森永製菓株式会社

第171期 定時株主総会

2019年6月27日

議事進行のご説明

議決権数、
ご出席株主等ご報告

監査報告

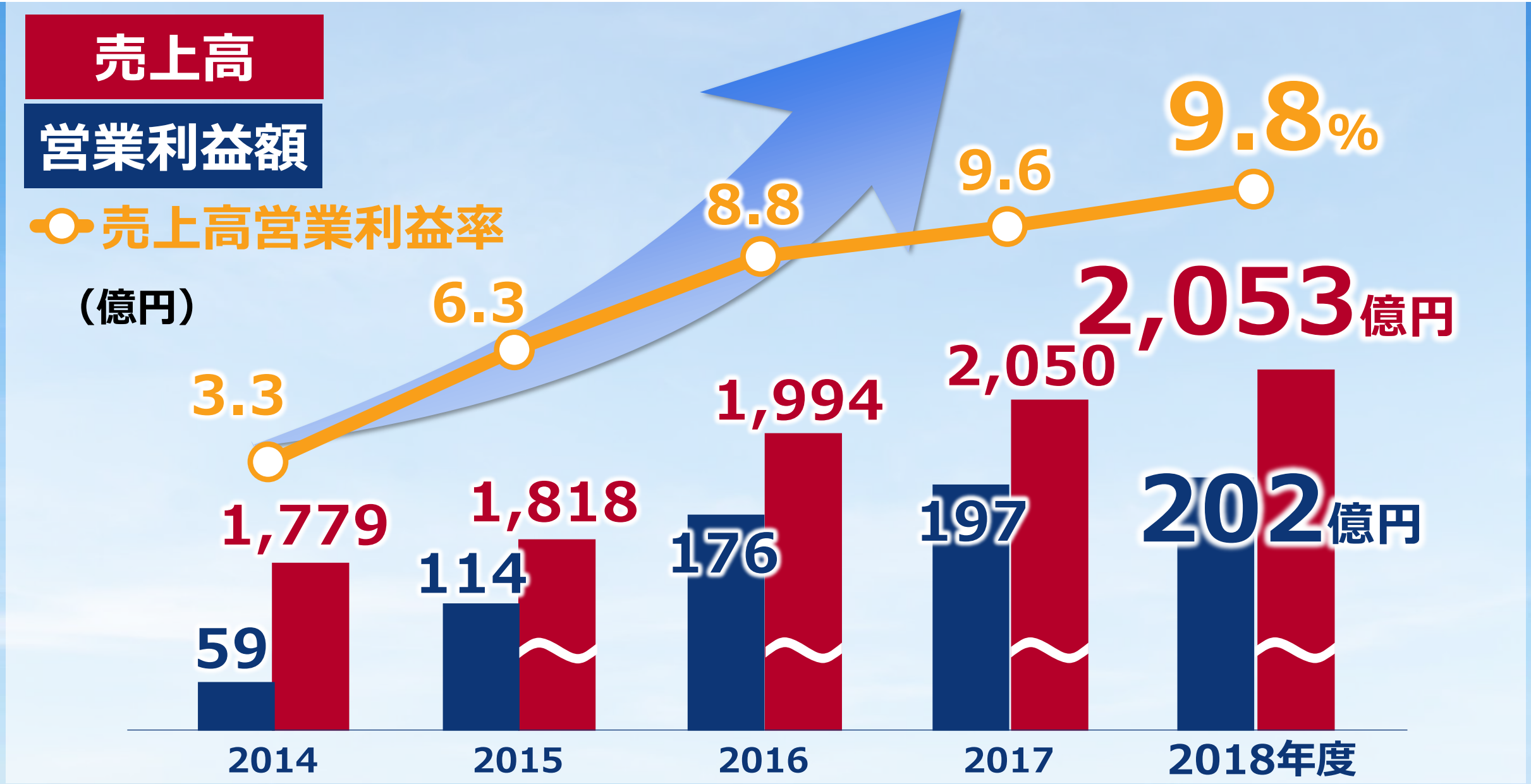
報告事項

業績概要

通期業績

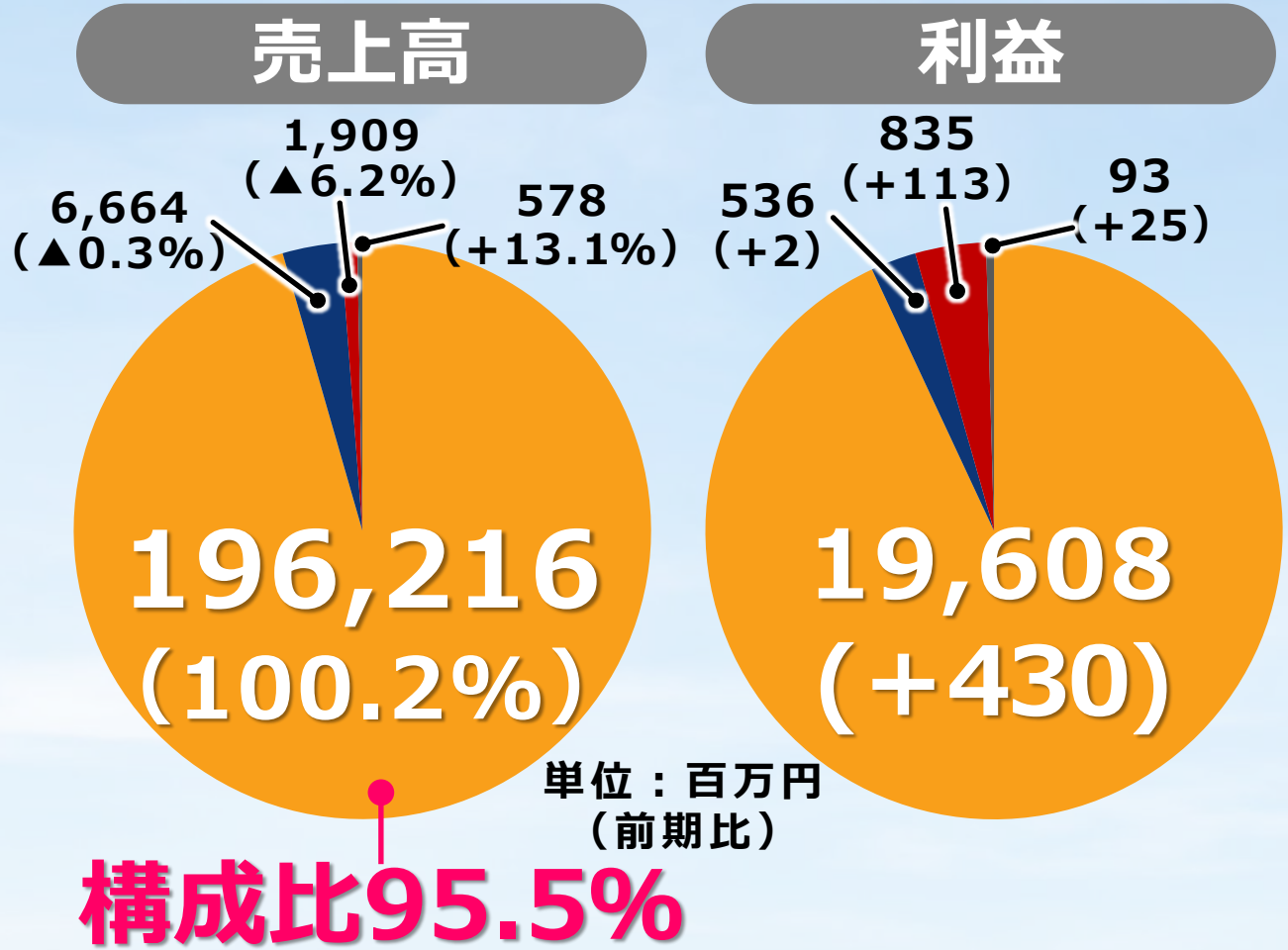
（百万円）	170期 2017年度	171期 2018年度	前期比較	
			(額)	(率)
売上高	205,022	205,368	+346	100.2%
営業利益	19,751	20,217	+466	102.4%
経常利益	20,422	20,767	+345	101.7%
親会社に帰属する当期純利益	10,289	12,816	+2,527	124.6%

売上高・営業利益の推移


売上高
営業利益額
売上高営業利益率
（億円）
3.3
6.3
8.8
9.6
9.8%
1,779
1,818
1,994
2,050
2,053億円
59
114
176
197
202億円
2014
2015
2016
2017
2018年度

セグメント業績

食料品製造事業が好調



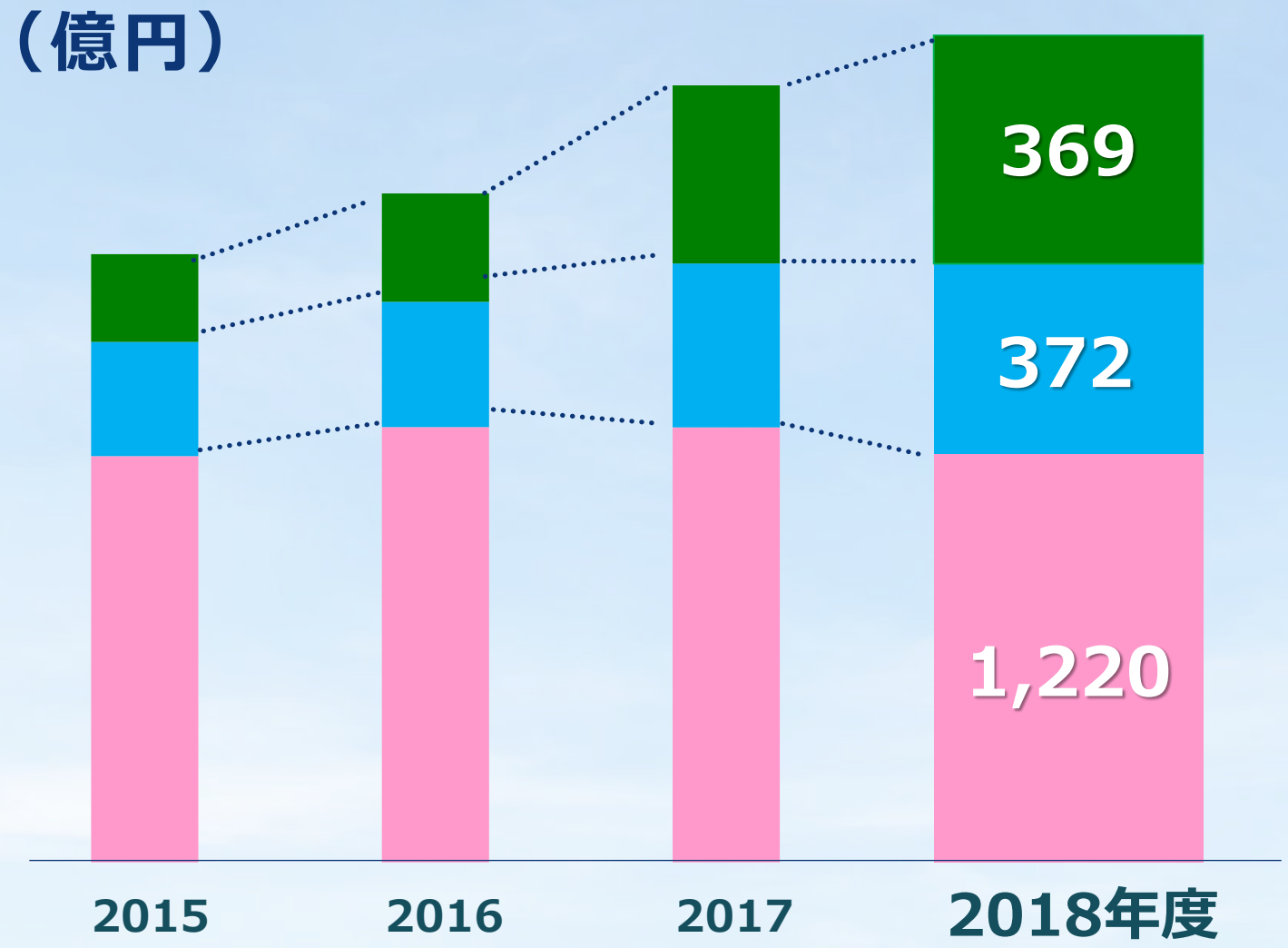
食料品製造

食料卸売

不動産・サービス

その他

食料品製造事業　各部門の売上推移



健康

前期比 ↗

＋15億円

冷菓

前期比 ↗

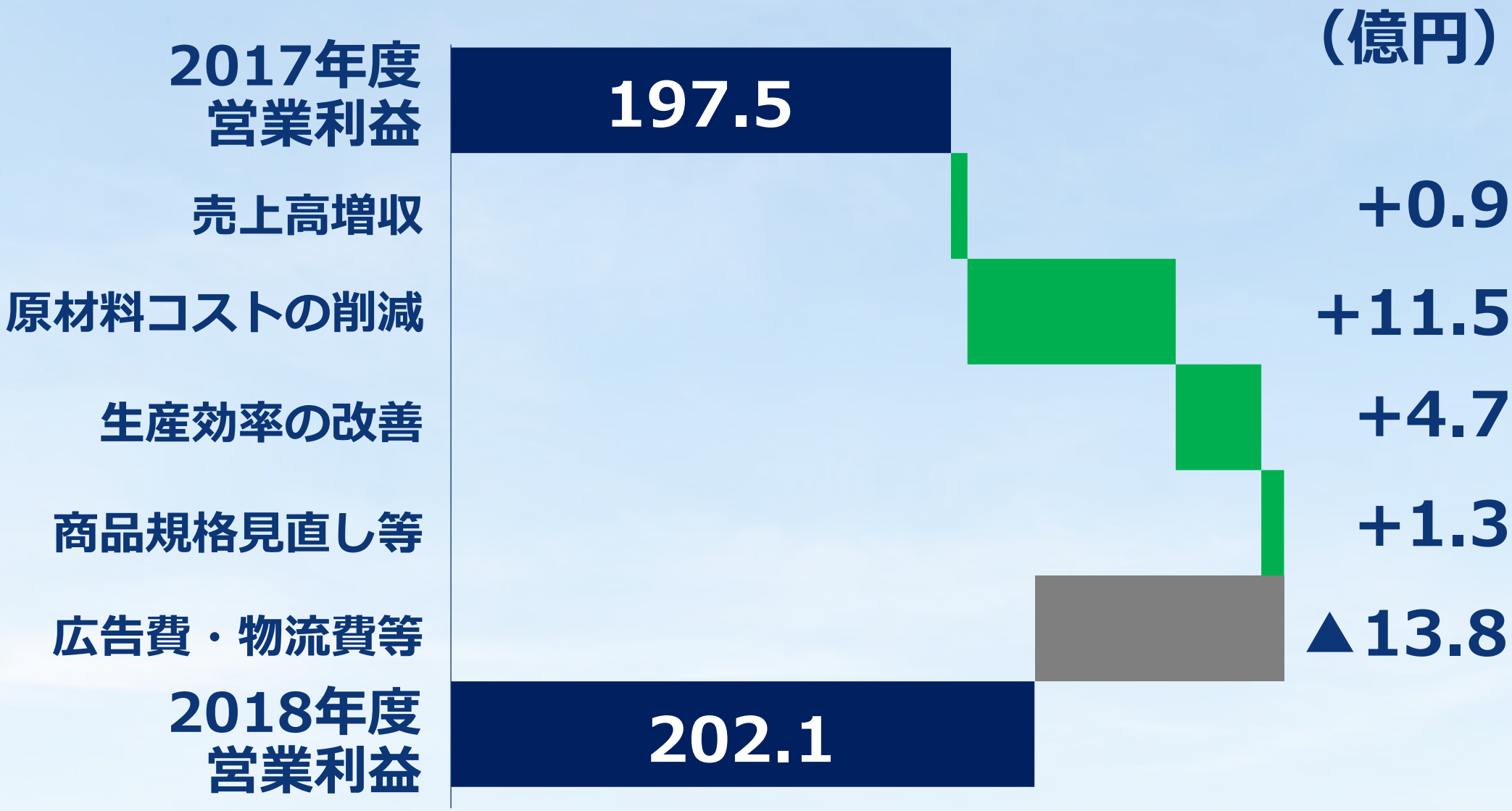
＋1億円

菓子食品

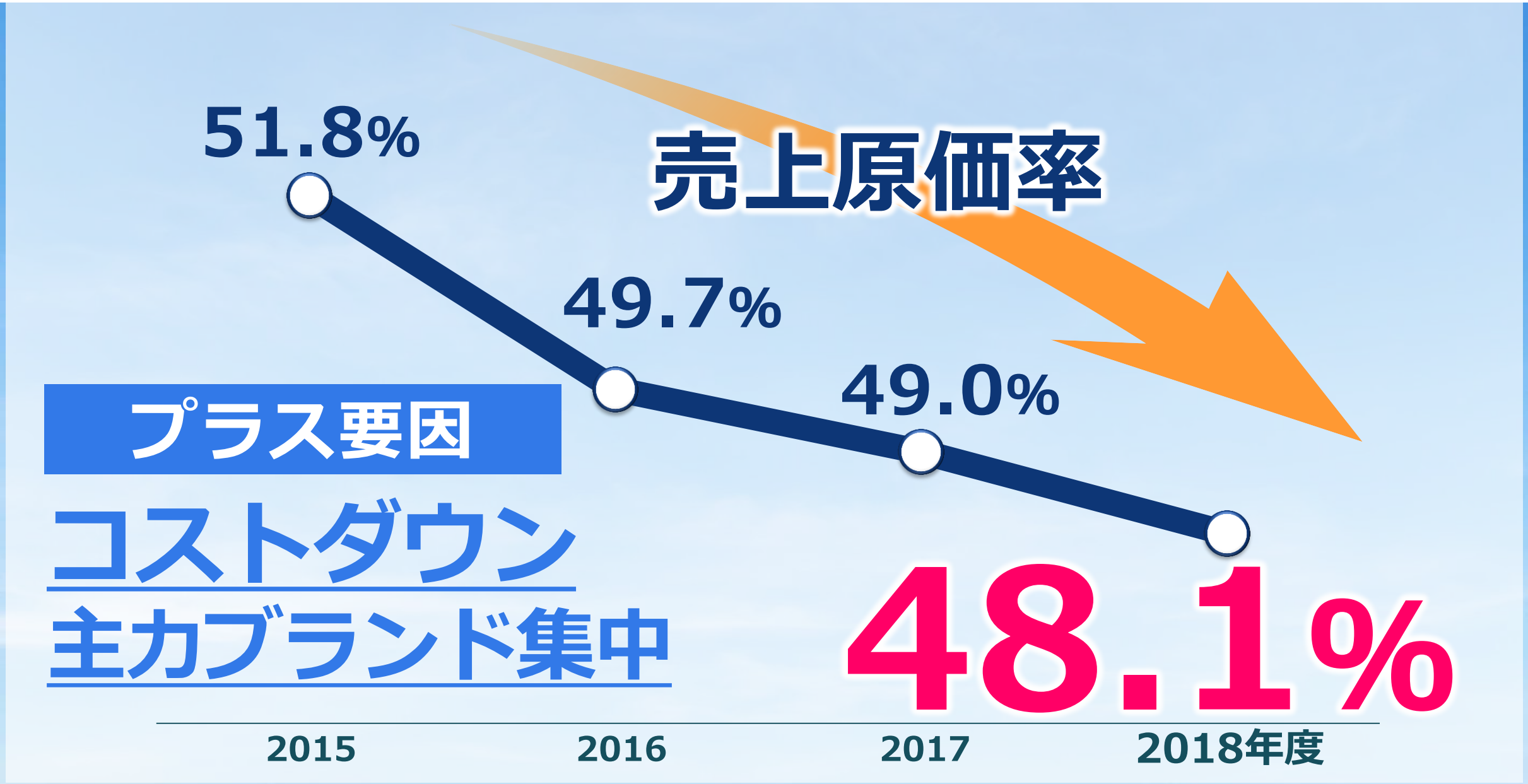
前期比 ↘

▲13億円

営業利益増減要因


（億円）
2017年度
営業利益
197.5
売上高増収
+0.9
原材料コストの削減
+11.5
生産効率の改善
+4.7
商品規格見直し等
+1.3
広告費・物流費等
▲13.8
2018年度
営業利益
202.1

原価率の改善状況



プラス要因

コストダウン

主力ブランド集中

好調商品群　菓子食品部門

大人需要商品が好調







チョコボール

前同比107%

好調商品群　菓子食品部門

MORINAGA

新商品好調



カレ・ド・ショコラ

前同比105%

ウェルネス商品が好調





森永ラムネ　　小麦胚芽のクラッカー

前同比149%　前同比125%

好調商品群　冷菓部門

売上高
18年
連続



過去最高売上 更新

2000

2018年度

※2000年度を100とした場合の伸長率

好調商品群　冷菓部門

次世代商品も好調









好調商品群　健康部門

市場拡大＆ユーザー増



ｉｎゼリー売上高



品目増・テレビＣＭ実施







ｉｎバー売上高



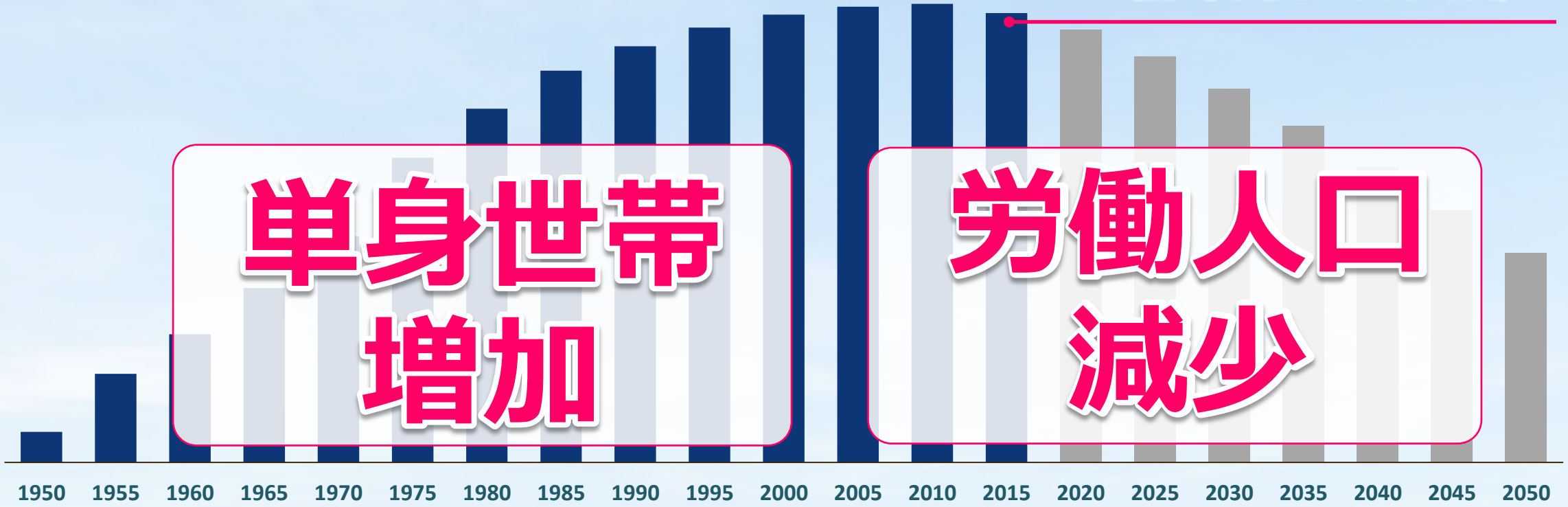
今後の事業戦略

国内外の環境変化

人口減少時代へ突入

日本の人口推移と将来予測

2019年5月
1億2千6百万人
前年比30万人減



単身世帯
増加

労働人口
減少

出典：総務省、厚生労働省のデータを基に当社作成

国内外の環境変化



原材料価格
高騰



人件費・物流
コスト上昇

国内外の環境変化





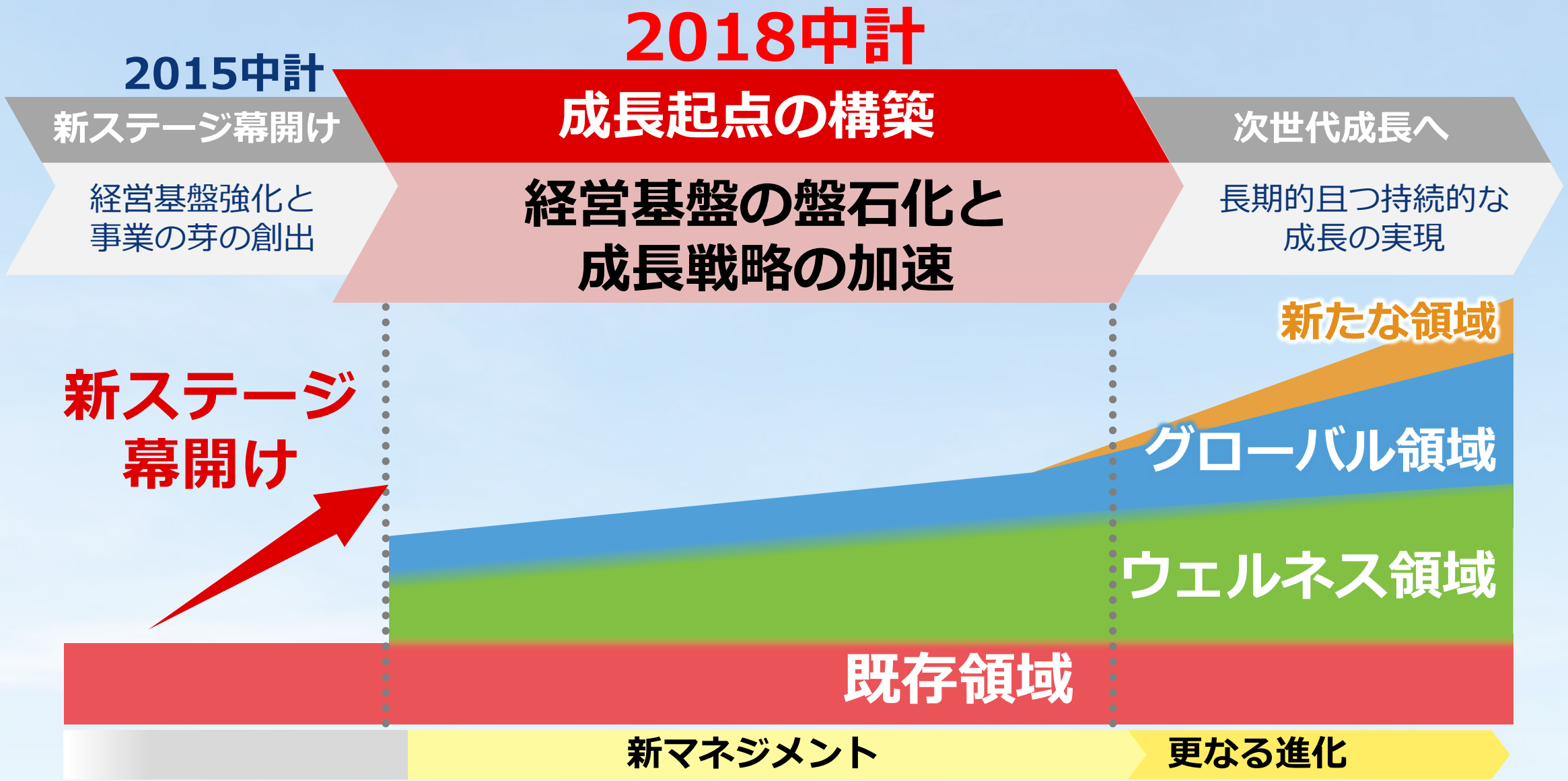


訪日外国人3000万人突破

多様化する販売チャネル

健康意識の高まり

安定的な利益成長の実現に向けて



安定的な利益成長の実現に向けて

マーケティング

- 市場で勝ち抜く事業ポートフォリオ形成

営業

- 伸長市場へ対応加速
- 営業生産性の向上

生産

- 国内拠点集約・再編
- 生産効率の向上

海外

- 米国でのブランド確立
- 新たなエリアの開拓

森永の主力８ブランド

主力ブランドへの集中

















販売チャネル・マーケティング強化
ブランド価値をより強く

マーケティング
営業

主力ブランドの売上拡大

MORINAGA









コンビニエンス
ストア

ハイチュウ™





ドラッグストア





スーパー

多様化するお客様ニーズへの対応

マーケティング
営業

ウェルネス領域の拡充

■積極的な広告投資





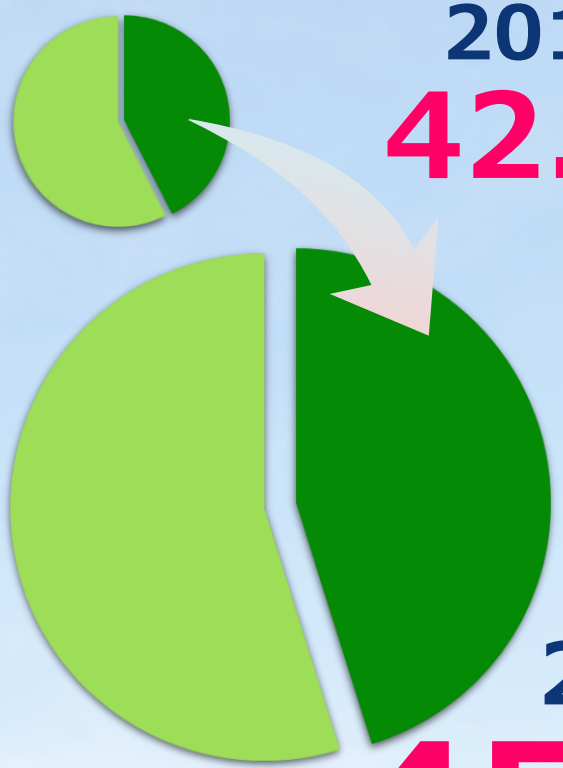
■戦略的な売り場展開











2017年度
42.5%

2018年度
45.2%

ウェルネス比率目標50%

※ウェルネス関連商品／〔国内〕菓子食品・健康部門売上

inゼリー戦略

MORINAGA

■ユーザーの拡大





飲用シーン訴求

■次世代ユーザー育成





ルート限定　季節限定

差別化された新機能

ブランド価値強化

生産体制の再構築

人件費増	省人化ラインの構築
設備の老朽化	生産能力の増強
顧客ニーズ多様化	柔軟な生産量・品目

国内2工場閉鎖

生産拠点の集約

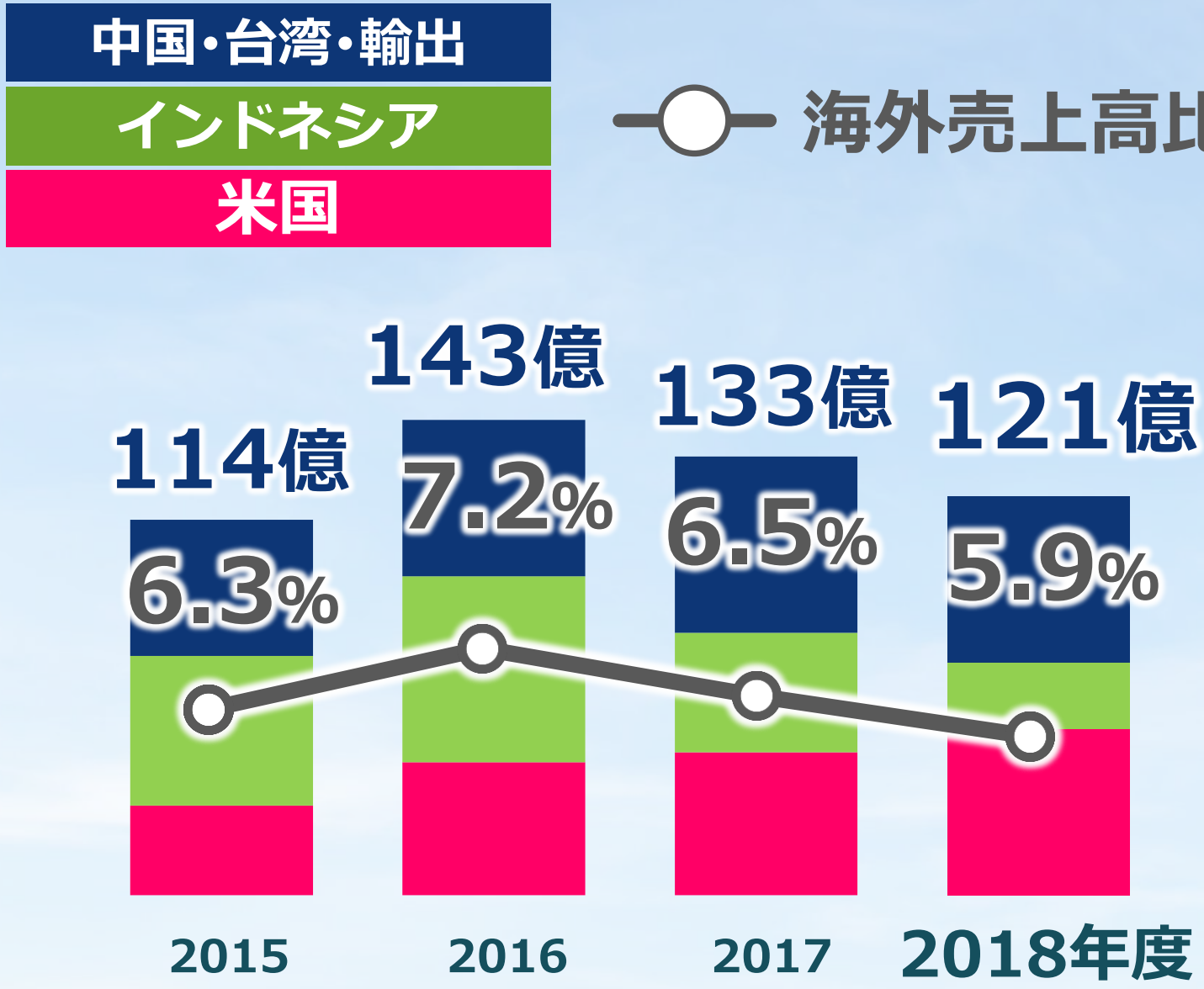
高崎第3工場建設計画

2020年４月竣工



生産効率化・供給体制強化

海外売上高推移



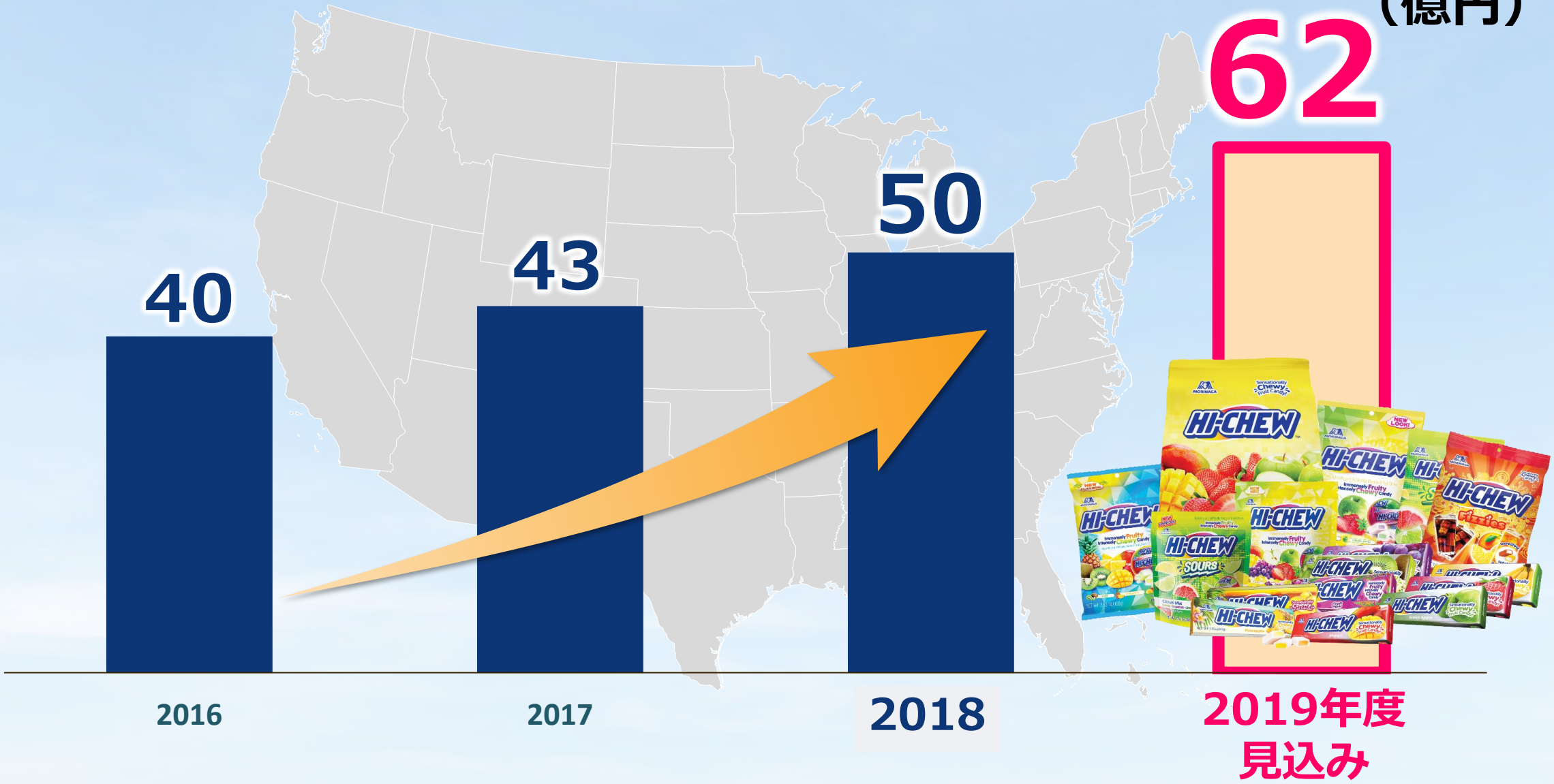
2019年1月
インドネシア
合弁事業の
提携解消

海外

米国HI-CHEW売上高推移

MORINAGA

（億円）



ユーザー開拓に向けた取り組み



全米でテレビCM実施







認知度向上・導入エリア拡大

中国エリアの販売網強化



小売店と
ネット販売の
複合戦略

5年連続
増収へ

アジア・オセアニア市場の開拓



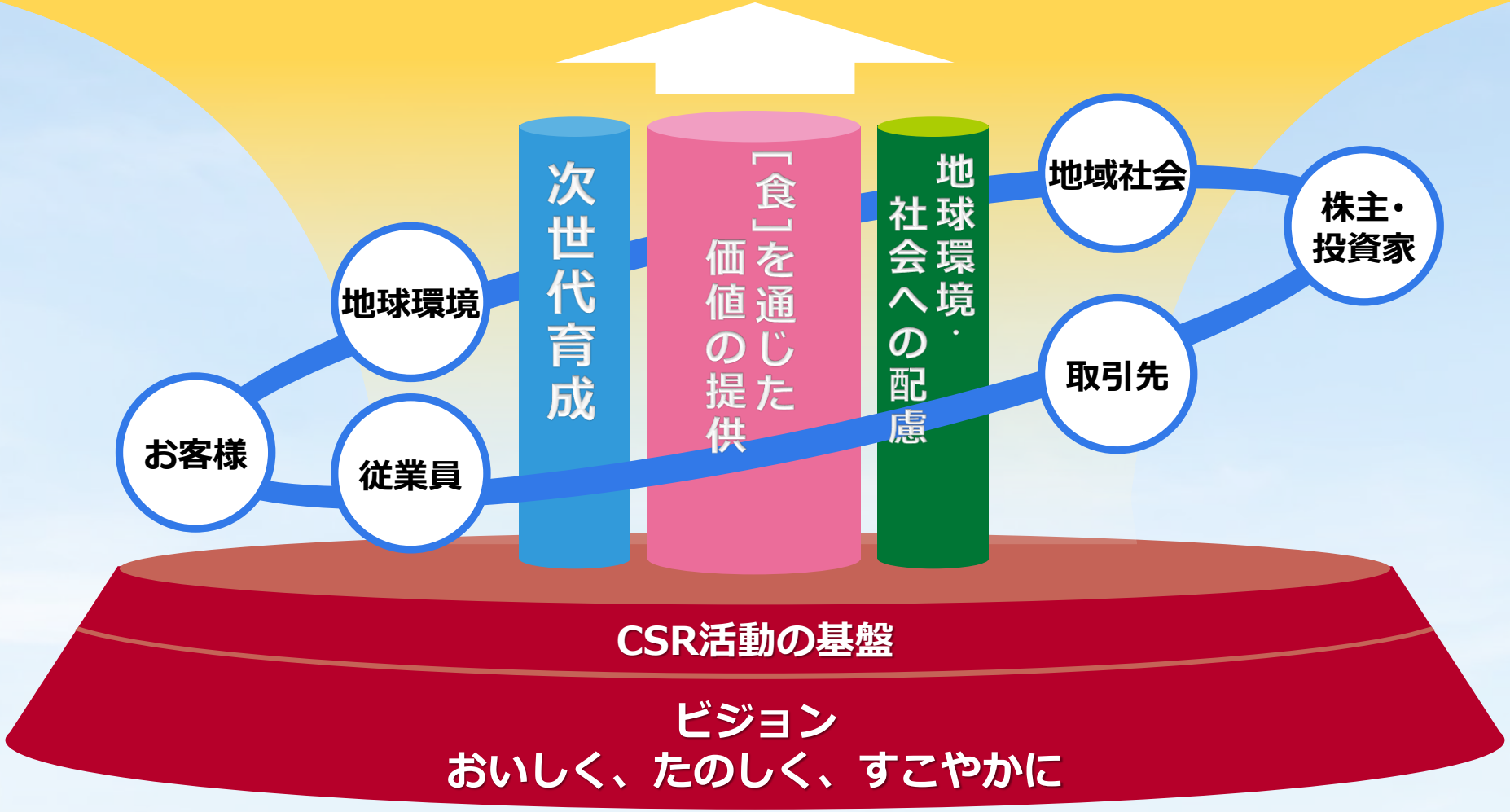


新たな市場の獲得

CSR活動の推進

CSR基本方針

「食」を通じた持続可能な社会の実現



CSR　品質保証、環境への取り組み

JMA FSSC REGISTRATION CENTER JMAQA-FC

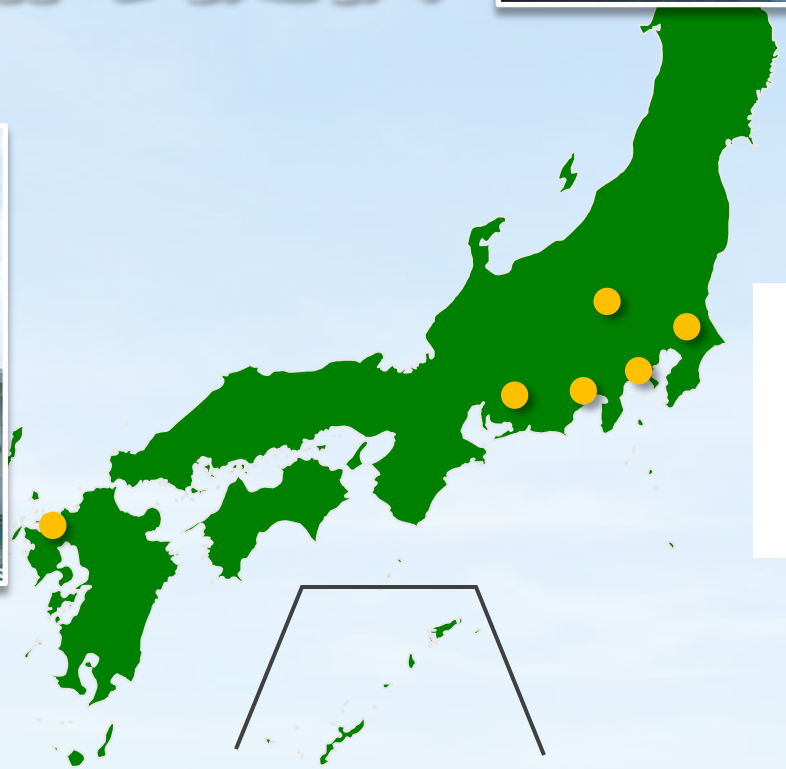
FSSC 22000

安全な食品の提供









ISO14001

環境への配慮

CSR　食育、自然体験を通じた社会貢献活動





無人島探検隊





森のようちえん







出張授業

働き方改革

柔軟なワークスタイルと健康経営

プラチナくるみん
子育てサポートしています

仕事と育児の両立



テレワークの
活用推進



ダイバーシティ
フォーラム共催

2019
健康経営優良法人
Health and productivity
ホワイト500

２年連続認定

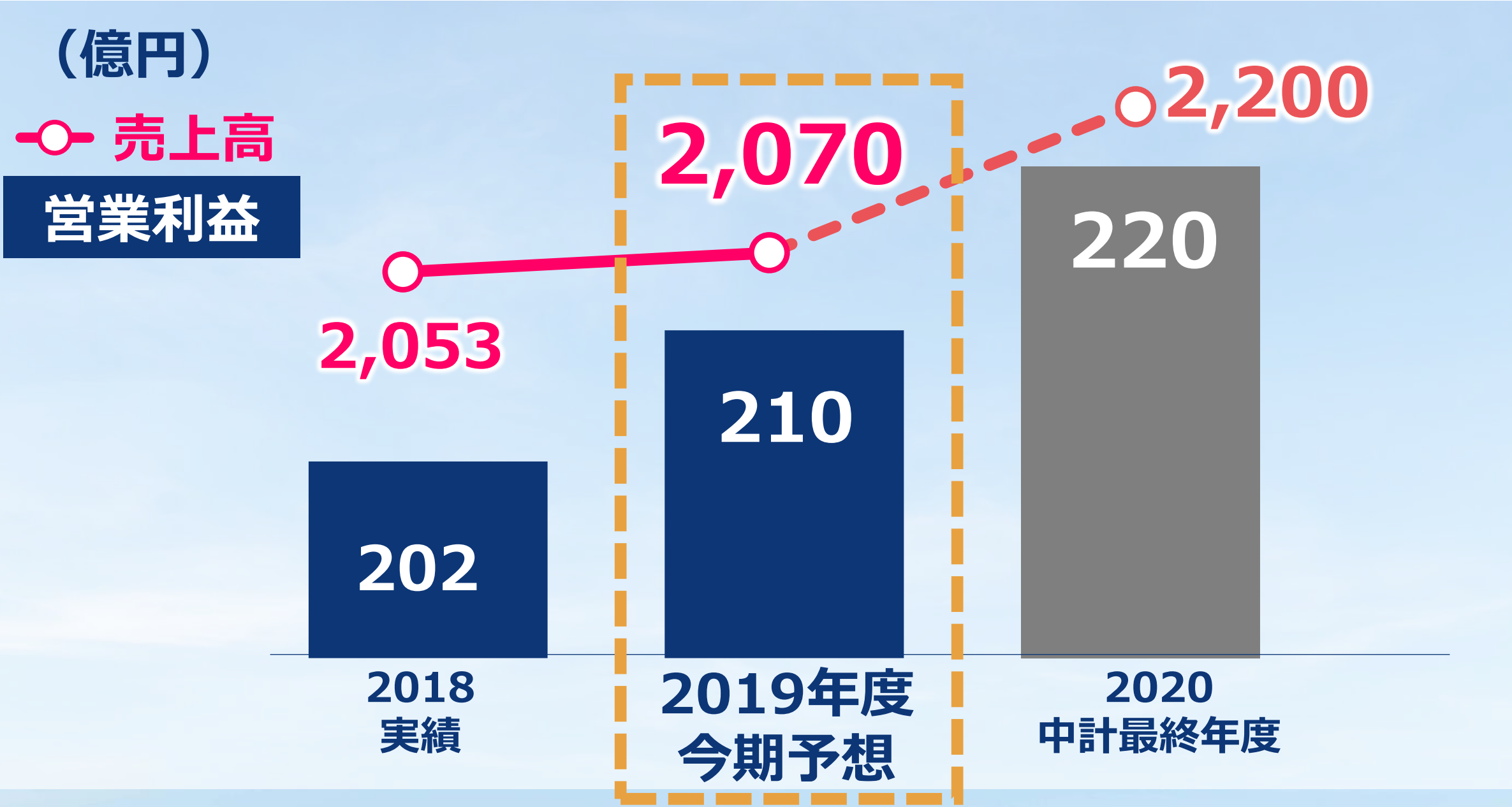




オリジナルの「森永体操」実施

さらなる成長へ

経営目標


（億円）
売上高
営業利益
2,053
2,070
2,200
202
210
220
2018
実績
2019年度
今期予想
2020
中計最終年度

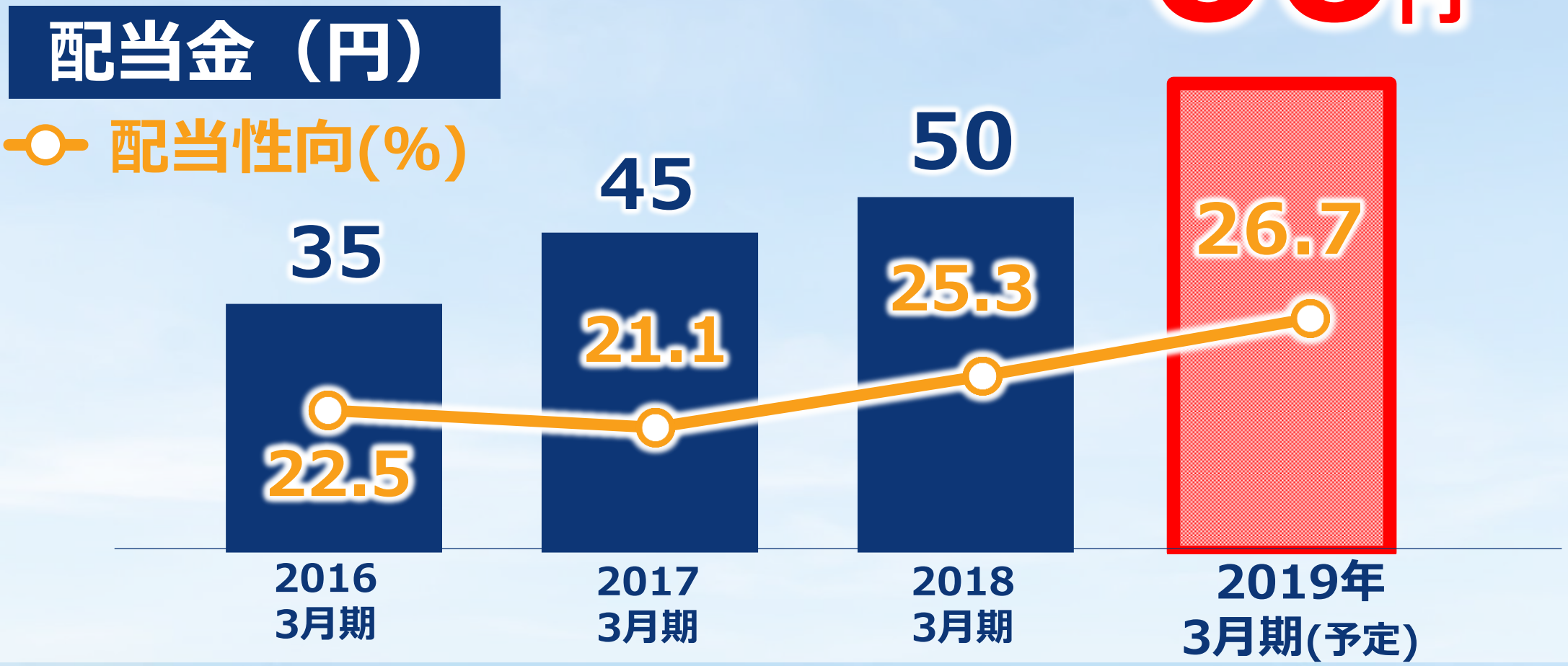
重要経営指標

		2018年度 実績	2020年度 目標
収益性	売上高営業利益率	9.8%	10%
成長性	ウェルネス売上高比率 ※ウェルネス関連商品／〔国内〕菓子食品・健康部門売上	45.2%	50%
	海外売上高比率	5.9%	10%
効率性	ROE	13.2%	10%以上
健全性	自己資本比率	54.8%	50%以上
株主還元	配当性向 ※2019年6月27日株主総会決議事項	26.7%	30%

株主還元

16円の増配

66円









MORINAGA

120th since 1899









今後とも一層のご支援を賜りますよう
お願い申し上げます

決議事項

決議事項

第１号議案

剰余金の処分の件

決議事項

第２号議案

取締役９名選任の件

決議事項

第３号議案

監査役２名選任の件

新役員紹介

MORINAGA

取締役

森（もり）　信也（しんや）

取締役

藤井（ふじい）　大右（だいすけ）

MORINAGA

監査役

五十嵐（いがらし）　章之（あきゆき）

監査役

岩本（いわもと）　洋（ひろし）