

2024年3月期 第2四半期
決算説明会
2023年11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。

2024年3月期 第2四半期実績 (2023年4月～9月)

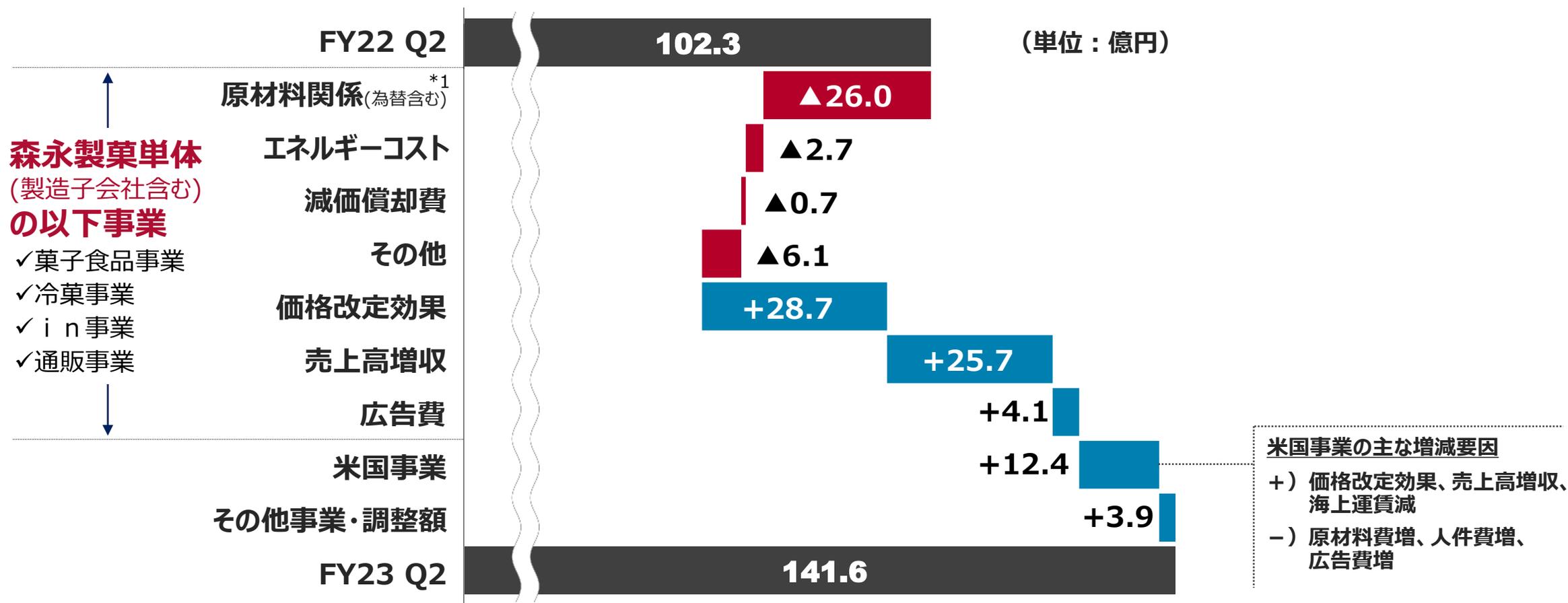
2024年3月期 第2四半期 実績

売上高および全ての段階利益で上期過去最高、業績V字回復に向けて順調な進捗

(単位：億円)	第2四半期 実績	前期比較		予想* ² 比較	
売上高	1,096	+112	111.4%	+36	103.4%
売上総利益 〔売上総利益率〕	461 〔42.1%〕	+53 〔+0.6pt〕	113.0%	-	-
営業利益 〔営業利益率〕	141 〔12.9%〕	+39 〔+2.5pt〕	138.5%	+22	119.1%
経常利益	143	+39	137.1%	+21	118.0%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	102	+37	155.8%	+18	122.2%
EBITDA* ¹	188	+37	124.2%	-	-

2024年3月期 第2四半期 実績：営業利益増減要因

原材料等のコスト影響を菓子食品、冷菓を中心に価格改定効果および売上高増収により打ち返し
米国の利益貢献も拡大



2024年3月期 第2四半期 実績：事業別サマリー

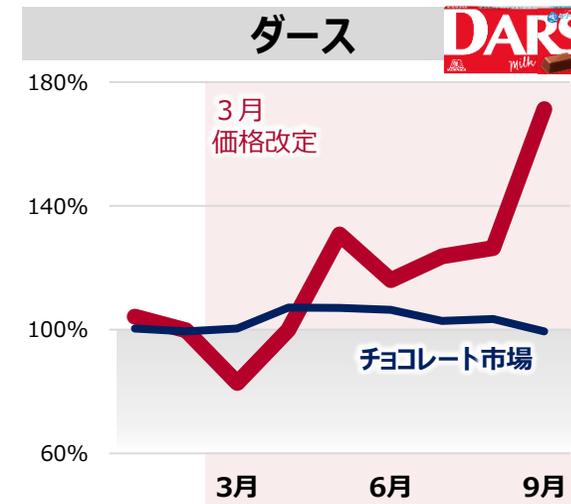
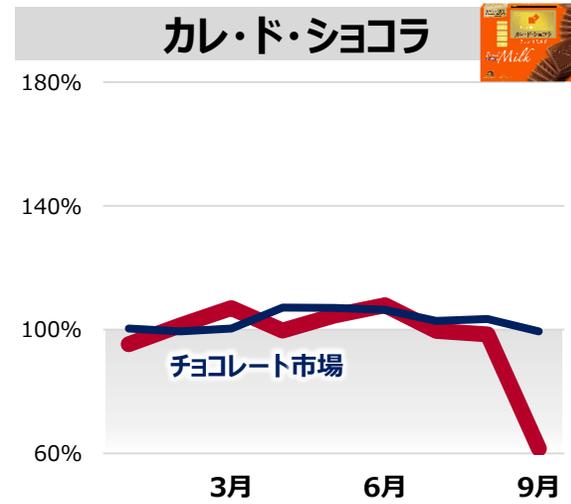
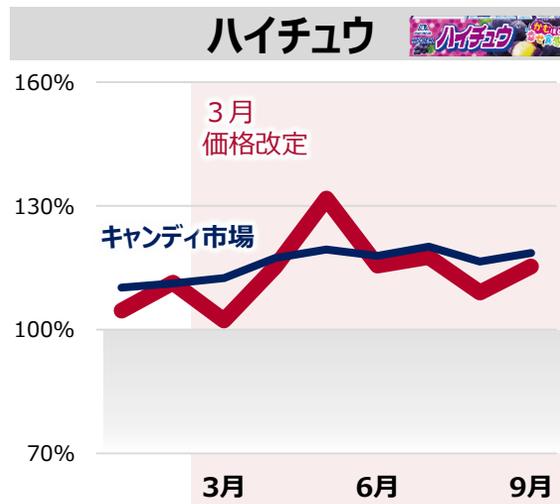
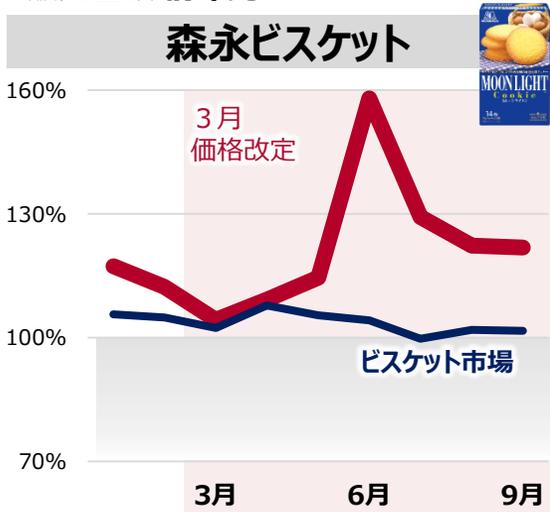
国内外全事業にて増収

売上高・営業利益ともに、菓子食品・冷菓・米国・事業子会社の好調により牽引

(単位：億円)	売上高			営業利益		
	第2四半期 実績	前期比較		第2四半期 実績	前期比較	
菓子食品事業 ^{*1}	359	+27	108.1%	16	+16	—
冷菓事業	279	+30	112.3%	45	+11	130.0%
i n事業 ^{*1}	178	+1	100.4%	46	▲4	92.3%
通販事業	53	+2	104.2%	4	+1	129.2%
事業子会社	82	+15	121.4%	5	+2	198.0%
その他	6	+1	107.1%	▲3	▲3	—
国内計	959	+75	108.5%	114	+22	123.8%
米国事業 ^{*2*3}	94	+28	142.4%	20	+13	256.3%
中国・台湾・輸出等	42	+9	124.4%	4	+1	136.8%
海外計	136	+36	136.3%	24	+13	220.7%
連結計	1,096	+112	111.4%	141	+39	138.5%

2024年3月期 第2四半期：国内市場のトピックス【菓子】

販売金額 前年比



	4-9月累計
森永ビスケット	124.4%
市場	103.6%

- **ブランド過去最高売上***1
- ムーンライト中心に積極的な商品展開、既存品好調
- 9月発売「贅沢シリーズ」寄与



	4-9月累計
ハイチュウ	117.2%
市場	118.3%

- **ブランド過去最高売上***1
- 「食感」訴求の商品・プロモーション展開で好調継続
- 8月「ハイチュウの日」新商品も売上貢献



米国人気商品 Fantasy Mix

	4-9月累計
カレ・ド・ショコラ	93.5%
市場	104.6%

- **上質チョコレートのトップブランドとして価値訴求強化**
- ※9月は新商品の発売を含む
取り組み月変更が影響
(前年9月→本年10月)

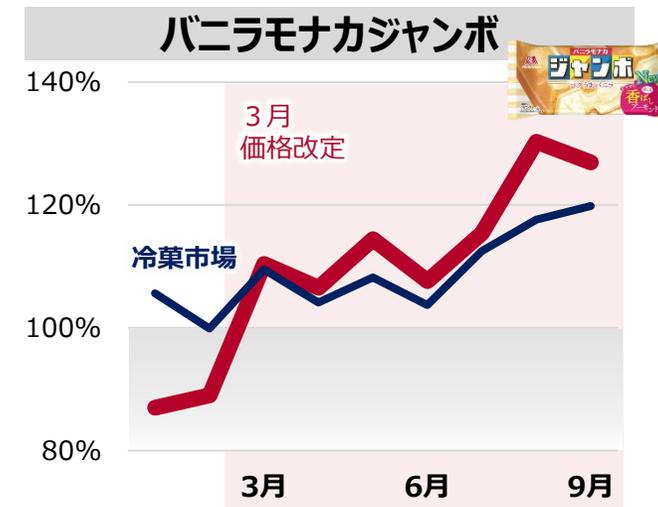
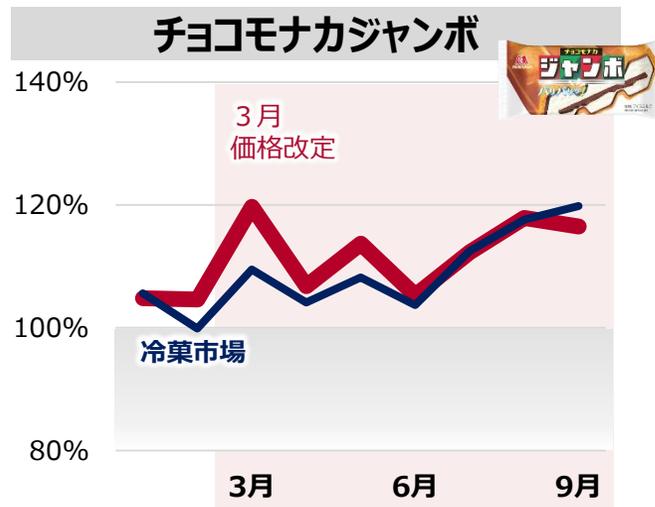
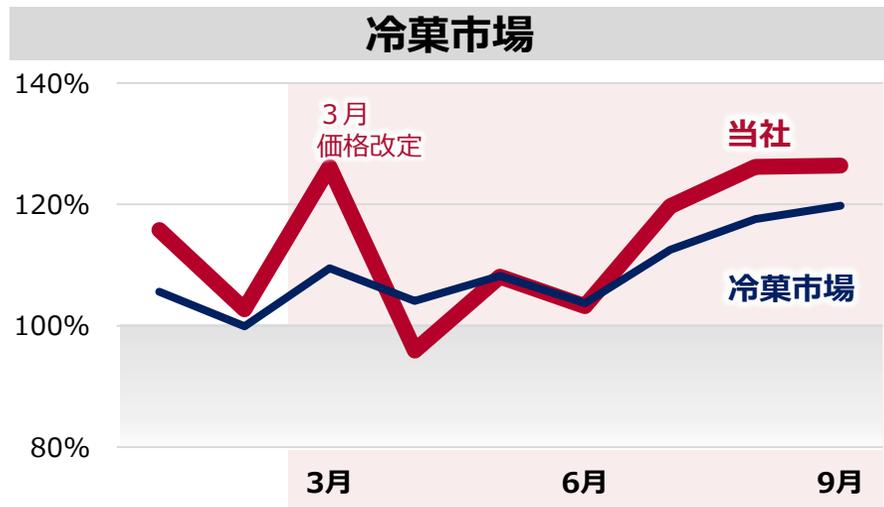
	4-9月累計
ダース	126.7%
市場	104.6%

- **新たなコンセプトの新商品を発売しスイーツ需要獲得**



2024年3月期 第2四半期：国内市場のトピックス【冷菓】

販売金額 前年比



	4-9月累計
当社冷菓	114.2%
市場	111.8%



- 年間で2回目の価格改定以降も、ジャンボグループを中心に市場を上回る
- 板チョコアイス：夏季限定品質、新商品好調
- アイスボックス：オケージョン拡大戦略により購入率伸長

	4-9月累計
チョコモナカジャンボ	112.3%
市場	111.8%

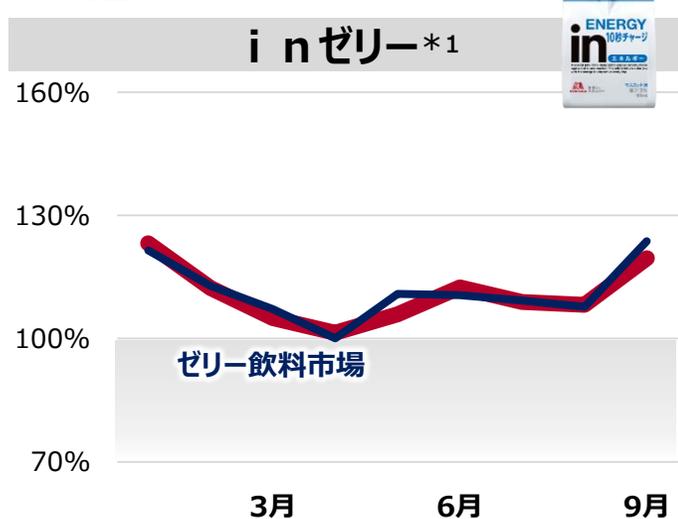
- 今春の品質リニューアル好評
- PR活動強化による露出拡大、話題喚起により店頭回転に寄与

	4-9月累計
バニラモナカジャンボ	117.4%
市場	111.8%

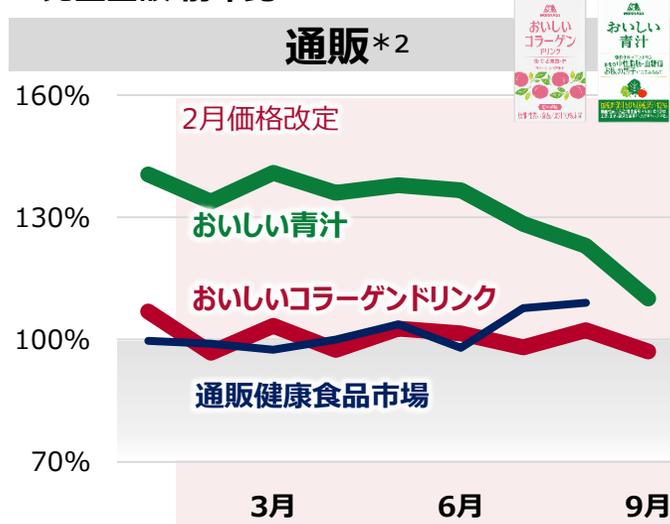
- 単独TVCMを中心とした品質の独自性訴求により店頭回転好調

2024年3月期 第2四半期：国内・米国市場のトピックス

販売金額 前年比



売上金額 前年比



販売金額 前年比



	4-9月累計
i nゼリー	109.5%
市場	110.3%

- CVSチャネル筆頭に店頭回転好調
- 「ブドウ糖」、「フルーツ食感」が新たな飲用シーン獲得、ターゲット拡大に寄与



	4-9月累計
おいしいコラーゲンドリンク	99.9%
おいしい青汁	127.7%
市場*3	101.9%

- リオープンの影響を考慮し、上期は広告投下のタイミングを見極め
- 定期顧客数は微増の推移

	1-6月累計
HI-CHEW	114.2%
市場	115.7%

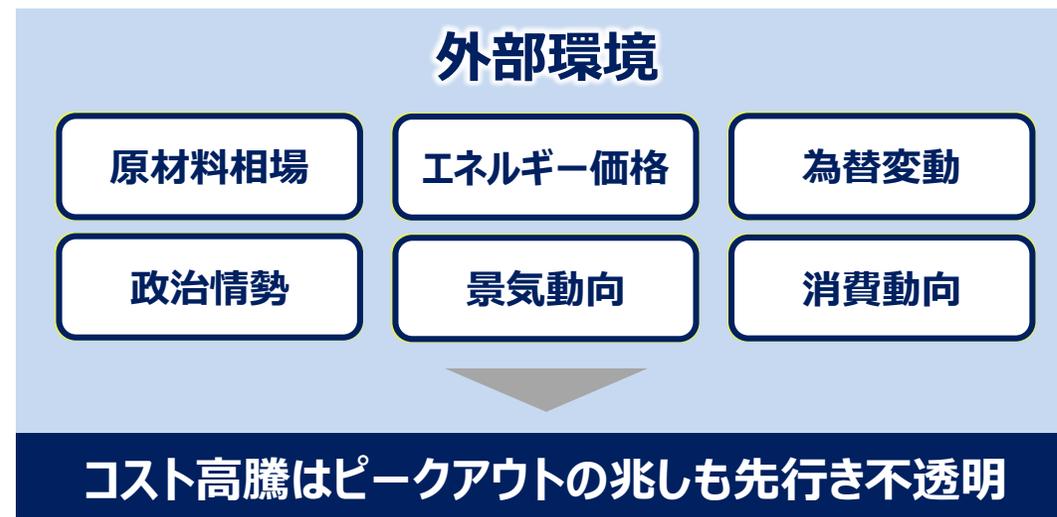
- 販売店率は着実に拡大
- 市場、HI-CHEW共に直近数年で価格改定を複数回実施、金額ベースでは二桁成長を維持

2024年3月期 業績予想

業績予想修正あり

経営環境の認識と対応

打ち返し策は順調に進捗しているが、外部環境の見通しは依然として不透明
次期中計以降のさらなる成長と経営基盤構築に向けた投資のスピードを速める



**変化への対応力と成長性の向上を目的とした投資を織り込み、
今期業績予想の見直しを行う**

2024年3月期 業績予想

通期では、前期比較および期首予想比較で増収増益（売上高は過去最高）
 下期は、次期中計に向けた先行投資により、同増収減益

(単位：億円)	通期予想	前期比較		期首予想比較	
売上高	2,100	+157	108.0%	+60	102.9%
売上総利益 〔売上総利益率〕	853 〔40.7%〕	+87 〔+1.3pt〕	111.4%	+34	104.2%
営業利益 〔営業利益率〕	187 〔8.9%〕	+35 〔+1.1pt〕	122.7%	+14	108.1%
経常利益	191	+34	121.2%	+13	107.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	136	+36	135.2%	+14	111.5%
EBITDA ^{*1}	282	+29	111.5%	+13	104.6%

*1 EBITDAは簡易版を使用→営業利益+減価償却費

* 今回発表予想の前提となる在外子会社換算レートは、1米ドル=139.58円（2023年1月~12月の平均レート。なお、同年1月~9月の実績平均レートは138.11円、同年10月~12月の想定平均レートは144円）。期初前提は133円。

2024年3月期 業績予想：上期・下期、通期サマリー

■売上高

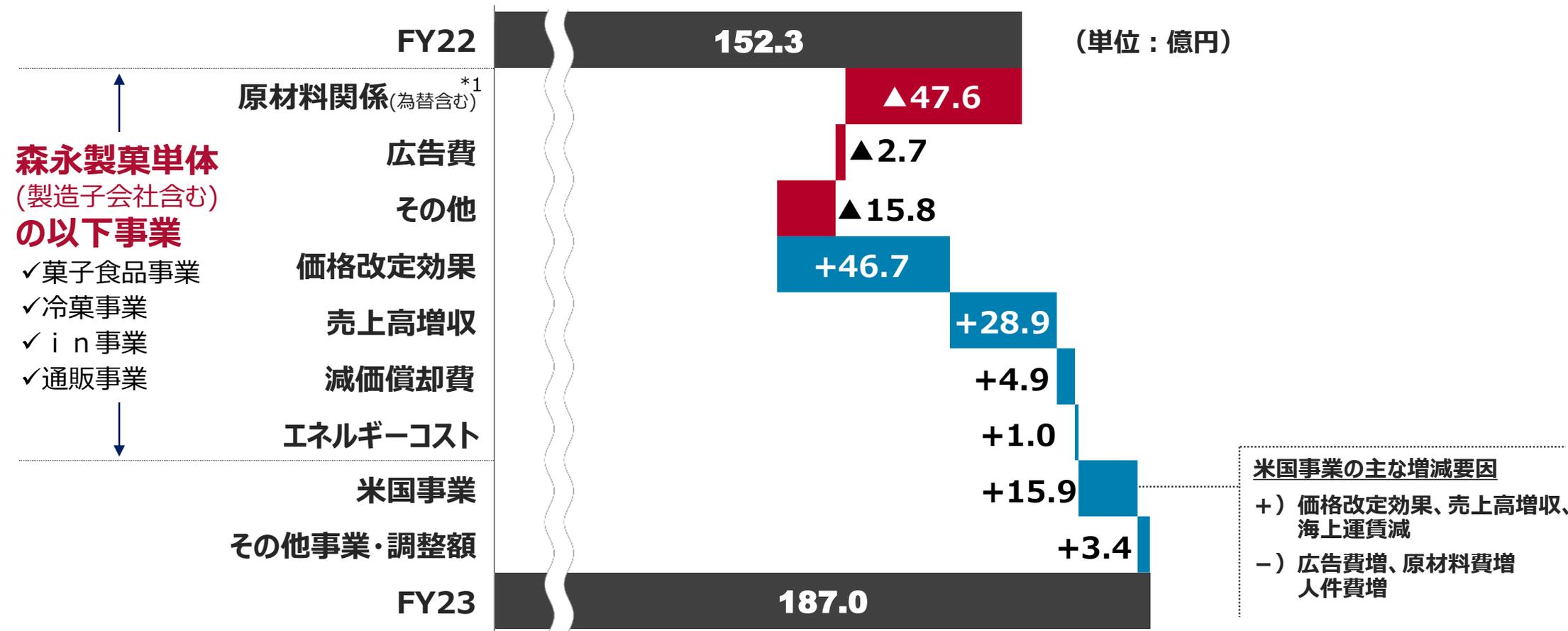
単位 億円	実績	上期				下期				通期					
		前期比較		期首予想比較		前期比較		期首予想比較		前期比較		期首予想比較			
国内計	959	+75	108.5%	+19	102.1%	863	+21	102.5%	+22	102.7%	1,823	+97	105.6%	+42	102.4%
海外計	136	+36	136.3%	+16	113.8%	140	+24	120.2%	+1	101.0%	277	+60	127.6%	+18	106.9%
連結計	1,096	+112	111.4%	+36	103.4%	1,003	+44	104.6%	+23	102.4%	2,100	+157	108.0%	+60	102.9%

■営業利益

単位 億円	実績	上期				下期				通期					
		前期比較		期首予想比較		前期比較		期首予想比較		前期比較		期首予想比較			
国内計	114	+22	123.8%	+14	113.9%	34	▲7	84.3%	▲7	84.5%	149	+16	111.6%	+8	105.4%
海外計	24	+13	220.7%	+6	132.3%	10	+1	109.6%	▲3	71.9%	34	+14	171.0%	+2	106.6%
連結計	141	+39	138.5%	+22	119.1%	45	▲5	90.6%	▲9	83.9%	187	+35	122.7%	+14	108.1%

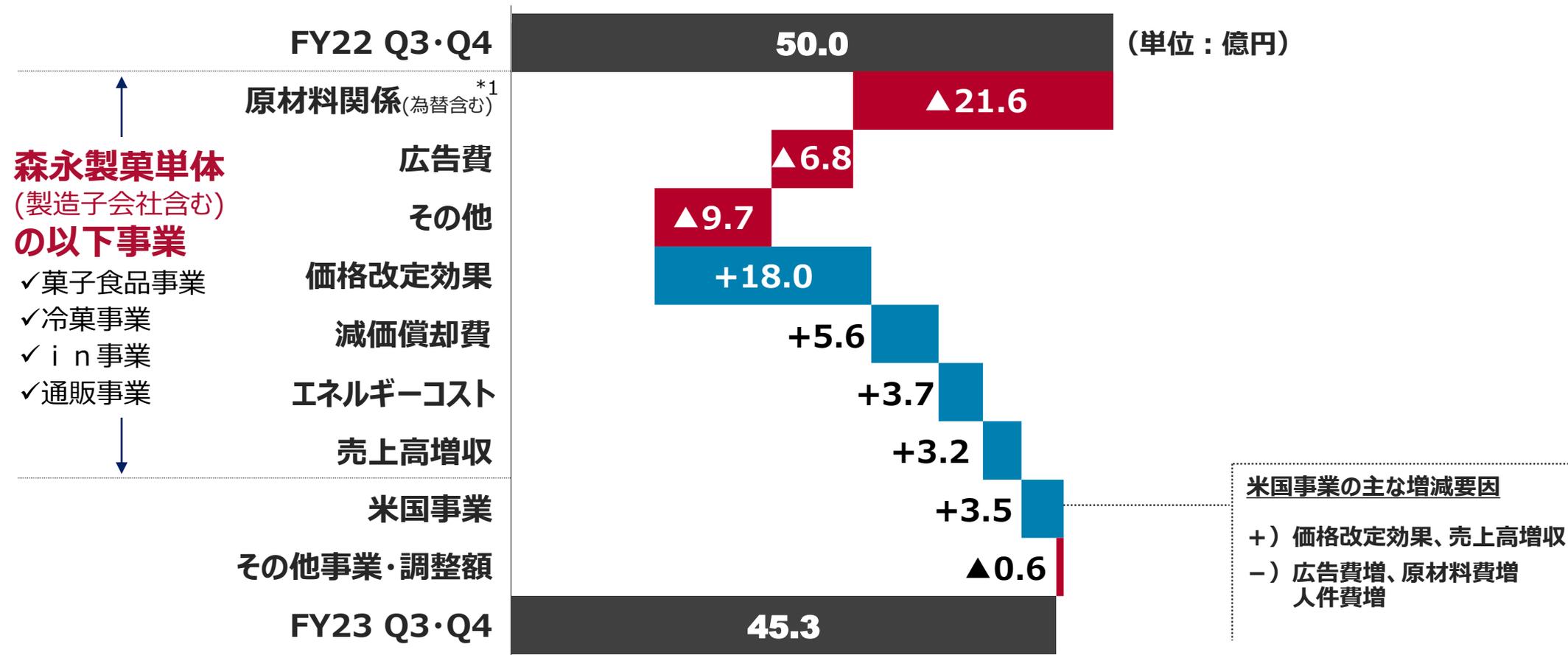
2024年3月期 業績予想：営業利益増減要因

エネルギーコストは良化も、原材料関係は円安進行を含め影響継続
 価格改定による収益性改善および売上高増収により打ち返し、米国の利益貢献拡大により増益



2024年3月期 業績予想：営業利益増減要因（下期）

原材料関係は円安進行を含め影響継続、価格改定による収益性改善および売上高増収により打ち返し
次期中計に向けた経営基盤・事業への先行投資により減益



2024年3月期 業績予想：営業利益増減要因トピックス

営業利益増減要因*1

(単位：億円)	新予想 11月時点	旧予想 5月時点	新旧 予想差	差異の主要因
原材料関係 (為替含む)	▲47.6	▲53.5	+5.9	+) 一部原材料の高騰影響緩和 -) 円安進行による為替影響*2
エネルギーコスト	+1.0	▲13.8	+14.8	+) 電気料金単価の良化
広告費	▲2.7	+2.8	▲5.5	-) 通販事業、i n 事業への追加投資
その他	▲15.8	▲0.8	▲15.0	-) 経営基盤構築に向けたDX投資 -) 人件費・労務費（業績連動の賞与引当等） -) 製品・原材料ミックス -) 滞貨品処分費用

2024年3月期 業績予想：事業別サマリー

前期比較および期首予想比較ともに菓子食品・冷菓・米国・事業子会社が業績牽引
i n・通販は次期中計における成長加速を見据えた追加広告投資を計画

(単位：億円)	売上高					営業利益				
	通期予想	前期比較		期首予想比較		通期予想	前期比較		期首予想比較	
菓子食品事業*1	770	+27	103.7%	+21	102.8%	29	+14	194.1%	+13	177.8%
冷菓事業	440	+35	108.8%	+15	103.7%	43	+9	126.9%	+6	115.3%
i n事業*1	314	+8	102.8%	▲10	97.0%	64	▲6	91.3%	▲7	89.0%
通販事業	110	+8	107.6%	+3	102.6%	4	▲2	65.5%	▲4	50.9%
事業子会社	173	+17	111.0%	+12	107.4%	13	+4	136.7%	+3	128.8%
その他	12	▲0	98.0%	+1	106.1%	▲6	▲4	—	▲3	—
国内計	1,823	+97	105.6%	+42	102.4%	149	+16	111.6%	+8	105.4%
米国事業*2*3	200	+54	136.5%	+13	106.5%	30	+16	207.9%	▲1	96.6%
中国・台湾・輸出等	77	+7	109.2%	+6	108.1%	4	▲1	75.3%	+3	410.9%
海外計	277	+60	127.6%	+18	106.9%	34	+14	171.0%	+2	106.6%
連結計	2,100	+157	108.0%	+60	102.9%	187	+35	122.7%	+14	108.1%

2021中期経営計画

「飛躍に向けた新たな基盤づくり」の進捗と見通し

経営目標進捗：売上高・営業利益

売上高は、21中計目標を大幅に上回る見込み
 営業利益は、環境変化に対応しV字回復を図るも、未達の見通し

2030経営計画の1stステージ

～ 2021中期経営計画のテーマ～
 飛躍に向けた新たな基盤づくり

2030
 ビジョン

さらなる成長に向けた取り組み：
 探索・研究領域、インオーガニック成長

「重点領域」成長の牽引

「基盤領域」安定的なキャッシュ創出

さらなる経営基盤の強化に向けた取り組み：構造改革、経営基盤

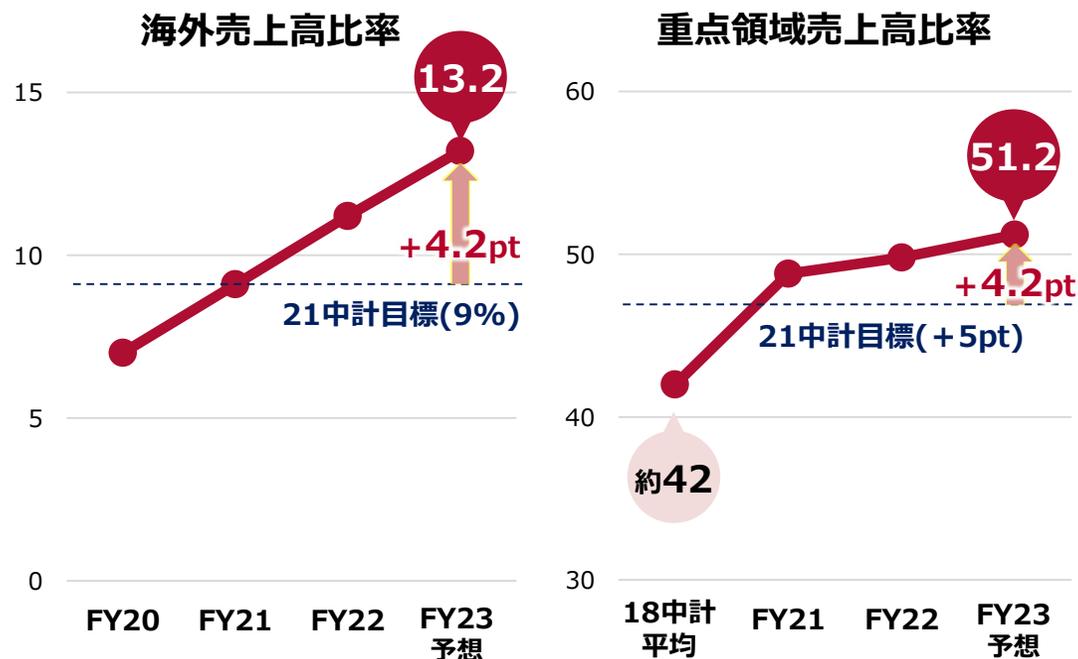
2021中期経営計画（2024年3月期）

	計画	予想 ^{*1}
売上高	1,900 億円	2,100 億円
営業利益	215 億円	187 億円

経営目標進捗：主要な経営指標の見通し

成長性を示す海外売上高比率と重点領域売上高比率はともに21中計目標を大きく上回る見込み
 営業利益率は計画に対してビハインドの一方、ROEは目標水準への回復を目指す

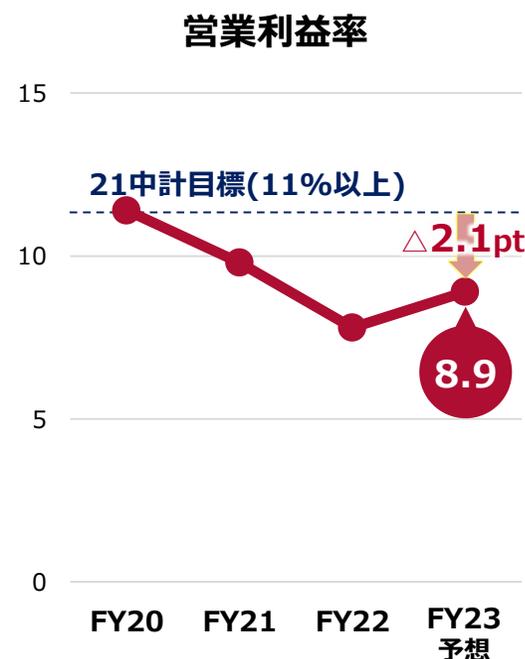
成長性、事業ポートフォリオ転換



◎ 大きく上回る

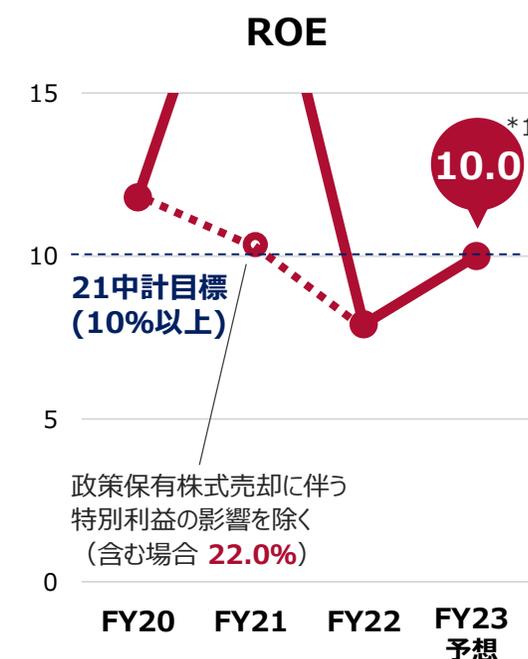
◎ 大きく上回る

収益性



✕ ビハインド

効率性

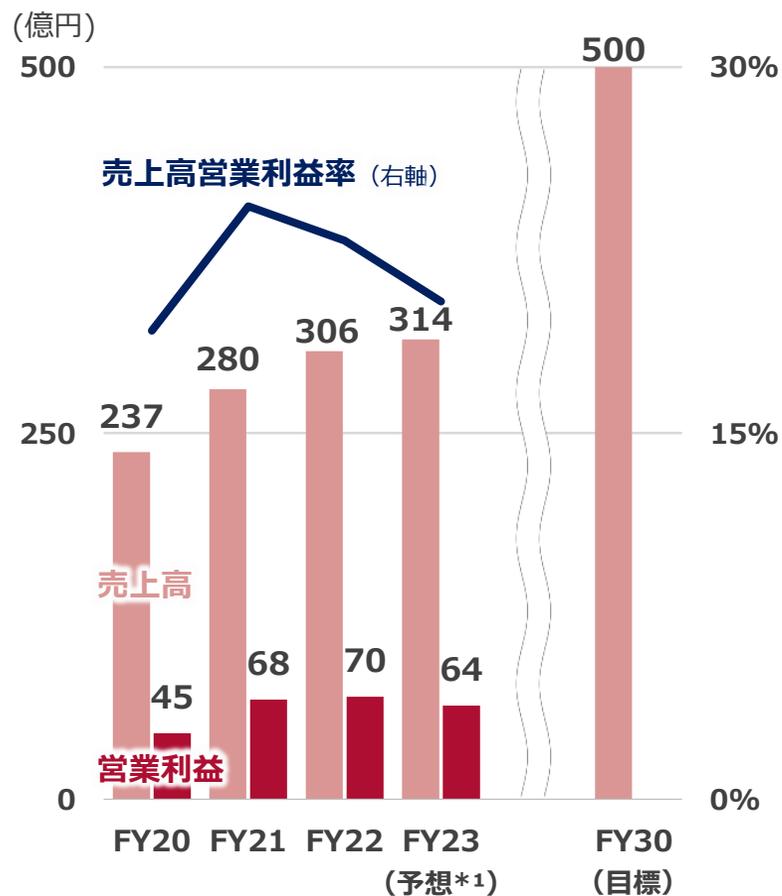


○ 目標水準

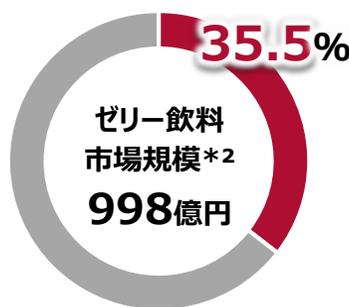
重点領域：i n 事業

ゼリー飲料のパイオニア「i nゼリー」を軸に、高い収益性を誇る事業として着実に成長

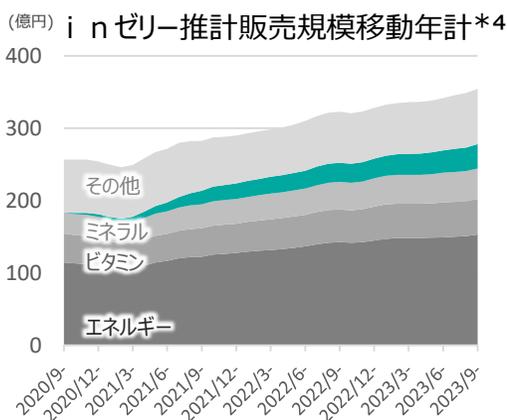
2030年目標に向けた進捗



1 ゼリーの拡大



- ゼリー飲料市場シェアNo.1として市場を牽引
- 飲用シーン訴求、ターゲット拡大に取り組み、新たな需要を獲得
- 購入率は21中計期間中に大きく拡大
23年9月移動年計 **14.7%** (21年3月比+ **3.4pt**)*3



20年9月発売 エネルギーブドウ糖



- ✓ 「考えるためのエネルギー」
- ✓ 既存の「エネルギー」とは異なる飲用シーン獲得

➔ ビタミン・ミネラルに次ぐ規模へ成長

重点領域：i n 事業

様々な健康ニーズに対応すべく、「i n」ブランドを拡張・強化

2 バーの拡大

外部環境

- 栄養バランス食品市場は堅調
うち、プロテインバー市場はやや鈍化、
競争環境も激化
- タンパク質・食の簡便ニーズは、
引き続き拡大見通し

当社取り組み

- メジャーリーガーを起用した広告展開で
消費者のブランド再認識に成功
- 独自性・優位性ある品質の
価値伝達を強化し、
需要獲得へ



3 新たな食の創造

- 栄養摂取の新常識の創造、
先進的な未来食の創造をテーマに開発を進行
- i nブランドを冠した商品のテスト発売を実施、
受容性を検証中

栄養スプレッド
(朝のパン食に)



i n スプレッド

空腹マネジメント



i n タンサン

間食

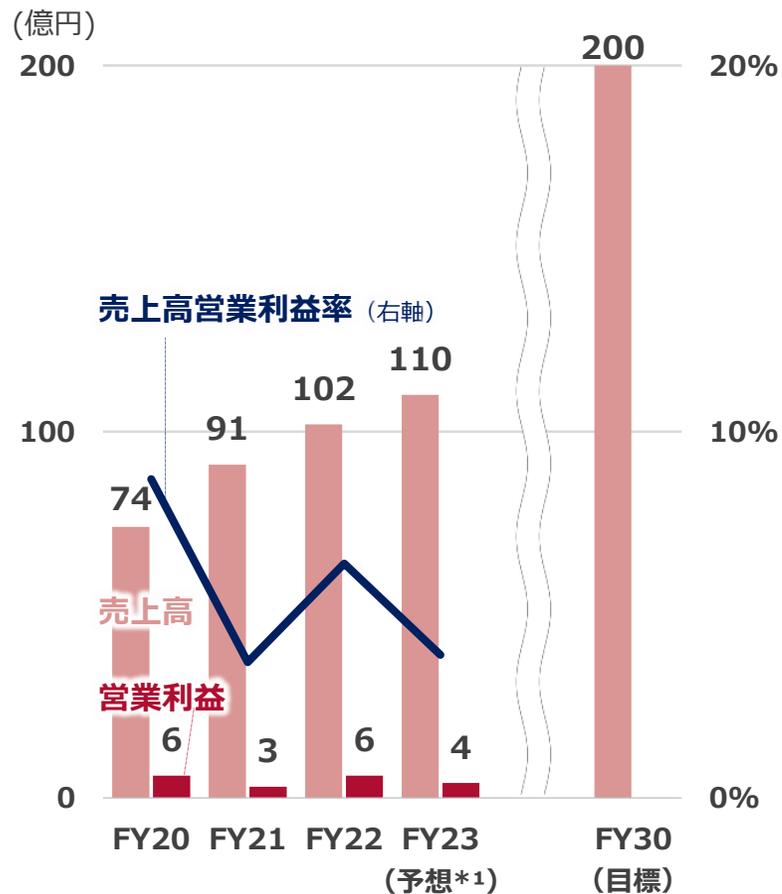


i n ビスケット

重点領域：通販事業

戦略的な広告投資と顧客データ活用によるCX（顧客体験価値）向上により、事業規模拡大へ

2030年目標に向けた進捗



1 既存事業の進化

- 売上高 18年連続伸長中
定期顧客の更なる拡大・長期定着に向けた継続取り組み
- 通販システムを刷新し、データ活用基盤の構築を推進



機能性表示食品として
リニューアル



第二の柱候補として成長
21年3月比 256%*3

2 更なる事業拡大の取り組み

- ダイレクトストアにおける食の領域拡大
- コラーゲンドリンクの海外展開



通販限定品発売

*1 2023年11月10日における2024年3月期業績予想数値

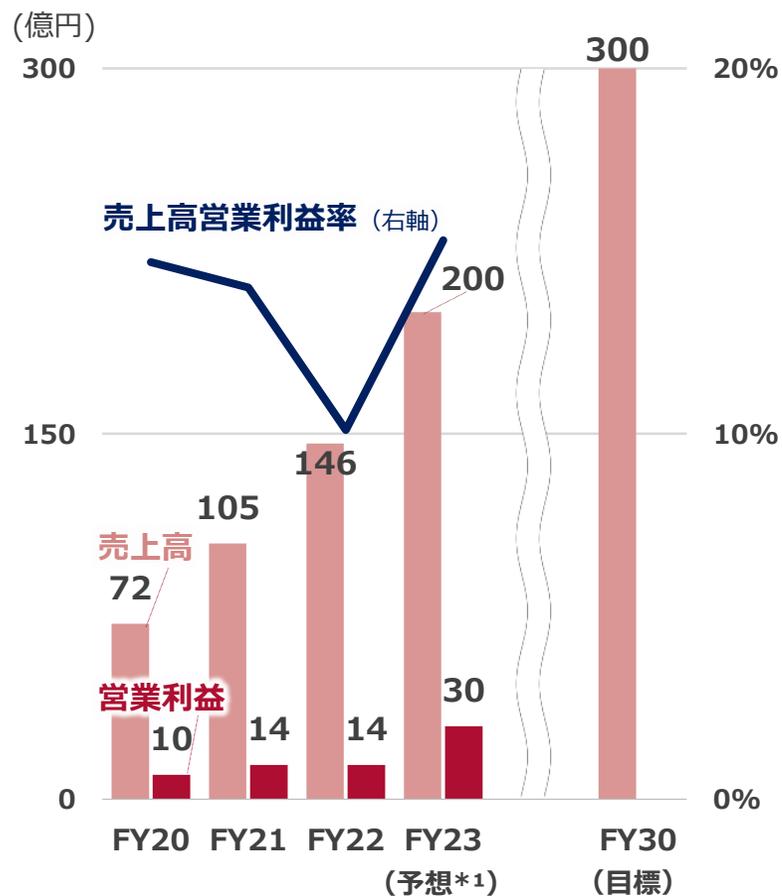
*2 富士経済「H・B・Fーズマーケティング便覧2018-2023」(美容効果健康志向食品/コラーゲンカテゴリー/2016-2021年実績)

*3 当社出荷金額 移動年計伸長率 2020年4月-2021年3月、2022年10月-2023年9月

重点領域：米国事業

21中計においてHI-CHEWは飛躍的に成長し、売上・収益両面で貢献

2030年目標に向けた進捗



1 HI-CHEWブランドの拡大

外部環境

- **キャンディ市場 各社価格改定を実施し伸長**
(23年6月移動年計 20年12月比**139.5%***2)
- **米国経済の景気後退リスク**

当社取り組み

販売

- **販売店率は全米各地で継続して拡大**
20年6月時点**69%** → 23年6月時点**77.6%***3
- **店舗当たりの取扱SKU数増加を促進**

マーケティング

- **新たなニーズ獲得に向けたSKU拡充**
- **ブランド認知・ロイヤリティ向上に向けたプロモーション展開**
ブランド認知 23年時点 **54%** (20年比 + 8 pt)*4



➔ **差別化された商品が支持、引き続き需要拡大へ**

重点領域：米国事業

2030年に向けて、Chargelの市場創造及び事業基盤の拡大を目指す

2 ゼリー市場の創造

販売

- 日系スーパーへの導入進行
米系スーパー、スポーツ系チャネルへの
導入促進に向けて継続取り組み

マーケ
ティング

- スポーツイベントでのサンプリング活動
広告・PR活動強化により、
ブランド認知・商品理解促進へ



3 第三の矢の探索

- HI-CHEWで構築した販売網を活用した
商品展開

- 23年秋「HI-SOFT」(日本製塩キャラメル) 発売

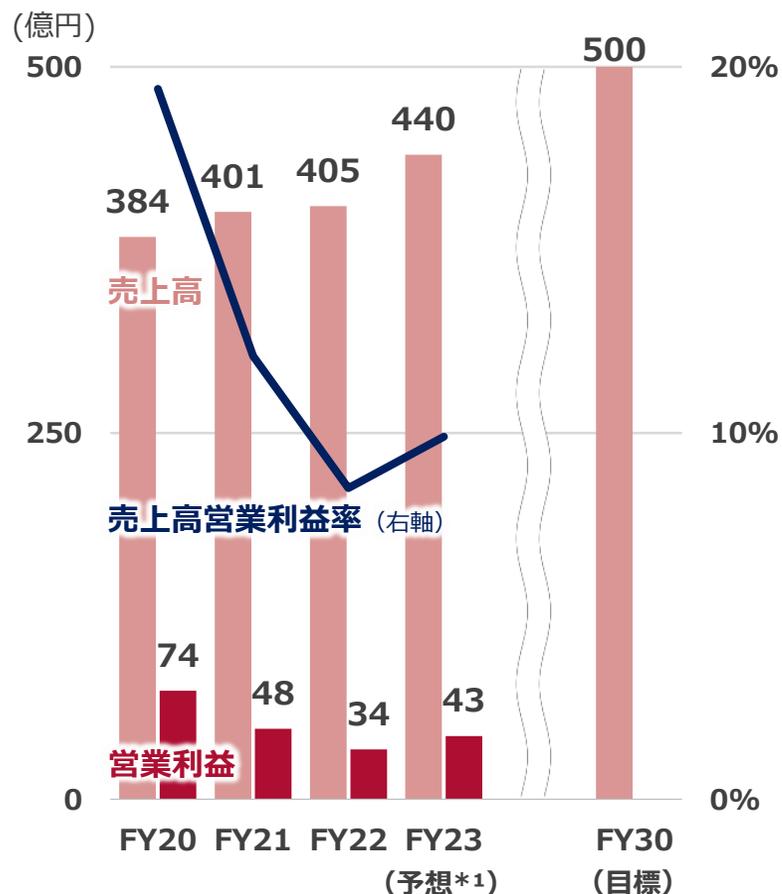


2023 Sweets & Snacks Expo

重点領域：冷菓事業

菓子技術を活用した差別化商品により安定的に事業成長、前期を底として収益性改善を図る

2030年目標に向けた進捗



1 鮮度マーケティングの進化

- 鮮度維持のための新技術「チョコの壁」を展開
- 感性研究によるパリパリ食感の価値深掘り
- 品質・情緒的価値を様々なメディアで情報発信



2 周辺市場の顧客獲得

- 菓子技術を活かした差別化商品でデザート需要を獲得
- 「板チョコアイス」・「ザ・クレープ」 通年定着へ
春夏時ブランド接点拡大に向け、新たな取り組み実施

3 技術優位性で新市場創造

- 独自技術を活かし、潜在需要の掘り起こしに挑戦中

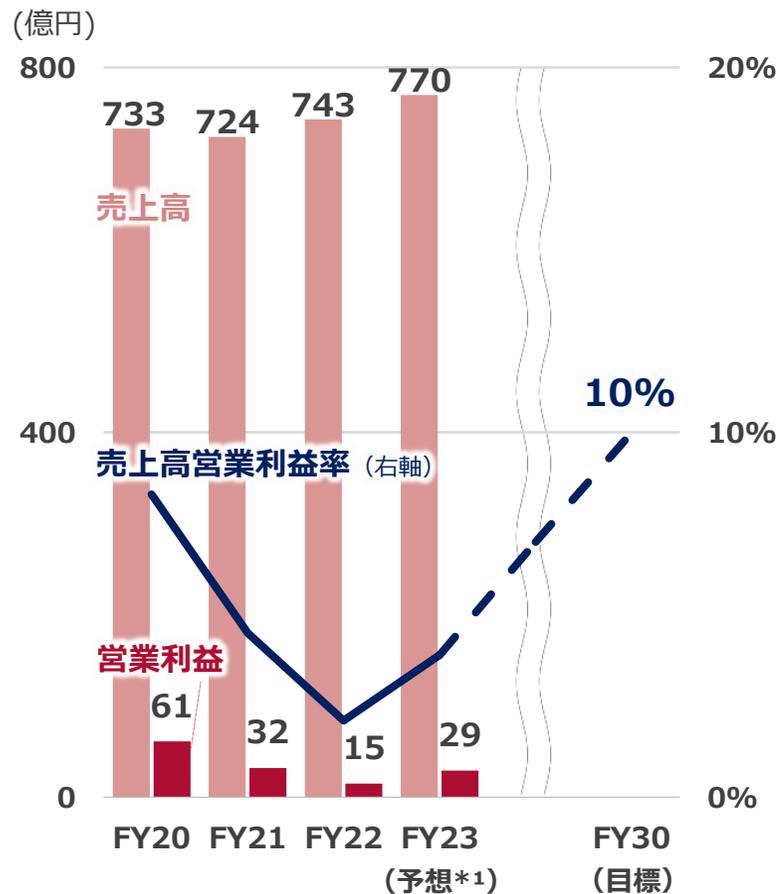


冷凍ホットケーキ お酒の割り材

基盤領域：菓子食品事業

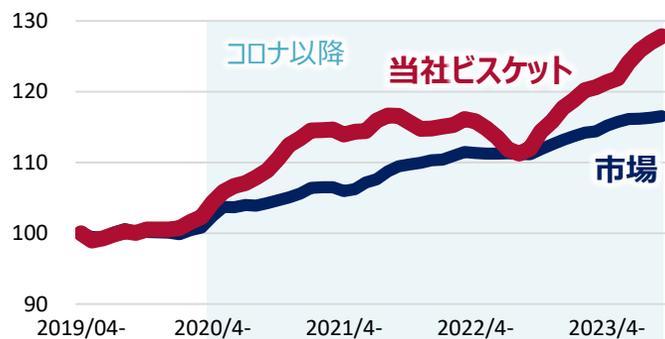
カテゴリーミックスおよび高付加価値商品の展開により収益性改善を図る

2030年目標に向けた進捗



ビスケット

推計販売規模移動年計*2 伸長率 (2019年4月を100)



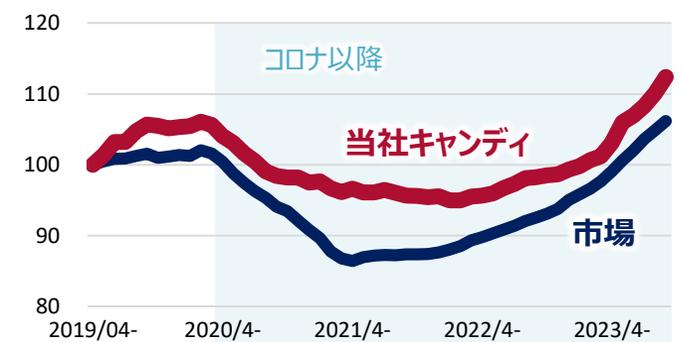
- ムーンライトを中心に積極的なマーケティングを展開

チョコレート

- 戦術を見直し、ダースは新コンセプト商品を発売

キャンディ

推計販売規模移動年計*2 伸長率 (2019年4月を100)



- 戦略的な商品・プロモーション展開でハイチュウ・ラムネ好調



サステナビリティ情報アップデート

地球環境の保全

- 2023年8月 TNFDフォーラムに参画*1



Taskforce on Nature-related Financial Disclosures
(自然関連財務情報開示タスクフォース)

外部評価

- ESG投資の代表的指数
「FTSE4Good Index Series」
「FTSE Blossom Japan Index」
構成銘柄に初選定*2



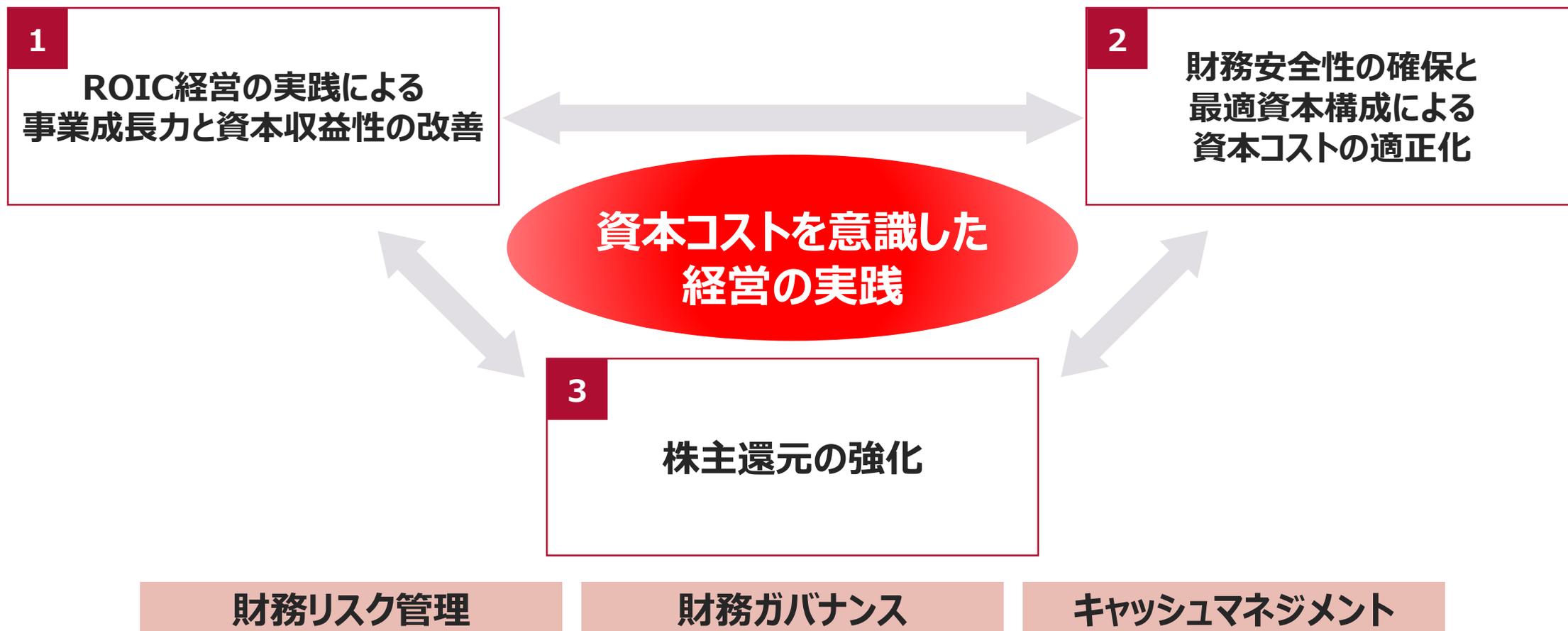
FTSE4Good



FTSE Blossom
Japan Index

中長期財務戦略

持続的な企業価値向上と継続的かつ安定的な株主還元の実現



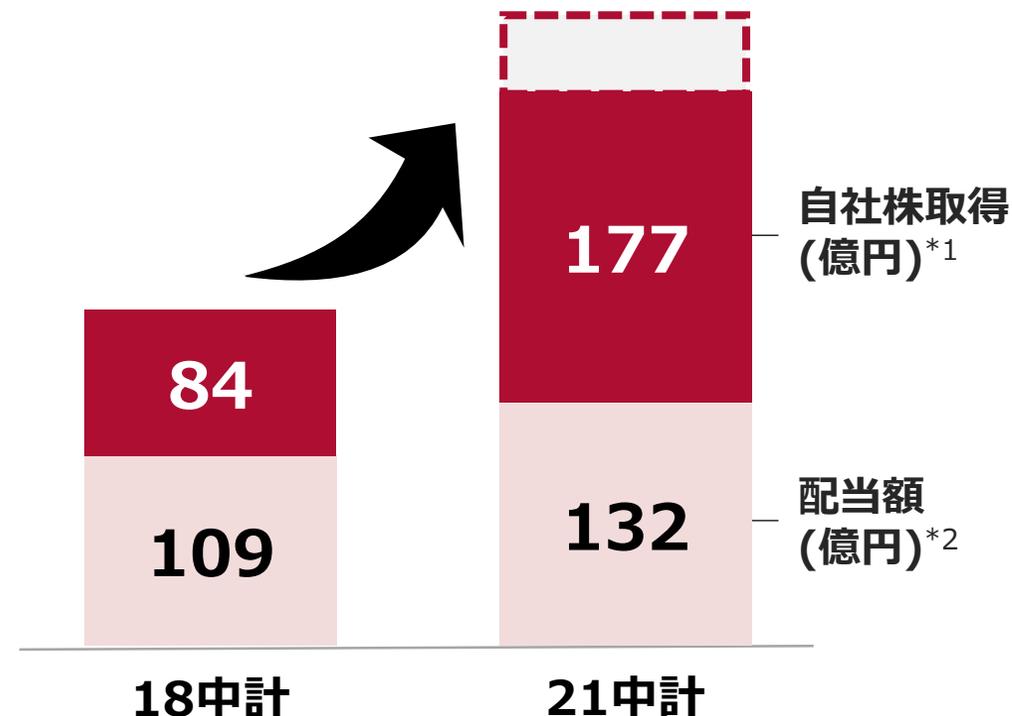
株主還元

資本コストを意識した経営の実践として、財務戦略に基づき株主還元を強化

21中計3カ年累計

株主還元 **309** 億円^{*1,2} + α

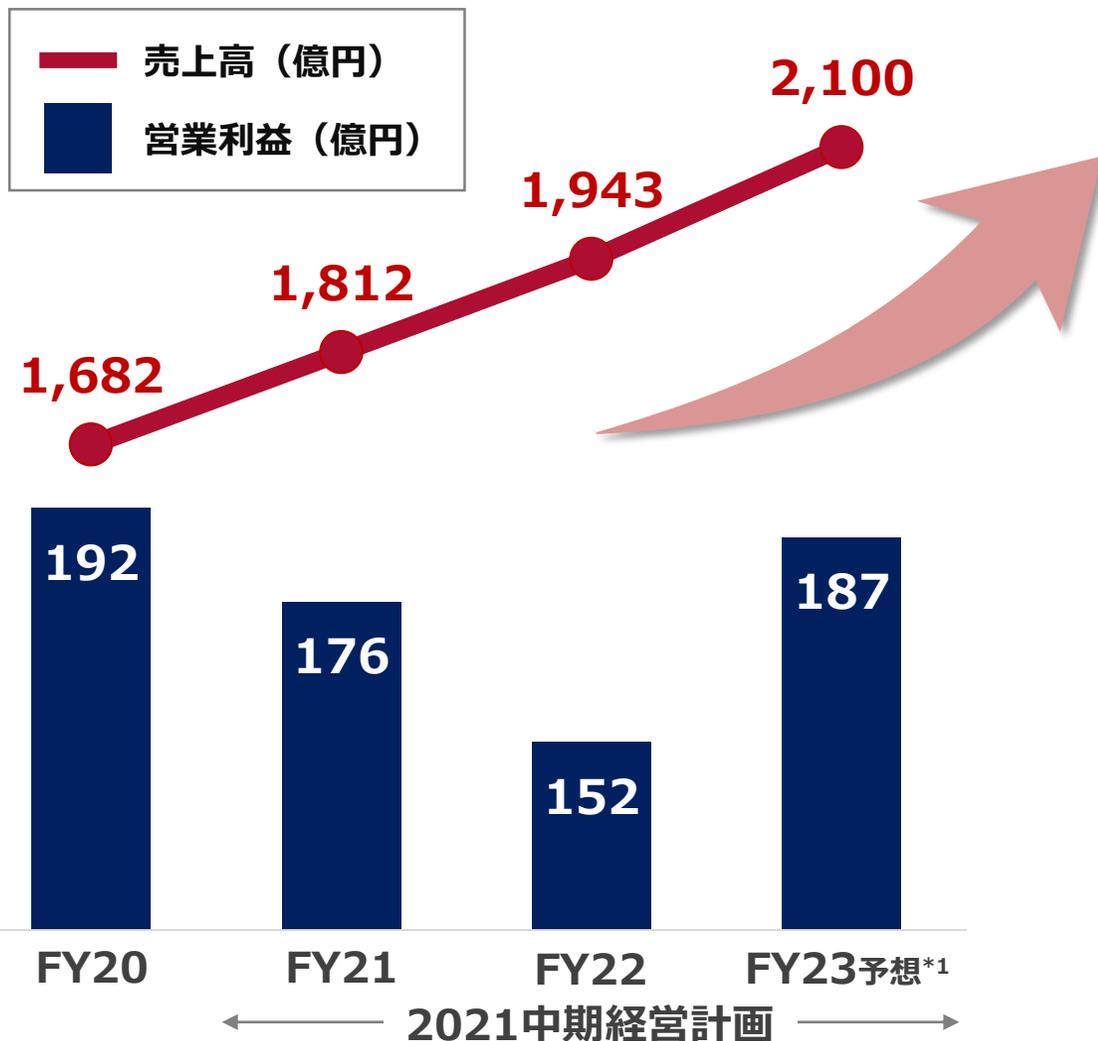
11月10日 新たに**自己株式取得**を発表
 取得上限額**45.5**億円^{*3}



● 株式分割

株式の流動性向上と投資家層の更なる拡大を目的に、
2023年12月31日を基準日として、**1:2**の割合で実施予定

2030経営計画達成に向けて



21中計見通し

- 売上高は計画を上回る見通し
- 外部環境の逆風と積極的な投資により利益は未達も、打ち返し策は着実に浸透

※21中計期間累計 原材料高騰等^{*2}：約140億円
 コスト増見込 広告・R&D・DX：約50億円

24中計・2030経営計画に向けて

- 変化への対応力と成長性の向上に向け、経営基盤と事業への投資を加速
- 次期中計における過去最高益の更新と持続的な企業価値向上を目指す

参考情報

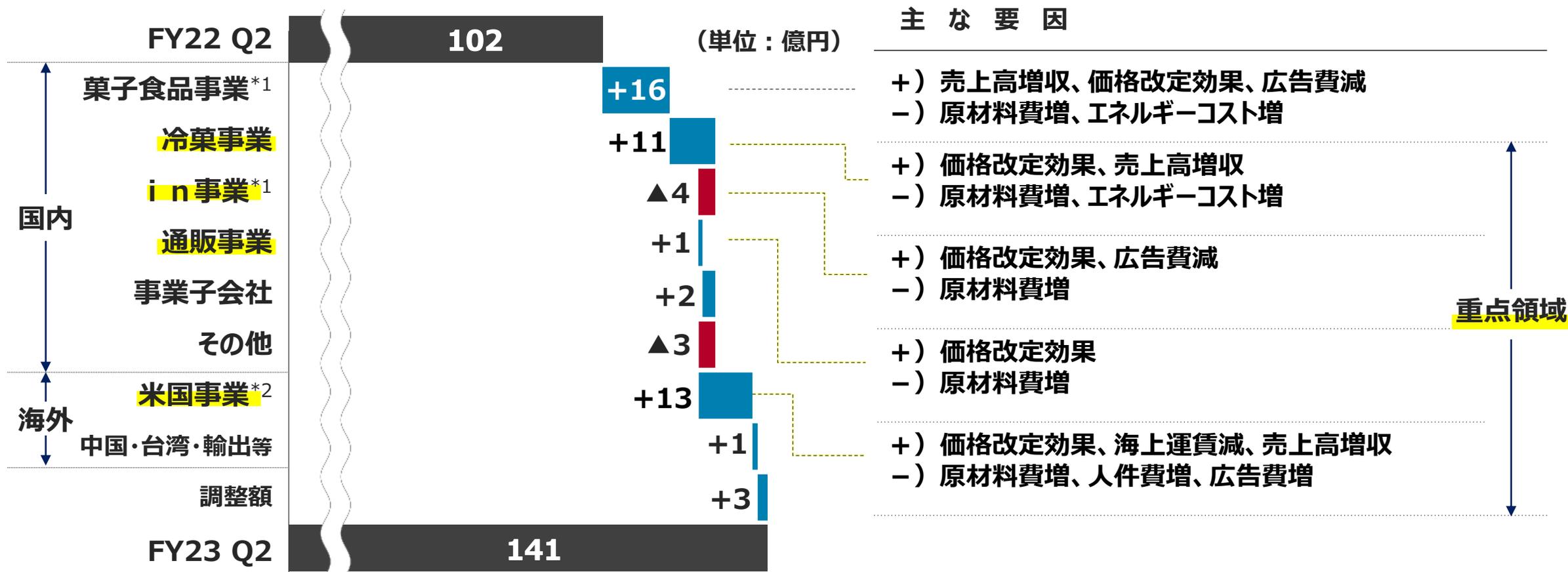
2024年3月期 第2四半期末：貸借対照表

(単位：億円)	第2四半期末	前期末比較	主な増減内容
流動資産	1,114	+101	・受取手形及び売掛金+117 ・有価証券+40 ・現金及び預金▲20
固定資産	1,080	+42	・投資有価証券+26
資産合計	2,195	+143	—
流動負債	622	+110	・支払手形及び買掛金+49 ・未払法人税等+43
固定負債	283	+3	・繰延税金負債+2
負債合計	905	+112	—
株主資本	1,157	+3	・利益剰余金+8 ・自己株式▲5
その他の包括利益累計額	118	+28	・その他有価証券評価差額金+17 ・為替換算調整勘定+11
非支配株主持分	13	+1	—
純資産合計	1,290	+32	—
負債純資産合計	2,195	+143	—
自己資本比率	58.1%	▲2.6pt	—

2024年3月期 第2四半期 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	+178	+167	<ul style="list-style-type: none"> ・法人税等の支払額+121 ・棚卸資産の増減額+55 ・税金等調整前四半期純利益+50 ・売上債権の増減額▲91
投資キャッシュ・フロー	▲84	▲20	<ul style="list-style-type: none"> ・投資有価証券の取得による支出▲25 ・無形固定資産の取得による支出▲10 ・有形固定資産の取得による支出+23
フリーキャッシュ・フロー	+94	+147	—
財務キャッシュ・フロー	▲103	+17	<ul style="list-style-type: none"> ・自己株式の取得による支出+19 ・配当金の支払額▲2

2024年3月期 第2四半期 実績：事業別の営業利益増減



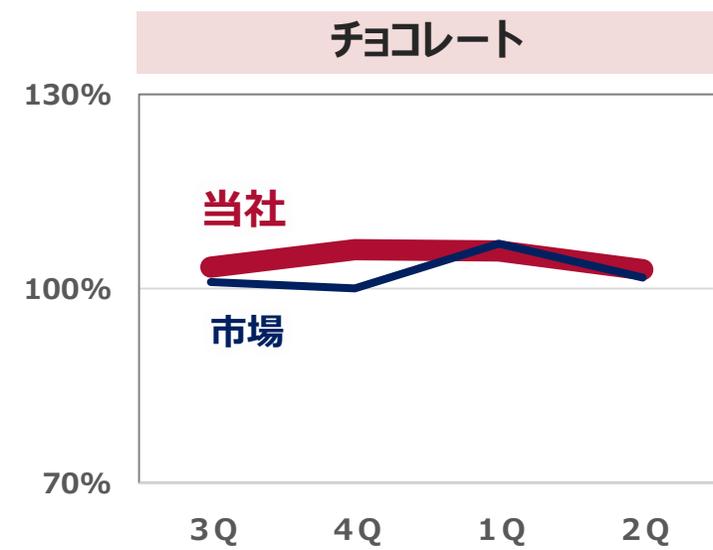
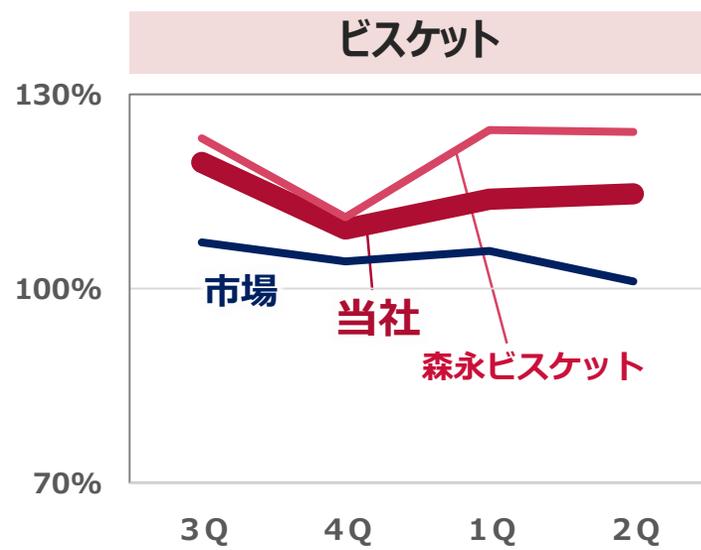
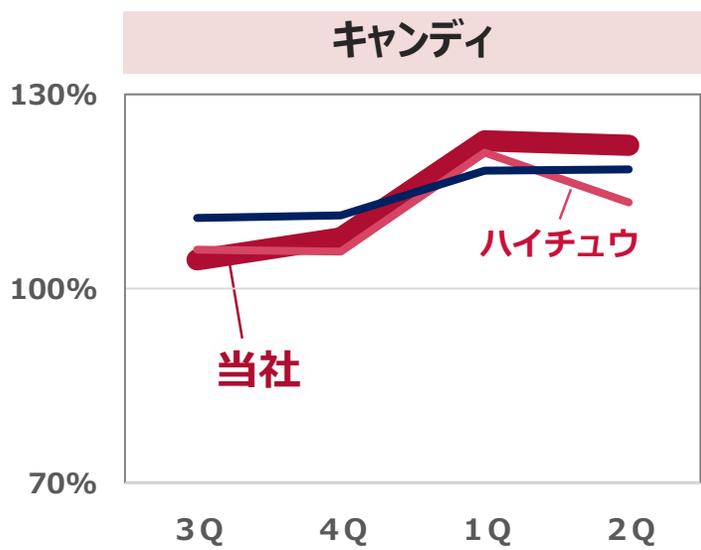
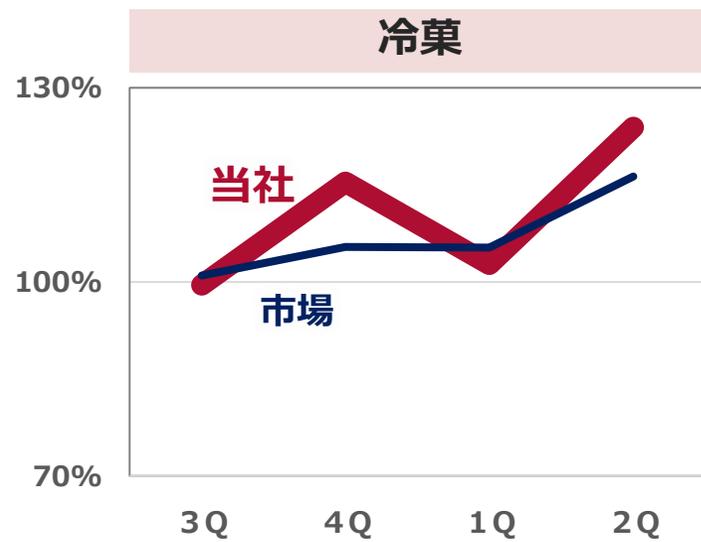
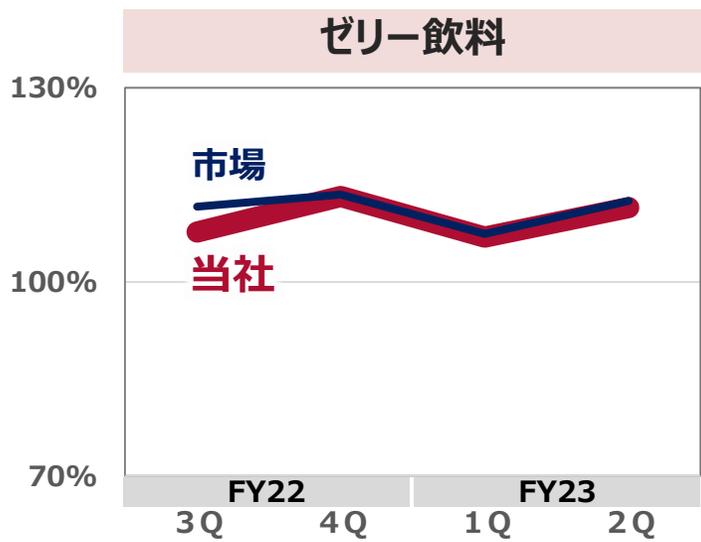
国内主カブランド前年同期比

(単位：%)

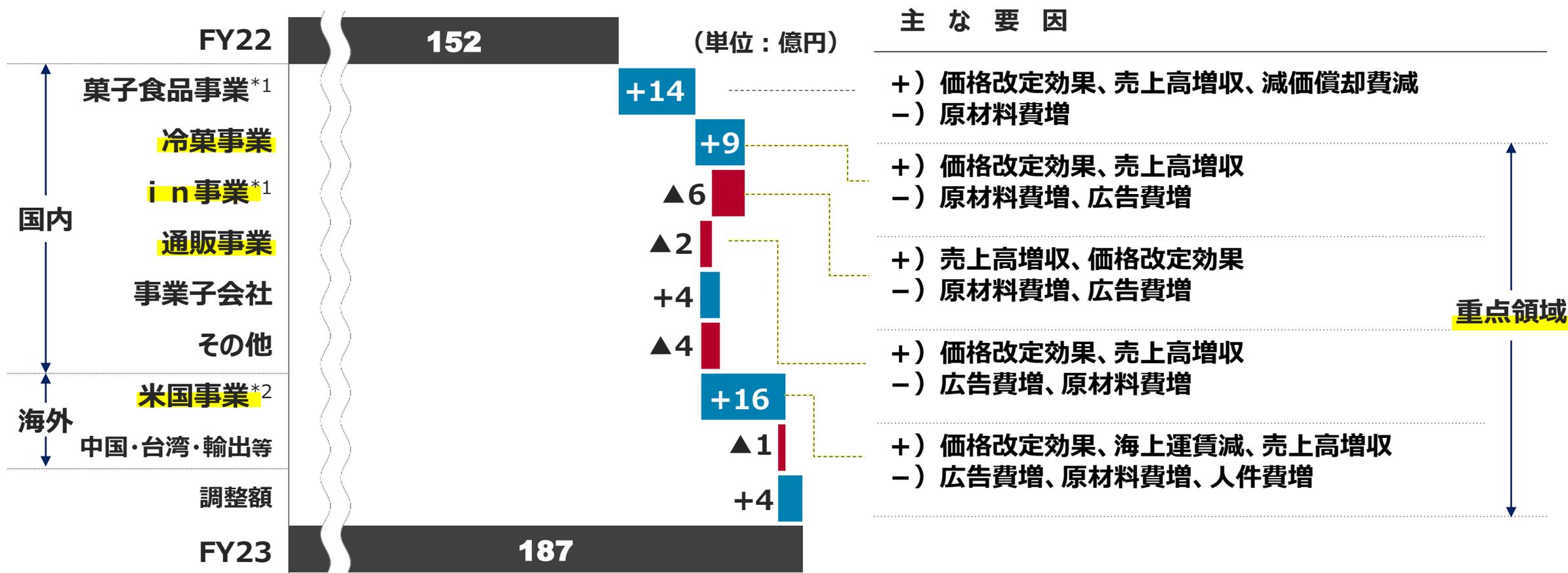
事業区分	ブランド	第2四半期累計 (前期比)
i n事業	i nゼリー	99
	i nバー	107
通販事業	おいしいコラーゲンドリンク	100
冷菓事業	ジャンボグループ	113
	板チョコアイス	141
	ザ・クレープ	102
	アイスボックス	123

事業区分	ブランド	第2四半期累計 (前期比)
菓子食品事業	森永ビスケット	121
	ハイチュウ	115
	森永ラムネ	124
	カレ・ド・ショコラ	94
	ダース	123
	チョコボール	88
	森永甘酒	101
	森永ココア	96

国内市場 販売金額前年同期比

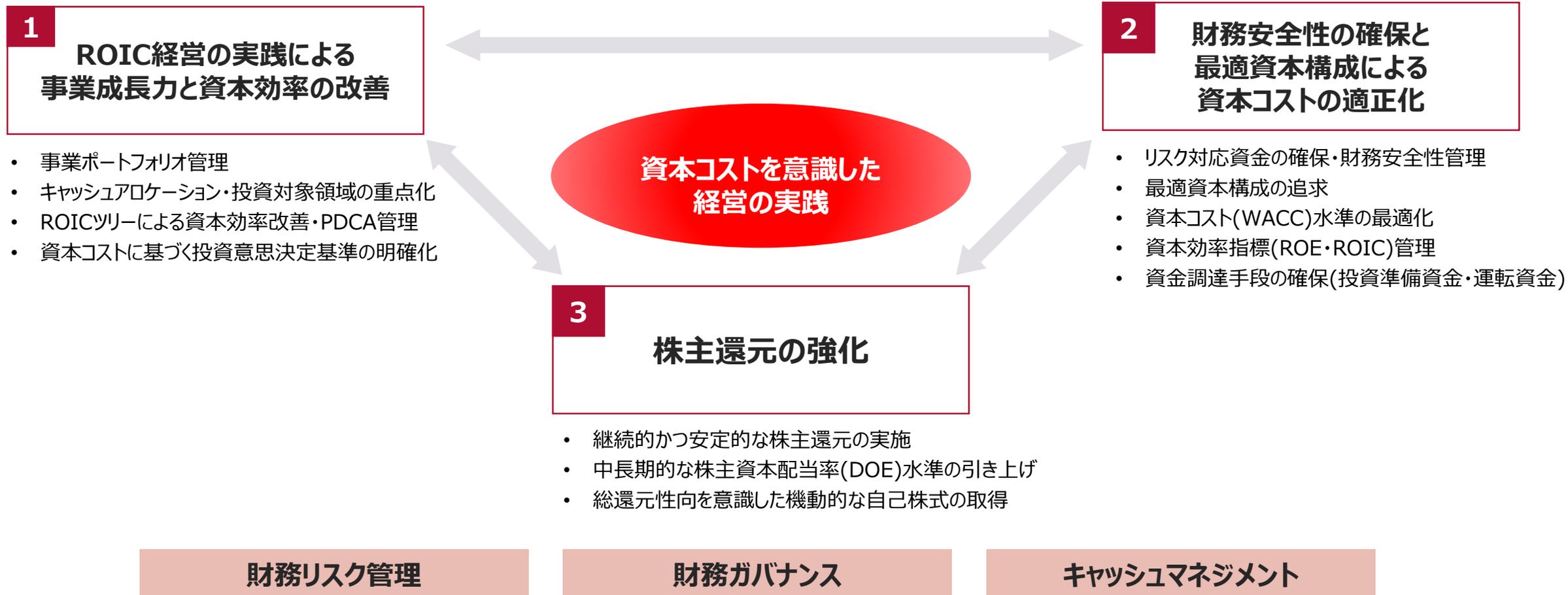


2024年3月期 業績予想：事業別の営業利益増減



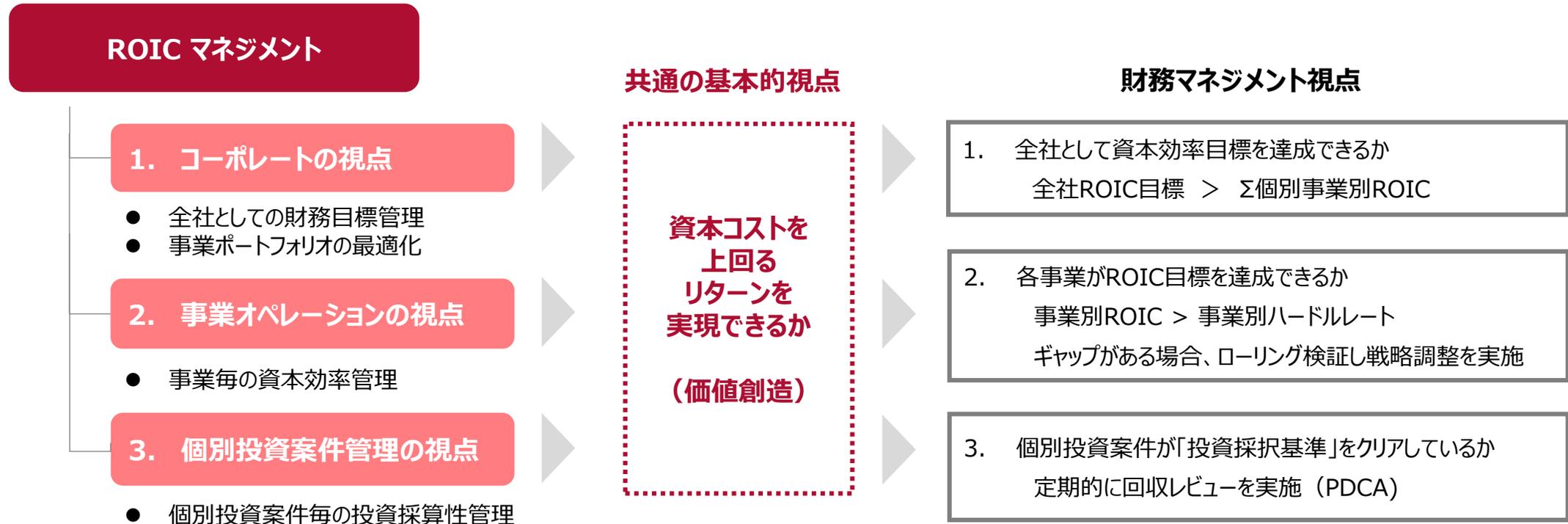
中長期財務戦略

持続的な企業価値向上のため「資本コストを意識した経営」を実践



戦略1：ROIC経営の実践による事業成長力と資本効率の改善

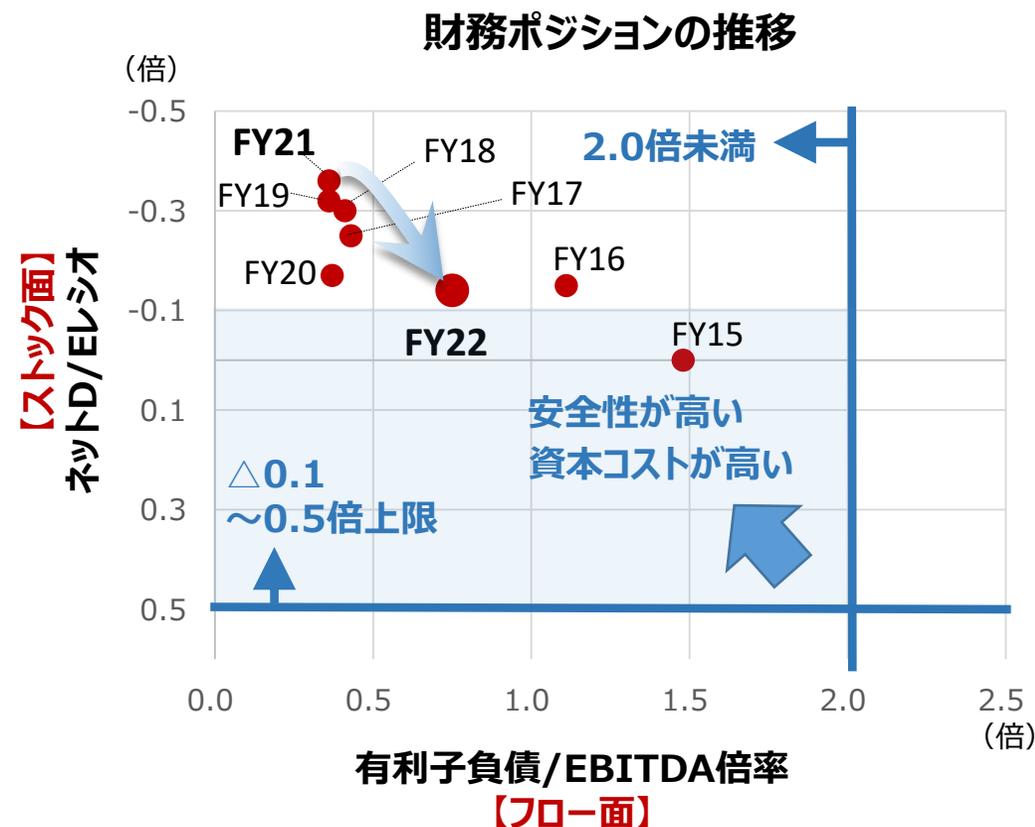
3つの視点によるROICマネジメント体制の強化



戦略2：財務安全性の確保と最適資本構成による資本コストの適正化

財務安全性(A格相当*¹)の維持を前提に、財務レバレッジを活用し資本コストの適正化を図る

財務指標	ガイダンス
日本格付研究所 (JCR) 格付 ・手元流動性 ・ネットD/Eレシオ ・有利子負債 / EBITDA倍率	「A」以上維持 ・月商2か月以上 ・△0.1~0.5倍上限 ・2.0倍未満



戦略3：株主還元の強化

DOEの水準を中長期的に引き上げることを目指す／自己株式取得の機動的な実施を検討

財務指標	ガイダンス
純資産配当率（DOE）	4.5%以上（2030年度目安）
自己株式取得額	中長期経営計画での 投資資金計画を見定めて設定

2021中期経営計画期間における自己株式取得

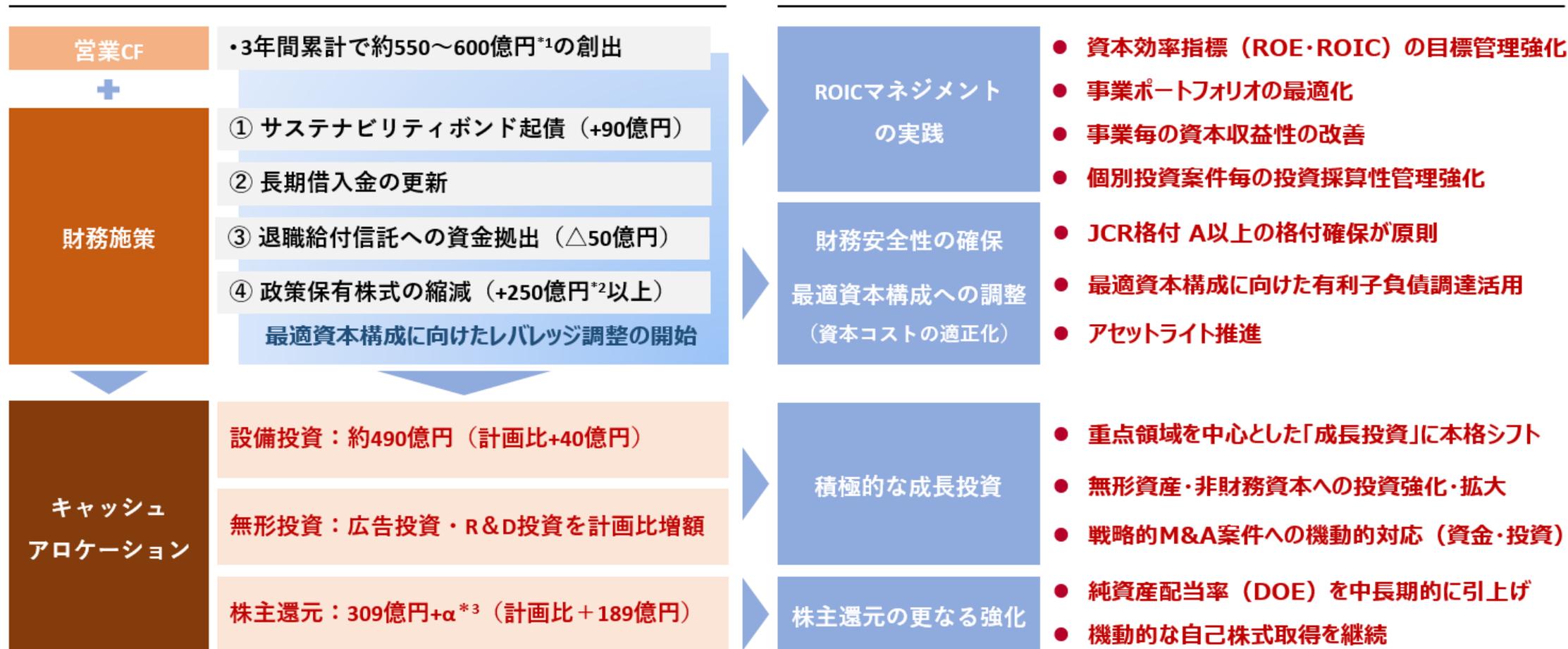
決議日	取得完了日	取得金額	取得方法
2022年 2月28日	2022年10月25日	9,999,887,500円	市場買付
2023年 2月10日	2023年 2月14日	2,486,250,000円	ToSTNeT-3
2023年 5月11日	2023年 5月16日	5,256,900,000円	ToSTNeT-3
2023年11月10日*1	—	—	ToSTNeT-3

財務戦略に基づくキャッシュ創出とキャッシュアロケーション

ROICマネジメントと財務施策により資金創出力を高め、成長投資と株主還元を強化

21中計3カ年累計 予想

今後の進め方



*1 営業CFから退職給付信託拠出による影響を除いた数値

*2 2022年3月期及び2023年3月期実績の合計

*3 2021年4月～2024年3月における配当金支払額及び自己株式取得額 (2023年5月16日までの取得分) の合計