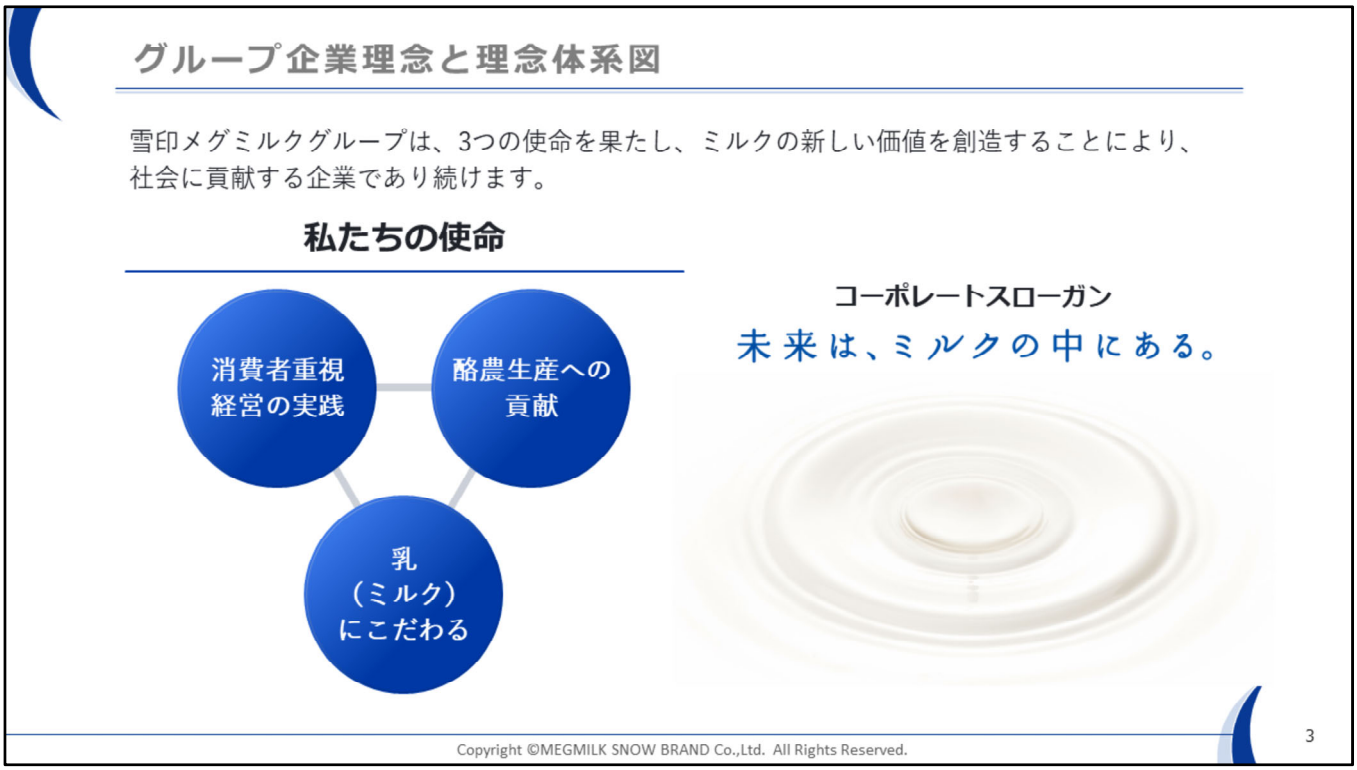
これから「雪印メグミルクグループ」の紹介をします。

内容は、スライドにありますように、

（１）グループ企業理念
（２）会社概要
（３）創立者たち・沿革
（４）事業内容
（５）雪印メグミルクグループのサステナビリティ経営
（６）財務データ

の６点です。



１．まず私共の「グループ企業理念」です。雪印メグミルクグループの企業理念は、３つの使命とコーポレートスローガンで構成されています。

２．雪印メグミルクグループは、「消費者重視経営の実践」「酪農生産への貢献」「乳（ミルク）にこだわる」の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ることを目指しています。

３．また、コーポレートスローガンとして「未来は、ミルクの中にある。」を掲げています。

４．右の理念体系図は私たちの企業理念を支えるものを表しています。

会社概要

会社概要

商号	雪印メグミルク株式会社 MEGMILK SNOW BRAND Co., Ltd.
設立年月日	2009年10月1日
所在地	（本社）東京都新宿区四谷本塩町5番1号 （登記上本店）北海道札幌市東区苗穂町6丁目1番1号
資本金	200億円
代表取締役社長	佐藤　雅俊
従業員数	5,715名（連結、2023年3月31日）
上場取引所	東京証券取引所、札幌証券取引所

Copyright ©MEGMILK SNOW BRAND Co.,Ltd. All Rights Reserved.

会社の概要はご覧のとおりです。

創立者たち

社会課題解決を目指す

健土健民

という創業の精神

「健土健民」を目指した創業者たちの
社会課題解決に挑む精神を受け継ぎ、
現代の社会課題に挑んでいく姿勢が、
雪印メグミルクグループの原動力です。

創立者たち

宇都宮仙太郎

黒澤酉蔵

佐藤善七

健土健民

健全な土地が健全な食料をもたらし、
健全な食料が健全な人間を形成する。

創業者のひとり、黒澤酉蔵揮毫による「健土健民」の書（雪印メグミルク所蔵）

Copyright ©MEGMILK SNOW BRAND Co.,Ltd. All Rights Reserved.

１．雪印メグミルクグループの源流のひとつであり、最も歴史の古い「北海道製酪販売組合」の創立者たちです。

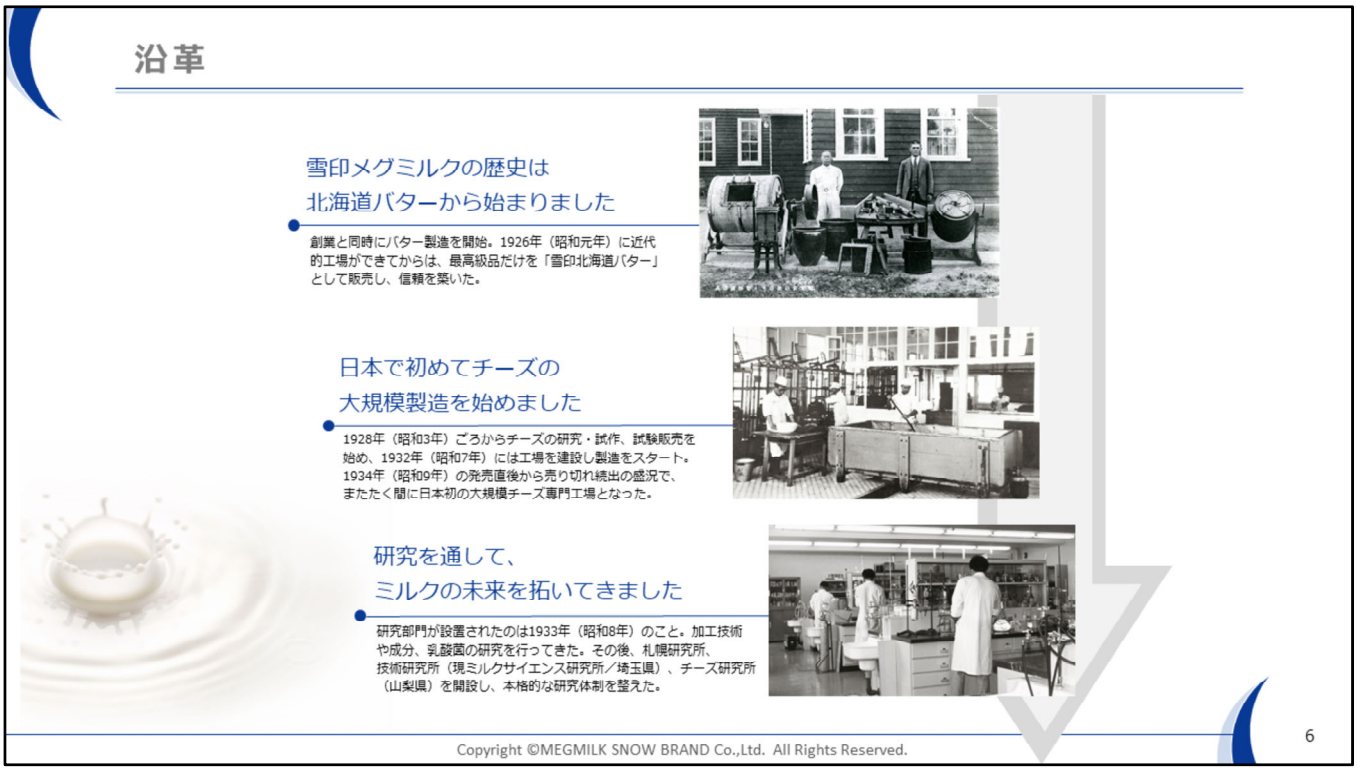
２．左から宇都宮仙太郎、黒澤酉蔵、佐藤善七です。
　　宇都宮は、「北海道酪農の父」と呼ばれ、1887年に単身渡米し乳牛の飼育管理やバター・チーズの製造技術を学び、帰国後の1891年、札幌近郊に「宇都宮牧場」を開き、北海道酪農の基礎を作りました。

３．黒澤は、宇都宮牧場で牧夫として酪農を学び、その後、1909年に乳牛一頭を借り受け自分の牧場を立ち上げ、牛と輪作、牛とビートが結びついた「デンマーク農法」の導入に尽力しました。

４．佐藤は、北海道庁の役人から農業に身を投じ、宇都宮、黒澤らに出会い、1915年、自分のリンゴ園に乳牛を導入し、酪農を始めました。

５．３人は、原料の牛乳が過剰になり、酪農家が苦境にあえいでいた時に、北海道の「農民による、農民のための生産組織」を目指し、1925年「北海道製酪販売組合」を設立しました。酪農民が集まって会社組織を立ち上げた歴史が、当社グループの大きな特徴になっています。

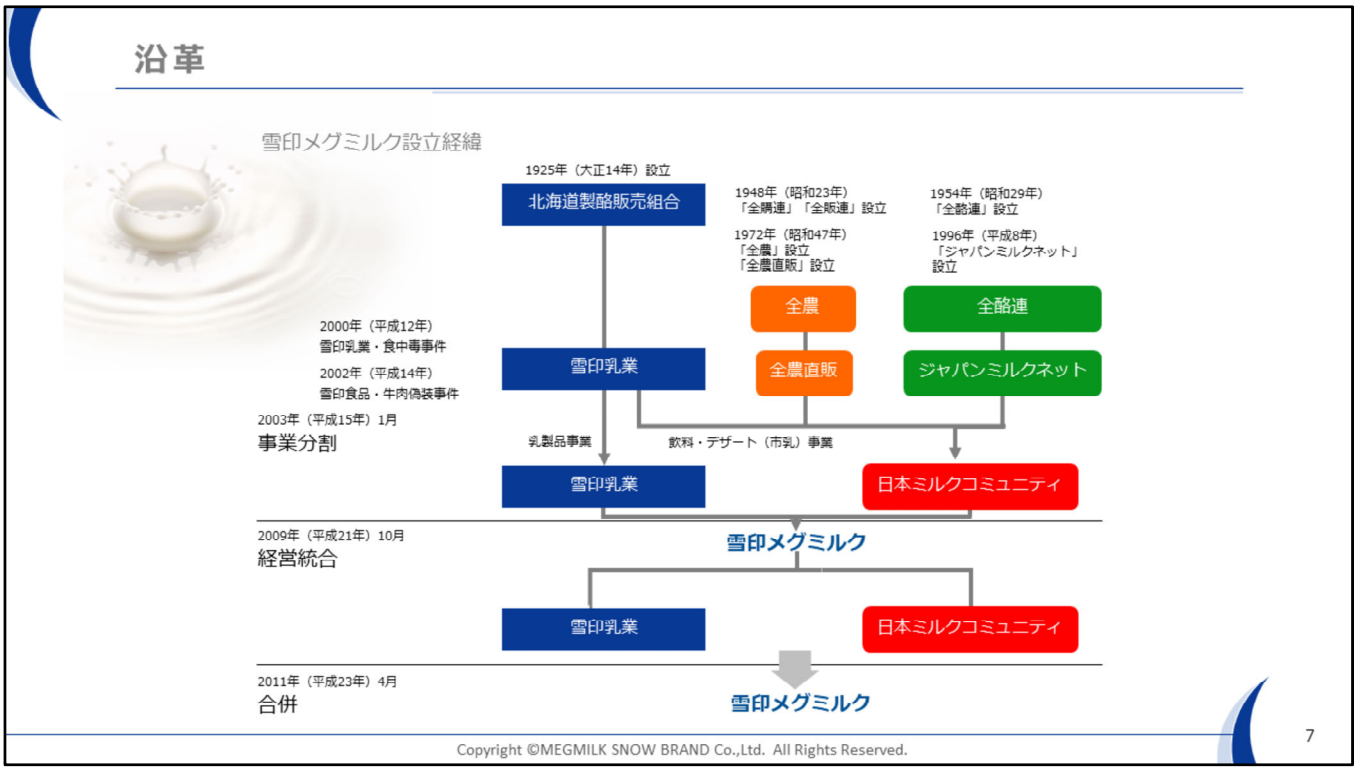
６．黒澤が唱えた「健全な土地が健全な食料をもたらし、健全な食料が健全な人間を形成する。」という、「健土健民」の思想は、現在も企業理念の中に受け継がれています。



１．雪印メグミルクの歴史は、バターの製造から始まりました。1926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」として発売し、信頼を築いて参りました。

２．1928年ごろからチーズの研究・試作、試験販売を始めました。1932年には、工場を建設し製造をスタート、1934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りました。その後、取り扱い商品を順次広げ、牛乳乳製品の普及に努めて参りました。

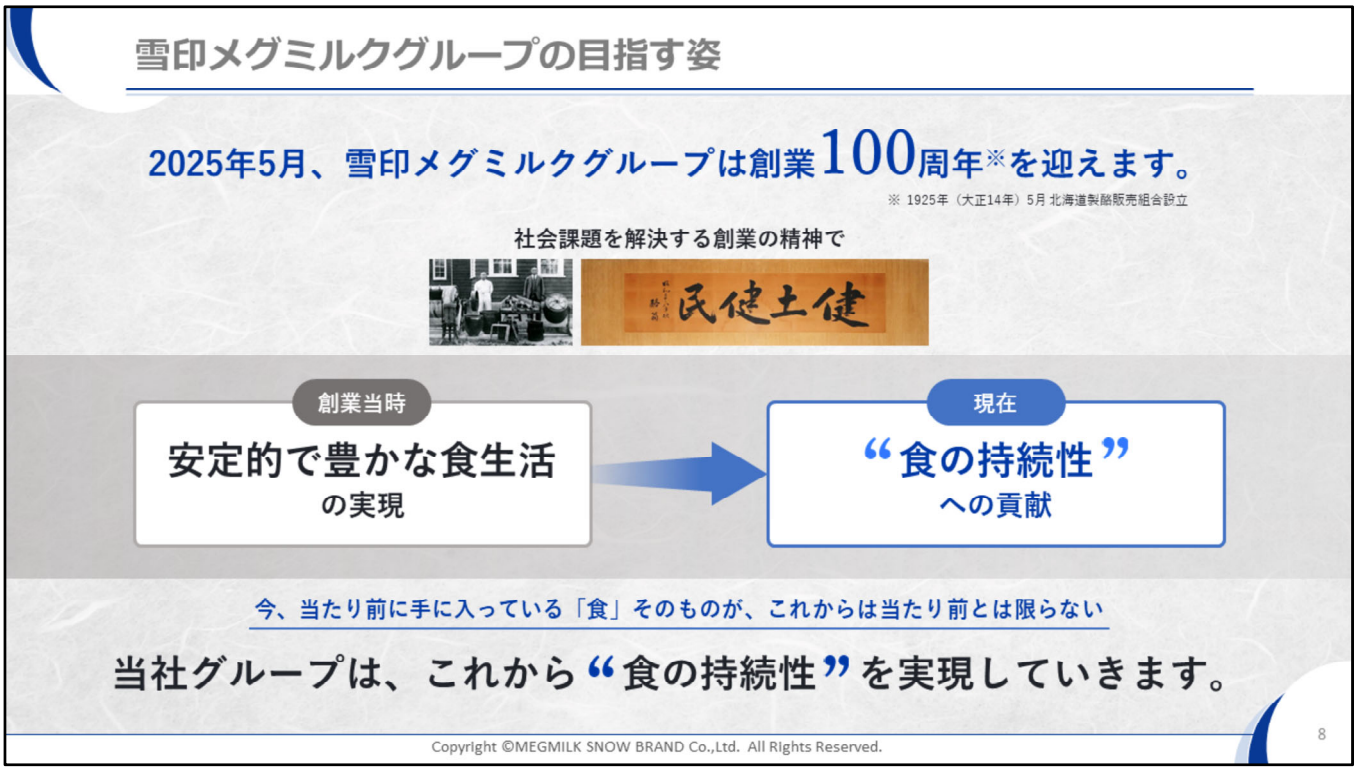
３．1933年には研究部門を設置し、加工技術や成分、乳酸菌の研究を行って来ました。その後、札幌研究所、現ミルクサイエンス研究所、チーズ研究所を開設し、本格的な研究体制を整え、ミルクの未来を切り拓いて参りました。



１．改めて、雪印メグミルクの沿革です。

２．1925年に、後の「雪印乳業」となる「北海道製酪販売組合」 が設立されました。
　その後、「雪印乳業」は、2000年に起こした「食中毒事件」および2002年の子会社による「牛肉偽装事件」により、2003年1月に市乳事業を事業分割しました。
　その市乳事業に、「全農」が設立した「全農直販」、「全酪連」が設立した「ジャパンミルクネット」の２社が加わり、2003年1月に「日本ミルクコミュニティ」が発足しました。

３．その後、2009年10月に「雪印乳業」と「日本ミルクコミュニティ」が経営統合し、2011年4月の合併を経て、現在の「雪印メグミルク」となっています。



現代は、先行きを見通しにくい「不透明な時代」と言われてます。
「食」に関しても、まさに「今、当たり前に手に入っている食その物が、これからは、当たり前には 続かない」と、強く認識しなければならない時代であると、考えています。

そのような中、私たちは、自らの 心の拠り所である「存在意義・志」を、「社会課題解決に向けた」創業の精神である「健土健民」と 定めました。

私たちは、
- 社会課題解決を目指す、「健土健民」という創業の精神で、
- 乳で培われた幅広い知見や機能、すなわち『ミルクバリューチェーン』によって、
- 食の持続性を実現する

この志を掲げて、進んでいきます。

当社グループの事業分野と概要です。

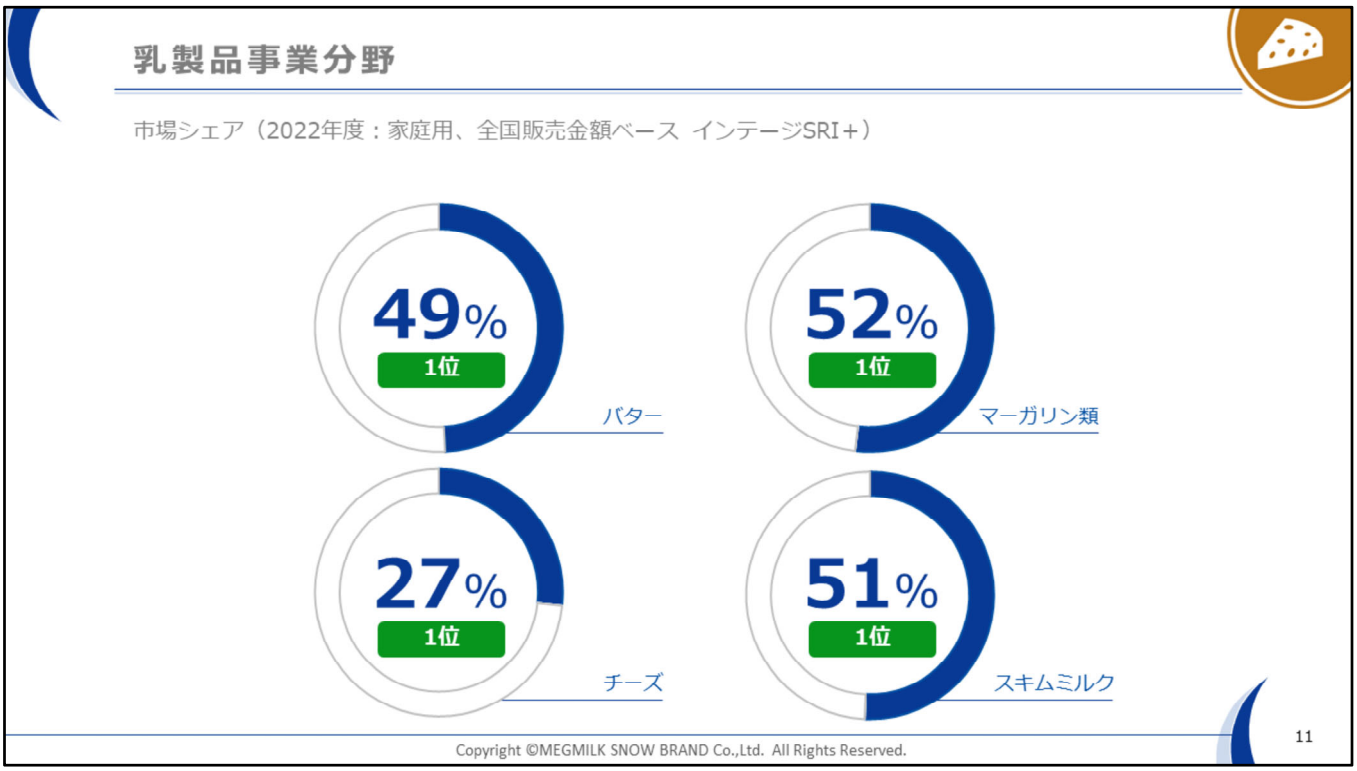
２．雪印メグミルクグループの事業活動は大きく４つの事業分野に分かれています。

（１）第１に、バター、チーズなどの乳製品事業分野、
（２）第２に、牛乳、はっ酵乳などの市乳事業分野、
（３）第３に、育児用粉ミルク、機能性食品などのニュートリション事業分野、
（４）第４に、飼料、種子の飼料・種苗事業分野です。

３．それぞれの分野で、研究、調達、生産、流通、販売などの「バリュー・チェーン」を各グループ会社が役割分担をしながら事業展開を行なっています。

４．2023年3月末の当社グループは、当社、子会社33社および関連会社13社で構成されています。

１．次に、各事業ごとに概略を説明していきます。
２．まずは、乳製品事業分野です。
　　商品のカテゴリーとしては、バター、マーガリン類、
　　プロセスチーズ、ナチュラルチーズ、練乳、スキムミルクなどです。
３．バターは、1925年以来、北海道産の牛乳で作り続けてきた当社を代表する商品
　　です。また、新たな価値の提供として、量る手間も、切る手間もなく簡単に
　　使える１０ｇずつに切れている商品もお届けしています。
４．マーガリン類は、「ネオソフト」ブランドを中心に、乳製品づくりの技術を
　　活かした豊かな風味や口どけの良い商品をお届けしています。
　　また、2018年には家庭用マーガリン類のすべての商品について、原料油脂に
　　トランス脂肪酸を多く含む「部分水素添加油脂」を使用しない配合を
　　実現しました。
５．プロセスチーズは、1934年の製造販売以来、日本人の嗜好に合うことを
　　目指してきました。５０年以上も愛されてきた「６Ｐチーズ」や、
　　ベビーチーズ、スライスチーズが代表商品です。
６．ナチュラルチーズは、牛の乳に乳酸菌などを加えて凝固させ、加工したもので、
　　世界中に数多くの種類があり、また、プロセスチーズの原料としても
　　用いられます。
　　北海道産の生乳を１００％使用した「雪印北海道１００シリーズ」の、
　　カマンベールチーズやさけるチーズなどをお届けしています。



１．創業以来の事業ということもあり、

　　バター、マーガリン、チーズ、スキムミルクの全ての分野でトップシェアを誇っております。

（出展：インテージSRI＋ ）

1．乳製品事業分野の主な拠点です。

2．北海道の酪農が盛んな地域に６つの工場を配置し、バター、脱脂粉乳、ナチュラルチーズ、練乳などを生産しています。
バター、生クリームを生産している磯分内工場は2019年に新棟建設に着工し、2021年4月に本格稼働しています。

3．また、茨城県の阿見町にはプロセスチーズとマーガリン類の統合工場と、物流センター を配置しております。2014年11月に完成した工場は、国内最大級の乳製品工場で、生産の効率化と新技術へのチャレンジを目指しています。

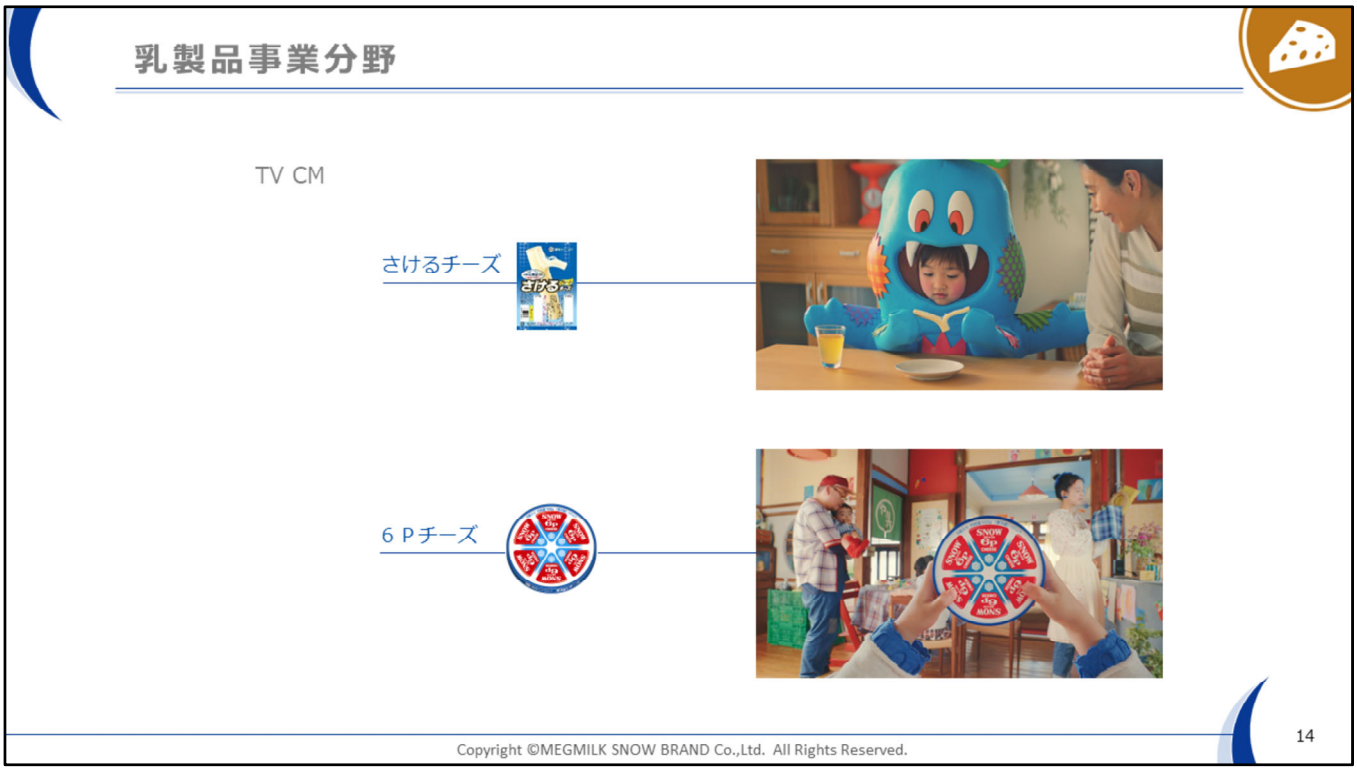
4．海外は、雪印メグミルクインドネシアではプロセスチーズを製造し、インドネシア国内と周辺国に販売し、
雪印オーストラリアとアダーデライツオーストラリアではカマンベールなどのナチュラルチーズを製造し、オーストラリア国内で販売しています。

１．乳製品事業分野の研究開発です。

２．雪印メグミルクはミルクサイエンス研究所（川越市）、札幌研究所（札幌市）、チーズ研究所（北杜市）の３つの研究所を有しています。ミルクの新しい価値を創造し、お客様においしい商品を提供するために、日々、業務に取り組んでいます。

３．具体的には、乳酸菌、乳の成分と健康機能、乳製品の味や食感、加工技術、容器包装など、多岐にわたる分野を研究し、その成果を魅力ある商品につなげています。

４．一例としては、ヘルベティカス菌の発見があります。雪印メグミルクが保有する乳酸菌3,000株をスクリーニングし、チーズの熟成中に芳醇な風味を醸し出す「ヘルベティカス菌」を発見しました。この菌が産生する酵素により、「こく」と「うまみ」に関係するアミノ酸が、当社原料チーズの約３倍に増加することが確認されました。この成果は、既に、「芳醇ゴーダ クラッシュ」などの商品や、更にヨーグルトの「乳酸菌ヘルベヨーグルト」の商品化にも活かされています。



１．乳製品事業で現在、放映中のテレビコマーシャルの一部です。

２．「さけるチーズ」のCMは、お子様をはじめ家族全員で楽しめるおいしさをお伝えしています。

３．６Ｐチーズの CMは小さい女の子が家族みんなに6Pチーズをあげる様子を表現し、家族で楽しめることを表現しています。

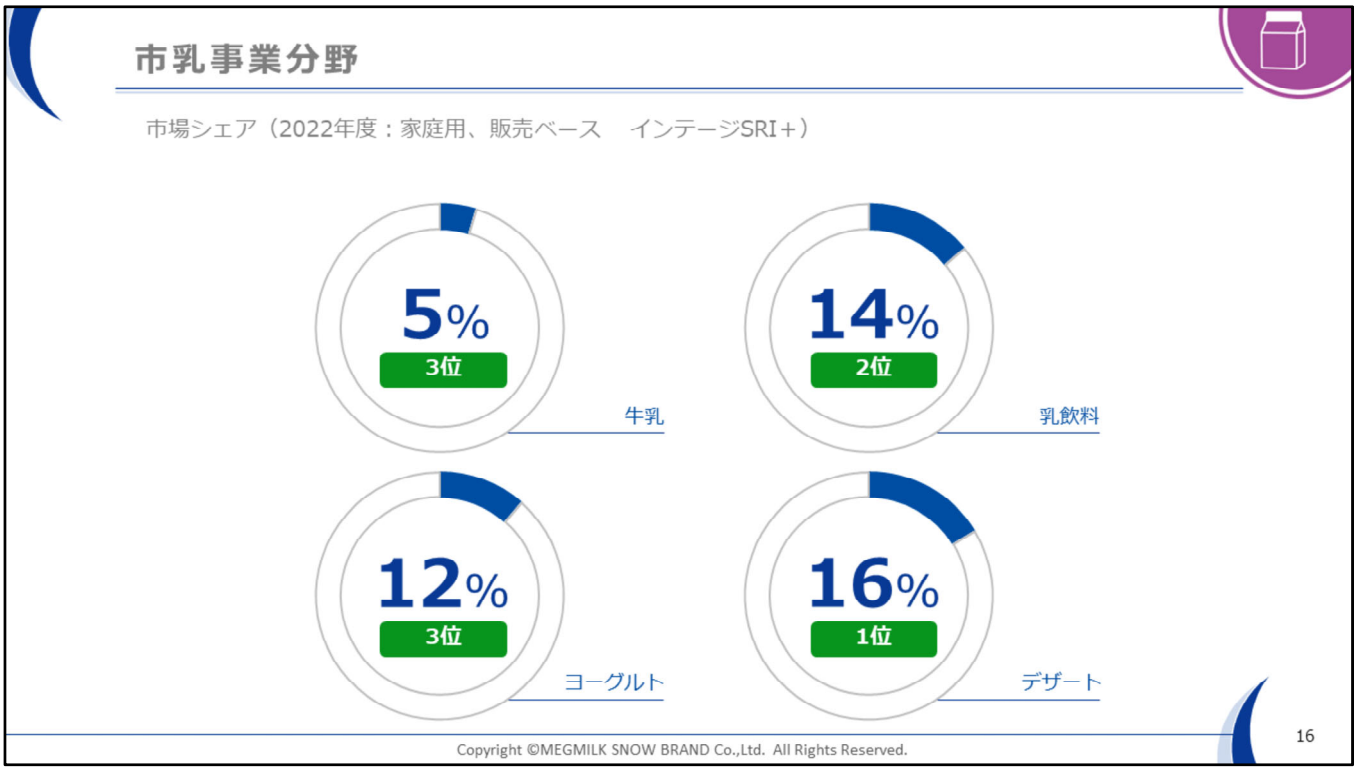
1．次に、市乳事業分野です。
商品のカテゴリーは、牛乳・乳飲料、ヨーグルト、果汁・その他の飲料、デザート、クリームなどです。

2．牛乳・乳飲料は、赤いパックでお馴染みの「雪印メグミルク牛乳」などの牛乳からカルシウムを添加した機能性乳飲料まで、幅広いラインアップをお届けしています。
2021年3月に発売した「MBPドリンク」は骨の健康に貢献する機能性表示食品として期待されています。

3．ヨーグルトは「ガセリ菌SP株」の内臓脂肪を減らす機能を伝えるプロモーション活動の継続を含め、それぞれの商品の持つ価値の訴求強化に取り組んでいます。
2020年春に発売した「乳酸菌ヘルベヨーグルトドリンクタイプ」は、ハウスダストや花粉による「目や鼻の不快感を緩和する」機能性表示食品です。

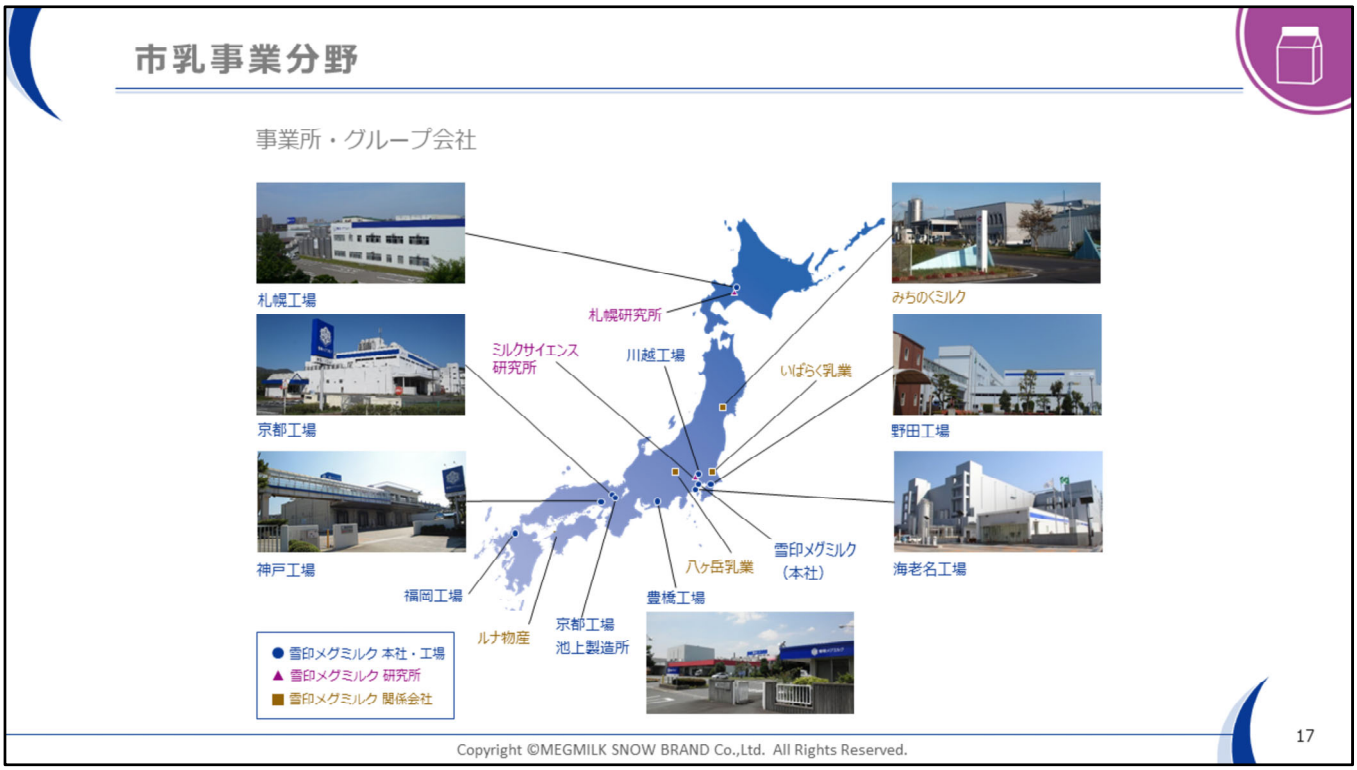
4．果汁・その他飲料は、果汁飲料、野菜飲料、コーヒー、紅茶など、バラエティ豊かなおいしさのアッライアナップを用意しています。
果汁飲料では、世界の果実を知っているフルーツスペシャリストDoleのブランドを展開し、こだわりの果汁を使った商品をお届けしています。

5．デザートは、食感やミルクの味わいなどにこだわった、プリン、ゼリーなどを提供しています。



１．市乳事業分野の市場シェアです。
　　こちらも2022年度の数字です。

（出展：インテージＳＲＩ＋）



1．市乳事業分野の主な拠点です。

2．雪印メグミルク９工場、関係会社４工場を中心に製造しています。比較的都市の近郊に配置し、お客様にフレッシュな商品をお届けしています。

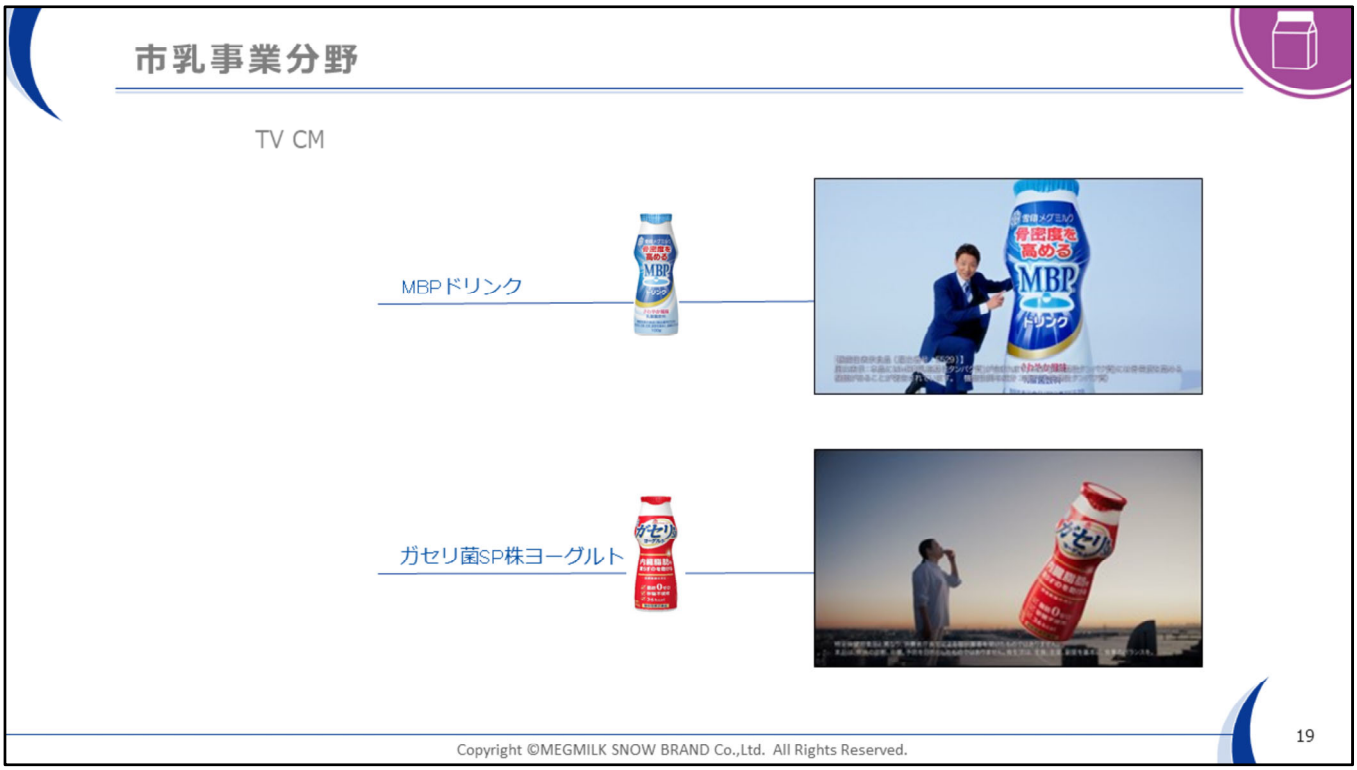
3．神奈川県にある海老名工場は、首都圏の基幹工場と位置づけており、市乳工場として国内最大級の規模を誇っています。
牛乳や果汁飲料、各種ヨーグルトなどを生産しています。

１．市乳事業分野の研究開発です。

２．ミルクサイエンス研究所（川越）、札幌研究所（札幌）で、乳製品事業と同様に乳酸菌や乳の成分など、多岐にわたる研究を続けています。

３．特に乳酸菌の健康機能を見出し、商品に新たな価値を付与する研究に積極的に取り組んでいます。その代表である雪印メグミルク独自の乳酸菌「ガセリ菌ＳＰ株」は、摂取後、腸に長くとどまる（90日間消化管に定着）ことが世界で初めて科学的に確認されており、「恵ｍｅｇｕｍｉ」シリーズのヨーグルト等に活かされています。

　　また、前述したように雪印メグミルク独自の乳酸菌である「乳酸菌ヘルベ」（*Lactobacillus helveticus* SBT2171）に、ハウスダストや花粉による「目や鼻の不快感を緩和する」機能をヒト試験で確認しました。



１．市乳事業分野で、現在放映中のテレビコマーシャルの一部です。

２．健康増進アンバサダーとして元プロテニスプレーヤーの松岡修造さんを
起用しています。
ＭＢＰドリンクの骨を丈夫にする効果は、松岡さんから元気を
もらえるような仕立てになっています。

１．次にニュートリション事業分野です。少子高齢化が進むなか、健康に対する関心は高まる一方であり、今後の発展が大きく期待される事業です。

２．粉乳、粉ミルク事業は、グループ会社の雪印ビーンスタークを中心に展開しています。半世紀以上にわたる母乳研究の成果を生かし、母乳に含まれる成分　　として、オステオポンチン、オリゴ糖、シアル酸を配合した、赤ちゃん用の粉ミルク・「すこやかＭ１」などを提供しています。

３．機能性食品事業は、雪印メグミルクが永年の研究から牛乳中に骨の健康に役立つ成分として発見した、乳タンパク質・「ＭＢＰ（エム・ビー・ピー）」を配合した商品を中心に展開しています。中でも「毎日骨ケアＭＢＰ」は特定保健用食品として許可されています。

４．この他に、グループ会社のイーエヌ大塚製薬が展開している臨床栄養事業やグループ会社のアミノアップを中心に展開している機能性素材事業があります。

５．なお、イーエヌ大塚製薬ならびにアミノアップは、財務会計上は、持分法適用の関係会社です。

1．ニュートリション事業分野の主な拠点です。

2．粉ミルクについては、国内では、群馬県にある雪印ビーンスタークの工場で製造しています。また、海外では、雪印オーストラリアで製造した商品を、台湾、香港、マレーシア等で販売し、国際的な展開を図っています。

3．グループ会社のイーエヌ大塚製薬で展開している医薬品事業については、岩手県にある花巻工場、介護食品事業については、同県内にある北上工場で製造しています。アミノアップの機能性素材は主に北海道の工場で製造しています。

1．ニュートリション事業分野の研究開発です。

2．母乳研究、また赤ちゃん用の粉ミルクの開発のための研究は、雪印ビーンスターク・商品開発部が中心となって進めています。

3．また、前述した骨の健康に役立つ乳タンパク質「ＭＢＰ」など、乳に含まれる成分と健康機能などの研究は、雪印メグミルクのミルクサイエンス研究所、札幌研究所で進めており、その成果は機能性食品事業に活かされています。

4．グループ会社のイーエヌ大塚製薬では、医療や介護に貢献するために、栄養を科学的に探求、検証し、安心でより優れた製品の開発を進めています。また、アミノアップでは、新しい生理活性物質の探索、有効成分の構造決定、作用機序の解明などの研究を行っています。

1．最後に飼料・種苗事業分野です。

2．雪印種苗を中心に、飼料事業、種苗事業、環境緑化事業、肥育事業を展開しています。

3．飼料事業では、各地の地域性に合わせた乳牛用・肉牛用配合飼料を日本全国に提供しています。また、「おから」「ビール粕」などの食品製造副産物を乾牧草と組み合わせて、乳酸発酵（サイレージ化）させたウェット飼料を開発し提供しています。

4．種苗事業としては、牧草の品種改良に積極的に取り組み、寒冷地向けや温暖地向けなど数多くの優良品種を育成しています。野菜種子では、えだまめを始め、だいこん、かぼちゃなどの、より生産性が高く、特産となるような高付加価値種子を提供しています。

5．環境緑化事業では、公園、街路樹、庭園造成と維持管理、スポーツ施設の芝生造成などを行っています。近年は特に都心部の屋上緑化や壁面緑化、サッカー場などのスポーツターフ分野を強化しています。

6．肥育事業では、肉用牛の素牛を購入し、肥育を行い、肥育牛の出荷・枝肉販売まで一貫して行っています。

1．飼料・種苗事業分野の主な拠点です。

2．飼料製品は、国内外から原料を調達し、雪印種苗の1工場、合弁会社の4工場などの「養牛用飼料専用製造ライン」から、日本全国に供給しています。

3．牧草、野菜種子、花き種苗などは、開発導入した品種を国内外で圃場を確保して生産調達し、全国に供給しています。

4．肥育事業は、主に青森県、北海道などで行っています。

5．海外では、2000年に米国オレゴン州ポートランド市に設立した雪印種苗アメリカ㈱で自社育成牧草品種の種子生産及び販売を行っています。

１．飼料・種苗事業分野の研究開発です。

２．亜寒帯から温帯、亜熱帯と広がる日本各地に適する牧草類や、
トウモロコシ、麦類などの飼料用作物の品種開発を行うために、
北海道、千葉県、宮崎県に研究農場を設け、栽培しやすく多収な
個体を選抜、育成しています。

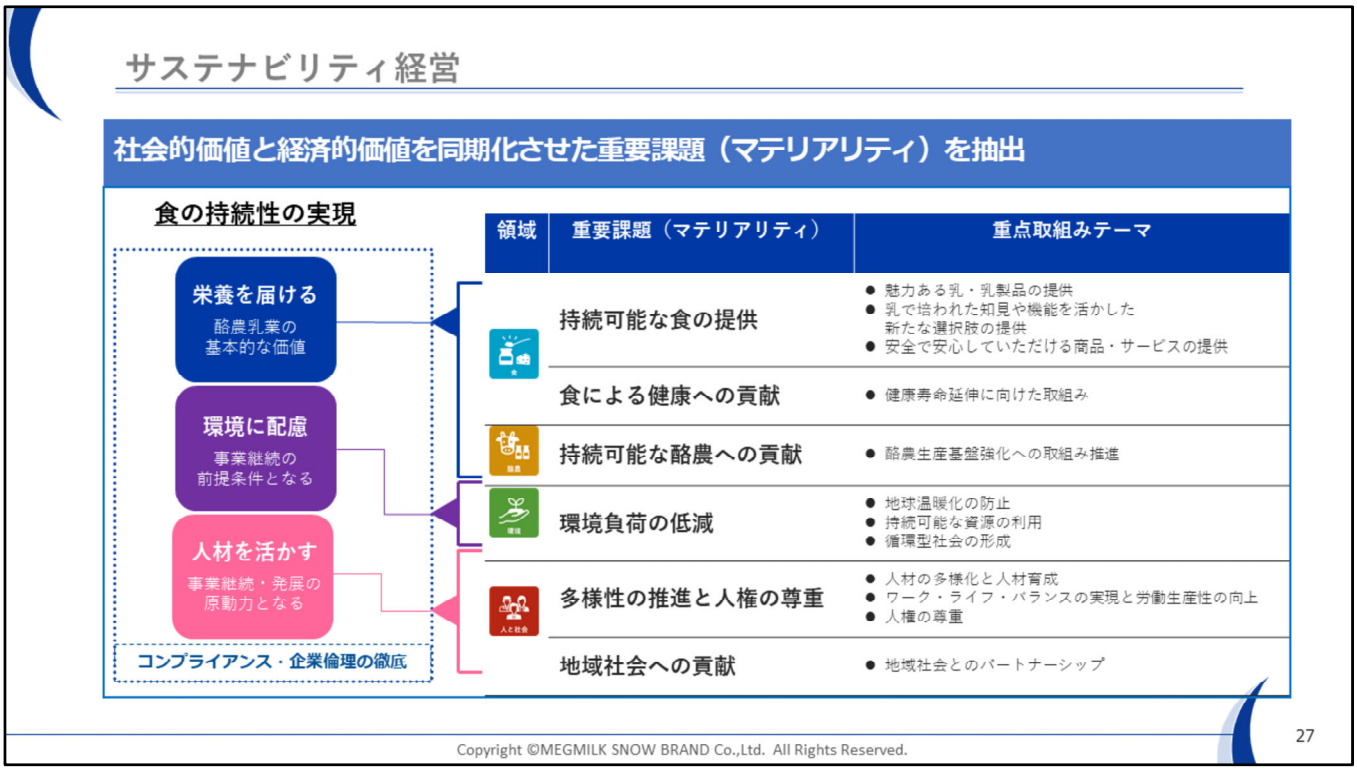
３．北海道研究農場では、牛の飼育を行い、牛の飼養管理技術や
サイレージ発酵技術を蓄積するとともに、製品開発にも
取り組んでいます。

４．２０１７年６月から稼働した北海道研究農場の新研究棟を活用し、
迅速かつ効率的な商品開発を行なっています。

雪印メグミルクグループのサステナビリティ経営

Copyright ©MEGMILK SNOW BRAND Co.,Ltd. All Rights Reserved.

最後に、雪印メグミルクグループの
サステナビリティ経営についてお伝えします。

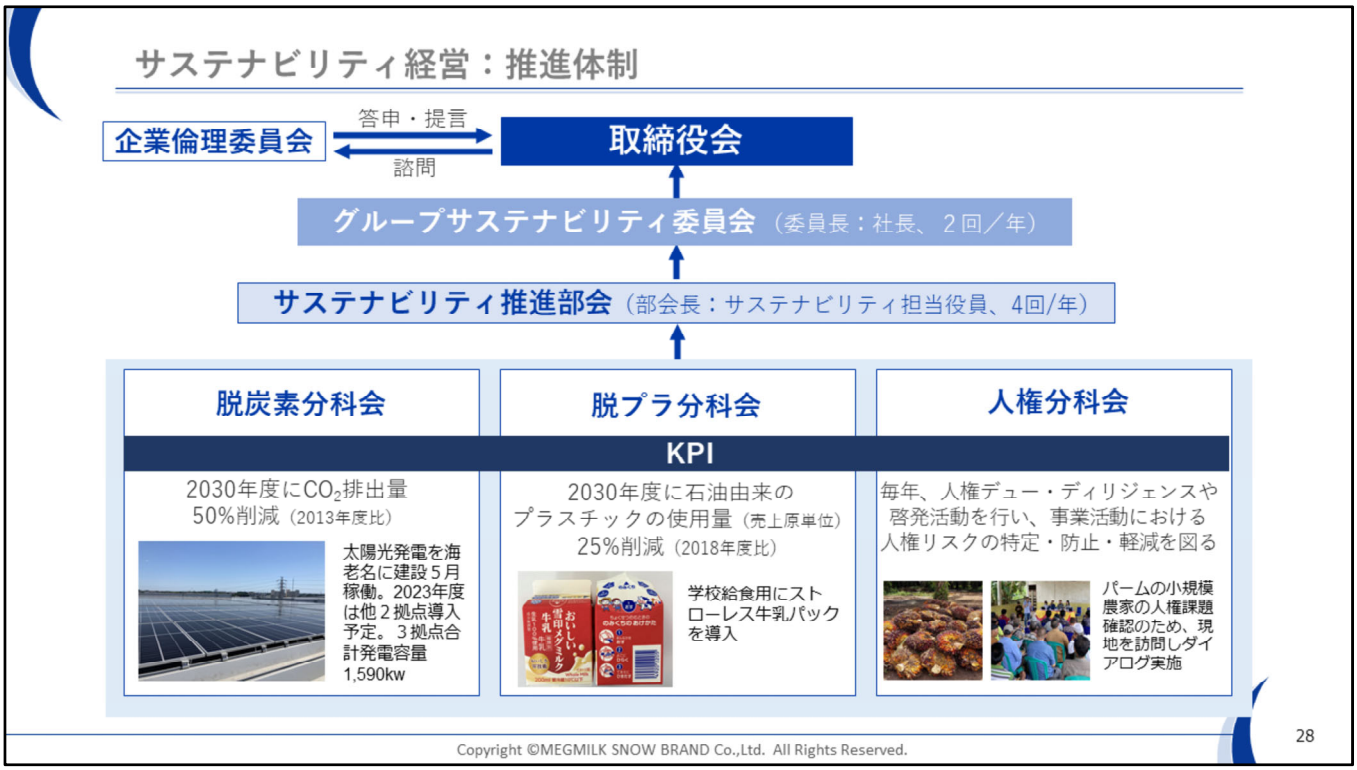


【マテリアリティ】

このページでは、私たちのサステナビリティ経営と、新たなマテリアリティとの関係を 説明します。

当社グループは、
「食の持続性」に向けて、コンプライアンスをベースに、栄養を届け、環境に配慮し、人材を活かすことにより、「サステナビリティ経営」を推進していきます。

そしてこのサステナビリティ経営を進める上で、具体的なマテリアリティを、表のとおり６項目抽出し、取組みテーマとＫＰＩを設定しました。



【推進体制と取り組みの一例】

次に、推進体制を 説明します。

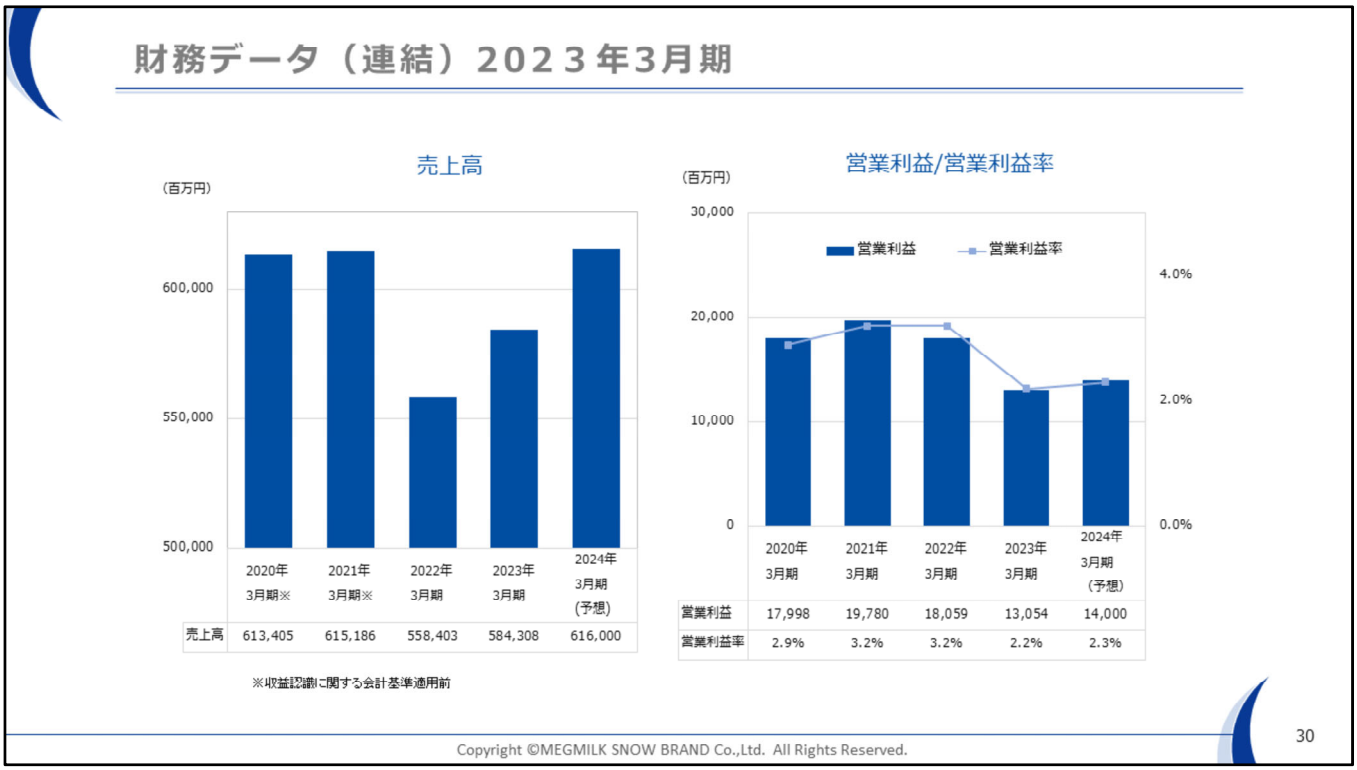
グループ全体のサステナビリティを推進するため、社長が委員長を務める「グループ サステナビリティ委員会」を設置し、
ＫＰＩの進捗を確認するとともに、取締役会へ報告しています。

また、この委員会の下に、「脱炭素」「脱プラスチック」「人権」の
各分科会を設け、ＫＰＩ達成に向けた、具体的な取り組みを進めています。

当社グループは、このサステナビリティ経営を推進し、
「食の持続性」の実現を目指していきます。

財務データ

Copyright ©MEGMILK SNOW BRAND Co.,Ltd. All Rights Reserved.



続いて2023年3月期を中心に、財務データについて説明します。

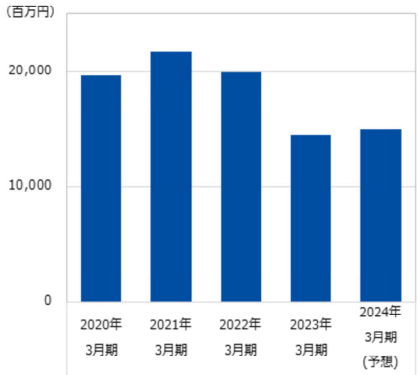
1．2023年3月期の売上高は5,843億円となりました。

2．営業利益は130億円で、前年比27.7%の減益となりました。

3．2024年3月期は、
売上高6,160億円、 営業利益140億円を見込んでいます。

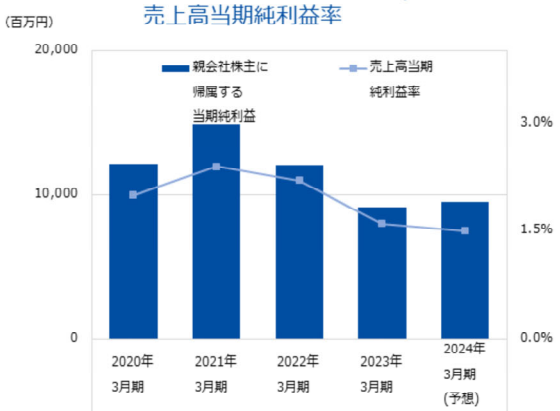
財務データ（連結）2023年3月期

経常利益



	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期(予想)
経常利益	19,680	21,662	19,987	14,480	15,000

親会社株主に帰属する当期純利益/売上高当期純利益率



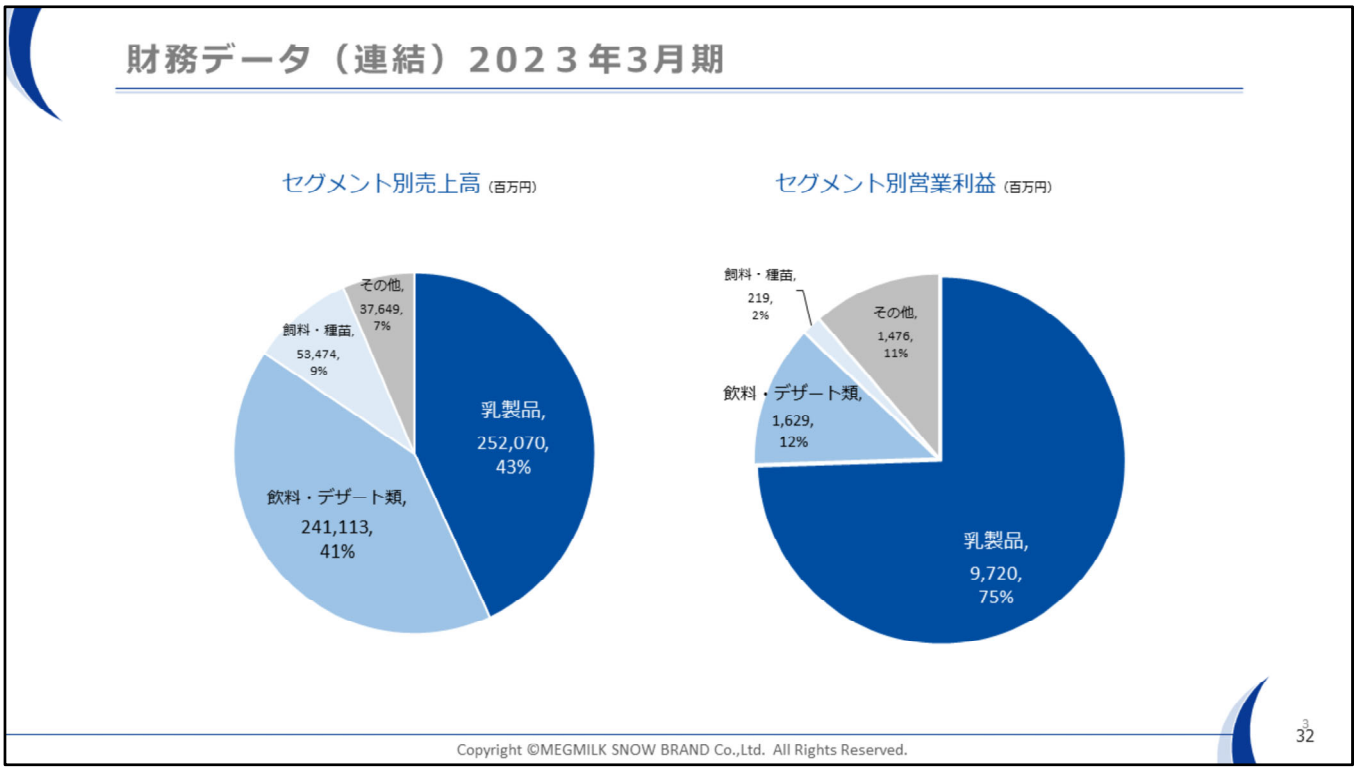
	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期(予想)
親会社株主に帰属する当期純利益	12,165	14,913	12,068	9,129	9,500
売上高当期純利益率	2.0%	2.4%	2.2%	1.6%	1.5%

Copyright ©MEGMILK SNOW BRAND Co.,Ltd. All Rights Reserved.

1．2023年3月期の経常利益は144億円、前年比27.6%の減益となりました。

2．親会社株主に帰属する当期純利益は91億円となりました。

3．2024年3月期については、
経常利益150億円、親会社株主に帰属する当期純利益は95億円を見込んでいます。



1. 続いてセグメント別の情報です。
   当社グループの会計上セグメントは
   「乳製品」「飲料・デザート類」「飼料・種苗」「その他」の４つに
   区分しています。

2. 売上高は、ウェイトが一番高いのは「乳製品」で、 2023年3月期業績で
   2,520億円、次いで「飲料・デザート」の2,411億円、以下、
   「飼料・種苗」534億円、「その他」376億円と続いています。

3. 営業利益でウェイトが一番高いのも「乳製品」で
   2023年3月期業績で97億円、次いで「飲料・デザート類」の16億円、
   「飼料・種苗」は２億円です。

財務データ（連結）2023年3月期

	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期
総資産（百万円）	370,434	398,654	401,890	410,130
自己資本（百万円）	175,112	195,213	206,777	212,879
自己資本比率	47.3%	49.0%	51.5%	51.9%
自己資本当期純利益率（ROE）	7.1%	8.1%	6.0%	4.4%
総資産営業利益率（ROA）	4.9%	5.0%	4.5%	3.2%
1株当たり当期純利益（EPS）（円）	179.71	220.64	178.70	135.18
1株当たり純資産（円）	2,586.86	2,890.65	3,061.75	3,151.74
営業活動によるキャッシュ・フロー（百万円）	24,322	26,567	29,421	26,807
投資活動によるキャッシュ・フロー（百万円）	▲16,629	▲27,076	▲20,206	▲19,624
財務活動によるキャッシュ・フロー（百万円）	▲6,651	6,771	▲11,262	▲7,286

Copyright ©MEGMILK SNOW BRAND Co.,Ltd. All Rights Reserved.

1. 続いて各種経営指標です。

2. 財務の安定性を示す「自己資本比率」は51.9%、
資本効率を示す自己資本当期利益率（ROE）は4.4%となっています。

3. キャッシュフローは、
営業活動によるキャッシュ・フローは258億円のキャッシュ・イン、
投資活動によるキャッシュ・フローは196億円のキャッシュ・アウト、
財務活動によるキャッシュ・フローは72億円のキャッシュ・インと
なりました。

財務データ（連結、単体）2023年3月期

	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期
設備投資額（百万円）	24,388	26,631	18,798	19,582
減価償却費（百万円）	16,157	15,917	16,957	17,190
研究開発費（百万円）	4,297	4,255	4,348	4,548
1株当たり配当金(円)	40	40	60	60
配当性向	22.3%	18.1%	33.6%	44.4%

単体カテゴリー別シェア（家庭用）

	2022年3月期	2023年3月期
バター	46.2%	49.2%
マーガリン	52.1%	51.9%
チーズ	25.9%	26.7%

※ インテージSRI＋　全国金額ベース

	2022年3月期	2023年3月期
牛乳	5.0%	4.8%
乳飲料	14.5%	14.0%
ヨーグルト	12.1%	11.5%
チルドデザート	15.3%	16.3%

※ インテージSRI＋　全国金額ベース

Copyright ©MEGMILK SNOW BRAND Co.,Ltd. All Rights Reserved.

1．配当金は、中長期的な成長・拡大戦略に備え財務の充実を図りながら、株主への利益還元を充実させていくとともに、連結業績や財務状況等を総合的に勘案して、安定的な配当を継続する方針です。
2023年3月期は一株当たり60円の配当といたしました。

2．最後に主要商品のシェアです。いずれのカテゴリーも上位に位置していますが、バター、マーガリン、チーズは継続的にトップシェアを維持しています。

説明は以上です。

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。