



未来は、ミルクの中にある。

雪印メグミルク

2022年 3月期 第2四半期 決算説明会

2021年11月9日

「収益認識に関する会計基準」等を第1四半期連結会計期間の期首から適用しています。
本資料では前期の数値は当該会計基準等を適用したと仮定し、作成しています。

本日の内容

- 1 上期のサマリー
- 2 連結業績結果（2022年3月期第2四半期）
- 3 連結業績予想（2022年3月期通期）
- 4 事業別取組み
- 5 持続的成長に向けた取組み

2022年3月期上期のサマリー

- 家庭用乳製品は堅調を維持
- 家庭用市乳は機能性商品を中心に増益
- 業務用商品は回復途上
- ニュートリション事業は引続き好調
- 飼料・種苗事業は増収増益

連結業績結果 2022年3月期第2四半期

(億円、%)

	2021年3月期 上期	2022年3月期 上期	増減額	前期比	予想比
売上高	2,829	2,869	+39	101.4	99.6
営業利益	110	122	+11	110.1	113.1
経常利益	119	132	+12	110.8	116.5
純利益※	71	85	+13	119.2	126.1

※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
- ▶ 当初予想比：売上高は微減、利益は計画達成

連結業績予想 2022年3月期通期（変更なし）

（億円、％）

■ 経営成績 ■

	2021年3月期	2022年3月期	増減額	前期比
売上高	5,545	5,700	+154	102.8
営業利益	197	205	+7	103.6
経常利益	216	215	▲1	99.2
純利益※	149	125	▲24	83.8

※親会社株主に帰属する当期純利益

■ 配 当 ■

普通配当	50円	連結配当性向	27.0%
------	-----	--------	-------

セグメント別連結業績予想 2022年3月期通期

セグメント別予想の修正

(億円)

	2022年3月 (当初予想)		2022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	2,400	129	2,400	129	0	0
飲料・デザート	2,540	55	2,490	52	▲50	▲3
飼料種苗	410	10	460	10	+50	0
その他	350	11	350	14	0	+3
合計	5,700	205	5,700	205	0	0

2022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

事業別取組み 乳製品事業分野



2022年3月期第2四半期業績結果

【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	前期比
売上高	1,178	103.3	100.7	2,400	104.0
営業利益	63	96.3	111.0	129	94.3

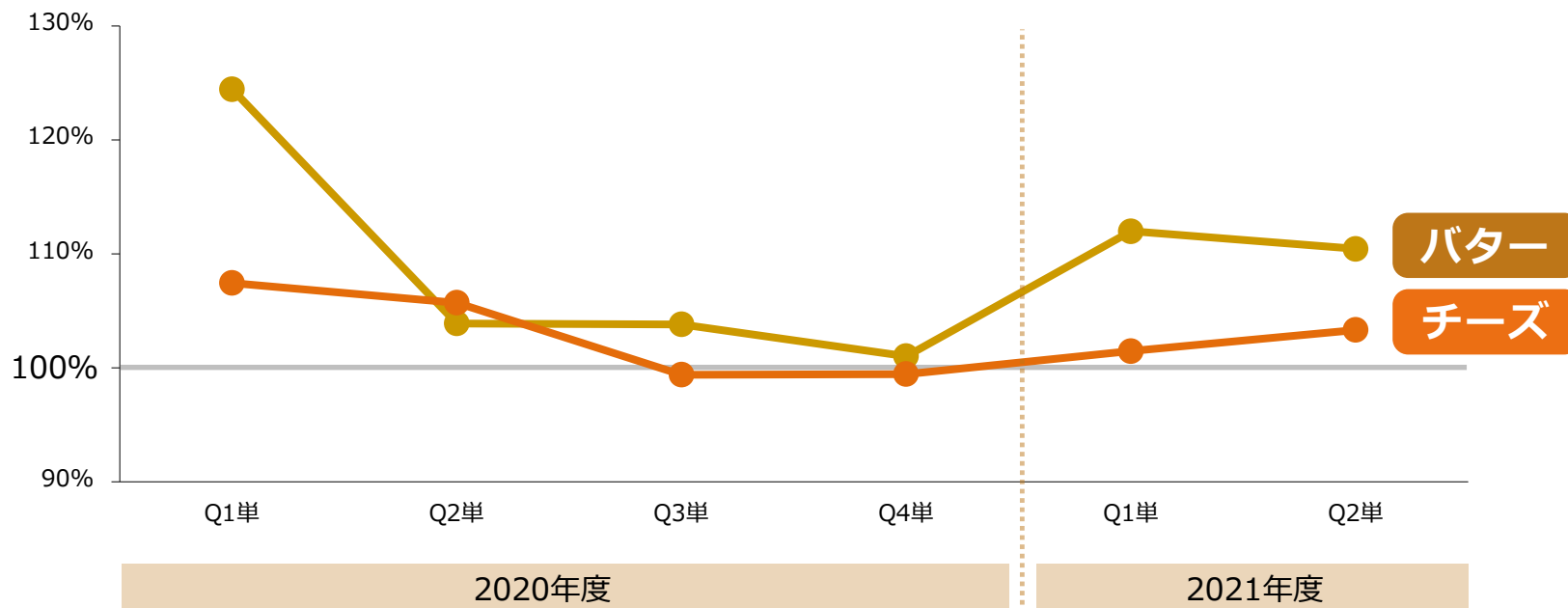
- ▶ 家庭用は前年の反動減あり
- ▶ 業務用は回復傾向
- ▶ 家庭用の反動減、油脂原料コストアップなどにより減益



▶ 当社家庭用乳製品の四半期別売上高 2019年度比

バター、チーズを中心に堅調に推移

家庭用乳製品売上高2019年度比
(2019年度計を100とした指数)



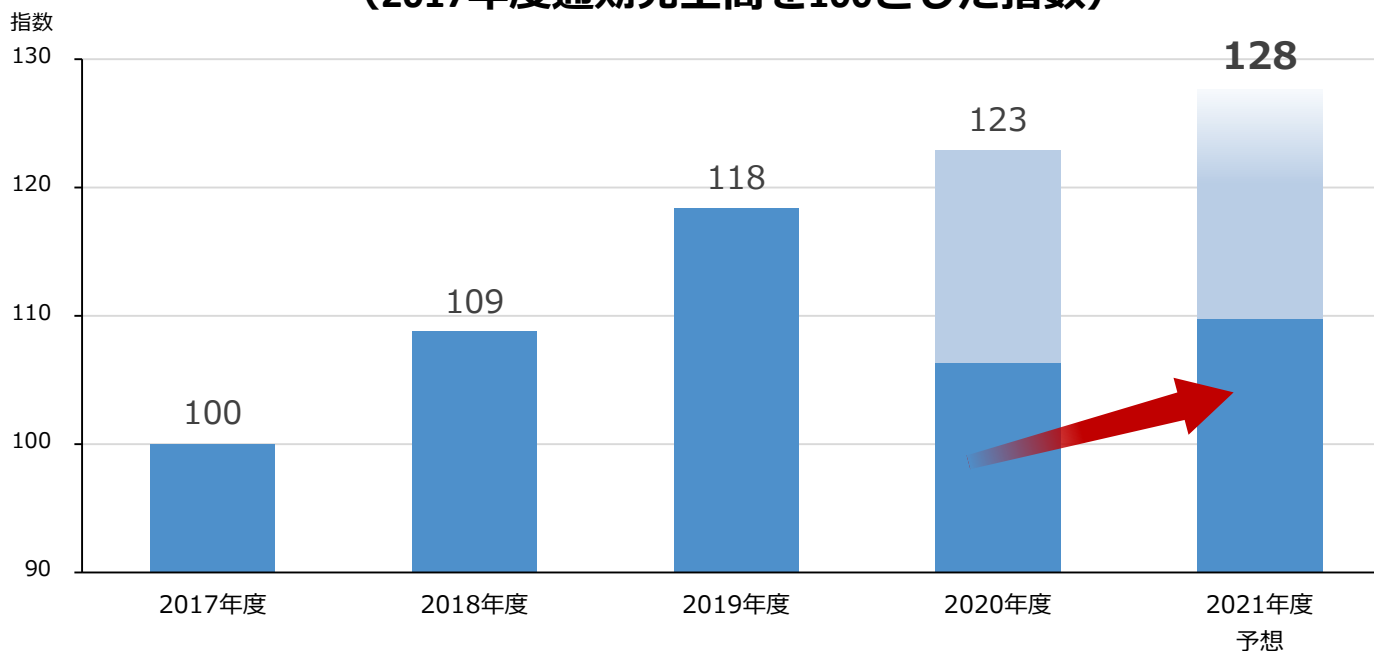


▶ 家庭用ナチュラルチーズの販売拡大

さけるチーズの販売拡大



さけるチーズ売上の通期伸長
(2017年度通期売上高を100とした指数)



▶ 下期取組み

好調な家庭用チーズの販売拡大

新商品をフックとした「6Pチーズ」の
販売拡大



新CM

家庭での内食需要を後押し

食べ方提案を訴求したナチュラルチーズの販売拡大





▶ インドネシアの市場

- 成長するインドネシアのチーズの市場規模（年平均約8%増）

- 増加する人口（世界第4位）

2021年度総務省統計局

2000年：2.1億人

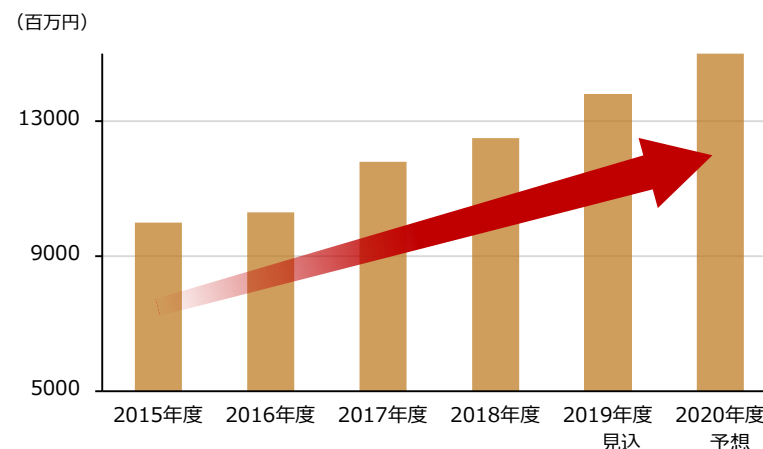


2030年：2.9億人（見込）

2000年比138%増

- ASEAN10か国内の関税無税

インドネシアのチーズ市場規模



出典：TPCマーケティングリサーチ(株)調べ

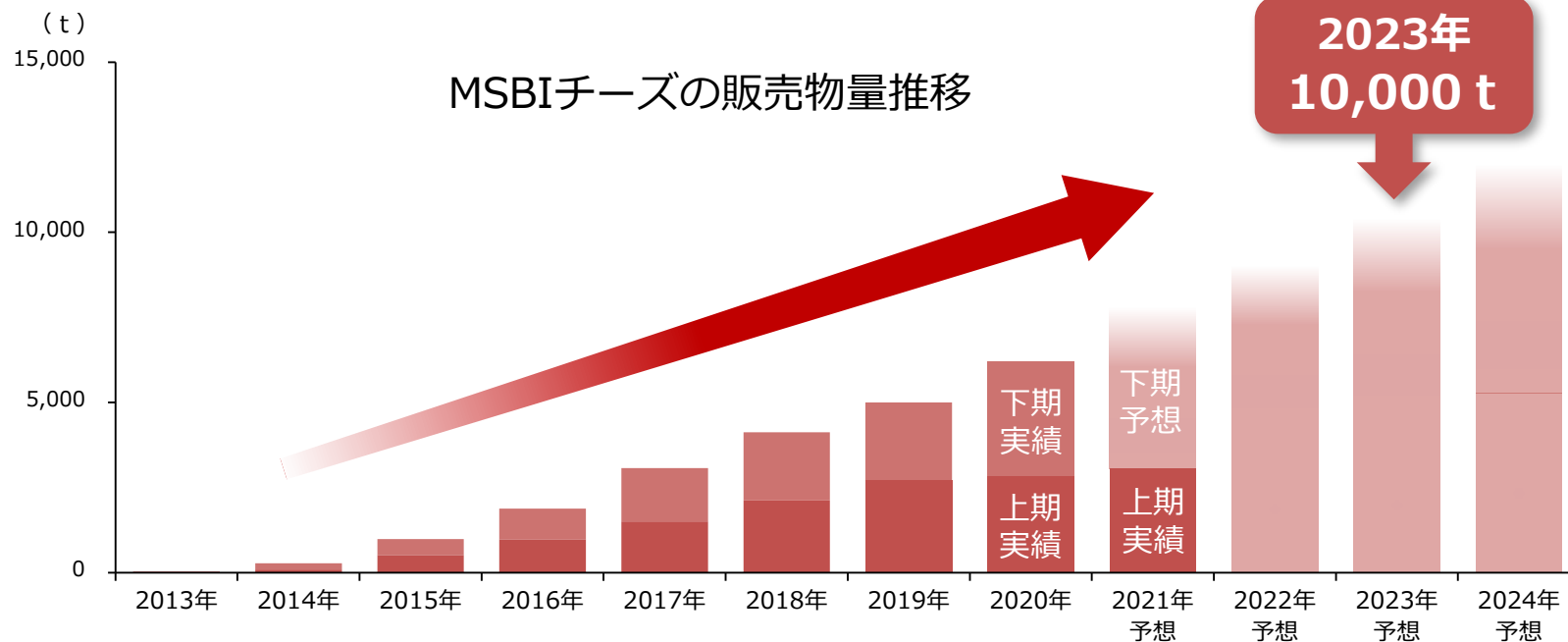


▶ 下期取組み

海外チーズの生産量増に向けて



インドネシアのチーズ工場（MSBI）で
2021年度中に生産体制を強化



事業別取組み 市乳事業分野



2022年3月期第2四半期業績結果

【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	1,263	97.3	96.4	2,490	100.1
営業利益	34	126.3	99.7	52	125.5

- ▶ 飲料類は夏場の天候不順により減収
- ▶ ヨーグルト、デザートは好調に推移
- ▶ 高付加価値商品の構成比アップにより増益



▶ MBPドリンク

認知向上への取組み



複数媒体展開での機能理解促進

事業別取組み ヨーグルト



▶ 機能性ヨーグルト

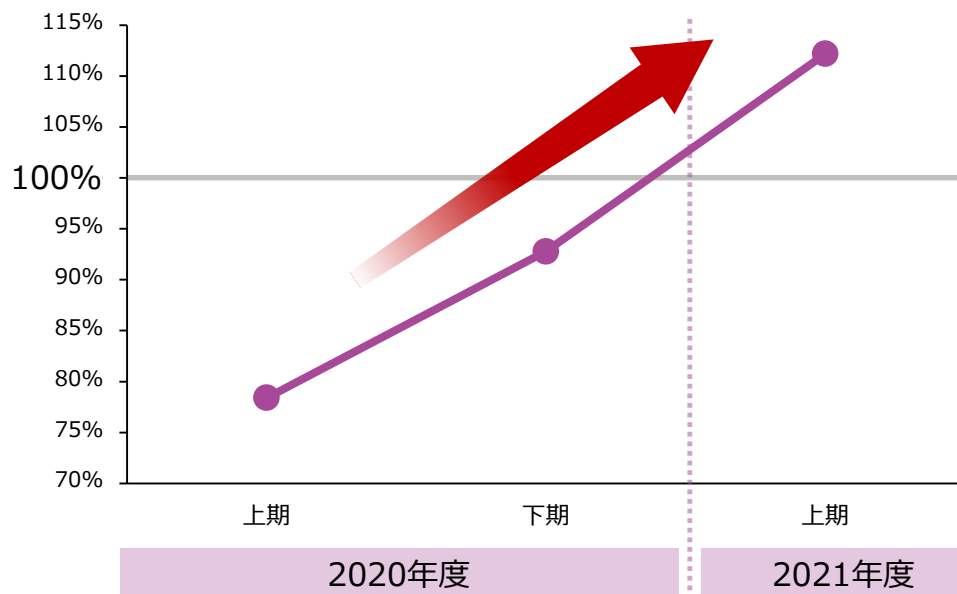
ガセリ菌SP株ヨーグルト

TVCM等のプロモーションによる商品認知を向上・
販売拡大の継続



期間限定パッケージ

ガセリ菌SP株ヨーグルト※の売上高前年比



※ガセリ菌商品群

▶ デザート

個食デザートの販売拡大

商品力強化により販売拡大

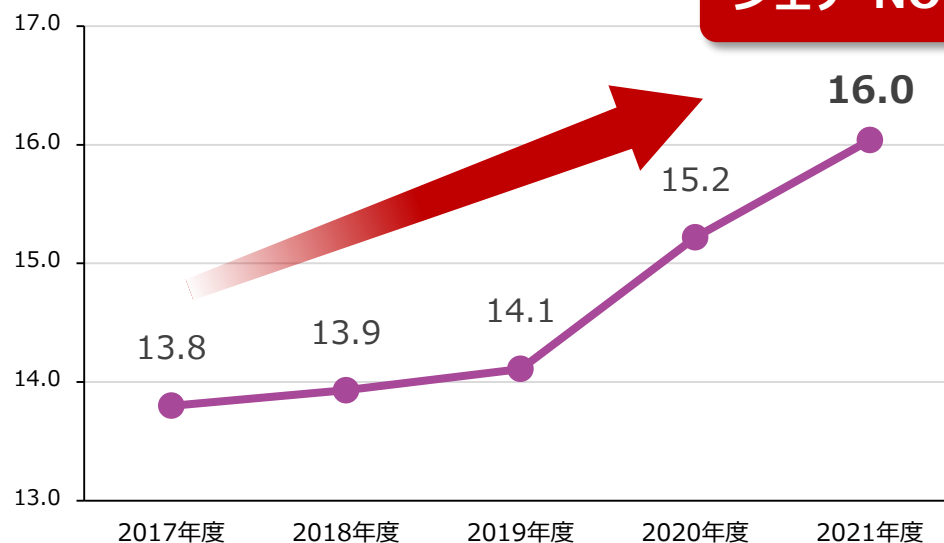
改良



新発売



(%) 当社チルドデザートシェア推移



インテージSRI+ 2017年4月～2021年9月

事業別取組み ニュートリション事業分野



2022年3月期第2四半期業績結果

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	87	105.3	104.1	174	104.2
(内訳)					
機能性食品	32	113.8	109.9	66	108.8
粉ミルク等	54	100.8	100.9	107	101.5

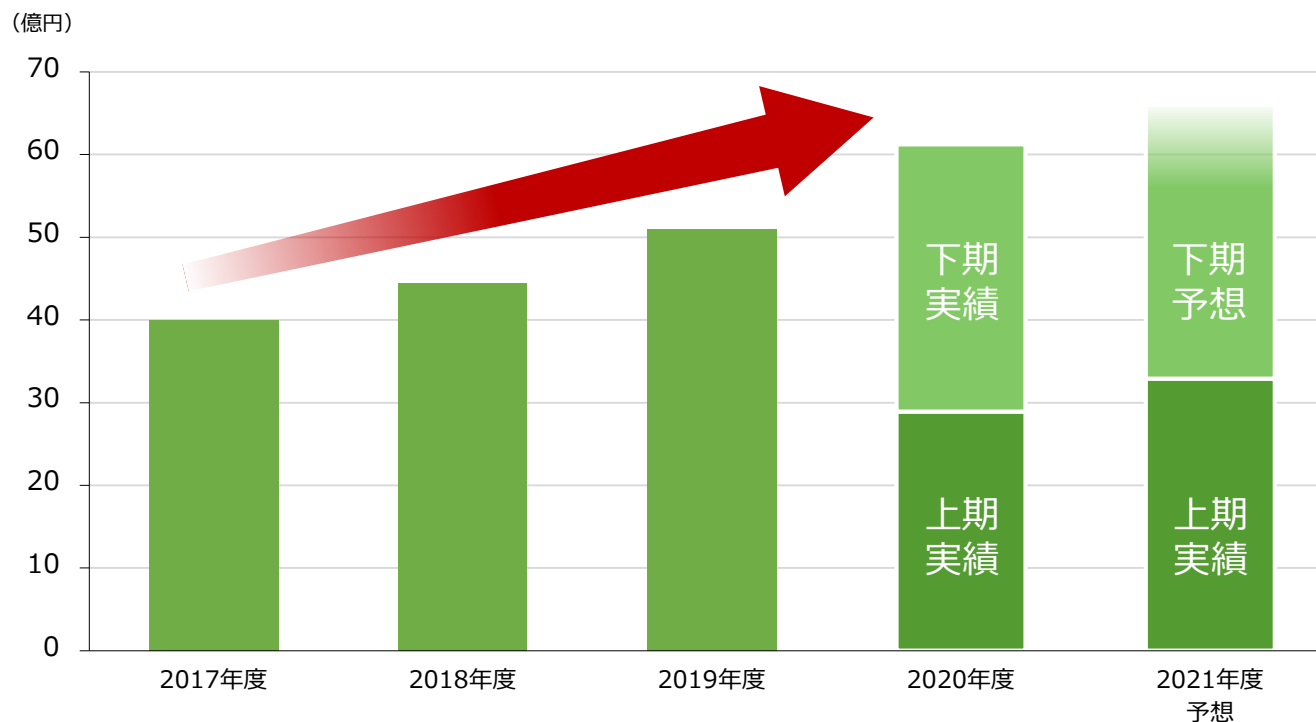
- ▶ 機能性食品：MBP®を中心とする定期購入型通販ビジネスの拡大
- ▶ 粉ミルク等：海外市場は競争激化、国内は価格優位性により好調



機能性食品事業の拡大



機能性食品の売上高推移



事業別取組み 飼料・種苗事業分野



2022年3月期第2四半期業績結果

【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	247	116.3	112.5	460	112.1
営業利益	14	117.8	132.7	10	89.0

- ▶ 飼料事業：付加価値商品の開発による販売拡大
- ▶ 種苗事業：共同育成などによる牧草・飼料作物種子の販売拡大

▶ 下期取組み

飼料事業

- ・ ホクレンくみあい・雪印飼料株式会社（HKS）の新工場が予定通り12月に稼働



苫小牧の新工場 2021.10月撮影

種苗事業

- ・ 自給飼料型酪農の推進に向けた取組み

イネ科牧草
オーチャードグラス
「えさじまん」



持続的成長に向けた取組み



環境

環境課題に向けた取組み



社会

人権課題に向けた取組み



ガバナンス

「雪印メグミルクグループ企業行動憲章」の制定



雪印メグミルクレポート2021も
発行しました

持続的成長に向けた取組み（環境）

環境課題への新たな取組み

気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)の取組み

- ・ TCFD提言への賛同/TCFDコンソーシアムへの加盟
(2021年10月)
- ・ 現在、来年度の開示を目指して取組み推進中



持続的成長に向けた取組み（社会）

人権課題への新たな取組み

国連グローバルコンパクトへの署名（2020年6月）

雪印メグミルクグループ 人権方針の制定（2021年6月）

人権デュー・ディリジェンスの開始（2022年度予定）

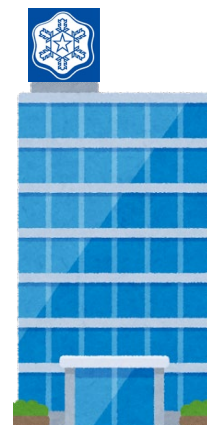


持続的成長に向けた取組み（ガバナンス）

「雪印メグミルクグループ 企業行動憲章」の制定
「グループ環境方針・人権方針」等の整備
(2021年6月)

サステナブルな経営を目指し基本的な考え方を体系化

創業の精神「健土健民」を原点に行動の規範として制定



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。