平成24年3月期
第2四半期決算説明会

2011年11月11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。

平成２４年３月期
第２四半期業績
（ 平成23年4月～平成23年9月 ）

第2四半期【連結】業績（平成23年4月～平成23年9月）

（単位:百万円）

	平成24年3月期 第2四半期	前期比較（前期比）	8/2発表 予想比較
売 上 高	71,436	△ 11,221 86.4%	△ 2,564 96.5%
営業利益	2,009	△ 1,895	△ 1,091
経常利益	2,371	△ 1,815	△ 929
四半期純利益	1,145	△ 1,054	△ 1,355

【ポイント】
売上高：東日本大震災の影響と、株式譲渡した連結子会社２社の売上高減少により減収。
損益面：東日本大震災の影響により売上高が減少したことが減益の主な要因。

第2四半期【連結】業績概要（平成23年4月～平成23年9月）

（単位:百万円）

	平成24年3月期 第2Q累計 前期比較	1Q前期比較（前期比）	2Q前期比較（前期比）
売 上 高	△ 11,221 86.4%	△ 6,107 84.3%	△ 5,113 88.3%
営業利益	△ 1,895	△ 754	△ 1,142
経常利益	△ 1,815	△ 741	△ 1,074
四半期純利益	△ 1,054	270	△ 1,322

第2四半期　セグメント情報

（単位:百万円）

	売上高 構成比	前期比較 前期比	ｾｸﾞﾒﾝﾄ利益 （前期比較）
食料品製造	65,847 92.2%	△ 3,757 94.6%	1,682 (△ 1,514)
食料卸売及び飲食店	3,820 5.3%	△ 7,375 34.1%	8 (△ 274)
不動産及びサービス	1,481 2.1%	△ 76 95.1%	451 (△ 85)
その他	288 0.4%	△ 12 95.9%	79 (△ 25)

【ポイント】
食料品製造事業：売上高は東日本大震災の影響により減収。
セグメント利益は売上高の減少と、製菓個別の原材料単価高騰による原価率上昇により減益。

食料卸売及び飲食店事業：株式譲渡した連結子会社２社の売上高減少が大きく影響し減収。

第2四半期　売上高の状況

（単位:百万円）

	売上高	前期比較	前期比
連結売上高	71,436	△ 11,221	86.4%
食料品製造	65,847	△ 3,757	94.6%
菓子部門	33,451	△ 1,211	96.5%
食品部門	4,795	108	102.3%
冷菓部門	16,546	362	102.2%
健康部門	10,690	△ 2,914	78.6%

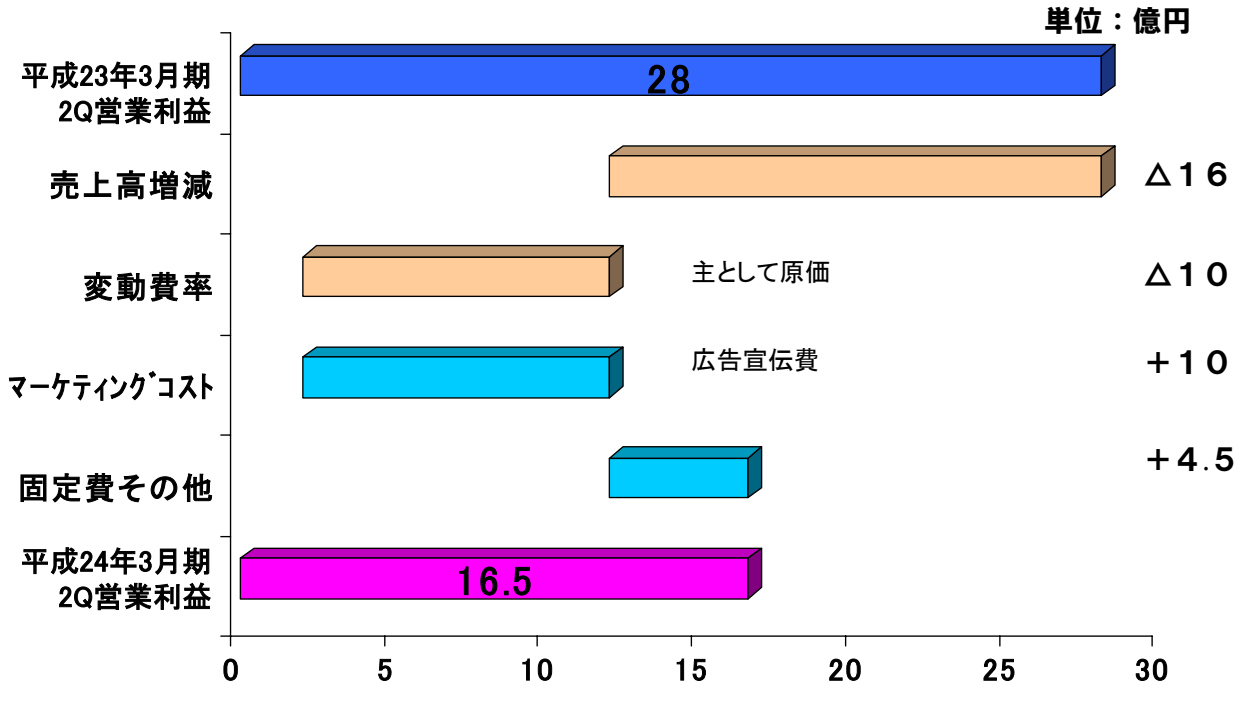
【ポイント】
菓子部門：第１四半期は震災の影響による供給不足もあり減収、第２四半期は前期実績を上回る。
健康部門：インゼリーが震災の影響により商品の絞込みを余儀なくされ、前期実績を大幅に下回った。

第2四半期【連結・個別】業績（平成23年4月～平成23年9月）

（単位：百万円,％ ）

	連結 （前期比較）	製菓個別 （前期比）	連結子会社 （前期比）
売 上 高	71,436 △ 11,221 86.4%	64,437 △ 4,746 93.1%	6,999 △ 6,475 51.9%
営業利益	2,009 △ 1,895	1,645 △ 1,175	364 △ 720
経常利益	2,371 △ 1,815	2,088 △ 1,240	283 △ 575
四半期純利益	1,145 △ 1,054	1,185 △ 741	- 40 △ 313

第2四半期【製菓個別】 営業利益増減要因



原材料別の価格変動要素

【前期比較】

	2Q累実績
原　料	＋７億
材　料	＋１億
原材料計	＋８億

単位：億円

【購入単価動向】

		２Q累前期比(%)
原料	カカオ関連	９９
	海外乳製品	１０６
	油　脂	１１０
	粉　類	１００
	国内乳製品	９９
	農産品	１０１
	砂　糖	１０３
	香　料	１０２
	糖化製品(水あめ等)	１１３
材料	紙　器	１０１
	段ボール	９８
	軟包材(包装ﾌｨﾙﾑ他)	１１３

使用量順

取組みテーマレビュー

平成24年3月期＜取組みテーマレビュー＞

現業の進化

- 主力ブランドの構成比を高めつつ売上規模の回復・拡大
  （特に菓子部門の収益構造改善）
- 次期主力品の開発・育成
- 生産効率向上を目指した業務改革の推進
- 全社的なローコストオペレーション

第2四半期 カテゴリー別状況（平成23年4月～平成23年9月）

単位：％

カテゴリー	市場データ			当社主力ﾌﾞﾗﾝﾄﾞ	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・ｷｬﾝﾃﾞｨ	１０１	９８	８.８（△０.３）	ミルクキャラメル ハイチュウ	１０１ ９９
ビスケット	１０２	９４	８.７（△０.７）	森永ビスケット	１０２
チョコレート	１０２	９７	７.９（△０.５）	チョコボール 小枝 ダース	８４ ８０ １１１
スナック	９８	９６	２.６（△０.１）	おっとっと	１０１
ココア	９５	９６	４５.８（＋０.３）	ミルクココア	９２
アイス	９５	９６	６.６（±０.０）	ﾁｮｺﾓﾅｶｼﾞｬﾝﾎﾞ	１０３
チアパック	８５	７４	４３.３（△６.２）	インゼリー	７７

※カテゴリーデータ出典：㈱インテージSRIデータ全国全業態、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：％

当社主力ﾌﾞﾗﾝﾄﾞ		２Q累計	１Q	２Q
菓子	ミルクキャラメル	１０１	９３	１１２
	ハイチュウ	９９	８６	１１２
	森永ビスケット	１０２	９１	１１８
	チョコボール	８４	７５	９４
	小枝	８０	７８	８１
	ダース	１１１	１１５	１０６
	おっとっと	１０１	１１８	８９
	菓子計	９７	９１	１０４
食品	ミルクココア	９２	９２	９２
冷菓	ﾁｮｺﾓﾅｶｼﾞｬﾝﾎﾞ	１０３	１０９	９９
健康	インゼリー	７７	７０	８２
主力ブランド計		９２	８８	９６
構成比（前期比較）		54.9（△1.0）	55.0（△1.5）	54.9（△0.5）

平成24年3月期＜取組みテーマレビュー＞

現業の進化

- 次期主力品の開発・育成



【ベ イ ク】

前期比　141％



【カレ・ド・ショコラ】

前期比　122％





【アイスボックス　濃い果実氷シリーズ】

前期比　99％

平成24年3月期＜取組みテーマレビュー＞

現業の進化

- 主力ブランドの構成比を高めつつ売上規模の回復・拡大
  （特に菓子部門の収益構造改善）
- 次期主力品の開発・育成
- 生産効率向上を目指した業務改革の推進
- 全社的なローコストオペレーション

平成24年3月期＜取組みテーマレビュー＞

新市場の創造

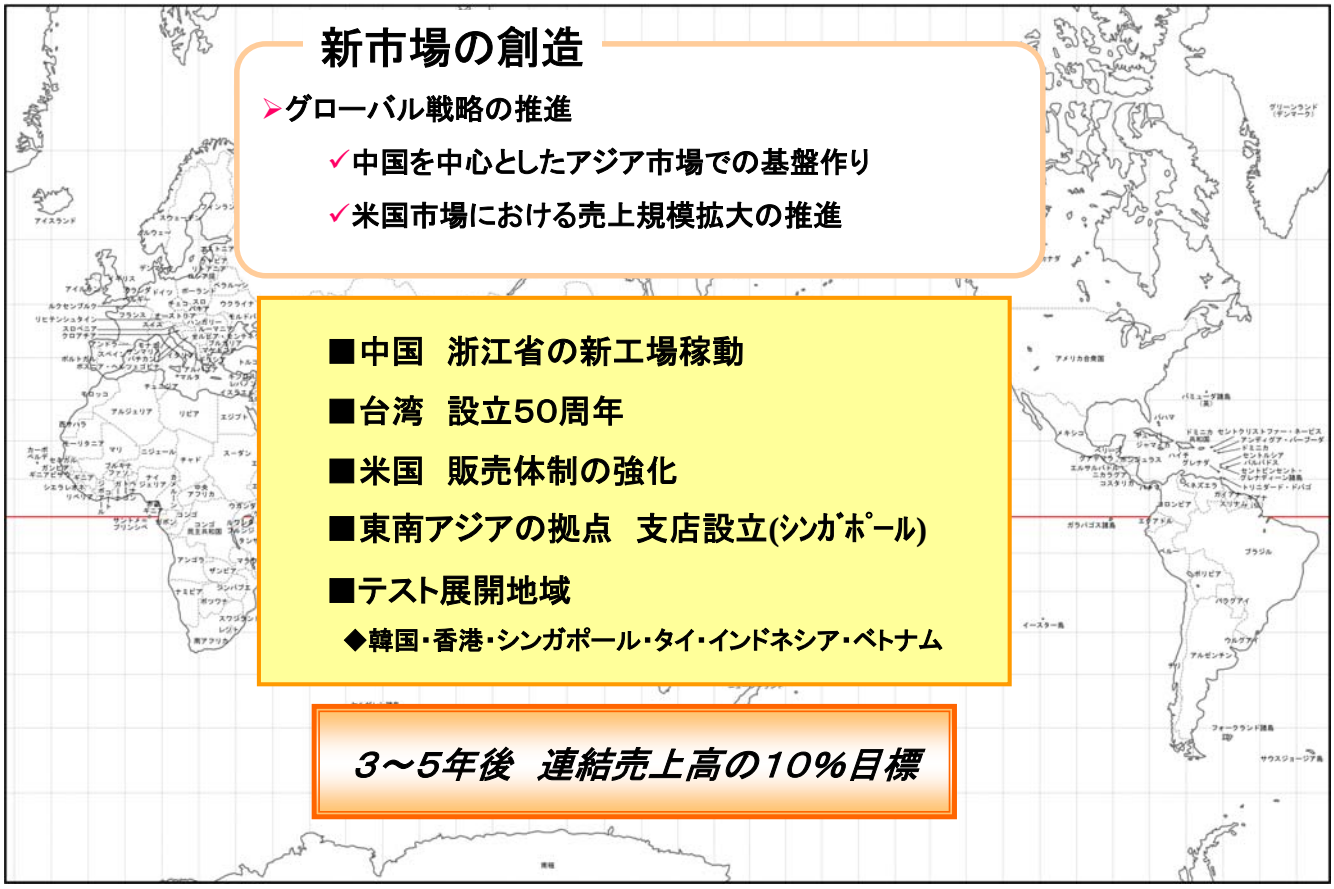
- 「天使の健康」シリーズによる通販事業の強化・拡大



【おいしいコラーゲンドリンク】
積極的なテレビCM投入等により
前期比較184％

通販事業
「天使の健康」シリーズ
前期比　145％

平成24年3月期＜取組みテーマレビュー＞



新市場の創造

➢グローバル戦略の推進

✓中国を中心としたアジア市場での基盤作り

✓米国市場における売上規模拡大の推進

■中国　浙江省の新工場稼動

■台湾　設立50周年

■米国　販売体制の強化

■東南アジアの拠点　支店設立(ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ)

■テスト展開地域

◆韓国・香港・シンガポール・タイ・インドネシア・ベトナム

3～5年後　連結売上高の10%目標

平成２４年３月期
通 期 業 績
（平成23年4月～平成24年3月）

平成24年3月期　第3・4四半期【連結】業績予想

（単位:百万円）

	11/4発表 3・4Q予想	前期実績	前期比較 （前期比）	8/2発表 予想比較
売 上 高	80,063	74,679	5,384 107.2%	263 100.3%
営業利益	2,790	2,749	41	△ 10
経常利益	2,628	2,694	△ 66	△ 72
四半期純利益	1,554	250	1,304	54

平成24年3月期　通期【連結】業績予想

（単位:百万円）

	11/4発表 通期予想	前期実績	前期比較 （前期比）	8/2発表 予想比較
売 上 高	151,500	157,336	△ 5,836 96.3%	△ 2,300 98.5%
営業利益	4,800	6,653	△ 1,853	△ 1,100
経常利益	5,000	6,880	△ 1,880	△ 1,000
当期純利益	2,700	2,449	251	△ 1,300

【製菓単独】売上ポートフォリオ　前期比較

単位：％

当社主力ﾌﾞﾗﾝﾄﾞ		年　間	２Q累計	３・４Q
菓子	ミルクキャラメル	１０４	１０１	１０６
	ハイチュウ	１０６	９９	１１３
	森永ビスケット	１１６	１０２	１２８
	チョコボール	９６	８４	１０６
	小枝	９１	８０	１０１
	ダース	１１３	１１１	１１３
	おっとっと	１０４	１０１	１０７
	菓子計	１０６	９７	１１３
食品	ミルクココア	９９	９２	１０１
冷菓	ﾁｮｺﾓﾅｶｼﾞｬﾝﾎﾞ	１０３	１０３	１０１
健康	インゼリー	８６	７７	１０３
主力ブランド計		１００	９２	１１０
主力ブランド構成比（前期比較）		54.8（△0.3）	54.9（△1.0）	54.7（+0.5）

原材料別の価格変動要素

【前期比較】

単位：億円

	２Q累実績	3･4Q予想	年間実績
原　料	＋７億	＋６億	＋１３億
材　料	＋１億	＋２億	＋　３億
原材料計	＋８億	＋８億	＋１６億

【購入単価動向】

		２Q累(%)	3･4Q(%)
原料	カカオ関連	９９	９５
	海外乳製品	１０６	１１２
	油　脂	１１０	１１２
	粉　類	１００	１１５
	国内乳製品	９９	１００
	農産品	１０１	１０１
	砂　糖	１０３	１０４
	香　料	１０２	１００
	糖化製品（水あめ等）	１１３	１３５
材料	紙　器	１０１	１００
	段ボール	９８	１００
	軟包材（包装ﾌｨﾙﾑ他）	１１３	１０４

使用量順

取組みテーマ

現業の進化

- 生産効率向上を目指した業務改革の推進
- 全社的なローコストオペレーション



＜ビスケットを製造している高崎の第一工場＞



【小さなチョコビスケット】



【森永ビスケット】