

2026 年度第 1 四半期決算説明会(2026 年 5 月 15 日) 質疑応答

※資料中、以下については略称を使用しております。

PS 社:ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社

ビール:ビール類のうちビール 次期中計:次期中期経営計画(2027~2030)

<中長期戦略(次期中期経営計画(2027~30)の検討状況)>

Q1 次期中計について、業績面・資本効率面でどのような計画としていく想定か。開示のタイミングも含めて伺いたい。

A1 次期中計については、2026 年内公表予定としており、具体的な公表時期は調整中である。2027 年~2030 年の 4 カ年で計画している。昨年末に不動産事業への外部資本導入についても意思決定しており、次期中計下では国内事業・海外事業ともに投資局面になると考えている。国内については、酒税改正も追い風とし、ビールを中心に良い形で戦えているため、引き続きビール成長を加速させたい。中長期的にはビールだけではなく、ノンアルコールやより健康的な選択肢(Healthier Choice)など、周辺領域も強化していく方針である。海外については、今回の Stone ブランド譲渡の意思決定により米国の構造改革に一定の目途が付くため、今後は収益力を高めていく局面に入っていく。成長著しいサッポロブランドを北米だけでなく他のエリア(APAC・欧州)でも伸ばしていく考えである。

Q2 構造改革については、米国での Stone ブランド譲渡、PS 社群馬工場譲渡、飲料自販機事業承継など積極的に進めているが、次期中計下においてもポートフォリオを抜本的に変更するような構造改革は検討しているか。

A2 2035 年のありたい姿からのバックキャストで、2030 年の事業ポートフォリオイメージにどう落とし込んでいくかを現在議論している。事業ポートフォリオのデザイン等の詳細も含めて次期中計公表時にご説明させていただくが、構造改革を中心とするのではなく、既存事業の成長を優先的に考えている。次期中計下での成長投資については、Bonds with Community、Healthier Choice、国内、海外の 4 象限で戦略的に配分を検討している。

Q3 不動産事業への外部資本導入に伴い、2026年6月1日に大きなキャッシュインがあると認識している。キャッシュアロケーション方針について、昨年末に発表された方針から変更はあるか。成長投資に優先的に配分される考えだと思うが、株主還元への充当についての考えを伺いたい。

A3 不動産事業への外部資本導入の際に示したキャッシュアロケーションが基本方針となるが、通常の営業キャッシュフロー等も含めた形でのアロケーションについて、社外取締役も含む財務戦略ワーキンググループの中で多角的に議論を進めているところである。詳細については次期中計公表までお待ちいただきたい。

<中東情勢影響>

Q4 中東情勢によるコスト上昇について、10～20億円との説明であった。セグメント別の影響や算出根拠・考え方について伺いたい。また、他社と比較し相対的にはそれほど大きくない金額であるとの印象を受けるが、現時点の原油価格や資材相場が継続した場合のリスクを織り込んだ試算であるのか。ヘッジも考慮されているのか、詳細について確認したい。

A4 中東情勢については、現在も情報収集・予測を行っている段階であり、10～20億円という影響額は暫定的見通しである。セグメント別では、国内・海外ともに影響がある。特にアルミ価格・アルミ缶の高騰については、海外ではすでに大きな影響が出ており、中東情勢を受けて、今後は国内でも上昇すると見ている。その他、燃料費・物流費にも影響が出てくる見込みである。ヘッジは考慮しているが、現時点での価格・相場状況が継続する前提での試算であり、資材調達が困難になる、あるいは、工場の製造に影響が出てくる、などの最大リスクを織り込んだものではない。タイミングについては、Q2以降徐々に顕在化し、主に下半期の影響が大きくなる想定である。

Q5 中東情勢により、海外飲料の輸出再開が10月以降になる見込みと決算説明資料には記載されている。輸出については、今期は数量増の計画(前年比+6.6%)であったが、中東以外の地域で補っていくことはできるのか。あるいは、売上・利益の下押し要因になると考えるべきか。

A5 中東情勢による海外飲料への影響については、Q2以降も利益の押し下げ要因になると想定している。海外飲料内で全てリカバリーするのは厳しい見通しである一方、連結全体に与える影響は限定的と考えており、他事業も含めリカバリーを図っていく考えである。輸出の再開時期については、仮置きで10月と設定しており、正確な再開の時期については流動的な状況が続いている。

<国内事業(国内酒類)>

Q6 国内酒類の4月の販売動向について伺いたい。貴社のビールは継続して市場をアウトパフォームしていると思われるが、競合の販売再開や販促強化による影響は受けているか。

A6 10月の酒税改正に向けて、競合各社がビールへの取り組みを強化していることは認識している。ただし、現時点では黒ラベル・エビスを中心とした当社ビールブランドの好調なトレンドに変化はなく、今後も良いモメンタムを維持できると考えている。

<海外事業(海外酒類)>

Q7 (中東情勢影響も含め)北米の消費環境について、どう捉えているか。今期の計画達成確度も含めて伺いたい。

A7 カナダ・米国ともに、ビールの消費マインドは芳しくない状況が続いている。一昨年・昨年とトランプ政権下での様々な施策の影響を受け、消費マインドが厳しかったところに、中東情勢の影響が重なった。ビール総需要も縮小傾向であり、カナダの現地ブランドである Sleeman は苦戦を強いられる状況が続くと見ている。一方、厳しい市場環境の中でもサッポロブランドは引き続き成長している。当社にとっては良い傾向であり、今後もサッポロブランドを突破口として、ビジネスを進めていきたいと考えている。