

# 2007年3月期中間決算説明会

2006年11月24日

**森永乳業株式会社**

## 業績予想に関する注意事項

この資料の数値のうち、過去の事実以外の計画、方針、その他の記載にかかわるものは、将来の業績にかかる予想値であり、それはいずれも、現時点において当社が把握している情報に基づく経営上の想定や見解を基礎に算出されたものです。従いまして、かかる予想値は、リスクや不確定要因を含むものであって、将来の業績は諸々の要因により、かかる予想値と異なってくる可能性があります。かかる潜在的リスクや不確定要因としましては、主要市場の経済状況および製品需要の変動、為替相場の変動、国内外の各種規制ならびに会計基準・慣行などの変更等が含まれます。

- 
1. 中間期総括
  2. 商品分野別の動向
  3. 今期の業績見通し

# 06年度中間期～業績の概要

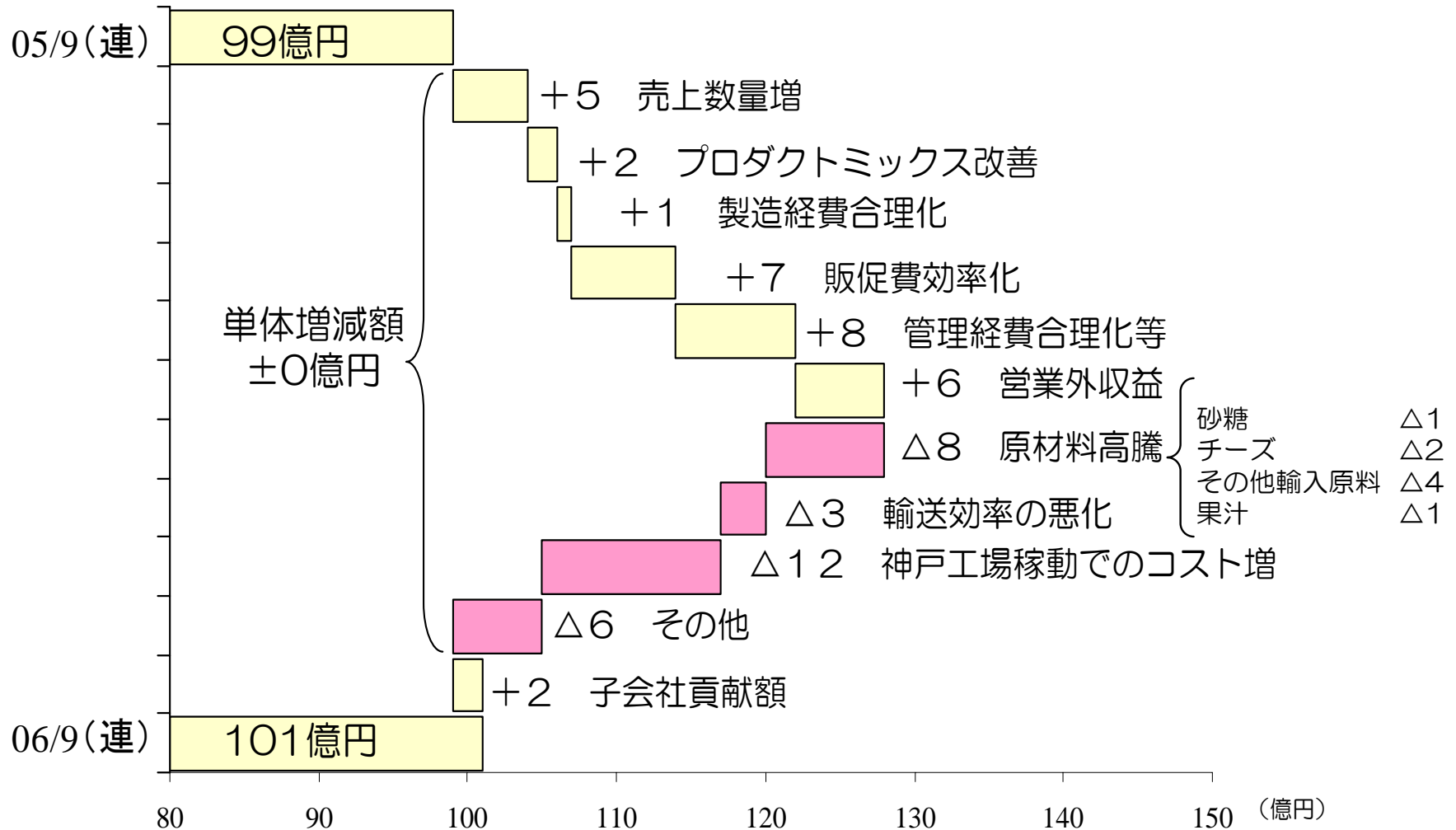
- ▶売上高は前期に比べて+3.4%増
- ▶営業利益、経常利益ともに増益となった。

〈連結〉	(億円)			(億円)	
	05年度中間期 実績	当初 見通し	06年度中間期 実績	前同比	前同差
売上高	2,961	3,030	3,061	103.4%	+99
営業利益	86	95	89	103.5%	+3
経常利益	99	105	101	102.0%	+2
中間純利益	46	46	39	83.3%	△8
売上高経常利益率	3.3%	3.5%	3.3%		

〈単体〉	(億円)			(億円)		飼料移管分を 除いた前同比
	05年度中間期 実績	当初 見通し	06年度中間期 実績	前同比	前同差	
売上高	2,275	2,280	2,307	101.4%	+32	104.0%
営業利益	51	54	47	92.2%	△4	98.2%
経常利益	66	67	66	100.5%	±0	105.0%
中間純利益	35	30	36	104.0%	+1	
売上高経常利益率	2.9%	2.9%	2.9%			

# 経常利益の増減益要因（中間期実績）



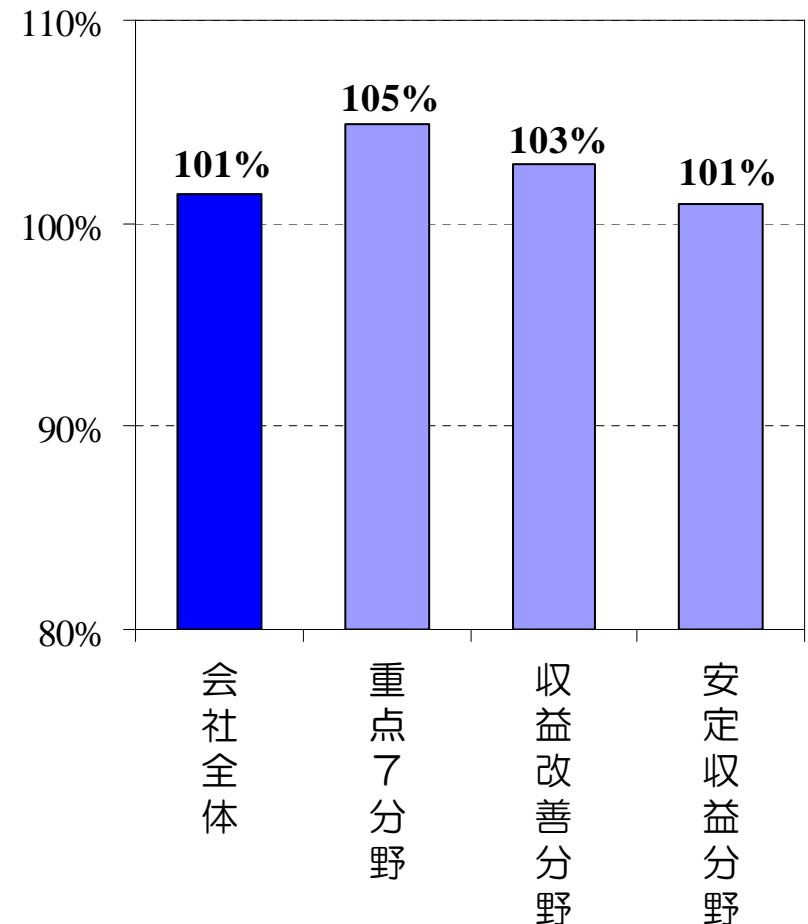
# カテゴリー毎の売上実績

## 中間期の実績

(億円)	05年度中間期 実績	06年度中間期 実績	前同比
会社全体	2,275	2,307	101%
重点7分野	1,230	1,289	105%
収益改善分野	709	730	103%
安定収益分野	58	59	101%

- 重点7分野は前同比105%  
乳飲料/ティー、デザート、チーズが好調
- 収益改善分野は前同比103%  
冷菓や「森永のおいしい牛乳」の売上が好調

## 前同比



# 乳飲料・ティー

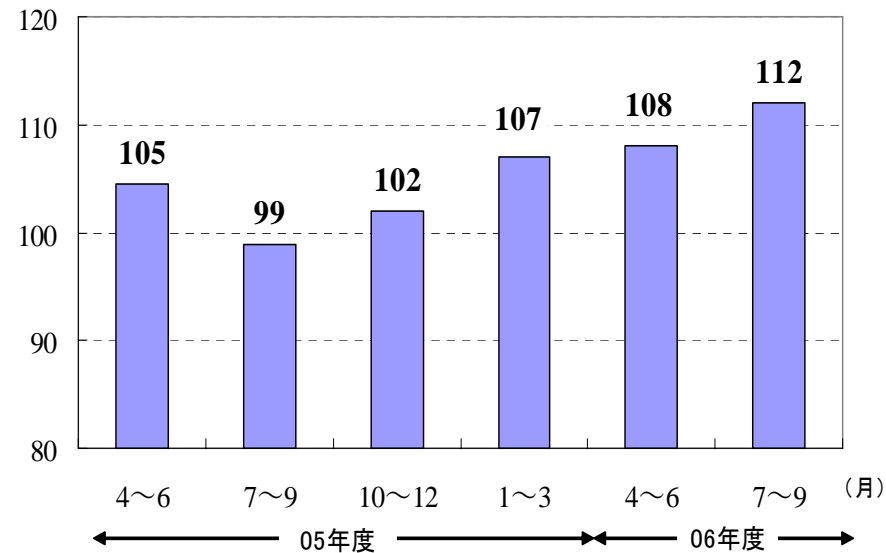
## ▶マウントレーニアは売上続伸

- 競争激化にもかかわらず支持は根強くトップブランドを維持
- 06年10月より従来よりもコーヒー感が強いプレミアムタイプ「PREMIA」2品を新発売。初年度売上高40億円（下期のみ）を目指す

## ▶リプトンティーも2ケタ増

- フルーツティーなどラインアップ充実によりトップブランドを維持

乳飲料・ティー～四半期毎の売上前同比（%）



## ブランド別売上高

	中間期実績	前同比	通期見通し	前同比
マウントレーニア	156 億円	115%	295億円	123%
リプトン	113 億円	112%	205億円	110%



# ヨーグルト

## ▶売上高は前同比△3%

- フルーツ、プレーン、ハンディスタイル、4ポットなどの売上が増えるものの、アロエヨーグルトが前同比80%となり、全体では前年を下回った。

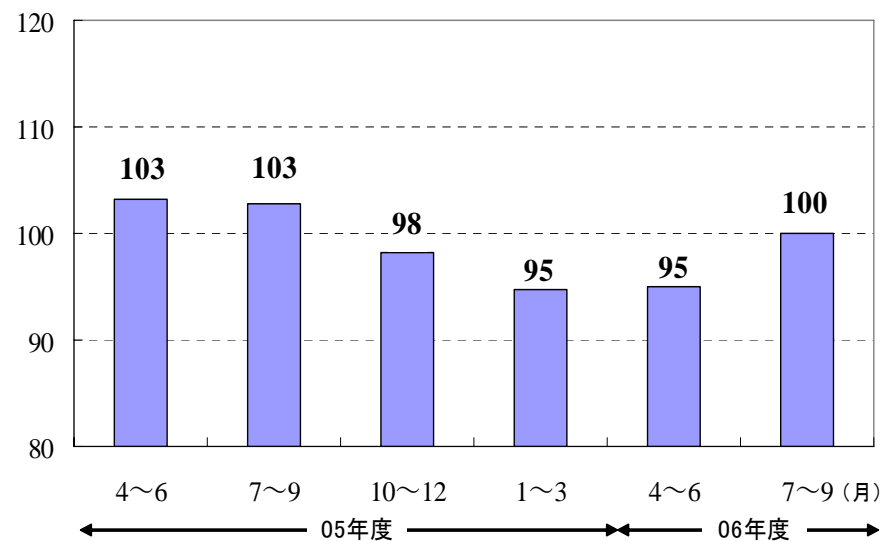
## ▶今後の売上拡大策

- アロエのCM、キャンペーンを9月26日より実施し、売上が回復
- その他のフルーツヨーグルトについても順次新商品の発売を計画

## ブランド別売上高

	中間期実績	前同比	通期見通し	前同比
アロエ	93億円	80%	186億円	90%
ビヒダス	83億円	105%	156億円	106%
ラクトフェリン	17億円	86%	36億円	96%

ヨーグルト～四半期毎の売上前同比 (%)



# チーズ

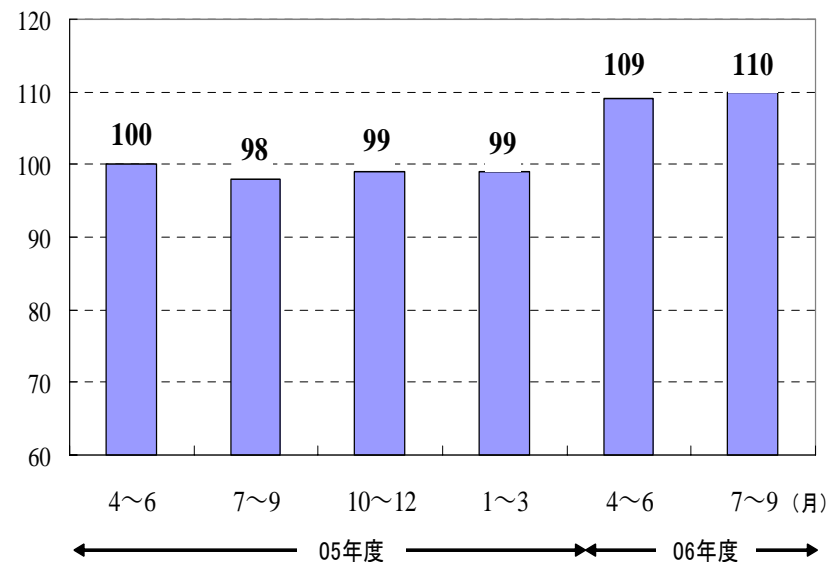
## ▶売上高は前同比+9%

- 家庭用チーズは好調で、売上高およびシェアが拡大
- 家庭用チーズの中間期での市場シェアは前同比+0.4%（シェア:14.1%、数量ベース）
- 業務用チーズも新規顧客開拓により着実に売上が拡大

## ▶国内でのチーズ増産のため、北海道・別海工場に新チーズ製造棟建設に着手

- これまでプロセスチーズ原料用等としてナチュラルチーズを北海道にて製造しているが、さらなる増産のために、新チーズ製造棟建設を11月より着工
- 投資額は70億円
- 2008年春に稼動開始予定
- 国産ナチュラルチーズ生産を2005年度の7千トンから約2倍の1万5千トンへ増強

チーズ～四半期毎の売上前同比 (%)





# デザート

## ▶売上高は前同比+7%

- ・「素材の仕事人シリーズ」、「プティポとろふわプリン」といったプレミアム路線が支持され、売上は好調
- ・プレミアムデザートは前同比144%

## ▶下期の販売施策

- ・季節限定商品を投入し、話題を喚起しながら、売上を拡大する

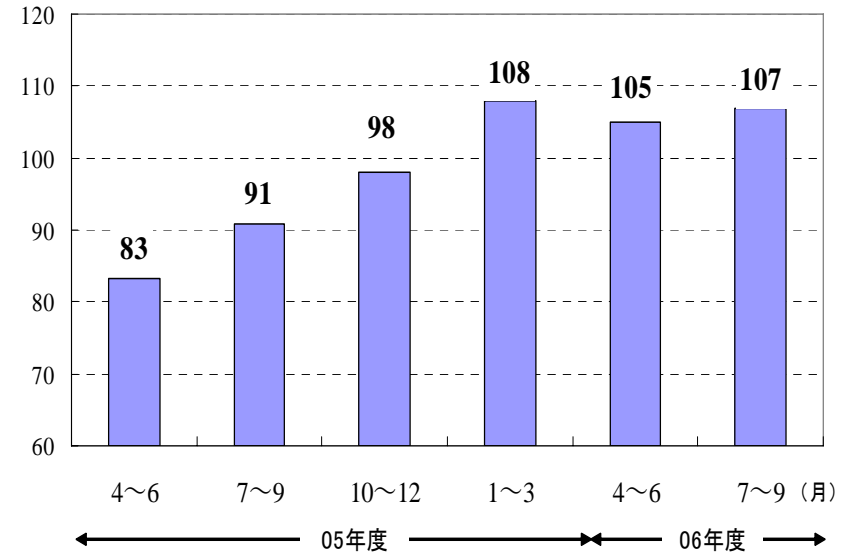
### 【新商品】

プティポ とろふわ冬キャラメルプリン

素材の仕事人

こってりクリーミーマンゴープリン

デザート～四半期末の売上前同比 (%)



# 牛乳

## ▶ 森永のおいしい牛乳

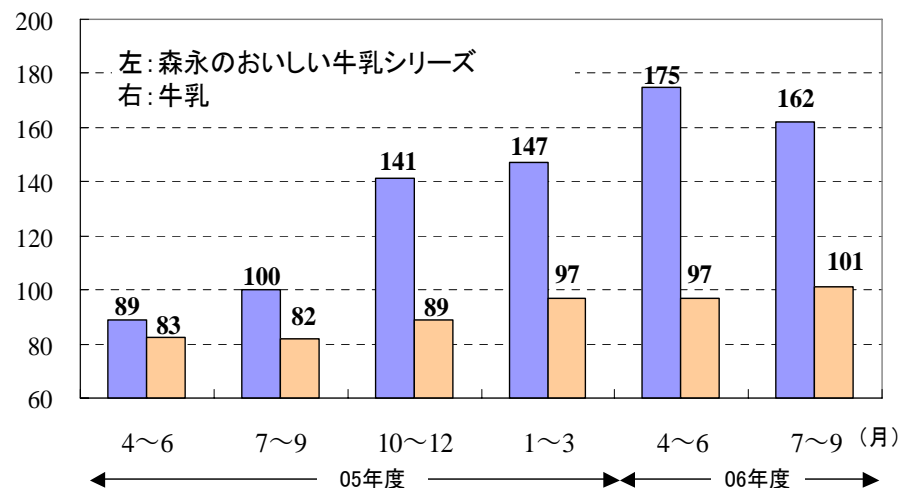
- ・06年度中間期の売上実績は56億円（前同比168%）



## ▶ NB比率の上昇

- ・「森永のおいしい牛乳」が好調のため、NB比率がさらに上昇（06.3末31%→06.9末36%）

牛乳～四半期毎の売上前同比（%）



## ▶ 宅配事業の状況

- ・06年度中間期の売上高は横ばい（150億円）
- ・06年度目標～売上高300億円  
世帯数200万世帯
- ・持ちやすく、リキャップが可能な利便性の高い軽量壺を9月までに北海道・東北地区を除くエリアで展開。新たな顧客拡大を進めている。



# アイスクリーム

## ▶売上高は前同比+7%

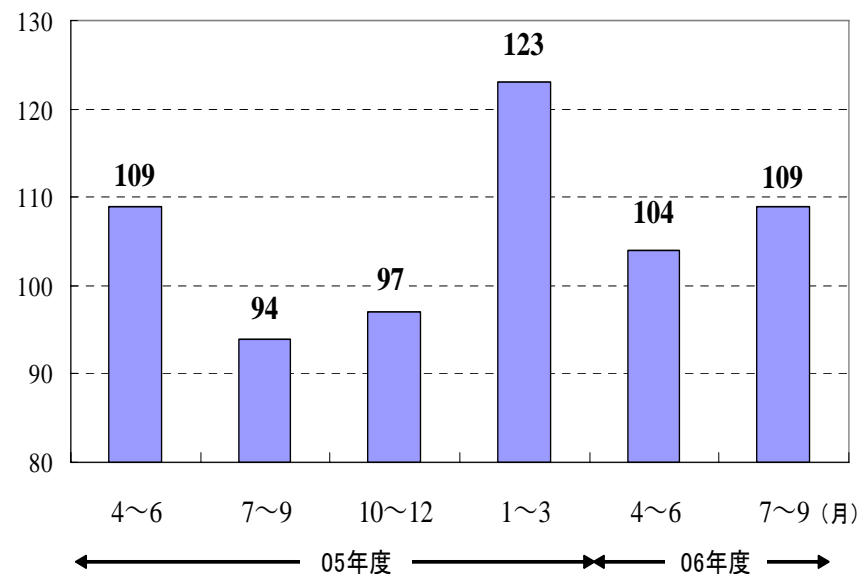
- ・市場全体が7月の天候不順などにより低迷するなかで、当社は主力商品であるピノ、MOW、パルムが好調により増収

## ▶収益での貢献度も高まる

- ・売上の増加により、生産効率が高まり、収益が出る事業に定着



アイスクリーム～四半期毎の売上前同比 (%)



## 【新たな需要を狙う新商品】



# 連結子会社の状況

## ▶子会社の売上高

- ・生産・生販会社および販売会社は単体の売上の伸びに比例し、売上が伸びている。
- ・その他会社もクリニコをはじめとして、好調

カテゴリ	中間期実績	前同比	社数	主な子会社
生産・生販会社	645億円	103%	18社	横浜乳業 エムケーチーズ
販売会社	701億円	101%	3社	デイリーフーズ
その他会社	515億円	123%	9社	クリニコ 森永酪農販売
合計	1,861億円	107%	30社	

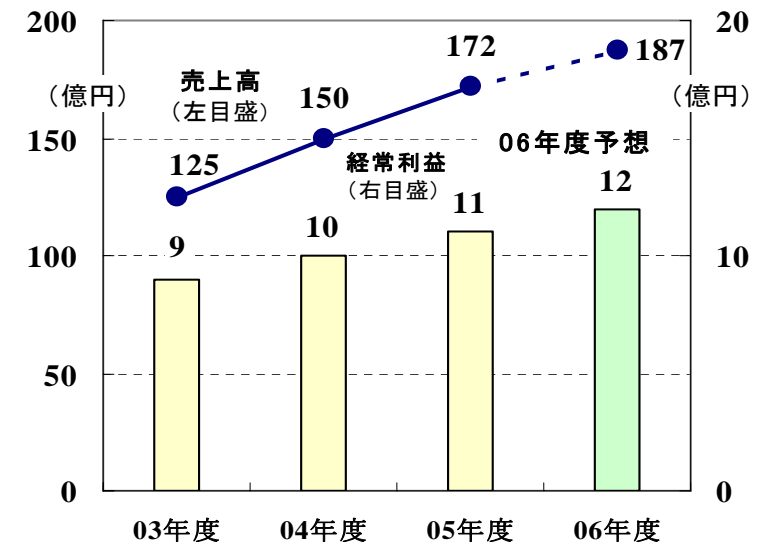
(注) 合計は単純合計

## ▶クリニコ好調

- ・中間期実績  
売上高 95億円 (前同比116%)  
経常利益 6.3億円 (前同比112%)
- ・通期見通し  
売上高 187億円 (前同比109%)  
経常利益 12億円 (前同比104%)

クリニコの業績推移

(医療食・栄養補助食品他の直販会社)



# 今期の見通し（連結）

（単位：億円）	今期	前期	前期比	（参考） 期初の見通し
売上高	5,730	5,522	103.8%	5,650
営業利益	107	91	117.2%	108
経常利益	125	113	110.6%	125
当期利益	50	38	131.1%	50

# 今期の見通し（単体）

（単位：億円）	今期	前期	前期比	（参考） 期初の見通し
売上高	4,350	4,286	101.5%	4,280
営業利益	47	48	98.9%	55
経常利益	75	73	102.5%	75
当期利益	32	27	118.0%	30

※今期より飼料販売の子会社を設立したため、その売上高 約110億円が減少しておりますが、連結では影響はありません。

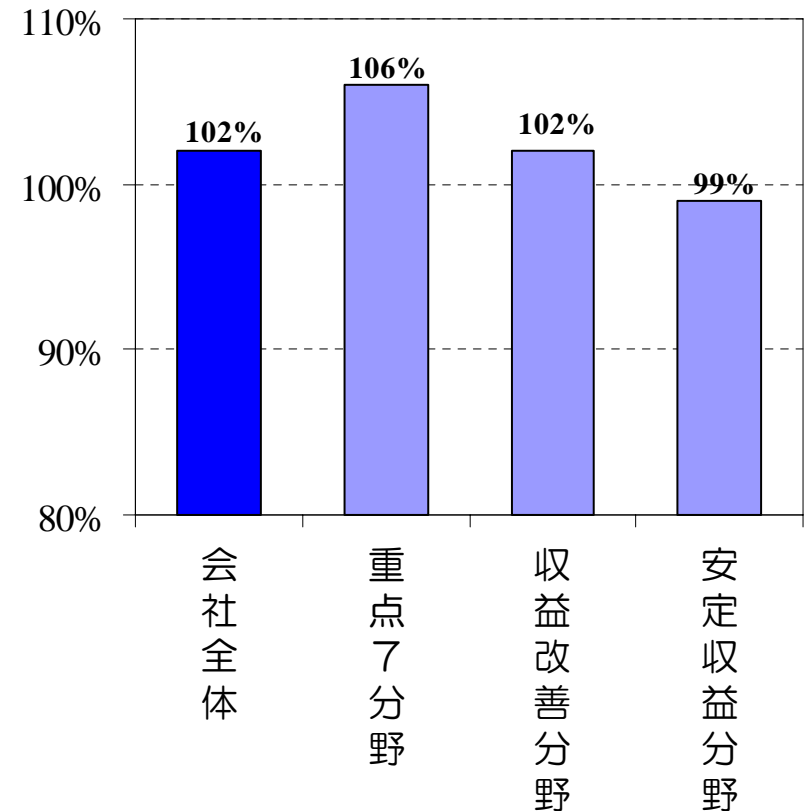
# 重点7分野の今期見通し

## <重点7分野>

		前期比
乳飲料/ティー	695億円	113%
ヨーグルト	525億円	100%
デザート	235億円	106%
チーズ	338億円	109%
栄養食品	189億円	97%
業務用食品	480億円	106%
機能素材	49億円	101%

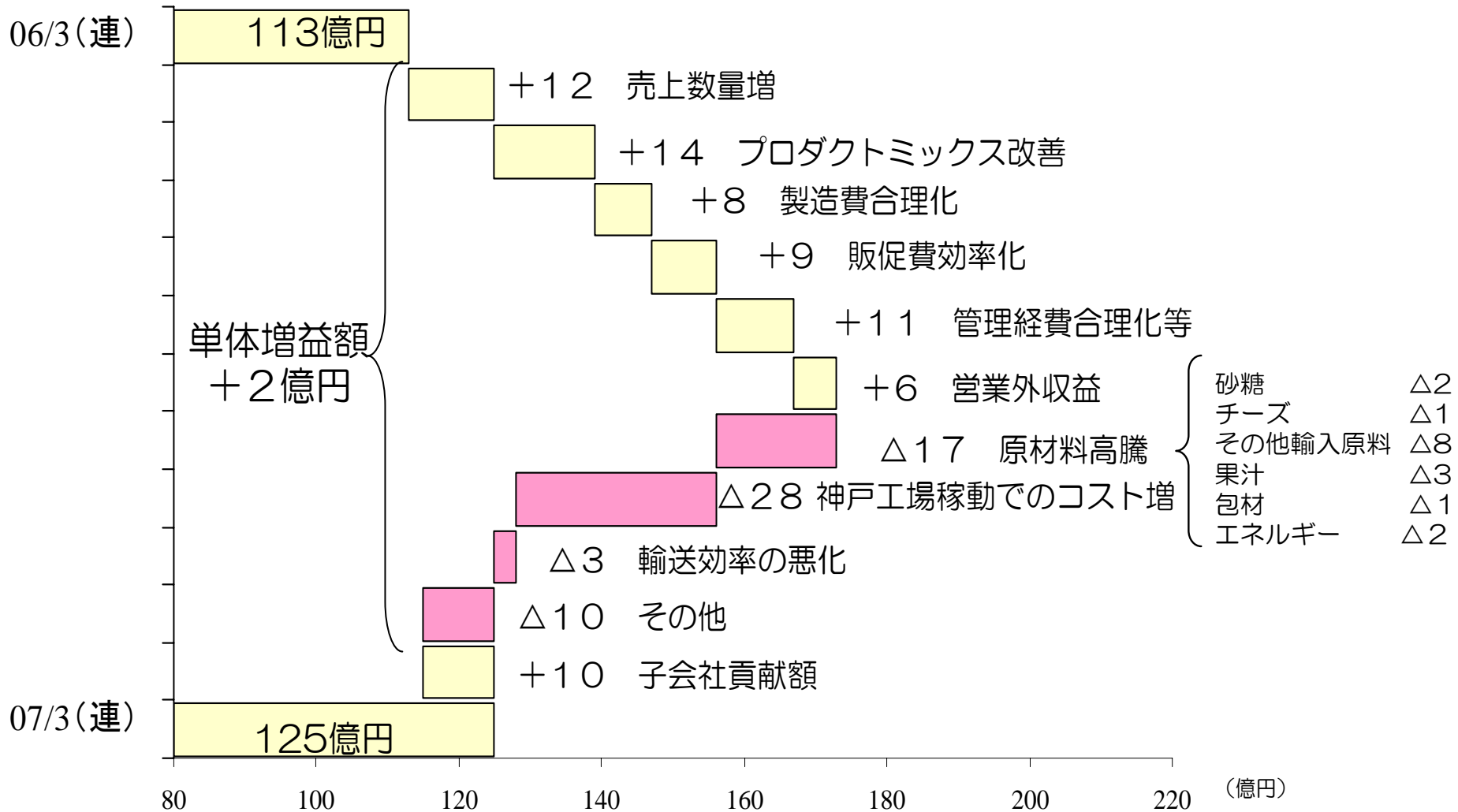
<b>合計</b>	<b>2,511億円</b>	<b>106%</b>
-----------	----------------	-------------

## 前期比



重点7分野 構成比 55.3% (05年度) → 57.7% (06年度)

# 経常利益の増減益要因 (通期の見通し)





おいしいをデザインする



**森永乳業株式会社**