



2022年3月期 第3四半期決算説明会

1. 2022年3月期第3四半期決算概要
 2. 2022年3月期業績見通し
- * 2022年3月期より収益認識会計基準を適用

2022年2月9日
森永乳業株式会社

1. 2022年3月期第3四半期決算概要

* 2022年3月期より収益認識会計基準を適用

2022年3月期第3四半期決算概要



サマリー：3Q単減益も、増収増益*

- **売上高：3,884億円（*前年比+2.7%）** *収益認識会計基準を適用した前年実績との比較
営業利益：276億円（*前年差+31億円）

売上高

- 健康に貢献する商品、高付加価値商品の継続的な拡大
→ ヨーグルト、アイスクリームなど増収
- 新型コロナウイルス感染症の影響
→ B to B 事業：業務用乳製品は前年より持ち直す（外食等向け需要）
- 海外事業：育児用ミルクの輸出は前年の反動減も、菌体輸出、ミライ社、米国は堅調。
Elovi（エロヴィ）社連結による寄与

営業利益

- ヨーグルト、アイスクリームなど**プロダクトミックス改善、B to B 事業など増収効果、海外事業の貢献**、コストの見直しなどにより増益
- ただし、**3Q単**（10-12月）**では減益**（69億円、前年差△7億円）
原材料価格上昇の影響（上期：△1億円→3Q単：△9億円）

2022年3月期第3四半期業績



(単位：億円)

	21/3期 3Q	21/3期 3Q 適用後	22/3期 3Q	対前年 増減額*1	対前年 増減率*1
売上高	4,536	3,782	3,884	+102	+2.7%
営業利益	245	245	276	+31	+12.7%
経常利益	255	255	286	+31	+12.1%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	168	169	213	+45	+26.6%
売上高 営業利益率	5.4%	6.5%	7.1%		

- 増収増益（実質ベース）。増収効果、プロダクトミックス改善などにより増益
- 3Q単（10-12月）：増収減益。原材料価格の上昇影響が拡大

*1 対前年増減額、増減率は、収益認識会計基準を適用した21/3期3Q実績との比較

事業分野別売上高、営業利益実績



(単位：億円)

	売上高			営業利益（営業利益率）		
	21/3期 3Q 適用後	22/3期 3Q	対前年 増減率*1	21/3期 3Q 適用後	22/3期 3Q	対前年 増減額*1
B to C事業	2,030	2,036	+0.3%	140 (6.9%)	153 (7.5%)	+14
ウェルネス事業	332	338	+1.9%	30 (9.2%)	33 (9.8%)	+3
B to B事業	561	623	+11.0%	24 (4.3%)	32 (5.1%)	+8
海外事業	291	325	+11.8%	41 (14.1%)	57 (17.5%)	+16
その他・消去	567	561	△1.0%	10 (1.7%)	1 (0.2%)	△9
合計	3,782	3,884	+2.7%	245 (6.5%)	276 (7.1%)	+31

- B to C事業：ヨーグルト、アイスクリームなど拡大、プロダクトミックスの改善、原材料価格上昇
- ウェルネス事業：「ミルク生活」、「ジュレ」拡大、クリニック堅調、健康食品通販の伸長、原材料価格上昇
- B to B事業：業務用乳製品反動増（外食等向け需要）、菌体減収も関心継続、原材料価格上昇
- 海外事業：育児用ミルク輸出の反動減も、菌体、ミライ社、米国堅調。Elovi社連結の寄与

*1 対前年増減額、増減率は、収益認識会計基準を適用した21/3期3Q実績との比較

サブセグメント売上高（BtoC事業、海外事業）



(単位：億円)

BtoC事業（単体）	21/3期 3Q 適用後	22/3期 3Q	対前年増減率*1
ビバレッジ	374	362	△3%
ヨーグルト	392	403	+3%
アイスクリーム	318	339	+6%
チーズ	209	201	△4%
牛乳	412	417	+1%
デザート	60	60	±0%
市乳（宅配など）	150	148	△1%
基幹ブランド計*2	837	861	+3%

- ビバレッジ：「マウントレニア」プロモーションやフレーバー品の寄与あるも微減。「リプトン」減収
- ヨーグルト：機能性ヨーグルト堅調、「記憶対策ヨーグルト」も計画線で推移。「パルテノ」好調継続
- アイスクリーム：「パルム」「ピノ」「モウ」高付加価値商品の拡大
- 基幹ブランド：「パルテノ」「ピノ」「モッツアレラ」など堅調。「ビヒダス」微減（大容量プレーンは減収も「便通改善」は拡大）

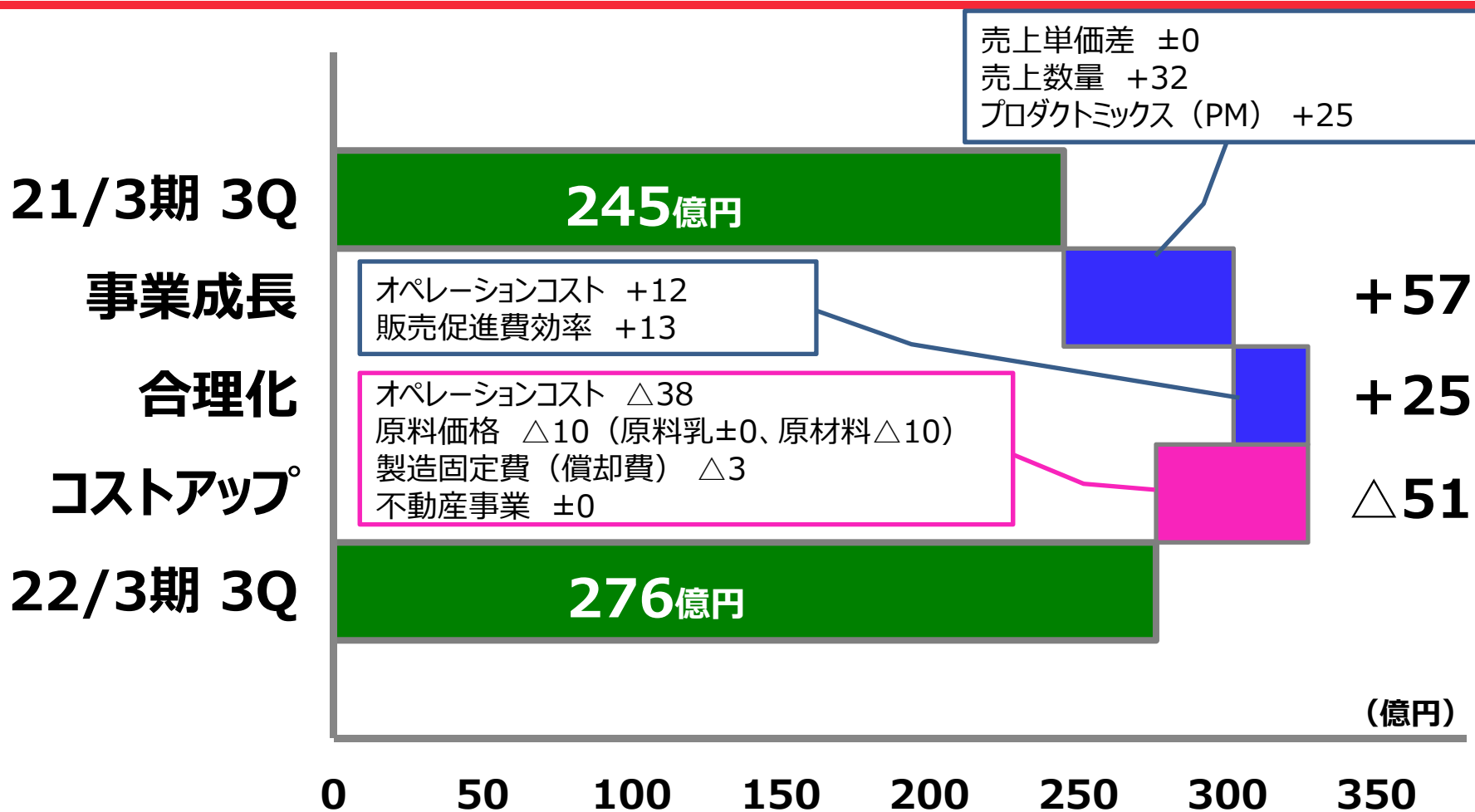
海外事業	21/3期 3Q 適用後	22/3期 3Q	対前年増減率*1
ミライ社	192億円 / 155百万€	219億円 / 168百万€	+14% / +9%

- ミライ社：ラクトフェリンの寄与は落ち着く。乳糖やホエイたんぱく濃縮物は乳原料市況の高騰もあり拡大
- 輸出など（育児用ミルク、菌体他）：輸出計では3Q単増収も累計で前年割れ。育児用ミルク減収、菌体増収
- Elovi社：今期よりPLに連結。堅調に推移。年間売上高約29億円（2020年実績）

*1 対前年増減率は、収益認識会計基準を適用した21/3期3Q実績との比較

*2 基幹ブランド計：マウントレニア、ビヒダスヨーグルト、森永アロエヨーグルト、パルテノ、パルム、ピノ、モウ、フレッシュモッツアレラ、計8ブランド合計

営業利益増減要因



- 売上数量：BtoB事業（業務用乳製品）の回復
- プロダクトミックス：機能性ヨーグルトは前年ハードルあるも堅調。アイス貢献。ミライ社堅調
- オペレーションコスト：合理化の一方、人件費、物流費の増加影響大きい。Elovi社のれん償却費
- 原料価格：3Qから影響大。糖類、コーヒー、エネルギー価格などの上昇

2. 2022年3月期業績見通し

* 2022年3月期より収益認識会計基準を適用

2022年3月期業績見通し トピック



22/3期 通期業績予想修正 ※2/9発表

- **売上高：5,000億円**（前年比+2.3%、修正なし）
営業利益：300億円（前年差+11億円、前回予想差△10億円）

- 売上高計画は据え置き（これまでの進捗、今後の見通しから事業別の内訳のみ修正）
- 原材料価格は一段高（22/3期予想 前年差△27億円、前回予想差 △7億円）
- 合理化の一方、物流コストなどの上昇継続（オペレーションコスト計：前回予想差 △2億円）
- 「マウンレーニア」価格改定実施（2月）
ただし、今期の寄与は限定的（売上単価差：前回予想差 +2億円）
他商品についても対応検討中

固定資産の譲渡（東京工場跡地） ※2/9発表

- **特別利益：650億円**（予定）（24/3期 1Q）

- 東京工場跡地の売却
- 24/3期1Q 特別利益：650億円（予定） * 今期（22/3期）への業績影響はなし
- ※ 22/3期4Q 近畿工場跡地の売却。特別利益：161億円（予定）

2022年3月期業績見通し

修正あり



(単位：億円)

2022/3期 計画	21/3 通期 適用後	22/3 通期計画	対前年 増減額*2	対前年 増減率*2	前回予想 との差	21/3 下期 適用後	22/3 下期計画	対前年 増減額*2	対前年 増減率*2
売上高	4,887	5,000	+113	+2.3%	±0	2,362	2,387	+25	+1.1%
営業利益	289	300	+11	+3.9%	△10	119	93	△27	△22.3%
経常利益	301	308	+7	+2.3%	△10	123	93	△29	△24.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	187	346 ^{*1}	+159	+84.6%	△7	71	174 ^{*1}	+103	+145.2%
売上高 営業利益率	5.9%	6.0%							
ROE (当期純利益/自己資本)	9.9%	16.1%							

・ 通期計画修正

営業利益：300億円（前回予想差△10億円）、当期純利益346億円（前回予想差△7億円）

*1 固定資産譲渡による特別利益約201億円（税引前）発生見込み（1Q実績:41億円、4Q:161億円）

*2 対前年増減率、増減額は、収益認識会計基準適用後の数値との比較

事業分野別売上高、営業利益計画

修正あり



(単位：億円)

2022/3期 計画	下期		通期			下期		通期		
	売上高	対前年 増減率*1	売上高	対前年 増減率*1	前回予想 との差	営業利益 (営業 利益率)	対前年 増減額*1	営業利益 (営業 利益率)	対前年 増減額*1	前回予想 との差
BtoC事業	1,213	△1.4%	<u>2,618</u>	<u>△0.2%</u>	△18	31 (2.5%)	△20	<u>160</u> (6.1%)	△2	△8
ウェルネス事業	220	+0.4%	438	+1.7%	±0	17 (7.7%)	±0	37 (8.4%)	+2	±0
BtoB事業	413	+5.2%	812	+9.5%	+5	17 (4.1%)	+1	36 (4.5%)	+10	△5
海外事業	217	+22.5%	426	+15.9%	+13	33 (15.2%)	+5	69 (16.3%)	+14	+3
その他・消去	324	△5.6%	<u>706</u>	<u>△2.5%</u>	±0	△5 (-%)	△13	△2 (-%)	△14	△1
合計	2,387	+1.1%	5,000	+2.3%	±0	93 (3.9%)	△27	300 (6.0%)	+11	△10

- BtoC事業：原材料価格上昇の影響拡大。機能性ヨーグルトなど、引き続きプロダクトミックス改善
- BtoB事業：原材料価格上昇の影響拡大
- 海外事業：ミライ社は乳糖、ホエイたんぱく濃縮物中心に注力

*1 対前年増減率、増減額は、収益認識会計基準適用後の数値との比較

※ 22/3期3Q発表時に、BtoC事業、その他・消去間での区分け変更を適用。

22/3期1Q,2Qの売上高および売上高営業利益率は数値を遡及適用（下線部）

B to C 事業商品分野別販売計画（単体）

修正あり



(単位：億円)

2022/3期 計画	下期		通期		
	売上高	対前年 増減率*1	売上高	対前年 増減率*1	前回予想との差
ビバレッジ	209	△6%	461	△4%	△9
ヨーグルト	263	+4%	536	+4%	△7
アイスクリーム	146	△1%	402	+4%	±0
チーズ	134	+3%	267	△1%	△2
牛乳	254	+1%	541	+1%	±0
デザート	35	△7%	77	△2%	±0
市乳（宅配など）	102	+2%	199	+2%	±0
基幹ブランド計*2	472	△1%	1,080	+1%	△8

- 3Q実績、今後の見通しを踏まえ修正
- ビバレッジ：「マウンレーニア」価格改定（2月より）、「リプトン」苦戦
- ヨーグルト：「ビヒダス」プレーン、「アロエ」不調。「ビヒダス ヨーグルト KF」発売（1月）、機能性ヨーグルトシリーズで拡大

*1 対前年増減率は、収益認識会計基準を適用後の数値との比較

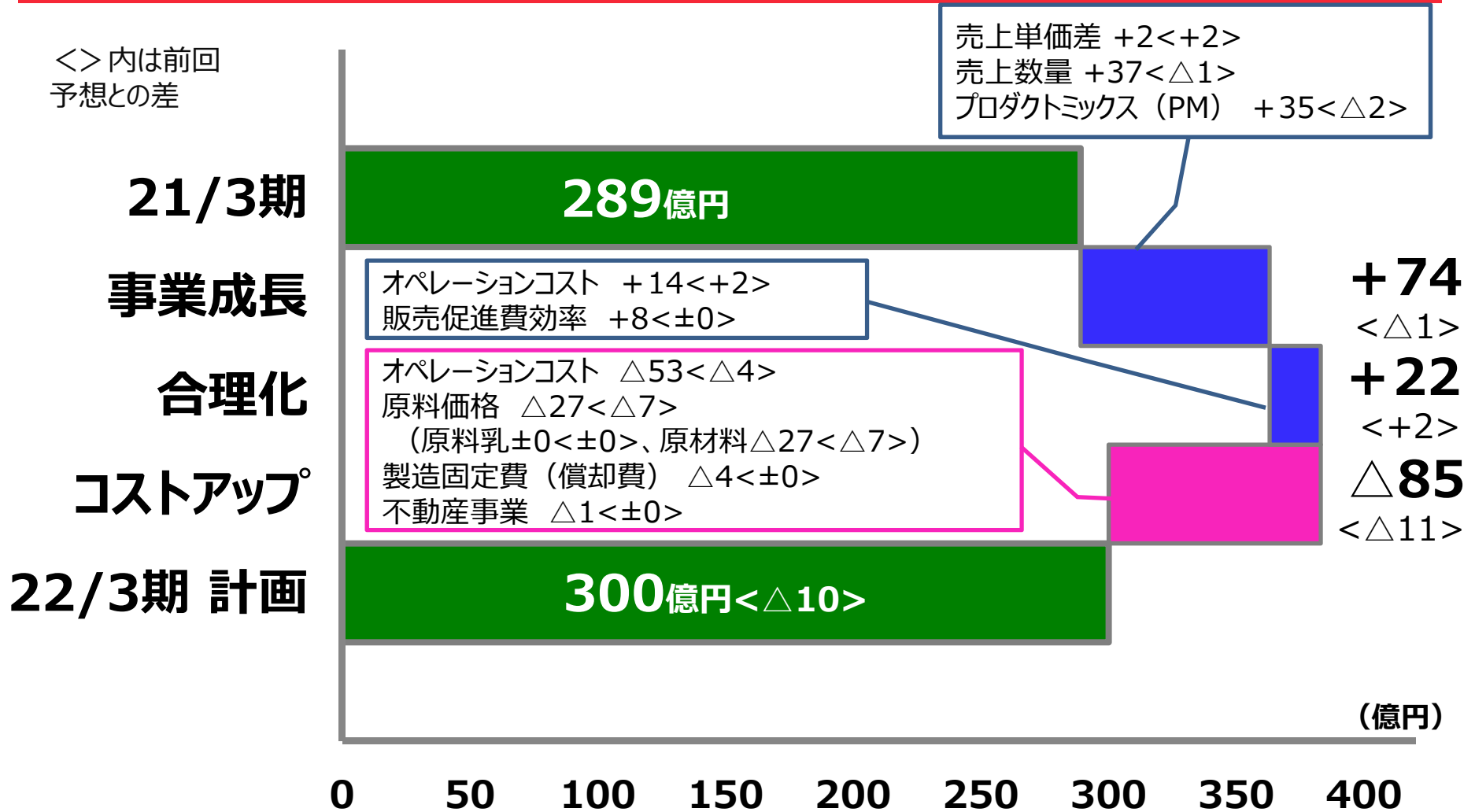
*2 基幹ブランド計：マウンレーニア、ビヒダスヨーグルト、森永アロエヨーグルト、パルテナ、パルム、ピノ、モウ、フレッシュモッツアレラ、計8ブランド合計

営業利益増減見通し 2022年3月期通期計画

修正あり



<>内は前回
予想との差



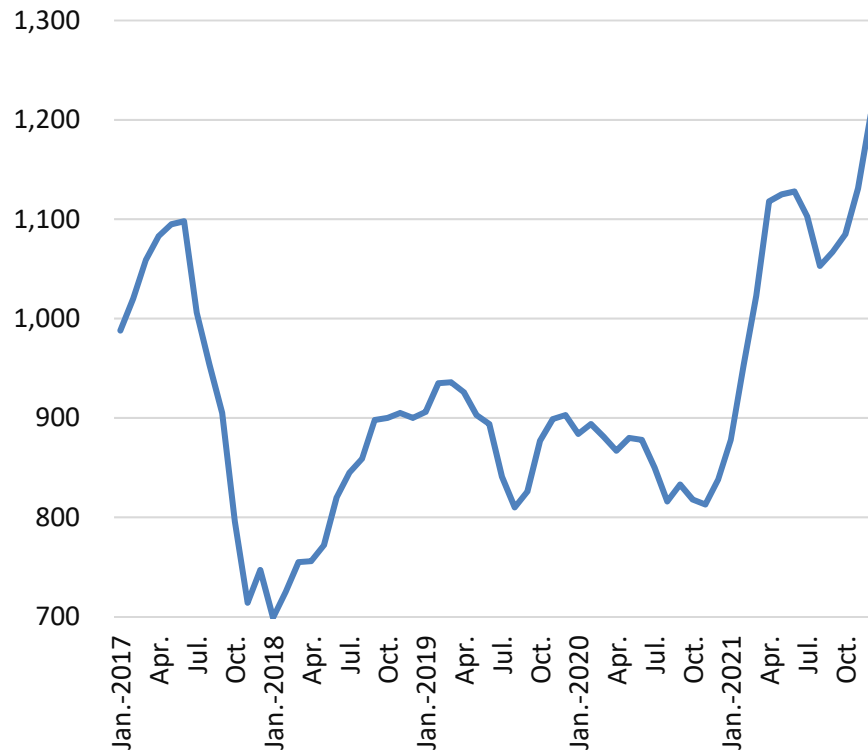
- 原材料価格：通期△27億円 輸入乳原料、チーズ、コーヒー、エネルギーなどの上昇
- オペレーションコスト計：通期△39億円 合理化の一方、主に物流コストの上昇により前回予想△2億円
- 販売面の取り組み、「マウントレニア」価格改定、合理化を推進。営業利益計画：300億円に修正

Appendix

(参考) 乳原料市況データ



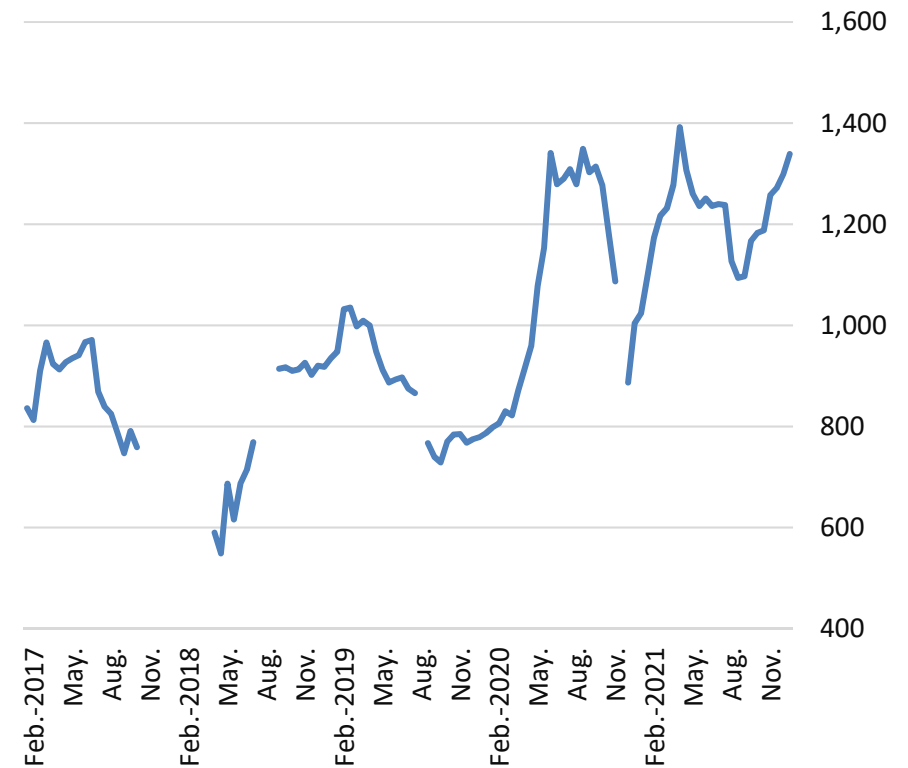
ZMB(ドイツ乳製品市場価格情報センター)
食用ホエイパウダー価格(€/ton)



Source : ZMB

✓ ドイツ・ミライ社の調達する原料ホエイ価格と相関

Fonterra社 Global Dairy Trade オークション
乳糖価格(US\$/ton)



Source : Fonterra社 Global Dairy Trade オークション
(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。