

2021年3月期第3四半期決算説明会（投資家・アナリスト向け）質疑応答

1. 実施日：2021年2月9日（火） 13:00～14:00
2. 説明者：雪印メグミルク株式会社
常務執行役員 財務担当 中島 隆男
常務執行役員 広報 IR 担当 渡辺 滋

3. 主な質疑応答内容

※ 皆様にご理解いただきやすくするために一部編集しています。

Q1：主要商品の売上回復策をどのように考えているのか教えてください。

A1：バター・チーズなどの家庭用乳製品は市場と同様、堅調に推移していますが、業務用商品については1Qでは大きく減収、その後、持ち直していますが3Qでも減収のため、トータルで見ると動きが足りないように見えています。

家庭用チーズは、一部コモディティ化している商品もありますが、売上を取るというより利益を取る対応、また、市乳・ヨーグルトについては、CMを投入するなどの回復策を講じていきます。

Q2：3Qまでの営業利益の進捗は、会社計画を上回りそうな勢いかと思いますが、宣伝促進費などのコストのかけかた、トップラインとのバランスをどう考えているのか教えてください。

A2：これまでのところ増益で推移していますが、労務費の按分の影響や昨年の子会社火災の影響などもあり、楽観できる状況ではないと考えています。3Qまでは販売促進活動が思うように進まなかったこともあり、今後は、利益の状況やコスト効果を考えたなかで、来期を見据え積極的な宣伝促進費を投入してまいります。

Q3：中計2022の営業利益目標220億円に向け順調という理解で良いでしょうか。また、来年度の増益を考えた時、どこが利益を牽引していくのか教えてください。

A3：今年度は中期経営計画の初年度であり、まずは今期の目標をしっかりと達成することが必要と考えます。3Q後半から再度新型コロナウイルスの感染拡大となり、4Qで緊急事態宣言が発出されるなど、環境としては厳しい中ですが、2年目、3年目に向けてステップを踏んでいく必要があります。春以降に新商品も揃え、ブランドとしての相乗効果を上げ、売上と利益を伸ばしていきます。

また、中期経営計画の中では、ニュートリション事業、チーズを中心とした海外事業において利益を創出することが大きな柱となっています。これらの事業では利益面でも、ほぼ計画通りの進捗となっており順調にきていると考えています。

Q4：3Q（10～12月）の売上でチーズ約1%減、ヨーグルト約2%減となっていますが、具体的な内容を教えてください。

A4：チーズは累計で前年+3億円（0.7%増）。上期は前年+7億円でしたが、3Qになり若干の減収になっています。家庭用については1Qほどではないですが、累計では前年よりは伸びています。一方、業務製品は、1Q～2Qと回復基調にありましたが3Qで若干落としていて、チーズ全体の第3Q（10～12月）ではマイナスになっています。プロセスチーズは比較的市場と同様の伸びを示しています。ナチュラルチーズは、価格訴求型商品については若干落としています。

ヨーグルトは、1Qの市場では免疫訴求が求められる中、当社の内臓脂肪を減らすという商品コンセプトが合わなかったと思われれます。その後2Qから3Qで市場は徐々に悪くなっていますが、当社は持ち直しつつあります。その大きな理由はガセリ菌SP株商品です。10月からTVCMを入れ、まだ前年割れですが1Qから見ると改善しており、4Q、次年度に向け取り組んでいます。

Q5：来期の原材料コストの考え方を国内・海外それぞれ教えてください。

A5：国内原材料（乳価）については当期並みとみています。海外の原材料は為替の要因、価格の上昇の両面がありますが、通年であれば原材料コストは上がってくるのではないかと考えます。

具体的には3Qまでのところでは、油脂（パーム油、大豆、コーンなど）の価格が上がっています。一方、原料チーズは値下がり傾向でした。全体では、来期以降、若干上がってくると考えています。

Q6：前回上期の説明会で、粉ミルクは海外のマーケットで競争が激化したというコメントがありましたが、3Qでは、どのような影響が出ているのか教えてください。

A6：海外の粉ミルクでは台湾、香港、マレーシアが中心です。そのなかでは台湾の市場が大きな市場ですが、出生率の低下とコロナ禍などで苦戦しています。また、海外の大手メーカーとの競争も激化しております。対応策として、昨年、7月にリニューアル品の投入、年明けも新商品を投入し回復を図っています。

Q7：今回の緊急事態宣言下で「免疫力を高める」ことが一般的に再認識されていると思いますが、「ガセリ菌S P株」について、どのような販促活動をしていくのかを教えてください。

A7：機能性のヨーグルト市場は、ターゲットを絞り込んだ商品が必要になります。内臓脂肪を低減する機能の「ガセリ菌S P株」、抗アレルギーの「乳酸菌ヘルベ」など効果を、エビデンスをもって展開していきます。

また、内臓脂肪を低減する機能も、巣ごもり需要でニーズが高くなっているという調査もあり、プロモーション・認知活動を展開していきます。

以上