

質疑・応答

代表取締役社長 西 秀訓 / 取締役常務執行役員経営企画本部長 渡辺 美衡

Q1

本日4月27日の新聞にアサヒグループが味の素からカルピス事業を買収するという記事が出ていました。このような動きを受けて、日本の飲料業界は今度どのように変化していくでしょうか。飲料業界全体の状況について社長のご見解をお聞かせください。

A1

この記事はまだ決まった話ではないと理解していますが、飲料業界全体の動きについていえば、当社もアサヒ飲料に六条麦茶を事業譲渡しましたが、清涼飲料市場ではスケールの競争は避けられず、再編の動きは、世界的にも続くと見えています。

Q2

今回のアサヒグループホールディングス(株)の動きが、御社の事業に与える好インパクト、ネガティブインパクトについて教えてください。

A2

当社は野菜飲料を主力に展開し、トマトと野菜に基本となる価値を創る領域を限定しています。特に野菜飲料市場ではNo.1のシェアを持っており、そこでさらに新しい需要を創り、お客様に新しい価値を提供していくことで、間違いなく成長していけるという確信を持っています。

アサヒグループホールディングスとは2007年に業務・資本提携しました。その後、計画より1年ほど遅れていますが、目標数値は達成できる見通しです。よい成果を生み出しつつあるということが両社の共通認識です。

Q3

2012年度の野菜飲料市場の消費について見通しをお聞かせください。

A3

当社は野菜飲料市場のリーディングカンパニーであり、野菜飲料においては、当社の努力の如何で市場の動向が決まるということが前提にあります。2012年度も引き続き新商品を開発し、新しい価値提案を継続的に行うことで、4~5%程度の野菜飲料市場、すなわち当社の野菜飲料事業の成長は実現できると考えています。

Q4

急拡大した海外事業について、海外の地域ごとの作戦やどのように黒字化をめざすかなどの方向性を教えてください。

A4

当社の海外事業は、原料調達からスタートしています。その基盤の上での現地事業の推進が、現在のマルチリージョナルな展開の背景となっています。従って地域別に事業展開が異なっ

いるように見えるということだと思います。

しかし、トマトは特に世界的に伸びている加工食品であり、世界共通の戦略で展開していくことを検討しています。トマトのBtoB事業で売上高を海外で200億円、国内業務用で200億円強の合計400億円強の規模をどのように発展させるかについて、次の中期経営計画の中で方針を発表します。

Q5

2012年度に予定している有形固定資産への設備投資計画が92億円と大きいのですが、その内訳を教えてください。

A5

大きな投資は以下の4つです。①茨城工場のチルドの拠点化へ向けた設備増強が一番大きく45億円、②次に物流・生産系のシステムが更新時期を迎えており、バージョンアップも含め、情報インフラ整備に20億円、③那須工場のトマトの真空濃縮加工機に対して6億円、④物流センターの効率化を図っており、関東の物流センターを集約(現在の3カ所を2カ所に)し、BCP対応力の向上を進めています。それに伴い廃合した多摩川センター跡地の再開発プロジェクトに対して18億円の投資を行う予定となっています。

Q6

2月以降、トマトジュースの特需があり、2ヵ月以上続いています。これが今まで継続した理由と今後の見通しについてお聞かせください。また、トレンド継続のために何を行っていかれるのか、教えてください。

A6

2-3月のトマトジュースの出荷量は前年比で250%、飲用者数が2倍以上になりました。これは新規の飲用者が増えたというよりも、過去にトマトジュースを飲用していてその価値がわかっている方が戻られたということで、一過性のものではありません。トマトジュースの特需は、当社の他の飲料に対してもプラスに働いています。この現象は野菜100%ジュースにも及んでおり、「野菜一日これ一本」にも影響を与えました。全体的に飲用者数の増加につながったといえます。今後飲用者の増加をどのように継続させていくかがポイントであると考えています。本年はトマトジュース発売80年目を迎えるので、それを記念したキャンペーンの中で検討していく予定です。

Q7

通販を中心に得意先の販売チャンネルに合わせた商品を展開していくとのお話がありましたが、具体的にはどのようなものか教えてください。

A7

(株)ベネッセについては提携公表の承諾をいただいています。それ以外では、独自の販売チャンネルを持つ非食品企業との提携が具体化しつつありますが、相手先のご都合もあることから、まだ詳細な内容は公表できません。

Q8

茨城工場のチルド設備に45億円投資されるということですが、昨年、震災時にチルドの商品が相当量供給を継続できた背景は、委託生産も含めて全国的に拠点を分散していたからと理解していました。今回の新設は、現在分散されているチルドの生産設備の集約化でしょうか。この集約はBCP上不安定になるのではないのでしょうか。

A8

チルド商品は、自社の小牧工場だけではなく、外部委託することによって生産が分散されていたことが、震災の際に奏功しました。しかし、野菜飲料の温度帯別では、チルドがかなり伸びており、この先も伸びていくことが予想され、また、当社も伸ばしていこうとしています。現状では夏のチルドの生産キャパシティはぎりぎりであり、成長を実現するためには、東日本のチルドの生産設備新設は必須です。従って、45億円の茨城工場への投資は生産拠点の増強という意味です。茨城工場に新設する設備プラス外部委託で生産拠点の拡大に繋がり、BCPの観点から見ても今まで以上に安定します。

以上