

# 事業概要

主な対象グループ会社

## 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類を中心とした事業であり、雪印メグミルクの歴史ともいえます。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となっています。
- 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を誇る事業です。

- 雪印メグミルク(株)、甲南油脂(株)、ハケ岳乳業(株)、(株)エスアイシステム、チェスコ(株)、雪印オーストラリア(有)、雪印メグミルクインドネシア(株)、ニチラク機械(株)、(株)クレスコ、SBSフレック(株)、アダーデライツオーストラリア(有) など

## 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です。多くの商品ラインナップがあり、お客様の日々の食生活に栄養と豊かさをお届けしています。
- 健康志向が高まるなか、ヨーグルトは「ガセリ菌SP株ヨーグルト」や「乳酸菌ヘルベヨーグルト」など、商品ラインアップを拡充しています。

- 雪印メグミルク(株)、みちのくミルク(株)、ハケ岳乳業(株)、いばらく乳業(株)、(株)エスアイシステム、三和流通産業(株)、直販配送(株)、グリーンサービス(株)、(株)クレスコ、SBSフレック(株)、ルナ物産(株)、ニチラク機械(株) など

## ニュートリション事業分野



- ミルク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です。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しています。
- 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です。

- 雪印メグミルク(株)、雪印ピーンスターク(株)、台湾雪印(株)、雪印香港(有)、雪印貿易上海(有)、雪印オーストラリア(有)、イーエヌ大塚製薬(株)、(株)アミノアップ、(株)ベルネージュダイレクト など

## 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です。
- 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しています。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しています。

- 雪印種苗(株)、雪印種苗アメリカ(株)、道東飼料(株)、(株)ロイヤルファーム、(株)RFベンケル牧場、(株)RF青森牧場 など

## 主な商品

### ■ バター、マーガリン類、チーズ、練乳・スキムミルク など



### ■ 牛乳・乳飲料、ヨーグルト、果汁・野菜・清涼飲料、デザート など



### ■ 粉ミルク、機能性食品 など



### ■ 飼料、種苗 (牧草・飼料作物・野菜)、緑化造園 など



# 主なグループ会社 (五十音順)

## 国内

### (株) エスアイシステム

設立	1997年1月	
資本金	400百万円	
グループ計持株比率	100.0%	
本社所在地	東京都新宿区	
代表者	齋藤 孝宣	
事業内容	チルド・フローズンを中心としたベンダー、商品販売事業と共配センター運営事業	

### (株) クレスコ

設立	1948年8月	
資本金	38百万円	
グループ計持株比率	100.0%	
本社所在地	東京都北区	
代表者	鈴木 正道	
事業内容	食品包装資材、アイスコーンなどの仕入販売	

### チェスコ (株)

設立	1957年3月	
資本金	472百万円	
グループ計持株比率	96.5%	
本社所在地	東京都新宿区	
代表者	内田 宏己	
事業内容	ナチュラルチーズ、食料品、酒類、雑貨の輸入および製造・加工販売	

### ニチラク機械 (株)

設立	1954年4月	
資本金	50百万円	
グループ計持株比率	67.6%	
本社所在地	埼玉県さいたま市	
代表者	松永 政也	
事業内容	食品製造を主体としたプラントおよび機械の設計、製造、施工、販売、修理およびメンテナンス	

### みちのくミルク (株)

設立	1996年10月	
資本金	466百万円	
グループ計持株比率	100.0%	
本社所在地	宮城県大崎市	
代表者	並木 俊之	
事業内容	牛乳、乳飲料、果汁・野菜飲料、ヨーグルト、デザートなどの受託製造	

### いばらく乳業 (株)

設立	1959年1月	
資本金	117百万円	
グループ計持株比率	100.0%	
本社所在地	茨城県水戸市	
代表者	川崎 浩	
事業内容	牛乳、乳飲料、清涼飲料、ヨーグルト、デザートなどの製造販売	

### グリーンサービス (株)

設立	1980年11月	
資本金	30百万円	
グループ計持株比率	70.0%	
本社所在地	東京都八王子市	
代表者	梶 誠治	
事業内容	CVSなどのチルドセンター運営、生乳・殺菌乳の輸送、雪印メグミルクの受注センターおよび入出庫業務 他	

### 甲南油脂 (株)

設立	1992年7月	
資本金	100百万円	
グループ計持株比率	51.0%	
本社所在地	兵庫県神戸市	
代表者	遠藤 悟	
事業内容	マーガリン類、ショートニング、ラード、ソフトチーズ、バターなどの受託製造	

### 直販配送 (株)

設立	1980年4月	
資本金	30百万円	
グループ計持株比率	70.0%	
本社所在地	東京都渋谷区	
代表者	小川 誠	
事業内容	共同配送センター運営事業、チルド商品配送事業、一般貨物運送事業	

### (株) ベルネージュダイレクト

設立	1999年3月	
資本金	79百万円	
グループ計持株比率	66.6%	
本社所在地	東京都千代田区	
代表者	柿崎 富久	
事業内容	通信販売およびその請負業務、書籍・雑誌の出版・販売・販売促進業務	

### 三和流通産業 (株)

設立	1954年1月	
資本金	450百万円	
グループ計持株比率	100.0%	
本社所在地	埼玉県さいたま市	
代表者	山口 茂	
事業内容	日配チルド食品などの卸売事業、共配センター事業	

### ハケ岳乳業(株)

設立	1954年1月	
資本金	60百万円	
グループ計持株比率	100.0%	
本社所在地	長野県茅野市	
代表者	内藤 仁志	
事業内容	牛乳・乳飲料・ヨーグルトの製造および仕入販売、チーズの加工、運送取扱業	

### (株)雪印こどもの国牧場

設立	1965年8月	
資本金	10百万円	
グループ計持株比率	100.0%	
本社所在地	神奈川県横浜市	
代表者	田中 宏治	
事業内容	牛乳の製造販売、牧場・動物園・食堂・売店の経営	

### 雪印種苗(株)

設立	1950年12月	
資本金	4,643百万円	
グループ計持株比率	100.0%	
本社所在地	北海道札幌市	
代表者	高山 光男	
事業内容	種苗・農畜産物の生産および販売、飼料の製造および販売、造園事業、種苗の品種改良および試験研究	

### (株)雪印パーラー

設立	1961年4月	
資本金	30百万円	
グループ計持株比率	100.0%	
本社所在地	北海道札幌市	
代表者	長尾 俊一	
事業内容	食堂・売店経営、乳製品などの販売	

### 雪印ビーンスターク(株)

設立	2002年8月	
資本金	500百万円	
グループ計持株比率	80.0%	
本社所在地	東京都新宿区	
代表者	内田 彰彦	
事業内容	育児品事業、ライフサイエンス事業、機能性食品事業、受託事業	

### (株)YBS

設立	1971年4月	
資本金	30百万円	
グループ計持株比率	100.0%	
本社所在地	東京都千代田区	
代表者	武田 泰夫	
事業内容	ビル総合管理、警備業、建築業務、損害保険代理業、人材派遣、営業・管理・生産品質などの各種ビジネスサポート業務	



### アダーデライツオーストラリア(有)

設立	2017年8月	
資本金	15百万AU\$	
グループ計持株比率	90.0%	
本社所在地	アデレード (オーストラリア)	
代表者	ソウル・サリバン	
事業内容	白カビ・青カビ系チーズの製造・販売	

### 台湾雪印(株)

設立	1992年12月	
資本金	7百万NT\$	
グループ計持株比率	100.0%	
本社所在地	台北(台湾)	
代表者	松村 英一郎	
事業内容	育児用粉乳、乳製品などの輸入・販売	

### 雪印オーストラリア(有)

設立	1992年12月	
資本金	28百万AU\$	
グループ計持株比率	100.0%	
本社所在地	メルボルン (オーストラリア)	
代表者	江藤 正之	
事業内容	育児用粉ミルクおよび白カビ系チーズの製造販売、乳原料の輸出入	

### 雪印メグミルクインドネシア(株)

設立	2012年5月	
資本金	11百万US\$	
グループ計持株比率	52.8%	
本社所在地	ブカシ(インドネシア)	
代表者	ヌリアディ・タヘイル	
事業内容	プロセスチーズの製造・販売	



# 乳製品事業分野



## 事業概況

### 市場環境

- チーズは、健康効果に加え、家庭内需要（おつまみ・おやつ・手づくり）に支えられ、今後も堅調な販売が見込まれます。
- バターは、テレビ放映やSNSでの露出などの影響で、今後も購入量が増加する見通しです。
- マーガリン類は、パンスプレッド需要、バター代替の料理使用により、昨年までの低迷から販売が上向いています。

### 強み

- バターやチーズをはじめとする乳製品事業は、最も歴史のある事業です。
- 継続的な改良を重ね、ロングセラー商品は今でも愛されています。
- 「雪印北海道100」ブランドは、北海道産生乳を100%使用した原料にこだわったブランドです。
- これまで国内で培ったチーズの製造技術を、海外での展開に活かしています。

### リスク

- 国内の生乳生産量の将来的な動向、輸入チーズなど原材料の安定的な調達が課題です。
- 2018年度の「環太平洋パートナーシップ協定（TPP11）」や、日本と欧州連合との「経済連携協定（EPA）」発効が、国内乳製品市場に影響を及ぼす可能性があります。

## グループ中期経営計画2022 [P.18](#)

### 家庭用バターの生産・販売拡大

- リニューアルする磯分内工場でのバターの生産・販売拡大
- 市場での需要に応える増産体制へシフト

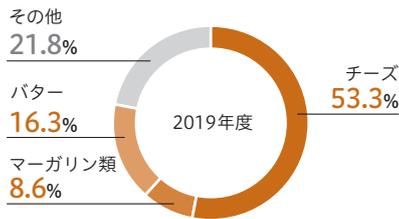


### チーズ事業の戦略的拡大

- 業務用での高収益商品の販売拡大
- 伸長するチーズの需要に対応する生産設備の強化
- チーズのボーダレス展開の推進

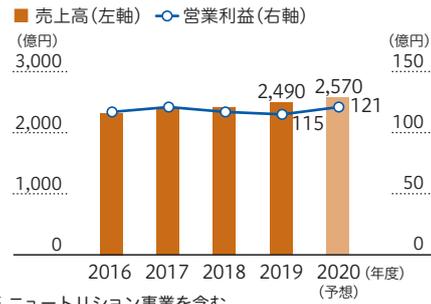


## 売上高構成(カテゴリー別)※



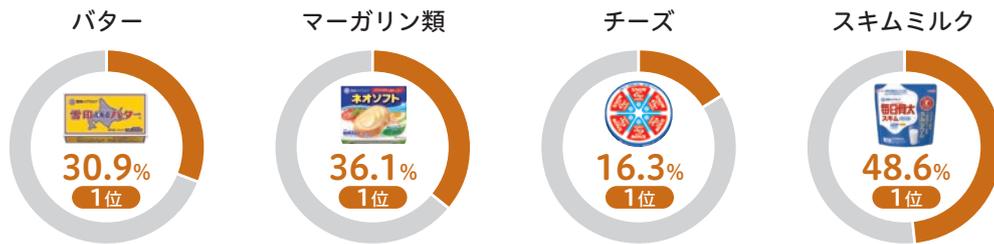
※ 雪印メグミルクの売上高のみ

## 売上高・営業利益※



※ ニュートリション事業を含む

## 国内市場シェア (2019年度 家庭用 全国 金額ベース) (出典) インテージSCI



## 2019年度の実績

家庭用では、バターは引き続き安定供給に努め、堅調に推移しました。マーガリン類は、増量キャンペーンなどのプロモーション活動やホームページでの食べ方の提案などを展開しましたが、市場全体が停滞しており、減収となりました。家庭用チーズは、引き続き厳しい価格競争にさらされましたが、「6Pチーズ スモーク味」などの付加価値の高い新商品や、根強い人気の「さけるチーズ」などがお客様に支持され、堅調に売上を伸ばしました。また、おつまみ需要の増加や、多様化する嗜好に応えるために「ブルー

チーズ入りベビーチーズ」や「スモーク香る スライス」などを発売しました。

## 2020年度の取組み

家庭用バターについては、磯分内工場の新棟が完成し、生産拡大に向けて始動していきます。家庭用チーズでは、引き続き主力品の「6Pチーズ」や「さけるチーズ」などのプロモーションを強化して販売を拡大します。同時に、付加価値の高い商品の開発とブランド力向上に取り組みます。海外部門では、収益を意識した事業を展開していきます。

事業概況

## トピックス 新商品&「6Pチーズ」のCM

2019年秋、プロセスチーズの新商品として、スモーク味の「6Pチーズ」を発売しました。この新商品は、食べた時に口の中にスモークの香りが広がり、また雪印メグミルク独自の乳酸菌で熟成させた、うまみがギュッと詰まった「芳醇ゴード」を使用しています。「6Pチーズ」シリーズの中でも、付加価値の高い商品の一つです。また、「6Pチーズ」の新しいCMでは、簡単・おいしい・新食感として、のりにのせてレンジでチン！するだけの「とろっぴ〜」の紹介をしました。レンジで完成を待つ子供の様子とともに話題となりました。



「6Pチーズ」



「6Pチーズ スモーク味」



「6Pチーズ」のCM



# 市乳事業分野



## 事業概況

### 市場環境

- 2019年度のヨーグルトの市場は、第3四半期までは前年を下回る状況でしたが、第4四半期で大きく伸長に転じ、年間トータルでは前年並みとなりました。
- 牛乳を中心とした白物飲料の市場は、堅調に推移し、前年を上回る状況となっています。栄養価の高さは、引き続き評価されています。
- デザートに関しては、市場はほぼ横ばいとなりました。

### 強み

- 牛乳・ヨーグルトなどは、日々の生活を通じ日本人の健康に長く寄与してきた身近な存在です。
- 「雪印コーヒー」「牧場の朝」「CREAM SWEETS」など、消費者に長く愛され続けているブランドが強みです。
- ヨーグルトについては、科学的に機能が確認された雪印メグミルク独自の乳酸菌である「ガゼリ菌SP株」「乳酸菌ヘルベ」や、「ピフィズ菌SP株」を使用した商品を中心に、特徴ある商品を幅広いラインナップで提供しています。

### リスク

- 生乳生産量は、北海道における増産が牽引し、全国計で増産傾向にありますが、都府県では酪農家の離農が進んでいることなどにより、引き続き減少傾向にあります。
- 配送頻度の高い商品特性により、物流費などのコストが上昇しています。

## グループ中期経営計画2022 [P.19](#)

### ヨーグルト・デザート事業の戦略的拡大

- 収益性の高い事業展開の実施
- 増強した生産能力を最大限活用した事業規模の拡大

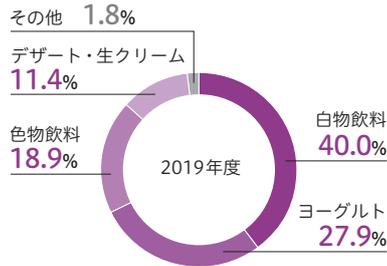


### 牛乳類事業の構造改革

- 差別化・付加価値商品の開発・導入
- 低採算商品の見直しと生産体制・ロジスティクスの最適化

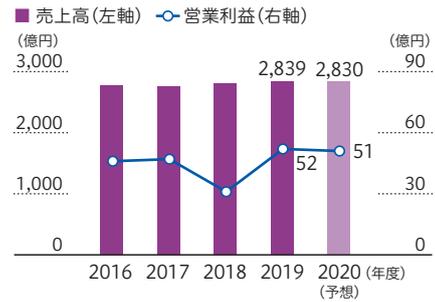


## 売上高構成(カテゴリー別)※

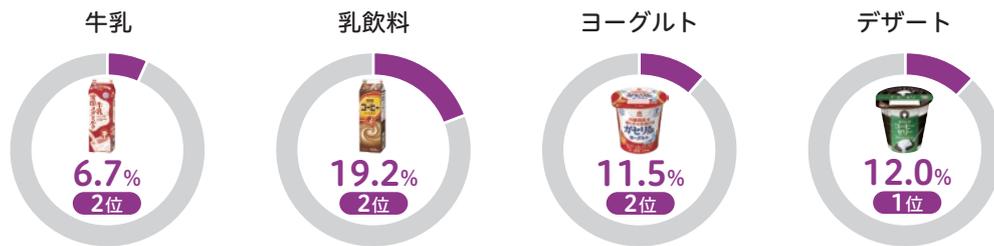


※ 雪印メグミルクの売上高のみ

## 売上高・営業利益



## 国内市場シェア (2019年度 家庭用 全国 金額ベース) (出典) インテージSCI



### 2019年度の実績

飲用向けの原料価格の値上げに加え、物流費や人件費の上昇もあり、企業努力では吸収しきれず、4月に家庭用の牛乳・ヨーグルトを中心とした価格改定を実施しました。しかしながら、大きく売上は落ちることなく推移しました。ヨーグルトは、「ガセリ菌SP株」の内臓脂肪を減らす機能性を伝えるプロモーション活動の継続を含め、それぞれの商品が持つ価値の訴求強化に取り組み、増収となりました。新商品として、2020年1月には、新しい機能性表示食品の「乳酸菌ヘルベヨーグルト ドリンクタイプ」を発売し、好調なスタートを切ることができました。デザートは、新商品の発

売や商品力の強化に取り組み、前年並みの推移となりました。また、チーズを使用したカップスイーツの「チーズ meets スイーツ」シリーズの強化を図りました。

### 2020年度の取組み

家庭用では、引き続き機能性表示食品を中心としたヨーグルトの販売拡大を強化していきます。また、牛乳類事業の構造改革の取組みとして、差別化・付加価値商品の開発・導入の一環で、春にはおいしさの実現とともに、口栓付新容器を採用した新商品を発売しました。これらの販売を強化していくことで、収益の改善に努めていきます。

### トピックス 乳酸菌ヘルベヨーグルト ドリンクタイプ

2020年1月に発売した「乳酸菌ヘルベヨーグルト ドリンクタイプ」は、ヨーグルト市場で初めて「目や鼻の不快感を緩和する」機能を持つ機能性表示食品のドリンクヨーグルトです。食品として、QOL(Quality of Life=生活の質)の改善に貢献し、新たな市場を創造していきます。

- 「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の改善に貢献し、新たな市場を創造



機能性表示食品  
届出番号:E9

【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)

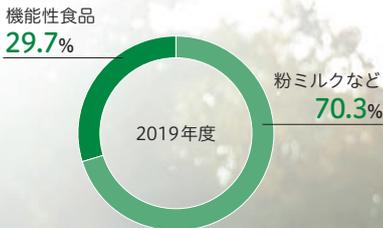
(注) 本品は、疾病の診断・治療・予防を目的としたものではありません。また、特定保健用食品とは異なります。食生活は、主食・主菜・副菜を基本に、食事のバランスを。



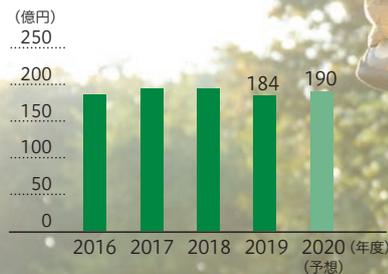
## 分野別事業概況

# ニュートリション 事業分野

### 売上高構成 (カテゴリー別)



### 売上高



## 事業概況

### 市場環境

- 機能性食品や粉ミルクを主に扱う当事業分野は、社会における健康への関心の高まりを背景に、今後更なる成長が期待されています。

### 強み

- 約60年にわたる母乳研究と、その知見を基に開発された、より母乳に近い粉ミルクを取り扱っています。
- 長年の研究により乳の中から発見した骨密度を高める働きのあるMBP®を配合した「毎日骨ケア MBP®」をはじめとする、独自素材による機能性商品を展開しています。

### リスク

- 育児品は、国内における出生数の低下が、販売数量の減少へ影響します。
- 健康食品市場への異業種も含めた参入事業者の増加により、競争が激化しています。

## グループ中期経営計画2022 (P.20)

### 粉乳事業 (国内・海外)の競争力強化

### 機能性食品事業の利益創出



## 2019年度の実績

育児品は、出生数の低下や競争環境の激化などにより、減収となりましたが、機能性食品は「毎日骨ケア MBP®」をはじめとするMBP®関連商品への積極的なマーケティング投資の継続、新商品の発売などにより、引き続き増収となりました。新商品は、成長期に適した量の栄養素がバランスよく摂取できる、牛乳に溶かして飲む粉末飲料の「グーンアップ MBP®」のココア味といちごミルク味などを発売しました。

## 2020年度の取組み

育児品は、特に2020年4月に発売した液体ミルク「すこやかM1」の普及、啓発に努めます。機能性食品は、積極的なマーケティング投資の継続によるMBP®商品群の更なる拡大と並行し、子会社化した(株)ベルネージュダイレクトとの連携を更に深めることで通販体制の強化を図ります。



# 飼料・種苗事業分野

売上高構成(カテゴリー別)



売上高・営業利益



## 事業概況

### 市場環境

- 国産飼料ニーズの高まりと飼料生産作業の外部化(専門化)が拡大しています。
- 環境に配慮した栽培や国産需要の高まりにより野菜部門の拡大が見込まれています。
- 環境意識の高まりやスポーツイベントに対する関心を背景に芝生や緑化への期待が拡大しています。

### 強み

- 研究開発分野と連携した飼養管理技術と自給飼料栽培技術を活用し、ニーズに応じた提案をしています。
- 気象条件に適した牧草種子の優良品種のほか、「豊熟の味わい」シリーズで好評の枝豆や、大根などの自社開発品種の野菜種子を取り扱っています。
- 公園・街路樹・スポーツ施設など、造成から維持管理までを行うことにより蓄積された技術力が強みです。

### リスク

- 生産者の担い手不足による離農の増加が課題です。
- 天災や気象状況が、原料の生育不良および販売数量の減少へ影響します。

## グループ中期経営計画2022 [P.20](#)

### 飼料事業の効率化・高品質化

### 種苗事業の戦略的拡大



予乾牧草サイレージ用乳酸菌

## 2019年度の実績

牧草・飼料作物種子および飼料の販売物量が減少したこと、造園事業の大型案件が減少したことなどにより、減収減益となりました。また、ホクレンくみあい飼料株式会社と雪印種苗(株)は、2019年4月、配合飼料の製造を目的とした合併会社「ホクレンくみあい・雪印飼料株式会社」を北海道苫小牧市に設立しました。合併によるスケールメリットと最新鋭の製造設備を活かし、低コストで、安全・安心、高品質な飼料の調達・生産体制を目指します。

## 2020年度の取組み

飼料事業は、高付加価値商品の開発や、調達・生産・物流の効率的な体制構築による競争力の強化などに取り組みます。種苗事業は、牧草のコスト改善、開発・生産・調達体制の強化、園芸の開発品目の選択と集中、販売体制の再構築などに取り組みます。