

2021年3月期 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5月13日（木）
2. 説明者：雪印メグミルク株式会社
代表取締役社長 西尾 啓治
常務執行役員 財務担当 中島 隆男

3. 主な質疑応答内容

Q1：ヨーグルトは、2021年度上期前年比4.9%プラスに転じる予想となっています。売上が反転する兆しが出てきているか教えてください。

A1：ヨーグルトは、前年度第4四半期から売上は回復してきています。特にガセリ菌SP株、乳酸菌ヘルベといった機能性ヨーグルトは、一昨年のレベルを超えるくらいまでに回復しており、現在まで好調に推移しています。昨年春からコロナ禍に入り、消費者の方もコロナの実態や知識もなく、需要が一気に免疫系に集中したと思います。コロナの情報がだんだんと分かってくるようになり、第3四半期以降徐々に回復し、本来の需要構造に戻ったと考えています。

Q2：雪印ビーンスタークの完全子会社化での具体的なメリットを教えてください。
また、ニュートリション事業分野として、海外の粉ミルク事業など、今後の重点戦略について教えてください。

A2：ニュートリション事業分野は、雪印メグミルク本体、海外現地法人、雪印ビーンスタークで事業展開していますが、機能の重複などを適正化し、グループ全体で効率化を図っていきます。また、経営の自由度や意思決定スピードも上げていきます。今後の重点戦略では、よりシナジーが生きる事業の編成を行なっていきます。

Q3：中期経営計画2022の手ごたえを教えてください。

A3：中期経営計画の営業利益目標220億円は、最低限やっていかななくてはいけない数字だと考えています。また、次の3つの取組みを進めています。1つは当社の最大の強みであるナチュラルチーズ（NC）については、「さけるチーズ」の生産能力をさらに拡大していき、2026年度には2017年度比1.4倍まで供給能力を高めていきたいと考えています。また、カマンベール、カッテージについても生産能力を上げていきます。

2つめに付加価値の高い機能性の商品の構成比を上げていきます。機能性ヨーグルトのガセリ菌SP株・乳酸菌ヘルベドリンクが復活してきました。それに加え、MBP

ドリンクの導入、 β ラクトリン（ヨーグルト）も導入していきます。内臓脂肪、目鼻、骨、記憶維持、といったシニアの QOL（quality of life）を向上させる商品の構成比を高めていきます。

3つめは、もう少し長期のスパンで考え、海外のチーズ事業を更に展開していきます。今年インドネシアは、プロセスチーズの生産の増能を図っていきます。

Q4：コロナ禍において出生数が減少しております。粉ミルクの市場に影響が出ているのでしょうか。

A4：新型コロナウイルス感染症による影響で出産を控えるという動きもみられます。国内の育児品の事業としては厳しい状況であると考えています。当社としては基幹商品である「すごやか」の販売は好調に推移していますが、液体ミルクなどの利便性を高めた商品の拡売等を含めて、売上・利益の維持拡大に努めたいと考えます。

Q5：牛乳事業の黒字化に向けた取組みについて、PBなどの価格改定と生産体制の見直しなどの進捗を教えてください。

A5：生産体制整備については、現在検討しています。決定した案件から発表していきます。

PBの商談については、次の中期以降に成果が出てくると考えています。

今年は、キャップ付き商品を追加で発売し、付加価値の高い白物乳飲料をしっかりと売っていきます。また、MBPドリンクを発売しますが、このような付加価値の高い商品をこの中計では拡大していきます。

※ 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。

以上