



平成 22 年 11 月 5 日

各 位

会 社 名 雪印メグミルク株式会社
代表者名 代表取締役社長 高野瀬 忠明
(コード番号 2270 東証第 1 部・札証)
問合せ先 広報部長 小西寛昭
(TEL 03-3226-2124)

合併後の会社概要に関するお知らせ

当社は、平成 22 年 10 月 14 付で公表しました「連結子会社(日本ミルクコミュニティ株式会社および雪印乳業株式会社)との合併契約締結(略式合併)に関するお知らせ」の通り、当社株主総会による承認を前提として、平成 23 年 4 月 1 日をもって日本ミルクコミュニティ株式会社および雪印乳業株式会社を、吸収合併(以下「本合併」)することを決議いたしました。

本合併にあわせて、当社は、以下の内容につきまして、取締役会にて決議いたしましたので、お知らせいたします。

記

1. 企業理念

本合併にあたり、雪印メグミルクグループ企業理念を次のとおり定めました。
企業理念は、【私たちの使命】と【コーポレートスローガン】にて構成されます。

【私たちの使命】

1. 乳(ミルク)にこだわる
2. 酪農生産への貢献
3. 消費者重視経営の実践

私たち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。

(1) 乳(ミルク)にこだわる

私たち雪印メグミルクグループは、ミルクの持つ無限の可能性を信じミルクに向き合い、ミルクにこだわり続けることで、ミルクの持つ可能性を「深め」、ミルクの価値を「高め」、世界に「拡げていく」ことを実現していきます。

(2) 酪農生産への貢献

私たち雪印メグミルクグループは、日本の酪農を基盤として成り立っています。私たちは、酪農生産者の良きパートナーとして信頼関係を深め、乳の価値をしっかりと伝えていくことで生産者の想いに応えていきます。

そして、牛乳・乳製品の需要拡大を実現することで、国内酪農生産の基盤の強化と持続的発展に貢献していきます。

(3) 消費者重視経営の実践

雪印メグミルクグループは、消費者基本法に定められた「消費者の権利」と「事業者の責務」をしっかりと認識し、

- ◇ 安全で安心していただける商品・サービスを提供すること
- ◇ 可能な限りの情報提供、情報開示を行うこと
- ◇ 消費者の声を傾聴し、経営に反映していくこと
- ◇ 危機管理の体制を整え、不測の事態に迅速且つ適切に対応していくことを基本姿勢として、消費者重視経営を実践していきます。

2. 新コーポレートシンボルマーク

(1) 新コーポレートシンボルマーク（スノーミルククラウン）



平面図



立体表現

コーポレートカラー：メグスノーブルー（深みのある青）とミルクホワイト（純白）

このコーポレートシンボルマークは、雪とミルクの融合を象徴しています。柔らかな外形のミルククラウンとシャープな雪の結晶と北極星の融合です。外側の角がとれた優しくふんわりした白色（ミルクホワイト）の六角形はミルククラウンをモチーフとしたもので、いままさにはじけようとしているミルクをシンボル化したものです。柔らかな厚みを感じさせる立体形のミルククラウンは、自然の恵みであるミルクの優しさ、豊かな滋養、包容力、安心感、秘めた可能性を表現しています。ミルククラウンの中に配置した繊細でシャープな雪の結晶と北極星は、私たちがこれまで培ってきた高い技術力、専門性、正確さ、信頼を表し、イノベーションへ果敢に挑戦する企業姿勢を象徴しています。ミルククラウンの「柔らかさ」からイメージする優しさ、豊かさ、美味しさ、可能性と、雪の結晶と北極星の「シャープさ」が示す繊細さ、正確さ、信頼という二つの要素が融合した新コーポレートシンボルマーク「スノーミルククラウン」は、ミルクの未知の可能性への期待や当社の挑戦への意気込みを示し、これから雪印メグミルクが目指し、お客様に提供する価値の新たな象徴です。

(2) コーポレートブランドロゴ

雪印メグミルク

コーポレートシンボルマークと連動して、雪印とメグミルクが培ってきた価値を発揮するため、経営統合時に設定したコーポレートブランドロゴを継続して使用します。

3. 合併後の組織概要

(1) 目的

持株会社である当社を存続会社とする吸収合併であることから、事業会社機能を具備した上で、更なる企業価値向上を図り、持続的な企業成長を目指す為、以下の目的で合併後組織を設計しました。

- ◇ 他社に勝つ競争力のある組織
- ◇ 企業価値を高めるNB商品開発の実現
- ◇ スピード経営の実践
- ◇ 新たな市場への挑戦による持続的な成長

(2) 組織コンセプト並びに組織の概要

① 品質確保を徹底する

現行体制以上の品質管理の強化・品質の一元化を目的に「品質保証部」を設置します。

② 総合乳業メーカーとしての組織力の発揮（＝乳製品・市乳の一体化）

乳製品・市乳一体化による総合力・シナジー効果を発揮するため、乳製品・市乳での組織区分を回避し、機能別基準による組織編制とし、事業関連機能を一体化した「生産統括部、生産管理部」「営業統括部、営業推進部」「ロジスティクス部」を設置します。

③ 企業価値を高めるNB商品開発の実現

研究業務（「ミルクサイエンス研究所」）と商品開発業務（「商品開発部」）を統括し、新商品の開発と販売政策企画を一元的に担いカテゴリーNo.1戦略を推進する組織として「研究開発部」を設置します。

④ スピード経営の実践

多階層な組織を避け、迅速な経営判断ができるように、フラットな組織構造とします。

また、ガバナンス強化とリスク管理強化を目的として、業務統括機能を担う組織を設置します。「生産統括部」「営業統括部」「研究開発部」がこれに当たります。

⑤ 新規市場開拓による持続的成長

持続的な事業成長推進を担う機能として、「海外事業部」「事業開発部」を設置します。新たに設置します「事業開発部」の主な機能は、新規事業に関するシーズ&ニーズの探索と事業化となります。

⑥ スリムな組織

管理部門を中心に、合併による間接機能の重複解消と削減を図ります。

これらの部署の取組みを統括し、経営スタッフ機能を担う組織として「経営企画部」と「統合戦略部」を統合し、「総合企画室」を設置します。

以上

<参考：組織概要図>

