

平成27年3月期
決算説明会

2015年5月26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 27 年 3 月期 通期業績

(平成 26 年 4 月～平成 27 年 3 月)

通期【連結】業績 (平成26年4月～平成27年3月)

(単位：百万円)

	H27年3月期	前期実績	前期比較 (前期比)
売上高	177,929	164,603	13,326 (108.1%)
営業利益	5,939	3,858	2,081 (153.9%)
経常利益	6,530	4,446	2,084 (146.9%)
当期純利益	3,806	8,090	△4,284 (47.0%)

■売上高

- ・主力の食料品製造事業が売上伸長
- 国内、海外ともに増収
- 森永キノインドネシアの新規連結による影響

■損益

<増益要因>

- ・売上高増加

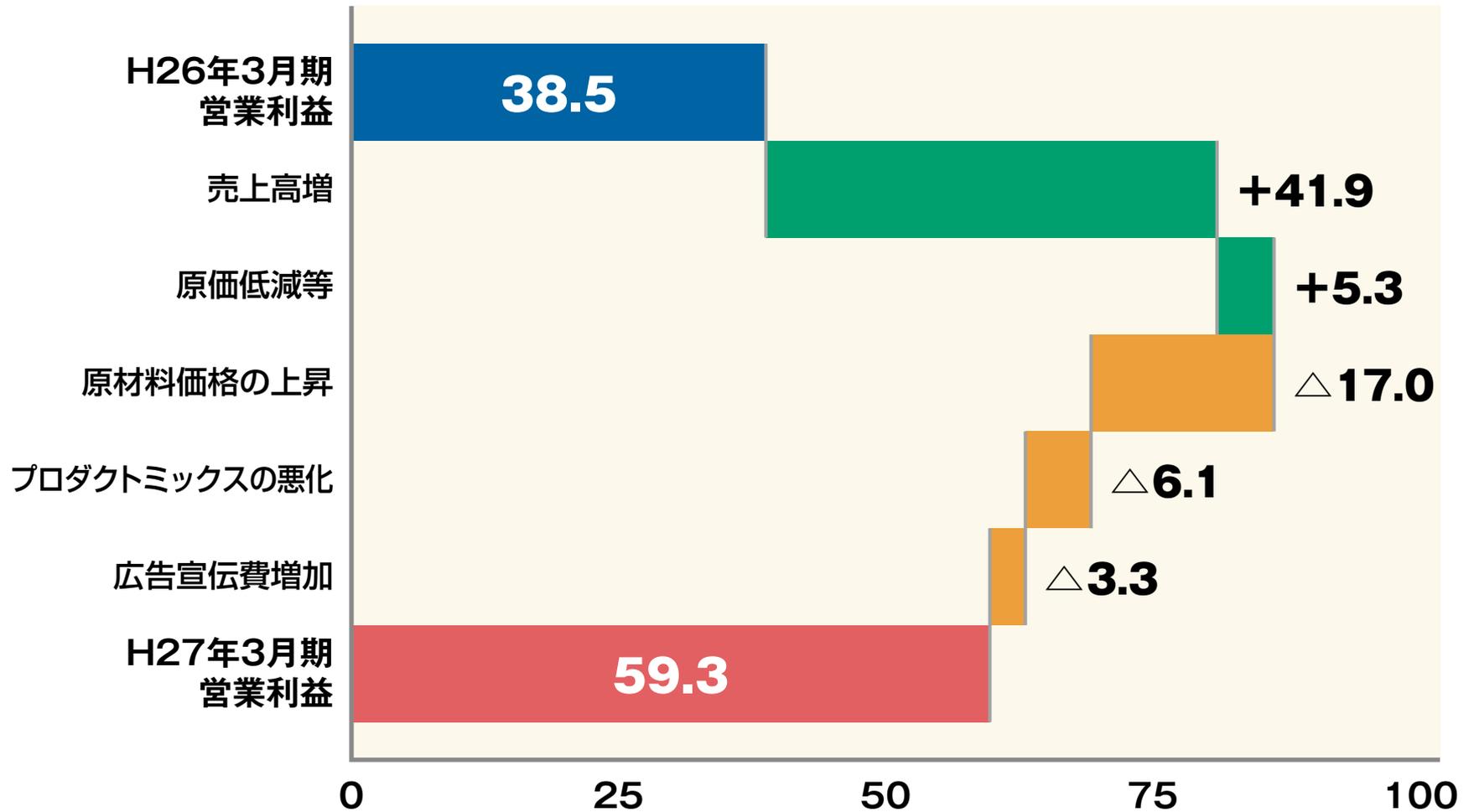
<減益要因>

- ・売上原価率上昇
- 原材料価格の高騰
- ・広告宣伝費の増加

※当期純利益の減益は前年度、塚口工場売却益計上による影響

通期【連結】実績 営業利益増減要因

単位：億円



通期 セグメント情報 (平成 26 年 4 月～平成 27 年 3 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 (93.9%)	167,053 108.6%	5,482 (+ 2,397)
食料卸売 (4.3%)	7,671 103.4%	508 (△ 34)
不動産・サービス (1.5%)	2,639 93.0%	734 (△ 61)
その他 (0.3%)	565 97.1%	81 (△ 121)

【食料品製造】

■売上高

- ・国内の菓子、冷菓が好調
- ・海外売上高が増収
森永キノインドネシアの
新規連結による影響

■損 益

<増益要因>

- ・食料品製造事業 売上高増収
- ・国内子会社の中では
アントステラの増益
高崎森永の利益改善

<減益要因>

- ・売上原価率上昇
原材料価格の高騰
- ・広告宣伝費の増加

食料品製造事業 売上高の状況 (平成26年4月～平成27年3月)

(単位：百万円)

	売上高	前期比較	前期比
連結売上高	177,929	13,326	108.1%
食料品製造	167,053	13,288	108.6%
菓子食品	115,690	12,882	112.5%
冷菓	29,936	1,109	103.8%
健康	21,426	△ 703	96.8%
うち国内売上高	153,233	5,608	103.8%
うち海外売上高	13,819	7,680	225.1%
海外売上高比率	7.8%		

カテゴリー別状況 (平成 26 年 4 月～平成 27 年 3 月)

単位：%

カテゴリー	市場データ ※1			当社主カブランド	当社出荷実績 前期比
	市場前期比	当社前期比	シェア (前期比較)		
キャラメル・キャンディ	101	104	9.3 (+0.2)	ミルクキャラメル ハイチュウ	91 106
ビスケット	104	105	10.1 (+0.1)	森永ビスケット	108
チョコレート	104	109	7.4 (+0.3)	チョコボール ダース [ベイク] [カレ・ド・ショコラ]	122 112 [123] [110]
スナック	102	95	3.9 (△ 0.3)	おっとっと	93
ココア	94	97	39.8 (+1.2)	ミルクココア	98
アイス	99	102	7.9 (+0.2)	ジャンボグループ	102
口栓付きパウチ	96	92	42.4 (△ 2.0)	ウイダー in ゼリー	92

※1 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		2Q 累計	3・4 Q	年間	製菓内構成比
菓子・食品	ミルクキャラメル	93	89	91	
	ハイチュウ	115	99	106	
	森永ビスケット	117	103	108	
	チョコボール	134	113	122	
	ダース	123	106	112	
	おととと	98	88	93	
	ミルクココア	90	101	98	
	菓子・食品計	112	101	106	29.0 (+ 0.5)
冷菓	ジャンボグループ	101	105	102	8.6 (△ 0.1)
健康	ウイダー in ゼリー	89	97	92	9.9 (△ 1.2)
主力ブランド計		103	101	102	47.5 (△ 0.8)

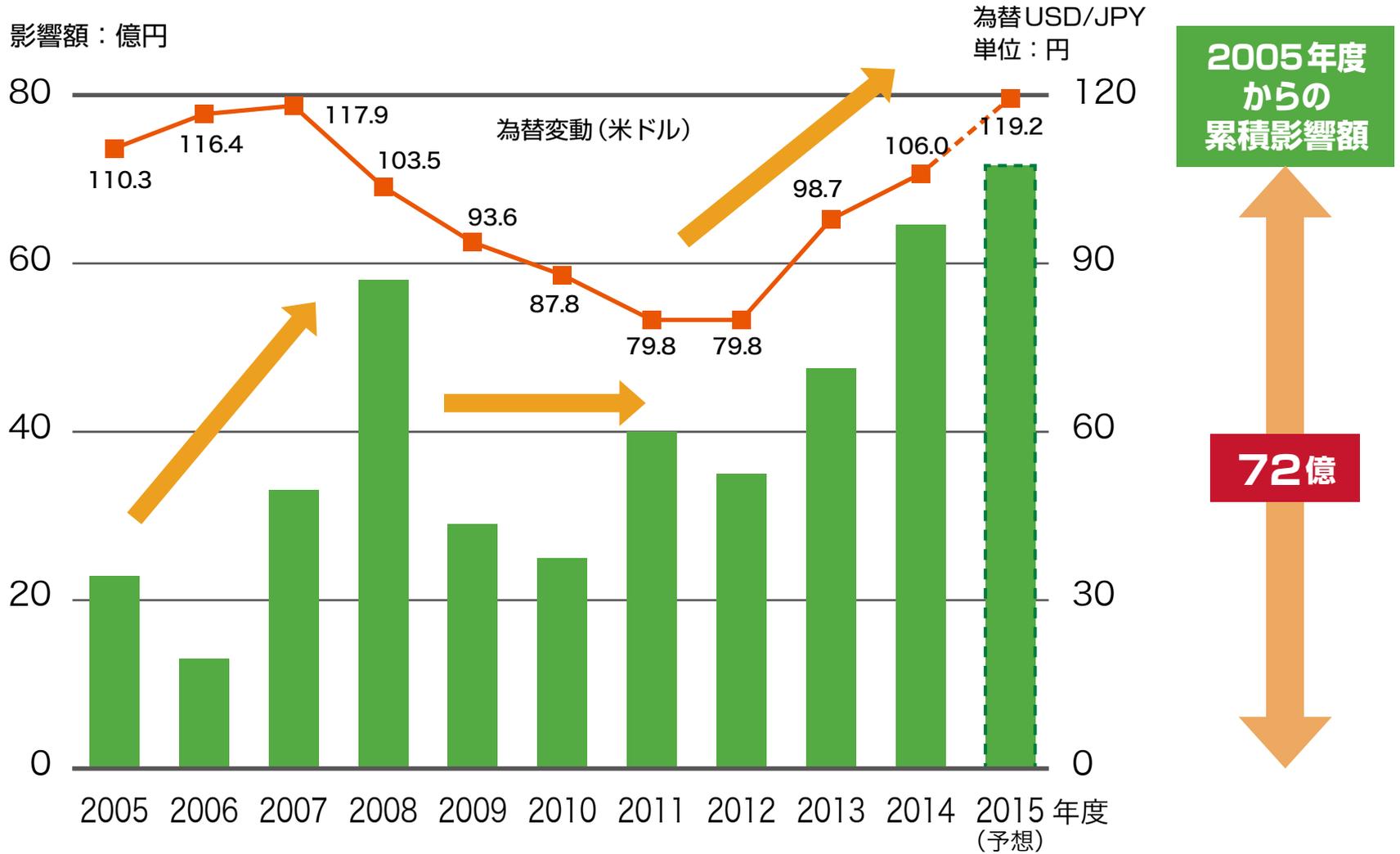
2015 中期経営計画

市場・業界を取り巻く外部環境



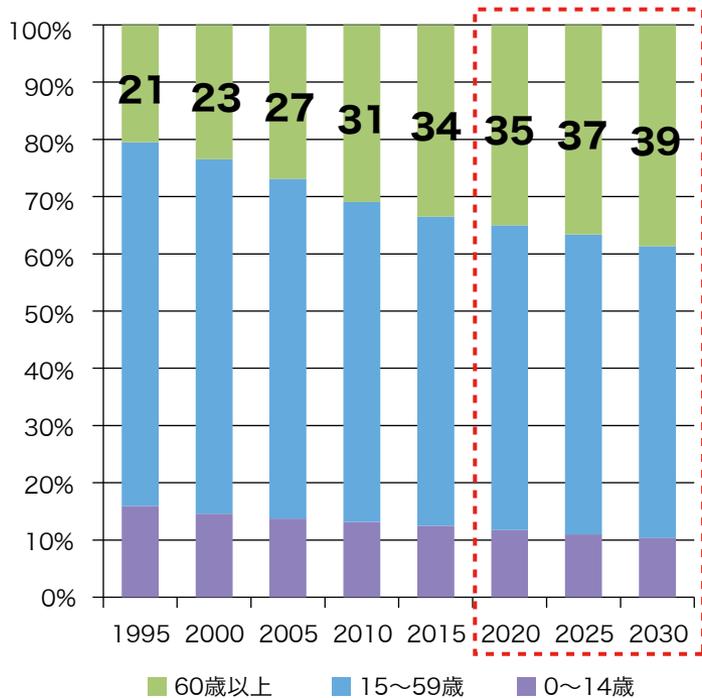
**様々な外部環境の変化へ柔軟に対応しながら
経営基盤を強化し、収益の創出を図る！**

経営環境の変化<原材料価格の高騰影響と為替推移>



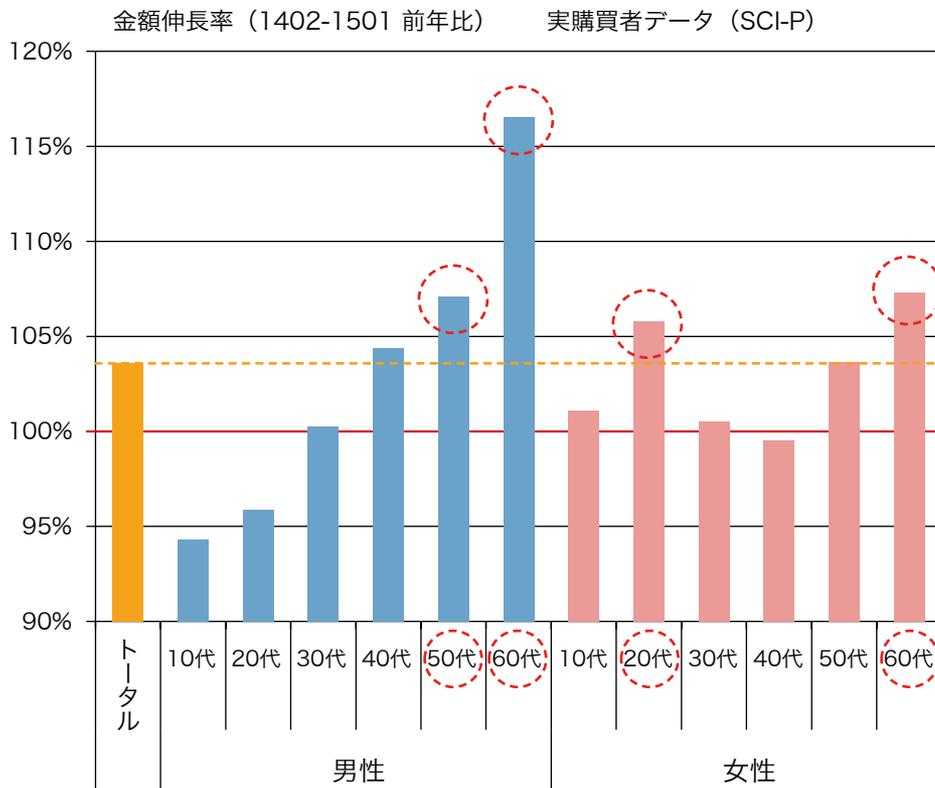
経営環境の変化へ柔軟に対応

日本の将来人口予測 (比率)



※1995～2010年のデータ：「国勢調査」(総務省統計局)、
2015年以降のデータ：「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)」
(国立社会保障・人口問題研究所)を加工して作成。

2014年度 チョコレート購入額 性年代別伸び率



※インテージSC | チョコレート市場 2014年2月-2015年1月
平均購入金額伸長率

重要取り組みについて

～経営基盤強化と事業の芽の創出～

既存分野

国内 菓子食品／冷菓

主柱事業として
確実に**利益**を創出



成長分野

海外／健康(ウイダー・ヘルスケア)

次の柱とする
ための**規模**拡大



新規分野

新規ビジネス／新規チャネル

事業の芽の創出
のために
数多くチャレンジ



人材育成の強化

能力の見える化と戦略的育成

2015 中期経営計画のテーマ

2015 中期経営計画

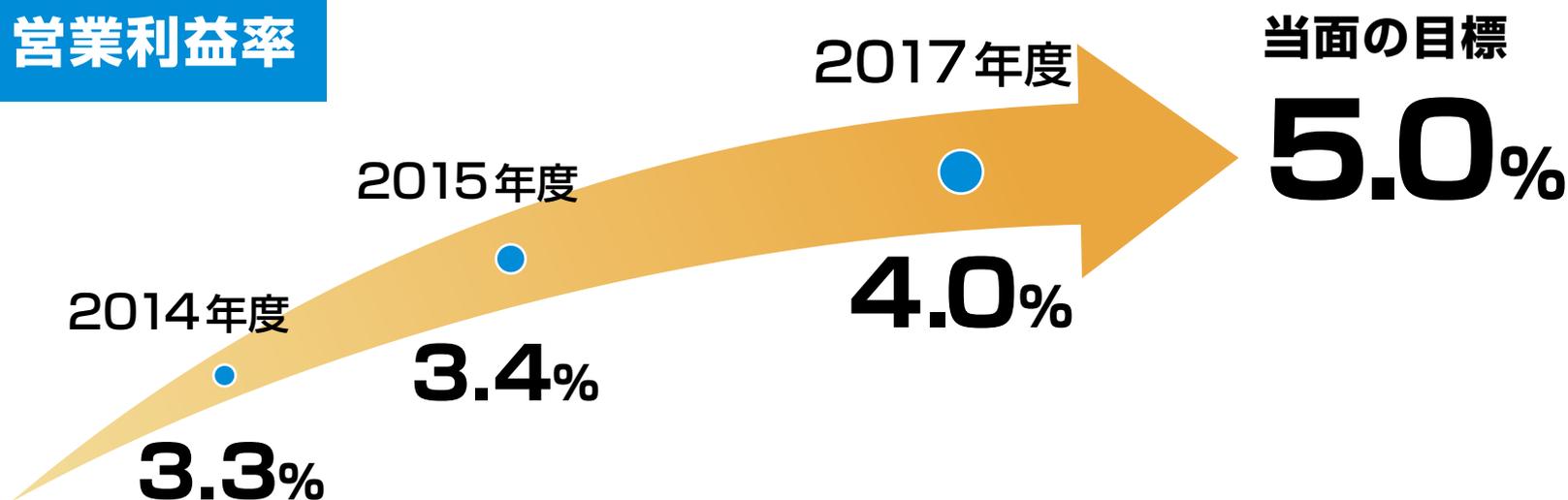
経営基盤強化と
事業の芽の創出



2018 中期経営計画

チャンスを活かし
飛躍の起点に

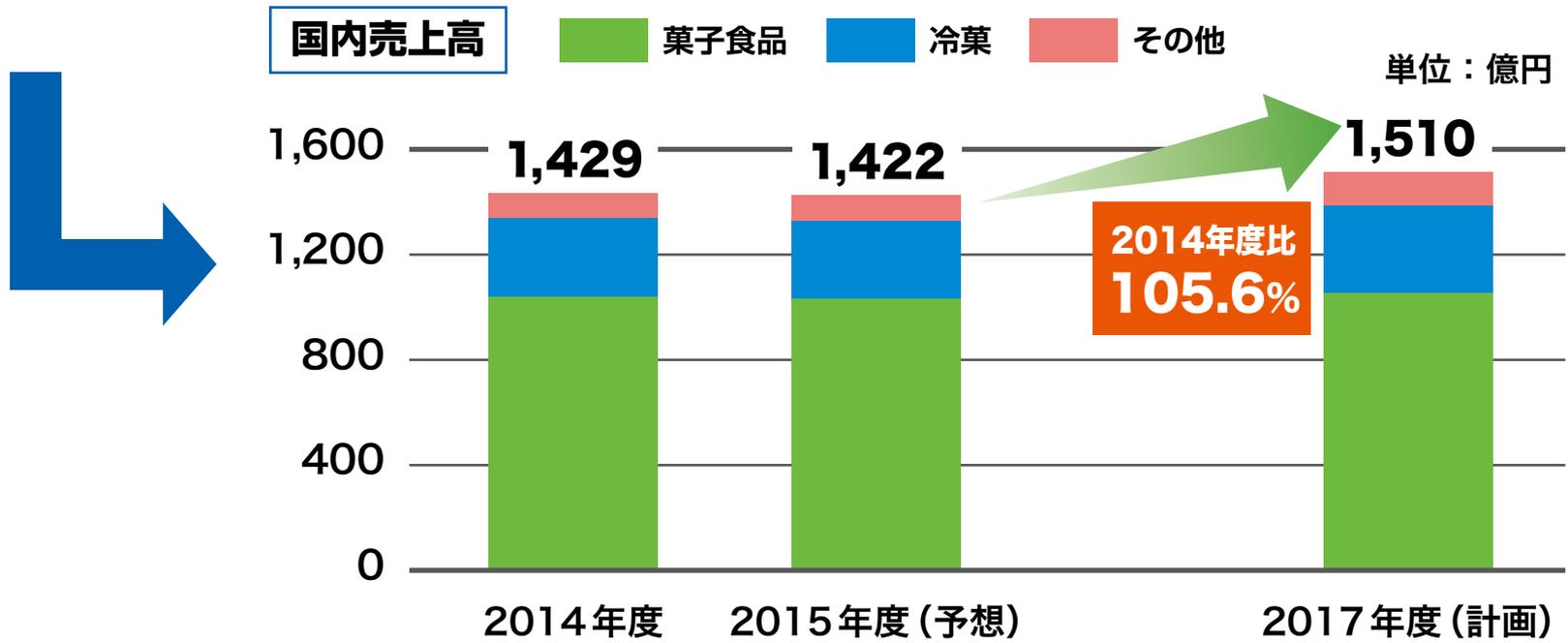
営業利益率



重要取り組み 《既存分野》

《既存分野》 国内：菓子食品、冷菓他

- ・ 主柱事業として、確実に**利益**を創出させる！



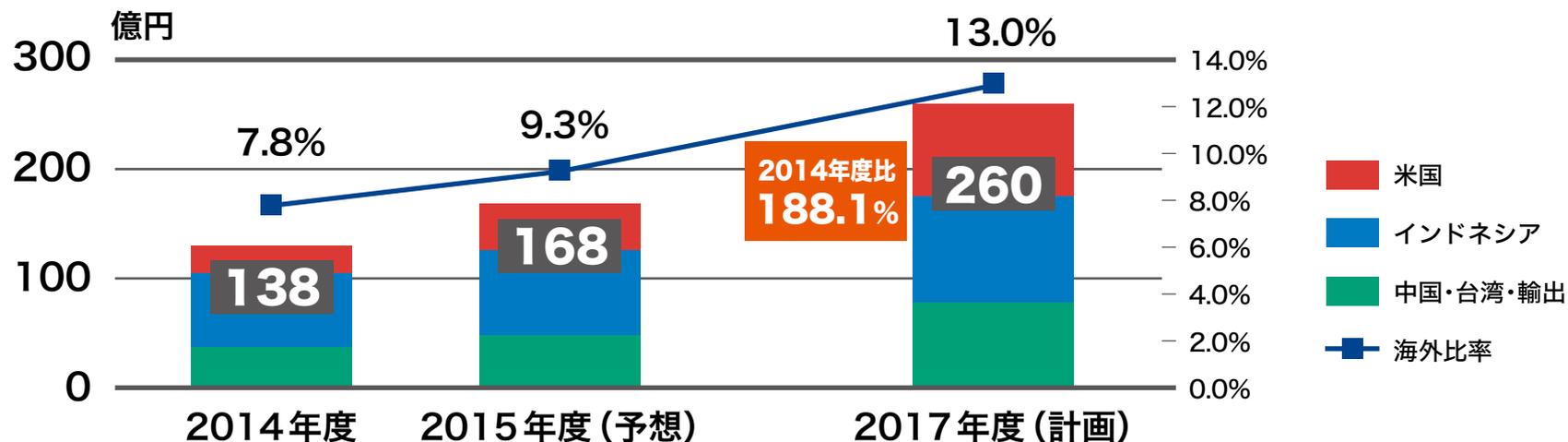
商品開発力強化

新営業マネジメント

重要取り組み 《成長分野：海外》

・ 将来的な柱とするため、規模の拡大を図り、事業基盤を強固に！

《成長分野》 海外



アメリカ

2013年度 森永アメリカフーズ設立
2015年度夏 新工場立上げ 現地生産開始予定

東南アジア

2013年度 森永キノインドネシア設立 (合併)
2016年度 当社ブランド商品製造開始予定

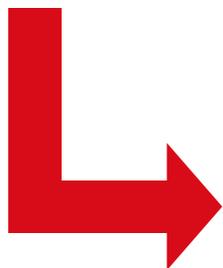
中国・台湾・輸出

中国：ハイチュウのラインアップ拡大
輸出：アイスクリーム好調 (ミルクキャラメルモナカ)

重要取り組み《成長分野：健康》

- ・ 将来的な柱とするため、規模の拡大を図り、事業基盤を強固に！

《成長分野》 健康



ウイダー

inゼリー拡大推進
高単価・高付加価値

ヘルスケア

独自素材による健康機能訴求の深耕
通販基盤強化・拡大

成長が見込める商品群



重要取り組み

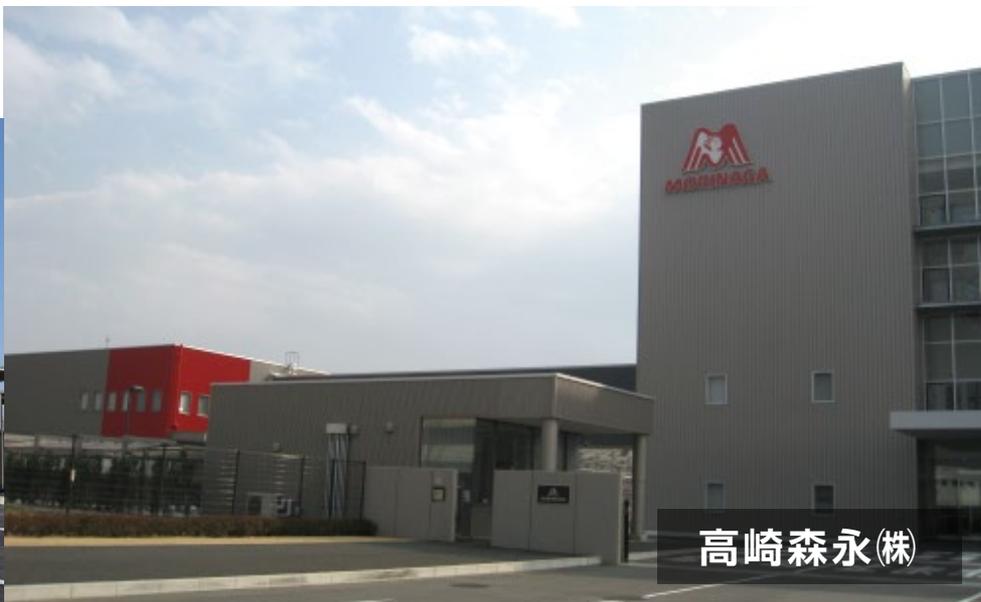
《チョコレート原液製造》 業務提携：バリーカレボー社

■ココア、チョコレートを取り扱う世界のリーディングカンパニー
バリーカレボー社と2007年より業務提携を実施

世界基準の技術を共有

製造コストの低減を実現

当社旗艦工場である高崎森永(株)の敷地内に併設



高崎森永(株)

重要取り組み 《新規分野》

《新規分野》 新規事業・新市場

- 外部の知識を活用しながら**事業の芽の創出**にチャレンジ！



《人材育成の強化》

- 能力の見える化**と**中長期視点の戦略的な育成**

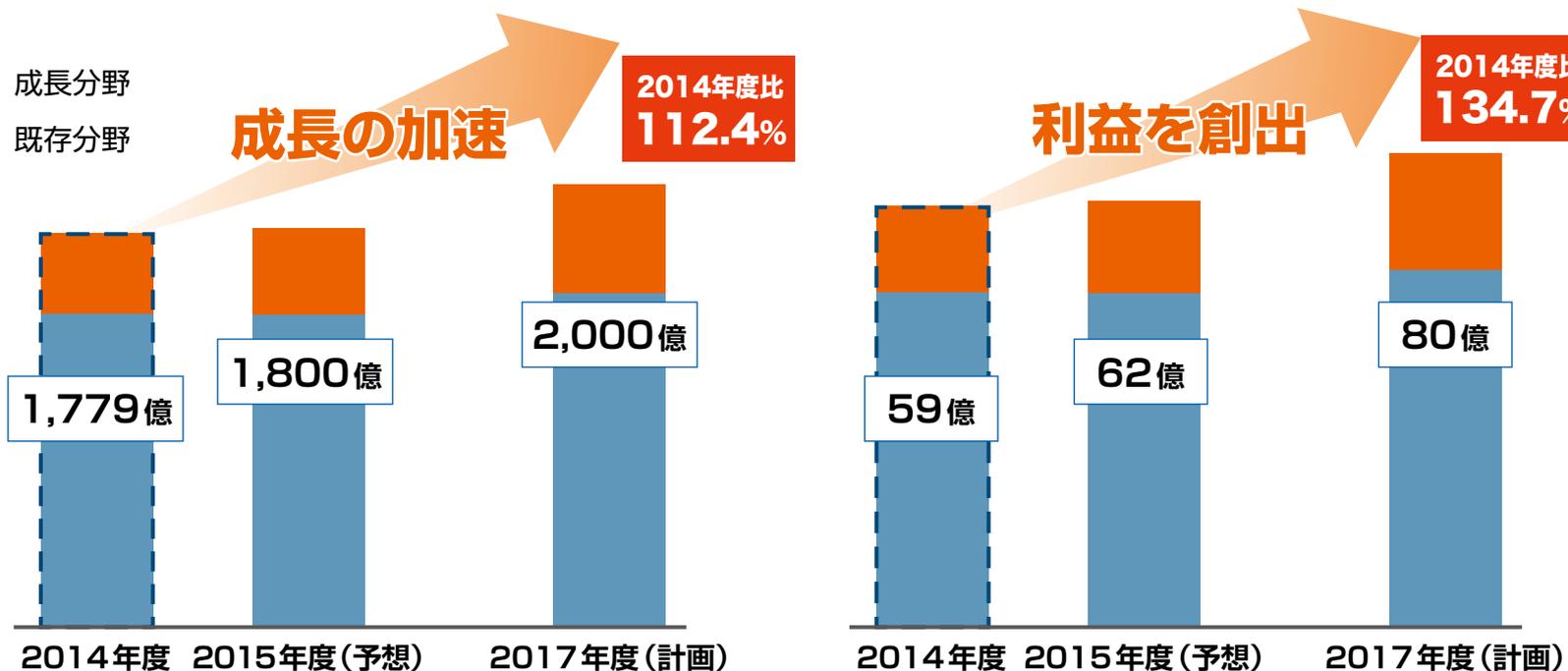


売上と利益の成長目標

売上高

営業利益

- 成長分野
- 既存分野



営業利益率

3.3% 3.4% 4.0%

ROE

6.0% 6.7% 7.3%

平成 28 年 3 月期 業績予想

(平成 27 年 4 月～平成 28 年 3 月)

具体的な取組



高単価・高付加価値商品の開発強化



主力ブランド強化と利益創出

機能的表示食品
(申請中)



健康機能の強化・商品開発



※イメージ 米国生産拠点の稼働開始

【連結】 今回予想／前期 比較

(単位：百万円)

	H28年3月期 予想	前期実績	前期比較 (前期比)
売上高	180,000	177,929	2,071 (101.2%)
営業利益	6,200	5,939	261 (104.4%)
経常利益	6,600	6,530	70 (101.1%)
親会社株主に 帰属する 当期純利益	4,500	3,806	694 (118.2%)

■売上高

- ・海外売上増に伴う増収

■損益

<増益要因>

- ・売上高増収
- ・原価低減等
- ・広告宣伝費削減効果

<減益要因>

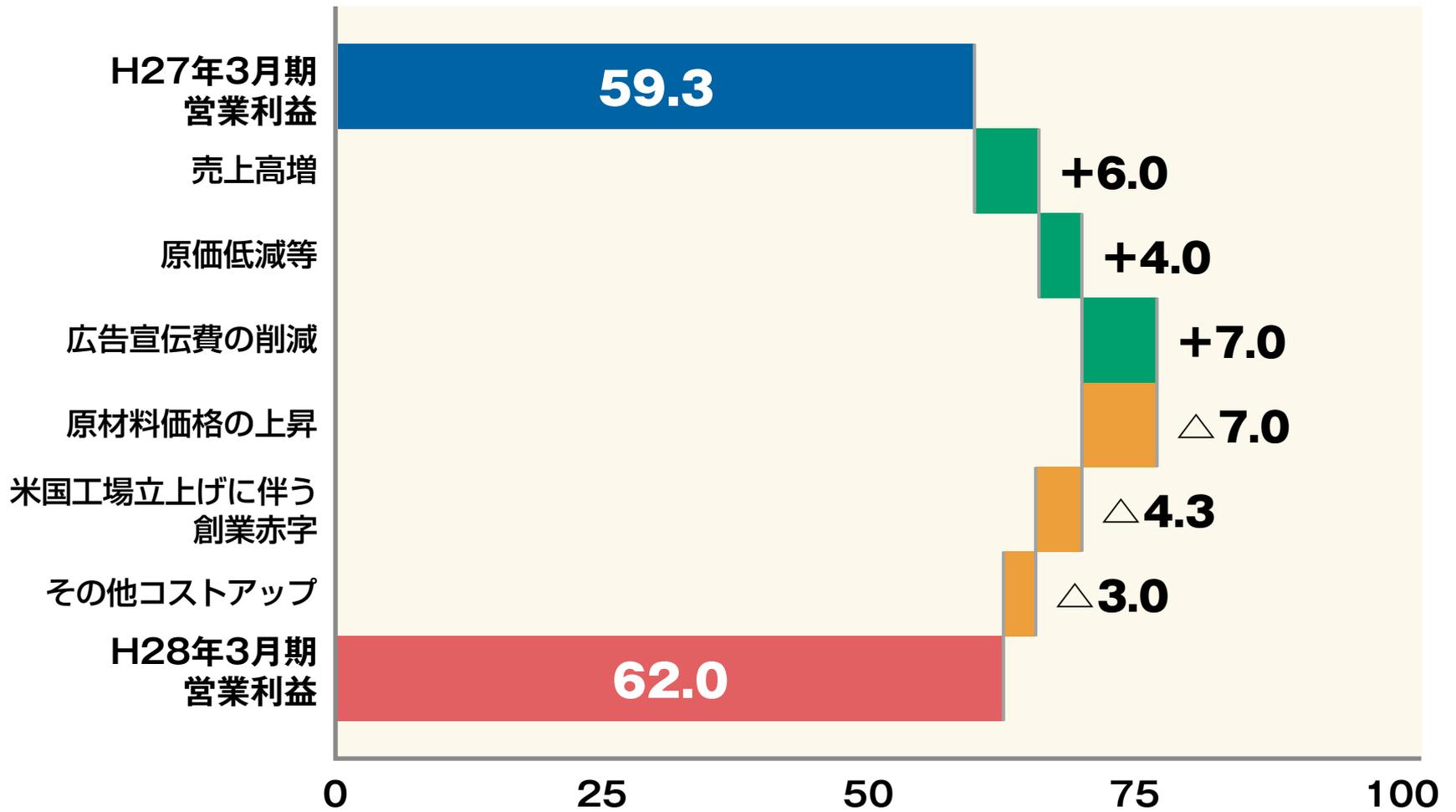
- ・原材料価格の高騰

営業利益率：3.4%

ROE：6.7%

【連結】営業利益増減要因

単位：億円



通期予想 セグメント情報 (平成 27 年 4 月～平成 28 年 3 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 (94.5%)	170,000 (101.0%)	5,650 (+128)
食料卸売 (3.8%)	6,800 (106.3%)	550 (+82)
不動産・サービス (1.4%)	2,600 (98.5%)	750 (+16)
その他 (0.3%)	600 (106.1%)	90 (+9)

※【食料卸売】より【食料品製造】へ一部セグメントを変更しております。

食料品製造	売上高	前期比較 (前期比)
国内	153,200	△ 1,310 (99.2%)
海外	16,800	2,981 (121.6%)

海外売上高比率
9.3%

【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		2Q 累計予想	3・4 Q予想	年間予想	製菓内構成比
菓子・食品	ミルクキャラメル	95	111	103	
	ハイチュウ	101	107	104	
	森永ビスケット	96	101	99	
	チョコボール	93	108	101	
	ダース	102	98	99	
	おととと	102	113	107	
	森永ココア	98	101	100	
	菓子・食品計	98	104	101	30.7 (+ 1.7)
冷菓	ジャンボグループ	102	98	100	8.7 (+ 0.1)
健康	ウイダー in ゼリー	101	98	100	10.0 (+ 0.1)
主力ブランド計		100	102	101	49.5 (+ 2.0)

※主力ブランドの【ミルクココア】を【森永ココア】へ範囲変更しております。