

2021年3月期決算説明会における質疑応答 概要

(2021年5月14日(金) : 東洋水産(株) 品川本社)

Q1

海外即席麺について、原材料価格の高騰が見込まれるが対応策はどうか。

A1

前期、急激な需要増加に対する供給力不足の影響もありシェアを落としたが、足元では前期に比べて在庫を積み増し、需要期に向けた準備が進められている。そのような中、今期は小麦粉、パーム油といった主原材料価格の高騰が見込まれており、その対応として下期から段階的な価格調整の予定を組んでいる。アメリカ市場では、国内だけでなく中国など海外からも新規参入があるため、ある程度の販促をかけることも必要であるが、シェアを取り戻しながら、利益も確保することを進めたい。

Q2

アメリカ即席麺市場の第4四半期の状況について。

A2

前年のアメリカ即席麺市場は7%増、メキシコのスープ市場は5%増というデータになっているが、直近のアメリカ即席麺の状況として前年3月から需要が急増したことによる反動、また市場が拡大し参入障壁が下がった中で、アメリカ以外の国からの市場参入も見られるため、既存メーカーは前年を下回っていると考えている。市場参入については、大手小売企業が店頭在庫の確保のために進めている。海外からの輸送コストや現状の原材料高騰等を考えると現状の価格での供給継続は難しいと思われる。将来的にはアメリカ国内で製造しているメリットが大きいと考えており、労働市場の回復により生産数が予定通り増やすことが出来れば、シェアの回復については可能であると考えている。

Q3

今年のアメリカ市場の伸びを5%と見ているが、高すぎるのではないか。

A3

即席麺の購買層については、最低賃金上昇や失業補償などがある中で、将来への不安から貯蓄を増やし、節約志向になっている。しかしながら物価はインフレ方向で動いており、

過去の経験値からすると、価格優位性のある即席麺に対する需要は今後も続くと考えており、通常時よりも高い伸びを前提にしている。

Q4

南米進出のタイミングはどうか。

A4

最終的には自社現地生産という目標があり、目途となる販売数量の目標値を持って進めているが、時間がかかると考えております。引き続き地道な活動を進め、顧客や消費者の動きを研究していきたい。商品展開においても現地の嗜好にあったものを展開できるようにしていきたい。

Q5

今期の業績予想が営業利益 335 億円であり原材料価格高騰の影響を除けば前期とほぼ横ばいである。前期の販促費支出が一巡してもなお高水準の利益が創出されるのは、経営体質が強化されたと理解してよいか。

A5

2016 年の関西即席麺工場の稼働開始から始まり、米飯、フリーズドライ、冷蔵庫、水産事業における多面的な投資を行ってきたことで、新型コロナウイルスの影響下において高水準の数字を残せたと感じております。国内の小売に対し総合食品メーカーとして面で攻める取り組みが奏功していることと、海外でもワクチン接種も進む中で生産体制の回復もあり経営体質の強化だけではなく、事業環境が改善してきていると感じております。

Q6

今期の海外即席麺事業は原材料費の高騰を 20 ミリオン織り込んでいるが、さらなる高騰を見込んでいるか。また、製造経費にはテキサス工場第 6 ラインの稼働も織り込まれているか。

A6

原材料費、物流費、人件費の高騰を考慮した予想にしておりますが、特に小麦や人件費については更にコストが上がってきている状況である。過去にも原材料費が高騰した際には段階的に価格調整を行い、小売や消費者への影響が少なくなるように進めてきた。今後のコストアップの状況次第だが、今回も全てのコストアップが今期だけで吸収するのは難しいと考えており、来期も含めた 2 年程度の長いスパンで、目標としている営業利益率 15% を意識した対応を進めていきたい。また、テキサス工場第 6 ラインの稼働については今期

計画には織り込んでおりません。稼働開始時期については、来年春ということを考えているが、市場の状況を見てコントロールしていく。

Q6

アメリカにおける政権交代で、最低賃金上昇、人件費は今後も確実に上がってくると考える。製造経費は、今期も25ミリオンの上昇を織り込んでいるが、来期も新ライン稼働もあるとすれば更に増えていくと思われる。それを踏まえると、営業利益率の目標を15%としていくことは可能なのか。

A6

工場のスマートファクトリー化など、引き続き省人化投資や効率化などコストダウンに努めるとともに、失ったシェアの回復も含めた数量増と、下期からの価格調整を段階的に行うことで吸収していきたい。

以 上