宝ホールディングス株式会社 2021 年 3 月期第 2 四半期決算説明会
質疑応答内容および補足説明（要旨）

2020 年 11 月 12 日

＜回答者＞
代表取締役社長　木村　睦、取締役　森　圭助、財務・ＩＲ部長　宇佐美　昌和

【質問１】第 2 四半期決算および通期業績予想について

Q．宝酒造および宝酒造インターナショナルグループで、前回 8 月 4 日発表の会社予想に対して、販売費及び一般管理費が削減できた理由は何か。
A．8 月 4 日発表予想において、タカラバイオグループの第 2 四半期累計の業績予想は上方修正したが、宝酒造と宝酒造インターナショナルグループの業績予想は据え置いており、経費削減額は事実上 5 月 14 日の期初予想に対しての比較となる。要因としては、新型コロナウイルス感染症の影響により、当初の想定よりも各事業における活動量が大きく落ちたことで、例えば旅費交通費といった営業活動に係る費用を使用しなかった面などが大きい。

Q. 宝グループ連結の 2021 年 3 月期通期のセグメント別の営業利益予想において、「調整額」が▲8 億円ほど計上されているが、これはどういったものか。
A. 当初の業績予想は、新型コロナウイルス感染症の影響が 2020 年 7 月頃まで続き、8 月以降は正常化するという前提で策定したものである。しかし、新型コロナウイルスの影響は長期化しており、今回発表した業績予想には長期化に伴うリスク分を織り込んではいるものの、特に宝酒造インターナショナルグループについて、今後の見通しが不透明な部分があり、さらなるリスクに備えて調整額の一部で予備的な要素を見込んでいる。

【質問２】宝酒造（国内事業）について
Q. 本年 10 月の酒税法改正により、第三のビールは酒税が上がり、ソフトアルコール飲料は据え置きであることから、ソフトアルコール飲料の相対的な値頃感が高まっていると考えている。直近の状況を見て、この酒税法改正における宝酒造への影響をどう考えているか。
A．ソフトアルコール飲料は、第三のビールの増税によりプラスの影響を受けていると見ている。足元では、増税前の 9 月に第三のビールの駆け込み需要で家庭内の在庫が増加したと見られるため、10 月にソフトアルコール飲料の数字が大きく伸びたということはないが、逆に落ち込んでもいないため、好調を維持していると考えている。

Q. ソフトアルコール飲料等における高付加価値品の育成を掲げているが、消費者の低価格志向の高まりが予想されている。根強い節約志向の中での高付加価値品の育成策を教えてほしい。
A. コロナ禍における節約志向はもちろんあるが、一方で「少量でも良いものを」という消費シーンもあると考えている。高付加価値品を求める消費行動を捉えていくため、従来の商品ラインアップに加え、数量は限定的になるかもしれないが付加価値の高い商品を適宜提案していくことで、ソフトアルコール飲料の売上拡大に努める。

Q. 他社を含め、ソフトアルコール飲料市場にアルコール度数の高い商品が増えている背景について教えてほしい。

A. 諸説あると思うが、一説では、節約志向の中で、容量が同じであるならアルコール度数の高いものの方が割安感を感じるとして受け入れられているとも言われているが、それだけが原因かどうかは定かではない。また、ステイホーム下での消費においては、ゆっくりと長時間かけて飲むという消費行動も見られるようであり、アルコール度数の高い商品が今後も売れ続けるかどうかという見極めも必要だと思う。

Q. アルコール度数における商品戦略を教えてほしい。

A. 宝酒造のソフトアルコール飲料の主力商品である“タカラ「焼酎ハイボール」”のアルコール度数は 7%であるため、同ブランドの販売が拡大すると自ずとアルコール度数 7%の商品が増えていくが、それはアルコール度数 7%の商品に注力するという意図ではなく、商品設計の中でアルコール度数 7%が最適だと考えたからであり、高アルコールや低アルコールといったアルコール度数を軸とした販売戦略はとっていない。

【補足説明】

決算説明の海外日本食材卸事業の説明で、飲食店向けの販売比率が高いという話をしたが（スライド 22)、具体的には、会社間で差異はあるものの全体では約 9 割が飲食店向けの売上であり、そこが今回大きな影響を受けたという状況である。第 2 四半期累計の実績が期初計画を上回ったのは、3－4 月に世界各地でロックダウン等が続き経済活動が停止した時期に最悪に近い想定のもとで会社計画を立てたためで、その時の前提は 2020 年 8 月には昨年までの成長軌道に戻るというものだった。その結果、第 2 四半期累計では新型コロナウイルス感染症の影響が想定したほど大きくならず計画を上回ったものの、現在ご承知の通り影響が長期化しているので、下期にかけて成長軌道に戻るとしていた通期の計画までは到達できそうにないというのが今回発表した海外日本食材卸事業の予想である。

以上