

平成 23 年 11 月 4 日

各 位

雪印メグミルク株式会社
代表取締役社長 中野吉晴

平成 24 年 3 月期第 2 四半期 決算短信発表にあたり

雪印メグミルク株式会社は、平成 23 年 4 月 1 日に、日本ミルクコミュニティ株式会社および雪印乳業株式会社と合併致しました。東日本大震災の影響もありましたが、大きな混乱もなく、本日の決算発表を迎えることができました。厚く御礼申し上げます。

わが国経済は、景気の持ち直し傾向がみられるものの震災により依然として厳しい環境にあります。

食品業界においては、消費者マインドの低下に歯止めがかかり、個人消費もおおむね横ばいとなっていますが、酪農乳業界では、生乳需給の逼迫や原材料の高騰等があり、引き続き厳しい状況にあります。

このような経営環境の中、当社は、商品の安定供給に向けて、震災の影響から早期復旧に努めるとともに、「雪印メグミルクグループ中期経営計画（平成 21 年度～平成 25 年度）」に掲げた「乳飲料」「ヨーグルト」「デザート」「ナチュラルチーズ」の 4 つのカテゴリーにおける「カテゴリー No.1 戦略」を強力に推進するため、新商品の開発および販売拡大、ならびに商品ブランドの強化に取り組みました。

その結果、売上高は 2,585 億円（前期比 99.6%）、営業利益は 82 億円（前期比 94.2%）となり、売上高は前年並みであったものの、減益となりました。

ただし、四半期ごとにみますと、第 1 四半期（4～6 月）は、震災の影響が大きく、売上高は 17 億円減少（前期比 98.7%）し、営業利益も 5 億円減少（前期比 87.5%）しましたが、第 2 四半期（7～9 月）の売上高は 7 億円増加（前期比 100.6%）し、営業利益も 0.1 億円増加（前期比 100.3%）となり、着実に回復してきています。

「カテゴリー No.1 戦略」においては、デザートは苦戦したものの、乳飲料、ヨーグルト、ナチュラルチーズの売上高は、前年を上回り、取り組みの成果がみられました。

今後も経営環境の厳しさは続くものと予想されますが、中期経営計画を着実に実行することにより、継続的な企業成長を実現していきます。「カテゴリーNo.1 戦略」においては、引き続き研究開発力を活かしたNB商品の強化・開発に取り組めます。一方、中期経営計画を推進する戦略的設備投資においては、昨年11月5日に公表しました茨城県稲敷郡阿見町の乳製品統合工場の建設について、震災を踏まえ再検討をした結果、着工予定を平成24年3月に、操業開始予定を平成26年度下期に延期致しました。また、海老名工場における基幹工場としての体制整備と「ナチュレ恵 megumi」の生産能力増強、ならびに大樹工場における「さけるチーズ」の新棟建設は既に着工し、事業強化に向けて生産基盤の構築を進めています。

雪印メグミルクグループは、食の責任を強く認識し、安全で安心していただける商品を提供し続けることを基本において、コーポレートスローガン「未来は、ミルクの中にある。」のもと、私たちの使命である「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」を果たし、ミルクの新しい価値を創造してまいります。今後とも皆様方のご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

以上