

2022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>2022年11月4日 16:00~17:00

Q. 上期実績が業績予想を上回ったが、年間予想を修正しなかった理由は？

下期に具体的な下振れ要因があるのか？

A・具体的な下振れ要因はない。

- ・円安もあり、このままいけば上振れる可能性はあるだろうが、欧州およびアジア・オセアニアのしょうゆ事業や、国内事業の売上が上期予想に対して遅れていることなど、リスクもあるので予想を据え置いた。

Q. 北米しょうゆ事業の上期実績について。業務用・家庭用の状況は？数量は伸長したか？

A・業務用、家庭用ともに売上は伸長している。

- ・数量も伸長している。

Q. 欧米のしょうゆ事業について。経済環境の悪化は売上に影響があるか？

A・米国では、今のところ大きな影響は出ていない。

- ・欧州では、エネルギーコストの高騰などにより消費者心理が冷え込み、経済環境悪化の影響が大きくなっている。値上げの浸透により下期は業績の好転を見込んでいるものの、短期的には状況を注視する必要がある。
- ・長期的には、欧州の高い成長モメンタムは変わっていないと考えている。

Q. 国内事業について。値上げによる数量への影響は？また、今後の値上げの考え方は？

A・しょうゆは、売上は微増だが、数量は減少した。他社の値上げが当社よりも遅れていることが影響している。ただし、足元では徐々に回復傾向にある。

- ・今後の値上げについて決まったことはないが、状況に応じて検討する。

Q. 海外事業の中期経営計画について。特に力を入れたい戦略は？米国しょうゆ事業の取り組みに変化は？

A・「グローバルビジョン2030」（長期ビジョン）の「目指す姿」に向け、各エリアでマーケットリーダーとして市場を新たに創造する。

- ・商品政策や販売促進により、ブランド力を一層強化する。
- ・米国では、ミールキットが伸長するなど、色々と消費パターンが変化している。このようなトレンドの変化に一早く対応し、市場の成長以上に成長することを目指す。

Q. 国内の中期経営計画について。利益目標の考え方は？また商品開発の考え方は？

A・円安による原材料コスト高が厳しいが、少なくとも利益水準を前期並みに回復させたい。

- ・お客様と双方向のコミュニケーションを取り、メニュー提案などお客様の役に立つ情報を提供することや、お客様のご意見を商品づくりに生かすことが重要だ。
- ・おいしさ、健康、簡便などの価値を提供できる新商品開発や商品リニューアルを行う。このたび「大豆麺」を発売した。近年たんぱく質摂取量の減少が課題になっており、その解決に貢献したいと考えている。
- ・今後も、お客様の課題を解決するような商品展開を進めたい。

以 上