

2023年5月16日

宝ホールディングス株式会社 2023年3月期決算説明会 質疑応答内容

【質問① 海外事業について】

Q： 米国と欧州の景況感と競合環境について教えてほしい。

A： 米国、欧州ともにインフレの影響は受けているが、現時点ではそれほど大きな影響ではなく、特に米国は好調を維持している。

競合環境について、米国では3番手の位置である。長期的に見て、2番手を目指しているが、売上拡大ではなく利益拡大を重視している。欧州では、当社がNo.1を堅持している。欧州の市場は、米国と比較すると日本食の浸透度が浅い段階にあるため、高単価となっており、米国より利益率は高い。インフレの影響は米国より強く受けているが、フランスやスペインといった観光大国があり、コロナ禍を越えて、観光需要も戻ってきている。

Q： 海外の景況感悪化の話もあるが、今期（2024年3月期）は影響が少ないので、増益予想としているのか？

A： 一時は景況感悪化の話はあったが、まだ5月で半分も終わっていないが、現時点でそれほど大きな影響は受けていないと見ている。

【質問② 中期経営計画2025について】

Q： 部門別のROICを教えてほしい。

A： 2023年3月期については、宝グループ8.8%、宝酒造4.6%、宝酒造インターナショナルグループ10.9%である。

2024年3月期については、宝グループ5.8%、宝酒造4.2%、宝酒造インターナショナル9.4%の見込み。

ROICが低下する理由は、グループ全体では、タカラバイオの営業利益の減益予算の影響が大きい。宝酒造では、営業利益が減益予想のためである。宝酒造インターナショナルは増益予想だが、米国でリース会計基準改定があり、投下資本が169億円増加するため、前期より低下する見込みである。

Q： 中期的に見て宝グループのROICを上げていく場合、宝酒造の収益性改善が必要だ
と思うが、宝酒造インターナショナルとの協業で改善していく計画なのか？

A： 宝酒造の利益率を上げていくための施策の一つとして、協業による海外への販売を増やしていくのはあるが、国内事業もボリューム増加に頼らない、一つ一つが収益性の高い商品を発売していくことで、全体としての国内事業の利益率を上げていきたいと考えている。既存ブランドについては、「伸ばす」、「維持する」、「やめる」などメリハリをつけたブランドメンテナンスやリニューアルを実施していく。新商品についても、絞り込んだ形で発売していくことになる。一方で、安全・安心の投資も、2021年に製品自主回収をしており、二度と起こしてはいけないということで、投資は4、5年かかるとみており、そこは収益的にマイナス影響になるため、飛躍的に利益率が改善するという計画は立てにくいですが、長期的に見て、先述の施策によって利益を上げていきたい。

Q： 宝酒造の安全・安心の投資は4、5年かかるとのことだが、トータルでいくらくらいを見込んでいるか？

A： 200億円程度かかると見込んでいる。

Q： 宝酒造インターナショナルの投資で、地域別で見るとどういう配分を想定しているか？

A： 大半が米国になる。

Q： 人的資本の投資で、人数配分は宝酒造・宝酒造インターナショナルでどう推移していくと想定しているか？

A： 具体的な数字は現状ないが、国内市場はシュリンクしていくマーケットであるので、人数をどんどん投下していく計画はない。一方海外は、今後伸ばしていくためには人財が必要だが、何十人、何百人ということは考えていない。