

## 【主な質疑応答】2016年12月期 第2四半期決算説明会

### 【国内セグメント】

Q. 今年は各社「脱デフレ」をテーマに掲げているが、現在及び今後の飲料市場の状況をどのように見ているか。

A. 全体的に平均価格の下げ止まり傾向は見られるが、再びデフレに陥る可能性が無いとは言えない。一部、他業種ではデフレ回帰の動きが見られ、飲料業界にも同様の動きが出ることを懸念している。当社は引き続き利益創出の取り組みを継続していきたい。

Q. 年間の業績予想を変更していないが、下期の利益増減について、要因別にどのように見ているのか。

A. 販売数量については、去年は下期に大きく伸ばすことができたが、今年の下期はその反動がある。

生産コスト削減は、下期に計画していた改善活動を上期に前倒しで実施したこと及び市場も不透明であることから、上期ほどの利益増は見込んでいない。

商品構成についても、ヨーグリーナ等の新商品効果により、元々上期に多くの改善が出る計画としており、下期は上期と同水準の利益増にはならない見通し。

総じて昨年度下期の利益は高い水準であり、慎重に見ている。

### 【国際セグメント】

Q. フランスのリカバリープランの詳細は。

A. まず、店頭活動の徹底強化。棚落ち商品を各店舗においてしっかりと棚に戻し、店頭露出の拡大等で最盛期の需要を取り込む。また、業務用チャンネルに向けても新商品などを積極提案する。また、コストマネジメントも強化する。これら取り組みを通じ、売上と利益を少しでも取り戻す。

Q. アジアの第2四半期が、第1四半期に比べ、鈍化したように見えるが、なぜか。

A. 上期のアジアのドライバーはベトナムであったが、第2四半期に入り、様々な外部環境の悪化があり、市場が鈍化したため。具体的には北部エリアの悪天候、観光業が盛んな中部エリアの海洋汚染、農業が盛んな南部エリアの干ばつ等により、全体的に消費マインドが減退した。第2四半期も当社のシェアは上がったものの、販売数量においては、市場環境の影響を大きく受けた。下期に入り、天候は回復傾向にあり、北部の営業を強化するなど、着実にビジネスを伸ばしていきたい。

Q. 英国で砂糖税が導入された場合の影響は？

A. 砂糖税が導入された場合の具体的な金額影響は試算中であるが、導入有無に関わらず、世界的に消費者の嗜好が低糖、低カロリー商品にシフトしており、当社も Lucozade Zero を英国で新発売するなど、対応を進めている。中長期的には、相対的に健康志向の商品を多く持つ当社にとってはチャンスでもあると見ている。

Q. 今後の成長に向け、どのように展開エリアを拡大していくのか。

A. 全ての国に展開していくことが必ずしも成長だとは考えていない。それぞれの市場を見極める必要がある。例えば、アフリカの複数の国では、既にオレンジーナやルコゼード等のフットプリントがあり、そのような国から優先的に事業を拡大していく。また、エリア拡大の手法については、必ずしも M&A ということではない。ターゲットとする市場に強い事業基盤を持つパートナーと合弁やフランチャイズでやることもある。ペプシコと組んだベトナムはまさに一つの成功事例。ケースバイケースで検討していきたい。