おいしく　たのしく　すこやかに

MORINAGA

2026年３月期 第１四半期 決算説明会

2025年８月７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。

全体サマリー

● １Q売上高、各段階利益は過去最高を更新

- 売上高、営業利益共に社内計画を上回る進捗
- 菓子食品・冷菓事業が増収を牽引（価格改定後も堅調）
- 原材料等のコスト増を、菓子食品・冷菓事業の価格改定・増収で打ち返し

● 上期・通期業績予想は修正せず

- 原材料・為替相場の変動、米国関税政策の影響等、外部環境は依然として不透明
- 今後の価格改定の動向を含め、各事業の進捗を見極める必要あり

1 2026年３月期 第１四半期 実績

2 事業の進捗

2026年３月期 第１四半期 実績

売上高および全ての段階利益は、第１四半期として過去最高

（単位：億円）	実績	前期比較	
売上高	602	+33	105.8%
売上総利益 〔売上総利益率〕	248 〔41.3%〕	+13 〔▲0.1pt〕	105.6%
営業利益 〔営業利益率〕	70 〔11.8%〕	+3 〔▲0.0pt〕	105.3%
経常利益	72	+3	103.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	50	+2	103.4%
EBITDA*1	95	+5	105.1%

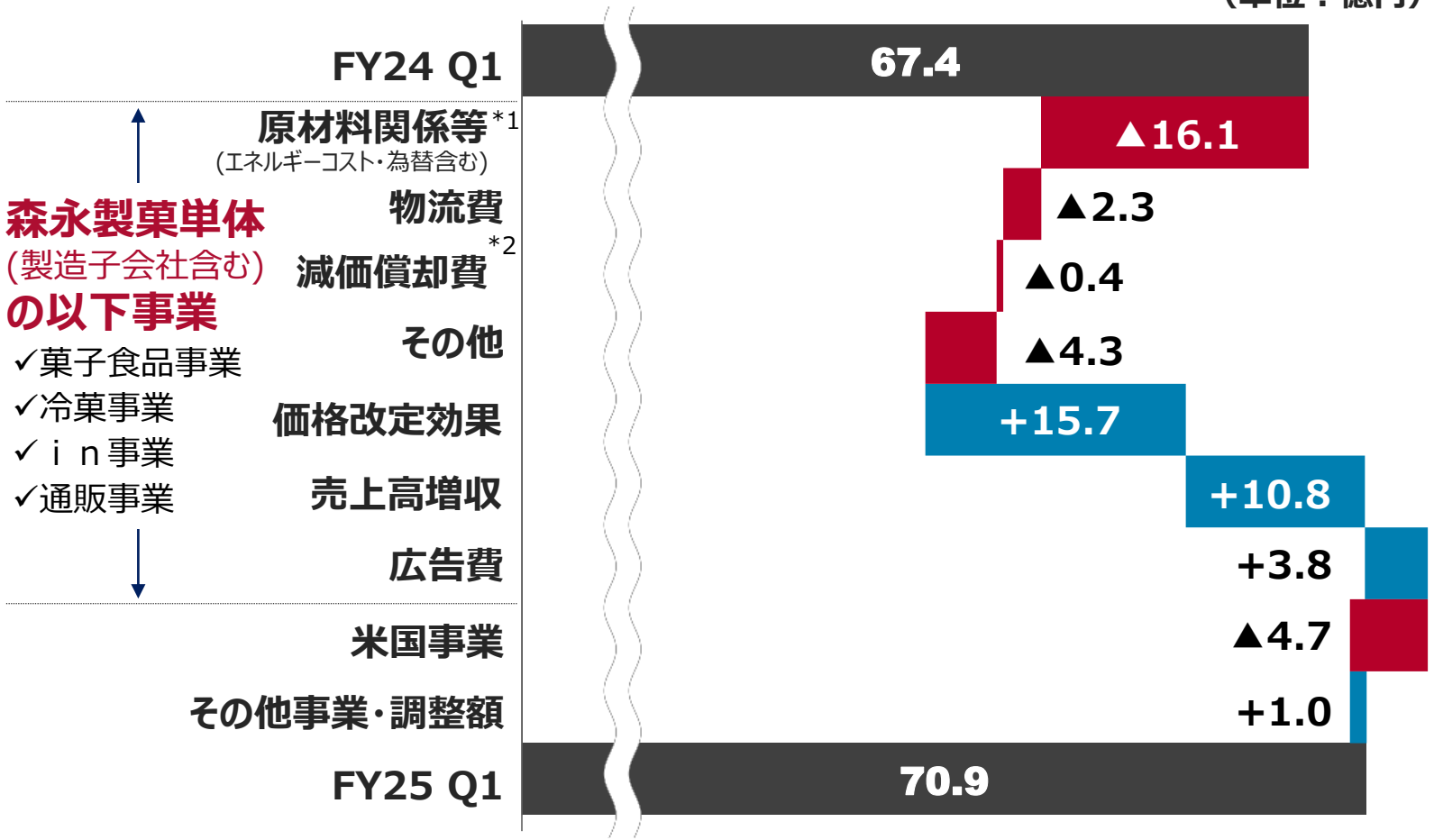
*1　EBITDAは簡易版を使用→営業利益+減価償却費

*　在外子会社換算レートは、1米ドル=144.59円（25年4-6月AR）、前同は148.61円（24年1-3月AR）

2026年３月期 第１四半期 実績：営業利益増減要因

原材料等のコスト増を菓子食品・冷菓事業を中心とした価格改定および増収により打ち返す

（単位：億円）



原材料関係等

・高騰原材料：カカオ関連、油脂(アイスコーチング)
・エネルギーコスト影響額：▲0.1億円
・為替感応度：1円円安＝年間で1億円弱の減益影響

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)）

その他（主な要因）

－）売上原価増(労務費等の固定原価)、
人件費、DX投資

米国事業増減要因

＋）売上高増収
－）販売費、広告費、原材料高騰、為替

参考：広告費（連結計）

FY24 Q1 **26.1**億円
FY25 Q1 **25.2**億円
損益影響
＋**0.9**億円

＊1 FY25 Q1 の実績調達レートは、１米ドル=154.67円、前同は141.71円

＊2 売上原価計上分のみ

2026年３月期 第１四半期 実績：事業別サマリー

国内・海外ともに増収 ／ 菓子食品・冷菓事業が増収増益を牽引し、菓子食品事業は収益性も向上

（単位：億円）		売上高 実績	売上高 前期比較		営業利益 実績	営業利益 前期比較		営業利益率 実績	営業利益率 前期比較
食料品製造	菓子食品事業*1	211	+20	110.7%	21	+6	137.7%	10.3%	+2.0pt
	冷菓事業	151	+17	112.2%	16	+2	112.4%	10.7%	+0.0pt
	ｉｎ事業*1	80	▲4	95.6%	17	▲2	90.4%	22.3%	▲1.3pt
	通販事業	26	▲2	92.3%	1	+1	946.7%	5.0%	+4.5pt
	事業子会社等	26	▲2	92.4%	2	+1	188.7%	9.9%	+5.1pt
	国　内　計	496	+29	106.2%	59	+8	116.0%	12.1%	+1.1pt
	米国事業*2*3	55	+4	106.6%	5	▲5	55.2%	10.4%	▲9.7pt
	中国・台湾・輸出等	25	+1	100.5%	2	▲1	61.4%	8.6%	▲5.4pt
	海　外　計	80	+4	104.6%	7	▲6	56.8%	9.9%	▲8.3pt
	小計	576	+32	105.9%	67	+2	103.4%	11.8%	▲0.2pt
食料卸売		19	+1	105.9%	2	+1	187.7%	15.5%	+6.8pt
不動産及びサービス		4	▲0	96.1%	2	▲0	87.7%	43.5%	▲4.2pt
その他		2	+0	101.3%	0	▲0	95.7%	23.2%	▲1.3pt
調整額等					▲2	+0	—		
合計		602	+33	105.8%	70	+3	105.3%	11.8%	▲0.0pt

＊ 連結子会社の決算日統一に伴い、以下のとおり前期比較は月ずれが生じております。事業子会社等に包含しているアントステラ（前期1Q 3-5月、当期1Q 4-6月）、海外子会社（前期1Q 1-3月、当期1Q 4-6月）

＊1 ｉｎ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に含む ＊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109.6%

2026年３月期 第１四半期 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

1Q 現地通貨ベース前年比

	売上高		営業利益	
	当期（4-6月） 前期（1-3月）比較	当期（4-6月） 前期（4-6月）比較	当期（4-6月） 前期（1-3月）比較	当期（4-6月） 前期（4-6月）比較
米国事業*1	109.6%	102.0%	56.7%	74.7%

＊1　中国・台湾の米国向け輸出に係る利益を含む

1 2026年３月期 第１四半期 実績

2 事業の進捗

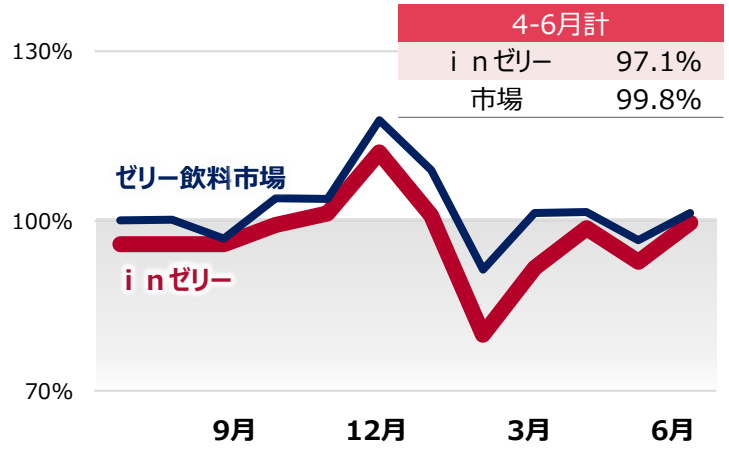
重点領域　ｉｎ事業

盛夏期の需要喚起策によりスタンダードラインの売上拡大を図り、収益の主柱事業として利益貢献を果たす

（億円）	FY24 1Q実績	FY25 1Q実績	前年比
売上高	84	80	95.6%
営業利益	19	17	90.4%

FY25 1Q 売上高前年比			
ｉｎゼリー	97%	ｉｎバー	92%

市場データ*



ｉｎゼリー

1Q進捗

- 日常の生活シーン訴求による需要喚起
  ➡ 夏期限定品等ターゲット別商品が好調も、スタンダードラインが伸び悩み

外部環境　気候条件、PB増加







2Q～

- 夏場の需要獲得に向け、広告投下・店頭販促を強化
  ライト層の購買喚起へ

夏限定CM



夏の日常生活シーン訴求

9月 世界陸上 専用TVCM



販売台活用 店頭露出強化



森永製菓株式会社

＊ インテージSRI＋ 推計販売規模金額　前年比

重点領域　冷菓事業

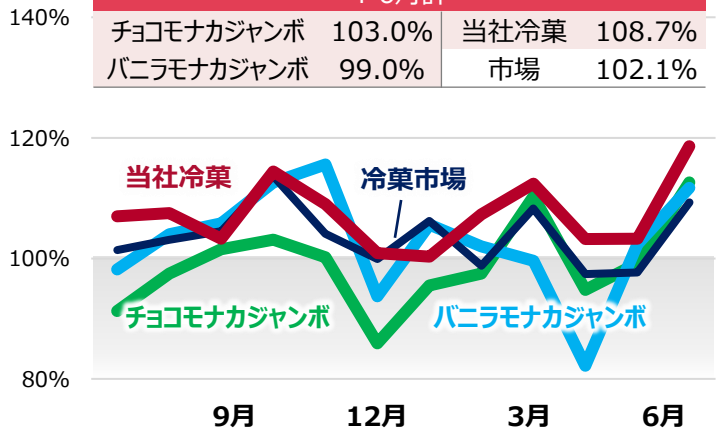
ジャンボの安定成長に加え、主力品の成長により好調継続　収益性改善に向け9月価格改定へ

（億円）	FY24 1Q実績	FY25 1Q実績	前年比
売上高	134	151	112.2%
営業利益	14	16	112.4%

FY25 1Q 売上高前年比			
ジャンボG	105%	ザ・クレープ	146%
板チョコアイス	155%	アイスボックス	120%

市場データ*

4-6月計			
チョコモナカジャンボ	103.0%	当社冷菓	108.7%
バニラモナカジャンボ	99.0%	市場	102.1%



ジャンボグループ

1Q進捗

- 3月リニューアル＆広告投下、メディア露出により好調継続





2Q～

- 最盛期のメディア露出獲得による店頭回転向上
- 9月価格改定以降の販売促進策強化

板チョコアイス / ザ・クレープ

- 品質価値訴求・期間限定品発売によりデザートアイスとして市場での存在感向上





- 9月価格改定に向けて各種施策を用意

アイスボックス

- 期間限定品発売により多様な用途の訴求強化

割材活用　暑熱対策



期間限定クリアカップ



DRUG限定ソルティライチ

森永製菓株式会社

＊ インテージSRI＋ 推計販売規模金額　前年比

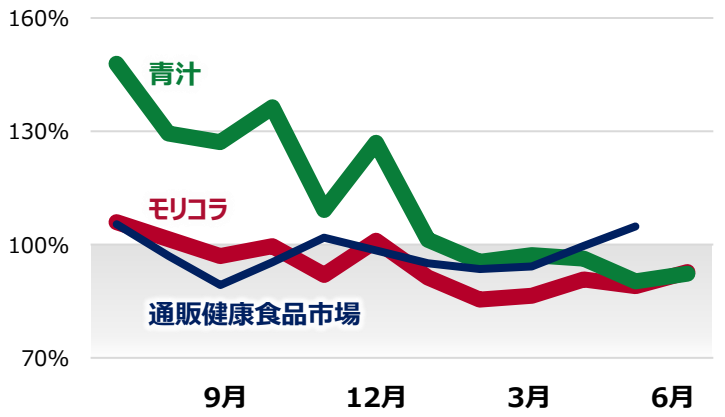
重点領域　通販事業

顧客獲得効率を精査しつつ、新規獲得と継続率向上の施策に取り組み、顧客基盤の拡大・強化を図る

（億円）	FY24 1Q実績	FY25 1Q実績	前年比
売上高	28	26	92.3%
営業利益	0	1	946.7%

FY25 1Q 売上高前年比			
モリコラ	91%	青汁	93%

市場データ*



おいしいコラーゲンドリンク（モリコラ）

1Q進捗

- 4月 価格改定により、一部解約が発生
  ➡ 定期顧客数拡大はやや停滞し、減収
- 顧客獲得効率をふまえ広告投下をコントロール



2Q～

- 7月 首都圏で初のマス広告を投入
  ミドル層の接点拡大・「モリコラ」の認知向上により、定期顧客数拡大へ



森永製菓株式会社

＊　当社出荷金額、総務省統計局　家計調査「健食ネット通販」支出(データ公開日の都合上記載は5月まで)

重点領域　米国事業

伸びしろあるFood・Massチャネルへの販促強化、新規チャネルの開拓により、更なる売上拡大へ

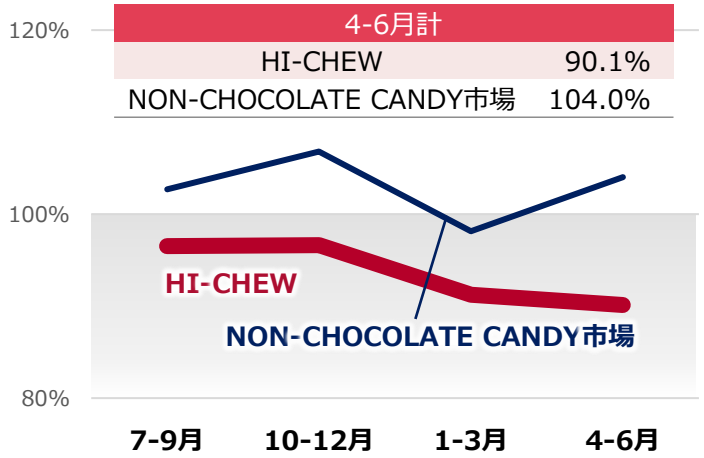
前年1-3月比較

（億円）	FY24 1Q実績	FY25 1Q実績	前年比
売上高	51	55	106.6%
営業利益	10	5	55.2%
売上高（現地通貨ベース）			109.6%

前年4-6月比較

売上高（現地通貨ベース）	102.0%

市場データ*



HI-CHEW

1Q進捗

外部環境
- ✓インフレによる消費低迷 ➡CVS客数・客単価減、キャンディ市場の販売に影響
- ✓カカオ高騰 ➡大手チョコメーカーがキャンディに注力、競争激化

- CVSで苦戦するもFoodチャネルで販売好調
- 新規チャネル（Dollarストアなど）への新規導入による売上拡大
- Food・Massチャネルにおける露出拡大・販促採用のため販売費増

2Q～

- Food・Massチャネル、販売台活用による店頭露出強化
- 新規チャネル導入店舗の拡大
- 9月基幹品リニューアル、ハロウィン催事品発売による購買喚起

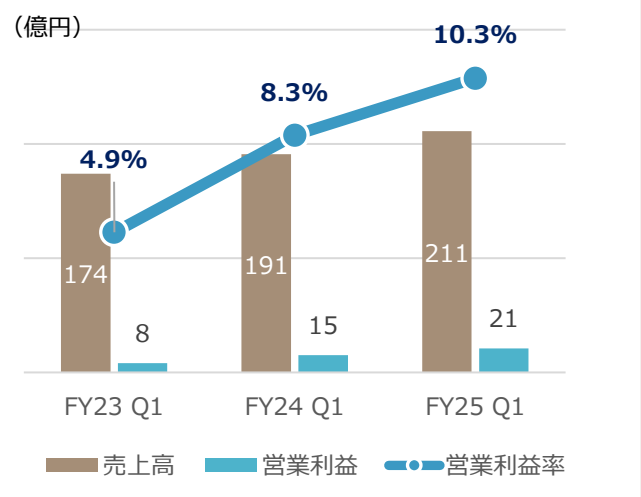


＊ Circana（旧IRI）データ ※データのカバー範囲は、Food、Conv、Massチャネル（HI-CHEWの売上高に占めるカバレッジは約50%（当社推定））

基盤領域　菓子食品事業

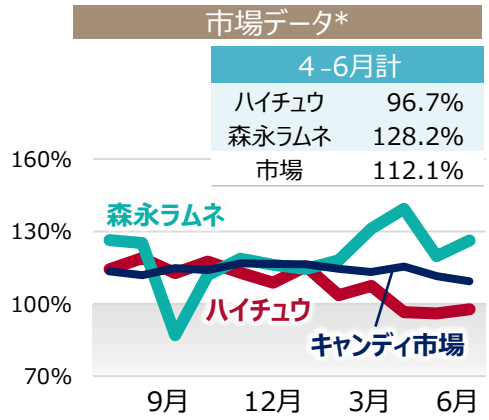
キャンディの成長により増収増益、収益性改善 / ビスケット・チョコは今期も価格改定により更なる収益改善へ

（億円）	FY24 1Q実績	FY25 1Q実績	前年比
売上高	191	211	110.7%
営業利益	15	21	137.7%



FY25 1Q 売上高前年比*			
ハイチュウ	100%	カレ・ド・ショコラ	125%
森永ラムネ	125%	ダース	117%
森永ビスケット	103%		

キャンディカテゴリー



ハイチュウ

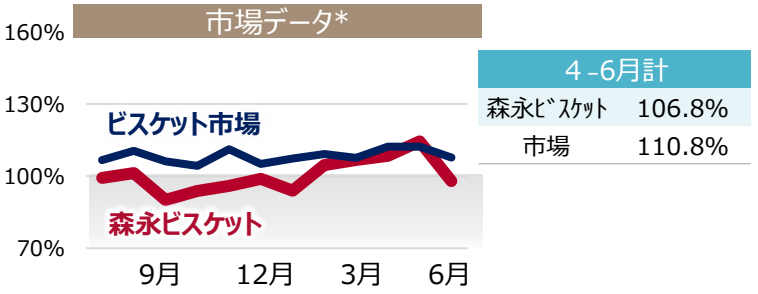
- **2月 50周年取り組みにより国内需要を獲得**
  ※1Qは期間限定品のSKU数を前年より絞り、伸びが限定的

➡ **各ラインアップの価値を明確化、訴求強化へ**

森永ラムネ

- **大粒・生ラムネ玉好調継続により、ブランド間口拡大**

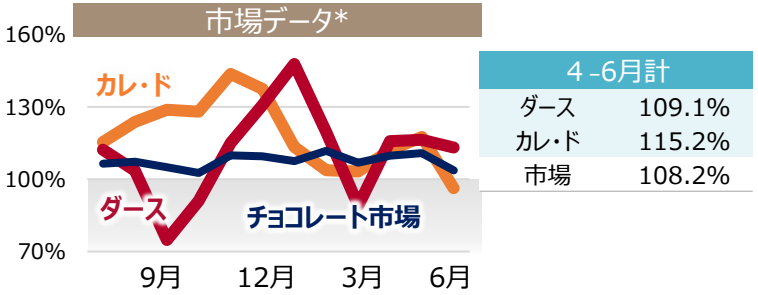
ビスケットカテゴリー



- **前年9月価格改定後の需要減から復調**

➡ **9月価格改定・一部原料置換実施**

チョコレートカテゴリー



- **価格改定後も堅調に推移**（24年9月、25年2月、6月）

➡ **9月価格改定・一部原料置換実施**

＊ インテージSRI＋ 推計販売規模金額　前年比

Fin.

appendix

価格改定予定

カカオをはじめとした原材料価格の高騰や物流費等のコスト上昇への打ち返し策として価格改定を実施
今後も市場動向を注視し、機動的に対応を検討

価格改定

事業	実施日	品目数	改定率	対象品
菓子	9月1日、10月1日 （出荷分より）	31品	約5～19%	チョコレート、ビスケット一部商品
食品	9月1日（出荷分より）	14品	約2～21%	ココア一部商品、シロップ、フリーズドライ等
冷菓	9月1日（出荷分より）	9品	約6～18%	各種（一部商品除く）

価格改定・内容量変更

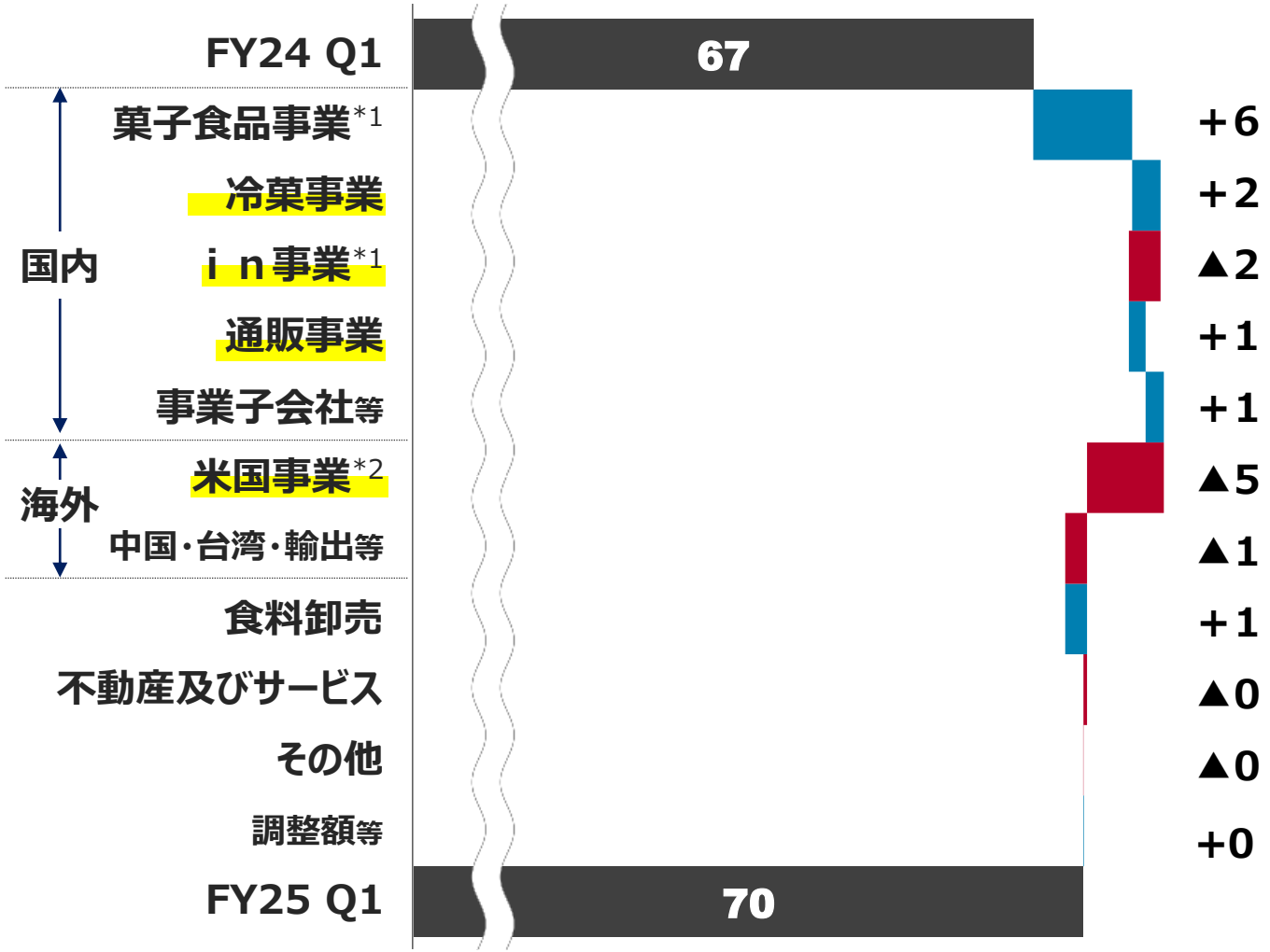
事業	実施日	品目数	価格改定率	内容量変更率	対象品
食品	9月2日（発売分より）	1品	約12%	▲約17%	ミルクココア
冷菓	9月1日（出荷分より）	1品	約7%	▲約14%	パキシエル

2026年３月期 第１四半期末：貸借対照表

（単位：億円）	第１四半期末	前期末比較	主な増減内容
流動資産	1,022	▲24	・現金及び預金▲66　・受取手形及び売掛金+20 ・商品及び製品+7　・原材料及び貯蔵品+11
固定資産	1,070	+17	・機械装置及び運搬具▲9　・ソフトウェア+3 ・投資有価証券+3　・繰延税金資産▲5
資産合計	2,092	▲7	―
流動負債	604	+86	・支払手形及び買掛金+21　・短期借入金+80 ・未払法人税等▲7　・返金負債▲7　・賞与引当金▲15
固定負債	230	▲27	・長期借入金▲30　・繰延税金負債+3
負債合計	834	+59	―
株主資本	1,130	▲46	・利益剰余金▲46
その他の包括利益累計額	111	▲21	・為替換算調整勘定▲21　・その他有価証券評価差額金+2
非支配株主持分	16	+1	―
純資産合計	1,257	▲66	―
負債純資産合計	2,092	▲7	―
自己資本比率	59.3%	▲3.0pt	―

2026年３月期 第１四半期実績：事業別の営業利益増減

（単位：億円）



主 な 要 因

- +）増収、価格改定効果
  −）原材料費等増
- +）価格改定効果、増収
  −）原材料費等増、物流費増
- +）広告費減、価格改定効果
  −）減収、原材料費等増
- +）広告費減
  −）減収
- +）増収
  −）販売費増、広告費増、原材料費等増、為替

重点領域

森永製菓株式会社

*1 ｉｎ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に含む　*2 中国・台湾の米国向け輸出に係る利益を含む

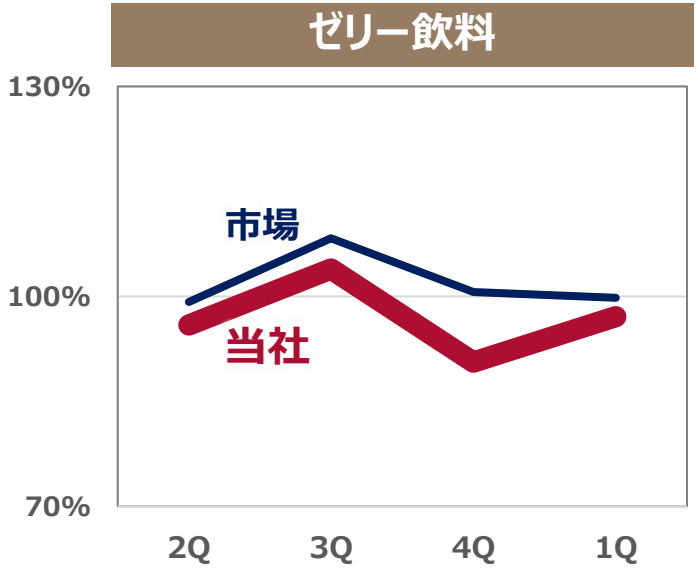
国内主力ブランド前年同期比

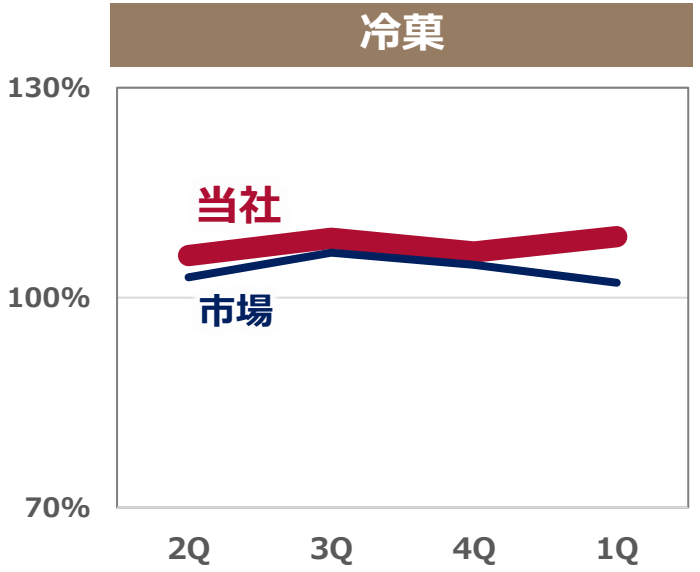
（単位：%）

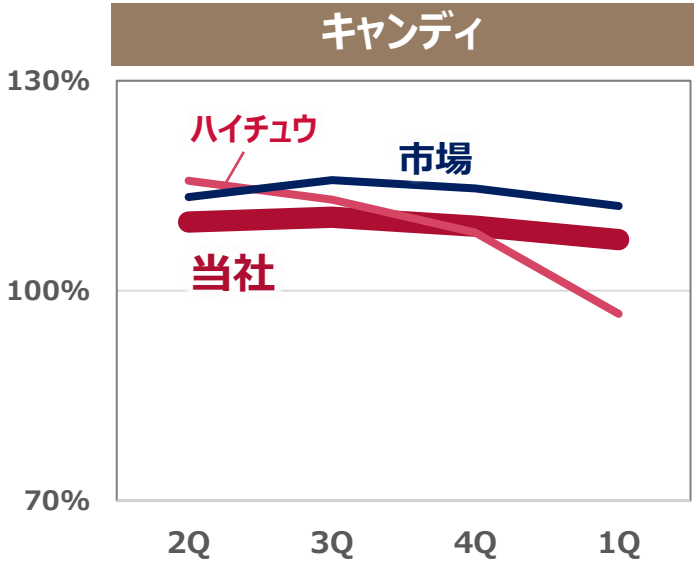
事業区分	ブランド	1Q
ｉｎ事業	ｉｎゼリー	97
	ｉｎバー	92
通販事業	おいしい コラーゲンドリンク	91
冷菓事業	ジャンボグループ	105
	板チョコアイス	155
	ザ・クレープ	146
	アイスボックス	120

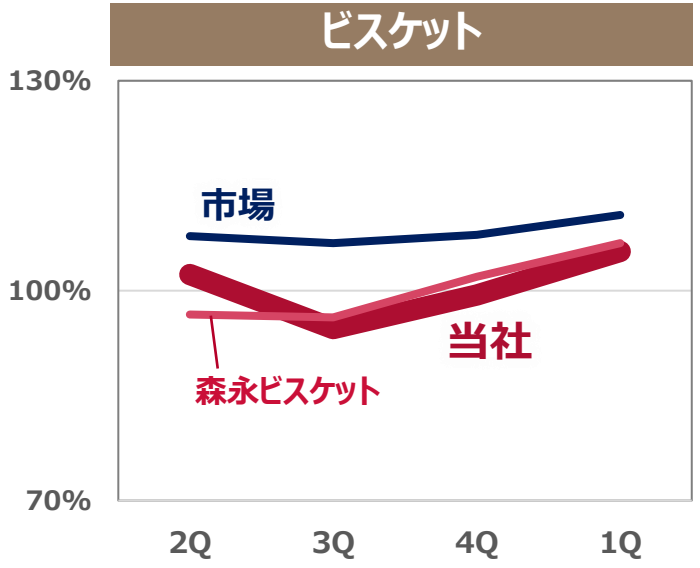
事業区分	ブランド	1Q
菓子食品 事業	森永ビスケット	103
	ハイチュウ	100
	森永ラムネ	125
	カレ・ド・ショコラ	125
	ダース	117
	チョコボール	126
	森永甘酒	97
	森永ココア	151

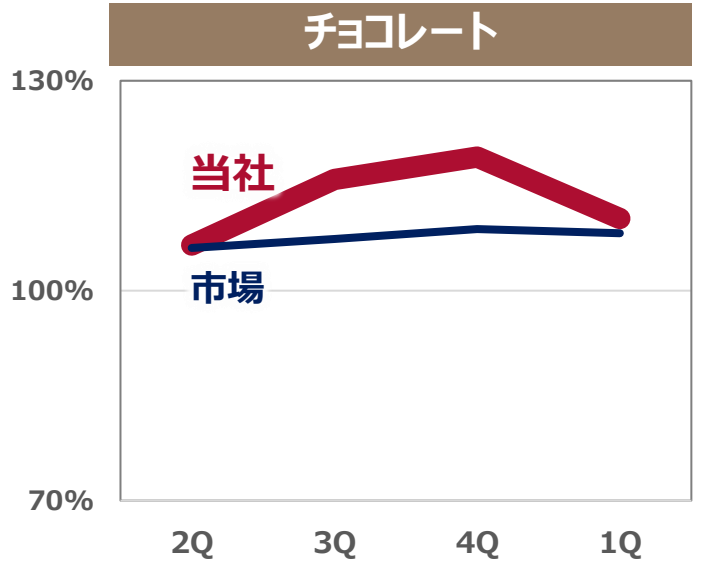
国内市場 販売金額前年同期比











森永製菓株式会社　（出所：インテージSRI+　推計販売規模金額）