

【電話会議質疑録】平成 27 年 12 月期 第 1 四半期決算について

＜日 時＞ 2015 年 5 月 1 日（金） 10:00-11:00

＜登壇者＞ グループ財務担当ディレクター、グループ提携戦略担当ディレクター、
グループ経営戦略担当ディレクター

＜日本総合飲料＞

Q. 国内ビール・飲料について、販売費は 2Q、3Q 以降どういう使い方になるか？

（経営戦略担当ディレクター）ビールについて、1Q は計画通り進捗した。量販・料飲の強化策に投資している。2Q 以降は、現在の流れを計画的に継続し、費用対効果を見ながら進捗を管理していく。ビバレッジについて、市場が減少する中、販売数量で前年並みを維持できた。1Q で先行投資となったが、今後メッツブランド等で効果が出てくるとみている。午後の紅茶等基盤ブランドとともに販促を強化するが、費用対効果を見ながら適切にコントロールをしていく。

Q. 国内ビールについて、昨年 4 月の販売量は 2 割減少し、5・6 月も 2 桁減となったが、今年の販売計画は？

（経営戦略担当ディレクター）4 月以降も施策を強化している。最優先ブランドである一番搾りブランドについては、一番搾りマイレージ CP をスタートさせ、9 工場産一番搾りは予定の 3 倍以上の受注をいただく等、ブランド強化に取り組んでいる。淡麗プラチナダブル・のどごしオールライトの発売により機能性カテゴリーはしっかりリードできている。上半期は+7%台の販売増で、対前年並みの販売数量を目指していく。

Q. 国内飲料について、ミックス改善について 1Q は通期計画に比べると進捗が大きく遅れているが、今後の計画はどのようになっているか？

（経営戦略担当ディレクター）元々高い目標を設定しているが、最盛期である夏場に向けて、メッツブランドの新商品発売等により、500PET の構成比を高めていく。また、自動販売機の新規設置強化や自動販売機専用商材開発を進め、年間を通じてミックス改善を図っていく。

＜海外総合飲料＞

Q. 豪州酒類について、通期はほぼ横ばいの計画だが、1Q はかなり大きめの減益となっているが、この流れはいつごろ変わるか？

（提携戦略担当ディレクター）昨年 1Q は好天に恵まれ売上・利益ともに高い水準であったため、対前年比では大きくマイナスとなっているが、2Q 以降に回復する。

Q. ブラジルについて、1Q は大きな販売数量減となっているが、今後会社計画達成のためにどのような取り組みを行うか？

（提携戦略担当ディレクター）大きな販売数量減少の要因は 2 つある。1 つは、競合他社との販売競争。しかし昨年 8 月までは販売数量を減らしてきたが、それ以降水準は安定している。もう 1 つは不採算取引の解消をしたこと。昨年秋以降から、エリア・チャネル・商品別に取り組みを進めてきた。一方、強みのあるエリア・チャネル・商品の販売強化にも取り組んでおり、4Q までには販売トレンドを対前年でプラスに回復させる。

＜その他＞

Q. 企業結合会計の早期適用時期は唐突感があるが、なぜ本決算の段階で事前に示唆できなかったか？

（財務担当ディレクター）金額的に重要なインパクトがあった。当初 3 月期決算会社のベンチマーク

しながら導入する手続きを進めてきたが、該当する案件が多岐にわたったことや、過去にも遡って調査が必要であったため、年初計画に間に合わせるができなかったが、4月に監査法人の上級審査があり、早期適用することができた。資本効率改善への声が高まったことや海外グローバル基準に近づけることが様々なステークホルダーにとって望ましいことがあり、早期適用を決断した。

以上