



未来は、ミルクの中にある。
雪印メグミルク

2021年 3月期 第2四半期 決算説明会

2020年11月9日

本日の内容

- 1 新型コロナウイルス感染症への対応と影響
- 2 連結業績結果（2021年3月期第2四半期）
- 3 連結業績予想（2021年3月期通期）
- 4 事業別取組
- 5 持続的成長に向けた取組

新型コロナウイルス感染症への対応

従業員・製造ラインへの安全対策

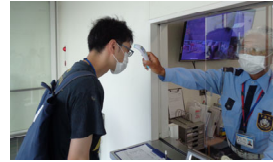
- 従業員の手洗い、消毒、マスク着用等の徹底
- 日々の検温など従業員の健康チェックの徹底
- 在宅勤務、リモートワークの推進
- 工場見学受け入れの中止、各種イベントの中止

生乳廃棄を回避

- 学校給食用牛乳減少に伴いバター・脱脂粉乳等を緊急増産（生乳廃棄ゼロに貢献）



生乳のタンクローリーの消毒



工場敷地内に入る前の検温等の徹底

新型コロナウイルス感染症の影響

当社への影響

プラス影響

- 巣ごもり需要による家庭用商品の販売増
- 家庭でのメニューの広がりによる新規需要拡大
- 在宅率上昇によるECビジネスの好調
- 出張旅費等の経費の抑制
- 在宅勤務、リモート会議など働き方改革の定着化

マイナス影響

- 外食、ホテル、土産用等の原料・業務用商品の販売減
- 学校給食用牛乳の需要減
- 営業活動の制約

連結業績結果 ～2021年3月期第2四半期～

(億円、%)

	2020年3月期 (上期)	2021年3月期 (上期)	増減額	前期比	予想比
売上高	3,116	3,140	+24	100.8	100.7
営業利益	106	110	+4	104.2	118.0
経常利益	117	119	+2	102.1	117.5
純利益※	77	71	▲5	93.4	112.4

※親会社株主に帰属する四半期純利益

- ▶ 前年同期比：増収増益（営業利益・経常利益）
- ▶ 当初予想比：予想を上回る着地



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

4

連結業績予想 ～2021年3月期通期～（変更なし）

(億円、%)

■ 経営成績 ■	2020年3月期	2021年3月期	増減額	前期比
売上高	6,134	6,200	+65	101.1
営業利益	179	190	+10	105.6
経常利益	196	205	+8	104.2
純利益※	121	130	+8	106.9

※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	20.8%
------	-----	--------	-------



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

5

セグメント別連結業績予想 ～2021年3月期通期～

セグメント別予想の修正

(億円)

	2021年3月 (当初予想)		2021年3月期 (今回修正後)		修正後増減額	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
乳製品	2,570	121	2,640	133	+70	+12
飲料・デザート	2,830	51	2,780	38	▲50	▲13
飼料種苗	430	9	430	11	0	+2
その他	370	9	350	8	▲20	▲1
合計	6,200	190	6,200	190	0	0



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

6

2021年3月期の事業別取組



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



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

7

事業別取組 ～乳製品事業分野～



2021年3月期上期業績結果

【乳製品セグメント】 ※ニュートリション事業を含む

(億円、%)

	上期実績	前期比	予想比	通期予想 (修正後)	前期比
売上高	1,298	106.4	105.6	2,640	106.0
営業利益	65	126.1	131.4	133	115.1

- ▶ バター：家庭内での調理機会増、業務用の減収をカバー
商品の安定供給
- ▶ 油脂：家庭内でのパン食増加による需要増
- ▶ チーズ：家庭内でのおつまみ需要増、業務用の減収をカバー



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

8

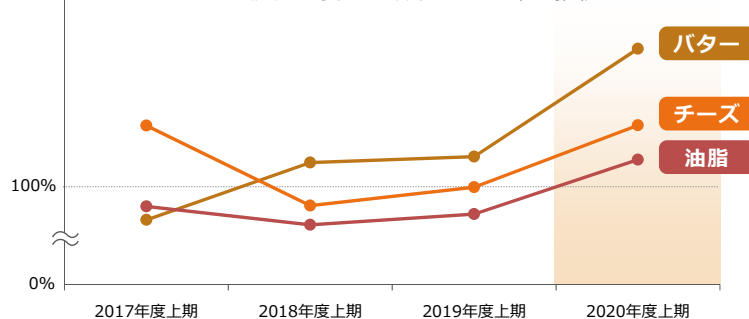
事業別取組 ～家庭用乳製品～



▶ 当社家庭用乳製品の上期売上高前年比推移

今上期はバター、油脂、チーズとも大きく伸長

家庭用乳製品 上期売上高前年比推移



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

9

事業別取組 ～国内チーズ～



▶ 下期取組み

好調な家庭用チーズの販売拡大

CMと連動した「6Pチーズ」
発売66周年記念キャンペーンの実施

「幸せのハート6P」を
みつけようTwitter
キャンペーン



6PチーズのCM



新たな価値を付加した新商品の発売

健康志向のニーズに合わせ
栄養素を付加した新商品



新発売



新発売



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

10

事業別取組 ～バター・油脂～



▶ 下期取組み

バターの増産への準備

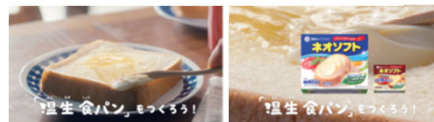
2021年度の
本格稼働に向けて準備中



建設中の碓氷内工場 2020.7

家庭用油脂の販売拡大

家庭内でのパン食機会の増加に
伴う販売拡大



WEB動画を活用
増量キャンペーンの実施



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

11

事業別取組 ～市乳事業分野～



2021年3月期上期業績結果

【飲料・デザート類セグメント】

(億円、%)

	上期実績	前期比	予想比	通期予想 (修正後)	前期比
売上高	1,434	97.4	97.6	2,780	97.9
営業利益	27	77.7	92.1	38	72.7

- ▶ 白物飲料：休校による学校給食用牛乳の売上減
- ▶ ヨーグルト：ファミリー向けは伸長 ガセリ菌SP株ヨーグルトは未達
- ▶ デザート：家庭での消費増で好調



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

12

事業別取組 ～機能性ヨーグルト～



▶ 下期取組み

ガセリ菌SP株ヨーグルト

パッケージでの機能性の訴求



CMと連動した売場展開



乳酸菌ヘルベヨーグルト



消費者キャンペーン 実施による認知の向上



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

13

事業別取組 ～牛乳類事業～



▶ 収益性向上のための取組み

付加価値商品と 適切な価格設定商品のリニューアル発売



- 発売時から店頭取扱率は維持
- 販売価格は計画通りに上昇
- 価格改定後の物量確保が課題



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

14

事業別取組 ～ニュートリション事業分野～



2021年3月期上期業績結果

ニュートリション事業

※乳製品セグメントのうち

(億円、%)

	上期実績	前期比	予想比	通期予想 (修正後)	前期比
売上高	95	99.0	104.6	190	103.0
(内訳)					
機能性食品	31	118.5	107.2	63	114.9
粉ミルク等	64	91.6	103.4	127	98.0

- ▶ 機能性食品：在宅率UPによるECビジネスの売上拡大
- ▶ 粉ミルク等：海外市場の競争激化により減収



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

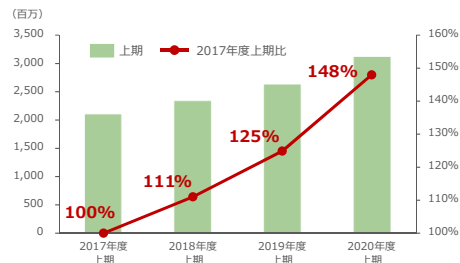
15

事業別取組 ～ニュートリション事業分野～



▶ 上期取組み

在宅率の上昇により
毎日骨ケアMBP®の
ECビジネス好調



▶ 下期取組み

ガセリ菌SP株カプセルの上市



- ・新しい乳酸菌ライフスタイルをご提案
- ・毎日骨ケアに次ぐ事業の柱として育成

事業別取組 ～飼料・種苗事業分野～



2021年3月期上期業績結果

【飼料・種苗セグメント】

(億円、%)

	上期実績	前期比	予想比	通期予想 (修正後)	前期比
売上高	225	94.5	98.1	430	98.4
営業利益	12	108.6	112.7	11	106.1

- ▶ 飼料事業：総合提案型営業の推進
- ▶ 種苗事業：安定供給とコスト改善の取り組み

事業別取組 ～飼料・種苗事業分野～



▶ 下期取組み

飼料事業

- ・飼料の生産効率化、高品質化を目指した生産体制の構築
- ・ホクレンくみあい・雪印飼料株式会社の
新飼料工場建設（2021年12月稼働予定）



新飼料工場完成予想図

種苗事業

- ・寒冷地向け牧草種子の拡売推進
- ・園芸種子分野のエダマメ、カボチャ、
ダイコンの産地でのシェアの拡大



持続的成長に向けた取組み



環境

環境課題KPIの進捗



社会

コロナ禍における新たな取組み



ガバナンス

「指名諮問委員会」
「報酬諮問委員会」の設置



詳しくは
雪印メグミルクレポート2020を
ご確認ください

持続的成長に向けた取組み（環境）

環境課題KPIの進捗

プラスチックの使用量の削減目標設定

2030年度までに2018年度比25%削減

CO₂削減の進捗状況

省エネルギー設備の導入
(計画通りに削減中)



プラスチック使用量を削減した商品



生乳受け入設備（クーラーステーション）に新設した
省エネルギーの冷凍機

持続的成長に向けた取組み（社会）

コロナ禍における新たな取組み

WEBサイトで

「STAY HOME応援企画」の発信



オンライン食育の取組み



こども食堂や

高齢者施設への商品の提供



プラチナミルク300g



北海道牛乳1L

持続的成長に向けた取組み（ガバナンス）

「指名諮問委員会」「報酬諮問委員会」の設置

- 各委員会は、委員3名以上で構成
- 過半数は独立社外取締役
- 各委員会の委員長は、独立社外取締役



独立社外取締役

取締役会の機能の独立性・客観性と説明責任を更に強化

コーポレートガバナンス体制を一層充実

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。