



おいしく たのしく すこやかに



2025年3月期 第1四半期 決算説明会

2024年8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。

森永製菓株式会社

1

高木：皆さん、こんにちは。森永製菓株式会社の高木です。本日は弊社の2025年3月期第1四半期決算説明会に、お忙しい中ご参集いただきましてありがとうございます。

最初に、第1四半期の決算のポイントについて確認し、その後、具体的な内容についてご説明申し上げます。

・第1四半期の売上高、各段階利益は過去最高

- 売上高は前年同期比111.4%、菓子食品・冷菓・米国事業が牽引
- 原材料等の高騰影響を増収及び価格改定効果で打ち返し、営業利益は同116.2%の高い伸び
- 菓子食品事業はキャンディの成長が牽引し、収益性改善

・通期業績予想は修正なし

- 原材料価格や為替等、外部環境の先行きは依然として不透明
- 環境変化への機動的な対応を推し進める

・2024中期経営計画に基づき、米国第2工場増設を決定

- HI-CHEWを中核としたグローバル戦略を加速すべく、生産拠点増強により供給体制を強化

本日お伝えしたいポイントについて、3つ申し上げます。

1つ目のポイントは、第1四半期の連結売上高、各段階利益ともに過去最高となりました。全事業で増収となり、特に菓子食品、冷菓、米国事業が好調に推移いたしました。連結売上高は前年同期比111.4%と2桁成長となりました。営業利益も67億円と、前年同期比116.2%の2桁増益となり、2024中期経営計画の順調なスタートとなりました。カカオ関連の原料の高騰影響を受けておりますが、主に増収と価格改定効果で打ち返しております。菓子食品事業においても、原材料の高騰影響を受けましたが、収益性の高いキャンディの成長が牽引し、事業全体の収益性は改善いたしました。

2つ目のポイントは、通期の業績予想です。第1四半期の業績は好調に推移しましたが、現時点で本年5月に開示した予想値の修正はいたしません。引き続き売上成長を目指し、各事業で効果的な施策を展開してまいります。9月に予定する価格改定に伴う数量減の可能性は考慮する必要があります。原材料市況や為替相場の先行きは不透明かつ不安定であり、足元の急激な株価や為替の変動が消費動向に及ぼす影響について注視してまいります。

3つ目のポイントは、2024中期経営計画に基づく米国第2工場の増設の決定です。中長期での企業価値向上に向けて、HI-CHEWを中核としたグローバル戦略を加速すべく、生産拠点増強により着実に供給体制を強化してまいります。

2025年3月期 第1四半期 実績



売上高及び全ての段階利益で第1四半期として過去最高、24中計初年度として順調なスタート

(単位：億円)	実績	前期比較	
売上高	569	+59	111.4%
売上総利益 〔売上総利益率〕	235 〔41.4%〕	+23 〔△0.2pt〕	110.7%
営業利益 〔営業利益率〕	67 〔11.8%〕	+9 〔+0.4pt〕	116.2%
経常利益	69	+10	115.9%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	48	+5	112.9%
EBITDA*1	90	+9	112.2%

森永製菓株式会社 *1 EBITDAは簡易版を使用→営業利益+減価償却費 *2 在外子会社換算レートは当期 1米ドル=148.61円、前期 同132.34円

4

それでは、具体的な内容についてご説明いたします。

まず、第1四半期の連結損益実績です。売上高が569億円、前年比較で59億円の増収、率では前年同期比111.4%と2桁成長となりました。売上総利益はコスト高騰に対する価格改定効果が限定的であることから、粗利率は若干低下しましたが、増収により粗利額では増益となりました。

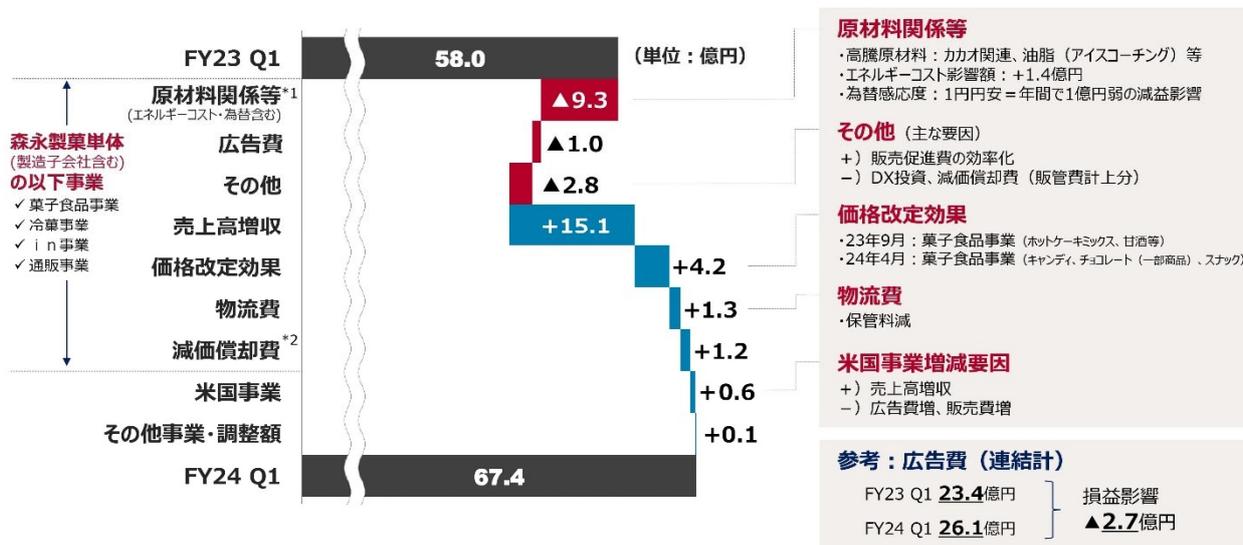
販管費は広告費、DX等の無形投資が増加した一方で、増収に伴う固定費の吸収、在庫圧縮に伴う保管費用の減少、滞貨品削減等による販売費の減少などにより、販管費率は改善しました。

営業利益は67億円で、前年同期比116.2%の増益、営業利益率は0.4ポイント改善し、11.8%となりました。親会社株主に帰属する四半期純利益は48億円で、前年同期比112.9%となり、各段階利益とも第1四半期として過去最高となりました。

2025年3月期 第1四半期 実績：営業利益増減要因



原材料等の高騰影響を売上高増収及び価格改定効果により打ち返し増益



森永製菓株式会社 *1 FY24 Q1 の実績調達レートは 1米ドル=141.71円、FY23 Q1 は同134.62円 *2 売上原価計上分のみ

営業利益の増減要因です。減益要因を赤色、増益要因を青色で記載しております。

為替、エネルギーコストも含めた原材料関係等の高騰影響によるコストは、9.3 億円の増加です。原料はカカオ関連、油脂、砂糖などの影響が中心です。

調達レートは 141.7 円/\$ であり、前同の 134.6 円/\$ から円安が進行しております。当社の為替感応度は 1 円の円安により、年間で 1 億円弱の減益影響を受けます。エネルギーコストは水道光熱費の単価の低下で増益方向です。全体として第 1 四半期のコスト影響としましては、会社計画の範囲内で推移しました。

これらのコスト影響を、主に増収によって打ち返し、増益となりました。第 2 四半期以降の見通しについては、原料はカカオ関連や油脂を中心に高騰影響がさらに強まることが見込まれます。原材料市況や為替相場の先行きも不透明であり、足元の動向を踏まえると期首計画より影響が増す可能性も視野に入れて対応してまいります。

2025年3月期 第1四半期実績：事業別サマリー



全事業にて売上成長を実現／菓子食品事業の収益性が向上し、増益を牽引

(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}	191	+17	109.4%	15	+7	186.1%	8.3%	+3.4pt
	冷菓事業 ^{*1}	134	+18	115.2%	14	▲1	94.7%	10.7%	▲2.3pt
	i n 事業 ^{*1}	84	+2	102.0%	19	+4	126.0%	23.6%	+4.5pt
	通販事業	28	+2	107.8%	0	▲2	6.4%	0.5%	▲7.7pt
	事業子会社等	28	+3	113.4%	1	▲1	56.6%	4.8%	▲4.9pt
	国内計	467	+41	109.7%	51	+7	117.1%	11.0%	+0.7pt
	米国事業 ^{*2*3}	51	+10	123.4%	10	+1	106.2%	20.1%	▲3.3pt
	中国・台湾・輸出等	24	+3	118.9%	3	+0	111.9%	14.0%	▲0.9pt
	海外計	76	+14	121.9%	13	+1	107.6%	18.2%	▲2.4pt
	小計	544	+55	111.3%	65	+8	114.9%	12.0%	+0.3pt
	食料卸売	18	+3	119.6%	1	+1	384.6%	8.7%	+6.0pt
	不動産及びサービス	4	+0	100.1%	2	+0	106.9%	47.7%	+3.0pt
	その他	2	+1	116.3%	0	+0	122.6%	24.5%	+1.2pt
	調整額等				▲2	▲1	—		
	合計	569	+59	111.4%	67	+9	116.2%	11.8%	+0.4pt

森永製菓株式会社 * 当社グループの経営管理の実態を明確に表示するため、2025年3月期より区分・集計方法を変更。2024年3月期の数値は当該変更を遡及適用し、変更後の区分・集計方法により作成したものを記載。

*1 i nブランドを冠したキャンディ、チョコレート等の商品は菓子食品事業、アイスは冷菓事業を含む *2 中国・台湾の米国向け輸出に係る利益を含む *3 現地通貨ベースの売上高前期比は109.9%

6

事業別の業績では、全ての事業において売上成長を実現しました。特に菓子食品、冷菓、米国事業が連結グループ全体の増収に貢献しています。

国内の菓子食品事業は増収増益となり、営業利益率は8.3%と前年同期比+3.4ポイントと大きく改善しました。

菓子食品事業において相対的に収益性の高いキャンディカテゴリーは、4月の価格改定後も順調に推移し、収益性改善に寄与しています。

冷菓事業は、特に板チョコアイスやザ・クレープが品質訴求のプロモーションや期間限定品の展開を通じて、取扱率・購入率が拡大し売上が伸長しました。一方、原材料等の高騰影響により収益性は低下しております。

米国事業の売上高は、円安の影響もあり前年同期比123.4%の高成長となりました。為替効果を除いた現地通貨ベースにおいても前年同期比109.9%の伸びとなりました。新商品や容量違いのバリエーションの展開によるSKUの拡充、新たな販売チャネルの開拓による取扱いの拡大、催事品対応が増収に寄与しました。増収の一方、広告費、販促費等は増加し、加えて海上運賃や原材料高騰の影響もあり、営業利益は微増となりました。

事業戦略の進捗

次に、主要事業戦略の進捗と今後の取り組みの方向性についてポイントを説明いたします。

重点領域 i n 事業



- ・ブドウ糖は受験シーズン後も需要が定着し、ブランド全体の伸長を牽引
- ・パリ五輪効果によるスポーツ需要の高まりに向けて露出を強化、最需要期の購買喚起を図る

i nゼリーの拡大

市場データ*1



- ブドウ糖
 - 受験シーズンの取り組みにより「考えるためのエネルギー」としての商品価値浸透
 - 集中したいシーンにおける飲用定着によりブランド全体の購入率拡大にも寄与



- i nゼリー発売30周年プロモーション始動
新作TVCMによる飲用シーン訴求の強化
- ➔ パリ五輪効果によるスポーツ需要の高まりをフックに最需要期における露出強化へ



- 顧客層拡大に向けたターゲット別商品の発売



売上高 前年比



i nゼリー 103%



i nバー 97%

	4-6月累計
i nゼリー	99.0%
市場	102.2%

重点領域のうち i n 事業につきましては、ブドウ糖の需要が受験シーズン後も定着し、ブランド全体の伸長を牽引しております。

今期の取り組みとしましては、パリ五輪効果によるスポーツ需要の高まりに向けてブランド露出を強化し、最需要期の購買喚起を図ってまいります。飲用シーンとターゲットの拡大という基本戦略に基づいて施策を展開してまいります。

重点領域 冷菓事業



売上高 前年比



ジャンボグループ 102%



板チョコアイス 140%



ザ・クレープ 162%



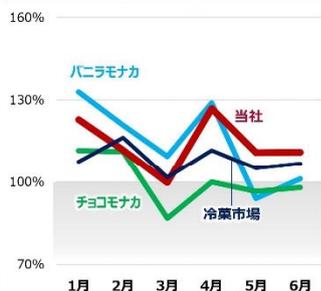
アイスボックス 121%

森永製菓株式会社

*1 インター・SRI+ 推計販売規模金額

- 板チョコアイスやザ・クレープなどが牽引し増収も、原材料等の高騰影響により収益性低下
- 高い前年ハードルと9月の価格改定を乗り越えるべく、プロモーションを強化する

市場データ*1



4-6月累計

チョコモナカジャンボ	98.0%
バニラモナカジャンボ	106.2%
当社冷菓	115.3%
市場	107.4%

※チョコモナカジャンボは前年3月の品質変更、プロモーション効果の反動有り

鮮度マーケティングの発展的進化



- 全世代での購入率拡大や新たな需要獲得に向けプロモーション展開
 - 品質へのこだわりなど継続した情報発信
 - 訪日外国人に向けたプロモーション
- バニラモナカ：単独TVCMをフックに店頭露出強化



周辺市場からの顧客獲得



- 断続的な取り組みにより取扱率・購入率ともに拡大し、売上伸長
 - 独自品質訴求のプロモーション
 - 期間限定品質の展開



技術優位性で新市場創造

- アイスボックス：割材としての喫食シーンの訴求強化により30-40代を中心に購入率拡大

CVS限定
クリアカップ



チューハイ用
アイスボックス「大粒」
テスト発売

9

冷菓事業につきましては、板チョコアイスやザ・クレープなどが牽引して2桁の増収となりましたが、原材料等の高騰影響によって収益性は低下しました。

今期の取り組みとしましては、収益性改善を図るべく9月に価格改定を実施する予定です。実施後の数量影響を抑えるべくプロモーションの強化を図ってまいります。前年の第2四半期の業績は大変好調であったことから、第2四半期においては第1四半期のような伸長率は見込んでおりません。

重点領域 通販事業



- 健康食品市場は一部逆風もあるなか、戦略的な広告投資により売上伸長
- 定期顧客の拡大に向けて、オンライン広告と長期定着への取り組みを推し進める

既存通販事業の強化

市場データ*1



4 - 6月累計	
おいしいコラーゲンドリンク	103.4%
おいしい青汁	131.0%
市場*2	107.3%

- 戦略的広告投下による定期顧客の拡大
 - ➔ オンライン広告を引き続き強化
 - 「ひざ関節」訴求による獲得ターゲット拡大
 - ➔ 顧客リスト活用により休眠顧客への再購買を促進

- LTV*3の向上
 - 「1年定期コース」への誘導強化など長期定着への取り組み
 - クロスセル・アップセルの促進

- 第2の柱育成
 - おいしい青汁は高い成長を継続



通販事業につきましては、健康食品市場において一部逆風がございましたが、オンラインを中心に戦略的な広告投資を行い、定期顧客は拡大しております。

今後の取り組みとしましては、引き続き定期顧客の長期定着や事業規模拡大を見据えて、広告投資を強化してまいります。

重点領域 米国事業



森永製菓株式会社 *1 Circana (IBIR)

- 主要米系チャネルでの販売は復調の気配、新たな販売チャネルへの取扱拡大も増収に寄与
- 新たなSKUの導入促進、プロモーションによるブランド接点拡大・店頭回転向上に取り組む

HI-CHEWのさらなる拡大

市場データ*1



1-3月累計	
HI-CHEW	99.5%
市場	108.3%

※当社HI-CHEWの売上高に占めるCircanaデータ*1のカバレッジは 約50% (当社推定)

● 導入率拡大・取扱SKU増に向けた取り組み

- 新商品・容量違いのバリエーション拡充
- 展示会への積極出展
- 新たな販売チャネルの開拓



2024 Sweets & Snacks Expo

● ブランド接点拡大に向けた商品の発売

- 催事への対応
- ブランドエクステンション品発売



イースター専用品

● ブランド認知拡大・ロイヤリティ向上に向けたプロモーション展開



新規スポンサーシップ契約
Baltimore Orioles
「HI-CHEW Day」の様子



新商品 Dessert mix ツアー

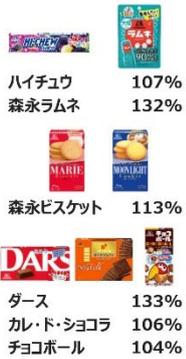


次に米国事業です。1-3月期での増収には為替要因も含まれておりますが、新たな販売チャネルの開拓も寄与し、現地通貨ベースでも前年同期比 109.9%となりました。主要米系チャネルでの販売は復調の気配がありますが、短期的には消費環境の好転は見込みづらく、流通とのさらなる関係構築には一定の時間を要する面もございます。

新たなSKUの導入推進、プロモーションによるブランド接点の拡大、店頭回転の向上といった中長期を見据えた取り組みを継続することで、持続的な事業成長を実現できるものと考えております。



売上高 前年比



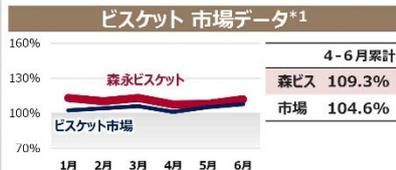
森永製菓株式会社

- 各カテゴリー好調継続により増収増益、キャンディの牽引により収益性改善
- 原材料等のコスト高騰に対応すべく、チョコレート等の価格改定を9月に実施



キャンディの事業成長

- 4月価格改定後も数量伸長
 - ハイチュウ：ロゴ変更後も基幹品が好調に推移
 - 森永ラムネ：「おいしさ・楽しさ・機能性」の多様な価値が評価され、受験シーズン後も購入率拡大



ビスケットの事業成長

- 「ムーンライト」など主力品の好調継続
新商品や限定デザインをフックに顧客接点拡大



チョコレートの収益性改善

- ダース：エクステンション品の展開によるブランド想起
- 夏場の需要獲得への取り組み



*1 インテージSRI+ 推計販売規模金額

基盤事業の菓子食品事業につきましては、各カテゴリーが継続的に好調に推移したことにより増収増益となりました。原材料等の高騰影響を受けているものの、特にキャンディの牽引によりプロダクトミックスは改善しており、事業全体の収益性は向上いたしました。

今期の取り組みとしましては、原材料影響に対する打ち返しとして、9月に価格改定を予定しております。これによる数量への影響や消費動向全般についても注視してまいります。

引き続き、強みを生かした商品展開や取り組みを強化しながら、カテゴリーポートフォリオの転換を推し進めるとともに、収益性の改善を目指してまいります。

HI-CHEWグローバル生産体制の構築



HI-CHEWを中核としたグローバル戦略を加速すべく、米国第2工場増設を決定
供給体制の強化と生産効率化を図り、米国事業を中心にさらなる成長を目指す

森永アメリカフーズ(株) 第2工場建設

米国のNon-chocolate candy市場は今後も継続した成長が予測されるなか、
HI-CHEWは市場を上回る成長を見据え、生産拠点の増強を実施



投資額 : 約 **136**百万米ドル (約 **196**億円)

資金計画 : **自己資金**

生産品目 : HI-CHEW 袋形態



工事計画 : 2024年10月 着工、2027年1月 稼働開始

✓ 既存工場との連携による**供給体制の強化**、設備の改善や省人化による**生産効率化**を図る

最後に、米国第2工場の増設を決定いたしました。中長期での事業成長と企業価値向上を見据えて、2024 中計経営計画に基づき、今後とも主要施策を着実に実行してまいります。

ご清聴ありがとうございました。

【ご注意事項】

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。