

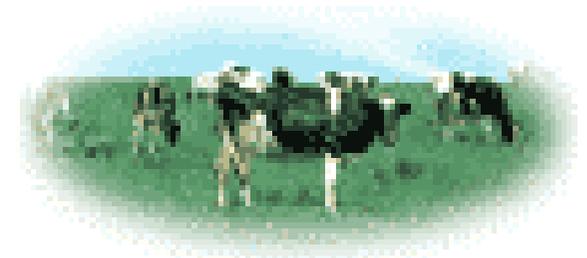
2004年3月期中間決算説明会

2003年11月25日

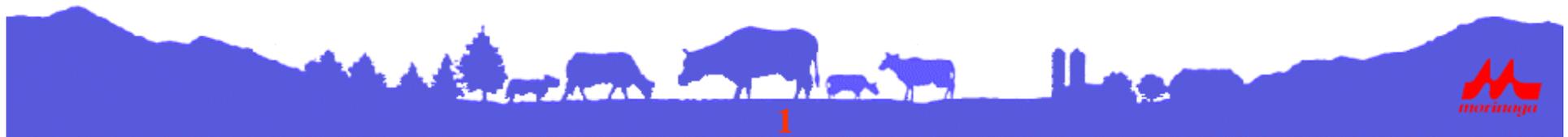
森永乳業株式会社

業績予想に関する注意事項

この資料の数値のうち、過去の事実以外の計画、方針、その他の記載にかかわるものは、将来の業績にかかる予想値であり、それはいずれも、現時点において当社が把握している情報に基づく経営上の想定や見解を基礎に算出されたものです。従いまして、かかる予想値は、リスクや不確定要因を含むものであって、現実の業績は諸々の要因により、かかる予想値と異なってくる可能性があります。かかる潜在的リスクや不確定要因としましては、主要市場の経済状況および製品需要の変動、為替相場の変動、国内外の各種規制ならびに会計基準・慣行などの変更等が含まれます。



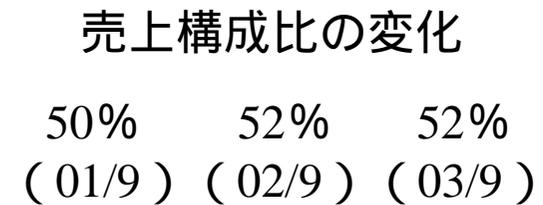
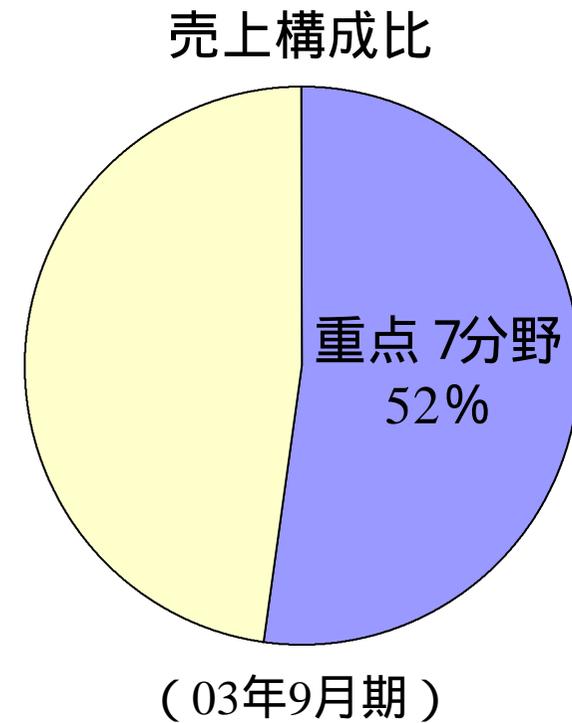
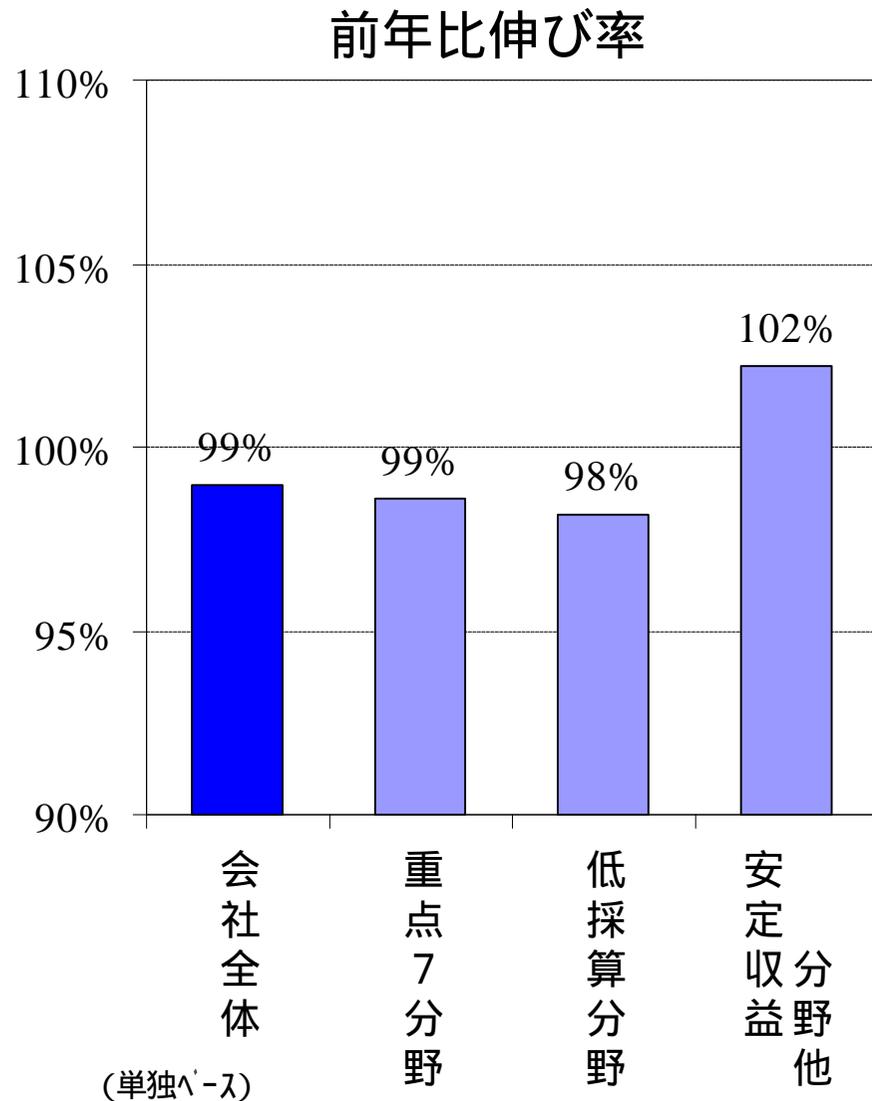
-
- 1 . 商品分野別の動向
 - 2 . 主なトピックス
 - 3 . 今期の業績見通し



1 . 商品分野別の動向 (上期実績)

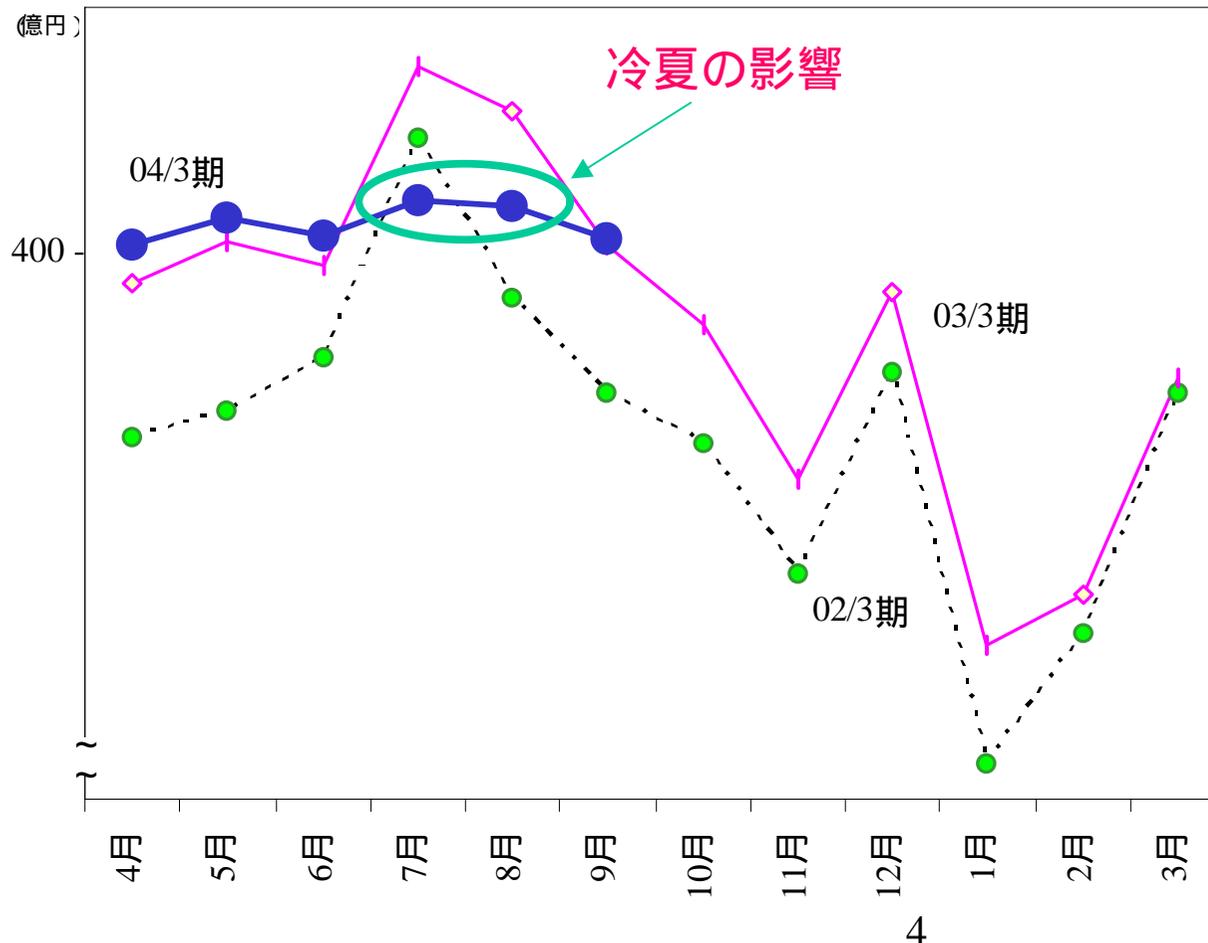


今中間期の売上実績



単独売上高の月次推移

- 第一四半期は前年比プラス、第二四半期（特に7～8月）は冷夏の影響大。

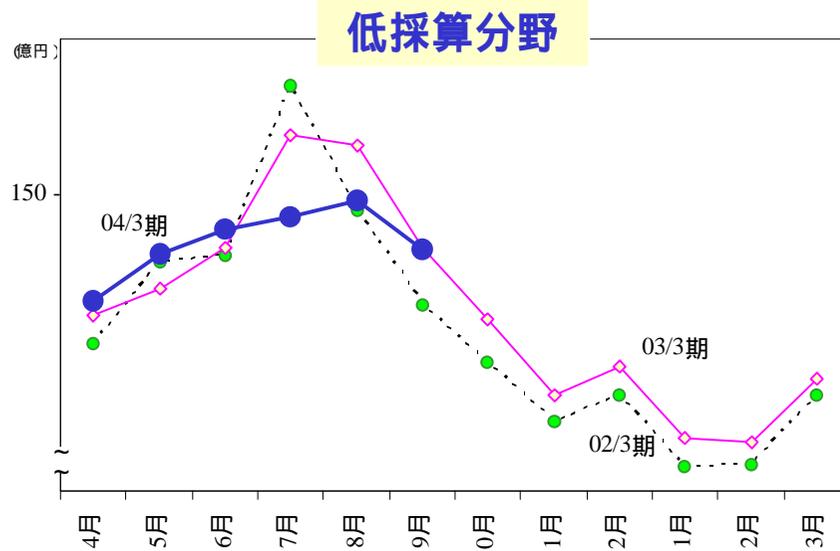
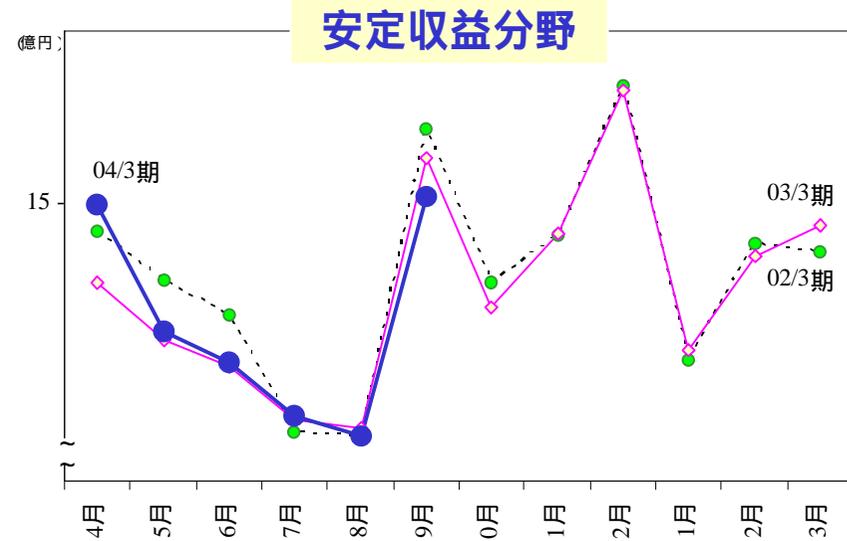
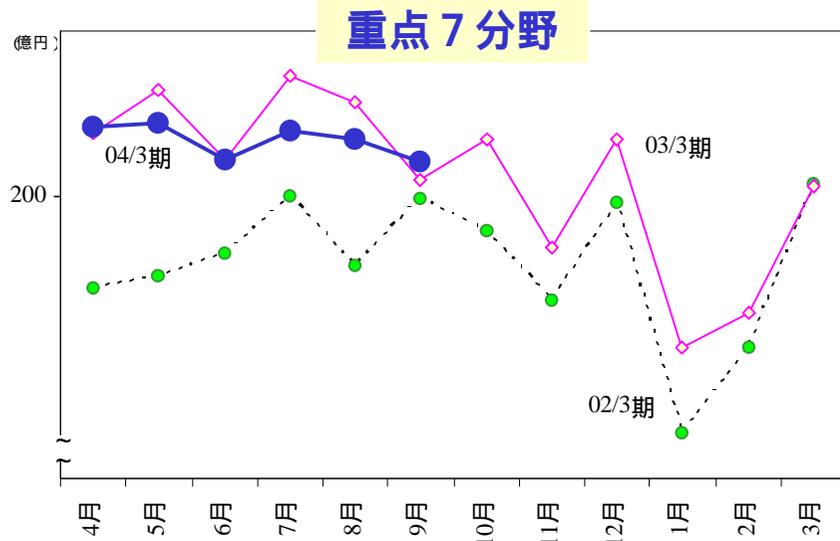


四半期別売上高

	売上高	前期比
第1Q (4-6月)	1,213	102%
第2Q (7-9月)	1,225	97%
上期 (4-9月)	2,438	99%

(単位：億円)

分野別の月次売上高



- 冷夏の影響を最も受けたのは低採算分野、特に冷菓（みぞれ）。
- 重点7分野は前年の反動あるも健闘。安定収益分野はクリーブが牽引。

重点7分野の売上実績

< 重点7分野 >

乳飲料/ティー	104%
ヨーグルト	93%
デザート	100%
チーズ	98%
栄養食品	96%
業務用食品	101%
機能素材	106%
<hr/>	
重点7分野	99%

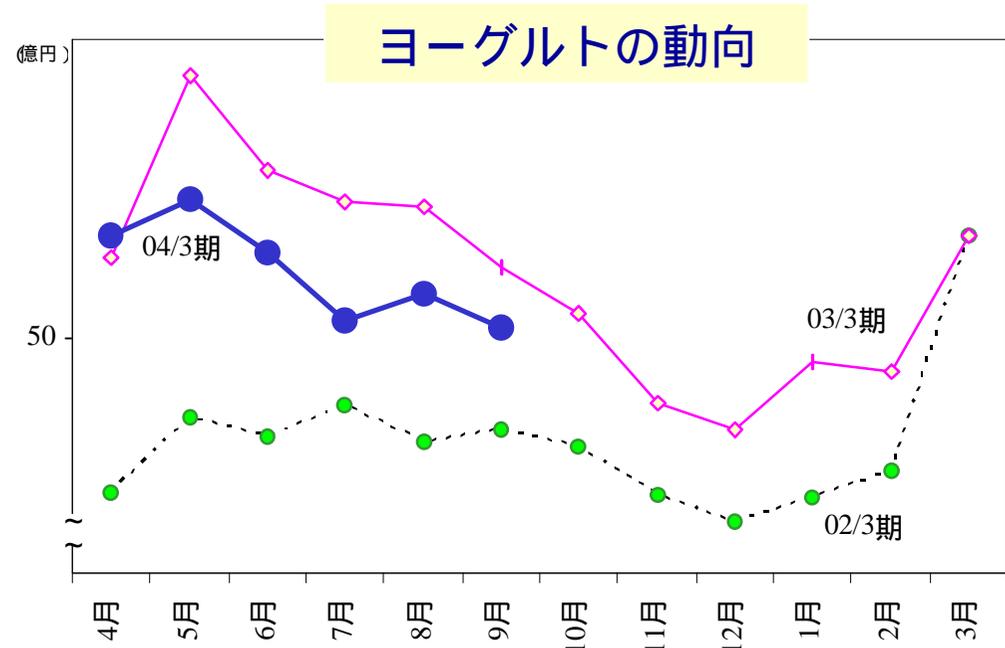
(数字は対前年同期比)

主な要因

- 天候不順による影響。
- 乳飲料/ティーは、カフェラッテが好調持続。
- ヨーグルトは、前年の反動もあり前期水準未達。
- チーズは、家庭用が健闘。
- 栄養食品は出生率97%の影響。
- 業務用は生クリーム類が好調。

ヨーグルト

- 前年の反動、および夏場の天候不順により市場は前年を下回ったと思われる。
- 市場全体が落ち込む中で、上期は前年比93%となった。
- 下期については、「ビヒダスなめらか3連」(特保取得)、「練乳いちご3連」、ドリンクタイプの新製品投入、消費者キャンペーンの実施などにより拡売する。

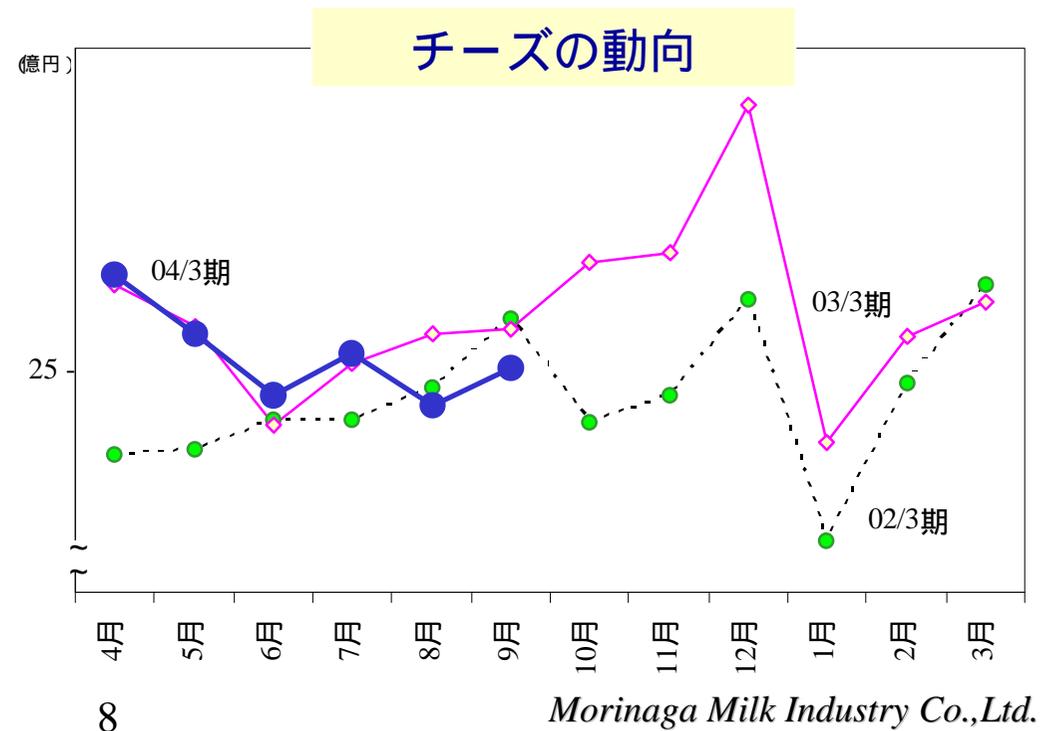


	今期	前期	
アロエ	96%	(127%)	
ラクトフェリン	102%	(- %)	宅配含む
ビヒダス	91%	(140%)	

チーズ

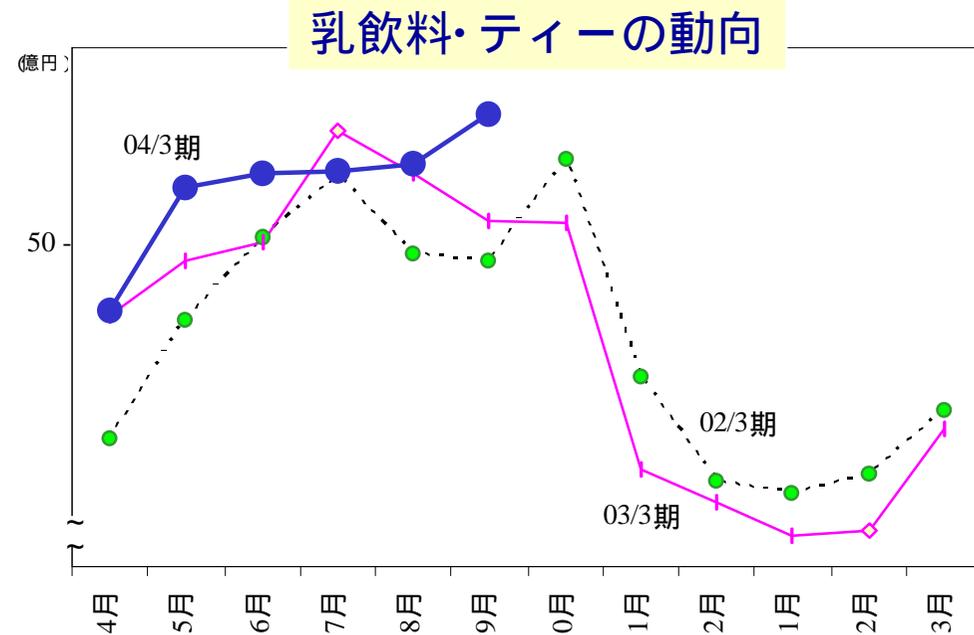
- 家庭用は、市場全体が落ち込む中、前年同期並み水準を確保しシェアアップ。
- 注力商品として位置づけたスライスは大幅アップ。
(前期比：146%、シェア：9.6% 14.7%)
- 下期はクラフト100周年キャンペーンと併せ、スライス、カルトン、6 Pを伸ばす。

	前年同期比
家庭用	100%
業務用	96%
チーズ計	98%



乳飲料・ティー

- 冷夏の影響を受けながらも、主力定番商品が強みを発揮。
- マウントレニア、チルド・リプトンが引き続き好調。
- 下期もカフェインレス、フレーバー・ティーなど新製品を投入。



《マウントレニア》

- 主力品の継続的味覚改良とブランドの鮮度感を高める新アイテムの投入
主力2品（カフェラッテ、エスプレッソ²）：105%、その他アイテム：129%

《チルド・リプトン》

- チルド紅茶市場の75%を占めるリプトンブランドはさらに110%と伸ばした

2 . 主なトピックス



森永のおいしい牛乳

森永の新製法

(=Fresh Taste Process: 特許出願中)

新しい殺菌方法(瞬間加熱、瞬間冷却)

+

脂肪球の大きさの最適化



「コクがあるのに、すっきりとしたキレのある味」
をお届けする新製法

牛乳本来の味(新鮮な生乳本来の自然な風味)に
近づけた、おいしさで差別化できる新しい牛乳

お客様、流通の反応は非常に好意的

特に味覚については大好評



森永のおいしい牛乳

- 今期目標：20億円

現在近畿 2 府 4 県で先行販売

首都圏など順次拡大予定

- 「森永牛乳」に加え「森永のおいしい牛乳」の投入によりNB比率を高める

ブランド別売上高構成比

	02/9時点	03/9時点	前期比
NB	11%	18%	↑
PB	64%	68%	↑
FB	25%	14%	↓



宅配事業

- 新製品の投入

- ラクトフェリンプラス

(7月発売：関東・甲信越・東北エリア)

ラクトフェリンを100mg配合

さらにビフィズス菌、ラクチュロース、
ミルクペプチドを配合



- 販売動向・・・100%（宅配全体）

- 景気悪化等の影響もあり、契約者の数がやや伸び悩み傾向。

- 宅配軒数・・・195万軒

主な宅配商品売上

カルダス	98%
毎朝爽快 (リニューアル効果)	172%
おなかに配達ヨー グルト	108%
いきいき元気のむ ヨーグルト	103%

設備投資計画

- 富士乳業新工場（投資額55億円）
 - 2003年12月：着工予定、2005年3月：完成予定
 - 冷菓の中核製造拠点に
 - 高品質・高生産性の最新鋭工場
 - 差別化商品を製造
- 神戸新工場
 - ヨーグルトライン、カップ飲料ライン、流動食ラインを設置
 - 関西地区の市乳・チルド商品物流センターの集約

3 . 今期の業績見通し



今期の見通し（連結）

	今期	前期	前期比	(参考) 5月予想
売上高	5,600	5,583	100.3%	5,690
営業利益	136	138	98.6%	146
経常利益	148	147	100.5%	150
当期利益	56	48	116.2%	60

(単位：億円)

今期の見通し（単独）

	今期	前期	前期比	(参考) 5月予想
売上高	4,600	4,624	99.5%	4,700
営業利益	89	93	95.9%	100
経常利益	108	108	100.2%	110
当期利益	41	33	124.3%	42

(単位：億円)

重点7分野の今期見通し

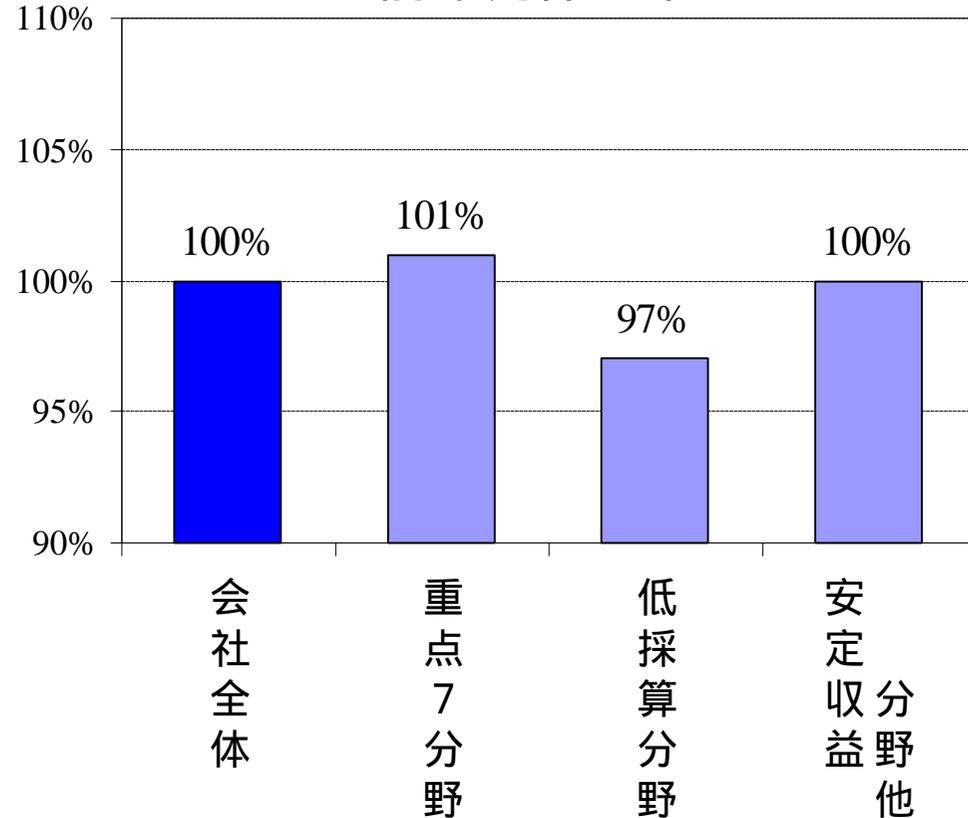
< 重点7分野 >

乳飲料/ティー	104%
ヨーグルト	98%
デザート	101%
チーズ	100%
栄養食品	98%
業務用食品	102%
機能素材	105%

重点7分野 101%

(数字は対前年同期比)

前年比伸び率



重点7分野
構成比

53%
(03/3)

54%
(04/3)

おいしいをデザインする

