

【電話会議質疑録】2020年12月期 第1四半期決算について

<日時>5月14日(木) 17:00-18:00

<登壇者>常務取締役 岩田、グループ執行役員経理部長 松出、経理部副部長 丸山

新型コロナウイルスの影響

- Q. 新型コロナウイルスの影響について、3月は売上収益▲50億円、事業利益▲20億円であったのに対し、4月は売上収益が▲90億円とのこと。日本アジア酒類、外食以外の北米、ベトナム事業における影響が4月以降出てくるのではないかと。また、日本アジア酒類、外食以外の業績への影響はどの程度か？
- A. (岩田常務) 売上収益▲90億円の内訳は、日本アジア酒類▲37億円程度、食品飲料▲27億円程度、外食▲19億円程度。日本アジア酒類については、ビールを含めたビール類の4月単月の前年比は80%程度だが、ビールだけでは前年比56%となっており、3月以上に新型コロナウイルスの影響を受けている。外食はライオン社の展開する店舗が特定警戒エリアの13都道府県に集中していたため、ほぼ全店舗を閉店。また、飲料における自販機事業は、3月累計は前年比90%台であったが、4月では60%台となる見込み。また、食品飲料に含まれるカフェ・ド・クリエとブルーシールが同様に店舗を閉めたマイナス影響もある。カナダのスリーマン社は家庭用比率が8~9割を占めるため、業務用はマイナスだが、家庭用に対する巣籠り需要のプラス影響があり、全体への影響はほとんどない。一方、米国ではサッポロブランド、アンカーブランドともに業務用のマイナス影響を受けている。また、ベトナムは、外出禁止令のマイナス影響が大きいと、全体の規模が小さいため業績に与える影響は些少。シンガポールのポッカブランドへの影響は軽微である。

コスト削減

- Q. 全社的なコスト削減のイメージについて、販促費等の固定費をどれほど抑制し、利益を上げられるか？
- A. (岩田常務) 固定費の販促費については、現在伸ばす部分と抑制する部分の精査を進めている最中だが、具体的な削減額は未だお答えできない。また、間接部門についても、ホールディングスの管理部門を中心にBPRも含めて取り組んでおり、削減に向けて取り組んでいきたい。
- Q. 今年計画している自販機を含めた飲料事業の構造改革について、進捗は如何か？
- A. (岩田常務) 自販機事業は各社新型コロナウイルスによる売上減の影響で苦勞しているが、当社は不採算機の抑制を進めており、2019年末の7万6千台から、現在は7万3千台にまで3千台減らしている。現状では急速な構造改革は難しい中で、自社で出来ることを十分に進めている。

食品飲料事業

Q. 食品飲料事業の実績は非常に好調で、レモンを含む食品の巣籠り需要により、飲料のマイナスをカバーしているように見える。4月は自販機が厳しいとのことだが、レモンを含む食品でカバーできるのか？

A. (岩田常務) 新型コロナウイルスの影響がどこまで続くか分からないため回答は難しいが、食品飲料の約7割が飲料部門であり、その内半分ほどが自販機事業。食品部門と手売りの飲料水を拡大し、自販機のマイナスをカバーしていきたい。しかしながら、4月の食品飲料の売上収益▲27億円に対する利益の影響は未だ未確定だが、その全てをカバーすることは難しいと考えている。

Q. 食品と飲料の収益性の違いにより、食品部門の売上が伸びれば、自販機を含む飲料のマイナスをカバーできるのではないか？

A. (岩田常務) 各事業の利益率はコメントできないが、食品飲料の約7割を飲料が占めるため、食品で飲料のマイナス全てカバーすることは難しい。

以上