

2017年 11月 9日

<回答者>

代表取締役社長 柿本 敏男、 代表取締役副社長 木村 睦、 IR部長 掛見 卓也

【質問1】宝酒造インターナショナルグループ（海外事業）について

- Q 海外日本食材卸事業の業績については、全体的に好調ながらも地域により差異があるという印象を受ける。地域ごとの成長性等についてご説明願いたい。
- A 現在のところ、成長を妨げる要素は見当たらない。今回の決算に関して言えば、南フランスがテロの影響もありやや低調であったが、イタリアやベルギーは非常に好調であり、全体としては現在の成長性が今後も持続すると見ている。
- Q イギリスのタザキフーズに関する説明の中で、ポンド安による利益面へのマイナス影響があったとのことだが、これは一時的なものか。
- A 2016年6月にイギリスの国民投票でEU離脱の方向性が示されて以降、ポンド安が急速に進んだ。このため、国外から調達を行うタザキフーズの仕入コストが上昇しており、販売価格への転嫁を順次進めている状況である。今後もポンド安が続くかどうかは分からないが、特殊要素であることは間違いない。
- Q 米国工場で清酒の生産能力を増強したとのことだが、一方で日本産ブランドの人気も高まっており、国内からの輸出にも強みがあると思う。清酒の海外生産と輸出の考え方を聞かせてほしい。
- A 当社グループは1982年より米国で清酒の製造を行っている。国内からの輸出に比べれば現地生産のウェイトが圧倒的に高く、米国市場におけるボリュームゾーンに対しては現地生産の商品を中心に展開している。一方で、現地では生産できない「濁」や特定名称酒等の高品質酒については、日本国内で製造したものを米国を含む各国で販売することで需要を取り込んでいきたい。

【質問2】宝酒造（国内事業）について

- Q 国内ではインバウンド需要の高まりが注目されているが、これに対する取り組み状況を教えてほしい。また、訪日外国人旅行者を対象とした、酒蔵での酒税免税制度が開始されたが、影響はあるか。
- A とくにインバウンド向けに限った取り組みをしているわけではないが、清酒の商品戦略として、様々なターゲット、チャネルに対して全方位で取り組んでいる。技術で差異化された付加価値商品で市場を切り拓くとともに、抜け・モレの無い商品開発を進めており、その中でインバウンド需要に対してもしっかりと対応していきたい。酒税の免税制度については、当社グループにおいて影響はないものと見ている。

以上