宝ホールディングス株式会社　2009 年 3 月期　第 2 四半期決算説明会　質疑応答内容

2008 年 11 月 12 日(水)　野村證券日本橋本社 7F講堂(東京)

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】　値上げをした商品の販売動向について

Q　全量芋焼酎「一刻者」など、本格焼酎の芋焼酎や麦焼酎を 6 月に値上げしましたが、浸透度合い等は、計画通りに進んでいますか。

A　あまり販売数量に影響がなく上手くいったのではないかと思います。本格焼酎の場合、商品に個性があり、当社商品のファンがいらっしゃったのではないかと思っています。

Q　一般の食品はだいぶ PB 商品にシェアが移っているかと思いますが、今おっしゃったように、お酒はコアのファンがいて、PB 商品等に移行しないと考えてよいのでしょうか。

A　甲類焼酎については、正直言って PB 商品に移行した部分があります。一方本格焼酎については、品質の違いなどから、私どものファンがきっちりといらっしゃるのではないかと思います。甲類焼酎は品質格差をお客様に訴えることが難しいといった側面があると思っています。

【質問2】　甲乙混和焼酎が増えている理由について

Q　甲乙混和焼酎が増えているという話でしたが、ある程度香りを楽しみながら、やっぱり値段も安いほうがよい、というお客様の層が増えてきているのでしょうか。

A　私の考えとなりますが、今経済状態が非常に厳しい状況ですから、価格があるラインを超えると、銘柄のチェンジにつながってくるのではないかと思います。またもうひとつには、味の傾向の変化があるかと思います。これまで本格焼酎で飲まれていたのは、限りなく甲類焼酎に近い味わいのものでしたが、そういった物から少しずつ味わいの濃いものに移行している可能性があります。混和焼酎のほうへ移行しているのは、本格焼酎の値上げを契機に、そういった味わいの側面での影響もあるのではないかと思っています。

【質問3】　事故米の不正転売問題の影響について

Q　事故米の不正転売問題がありました。御社には直接関係がなかったのですが、この影響はどのように働いたのでしょうか。

A　正直申しまして、はじめは、当社への引き合いが増えましたが、だいたい落ち着いてきまして、そんなに大きなプラスにはなっておりません。ただ「一刻者」については、麹も芋の、芋 100%の商品ですので、フォローに働いているかと思います。

【質問4】“更なる品質管理体制の強化”におけるタカラバイオとのシナジーについて

Q　これまでの品質管理の水準をさらにレベルをあげるということで、製品検査の頻度をあげ、原料の微細な分析を行い、また納入メーカーにもこれまで以上の安全性を確認するということですが、これらの検査などを、将来タカラバイオ社で行わせる等、TaKaRa グループでシナジーを働かせるということは考えておりませんでしょうか。

A　タカラバイオが以前から、“LC-MS/MS”という分析機器を販売しており、タカラバイオから購入しました。ですので、LC-MS/MS を使う技術などもすぐに導入できましたし、素早く対応できたのではないかと思っています。LC-MS/MS は分析能力が高く、400 種類ぐらいの農薬等を一挙に分析できます。それを、従来はメインの工場に機器を置いてそこの工場以外は郵送して分析していたのですが、今は必要となる各工場に分析機器を置き、生産ロット毎に分析を行っています。そうすることで製造に遅延なく分析できますし、また提携先とも距離が近くなりますので、提携先の製品サンプルも検査してその結果を返すといった形にしていきたいと既に話をしております。
また製品だけでなく特定の原料においても、各工場において微細な分析をロット毎に実施していくよう変えました。

【質問5】 本格麦焼酎「知心剣」と松竹梅「白壁蔵」<生酛純米>の販売見込について

Q　本格麦焼酎「知心剣」と松竹梅「白壁蔵」<生酛純米>は、今期の業績予想に新たに加えられたのでしょうか。

A　知心剣は正直言いまして、期待していた以上に好調といった感じがいたしますのでので、今期の見込に加えております。それから白壁蔵生酛純米に関しては、これは松竹梅ブランド全体のイメージをあげる白壁蔵の代表商品というということで、売上高としてはそう大きくない商品だと考えております。

【質問6】 みりんマーケットの動向について

Q　食の安全意識が強まると、自宅で食事を作ろうと食の家庭回帰が考えられますが、そのような傾向において、御社の利益商材である本みりんの消費が増えるというようなことはありませんか。

A　そのようなことは期待いたしますが、本みりんは毎年安定し前年比 100%ぐらいで推移しています。本みりんは、家庭で消費されていたものが、中食等での消費が増えるといった傾向で、あわせて前年比 100%ぐらいで推移しています。

【質問7】 原材料価格の変化について

Q　足元の原材料価格が下がってきていると思いますが、いつから原料安として生じてきますか。

A　確かに先物市場等下がっているものもありますが、私どもの仕入ベース、あるいは原価ベースでは、特にこの下期のコストアップが非常に厳しい状況です。確かに先行きもう少し下がってくることを私どもも期待したいとは思いますが、一方、基本的には世界的に食糧不足でありますし、楽観的な見通しは立てづらいと思っています。

Q　粗留アルコールの値段が直近あがっているのはなぜでしょうか。

A　粗留アルコールは、世界の中で輸出余力があるのがブラジルだけとなっており、ほとんど一手販売のようになっています。それと、アメリカはトウモロコシからエタノールを製造しているのですが、アメリカにおいてトウモロコシが高騰したので、むしろブラジルからエタノールを買い付けており、値段は上がっていると、私どもは聞いております。

【質問8】 下期の販促費の増加について

Q　下期販促費が増加するという計画になっていますが、これはどういう背景で増加させるのでしょうか。

A　確かに絶対額としては増加していますが、売上高との率で見ますと、上期が 16.9%で、下期が 16.7%となり(通期では 16.8%で前期に比べて 0.04p 改善し)ますので、売上に対しては改善しています。

【質問9】 甲類焼酎の市場環境について

Q　1 月～7 月の課税移出数量によりますと、甲類焼酎(連続式蒸留しょうちゅう)は、前期比プラスに転じており、これまでの減少トレンドが変化したのでしょうか。

A　2つぐらい要因があると思います。まず1つは、前期に納入価格の見直しを行いましたので、大型容器の商品等が大きく減りまして、それに対する今期の数値であるということです。もう1つは、甲類焼酎の中でもパックの商品等伸びてきているものもあり、やはり経済が厳しくなると、甲類焼酎は伸びる方向に向かうのではないかと考えています。

【質問10】 ソフトアルコール飲料の営業利益、業界動向について

Q　ソフトアルコール飲料は中間期の段階で、どれくらい営業利益ベースで変化がありますか。

A　昨年スタンダードチューハイにおいて納価改定に取り組みましたので、その対象商品を中心に増益のほうに影響していると思います。

Q　他社の再編があり、業界がかなり変化しているかと思いますが、御社はそれをどう捉えていますか。

A　私どもは以前から申し上げていますが、競争相手が誰かという事よりも、お客様に商品を買っていただくという考え方に立って活動しています。確かに業界の再編が行われておりますが、他社では真似のできない商品を、当社の技術によって開発し、販売していくというスタンスを、ここ 10 年ぐらい続けています。

【質問１１】 米国の酒類市場について

Q　アメリカにおける酒類関係の売上高はいくらぐらいでしょうか。

A　米国宝酒造で、約 2200 万＄の売上を見込んでおります。日本からの輸出は入っておりません。

Q　もしアメリカでアルコールの増税等が起こった場合、消費はどうなると想像されますか。

A　増税の心配もさることながら、アメリカでは原材料であるお米の値段が上がってきており、先般、価格改定をさせていただきました。それがようやく浸透しつつあるという状況です。

以　上