

【主な質疑応答】2022年12月期 決算説明会

【全社】

- Q. 23年12月期における原材料価格高騰の地域別影響は？
- A. 全社600億円程度、日本約250億円程度、海外約350億円程度の影響があると見ている。海外では特に欧州におけるエネルギー価格の影響をリスクとして見ている。価格改定含むRGMに加え、コスト削減に取り組み、増益を狙っていく。
- Q. (代表取締役社長を退任予定の齋藤へ) 在任期間中にやりきれなかったことは？次の経営陣に託すことは？
- A. 今後も組織はずっと動かし続けてほしい。また、小野をはじめ誰もが現場へ足を運び、何かを変えていかななくてはいけない。仕掛かったのは、M&A。ルート・トゥ・マーケット(RtM)の補強など取り組む余地は多数ある。
- Q. 各セグメントの営業利益率を概ね維持する業績予想に見えるが、その背景は？どの程度まで計画されているのか？
- A. 各リージョンにおいて原材料・エネルギー価格高騰の影響を受ける前提ではあるが、トップラインの成長が収益のドライバーになる。価格改定を含めて今後も柔軟に対応しながら、全社で増収増益を狙っていく。

【日本】

- Q. 昨年10月からの価格改定後の動向を総括してほしい。
- A. 昨年10月の価格改定後の数量影響は約-3%で見ている。23年12月期は総市場-3%の予想に対し、当社は+0.1%の計画。価格改定による利益効果は年間で約200億円を想定している。5月からの価格改定については、これからの交渉となる為、業績予想には織り込んでいないが、適宜アップデートしていく。年間(12ヶ月)ベースの効果で3桁(100億円)に届くかどうか。
- Q. 追加の価格改定の考え方について教えてほしい。
- A. まずは、5月からの価格改定をしっかりとやり切る。そのなかで、お客様の反応や売上数量をしっかりと見きわめていく。原材料価格高騰や円安影響がさらに悪化する場合には、最大限の企業努力を継続しつつ、あらゆる品目について価格水準を改めて検討する。

Q. 適正な利益率は？いつごろ達成できるのか？適正な利益率は何によって決まると思うか？

A. 中期的に現状の利益率+3%程度は目指したい。適正な利益率達成へ向け、価値の高い商品を適正な価格で販売するマーケティングを続ける必要がある。日本はバリューアップしなければいけないという思いがある。当社は、バリューアップを先導していきたい。

【海外】

Q. 欧州において消費者は相当のエネルギーコストアップの影響を受けているようだが、消費者の動き、販売数量への影響をどう捉えているか？

A. 足元、需要は概ね堅調。複数回の価格改定を実施しながらも、需要はついてきている。ただ今後、消費者マインドの低下によって観光需要が落ちる局面も想定され、スペインは少し注意して見ているが、全体として悪い状況ではない。

Q. 健康食品事業の今後について、解説願いたい。特に Bird's Nest はインバウンド需要が大きかったと理解しているが、今後のインバウンド需要回帰はどう見ているか？

A. 売上の大半を占める Essence of Chicken のリニューアルは昨年 10 月に行われ、見通しは上向いてきている。ご指摘通り、Bird's Nest はインバウンド需要が大きいので、これから期待したい。健康食品は値上げ直後でもあり、少々厳しい局面に見えるが、前出しは順調なので期待を持っている。