

2014年3月期 第2四半期決算説明会



2013年11月19日

森永乳業株式会社

1. 2014年3月期第2四半期決算概要

2. 2014年3月期業績見通し

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。

なお、この資料における記載金額については、億円単位未満を四捨五入して表示しているため、内訳と合計金額等が合わない場合があります。

1. 2014年3月期第2四半期決算概要

2014年3月期第2四半期決算数値



(単位：億円)

	13年3月期	14年3月期	前同差	前同比
売上高	3,171	3,209	38	101.2%
営業利益	96	96	0	100.2%
経常利益	98	101	3	103.1%
四半期純利益	52	48	▲ 4	92.6%
ROS (経常利益／売上高)	3.1%	3.2%		

- ・ ヨーグルト、業務用食品の売上増に加え、連結子会社の売上も寄与し増収
- ・ 原材料価格の上昇など厳しい経営環境の中、製造経費の合理化を中心としたローコストオペレーション、販売促進費の削減を進め、経常増益
- ・ 四半期純利益は当初計画通り。予定していた工場統廃合の減損損失を特別損失に計上

商品分野別・主要商品の売上実績（単体）



強化育成分野	売上高	前同比
ヨーグルト	280億円	102%
チーズ	206億円	96%
チルドカップ飲料	253億円	101%
機能素材・健康食品	27億円	97%
強化育成分野計	766億円	100%

流動食（クリニコ）	(144億円)	(101%)
-----------	---------	--------

(注)「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

商品分野	商品名	前同比
ヨーグルト	ビヒダスブランド	98%
チルドカップ飲料	マウントレーニア	103%
牛乳	森永のおいしい牛乳	101%

利益額拡大分野	売上高	前同比
業務用食品	197億円	104%
冷菓	326億円	98%
宅配	108億円	98%
チルド紅茶	101億円	93%
利益額拡大分野計	732億円	99%

利益率改善分野	売上高	前同比
牛乳	290億円	99%
栄養食品	60億円	83%
デザート	105億円	97%
利益率改善分野計	455億円	96%

単体計 **2,346** 億円 前同比 **99%**

シェアの状況



カテゴリー	シェア		
	13年3月期	14年3月期	順位
チルドカップタイプコーヒー	53%	52%	1
チルド紅茶飲料	69%	72%	1
ヨーグルト	13%	12%	2
チルドデザート	23%	23%	1
チーズ	14%	14%	2
アイスクリーム	13%	12%	3
流動食	36%	36%	1

(注) 家庭用商品の金額シェア。出典はインテージSRI (2012年4月～2012年9月、2013年4月～2013年9月、販売金額シェア) 流動食のみ当社推定シェア

連結子会社の状況



連結子会社数

30社

売上高前同比

104%

(注) 連結消去前単純合計

クリニコ



流動食の販売会社。プレミアムアセプティック製法で製造したバッグタイプ流動食「MOAS」が順調に拡大

ミライ



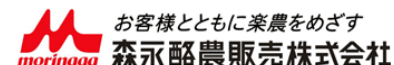
ドイツにある乳糖、ホエイなど乳原料の製造販売会社。乳原料販売が好調に推移

森永エンジニアリング



食品プラントの建設事業などを展開。大型案件の設備工事の施工により増収

森永酪農販売

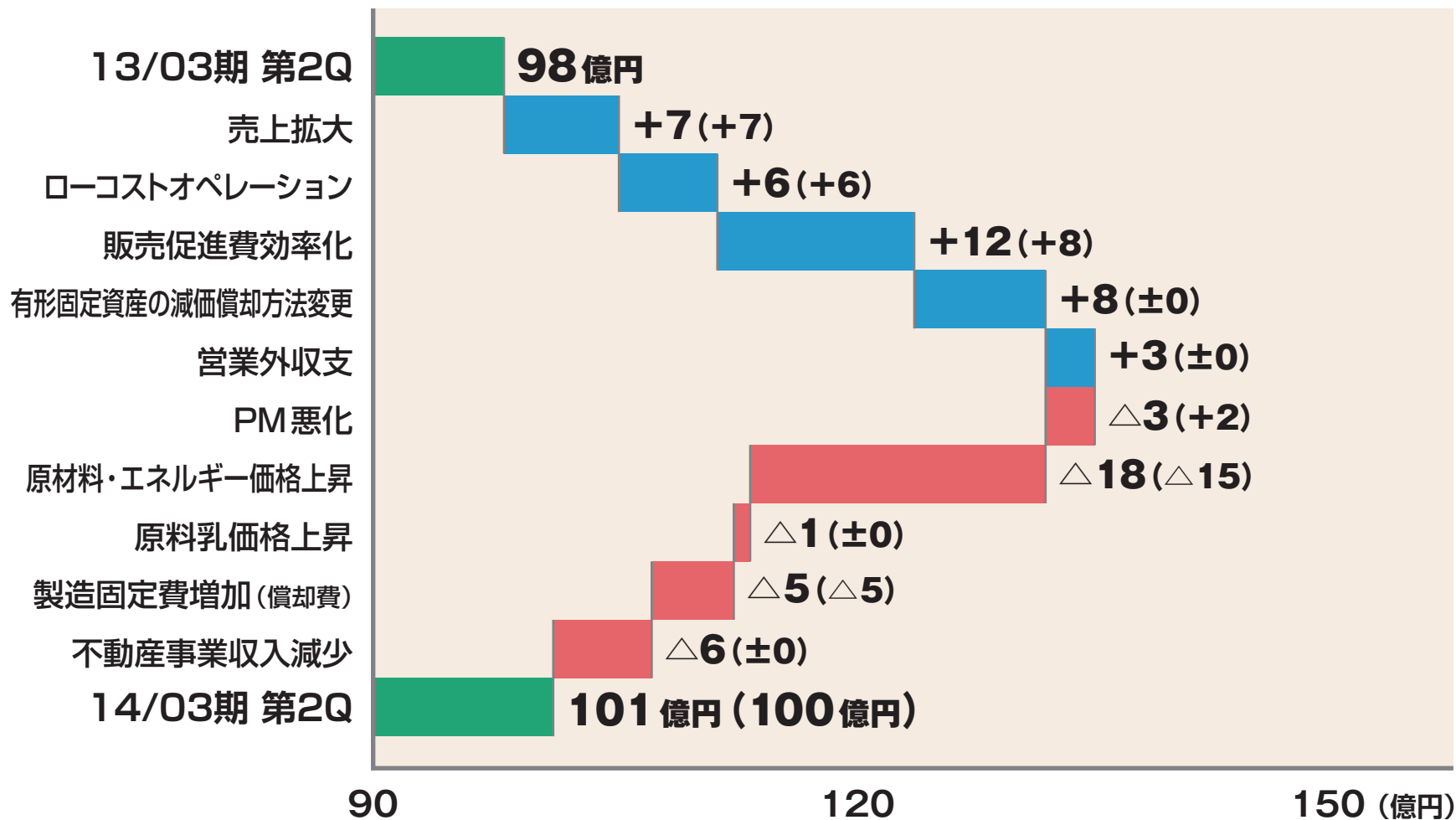


酪農家向けに飼料や飼料添加物を販売。円安による輸入粗飼料の値上がりなどにより販売単価が高値で推移

連結経常利益の増減要因



()内は当初予想値



2. 2014年3月期業績見通し

2014年3月期業績見通し



(単位：億円)

	13年3月期	14年3月期	前期差	前期比
売上高	5,912	5,980	68	101.2%
営業利益	102	116	14	114.1%
経常利益	106	120	14	113.7%
当期純利益	50	51	1	101.7%
RO S (経常利益／売上高)	1.8%	2.0%		
RO A (経常利益／総資産)	2.9%	3.3%		
RO E (当期純利益／自己資本)	4.4%	4.3%		

強化育成分野 売上見通し

強化育成分野	下期売上高	前同比	通期売上高	前期比
ヨーグルト	260億円	102%	540億円	102%
チーズ	216億円	100%	422億円	98%
チルドカップ飲料	192億円	103%	445億円	102%
機能素材・健康食品	29億円	105%	56億円	101%
強化育成分野計	697億円	102%	1,463億円	101%



リプトンチルドカップ紅茶

- カテゴリー No.1 商品の拡大
- 話題性のある新商品展開
- 年末需要への業務用クリームの拡大
- 宅配チャネルの底上げ
- 医療食、介護食の充実



スイーツヨーグルト
「ダブル」



ギリシャヨーグルト
「バルテノ」



浦幌乳業新製造棟
業務用クリーム



カレー専用粉チーズ



介護食「やわらか亭」



宅配チャネルの底上げ



女子高生との共同開発商品

● 健康機能性を活用した新商品

「免疫力を高める」をキーワードに当社の保有する数千もの菌株から選抜した乳酸菌を配合したヨーグルトを宅配チャネルで展開



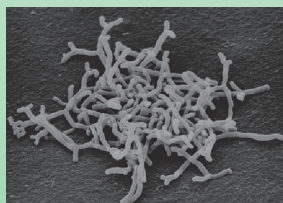
カラダ強くするヨーグルト
ラクトフェリンと
ビフィズス菌BB536

● 機能性素材の更なる研究・開発

ラクトフェリン：ノロウイルス抑制
ビフィズス菌B-3：体脂肪量減少
アロエ：肌指標改善効果



ラクトフェリン



ビフィズス菌BB536



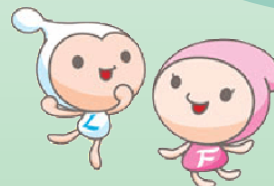
「ラクトフェリンヨーグルト」



通信販売商品
「ラクトフェリン オリジナルタイプ」



ラクトフェリン商品群



2013年11月5日
ノロウイルス感染予防セミナー

- 機能性ヨーグルトなど、健康機能性を活用した新商品・主要商品への注力
- ラクトフェリン、ビフィズス菌を中心としたB to Bビジネスの拡大

国内生産体制の再構築・ローコストオペレーション

● 市乳事業を中心とした工場統廃合

札幌工場（4月）、森永北陸乳業福井工場[市乳事業]（8月）、清水乳業（9月）の生産中止を着実に実施

● 原材料の工夫、歩留の改善

調達方法の見直しなど様々な工夫により上昇する原材料コストを吸収。製造面におけるムダ省きの徹底

● 販促費の効率化

原材料価格上昇（36億円／年）・原料乳価格上昇（12億円／年）を吸収すべく、いっそうの販促費効率化（当初計画より6億円増／年の効率化実現）

● 牛乳等の価格改定の浸透

10月より当社からの出荷価格を改定（1～4%値上げ）

新市場の創出・ブランド強化

Active Life 食品の開発・展開

50年以上の研究実績

機能性素材

業界シェアNo.1 流動食事業

医療食

**独自素材、独自技術を活かした
Active Life 食品**

**2014年度の
商品展開・シリーズ化を目指す**

強化育成分野への 経営資源集中

● 拡大市場への投資

需要旺盛なビフィズス菌末設備への
リニューアルを前倒しで開始（森永北陸
乳業福井工場）

● ミライの生産体制見直し

中長期的な乳原料需給バランスの観点から、
設備投資を含めた経営資源の投入

● 人的資源の集中投入、拡充

機能素材事業部門、国際部門の増員
付加価値の高いホエイ加工品の製造・開
発を行うホエイ研究室、海外向け栄養食
品分野の研究を行う国際栄養食品研究室
の業務拡充

成長市場への進出・原料調達基盤の強化

● 輸出事業好調

パキスタンなどのアジア諸国向けの粉ミルク、インドネシア向けのラクトフェリンなどの売上拡大

● 中国旺旺集団との提携事業の推進

ヨーグルト、チルドデザートなど技術面での強みを活かした提携事業の推進

● インドネシアにおける合併事業(粉ミルク)拡大

市場拡大が続き、国内販売が好調。増産対応を検討中

● 菌末市場の拡大

欧州、米国、アジアでの積極的な市場拡大

● 人財の確保と育成

現地派遣、海外短期留学の推進による国際人財の養成

● ミライ社からの乳原料の安定確保

欧州の乳原料供給拠点の確立



ドイツミライ社

連結経常利益の増減見通し



()内は当初予想値

