

【主な質疑応答】 2013 年 12 月期 第 2 四半期決算説明会

Q. 上期と通期の国内営業利益の増減について教えて欲しい。

上期は、ブランド投資も含めたマーケティング費用が前年に対して増加したが、売上増や製造原価、物流費の削減等により 41 億の増益となった。

下期も 105%以上の売上成長とコスト削減のスピードをあげて経営にあたり、年間の利益計画を目指す。

Q. 国内における年間 70 億円のコスト削減は上期で既に 50 億円達成したとのことだが、年間で上振れる可能性はあるのか。また、下期から海外でもコスト削減に注力すると思うが、来年、再来年の海外を含めたコスト削減イメージを教えて欲しい。

下期はコストが上がる外部要因も出てくると考えており、上期の 50 億円が単純に年間で 100 億円になるとは思っていないが、70 億円以上の削減は可能と見込んでいる。

海外での取組は欧州でも着手し始めており、またアジアについても製造効率にまだ改善の余地が大きいと考えている。

来年以降のコスト削減金額については、詳細を現在検討している段階にある。

Q. 上期は BOSS の販売数量が横ばいとのことだが、計画通りだったのか。

A. 1Q は展開品のアイテム数を減らした影響により計画を若干下回ったが、2Q は主力商品の強化や展開品の一部発売を前倒しし、計画、前年ともに上回った。7 月も好調に推移しており、8 月以降も新しい価値を提案する商品を投入することによって、年間 3%の数量増達成を目指していく。

Q. 欧州の上期の状況、下期の見通しは？

欧州での苦戦は 5-6 月の異常気象が最大の要因と分析している。天候が戻った 7 月の数字は好調に推移している。フランスは天候不順がなければ想定通り推移すると見込んでいる。課題となっているスペインについては、業務用、家庭用とも市場が低迷している中、重点ブランドに徹底的に集中し、容器・価格戦略を見直して事業にあたっていく。

Q. 2014 年の見通し、営業利益のドライバーは？

A. 具体的な数字については昨年末に掲げた中計をもとに各エリアで検討している段階。

国内事業においては、これまで注力してきた重点ブランドを引き続き強化することや、コスト削減の更なる推進に取り組んで行く。消費税への対応も検討中だ。

国際事業については、欧州における重点ブランドへの集中や、成長しているアジアでの売上を更に加速して拡大し、収益力の向上を図っていく。

Q. 消費税増税による影響は。

A. 一般的には、値上げに伴い消費が落ちることが懸念されるが、飲料に関しては、夏の暑さや健康志向の高まり等で、今後も市場は 1、2%は伸びていくと思う。増税直後は反動が

あるかもしれないが、しっかりお客様に価値のある商品を提供し、落ち込みを最小限に抑えたいと考えている。