

2030ビジョン実現に向けた価値創造プロセス

2030ビジョンの実現に向けて、「3つの提供価値(心・体・環境の健康)」を創造し、世界の人々のウェルネスに貢献することで持続的成長を実現します。

パーパス

森永製菓グループは、
世代を超えて愛されるすこやかな食を創造し続け、
世界の人々の笑顔を未来につなぎます

外部環境

- 食を通じた健康志向の高まり
- コロナ禍による経済社会やライフスタイルの変化
- 少子高齢化と日本市場の縮小(労働力不足)
- デジタル技術の進化による消費行動・ビジネスモデル変化
- 世界人口増加、気候変動等(原材料調達不安定化)
- 社会課題解決要請の高まり(SDGs、ESG投資)

重要課題

- 世界の人々のすこやかな生活への貢献
- 多様な人材の活躍
- 持続可能なバリューチェーンの実現
- 地球環境の保全
- 経営基盤の強化

経営の進化

現在のビジネスモデルを基盤に長期視点経営を推進

1. パーパス経営の推進
2. 2030 経営計画の推進

2030ビジョン ウェルネスカンパニーへ生まれ変わります。

顧客価値

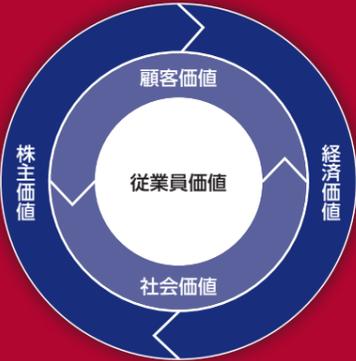
- ウェルネスカンパニーに向けた新たな取り組みにより、日本人口の7割以上に健康価値を提供^{※2}

従業員価値

- 働きがいを感じ、心身ともに健康的に働いている従業員の割合80%^{※3}

株主価値

- 資本コストを意識した経営
- 継続的かつ安定的な株主還元の実現



社会価値

- 持続可能な原材料の調達比率 100%^{※4}(カカオ豆、パーム油、紙)
- CO₂排出量 30%削減^{※5}
- 「inゼリー」のプラスチック使用量 25%削減^{※6}
- フードロス 70%削減^{※7}

経済価値^{※1}

- 売上高 3,000億円
- 売上高営業利益率 12%以上
- 海外売上高比率 15%以上
- 重点領域売上高比率 60%

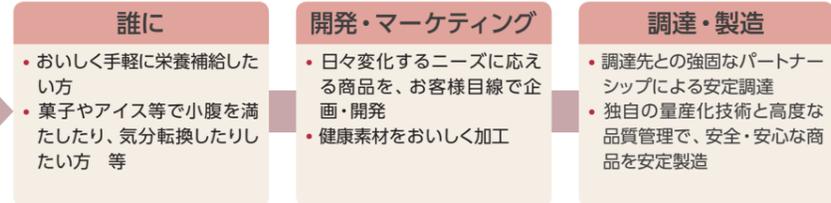
移行戦略

経営資本(2021年度)

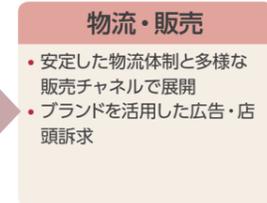
- 【財務資本】**
 - 純資産1,311億円
 - 自己資本比率60.7%
 - 長期発行体格付(JCR)A/安定的
- 【製造資本】**
 - 生産拠点:国内8工場、海外3工場
 - 1研究所
- 【知的資本】**
 - 保有特許:国内176件 海外105件
 - 保有商標:国内535件 海外596件^{※8}
 - 研究開発費:26億円
- 【人的資本】**
 - 従業員ロイヤルティ:80%^{※9}
 - 健康経営:健康優良法人
- 【社会関係資本】**
 - 120年を超える歴史の中で培った様々なステークホルダーとの信頼関係
 - 多くのロングセラーブランドを保有
- 【自然資本】**
 - 持続可能性に配慮し、品質管理された多様な原材料

ビジネスモデル

お客様のニーズに合った商品をいち早く開発・量産し、幅広い



チャンネルでお届け



アウトプット



創出価値(2021年度)

- 【お客様への価値提供】**
 - おいしさ
 - たのしさ
 - すこやかさ
 - 栄養補給
 - 利便性(手軽さ・時短)
- 【株主への価値提供】**
 - 配当額44億円、自己株式取得14億円、総還元で合計59億円
- 【自社価値】**
 - 売上高過去最高を更新^{※10}
 - 重点領域の売上高が伸長
 - 外部からのESG評価向上

森永製菓グループの強み



※1 2022年3月期の期首より「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31日)等を適用しています。 ※2 対象:当社が定義する<心の健康を深掘り><体の健康を加速><心の健康から体の健康へ進化>した商品。人口割合はインテージ社SCI年間購入率(対象:全国15才~79才消費者)より算出。今後、グローバルでのありたい姿の設定を検討 ※3 従業員意識調査の肯定回答率 ※4 グループ連結。紙は製品の包材が対象 ※5 Scope1+2(国内グループ連結、2018年度比)

※6 対象:包装材料におけるプラスチック使用量(原単位、2019年度比、バイオマスプラスチックへの置換を含む) ※7 対象:原料受け入れから納品(流通)までに発生するフードロス(国内グループ連結、原単位、2019年度比)。発生した食品廃棄物のうち、飼料化・肥料化等、食資源循環に戻すものを除き、焼却・埋め立て等により処理・処分されたものを「フードロス」と定義 ※8 2021年度末時点権利数 ※9 従業員意識調査「この会社の一員であることに誇りをもっている」肯定回答率 ※10 収益認識基準を遡及適用