

【主な質疑応答】2021年12月期 第1四半期決算説明会

【全社】

Q. 全体の利益進捗は想定通りか。それぞれのセグメント別の濃淡は？

A. 全体的に想定を超えて進捗。日本、欧州はともに1-2月は厳しかったが、3月で大きく反転することができた結果、想定以上の利益進捗。

Q. 当期利益▲16%減だが、年間計画は達成できると考えてよいか。

A. 売上収益から当期利益まで、計画に対してオンライン。税費用は期ずれがあるが、年間では平準化される見込み。

Q. 原材料について、今期及び来期の見通し及びリスク要因は？

A. ある程度市況を想定しながら活動しているが、一定の影響が出る可能性はある。今後の市況を読みづらいところはあるが、どういう状況であっても、サプライチェーンを中心としたコストマネジメントをしっかりと行っていくことに変わりはない。特に、日本は本年5月末のサントリー天然水 北アルプス信濃の森工場の稼働開始により増産体制が整い、大きなコスト改善が実現する。

【日本】

Q. チャンネル別・容器別の1Qの状況は？

A. 1-3月は、すべてのチャンネルで市場を上回った。スーパーマーケットを中心としたチャンネルは、市場が約2%減に対し、当社は1桁前半の増。CVSチャンネルは、市場が約10%減に対して当社は1桁半ばの減。自販機チャンネルは、市場は約10%減、当社は1桁後半の減。容器別では、大容量は市場が約2%減に対して当社は市場並みの成長。500ml ペットは市場が約2%減に対して当社は前年並み。SOT 缶は市場が約9%減に対して、当社は1桁後半の減。

Q. 単価下落の要因は？

A. 自販機の販売数量が減少したことによるチャンネルミックスの悪化が要因。3-4月、それから直近足元の自販機販売数量は当社想定どおりで推移しており、通期計画に対してオンラインとみている。

Q. 日本の原価改善の内訳について。

A. 売上総利益 65億円の減少は、主に数量減とチャンネル構成の悪化。為替は若干のプラス、原材料市況や倉庫費についてもQ1は想定通り。商品構成は改善しており、サプライチェーンの改善活動も年間40-50億円の目標に対してオンライン。

【海外】

Q. APAC の 2Q 以降の利益成長の持続性は？

A. トップラインに関しては、周辺地域の感染症拡大状況等外部環境の不透明感はあるものの、このモメンタムが続くと見ている。売上を伸ばすためにブランド投資は行っていくが、売上と利益のバランスを意識し、利益に関してもモメンタムを維持していきたい。

Q. アジアの増益額の内訳は？

A. 利益の絶対額の内訳は、ベトナムは 4 割弱、タイ（飲料）2 割、健康食品（Brand's）2 割、フルコア 1.5 割、残りはその他。

Q. 健康食品が減収となった要因は？

A. タイ事業で 1-2 月のロックダウンの影響をモダントレード チャンネルで受けたことが主因。3 月以降は、人通りが戻ったこともあり反転基調にある。