

## 【決算説明会質疑録】平成 28 年 12 月期 第二四半期決算について

<日時>8月4日 15:30-17:00

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

### 1. 国内酒類事業について

Q.今年はビール強化元年をスローガンに掲げ、積極的なマーケティングを行っていると思うが、何か顕著な反応があれば、その効果も含め教えてほしい。

A.(尾賀)「サッポロ生ビール黒ラベル」については、「味」に対するお客様の評価が確実にアップしている。また、この6年間継続して「大人エレベーター」シリーズCMで、黒ラベルは自分なりの価値観を持った大人同士が飲むビールであるという価値を訴求してきた蓄積効果も非常に大きく、購買層が広がってきている。

広告宣伝の方法については、トータルでの組み立て方を工夫している。例えばネット展開や、「パーフェクトビヤガーデン」のイベントによって、黒ラベルを今まで飲んでこなかったお客様に体験していただく場を設定できた効果も大きかった。

### 2.国際事業について

Q.北米事業に関して、中長期的にどのようなビジネスモデルを確立していく方針か？

グループでどうシナジーを発揮するのか？

A.(上條) 北米の酒類事業については、2006年の買収後の10年間でスリーマンの業績は着実に成長しており、売上が1.5倍程度まで伸びている。更なる成長のためには、次の製造拠点もどこかで持たないといけない。その製造拠点が米国西側にあればと考えている。

飲料事業は、シルバースプリングスシトラス社とカントリーピュアフーズ社の2社のシナジーを発揮できるビジネスモデルを作り上げていきたい。生産設備、人材、商品ラインナップ、得意とするB to B分野への商品提供の拡大、営業力強化等の観点から経営効率化についての取り組みを進めていきたい。

### 3.食品・飲料事業について

Q.食品・飲料事業に関して、経営効率化によるコスト削減の進捗を教えてください。

A.(征矢)経営効率化に関して、今年一番効果を示したのは自販機事業である。自販機事業においては、投資対効果がポイントであり、いかに収益の上がるロケーションを確保して、それを維持させるかに取り組んできた。自販機関連費用は年間で6億円の利益改善計画だが、第二四半期時点で既に5億円の改善となっている。この点は年初見込んでいたより効果が上がっており、下期でも継続的に取り組んでいく。また、製造部門では7月末に、群馬の主力工場にアセプティックラインを導入し、得意とする炭酸飲料が内製化できることになった。パッカーから内製化を進めるなど、原価低減を進めてきている。

以上