

2024年11月12日

宝ホールディングス株式会社 2025年3月期 中間期 決算説明会 質疑応答内容

【質問① 宝酒造について】

Q：国内の宝酒造は、想定以上のコスト高や、マーケティング投資も一巡しているなか、当期、来期について、増益基調としていけるのか。

A：この上期の減益は、前期下期から当期上期にかけて重点的に宣伝費を投下したためであるが、あくまで先行的に投下したので通期では増益を計画している。来期は現中計の最終年度であり、目標達成に向け取り組みを進めている。ただし、為替については、宝酒造に限って言えば、極端な円安になるとマイナスの影響を受けるのは間違いない。

Q：マーケティング投資は今後、減らすのか、または継続していくのか。

A：来年度の計画は現時点では申し上げられないが、今後も新製品を発売していくので、ある程度継続的にマーケティング費用を投下する必要があると考えている。

【質問② 宝酒造インターナショナルグループについて】

Q：売上は前年比プラス15%の増収だったが、為替を除くと前年比はどれくらいか。

A：プラス2.2%で推移した。

Q：米国、欧州等でのインフレによる外食需要が低迷しているという話を聞くが、現在の状況はいかがか。

A：厳しい状況にあると思っている。増収だが、為替を除くと数%程度のプラスなので、しばらくは辛抱の時期が続くと思う。

Q：アメリカの次期大統領がトランプ氏となるが、何か影響はあるか。

A：あくまでも仮定の話ではあるが、宝酒造インターナショナルの事業にとって影響があるとするれば、アメリカと中国との関係によって、アメリカのミューチャルトレーディング社が中国から調達しているものがどうなっていくのかという点である。インフレのなか、関税の圧力がかかれば、外食への影響も出てくると思う。

【質問③ 宝酒造インターナショナルグループの海外酒類事業の取り組みについて】

Q：海外酒類事業の和酒について、今後アメリカ市場等でブランディングしていくためのマーケティング投資のお考えは。

A：まだまだボリューム的に小さく、大きなブランディング投資は現時点では考えていない。

Q：御社のチューハイの輸出に関する期待値はどの程度なのか。

A：RTDの需要はあると思っているが、我々の最優先はスパークリング日本酒「漣」を拡大していくことである。

RTDについても拡大していくが、どの程度のシェアを目指すといった目標は現時点ではない。

【質問④ 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の取り組みについて】

Q：インフレ等の懸念があるなかで、調達側の競争環境の変化があれば教えてほしい。

A：調達に関しては、以前よりも独占的な取り扱いができる商品が少なくなっている。

今回、ミューチャルトレーディング社が東京豊洲市場内の鮮魚仲卸業者である築地太田社と、オータフーズマーケット社の株式を取得したが、今後、川上の調達サイドも視野に入れる必要があると思っている。

Q：インフレの影響で中小事業者の経営が苦しくなることで、大手による集約があったり、御社のM&A戦略に追い風になっているようなことがあるのか。

A：追い風という感触はない。

Q：販売チャンネルの多角化という点で、北米で量販店の開拓を行っていくとのことだが、今後、量販店の構成比を上げていくのか。

A：当社は9割弱が料飲店向けの販売であることが強みであり、料飲店向け中心の方向性を変えるつもりはない。ただし、コロナ禍で料飲店が大きな打撃を受け、事業の安定性という点からは量販店等、他のチャンネルも開拓する必要はあると考えている。

Q：他社は、大手量販店との取引で先行している状態であるが、まだ御社に参入余地はあるのか。

A：商品次第であり、当社が独自の商品をしっかり調達できれば余地はあると思っている。独自の商材を供給できるか否かが今後勝負になってくる。