

2025年3月期 第2四半期決算説明会 質疑応答（'24.11.13）

Q1. トッピング商品（PATFUTTE）が前年比148.3%と大きく伸長した要因について

A1. レストランのテーブルで直接お客様に手に取っていただくテーブルマーケティングやPATFUTTEの小袋をドレッシングに付けた販促を行ったことで認知が拡大し、順調に売上を伸ばしました。

Q2. デリカ・フードサービス事業を展開していく中で、食品スーパー惣菜売場の課題や具体的な支援策について

A2. 惣菜売場を強化していく中で洋惣菜カテゴリーの強化や人手不足によるオペレーションへの課題を抱える食品スーパー様が多く、ご相談を受けるようになりました。その中で当社の商品を使いながら、レストランのノウハウを活かしたオペレーション解消も含め、当社監修のパスタやドリアを展開しはじめています。九州だけでなく、関東圏、中京圏への展開も行っています。

Q3. 2025年3月期第2四半期の増収に寄与したカテゴリーについて

A3. レストランカテゴリーの寄与度が一番大きく、パスタカテゴリー、冷凍食品カテゴリーの順に売上を伸ばすことができました。

Q4. 2025年3月期第2四半期の減益要因でもある販管費について

A4. 事業の多角化を目指し、特にパスタカテゴリーや冷凍食品カテゴリー、スープカテゴリーのマーケティング強化を行いました。特に上期に積極的に強化施策に取り組んだことにより、販促費が増加しました。具体的にはおうちパスタのムーミン企画やSNSでの試食キャンペーンなど、お客様に実際に手に取っていただき、食べていただくことで当社商品のファンになっていただく施策を行っています。

Q5. 2025年3月期第2四半期でドレッシングカテゴリーが減収した要因について

A5. 特に8月、9月の生野菜の高騰の影響でお客様のサラダを食べる機会が減ったことで、当社のドレッシングの売上数量も減少したと考えています。

Q6. 野菜高騰の影響を受けたドレッシングカテゴリーの反転攻勢について

A6. 価格ではなく価値訴求を継続し売上をしっかりと伸ばしていく施策を行っていきます。上期は野菜高騰の影響でかなり苦戦をしましたが、現状12月までの商談も好調に進んでおり、下期の売上、利益をしっかりと構築できる見込みです。

Q7. 今後のドレッシングの値上げについて

A7. 当社のドレッシングはすでに高価格帯商品であるため、今後さらなる値上げを行っての利益確保は難しいと思っています。上期では利益率のよいドレッシングカテゴリーの売上が落ち、その他のカテゴリーが伸長しました。そのため増収減益という結果となりましたが、今後は伸ばしていくカテゴリーの原価率の改善を行い、利益確保を目指します。

Q8. 店舗事業好調の要因と出店計画について

A8. おかげさまで、お客様の来店数も増えており、少し贅沢な高付加価値メニューも好調に推移しています。味につきましては以前より力を入れてきましたが、スタッフのサービス研修なども強化し、お客様に支持していただけたことが店舗事業好調の要因だと思います。出店につきましては、毎年3から4店舗行っていきたくと思いますが、サービスや味など店舗の品質を落とさないようなペースでの出店を計画しています。

Q9. EC 事業強化の戦略について

A9. 自社 EC のみではなく、大手 EC モール（アマゾン、楽天、LINE ギフトなど）へ出店し、強化を行っています。特に冷凍食品カテゴリーでは直接お客様のご自宅にお届けできるメリットや、スープカテゴリーではブライダルギフトや内祝いギフトでお買い求めいただいているケースが多いので、今後も大きく売上を伸ばせるものと思っています。

Q10. デリカ・フードサービス事業の仕組みについて

A10. もともと食品スーパー様への惣菜ソリューション提供が主な事業でした。ここ最近では多くのお問い合わせ、ご相談がきており、ただ当社の商品を販売するのではなく、その使い方や調理の仕方、盛り付けの仕方を含め、商品の見せ方にも当社のノウハウを加え、付加価値のある商品提供ができる事業にしていきたいと思っています。現在は数社ですが、順次、戦略が共有できるお客様とお取引をはじめていきたいと思っています。

Q11. 北米事業の配荷について

A11. コストコやスーパーマーケットシュナックスなど、100店舗を超える配荷がありました。現状はアメリカのドレッシングの棚に並び始めているという状況です。他にもウェグマンズやレイリーズなどアメリカのローカルスーパーに配荷が拡大していますので、今後もしっかり成長させていきたいと思っています。

Q12. 輸出事業のライブコマースについて

A12. ライブコマースについては、シンガポールや北米などで数回実施いたしました。パスタソースや冷凍食品が人気で、輸出して購入していただくので、単価はかなり高価格帯（日本の 1.5 倍程度）になりますが、高い商品クオリティにご納得いただき、富裕層の方々にご評価いただいています。

以 上