

【電話会議質疑録】2019年12月期 第1四半期決算について

<日時>5月9日 16:00-17:00

<登壇者>常務取締役 征矢、財務部長兼IR室長

【酒類事業（日本・アジア）】

Q. ビールジャンル総需要において、新ジャンルへのシフトが起きているように見えるが、競争関係上で、何かこれまでと違った難しさが生じている面はあるか？

A. 競合他社との価格競争激化等の変化は起きていない。新ジャンルへのシフトは、ビールのみならず、RTDからの流れもあると見ており、RTDと新ジャンルの境目がなくなっている可能性がある。1-3月の当社のビールジャンル販売数量について、ビールは、サッポロ生ビール黒ラベル、エビスともに計画通りの進捗であった。新ジャンルの販売数量が計画を下回ったが、4月以降徐々に年初計画インライン程度へと回復してくるものと見ている。

Q. 消費増税後の酒類の消費動向やトレンドの変化をどのように想定しているか？

A. 消費増税に関しては、ビールは一時的に販売数量減の影響を受けつつも、2-3か月で平準化していくと見ているため、サッポロ生ビール黒ラベルとエビスを中心にした取り組みに変更はない。一方、節約志向により新ジャンルやRTD市場の強さが残ると予想されるため、施策を打っていく。

Q. 第1四半期決算時点で、品種構成のプラス効果が11億円と大きく出ているが、内容と通年見通しを教えてください。

A. 前年4月に、ビール類の業務用商品の価格改定を行ったため、1-3月分が純増しているが、3月で一巡する。ビールの缶の構成比が高まっていることも利益貢献しているが、1-3月は販売数量が少ない時期であり、若干の偏重はある。そのため、年初計画の品種構成プラス効果13億円については、見通しを変更していない。

【酒類事業（北米）】

Q. 北米の酒類事業の状況を教えてください。

A. カナダのスリーマン社は堅調に推移している。サッポロ USA 社の売上収益も前年対比で2桁増と好調だった一方、サンフランシスコのビール市場停滞影響を受け、アンカー社が落ち込んだ。4月1日付でサッポロ USA 社とアンカー社の経営統合を行い、体制整備を推進している。コスト面では、物流費は引き続き上昇傾向にあるが、倉庫の再編等を行っているため、大きな問題は顕在化していない。

【食品飲料事業（日本・アジア）】

Q. 第1四半期の国内の食品飲料が減益となったが、増益計画達成に向けた今後の見通しについて教えてほしい。

A. 第1四半期は、缶コーヒーをはじめ、自動販売機での販売数量が減少したことや、暖冬によりスープ類の販売数量が減少したことが影響した。夏に向けて、飲料の自動販売機のコラム獲得に注力する。スープ類については、8月に仙台工場に生産ラインの立ち上げを予定しており、商品ラインナップの拡充と積極的な営業展開を行っていく。また、3月に豆乳ヨーグルトの製造ラインが竣工し、自社で内製化して、製販一体の事業展開を開始することが可能となったため、今後さらに商品展開を広げていく。

【経営全般】

Q. 年初計画において、全社費用として、経営基盤構築費用や成長投資、事業構造改革費用を織り込んでいるが、第1四半期時点では顕在化しなかった。期初の見通しと変更になっている点があるのか？

A. 経営基盤構築費用については、R&D費用や健康経営等の諸施策の費用が第2四半期以降顕在化してくる。成長投資や事業構造改革費用については、アクションを起こした時点で顕在化するものであり、現時点では、発現時期は申し上げられない。

以上