

主な質疑応答（2014年度決算／経営方針説明会:2015年3月3日開催）

Q. 2015年度の飲料業界全体の販売数量はどのように推移するとみているか。

A. 飲料業界全体では、よくて前年並みもしくは、若干前年を下回ると見込んでいる。2015年は昨年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減もあり、夏場、天候に恵まれたとしても、通期で大幅に回復する可能性は少ないと考えている。自販機チャンネルについては、業界全体をやや下回ると想定している。

Q. 業界の低価格化の影響についてどのようにみているか。

A. 飲料業界では消費税増税後の個人消費低迷、天候不順等の影響を受け販売数量が前年割れの結果となった。販売数量を確保するために、流通チャンネルのみならず、自販機チャンネルにおいても低価格化が加速している。

当社としては、低価格戦略に追随することなく、より付加価値のある商品、自販機、オペレーションを提供することで、自販機1台あたりの売り上げを回復させていきたい。

Q. 金融資産を今後どのように活用していくのか

A. 今後、当社グループの収益性、成長性の向上に繋げるため、M&Aを含めた戦略的な事業投資に活用していきたいと考えている。

Q. 中期経営計画で2018年までに売上高2,000億、営業利益率4.0%をめざしているが、具体的には中長期的にどのような成長をめざしているのか？

A. 既存事業の営業利益率改善と、既存事業を上回る収益性・成長性のある新規事業獲得は必須だと考えており、この取り組みにより、資本効率改善につながると考えている。2018年度までの中期経営計画は成長の過程であると捉えているため、ROEの具体的な目標数値は設定していないが、長期的に企業価値を向上するための取り組みはしっかりと続けていく。

Q. 飲料業界における単価改善や収益性の向上余地についての考えを聞きたい。

A. 足元のような低価格化が進行していくと飲料業界全体の収益構造は悪化の一途をたどると考えている。当社は低価格戦略には追随せず、収益性を向上するための施策を打つ。当社は独自性を追求し、他社との競争に勝ち残っていくことで、シェアを維持し、売上増、収益性の向上に繋げていきたいと考えている。

Q. ロシア事業について、経済情勢の変化を受けて事業計画に変更はあるのか。

A. ロシア事業については、引き続き推進していく方針であり、黒字化の時期についても当初計画どおりと考えている。