

2022 年度（2023 年 3 月期）決算説明会

2023 年 5 月 31 日（水）13：00-14：00 WEB 開催（S M B C 日興証券 新丸の内ビルディング）

出席者：18 名

主な質疑・応答

回答者：

代表取締役社長執行役員 福井 正一

- 1) 計画した数値に対して実績未達が続いています。経営実績・経営の推進等の説明されていますが、やっていきますとかしっかり進めていきますなどの定性的な言葉で説明されていると実行の可能性が感じにくいです。もっと具体的な戦略的な説明をお願いします。

当社は、豆と昆布でしっかりと利益を出していた会社でございますので、豆と昆布を中心にお話します。豆の商品戦略は、「Everyday Beans!」活動の中で煮豆をしっかりと PR すること、蒸し豆はシーズニングを活用した食べ方提案を行うなど、子供達に食べてもらうことで新たな需要を開拓していきたいと思っております。また、商品のリニューアルを行うと同時に、キャラクターを使用したパッケージの採用の検討など、子供達に一度食べてもらうことで需要を喚起したいと考えております。この取組みは 6 月以降に実施していきます。

昆布の商品戦略については、生昆布を使用した商品開発を強化していきます。生昆布は従来の乾燥昆布と異なり、水揚げすると同時に冷凍することによって新しい食感が楽しめる昆布です。また生昆布は乾燥工程がなくなるので、昆布漁師の重労働を緩和することができる食材でもあります。現在は“MIRAI”というブランド名で佃煮を上市しておりますが、塩こんぶも含め新しい食感の昆布商品の開発を行ってまいります。“MIRAI”の名の通り将来の需要を開拓できる商品となれば売上拡大にもつながると考えております。

また、昆布商品に関しては原料枯渇の問題も抱えています。原料政策として北海道内で養殖を進めており、フジッコとして漁業にも参入し、自社で原料を開発することにも取り組んでまいります。また、産学と協力し養殖の技術研究を進めておりますが、まだ課題は多く抱えております。ただし、この養殖技術が確立できれば、世界の海で養殖を行い、世界に展開していくことも今後の構想の中にはあります。昆布と豆で再度体制を立て直し、ヨーグルト・デザート需要開拓を行っていきたく思います。ダイズヨーグルトは世界に展開できる商品だと考えており、現地仕様に味や容器を変え、インドネシアで展開を見込んでおります。新商品についてはどんな商品を、どこで、誰をターゲットにするかを深く検討し、既存商品はリニューアルを行い、より良い商品にしていく。またこれを確実に実行できるように進めていきます。

2) 2023年3月期の実績の営業利益率は2.3%と過去20数年間の中で最も低い水準となりました。2024年3月期のご計画も2.3%ですが、利益率の改善をいつ実現したいとお考えでしょうか？

中計策定時には、3年後に7.5%の営業利益率を設定しておりましたが、原材料・エネルギーコストの予想外の上昇を受け、計画を実現できるかの見直しを始めております。トップラインが高まり限界利益が増加すると、以前と同じ7%台の営業利益率が確保できると考えております。現在、営業力を強化するために様々な施策を実行し、直近は順調な売上成績で推移しております。仮にこの傾向が続けば、2024年3月期の営業利益の予想13億円（公表数値）から7~8億円は上乗せできないか検討しており、その場合は4%程度の営業利益率が確保できることとなります。また、3年後を目安として、営業利益率7%台に戻せるようトップラインを高めていきたいと思っております。

以上