

# 2017年3月期 第2四半期決算説明会

- I. 2017年3月期第2四半期決算概要
- II. 2017年3月期業績見通し
- III. 中期経営計画達成への取り組み

2016年11月9日

森永乳業株式会社

# I . 2017年3月期第2四半期決算概要

# 2017年3月期第2四半期決算数値



(単位：億円)

	16年3月期 2Q	17年3月期 2Q	対前年 増減額	対前年 増減率	当初 予想差
売上高	3,233	3,157	△76	△2.4%	+37
営業利益	101	156	+55	+54.6%	+41
経常利益	106	161	+54	+51.0%	+40
親会社株主に帰属する 四半期純利益	57	101	+43	+75.2%	+36
R O S (営業利益／売上高)	3.1%	5.0%			

# 事業分野別売上高、営業利益実績



(単位：億円)

17年3月期 2Q	売上高				営業利益			
	1Q実績		2Q実績		1Q実績		2Q実績	
	売上高	増減率	売上高	増減率	営業利益	増減額	営業利益	増減額
B to B事業	228	△ 2%	455	△ 2%	13	+ 2	28	+ 4
国際事業	56	△ 10%	102	△ 19%	2	△ 2	4	± 0
健康・栄養事業	115	+ 8%	233	+ 8%	8	+ 4	15	+ 7
B to C事業	881	△ 6%	1,785	△ 6%	44	+ 22	95	+ 38
その他・消去	255	+ 10%	582	+ 12%	6	+ 2	14	+ 6
合計	1,535	△ 2%	3,157	△ 2%	73	+ 28	156	+ 55

# B to C 事業商品分野別販売実績（単体）



※「補正増減率」は九州地区における子会社への販売移管影響調整後の増減率

（単位：億円）

17年3月期 2Q	1Q 実績			2Q 実績		
	売上高	増減率	補正増減率※	売上高	増減率	補正増減率※
チルドカップ飲料	118	± 0%	+ 2%	241	△ 2%	± 0%
チルド紅茶	39	△ 11%	△ 9%	83	△ 10%	△ 8%
アイスクリーム	133	+ 3%	+ 6%	302	+ 5%	+ 8%
ヨーグルト	140	+ 4%	+ 5%	270	+ 6%	+ 7%
チーズ	81	+ 4%	+ 7%	157	+ 1%	+ 4%
牛乳	153	△ 4%	△ 2%	313	△ 3%	△ 2%
デザート	38	△ 20%	△ 19%	74	△ 21%	△ 21%
市乳（宅配など）	57	△ 2%	+ 1%	112	△ 2%	+ 2%

## 【営業利益】対前年増減額+55億円

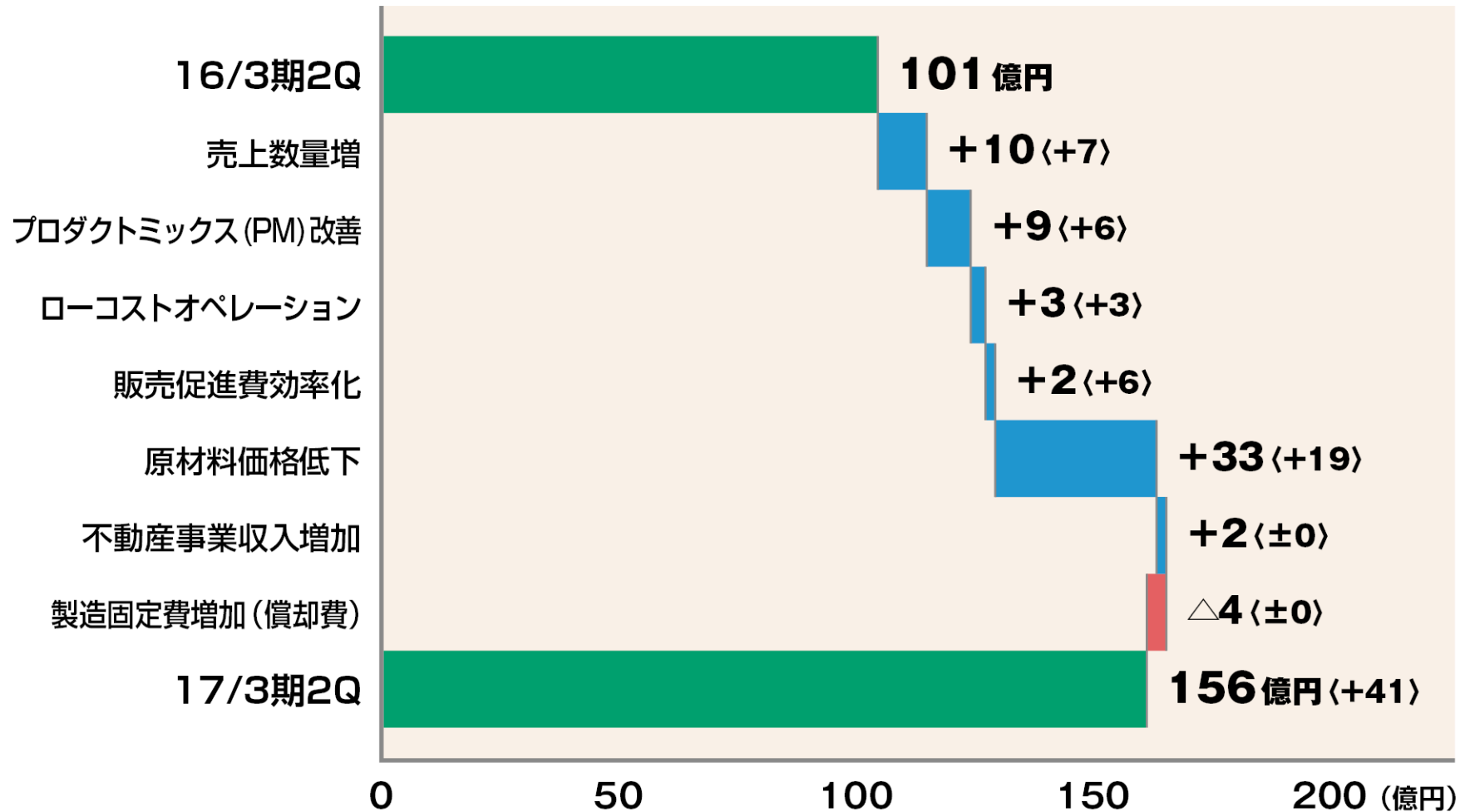
〈当初予想差+41億円〉

- **売上数量増 (対前年増減額+10億円)** 〈当初予想差+7億円〉  
ヨーグルト、アイスクリーム、チーズの販売数量増
- **プロダクトミックス (PM) の改善 (同+9億円)** 〈+6億円〉  
ヨーグルト (パルテノ)、アイスクリーム (パルム) の拡大、商品数削減が寄与  
新商品・主力商品の拡販が課題
- **ローコストオペレーション (同+3億円)** 〈+3億円〉  
製造の効率化による原価率低減の取り組み
- **販売促進費効率化 (同+2億円)** 〈+6億円〉  
拡売費の効果的な支出に努めた一方、先を見据えた積極的な広告投入
- **原材料価格低下 (同+33億円)** 〈+19億円〉  
想定以上の円高によるコスト減も、足元では市況が底打ち反転
- **製造固定費増加 (償却費) (同△4億円)** 〈±0億円〉  
新設投資分 (ヨーグルト、アイスクリーム)

# 連結営業利益の増減要因



〈 〉内は当初予想との差



## Ⅱ. 2017年3月期業績見通し



# 2017年3月期業績見通し



(単位：億円)

	16年3月期	17年3月期	対前年 増減額	対前年 増減率	当初 予想差
売上高	6,015	5,930	△85	△1.4%	+30
営業利益	143	205	+62	+43.2%	+41
経常利益	150	210	+60	+40.4%	+40
親会社株主に帰属する 当期純利益	106	120	+14	+13.5%	+38
RO S (営業利益／売上高)	2.4%	3.5%			
RO A (営業利益／総資産)	3.8%	5.4%			
RO E (当期純利益／自己資本)	8.4%	9.1%			

# 事業分野別売上高、営業利益計画



(単位：億円)

17年 3月期	売上高				営業利益			
	2Q実績		通期計画		2Q実績		通期計画	
	売上高	増減率	売上高	増減率	営業利益	増減額	営業利益	増減額
B to B事業	455	△2%	910	±0%	28	+4	55	+6
国際事業	102	△19%	190	△13%	4	±0	3	+3
健康・栄養事業	233	+8%	465	+6%	15	+7	27	+8
B to C事業	1,785	△6%	3,360	△4%	95	+38	100	+41
その他・消去	582	+12%	1,005	+6%	14	+6	20	+4
合計	3,157	△2%	5,930	△1%	156	+55	205	+62

# B to C 事業商品分野別販売計画（単体）



※「補正増減率」は九州地区における子会社への販売移管影響調整後の増減率

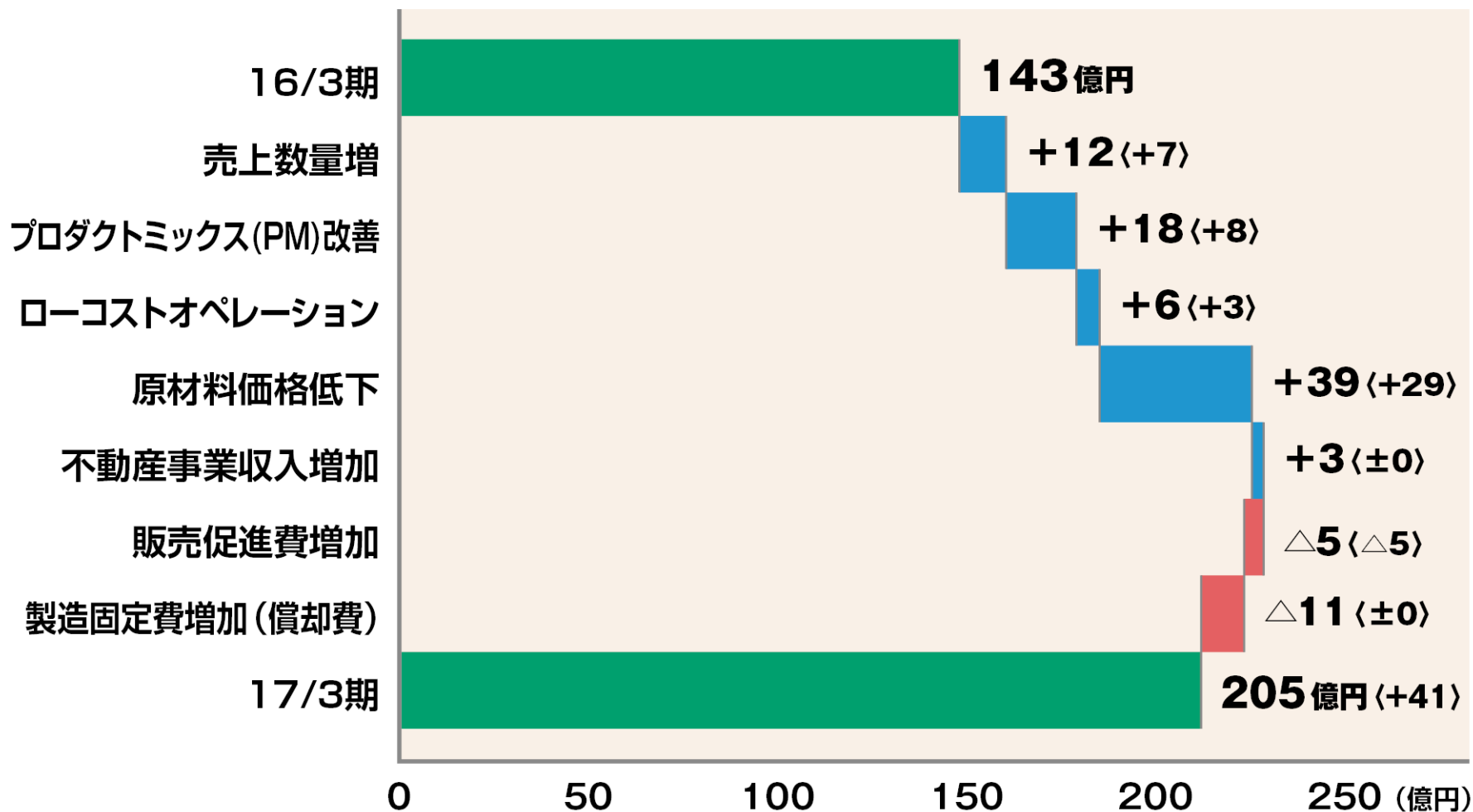
（単位：億円）

17年3月期	2Q			通期		
	売上高	増減率	補正増減率※	売上高	増減率	補正増減率※
チルドカップ飲料	241	△ 2%	± 0%	437	△ 1%	+ 2%
チルド紅茶	83	△ 10%	△ 8%	151	△ 10%	△ 8%
アイスクリーム	302	+ 5%	+ 8%	475	+ 3%	+ 6%
ヨーグルト	270	+ 6%	+ 7%	530	+ 6%	+ 7%
チーズ	157	+ 1%	+ 4%	319	+ 1%	+ 3%
牛乳	313	△ 3%	△ 2%	600	△ 3%	△ 2%
デザート	74	△ 21%	△ 21%	140	△ 20%	△ 19%
市乳（宅配など）	112	△ 2%	+ 2%	223	△ 2%	+ 1%

# 連結営業利益の増減見通し(2017年3月期)



〈 〉内は当初予想との差



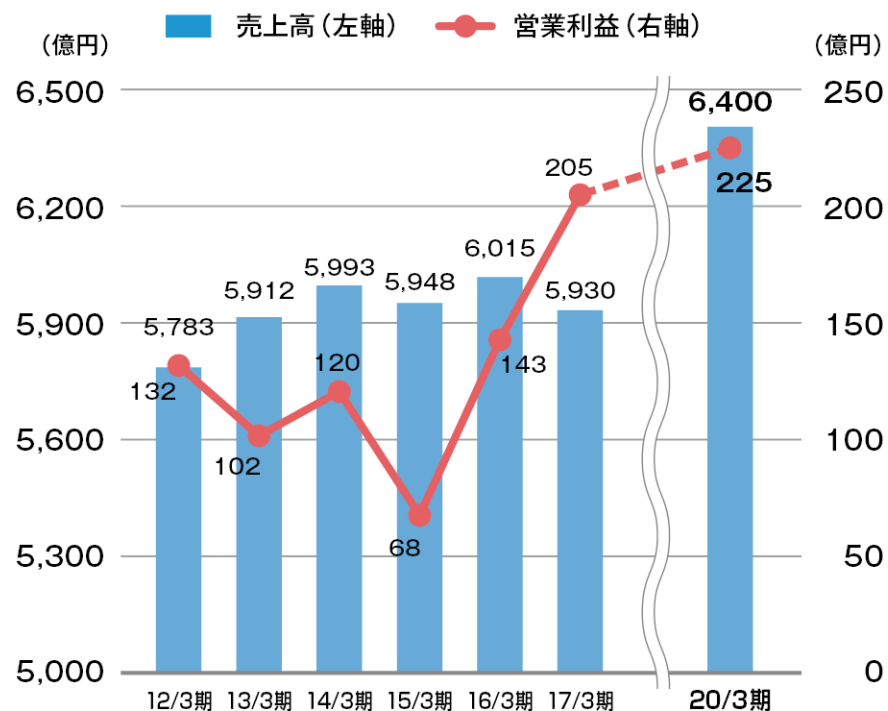
## Ⅲ. 中期経営計画達成への取り組み

## ●数値目標

(単位：億円)

	20年3月期
売上高	6,400
営業利益	225
経常利益	230
親会社株主に帰属する 当期純利益	120
RO S (営業利益/売上高)	3.5%
RO E (当期純利益/自己資本)	8.0%

## ●売上高、営業利益推移



## トピックス（ヨーグルト事業強化）

### ヨーグルト事業への取り組み強化

- 拡大が続くヨーグルト市場（販売額、2006年度を100とする）



※06年度～15年度：インテージSRIデータより当社作成、以降は当社想定イメージ

- 次代を担う商品の育成

- フルーツタイプ重視から機能性ヨーグルト強化への転換

- 「濃密ギリシャヨーグルト パルテノ」の拡販



半世紀以上の研究実績  
カラダ強くする「ラクトフェリン」  
「ラクトフェリンヨーグルトシリーズ」

「アロエステロール®」配合  
「アロエステヨーグルトシリーズ」



発売5周年記念商品  
「パルテノ キャラメルソース付」

## トピックス（設備投資案件）

- **機能性ヨーグルト製造ライン増強**

総投資額約282億円、10月28日発表

- **利根工場ヨーグルト製造新棟建設**

投資額 約217億円  
稼働予定時期 2019年6月

- **神戸工場ヨーグルト製造ライン増設**

投資額 約65億円  
稼働予定時期 2018年4月



ヨーグルト事業売上高  
2020年度  
2015年度比  
**5割増**  
(約760億円)  
を計画

- **差別化素材を用いた機能性ヨーグルトの商品開発と展開**

(森永乳業機能性素材一覧)

**ビフィズス菌BB536**

ヒトのおなかにすんでいる種類のビフィズス菌



**ビフィズス菌M-16V**

赤ちゃんのおなかにすんでいるビフィズス菌



**ビフィズス菌ブースリー®**

肥満を抑制するはたらきのあるビフィズス菌



**ラクチュロース**

ビフィズス菌を増殖！整腸効果があるオリゴ糖



**ラクトフェリン**

母乳に多く含まれていて、免疫細胞を活性化！



**シールド乳酸菌®**

免疫力を高めるヒト由来の乳酸菌



**アロエステロール®**

体の中から肌状態を改善！





## 成長に向けた事業ドメインの再構築

### B to B 素材事業、機能性商品の拡大

- シールド乳酸菌<sup>®</sup>、ビフィズス菌 BB536 など他社 B to C 商品での採用増

(採用例の一部)



シールド乳酸菌入りタブレット



シールド乳酸菌入りサンドイッチ



シールド乳酸菌入りみそ汁



シールド乳酸菌入りドレッシング



ビフィズス菌 BB536 入り  
チョコレート

## 成長に向けた事業ドメインの再構築

### グローバル化の推進

- **ミライ社 (MILEI GmbH)  
新工場稼働開始**

粉ミルクやスポーツ飲料の原料となる、「ホエイ蛋白濃縮物 (WPC)」、「乳糖」、「ラクトフェリン」等をグローバル乳業メーカー、食品メーカーなどに供給。

10月より新工場が順次稼働開始。高品質な原料を効率的に製造

- **海外粉ミルク事業の拡大**

輸出および現地生産の取り組み強化

- **シンガポール販売会社における積極的な展開**

東南アジア新興国向け営業活動の深耕



ドイツ・ロイトキルヒ市  
ミライ社新工場

## 資産効率の改善、合理化の推進

### 経営資源の集中 – 不採算事業からの撤退、商品の絞り込み –

- 商品数の削減実施

今期計画100品減 ⇒ 2Q実績8割超進捗

チルドデザート、飲料、アイスクリームを中心に商品の絞り込み。採算性改善を優先

- 販売促進費の効率的な投入

機能性素材広告の展開、単価維持のため拡売費抑制

- 家庭用フローズン卸事業譲渡

2Q累計125億円の減収(通期影響140億円)



ラクトフェリン

ラクトフェリン 素材TVCM



## 社会への貢献

### 未来を担う子どもたちの応援活動

- LEGOLAND® JAPAN初の  
オフィシャル・マーケティング・パートナー



2017年4月オープンの  
テーマパークに当社ブランド  
を融合させた乗り物を展開

- キッズニア甲子園「ミルクハウス」パビリオン



キッズニア東京に続き、  
東西で「ミルクハウス」  
パビリオンオープン

- 森永リトルエンゼル育成「森と食の探検隊」



食を通して社会や環境  
とのかかわりを知り、  
新たな自分を発見！

- 女子中学生を応援  
「森永乳業杯 ツアーオブバレーボール」



元全日本女子チームの  
オリンピックによる指導  
大会協賛

## ● アニュアルレポートARCアワード「銀賞」受賞

2015年版森永乳業グループのアニュアルレポートが「International ARC Awards 2016」の Traditional Annual Report 部門 Food & Consumer Packaged Goods のカテゴリー総合にて Silver（銀賞）を受賞



## ● IRサイトリニューアル

開示情報の充実、分かりやすい情報開示への取り組み



個人投資家向け情報の充実



森永乳業アニュアルレポート2015  
- Making Life More Delicious -

# (参考資料)

# (参考) シェアの状況 (2017年3月期第2四半期)



シェア	16年3月期 4-9月	17年3月期 4-9月	順位
チルドカップタイプコーヒー	45%	44%	1
チルド紅茶飲料	71%	62%	1
ヨーグルト	12%	11%	3
チルドデザート	21%	16%	1
チーズ	13%	13%	3
アイスクリーム	13%	12%	3

※家庭用商品の金額シェア。出典はインテージSRI (2015年4月～2015年9月、2016年4月～2016年9月、販売金額シェア)



“おいしい”をデザインする  
**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。

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。