

## 2022年度第1四半期決算説明会における主な質疑応答の要旨

<日時>2022年8月4日 16:00~17:00

Q. 北米しょうゆ事業について。1Qの売上伸び率が高い要因は。

A. 外食の市場環境が良く、主に業務用が伸長した。  
・また、業務用の商品で、価格改定に対して若干仮需があった。

Q. 北米しょうゆ事業について。価格改定後にシェアは低下していないか。

A. 消費マインドとして低価格品が選ばれる傾向が感じられる。  
・従来も、価格改定時には若干のシェア低下があったが、その後戻している。  
今回も、若干シェアが低下しているが、今後積極的な販促等でシェアをしっかりと戻したい。

Q. 北米しょうゆ事業について。しょうゆの需要が減少するリスクは。

A. 最大のリスクは景気後退。過去の傾向では、景気が後退すると外食需要が停滞しやすく業務用は苦戦しがちだ。一方、内食傾向が出てくるため家庭用にはチャンスだ。  
・当社は業務用と家庭用の売上バランスが良く、状況に応じて柔軟に対応することで、全体で成長を目指す。

Q. 北米・欧州しょうゆ事業について。業態別の売上前年比は。

A. 欧米ともに、業務用の方が家庭用よりも良い。いずれも業務用は伸長。  
・家庭用は、北米では伸長している。一方、欧州では、コロナ前に比べて大きく伸びているが、前年同期の売上が大きかったこともあり、今期は減少している。  
・今後は、欧米ともに、コロナ下での家庭用の需要増をなるべく維持し、業務用を拡大させるべく取り組む。

Q. 欧州しょうゆ事業について。今後の価格改定計画は？

A. 欧州では今年5月以降に順次4-6%の価格改定を実施している。これによる原材料等のコスト高の吸収を予定していた。しかし、ロシア・ウクライナ情勢により、一段とコスト高が進行したため、今年12月以降に順次、8-10%の値上げを予定している。

Q. 卸売事業について。1Qの-marginが高いが、今後の見通しは。

A. 今後、市場環境がコロナ前のようになり、価格競争が戻ってくれば、コロナ下で上昇していた利益率は徐々に低下すると見込んでいる。  
・ただし、業務の効率化等により、コロナ前よりもなるべく高いレベルでキープする。

- Q. 原材料コスト等の今期予想について。国内の方が海外よりも増加額が大きい理由は。
- A. 原材料市況の高騰に対し、海外に比べ、国内の方がコストの増加が遅れて出てくる。
- ・今期は国内のコスト増の方が大きいですが、前期を含めた2年間では国内外とも同水準。国内が海外に比べて極端なコスト高になっているわけではない。
  - ・また国内は、急激な円安進行の影響もある。
- Q. 国内事業について。下期は原材料コスト等が増加し、利益率が低下する予想だが、今後の収益性向上施策は？再度の価格改定はあるか？今後の利益率の見通しは？
- A. 今年2月、5月、10月と、カテゴリーにより時期は異なるが価格改定を実施または予定している。
- ・コスト増に対しては、高付加価値商品へのシフトや、コストダウン施策など、様々な企業努力で吸収するように努めるが、それでも吸収しきれない場合は、市場状況を勘案した上で、再度の実施も含めて価格改定を検討する。
  - ・今期の利益率は厳しいものの、来期・再来期に向けて、様々な施策により、前期程度の利益率には戻したい。
- Q. 国内外とも、今期の設備投資額が大きい理由は。
- A. 国内では、つゆ・たれ等の新工場建設や、設備更新のための投資が増加する。
- ・海外では、しょうゆ工場の生産能力の増強や、卸事業の倉庫能力の増強等で増加する。円安の進行で為替換算額が増加する影響もある。
  - ・また、IFRSになり、国内外の倉庫や事務所のリース契約更新時の再投資が設備投資に加算されるようになった影響がある。

以 上