MIZKAN NEWSRELEASE R18009

2018 年 6 月 5 日

2017 年度 ミツカングループ決算概要について

～国内家庭用食酢・ぽん酢・鍋つゆ・納豆で過去最高の売上を達成～

ミツカングループの 2017 年度（2017 年 3 月～2018 年 2 月）決算概要は以下のとおりです。

◆ ミツカングループ

区分	業績	前年度比	（2016 年度金額）
売上高	2,432 億円	104.1 %	2,334 億円
経常利益	150 億円	107.3 %	140 億円
償却前営業利益（EBITDA）	348 億円	99.9 %	349 億円

◆ エリア別

区分	業績	前年度比	（2016 年度金額）
日本＋アジア事業売上高	1,160 億円	102.7 %	1,129 億円
北米事業売上高	1,114 億円	105.5 %	1,055 億円
欧州事業売上高	157 億円	105.2 %	149 億円

◆ 国内セグメント別

区分		業績	前年度比	（2016 年度金額）
家庭用売上高		905 億円	104.3 %	867 億円
	食酢	231 億円	104.2 %	222 億円
	ぽん酢	156 億円	105.6 %	148 億円
	つゆ・鍋つゆ	171 億円	106.0 %	161 億円
	納豆	234 億円	105.0 %	222 億円
業務用売上高		236 億円	96.4 %	245 億円

注） 金額は純額表示

＜2017 年度業績と 2018 年度取り組み＞

(1)ミツカングループ業績概況

2017 年度のミツカングループ合計売上高は、前年から 97 億円増の 2,432 億円となりました。海外売上高比率は約 52%となりました。増収の要因は、国内事業家庭用の食酢・ぽん酢・鍋つゆ・納豆が過去最高売上を達成したことです。グループ基盤を支える事業として着実に成長しています。これに加え、北米事業ではパスタソース、食酢ともに堅調であり、欧州事業では日本食ビジネスが好調だったことが要因です。
経常利益は前年から 10 億円増の 150 億円となりました。増益の要因は、国内事業で収益性の高い家庭用食酢・ぽん酢などが過去最高売上を達成したことです。償却前営業利益(EBITDA)はほぼ前年並みの 348 億円となりました。引き続き、次期中期経営計画やコーポレートガバナンス構築など、将来の成長に向けた投資を行ってまいります。

(2)日本＋アジア事業

2017 年度の日本＋アジア事業の売上高は、前年比 2.7%増の 1,160 億円となりました。家庭用の売上高は、前年比 4.3%増の 905 億円となり、食酢・ぽん酢・鍋つゆ・納豆が過去最高売上を達成しました。業務用の売上高は、前年比 3.6%減の 236 億円となりました。

家庭用食酢は前年比 4.2%増で、3 期連続で前年を上回り、過去最高売上を達成しました。生活者の健康志向の高まりを背景に、食酢の健康機能を「酢の力」として、継続的に TVCM や新聞、Web サイトなど、多様なメディアを通じて訴求してきたことにより、食酢の需要を喚起することができました。また、調味酢を使って簡単にできるメニューや食酢飲料を、TVCM などで継続的に訴求したことにより、「カンタン酢」、「リンゴ酢」、食酢飲料を伸張させることができました。

家庭用ぽん酢は、前年比 5.6%増で、2 期連続で前年を上回り、過去最高売上を達成しました。「鶏のさっぱり煮」「豚肉となすのさっぱり炒め」を中心とした「味ぽん」汎用メニューの提案を強化したことや、具入りタイプの「ごまぽん」「たまねぎぽん」のサラダや肉メニューへの提案が奏功しました。

家庭用つゆ・鍋つゆは、前年比 6.0%増となりました。中でも、鍋つゆでは、新商品の「〆まで美味しい焼あごだし鍋つゆストレート」が好調だったこと、個包装タイプの「こなべっち」が前年比 43.3%増と好調だったことにより、前年比 19.2%増の 2 桁成長となり、過去最高売上を達成しました。

家庭用納豆は、前年比 5.0%増となりました。発売 10 周年となる「金のつぶ　とろっ豆」や、「金のつぶ　たまご醤油たれ」などが好調だったことにより、過去最高売上を達成しました。

また、生活者の簡便ニーズを捉え開発した新商品の「CUPCOOK（カップクック）」シリーズは、2017 年 8 月に発売後、順調に売上を伸ばし、2018 年 2 月末時点でシリーズ累計 335 万個を超える出荷数を達成しました。

2018 年度も、「おいしさと健康」にこだわってまいります。
家庭用食酢では、引き続き、食酢の健康機能を「酢の力」キャンペーンで訴求することで、食酢需要を高め、好調の「調味酢」「食酢飲料」の提案を強化してまいります。調味酢では、主力の「カンタン酢」で従来のピクルス提案に加え、「鶏の甘酢照り焼き」などのおかずメニューのコミュニケーションに取り組みます。食酢飲料では、「レモン黒酢」や、カロリーが気になる方に向けたカロリーゼロタイプ商品を提案してまいります。

家庭用ぽん酢では、市場の活性化を図るべく、継続して汎用メニュー提案を実施してまいります。「鶏のさっぱり煮」や「豚肉となすのさっぱり炒め」など、煮るや炒めるといった用途の提案をしてまいります。

家庭用つゆでは、つゆ市場の活性化を図るべく、若年主婦層をターゲットに「つゆは和風メニューだけでなく、洋風メニューにも使える美味しく便利な調味料である」ことを訴求してまいります。具体的には、「追いがつおつゆ」ブランドにて、「追いがつおつゆ」と牛乳を 1:1 で割って作るパスタである「つゆボナーラ」や、「追いがつおつゆ」と牛乳を 1:5 で割って作るスープである「つゆポタージュ」を提案してまいります。TVCM や Web 動画施策などを通じて、驚きのある提案を行ってまいります。また、新ブランド「PIN（ピン）印」を立ち上げ、第一弾として、八方いろいろな料理のベースとして使える本格料理だしである「八方だし」を新発売しました。「PIN 印」とは、一流の料理人の下で修行し、そこから得られた料理人の知恵や技を活かした、家庭での最高峰のおいしさを追求したブランドです。旬の素材を生活に取り入れながら、手作りにこだわりを持たれているお客様に、モノづくりのストーリーや本格的な美味しさをご評価頂いております。「PIN 印」ブランドの新しい商品につきましても開発を進めてまいります。

2018 年度も、引き続き、商品とメニューの組み合わせで、素材の「おいしさ」と楽しい食シーンを引き出すこと、お客様への提供価値を更に高める工夫を行うこと、そして、食酢の健康機能のコミュニケーションを進化させることを実践し、「ミツカンならでは」の提案を行ってまいります。

また、当社の取り組みとして、ミツカンの酢づくりの歴史や、食文化の魅力にふれ、楽しみ学べる体験型博物館である「MIM（MIZKAN MUSEUM）」がございます。年間約 10 万人の方にお越しいただいておりますが、満員のためご見学いただけないお客様もいらっしゃるため、来館人数や所要時間に応じて 2 種類の見学コースから選択できる形にすることで、より多くのお客様にお越しいただけるよう準備を進めています。7 月 23 日にリニューアルオープンの予定です。また年間を通じて企画展やイベントを開催していくことで、一度お越しいただいたお客様にも再び足を運んでいただけるような企業情報発信施設を目指してまいります。

（3）北米事業

北米事業の売上高は、前年比 5.5%増の 1,114 億円となり、為替影響を除いても増収となりました。増収の要因は、パスタソース、食酢ともに前年を上回り、中でも食酢が伸張したことです。パスタソースでは、「BERTOLLI（ベルトーリ）」ブランドで新商品の「Rustic　Cut（ラスティックカット）」を発売したことが奏功し堅調に推移しました。

2018 年度は、米国市場で近年見られる、「リアル&フレッシュ」と呼ばれる消費者トレンドに対して、「おいしさと健康」をキーワードに対応を強化してまいります。

（4）欧州事業

欧州事業の売上高は、前年比 5.2%増の 157 億円となり、為替影響を除いても増収となりました。増収の要因は、日本食レストランの増加など日本食市場が成長する中、販路拡大などに取り組み、日本食ビジネスが全体の売上を牽引したことと、主力ブランドである「Branston（ブランストン）」のスィートピクルスを価格改定したことです。

2018 年度は、好調な日本食ビジネスを伸ばしつつ、「Sarson’s（サーソンズ）」や「Branston」といったブランドビジネスを強化してまいります。

＜ミツカングループの次期中期経営計画＞

ミツカングループは、2019年度からスタートする次期中期経営計画の策定を進めています。今後10年間の、国内外の環境分析を徹底的に行ない、ミツカングループの「10年後のありたい姿」を定めました。内容、具体的な取り組みについては、年明けくらいには発表する予定です。当社は、創業が1804年で、創業215周年を迎えております。節目を迎え、更なる飛躍に向け、新たな中期経営計画をスタートさせ、今後もミツカングループは、「買う身になって　まごころこめて　よい品を」、「脚下照顧に基づく現状否認の実行」を永遠に守るべき2つの原点とし、グローバル展開を推し進めながら、環境変化に対応し、「ミツカンらしい経営による永続的成長」を目指していきます。そのために、ミツカンのコーポレートガバナンスをしっかりと構築し、グループが一丸となって一つの方向に向かうことで、ミツカングループをグローバルに融合させていき、事業構造を変革するような大きな成長を実現したいと考えています。“ミツカンらしい”価値を提供し続け、“ミツカンらしい”持続的な成長を遂げていくために、産業構造が劇的に変化するであろう今後10年を、まずはしっかり取り組んでいきたいと考えています。