

平成23年3月期
第2四半期決算説明会

2010年11月10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。



2010年度 第2四半期業績

2010年度は今まで取り組んできた基本戦略を継続し、深化させてまいりました。
主力ブランド(パワーブランド)を中心とした売上規模の回復・拡大
生産効率向上を目指した業務改革の推進
全社的なローコストオペレーション

2010年度第2四半期 【連結】業績 (10.4 ~ 10.9)

(単位:百万円)

	2010年度 第2四半期	前期比較 (前期比)	5/11発表予想 増減額
売上高	82,657	39 100.0%	1,543 98.2%
営業利益	3,904	1,036	1,804
経常利益	4,186	1,074	1,886
四半期純利益	2,199	344	999

売上高：第1四半期は消費の冷え込みで厳しい状況でしたが、第2四半期は猛暑の影響もあり、冷菓（アイスクリーム）や健康（インゼリー）が好調に推移しました。
利益：「売上原価の低減」と「プロダクトミックス」により増益となりました。

2010年度第2四半期 セグメント情報

(単位:百万円)

	売上高 前期比	構成比	営業利益 (前期比較)
食料品製造	69,604 100.2%	84.2%	3,196 (988)
食料卸売及び飲食店	11,195 98.5%	13.5%	282 (0)
不動産及びサービス	1,557 104.7%	1.9%	536 (80)
その他	300 110.1%	0.4%	104 (50)

売上高：食料品製造事業が微増収、食料卸売及び飲食店が減収で、特に飲食店部門が苦戦しました。
営業利益：主柱の食料品製造事業で+10億円となりました。

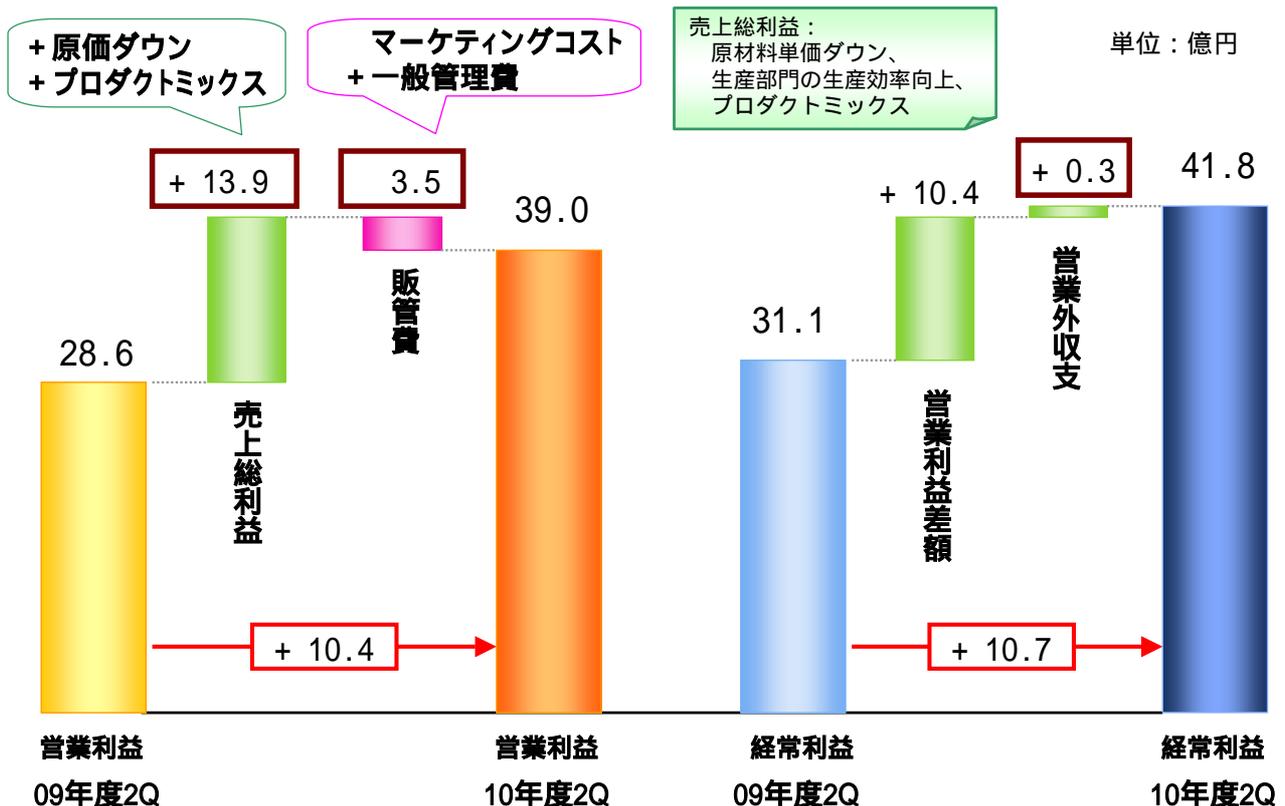
2010年度第2四半期 売上高の状況

(単位:百万円)

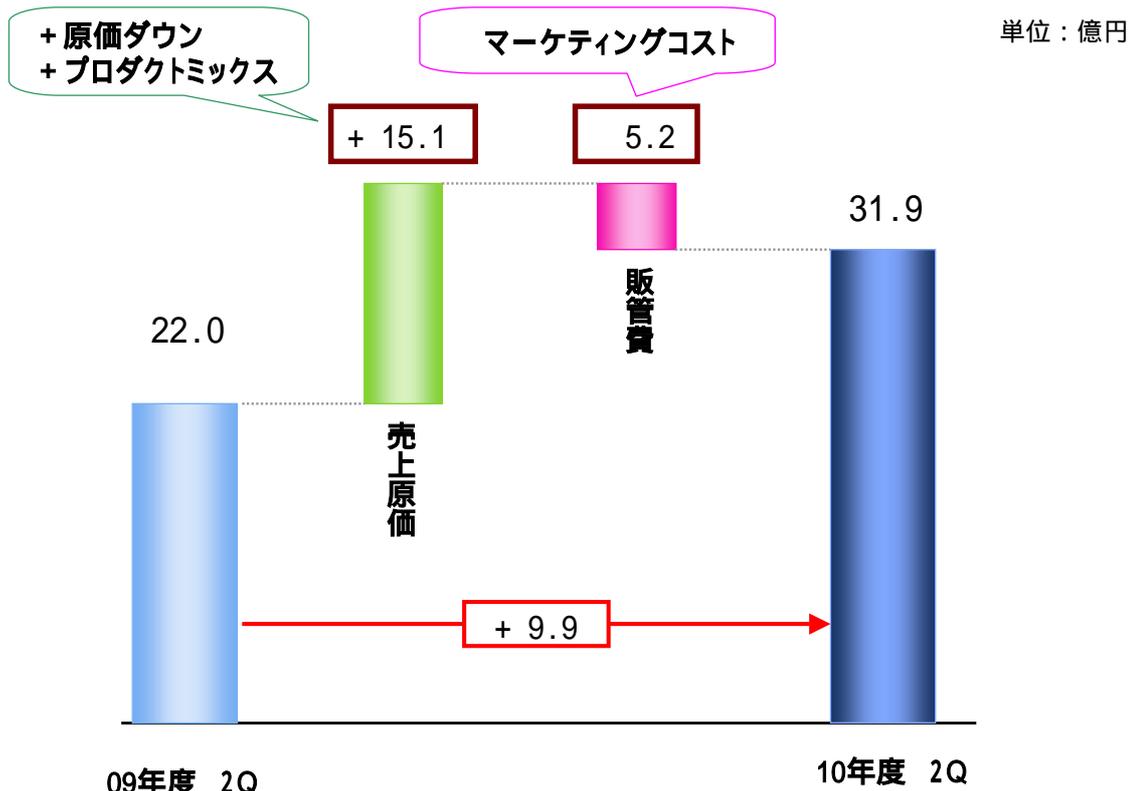
	第2四半期	前期比較	前期比
連結売上高	82,657	39	100.2%
食料品製造	69,604	111	100.2%
菓子部門	34,662	2,201	94.0%
食品部門	4,687	37	100.8%
冷菓部門	16,184	1,389	109.4%
健康部門	13,604	1,108	108.9%

菓子部門が苦戦し、冷菓及び健康部門が好調に推移しました。

第2四半期 【連結】営業利益・経常利益増減要因



第2四半期【食料品製造】セグメント利益増減要因



原材料別の価格変動要素

【第2四半期前期比較】

単位：億円

原料	3億
材料	3億
原材料計	6億

【購入単価の第2四半期動向】

		前期比 (%)
原料	糖化製品	95
	海外乳製品	100
	粉類	82
	砂糖	107
	油脂	91
	カカオ関連	107
材料	紙器	94
	段ボール	100
	軟包材	96

取組みテーマレビュー

2010年度 < 2009年度の取組み継続 >

現業の進化

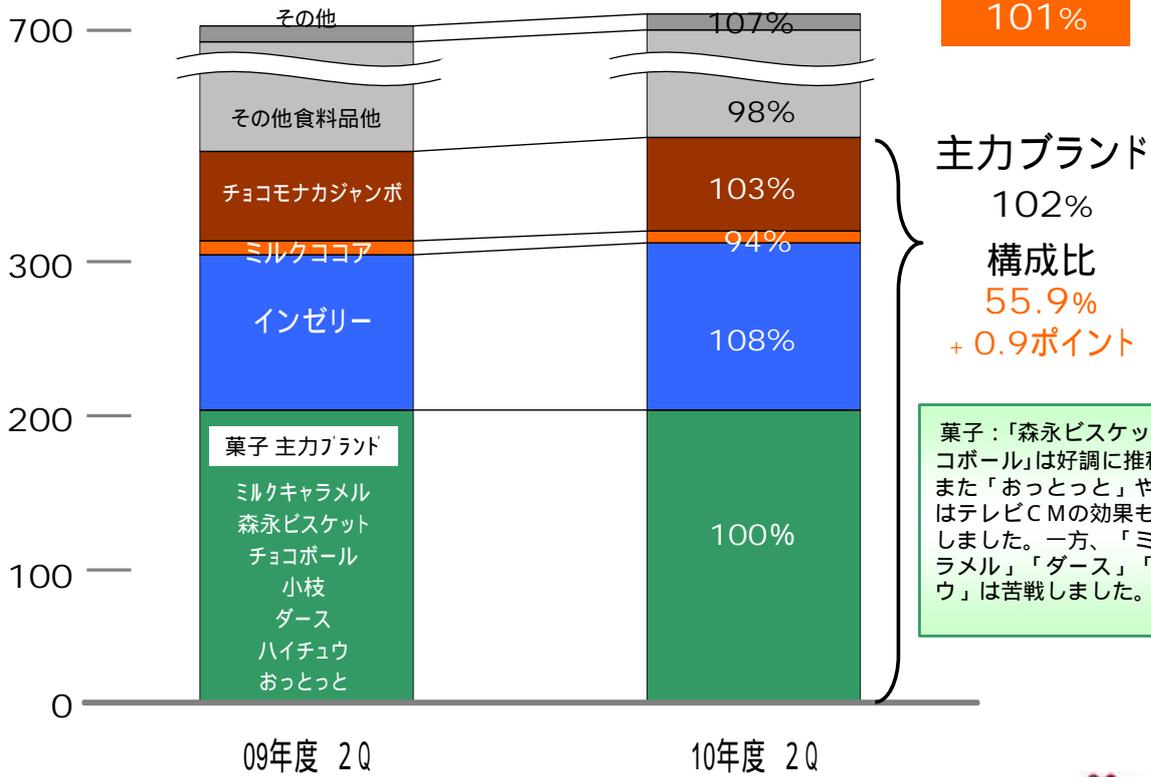
- 主力ブランドの構成比を高めつつ売上規模の回復・拡大
(特に菓子部門の収益構造改善)
- 次期主力品の開発・育成
- 生産効率向上を目指した業務改革の推進
- 全社的なローコストオペレーション

『次期主力品の開発・育成』
次期主力品候補として力を入れている、夏でもとけないチョコレート「ベイク」と「アイスボックス濃い果実氷」が好調に推移しました。

『生産効率向上に向けた業務改革』
生産部門において、個々人の能力アップや業務の効率化・集約化により、2010年度第2四半期では2億円コストダウンの効果が出ました。

第2四半期【製菓単独】売上ポートフォリオ

(億円)



カテゴリー別市場状況

カテゴリー	市場推移 前期比(%)	当社主カブランド	前期比(%)
キャラメル・キャンディ	98	ミルクキャラメル ハイチュウ	87 90
ビスケット	95	森永ビスケット	114
チョコレート	92	チョコボール 小枝 ダース	124 99 83
スナック	98	おっとっと	101
ココア	100	ミルクココア	94
アイス	114	チョコモナカジャンボ	103
チアパック	100	インゼリー	108

カテゴリーデータ出典：(株)インテージSRIデータ全国全業態、当社定義による分類、販売金額ベース

菓子の各カテゴリーの市場が前年を下回る中で、「森永ビスケット」「チョコボール」は好調に推移し「小枝」は前年並みとなりました。一方、「ミルクキャラメル」「ダース」は苦戦しました。

2010年度 < 2009年度の取組み継続 >

新市場の創造

- 「天使の健康」シリーズによる通販事業の強化・拡大
- グローバル戦略の推進
 - ✓ 中国を中心としたアジア市場での基盤作り
 - ✓ 米国市場における売上規模拡大の推進

『通販事業』

天使の健康シリーズの「おいしいコラーゲンドリンク」が好調に推移しました。

『グローバル戦略』

アジアの基軸として位置づけている、上海地区が徐々に売場を拡げながら収益基盤の改善してします。また、上海万博にてハイチュウ販売しました。カリフォルニアを中心とした西海岸とニューヨークを中心とした東海岸で取組みチェーンを増やしなが好調に推移しております。

2010年度 通期

2010年度 通期【連結】業績予想

(単位:百万円)

	11/4発表 通期予想	前期実績	前期比較 (前期比)	5/11発表 予想比較
売上高	160,500	160,878	378 99.8%	5,500 96.7%
営業利益	6,400	5,785	615	500
経常利益	6,500	5,973	527	500
当期純利益	3,400	3,466	66	100

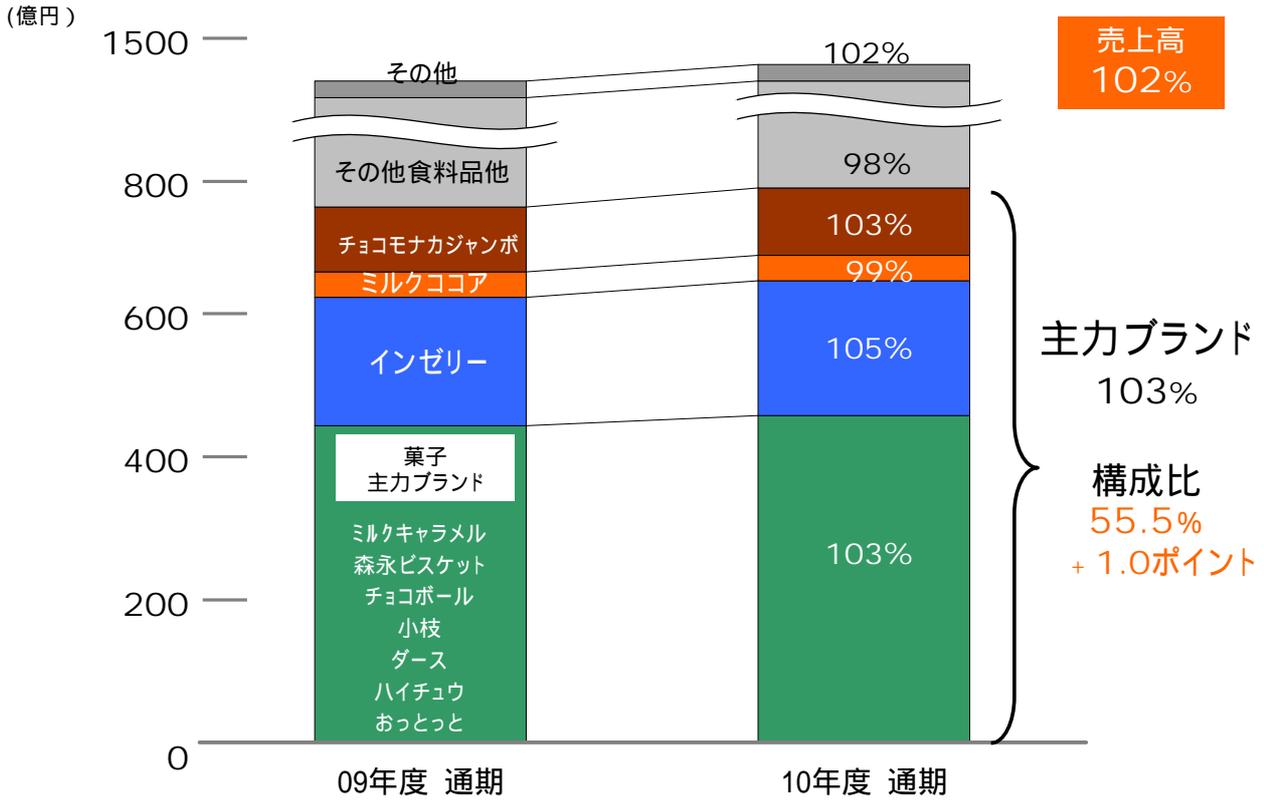
市場が不透明で厳しい状況がさらに続く予想しており、それを補うため積極的なマーケティング投資を計画しています。しかしながら当初予想の売上高を確保することは厳しいと判断しております。また、連結子会社の株式会社サンライズを平成22年11月1日に全株株式譲渡しており、その影響もあり売上高は減収を予想しております。また損益面では、第3・4四半期の原材料価格が上昇傾向にあり、当初予想を下回りますが前年同期よりは上昇すると予想しており、利益を圧迫すると予想しております。

2010年度 第3・4四半期【連結】業績予想

(単位:百万円)

	11/4発表 通期予想	前期実績	前期比較 (前期比)	5/11発表 予想比較
売上高	77,843	78,260	417 99.5%	3,957 95.2%
営業利益	2,496	2,917	421	1,304
経常利益	2,314	2,861	547	1,386
四半期 純利益	1,201	1,611	410	899

2010年度通期【製菓単独】売上ポートフォリオ



収益に対する原材料価格変動の影響

単独経常利益及び原材料コスト増減額推移

