



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。

- **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



おいしく たのしく すこやかに



2025年3月期 第1四半期実績 (2024年4月～6月)

2025年3月期 第1四半期 実績



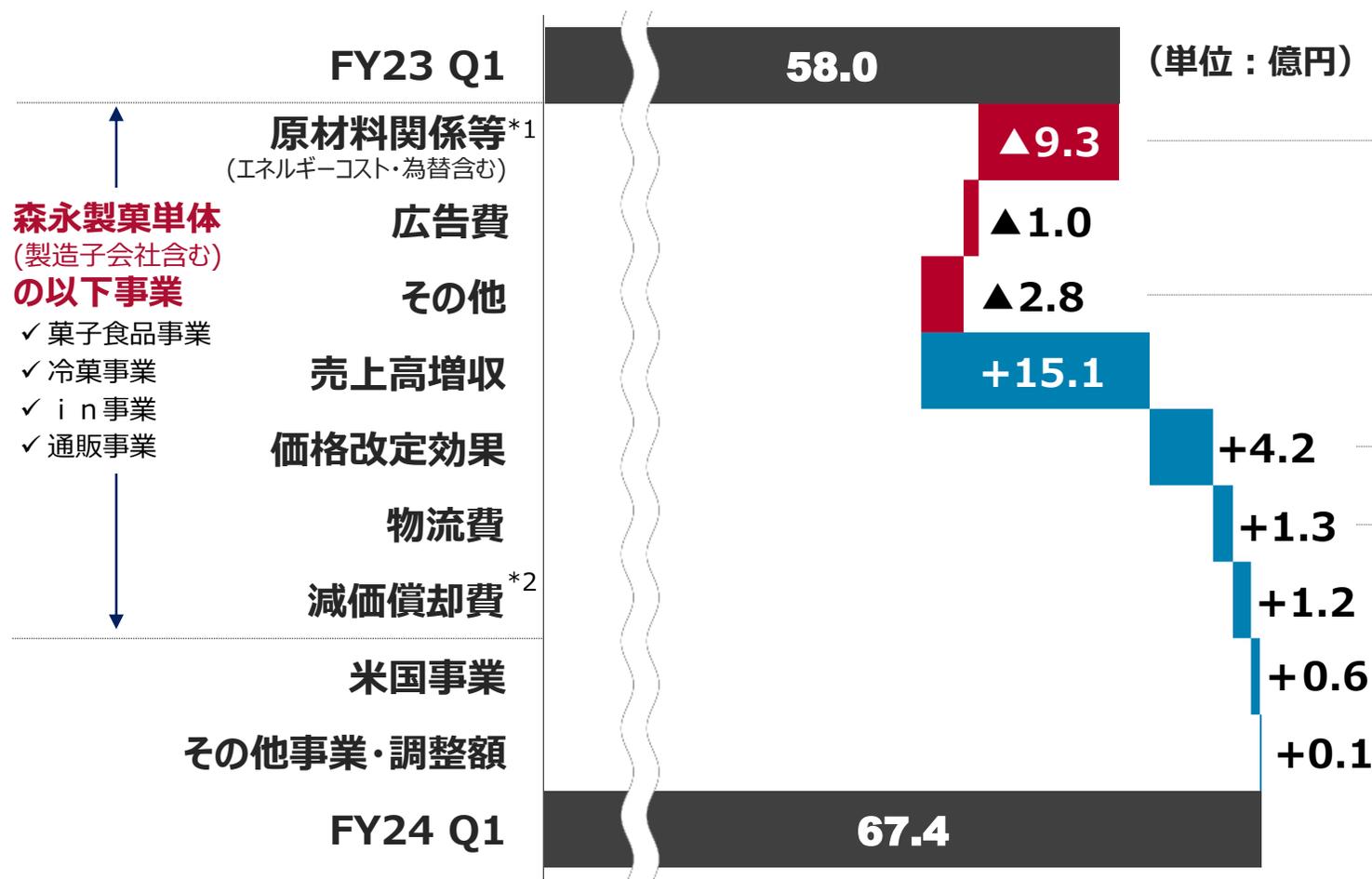
売上高及び全ての段階利益で第1四半期として過去最高、24中計初年度として順調なスタート

(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%

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



↑
森永製菓単体
(製造子会社含む)
の以下事業
✓菓子食品事業
✓冷菓事業
✓in事業
✓通販事業
↓

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）等
- ・エネルギーコスト影響額：+1.4億円
- ・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）

- +）販売促進費の効率化
- ）DX投資、減価償却費（販管費計上分）

価格改定効果

- ・23年9月：菓子食品事業（ホットケーキミックス、甘酒等）
- ・24年4月：菓子食品事業（キャンディ、チョコレート（一部商品）、スナック）

物流費

- ・保管料減

米国事業増減要因

- +）売上高増収
- ）広告費増、販売費増

参考：広告費（連結計）

FY23 Q1	23.4億円	} 損益影響 ▲2.7億円
FY24 Q1	26.1億円	

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

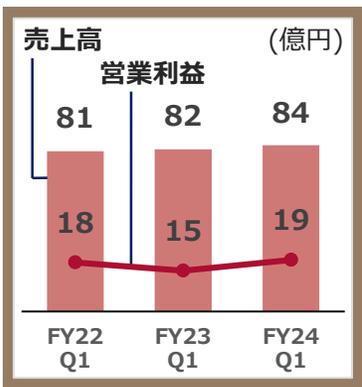
(単位：億円)		売上高			営業利益			営業利益率	
		実績	前期比較		実績	前期比較		実績	前期比較
食料品 製造	菓子食品事業 ^{*1}	191	+17	109.4%	15	+7	186.1%	8.3%	+3.4pt
	冷菓事業 ^{*1}	134	+18	115.2%	14	▲1	94.7%	10.7%	▲2.3pt
	i n事業 ^{*1}	84	+2	102.0%	19	+4	126.0%	23.6%	+4.5pt
	通販事業	28	+2	107.8%	0	▲2	6.4%	0.5%	▲7.7pt
	事業子会社等	28	+3	113.4%	1	▲1	56.6%	4.8%	▲4.9pt
	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



おいしく たのしく すこやかに



事業戦略の進捗



- 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

inゼリーの拡大

売上高 前年比

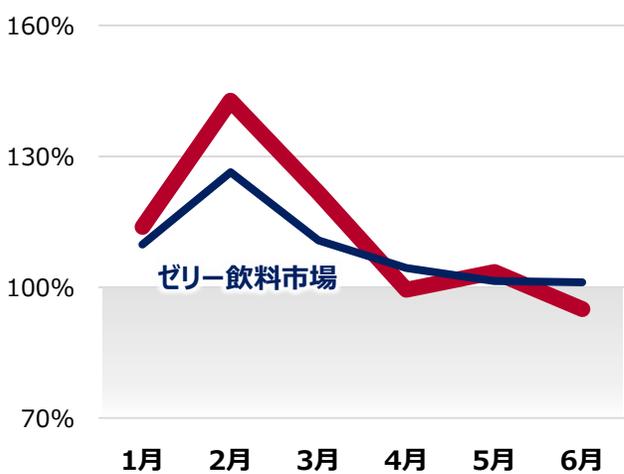


inゼリー 103%



inバー 97%

市場データ*1



4 - 6月累計	
inゼリー	99.0%
市場	102.2%

- 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



- in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

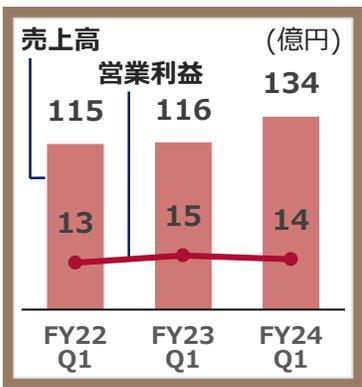


➔ パリ五輪効果によるスポーツ需要の高まりをフックに最需要期における露出強化へ

- 顧客層拡大に向けたターゲット別商品の発売



こども向け新商品
「成長期サポート」



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%



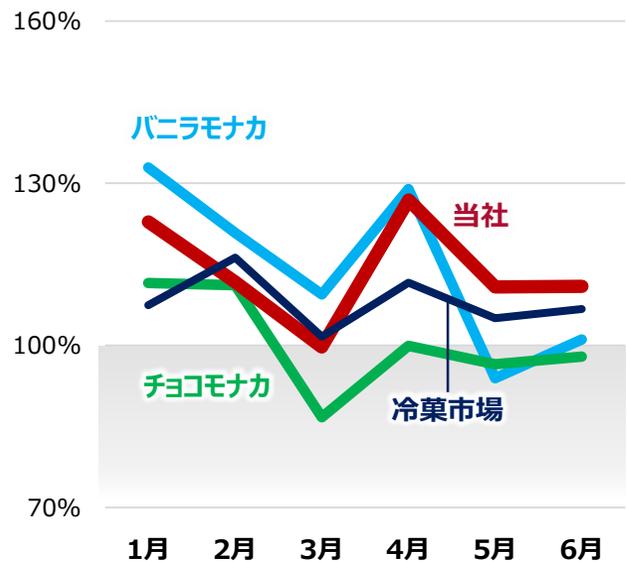
アイスボックス 121%

森永製菓株式会社

*1 インテージ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



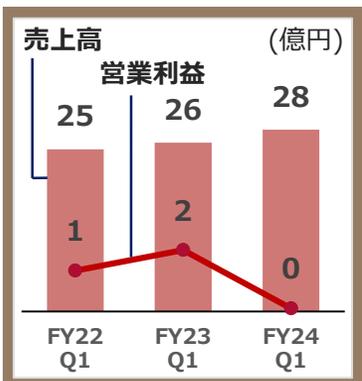
技術優位性で新市場創造

- 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



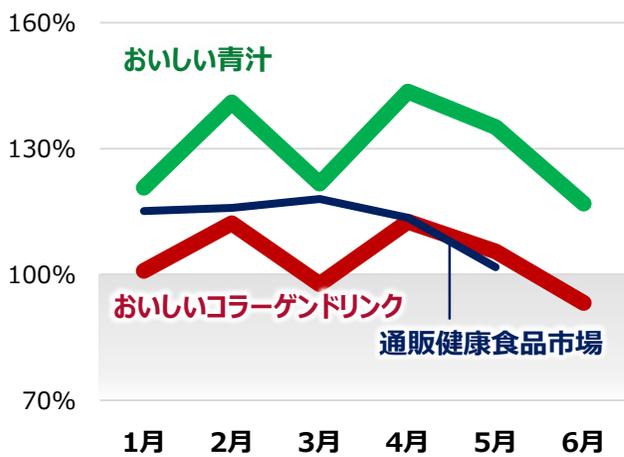
チューハイ用
アイスボックス「大粒」
テスト発売



- 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



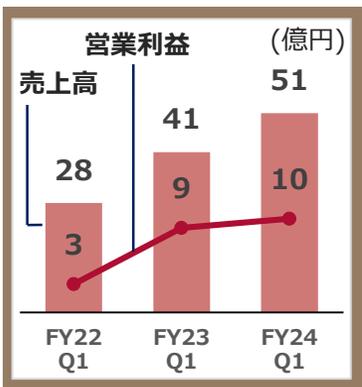
	4-6月累計
おいしいコラーゲンドリンク	103.4%
おいしい青汁	131.0%
市場*2	107.3%

- 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





- 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

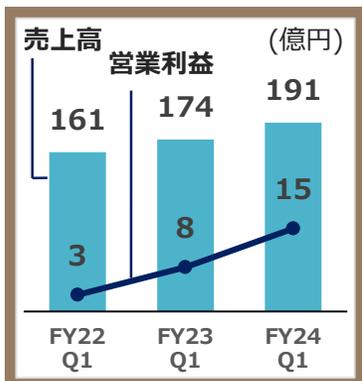
● ブランド認知拡大・ロイヤリティ向上に向けたプロモーション展開



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



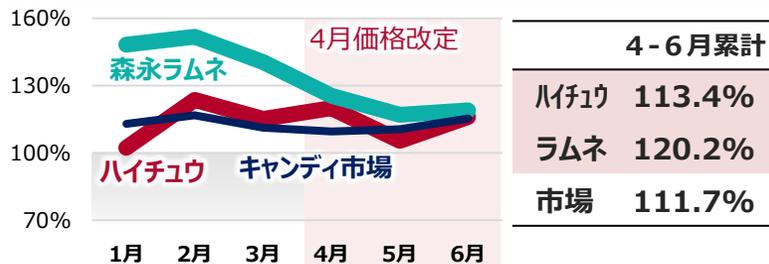
売上高 前年比



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 市場データ*1



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 市場データ*1

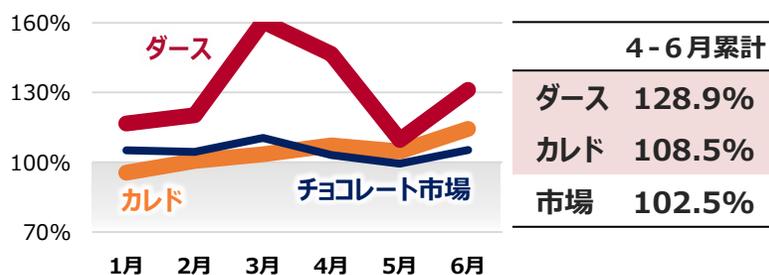


ビスケットの事業成長

- 「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 市場データ*1



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



溶けないチョコレート



カテゴリー横断での「塩」訴求



*1 インテージSRI+ 推計販売規模金額

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

完成イメージ



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



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

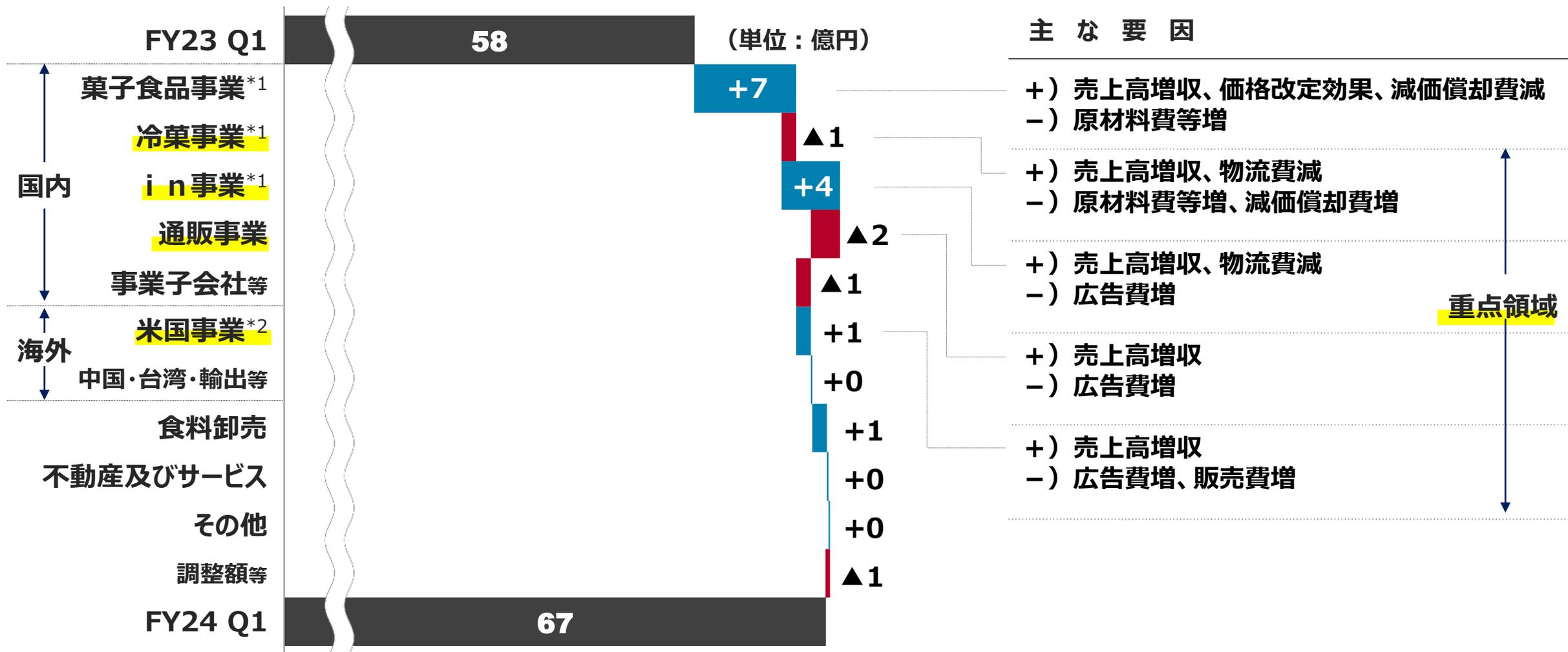
2025年3月期 第1四半期末：貸借対照表



(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	1,076	▲104	・現金及び預金▲217 ・有価証券+75 ・受取手形及び売掛金+30
固定資産	1,074	+19	・投資有価証券+9
資産合計	2,151	▲85	—
流動負債	557	▲87	・未払法人税等▲52
固定負債	276	+11	・繰延税金負債+10
負債合計	834	▲75	—
株主資本	1,147	▲25	・利益剰余金▲24
その他の包括利益累計額	153	+14	・為替換算調整勘定+9 ・その他有価証券評価差額金+6
非支配株主持分	15	+1	—
純資産合計	1,316	▲10	—
負債純資産合計	2,151	▲85	—
自己資本比率	60.5%	+1.8pt	—

2025年3月期 第1四半期実績：事業別の営業利益増減

菓子食品は原材料等のコスト増、i n・米国事業は戦略的な広告投下に対し、売上高増収が上回り増益
 冷菓は原材料等の高騰影響、通販は戦略的な広告投下により減益



国内主力ブランド前年同期比



(単位：%)

事業区分	ブランド	第1四半期実績 (前期比)
i n事業	i nゼリー	103
	i nバー	97
通販事業	おいしいコラーゲンドリンク	103
冷菓事業	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

事業区分	ブランド	第1四半期実績 (前期比)
菓子食品事業	森永ビスケット	113
	ハイチュウ	107
	森永ラムネ	132
	カレ・ド・ショコラ	106
	ダース	133
	チョコボール	104
	森永甘酒	86
	森永ココア	122

価格改定予定

カカオをはじめとした原材料や物流費などのコスト上昇の打ち返し策として、価格改定・内容量変更を実施
今後も市場動向を注視し、機動的に対応

事業	実施内容	実施日	品目数	改定率/変更率	対象品
菓子食品	価格改定	2024年9月2日 出荷分より	35品	約 <u>3</u> ~ <u>10</u> %	チョコレート、ビスケット、 ココア、甘酒など
	内容量変更	2024年9月10日 発売分より	1品	▲ <u>17</u> %	チョコレート一部商品
冷菓	価格改定	2024年9月2日 出荷分より	10品	約 <u>5</u> ~ <u>8</u> %	各種（一部商品除く）