



森永乳業株式会社

2025年3月期第3四半期 決算説明会

2025年2月12日

1. 2025年3月期第3四半期決算概要
2. 2025年3月期業績見通し

1. 2025年3月期第3四半期決算概要

1. 2025年3月期第3四半期決算概要
2. 2025年3月期業績見通し

2025年3月期第3四半期決算：サマリー



増収減益、ただし第3四半期3ヵ月間（10-12月）は増益・過去最高益

➤ 営業利益：255億円（前年差△25億円）、3Q 3ヵ月間（10-12月）：80億円（前年差+8億円）

➤ 通期計画に沿った推移

- 国内：原材料・エネルギー、オペレーションコストなどのコストアップ影響継続。価格改定や「マウントレニア」、アイスなど高付加価値商品の拡大に努める。ヨーグルトは増収も、新商品や機能性ヨーグルトの販売不足によるPM悪化・販売促進費の支出増
- 海外事業：前期に拡大したMILEI社の反動減が1Qに大きく影響し減益。
3Q 3ヵ月間は、MILEI社や菌体の貢献により増益
- 主要国内子会社での減益影響（その他・消去：3Q 3ヵ月間は増益）、物流費の増加継続

2025年3月期第3四半期決算：業績



(億円)

	24/3期 3Q累	25/3期 3Q累	対前年 増減額	対前年 増減率	25/3期 3Q 10-12月	対前年 増減額	対前年 増減率
売上高	4,233	4,307	+75	+1.8%	1,401	+35	+2.5%
営業利益	280	255	△25	△8.9%	80	+8	+11.5%
経常利益	285	260	△25	△8.7%	88	+21	+30.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	627	147	△480	△76.5%	50	+15	+40.6%
売上高営業利益率	6.6%	5.9%			5.7%		

Point

- 増収減益、3Q（10-12月）は増益
- 四半期純利益
 - ・ 前期1Q 東京工場跡地売却による特別利益計上：657億円

2025年3月期第3四半期決算：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）			売上高		営業利益（営業利益率）	
	24/3期 3Q累	25/3期 3Q累	対前年 増減率	24/3期 3Q累	25/3期 3Q累	対前年 増減額	25/3期 3Q 10-12月	対前年 増減率	25/3期 3Q 10-12月	対前年 増減額
栄養・機能性 食品事業	968	991	+2.4%	62 (6.4%)	48 (4.8%)	△14	341	+2.9%	17 (5.1%)	△4
主力食品事業	1,374	1,392	+1.3%	101 (7.3%)	101 (7.3%)	±0	418	△0.5%	13 (3.0%)	△8
B to B 事業	736	763	+3.6%	39 (5.3%)	36 (4.7%)	△3	268	+3.8%	13 (4.8%)	△4
海外事業	484	500	+3.3%	48※ (9.9%)	45 (9.1%)	△3	150	+6.9%	26 (17.1%)	+17
その他・消去	670	661	△1.4%	30※ (4.5%)	25 (3.8%)	△5	223	+3.6%	12 (5.2%)	+7
合計	4,233	4,307	+1.8%	280 (6.6%)	255 (5.9%)	△25	1,401	+2.5%	80 (5.7%)	+8

Point

- 栄養・機能性食品事業：事業計で増収も、コストアップや機能性ヨーグルト減収影響、販促費増などにより減益
- 主力食品事業：「マウントレニア」、アイスなど高付加価値商品の拡大、価格改定。原材料などコストアップ影響（コーヒー、包装資材など）
- B to B 事業：堅調な需要と価格改定により業務用乳製品は伸長も、乳製品需給影響による数量抑制継続。利益面はコストアップ影響、菌体減収影響
- 海外事業：MILEI社は1Qにて前年拡大の反動減（2Q以降影響解消）。その他子会社の足元の取り組みを進めつつ事業全体の見直しを図る。海外菌体好調
- その他・消去：主要国内子会社の減益影響（3Q 3ヵ月間は良化）

※「海外事業」「その他・消去」営業利益を修正

2025年3月期第3四半期決算：サブセグメント売上高



(億円)

24/3期
3Q累 25/3期
3Q累 対前年
増減率

25/3期
3Q 10-12月 対前年
増減率

Point

栄養・機能性食品事業

	24/3期 3Q累	25/3期 3Q累	対前年 増減率	25/3期 3Q 10-12月	対前年 増減率	Point
ヨーグルト	408	430	+5%	139	+7%	「ビヒダス」増収、「アロエ」増収、「パルテノ」減収、機能性ヨーグルト減収（3Q 10-12月増収）
市乳（宅配など）	141	123	△12%	42	△12%	宅配サービスリニューアル、ビン商品終売
栄養食品	103	105	+2%	37	+2%	育児用ミルク堅調
クリニコ	208	214	+3%	78	+2%	流動食・介護向け商品など堅調

主力食品事業

	24/3期 3Q累	25/3期 3Q累	対前年 増減率	25/3期 3Q 10-12月	対前年 増減率	Point
ビバレッジ	431	431	±0%	127	△1%	「マウントレニア」増収（3Q 10-12月前年並み）
アイス	370	386	+4%	97	+3%	価格改定（9月）、 「ピノ」「PARM」「MOW」中心に拡販継続
チーズ	202	203	+1%	69	△4%	「モッツァレラ」増収、「パルメザン」価格改定（10月）
牛乳	344	341	△1%	108	△4%	前期の価格改定（23年8月）一巡
デザート	54	61	+12%	20	+17%	「焼プリン」増収

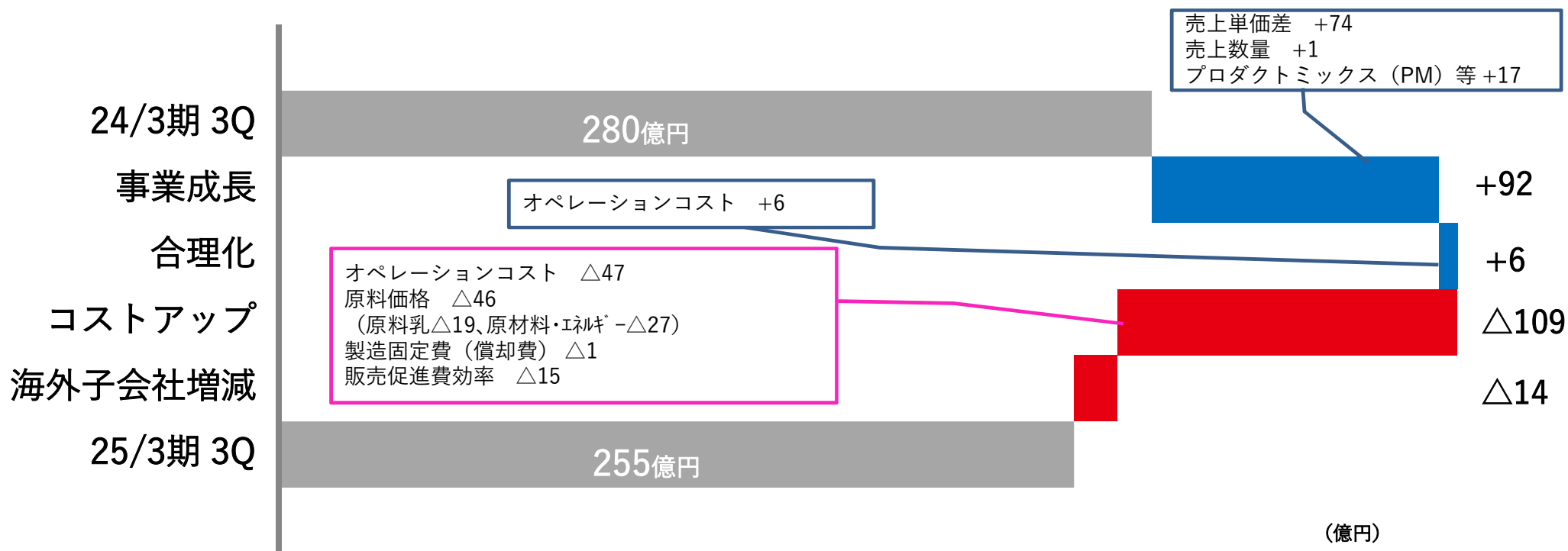
2025年3月期第3四半期決算：サブセグメント売上高



	24/3期 3Q累	25/3期 3Q累	対前年 増減率	Point
海外事業				
MILEI (ドイツ)	299億円 189百万€	295億円 186百万€	△1% △2%	➤ 前期のホエイ市況影響による大幅増収の反動減(1Q)。2Q以降影響解消、ホエイ市況好転、底堅いたんぱく需要などを背景に回復基調
NutriCo Morinaga (パキスタン)	55億円 105億PKR	52億円 103億PKR	△5% △3%	➤ パキスタン現地製造の新商品を投入(1Q)。輸入品含め売上回復途上も、現地経済の低迷状況を引き続き要注視
Morinaga Nutritional Foods (米国、含むTurtle Island Foods)	56億円 38百万\$	67億円 47百万\$	+19% +25%	➤ MNF社の豆腐とTIF社の植物由来代替肉とで販売面のシナジー創出、原材料の見直し・製造効率改善と合わせ、早期黒字化を目指す。足元、輸出を中心に豆腐拡大、PBF市場改善傾向
Morinaga Nutritional Foods Vietnam*1 (ベトナム、旧Elovi)	36億円 5,833億VND	29億円 5,046億VND	△18% △13%	➤ 森永乳業ブランド商品(飲むヨーグルト他)拡販やOEM受注の取り組み推進も、ローカルブランド商品中心に減収

*1 Morinaga Nutritional Foods Vietnam Joint Stock Company：2024年3月25日、Elovi Vietnam Joint Stock Companyより社名変更

2025年3月期第3四半期決算：営業利益増減要因



Point

- 売上単価差：「マウントレニア」などビバレッジ、アイス、「パルメザンチーズ」、先期実施の未経過月分の貢献など
- プロダクトミックス等：ビバレッジ、アイス、菌体（海外事業）などの貢献、ヨーグルトマイナス
- オペレーションコスト：物流費や人件費の増加
- 原材料・エネルギー価格：主にコーヒー、包装資材、エネルギー価格、糖類などの上昇影響
- 海外子会社増減：MILEI社の前年拡大の反動減（主に1Q）など。3Q（10-12月）は反動減影響解消しプラス

2. 2025年3月期業績見通し

1. 2025年3月期第3四半期決算概要
2. **2025年3月期業績見通し**

2025年3月期 業績見通し：サマリー



計画修正なし：営業利益285億円（前年差+7億円）

➤ 営業利益計画：通期285億円（前年差+7億円）

- 国内：「マウントレニア」、アイスなど高付加価値商品の拡大取り組み継続。追加の価格改定を実施（3月：ビバレッジ）。ヨーグルトは機能性や「パルテノ」など注力商品拡大、効率的な販売促進活動
- 海外事業：通期増益計画（前年差+1億円）
MILEI社は市況・需要動向を背景に拡大計画、高品質化の取り組みを推進。菌体は好調維持。その他子会社は足元での取り組みを進めつつ事業全体の抜本的見直しを継続
- 主要国内子会社のマイナス、物流費などコストアップ継続

2025年3月期 業績見通し：サマリー



差引4Q 営業利益：全社計では概ね計画の範囲内で進捗想定

- 海外事業：MILEI社などの利益拡大
- 販売促進費の効率化（前期4Qに大きく投下）
→主に栄養・機能性食品事業
- 全社計では通期計画の範囲内で進捗想定

	1Q 4-6月	2Q 7-9月	3Q 10-12月	差引4Q 1-3月	通期 計画
営業利益（億円）	85	90	80	30	285
（前年差）	△11	△22	+8	+32	+7
（前々年差）	+22	+7	+22	△5	+46

2025年3月期 業績見通し

計画修正
なし



(億円)

	24/3期	25/3期 通期計画	対前年 増減額	対前年 増減率	24/3期 下期	25/3期 下期計画	対前年 増減額	対前年 増減率
売上高	5,471	5,600	+129	+2.4%	2,605	2,694	+89	+3.4%
営業利益	278	285	+7	+2.4%	70	110	+40	+56.9%
経常利益	281	282	+1	+0.3%	63	110	+46	+73.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	613	180	△433	△70.6%	22	83	+61	+279.2%
売上高 営業利益率	5.1%	5.1%						
ROE 当期純利益/自己資本	24.5%	6.6%						
海外売上高比率	11.0%	12.7%						
一株当たり年間配当金/ 配当性向	60円 33.4%*1	90円 42.3%						

Point

➤ 営業利益計画：285億円（前年差：+7億円）

※ 当期純利益：前期1Q 東京工場跡地売却による特別利益657億円

*1 東京工場跡地譲渡影響を控除した数値

Appendix

(参考) 2025年3月期決算：事業分野別売上高、営業利益計画

計画修正
なし



(億円)

2025/3期 計画	売上高				営業利益 (営業利益率)			
	25/3期 下期計画	対前年 増減率	25/3期 通期計画	対前年 増減率	25/3期 下期計画	対前年 増減額	25/3期 通期計画	対前年 増減額
栄養・機能性 食品事業	650	+2.1%	1,300	+2.1%	30 (4.6%)	+17	60 (4.6%)	+7
主力食品事業	812	+1.7%	1,786	+1.9%	16 (2.0%)	+6	105 (5.9%)	+15
B to B 事業	486	±0.0%	981	+1.8%	24 (4.9%)	+2	47 (4.8%)	+2
海外事業	360	+38.1%	710	+17.5%	43 [※] (12.0%)	+21 [※]	63 (8.9%)	+1 [※]
その他・消去	385	△8.8%	823	△6.2%	△3 [※] (-.-%)	△7 [※]	10 (1.2%)	△19 [※]
合計	2,694	+3.4%	5,600	+2.4%	110 (4.1%)	+40	285 (5.1%)	+7

Point

※「海外事業」「その他・消去」営業利益計画、対前年増減額を修正

- 栄養・機能性食品事業：ヨーグルト拡大、販促費は継続も積極支出した前下期に対しては効率化
- 主力食品事業：「マウントレニア」やアイスなど高付加価値品の拡大継続。価格改定
- B to B 事業：菌体注力。外食等向けの業務用乳製品需要は引き続き堅調も乳製品需給影響による数量抑制継続
- 海外事業：MILEI社の市況・需要動向などを背景にした拡販、菌体の好調維持などを背景に下期拡大、通期でも増益計画。その他子会社回復途上
- その他・消去：主要国内子会社の減益影響

(参考) 2025年3月期決算：サブセグメント売上高計画



(億円)

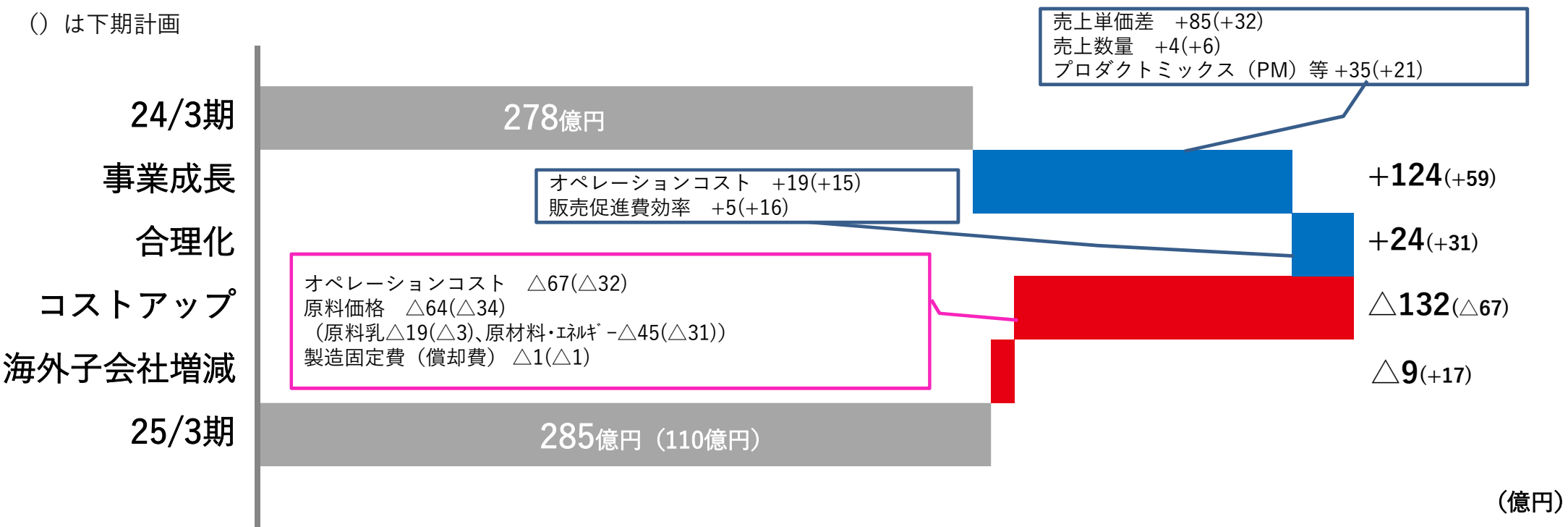
2025/3期 売上高計画	25/3期 下期計画	対前年増減率	25/3期 通期計画	対前年増減率
栄養・機能性食品事業				
ヨーグルト	276	+5%	567	+5%
市乳 (宅配など)	83	△9%	163	△11%
栄養食品	66	+1%	135	+2%
クリニコ	136	±0%	272	+2%
主力食品事業				
ビバレッジ	248	+1%	553	+1%
アイス	178	+6%	466	+5%
チーズ	138	+2%	272	+3%
牛乳	212	△4%	445	△2%
デザート	38	+11%	79	+11%
海外事業				
MILEI (ドイツ)	201	+47%	411	+13%
NutriCo Morinaga (パキスタン)	31	△4%	68	±0%
Morinaga Nutritional Foods (米国、含むTurtle Island Foods)	54	+27%	102	+38%
Morinaga Nutritional Foods Vietnam (ベトナム、旧Elovi)	18	△3%	39	△8%

(参考) 2025年3月期決算：営業利益増減見通し

計画修正
なし



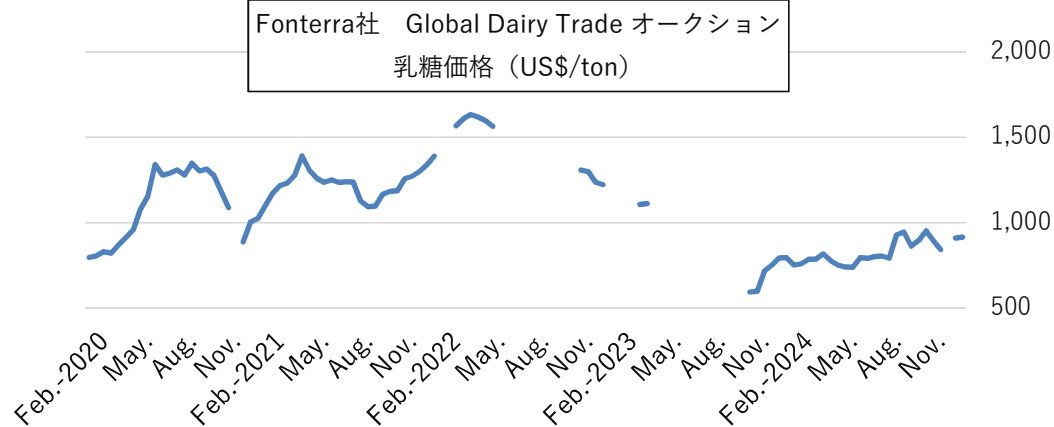
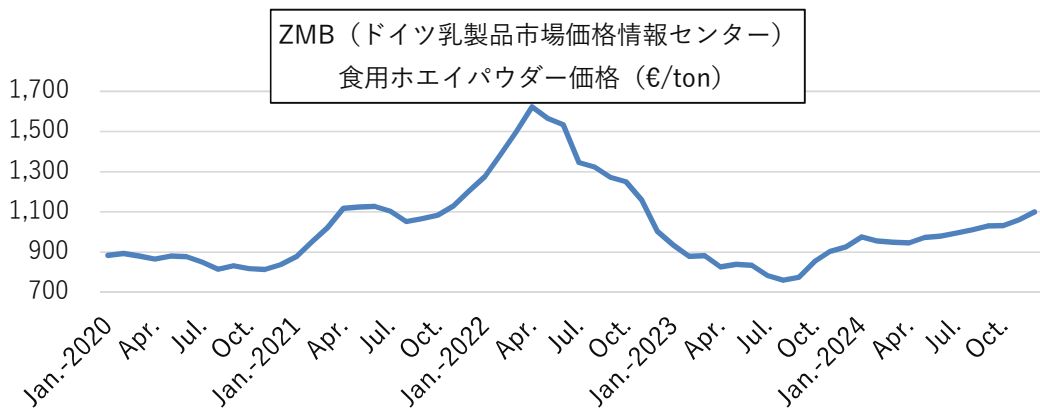
() は下期計画



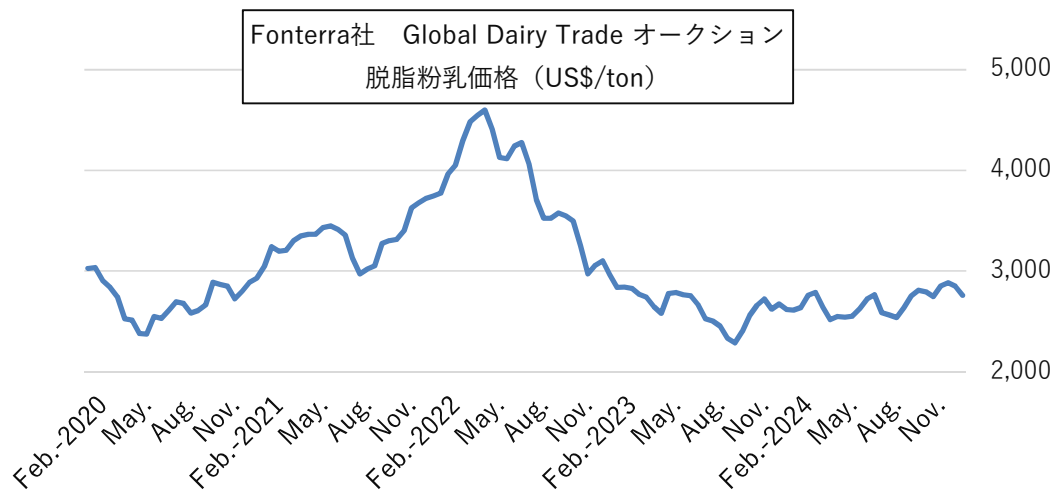
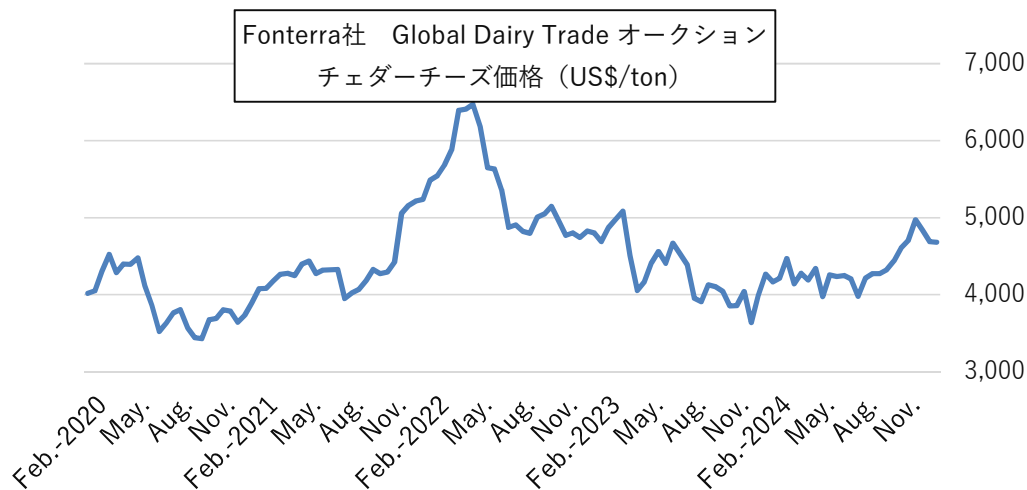
Point

- 売上単価差：「マウントレニア」ほかビバレッジ、アイス（9月）、「パルメザン」（10月）、「アロエヨーグルト」（1月）など
- プロダクトミックス等：ビバレッジ・アイスなど高付加価値商品拡大、菌体拡大など
- 販売促進費効率：ビフィズス菌等のプロモーション、下期は前年の費用増からの良化想定
- オペレーションコスト：物流費、人件費増加、下期は製造経費の前倒し支出は解消
- 海外子会社増減：MILEI社の前期拡大からの反動減影響（1Q）が大きく通期減益想定。下期MILEI社拡大、その他子会社回復途上

(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

(参考) 2025年1月27日発表「一部商品価格改定のお知らせ」



3月より飲料、4月よりヨーグルト、チーズなどの価格改定

2025年1月27日

一部商品価格改定のお知らせ

森永乳業は、飲料の一部商品につきましては2025年3月1日（土）出荷分より、ヨーグルト、デザート、牛乳類、家庭用チーズの一部商品につきましては2025年4月1日（火）出荷分より価格改定を実施いたします。

商品に使用している原材料および包装資材の価格やエネルギーコストが上昇していることに加え、人手不足の深刻化による人件費や物流費も高騰しており、これらの傾向は今後も継続することが予想されております。

弊社はこれまで自助努力によるコスト低減に取り組んでまいりましたが、企業努力を超える水準に至っており、下記の通り価格改定を実施させていただきます。

今後も安全・安心を第一に、お客さまにとって価値ある商品を安定的に提供できるよう努めてまいりますので、何卒ご理解を賜りますようお願い申し上げます。

1. 改定日および対象商品

- ・2025年3月1日（土）出荷分より改定
飲料：40品
- ・2025年4月1日（火）出荷分より改定
牛乳類：1品
ヨーグルト：12品
デザート：6品
ホイップ：1品
家庭用バター：1品
家庭用チーズ：26品

2. 改定内容

- ・価格改定商品：80品（3月：38品、4月：42品）
改定率 2.5～9.1% / 改定額 10円～30円
- ・メーカー出荷価格改定商品：7品（3月：2品、4月：5品）
改定率 約2.7～5.8%





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。