2014 年 5 月 13 日

＜回答者＞

代表取締役社長　柿本　敏男、取締役　松崎　修一郎、財務・IR部長　掛見　卓也

【質問1】海外での日本食材卸網の拡大について

Q 日本食材卸網をアジア・オセアニアにも拡大していくということだが、どのように進めていくのか。

A 2012 年 10 月に宝酒造のシンガポール事務所を開設し、当社酒類製品の販売拡大を図る一方で、パートナーとなりうる日本食材卸会社の情報収集を進めてきました。できるだけ早期にパートナー企業を選定していきたいと考えています。

Q アジア・オセアニア地域にもパートナーとなりうるような企業は存在しているのか。

A 従来から当社の酒類製品を取り扱ってもらっている企業も多数存在しており、連携できる企業はあると考えています。

【質問2】原材料のコストアップについて

Q 粗留アルコールをはじめとした原材料のコストアップ・ダウンについて、最近の状況はどうか。

A 粗留アルコールについては、一時のように比較的安価だったアメリカ産のものがなくなり、調達がブラジル産のものに限られてきています。また、ブラジルのさとうきび生産量の減少というマイナス要因がある一方、（ブラジル通貨である）レアル安というプラス要因もあり、価格的には高めながら、安定しています。今後もしばらくは現状と同じぐらいの価格で推移するものと予測しています。
原料米については、指標となる全農の加工用米の価格が、一俵あたり平成 25 年産で 12,000 円だったものが、平成 26 年産で 9,600 円となっており、高騰していた昨年よりは安くなる見込みです。
その他の要素としては、燃料関係のさらなる価格上昇を懸念しており、注視していきたいと考えています。

Q 「中期経営計画 2016」期間中の 3 ヶ年のコストアップ・ダウンは、どう見ているのか。

A 中計1年目（2015 年 3 月期）は 3 億 1,500 万円のコストアップを見込んでいますが（スライド 16）、中計2年目、3年目のコストアップ・ダウンは、現時点ではイーブンと予測しています。

【質問3】“松竹梅白壁蔵「澪」スパークリング清酒”について

Q 「澪」の増産体制が整うタイミングはいつ頃か。

A 一部の設備はすでに工事を終えているなど、段階的に設備を増強しています。2014 年秋から冬頃には年間 200 万ケースを供給できる体制が整う予定です。（2015 年 3 月期の年間生産量は 130 万ケース程度の見込）

Q 「澪」は値引き販売をせずに小売店等への導入が進んでいると聞いていたが、今もその状況に変わりはないか。

A 「澪」は高い付加価値を持った商品であり、値引きをしなくても販売が進む状況については変わりません。

以　上