



未来は、ミルクの中にある。

雪印メグミルク

2019年 3月期

決算説明会

2019年5月13日

本日の内容

2019年3月期 **連結業績結果**

2020年3月期 **連結業績予想**

2020年3月期 **重点取組み**

2019年3月期連結業績結果

(億円、%)

■ 経営成績 ■

	2018年3月期	2019年3月期	増減額	前期比	予想比
売上高	5,961	6,033	+72	101.2	100.4
営業利益	193	172	△21	89.0	98.5
経常利益	209	190	△19	90.6	100.1
純利益※	133	107	△26	80.3	102.4

※親会社株主に帰属する当期純利益

(予想は2019年2月7日決算短信発表時に公表したもの)

■ 配 当 ■

普通配当	40円	連結配当性向	25.2%
------	-----	--------	-------



Copyright © Megmilk Snow Brand Co., Ltd. All Rights Reserved.

2

2019年3月期連結業績結果 ～総括～

取組結果

- 家庭用チーズの価格改定の実施
- 機能性ヨーグルトと機能性食品の販売拡大
- 成長に向けた設備投資の実施

課題

- コストアップへの対応
原料乳価格の引上げ、物流コストなど



Copyright © Megmilk Snow Brand Co., Ltd. All Rights Reserved.

3

2020年3月期 取組み施策

環境変化への対応

- 市乳商品の価格改定の実施

事業ポートフォリオの変革

- 重点カテゴリーへの取組み強化による販売拡大
- 海外事業の拡大
- ニュートリション事業の拡大
- 生産体制の再構築

2020年3月期 連結業績予想

(億円、%)

■ 経営成績 ■	2019年3月期	2020年3月期	増減額	前期比
売上高	6,033	6,150	+116	101.9
営業利益	172	180	+7	104.5
経常利益	190	195	+4	102.6
純利益※	107	120	+12	111.6

※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	22.6%
------	-----	--------	-------

2020年3月期の事業別取組み



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



雪印メグミルク

Copyright © Megmilk Snow Brand Co., Ltd. All Rights Reserved.

6

事業別取組み ～2020年3月期業績予想（乳製品）～



2020年3月期 通期業績予想

【乳製品セグメント】 ニュートリション事業を含む

（億円、％）

	2019年3月期	2020年3月期	増減額	前期比
売上高	2,410	2,509	+99	104.1
営業利益	117	121	+4	102.9

- ▶ 家庭用チーズの主力商品の販売拡大
- ▶ チーズのボーダレス展開の推進



雪印メグミルク

Copyright © Megmilk Snow Brand Co., Ltd. All Rights Reserved.

7

事業別取組み ～2020年3月期の取組み（チーズ）～



▶ 家庭用チーズの主力品の販売拡大

6Pチーズ、カマンベール、
さけるチーズなどの販売拡大

→食べ方提案や
店頭プロモーションによる
販売の継続



スライスチーズ、
ベビーチーズなどの
販売強化

→増量キャンペーン、
新商品の導入による
販売強化



モッツアレラ入りベビーチーズ

事業別取組み ～チーズの伸長～



【 家庭用チーズの売上高および伸長率推移 】



事業別取組み ～2020年3月期の取組み（チーズ）～



▶ チーズのボーダレス展開の推進

雪印メグミルクインドネシア社
(MSBI) と
アダーデライツオーストラリア社
(UDA) の連結子会社化

雪印メグミルクインドネシア社
による第3国輸出



シンガポール・タイ
・マレーシア



Copyright © Megmilk Snow Brand Co., Ltd. All Rights Reserved.

10

事業別取組み ～2020年3月期業績予想（市乳）～



2020年3月期 通期業績予想

【飲料・デザート類セグメント】

(億円、%)

	2019年3月期	2020年3月期	増減額	前期比
売上高	2,797	2,809	+12	100.4
営業利益	31	39	+8	123.1

- ▶ 価格改定の実施
- ▶ ヨーグルト：ガセリ菌S P株ヨーグルト商品群の販売拡大
- ▶ デザート：個食デザートの強化



Copyright © Megmilk Snow Brand Co., Ltd. All Rights Reserved.

11

事業別取組み ～2020年3月期の取組み（市乳）～



▶ 価格改定の実施



<対象商品>

市販用：牛乳類、乳飲料、ヨーグルト、デザート …… 64品

宅配用：牛乳類、乳飲料 …… 15品

<改定内容>

市販用：メーカー希望小売価格 ……（改定率：2.2～6.1%）

宅配用：メーカー出荷価格 ……（改定率：1.7～4.0%）



Copyright © Megmilk Snow Brand Co.,Ltd. All Rights Reserved.

12

事業別取組み ～2020年3月期の取組み（市乳）～



▶ ガセリ菌SP株ヨーグルト商品群の販売拡大

新商品の投入とターゲットを意識した
新しいコミュニケーション売場の連動



新CM投入



香川照之さんを起用

売場で連動



▶ 個食デザートの強化

商品力の強化



Copyright © Megmilk Snow Brand Co.,Ltd. All Rights Reserved.

13

事業別取組み ～ヨーグルトの伸長～



【 家庭用ヨーグルトの売上高および伸長率推移 】



(市場：インテージSCI)

事業別取組み ～2020年3月期の取組み（市乳）～



▶ 名古屋工場と豊橋工場の統合による生産体制の効率化

生産体制構築による競争基盤の確保

経営資源
の集中

+

高い
生産性の
実現

当社市乳事業の効率的な生産体制の構築



豊橋工場外観

事業別取組み ～2020年3月期業績予想（ニュートリション）～



2020年3月期 通期業績予想

【ニュートリション事業分野】

(億円、%)

	2019年3月期	2020年3月期	増減額	前期比
売上高	194	201	+7	103.3
(内訳)				
機能性食品	47	53	+6	111.0
粉ミルク等	146	148	+2	100.8

- ▶ 機能性食品：シニア向けロコモ※市場での販売拡大と利益貢献
- ▶ 粉ミルク等：母乳研究を活かした商品力強化

※「ロコモティブシンドローム」(略称：ロコモ)：運動器の障害により、歩行や日常生活に支障のある状態。



雪印メグミルク

Copyright © Megmilk Snow Brand Co., Ltd. All Rights Reserved.

16

事業別取組み ～2020年3月期の取組み（ニュートリション）～



▶ シニア向けロコモ市場での販売拡大

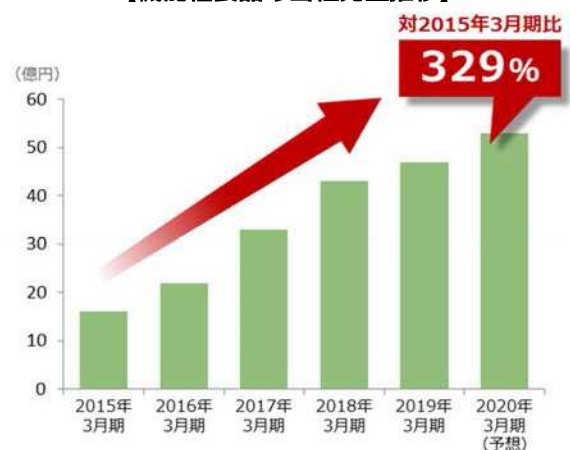
ラインナップを強化したロコモ（骨・筋肉・関節）
関連商品での販売拡大

子会社化した
ベルネージュダイレクトとの
連携強化

→プロモーション・CRM・
フルフィルメントの効率化をはかる



【機能性食品の当社売上推移】



雪印メグミルク

Copyright © Megmilk Snow Brand Co., Ltd. All Rights Reserved.

17

事業別取組み ～2020年3月期業績予想（飼料・種苗）～



2020年3月期 通期業績予想

【飼料・種苗セグメント】

(億円、%)

	2019年3月期	2020年3月期	増減額	前期比
売上高	460	452	△8	98.2
営業利益	11	9	△2	77.3

- ▶ 飼料事業：総合提案型営業と効率化による収益力強化
- ▶ 種苗事業：自社開発商品による販売拡大



Copyright © Megmilk Snow Brand Co., Ltd. All Rights Reserved.

18

事業別取組み ～2020年3月期の取組み（飼料・種苗）～



▶ 酪農・畜産分野における生産性改革の取組み

ホクレンくみあい飼料株式会社と雪印種苗株式会社による
合併会社設立と新工場建設

合併によるスケールメリットと
最新鋭の製造設備の活用

老朽化
対応

+

生産性
改革



Copyright © Megmilk Snow Brand Co., Ltd. All Rights Reserved.

19

持続的成長に向けた取組み

CSR領域	CSR重要課題 (マテリアリティ)	対象SDGs
食と健康	乳（ミルク）による食と健康への貢献	    
酪農	持続可能な酪農への貢献	    
環境	環境負荷の低減	     
人と社会	多様な人材が活躍できる職場の実現	    
	地域社会への貢献	    

長期ビジョンに向けて

中期経営計画			
位置付け	第1ステージ	第2ステージ	第3ステージ
	2017～2019	2020～2022	2023～2026
	Transformation (変革)の始動 グループ経営の 始動・推進	Transformation (変革)の加速 グループ経営の 展開強化	Renewal (進化)へ グループ経営の 加速・進化
役割	- 収益基盤の複数化 キャッシュフロー の最大化 - 生産体制進化への 着手	- 収益基盤の確立 - 生産体制進化の 本格始動	4事業分野による 収益の安定的創出 - 調達・生産体制の 確立

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。