

価値創造プロセス

雪印メグミルクグループは、企業理念のもと、グループの強みを活かした事業活動により、持続可能な社会の実現に貢献していきます。「グループ長期ビジョン 2026」を達成することにより、雪印メグミルクグループの企業価値の最大化と将来にわたっての持続的成長を果たします。



バリューチェーン

研究開発

研究開発体制

雪印メグミルクの研究開発部門は、ミルクサイエンス研究所、商品開発部、研究開発部によって構成されています。ミルクサイエンス研究所は、埼玉県の開発拠点に加え、北海道の札幌研究所、山梨県のチーズ研究所の3研究所体制となっており、乳業メーカーにおける研究開発の中心的な担い手としてミルクの価値と可能性を徹底的に追求し、その成果を独自性のある新商品開発につなげることで、お客様においさと健康をお届けすることを目的としています。ミルクは、まだまだ私たちの知らない可能性を秘めています。その可能性を引き出し、ミルクの新たな価値を創造していきます。



ミルクサイエンス研究所



札幌研究所



チーズ研究所

研究・開発成果

ミルクの新たな価値を創造し続けることを目指し、「おいしさ」と「健康」を商品に反映するための研究を行っています。また、環境負荷を低減する研究も行っています。以下に、研究の一部を紹介します。

● おいしさに関する研究

新たな技術開発や食品の物性の利用、乳酸菌の新たな働きの発見などを商品開発に活かし、お客様に「おいしさ」や「食べる楽しみ」を感じていただく風味や食感との関係についての研究を行っています。「雪印北海道100 さけるチーズ」の場合は、チーズ中のたんぱく質が完全には分解されない状態で、伸ばして冷やす工程によって、きれいにさける繊維状の組織を作ることによって成功しました。お客様に「シコシコ、キュッキュ！」という食感のみならず、様々な風味を楽しんでいただいています。



「雪印北海道100 さけるチーズ プレーン」

● 健康に関する研究

「MBP®」「ガセリ菌SP株 (*Lactobacillus gasseri* SBT2055)」「乳酸菌ヘルベ (*Lactobacillus helveticus* SBT2171)」「乳糖分解乳の開発」など、若年層からシニアまでの様々なお客様の健康の維持・増進に貢献できる、ミルクや乳酸菌が有する健康機能に関する研究を行っています。



「ガセリ菌SP株」

● 環境負荷を低減する研究

ヨーグルトやマーガリン類の容器や輸送容器の軽量化によるプラスチック使用量の削減と、それに伴う運搬時のCO₂排出量の削減、賞味期限の延長による食品ロス削減など、環境負荷をできる限り低減する研究に取り組んでいます。

賞味期限を延長した商品例



調達

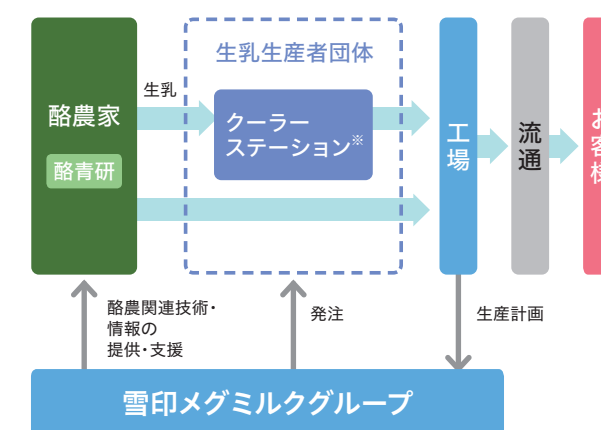
酪農から食卓まで

酪農生産者の皆様が丹精込めて育てた乳牛から搾られる高品質な生乳を様々な商品に加工することで付加価値を付け、お客様の食卓へとお届けしています。更に、高品質な生乳生産のため、多様化する酪農経営に対応した飼養管理技術の調査・研究と普及に努めています。

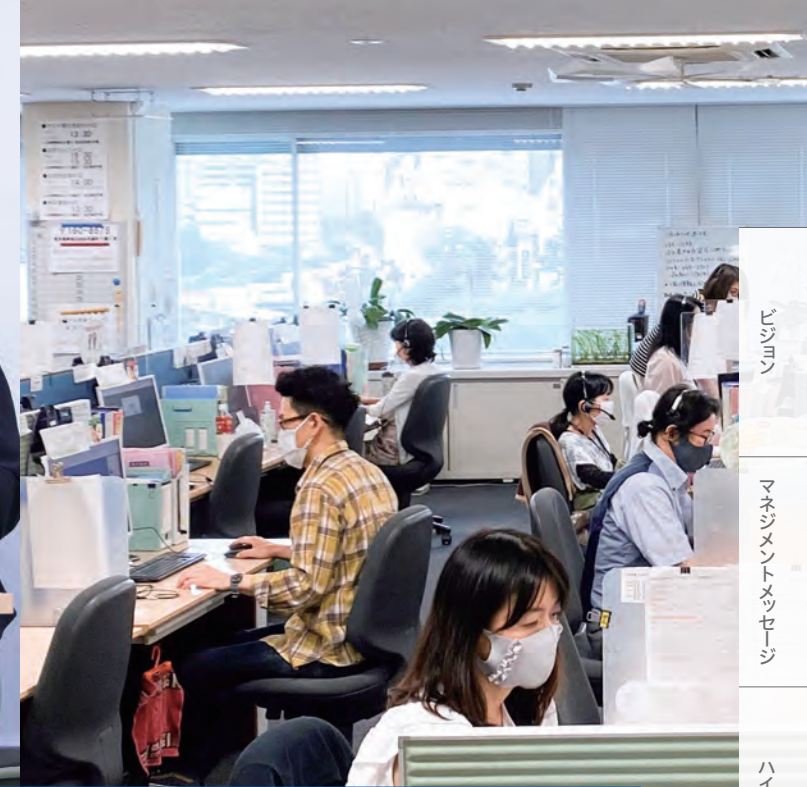


生乳受け入れ施設 (いばらく乳業(株))

酪農から食卓への生乳の流れ



※ 酪農家から受け入れた生乳を一時的に保管する冷却施設



品質保証

お客様・消費者へ安全で安心していただける商品を提供していくことはもちろん、お客様・消費者の声を謙虚に聞き、反映することにより消費者重視経営を実践し、信頼していただける品質の実現を目指します。そのために品質保証方針として、以下の4つの項目を定めています。

品質保証方針

- ① 消費者を重視した品質保証体制のもと、法令・社内基準を遵守し、安全で安心していただける商品を提供します。
- ② 適切な情報を提供し、消費者の信頼にお応えします。
- ③ 消費者の声を傾聴して、満足していただける品質を追求します。
- ④ 危機管理体制を整備し、迅速、適切に対応します。

品質保証システム「MSQS」に基づく徹底した品質管理・衛生管理

世界標準の品質管理手法であるISO9001※1およびHACCP※2の考え方を取り入れた独自の品質保証システム「MSQS (MEGMILK SNOW BRAND Quality Assurance System)」を構築し、徹底した品質管理・衛生管理を行っています。

※1 国際標準の品質マネジメントシステム ※2 食品の安全性を確保するための衛生管理手法

品質維持の徹底および持続的物流への取り組み

物流部門は、工場から出荷した安全な商品を安心して手にとっていただけるよう、取引先や物流事業者と連携し、流通品質に十分留意した配送に取り組んでいます。年1回すべての物流事業者を対象とした流通品質点検を行うことで、安全・安心の確保に努めています。また、トラック運転手不足などの社会問題解決に向けた「ホワイト物流」推進運動※3への賛同を表明し、持続可能な物流の実現に向けた「自主行動宣言」を提出しました。

※3 国民生活や産業活動に必要な物流を安定的に確保するとともに、経済の成長に寄与することを目的に、トラック輸送の生産性向上・物流の効率化および女性や60歳以上の運転者なども働きやすい、より「ホワイト」な労働環境の実現に取り組む運動

取組方針

生産性の高い物流と働き方改革の実現に向け、取引先や物流事業者等の関係者との相互理解と協力のもとで、物流の改善に取り組みます。

「自主行動宣言」必須取組項目

- 法令遵守への配慮
取引先の物流事業者が労働関係法令・貨物自動車運送事業者関係法令を遵守できるように、必要な配慮を行います。
- 契約内容の明確化・遵守
運送及び荷役、検品等の運送以外の役務に関する契約内容を明確化するとともに、取引先や物流事業者等の関係者の協力を得つつ、その遵守に努めます。

雪印メグミルク「自主行動宣言」の取組項目

- ① 物流の改善提案と協力
- ② パレット等の活用
- ③ リードタイムの延長
- ④ 異常気象時等の運行の中止・中断等

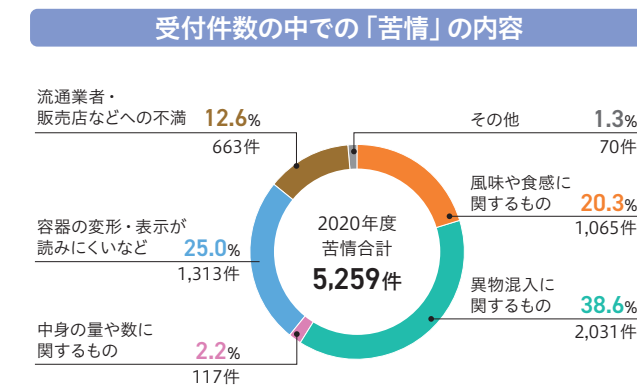
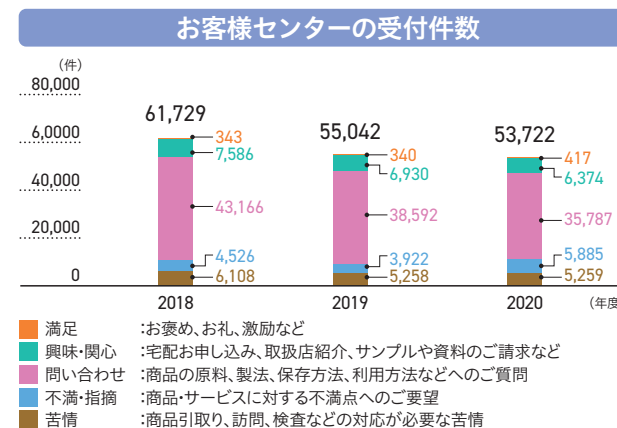
マーケティング

お客様の健康課題やニーズを把握し、健康増進につながるキャンペーンや売場提案を展開しています。外出自粛や在宅勤務により自宅で過ごす方が増えました。自宅で過ごす方が、台所・リビングなどでできる健康な体づくりを応援するために、店頭などでリーフレットや動画を活用し、チーズやヨーグルトなど「高たんぱく質・低糖質」な商品の食べ方を紹介しています。また、「MBPドリンク」など、健康に役立つ商品を積極的に開発・販売し、健康寿命の延伸に貢献しています。商品・ブランドの認知を広げるため、TVや新聞を中心とした広告活動だけでなく、生活者の変化に合わせWebやSNSなどのデジタルメディアも活用しています。

お客様センター

お客様センター対応の流れ <https://www.meg-snow.com/customer/center/system/>

「お客様センター」を年中無休で運営しています。苦情のお申し出に対しては各地域の担当者や品質保証部と連携して迅速に対応しているほか、お客様からいただいた貴重なご意見は担当部署へ伝達し、より良い商品開発、よりわかりやすい商品表示など企業活動に反映しています。また、お客様の声を活かした商品の改善を目的として、雪印メグミルクでは毎月関係部署が集まり、「お客様満足向上ミーティング」を実施しています。



事業概要

乳製品事業分野

バター、マーガリン類、チーズ、練乳・スキムミルク など



- 創業当時から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。収益性の高い商品が多く、特にチーズは市場も年々伸長していることから、今後も拡大が期待されます。
- 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。

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 など



- 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。
- 健康志向が高まる中、ヨーグルトの「ガセリ菌SP株ヨーグルト」シリーズ、「乳酸菌ヘルベヨーグルト」や、白物飲料の「MBPドリンク」など機能性表示食品を軸とした収益性の高い商品を拡充しています。

ニュートリション事業分野

粉ミルク、機能性食品 など



- 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。

飼料・種苗事業分野

飼料、種苗（牧草・飼料作物・野菜）、緑化造園 など

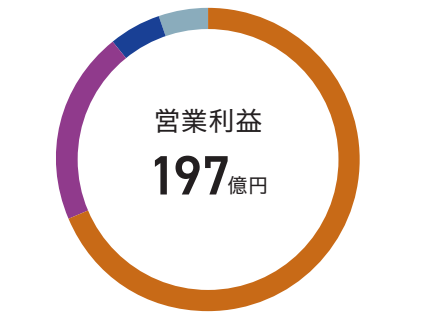


- 雪印種苗(株)を中心とした酪農に最も近い事業で、生乳生産や環境保全型農業の支援に向けて展開している事業です。
- 飼料事業では、地域性に合わせた配合飼料などを全国に提供しています。種苗事業では、牧草の品種改良などに取り組み、数多くの優良品種を育成しています。



[連結]	売上高 (億円)	売上高構成比 (%)
乳製品 (乳製品セグメント)	2,623	42.6
市乳 (飲料・デザート類セグメント)	2,744	44.6
ニュートリション※ (乳製品セグメント)	191	3.1
飼料・種苗 (飼料・種苗セグメント)	433	7.1
その他 (その他セグメント)	350	5.7

(注)「収益認識に関する会計基準」適用前の数字
※ ニュートリション事業分野は乳製品事業分野に含まれる。



[連結]	営業利益 (億円)	営業利益構成比 (%)
乳製品 (乳製品セグメント)	136	68.4
市乳 (飲料・デザート類セグメント)	41	20.7
ニュートリション※ (乳製品セグメント)	—	—
飼料・種苗 (飼料・種苗セグメント)	11	5.6
その他 (その他セグメント)	10	5.3

(注)セグメント利益は、損益計算書の営業利益と調整を行っています。
※ ニュートリション事業分野は乳製品事業分野に含まれる。



主なグループ会社 (五十音順)

国内

事業分野：●乳製品 ●市乳 ●ニュートリション ●飼料・種苗 ●その他

事業内容		トピックス
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 北川 俊幸		FSSC22000認証を取得 FSSC22000認証取得に向け、2019年度にFSSC事務局を発足、2020年度4月より本格的な体制を構築して従業員のスキル向上を目指した中で議論と検討を重ね、2021年2月19日付で認証を取得しました。 
(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 板橋 登志雄		消費者動向に対応した商品開発をサポート ベンダー事業は、コロナ禍により変化した消費者動向に対応した商品開発サポートに取り組み、共配事業は、常温富士センターおよびフローズン札幌センターの移転に取り組みました。また、CSR活動として、ハラスメントに対する討議など職場ごとに取り組んでいます。 
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		燃費改善と共配作業効率改善を推進 大型車を複数所有する当社は、SDGsの取組みで、気候変動の具体的対策として、地球温暖化防止を目的に燃費改善と共配作業効率改善を目標に掲げました。初年度は、正社員および全乗務員を対象にKPI説明会を実施し、理解促進・浸透の活動を行いました。 
(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 宮崎 文則		「新営業戦略」を推進 2020年度は、コロナ禍により商談活動に制約がかかる中で、「中期経営計画 2022」で導入した「新営業戦略」を推進し、新規取引先の獲得、既存取引先の深耕に取り組みました。また、全国一斉に「環境負荷低減商材」の提案活動を実施しました。 
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 柴田 貴宏		業務用ソフトチーズラインを増設 2020年度は伸長を続ける業務用ソフトチーズラインを増設しました。コロナ禍で業務用商品の消費が低迷して厳しい状況ですが、回復後のスタートダッシュに備えています。CSRは活動テーマに食品ロス削減を掲げ、家庭や職場でできることに取り組みしました。 
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		「世界のチーズ」の普及拡大に貢献 創業以来、「チーズを中心にした豊かな食生活の提供を通じて社会に貢献する」を企業理念の一つとして、「世界のチーズ」の普及拡大に努めてきました。今後も「世界のチーズ」の食べ方、楽しみ方、食文化を多くのお客様にお伝えしていきます。 
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		「安心品質」を提供 当社の企業理念である「安心品質」をすべてのお客様に提供し続けるために、日々の業務に取り組んでいます。また、全事業所で取得した「グリーン経営認証」を継続していくことで、微力ながら環境保全に貢献していきます。 
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		エンジニアリング力で新たな価値を提案 ニューノーマル下、食品機械メーカーには製造機器類の販売だけでなくとどまらず、新たな価値提案が一層求められています。従業員の持続的な成長と強化を進めるエンジニアリング力を活かして、お客様の生産性向上などに寄与し、お客様の役に立てるよう挑戦を続けます。 

事業分野： ● 乳製品 ● 市乳 ● ニュートリション ● 飼料・種苗 ● その他	
事業内容	トピックス

(株)ベルネージュダイレクト ●		通販の機能強化を推進	
設立	1999年3月	通信販売業およびその請負業務、広告代理店業務	グループ入り7年目を迎えた当社は、2020年度はプライバシーマークを取得するとともに、基幹・ECシステムを一新し、ECサイトのユーザビリティ向上を図りました。「ガセリ菌SP株 カプセル」や「Wのひらめき」など、新商品も続々発売され、2021年度はWeb プロモーションを推進します。
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		

みちのくミルク (株) ●		生乳のクーラーステーション事業の受託開始	
設立	1996年10月	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	当社は酪農貢献の一役を担う事業として、2021年4月より生乳のクーラーステーション事業の受託を開始しました。これは、地域酪農団体の委託を受けて集乳、冷却貯蔵して送乳するもので、今後もグループ唯一の東北生産拠点として酪農貢献に努めます。
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		

三和流通産業 (株) ●		共同配送を新規受託	
設立	1954年1月	日配チルド食品などの卸売事業、共配センター事業	2021年9月より、ドラッグストアからの共同配送を新規に受託。今後は、更なる事業の拡大と得意先様からの信頼性向上に努めます。また、社員の健康増進を目的に、埼玉県健康経営認定制度による認証取得に向けた活動に、社員一丸となって取り組んでいます。
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		

ハケ岳乳業 (株) ●●		SDGsを推進し、「人と地域社会」に貢献	
設立	1954年1月	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	長野県 SDGs 推進企業として、CSR 重要課題に対する事業活動により、グループKPIの達成に取り組めます。「持続可能な国際社会の実現」の一翼を担っているという意識を持ち、酪農振興への貢献、環境保全活動などの取組みを通して、「人と地域社会」に貢献します。
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		

(株)雪印こどもの国牧場 ●		酪農教育と自然環境整備を推進	
設立	1965年8月	牛乳の製造販売、牧場・動物園・食堂・売店の経営	当牧場では、「酪農教育ファーム認証牧場」として、「ふれあい牧場学校」の開催、実習などの受け入れ、乳搾り体験の定期的開催などを行うとともに、牛以外の動物とのふれあいや花畑などの自然環境整備も大切にしています。
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		

雪印種苗 (株) ●		自給飼料の増産とその活用を普及推進	
設立	1950年12月	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	輸入依存度が高く飼料の価格変動に左右されない自給飼料(牧草・飼料作物)の増産とその活用を酪農現場に普及推進しています。そのために糖含量が高く、栄養収量が多く、サイラージ発酵品質も良好なオーチャードグラス「えさじまん」(写真)の販売を開始しました。
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		

(株)雪印パーラー ●		地域社会に貢献する事業を展開	
設立	1961年4月	食堂・売店経営、乳製品などの販売	地元食材を使用して「北海道応援パフェ」などを提供し、グループ各社との連携によるECチャネルの強化や商品紹介、デリバリー事業に取り組んでいます。また、SDGs理解浸透のために、プラスチック原料と紙資源の使用削減を社内に呼びかけています。
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		

雪印ビーンスターク (株) ●		粉ミルク・液体ミルクの販売を促進	
設立	2002年8月	育児用粉ミルクの製造・販売、口腔ケア製品の仕入販売、機能性食品の仕入販売、スキムミルクなどの受託製造	粉ミルクは「すこやかM1」「ぴゅあ」の販売が好調に推移しました。液体ミルクでは「すこやかM1(200ml)」を新発売しました。また、群馬工場において、食品安全マネジメントの国際認証規格FSSC22000を取得しました。
資本金	500百万円		
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	内田 彰彦		

事業分野： ● 乳製品 ● 市乳 ● ニュートリション ● 飼料・種苗 ● その他	
事業内容	トピックス

(株)YBS ●		本社オフィスの移転と環境への取組み	
設立	1971年4月	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	2020年8月に本社オフィスを新宿区から千代田区へ移転し、職場環境の改善を行いました。また、CSR活動では、環境負荷の低減などをテーマにしたCSR重要課題のKPI達成に向け、保険契約時の約款のWeb化による紙の使用量削減などの取組みを開始しました。
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		

その他グループ会社	
● 乳製品 ● 市乳 :SBSフレック(株) ● 市乳 :協同乳業(株)、ルナ物産(株) ● ニュートリション : (株)アミノアップ、イーエヌ大塚製薬(株) ● 飼料・種苗 : (株)RF青森牧場、(株)RFペンケル牧場、道東飼料(株)、(株)ロイヤルファーム	

海外	
事業内容	トピックス

アダーデライツオーストラリア(有) ●		プレミアムブランドを中心に販売を拡大	
設立	2017年8月	白カビ・青カビ系チーズの製造・販売	プレミアムブランドである「Udder Delight」を豪州全域で販売、主力の白カビ系チーズに加え、高付加価値のオーガニックと、青カビ系チーズの販売拡大に力を入れています。アデレード・ヒルズにあるチーズ工場で、酪農家との関係を大切にし、風味豊かな商品を製造しています。
資本金	15百万AU\$		
グループ計持株比率	100.0%		
本社所在地	アデレード(オーストラリア)		
代表者	福田 忠己		

台湾雪印(株) ●		粉乳商品をリニューアル	
設立	1992年12月	育児用粉乳、乳製品などの輸入・販売	2020年度は、育児用粉乳と機能性粉乳の商品リニューアルを実施しました。今後も台湾のお客様の健康に貢献できるよう努めていきます。CSRの取組みとしては、NPO法人・公益法人への粉ミルクの寄付を継続して実施しています。
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		

雪印オーストラリア(有) ●●		商品ラインアップを拡充	
設立	1992年12月	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	オーストラリア国内で製造・販売している既存のカマンベール・ブリーに加えて、チーズディップの販売を2020年に開始し、商品ラインアップの拡充を図りました。また、CSR活動の取組みとして、チーズ製造の際に出るホエイを地元酪農家へ提供しています。
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		

雪印メグミルクインドネシア(株) ●		業務用を中心に販売体制を整備	
設立	2012年5月	プロセスチーズの製造・販売	伸長しているブロックチーズ2kgタイプの生産ラインを増設するとともに、周辺国への輸出拡大、業務用を中心とした販売体制の整備に注力していきます。リーズナブルでおいしいチーズを作る技術力、顧客ニーズに合った商品をつくる開発力を活かし、更なる売上拡大を目指します。
資本金	11百万US\$		
グループ計持株比率	52.8%		
本社所在地	プカシ(インドネシア)		
代表者	ヌリアディ・タヘイル		

その他グループ会社	
● ニュートリション :スノー・マーケティング(有)、雪印貿易上海(有)、雪印香港(有) ● 飼料・種苗 :雪印種苗アメリカ(株)	

(2021年10月1日現在)



分野別事業概況

乳製品事業分野



事業概況

市場環境

- 2020年度は新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う内食需要の高まりが、家庭用商品には追い風となりました。一方で、業務用は外食需要の落ち込みにより逆風になるなど、販売チャネルによって異なる影響を受けました。
- 家庭用バターの市場は、特に上期には在宅率の上昇で調理機会も増え、年間を通じて需要が高く推移しました。
- 家庭用マーガリンにおいては、特に第1四半期では家庭でのパン食の需要増に伴い、2019年度を大きく上回りましたが、第2四半期以降は落ち着き、年間では2019年度をやや上回りました。
- チーズ市場は年々拡大している中、内食需要の拡大でシュレッドチーズをはじめ調理用途のチーズがけん引し、大きく伸びました。

リスクと機会

- リスク**
- 生乳生産量は、北海道における増産がけん引し、全国計で増産傾向にあります。都府県でも、2020年度は8年ぶりに増産となりましたが、酪農家の離農が進んでいることなどにより、長期的には減少傾向にあります。
 - 新型コロナウイルスの影響により、巣ごもり需要が高まるなど、消費行動は大きく変化し、また動向も先行き不透明になっています。休校により学校給食の需要が一気に落ち込むことで全国的に生乳が余り、業界で課題となりました。

- 機会**
- 直近の北海道での生乳生産量が増加する中、雪印メグミルクの家庭用バターの基幹工場である磯分内工場で新棟が本格稼動し、バターの供給に役立てています。
 - 北海道の生乳生産量の増加を踏まえ、特に北海道産乳製品の強みを活かした訴求をしています。国内の生乳生産量が堅調に推移する中、貴重な乳資源の活用最大化を目指します。

グループ中期経営計画 2022

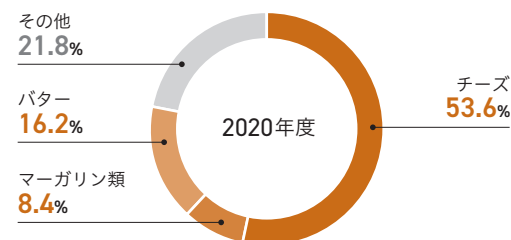
家庭用バターの生産・販売拡大

- 磯分内工場の新棟が4月に稼動し、供給力を強化しました。
- バター生産体制整備による供給力強化を図ります。

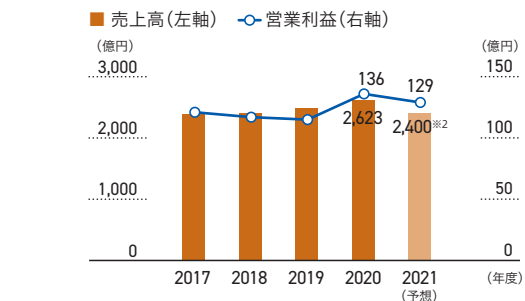
チーズ事業の戦略的拡大

- 伸長するチーズの需要に対応する生産設備を強化していきます。
- チーズ事業の海外展開を加速していきます。

売上高構成 [雪印メグミルク単体]



売上高・営業利益※1 [連結]



※1 ニュートリション事業を含む
 ※2 2020年度以前の売上高は「収益認識に関する会計基準」適用前の数値
 2021年度売上高予想は「収益認識に関する会計基準」適用後の数値

国内市場シェア (2020年度 家庭用 全国 金額ベース) (出典) インテージ SRI+



2020年度の実績

新型コロナウイルス感染症の影響で、市場と同様に家庭用商品が大きく伸び、一方で外食やお土産商品の需要減退で業務用商品が落ち込みました。家庭用バターのほか、家庭での調理需要に伴い、粉チーズやクリームチーズが伸びたほか、主力品の「6Pチーズ」や「さけるチーズ」「カマンベールチーズ」などの売上が拡大し、年間を通じて大きく伸長しました。海外では、インドネシアでのチーズの売上が大きく伸びました。

2021年度の取組み

拡大した家庭用商品の需要に対して食べ方提案などにより、需要の定着を図ります。そして、リニューアルした磯分内工場の本格稼動に伴い、バターの供給体制を強化します。「さけるチーズ」についても大樹工場に設備投資をし、供給体制の強化に取り組んでいきます。利益面では、磯分内工場の減価償却費が発生するため、乳製品事業分野では減益を見込んでいます。インドネシアでのチーズの生産ラインを増強する予定です。

SDGs達成への貢献

パッケージにバイオマスインキを使用

「スライスチーズ」のパッケージが、植物由来の資源を原料の一部に使用したバイオマスインキで印刷したパッケージになりました。従来の油性のグラビインキよりCO₂の発生量が約13%削減されます。





分野別事業概況

市乳事業分野



事業概況

市場環境

- 2020年度は新型コロナウイルス感染症の拡大で在宅率が高くなったため、大容量タイプや調理用などの家庭用商品が大きく伸びる状況にありました。
- ヨーグルトの市場では、特に上期には消費者の免疫機能へのニーズが高まりました。また、ファミリー向けの商品が大きく伸びました。
- 牛乳は、上期は全国的な学校の休校による影響で学校給食用が大きく落ち込みましたが、6月以降の学校再開とともに供給量が回復し、下期も堅調に推移しました。
- チルドデザートは、4～5月は需要が大きく伸びましたが、年間では2019年度を少し上回る状況でした。

リスクと機会

- 生乳生産量は、北海道における増産がけん引し、全国計で増産傾向にあります。都府県でも、2020年度は8年ぶりに増産となりましたが、酪農家の離農が進んでいることなどにより、長期的には減少傾向にあります。
- 新型コロナウイルスの影響により、巣ごもり需要が高まるなど、消費行動は大きく変化し、また動向も先行き不透明になっています。休校により学校給食の需要が一気に落ち込むことで全国的に生乳が余り、業界で課題となりました。

- 栄養価の高い商品であることから、消費者の日々の生活を支えています。
- 学校給食用牛乳の供給が停止したことによる先行きのなくなった飲用向けの生乳を、加工向けに回して生産することで、生乳の廃棄を回避しサプライチェーンを支えました。今後も貴重な乳資源の活用最大化を目指します。

機会

グループ中期経営計画 2022

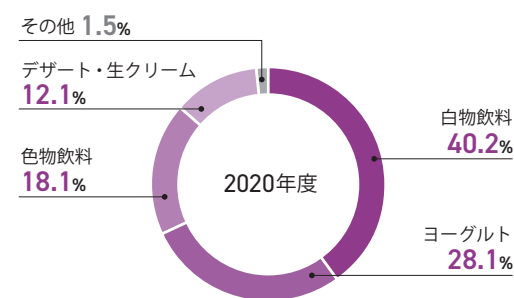
ヨーグルト・デザート事業の戦略的拡大

- 高付加価値商品を伸ばしていくことで、事業全体の収益力を高めていきます。

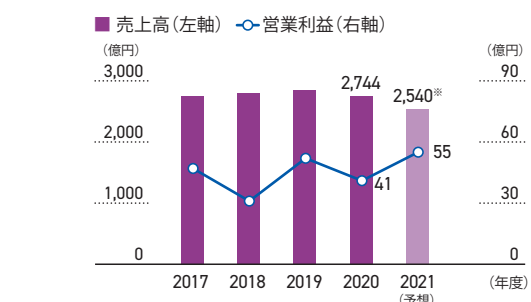
牛乳類事業の構造改革

- 新商品の「MBPドリンク」などの高付加価値商品の販売拡大に努めていきます。

売上高構成 [雪印メグミルク単体]

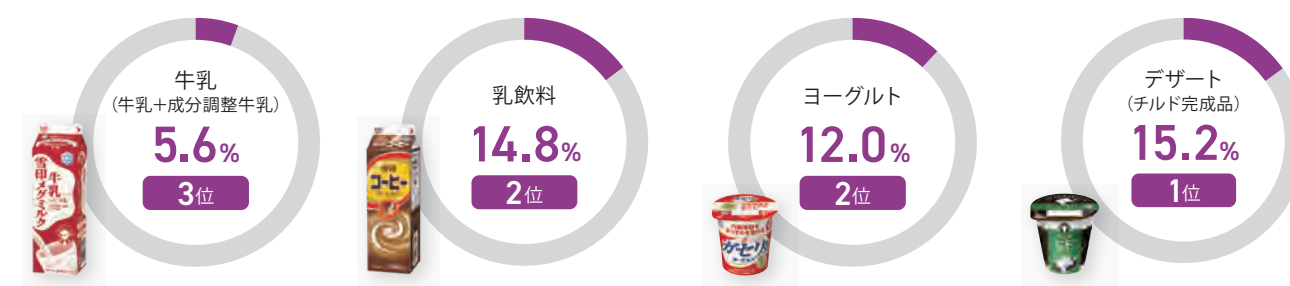


売上高・営業利益 [連結]



※ 2020年度以前の売上高は「収益認識に関する会計基準」適用前の数値
2021年度売上高予想は「収益認識に関する会計基準」適用後の数値

国内市場シェア (2020年度 家庭用 全国 金額ベース) (出典) インテージSRI+



2020年度の実績

新型コロナウイルス感染症拡大により「ナチュレ 恵 megumi」や「牧場の朝」などのファミリー向けのヨーグルトは、堅調に売上を伸ばしました。一方で、免疫機能への需要の高まりに対して、雪印メグミルクの「内臓脂肪を減らす」保健機能食品である「ガセリ菌 SP 株ヨーグルト」シリーズは、2020年度前半は苦戦を強いられました。しかしながら、免疫機能への需要偏重から、徐々に他の機能性ヨーグルトへも消費が戻ってきたことと、CMなどのプロモーション投入により、第3四半期から「ガセリ菌 SP 株ヨーグルト」シリーズも次第に売上が回復してきました。白物乳飲料では、リニューアルでキャップ付き新容器を採用した「毎日骨太 MBP。」などの高付加価値商品が、店頭での販売活動の制限などにより伸び悩みましたが、足元では回復傾向にあります。チルドデザートについては、個食デザートが大きく伸び、市場伸長を上回りました。

2021年度の取組み

高付加価値の機能性表示食品を発売し、収益性を改善していきます。特に、3月に発売した「MBPドリンク」は、骨の健康に貢献する商品としてプロモーションを強化していきます。また、6月に「記憶ケアヨーグルト βラクトリン^{※1}」を発売しました。「加齢に伴って低下する記憶力^{※2}」を維持する機能を持つ「βラクトリン」を配合した機能性表示食品^{※3}です。既存の「ガセリ菌 SP 株ヨーグルト」シリーズとともに、機能性表示食品の販売を拡大し、事業の更なる成長を目指します。

※1 本商品は、KIRIN の特許 No.6022738 号の許諾を得て製造されています。

※2 手がかりをもとに思い出す力

※3 届出番号:F458 届出表示:本品にはβラクトリンが含まれます。βラクトリンには、加齢に伴って低下する記憶力(手がかりをもとに思い出す力)を維持することが報告されています。機能性関与成分:βラクトリン 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、特定保健用食品ではありません。食生活は、主食・主菜・副菜を基本に、食事のバランスを。

SDGs達成
への貢献

「MBPドリンク」で健康寿命延伸に貢献

市乳事業分野の機能性表示食品は、これからの社会における健康寿命延伸に貢献していく商品です。特に、3月に発売した「MBPドリンク」は商品を通じて骨の健康に貢献していきます。



機能性表示食品

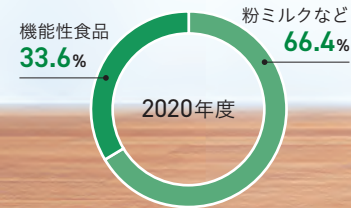
- 届出番号:E529
 - 届出表示:本品にはMBP(乳塩基性タンパク質)が含まれます。MBP(乳塩基性タンパク質)には、骨密度を高める機能があることが報告されています。
 - 機能性関与成分:MBP(乳塩基性タンパク質)
- 本品は、疾病の診断・治療・予防を目的としたものではありません。また、特定保健用食品ではありません。食生活は、主食・主菜・副菜を基本に、食事のバランスを。



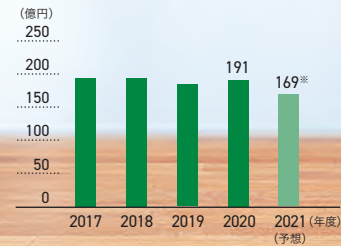
分野別事業概況

ニュートリション事業分野

売上高構成[連結]



売上高[連結]



※ 2020年度以前の売上高は「収益認識に関する会計基準」適用前の数値
 ※ 2021年度売上高予想は「収益認識に関する会計基準」適用後の数値



事業概況

市場環境

- 機能性食品は、健康への関心の高まりを背景に、今後更なる成長が期待できます。
- 育児品は、国内出生数の減少が続く中、新型コロナウイルス感染症の社会不安から出産控えが見られるなど、国内の市場環境は厳しさを増しています。

リスクと機会

- | | | |
|---|---|---|
| リスク <ul style="list-style-type: none"> ● 2015年の制度開始以来、機能性表示食品市場が急伸を続け、特定保健用食品市場を超える市場となり、商品の増加とともに競争が激化し続けています。 ● 国内は出生数の減少により市場環境は厳しく、海外では欧米メーカーとの競争が激化しています。 | ➡ | 機会 <ul style="list-style-type: none"> ● 効能・機能表示（ヘルスクレーム）を訴求できる食品のニーズは高く、健康食品市場は更なる成長が見込まれます。 ● 約60年にわたる母乳研究の強みと生活様式に合わせた商品によって、育児に貢献することができます。 |
|---|---|---|

グループ中期経営計画 2022

機能性食品事業の利益創出

- ECビジネスの好調、健康志向の高まりにより、売上に着実に伸ばしており、当初の計画を上回る営業利益を創出しています。

2020年度の実績

ダイレクト通販を主体とする機能性食品事業は、健康志向の高まりとともに、コロナ禍により在宅率も高まり、Webメディアへの注力などにより、大きく売上・利益ともに伸ばすことができました。育児品は、国内では基幹商品である「すこやかM1」の販売に注力し、増収となりました。一方、海外では苦戦し、粉乳事業全体では2019年度を下回りました。

粉乳事業（国内・海外）の競争力強化

- 長年の母乳研究の成果を活かした商品開発と、グループシナジーを活かした経営、また国内・海外で育児用のみならず大人用の粉ミルクの販売にも力を入れていきます。

2021年度の取組み

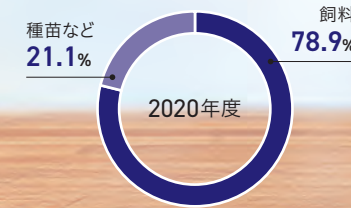
機能性食品事業は、マーケティング投資を継続、更なる売上拡大とともに、既存定期顧客への継続施策を強化・推進し、より一層の利益強化を図ります。また、粉ミルク事業の中心である雪印ビーンスターク(株)を完全子会社化し、当グループにおけるニュートリション事業の成長を加速させていきます。



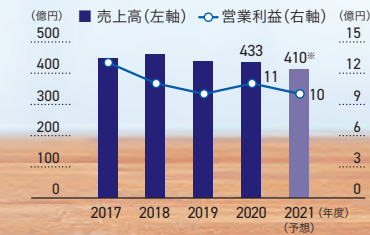
分野別事業概況

飼料・種苗事業分野

売上高構成[連結]



売上高・営業利益[連結]



※ 2020年度以前の売上高は「収益認識に関する会計基準」適用前の数値
 ※ 2021年度売上高予想は「収益認識に関する会計基準」適用後の数値



事業概況

市場環境

- 飼料穀物の国際相場が急騰し、国内の配合飼料価格は大幅な値上げとなっています。
- 自給飼料ニーズの高まりと飼料生産の作業の外部化（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、野菜や緑肥作物の拡大が見込まれています。
- 環境意識の高まりや自然環境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。

リスクと機会

- | | | |
|--|---|---|
| リスク <ul style="list-style-type: none"> ● 輸入原料に依存する配合飼料の高騰が、酪農経営を圧迫しています。 ● 高齢化と後継者不足により、酪農経営規模の大型化、コントラクター※1やTMRセンター※2による分業が進んでいます。 | ➡ | 機会 <ul style="list-style-type: none"> ● 収量性や栄養価の高い牧草種子のニーズが高まります。 ● サイレージの発酵品質を高める乳酸菌製品や省力化のニーズが高まります。 |
|--|---|---|

※1 農作業機械と労働力などを有して、飼料作物の収穫やその他の作業を請け負う組織
 ※2 安定した品質の飼料供給と作業負担の軽減のために酪農家が出資設立する飼料調整専用施設

グループ中期経営計画 2022

飼料事業の効率化・高品質化

- 「ホクレンくみあい・雪印飼料株式会社」の設立により、効率化・高品質化を図ります。

2020年度の実績

飼料事業は、配合飼料の販売量は減少しましたが、原料価格の上昇に伴う販売単価の値上げにより、微減収にとどまりました。種苗事業は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で牧草および園芸種子の販売不振により減収となりました。

種苗事業の戦略的拡大

- 研究開発を強化し、優れた牧草種子・野菜種子の普及推進を図ります。

2021年度の取組み

飼料事業は、ホクレンくみあい飼料株式会社との合併会社の「ホクレンくみあい・雪印飼料株式会社」において2021年12月に工場が稼働予定で、高品質で低コストの飼料生産を進めていきます。種苗事業は、自社開発商品、共同育成取組み商品などの牧草種子・野菜種子の販売拡大に取り組めます。