

平成19年3月期  
**決算説明会**

07年05月21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。



**アジェンダ**

**□2006年度業績**

**□中期経営方針**

**□2007年度予想**

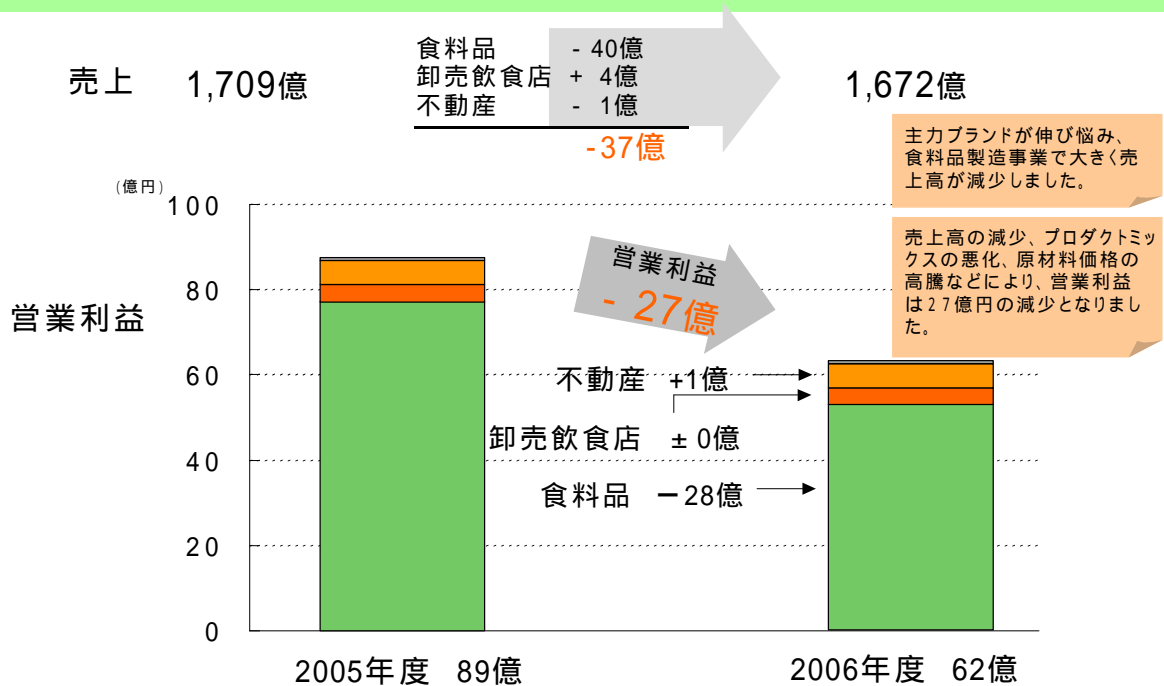
## 2006年度 業績概況

(単位:百万円)

		2006年度	2005年度	前年比較	連単倍率
連 結	売上	167,235	170,920	- 3,685 97.8%	1.14倍
	営業利益	6,280	8,987	- 2,707	1.11倍
	経常利益	5,737	8,793	- 3,056	1.10倍
	当期純利益	3,235	- 2,818	6,053	1.08倍
製菓単 独	売上	146,715	151,759	- 5,044 96.7%	
	営業利益	5,633	7,923	- 2,290	
	経常利益	5,239	7,917	- 2,678	
	当期純利益	2,993	- 3,409	6,402	

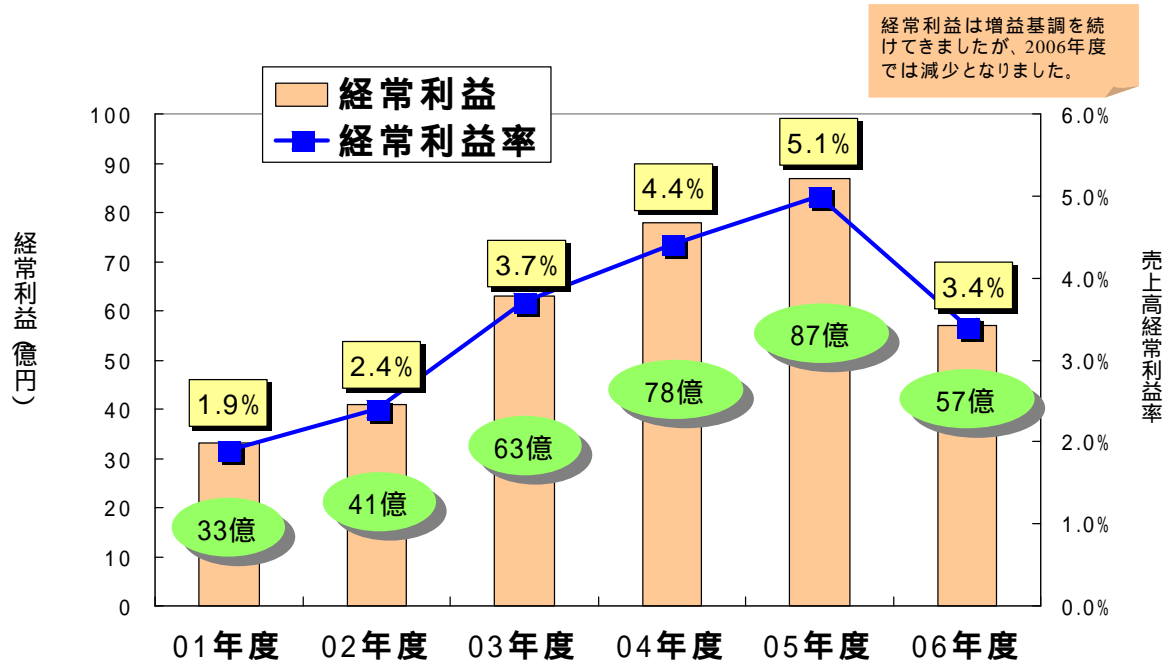
MORINAGA 3

## 2006年度【連結】 セグメント別営業利益

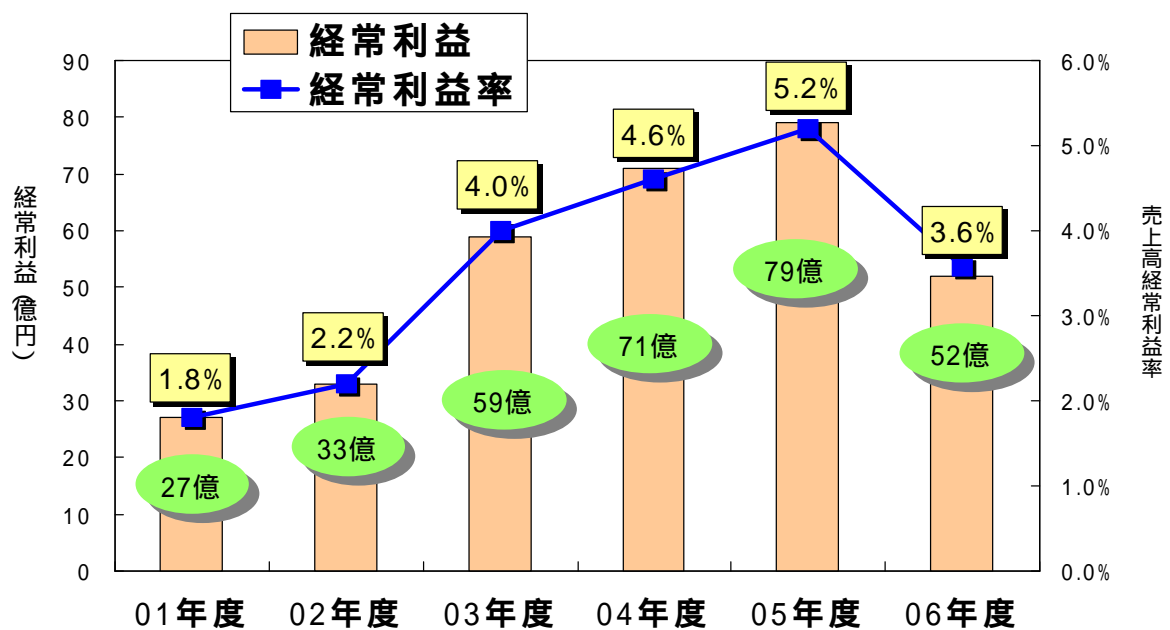


MORINAGA 4

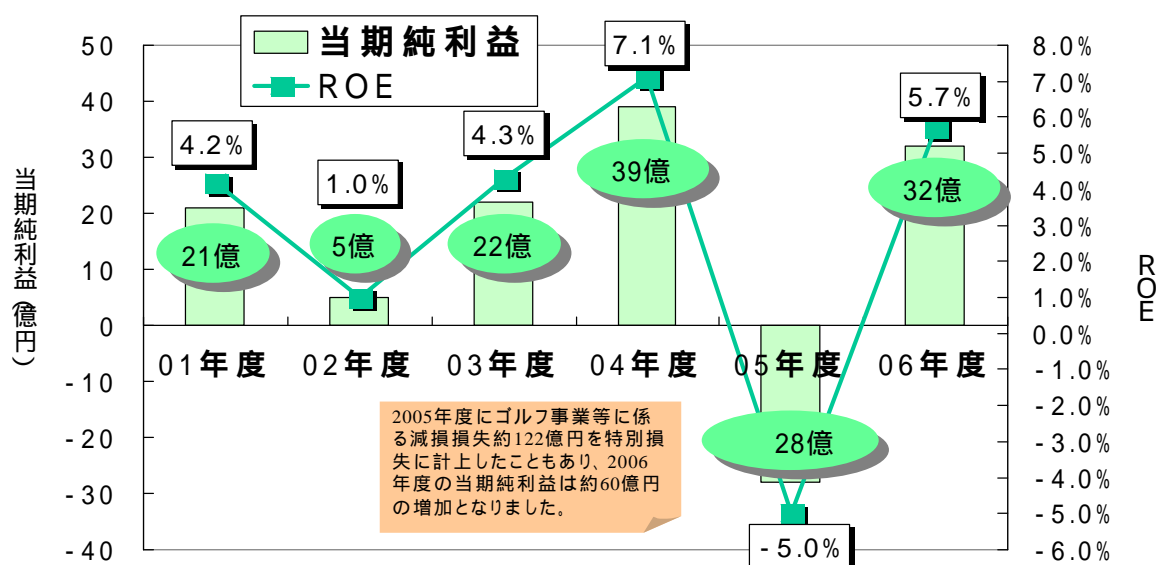
## 2006年度【連結】 経常利益



## 2006年度【製菓単独】 経常利益



## 2006年度【連結】 当期純利益



## < レビュー > 2006年度の重点戦略 (1) 現業の進化

1. 主力ブランドの構成比を高め、収益力の向上を図る
2. 生産体制新構築を段階的に推進し、原価低減を目指す
3. 原材料の高騰に対応し、購買力を強化する
4. IT、人材、設備、新規事業などに対する投資を積極的に行い、将来にわたる事業基盤の強化を図る
5. 次期主力品の育成に注力する

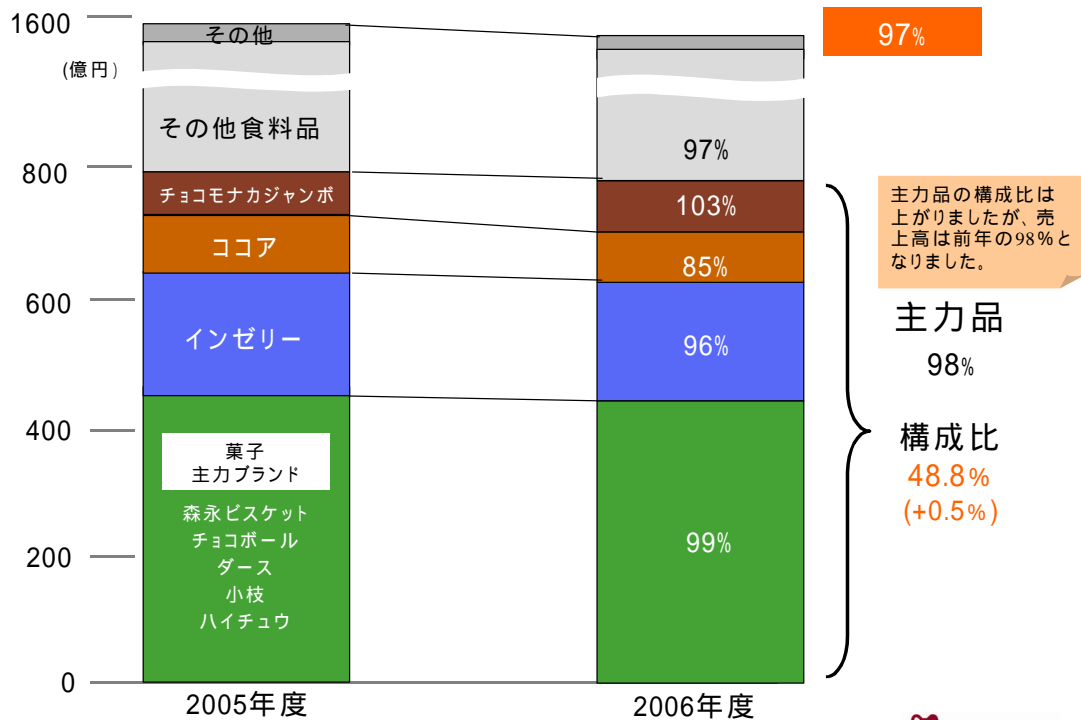
主力ブランド群を中心に売上規模の拡大に努めるとともに、生産体制新構築に向けた歩みを着実に進めてまいりました。原材料高騰による影響については、情報収集・購買努力を重ねた結果、13億程度のコストアップとなりました。投資については積極的に実施し、事業基盤の強化を図ってまいりました。また、カレド・ショコラをはじめ次期主力品の育成に力を注いできております。

## < レビュー > 2006年度の重点戦略 (2) 新市場の創造

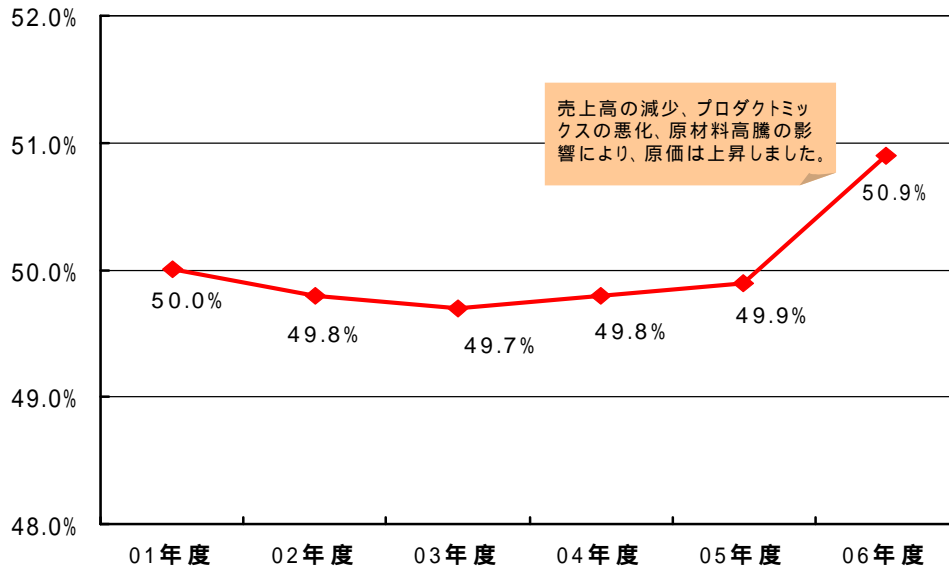
1. 少子高齢化、健康をキーワードとした高付加価値商品の開発、育成を進めるとともに、「天使の健康」シリーズなど通販事業の強化を図る。また、新市場の創造に積極的にとりこんでいく。
2. 上海でのハイチュウ事業の基盤を固め、事業規模拡大に向けたとりくみを進める

天使の健康シリーズでは、幅広いニーズに対応できるラインナップを取り揃えとともに、市場の高い評価を受けている「清祥茶房」に注力してまいりました。上海でのハイチュウ事業は前年と比較して売上高は伸びていますが、計画には未達となっております。

## 2006年度【製菓単独】 売上ポートフォリオ

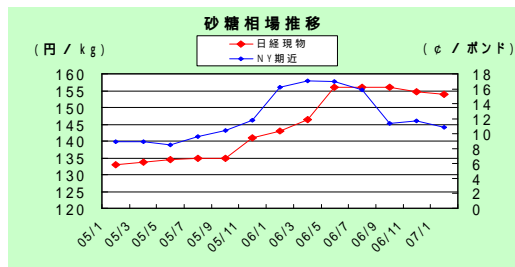


## 売上原価推移【製菓単独】

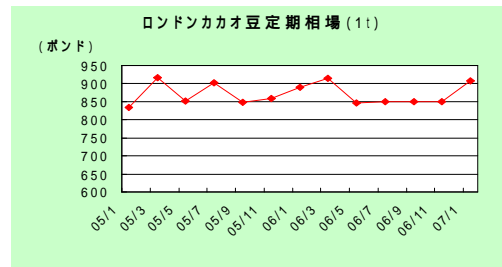


## < 参考 > 主要原材料相場推移

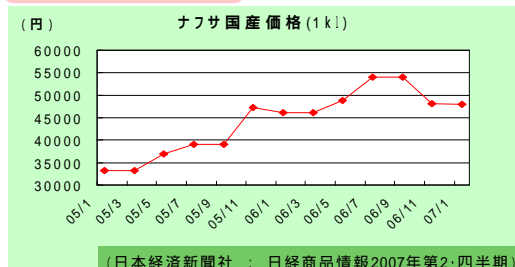
### 砂糖



### カカオ豆

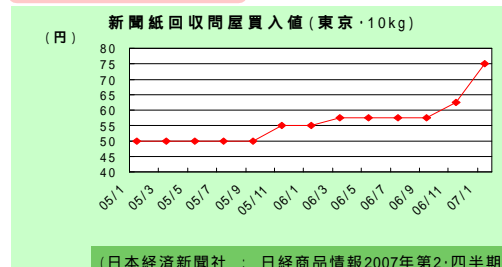


### ナフサ



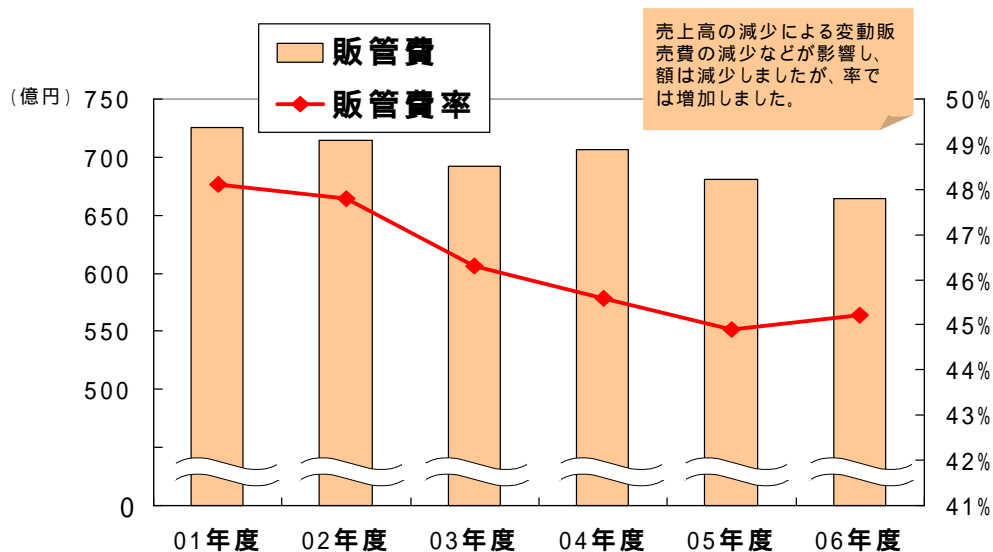
(日本経済新聞社 : 日経商品情報2007年第2・四半期)

### 古紙

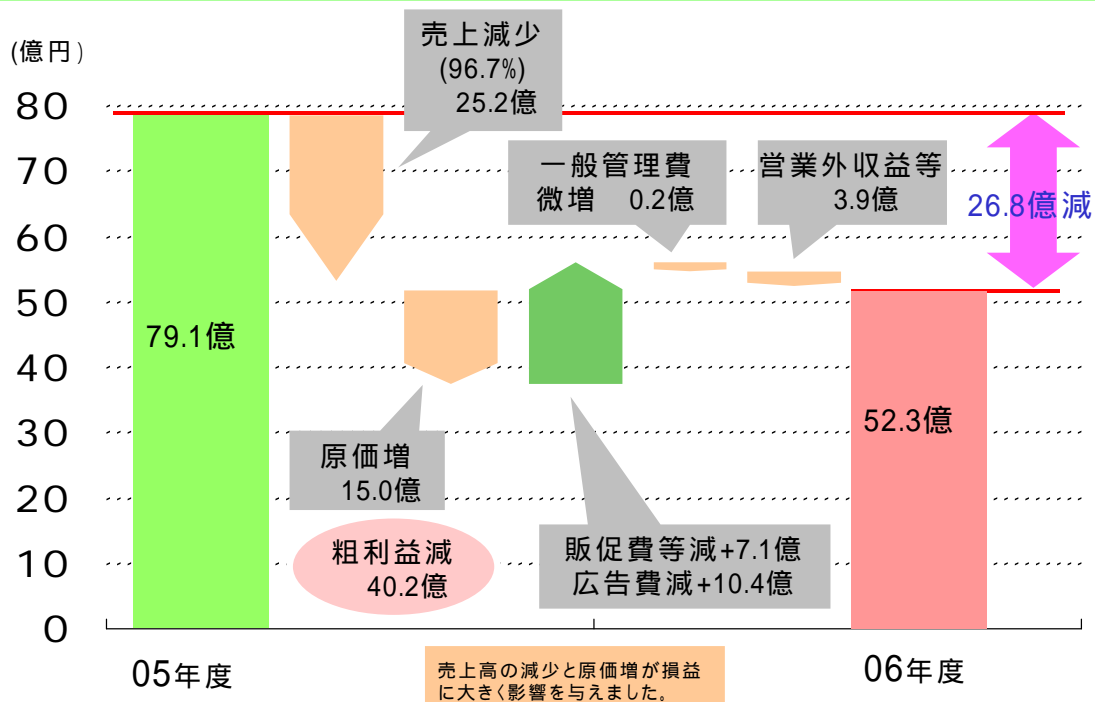


(日本経済新聞社 : 日経商品情報2007年第2・四半期)

## 販管費推移【製菓単独】



## 2006年度【製菓単独】 経常利益増減要因



## アジェンダ

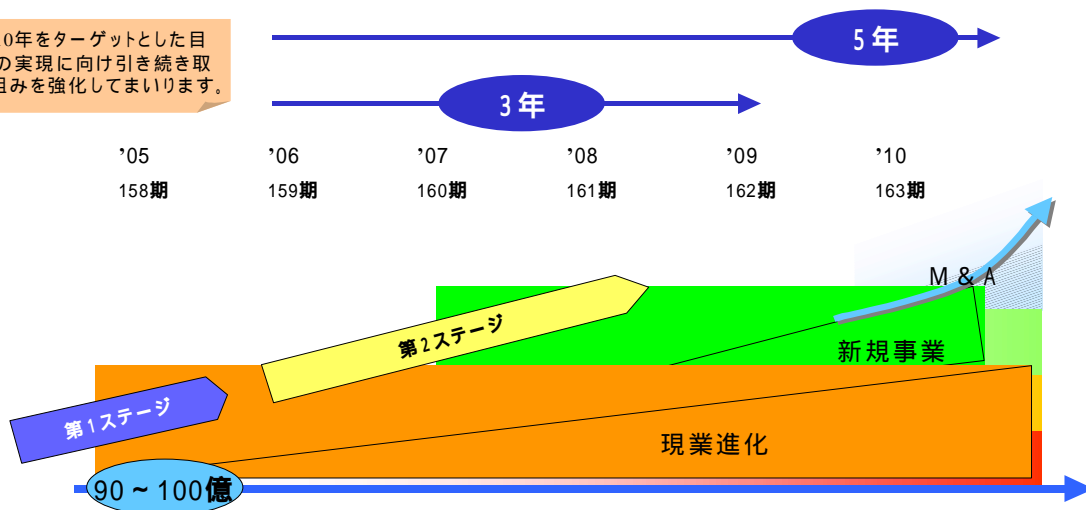
□ 2006年度業績

□ 中期経営方針

□ 2007年度予想

## 新たな挑戦の継続

2010年をターゲットとした目標の実現に向け引き続き取り組みを強化してまいります。



2010年をターゲットとし、現行の倍以上の利益水準を目指す



## 現業の進化に向けて

1. 売上規模を拡大し、収益構造の基盤を強化する  
ブランド接点を拡大し、より幅広いターゲットへの商品戦略を強化する
2. パワーブランド戦略をさらに強化し、経営効率を高める  
研究開発力強化、マーケターの養成、店頭重視の営業開発など、マーケティング力をさらに強化する  
経営資源の傾斜的配分を強め、主力品の構成比をさらに高める  
サプライチェーンマネジメントの推進によりさらなる効率経営を目指す
3. 生産体制新構築により、さらなる原価低減を図る  
5%程度の原価低減が可能となる生産体制の構築に向け、工場再編も視野に入れたラインの統廃合などの施策を検討していく

## 森永バリューチェーン体系の強化

## 新市場の創造に向けて

1. 少子高齢化・健康
  - ✓ 少子高齢化、健康をキーワードとした高付加価値商品の開発を進め、新たな市場を創造・開拓する
2. グローバル戦略
  - ✓ 上海市場でのハイチュウ事業を成功させ、他地域への展開を目指す

## アジェンダ

□ 2006年度業績

□ 中期経営方針

□ 2007年度予想

## 2007年度 業績予想

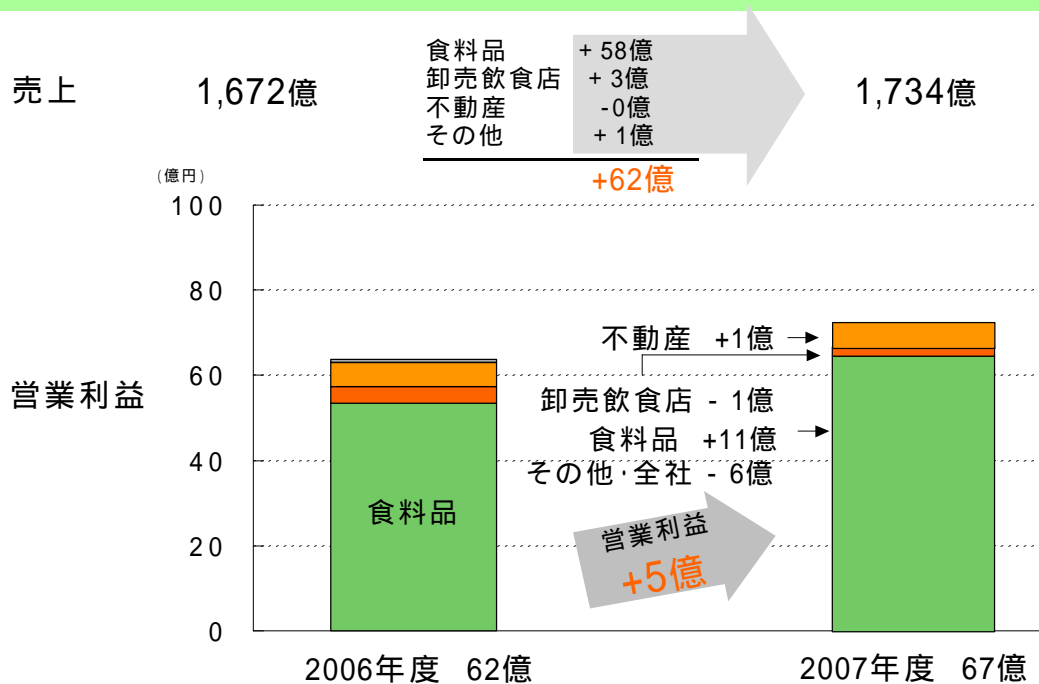
(単位:百万円)

		通期予想	前期	前年比較	連単倍率
連 結	売上	173,400	167,235	6,165 103.7%	1.14倍
	営業利益	6,750	6,280	470	1.11倍
	経常利益	6,500	5,737	763	1.08倍
	当期純利益	3,250	3,235	15	1.02倍
製 菓 単 独	売上	152,000	146,715	5,285 103.6%	
	営業利益	6,100	5,633	467	
	経常利益	6,000	5,239	761	
	当期純利益	3,200	2,993	207	

2007年度1株当たり年間配当金予想は6.00円

 MORINAGA 20

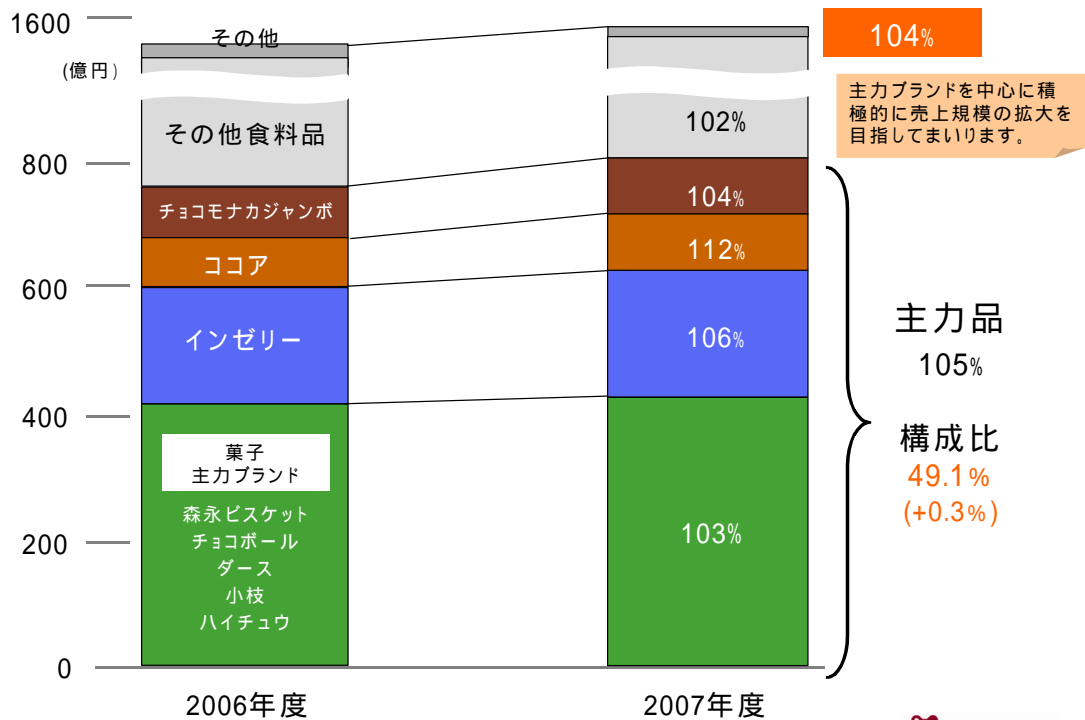
## 2007年度 連結セグメント別営業利益予想



## 2007年度の重点戦略 (1) 現業の進化

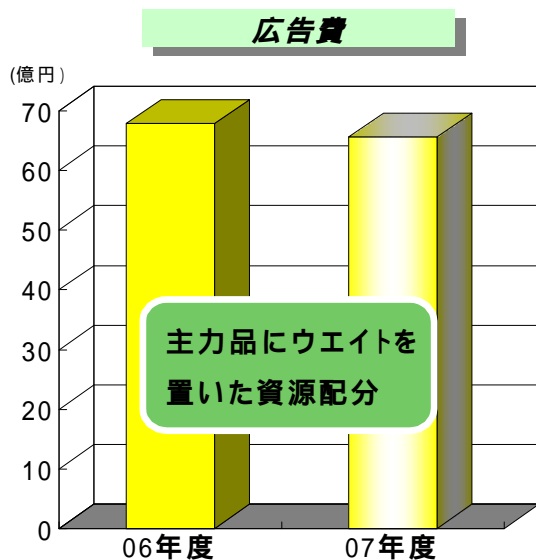
1. 売上の規模を拡大し、収益構造の基盤を強化する
2. 主力ブランドの構成比を高め、収益力の向上を図る
3. マーケティング機能を強化し、高付加価値商品の開発・育成など収益力の強化を図る
4. 生産体制新構築を段階的に推進し、原価低減を目指す
5. IT、人材、設備、新規事業などに対する投資を積極的に行い、将来にわたる事業基盤の強化を図る
6. 次期主力品の育成に注力する

## 2007年度【製菓単独】売上ポートフォリオ計画

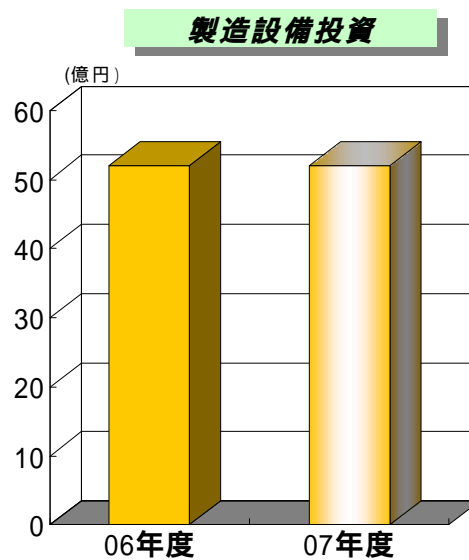


## 2007年度【製菓単独】資源配分

(マーケティング投資 / 設備投資)

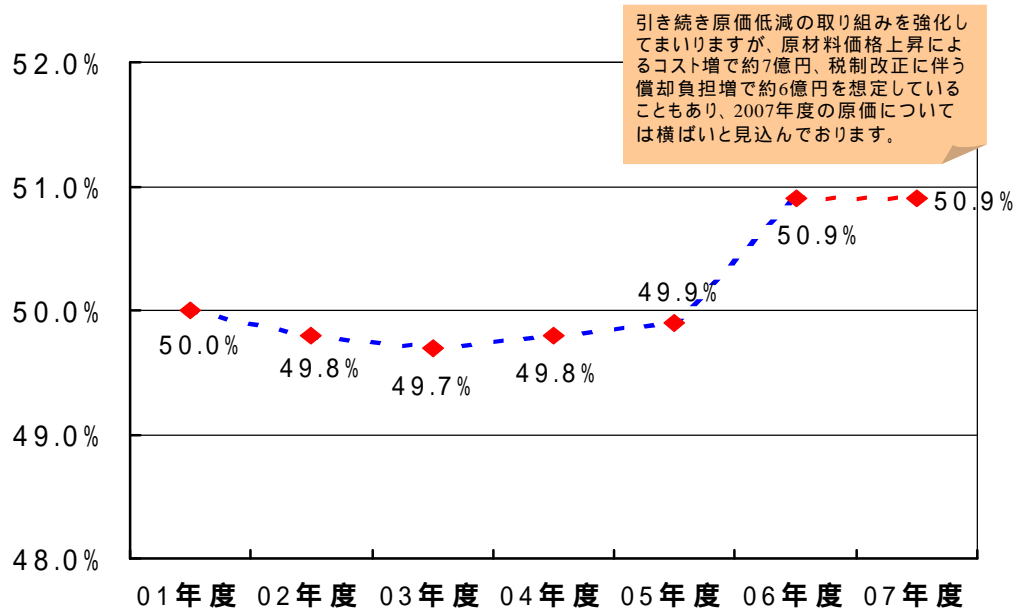


広告費前年並



設備投資前年並

## 売上原価推移【製菓単独】



## 2007年度の重点戦略 (2) 新市場の創造

1. 少子高齢化、健康をキーワードとした高付加価値商品の開発、育成を進めるとともに、「天使の健康」シリーズなど通販事業の強化を図る。また、新市場の創造に積極的にとりくんでいく
2. 上海でのハイチュウ事業の基盤を固め、事業規模拡大に向けたとりくみを進める

## 2007年度マーケティング戦略

### ▶ 菓子部門

#### ● 2006年度の問題点

1. ハイチュウの消費者接点の拡大を図る商品開発とマーケティング展開の取り組み不足
2. 商品の付加価値向上による原材料高騰への対応不足

#### ▶ 2007年度の実行計画

1. 売上拡大
2. 損益分岐点の引き下げ
3. マーケティングと研究開発の充実

## 2007年度マーケティング戦略

### ▶ 食品部門

#### ● 2006年度の問題点

ココア市場全体が縮小し、当社も前年を大きく下回った

#### ▶ 2007年度の実行計画

ミルクココアの品質・デザイン変更。広告・販促など資源を集中して展開を強化

### ▶ 冷菓部門

#### ▶ 2007年度の実行計画

チョコモナカジャンボへのマーケティングの集中と徹底、鮮度重視マーケティングの展開

### ▶ 健康部門

#### ● 2006年度の問題点

ウイダーinゼリーにおいて、新しい消費層及びシーンが拡大できなかった

#### ▶ 2007年度の実行計画

- ・ウイダーinゼリーはDWを廃止。5品体制で各品の機能、特長を明確に訴求
- ・「10秒メシ」の概念拡大

## 連結の範囲及び持分法の適用

	当 期	前 期	増 減
連結子会社	13 社	12 社	+ 1 社
持分法適用会社	3 社	4 社	1 社
(非連結子会社)	(2 社)	(3 社)	
(関連会社)	(1 社)	(1 社)	

国内子会社 14社 決算月：3月

海外子会社 2社 決算月：12月

前期からの異動

森永エンゼルカントリー(株) 持分法 連結子会社

業種：ゴルフ場の経営 セグメント：不動産・サービス

MORINAGA 29

## 【連結】貸借対照表要約

単位：百万円

	当期末	前期末	増 減
総 資 産	135,905	131,404	4,501
流 動 資 産	47,108	45,842	1,266
固 定 資 産	88,797	85,562	3,235
流 動 負 債	53,130	40,902	12,228
固 定 負 債	23,588	34,164	-10,576
少数株主持分	-	705	-705
純 資 産	59,186	55,632	3,554
自己資本比率	43.0%	42.3%	0.7%
有利子負債	15,533	18,829	-3,296
純有利子負債	11,011	11,388	-377

現金及び預金 2,919  
受取手形及び売掛金 3,604  
たな卸資産 928

有形固定資産 1,235  
投資有価証券 1,970  
(評価益の増)

支払手形及び買掛金 1,941  
未払法人税等 1,776  
1年以内返済予定長期 10,923

“ 期末日金融機関休日  
による「売上債権及び  
買掛債務・未払金」の  
増 ”

### 【製菓】コミットメント ライン

総額	10,000
借入実行残高	500
借入未実行残高	9,500

MORINAGA

## 【連結】キャッシュ・フロー計算書要約

単位：百万円

	当 期	前 期	増 減
営業活動によるC / F	8,064	9,035	-971
投資活動によるC / F	-6,312	-5,257	-1,055
財務活動によるC / F	-4,739	-2,342	-2,397
現金・現金同等物為替換算額	18	49	-31
現金・現金同等物増減額	-2,968	1,485	-4,453
現金・現金同等物期首残高	6,425	4,875	1,550
連結範囲変更による増加額	49	65	-16
現金・現金同等物期末残高	3,506	6,425	-2,919

《主な内容》

営業活動によるC / F			
税金等調整前当期純利益	5,624	-1,936	7,560
減価償却費	4,888	4,509	379
減損損失	-	12,195	-12,195
売上債権の増減額	-3,581	629	-4,210
たな卸資産の増減額	-913	-781	-132
仕入債務・未払金の増減額	2,170	-1,370	3,540
投資活動によるC / F			
有形固定資産の取得	-6,080	-5,488	-592
財務活動によるC / F			
長短借入金(純額)の増減額	-3,302	-879	-2,423
配当金の支払額	-1,350	-1,351	1

 MORINAGA

