



未来は、ミルクの中にある。
雪印メグミルク

2018年 3月期

決算説明会

2018年5月10日

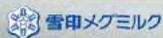
連結業績

(億円、%)

	2017年3月期	2018年3月期	増減額	前期比	予想比
売上高	5,879	5,961	+82	101.4	99.4
営業利益	187	193	+6	103.3	99.3
経常利益	202	209	+7	103.6	102.4
純利益※	129	133	+3	103.1	103.0

※親会社株主に帰属する当期純利益

- ▶ 乳製品：家飲み需要の継続でチーズの販売好調（増収増益）
- ▶ 市乳：カセリ菌SP株ヨーグルトの販売好調（減収増益）
- ▶ ニュートリション：機能性食品の売上拡大（増収）
- ▶ 飼料・種苗：配合飼料の販売価格の上昇等（増収増益）



2

【連結業績】

2018年3月期の連結業績は増収増益と
ほぼ当初予想通りの決算となりました。

主力のチーズやヨーグルトの販売が好調に推移し、
中期経営計画の初年度として、順調なスタートを切ることができました。

2017年度の重点取組み



乳製品

- ▶ 家庭用主力チーズの販売強化
様々なプロモーション展開による販売拡大
・ポーションチーズ（前期比109%）
・さけるチーズ（前期比104%）
- ▶ 原料乳価格の引き上げ等のコストアップ対応（価格改定）



市乳

- ▶ 機能性ヨーグルトの販売拡大によるプロダクトミックスの改善
ドリンクタイプヨーグルトの販売拡大（前期比112%）
小型プラボトルタイプの生産能力増強（京都工場稼働）

【2017年度の重点取組み】

乳製品事業は、家庭用主力チーズの販売強化に取り組みました。
また、昨年5月にバター、チーズの一部商品について
価格改定も実施いたしました。

市乳事業は、機能性ヨーグルトの販売拡大により
プロダクトミックスの改善に取り組みました。
その中心となる小型プラボトルタイプの更なる販売拡大に向け、
京都工場の新ラインを稼働させました。

連結業績予想				
(億円、%)				
■ 経営成績 ■	2018年3月期	2019年3月期	増減額	前期比
売上高	5,961	6,050	+88	101.5
営業利益	193	190	▲3	98.1
経常利益	209	200	▲9	95.3
純利益※	133	135	+1	100.9

※親会社株主に帰属する当期純利益

■ 配 当 ■			
普通配当	40円	連結配当性向	20.1%

雪印メグミルク 4

【連結業績予想】

2019年3月期の連結業績予想は、

売上高6,050億円、営業利益190億円、経常利益200億円、

親会社株主に帰属する当期純利益135億円を見込みました。

配当は、1株当たり40円を予定しています。

その結果、連結配当性向は、20.1%となる見込みです。

2018年度の重点取組み

収益基盤の複数化

キャッシュフローの最大化

チーズ・ヨーグルト等の販売拡大

プロダクトミックスの改善

価格改定・容量変更の実施

【2018年度の重点取組み】

2018年度は、原料乳価格や物流コスト、労務費などが上昇傾向にあるなど、経営環境に様々な変化がみられます。

計画達成に向けて、チーズ・ヨーグルトの販売拡大やプロダクトミックスの改善などの取組みに加え、価格改定・容量変更を実施するなど環境変化に適切に対応します。

これらにより、収益基盤の複数化、キャッシュフローの最大化を果たしていきます。

4つの事業分野



1. 乳製品事業分野

バター、油脂、
チーズ（国内・海外）



2. 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



3. ニュートリション事業分野

粉ミルク（国内・海外）、
機能性食品 など



4. 飼料・種苗事業分野

飼料、
種子（牧草・飼料作物・野菜）、
造園 など

【4つの事業分野】

4つの事業分野ごとに説明していきます。

乳製品事業分野（業績予想）



【乳製品セグメント】ニュートリション事業を含む

(億円、%)

	2018年3月期	2019年3月期	増減額	前期比
売上高	2,397	2,440	+42	101.8
営業利益	121	119	▲2	98.1

- ▶ 油脂：部分水素添加油脂不使用による商品改良を最大活用
- ▶ チーズ：価格改定とプロモーション強化等の販売対策

【乳製品事業分野（業績予想）】

乳製品事業分野を中心とする乳製品セグメントは、増収減益を見込んでいます。

油脂では、トランス脂肪酸を多く含む部分水素添加油脂不使用による商品改良を最大限に活用していきます。

チーズでは、価格改定とプロモーション強化の販売対策に取り組んでいきます。

乳製品事業分野（チーズ）①

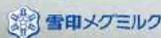


価格改定および容量変更の実施



- ▶ 価格改定：①プロセスチーズ群 35品（改定率：4.8～17.2%）
②ナチュラルチーズ群 24品（改定率：4.3～6.4%）
- ▶ 容量変更： ナチュラルチーズ 3品（変更率：-14.3%）

（価格改定：2018年5月1日出荷分より・容量変更：2018年5月1日以降順次切替）



8

【乳製品事業分野（チーズ）①】

5月1日よりコスト吸収策として実施しました価格改定および容量変更は、家庭用チーズのほぼ全品を対象としています。

原料乳価格の引き上げ分、物流コスト、労務費などコストアップ全体に対して、企業努力で吸収しきれない部分を価格に一部転嫁させていただきました。

乳製品事業分野（チーズ）②



【家庭用チーズの売上高および伸長率推移】



【乳製品事業分野（チーズ）②】

チーズ市場全体は、
 家飲み需要の継続や健康効果が注目されたこともあり、
 着実に伸びています。

取組みを推進し、2011年度比1.3倍の売上を目指していきます。

市乳事業分野（業績予想）



【飲料・デザート類セグメント】

(億円、%)

	2018年3月期	2019年3月期	増減額	前期比
売上高	2,754	2,800	+45	101.6
営業利益	47	49	+1	102.9

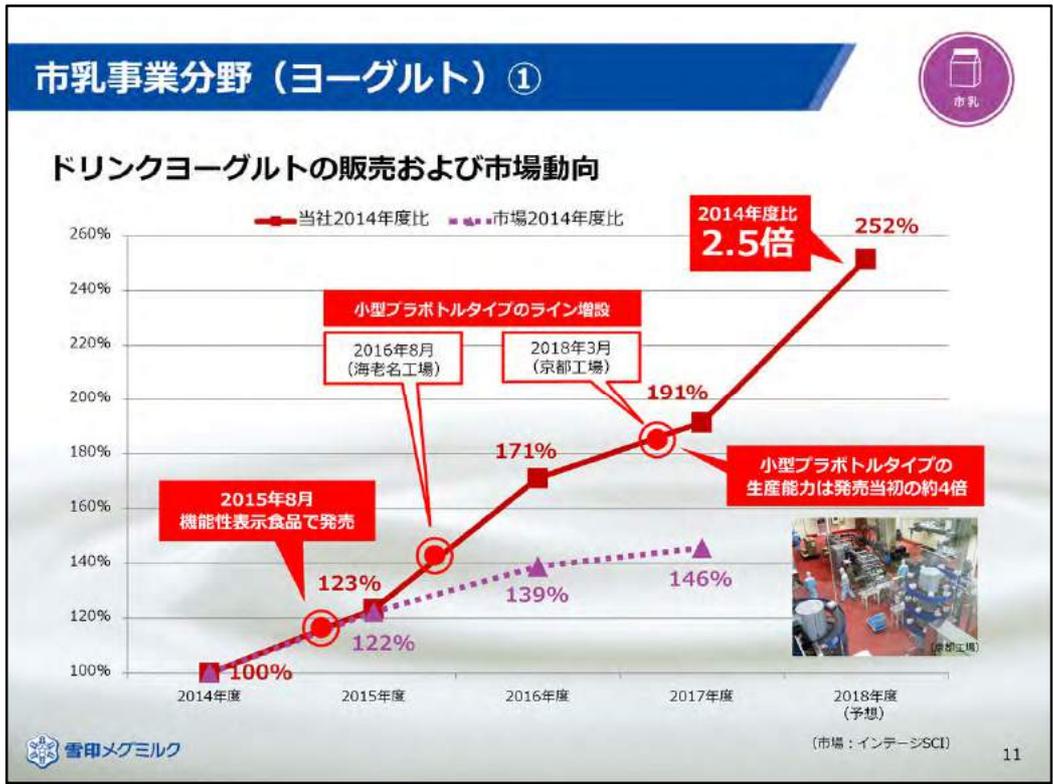
- ▶ ヨーグルト：ガセリ菌S P株ヨーグルトの販売拡大
- ▶ デザート：新デザートライン（ルナ物産）の活用

【市乳事業分野（業績予想）】

市乳事業に該当する飲料・デザート類セグメントにつきましては、増収増益を見込んでいます。

ヨーグルトでは、当社固有の乳酸菌「ガセリ菌S P株」の機能訴求に継続し、更なる販売拡大に取り組んでいきます。

デザートでは、資本提携したルナ物産様の工場に新設したデザートラインを最大限に活用し、販売拡大を目指していきます。



【市乳事業分野（ヨーグルト）①】

ガセリ菌 S P 株ヨーグルトの更なる販売拡大の取組みです。

ドリンクヨーグルトの当社売上は、市場を上回り、順調に拡大しています。なかでも、ガセリ菌 S P 株ヨーグルト小型プラボトルタイプの販売が好調に推移しています。

2015年度に機能性表示食品制度が導入され、強みであります商品の機能を訴求できるようになったことが大きく寄与したと考えています。

経営資源も積極的に投入し、生産能力を2016年8月に2倍に拡大させ、2018年3月に京都工場にラインを新設し、発売当初の4倍としました。

増強した設備を最大限に活用すべく、ラインナップの拡大や、ケース販売による売り場の拡充などプロモーション展開をしていきます。

市乳事業分野（ヨーグルト）②



ガセリ菌SP株ヨーグルト商品群5品で前期比**1.5倍**を目指す

機能性表示食品

“ガセリ菌SP株が内臓脂肪を減らす”



「ガセリ菌SP株」シリーズ5品の販売推移

ベリーミックス
新発売



特定保健用食品

“内臓脂肪を
減らすのを助ける”



雪印メグミルク

12

【市乳事業分野（ヨーグルト）②】

個食タイプについても、更なる販売拡大に向け、特定保健用食品（トクホ）として、今年3月にリニューアル発売しました。

新規購入者やリピーターを獲得し、商品回転率を上げていくため、前年度を大きく上回る積極的なマーケティング投資を実施します。

機能性表示食品を含めた「ガセリ菌SP株商品群5品」で、前期比1.5倍の売上を目指していきます。

引き続き、高付加価値商品の売上構成比を高めることで、市乳事業分野の収益構造の改善に取り組んでいきます。

市乳事業分野（ヨーグルト）③



【家庭用ヨーグルトの売上高および伸長率推移】

2011年度比
1.7倍



雪印メグミルク

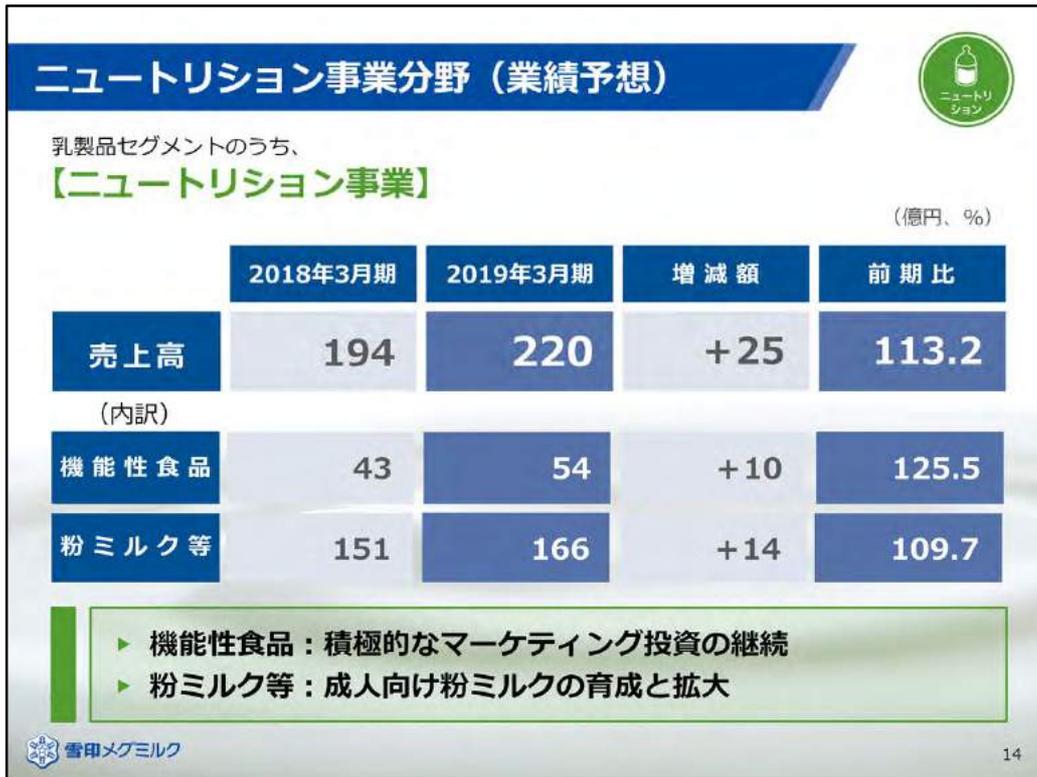
(市場：インテージSCI)

13

【市乳事業分野（ヨーグルト）③】

ヨーグルト市場全体の伸びは、ドリンクタイプをはじめとする機能性ヨーグルトを中心に伸長すると考えています。

中期経営計画の目標達成に向けて、販売拡大を加速させ、2011年度比1.7倍の売上を目指していきます。



【ニュートリション事業分野（業績予想）】

乳製品セグメントのうち、
 ニュートリション事業分野の売上高は、増収を見込んでいます。

内訳として、
 「毎日骨ケアMBP®」などの機能性食品で前期比125.5%、
 粉ミルク等で前期比109.7%を見込みました。

機能性食品では、前年度と同様に収益拡大に合わせて、
 積極的なマーケティング投資を実施し、
 将来の収益基盤となるよう、市場開拓を図っていきます。

飼料・種苗事業分野（業績予想）



【飼料・種苗セグメント】

(億円、%)

	2018年3月期	2019年3月期	増減額	前期比
売上高	447	440	▲7	98.4
営業利益	13	10	▲3	74.0

- ▶ 種苗事業：新研究棟の活用による商品開発の取組み
- ▶ 飼料事業：持続可能な酪農経営に貢献する総合提案型営業の推進

【飼料・種苗事業分野（業績予想）】

飼料・種苗事業分野の業績予想は、
配合飼料の競争激化、原価アップなどにより減収減益を見込んでいます。

種苗事業では、
昨年度に施工した新研究棟を活用した商品開発力により、
差別化した商品の提供に取り組んでいきます。

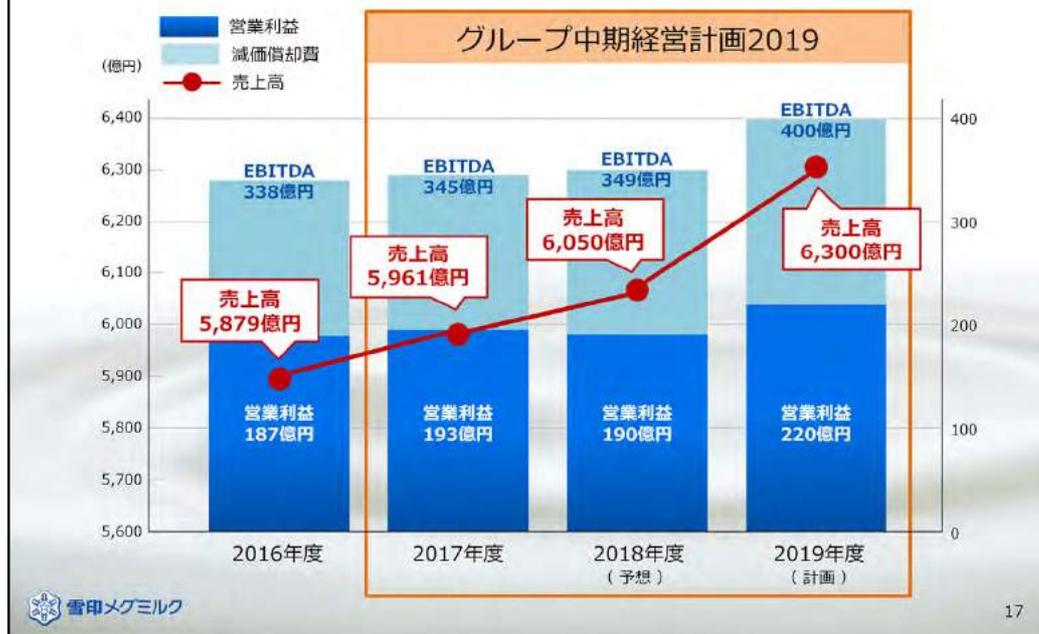
飼料事業では、
持続可能な酪農経営に貢献する総合提案型営業の推進に
取り組んでいきます。



【グループ長期ビジョン2026（ロードマップ）】

グループ中期経営計画2019の進捗について説明します。
 現在は、「グループ長期ビジョン2026」の第1ステージとして
 取組みを進めています。

中期経営計画の進捗



【中期経営計画の進捗】

中期経営計画の2年目にあたる当期は、環境変化へ十分な対応をとるとともに、当社グループの成長を加速させるための基盤作りを進めていきます。

2018年度をステップに2019年度は、先行投資してきましたニュートリション事業や海外事業を含め、これまでの取組みの成果、投資効果を一段と追求していくことで目標として掲げている連結営業利益220億円を達成いたします。

未来は、ミルクの中にある。



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。