

2023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：2023年2月10日（金） 14:30～15:15
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 戸高 聖樹  
同席者：雪印メグミルク株式会社  
取締役常務執行役員 マーケティング・乳食品・市乳事業担当  
稲葉 聡  
常務執行役員 広報 I R 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**

販売単価差で生じた差額について、セグメント別に伺います。乳製品で8億円、飲料・デザートで4億円の未達になっていますが、背景は何でしょうか。何が想定と違っていたのかを教えてください。

**A1**

要因は三つあります。

一つ目は、需給緩和の環境下で国産生乳を使用したチーズや、飲料・デザート類商品の販売促進に注力し、そのコストがかかったこと。

二つ目は、容量変更を行った商品の需要を下支えするために、販売促進に注力したこと。

三つ目は、新旧商品の切り替え時に、在庫消化のための一時的な費用が生じたこと。

これら三つが、販売単価差における下振れ要因になりました。

**更Q1**

今回生じた販売単価差によるマイナスは一時的な要因によるもので、4Q以降に影響は出てこないということですか。

**更A1**

市場と、需給の動向を見ながらの対応になりますが、計画した数字の達成を第一に取り組んでいきます。

**Q2**

ヨーグルトの売上高について、足元は改善傾向にあるということですが、価格改定の影響をどう受けましたか。プレーンヨーグルトや機能性など、カテゴリー別に10-12月でどのような状況だったのかを教えてください。

A 2

ヨーグルト全体では、第3四半期は3ポイントほど増収でした。11月のタイミングで、価格改定を行った商品と、行っていない商品があります。価格改定をした商品は、ファミリータイプのナチュラル恵やドリンクタイプのプルーン Fe、ハードタイプの牧場の朝などです。これらは価格改定後も概ね物量は落ちずに推移しました。価格を据え置いた商品も物量は落ちていませんので、トータルの売上高は価格改定分の一部が上乘せになりました。

更Q 2

価格改定の影響が出ていない理由をどうお考えでしょうか。

更A 2

ナチュラル恵の400gや4連タイプ、牧場の朝などは、比較的リーズナブルな価格帯の商品でした。今回、価格を上げさせて頂きましたが、その後も販売促進はしっかり入っていましたので、物量に大きな影響は出なかったと捉えています。

Q 3

2023年度のコストアップの見通しを教えてください。いくつかの価格改定を発表していますが、その効果をどれくらい打ち出せそうか、現時点の考え方を教えてください。

A 3

来年度の計画を策定中のため、あくまで現時点の想定である点をご了承ください。来年度のコストアップはトータルで200億円程度を想定しています。

本日、4月からの価格改定を公表しましたが、今後も続くコストアップに対しては、価格改定を含めてしっかり市場に定着させることが最優先課題と認識しています。同時に消費者の健康意識やライフスタイルの変化をとらえた商品を上市し、既存品のプロモーションを強化することで、販売の拡大を図ります。価格改定の効果と需要喚起策とを含め、200億円以上の対応策を検討しています。これらの取組みで、来期の増益につなげていきたいと考えています。

更Q 3

コストアップは約200億円ということですが、（今後の交渉が報じられている）飲用向け乳価の再改定の可能性は、織り込んでいないと理解して良いでしょうか。

更A 3

昨年 11 月の改定に続き、飲用向け乳価についてはそうした議論があることを承知しています。今後議論していきますが、現在は見通しに織り込んでいません。

Q 4

コストアップへの対応策は、価格効果だけで考えると 200 億円を下回る水準で、それ以外の拡販策などでトータルの 200 億円を目指すということでしょうか。

A 4

4 月からの価格改定・容量変更によるプラスと新商品の発売などにより、来期のコストアップに満度に対応し、増益を目指しています。

Q 5

2022 年度におけるコストアップ 148 億円と、販売単価差による 61 億円との差額、つまり今年度の取りこぼしである▲87 億円は、どのように取り返す考えでしょうか。新年度はコストインフレ前の利益水準を目指しているということでしょうか。

A 5

価格改定・容量変更によるプラスと新商品の発売など、コストアップ額を上回る策を講じて増益を確保していく考えです。その増益部分で、今年度の取りこぼしを取り返していきます。今期の減益幅を、来期に全て取り戻すのは難しい状況ですが、できるだけ埋めていきたいと考えています。

Q 6

来期のコストアップ 200 億円の内訳を教えてください。

A 6

来期のコストアップの内訳は、4 月からの乳製品向け乳価改定と、昨年 11 月からの飲用向け乳価改定の通期での影響とを合わせて約 100 億円を見えています。それ以外にエネルギーコストのアップを 30 億円程度と見えています。

更Q 6

(米ドルの) 為替レートはいくらの想定でしょうか。コストアップを算出した前提レートを教えてください。

更A 6

計画を策定している段階ですが、現時点で 135 円/USD の想定です。

## Q7

前年9月から増量キャンペーンなどを行っていましたが、今後はどうしていきますか。このキャンペーンの投資効果について、数量増、費用増の両面から教えてください。

## A7

増量キャンペーンはチーズとヨーグルトで実施しました。

どちらも、増量した商品の販売数量を一定程度決めた上で実施しています。従いまして、その商品だけを見た効果より、期間中に該当商品がどれくらい売れたかを見る必要があります。

チーズについては、スライスチーズと国産のクラッシュチーズで実施していますが、両品とも物量で前年から+10%でしたので、効果がありました。

ヨーグルトは、ナチュレ恵脂肪ゼロで実施しました。価格改定後でしたが、販売個数で前年を超えていますので、こちらも効果があったと分析しています。

以上