

2024年5月23日開催

2023年度 決算説明会 質疑応答(要約)

Q. パンデミックやコスト高などを乗り越え業績は好調だが、理研ビタミンの強みは何か。具体的な例を挙げて説明してほしい。

A. 当社の強みは他社と比較して差別化された商品カテゴリーや商品を多く持っていること。これにより、原料の上昇局面での値上げ耐性が非常に強かった。また、当社は食品、改良剤（食品用と化成品用）、ヘルスケアと事業領域が広いこと。ある領域が悪くても他の領域の提案が採用されることで、大きく競争力を落とさずにこれたと認識している。

具体的な例としては改良剤分野でのソリューション提案。当社ではお客様の課題を解決するための商品をお客様と一緒に作っている。一緒に作り上げることが価格だけでない強みとなっており、そのような商品をパン業界などに多くご採用いただいた。また、家庭用食品では「ふりかけるザクザクわかめ」や「インドカレー屋さんの謎ドレッシング」のような他社にないカテゴリーの新商品を開発したことも競争に巻き込まれなかった要因だと考えている。

Q. ザクザクわかめや謎ドレッシングを企画・開発できるようになってきた背景を教えてください。

A. 久しぶりに家庭用でヒットする商品が続けて出ている背景には、企画部門と技術力のマッチングがうまくいっていることがあると考えている。例えば謎ドレッシングはネーミングが話題になったが、その裏にはチルドのドレッシングに近い味を再現できる技術的背景やノウハウがある。彼らが一緒に、責任を持ってやっていこうという体制ができていて、そしてそれに対し経営陣が余計な口出しをしないことが、背景にあると考えている。

Q. 前向きな設備投資が見てとれるが、中長期視点で、理研ビタミンの成長ドライバーは何だと考えているか

A. 今中計では100億円の設備投資計画に対し若干下回る予想(96億円)としているが、次期中計では拡大していきたいと考えている。その中心は海外、重点エリアは北米とアジア。北米ではアプリケーションセンター開設やポークエキス工場の能力増強を発表済で、長期的には改良剤の製剤工場などの投資も考えていきたい。アジア・中国では食品用と化成品用の改良剤がメイン。現在、工場がマレーシアおよび天津に、アプリケーションセンターがシンガポールと上海にあるが、生産と販売・提案活動ができる拠点を東南アジアに拡大していきたい。

Q. わかめ原料の数量減・価格上昇を業績予想に織り込んでいないということだが、対応は可能か。

A. 今期は三陸わかめの原料価格が想定以上に高騰している。ヘッジするためには値上げや販管費

の削減などの手を打っていきたいが、それだけでは難しいので、ザクザクわかめなどの加工品の比率を上げることで収益を確保していきたい。

Q. 海外の方針を利益重視から数量確保に転換した理由は何か

A. 前々期は原料高騰とウクライナ問題によるサプライチェーンの不安定化が起こり、取引先が価格とはともかく在庫確保に動いたので、売上・利益とも好調だった。前期はその消化に時間がかかったため需要が落ち込み、当社でもマレーシアの工場の稼働率が下がってしまった。今期は物量があるものをある程度取りに行き、工場の稼働率とトップラインを上げたいと考えている。

Q. 資本効率について。政策保有株の縮減などで、例えば ROE をどのくらいまで持っていきたい、などの目線を教えてほしい。

A. ROE の具体的な数字は次期中計の策定中のためご容赦いただきたい。昨今はコロナなどの影響を受けて事業環境が大きく変化する中、期間利益をしっかりと上げることに注力してきた。その結果は出ているが、生産量や販売量が減っている現実がある。当社は製造業なので、生産増と売上・販売増は大きなポイント。海外においてビジネスチャンスをつかめるために投資を増やしていこうと考えており、もしかすると若干、期間利益が減少することがあるかもしれないが、中長期での企業成長を視野に投資をしていきたい。

Q. 国内の「加工食品用原料等」について、今期減収計画とした背景と、足元の状況を教えてほしい。

A. 「加工食品用原料等」には食品用改良剤とヘルスケアの原料が含まれる。食品用改良剤に関する懸念材料は景気動向などにより安価品や PB が伸びていること。改良剤の使用量減少や、安価な改良剤に流れることが起こりえると考えている。ただし足元で強く安価品への移行が起こっているわけではない。ヘルスケア原料については他社の健康食品の問題がマイナス要因になると考えている。

Q. 原料以外のコスト上昇分を価格に転嫁することについての考えを教えてほしい

A. 当社も原料を買っている立場であり、これまでは仕入先と原料費やエネルギー費のアップ分についての交渉を行っていたが、今は人件費や物流費を含んだ交渉となっている。当社としても持続的な商売のために、原料費以外のコストへの理解を得られるようお客様と交渉していく。

以上