

おいしさ、けんこう、  
つぎつぎ、わくわく。))



**2025年3月期 第2四半期（中間期）**

# **中間決算説明会資料**

**（2024年4月1日～2024年9月30日）**

**2024年11月11日**

**フジッコ株式会社（2908）**

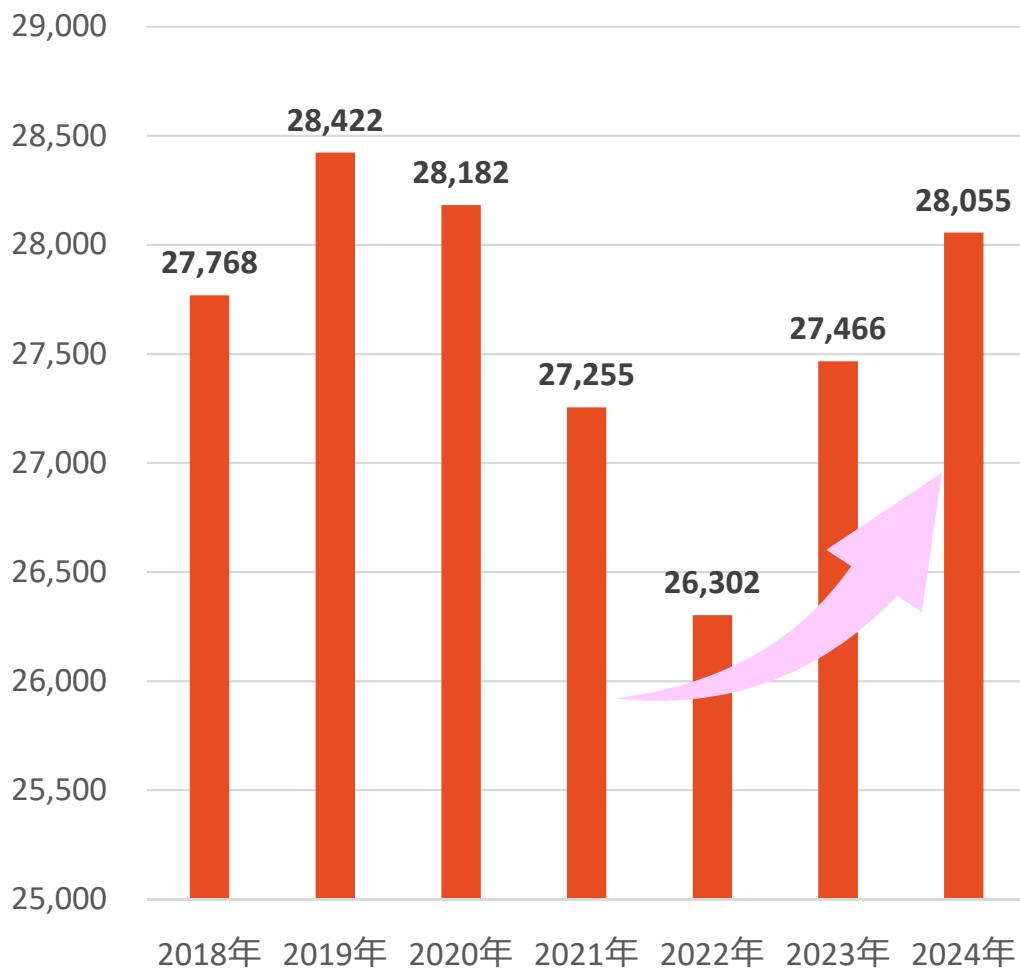
**<https://www.fujicco.co.jp/>**

## 守りから攻めへ (基盤固め) (飛躍)

- ① 豆事業全体の浮上
- ② 昆布事業のさらなる強化
- ③ 「成長の芽」の事業推進
- ④ DXの推進 (3年目)
- ⑤ 稼ぐチカラの復元
- ⑥ 働きがい改革

## トップラインは回復基調へ

### ■売上高（百万円）



### 1. 豆製品の落込みに歯止め

- 1) 煮豆は豆小鉢が伸長（TVCM放映）
- 2) 素材豆は増量企画で上乘せ

### 2. ヨーグルト製品の拡大

- 1) カスピ海ヨーグルトの配荷拡大
- 2) パブリシティ活用によるSOYカスピ海ヨーグルトの高位安定化

### 3. 昆布製品の安定成長

- 1) 佃煮は、圧倒的ブランド力により伸長
- 2) 塩こんぶは大容量ときざみタイプが伸長

豆事業全体を浮上のため、  
価値向上と販売強化の2つの横断プロジェクトを立ち上げた。

## 価値向上PJ

- ・ 美味しさ改善に向けた新たな技術開発と新原料探索
- ・ ロス削減に向けた工程見直し
- ・ 生産の平準化に向けた賞味期限の延長
- ・ 環境負荷を抑えた製法の開発

## 販売強化PJ

- ・ プロモーションと連携した店頭露出度の向上
- ・ データを活用した棚割提案の強化
- ・ 「丹波黒黒豆」の通年販売強化
- ・ 新たな用途開発  
(世代・食シーン)

## フジッコ わくわくフォーラム お豆で“腸”元気！ 東京（10月2日）、大阪（10月8日）



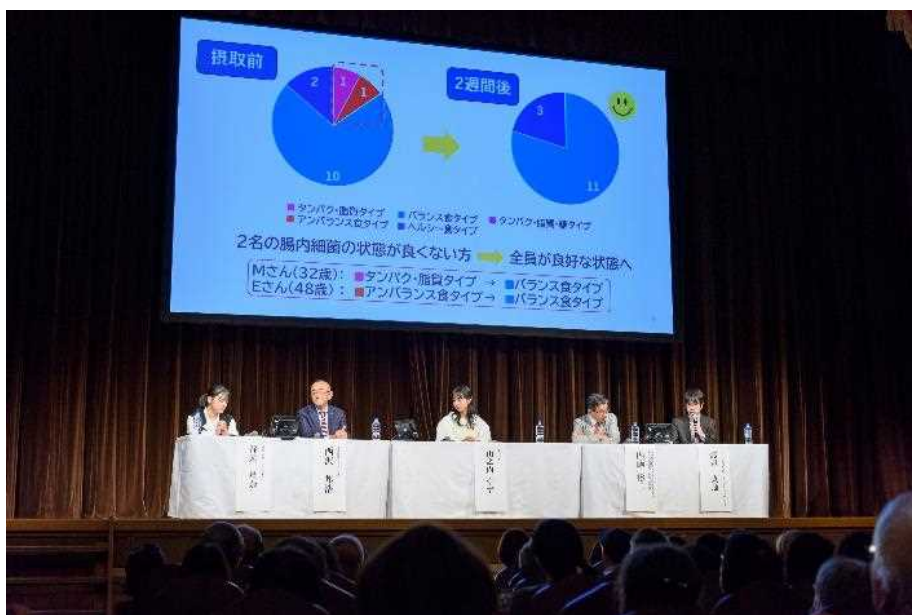
内藤 裕二氏



廣津留 すみれ氏  
※東京会場



山之内すず氏  
※大阪会場



# 豆事業全体の浮上 ～ 豆小鉢 ～

豆小鉢は、TVCM放映に連動したプロモーションの強化・店頭露出アップ・新商品の上市等により2ケタ伸長を実現。

## TVCM放映（6月）



## 新商品上市（9月）

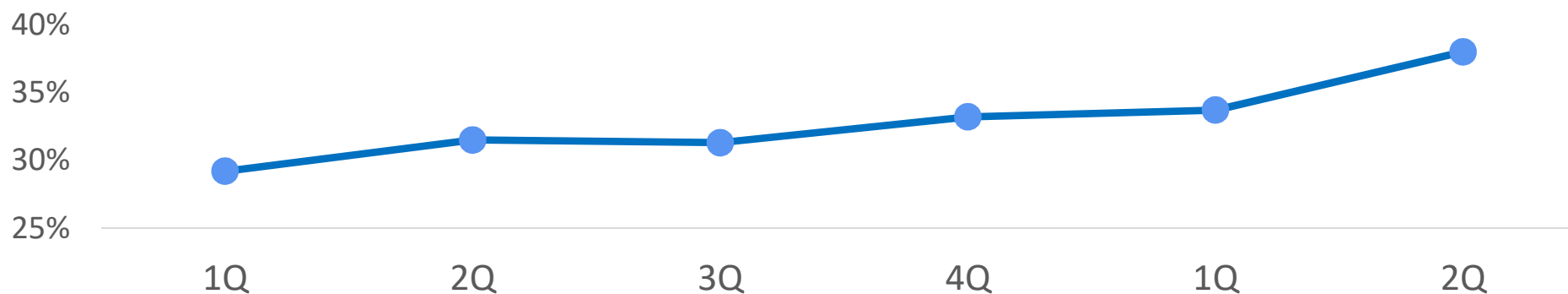


■ 豆小鉢売上前年比推移

● 金額前年比

# 豆事業全体の浮上 ～ 蒸し豆 ～

蒸し豆は、発売20周年増量企画により大きく伸長。  
市場シェアも上昇基調へ。



■ 蒸し豆市場シェア推移

● 市場シェア

カスピ海ヨーグルトは配荷率の拡大に伴い好調に推移。  
SOYカスピ海ヨーグルトはパブリシティ実施後に高位安定化。  
「カスピ海ヨーグルト」ブランド価値向上に注力。





## ふじっ子煮はブランド力高く、値上げ後も好調に推移。

### TVCMの実施

4月～6月, 9月～10月



### 需要創造企画

7月～8月



### ■カップ佃煮売上前年比推移

## 生昆布使用商品「MIRAI」シリーズのラインナップの拡充

弾力のある食感！北海道産生昆布使用



わさび生昆布



うま辛生昆布



梅入り生昆布

## 生昆布使用の新カテゴリー商品「MUGEN-KOMBU」の開発

生昆布でつくった料理につけて楽しむ、新しい調味料



青唐山椒



しその実生姜



プレーン

紅麹問題によってサプ<sup>o</sup>リ全般が不調となり、  
通信販売事業・素材事業の前年割れが誤算。

## 通信販売事業

### ■ 課題

- ・ 機能性表示食品市場の一時的な冷え込み
- ・ 特に善玉菌のチカラの広告獲得効率の低下

### ■ 今後の取組み

- ・ 善玉菌のチカラの継続購入率の改善
- ・ ECモール販売強化
- ・ 元気のおまもりのリニューアル上市

## 素材事業

### ■ 課題

#### <機能性素材>

- ・ 新規採用数の伸び悩み(中止含む)
- ・ 既存採用先の売上ダウン

#### <昆布ミネラル>

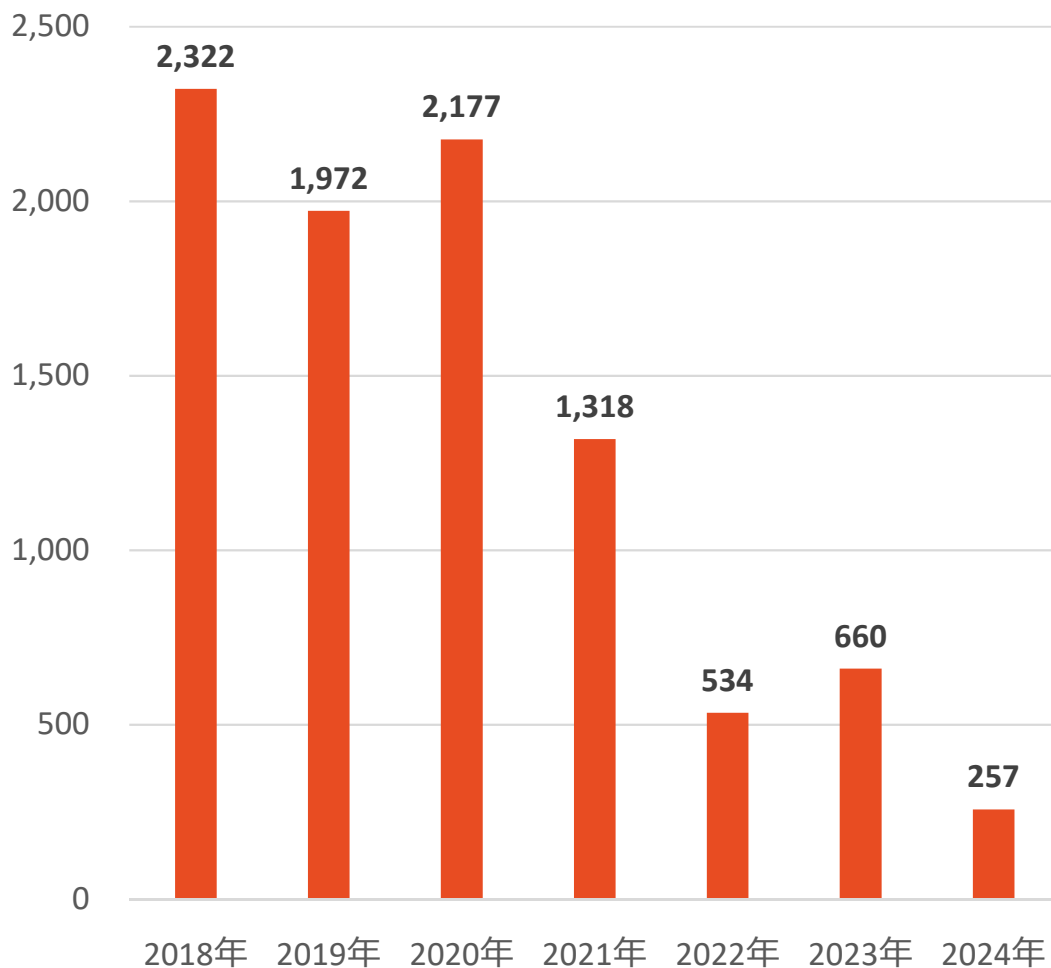
- ・ 需要変化への対応遅れ

### ■ 今後の取組み

- ・ フジフラボン：「肌機能」提案強化
- ・ クロノケア：「抗疲労」提案強化
- ・ 昆布ミネラル：「新製品」拡販強化

## 課題は稼ぐチカラの復元

### ■ 営業利益（百万円）



### 1. 収益認識控除・販促広告費の増加

- 1) 値上げ後の先行投資
- 2) 品質向上リニューアルに遅れ

### 2. 人件費の増加

- 1) ベースアップの実施
- 2) 最低賃金の引き上げ

### 3. トータル固定費の増加

- 1) コストダウン活動がうまく進まず
- 2) DX投資の効果はこれから

# 2024年度 中間決算の概要と通期業績の見通し

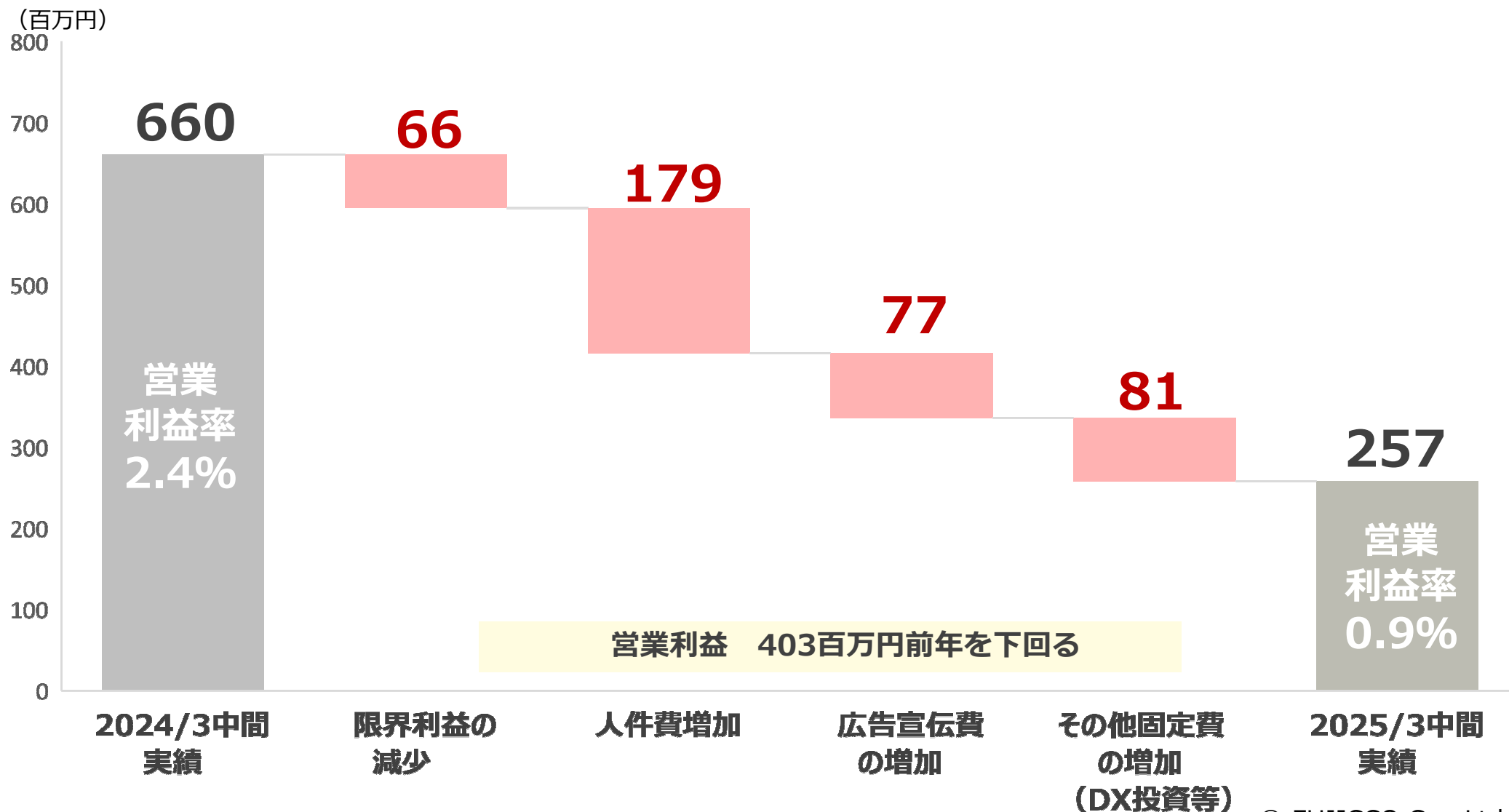
# 連結損益計算書（前年との比較）

	2024/3期中間		2025/3期中間		増減額	増減率
	百万円	%	百万円	%		
売上高	27,466	100.0	28,055	100.0	589	2.1%
売上原価	19,215	70.0	19,885	70.9	670	
売上総利益	8,250	30.0	8,169	29.1	△80	
販管費	7,589	27.6	7,912	28.2	322	
営業利益	660	2.4	257	0.9	△403	△61.0%
営業外損益	177	0.6	191	0.7	14	
経常利益	838	3.1	449	1.6	△388	△46.3%
特別損益	11	0.0	90	0.3	79	
税引前利益	849	3.1	540	1.9	△308	
中間純利益	579	2.1	378	1.3	△201	△34.7%
1株当たり純利益	20円36銭		13円29銭		△7円07銭	

※ 中間純利益は、親会社株主に帰属する中間純利益になります。

# 営業利益の増減要因分析（前年との比較）

積極的な広告宣伝投資により物量確保を目指したが、販売諸経費の増加により限界利益が減少し、ベースアップに伴う人件費の増加の負担も大きかった。





# 連結製品分類別売上高（前年との比較）

（百万円）	前期 実績	構成比 %	当期 実績	構成比 %	前期差	前期比 %
惣菜製品	9,672	35.2	9,447	33.7	△224	97.6
昆布製品	7,549	27.5	7,803	27.8	253	103.4
豆製品	4,365	15.9	4,590	16.4	224	105.1
ヨーグルト製品	3,313	12.1	3,427	12.2	113	103.4
デザート製品	1,597	5.8	1,781	6.3	184	111.5
その他製品	966	3.5	1,004	3.6	37	103.9
合計	27,466	100.0	28,055	100.0	589	<u>102.1</u>

## 【品群別コメント】

惣菜製品は、「おばんざい小鉢」がTVCM放映を実施。日配惣菜・中華惣菜ともに前年割れが続く。

昆布製品は、TVCM放映と需要創造企画の実施によって、佃煮「ふじっ子煮」が好調に推移。

豆製品は、「豆小鉢」のTVCM放映に連動した店頭露出アップにより、前年を上回った。

ヨーグルト製品は、「カスピ海ヨーグルト脂肪ゼロ」「SOYカスピ海ヨーグルト」に添付企画を実施し、好調に推移。紅麹問題により、通販サプリ「善玉菌のチカラ」が苦戦。

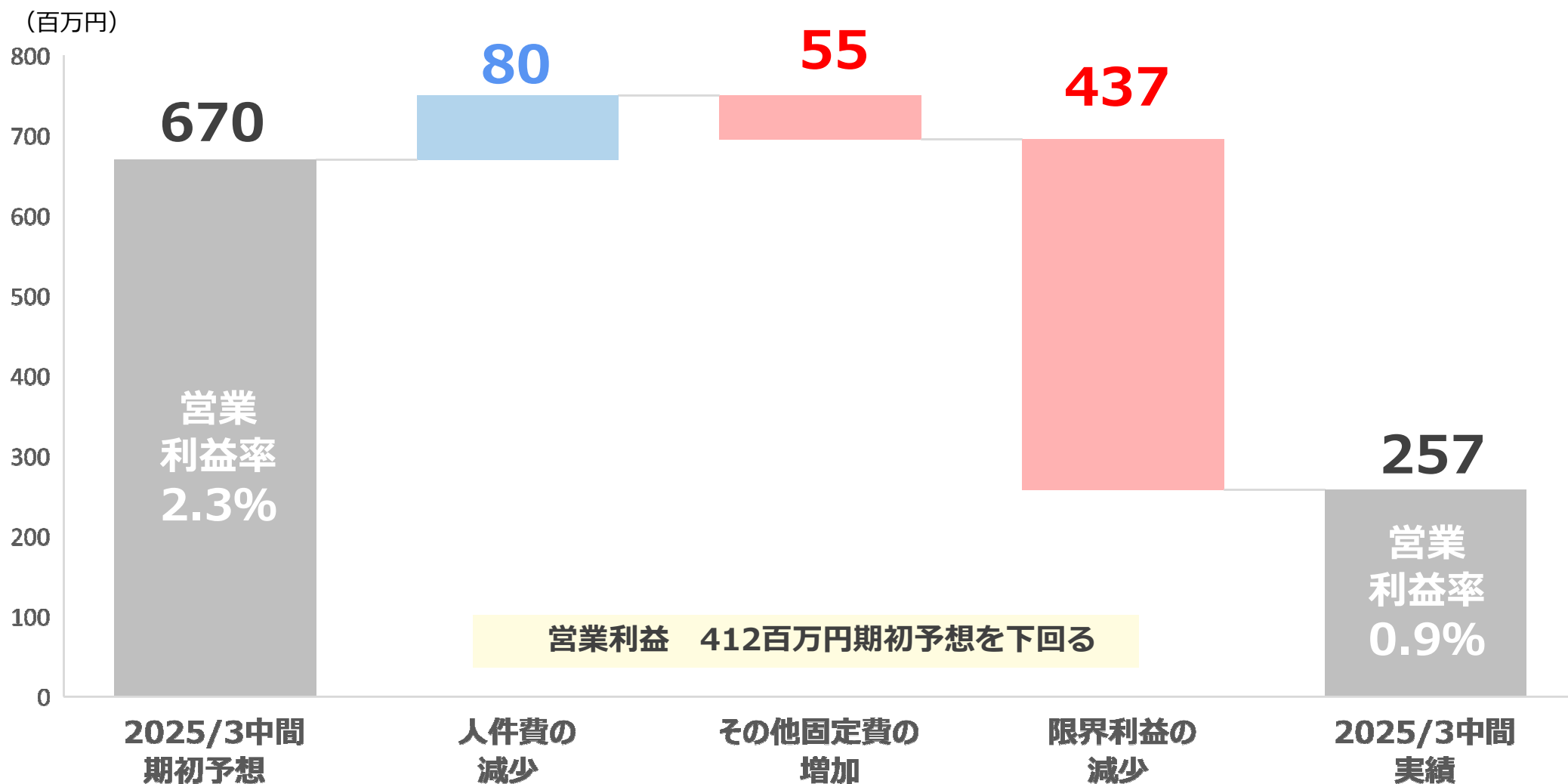
# 連結損益計算書（期初予想との比較）

	期初予想		当期実績		差	増減率
	百万円	%	百万円	%		
売上高	28,800	100.0	28,055	100.0	△744	△2.6%
売上原価	20,300	70.5	19,885	70.9	△414	
売上総利益	8,500	29.5	8,169	29.1	△330	
販管費	7,830	27.2	7,912	28.2	82	
営業利益	670	2.3	257	0.9	△412	△61.5%
営業外損益	130	0.5	191	0.7	61	
経常利益	800	2.8	449	1.6	△350	△43.8%
特別損益	0	0.0	90	0.3	90	
税引前利益	800	2.8	540	1.9	△259	
中間純利益	560	1.9	378	1.3	△181	△32.4%
1株当り純利益	19円67銭		13円29銭		△6円38銭	

※ 中間純利益は、親会社株主に帰属する中間純利益になります。

# 営業利益の増減要因分析（期初予想との比較）

人件費は最低賃金の引き上げを見込んだ期初予想以内に収束できたものの、TVCM等積極的な広告宣伝を実施しながらも、売上高は期初予想に届かず、また、コストダウン活動もうまく進まなかった。



# 連結製品分類別売上高（期初予想との比較）

(百万円)	期初 予想	構成比 %	当期 実績	構成比 %	予想差	予想比 %
惣菜製品	9,851	34.2	9,447	33.7	△404	95.9
昆布製品	7,862	27.3	7,803	27.8	△59	99.3
豆製品	4,738	16.5	4,590	16.4	△148	96.9
ヨーグルト製品	3,515	12.2	3,427	12.2	△88	97.5
デザート製品	1,833	6.4	1,781	6.3	△52	97.2
その他製品	998	3.5	1,004	3.6	6	100.6
合計	28,800	100.0	28,055	100.0	△745	<u>97.4</u>

## 【品群別コメント】

惣菜製品では、「おばんざい小鉢」の苦戦と、量販店の日配惣菜・百貨店の中華惣菜が苦戦。

昆布製品では、佃煮「ふじっ子煮」の物量は好調に推移するも、販売経費が想定以上に増加した。

豆製品では、「豆小鉢」が前年実績を大きくクリアしたものの、煮豆全体の拡販目標には届かず。

ヨーグルト製品では、量販向け「カスピ海ヨーグルト」は大きく伸長したものの、通販サプリ

「善玉菌の子カラ」の落ち込みが誤算。

# 四半期会計期間の売上・営業利益の増減推移（前期比）

(単位：百万円)		売上高	営業利益	営業利益率
第1Q (4 - 6月)	前第1Q	13,634	170	1.2%
	実績	13,931	6	0.0%
	増減	296	△163	-
	前同四半期比	102.2%	4.1%	-
第2Q (7 - 9月)	前第2Q	13,831	490	3.5%
	実績	14,124	251	1.8%
	増減	292	△239	-
	前同四半期比	102.1%	51.1%	-
累計 (4 - 9月)	前期上期	27,466	660	2.4%
	実績	28,055	257	0.9%
	増減	589	△403	-
	前同期比	102.1%	39.0%	-

# 連結貸借対照表（前期末との比較）

2024/3末

2024/9末

単位：百万円

2024/3末		2024/9末	
現預金 11,340	流動負債 9,430	現預金 11,929	流動負債 9,682
売掛金 10,265	固定負債 2,022	売掛金 9,750	固定負債 2,049
棚卸資産他 12,577		棚卸資産他 12,609	
固定資産 46,292	純資産 69,023	固定資産 46,006	純資産 68,559
<b>総資産 80,476</b>		<b>総資産 80,292</b>	

## 【増減】

- 現預金は588百万円の増加となり、主な増減は以下のとおり

税引前利益	540百万円
減価償却費	1,723百万円
売掛金（減少）	514百万円
投資活動	△1,683百万円
配当金	△656百万円

## ■ 自己資本比率

(2024/3末)	(2024/9末)
85.8%	⇒ 85.4%

# 2024年度 通期業績の見通し

# 値上げ後の物量確保を最重要テーマとする

## ① TVCM放映の集中投下による物量引き上げ

ふじっ子煮

9/20～10/20



豆小鉢

10/11～11/10



おぼんざい小鉢

10/11～11/10



カスピ海ヨーグルト

11/1～11/30





## 値上げ後の物量確保を最重要テーマとする

### ② 「丹波黒黒豆」の拡販で年末商戦を成功させる

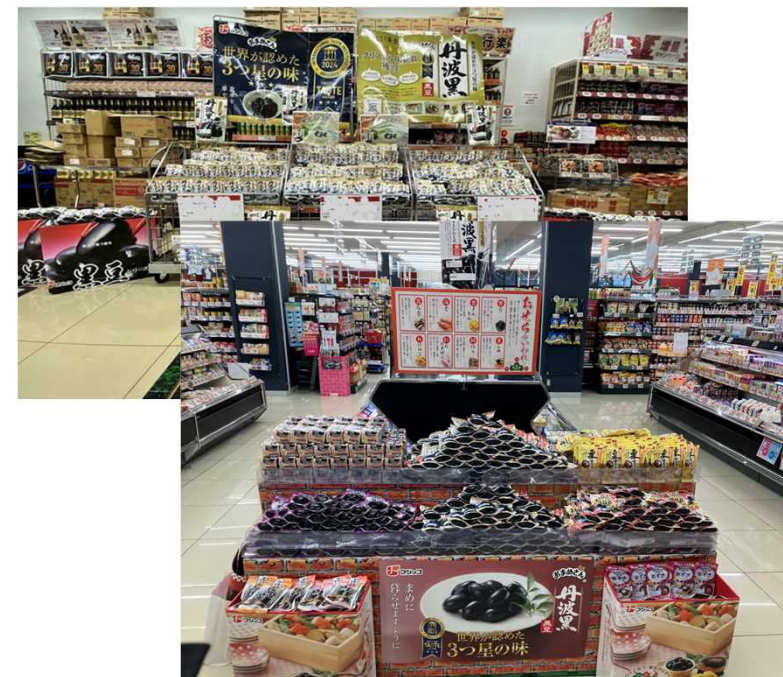
TVCMの実施

12/21~12/31

全国



売場演出



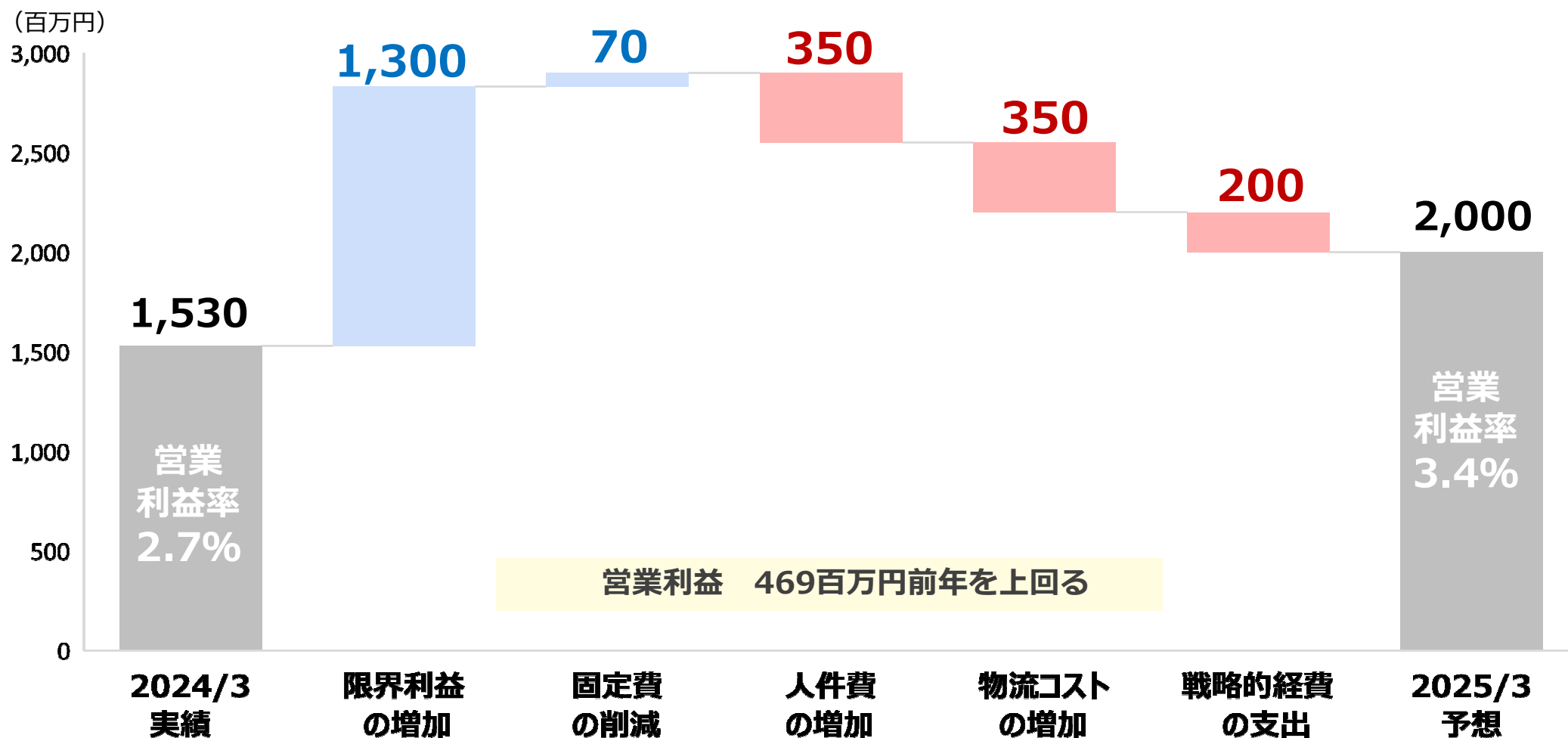
# 連結業績予想（前年との比較）

	2024/3期		2025/3期予想		増減額
	百万円	%	百万円	%	
売上高	55,715	100.0	58,500	100.0	2,784
売上原価	39,271	70.5	40,800	69.7	1,528
売上総利益	16,444	29.5	17,700	30.3	1,255
販売費及び一般管理費	14,913	26.8	15,700	26.8	786
営業利益	1,530	2.7	2,000	3.4	469
営業外損益	350	0.6	250	0.4	△100
経常利益	1,881	3.4	2,250	3.8	368
特別損益	△284	△0.5	0	0.0	284
税引前利益	1,596	2.9	2,250	3.8	653
当期純利益*	1,110	2.0	1,550	2.6	439
1株当り当期純利益	39円00銭		54円45銭		15円45銭
1株当り配当金	46円（中間23円）		46円（中間23円）		±0円

\* 当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益。

# 営業利益の増減要因分析（前年との比較）

継続する円安基調の影響による原材料価格の上昇はあるものの、包括値上げの実施により、限界利益は13億円の増加を見込む。  
給与水準の改善、物流費の高騰を組込みつつ、販売量確保に向けた戦略的投資の実施によって増収増益に持ち込む。



# 連結製品分類別売上高（前年との比較）

(単位：百万円)	2024/3 実績	構成比 %	2025/3 予想	構成比 %	前期差	前期比 %
惣菜製品	19,060	34.2	20,113	34.4	1,053	105.5
昆布製品	15,712	28.2	16,291	27.8	579	103.7
豆製品	9,949	17.9	10,453	17.9	504	105.1
ヨーグルト製品	6,471	11.6	6,844	11.7	373	105.8
デザート製品	2,654	4.8	2,829	4.8	175	106.6
その他製品	1,867	3.3	1,970	3.4	103	105.5
合計	55,715	100.0	58,500	100.0	2,785	105.0

## 予想の根拠

- 惣菜製品 : 「おばんざい小鉢」の追加TVCM放映、日配惣菜とフーズパレットの再拡大。
- 昆布製品 : 佃煮「ふじっ子煮」の物量の引き上げ、MUGEN-KOMBUの拡販。
- 豆製品 : 値上後の「丹波黒黒豆」の物量確保。
- ヨーグルト製品 : 「カスピ海ヨーグルト」の追加TVCM放映。
- デザート製品 : 収益性を考慮しつつ、「フルーツセラピー」の拡販。

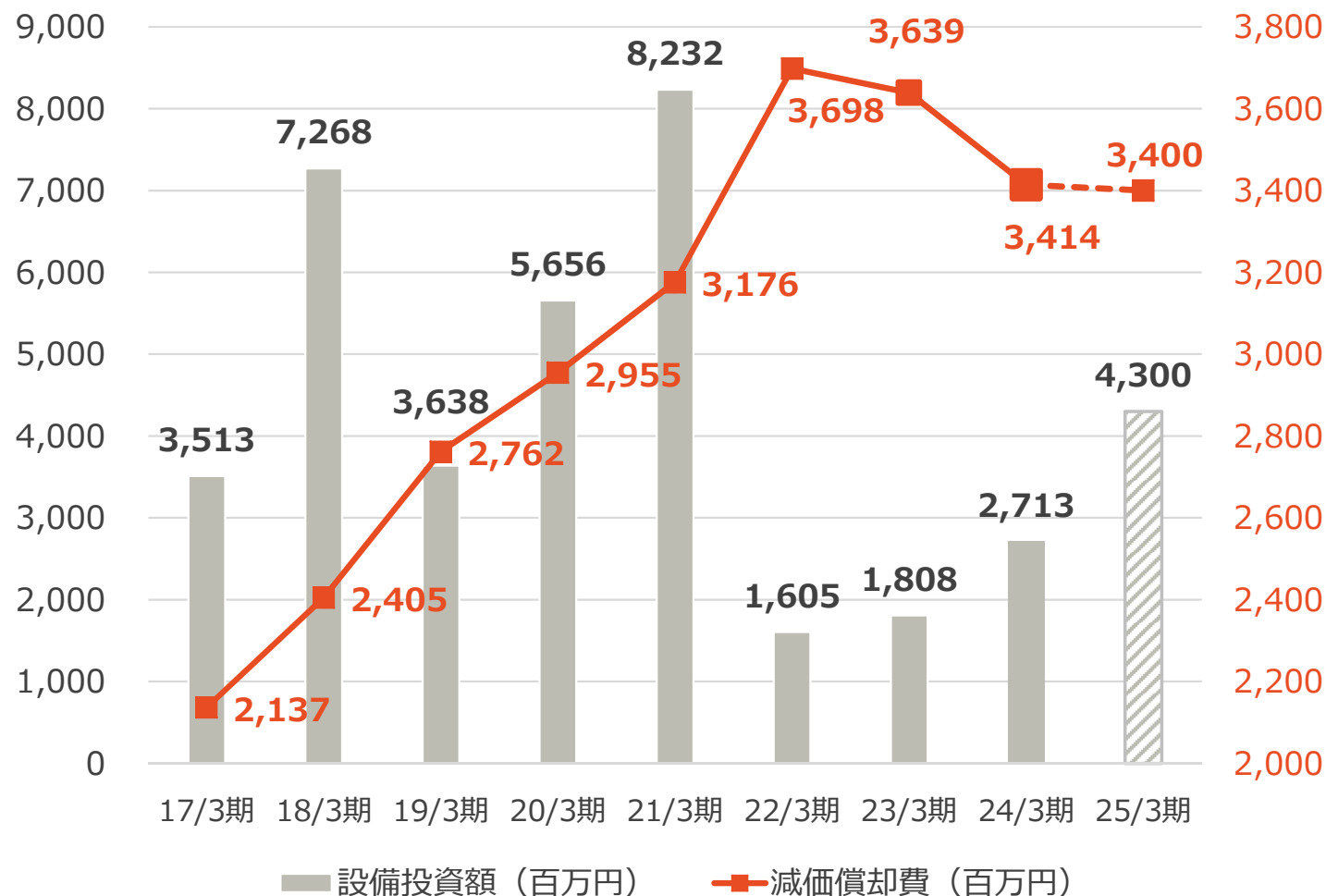
# ※ご参考：連結製品分類別売上高（期初予想との比較）

(単位：百万円)	2025/3 期初予想	構成比 %	2025/3 予想	構成比 %	差	増減率 %
惣菜製品	20,392	34.8	20,113	34.4	△279	98.6
昆布製品	15,961	27.2	16,291	27.8	330	102.1
豆製品	10,434	17.8	10,453	17.9	19	100.2
ヨーグルト製品	6,932	11.8	6,844	11.7	△88	98.7
デザート製品	2,817	4.8	2,829	4.8	12	100.4
その他製品	1,964	3.3	1,970	3.4	6	100.3
合計	58,500	100.0	58,500	100.0	0	100.0

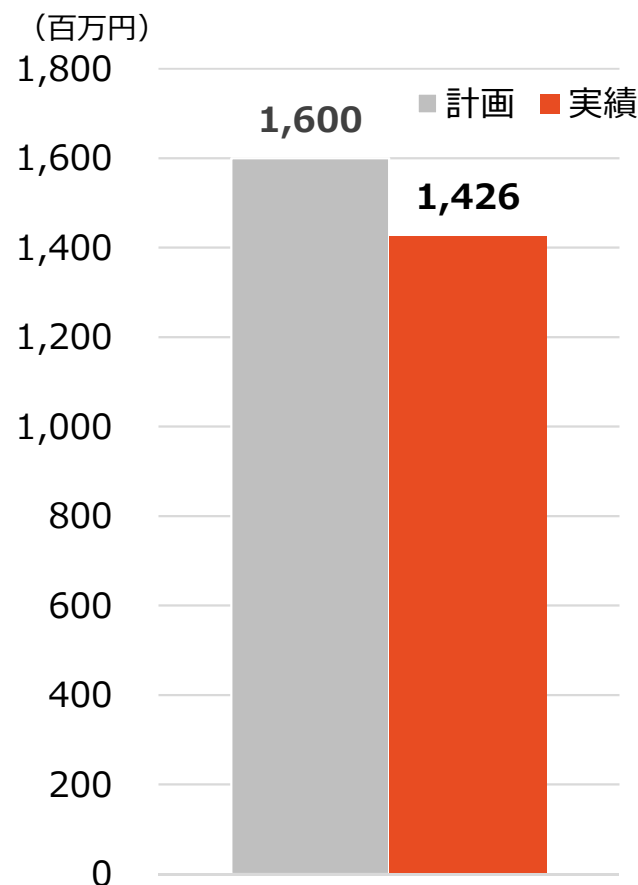
# 連結設備投資額と減価償却費の推移

設備投資は、概ね計画通りに進捗。通期は43億円を見込む。  
 上期の主な設備投資は、おばんざい小鉢ラインの増設。  
 通期の減価償却費は、前期と同水準で推移を見込む。

## ■ 設備投資額と償却費推移



## ■ 設備投資状況 (上期)



この資料には、当社の現在の業績見通しなどが含まれております。それら将来の予想数値などは、現在入手可能な情報をもとに、当社が予測したものであります。実際の業績などは、今後の様々な条件・要素によりこの予想などとは異なる場合があります、この資料はその実現を確約したり、保証するものではありません。

～ お問い合わせ先 ～

経営企画本部長 尾西 輝昭

経営企画部課長 文野 龍

T E L 078-303-5921