

・日時 : 2019 年 8 月 5 日 (月) 15:30~16:30
・スピーカー : 取締役 最高財務責任者 (CFO) 松本 智樹

<米州の業務用チョコレート事業について>

Q.減益幅が大きいですが、計画対比での進捗はどうか

A.米国の Blommer の数量は前年同期比 107% で推移している。数量は計画並みだが、高付加価値品が堅調に推移しており、利益も堅調な状況。またブラジルのハラルドは、数量減は計画に織込んでいた。

<日本について>

Q.業務用チョコレート事業が減益だが、構造的変化があったのか

A.冷夏の影響もあり、アイス向けチョコレートの出荷が減少したことが主な要因。構造的な変化はないと見ている。

Q.乳化・発酵素材事業の数量が伸長しているが継続性はあるのか

A.デザート類の需要が回復していることに加え、コーディネート型ビジネスの展開による新商品の寄与もあり、今後も利益に貢献してくるものとする。

<中国の乳化・発酵素材について>

Q.マーガリン・ショートニングは昨年までの好調の反動とのことだが、市場の状況はどうか。また 2Q 以降の見通しは

A.中国の景況感の減速及び、昨年ヒット商品の反動減はあるが、2Q 以降は大手メーカーに加え、リテール市場にも注力していく必要があると考える。新工場も昨年稼動し、安定供給体制が整った。顧客に対して決め細やかな対応をし、拡販を進めていく。

<全体を通して>

Q.1Q を終えて、計画通りに進んでいない部分、また通期の営業利益計画 (240 億円) を達成する為の施策は

A. 社内計画に対して上回って推移している。特に日本では、油脂は通期では減益計画の中、プラスでスタート、またクリーム類も計画を上回っている。更に機能剤の数量減についても計画には織込み済みである。ヨーロッパでもチョコレートの伸長や原料ポジションの改善により、堅調に推移している。一方、進捗が遅れているブラジルのハラルドは、価格戦略含め拡販施策を実行していく。

以上