

## 2018年度決算説明会における主な質疑応答の要旨

<日時>2019年4月24日 15:30～16:30

Q. 国内事業の中期経営計画の目標達成に向けた今後の戦略は？

- A・基本的には売上成長により目標達成を目指す。家庭用は商品の高付加価値化を促進する。加工・業務用は商品開発力や企画力を強化して時代の変化に素早く対応し、成長のスピードを加速させる。
- ・当社の発酵・醸造技術を活かした商品開発を進め、成果を上げる。
  - ・引き続き目標達成に向けて取り組む。

Q. 国内事業の2019年度のコストアップについて説明して欲しい。また、2020年度以降もコストアップは継続する見通しか？

- A・人件費、設備費、原材料費などが増加する。
- ・売上拡大に伴い生産部門での人手が不足しているため、人員を確保する。また、減価償却費や修繕費の増加も見込んでいる。2020年度以降はコストアップが落ち着くと考えている。

Q. 北米しょうゆ事業の価格改定後、下期の伸びが弱いようだが、どのような状況か？  
また今後の見通しは？

- A・価格改定に伴う仮需の反動があった。しかし、しょうゆの消費動向に大きな変化はなく、  
今後は従来通りの安定的な成長に戻せると考えている。

Q. 北米しょうゆ事業の中長期の戦略は？

- A・現地の食の一部になることを目指している。
- ・ターゲットを絞った商品開発や広告宣伝により新規ユーザーを開拓する。
  - ・キッコーマンのブランド力を強化し、しょうゆはもちろんのこと、しょうゆ関連調味料の売上も伸ばす。

Q. 北米食料品卸売事業は上期に仕入コストが上昇していたが、現在の状況は？

- A・下期に価格転嫁を進め、業績はかなり回復してきた。

Q. 設備投資額が大きいように思うが、中期経営計画のキャッシュフローの考え方に変化はないか？

- A・中期経営計画で当初考えていたよりも設備投資が大きくなると考えている。卸売事業の売上が好調であり、倉庫への投資を当初の計画よりも前倒ししている。国内の2020年度の投資は、2018年度、2019年度に比べると若干減る予定である。費用対効果を考え、現在投資計画を見直している。