

【決算説明会質疑録】平成 28 年 12 月期 期末決算について

<日時>2月14日 15:30-17:00

<登壇者>代表取締役会長 上條、グループ執行役員社長 尾賀、取締役経営管理部長 征矢、サッポロビール社長 高島

1. 国内酒類事業について

Q.「サッポロ生ビール黒ラベル」の販売数量が2年連続で前年を越えたが、伸長の背景を教えてください。

A.(高島)「サッポロ生ビール黒ラベル」については、2010年から一貫して「大人エレベーター」シリーズCMで、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が大きく、購買層が広がってきている。また、従来は首都圏中心であったが、西日本エリアにおいて特に缶の取扱店が増加し、店頭カバー率が向上していることにより、順調に販売数量を伸ばすことができたと考えている。

Q.ビール業界全体が、利益率の向上を目指す方向へ進んでいるのか？販促費支出の方向性についての考えを教えてください。

A.(高島)海外企業との対比で日本のビール会社の利益率の低さは認識しており、利益率の向上を目指す方向へ進むべきと考えている。弊社はもとより必要以上の販促費支出は行っていない。2017年は、前年対比で販促費を増加させる計画だが、これはビールの売上が好調な中で徹底的にブランド力を磨き、ひいては利益率を向上させていくための必要投資と考えている。

Q.中期計画において、ワイン事業を第2の柱としているが、収益性や規模の改善についての考えを教えてください。

A.(高島)ワインには、デイリーワイン(1本1,500円未満のワイン)とファインワイン(1本1,500円以上の中高級価格帯のワイン)があり、どちらも大事な市場ではあるが、弊社は特にファインワインに注力することによって成長していきたいと考えている。「テタンジェ」や「ペンフォールズ」などの世界的に評価の高いブランドを販売しており、情報発信の強化によって販売量を拡大していきたいと考えている。

(征矢)国産ワインについては、近年日本ワインの評価が上がってきている。弊社は自社の畑を持ち、ブドウの栽培から手掛けている。お客様に対して畑からのストーリーを語れるという大きな付加価値があるとともに、ワインメーカーとして、オーナー利益を確保できる点がメリットであると考えている。

2.国際事業について

Q.北米の飲料事業のビジネスモデルについて教えてほしい。

A.(尾賀)シルバースプリングスシトラス社はPBチルド市場、カントリーピュアフーズ社は主に給食市場、と市場自体は大きくないものの、ともに利益率を意識したB to B分野に注力し、上位に位置する企業である。この2社の統合に向けた取り組みを進めることにより、販売エリアの拡大や経営効率化を図るとともに、ロングスパンではB to C分野での展開も視野に入りたい。

3.その他

Q.国際財務報告基準(IFRS)の適用についての考えを教えてください。

A.(征矢)資本市場における財務情報の国際的な比較可能性の向上のため、IFRS適用を視野に諸処整備を進めている。ステークホルダーの皆様にとって一番よい開示方法は何かという観点で検討を重ねている。

以上