

【主な質疑応答】2018年12月期 第1四半期決算説明会

【全体】

Q. 1Qの利益は想定に対してどうだったか。

A. 全体の利益については、アジアの加工食品事業の売却益が想定より20億円程度上ぶれたことを除くと想定範囲内。地域別に見ると、欧州は天候不順の影響もあり想定を下回ったが、その他のエリアは想定範囲内。

【日本】

Q. 1Qの利益が対前年で▲30億円の理由は。

A. ・引き続き、トクホ、SOT 缶コーヒーの販売減による商品構成の悪化があったこと
・委託製造費用の増に加え、最盛期に向けた在庫の積み増しを行ったことによる原価悪化があったこと
・積極的にマーケティング費用を投入したこと
などによる。ただし、これらの要素は元々想定しており、利益水準は想定範囲内。

Q. 利益増減の「原価(▲43億円)」を定量的に解説してほしい。最盛期に向けた在庫の積み増しは今年に限ったことではないと思うがなぜ影響が大きいのか。

A. 原価の▲43億円の内訳は以下のとおり。

・生産コストダウン(▲27億円)

-活動(▲15億円)

改善活動は継続しているが、在庫積み増し、委託製造費用の増によりマイナスになった。

-原材料・為替市況(▲12億円)

主にPET包材のレジンの原料価格上昇の影響が大きい。

・その他原価増(▲16億円)

-商品構成の悪化

-販売数量増に伴う原価増

在庫の積み増しは今年に限った話ではないが、昨年後半から無菌充填ラインで製造するアセプティック商品の製造能力が不足してきており、原価に与えるマイナス影響が大きくなっている。在庫の積み増しは2Qも続くが、下期以降は平準化すると見ている。従来進めている包材の軽量化や薄肉化、製造効率の向上といった各種取り組みを継続することで、コスト改善に努めたい。また、宇治川工場において新ライン投資を進めている。2019年夏の稼働を目指しており、稼働後はこれによるコスト改善も見込む。

【欧州】

Q. 今年レシピを変更したライビーナの現状は。

A. 昨年のルコゼードエナジーに続き、今年の2月よりライビーナでも砂糖を減らした商品を投入している。今のところ売上は想定範囲内。

- Q. 説明資料の中に「スペインで競合激化」とあるが、詳細を教えてください。
- A. 当社の主力商品であるシュウエップスへの対抗として、競合メーカーが昨年新商品を投入し、価格政策も含めて攻勢を強めてきている。当社も販売は前年並みを維持しているものの、対応が必要になっており、売上収益・利益に影響が出ている。
- Q. 欧州のセグメント利益の年間計画が▲6億円に対し、1Qの結果は▲12億円。計画達成には2Q以降、増益の必要があるが、どのように挽回していくのか。
- A. MayTeaのためのマーケティング投資は計画通り行っていく。そのためにも、2Q以降は主力の3つの市場(フランス・英国・スペイン)において利益商材の売上を伸ばし、しっかりと利益を創出したい。特に重要なのは英国のルコゼードエナジーを回復させること。これに加え、昨年も実施したが様々なコスト削減に取り組んでいく。

【アジア】

- Q. アジアは、加工食品事業の売却益等を除いたオーガニックベースは減益とのことだが、その要因は。
- A. 健康食品事業において、昨年ディストリビューター変更による一時的な売上増および利益増があり、その裏返し影響が1Qに出たことが最大の要因。また、主力のエッセンスオブチキンがやや低迷している。ベトナムについても、日本と同様、レジンの影響があり、利益がやや厳しかった。
- Q. 年初の説明では、加工食品事業の売却益は60-70億円ということではなかったのか。
- A. 加工食品事業の売却は昨年から段階的に進めており、昨年4Qにも20億円程度の売却益を計上。それを踏まえたうえで、2018年の対前年の増益影響額ということで60-70億円と説明していた。したがって、この1Qに計上する売却益としては約90億円の想定だったが、売却対象事業の簿価の最終的な精査の結果、116億円となった。