

平成29年3月期第2四半期 決算説明会

平成28年11月10日



未来は、ミルクの中にある。
雪印メグミルク

連結業績の概要

1. 第2四半期(累計)の連結業績
2. 通期連結業績予想

1. 第2四半期(累計)の連結業績①



経営成績

(億円、%)

	平成28年 3月期	平成29年 3月期	増減額	前期比
売上高	2,906	2,993	+86	103.0
営業利益	75	108	+32	143.4
経常利益	72	111	+38	152.7
純利益※	117	74	△43	62.9

※親会社株主に帰属する四半期純利益

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	1,144	105.5	1,438	103.4	226	92.4	183	99.3
営業利益	56	126.6	32	279.7	11	111.1	7	87.5

3

【連結業績】

前期に対して増収増益となりました。

純利益は、前期に計上した閉鎖工場の
売却益115億円がなくなったこともあり、
74億円と減益となっています。

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。

飼料・種苗セグメントは減収増益、

その他セグメントは減収減益となりました。

1. 第2四半期(累計)の連結業績②



連結営業利益の増減要因

前期	当期	増減額
75	108	+32

(億円)

増益要因 合計	+42	減益要因 合計	△9
販売物量増加による利益増	+14	減価償却費の増加	△4
製品構成差	+10	宣伝促進費の増加	△4
エネルギー単価差	+7	その他	△1
資材単価差等	+6		
コストダウン	+4		

4

【連結営業利益の増減要因】

前期と比較すると、32億円の増益となりました。

増益の要因としては、チーズやヨーグルトなどの
主力商品の売上が増加したこと、

ガセリ菌SP株ヨーグルトなど高付加価値商品の拡売に
よる製品構成の改善、

そのほか、原油安などによりエネルギーコストが
減少したことなどです。

2. 平成29年3月期(28年度)連結業績予想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 (10/25公表)	増減額	前期比
売上高	5,783	5,900	116	102.0
営業利益	140	185	45	132.1
経常利益	142	190	47	133.6
純利益※	150	120	△30	79.7

※親会社株主に帰属する当期純利益

配当

普通配当	30円
連結配当性向	16.9%

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	2,349	103.5	2,767	102.7	432	94.0	352	97.7
営業利益	117	123.7	46	200.2	10	116.2	12	90.5

5

【通期連結業績予想】

10月25日に上期業績を踏まえ、業績予想を修正しました。

消費動向の不透明さが増していることから、
下期業績予想は、5月に発表した通期予想時の
見通しをほぼ据え置いています。

主力の乳製品セグメント、飲料・デザート類セグメントともに、
増収増益を見込んでいます。

平成29年3月期の配当予想は、30円と据え置きました。

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

平成28年 3月期	平成29年 3月期予想 (10/25公表)	増減額
140	185	+45 (億円)

増益要因 合計	+71	減益要因 合計	△26
販売物量増加による利益増	+25	宣伝促進費の増加	△11
製品構成差	+18	減価償却費の増加	△11
資材単価差等	+14	その他	△4
エネルギー単価差	+8		
コストダウン	+6		

6

【連結業績予想の利益増減要因】

通期の営業利益は、前期と比較し、
45億円の増益を見込んでいます。

上期に引き続き、宣伝促進費を効果的に投入し、
チーズやヨーグルトなどの主力商品の
販売強化に努めていきます。

中期経営計画の進捗状況

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

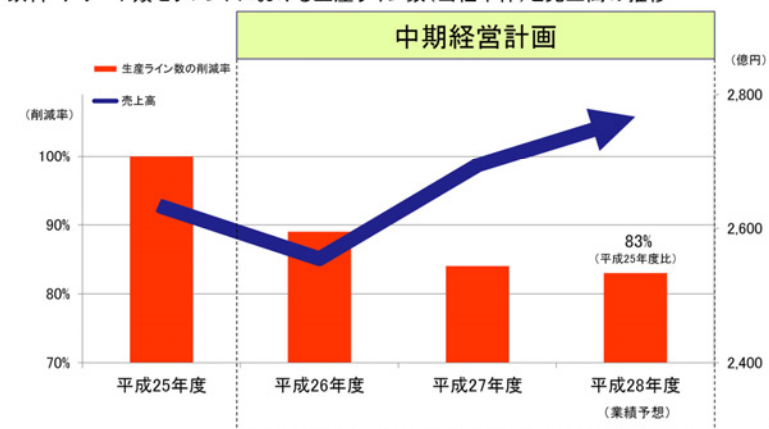
7

1. 事業構造改革①



生産ラインの集約化

飲料・デザート類セグメントにおける生産ライン数(当社単体)と売上高の推移



8

【事業構造改革①】

(生産ラインの集約化)

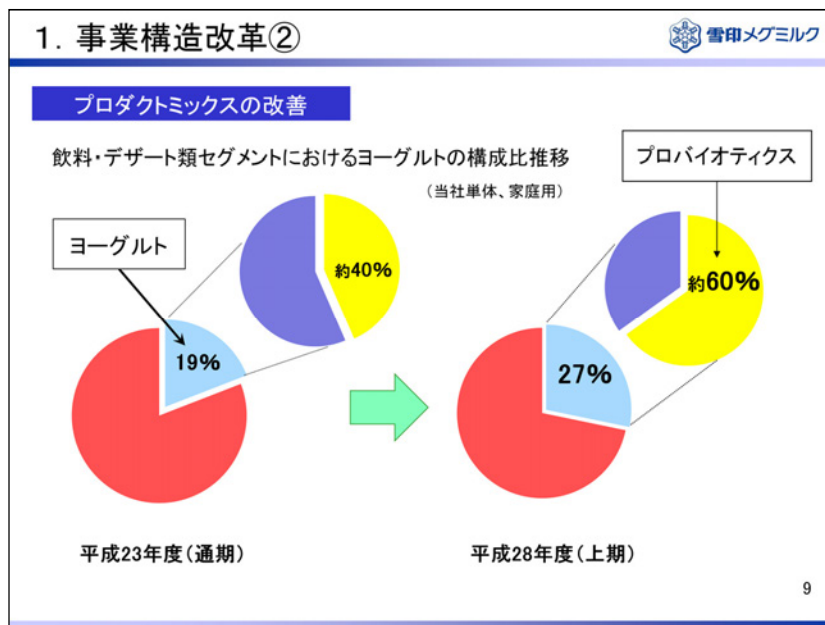
これまで収益性の低かった飲料・デザート類セグメントにおいて、環境変化があっても安定的に利益を生み出せるように、構造改革を進めてきました。

低収益商品、小ロット商品などの見直しを行ない、「アイテム数の削減・集約化」・「生産ラインの集約化」に取り組み、生産ライン数は着実に集約していますが、売上高は平成27年度から上昇に転じています。

なお、ライン集約によって出来た空きスペースは、高付加価値商品の生産ラインに置き換えることによって、構造改革を推進しています。

7

8



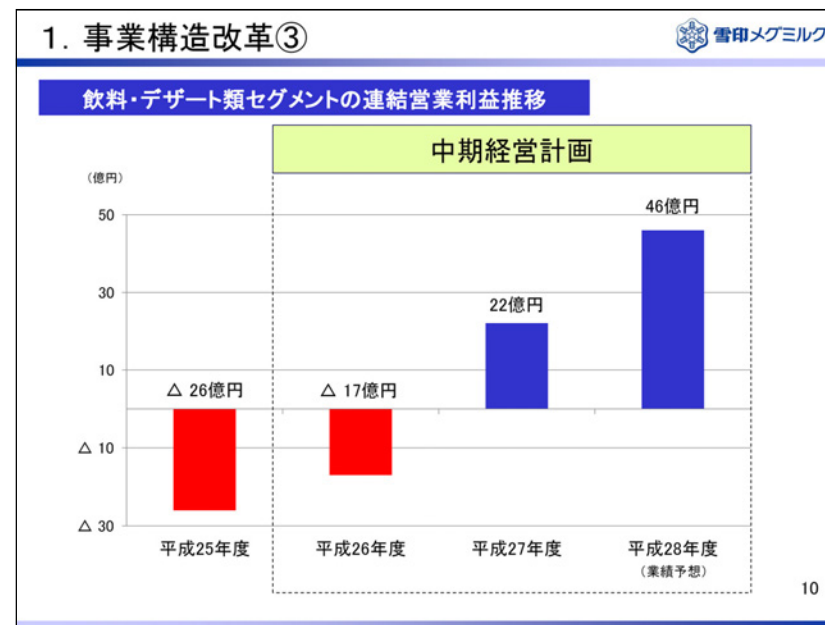
【事業構造改革②】

(プロダクトミックスの改善)

ヨーグルトを中心に高付加価値商品の構成比を高め、飲料・デザート類セグメントの収益構造を改善してきました。

中でも、「ガセリ菌SP株ヨーグルト ドリンクタイプ」は好調で、8月に生産能力を2倍に増強しました。

その結果、当社家庭用の飲料・デザート類セグメントにおけるヨーグルトの売上構成比は27%、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60%といずれも平成23年度と比較すると大きく拡大しました。



【事業構造改革③】

そのほか、急激なコストアップに対し、販売価格の見直しや容量変更などにも取り組みました。

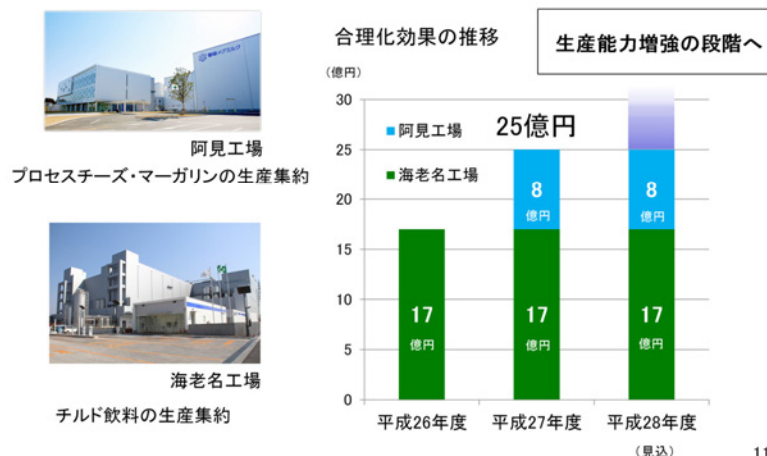
これらの構造改革を進めてきた結果、飲料・デザート類セグメントは、一昨年までは営業赤字でしたが、前期に黒字化しました。

さらに、平成28年度は、黒字幅が拡大する見込みで推移しており、収益の柱へと成長しつつあります。

2. 戦略投資設備の最大活用



阿見工場・海老名工場の合理化効果



11

【戦略投資設備の最大活用】

生産物流体制の集約を進めてきた阿見工場、海老名工場は合わせて、年間25億円の合理化効果を実現しました。

現在は、この合理化効果を基盤とした、生産能力増強の段階へとステップアップしています。

阿見工場では、今年1月に6Pチーズの生産ラインを1ライン増設し、生産能力が1.2倍になりました。

海老名工場では、「ガセリ菌SP株ヨーグルト ドリンクタイプ」の生産ラインを1ライン増設し、8月より生産能力が2倍になっています。

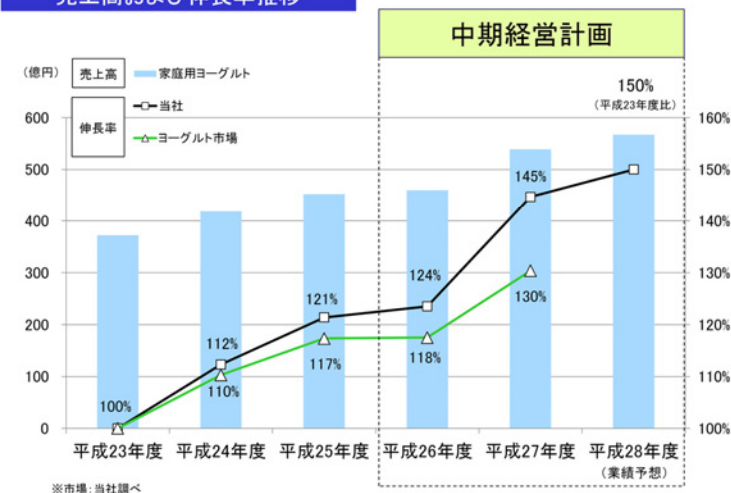
今後も、両工場における生産能力の増強を図り、更なる事業規模拡大および生産性の向上を目指していきます。

3. 成長分野の事業拡大①

ヨーグルト



売上高および伸長率推移



12

【成長分野の事業拡大①】

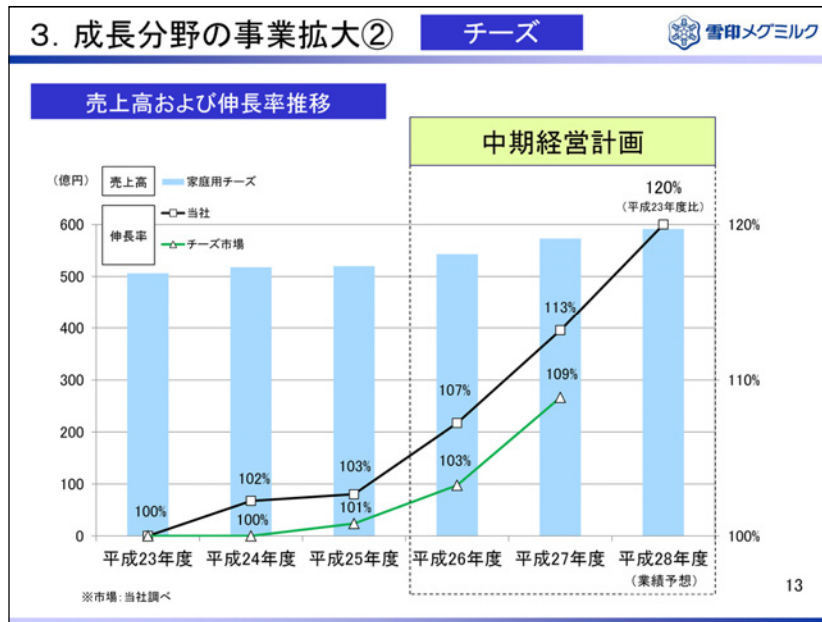
当社の強みを活かした成長分野に経営資源を重点配分し、事業の育成と拡大を目指すものです。

(ヨーグルト)

ヨーグルト市場は、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、伸長を続けています。当社の売上高は、機能性商品を中心に市場を上回る伸長率で推移しています。

今年度は、平成23年度対比で150%の売上高を見込んでいます。

今後も引き続き、販売拡大してまいります。



13

【成長分野の事業拡大②】

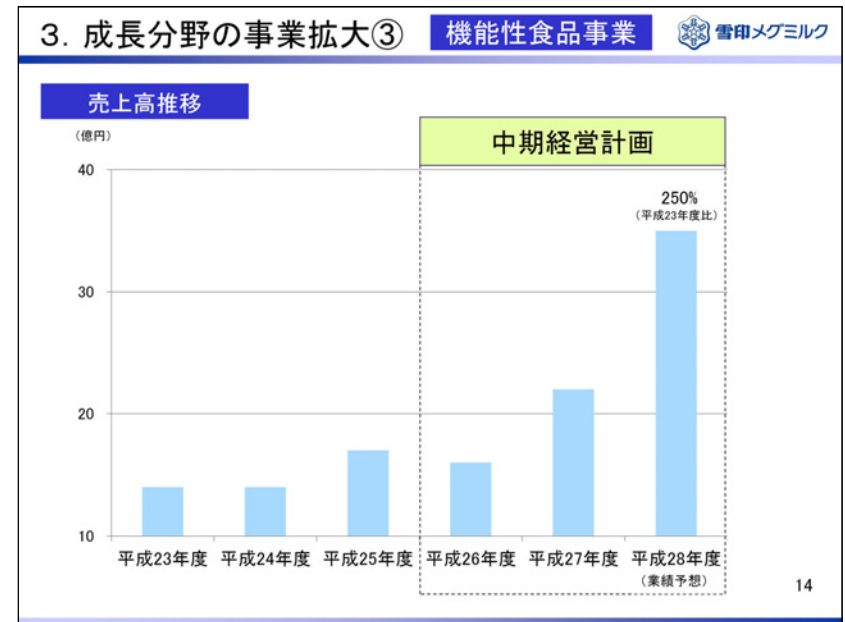
(チーズ)

当社の売上高は、
市場を上回る伸長率で順調に推移しています。

当社家庭用チーズ全体で、今年度は、
平成23年度対比で120%の売上高を見込んでいます。

チーズの国内総消費量は、
昨年度に32万トンと過去最高を更新し、
今年度上半期も順調に市場が拡大しています。
今後もチーズの需要は伸長していくものと考えます。

引き続き、宣伝促進費を積極的に投入し、
販売物量の拡大を目指していきます。



14

【成長分野の事業拡大③】

(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、大きく飛躍すると考えています。

牛乳由来の機能性素材で骨密度を高める働きのある
「MBP®」関連商品を中心に順調に伸長しています。
今年度は、連結ベースで平成23年度対比250%の
売上高を見込んでいます。

下期以降も、将来の収益事業の柱とすべく
積極的なマーケティング投資、通販チャネルの強化などにより
事業拡大を図っていきます。

3. 成長分野の事業拡大④

海外事業



粉ミルク事業

雪印オーストラリアで製造した商品を、台湾・マレーシア・中国（香港・マカオを含む）で販売。

商品ラインナップの拡充とカテゴリーの拡大

- ✓ 台湾・香港における妊産婦用商品の発売
- ✓ 香港における成人向け商品の発売



海外粉ミルク商品（台湾）



ビクトリア州にある自社工場

15

【成長分野の事業拡大④】

（海外事業）〈粉ミルク事業〉

雪印オーストラリアで製造した商品を、台湾・マレーシア・中国などで販売しています。

台湾での販売は好調に推移しており、市場シェアが、欧米強豪を抑えトップとなりました。今後も商品ラインナップの拡充とカテゴリーの拡大により、事業を発展させていきます。

3. 成長分野の事業拡大⑤

海外事業



プロセスチーズ事業

インドネシアに合弁会社を設立
平成25年9月より
プロセスチーズを生産、販売



雪印メグミルクインドネシア プロセスチーズ工場

商品ラインナップの拡充と輸出の検討

- ✓ スライスチーズの新発売
- ✓ シンガポールへの輸出検討



ブロックタイプ



スライスタイプ



16

【成長分野の事業拡大⑤】

（海外事業）〈プロセスチーズ事業〉

インドネシアに合弁会社を設立し、平成25年9月より生産、販売を行なっています。

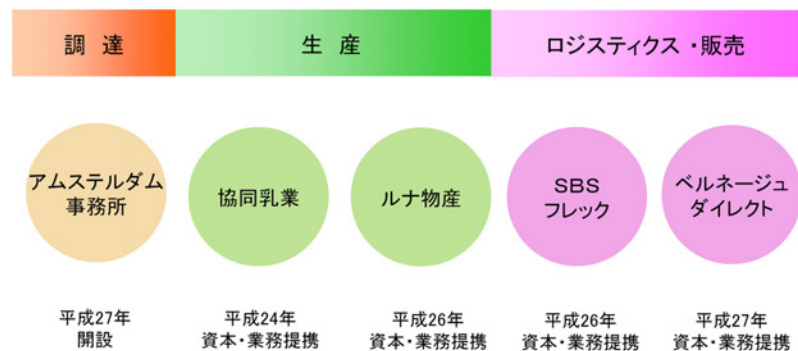
売上は拡大しており、ブロックタイプに続き、スライスチーズの製造設備投資を行ない、平成28年11月よりインドネシア市場において販売を開始いたしました。

今後は、シンガポールへの輸出も視野に入れ、更なるビジネス拡大を目指していきます。

4. 機能強化と体制整備



グループバリューチェーンの強化



17

【機能強化と体制整備】

事業構造改革や成長分野の事業拡大の取組みを支え、将来にわたり成長を持続させていくための体制をグループ全体で強化、整備していくものです。

成長を持続させていくためには、グループの経営資源を共有して相乗効果を生み出すことが重要と考えています。

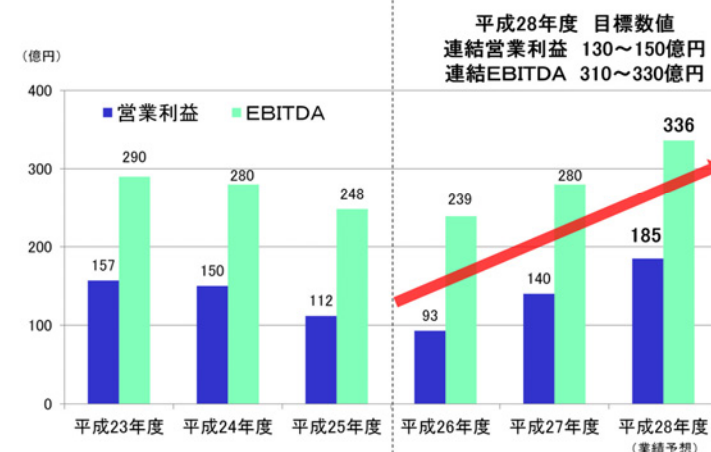
資本・業務提携などにより、他社との連携を強化し、競争力を高め、グループバリューチェーンの強化に取り組んでいます。

中期経営計画(定量目標)の達成状況



連結業績推移

中期経営計画



18

【中期経営計画(定量目標)の達成状況】

中期経営計画の目標数値は、連結営業利益130～150億円、連結EBITDA310～330億円です。

大幅なコストアップによる減益基調に歯止めをかけ、次なる成長に向けて、収益力を回復させることを目指しました。

上期の業績を踏まえ、10月25日に連結営業利益の業績予想を185億円に上方修正しました。これにより、連結EBITDAも、336億円になる見込みで、いずれも中期経営計画の目標数値を上回る見込みです。

これまでの取組みの成果により、収益構造が改善され、現行の中期経営計画で目標としていた「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。

次期中期経営計画の策定

1. 環境認識と課題
2. 次期中期経営計画の位置づけ

19

次期中期経営計画の策定



1. 環境認識と課題

1. TPPを始めとする貿易自由化の進展
2. 国内外乳資源需給・国内酪農生産の構造変化
3. 生産拠点の老朽化

2. 次期中期経営計画の位置づけ



20

【次期中期経営計画の策定】

策定にあたり、先ず、10年後に目指す姿としての「グループ長期ビジョン」を検討しています。

検討のポイントは、大きく3つです。(上記スライドに記載)

10年を3つのステージに分け、最初の3年間で「次期中期経営計画」として位置づけ、現在検討を進めています。

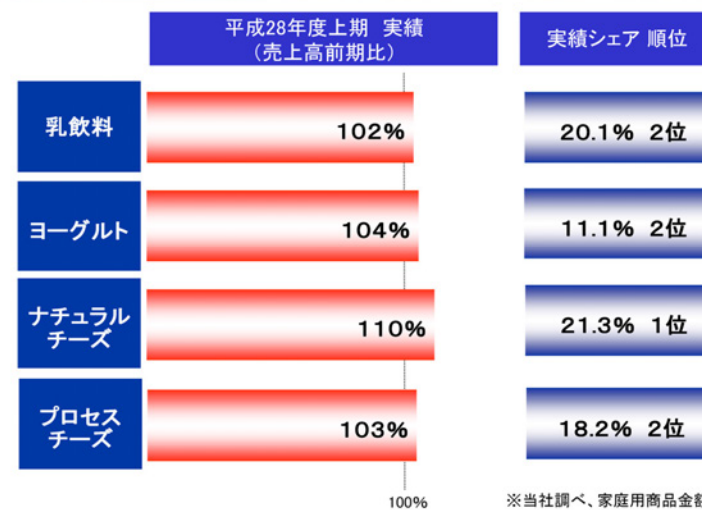
決定次第、発表いたします。

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。

【参考】カテゴリーNo.1戦略の進捗状況



※当社調べ、家庭用商品金額シェア