

【主な質疑応答】 2024年12月期 決算発表説明会

【全社】

- Q. 今期の収益全体感を確認したい。中期経営計画の目標は一旦リセットか？
- A. 引き続き、現中期経営計画達成を目指す。25年営業利益予想は、日本が減益予想となった影響もあり、対前年+0.5%の計画。26年に向け、さらなる売上収益及び営業利益の成長を目指していく。
- Q. ROE 9%達成には26年以降二桁%の利益成長が必要。どのように達成するのか？
- A. ROE 9%が、2025年業績予想を鑑みて高い目標であることは理解している。達成へむけ、利益創出及び利益率を上げる活動に注力し、加えて、これまで以上にイノベーションに力を入れ、付加価値を持った製品をお客様にお届けするために新たな価値の創造を実現していく。当然ながら非連続成長も引き続き探索している。

【日本】

- Q. 今期の利益率は下がる見通し。収益性を高めるための施策は？
- A. 今後も原材料、物流費などのコスト環境が引き続き厳しくなっていく中、数量シェアではなく収益性を重視する方針は継続する。そのうえで、コアブランド活動強化でブランド価値をしっかりと高めること、小容量および特茶を含めた高付加価値商品の拡大、新たな価値創造/需要創造へのさらなる注力、自販機事業革新の加速、サプライチェーンをはじめとするコストマネジメントを引き続き強化し、利益成長を目指す。
- Q. 価格改定は時期をみながら、という印象。目指している利益水準は？
- A. 原材料含めたコストアップ影響が大きく、まずは2019年以前の利益水準である約500億をコンスタントに目指す。引き続き企業努力を最大限行ったうえで、コスト環境、またお客様の反応を注視し、収益改善の一つとして価格改定は常に検討していく。

【海外】

- Q. 24年の原材料高影響の実績および今期の見通しは？
- A. 24年は120億円、今期は200億円の見通し。海外は、主にオレンジ価格及び包材の高騰が起因。欧州では、比較的柔軟に価格改定は検討できる。また、引き続きサプライチェーンコスト・経費・固定費の削減及び効率化を図り、コストアップ影響を低減させていく。

Q. 今期業績予想において、APAC 及び欧州の非経常項目の内容は？26 年に投資分の利益が出てくるのか？

A. APAC は、オセアニアにおける酒類 RTD 製造販売の準備費用。酒類 RTD 製造販売は 25 年 7 月 1 日から開始予定であり、1 月から 6 月の費用が対象。欧州は、生産効率向上を目的としたプロジェクト費用。2026 年以降、コスト削減等のメリットが出てくる見通し。