

回答者 代表取締役社長 大宮久、代表取締役副社長 大宮正、取締役 IR 室長 松崎修一郎

【質問1】 中計期間における酒類事業の市場認識について

- Q 酒類事業全体の市場について、たとえば、“カテゴリーの構成比率は変わらない”とか、“数量的に増えるが売上は変わらない”など、どのような前提で、第7次中計期間の3年間を捉えているか。
- A 全体としては微減の傾向が続くのではないかと思う。やはり、高齢化していき、人口が減少しているので、少しずつだが、市場全体は沈んでいく方向にあると考えている。
- そのような中で、どのように利益を確保していくのかという点、ブランドというものを確立、育成していくことで、利益を生み出し、あるいは数量も確保していきたい。ブランドを育成していくためには、やはり他社よりも品質的に優れた価値のあるものを作り、商品ターゲットをはっきりさせて、そこに宣伝がしっかり届くようにするなど、戦略をきっちり決めてやっていく必要があると考えている。

【質問2】 新たな品質訴求商品の計画について

- Q 品質訴求商品の代表的なものに、「一刻者」があるが、前回の説明会で、「一刻者」に続くような商品を出したいと表現をされていたが、どのような状況か。第7次中計にはどのような感じで織り込んでいるのか。
- A 3年計画の中には(それほど大きな数字は)織り込んでいない。但し、今年度中には上市したいと思っている。麦焼酎だが、ある程度の期間貯蔵すると、品質がどんどん変化していき、私も半年ごとぐらいに利いているが、なかなかいい出来栄えになってきている。

【質問3】 海外事業の実績と計画について

- Q 海外事業に力を入れていくということだが、終わった期の実績と3年後の計画は、どのぐらいの売上高を見込んでいるのか。
- A 前回の第6次中計では、実は売上高100億円という目標を立てていた。通常のペースでいけば、そうはならない事が分かっていたが、M&A等をやって、何とかしたいと考えていた。しかしながら、正直言って、そのところは上手くいかなかった。既存の事業については、第6次中計が始まる前の売上高は約50億円で、第6次中計終わった時点で、約70億円になった。第7次中計においては、これは80億円以上にしたい、という予定を組んでいる。これプラス α については、今度は、前回の反省を含めて、計画の中に織り込まないことにした。

【質問4】 海外の清酒事業進展のボトルネックについて

- Q このところ、メディア等々通じて、日本食文化が広がってきており、日本酒等のビジネスも広がっているのではないかと、という話を多々聞くが、今の質疑応答を聞くと、実際のビジネスを行っている御社の見解では、なかなか難しい、と承った。何がネックになっているのか。
- A 海外の日本酒に関しては、米国と中国に工場があるが、主体は米国となる。その米国の市場だが、確かに伸びているのだが、一方、原料で使用している米国米の価格が、ことのほか上がって利益を圧迫している。これは、市場が許すならば価格に反映しないとやむをえないところまで来ているのでは、という認識である。ただ、日本から輸入されている清酒と我々の米国産の清酒では価格差があるので、その余地はあるのではないかと考えている。

【質問5】 財務戦略のキャッシュインとキャッシュアウトの関係について

- Q スライド23ページの「3年間のキャッシュフロー使途」に関して、「バイオ事業における新たな投資」はどこから資金がでているのか。
- A 「バイオ事業における新たな投資」は、ちょっといくらか分からないこともあり、数字を入れていない。この資金がどこからでているかと言うと、キャッシュイン340億円の中にはバイオ事業の営業キャッシュフローも入っており、その資金や、タカラバイオ自身がかかなり手持ち資金をもっており、そこから投資し、さらにそれでも足りなければ、別途の調達もあると考えている。
- Q その場合に、外部資金からの調達以外で充当するならば、株主還元総額のところが、少し犠牲になることはあり得るのか。
- A 基本的にバイオを除く宝ホールディングスにおいても、かなり手持ち資金をもっているの、そういった意味では、帳尻をあわせることは十分可能だと思っており、株主還元総額のところが犠牲になるような事はないと考えている。

【質問6】 宝酒造グループの収益性トレンドについて

- Q 販促費等々の削減が進んでいると思うが、改めて、宝酒造グループの商品群ごとの、収益性のトレンドを教えてください。
- A ザクっと言うと、焼酎とソフトアルコール飲料に関しては、納入価格の見直し効果もあって、収益性はプラスにきていると考えている。逆に、清酒と調味料に関しては、プレゼンテーションにもあったように商品構成の変化により、収益性は低下している、という傾向である。

【質問7】 今後3年、5年のチャネル変化について

- Q コストアップ等々ある中で、販促費の抑制が続いていくと思うが、今後3年、5年のスパンで、販売チャネルは、どのように変化していくと考えているか。メーカーから見た目を教えてほしい。
- A 規制緩和後、急激にスーパー等に酒販免許が下り、当社の数字であるが、スーパーの売上高構成比は4割を超えてきた。一方、一般酒販店は1割少しとなっており、これ以上、急激な進展というのは5年経ってもあまりないのではないかと考えている。そういった意味では、先ほどもあった売上高構成比の変化、たとえば清酒の一升瓶が売れなくなって紙パック等が売れるということは、なだらかに進むことはあるものの、今よりも激しく進むことはないのではないかと考えている。

【質問8】 今後3年、5年の焼酎メーカーの採算性について

- Q 先ほどの質問と同じ時間軸で、焼酎メーカーの採算性の格差が、今後ますます広がっていくやと思うが、それについて、再編の可能性も含めどう思うか。
- A コストアップは、輸入原料と国産原料と2種類あり、焼酎甲類は輸入原料で、乙類は一部輸入もあるが、だいたい国内ものである。どちらかと言うと私は、輸入原料のほうが、将来的にコストアップしてくると考えており、甲類焼酎のほうが厳しいと思うが、原料だけじゃなしに、たとえば、運送費や容器とかあらゆるものがコストアップしてくると思うので、メーカーによっては、自社のコストダウンの努力をはみ出るような形も出てくるのではないかと思う。乙類ブームの時に、一部のメーカーは投資をしており、その部分については、稼働率が落ちた時は、苦しくなってくるのではないかと思う。そうすると、統廃合が進む可能性もあるのではないかと考えている。

【質問9】 タカラバイオの持分について

- Q お金の使い道の話で、必要な時には負債調達をするというお話であったが、70%保有しているタカラバイオ株の持ち分を下げて、資金を生むという選択肢はないのか。
- A 基本方針としては、70%をキープしていきたいという考えである。たとえば、チャンスがあって、タカラバイオがどうしても買い物(M&A)をしたいという話で、エクイティの可能性が出てきた時などは、話し合わなければいけないと思うが、宝ホールディングスとしては、70%をキープしていきたいと思っている。

【質問10】「一刻者」の現状と見通しについて

- Q 「一刻者」の伸び率が鈍化している印象があり、現状と先の見通しを教えてください。
- A だんだん売上が大きくなっており、率から言うと、分母が大きくなる分、伸び率はキープできないが、額では、この3年間で10億円から10数億円伸ばせるのではないかと、今のところ思っている。しかしまかり間違っても、量を稼ぐために、紙パックとかペットボトルにはいかないようにしたいと考えている。

【質問11】宝酒造グループの今期の上下の見通しについて

- Q 今期の宝酒造グループの上下の利益だが、昨年の納価改定の影響を考えたら、上期の増益がずいぶん少ないと思うが、どういうことか。
- A 甲類焼酎の大型容器がもうちょっと戻ってもいいのでは、というご指摘かと思うのだが、甲類焼酎は、市場そのものが趨勢的に減ってきており、当社の実績も第4Qにおいて、想定より減速したため、控え目に、安全目に予算を組んだつもりである。また、例年のパターンであるが、コストアップの要因が上期から出る一方、コストダウンの多くは、上期から取り組むのでどうしてもその効果が下期に集中してでてくるため、このような計画になっている。

以 上

なおバイオ事業に関する説明は、当社子会社であるタカラバイオ株式会社(東証マザーズ上場 コード番号4974)が同日に決算説明会を実施しておりますので、そちらをご確認願います。

当日の説明会資料は、タカラバイオのホームページ< <http://www.takara-bio.co.jp/ir/library/index.html> >に掲載されております。