

2019 年度（2020 年 3 月期）決算説明会

2019 年 11 月 13 日（水）13：00-14：30 S M B C 日興証券 新丸の内ビルディング

出席者：22 名

## 主な質疑・応答

回答者：

代表取締役社長

福井 正一

常務取締役

山田 勝重

- 1) 営業利益率が期初予想 7.5%に対して 6.2%と大幅な未達となり、通期業績予想の営業利益率 8.1%は非常に高いハードルと感じます。PPM 戦略を今こそ改めて取り組むべきと思いますが、下期の利益に関する考え方を教えてください。

当社の売上高の 9 割が 3 割の品目から構成されており、残りの 7 割の品目について ABC 分析を通じて不採算品目の削減に取り組んでいます。成長事業として伸ばしてきた日配惣菜は人手がかかるため利益率が低く、日配惣菜の売上構成比が増えると会社全体の利益率が低下することになるため、日配惣菜でも収益性の高い品目に絞るとともに日持ちのする MAP 惣菜（Modified Atmosphere Packaging：ガス置換包装のこと）を充実させ、売上高は減少しても収益性の改善を優先することで利益額を確保できる体質改善を図ります。また、増加している物流費については、共同配送の取り組みを推進していきます。

PPM 戦略については、現時点では「負け犬」に位置する大きな品群はないと判断しています。「花形」の品群としてはヨーグルトと包装惣菜を伸ばしていきます。ヨーグルトは、「カスピ海ヨーグルト」をはじめ来期以降は新商品「大豆ヨーグルト」等の育成に注力します。包装惣菜については、伸張著しい「おぼんざい小鉢」、「おかず畑（袋）惣菜」のファミリーサイズ、ミニサイズの利益バランスを考えた拡販に注力します。

- 2) 2020 年には東京オリンピック・パラリンピック等のビジネスチャンスが控えていますが、今後フジッコ商品の強みをどのように生かしていくか考え方を教えてください。

インバウンド需要が増えているものの、まだまだ和食といえば寿司やすき焼きのイメージが強いと思います。家庭料理としての和食である昆布や豆や惣菜を外食を通してもっと食べてもらうため、外食産業との取り組みを進めていきます。また、昨今では広告媒体としてインターネットが主流となっていますが、当社のユーザー層は TV やラジオとの接触機会が多いと考えており、品群ごとのユーザー層に合わせてインターネットだけでなく TV やラジオも活用していきます。

- 3) 通期業績予想と下期の見通しについて詳細を教えてください。

6 月に実施した値上げにより、下期は材料費率の改善を見込んでいます。減価償却費は「おぼん

ざい小鉢」等で設備投資をしているので増加、外注費についても一部製品を外注化しており増加が見込まれます。トータル人件費については、直近単月の製造人件費が前年同月より減少しており、このまま減少傾向を維持した予想としています。販管費については、荷造運賃の増加は否めませんが、“小さな本社”の実行等による販管固定費の圧縮を図ります。上期業績は残念ながら減益となりましたが、下期は上記を実行し通期では期初予想どおりやり切ることを目指します。

以上