

主な質疑応答 (2015年 第2四半期決算説明会：2015年9月1日開催)

Q. 業界再編・他社との協業について、どのように考えているか。

A. 当社としては、昨今の業界環境の変化をチャンスととらえ、当社グループの持続的成長を実現するためのあらゆる可能性を探っていく。ダイドーマーク自販機の競争力を高め、自販機市場においてしっかりとした存在感を発揮していくことが何より大切であると考えている。そのためには、自販機パーマシンの底上げが最大の課題であり、自販機パーマシンの最大化に繋がるあらゆる可能性を検討していく。

Q. クローズロケーションの獲得が進んでいる背景は？

A. オフィスや工場といったクローズロケーションは、一定数のお客様を囲い込むことができ、天候の影響を受けにくい。自販機パーマシンは毎年減少トレンドにあるが、クローズロケーションの自販機パーマシンはオープンロケーションよりも高く、比較的安定しており、減少トレンドも緩やかである。継続的にクローズロケーションの比率を上げることで、全体の自販機パーマシン改善を図る。

Q. クローズロケーションで発揮できるダイドードリンコの強みは？

A. 缶コーヒーのヘビーユーザーが多い工場等では、当社の缶コーヒーが強みとなる。また、ポイントカード機能などの自販機ハード面で付加価値を提供できることも強みの1つである。近年は営業力強化に向けた取り組みが奏功し、新規獲得したロケーションに占めるクローズロケーションの構成比が向上するなどの成果が出ている。

Q. マミー社の飲料事業部門への資本参加について、投資額や業績への影響等は？

A. 投資額は、91百万マレーシアリングgit。年率15%以上の成長をめざしているが、具体的な事業計画については現在協議、検討中である。

Q. 豊富な金融資産の活用について、投資にあたっての基準はあるか。

A. 明確な基準は設けていないが、案件ごとに精査している。現状の収益率よりも高いものであることは絶対条件である。

Q. 上期のボトル缶構成比はどのようになったのか。通期ではどのように見ているか。

A. コーヒー飲料に限ると、ボトル缶の構成比は昨年より2倍弱となった。通期でも同程度で推移すると見ている。アルミ缶の採用については当社では検討していないが、SOT スチール缶の軽量化を進め、コスト削減を図っている。