平成２５年3月期

第２四半期 決算説明会

2012年11月8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２５年３月期

第２四半期業績

（平成24年4月～平成24年9月）

第２四半期【連結】業績（平成24年4月～平成24年9月）

増収減益

（単位：百万円）

	H25年3月期 第２Ｑ累計	前期 第２Ｑ累計	前期比較（前期比）
売 上 高	76,098	71,436	4,662 (106.5%)
営業利益	837	2,009	△ 1,172
経常利益	1,124	2,371	△ 1,247
四半期純利益	553	1,145	△ 592

■売上高
・震災の影響により減収となった前年同期実績を上回る
・売上拡大に向けマーケティングコストの積極的な投入を図った

■損益
・売上原価率アップ
・マーケティングコストの増加
製菓単体　前年同期比較
＋１５億円

第２四半期【連結】業績（平成24年4月～平成24年9月）

（単位：百万円）

	第２Ｑ累計 前期比較（前期比）	第１Ｑ 前期比較（前期比）	第２Ｑ 前期比較（前期比）
売 上 高	4,662 (106.5%)	3,252 (109.9%)	1,410 (103.7%)
営業利益	△ 1,172	△ 805	△ 367
経常利益	△ 1,247	△ 807	△ 441
四半期純利益	△ 592	△ 1,117	524

第２四半期【連結】業績（平成24年4月～平成24年9月）

（単位：百万円）

	H25年3月期 第２Ｑ累計	5/11発表予想 増減額 （予想比）
売 上 高	76,098	△ 3,702 (95.4%)
営業利益	837	△ 163
経常利益	1,124	△ 76
四半期 純利益	553	153

■売上高
・計画未達
・製菓単体の未達、特に菓子の計画未達が大きい
・海外子会社（台湾森永、米国森永）の計画未達も影響

■損益
・売上高の計画未達
・経費等のコスト削減

⇒損益はほぼ想定通り

第２四半期　セグメント情報（平成24年4月～平成24年9月）

（単位:百万円）

	売上高 前期比	構成比	ｾｸﾞﾒﾝﾄ利益 （前期比較）
食料品製造	70,649 107.3%	92.8%	480 (△ 1,202)
食料卸売 及び飲食店	3,673 96.2%	4.8%	84 (76)
不動産 及びサービス	1,494 100.9%	2.0%	475 (24)
その他	280 97.4%	0.4%	88 (9)

■食料品製造事業
製菓単体の業績が売上、損益ともに大きく影響

増収減益

ご参考：
製菓単体
売上高　１０８.０％
営業利益　△８.８億円

第２四半期　売上高の状況（平成24年4月～平成24年9月）

（単位:百万円）

	売上高	前期比較	前期比
連結売上高	76,098	4,662	106.5%
食料品製造	70,649	4,802	107.3%
菓子部門	36,082	2,631	107.9%
食品部門	4,810	15	100.3%
冷菓部門	17,006	460	102.8%
健康部門	12,251	1,561	114.6%

■菓子部門
・主力品７ブランド合計は前年同期実績並み
・「ベイク」「生ラムネ」等が好調
■食品部門
・「ミルクココア」が前年同期を下回る
・「ホットケーキミックス」は苦戦
・夏場の甘酒好調
■冷菓部門
・チョコモナカジャンボが好調
■健康部門
・ウイダーｉｎゼリーが回復基調
・通販事業は好調

第2四半期【製菓単体】業績（平成24年4月～平成24年9月）

（単位：百万円）

	H25年3月期 第２Ｑ累計	前期 第２Ｑ累計	前期比較 （前期比）
売 上 高	69,571	64,437	5,134 (108.0%)
売上原価	35,206	32,509	2,697
販 管 費 [ﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞｺｽﾄ]	33,597 [5,951]	30,281 [4,465]	3,316 [1,486]
営業利益	766	1,645	△ 879
経常利益	1,069	2,088	△ 1,019
四半期 純利益	758	1,185	△ 427

■売上高
・菓子、健康が増収
・特に第１四半期の増収幅が大きい

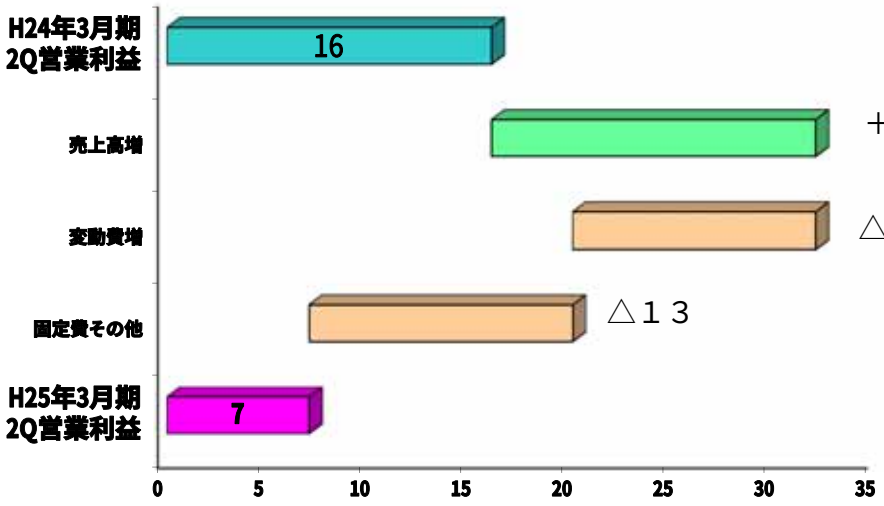
■売上原価
・売上原価率は前年並み

■販管費
・マーケティングコスト増加

⇒増収減益

第２四半期【製菓単体】 営業利益増減要因

単位：億円



■売上高増

■変動費増
原価率アップと販売促進費の増加による

■固定費その他の増加
マーケティングコスト増加

第２四半期 カテゴリー別状況（平成24年4月～平成24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	９８	１０３	９.２（＋０.４）	ミルクキャラメル ハイチュウ	８８ １０３
ビスケット	１０１	１１５	９.７（＋１.２）	森永ビスケット	１０９
チョコレート	９６	１０６	９.０（＋０.８）	チョコボール 小枝 ダース	９０ ８６ １０３
スナック	１０１	１０５	２.７（＋０.１）	おっとっと	１０８
ココア	１０１	９４	４２.４（△３.４）	ミルクココア	９０
アイス	１０３	１０８	６.９（＋０.３）	ﾁｮｺﾓﾅｶｼﾞｬﾝﾎﾞ	１０９
口栓付きパウチ	１０１	１１０	４６.４（＋３.７）	ｳｲﾀﾞｰinｾﾞﾘｰ	１１２

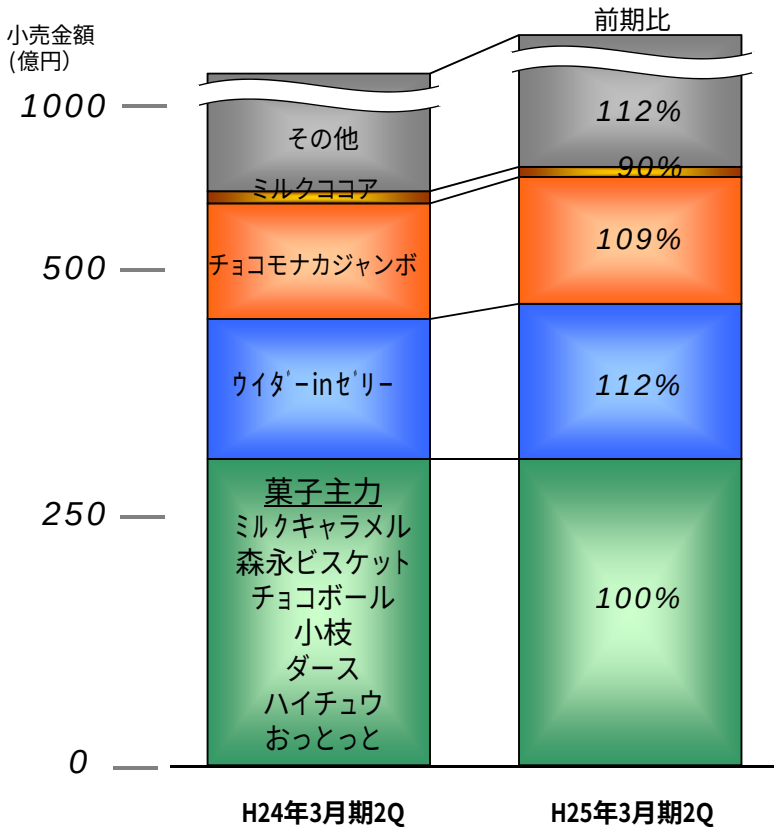
※1　前回まで「チアパック」と表記していたカテゴリー名を「口栓付きパウチ」に変更
※2　カテゴリーデータ出典：㈱インテージSRIデータ　　全国、当社定義による分類、販売金額ベース

【製菓単独】売上ポートフォリオ　前期比較

単位：%

当社主力ﾌﾞﾗﾝﾄﾞ		第２Q累計	第１Q	第２Q
菓子	ミルクキャラメル	８８	９５	８０
	ハイチュウ	１０３	１１８	９１
	森永ビスケット	１０９	１１１	１０６
	チョコボール	９０	９４	８６
	小枝	８６	１０３	７６
	ダース	１０３	９６	１１１
	おっとっと	１０８	１１０	１０７
	菓子計	１００	１０６	９５
食品	ミルクココア	９０	８１	９６
冷菓	ﾁｮｺﾓﾅｶｼﾞｬﾝﾎﾞ	１０９	１０９	１１０
健康	ｳｲﾀﾞｰinｾﾞﾘｰ	１１２	１１９	１０６
主力ブランド計		１０５	１０９	１０１
主力ブランド構成比（前期比較）		53.3(△1.6)	54.2(△0.8)	52.5(△2.4)

第２四半期　【製菓単独】売上ポートフォリオ（小売金額）



■全体の売上高
　前期比１０８％
■主力ブランド全体
　前期比１０５％
　構成比５３.３％
　（△１.６ポイント）
■ブランド別
＜森永ビスケット好調＞
　新商品の小さな
　チョコビスケットが好調
＜おっとっと好調＞
　３０周年のマーケティング効果
＜小枝、ミルクキャラメル苦戦＞
＜ウイダーｉｎゼリー回復基調＞
　震災により影響を受けた前年同
　期実績を上回る
　猛暑による好影響
＜チョコモナカジャンボ好調＞
　広告と猛暑による好影響

原材料別の価格変動要素【第２四半期実績】

【前期比較】

単位：億円

	第2Ｑ累実績
原　料	△ ４億
材　料	△ ７億
原材料計	△１１億

【購入単価動向】

		第2Ｑ累実績(%)
原料	粉　類	９３
	糖化製品(水あめ等)	１０４
	海外乳製品	９０
	カカオ関連	９６
	砂　糖	９３
	油　脂	９０
	農産品	１０４
	国内乳製品	１１０
	香　料	９７
材料	紙　器	１０３
	段ボール	１０５
	軟 包 材	７５

全体の７割

＜使用量順＞

平成２５年３月期
業　績　予　想
(平成24年4月～平成25年3月)

【製菓単体】売上ポートフォリオ　年間予想

単位：%

当社主力ﾌﾞﾗﾝﾄﾞ		年間予想	第２Ｑ累計	第3･4Ｑ予想
菓子	ミルクキャラメル	９６	８８	１０４
	ハイチュウ	１１１	１０３	１１８
	森永ビスケット	９８	１０９	９２
	チョコボール	９５	９０	１００
	小枝	９１	８６	９４
	ダース	１０６	１０３	１０８
	おっとっと	１１２	１０８	１１６
	菓子計	１０２	１００	１０３
食品	ミルクココア	９８	９０	１００
冷菓	ﾁｮｺﾓﾅｶｼﾞｬﾝﾎﾞ	１０９	１０９	１０８
健康	ｳｲﾀﾞｰinｾﾞﾘｰ	１１１	１１２	１１１
主力ブランド計		１０５	１０５	１０５
主力ブランド構成比（前期比較）		52.5(△2.4)	53.3(△1.6)	51.8(△3.2)

原材料別の価格変動要素

【前期比較】

単位：億円

	第2Ｑ累実績	第3･4Ｑ予想	年間予想
原　料	△ ４億	△ ５億	△ ９億
材　料	△ ７億	＋ １億	△ ６億
原材料計	△１１億	△ ４億	△ １５億

【購入単価動向】

		第2Ｑ累実績(%)	第3･4Ｑ予想(%)
原料	粉　類	９３	１０１
	糖化製品(水あめ等)	１０４	１０１
	海外乳製品	９０	９２
	カカオ関連	９６	９１
	砂　糖	９３	１００
	油　脂	９０	９４
	農産品	１０４	１０２
	国内乳製品	１１０	１０３
	香　料	９７	１００
材料	紙　器	１０３	１０４
	段ボール	１０５	１０５
	軟 包 材	７５	１００

全体の7割

△使用量順▽

平成25年3月期　第3･4四半期【連結】業績予想

（単位：百万円）

	11/2発表 第3･4Q予想	前期実績	前期比較 （前期比）
売 上 高	*81,701*	*75,754*	*5,947* *(107.9%)*
営業利益	*2,612*	*804*	*1,808*
経常利益	*2,575*	*769*	*1,806*
四半期 純利益	*1,446*	*- 64*	*1,510*

■売上高
菓子部門、冷菓部門、
健康部門、海外事業を
中心に増収

■損益
売上拡大による増益

ローコストオペレーション

連結子会社の収益改善

平成25年3月期　通期【連結】業績予想

（単位：百万円）

	11/2発表 通期予想	前期実績	前期比較 （前期比）
売 上 高	*157,800*	*147,190*	*10,610* *(107.2%)*
営業利益	*3,450*	*2,813*	*637*
経常利益	*3,700*	*3,140*	*560*
当期純利益	*2,000*	*1,081*	*919*

■売上高
２Ｑ累計の増収に加え、
３・４Ｑの増収により
通期で１０６億円の増収

■損益
増収もあり、３・４Ｑで増
益とする計画で、通期でも
増益

平成25年3月期　【連結】5/11発表予想比較

（単位：百万円）

	第２Ｑ累計実績 5/11発表予想比較 （予想比）	第３・４Ｑ計今回予想 5/11発表予想比較 （予想比）	通期今回予想 5/11発表予想比較 （予想比）
売 上 高	△ 3,702 (95.4%)	101 (100.1%)	△ 3,600 (97.8%)
営業利益	△ 163	△ 188	△ 350
経常利益	△ 76	△ 125	△ 200
当期純利益	153	△ 154	0

■３・４Ｑで売上拡大を図るが、２Ｑ累計の計画未達を補えず、通期業績を下方修正