

平成30年3月期 第2四半期

# 決算説明会

2017年11月16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30年3月期  
第2四半期実績  
(平成29年4月～平成29年9月)**

# 【連結】第2四半期業績 (平成29年4月～平成29年9月)

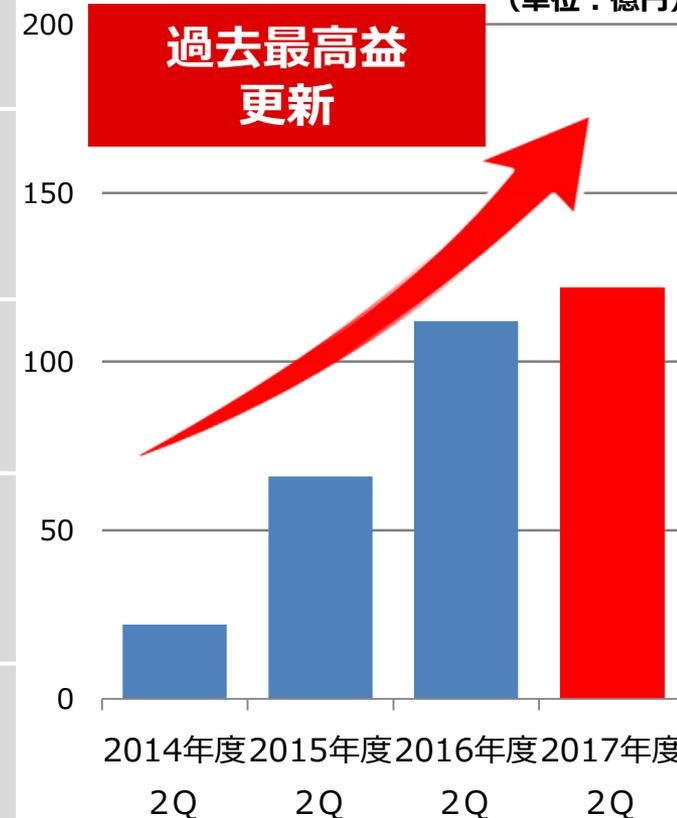
- 売上高：主力の食料品製造事業が伸長
- 損益：営業利益、経常利益、当期純利益は過去最高益を更新

(単位：百万円)

	平成30年3月期 第2四半期	前期実績	前期比較 (前期比)
売上高	106,057	99,005	+7,052 (107.1%)
営業利益	12,258	11,213	+1,045 (109.3%)
経常利益	12,669	11,564	+1,105 (109.6%)
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	8,658	7,828	+830 (110.6%)

## 営業利益 推移

(単位：億円)



# 【連結】第2四半期 セグメント情報 (平成29年4月～平成29年9月)

(単位：百万円)

事業 (売上高構成比)	売上高 (前期比)	セグメント利益 (前期比較)
食料品製造 (96.0%)	101,696 (107.5%)	12,119 (+951)
食料卸売 (2.8%)	3,004 (105.9%)	179 (▲1)
不動産・サービス (1.0%)	1,102 (88.5%)	317 (▲25)
その他 (0.2%)	254 (91.5%)	35 (+6)

## 【食料品製造】

### ■ 売上高

- ・国内の冷菓、健康が特に好調  
- inゼリー好調維持  
(前期比：115%)
- ・海外売上高 (前期比：102%)  
- 米国事業 (前期比：125%)

### ■ 損益

#### <増益要因>

- ・全部門増収
- 菓子食品 (前期比：105%)
- 冷菓 (前期比：106%)
- 健康 (前期比：118%)

## 【不動産・サービス】

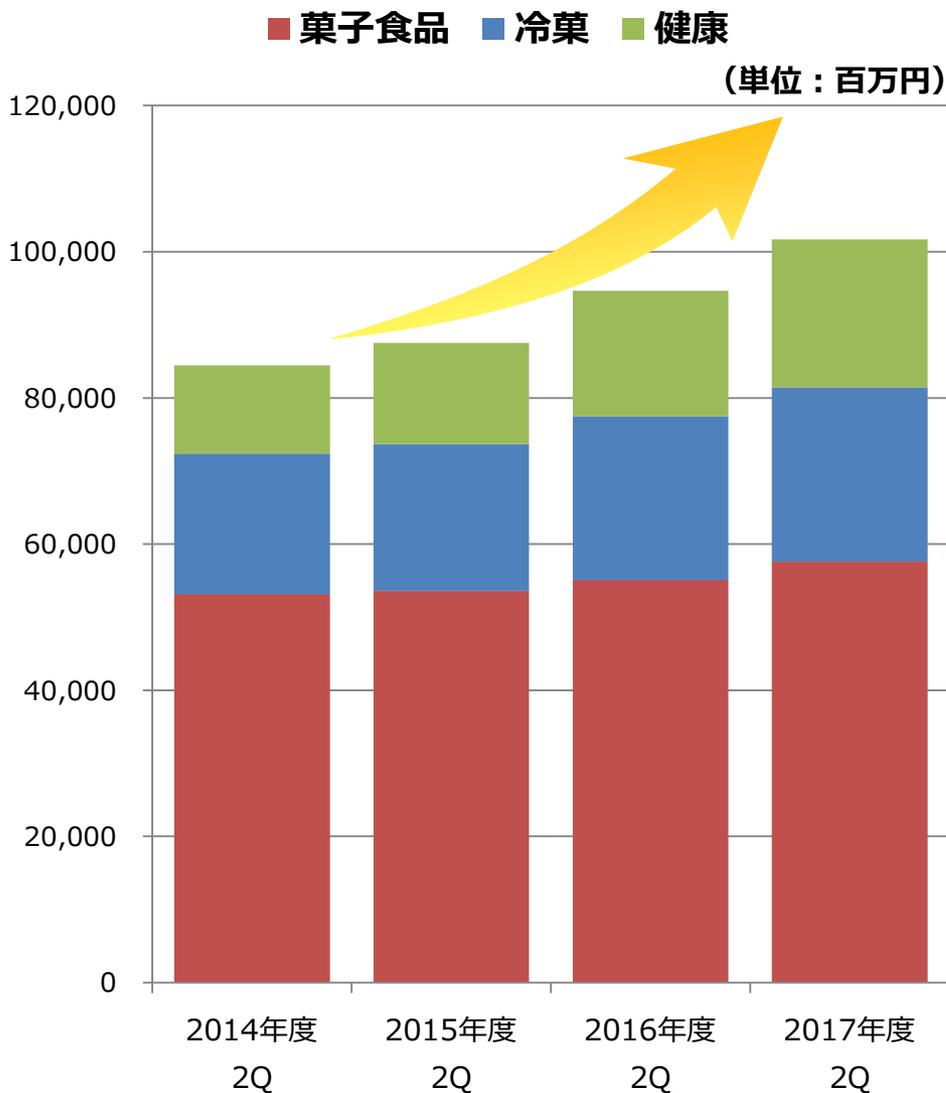
- ・ゴルフ事業子会社売却に伴う影響

# 食料品製造事業 売上高・営業利益の状況 (平成29年4月～平成29年9月)

(単位：百万円)	売上高			営業利益		
	平成30年3月期 第2四半期	前期比較	前期比	平成30年3月期 第2四半期	前期比較	増減率
連結売上高	106,057	+7,052	107.1%	12,258	+1,045	+9.3%
食料品製造	101,696	+7,053	107.5%	12,119	+951	+8.5%
菓子食品	57,634	+2,562	104.7%	3,579	▲24	△0.6%
冷菓	23,816	+1,383	106.2%	4,039	+430	+11.9%
健康	20,245	+3,107	118.1%	4,500	+545	+13.8%

拠点別売上高	平成30年3月期 第2四半期	前期比較	前期比
国内売上高	95,224	+6,942	107.9%
海外売上高	6,471	+110	101.7%
海外売上高比率	6.1%	△0.3P	

# 食料品製造事業 部門別売上高



## ■ 菓子食品

### ＜国内＞ 堅調に推移 主力ブランドの強化

- ・50周年を迎えたチョコボール (124%)
- ・ハイチュウ (104%)、ダース (103%)

### 健康切り口商品の好調継続

- ・カレ・ド・ショコラ (122%)、甘酒 (149%)、森永ココア (103%)

### ＜海外＞ 堅調に推移

- ・米国事業 (125%)



## ■ 冷菓

### ジャンボG引き続き好調に推移

- ・ジャンボG (104%)



## ■ 健康

### 機能性を訴求したマーケティング より高機能な新商品が好調に推移

- ・inゼリー (115%)



# 国内：菓子食品

2016年度2Q  
売上高

チョコボール

ハイチュウ

甘酒

カレ・ド・シヨクラ

プリンクルズ

その他

2017年度2Q  
売上高



菓子食品  
105%

## 主カブランド・健康切り口商品の増収



チョコボール  
124%



ハイチュウ  
104%



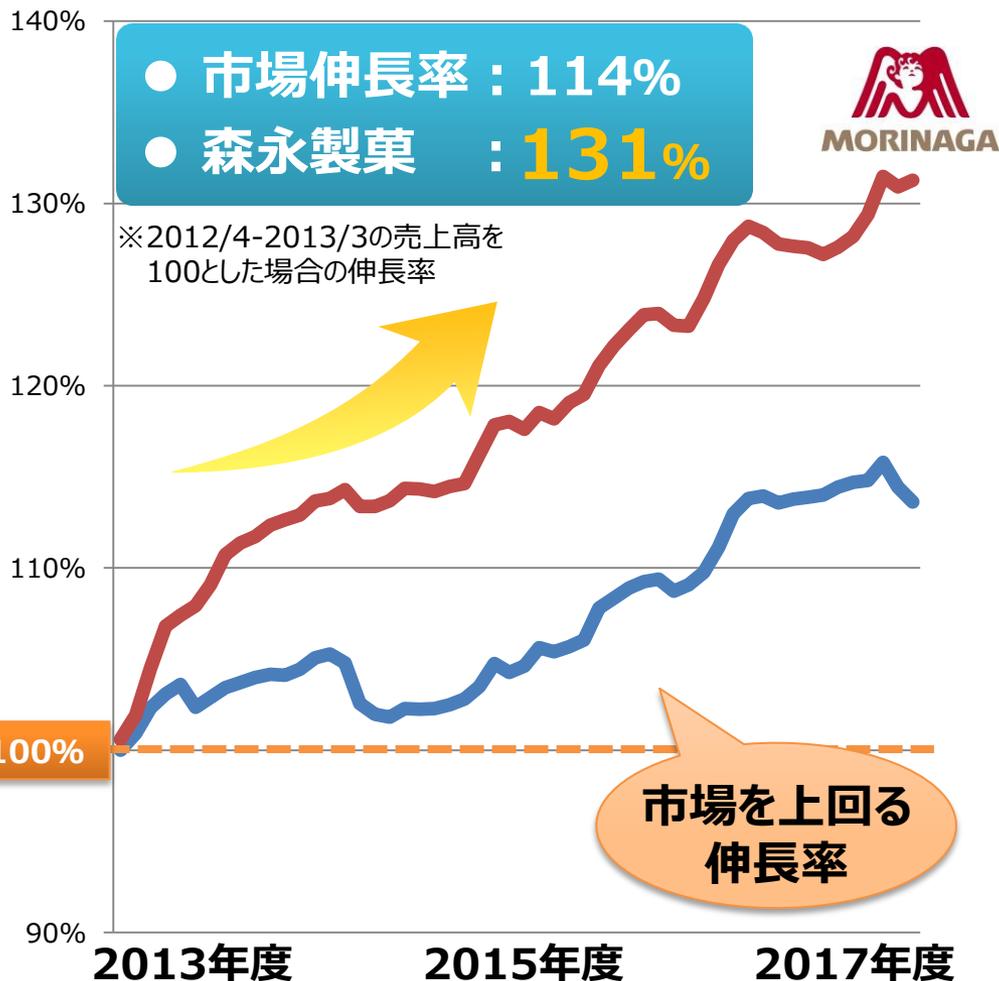
甘酒  
149%



カレ・ド・シヨクラ  
122%

# 国内：冷菓

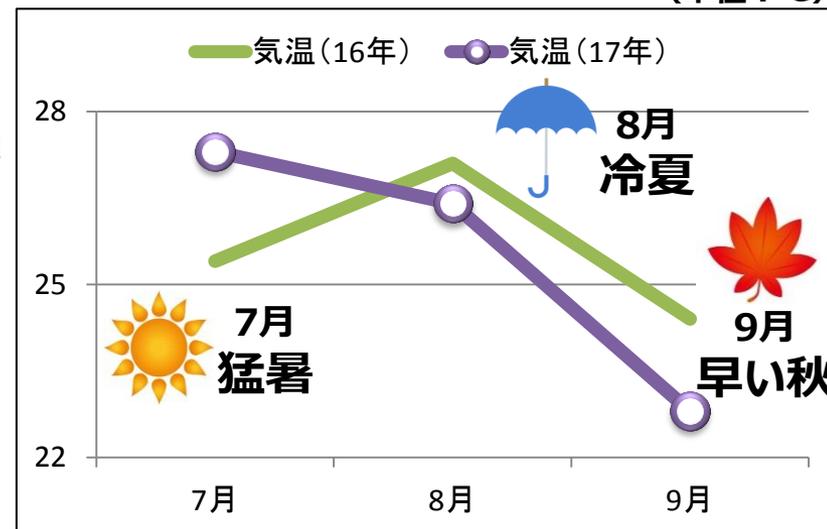
— 市場平均 — 森永製菓



出典：(株)インテージSRIデータ 販売金額ベース

森永製菓株式会社

(単位：℃)



出典：気象庁「東京 日平均気温の月平均値」を加工して作成

気温に左右されない強いブランド



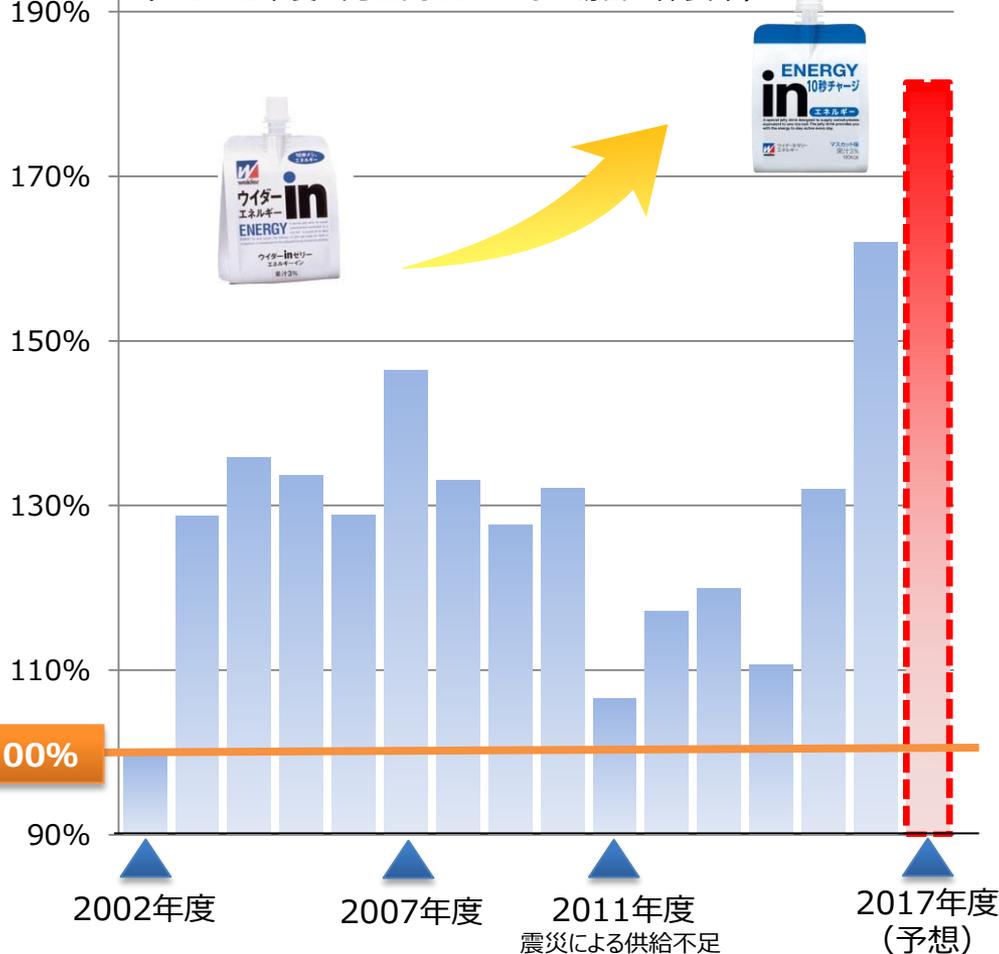
ジャンボG  
104% ➡

➡ 森永デザート(株) 製造ライン増設  
モナカG能力約2割増 (来春稼働予定)

# 国内：inゼリー

## inゼリー伸長率

(※2002年度の売上高を100とした場合の伸長率)



## < inゼリー伸長要因 >

### 1 簡便化ニーズの高まり

- ・多様な栄養素の効率的な摂取
- ・女性就業率の増加



### 2 体調不良ニーズの拡大

- ・気候の不安定化、温暖化
- ・様々な感染症の流行
- ・日常的な疲労感



### 3 スポーツ人口の増加

- ・カラダづくりにたんぱく質
- ・運動前のエネルギー摂取



# 国内：inゼリー

## 4 多様化するニーズへの対応



2017年4月  
inゼリー  
プレミアムライン 発売



広告投入  
トライアル促進

さらに効率的に  
エネルギーを  
摂りたい

多様な栄養素  
を補給したい

ニーズの延長をつくり出す  
幅広い  
購買層を獲得



NO. 1として更なる市場拡大を推進

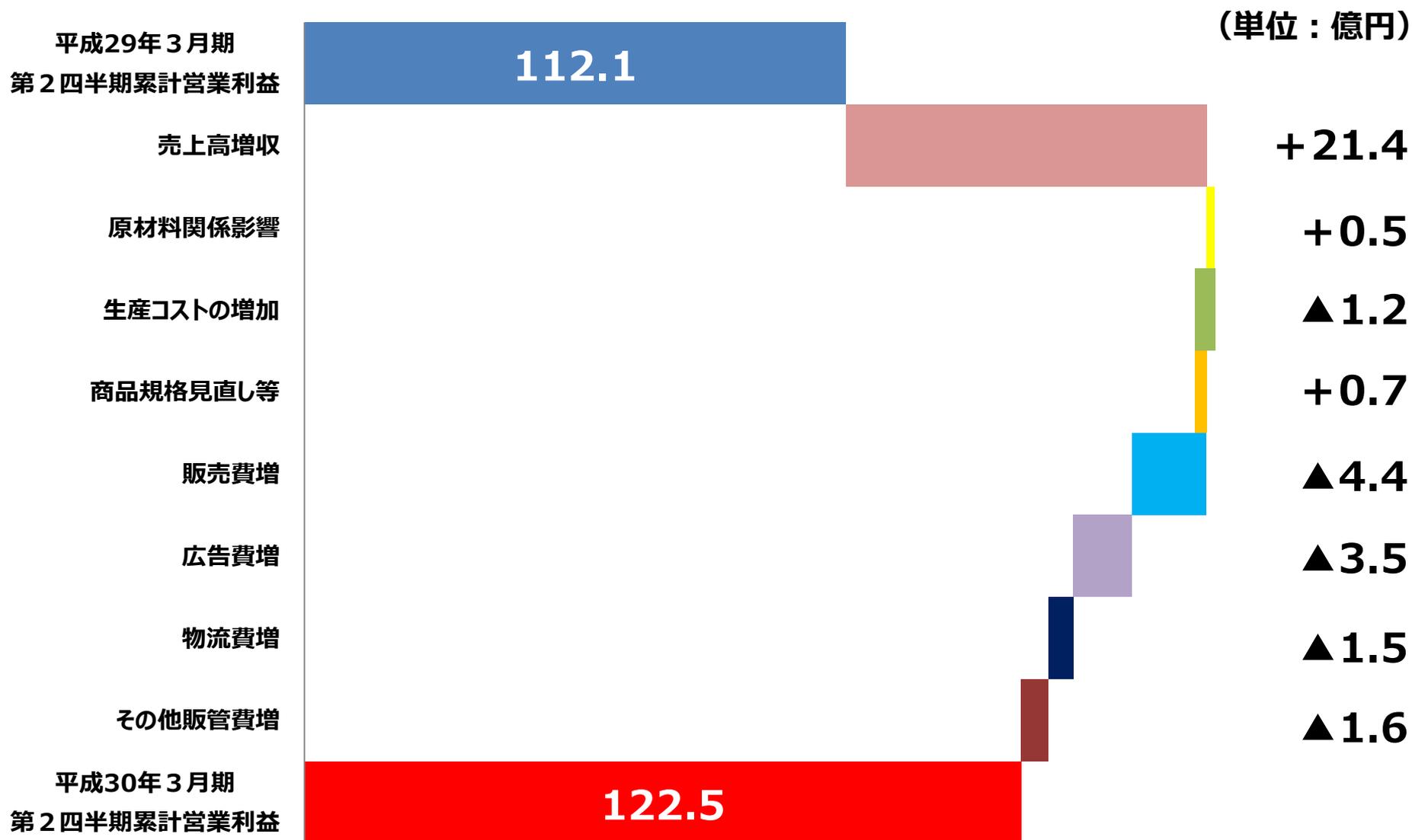
inゼリー  
115%

## 【参考】第2四半期 カテゴリー別売上高 (平成29年4月～平成29年9月)

(単位：億円)

カテゴリー	連結売上高			市場 前期比	当社主カブランド (国内売上のみ)	売上高 前期比 (%)
	平成30年3月期 第2四半期	前期金額	前期比較 (前期比)			
菓子食品部門	576	551	+25 (105%)			
キャラメル・ キャンディ	145	134	+10 (108%)	99	ミルクキャラメル ハイチュウ	95 104
ビスケット	105	107	▲1 (98%)	97	森永ビスケット	94
チョコレート	123	124	▲0 (99%)	103	チョコボール ダース	124 103
スナック	84	76	+8 (111%)	102	おっとと	96
ココア	18	17	+0 (104%)	110	森永ココア	103
その他 (粉ジュース含)	101	93	+8 (109%)			
冷菓部門	238	224	+13 (106%)	99	ジャンボグループ <sup>o</sup>	104
健康部門	202	171	+31 (118%)		i nゼリー	115

# 【連結】第2四半期 営業利益増減要因 (平成29年4月～平成29年9月)



# 今後に向けて

# 安定的な利益成長の実現に向けて

海外事業

「健康」切り口

新ステージ 営業利益 170億円水準

既存分野

効率化  
利益追求

営業利益  
50億円

2015年度

2016年度

2017年度

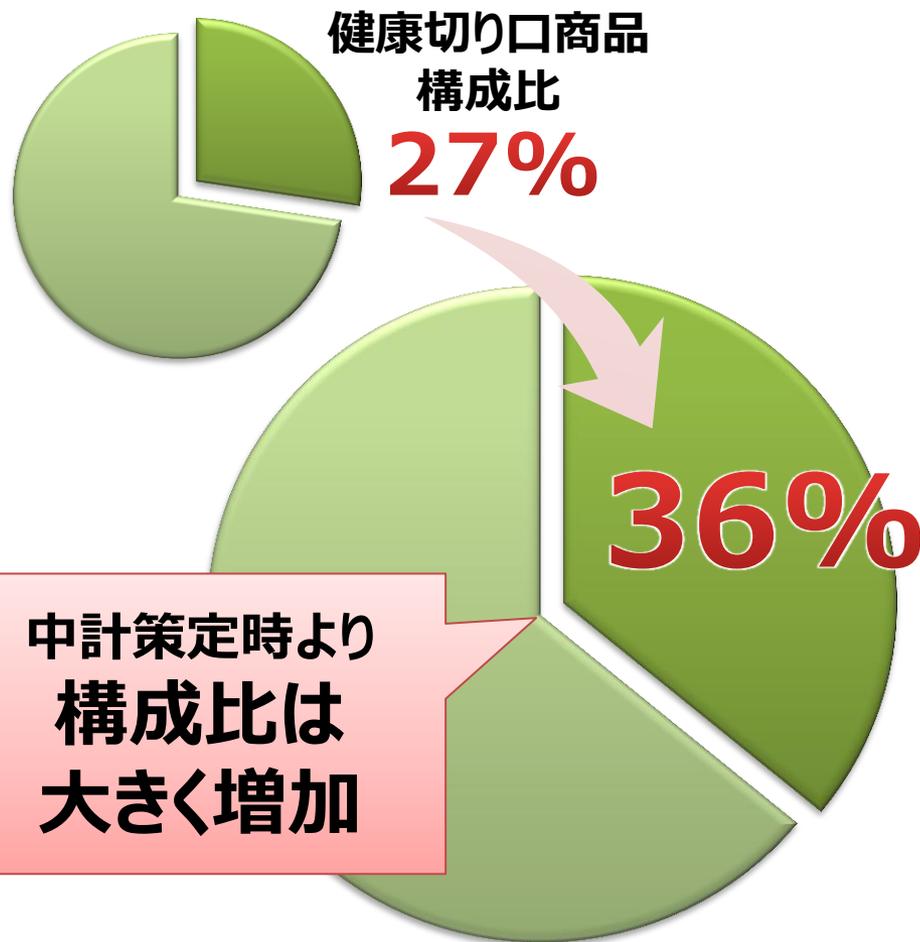


人材育成の強化

能力の見える化と戦略的育成

# 健康を切り口とした市場の伸長

## 健康切り口商品構成比推移



(2015年4-9月と2017年4-9月の比較)

いつでも  
簡単・手軽に

高崎森永(株) カレ・ド・シヨコラG  
➔ 製造ライン増強 (来期稼働予定)

### 健康切り口商品 ラインナップ<sup>o</sup>拡充

# inゼリー成長戦略

高機能



機能性充実に対するニーズ



ゼリー飲料  
“圧倒的No.1”  
の地位強化

朝食



機能性訴求強化

スポーツ



食シーンの拡大



ダイエット  
糖尿病



風邪



in 体調不良



熱中症

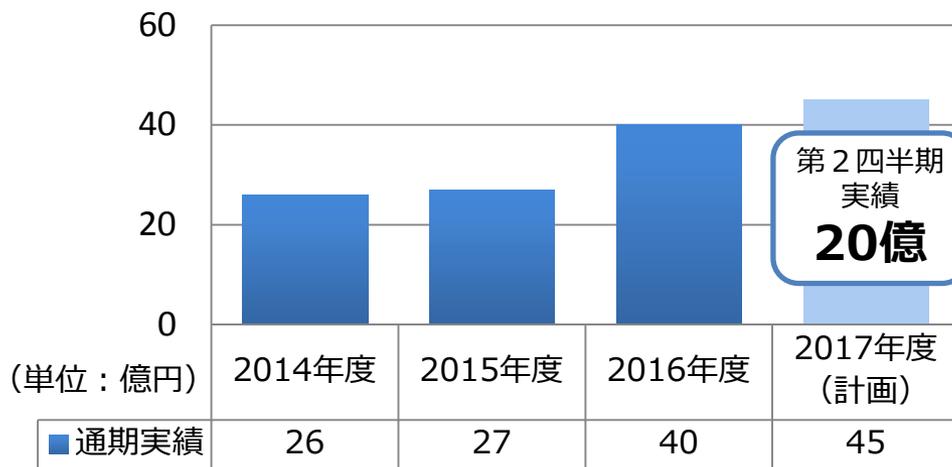
→ ユーザー拡大

## 海外事業売上推移

エリア別 (円換算)	2016年度 第2四半期	2017年度 第2四半期	前年 実績比	2017年度 計画 (今回修正)	前年 実績比
米国	16億	20億	125%	45億	113%
インドネシア	24億	18億	76%	37億	67%
中国、台湾、輸出	22億	25億	113%	56億	119%
合計	63億	64億	102%	139億	97%

海外売上高 比率	6.4%	6.1%	△0.3P	6.7%	△0.5P
-------------	------	------	-------	------	-------

# 海外事業：米国



## 現況と今後の戦略

- ・米系チャネル:新規導入は堅調に推移
- ・コストコ:特売抑制により前同未達

注力エリアでの定着強化に向けた施策を打つも、期首計画に及ばず。課題解決に向け販売施策の対応強化

西海岸の日系ストア中心から  
 米系ストアのキャンディコーナーへ



森永製菓株式会社

## 大手米系チャネル 導入は着実に進行



< 課題 >

導入率

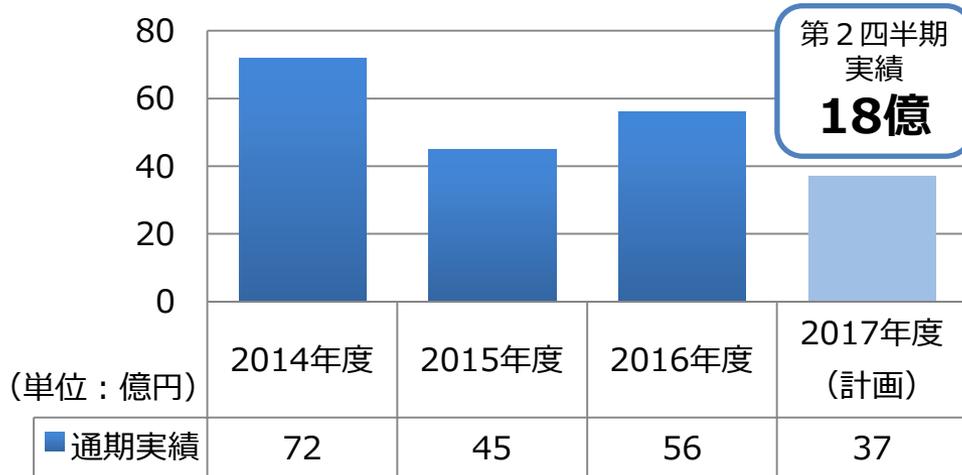
店頭回転

認知度



## 更なる HI-CHEW の浸透

# 海外事業：インドネシア



## 現況と今後の戦略

**【外部要因】**  
 インドネシアの消費財市場は鈍化傾向  
 天候不順も重なり、粉末飲料の販売低迷

**【HI-CHEWの動向】**  
 MT導入後の販促プロモーションに今後注力  
 高い商品価値を訴求し、HI-CHEWブランド  
 確立によるキャンディ市場でのシェア獲得を狙う

### MT市場向け

(ハラル認証)

### GT市場向け

## MT市場導入に向けた取り組み強化

< 課題 >

市場環境      導入率      店頭回転      認知度



タイ      ベトナム      フィリピン

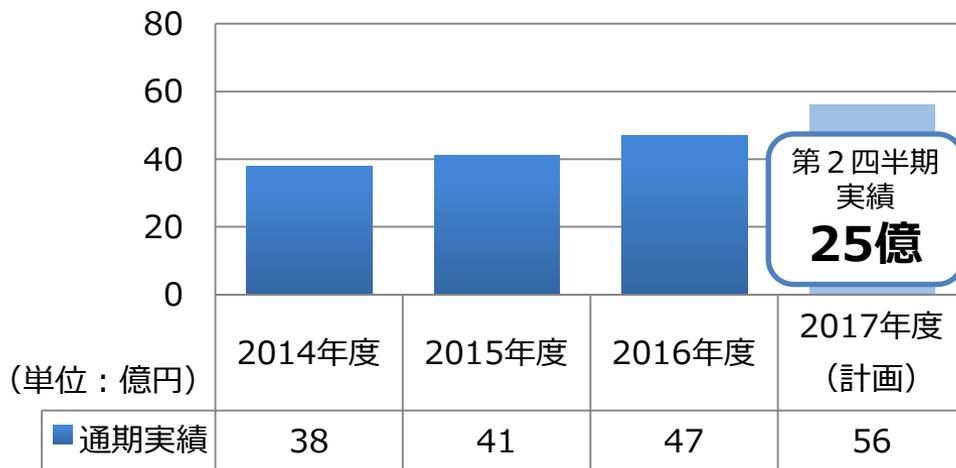
東南アジア開拓強化



サンプリング

更なる  
HI-CHEW  
の浸透

# 海外事業：中国・台湾・輸出



## 現況と今後の戦略

**【中国】**  
 砂糖菓子市場は伸長傾向、チャネルはECの急拡大に伴い、市場構造が大きく変化  
 ⇒ECでの展開強化を継続

**【輸出】**  
 現時点の国別売上は小規模。商品展開と営業施策により導入拡大に注力

### 中国



**ECマース  
販売強化**

### 台湾



**i nゼリー好調**

### 輸出



タイ



韓国



香港



**東南アジアを中心に  
主力ブランドを展開**

# 業績予想

(平成29年4月～平成30年3月)

## 【連結】平成30年3月期 業績予想 (平成29年4月～平成30年3月)

- 売上高：〈増収見込〉国内菓子食品部門、健康部門の主力ブランド堅調。
- 損益：〈増益見込〉増収効果。但し、人件費・物流費等は下期も上昇見込。

(単位：百万円)

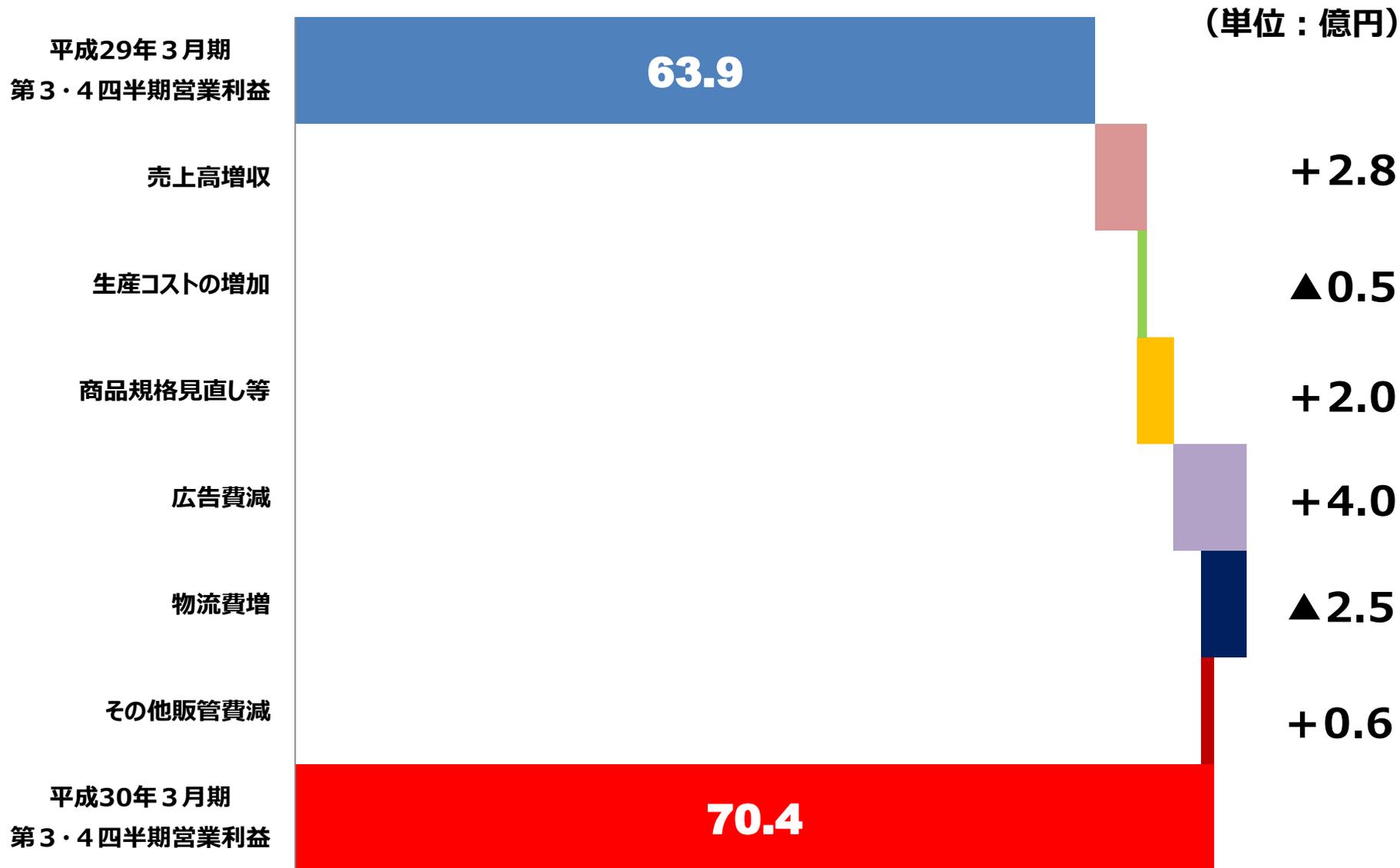
	平成30年 3月期	前期実績	前期比較 (前期比)
売上高	207,500	199,479	+8,021 (104.0%)
営業利益	19,300	17,612	+1,688 (109.6%)
経常利益	19,900	18,325	+1,575 (108.6%)
親会社株主に 帰属する 当期純利益	13,400	11,115	+2,285 (120.5%)

営業  
利益率  
**9.3%**

海外売上高  
比率  
**6.7%**

〈目標〉  
**10%**

# 【連結】第3・4四半期 営業利益増減要因



# 中期経営計画の振り返り

(単位：億円)

■ 売上高 (中期経営計画)   
 ■ 売上高 (実績・予想)   
 ● 営業利益 (中期経営計画)   
 ● 営業利益 (実績・予想)

