

ブルボン

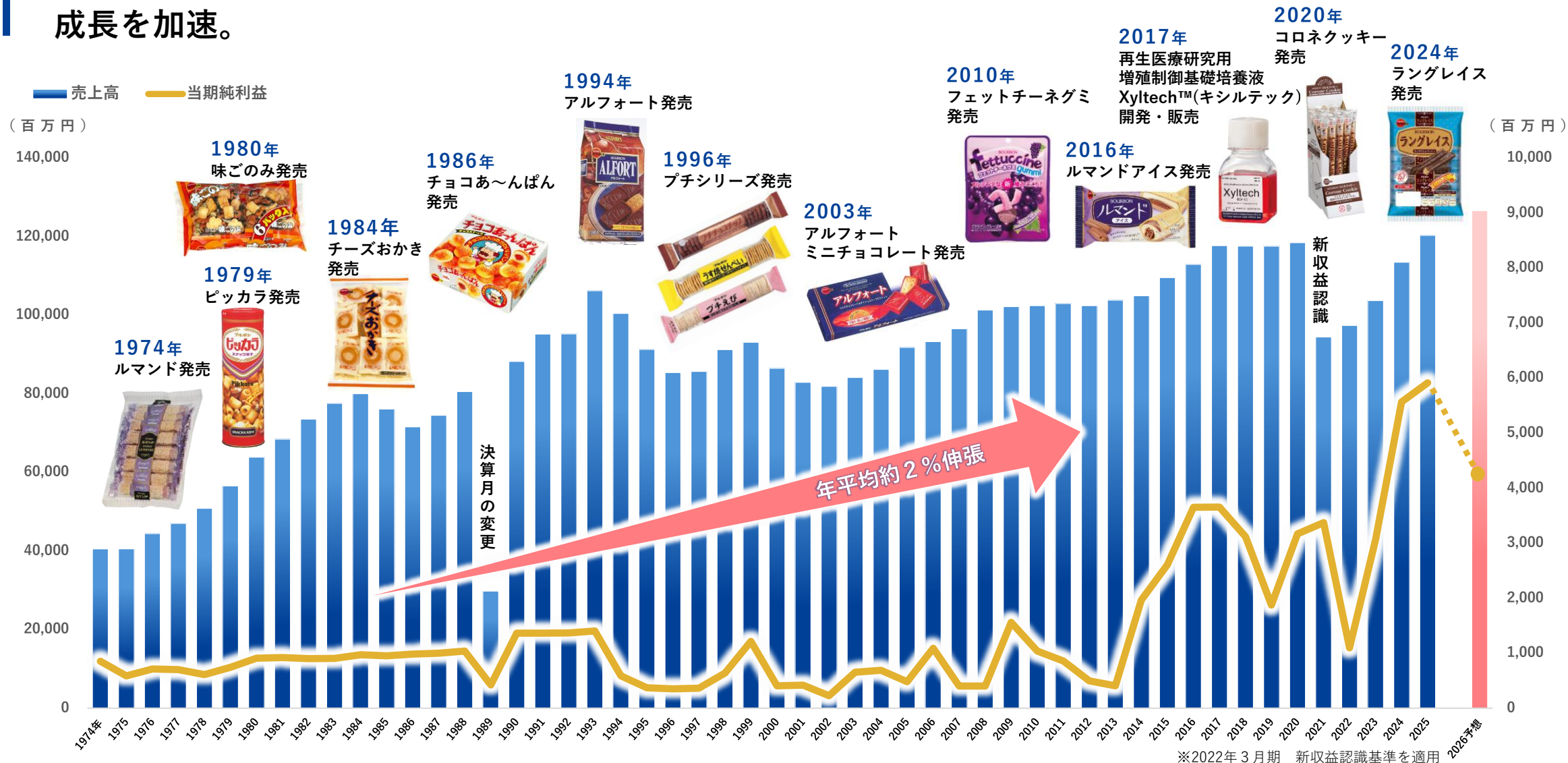
2026年3月期 決算説明資料

株式会社ブルボン

証券コード：2208

2026年4月28日

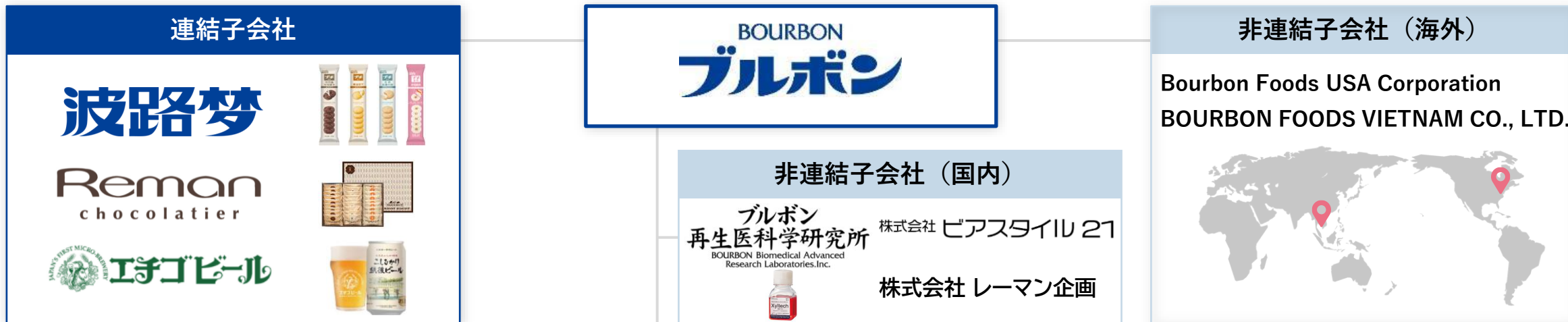
- ・「アルフォート」、「ルマンド」などのロングセラー商品が収益の中核を形成。
- ・近年は成長市場の“グミ”カテゴリーにおける市場シェアの確保や“冷菓”など新市場への展開により成長を加速。



- ・ビスケットを中心としたチョコレート、キャンデー、米菓、スナック等の菓子のほか、飲料、食品、冷菓等の幅広いカテゴリーの商品を展開。
- ・商品ラインナップの多角化により顧客提供価値を最大化するとともに、部門間における技術・ノウハウの共有と相乗効果により収益力の向上と持続的な成長を見込む。



- ・「アルフォート」、「ルマンド」などのヒットブランドの価値強化活動と生産拡大のための投資を実施。
- ・新市場の開拓、拡大の起点としてベトナム販売子会社を2025年6月設立。



商品部門の代表ブランド

ビスケット部門	チョコレート部門	キャンデー部門	菓子その他部門	飲食品冷菓その他部門
<p>アルフォート ルマンド</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ビスケットクラッカー市場売上No. 1 ・ブルボンの主軸となる部門 <p><small>※インテージSRI+ ビスケットクラッカー市場 2024年4月～2025年3月 累計販売金額</small></p>	<p>Bit TRUFFE</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自社独自の製造技術により、複数のブランドを展開 ・更なるシェア拡大を目指す 	<p>フェッチネグミ シャリモにグミ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ソフト系グミを主軸に展開 ・成長市場での安定的な成長 	<p>チーズおかき 65周年 羽衣あられ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長寿ブランドで安定的な成長 ・他部門とのシナジー効果で新価値を提供 	<p>ブルボン がんたんフッキング 雪室</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新市場の創造と独自技術によるブランド展開 ・市場の先駆者的存在へ

①2026年3月期 決算概況

②2027年3月期 業績予想

③中期経営計画

① 2026年3月期 決算概況

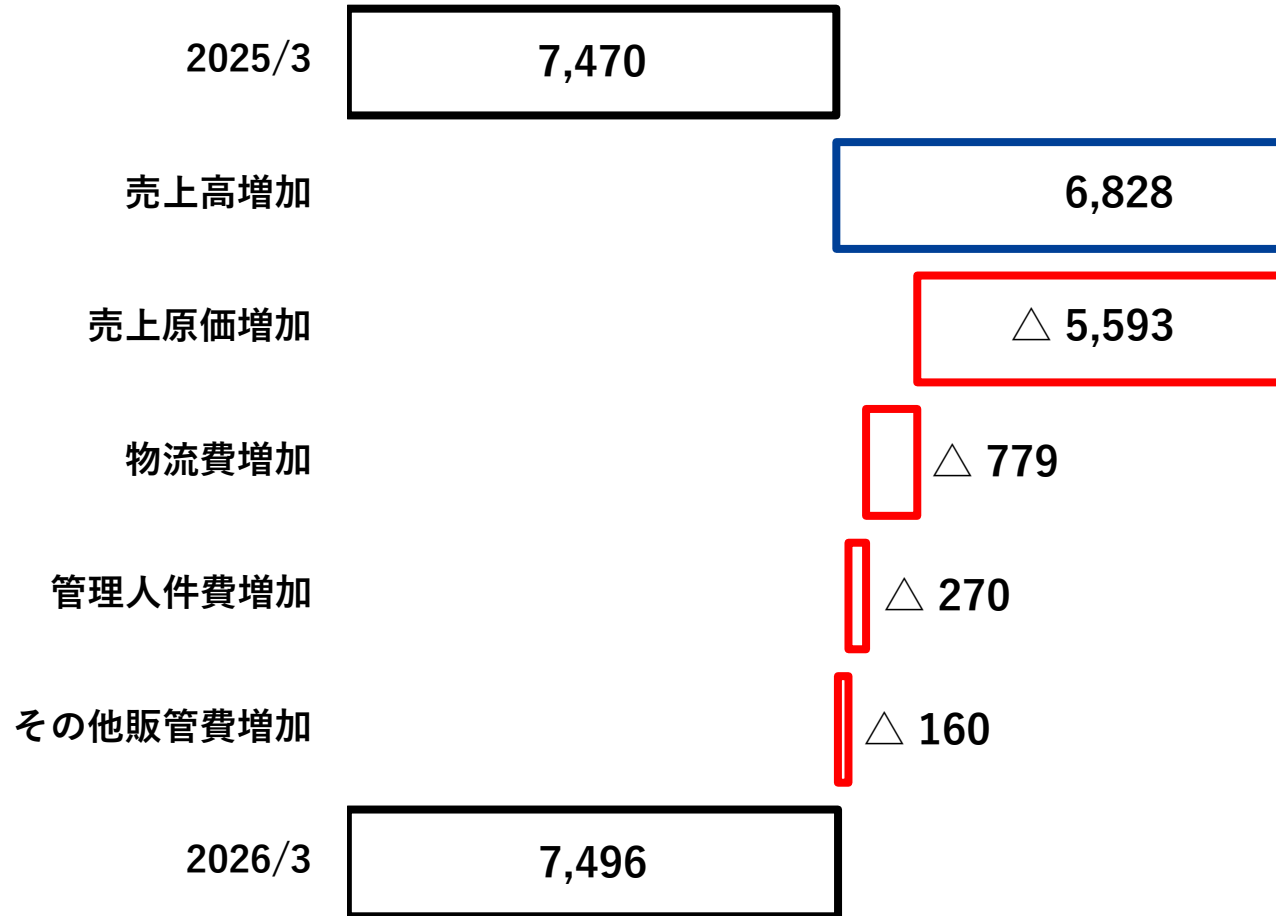
- ・売上高は、主力のビスケット部門が好調に推移したことで増収。
- ・営業利益は、原材料価格高騰による製造原価上昇があったものの、増収により前年並みを確保。
- ・経常利益および親会社株主に帰属する当期純利益は、為替差益の計上等により増益。

(単位：百万円)

	2025/3 実績	2026/3 修正計画	2026/3 実績	前年比		修正計画比	
				増減額	増減率	増減額	増減率
売上高	113,475	119,700	120,303	6,828	6.0%	603	0.5%
営業利益	7,470	7,300	7,496	25	0.3%	196	2.7%
経常利益	7,585	7,700	8,004	418	5.5%	304	3.9%
親会社株主に帰属 する当期純利益	5,566	5,700	5,913	346	6.2%	213	3.7%
1株当たり 当期純利益(円)	231.17	235.79	244.61	—	—	—	—
ROE	9.4%	8.9%	9.2%	—	—	—	—

・原材料高騰による売上原価の増加と、売上高の伸びに伴う物流費の増加などが下押し要因となったものの、販売数量増加と価格改定効果による売上高の増加により増益。

(単位：百万円)



売上高増加

- ビスケット部門の販売数量の増加
- 価格改定による販売単価上昇

売上原価増加

- 売上高の伸びに連動した生産高増加に伴う製造原価の増加
- カカオ豆の高騰などによる原材料費増加

物流費増加

- 輸送効率改善も売上高の伸びに伴って輸送量が増加

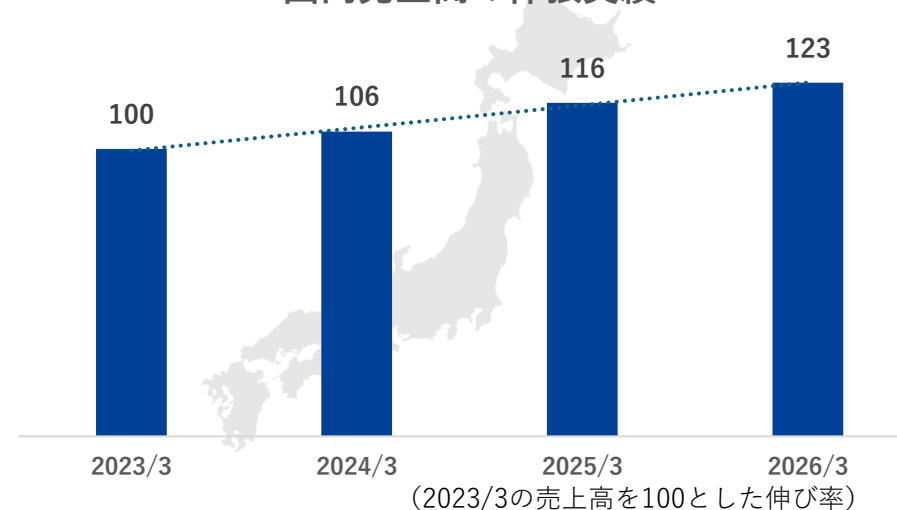
管理人件費、その他販管費増加

- 人材確保、賃上げによる人件費の増加とソフトウェア関連費用などの増加

国内事業

- 1 主力カテゴリー（ビスケット等）における収益性向上と、成長カテゴリー（グミ等）における新商品開発・生産強化による売上拡大
 - 2 原材料価格高騰への対応として価格改定、規格変更を実施
- ☑ 「ルマンド」等の“オリジナルビスケット”シリーズや「チョコダイジェスティブビスケット」等の“スタンダードビスケット”シリーズなどのロングセラー商品などが好調

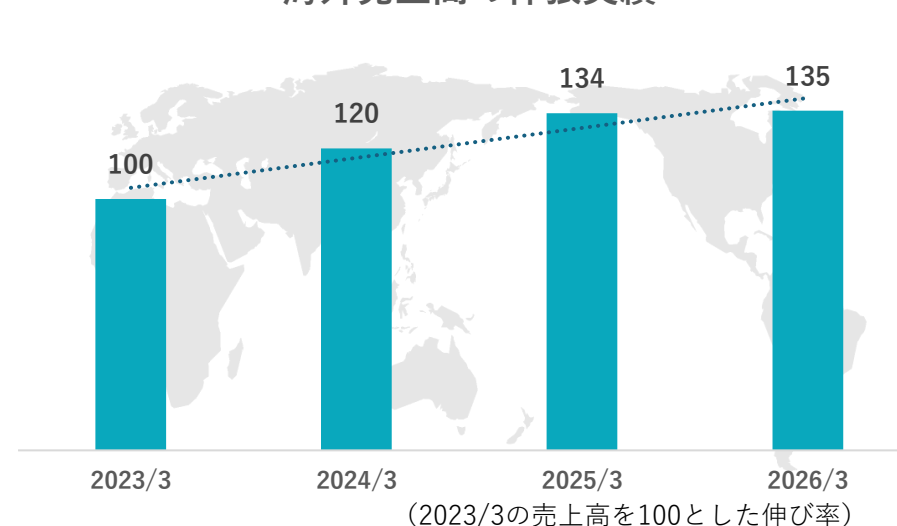
国内売上高の伸張実績



海外事業

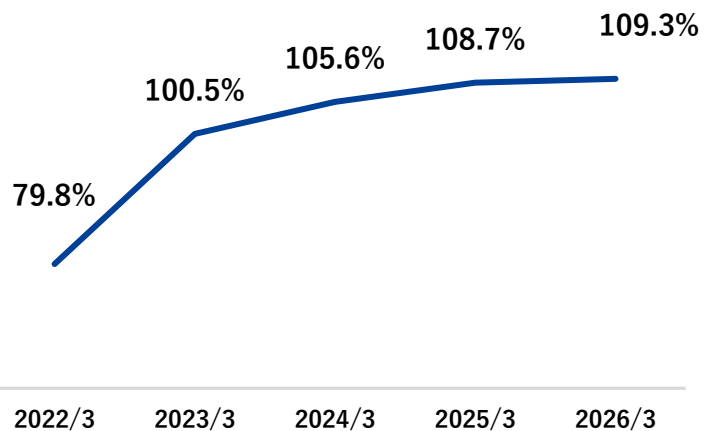
- 1 グローバル経営基盤の強化
 - 2 中国事業の再成長
- ☑ ベトナム法人（BOURBON FOODS VIETNAM CO., LTD.）を設立し新たな市場開拓を開始
 - ☑ 中国事業は流通チャンネルに合わせた商品開発、販路の再開拓により販売を強化

海外売上高の伸張実績



売上高伸張率推移

ビスケット部門



※2022/3 新収益認識基準を適用

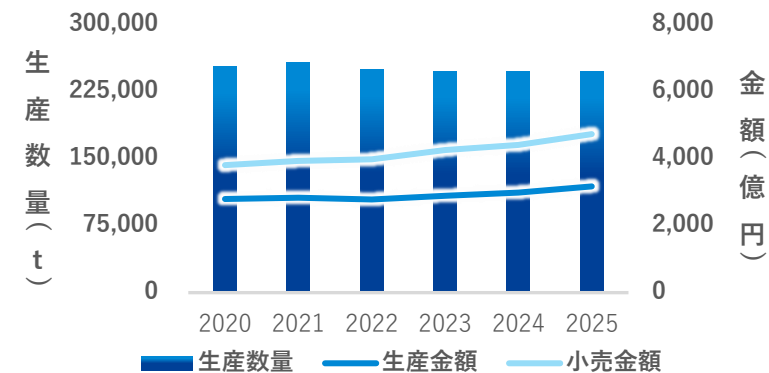
部門ハイライト



- 3年ぶりに再発売した「ルーベラ」、前年に新発売の「ラングレイス」、ロングセラー商品の「ルマンド」などの“オリジナルビスケット”シリーズ、「チョコダイジェスティブビスケット」などの“スタンダードビスケット”シリーズが部門を牽引。

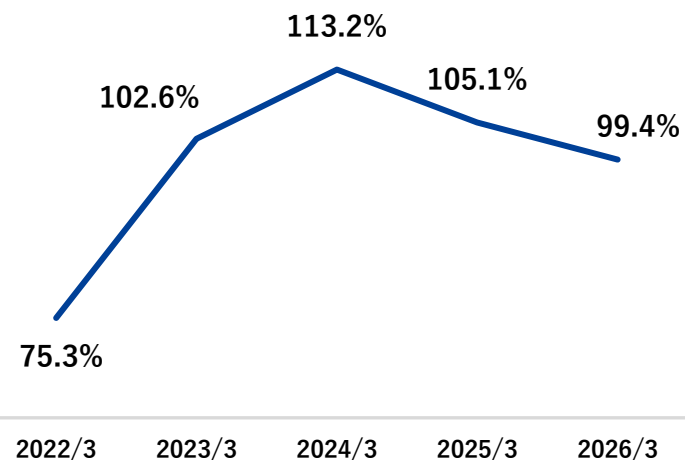
市場推移

ビスケット市場推移



※参考：全日本菓子協会

チョコレート部門

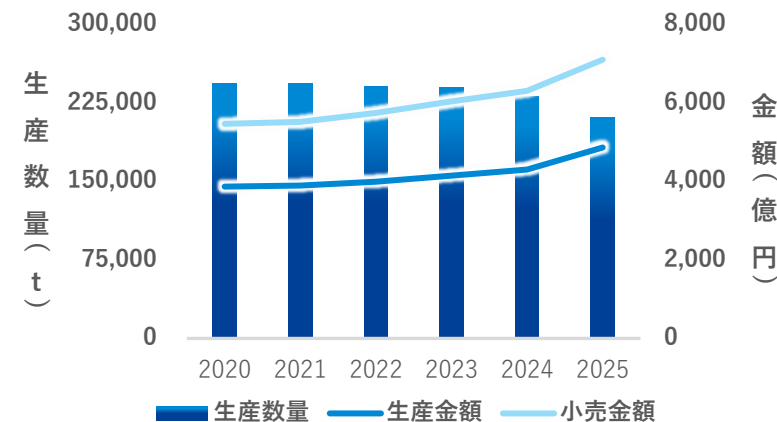


※2022/3 新収益認識基準を適用



- 買い控えなどによる販売数量の減少が価格改定効果を相殺。
- 「アルフォートミニチョコレート」などが堅調に推移するも、部門全体への寄与は限定的となり、チョコレート部門全体の売上高はほぼ前年並み。

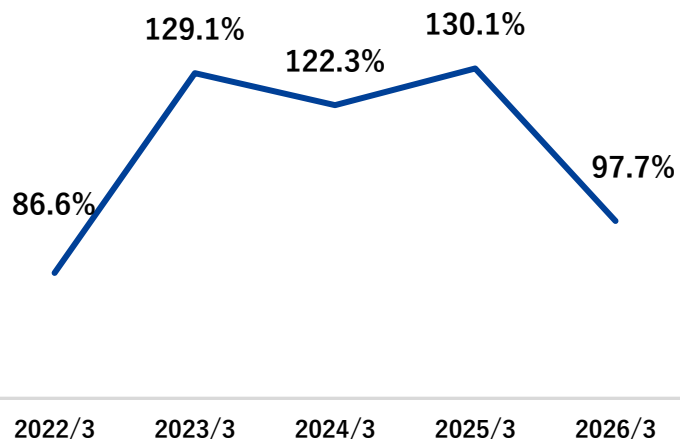
チョコレート市場推移



※参考：全日本菓子協会

売上高伸張率推移

キャンデー部門



※2022/3 新収益認識基準を適用

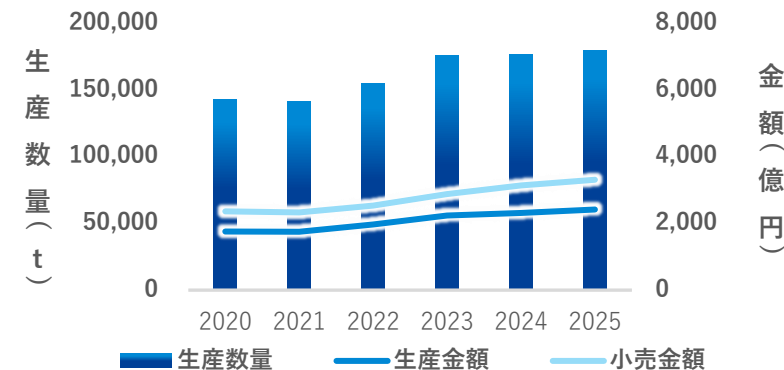
部門ハイライト



☑ グミは相対的な価格競争力を強みに販売数量は堅調に推移したものの、新規参入や既存メーカーの増産投資などにより競争環境が激化し苦戦。

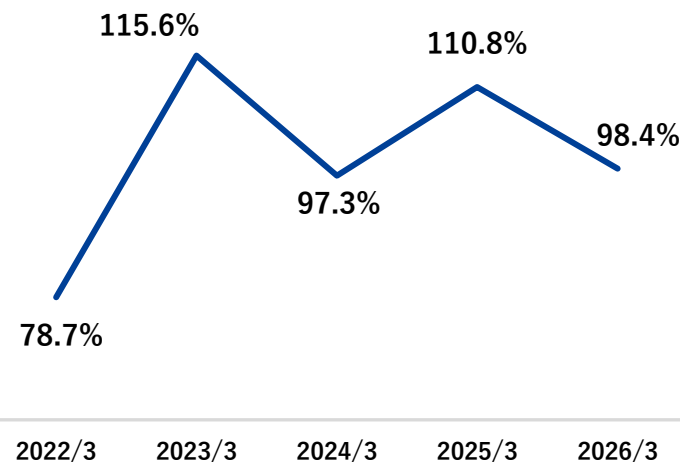
市場推移

キャンデー市場推移



※参考：全日本菓子協会

菓子その他部門



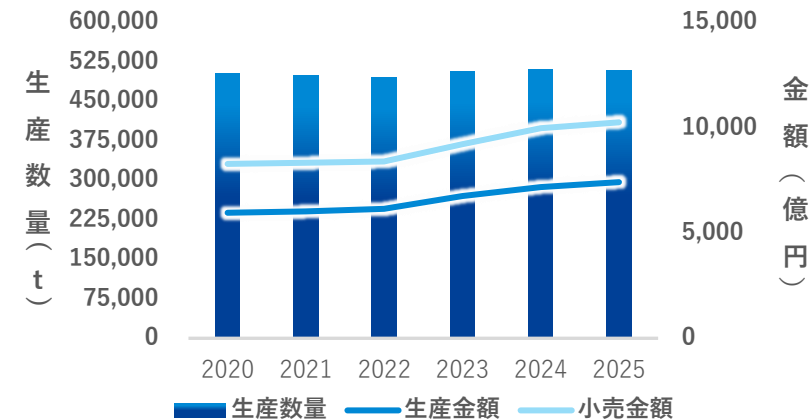
※2022/3 新収益認識基準を適用



☑ スナック、豆菓子は販売数量の増加に加え一部商品の価格改定効果もあり売上高は堅調に推移。

☑ カップゼリーは市場低迷の中、競争環境が激化し苦戦。

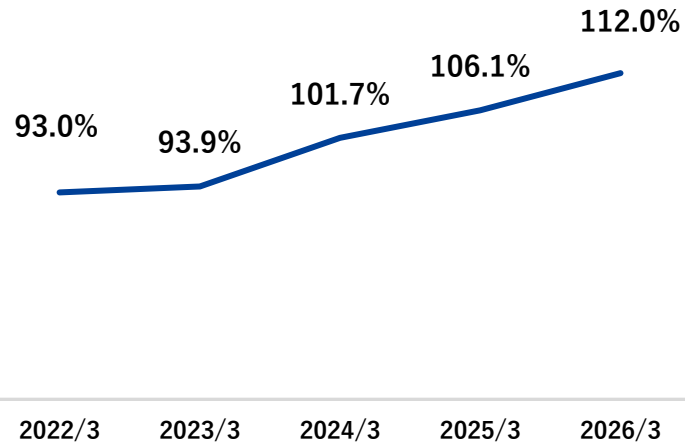
米菓・スナック市場推移



※参考：全日本菓子協会

飲食品冷菓その他部門

売上高伸張率推移



※2022/3 新収益認識基準を適用

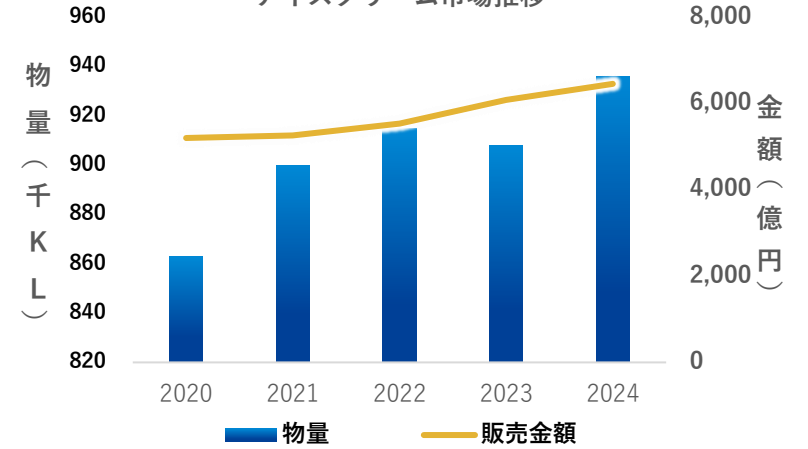
部門ハイライト



- ☑ ミネラルウォーター、ソフトドリンク、粉末ココアなどの新商品発売と既存品の配荷が広がったことで堅調に推移。
- ☑ 地域連携商品などの発売により冷菓の売上が増加。

市場推移

アイスクリーム市場推移



※参考：日本アイスクリーム協会

コンセプトショップ、期間限定ショップの展開

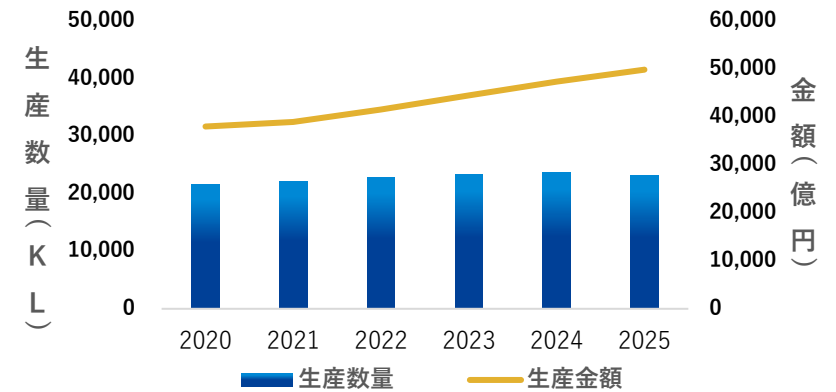


Un BOURBON (アン・ブルボン)



大人のアルフォートSHOP

飲料市場推移

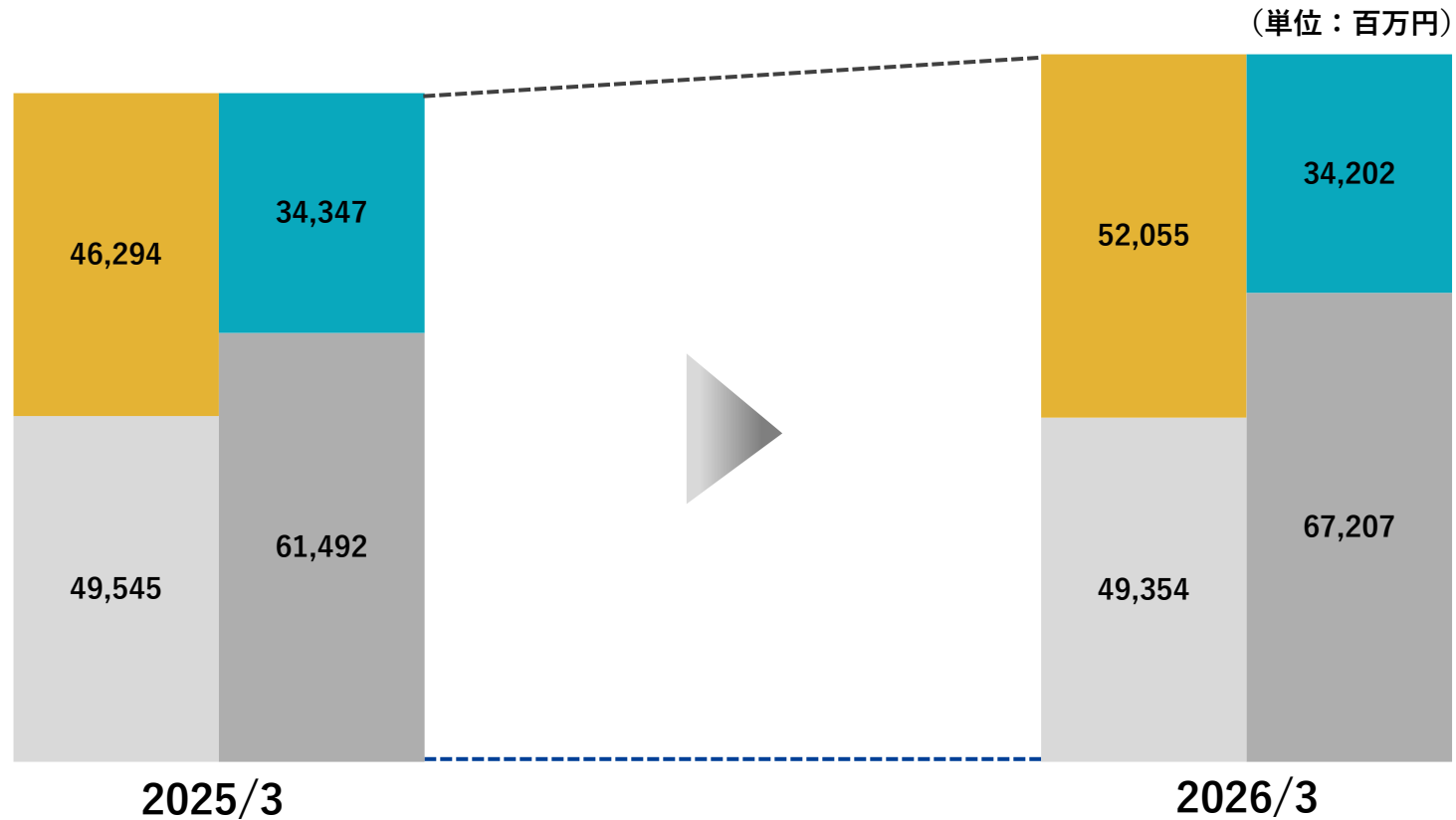


※参考：全国清涼飲料連合会

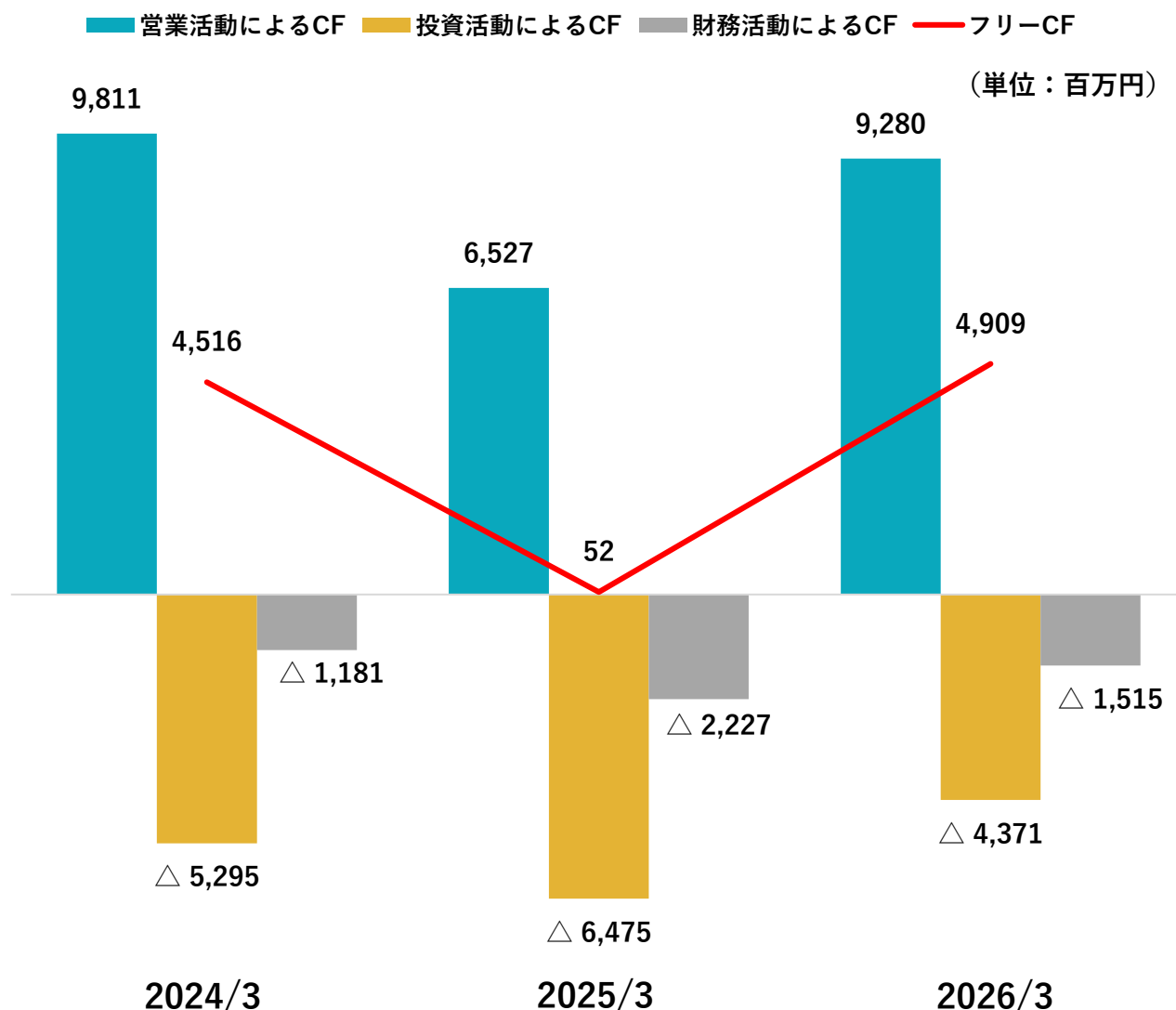
①2026年3月期決算概況 連結貸借対照表

流動資産：現金及び預金が、当期純利益の計上などにより増加。
棚卸資産が、カカオ豆の価格上昇と先行確保目的の在庫積増しなどにより増加。
純資産：親会社株主に帰属する当期純利益の計上などにより増加。

■ 流動資産 ■ 固定資産 ■ 負債 ■ 純資産



①2026年3月期決算概況 キャッシュ・フロー計算書



2026年3月期の主な増減要因

☑ 営業活動によるキャッシュ・フロー

- ・ 税金等調整前当期純利益 + 7,971百万円
- ・ 減価償却費 + 5,491百万円
- ・ 棚卸資産の増加額 △ 1,698百万円
- ・ 法人税等の支払額 △ 2,145百万円

☑ 投資活動によるキャッシュ・フロー

- ・ 有形固定資産の取得による支出 △ 4,114百万円

☑ 財務活動によるキャッシュ・フロー

- ・ 配当金の支払額 △ 930百万円
- ・ 長期借入金の返済による支出 △ 310百万円

②2027年3月期 業績予想

②2027年3月期業績予想 連結損益計算書

- ・主力カテゴリーの出荷拡大、一部商品の価格改定により通期売上高は前期比5.2%の伸びを見込む。
- ・原料価格の高値推移などにより原料費は高止まりが継続。中東情勢の不透明さから、原油価格の上昇に伴う包装材料費高騰の長期化を想定。
- ・通期見通しは商品価格改定、設備投資などによる収益性改善の効果を見込むものの、売上原価の上昇分を吸収しきれず増収減益予想。

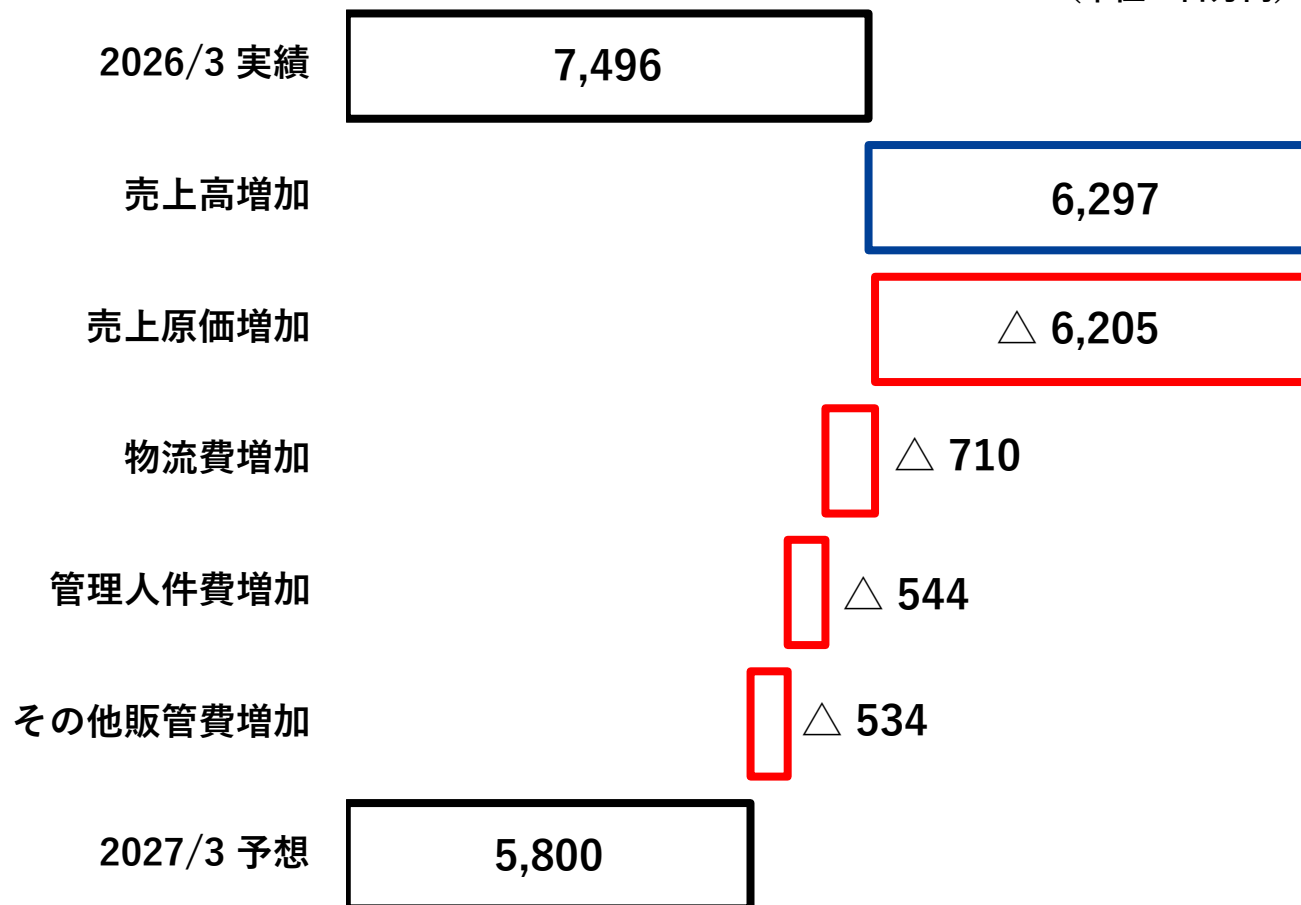
(単位：百万円)

	2026/3 通期実績	2027/3 通期予想	通期前年比		2026/3 中間実績	2027/3 中間予想	中間前年比	
			増減額	増減率			増減額	増減率
売上高	120,303	126,600	6,296	5.2%	52,929	56,600	3,670	6.9%
営業利益	7,496	5,800	△1,696	△22.6%	1,485	1,300	△185	△12.5%
経常利益	8,004	6,000	△2,004	△25.0%	1,569	1,400	△169	△10.8%
親会社株主に帰属 する当期純利益	5,913	4,100	△1,813	△30.7%	1,128	900	△228	△20.2%
1株当たり 当期純利益(円)	244.61	169.62	—	—	46.68	37.23	—	—

②2027年3月期業績予想 営業利益増減分析

- ・ 製造原価、物流費などの上昇を、出荷拡大や設備投資による収益性改善に加え、価格改定と規格変更により吸収。
- ・ 成長に向けた事業基盤構築のため人的投資、D X投資は継続。

(単位：百万円)



売上高増加

- ☑ 出荷拡大と一部商品の価格改定による増加

売上原価増加

- ☑ 原料価格の高止まり継続、包装資材の価格上昇
- ☑ 原油価格の上昇、ナフサ不足の影響により包装材料以外の調達にも影響

物流費増加

- ☑ 売上高の増加、原油価格の上昇などにより増加

管理人件費増加

- ☑ 人材確保、賃上げなどによる増加

その他販管費増加

- ☑ ソフトウェア関連費用などの増加

ビスケット部門

- ・堅調なビスケット市場を背景に、好調なロングセラー商品の更なる活性化と育成。
- ・主力の「アルフォート」、「ブランチュール」の強化・売上拡大。
- ・ビスケット本来のおいしさと新たな魅力を創出する新商品提案。

チョコレート部門

- ・主力の「アルフォートミニチョコレート」、「プレッツェルショコラ」、「サクつぶビット」など焼菓子との組み合わせを活かした商品の活性化による市場定着。
- ・売上伸張が続く“小箱チョコレート”の新たな価値の提案と新商品投入によるシェア拡大。

キャンデー部門

- ・グミ市場の成長を取込み、「フェットチーネグミ」、「しゃりもにグミ」の拡大強化と活性化のためのブランド価値向上の取組。
- ・“熱中症予防声かけプロジェクト”への賛同を継続し夏場における「ミネラル塩飴」展開。

菓子その他部門

- ・米菓部門
米菓とスナックの垣根を超えた新食感「コメノチップス」の育成・拡大。
- ・スナック部門
食感・形状が特徴的な成形ポテトチップスの拡大、ポテト以外の素材利用の新商品提案。
- ・デザート部門
「デザートマルシェ」、「食後の0kcal」の市場定着、食感・外観にこだわった果肉入り3層ゼリーのシリーズ投入による拡大。

飲食品冷菓その他部門

- ・飲食品
品質と価格面で高評価、配荷拡大の実績がある“ココア飲料”を中心に新商品投入。
- ・冷菓
菓子素材と組み合わせた新奇性の高い商品の開発。

海外・輸出事業

- ・輸出事業
専用商品開発による海外における自社ブランドの認知拡大。
- ・中国事業
市場変化に対応した商品開発と開拓。
主力2ブランドの「プチ」、「ミニバームロール」の活性化。

財務健全性を維持しつつ、継続的な投資を行い、持続的な成長基盤を構築。

(単位：百万円)

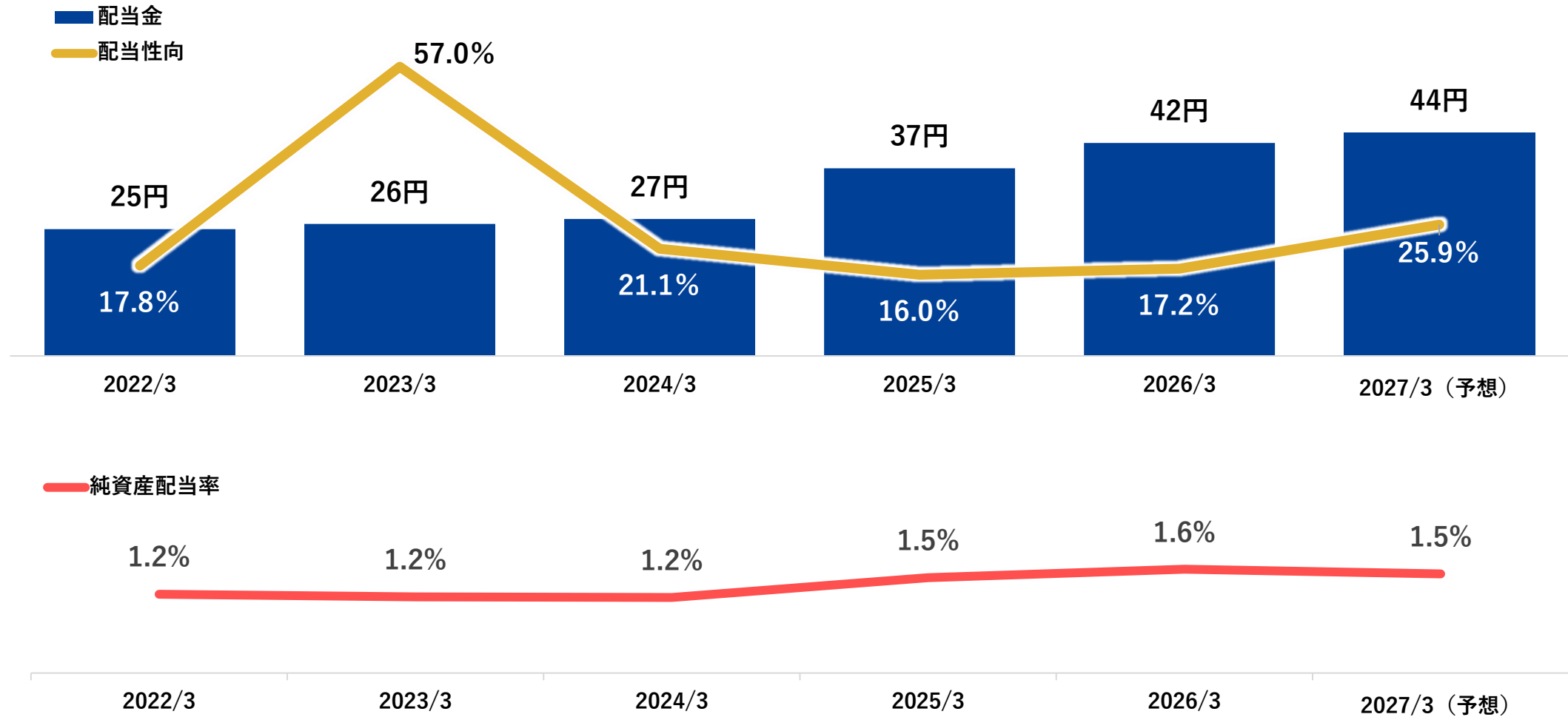
	2022/3 実績	2023/3 実績	2024/3 実績	2025/3 実績	2026/3 実績
設備投資額	5,552	6,654	6,189	6,268	4,761
減価償却費	4,404	4,545	4,829	5,286	5,491
研究開発費	1,207	1,117	1,170	1,248	1,473
EBITDA※1	8,636	6,273	8,754	12,871	13,101
ROE	6.5%	2.1%	5.6%	9.4%	9.2%
ROIC※2	5.4%	1.9%	4.4%	8.1%	7.5%
自己資本比率	63.4%	61.1%	59.9%	64.2%	66.3%

※1. EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額

※2. ROIC = 営業利益 × (1 - 実効税率) ÷ 投下資本 [有利子負債 + 株主資本]

②株主還元方針

「永続的に安定した経営基盤の確保に努め、安定配当を継続すること」を基本方針とし、将来的に連結配当性向30%を目安とした安定配当を目指す。



③ 中期経営計画

強み

製品開発力 多様なカテゴリーの成型・加工技術を融合させた独自の製品企画
 機械化力 独自製品の量産を可能にする生産ライン開発体制
 強固な生産体制 正社員を中心とした高い技術習熟度と安定した品質を維持する組織力

事業環境
と課題

国内の人口動態・構造変化 少子高齢化、人口減少に伴う国内市場の成長鈍化と労働力不足
 消費ニーズ多様化 消費者嗜好や流通の差別化要望に応える開発、生産体制の必要性
 デジタル化の進行 デジタル技術の社会実装への対応、セキュリティリスクへの対応
 世界の人口動態・構造変化 海外需要の取込みのための販売、生産体制の整備、最適化
 地政学・環境・災害リスク グローバルサプライチェーンの強化、重要な生産拠点の再構築

変えないこと

食を通じて心と体の健康に貢献すること
 地域・社会に貢献すること
 多様なカテゴリーの商品を高品質で提供すること

変えること

価格訴求型から価値訴求型へ売り方を転換すること
 大ロット中心から大ロット+小～中ロットの両立へ転換すること
 自動化・省人化投資を加速させること
 国内売上中心から海外売上比率を引き上げること

経営理念

「利害相反する人を含めて、集団の生存性を高める」

～ブルボングループは永續を目指し、自社だけでなくステークホルダー（七媒体）の皆さまとともに響き合って生存性を高めることを経営の基本としています～

使命・存在意義

食を通じて未来に命と笑顔をつなぎます

目指す姿

食を中心とした「心と身体健康増進への貢献」によって社会に役立つ企業「健康増進総合支援企業」を目指します

中期経営計画のテーマ
強さの再構築

事業成長と収益力向上
生産体制の再構築
人材育成と健康経営

③中期経営計画 重点取組事項の概要

- ・ 3つの重点取組事項と併せてGX・DXの取組を通じ、業績向上と強さの再構築に向けた転換を図る。
- ・ 取組の詳細は「ブルボングループ中期3か年経営計画（2026）」に記載。

事業成長と収益力向上

- ✓ 主力事業の収益力強化
- ✓ 成長事業の規模拡大
- ✓ 将来事業の早期育成

生産体制の再構築

- ✓ 生産体制の再構築
(次世代生産体制含む)
- ✓ 持続可能なSCM構築
- ✓ 再エネ導入促進

人財育成と健康経営

- ✓ 経営人財・社員育成
- ✓ DEI推進
- ✓ 健康を重視した経営
- ✓ コーポレートガバナンス強化

コア・コンピタンス

(製品開発力・生産体制・機械化力)

サステナビリティ戦略

サプライチェーン全体の持続可能化推進
カカオ原産国関与による責任ある調達と
安定確保を図り、CO₂削減にも取り組む

デジタル戦略

多カテゴリーの製品開発・生産・供給・販売を
高い生産性で実現するためのデジタル基盤の構築

- ☑ 当資料には実績、計画、予測に関する記述が含まれますが、
計画および予測には不確実な要素を含んでおります。
 - ☑ 実際の業績は、さまざまな要因によりこれら計画、予測とは異なる結果となる場合があり、
保証されるものではありません。
 - ☑ 記載内容については細心の注意を払っておりますが、掲載された情報の誤りによって
生じた損害等に関しては、当社は一切責任を負いません。
 - ☑ 本計画は前提となる経営環境の変化や新たな情報に基づいて変更されることがあります。
 - ☑ 当資料は投資勧誘を目的としたものではありません。
投資に関する決定は利用者ご自身のご判断において行われるようお願いいたします。
-

本件のお問い合わせ先

株式会社ブルボン 総務推進部

E-mail : kouhou@bourbon.co.jp