

明治ホールディングス株式会社
2022年3月期 第3四半期決算説明会（質疑応答）

2022年2月9日（水）15:00 – 16:02

登壇者

取締役専務執行役員 CSO

IR 広報部長

IR 広報部 IR 広報G長

古田 純（以下、古田）

山縣 洋一郎（以下、山縣）

千葉 小夜（以下、千葉）

*本資料は、全ての質疑応答の記録に、一部ご理解いただきやすくするための編集を行っております。

Q-1-1-1

プロバイオですけれども、3Qも4Qも二桁減収の見込みになっていますが、その背景をR-1、LG21、PA-3それぞれで教えてください。機能性表示も含めて、どう巻き返していくのかについてもコメントをいただきたいです。

A-1-1-1

古田：下期のプロバイオティクスは減収計画であります。LG21とPA-3は、ほぼ見込み通りの推移です。一方で、R-1の減収が想定よりも大きいという状況です。前年に比べて10%以上の減収、また、われわれが見込んでいた予算に比べても10%ぐらいの減という状況です。

これにつきましては、今まで冬場に入ってきたライトユーザーの方々が、他の健康志向商品にやはり流出しているのだらうと思っております。ヘビーユーザーは基本的にほとんど変わっておりません。むしろ定着して買っただけという分析です。

本来、もうちょっと冬場に、季節的要因によるライトユーザーの増加でR-1の売上は多少増えていくものと考えていましたが、残念ながら結果は違ったということでございます。

今後の巻き返し策ですが、LG21については、今までの下降トレンドを食い止めることが大きな課題でしたが、スライドでご覧の通り、「医師の95.3%が奨めるヨーグルト」というキャッチフレーズで訴求していきたいと思っております。訴求するにあたっては、やはりパッケージを変えないといけないというようなこともございまして、4月にパッケージを変えて訴求を強化していく考えです。

R-1につきましては、従来は無糖や低糖といった糖を減らしていくバージョンと、またフレーバーを変えていくバージョンなど活性化してきましたが、今後はヨーグルト本来の良さといったところを訴求していきたいと考えています。例えば、ヨーグルトで摂取したい栄養素を増やしていくような方向性を検討しています。それに加えて、秋以降になるかとは思いますが、サステナビリティを意識したタイプの商品や販路限定の商品も考えています。詳しいことはまだ申し上げられませんが、テコ入れを図っていきたいと考えております。

それから質問が出ると思うので、早めに言っておきますけれども、第4のプロバイオは、もともと今年度の下期には上市できればという説明もしておりましたが、現時点では時期未定ということで、ご理解いただければと思います。

Q-1-1-2

R-1のライトユーザーが抜けていっているというお話しいただいたと思いますが、具体的にはどういった商材に流れているのでしょうか。4Qでなかなか反転が難しいという計画になっているのですが、足元の推移もそのような状況と理解していいのでしょうか。

A-1-1-2

古田：R-1 がどこに流出しているかという特定は難しいです。以前よりお話ししているように、豆乳やアーモンドミルク、あるいは他社の機能性表示ヨーグルトなどさまざまな健康を訴求している商品に流れていると思っております。

以前であれば、R-1 イコール健康維持、というイメージであったところに、最近は機能性表示ヨーグルトも含めて、かなり多くの健康訴求商品が出ております。そういった幅広い商品に流れているのではなかろうかと考えております。

Q-1-2-1

原材料高と価格改定の考え方を改めて教えていただきたいです。今期の原材料高の影響は 31 億円ですが、今の相場が継続した場合、来期の原材料高の影響はどれくらい出てくるのか。それをどう価格改定で打ち返していくのかについても、改めて教えてください。

A-1-2-1

古田：ご指摘の通り、原材料は想定以上に高騰しておりまして、自社の努力だけで吸収していくことは難しい状況です。従いまして、価格改定も見据えて、原材料高の影響を吸収していくことを今検討している最中であります。

来期の原材料高の影響は試算している最中です。価格改定につきましても、どの商品をいつごろという具体的な内容を検討しているところですので、現時点では、詳しいことは申し上げることができません。

Q-1-2-2

来期の原材料高の影響はどのくらいかは分かりませんが、価格改定で基本的には全て打ち返していくという考えなのでしょうか。

A-1-2-2

古田：現在、どれぐらいのインパクトがあって、どのように価格改定、あるいは社内の努力で吸収していくかを検討しております。5月の決算発表時に改めてご説明いたします。

Q-2-1-1

新型コロナウイルスの不活化ワクチンの開発状況や早期承認に向けた手応えなどについて教えてください。

A-2-1-1

古田：不活化ワクチンの開発は順調に進んでいます。現在フェーズII、フェーズIIIの臨床試験を

進めており、データを収集しているといった状況にあります。

ここから先の承認までの流れについては、そのデータをどのように判断されるかということによります。当社としてはできること、要するに治験をしっかりと進め、データを集めて、優位性や有効性などをきちんと示すことに尽きると思います。

Q-2-1-2

フェーズII/IIIは、安全性や抗体価の数値など手応えがあるようなデータが出てきているのでしょうか。

A-2-1-2

古田：もともとこの不活化ワクチンの安全性は非常に高いという点が特徴です。あとは、有効性になるわけですが、これについてのデータの状況は現時点では申し上げられものの、期待はしております。

Q-2-1-3

ブースター試験はどうなっていますか。1月ぐらいにはスタートできるかという話もあったように思いますが。

A-2-1-3

古田：ブースター試験についても検討しています。ただ、まずは、普通の接種をした場合に、どれぐらいの有効性があるかという治験を行っている状況であります。

Q-2-2-1

食品の海外事業の利益がけっこう落ち込んでいるように見えます。この背景と、今やっている施策は着実にうまくいっているという手応えなのか、何か想定外のことがあるのかについて確認させてください。

A-2-2-1

古田：海外のグループ会社の利益減で、一番大きなインパクトがあるのは、中国の牛乳・ヨーグルト事業とアメリカの菓子事業です。

まず中国の牛乳・ヨーグルト事業についてですが、牛乳は今まで大変好調に推移していたところ、ローカルの競争相手が非常に価格攻勢に出てまいりまして、売上が苦戦しております。ヨーグルトも同様の状況が見られます。これが3Q、4Qで顕在化してきました。業務用については足元では回復してきております。

アメリカの菓子事業はビスケットが主力であり、小麦粉、砂糖、油脂といった相場が上昇している原料を使っています。1回値上げしたのですが、それでは賄い切れずに、さらに値上げを検討しないといけない状況にあります。また、2点目としまして、明治品とローカル品のうち、ローカル品についてはそれなりの需要があるものの売上が大幅に落ちています。その理由としましては、ワーカーが集まらないという状況があります。アメリカは、コロナの拡大による失業の支援金・給付金があり、それを支給される方がむしろいいというような状況も一部で発生している中で、ワーカーが集まらずに、生産計画が予定通りに遂行できない状況が続いていました。こういったところが相まって、アメリカも3Q、4Qが大幅に落ち込んだという状況にあります。

Q-2-2-2

中国については先行き、何か解決策の糸口は見えてきていますか。生産キャパを増やしたばかりで大変な局面を迎えているように思えます。

A-2-2-2

古田：今までは品質も付加価値も高く、おいしくて、というようにところを強みに展開してきたのですが、今後、事業広げていくには、今の商品だけでなく、新商品も出していかないといけないだろうとも考えています。チルド牛乳の市場は近年伸びていますが、中国のお客さまも付加価値の高いもの、おいしいものを志向する市場になってきたのかと思います。その中でローカルのメーカーも、そちらの方にシフトしてきたと状況ではないかと考えています。ただ、当社も価格で勝負しようとは思っていませんので、そのためにはどういったマーケティングをしたらいいのか、あるいはどういった新商品を出していったらいいのか、というところを考え直しながら、来期に臨みたいと考えております。

Q-3-1-1

フォースクォーターの食品の減速感が厳しいなと感じています。チョコレートとニュートリションは従来の計画からは上方修正ですが、それぞれ4Qを減益で見ているらっしゃる要因は何でしょうか。コストアップなのか、コスト以外に何か要因があるのか、ここのモメンタムの変化、計画の背景について教えてください。

A-3-1-1

古田：4Qのチョコレート、ニュートリションについてですが、それほど大きな落ち込みではないと認識しています。チョコ・グミについては、そもそも4Qはほぼ出荷が終わっている時期です。3Qで売上利益を出して、4Qは巡航速度で進むというような状況なので、想定範囲と認識しています。

ニュートリションについては、原材料のインパクトが想定以上になっています。売上は大変好調に推移しているんですけども、特にザバスの原料・ホエイの高騰を少し厳しめに見ている中で減益計画としています。

Q-3-1-2

ザバスは原料高の影響が大きいということですが、過去、値上げをしたことはありますか。ザバスは相対的に価格の高いプロテインだと思いますが、値上げの可能性や余地はありますか。値上げをしていかないと、4Qのようにコスト高に負けて増益しづらいということでしょうか。

A-3-1-2

古田：ザバスの値上げは、経営統合以降はなかったと思います。今後の値上げについては、そもそも世界的にホエイは供給不足でありまして、各社とも原価アップになっています。そのような中で各社とも値上げを考える状況にありますので、当社もその状況を見ながら検討していきたいと考えています。

プロテインの市場は着実に伸びており、当社の商品も伸びています。ただ、ECメインで展開する海外のメーカーや価格訴求が強いメーカーもかなりシェアを伸ばしています。昔に比べてプロテイン市場はプレイヤーが多く、かつECマーケットでの競争が厳しくなっているということです。当社は、もちろん品質の良さはこれからも訴求していくのですが、こういった競争環境の中で負けないようなマーケティングもしていかなければいけないと考えています。

Q-3-2

来期の業績の考え方について、コストアップに対する価格転嫁以外で何かポイントとなることがあれば教えてください。生産性の改善があるとか、海外のところは一過性で増益に戻るとか、来期の利益増減のイメージを知りたいです。

A-3-2

古田：ちょうど予算策定中ですので、5月にきちんとお話ししたいとは思っておりますけれども、やはり利益成長のためには売上成長が必要であり、そのためには新しい商品をしっかりと出している、それをしっかりとマーケティングしながら売上を増やしていくこと。それが利益の源泉であろうと考えております。今期をボトムとしながら、来期は大きく浮上させていきたいと考えております。

Q-4-1

国内乳価が横ばいで決着の一方、包材や物流費などのコスト増はある中で、乳製品関係は値上げ

を検討していますか。検討してもいいのではと思うのですが、考えを教えてください。

A-4-1

古田：乳価が据え置きで牛乳を値上げした歴史はないと思います。チーズなどの乳製品は国内乳価とだけ連動している訳ではないので、値上げもあったと思います。

ただ、包材などをご指摘のとおり高くなっていますので、流通・小売の納得感が得られるかということも含めて、大変難しい判断を迫られています。現時点では検討中ということだけ申し上げます。

Q-4-2

4Qの国内医薬品の利益は減益で見られています。売上はそこまで悪い状況を想定されてないのですが、減益の背景を定量的にご説明いただければと思います。

A-4-2

古田：国内医薬品の売上利益の中には、アストラゼネカのコロナワクチンに関する受託収入があります。これが4Q分として当初見込んでいた金額のうち、一部が来期にずれています。今回、営業利益を前回発表の計画から100億円減額しているうち、食品が80億で、医薬品が20億と言いましたが、この20億のうち、かなりの部分は受託収入の期ズレです。これが、4Qの計画比で当初想定よりも利益を下げた要因の1つです。

2点目としましては、血漿分画製剤で若干生産トラブルがあり原価が悪化したことも影響しています。それから、シクレストなどの売上見込みが想定を少し下回っているなどによるプロダクトミックスの悪化などもあります。

こういった要因が重なり、4Qの利益を引き下げております。

Q-5-1-1

食品の中国事業について、もう一度確認させてください。3Qのみだと12億ぐらい減益になっていますが、このうちの中国の影響はどのくらいでしょうか。価格競争が展開しているエリア全般に広がっているなど、深刻な話なのかというところを確認したいです。牛乳事業についてはマージンも高く、今まで良かったと思いますが、ここへ来て大きく変わってきている印象です。

A-5-1-1

古田：昨年までは比較的順調に売上を伸ばし、利益も出したんですけども、ここに来まして、競争が激化してきました。特にチルド牛乳の価格攻勢に対して、なかなか対応できなかったというのが3Q、4Qの状況だと思っています。

来期以降につきましては、価格競争に巻き込まれるつもりはなく、新商品を出したり、リニューアルしたり、またプロバイオティクスを拡売していくことも考えています。

そういう中で、2023年には新工場が立ち上がり、生産キャパの拡大による販売エリアの拡大が可能になります。それまでにまず、現在の華東・華南の市場でリカバリーしていきたいと考えています。いずれにしましても、減収減益を看過するわけにはいきませんので、しっかりと来期は手を打っていききたいと考えています。

Q-5-1-2

12億ぐらいの減益のうち、中国がかなりの額を占めているという理解でよろしいですか。

A-5-1-2

古田：アメリカと中国の牛乳・ヨーグルト事業です。アメリカの方が若干多いです。

Q-5-2-1

医薬品の4Qの減益について、前年比での数字をもう一度確認させてください。

先ほどの説明で計画修正の要因は理解したのですが、前年比でも4Qは「子会社損益含むその他」という項目で39億と、大きく減益になっています。この要因は何でしょうか。

A-5-2-1

千葉：先ほどは計画比での大きい要因をご説明いたしました。前年比で言えば、ここは子会社損益だけではなくて、未実現利益といったテクニカルなところも入ってきています。子会社損益よりもその要因が大きいという前提になっています。

Q-5-2-2

アストラゼネカの受託収入は入っていないということですね。前年比では影響がないということですか。

A-5-2-2

千葉：「子会社損益含むその他」の項目ということであれば、KMバイオの受託収入がこの項目に含まれていますが、国内医薬品事業ということであれば、この項目には受託収入は含まれていません。

ちなみに、国内医薬品事業については、前年比で比べると4Qは減益の見込みですが、ここは薬価改定の影響ですとか、あるいは昨年普及費は全く使えていなかったので、そういったところが増えるなどの要因が含まれております。

Q-5-2-3

未実現利益のマイナスは、実際出てきそうな感じなんですか。

A-5-2-3

古田：現時点での計画はこのような見込みです。未実現の影響は、去年は利益に対してプラス要因でしたが、今年は大きくマイナスの見込みです。それが10億単位でありますので、要因としては大きいです。

Q-6-1-1

食品の原料高への価格対応はこれから検討していくということですが、2019年に比べると検討のスピードが遅いなと感じます。明らかに上がっているものもある中で、また御社はヨーグルトとかチョコレートでリーディングカンパニーであるということを考えると、そのように感じるわけなのですが、前回とは何か状況が違うと思われるところがあれば、教えていただければと思います。

A-6-1-1

古田：通期の原材料アップは、期初の予算では20億ぐらい見ていましたが、現時点では36億ぐらい見ております。したがって、当初予算からは16億ぐらいアップする見込みです。これ以外に、エネルギーコストも10億ぐらい見ており、原材料とエネルギーコスト両方で約50億弱のコストアップ要因となっています。決断時期の遅さ・速さの問題というよりは、しっかりと吸収できる策を価格改定も含めて検討していきたいと考えております。

Q-6-1-2

上期の時点で諸々のコストアップで今期は33億円とおっしゃっていたんですけども、それが46億円になったということでもいいですか。

A-6-1-2

古田：11月9日の上期決算発表のときには、通期で原材料高は31億と申し上げましたので、期初からすると20、31、36という変遷になります。加えて、エネルギーコストについては、期初はゼロで、11月9日時点でも少しは織り込んでいたものの、今回は10億円のアップ要因として織り込んだこととなります。

Q-6-1-3

なるほど。原材料とエネルギーコストのアップは確かにあるものの、それにしても食品の営業利

益の減額修正の幅が大きいように思います。コストアップ以外に海外の話も聞きましたが、それ以外にも何か理由がありますか。ヨーグルトやチョコレートを下方修正しているので、ミックスの悪化が大きいという理解でよいでしょうか。

A-6-1-3

古田: はい、その通りです。80億の内訳を申し上げますと、原材料とエネルギーで10から15億。海外が15億ぐらい。残り50億についてはヨーグルト事業の売上減。その中で最大の要因はプロバイオ、R-1です。R-1がわれわれの見込みより10%ぐらい減収となっていることが響いているとご理解いただければと思います。

Q-6-2

医薬品セグメントのところは、農薬の譲渡価額が減額修正となっていると書いてありますが、これはキャッシュと特益でどれぐらいのインパクトが、当初見ていたものと違うのか教えてください。減額修正の理由も教えていただければお願いしたいです。

A-6-2

古田: 譲渡の発表後、譲渡先企業とお話をする中で、約45億の減額修正をしました。理由としては、いろんなパイプラインがあるわけですが、そのパイプラインの売上の見込みについて、多少両方でギャップがありましたので、そのギャップを埋めて減額をしたというような状況にあります。これはキャッシュも利益もそのまま、45億パラレルに落ちるとご理解いただければと思います。

以上