２０２６年３月期　２Ｑ決算説明会 質疑応答（’2025.11.14）

Ｑ１：　原材料価格高騰の影響（具体的な作物やその要因、今後の見通し）について

Ａ１：　上期のコストアップ要因として最も大きかったのは、資材関係、乳製品や肉製品、そしてレストラン食材です。

下期については、上期以上の大きなコストアップを見込んでおり、１つは主原料である玉ねぎです。 北海道の夏の猛暑による不作の影響で、価格が大幅に高騰しており、昨年の価格の倍以上になるのではないかと言われていますが、生育不良で例年よりサイズも小さくなり、価格だけでなく安定供給面でも懸念しています。

次に食用油です。世界的な油の需要増加により、価格が高騰しています。これらのコストアップに対し、代替品や供給先の選定、そして価格転嫁について検討しています。値上げは簡単にできるものではなく、付加価値をお客様にきちんと認めていただかなければならないため、慎重に対応を検討しているところです。

Ｑ２：　カテゴリー全体での増収要因（価格転嫁、販売数や客数増加等）について

Ａ２：　上期は一部の商品しか価格転嫁を行っていないため、価格転嫁による売上への影響はわずかです。

全体的な増収の要因としては、主力であるドレッシングだけでなく、育成事業として注力しているパスタソース、冷凍食品、スープといった分野で、売り場の開拓を進めた結果が実を結び始めていると認識しています。

Ｑ３：　プレミアムドレッシング（高付加価値ドレッシング）好調の要因について

Ａ３：　プレミアムドレッシングの中では「プレミアムフレンチ」という商品が特に好調です。ワインビネガーを使用するなど付加価値を高め、フレンチドレッシングの良さを改めて訴求しました。この付加価値とともに、首都圏や大阪地区などの都市部を中心に、販売が大きく伸びており、新しいファンの開拓が進んでいると考えています。

Ｑ４：「あえるだけパスタソース」が好調な要因と今後の拡販計画について

Ａ４：　この商品は、ボトル入りパスタソースの「おうちパスタ」を小袋化した簡便性の高い商品です。

他社製品との差別化を図るためトッピングに工夫を凝らしており、鰹節や海苔、オリーブオイルなどをトッピングとして添付し、当社独自のプレミアム感を提供しています。

また、販路については、スーパーマーケットだけでなく、ドラッグストアや一部ディスカウントストアなどにも広げており、大きく販売を伸ばしています。プレミアムドレッシング同様、新しい顧客層にマッチングした商品となっています。

Ｑ５：　消費動向を含めた今後の値上げへの考え方について

Ａ５：　消費の二極化が進む一方で、安易な値上げは顧客離れにつながると認識しています。したがって、商品の価値をしっかりと伝え、さらに付加価値を向上させていくことが重要と考えています。

また、販路につきましてもスーパーマーケットだけでなく、商品価値にフォーカスされる大手 EC モールなどの新しい販路を開拓しています。商品価値を磨くこと、新しい販路を開拓することを通して、価格にご納得いただけるお客様のニーズにしっかりと応えることを、バランスよく行っていく必要があると考えています。

Ｑ６：　今後も続くコスト上昇を踏まえた新工場の改善効果について

Ａ６：　現工場が３つに分かれているため、工場間の製品などの横持ち（移動）のムダが発生しています。新工場ではこのムダが解消するだけで大きな成果になります。
　また、現工場では設備に制限があり、手作業になっている工程や効率が上がらない部分があります。新工場ではこれらを含めて、今よりも効率的になると考えています。
　これらの要因により、新工場は原価低減という形でコスト吸収に貢献できると見ております。今後も続く原材料高騰とのバランスを見ながら、値上げも含めて対応していく方針です。

Ｑ７：　海外事業やインバウンド市場への取組について

Ａ７：　アメリカのドレッシング市場は、約１兆円近くあると言われています。その中で、日本の健康志向ドレッシングは、現地でも確実に手応えを感じており、現在の規模よりも大きな市場を作り上げることが十分可能だと考え、それを目指しています。
　インバウンドについて、外国人観光客は日本食に関心が大きいためパスタ、ドレッシングではまだ響きにくいのが実情です。
その中でも、アジア圏に向けては、SNS やライブコマースなどを活用した発信を行っており、少しずつではありますが、レストランにいらっしゃる方も増えています。当社のパスタには和の素材を組み合わせて食べるメニューもたくさんあり、海外のパスタにはない日本独自のパスタとして認識してもらえるよう情報発信をしっかりと行い、インバウンド集客を行ってくことを考えています。

Ｑ８：　収益性回復に向けた「製造部門の多能工化による生産弾力性と歩留まりの向上」、「全社的なDX・AI 活用」について

Ａ８：　まず、多能工化について、３つに分かれている現工場では、工場間で流動的に人員を活用するにはハードルが高いです。新工場では同じフロアで作業できるようになるため、人員配置をより柔軟にできるようになり、若手の育成も含めて、複数ラインを担当できる多能工化を推進しています。
　次に DX・AI 活用について、現在は単純な事務作業から着手しています。今後は、お客様の声（アプリ等で寄せられた苦情やご意見、お褒めなど）の分析などにも活用していく予定です。今後５年後、10 年後の人手不足を想定し、現時点から様々な取り組みを開始しています。

Ｑ９：　新工場建設の進捗状況について

Ａ９：　資料 16 ページの写真にあるとおり建設は計画通りに進行しています。