

<回答者>

代表取締役社長 柿本 敏男、取締役 木村 睦、財務・IR部長 掛見 卓也

【質問 1】松竹梅白壁蔵「漣」スパークリング清酒について

Q スパークリング清酒「漣」の売上は拡大しているが、昨年 11 月時点の予想よりは下回っている。今年の見通しはどうか。

A 2013 年 9 月に販売ルートを増大して以降、供給が追いつかなかったこともあり、増産体制が整った際に、生産能力の最大値を販売計画とした。結果的にそこまでの販売実績とはならなかったが、現在も伸長を続けていることに変わりはなく、今後も順調に拡大するものと考えている。

Q 今期は生産能力の上限近くまで販売する見込みということか。

A 年間 200 万ケースの生産能力に対して、今期の販売計画は 125 万ケースとしている。自社調査によると「漣」をまだ飲んだことがない方が多くいらっしゃるようだが、それだけまだ伸びる余地があるということでもあるので、今後もしっかりと育成していきたい。

Q 競合商品との関係はどのように考えているか。

A 発泡性清酒は 100 程度の商品が上市されていると思うが、「漣」はこの分野で 8 割近いシェアを占めているようだ。支持をいただいている一番の理由は、味による差異化だと考えている。いずれにしても市場が拡大していくことは歓迎する。

【質問 2】焼酎の販売見通しについて

Q 今期の焼酎の売上高はほぼ前年並みの計画だが、焼酎の販売の減少傾向に歯止めがかかるものとみているのか。

A 減少傾向が止まってきているという実感はない。差異化された商品を発売、育成していくことで、この傾向を食い止めていきたい。

【質問 3】海外日本食材卸事業の地域展開について

Q 海外日本食材卸事業は欧州を中心に展開しているが、他の地域への展開はどのように考えているか。

A 北米は持分法適用会社のミューチャル・トレーディング社の支援を強化することで拡大していきたい。アジア・オセアニア地域についてはまだ未着手の状況なので、当社グループのパートナーになってくれる企業が見つければ積極的に迎え入れていく。

Q 自社での展開は考えていないのか。

A 自社による展開では時間がかかるなど、課題も多い。パートナー企業と組むことが最善の策だと考えている。

【質問 4】バイオ事業とのシナジーについて

Q バイオ事業と他の事業とのシナジーはどのようなところにあるのか。

A 当社グループの宝ヘルスケア社は、タカラバイオの技術によってその機能性が解明された素材を用いた健康食品を販売しており、シナジーが発揮されていると考えている。

以上