



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

- ・はじめに、上期の決算概要についてご報告いたします。

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

- ・売上高は、ヨーグルトや業務用食品が好調に推移したことに加え、連結子会社の増収が寄与し、増収となりました。
- ・利益面では、原材料価格の上昇など、厳しい経営環境にありましたが、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、販売促進費の削減などにより、営業利益、経常利益とも僅かながら増益となりました。
- ・一方、四半期純利益につきましては、工場統廃合の減損損失を特別損失に計上し、減益となりましたが、こちらは期初計画通りの進捗でございます。

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	利益額拡大分野	売上高	前同比
ヨーグルト	280億円	102%	業務用食品	197億円	104%
チーズ	206億円	96%	冷凍	326億円	98%
チルドカップ飲料	253億円	101%	宅配	108億円	98%
機能素材・健康食品	27億円	97%	チルド紅茶	101億円	93%
強化育成分野計	766億円	100%	利益額拡大分野計	732億円	99%

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%

5

Copyright © 2013 MORINAGA MILK INDUSTRY CO., LTD

- ・単体での商品分野別・主要商品の売上実績です。
- ・強化育成分野では、ヨーグルト、チルドカップ飲料が好調に推移しました。チーズはモッツァレラチーズを中心とした国産ナチュラルチーズは好調に推移しましたが、スライスチーズの不振もあり、全体では減収となりました。
- ・機能素材・健康食品は、全体では減収でしたが、菌体粉末の販売は順調に推移しました。
- ・また、利益額拡大分野では、業務用食品が前年を上回りましたが、その他商品群は減収となっております。
- ・利益率改善分野においては売上は前年を下回っておりますが、各商品群毎に効率化を進めております。
- ・以上により、単体の売上高は2,346億円と、前年を僅かに下回りました。
- ・なお、左下に主ブランドの販売状況を記しております。昨今CVSのカウンターコーヒー市場が賑わっておりますが、マウントレーニアは順調に売上を伸ばしております。

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。出典はインテュージェスRI（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

6

Copyright © 2013 MORINAGA MILK INDUSTRY CO., LTD

- ・シェアの状況です。

連結子会社の状況



連結子会社数	売上高前同比
30社	104%

(注) 連結消去前単純合計

クリニコ 食品営業グループ食品営業部門
株式会社クリニコ
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

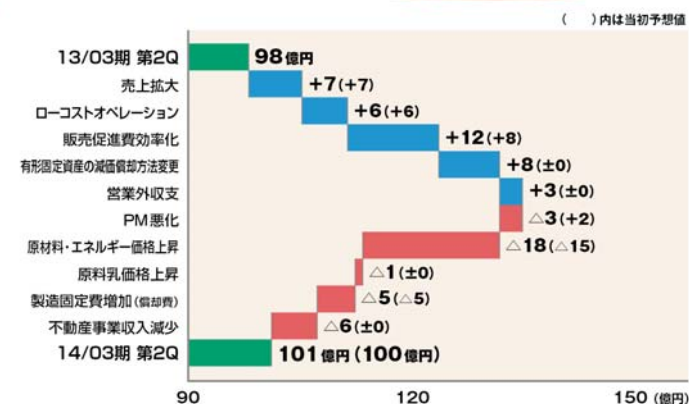
ミライ
ドイツにある乳糖、ホエイなど乳原料の製造販売会社。乳原料販売が好調に推移

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 お客様とともに事業をのびます
森永酪農販売株式会社
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

- ・ 連結子会社の状況です。
- ・ 子会社全体では、連結消去前の単純合計とはなりますが、前同比4%増となりました。流動食事業を展開するクリニコ、ドイツにある乳原料の製造販売会社であるミライ社は、グループとしても特に注力をしているところであり、順調に拡大をしております。
- ・ また、食品プラントの建設事業などを展開する森永エンジニアリング、飼料販売を行う森永酪農販売などの増収も寄与いたしました。

連結経常利益の増減要因



- ・ 上期の経常利益ベースでの増減益を示したものです。括弧内は期初の計画となります。
- ・ 原材料・エネルギー価格の上昇および7月に決定した原料乳価格上昇といった原料面でのコスト増の影響、また、プロダクトミックスが計画を下回りました。
- ・ 一方、販売促進費の削減は、計画を上回る進捗となっております。
- ・ さらに、受取配当金の増加や支払利息の減少により、金融収支がプラスに働きました。
- ・ 特記事項として、青いラインの上から4つ目、有形固定資産の減価償却方法変更および赤いラインの一番下、不動産事業収入減少がございます。まず、減価償却方法の変更ですが、今期より、有形固定資産の償却を定率法から定額法に変更しております。上期で8億円、年間で16億円の利益増を見込んでおります。
- ・ また、不動産事業収入の減少につきましては、当森永プラザビルに係る家賃収入が減少したことにより、上期で6億円、年間で14億円の利益減となる見込みです。
- ・ 以上、経常利益では計画に対し1億円、前年に対し3億円の増益となりました。

2. 2014年3月期業績見通し

- ・続いて、通期の業績見通しについてご説明いたします。

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%
R O S (経常利益 / 売上高)	1.8%	2.0%		
R O A (経常利益 / 総資産)	2.9%	3.3%		
R O E (当期純利益 / 自己資本)	4.4%	4.3%		

- ・こちらは通期の損益の計画です。期初の計画から変更はございません。売上高5,980億円、経常利益120億円を計画しております。

下期のポイント



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%



- 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



11

Copyright © 2013 MORINAGA MILK INDUSTRY CO., LTD

- ・今下期のポイントについてご説明いたします。
- ・こちらの表は、強化育成分野の下期および通期の売上見通しです。
- ・ヨーグルトでは、ビヒダス、アロエといった主力商品群はもちろん、2層タイプのスイーツヨーグルトの新商品「ドゥブレ」、今年1月よりラインナップを追加し、ロイヤルユーザーを着実に増やしているギリシャヨーグルト「パルテノ」の拡売を図ります。
- ・チーズは、国産ナチュラルチーズの拡大に加えて、新商品のカレー専用粉チーズ「ヴァッキーノロマーノ」を展開。
- ・チルドカップ飲料は、マウントレーニアのシェア拡大はもちろん、リプトンでも売上を伸ばしてまいります。
- ・その他、本年5月より北海道の浦幌乳業の新製造棟が稼動し、お客さまに高い評価をいただいている業務用クリームにつきましては、これから12月にかけて最需期を迎えるところです。昨年の年末商戦で若干苦戦した部分もございますので、巻き返したいと考えております。
- ・また、宅配チャネル商品の拡売にも注力します。主力商品のカルダスについては、数年ぶりにテレビCMを投入し販売活動を強化しております。新規契約の獲得に努めます。
- ・市場拡大が続く医療食・介護食については、販売チャネルの拡大を行い、上市している「やわらか亭」などの拡売に努めます。

下期のポイント



● 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

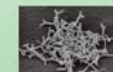


● 機能性素材の更なる研究・開発

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 B536

- 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

12

Copyright © 2013 MORINAGA MILK INDUSTRY CO., LTD

- ・続きまして、機能性素材関連の取り組みについてご説明いたします。
- ・森永乳業の強みである健康機能性を活用した新商品も展開しています。当社では数千以上の菌株を保有していますが、その中でも特に免疫活性が高い乳酸菌（モラック・ワン）を配合した宅配専用ヨーグルトを10月から展開し、大変好評をいただいております。
- ・また、ラクトフェリン、ビフィズス菌、アロエといった当社が長年研究を続けている機能性素材の更なる研究を進め、新商品へと繋げてまいります。
- ・特に、今年で研究開始から50年を迎えたラクトフェリンにおいては、ノロウイルス感染性胃腸炎との関連性の研究が進んでおり、最新の調査研究においては、1本あたり100mgのラクトフェリンを含有した食品を継続的に摂取することで発症抑制できる可能性が示されました。当内容に関するメディアセミナーの実施など、情報発信の強化に努めております。
- ・ビフィズス菌と合わせ、当社商品への応用はもちろん、BtoBビジネスの拡大を続けてまいります。

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）の生産中止を着手に実施

● 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）

- ・こちらは、ローコストオペレーションの取り組みをまとめたものです。
- ・まず、工場統廃合については、札幌工場、森永北陸乳業福井工場、清水乳業の生産中止を進めました。今後も、市乳工場を中心に更なる合理化に向けた検討を進めてまいります。
- ・原材料の調達方法の見直しなど、製造面でのコスト削減を進めます。
- ・販売促進費の効率化については、当初計画に上乘せする形で取り組みを進めてまいります。また、利益率の高い商品の売上を伸ばすことを進めます。
- ・4つ目の項目として、牛乳等の価格改定の浸透がございます。この10月より飲用向け乳価が4年半ぶりに上がりましたので、牛乳類の出荷価格を1～4%上げる対応を取りました。概ね値上げは浸透したものと考えておりますが、店頭価格の状況に注視してまいります。
- ・以上が下期のポイントとなります。

新市場の創出・ブランド強化

Active Life 食品の開発・展開



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て開始（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

- ・続いて、中期的な話も含めた取り組みについてご紹介いたします。
- ・前回5月のこの場でお話した、当社の独自素材・独自技術を活かしたシニア向けの「アクティブライフ食品」について、来年度の上市を目指し、現在開発を進めております。
- ・また、強化育成分野を中心とした事業の選択と集中も進め、特に拡大市場への投資を積極的に進めます。
- ・ビフィズス菌末については、国内外の、特にBtoB事業において需要が旺盛であります。来期の福井工場の稼働により、生産能力も倍増する見込みです。
- ・その他、ミライについては、生産体制の見直しを含めた検討を進めます。
- ・さらに、今後の成長を見込んでおります機能性素材事業、国際事業につきましては、チーズを生産する際に生まれる副産物で、栄養価が高く付加価値のあるホエイを用いた加工品の製造・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など、人的資源の投入、研究組織の強化に取り組んでおります。



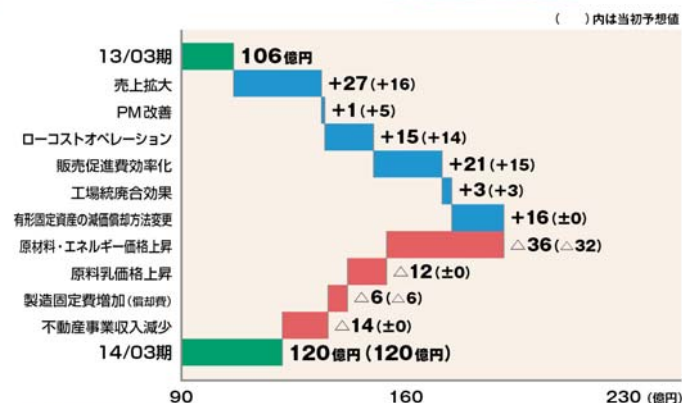
成長市場への進出・原料調達基盤の強化

- **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**
市場拡大が続ぎ、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

- ・ 海外事業の展開についてお話しします。
- ・ 輸出事業については、これまであまりご説明してこなかったところではございますが、徐々に市場を広げております。
- ・ 中国での旺旺とのヨーグルト、デザート等の提携事業につきましては、着実に推進してまいります。
- ・ 原料調達基盤の強化については、新たな調達先の検討を含め、引き続き取り組んでまいります。



- ・ 最後になりますが、こちらは通期の経常利益ベースでの増減益要因となり、14億円の経常増益を計画しています。
- ・ 原料乳価格の上昇は、チーズ向け乳価の改定分とあわせて、年間で12億円のコスト増となる見込みです。これにつきましては、牛乳類の出荷価格改定を行いました。そのプラス分は売上拡大の項目に含んでおります。
- ・ その他、原材料・エネルギー価格の上昇も大変大きな影響がございますが、強化育成分野、利益額拡大分野を中心とした売上拡大およびプロダクトミックスの改善、ローコストオペレーション、販売促進費の更なる効率化を進め、120億円の利益目標を達成すべく取り組んでまいります。



森永乳業株式会社
