

主な質疑・応答

代表取締役社長 福井 正一 / 専務取締役経営推進本部長 奥平 武則

Q 1. 塩こんぶの成長戦略について教えてください。

A. (福井) 新商品「ふりふり塩こんぶ」は、調味料用途に特化した画期的な商品です。定番売場だけでなく精肉や青果の生鮮売場で関連販売の展開など店頭露出を増やすとともに、SNSを利用したプロモーションも積極的に展開し、新規ユーザーを増やすことで塩こんぶ市場の更なる拡大に取り組みます。また、製パンやカップ麺などとの企業コラボ企画や業務用チャネルの開拓にも注力します。

Q 2. PPM59 (決算説明会資料 P. 20) において、PPM58 では「花形」だったヨーグルト製品が「問題児」に格下げとなっていますが、「花形」に再度育てていくための戦略について教えてください。また、ドリンクタイプの開発状況についても教えてください。

A. (福井) 2017年度は、プレーンヨーグルト市場の成長鈍化の影響を受け、当社の「カスピ海ヨーグルト」の成長率も低下しました。しかし、2018年3月より「ぴったりフィットカップ」への容器リニューアルを実施し、「持ちやすくなった」「ヨーグルトの粘りが強くなった」などお客様から高い評価をいただいています。2018年3月に機能性表示を取得した通販チャネルのサプリメント「善玉菌のチカラ」も復調の兆しを見せており、2018年度は再度ヨーグルト製品を「花形」に位置づけられるよう育成・拡大に注力します。ドリンクタイプについては、設備投資が必要な案件であり、工場のキャパシティの観点から、まずは従来の「カスピ海ヨーグルト プレーン・脂肪ゼロ」のライン増設を優先させました。本格販売に向けて開発そのものは継続していますが、発売時期は未定です。

Q 3. 2017年度の設備投資額は計画 90 億円のところ 72 億円で着地しましたが、計画通りの十分な設備投資ができたのか教えてください。

A. (奥平) 北海道工場の「カスピ海ヨーグルト」にかかる設備投資を 20 億円程度を予定していましたが、2017年度はその投資が 2018年度にズレ込み 10 億円に留まりました。また、残りの差額は老朽化対策にかかる設備投資の先延ばしによるものです。設備投資自体を取りやめた訳ではなく、予定どおり設備投資は行います。

Q 4. 「おぼんざい小鉢」生産ラインの稼働状況について教えてください。

A. (奥平) 「おぼんざい小鉢」の生産ラインは、導入後しばらくラインの稼働率が低い状況が続いていましたが、現在は計画どおりの安定生産ができています。

Q 5. 原藻の在庫状況と見通しについて教えてください。

A. (奥平) 北海道の昆布漁獲量は最盛期の3万トンから半分以下の1.4万トン程度にまで減少しています。当社が主に使用している道東地区の原藻価格も高騰しており、2018年3月より昆布佃煮などの製品値上げを実施しました。原藻在庫は、1~2年分を在庫することを基本方針としていますが、原藻在庫をこれまでどおり確保できるかが課題です。

(福井) 2018年産の北海道産の昆布漁獲量の見通しはついておらず、先行きは不透明な状況です。昆布はIQ(輸入割当品目)であるため輸入制限がありますが、海外産昆布にも注目しています。

Q 6. PPM59(決算説明会資料 P.20)で、惣菜製品が左より収益性が高い順番に「おぼんざい小鉢」

「日配惣菜」「包装惣菜」が並んでいます。自動化できる工程が多い「包装惣菜」と比較して、人手が多くかかる「日配惣菜」は収益性が低いことが多いですが、この順番とした理由を教えてください。

A. (奥平) ご指摘のとおり日配惣菜は人手が多くかかる品群ですが、品目ごとに収益性のバラつきも大きく、収益性の高い商品をうまく取り入れることにより少しずつ収益性が上がってきています。包装惣菜は、「おぼんざい小鉢」とのカニバリを避けることはできず、製造ラインの稼働率の低下が対処すべき課題です。

(福井) 包装惣菜の中でも、収益性の観点から「おかず畑」のレギュラー品には届かない少量タイプの「おかず畑ミニ」シリーズの生産が増えていることも包装惣菜全体の収益性を下げている一因です。

Q 7. 通信販売事業のサプリメント「善玉菌のチカラ」で機能性表示を取得したそうですが、通信販売事業の見通しについて教えてください。

A. (奥平) 「善玉菌のチカラ」は機能性表示を取得したことでより直接的に効果を訴求できるようになり、TVインフォーマーシャルの内容も一新しました。新しいTVインフォーマーシャルを放映してから販売も好調に推移しており、積極的に顧客開発投資を行いたいと考えています。

Q 8. ここ数年、惣菜製品の売上高構成比が増加していますが、中長期のビジョンを教えてください。また、利益率はどれくらいが適正と考えているか教えてください。

A. (奥平) 中食産業は10兆円を越え、その内の惣菜市场もまだまだ拡大し続けると見込んでいます。当社においても日配惣菜では年率105%強、包装惣菜では110%程度の伸長を目指してもよいと考えています。当社の惣菜製品全体の売上高は200億円を超え、次のステップとして250億円を目指します。2018年4月から立ち上げた生産技術部が中心となり、日配惣菜の生産ラインの自動化に取り組み、収益性の抜本的な改善を目指します。

以上