

【決算説明会質疑録】平成 30 年 12 月期 第二四半期決算について

<日時>8月6日 10:00-11:30

<登壇者>代表取締役社長 尾賀、取締役経営管理部長 征矢、サッポロビール社長 高島

Q. 国内酒類事業について、今年はビール類の総需要の減少が加速しているように見えるが、消費者の低価格志向が顕在化しているのか？また、酒税改定によってビールの酒税が下がれば、ビールの需要は回復すると見込むのか？中期的な市場見通しを教えてください。

A. (高島) 今年に入り、新ジャンルから RTD への流出が極めて大きくなっており、ビール類の総需要の減少幅がさらに大きくなる可能性があると考えている。アルコール全般に対する低価格志向が顕在化していると感じている。一方で、2020年、2023年、2026年と3段階で酒税改定によるビール減税が実施されるので、そのタイミングでの需要喚起に期待している。

(征矢) 過去の趨勢を見ると、お客様は価格を理由として、ビールから新ジャンルへ流れている。酒税改定によって新ジャンルとの価格差が縮まると、ビールの味が好きな方は新ジャンルからビールへ戻ってくるだろう。そのため、ビールの需要が伸びる余地があると考えており、当社もビールをより一層強化していく。一方、新ジャンルからRTDへの流れについては、価格ではなく、嗜好の変化であるため、この流れは止まらなと見ている。RTDは今後本格的に1つのジャンルとして成立していくだろう。

Q. 黒ラベルは非常に堅調だが、エビスは前年の新商品の裏返しがあり、売上数量が減少している。今後のプレミアムビールについてどのように捉えているか？

A. (高島) 高価格帯商品からスタンダードもしくは新ジャンルへのシフトが起きており、プレミアムビールの需要が減少しているが、総需要対比では、エビスはアウトパフォームしている。

2020年オリンピックに向けたインバウンド需要を見込み、世界に向けて日本のビールはエビスだとPRしたい。

Q. 「じっくりコトコト シャキシヤキコーンの冷たいポタージュ」の売上が好調だが、本商品のキャパシティや見通しについて教えてください。

A. (征矢) 独自にパートナーと開発した缶を利用している。アロマックスに使用していた缶であり、リキャップで高品質の中身を入れる、というコンセプトである。リキャップで少しずつ飲むスタイルは、最近のトレンドに合致している。従来、スープ商品はCVS等のホットの棚に置いていたが、冷たい商品は常温でも取り扱うことができる。

現状ではキャパシティに問題はない。通年の設備稼働においては、夏場が課題であったが、夏のスープ需要を喚起する戦略商品と捉えていただきたい。

Q. 下期は①国際事業の北米飲料と②国内の食品・飲料事業において大きく増益が見込まれている。その根拠を教えてください。

A. (征矢) ①北米飲料は、シルバースプリングスシトラス社の前年下期の赤字幅が大きかったため、それに対する比較改善である。足元の状況は、業績悪化前の水準に戻ってきているため、前年対比で増益を見込んでいる。

②国内の食品・飲料は、売上数量の増加と品種構成改善により利益が改善する一方で、コストの増加を織り込んだ計画となっている。第二四半期決算時点では、販売数量は前年対比で減少しているが、コストは想定ほど増加しておらず、下期には夏場の猛暑効果や冬のスープ類需要があるため、利益計画を変更しなかった。売上数量に応じたコストコントロールを行っていく。

Q. 事業ポートフォリオの見直しについての考えを教えてください。

A. (尾賀) 市場変化への対応という点では、選択と集中を明確にしなければならないと考えている。事業構造そのものを改革する気概で、スピードを持って展開していく。

以上