

2024 年 3 月期 第 2 四半期 決算説明会における質疑応答 概要

(2023 年 10 月 31 日(火)：東洋水産(株) 品川本社)

Q1

海外即席麺事業について、今後の需要見通しはどう捉えているのか。

A1

足元、過去最高レベルの販売数量となっているが、生産体制も回復し、コロナ前以上の供給が可能となり、米国での出荷制限の解除も行うことができた。

また、金利上昇や住宅価格・ガソリン代の高騰もあり、消費行動にも変化が起き、節約志向が高まってきている。即席麺の立ち位置としては、加工食品の中でも価格競争力がある食品であり、足元の需要の強さに繋がっていると考えている。

Q2

海外即席麺事業の単価施策について、下期計画の販売単価が 1%下落しており、販促費を投入する計画に見えるが、内容はなにか。

A2

この 3 年間で新規参入企業が国内外から出てきており、対応等に向けて利益を確保できる範囲で販促費増加を一部織り込んだ。また高価格帯品のヤキソバ、ボウルの数量を伸ばす余地もあり、試食販売やサンプリング等への費用も一部織り込んだ計画となっている。

下期計画で販売単価が 1%下落する計画であるが、下限だと考えている。

Q3

海外即席麺事業について、シェア回復のトレンドをお伺いしたい。

A3

来期も 4~6%の数量増は可能であり、その中で利益とのバランスを慎重に考えながらシェア取り戻しを行っていきたい。

Q4 国内即席麺事業について、コストの考え方と、それに対する価格戦略を教えてください。足元の円安や、2024 年問題による物流費のコストアップが見込まれているなかで、どのように考えているか。

A4

2024 年問題、物流費の高騰は避けて通れないと思っている。来期は物量の取り戻しによりカバーしていきたい。商品力を高めるためのキャンペーンやプロモーション施策を行い、価格に頼らない数量成長を目指したい。

Q5

現在の会社の課題認識と、改善見通しはどう考えているのか。

A5

成長戦略を進める中で、海外即席麺事業の成長を第一に考えながら、南へのエリア拡大を視野に入れた経営資源の投下を考えている。国内は、人口が減少する中で米国で進めているスマートファクトリーへの対応、環境対策、人的投資も機を逃さず進めていきたい。次期中期経営計画に向けてしっかり考えをまとめ、出来ることをお示ししていきたい。

Q6

海外即席麺事業について、1Q から 2Q にかけて販売単価の改善が進んでいるように見えるが、その認識で正しいのか。

A6

製造面での体制が整い、当社在庫の確保が進み、1Q に米国での出荷制限の解除を行ったことで取引条件が正常化し、取引先からのペナルティが減少したことや、米ドルとメキシコペソの為替も引き続き安定して推移したこと等により、販売単価の改善に繋がっている。

Q7

株主対応の考えをお聞きしたい。

A7

株主様の声にしっかりと耳を傾けていきたい。今回の中間期の増配は第一歩と捉えていただけたら幸いである。株主還元に対する具体的な数字はお示しできないが、社内の議論を進めていきたい。

Q8

海外即席麺事業の価格戦略についてお伺いしたい。

A8

即席麺は加工食品の中でも低価格の食品群にあると思っている。紙カップ対応のように原価が上がってくる中で、価格転嫁を行う流れはあると思う。

この３年間、出荷制限もあり取引先の要望に対応出来ない時期が続いたが、この下期は生産体制の回復もあり高価格帯品の拡売や特売の提案ができる環境になった。

下期は、計画している利益を確保できる範囲で販促費増を織り込んでおり販売数量を伸ばす取り組みを進めつつ、中長期でしっかり足元を固めていきたい。

Q9

海外即席麺事業の利益率について、来期以降の中長期での目線を教えてほしい。

A9

中長期で見た際に、15%をひとつのベースに考えている。

Q10

海外即席麺事業について、高付加価値品への対応はどう考えているのか。

A10

新商品のワンタン、ライスボウルをご紹介したが、当社の構成比としてはまだ高価格帯品は少ない。食生活も多様化し単価も上がっていく流れの中で、試食販売やサンプリング等を行い継続して対応を行っていききたい。

Q11

プレゼンでの“変革と進化”についてお伺いしたい。今回の新体制への移行により、何がどう進化するのか。また“継続と継承”について、重要な課題である一方、御社のバランスシート経営を見ていると、本当に継続すべきなのかという議論もあると思う。それも踏まえて次期中期計画では抜本的に踏み込みたいという意思があるのか。

A11

市場の動向に耳を傾けながら、ゼロベースで考えていきたい。エリア拡大や成長分野への投資、環境への対応、サステナビリティ経営についてまだ出来ていないことがある。この部分を含め、次期中期経営計画のなかで色々と検討し織り込んだうえで、ステークホルダーの皆様に対して発信をしていきたい。

Q12

海外即席麺事業について、下期数量計画を前年比 110%と当初計画から引き上げたが、来期の販売数量はどう考えているのか。

A12

来期は、前年で数量 4～6%伸びると見ている。コロナも終息しインフレの影響はあるが 2 桁伸びるような状況ではないと思っている。

Q13

**株主対応について、いつ頃に投資家・アナリストとコミュニケーション取って頂けるのか。
次期中期経営計画発表のタイミングであると 1 年以上先になる。あるいは来年の本決算の
タイミング（2024 年 5 月）で新体制での考え方を具体化して提示頂けるのか。**

A13

期間は明確に申し上げられないが、社内での取り組みをまとめてご説明したい。

以上