

2017 年度上期決算説明会 主な質疑応答

・日時	： 2017 年 11 月 10 日（金） 13:00～14:30		
・場所	： 大和証券 カンファレンスホール		
・出席者	代表取締役社長	最高経営責任者	CEO 清水 洋史
	取締役常務執行役員	最高技術責任者	CTO 前田 裕一
	取締役常務執行役員	最高経営戦略責任者	CSO 酒井 幹夫
	取締役常務執行役員	最高財務責任者	CFO 松本 智樹
	取締役執行役員	最高業務執行責任者	COO 大森 達司
	取締役執行役員	最高マーケティング責任者	CMO 角谷 武彦

<大豆事業について>

Q.水溶性大豆多糖類と USS 製法商品群は、どの分野でどれだけ伸びるポテンシャルがあるか。

A.水溶性大豆多糖類について

水溶性大豆多糖類とは、主に酸性乳飲料や CVS のおにぎり・麺類に使用されている、オカラを原料とする高付加価値製品である。

中国をはじめとしたアジアでの需要増加に対してはキャパシティの問題があつてなかなか拡販ができていなかったが、日本・中国での生産能力増強により、需要に対応できる体制が整う。需要が見込まれる他の国・エリアについても検討を進める。

A.USS について

USS 製法とは、豆乳を遠心分離して低脂肪豆乳とクリームに分ける技術であるが、低脂肪豆乳を加工することで、チーズやマヨネーズといった、元来は卵や乳を原料とする食品を置き換えることができる。

国内市場では従来の豆乳にはない美味しさを生かした豆乳うどんや、豆乳でつくったチーズのような製品が伸びてきている。

Q.今決算で上期は増益だが下期は減益となるのは何故か。

A.日本の大豆事業が下期鈍化する要因として、下記 3 点を総合的に織り込んでいる。

- ・ 工場の更新投資の都合上、一部の工場の稼働停止を予定していること
- ・ 現在好調である水溶性大豆多糖類は飲料用途が多く、その利益は秋冬よりも春夏に多く出ること
- ・ 利益が秋冬に多く出るのはたん白食品事業で、グループ会社での販売が厳しい見通しであること

<ブラジルについて>

Q.第 2Q において数量が落ち込んでいるのは何故か。

また、来期も需要が冷え込むような場合、どのようにビジネスをマネージして増益を果たすのか。

A.ハラルドの製品群は大きく分けると、インダストリアル（大手菓子メーカー）向けと、業務用スーパーマーケットのような店で販売する 2 つがある。

前年はフルキャパシティだったため、収益性の観点から得意とする市場に重点をおいた販売を行ったが、チョコレート市場全体の冷え込みにより、トータルの数量も減少となった。

その中で、1 Q は下記 2 点の好条件が揃ったことで大幅増益となった。

- ・ 一部の油脂原料において安い在庫を持っていたこと
- ・ 為替が強くなり、砂糖等の原料購買環境が良くなったこと

ただし、実際は市場の消費が鈍いため、我々の販売した製品の在庫が多くなり、問屋から店舗の出荷に遅れが生じていると見ている。

ハラルド社をどうマネージして PMI を進めていくかが、経営の中で大きなポイントと考えている。

不二グループに入ったからには、そのシナジーを生まなければ意味が無い。

数量の回復について言及したが、従前の事業をそのままではなく、付加価値が高いものへ移行していく。

<国内の製菓製パン素材について>

Q.「コアコンピタンスの強化」における収益の柱である日本の製菓・製パン事業が減益しているが減益の背景は何か。

A. 国内の上期のマーケットについて

消費者の嗜好の変化により、ホイップクリームを使用したチルド洋菓子の需要が縮小している。

一方、冷菓の市場は毎年拡大し、冷菓向けのチョコレートについては伸長している。

しかし、今上期終盤の悪天候の影響で、冷菓用チョコレートの販売が減少した。

乳製品の高騰は世界的な供給不足が背景にある中、大豆といった植物性の原料にこだわった新たなジャンルを構築していく。また、不二製油にとっては開拓の余地が残されている外食市場に期待している。

Q.SKU の削減による利益率の上昇の発現はいつか。

A.CCC 短縮の観点からも SKU の統廃合を進めており、次年度にはその効果を反映していけると考えている。

<中国の製菓製パン事業について>

Q 数量が伸びている中、何故減益なのか。

A. 乳製品が高騰している中、競合の動向を注視しながら価格戦略を行っている。
また、華南地区の販売拡大の優先し、運賃や外注費用の増加で収益性を下げていたが、新工場の稼働により解消していく。

Q. 中国事業のダイナミズムが変わっていく中で、現在の強い伸び率を維持できるのか。

A. 現在は、人口が比較的多い沿岸部を中心に需要が増えてきたがシェアはかなり高まっている。
今後は、人口まだ比較的小さいが今後伸びていく内陸部を取りに行く。
よって、伸び率は現在から鈍化すると思うが、それでも2ケタ%の成長を見込んでいる。

<チョコレート用油脂について>

Q コアコンピタンスの製品群のひとつだが、成長が思わしくないように思う。

中計としての進捗をどう評価しているか。

A. ・競合状況に応じ、収益性の低いものの数量を無理に追わない方針であること、
・様々なグレードのチョコレート用油脂が多く使われ始めていること
等があり、数量の集計上には成長が反映していない面がある。

また、日本ではチョコレート用油脂のトップシェアに変わりはないが、
チョコレート用油脂を使用しないハイカカオのチョコレートが市場で好調であるため、
出荷は若干減少している。

当社では、チョコレートとチョコレート用油脂を併せてチョコレート市場として認識している。
双方を自社で持つという強みを今後どう発揮できるかが重要と考えている。

以上