

【主な質疑応答】2016年12月期 第1四半期決算説明会

【国内セグメント】

Q. この第1四半期に飲料市場及びSBFの売上数量が伸長した要因は。

A. 第1四半期は、暖冬、カレンダー要因(うるう年で営業日が1日多かった)、各社新商品の寄与、の三つの要因によって、市場は伸長。当社はブラッドオレンジナをはじめとした新商品の効果もあり、市場を上回った。

Q. 利益改善は、既に年間目標(+33億円)を達成しているが、第1四半期の数値について、どのように評価しているのか。また、第2四半期以降についてはどのように見ているのか。

A. 数量増に伴う利益増は想定以上。商品構成の改善については、計画どおり着実に進んでいる。具体的には、大容量商品を抑制する一方、ヨーグリーナやブラッドオレンジナをはじめとした新商品やホット商品などにより、500ml商品の構成比が大きくなっている。また、生産コスト削減については、ボトル缶コーヒーの自製化等、改善活動が順調に進んでいることに加え、為替の悪化を市況の改善がやや上回り、想定を超えた。ただし、第2四半期以降は最盛期における天候が売上数量に大きく影響するため、今後の利益については慎重に見ている。

Q. 震災後の備蓄需要を含めた足元の状況は。また利益に与える影響は。

A. 天然水及び伊右衛門等のブランドで大容量を中心に需要が大きくなっている。利益に与える影響については現時点では分からない。

【国際セグメント】

Q. アジアについて、ベトナムは今後も現在の良い状況が続くと見ているか。また、ベトナム以外のエリアの状況は。

A. ベトナムは、市場が1割程度の伸びを見せる中、サントリーブランド・ペプシコブランド共に好調であり、当社は2割程度伸長。4月より新商品TEA+ MATCHAも発売している。また、タイにおいては健康食品のBRAND'S Essence of Chicken等が堅調に推移。昨年減損を行ったインドネシアについても回復傾向が見られる。新興国市場は変動が大きく、予断を許す状況には無いが、今後もこの好調を維持していきたい。

Q. 欧州が減益となっているが、その要因は？

A. フランスの事業環境が厳しく一部商品が棚落ちした影響が大きかった。また、今年に入り、砂糖・果汁といった原材料価格が上昇していることも利益面でマイナス。スペインは業務用を中心に好調だが、フランスのマイナス影響をカバーするに至らなかった。