

2015年3月期 第2四半期決算説明会



2014年11月17日
森永乳業株式会社

1. 2015年3月期第2四半期決算概要
2. 2015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. 2015年3月期第2四半期決算概要

3

Copyright © 2014 MORINAGA MILK INDUSTRY CO., LTD

- ・はじめに、上期の決算概要についてご報告いたします。

2015年3月期第2四半期決算数値



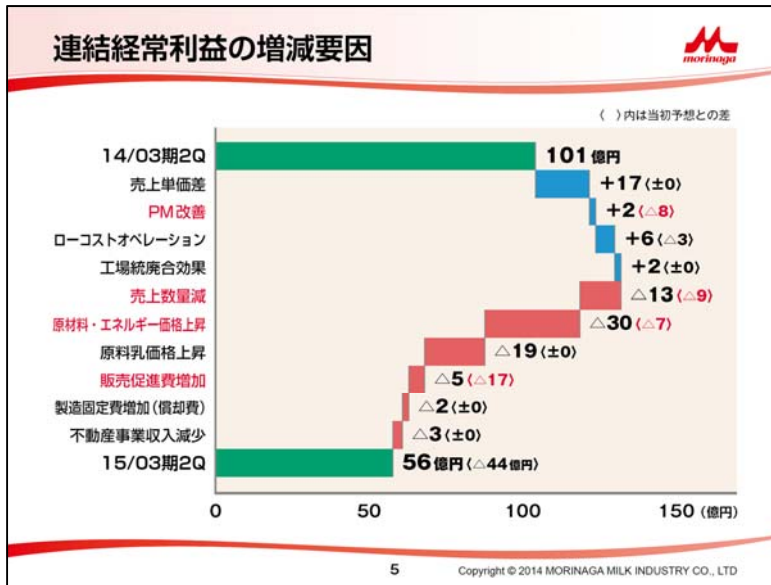
(単位：億円)

	14年3月期	15年3月期	前同比	前同差	計画差
売上高	3,209	3,158	98.4%	△51	△42
営業利益	96	52	53.5%	△45	△43
経常利益	101	56	55.3%	△45	△44
四半期純利益	48	33	68.3%	△15	△17
ROS (経常利益 / 売上高)	3.2%	1.8%			

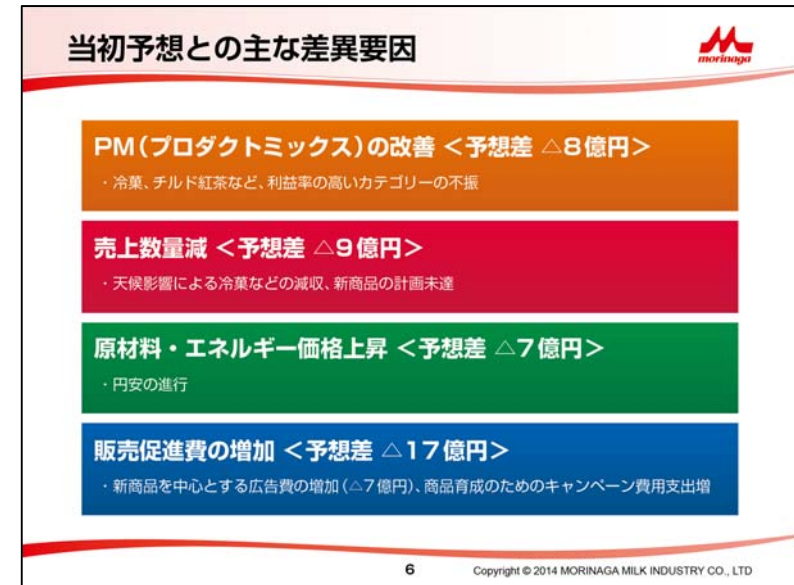
4

Copyright © 2014 MORINAGA MILK INDUSTRY CO., LTD

- ・上期の実績です。売上、利益ともに前年および計画を大きく下回り、売上高3,158億円、営業利益52億円、経常利益56億円、四半期純利益33億円となりました。



- ・ 上期の経常利益ベースでの増減要因を示したものです。
- ・ 原材料・エネルギー価格の上昇、原料乳価格の上昇といったコストアップ要因に対し、商品の価格改定やローコストオペレーションに取り組みましたが、前年第2四半期の経常利益101億円に対し実績が56億円と、44億円の減益となりました。内訳としては、増益要因が計27億円、減益要因が計72億円となります。
- ・ 次に、計画との主な差異についてご説明いたします。



- ・ 期初に掲げた予想値と差異が大きかった項目についてご説明します。
- ・ まず、PM（プロダクトミックス）の改善ですが、利益額拡大分野の冷菓、チルド紅茶など、当社にとって利益率の高いカテゴリーが苦戦しました。
- ・ 次に、売上数量減は、商品の価格改定はほぼ計画通り実施することができましたが、夏場の天候不順による冷菓の売上減や新商品の展開が見込み通りとはならず、計画を大きく下回っております。
- ・ また、原材料・エネルギー価格の上昇につきましては、商品市況では大きな計画との乖離は見られなかったものの、想定を上回る円安影響が約5から6億円ありました。
- ・ 最も差異が大きかった販売促進費の増加については、新商品を中心とした広告費の増加、商品育成のためのキャンペーン投入などにより、当初計画とは一転し、減益要因となりました。

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	268億円	96%	業務用食品	207億円	105%
チーズ	218億円	106%	冷菓	319億円	98%
チルドカップ飲料	257億円	101%	宅配	103億円	95%
機能素材・健康食品	29億円	111%	チルド紅茶	97億円	96%
強化育成分野計	772億円	101%	利益額拡大分野計	725億円	99%
流動食（クリニコ）	(139億円)	(97%)			
海外事業（連結）	(126億円)	(104%)			

商品分野	商品名	前同比
ヨーグルト	ピヒダスブランド	96%
チルドカップ飲料	マウントレーニア	105%
牛乳	森永のおいしい牛乳	94%

利益率改善分野	売上高	前同比
牛乳	298億円	103%
栄養食品	59億円	98%
デザート	100億円	95%
利益率改善分野計	456億円	100%

(注)「流動食」は連結子会社クリニコの売上高

7

Copyright © 2014 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。

・左上の強化育成分野では、チーズの売上が好調でした。モッツァレラを中心とした国産ナチュラルチーズがこれまで同様順調に拡大したことに加え、構成比の高いスライスチーズも前年を上回りました。また、機能素材・健康食品は菌体粉末の販売が順調に伸びております。チルドカップ飲料は主力のマウントレーニアが好調に推移しています。一方、ヨーグルトはプレーンヨーグルトでの価格対応を抑制したこともあり減収となりました。

・利益額拡大分野では、引き続き業務用食品が売上を伸ばしております。その一方で、夏の天候影響が大きかった冷菓、チルド紅茶が前年を下回りました。

・利益率改善分野においては、各商品群毎、効率化を進めております。

・なお、単体の数値ではございませんが、子会社のクリニコが販売する流動食、海外事業の数値はこちらに記載の通りです。クリニコについては、消費増税の反動減もあり減収となりました。

シェアの状況



カテゴリー	シェア		
	14年3月期	15年3月期	順位
チルドカップタイプコーヒー	52%	51%	1
チルド紅茶飲料	72%	69%	1
ヨーグルト	12%	12%	2
チルドデザート	23%	23%	1
チーズ	14%	13%	3
アイスクリーム	12%	13%	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（2013年4月～2013年9月、2014年4月～2014年9月、販売金額シェア）流動食のみ当社推定シェア

8

Copyright © 2014 MORINAGA MILK INDUSTRY CO., LTD

・シェアの状況です。各カテゴリーのシェアの拡大に取り組んでまいります。

連結子会社の状況



カテゴリー	売上高	前同比	会社数	主な子会社
生産・生販会社	600億円	102%	13社	横浜乳業 エムケーチーズ
販売会社	702億円	98%	4社	デイリーフーズ 北海道森永乳業販売
その他会社	702億円	97%	13社	クリニコ ミライ 森永エンジニアリング
合計	2,004億円	99%	30社	

(注) 連結消去前単純合計

9

Copyright © 2014 MORINAGA MILK INDUSTRY CO., LTD

・連結子会社の状況です。

・全体では、連結消去前の単純合計とはなりますが、前期を1%下回りました。こちらは、プラント施工を行う森永エンジニアリングが駆け込み需要の反動があったことや、販売会社のデイリーフーズが単体の売上同様、減収となったことなどによるものです。



2. 2015年3月期業績見通し

10

Copyright © 2014 MORINAGA MILK INDUSTRY CO., LTD

・続きまして、通期の業績見通しとポイントについてご説明いたします。

2015年3月期業績見通し



(単位：億円)

	14年3月期	15年3月期	前期比	前期差	計画差
売上高	5,993	5,960	99.5%	△33	△90
営業利益	120	76	63.4%	△44	△50
経常利益	124	85	68.6%	△39	△45
当期純利益	48	40	82.6%	△8	△20
RO S (経常利益 / 売上高)	2.1%	1.4%			
RO A (経常利益 / 総資産)	3.4%	2.4%			
RO E (当期純利益 / 自己資本)	4.1%	3.3%			

11

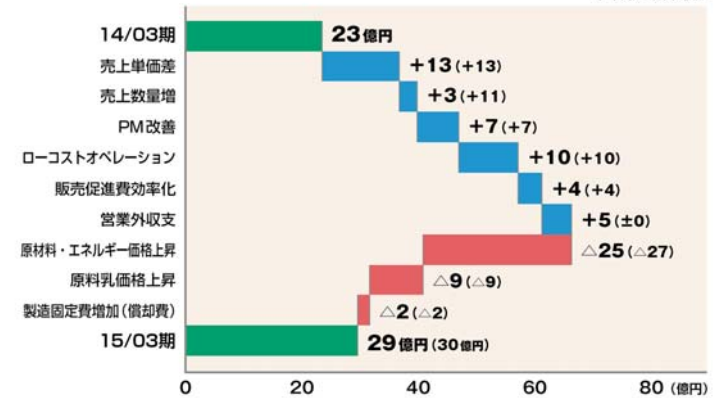
Copyright © 2014 MORINAGA MILK INDUSTRY CO., LTD

・通期の業績見通しです。上期の実績を受け、それぞれ業績予想を下方修正しています。売上高5,960億円、営業利益76億円、経常利益85億円、当期純利益40億円の計画です。

連結経常利益の増減見通し（下期）



()内は当初予想値



12

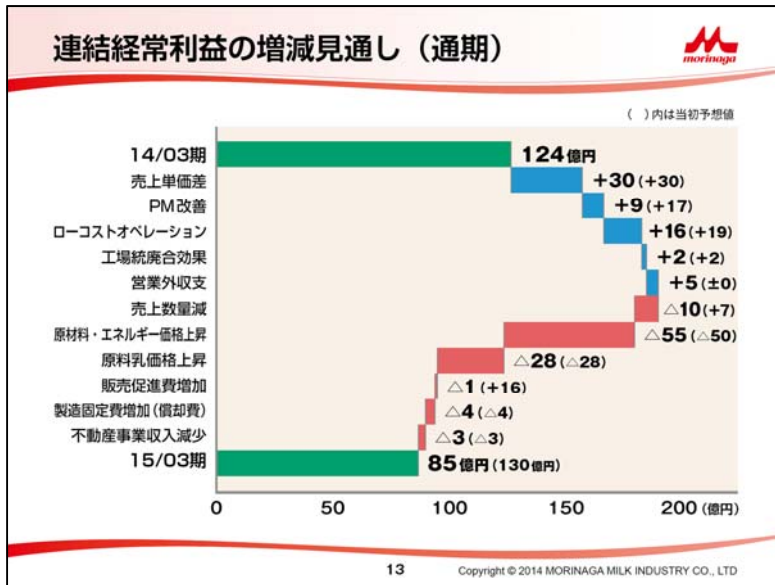
Copyright © 2014 MORINAGA MILK INDUSTRY CO., LTD

・下期の経常利益ベースでの増減要因となります。

・上期同様、原材料コストを中心に厳しい環境は続きますが、売上単価差につきましては、コストアップ対策を上期に取り組み、下期からはその効果が全面にでることなどから、当初計画並みの利益水準を見込んでおります。

・また、上期減収となりました冷菓など高利益率の商品の販売を強化し、PM（プロダクトミックス）を改善していきます。さらに、上期で商品育成のための費用を投入した新商品、ドリンクヨーグルトによる売上の拡大も図ってまいります。

・ローコストオペレーション、販売促進費の効率化については、当初の計画通りに取り組んでまいります。



・こちらは通期の計画です。先ほどご説明した上期の実績および下期の計画を合わせたものです。

商品分野別の売上見通し（単体）

強化育成分野	売上高	前期比	利益額拡大分野	売上高	前期比
ヨーグルト	520億円	99%	業務用食品	430億円	103%
チーズ	443億円	104%	冷菓	505億円	99%
チルドカップ飲料	450億円	101%	宅配	200億円	97%
機能素材・健康食品	62億円	110%	チルド紅茶	179億円	97%
強化育成分野計	1,475億円	102%	利益額拡大分野計	1,314億円	100%
流動食 (クリニコ)	(290億円)	(100%)	利益率改善分野		
海外事業 (連結)	(270億円)	(105%)	牛乳	569億円	102%
			栄養食品	125億円	99%
			デザート	189億円	96%
			利益率改善分野計	883億円	100%

(注)「流動食」は連結子会社クリニコの売上高

14 Copyright © 2014 MORINAGA MILK INDUSTRY CO., LTD

・単体での商品分野別の売上見通しとなります。

・上期に引き続き、チーズ、チルドカップ飲料、機能素材・健康食品、業務用食品は売上の拡大を図ってまいります。ヨーグルトは上期のマイナスもあり、年間では前年に届かない計画ではありますが、下期同士の比較では増収の計画を組んでいます。足元も、新商品効果などがでてきており上向いてきております。

ヨーグルト事業の拡大






機能性

ドリンク



ビヒダス BB536
のちヨーグルト



「(UL)テノ」販売エリア拡大



「アロエステロール®」配合ヨーグルトドリンク
ALOE BENE (アロエベネ)



ラクトフェリン
ドリンクヨーグルト




アロエのちヨーグルト




15 Copyright © 2014 MORINAGA MILK INDUSTRY CO., LTD

- ・ヨーグルト市場の拡大についてご説明申し上げます。
- ・ここ数年、市場が大変活性化してきたヨーグルトですが、市場のニーズに変化もでてきております。機能性をうたった商品、また、ドリンクタイプのヨーグルトの市場が急拡大しています。
- ・ドリンクヨーグルトはこちらに記載の通り順次商品投入を進めております。「ビヒダス」では、容量を見直し750グラムでリキャップできる新容器を採用し、糖類オフタイプの商品も展開しました。また、乳成分「ラクトフェリン」を配合した商品を新たに発売しました。
- ・さらに、現在は首都圏エリア限定での展開ですが、今までにない新しい分野として、当社独自の研究素材「アロエステロール」を配合した「アロエベネ」の販売を9月末より開始しています。アンチエイジングを訴求した、新カテゴリの市場を創出してまいります。

Active Life 食品の展開






健康とスポーツ
(アスリート、アクティブ)


栄養食品・機能性食品
(ロコモ、メタボ、etc)


栄養補助食品
(栄養補助給食)

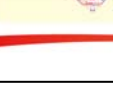
介護食
(要支援者)

流動食
(要介護者)









16 Copyright © 2014 MORINAGA MILK INDUSTRY CO., LTD

- ・当社が掲げる「アクティブライフ食品」です。先ほど説明した「アロエベネ」をはじめ順次商品展開を増やしております。商品が増えておりますが、育成段階にある商品が多く、数字としてはまだまだこれからの部分もありますが、現在、売り場づくり、情報発信の強化に努め、お客さまへの普及を図っております。近い将来のブランド化、シリーズ化を早く進める予定しております。

国際競争力の強化



● ミライ社の生産能力増強

総投資額約200億円

● 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を確立



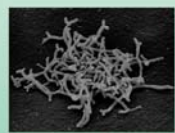
2016年半ば新工場稼働予定

● 輸出事業拡大

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(上海)への「ピノ」「モウ」アイスクリーム輸出、タイでのマウントレーニアテスト販売スタート

● 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



ビフィズス菌BB536

● 菌末の販売強化

欧州、米国、アジアでの積極的な市場拡大
森永北陸乳業福井工場でのビフィズス菌末生産開始

17

Copyright © 2014 MORINAGA MILK INDUSTRY CO., LTD



森永乳業株式会社

・続きまして、国際競争力の強化です。当社の国際事業の大きな柱であるドイツ・ミライ社は3月に発表した新工場の増設を進めております。粉ミルクの主原料となるホエイ蛋白濃縮物、乳糖、乳蛋白、ラクトフェリンなどの乳原料をBtoB事業で拡販することを目的としています。総投資額は200億円を予定しており、その多くは今期、来期に投資します。2016年半ばに稼働の予定です。

・輸出事業、特に粉ミルクについては、アセアン諸国を中心に徐々に市場を広げております。また、新たな取り組みとして、国内での高いシェアを持つ「マウントレーニア」、冷菓の「ピノ」「モウ」の国外への輸出をスタートしました。まだ、規模としては小さく、詳細をお話できる段階にありませんが、展開する商品や地域を今後も広げていく予定です。

・インドネシアでの粉ミルクの合併事業は引き続き順調です。この半期で2割伸びております。

・菌末は旺盛な需要が続いておりますので、10月に稼働した森永北陸乳業の新製造設備をフルに活かして国内外での市場の獲得を図ってまいります。上期で二桁増の伸びを示しております。

・国内経営基盤の強化と国際事業の強化について、戦略を基に足下の事業を固めながら、それぞれ新規事業の発展にスピードを上げて取り組んでまいります。