

<雪印メグミルク株式会社>

2017(平成29)年3月期決算説明会 主な質疑応答

実施日：2017年5月11日（木）

出席者：代表取締役社長 西尾 啓治、取締役常務執行役員 本井 秀樹

### **【グループ長期ビジョン2026】**

**Q1: 築30年以上の工場が68.3%とは、該当する件数ですか。バランスシート上の金額ですか。**  
(長期中期計画のスライド13頁)

A1: 17工場、63建造物に関し、比率で示したものです。

**Q2: 設備投資額（3,000億円～4,000億円）は、事業分野毎にどう配分しますか。**  
**また、資金はどう調達するのですか。**  
(長期中期計画のスライド25頁)

A2: 第1ステージでの770億円の投資は、成長性や収益性のあるヨーグルトなどに投資しながら、利益拡大によりキャッシュを創出していきます。生み出したキャッシュを、第2ステージに財務規律を保ちながら大型な設備に投資していきます。  
長期ビジョンの投資は、現時点では計画中であり、これからの環境変化や収益性を十分踏まえた上で考えていきます。  
資金調達は、あくまでも営業CFがベースですが、必要に応じて他人資本による調達も考えていきます。

**Q3: 老朽化工場の更新に関するグランドデザインはありますか。**

A3: 成長カテゴリーであるチーズ、ヨーグルト、機能性商品を増能しながら更新していきます。単純な老朽化更新ではなく、ポートフォリオの変革に連動した設備の更新を考えていきます。

**Q4: 10年後のゴールの目処としているROE8%以上、配当性向30%以上などは、ゴールしても、求められる水準が、上がっていると思うが、御社の目処の考え方について教えて欲しい。**  
(長期中期計画のスライド30頁)

A4: 長期ビジョンはあくまで方向性を描いています。一定の目処として考えていますので、進捗に従って変動する可能性があり、市場が求めている指標については意識していきます。

### **【グループ中期経営計画2019】**

**Q5: チーズのボーダレス展開について、国産チーズの輸出規模と輸出先はどこですか。**  
(長期中期計画のスライド35頁)

A5: 当社の強みの商品「さけるチーズ」について、台湾に向けて輸出を開始したところです。輸出のビジネスモデルを作り、拡大に向けて取り組んでいきます。

**Q6：機能性食品事業の売上の増加に対して、利益に与える影響はどうか。**  
(長期中期計画のスライド38頁)

A6：機能性食品事業では、当面認知度を上げるためのマーケティング投資を行っていきま  
す。一定の市場規模を作り収益事業につなげていきたいと考えています。育成事業とし  
て、市場規模を確保し将来的に第3、第4の収益の柱となるよう作り上げていきます。

**Q7：中期経営計画3年間の営業利益の増加額33億円（2016年度187億円、2019年度220億円の差）  
の増減要因のイメージを教えてください。**（長期中期計画のスライド45頁）

A7：販売物量の増加による利益増56億円、製品構成差29億円、連結子会社の事業損益増8億  
円、固定費増▲23億円、(期間中の投資額770億円に対する)減価償却費増▲29億円等  
を見込んでいます。

**Q8：2017年度で製品構成差24億円を予定しているということは、残り2年間で5億円となり、  
京都工場でのドリンクタイプのヨーグルトの生産能力の増加も踏まえると、少しイメー  
ジと合わないが、どうしてですか。**

A8：京都工場における増産効果は、販売物量増加による利益増の項目にも含まれており、  
製品構成差の項目だけではなく、合算した数字でみていただければと思います。  
なお、上記項目は資材単価差等や宣伝促進費などの影響額を相殺した後の数字です。

**Q9：計画（営業利益率）をみると、まだ収益性は低い状態で留まっているように見えるが、  
その点についてどう考えていますか。**（長期中期計画のスライド45頁）

A9：2015年度2.4%、2016年度3.2%、2017年度3.3%、中期経営計画3.5%と着実に前進して  
きています。構造改革の手を緩めることなく、スピードアップして取り組んでいきます。

**Q10：厳しい収益環境にある牛乳や色物飲料などの事業改善策について教えてください。**

A10：牛乳の収益改善は、最大の課題と考えています。ロジスティクスや生産ラインの効率  
化などで着実に収益は改善してきていますが、大きな転換には至っていません。時間  
軸を含め、課題の改善策について今後も適切に考えていきます。

**Q11：飼料・種苗事業分野において、種苗事業の拡大という中で利益水準が横ばいとなるの  
はどうしてですか。**

A11：特に種苗事業を成長させたいと考えており、まずは研究開発に投資し、6月に新研究  
棟を立ち上げ、人員や体制を強化する予定です。初年度は、前期比▲3億円の利益水  
準からのスタートになりますが、第2、第3ステージに向けて、種苗事業を成長させて  
いくための準備期間と考えているため、この中期経営計画期間中の利益水準は横ばい  
となっています。

**【平成30年3月期（連結業績予想）】**

**Q12：営業利益の内訳が、上期減益、下期増益の理由を教えてください。**

A12：上期を中心に、乳製品におけるプロモーション強化に向けた宣伝広告費などの投入で特に乳製品セグメントが上期マイナスとなる見込みです。加えて、飲料・デザート類セグメントでも工場ラインの立上げなどの影響もあり、上期減益、下期増益となる見込みです。

**Q13：増能するドリンクタイプを含めた中、ヨーグルトの売上伸長率10%増は低くないですか。（決算短信の補足情報49頁）**

A13：ヨーグルト市場全体の伸長率が5%増とやや鈍化している中、当社は、市場の伸長率を上回って推移しています。設備投資の効果を早期に出せるよう、取組みをスピードアップさせていきます。

**Q14：白物飲料の売上伸長率は、3.5%減になっていますが、商品施策を教えてください。（決算短信の補足情報49頁）**

A14：白物市場の伸長率は6%減となっている中、当社は、市場の伸長率を上回って推移しています。収益の改善策は、検討中です。

**Q15：プレーンヨーグルトの値締め、5月からのバター・チーズ等の価格改定についての状況について教えてください。また、今後、ほかの乳製品についても値上げの予定がありますか。**

A15：プレーンヨーグルトは、実勢価格を上げてきたので物量は下がりましたが、ブランド価値を高める考え方は長い目でみて間違いではないと考えています。取組みを継続していくことで、少しずつ回復していきたいと考えています。

バター・チーズ等12品の価格について、コストアップ吸収努力を超える部分について価格改定させていただきました。簡単に価格転嫁できる環境ではないことは認識しており、現時点では、ほかの乳製品について、追加で値上げをする予定はなく、まずは企業努力を前提に対応していきます。

注意：皆様にご理解いただきやすくするために一部編集しています。