

# 2008年3月期 中間決算説明会

2007年11月21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 . 中間期の総括
  - 2 . 商品分野別の動向
  - 3 . 下期から来期にかけての対応策



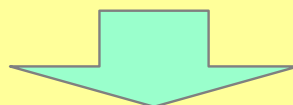
# 中間期の総括

## 増収減益

ポジティブ要因 …… 前期に引き続き、増収を達成

ネガティブ要因 …… 原材料価格の想定以上の高騰  
7月・9月の売上不足

販促費の増加 {シェアの維持  
競争激化



## 連結経常利益

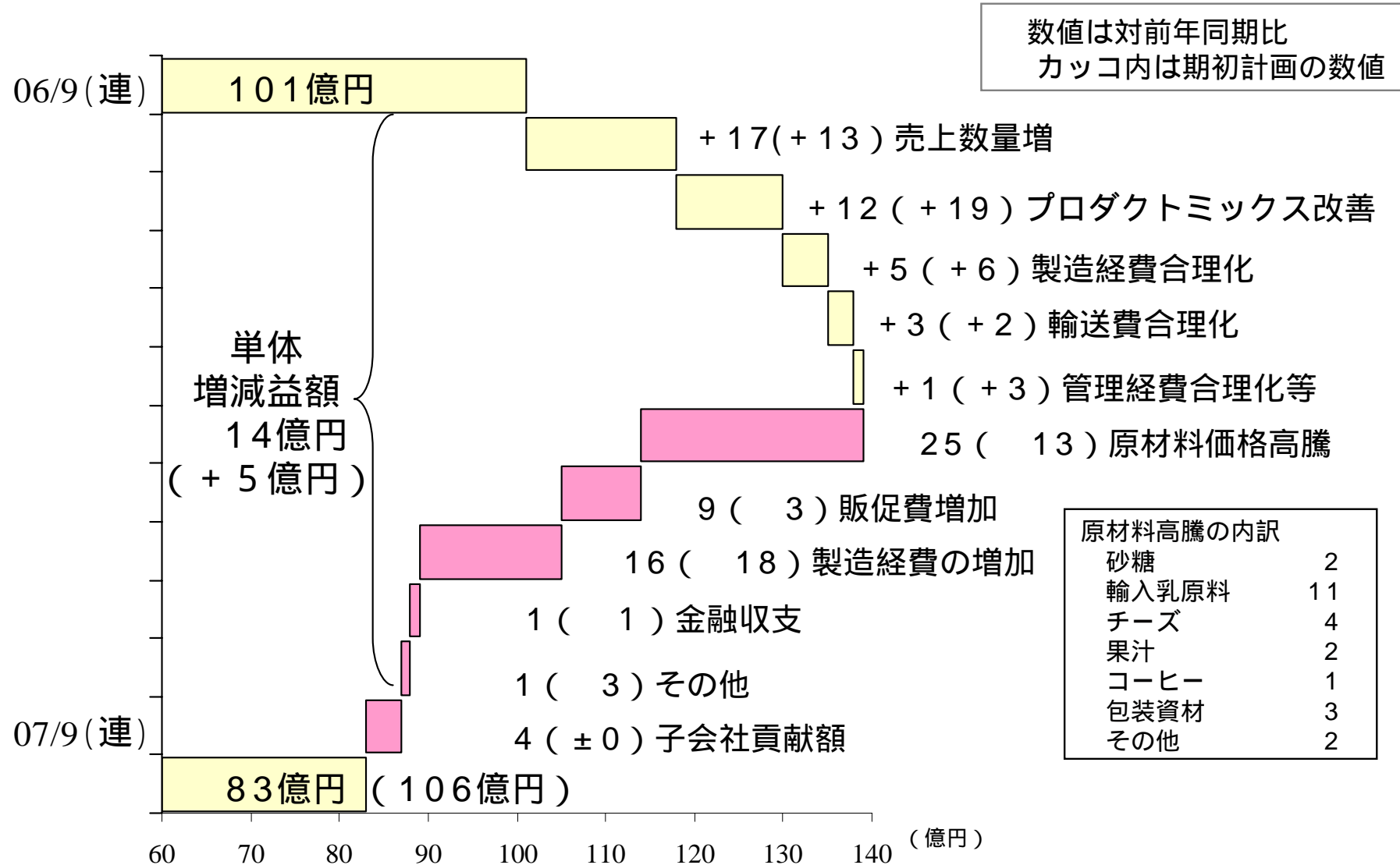
前年同期差 1 8 億円

期初計画差 2 3 億円

## 07年度中間期の実績

連結		(億円)			
	06年度中間期	07年度中間期	前同比	前同差	期初予想
売上高	3,061	3,150	102.9%	89	3,150
営業利益	89	83	92.9%	-6	96
経常利益	101	83	82.2%	-18	106
中間純利益	39	35	89.5%	-4	48
売上高経常利益率	3.3%	2.6%			
単体					
	06年度中間期	07年度中間期	前同比	前同差	期初予想
売上高	2,307	2,394	103.8%	87	2,380
営業利益	47	35	74.9%	-12	56
経常利益	66	52	78.5%	-14	71
中間純利益	36	15	41.8%	-21	30
売上高経常利益率	2.9%	2.2%			

# 中間期 経常利益の増減要因



# 市場環境の変化～原材料価格の高騰～

## 原材料価格の高騰の背景

- ・原油高による代替燃料のバイオエタノール生産の増加による穀物・果汁の価格上昇
- ・BRICs諸国などの新興国での食品消費の増加
- ・異常気象による農作物の不作・飼料の高騰
- ・EUでの輸出補助金の撤廃

## 世界的な食品原材料の高騰(小麦、食用油、食肉 etc)

当社に影響がある原材料

乳製品(チーズ、脱脂粉乳、バター、乳糖、カゼイン)、果汁、砂糖、コーヒー、包装資材

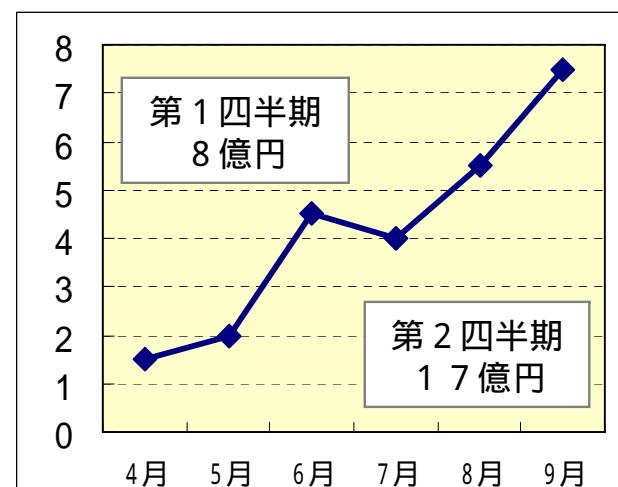
当社の上期の影響額

(単位:億円)

原材料名	上期
砂糖	2
輸入乳原料(乳糖・カゼイン等)	11
チーズ	4
果汁(ジュース)	2
コーヒー・ココア・チョコレート	1
包装資材	3
その他	2
合計	25

07年度の想定為替レートは115円/ドル

中間期 月別 原材料価格高騰の影響額

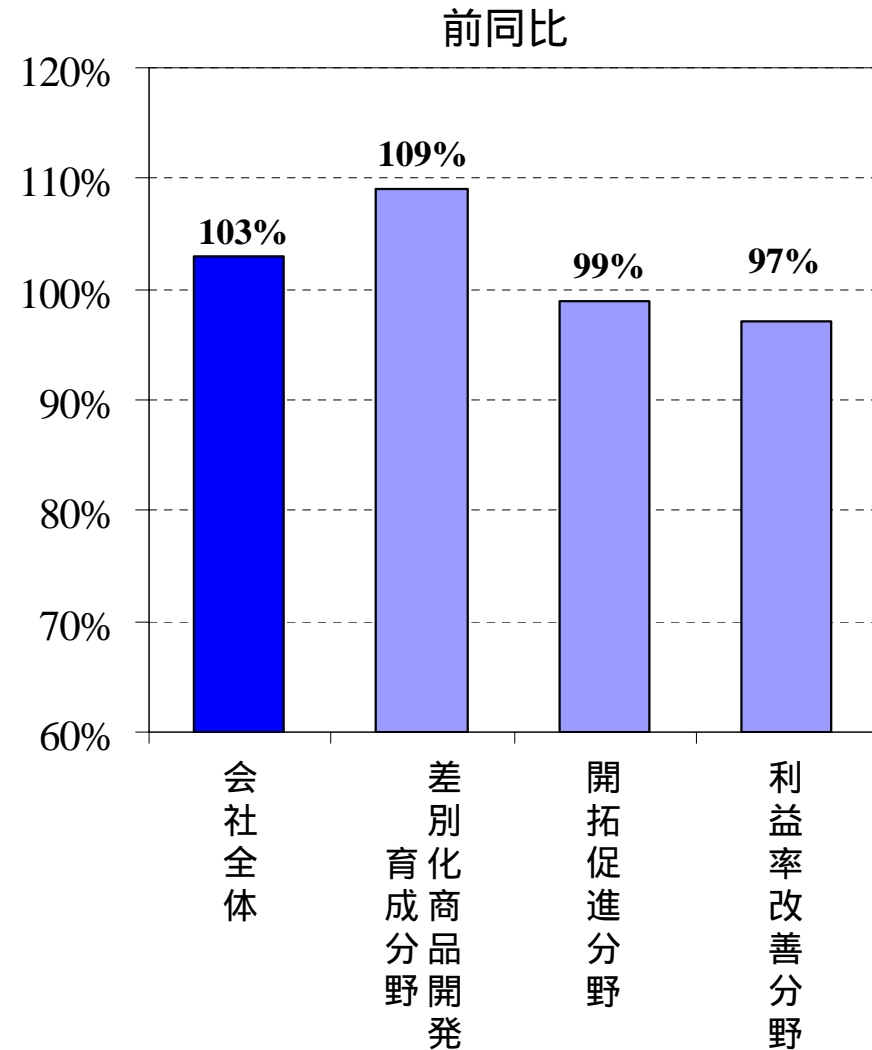


# カテゴリー毎の売上実績

## 中間期の実績

(億円)		06年度中間期 実績	07年度中間期 実績	前同比
売上拡大分野	会社全体	2,307	2,394	103%
	差別化商品 開発・育成分野	1,213	1,328	109%
	開拓促進分野 (単体のみ)	357	353	99%
	利益率改善分野	495	482	97%

- 差別化商品開発・育成分野は前同比109%  
乳飲料・ティー、デザート、チーズ、アイス  
クリームが好調
- 開拓促進分野、利益率改善分野は減収



# 商品分野別の売上実績

## 売上拡大分野

### (差別化商品開発・育成分野)

乳飲料・ティー	449億円	121%
ヨーグルト	267億円	97%
デザート	129億円	107%
チーズ	170億円	103%
冷菓	313億円	111%
合計	1,328億円	109%

### (開拓促進分野)

宅配	141億円	99%
業務用食品	187億円	98%
機能素材	25億円	108%
合計(流動食除く)	353億円	99%

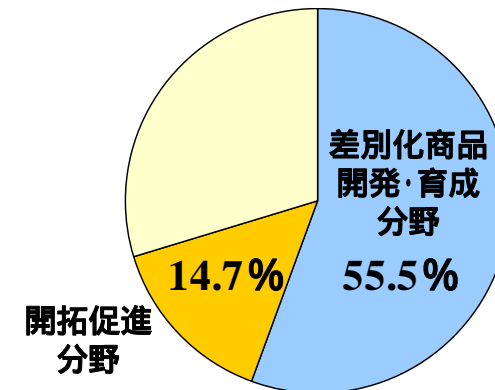
流動食(クリコ) (104億円)(109%)

(注)新たなカテゴリーでは「宅配」「流動食」を新設。一部の商品は従来のカテゴリーから「宅配」に移管するなど組替えを実施。「流動食」は連結子会社クリニコの売上高。「業務用食品」は原料乳製品を除いた金額。

## 利益率改善分野

牛乳	268億円	96%
果汁飲料	75億円	99%
クリープ	40億円	94%
栄養食品	99億円	102%
合計	482億円	97%

## 売上構成比(07年度中間期)



売上拡大分野の売上構成比は増加  
 68.1% (06年度中間期) → 70.2% (07年度中間期)



# 乳飲料・ティー

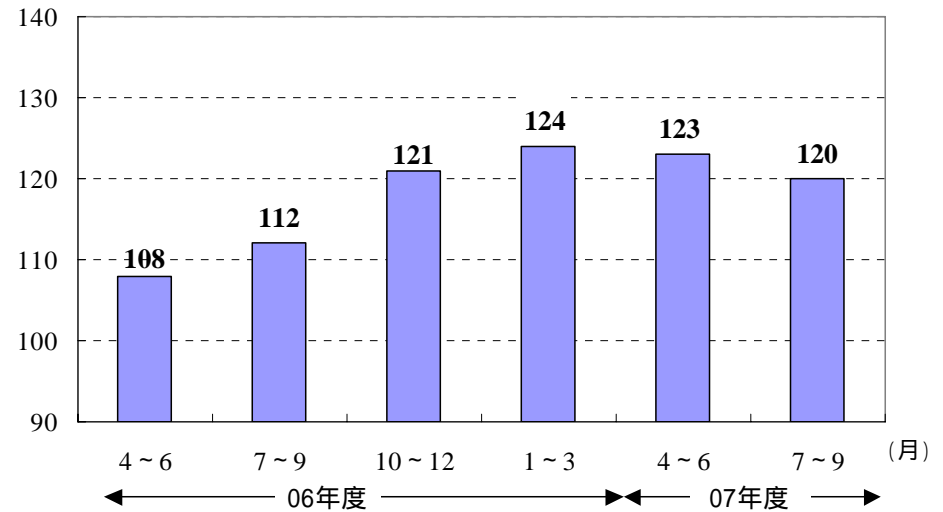
## ▶ マウントレニア

- ・「PREMIA」の上期売上は40億円と好評。  
レギュラータイプも前同比+14%であり  
「PREMIA」とともに売上が拡大
- ・下期は砂糖不使用の新商品「深煎アロマ」の  
投入により、「PREMIA」は3品体制へ
- ・「PREMIA」は年間100億円、また、ブラン  
ド全体では400億円の売上を目指す。

## ▶ リプトンティー

- ・フルーツティーなどラインアップの充実によ  
り売上が拡大
- ・クリスマス限定パッケージの投入などにより  
リプトンブランドをさらに浸透させていく

乳飲料・ティー～四半期毎の売上前同比(%)



## ブランド別売上高

	中間期実績	前同比	通期見込み	前期比
マウントレニア	218億円	140%	400億円	129%
リプトン	134億円	118%	244億円	115%



Morinaga Milk Industry Co.,Ltd.

# ヨーグルト

## ➤ 売上高は3%減少

- ・「赤いアロエヨーグルト」新発売によるブランド活性化などにより、アロエは前同比 + 5%
- ・ビヒダスプレーンヨーグルトの特売抑制などにより、売上全体では前同比 3%

## ➤ 新商品の充実

「赤いアロエヨーグルト」  
投入によるアロエの  
ブランド活性

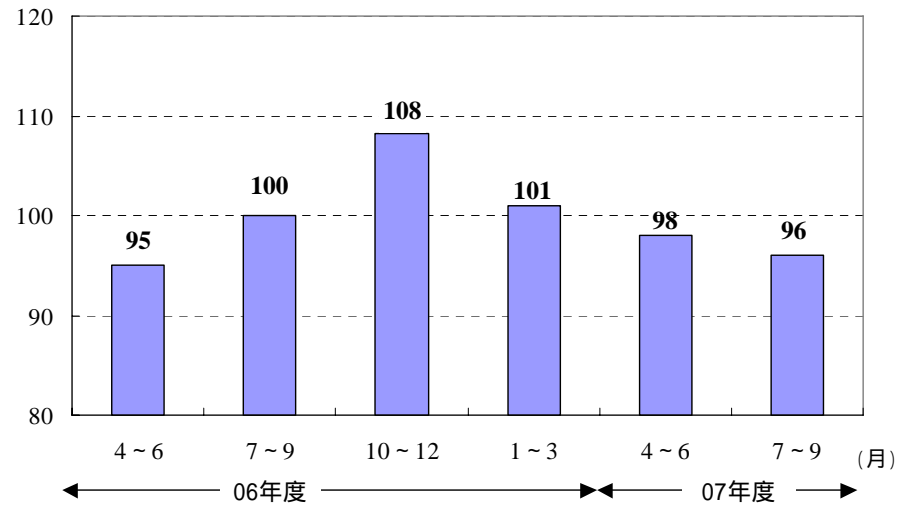
神戸工場製造の新商品  
なめらかビヒダス  
プレーンヨーグルトBB536



ヨーグルトの新商品



ヨーグルト～四半期毎の売上前同比 (%)



## ブランド別売上高

	中間期実績	前同比	通期見込	前期比
アロエ	97億円	105%	186億円	102%
ビヒダス	79億円	96%	157億円	98%
ラクトフェリン	16億円	95%	35億円	106%

# デザート

## ▶ 売上好調持続の要因

- ・ 話題性のある新商品の投入、プレミアム路線が支持され、売上は好調
- ・ プレミアムデザートは前同比+35%

### 発売中のプレミアムデザート

#### 「黄金比率プリン」

ナムコのプリン博覧会とコラボレート  
人気のご当地プリンを科学的に分析し開発

#### 「たっぷりホイップクリーム」シリーズ

手作り風の多層デザートの拡充  
(プリン、コーヒーゼリー、チーズケーキ)

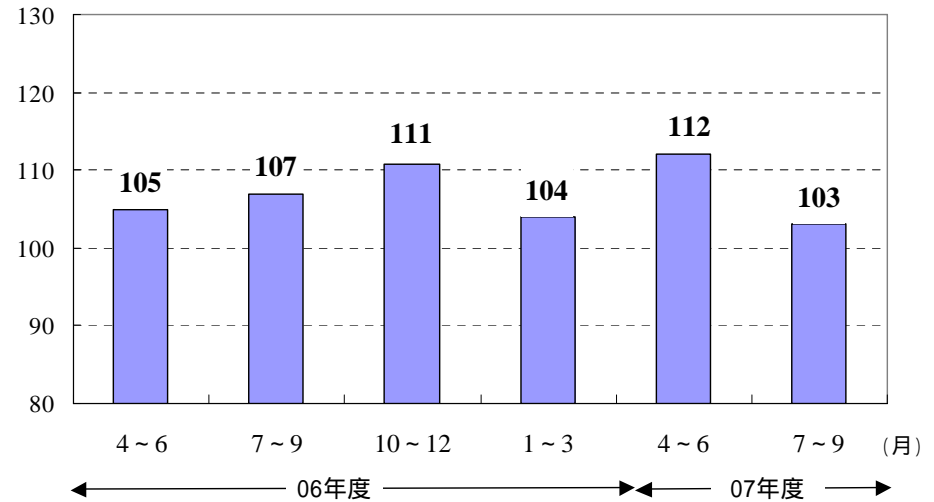
#### 「とろふわプリン」

TVチャンピオンでの優勝経験者が開発

#### 「キョロちゃんプリン」

森永製菓チョコボール・キャラクター使用

デザート～四半期末の売上前同比 (%)



### デザートの新ラインアップ



# チーズ

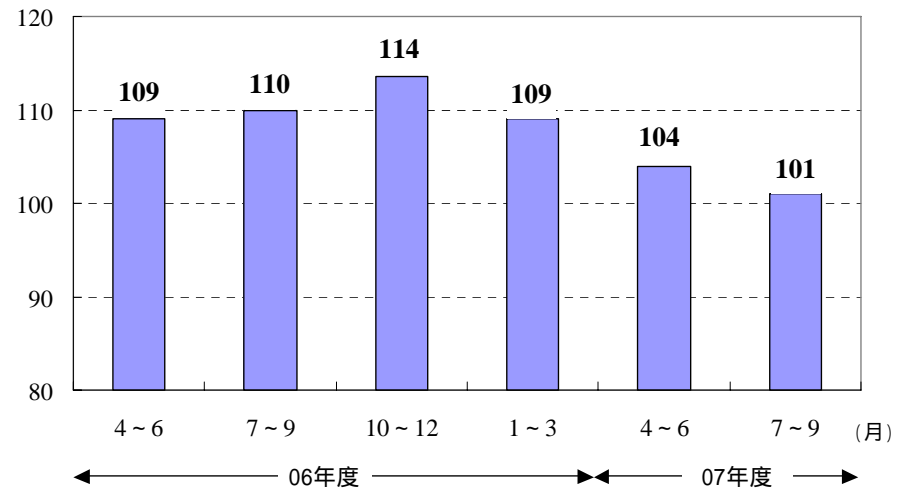
- ▶ 前期に売上を大きく伸ばした家庭用は、今上期、売上・シェアともさらにアップ
- ▶ 業務用は前年並みを確保

## 家庭用チーズの状況

- ・ 07年度中間期の売上高前同比 +5.5%
- ・ 市場でのシェア（森永乳業調べ）  
07/3月末14.5%    07/9月末14.8%（+0.3%）

- ▶ 原材料高騰により、家庭用チーズの値上げを9月より実施
  - ・ 22品目について、平均9.7%値上げ
  - ・ 値上げによる今期の収益改善額は6億円程度
- ▶ 別海工場新チーズ製造棟の建設進捗状況
  - ・ 08年1月に建物が完成予定
  - ・ 08年6月以降より稼動開始予定

チーズ～四半期毎の売上前同比（%）



## 今秋の家庭用チーズ新商品・リニューアル品



# アイスクリーム

## ➤ 売上高は前同比 + 11% と想定 以上に好調

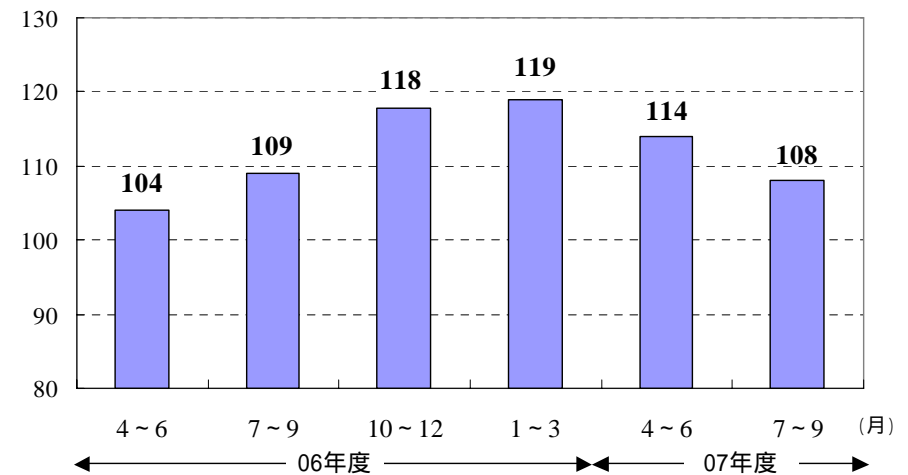
- ・ 当社の主力3商品（ピノ、MOW、パ  
ルム）の売上は順調に拡大

## ➤ エスキモー・ブランドの向上

- ・ ピノ、MOW、チェリオ、クリスピー  
ナは限定フレーバーの継続投入で活  
性化
- ・ パルムはCMにより知名度上昇

## ➤ 07年度は差別化商品開発・育成 分野として、+8%増を計画

アイスクリーム ～ 四半期毎の売上前同比 (%)



### 秋冬のアイスクリームの新商品



# 牛乳・宅配

## ▶森永のおいしい牛乳シリーズ

- ・牛乳、低脂肪牛乳、無脂肪乳3品のシリーズ全体の中間期売上実績は72億円（前同比117%）

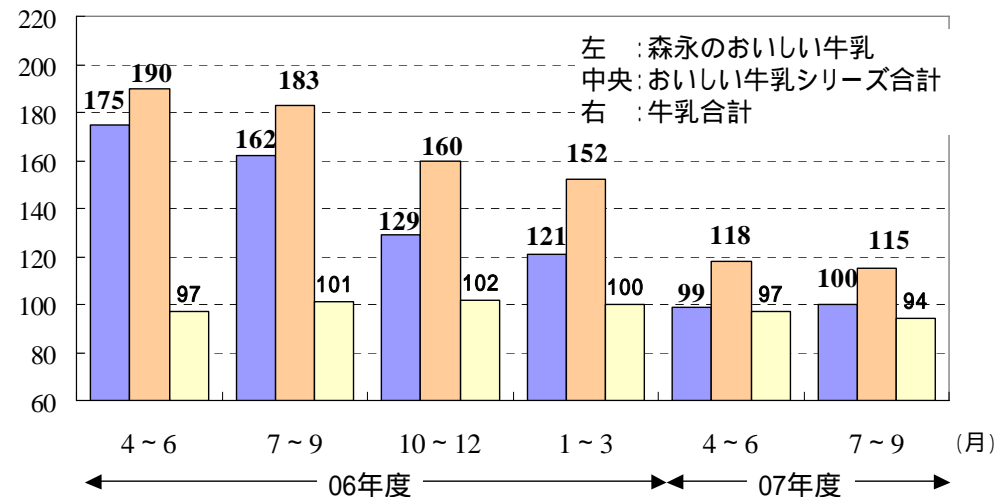
## ▶NB比率の上昇

- ・「森永のおいしい牛乳シリーズ」の好調により、NB比率がさらに上昇（06.9末 36% 07.9末 38%）  
当社の1000ml牛乳での構成比

## ▶宅配事業の状況

- ・07年度上期売上高は99%（141億円）1世帯あたりの契約本数が減少傾向にあり伸び悩んでいる。
- ・販売店への経営指導、拡売手法の徹底、当社の独自素材を活用した差別化商品の開発・育成によって、新規顧客の開拓を進めていく。
- ・07年度通期売上は271億円（前同比99%）を見込む。

牛乳～四半期毎の売上前同比（%）



「森永のおいしい牛乳」シリーズ

機能性を付加した  
宅配商品



# 連結子会社の状況

## ▶子会社の売上高

- ・生産・生販会社は、本体工場への製品移管があり、減収
- ・販売会社は単体の売上の伸びに比例し、売上が拡大
- ・その他会社は、一部の会社で取引形態を変更（売上高計上を手数料収入計上に変更）した影響で減収

## ▶クリニコの実績

- ・中間期実績  
 売上高 104億円（前同比109%）  
 経常利益 3.5億円（前同比56%）
- ・通期見通し  
 売上高 217億円（前同比111%）  
 経常利益 10億円（前同比82%）

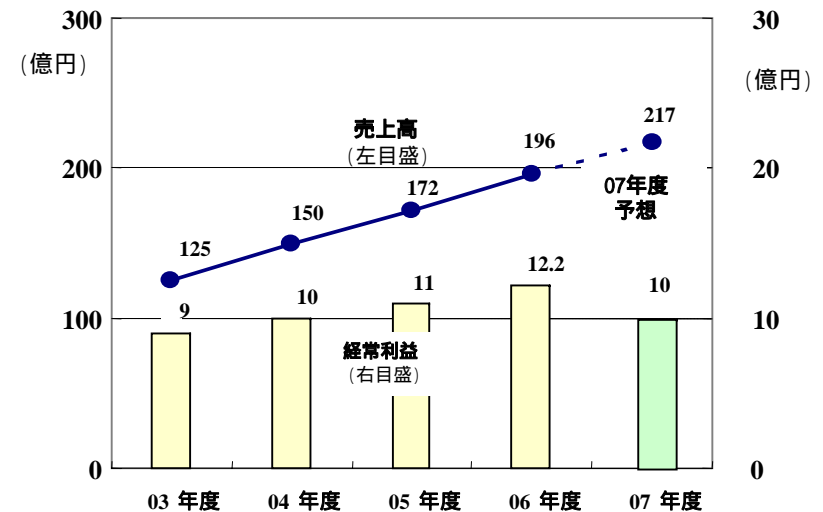
## カテゴリー別子会社の売上実績

カテゴリー	中間期実績	前期比	社数	主要企業
生産・生販会社	606億円	94%	16社	横浜乳業 エムケーチーズ
販売会社	721億円	103%	3社	デイリーフーズ
その他会社	512億円	99%	12社	クリニコ 森永酪農販売
合計	1,839億円	99%	31社	

（注）合計は単純合計

## クリニコの業績推移

（医療食・栄養補助食品他の直販会社）



# 07年度下期から来期にかけての対応策

## 1 . 下期に実施する対応策

- 原材料高騰によるコスト増の吸収
  - ・ 商品リニューアルによる利益改善
  - ・ 販促費・管理経費の効率運用の再徹底
  - ・ 実施済みの価格改定による収益改善
- 既存工場の製造固定費の削減
  - ・ 工場統廃合の実施より、製造ライン数の削減
- 物流コストの削減
  - ・ 配送車両の削減

## 2 . 商品価格改定の検討



# 下期に実施する対応策

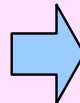
✓ **商品リニューアルによる利益改善**

商品仕様の見直しによって、下期で5億円程度の利益改善を図る

✓ **販促費・経費の効率運用の再徹底**

適切な販売促進費の運用、不急不要の経費の削減し、より一層のローコストオペレーションを徹底

下期でのコスト削減額  
15億円

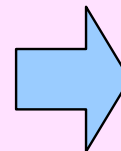


販促費 6億円  
広告費 5億円  
管理経費 4億円

✓ **実施済みの価格改定による収益改善**

(希望小売価格ベース)

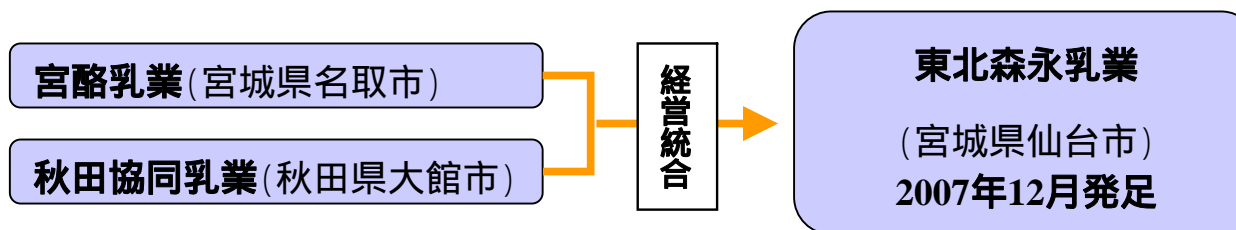
対象商品	値上げ率	実施時期
100%果汁飲料1000ml・500ml	10.0%	2007年5月
家庭用スキムミルク(脱脂粉乳)	12.9%	2007年7月
家庭用チーズ 22品	9.7%	2007年9月



下期の収益改善額
1億円
なし(数量減のため)
6億円

## 下期に実施する対応策

### ✓ 工場統合による製造固定費の削減 1億円（年間4億円：連結ベース）



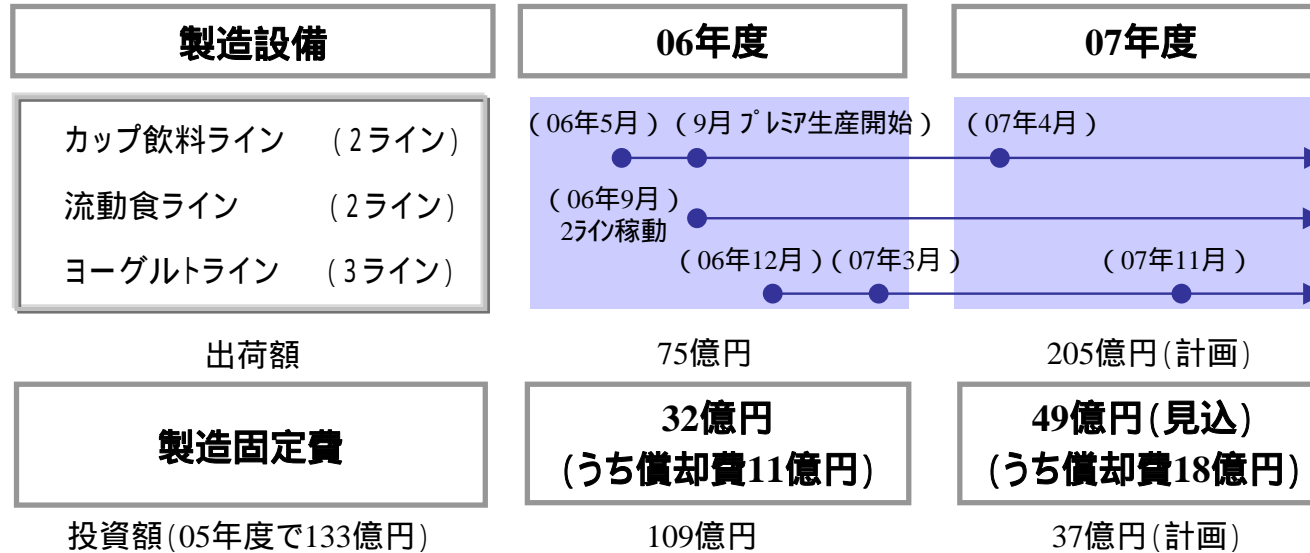
- ・07年 9月 宮酪乳業の新工場(仙台工場)が稼動
- ・07年12月 宮酪乳業の旧工場を閉鎖
- ・08年 1月 日本製乳の山形工場(市乳製品製造)を閉鎖
- ・2社の統合を機に、2工場での製造ラインの集約を実施
  - ・ 壘ライン 仙台新工場へ集約
  - ・ ヨーグルト 秋田工場へ集約

### ✓ 物流コストの削減 4億円

- ・積載効率の見直しにより、配送車両の削減を実施

# 成長投資の進捗状況

## ✓ 神戸工場の製造ラインの状況

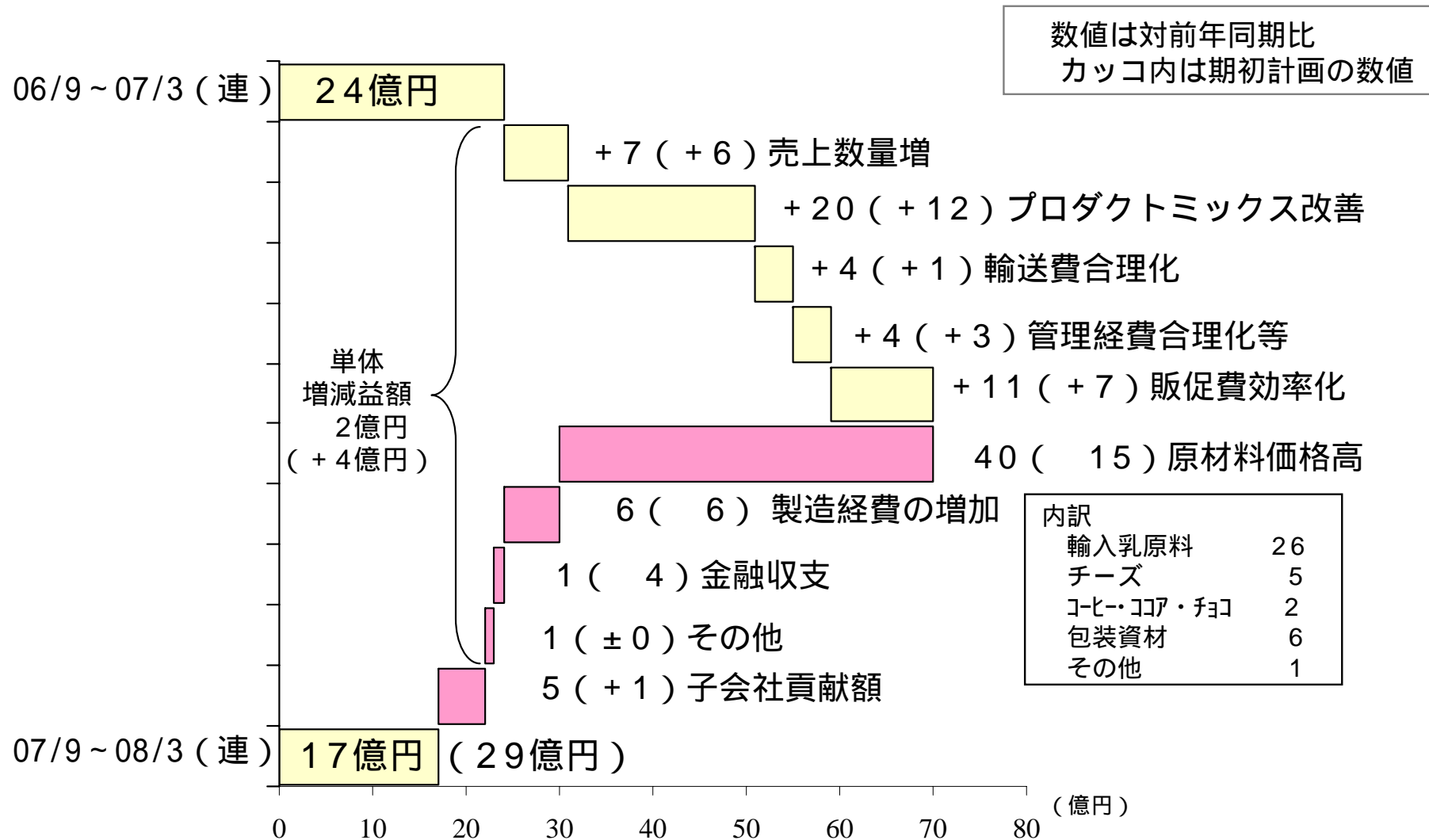


## ✓ その他の成長投資

投資内容	投資額	稼動時期
東北新工場 (宮酪乳業)	40億円	2007年9月
別海工場 (新チーズ製造棟)	70億円	2008年6月
沖縄森永乳業 新工場	32億円	2008年9月

**07年度の成長分野への投資額 147億円**

# 下期計画 経常利益の増減要因



## 今期の見通し（連結）

（単位：億円）	今期	前期	前期比	（参考） 期初の見通し
売上高	5,850	5,782	101.2%	5,900
営業利益	100	106	94.1%	119
経常利益	100	125	79.8%	135
当期純利益	35	53	65.7%	51

## 今期の見通し（単体）

---

（単位：億円）	今期	前期	前期比	（参考） 期初の見通し
売上高	4,520	4,400	102.7%	4,500
営業利益	37	50	74.7%	64
経常利益	60	76	78.9%	85
当期純利益	11	30	36.4%	29

# 売上拡大分野の見通し（08年3月期売上）

## < 差別化商品開発・育成分野 >

		前期比
乳飲料・ティー	813億円	115%
ヨーグルト	513億円	97%
デザート	254億円	107%
チーズ	349億円	102%
冷菓	478億円	108%

<b>合計</b>	<b>2,407億円</b>	<b>107%</b>
-----------	----------------	-------------

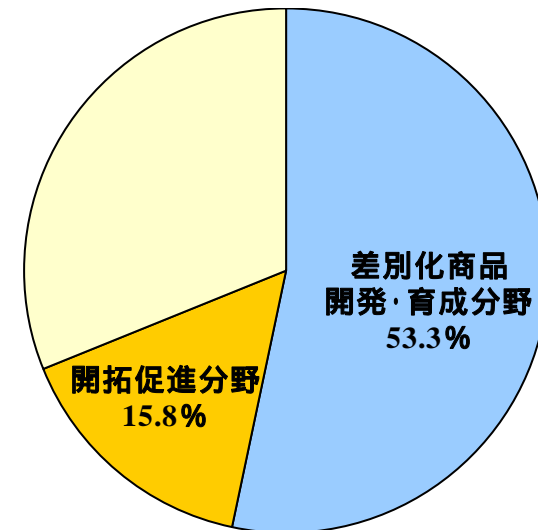
## < 開拓促進分野 >

		前期比
宅配	271億円	98%
業務用食品	390億円	99%
機能素材	51億円	106%

<b>合計（流動食除く）</b>	<b>712億円</b>	<b>99%</b>
------------------	--------------	------------

流動食(ｸﾞﾘｺ)	(217億円)	(111%)
-----------	---------	--------

売上構成比



(07年度)

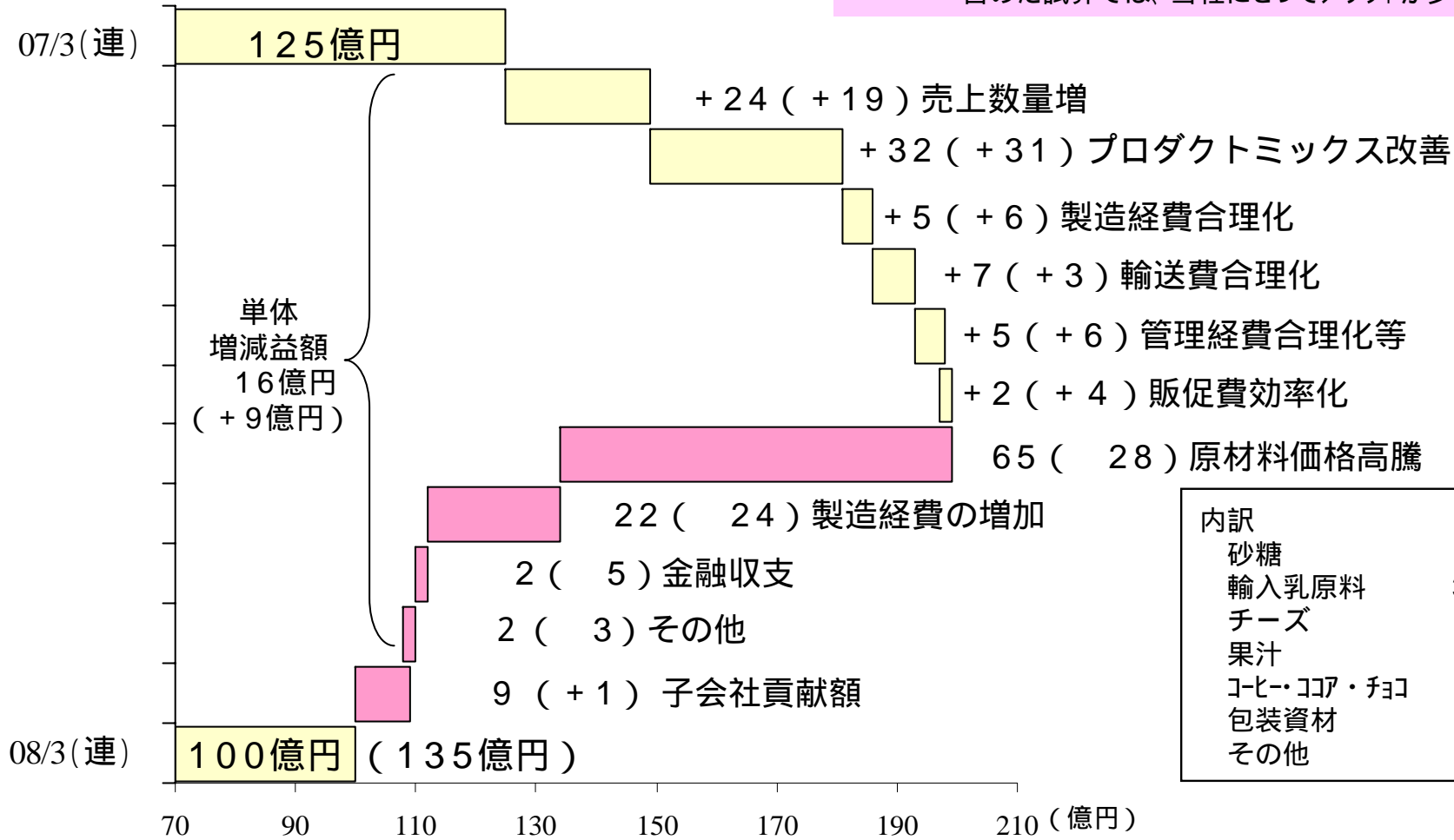
売上拡大分野	67.3%	69.1%
構成比	(06年度)	(07年度)

(注)開拓育成分野の構成比は流動食を除いた数値

# 通期計画 経常利益の増減要因

数値は対前年同期比  
カッコ内は期初計画の数値

減価償却の制度変更は今年度は実施いたしません  
【理由】現状の他の税制(試験研究費の税額控除等)を含めた試算では、当社にとってメリットが少ないため



内訳	
砂糖	2
輸入乳原料	37
チーズ	9
果汁	2
コヒー・ココア・チョコ	3
包装資材	9
その他	3



おいしいをデザインする

