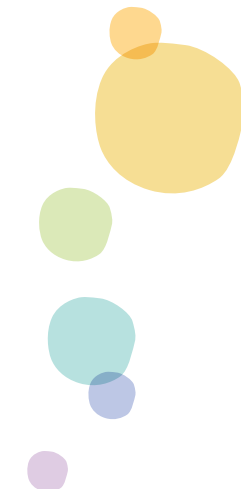


A vertical line of five overlapping circles in shades of pink, orange, and yellow, positioned to the right of the main title.

株主のみなさまへ

第90期 中間報告書

2012年4月1日から2012年9月30日まで



“おいしい”をデザインする
森永乳業株式会社

経営理念

乳の優れた力を基に新しい食文化を創出し、
人々の健康と豊かな社会づくりに貢献する

経営ビジョン

お客さまに
満足と共感をいただける
価値ある商品、
サービスを提供する

変革に努め、
独自の価値を
創造する

優れた価値を
提供し
社会に貢献する

社会から
信頼される
企業となる

社員が
生き活きと働く
企業風土をつくる

森永乳業が約束すること

(ブランドステイトメント)

森永乳業がいちばんお届けしたいのは、
“おいしいね” から広がる家族や仲間との共感の輪。

そのために私たちは、確かな品質と心ある技術で、
素材の“おいしい”を最大限に引き出し、
健康を育む研究と新しいヒラメキで、
毎日の“おいしい”を生み出し続ける。

世界に広がるおいしい共感の輪を目指して、

“おいしい”をデザインする 森永乳業

トップインタビュー



代表取締役社長
宮原 道夫

中期経営計画のもと
国内・海外戦略を推進し、
持続的成長を
実現してまいります。

CONTENTS

トップインタビュー	1
個別部門別の事業の概況	5
新商品紹介	6
トピックス	9
連結財務諸表	11
会社概要／株式情報	13
株主さまCAFE	14

Q 社長就任以来、初となる 上期決算報告の節目を迎え、 あらためて経営について の考えを伺います。

私が当社に入社したのは、今から37年前の1975年4月です。経営全般を担当する以前は、東京多摩工場、盛岡工場、生産技術部、生産本部と、生産分野を中心に広く経験を積んできました。

今年6月に代表取締役社長を拝命し、あらためて認識しているのは、当社を取り巻く事業環境の厳しさです。景気の落ち込みの中、食品業界では消費者の生活防衛意識の高まりとともにデフレ傾向が続く一方、原材料価格やエネルギーコストは上昇基調にあります。

こうした環境の厳しさを乗り越えていく上で、お客さまが求める価値やサービスをどのように捉え、どのように提供していくか、ということが大きな経営課題になると思います。当社は、幅広い食品分野で商品開発、生産技術、品質管理などにおける高い能力を発揮してきた企業であり、お客さまのご期待やご要望に応える力とチャンスは、十分に持っていると

考えます。その取り組みを通じて、お客さまから信頼していただける企業を目指し、森永乳業というブランドの価値を向上させていくことが、私の責務であると感じています。

当社の企業文化は、真面目さや愚直さとともに自主管理の気風を備えている点が特長です。その長所と、多種多様な食品づくりを通じて培ってきた知見・経験を活かし、健康と豊かさを社会に提供してまいります。

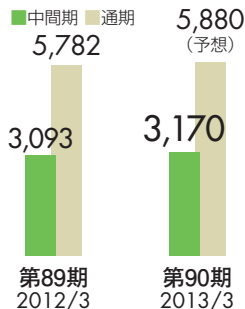
Q 当上期を振り返り、事業環境と 業績についてお聞かせください。

前期(2012年3月期)第1四半期は、震災の影響により売上が減少した反面、販促費等が抑えられたことで利益増につながりました。そして当第1四半期の利益は、その反動を受けており、第2四半期での挽回に努めたものの、利益が出にくい状況が続きました。

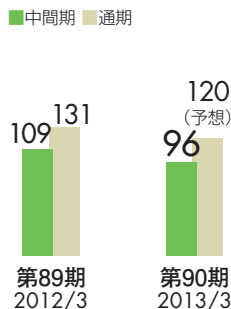
売上高は、4ポットラインの設備増強を行ったヨーグルト、焼プリン等を中心に販売を伸ばし、その他のデザート類や流動食等も寄与したことから増収となりましたが、利益面では、

連結業績ハイライト (単位：億円未満切り捨て)

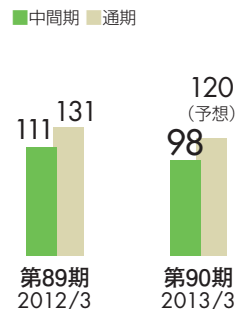
売上高(億円)



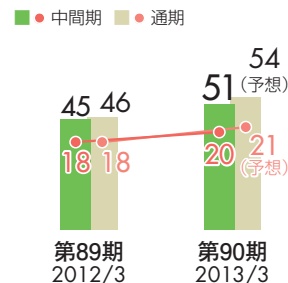
営業利益(億円)



経常利益(億円)



当期(四半期)純利益(億円) / 1株当たり当期(四半期)純利益(円)



2年連続の乳製品向け生乳価格の上昇やエネルギーコストの増加などが響きました。工場の統廃合による生産合理化やローコストオペレーションによる一定の成果は上がっているものの、売上原価と経費の増加をカバーするまでには至りませんでした。

その結果、当中間期の連結業績は、売上高3,170億9千7百万円(前年同期比2.5%増)、営業利益96億1千7百万円(同12.5%減)、経常利益98億7百万円(同11.8%減)、四半期純利益51億8千4百万円(同14.2%増)となりました。

下期からは、より採算性の高い商品の積極展開を図るとともに、引き続きローコストオペレーションを徹底することで、利益を確保し、挽回したい考えです。商品展開では、伸ばすべき商品の中でも、特に高い支持を得ている機能性ヨーグルトのさらなる拡販に注力し、ヨーグルト全体の底上げを目指します。また、各分野において、商品ごとの販売傾向の差を捉え、お客さまのニーズに合わせた新商品を開発・投入していきます。

Q 中期経営計画および長期ビジョンに基づく取り組みについてご説明願います。

当期から2015年3月期までの3カ年中期経営計画がスタートしました。当社はその策定と同時に、2021年3月期までに目指す「あるべき姿」を示した長期ビジョンを定めました。

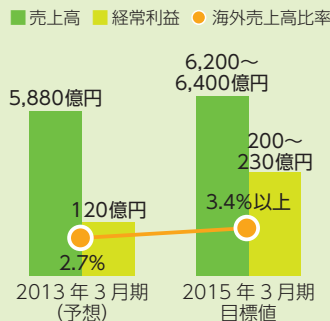
長期ビジョンでは、「日本の森永乳業から“Morinaga Milk Industry”へ」をテーマに掲げ、2021年3月期における「売上高7,700億円以上」「経常利益400億円以上」「海外売上高比率10%以上」を目標としています。そして、この長期ビジョンのファーストステップとなる今中期経営計画は、持続的成長のための「国内経営基盤の強化」と「国際競争力の強化」を目指すものです。

食品メーカーとしての当社は、国内市場を基盤としながらも、将来の成長余地は海外市場への商品供給に求めていることなくはなりません。近年、中国・アジア新興国のGDPが急

3カ年中期経営計画(2013年3月期～2015年3月期)

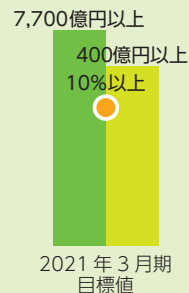
持続的成長のため 「国内経営基盤の強化」と「国際競争力の強化」

- カテゴリー No.1 商品の育成
- 事業の選択と集中
- 生産性の抜本的な改革
資本効率の改善
- 国際競争力の強化
- 企業文化の変革



長期ビジョン (2019年3月期～2021年3月期)

日本の森永乳業から “Morinaga Milk Industry”へ



速に上昇し、その市場ニーズは、乳児用調製粉乳を主体とする経済成長の初期段階から、ヨーグルトやデザートなど嗜好品の消費が高い先進国型に移行しています。また、当社の研究開発成果であるビフィズス菌「BB536」やラクトフェリンなど、海外市場でも優位性を発揮する素材についても、積極的な展開を図るべきと考えます。

一方では生産面から、乳原料をはじめとする原料の不足が、当社に海外との連携を促しています。欧州、米国、オセアニアなど輸出国との間に原料調達ネットワークを築き、原料確保を強化する必要に迫られています。

こうしたグローバル展開の方向性と並行して、国内経営基盤を再整備し、成長のための原資を安定的に創出するとともに、新たな成長性を確立していくことが、当社の持続的発展の条件となっているのです。

その具体的な取り組みテーマを挙げると、ひとつにはカテゴリー No. 1 商品の育成が課題となります。ここでは、高齢化や健康志向といった市場環境の変化を捉え、求められるものを形にすることが重要です。

再整備という観点でのテーマは、事業の選択と集中です。特に、ヨーグルト、チーズ、チルドカップ飲料、機能素材・健康食品といった強化育成分野への経営資源投入がポイントです。食品の中身だけでなく容器形態など、消費者や小売の変化も捉えた価値創出に投資していきます。

そして、生産性改革における重点テーマは、生産体制再編です。国民の健康に寄与する商品として牛乳・乳製品の供給を守りつつ、工場の統廃合を実施し、商業圏における効率的な生産体制を構築していく必要があります。

これらの取り組みを通じて、今中期経営計画では、2015年3月期における「売上高6,200～6,400億円」「経常利益



200～230億円」「海外売上高比率3.4%以上」を目指します。計画初年度の当期は、先に述べましたが利益の確保が課題です。利益志向への転換に向けて社内の意識浸透に努め、計画達成への足掛かりとしてまいります。

Q 株主のみなさまへの メッセージをお願いします。

当社は、株主のみなさまへの安定的な配当の維持を基本方針としています。同時に、国民の健康を支え、社会に貢献する食品メーカーとして、事業の維持・拡大に必要な開発面・人材面への投資を継続していきます。これらを実行するための利益の創出と配分にご理解の上、引き続きお見守りいただければ、誠に幸いに存じます。

当社がこれまでに積み上げてきた栄養や健康に関する開発成果は、これからの少子高齢化社会においても力を発揮し、そのニーズに応えていくことができるものと自負しています。株主のみなさまにおかれましては、その取り組みとともに事業を発展させ、企業価値向上を実現していく当社の将来にご期待いただき、一層のご支援を賜りますようお願い申し上げます。



個別部門別の事業の概況

市乳

売上高構成比 **46.2%**
1,097億 91百万円
(前年同期比 4.2%増)



当部門は、牛乳類、乳飲料等、ヨーグルト、プリン等で構成されています。牛乳類および乳飲料等は前年同期を下回りましたが、「アロエヨーグルト」や「ビヒダスヨーグルト」などのヨーグルトおよび「濃いリッチプリン」や「森永の焼プリン」などのプリン等は前年同期を上回りました。

これらにより、市乳の売上高は1,097億9千1百万円(前年同期比4.2%増)となりました。



森永ビヒダスヨーグルト

森永の
焼プリン



濃いリッチプリン



森永のおいしい牛乳

乳製品

売上高構成比 **19.4%**
462億 56百万円
(前年同期比 3.0%増)



当部門は、練乳、粉乳、バター、チーズで構成されています。

練乳は前年同期を下回りましたが、「森永フォローアップミルク チルミル」や「森永ドライミルクはぐくみ」などの粉乳およびバター、チーズは前年同期を上回りました。

これらにより、乳製品の売上高は462億5千6百万円(前年同期比3.0%増)となりました。



森永ドライミルク
はぐくみ



森永フォローアップ
ミルク チルミル



クラフト ワールドセレクトスライス
チェダー / モッツアレラ



アイスクリーム

売上高構成比 **13.9%**
331億 73百万円
(前年同期比 0.1%増)



「PARM(パルム)」が前年同期を上回ったことから、アイスクリームの売上高は331億7千3百万円(前年同期比0.1%増)となりました。

PARM(パルム)
チョコレート



ピノ

その他

売上高構成比 **20.5%**
487億 84百万円
(前年同期比 4.1%増)



流動食やサンキストゼリーなどが前年同期を上回ったことから、その他の売上高は487億8千4百万円(前年同期比4.1%増)となりました。



サンキスト 果汁100%ゼリー
オレンジ / グレープフルーツ



CZ-Hi

新商品紹介

NEW PRODUCTS LINE UP

マウントレーニア

カフェラッテ / カフェラッテ エスプレッソ / カフェラッテ ノンシュガー

チルドカップコーヒー売上No.1ブランドのマウントレーニアが4年ぶりにパッケージを一新しました。シンプルに、かつ存在感のあるデザインです。



アイスクリーム

チルドドリンク

ピノ
ロイヤルカフェラテ

なめらかなアイスクリームとチョコレートが口の中で絶妙に溶け合う、ひと口アイスのロングセラー商品「ピノ」。コーヒーの香りとほど良い苦味がミルクと混ざり合ったやさしいカフェラテの味わいが楽しめます。



PARM(パルム) カフェモカ

日常のちょっとした贅沢をお届けするデイリープレミアム®アイスクリームバー「パルム」の新商品。うずまき状に混ざり合う、なめらかなバニラアイスクリームとエスプレッソ抽出したコーヒーエキスをを使用したコーヒーアイスクリームを、チョコレートでコーティングしました。

「PARM(パルム)」ブランドサイトで
日常の“ちょっとした贅沢”をご紹介します

「PARM (パルム)」ブランドサイトのコンテンツ「Daily Premium Calendar (デイリープレミアムカレンダー)」を、「平日のちょっと贅沢なライフスタイルマガジン」としてリニューアル。短歌や作法、小説などさまざまなジャンルの“ちょっとした贅沢”を紹介しています。



パルム

検索

<http://parm-ice.jp/>

丸ごとアボカドグラタン

アボカドの皮を器にして華やかさを演出したグラタンは、パーティーやイベントにぴったりの一品です。均一な焼き色と、チーズの伸びをお楽しみください。

アボカドは中央に種があるので、縦半分に包丁を入れて、種の周りをくるとひと回り切り、両手で持ってひねるようにして半分に分けます。アボカドの中身を取り出す時は、大きめのスプーンを使うと皮を傷つけにくいです。

栄養成分表示：1人分あたり

エネルギー	543kcal
たんぱく質	20.9g
脂質	46.9g
炭水化物	13.9g
ナトリウム	1,056mg
カルシウム	518mg

材料(アボカド1個分)

アボカド	1個
玉ねぎ	1/3個
ベーコン	1枚
森永北海道バター	5g
塩	少々
ブラックペッパー	少々
クラフト おうちBISTRO こんがり焼き目がつくチーズ	60g
イタリアンパセリ	適量

【作り方】

- 1 アボカドは縦半分に切って種を取り除き、皮を破らないように中身を取り出します。中身は1cm角に切り、皮はとっておきます。
玉ねぎは1cmの角切り、ベーコンは細切りにします。
 - 2 フライパンにバターを熱し、玉ねぎとベーコンを加えて炒め、塩、ブラックペッパーで味をととのえます。
火を止めてアボカドを加え、軽く混ぜます。
 - 3 アボカドの皮に②を入れてチーズをのせます。もう一つも同様に作ります。230℃のオーブンで6～7分、チーズに焼き色が付くまで焼きます。みじん切りにしたイタリアンパセリを散らします。
- オープンの加熱時間は機種によって異なり、あくまでも目安ですので様子を見ながら加熱してください。



クラフト おうちBISTRO 2色の彩りチーズ／とろ～りモッツアレラチーズ／ こんがり焼き目がつくチーズ

毎日のお料理を簡単にビストロ風に仕上げます。料理にあわせて選んだチーズを、料理にあわせてカットした、料理用チーズなので、その日のレシピにあわせてご利用いただけ、味はもちろんのこと、見た目もおいしく仕上げることができます。

チルド乳製品



森永ドライミルクはぐくみ エコらくパック はじめてセット／つめかえ用

“エコ”“らく”“コンパクト”な、日本初の入替えタイプの粉ミルクです。お買い物、使用、収納、廃棄時などさまざまなシーンでの悩みを解決しました。エコらくパックは「森永ペプチドミルクE赤ちゃん」、「森永フォローアップミルクチルミルク」もあわせて発売しています。



育児食品



タニタ食堂の100kcalデザート キャラメルプリン

タニタ社員食堂栄養士監修の1個あたり100kcalとカロリー控えめで満足感のあるプリンです。しっかりとした甘さのキャラメルプリンに、ほろ苦いキャラメルソースを合わせました。

チルドデザート

森永ビヒダスヨーグルト脂肪0 4ポット フルーツミックス+りんご

フルーツミックスは、黄桃、バナナ、マンゴー、リンゴ、ナタデココのミックス、リンゴは、シャキシャキとした歯ごたえの良い果肉と果汁を使用しています。脂肪が気になる方にも嬉しい脂肪0タイプです。



100%

森永乳業の研究開発

MORINAGAMILK

第3回 「森永エコらくパック」開発エピソード

● 「森永エコらくパック」の 商品特長

「森永エコらくパック」は、“エコ” “らく” “コンパクト” な日本初の内入れ替えタイプの粉ミルクです。

- ① **エコ**：缶と比較し、製造時に排出するCO₂を70%削減しました。
- ② **らく**：アルミパックと専用ケースの使用で軽量化。持ち運びがらくです。使用後は袋だけ捨てれば良いため、ゴミ捨ても簡単です。
- ③ **コンパクト**：“かさばる” “買い物の際に荷物になる” といった悩みを解決しました。

● 発売までの経緯

洗剤やシャンプーなど、詰め替えタイプが定番となってきたこともあり、“詰め替えタイプの粉ミルクがほしい” という声は以前からいただいております。しかし、衛生面の問題があり、粉ミルクは各社缶タイプが主流でした。こうした中、試行錯誤を重ね、“詰め替え” ではなく袋ごと入れ替える“入

れ替えタイプ” にすることで、衛生面の問題を解決することができました。また、粉ミルクを使用している方々のたくさんの声を聞き、使い勝手や安全性も十分に考慮して開発しました。エコらくパックは、アルミパックを手で開け、そのまま専用ケースに入れ、上蓋をセットするという簡単3ステップでお使いいただけます。発売後も好評で、“こういう商品を探っていた” “経済的でゴミも減るのでとても良い” “今後はエコらくパックに切り替える” などのご意見をいただいております。

3ステップ



Step2 そのままスポ!



Step3 簡単セット!



♥ 「熱中症予防声かけプロジェクト」で「第1回ひと涼みアワード トップランナー賞」を受賞

「熱中症予防声かけプロジェクト」は、環境省と民間企業や行政機関などの連携により、2011年から始まった国民運動です。2012年から森永乳業も参加し、6～9月にかけての暑い時期に、お客さまとの接点を通して、熱中症への注意を喚起しました。

具体的には、M'S Kitchen(料理教室)に参加したお客さまに対して、講話の一つとして、水分や栄養を摂ることの大切さや、運動後の牛乳の摂取により、暑さに強い体作りができることなどをお話しました。また、自動販売機への啓発ス

テッカーの貼付や、牛乳販売店の方に啓発バッジを着用していたとき、お客さまとの会話のきっかけとして声かけを進めました。

これらのさまざまな取り組みが優れた事例として評価され、「第1回ひと涼みアワード トップランナー賞」を受賞しました。



工場見学 のご案内

森永乳業では、主力工場である東京多摩工場、中京工場、神戸工場で工場見学を行っています。厳しい品質基準のもと、地球環境にも配慮しながら、おいしい牛乳や乳製品が作られている現場を、ぜひご覧ください。



お申し込み・お問い合わせ先

東京多摩工場

森永乳業(株)(本社)お客さま相談室

0120-369-744

受付時間 平日 9:00～19:00 / 土日祝 9:00～17:30

- ※ 1団体5～60名でお受けいたします。
- ※ お子さまの見学は幼稚園・保育園年長から承っております。

住所：東京都東大和市立野4-515
主な製造商品：牛乳、果汁飲料、ヨーグルト



中京工場

森永乳業(株)(東海支店)お客さま相談室

052-936-1522

受付時間 9:00～17:30 (土日祝を除く)

- ※ 1団体15～60名でお受けいたします。
- ※ お子さまの見学は小学生から承っております。

住所：愛知県江南市中奈良一ツ目1番地
主な製造商品：牛乳、アイスクリーム



神戸工場

森永乳業(株)(関西支店)お客さま相談室

06-6341-0271

受付時間 9:00～17:30 (土日祝を除く)

- ※ 1団体15～100名でお受けいたします。
- ※ お子さまの見学は小学生から承っております。

住所：兵庫県神戸市灘区摩耶埠頭3番
主な製造商品：乳飲料、ヨーグルト、流動食



さらに詳しい情報は当社ウェブサイトをご覧ください

森永乳業 工場見学

検索

http://www.morinagamilk.co.jp/learn_enjoy/factory_tour/

URL <http://www.morinagamilk.co.jp/>

森永乳業

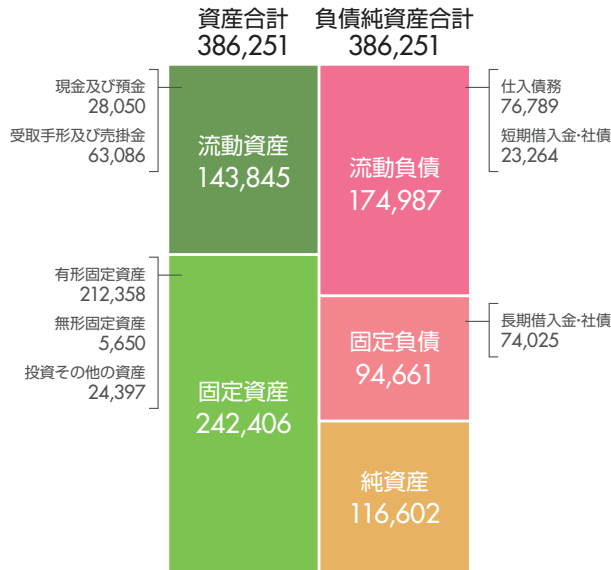
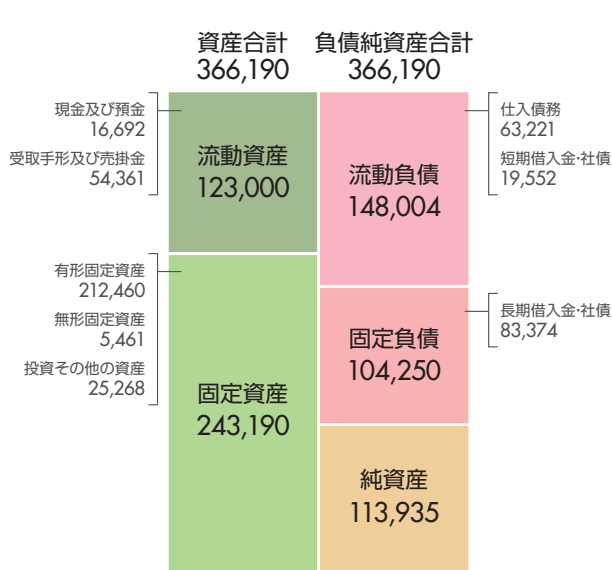
検索



連結財務諸表

● 連結貸借対照表の概要

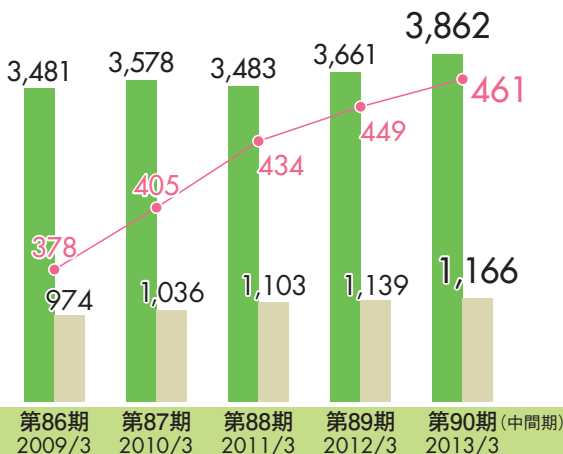
(単位：百万円未満切り捨て)



前期 (2012年3月末)

当中間期 (2012年9月末)

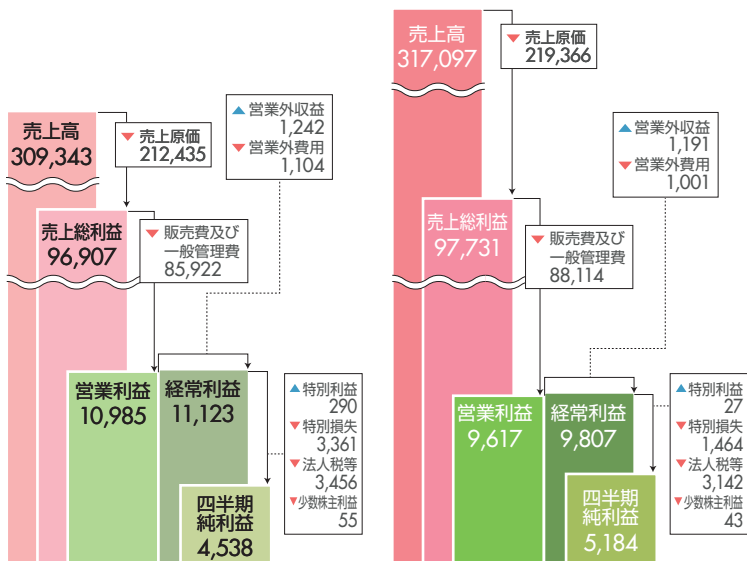
■ 総資産 ■ 純資産(億円) ● 1株当たり純資産(円)



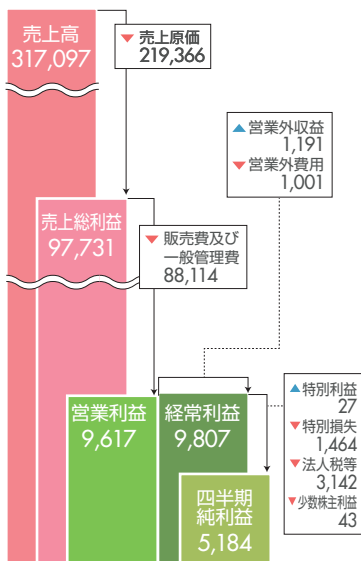
- ✓ 資産の部は、季節的要因による「受取手形及び売掛金」などの増加により、前期末に比べ200億6千1百万円増の3,862億5千1百万円となりました。
- ✓ 負債の部は、借入金及び社債の総額は減少しましたが、季節的要因による「仕入債務」などの増加により、前期末に比べ173億9千3百万円増の2,696億4千9百万円となりました。
- ✓ 純資産の部は、四半期純利益の計上により「利益剰余金」が増加したことなどから、前期末に比べ26億6千7百万円増の1,166億2百万円となりました。

● 連結損益計算書の概要

(単位：百万円未満切り捨て)



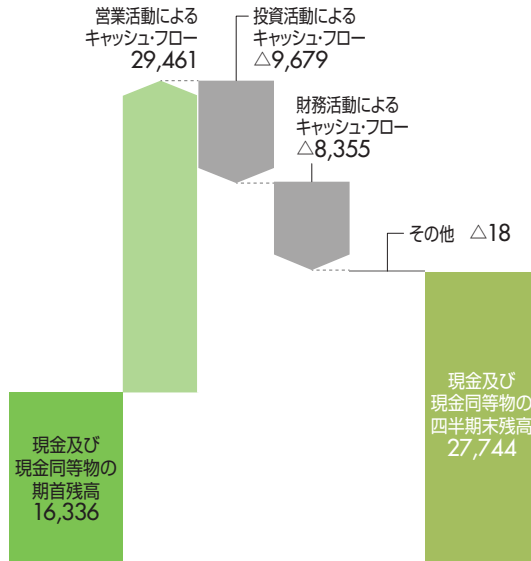
前中間期 (2011年4月1日～2011年9月30日)



当中間期 (2012年4月1日～2012年9月30日)

● 連結キャッシュ・フロー計算書の概要

(単位：百万円未満切り捨て)



当中間期 (2012年4月1日～2012年9月30日)

- ✓ 売上高は、ヨーグルトの売上が好調に推移したことや前年の震災の影響もあり、前年同期比2.5%増の3,170億9千7百万円となりました。
- ✓ 利益面では、原料やエネルギーの価格上昇や競争激化による販売促進費の増加などの影響により、営業利益は前年同期比12.5%減の96億1千7百万円、経常利益は前年同期比11.8%減の98億7百万円となりました。
- ✓ 四半期純利益は、前年同期には生産体制効率化のための費用や震災による損失の計上があったため、前年同期比14.2%増の51億8千4百万円となりました。

- ✓ 営業活動によるキャッシュ・フローは主として製品の売上による収入、原材料代、経費の支出などによるもので、差し引きで294億6千1百万円の収入となりました。
- ✓ 投資活動によるキャッシュ・フローは主として固定資産の取得代金の支払いによるもので、96億7千9百万円の支出となりました。
- ✓ 営業活動および投資活動によるキャッシュ・フローを合計したフリーキャッシュ・フローは、197億8千2百万円となりました。
- ✓ 財務活動によるキャッシュ・フローは主として長期の借入れや社債の償還、配当金の支払いによるもので、83億5千5百万円の支出となりました。これらの結果、当中間期末の現金及び現金同等物は、当期首に比べ114億7百万円増の277億4千4百万円となりました。



会社概要

(2012年9月30日現在)

● 会社概要

商号	森永乳業株式会社 MORINAGA MILK INDUSTRY CO.,LTD.
創業年月日	1917年9月1日(日本煉乳株式会社)
設立年月日	1949年4月13日
資本金	21,704,355,355円
従業員数	3,198名
会計監査人	新日本有限責任監査法人 東京都千代田区内幸町二丁目2番3号 日比谷国際ビル
主要な事業内容	市乳(牛乳、乳飲料、ヨーグルト、プリン)、乳製品 (練乳、粉乳、バター、チーズ)、アイスクリーム、 飲料、流動食などの製造・販売 飼料の販売、プラント設備の設計施工など

● 役員

代表取締役会長	大野 晃
代表取締役社長	宮原 道夫
取締役相談役	古川 紘一
専務取締役	野口 純一
専務取締役	三浦 幸男
常務取締役	八木 正博
常務取締役	小林 八郎
取締役	高瀬 光徳
取締役	木原 吉一
取締役	田村 賢
常勤監査役	文屋 貞男
常勤監査役	飯島 信夫
監査役	武山 信義
監査役	富田 美栄子



株式情報

(2012年9月30日現在)

● 株式の状況

発行可能株式総数	720,000,000株
発行済株式総数	250,625,465株(自己株式3,351,753株を除く)
株主数	32,364名

● 大株主の状況

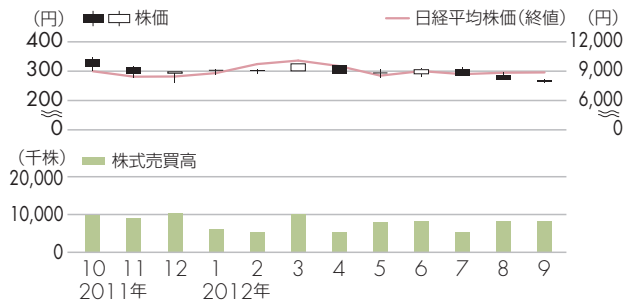
株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
森永製菓株式会社	26,248	10.47
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	14,631	5.83
株式会社みずほ銀行	12,404	4.94
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	10,538	4.20
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口9)	9,404	3.75
株式会社みずほコーポレート銀行	7,303	2.91
株式会社三菱東京UFJ銀行	6,942	2.77
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(三井住友信託銀行再信託分・株式会社三井住友銀行退職給付信託口)	6,644	2.65
森永乳業従業員持株会	4,820	1.92
三菱UFJ信託銀行株式会社	4,617	1.84

(注)持株比率は発行済株式総数から自己株式を控除した数に基づき算出しています。

● 株式分布状況



● 株価・株式売買高の推移



株主さま CAFE

株主のみなさまからの日頃のご支援にお応えするとともに、当社取扱い商品に対するご理解を深めていただくことを目的として、

9月30日現在の株主名簿に記録された
1,000株(1単元)以上ご所有の株主のみなさまに、
 11月下旬から12月上旬にかけて、当社商品
「絹ごしとうふ」をお届けいたします。

12月15日を過ぎてもお受け取りになられていない株主さまは、12月27日まで
 に以下あてにご連絡くださいますようお願いいたします。

連絡先 〒108-8384 東京都港区芝五丁目33-1 森永乳業株式会社 総務部
 電話03-3798-0111 受付時間 9:00~17:30 (土日祝を除く)



「森永絹ごしとうふ」のブランドサイトを
 リニューアルしました!

オリジナルレシピに加え、とうふに含まれる栄養素や製造工程など、長期保存可能でおいしいとうふの秘密をご紹介します。

森永絹ごしとうふ

検索

<http://takuhaimilk.ne.jp/tofu/>

株主優待
 のお知らせ

各種お手続きのお申し出先について

Q 特別口座にある株式を証券会社の口座に振替えたいのですが…

あらかじめ、証券会社に口座開設をした後で、当社の特別口座の口座管理機関である三菱UFJ信託銀行までお申し出ください。単元未満株式についても振替が可能です。振替にかかる手数料はございません。

Q 単元未満株式を処分したいのですが…

当社では、右記のように単元未満株式の**買取・買増請求制度**を採用しておりますので、特別口座の口座管理機関である三菱UFJ信託銀行までお申し出ください。

※ すでに、単元未満株式を特別口座から証券会社の口座に振替えられた場合は、振替先の証券会社にお申し出ください。

単元未満株式買取・買増請求制度のご案内

1 買増請求制度について

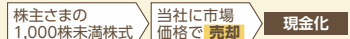
1,000株(単元株)に不足する数の株式を、当社から市場価格で買い増し、単元株にすることができる制度です。



例) 700株を保有の場合、300株を買い増して、1,000株とすることができます。

1 買取請求制度について

1,000株未満の株式を、当社に対して市場価格で売却することができる制度です。



例) 500株を保有の場合、市場では売却できませんが、市場価格で当社が買い取りいたします。

今後のIRスケジュールについて

以下は、今後の当社のIRスケジュールとなります。ご参考ください。

2013年2月(予定)

2013年3月期 第3四半期決算発表

2013年5月(予定)

2013年3月期 決算発表

2013年6月(予定)

第90期定時株主総会

株主メモ

株式のご案内

事業年度

毎年4月1日から翌年3月31日まで

配当金受領株主確定日

毎年3月31日(当社は中間配当制度を採用しておりません。)

公告の方法

当会社の公告は、電子公告により行います。事故その他やむを得ない事由により、電子公告によることができない場合は、日本経済新聞に掲載する方法により行います。

株主名簿管理人・特別口座の口座管理機関(同連絡先)

三菱UFJ信託銀行株式会社
 〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号
 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
 TEL 0120-232-711(フリーダイヤル)

(ご注意)

- 株券電子化に伴い、株主さまの住所変更、買取請求その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問い合わせください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
- 特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問い合わせください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店にてもお取り扱いいたします。
- 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。