

2026年5月15日開催

2025年度決算説明会 質疑応答(要約)

Q. 国内はアスベスト影響剥落分を踏まえると増益余地があるように見えるが、今期計画が微増益にとどまる背景と、今後の成長施策を教えてください。

A. 海外成長を見据えた人材育成を意識しており、賃上げや人員増によるコスト増が利益を下押しすると見ている。将来の売上拡大のためのコスト投下との位置付けである。国内食品においては、家庭用ではふえるわかめちゃん・わかめスープの周年施策による露出強化、業務用・加工食品用原料等では市場変化への対応力強化により、中長期の成長につなげる考えである。ただし、特に BtoB については、市場環境が厳しさを増す中での取引先の状況も加味した上で計画している。

Q. 海外では中国景気減速や価格競争が続く中で、自社都合での計画となっていないか。各地域の戦略と北米事業の成長余地をどう見ているか。

A. 中国では産業の入替が非常に早く、食品小売の主力がスーパーから EC 市場へ、さらに倉庫型へとシフトしている。それに対しては低・中価格帯製品の提案で市場浸透を進めていく。一方で値引き競争には限界がきており、付加価値の高い商品への需要もある。中国は、中国からの海外進出も含めて巨大な市場であり、力のある企業としっかりと関係を作っていく。欧州・東南アジアでは汎用品で競合に負けている状況があるが、当社の企業力で多少高くても継続的に使ってもらっているお客様も存在する。また、当社は多様な機能を持つ乳化剤製品群を持っており、この点で競合と異なる。将来のビジネスにつなげるためにも短期的にはマレーシア工場の数量の回復を図っていく。北米では日本の文化や知見を活用したパンやケーキを紹介しており、これが受け入れられている。拠点をテキサスに移して技術と人員の強化を進め、当社でないとできない提案により、強く生き残っていく。

Q. 海外は中計初年度から最初のシナリオとかなり乖離している。前提の認識として、単なる計画の遅れと捉えているのか、もしくは事業環境の構造変化と捉えているのか。

A. 海外では構造変化が起きていると認識している。スペシャリティ品は利益的には安定するが採用には時間がかかり、展開のスピードが追い付いていない。構造変化が起きている中でスピード感を持ってしっかりと対応していく。中長期的にスペシャリティ品の構成比を上げていく考えの中で、低採算のコモディティの生産も見直す選択肢も検討していく。

Q. マレーシア工場は数量を追うより収益構造転換を優先すべきではないか。また、現在の自家消費の割合はどのくらいなのか。さらに、米国工場構想とマレーシアからの輸出の位置づけを教えてください。

A. マレーシアはフル生産を前提とせず、必要な数量を確保しながら収益改善を図る考えである。自家消費の数字は手元にはないが、スペシャリティ品の原料供給としての役割は今後高まる見通し。米国は現状マレーシア生産品を供給しているが、リードタイム短縮と顧客対応力強化の観点から、次のステップとして現地製造拠点の確保は重要とみている。

Q. 国内の加工食品用原料等は前期好調だったが、今期計画は慎重に見える。アップサイドやリスクをどう織り込んでいるのか。

A. 国内市場は分野ごとに強弱があり、好調分野が不調分野を補う構造にあるため、安定収益を重視した計画としている。現場の市場見通しを精査したうえでの数値であり、堅調な製パン分野の寄与は見込む一方、他分野の変動リスクも踏まえている。

以上