

平成28年3月期第2四半期 決算説明会

平成27年11月6日



未来は、ミルクの中にある。
雪印メグミルク

【1】第2四半期(累計)の連結業績



1. 経営成績

(億円、%)

	平成27年 3月期	平成28年 3月期	増減額	前期比
売上高	2,768	2,906	+137	105.0
営業利益	51	75	+24	148.3
経常利益	55	72	+16	130.2
純利益※	22	117	+94	511.8

※親会社株主に帰属する四半期純利益

2. セグメント別

(億円、%)

	乳製品		飲料・デザート類		飼料・種苗		その他	
	実績	前期比	実績	前期比	実績	前期比	実績	前期比
売上高	1,084	107.3	1,391	104.1	244	98.4	185	108.2
営業利益	44	123.6	11	+	10	92.7	8	189.3

2

(連結業績)

【前期比較】

前期に対して増収増益となりました。

セグメント別では、

乳製品、飲料・デザート類、その他のセグメントで増収増益となりました。

特に飲料・デザート類セグメントは、コストアップ対応の成果に加え、ヨーグルトやデザートの販売拡大により製品構成が改善され、黒字化を実現しました。

【2】利益増減要因の内訳①〔連結営業利益〕



平成28年3月期 第2四半期(累計)

前期比較

前期	当期	増減額
51	75	+24

(億円)

増益要因 合計	+78	減益要因 合計	△54
販売単価差	+45	乳価差	△16
コストダウン	+12	資材単価差等	△8
販売物量増加による利益増	+12	ロジスティクス費用の増加	△7
製品構成差	+9	宣伝促進費の増加	△22
		その他	△1

3

(営業利益の増減要因)

前期と比較すると、増益要因で78億円、減益要因で54億円となり、24億円の増益となりました。

乳価差をはじめとするコストアップ影響額31億円に対し、吸収策として取り組んだ価格改定や容量変更などの効果が57億円と上回りました。

このほか、広告宣伝や販売促進費用を投入した効果により、プロセスチーズやガセリ菌SP株ヨーグルトを中心に売上が伸長し、製品構成が改善されたことも増益に大きく貢献しました。

【2】利益増減要因の内訳②〔連結経常利益以下〕



平成28年3月期 第2四半期(累計)

項目	前期	当期	増減額	主な増減要因
営業利益	51	75	+24	
営業外損益	+4	△3	△7	・為替差益△7
経常利益	55	72	+16	
特別損益	△12	+99	+112	・関係会社事業損失△9 ・工場再編損失+7 ・固定資産売却益+115
税引前利益	43	172	+128	
純利益※	22	117	+94	

※親会社株主に帰属する四半期純利益

4

(経常利益以下の増減要因)

営業利益は24億円の増益ですが、経常利益は、前期の海外子会社を中心に発生した為替差益7億円がなくなったことなどにより、16億円の増益となりました。

特別損益は、関係会社事業損失が発生したものの、前期に発生した工場再編損失がなかったこと、旧関西チーズ工場および旧横浜チーズ工場跡地の譲渡で固定資産売却益が発生したことなどによりプラス112億円となりました。

関係会社事業損失の9億円は、タイで進めていた海外育児用粉乳事業の撤退を判断したことによるものです。2011年にタイで大洪水が発生した影響で商品供給が一時停滞するなど厳しい環境が続く中、販売回復に取り組んでいましたが、このまま継続しても大きな成長は見込めないと判断しました。

以上の結果、純利益は、94億円の増益となりました。

【3】平成28年3月期(27年度)連結業績予想①



1. 経営成績

(億円、%)

項目	平成27年 3月期	平成28年 3月期予想 (10/22公表)	増減額	前期比
売上高	5,498	5,650	+151	102.8
営業利益	93	120	+26	127.9
経常利益	104	120	+15	114.9
純利益※	39	140	+100	356.1

※親会社株主に帰属する当期純利益

2. セグメント別

(億円、%)

項目	乳製品		飲料・デザート類		飼料・種苗		その他	
	業績予想	前期比	業績予想	前期比	業績予想	前期比	業績予想	前期比
売上高	2,210	103.7	2,620	102.5	470	99.0	350	103.6
営業利益	99	106.4	△0	+	9	81.9	12	197.8

5

(連結業績予想①)

上期の業績動向を踏まえ、
連結業績予想の修正を10月22日に公表しました。

飲料・デザート類セグメントの営業利益予想は、
若干の赤字を見込んでいますが、
ヨーグルトの売上拡大ならびに製品構成の改善により
黒字化に向けて取り組んでいきます。

【3】平成28年3月期(27年度)連結業績予想②



1. 上期業績予想

(億円、%)

項目	修正前	修正後	増減額	増減比
売上高	2,850	2,900	+50	101.8
営業利益	50	75	+25	150.0
経常利益	45	70	+25	155.6
純利益※	25	115	+90	460.0

※親会社株主に帰属する
四半期純利益

2. 通期業績予想

(億円、%)

項目	修正前	修正後	増減額	増減比
売上高	5,600	5,650	+50	100.9
営業利益	95	120	+25	126.3
経常利益	95	120	+25	126.3
純利益※	60	140	+80	233.3

※親会社株主に帰属する
当期純利益

3. 配当

普通配当	30円
連結配当性向	14.5%

6

(連結業績予想②)

上期は、事業が好調に推移し、当初予想を上回ったが、
下期の営業利益および経常利益は、当初業績予想通りとしました。

なお、通期の純利益は、
工場再編の最終段階として固定資産の除却などを
下期に織り込み、140億円としました。

平成28年3月期の配当予想は、30円と据え置きました。
連結配当性向は、固定資産譲渡による特別利益などの影響もあり、
14.5%となっています。

【4】中期経営計画（平成26年度～平成28年度）



平成28年度目標数値

連結営業利益

130～150億円

連結EBITDA

310～330億円

戦略の柱

(1) 事業構造改革

(2) 戦略投資設備の最大活用

(3) 成長分野の事業拡大

(4) 機能強化と体制整備

7

（中計経営計画）

当期計画、中期経営計画の目標達成に向け、
4本の戦略の柱にそって取組みを進めています。

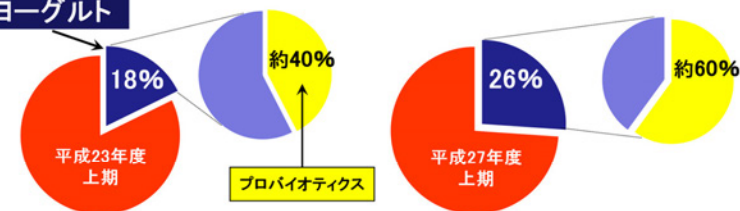
次頁より重点的な取組みに絞って紹介します。

【5】事業構造改革



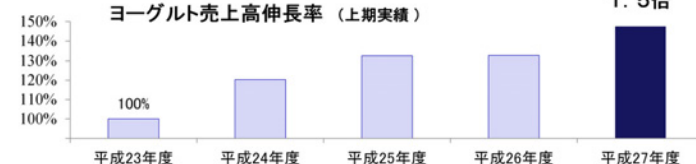
高付加価値商品の販売拡大による「プロダクトミックスの改善」

ヨーグルト



家庭用市乳部門における
ヨーグルトの構成比

ヨーグルト売上高伸長率（上期実績）



8

（「事業構造改革」の重点取組み）

【プロダクトミックスの改善】

飲料・デザート類セグメントでは、ヨーグルトなど主力商品の販売拡大により、
高付加価値商品の構成比が高まり、収支構造が改善されつつあります。

雪印メグミルク単体の家庭用市乳部門におけるヨーグルトの売上構成比は
平成23年度18%に対し、当期は26%と拡大しています。

更にヨーグルトにおけるプロバイオティクスヨーグルトの構成比は
当期で60%を占めています。

これらを含め、ヨーグルト全体の売上高は、
平成23年度と比較し約1.5倍と伸長しています。

今後も、更なるプロダクトミックスの改善に向けて
事業構造改革を加速していきます。

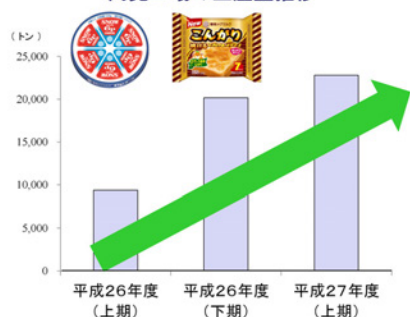
【6】戦略投資設備の最大活用



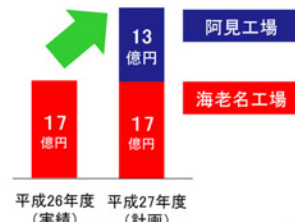
「安定稼働・生産効率の向上」「販売物量増加」による利益拡大



阿見工場の生産量推移



工場集約に伴う
合理化メリット額推移



9

（「戦略投資設備の最大活用」の重点取り組み）

阿見工場、海老名工場の生産物流体制が整い、
両工場ともに稼働が安定し、生産効率も向上しています。

阿見工場は、プロセスチーズの販売が好調に推移するなど、
順調に生産量を伸ばしています。

引き続き、操業度を向上させ、生産性を高めることで
当初予定の合理化メリット13億円の創出を目指していきます。

昨年度に約17億円の合理化メリットを実現した海老名工場でも、
操業度の向上などにより、更なるメリットの創出を目指していきます。

【7】成長分野の事業拡大①



継続成長分野の事業拡大

ヨーグルト

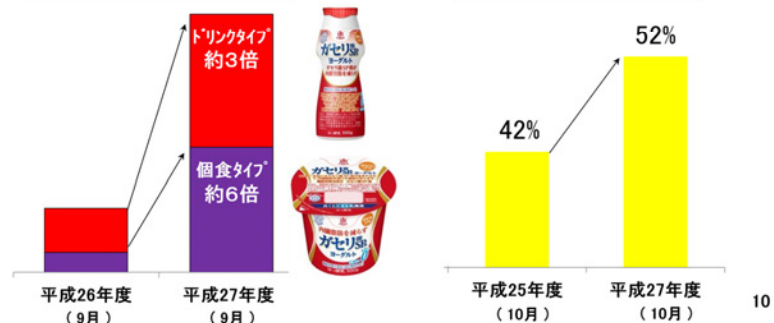
機能性表示食品制度の活用

“ガセリ菌SP株が内臓脂肪を減らす”

ガセリ菌SP株ヨーグルト

売上高（前年同月比）

ガセリ菌SP株の認知率（当社調べ）



10

（「成長分野の事業拡大」の重点取り組み①）

【継続成長分野(ヨーグルト)】

機能性表示食品制度の活用により「ガセリ菌SP株」の機能として、
内臓脂肪を減らすことを表示できることになりました。

「ガセリ菌SP株ヨーグルト」の個食タイプおよびドリンクタイプの売上高は、
9月の前年同月比較でそれぞれ約6倍、約3倍と急速に拡大しており、
ヨーグルト全体の販売増加を牽引しています。

ガセリ菌SP株や機能性表示食品のテレビコマーシャルなど、
マーケティング投資を積極的に投入した効果もあり、
ガセリ菌SP株の認知率も10ポイント上昇しました。

これからも「ガセリ菌SP株」の認知を向上させるとともに、
販売活動の強化に努め、ヨーグルトの拡売に取り組んでいきます。

【7】成長分野の事業拡大②

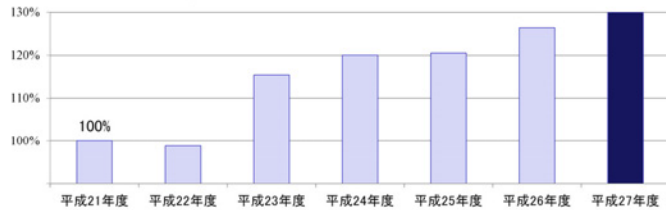


継続成長分野の事業拡大

ナチュラルチーズ

ナチュラルチーズ売上伸長率（上期実績）

平成21年度比
1.3倍



- さけるチーズの販売強化
- 新商品およびテレビコマーシャルの投入



11

（「成長分野の事業拡大」の重点取り組み②）

【継続成長分野（ナチュラルチーズ）】

経営資源を重点配分し、販売拡大に取り組んでおり、
当社のナチュラルチーズの売上は、平成21年度比で約1.3倍となりました。

「さけるチーズ」は、
「バター醤油味」などの新商品やテレビコマーシャルの投入により、
売上は前年を上回ることができました。

引き続き、成長分野として、
販売物量の増加、生産効率の向上を目指し、
利益拡大に取り組んでいきます。

【7】成長分野の事業拡大③



新規分野の事業拡大

海外事業

粉ミルク事業



- 新商品投入などによる販売強化
- 商品多様化や新規市場開拓等の取組推進

プロセスチーズ事業



- インドネシア市場の展開強化
- 商品ラインナップの拡充

機能性食品事業

- 「MBP®」のアカデミックマーケティングの推進
- 通販チャネルの強化
- 機能性素材の活用

（MBP配合商品）



12

（「成長分野の事業拡大」の重点取り組み③）

【新規分野】

〔海外事業〕

＜粉ミルク事業＞

新商品の投入など販売強化で事業拡大を進めています。
今後も、育児用粉ミルクから成人向け粉ミルクなどへの商品多様化や、
新規市場開拓などに取組み、事業拡大を図っていきます。

＜プロセスチーズ事業＞

インドネシア国内で、家庭用に加えて業務用の販売強化に取り組んでおり、
売上は着実に伸長しています。商品ラインナップの拡充や周辺国への輸出も
視野に入れ、今後も更なる事業拡大に取り組んでいきます。

〔機能性食品事業〕

牛乳由来の機能性素材「MBP®」のアカデミックマーケティングや
通販チャネルの強化を進めるとともに、
機能性素材の活用により事業拡大を図っていきます。

【8】TPPについて①



主要乳製品の関税措置の主な内容

主要乳製品	主な内容
バター 脱脂粉乳	・既存WTOの枠組みは維持し、追加輸入の範囲内で TPP枠を新設
ホエイ	・セーフガードを設け、完全撤廃
チーズ	・ゴーダチーズ、チェダーチーズ、クリームチーズ等の 関税の段階的な撤廃 ・モッツアレラ等、カマンベールは、現状維持 ・プロセスチーズは、国別関割を設けるものの現状維持
全粉乳 バターミルクパウダー	・TPP枠の新設
煉乳	・TPP枠の新設

13

(TPPについて①)

【当社に関連が強い乳製品に関する概要】

主要な品目のうち、バターや脱脂粉乳では、現在のWTO枠に加えて、TPP枠が設定され、現状よりも低い関税が適用されることになります。また、チーズでは、ゴーダチーズ、チェダーチーズ、クリームチーズなど、主に原料で使用するチーズの関税が段階的に撤廃されることになります。

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。

13

【8】TPPについて②



環境変化への対応のための当社の取組み

1. 乳の付加価値拡大による国内酪農基盤の安定化
2. プロダクトミックスの最適化による乳資源の有効活用
3. 乳資源の調達機能と体制の整備

今後も現行の取組みを継続

14

(TPPについて②)

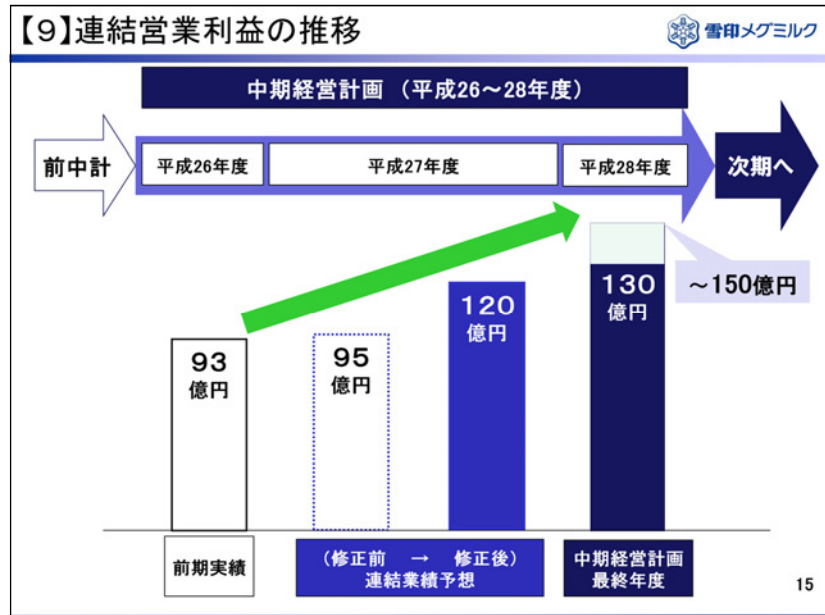
【当社の取組み】

将来にわたり安定的に商品を生産していく上で、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ません。

従いまして、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(スライドに記載)を継続していきます。

今後も国内酪農を基盤とし、ミルクの付加価値を体現した商品を市場に供給していくことで、ミルクの価値創造や企業の利益拡大、そして「酪農生産への貢献」につなげ、企業価値向上を目指していきます。

14



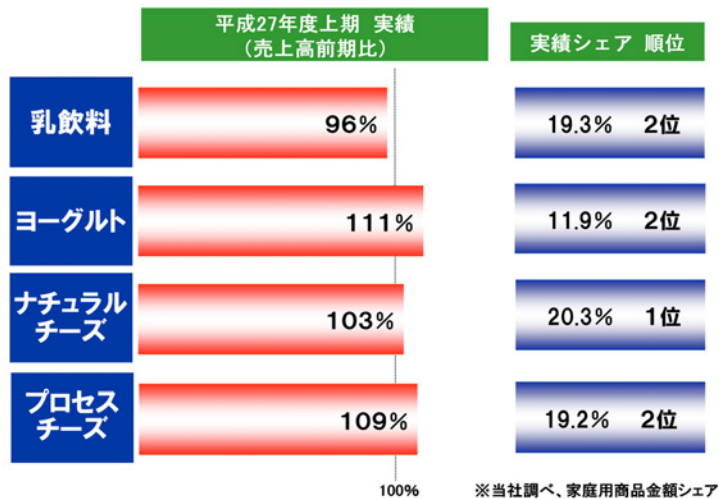
(連結営業利益の推移)

上期は中期経営計画の折り返し地点ですが、
前期比較で増収増益、業績予想も上回ることができました。

事業構造改革や戦略投資設備の最大活用などの主要施策が
着実に成果につながっており、引き続き、取組みを推進することで
最終年度の目標利益は十分に到達可能と考えています。

今後、起きることが予想される、大きな環境変化に対応していくために、
まずは、中期経営計画を達成し、
「次なる成長の基盤固め」を確実なものとしていきます。

【参考①】 カテゴリーNo.1戦略の進捗状況



【参考②】 連結業績予想(10/22公表)の利益増減要因



連結営業利益の増減要因

平成27年 3月期	平成28年 3月期予想 (10/22公表)	増減額
93	120	+26 (億円)

増益要因	合計	増益	減益要因	合計	減損
販売単価差	+92	+77	乳価差	△65	△36
コストダウン		+15	資材単価差等		△15
販売物量増加による利益増		+30	ロジスティクス費用の増加		△14
製品構成差		+15	固定費の増加		△25
その他		+9	宣伝促進費の増加		△25
			減価償却費の増加		△5