

個人投資家向けイブニングセミナー Q A メモ

エバラ食品工業株式会社 (2819)

開催日：2020年9月23日（水）

説明者：取締役 半田 正之 氏

◆ 当日いただいた主なご質問に対するご回答

Q1-①. 食品ロスを減らすために、メーカーとして取り組んでいることは、どんなことですか？

Q1-②. 賞味期限を延ばしたとのことですが、社会的な要望から延ばしただけなのか、何らかの根拠をもって伸ばしたのか？

A1-①. 主な取り組みとしては、「商品の賞味期限延長」と「フードバンクへの商品提供」になります。

■商品の賞味期限延長

当社の品質確認(保存検査)のもと、必要に応じて商品の賞味期限の延長を行い、家庭や流通における廃棄ロスの削減に努めております。直近の『黄金の味』の賞味期限延長も、食品ロス削減に向けた取組となります。

■フードバンクへの商品提供

当社はセカンドハーベスト・ジャパン（認定NPO法人）のフードバンク活動に賛同し、2019年度より商品提供を開始しております。提供した商品は、セカンドハーベスト・ジャパンを通して、食べ物を必要としている人々に無償で届けられます。

※フードバンクとは、安全に食べられるにもかかわらず、通常の販売が困難な食品を食品メーカーから引き取り、福祉施設等へ無償で提供するボランティア活動です。

A1-②. 上記の「■商品の賞味期限延長」の内容をご確認ください。

Q2. イスラム圏への対応は如何ですか。

A2. 東南アジアを深く、広く、そして早く攻めていくには、ハラール対応は必須と考えております。昨年マレーシアに駐在員事務所を設立し、業務・資本提携先となるマレーシアの食品工場とも連携を取り、現地の市場調査やハラール商品を含めた商品開発を進めております。

Q3. 世界的に食糧不足が言われる中、貴社でも原料調達が難しくなっていますか？その代表

大和インベスター・リレーションズ(株)（以下、「当社」といいます。）はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

的な対策は？

A3. 当社グループは、複数企業からの購買や、計画的な購買によって原材料等の安定的な調達に努めております。具体的には、サプライヤーにおける在庫の分散、サプライヤー間の連携体制による供給確保、年間契約購買による供給量確保や産地の分散等の施策を実施しリスクを低減しております。

Q4. エバラのブランド価値を上げる、CM以外の取り組みが足りないのでは。検討していることはあるか。

A4. テレビCM以外の活動に関しては、twitterやfacebook等のSNSやWEBを活用した汎用レシピの紹介等の宣伝活動を行っております。消費者の皆さまの情報収集の形が変化するなか、WEB広告等の重要性は十分認識しておりますが、その一方で、テレビCMの訴求効果においても、商品の利便性をアプローチするテレビCMを通じて、販売量が大きく伸びた事例が複数確認できております。今後も、それぞれの特性を考慮のうえ、バランスを図ったプロモーション活動を進めてまいります。

Q5. コロナ下における働き方改革について教えてください。

A5. 当社グループでは従業員の安全を考慮し、「国及び地方公共団体の要請に応じた感染防止策の実行」、「役員及び従業員の家族を含めた感染予防と健康保持」、「組織機能の維持」の3つの方針のもと、適宜必要な諸策を講じております。具体的な施策としては、役員及び従業員の原則テレワーク勤務及びオフピーク出勤の活用に加え、マスク着用やソーシャルディスタンスの実施等、社内における感染予防、拡散防止対策を実行しております。

働き方改革に関しては、現中期経営計画の戦略にも掲げており、コロナ流行前より、フレックスタイム制度の運用や在宅勤務制度の導入準備を進めておりました。加えて、デジタルトランスフォーメーション推進に向けたリモートコミュニケーションツールの整備を事前に行っていたこともあり、感染拡大を受けてのリモートワーク対応もスムーズに行えております。

Q6. 海外事業は東アジア、東南アジアが中心ですが理由は何ですか。また牛肉の消費量が多い北米、南米、豪州への進出は考えていますか。

A6. 世界へのたれ文化の伝播に向け、国内で蓄積させた製造技術やノウハウを活用でき、かつ成長市場であった中国(上海)に展開を行ったのが始まりとなります。現地の食文化に合わせるだけでなく、日本の調味料の文化の訴求を行っております。その後、さらなる需要拡大を見越して香港、台湾、そしてシンガポールに拠点を設置し、東アジアから東南アジアへと事業展開エリアを拡げてまいりました。東アジア、東南アジアは米や麺など日本と食文化が共通する部分もあり、当社の「たれ」についても充分受け入れられる市場と認識しております。

大和インベスター・リレーションズ(株) (以下、「当社」といいます。)はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

北米等の他の地域については輸出販売で対応しております。世界各地において日本食、和食の価値が認識されており、北米等も魅力的なマーケットであると認識しておりますが、当面は既に拠点を構えている東アジア、東南アジアでの事業拡大に注力してまいります。

Q7. コロナ禍の状況、貴社商品のブランド力や豊富な商品ラインアップ品等いろいろと強みがありますが、どの様な影響が出ていますか。

A7. 家庭用商品に関しては、2月以降巣籠消費の拡大により、販売量を伸ばしておりましたが、7月以降に関しては、外食店のお持ち帰りや宅配サービスの整備等も進んだこと等により、消費者の選択肢も増えたことで、伸びが緩和傾向にあると認識しております。また、商品別では、家庭内喫食率が増加するなか、調理の利便性をテレビCMで訴求した効果もあり、『プチっとうどん』（ポーション容器のうどんつゆ商品）が好調に推移したほか、肉まわり調味料に代表される『黄金の味』が新テイストの貢献等もあり、好調に推移しております。

業務用商品に関しては、主に販売先が外食産業であったなか、商品全体を通じて販売が低調に推移している状況となります。

第1四半期においては、業務用商品のマイナスを家庭用商品でカバーした状況で推移しております。

Q8. エバラ物流をグループ内に構え、採算性はどの程度か？グループ外に委託した方がよいのではないかと？

A8. 当社商品の安定供給や効率的配送を行う上で、迅速かつ柔軟な連携を取るために必要な機能を担っております。また、他社の荷物との共同配送を通じて全国の配送ネットワークの整備・強化を進めるなど、外部の取引先との取引量拡大により連結業績に貢献しております。

Q9. 株主優待で、長期優待制度を検討していますか？

A9. 優待商品の選択性・ポイント制の検討や寄付行為等、提供内容の多様化に向けた検討は適時行っております。

Q10. IT技術の導入やデジタルトランスフォーメーションを推進する企業が多くなってきていますが、御社で取り組んでいることがあれば教えてください。

A10. 当社としては、昨年よりデジタルトランスフォーメーション推進のプロジェクトを立ち上げ、Office365(マイクロソフトのツール)を軸としたオンラインコミュニケーションの環境整備を行ったほか、営業活動や顧客情報の整理や迅速な共有を目的とした営業活動の支援ツール(SFA※)の導入を進めております。

大和インベスター・リレーションズ(株) (以下、「当社」といいます。)はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

※Sales Force Automation（セールス・フォース・オートメーション）の略語で、「営業支援システム」のこと。

以上