

2016 年 5 月 11 日

<回答者>

代表取締役社長 柿本 敏男、 取締役 木村 睦、 I R 部長 掛見 卓也

**【質問 1】宝酒造グループの商品戦略について**

- Q 今期の商品戦略について、市場の変化にスピーディかつタイムリーに対応するために、新製品開発体制を強化するということだが、具体的なイメージを教えてください。
- A 当社は、独自の技術により他社と差異化された商品づくりを基本方針としてきたが、消費者のニーズが多様化し、またその変化のスピードが速まるなかで、消費者のニーズに対応しきれていない部分が生じてきたと分析している。対応の仕方はカテゴリーによって異なるが、例えば焼酎で言えば、ユーザーの高齢化によって一人当たりの消費量が減少することに対し、若い年齢層に向けた商品開発が足りなかったと思う。また清酒に関して例を挙げれば、当社は“松竹梅「天」”などの普通酒を主力として展開してきたが、一方で特定名称酒などの開発が不足していたと見ている。
- Q 全量芋焼酎「一刻者」などは、開発に 5～6 年を要したと聞いたことがあるが、今後の商品戦略においては、開発サイクルを短くするのか。
- A 単純に短くするというのではなく、技術で差異化された付加価値の高い商品づくりは、これまでと同様に行っていく。その一方で、市場のニーズにスピーディに対応するための商品開発にも取り組む。バランスよくやっていきたい。

**【質問 2】海外日本食材卸事業の展開について**

- Q フードックスグループで売上が最も大きいのはフランスということだが、昨年 11 月に発生したテロの影響はないか。
- A 事件発生直後は夜間外出禁止令の発令など影響もあったようだが、その後は影響も薄れており、とくに大きな支障はないと見ている。
- Q 中計に掲げているアジア・オセアニアについては説明がなかったようだが、こうした地域には展開しないのか。また、展開するとすれば時期はいつ頃か。
- A 世界での日本食材卸ネットワーク構築を目指す以上、そうした地域にも展開したいとは考えているが、パートナーシップを組む相手先の意向も踏まえながら着実に進めていく方針であり、時期については未定である。

**【質問 3】輸入原材料等に対する為替変動の影響について**

- Q 今期の想定為替レートを 1 ドル＝119 円で見ているが、円高に推移した場合の影響は。
- A 対ドルで円高に 1 円に振れた場合、宝ホールディングス連結の売上高には、5～6 億円のマイナス影響が出るだろう。しかし利益面では、円高による海外子会社の利益の目

減り分と輸入原材料価格の低下分が相殺されるよう、為替予約などの対策を講じており、為替変動の影響は軽微である。

Q 粗留アルコール価格の動向と今後の見通しについて教えてほしい。

A 為替の影響もあり、ドルベースでの価格は上昇している。粗留アルコールの主たる供給元であるブラジルでは、原料となるサトウキビが豊作と聞いている。現時点では昨年から大きな変動はないという見通しを持っているが、収穫期に入る今後の価格動向には注視していく。

#### 【質問4】戦略商品（「澪」「ゼロ仕立て」）の状況について

Q スパークリング清酒「澪」については、昨年8月に「澪」〈DRY〉を発売したが、通常の「澪」と「澪」〈DRY〉の販売構成はどうなっているか。また、今後はどちらに注力していくのか。

A 販売構成については、通常の「澪」が8割、「澪」〈DRY〉が2割程度であり、今後も基本的には通常品の「澪」の拡売に注力していく。「澪」の育成に関しては、幅広い方々に飲んでいただくことが重要だと考えている。例えば、当社ソフトアルコール飲料の基幹商品である“タカラ「焼酎ハイボール」”はヘビーユーザーに支持された商品であり、一人当たりの消費量が多い商品である。一方「澪」は、ライトユーザーをターゲットにした商品であり、一人の方が多く飲むよりも、より多くの方に飲んでいただくことを目指して取り組みを進めていきたい。

Q 昨年6月に発売した「ゼロ仕立て」を本年3月にリニューアル発売したが、立ち上がりの状況はどうか。

A リニューアル後も一気に伸びているということはないが、評判はいいと聞いている。果汁を使用しながらも糖質ゼロであることが同商品の特長で、現段階では技術的な要因から柑橘系のフレーバーしか発売できていないが、今後は柑橘系以外の果物にも展開したい。

#### 【質問5】営業利益目標達成の考え方について

Q 2017年3月期の営業利益目標（連結）を120億円としているが、これを達成するうえで、各事業セグメントのバランスをどのように考えているか。

A 国内での酒類・調味料事業（原料用アルコール含む）、宝酒造グループの海外事業、その他の国内グループ会社、そしてバイオ事業の4つに区分して考えると、やはり課題があるのは国内の酒類・調味料事業である。この事業を確実に増益に持っていくことができれば、営業利益目標は達成できると見ており、長期経営ビジョンで目指すバランスのとれた事業構造にも近づけるものと考えている。