

## 【主な質疑応答】2019年12月期 第2四半期決算説明会

### 【日本】

- Q. 商品構成の状況を、4-6月の容器別の販売状況と合わせて教えてほしい。
- A. 4-6月の商品構成は利益に対してプラス影響だった。トクホ・機能性表示食品が4-6月に伸長したこと、ショート缶が引き続き前年並みを維持していることが効いている。
- 4-6月の容器別の販売状況は、以下のとおり。
- 大容量ペットは、市場は約10%の減と推定、当社は前年に対し一桁後半の減。
- 500ml ペットは、市場は3~4%の増と推定、当社は前年を上回ったものの市場を若干下回った。
- ショート缶は、市場は一桁半ばの減と推定、当社は市場を上回り前年並み。
- Q. 「原価」の中で、1-6月の「活動・商品構成等の影響」が+19億円となっており、1-3月の+16億円と比べると、4-6月はコスト改善の進捗が悪くなった印象がある。コスト削減活動は順調か？
- A. 1-3月の+16億円は、ほぼコスト改善活動による効果。4-6月のコスト改善活動も1-3月に近い水準で出ており、順調。一方、4-6月の「活動・商品構成等の影響」は+2億円となった。理由は、原価率の低い大容量の販売数量が減少し、平均原価率が上がったことによる。
- Q. 1-6月の「販促広告費」は+28億円と増益に貢献している。時期ずれもあるということだが、自助努力で削減している部分と時期ずれした部分に分けて教えて欲しい。
- A. 自助努力という点では、常に、限られた原資を効率よく活用する取り組みを進めている。時期ずれという観点では、上期の剰余は基本的に下期に使っていく。8月になって盛夏が来たこともあり、今後販促をかけていく。
- Q. 7月は天候要因もあり飲料市況が厳しく、各社とも余剰在庫を抱えているという見方もあるが、今後、在庫を消化するための安売り競争が起こる懸念はないか？
- A. 7月は天候の状況を見ながら生産調整をかけていたので、8月に入ってから好天が続けば、今後在庫は順調に消化されていくと見ている。当社としては、せっかく大容量を値上げできたので、価格を下げることはしない。各社も同様の思いだと推定している。

### 【欧州】

- Q. フランスは、昨年サプライチェーンに課題があつてコストが増加した。今年の7月は大変な暑さだと聞いており、販売数量が大きく伸びる可能性がある一方でサプライチェーン体制に問題はないか？
- A. 最盛期が明けるまで分からない部分もあるが、フランスのサプライチェーン体制は大きく改善している。

## 【アジア】

Q. 飲料事業が好調な理由は？

A. ベトナムは、伸長しているお茶・水等の非炭酸カテゴリーやエナジードリンクにおいて、強いポートフォリオを持っていることが奏功し、市場を上回ることができた。

タイは、選挙前に各地で行われたイベントの影響や、政府が進めている地方での経済振興策の効果に加え、昨年の上期が不調であったことの反動もあり市場が拡大。当社は、市場拡大にうまく乗れたことに加え、地方での配荷拡大も進み、大きく成長した。

Q. 健康食品事業の状況と今後の方策は？

A. 主力ブランドの「Essence of Chicken」と「Bird's Nest」について、一般店チャネルの配荷に課題があり苦戦している。この状況を改善するべく、流通政策の見直しを進めている。

## 【全社】

Q. 世界各地の優れたノウハウを相互に交換し、柔軟に取り入れることで成長を加速させたいとの説明があったが、具体的にどのようにしてトップライン成長に結びつけていくのか？

A. 各国で持っている機能について、共通化できるものは共通化して業務を進める方が良いと考えている。すでにアジアでは一部進めているが、このようなことを世界的に進めていきたい。また、「センター・オブ・エクセレンス」を適した国に据えて、そこを中心に課題のある地域をフォローしていくということも考えている。

Q. 今年の秋にタイで砂糖税が増税されるなど、有糖飲料は今後世界的に需要の減少、もしくは規制の強化が見込まれる中、海外のポートフォリオはまだこの時流に乗り切れていない印象がある。今後どのような方針で低糖・無糖カテゴリーを強化していくのか？

A. 欧州では新たに「MayTea」を立ち上げたほか、英国の「Lucozade Energy」など既存ブランドの低糖商品強化を進めている。アジアでは「goodmood」の販売エリア拡大に取り組んでいる。低糖・無糖カテゴリーは各社が注目しており、投資を増やすべきポイント。既存ブランドのイノベーションと新規ブランドの立ち上げをバランスよく進めていく必要がある。その際、ガバナンスを利かせて投資と収益のバランスをとらなければならない。例えば、ダメだと思ったらすぐに撤退しなければならないし、「この商品は売れる」と思ったらここまで投資するといった判断基準が重要。