



森永乳業株式会社

2023年3月期 第3四半期 決算説明会

2023年2月10日

1. 2023年3月期第3四半期決算概要
2. 2023年3月期業績見通し

1. 2023年3月期第3四半期決算概要

1. 2023年3月期第3四半期決算概要
2. 2023年3月期業績見通し

2023年3月期第3四半期 決算概要



サマリー：増収減益

売上高

➤ 4,052億円

前年比 +4.3%

- 価格改定実施（22年2月「マウントレニア」、4月チーズほか、6月アイス、9月飲料、10月チーズほか、11月牛乳・飲料・ヨーグルトほか、12月育児用ミルクほか）
- 高付加価値商品の拡大（機能性ヨーグルト、アイス増収）
- 一方、上期の主力食品事業中心に価格改定後の数量減、消費動向の変化の影響
- B to B 事業：感染症による環境変化に対応した業務用乳製品の拡大
- 海外事業：乳原料市況上昇に合わせMILEI（ミライ社）は大幅増収。
育児用ミルク・菌体輸出堅調、円安影響

- 原料乳、原材料・エネルギー価格上昇の影響（前年差 △143億円）、
価格改定（売上単価差：前年差+80億円）
- 上期に大きく響いた主力食品事業の減収影響もあり、
プロダクトミックス改善や、コストの見直しなどに取り組むも、
コストアップ分を全て吸収するに至らず、減益
- 上期（4-9月） 営業利益：前年差△61億円
→ 3Q（10-12月） 営業利益：前年差△10億円、営業利益の前年差は縮小

営業利益

➤ 205億円

前年差 △72億円

2023年3月期第3四半期 業績



(億円)

	22/3期 3Q	23/3期 3Q	対前年 増減額	対前年 増減率
売上高	3,884	4,052	+168	+4.3%
営業利益	276	205	△72	△25.9%
経常利益	286	215	△71	△24.7%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	213	121	△92	△43.2%
売上高 営業利益率	7.1%	5.0%		

Point

➤ 増収減益

➤ 四半期純利益

- ・ 23/3期1Q 本社ビル建て替え・減損処理による特別損失計上：12億円
- ・ 22/3期1Q 固定資産譲渡（港南ビル）による特別利益計上：41億円

2023年3月期第3四半期 事業分野別売上高、営業利益実績



(億円)

	売上高			営業利益 (営業利益率)		
	22/3期3Q	23/3期3Q	対前年増減率	22/3期3Q	23/3期3Q	対前年増減額
栄養・機能性食品事業	938	942	+0.4%	80 (8.6%)	48 (5.1%)	△32
主力食品事業	1,436	1,331	△7.3%	116 (8.1%)	61 (4.6%)	△55
B to B 事業*	623	709	+13.7%	26 (4.2%)	13 (1.9%)	△13
海外事業*	325	454	+39.5%	50 (15.4%)	67 (14.7%)	+17
その他・消去*	561	616	+9.8%	3 (0.5%)	16 (2.6%)	+13
合計	3,884	4,052	+4.3%	276 (7.1%)	205 (5.0%)	△72

Point

- 栄養・機能性食品事業：ヨーグルト、クリニコ堅調。下期より価格改定（ヨーグルト、市乳、栄養食品ほか）。原材料・エネルギー価格上昇
- 主力食品事業：アイス堅調。価格改定、高付加価値商品の拡大に注力も数量減等影響。原材料・エネルギー価格上昇
- B to B 事業：業務用乳製品拡大（外食等向け需要）。原材料・エネルギー価格上昇
- 海外事業：乳原料市況上昇に対応しMILEI社大幅増収。育児用ミルク、菌体堅調。MILEI社の寄与、増収効果、円安影響により増益

* B to B 事業、海外事業、その他・消去の22/3期営業利益は、中期経営計画2022-24における事業分野別の見直しに伴い調整

2023年3月期第3四半期 サブセグメント売上高（単体）



（億円）

	22/3期3Q	23/3期3Q	対前年増減率
栄養・機能性食品事業			
ヨーグルト	403	403	±0%
市乳（宅配など）*1	147	144	△2%
栄養食品	99	97	△2%
クリニコ	191	198	+4%
主力食品事業			
ビバレッジ*2	436	391	△10%
アイス	339	347	+2%
チーズ	201	188	△6%
牛乳*2	343	331	△3%
デザート	60	56	△7%
海外事業			
MILEI GmbH	219億円 168百万€	312億円 222百万€	+43% +32%

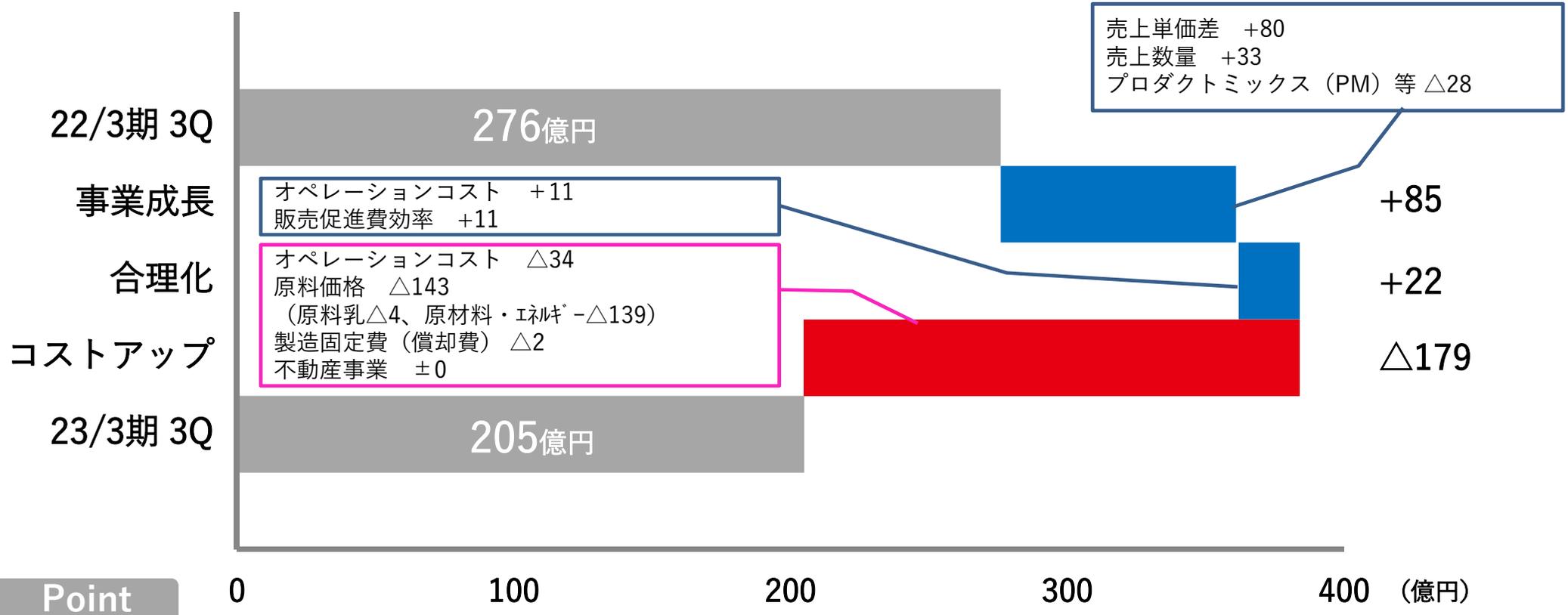
Point

- 機能性ヨーグルト：「ビヒダス 便通改善」好調もあり全体でも増収。「パルテノ」好調。価格改定（11月）
- 主に飲用向乳価上昇に伴う価格改定（11月）
- 育児用ミルク増収、価格改定（12月）
- 流動食など堅調
- 「マウントレニア」、「リプトン」減収。価格改定：「サンキスト」9月「ピクニック」11月、他
- 堅調な推移
- 上期大幅数量減。2度目の価格改定（10月）
- 主に飲用向乳価上昇に伴う価格改定（11月）
- 価格改定（11月）、SKU減
- 乳原料市況上昇に対応しホエイたんぱく製品価格転嫁、ラクトフェリン拡大

*1 市乳（宅配など）の22/3期実績は、中期経営計画2022-24における事業分野別の見直しに伴い調整

*2 23/3期より、ビバレッジ、牛乳間の対象商品を移管。22/3期実績、対前年増減率を移管後のものに調整

2023年3月期第3四半期 営業利益増減要因



- 売上数量：価格改定後の数量減・消費動向変化も、B to B 事業、海外事業、国内子会社などの寄与
- プロダクトミックス等：機能性ヨーグルト、アイス増収、海外事業拡大も、ビバレッジ減収
- オペレーションコスト：合理化の一方、物流費、人件費、旅費など増加。研究開発費増強
- 原材料・エネルギー価格：うちエネルギー (Δ40億円)、輸入乳原料、輸入原料チーズ、包装材料、コーヒーなど上昇

2. 2023年3月期業績見通し

1. 2023年3月期第2四半期決算概要
2. **2023年3月期業績見通し**

2023年3月期 業績見通し

計画修正なし



(億円)

	22/3期	23/3期 通期計画	対前年 増減額	対前年 増減率	22/3期 下期	23/3期 下期計画	対前年 増減額	対前年 増減率
売上高	5,034	5,200	+166	+3.3%	2,420	2,500	+80	+3.3%
営業利益	298	220	△78	△26.2%	91	74	△17	△18.6%
経常利益	311	235	△76	△24.5%	97	78	△19	△19.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	338	160	△178	△52.6%	165	75	△90	△54.5%
売上高 営業利益率	5.9%	4.2%	<div style="background-color: #cccccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Point</div> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 営業利益計画：220億円（前年差：△78億円） <ul style="list-style-type: none"> + 海外事業：ホエイたんぱく、ラクトフェリン等MILEI社拡大。菌体堅調。円安効果 ± 原料乳、原材料・エネルギー価格上昇（△165億円）に対し価格改定（+118億円） - 販売面の利益影響（売上数量、PMなど 計：△2億円） ➤ 当期純利益計画：160億円（前年差：△178億円） <ul style="list-style-type: none"> + パキスタン・NutriCo Morinaga社の子会社化に際し、同社株式を取得する時点で当初から所有していた株式の時価評価に伴う特別利益約30億円発生見込み（4Q） - 先期の固定資産売却益（港南ビル、近畿工場跡地：計209億円）反動減 - 本社ビル建て替え・減損処理による特別損失：12億円（1Q） 					
ROE 当期純利益/自己資本	16.7%	7.5%						
一株当たり配当金	80円	90円						

2023年3月期 事業分野別売上高、営業利益計画

計画修正なし



(億円)

2023/3期 計画	下期計画		通期計画		下期計画		通期計画	
	売上高	対前年増減率	売上高	対前年増減率	営業利益 (営業利益率)	対前年増減額	営業利益 (営業利益率)	対前年増減額
栄養・機能性食品事業	621	+1.5%	1,240	+0.8%	14 (2.3%)	△19	49 (4.0%)	△42
主力食品事業	729 ^{*2}	△9.8%	1,660 ^{*2}	△8.4%	△14 (-%)	△24	42 (2.5%)	△66
B to B 事業 ^{*1}	462	+9.4%	918	+11.7%	6 (1.2%)	△5	14 (1.5%)	△12
海外事業 ^{*1}	329	+43.6%	623	+42.0%	64 (19.3%)	+33	97 (15.6%)	+34
その他・消去 ^{*1}	359	+3.1%	759	+3.9%	4 (1.1%)	△2	18 (2.4%)	+8
合計	2,500	+3.3%	5,200	+3.3%	74 (3.0%)	△17	220 (4.2%)	△78

Point

- 海外事業：下期大幅増益見通し。MILEI社は乳原料市況の上昇に対応したホエイたんぱく製品の価格転嫁を実施。ラクトフェリンの拡大、乳糖の品質改善の寄与などもあり大幅増益の見込み。菌体堅調。円安効果
- 栄養・機能性食品事業、主力食品事業：原材料・エネルギー価格上昇影響、価格改定後の数量減などにより減益見込み

*1 B to B 事業、海外事業、その他・消去の対前年増減率、増減額は、中期経営計画2022-24における事業分野別の見直しに伴い調整

*2 主力食品事業の売上高計画は、東京デリーの株式譲渡影響を含む（下期△約50億円、通期△約75億円。連結消去前売上高単純控除）

2023年3月期 サブセグメント売上高計画（単体）

計画修正なし



(億円)

2023/3期計画	下期計画		通期計画	
	売上高	対前年増減率	売上高	対前年増減率
栄養・機能性食品事業				
ヨーグルト	261	+1%	536	+1%
市乳（宅配など）*1	91	△4%	185	△3%
栄養食品	60	△5%	123	△4%
クリニコ	127	+3%	254	+3%
主力食品事業				
ビバレッジ*2	223	△8%	494	△9%
アイス	152	+6%	410	+3%
チーズ	120	△6%	241	△7%
牛乳*2	201	△6%	426	△5%
デザート	36	△4%	74	△7%

*1 市乳（宅配など）の前期実績は、中期経営計画2022-24における事業分野別の見直しに伴い調整

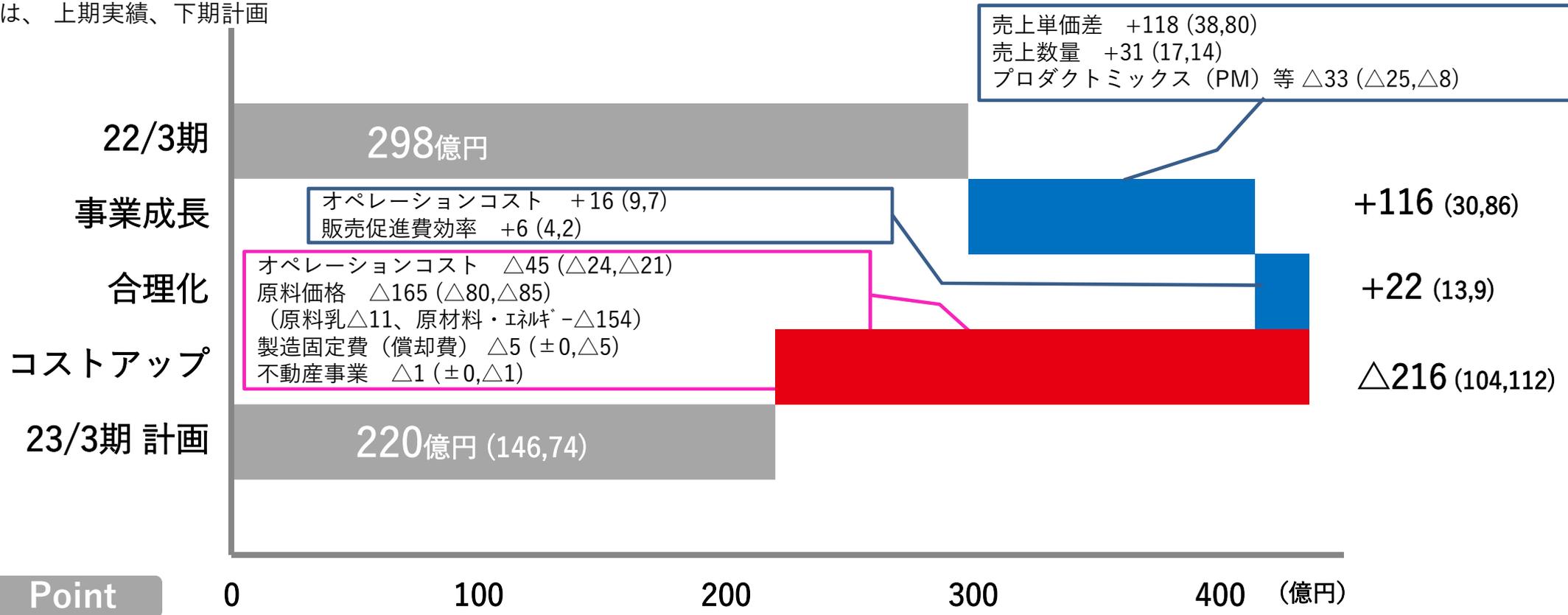
*2 23/3期より、ビバレッジ、牛乳間の対象商品を移管。対前年増減率を移管後のものに調整

2023年3月期 営業利益増減見通し

計画修正なし



() は、上期実績、下期計画



Point

- 売上単価差：栄養・機能性食品事業、主力食品事業の各カテゴリおよびB to B事業（業務用乳製品）にて価格改定を実施
- プロダクトミックス等：ビバレッジなどのマイナス影響も機能性ヨーグルト・アイスなど高付加価値商品拡大。下期はMILEIなど海外事業拡大
- オペレーションコスト：合理化の一方、人件費、物流費などの増加影響。研究開発費の投下
- 原料価格：輸入乳原料、輸入原料チーズ、包装資材、コーヒーなどの上昇・為替影響。3Qより乳価上昇、エネルギー一段高

トピックス



価格改定 (2月1日発表)

一部商品価格改定および容量変更を実施 (3月、4月)

- 原材料および包装資材の価格、エネルギーコスト上昇、人手不足の深刻化による人件費や物流費の高騰
- 2023年4月より乳製品向けの生乳取引価格の上昇
- 自助努力によるコスト低減は企業努力を超える水準に至っており、価格改定および容量変更を実施

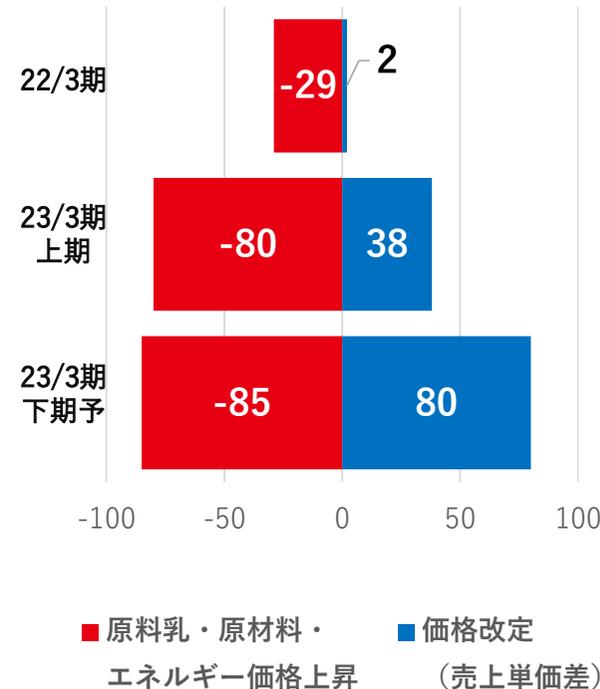
1. 改定日および対象商品

2023年3月1日(水)より：**飲料、家庭用アイス**
 2023年4月1日(土)より：**牛乳類、飲料、ヨーグルト、デザート、家庭用チーズ、ヘルスケア他、豆腐**

2. 改定内容

- 価格改定商品：127品 / 改定額 5円～420円 / 価格改定率 3.6%～28.9%
- メーカー出荷価格改定商品：12品 / 出荷価格改定率 3.5%～13.3%
- 容量変更商品：6品
- 価格改定かつ容量変更：1品

原料乳・原材料・エネルギー価格上昇の影響額と価格改定効果 (億円)



主な価格改定商品、時期

22年2月：「マウンレーニア」
 4月：チーズ、「焼プリン」
 6月：アイス
 9月：「サンキスト」
 10月：チーズ、「クリープ」,「ジュレ」
 11月：牛乳類,飲料,ヨーグルト,デザート
 12月：育児用ミルク,「ミルク生活」

23年3月：飲料(マウンレーニア他),アイス
 4月：牛乳類,飲料,ヨーグルト,デザート,チーズ・バター,ヘルスケア(クリープ),練乳,ミルク生活他),豆腐

トピックス



海外事業：米国 「Turtle Island Foods 社」の買収（子会社化）（2月10日発表）

- 森永乳業の米国の連結子会社「Morinaga Nutritional Foods, Inc.」（以下MNF社）が、米国のプラント・ベース・フード（以下PBF）の製造・販売事業を展開する「Turtle Island Foods 社」を完全子会社化
- 豆腐含むPBF市場は今後も持続的な成長が見込まれ、大きなポテンシャルがある市場。これまで当社グループで培ってきた知見を活かし、米国市場においてPBF事業のさらなる拡大を目指す

背景・目的

- 森永乳業グループ10年ビジョンの一つ：世界で独自の存在感を発揮できるグローバル企業へ（29/3期：海外売上高比率15%以上）
- 海外事業方針の一つ：北米市場におけるPBF事業の拡大

森永乳業の米国事業

- 1978年：日本から米国への豆腐の輸出販売を開始
- 1985年：販売量拡大に伴い米国で販売子会社・MNF社設立
- 1997年：現地製造開始
- 40年以上にわたり米国で豆腐事業継続

Turtle Island Foods 社

- 米国中心に、大豆原料をベースとしたPBFを製造・販売
- 全米で認知度の高いTofurky（トファーキー）ブランドと全米への販売チャネル網を保有
- 当社グループの「食のおいしさ・楽しさ」と「健康・栄養」の両立を目指す方向性に合致。将来の成長に向け相乗効果の高い有望な企業



PBFブランド「Tofurky（トファーキー）」

Turtle Island Foods Holdings, Inc

事業内容：植物由来の肉、チキン等の製造/販売
資本金：10千USD
売上高：42,367千USD（21年12月期）
営業利益：▲4,209千USD
当期純利益：▲4,095千USD

取得価額：12.4百万USD（アドバイザー費用含む）
異動後の株式所有割合：100%
異動日/株式譲渡実行日：2023年2月10日

トピックス



海外事業：ベトナム 育児用ミルク事業拡大のための株式取得（2月10日発表）

- ベトナムにて育児用ミルクの輸入・販売事業を行う「Morinaga Le May Vietnam Joint Stock Company」（以下、Morinaga Le May（ルマイ）社）の株式取得。現地代理店と合弁にて展開し、ベトナムにおける育児用ミルク事業を拡大
- これまで培ってきた開発力・技術力を活かし、今後の成長が見込めるベトナム市場において事業の強化を図り、乳幼児の健やかな成長に貢献

背景・目的

- 森永乳業グループ10年ビジョンの一つ：世界で独自の存在感を発揮できるグローバル企業へ（29/3期：海外売上高比率15%以上）
- 海外事業方針の一つ：育児用ミルクの事業基盤強化により、アジアを中心とした栄養インフラの構築に貢献

森永乳業のベトナム・育児用ミルク事業

- 2010年：現地代理店「Le May Production, Trading and Service Company Limited」を通じて育児用ミルクの輸出を開始
- 以降、販売量年平均成長率33%増*1で推移

ベトナム・育児用ミルク市場

- 平均成長率：約8%（2010年～2021年）
- 市場規模：約11万トン、2倍以上*2
- 今後も高い経済成長が見込まれ、引き続き安定した拡大が期待

*1 当社出荷数量 2012年4月～2022年3月（「はぐくみ・チルミル・こどミル」シリーズ計）

*2 出典：Euromonitor International「Passport Baby Food in Vietnam」2022年9月 数量ベース



ベトナムで販売の育児用ミルク

Morinaga Le May Vietnam Joint Stock Company

事業内容：育児用ミルクの輸入、販売

資本金：120億VND（約63百万円）* 1 VND=0.0053円

取得価額：①株式取得：980億VND（約519百万円）

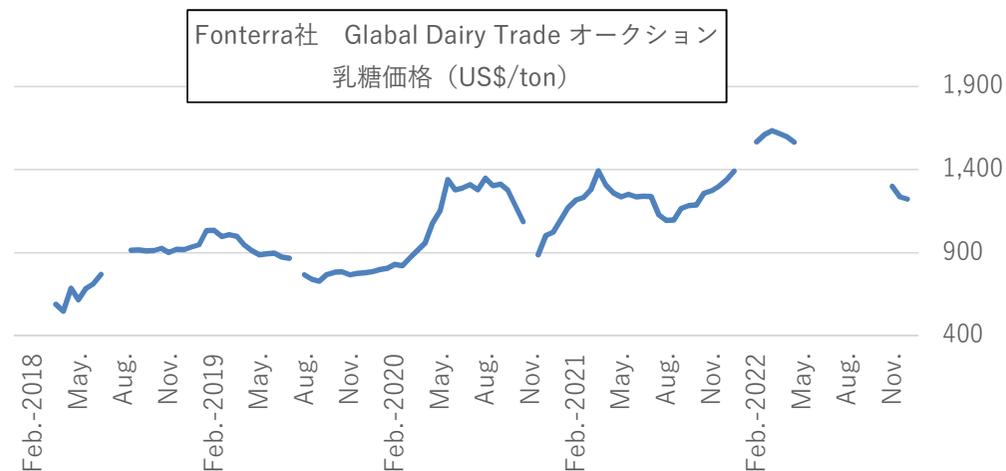
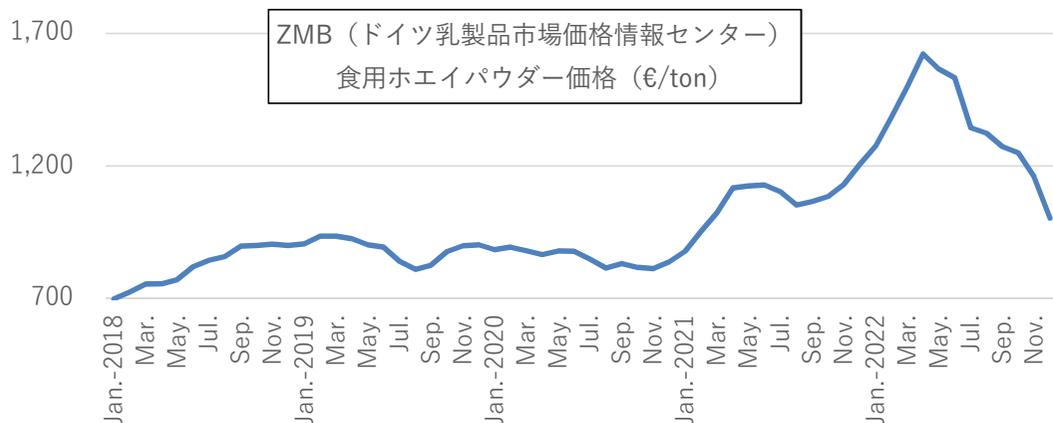
②増資：80億VND（約42百万円）

異動後の株式所有割合：51%

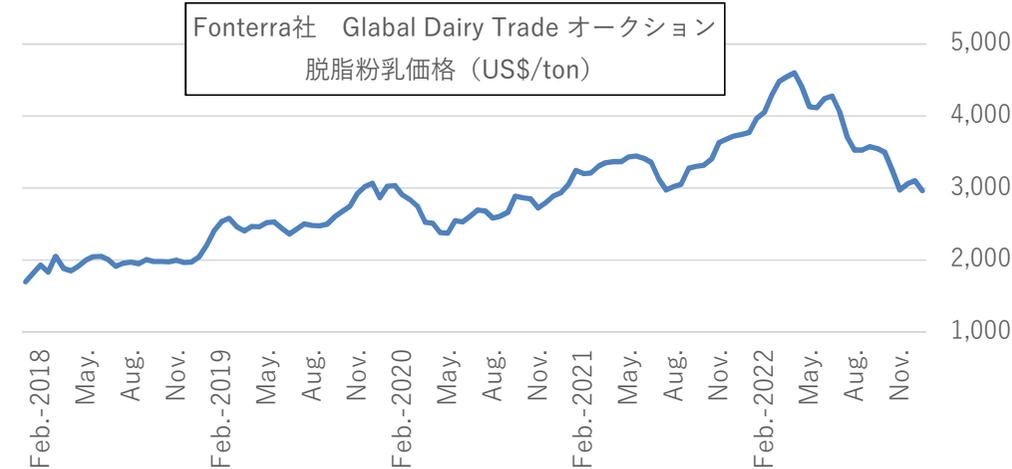
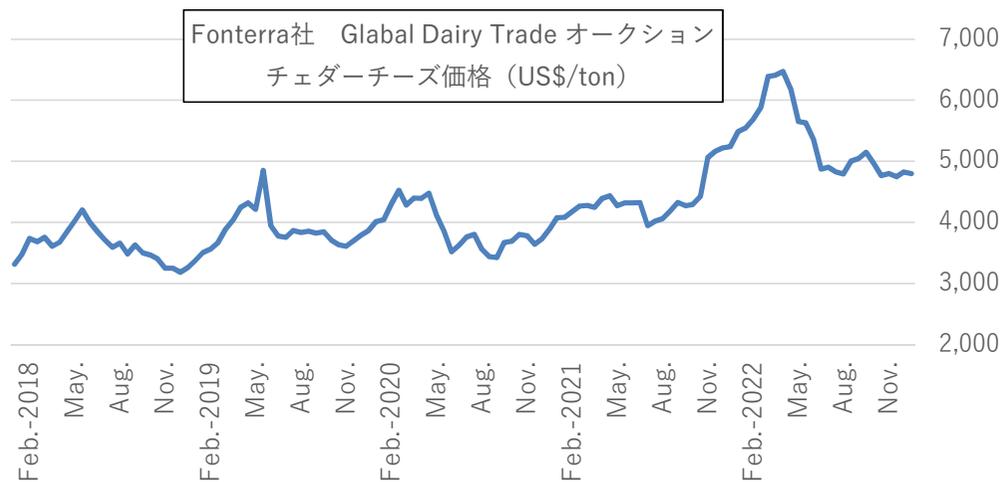
異動日/株式譲渡実行日：2023年5月31日（予定）

Appendix

(参考) 乳原料市況データ (過去5年間)



▶ ドイツ・ミライ社の調達する原料ホエイ価格と相関



Source : ZMB (食用ホエイパウダー)、Fonterra社 Global Dairy Trade オークション (乳糖、チェダーチーズ、脱脂粉乳) * 線無し部は売買不成立



かがやく“笑顔”のために

森永乳業株式会社

業績予想に関する注意事項

この資料の数値のうち、過去の事実以外の計画、方針、その他の記載にかかわるものは、将来の業績にかかる予想値であり、それはいずれも、現時点において当社が把握している情報に基づく経営上の想定や見解を基礎に算出されたものです。

従いまして、かかる予想値は、リスクや不確定要因を含むものであって、現実の業績は諸々の要因により、かかる予想値と異なってくる可能性があります。かかる潜在的リスクや不確定要因としましては、主要市場の経済状況および製品需要の変動、為替相場の変動、国内外の各種規制ならびに会計基準・慣行などの変更等が含まれます。

なお、この資料における記載金額については、億円単位未満を四捨五入して表示しているため、内訳と合計金額等が合わない場合があります。また、特に注記のない場合は、累計値を表示しています。