



2025年2月10日

各位

東京都港区東新橋 1-5-2  
会社名：森永乳業株式会社  
代表者：取締役社長 大貫 陽一  
(コード：2264、東証プライム)  
問合せ先：コーポレートコミュニケーション部長  
山田 拓  
TEL(03)6281-4682

(訂正) 「2024年3月期 決算短信〔日本基準〕(連結)」等の一部訂正について

2024年5月14日に開示しました「2024年3月期 決算短信〔日本基準〕(連結)」等の内容に一部訂正がありましたので、下記の通りお知らせいたします。

なお、2024年8月8日に開示しました2025年3月期第1四半期決算および2024年11月8日に開示しました2025年3月期第2四半期(中間期)決算の開示資料につきましても、一部訂正の対象に含まれます。

記

訂正理由

海外事業と「その他・消去」の営業利益の数値分類に誤りがあり一部訂正がございます。なお、グループ合計の数値に変更はありません。

訂正内容

1. 2024年3月期決算の開示資料(2024年5月14日付)

〈2024年3月期 決算短信〔日本基準〕(連結)〉

【7ページ】海外事業 営業利益

(訂正前) 5,996百万円 (前年差 4,147百万円減)

(訂正後) 6,168百万円 (前年差 3,975百万円減)

【9ページ】(4) 今後の見通し 7行目

(訂正前) (前略)事業全体の営業利益として前年差3億円と安定的な

(訂正後) (前略)事業全体の営業利益として前年差1億円と安定的な

【11ページ】海外事業 営業利益 対前年 増減率(差)

(訂正前) 304百万円

(訂正後) 132百万円

【11ページ】 海外事業 営業利益 2024年3月期 実績

(訂正前) 5,996百万円

(訂正後) 6,168百万円

〈2024年3月期決算補足資料〉

【4ページ】 2. 事業分野別動向 (2) 営業利益 「海外事業」及び「その他・消去」  
・別添資料のとおり

〈2024年3月期決算説明会〉

【4ページ】 海外事業 営業利益

【6ページ】 営業利益 (営業利益率) 「海外事業」及び「その他・消去」

【16ページ】 海外事業の営業利益に関する記述

【38ページ】 営業利益 通期計画 対前年増減額 「海外事業」及び「その他・消去」  
・別添資料のとおり

## 2. 2025年3月期第1四半期決算の開示資料 (2024年8月8日付)

〈2025年3月期第1四半期決算短信〔日本基準〕(連結)〉

【6ページ】 海外事業 営業利益

(訂正前) 869百万円 (前年差 1,860百万円減)

(訂正後) 921百万円 (前年差 1,784百万円減)

【8ページ】 海外事業 営業利益 対前年増減率 (差)

(訂正前) 304百万円

(訂正後) 132百万円

〈2025年3月期第1四半期決算補足資料〉

【4ページ】 2. 事業分野別動向 (2) 営業利益 「海外事業」及び「その他・消去」  
・別添資料のとおり

〈2025年3月期第1四半期決算説明会〉

【3ページ】 海外事業 営業利益

【5ページ】 営業利益 (営業利益率) 「海外事業」及び「その他・消去」

【10ページ】 海外事業営業利益推移 (グラフ)

【13ページ】 営業利益 通期計画 対前年増減額 「海外事業」及び「その他・消去」  
・別添資料のとおり

3. 2025年3月期第2四半期（中間期）決算の開示資料（2024年11月8日付）

〈2025年3月期第2四半期（中間期）決算短信〔日本基準〕（連結）〉

【6ページ】 海外事業 営業利益

（訂正前） 1,848百万円 （前年差 2,102百万円減）

（訂正後） 1,961百万円 （前年差 1,990百万円減）

【8ページ】 海外事業 営業利益 対前年増減率（差）

（訂正前） 304百万円

（訂正後） 132百万円

〈2025年3月期第2四半期（中間期）決算補足資料〉

【4ページ】 2. 事業分野別動向（2）営業利益 「海外事業」及び「その他・消去」

【5ページ】 3. 事業分野別動向（四半期単位での表示）（2）営業利益 「海外事業」及び「その他・消去」

・別添資料のとおり

〈2025年3月期第2四半期（中間期）決算説明会〉

【6ページ】 営業利益 「海外事業」及び「その他・消去」

【11ページ】 営業利益 下期計画 「海外事業」及び「その他・消去」

【16ページ】 海外事業の営業利益に関する記述

【18ページ】 営業利益（営業利益率） 「海外事業」及び「その他・消去」

【21ページ】 海外事業 売上高 25/3期下期計画 対前年増減率

【21ページ】 営業利益（営業利益率） 「海外事業」及び「その他・消去」

・別添資料のとおり

以上

(訂正前)4ページ

2. 事業分野別動向

(1)売上高

(単位:百万円)

	2023/3				2024/3								2025/3			
	1Q	2Q	3Q	通期	1Q	増減率	2Q	増減率	3Q	増減率	通期	増減率	2Q予	増減率	通期予	増減率
栄養・機能性食品事業	31,273	61,949	94,221	123,682	31,991	2.3%	63,614	2.7%	96,812	2.8%	127,281	2.9%	65,800	3.4%	132,600	4.2%
主力食品事業	44,867	93,065	133,109	170,232	44,691	-0.4%	95,400	2.5%	137,439	3.3%	175,256	3.0%	99,000	3.8%	183,600	4.8%
BtoB事業	22,788	45,579	70,867	93,159	23,877	4.8%	47,773	4.8%	73,644	3.9%	96,401	3.5%	51,000	6.8%	101,700	5.5%
海外事業	13,615	29,389	45,381	59,355	17,629	29.5%	34,324	16.8%	48,359	6.6%	60,422	1.8%	32,600	-5.0%	70,300	16.3%
その他・消去	17,757	39,981	61,648	79,175	21,551	21.4%	45,469	13.7%	66,987	8.7%	87,700	10.8%	44,600	-1.9%	81,800	-6.7%
合計	130,300	269,962	405,224	525,603	139,738	7.2%	286,580	6.2%	423,241	4.4%	547,059	4.1%	293,000	2.2%	570,000	4.2%

(2)営業利益

(単位:百万円)

	2023/3				2024/3								2025/3			
	1Q	2Q	3Q	通期	1Q	増減額	2Q	増減額	3Q	増減額	通期	増減額	2Q予	増減率	通期予	増減率
栄養・機能性食品事業	1,850	3,468	4,794	5,578	1,966	116	4,030	562	6,183	1,389	5,255	-323	4,100	70	7,100	1,845
(営業利益率)	5.9%	5.6%	5.1%	4.5%	6.1%	-	6.3%	-	6.4%	-	4.1%	-	6.2%	-	5.4%	-
主力食品事業	1,926	5,566	6,113	5,137	2,839	913	8,006	2,440	10,077	3,964	9,024	3,887	8,100	94	9,500	477
(営業利益率)	4.3%	6.0%	4.6%	3.0%	6.3%	-	8.4%	-	7.3%	-	5.1%	-	8.2%	-	5.2%	-
BtoB事業	539	838	1,313	1,498	1,077	539	2,250	1,412	3,917	2,605	4,461	2,963	2,300	50	4,700	239
(営業利益率)	2.4%	1.8%	1.9%	1.6%	4.5%	-	4.7%	-	5.3%	-	4.6%	-	4.5%	-	4.6%	-
海外事業	1,625	3,343	6,664	10,143	2,781	1,156	3,981	638	4,899	-1,765	5,996	-4,147	2,100	-1,881	6,300	304
(営業利益率)	11.9%	11.4%	14.7%	17.1%	15.8%	-	11.6%	-	10.1%	-	9.9%	-	6.4%	-	9.0%	-
その他・消去	349	1,406	1,576	1,584	981	632	2,589	1,184	2,939	1,362	3,104	1,520	2,300	-289	2,400	-704
(営業利益率)	2.0%	3.5%	2.6%	2.0%	4.7%	-	5.7%	-	4.4%	-	3.5%	-	5.2%	-	2.9%	-
合計	6,289	14,620	20,460	23,939	9,645	3,355	20,856	6,236	28,015	7,555	27,839	3,899	18,900	-1,957	30,000	2,161
(営業利益率)	4.8%	5.4%	5.0%	4.6%	6.9%	-	7.3%	-	6.6%	-	5.1%	-	6.5%	-	5.3%	-

(3)商品分野別売上高(単体、または連結子会社)

(単位:億円)

	2023/3				2024/3								2025/3			
	1Q	2Q	3Q	通期	1Q	増減率	2Q	増減率	3Q	増減率	通期	増減率	2Q予	増減率	通期予	増減率
栄養・機能性食品事業																
ヨーグルト	137	275	403	532	138	1%	278	1%	408	1%	541	2%	292	5%	570	6%
市乳(宅配など)	48	94	144	190	47	-3%	92	-2%	141	-2%	183	-3%	84	-8%	177	-3%
栄養食品	32	63	97	126	33	5%	67	6%	103	6%	133	5%	68	1%	134	1%
クリニコ	62	126	198	253	65	5%	132	5%	208	5%	267	6%	135	3%	273	2%
主力食品事業																
ビバレッジ	133	272	391	503	144	8%	302	11%	431	10%	548	9%	308	2%	563	3%
アイス	114	258	347	420	121	6%	275	7%	370	7%	443	6%	283	3%	469	6%
チーズ	59	121	188	251	64	10%	130	7%	202	7%	265	6%	137	6%	281	6%
牛乳	110	224	331	434	108	-1%	231	3%	344	4%	452	4%	244	6%	478	6%
デザート	18	38	56	73	19	0%	37	-2%	54	-3%	72	-2%	39	4%	75	4%
海外事業																
MILEI社(単位:億円)	96	201	312	415	123	28%	227	13%	299	-4%	364	-12%	183	-19%	377	4%
MILEI社(単位:百万ユーロ)	70	141	222	295	85	21%	144	2%	189	-15%	234	-21%				
NutriCo Morinaga 社(単位:億円)					18	-	36	-	55	-	68	-	34	-5%	76	11%
NutriCo Morinaga 社(単位:億バキスタルビー)					38	-	73	-	105	-	136	-				
Morinaga Nutritional Foods社(US)(単位:億円)	8	18	29	35	13	68%	32	81%	56	97%	74	115%	43	34%	94	27%
Morinaga Nutritional Foods社(US)(単位:百万ドル)	6	13	20	26	10	55%	22	71%	38	90%	53	101%				
MNF Vietnam社(旧 Elovi社)(単位:億円)	8	22	38	48	10	27%	24	9%	36	-6%	43	-10%	24	-3%	53	23%
MNF Vietnam社(旧 Elovi社)(単位:億ベトナムトン)	1,487	3,775	6,191	8,584	1,750	18%	3,990	6%	5,833	-6%	7,426	-13%				

(4)市場シェアの状況

カテゴリー	2022/3	2023/3	2024/3	順位
チルドカップタイプコーヒー	42%	41%	40%	1
チルド紅茶飲料	62%	54%	54%	1
アイスクリーム	12%	11%	11%	4
ヨーグルト	13%	13%	12%	2
チーズ	11%	10%	10%	3
チルドデザート	14%	14%	13%	4

家庭用商品の金額シェア

出所: インテージSRI+(2021年4月~2022年3月、2022年4月~2023年3月、2023年4月~2024年3月 販売金額シェア)

(訂正後)4ページ

2. 事業分野別動向

(1)売上高

(単位:百万円)

	2023/3				2024/3								2025/3			
	1Q	2Q	3Q	通期	1Q	増減率	2Q	増減率	3Q	増減率	通期	増減率	2Q予	増減率	通期予	増減率
栄養・機能性食品事業	31,273	61,949	94,221	123,682	31,991	2.3%	63,614	2.7%	96,812	2.8%	127,281	2.9%	65,800	3.4%	132,600	4.2%
主力食品事業	44,867	93,065	133,109	170,232	44,691	-0.4%	95,400	2.5%	137,439	3.3%	175,256	3.0%	99,000	3.8%	183,600	4.8%
BtoB事業	22,788	45,579	70,867	93,159	23,877	4.8%	47,773	4.8%	73,644	3.9%	96,401	3.5%	51,000	6.8%	101,700	5.5%
海外事業	13,615	29,389	45,381	59,355	17,629	29.5%	34,324	16.8%	48,359	6.6%	60,422	1.8%	32,600	-5.0%	70,300	16.3%
その他・消去	17,757	39,981	61,648	79,175	21,551	21.4%	45,469	13.7%	66,987	8.7%	87,700	10.8%	44,600	-1.9%	81,800	-6.7%
合計	130,300	269,962	405,224	525,603	139,738	7.2%	286,580	6.2%	423,241	4.4%	547,059	4.1%	293,000	2.2%	570,000	4.2%

(2)営業利益

(単位:百万円)

	2023/3				2024/3								2025/3			
	1Q	2Q	3Q	通期	1Q	増減額	2Q	増減額	3Q	増減額	通期	増減額	2Q予	増減率	通期予	増減率
栄養・機能性食品事業	1,850	3,468	4,794	5,578	1,966	116	4,030	562	6,183	1,389	5,255	-323	4,100	70	7,100	1,845
(営業利益率)	5.9%	5.6%	5.1%	4.5%	6.1%	-	6.3%	-	6.4%	-	4.1%	-	6.2%	-	5.4%	-
主力食品事業	1,926	5,566	6,113	5,137	2,839	913	8,006	2,440	10,077	3,964	9,024	3,887	8,100	94	9,500	477
(営業利益率)	4.3%	6.0%	4.6%	3.0%	6.3%	-	8.4%	-	7.3%	-	5.1%	-	8.2%	-	5.2%	-
BtoB事業	539	838	1,313	1,498	1,077	539	2,250	1,412	3,917	2,605	4,461	2,963	2,300	50	4,700	239
(営業利益率)	2.4%	1.8%	1.9%	1.6%	4.5%	-	4.7%	-	5.3%	-	4.6%	-	4.5%	-	4.6%	-
海外事業	1,625	3,343	6,664	10,143	2,781	1,156	3,981	638	4,899	-1,765	6,168	-3,975	2,100	-1,881	6,300	132
(営業利益率)	11.9%	11.4%	14.7%	17.1%	15.8%	-	11.6%	-	10.1%	-	10.2%	-	6.4%	-	9.0%	-
その他・消去	349	1,406	1,576	1,584	981	632	2,589	1,184	2,939	1,362	2,931	1,348	2,300	-289	2,400	-531
(営業利益率)	2.0%	3.5%	2.6%	2.0%	4.7%	-	5.7%	-	4.4%	-	3.3%	-	5.2%	-	2.9%	-
合計	6,289	14,620	20,460	23,939	9,645	3,355	20,856	6,236	28,015	7,555	27,839	3,899	18,900	-1,957	30,000	2,161
(営業利益率)	4.8%	5.4%	5.0%	4.6%	6.9%	-	7.3%	-	6.6%	-	5.1%	-	6.5%	-	5.3%	-

(3)商品分野別売上高(単体、または連結子会社)

(単位:億円)

	2023/3				2024/3								2025/3			
	1Q	2Q	3Q	通期	1Q	増減率	2Q	増減率	3Q	増減率	通期	増減率	2Q予	増減率	通期予	増減率
栄養・機能性食品事業																
ヨーグルト	137	275	403	532	138	1%	278	1%	408	1%	541	2%	292	5%	570	6%
市乳(宅配など)	48	94	144	190	47	-3%	92	-2%	141	-2%	183	-3%	84	-8%	177	-3%
栄養食品	32	63	97	126	33	5%	67	6%	103	6%	133	5%	68	1%	134	1%
クリニコ	62	126	198	253	65	5%	132	5%	208	5%	267	6%	135	3%	273	2%
主力食品事業																
ビバレッジ	133	272	391	503	144	8%	302	11%	431	10%	548	9%	308	2%	563	3%
アイス	114	258	347	420	121	6%	275	7%	370	7%	443	6%	283	3%	469	6%
チーズ	59	121	188	251	64	10%	130	7%	202	7%	265	6%	137	6%	281	6%
牛乳	110	224	331	434	108	-1%	231	3%	344	4%	452	4%	244	6%	478	6%
デザート	18	38	56	73	19	0%	37	-2%	54	-3%	72	-2%	39	4%	75	4%
海外事業																
MILEI社(単位:億円)	96	201	312	415	123	28%	227	13%	299	-4%	364	-12%	183	-19%	377	4%
MILEI社(単位:百万ユーロ)	70	141	222	295	85	21%	144	2%	189	-15%	234	-21%				
NutriCo Morinaga 社(単位:億円)					18	-	36	-	55	-	68	-	34	-5%	76	11%
NutriCo Morinaga 社(単位:億バキスタルビー)					38	-	73	-	105	-	136	-				
Morinaga Nutritional Foods社(US)(単位:億円)	8	18	29	35	13	68%	32	81%	56	97%	74	115%	43	34%	94	27%
Morinaga Nutritional Foods社(US)(単位:百万ドル)	6	13	20	26	10	55%	22	71%	38	90%	53	101%				
MNF Vietnam社(旧 Elovi社)(単位:億円)	8	22	38	48	10	27%	24	9%	36	-6%	43	-10%	24	-3%	53	23%
MNF Vietnam社(旧 Elovi社)(単位:億ベトナムドン)	1,487	3,775	6,191	8,584	1,750	18%	3,990	6%	5,833	-6%	7,426	-13%				

(4)市場シェアの状況

カテゴリー	2022/3	2023/3	2024/3	順位
チルドカップタイプコーヒー	42%	41%	40%	1
チルド紅茶飲料	62%	54%	54%	1
アイスクリーム	12%	11%	11%	4
ヨーグルト	13%	13%	12%	2
チーズ	11%	10%	10%	3
チルドデザート	14%	14%	13%	4

家庭用商品の金額シェア

出所: インテージSRI+(2021年4月~2022年3月、2022年4月~2023年3月、2023年4月~2024年3月 販売金額シェア)

# 2024年3月期 決算概要サマリー

## 増収増益。国内は大幅増益、海外事業は減益も計画線

### 国内3事業\*1：増収増益

売上高：3,989億円 前年比+3.1%、計画比△1.0%  
営業利益：187億円 前年差+65億円、計画差△6億円

- ・ 価格改定（栄養・機能性食品事業および主力食品事業各カテゴリ、B to B 事業（業務用））
- ・ 高付加価値商品の拡大・数量増（「マウントレーニア」、アイス等）、好天・人流回復寄与
- ・ 原料乳・原材料価格上昇の一方、エネルギーコストは抑制・良化
- ・ 先々を見据えたビフィズス菌等のプロモーション強化（主に4Q）

### 海外事業：増収減益

売上高：604億円 前年比+1.8%、計画比△5.3%  
営業利益：60億円 前年差△41億円、計画差+5億円

- ・ NutriCo Morinaga社、Turtle Island Foods社（TIF社）など、新規連結子会社の寄与もあり増収
- ・ MILEI社は前期増益の反動減
- ・ TIF社の赤字、のれん償却費の計上もあり事業計で減益も計画線

### 全社計\*2：増収増益

売上高：5,471億円 前年比+4.1%、計画比△0.5%  
営業利益：278億円 前年差+39億円、計画差+8億円

- 国内は大幅増益、海外事業は減益も計画線
- 全社計営業利益は計画を上回って着地（前年差+39億円、計画差+8億円）

\*1国内3事業：栄養・機能性食品事業、主力食品事業、B to B 事業 \*2「その他・消去」含む

# 2024年3月期 決算概要サマリー

## 増収増益。国内は大幅増益、海外事業は減益も計画線

### 国内3事業\*1：増収増益

売上高：3,989億円 前年比+3.1%、計画比△1.0%  
営業利益：187億円 前年差+65億円、計画差△6億円

- ・ 価格改定（栄養・機能性食品事業および主力食品事業各カテゴリ、B to B 事業（業務用））
- ・ 高付加価値商品の拡大・数量増（「マウントレーニア」、アイス等）、好天・人流回復寄与
- ・ 原料乳・原材料価格上昇の一方、エネルギーコストは抑制・良化
- ・ 先々を見据えたビフィズス菌等のプロモーション強化（主に4Q）

### 海外事業：増収減益

売上高：604億円 前年比+1.8%、計画比△5.3%  
営業利益：62億円 前年差△40億円、計画差+7億円

- ・ NutriCo Morinaga社、Turtle Island Foods社（TIF社）など、新規連結子会社の寄与もあり増収
- ・ MILEI社は前期増益の反動減
- ・ TIF社の赤字、のれん償却費の計上もあり事業計で減益も計画線

### 全社計\*2：増収増益

売上高：5,471億円 前年比+4.1%、計画比△0.5%  
営業利益：278億円 前年差+39億円、計画差+8億円

- 国内は大幅増益、海外事業は減益も計画線
- 全社計営業利益は計画を上回って着地（前年差+39億円、計画差+8億円）

\*1国内3事業：栄養・機能性食品事業、主力食品事業、B to B 事業 \*2「その他・消去」含む

(訂正前)2024年3月期決算説明会

# 2024年3月期 事業分野別売上高、営業利益実績

	売上高				営業利益 (営業利益率)			
	23/3期	24/3期	対前年増減率	対計画増減率	23/3期	24/3期	対前年増減額	対計画増減額
栄養・機能性食品事業	1,237	<b>1,273</b>	+2.9%	+0.2%	56 (4.5%)	<b>53</b> (4.1%)	△3	△14
主力食品事業	1,702	<b>1,753</b>	+3.0%	△1.5%	51 (3.0%)	<b>90</b> (5.1%)	+39	+1
B to B 事業	932	<b>964</b>	+3.5%	△1.6%	15 (1.6%)	<b>45</b> (4.6%)	+30	+8
海外事業	594	<b>604</b>	+1.8%	△5.3%	101 (17.1%)	<b>60</b> (9.9%)	△41	+5
その他・消去	792	<b>877</b>	+10.8%	+5.4%	16 (2.0%)	<b>31</b> (3.5%)	+15	+9
合計	5,256	<b>5,471</b>	+4.1%	△0.5%	239 (4.6%)	<b>278</b> (5.1%)	+39	+8

## 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。ビフィズス菌等のプロモーション費用投下
- 主力食品事業：「マウントレーニア」、アイスなど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：乳製品向け乳価上昇（4月、12月）および価格改定。人流回復もあり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継続
- 海外事業：新規連結子会社の寄与（主に売上高）。MILEI社の反動減、TIF社の赤字、のれん償却費計上などにより減益





(億円)

(訂正後)2024年3月期決算説明会

## 2024年3月期 事業分野別売上高、営業利益実績

	売上高				営業利益 (営業利益率)			
	23/3期	24/3期	対前年増減率	対計画増減率	23/3期	24/3期	対前年増減額	対計画増減額
栄養・機能性食品事業	1,237	<b>1,273</b>	+2.9%	+0.2%	56 (4.5%)	<b>53</b> (4.1%)	△3	△14
主力食品事業	1,702	<b>1,753</b>	+3.0%	△1.5%	51 (3.0%)	<b>90</b> (5.1%)	+39	+1
B to B 事業	932	<b>964</b>	+3.5%	△1.6%	15 (1.6%)	<b>45</b> (4.6%)	+30	+8
海外事業	594	<b>604</b>	+1.8%	△5.3%	101 (17.1%)	<b>62</b> (10.2%)	△40	+7
その他・消去	792	<b>877</b>	+10.8%	+5.4%	16 (2.0%)	<b>29</b> (3.3%)	+13	+7
合計	5,256	<b>5,471</b>	+4.1%	△0.5%	239 (4.6%)	<b>278</b> (5.1%)	+39	+8

## 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。ビフィズス菌等のプロモーション費用投下
- 主力食品事業：「マウントレーニア」、アイスなど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：乳製品向け乳価上昇（4月、12月）および価格改定。人流回復もあり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継続
- 海外事業：新規連結子会社の寄与（主に売上高）。MILEI社の反動減、TIF社の赤字、のれん償却費計上などにより減益

# 事業ごとの取り組み④：海外事業

上期減益も下期増益により通期では増益。中長期の取り組み推進

## 海外事業

(億円)

	24/3期 実績	前年比/ 差	25/3期 計画	前年比/ 差
売上高	604	+1.8%	703	+16.3%
営業利益	60	△41	63	+3

## Point

### 1. 営業利益：上期減益も下期増益により通期では若干の増益想定

#### ➤ 24/3期：前年差△41億円

- ・ MILEI社：23/3期3Q～24/3期1Qにかけて欧州ホエイ市況の影響による利益増、そこからの反動減
- ・ M&Aによる新規連結子会社3社ののれん償却増（10億円強）
- ・ 米国・Turtle Island Foods（タートルアイランドフーズ、TIF社）：営業赤字（10億円強）

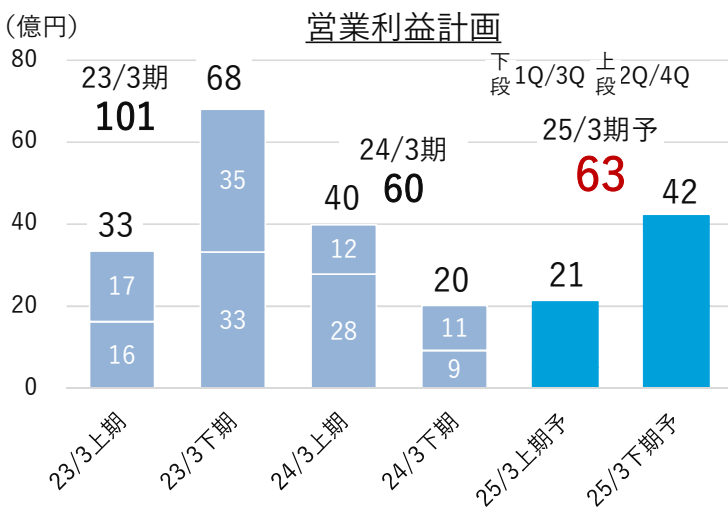
#### ➤ 25/3期上期：前年差△19億円

- ・ 1Q：MILEI社の前年ハードル影響により減益見通し

#### ➤ 下期増益により通期では若干の増益を見込む：前年差+3億円

- ・ 米国（TIF社）：赤字縮小の取り組み
- ・ 菌体：中国ほか育児用ミルク向け、サプリメント向けそれぞれ拡大
- ・ パキスタン、ベトナムなど各子会社で利益増に取り組む
- ・ MILEI社：2Q以降は利益増を想定も1Qのハードルにより通期では減益想定

### 営業利益計画



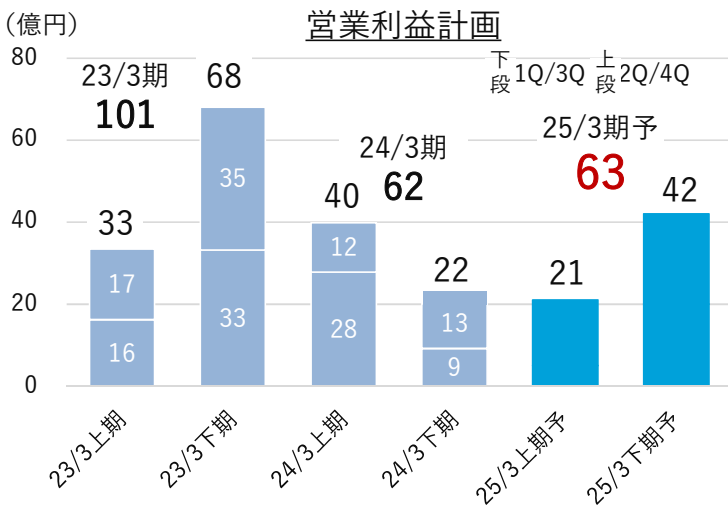
# 事業ごとの取り組み④：海外事業

上期減益も下期増益により通期では増益。中長期の取り組み推進

## 海外事業

(億円)

	24/3期 実績	前年比/ 差	25/3期 計画	前年比/ 差
売上高	604	+1.8%	703	+16.3%
営業利益	62	△40	63	+1



## Point

### 1. 営業利益：上期減益も下期増益により通期では若干の増益想定

#### ➤ 24/3期：前年差△40億円

- ・ MILEI社：23/3期3Q～24/3期1Qにかけて欧州ホエイ市況の影響による利益増、そこからの反動減
- ・ M&Aによる新規連結子会社3社ののれん償却増（10億円強）
- ・ 米国・Turtle Island Foods（タートルアイランドフーズ、TIF社）：営業赤字（10億円強）

#### ➤ 25/3期上期：前年差△19億円

- ・ 1Q：MILEI社の前年ハードル影響により減益見通し

#### ➤ 下期増益により通期では若干の増益を見込む：前年差+1億円

- ・ 米国（TIF社）：赤字縮小の取り組み
- ・ 菌体：中国ほか育児用ミルク向け、サプリメント向けそれぞれ拡大
- ・ パキスタン、ベトナムなど各子会社で利益増に取り組む
- ・ MILEI社：2Q以降は利益増を想定も1Qのハードルにより通期では減益想定



(億円)

(訂正前)2024年3月期決算説明会

## (参考) 2025年3月期 事業分野別売上高、営業利益計画

2025/3期 計画	上期計画		通期計画		上期計画		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	658	+3.4%	1,326	+4.2%	41 (6.2%)	+1	71 (5.4%)	+18
主力食品事業	990	+3.8%	1,836	+4.8%	81 (8.2%)	+1	95 (5.2%)	+5
B to B 事業	510	+6.8%	1,017	+5.5%	23 (4.5%)	+1	47 (4.6%)	+2
海外事業	326	△5.0%	703	+16.3%	21 (6.4%)	△19	63 (9.0%)	+3
その他・消去	446	△1.9%	818	△6.7%	23 (5.2%)	△3	24 (2.9%)	△7
合計	2,930	+2.2%	5,700	+4.2%	189 (6.5%)	△20	300 (5.3%)	+22

## Point

- 栄養・機能性食品事業：ヨーグルトなど高付加価値品拡大。ビフィズス菌プロモーション継続（下期：販促費効率の良化想定）
- 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：菌体拡大。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社の反動減（1Q）もあり上期は減収減益。菌体等の輸出増、米国の赤字改善などにより通期の営業利益は前期並みを計画

38



(億円)

(訂正後)2024年3月期決算説明会

## (参考) 2025年3月期 事業分野別売上高、営業利益計画

2025/3期 計画	上期計画		通期計画		上期計画		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	658	+3.4%	1,326	+4.2%	41 (6.2%)	+1	71 (5.4%)	+18
主力食品事業	990	+3.8%	1,836	+4.8%	81 (8.2%)	+1	95 (5.2%)	+5
B to B 事業	510	+6.8%	1,017	+5.5%	23 (4.5%)	+1	47 (4.6%)	+2
海外事業	326	△5.0%	703	+16.3%	21 (6.4%)	△19	63 (9.0%)	+1
その他・消去	446	△1.9%	818	△6.7%	23 (5.2%)	△3	24 (2.9%)	△5
合計	2,930	+2.2%	5,700	+4.2%	189 (6.5%)	△20	300 (5.3%)	+22

## Point

- 栄養・機能性食品事業：ヨーグルトなど高付加価値品拡大。ビフィズス菌プロモーション継続（下期：販促費効率の良化想定）
- 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：菌体拡大。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社の反動減（1Q）もあり上期は減収減益。菌体等の輸出増、米国の赤字改善などにより通期の営業利益は前期並みを計画

38

(訂正前)4ページ

2. 事業分野別動向

(1)売上高

(単位:百万円)

	2024/3				2025/3							
	1Q	2Q	3Q	通期	1Q	増減率	2Q予	増減率	3Q	増減率	通期予	増減率
栄養・機能性食品事業	31,991	63,614	96,812	127,281	32,742	2.4%	65,800	3.4%			132,600	4.2%
主力食品事業	44,691	95,400	137,439	175,256	46,423	3.9%	99,000	3.8%			183,600	4.8%
BtoB事業	23,877	47,773	73,644	96,401	24,871	4.2%	51,000	6.8%			101,700	5.5%
海外事業	17,632	34,334	48,374	60,422	16,324	-7.4%	32,600	-5.0%			70,300	16.3%
その他・消去	21,551	45,469	66,987	87,700	20,277	-5.9%	44,600	-1.9%			81,800	-6.7%
合計	139,741	286,590	423,256	547,059	140,637	0.6%	293,000	2.2%			570,000	4.2%

(2)営業利益

(単位:百万円)

	2024/3				2025/3							
	1Q	2Q	3Q	通期	1Q	増減額	2Q予	増減額	3Q	増減額	通期予	増減額
栄養・機能性食品事業	1,966	4,030	6,183	5,255	1,810	-156	4,100	70			7,100	1,845
(営業利益率)	6.1%	6.3%	6.4%	4.1%	5.5%	-	6.2%	-			5.4%	-
主力食品事業	2,839	8,006	10,077	9,024	4,119	1,280	8,100	94			9,500	477
(営業利益率)	6.4%	8.4%	7.3%	5.1%	8.9%	-	8.2%	-			5.2%	-
BtoB事業	1,077	2,250	3,917	4,461	1,134	57	2,300	50			4,700	239
(営業利益率)	4.5%	4.7%	5.3%	4.6%	4.6%	-	4.5%	-			4.6%	-
海外事業	2,729	3,950	4,876	5,996	869	-1,860	2,100	-1,850			6,300	304
(営業利益率)	15.5%	11.5%	10.1%	9.9%	5.3%	-	6.4%	-			9.0%	-
その他・消去	981	2,589	2,939	3,104	541	-440	2,300	-289			2,400	-704
(営業利益率)	4.6%	5.7%	4.4%	3.5%	2.7%	-	5.2%	-			2.9%	-
合計	9,592	20,825	27,993	27,839	8,472	-1,119	18,900	-1,926			30,000	2,161
(営業利益率)	6.9%	7.3%	6.6%	5.1%	6.0%	-	6.5%	-			5.3%	-

(3)商品分野別売上高(単体、または連結子会社)

(単位:億円)

	2024/3				2025/3							
	1Q	2Q	3Q	通期	1Q	増減率	2Q予	増減率	3Q	増減率	通期予	増減率
栄養・機能性食品事業												
ヨーグルト	138	278	408	541	146	6%	292	5%			570	6%
市乳(宅配など)	47	92	141	183	41	-12%	84	-8%			177	-3%
栄養食品	33	67	103	133	33	1%	68	1%			134	1%
クリニコ	65	132	208	267	67	3%	135	3%			273	2%
主力食品事業												
ビバレッジ	144	302	431	548	147	2%	308	2%			563	3%
アイス	121	275	370	443	129	7%	283	3%			469	6%
チーズ	64	130	202	265	67	5%	137	6%			281	6%
牛乳	108	231	344	452	113	4%	244	6%			478	6%
デザート	19	37	54	72	20	10%	39	4%			75	4%
海外事業												
MILE社(単位:億円)	123	227	299	364	98	-20%	183	-19%			377	4%
MILE社(単位:百万ユーロ)	85	144	189	234	60	-29%						
NutriCo Morinaga 社(単位:億円)	18	36	55	68	18	3%	34	-5%			76	11%
NutriCo Morinaga 社(単位:億バキスタルピー)	38	73	105	136	34	-11%						
Morinaga Nutritional Foods社(US)(単位:億円)	13	32	56	74	22	70%	43	34%			94	27%
Morinaga Nutritional Foods社(US)(単位:百万ドル)	10	22	38	53	15	49%						
MNF Vietnam社(旧 Elovi社)(単位:億円)	10	24	36	43	9	-15%	24	-3%			53	23%
MNF Vietnam社(旧 Elovi社)(単位:億ベトナムドン)	1,750	3,990	5,833	7,426	1,397	-20%						

(4)市場シェアの状況

カテゴリー	2022/3	2023/3	2024/3	順位
チルドカップタイプコーヒー	42%	41%	40%	1
チルド紅茶飲料	62%	54%	54%	1
アイスクリーム	12%	11%	11%	4
ヨーグルト	13%	13%	12%	2
チーズ	11%	10%	10%	3
チルドデザート	14%	14%	13%	4

家庭用商品の金額シェア

出所: インテージSRI+(2021年4月~2022年3月、2022年4月~2023年3月、2023年4月~2024年3月 販売金額シェア)

(訂正後)4ページ

2. 事業分野別動向

(1)売上高

(単位:百万円)

	2024/3				2025/3							
	1Q	2Q	3Q	通期	1Q	増減率	2Q予	増減率	3Q	増減率	通期予	増減率
栄養・機能性食品事業	31,991	63,614	96,812	127,281	32,742	2.4%	65,800	3.4%			132,600	4.2%
主力食品事業	44,691	95,400	137,439	175,256	46,423	3.9%	99,000	3.8%			183,600	4.8%
BtoB事業	23,877	47,773	73,644	96,401	24,871	4.2%	51,000	6.8%			101,700	5.5%
海外事業	17,632	34,334	48,374	60,422	16,324	-7.4%	32,600	-5.0%			70,300	16.3%
その他・消去	21,551	45,469	66,987	87,700	20,277	-5.9%	44,600	-1.9%			81,800	-6.7%
合計	139,741	286,590	423,256	547,059	140,637	0.6%	293,000	2.2%			570,000	4.2%

(2)営業利益

(単位:百万円)

	2024/3				2025/3							
	1Q	2Q	3Q	通期	1Q	増減額	2Q予	増減額	3Q	増減額	通期予	増減額
栄養・機能性食品事業	1,966	4,030	6,183	5,255	1,810	-156	4,100	70			7,100	1,845
(営業利益率)	6.1%	6.3%	6.4%	4.1%	5.5%	-	6.2%	-			5.4%	-
主力食品事業	2,839	8,006	10,077	9,024	4,119	1,280	8,100	94			9,500	477
(営業利益率)	6.4%	8.4%	7.3%	5.1%	8.9%	-	8.2%	-			5.2%	-
BtoB事業	1,077	2,250	3,917	4,461	1,134	57	2,300	50			4,700	239
(営業利益率)	4.5%	4.7%	5.3%	4.6%	4.6%	-	4.5%	-			4.6%	-
海外事業	2,705	3,950	4,792	6,168	921	-1,784	2,100	-1,850			6,300	132
(営業利益率)	15.3%	11.5%	9.9%	10.2%	5.6%	-	6.4%	-			9.0%	-
その他・消去	1,005	2,590	3,023	2,931	489	-516	2,300	-290			2,400	-531
(営業利益率)	4.7%	5.7%	4.5%	3.3%	2.4%	-	5.2%	-			2.9%	-
合計	9,592	20,825	27,993	27,839	8,472	-1,119	18,900	-1,926			30,000	2,161
(営業利益率)	6.9%	7.3%	6.6%	5.1%	6.0%	-	6.5%	-			5.3%	-

(3)商品分野別売上高(単体、または連結子会社)

(単位:億円)

	2024/3				2025/3							
	1Q	2Q	3Q	通期	1Q	増減率	2Q予	増減率	3Q	増減率	通期予	増減率
栄養・機能性食品事業												
ヨーグルト	138	278	408	541	146	6%	292	5%			570	6%
市乳(宅配など)	47	92	141	183	41	-12%	84	-8%			177	-3%
栄養食品	33	67	103	133	33	1%	68	1%			134	1%
クリニコ	65	132	208	267	67	3%	135	3%			273	2%
主力食品事業												
ビバレッジ	144	302	431	548	147	2%	308	2%			563	3%
アイス	121	275	370	443	129	7%	283	3%			469	6%
チーズ	64	130	202	265	67	5%	137	6%			281	6%
牛乳	108	231	344	452	113	4%	244	6%			478	6%
デザート	19	37	54	72	20	10%	39	4%			75	4%
海外事業												
MILE社(単位:億円)	123	227	299	364	98	-20%	183	-19%			377	4%
MILE社(単位:百万ユーロ)	85	144	189	234	60	-29%						
NutriCo Morinaga 社(単位:億円)	18	36	55	68	18	3%	34	-5%			76	11%
NutriCo Morinaga 社(単位:億バキスタルピー)	38	73	105	136	34	-11%						
Morinaga Nutritional Foods社(US)(単位:億円)	13	32	56	74	22	70%	43	34%			94	27%
Morinaga Nutritional Foods社(US)(単位:百万ドル)	10	22	38	53	15	49%						
MNF Vietnam社(旧 Elovi社)(単位:億円)	10	24	36	43	9	-15%	24	-3%			53	23%
MNF Vietnam社(旧 Elovi社)(単位:億ベトナムドン)	1,750	3,990	5,833	7,426	1,397	-20%						

(4)市場シェアの状況

カテゴリー	2022/3	2023/3	2024/3	順位
チルドカップタイプコーヒー	42%	41%	40%	1
チルド紅茶飲料	62%	54%	54%	1
アイスクリーム	12%	11%	11%	4
ヨーグルト	13%	13%	12%	2
チーズ	11%	10%	10%	3
チルドデザート	14%	14%	13%	4

家庭用商品の金額シェア

出所:インテージSRI+(2021年4月~2022年3月、2022年4月~2023年3月、2023年4月~2024年3月 販売金額シェア)



# 2025年3月期第1四半期 決算概要

## サマリー：増収減益（国内増益、海外減益）、計画線で進捗

### 国内3事業\*1：増収増益

売上高：1,040億円（前年比+3.5%）  
営業利益：71億円（前年差+12億円）

- 価格改定効果（ビバレッジ（3月、6月）、前期実施商品の未経過月分の寄与）
- 高付加価値商品の拡大・数量増（「マウントレニア」、アイス、ヨーグルトなど）
- 原材料価格上昇、物流費などオペレーションコスト上昇

### 海外事業：減収減益

売上高：163億円（前年比△7.4%）  
営業利益：9億円（前年差△19億円）

- 減収減益：主に前期1Qに大きく拡大したMILEI社の反動減の影響
- パキスタン、米国、ベトナム各子会社にて中長期の成長を見据えた取り組み推進。菌体好調
- 大きく減益も上期・通期計画に沿った進捗

### 全社計\*2：増収減益

売上高：1,406億円（前年比+0.6%）  
営業利益：85億円（前年差△11億円）

- 全体として計画線で進捗

\*1国内3事業：栄養・機能性食品事業、主力食品事業、BtoB事業 \*2「その他・消去」含む



# 2025年3月期第1四半期 決算概要

## サマリー：増収減益（国内増益、海外減益）、計画線で進捗

### 国内3事業\*1：増収増益

売上高：1,040億円（前年比+3.5%）  
営業利益：71億円（前年差+12億円）

- 価格改定効果（ビバレッジ（3月、6月）、前期実施商品の未経過月分の寄与）
- 高付加価値商品の拡大・数量増（「マウントレニア」、アイス、ヨーグルトなど）
- 原材料価格上昇、物流費などオペレーションコスト上昇

### 海外事業：減収減益

売上高：163億円（前年比△7.4%）  
営業利益：9億円（前年差△18億円）

- 減収減益：主に前期1Qに大きく拡大したMILEI社の反動減の影響
- パキスタン、米国、ベトナム各子会社にて中長期の成長を見据えた取り組み推進。菌体好調
- 大きく減益も上期・通期計画に沿った進捗

### 全社計\*2：増収減益

売上高：1,406億円（前年比+0.6%）  
営業利益：85億円（前年差△11億円）

- 全体として計画線で進捗

\*1国内3事業：栄養・機能性食品事業、主力食品事業、BtoB事業 \*2「その他・消去」含む



(億円)

(訂正前)2025年3月期第1四半期決算説明会

## 2025年3月期第1四半期 事業分野別売上高、営業利益実績

	売上高			営業利益 (営業利益率)		
	24/3期1Q	25/3期1Q	対前年増減率	24/3期1Q	25/3期1Q	対前年増減額
栄養・機能性食品事業	320	<b>327</b>	+2.4%	20 (6.1%)	<b>18</b> (5.5%)	△2
主力食品事業	447	<b>464</b>	+3.9%	28 (6.4%)	<b>41</b> (8.9%)	+13
B to B 事業	239	<b>249</b>	+4.2%	11 (4.5%)	<b>11</b> (4.6%)	+1
海外事業	176	<b>163</b>	△7.4%	27 (15.5%)	<b>9</b> (5.3%)	△19
その他・消去	216	<b>203</b>	△5.9%	10 (4.6%)	<b>5</b> (2.7%)	△4
合計	1,397	<b>1,406</b>	+0.6%	96 (6.9%)	<b>85</b> (6.0%)	△11

## Point

- 栄養・機能性食品事業：「ビヒダス」中心にヨーグルト増収、ビフィズス菌・新商品販促費増。原材料・物流費等のオペレーションコスト増
- 主力食品事業：ビバレッジ価格改定。「マウントレニア」、アイスなど高付加価値商品の拡大。原材料・オペレーションコスト増
- B to B 事業：堅調な需要、価格改定効果の継続による業務用乳製品伸長。乳製品需給影響による数量抑制継続。原材料・オペレーションコスト増
- 海外事業：前期1Qに大きく拡大したMILEI社の反動減の影響。海外各子会社にて中長期の成長を見据えた取り組み推進。菌体好調

5



(億円)

(訂正後)2025年3月期第1四半期決算説明会

## 2025年3月期第1四半期 事業分野別売上高、営業利益実績

	売上高			営業利益 (営業利益率)		
	24/3期1Q	25/3期1Q	対前年増減率	24/3期1Q	25/3期1Q	対前年増減額
栄養・機能性食品事業	320	<b>327</b>	+2.4%	20 (6.1%)	<b>18</b> (5.5%)	△2
主力食品事業	447	<b>464</b>	+3.9%	28 (6.4%)	<b>41</b> (8.9%)	+13
B to B 事業	239	<b>249</b>	+4.2%	11 (4.5%)	<b>11</b> (4.6%)	+1
海外事業	176	<b>163</b>	△7.4%	27 (15.5%)	<b>9</b> (5.6%)	△18
その他・消去	216	<b>203</b>	△5.9%	10 (4.6%)	<b>5</b> (2.4%)	△5
合計	1,397	<b>1,406</b>	+0.6%	96 (6.9%)	<b>85</b> (6.0%)	△11

## Point

- 栄養・機能性食品事業：「ビヒダス」中心にヨーグルト増収、ビフィズス菌・新商品販促費増。原材料・物流費等のオペレーションコスト増
- 主力食品事業：ビバレッジ価格改定。「マウントレニア」、アイスなど高付加価値商品の拡大。原材料・オペレーションコスト増
- B to B 事業：堅調な需要、価格改定効果の継続による業務用乳製品伸長。乳製品需給影響による数量抑制継続。原材料・オペレーションコスト増
- 海外事業：前期1Qに大きく拡大したMILEI社の反動減の影響。海外各子会社にて中長期の成長を見据えた取り組み推進。菌体好調

5



**業績予想修正なし：国内を中心に営業増益計画、海外事業は若干増**

**Point**

**国内3事業：**

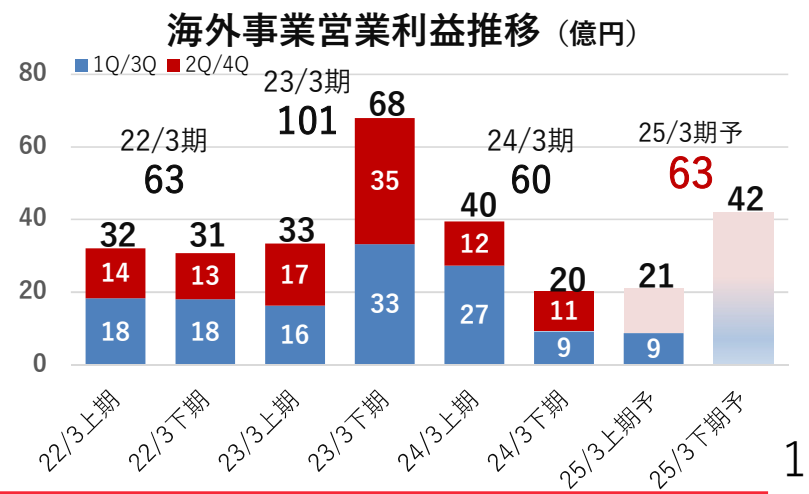
- ✓ 原材料・エネルギー価格、物流費などオペレーションコスト上昇
- 価格改定、売上数量増、PM改善、コスト削減に取り組み、コストアップをカバー、増益を図る
- 追加価格改定実施：アイス (9月)、「パルメザンチーズ」 (10月)  
 \* 価格改定効果は期初計画に織り込み済み：暫定的に「プロダクトミックス(PM)等」

**海外事業：**

- ✓ 上期：23/3期3Q～24/3期1Qかけて拡大したMILEI社の反動減影響などにより1Q中心に減益
- ✓ 下期：MILEI社の前年影響平準化、菌体輸出、米国赤字縮小ほか各子会社で利益増を図る
- 見通しに変更なし。上期減益、通期では若干の増益見込み

**追加価格改定 (24年9月、10月)**

1. 改定日および対象商品
  - (1) 2024年9月1日 (日) 出荷分より改定  
家庭用アイス：14品
  - (2) 2024年10月1日 (火) 出荷分より改定  
家庭用チーズ：3品  
(「クラフト パルメザンチーズ」)
2. 改定内容  
改定額 10円～210円、改定率 6.3%～15.2%





**業績予想修正なし：国内を中心に営業増益計画、海外事業は若干増**

**Point**

**国内3事業：**

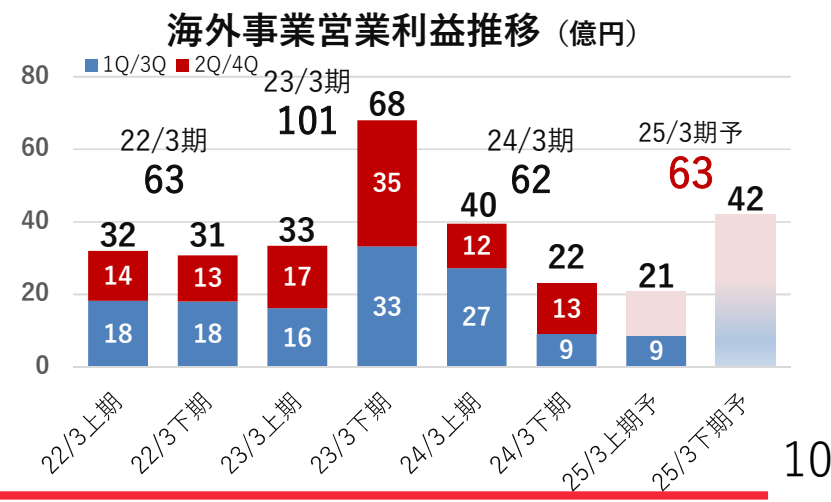
- ✓ 原材料・エネルギー価格、物流費などオペレーションコスト上昇
- 価格改定、売上数量増、PM改善、コスト削減に取り組み、コストアップをカバー、増益を図る
- 追加価格改定実施：アイス (9月)、「パルメザンチーズ」 (10月)  
 \* 価格改定効果は期初計画に織り込み済み：暫定的に「プロダクトミックス(PM)等」

**海外事業：**

- ✓ 上期：23/3期3Q～24/3期1Qかけて拡大したMILEI社の反動減影響などにより1Q中心に減益
- ✓ 下期：MILEI社の前年影響平準化、菌体輸出、米国赤字縮小ほか各子会社で利益増を図る
- 見通しに変更なし。上期減益、通期では若干の増益見込み

**追加価格改定 (24年9月、10月)**

1. 改定日および対象商品
  - (1) 2024年9月1日 (日) 出荷分より改定  
家庭用アイス：14品
  - (2) 2024年10月1日 (火) 出荷分より改定  
家庭用チーズ：3品  
(「クラフト パルメザンチーズ」)
2. 改定内容  
改定額 10円～210円、改定率 6.3%～15.2%



# (参考) 2025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)

2025/3期 計画	上期計画		通期計画		上期計画		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	658	+3.4%	1,326	+4.2%	41 (6.2%)	+1	71 (5.4%)	+18
主力食品事業	990	+3.8%	1,836	+4.8%	81 (8.2%)	+1	95 (5.2%)	+5
B to B 事業	510	+6.8%	1,017	+5.5%	23 (4.5%)	+1	47 (4.6%)	+2
海外事業	326	△5.0%	703	+16.3%	21 (6.4%)	△19	63 (9.0%)	+3
その他・消去	446	△1.9%	818	△6.7%	23 (5.2%)	△3	24 (2.9%)	△7
合計	2,930	+2.2%	5,700	+4.2%	189 (6.5%)	△19	300 (5.3%)	+22

## Point

- 栄養・機能性食品事業：ヨーグルトなど高付加価値品拡大。ビフィズス菌プロモーション継続（下期：販促費効率の良化想定）
- 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：菌体拡大。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社の反動減（1Q）もあり上期は減収減益。菌体等の輸出増、米国の赤字改善などにより通期の営業利益は前期並みを計画

# (参考) 2025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)

2025/3期 計画	上期計画		通期計画		上期計画		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	658	+3.4%	1,326	+4.2%	41 (6.2%)	+1	71 (5.4%)	+18
主力食品事業	990	+3.8%	1,836	+4.8%	81 (8.2%)	+1	95 (5.2%)	+5
B to B 事業	510	+6.8%	1,017	+5.5%	23 (4.5%)	+1	47 (4.6%)	+2
海外事業	326	△5.0%	703	+16.3%	21 (6.4%)	△19	63 (9.0%)	+1
その他・消去	446	△1.9%	818	△6.7%	23 (5.2%)	△3	24 (2.9%)	△5
合計	2,930	+2.2%	5,700	+4.2%	189 (6.5%)	△19	300 (5.3%)	+22

## Point

- 栄養・機能性食品事業：ヨーグルトなど高付加価値品拡大。ビフィズス菌プロモーション継続（下期：販促費効率の良化想定）
- 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：菌体拡大。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社の反動減（1Q）もあり上期は減収減益。菌体等の輸出増、米国の赤字改善などにより通期の営業利益は前期並みを計画



## (訂正前)4ページ

## 2. 事業分野別動向

## (1)売上高

(単位:百万円)

	2024/3				2025/3											
	1Q	2Q	3Q	通期	1Q	増減率	2Q	増減率	2Q予	増減率	3Q	増減率	通期予 修正前	増減率	通期予 修正後	増減率
栄養・機能性食品事業	31,991	63,614	96,812	127,281	32,742	2.4%	64,977	2.1%	65,800	3.4%			132,600	4.2%	130,000	2.1%
主力食品事業	44,691	95,400	137,439	175,256	46,423	3.9%	97,388	2.1%	99,000	3.8%			183,600	4.8%	178,600	1.9%
BtoB事業	23,877	47,773	73,644	96,401	24,871	4.2%	49,477	3.6%	51,000	6.8%			101,700	5.5%	98,100	1.8%
海外事業	17,632	34,334	48,374	60,422	16,324	-7.4%	34,979	1.9%	32,600	-5.0%			70,300	16.3%	71,000	17.5%
その他・消去	21,551	45,469	66,987	87,700	20,277	-5.9%	43,779	-3.7%	44,600	-1.9%			81,800	-6.7%	82,300	-6.2%
合計	139,741	286,590	423,256	547,059	140,637	0.6%	290,599	1.4%	293,000	2.2%			570,000	4.2%	560,000	2.4%

## (2)営業利益

(単位:百万円)

	2024/3				2025/3											
	1Q	2Q	3Q	通期	1Q	増減額	2Q	増減額	2Q予	増減額	3Q	増減額	通期予 修正前	増減額	通期予 修正後	増減額
栄養・機能性食品事業	1,966	4,030	6,183	5,255	1,810	-156	3,031	-999	4,100	70			7,100	1,845	6,000	745
(営業利益率)	6.1%	6.3%	6.4%	4.1%	5.5%	-	4.7%	-	6.2%	-			5.4%	-	4.6%	-
主力食品事業	2,839	8,006	10,077	9,024	4,119	1,280	8,867	861	8,100	94			9,500	477	10,500	1,476
(営業利益率)	6.4%	8.4%	7.3%	5.1%	8.9%	-	9.1%	-	8.2%	-			5.2%	-	5.9%	-
BtoB事業	1,077	2,250	3,917	4,461	1,134	57	2,310	60	2,300	50			4,700	239	4,700	239
(営業利益率)	4.5%	4.7%	5.3%	4.6%	4.6%	-	4.7%	-	4.5%	-			4.6%	-	4.8%	-
海外事業	2,729	3,950	4,876	5,996	869	-1,860	1,848	-2,102	2,100	-1,850			6,300	304	6,300	304
(営業利益率)	15.5%	11.5%	10.1%	9.9%	5.3%	-	5.3%	-	6.4%	-			9.0%	-	8.9%	-
その他・消去	981	2,589	2,939	3,104	541	-440	1,443	-1,147	2,300	-289			2,400	-704	1,000	-2,104
(営業利益率)	4.6%	5.7%	4.4%	3.5%	2.7%	-	3.3%	-	5.2%	-			2.9%	-	1.2%	-
合計	9,592	20,825	27,993	27,839	8,472	-1,119	17,499	-3,326	18,900	-1,926			30,000	2,161	28,500	661
(営業利益率)	6.9%	7.3%	6.6%	5.1%	6.0%	-	6.0%	-	6.5%	-			5.3%	-	5.1%	-

## (3)商品分野別売上高(単体、または連結子会社)

(単位:億円)

	2024/3				2025/3											
	1Q	2Q	3Q	通期	1Q	増減率	2Q	増減率	2Q予	増減率	3Q	増減率	通期予 修正前	増減率	通期予 修正後	増減率
栄養・機能性食品事業																
ヨーグルト	138	278	408	541	146	6%	291	5%	292	5%			570	6%	567	5%
市乳(宅配など)	47	92	141	183	41	-12%	81	-12%	84	-8%			177	-3%	163	-11%
栄養食品	33	67	103	133	33	1%	69	2%	68	1%			134	1%	135	2%
クリニコ	65	132	208	267	67	3%	136	3%	135	3%			273	2%	272	2%
主力食品事業																
ビバレッジ	144	302	431	548	147	2%	304	1%	308	2%			563	3%	553	1%
アイス	121	275	370	443	129	7%	288	5%	283	3%			469	6%	466	5%
チーズ	64	130	202	265	67	5%	134	3%	137	6%			281	6%	272	3%
牛乳	108	231	344	452	113	4%	232	1%	244	6%			478	6%	445	-2%
デザート	19	37	54	72	20	10%	41	10%	39	4%			75	4%	79	11%
海外事業																
MILEI社(単位:億円)	123	227	299	364	98	-20%	210	-7%	183	-19%			377	4%	411	13%
MILEI社(単位:百万ユーロ)	85	144	189	234	60	-29%	122	-16%								
NutriCo Morinaga 社(単位:億円)	18	36	55	68	18	3%	38	4%	34	-5%			76	11%	68	0%
NutriCo Morinaga 社(単位:億バキスタルビ)	38	73	105	136	34	-11%	65	-10%								
Morinaga Nutritional Foods社(US)(単位:億円)	13	32	56	74	22	70%	48	51%	43	34%			94	27%	102	38%
Morinaga Nutritional Foods社(US)(単位:百万ドル)	10	22	38	53	15	49%	30	36%								
MNF Vietnam社(旧 Elovi社)(単位:億円)	10	24	36	43	9	-15%	21	-13%	24	-3%			53	23%	39	-8%
MNF Vietnam社(旧 Elovi社)(単位:億ベトナムドン)	1,750	3,990	5,833	7,426	1,397	-20%	3,368	-16%								

## (4)市場シェアの状況

カテゴリー	2022/3	2023/3	2024/3	順位
チルドカップタイプコーヒー	42%	41%	40%	1
チルド紅茶飲料	62%	54%	54%	1
アイスクリーム	12%	11%	11%	4
ヨーグルト	13%	13%	12%	2
チーズ	11%	10%	10%	3
チルドデザート	14%	14%	13%	4

家庭用商品の金額シェア

出所: インテージSRI+(2021年4月~2022年3月、2022年4月~2023年3月、2023年4月~2024年3月 販売金額シェア)



## (訂正後)4ページ

## 2. 事業分野別動向

## (1)売上高

(単位:百万円)

	2024/3				2025/3											
	1Q	2Q	3Q	通期	1Q	増減率	2Q	増減率	2Q予	増減率	3Q	増減率	通期予修正前	増減率	通期予修正後	増減率
栄養・機能性食品事業	31,991	63,614	96,812	127,281	32,742	2.4%	64,977	2.1%	65,800	3.4%			132,600	4.2%	130,000	2.1%
主力食品事業	44,691	95,400	137,439	175,256	46,423	3.9%	97,388	2.1%	99,000	3.8%			183,600	4.8%	178,600	1.9%
BtoB事業	23,877	47,773	73,644	96,401	24,871	4.2%	49,477	3.6%	51,000	6.8%			101,700	5.5%	98,100	1.8%
海外事業	17,632	34,334	48,374	60,422	16,324	-7.4%	34,979	1.9%	32,600	-5.0%			70,300	16.3%	71,000	17.5%
その他・消去	21,551	45,469	66,987	87,700	20,277	-5.9%	43,779	-3.7%	44,600	-1.9%			81,800	-6.7%	82,300	-6.2%
合計	139,741	286,590	423,256	547,059	140,637	0.6%	290,599	1.4%	293,000	2.2%			570,000	4.2%	560,000	2.4%

## (2)営業利益

(単位:百万円)

	2024/3				2025/3											
	1Q	2Q	3Q	通期	1Q	増減額	2Q	増減額	2Q予	増減額	3Q	増減額	通期予修正前	増減額	通期予修正後	増減額
栄養・機能性食品事業	1,966	4,030	6,183	5,255	1,810	-156	3,031	-999	4,100	70			7,100	1,845	6,000	745
(営業利益率)	6.1%	6.3%	6.4%	4.1%	5.5%	-	4.7%	-	6.2%	-			5.4%	-	4.6%	-
主力食品事業	2,839	8,006	10,077	9,024	4,119	1,280	8,867	861	8,100	94			9,500	477	10,500	1,476
(営業利益率)	6.4%	8.4%	7.3%	5.1%	8.9%	-	9.1%	-	8.2%	-			5.2%	-	5.9%	-
BtoB事業	1,077	2,250	3,917	4,461	1,134	57	2,310	60	2,300	50			4,700	239	4,700	239
(営業利益率)	4.5%	4.7%	5.3%	4.6%	4.6%	-	4.7%	-	4.5%	-			4.6%	-	4.8%	-
海外事業	2,705	3,950	4,792	6,168	921	-1,784	1,961	-1,990	2,100	-1,850			6,300	132	6,300	132
(営業利益率)	15.3%	11.5%	9.9%	10.2%	5.6%	-	5.6%	-	6.4%	-			9.0%	-	8.9%	-
その他・消去	1,005	2,590	3,023	2,931	489	-516	1,331	-1,259	2,300	-290			2,400	-531	1,000	-1,931
(営業利益率)	4.7%	5.7%	4.5%	3.3%	2.4%	-	3.0%	-	5.2%	-			2.9%	-	1.2%	-
合計	9,592	20,825	27,993	27,839	8,472	-1,119	17,499	-3,326	18,900	-1,926			30,000	2,161	28,500	661
(営業利益率)	6.9%	7.3%	6.6%	5.1%	6.0%	-	6.0%	-	6.5%	-			5.3%	-	5.1%	-

## (3)商品分野別売上高(単体、または連結子会社)

(単位:億円)

	2024/3				2025/3											
	1Q	2Q	3Q	通期	1Q	増減率	2Q	増減率	2Q予	増減率	3Q	増減率	通期予修正前	増減率	通期予修正後	増減率
栄養・機能性食品事業																
ヨーグルト	138	278	408	541	146	6%	291	5%	292	5%			570	6%	567	5%
市乳(宅配など)	47	92	141	183	41	-12%	81	-12%	84	-8%			177	-3%	163	-11%
栄養食品	33	67	103	133	33	1%	69	2%	68	1%			134	1%	135	2%
クリニコ	65	132	208	267	67	3%	136	3%	135	3%			273	2%	272	2%
主力食品事業																
ビバレッジ	144	302	431	548	147	2%	304	1%	308	2%			563	3%	553	1%
アイス	121	275	370	443	129	7%	288	5%	283	3%			469	6%	466	5%
チーズ	64	130	202	265	67	5%	134	3%	137	6%			281	6%	272	3%
牛乳	108	231	344	452	113	4%	232	1%	244	6%			478	6%	445	-2%
デザート	19	37	54	72	20	10%	41	10%	39	4%			75	4%	79	11%
海外事業																
MILEI社(単位:億円)	123	227	299	364	98	-20%	210	-7%	183	-19%			377	4%	411	13%
MILEI社(単位:百万ユーロ)	85	144	189	234	60	-29%	122	-16%								
NutriCo Morinaga 社(単位:億円)	18	36	55	68	18	3%	38	4%	34	-5%			76	11%	68	0%
NutriCo Morinaga 社(単位:億バキスタルビー)	38	73	105	136	34	-11%	65	-10%								
Morinaga Nutritional Foods社(US)(単位:億円)	13	32	56	74	22	70%	48	51%	43	34%			94	27%	102	38%
Morinaga Nutritional Foods社(US)(単位:百万ドル)	10	22	38	53	15	49%	30	36%								
MNF Vietnam社(旧 Elovi社)(単位:億円)	10	24	36	43	9	-15%	21	-13%	24	-3%			53	23%	39	-8%
MNF Vietnam社(旧 Elovi社)(単位:億ベトナムドン)	1,750	3,990	5,833	7,426	1,397	-20%	3,368	-16%								

## (4)市場シェアの状況

カテゴリー	2022/3	2023/3	2024/3	順位
チルドカップタイプヨーヒー	42%	41%	40%	1
チルド紅茶飲料	62%	54%	54%	1
アイスクリーム	12%	11%	11%	4
ヨーグルト	13%	13%	12%	2
チーズ	11%	10%	10%	3
チルドデザート	14%	14%	13%	4

家庭用商品の金額シェア

出所: インテージSRI+(2021年4月~2022年3月、2022年4月~2023年3月、2023年4月~2024年3月 販売金額シェア)

## (訂正前)5ページ

## 3. 事業分野別動向(四半期単位での表示)

## (1) 売上高

(単位:百万円)

	2024/3				2025/3							
	1Q	2Q(単)	3Q(単)	4Q(単)	1Q	増減率	2Q(単)	増減率	3Q(単)	増減率	4Q(単)	増減率
栄養・機能性食品事業	31,991	31,624	33,198	30,468	32,742	2.4%	32,234	1.9%				
主力食品事業	44,691	50,709	42,039	37,817	46,423	3.9%	50,965	0.5%				
BtoB事業	23,877	23,896	25,871	22,757	24,871	4.2%	24,606	3.0%				
海外事業	17,632	16,702	14,040	12,048	16,324	-7.4%	18,656	11.7%				
その他・消去	21,551	23,918	21,518	20,712	20,277	-5.9%	23,502	-1.7%				
合計	139,741	146,848	136,666	123,803	140,637	0.6%	149,962	2.1%				

## (2) 営業利益

(単位:百万円)

	2024/3				2025/3							
	1Q	2Q(単)	3Q(単)	4Q(単)	1Q	増減額	2Q(単)	増減額	3Q(単)	増減額	4Q(単)	増減額
栄養・機能性食品事業	1,966	2,064	2,154	-928	1,810	-156	1,220	-843				
(営業利益率)	6.1%	6.5%	6.5%	-	5.5%	-	3.8%	-				
主力食品事業	2,839	5,167	2,071	-1,054	4,119	1,280	4,749	-419				
(営業利益率)	6.4%	10.2%	4.9%	-	8.9%	-	9.3%	-				
BtoB事業	1,077	1,173	1,667	544	1,134	57	1,176	3				
(営業利益率)	4.5%	4.9%	6.4%	2.4%	4.6%	-	4.8%	-				
海外事業	2,729	1,221	926	1,119	869	-1,860	980	-242				
(営業利益率)	15.5%	7.3%	6.6%	9.3%	5.3%	-	5.3%	-				
その他・消去	981	1,608	349	165	541	-440	901	-707				
(営業利益率)	4.6%	6.7%	1.6%	0.8%	2.7%	-	3.8%	-				
合計	9,592	11,232	7,167	-154	8,472	-1,119	9,026	-2,205				
(営業利益率)	6.9%	7.6%	5.2%	-	6.0%	-	6.0%	-				

## (3) 商品分野別売上高(単体、または連結子会社)

(単位:億円)

	2024/3				2025/3							
	1Q	2Q(単)	3Q(単)	4Q(単)	1Q	増減率	2Q(単)	増減率	3Q(単)	増減率	4Q(単)	増減率
栄養・機能性食品事業												
ヨーグルト	138	140	130	133	146	6%	145	4%				
市乳(宅配など)	47	45	48	42	41	-12%	40	-13%				
栄養食品	33	34	36	30	33	1%	35	4%				
クリニック	65	67	76	59	67	3%	69	3%				
主力食品事業												
ビバレッジ	144	158	129	117	147	2%	157	0%				
アイス	121	154	95	74	129	7%	159	3%				
チーズ	64	65	72	63	67	5%	67	2%				
牛乳	108	122	113	108	113	4%	119	-2%				
デザート	19	19	17	18	20	10%	20	10%				

## (訂正後)5ページ

## 3. 事業分野別動向(四半期単位での表示)

## (1) 売上高

(単位:百万円)

	2024/3				2025/3							
	1Q	2Q(単)	3Q(単)	4Q(単)	1Q	増減率	2Q(単)	増減率	3Q(単)	増減率	4Q(単)	増減率
栄養・機能性食品事業	31,991	31,624	33,198	30,468	32,742	2.4%	32,234	1.9%				
主力食品事業	44,691	50,709	42,039	37,817	46,423	3.9%	50,965	0.5%				
BtoB事業	23,877	23,896	25,871	22,757	24,871	4.2%	24,606	3.0%				
海外事業	17,632	16,702	14,040	12,048	16,324	-7.4%	18,656	11.7%				
その他・消去	21,551	23,918	21,518	20,712	20,277	-5.9%	23,502	-1.7%				
合計	139,741	146,848	136,666	123,803	140,637	0.6%	149,962	2.1%				

## (2) 営業利益

(単位:百万円)

	2024/3				2025/3							
	1Q	2Q(単)	3Q(単)	4Q(単)	1Q	増減額	2Q(単)	増減額	3Q(単)	増減額	4Q(単)	増減額
栄養・機能性食品事業	1,966	2,064	2,154	-928	1,810	-156	1,220	-843				
(営業利益率)	6.1%	6.5%	6.5%	-	5.5%	-	3.8%	-				
主力食品事業	2,839	5,167	2,071	-1,054	4,119	1,280	4,749	-419				
(営業利益率)	6.4%	10.2%	4.9%	-	8.9%	-	9.3%	-				
BtoB事業	1,077	1,173	1,667	544	1,134	57	1,176	3				
(営業利益率)	4.5%	4.9%	6.4%	2.4%	4.6%	-	4.8%	-				
海外事業	2,705	1,245	841	1,376	921	-1,784	1,040	-205				
(営業利益率)	15.3%	7.5%	6.0%	11.4%	5.6%	-	5.6%	-				
その他・消去	1,005	1,584	434	-92	489	-516	841	-743				
(営業利益率)	4.7%	6.6%	2.0%	-	2.4%	-	3.6%	-				
合計	9,592	11,232	7,167	-154	8,472	-1,119	9,026	-2,205				
(営業利益率)	6.9%	7.6%	5.2%	-	6.0%	-	6.0%	-				

## (3) 商品分野別売上高(単体、または連結子会社)

(単位:億円)

	2024/3				2025/3							
	1Q	2Q(単)	3Q(単)	4Q(単)	1Q	増減率	2Q(単)	増減率	3Q(単)	増減率	4Q(単)	増減率
栄養・機能性食品事業												
ヨーグルト	138	140	130	133	146	6%	145	4%				
市乳(宅配など)	47	45	48	42	41	-12%	40	-13%				
栄養食品	33	34	36	30	33	1%	35	4%				
クリニック	65	67	76	59	67	3%	69	3%				
主力食品事業												
ビバレッジ	144	158	129	117	147	2%	157	0%				
アイス	121	154	95	74	129	7%	159	3%				
チーズ	64	65	72	63	67	5%	67	2%				
牛乳	108	122	113	108	113	4%	119	-2%				
デザート	19	19	17	18	20	10%	20	10%				



(訂正前)2025年3月期第2四半期(中間期)決算説明会

# 2025年3月期第2四半期 (中間期) 事業分野別サマリー

➤ 計画差：ヨーグルトは増収も注力商品計画未達・PM悪化、国内子会社の影響

上期のPoint	営業利益：前年差	営業利益：計画差
<b>1. 栄養・機能性食品事業</b> ➤ ヨーグルト：新商品や注力商品への積極的な販売促進費支出。 「ビヒダス」など増収も新商品や機能性ヨーグルトの販売計画未達、「パルテノ」の供給制限などによりミックス悪化	△10億円	△11億円
<b>2. 主力食品事業</b> ➤ 「マウントレニア」、アイスなど高付加価値商品が好調 2Q(7-9月)は好天など高い前年ハードル・供給機会ロスも、上期では計画を上回る	+9億円	+8億円
<b>3. B to B 事業</b> ➤ 計画線で進捗	+1億円	±0億円
<b>4. 海外事業</b> ➤ 主に前期1Qに大きく拡大したMILEI社の反動減の影響による減益。そのほかの子会社の状況と合わせ若干弱含みも計画線	△21億円	△3億円
<b>5. その他・消去</b> ➤ 主要国内子会社の計画未達ほか	△11億円	△9億円
<b>合計</b>	<b>△33億円</b>	<b>△14億円</b>



(訂正後)2025年3月期第2四半期(中間期)決算説明会

# 2025年3月期第2四半期 (中間期) 事業分野別サマリー

➤ 計画差：ヨーグルトは増収も注力商品計画未達・PM悪化、国内子会社の影響

上期のPoint	営業利益：前年差	営業利益：計画差
<b>1. 栄養・機能性食品事業</b>	<b>△10億円</b>	<b>△11億円</b>
➤ ヨーグルト：新商品や注力商品への積極的な販売促進費支出。 「ビヒダス」など増収も新商品や機能性ヨーグルトの販売計画未達、「パルテノ」の供給制限などによりミックス悪化		
<b>2. 主力食品事業</b>	<b>+9億円</b>	<b>+8億円</b>
➤ 「マウントレニア」、アイスなど高付加価値商品が好調 2Q(7-9月)は好天など高い前年ハードル・供給機会ロスも、上期では計画を上回る		
<b>3. B to B 事業</b>	<b>+1億円</b>	<b>±0億円</b>
➤ 計画線で進捗		
<b>4. 海外事業</b>	<b>△20億円</b>	<b>△1億円</b>
➤ 主に前期1Qに大きく拡大したMILEI社の反動減の影響による減益。そのほかの子会社の状況と合わせ若干弱含みも計画線		
<b>5. その他・消去</b>	<b>△13億円</b>	<b>△10億円</b>
➤ 主要国内子会社の計画未達ほか		
<b>合計</b>	<b>△33億円</b>	<b>△14億円</b>

# 2025年3月期 事業分野別業績見通し サマリー

➤ 営業利益：上期の計画差分 (△14億円)、通期見通し引き下げ。下期は当初計画水準維持

## 下期のPoint

	営業利益 下期計画：前年差	営業利益 下期計画：当初計画差
1. 栄養・機能性食品事業	+17億円	±0億円
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ヨーグルト：機能性ヨーグルト、「パルテノ」など注力商品の拡大継続</li> <li>➤ 販売促進費は期初想定および積極支出した前下期に対しては効率化</li> <li>➤ 期初の利益見通しを維持</li> </ul>		
2. 主力食品事業	+6億円	+2億円
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 「マウントレーニア」、アイスなど引き続き拡大、見通し引き上げ</li> </ul>		
3. B to B 事業	+2億円	±0億円
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 期初見通しを維持</li> </ul>		
4. 海外事業	+24億円	+3億円
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ MILEI社：ホエイ市況の上昇・たんぱく需要の増加などを背景に販売強化、高品質化の取り組み、見通し引き上げ</li> <li>➤ 他子会社：当初は下期に事業環境好転の想定も上期同様大きな改善見込まず見通し引き下げ。抜本的見直しに着手</li> </ul>		
5. その他・消去	△10億円	△5億円
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 上期同様、主要国内子会社の減益影響を見込み、見通し引き下げ</li> </ul>		
合計	+40億円	△1億円

# 2025年3月期 事業分野別業績見通し サマリー

➤ 営業利益：上期の計画差分 (△14億円)、通期見通し引き下げ。下期は当初計画水準維持

## 下期のPoint

	営業利益 下期計画：前年差	営業利益 下期計画：当初計画差
1. 栄養・機能性食品事業	+17億円	±0億円
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ヨーグルト：機能性ヨーグルト、「パルテノ」など注力商品の拡大継続</li> <li>➤ 販売促進費は期初想定および積極支出した前下期に対しては効率化</li> <li>➤ 期初の利益見通しを維持</li> </ul>		
2. 主力食品事業	+6億円	+2億円
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 「マウントレーニア」、アイスなど引き続き拡大、見通し引き上げ</li> </ul>		
3. B to B 事業	+2億円	±0億円
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 期初見通しを維持</li> </ul>		
4. 海外事業	+21億円	+1億円
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ MILEI社：ホエイ市況の上昇・たんぱく需要の増加などを背景に販売強化、高品質化の取り組み、見通し引き上げ</li> <li>➤ 他子会社：当初は下期に事業環境好転の想定も上期同様大きな改善見込まず見通し引き下げ。抜本的見直しに着手</li> </ul>		
5. その他・消去	△7億円	△4億円
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 上期同様、主要国内子会社の減益影響を見込み、見通し引き下げ</li> </ul>		
合計	+40億円	△1億円



# 事業ごとの取り組み④：海外事業

## 通期計画維持。MILEI社見通し引き上げも、他子会社は引き下げ

(億円)

### Point

	25/3期 計画	前年比/ 差	当初計画 との差	うち 下期
売上高	710	+17.5%	+7	△17
営業利益	63	+3	±0	+3

### 1. 営業利益見通し、海外事業「5つのチャレンジ」推進

- 上期：若干の弱含みも計画線での減益  
下期：MILEI社見通しを引き上げ、事業全体の利益計画も引き上げ。  
一方、そのほかの子会社を引き下げ。事業全体の抜本的見直しに着手

#### ➤ MILEI社

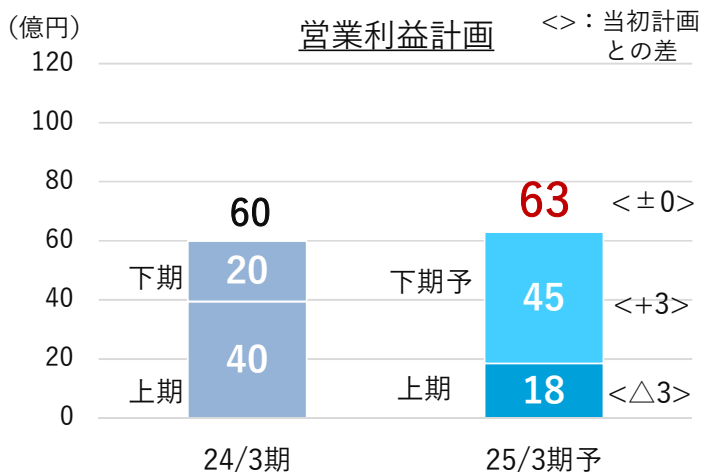
- ・上期：前年ハードル影響大(1Q)、計画線での減益
- ・下期：ホエイ相場上昇、底堅い蛋白需要など期初想定より環境好転、品質改善貢献

#### ➤ パキスタン、米国、ベトナム

- ・上期：中長期での利益成長を見据え取り組み推進
- ・下期：当初は下期に好転の想定も、上期に引き続き難しい内外環境を想定
  - 売上回復途上も、依然として予断を許さない外部環境継続(パキスタン)
  - TIF社の赤字縮小取り組み継続、豆腐の輸出販売拡大(米国)
  - 森永乳業ブランド商品拡大、OEM再受注や新規取り組み推進(ベトナム)

#### ➤ 菌体(海外事業)

- ・上期：好調な推移。育児用ミルク向け、サプリメント向け拡大による利益貢献
- ・下期：上期の好調を維持、拡大継続。中国向け「BB536」展開期待





# 事業ごとの取り組み④：海外事業

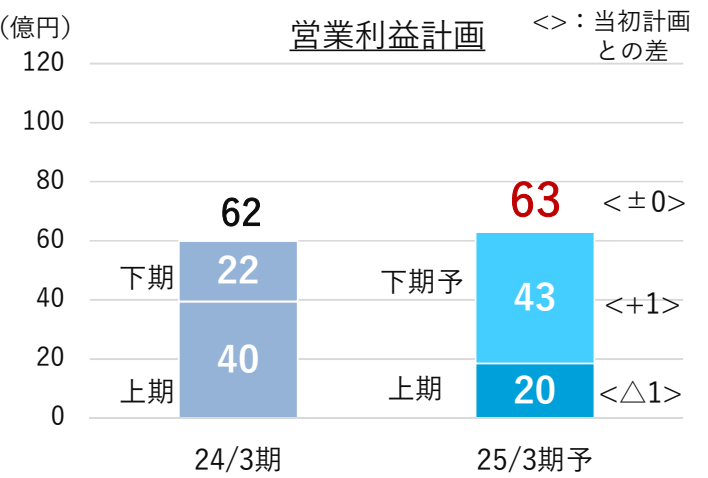
## 通期計画維持。MILEI社見通し引き上げも、他子会社は引き下げ

	25/3期 計画	前年比/ 差	当初計画 との差	うち 下期
売上高	710	+17.5%	+7	△17
営業利益	63	+1	±0	+1

### Point

#### 1. 営業利益見通し、海外事業「5つのチャレンジ」推進

- 上期：若干の弱含みも計画線での減益  
下期：MILEI社見通しを引き上げ、事業全体の利益計画も引き上げ。  
一方、そのほかの子会社を引き下げ。事業全体の抜本的見直しに着手
- MILEI社
  - ・上期：前年ハードル影響大(1Q)、計画線での減益
  - ・下期：ホエイ相場上昇、底堅い蛋白需要など期初想定より環境好転、品質改善貢献
- パキスタン、米国、ベトナム
  - ・上期：中長期での利益成長を見据え取り組み推進
  - ・下期：当初は下期に好転の想定も、上期に引き続き難しい内外環境を想定
    - 売上回復途上も、依然として予断を許さない外部環境継続(パキスタン)
    - TIF社の赤字縮小取り組み継続、豆腐の輸出販売拡大(米国)
    - 森永乳業ブランド商品拡大、OEM再受注や新規取り組み推進(ベトナム)
- 菌体(海外事業)
  - ・上期：好調な推移。育児用ミルク向け、サプリメント向け拡大による利益貢献
  - ・下期：上期の好調を維持、拡大継続。中国向け「BB536」展開期待





(億円)

(訂正前)2025年3月期第2四半期(中間期)決算説明会

(参考) 2025年3月期第2四半期 (中間期) 事業分野別売上高、営業利益実績

	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 上期	25/3期 上期	対前年 増減率	対計画 増減率	24/3期 上期	25/3期 上期	対前年 増減額	対計画 増減額	25/3期 2Q 7-9月	対前年 増減率	25/3期 2Q 7-9月	対前年 増減額
栄養・機能性 食品事業	636	<b>650</b>	+2.1%	△1.3%	40 (6.3%)	<b>30</b> (4.7%)	△10	△11	<b>322</b>	+1.9%	<b>12</b> (3.8%)	△8
主力食品事業	954	<b>974</b>	+2.1%	△1.6%	80 (8.4%)	<b>89</b> (9.1%)	+9	+8	<b>510</b>	+0.5%	<b>47</b> (9.3%)	△4
B to B 事業	478	<b>495</b>	+3.6%	△3.0%	23 (4.7%)	<b>23</b> (4.7%)	+1	±0	<b>246</b>	+3.0%	<b>12</b> (4.8%)	±0
海外事業	343	<b>350</b>	+1.9%	+7.3%	40 (11.5%)	<b>18</b> (5.3%)	△21	△3	<b>187</b>	+11.7%	<b>10</b> (5.3%)	△2
その他・消去	455	<b>438</b>	△3.7%	△1.8%	26 (5.7%)	<b>14</b> (3.3%)	△11	△9	<b>235</b>	△1.7%	<b>9</b> (3.8%)	△7
合計	2,866	<b>2,906</b>	+1.4%	△0.8%	208 (7.3%)	<b>175</b> (6.0%)	△33	△14	<b>1,500</b>	+2.1%	<b>90</b> (6.0%)	△22

Point

- 栄養・機能性食品事業：ヨーグルトは増収も新商品や機能性ヨーグルトの販売計画未達。販促費の積極支出もあり事業計で減益
- 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。2Q単は高い前年ハードルにより減益も上期では計画超過
- B to B 事業：堅調な需要、価格改定効果の継続による業務用乳製品伸長。乳製品需給影響による数量抑制継続
- 海外事業：MILEI社の前年拡大の反動減（主に1Q）。海外各子会社にて中長期の成長を見据えた取り組み推進。菌体好調
- その他・消去：主要国内子会社の減益



(億円)

(訂正後)2025年3月期第2四半期(中間期)決算説明会

(参考) 2025年3月期第2四半期 (中間期) 事業分野別売上高、営業利益実績

	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 上期	25/3期 上期	対前年 増減率	対計画 増減率	24/3期 上期	25/3期 上期	対前年 増減額	対計画 増減額	25/3期 2Q 7-9月	対前年 増減率	25/3期 2Q 7-9月	対前年 増減額
栄養・機能性 食品事業	636	<b>650</b>	+2.1%	△1.3%	40 (6.3%)	<b>30</b> (4.7%)	△10	△11	<b>322</b>	+1.9%	<b>12</b> (3.8%)	△8
主力食品事業	954	<b>974</b>	+2.1%	△1.6%	80 (8.4%)	<b>89</b> (9.1%)	+9	+8	<b>510</b>	+0.5%	<b>47</b> (9.3%)	△4
B to B 事業	478	<b>495</b>	+3.6%	△3.0%	23 (4.7%)	<b>23</b> (4.7%)	+1	±0	<b>246</b>	+3.0%	<b>12</b> (4.8%)	±0
海外事業	343	<b>350</b>	+1.9%	+7.3%	40 (11.5%)	<b>20</b> (5.6%)	△20	△1	<b>187</b>	+11.7%	<b>10</b> (5.6%)	△2
その他・消去	455	<b>438</b>	△3.7%	△1.8%	26 (5.7%)	<b>13</b> (3.0%)	△13	△10	<b>235</b>	△1.7%	<b>8</b> (3.6%)	△7
合計	2,866	<b>2,906</b>	+1.4%	△0.8%	208 (7.3%)	<b>175</b> (6.0%)	△33	△14	<b>1,500</b>	+2.1%	<b>90</b> (6.0%)	△22

Point

- 栄養・機能性食品事業：ヨーグルトは増収も新商品や機能性ヨーグルトの販売計画未達。販促費の積極支出もあり事業計で減益
- 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。2Q単は高い前年ハードルにより減益も上期では計画超過
- B to B 事業：堅調な需要、価格改定効果の継続による業務用乳製品伸長。乳製品需給影響による数量抑制継続
- 海外事業：MILEI社の前年拡大の反動減（主に1Q）。海外各子会社にて中長期の成長を見据えた取り組み推進。菌体好調
- その他・消去：主要国内子会社の減益



# (参考) 2025年3月期 事業分野別売上高、営業利益計画

(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	当初計画 との差	25/3期 通期計画	対前年 増減率	当初計画 との差	25/3期 下期計画	対前年 増減額	当初計画 との差	25/3期 通期計画	対前年 増減額	当初計画 との差
栄養・機能性 食品事業	650	+2.1%	△18	1,300	+2.1%	△26	30 (4.6%)	+17	±0	60 (4.6%)	+7	△11
主力食品事業	812	+1.7%	△34	1,786	+1.9%	△50	16 (2.0%)	+6	+2	105 (5.9%)	+15	+10
B to B 事業	486	±0.0%	△21	981	+1.8%	△36	24 (4.9%)	+2	±0	47 (4.8%)	+2	±0
海外事業	360	+38.0%	△17	710	+17.5%	+7	45 (12.4%)	+24	+3	63 (8.9%)	+3	±0
その他・消去	385	△8.8%	+13	823	△6.2%	+5	△4 (-.-%)	△10	△5	10 (1.2%)	△21	△14
合計	2,694	+3.4%	△76	5,600	+2.4%	△100	110 (4.1%)	+40	△1	285 (5.1%)	+7	△15

### Point

- 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。下期は期初の利益見通しを維持
- 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下期利益見通しを引き上げ、そのほかの子会社は見通し引き下げ。通期は当初計画を維持
- その他・消去：主要国内子会社の減益影響



# (参考) 2025年3月期 事業分野別売上高、営業利益計画

(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	当初計画 との差	25/3期 通期計画	対前年 増減率	当初計画 との差	25/3期 下期計画	対前年 増減額	当初計画 との差	25/3期 通期計画	対前年 増減額	当初計画 との差
栄養・機能性 食品事業	650	+2.1%	△18	1,300	+2.1%	△26	30 (4.6%)	+17	±0	60 (4.6%)	+7	△11
主力食品事業	812	+1.7%	△34	1,786	+1.9%	△50	16 (2.0%)	+6	+2	105 (5.9%)	+15	+10
B to B 事業	486	±0.0%	△21	981	+1.8%	△36	24 (4.9%)	+2	±0	47 (4.8%)	+2	±0
海外事業	360	+38.1%	△17	710	+17.5%	+7	43 (12.0%)	+21	+1	63 (8.9%)	+1	±0
その他・消去	385	△8.8%	+13	823	△6.2%	+5	△3 (-.-%)	△7	△4	10 (1.2%)	△19	△14
合計	2,694	+3.4%	△76	5,600	+2.4%	△100	110 (4.1%)	+40	△1	285 (5.1%)	+7	△15

### Point

- 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。下期は期初の利益見通しを維持
- 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下期利益見通しを引き上げ、そのほかの子会社は見通し引き下げ。通期は当初計画を維持
- その他・消去：主要国内子会社の減益影響