

## 【決算説明会質疑録】平成 27 年 12 月期 第二四半期決算について

<日時>8月6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 溝上、サッポロビール社長 尾賀

### 1. 国内酒類事業について

Q. 今期のビール・発泡酒・新ジャンル市場は各社が相次いで新商品を発売し、販売競争が激化した。そのような状況の中、サッポロのビールの販売数量が好調な要因は？

A. (尾賀) 基軸商品の黒ラベルは、これまでは瓶ビールの減少によって前年比でマイナスとなっているのが課題だったが、今年は缶ビールの売上が伸びており、補うことができている。地域限定商品のパイオニアである北海道限定商品のサッポロクラシックは昨年まで 14 年連続で前年越えしており、今期も引き続き伸びている。

一部ではプレミアムビール市場の伸長が鈍化しているという見方があるようだが、私はそうは思わない。当社について言えば、業務用のエーデルピルス・白穂乃香・琥珀エビスなどの商品は売上伸長している。

Q. 発泡酒・新ジャンルカテゴリ、特に機能性市場について、下期の見通しを聞かせてほしい。

A. (尾賀) 機能性市場については、昨年から今年の前半にかけて多くの商品が発売されたが、下期は落ち着いてくると思う。当社は上期、新ジャンルで昨年の麦とホップの大幅リニューアルの反動減があったことと新商品が苦戦した。下期は 7 月に新ジャンル「-0°C」、8 月に「サッポロ 秋の本熟」を発売する。主力商品のエクステンションも含めて新商品を出し、攻勢をかけていく。

### 2. 国際事業について

Q. サッポロブランドの海外売上が伸長している背景と今後の見通しについて教えてほしい。

A. (上條) 北米、カナダは順調に売上が伸ばしている。工場のあるオンタリオでは取り組みによってもっと売上が伸ばせると思っている。アメリカは人口増加が見られており、日本食への評価も高まっているため、東西の人口集積地へのアプローチを強めていく。

東南アジアでは、人口 9,000 万人、平均年齢 28 歳のベトナムが最も魅力的なマーケットという認識に変化はない。ベトナム事業のセカンドステージに向けて事業戦略の見直しを検討している。

Q. ベトナム事業の戦略見直しについて教えてほしい。

A. (上條) ベトナムの商品展開は「サッポロプレミアム」というプレミアムビールに特化している。プレミアム市場を狙った背景には、今後の生活水準の上昇に伴い、良質な商品が売れるとの

想定があった。実際に中価格帯の売上は増加しているが、プレミアムカテゴリの伸長は想定よりペースが緩やかだった。ベトナムにおける事業展開には、様々な選択肢があると考えており、市場の動きに遅れないようにすることが第2ステージの入り口だと考えている。

### 3.通期計画について

Q. 通期計画達成に向けた下期の取組みについて、セグメントごとにブレイクダウンして教えてほしい。

A4(上條・溝上)国内酒類については、下期で 100 億円以上営業利益を出さないといけな  
いが、年間で減価償却費が 15 億円減少する予定であり、また販促費やその他コストのコント  
ロールにより可能だと考えている。

国際について、北米飲料の原料高影響は前年の下期から生じたため、前年比での影響は  
一巡する。取引の見直しを行うなどの手も打っており、回復基調である。

食品・飲料については、レモン飲料が好調に推移している。飲料ではこれまでの自販機部  
門の取組みの成果が夏場に出てくるし、食品では強みである缶スープ・カップスープが冬場  
に伸びてくる。

外食は人件費と原価が課題だが、人件費は社内プロジェクトにより成果が見えつつある。原  
価についても、グランドメニュー改定の際に価格改定を進めている。また、厳しかった和食  
業態についても回復しつつある。

不動産については、前年 5 月に恵比寿ガーデンプレイスの大型テナントの賃貸契約の終了  
した後、積極的なリーシング展開を行った結果、今年末には稼働率は 100%近くまで回復す  
る見通しである。また、渋谷・恵比寿地区の空室率は低下してきており、新規契約賃料水準  
も緩やかに上昇してきている。

以上