

【決算説明会質疑録】平成 27 年 12 月期 第 2 四半期決算発表について

＜日 時＞ 2015 年 8 月 7 日（金） 13:00－14:30

＜登壇者＞ 代表取締役社長 磯崎 功典、取締役常務執行役員 伊藤 彰浩、
他担当ディレクター

＜日本総合飲料＞

Q. 国内ビールは、どのチャネル・どのブランドに投資したのか。それによって、ブランドにどのような効果があったかを表す指標はあるか？

（磯崎）マーケットリサーチデータより、一番搾りの購入意向が上半期の後半より高まっていることを確認している。一番搾りについては、量販・業務用・販促・広告等、あらゆる取組みを行い、ブランド好意度が上がってきており、手ごたえを感じている。

Q. 結果を重視した経営を実行しており、上半期に結果が出た。組織として、結果を出し続けられるような変化が起こっているか？

（磯崎）現場の士気が高まってきた。そうすると、色々なアイデアが生まれてくる。現在は組織が活性化し、手ごたえを感じている。今後色々な提案・改革を行っていく。

Q. 国内飲料について、これだけの販売費を使用して成果は表れているか？

（磯崎）上半期は 3 桁増となるなど、メッツは業界でも注目されている。販売費については、大きく増額しているという認識はない。課題はプロダクトミックスである。FIRE、午後の紅茶、世界のキッチンからなど、収益性の高いものを注力して販売していかななくてはならない。

Q. 国内飲料の通期の計画を見ると、数量差異が販売費の増額を上回る計画となっているが、上期の状況を踏まえ、上期と下期で何が変わるのか？

（担当ディレクター）上期に 79 億の販売費を増額し、メッツを大きく成長でき、7%プラスの半分以上を稼いだが、本来売るべき午後の紅茶・FIRE の販売が前年並みにとどまったことが、収益の差異となった。一方自販機の開拓は計画以上に進んでおり、下期はフルに貢献する。また、昨年消費増税以降に顕在化し自販機 1 台当たりの販売数量の低下もようやく改善してきており、自販機専用商材の開発も進めることにより、自販機チャネルの構成比が高まると考えている。上期の投資の効果により販売コストの効率が高まる。

＜海外総合飲料＞

Q. ブラジルについて、なぜ大きく販売数量減となっているか。現状をどう捉えているか？

（磯崎）ブラジル全土は広大であり、当社は全国平均的な営業戦略を実行したことにより競合の攻勢を受けた。強みのある地域でプレゼンスを上げ、収益を高めるということが重要である。また、計画の実行度を上げることが課題であり、ブラジルキリン社の新 CEO の下、下半期以降回復してくると確信している。

Q. レアル安の進行について、来期以降も増益は難しいのではないか？

（担当ディレクター）為替ヘッジを行っており、全ての影響を受けるわけではないが、ブラジル経済が回復しない限り、原価増はやむを得ないと考えている。間接部門のコスト削減、物流部門の合理化などを進めていく。

Q. ライオンについて、キャッシュカウである酒類について、足元では単価が上がりにくくなったり、販売数量も厳しくなっているが、来年以降の酒類事業の見通しは？

（伊藤）豪州では市場が 2－3%縮小しており、市場の下げ止めが課題である。当社は、リーディングカンパニーとして、ビール総市場の活性化に中期的視点で投資を進めていく。

以 上