

平成27年3月期
第2四半期 決算説明会

2014年 11月19日

森永製菓株式会社

将来予測・業績予想について

本資料には、当社(連結子会社を含む)の見通し、計画、目標など将来に関する記述が含まれておりますが、これらは当社が現在入手している情報に基づく判断や仮定を基礎としたものであり、将来における当社の実際の業績または展開と異なる場合があります。

森永製菓株式会社

Copyright(C) MORINAGA & CO., LTD. allrights reserved.

平成27年3月期
第2四半期業績
(平成26年4月～平成26年9月)

森永製菓株式会社

Copyright(C) MORINAGA & CO., LTD. allrights reserved.

第2四半期【連結】業績(平成26年4月～平成26年9月)

(単位:百万円)

	H27年3月期 第2Q累計	前期実績 第2Q累計	前期比較 (前期比)
売上高	88,993	81,306	7,687 (109.5%)
営業利益	2,266	2,092	174
経常利益	2,587	2,360	227
四半期 純利益	1,679	1,258	421

■売上高

- ・主力の食料品製造事業が売上伸長
- 国内、海外ともに増収

■損益

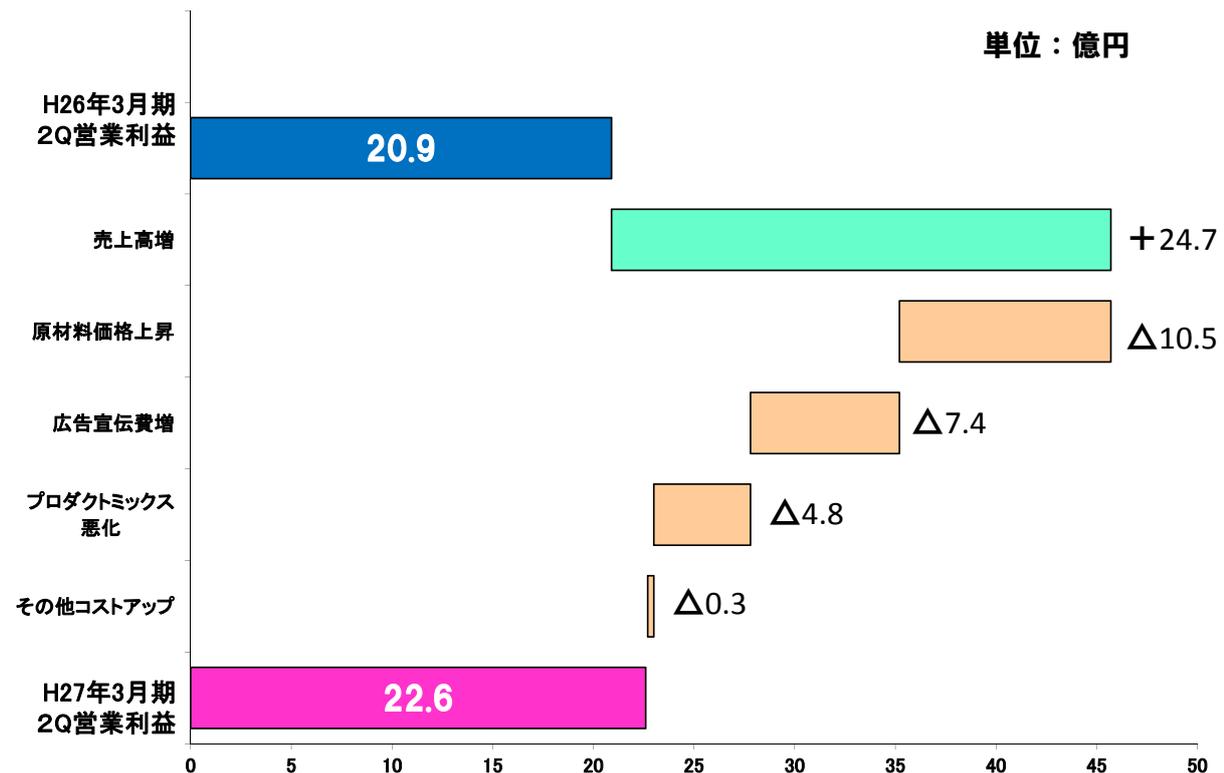
<増益要因>

- ・売上高増加

<減益要因>

- ・売上原価率上昇
- ・広告宣伝費の増加

第2四半期【連結】営業利益増減要因



第2四半期 セグメント情報(平成26年4月～平成26年9月)

(単位:百万円)

事業 (売上構成比)	売上高 前期比	セグメント利益 (前期比較)	
食料品製造 (94.4%)	83,992 109.9%	1,972 (278)	【食料品製造】 ■売上高 ・国内の菓子、冷菓が好調 ・森永キノインドネシアが連結 ・全海外子会社が増収 ■損益 <増益要因> ・売上高増加 ・国内子会社の中では アントステラの増益 高崎森永の利益改善 <減益要因> ・売上原価率上昇 ・広告宣伝費の増加
食料卸売 (3.8%)	3,356 106.4%	147 (16)	
不動産サービス (1.5%)	1,358 93.2%	376 (△23)	
その他 (0.3%)	285 96.4%	48 (△48)	

第2四半期 売上高の状況(平成26年4月～平成26年9月)

(単位:百万円)

	売上高	前期比較	前期比
連結売上高	88,993	7,687	109.5%
食料品製造	83,992	7,593	109.9%
菓子・食品	52,679	7,745	117.2%
冷菓	19,251	654	103.5%
健康	12,061	△807	93.7%
(海外)	(5,940)	(3,774)	(274.2%)

通期 売上高の状況コメント

■菓子・食品 117.2%

「チョコボール」「ダース」が伸長、主力7ブランド合計で前年同期比112%。
「カレ・ド・ショコラ」や「ベイク」も好調。
森永キノインドネシアが連結したことと、全海外子会社が増収。

■冷菓 103.5%

夏場が天候不順だったものの「チョコモナカジャンボ」が引き続き好調。
「ビスケットサンド」や「パリパリバー」「パキシエル」といったマルチパック商品も好調。

■健康 93.7%

「ウイダーinゼリー」はリニューアルの成果が期待通りに出せず苦戦。
通販事業は「おいしいコラーゲンドリンク」が前年同期実績並みだが
他商品が好調に推移し前年同期実績を上回る。

【食料品製造事業内の海外】 274.2%

今期より森永キノインドネシアが連結対象。
全海外子会社が増収（特に台湾森永製菓と米国森永製菓が好調）

カテゴリー別状況(平成26年4月～平成26年9月)

単位：%

カテゴリー	市場データ ※1			当社主力ブランド	当社出荷 実績 前期比
	市場前期比	当社前期比	シェア (前期比較)		
キャラメル・キャンディ	101	108	9.8 (+0.6)	ミルクキャラメル ハイチュウ	93 115
ビスケット	104	108	10.0 (+0.3)	森永ビスケット	117
チョコレート	108	109	8.5 (+0.1)	チョコボール ダース [ベイク] [カレ・ド・ショコラ]	134 123 [131] [121]
スナック	102	96	4.0 (Δ0.3)	おととと	98
ココア	91	91	42.2 (+0.3)	ミルクココア	90
アイス	97	101	7.8 (+0.3)	ジャンボグループ	101
口栓付きパウチ	94	90	42.4 (Δ2.2)	ウイダーinゼリー	89

※1 カテゴリーデータ出典：(株)インテージSRIデータ
森永製菓株式会社

全国、当社定義による分類、販売金額ベース

【製菓単独】売上ポートフォリオ 前期比較

単位：％

当社主力ブランド		1Q	2Q	2Q累計	製菓内構成比
菓子・食品	ミルクキャラメル	90	99	93	
	ハイチュウ	113	116	115	
	森永ビスケット	113	121	117	
	チョコボール	124	142	134	
	ダース	119	127	123	
	おっとっと	100	96	98	
	ミルクココア	80	95	90	
	菓子・食品計	109	116	112	25.7(+1.8)
冷菓	ジャンボグループ	102	99	101	11.4(Δ0.5)
健康	ウイダーinゼリー	90	88	89	11.4(Δ2.0)
主力ブランド計		103	104	103	48.5(Δ0.8)

平成27年3月期
業績予想
 (平成26年4月～平成27年3月)

第3・4四半期【連結】今回予想／前期 比較

(単位:百万円)

	11/5発表 第3・4Q予想	前期実績	前期比較 (前期比)
売上高	88,706	83,297	5,409 (106.5%)
営業利益	2,033	1,766	267
経常利益	2,112	2,086	26
四半期 純利益	1,120	6,832	△ 5,712

■売上高
・主力の食料品製造事業の売上伸長

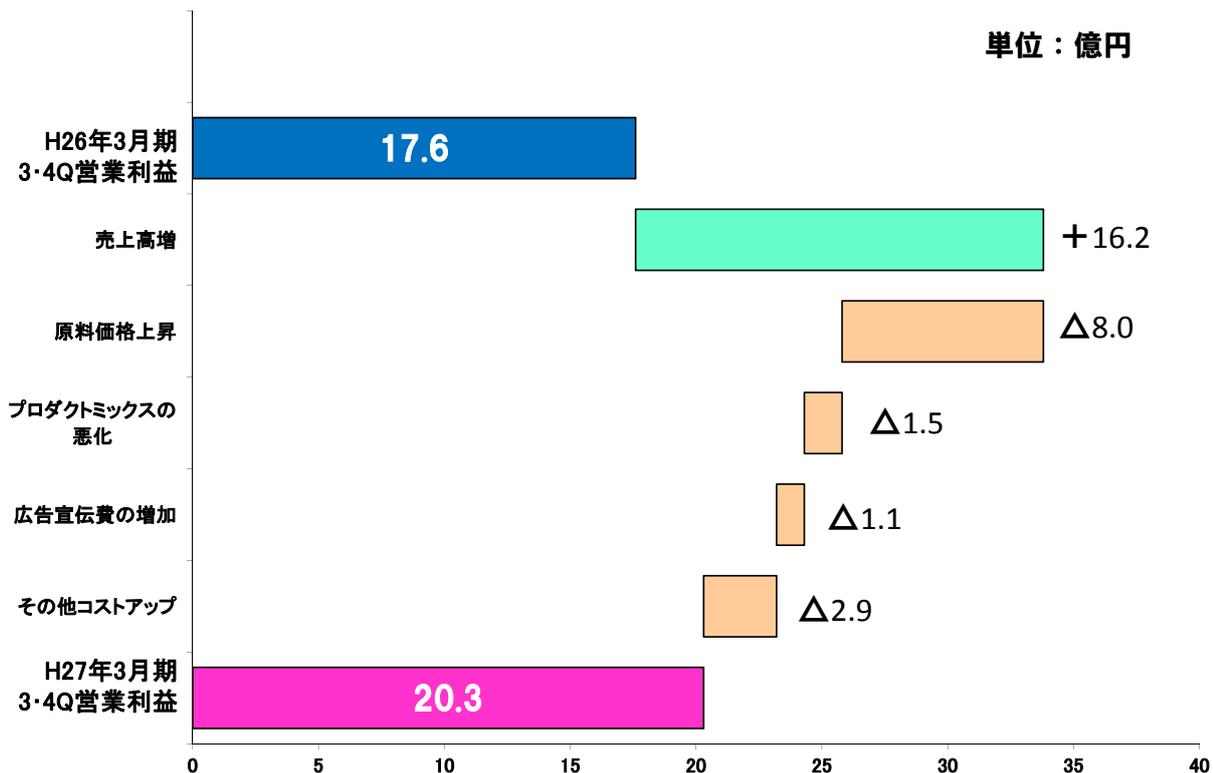
■損益
<増益要因>
・売上高増加

<減益要因>
・原材料価格の上昇
・広告宣伝費の増加

※四半期純利益は前期に固定資産売却益89億円を計上しているため減益

第3・4四半期【連結】営業利益増減要因

単位：億円



通期【連結】今回予想／前期 比較

(単位:百万円)

	11/5発表 通期予想	前期実績	前期比較 (前期比)	
売上高	177,700	164,603	13,097 (108.0%)	■売上高 ・主力の食料品製造事業の 売上伸長 ■損益 <増益要因> ・売上高増加 <減益要因> ・原材料価格の高騰 ・広告宣伝費の増加 ・プロダクトミックスの悪化
営業利益	4,300	3,858	442	
経常利益	4,700	4,446	254	
当期純利益	2,800	8,090	△ 5,290	

通期予想 セグメント情報(平成26年4月～平成27年3月)

(単位:百万円)

事業 (売上構成比)	2Q実績	3・4予想	年間予想	前期比 前期比較
食料品製造 (93.3%)	83,992	81,708	165,700	107.8
食料卸売 (4.8%)	3,356	5,194	8,550	115.3
不動産サービス (1.6%)	1,358	1,502	2,860	100.7
その他 (0.3%)	285	305	590	101.4

食料品製造	2Q実績	3・4予想	年間予想	前期比較(前期比)
国内	78,052	73,848	151,900	4,274(102.9%)
海外	5,940	7,896	13,800	7,661(224.8%)

【製菓単独】売上ポートフォリオ 前期比較

単位：%

当社主力ブランド		2Q累計実績	3・4Q予想	年間予想	製菓内構成比
菓子・食品	ミルクキャラメル	93	102	98	
	ハイチュウ	115	105	109	
	森永ビスケット	117	103	109	
	チョコボール	134	112	122	
	ダース	123	97	105	
	おととと	98	98	98	
	ミルクココア	90	100	97	
	菓子・食品計	112	103	107	29.3 (+0.9)
冷菓	ジャンボグループ	101	101	101	8.5 (Δ0.2)
健康	ウイダーinゼリー	89	100	93	10.0 (Δ1.1)
主力ブランド計		103	102	103	47.8 (Δ0.4)

森永製菓株式会社

Copyright(C) MORINAGA & CO., LTD. allrights reserved.

14

重点取り組み課題への対応

(1) 新商品開発体制の強化

シニア世代に注力

⇒高付加価値商品、大人向け商品



クッキーショコラ



ハイチュウ
プレミアム



大人に贅沢
チョコボール



ステラおぼさん
スランドのクッキー



マッシュボン



セブンイレブン様
ファミリーマート様



セブンイレブン様



ローソン様



イオン様

流通との取組強化

⇒流通対応商品

(1) 新商品開発体制の強化

商品仕様の見直し

原材料価格高騰

一部商品

2014年7月 内容量の見直し



(2) 成長分野への進出加速

① 海外展開

アメリカ

ハイチュウが好調



売上高 前年同期比
150% (年間予想)

2013年度 森永アメリカフーズ設立
2015年度 現地生産開始(予定)

森永製菓株式会社

東南アジア



▲ 森永キノインドネシア
のサウン工場

売上高 第2四半期累計実績
31億円 連結対象

2013年度 森永キノインドネシア設立(合併)
2014年度 年間売上高62億円予想
2016年度 当社ブランド商品製造開始(予定)

Copyright(C) MORINAGA & CO., LTD. allrights reserved.

(2) 成長分野への進出加速

② 健康分野

ウイダー



2014年3月
リニューアル

9月以降

(7月以降)

森永製菓株式会社

Copyright(C) MORINAGA & CO., LTD. allrights reserved.

(2) 成長分野への進出加速

②健康分野

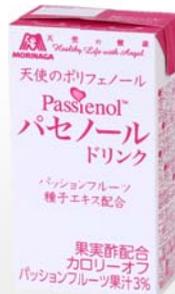
通販事業

さらに伸長



Passienol™
「パセノール™」
を開発

アンチエイジング機能を
有する健康素材
(ポリフェノール的一种)



7月発売

森永製菓株式会社

Copyright(C) MORINAGA & CO., LTD. allrights reserved.

20

(3) 更なる経営効率化の推進

生産工場の再編成

高崎森永株式会社

2011年8月 第一工場 稼働

2013年6月 第二工場 稼働

更に生産の効率化を推進



森永製菓株式会社

Copyright(C) MORINAGA & CO., LTD. allrights reserved.

21

連結子会社の状況



アントステラ 増収増益



高崎森永 利益改善



台湾森永製菓 増収増益