

2008年6月27日

報道関係各位

日本ミルクコミュニティ株式会社

平成19年度業績について

1. 概況

平成19年度は、中期三ヵ年経営計画（MRP）の2年目として、①売上高の拡大、なかでもメグミルクブランド牛乳の確立、②タイムリーな商品開発・導入、③コスト増嵩リスクの吸収策実施、④MRPアクションプラン遂行による市場競争力の強化、⑤品質保証と企業理念・企業行動規範に裏付けられた企業倫理の確保に取り組んでまいりました。

平成19年度の業績は、売上高は前年並に着地したものの、利益面では未曾有の原材料価格高騰等のコストアップの影響により、計画・前年ともに下回りました。

(1) 売上高

単位：百万円、%

	実績	計画比	前年比
白物飲料	82,660	96.5	96.3
色物飲料他	136,829	102.0	102.3
合計	219,489	99.8	100.0

※実績は、百万円未満切捨て、計画比・前年比は四捨五入

(2) 利益

単位：百万円、%

	実績	計画比	前年比
営業利益	2,334	87.4	77.2
経常利益	2,561	97.7	83.4

※実績は、百万円未満切捨て、計画比・前年比は四捨五入

【売上高について】

- ・ 売上高は、上期は新商品「メグミルク牛乳」の市場投入と積極的プロモーション等の結果、計画・前年ともに達成しましたが、下期は個人消費の伸び悩み等が影響し、通期では前年差▲6千3百万円とほぼ前年並みとなりました。
- ・ 白物飲料では、牛乳は依然として市場全体が低迷し、当社も牛乳計で前年比94%となりましたが、そのような中、メグミルクブランド牛乳は前年比106%と好調に推移しました。平成20年度に入っても依然好調を維持しています。
また、平成19年3月にリニューアル発売した「毎日骨太3つのチカラ」が大変好調に推移し、白物乳飲料は前年を上回りましたが、牛乳の落込みをカバーしきれず、白物飲料全体では計画・前年ともに下回りました。
- ・ 色物飲料他では、8月の猛暑などが追い風となり、「雪印コーヒー」に代表される色物乳飲料や清涼飲料が好調に推移したほか、野菜系飲料の「農協健康菜園」が引き続き順調に売上を拡大し、色物飲料他全体で計画・前年ともに上回りました。

【利益について】

- ・ 原材料費、運送費やエネルギーコスト、競争費用の増大に対し、ローコストオペレーションの徹底等によりコストの吸収に努め、上期は計画を達成したものの、下期以降の更なる原料・資材費の上昇により、通期の利益は計画・前年ともに下回りました。

2. 平成20年度計画について

少子高齢化の影響や原油価格・原材料費の高止まりの懸念、牛乳市場の依然とした低迷等により、平成20年度も厳しい経営環境が予測されますが、平成20年度は、中期三ヵ年経営計画（MRP）の最終年度にあたり、メグミルク牛乳の育成を中心とした牛乳消費の拡大、高付加価値商品の拡販や業務全般にわたるローコストオペレーションの更なる徹底など、各施策の確実な実行により、平成20年度通期の目標売上・利益の達成を目指します。

【平成20年度計画】

単位：百万円、%

	金額	前年比
売上高	223,613	101.9
営業利益	2,528	108.3
経常利益	2,339	91.3

以上

本件に関する報道機関からのお問合せ先
日本ミルクコミュニティ株式会社
コミュニケーション部広報チーム
TEL 03-3359-5126 FAX03-3359-5127