

第 75 回定時株主総会 事前質問へのご回答

アヲハタ株式会社

2024年2月21日（水）の第75回定時株主総会の開催にあたり、専用メールアドレス宛に事前に株主様からお寄せいただいたご質問について、以下のとおりご回答申し上げます。

Q1. 招集ご通知15ページ記載の、「海外子会社の固定資産の減損損失を計上」は、2024年1月10日発表の『特別損失（減損損失）の計上に関するお知らせ』に記載されている、杭州碧幟食品有限公司が保有する資産を減額し、特別損失に25,707千円を計上した事を指していると思うが、これはどのような理由によるのか具体的に説明をお願いしたい。

A.

杭州碧幟食品有限公司（以下、「杭州碧幟」）におきましては、業績の悪化により回収可能額が帳簿価額を下回ったため、製造設備の帳簿価額を減額し、減損として特別損失に計上いたしました。この原因についてご説明いたします。

コロナ禍以前より、杭州碧幟では、当社の親会社であるキューピーグループの中国現地法人（以下、「中国丘比」）と生産・販売で協働する事により、中国丘比の販売網を活用した外食・ベーカリールートへの販売を進めておりました。

しかし、コロナ禍による行動制限の実施により、同国内の外食市場が大きく落ち込んだ事によって杭州碧幟の営業活動も制限され、さらに中国政府によるゼロコロナ政策もあって市場回復が遅れた結果、同社の新規顧客開拓、商品展開が大きく計画と乖離する事となりました。

なお、コロナ禍後の対応として、昨年より杭州碧幟と中国丘比は現地の嗜好に見合った味づくりをはじめとする、開発・調達・コストダウン施策をさらに進めております。

今後は販売体制の強化により、反転攻勢を進めてまいります。

Q2. 長期的に日本は人口減による市場縮小のフェーズに入ることから、海外を視野に入れて、事業規模を維持・拡大することは大変重要と考えている。

中期経営計画の“5つの経営方針”の3番目に、「海外（中国）成長市場への本格参入」とあり、また、対処すべき課題のテーマにも、「海外（中国）事業の強化 / 持続的成長へ向けた投資を進め、グループ協働で事業拡大を図る」とあるが、アヲハタの海外戦略に関して教えてほしい。

A.

現在、当社は中国および南米チリの子会社において海外展開を行っておりますので、この2か国に関してご説明いたします。

中国子会社では外食およびカフェ・ベーカリー向けなど、業務用の商品の展開を行っており、今後も中国丘比と協働の上、販路および販売体制を強化してまいります。また、中国丘比が「丘比（キューピー）」ブランドで展開している家庭用商品の開発においても協働を進め、家庭用商品の今後の展開の可能性も模索してまいります。

南米チリの子会社は、日本で使用する原料を調達し、一次加工した上で日本に出荷する役割を担っております。

同社については、高齢化と人口減少による市場の縮小が見込まれる日本市場への供給だけでは、成長が描きにくくなっておりますが、一方で北米市場では、コロナ禍以降、

フルーツの需要が伸長しており、今後は成長市場である北米地区のニーズを確認しながら新規販路を開拓し、拡売をめざしてまいります。

海外戦略は、ご指摘の通り今後の当社の成長には欠かせない課題だと考えております。現状進めている、市場調査および実践事項の検証を進め、経営資源の投入と、意志をもった成長投資を進めてまいります。

以上