

業績予想の修正および中国牛乳・ヨーグルト事業に係る 減損損失の計上について

電話会議資料

2024年4月9日

1. 2023年度 業績予想の修正および減損損失の計上

2. 中国事業の現状と今後の取り組み

1. 2023年度 業績予想の修正および 減損損失の計上

2023年度 連結業績予想の修正

(億円)	22年度 通期実績	23年度 通期計画 (11月時点)	23年度 通期見込 (今回修正)	23年度	
				前期比	11月時点 計画比
売上高	10,621	10,985	11,130	+4.8% +508	+1.3% +145
食品	8,656	8,911	9,055	+4.6% +398	+1.6% +143
薬品	1,972	2,081	2,081	+5.5% +108	—
営業利益	754	800	845	+12.0% +90	+5.6% +45
食品	558	610	640	+14.7% +81	+5.0% +30
薬品	217	220	235	+8.2% +17	+6.8% +15
経常利益	741	780	760	+2.5% +18	△2.6% △20
親会社株主に帰属する当期純利益	694	510	480	△30.9% △214	△5.9% △30

- 売上高：食品は上方修正、医薬品は据え置き
- 営業利益：食品・医薬品ともに上方修正
- 経常利益・当期純利益：下方修正
 - ・ 持分法による投資損失を営業外費用に計上する見込み
 - ・ 政策保有株式の売却に伴う特別利益計上の一方、中国事業に係る減損損失が発生する見込み

中国 牛乳・ヨーグルト事業に係る減損損失の計上について

AustAsia Group Ltd.（持分法適用関連会社*）に係る減損損失【営業外費用（持分法投資損失）】	62億円	中国国内での飼料代高騰や生乳価格の下落により収益性が悪化
中国 牛乳・ヨーグルト事業に係る固定資産の減損損失【特別損失】	143億円	市販牛乳・ヨーグルト事業において、価格競争の激化に伴い収益性が悪化

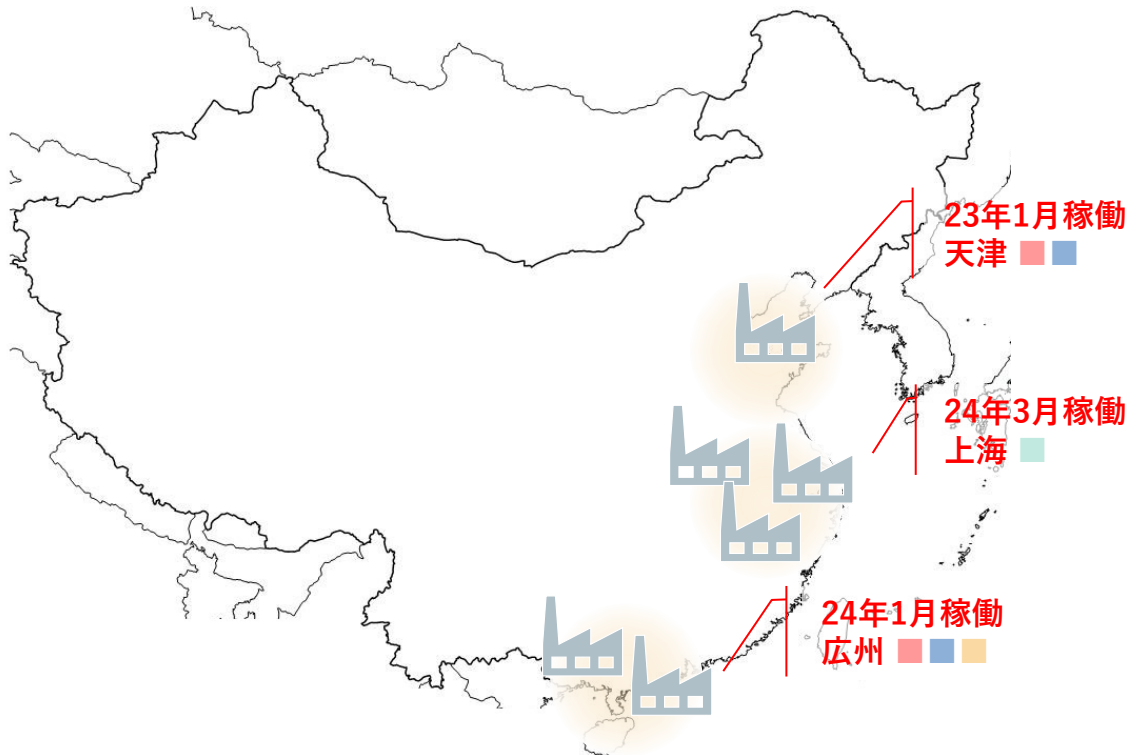
*生乳の安定調達などを目的に、中国で牧場を運営する同社の株式を20年7月に取得。現在の株式持分は22.19%

- **B/Sへの影響：24年3月期末の関係会社株式および固定資産の減少**
- **キャッシュフローへの影響：上記損失による影響はなし**
- **期末配当：23年5月発表の期初予想から変更なし**

2. 中国事業の現状と今後の取り組み

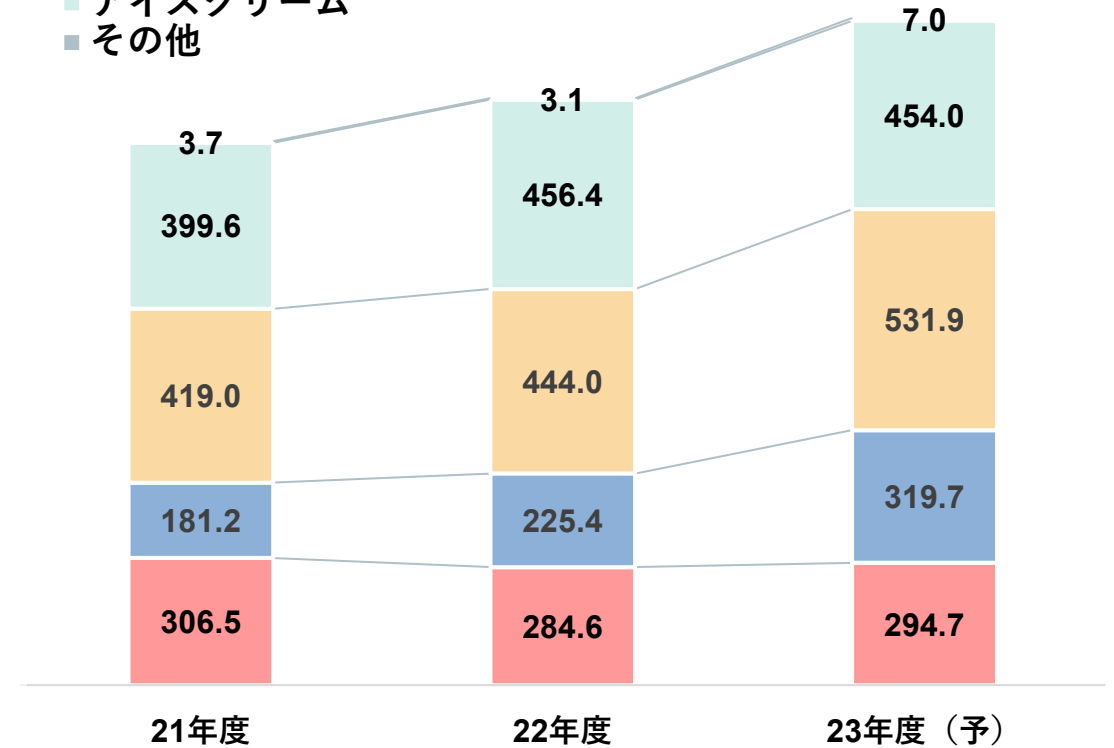
中国事業の概況

(億円)	22年度 通期実績	23年度 通期見込	前期比
売上高	214	243	+13.5% +28
営業利益	△4	△40	— △35



事業別売上高* (100万円)

- 市販牛乳・ヨーグルト
- 業務用牛乳・クリーム
- 菓子
- アイスクリーム
- その他

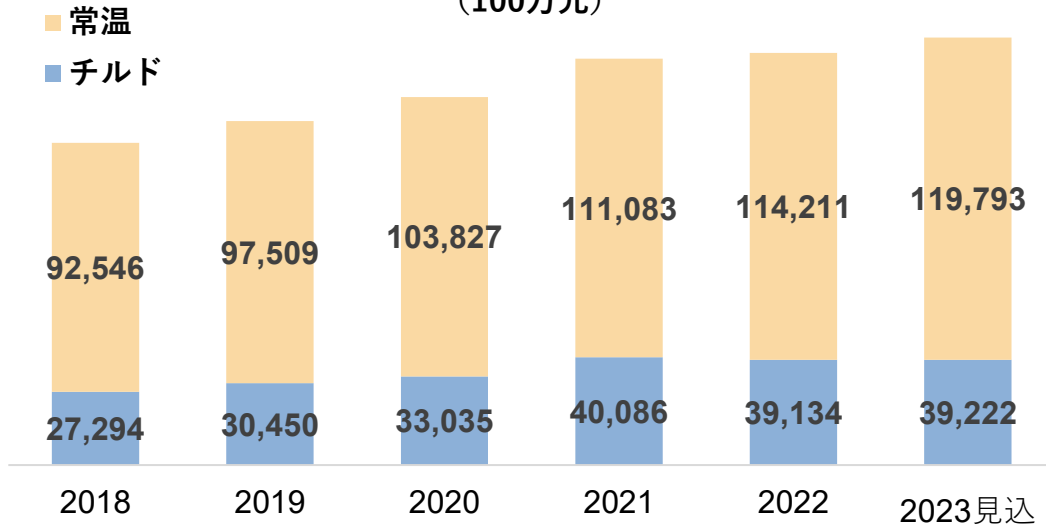


*収益認識基準適用前

牛乳事業を取り巻く環境の変化

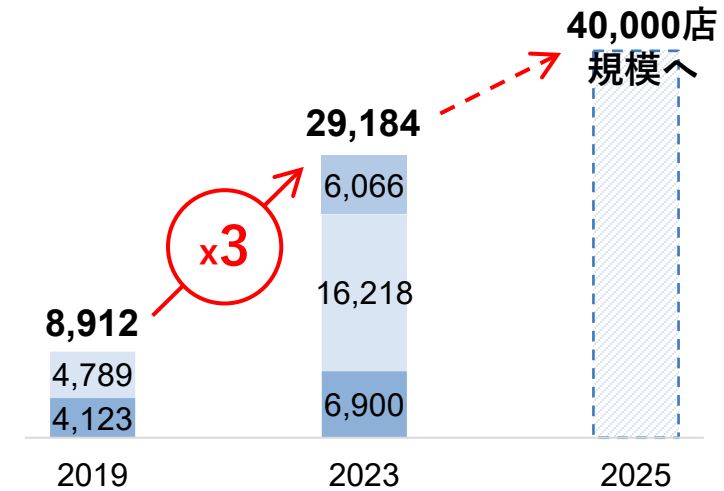
牛乳市場規模

(100万元)



*Euromonitor International

主要カフェ3社 店舗数



*当社調べ

● 市販市場

- 健康イメージ拡大で急伸後、横ばい
- 参入企業の増加や生乳需給緩和による価格競争激化

● 業務用市場

- 外食産業での取扱量拡大
- カフェ店舗数の急拡大

- チルド牛乳市場の競争激化
- 店頭価格下落による採算性の低下
- 業務用牛乳の需要拡大

これまでの取り組みと対処すべき課題

● 商品ラインアップの拡充

- 栄養機能を強化した商品や、現地のニーズに合致した新商品の投入
- プロバイオヨーグルトの発売と機能訴求強化

一部を除き、定着には至らず、成長軌道に乗るには道半ば

● 業務用牛乳・クリーム of 積極拡販

- 品質の高さと安定した供給力が評価され、取引拡大
- 拡大市場で成長をけん引するチェーンとの取り組みに注力

着実に成長

● 新工場稼働に向けた体制強化

- 営業：華北・華南エリアの販売人員、契約代理店の拡充
- 物流：華北・華東・華南の商品配荷を行う幹線物流体制を構築
- 開発：中国商品開発センターを設立、各拠点の開発機能の統合

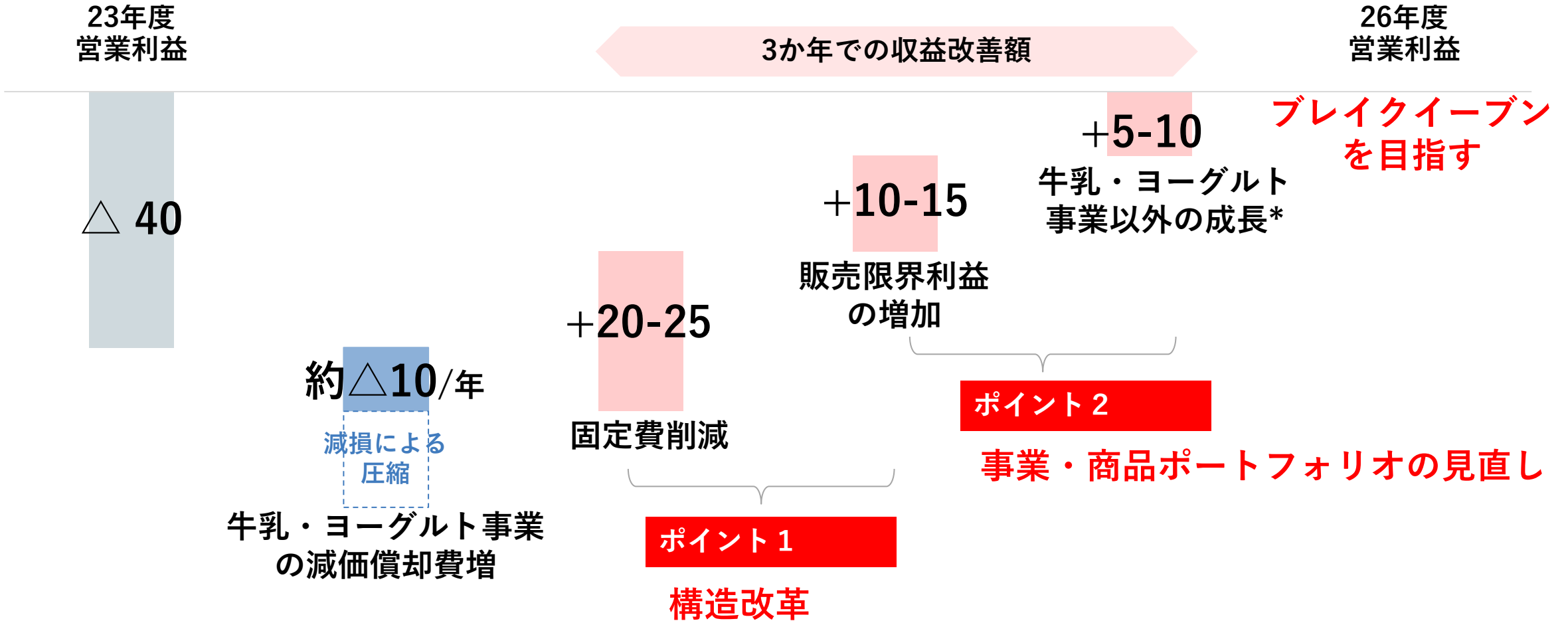
体制は強化されたが、マネジメントに課題

【対処すべき課題】

- ✓ 市販商品での差別的優位性の確立
- ✓ 業務用市場でのさらなるプレゼンス向上
- ✓ 構造改革の断行

中国事業の損益見通し

単位：億円



*牛乳・ヨーグルト事業以外の減価償却費の増加を含む

今後の取り組みのポイント

1. 構造改革

- 収益性を考慮した販売エリア・販売先の見直し
- サプライチェーン全体でのコスト最適化
(商流・物流の見直し、人員の最適配置、生産・調達コストの低減)
- ラインの最適化など生産体制の整備

2. 事業・商品ポートフォリオの見直し

- 独自価値商品の投入による、付加価値商品の構成比拡大
- 当社技術を活用し、中国現地ニーズに対応した市販商品の展開
(中国商品開発センターの強化)
- 業務用事業の持続的な成長
- 中国外への輸出 (ロングライフ商品など)

3. マネジメント改革

- 収益性を重視した管理体制の強化

参考資料

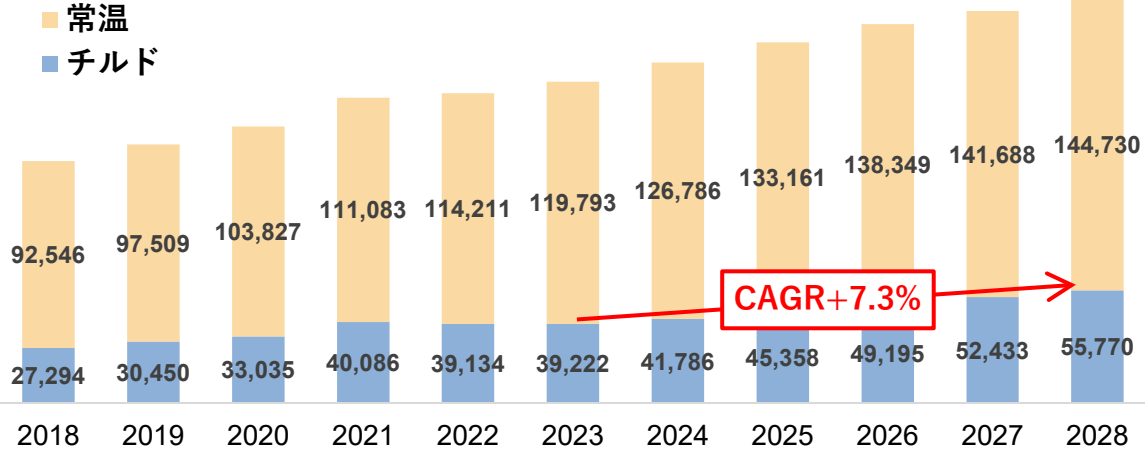
中国市場の推移

健康にアイデアを

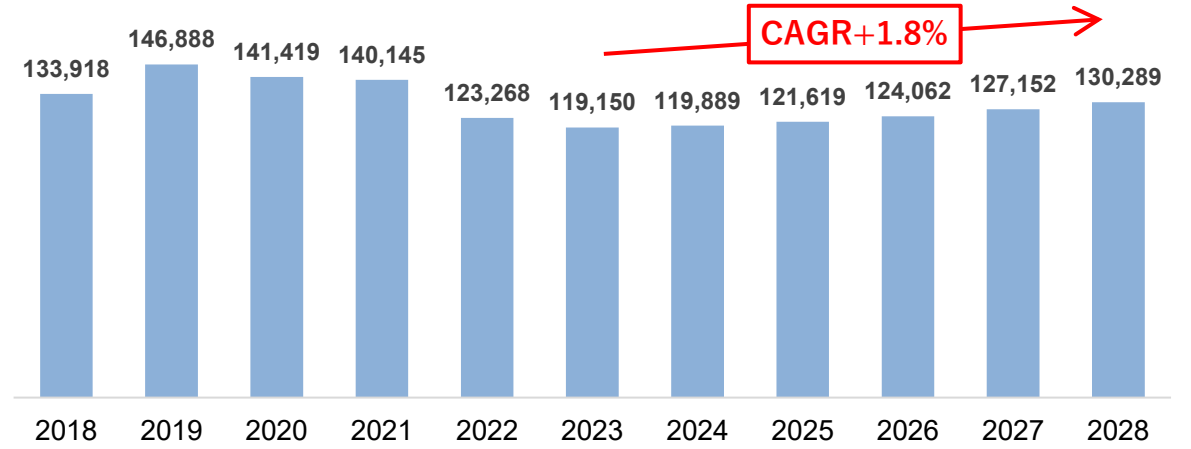


(単位) 100万元

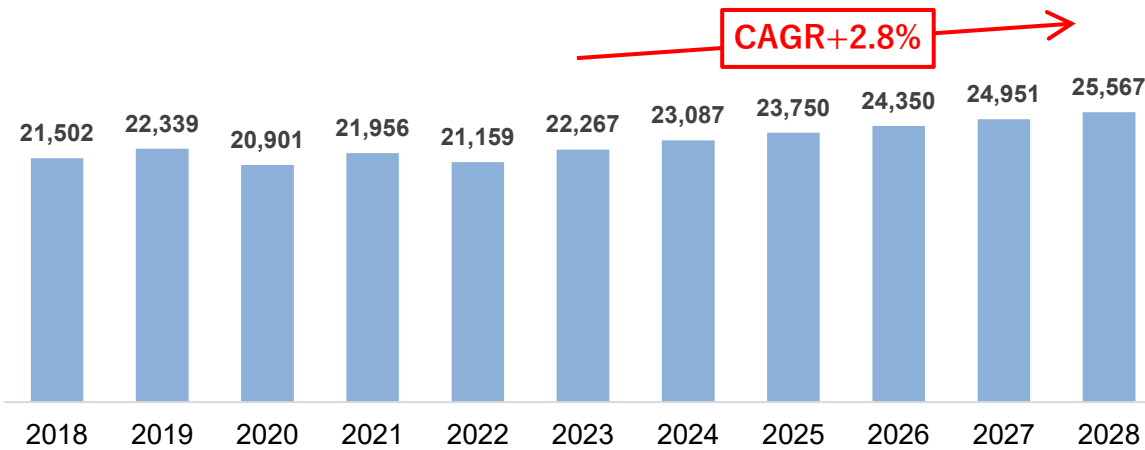
牛乳



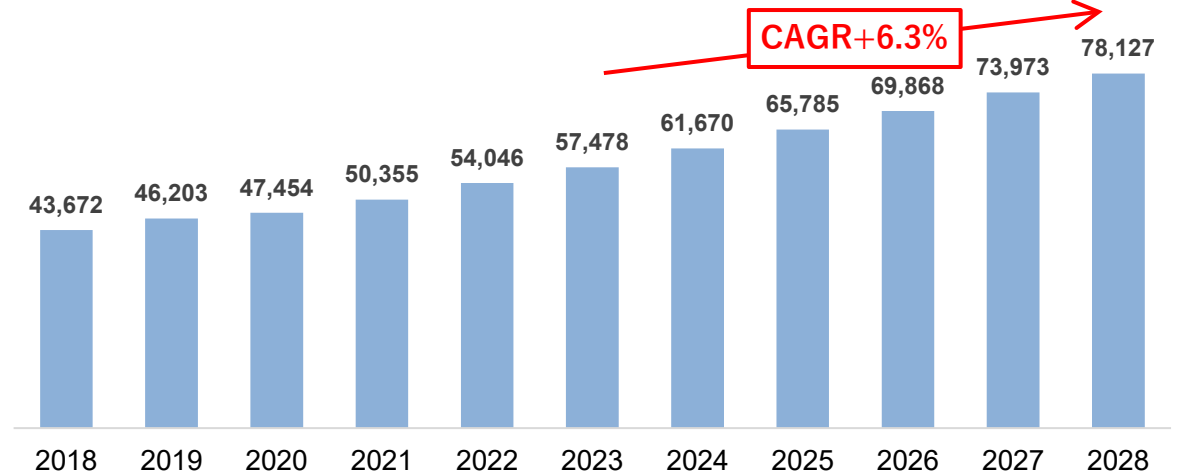
ヨーグルト



チョコレート



アイスクリーム



*Euromonitor International、2023年以降は見込み

健康にアイデアを meiji

- 本資料は投資判断の参考となる情報の提供を目的としたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。銘柄の選択、投資の最終決定はご自身でご判断をお願いいたします。
- 本資料に記載された業績見通しなどの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報、および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績などはさまざまな要因により大きく異なる可能性があります。
- 本資料には、監査を受けていない参考数値が含まれます。
- 本資料には、薬品（開発中の製品を含む）に関する情報が含まれておりますが、その内容は宣伝広告、医学的アドバイスを目的としているものではありません。