

## 2014年3月期 決算説明会質疑応答

・日時 2014年5月9日(金) 14時30分～16時00分

・場所 ベルサール八重洲 2F ルームA+B+C

【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. 足許のルウカレー平均売価の状況について教えていただきたい。

A1. 価格帯別に見ると、昨年に比べ低価格帯の構成比が低下し、中高価格帯の構成比が上昇するなど売価は下げ止まり感がある。カレーはブランド毎の嗜好性が比較的高いメニューではあるが、そういった意味では中価格帯の安心ブランドの価値が改めて認識されてきていると考えている。

また、直近では「プライム」や「ザ・カレー」等の高価格帯製品についても定番の売れ行きが良くなってきており、これら足許の状況も踏まえて、今後も引き続きお客様に価値をご理解いただけるような施策を展開していきたい。

### Q2. 消費税増税に伴う駆け込み需要及び足許の状況について教えていただきたい。

A2. 消費税増税に伴う駆け込み需要は、当初3億円程度を見込んでいたが、カレーを中心に約7億円の仮需が発生した。足許ではカテゴリーによって状況は異なるものの、反動の影響から戻りつつあると感じている。

お客様の家庭内ストックの早期消化や新たな購買に繋げるべく、4月にブランド広告の出稿量を確保したことや、5月からご家族でホットプレートを囲み、カレーにつけて召し上がっていただくという新しいカレーの魅力の訴求に挑戦したことなどが、家庭内消費の促進や店頭企画の増加や消費の下支えにつながり、足許のマイナス影響が想定より少なくなったのではないかと考えている。

### Q3. 「ウコンの力」の15.3期販売計画について教えていただきたい。

A3. 「ウコンの力 レバープラス」を5月12日より発売、レギュラー製品についても価値向上に取り組む。店頭やコミュニケーションを通じて訴求し続けることで、ユーザーの皆様に一層支持していただけると考えており、今期様々な施策を展開していく。

**Q4. 3月に発売した「サムライド」の足許の状況と販売目標について教えていただきたい。**

A4. 3月の発売からまだ日が浅いが、エナジードリンク市場で3番手に位置づけている。CVS限定製品ではあるが、ほぼ当初計画通りに推移している。

**Q5. 14. 3期に発生した11億円の特有コスト(持株会社体制移行・100周年事業等)について、セグメント別内訳を教えてください。**

A5. 11億円の内訳は、香辛・調味加工食品事業が7億円、健康食品事業が4億円である。

**Q6. 15. 3期の米国事業が5億円の増益と見込んでいるが、その要因を教えてください。**

A6. 利益増加要因の半分は売上増による利益改善である。残りの半分は調達原料(大豆価格)が下がっていることによる原材料費の減少、及びコストダウン活動によるものである。

**Q7. 第四次中期計画と、次の中期計画に向けての取り組みについて教えてください。**

A7. 今期は第四次中期計画の最終年度であると同時に、第五次中期計画に向けた仕込みの年である。

第五次中期計画は持株会社体制移行後、初めての中期計画となる。グループ本社と事業会社が議論し、グループ本社のやるべき全体戦略、資源配分と、事業会社のやるべき事業戦略を融合させ、しっかりと策定していく。

次の中期計画においては、どのようにイノベーションを創っていくかが課題の一つであり、具体的には研究開発テーマ、技術テーマを明確にし、次期中期計画で取り組んでいきたい。

**Q8. 15. 3期の原材料価格の動向について教えてください。**

A8. 原材料価格の高騰について、今期はグループトータルで10億から11億円の値上がりを見込んでいる。そのほとんどが香辛・調味加工食品事業関係だが、内容としては香辛料や肉類、そしてパーム油を中心とした油脂が上昇するのではないかと見ている。また、円安の影響も前期に続きあるものと考えている。

**Q9. 株主還元の考え方について教えてください。**

A9. 株主の皆様への還元方法は、配当と自己株式の取得が2本柱となる。每期安定した配当を行っていくことと、状況を見極め機動的に判断していく自己株式の取得という考え方は変わらない。

以上