



おいしく たのしく すこやかに



# 個人投資家様向けIRセミナー

---

2026年3月

森永製菓株式会社

(証券コード：2201)

## 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。



おいしく たのしく すこやかに



**会社概要**



**グローバル戦略**



**株主還元**

創業 <b>1899年</b>	会社設立 <b>1910年</b>	グループ会社*1 <b>19社</b>	連結従業員数*1 <b>3,231人</b>	資本金 <b>186億円</b>
--------------------	----------------------	------------------------	---------------------------	---------------------

## 主なブランド・シェア

### 菓子



ソフトキャンディ  
シェア\*2

**1位**



キャラメルシェア\*3

**1位**



プレーンビスケット  
メーカーシェア\*2

**1位**

### 冷菓



メーカーシェア\*4

**2位**



### ゼリー飲料



シェア\*2

**1位**

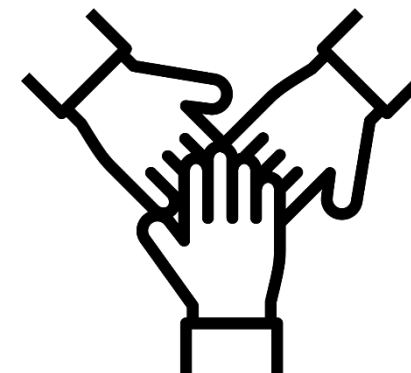
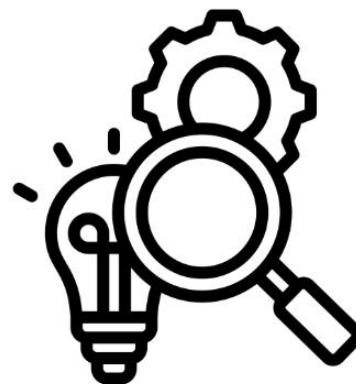
## 海外展開

### HI-CHEW

**世界30以上**の国と地域で販売

グローバルブランドへの成長を目指し、展開を加速





## 126年の歴史で培った ブランド力

- 歴史を通じて培った  
**信頼（＝森永ブランド）**
- 世代を超えて愛される  
**ロングセラー、カテゴリーNo.1  
の商品ブランド**を多数保有

## 長い歴史の中で蓄積した 技術力・ノウハウ

- 多様な**食品加工技術**
  - ソフトキャンディ技術
  - 冷凍下の菓子技術
  - ゼリー飲料技術 など
- 安全・安心かつ高い品質で  
**量産化するノウハウ**

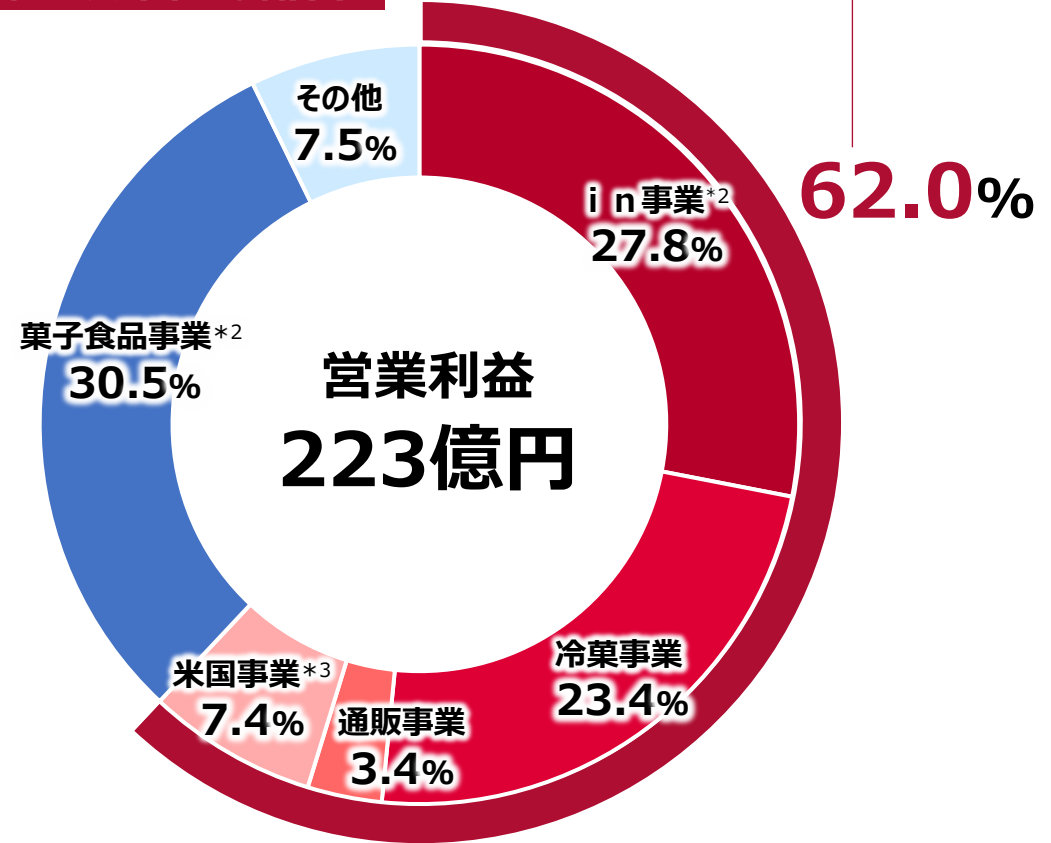
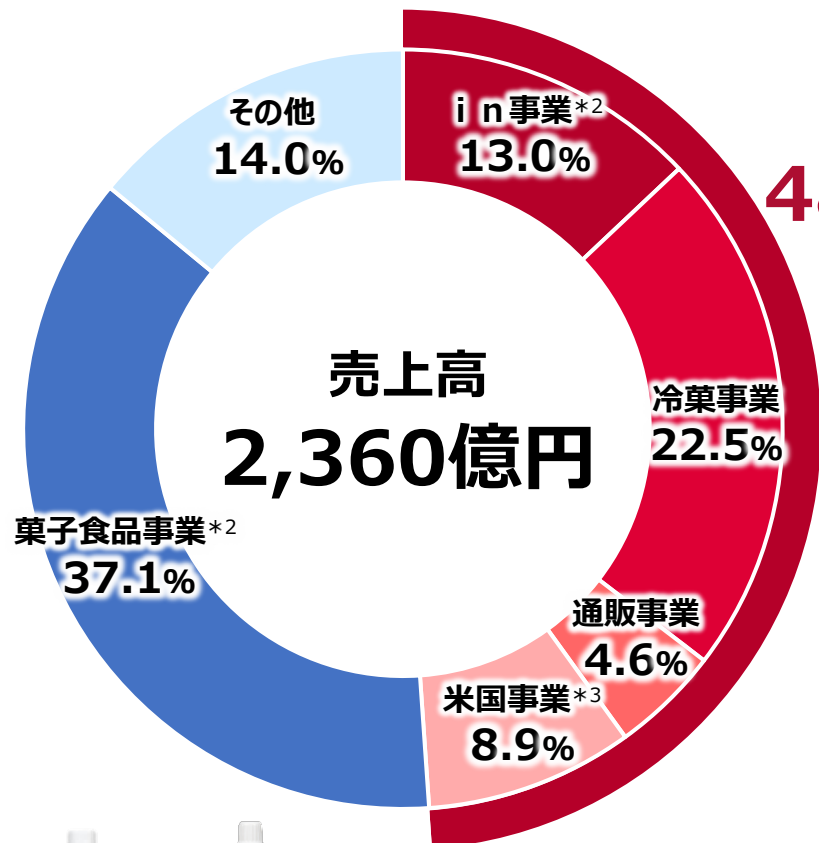
## 変化対応力のある 企業風土

- 従業員一人ひとりが自らの  
役割を超え一体となって連携し、  
**危機を乗り越えてきた経験**

# 売上高・営業利益構成（2026年3月期予想\*1）



## 重点領域の占める割合



in事業



冷菓事業



通販事業



米国事業

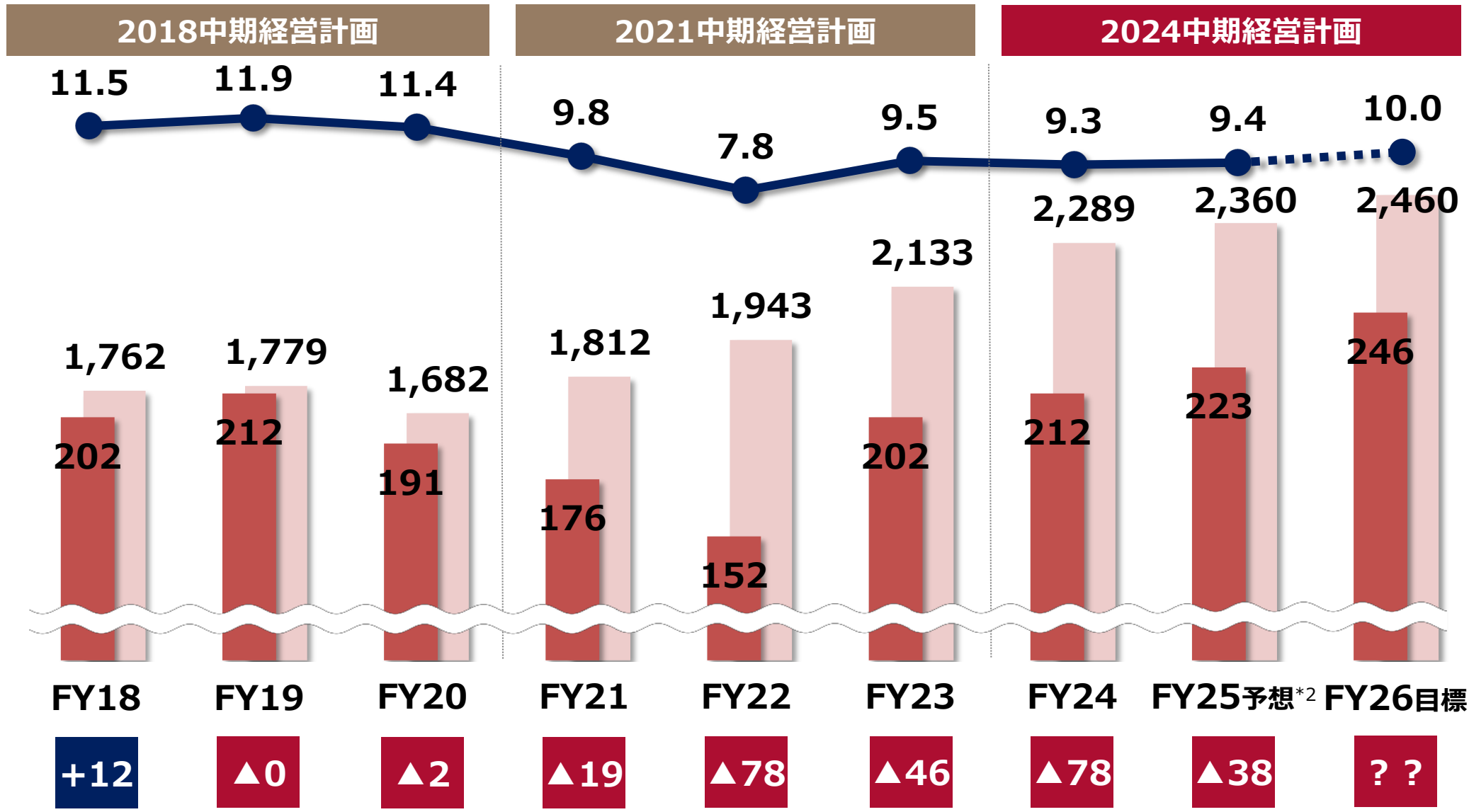


菓子食品事業

\*1 2025年11月12日における2026年3月期業績予想数値 \*2 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 \*3 中国・台湾の米国向け輸出に係る利益を含む  
 \*4 重要経営指標「重点領域売上高比率」の2026年3月期予想は49.3%（inブランドを冠した菓子食品の商品群はin事業に含むことによる違い）

# 連結業績推移\*1

売上高(億円) 営業利益(億円) 売上高営業利益率(%)



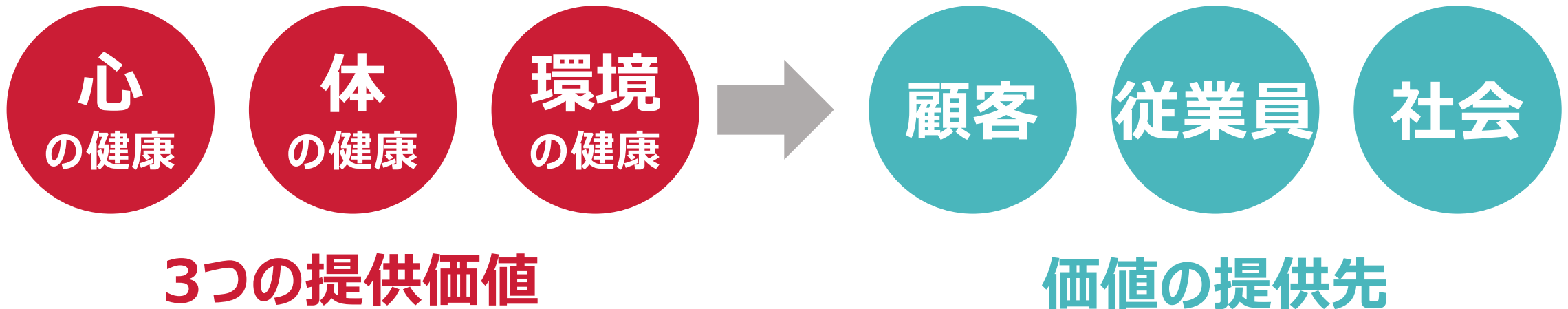
原材料価格  
高騰影響\*3  
(億円)

+12	▲0	▲2	▲19	▲78	▲46	▲78	▲38	??
-----	----	----	-----	-----	-----	-----	-----	----

\*1 FY21期首より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号2020年3月31日)等を適用、FY20以前の売上高は、当該会計基準等を遡って適用したと仮定した概算値  
\*2 2025年11月12日における2026年3月期業績予想数値 \*3 原材料影響には原料相場の他にコストダウン取組や為替相場変動要素を含む/森永製菓単体および製造子会社

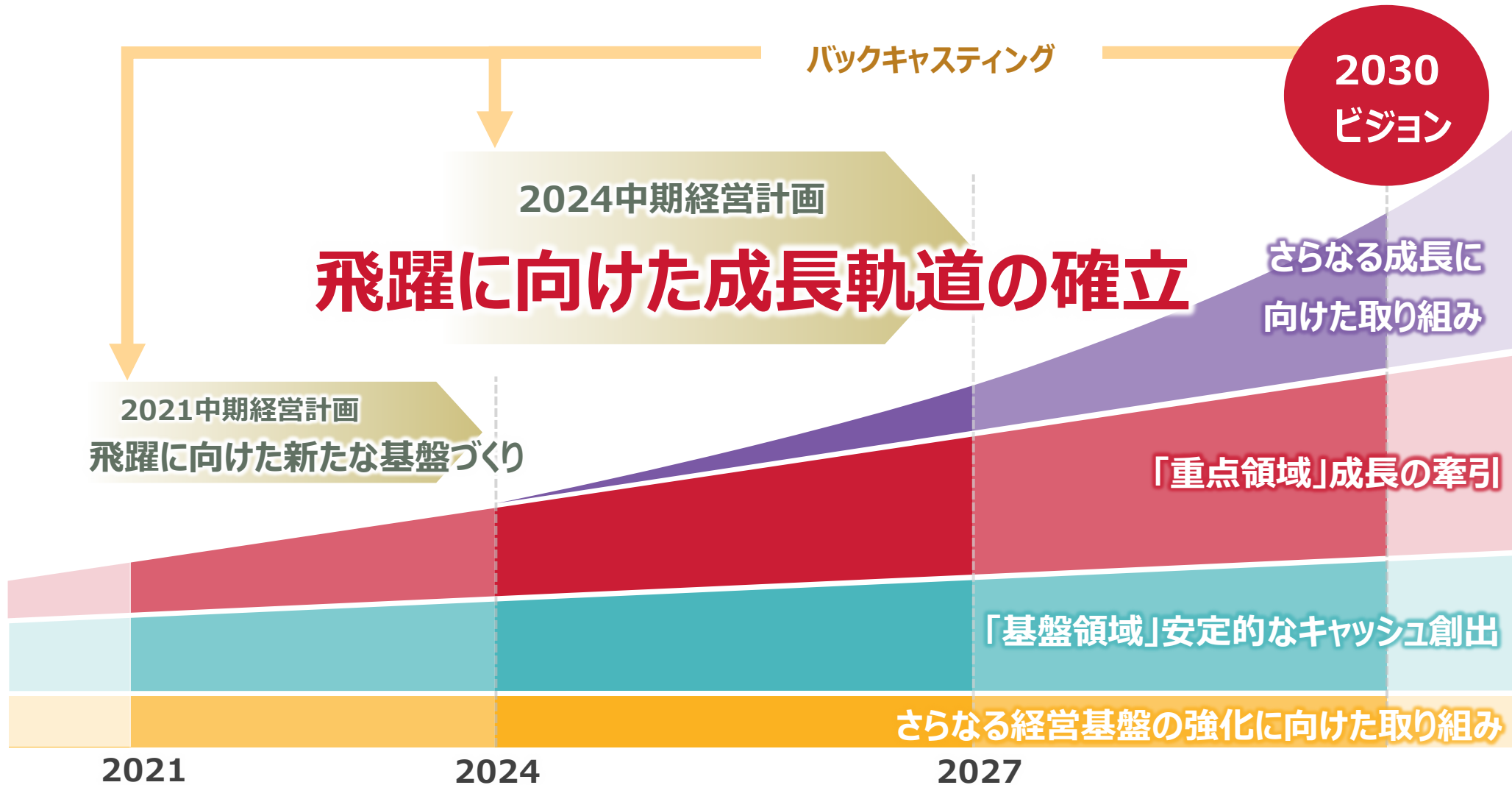
# 森永製菓グループは、 2030年にウェルネスカンパニーへ生まれ変わります

120年の歴史の中で培った信頼と技術を進化させ  
世界のあらゆる世代のウェルネスライフをサポートしていきます



# 2030経営計画における2024中期経営計画の位置づけ

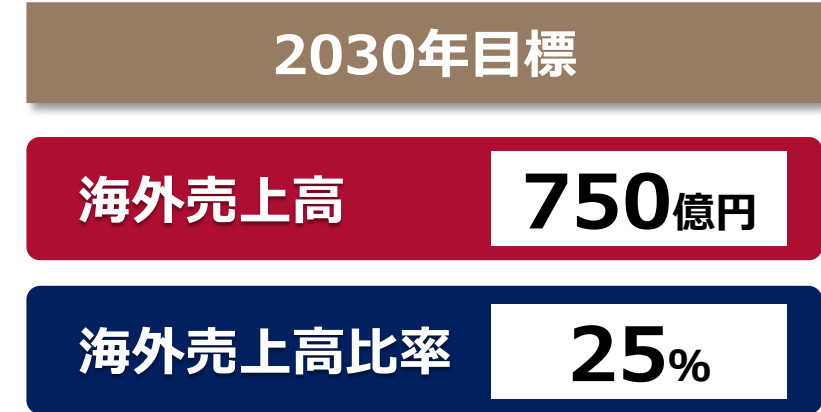
## 2030経営計画達成のための「道筋をつくる」2ndステージ



2030経営計画の達成確度を高めるべく目標・戦略をアップデート

## ● 海外事業のさらなる成長

HI-CHEWを中核として海外事業の展開を加速



## ● インオーガニック成長戦略の具体化

重点領域への積極的なインオーガニック投資で非連続の成長を実現



# 2030経営計画・重要経営指標の進捗



	2024中期経営計画			2030経営計画
	25年3月期 実績	26年3月期 予想*1	27年3月期 目標*2	31年3月期 目標
売上高	2,289億円	2,360億円	2,460億円	3,000億円以上
営業利益	212億円	223億円	246億円	—
<b>&lt;重要経営指標&gt;</b>				
売上高営業利益率	9.3%	9.4%	10.0%	12.0%以上
重点領域売上高比率	49.7%	49.3%	53%以上	60%以上
海外売上高比率	13.3%	13.4%	16%以上	25%以上
ROE	13.5%	13.7%	12%以上	15%以上
ROIC*3	9.8%	9.9%	10%以上	12%以上
DOE（純資産配当率）	4.0%	4.2%	4.3%	4.5%以上



おいしく たのしく すこやかに



会社概要



グローバル戦略



株主還元

# 森永製菓グループ グローバル展開



2003年～  
上海森永食品

「HI-CHEW」、日本製の輸入品等の販売



1961年～  
台湾森永製菓 ★

「HI-CHEW」「i nゼリー」等の製造販売、輸出



2013年～  
森永アメリカフーズ ★

米国国内向けの  
「HI-CHEW」の製造



## 欧州

・「HI-CHEW」の販売



2010年～  
森永食品（浙江）★

中国国内、米国、  
オセアニア向けの「HI-CHEW」の製造



上海森永食品  
森永食品（浙江）  
（浙江省）  
台湾森永製菓  
（台北市）

Morinaga Asia Pacific  
（Bangkok）

Morinaga America Foods, Inc  
（North Carolina）

Morinaga America, Inc  
（California）

2019年～  
森永アジアパシフィック

「HI-CHEW」「i nゼリー」「DARS」等の販売



## オセアニア

・「HI-CHEW」、アイスの販売



2008年～  
米国森永  
「HI-CHEW」「Chargel」等の販売



# 2030年海外売上高目標



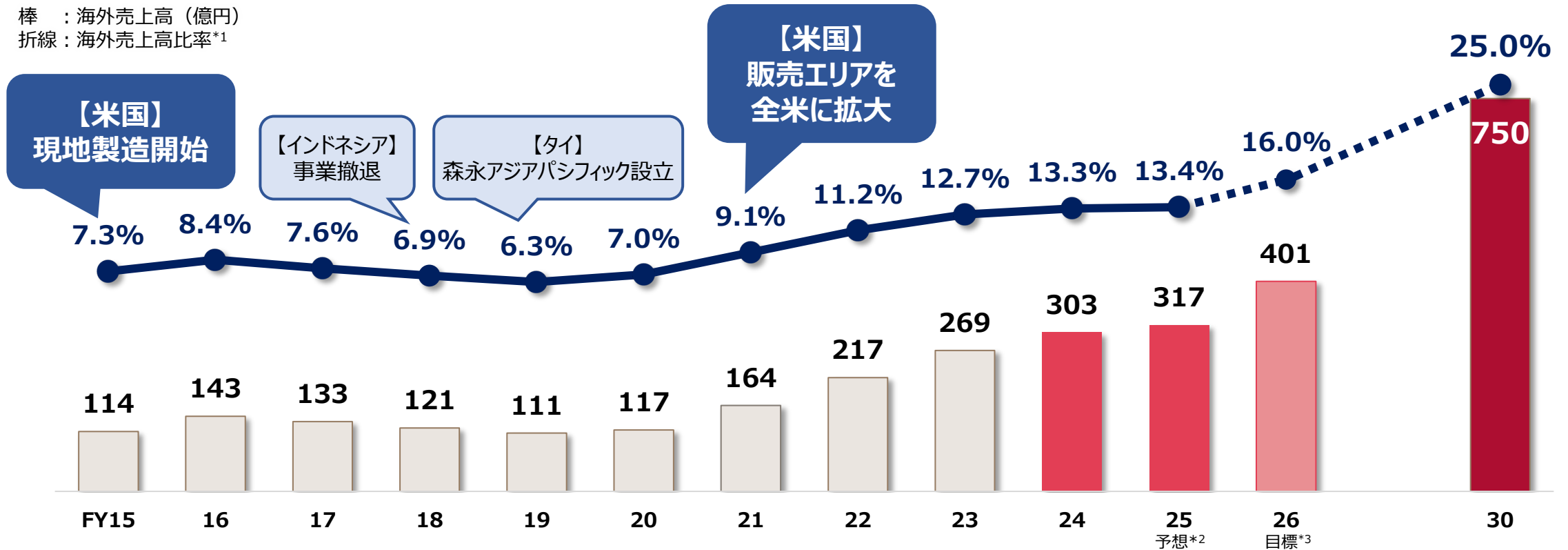
## 2030年経営計画達成に向けて、グローバルにおける事業拡大を加速

### 2030年目標

**海外売上高** **750億円**

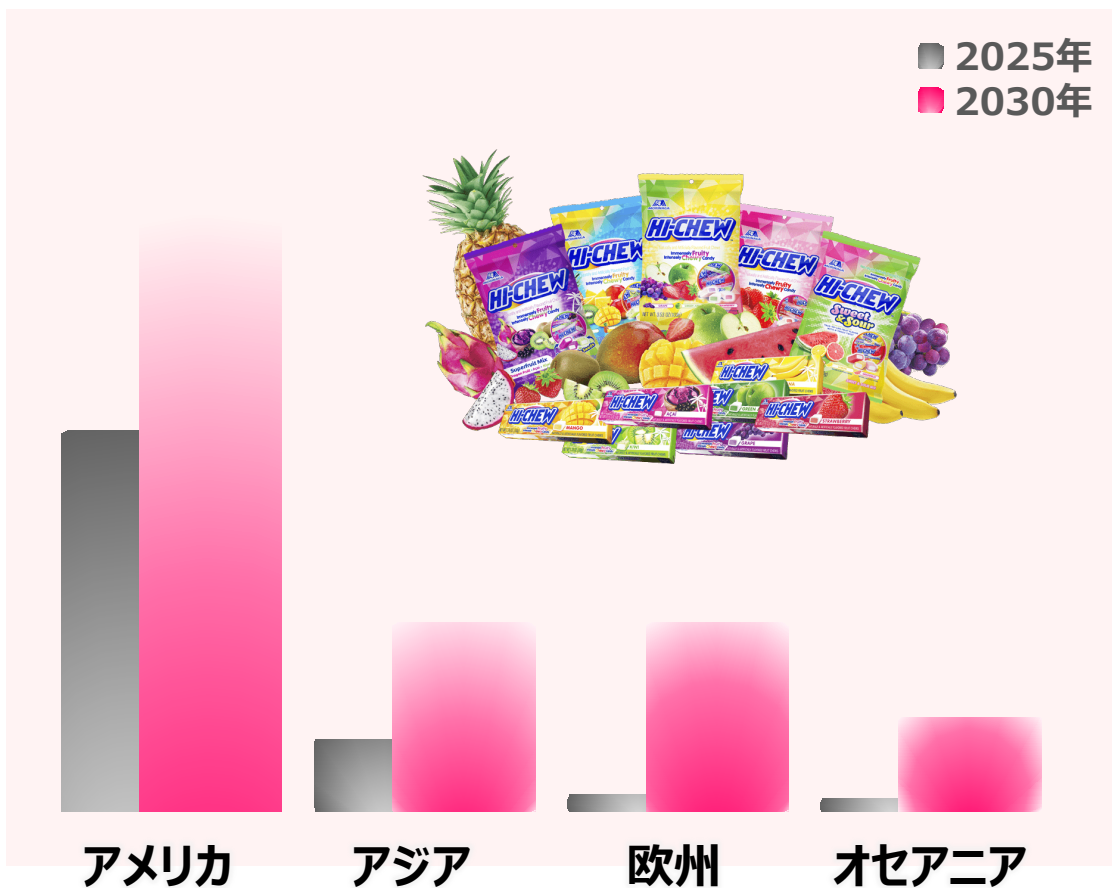
**海外売上高比率** **25%**

棒 : 海外売上高 (億円)  
折線 : 海外売上高比率\*1



\* FY25の在外子会社換算レートは1米ドル=147円的前提、FY26およびFY30は同138円的前提  
\*1 FY21の期首より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号2020年3月)等を適用。FY20以前の数値については、当該会計基準等を遡って適用した後の数値  
\*2 2025年11月12日における2026年3月期業績予想数値 \*3 2024中期経営計画 発表時点(2024年5月10日)の目標値

売上の中心となっている米国HI-CHEWから他市場・他カテゴリーへの拡大を図る



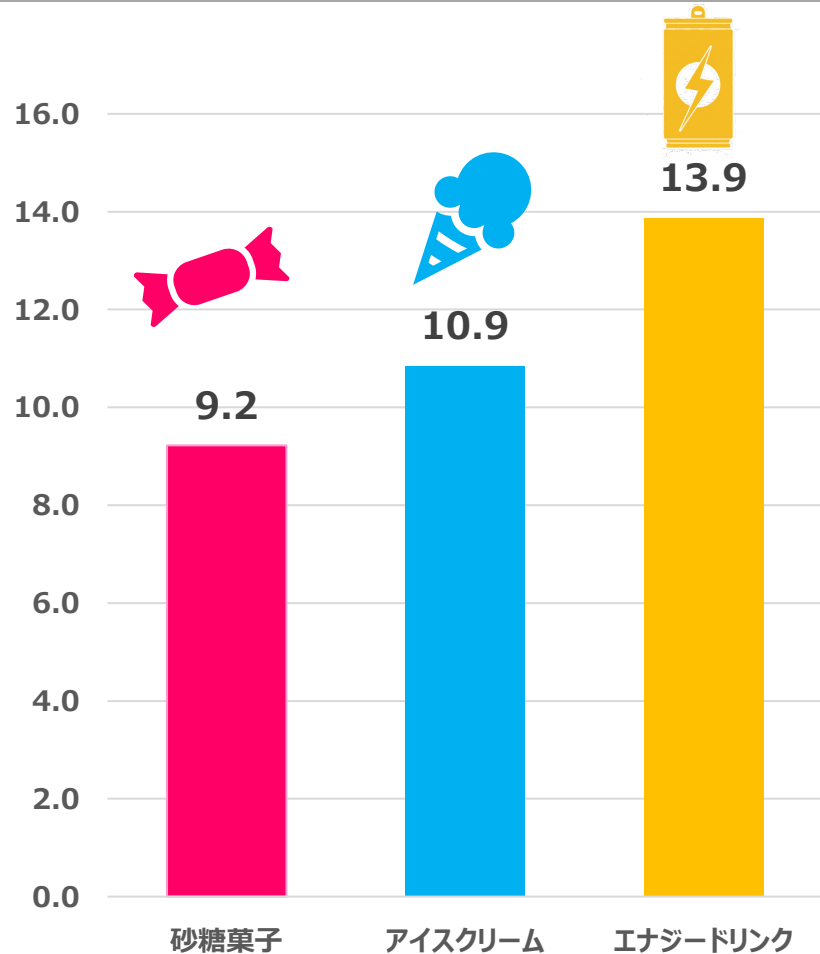
## ゼリー飲料・アイス・その他



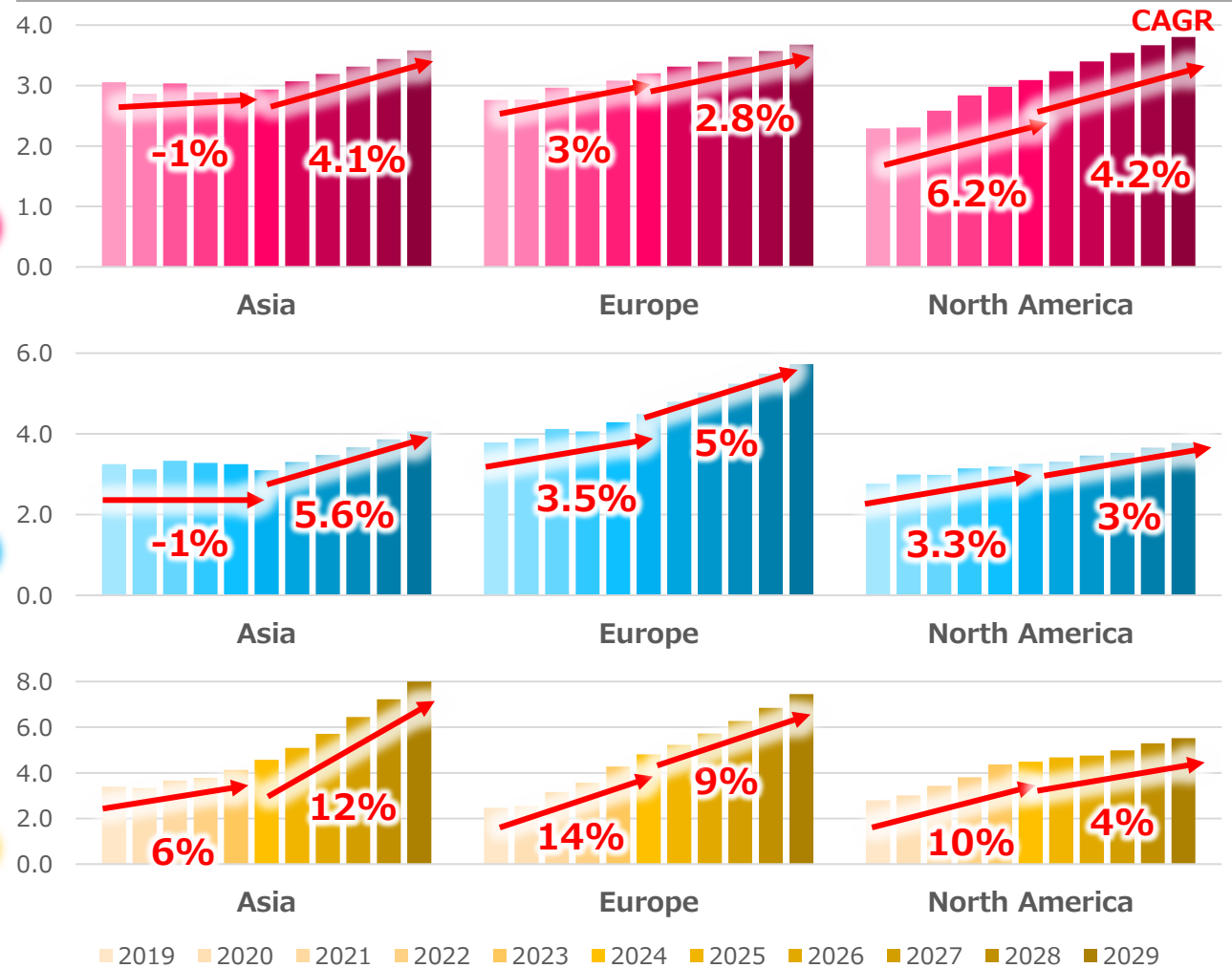
# カテゴリー別市場規模

当社の強みとするカテゴリーは世界規模で大きな市場を形成している

カテゴリー別売上（兆円）（2024年アジア、欧州、北米計）









エリア別売上実績・予測（兆円）



2030年海外750億円への成長戦略を【6 CORES】と命名し、スピードを上げて進行



-  **オーセンティック**  
HI-CHEW既存ラインを活用した商品展開拡充、市場開拓深耕
-  **ファミリー・グミ他**  
HI-CHEWブランドを活用した他カテゴリーへの展開
-  **ゼリー飲料**  
米国Charge!、台湾 i nゼリー事業拡大、新規国の検討
-  **アイス**  
独自性のある商品展開により、海外冷菓事業の加速
-  **ウェルネス**  
世界の健康トレンドに沿ったウェルネス商品の展開検討
-  **日本製**  
積極的な日本製輸出により、さらなる可能性を探索

商品・販売・生産それぞれのアプローチで6 CORESを推進

## 商品戦略

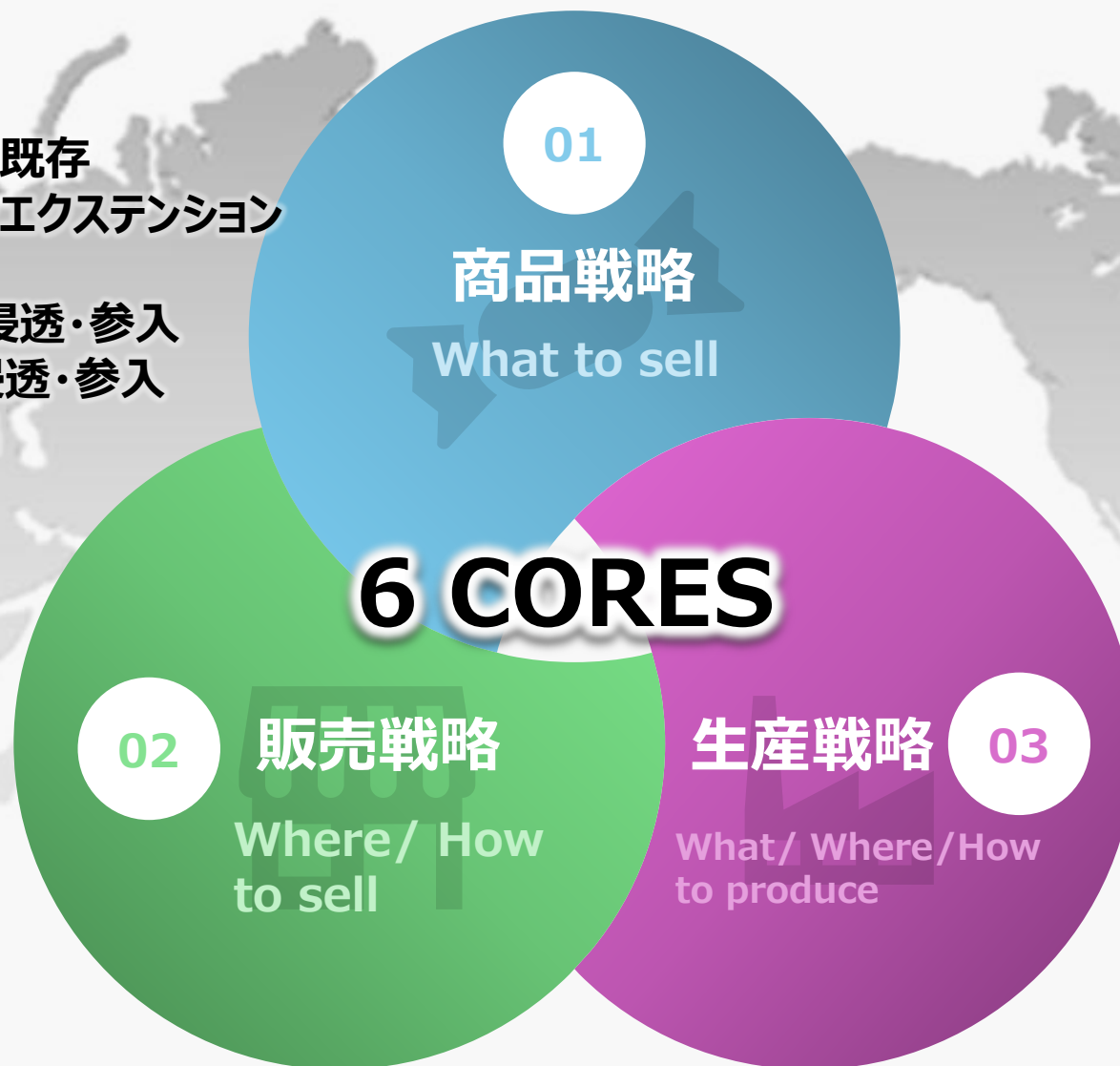
- HI-CHEW既存
- HI-CHEWエクステンション
- アイス参入
- ゼリー飲料浸透・参入
- ウェルネス浸透・参入
- 日本製輸出

## 販売戦略

- 米国再成長
- 欧州・オセアニア急成長
- アジア最大化

## 生産戦略

- HI-CHEW生産地最適化
- OEM活用



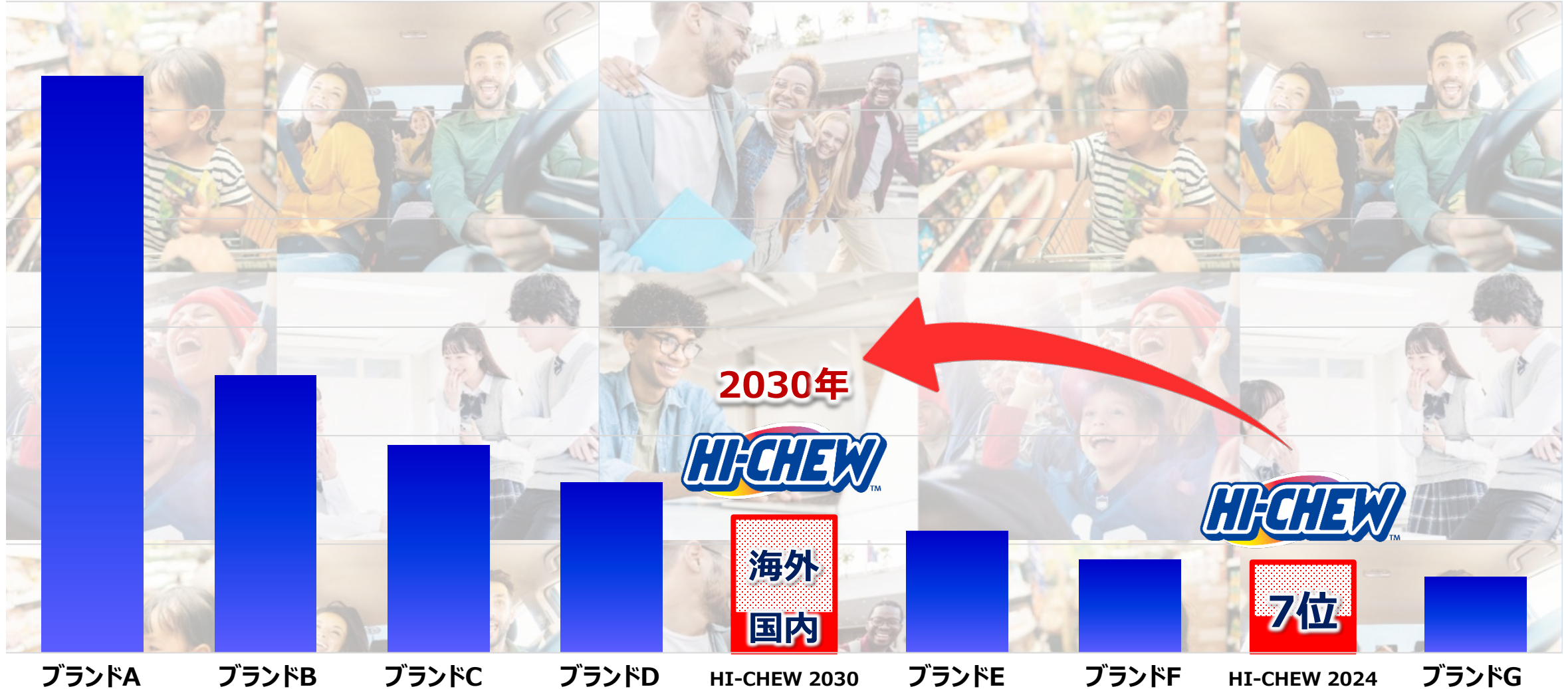


おいしく たのしく すこやかに



# HI-CHEW 2030年目標

世界の人々に笑顔を提供し、世界5位のソフトキャンディ/グミブランドへ



北米・アジアでの商品カテゴリー追加、欧州オセアニアでのHI-CHEW拡大により事業拡大

販売  
戦略



ブランドエクイティを活用、製品ラインアップ拡充しブランド強化、売上拡大を図る

商品  
戦略

## HI-CHEW オーセンティック



既存ラインを活用し、新たな価値を創出できる  
バリエーションの追加

## HI-CHEW ファミリー・グミ他



ブランドエクイティを活用し  
キャンディカテゴリー内外での新たな価値創出

ブランド接点拡大により、ソフトキャンディ購入時の  
マインドシェア拡大を図る



メンタルアベイラビリティ拡大によるブランド再活性化モデル

新たな商品価値を提供することで、さらなる成長を図る

大手競合のグミへの攻勢、新興ブランドの台頭により販売苦戦  
商品開発強化、Fun要素を付加するブランディング、営業体制強化により再成長を図る

商品  
戦略

### 商品



オーセンティック

- 26年春～ 新商品 + 既存品活性化
- 26年秋 新価値商品



New      リニューアル  
ブランディング強化

New  
新価値

- シーズナル商品の継続発売



ファミリー・グミ他

- 27年 新機軸商品発売



New  
新機軸

### 広告・販売

- Funイメージの醸成  
「Chewbie」の活用により  
ブランドの楽しさを訴求
- MLB  
認知度が低いエリアでの  
パートナーシップを継続
- 営業体制強化による  
販路開拓



# 欧州・オセアニア：販売状況

各国それぞれ大手小売チェーンへの導入が拡大／ステージに応じたマーケティング投資を実施



## イギリス

2018年参入  
大手4大スーパーチェーン、  
一部店舗に導入



## ドイツ

2024年参入  
大手ドラッグストア導入



## オーストラリア

2019年参入  
2大スーパーチェーンの  
1つに導入

販売  
戦略



## フランス

2024年参入  
ハイパーマーケット、  
スーパーマーケット中心に導入



## スイス

2021年参入  
大手スーパー一部店舗に導入



## ニュージーランド

2010年参入  
全国レベルの配荷を達成

# 欧州：取り組み状況

各国の状況に合わせた商品展開、広告施策を実施



商品  
戦略

## 課題

各チャネルでの配荷率アップ  
定番棚への安定導入

## 課題

全国チェーンでの店頭回転アップ

## 課題

全国チェーンでの店頭回転アップ

## 欧州共通戦略

日本ブランドであることを商品・広告にて前面に打ち出す



## 商品



## 商品



## 商品



## 広告

- ・リテールマーケティングの強化
- ・サンプリングの拡充

## 広告

オンライン、オフライン広告を組み合わせ  
認知度拡大、店頭回転アップを図る

## 広告

オンライン広告による認知度拡大

# オセアニア：取り組み状況

各国の状況に合わせた商品展開、広告施策を実施

## オーストラリア

### 課題

全国チェーンでの取扱率向上、SKU数増

### 商品



### 広告

オンライン広告による認知度拡大  
(日本感を訴求しながら現地化)



## ニュージーランド

商品  
戦略

### 課題

配荷が飽和する中での事業拡大策の検討

### 商品



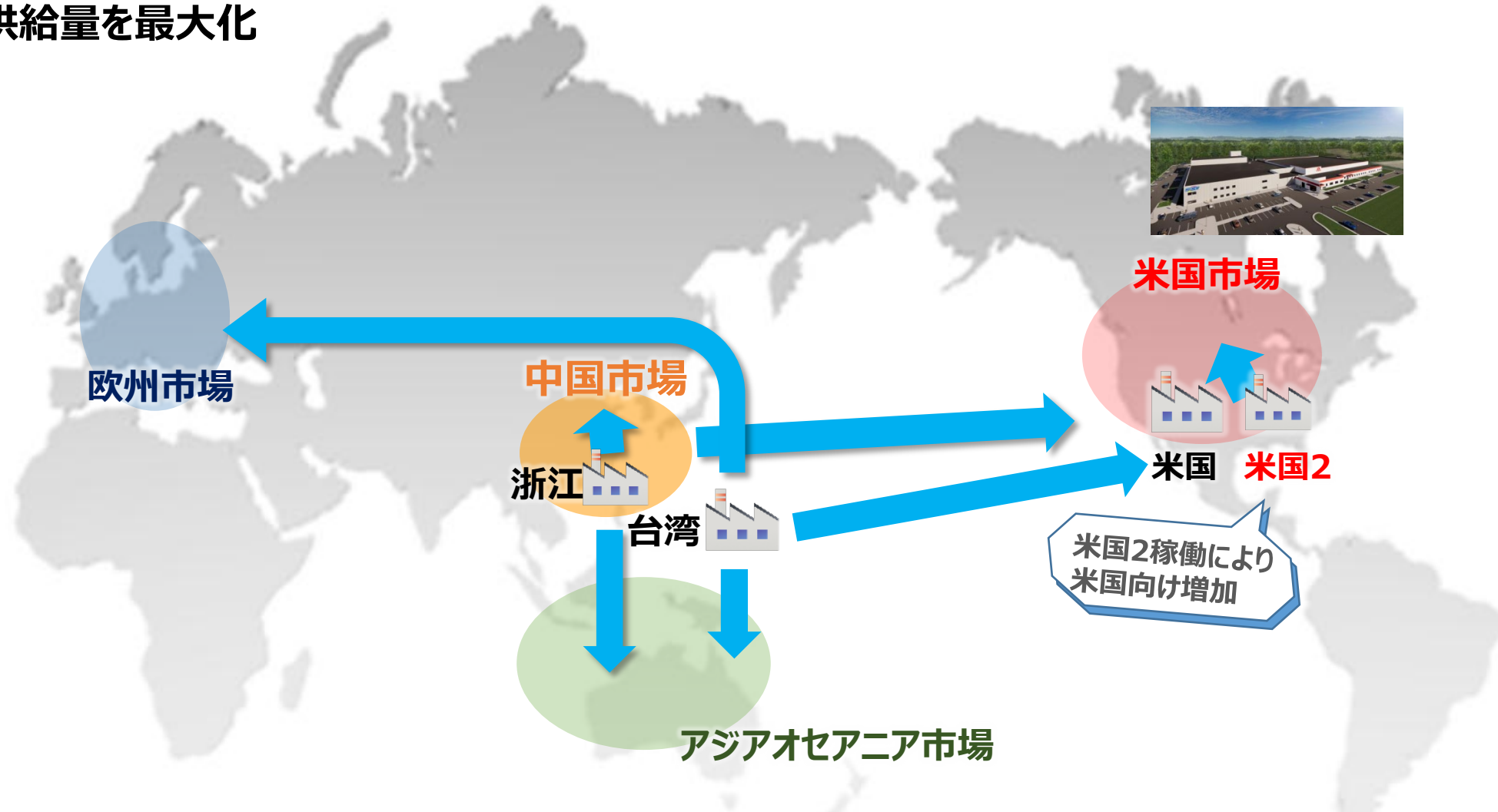
### 広告

ロイヤリティを高めるオンライン施策

## HI-CHEWは米国第2工場稼働により供給体制再構築

- 各国供給量を最大化

生産  
戦略





おいしく たのしく すこやかに



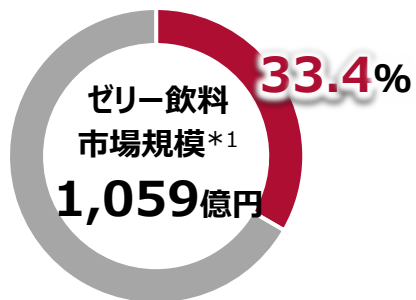
# ゼリー飲料



# 日本：inゼリー発売から現在まで

パイオニアとして日本のゼリー飲料市場を創造／現在もNo.1ブランドとして市場成長を牽引

木村拓哉さんを広告に起用  
「10秒チャージ2時間キープ」



圧倒的シェアNo.1



1994  
発売

1999

2026  
現在

## 新しいスタイルの食品として新発売



- ・「手軽に素早く栄養補給ができ、食べた後もすぐに動けるものが欲しい」
- ・「缶飲料は途中で止められない」
- ・「ランドでは捨てる場所に困る」など、テストマーケティングで得られたお客様やアスリートの声を参考にゼリーの技術×スパウト付きパウチの融合

## 広告で飲用シーンを訴求

- ・「weider in morning」
- ・「10秒メシ」
- ・「あなたには、あなたの10秒メシ」

1999年発売よりゼリー飲料市場を開拓／現地のニーズに基づいた商品展開と販売戦略により伸長継続

商品  
戦略

## 商品



BASIC

Daily Support

### ■ 現地消費者ニーズに基づいた商品展開

ベーシック：エネルギー、ビタミン、ミネラル  
台湾限定：プロバイオティクス、タウリン

## 広告・販売

### ■ 台湾野球選手を活用し、 スポーツシーン、日常シーンをそれぞれ訴求



陳傑憲 (チエン・ジェシエン) 選手

### ■ World Baseball Classicへの協賛

スポーツシーンから日常シーンへの拡大により、一般チャネルへの拡大・マスターゲットに挑戦

商品  
戦略

## Phase 1

■ 2022年2月  
**Chargel (チャージェル)** として米国で発売

エネルギーを補給する意味の「Charge」と  
ゼリーを意味する「Gel」を組み合わせ

商品



Energy



食シーン

スポーツシーン

ポジショニング

スポーツ時のエネルギー補給

## Phase 2

■ 2026年～  
新SKUの発売とポジショニング変更

商品

Renewal



Energy

New



Antioxidant

食シーン

日常の間食

ポジショニング

水分補給もできるスナック



おいしく たのしく すこやかに



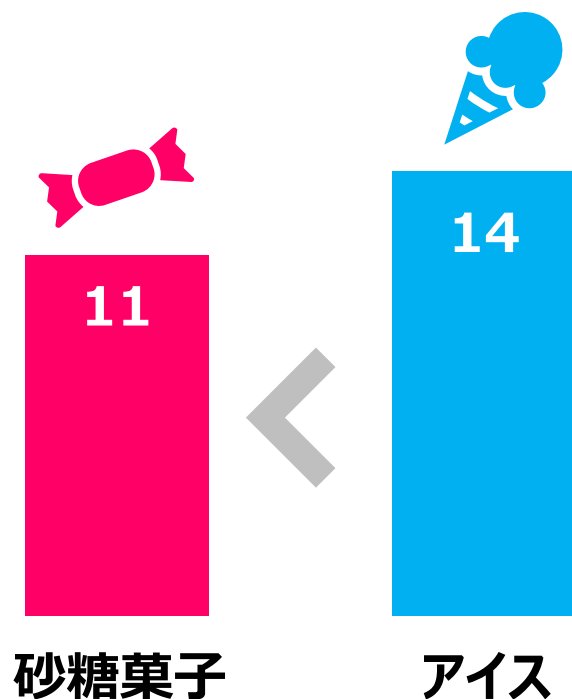
# アイス



# 世界のアイス市場規模

砂糖菓子より大きい市場規模／米国・欧州が大きなシェアを占める

## ■ 世界のアイス市場規模（兆円）



## ■ 地域別アイス市場規模（兆円）



# アイス 成長イメージ

各国のステージに合わせて展開商品ラインアップを拡大

導入期

HI-CHEWブランドの活用



米国



オーストラリア



成長期

当社の技術を活かしたアイスの本格参入



ニュージーランド



台湾



日本



成熟期

ブランド  
成長曲線

2026年3月6日、米国最大手のモチアイス製造企業 MyMo Holdco, Inc.の株式取得(子会社化)を発表

## 買収目的

2030経営計画の達成およびその先の持続的成長を見据え  
米国における冷菓事業のバリューチェーンを獲得する

## My/Mochi社 概要

### 会社概要

企業名	The Mochi Ice Cream Company, LLC
創業/設立	1910年
本社所在地	Alcoa Ave, Vernon, CA, USA
代表者	Craig Berger
従業員数	92名 (2026年3月時点)
事業内容	モチアイスの製造販売
事業構成比	モチアイス100% (モチアイスやソルベを使用した商品)

### 主要商品

## 米国におけるモチアイスブランドNo.1



- 主力はモチアイス 6個入パック
- 乳製品タイプ、非乳製品/ヴィーガン、ソルベ等幅広いバリエーションを展開

### 売上高

- 前期(2025年6月期)実績 60百万米ドル
- 今期(2026年6月期)予想 増収見込み



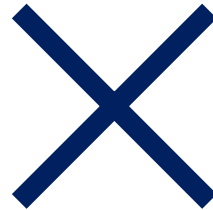
## ● R&D

- 冷凍下の菓子技術、フレーバリング技術



## ● HI-CHEWブランド

- 米国内ブランド認知率62%\*1
- 世界約30カ国で販売



## ● モチアイス配合技術



## ● モチアイス製造ライン・ノウハウ

- 米国に生産工場保有



## ● 米国におけるアイス販路

- MASS、FOODチャネルを中心に取り扱い

**米国冷菓事業本格展開**

**商品力強化・持続的成長**

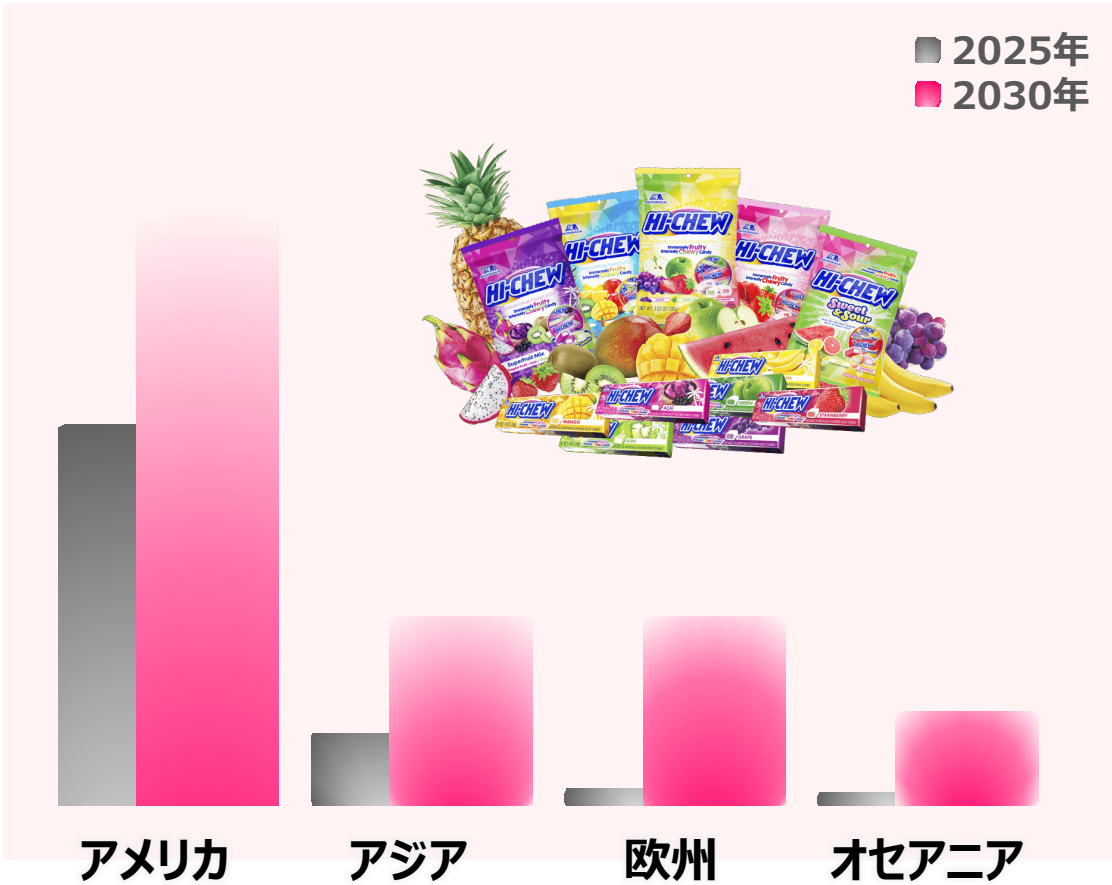
**当社グループ米国事業の更なる成長へ**

OEMを活用し立上げスピードを短縮、消費地に最適な供給体制を構築

生産  
戦略



## HI-CHEWのエリア拡大およびカテゴリ増により750億円達成に向け推進



## ゼリー飲料・アイス・その他





おいしく たのしく すこやかに



会社概要

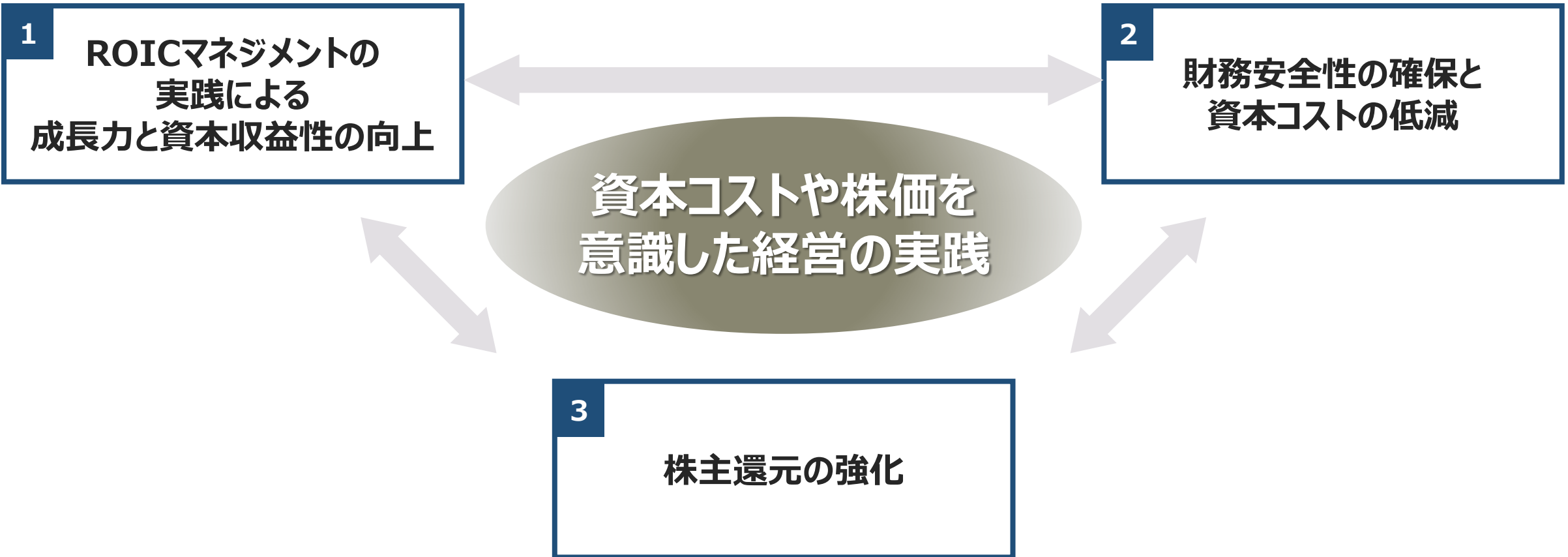


グローバル戦略



株主還元

持続的な企業価値向上に向けて、「資本コストや株価を意識した経営」を実践



## 経理財務戦略を支える基盤づくり

DXによる管理インフラ強化

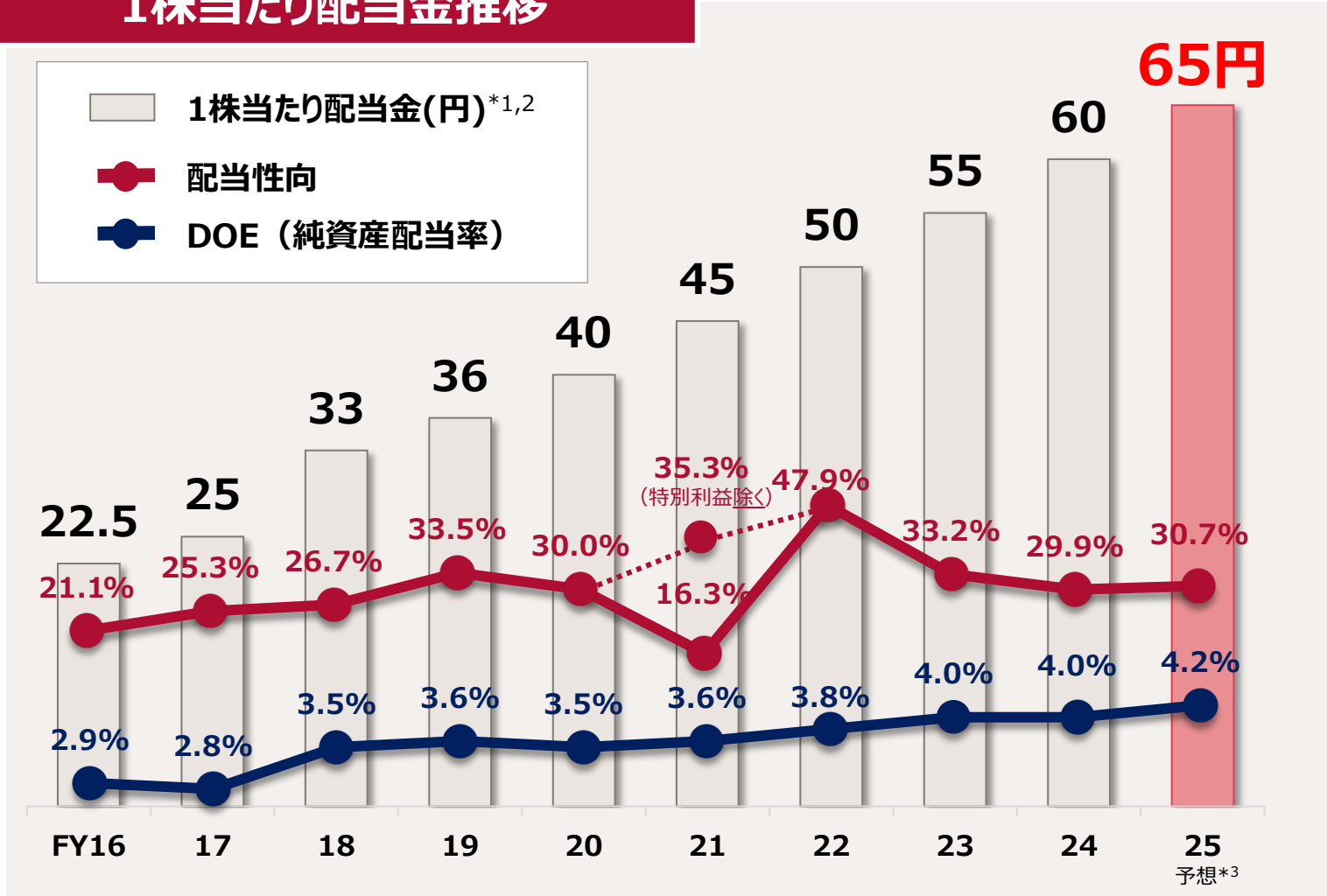
ファイナンス組織体制の強化

経理財務ガバナンスの強化

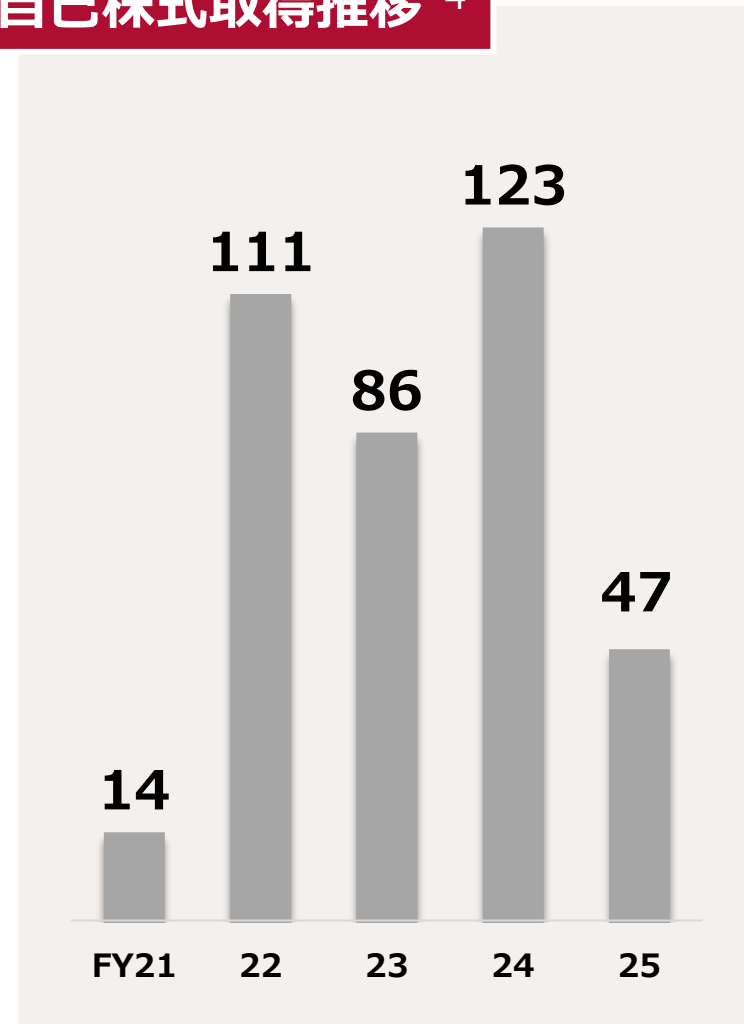
人材育成

## 10期連続増配、2026年3月期も増配を計画／自己株式取得も機動的に実施

### 1株当たり配当金推移



### 自己株式取得推移\*4



2026年3月期より中間配当を実施

## 1株当たり配当金

基準日	第2四半期末 (2025年9月30日)	期末 (2026年3月31日)	合計
2026年 3月期	32.5円	32.5円 (予想)	65円 (予想)

当社製品詰合せのご送付または同等金額のご寄付のいずれか選択式にてご用意

		継続保有期間	
		6か月以上3年未満	3年以上
保有 株式数  権利確定日 9月30日	100株 ～ 599株	1,500円相当の 当社製品詰合せ または 同等金額のご寄付	2,500円相当の 当社製品詰合せ または 同等金額のご寄付
	600株 以上	2,500円相当の 当社製品詰合せ または 同等金額のご寄付	4,000円相当の 当社製品詰合せ または 同等金額のご寄付

## 森永製菓製品詰合せ (2,500円相当)



※写真はイメージ

## 「1チョコ for 1スマイル活動」への寄付

**森永1チョコ for 1スマイル**  
みんなの笑顔未来へつなぐ

株主様からのご寄付は、当社が展開する「1チョコ for 1スマイル活動」への支援として、公益財団法人プラン・インターナショナル・ジャパン、特定非営利活動法人ACEへ寄付させていただきます。

# (ご参考) IRサイト、統合報告書のご紹介



当社IRサイトではIR情報をタイムリーに発信 / 毎年9月に統合報告書も発行

## IRサイト

(IRサイト トップページ)

<https://www.morinaga.co.jp/company/ir/>



ご挨拶  
(トップメッセージ)



2030経営計画・  
2024中期経営計画



決算説明会資料



統合報告書



IRイベント



個人投資家の皆様へ

## 統合報告書

(統合報告書URL)

<https://www.morinaga.co.jp/company/sustainability/reports/>





おいしく たのしく すこやかに



Fin.