

【電話会議質疑録】平成 26 年 12 月期 第一四半期決算について

<日時>5月9日 17:30-18:30

<登壇者>取締役経営管理部長 溝上、経営管理部IR室長

1. 国内酒類事業について

Q. 消費増税後の販売状況について教えてほしい。

A. (IR 室長)4月までの累計販売数量について、当社は総需要の伸びを上回って伸長している。年初から基軸ブランドに注力した結果、年初計画以上の売上を達成している。

(溝上)2月にリニューアルした「麦とホップ The Gold」が順調に売り上げを伸ばしている。また、プレミアムビール市場の活況はエビスに対してプラスに寄与している。

2. 国際事業について

Q. 第一四半期は北米、ベトナムともに売上数量が前年同期を下回っている。要因は？

A. (溝上) スリーマン社は 2007 年の買収以来、売上数量を順調に伸ばしてきたが、ある一部の州で競合との価格競争が強まった。カナダ市場の価格帯は日本と同様に三層構造で、安価の方からバリュー、スタンダード、プレミアムとなっている。価格競争が起きているのはスタンダードの部分。スリーマン社はスタンダード価格帯の製品の取り扱いはないが、バリューの製品に影響が出た。価格競争にも下限があることを利用して、すでにリカバリープランを発動しており、通期への影響は大きくないと見ている。

また、カナダではプレミアム市場が伸びているので、スリーマン社が強みとするプレミアム市場を引き続き攻めていく。

サッポロ USA の販売数量減は一時的な寒波の影響によるものであり、通期への影響はない。

ベトナムの販売数量減は前年同期に酒税増税前の駆け込み需要があり、その反動等の一時的な要因によるものである。4月までの累計販売数量は既に2桁増まで回復してきている。

ベトナムでのサッポロブランドの認知度は 90%程度にまで達したので、飲用率を伸ばしていくための営業活動を引き続き行っていく。また、ベトナムで製造した商品を12か国に輸出しており、ベトナム市場以外でも打ち手はあるとの認識である。

3. その他

Q. 全体として第一四半期は好決算だったが、どのように評価しているか？

A. (溝上) 第一四半期の営業利益は前年同期比で 30 億円改善したが、第二四半期以降ブランド投資を実施していく予定であり、年初計画の見直しは行っていない。

以上