



森永乳業株式会社

2024年3月期 第2四半期 決算説明会

2023年11月13日

1. 2024年3月期第2四半期決算概要
2. 2024年3月期業績見通し

はじめに：上期の振り返り



上期は計画超の増益。通期計画を上方修正

国内の事業が期初想定を大幅に上回る

価格改定

▶ 家庭用、業務用ともに価格改定実施 (P.3)

一部コストアップの抑制

▶ 原材料コスト増のピークを迎えるも、
エネルギーコスト増想定以下

プロダクトミックス影響

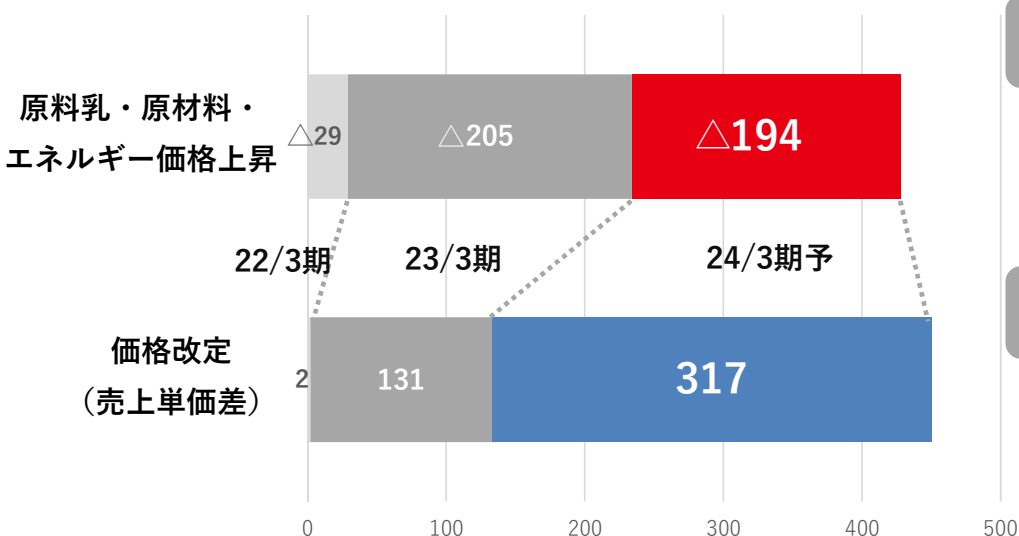
▶ 主力食品事業中心に高付加価値商品好調
ビバレッジ、アイス等のPM効果が想定超 (P.4)

▶ **1Qに続いて2Qも国内は好調継続
営業利益通期計画上方修正（計画：200億円→270億円）**

はじめに：原料コスト上昇と価格改定の取り組み

コスト増に対する価格改定を実行

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）



原料コスト上昇をカバーする価格改定効果見込む

24/3期 修正計画

➤ 原料乳・原材料・エネルギー価格上昇影響 **△194億円**

期初計画△約238億円

- ・23年12月 加工用向け乳価改定（△約5億円）
- ・エネルギー価格が想定から良化

➤ 価格改定（売上単価差） **+317億円**

計画した価格改定（期初計画 約247億円）と乳価改定に伴う価格改定の実行（8月、12月乳価改定）、チャンネルミックス改善

- ・栄養・機能性食品事業、主力食品事業（国内 B to C）：+約250億円（23年3月「マウントレニア」、アイスほか、4月ヨーグルト、チーズ、デザートほか、6月ビバレッジ、育児用ミルクほか、8月牛乳類、ヨーグルト、12月バター）
- ・業務用乳製品（B to B 事業）：+約70億円

はじめに：「マウントレニア」での取り組み



「マウントレニア」伸長、プロダクトミックス改善

発売30周年、リブランディング実施とプロモーションを強化

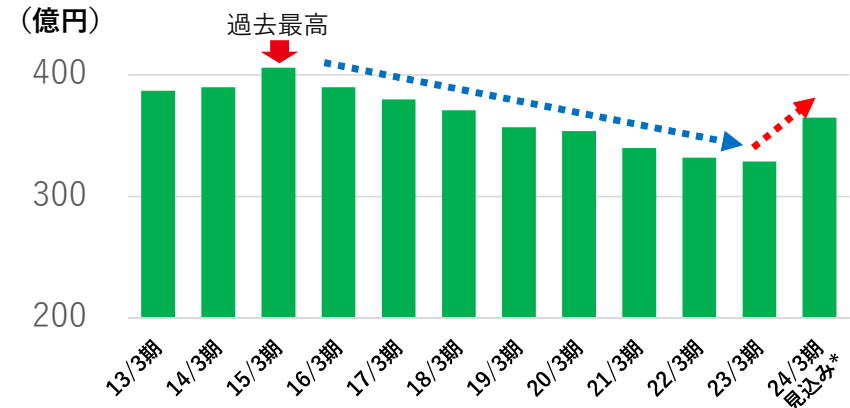


「マウントレニア」再拡大に向けた取り組み

- ・パッケージ、ブランドロゴを刷新。品質や高級感を意識したデザインへ
- ・「オーツラテ」「ブラック」など新規需要を取り込む商品展開
- ・新CMキャラクターを起用した、商品価値を伝えるプロモーション展開
- ・新アロマ製法の導入により、香りや味わいを強化



「マウントレニア」売上高推移（収益認識会計基準適用前の水準）



* 24/3期ビバレッジ売上計画の前年比11%を、「マウントレニア」23/3期売上（収益認識会計基準適用前）へ乗じた数値

大幅伸長による売上回復見込む

価格改定、リブランディング等による価値訴求、競合品との価格差縮小などもあり、売上高・数量ともに拡大。

今後も主力食品事業の中心ブランドである「マウントレニア」の再拡大を継続

1. 2024年3月期第2四半期決算概要

1. 2024年3月期第2四半期決算概要
2. 2024年3月期業績見通し

2024年3月期第2四半期 決算概要



サマリー：増収増益

売上高

➤ 2,866億円

前年比 +6.2%

期初計画比 +0.6%

- 価格改定（23年3月「マウントレニア」、アイスほか、4月ヨーグルト、チーズ、デザートほか、6月ビバレッジ、育児用ミルクほか、8月牛乳類、ヨーグルト）
- 主力食品事業で高付加価値商品拡大：「マウントレニア」、アイス増収
- B to B 事業：価格改定 ・ 国内事業全般に好天、人流回復が寄与
- 海外事業：MILEI（ミライ社）の前下期からの大幅増益は1Qまで継続
M&Aによる新規連結子会社の寄与：NutriCo Morinaga（ニュートリコモリナガ社）
Turtle Island Foods（タートルアイランドフーズ社）、Morinaga Le May（モリナガルメイ社）

± 原料乳、原材料・エネルギー価格上昇の影響（前年差 △132億円）、
価格改定（売上単価差：前年差+190億円）

+ プロダクトミックス改善、海外事業の拡大、
エネルギーコストなど一部コストの抑制

- オペレーションコストの増加（固定資産売却の一時的な税負担、
M&A・のれん償却費用ほか）

営業利益

➤ 209億円

前年差 +62億円

期初計画差 +77億円

2024年3月期第2四半期 業績



(億円)

	23/3期 上期	24/3期 上期計画*1	24/3期 上期	対前年 増減額	対前年 増減率	対計画 増減額*1	対計画 増減率*1
売上高	2,700	2,850	2,866	+166	+6.2%	+16	+0.6%
営業利益	146	132	209	+62	+42.7%	+77	+58.0%
経常利益	157	137	218	+61	+38.8%	+81	+59.3%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	85	541	592	+507	+597.9%	+51	+9.4%
売上高 営業利益率	5.4%	4.6%	7.3%				

*1 2023年5月15日発表の修正前24/3期上期計画

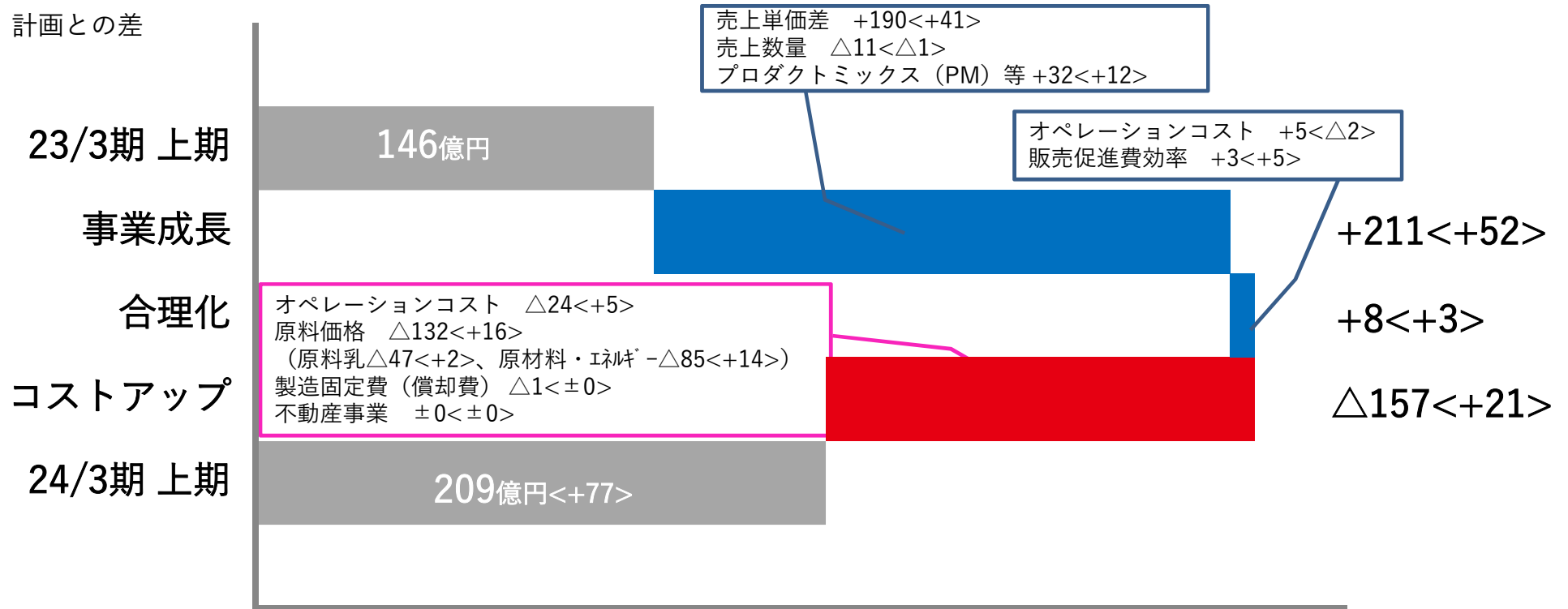
Point

- 増収増益
- 四半期純利益
 - ・ 24/3期1Q 東京工場跡地売却による特別利益計上：657億円
 - ・ 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

2024年3月期第2四半期 営業利益増減要因



<>は、計画との差



Point

- 売上単価差：家庭用、業務用とも価格改定実行、8月乳価改定に伴う改定効果、チャンネルミックス改善寄与
- プロダクトミックス等：ビバレッジ、アイス増収効果、MILEI社1Q中心にプラス影響
- オペレーションコスト：東京工場跡地売却の一時的な税負担、M&A・のれん償却費用のほか、人件費、物流費など増加
- 原材料・エネルギー価格：輸入乳原料、輸入原料チーズ、包装材料など上昇。エネルギーコストは計画から良化

2. 2024年3月期業績見通し

1. 2024年3月期第2四半期決算概要
2. **2024年3月期業績見通し**

下期の見通しについて

国内の事業は増益計画、海外事業は減益計画

国内の事業は増益計画

- 国内3つの事業、上期は計画超過。
期初時点で上期減益計画に対し下期は増益計画を織り込みも、
下期も期初計画対比で増益を見込む
- エネルギー費良化、価格改定効果、PM改善継続
- プロモーション強化

海外事業の計画引き下げ

- MILEI社は計画どおり前下期増益の反動減
- MILEI社やTurtle Island Foods社を中心に今期の計画は
引き下げるが、中長期の成長に向けた取組みを優先

2024年3月期 業績見通し

計画修正あり



(億円)

	23/3期	24/3期 通期計画	対前年 増減額	対前年 増減率	当初計画 との差	23/3期 下期	24/3期 下期計画	対前年 増減額	対前年 増減率	当初計画 との差
売上高	5,256	5,500	+244	+4.6%	-	2,556	2,634	+78	+3.0%	△16
営業利益	239	270	+31	+12.8%	+70	93	61	△32	△34.1%	△7
経常利益	252	280	+28	+11.0%	+74	95	62	△33	△35.0%	△7
親会社株主に帰属する 当期純利益	169	617	+448	+265.6%	+40	84	25	△59	△69.9%	△11
売上高 営業利益率	4.6%	4.9%	<div style="background-color: #cccccc; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">Point</div> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 営業利益上方修正：計画 200億円→270億円（当初差：+70億円） <ul style="list-style-type: none"> + 国内3事業：コスト増に対応した価格改定の進捗、PM改善 + エネルギーを中心としたコスト増の一部抑制 ± 12月からの加工用向け乳価上昇、コストアップへの対応 - 海外事業、通期計画引き下げ ➤ 一株当たり配当金を90円⇒100円*1（50円*2）へ増額 							
ROE 当期純利益/自己資本	7.9%	24.5%								
一株当たり配当金	90円	100円*1 (50円*2)								

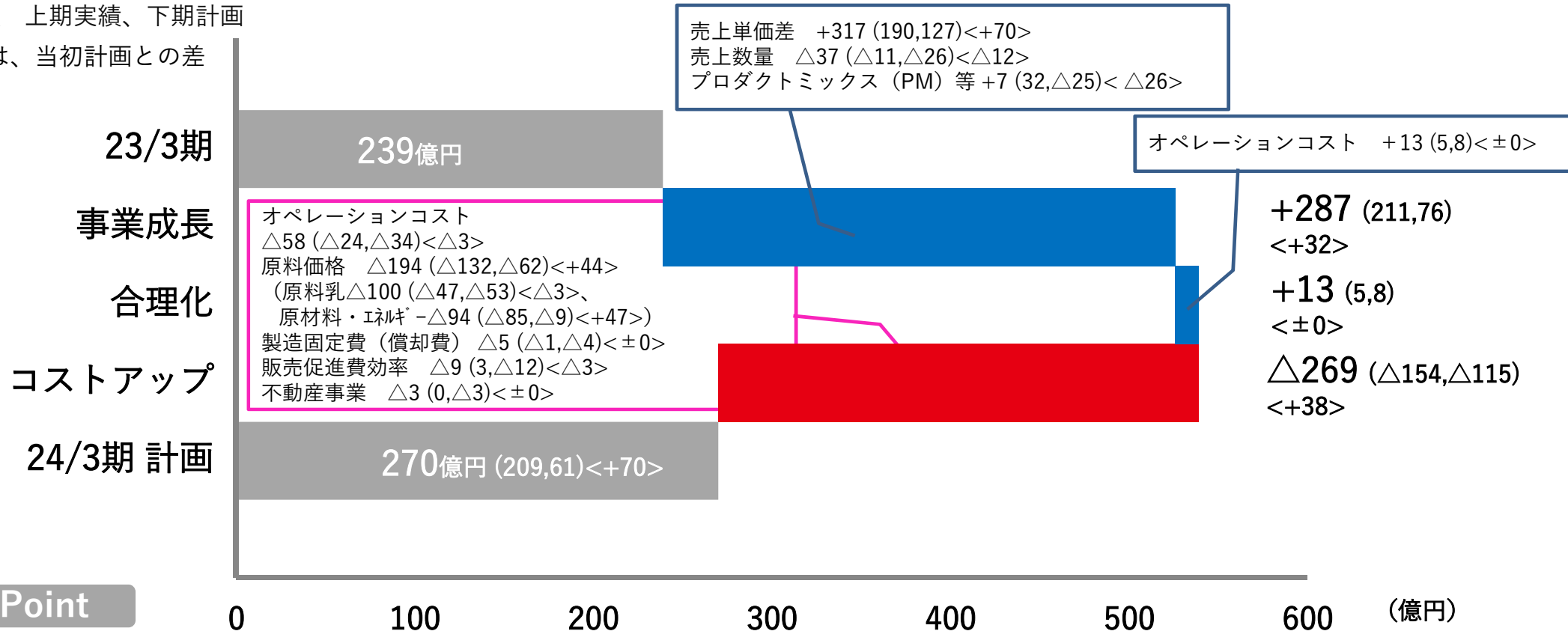
*1 2023年11月9日発表の株式分割前の水準
*2 2023年11月9日発表の株式分割後の水準

2024年3月期 営業利益増減見通し

計画修正あり



() は、上期実績、下期計画
< > は、当初計画との差



Point

- 売上単価差：家庭用、業務用で着実な価格改定の実行、チャンネルミックス改善も。8月、12月乳価改定に伴う改定効果
- プロダクトミックス等：ビバレッジ、アイス効果。下期海外減益影響。8月乳価改定対策(約20億円)を期初PMへ織り込んでいた影響
- 原料価格：輸入乳原料、輸入原料チーズ、包装資材などのコスト増・為替影響。エネルギーはプラス寄与へ
- 販売促進費効率：市場回復に合わせた対応、機能性素材PR強化のため下期以降積極的な費用投下を計画

2024年3月期 事業分野別売上高、営業利益計画

計画修正あり



(億円)

2024/3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	当初計画 との差	売上高	対前年 増減率	当初計画 との差	営業利益 (営業利益率)	対前年 増減額	当初計画 との差	営業利益 (営業利益率)	対前年 増減額	当初計画 との差
栄養・機能性 食品事業	634	+2.7%	△1	1,270	+2.7%	±0	27 (4.2%)	+6	+2	67 (5.3%)	+11	+19
主力食品事業	826	+7.0%	+40	1,780	+4.6%	+44	9 (1.1%)	+13	+8	89 (5.0%)	+38	+42
B to B 事業	502	+5.6%	+7	980	+5.2%	+15	15 (2.9%)	+8	+7	37 (3.8%)	+22	+24
海外事業	295	△1.6%	△55	638	+7.5%	△97	15 (5.2%)	△53	△19	55 (8.6%)	△46	△25
その他・消去	377	△3.7%	△7	832	+5.1%	+38	△4 (-)	△6	△4	22 (2.6%)	+6	+10
合計	2,634	+3.0%	△16	5,500	+4.6%	±0	61 (2.3%)	△32	△7	270 (4.9%)	+31	+70

Point

- 栄養・機能性食品事業：利益上方修正。価格改定、コストアップ抑制。一方で機能性ヨーグルトは計画未達。
- 主力食品事業：利益上方修正。ビバレッジ、アイスなど高付加価値商品を筆頭に好調な販売状況が継続。価格改定、コストアップ抑制。
- B to B 事業：利益上方修正。価格改定、コストアップ抑制。ただし乳製品需給による販売数量への影響は継続。12月乳価改定影響見込む
- 海外事業：下期減益見通し、利益下方修正。MILEI社先期下期の反動減、Turtle Island社、育児用粉ミルク輸出の減益見込む

今後の取り組み

10年ビジョン実現に向けた現在の中計の位置づけ

前中計 2019-21
経営基盤強化・効率化

現在の中計 2022-24
攻めの独自価値訴求

次期中計
10年ビジョン実現に向けた飛躍

「攻め」に転じる第一歩と考え策定。
激変する事業環境で「守り」も必要に。
ただし中長期視点の投資も実行

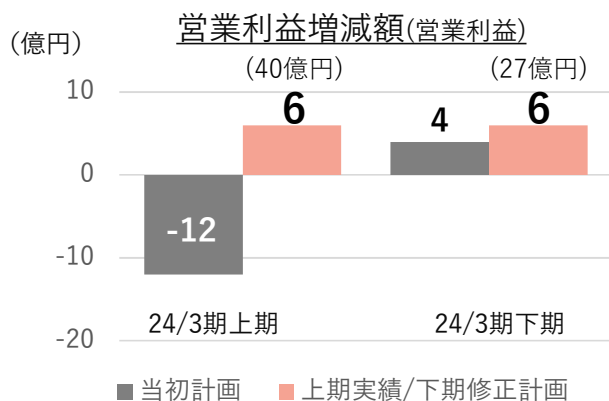
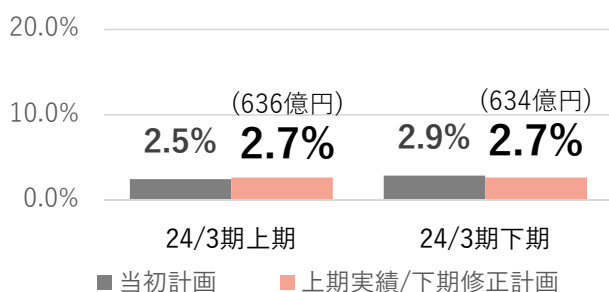
今後の取り組み①：栄養・機能性食品事業



健康価値の訴求継続、ビフィズス菌への販売促進費投下

栄養・機能性食品事業

売上高増減率(売上高)



Point

1. 健康価値の訴求を継続

- ・ヨーグルト：「ビヒダス」、機能性ヨーグルトや好調な「パルテノ」の販促強化
- ・栄養食品（育児用ミルクなど）：価格改定、市場動向を捉えた対応
- ・市乳（宅配）：宅配専用新商品の投入をはじめ健康価値訴求を強化
- ・クリニコ：介護向け等の商品堅調

2. 機能性素材訴求のプロモーション強化

- ・「ビフィズス菌＝森永乳業」のPR施策推進
当社ビフィズス菌の機能を幅広い層への理解醸成施策の展開、「ビヒダス」や機能性ヨーグルトなど、更なる商品価値向上を図る
- ・大阪・関西万博(2025年)に“腸からつくるウェルビーイング”をテーマに出展。
ワクワクする情報、体験を通じて、大腸やビフィズス菌の価値を広めていく



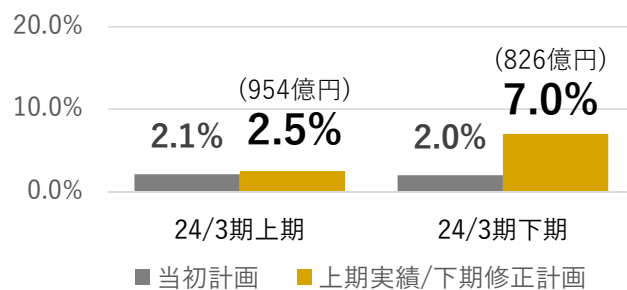
今後の取り組み②：主力食品事業



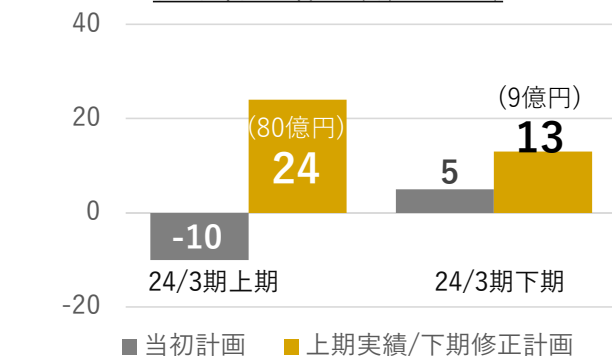
販売数量維持拡大、高付加価値品拡大、PM改善

主力食品事業

売上高増減率(売上高)



営業利益増減額(営業利益)



Point

1. 販売数量の維持拡大

- ・ 30周年を迎えてリブランディング、プロモーション強化を図った「マウントレニア」の好調をはじめ、各商品で取り組みを進め、**ブランド浸透**。下期以降も維持拡大を狙う

2. 高付加価値品の拡大、プロダクトミックス改善

➤ ビバレッジ

- ・ 「マウントレニア」新アロマ製法のプロモーション強化・商品価値向上
- ・ 新たな機能性表示食品「眼の疲労感軽減」発売、高付加価値品の拡大

➤ アイス

- ・ 主力ブランド「ピノ」「パルム」「モウ」へ引き続き注力、高単価品拡大

➤ チーズ、牛乳、デザート

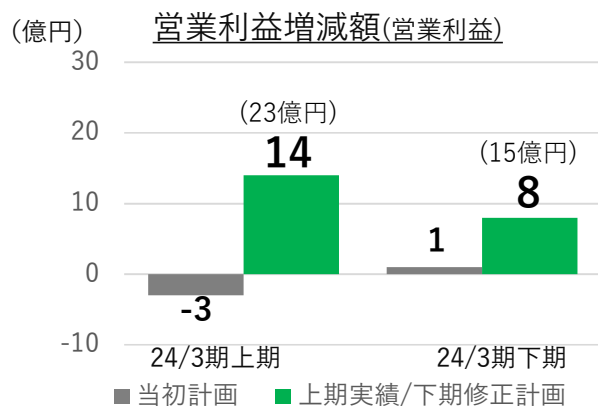
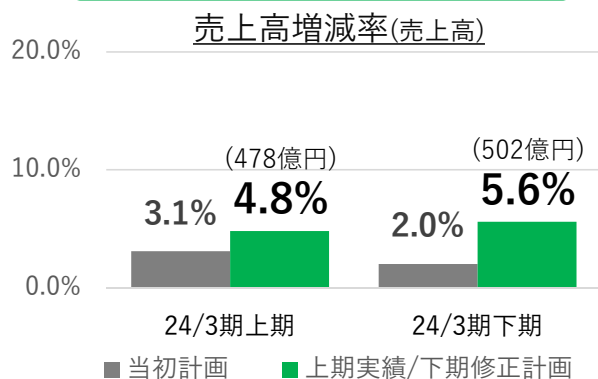
- ・ チーズ：前年ハードルが徐々に高まるものの需要開拓
- ・ 牛乳：数量維持・乳飲料等プロダクトミックス改善継続
- ・ デザート：「森永の焼プリン」7月価格改定後の数量減からの回復

今後の取り組み③：B to B 事業



乳価上昇に対応した価格改定、菌体の拡大、乳製品需給の課題

B to B 事業



Point

- 1. 乳価上昇に対応した価格改定**
 - ・12月より加工用向け乳価の一部が上昇。業務用乳製品中心のコストアップへの対応
- 2. 乳製品需給のバランスに留意した業務用乳製品の販売**
 - ・脱脂粉乳とバターの需要の偏りから、外食向け等のバター需要自体は堅調も販売数量は制約あり。需給バランスに留意した供給対応
- 3. 菌体の拡大**
 - ・既存顧客との取り組みや国内顧客の海外展開が進捗、引き続き拡大へ



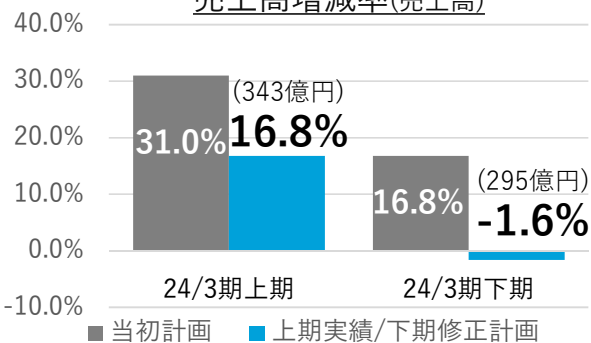
今後の取り組み④：海外事業



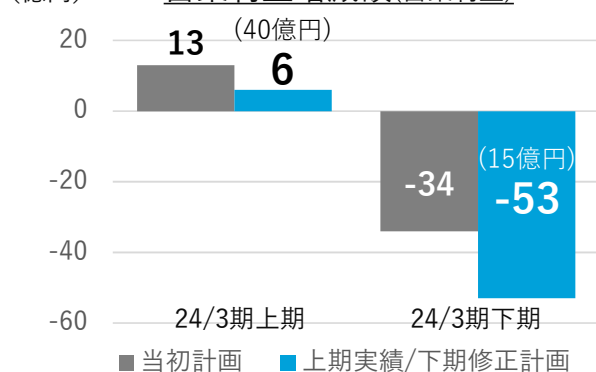
海外事業は中長期の取り組み推進を継続

海外事業

売上高増減率(売上高)



営業利益増減額(営業利益)



Point

1. 営業利益は減益計画、下期引き下げ

(主な要因)

- ▶ ドイツ・MILEI社 (ミライ)
 - ・先期大幅拡大からの反動減 (期初想定)
 - ・主に高単価な育児用ミルク向け原料を製造販売も、市況下落はネガティブ影響
 - ・短期的見通しは引き下げるも、乳糖をはじめ、製品品質向上による単価向上取り組み推進
- ▶ 米国・Turtle Island Foods社 (タートルアイランドフーズ)
 - ・今期より連結。期初今期△約10億円の利益押し下げ見込みも、赤字縮小の進捗に遅れ
 - ・早期黒字化に向けて人財派遣、本社との連携強化
- ▶ 育児用ミルク・輸出事業
 - ・育児用ミルク輸出の数量減、中国への菌体輸出見込みの時期ずれ込み



今後の取り組み④：海外事業



海外事業は中長期の取り組み推進を継続

海外事業

Point

2. 中長期を見据えた取り組み（MILEI社以外）

- ▶ 育児用ミルク、パキスタン・NutriCo Morinaga社（ニュートリコ モリナガ）
 - ・市場成長が見込まれるアジア地域での事業展開を継続
 - ・パキスタン：インフレや通貨安、外貨準備高不足、政情不安等の影響により現地経済は減速傾向
- ▶ 菌体
 - ・前期好調の反動減はあるもサプリメント向け需要堅調
 - ・中国：育児用ミルク向け「ビフィズス菌BB536」商談継続
- ▶ 米国PBF、Morinaga Nutritional Foods社（MNF社）、Turtle Island Foods社
 - ・早期の黒字化に向けて、生産コストの削減やMNF社・Turtle Island Foods社間のチャンネルを活かした販売面でのシナジー創出を推進
- ▶ ベトナム・Elovi社（エロヴィ）、Morinaga Le May社（モリナガルマイ）
 - ・森永乳業ブランド浸透のため、キザニア出展やブランドアンバサダーを起用した現地イベント開催、幼稚園給食支援など子どもたちの健康・栄養状態の改善に向けた取り組みを推進

海外事業5つのチャレンジ



株主還元（自己株式取得・消却、配当増額）



自己株式取得・消却（2023年5月15日発表）、配当予想増額修正

▶ 市場内*1での自己株式取得・消却を実施

現在の中計より「総還元性向を意識した対応」を明記
当社グループ初の市場内*1での自己株式取得

取得期間：2023年5月16日～10月31日

取得方法：東京証券取引所・市場買付け

取得内容：1,856,400株／約100億円

消却内容：本件にて取得した自己株式の全株式数消却

消却予定日：2023年11月17日

▶ 24年3月期 配当予想増額修正（8期連続増配）

現在の中計より配当性向目標を30%へ引き上げ

今期配当予想を90円(25.2% *2) ⇒ 100円*3(28.0% *2)へ修正
(2023年11月9日発表の株式分割後は1株あたり45円⇒50円)

23年3月期～24年3月期 株主還元施策の
累計金額は約185億円を見込む

(23年3月期 配当総額 約41億円、
24年3月期 配当総額予想 約44億円見込み*4、
23年5月16日～10月31日自己株式取得総額 約100億円
当中計期間内消却株式数 約386万株)

中期経営計画に沿った株主還元対応の
検討を継続

*1 東京証券取引所における立会内市場買付け

*2 24/3期配当性向：修正後の業績予想に基づく数値。東京工場跡地譲渡影響を控除した数値。

*3 2023年11月9日発表の株式分割前の水準 *4 24/3期配当性向(東京工場跡地譲渡影響を控除しない数値)および親会社株主に帰属する当期純利益の予想値を乗じて算出した値

Appendix

(参考) 2024年3月期第2四半期 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)			
	23/3期上期	24/3期上期	対前年増減率	対計画増減率*1	23/3期上期	24/3期上期	対前年増減額	対計画増減額*1
栄養・機能性食品事業	619	636	+2.7%	+0.2%	35 (5.6%)	40 (6.3%)	+6	+17
主力食品事業	931	954	+2.5%	+0.4%	56 (6.0%)	80 (8.4%)	+24	+34
B to B 事業	456	478	+4.8%	+1.6%	8 (1.8%)	23 (4.7%)	+14	+18
海外事業	294	343	+16.8%	△10.8%	33 (11.4%)	40 (11.6%)	+6	△6
その他・消去	400	455	+13.7%	+10.9%	14 (3.5%)	26 (5.7%)	+12	+14
合計	2,700	2,866	+6.2%	+0.6%	146 (5.4%)	209 (7.3%)	+62	+77

*1 2023年5月15日発表の修正前24/3期上期計画との比較

Point

- 栄養・機能性食品事業：ヨーグルト、栄養食品、クリニコ増収。原料価格上昇および価格改定。
- 主力食品事業：ビバレッジ、アイス、チーズ大幅増収。高付加価値商品の拡大によるPM改善。原料価格上昇および価格改定。
- B to B 事業：業務用乳製品、原料価格上昇および価格改定。外食等向け需要は堅調も乳製品需給影響による数量抑制。
- 海外事業：MILEI社の乳原料市況上昇に対応した増収が1Qまで継続、M&Aによる新規連結子会社の寄与（主に売上高）。

(参考) 2024年3月期第2四半期 サブセグメント売上高

(億円)

23/3期上期 24/3期上期 対前年増減率 対計画増減率

Point

栄養・機能性食品事業

	23/3期上期	24/3期上期	対前年増減率	対計画増減率	Point
ヨーグルト	275	278	+1%	0%	➤ 「パルテノ」「ビヒダス 便通改善」好調も、機能性ヨーグルト計減収。価格改定（4月、プレーン8月）
市乳（宅配など）	94	92	△2%	0%	➤ 「絹とうふ」価格改定（4月）
栄養食品	63	67	+6%	+5%	➤ 「ミルク生活」など価格改定（4月）。 育児用ミルク増収、価格改定（6月）
クリニコ	126	132	+5%	+1%	➤ 介護向け等の商品堅調

主力食品事業

ビバレッジ	272	302	+11%	+7%	➤ 「マウントレニア」価格改定（23年3月）、リブランディング、大幅増収。 「リプトン」増収。「ピクニック」等価格改定（6月）
アイス	258	275	+7%	+1%	➤ 価格改定（23年3月）、主要ブランド堅調、増収
チーズ	121	130	+7%	△1%	➤ 価格改定（4月）、前年の反動もあり大幅増収
牛乳	224	231	+3%	+3%	➤ 価格改定（8月）、PM改善方向へミックス変化
デザート	38	37	△2%	+5%	➤ 「焼プリン」ほか価格改定（4月、7月）

(参考) 2024年3月期第2四半期 サブセグメント売上高



23/3期上期 24/3期上期 対前年増減率

Point

海外事業

	23/3期上期	24/3期上期	対前年増減率	Point
MILEI (ドイツ)	201億円 141百万€	227億円 144百万€	+13% +2%	➤ 先期下期から1Qまでホエイたんぱく製品など好調継続
NutriCo Morinaga (パキスタン)	-	36億円 73億PKR	-	➤ M&Aにより子会社化 (23年1月)、新規連結。育児用ミルクの製造販売
Morinaga Nutritional Foods (米国)	18億円 13百万\$	32億円 22百万\$	+81% +71%	➤ M&AによりTurtle Island Foods社をMNF社の子会社化 (23年2月)、新規連結。プラント・ベース・フード事業のシナジー創出へ
Elovi (ベトナム)	22億円 3,775億VND	24億円 3,990億VND	+9% +6%	➤ 森永乳業ブランド商品 (ヨーグルト、栄養補助飲料) 拡販

(参考) 2024年3月期 サブセグメント売上高計画

計画修正あり



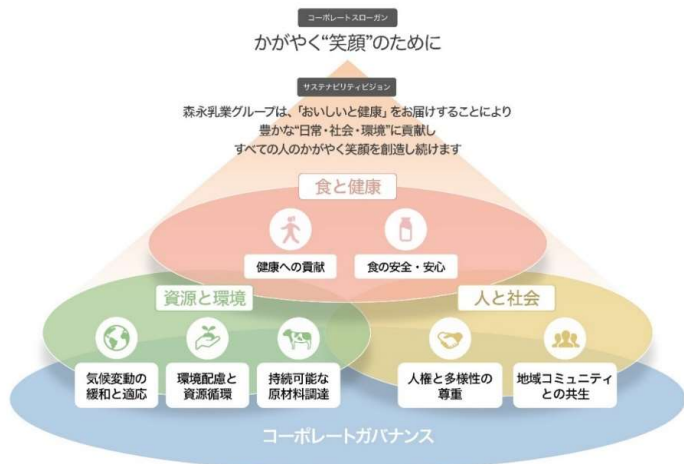
(億円)

2024/3期計画	下期計画			通期計画		
	売上高	対前年増減率	当初計画との差	売上高	対前年増減率	当初計画との差
栄養・機能性食品事業						
ヨーグルト	261	+2%	+1	539	+1%	±0
市乳 (宅配など)	95	△1%	±0	187	△1%	±0
栄養食品	60	△4%	△3	127	+1%	±0
クリニコ	131	+3%	△1	263	+4%	±0
主力食品事業						
ビバレッジ	258	+11%	+21	559	+11%	+41
アイス	175	+8%	+9	450	+7%	+12
チーズ	135	+4%	+3	265	+6%	+2
牛乳	224	+6%	+12	454	+5%	+18
デザート	33	△6%	△2	70	△4%	±0

(参考) サステナビリティの取り組み

「サステナビリティ中長期計画2030」 KPIの進捗を開示

森永乳業統合報告書2023にて、
マテリアリティの目標とKPI
進捗を開示



森永乳業統合報告書2023

<https://www.morinagamilk.co.jp/ir/library/annual.html>

KPIの2022年度実績の例

食と健康

「健康への貢献」健康課題に配慮した商品の売上増（海外含む）2021年度比
 > 2022年度実績：1.1倍（2030年度目標：1.7倍）

「健康への貢献」健康増進・食育活動への参加者（'21~'30）延べ100万人
 > 2022年度実績：延べ16万5千人（2030年度目標：延べ100万人）

資源と環境

「気候変動の緩和と適応」Scope1+2 CO2排出量削減率 2013年度比
 > 2022年度実績：23.0%（2030年度目標：38%以上）

「環境配慮と資源循環」石油由来バージンプラスチック使用量の削減率 2013年度比
 > 2022年度実績：22.9%（2030年度目標：25%以上）

人と社会

「人権と多様性の尊重」男性育休取得率
 > 2022年度実績：90.5%（2030年度目標：100%）

「人権と多様性の尊重」人財育成に向けた研修投資額
 > 2022年度実績：3.1万円/人/年（2030年度目標：4万円/人/年）

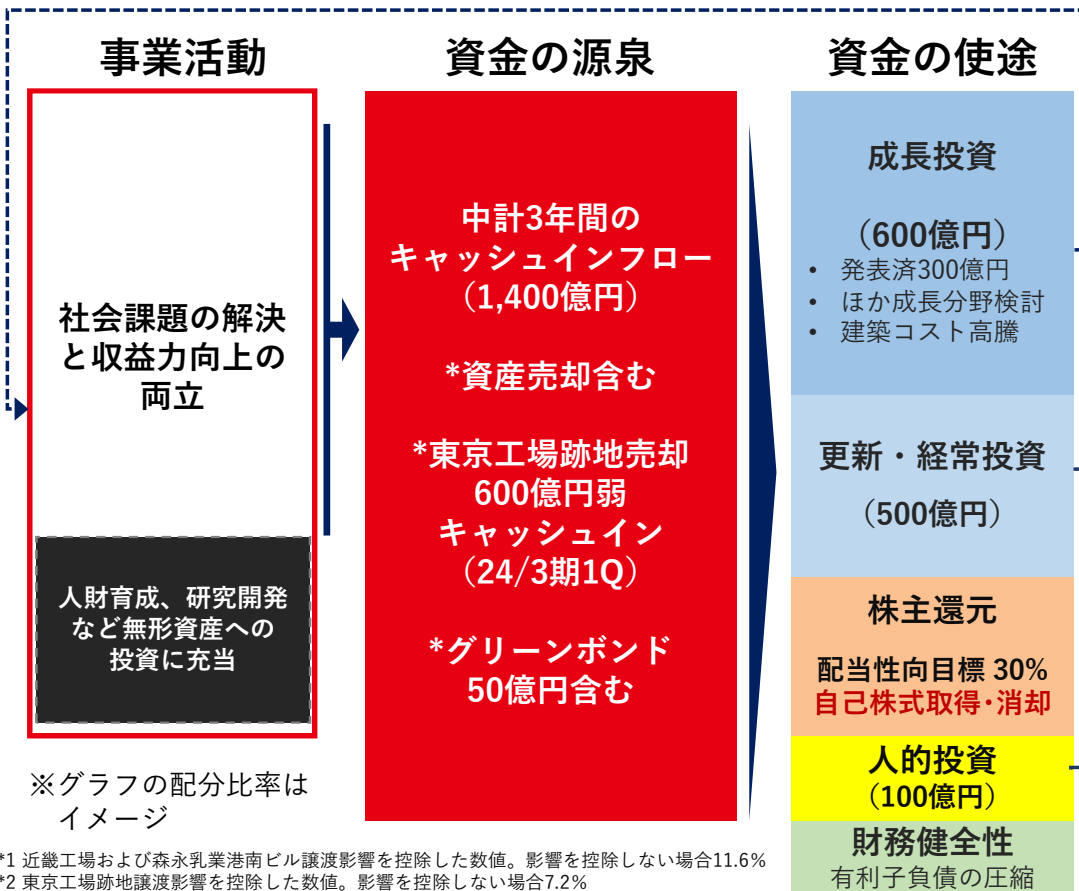
(参考) 成長投資の戦略的な実行、株主還元と財務体質にも留意した資金活用

計画修正なし



■ 事業の拡大・体質強化への投資、重要課題としての株主還元の実行

➤ 総還元性向を意識し決算発表と同時に自己株式取得・消却発表。新たに、人財活躍推進に向けた人的投資を検討



先々の営業CFを生み出す投資の実行

- 10年ビジョン実現に必要な成長投資、M&Aを実行
 - 23/3期初発表済み案件、海外M&A：約300億円
 - MILEI社設備投資（38百万€）、神戸工場製造ライン（アイス・ヨーグルト）ほか成長分野、環境関連投資やM&A含め検討
 - 一方で、建築コストは高騰

株主還元の強化

- 配当性向目標：30%（一過性要因除く）
 - 22/3期：20.5%*1 → 23/3期：24.1% → 24/3期予：28.0%*2
- 総還元性向を意識した対応
 - 自己株式消却（22年8月）：2百万株/4.01%分
 - 自己株式取得・消却（23年5月15日発表）：約186万株/約100億円

人財活躍推進に向けた人的投資

- 将来の退職一時金に充てる原資の確保と資産の有効活用を目的とした退職給付信託導入の検討
- 社員へ自社の株式を給付する制度等の導入検討

中長期目線での健全性確保

- 突発的な環境変化に備えた格付けAの維持

株式分割の実施・株主優待の変更（拡充）



株式分割実施および株主優待変更（拡充）を発表（2023年11月9日発表）

➤ 株式分割

①株式分割の方法

2023年11月30日を基準日として、同日の最終の株主名簿に記載又は記録された株主の所有する **普通株式1株につき2株の割合をもって分割**いたします。
(効力発生日：2023年12月1日)

②配当の修正

今回の株式分割に伴い、2023年10月26日付で公表した2024年3月期の期末配当予想額を以下のとおり修正いたします。

1株あたり年間配当金（円）

前回予想（2023年10月26日公表）	100.00
今回修正予想（株式分割後の配当予想） （株式分割前換算）	50.00 (100.00)

➤ 株主優待制度の変更（拡充）

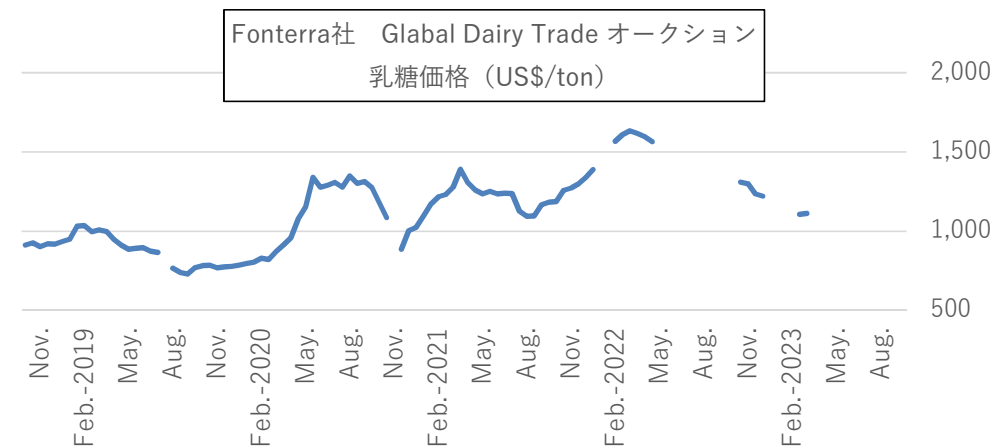
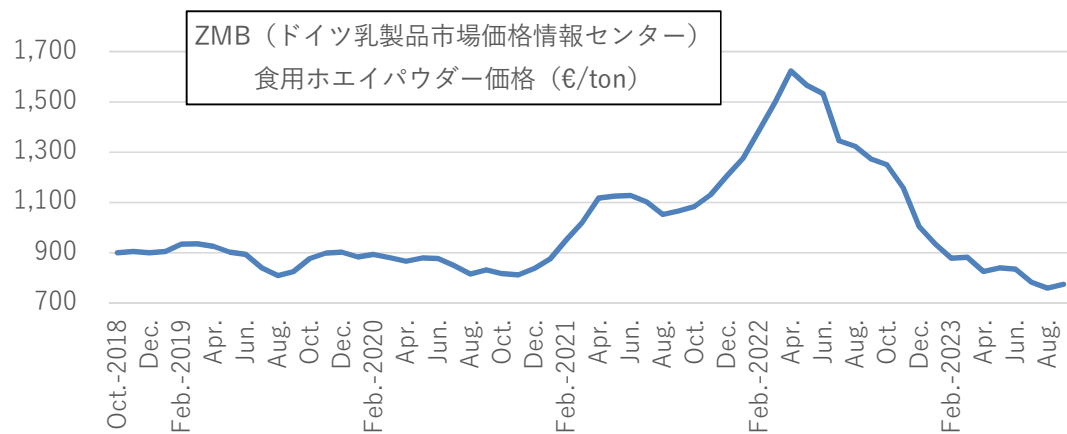
2024年9月30日現在の株主名簿に記載または記録された株主さまより変更後の基準に基づき実施いたします。

ご所有の株式数に応じて、A・Bの2つのコースよりひとつお選びいただけます。

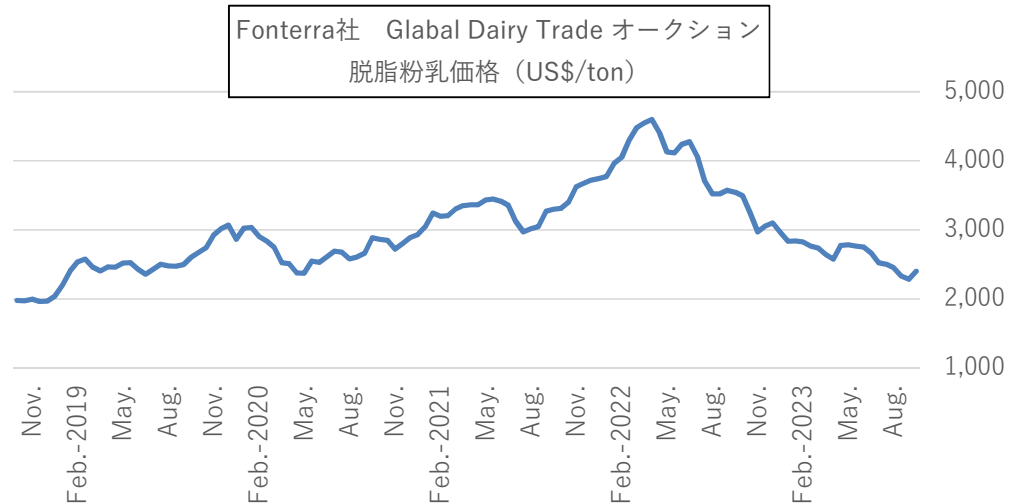
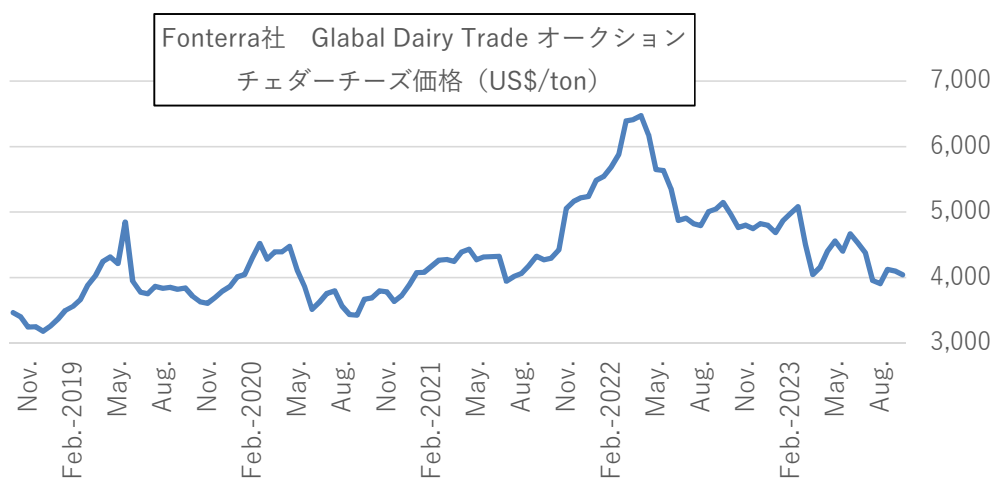
Aコース：「森永絹とうふ」を含む当社商品をお届けするコース
Bコース：株主さまへの当社商品のお届けに代え、寄付を実施するコース

ご所有株式数（株式分割後）	優待内容
100株（現行50株）～299株	当社商品（1,500円相当） もしくは寄付から選択
300株（現行150株）～499株	当社商品（3,000円相当） もしくは寄付から選択
500株（現行250株）以上	当社商品（5,000円相当） もしくは寄付から選択

(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。