

## 2024年3月期 決算説明会 質疑（要旨）



日時：2024年5月22日（水）10:00～11:00  
登録者：代表取締役会長 炭井孝志  
代表取締役社長 島本国一  
執行役員 経営企画室 室長 北崎新英  
経営企画室 経営管理部 菅原義彦  
管理本部 財務経理部 森田達也

### <会場質問>

Q1. 「成長戦略」において、NB（ナショナルブランド）品の割合を30%から50%まで比率を増やすという目標ですが、これはPB（プライベートブランド）品よりもNB品の方が、利益が大きいと考えているためでしょうか？

また、B to Bよりも、B to Cの売上を高めていかれる意味でしょうか？

→2023年度は、NB品30%、PB品70%の割合で販売しております。PB品は当社のブランドを認知していただけないため、当社ブランド力向上のため、NB品の比率を高めていきたいと考えております。比率が高まることにより、成長戦略の施策の一つであるEC事業の拡大にも繋がっていくと考えている。

またPB品の発案は、当社商品になり、NB品からPB品に発展し、アイテム数が多くなっている。そのため、改めてアイテムを絞り、NB品主体で販売するような体制に変えていき、生産効率も上げていこうという取組みになります。

Q2. 海外事業は、具体的にどのような製品をどのような地域に販売していこうと考えているのでしょうか。魅力的だと思える地域はありますか？例えばアメリカなど。

→現在は、インドネシアに合弁会社があり、順調に進捗している。

当社はマヨネーズ、ロングライフサラダ、タマゴ加工品等を生産するノウハウを持っているが、どのエリアに、どのリソースを持って進出したときに効果があるのか認識するため、調査を行っている段階です。市場性、成長性等の観点から北米、東南アジアの調査を行っており、調査後に進出内容の決定をしていきます。

Q3. どれくらいのシステム投資を考えているのでしょうか。設備投資の金額の将来的な考え方について教えてください。

また、減価償却の負担が発生するものは何でしょうか。

→資料の財務戦略の箇所になるが、Phase1の4年間ではシステムへの投資に11億円、事業拠点の強化に60億、事業拠点の再編に48億を考えております。  
事業拠点の強化、再編等が減価償却負担の該当項目になります。

**Q4. 営業利益率が低い原因について、2017年に過去最高益を更新し、その後利益率低下しています。COVID-19は落ち着いていると思いますが、利益率低い理由は何でしょうか。**

→原料費（鶏卵）の上昇やシステム投資、人件費の上昇、中長期経営計画における施策を計画しているため、2025年3月期では連結営業利益率3.5%としております。

**Q5. 昨今の人手不足の中で、従業員は確保できているのでしょうか。**

→従業員の確保は、地方では厳しくなってきております。技能実習生、特定技能生の受け入れを行い、生産性向上のため、ロボット活用等を検討しながら進めております。

**Q6. 取引先の外食産業は、より人手が足りていないのではないのでしょうか。人手が足りていないところに合わせて、客単価を上げる提案等は受け入れられやすい状況になっているのでしょうか。**

**また、原材料価格の上昇などは、十分に価格転嫁できているのでしょうか。**

→外食、給食産業は人手不足で悩まれております。活用事例として、弊社の素材系商品である、皮をむいたチルドポテトなどをご使用いただき、人手不足を補っていただいて一例もあります。

素材系の商品として、冷凍では、かぼちゃ、さつまいも、そして、じゃがいもはチルド、冷凍の商品を外食、給食産業へご提案しております。

また、価格改定については原材料、人件費、物流費などを加味しながら行っています。

**Q7. 中期経営計画、連結売上高は当初目標を上回ったが、連結経常利益が当初目標を下回った理由は何でしょうか。**

→本来であれば連結経常利益40億円を目指して進めておりましたが、昨年度4月、5月は高病原性鳥インフルエンザの影響があり、鶏卵の確保がかなり厳しい状況でした。そのため、たまご製品の供給制限、休売を実施したことにより、当初予想を下回る形となりました。

<WEB 質問>

Q8. 海外売上比率について、現在の比率を教えてください。

→現状は1%前後となっております。中長期経営計画の12年間で10%まで伸ばしていく施策を行ってまいります。

Q9. 事業拠点の再編。販売拠点、生産拠点も再編ということでしょうか。

→設備等古くなってきている工場もございます。それぞれの工場で様々な商品を作っておりますが、時代に合わせて統合、新設を検討してまいります。中長期経営計画戦略の「成長戦略」、「スマート化」の中で計画を立てて進めてまいります。

Q10. 炭井会長が社長の代では、サラダを全面に出して、成長させましたが、島本社長の代では、海外を打ち出しています。どういう施策で、支持を開拓していくのか、詳しく教えていただけないでしょうか？

→現在の国内中心の事業内容から、事業ポートフォリオを再構築し、より強固な経営基盤を構築するために海外展開を加速していきたいと考えております。

現在の輸出商品は約40の国と地域に販売されており、現地のアジア系の量販店を中心に販売いただいております。

どこのエリアにどのような商品を販売していくかについては、現在調査をしております。調査後に進出内容の決定をしていきます。

**【注意事項】**

本資料に記載の内容は、フェアディスクローズの観点から、2024年3月期決算説明会の質疑をもとに記載したものであり、その情報の正確性・完全性を保証するものではなく、今後予告なく変更される可能性があります。本資料に記載されている業績見通しや将来予測などに関する記述は、信頼できるとされる各種データに基づいて作成していますが、その達成を約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績は経済情勢等様々な不確定要因により、これらの予想数値と異なる場合がございます。