

2021 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>2021 年 11 月 5 日 15:00～16:00

Q. 原材料価格が上がっているが、しょうゆ事業の価格改定の考えは？

A・生産性向上等の企業努力により吸収することが基本であるが、それを超える場合は価格を改定する方針。

- ・北米では 11 月から順次価格を改定する。値上げ幅は 3-6%。
- ・欧州では現在価格改定を検討中。
- ・国内では原材料価格高騰の影響をなるべく圧縮するため様々な対応を検討している。

Q. フレートの上昇や物流の混乱が卸売事業に与える影響は？

A・影響はあるが、現時点では比較的軽微に抑えることが出来ている。

- ・卸事業では、コストアップ分は価格に反映させていくことが基本と考えている。

Q. 北米しょうゆ事業について。家庭用の売上は、新型コロナウイルス感染症発生前との比較で業績が好調だが、間口・奥行きはそれぞれどの程度貢献しているのか？

A・それぞれ同程度貢献していると考えている。

Q. 北米しょうゆ事業について。1Q 実績に比べ 2Q 実績の販売数量のモメンタムが鈍化しているように思う。上期実績に比べた下期予想も同様である。1Q の好調は営業規制緩和による一時的な外食店の吸い込みの影響も大きいと思われるが、この要因は何か。

A・単価の高い家庭用と、低い業務用のプロダクトミックスの影響も大きい。前年度上期は家庭用が大きく数量を伸ばし、今年度上期はその伸びが一段落して減少する中で業務用が数量を伸ばしている。そのため、2Q 実績・下期予想とも、金額ベースでは 3%程度の伸長としている。

Q. 欧州しょうゆ事業について。2Q に売上が 2 割も伸びた背景は？また下期に減速する理由は？需要に対する生産能力の不足による売上の頭打ちが要因か？

A・経済活動の再開に伴い業務用が回復していることに加え、家庭用も引き続き伸長している。ロックダウン等により家庭用のトライアルが増加し、それに対してレシピ提案などに取り組んできた効果が出ている。

- ・下期予想の伸び率は上期より低下する。前年度下期の伸び率が高いことや、欧州ではまだ米国ほどレストランの営業規制緩和が進んでおらず、また感染者の増加など、不透明感が強いことから、あまり楽観的な予想はできない。
- ・生産能力にそれほど余力があるわけではないが、市場に供給できる体制は出来ており、

成長阻害要因にはなっていない。また工場の増産投資は前倒しで進めることを考えている。

Q. ブラジルでの取り組みは？

A・昨年3月末にアズマキリン社を買収した（同年4月から「キッコーマンブラジル社」に社名変更）。今年からキッコーマンブランドの本醸造しょうゆをブラジルで製造・販売する。すぐに大きな売上にはならないが、グローバルビジョン2030に沿って、2020年代に南米でのしょうゆ事業を成長ステージに乗せるよう、取り組みを進めている。

Q. 先日（10月19日）に国内の新工場建設が発表されたが、国内生産体制の再構築についての考え方を教えて欲しい。

A・国内では、既存製品の大きな成長は見込んでいない。新工場を建設し、スクラップ・アンド・ビルドにより付加価値の高い商品の生産ラインを整備し、さらなる生産性の向上を図る。

- ・新工場建設で設備費は増加するが、生産性を向上させることにより、十分吸収できると考えている。

Q. ROE向上、およびキャッシュの使途についての考え方は？

A・いずれも、基本的には前回の中期経営計画の方針と変わらない。

- ・ROEは営業利益率を高めることでさらに向上させることが基本。
- ・キャッシュは、成長分野への投資を念頭に置く一方、株主還元についても安定的な配当等を維持できるように努める。

Q. 次期中期経営計画のテーマは？

A・海外では、成長と同時に、競争力を上げる中で収益力の向上を図る。

- ・国内では、特に生産性の向上により収益力の向上を図る。
- ・具体的には来春公表する予定。

Q. 海外市場で、人件費、物流費の高騰や、サプライチェーンの混乱など、経営環境が激変する中で、しっかり対応できている御社の強さの源泉は何か？

A・1950年代の本格的な海外マーケティングの開始から、徹底した経営の現地化を図ってきたことが、今の海外ビジネスを支えていると考えている。その上で、しょうゆ事業・卸事業ともに、従業員としっかり向き合い、ビジネスの生産性の向上に取り組み、筋肉質の企業経営をしてきたことが根底にあると考えている。

以 上