

【決算説明会質疑録】平成 30 年 12 月期 期末決算について

<日時>2月14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

【経営全般】

Q. 2019年の経営テーマに構造改革を掲げ、セグメント変更を行うとのことだが、何が変わるのか、具体的に説明してほしい。

A. (尾賀)従来の5事業セグメント体制下では、国際事業について、海外の酒類事業と食品・飲料事業の両方をサッポロインターナショナル社が統括していたが、今般のセグメント変更により、事業軸による組み換えを実行することにした。構造改革により担い手と責任と権限を明確化する意図がある。

Q. 今後のM&Aの考え方について、今後どのような領域でのM&Aを想定しているのか？

A. (尾賀)M&Aの優先順位について、事業領域は、酒類事業で、地域はアメリカを考えている。カナダでは、2006年にスリーマン社を買収後、継続成長を達成してきたという自負があり、原料調達・製造・物流・販売・ブランドを一気通貫して保有することが、成功に不可欠であると認識した。日本国内の食品事業にも興味深い分野はあるが、既存事業とシナジーがあるものに関して進めていく。M&Aに際しては、今般のアンカー社の減損の反省を踏まえ、ガバナンスや取締役の関わり方及びPMI等を整理していく必要がある。また、事由の発覚後に迅速に対応できる体制を構築する必要がある

【事業別】

Q. 日本国内の酒類事業について、2019年の計画は、10月の消費税増税を見据え、上期で利益を積み立てておくイメージなのか？

A. (征矢)年次で業績管理を行っているため、酒類事業の上期の目標は控えさせて頂く。2018年上期の日本国内の酒類事業営業利益▲23億円、特に第一四半期の▲31億円の要因は、麦とホップのリニューアルやエビス華みやびの発売2年目への対応等、販促費の先行投資を回収できなかったことによる。期を追うごとに回収は進み、第三四半期で18億円、通年では67億円の営業利益となった。

2019年の日本国内の酒類事業は、前年対比で見ると、上期に赤字幅が縮小し、下期は利益幅が縮小するイメージであり、通年では、6億円程度の増益となる計画である。

【注：2019年度より、セグメント変更を行っており、酒類事業全体

(北米酒類や外食、アジア酒類を含む)では、58億円の増益計画となっている】

(高島) 2019年は上期で利益を積み立てることが重要である。現在、金のエビスは好調に推移しており、2月26日には、エビスブランドから新商品「エビスプレミアムエール」も発売する。発売前の受注状況は順調であり、上期に利益貢献するものと見込んでいく。

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. (高島)消費増税後のトレンドとしては、低価格志向へのシフトは進む一方で、2020年10月には酒税改定でビールの税金が下がり、新ジャンルの税金が上がるため、ビールに追い風が吹くものと思われる。

Q. RTDの「サッポロチューハイ99.99<フォーナイン>」の販売が好調だが、要因をどう分析しているか。

A. (高島)本格的なバーで飲んでいるような味わい、とご好評いただいております。お酒のおいしさを感じられるRTDであることが強み。また、洗練されたデザインもご評価いただいております。

Q. 日本国内の飲料について、どのような方向性で高い成長を実現させていくのか？

A. (征矢)日本国内の飲料事業で一番苦戦しているのは自販機ビジネスであり、どのように資産を活かしていくかがポイントとなる。従来の自販機ビジネスは、フルラインアップで商品を構える必要があったが、当社の強みであるレモン飲料や、差別性のある茶系飲料、インスタントスープの領域で成長を目指し、それ以外の商品を絞っていくためには、どのような方策があるかを模索しており、そこが収益性改善のポイントとなる。この点に関してはスピードを上げて取り組みたい。時間軸としては、2020年を節目として考えている。また、もう一つの施策として、豆乳ヨーグルトでの成長を目指していきたい。3月には原料豆乳の搾汁設備を含む豆乳ヨーグルトの製造ラインを新設し、新たな需要創造と積極的な事業拡大を計っていく。

以上