



# 平成25年3月期 第2四半期 決算説明会

2012年11月8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25年3月期  
第2四半期業績  
(平成24年4月～平成24年9月)

## 第2四半期【連結】業績(平成24年4月～平成24年9月)

増収減益 (単位:百万円)

|            | H25年3月期<br>第2Q累計 | 前期<br>第2Q累計 | 前期比較<br>(前期比)     |
|------------|------------------|-------------|-------------------|
| 売上高        | 76,098           | 71,436      | 4,662<br>(106.5%) |
| 営業利益       | 837              | 2,009       | △ 1,172           |
| 経常利益       | 1,124            | 2,371       | △ 1,247           |
| 四半期<br>純利益 | 553              | 1,145       | △ 592             |

### ■売上高

- ・震災の影響により減収となった前年同期実績を上回る
- ・売上拡大に向けマーケティングコストの積極的な投入を図った

### ■損益

- ・売上原価率アップ
  - ・マーケティングコストの増加
- 製菓単体 前年同期比較  
+15億円

## 第2四半期【連結】業績(平成24年4月～平成24年9月)

(単位:百万円)

|            | 第2Q累計<br>前期比較<br>(前期比) | 第1Q<br>前期比較<br>(前期比) | 第2Q<br>前期比較<br>(前期比) |
|------------|------------------------|----------------------|----------------------|
| 売上高        | 4,662<br>(106.5%)      | 3,252<br>(109.9%)    | 1,410<br>(103.7%)    |
| 営業利益       | △ 1,172                | △ 805                | △ 367                |
| 経常利益       | △ 1,247                | △ 807                | △ 441                |
| 四半期<br>純利益 | △ 592                  | △ 1,117              | 524                  |

## 第2四半期【連結】業績(平成24年4月～平成24年9月)

(単位:百万円)

|            | H25年3月期<br>第2Q累計 | 5/11発表予想<br>増減額<br>(予想比) |
|------------|------------------|--------------------------|
| 売上高        | 76,098           | △ 3,702<br>(95.4%)       |
| 営業利益       | 837              | △ 163                    |
| 経常利益       | 1,124            | △ 76                     |
| 四半期<br>純利益 | 553              | 153                      |

■売上高

- ・計画未達
- ・製菓単体の未達、特に菓子の計画未達が大きい
- ・海外子会社(台湾森永、米国森永)の計画未達も影響

■損益

- ・売上高の計画未達
- ・経費等のコスト削減

⇒損益はほぼ想定通り

## 第2四半期 セグメント情報(平成24年4月～平成24年9月)

(単位:百万円)

|               | 売上高<br>前期比       | 構成比   | セグメント利益<br>(前期比較) |
|---------------|------------------|-------|-------------------|
| 食料品製造         | 70,649<br>107.3% | 92.8% | 480<br>(△ 1,202)  |
| 食料卸売<br>及び飲食店 | 3,673<br>96.2%   | 4.8%  | 84<br>(76)        |
| 不動産<br>及びサービス | 1,494<br>100.9%  | 2.0%  | 475<br>(24)       |
| その他           | 280<br>97.4%     | 0.4%  | 88<br>(9)         |

■食料品製造事業  
製菓単体の業績が売上、損益ともに大きく影響

増収減益

ご参考：  
製菓単体  
売上高 108.0%  
営業利益 △8.8億円

## 第2四半期 売上高の状況(平成24年4月～平成24年9月)

(単位:百万円)

|       | 売上高    | 前期比較  | 前期比    |
|-------|--------|-------|--------|
| 連結売上高 | 76,098 | 4,662 | 106.5% |
| 食料品製造 | 70,649 | 4,802 | 107.3% |
| 菓子部門  | 36,082 | 2,631 | 107.9% |
| 食品部門  | 4,810  | 15    | 100.3% |
| 冷菓部門  | 17,006 | 460   | 102.8% |
| 健康部門  | 12,251 | 1,561 | 114.6% |

- 菓子部門
  - ・主力品7ブランド合計は前年同期実績並み
  - ・「バイク」「生ラムネ」等が好調
- 食品部門
  - ・「ミルクココア」が前年同期を下回る
  - ・「ホットケーキミックス」は苦戦
  - ・夏場の甘酒好調
- 冷菓部門
  - ・チョコモナカジャンボが好調
- 健康部門
  - ・ウイダーinゼリーが回復基調
  - ・通販事業は好調

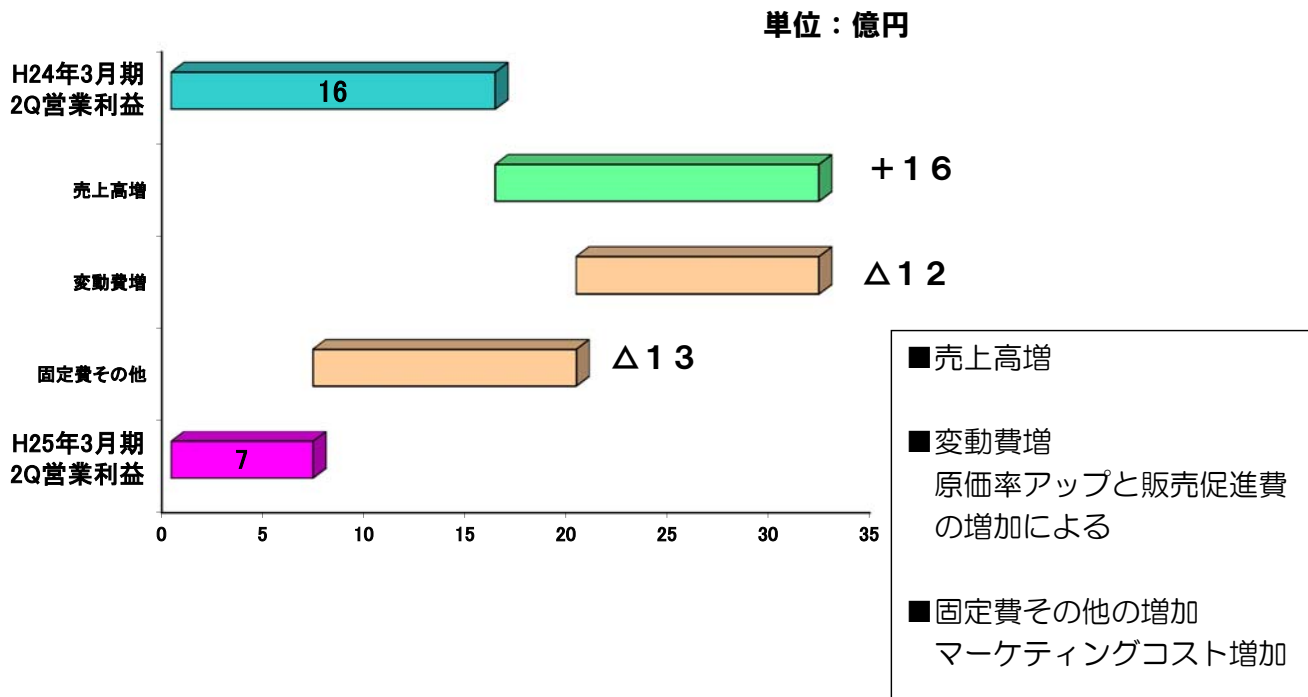
## 第2四半期【製菓単体】業績(平成24年4月～平成24年9月)

(単位:百万円)

|                     | H25年3月期<br>第2Q累計  | 前期<br>第2Q累計       | 前期比較<br>(前期比)     |
|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 売上高                 | 69,571            | 64,437            | 5,134<br>(108.0%) |
| 売上原価                | 35,206            | 32,509            | 2,697             |
| 販管費<br>[マーケティングコスト] | 33,597<br>[5,951] | 30,281<br>[4,465] | 3,316<br>[1,486]  |
| 営業利益                | 766               | 1,645             | △ 879             |
| 経常利益                | 1,069             | 2,088             | △ 1,019           |
| 四半期<br>純利益          | 758               | 1,185             | △ 427             |

- 売上高
    - ・菓子、健康が増収
    - ・特に第1四半期の増収幅が大きい
  - 売上原価
    - ・売上原価率は前年並み
  - 販管費
    - ・マーケティングコスト増加
- ⇒増収減益

# 第2四半期【製菓単体】 営業利益増減要因



# 第2四半期 カテゴリー別状況(平成24年4月～平成24年9月)

単位：%

| カテゴリー       | 市場データ |       |                | 当社主力ブランド            | 前期比             |
|-------------|-------|-------|----------------|---------------------|-----------------|
|             | 市場前期比 | 当社前期比 | シェア<br>(前期比較)  |                     |                 |
| キャラメル・キャンディ | 98    | 103   | 9.2<br>(+0.4)  | ミルクキャラメル<br>ハイチュウ   | 88<br>103       |
| ビスケット       | 101   | 115   | 9.7<br>(+1.2)  | 森永ビスケット             | 109             |
| チョコレート      | 96    | 106   | 9.0<br>(+0.8)  | チョコボール<br>小枝<br>ダース | 90<br>86<br>103 |
| スナック        | 101   | 105   | 2.7<br>(+0.1)  | おととと                | 108             |
| ココア         | 101   | 94    | 42.4<br>(Δ3.4) | ミルクココア              | 90              |
| アイス         | 103   | 108   | 6.9<br>(+0.3)  | チョコモナガジャンボ          | 109             |
| 口栓付きパウチ     | 101   | 110   | 46.4<br>(+3.7) | ウイダーinゼリー           | 112             |

※1 前回まで「チアパック」と表記していたカテゴリー名を「口栓付きパウチ」に変更

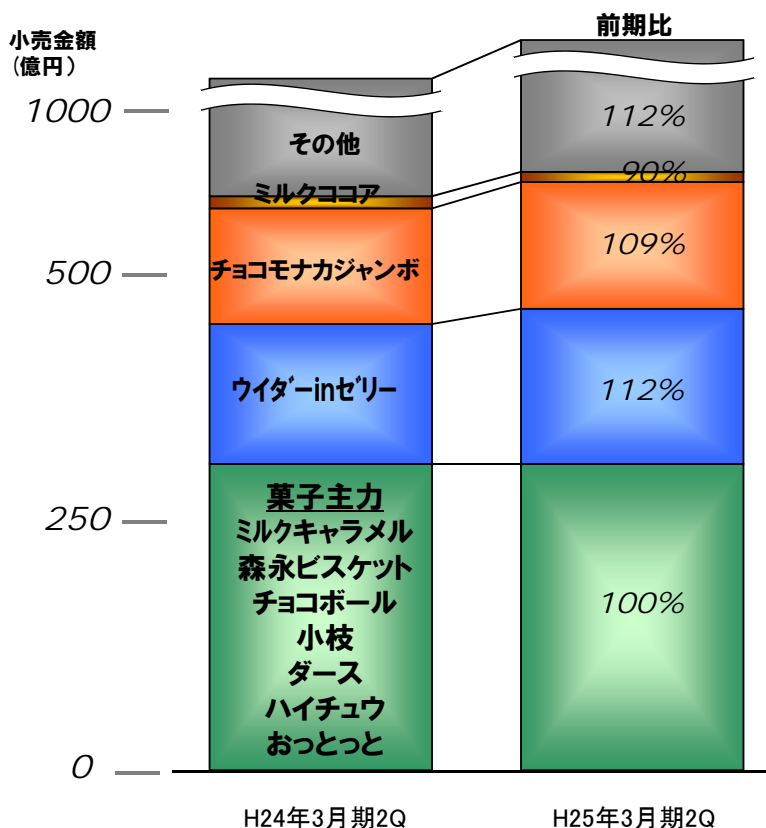
※2 カテゴリーデータ出典：(株)インテージSRIデータ 全国、当社定義による分類、販売金額ベース

# 【製菓単独】売上ポートフォリオ 前期比較

単位：％

| 当社主力ブランド        |            | 第2Q累計      | 第1Q        | 第2Q        |
|-----------------|------------|------------|------------|------------|
| 菓子              | ミルクキャラメル   | 88         | 95         | 80         |
|                 | ハイチュウ      | 103        | 118        | 91         |
|                 | 森永ビスケット    | 109        | 111        | 106        |
|                 | チョコボール     | 90         | 94         | 86         |
|                 | 小枝         | 86         | 103        | 76         |
|                 | ダース        | 103        | 96         | 111        |
|                 | おととと       | 108        | 110        | 107        |
|                 | 菓子計        | 100        | 106        | 95         |
| 食品              | ミルクココア     | 90         | 81         | 96         |
| 冷菓              | チョコモナカジャンボ | 109        | 109        | 110        |
| 健康              | ウイダーinゼリー  | 112        | 119        | 106        |
| 主力ブランド計         |            | 105        | 109        | 101        |
| 主力ブランド構成比（前期比較） |            | 53.3（△1.6） | 54.2（△0.8） | 52.5（△2.4） |

# 第2四半期【製菓単独】売上ポートフォリオ(小売金額)



- 全体の売上高  
前期比108%
- 主力ブランド全体  
前期比105%  
構成比53.3%  
(△1.6ポイント)
- ブランド別
  - <森永ビスケット好調>  
新商品の小さなチョコビスケットが好調
  - <おととと好調>  
30周年のマーケティング効果
  - <小枝、ミルクキャラメル苦戦>
  - <ウイダーinゼリー回復基調>  
震災により影響を受けた前年同期実績を上回る  
猛暑による好影響
  - <チョコモナカジャンボ好調>  
広告と猛暑による好影響

# 原材料別の価格変動要素【第2四半期実績】

【前期比較】

|      | 第2Q累実績  |
|------|---------|
| 原 料  | △ 4 億   |
| 材 料  | △ 7 億   |
| 原材料計 | △ 1 1 億 |

単位：億円

【購入単価動向】

|     |            | 第2Q累実績 (%) |
|-----|------------|------------|
| 原 料 | 粉 類        | 93         |
|     | 糖化製品(水あめ等) | 104        |
|     | 海外乳製品      | 90         |
|     | 力カ才関連      | 96         |
|     | 砂 糖        | 93         |
|     | 油 脂        | 90         |
|     | 農産品        | 104        |
|     | 国内乳製品      | 110        |
|     | 香 料        | 97         |
| 材 料 | 紙 器        | 103        |
|     | 段ボール       | 105        |
|     | 軟包材        | 75         |

全体の7割

↑使用量順↓

平成25年3月期  
業 績 予 想  
(平成24年4月～平成25年3月)

# 【製菓単体】売上ポートフォリオ 年間予想

単位：％

| 当社主力ブランド        |            | 年間予想       | 第2Q累計      | 第3・4Q予想    |
|-----------------|------------|------------|------------|------------|
| 菓子              | ミルクキャラメル   | 96         | 88         | 104        |
|                 | ハイチュウ      | 111        | 103        | 118        |
|                 | 森永ビスケット    | 98         | 109        | 92         |
|                 | チョコボール     | 95         | 90         | 100        |
|                 | 小枝         | 91         | 86         | 94         |
|                 | ダース        | 106        | 103        | 108        |
|                 | おととと       | 112        | 108        | 116        |
|                 | 菓子計        | 102        | 100        | 103        |
| 食品              | ミルクココア     | 98         | 90         | 100        |
| 冷菓              | チョコモナカジャンボ | 109        | 109        | 108        |
| 健康              | ウイダーinゼリー  | 111        | 112        | 111        |
| 主力ブランド計         |            | 105        | 105        | 105        |
| 主力ブランド構成比（前期比較） |            | 52.5（△2.4） | 53.3（△1.6） | 51.8（△3.2） |

# 原材料別の価格変動要素

【前期比較】

|      | 第2Q累実績 | 第3・4Q予想 | 年間予想 |
|------|--------|---------|------|
| 原料   | △4億    | △5億     | △9億  |
| 材料   | △7億    | +1億     | △6億  |
| 原材料計 | △11億   | △4億     | △15億 |

単位：億円

【購入単価動向】

|    |            | 第2Q累実績 (%) | 第3・4Q予想 (%) |
|----|------------|------------|-------------|
| 原料 | 粉類         | 93         | 101         |
|    | 糖化製品（水あめ等） | 104        | 101         |
|    | 海外乳製品      | 90         | 92          |
|    | カカオ関連      | 96         | 91          |
|    | 砂糖         | 93         | 100         |
|    | 油脂         | 90         | 94          |
|    | 農産品        | 104        | 102         |
|    | 国内乳製品      | 110        | 103         |
|    | 香料         | 97         | 100         |
| 材料 | 紙器         | 103        | 104         |
|    | 段ボール       | 105        | 105         |
|    | 軟包材        | 75         | 100         |

全体の7割

↑使用量順↓



## 平成25年3月期 第3・4四半期【連結】業績予想

(単位:百万円)

|        | 11/2発表<br>第3・4Q予想 | 前期実績   | 前期比較<br>(前期比)     |   |
|--------|-------------------|--------|-------------------|---|
| 売上高    | 81,701            | 75,754 | 5,947<br>(107.9%) | <b>■売上高</b><br>菓子部門、冷菓部門、健康部門、海外事業を中心に増収<br><br><b>■損益</b><br>売上拡大による増益<br><br>ローコストオペレーション<br><br>連結子会社の収益改善 |
| 営業利益   | 2,612             | 804    | 1,808             |   |
| 経常利益   | 2,575             | 769    | 1,806             |   |
| 四半期純利益 | 1,446             | - 64   | 1,510             |   |

## 平成25年3月期 通期【連結】業績予想

(単位:百万円)

|       | 11/2発表<br>通期予想 | 前期実績    | 前期比較<br>(前期比)      |   |
|-------|----------------|---------|--------------------|---|
| 売上高   | 157,800        | 147,190 | 10,610<br>(107.2%) | <b>■売上高</b><br>2Q累計の増収に加え、3・4Qの増収により通期で106億円の増収<br><br><b>■損益</b><br>増収もあり、3・4Qで増益とする計画で、通期でも増益 |
| 営業利益  | 3,450          | 2,813   | 637                |   |
| 経常利益  | 3,700          | 3,140   | 560                |   |
| 当期純利益 | 2,000          | 1,081   | 919                |   |

# 平成25年3月期【連結】5/11発表予想比較

(単位:百万円)

|       | 第2Q累計実績<br>5/11発表予想比較<br>(予想比) | 第3・4Q計今回予想<br>5/11発表予想比較<br>(予想比) | 通期今回予想<br>5/11発表予想比較<br>(予想比) |
|-------|--------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| 売上高   | △ 3,702<br>(95.4%)             | 101<br>(100.1%)                   | △ 3,600<br>(97.8%)            |
| 営業利益  | △ 163                          | △ 188                             | △ 350                         |
| 経常利益  | △ 76                           | △ 125                             | △ 200                         |
| 当期純利益 | 153                            | △ 154                             | 0                             |

■ 3・4Qで売上拡大を図るが、2Q累計の計画未達を補えず、通期業績を下方修正