



おいしく たのしく すこやかに



2026年3月期 決算説明会

2026年5月13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。



おいしく たのしく すこやかに



2026年3月期 実績



2027年3月期 業績予想



2024中期経営計画 進捗と見通し



おいしく たのしく すこやかに



2026年3月期 実績



2027年3月期 業績予想



2024中期経営計画 進捗と見通し

2026年3月期 実績



売上高は5期連続、営業利益は2期連続で過去最高を更新 / 各段階利益はいずれも前同を上回る

(単位：億円)	実績	前期比較		予想* ² 比較	
売上高	2,366	+77	103.4%	+6	100.3%
売上総利益 〔売上総利益率〕	949 〔40.1%〕	+49 〔+0.8pt〕	105.5%	▲5	99.5%
営業利益 〔営業利益率〕	223 〔9.5%〕	+11 〔+0.2pt〕	105.3%	+0	100.4%
経常利益	226	+3	101.6%	+1	100.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	177	+0	100.3%	▲5	97.6%
EBITDA* ¹	325	+14	104.4%	+0	100.1%

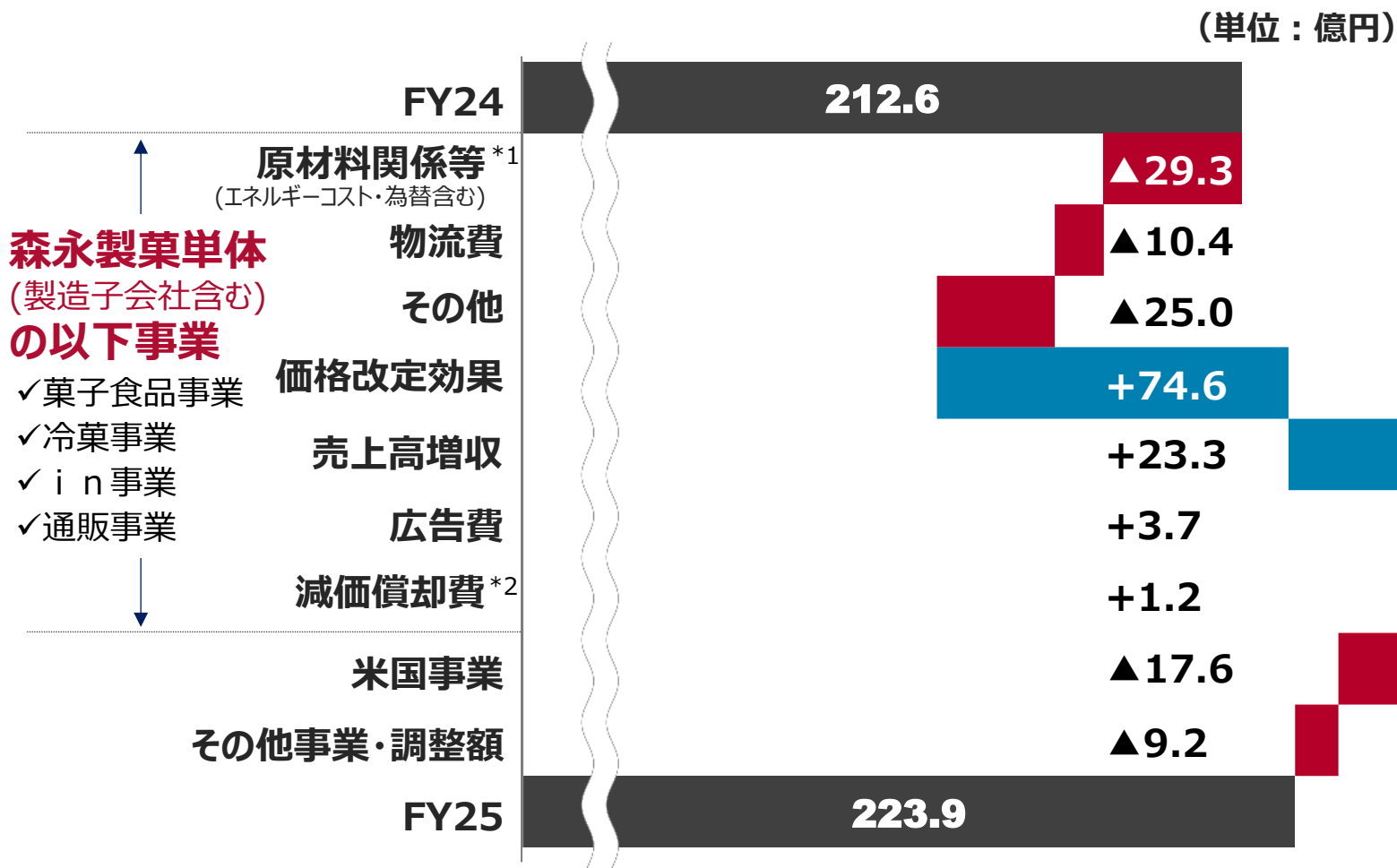
*1 EBITDAは簡易版を使用→営業利益+減価償却費 *2 2025年11月発表値

* 在外子会社換算レートは、1米ドル=150.77円。前回は151.58円

2026年3月期 実績：営業利益増減要因



カカオを中心とした原材料コストの高騰や人件費・DX投資の増加に対し、価格改定と増収で打ち返し増益



原材料関係等

- ・高騰原材料：カカオ関連、油脂(アイスコーティング) 紙器・包材等(メーカーによる労務費等コスト転嫁)
- ・エネルギーコスト影響額：+0.2億円
- ・為替感応度：1円円安 = 年間で1億円弱の減益影響

その他 (主な要因)

- +) 販売費
-) 売上原価増(労務費等の固定原価)、DX投資、人件費

価格改定効果

- ・24年9月：菓子食品 (ビスケット、チョコ、ココア・甘酒(一部))、冷菓
- ・24年12月：in (inバー)
- ・25年2,3月：菓子食品 (チョコ、ビスケット(一部)、スナック(一部)、ココア等) in (プロテインパウダー)
- ・25年6月：菓子食品 (チョコ(一部))
- ・25年9月：菓子食品 (ビスケット、チョコ、ココア、ゼラチン等)、冷菓

米国事業増減要因

-) 販売費増、関税、原材料費等増

参考：広告費 (連結計)

FY24 112.4億円	} 損益影響
FY25 108.1億円	

2026年3月期 実績：事業別サマリー



菓子食品・冷菓事業が増収を牽引、菓子食品事業は価格改定・コストダウン等により収益性を大幅に改善
i n・米国事業は環境変化のなかで苦戦

(単位：億円)		売上高			営業利益			営業利益率	
		実績	前期比較		実績	前期比較		実績	前期比較
食料品 製造	菓子食品事業 ^{*1}	889	+45	105.4%	81	+42	208.4%	9.2%	+4.6pt
	冷菓事業	535	+42	108.4%	49	+7	116.5%	9.3%	+0.7pt
	i n事業 ^{*1}	299	▲14	95.6%	58	▲15	80.7%	19.7%	▲3.6pt
	通販事業	107	▲4	96.1%	7	+3	149.4%	6.6%	+2.3pt
	事業子会社等	112	+0	100.3%	7	+4	206.9%	6.4%	+3.3pt
	国内計	1,944	+69	103.7%	204	+41	125.4%	10.5%	+1.8pt
	米国事業 ^{*2*3}	202	▲7	96.5%	13	▲17	42.7%	6.5%	▲8.1pt
	中国・台湾・輸出等	104	+14	115.7%	5	+1	114.7%	5.4%	▲0.1pt
	海外計	307	+7	102.3%	18	▲17	52.8%	6.1%	▲5.8pt
	小計	2,251	+76	103.5%	223	+25	112.4%	9.9%	+0.8pt
食料卸売	87	+1	101.2%	6	▲8	47.9%	7.8%	▲8.8pt	
不動産及びサービス	18	+0	101.4%	8	+0	109.8%	46.4%	+3.5pt	
その他	8	▲0	99.1%	1	▲0	87.7%	18.0%	▲2.3pt	
調整額等	—	—	—	▲16	▲6	—	—	—	
合計	2,366	+77	103.4%	223	+11	105.3%	9.5%	+0.2pt	

2026年3月期 実績：米国事業 現地通貨ベース前年比比較



海外子会社決算日

前期まで

12月31日



今期より

3月31日 に統一

現地通貨ベース前年比

	売上高		営業利益	
	当期（4-3月） 前期（1-12月）比較	当期（4-3月） 前期（4-3月）比較	当期（4-3月） 前期（1-12月）比較	当期（4-3月） 前期（4-3月）比較
米国事業*1	97.0%	98.7%	43.0%	67.8%



おいしく たのしく すこやかに



2026年3月期 実績



2027年3月期 業績予想



2024中期経営計画 進捗と見通し

● 外部環境（為替・原材料・エネルギーコスト・物流費）

- 想定為替レートは1米ドル=153円
- カカオ相場は落ち着いて推移する前提、前年比では増益方向に寄与
- 中東情勢に伴う影響（包材関連、エネルギーコスト、物流費等）を織り込むが不透明感は継続
- 消費環境を見極めながら追加的な打ち返し策の実施を想定

● M&A影響（My/Mochi社業績、のれん償却、取得・PMI関連費用）

- 26年4月より連結取り込み
- EBITDAベースでは増益貢献ながら、のれん償却等^{*1}と取得・PMI関連費用により営業利益ベースでは減益方向に作用

2027年3月期 業績予想



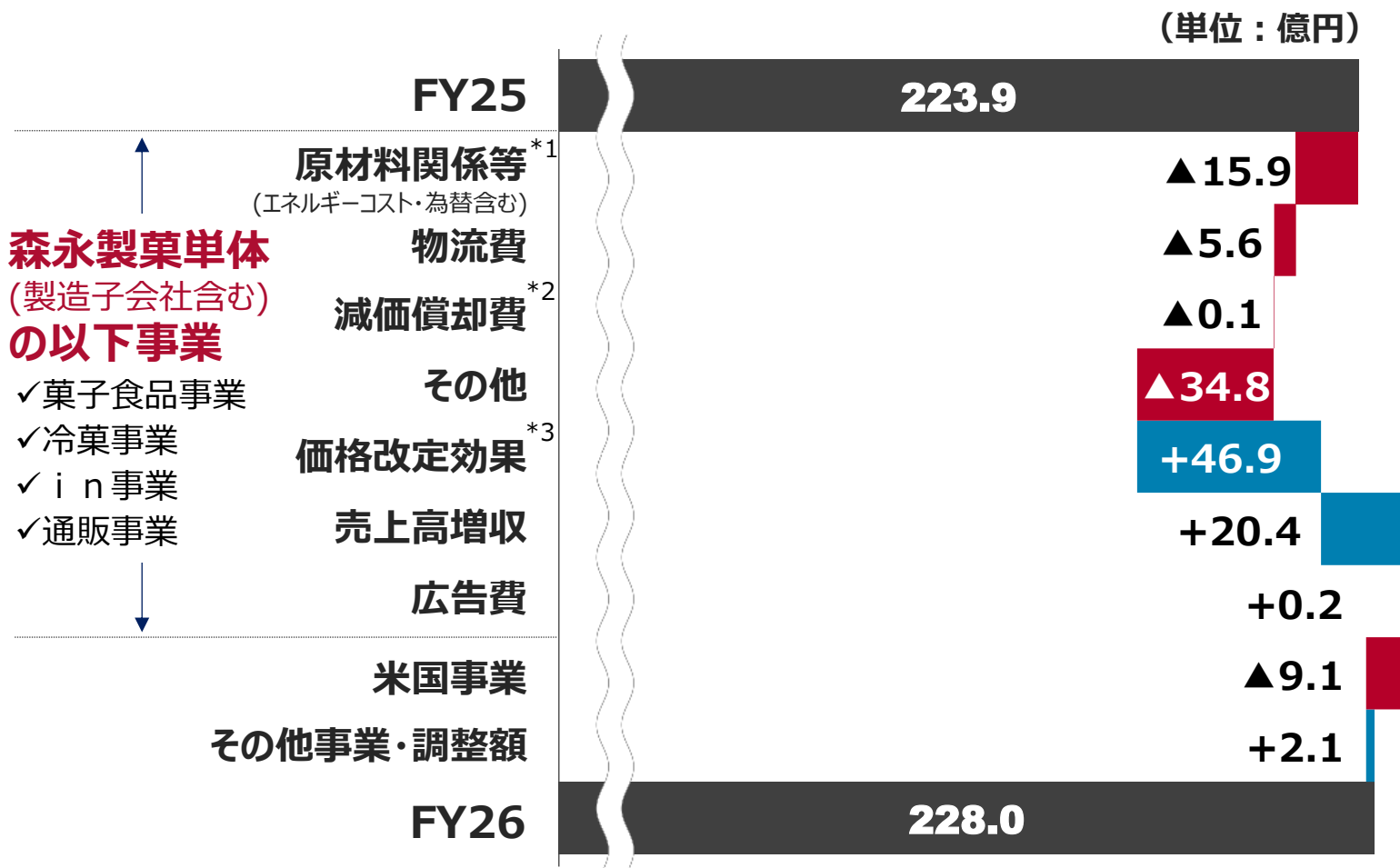
外部環境への対応、M&Aを含む成長投資による短期的な損益インパクトを吸収しつつ、営業増益を計画

単位：億円	2027年3月期 予想	前期比較	
売上高	2,570	+204	108.6%
売上総利益 〔売上総利益率〕	1,050 〔40.9%〕	+101 〔+0.8pt〕	110.6%
営業利益 〔営業利益率〕	228 〔8.9%〕	+5 〔▲0.6pt〕	101.8%
経常利益	222	▲4	98.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	165	▲12	92.9%
EBITDA ^{*1}	361	+36	111.0%

2027年3月期 業績予想：営業利益増減要因



原材料等の影響をコストダウン取り組みと価格改定および増収により打ち返し / 人的資本・DX投資を継続



原材料関係等

- + カカオ関連
- 中東情勢影響 (包材関連、エネルギーコスト)
海外乳製品、糖化製品

※為替感応度：1円円安 = 年間で1億円弱の減益影響

その他 (主な要因)

- 販管費増 (人件費、DX投資)
売上原価増(労務費等の固定原価)

価格改定効果

- ・25年6月：菓子食品 (チョコ(一部))
- ・25年9月：菓子食品 (ビスケット、チョコ、ココア、ゼラチン等)、冷菓
- ・26年4月：菓子食品 (スナック、ココア等)

米国事業増減要因

- + 増収 (HI-CHEW)、My/Mochi社収益
- 米国第2工場稼働に伴う固定費増 (減価償却費等)
My/Mochi社のれん等の償却

2027年3月期 業績予想：事業別サマリー



国内の主要事業は増収増益、海外は成長加速に向けた戦略的投資に伴い増収減益の計画

(単位：億円)	売上高			営業利益			営業利益率		
	通期予想	前期比較		通期予想	前期比較		通期予想	前期比較	
食料品 製造	菓子食品事業*1	900	+11	101.2%	82	+1	101.0%	9.2%	▲0.0pt
	冷菓事業	562	+27	105.0%	54	+5	110.7%	9.8%	+0.5pt
	i n事業*1	324	+25	108.2%	63	+5	108.7%	19.7%	+0.0pt
	通販事業	109	+2	101.4%	7	+0	102.0%	6.7%	+0.1pt
	事業子会社等	119	+7	106.1%	11	+4	156.4%	9.4%	+3.0pt
	国内計	2,014	+70	103.6%	219	+15	107.5%	10.9%	+0.4pt
	米国事業*2*3*4	328	+126	162.3%	4	▲9	30.5%	1.2%	▲5.3pt
	中国・台湾・輸出等	115	+11	110.1%	1	▲4	34.7%	1.7%	▲3.7pt
	海外計	443	+136	144.4%	5	▲13	31.8%	1.3%	▲4.8pt
	小計	2,458	+207	109.2%	225	+2	101.2%	9.2%	▲0.7pt
食料卸売	84	▲3	95.5%	4	▲2	66.5%	5.5%	▲2.3pt	
不動産及びサービス	20	+2	105.4%	8	+0	101.4%	44.7%	▲1.7pt	
その他	8	▲0	98.8%	1	▲0	85.6%	15.6%	▲2.4pt	
調整額等	—	—	—	▲12	+4	—	—	—	
合計	2,570	+204	108.6%	228	+5	101.8%	8.9%	▲0.6pt	



おいしく たのしく すこやかに



2026年3月期 実績



2027年3月期 業績予想



2024中期経営計画 進捗と見通し

2030経営計画における 2024中期経営計画の位置づけ



2030経営計画達成のための「道筋をつくる」2ndステージ



飛躍に向けた成長軌道の確立

24中計 経営目標進捗：売上高・営業利益



オーガニック成長率としては売上高・営業利益ともに概ね目標水準の進捗
M&Aに伴う損益影響が短期的には目標未達の要因となるが、成長軌道を確立すべく実行

(単位：億円)

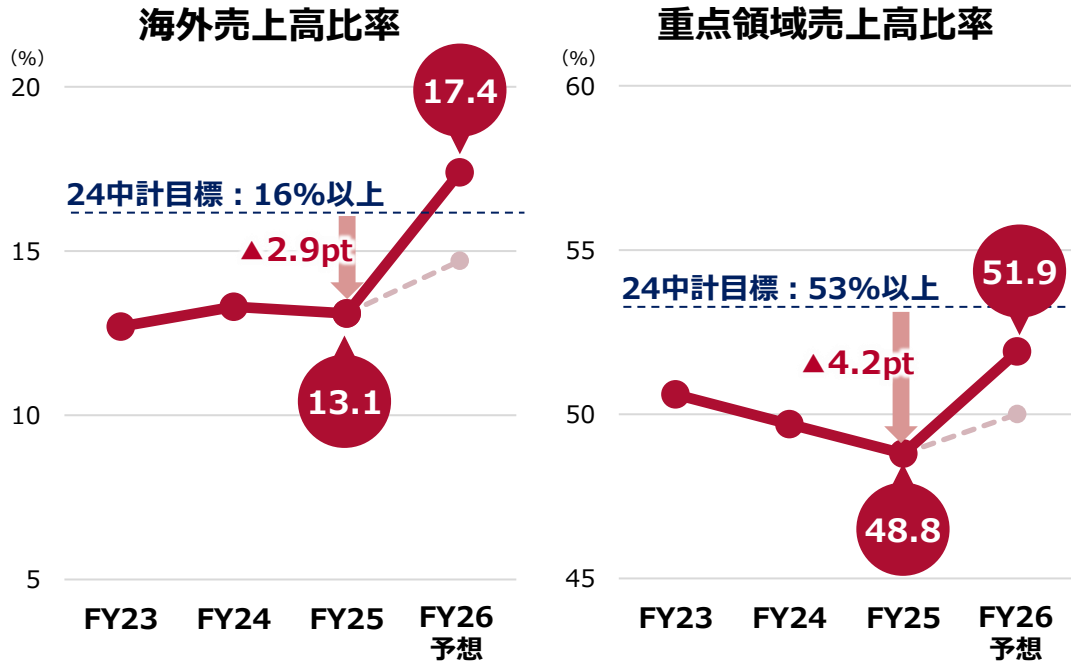
	25年3月期 実績	26年3月期 実績	2ヶ年実績 CAGR	進捗評価	27年3月期 予想	3ヶ年予想 CAGR	中計目標
売上高	2,289	2,366	+5.3%	○	2,570	+6.4%	2,460
成長率	+7.3%	+3.4%			+8.6%		+4.9% (3カ年CAGR)
(参考) オーガニック成長率 ^{*1}	—	—			+4.3%	+5.0%	
営業利益	212	223	+5.1%	△	228	+4.0%	246
成長率	+4.9%	+5.3%			+1.8%		+6.7% (3カ年CAGR)
(参考) オーガニック成長率 ^{*1}	—	+7.5%			+6.2%	+7.6%	
営業利益率	9.3%	9.5%	—	△	8.9%	—	10.0%
(参考) オーガニック目線 ^{*1}	—	9.7%			—	10.0%	

24中計 経営目標進捗：重要経営指標*1



重点領域の伸び悩みは課題、環境変化を踏まえた戦術のアップデートへ
成長投資により収益性・効率性へのインパクトは生じるが、財務戦略に基づき中期的な目線でマネジメント

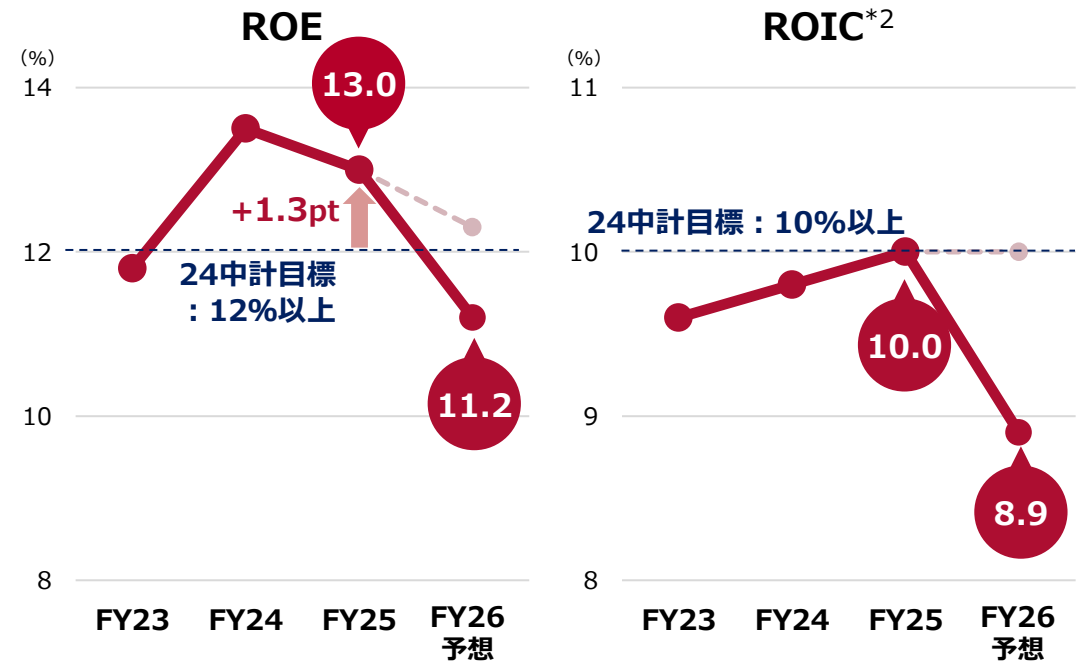
成長性、事業ポートフォリオ転換



M&Aを含め成長を再加速

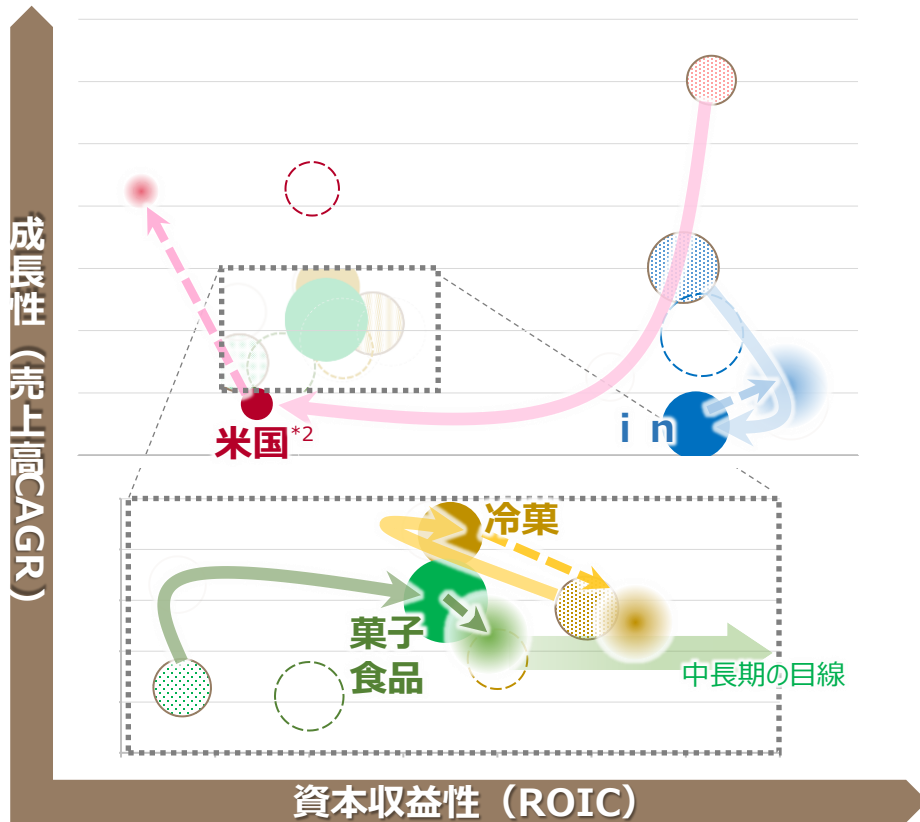
成長回帰を目指すが
目標未達の想定

収益性、効率性



戦略的な成長投資を優先
中期的な目線でのマネジメントを継続

短期と中長期の資本収益性改善を両睨みしながら取り組みを継続



	売上高CAGR		ROIC*1		ROICに関するトピックス
	FY25 FY23比	24中計 目標	FY25 実績	FY26 目標	
in	▲3%	+5%	34.6%	35%以上	・減益により 低下 (外部環境変化を起点とした売上苦戦)
冷菓	+9%	+4%	11.0%	12%以上	・運転資本増加も、増益により 向上 (最盛期に向けた作りだめによる製品在庫増)
通販	▲1%	+9%	89.3%	40%以上	・増益により 向上 (減収ながら、投資効率を踏まえた広告コントロール)
米国*2	▲1%	+16%	6.4%	10%以上	・固定資産増加と減益により大幅に 低下 (第2工場建設*5、関税影響、競争激化に伴う販売費の積極投下)
菓子食品	+6%	+2%	10.9%	8%以上	・利益率改善と固定資産圧縮により大幅に 向上 (コストダウン、価格改定、更新投資の抑制、減価償却、など)

✓菓子食品は24中計での資本収益性向上 (=短期) は想定以上の実績で着地見込

✓27中計以降に向けて中長期目線での構造改革の社内議論を進行中

- ▶ブランド・生産拠点を「長期の稼ぐ力」+「定性」等で多面的評価
- ▶縮小均衡とならないよう、「強みを活かした積極成長」×「ブランド・拠点再編」=「経営資源の再配分」が必須
- ▶菓子食品に限らず、国内事業全体をターゲットとして検討も、やる/やらないも含めて議論途上

コストアップや価格改定の荒波を泳ぎ切り、収益改善を大きく前進させた / 次なるステージの戦略構築へ

Review

基本方針と現状認識

2030年に向けた基本方針

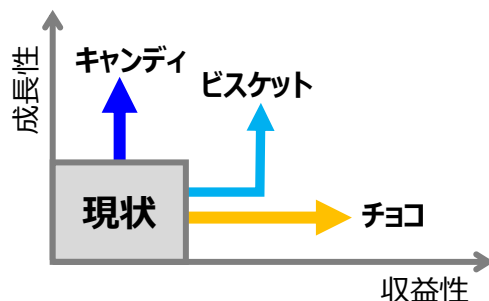
- 高収益基盤を構築するべく
カテゴリーポートフォリオを転換

内外環境変化

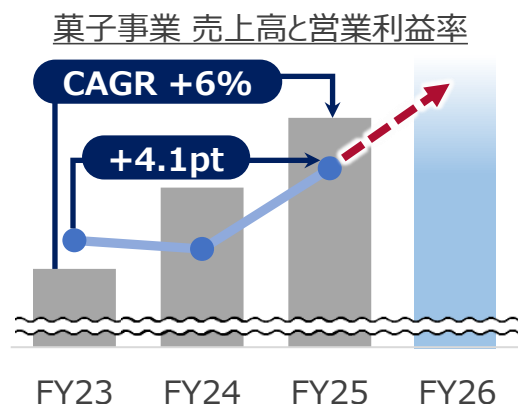
- 【外】カテゴリーごとに明暗
- 【内】事業モデル上の成果・課題
 - コストダウン・価格改定が奏功
 - ラムネは伸長もハイチュウ成長には課題を残す
 - 価格改定の潮目の変化有

24中計2年間での実績

- 売上高CAGR : +6%
- 営業利益率 : +4.1pt (FY23比)



市場の成長率 (FY23→25CAGR) *1			
	キャンディ	ビスケット	チョコ
金額	+8%	+7%	+5%
数量	+5%	+3%	▲7%



Action

環境変化を踏まえた戦術のアップデート

方向性と施策

- キャンディ成長戦略の先鋭化
 - “ラムネ成功”の学びから、機能・喫食シーンをより細かくブレークダウンしたマーケティング施策へ
 - ソフトキャンディ⇔グミなどのような買い回りを踏まえ市場をより大きく捉えた戦略へのアップデート
 - ブドウ糖のさらなる可能性探索



- もう一段踏み込んだ収益改善とその先の戦略構築
 - 「稼げるもの」×「成長可能性」×「強み」から次の成長ドライバーの見極めへ

外部環境変化を起点とした足元の苦戦により、市場成長鈍化の流れを変えられず

Review

基本方針

2030年に目指す姿

- **スポーツを軸足とした心と体の健康をサポートする食のブランドNo.1**

i nゼリーの基本方針

- **LTV戦略で市場を牽引**
 - 子ども～お年寄り、アクティブ～非アクティブなど、前向きに活動するすべての人々に寄り添った飲用シーンを開拓

現状（課題認識）

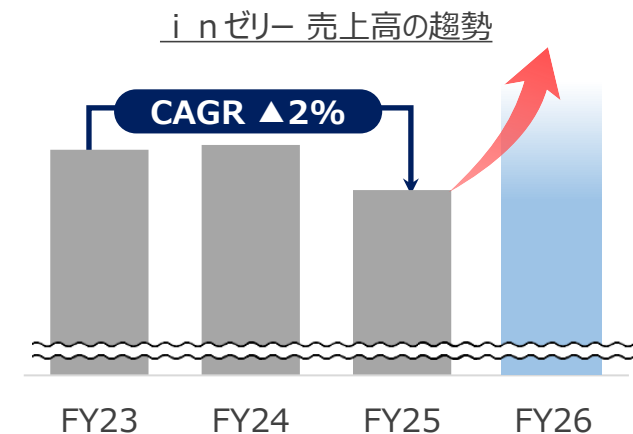
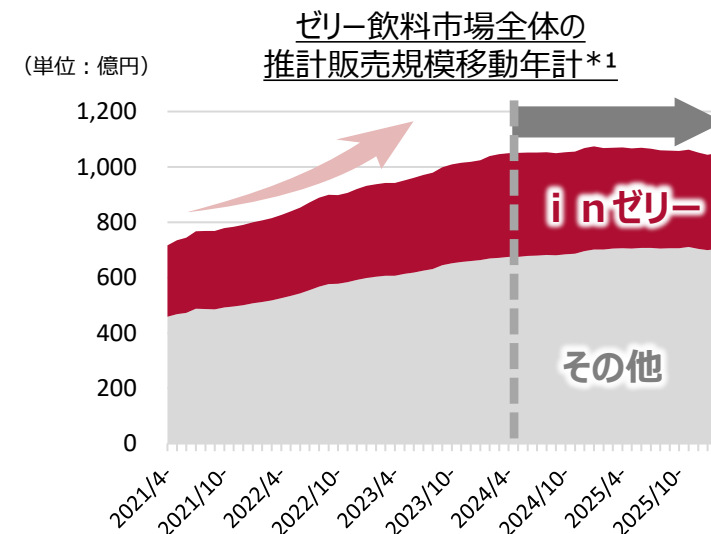
内外環境の変化

- **【外】酷暑と廉価品の台頭**
 - 夏場のスポーツ需要の落ち込み
 - PB等のシェア拡大
- **【内】事業モデル上の課題**
 - スポーツ用途への依存度が高い構造（日常シーンの取り込み不足）
 - ブドウ糖以外の成長エンジンの不足

24中計2年間での実績

- **売上高CAGR：▲2%**
- **購入率^{*2}：▲2.2pt** (FY23比)

「i n」のブランド力を厳しい競争環境下で利用シーン・顧客層拡張に活かしていきたくない



基本方針は不変ながらも戦術を機動的に見直しながら、中長期でのゲームチェンジを追い求めていく

Action

環境変化を踏まえた戦術のアップデート

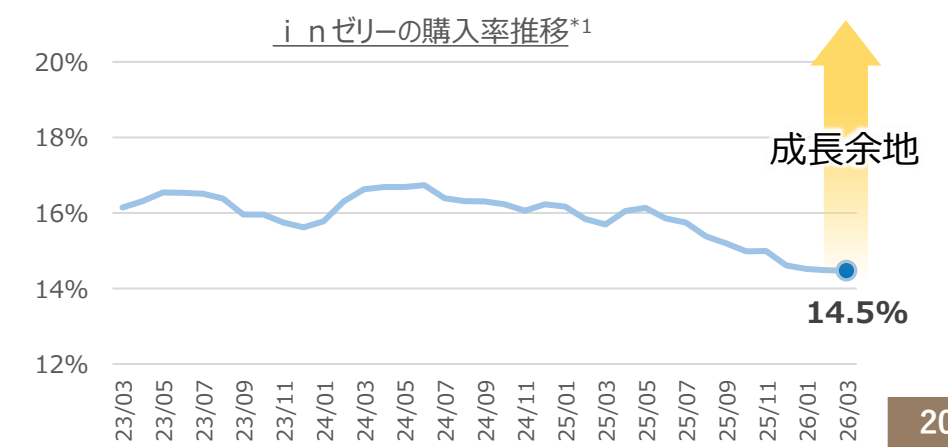
方向性とマーケティング施策

- **現在離れてしまっているお客様の再獲得により成長回帰へ**
 - ブランド想起No.1が当社の強み
 - ブランド力 = 信頼を活かし、お客様の「困りごと」へアプローチ
 - 「5季化」をチャンスに変え、生活に寄り添った様々な顧客接点を創出することで、離反ユーザーの購買行動を引き出す
- **上記を効果的に訴求する積極的なマーケティング投資**
 - inブランド統一プロモーションでブランディング強化=「in my life,」
 - 既存シーン以外への広告投資で潜在ニーズ掘り起こし

商品・販売施策

- **再エントリーにふさわしい新商品展開**
 - 「熱中症対策」の新たな形態
 - 「リフレッシュ」を訴求する新商品
- **ブランディング連動での売場作りでエネルギー群の間口最大化**

大切にしている考え方



複数素材を組み合わせた独自価値で成長を牽引 / 攻めの姿勢でさらなる高みを目指す

Review

基本方針と現状認識

2030年に向けた基本方針

- 菓子技術を活かした差別化商品に集中した事業拡大

外部環境変化

- 市場成長の継続

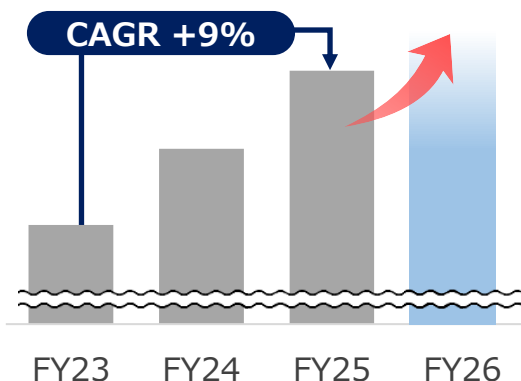
- 金額(FY23→25CAGR) : +3%*1
- 個数(FY23→25CAGR) : +0%*1

24中計2年間での実績

- 売上高CAGR : +9%

- デザート訴求が奏功し
板チョコアイスとザ・クレープ間口拡大
- ジャンボの売上高続伸
- プレミアム商品の実績好調

冷菓事業 売上高



Action

環境変化を踏まえた戦術のアップデート

方向性と施策

- 好調さに甘んじることなく 事業を支える柱ごとの強靱化を進める

- チョコモナカジャンボは間口拡大の高みを目指し、より多くのお客様との接点を増やす
- バニラモナカジャンボは競合品では味わえない “コンビネーションのおいしさ”を訴求し、一段上の成長軌道へ
- 板チョコアイス等のデザート訴求商品は、成長投資の可能性も意識したチャレンジフェーズへ



- 次なる成長ドライバーの育成

- ビスケットサンドやパリパリサンドなどを品質価値を丁寧に浸透させ、板チョコやザ・クレープに次ぐ柱の育成を進める



環境悪化が続くも積み上げてきた事業基盤は成果 / 施策の積み重ねで成長チャンスをうかがう

Review

基本方針と現状認識

2030年に向けた基本方針

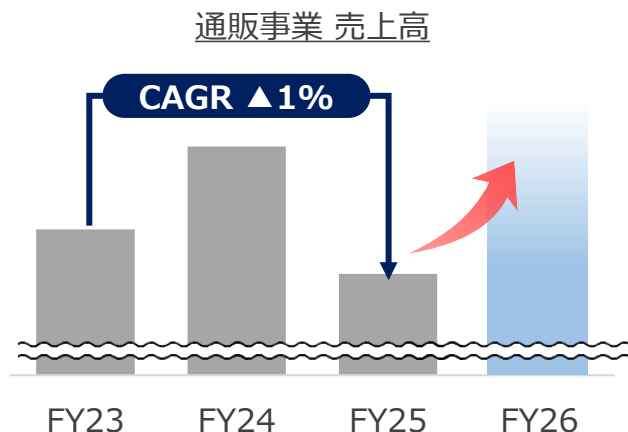
- 顧客のウェルネス実現をサポートするヘルスケア事業に進化

内外環境変化

- 【外】TV通販モデルの厳しさ
 - 視聴率低下
 - 視聴層の高齢化
 - 経済性志向の高まり
- 【内】事業モデル上の課題
 - 価格改定に対する感応度
- 【外】コスト上昇
 - 原材料費
 - 物流費
 - 人件費

24中計2年間での実績

- 売上高CAGR : ▲1%
 - 価格改定影響
 - 顧客数の低迷・頭打ち
 - 費用コントロール影響



Action

環境変化を踏まえた戦術のアップデート

方向性と施策

- 定期顧客獲得の再上昇に向け細やかに施策を展開

- ROAS*1視点での広告運用の強化
- 期間限定品の発売
- デジタルを活用した1to1マーケティング強化 (LINE、バリアブル印刷等)
- 定期購入を継続していただくための取組 (サポート・特典等) の強化
- 認知広告継続によるコラーゲンの価値訴求



- 次なる成長ドライバーの育成の継続

- 「おいしい青汁」などの次なる柱の商品育成の継続
- 「おかしプリント」などの新たな通販モデルの確立

- 広告効率に課題がある中で、投資⇔リターンを踏まえた、成長スピードのコントロール

プロダクトの強みを活かした成長が期待できる伸びしろある市場であることは不変も、現状打破が必要

Review

基本方針

2030年に目指す姿

- 差別化された商品価値で誰もが知るキャンディブランドへ

HI-CHEWの基本方針

- 販売店率・SKU数の拡大
 - 新規導入開拓で買いたいときに買えるようにする
 - 面を広げて選ぶ楽しさを提供する
- 店頭回転の向上
 - ブランド認知・ロイヤリティ向上で生活に寄り添う商品にする
- 販売戦略連動での供給体制構築

現状（課題認識）

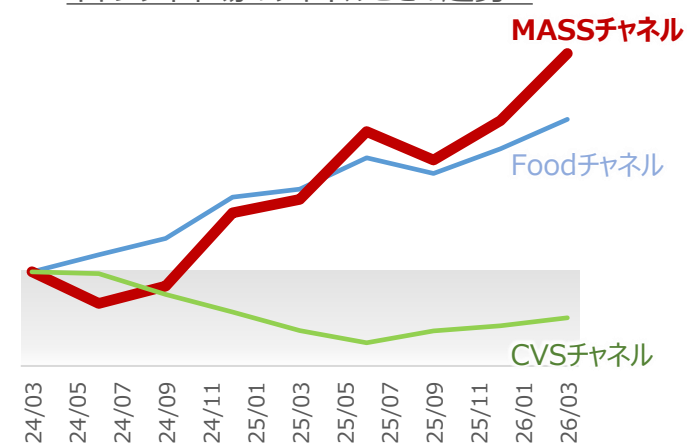
内外環境の変化

- 【外】競争環境の激化
 - カカオ高による大手競合のキャンディシフト
 - 景気減退による主戦場だったCVS苦戦
- 【内】事業モデル上の課題
 - 販売店率の高止まり/伸び悩み
 - 競争激化によるSKU拡大の苦戦

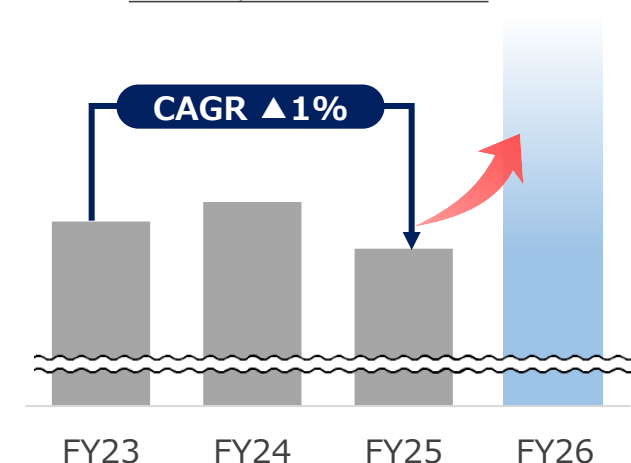
24中計2年間での実績

- 売上高CAGR*2：▲1%

キャンディ市場のチャネルごとの趨勢*1



米国事業*2 売上高の趨勢



新工場の稼働開始に向けて、成長回帰が急務

新工場稼働を成長のテコとすべく、投資フェーズと位置付けた売場進出・拡大を進め、反転攻勢へ

Action

環境変化を踏まえた戦術のアップデート

方向性

- 注力チャネルの“選択と集中”の上で、**戦略的なマーケティング投資**による販売チャンス拡大
 - 対消費者への販売力が強い大手MASSチャネル等へより積極的にアプローチし、売り場を確保・拡大
 - そのための人員・ブローカーの最適配置を実行
 - インテリジェンスチームの活用で、より効率的・効果的なマーケティング投資を実践
- 新工場で得る生産キャパで**商品ラインナップ**を拡大
 - 今まで抑制的にしてきたSKUを拡充路線へ



商品施策

- シーズナル市場にふさわしい新商品展開
 - 四大シーズンへの更なる規模拡大 = 定位置獲得へ



- ブランドエクステンション品の拡充により売り場での面拡大へ
 - 日本で磨き上げた技術の活用
 - HI-CHEW POPでの売り場拡大



New
新機軸

初期的なPMIは順調な進捗 / 安定的な事業運営を優先しつつ、シナジー創出に向けた取り組みを推進

買収手続きの進捗

2026年4月1日にクロージング完了

PMI（初期フェーズ）

- 安定的な事業運営にフォーカス
 - 現執行体制を維持
 - 当社によるガバナンス・管理面での関与（重要なポジションに当社人材を派遣）
 - DD等の経験を踏まえ、事業系・管理系の各機能から人材をアサインし、PMI体制を発足（外部アドバイザーによるサポート体制も構築）

Day1 キックオフミーティング 2026年4月3日



目的

- ✓ 安心感の醸成
- ✓ 早期の相互理解

両社の歴史・価値観・強みが噛み合い、期待に満ちた船出

PMIを通じて目指す姿と時間軸

安定的な事業運営からシナジー創出へ

Day100～

- シナジー創出に向けた戦略合意

Day300～

- シナジー創出に向けた具体策の実行
- My/Mochi社の成長加速



- R&D
 - 冷凍下の菓子技術、フレーバリング技術
- HI-CHEWブランド

販路活用



- モチアイス配合技術
- モチアイス製造ノウハウ
- 米国におけるアイス販路

新商品



?

足元の業績は堅調に推移 / のれん等の償却により短期的にはEPS低下も、成長加速によるプラス貢献を描く

足元の業績トレンド

概ね想定どおりに推移

実績*1

- 25年7月～26年3月は増収増益（EBITDAベース）
 - 売上高 前年同期比：104.5%
 - 主要得意先への新規導入、再導入実現

業績予想*2

- 着実な増収を見込む
- EBITDAベースでの収益力は維持の想定
 - 主要得意先における伸長継続、未導入企業への展開

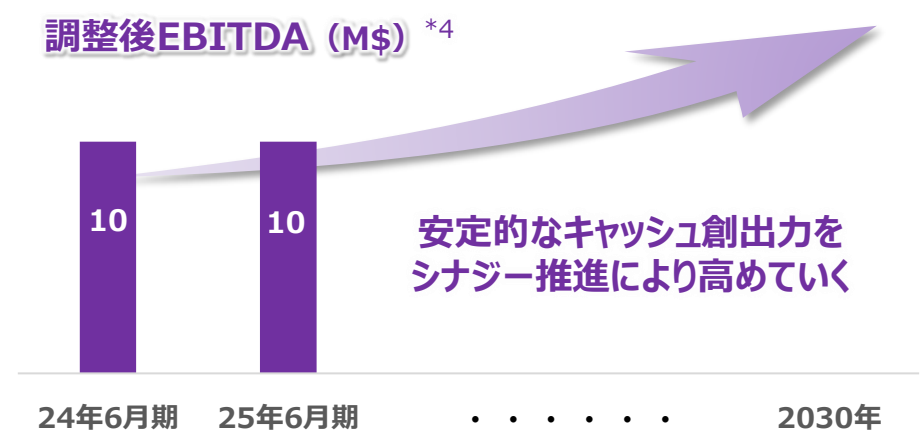


PPAに関する今後の見通し

第2四半期決算を目途に確定させる方針

現時点の見積もり*3 ※P.32-33に補足記載あり

- のれん等の概算額：約120M\$
- 償却期間の想定：のれん 12年 / 無形資産 5年
- 償却方法の想定：定額法

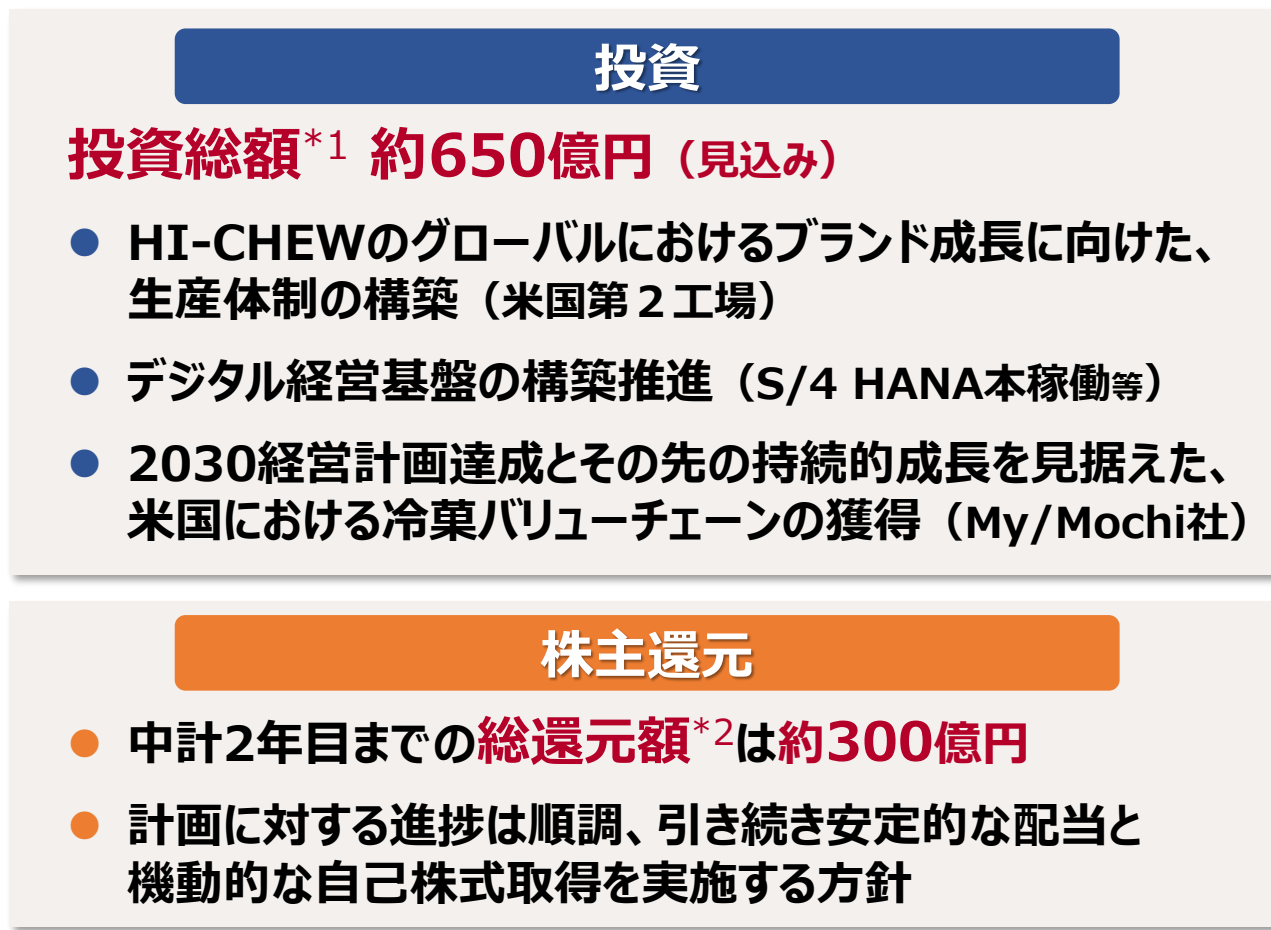


投資総額は計画をやや超過する見込みながら、戦略に沿って適切にマネジメント
株主還元は計画に対して順調に進捗しており、総還元額のガイダンスへの見通しは立てられている

24中計3カ年累計 計画



24中計3カ年累計 見通し

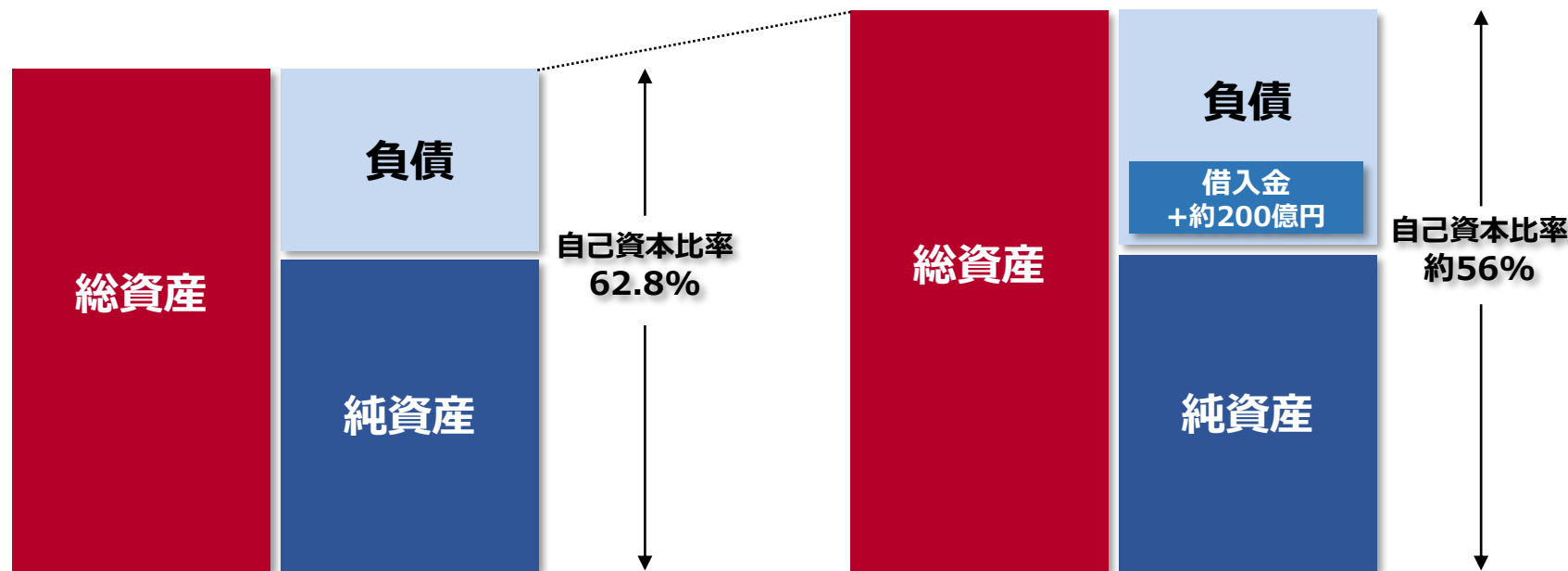


M&A実行に伴う財務指標への影響

財務安全性と投資余力の観点で懸念はない / 引き続き、中長期財務戦略に基づくマネジメントを遂行

買収前連結B/S (26年3月期末)

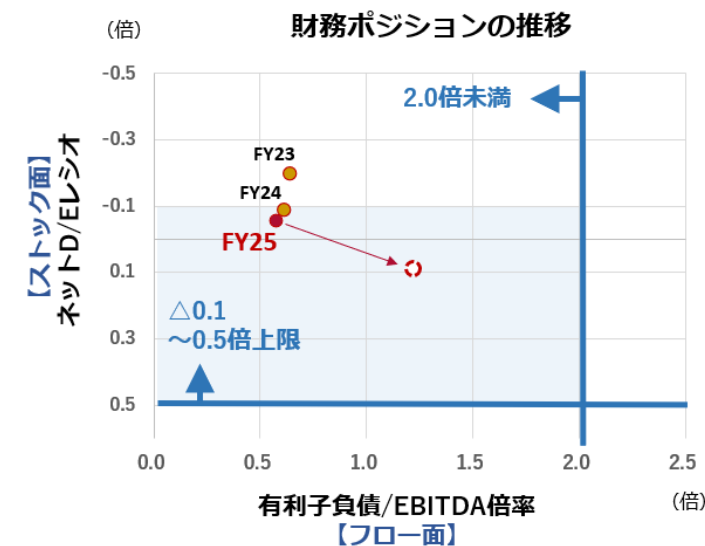
買収後連結B/S (イメージ) *1



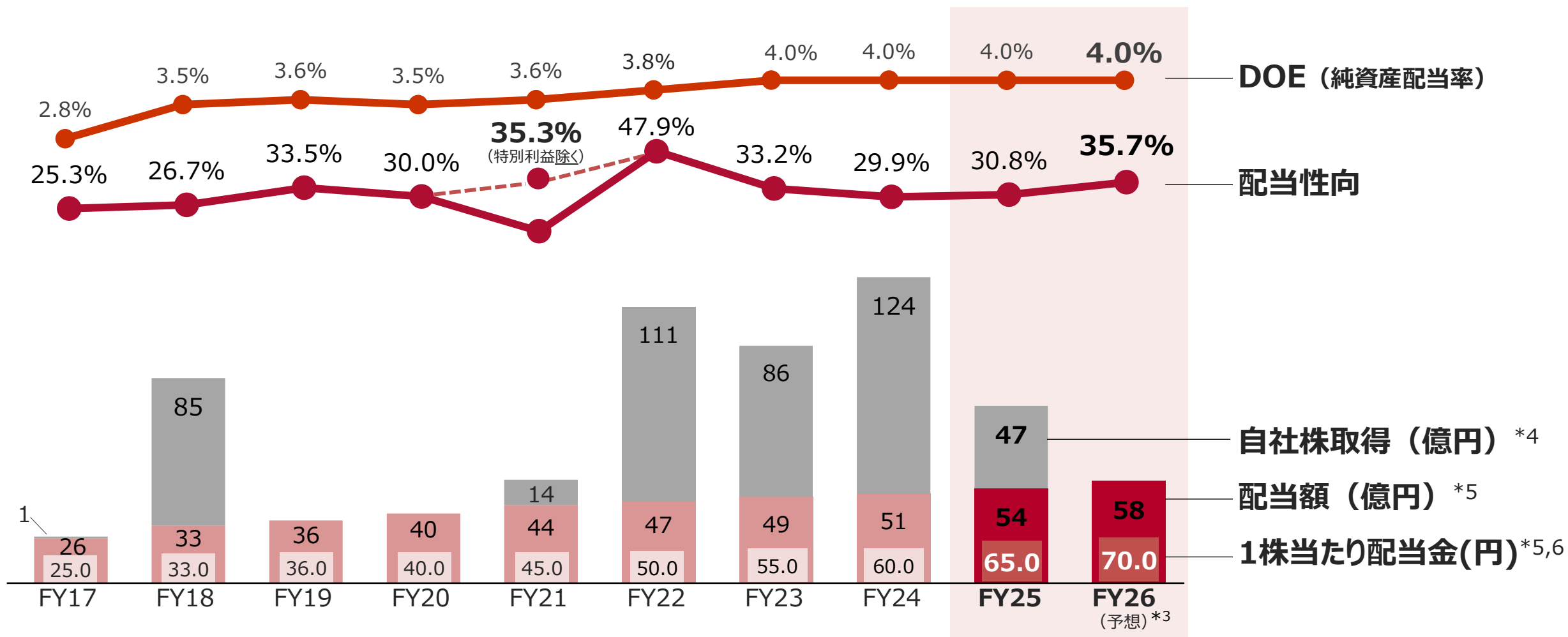
財務指標 (倍)	
ネットD/Eレシオ	▲0.05
有利子負債/EBITDA倍率	0.58

財務指標 (イメージ) *1 (倍)	
ネットD/Eレシオ	約0.1
有利子負債/EBITDA倍率	約1.2

財務安全性と投資余力を確保する
基本方針に基づくガイダンスの範囲内



配当金は、26年3月期は1株当たり年間**65円***¹（5円増配）を予定、27年3月期は同**70円***²（5円増配）を計画
必要に応じて自社株取得を機動的に検討



*1 うち中間配当32.5円 *2 うち中間配当35円 *3 2026年5月11日における2027年3月期業績予想数値
 *4 当該会計期間中の取得金額を記載（2026年5月11日までの取得分） *5 当該会計期間に係る剰余金処分の額を記載
 *6 2024年1月1日を効力発生日として、普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施。FY22以前の数値は株式分割を遡及適用した数値



おいしく たのしく すこやかに



Fin.



おいしく たのしく すこやかに

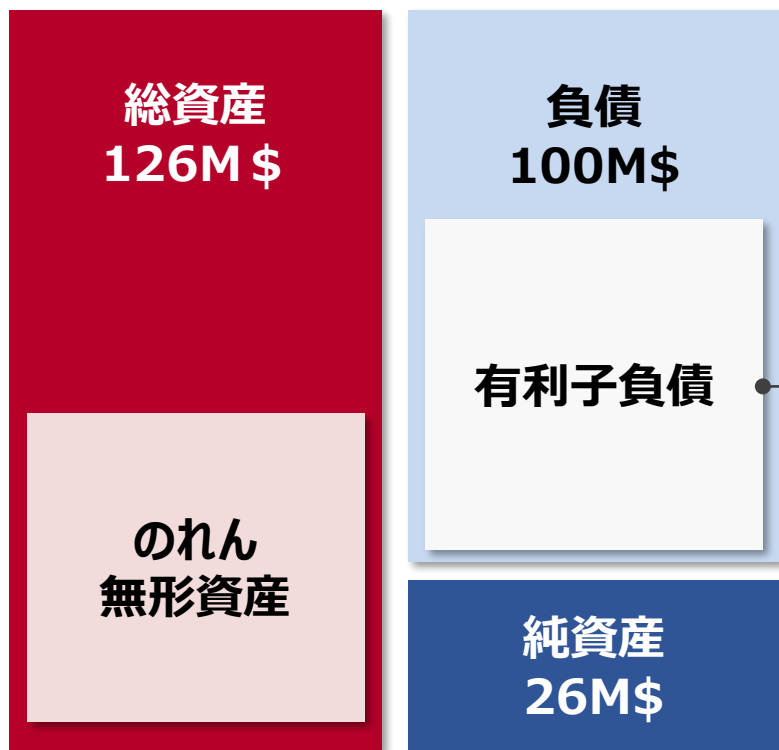


appendix

My/Mochi社：バランスシート（イメージ）

当社からの払込金額を有利子負債の返済に充当することで、負債が減少し純資産が増加

25年6月期末 個社B/S



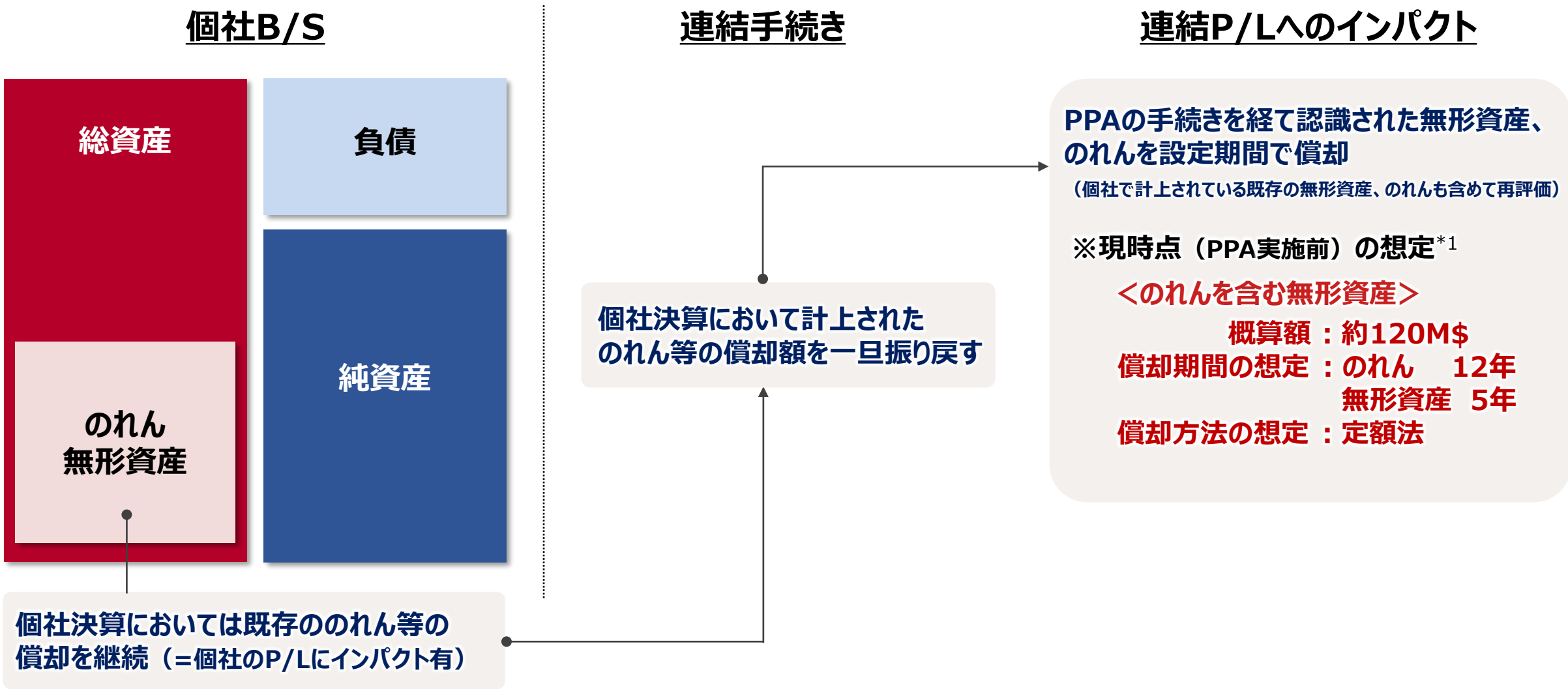
取得価額130M\$に有利子負債の返済充当分が含まれる

有利子負債返済後の個社B/Sイメージ*1



上記のB/SをベースにPPA(取得原価配分)の手続きを実施

個社で計上済みののれん償却は連結手続きにおいて振り戻し、今回のM&Aに伴う計上分と合わせて償却



2026年3月期末：貸借対照表



(単位：億円)	2026年3月期 期末	前期末比較	主な増減内容
流動資産	1,058	+12	・現金及び預金▲46 ・受取手形及び売掛金+11 ・商品及び製品+7 ・原材料及び貯蔵品+15
固定資産	1,200	+147	・建物及び構築物▲15 ・機械装置及び運搬具▲29 ・建設仮勘定+148 ・退職給付に係る資産+63
資産合計	2,259	+160	—
流動負債	575	+57	・支払手形及び買掛金▲11 ・短期借入金+30 ・未払金+16 ・未払法人税等+26
固定負債	246	▲11	・長期借入金▲30 ・繰延税金負債+21
負債合計	822	+47	—
株主資本	1,228	+52	・利益剰余金+53
その他の包括利益累計額	191	+59	・為替換算調整勘定+12 ・退職給付に係る調整累計額+41
非支配株主持分	17	+2	—
純資産合計	1,436	+113	—
負債純資産合計	2,259	+160	—
自己資本比率	62.8%	+0.5pt	—

2026年3月期 実績：キャッシュ・フロー計算書

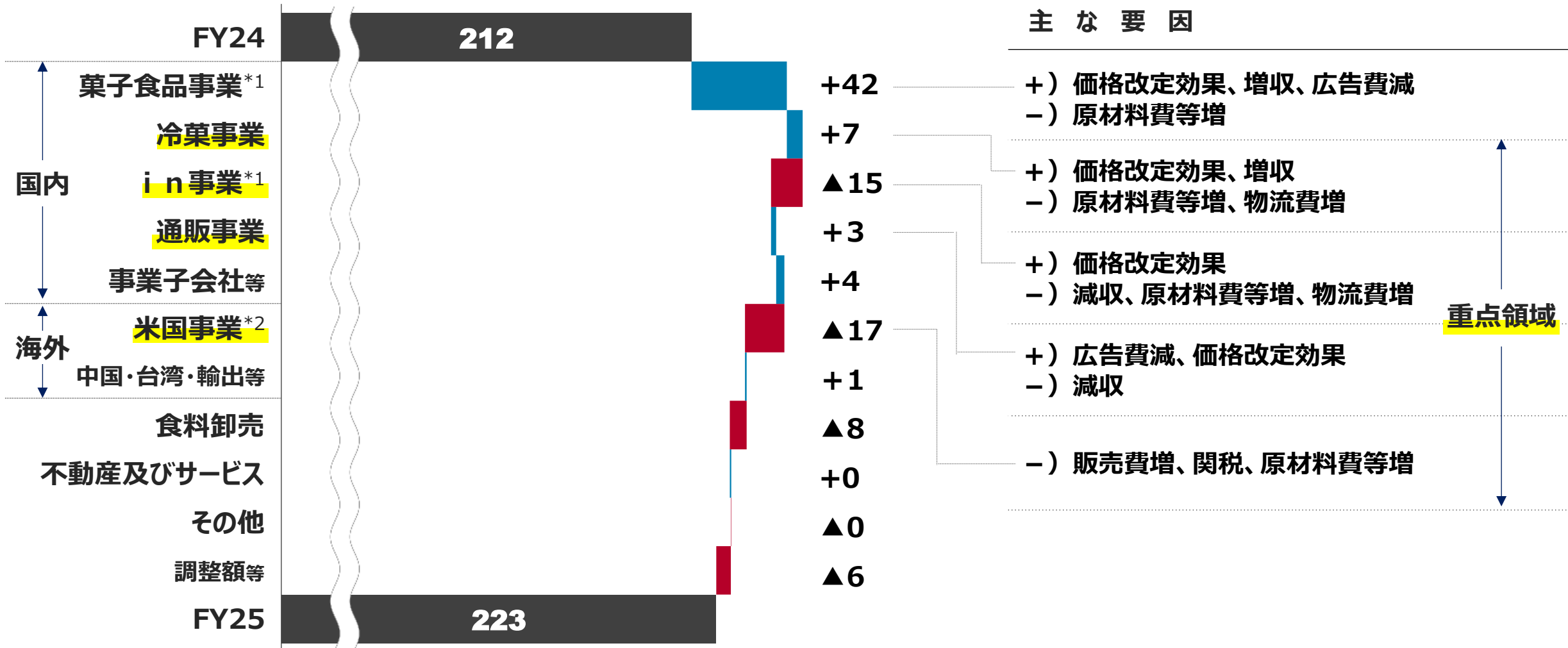


(単位：億円)	実績	前期比較	主な増減内容
営業キャッシュ・フロー	236	+129	<ul style="list-style-type: none"> ・売上債権の増減額▲43 ・棚卸資産の増減額+63 ・法人税等の支払額+51 ・税金等調整前当期純利益+11
投資キャッシュ・フロー	▲142	▲44	<ul style="list-style-type: none"> ・有価証券の償還による収入▲25 ・有形固定資産の取得による支出▲34 ・無形固定資産の取得による支出+16
フリーキャッシュ・フロー ^{*1}	97	+89	—
財務キャッシュ・フロー	▲132	+48	<ul style="list-style-type: none"> ・配当金の支払額▲29^{*2} ・自己株式の取得による支出+77

2026年3月期 実績：事業別の営業利益増減



(単位：億円)



重点領域

国内主力ブランド前年同期比



(単位：%)

事業区分	ブランド	3Q累	4Q単	4Q累
i n事業	i nゼリー	96	95	95
	i nバー	96	114	99
通販事業	おいしい コラーゲンドリンク	93	98	95
冷菓事業	ジャンボグループ°	105	106	105
	板チョコアイス	100	121	104
	ザ・クレープ°	126	105	121
	アイスボックス	114	102	113

事業区分	ブランド	3Q累	4Q単	4Q累
菓子食品 事業	森永ビスケット	99	106	101
	ハイチュウ	98	100	99
	森永ラムネ	131	112	126
	カレ・ド・ショコラ	109	125	113
	ダース	104	92	100
	チョコボール	120	94	111
	森永甘酒	95	88	93
森永ココア	125	106	119	

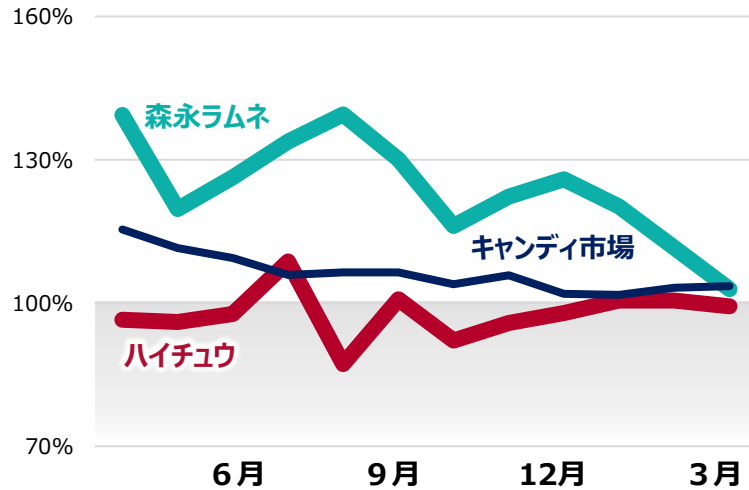
国内市場のトピックス【菓子】

※直近の価格改定実施状況
25年6月：チョコレート（カレ・ド・ショコラ） / 25年9月：ビスケット、チョコレート（ダース等）



販売金額 前年比*1

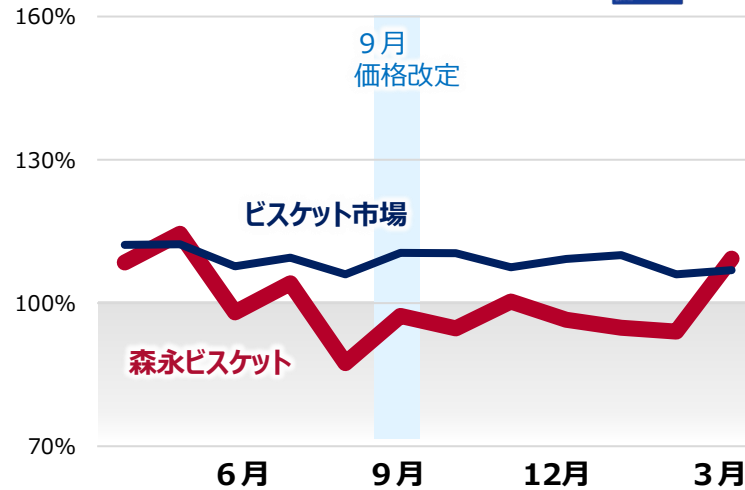
キャンディ



	4-3月累計
ハイチュウ	97.3%
森永ラムネ	123.2%
市場	106.1%

- **ハイチュウ**：12粒・ミニは前年超えも、プレミアム・アソートが前年割れ
- **森永ラムネ**：大粒ラムネ好調に加え、超大粒ラムネ・生ラムネ玉のプラスオンにより年間通じて大幅に伸長

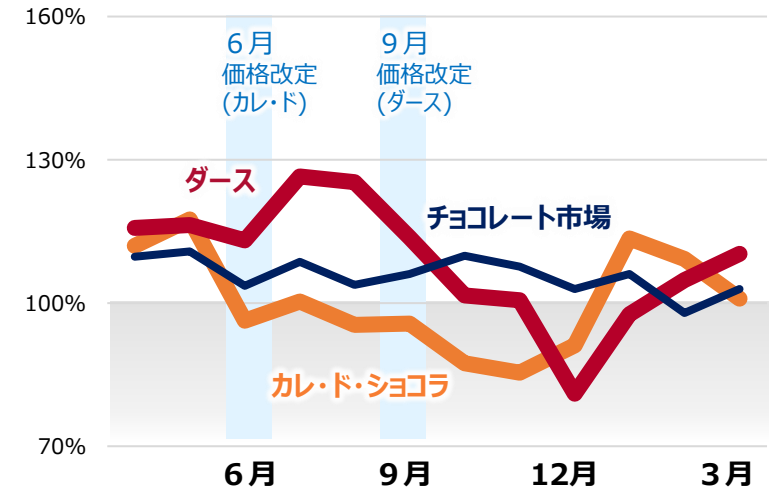
ビスケット



	4-3月累計
森永ビスケット	99.9%
市場	109.0%

- 収益性向上を優先する戦略に沿って9月に価格改定を実施
販促減少の影響は早期回復するも年間では市場全体に対してビハインド

チョコレート



	4-3月累計
ダース	104.9%
カレ・ド・ショコラ	100.0%
市場	105.4%

- **ダース**：価格改定後も競合との価格差が奏功し、年間通じて伸長
- **カレド**：収益性向上を優先する中で価格改定後は前年割れが続くも直近は善戦

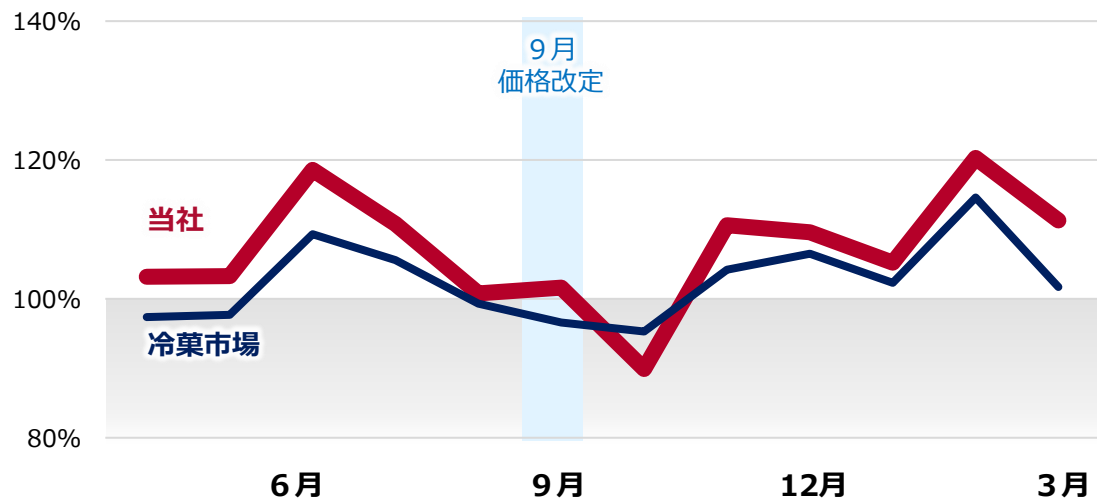
国内市場のトピックス【冷菓】

※直近の価格改定実施状況
主力品：25年9月

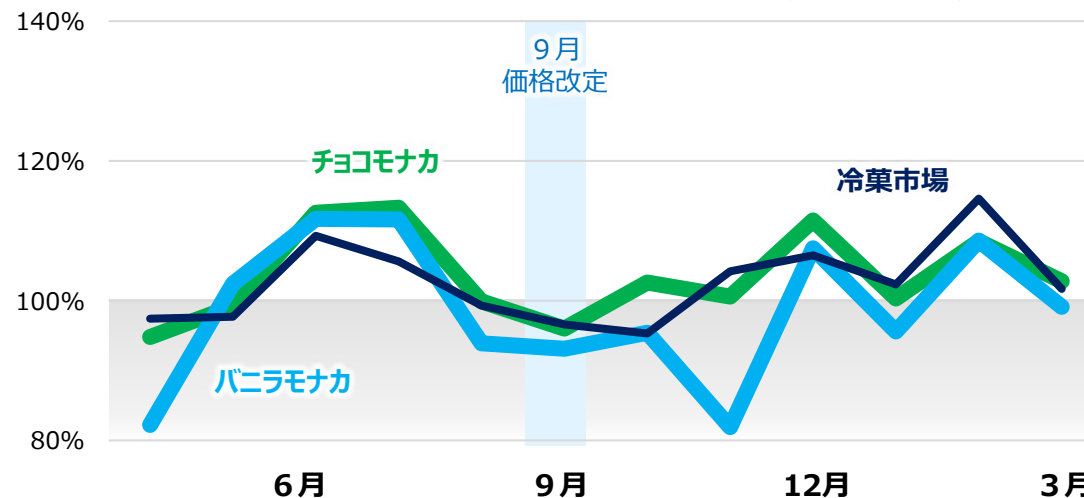


販売金額 前年比*1

当社



ジャンボグループ



	4-3月累計
当社冷菓	106.3%
市場	102.0%



- **板チョコアイス**：ミルクは価格改定を乗り切り大きく伸長
(白い板チョコアイス未発売影響でトータルは前年割れ)
- **ザ・クレープ**：取扱率の拡大継続やプレミアム品奏功もあり、価格改定を乗り切った上で好調に推移
- **アイスボックス**：割材活用訴求による秋冬需要獲得に加え、CVS・SMなどで取扱が拡大し、売上大幅伸長

	4-3月累計
チョコモナカジャンボ	103.5%
バニラモナカジャンボ	98.5%
市場	102.0%

- **チョコモナカ**：冬季限定品発売に加えメディア露出やTVCM投入により、価格改定を乗り越え、市場以上の成長
- **バニラモナカ**：価格改定・競合台頭などから前年割れ
足元ではTVCM等のマーケティング施策で復調傾向

国内・米国市場のトピックス

※直近の価格改定実施状況

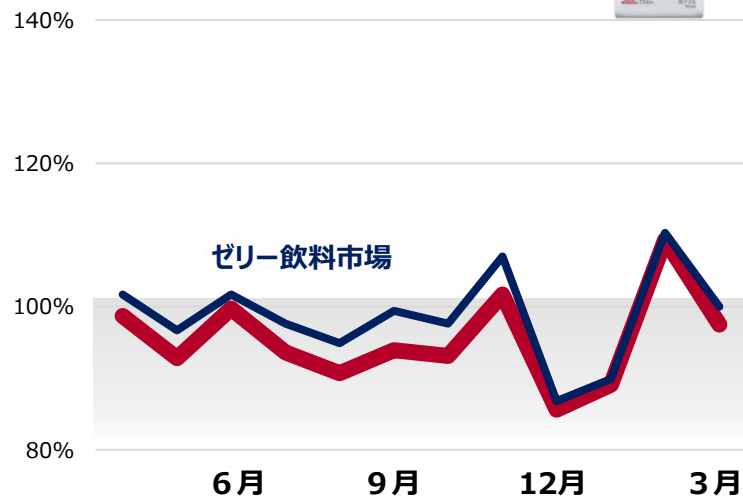
通販：2025年4月、2026年2月

米国：2025年11月



販売金額 前年比

i nゼリー*1

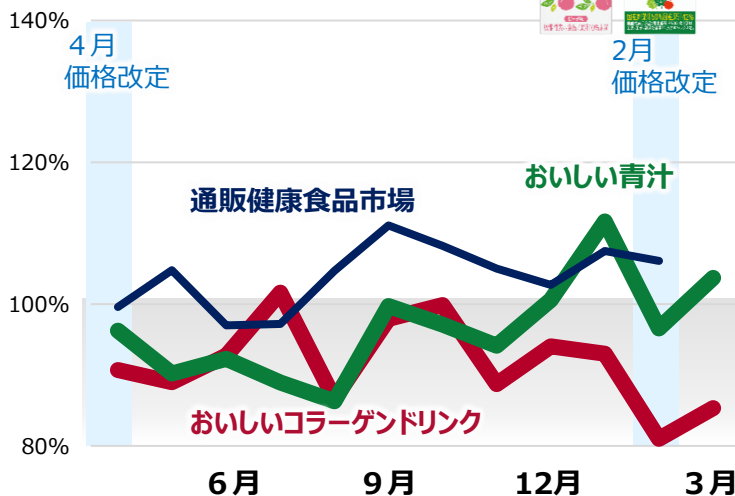


	4-3月累計
i nゼリー	95.0%
市場	98.3%

- 酷暑による行動変容で需要期の獲得ができなかったことに加え、PB・医薬部外品などの台頭もあり、市場に対してビハインド
- PB・医薬部外品が頭打ち傾向の中、4Qのインフルエンザ等の需要獲得は成果

売上金額 前年比

通販*2



	4-3月累計
おいしいコラーゲンドリンク	94.6%
おいしい青汁	96.6%
市場	103.8%*3

- 経済性を重視するお客様が増える中で継続率悪化が想定以上となる
- 新規顧客獲得の伸び悩みは底打ち感があるも、定期顧客数増にはつながらず

販売金額 前年比

米国 HI-CHEW*4

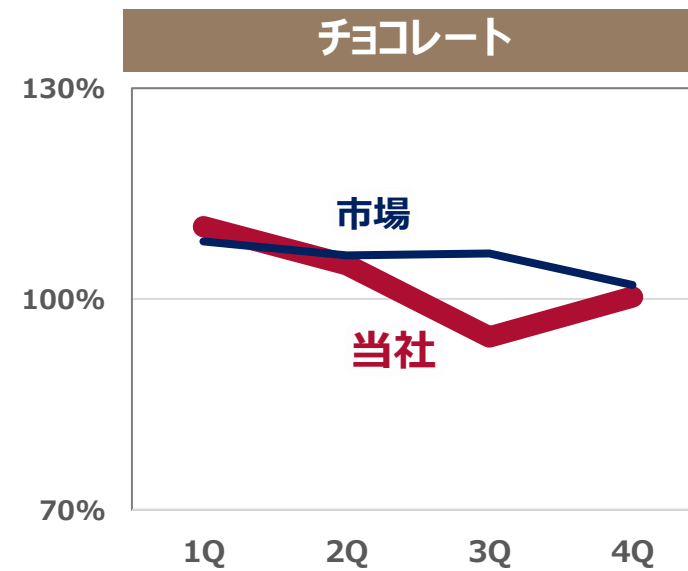
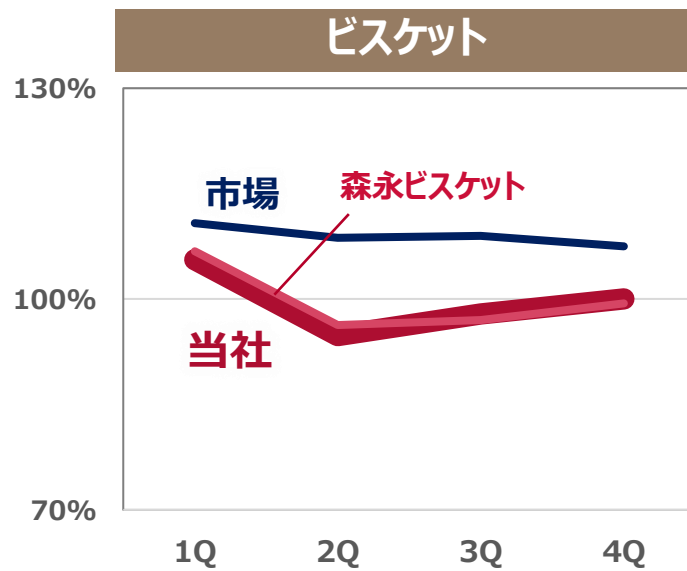
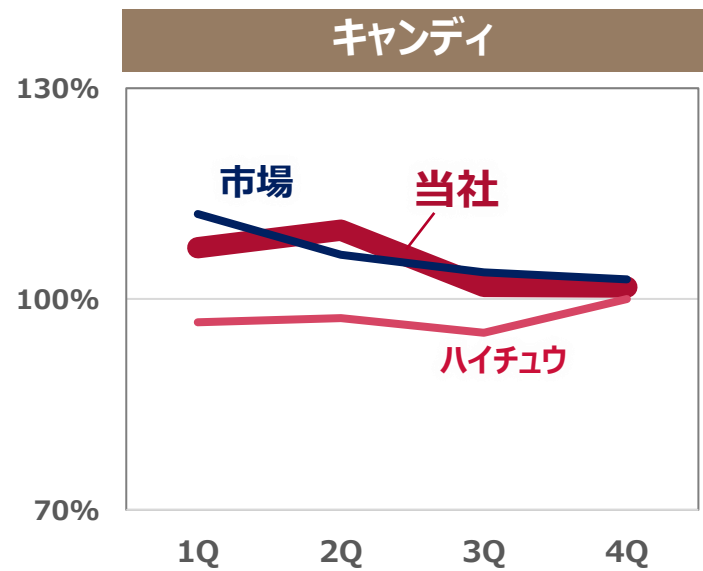
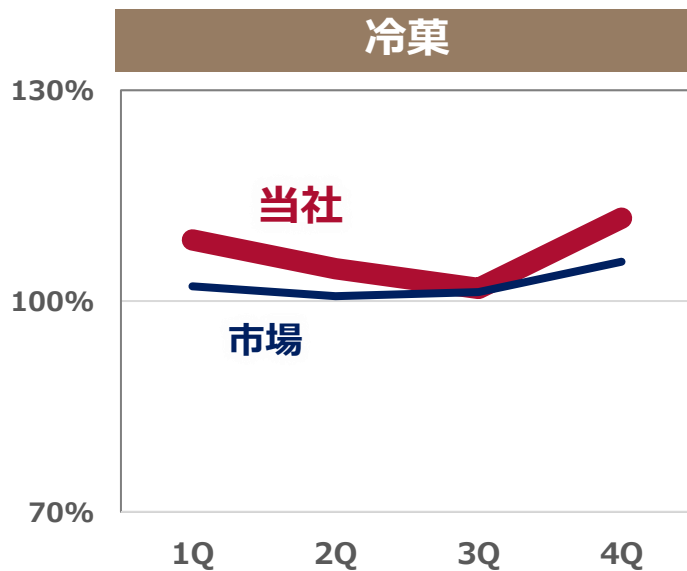
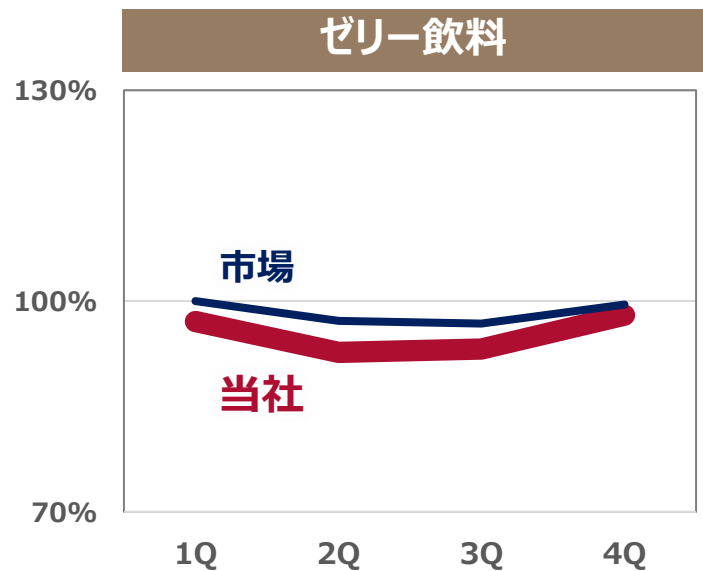


	4-3月累計
HI-CHEW	94.9%
市場	104.7%

- 大手菓子メーカーのキャンディ注力から市場全体は伸長継続
- 上記競争激化を背景にHI-CHEWは苦戦が続く

※Circana(旧IRI)データのカバー範囲
HI-CHEWの売上高に占めるカバレッジは約60% (当社推定)

国内市場 販売金額前年同期比

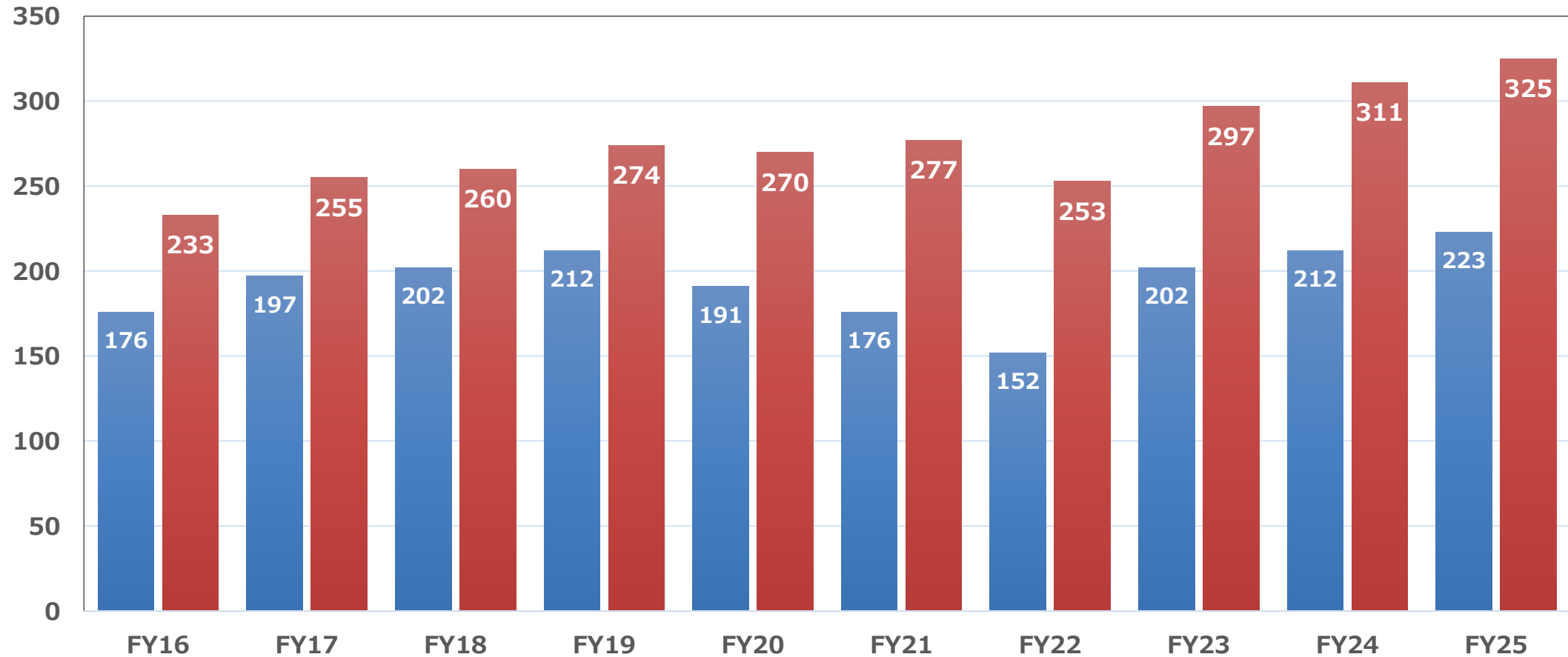


営業利益、EBITDAの趨勢



(単位：億円)

■ 営業利益 ■ EBITDA

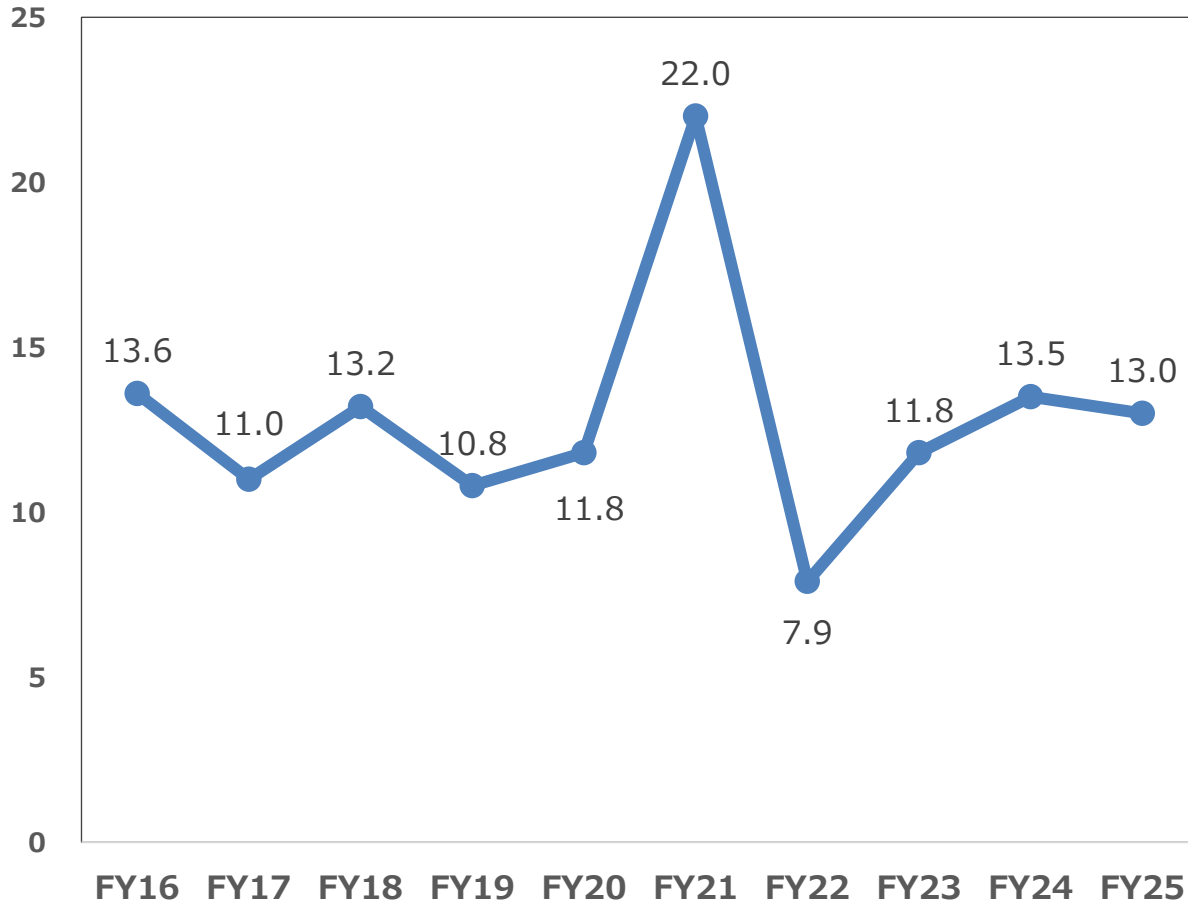


財務指標の趨勢①

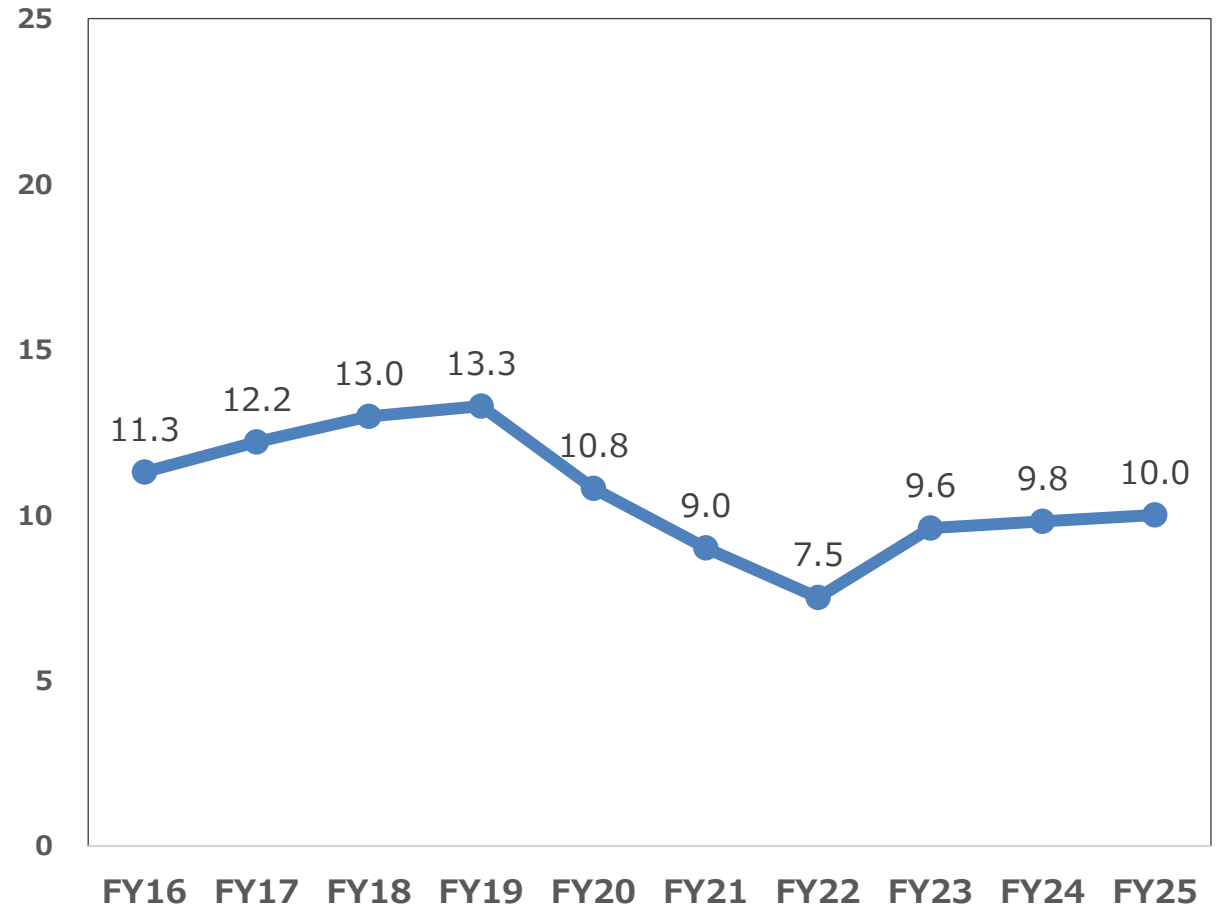


(単位 : %)

ROE



ROIC

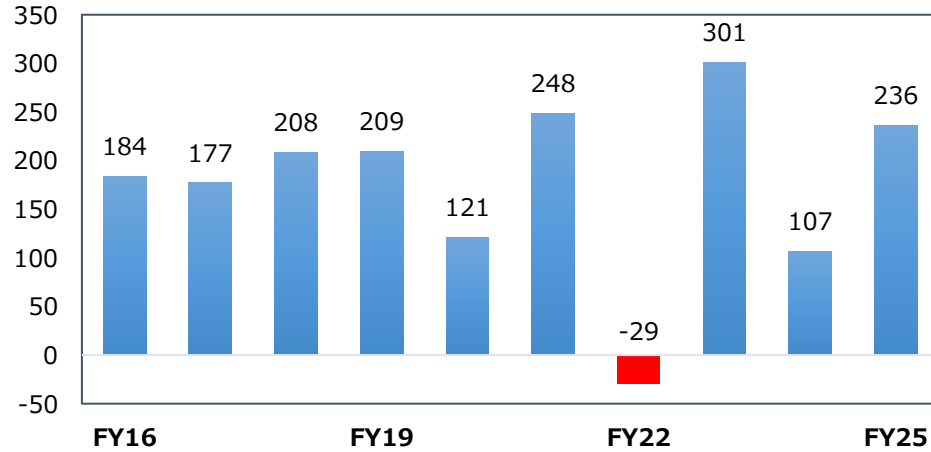


財務指標の趨勢②



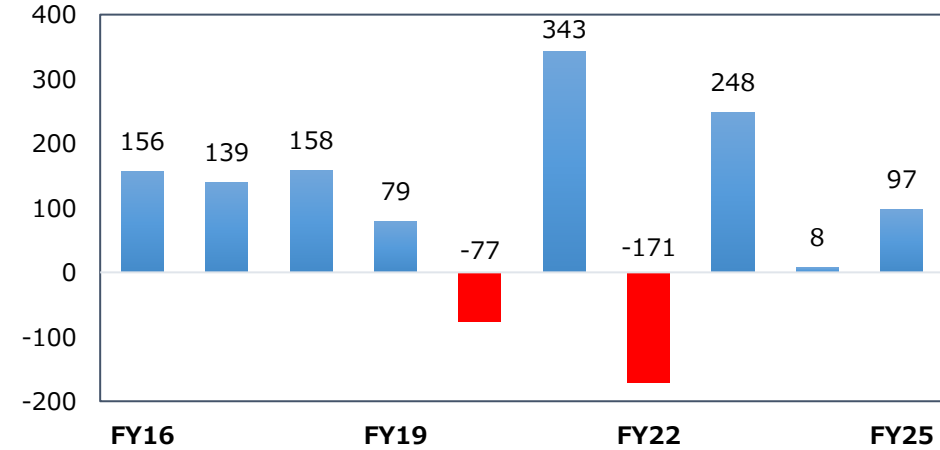
(単位：億円)

営業キャッシュ・フロー



(単位：億円)

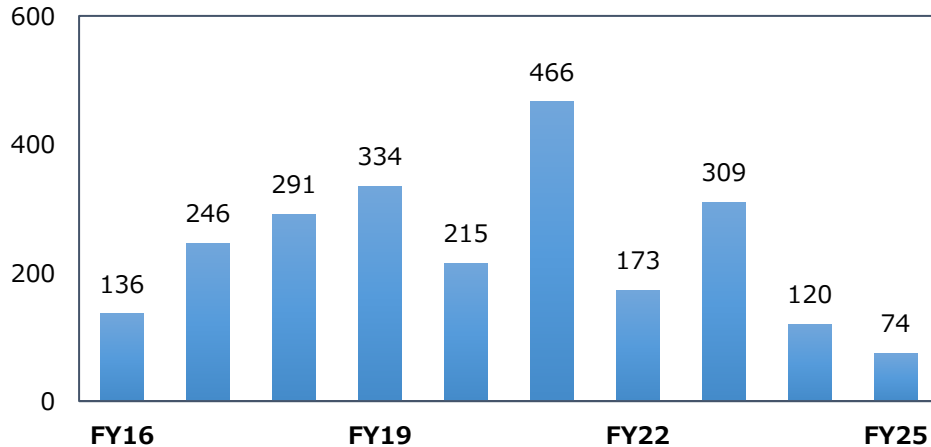
フリーキャッシュ・フロー



※定期預金の預入による支出及び定期預金の払戻による収入については除外して算定

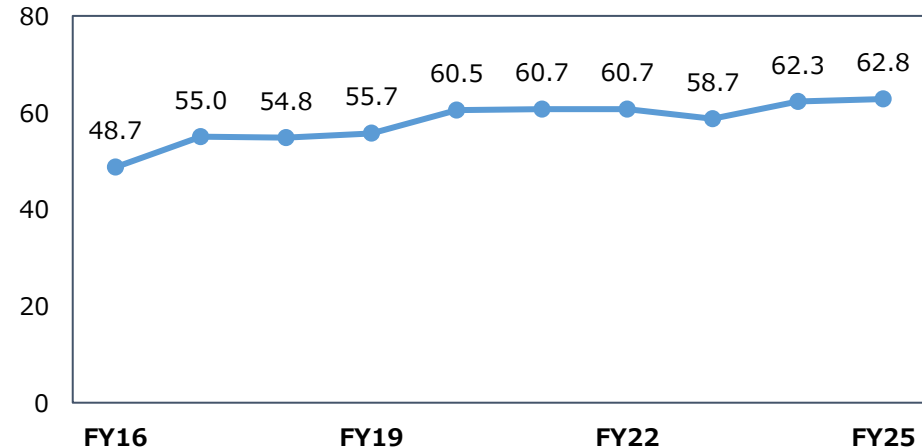
(単位：億円)

ネットキャッシュ



(単位：%)

自己資本比率



※FY18より『税効果会計に係る会計基準』の一部改正を適用
FY16以降の数値については、当該会計基準等を遡及適用した後の数値

2027年3月期 業績予想：事業別の営業利益増減要因



(単位：億円)

