

2025年3月期 決算説明会 質疑（要旨）



日時：2025年5月22日（木）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 部長 菅原義彦
管理本部 財務経理部 部長 森田達也

Q1. 2024年度業績においてポテトサラダの売上高減少の要因は？

2025年度のポテトサラダの売上高の見通しは？

A1. 2023年度の高病原性鳥インフルエンザの大規模発生によりタマゴ加工品の休売を余儀なくされ、その代替品としてFDF類や、ポテトサラダをメニューと共にご提案し採用して頂いておりました。2024年度は、鶏卵の供給が回復してきたことで、ポテトサラダからタマゴ加工品に商品の切替えが進み、2024年度はポテトサラダの販売数量が減少いたしました。かつ、「調味料・加工食品事業」の「その他」に含まれる皮をむいて茹でた後に冷凍したじゃがいもなど、下処理済みの素材系商品の需要が伸長しており、その分、ポテトサラダの需要が減少したものと考えております。

Q2. 海外売上高が前年同期比+6.8%と伸長しておりますが、輸出先の国や、輸出商品に関して教えてください。また2025年度の海外売上高の計画も教えていただけたらと思います。

A2. 海外売上高は、2024年度12.5億円であり、2025年度は14億円を、2027年は17億円を目指しております。

2024年度は、前期よりも輸出先が増え、現在39の国と地域に輸出販売をしております。今後も、販売先の地域の数を増やすだけでなく、既に販売しているそれぞれの地域において、既存商品だけでなく、取扱い商品を増やす取組みをしております。例えば、冷凍明太子フィリングや、チリマヨソース、セサミマヨソースなどです。主な輸出先は、東アジア・東南アジアのアジア圏、北米、オーストラリアになります。2025年度の計画は、各種展示会に出展し、実際に商品を見て、食べて、知っていただき売上に繋げる取組みを計画しております。

Q3. 今年4月1日からの価格改定の進捗状況は？

A3. 価格改定は徐々に浸透しており、概ね順調です。

Q4. インドネシアの持分法適用会社の工場の生産体制を拡張されたことで、生産量はどのくらい増加しますか？ インドネシアからの輸出量も増やす予定ですか？

A4. インドネシアの増改築は、昨年度実施し完了しており、生産能力は約2倍になりました。将来計画している売上目標に対する生産能力の増強となります。また今回の増改築により生産能力の向上に加え、品質の向上にも注力しております。インドネシアから他国への輸出は検討中です。

Q5. 約1,000万羽の鶏が殺処分された中で、現在の状況はどうですか？

また商品統廃合の実施では、商品を選択と集中をしていくのだと思いますが、今後の販売計画はどうでしょうか？

A5. 鶏卵相場は現在、東京 M サイズ 340 円で高止まりしておりますが、当社がタマゴ加工品を生産する分の鶏卵は購入できており、2023 年度のように商品を途切れさせてしまうことはなく供給できております。

販売計画については、商品統廃合することで、売るべき商品が明確になりましたので、その商品を確実に売ってまいります。そのための販売促進の展開も検討しております。

Q6. 現在の東京本社にあるようなキッチンスペースは、新オフィスにもありますか？

東京本社移転の狙いは？

A6. 現在の東京本社ではキッチンスペースと会議室が繋がっております。新しいオフィスでは、さらにキッチンスペースを活用していきたいと考え、現在レイアウトを含め計画中です。都心に近いオフィスになることでお客様や取引先様にご来社いただきやすい場所になり、コミュニケーションの活性化につながることで、また従業員のモチベーションも上がったらいいなと思っております。

Q7. お米の価格が現在高騰しておりますが、御社への影響、またはこの状況をどのようにみておりますか？

A7. 関連子会社では、お米を使った商品もあり影響はございます。
当社の販路別売上高では、外食、給食、コンビニエンスストアが伸長しております。
市況の動きを見極めながら、当社がもっている商品を、お米に代わる切り口で商品やメニューをご提案できるのではないかと考えております。

Q8. 2025年度はグループ総合フェアを開催は？

A9. 当社グループ総合フェアは、「サラダ料理」への取組みなど当社の考え方をお伝えし、商品・メニューをご紹介するものになります。今年度は、グループ総合フェアではない別の形で、商品提案会のようなものを検討しております。

Q9. 200品の商品統廃合をすることで、今後、新規に開発する商品の数は、絞っていく予定でしょうか。

A10. 新商品については、特にマーケットインの発想で商品を開発することを重視し、ターゲット先を決めて商品開発を進めております。生産が好調な商品を販売するプロダクトアウトの考えではなく、市場がほしい商品をほしい分だけ提供できる体制にしたいと、新商品の開発を抑えるのではなく、厳選した商品を発売していく方針です。今後も年2回のペースで新商品の発表を予定しております。

以上

【注意事項】

本資料に記載の内容は、フェアディスクロージャの観点から、2025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。