

2023年3月期 決算説明会における質疑応答 概要

(2023年5月12日(金) : 東洋水産(株) 品川本社)

Q1

これからの東洋水産を考えるうえで、どの分野に課題があると考えているか。
また、新体制においてどのように成果を出していきたいと考えているのか。

A1

海外即席麺事業においては、決算説明会資料でお示しした新規の設備投資を進めたうえで販売数量を伸ばし、米国・メキシコでのシェアを取り戻すための準備をしていきたい。また、将来的には、人口が大きい地域であり価格改定実施後も即席麺カテゴリの市場規模が拡大基調にある中南米への展開を引き続き進めていきたいと考えている。

国内は人口減が大きな課題であるなか、各社から多様な製品が発売され、新しい開発も進められている。当社としては即席麺事業、低温食品事業という主力事業において、前期、今期と実施している価格改定を浸透させることで利益の基盤づくりを行っていきたい。

Q2

海外即席麺事業について、今期の下期計画において販促費を投入する計画に見えるが、その認識で正しいのか。

A2

米国以外からの新規参入者への対応等に向けて販促費増加等を一部織り込んだ計画となっている。

Q3

海外即席麺事業の営業利益率について、2025年3月期以降は中長期目標である15%以上に高めていくのか。あるいは、販促費増などの影響により15%という水準が維持されると見ているのか。

A3

海外即席麺事業において、原材料費は今期下期において増益転換してくる見通しである。他の食品を含め価格改定が進むなか、即席麺カテゴリは価格改定後も数量増の状況が続いている。原材料費の追い風の要因もあり営業利益率15%以上がひとつの目安であり、2025年3月期に向けても達成できない数字ではないと考えている。

Q4

海外即席麺事業において、新規の設備投資を行い生産体制が整ったのち、シェア回復のための販促費・リベート増の動きが進んだ場合、中長期的な営業利益率のモメンタムが下がるのではないかと危惧しているが、バランスをどのように考えているのか。

A4

米国において、当社を含め価格改定が続いたことで店頭売価が高くなり、また需要も高水準であるため参入障壁が下がっており、米国以外から競合が進出してきている。新規設備が稼働するまでの期間は、既存設備での生産となり、新規投資により段階的に能力を引き上げたとしても、数量 2 桁増を継続させるには当社の製造が追いつかなくなるリスクも考えられるので、当社の出来ることを把握しながら確実に進めていく。

Q5

海外即席麺事業の今期の上期について、数量計画の上振れ余地はあるのか。

A5

前期からの製造回復を受けて、今まで継続していた出荷制限を解除し、この第 1 四半期からコロナ前の受注体制に正常化させている。これを行うと、小売側は欠品リスク回避のために高止まりさせている在庫率を適正水準にまで下げることになり、当社への受注が一時的に落ち着くことを加味した計画となっている。

Q6

海外即席麺事業の今期の製造経費、販管費の前提を教えてください。

A6

製造経費増による 38 百万ドルの減益要因の中身は主に人件費増が大きく、販管費増による 16 百万ドルの減益要因の中身は物流費、マーケティング費用を織り込んでいる。物流費は 8 月、9 月の新学期セールに向けての在庫の増加もあり、外部倉庫経費の増加も織り込んでいる。

以上