

森永製菓株式会社

2025年3月期 第3四半期 決算説明会 質疑応答（2025年2月10日開催）

Q. 本日（2月10日）発表した代表取締役の異動について。4月より太田社長が会長 CEO に、森常務が社長 COO になるということですが、この狙いについて教えてください。

A. 2030 経営計画の達成に向けて、本格的にグローバルカンパニーへとステップアップしていくことが必要となります。新しい体制では、グローバルにおけるガバナンスを強化していくという要素も含まれております。戦略的な意思決定を CEO の太田が、事業の執行責任を COO の森が担うという新しい体制とすることで、2030 ビジョンの実現に向けて取り組みを加速させていきたいという意図でございます。

Q. M&A 等も含めて、さらにスピード感をもって取り組める体制になるということでしょうか。

A. はい。2030 ビジョン実現に向けた各施策に対して、着実に取り組みを進めてまいります。

Q. 来期の営業利益の見通しについて。（2024 中期経営計画の最終年度である）2027 年 3 月期の営業利益目標 246 億円に向けて、来期（2026 年 3 月期）は、230 億円程度は利益を出す必要があるのではと考えています。原材料価格高騰や価格改定効果の見通しを含めて、来期は 246 億円の目標に向けて、しっかりステップアップしていけるような利益水準となるのでしょうか。

A. 本日、来期の利益目標の水準を具体的にお伝えするタイミングではないということが前提としてございます。ただ、当社はバックキャストで経営目標の管理をしておりますので、来期は経営を取り巻く環境はさらに厳しくなると認識しておりますが、2027 年 3 月期の営業利益目標 246 億円の達成を視野に入れながら、来期の利益目標を設定してまいります。

Q. 着実に利益を積み上げていくと理解してよろしいでしょうか。

A. 増益は必要であると、社内で議論しております。

Q. 米国事業の HI-CHEW の販売動向について。米国事業の売上高は、日本円ベースでは第3四半期単は約1%増収、第4四半期単は約8%増収になるかと思えます。それぞれ、現地通貨ベースではいかがでしょうか。米国はコンビニエンスストアチャネル（以下、コンビニチャネル）での販売が厳しい状況であったと思いますが、第4四半期以降、需要の底打ち感はあるのか、回復基調となっているのかどうか、市場環境も含めて教えてください。

A. 米国事業の売上高は、日本円ベースで第3四半期単では前同比 100.6%、第4四半期単は 108.4%であるのに対して、現地通貨ベースでは、それぞれ 97.2%、106.3%となります。

コンビニチャンネルでの販売状況については、消費動向全体を含めて厳しい状況が続いております。当社の HI-CHEW は、売上高の約半分がコンビニチャンネルであるため、影響を受けている状況です。一方、フードチャンネルを戦略的に開拓していく方針であり、SKU の拡大も含めて着実に取り組みを進めており、今期、フードチャンネルにおける販売は 2桁成長を遂げております。

米国市場は不透明感が続いておりますが、当社の戦略は狙い通り進捗しているため、2027年の米国第2工場稼働に向けて、中期的に生産とマーケティング、販売の連携を強め、取り組みをさらに加速させてまいります。

Q. 第3四半期のコンビニチャンネルにおける販売は、どれくらいマイナスなのでしょうか。併せて、今期のチャンネル別の販売状況の推移を教えてください。

また、第4四半期単の現地通貨ベースにおける売上高予想 106.3%は、コンビニチャンネルの販売状況を保守的に踏まえての数字という理解でよろしいでしょうか。

A. チャンネル別の販売状況の詳細な数値は非開示とさせて頂いておりますが、コンビニチャンネルの概略は、第1四半期は増収、第2四半期以降は減収が続いております。第3四半期から第4四半期にかけては、やや回復傾向となっておりますが、先行きは厳しい状況がしばらく続くのではないかと見通しを持っております。

Q. 第4四半期の売上高予想 106.3%は、新規チャンネルの開拓が寄与してくるという理解でよろしいでしょうか。

A. はい。

---

Q. 来期の営業利益の考え方について。米国事業は厳しいトレンドが継続する前提、国内事業もコストアップが先行し価格改定が後追いになる状況かと思えます。増益を計画するにあたって、ドライバーとして期待されているのはどの事業でしょうか。

A. 米国事業については、事業成長を加速させ、中長期的に事業基盤を拡大していくことを重視した取り組みを行ってまいりますので、利益のドライバーとしては、国内事業の増益を目指していくということが基本的な考え方となります。その中で、原材料価格高騰の影響は、前期、今期と大きく受けておりますが、来期も相応に影響を受けると想定しております。直近では2月、3月に価格改定を実施してまいります。来期においても検討していく必要がございます。これまで、菓子食品事業、冷菓事業において、価格改定後も概ね数量を落とさず伸ばすことができている状況であります。ただ、この状況が継続できるかは、消費者の動向、競合企業の価格政策の取り組み状況を慎重に見極めると共

に、ブランドごとの強弱も踏まえながら、コスト増の影響を吸収していけるように取り組みを進めてまいります。

---

Q. i n事業について。期初の通期計画、第2四半期の修正計画においても、高い計画を出されていましたが。第3四半期の売上高はやや回復基調にあると思いますが、この実績を踏まえて、来期の課題と伸びしろについて教えてください。

A. i n事業は、期初からやや厳しい状況が続いておりましたが、12月より「受験にi nゼリー」という企画で、Winゼリーという期間限定品も発売し、マーケティングと営業の取り組みが機能し状況が変化しつつあると実感しております。さらに、インフルエンザ流行の影響も後押しして、回復基調が強まっている状況です。第4四半期もこの状況が継続するかについては、見極めが必要ではありますが、状況は徐々に回復しているという認識がございます。収益面では、原価はやや改善しており、広告投資等も戦略的に対応することで、今期の営業利益率は改善に向かっております。来期はこれらの状況を踏まえた計画になると考えます。

---

Q. 第3四半期の実績について。トップラインは強いですが、全体的に利益が弱いように思います。今回通期業績予想で事業別の数値を修正されましたが、通期予想に対して各事業の第3四半期の進捗はいかがでしょうか。

A. 売上高は、菓子食品事業は、11月に修正した業績予想と比較して若干良い進捗となります。i n事業は、下期にトップラインの回復を強く計画していたこともあり、若干ビハインドの状況です。それ以外の事業は、11月の業績予想から大きな変化はなく進捗している状況でございます。営業利益は、菓子食品事業は、原材料価格高騰の影響が想定より若干大きく、利益を落としている状況です。i n事業は、売上高が想定よりビハインドしたこと、また原価は改善傾向であるものの改善幅を大きく想定していたこともあり、今回下方修正をしております。一方、食料卸売セグメントは、今期価格改定を数回行ってありますが、需要は拡大しており、利益を伸ばしております。

---

Q. 来期の増益に向けて、菓子食品事業は今後さらに価格改定をしていく余力はあるのでしょうか。

A. 菓子食品事業は、2月、3月に価格改定を実施いたします。第4四半期は価格改定による数量面での販売影響がどうなるか、見極める必要がございます。業績予想では、やや堅めに見ており、やや上振れする可能性はございます。売上高は大変好調であるため、来期も伸ばしていきたいということがベースとなりますが、価格改定は来期も状況に応じて戦略的に対応していく必要があると認識しております。販売数量への影響を極力抑えながら、トップライン成長と合わせて収益改善を図ってきたいという考えです。

---

Q. 菓子食品事業の ROIC 目標に対して、カカオ相場が高止まりしている状況です。4月からの経営体制の変更は、今後の資本収益性改善に向けた対応のスピードアップにつながるのでしょうか。お考えを教えてください。

A. カカオ相場の高騰影響は、主に菓子食品事業、冷菓事業で大きく受けております。菓子食品事業の通期の営業利益率予想は4.6%で、前期比0.5ポイントの悪化の見通しであり、原材料価格高騰の金額インパクトに対しては、利益率の悪化は比較的コントロールできているという認識であります。菓子食品事業の資本収益性改善に対しては、まず、短期でできることに足元で着実に取り組みつつ、固定資産や投下資本のコントロールを含めた抜本的な対応については、中長期的な取り組みとして、計画をしっかりと精査をして経営として取り組みを進めてまいります。

---

Q. 第4四半期以降の各事業の見通しについて。菓子食品事業における価格改定実施以外で、売上高および営業利益に影響するような、期待できる施策はありますでしょうか。

A. 第4四半期に期待している施策は、国内のキャンディとi nゼリーの取り組みです。特に、森永ラムネとi nゼリーは、受験シーズンに向けた取り組みにより店頭露出を強化し、前年を上回る売上伸長を目指しております。

---