

2015年3月期第2四半期 決算説明会質疑応答

- ・日時 2014年11月6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. 消費税増税直後と夏場以降のルウカレーの市場環境について教えていただきたい。

- A1. ルウカレーの市場環境は、この上期は比較的安定した半期であったと考えている。マーケットはほぼ前年並み、平均単価も上昇傾向にある。
食の外部化、低価格化という大きな流れが一巡してきたことを背景に食マーケットが変化する中で、カレーメニューの価値が再評価されていると考えている。
成熟市場に於いてマーケットリーダーとして市場を活性化させていく為、夏場以降については、コストの投入時期を見直し、従来の夏季集中型から、下期についてもマーティングコストを投下するなど、年間を通じて市場を活性化させていく形に変更している。

Q2. 「ウコンの力」の動向と今後の取組について教えていただきたい。

- A2. 「ウコンの力」は上期二つの打ち手を打った。一つは5月の新製品「レバープラス」の市場投入。当初は CVS チャンネル限定での発売であったが8月に全ルートにチャンネルを拡大している。
もう一つは、新たな有用成分「ビスクロン」を特定することができ、9月末に既存製品のフレッシュアップを行った。
今後、「レバープラス」の取扱いを拡大することで、全体の底上げを図れると考えている。
既存品については10月にコマースナルを投入した。お客様とのコミュニケーションの接点を持ち続け、製品に対する理解を深めて頂き、これまで以上にご愛用いただけるようにしていきたい。

Q3. 固定費等のコスト削減に対する取組について教えていただきたい。

- A3. 事業運営上、固定費・変動費をかなり分けて運用している方だと思う。
固定費を目標値として何億円減らせといった視点での議論ではなく、事業活動トータルの中で、固定費・変動費のあり方を考え、コスト競争力強化を図っていきたい。

Q4. 物流事業の黒字転換時期や収益性改善に向けた取組について教えていただきたい。

- A4. 上期の対予算との乖離要因は大きく三つ。一つは今春から立ち上げた他メーカーの物流業務の新規受注における初期トラブルと計画目標に対する改善スピードの遅れによるギャップ。二つ目は昨年12月から続く備車コストの増大。三つ目はグループ外物流業務の受注が計画通り進まなかったことである。
下期については若干の赤字を見込むが、継続したコストダウン活動と共に、備車原価のアップに対しては料金改定等の値上げ対応等行い、物流事業の損益改善を図っていきたいと考えている。

Q5. 利益還元の方針について教えていただきたい。

- A5. 配当と自社株買いの役割を区分しており、自社株買いについては、機動性の点や流動性の問題から、少量を定期的に購入するというよりも、時期を見て検討するスタイルをとっている。
現在は、定期的な還元の役割を担う配当を中心に配当性向30%以上を利益還元指標としている。

Q6. ROE等を重視するJPX日経400に選定されていないことについてどう考えているのか教えていただきたい。

- A6. 事業基盤を強化し、選定される資格のある企業となることが大命題であるが、指数への採用が目的化してはならないと考えている。
第四次中期計画では、将来のあるべき姿として掲げる5つの指標(①ATO、②ROS、③ATOとROSの掛け算であるROA、④自己資本比率、⑤ROE)について、全体のプロポーシオンを大事にしていきたいとしているが、その軸をぶらすことなく追求していきたい。
ROEには分母分子があり、分母ではなく分子のROAを改善することによってROEの改善を進めていきたいと考えている。
JPX日経400に採用される資格のある会社となることは大事であるが、目的化することなく、我々の実力を上げていきたいと考えている。

Q7. 来期以降どの程度迄利益率を向上させる方針であるのかご説明いただきたい。

- A7. 第四次中期計画で掲げた5つの指標は変えずに、次の中期計画では特に利益率にフォーカスを当てていきたいと考えている。

以上