

## 【電話会議質疑録】平成 28 年 12 月期 第一四半期決算について

<日時>5月11日 11:00-12:00

<登壇者>取締役経営管理部長 征矢、経営管理部IR室長

### 1. 2016年計画に対する進捗状況

Q.第一四半期は営業利益が前年同期比で29億円の大幅改善となったが、セグメントごとに年間計画に対する進捗を教えてください。

A.国内酒類事業は、ビール類の売上数量増加による増益を今期33億円見込んでいるが、第一四半期時点で4億円の増益となっている。第一四半期は売上数量が少ない時期なので、これは計画通りの進捗。販促費も現時点では予定通りの支出で、今後は売上に応じてコントロールしていく。

国際事業は、今期7億円増益計画に対し、第一四半期時点で既に8億円の増加となっているが、スリーマンでの販促費の支出方法の変更があり、昨年との期ずれが発生している。北米他の販促費は年間で4億円の支出増加計画で、計画通りの支出となる見込み。

食品・飲料事業は、第一四半期時点での国内飲料の売上数量がほぼ前年同期並みだが、これは計画通りの進捗。4月から6月にかけてキレートレモンブランドで新商品の発売を予定しており、秋冬にはスープの新商品の発売を予定しているため、売上数量が増えてくるのは第二四半期以降。計画通りの増益は達成可能と見ている。

外食事業は、今期7億円増益計画に対し、第一四半期時点で1億円の増益だが、夏以降に銀座・新橋の大型旗艦店が出店するため、計画達成は可能と見ている。

不動産事業は今期17億円増益計画に対し、第一四半期時点で9億円の増益。恵比寿ガーデンプレイスをはじめ、首都圏を中心とする保有物件において、既存テナントの賃料水準引上げに積極的に取り組みを進めている。第一四半期末の恵比寿ガーデンプレイスの稼働率は前年同期の87%から99%に上昇しており、稼働率の増加幅は第一四半期が最も大きい。

### 2.国際事業について

Q.ベトナム事業が前年同期比で横ばいだが、足元の事業環境を教えてください。

A.ベトナムでは、酒税増税の影響等により、特に当社が参入したプレミアム市場の伸びが抑えられている。市場での競争も厳しくなっている。当社は、サッポロブランドをプレミアムブランドとして東南アジアに浸透させていく橋頭堡としてベトナムに参入した。現状ではまだ利益確保より、認知度を上げていくステージ。環境変化は、事業としては想定範囲だが、リスクに早く対応して、施策を練ることが課題だと考えている。

Q.北米の飲料事業で原価コスト減により3億円改善効果が出たようだが、シルバースプリングスシトラス(SSC)とカントリーピュアフーズ(CPF)の2つの飲料会社のシナジーとして何を想定しているのか?またそのシナジーは今期計画に含まれているのか教えてほしい。

A.SSCはOEMがほとんどだが、CPFは自社ブランドを持っており業務用に強い。品ぞろえ含めて業務用のルートを広げることができると考えている。また、製造拠点についても、SSCはフロリダ1工場のみだが、CPFはオハイオ・フロリダ・コネチカット・テキサスに4工場あり、米国内での地理的な広がりも見込める。果汁や包装資材など、交渉力が必要とされる原材料における調達シナジーが見込まれる。

昨年後半からシナジー委員会を立ち上げており、実際のシナジー発現は今期後半以降の予定。今期計画には定量的な効果は織り込んでいない。

### 3.食品・飲料事業について

Q.自販機のコストダウンにより3億円改善効果が出たようだが、これは年間計画に含まれているのか。コスト削減も含め、今後の自販機戦略について教えてほしい。

A.今期計画の自販機コストの削減は年間で6億円を見込んでいるが、第一四半期は想定を上回る成果が出たと考えている。戦略としては、法人営業なども強化し、パーマシンの高い好ロケーションを取っていきたいと考えている。

以上