

2022年11月24日開催

2022年度 第2四半期決算説明会 質疑応答(要約)

Q. 今期の原材料高騰の影響額と来期の見通しについて

A. 今期の原材料高騰の影響額は期初の想定より15億円増加した85億円の見込み。来期は大きく分けて植物油脂とそれ以外の原料で状況が異なる。

主に改良剤の原料となるパーム、菜種などの植物油脂は一時より相場が下がっているが、値上げが追いついていない部分もあるため丁寧に価格交渉をしていく。原料相場が落ち着けば来期以降の利益は回復する見込み。

一方で調味料の原料となるグルタミン酸ソーダ、食塩、醤油、酢などは価格が上昇傾向であり厳しい状況が続くと予想される。国内の家庭用および業務用の商品は今後も追加の値上げを検討する必要がある。

Q. 海外の具体的な実績と、下期および来期の展望について

A. 子会社別では理研ビタミンUSAの売上が前年同期比で180%伸びている。リケビタ・シンガポールは150%。USAの好調の要因の一つはガイモン・エクストラクトで製造している豚ガラスープ、もう一つは改良剤。近年アメリカでも日本と同じような柔らかく歯ざわりの良いパンが高評価を受けており、当社の食品用改良剤の販売が好調に推移している。

下期以降の展望は大変読みにくい。まずロシア、ウクライナ圏で数億円の売上があったが、これはゼロになる。中国は市場が落ち込んでおり、前年並みに届くかどうかという状況。USAの豚ガラスープは、生産能力の問題から、ある程度で売上伸長が止まる見込み。下期まで好調が続く見込みだが、今後アメリカでは不況になるとも言われており、来期はやや不安もある。

利益に関しては海外事業においては現状原料高騰分をほぼ転嫁できているが、足元では原料の植物油脂の価格が下がっており、値下げ要望を受けている。競合は一部値下げを始めており、来期は利益率の維持が厳しくなる見通し。

Q. 米国の豚ガラスープの販路について

A. 販路は二つ。一つは即席ラーメンメーカー向けの販売。もう一つはラーメン店向けの販売で、こちらが売上の8割ほどを占めている。家庭用では販売していない。ラーメン店向けの販売では業務用の食材を扱うディーラーと提携し、麺や具材とあわせて豚ガラスープを販売している。

Q. 家庭用食品の店頭価格の引き上げ率と販売への影響について

A. 家庭用食品については平均 10%前後の値上げをしている。それにより、わかめスープは 10%ほど販売数量が減っている。素材力だしは 5%程度。ふえるわかめは前期まで巣ごもり需要で伸びていたが、家庭内在庫の増加もあり、5-10%程度の減収になると予想している。

Q. 為替感応度について

A. 基本的に為替感応度はあまり高くないという認識。今上期については為替のみならず原材料価格も大きく変動し、日本では価格転嫁に時間を要した一方で海外ではスピーディーに価格転嫁ができたことも相まって売上高 15 億円、営業利益 2 億円の為替影響が出た。ここまで大きな影響が出るのはレアケース。

以上