



連結業績（上期）					
	2017年3月期 （上期）	2018年3月期 （上期）	増減額	前期比	予想比
売上高	2,993	3,035	+42	101.4	100.0
営業利益	108	110	+1	101.7	110.7
経常利益	111	117	+6	106.0	112.2
純利益※	74	71	▲2	97.1	105.6

（億円、％）

※親会社株主に帰属する四半期純利益

- ▶ チーズなどの主力商品のシェア拡大
- ▶ 機能性ヨーグルトなどの高付加価値商品の戦略的な販売拡大
- ▶ ニュートリション事業分野における新市場への展開拡大

前期比較で連結売上高、連結営業利益で増収増益となりました。
当初予想比では、連結営業利益が110.7%の増益となりました。
中期経営計画の初年度として、順調にスタートを切ることができました。

施策としては、
チーズなどの主力商品のシェア拡大、
機能性ヨーグルトなどの高付加価値商品の戦略的な販売拡大、
ニュートリション事業分野における新市場への展開拡大などにより、
将来の成長に向けた収益基盤の強化に努めました。



中期経営計画で再編成しました
 乳製品、市乳、ニュートリション、飼料・種苗の
 4つの事業分野ごとに説明します。

乳製品事業分野（業績）



【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	1,177	102.9	101.9	2,375	102.2
営業利益	56	100.3	113.1	112	95.6

- ▶ バター：安定供給の継続
- ▶ 油脂：市場の低迷が続き、販売減少
- ▶ チーズ：市場伸長に伴い販売好調

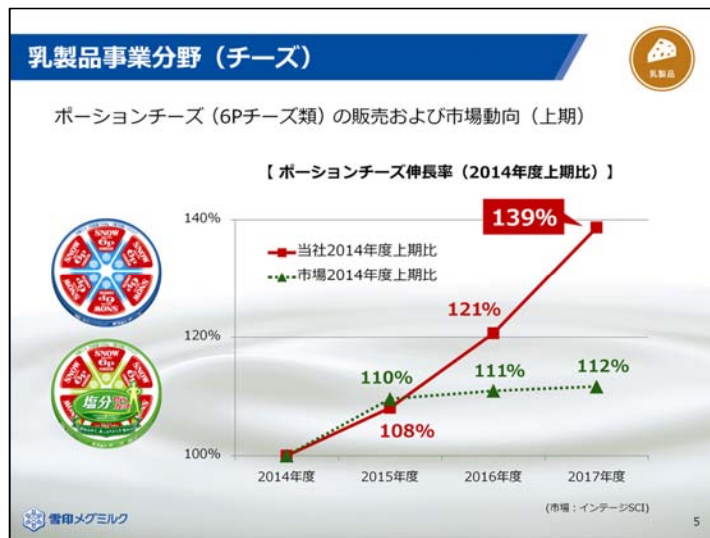
雪印メグミルク 4

乳製品事業分野を中心とする乳製品セグメントは、
 増収増益となりました。

バターは引き続き、安定供給に取り組みました。

油脂は市場の低迷が続き、販売は減少しました。

チーズは市場が伸長する中でプロモーション活動の効果などにより、
 販売は好調に推移しました。



特に主力商品の6 Pチーズを中心としたポーションチーズの販売が継続して、市場の伸び以上に大きく伸長したことが増益に貢献しています。

阿見工場に2016年1月より1ライン増設し、供給能力の向上を図ったことが収益拡大につながっています。

乳製品事業分野（チーズ）

1. 新しい食べ方・食シーンの提案

- ▶ 「焼きロッピー」
 - 焼いて、海苔を巻いて
 - バーベキューの食材として

2. 低糖質志向の高まり

雪印メグミルク

6 Pチーズの販売拡大に向けて、新しい食べ方、食シーンの提案に取り組み、販売増加につなげました。

また、チーズ市場全体は、家飲み需要やワイン需要の増加の影響もあり、好調に推移しています。

最近では、チーズの持つ健康機能がテレビや雑誌で話題になっています。特にチーズが低糖質食品として取り上げられていることも市場の拡大に寄与していると考えています。



チーズ市場全体は、昨年度、消費量が過去最高を更新するなど、毎年、着実に伸びています。

当社の売上高も順調に伸びています。

6 P チーズに加え、
新発売したチェダースライスのテレビコマーシャルの投入、
雪印北海道 100 ブランドの 10 周年プロモーションの浸透による
さけるチーズの販売拡大などにより、計画達成を目指していきます。

市乳事業分野（業績）

【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	1,439	100.1	97.7	2,842	102.4
営業利益	34	106.8	102.3	61	131.9

▶ 当社保有の乳酸菌「ガセリ菌SP株」の機能訴求の継続

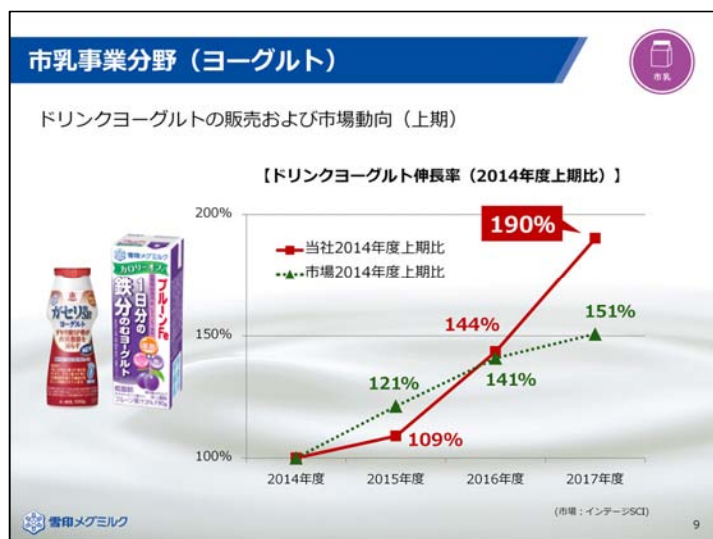
▶ ドリンクヨーグルトの販売好調

▶ 高付加価値商品の販売拡大によるプロダクトミックスの改善

雪印メグミルク

市乳事業に該当する飲料・デザート類セグメントにつきましても、増収増益となりました。

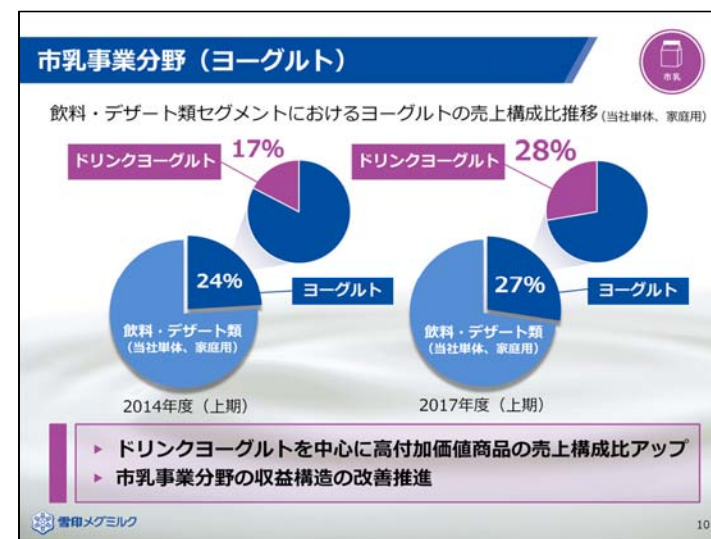
当社保有の乳酸菌「ガセリ菌 S P 株」の機能訴求に継続して取り組み、ドリンクヨーグルトが好調に推移しました。



ドリンクヨーグルトは、機能性表示食品として発売する前の2014年度と比較し、1.9倍と市場を大きく上回る販売となっています。

なかでも、ガセリ菌S P株ヨーグルト 小型ボトルタイプの販売が好調です。海老名工場で実施した生産能力増強設備を最大限に活用しています。

内臓脂肪を減らすことを商品に表示しリニューアル発売したことが寄与したと考えています。



高収益商品の販売拡大によるプロダクトミックスの改善にも継続的に取り組んでいます。

2014年度と比較し、ドリンクヨーグルトの売上構成比は高まっており、ヨーグルト全体の4分の1を上回りました。

ドリンクヨーグルトを中心に高付加価値商品の売上構成比を高め、市乳事業分野の収益構造を改善していきます。



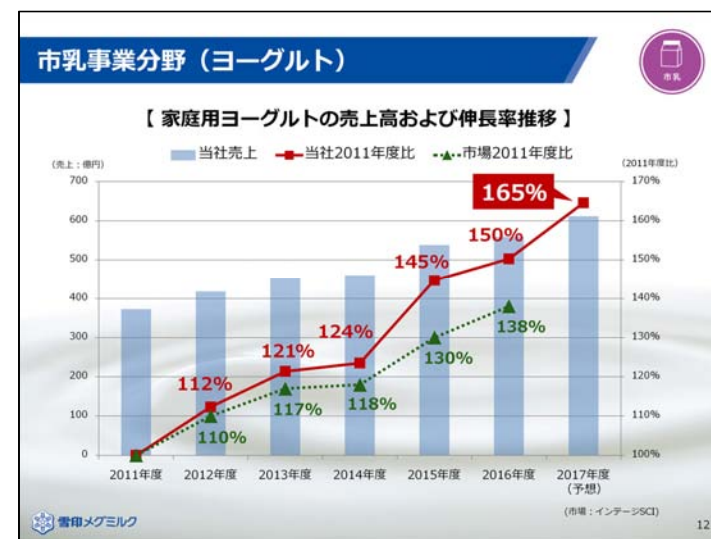
ヨーグルトについては、集中的投資を推進しています。

小型ボトルラインにつきましては、
2018年春、京都工場に2ライン新設することにより、
現行の生産能力の約2倍、発売当初と比較すると約4倍の
能力アップとなります。

新たに西日本で生産することによる物流コストの低減効果も
期待できます。

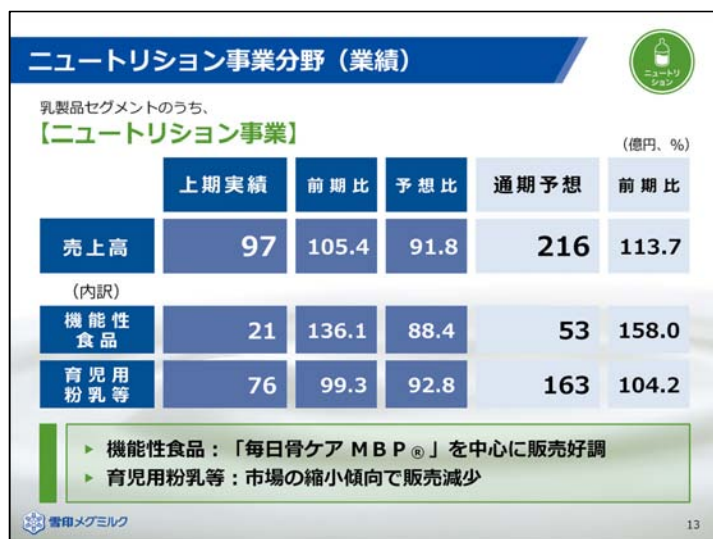
今後も、設備投資を最大限に活用できるように、
広告、プロモーションを継続的に実施していきます。

そのほかのヨーグルトの生産設備も、順次、拡大していきます。



当社の売上高は、毎年、順調に伸長しています。

これまで説明してきました取組みを着実に実施していくことで
下期以降も販売を伸ばしていきます。



乳製品セグメントのうち、
ニュートリション事業分野の売上高は、増収となりました。

機能性食品は、毎日骨ケアMBP®を中心に販売が伸び、
前期比136.1%と大幅に伸長しました。

育児用粉乳等は、出生数の減少により、
市場規模が縮小傾向と厳しい環境の中、販売は前年並みとなりました。



機能性食品事業では、
当面、事業規模の拡大を最優先に取り組んでいます。
そのため、売上による利益を、積極的に広告・プロモーションなど
マーケティング投資に振り向けています。
順調に売上高を伸ばすことができています。

上期は、ウェブ広告の強化に加えて、
新たに購入金額、購入回数に応じたサービスを
受けられる、ポイントプログラムを導入しました。
これらを最大限に活用し、販売増加につなげていきます。

ニュートリション事業分野（粉乳事業）

粉乳カテゴリーにおける事業構造の改革

- ▶ 大人向け粉ミルクの広告・プロモーション



大人向け粉ミルク「プラチナミルク」

- ▶ アジア市場における成人向け・妊産婦向け粉乳の拡大



成人向け粉ミルク 妊産婦向け粉ミルク

雪印メグミルク

15

粉乳カテゴリーでは、日本国内において、シニア向け事業の拡大を目的として、大人向けの粉ミルク「プラチナミルクシリーズ」を9月に新発売しました。

テレビや雑誌に取り上げられたこともあり、予想を上回る販売となっています。今後の定着、販売拡大に取り組んでいきます。

海外では、アジア市場において、昨年、香港、台湾で発売しました妊産婦向けの粉ミルクを8月にマレーシアで販売を開始しました。成人向けの粉ミルクと合わせ、更なる販売拡大を目指していきます。

飼料・種苗事業分野（業績）

【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	235	104.3	106.2	421	97.9
営業利益	13	116.9	135.6	10	79.7

- ▶ 種苗事業：牧草・緑肥作物やサイレージ用乳酸菌の販売好調
- ▶ 飼料事業：販売物量、販売単価とも前年を上回る

雪印メグミルク

16

上期は、増収増益となりました。

種苗事業では、牧草・緑肥作物やサイレージ用乳酸菌の販売が好調に推移しました。

飼料事業では、配合飼料において販売物量、販売単価とも前年を上回ったことが利益拡大につながりました。

飼料・種苗事業分野

種苗事業の売上拡大

- ▶ 新研究棟を活用した新品種開発の推進
- ▶ 牧草・緑肥作物等の販売拡大

雪印種苗(株) 北海道研究農場新研究棟



雪印メグミルク

17

種苗事業では、グループ会社である雪印種苗の新研究棟が、6月より稼動しました。これまで分散していた研究組織の集約と研究インフラの整備により、迅速かつ効率的な商品開発を推進しています。強化した研究体制を最大限に活用し、市場で強みをもつ牧草・緑肥作物の販売拡大に取り組んでいきます。

飼料事業では、引き続き、総合提案型営業の推進に取り組んでいきます。

連結業績予想（通期）

(億円、%)

■ 経営成績 ■	2017年3月期	2018年3月期	増減額	前期比
売上高	5,879	6,000	+120	102.1
営業利益	187	195	+7	104.0
経常利益	202	205	+2	101.1
純利益※	129	130	+0	100.1

※親会社株主に帰属する当期純利益

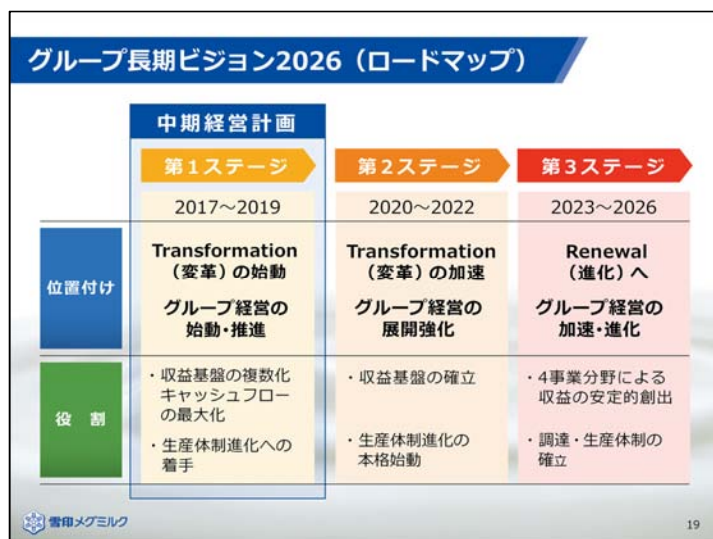
■ 配 当 ■	普通配当	連結配当性向
	40円	20.9%

雪印メグミルク

18

連結業績予想は、売上高6,000億円、営業利益195億円と、5月に公表しました予想を据え置きました。

配当につきましても、40円と変更しておりません。説明してきました取組みを徹底し、達成していきます。



今期は、企業価値の持続的向上に向けて策定した「グループ長期ビジョン2026」の第1ステージになります。

第2ステージ以降の生産体制のRenewalに向け、収益基盤の複数化、キャッシュフローの最大化を図っていきます。同時に将来を見据え、生産体制進化へ着手しています。



最初に、生産体制のリニューアルについて説明します。今年7月に公表したとおり、バター、生クリーム、脱脂粉乳などを製造する主力工場の機分内工場において、製造設備や電気、用水などのユーティリティ設備を含めた新棟建設を決定しました。

投資総額は約200億円で、2020年下期の稼動を目指しています。北海道における生産体制を整備し、国産乳製品の安定的な生産により、事業競争基盤の強化を進めていきます。



次に「チーズのボーダレス展開」の進捗について、説明します。
現在、海外でのチーズ製造拠点は、インドネシアとオーストラリアです。

インドネシアでは、プロセスチーズ事業の拡大に取り組んでいます。
順調に販売が伸長しており、
ブロックタイプのチーズで国内シェア約30%、第2位に躍進しました。
8月には、ブロックチーズのシンガポールへの輸出を開始しました。

加えて、2018年上期の稼働に向け、生産能力を増強し、
事業拡大に努めていきます。



オーストラリアでは、白カビチーズの製造・販売を行っています。

カビ系チーズ事業の基盤強化に向けて、
9月に、チーズ製造会社アダーデライツオーストラリア社の株式の
90%を取得しました。

オーストラリアでは、ここ3年間、カビ系チーズが
毎年15%程度の割合で拡大しています。

雪印オーストラリアとは異なる強みがあるアダーデライツ社と
シナジー効果を創出し、事業拡大に取り組んでいます。

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。