

2025 年 11 月 5 日開催
2026 年 3 月期上期決算説明会での主な質疑応答

Q1. コスト高騰に対して、第1四半期と比べて第2四半期の単価改善効果が下がっている要因は何か？

価格・規格改定の戦略に大きな変更はない。夏場の猛暑により、来客数とスナック需要が減少し、一時的に販売数量が減少したことで、改定効果が想定より縮小した。直近では販売数量は戻ってきている。原材料・動力費のコスト上昇は計画内で推移している。

Q2. 上期の国内売上が計画を上回っている一方、営業利益が未達となっているのはなぜか？特に第1四半期と第2四半期における違いは何か？

大きな要因としては二つ。一点目は、第1四半期は販売数量が計画よりも伸長し、固定費を回収できたが、第2四半期は想定通りに数量伸長ができず、増加した固定費を回収しきれなかった。二点目は、7月以降に、一部の地域からの来日観光客数が減少し、利益率の高い「じゃがポックル」の売上が減少したことが影響した。

Q3. ばれいしょ不足に対するリカバリー策について詳細を教えてください。また、ばれいしょ不足の影響がいつまで続くのか、拡大する可能性はあるか？

増収施策については、国産ばれいしょを主原料としない製品を拡販していく。特にかっぱえびせん等の製品でリカバリーしていく。コスト抑制は、あらゆる費用を対象とし、販促費もゼロベースで見直す。当期のばれいしょ不足の影響はほぼ目途がついている。来期については、来年5月中旬以降の九州産収穫まで影響が続く見込みだが、さらなる輸入ばれいしょ調達量拡大などの対応を検討していく。

Q4. 下期の海外事業の見通しについて教えてください。

欧米については、英国のコスト増や競争環境の厳しさは続くが、北米の売上モメンタムは下期に上がってくるとみている。アジア・オセアニアについては、インドネシアではコスト上昇が継続するが、上期よりは改善するとみている。中華圏やその他の地域で期初計画以上の利益を上げて全体でカバーしていく。

Q5. 来期から新中期経営計画の期間となるが、そのテーマと成長ドライバーは何か？

次期成長戦略は社内での検討を進めている。構造改革は進展しており、一層の国内の稼ぐ力強化と海外事業への積極投資で成長を目指す。大型 M&A の実現も視野に入れ、非連続的な成長も目指す。

以上