

2019年11月14日

<回答者>

代表取締役社長 木村 睦、 取締役 森 圭助、 I R部長 掛見 卓也

**【質問1】 国内外の利益減少への対応について**

Q 宝酒造（国内事業）および宝酒造インターナショナルグループ（海外事業）での当期の利益減少要因とその対策について説明があったが、すぐに対処できるものと時間を要するものがあると思う。スケジュール感について教えてほしい。

A 基本的には、どれも時間をかけて行うものではないと考えている。特に当期については、通期の利益目標を下方修正せざるを得ない状況であり、既に対応に着手している。

宝酒造インターナショナルグループの海外日本食材卸事業で進めている対策について言えば、まず物流倉庫の移転・拡張については、ミューチャルトレーディングのニューヨーク拠点で2020年1月、ロサンゼルス拠点が2020年8～9月頃の稼働予定なので、物流効率向上の効果が表れてくるにはもう少し時間がかかると考えている。

また、仕入価格上昇分の販売価格への転嫁についても、顧客との交渉を進めている。当期の為替変動による仕入コストの上昇について見ると、フーデックス（ユーロ）、タザキフーズ（ポンド）、ニッポンフード（豪ドル）といった各卸会社の現地通貨が米ドルに対して全面的に安くなっているのが主な要因であり、これについては価格転嫁以外に有効な手段がない。海外日本食材卸事業は、総じて年率10%程度は売上高が伸長している成長分野であり、時によってこのような為替変動の波をかぶることは、この事業を展開していく上ではある意味では避けられない課題だと認識し、中長期的な視点で取り組んでいく必要があるだろう。

もう一つの共通購買については、当社グループの一員になったとは言え、各卸会社それぞれの事情もあるため一足飛びに運ぶものではないが、引き続き取り組みを進めていく。

Q 為替変動以外の部分での仕入コスト上昇もあるということだが、これについては共通購買で効率化を目指すということか。考え方を聞かせてほしい。

A 共通購買によるスケールメリットでコストを抑制できる領域は当然あるが、コメなど世界的な需要の高まりによって価格が上昇している商材については、スケールメリットだけでは補いきれない部分も出てくるだろう。他社でも容易に調達できる汎用性の高い商材については当社1社のみでコントロールできるものではないので、付加価値の高い商材を調達して販売する、そのウエイトを高めることも必要だと考えている。

**【質問2】次期中期経営計画および長期経営ビジョンについて**

- Q 次期中期経営計画および長期経営ビジョンについて、グループ全体としてどのような方向性で考えているのか、差支えない範囲で教えてほしい。
- A 現在策定中のため詳細をお伝えすることはできないが、国内事業、海外事業、バイオ事業という現在のグループの形はある程度整ってきていると考えており、これに大きな変更を加えるようなものではないと考えている。しかし今回、通期の業績予想を下方修正した要因を見ると、特に海外事業ではまだ出来ていないことも多く、それらを強化して行く必要はあるだろう。

以上