



未来は、ミルクの中にある。

雪印メグミルク

証券コード  
2270

# 個人投資家様 会社説明会

2019年12月  
雪印メグミルク株式会社



# 目次

---

1. 会社概要・沿革
2. 事業内容
3. 雪印メグミルクグループ 長期ビジョン&中期計画
  - (1) グループ長期ビジョン2026
  - (2) グループ中期経営計画2019
4. 2020年3月期業績
  - (1) 連結業績予想
  - (2) 第2四半期連結業績結果
5. CSR経営

# 1 会社概要・沿革

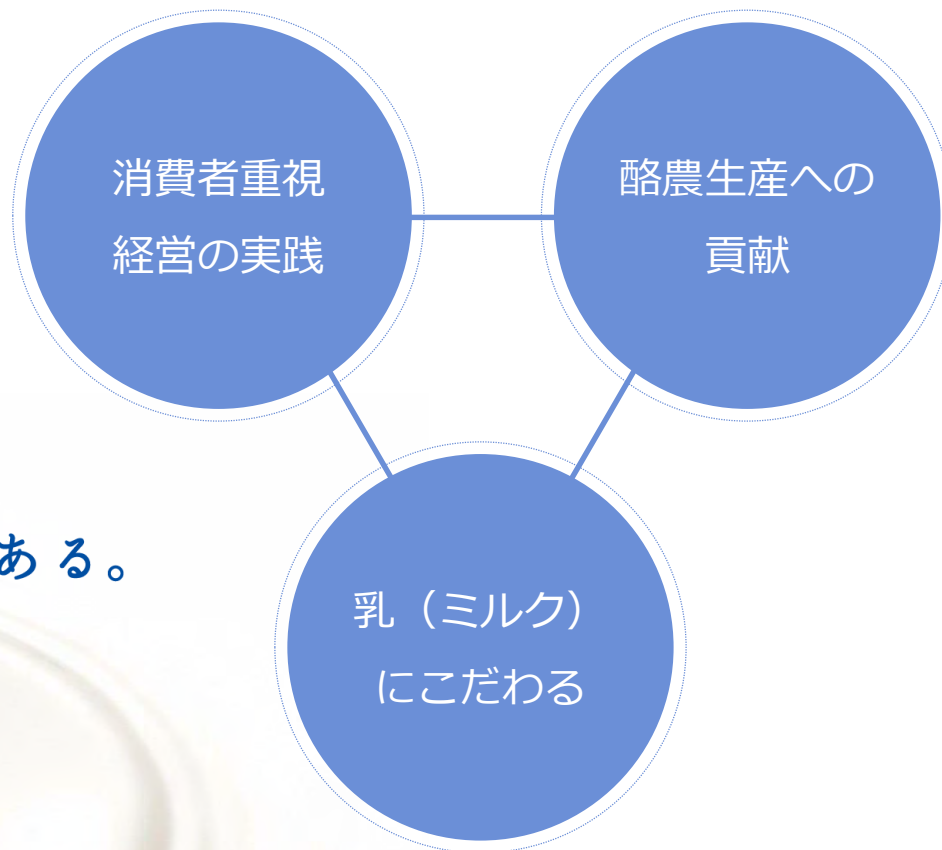


# グループ企業理念 [ 1 ]

雪印メグミルクグループは、  
3つの使命を果たし、  
ミルクの新しい価値を創造すること  
により、社会に貢献する企業であり  
続けます。

「コーポレートスローガン」

未来は、ミルクの中にある。



# グループ企業理念 [ 2 ]



コーポレート  
シンボルマーク

## 会社概要

雪印メグミルク株式会社  
MEGMILK SNOW BRAND Co.,Ltd.

### 商号

### 設立年月日

2009年（平成21年）10月1日

### 所在地

（本店）北海道札幌市東区苗穂町6丁目1番1号  
（本社）東京都新宿区四谷本塩町5番1号

### 資本金

200億円

### 従業員数

5,105名（連結、2019年3月31日）

### 上場取引所

東京証券取引所、札幌証券取引所

### 代表取締役社長

西尾 啓治



# 沿革 [1]

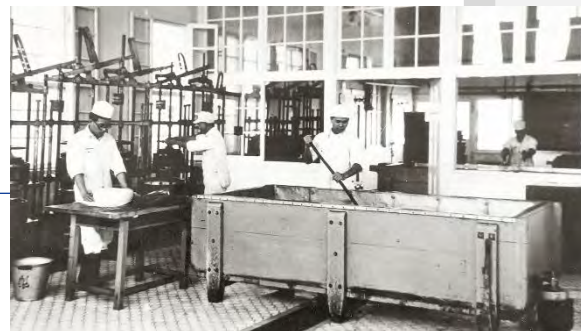
## 雪印メグミルクの歴史は 北海道バターから始まりました

創業と同時にバター製造を開始。集乳体制を整え、分離機の使い方から指導した。1926年(昭和元年)に近代的工場ができてからは、最高級品だけを「雪印北海道バター」として販売し、信頼を築いた。



## 日本で初めてチーズの 大規模製造を始めました

1928年(昭和3年)ごろからチーズの研究・試作、試験販売を始め、1932年(昭和7年)には工場を建設し製造をスタート。1934年(昭和9年)の発売直後から売り切れ続出の盛況で、またたく間に日本初の大規模チーズ専門工場となった。



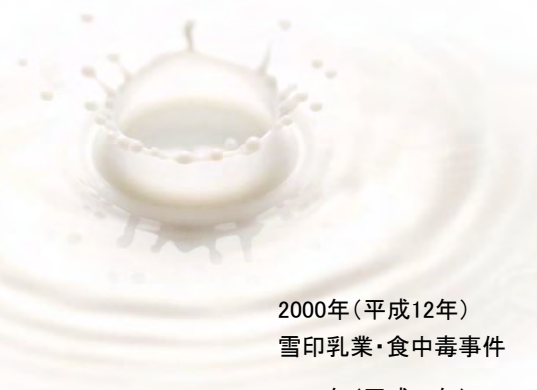
## 研究を通して、 ミルクの未来を拓いてきました

研究部門が設置されたのは1933年(昭和8年)のこと。加工技術や成分、乳酸菌の研究を行ってきた。その後、札幌研究所、技術研究所(現ミルクサイエンス研究所/埼玉県)、チーズ研究所(山梨県)を開設し、本格的な研究体制を整えた。



# 沿革 [2]

## 雪印メグミルク設立経緯



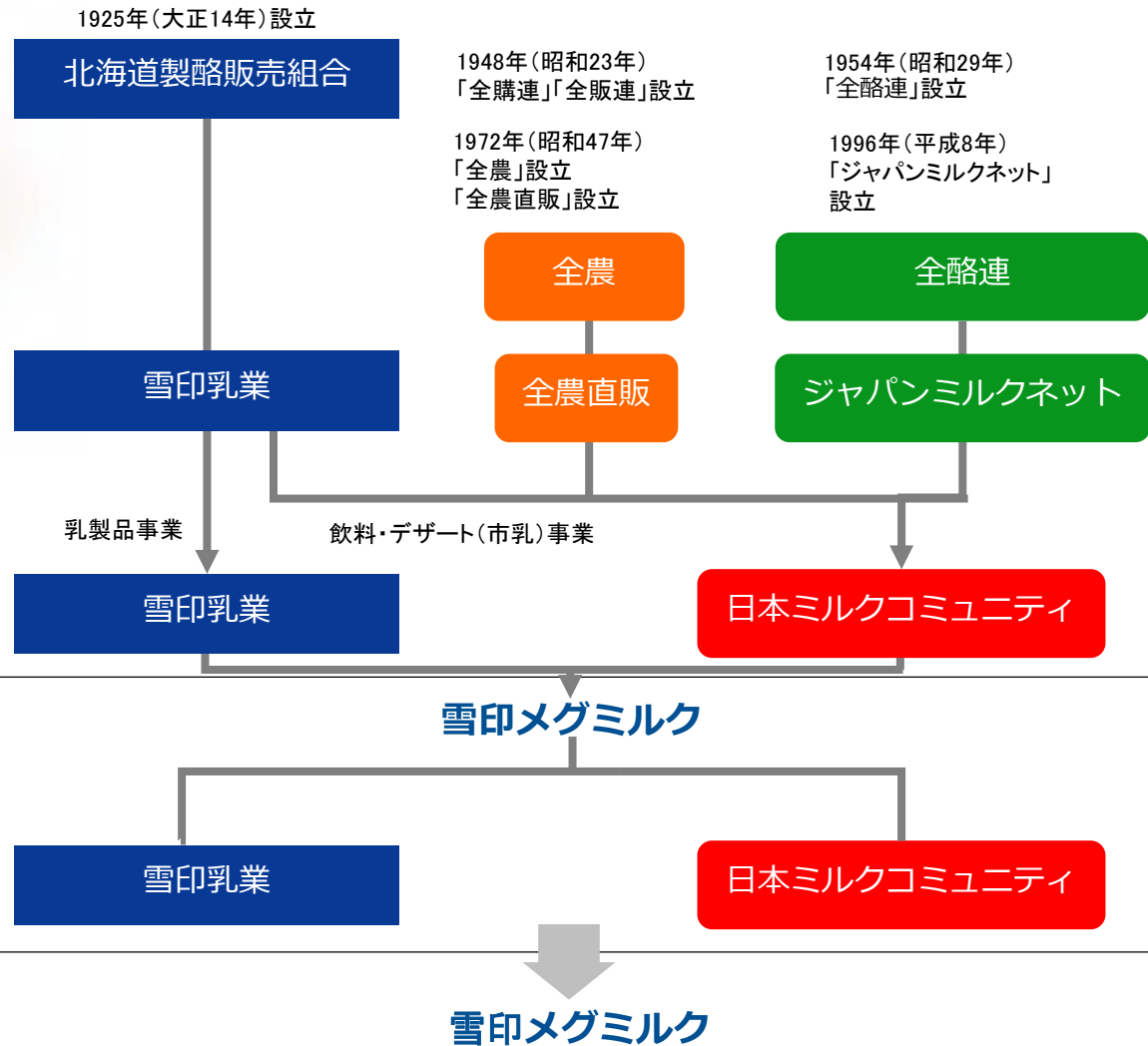
2000年(平成12年)  
雪印乳業・食中毒事件

2002年(平成14年)  
雪印食品・牛肉偽装事件

2003年(平成15年)1月  
事業分割

2009年(平成21年)10月  
経営統合

2011年(平成23年)4月  
合併



# ガバナンスの取組み

## 1. 監査等委員会設置会社への移行

- ▶ 取締役会の監督機能の強化
- ▶ 業務執行の機動性向上

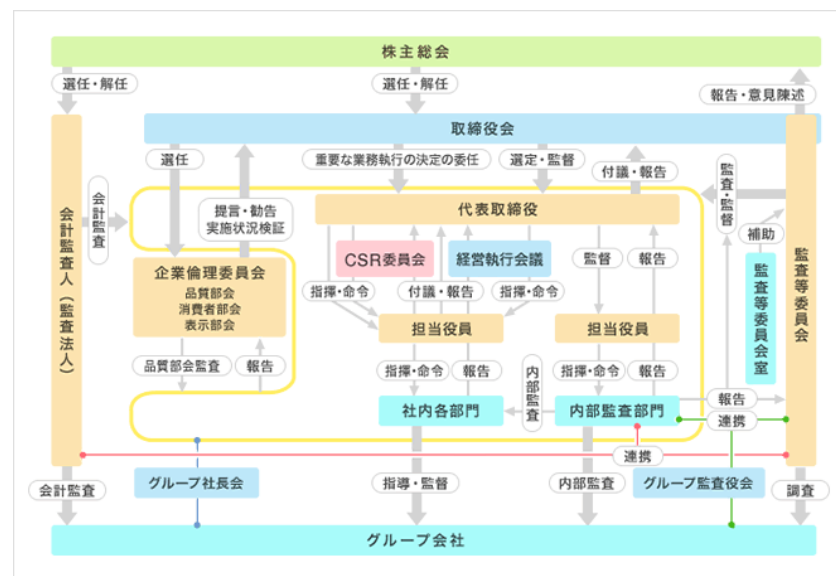
## 2. 「企業倫理委員会」の設置

- ▶ 取締役会の諮問機関 提言・勧告
- ▶ 社外の眼による検証

## 3. グループCSR活動の推進

- ▶ CSR活動の全国展開
- ▶ 「食の責任を強く認識し、果たしていくことを誓う日の活動」の実施
- ▶ グループ全体でのコンプライアンス態勢の強化
- ▶ 雪印種苗の違反行為の反省からの再発防止策の完全実施するためにコンプライアンス体制を強化し、信頼回復に全力で取り組んでいきます。

雪印メグミルク ガバナンス体制図



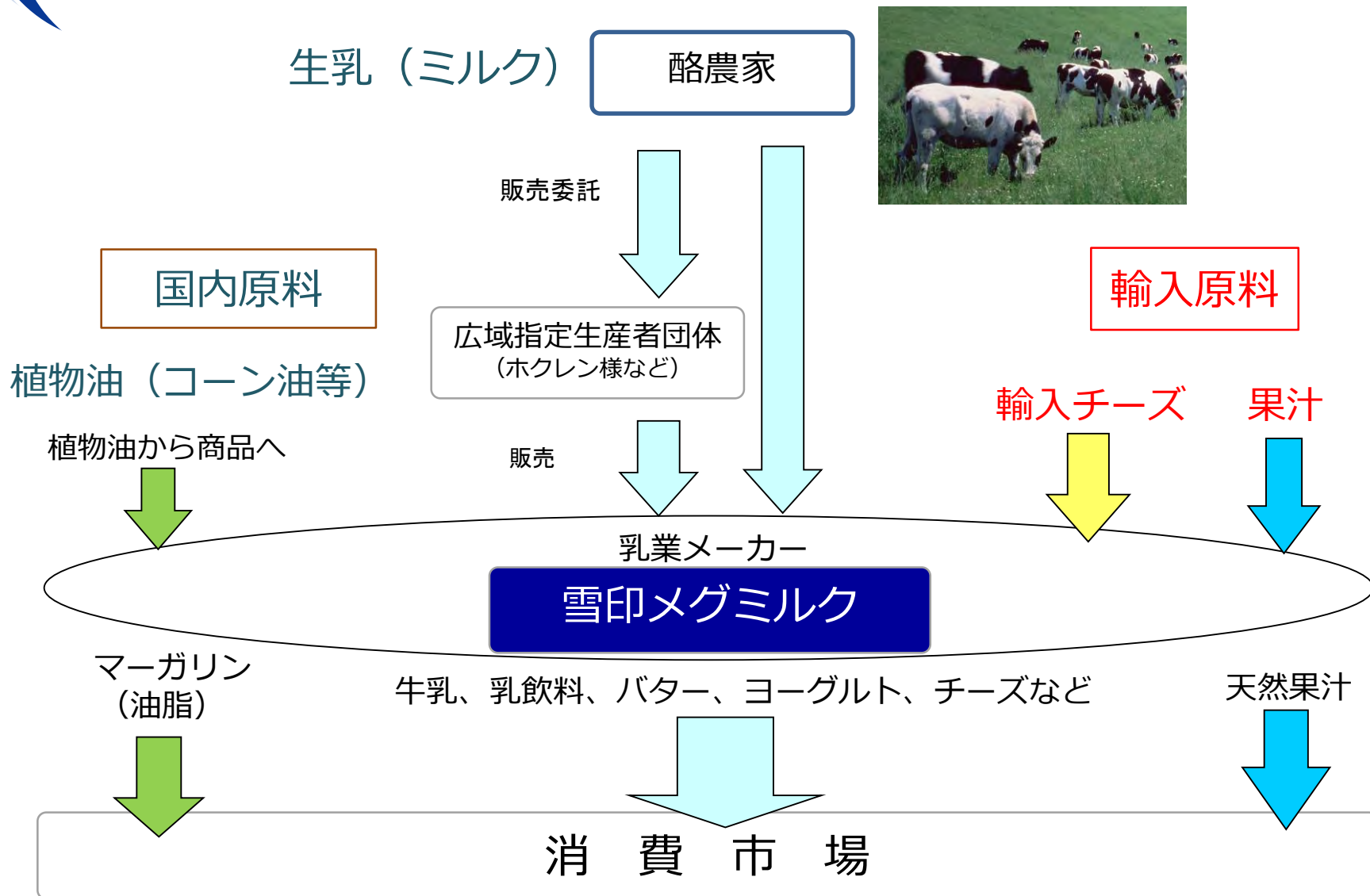


# 2

# 事業内容



# 事業のしくみ（概要）



# 事業分野

## 事業分野と概要



未来は、ミルクの中にある。

## 雪印メグミルクグループ



乳製品

バター、油脂、  
チーズ（国内・国外）、  
その他乳製品 など



市乳

牛乳・乳飲料、ヨーグルト、  
果汁・野菜・清涼飲料、  
デザート など



ニュートリ  
ション

粉ミルク（国内・海外）  
機能性食品、栄養剤、  
機能性素材 など



飼料・種苗

飼料、種子（牧草・飼料・  
作物・野菜）・造園  
肥育牛 など

## 事業内容

雪印メグミルク

甲南油脂

八ヶ岳乳業

エスアイシステム

チェスコ

雪印オーストラリア

アダーデライツオーストラリア

雪印メグミルクインドネシア

ニチラク機械

クレスコ など

雪印メグミルク

みちのくミルク

八ヶ岳乳業

いばらく乳業

エスアイシステム

三和流通産業

直販配送

グリーンサービス

クレスコ など

雪印ビーンスターク

雪印メグミルク

台湾雪印・雪印香港

雪印上海

雪印オーストラリア

イーエヌ大塚製薬

アミノアップ

ベルネージュダイレクト

など

雪印種苗

雪印種苗アメリカ

道東飼料

ロイヤルファーム

RFペンケル牧場

RF青森牧場 など

## グループ 企業

YBS、雪印パーラー、雪印こどもの国牧場

# セグメント（会計上の区分）

## 乳製品セグメント

### 乳製品 事業分野

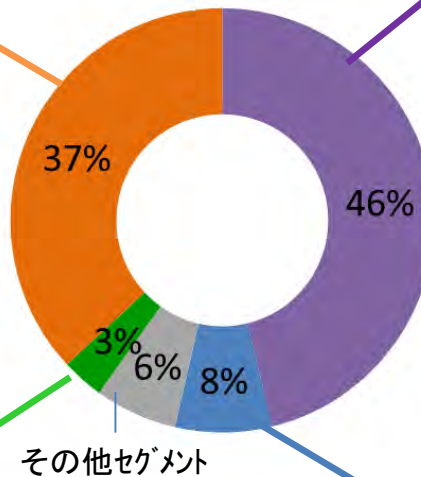


### ニュートリション 事業分野



## 事業分野の 売上構成比

2019年3月期決算数値



## 飲料・デザート類セグメント

### 市乳 事業分野



## 飼料・種苗セグメント

### 飼料・種苗 事業分野





## 乳製品事業分野

- 創業と同時に製造を開始したバターをはじめ、チーズとマーガリンを中心とした事業分野。  
特にチーズに関しては利益の柱であり、今後も成長が期待される市場。
- 多くのロングセラー商品を持ち、主要商品についてはトップシェア。

## 主な商品

主な商品 バター、マーガリン、チーズ、練乳・スキムミルク など

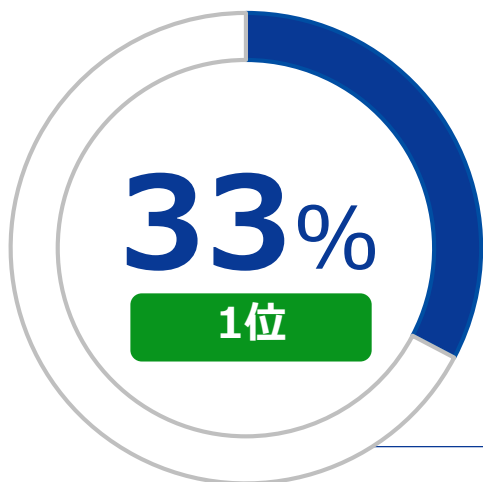




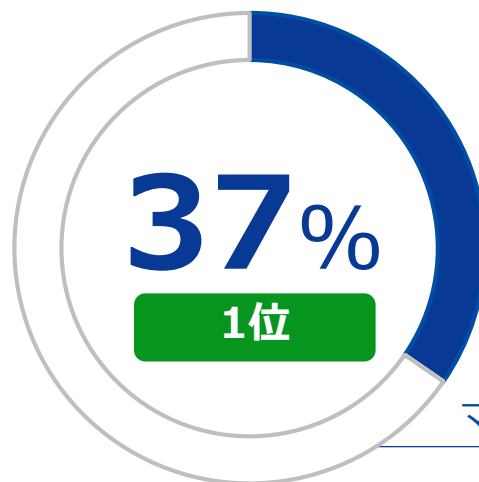
# 乳製品事業分野 [ 2 ]



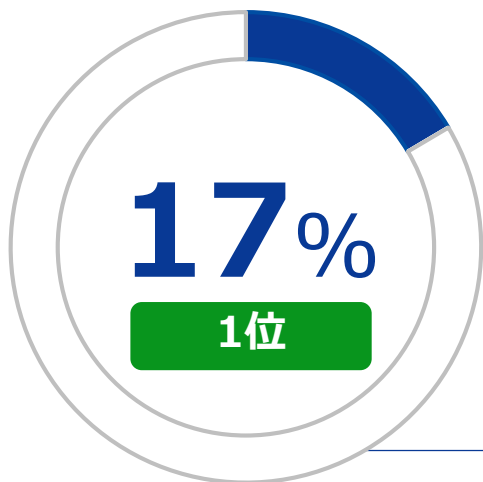
市場シェア（2019年3月期：家庭用、全国金額ベース）



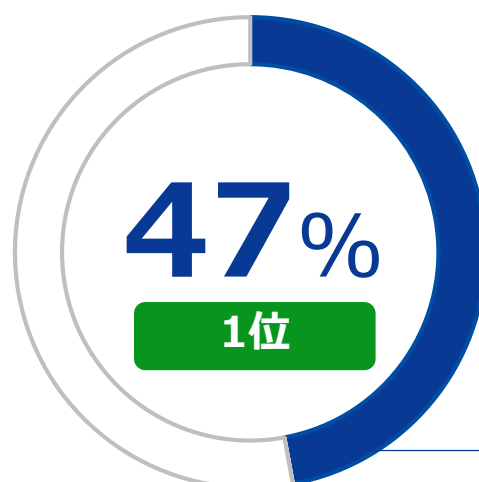
バター



マーガリン類



チーズ



スキムミルク



# 乳製品事業分野 [ 3 ]



## 事業所・グループ会社



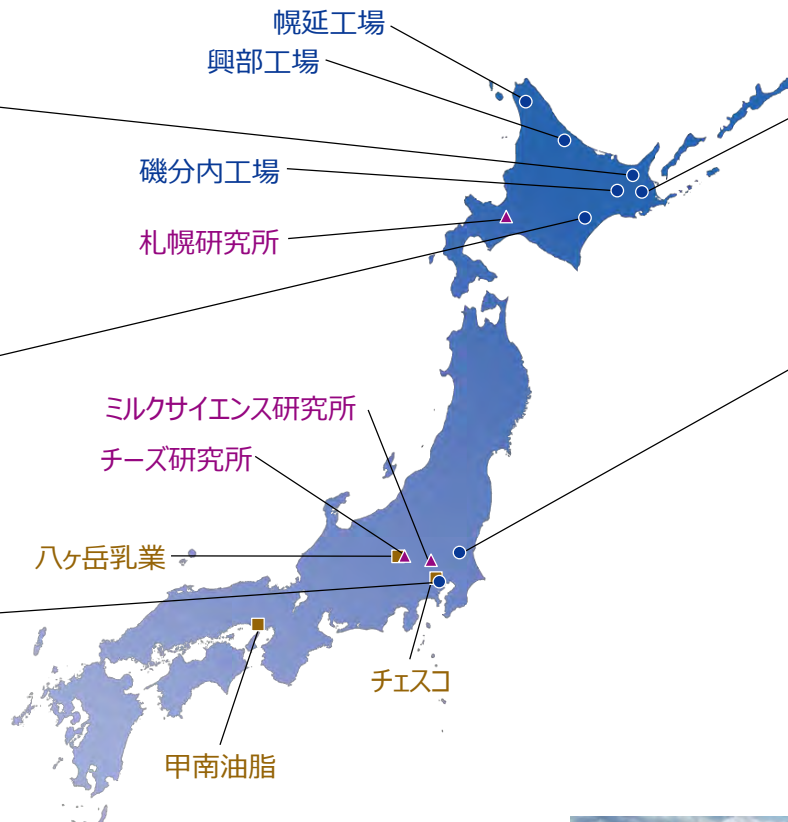
なかしべつ工場



大樹工場



雪印メグミルク（本社）



別海工場



阿見工場



雪印メグミルクインドネシア (MSBI)

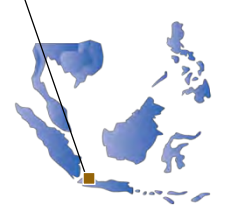
- 雪印メグミルク 本社・工場
- ▲ 雪印メグミルク 研究所
- 雪印メグミルク 関係会社



アダーデライツオーストラリア



雪印オーストラリア





## 市乳事業分野

- 牛乳・乳飲料、ヨーグルト、果汁、デザートなどの事業分野。商品数が多く、日々食卓へ栄養と豊かさをお届けしている分野。
- 健康志向が高まるなか、「ガセリ菌SP株ヨーグルト」はドリンクタイプを中心として売上が伸長。今後もヨーグルトの成長を期待し、利益の柱へと育成を目指す。

### 主な商品

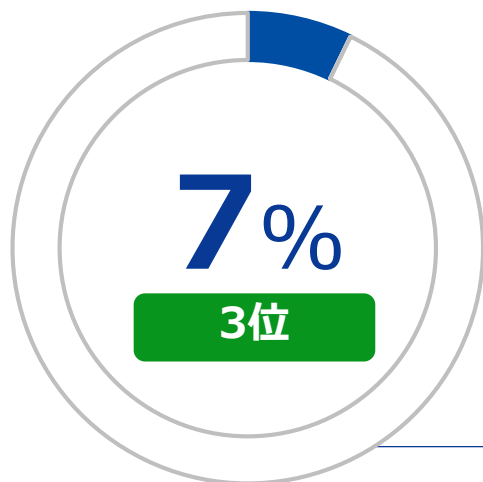
牛乳・乳飲料、ヨーグルト、果汁・野菜・清涼飲料、デザート など



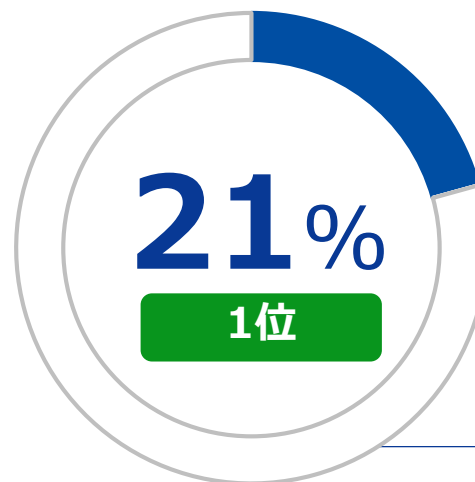
# 市乳事業分野 [2]



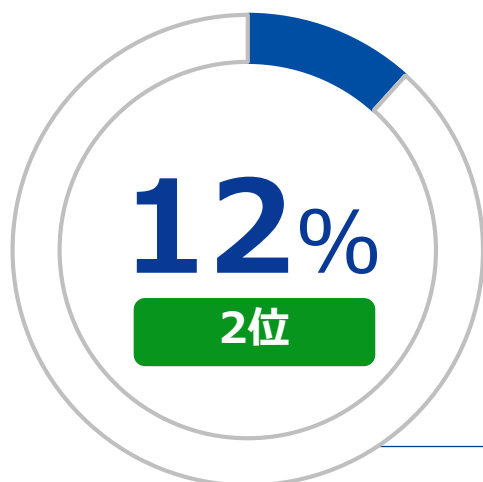
市場シェア（2019年3月期：家庭用全国、金額ベース）



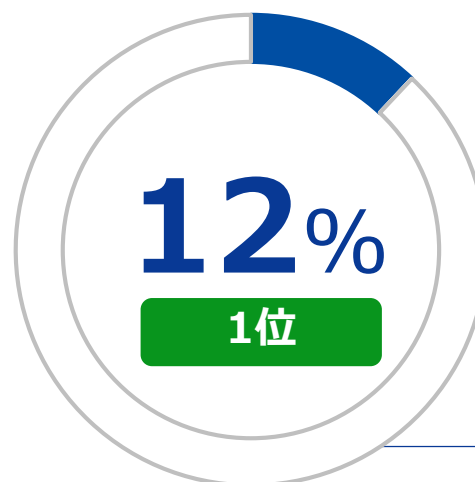
牛乳



乳飲料



ヨーグルト



デザート

# 市乳事業分野 [3]



## 事業所・グループ会社



札幌工場



京都工場



神戸工場

福岡工場

京都工場池上製造所

札幌研究所

ミルクサイエンス  
研究所

川越工場

いばらく乳業

八ヶ岳乳業

雪印メグミルク  
(本社)

豊橋工場



みちのくミルク



野田工場



海老名工場



- 雪印メグミルク 本社・工場
- ▲ 雪印メグミルク 研究所
- 雪印メグミルク 関係会社





## ニュートリション事業分野

- 乳の持つ価値の研究成果を商品化した粉ミルクや機能性食品を中心とした事業分野。  
機能性食品は、雪印メグミルクが骨の健康に役立つ成分として発見した、乳たんぱく質「MBP」を配合した商品を中心に展開。
- 健康に対する関心の高まりと幅広い年齢層を対象とする当事業は、今後の成長が大きく期待できる事業。

### 主な商品

粉ミルク、機能性食品 など



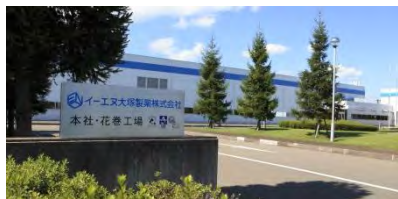
# ニュートリション事業分野 [ 2 ]



## 事業所・グループ会社



アミノアップ



イーエヌ大塚製薬(本社・花巻工場・開発研究所)



イーエヌ大塚製薬(北上工場)



雪印ビーンスターク(群馬工場)



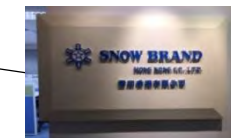
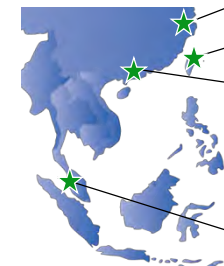
雪印オーストラリア



雪印貿易上海



台湾雪印



雪印香港

スノー・マーケティング

- 雪印ビーンスターク 本社・工場
- ▲ イーエヌ大塚製薬 本社・工場
- 雪印メグミルク 研究所
- ★ 雪印メグミルクグループ 関係会社





## 飼料・種苗事業分野

- 雪印種苗（株）を中心に、生乳生産や環境保全型農業の支援に向けて展開している事業分野。
- 飼料事業では、地域性に合わせた配合飼料などを全国に提供。種苗事業では、牧草の品種改良などに取り組み、数多くの優良品種を育成。

### 主な商品・サービス

飼料、種子（牧草・飼料作物・野菜）、造園 など



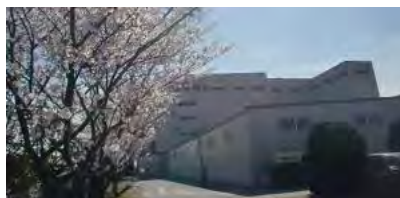
# 飼料・種苗事業分野 [ 2 ]



## 事業所・グループ会社



雪印種苗（本社）



鹿島工場



千葉研究農場



北海道研究農場



TACSLしべちや



道東飼料



ロイヤルファーム



雪印種苗アメリカ

- 雪印種苗 本社・工場
- ▲ 雪印種苗 研究農場
- 雪印種苗 関係会社

3

# 雪印メグミルクグループ 長期ビジョン&中期計画



**(1) グループ長期ビジョン2026**

**(2) グループ中期経営計画2019**



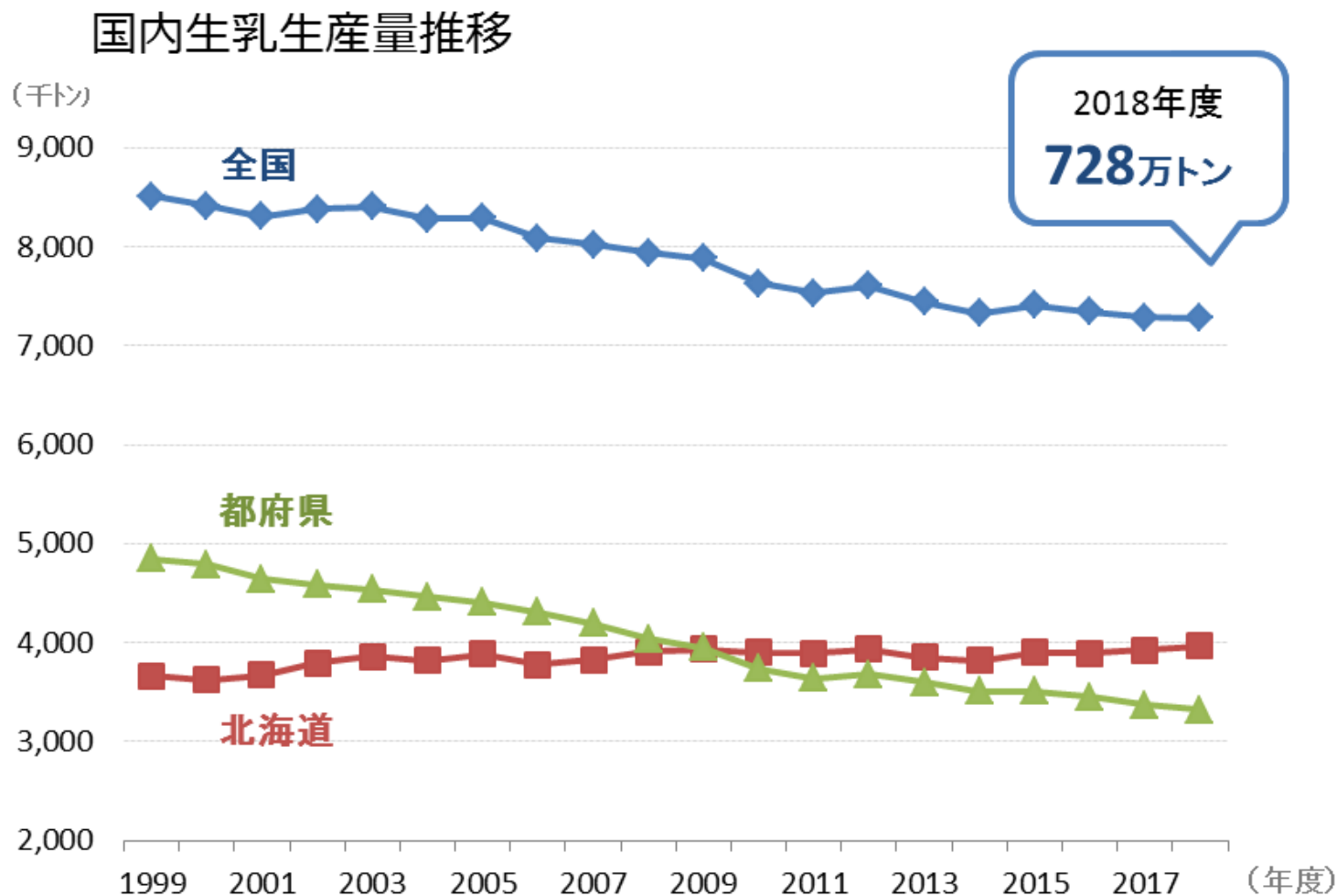


**(1) グループ長期ビジョン2026**

**(2) グループ中期経営計画2019**



## 国内生乳生産量は減少傾向

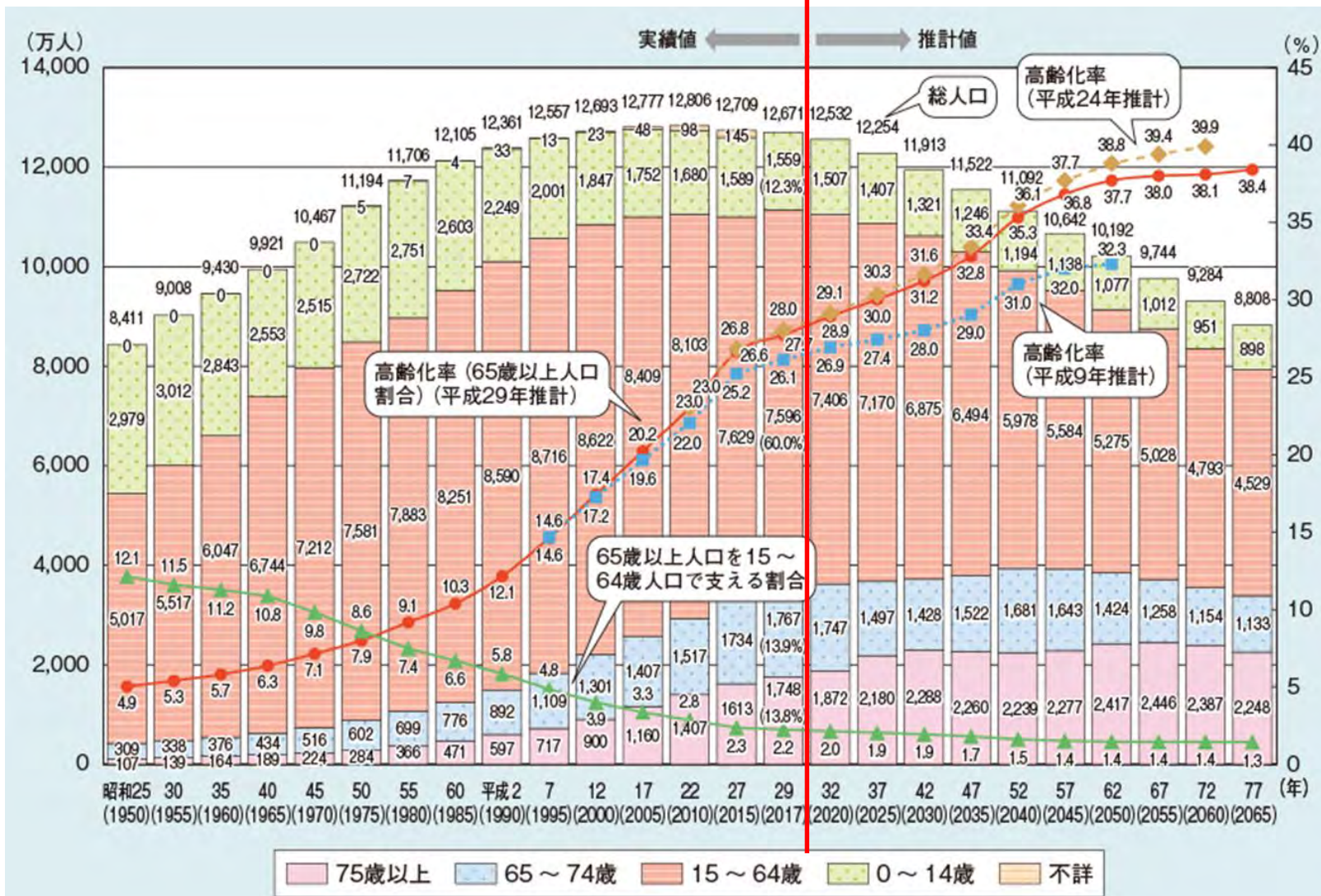


資料:農林水産省「牛乳乳製品統計」(速報)



# 環境認識 [国内の人口動態の推移]

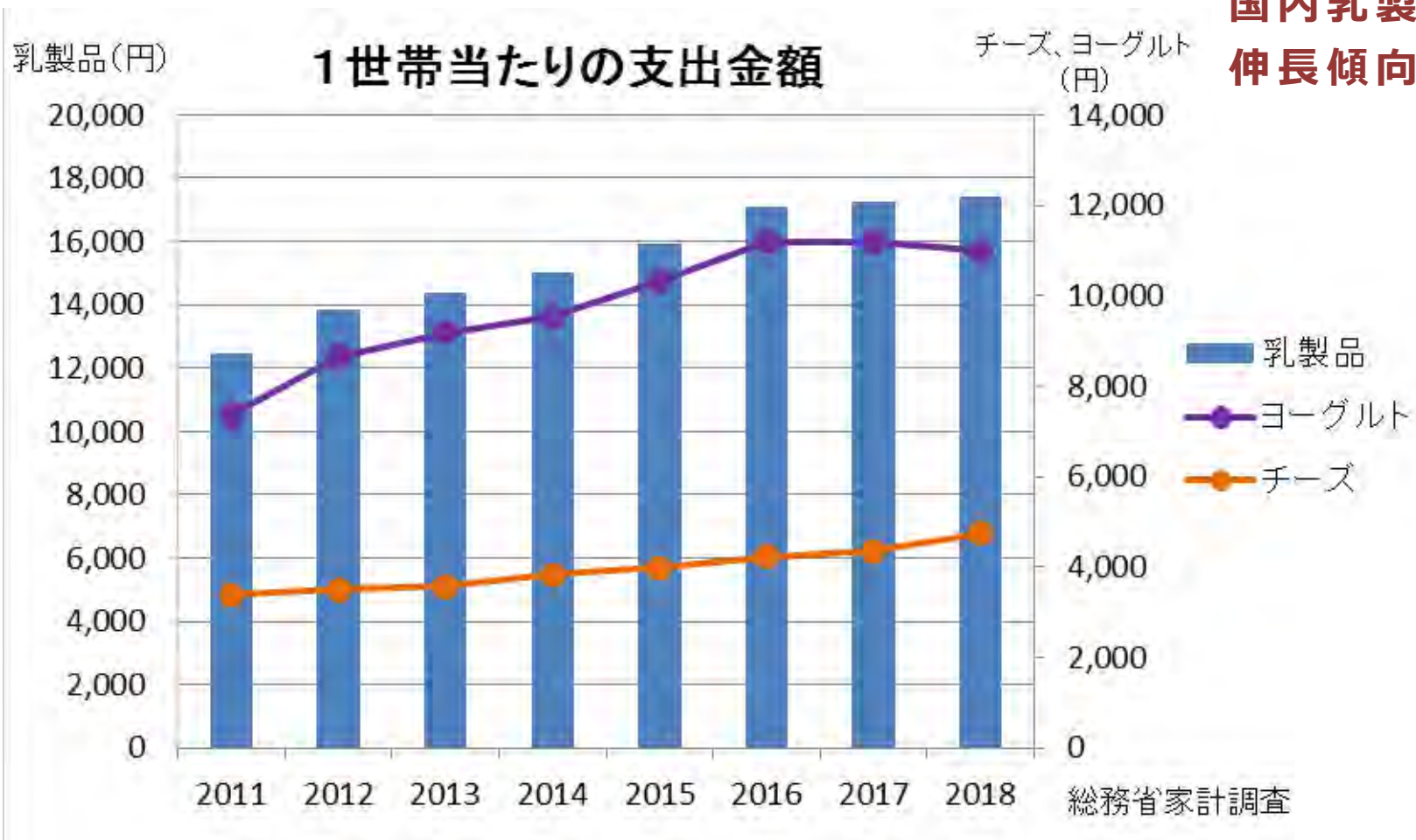
## 少子高齢化が進行、高齢化率が上昇



出典: 内閣府「平成30年版高齢社会白書」



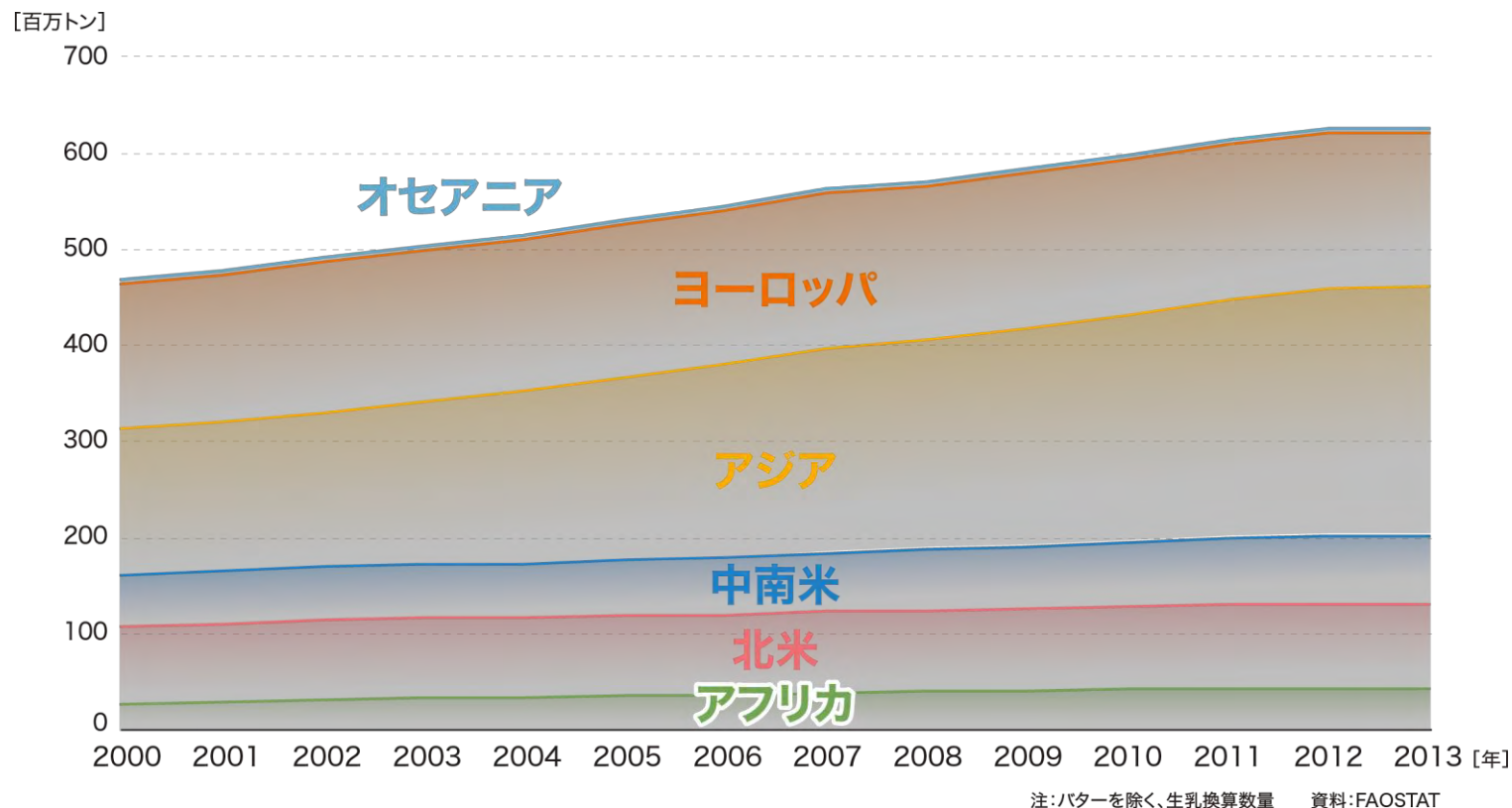
## 家計消費支出における乳製品支出動向



国内乳製品市場は伸長傾向

# 環境認識 [乳製品の国際需要]

## 世界の乳製品消費量の動向



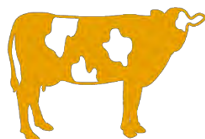
## 世界の乳製品消費量は拡大

## 「ミルク未来創造企業」 3つの未来



消費者

乳(ミルク)で食の未来を創造します。



酪農生産者

酪農生産者の未来に貢献します。



私たち

私たち社員の未来を拓きます。

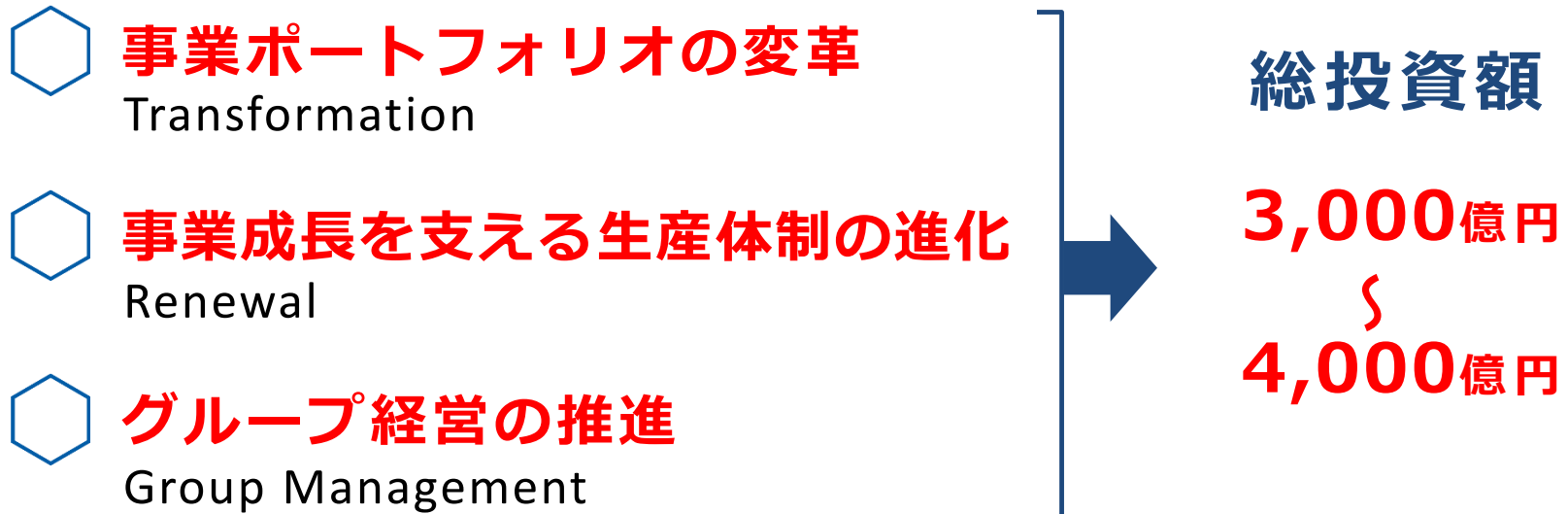
## Transformation & Renewal

「変革」、そして更なる「進化」へ



# Transformation & Renewal

「変革」、そして更なる「進化」へ



## 事業ポートフォリオ変革の方向性



バター、油脂、  
チーズ (国内・海外)

**環境変化への対応と  
収益基盤の強化**



牛乳・乳飲料、はち酵乳、  
果汁・野菜・清涼飲料、デザート

**収益基盤確保、成長を牽引  
する事業への構造転換**



粉乳 (国内・海外)、機能性  
食品 など

**新たな成長機会創出と  
高収益事業への育成**



飼料、種子 (牧草・飼料作物  
・野菜)、造園 など

**飼料事業効率化と  
種苗の主力事業への成長**



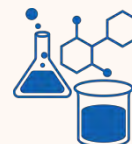
## 事業ポートフォリオ変革を支える戦略

①



**調達・生産体制構築  
競争基盤の確保**

②



**研究開発起点の  
「ものづくり」**

③



**働き方改革の推進  
成長支える人材の育成**

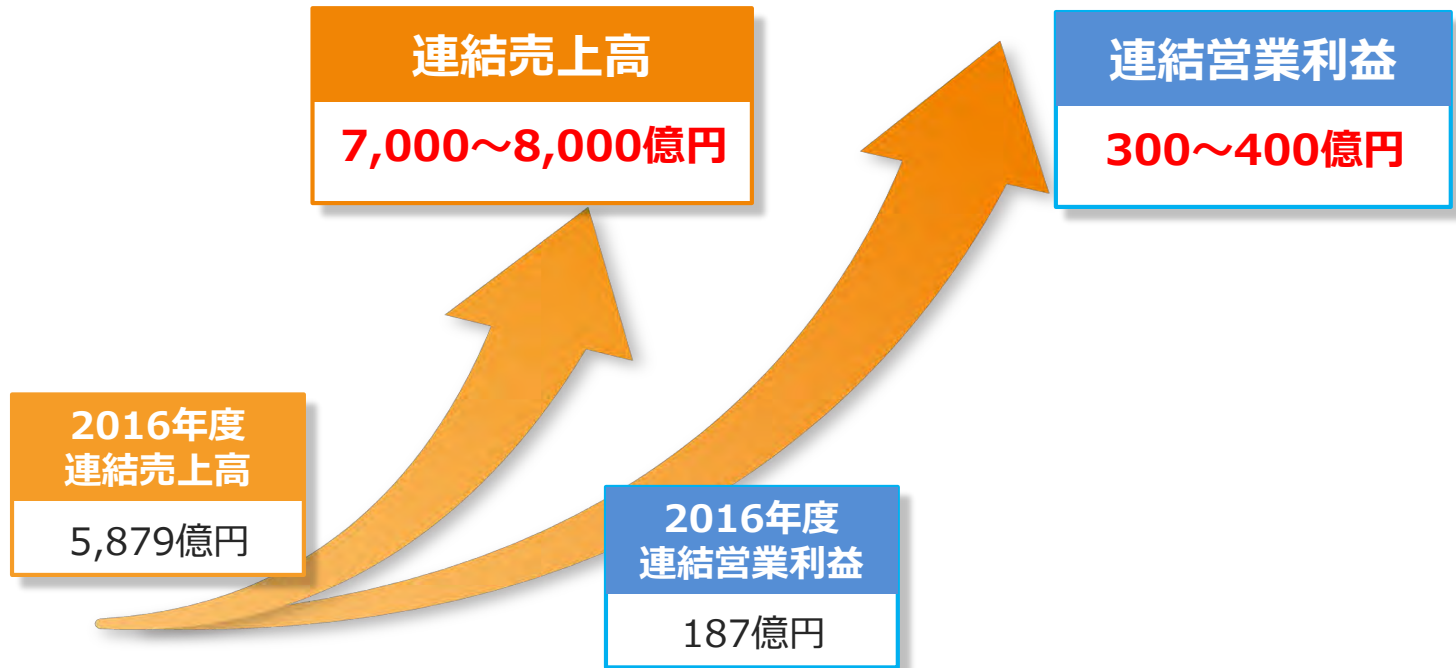
④



**グループ経営資源活用  
競争力・総合力の最大化**

# グループ長期ビジョン2026 [経営指標]

## 2026年度（10年後）のゴールイメージ



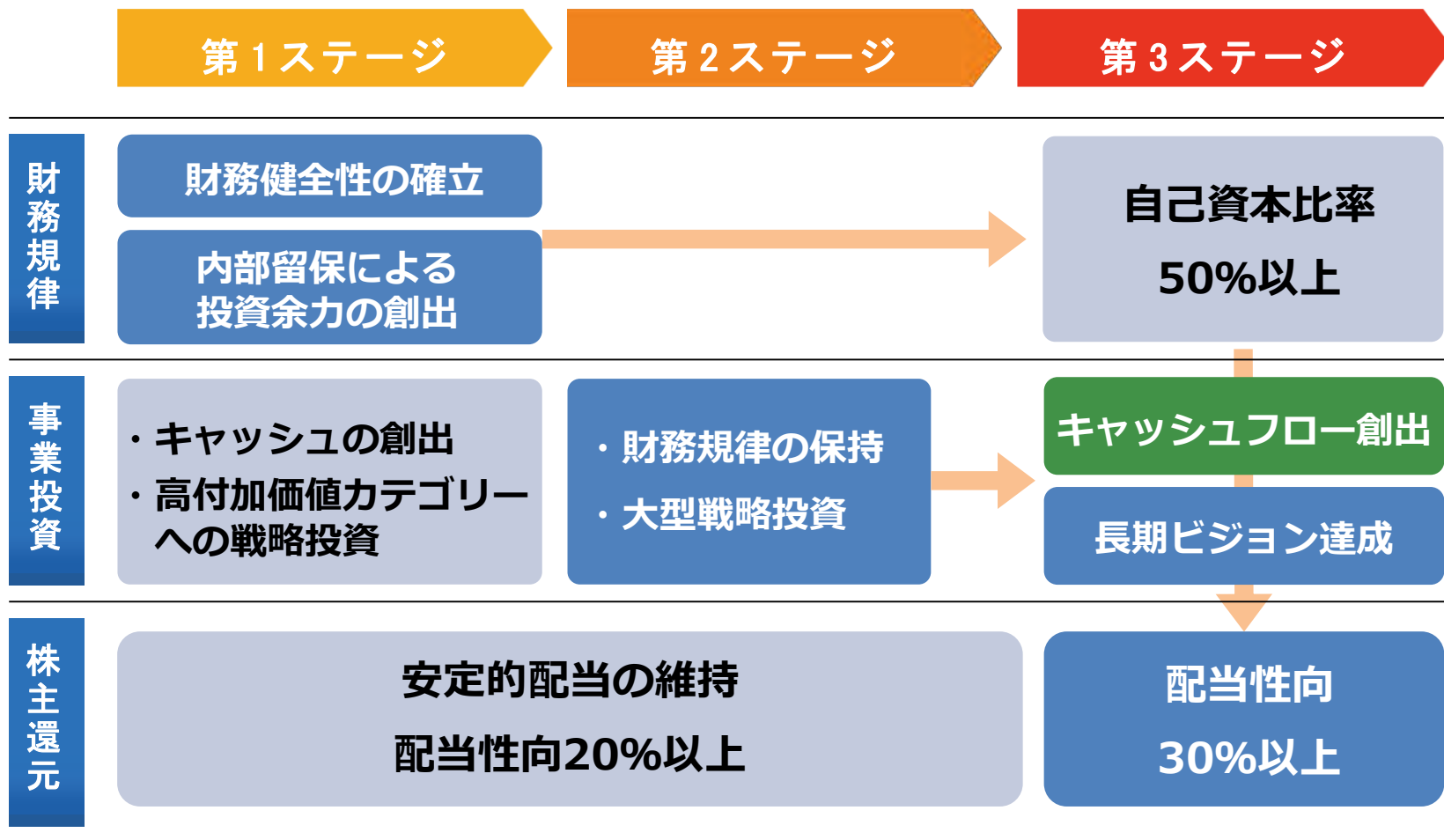
### 財務指標（目処）

連結ROE 8%以上  
連結自己資本比率 50%以上 連結配当性向 30%以上

# グループ長期ビジョン2026 [ロードマップ]

| 中期経営計画    |   |   |  |
|-----------|---|---|--|
| 第1ステージ    |   | 第2ステージ  | 第3ステージ   |
| 2017～2019 |   | 2020～2022   | 2023～2026  |
| 位置付け      | <b>Transformation<br/>(変革)の始動</b><br><br><b>グループ経営の<br/>始動・推進</b>   | <b>Transformation<br/>(変革)の加速</b><br><br><b>グループ経営の<br/>展開強化</b>                      | <b>Renewal<br/>(進化)へ</b><br><br><b>グループ経営の<br/>加速・進化</b>   |
| 役割        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・収益基盤の複数化<br/>キャッシュフロー<br/>の最大化</li> <li>・生産体制進化への<br/>着手</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・収益基盤の確立</li> <li>・生産体制進化の<br/>本格始動</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・4事業分野による<br/>収益の安定的創出</li> <li>・調達・生産体制の<br/>確立</li> </ul> |

# グループ長期ビジョン2026 [キャッシュフロー配分方針]





**(1) グループ長期ビジョン2026**

**(2) グループ中期経営計画2019**





## 事業ポートフォリオ変革

～ グループ収益基盤の強化 ～



1. バターの安定供給とブランド強化
2. チーズのボーダレス展開による更なる成長



1. 機能性を軸としたヨーグルトの戦略的拡大
2. プロダクトミックスの最適化



1. 機能性食品事業の成長モデル構築
2. 価値訴求による粉乳事業の競争力強化



1. 種苗事業の戦略的拡大
2. 飼料事業の効率化による収益性向上



## 主力商品群強化による市場拡大

### 1 バターの安定供給とブランド強化



### 2 家庭用主力チーズの販売強化と生産体制強化

- 大樹工場インフラ整備
- 国産ナチュラルチーズ強化  
(カマンベール・さけるチーズなど)
- プロセスチーズ主力商品拡大  
(6P・ベビーチーズなど)



[大樹工場]

### 3 業務用チーズの新市場開拓

- スライス・ダイス・シュレッドチーズの拡販
- ソフトチーズの新商品投入





## チーズのボーダレス展開による更なる成長

### 1 国産商品の輸出（家庭用・業務用）



### 2 海外生産・海外販売拡大

- 雪印メグミルク商品展開
- 海外拠点の活用

#### 雪印メグミルクインドネシア

##### プロセスチーズ拡大



#### 雪印オーストラリア

##### ナチュラルチーズ拡大





## 機能性ヨーグルトの戦略的拡大

1 生産能力の増強、供給体制強化 → **80億円設備投資**

◇ ドリンク

海老名工場 + 京都工場 ライン新設

◇ ハード

海老名工場

◇ プレーン

海老名工場

◇ ソフト

協同乳業

2 商品ラインナップの拡大

3 マーケティング強化



**ガセリ菌SP株認知度アップ**



## プロダクトミックスの最適化

### 1 デザート・パーソナルタイプの商品力強化

#### ルナ物産 デザートライン新設



### 2 乳飲料の高付加価値化







## 機能性食品事業の成長モデル構築

- 1 毎日骨ケアMBP®を軸とした市場拡大
- 2 商品ラインナップの拡大
- 3 マーケティング投資の強化





## 価値訴求による粉乳事業の競争力強化 ～ 国内外の拡大展開 ～

海外

- 1 海外粉乳事業としての新たな展開  
[妊産婦向け・成人向け粉乳導入拡大]



- 2 海外ブランド統一



国内

- 3 独自性のある育児用粉乳事業推進  
[母乳研究継続、Web活用]





## 種苗事業の戦略的拡大

(牧草・トウモロコシ)

1

**飼料作物・野菜・緑肥作物・微生物事業の  
伸長による収益性の拡大**



チモシー [ホライズン]



エダマメ [夏風香]



緑肥種子 業界No.1

2

**新研究棟を利用した競争力のある  
新品種・新技術の開発**



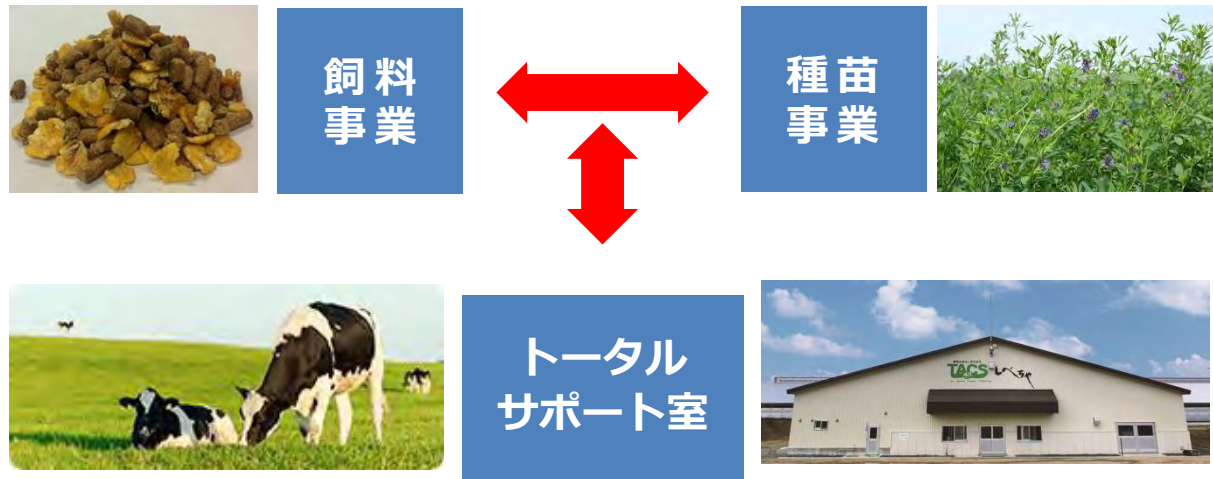
雪印種苗株式会社  
北海道研究農場新研究棟  
2017.6月稼動



## 飼料事業の収益性向上

### 1 総合提案型営業の推進

[牧草・飼料などの商材と技術サポートを組み合わせた営業展開]



### 2 効率的な調達・生産・物流体制の構築

# 4

## 2020年3月期業績



**(1) 連結業績予想**

**(2) 第2四半期連結業績結果**





**( 1 ) 連結業績予想**

( 2 ) 第 2 四半期連結業績結果



## 環境変化への対応

- 市乳商品の価格改定の実施

## 事業ポートフォリオの変革

- 重点カテゴリーへの取組み強化による販売拡大
- 海外事業の拡大
- ニュートリション事業の拡大
- 生産体制の再構築

# 2020年3月期 連結業績予想

(億円、%)

## ■ 経営成績 ■

|      | 2019年3月期 | 2020年3月期 | 増減額  | 前期比   |
|------|----------|----------|------|-------|
| 売上高  | 6,033    | 6,150    | +116 | 101.9 |
| 営業利益 | 172      | 180      | +7   | 104.5 |
| 経常利益 | 190      | 195      | +4   | 102.6 |
| 純利益※ | 107      | 120      | +12  | 111.6 |

※親会社株主に帰属する当期純利益

## ■ 配 当 ■

|      |     |        |       |
|------|-----|--------|-------|
| 普通配当 | 40円 | 連結配当性向 | 22.6% |
|------|-----|--------|-------|

(1) 連結業績予想

(2) 第2四半期連結業績結果



# 連結業績結果 ～2020年3月期第2四半期～

(億円、%)

|      | 2019年3月期<br>(上期) | 2020年3月期<br>(上期) | 増減額 | 前期比   | 予想比   |
|------|------------------|------------------|-----|-------|-------|
| 売上高  | 3,053            | 3,116            | +62 | 102.0 | 100.2 |
| 営業利益 | 95               | 106              | +10 | 110.9 | 104.3 |
| 経常利益 | 102              | 117              | +14 | 114.4 | 107.6 |
| 純利益※ | 64               | 77               | +12 | 120.0 | 115.0 |

※親会社株主に帰属する四半期純利益

- ▶ 前年同期比：増収増益
- ▶ 当初予想比：概ね当初予想通りの着地

# 2020年3月期の事業別取組み



## 1. 乳製品事業分野

バター、油脂、  
チーズ（国内・海外）



## 2. 市乳事業分野

牛乳・乳飲料、ヨーグルト、  
果汁・野菜・清涼飲料、  
デザート



## 3. ニュートリション事業分野

粉ミルク（国内・海外）、  
機能性食品 など



## 4. 飼料・種苗事業分野

飼料、  
種子（牧草・飼料作物・野菜）、  
造園 など



# 事業別取組 ～乳製品事業分野～



2020年3月期上期業績結果

**【乳製品セグメント】** ※ニュートリション事業を含む

(億円、%)

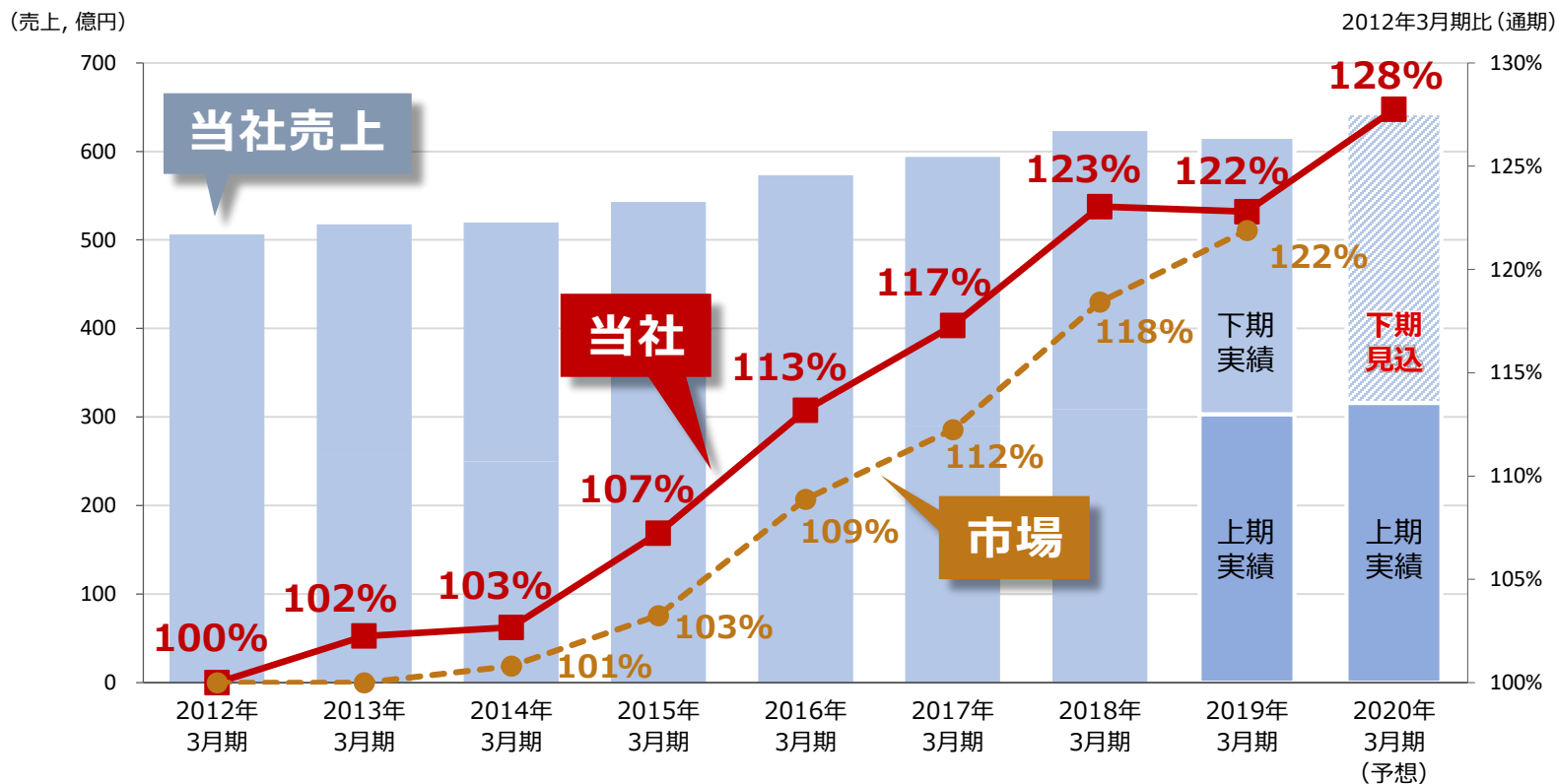
|      | 上期実績  | 前期比   | 予想比   | 通期予想  | 前期比   |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 売上高  | 1,220 | 103.9 | 100.0 | 2,509 | 104.1 |
| 営業利益 | 52    | 97.0  | 93.0  | 121   | 102.9 |

- ▶ バター：安定供給の継続
- ▶ 油脂：プロモーション展開による需要喚起
- ▶ チーズ：主力商品の販売拡大



## ▶ 当社チーズの売上推移

国内家庭用チーズ市場は底堅い需要を背景に堅調に推移



市場：インテージSCI



## ▶ 下期施策

好調な  
ナチュラルチーズの  
販売



新商品投入による  
プロセスチーズの販売強化

## 付加価値の高い新商品と連動するプロモーションで販売強化

期待のスモーク味を新発売



6Pの食シーン訴求の新CM

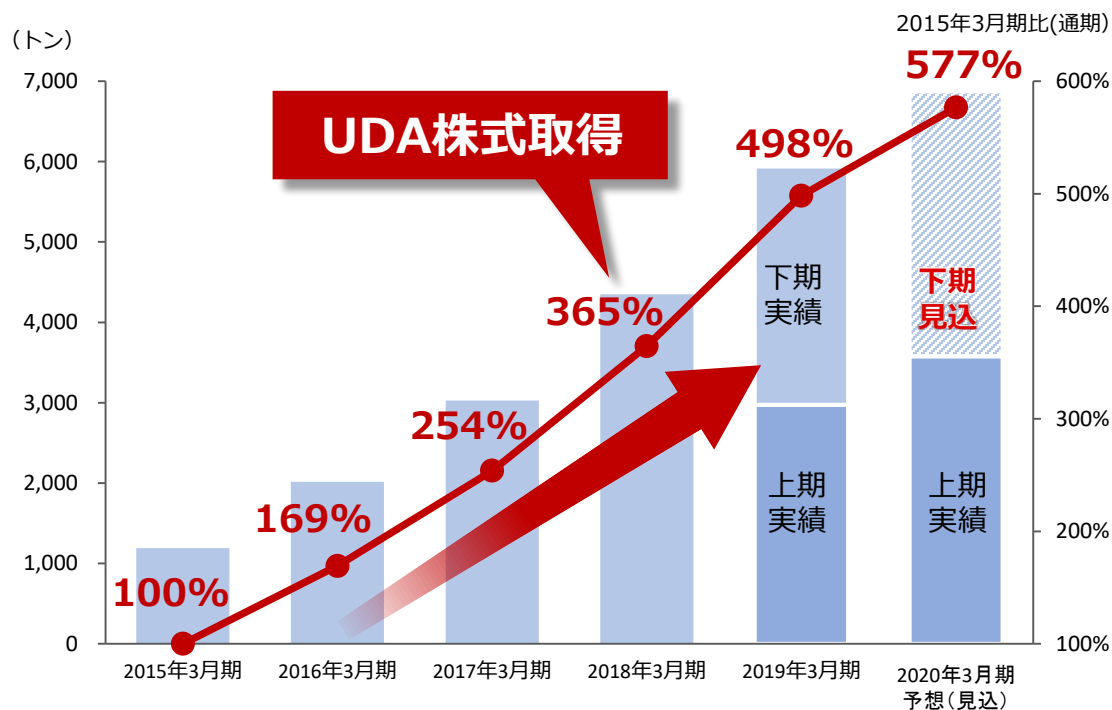




## ▶ 海外チーズ事業の展開

### 3社のチーズ 販売物量推移

- ・雪印オーストラリア (SBA)
- ・雪印メグミルクインドネシア (SMBI)
- ・アダーデライツオーストラリア (UDA)





2020年3月期上期業績結果

## 【飲料・デザート類セグメント】

(億円、%)

|      | 上期実績  | 前期比   | 予想比   | 通期予想  | 前期比   |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 売上高  | 1,472 | 101.4 | 100.6 | 2,809 | 100.4 |
| 営業利益 | 35    | 159.9 | 118.6 | 39    | 123.1 |

- ▶ 全体：市乳商品の価格改定の実施
- ▶ ヨーグルト：ガセリ菌SP株ヨーグルトの販売強化
- ▶ デザート：シェアNO.1の継続



## ▶ 原料乳のコストアップ対応で価格改定を実施

### <対象商品>

牛乳類、乳飲料、ヨーグルト、デザートで実施

### <改定内容>

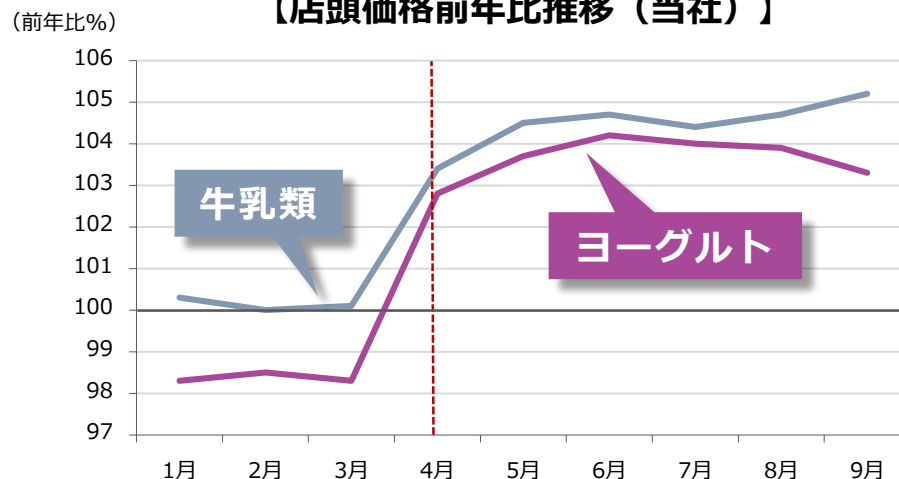
市販用：メーカー希望小売価格 …………… (改定率：2.2～6.1%)

宅配用：メーカー出荷価格 …………… (改定率：1.7～4.0%)

## 価格改定は概ね順調



【店頭価格前年比推移（当社）】

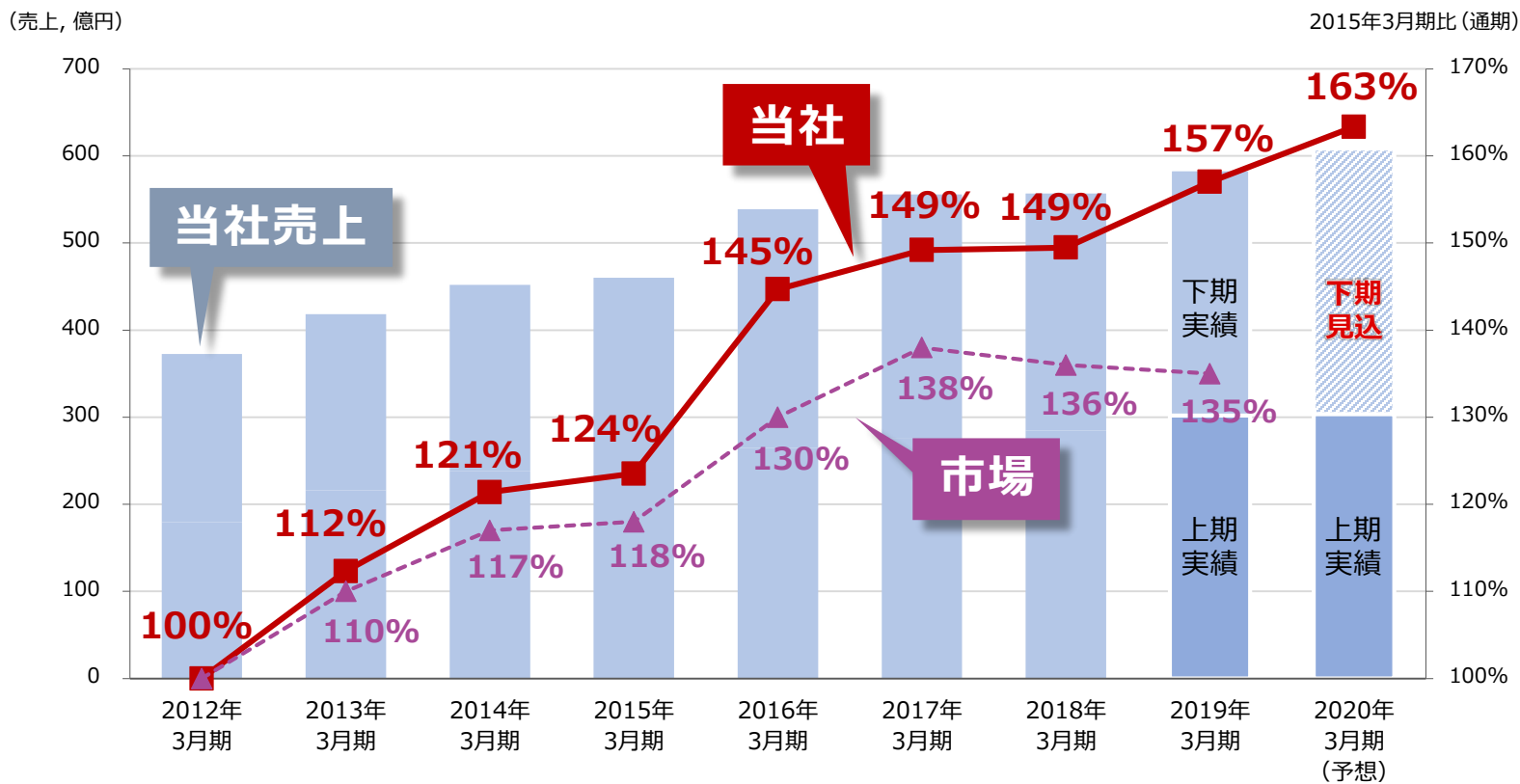






## ▶ 当社ヨーグルトの売上推移

### 当社家庭用ヨーグルトは堅調に推移



市場：インテージSCI



## ▶ 機能性ヨーグルトの活性化

### ガセリ菌SP株ヨーグルト商品群



コミュニケーションに連動した  
店頭活動の強化



### 乳酸菌ヘルベヨーグルト 1月新発売



新商品のプロモーション強化による  
認知拡大

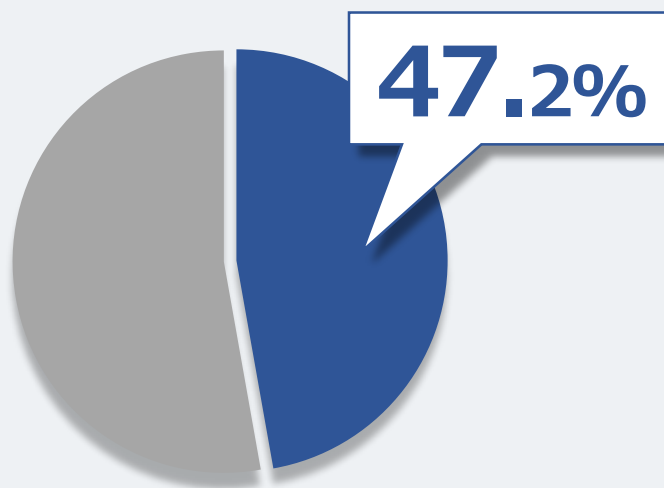
## 機能性ヨーグルトの販売拡大



## ▶ 発売の背景

### 日本人の半分がアレルギー性鼻炎

花粉を含むアレルギー性鼻炎



出典：アレルギー疾患の現状等 厚生労働省報告書（2016年度）

## QOL

(Quality of Life=生活の質)  
の改善が社会課題の1つ



食品メーカーとして  
何ができるか を検討



## ▶ 乳酸菌ヘルベヨーグルト

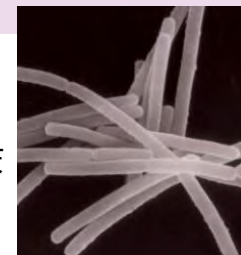


届出番号：E9

- 「目や鼻の不快感を緩和する」機能を有する機能性表示食品のドリンクヨーグルト
- ヨーグルト市場初※  
目・鼻（めはな）対策のヨーグルト  
※「目や鼻の不快感を緩和する」機能で、機能性表示食品の届出が完了
- QOL（Quality of Life = 生活の質）の改善に貢献し、新たな市場を創造

【届出表示】本品には *L. helveticus* SBT2171 (乳酸菌ヘルベ) が含まれるので、目や鼻の不快感を緩和します。

【機能性関与成分】 *L. helveticus* SBT2171 (乳酸菌ヘルベ)



本品は、疾病の診断、治療、予防を目的としたものではありません。また、特定保健用食品とは異なります。食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。

# 事業別取組 ～ニュートリション事業分野～



2020年3月期上期業績結果

## ニュートリション事業

※乳製品セグメントのうち

(億円、%)

|       | 上期実績 | 前期比   | 予想比   | 通期予想 | 前期比   |
|-------|------|-------|-------|------|-------|
| 売上高   | 96   | 98.6  | 96.2  | 201  | 103.3 |
| (内訳)  |      |       |       |      |       |
| 機能性食品 | 26   | 112.5 | 100.9 | 53   | 111.0 |
| 粉ミルク等 | 69   | 94.3  | 94.5  | 148  | 100.8 |

- ▶ 機能性食品：ロコモ関連商品の販売拡大
- ▶ 粉ミルク等：新商品の発売による商品力強化

※「ロコモティブシンドローム」(略称：ロコモ)：運動器の障害により、歩行や日常生活に支障のある状態。

# 事業別取組 ～ニュートリション事業分野～



## ▶ 上期

毎日骨ケアMBP®を中心として  
ロコモ関連商品が順調に伸長（前年比112.5%）



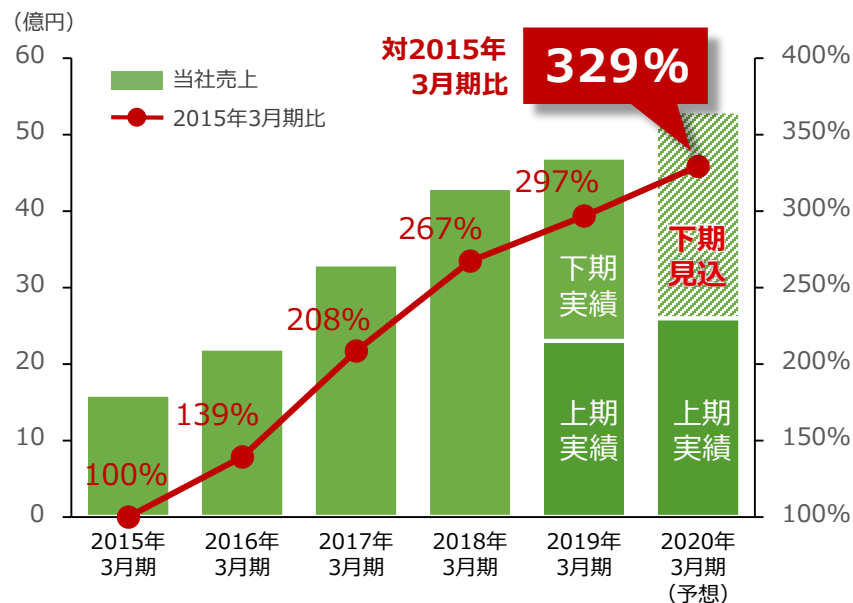
## ▶ 下期

MBPを活用し、  
ターゲットを  
若年層にも拡大



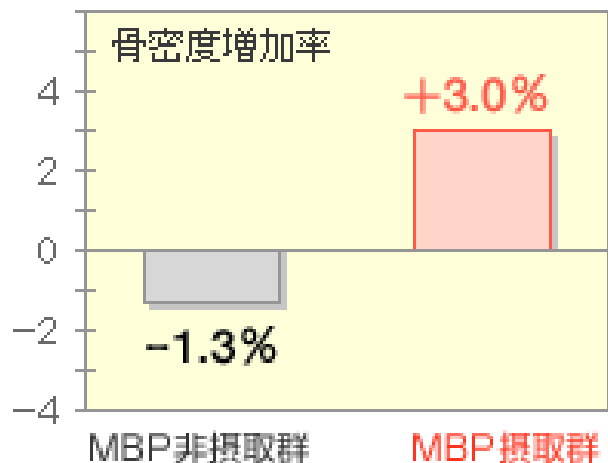
ベルネージュダイレクトとの  
連携をさらに強化

【機能性食品事業の売上高および伸長率推移】





## ➤ 「毎日骨ケアMBP®」のご紹介



(J.Yamamura et al:2002)

健康な成人女性33名（20～50代）を対象に行われた飲用試験。

MBP®を1日40mg摂取したグループ（右）は6カ月後、橈骨（とうこつ=手首に近い前腕）の骨密度が平均3%増加しました。



「食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。」

「MBP」は骨密度を高める働きがあります。

骨密度を高めるには、カルシウムの他に「MBP（乳塩基性タンパク質）」と呼ばれる成分が効果があることが解明されました。

「毎日骨ケア MBP®」は、「MBP」が配合された特定保健用食品です。

## ➤ アスリートとの共同研究



ゴールする名城大学  
アンカーの青木主将  
(2018年10月当時)



名城大学女子駅伝部  
米田監督

2019年に全日本女子大学駅伝3連覇を達成した、名城大学（愛知県）女子駅伝部に、2015年から「毎日骨ケアMBP®」「毎日一粒MBP®」を提供しています。

「MBP」が女性長距離ランナーの骨の状態を改善することについて、研究内容を「第29回日本臨床スポーツ医学会学術集会」で発表し、本年12月に発行予定の「体力・栄養・免疫学雑誌」29巻に掲載されることが決まりました。



2020年3月期上期業績結果

## 【飼料・種苗セグメント】

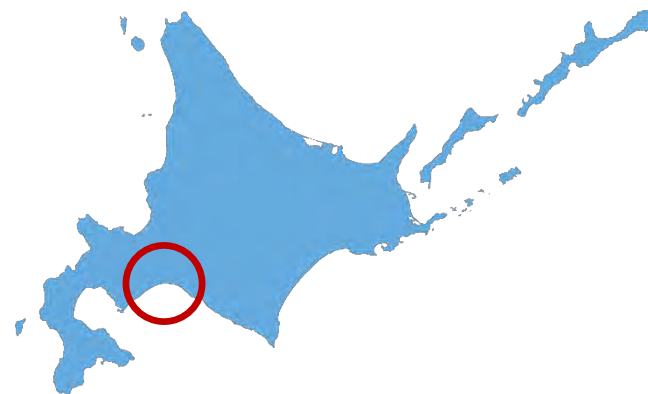
(億円、%)

|      | 上期実績 | 前期比  | 予想比   | 通期予想 | 前期比  |
|------|------|------|-------|------|------|
| 売上高  | 238  | 99.9 | 100.8 | 452  | 98.2 |
| 営業利益 | 11   | 93.9 | 114.1 | 9    | 77.3 |

- ▶ 種苗事業：自社商品開発と効率化への取り組み
- ▶ 飼料事業：総合提案型営業の推進

## ▶ 上期

2019年4月1日  
新飼料工場建設のための合併会社  
「ホクレンくみあい・雪印飼料(株)」を  
苫小牧で設立



## ▶ 下期

新飼料工場  
2019年 12月着工予定  
2021年 12月稼働予定

種苗生産管理システムの構築  
2020年 3月稼働予定



緑肥種子 業界 No.1

## 5

## CSR経営

**SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS**  
17 GOALS TO TRANSFORM OUR WORLD

SDGsは、Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）の頭文字で表した、貧困・飢餓や男女不平等などの課題を解決するために2015年9月の国連サミットで採択された持続可能な世界を実現するための国際目標です。“世界中で2030年までに貧困に終止符を打ち、持続可能な未来を追求しよう”とのスローガンの下、17のゴールと169のターゲットを定めています。

2018年9月

## 雪印メグミルクCSR方針改訂

企業理念に基づき、事業活動を通じて、  
社会とともに持続的に発展していくための経営を推進

### 5つのCSR重要課題（マテリアリティ）を特定

乳（ミルク）  
による食と  
健康への貢献

環境負荷の  
低減

持続可能な  
酪農への貢献

多様な人材が  
活躍できる  
職場の実現

地域社会への  
貢献



# 持続的成長に向けた取組

2019年8月

## 重要課題ごとのKPIを決定 今後進捗状況を公開



- (例)
- CO<sub>2</sub>排出量を2030年度までに2013年度比30%削減
  - 廃棄物排出量を2030年度までに2013年度比30%削減
  - 食育活動により、2019～2026年度で年間平均4.5万人の参加者数を目指す。

※詳細はHPまたは「雪印メグミルクグループ2019」をご覧ください。

SDGsの17のゴールのうち  
13の目標に向けて取組みます



# 未来は、ミルクの中にある。



本資料に記載されている業績予想などの将来に関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づき、当社が判断した見通しであり、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は、業況の変化等により、本資料の予想数値と異なる場合があります。

## 補足資料① 用語説明

| 用語  | 説明  |
|---|---|
| セイニユウ<br>生乳   | 牛乳や乳製品の原料   |
| シニユウ<br>市乳  | 飲料やヨーグルトを含む飲料・デザート類<br>セグメントを事業分野ではこの表現で統一                            |
| ニュートリション  | 「栄養物の摂取」「栄養作用」「栄養学」などを<br>意味する。健康維持・増進などの下支えに貢献し、<br>暮らしにサポートする事業名とした |
| トランスフォーメーション アンド リニューアル<br>Transformation & Renewal | 「変革」、そして更なる「進化」へ  |
| 事業ポートフォリオ   | 持続的な成長を可能とするため、複数の事業が利<br>益を創出できる、事業の組み合わせ                            |
| プロダクトミックス   | 企業あるいは事業単位によって<br>生産・販売される商品の構成                                       |

## 補足資料② 用語説明

| 用語               | 説明   |
|------------------|--|
| チーズのボーダレス展開      | チーズを国内にとどまらず、海外にも展開させていくこと                                     |
| 機能性ヨーグルト         | ガセリ菌 S P 株など機能性乳酸菌を使用したヨーグルト。                                  |
| バリューチェーン         | 研究開発、調達、製造、流通、販売など顧客に価値が届けられるまでに企業間で付加される価値のつながりのこと            |
| アールオーイー<br>R O E | 純利益／自己資本（自己資本利益率）<br>自己資本を「元手」として、1年間でどれだけの利益をあげたか、収益性を測る指標の一つ |
| ケーピーアイ<br>K P I  | 目標を達成するための重要な業績評価の指標   |