

森永製菓株式会社

2023年3月期 第1四半期 決算説明会 質疑応答 (2022年8月10日開催)

---

Q. 第1四半期 営業利益について、通期計画及び上期計画に対する進捗及びその要因を教えてください。

A. 計画に対しては、売上高及び営業利益共に若干下回りました。原材料価格の高騰インパクトが想定以上に大きかったことが主因です。

---

Q. 原材料価格高騰の影響について、通期計画が約43億円に対して第1四半期の実績は約11億円でした。通期の見通しについてはどのように捉えていますでしょうか。通期業績予想の変更も想定されているのでしょうか。

A. 原材料価格の高騰について、今後の見通しは非常に不透明です。これまでに調達した原材料はこれから払い出しをするためタイミングのずれがある一方、足元の先物価格の動向としては、主要な原料の高騰はピークアウトしていることも見受けられます。若干のリスク含みということは認識しており、原材料価格は想定よりも上がる可能性はそれなりにあると考えておりますが、それを見越した対策を展開してまいりますので、通期業績予想はこのタイミングでは変更しないと判断しました。

---

Q. 原材料価格高騰の影響が通期で約43億円に対して価格改定効果が約29億円であり、原材料高を価格改定で吸収できていないということになります。下期にかけてもう一段階価格改定を実施する予定はありますでしょうか。

A. 2022年5月の通期決算説明会でも説明した通り、状況を注視し必要と判断した場合は機動的に価格改定を実行したいと考えています。しかし、現時点で決定したものではありません。

---

Q. 価格改定後の販売動向について、ビスケットの計画的な製造ライン停止の影響を除くと、菓子もアイスクリームも今のところ価格改定による悪い影響はそこまで出ていないという理解で宜しいでしょうか。価格改定が上手くいっている背景をどのように捉えていますか。

A. まず、ビスケットについてはご理解の通りで、価格改定の影響よりも需給逼迫の影響が大きかったという理解です。他の商品は、価格改定後に販売金額が増えることが目標ではありますが、天候の影響を大きく受ける商品もあること、また同業他社の動向による影響を受ける可能性もあるため、この1カ月で価格改定後の成否を判断することは時期尚早であると考えています。今後数カ月の動向を慎重に分析してまいります。

---

Q. ビスケット製造ラインについて、現在は正常化して需要に応えられるようになってきているという理解で宜しいでしょうか。

A. 計画的な停止については、第1四半期で収束しているのご理解いただいて構いません。この計画停止の背景は高崎工場における増産投資であり、需給の制約は解消に向かってまいります。

---

Q. 菓子食品事業の売上高について、前年同期比微減であり基本的には市場並みであると理解して宜しいでしょうか。御社の強みは複数のカテゴリーにおいて色々なブランドを保有し、多様な提案により事業全体では売上を伸ばしてきたことと捉えています。

A. カテゴリー毎に状況が異なり、商品によりまちまちであると理解しています。例えば、ハイチュウは市場全体の伸びも比較的高い中で市場を上回る伸びを実現できました。一方、ビスケットについては、先述の通り、当社の需給調整の影響により市場を下回ったという状況です。チョコレート、スナックについても市場をやや下回りました。当社としては、キャンディ及びビスケットという比較的収益性の高いカテゴリーの伸長を実現できるように取り組むという考え方です。

---

Q. 米国の Chargel について、現在の取組み内容と売上の状況、お客様の反応について教えてください。広告投入をしたという話がありましたが、スポーツ市場におけるスポンサー契約等のプロモーションも行っているのでしょうか。

A. 2月から自社のECサイトを立ち上げ、3月からリアル店舗での販売を開始したところです。スポーツシーンを想定したターゲットに向けて、マラソン大会等でサンプリング活動を展開しております。当初想定したターゲット層の購入・反応が強いということを確認できており、お客様の反応は想定通りという理解です。ECサイトにアクセスいただいたお客様の情報を今後のマーケティング活動に活かしていくことで、リアル店舗での販売拡大の基礎にしていきたいと考えています。パートナーシップについては、まだ詳しくは申し上げられませんが、検討を進めております。現状は、販路がまだ限定的であるため、マーケティング活動を検証しながら、事業としてじっくり取り組んでまいります。

---

Q. ECサイトは、HI-CHEW のマーケティングにも使えるのでしょうか。HI-CHEW とは独立したスポーツ系に特化したマーケティングツールとなるのでしょうか。

A. Chargel 向けに立ち上げたものとなります。サンプリング活動をした結果、関心を示していただいた

お客様に対して購入機会の受け皿が必要という意味合いがあります。

---

Q. 売上高の進捗について、5%の増収はかなり好調という印象ですが、具体的に何が良くて何が悪かったのか、教えてください。

A. 資料 5 ページ目に掲載しているセグメント毎の実績をご覧ください。前年同期比で横ばいに推移したのが菓子食品事業と冷菓事業です。冷菓はもう少し高い成長を期待しておりましたが、少しギャップが生じております。

---

Q. 市場環境が良好で売上高が伸びているカテゴリーは、値上げをして売上を伸ばすことが出来ると思いますが、チョコレートの値上げ後の数量については、どのような見通しを立てていますか。

A. ご質問の趣旨としては、商品力やマーケット上のポジショニングも考慮して、価格改定を検討する必要があるというご指摘だと理解いたします。

チョコレートの価格改定は 7 月であるため、まだその成否を判断する段階ではないと考えております。数量の影響も含めて一定期間の動向を詳細に分析の上、必要な対応をとる考えです。

---