

【平成 29 年 3 月期上期 アナリスト・機関投資家向け決算説明会】 質疑応答概要
※説明会における主な質疑応答をご紹介します。なお、文中は年度で表記しております。

<日 時>	2016 年 11 月 14 日 (月) 15:30~17:00
<出席者>	明治ホールディングス(株) 代表取締役社長 松尾 正彦 明治ホールディングス(株) 取締役専務執行役員 平原 高志 (株)明治 代表取締役社長 川村 和夫 Meiji Seika ファルマ(株) 代表取締役社長 小林 大吉郎

Q1) 食品セグメントのプロバイオティクスやチョコレートの売上高は、2016 年度上期は伸長しましたが、今後の伸びをどのように考えていますか。

A1) プロバイオティクスは 2016 年度上期で前年同期比 117.5%と大きく伸長しました。年間売上高が約 1,000 億円規模となりましたので、今後の伸長率は鈍化する可能性もありますが、引き続き積極的な情報発信やマーケティングを強化していくことで、さらなる成長を目指してまいります。

チョコレートについては、カカオポリフェノールの研究成果が幅広く認知され、特にハイカカオ市場が伸長している中、当社品も順調に売り上げを伸ばしております。また、本年 9 月には「プレミアム」をコンセプトに、チョコレートの専門性と先進性を象徴する商品として「The Chocolate」を全面的にリニューアルしました。この商品はチョコレート市場への新しい提案と自負しております。今後も、この健康とプレミアムを軸にして、チョコレートの売り上げを伸ばしてまいります。

Q2) 栄養事業など高採算事業がある中で食品セグメント全体で約 35%の売上総利益率は低いように見えます。今後この売上総利益率が改善する余地はどこにありますか。またそのための手段は何と考えていますか。

A2) 売上総利益率は、これまでに大きく改善してきたと思います。今後も、「選択と集中」の考え方に基づき主力商品に経営資源を集中することで、収益性と成長性を追求していく取り組みを進めてまいります。

Q3) 営業利益の内訳の中で「消去および全社費用」が増えているようですが、主な要因は何ですか。

A3) 食品セグメントでは、2016 年度上期で前年と比べて約 38 億円増加しました。その主な内訳としては、共通宣伝費の増加、増益による外形標準課税額の増加、さらに株式会社明治の本社移転や研究所移転に伴う諸費用などが含まれており、下期についてもこれらの費用は発生すると見込んでいます。

なお、来期以降につきましては、事業所移転に伴う諸費用等が減額となります。

Q4) 構造改革の取り組みによってこれまでコスト削減効果が顕著に出てきましたが、今後も効果は継続的に出していけますか。

A4) 現在の中期経営計画にもとづき、様々な構造改革に取り組んでいますが、菓子の新商品削減によるコストメリットは比較的早く表れました。現在取り組んでいる生産、物流、販売のそれぞれの分野における構造改革によって、これからもコスト削減を確実に実現していきたいと考えています。

Q5) 食品セグメントの中国事業は順調に売上げが拡大している印象ですが、今後の成長プランをどのように考えていますか。

A5) 菓子事業は、上海の連結子会社が現地通貨ベースで 2 年連続黒字化を実現しており、収益性は大きく改善されてきました。これからも収益を確保しながら事業規模を拡大していく計画です。

牛乳・ヨーグルト事業とアイスクリーム事業についても売上げは順調に伸びています。今後は、投資のタイミングも考えながら事業の拡大を図ってまいります。

Q6) 2016 年度下期以降デフレリスクの懸念がありますが、商品開発や販売戦略などどのような対応を実施する考えですか。

A6) デフレリスクへの対応策の一つとして商品力の強化があると考えています。菓子事業で言えば、本年 9 月に発売した「The Chocolate」がまさにそれを具現化したプレミアムタイプの商品と考えています。また、同じく 9 月に九州地区限定で発売した「おいしい牛乳 900ml」は、新容器を採用することで新たな機能を付加し、また新たな価格帯も提案するというチャレンジ商品です。

もしデフレ環境になったとしても、こうした商品を市場にしっかり定着させられるよう努力していきたいと考えています。

以 上