

【主な質疑応答】 2023年12月期 第3四半期決算発表説明会

【全社】

- Q. 中期経営計画最終年度となるが、成長投資/株主還元の見方は？ 予定している2,000億～3,000億の成長投資がなかった場合は？
- A. この2年間程、原材料価格高騰によるコスト悪化が全世界で取り沙汰され、我々も大きな影響を受けている。コスト悪化影響への対処とリスク軽減の判断を最優先としてきたが、次期中期経営計画においては、次なる非連続的な成長及び株主還元策も総合的に判断していくことになる。年初に改めて説明する。

【日本】

- Q. 小容量ペットの追加価格改定へのスタンスは？ 来年のコストアップ想定は？
- A. 来年の原材料価格、日本特有の物流問題も含めたコストアップ影響はリスクだが、今後の国内飲料市場の需要も見ながら、バランスを持って判断したい。引き続き、業界をリードしながら躊躇ない判断をしていくが、現時点では実施有無のコメントは差し控えたい。
- Q. 当面のターゲット及び目標は？ 営業利益 540 億円程度を目指す？
- A. 2019年までの営業利益水準回帰が重要な視点。価格改定と、需要を見ながらトップラインをもう一段成長させるという両輪で、いかに収益構造を変えていけるかが課題。2019年水準達成時期は明言できないが、中期的な日本事業に課されたミッションであり、達成を目指す。

【海外】

- Q. 足元停滞しているベトナムと健康食品の来期見通しは？
- A. ベトナム飲料事業は、景況感悪化影響を受けている。ベトナム経済の回復は、リスクと期待を両方持ち、注視している。主力ブランド活動を強化し、需要をどう喚起できるかが重要だが、競争環境が厳しくなっているのも事実。競合対策をさらに強化していく。
- 健康食品事業については、主力ブランド BRAND'S Essence of Chicken を中心に販売トレンドは前年レベルまで回復しており、第4四半期でさらに需要を喚起していく。来年に関する詳細コメントは差し控えるが、BRAND'S Essence of Chicken を含め需要回復の手段、施策を用意している。年初に改めて説明する。

Q. 健康食品。カテゴリー自体が厳しいとのことだが、何が根本的な問題なのか？

A. 主力ブランド BRAND'S Essence of Chicken は、清涼飲料と比較し高い価格帯の製品であり、高価格帯でも購入されるお客様にとっての「価値訴求」が重要。当製品はロングランブランドであるため、年代層も変化しており、ブランドエクイティを上げる仕事に取り組む必要がある。需要喚起に加え、どう価値を出していくのか。中長期的な視点でこ入れが必要であり、大きな戦略テーマでもある。

Q. 欧州の飲料消費の環境は？インフレ影響は？

A. 需要最盛期の第3四半期は、不安定な天候が飲料需要に大きく影響。また、欧州全体のモメンタムも影響した。とりわけフランスは、物価上昇に対し、飲料市場も影響を受けている。PB も含め競争環境が厳しくなる中、競合対策が重要なポイントで、主力ブランドの積極的なマーケティング投資で需要を活性化したい。