【主な質疑応答】2021年12月期 第３四半期決算説明会

【全社】

Q.　第４四半期営業利益（為替中立・既存事業ベース）減益予想の背景は？

Ａ．市場が回復傾向へ向かい、制限緩和が進む中、マーケティング投資を増やすため。原材料高騰の影響も上期よりも受けている。第４四半期だけを見ると減益予想だが、年間ではマネジメントできている。

Q.　年内、来年に向けて、原材料高騰の見方は？値上げに関する見方は？

A.　原材料価格高騰の影響を受け始めている。トップラインを伸ばすことに注力、加えてレベニューグロスマネジメント（RGM）を徹底。具体的には、チャネルミックス、容器ミックスを改善させていく。加えて、コストマネジメントは継続。
値上げに関しては、欧米は、国によって差はあるが、来年も実施予定。日本は、選択肢として慎重に検討。まずは自助努力として、ミックスの改善、さらなるサプライチェーンコスト改善に取り組んでいく。

【日本】

Q.　単価が下がった要因は？第４四半期は改善するのか？来期に向けて単価はどうコントロールするか？

A.　要因は、チャネル構成差。スーパーの構成が上がり、自販機、ＣＶＳが相対的に落ちた。今後の見通しについては、足元、人の流れが戻る中で、自販機並びにＣＶＳも改善に向かいつつある。その前提で来期計画を組み立ている。

Q.　通期業績予想。売上収益は下方修正も、営業利益は上方修正。要因は？

A.　売上収益は、最盛期の天候不順と、緊急事態宣言の継続により第３四半期累計で減収となったことが、大きく影響。ただし、第４四半期は意欲的なトップライン計画を組んでいる。市場が回復基調となり、直近では10月単月販売数量実績前比は10%増、トップラインに大きくかじを切った施策ができる状況となってきている。営業利益は、トップラインを伸ばしながら、引き続きチャネルミックスの改善を行う。加えて、コストマネジメント、自販機の構造改革を継続し、増益基調を引き続き目指すという視点に変わりはない。

【海外】

Q.　第３四半期の欧州のトップラインの状況。コアブランドのモメンタムは？

A.　市場同様、フランスにおける天候不順が大きく影響。直近では欧州主要３か国（フランス・英国・スペイン）は堅調に推移。ブランド投資を継続・コスト構造の変革

を進め、更に高い水準を目指していく。

Q.　第 3 四半期における APAC の状況は？第 4 四半期は、トップラインは強いが減益予想。その背景は？

A.　第 3 四半期は、特にベトナムにおけるロックダウンの影響により減収。オセアニアも同様に、市場環境に影響を受けた。一方で健康食品事業は回復基調を維持。
第 4 四半期は、トップライン伸長を目的とするマーケティング投資の加速が要因。原材料価格上昇の影響も受けると想定。