

森永乳業株式会社

【2017年3月期第2四半期決算説明会（機関投資家・アナリスト向け） 主な質疑応答】

2016年11月9日開催

Q 1. 事業の4つの柱（BtoB事業、国際事業、健康・栄養事業、BtoC事業）それぞれの第3四半期以降の計画はどうなっていますか。

A 1. 第2四半期までの進捗を受けて、計画を変更しています。BtoC事業については、原材料価格の低下による利益増加が大きくなっています。中期経営計画の達成に向けては、BtoC事業および健康・栄養事業の進捗が順調で、BtoB事業、国際事業がやや遅れています。

Q 2. 10月に発表したヨーグルトの設備投資について、資金はどのように確保しますか。

A 2. 利根工場、神戸工場2工場への設備投資を発表しましたが、稼働開始は2018年4月以降となります。これを単年度のキャッシュフローで全て対応しようとは考えていません。短期的には資金の借入等も行う可能性はありますが、DER（負債比率）は0.8を上回らない水準を維持したいと考えています。

Q 3. 2021年3月期のヨーグルト事業の売上高を760億円と計画していますが、その時点での工場の稼働率を教えてください。また、どのような商品で伸ばしていこうと考えていますか。供給能力はどの程度を想定していますか。

A 3. ヨーグルトの売上高は2016年3月期と比べ約1.5倍となる計画としており、能力としては約5割の増加となります。また、稼働率につきましては、現在も高稼働の状態が続いています。機能性を付加した商品の展開を計画しています。

Q 4. BtoB事業における、乳酸菌、ビフィズス菌などの機能性素材の販売について、今後の可能性について教えてください。

A 4. 当社の有する機能性素材の販売は利益率の高い事業であり、第2四半期では約5割拡大することができました。例えば、シールド乳酸菌[®]に関しては、乳酸菌をヨーグルト以外でも摂取することができるもので、さまざまな可能性があると考えています。

Q 5. 菌市場の競合関係について教えてください。

A 5. 当社では以前から事業を行っており、販売チャネルを築くことができています。競合は乳業会社、製薬会社、あるいは海外の会社などがあります。一商品あたりの使用量が少なく、製造ロットが一定の規模になるまで時間がかかることから、今後の参入が大きく増える可能性は高くないと考えています。

Q 6. 健康・栄養事業について、流動食と栄養食品に分けて教えてください。

A 6. 流動食、育児用ミルクを中心とする栄養食品、いずれも順調に拡大しております。前者は栄養補助食品、嚥下困難者向け商品の伸びが期待できます。後者は、ヘルスケアに配慮した新たな商品の展開を検討しています。

Q 7. 原材料価格の動向について教えてください。

A 7. 原材料価格の影響として、通期で 39 億円のコスト減を見込んでいます。うち、チーズと輸入乳原料がそれぞれ 3 分の 1 を占めています。残りはエネルギーコストの改善などが含まれます。為替については、110 円/US ドルを想定しています。原材料、なかでも海外乳原料の相場に関しては、今年に入り反転をし始めております。中国、ロシアのような需要大国の動向に注視する必要があると考えています。

Q 8. 商品数の削減に取り組んでいますが、今後の取り組みはどのように考えていますか。

A 8. 今期はBtoC事業において 100 品の商品数削減を目標に取り組んできましたが、第 2 四半期までに目標の 8 割以上進めることができました。更なる効率化を進める必要はあると考えていますが、今後の成長に向け、売り上げ、シェアを獲得していく必要もあると考えています。効率化と成長のバランスを考慮しながら検討を進めていきます。

Q 9. 「濃密ギリシャヨーグルトパルテノ」は好調ですが、機能性に関しては出遅れている印象です。ラクトフェリンをはじめとする機能性訴求の考え方について教えてください。

A 9. ラクトフェリンは、初乳に多く含まれる成分で、免疫力を高めることが最大の機能だと考えています。さまざまな機能性訴求の方法があると考えますが、何か一つの作用に絞るのではなく、カラダを強くするというような形での訴求を行っていきたいと考えています。

注：当内容は全ての質疑応答を内容を記録したものではなく、ご理解いただきやすくするために一部編集を行っております。