

<雪印メグミルク株式会社>

平成28年3月期第2四半期決算説明会 主な質疑応答

実施日：2015年11月6日（金）

出席者：代表取締役社長 西尾 啓治、取締役専務執行役員 世古 康

**Q 1：10/22公表の連結業績予想において、下期計画を据え置きとしていますが、何かリスクがあるということですか。**

A 1：大きなリスクはあるとは考えていませんが、下期は当初の業績予想を据え置きました。

**Q 2：第2四半期（7～9月）のヨーグルトおよびチーズの売上は、第1四半期（4～6月）と比較して、さらに好調に推移していますが、具体的に何が好調だったのですか。**

A 2：ヨーグルトは、市場が伸長していることに加えて、機能性表示（ガセリ菌SP株が内臓脂肪を減らす）のテレビコマーシャル等を第2四半期に展開したこともあり、ガセリ菌SP株ヨーグルトを中心に販売が好調に推移しました。

チーズも、ワイン需要や家飲み需要により市場が伸長したことに加えて、「さけるチーズ」のテレビコマーシャル等、マーケティング投資をしたこともあり、プロセスチーズおよびナチュラルチーズともに好調でした。

**Q 3：「その他」セグメントの営業利益が前期比較で4億円の増益となっている要因は何ですか。**

A 3：量販店等への共同配送事業を請け負う連結子会社の業績が好転していることによります。共同配送事業のほかには、肉牛肥育事業が増益となったのも要因の一つとなっています。

**Q 4：来期の業績を牽引する要素（ドライバー）は何ですか。**

A 4：①機能性表示食品制度の活用で好調のガセリ菌SP株ヨーグルトを中心としたプロバイオティクスヨーグルトを拡大していくこと、②新商品の投入やマーケティング投資など継続的に経営資源を投入し、「さけるチーズ」を中心としたチーズを拡大していくこと、③通販チャンネルを活用し、「MBP®」を中心とした機能性食品事業を拡大していくこと。以上、主に3つのドライバーを柱に収益拡大に取り組んでいきます。

**Q 5：輸入チーズの価格相場は下落傾向にありますが、業績におけるインパクトと原料安における販売戦略について教えてください。また、この下落傾向は継続し、来年も下がってくるという見通しで良いですか。**

A 5：業績におけるインパクトについてはご容赦願います。販売戦略については、国内のチーズ乳価といった色々な要素があることや競争上の関係もあり、現時点では回答しかねます。来年の見通しについては、これまでは中国経済の減速、ロシアへの禁輸措置、またヨーロッパの生産枠がなくなったことなどの影響もあって安い価格で推移していますが、これらの要素は今後、動く可能性もあり、何とも言えないというのが正直なところです。

**Q 6：粉ミルクの事業会社であるビーンスターク・スノーの社名を来年4月から雪印ビーンスタークに変更しますが、何故このタイミングで「雪印」を付したのですか。**

A 6：雪印という名前の方が、より認知度、ブランド力があるということもあって、何年かに1回実施している母乳研究のタイミングに合わせて名前を変更しました。

**Q7：粉ミルク事業について、国内外で今後、どのように展開していくのですか。**

A7：国内は、「雪印ビーンスターク（社名変更後）」というブランド認知を進めながら、普及、販売に継続して注力していきます。海外は、タイからは事業を撤退※しますが、売上構成からすると業績への影響は軽微と考えており、粉ミルク事業を拡大していくという大きな考え方には、変更はありません。

※タイの粉ミルク事業撤退の理由について

- ・平成23（2011）年に大洪水が発生し多くの工場が被災し当社が生産委託している工場も大きな被害を受け、事業に大きなダメージを受けました。その後、業績回復に向けて努力してきましたが、タイでの出生率の低下や欧米メーカーとの競争が非常に激化していることもあり、抜本的な経営改善を短期で行なうのは厳しいと判断しました。

**Q8：TPPの影響について、チーズにおける抱き合わせの輸入制度がいずれかのタイミングでなくなると考えられますが、そう思ってよいですか。仮にそうなった場合に、これからの国内でのチーズビジネスについてどう考えていますか。**

A8：プロセスチーズの原料となるチーズで6～7年後には抱き合わせの効果がなくなるという議論があることは十分に承知しています。輸入乳製品の価格は、関税だけでなく国際価格相場の変動や為替の影響、国内乳製品では原料乳価格の影響や国内酪農への政府の対策など、様々な要因があるため、これらの動向を見定めて対応していくことが重要と考えています。将来にわたり安定的に商品を生産していき、国際的な乳資源需給は、変動が激しいため、国産生乳が重要な位置付けにあることは変わりありません。当社は将来的な環境変化への対応として、従来からの3つの取組み（スライド14頁に記載）を継続し、企業価値向上を目指していきます。

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おります。