2026 年度（2027 年 3 月期）中間決算説明会
主な質疑・応答

2026 年度（2027 年 3 月期）中間決算説明会
2026 年 11 月 11 日（水）13：00-13：47 WEB 開催（ＳＭＢＣ日興証券 新丸の内ビルディング）
出席者：20 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）カスピ海ヨーグルト「リッチモ」について、2026 年 3 月期の売上実績は 3.5 億円、2027 年 3 月期は 6.2 億円を計画されていると認識しています。この見通しに変更はないでしょうか。また、足元の売上動向について教えてください。加えて、リッチモの利益率は既存の他製品と比較してどのような水準でしょうか。

リッチモにつきましては、現時点で今期の見通しに変更はなく、6 億円強の売上を見込んでおります。10 月からは生産能力を約 1.2 倍に引き上げており、状況次第では計画を上回る可能性もあると考えております。足元の販売状況も非常に好調で、引き続き高い需要が続いております。

一方で、現在も供給能力には余裕がない状況であることから、すでに 2 号機の導入を決定しており、来年秋からの稼働を予定しております。これにより、生産能力は現在の約 2 倍となる見込みです。来年度は稼働開始が年度後半となるため、売上が単純に 2 倍になるわけではありませんが、引き続き大きな成長を見込んでおります。

収益性につきましては、具体的な営業利益率は申し上げられませんが、当社の他のヨーグルト製品と比較して高い収益性を確保しております。

２）ROIC が 1.6%と WACC を下回る状況が続いていますが、ROIC 改善に向けた具体的な施策と、その成果をいつ頃から示せるとお考えでしょうか。また、WACC の引き下げに向けた取り組みについても教えてください。

来期計画の中でお見せしたいと考えております。当社の取組を改めてお伝えしますと、1 つ目は、ヨーグルト事業と昆布事業を成長させることで NOPAT を引き上げること、2 つ目は、工場集約や政策保有株式の見直しなどを通じて投下資本の圧縮を進めることであります。

また、同時に WACC の引き下げも課題と認識しており、最適資本構成を研究しております。なお、WACC については 2025 年 5 月時点で 4.6%と公表しておりますが、金利の高まりと近時の株価動向を踏まえ、現在見直しを行っております。足元では若干上昇する可能性があると考えております。

３）横浜工場および浜坂工場の閉鎖によって、来期以降の業績にどのような効果を見込まれていますか。利益面や資本効率改善への寄与について、現時点にてお話しいただける範囲で教えてください。

工場閉鎖につきましては、浜坂工場を 2027 年 3 月末、横浜工場を 2027 年 6 月末に閉鎖する予定であります。そのため、来期以降の業績に一定の効果が表れてくるものと考えております。現時点では、工場人員の異動等まだ調整を進めている段階であり確定情報を申し上げられるタイミングではございませんが、本年度の本決算時には来年度の予算に織り込む形で開示させていただけると想定しております

４）昆布事業は御社の主力事業ですが、近年は昆布の生産量減少が続いています。原料不足リスクをどのように認識されているのか、また原料の安定確保に向けてどのような施策を進めているのか教えてください。

ご指摘のとおり、昆布の生産量は年々減少しております。2025 年産は 9,907 トンと過去 2 番目に少ない水準でしたが、2026 年産はさらに減少する見通しとなっております。昆布製品は当社の収益の柱であり、原料昆布の減少は重要な経営課題であると認識しております。

そのため当社では数年前から北海道大学と連携し、高水温環境でも生育可能な昆布品種の研究開発を進めております。すでに品種開発は進展しており、現在は実際の漁場で試験生産を行う段階に入っております。

また、生昆布を冷凍保管し原料として活用する取り組みも進めております。従来必要だった乾燥工程を省略できるため、漁業者の負担軽減にもつながります。こうした取り組みを通じて、原料の安定調達と産地の持続可能性向上の両立を目指しております。今後も産地や大学との連携を深めながら、昆布原料の枯渇対策リスクに取り組んでまいります。

５）ROIC を重視した経営管理を進める中で、政策保有株式をどのように位置付けているのでしょうか。現在の縮減状況に対する評価と、今後の資本配分に関する考え方についてお聞かせください

当社は政策保有株式について、取引関係や事業戦略上の意義を毎年検証し、事業運営に支障の出ない範囲で縮減に取り組んでいます。直近では保有銘柄数を 32 社から 30 社へ削減いたしました。一方で、有価証券の簿価が増加したのは主に加藤産業等の時価が上昇した為です。

当社は今後、ROIC を重視した経営管理の高度化を進める方針であり、次期中期経営計画においては、成長投資、資産効率改善、株主還元および財務健全性のバランスを含む資本配分の考え方について、より分かりやすくお示しすることも検討しております。

６）海外事業についてお伺いします。現在は投資先行の段階と認識していますが、今後どのような事業や地域で成長を目指しているのでしょうか。また、中長期的にどのような姿を目指しているのか教えてください。

現地事業については、惣菜事業とヨーグルト事業を中心として展開しております。惣菜事業では、当社が長年培ってきた製造技術や商品開発力を活かし、昨年 M&A をしたタイを拠点として東南アジア市場での成長を目指しています。またヨーグルト事業では、カスピ海乳酸菌のブランド価値を活用し、先ずは台湾においてパートナー企業と成功事例を作りあげることを目指しています。

輸出事業については、世界で需要が拡大しつつある UMAMI に注目し、昆布製品を中心にアジアだけでなく北米を含めた販路拡大を進めています。

海外事業全体として、現段階は将来の成長に向けた投資先行フェーズにありますが、中長期的には資本コストを上回るリターンを創出できる事業へ育成することを目指しており、次期中計においては、戦略や資本配分の考え方についてもより分かりやすくお示ししたいと考えております。

７）株主還元についてお伺いします。資料では「自社株買いも手段として検討する」と記載されていますが、現時点で自社株買いについてどのようにお考えでしょうか。また、実施を判断する上での条件や考え方について教えてください。

最適資本構成と合わせて検討してまいります。当社は現在、フリーキャッシュフローを配当で株主の皆様に還元しております。最適な資本構成を研究し、資本の調整が株主価値を向上させると判断した場合は、自社株買いが有力な還元の方法になると考えています。

８）広告宣伝費についての見通しを教えてください。フジッコ大感謝祭の実施もありますが、通期では 2026 年 3 月期より増加する見込みでしょうか。

ご懸念いただいているような大幅な増加にはならないと考えております。2026 年 3 月期の広告宣伝費実績は 15 億 30 百万円でしたが、2027 年 3 月期はこれを下回る約 15 億円を想定しております。フジッコ大感謝祭に伴う広告宣伝は実施しておりますが、大規模なテレビ CM 投下を行う計画ではありません。

一方で、通販事業については新規顧客獲得のため一定の広告投資が必要であることから、前年同様の水準で広告宣伝費を投入しております。

従いまして、通期の広告宣伝費は概ね計画の範囲内で推移すると見込んでおります。

以上