



雪印メグミルク

雪印メグミルク

2023年度 第1四半期 決算説明会

2023年8月9日

常務執行役員 財務担当

戸高 聖樹

決算サマリー 増収増益

売上高	1,501億円	対前年増減 88億円 / 6.3%
営業利益	52億円	対前年増減 12億円 / 32.1%
経常利益	58億円	対前年増減 12億円 / 26.1%
純利益※	35億円	対前年増減 22億円 / 167.0%

※ 親会社株主に帰属する当期純利益

主要なトピックス

- ① 価格改定は、着実に浸透
- ② 販売数量は、想定を下回って推移
- ③ 主要な原材料相場は、ピークを超えるも高止まり
- ④ エネルギー価格等の影響は、想定より緩和傾向
- ⑤ 8月からさらなる価格改定を実施しており、需要の維持・拡大が鍵

セグメント別実績



(億円)

	2022年度 第1四半期		2023年度 第1四半期		対前年 増減率	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
乳製品	582	28	616	28	5.9%	2.3%
飲料・デザート	603	4	646	11	7.1%	126.8%
飼料・種苗	138	4	141	5	2.3%	26.5%
その他	89	2	97	6	8.8%	225.7%
合計	1,413	39	1,501	52	6.3%	32.1%

- 乳製品、飲料・デザート類は、4月の価格改定が浸透
- 各セグメントとも、増収・増益を確保

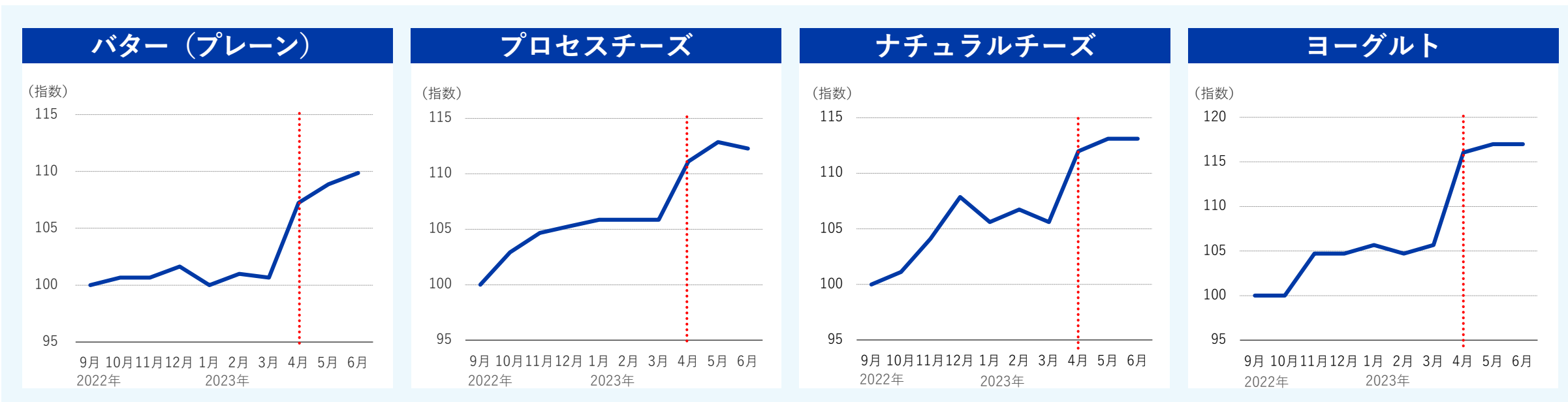
価格改定の状況

(出典) インテージ SRI+全国 (SM+CVS+DRUG) 2022年9月～2023年6月



当社品の平均売価の推移

(2022年9月の平均売価を100とした指数)



● 4月の価格改定を行った家庭用商品（バター、チーズ、ヨーグルト）は、確実に店頭価格に反映

家庭用主要カテゴリーの市場比較

(出典) インテージ SRI+ 全国全業態 2023年4月～6月



売上高前年比

乳製品

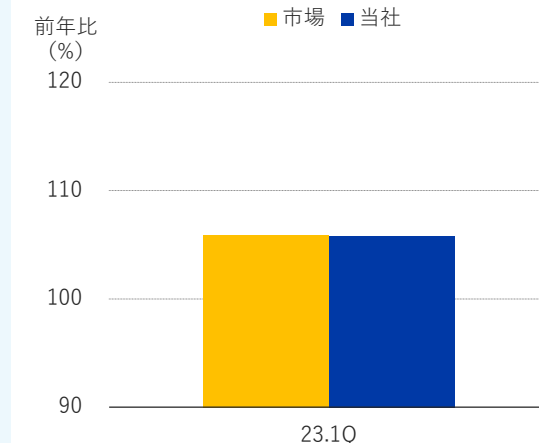
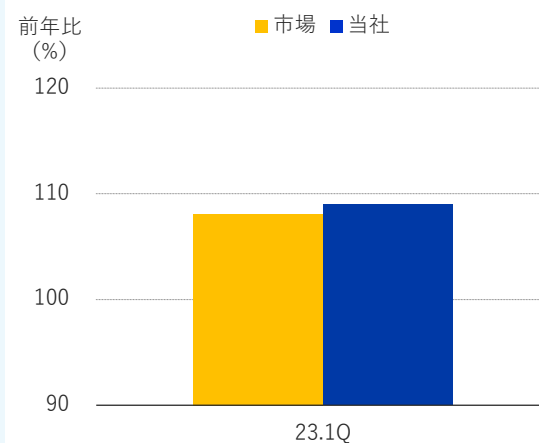
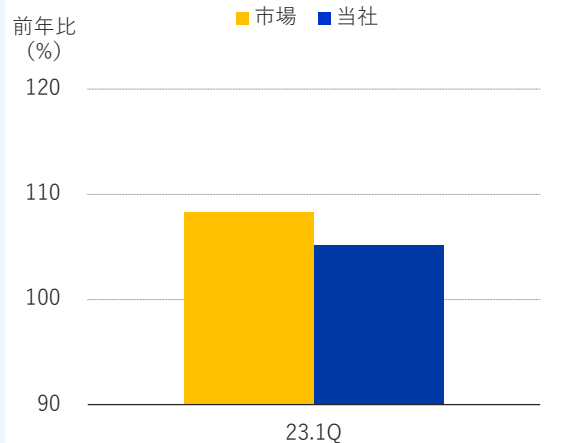
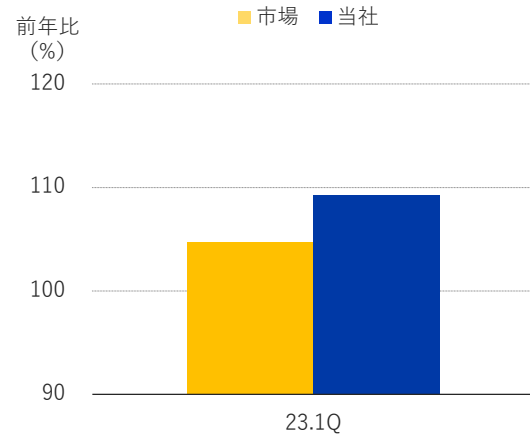
飲料・デザート

家庭用バター

家庭用チーズ

白物飲料 (除学校給食)

ヨーグルト



- バターは市場を上回り、チーズはナチュラルチーズに拡大余地
- 白物飲料は市場を上回り、ヨーグルトは市場並み

営業利益 増減要因



(億円) (億円未満切捨て)

2022年度 第1四半期	2023年度 第1四半期	対前年 増減額
39億円	52億円	12億円

限界利益 合計	27
販売単価差	89
販売物量増減	-4
製品構成差	0
原材料コスト	-54
オペレーションコスト	-4
固定費その他 合計	-15
宣伝促進費	-4
固定経費	-11

セグメント別の増減額			
乳製品	飲料・ デザート類	飼料・種苗	その他
0億円	6億円	1億円	4億円
7	13	1	5
31	47	11	0
-5	-3	-1	5
1	-1	0	0
-19	-27	-9	0
-1	-3	0	0
-7	-7	0	-1
-1	-3	0	0
-6	-4	0	-1

売上実績/乳製品セグメント (ニュートリション含む)



(億円)

	2022年度 第1四半期	2023年度 第1四半期	増減額	対前年 増減率
バター	57	61	3	7.0%
油脂	20	21	1	7.7%
チーズ	133	142	9	7.1%
上記以外	70	64	-5	-8.4%
子会社等	300	325	25	8.4%
乳製品計	582	616	34	5.9%

- バター：価格改定後の販売も堅調
- 油脂：増量キャンペーンなどで好調
- チーズ：プロセスチーズは好調、ナチュラルチーズは堅調も拡大余地あり

売上実績/ニュートリション事業分野 (乳製品セグメントのうち)



(億円)

	2022年度 第1四半期	2023年度 第1四半期	増減額	対前年 増減率
機能性食品	22	21	-0	-3.5%
粉ミルク等	26	27	0	3.7%
ニュートリション事業計	48	48	0	0.4%

- 機能性食品：人流回復によるTV、WEB広告の効果低下で新規顧客獲得減
- 粉ミルク：国内は外出機会増加や男性育児休職率UPにより増収、海外は競争の激化により減収。トータルで前年並み

売上実績/飲料・デザート類セグメント



(億円)

	2022年度 第1四半期	2023年度 第1四半期	増減額	対前年 増減率
白物飲料	180	198	17	9.6%
色物飲料	74	74	0	0.0%
ヨーグルト	123	129	5	4.9%
デザート・生クリーム	56	61	5	9.8%
上記以外	7	9	1	16.5%
子会社等	161	174	12	8.0%
飲料・デザート類計	603	646	42	7.1%

- 白物飲料 : 牛乳は価格改定の影響あり。毎日骨太やMBPドリンクは好調
- 色物飲料 : 「雪印コーヒー」は2月の価格改定後も堅調。果汁・野菜は市場環境が影響
- ヨーグルト : ファミリータイプの商品の好調は継続、機能性表示ヨーグルトは回復途上

売上実績/飼料・種苗セグメント



(億円)

	2022年度 第1四半期	2023年度 第1四半期	増減額	対前年 増減率
飼料	102	107	5	5.0%
種苗等	35	33	-1	-5.5%
飼料・種苗計	138	141	3	2.3%

- 飼料：飼料価格の高騰による価格改定で増収
- 種苗：牧草種子の販売が減り、減収

通期連結業績予想 (期初予想からの変更なし)



(億円)

	2022年度 累計実績	2023年度 予想	増減額	対前年 増減率
売上高	5,843	6,160	316	5.4%
営業利益	130	140	9	7.2%
経常利益	144	150	5	3.6%
純利益※	91	95	3	4.1%

※ 親会社株主に帰属する当期純利益

配当予想

普通配当	60円
連結配当性向	42.7%

通期 セグメント別 業績予想 (期初予想からの変更なし)



(億円)

	2022年度 実績		2023年度 予想		対前年 増減率	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
乳製品	2,520	97	2,645	88	4.9%	-9.2%
飲料・デザート	2,411	16	2,560	37	6.2%	129.4%
飼料・種苗	534	2	555	2	3.8%	20.5%
その他	376	14	400	11	6.2%	-22.1%
合計	5,843	130	6,160	140	5.4%	7.2%

営業利益 通期増減要因 (期初予想からの変更なし)



(億円) (億円未満切捨て)

2022年度 通期	2023年度 通期	対前年 増減額	セグメント別の増減額			
130億円	140億円	9億円	乳製品	飲料・ デザート類	飼料・種苗	その他
			-8億円	21億円	0億円	-3億円
限界利益 合計	74	21	49	1	3	
販売単価差	333	131	179	22	1	
販売物量増減	2	0	0	0	2	
製品構成差	4	1	3	0	0	
原材料コスト	-226	-92	-114	-20	0	
オペレーションコスト	-39	-19	-19	-1	0	
固定費その他 合計	-65	-29	-28	-1	-6	
宣伝促進費	-20	-7	-13	0	0	
固定経費	-45	-22	-15	-1	-6	

2023年度 前提為替レート：1米ドル=135円 為替感応度（単体営業利益ベース）：1円高 +1.7億円

今後の取組み施策

コストアップへの対応

8/1～ 飲用向け乳価アップへの対応

市乳 家庭用牛乳類、乳飲料、ヨーグルト等：68品

業務用 牛乳類、ヨーグルト：6品

改定率 家庭用：価格：約4～18%

業務用：価格：約7～11%



10/1～ 輸入原材料価格上昇への対応

ニュートリション 乳児向け粉ミルク：4品価格：約7%

物量拡大・需要喚起の対応

チーズの徹底拡大

食シーンの提案・創造

おやつ需要の獲得



機能付加商品の販売拡大

MBPドリンクの販売拡大

付加価値ヨーグルトの販売拡大





未来は、ミルクの中にある。
Make the Future with Milk

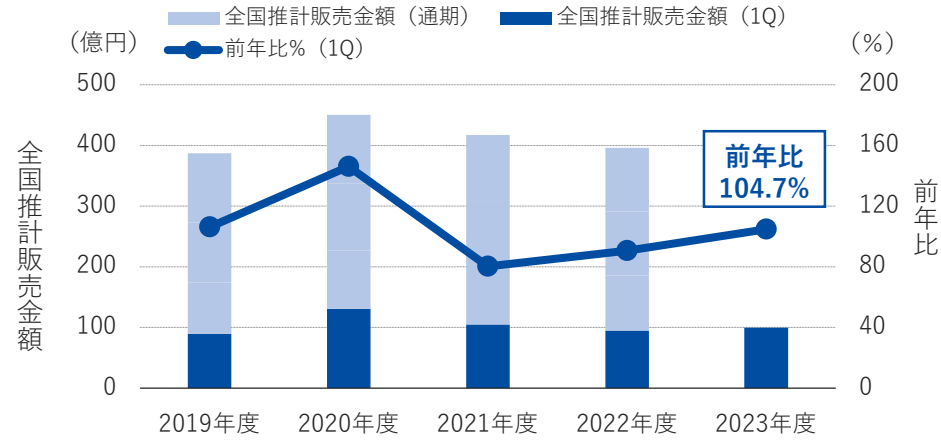
本資料に記載されている業績予想などの将来に関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づき、当社が判断した見通しであり、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は、業況の変化等により、本資料の予想数値と異なる場合があります。

市場動向：家庭用

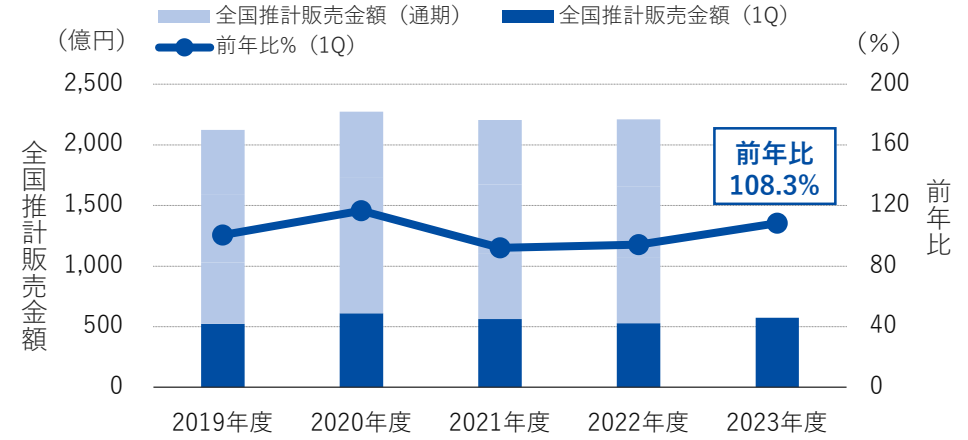
(出典) インテージ SRI+ 2019年4月～2023年6月 推計販売金額



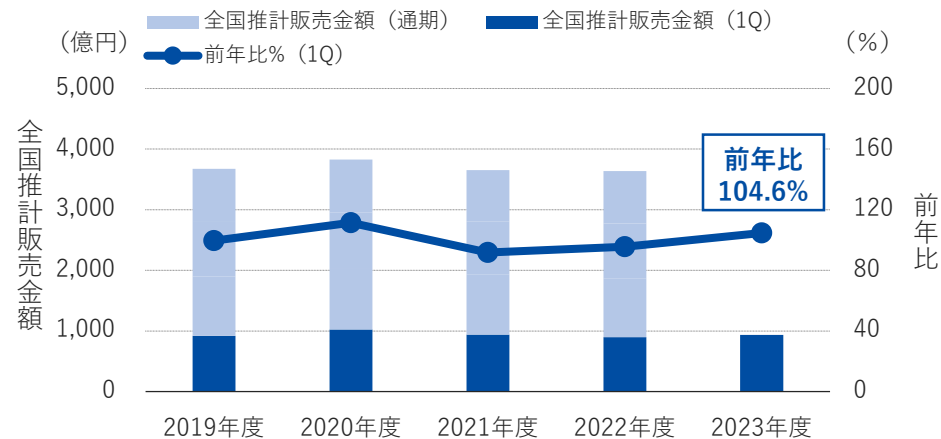
バター



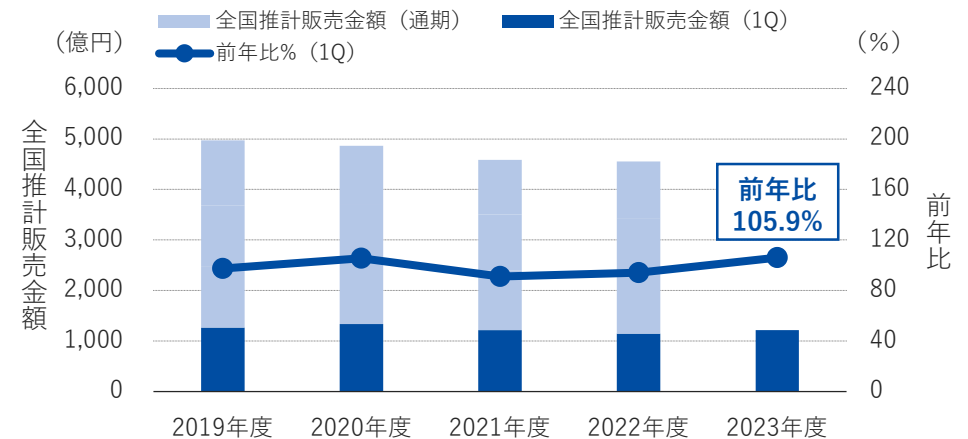
チーズ



牛乳 (牛乳+成分調整牛乳)



ヨーグルト



当社市場シェア：輸入原料チーズの価格推移



当社市場シェア

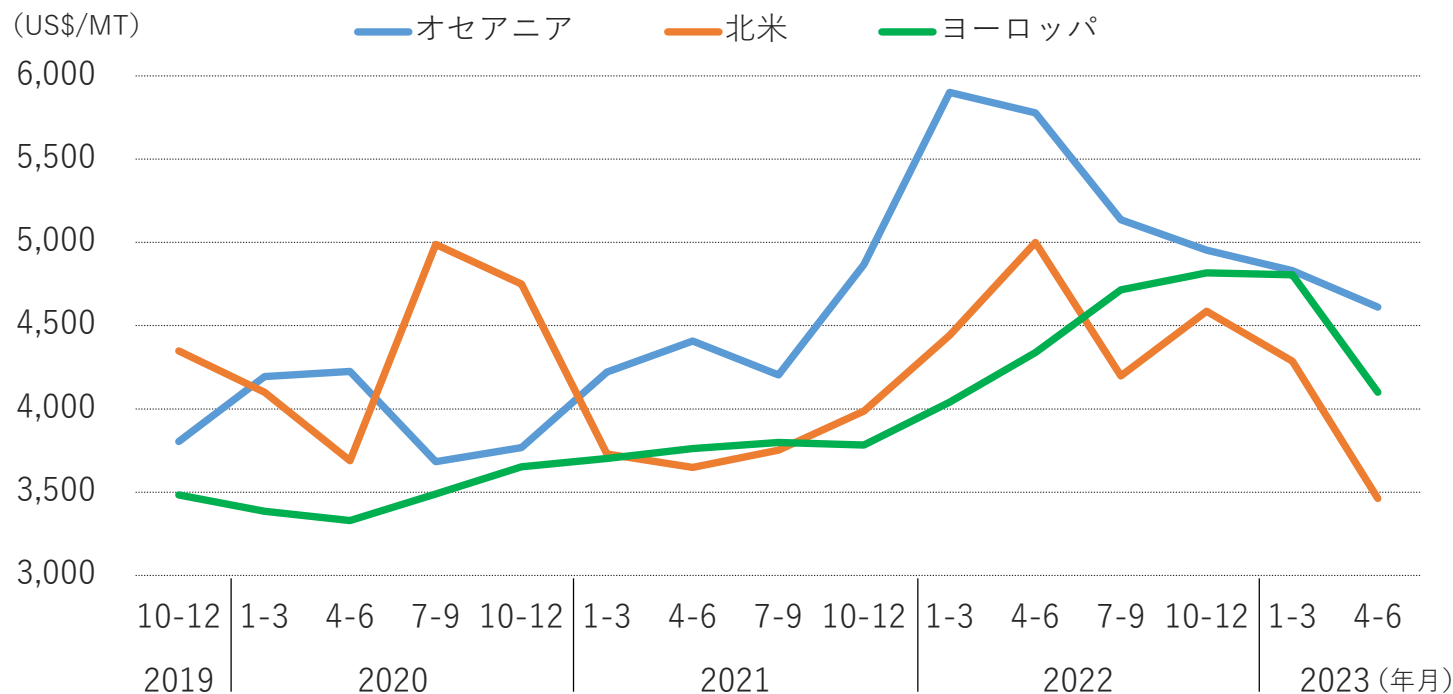
全国家庭用 推計販売金額
2023年度 当社市場シェア
(2023.4-2023.6)

販売金額ベース

バター	48.0%
油脂	51.8%
チーズ	25.7%
牛乳 (牛乳+成分調整牛乳)	5.2%
乳飲料	13.7%
ヨーグルト	11.5%
デザート (チルド完成品)	17.9%

(出典) インテージ SRI+ (SM, CVS, DG, HC)

輸入原料チーズの価格推移

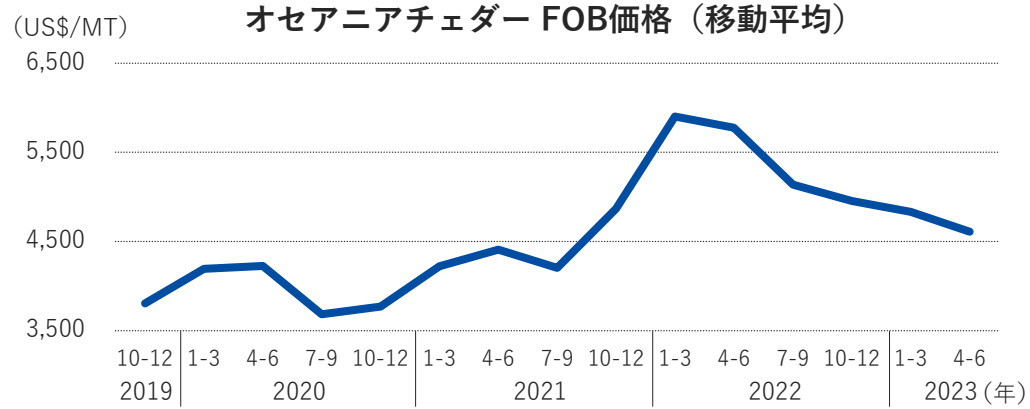


「各4半期の移動平均」「FOB価格」「チェダーチーズ」
オセアニア：USDA、北米：CME、ヨーロッパ：MMO

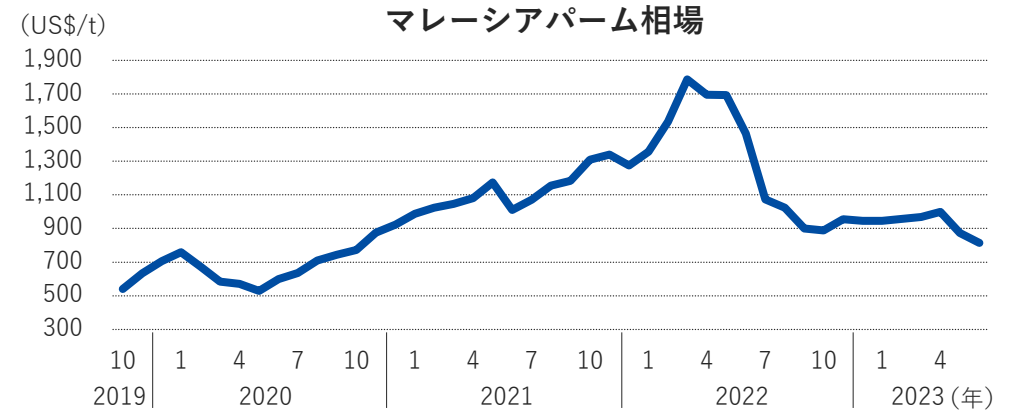
主要原材料の動向



輸入原料チーズ



パーム油原料



大豆油原料



菜種油原料

