



未来は、ミルクの中にある。

雪印メグミルク

2021年3月期 第3四半期

決算説明会

2021年2月9日

常務執行役員 財務担当 中島隆男

2021年3月期第3四半期概要

● 2021年3月期第3四半期決算サマリー 増収増益

- 売上高 4,706億円 前期比 +15億円、100.3%
- 営業利益 169億円 前期比 +21億円、114.7%
- 通期予想 変更なし

● トピックス（新型コロナウイルスの影響など）

【売上高】

- ・ 家庭用乳製品は上期に引き続き好調であるが伸びはやや鈍化
- ・ 飲料は前年割れが継続、ヨーグルトも回復基調にあるが前年割れ
- ・ 業務製品は緩やかに回復したが、12月以降再びダウントレンド
- ・ 高い在宅率によりECビジネスの好調は継続

【利益】

- ・ 宣伝促進費・固定経費の減少 他



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

2

【決算概要・主なトピックス】

第3四半期決算の概要です。

2021年3月期第3四半期決算は、

売上高は 4,706億円、前期比 プラス15億円、100.3%、

営業利益は 169億円、前期比 プラス21億円、114.7%、

となり、増収増益となりました。

また、通期予想の変更はありません。

売上高、利益に関する主なトピックスです。

売上高については、

家庭用乳製品は上期に引き続き好調ですが、第3四半期で伸びはやや鈍化しております。

飲料は前年割れが継続、ヨーグルトはガセリ菌SP株商品群は回復傾向ですが、全体としては前年を下回りました。

業務製品は緩やかに回復しておりましたが、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、12月以降再びダウントレンドとなっております。

高い在宅率により、ECビジネスを展開する機能性食品は引き続き好調を維持しております。

利益面では

宣伝促進費や固定経費の減少のプラス影響が大きかったです。

2021年3月期第3四半期業績結果

(億円) (億円未満切捨て)

連結損益計算書	2020年3月期 第3四半期	2021年3月期 第3四半期	増減額
売上高	4,691	4,706	+15
営業利益	147	169	+21(注)
営業外損益	16	14	▲1
経常利益	164	184	+20
特別損益	▲19	▲17	+1
税引前利益	144	166	+21
純利益※	102	115	+13

※親会社株主に帰属する当期純利益

(注) 労務費按分方法見直しに伴う増益 +12億円



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

3

【連結損益計算書】

2021年3月期 第3四半期の当社グループの
売上高は 4,706億円 プラス15億円の増収、
営業利益は 169億円 プラス21億円の増益です。
経常利益は 184億円 プラス20億円の増益、
親会社株主に帰属する当期純利益におきましても、プラス13億円の増益となりました。

なお、欄外のコメントにありますとおり、
営業利益の前年差 プラス21億円のなかに、特殊要因として労務費の按分方法見直しによる影響 プラス12億円が含まれます。

2021年3月期第3四半期業績結果

セグメント別業績結果

(億円)

	2020年3月期 3Q実績		2021年3月期 3Q実績		前期比	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
乳製品	1,884	87	1,992	112	105.7%	128.8%
飲料・デザート	2,186	43	2,115	37	96.7%	86.3%
飼料・種苗	337	10	329	11	97.6%	102.7%
その他	282	6	269	10	95.3%	169.3%
合計	4,691	147	4,706	169	100.3%	114.7%



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

4

【セグメント別 売上高・営業利益】

セグメント別の業績結果です。

乳製品セグメントは、家庭用商品の好調により増収・増益となりました。

飲料・デザート類セグメントは、コロナ禍における市場環境の変化により減収・減益となりました。

飼料・種苗セグメントは、売上高、営業利益ともに概ね前年並みです。

その他セグメントは、減収・増益となりましたが、

増益理由については、前年下期に発生した子会社の火災によるマイナス影響があったことなどによるものです。

2021年3月期第3四半期業績結果

売上高実績

【乳製品セグメント】

※ニュートリション事業を含む

(億円)

	2020年3月期 3 Q 累計	2021年3月期 3 Q 累計	増減金額	対前年 増減率
バター	174	173	▲0	▲0.5%
油脂	91	91	0	0.2%
チーズ	578	582	3	0.7%
上記以外	224	223	▲1	▲0.7%
子会社等	814	920	106	13.1%
乳製品計	1,884	1,992	108	5.7%

- ・バター：家庭用バターは好調を維持、業務用が不振
- ・油脂：パン食機会の増加等で微増
- ・チーズ：家庭用は堅調、業務用も回復傾向だが12月は減少傾向



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

5

【売上高実績 乳製品】

セグメント別に売上高実績を説明します。

まず乳製品セグメントです。

バターは、家庭用の好調が継続しているものの、業務用の不振によりほぼ前年並みでした。

油脂は、パン食機会の増加などにより微増となりました。

チーズは、増収となりました。

家庭用は堅調ですが、業務用については、第3四半期で回復傾向にありましたが、12月は減少傾向となりました。

また、子会社等につきましては、特に流通系の子会社の増収が寄与しました。

2021年3月期第3四半期業績結果

売上高実績

【ニュートリション事業】

※乳製品セグメントのうち

(億円)

	2020年3月期 3 Q累計	2021年3月期 3 Q累計	増減金額	対前年 増減率
機能性食品	41	47	6	16.7%
粉ミルク等	101	98	▲2	▲2.9%
ニュートリション 事業計	143	146	3	2.7%

- ・ ECビジネスを展開する機能性食品は好調
- ・ 粉ミルクも第3四半期は回復傾向



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

6

【売上高実績 ニュートリション事業分野】

乳製品セグメントに含まれる、ニュートリション事業分野です。
全体では、増収となりました。

ECビジネスを展開している機能性食品は、在宅率の上昇などにより
引続き好調で増収となりました。
また、粉ミルクについても、累計では減収ですが、
第3四半期は回復傾向となっております。

2021年3月期第3四半期業績結果

売上高実績

【飲料・デザート類セグメント】

(億円)

	2020年3月期 3 Q 累計	2021年3月期 3 Q 累計	増減金額	対前年 増減率
白物飲料	656	631	▲24	▲3.7%
色物飲料	316	289	▲27	▲8.6%
ヨーグルト	449	435	▲13	▲3.0%
デザート・生クリーム	184	187	3	1.9%
上記以外	28	23	▲5	▲17.9%
子会社等	551	546	▲5	▲0.9%
飲料・デザート類計	2,186	2,115	▲71	▲3.3%

・白物飲料：乳飲料の伸び悩み
・色物飲料：中型・小型商品の伸び悩み
・ヨーグルト：ガセリは回復傾向
・デザート：個食タイプが好調



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

7

【売上高実績 飲料・デザート類】

飲料・デザート類セグメントです。
全体では減収となりました。

白物飲料は、学校給食用牛乳は回復し、牛乳の家庭内消費などは伸びたものの、乳飲料が伸び悩み、減収となりました。

色物飲料は、減収となりました。

1リッターの商品で主に量販店向けの商品は、堅調な家庭内消費により健闘しておりますが、500ml、200mlといった中型・小型商品は、在宅率の増加や外出自粛などに伴い販売が伸び悩みました。

ヨーグルトは、減収となりました。

上期までは市場環境の変化により苦戦しましたが、第3四半期では広告効果もあり、ガセリ菌S P株商品群は大きく改善しました。

デザート・生クリームは、増収となりました。

クリームスイーツなどの個食タイプのデザートが、継続して好調です。

2021年3月期第3四半期業績結果

売上高実績

【飼料・種苗セグメント】

(億円)

	2020年3月期 3 Q累計	2021年3月期 3 Q累計	増減金額	対前年 増減率
飼料	257	253	▲3	▲1.5%
種苗等	79	75	▲4	▲5.4%
飼料・種苗計	337	329	▲8	▲2.4%

・牧草・飼料作物種子、飼料の販売物量減少



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

8

【売上高実績 飼料・種苗】

飼料・種苗セグメントです。

牧草・飼料作物種子、飼料の販売物量が減少し、
全体では減収となりました。

営業利益増減要因

(億円未満切捨て)

2020年3月期 3Q	2021年3月期 3Q	増減額	セグメント別の増減額			
147億円	169億円	21億円	乳製品	飲料・デザート類	飼料・種苗	その他
			25億円	▲5億円	0億円	4億円
限界利益 合計		▲12	13	▲22	▲3	3
販売単価差		7	▲1	8	0	0
販売物量減少による利益減		▲12	14	▲19	▲3	▲3
製品構成差		▲1	▲1	0	0	0
原材料コストの減少		1	1	0	0	0
オペレーションコストの増加		▲10	1	▲10	0	0
その他		3	▲1	▲1	0	6
固定費その他 合計		33	12	17	3	1
宣伝促進費の減少		10	▲1	11	0	0
固定経費の減少※		23	13	6	3	1

※ 固定経費の減少23億円のうち12億円は、労務費の第3・第4四半期への按分方法の見直しによるものです。第4四半期に概ね同額の費用増となり、通期での当該影響はない見込みです。



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

9

【連結営業利益の増減要因の内訳】

営業利益の増減要因です。

4つのセグメントの増減要因を説明いたします。

乳製品セグメントでは、家庭用商品の販売物量の増加によりプラス14億円、固定経費の減少によりプラス13億円などトータルで前期比 25億円の増益となりました。

飲料・デザート類セグメントでは、増益要因では、宣伝促進費の減少によるプラス11億円、固定経費の減少によりプラス6億円、デザートを中心とした販売単価差プラス8億円がありました。一方、減益要因では、販売物量の減少によるマイナス19億円、ロジスティクス費用を中心としたオペレーションコストの増加によるマイナス10億円などによりトータルで前期比 5億円の減益となりました。

飼料・種苗セグメントは、前年並みの結果でした。

その他セグメントは、「その他」の項目でプラス6億円となっておりますが、これは昨年下半年に発生した子会社の火災によるマイナス影響が、今期は無くなったことなどによるものです。

結果として、全体では、前期比 21億円の増益となりました。

なお、欄外のコメントにある、固定経費の減少23億円のうち12億円は、先ほど損益計算書のところでご説明したとおり、労務費の第3・第4四半期への按分方法の見直しによるものです。第4四半期に概ね同額の費用増となり、通期での当該影響はない見込みです。

連結業績予想 ～2021年3月期通期～（変更なし）				再掲
(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%	

【2021年3月期連結業績予想（通期）】

今年度通期の連結業績予想および配当予想は、
昨年5月13日に公表した予想から変更ありません。

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。