

2014年3月期第2四半期 決算説明会質疑応答

- ・日 時 2013年11月7日(木) 10時00分～11時30分
- ・場 所 東京証券取引所 東証ホール

【回答】: 代表取締役社長 浦上博史
代表取締役専務 松本恵司
専務取締役 広浦康勝
ハウス食品(株)代表取締役社長 工東正彦
ハウスウェルネスフーズ(株)代表取締役社長 井上始

Q1. カレー市場の現状と今後の検討事項について教えていただきたい。

- A1. カレーのメニュー自体の魅力については、カレーの生産高もそれほど落ちておらず、お客様のご支持は大変高いものがある。但し、お客様が召し上がるシーンが多様化してきており、対処幅を広げていくことが課題と認識している。
- ルウカレーは、我々の原点であり、魅力をしっかりお伝えしながら、調理幅の拡大や、具材や健康志向、量の問題への取組など、カレーメニュー自体の次の展開チャンスを検討していく。
- また、コスト競争力の強化に取り組んでおり、下期にルウ生産拠点の再編を行う。これにより、物流コスト削減効果が期待できる。

Q2. 国内カレー事業の価格戦略、及びコストダウン戦略について教えていただきたい。

- A2. 既存のルウカレー事業をしっかりとしたものにしていくことが何よりも大切だと考えている。世帯構成の変化や調理の簡便化ニーズの拡大などに関しては、適量や短時間調理の他、従来のカレーではない新しい魅力の提供などの努力をしていきたいと考えている。
- 今まで同様のマーケティングコストの考え方ではなく、広告のトーンやキャンペーン内容など、メニュー価値向上にスポットを当ててブラッシュアップし、質を高めていく。
- 同時に、拠点の再編も含め、収益力の維持確保に徹底的に取り組んでいく。
- 既存製品については、ブランド魅力を更に高めながら適切な利益を確保する運営を行いつつ、新しいパンチのある製品を提供し、新たな収益の芽を作っていく。

Q3. 「ウコンの力」のマーケット状況と今後の取組について教えていただきたい。

A3. ウコンマーケットは金額ベースでは伸びているが、数量ベースではほぼ横ばいの状況である。

「ウコンの力」は来年で市場参入から10年である。改めてウコンマーケットを冷静に分析する必要があると考えており、マーケットを新たなステージに引き上げる為にも、幅の広い新たな展開を行いたいと考えている。

Q4. 中国カレー事業の中長期的な売上規模について教えていただきたい。

A4. 中国ルウ事業の目標については、既存展開エリアの状況、未展開エリアの新規開拓を同時に進めることで更なる拡大が見込める。この拡大を実現していくため、来年秋頃に大連に第2生産拠点を増設する。

Q5. 第4次中期計画との乖離要因と中期計画水準を達成するための施策について教えていただきたい。

A5. 中期計画との乖離の主要因はコア2事業にある。香辛・調味加工食品事業については、当初想定より遙かに早くお客様の変化が進んだこと、健康食品事業については、収益の柱であるウコン市場への競合参入は想定していたが、そこでの対応に課題があったためと考えている。

しかし、当初想定と逆の事象が発生した訳ではないと考えており、国内事業をコア事業に、海外事業をコア育成事業に設定し、将来のコア事業へと成長させていくという事業の置き方や、これからの事業展開を見据えた持株会社体制への組織変更、コストダウンによるコスト競争力強化など、第4次中期計画の前提とした事項については、変わることなくしっかりとやっていく。

以上