

森永製菓株式会社

2024年3月期 第3四半期 決算説明会 質疑応答（2024年2月8日開催）

Q. 第4四半期の見通しについて、菓子食品事業を約3%減収で見ていると思いますが、第3四半期まで順調に売上高を伸ばすことができている中で減収となることに違和感があります。第3四半期から第4四半期にかけて、菓子食品事業で想定しているリスクなどがあれば教えてください。保守的な計画ということでしょうか。

A. 第4四半期の菓子食品事業を減収見込みとしているのは、昨年は第4四半期に期間限定品を多く発売したことから、前年の売上水準が高いという前提があります。それに対して、今期は期間限定品を中心に商品SKUを整理し、収益性を重視した販売ミックスに調整したいという考えがございます。第3四半期まで菓子食品事業は大変好調に推移しておりますので、結果として上振れする可能性もありますが、現時点では若干の減収見込みとしております。

Q. 米国事業のHI-CHEWについて。第4四半期の市場データが前年を割っていますが、背景について教えてください。市場に対してはどうか、景況が影響していると理解すれば良いのでしょうか。また、HI-CHEWは二桁成長を続けてきましたが、この傾向をリスクとして捉えた方が良いのか、成長水準は変わらないと認識して良いのか、いかがでしょうか。

A. HI-CHEWは2022年11月に価格改定を実施しているため、第4四半期の市場データには価格改定効果が剥落していることも影響しております。また、第1四半期から第3四半期の推移を見ると、市場全体もHI-CHEWも第3四半期にかけて成長は鈍化しており、HI-CHEWの店頭回転も足元では若干鈍化している傾向はあります。一方で、HI-CHEWは顧客接点拡大に向けてSKUの拡充を順次進めておりますが、売上に結びつくまでにはタイムラグがあると想定しております。第4四半期にかけては広告投下等プロモーションも強化し、引き続き売上拡大に取り組んでまいります。HI-CHEWは重点領域の事業の1つとして、当社の中長期の成長の柱であるという位置づけは変わりません。戦略的な投資を継続し、経営資源をかけて事業成長を進めてまいります。

Q. 来期の営業利益の見通しについて。1月30日に価格改定を発表されましたが、この価格改定の効果で来期の原材料価格高騰は相殺できる見通しなのか、来期の営業利益の増減イメージについて教えてください。

A. 原材料価格の見通しは難しいところですが、カカオ関連の原料価格は高騰している一方、海外乳製品や糖化製品、小麦等は昨年度までの大幅な高騰から少し落ち着いてきている状況です。来期も原材料価格の高騰はある程度見込んでおりますが、具体的な数字については5月に新しい中期経営計画を発表する際に、詳しく説明させていただきます。

Q. 国内の菓子、冷菓事業が引き続きトップラインを伸ばしていますが、強さの背景について教えてください。

A. 菓子食品事業は、森永ビスケットや、キャンディカテゴリーのハイチュウ、森永ラムネが大変伸びております。ブランドの独自価値を活かした商品展開・プロモーション施策が奏功し、お客様に評価していただいております。事業内のプロダクトミックスも収益性の高い商品にシフトしており、戦略的な意図と実態がリンクしてきている状況です。

冷菓事業は、気温が高いという追い風はもちろんあり、これは当社に限らず市場全体が恩恵を受けておりますが、当社においては品質リニューアルやプロモーション等に積極的に取り組んでおります。例えば、冬季限定品として、チョコモナカジャンボはチョコを増量し、バニラモナカジャンボはバニラのコクを引き立てた品質を発売し、いずれもお客様の受入性は大変高く、売上を伸ばしております。また、ジャンボグループに限らず、板チョコアイス、ザ・クレープ、アイスボックスも第3四半期累計で売上を大きく伸ばしており、冷菓事業全体で高い成長を実現することができております。

Q. 今期これだけトップラインが伸びていることから、来期に向けてハードルが高くなっていますが、来期のトップラインについてはどのように考えているのでしょうか。

A. 今期が大変好調であることからハードルが上がっている認識はありますが、冷菓事業も重点領域の事業の1つであり、経営資源を投入して成長に取り組んでいく領域です。第4四半期も戦略的な広告投資を増加し、来期以降のトップライン成長に寄与するようなプロモーション施策を実施する予定です。成長水準については、5月に詳しく説明させて頂きたいと考えております。

Q. 第4四半期に広告投資やDX投資等に20億円近く使用する計画のようですが、計画通りに費用を使用するのか、またこれらの投資に対する考えを教えてください。

A. 広告投資は、通期で前年比15億円増額を見込んでおりますが、次期中計に向けて成長を加速するべく、第4四半期に各事業で戦略的に投下を予定しております。DX投資は、DXプロジェクトの取り組みを加速させており、着実に投資を実行してまいります。また、本日リリースをした通り、本社の移転を予定しております。その移転に伴う費用も第4四半期に発生する見込みとして含んでおります。

Q. 広告投資について、このタイミングで追加投資をするということは、業績全体が想定より好調に進捗していることの示唆であると捉えて宜しいでしょうか。また、追加投資を予定しているin、通販、冷菓事業における広告投資の具体的な内容について、どのようなアプローチを行い、どのような効果を期待できるのか教えてください。

A. 広告投資をこのタイミングで大きく増額できるのは、ご指摘いただいた通り業績全体が好調であることが背景の一つとしてございます。このタイミングを活かして、中長期的な企業価値を高めていくことと、足元の業績のコントロールのバランスをとってマネージしていくことを考えた上で、広告投資の増額を経営として決定しております。広告投資の内容については、各事業、それぞれ目的や狙いが異なり、実施内容も異なります。具体的な内容は、これから順次実際の広告が解禁されてまいりますので、ご覧になっていただきたいと思っております。各事業の広告投下の考え方としては、米国事業は、中長期的な成長を目指しブランド認知を向上させていくことをベースとしており、通販事業は、事業基盤となる定期顧客数をしっかり伸ばしていくということがポイントとなります。in事業は、第3四半期までは前年のコロナ特需の影響で売上の伸びが限定的でしたが、第4四半期は「ブドウ糖」等の商品を中心に大きく伸ばしていきたいということと、来期に勢いを繋げていきたいという狙いがございます。冷菓事業についても、同様にプロモーションを加速し、現在の良い流れを継続するように取り組んでまいります。

Q. 米国事業について、価格改定の一巡により第4四半期の市場データでは成長が落ち着いてきているということですが、通期業績予想では、売上高が9億円下方修正に対して、営業利益は2億円上方修正されています。この背景を教えてください。

A. 米国事業のコストのトレンドとして、海上運賃が一時期の高騰から落ち着いてきていることが、利益にプラスに寄与しております。広告投資を強化しつつ、営業費は適切にコントロールすることも含めて業績予想を修正しております。

Q. 米国事業の営業利益率について、四半期ごとのボラティリティが大変大きい背景について教えてください。(FY23Q1:23.4%、Q2:20.0%、Q3:15.0%) 御社が能動的に仕掛けた取り組み以外のコストで何か要因があるのでしょうか。また、今期の変動幅は許容範囲ということでしょうか。

A. 今期の米国事業の営業利益率にボラティリティが高いということをご指摘の通りですが、もう少し長い期間で見ると、収益性は改善傾向となります。粗利率は、価格改定効果が出るタイミングや、海上運賃の増減、原材料は水飴、油脂、砂糖等の価格高騰の影響を受けており、これらの要因で収益率は変動しております。また、米国では物価が上昇する中、人件費等も上昇しており、当社においても人件費は増加しております。更に、戦略的な成長投資としてHI-CHEWの広告投資、またChargelのマーケティング投資も行っており、その投入タイミングも収益率に影響します。これらの様々な要因が組み合わさり、増減に影響しているということになります。今期の変動幅は想定範囲内でございます。米国事業は重点領域であり、成長加速に向けて経営資源の投入は躊躇なく行ってまいりますので、施策の実行タイミングによっては、営業利益率は上下することをご理解いただければと思います。

Q. 第4四半期に予定している成長投資について。何を意図して投資をし、その結果どのような成果を見込んでいるのか、投資に対する考え方と数値目標等の指標を教えてください。投資家によっては、積極的な投資が今期の業績に負担になるとも感じるため、狙いや効果などをもう少しブレイクダウンしていただけると助かります。

A. 第4四半期の戦略的な投資の実行は、足元の業績と2030経営計画の達成、両方を意識して判断しております。2030経営計画は、売上高3,000億円、営業利益率12%、現状と比較して決して低い目標値ではないと理解しております。今期は21中計の最終年度でありその業績目標値は当然意識しておりますが、今期の目標を達成して終わりではなく、2030年に向けて一層強化していく必要がある領域や、企業価値向上のために必要な施策等を勘案し、全体のバランスを踏まえて、投資をする判断をしております。
