

持続的成長の実現に向け 「変革」、そして更なる「進化」を



グループ企業理念



未来は、ミルクの中にある。



▲コーポレートスローガン

「未来は、ミルクの中にある。」をコーポレートスローガンに掲げる雪印メグミルクは現在、「グループ長期ビジョン 2026」(2017～2026年度)の第2ステージ「Transformation(変革)の加速」と位置付けた「グループ中期経営計画 2022」(20～22年度)に取り組んでいる。

「今後10年の新たな羅針盤」と位置づける長期ビジョンは、同社が10年後に目指す姿を示したもので、「Transformation&Renewal」(「変革」、そして更なる「進化」へ)をコンセプトに、「事業ポートフォリオの変革」「事業成長を支える生産体制の進化」「グループ経営の推進」を進めている。

コンセプトを実行するため、重点事業領域を「乳製品」「市乳」「ニュートリション」「飼料・種苗」に再編。グループ企業との連携によりグループ・バリューチェーンを強化する。

乳製品については国際化なども視野に環境変化への対応と収益基盤を強化。市乳は高付加価値商品、プロダクトミックスの改善、集中投資による収益基盤の強化を進め、成長を牽引する事業への構造転換を図る。ニュートリションは新たな成長機会の創出と高収益事業への育成、飼料・種苗では飼料事業の効率化を進め、種苗は主力事業に育成していく。

収益基盤強化に向け、バターの安定供給とブランド強化、チーズのボーダレス展開によるさらなる成長(乳製品)、機能性を軸としたヨーグルト

の戦略的拡大、プロダクトミックスの最適化(市乳)、機能性食品事業の成長モデル構築、価値訴求による粉乳事業の競争力強化(ニュートリション)、種苗事業の戦略的拡大、飼料事業の効率化による収益性向上(飼料・種苗)に取り組む考え。

進行中の第2ステージは、世界的なパンデミックという環境下でのスタートとなったが、2021年度は「持続的な成長のため、グループの総合力を結集し、効率の高い生産体制へ進化させ、複数の事業で利益を創出できるよう変革していく」(西尾啓治社長)とし、取り組みを加速させる考え。

2022年度の数値目標として連結売上高6千400億円、連結EBITDA410億円、連結営業利益220億円を掲げ、「乳製品」「市乳」「ニュートリション」「飼料・種苗」という「4つの事業分野における収益基盤の確立」に向け、「生産性改革の推進」と「事業構造改革の断行」を進めていく。

「Transformation(変革)の加速」を実現するための柱が「生産体制進化の本格始動」。中計期間中に約860億円の設備投資を予定。

事業分野別の戦略として、「乳製品」では、家庭用バターの生産・販売拡大、チーズ事業の戦略的拡大、「市乳」はヨーグルト・デザート事業の戦略的拡大、牛乳類事業の構造改革、「ニュートリション」は粉乳事業(国内・海外)の競争力強化、機能性食品事業の利益創出、「飼料・種苗」では飼料事業の効率化・高品質化、種苗事業の戦略的拡大を挙げた。