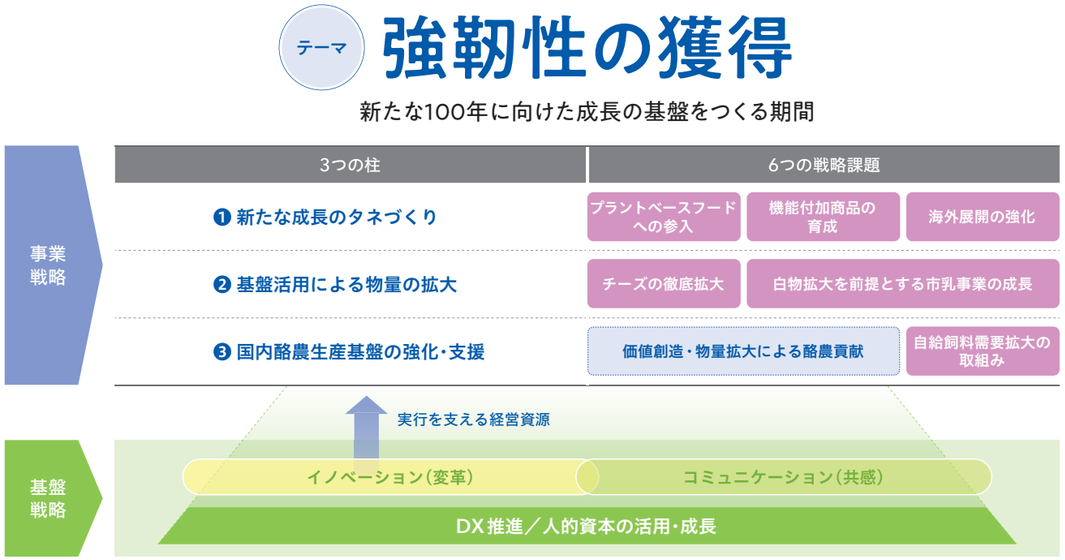
「食の持続性」の実現に向けて、どう進むのか？

私たち雪印メグミルクグループには、「食の持続性」の実現に向けて進むべき道筋がはっきりと見えています。人々がこれからも豊かな生活を送ることができる社会の実現へ貢献し続けるためには、私たち自身の経営もまた、持続可能でなければなりません。そのために、社会的・経済的価値を同期化させた重要課題（マテリアリティ）に取り組み、グループ中期経営計画2025を推し進め、強靭な経営体制を獲得することで、「食の持続性」の実現に向けて邁進していきます。

28 グループ中期経営計画2025の進捗
35 重要課題（マテリアリティ）
36 持続可能な食の提供／食による健康への貢献
38 持続可能な酪農への貢献
39 環境負荷の低減
44 多様性の推進と人権の尊重
49 地域社会への貢献

グループ中期経営計画2025の進捗



グループ中期経営計画2025の概要

前中期経営計画である「グループ中期経営計画2022」の主な取組みの一つとして「生産体制の整備」を進め、バター・チーズ・乳飲料など、主要なカテゴリーの生産体制が整いました。しかし、コロナ禍以降の消費行動の変化などが雪印メグミルクグループの販売量へも影響し、生産体制を整備した効果を十分には発揮できませんでした。また、世界的な燃料・資材価格などの高騰にも直面し、2021・2022年度は営業減益を余儀なくされました。

当社グループの課題は、今後も起こりうるこれら環境変化への耐性を身につけるのと同時に、将来の企業価値を高めていく道筋を確かなものにすることだと認識しています。当社グループは、来年2025年に創業100周年を迎えます。グループ中期経営計画2025は、強靭な事業構造と成長に不可欠な基盤づくりを進め、次の100年に向けた準備をする期間と位置づけ、テーマを「強靭性の獲得」としました。

事業戦略では、成長を持続的にするための「新たな成長のタネづくり」、事業の継続性を高めるための「基盤活用による物量の拡大」、国内食料自給を高めるための「国内酪農生産基盤の強化・支援」の3点を軸に据え、6つの具体的な戦略課題に取り組みます。

基盤戦略では、中期経営計画の方向に即した組織づくりと研究開発の強化による「イノベーションの促進」と、対話による共感を重視する「内外とのコミュニケーションの強化」、またすべての事業活動の基盤となる「DX推進」と「人的資本の活用・成長」を図っていきます。

事業戦略における6つの戦略課題は、「プラントベースフードへの参入」「機能付加商品の育成」「海外展開の強化」「チーズの徹底拡大」「白物拡大を前提とする市乳事業の成長」「自給飼料需要拡大の取組み」です。それぞれにKPIを設定し、進捗を開示しています。また、財務・資本戦略と連動したROE向上の取組みや、キャッシュアロケーションの計画を開示し、取組みを進めています。

6つの戦略課題の進捗

戦略課題への対応は着実に進捗

プラントベースフードへの参入：2024年3月にヨーグルト・飲料市場へ参入、新たなブランド「Plant Label」を立ち上げ、今後上市する商品に冠していきます。また、プラントベースフード用原料の製造を目的に、2023年度に設立したアグロスノーでは、マレーシアでの新工場建設に向け、2024年2月に用地取得を完了、2025年度後半から2026年度に稼動させる計画です。

機能付加商品の育成：雪印メグミルクグループの研究開発成果に基づく独自性を発揮できる付加価値の高い分野です。2023年度にスタートした「弘前大学COI-NEXT」拠点での取組みをはじめとする研究開発部門の成果を、新たな健康機能価値やヘルスクレームとして発信していきます。また、国内で実績を積み上げてきた雪印メグミルク（株）の独自素材である「MBP」や「ガセリ菌SP株」は、高齢化の進むアジア各国を中心に、海外からの引き合いが高まっています。今後の成長ドライバーの一つとして、海外市場での機能性素材の販売を強化します。

海外展開の強化：ベトナムにプロセスチーズの新たな製造拠点を設立し、2026年度の本格稼動を目指します。これで海外のチーズ製造拠点は、インドネシア（プロセスチーズ）、オーストラリア2拠点（ナチュラルチーズ）を合わせ、合計4拠点となり、着実に拡大しています。アジア市場の攻略には、現地のニーズに合わせて商品をローカライズする技術が求められます。当社グループが培った技術力を活かし、市場への浸透を図ります。

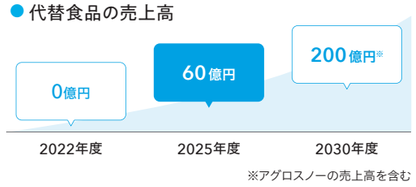
チーズの徹底拡大：大樹工場の「さけるチーズ」の生産能力を拡大し、2023年7月の新ライン稼動後は、販売量が2桁伸長となりました。また、2024年7月に株式会社ヨシダコーポレーションの株式を取得（子会社化）、チーズのほか、プラントベースフードの開発・製造など、イノベーションの拠点となる戦略的パートナーとして活用し、新しいコンセプトの商品をスピーディーに上市していきます。

白物拡大を前提とする市乳事業の成長：牛乳などの価格改定が進む中、「毎日骨太 MBP®」をはじめとする乳飲料が需要を下支えし、伸長しました。「MBPドリンク」は成長を継続しており、2023年度の売上高は20億円を超えました。ヨーグルトでは、「ナチュレ 恵 megumi」などのファミリーユースタイプが好調でした。資産効率の向上にも取り組んでおり、豊橋工場と統合し閉鎖した名古屋工場の跡地を、2024年4月に売却しました。

自給飼料需要拡大の取組み：牧草・飼料作物種子による作付面積は、2023年度は春先の低温による播種遅れなどにより減少しました。引き続き、草地更新の向上による牧草・飼料作物種子の販売拡大に取り組んでいきます。

計画値

● 代替食品の売上高

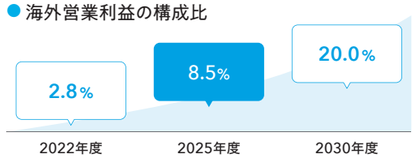


※アグロスノーの売上高を含む

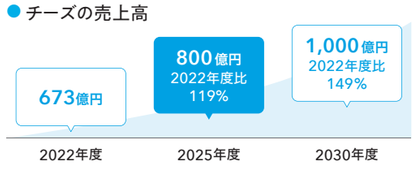
● 機能付加商品の売上高

機能付加商品：ニュートリション事業の商品＋保健機能食品

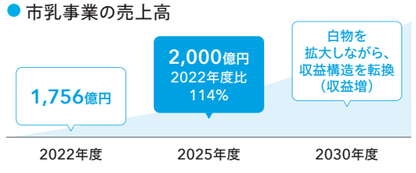
● 海外営業利益の構成比



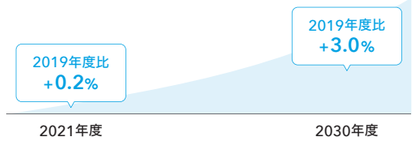
● チーズの売上高



● 市乳事業の売上高



● 雪印種苗 飼料作物種子の作付面積



成長をドライブする4つの領域

高 市場成長 × 高 資本効率（収益性×資産効率）

	国内市場	❹ 海外市場
❶ プラントベースフード	● 「Plant Label」×既存ブランドでの市場参入	● アグロスノー新工場稼動後のBtoBビジネス立ち上げ
❷ 機能付加商品	● 新たなヘルスクレーム展開 ● 既存素材の機能認知拡大	● 機能性素材拡大の積極展開
❸ チーズ	● 国産ナチュラルチーズの成長 ● M&Aによる非連続的な成長	● アジア市場獲得の加速 ● M&Aによる非連続的な成長

2023年度 決算概要

2023年度は右記の通り、増収増益となりました。親会社株主に帰属する当期純利益は、投資有価証券の売却益を計上したことにより、増益幅が大きくなりました。原材料コストの上昇に対応するため、価格改定を行い、収益性が回復しました。

	2023年度	対前年増減
売上高	6,054億円	+211億円（+3.6%）
営業利益	184億円	+54億円（+41.4%）
経常利益	198億円	+54億円（+37.3%）
親会社株主に帰属する当期純利益	194億円	+103億円（+112.8%）

事業セグメント別 売上高

● 乳製品セグメント

	2023年度	対前年増減額（億円）	対前年増減率（%）
バター	278	+5	+2.2
油脂	86	+3	+3.9
チーズ	599	+24	+4.2
上記以外	279	-4	-1.7
子会社など	1,348	+43	+3.3
合計	2,592	+71	+2.8

● ニュートリション事業分野（乳製品セグメントのうち）

	2023年度	対前年増減額（億円）	対前年増減率（%）
機能性食品	91	+1	+1.7
粉ミルクなど	106	-1	-1.7
合計	197	-0	-0.1

● 飲料・デザート類セグメント

	2023年度	対前年増減額（億円）	対前年増減率（%）
白物飲料	786	+70	+9.8
色物飲料	297	+6	+2.1
ヨーグルト	508	+30	+6.3
デザート・生クリーム	258	+25	+10.9
上記以外	40	+4	+11.6
子会社など	668	+13	+2.0
合計	2,560	+149	+6.2

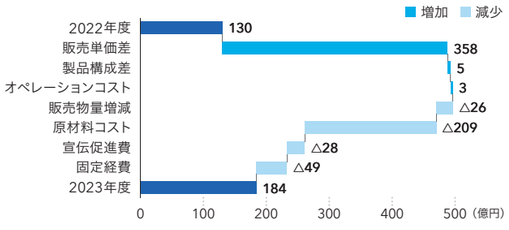
● 飼料・種苗セグメント

	2023年度	対前年増減額（億円）	対前年増減率（%）
飼料	415	-26	-6.0
種苗など	93	0	0
合計	508	-26	-4.9

営業利益の増減

2022年度から54億円の増加となりました。価格改定を行った効果として販売単価差が大きくプラスとなり、原材料コストの増加によるマイナス影響を上回りました。広告宣伝を強化したことで、宣伝促進費は増加しました。固定経費の増加は、減価償却費や労務費の増加（ベースアップ実施）などによるものです。

営業利益の増減要因



乳製品

乳製品事業分野

事業環境とポテンシャル

2022年から2023年にかけて、国内の生乳生産コストの上昇による乳価改定、エネルギーコストや原材料価格の高騰の影響を大きく受け、価格改定や各種コスト吸収の取組みを行いました。今後も、新商品の投入、需要喚起に向けたプロモーション、堅調なインバウンド需要の取込みを推進します。更に、今後成長が見込まれるアジア圏に設立した現地法人の地理的メリットを活かし、海外市場やニーズの把握、市場開拓、輸出拡大に取り組み、事業展開を加速していきます。

基本戦略と強み

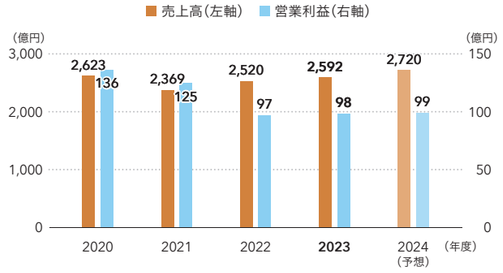
- 「雪印北海道バター」「ネオソフト」「6Pチーズ」「さけるチーズ」など、高い市場シェアを有する主要ブランドにおいて、お客様の需要喚起への取組みを継続するとともに、新規需要創造型商品の拡大により、更なる市場拡大を図ります。
- 1930年代から90年にわたり培ってきたチーズの加工技術と品質管理システムを活かし、雪印メグミルクインドネシアにて、現地ニーズに合った商品を開発し、東南アジアのチーズ市場を開拓しています。

グループ中期経営計画2025の進捗

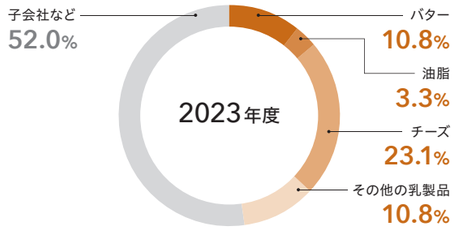
2023年度の乳製品セグメントは、各種コストアップに対応した価格改定を実施するとともに、需要の活性化に向けたプロモーション活動を推進し、増収増益となりました。グループ中期経営計画2025の戦略の一つ「チーズの徹底拡大」では、第2四半期より大樹工場の「さけるチーズ」の増産体制が整い、それに合わせ新商品「さけるチーズ コンソメ味」を発売し2桁伸長となりました。また、2024年7月、チーズ事業拡大の戦略的パートナーとしてヨシダコーポレーションを子会社化しました。新たなチーズの食文化創造に向けたチーズソース「torochi（トロチ）」の販売や、プラントベースフード市場への参入を実現し、チーズ事業の成長を加速させていきます。主力の「6Pチーズ」「さけるチーズ」で積極的なプロモーションを展開し、新たな購買層の取込みと定着を目指します。

海外では、ベトナムに新たなプロセスチーズ製造・販売拠点を設立します。雪印メグミルクグループの技術や知見を活かし、現地のニーズやバリューチェーンに合ったプロセスチーズを展開します。雪印メグミルクインドネシアと合わせて、高い成長が見込めるアジア市場での展開を推進しています。

売上高・営業利益〈乳製品セグメント〉



売上高構成比〈乳製品セグメント〉



（注）1. ニュートリション事業を含む
2. 2020年度の売上高は「収益認識に関する会計基準」適用前の数値
2021年度以降は「収益認識に関する会計基準」適用後の数値

市乳

市乳事業分野

事業環境とポテンシャル

生乳の価格上昇などのコストアップは、価格改定で対応し、収益性を改善しました。健康意識の高まりから、多様なニーズへの対応が消費者から求められています。「MBPドリンク」、「ガセリ菌SP株」入りヨーグルト、「乳酸菌ヘルベヨーグルト」など、高付加価値商品の構成を高め、引き続き収益性の改善に取り組みます。

基本戦略と強み

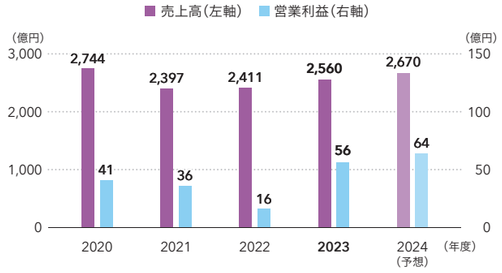
- 乳由来で雪印メグミルク（株）独自の「MBP®」や、乳酸菌などの研究成果を商品のヘルスクレームにつなげ、乳の価値を引き出すことで、消費者ニーズの高い商品開発に取り組みます。

グループ中期経営計画2025の進捗

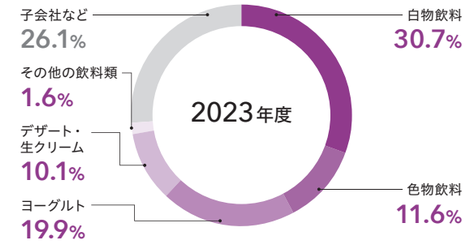
2023年度は、飲料・デザート類セグメントはコストアップを価格改定効果が上回ったことなどから、増収増益となりました。白物飲料では、値上がりに伴う買い控えや、低価格品への移行が生じる中、「毎日骨太 MBP®」などの乳飲料が需要の下支えとなり、高い伸長となりました。ヨーグルトでは、「ナチュレ 恵 megumi」や「牧場の朝」などファミリーユースタイプが堅調でした。

市乳事業分野が担うグループ中期経営計画2025の戦略には、「機能付加商品の育成」と「プラントベースフードへの参入」があります。機能付加商品の中核である「MBPドリンク」が成長を続けており、新商品の糖類オフ・低カロリータイプの効果もあり、2023年度の売上高は20億円の大台に乗りました。2024年春季は、プラントベースフードの新ブランド「Plant Label」を立ち上げ、ヨーグルトカテゴリーで2品、飲料カテゴリーで2品、新商品を発売しました。これら4品で、2024年度は20億円の売上高を目標としています。雪印メグミルク（株）独自の乳酸菌である「ガセリ菌SP株」を使用したヨーグルトでは、ヘルスクレームを追加し、新たな需要の取込みを図ります。

売上高・営業利益〈飲料・デザート類セグメント〉



売上高構成比〈飲料・デザート類セグメント〉



（注）2020年度の売上高は「収益認識に関する会計基準」適用前の数値
2021年度以降は「収益認識に関する会計基準」適用後の数値

ニュートリション事業分野

事業環境とポテンシャル

国内の高齢者人口の増加とともに、普段の食生活の中でロコモティブシンドロームの予防をはじめ、健康寿命延伸につながる商品へのニーズが高まっています。高齢化はアジア諸国でも起きていることから、素材販売や越境EC※を展開するターゲットになり得る市場の規模は、拡大し続けています。

※ 国を越えてインターネットを通じ商品やサービスの売買を行う電子商取引

基本戦略と強み

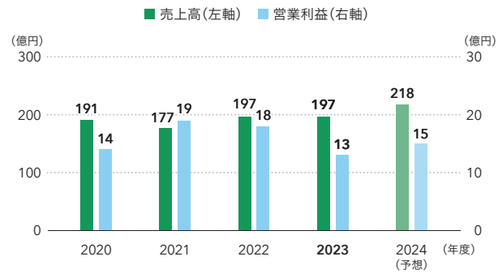
- 「骨密度を高める働きのある」という表示を許可された国内唯一の特定保健用食品「毎日骨ケア MBP®」の独自の価値を訴求し、通販ビジネスの拡大を図ります。
- MBP®などの機能性素材を、海外に向けてBtoBで販売する体制を強化しています。

グループ中期経営計画2025の進捗

ニュートリション事業分野は、グループ中期経営計画2025の戦略の一つ「機能付加商品の育成」に組み込まれています。2023年度は、新型コロナウイルス感染症の5類移行による外出機会の増加に伴い、健康食品通販全体が伸び悩みましたが、雪印メグミルク(株)の機能性食品事業は増収を確保しました。2024年度は、「毎日一粒 関節ケア」を発売し、商品ラインアップを強化します。また、自社通販サイトのみならず、大手モール型通販プラットフォームでの販売を強化し、チャネルを複線化しています。

中長期的には、海外への機能性素材販売が成長ドライバーとなります。現在は、雪印メグミルク(株)独自のMBP®を中心に、北米市場と韓国市場で展開しています。特に韓国市場では、健康機能食品(韓国版トクホ)認可取得により、販売が伸長しています。2023年度は、複数の国で代理店と契約を締結し、展示会出展などの営業活動を開始しました。2024年度は、既存市場での販売拡大に加え、新規市場の開拓を進めます。米国や韓国のほかにも多くの国で機能性素材の需要があると考えており、今後はそれらのニーズに応えることで、高付加価値商品の構成を更に高め、2030年度には40億円の売上高水準を目指し、連結営業利益の向上を牽引します。

売上高・営業利益〈ニュートリション事業分野〉



(注)2020年度の売上高は「収益認識に関する会計基準」適用前の数値
2021年度以降は「収益認識に関する会計基準」適用後の数値

売上高構成比〈ニュートリション事業分野〉

飼料・種苗事業分野

事業環境とポテンシャル

2023年度は、生乳生産の抑制などの影響により、特に飼料の需要が伸び悩みました。

輸入原料に依存している配合飼料は、穀物の国際相場の動向などで大きく価格が変動することから、自給飼料への注目が高まっています。

基本戦略と強み

- 乳牛の飼養管理などの高い技術力により支援を行う総合提案型の営業力を活かし、生産者のニーズに合った高付加価値の牧草種子や作物種子の販売を拡大します。

グループ中期経営計画2025の進捗

2023年度は、生乳生産の抑制の取組みや、配合飼料価格が緩やかに下がった影響などにより減収となりましたが、経費削減効果などにより増益となりました。2024年度は、北海道地区での生乳生産の拡大が期待できるため、新規顧客獲得などにより収益基盤を固めます。

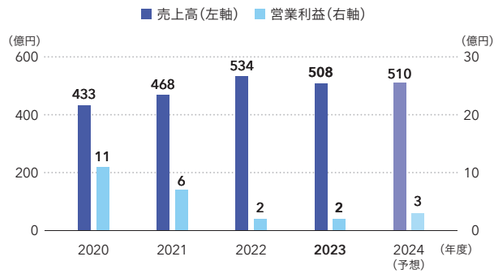
種苗事業は、草地更新の向上による牧草・飼料作物種子の販売拡大に取り組むとともに、緑肥、野菜、植物活力資材などで事業に厚みを持たせていきます。

飼料事業は、数年にわたり様々なコスト上昇の影響から利益率が低下しており、課題と認識しています。

強みは、飼料だけでなく種苗事業を展開していることから、配合飼料と牧草飼料作物種子およびサイレージ添加剤※の組合せで、多面的な販売が可能であることです。また、販売するだけでなく、飼料の給与方法、草地管理、サイレージ調整など、技術的なフォローを顧客に総合的に提供できることも強みです。こうした強みを活かし、自給飼料型酪農を推進し、持続可能な酪農生産と、その基盤強化に貢献していきます。また、選択と集中の断行により、事業ポートフォリオの再構築に取り組みます。

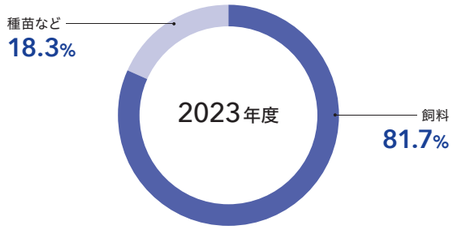
※ 牧草・飼料作物に添加することにより発酵を促進する機能を持つ乳酸菌

売上高・営業利益〈飼料・種苗セグメント〉



(注)2020年度の売上高は「収益認識に関する会計基準」適用前の数値
2021年度以降は「収益認識に関する会計基準」適用後の数値

売上高構成比〈飼料・種苗セグメント〉



重要課題（マテリアリティ）

雪印メグミルクグループでは、社会と雪印メグミルクグループの持続可能性の向上を図るため、社会への影響度と雪印メグミルクグループの事業への影響度が高い社会課題を抽出し、6つの重要課題とKPIを設定しています。

重要課題（マテリアリティ）の特定プロセス

STEP 1
社会課題の把握・整理

現在から将来にわたって国内外に影響を及ぼす社会課題を、ISO26000※の「7つの中核主題」の36個の課題、SDGsの各ターゲットとも照合しながら、抽出しました。

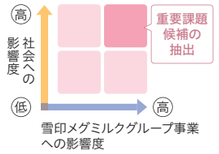
※企業以外の組織も含めた「組織」の社会的責任に関する国際規格

STEP 2
重要課題候補の分析

抽出した社会課題ごとに、雪印メグミルクグループの事業への影響度と「株主・投資家」「お客様・消費者」「酪農生産者」「流通・ユーザー」「サプライヤー」「従業員」「地域社会」「国際社会」それぞれの立場から見た社会への影響度を、「成長機会」「リスク低減」の両面で評価・採点し、それぞれを軸とするマテリアリティマトリックスにマッピングしました。

STEP 3
重要課題候補の抽出

雪印メグミルクグループの事業への影響度と社会への影響度の評価点がともに高い社会課題および今後取り組むべき課題を、重要課題候補として抽出し、更に各重要課題候補の重点取組みテーマを設定しました。



STEP 4
外部有識者とのダイアログ（対話）

重要課題候補とその重点取組みテーマについて、消費者団体の有識者や企業倫理委員会委員と、妥当性・整合性・具体性についてのダイアログを実施しました。

STEP 5
重要課題候補の再検討

外部有識者の意見や指摘をもとに、各重要課題候補の重要性や具体性について、社内で再検討と見直しを行いました。

STEP 6
重要課題の特定

取締役会決議により、サステナビリティ方針を策定し、重要課題と重点取組みテーマを特定しました。（2018年）

STEP 7
重要課題の見直し

グループ企業理念や「雪印メグミルク バリュー」「グループ長期ビジョン2026」との整合性について協議し、「食の持続性」の実現に向け、社会的・経済的価値を同期化させたダブルマテリアリティに見直しました。（2023年）

各重要課題（マテリアリティ）の選定理由

領域	重要課題（マテリアリティ）	選定理由
食	持続可能な食の提供	● 世界人口の急増、気候変動、紛争などの影響により困難となっている「食の持続性」を実現するため。
食	食による健康への貢献	● 少子高齢化が進む中、「食」による健康的な成長と発達、健康寿命の延伸を促進するため。
酪農	持続可能な酪農への貢献	● 後継者不足や生産コストの高騰などの影響により国内の酪農戸数が減少しており、持続的な生乳生産基盤の構築が必要なため。
環境	環境負荷の低減	● 温室効果ガス排出による地球温暖化は気候変動の主要な原因であり、社会や企業の持続性に深刻な影響を及ぼす可能性があるため。 ● 適切に管理・生産されている持続可能な原材料や資材を調達・利用し、地球環境の保全に貢献するため。 ● 資源の有効活用が必要であるとともに、廃棄物排出量削減による環境負荷の低減が求められているため。
人と社会	多様性の推進と人権の尊重	● 多様な人材が個性と能力を発揮できる働きやすい職場環境を整備するため。 ● 事業活動やサプライチェーンのグローバル化によって、事業活動が人権に及ぼす負の影響が拡大しており、人権尊重に向けて具体的に取り組むため。
人と社会	地域社会への貢献	● 雪印メグミルクグループと相互に関連している地域社会の課題解決に貢献するため。

持続可能な食の提供／食による健康への貢献

十分なたんぱく質摂取のための新たな選択肢の提供や健康寿命の延伸など、雪印メグミルクグループでは、事業活動を通じた「食の持続性」の実現に向けて、「持続可能な食の提供」と「食による健康への貢献」を重要課題（マテリアリティ）と捉えています。

目標達成

重要課題（マテリアリティ）	重点取組みテーマ	達成年度	KPI	実績（2023年度）	対象範囲
持続可能な食の提供	魅力ある乳・乳製品の提供	毎年	国産の乳・乳製品の拡大に向けた取組みを推進し、国内の酪農生産基盤強化にも貢献する	「さけるチーズ」の製造能力の引上げやマーケティング活動の推進による国内での販売強化に加え、海外への輸出を拡大	H
	乳で培われた知見や機能を活かした新たな選択肢の提供	2030	これまでの知見や機能を活かして海外展開を強化することで、営業利益における海外の構成比を20%以上とする	-0.2%	I
		2030	プラントベースフードなど代替食品※1の売上高を200億円以上とする	2024年春に4品発売	M
	安全で安心していただける商品・サービスの提供	毎年	雪印メグミルクブランド製品を製造している国内外の全食品施設において、GFSIに認定された国際的な食品安全スキーム（FSSC、SQFなど）の認証を維持更新し、継続的改善を図る	96%取得済み（2024年4月現在）	C
		2026	雪印メグミルクブランド製品の製造委託先へ雪印メグミルク官能評価員制度を導入する	41製造施設で官能評価員制度導入、合計519名認定	A
		2026	品質管理向上の取組みとして、風味評価技能を持つ官能評価員認定者を育成する（官能評価員認定者数（製造委託先を含む）：2022年度比105%以上）	131%	A
食による健康への貢献		2030	機能付加商品※2の売上高を1,000億円以上とする	580億円	J
	健康寿命延伸に向けた取組み	毎年	乳で培われた知見や機能を通じて健康寿命延伸に貢献する研究開発、商品開発、サービス提供、情報発信を行う	健康寿命延伸に関係する学会で11件発表し、5件の論文を学術雑誌に掲載	A
		2026	食による健康への貢献を重点テーマとした食育活動を実施し、2019～2026年度で年間平均4.5万人の参加者数を目指す	62,764名（目標比138.4%）	A

〈対象範囲〉A 雪印メグミルク C 雪印メグミルク、いばらく乳業、甲南油脂、みちのくミルク、八ヶ岳乳業、雪印ビーンスターク、雪印オーストラリア、雪印メグミルクインドネシア、ルナ物産、ミルクの郷 H 雪印メグミルク、いばらく乳業、八ヶ岳乳業、雪印パーラー I 雪印メグミルク、雪印ビーンスターク、アダーデライツオーストラリア、台湾雪印、雪印オーストラリア、雪印メグミルクインドネシア、雪印メグミルクシンガポール J 雪印メグミルク、ベルネージュダイレクト、雪印ビーンスターク、台湾雪印、雪印オーストラリア、雪印メグミルクシンガポール M 雪印メグミルク、アグロスノー

※1 雪印メグミルク独自基準：マーガリン類や植物性脂肪ホイップなどの既存商品は含まない
※2 雪印メグミルク独自基準：ニュートリション事業の商品、保健機能食品

乳で培われた知見や機能を活かした新たな選択肢の提供

プラントベースフードの展開

2024年春、雪印メグミルク（株）はプラントベースフードの新ブランド「Plant Label」を立ち上げ、4品を発売しました。プラントベースフードは、世界人口の増加を背景に食料の安定供給が求められる中、たんぱく質の新たな選択肢として注目されています。市場規模は世界的に拡大傾向にあり、その中でも成長著しい植物性素材が「えんどう豆」です。大豆やアーモンドと比べて生産時の水の使用量やCO_2排出量が少ないサステナブルな原料でありながら、脂質が少なく、高たんぱくで食物繊維が豊富という特徴があります。雪印メグミルク（株）は乳で培ってきた配合技術を活用し、素材の味を活かしながら、毎日続けやすい風味を目指しました。ヨーグルトカテゴリーでは、独自の乳酸菌（「ガセリ菌SP株」や「ビフィズス菌SP株」）を使用しています。2024年秋には、えんどう豆の味わいが楽しめる「Plant Label えんどう豆由来のおつまみ しお味／スモーク味」、国産米粉を100%使用した「米粉由来のもちもち食感シュレッド」を発売します。

機能性表示食品

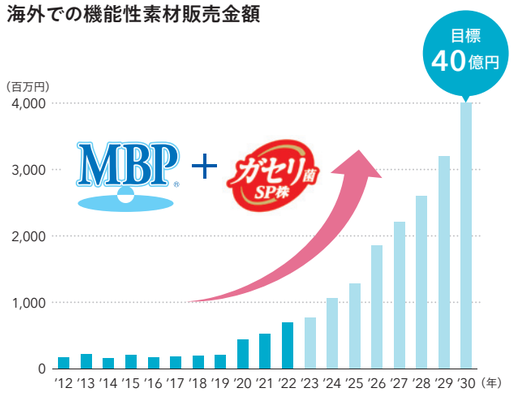
2024年春発売の「Plant Label」商品

健康寿命延伸に向けた取組み

機能付加商品の海外展開強化

雪印メグミルクグループでは、機能性素材をアジア・オセアニア・欧州・北米などで販売しています。その中でも「MBP」は骨形成促進と骨吸収抑制の働きにより骨密度を高める雪印メグミルク(株)独自の素材で、一般的に安全と認められる物質として、米国GRAS(Generally Recognized As Safe)※を取得しています。世界各国からの多数のオファーに応えるべく、販売要員の拡充、供給能力の拡大を進める一方、各国で商標登録を進めています。米国と韓国に続いて、台湾でも2024年の上市を目指し、各ユーザー企業が商品化を進めています。また、「MBP」は骨の状態を改善する豊富なエビデンスを有しており、複数の国でのヘルスクレーム取得を図っています。海外における機能性素材の売上は2019年から3年間で約3倍に成長しました。2024年からは、内臓脂肪低減効果を有する機能性乳酸菌素材「ガセリ菌SP株」(海外では別名称を予定)の販売を開始し、2030年に売上40億円を目指しています。

海外での機能性素材販売金額



※ 国際的に広く認知されている米国の食品安全に関する認証制度

弘前大学との共同研究講座

P.52「注力する研究テーマ」参照

ミルクサイエンス研究所は、2023年4月に弘前大学との共同研究講座「ミルク栄養学研究講座」を開設しました。本講座では、弘前大学における大規模健康診断で得たヒトに関するビッグデータを用いて、食事や腸内菌叢(きんそう)などが健康状態へ及ぼす影響を解析しています。乳製品の摂取と健康状態の関係を明らかにすることで、雪印メグミルク(株)が強みとする骨や乳酸菌などの研究の深耕に加え、ミルクの新たな健康価値を探索しています。これまでの解析で、乳製品の摂取が骨の健康や血圧の管理に良い影響を与えることを明らかにしました。本結果を、2024年2月に開催された「弘前大学COI-NEXT Well-beingイノベーションサミット2024」で報告しました。

「弘前大学COI-NEXT Well-beingイノベーションサミット2024」での報告と会場の様子

先天性代謝異常症用特殊ミルクの開発と供給

特殊ミルクは、生まれながらアミノ酸などが十分に代謝できない方のために、特別に調製された粉ミルクです。赤ちゃんは、生後4～5日目に血液検査を受け、検査の結果、代謝異常が発見されると、医師の指示のもと特殊ミルクを用いた食事療法が行われます。雪印メグミルクグループは、こうした患者様の健やかな成長と健康を願い、半世紀以上前から特殊ミルクを製造・供給してきました。2022年には、長年にわたるこの活動が認められ、厚生労働大臣より感謝状が贈呈されました。国内で最初に特殊ミルクを開発した雪印メグミルクグループでは、果たしていくべき社会的責任として、今後も安定供給に努めます。

特殊ミルクの一例

持続可能な酪農への貢献

酪農

酪農は、質の高いたんぱく質の供給という重要な役割を担う、なくてはならない産業です。雪印メグミルクグループの収益の源泉でもある酪農を持続可能にすることは、重要な経営課題の一つです。

重要課題(マテリアリティ)	重点取組みテーマ	達成年度	KPI	実績(年度) 2021	2022	2023	対象範囲	関連するSDGs
持続可能な酪農への貢献	酪農生産基盤強化への取組み推進	2030	自給飼料型酪農の推進のため、雪印種苗の牧草・飼料作物種子による作付面積を2019年度比で3%拡大する	+0.2%	+3.7%	-3.7%	B	2, 4, 8, 9, 15
		毎年	日本酪農青年研究連盟の運営支援および酪農総合研究所の活動により、持続的酪農経営を行うための経営管理・技術的支援を行う	● 日本酪農青年研究連盟主催の各研修、日本酪農研究会、酪農懇談会などの運営を支援 ● 酪農総合研究所シンポジウムを、実参加とWeb参加によるハイブリッド形式で「今こそ飼料の国産化を！」をテーマに実施			A	

〈対象範囲〉A 雪印メグミルク B 雪印種苗

酪農生産基盤強化への取組み推進

GHG(温室効果ガス)削減に寄与する取組み

酪農現場において、乳牛からのメタンガス排出量を算出することは、GHGの削減や緩和戦略の構築に必要不可欠です。雪印メグミルク(株)酪農総合研究所は、JA北オホーツクや北里大学と連携し、北海道興部町JA出資型法人「Farm to-mo」にて、簡易メタンガスモニタリングシステム「サーモニメタン」を活用したベースライン調査を継続実施しています。関係機関と共同でメタンガス排出削減効果が見込める飼料給与効果の検証を「スニファー法を用いたガス分析機」と「サーモニメタン」を併用して行っています。また、カーボンクレジット創出の可能性についての検討も始めています。

搾乳ロボットに設置したサーモニメタン(赤丸の箇所)

測定データの収集

自給飼料型酪農の推進

昨今の輸入飼料価格の高騰による生産コスト上昇が、酪農経営に大きな影響をおよぼしており、輸入飼料に依存しない足腰の強い経営の実現に向けて、自給飼料増産への取組みが注目されています。家畜排せつ物を有効に利用した自給飼料の生産は、環境に優しい循環型サイクルを形成でき、また、水田や耕作放棄地を活用した飼料作物栽培により、持続可能な農業の実現と農村地域の活性化につなげられます。雪印種苗では、自給飼料の生産・利用を拡大するため、耕畜連携への取組み、フロストシーディング※などの栽培技術の普及、気候変動に対応する飼料作物の導入など、長期的な視点に立脚した新品種開発に取り組んでいます。2023年度は、水田活用の直接支払交付金制度の見直しに伴いイネ科作物での更新需要が大幅に減少し、作付面積が2019年度比で-3.7%となりましたが、今後も地域環境に適した自給飼料の増産と有効利用を推進し、酪農畜産の振興と地域の活性化に貢献していきます。

※ 作業の分散や雑草予防などのために、土壌が凍結する時期に牧草を播種し、越冬させて春に発芽させる方法

VOICE

牛と人にもやさしい持続可能な酪農経営

私は、2013年より雪印メグミルク(株)酪農総合研究所の実証圃場で、草種の選択や観察の重要性など多くを学んできました。また、自給飼料を主軸に濃厚飼料を削減し、堆肥を有効活用して化学肥料投入量の削減にも挑戦してきました。その結果、牛は濃厚飼料多給時よりも健康になり、健康になった牛の堆肥を圃場に還元することで、草づくりでは気象変動によるリスクを回避でき、牛の食欲が旺盛になる好循環が生まれました。今後もこの取組みを続けて、持続可能で安定的な経営を次世代につなげていきます。

酪農家
村﨑 隆一

環境

環境負荷の低減

雪印メグミルクグループは、サステナビリティ経営の実現に向け、環境に関する重要課題（マテリアリティ）の解決に貢献する様々な取組みを実施しています。

目標達成

重要課題（マテリアリティ）	重点取組みテーマ	達成年度	KPI	実績（年度） 2021	2022	2023	対象範囲	関連するSDGs
環境負荷の低減	地球温暖化の防止	2030	CO_2排出量50%削減（2013年度比）	18.4%	23.5%	26.9%	E	
	持続可能な資源の利用	2025	使用する紙を100%環境に配慮した原材料にする	87.1%	97.7%	99.0%	F	
		2026	認証パーム油100%調達※ ※対象は精製パーム油	20.4%	14.5%	54.4%	L	
		2030	石油由来のプラスチックの使用量（売上原単位）25%削減※（2018年度比） ※削減には、石油由来プラスチックから、リサイクルプラスチックやマスバランス方式のバイオプラスチックへの置換も含む	2.5%	5.3%	12.2%	F	
		毎年	・紙・バイオマスプラスチックの容器を優先して使用する ・ペットボトルの使用量削減のために、社内のマイカップ・マイボトルを普及推進する	グループ内情報誌などによる啓発活動を実施			A	
	循環型社会の形成	2030	廃棄物排出量30%削減（2013年度比）	23.1%	19.6%	34.4%	G	
		2030	廃棄物リサイクル率98%以上を維持	95.2%	98.8%	98.8%	G	
		毎年	食品廃棄物リサイクル率95%以上	86.2%	94.8%	96.3%	K	
		毎年	環境に配慮した商品開発を推進する（既存商品、新規商品の賞味期限の延長や、賞味期限の年月表示を積極的に推進）	・乳製品2品の賞味期限を延長 ・植物由来ポリエチレンを使用した紙容器を採用			A	
		2030	生産拠点の用水使用量9%削減（2013年度比）	8.2%	7.6%	10.5%	G	
		毎年	生産拠点の水リスクを確認し、事業継続のリスク評価を行う	グループの事業継続のリスク評価を実施			G	
		2030	環境負荷低減に向けた提案として、雪印種苗（株）の緑肥作物種子による作付面積を2019年度比で20%拡大する	—	—	3.9%	B	

〈対象範囲〉A 雪印メグミルク B 雪印種苗 E 雪印メグミルク、いばらく乳業、甲南油脂、直販配送、みちのくミルク、八ヶ岳乳業、雪印種苗、雪印ビーンスターク F 雪印メグミルク、いばらく乳業、八ヶ岳乳業、雪印ビーンスターク G 雪印メグミルク、いばらく乳業、甲南油脂、みちのくミルク、八ヶ岳乳業、雪印種苗、雪印ビーンスターク K 雪印メグミルク、いばらく乳業、甲南油脂、みちのくミルク、八ヶ岳乳業、雪印ビーンスターク L 雪印メグミルク、甲南油脂、雪印種苗、雪印ビーンスターク

気候変動への対応

2050年カーボンニュートラル宣言

雪印メグミルク（株）では、2050年までに温室効果ガスの排出量を実質ゼロにするカーボンニュートラル宣言を2023年5月に行いました。2030年度までにCO_2排出量を2013年度比50%削減することをKPIとして設定し、グループ一体で脱炭素の取組みを推進しています。

TCFD※1提言への取組み

雪印メグミルク（株）は、2021年10月にTCFDへの賛同を表明し、2022年9月より「雪印メグミルクレポート（統合報告書）」でTCFDに基づく非財務情報の開示を始め、年に一度、内容の見直しを行っています。

ガバナンス

P.59「サステナビリティ推進体制」参照

雪印メグミルクグループ全体のサステナビリティを経営レベルで推進していくために、雪印メグミルク（株）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、重要課題（マテリアリティ）のKPIの進捗確認や達成に向けた協議を行い、取締役会に報告しています。

戦略

2023年度は抽出された移行リスクと物理的リスクから、2つのシナリオ（1.5℃上昇シナリオ、4℃上昇シナリオ）でリスクと機会に分類し、今後の対応を整理しました。将来的には、現在取り組んでいるTNFD※2との統合を目指します。また、2030年と2050年を時間軸として、事業インパクト評価を実施しました。

※1 G20 財務大臣および中央銀行総裁の意向を受け、金融安定理事会（FSB）が設置した「気候関連財務情報開示タスクフォース（Task Force on Climate-related Financial Disclosures）」の略
※2 自然関連の財務情報に関する枠組みの開発・提供を目指す国際イニシアチブである「自然関連財務情報開示タスクフォース（Taskforce on Nature-related Financial Disclosures）の略

気候変動リスク・機会と雪印メグミルクグループの対応

項目	区分	移行リスク	機会
炭素価格	リスク／機会	・気候変動への対応の遅れにより、炭素税の負担など、事業全体の競争力が低下 ・カーボンニュートラルを実現する努力を怠ることで、ブランドイメージが毀損（信頼性の低下）	・炭素税負担の低減のためのICP※活用による積極的な設備投資（省エネや太陽光発電設備など） ・積極的な次世代エネルギーの活用による新しいサプライチェーンの構築とブランドイメージの向上
	2023年度のアクション	・CO_2排出量50%削減（2013年度比） ・廃棄物排出量30%削減（2013年度比）	・太陽光発電設備の導入（雪印メグミルク（株）海老名工場・阿見工場・京都工場） ・サステナビリティ・リンクローンとグリーンボンドによる資金調達 ・ICPの導入（2024年度～）
消費者意識の変化	リスク／機会	・環境と人権に配慮した資材・包材の採用による調達コストの増加 ・サーキュラーエコノミーを実現する努力を怠ることで、ブランドイメージが毀損（信頼性低下）	・環境と人権に配慮した資材・包材の積極的な採用による企業価値の向上 ・環境と消費者トレンド（消費者意識の変化）に配慮した製品開発による新市場の形成
	2023年度のアクション	・認証パーム油100%調達 ・石油由来のプラスチックの使用量（売上原単位）25%削減（2018年度比）	・使用する紙を100%環境に配慮した原材料にする ・紙・バイオプラスチック利用の推進 ・廃棄物リサイクル率98%以上を維持 ・食品廃棄物リサイクル率95%以上を維持 ・環境に配慮した商品開発の推進

項目	区分	物理的リスク	機会
平均気温の上昇	リスク／機会	・暑熱対策による原材料調達コストの増加 ・水資源の枯渇による酪農生産の停滞および生産ができないことによる売上減少と企業価値の毀損	・森林保全による水源涵養（かんよう）の拡大（生物多様性にも貢献） ・緑肥作物種子による作付面積の拡大
	2023年度のアクション	・生産拠点の用水使用量9%削減（2013年度比）（生産拠点の節水の取組み）	・緑肥作物種子による作付面積を20%拡大（2019年度比）
異常気象の頻発化と深刻化	リスク／機会	・自然災害による製造物流設備への影響 ・国内の食料需給の更なる減少と世界的なたんぱく質需給の崩壊	・自然災害を考慮した生産物流体制の再構築とBCP（事業継続計画）強化による強靭性の獲得 ・フードテックなど代替食品市場の拡大による持続可能な食の提供
	2023年度のアクション	・生産拠点の水リスクを確認し、事業継続のリスク評価を行う	・プラントベースフードなど代替食品の売上高を200億円以上とする ・BCP強化
酪農基盤	リスク／機会	・酪農生産の環境負荷（牛のゲップなど）に対する厳しい視線 ・国際的な生乳生産減少、コストアップ	・乳牛用配合飼料などの新製品開発と飼養管理技術の普及の取組み ・国内酪農生産基盤の強化（乳や乳製品の競争力・価値向上） ・輸入飼料に依存しない酪農経営の実現
	2023年度のアクション	・牛の腸管由来温室効果ガス削減の取組み（ゲップに含まれているメタンガス）	・自給飼料型酪農推進のため、雪印種苗の牧草・飼料作物種子による作付面積を3%拡大（2019年度比） ・酪農総合研究所シンポジウムの開催（酪農生産基盤の強化）

※ 企業が独自に自社の炭素価格を設定し、長期的な視野で脱炭素投資の意思決定、脱炭素レベルの平準化を推進する仕組み

事業インパクト評価表

	重要項目	雪印メグミルク（株）への影響	想定パラメータ	2030年影響度※ 1.5℃	2030年影響度※ 4℃	2050年影響度※ 1.5℃	2050年影響度※ 4℃
移行リスク	炭素価格	・炭素税の導入による製造・輸送コストおよび売上原価の増加	炭素税	中	—	大	—
	消費者意識の変化	・消費者の自然素材の利用や包装資材リサイクル、CO_2排出などへの関心 ・気候変動対策に積極的な企業の製品購入による売上高の増加・減少	脱プラ施策などによる影響額	小	—	中	—
物理的リスク	平均気温の上昇	・平均気温の上昇による水資源不足 ・暑熱対策による原材料調達コストの増加	生乳の生産量	小	小	中	中
			畜舎運営費用の増加	—	中	—	大
	異常気象の頻発化と深刻化（豪雨・洪水など）	・自然災害（豪雨・洪水など）による製造・物流設備への影響（操業中止・配送停止など）	集中豪雨の年間発生日数	—	—	—	小

※ 影響度「大・中・小」の定義（金額範囲）／大：50～30億円、中：30～10億円、小：10億円未満

リスク管理

気候変動リスクは、サステナビリティ推進部会で報告・協議したうえで、グループサステナビリティ委員会を通じ、進捗状況をグループ全体で共有しています。

指標と目標

抽出されたリスクに対し、KPIを設定して取り組むとともに、2023年度より新たなKPIを設定しました。

主なKPIの進捗状況

項目	KPI	2021年度	2022年度	2023年度
炭素価格	CO_2排出量※1 目標 2030年度：50%削減（2013年度比）	18.4%	23.5%	26.9%
消費者意識の変化	石油由来のプラスチックの使用量（売上原単位） 目標 2030年度：25%削減（2018年度比）	2.5%	5.3%	12.2%
	使用する紙を環境に配慮した原材料に変更 目標 2025年度：100%使用	87.1%	97.7%	99.0%
	認証パーム油 目標 2026年度：100%調達	20.4%	14.5%	54.4%
	機能付加商品の売上高 目標 2030年度：1,000億円以上	※2	※2	581億円
平均気温の上昇	生産拠点の用水使用量 目標 2030年度：9%削減（2013年度比）	8.2%	7.6%	10.5%
	緑肥作物種子による作付面積拡大 目標 2030年度：20%拡大（2019年度比）	※2	※2	3.9%
異常気象の頻発化と深刻化（豪雨・洪水など）	水リスクを確認し、事業継続のリスク評価を実施（毎年）	アキダクト※3によるリスク評価を実施	アキダクトに加え、独自評価の実施と排水・洪水対策を実施	アキダクトに加え、独自評価の実施と排水・洪水対策を実施
	プラントベースフードなど代替食品の売上高 目標 2030年度：200億円以上	※2	※2	0.2億円
酪農基盤	牧草・飼料作物種子による作付面積拡大 目標 2030年度：3%拡大（2019年度比）	0.2%増加	3.7%増加	3.7%減少
	日本酪農青年研究連盟と酪農総合研究所の活動により、持続的酪農経営を行うための経営管理・技術的支援を実施	250名超が参加	260名超が参加	320名超が参加

※1 スコープ1＋スコープ2　※2 2023年度から設定したKPI　※3 世界資源研究所が開発した水リスク評価ツールのこと

カーボンニュートラルの取組み

❶ 雪印メグミルクグループ全体のCO_2排出量削減率の推移

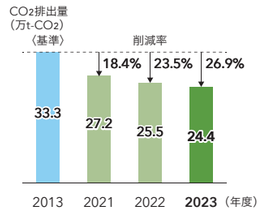
雪印メグミルクグループは、2030年度CO_2排出量50%削減（2013年度比）の達成を目指しています。なお、2021年度CO_2排出量より、第三者による検証を実施しています。

CO_2排出量削減率

（年度）

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2030
目標値※（%）		22.3		30.8		35.0	50.0
実績値（%）	18.4	23.5	26.9	—	—	—	—

※ 2022年度、2024年度、2026年度の数値はSSL（サステナビリティ・リンク・ローン）で設定したSPT（Sustainability Performance Targets）



❷ 太陽光発電設備導入の取組み

雪印メグミルク（株）では、太陽光発電設備の設置を進め、2024年5月から京都工場（340MWh/年）で、同年7月から阿見工場（1,323MWh/年）で稼動を開始しました。これにより、合計約691t-CO_2/年のCO_2排出量を削減することができます。今後更に大樹工場、磯分内工場、野田工場、豊橋工場での導入を検討しています。

❸ メタン発酵設備と水素エネルギーの利活用

2023年5月より、雪印メグミルク（株）大樹工場でホエイ※と残さをエネルギーとして有効利用するメタン発酵設備の稼動を開始し、現在100%負荷運転に向けて設備の調整を実施しています。この設備の稼動により約8,400t-CO_2/年の排出量削減を見込んでいます。幌延工場では、水素エネルギーの利活用によるCO_2排出量削減の取組みを発表しました。幌延工場近隣（豊富温泉）から産出する未利用ガスから創出された水素と、既存ボイラ燃料であるLNG（液化天然ガス）を混焼させるボイラ設備を導入し、2025年下期から実証実験を行います。

メタン発酵設備（大樹工場）

※ チーズを製造する際の副産物

サーキュラーエコノミーの取組み

❶ 石油由来プラスチックの削減に向けて

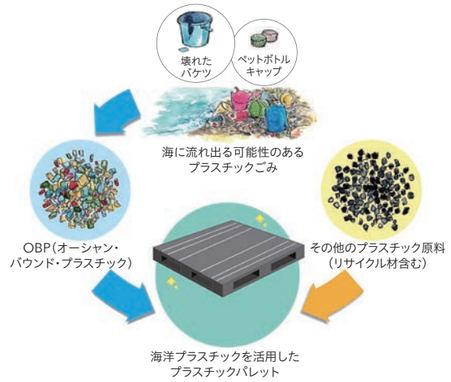
KPI進捗状況

	2021年度	2022年度	2023年度	目標
削減率（売上原単位）（2018年度比）	2.5%	5.3%	12.2%	25.0%

バイオマスプラスチックを配合した容器の導入や、ヨーグルト容器の紙化に向けて検討中です。また、4月から東京都、神奈川県、千葉県、福岡県などの学校給食用牛乳でストローレス容器を導入し、2023年度実績では約24tの石油由来プラスチックを削減できました。リデュースの施策として、容器包装に使用されているプラスチック製キャップの薄肉軽量化などにも取り組みました。

❷ 海洋プラスチック配合パレットの導入

雪印メグミルク（株）では、製品の輸送や保管に用いる荷役台として、海洋プラスチック（OBP：オーシャン・バウンド・プラスチック）を配合したパレットを導入しました。海洋プラスチックを配合したパレットを採用することにより、更なるプラスチック資源循環を図ります。2024年度は約6,000枚を導入する予定です。



生物多様性保全に向けた取組み

2021年に改正した「雪印メグミルクグループ 環境方針」では、「事業活動において資源を持続可能な形で利用することで、生物の多様性を保全し、未来の社会づくりに貢献すること」を追加しました。地球上の生物は互いに関係性を結びながら、森林や河川など、その土地ごとに生態系を構成し、私たちの生活はその働きに支えられています。雪印メグミルク（株）の工場では水資源を大量に使用していることから、2030年度までに生産拠点の用水使用量を2013年度比9%削減するKPIを定めました。2022年度からは対象範囲を雪印メグミルクグループに拡大し、節水の取組みを進めています。

❶ TNFDへの取組み

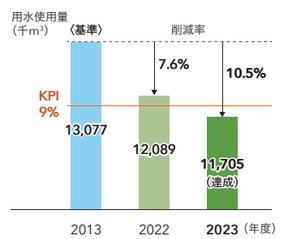
WEB TNFDへの取組み ▶ https://www.meg-snow.com/csr/pdf/tnfd_240822.pdf

初期的な開示では、雪印メグミルク（株）を中心にバリューチェーン全体における自然への依存とインパクトについてENCORE※を活用して評価し、また、雪印メグミルク（株）工場の直接地域周辺における自然の評価としてロケーション分析を実施し、自然関連のリスクと機会について認識しました。これらのリスクは、中長期的には雪印メグミルクグループの事業に影響を及ぼす可能性があるため、今後、より深い分析と対応策を検討していきます。なお、2024年8月に開示した内容は、上記のURLとなります。

※ 企業の業務が生物多様性にどのような影響を及ぼすか、またその影響が企業自身にどのようなリスクや機会をもたらすかを評価し、その影響を管理するためのツール「Exploring Natural Capital Opportunities, Risks and Exposure」の略

❷ 用水使用量削減の取組み

生産拠点の用水使用量について、2030年度に2013年度比9%削減とするKPIを定め、節水施策を実施しています。雪印メグミルク（株）海老名工場では、2023年5月からろ過器逆洗水回収設備※が稼動しました（2.6万㎥/年の削減効果）。また、工場で用水使用量削減などの取組みを順次実施し、2023年度の用水使用量は11,705千㎥/年となり、KPIを達成する進捗となりました。



※ ろ過器の水洗いで使った水を回収する設備

❸ 森林保全による水の涵養（かんよう）の取組み

雪印メグミルク（株）は、2014年度より植林などの森林保全やカーボン・オフセット制度の活用を通じ、森林保護に取り組んできました。川越工場では、2023年度より利根川の源流域における森林保全プロジェクト（日本製紙木材（株）群馬・須田貝社有林間伐促進プロジェクト）において創出されたクレジットの活用を開始しています。更に2024年度からは、雪印メグミルク（株）本社（日本製紙（株）富士・北山社有林間伐促進プロジェクト）と福岡工場（福岡市営林間伐促進型プロジェクト）へ拡大していきます。今後も森林保全の取組み範囲を拡大し、全社での森林保全活動を推進していきます。

「日本製紙（株）富士・北山社有林間伐促進プロジェクトに関わるJ-クレジット」の森林

取組み内容	対象場所	開始年度	対象面積※（ha）
北海道「道有林オフセット・クレジット」	酪農と乳の歴史館	2014	6
北海道中標津町「中標津町町有林J-クレジット」	なかしべつ工場	2017	2
神奈川県「森林再生パートナー」ネーミングライツ森林「恵 megumi の森」	海老名工場	2022	3
「日本製紙木材（株） 群馬・須田貝社有林間伐促進プロジェクトに関わるJ-クレジット」	野田工場	2022	8
	川越工場	2023	8
福岡市「福岡市営林間伐促進型プロジェクトに関わるJ-クレジット」	福岡工場	2023	0.8
「日本製紙（株） 富士・北山社有林間伐促進プロジェクトに関わるJ-クレジット」	本社	2023	3
合計			30.8

※ 面積は雪印メグミルク（株）での算定値

サステナブルファイナンスの取組み

WEB サステナブルファイナンス ▶ https://www.meg-snow.com/csr/finance/

❶ サステナビリティ・リンク・ローンSPTの進捗状況

2022年3月実施のサステナビリティ・リンク・ローンでは、雪印メグミルクグループのKPIである「2030年度CO_2排出量50%削減（2013年度比）」をサステナビリティ・パフォーマンス・ターゲット（SPT）に設定しています。このSPTを基に借入期間中のCO_2排出量削減率について目標値を定めており、2022年度はその目標を達成しました。

❷ グリーンボンドレポーティング

2022年12月実施のグリーンボンドでは、調達資金の充当状況、対象プロジェクトの概要や環境効果に関する指標などを、年次で雪印メグミルク（株）Webサイトに開示しています。

対象プロジェクト

適格プロジェクト	環境改善効果	対応する重要課題（マテリアリティ）のKPI
● ホエイやホエイの有用成分回収工程で発生する副産物のバイオマスをメタンガス化する設備の導入	CO_2削減量（t-CO_2）	環境負荷の低減： 2030年度までに、CO_2排出量を50%削減（2013年度比）
● 排水処理設備 能力増強更新（大樹工場） ● 排水処理設備 能力増強更新（磯分内工場） ● 汚泥減容化設備 導入（野田工場） ● 汚泥乾燥設備 導入（大樹工場）	汚泥の削減量（t）	環境負荷の低減： 2030年度までに、廃棄物排出量を30%削減（2013年度比）

人と社会

多様性の推進と人権の尊重

雪印メグミルクグループでは、「グループ人材育成方針」を定めて人的資本経営を推進し、「雪印メグミルクグループ 人権方針」のもと、人権尊重の取組みを実践しています。

重要課題（マテリアリティ）	重点取組みテーマ	達成年度	KPI	実績（年度） 2021	2022	2023	対象範囲	関連するSDGs
多様性の推進と人権の尊重	人材の多様化と人材育成	2025	女性経営職（管理職）比率10%以上	5.0	6.1	7.2	A	
	ワーク・ライフ・バランスの実現と労働生産性の向上	毎年	健康経営優良法人制度認定を取得	取得	取得	取得	A	
	人権の尊重	毎年	「雪印メグミルクグループ 人権方針」に基づき人権デュー・ディリジェンスや啓発活動を行い、事業活動における人権リスクの特定・防止・軽減を図る	実績（2023年度） ● 工場およびグループ会社の外国人労働者に対して対面インタビュー（内部による確認）を行った ● 当社グループの外国人労働者向けグリーバンスメカニズム※を設置した			A	

〈対象範囲〉A 雪印メグミルク

※ 人権侵害の懸念がある場合に救済を求めることができる仕組み

人的資本経営の基本的な考え方

当社グループ人的資本経営のイメージ

雪印メグミルク バリュー

主体性
自分から動き出そう。
私が実現したい未来のために。

チャレンジ
チャレンジを楽しもう。
なりたい私の未来のために。

チームワーク
チカラを重ねよう。
私たちみんなの未来のために。

グループ中期経営計画2025

激変期の今、求められるもの

できない理由を探す文化から
できる理由を探し行動する文化へ

＋スピード

「雪印メグミルク バリュー」に
「スピード」を＋して取り組む

「食の持続性」の実現に貢献できる人材の確保・育成と活躍

中期人材戦略

グループ人材育成方針

グループ企業理念／存在意義・志

当社グループでは、「人材」が最大の経営資本であると考えています。変化が激しく、先行きが不透明な世界で、グループ企業理念、存在意義・志を強く意識しながら、「食の持続性」の実現に貢献するためには、その源泉となる付加価値を生み出す「人材」の確保・育成と活躍が不可欠です。具体的には、「主体性・チャレンジ・チームワーク」で構成される「雪印メグミルク バリュー」に「スピード」を加え、これらの共通の価値観に対する強い意識を持つ人材育成に努めます。

人材の確保・育成に向けて、当社グループでは「グループ人材育成方針」を定め、グループ全体の人材育成の拠り所としています。具体的な人材育成施策の推進については、「中期人材戦略」として、「働き方改革の推進による労働生産性の向上」「多様性（ダイバーシティ＆インクルージョン）の推進による付加価値創出」「経営戦略を実現する人材確保・配置と育成」「従業員のワークエンゲージメントの向上」の4つに取り組んでいます。

中期人材戦略の4つの施策

❶ 働き方改革の推進による労働生産性の向上

企業価値向上への貢献　安定的なマンパワーの確保、生産性の向上、人材リスクの低減

社会価値の創出　雇用の確保・増大、豊かな社会づくりへの貢献

あたらしい働き方の提供

2018年度に全社展開した在宅勤務制度は、「どんな時間でも、どんな場所でも、どんな組織でも、そしてどんな人でも、生き生きと働ける」ことをテーマに、これまで拡充に努めてきました。リモートワーク社会の到来を見据えて「雪印メグミルクリモートワークマネジメント（YMR）」としてルールづくりにも取り組みました。コロナ禍で定着したリモートワークは、その収束後も引き続き活用しており、生産性の向上と多様な働き方の定着にも貢献しています。雪印メグミルクグループでは今後も、時代に即した「あたらしい働き方」を追求し、企業価値と従業員満足の向上をともに実現のうえ、多様性あふれる働き方の実現に向けて、従業員が働き方を自分で選べる幅を拡げていく考えです。

労働環境の整備とヘルスケア

雪印メグミルク（株）では、労働災害の未然防止や労働環境整備のために、各事業所において、安全衛生目標に基づく管理と職場の業態に合わせた安全衛生教育を徹底しています。災害発生時には、速やかに災害情報を全社に共有し、類似災害の防止に取り組んでいます。

また、従業員の身体面の健康のみならずメンタルヘルスにも配慮し、これらの問題の予防および改善のための啓発・面談指導を行っています。心身の不調による休務からの職場復帰支援プログラムも用意しています。

❷ 多様性（ダイバーシティ&インクルージョン）の推進による付加価値創出

企業価値向上への貢献　イノベーションの創出、生産性の向上、人材価値の向上

社会価値の創出　人権の尊重、公平な社会実現への貢献

ダイバーシティ&インクルージョンの推進

当社グループでは、年齢（若手・中堅・シニア）、性別（男性・女性）、国籍、経歴（新卒・キャリア・ジョブリターン）、障がいの有無など、様々な背景を持つ人材がそれぞれの個性を認め、尊重し、互いの能力を発揮することで、相乗効果と付加価値を生み出せる職場環境を目指します。具体的には、女性活躍推進の強化をはじめとした、多様性確保への理解浸透を図り、施策を展開しています。2023年度から人事担当役員、サステナビリティ担当役員を責任者とし、各部門の実務担当者で構成する「D&Iプロジェクト」を発足しました。また、LGBTQ+やアンコンシャスバイアスへの理解促進を目的とした社内フォーラムの開催、eラーニングの実施なども継続的に行っており、多様な人材が活躍する実効性のある仕組みづくりを加速しています。

D&I推進プロジェクト会議

女性活躍推進の取組み

雪印メグミルク（株）では、2015年12月の「女性活躍宣言」以来、「女性活躍」を多様性の中核と位置づけ、企業戦略として推進しています。食品市場の主役である女性消費者の年齢や、ライフステージに応じて変化する多様なニーズや価値観に迅速に対応するために、様々な業務で活躍できるよう取り組んでいます。雪印メグミルク（株）の本社組織の32部署中84%に女性が配属されています。また、消費者ニーズをいち早く把握し、事業への展開が求められるマーケティング部では、所属人員全体の62%を女性従業員が占めています。女性経営職（管理職）比率は、2015年度の2.5%から2024年4月には7.8%まで増え、引き続き2025年度末の10%以上を目標に取り組んでいます。具体的には、女性リーダーの育成やキャリアアップに向けた社内外におけるキャリア開発プログラムの展開や、育成プランの策定に取り組んでいます。

育児・介護の両立支援

育児に関しては男性従業員（正規雇用社員、非正規雇用社員を含む）の育児休業取得促進を目的にした「産後パートナー休暇（有給）」制度や、男女を問わず育児休職開始時10日間を有給とする制度（正規雇用社員）を導入しました。2023年度、男性育児休業取得率は112.6%※、男性育児休業取得日数は25.2日となりました。更に、育児休務からの復職者の早期戦力化を目的とした「育児休務者両立支援プログラム」も導入しており、休職期間中の上司とのコミュニケーションを可能とする体制づくりも始めています。育児休務から復職した従業員に対しては、「みらいカフェ」を開催し、スムーズな復職のための仕組みづくりにも工夫を凝らしています。また、介護については、介護保険や施設、認知症などの情報を提供するセミナーを開催、介護休暇利用者は徐々に増加しています。

※ 2022年度に子が生まれたものの、同年度には育児休業を取得せず、2023年度に育児休業を取得した従業員が含まれるため、育児休業取得率が100%を超過

（年度）	2019	2020	2021	2022	2023
介護休暇利用者数（名）	57	35	36	45	55

❸ 経営戦略を実現する人材確保・配置と育成

企業価値向上への貢献　成長力の強化、収益力の強化、経営の持続力向上

社会価値の創出　安定雇用の確保・拡大、「食の持続性」に貢献する人材の拡大

キャリア支援

当社グループでは、従業員一人ひとりが生き生きと働き、自らキャリアを描いていくことこそが企業成長の源泉であるとの考えから、「セルフ・キャリアドック」として、一定の年齢の従業員に対し、キャリアの振り返り、今後のビジョンとアクションプランの作成を促しています。また、年齢に関わらず、自己のキャリアを見直す機会として、公募形式で参加者を募りワークショップを実施しています。更に、従業員が自分のキャリアの相談をするため、「キャリア面談」制度を設けています。従業員はこの制度を利用して、希望した時に直属の上司と今後のキャリア形成について相談することができるほか、上司とは別に、随時受け付けているキャリアコンサルタント（人事部所属の有資格者）による「キャリアサポーター面談」を受けることも可能です。

活躍機会の提供

若年層からベテラン従業員まで、やる気と熱意を持った従業員に対しては、社内公募やキャリアチャレンジ制度、大型プロジェクトへの参画、グループ会社への派遣などを通じて、能力開発と活躍の機会を提供しています。

次世代リーダー（経営層候補）の育成

当社グループでは、グループ経営の次世代を担うリーダーを育成しています。具体的には、次の経営層候補である所属長を対象に選抜型リーダーシップ開発研修と役員研修をつなぐプログラムを、2023年度より導入しています。

（年度）	2021	2022	2023
1人当たりの年間研修費用（千円）	19	20	42

❹ 従業員のワークエンゲージメントの向上

企業価値向上への貢献	成長力の強化、組織力の強化、イノベーションの創出
社会価値の創出	従業員のウェルビーイングの実現、社会を支えうる健康な人材の増加

雪印メグミルク健康宣言

雪印メグミルク（株）では、食の楽しさや健康をお届けし、食の未来を創造する企業として、従業員が心身ともに健康であることを尊び、健康の維持・増進に向け、自ら行動することが重要と考えています。そのため、2021年に「雪印メグミルク健康宣言」を掲げ、以下の取組みを推進し支援しています。

1. 生活習慣病の未然予防を目的に、セルフケア知識の提供や、健康相談・保健指導を実施し、健康増進に向けた取組みを推進します。
2. 従業員全員を対象に、ストレスチェックを実施し、メンタルヘルスに関わるケアおよび予防支援の取組みを推進します。
3. 従業員の健康確保に向けた働き方の取組みを推進します。また、従業員の健康維持・増進のため、全社で生活習慣改善にチャレンジする取組みである「健活チャレンジ」を実施しています。生活習慣病リスク保有者数の減少と従業員の生産性の向上により、従業員一人ひとりの健康を礎として、従業員の人生の充実と会社の持続的成長を目指しています。なお、2024年3月に日本健康会議より「健康経営優良法人2024」の認定を受けています。

エンゲージメント調査と施策への反映

従業員がエンゲージメントを高め、「雪印メグミルク バリュー」を実践することは、従業員一人ひとりが働きがいを感じながら成長し、雪印メグミルクグループが持続的に成長することにつながると考えています。2023年度のエンゲージメント調査では、雪印メグミルク（株）の強みとして「ワークライフバランスが実現しやすい」「困難時に職場メンバーとの連携がとれる」などが挙げられる一方、弱みとして「ミッション・ビジョンへの共感性が低い」「挑戦しにくい風土である」が挙げられました。この結果から、経営と従業員、上司と部下をはじめとする社内の対話不足を推察し、2024年度より各所属長が自部署のエンゲージメント向上に向けたアクションプランを作成し、取り組んでいます。

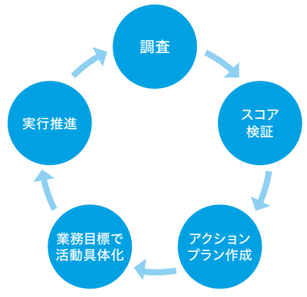
人事諸制度の見直し

労働市場や働く人の意識などの変化に応じて、役割、発揮能力、行動、専門性に報いる人事制度に見直し、若年層からベテラン従業員まで「雪印メグミルク バリュー」を実践する多様な人材の働きがい（働きやすさ＋仕事のやりがい）や、成長につなげています。

スキルマップの活用

雪印メグミルク（株）の工場では、職場ごとに作業手順などのマニュアルをもとに、従業員のスキルを評価するスキルマップを作成しています。スキルマップの導入により、従業員の業務遂行能力の見える化が実現し、職場の人材育成、職場全体のスキルレベルの向上、職場間異動などにも活用されるようになりました。また、従業員にとっても自分のスキルレベルを把握しやすくなり、新たなスキル習得にチャレンジして、自発的な成長やモチベーションの喚起につなげることが可能となっています。

エンゲージメント向上の取組み



所属長	エンゲージメント向上のためのアクションプランを作成し推進する
経営職	業務目標に、エンゲージメント向上に関する具体的な目標を設定し実行する
人事部	● 第1回調査：2023年7月 ● 第2回調査：2024年7月 ● 第3回調査：2025年1月（予定） ※ 2024年5月、経営職同士の情報交換ワークショップを実施

人権尊重の取組み

事業活動を進めていくうえで直接または間接的に影響を与える、あらゆる人々の人権を尊重するため、雪印メグミルクグループの事業活動およびサプライチェーン上において人権デュー・ディリジェンス※による人権尊重の取組みを行っています。

※ 事業活動によるサプライチェーン上の「人権への負の影響」を防止・軽減するための取組み、その情報開示を行うこと

人権分科会

人事部、生産部、酪農部、資材調達部、海外事業本部、関係会社統括部、ロジスティクス部、サステナビリティ推進部が参画し、月に1回開催しています。当社グループにおける人権尊重の取組みについて検討し、推進しています。優先的に取り組む人権リスクに対する人権デュー・ディリジェンスとして、人権影響評価の実施、海外現地法人へのセルフアセスメント質問票（SAQ調査）、グリーバンスメカニズム※の導入など、「2030年ロードマップ」に基づき進めています。

※ 人権侵害の懸念がある場合に救済を求めることができる仕組み

外国人労働者へのインタビュー

人権分科会では、在留資格が「特定技能・技能実習」の外国人労働者が在籍する当社グループ内事業所を順次訪問し、働きやすさや生活面について直接インタビューを行っています。これは、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」で推奨されている外部の専門家による人権デュー・ディリジェンスを補完するものとして、より多くの外国人労働者へきめ細やかに人権上の配慮を行うために始めたものです。2023年度は、4事業所26名の外国人労働者と直接対話を行い、人権上の問題は見られないことを確認しました。

外国人労働者へのインタビュー（京都工場）

インタビュー実施状況

事業所	対象者の国籍	人数	インタビュアー	実施時期
雪印メグミルク（株）京都工場	インドネシア	4人	資材調達部	2023年11月
雪印メグミルク（株）大樹工場	インドネシア	16人	酪農部	2024年1月
直販配送（株）東浦和センター	中国	2人	海外事業本部	2024年2月
八ヶ岳乳業（株）小淵沢工場	ベトナム	4人	人事部	2024年3月

外国人労働者向けグリーバンスメカニズムの設置

2023年11月、当社グループ内で雇用する外国人労働者向けの窓口を設けました。社内通報相談窓口「雪印メグホットライン」にインドネシア語・ベトナム語・中国語・タイ語での相談に対応できる機能を導入し、当社グループ内の外国人労働者約70名に案内しました。

外国人労働者向けの案内（インドネシア語版）

人と社会

地域社会への貢献

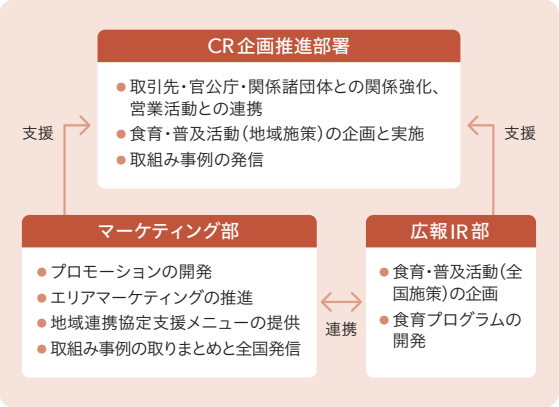
地域との連携を強化し、人々が暮らす地域社会と雪印メグミルクグループの持続的な発展につなげていきます。

重要課題（マテリアリティ）	重点取組みテーマ	達成年度	KPI	実績（2023年度）	対象範囲	関連するSDGs
地域社会への貢献	地域社会とのパートナーシップ	毎年	地域と連携し、社会課題解決に貢献する	● 茨城県産農産物と雪印メグミルク（株）の乳製品の普及拡大、茨城県「減塩普及事業」への参画など、茨城県との地域連携に取り組んだ ● 中部地区の健康課題解決に向け、心筋梗塞予防に有効なEPAの豊富な魚と乳製品を使ったメニューを開発し、地元量販店の店頭で紹介した	A	3 4 8 11 17

〈対象範囲〉A 雪印メグミルク

エリアマーケティングを通じた社会課題解決

雪印メグミルク（株）は、2024年度の組織改正で6地域の支社・支店にCR（カスタマーリレーションシップ）企画推進部署を設置しました。地域密着型活動を牽引する企画の立案と営業活動支援を行い、更なるエリアマーケティングの強化を図ります。マーケティング部と広報IR部の支援を得て、自治体や取引先などと協業・連携を深め、地域に根差した活動を組織全体で進めることで地域の社会課題解決を図ります。



地域との連携

WEB 地域社会とのパートナーシップ ▶ https://www.meg-snow.com/csr/link/

連携先	連携内容	開始時期
北海道	包括連携協定	2007年10月
札幌市	さっぽろまちづくりパートナー協定	2012年 3月
独立行政法人 都市再生機構（UR都市機構）	地域連携・協力に関する協定（西日本エリアのUR賃貸住宅団地およびその周辺地域）	2020年 3月
札幌市	さっぽろウェルネスパートナー協定	2023年 8月
愛知県長久手市	市民の健康づくりの推進	2023年10月
愛知県豊川市	地域創生に関する包括連携協定	2024年 2月
富山県	健康づくりに関する連携協定	2024年 3月

量販店店頭での取組み

雪印メグミルク（株）は、中部地区の自治体と健康づくりに関する覚書を結び、健康課題である若年層の心筋梗塞増加に対して取り組みました。心筋梗塞予防に有効なEPAの豊富な魚と乳製品を使ったメニューを開発し、量販店の店頭で雪印メグミルク（株）の乳製品とともに紹介しました。この取組みは自治体や量販店から高く評価されました。今後もメニュー提案を中心に、地域との連携強化を図る予定です。その他、北陸地区ではフレイル予防のイベントに出展し、骨の健康度チェックを実施するなど、住民の方々の骨の健康に寄与する取組みを推進しています。関東地区では、地産農産物と乳製品を使用し、野菜やカルシウム摂取にも寄与するメニューを店頭で紹介しました。

乳製品と魚の関連販売の様子

乳製品と魚のメニューリーフレット