

2017年度第2四半期決算説明会における主な質疑応答の要旨

<日 時>2017年11月2日 13:00~14:00

- Q. 来年以降はどのような成長ストーリーを描いているか。
- A. 企業価値を高めるために、国内の営業利益率をさらに向上させる。海外は、北米を安定的に成長させ、ヨーロッパとアジアは大きく成長させる。また、その先に成長が期待できるマーケットへの種まきを進める。
- Q. 今後の国内の利益率改善に向けた取り組みや考え方は。
- A. 今の中期経営計画で国内の営業利益率5%以上を目標としているが、次期中期経営計画ではさらに高い目標を掲げたい。現在、収益性の高い商品の構成を高めるように取り組んでいるが、今後も付加価値の高い商品の開発に力を入れ、利益率の向上を図る。
- Q. 収益性の高い商品というのは、従来の商品と比べて販売価格が高いことで収益性が高くなる商品のことか。あるいは、コスト優位性がある商品のことか。
- A. 販売価格が高くてもお客様が納得して買っていただける高付加価値商品のことだ。もちろん、コストダウンにも取り組んでいる。
- Q. 過去数年間で国内の営業利益率が改善しているが、どの事業が利益率改善に寄与しているか。
- A. この3年程度で見れば、利益率の高い生しょうゆと豆乳が伸びている。また豆乳は装置産業であるため設備投資がかかるが、稼働率が上がったことで利益率改善に寄与した。
- Q. いつでも新鮮シリーズの今後の成長ペースをどのように考えているか。
- A. 売上規模が拡大してきたため伸び率は以前と比べると鈍化しているが、現在は商品のバリエーションを進めており、将来的には国内しょうゆ部門の売上の3割くらいを狙えると考えている。
- Q. 豆乳市場の今後のポテンシャルをどのように考えているか。
- A. 市場規模は2011年から6年連続で過去最高を更新している。消費者の健康意識の高まりもあり、今後も継続的な成長が期待できる。トップメーカーとしては、プル戦略や商品戦略で市場を活性化し、将来的には現在の倍くらいの市場規模にしたい。

- Q. 豆乳事業の上期実績の好調要因は？また、下期予想の伸び率が鈍化する理由は？
- A. 豆乳のテレビ CM をしており、様々なテレビ番組などのメディアでも取り上げられた。また豆乳の用途が、飲用だけでなく、汎用的に使われるようになったこともある。小売店でも、伸びるカテゴリーと認識しており、積極的に販促を入れている。前期は上期の伸び率が低く、下期の伸び率が高かった。そのため前年同期と比較すると表面上は今期の下期の伸び率が鈍化して見えるが、実態としては好調な業績が継続すると考えている。
- Q. 北米のしょうゆ事業で、上期実績に比べて下期予想の伸び率が高くなる理由は？
- A. 事業環境等に特に変化はない。若干の時期ずれが生じているとご理解いただきたい。
- Q. 北米のしょうゆ事業を、ロングタームで見たときの見通しは？
- A. できるだけ長い間、高い次元での安定成長をキープする。アメリカの人口はまだ伸びており、そこに新しいチャンスが生じる。次のジェネレーションの心にキッコーマンブランドを根付かせていくことが重要であり、そのためにマーケティングコストを SNS などの活用にシフトさせている。こうした取り組みを着実に進めることにより、我々が目指すような成長が継続できると考えている。
- Q. アジア・オセアニアのしょうゆ事業の今後の見通しは？
- A. アジアの攻略のためには、国ごとに合わせた商品やマーケティング活動が必要である。様々な規制もあるエリアであるため時間がかかっているが、成長のための体制作りが目途がついてきており、今後はできるだけ高い成長を目指す。
- Q. 為替差を除いて見た場合、海外事業の売上予想を上方修正した一方で、営業利益予想を下方修正した背景は？
- A. 食料品卸売事業で海外拠点展開のための費用がかかったことと、デルモンテ事業で原料不足で業績が停滞したことにより、売上に比べて利益の伸びが鈍化したためである。
- Q. 新規事業投資についての今後の考え方は？
- A. 次の中期経営計画でも従来の考え方と同様であり、成長分野に積極的に投資したい。「食と健康」の分野で、キッコーマングループにふさわしい事業であれば国内外は問わない。フリーキャッシュフローや有利子負債を活用すれば、ある程度の規模の新規事業投資が出来ると考えている。

以 上