

2020 年度（2021 年 3 月期）中間決算説明会

2020 年 11 月 12 日（木）13：00-14：00 WEB 開催（日興アイ・アール株式会社 説明会.com）

出席者：20 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) 四半期ごとでは第 3 四半期（10 月～12 月）が繁忙期ですが、今後のコロナ禍における製品ごとの具体的戦略を教えてください。

12 月商戦では、TVCM の放映エリアを地方主要都市まで拡大して空中戦を展開し、主力である丹波黒黒豆を中心に売り込みます。また、ヨーグルト製品は免疫効果をキーワードとして「カスピ海ヨーグルト」の拡販と大豆ヨーグルトの育成に注力します。収益性の高い煮豆と佃煮については好調だった上期の流れを止めないことが課題です。

- 2) ヨーグルト製品の売上高が第 1 四半期（4 月～6 月）と比較して第 2 四半期（7 月～9 月）に落ちた理由は何でしょうか。

量販店チャネルの「カスピ海ヨーグルト」は前年比 110%台をキープしており引き続き順調です。一方、前年より落としたのは通販チャネルのサプリメント「善玉菌のチカラ」であり、これは広告投資を「善玉菌のチカラ」以外の通販商品「クロクロ」や「デンタフローラ」にシフトしたことによるものです。それにより「クロクロ」と「デンタフローラ」は大きく伸長しました。

- 3) 大豆ヨーグルトの目先の売上目標はいつ、どれくらいでしょうか。足元の売れ行きについて感触も教えてください。

今期の大豆ヨーグルトの売上高は 3 億円程度の着地を見込んでおります。コロナ禍で店頭活動が制限され、また大豆系のヨーグルトとしては 3 番手の後発商品であることから苦戦しましたが、秋には TVCM を放映して店頭配荷が徐々に進んでいます。大豆の健康効果は注目されており、大豆をまるごと使った当社らしい商品でもあるので必ず育成をやり切ります。

- 4) 惣菜製品が減収となった原因と課題を教えてください。

日配惣菜の課題である収益性の改善のため利益を重視した販売にシフトし、赤字品目の削減に着手した結果、売上高は前年より減少しました。また、在宅時間の増加により家庭で料理をする機会が増加したことや会社帰りの需要が減ったことも一因です。「おばんざい小鉢」は、高い目標を立てており生産ラインのフル稼働をまずは目指します。品目 SKU も 14 品までになり商品ごとの実力の差が出てきており、今後はアイテム数を増やすことよりも品質改善等により単品の実力を磨くことに注力していきます。

以上