

# 平成28年3月期 決算説明会

平成28年5月12日



未来は、ミルクの中にある。

雪印メグミルク

## 【1】平成28年3月期(27年度)連結業績①



### 1. 経営成績

(億円、%)

項目	平成27年 3月期	平成28年 3月期	増減額	前期比	平成28年 3月期 業績予想	予想比
売上高	5,498	5,783	+285	105.2	5,750	100.6
営業利益	93	140	+46	149.3	125	112.0
経常利益	104	142	+37	136.2	125	113.8
当期純利益※	39	150	+111	382.7	145	103.8

### 2. セグメント別

※親会社株主に帰属する当期純利益

(億円、%)

項目	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	2,269	106.5	2,694	105.4	459	96.8	360	106.7
営業利益	94	101.6	22	+	8	78.3	13	218.6

### 3. 配当

普通配当 30円

2

#### (連結業績)

前期比較、業績予想比較とともに増収増益となりました。

#### (セグメント別)

主力の乳製品セグメントおよび飲料・デザート類セグメントは、増収増益となりました。

特に、飲料・デザート類セグメントでは、

ヨーグルトの販売拡大に加え、デザートの販売も好調に推移し、製品構成が改善され、大幅な黒字化を実現しました。

一方、飼料・種苗セグメントは、

酪農家戸数、飼養頭数の減少を背景に減収減益となりました。

#### (配当)

予定通り一株当たり30円としました。

【1】平成28年3月期(27年度)連結業績②



利益増減要因の内訳〔連結営業利益〕

前期	当期	増減額
93	140	+46

(億円)

増益要因 合計	増益	減益要因 合計	減益
増益要因 合計	+151	減益要因 合計	△105
販売単価差	+84	宣伝促進費の増加	△38
販売物量増加による利益増	+26	乳価差	△32
製品構成差	+22	ロジスティクス費用の増加	△17
コストダウン	+19	資材単価差等	△12
		その他	△6

3

(営業利益の増減要因)

46億円の大増益となりました。

乳価やロジスティクス費用のコストアップに対して  
販売価格の見直しの取組みに加え、  
積極的な広告宣伝や販売促進費用を投入したことにより、  
チーズやヨーグルトなどの主力商品の売上が増加し、  
増益に大きく貢献しました。

【1】平成28年3月期(27年度)連結業績③



利益増減要因の内訳〔連結経常利益以下〕

(億円)

項目	前期	当期	増減額	主な増減要因
営業利益	93	140	+46	
営業外損益	+10	+2	△8	・為替差損益△14
経常利益	104	142	+37	
特別損益	△30	+80	+110	・関係会社事業損失 △6 ・固定資産売却益 +115
税引前利益	73	222	+148	
当期純利益※	39	150	+111	

※親会社株主に帰属する当期純利益

4

(経常利益以下の増減要因)

営業利益は46億円の増益ですが、  
営業外損益は、前期の海外子会社を中心に発生した  
為替差益がなくなったことなどにより、8億円の減少となり、  
その結果、経常利益は37億円の増益となりました。

特別損益については、関係会社事業損失が発生したものの、  
固定資産売却益が発生したことなどにより、  
110億円の増加となりました。

以上の結果、当期純利益は、111億円の増益となりました。

【2】平成29年3月期(28年度)連結業績予想① 

1. 経営成績

(億円、%)

項目	平成28年 3月期	平成29年 3月期予想	増減額	前期比
売上高	5,783	5,900	+116	102.0
営業利益	140	150	+10	107.1
経常利益	142	155	+12	109.0
当期純利益※	150	95	△55	63.1

3. 配当

普通配当 30円

2. セグメント別

※親会社株主に帰属する当期純利益

(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	2,347	103.4	2,736	101.6	467	101.6	350	97.2
営業利益	106	112.1	23	100.1	10	116.2	11	82.9

5

(連結業績予想)

売上高、営業利益、経常利益は、増収増益を見込んでいます。  
当期純利益は、前期に固定資産売却益があったため、減益となります。

セグメント別の内訳は、  
乳製品セグメント、飲料・デザート類セグメント、  
飼料・種苗セグメントで増収増益を見込んでいます。

(平成29年3月期の配当)

30円配当を予定しています。

【2】平成29年3月期(28年度)連結業績予想② 

連結営業利益の増減要因

前期	業績予想	増減額
140	150	+10

(億円)

増益要因 合計	+55	減益要因 合計	△45
販売物量増加による利益増	+30	減価償却費の増加	△15
製品構成差	+25	宣伝促進費の増加	△14
		固定費の増加	△7
		資材単価差等	△6
		その他	△3

6

(連結業績予想の利益増減要因)

減価償却費、宣伝促進費の増加があるものの、  
販売物量の増加、プロダクトミックスの改善により  
10億円の増益を予定しています。

【3】中期経営計画(平成26~28年度)の進捗① 

「次なる成長への基盤固め」

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

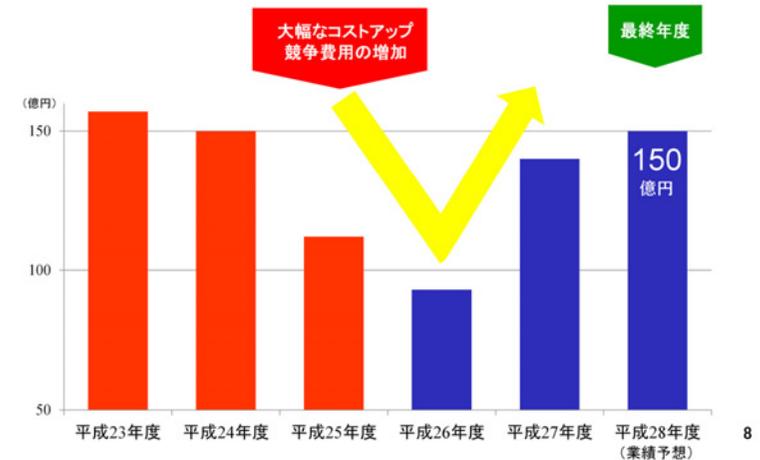
(中期経営計画)

平成25年度の下期より起こった急激なコストアップを背景に、高コストの中でも利益を生み出す収益構造への転換を目標に、「次なる成長への基盤固め」をコンセプトとして推進しています。

4本の戦略の柱にそって取組みを進め、着実に成果を上げています。

【3】中期経営計画(平成26~28年度)の進捗② 

連結営業利益の推移



(連結営業利益の推移)

平成27年度は、飲料・デザート類セグメントが黒字化を達成したこと、海老名・阿見工場の稼働が軌道に乗り、生産性が向上したこと、成長分野であるチーズ、ヨーグルトの販売が好調に推移したことなどにより収益構造が改善され、これまでの減益基調に歯止めがかかり、「次なる成長への基盤固め」が着実に実現されつつあります。

平成28年度におきましても、引き続き、4本の主要戦略に基づく取組みを進め、中期経営計画の目標である、連結営業利益150億円を目指していきます。

## 【4】重点カテゴリー



(1) ヨーグルト

(2) チーズ

(3) 機能性食品事業

9

(計画達成を牽引する要素である3つの重点カテゴリー)

### 1. ヨーグルト

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」の売上を拡大していきます。

### 2. チーズ

阿見工場の最大活用に取り組んでいます。

また、マーケティング投資など継続的に経営資源を投入し、売上を拡大していきます。

### 3. 機能性食品事業

新規分野と位置づけているこの事業は、順調に売上を伸ばしています。引き続き、通販チャネルを活用し、機能性素材の「MBP®」を中心としたこの事業を拡大していきます。

9

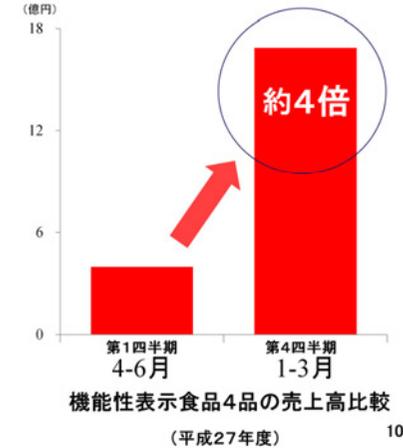
## 【5】ヨーグルト①



### 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”

機能性表示食品の届出が受理された  
ガセリ菌SP株ヨーグルト4品



### (ヨーグルト①)

平成27年度は、機能性表示食品としてリニューアル発売した「ガセリ菌SP株ヨーグルト」の売上が大きく伸長しました。

スライドにある4品が、機能性表示食品の届出が受理された商品です。「ガセリ菌SP株が内臓脂肪を減らす」とパッケージに表示したリニューアル商品を、8月以降、順次販売しました。これら4品の売上高を第1四半期と第4四半期を比較すると約4倍となりました。

通期における家庭用ヨーグルトの市場シェアは、上期に引き続き、前期の3位から当期は2位とアップしました。

10

## 【5】ヨーグルト②



「ガセリ菌SP株ヨーグルト ドリンクタイプ」の生産能力拡大

- ✓ 投資額 13.5億円
- ✓ 平成28年7月上旬より順次稼働予定
- ✓ 1日あたりの生産能力が2倍に拡大



「ガセリ菌SP株ヨーグルト ドリンクタイプ」  
平成28年度(販売計画) 前期比 2倍

11

### (ヨーグルト②)

特に「ガセリ菌SP株ヨーグルト ドリンクタイプ」は、海老名工場の1ラインで生産をしていましたが、当初の想定を大きく上回り、現在、生産はフル稼働の状況にあります。

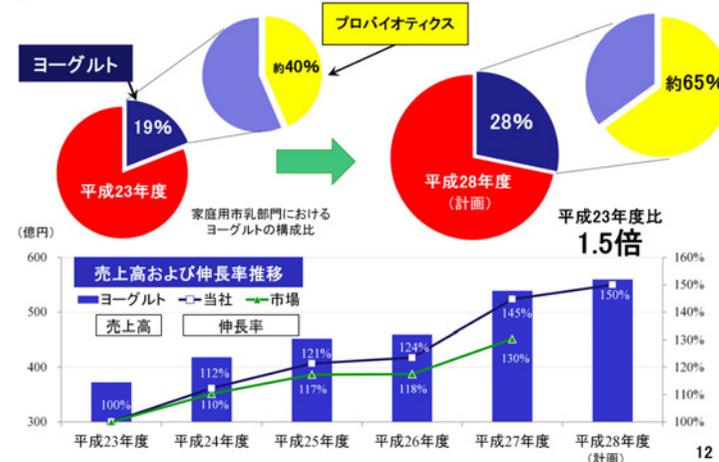
そのため、今後のシェアと売上・利益の拡大を見込み、13.5億円を投資し、海老名工場に生産設備を1ライン増設することとしました。平成28年7月上旬より順次稼働を予定しており、本格稼働する8月には、1日あたりの生産能力が約2倍に拡大します。

平成28年度の「ガセリ菌SP株ヨーグルト ドリンクタイプ」の売上高は、前期の約2倍になる見込みです。

## 【5】ヨーグルト③



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」



12

### (ヨーグルト③)

健康志向の高まりと乳酸菌機能が注目されたことにより、ヨーグルト市場は伸長を続けています。当社の売上高につきましては、市場を上回る伸長率で推移しており、平成28年度においては、平成23年度と比較し約1.5倍を見込んでいます。

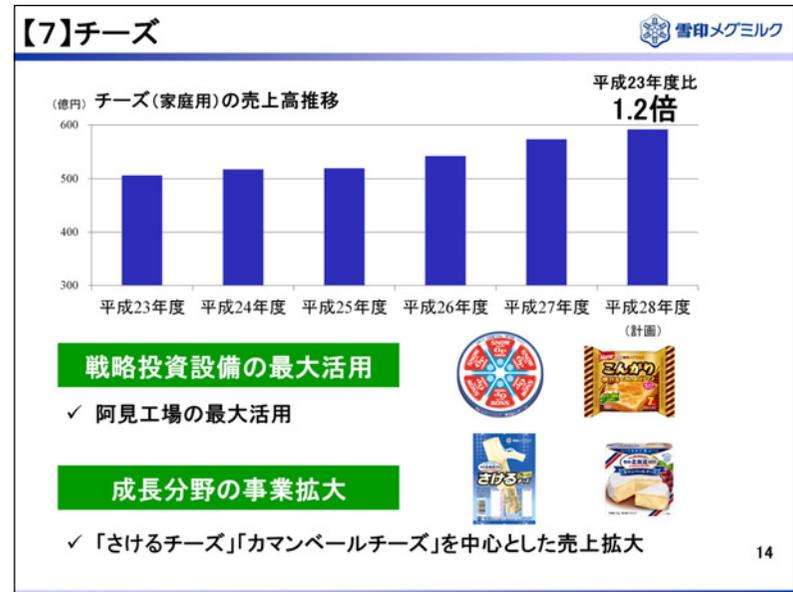
雪印メグミルク単体の家庭用市乳部門におけるヨーグルトの売上構成比が高まり、平成23年度19%であった構成比が平成28年度は28%となる見込みです。更に、ヨーグルトにおける高付加価値商品であるプロバイオティクスヨーグルトの構成比も高まっており、平成23年度40%であった構成比が平成28年度は65%となる見込みです。



(飲料・デザート類セグメントの業績推移)

価格改定などの着実な実行、成長分野であるヨーグルトの販売拡大、プロダクトミックスの改善、海老名工場合理化メリットの実現など、様々な施策の相乗効果で平成27年度は、大幅な黒字化を実現しました。

平成28年度は、ヨーグルトに加え、デザートでは、「重ねドルチェ」などの基幹ブランドの強化、乳飲料では、新商品「ボトラッテ」の育成などで飲料・デザート類セグメントの黒字を更に拡大していきます。



(チーズ)

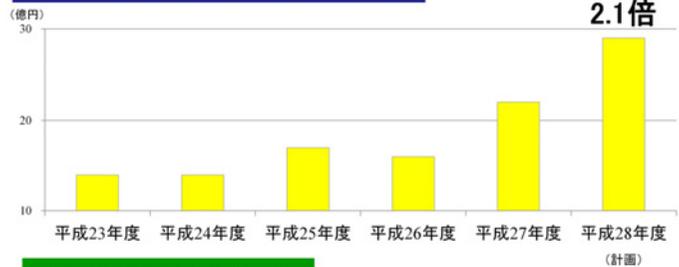
乳製品セグメントの柱となる チーズ カテゴリについては、平成28年度、宣伝促進費の投入などにより売上高は、平成23年度と比較して約1.2倍になる見込みです。

阿見工場における合理化メリットにつきましては、当初計画よりも要員が増えたことなどにより目標額13億円に対して、8億円の実績に留まりましたが、平成28年1月より1ライン増設した6Pチーズ等、プロセスチーズの販売拡大による増産効果は合理化メリットの未達分を上回る見込みです。引き続き、阿見工場の最大活用に取り組んでいきます。

継続成長分野のナチュラルチーズでは、「さけるチーズ」、「カマンベールチーズ」を中心に売上拡大に取り組んでいきます。

## 【8】機能性食品事業

### 機能性食品事業の売上高推移（連結ベース）



### 新規分野の事業拡大

- ✓ 積極的なマーケティング投資の実施
- ✓ 通販チャネルの強化
- ✓ 機能性素材の活用



15

### （機能性食品事業）

高齢化社会の到来に伴い、健康志向は今後も高まり、この分野は大きく飛躍すると考えています。

「MBP®」関連商品を中心とした機能性食品事業の売上高は、連結ベースで順調に伸長しており、平成28年度は、平成23年度と比較して2.1倍を見込んでいます。

### 将来の事業の柱とすべく

平成28年度も積極的なマーケティング投資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。

未来は、ミルクの中にある。



本資料に記載されている業績予想などの将来に関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づき、当社が判断した見通しであり、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は、業況の変化等により、本資料の予想数値と異なる場合があります。

16

昨年10月にTPP交渉が大筋合意されました。また、国内においては「生乳取引のあり方等検討会」や「政府・規制改革会議」など国内酪農に関して様々な議論が展開され、具体化されつつあり、酪農乳業を取り巻く環境は大きく変わろうとしています。

雪印メグミルクグループは、長期的、大局的な視点からこれらの動向を見極めて対応することが重要と考えており、その内容は次期中期経営計画に反映していきます。

平成28年度は、中期経営計画の4本の戦略の柱にそった取組みを徹底し、目標営業利益150億円を確実に達成していきます。

【参考】カテゴリーNo.1戦略の進捗状況

