



# 2021年3月期決算概要 2022年3月期業績見通し（参考）

1. 2021年3月期決算概要
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

2021年5月13日  
森永乳業株式会社

---

# 1. 2021年3月期決算概要



## サマリー：営業利益5期連続最高益

- **売上高：5,836億円**（前年比△1.2%、計画比\*+0.6%）  
**営業利益：289億円**（前年差+35億円、計画差\*+29億円）

### 売上高

- ・ 新型コロナウイルス感染症拡大の影響による業務用乳製品の減収、オフィス需要の減少
- ・ ヨーグルト、アイスクリーム、チーズにて健康需要、家庭内需要の増加による拡大
- ・ 機能性素材の伸長
- ・ 海外事業はミライ社を中心に好調

### 営業利益

- ・ 主に新型コロナウイルス感染症による**売上減（下期はマイナス影響縮小）**、償却費増加などのマイナス要因に対し、**プロダクトミックス改善、販促費等の効率化**などで増益
- ・ 下期：ヨーグルト、アイスクリーム等による**PM改善、製造経費・販促費効率化の寄与**

### 新型コロナ影響

- ・ 年間 売上高：約190億円減（B to B 事業）、営業利益：約15億円減  
（下期 売上高：約70億円減（B to B 事業）、営業利益：約2億円減）
- **下期の営業利益マイナス影響は想定を下回って着地**

\*2020年11月11日発表の計画

# 1. 2021年3月期決算概要

**営業利益：通期計画\*を大幅に超過**

- **売上数量、PM改善は計画を上回る着地**
- **経費の抑制、販売促進費の効率化が大きく寄与**

## 計画との差異

営業利益増減	下期 計画*	下期 実績	計画 差*	通期 計画*	通期 実績
売上単価差	+3	+3	0	+6	+6
売上数量	-10	-1	+9	-29	-20
プロダクトミックス (PM)	+23	+26	+3	+51	+54
オペレーションコスト	-9	-3	+6	-9	-3
販売促進費効率	±0	+6	+6	+6	+12
原料乳価格	±0	±0	0	±0	±0
原材料価格	+1	+5	+4	+7	+11
製造固定費 (償却費)	-10	-10	0	-22	-22
不動産事業	-1	-1	0	-3	-3
前年差合計	-3	+25	+29	+6	+35
営業利益 (純額)	91	119	-	260	289

### 売上数量マイナスの縮小、PMの改善

- ✓ BtoB事業：緊急事態宣言再発出も利益影響は想定以下。業務用乳製品は3月前年超え
- ✓ BtoC事業：ヨーグルト、チーズ、アイスクリームの好調継続。季節限定商品のヒット、3月の高気温も寄与

### 経費の抑制、販売促進費の効率化

- ✓ コロナ環境下にて効率化、抑制が進む

- ✓ 原材料価格：これまでと変わらず前年差で有利差に作用

\*2020年11月11日発表の計画

# 新型コロナウイルス感染症拡大の影響



	21/3期 1Q	2Q	3Q	4Q
巣ごもり・家庭内需要増加	<ul style="list-style-type: none"> <li>ヨーグルト、アイス、チーズ、牛乳伸長</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ヨーグルト、チーズ好調継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アイスクリーム:復調</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ヨーグルト、アイス、チーズ好調</li> </ul>
健康需要増加	<ul style="list-style-type: none"> <li>機能性ヨーグルト拡大</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>好調継続</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>菌体・ラクトフェリンなど機能性素材への世界的な関心の高まり</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>傾向継続</li> </ul>
外食・ホテル・観光・土産需要減少	<ul style="list-style-type: none"> <li>業務用乳製品 約3割減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>約2割減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>約1割減</li> <li>12月:マックス再拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>約1割減、緊急事態宣言の再発出も3月一巡</li> </ul>
オフィス・施設需要減少	<ul style="list-style-type: none"> <li>「マウントレニア」、市乳減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>マックス影響縮小</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>マックス影響さらに縮小</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3月復調、一巡へ</li> </ul>
海外事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>育児用ミルクなど：一部に在庫積み増しの動き</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>育児用ミルクなどの現地在庫も平準化へ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>平準化</li> </ul>
経費節減	<ul style="list-style-type: none"> <li>販促費、経費抑制</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>活動再開</li> <li>広告費、修繕費増など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>継続</li> </ul>

➤ 4Q：感染症の再拡大、1月からの緊急事態宣言の再発出も、利益影響は想定以下

# 2021年3月期業績



(単位：億円)

	2020/3期	2021/3期 計画*	2021/3期	対前年 増減額	対前年 増減率	対計画 増減額*	対計画 増減率*
売上高	5,909	5,800	<b>5,836</b>	△73	△1.2%	+36	+0.6%
営業利益	254	260	<b>289</b>	+35	+13.8%	+29	+11.0%
経常利益	259	265	<b>301</b>	+42	+16.4%	+36	+13.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	187	148	<b>187</b>	+1	+0.5%	+39	+26.6%
売上高 営業利益率	4.3%	4.5%	<b>4.9%</b>				
ROA 営業利益/総資産	5.8%	-	<b>6.5%</b>				
ROE 当期純利益/自己資本	10.7%	7.9%	<b>9.8%</b>				
一株当たり 配当金	60円	60円	<b>70円</b>				

- 営業利益、経常利益、当期純利益：**最高益更新**
- 配当金：60円→70円、**5期連続増配**

\*2020年11月11日発表の計画

# 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）		
	2020/3期	2021/3期	対前年増減率	2020/3期	2021/3期	対前年増減額
B to C 事業	3,057	<b>3,100</b>	+1.4%	126 (4.1%)	<b>161</b> (5.2%)	+35
ウェルネス事業	557	<b>555</b>	△0.3%	42 (7.5%)	<b>35</b> (6.2%)	△7
B to B 事業	967	<b>789</b>	△18.4%	53 (5.5%)	<b>26</b> (3.3%)	△27
海外事業	315	<b>372</b>	+18.2%	28 (9.0%)	<b>55</b> (14.8%)	+27
その他・消去	1,013	<b>1,019</b>	+0.6%	4 (0.4%)	<b>12</b> (1.1%)	+7
合計	5,909	<b>5,836</b>	△1.2%	254 (4.3%)	<b>289</b> (4.9%)	+35

- B to C 事業：オフィス需要減少も、健康需要、家庭内需要増加。PM改善、販促費効率化
- ウェルネス事業：育児用ミルクなどが減少。「ミルク生活」、子会社・クリニック好調。EC・通販事業拡大へ費用投下
- B to B 事業：機能性素材の需要増。外食・観光業など業務用乳製品需要の減少も、1Qを底に徐々に回復
- 海外事業：ミライ社、育児用ミルクそれぞれ堅調に推移

# B to C 事業商品分野別販売実績（単体）



（単位：億円）

	2020/3期	2021/3期	対前年増減率
ビバレッジ*	581	<b>545</b>	△6%
ヨーグルト	536	<b>588</b>	+10%
アイスクリーム	447	<b>466</b>	+4%
チーズ	328	<b>352</b>	+7%
牛乳*	618	<b>590</b>	△4%
デザート	89	<b>88</b>	±0%
市乳（宅配など）	215	<b>209</b>	△3%
<b>基幹ブランド計**</b>	<b>1,207</b>	<b>1,244</b>	<b>+3%</b>

- ・ ヨーグルト、アイスクリーム、チーズ：健康需要、家庭内需要増による増収
- ・ ビバレッジ：オフィス需要減などにより「マウンレーニア」、「リプトン」減収
- ・ 基幹ブランド：「ビヒダス」、「フレッシュモッツアレラ」好調、「パルテノ」復調、「パルム」、「ピノ」、「モウ」それぞれ堅調

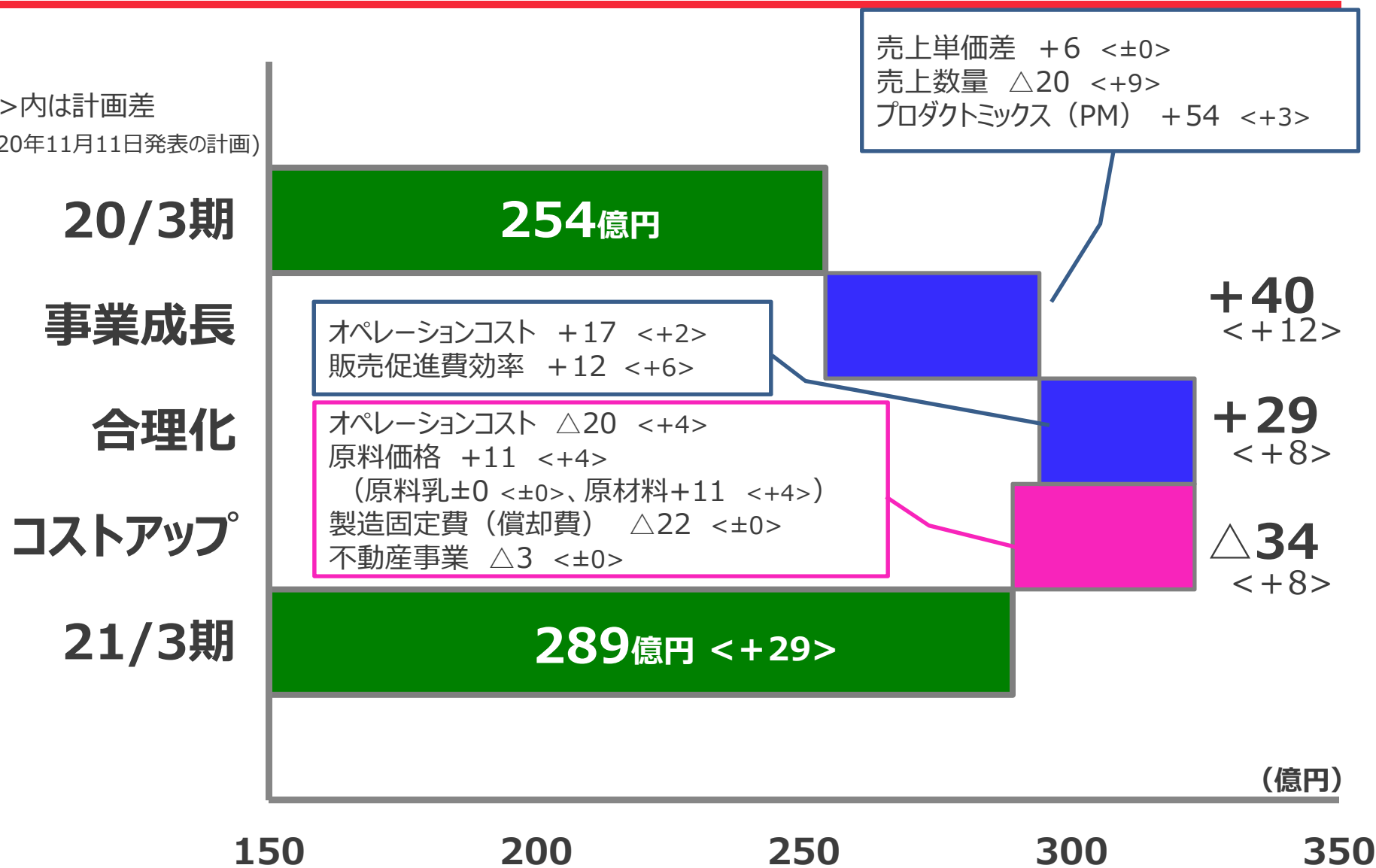
\*21/3期より、ビバレッジ、牛乳間の対象商品を移管。前年実績、対前年増減率を移管後のものに調整

\*\*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



< >内は計画差  
(2020年11月11日発表の計画)





## ※ 2022年3月期より、収益認識会計基準を適用

### 収益認識会計基準の影響

#### ※ 22/3期より、収益認識会計基準を適用

✓ 主に売上高に影響。利益への影響は軽微

2021/3期売上高 適用前5,836億円 → 適用後4,887億円 (約16%減)

#### 参考：21/3期で適用したと仮定した場合

(単位：億円)

	2021年3月期 適用前	2021年3月期 適用後	影響
売上高	5,836	4,887	▲644
売上原価	3,935	3,630	▲305
売上総利益	1,901	1,257	▲644
販売費及び一般管理費	1,612	968	▲644
営業利益	289	289	※ 百万円単位の軽微な影響あり

▲305 代理人取引、有償支給取引など  
 (売上高、売上原価 共に減少)  
 ▲305  
 ▲644 顧客へ支払われる対価  
 (販管費 → 売上控除)

## 2. 2022年3月期業績見通し



(単位：億円)

	2021/3 通期*	2022/3 通期計画	対前年 増減額*	対前年 増減率*	2021/3 上期*	2022/3 上期計画	対前年 増減額*	対前年 増減率*
売上高	4,887	<b>5,020</b>	+133	+2.7%	2,525	<b>2,620</b>	+95	+3.8%
営業利益	289	<b>310</b>	+21	+7.4%	170	<b>185</b>	+15	+9.1%
経常利益	301	<b>318</b>	+17	+5.6%	178	<b>191</b>	+13	+7.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	187	<b>353<sup>**</sup></b>	+166	+88.3%	117	<b>154<sup>**</sup></b>	+37	+32.0%
売上高 営業利益率	5.9%	<b>6.2%</b>						
ROE (当期純利益/自己資本)	9.9%	<b>16.4%</b>						
一株当たり 配当金	70円	<b>70円</b>						

- 22/3期より収益認識会計基準を適用

\*21/3期実績、対前年増減額、増減率は、適用後の数値に調整

- 売上高：実質的な増収計画（収益認識会計基準を今期より適用）  
中計期間における外部環境の変化、利益創出を優先したことにより、中計策定時計画の6,300億円（会計基準適用前）からは修正
  - 営業利益：中計目標値300億円を超える計画
- \*\* 固定資産譲渡による特別利益約201億円（税引前）発生の見込み（1Q:40億円、4Q:161億円）

# 事業分野別売上高、営業利益計画



(単位：億円)

2022/3期	売上高				営業利益 (営業利益率)			
	上期		通期		上期		通期	
	売上高	対前年増減率*	売上高	対前年増減率*	営業利益	対前年増減額*	営業利益	対前年増減額*
BtoC事業	1,419	+1.9%	<b>2,666</b>	+1.6%	115 (8.1%)	+4	<b>174</b> (6.5%)	+12
ウェルネス事業	215	+1.8%	<b>437</b>	+1.5%	18 (8.4%)	+1	<b>36</b> (8.2%)	+1
BtoB事業	394	+12.8%	<b>797</b>	+7.4%	20 (5.1%)	+10	<b>44</b> (5.5%)	+17
海外事業	204	+6.9%	<b>408</b>	+10.9%	32 (15.7%)	+5	<b>61</b> (15.0%)	+6
その他・消去	388	+1.8%	<b>712</b>	△1.6%	0 (-%)	△3	△ <b>4</b> (-%)	△16
合計	2,620	+3.8%	<b>5,020</b>	+2.7%	185 (7.1%)	+15	<b>310</b> (6.2%)	+21

- 22/3期より収益認識会計基準を適用
- \*対前年増減額、増減率は、適用後の数値に調整

# B to C 事業商品分野別販売計画（単体）

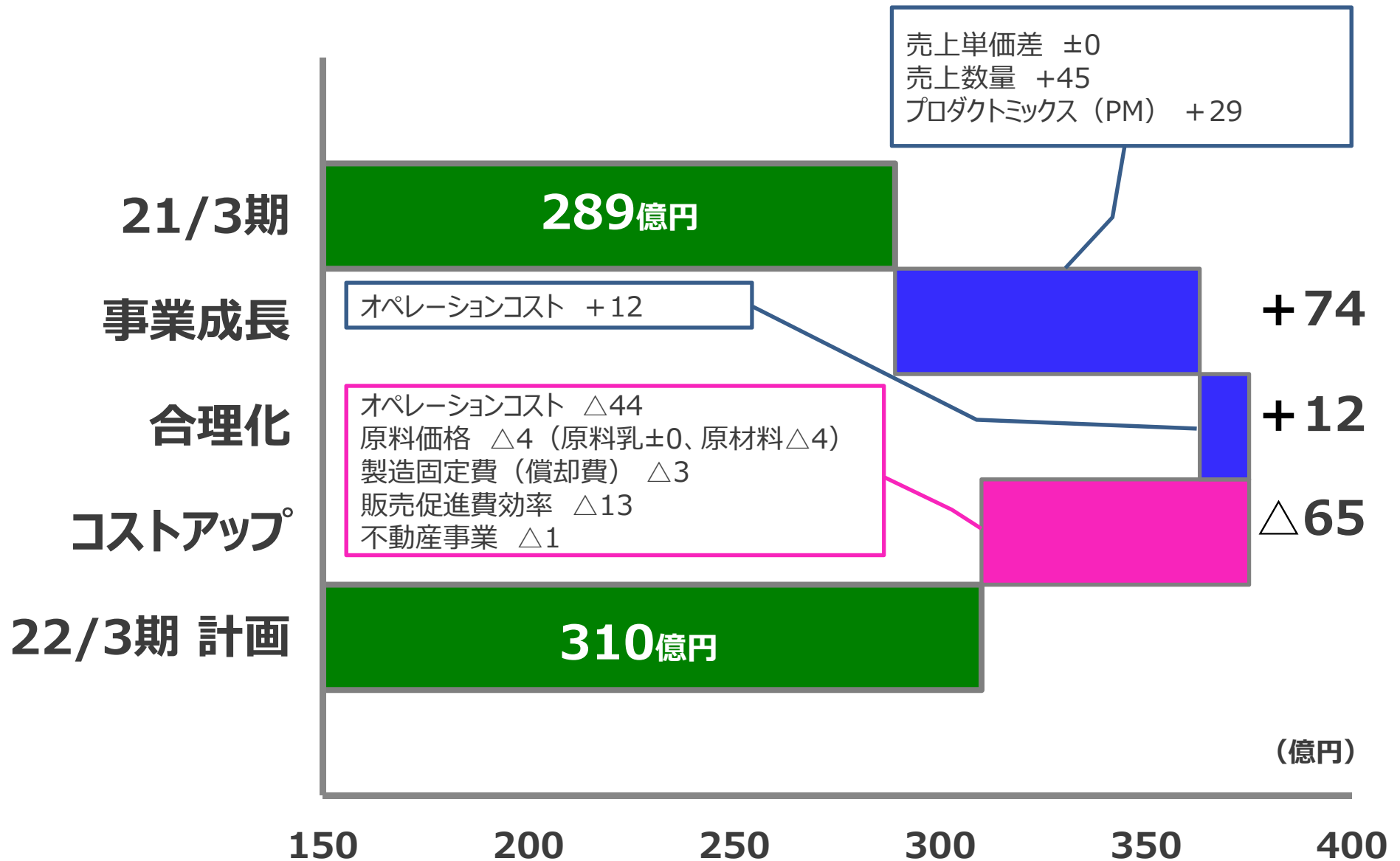


(単位：億円)

2022/3期	上期		通期	
	売上高	対前年増減率*	売上高	対前年増減率*
ビバレッジ	262	+1%	<b>484</b>	+1%
ヨーグルト	280	+5%	<b>554</b>	+7%
アイスクリーム	251	+5%	<b>397</b>	+3%
チーズ	138	△2%	<b>277</b>	+2%
牛乳	286	+1%	<b>545</b>	+2%
デザート	37	△9%	<b>72</b>	△8%
市乳（宅配など）	101	+5%	<b>203</b>	+3%
<b>基幹ブランド計</b>	601	+2%	<b>1,088</b>	+2%

- 22/3期より収益認識会計基準を適用
- \*対前年増減率は、適用後の数値に調整

# 営業利益増減見通し





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。