

2015

meiji

アニュアルレポート2015

2015年3月31日 終了年度

このPDFには、パソコン画面で読みやすくするため、
各ページにナビゲーションボタンやカテゴリタブなどさまざまな機能を設けています。

■ナビゲーションボタン(目次)



■アイコン



Contents

Introduction

- 明治グループについて
- 02 ステークホルダーの皆さまへ
- 03 明治グループの価値創造の仕組み
- 04 一歩先を行く価値を創り続けてきた歴史
- 05 明治グループの現在
- 07 財務・非財務ハイライト

Our Strategy

- ビジョンと戦略
- 08 成長への軌跡
- 09 社長メッセージ
- 13 中期経営計画「STEP UP 17」の重点テーマと戦略

Our Activities for Sustainability

- サステナビリティ
- 19 持続可能な社会への貢献 ～CSR活動トピックス～
- 20 コーポレート・ガバナンス
- 21 社外取締役からのメッセージ
- 22 役員一覧

Financial and Corporate Information

- 財務・会社情報
- 23 2014年度の業績概要と分析
- 26 グループ会社紹介
- 27 会社情報／株式情報／沿革

■ アニュアルレポートのご利用にあたって

■ このアニュアルレポートの内容は、2014年度（2015年3月期）の実績に基づいています。一部、2015年度（2016年3月期）以降の活動内容も含まれます。

■ 記載している計画や戦略、将来の業績見通しなどは、当社がアニュアルレポート作成時点で入手可能な情報から判断したものです。従って、今後の状況によっては、実際の結果が当社の見通しと異なる可能性があることをご承知ください。なお、記載している情報は、特に示しているものを除き、2015年8月現在のものです。

私たち明治グループは、
「食と健康」のプロフェッショナルとして、
常に一歩先を行く価値を創り続けます。



ステークホルダーの皆さまへ



代表取締役会長

浅野 茂太郎

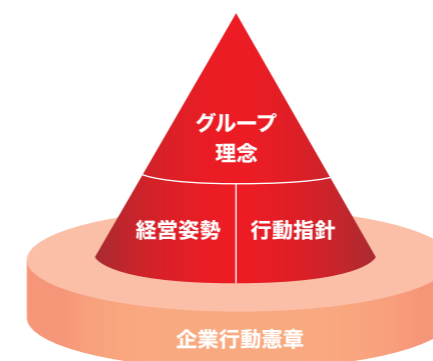


代表取締役社長

松尾 正彦

私たちは、「食と健康」のプロフェッショナルとして
一歩先を行く価値を創り続けることで、
meijiブランドの価値を高め、
持続的な成長を実現してまいります。

明治グループ理念体系



グループ
理念

私たちの使命は、「おいしさ・楽しさ」の世界を拡げ、「健康・安心」への期待に応えてゆくこと。

私たちの願いは、「お客さまの気持ち」に寄り添い、日々の「生活充実」に貢献すること。

私たち明治グループは、「食と健康」のプロフェッショナルとして、常に一歩先を行く価値を創り続けます。

経営姿勢

5つの基本

- 1 「お客さま起点」の発想と行動に徹する。
- 2 「高品質で、安全・安心な商品」を提供する。
- 3 「新たな価値創造」に挑戦し続ける。
- 4 「組織・個人の活力と能力」を高め、伸ばす。
- 5 「透明・健全で、社会から信頼される企業」になる。

行動指針

meiji way

お客さまの、パートナーの、仲間たちの、「そばになくてはならない存在」であるために

- 1 お客さまと向き合って、お客さまから学ぶ。
- 2 先を見る勘を鍛え、先駆ける技を磨く。
- 3 仕事をおもしろくする、おもしろい仕事を創る。
- 4 課題から逃げない、やりぬく気概と勇気を持つ。
- 5 チームの可能性を信じ、チームの力を活かす。

私たち明治グループは、食のおいしさ・楽しさや、心身両面での健康価値の提供を通じて、赤ちゃんからお年寄りまで、あらゆる世代の皆さまの生活充実に貢献することを使命としています。1916年の創業以来、知見や技術を積み重ね、時代の変化に対応しながら歩んでまいりました。明治グループは2016年に創業100周年を迎えます。次の100年に向けても、多くのステークホルダーの皆さまからお寄せいただくmeijiブランドに対する信頼や期待に応えてまいります。

明治グループは、2010年9月に発表した長期経営指針「明治グループ2020ビジョン」の実現に向けて、歩みを進めています。第一ステップである2012-2014年度グループ中期経営計画「TAKE OFF 14」では、重点テーマ「収益性向上と飛躍に向けた戦略投資」に基づき、取り組みを進めました。そして、食品・医薬品の両セグメントにおける収益改善施策が奏功し、営業利益およびROE目標を大幅に上回りま

した。2015年4月からスタートした第二ステップとなる2015-2017年度グループ中期経営計画「STEP UP 17」では、重点テーマを「成長の加速とさらなる収益性向上」とし、事業環境の変化に柔軟に対応しながら、優位事業の強化と新たな成長事業の育成に取り組むとともに、経営基盤も進化させます。

私たちは、「食と健康」のプロフェッショナルとして一歩先を行く価値を創り続けることで、meijiブランドの価値を高め、社会から、そしてお客さまやユーザーの皆さまからの信頼を獲得できるよう、誠実に謙虚に日々努力を重ねてまいります。そして、このような努力こそが、明治グループの持続的成長実現のための大事な鍵であると考えています。

ステークホルダーの皆さまには、今後ともご理解とご支援を賜りますようお願いいたします。

明治グループの価値創造の仕組み

1916年の創業以来、私たちは「食と健康」のプロフェッショナルとして、数多くの経験、知見の蓄積をベースに、明治グループならではの強みを生かして一歩先を行く価値を創り続けています。このようなプロセスを100年にわたって継続してきたからこそ、「食と健康」を通じてお客さまの「生活充実」に貢献することができ、meijiブランドは信頼のコーポレートブランドとして社会やお客さまに広く認知され、ご支持いただくことができました。そして、このプロセスを継続することで、さらに社会やお客さまからの信頼を高めていきます。



信頼

「食と健康」への貢献

一歩先に行く価値を創り続けてきた歴史

明治グループを代表する商品や事業には、時代やニーズの変化をとらえ、常に一歩先に行く価値を創造してきた歴史があります。

ヨーグルト

1950年に「明治ハネーヨーグルト」を発売して以来、65年の歴史があります。1971年には無糖タイプの「明治プレーンヨーグルト」1973年には「明治ブルガリアヨーグルト」を発売。粘り強く地道なマーケティングにより、日本のプレーンヨーグルト市場を切り拓きました。

65年

日本の市場を切り拓いてきた
プレーンヨーグルト



プロバイオティクス



豊富な乳酸菌ライブラリーからセレクトされた乳酸菌を活用し、2000年に「明治プロビオヨーグルト LG21」、2009年に「明治プロビオヨーグルト R-1」を発売。機能性とおいしさをあわせ持ったヨーグルトとして、お客さまから長く愛され、大きく成長しています。

チョコレート

1918年に初めてチョコレートを発売してから97年。1926年には「明治ミルクチョコレート」が誕生し、「チョコレートは明治」という地位を築き上げました。ロングセラーブランドは大切な資産であり、お客さまの嗜好の変化に合わせて、常に進化させ続けてきました。

97年

長年にわたって愛されてきたブランド
明治ミルクチョコレート



時代のニーズを先取りした商品



これまで挑戦し続けてきたさまざまな新分野の商品は、多くの人々に愛されるロングセラー商品へと成長しています。今後は「健康」「プレミアム」など時代のニーズを先取りした商品開発に取り組み、新たな価値を提供し続けていきます。

医薬品

1946年のペニシリンの製造で医薬品事業へ進出以来、69年。1989年に抗不安薬「メイラックス」、1994年に経口抗生物質「メイアクト」、2009年に抗うつ薬「リフレックス」を販売し、感染症と中枢神経系の2領域で新薬メーカーとしてのプレゼンスを確立してきました。

69年

感染症領域が出发点
新薬メーカーとして成長



スペシャリティ&ジェネリック・ファルマ



2006年に本格的にジェネリック事業へ進出し、感染症、中枢神経系（CNS）の得意領域と医療ニーズの高い医薬品に絞って事業を展開。選択と集中で効率的な事業運営を実現し、高いレベルの情報提供、安定供給、品質保証体制は医療従事者や医薬品卸の皆さまから評価されています。

海外展開

食品、医薬品とも1974年から積極的な展開を始めて41年。将来の成長を見据えた育成と強化に取り組んでいます。食品は中国、アジア、米国の3つの重点エリアで着実に基盤を固め、医薬品はスペイン、タイ、インドネシア、中国などに拠点を設け、製造・販売を行ってきました。

41年

国内の強固な基盤をグローバルに展開
食品・医薬品ともに海外市場へ進出



グローバル展開を加速



食品では中国でのチルド牛乳とヨーグルト、アイスクリーム事業を拡大し、軌道に乗せます。医薬品では、2015年2月に買収したインドの製薬会社メドライクを活用し、インドやアジア・アフリカ諸国へ販売網を拡大、受託製造事業も成長させます。

明治グループの現在

2014年度(2015年3月期)の業績

売上高
1兆1,611億円
前年度比
1.1%増

営業利益
515億円
前年度比
41.2%増

食品セグメント

87.8%

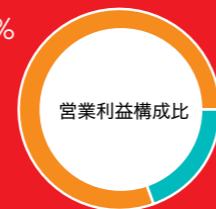


医薬品セグメント

12.2%

食品セグメント

80.5%



医薬品セグメント

19.5%

営業利益率

4.4%

前年度比

1.2%ポイント増

研究開発費

261億円

前年度比

0.1%増

従業員数

26,854人

前年度比

2,455人増

ROE

8.9%

前年度比

2.9ポイント増

配当性向

23.8%

前年度比

7.1ポイント減

廃棄物総量

73千トン

前年度比

2.3%増

明治グループの市場プレゼンス

明治グループならではの強みを生かし、独自の価値を提供することで市場での確固たる地位を築いています。

食品セグメント

- 発酵デイリー事業
- 加工食品事業
- 菓子事業
- 栄養事業
- 海外事業
- その他事業

医薬品セグメント

- 医療用医薬品事業
- 生物産業事業



ヨーグルト

シェア 43.0% 国内No.1

出典：株式会社インテージSRI(ヨーグルト市場)
2014年4月～2015年3月累計メーカーシェア(金額)

牛乳類

シェア 24.4% 国内No.1

出典：株式会社インテージSRI(牛乳類市場)
2014年4月～2015年3月累計メーカーシェア(金額)

カップアイス

シェア 38.9% 国内No.1

出典：株式会社インテージSRI(カップアイス市場)
2014年4月～2015年3月累計メーカーシェア(金額)

チョコレート

シェア 23.8% 国内No.1

出典：株式会社インテージSRI(チョコレート市場)
2014年4月～2015年3月累計メーカーシェア(金額)

高齢者食・流動食(市販用)

シェア 88.0% 国内No.1

出典：株式会社インテージSDI(高齢者食・流動食市場)
2014年4月～2015年3月累計メーカーシェア(金額)

全身性抗菌剤

シェア 12.0% 国内No.3

Copyright 2015IMSヘルス
出典：IMS 医薬品市場統計 JPM2015年3月MATを
もとに作成 無断転載禁止
市場の範囲はMeiji Seika ファルマの定義による

抗うつ剤

シェア 17.2% 国内No.2

Copyright 2015IMSヘルス
出典：IMS 医薬品市場統計 JPM2015年3月MATを
もとに作成 無断転載禁止
市場の範囲はMeiji Seika ファルマの定義によるジェネリック医薬品
新薬取り扱いメーカー

国内No.1

出典：クレコンリサーチ&コンサルティング株式会社
調べ、2014年度

イネいもち病防除剤

シェア 38.6% 国内No.1

出典：農業工業会調べ、2014農業年度
(2013年10月～2014年9月)

産業動物用医薬品

シェア 6.8% 国内No.6

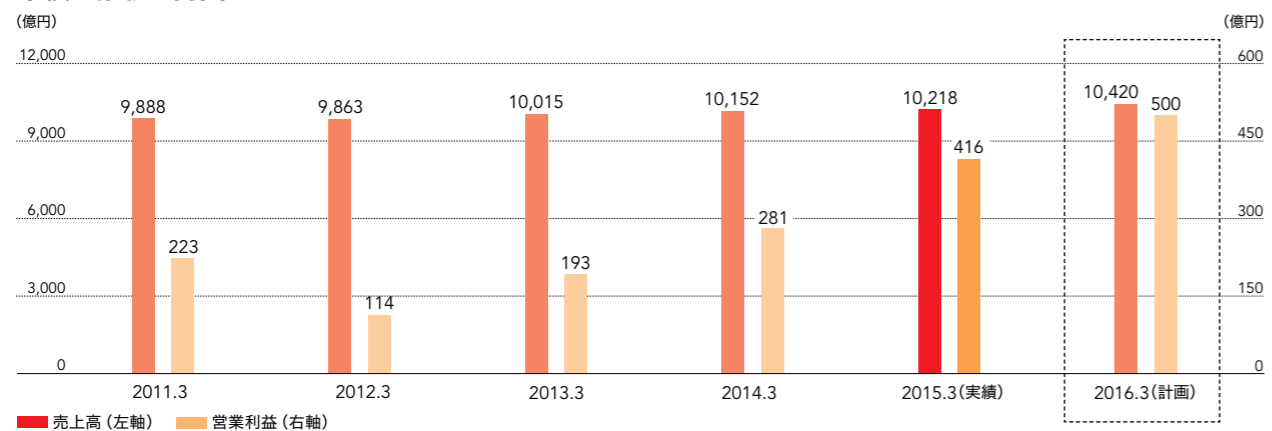
出典：株式会社富士経済調べ、2014年度

※ SRI：株式会社インテージが食料品/日用雑貨品を対象として収集した全国小売店POSデータに基づく市場推計値
※ SDI：株式会社インテージが医薬品を対象として収集した全国小売店POSデータに基づく市場推計値

明治グループの現在

食品セグメント

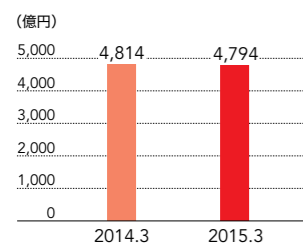
業績の推移と計画



事業別売上高

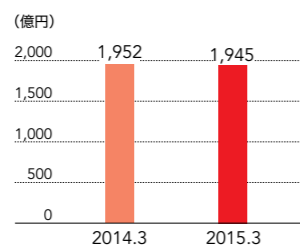
■ 発酵デイリー事業

ヨーグルト、牛乳類、飲料等



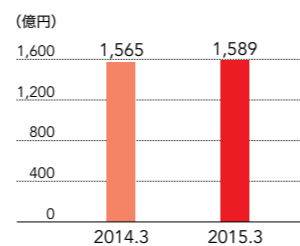
■ 加工食品事業

チーズ、バター・マーガリン、クリーム、アイスクリーム、冷凍食品等



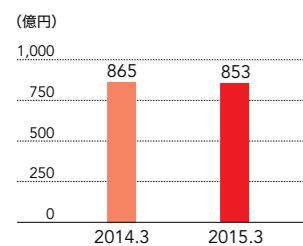
■ 菓子事業

チョコレート、グミ、ガム等



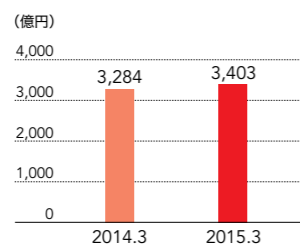
■ 栄養事業

スポーツ栄養、粉ミルク、流動食、美容、OTC等



■ その他事業

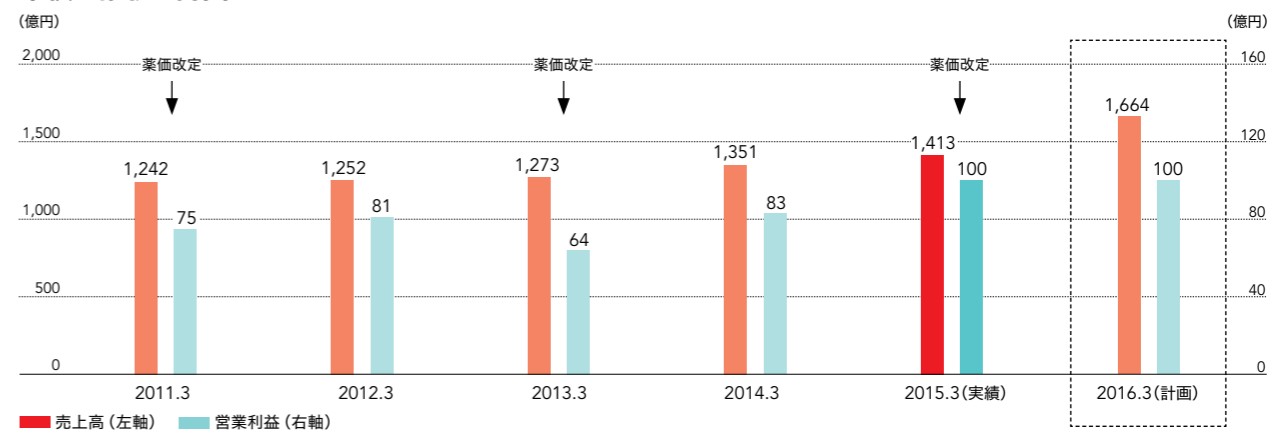
海外、飼料、畜産品、砂糖および糖化穀粉、運送等



一部区分の変更について
2015年度より、食品セグメント内の事業の一部区分を変更しました。2013年度および2014年度の数字は、この変更を遡及適用した数値です

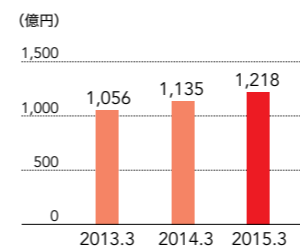
医薬品セグメント

業績の推移と計画

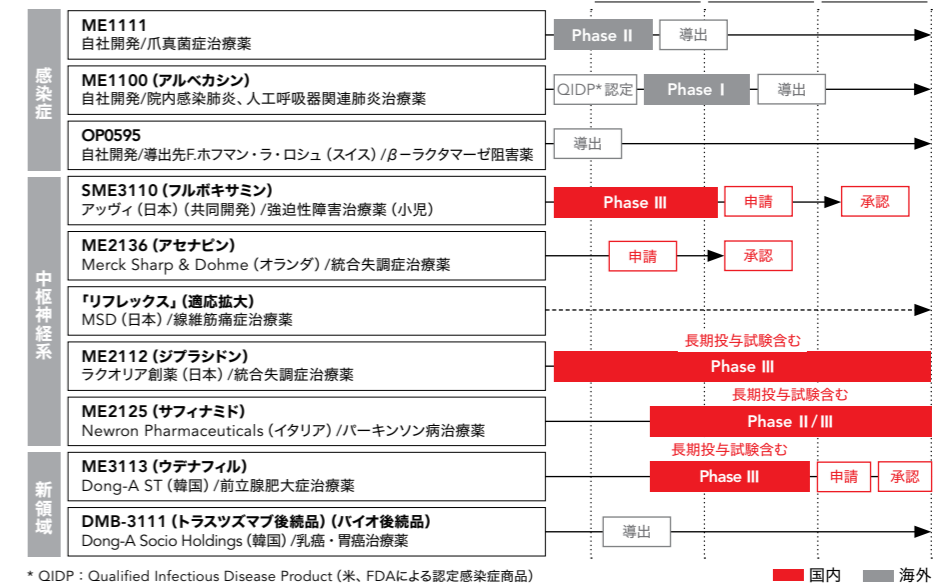


医療用医薬品

売上高

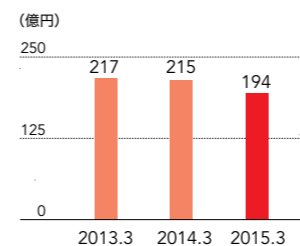


医療用医薬品の開発パイプライン

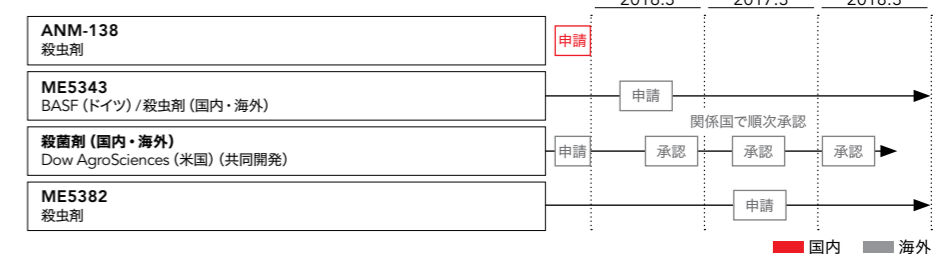


生物産業 (農薬・動物薬)

売上高



農薬の開発パイプライン

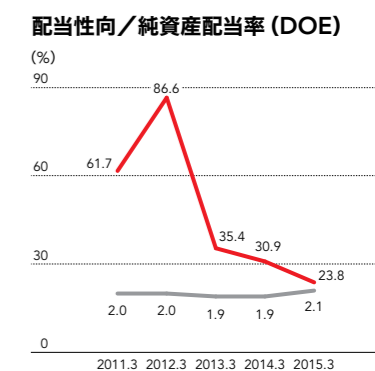
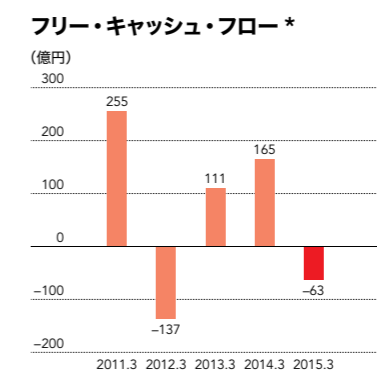
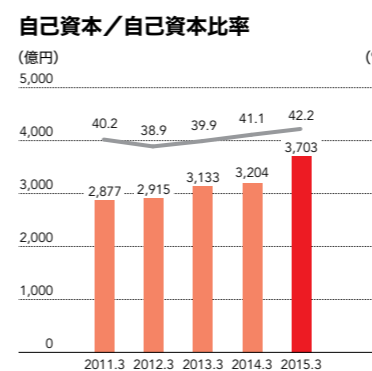
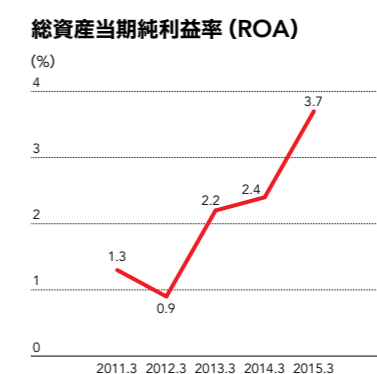
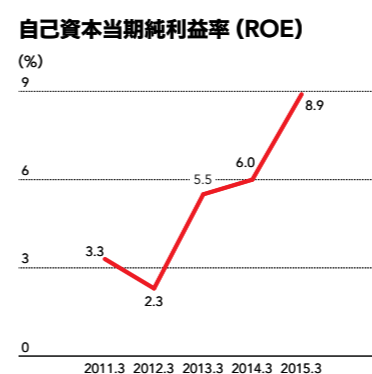
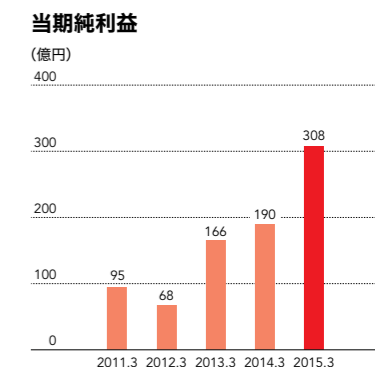
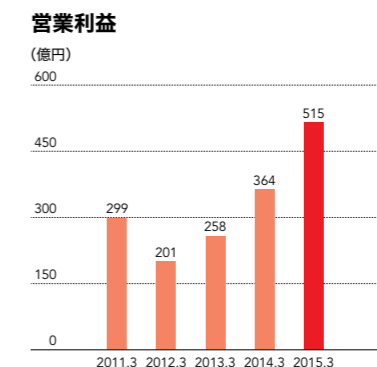
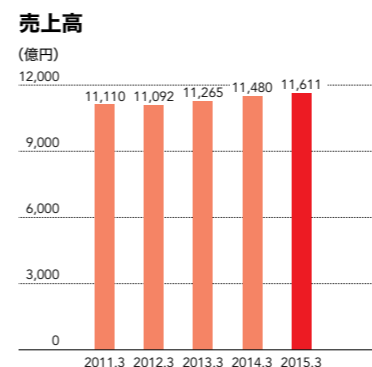


財務・非財務ハイライト

(3月期)	百万円					千米ドル*1
	2011	2012	2013	2014	2015	2015
会計年度						
売上高	¥1,111,000	¥1,109,275	¥1,126,520	¥1,148,076	¥1,161,152	\$9,662,584
■ 食品セグメント	988,854	986,319	1,001,551	1,015,265	1,021,806	8,503,006
■ 医薬品セグメント	124,202	125,274	127,361	135,105	141,338	1,176,157
売上原価	732,931	738,500	743,835	754,013	757,766	6,305,784
販売費及び一般管理費	348,109	350,584	356,825	357,565	351,842	2,927,875
営業利益	29,959	20,189	25,859	36,496	51,543	428,924
経常利益	30,451	21,882	29,131	39,089	53,582	445,885
当期純利益	9,552	6,805	16,646	19,060	30,891	257,063
設備投資額*2	38,512	35,994	35,275	44,407	62,152	517,201
研究開発費	23,418	23,823	26,199	26,067	26,105	217,237
減価償却費*3	41,345	40,871	40,821	40,972	41,885	348,550
営業活動によるキャッシュ・フロー	57,995	30,597	50,622	63,847	86,487	719,706
会計年度末						
総資産	¥ 716,368	¥ 749,985	¥ 785,514	¥ 779,461	¥ 877,367	\$7,301,052
純資産	293,530	298,491	320,609	328,121	380,302	3,164,703

1株当たり情報	円					米ドル*1
	2011	2012	2013	2014	2015	2015
当期純利益	¥ 129.63	¥ 92.38	¥ 225.98	¥ 258.79	¥ 419.58	\$ 3.49
純資産*4	3,906.36	3,958.24	4,254.56	4,351.96	5,030.51	41.86
配当金	80.0	80.0	80.0	80.0	100.0	0.83
レシオ (%)						
自己資本当期純利益率 (ROE)	3.3	2.3	5.5	6.0	8.9	
総資産当期純利益率 (ROA)	1.3	0.9	2.2	2.4	3.7	
その他						
エネルギー使用量 (重油換算: 1,000kl) *8	263	250	253	245	243	
CO ₂ 排出量 (1,000t-CO ₂) *8	472	471	504	538	525	
廃棄物総量 (t) *8	81,149	86,822	80,811	71,983	73,610	
従業員数 (人) *9	25,554	25,717	25,738	24,399	26,854	

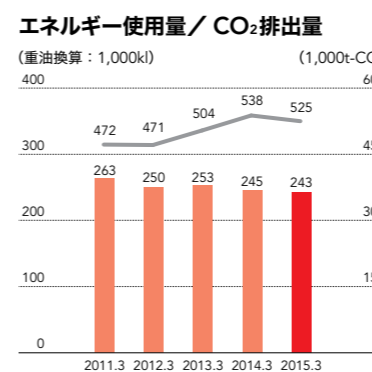
*1 米ドル金額は読者の便宜のために提供するものであり、換算レートには2015年3月31日の為替レート(1米ドル=120.17円)を使用しています。
 *2 設備投資額は、有形固定資産のみのキャッシュ・フロー計算書ベースの数値です。
 *3 減価償却費は、有形固定資産及び無形固定資産のキャッシュ・フロー計算書ベースの数値です。
 *4 1株当たり純資産=(純資産総額-少数株主持分)/(発行済株式数-自己株式数)
 *5 2009年4月1日の明治ホールディングスの設立に際し、明治製菓の普通株式1株に対して明治ホールディングスの普通株式0.1株を、明治乳業の普通株式1株に対して明治ホールディングスの普通株式0.117株をそれぞれ割当て交付しました。
 *6 事業再編に伴う不動産事業の管理体制の変更により、2012年3月期より不動産賃貸の収益費用の表示方法を変更しました。波及適用後の2011年3月期営業利益29,959百万円には、波及適用による差異1,086百万円が含まれます。
 *7 2012年3月期よりセグメントを変更しました。2011年3月期のセグメント別売上高は、この変更を波及適用した参考数値です。
 *8 国内主要子会社を含む明治グループ全体の数値です。
 *9 平均臨時雇用者を含む従業員数です。



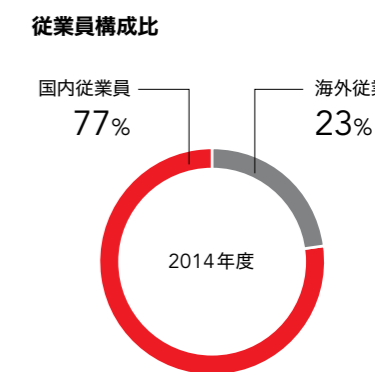
■ 自己資本 (左軸)
— 自己資本比率 (右軸)

* 営業活動によるキャッシュ・フロー+投資活動によるキャッシュ・フロー

— 配当性向 (左軸)
— 純資産配当率 (DOE) (右軸)

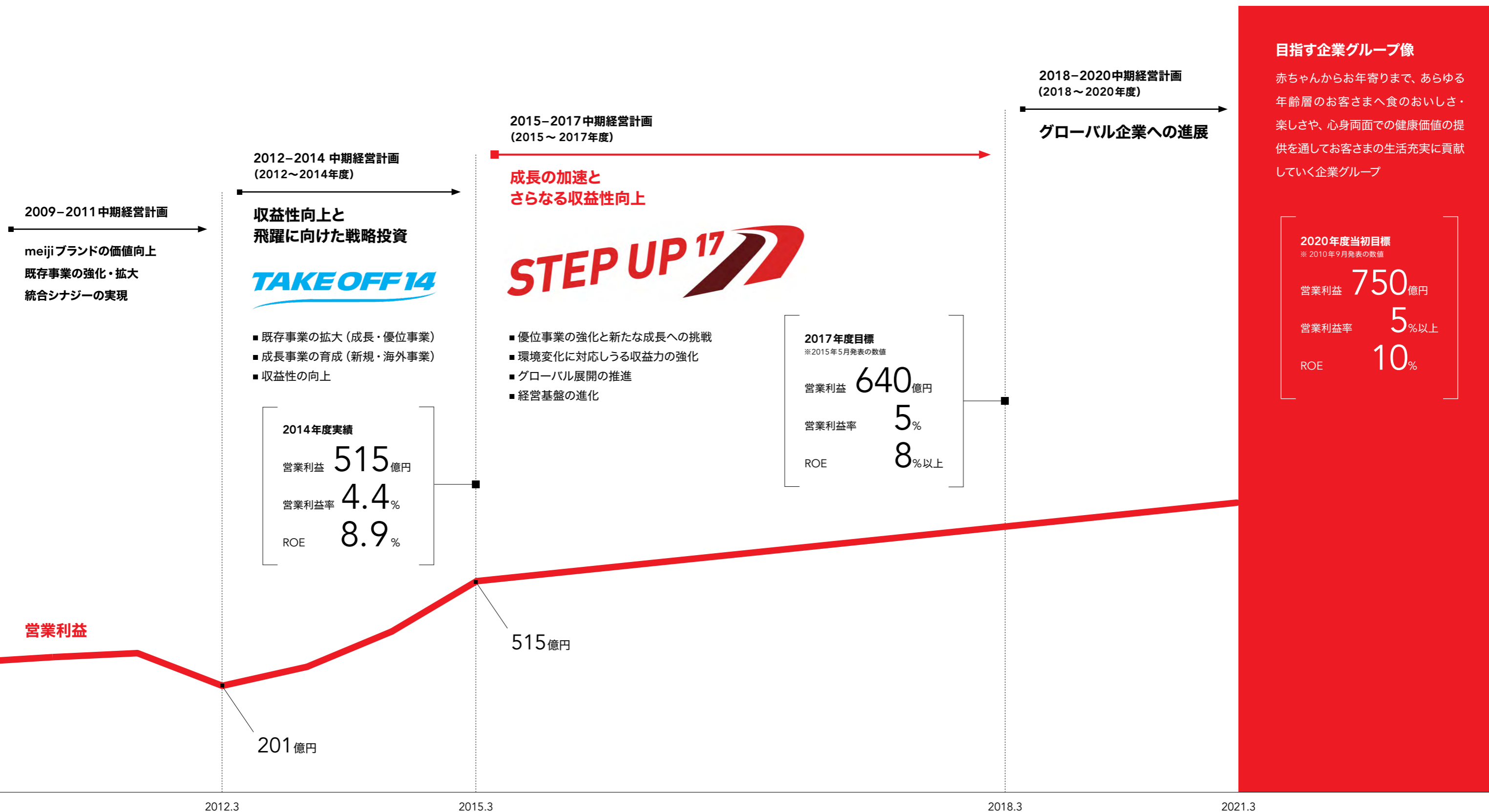


■ エネルギー使用量 (左軸)
— CO₂排出量 (右軸)



成長への軌跡

2015年4月からスタートした中期経営計画「STEP UP 17」は、「2020ビジョン」実現に向けた第二ステップです。「STEP UP 17」では、「成長の加速とさらなる収益性向上」を重点テーマとし、2017年度の営業利益640億円（営業利益率5%）、ROE 8%以上を目標としています。



目指す企業グループ像

赤ちゃんからお年寄りまで、あらゆる年齢層のお客さまへ食のおいしさ・楽しさや、心身両面での健康価値の提供を通してお客さまの生活充実に貢献していく企業グループ

2020年度当初目標

※2010年9月発表の数値

営業利益	750 億円
営業利益率	5%以上
ROE	10%

社長メッセージ

明治グループは、2015年5月に
中期経営計画「STEP UP 17」を発表しました。
株主・投資家の皆さまのご期待に応えるべく、
“食と健康のグローバルな企業グループ”
として、持続的な成長を目指してまいります。

代表取締役社長
松尾 正彦



1 中期経営計画「TAKE OFF 14」を振り返って

2012年4月からスタートした3か年の中期経営計画「TAKE OFF 14」では、「収益性向上と飛躍に向けた戦略投資」を重点テーマとして取り組みました。

定量面では、2014年度（2015年3月期）に連結売上高1兆1,900億円、連結営業利益400億円を目標に掲げ、3か年で約1,600億円の設備投資を実行する計画としました。結果として、2014年度の売上高は1兆1,611億円と当初目標を下回りましたが、営業利益は515億円と大幅に上回りました。計画策定時の見込みよりも原材料のコスト増と薬価改定の影響は厳しかったものの、売上よりも利益にこだわり、事業環境が変化する中でも大きく収益性を改善できた点は、「TAKE OFF 14」の一番の成果と考えています。

3か年の設備投資額は1,490億円となり、当初計画は下回りました。これは、プロバイオティクスが3か年で370億円から830億円へと倍増するほどの大きな成長性を見せたため、その増産投資を優先するなど、当初の投資スケジュールを

一部見直したことが主な要因です。設備投資額のほかに、2015年2月にはインドの製薬会社Medreich Limited（メドライク）の株式取得のため312億円を投資しました。その結果、設備投資と戦略投資を合わせた総投資額は1,803億円となりました。

株主還元につきましては、将来の投融资、研究開発費等の資金需要に応えるため、内部留保の充実を図るとともに、株主の皆さまへの安定的継続的利益還元を行うことを基本方針としてまいりました。「TAKE OFF 14」では1株当たり年間80円の配当計画でしたが、最終年度の利益が目標を大幅に上回ったことから期末配当金を20円増配し、年間配当金は100円といたしました。なお、連結配当性向は23.8%となりました。

事業別にみると、食品事業では、優位性があるシェアも高いプロバイオティクスやチョコレートなどの商品が伸長し、プロダクトミックスの改善が進みました。将来の成長が

期待できる流動食は関西に新工場を建設し、商品ラインアップを充実させ、事業基盤を整備しました。また、海外展開では、重点エリアの1つである中国において、新たにヨーグルト・牛乳事業を開始するなど、計画通りに進捗しました。このような優位事業の強化と成長事業の育成に加え、コスト低減の取り組みを徹底したことで、想定以上の原材料コスト増の影響をカバーし、当初計画300億円を上回る416億円の営業利益を達成しました。

医薬品事業では「スペシャリティ&ジェネリック・ファルマ」の戦略をさらに推進し、特に中枢神経系用薬とジェネリック医薬品が大きく成長しました。また、研究開発費の効果的な

投入によって順調に新薬開発が進み、導出提携などの成果も得ることができました。2014年4月の薬価改定は、長期収載品の特例的引き下げを伴い、またジェネリック医薬品の薬価は3つの価格帯に集約され、初回収載時の掛け率も引き下げられるなど、想定を超える厳しい影響となりましたが、「TAKE OFF 14」で掲げた100億円の営業利益を達成することができました。

「TAKE OFF 14」では、長期経営指針「明治グループ2020ビジョン」の実現に向けた第一ステップとなる中期経営計画として、次につながる一歩を踏み出すことができました。

「TAKE OFF 14」当初目標と実績の比較

	TAKE OFF 14 当初目標	TAKE OFF 14 実績	増減
売上高	1兆1,900億円	1兆1,611億円	-2.5%
営業利益	400億円	515億円	+28.9%
営業利益率	3.4%	4.4%	+1.0pt
ROE	7%	8.9%	+1.9pt
海外総売上高*1	810億円	833億円	+2.8%
設備投資額*2	1,617億円	1,490億円	-7.9%
研究開発費*2	735億円	783億円	+6.5%

*1 持分法適用会社および非連結会社の売上高も含む
*2 3か年の累計額

基本方針と主な成果

TAKE OFF 14 基本方針	3年間の主な成果
既存事業の 強化・拡大	<ul style="list-style-type: none"> ■ 優位事業の成長 <ul style="list-style-type: none"> プロバイオティクス チョコレート 中枢神経系用薬 ジェネリック医薬品 など ■ 流動食分野での新規投資と基盤強化
成長事業の育成	<ul style="list-style-type: none"> ■ 食品事業の海外展開拡大 ■ メドライクの子会社化による、国内外の医薬品事業の成長基盤強化
収益性の向上	<ul style="list-style-type: none"> ■ 食品事業のプロダクトミックス改善とコスト低減の推進 ■ 医薬品事業の原価低減と、研究開発の推進による開発品の導出実現

2 明治グループを取り巻く環境と成長可能性

当社は、「食のおいしさ・楽しさや、心身両面での健康価値の提供を通して、あらゆる年齢層のお客さまの生活充実に貢献すること」を理念に掲げています。赤ちゃん用の粉ミルクから高齢者用の流動食、そして病気になった時の医薬品というように、幅広い製品ポートフォリオを有していることが強みの1つです。経営環境の変化に応じて製品ポートフォリオの「選

択と集中」を進めることで、柔軟な経営を実現し、持続的な成長・発展につなげてまいります。

現在、日本は大きな変化の中にあります。少子高齢化と人口減少が今後の市場動向を予測する上で重要なファクターとなります。一般的に、これらは企業の成長阻害要因としてとらえられますが、当社にとっては大きなビジネスチャンスととら

社長メッセージ

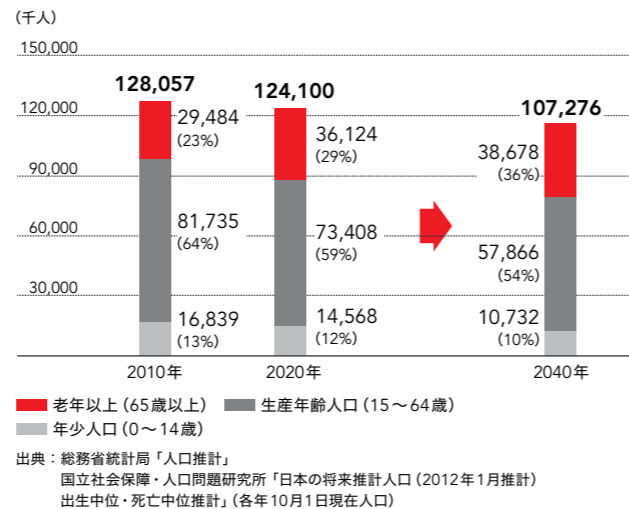
えています。統計上、人口は減少していくものの、65歳以上の高齢者は2040年まで増加する見込みです。延伸する平均寿命と健康寿命との差が拡大すれば、医療費や介護給付費がより多く必要になることから、国の社会保障負担は重くなります。見方を変えれば、平均寿命と健康寿命の差を縮める分野に成長市場があるとも言えます。具体的には、疾病予防、健康増進、介護予防などの健康・ヘルスケア市場、あるいは社会保障費抑制の動きを受けたジェネリック医薬品市場はさらなる拡大が見込まれます。このような考えのもと、日本市場において当社は、「健康価値の提供」を重点テーマとして経営資源の配分を検討してまいります。

海外に目を転じると、2012年に70億人であった世界の人口は、2030年には83億人に拡大することが見込まれます。この内訳を分析すると、増加する人口13億人の95%は、新興国の人口増によるものです。新興国では、特に中間層・富裕層が増えていきます。購買力が拡大すれば、当社が得意とする付加価値商品の市場が拡大していくと考えられます。また、国の発展に伴い医療制度も整備されていけば、医薬品市場も拡大していきます。成長する海外市場をねらい、これまでは各業界の大手トップメーカーが先行していましたが、今や中堅メーカーも含めて多くの日本企業がグローバル展開を加速させています。競争も激しくなる中で、当社は、優位性を発揮できる新興国を中心に事業展開を加速していく考えです。

個別の事業環境を見ると、「TAKE OFF 14」期間中も最大の減益要素となった「原材料動向」と「薬価改定の影響」が大きなポイントになります。「原材料動向」については、カカオをはじめとした輸入原材料の価格は、新興国の旺盛な需要などにより中長期的に高騰基調にあります。円安の進行も輸入原材料調達コストの上昇に拍車をかけています。また、飼料価格の高騰やTPP交渉は国内の乳価や生乳の生産にも影響を与える恐れがあるなど、安定的な原材料確保には市場価格のみならず、今後の農業・酪農政策にも注視する必要があります。一方「薬価改定の影響」については、薬剤費の抑制を目的とした薬価制度改革により、長期収載品やジェネリック医薬品の薬価引き下げ圧力は強まっています。財政運営上、政府は薬剤に関わる国民負担や医療保険財政への影響を注視しており、市場実勢価格を適正に反映させるための薬価の頻回改定の検討も示唆しています。このような事業環境下、各事業とも原価低減の取り組みを徹底するとともに、食品事業では競争優位性の源泉となる「独自価値」を追求し、医薬品事業では新薬創出のスピードアップに取り組み、収益性の改善を目指してまいります。

以上のような経営環境認識を踏まえつつ、2015年度(2016年3月期)から始まる3か年の中期経営計画「STEP UP 17」を新たに策定しました。

日本の将来推計人口



明治グループを取り巻く経営環境

1. 人口減少と少子・高齢化による市場の変化
2. 不透明な原材料動向
3. 国内の食品企業、製薬企業のグローバル展開の加速
4. 薬価制度改革とジェネリック医薬品市場の競争激化

3 今後3年間の経営方針 — 中期経営計画「STEP UP 17」 —

「2020ビジョン」の実現に向けた第二ステップとなる中期経営計画は、「STEP UP 17」と名付けました。重点テーマは「成長の加速とさらなる収益性向上」とし、4つの基本方針で取り組んでいきます。定量面では、最終年度である2017年度(2018年3月期)に連結売上高1兆2,600億円、連結営業利益640億円、営業利益率5%を目標に掲げました。2010年に発表した「2020ビジョン」では、2020年度(2021年3月期)に営業利益率5%以上としていましたが、3年前倒して達成することを目指します。そして、グローバル企業を目指すからには、この水準をさらに引き上げていくことが必要と考えています。

このような基本的な考えのもとで、営業キャッシュ・フローは3年間で約2,000億円を創出します。一方、急激な環境変化や事業リスクに備えるため、自己資本比率を高め、財務基盤の安定化にも努めます。

投資については、自己資金内での投資を原則とし、3か年で1,880億円を計画しています。同時に、財務安全性に配慮して資産の流動化を進めることで、3か年の投資キャッシュ・フローは約1,400億円となる見込みです。経常投資と戦略投資の割合はおおよそ3:7とし、将来の成長に必要な分野にキャッシュ・フローを重点配分していきます。具体的には、ヨーグルトやチョコレートなどの主力品の生産体制整備、物

流体制の再構築、海外事業への投資などを考えています。また、投資後のモニタリングも徹底し、当初の想定通りに進行しているかを厳しくチェックし、投資効率や成果も追求していく考えです。

研究開発費については、3か年で817億円と「TAKE OFF 14」期間よりも増やす計画です。特に医薬品事業におけるパイプラインの開発を強化してまいります。現在のパイプラインを見ると自社開発品の感染症治療薬が3剤あるなど、得意領域に集中して研究開発費を効果的に投入してきた成果が表れ始めています。この方針を継続し、次の成長につながる新薬創出のスピードアップという課題に取り組んでいきます。

また、株主還元については2015年度より連結配当性向30%を目安に、安定的継続的な利益還元を行うことといたしました。将来の成長に向けた投資と内部留保の充実にも留意しつつ、株主の皆さまへの適切な利益還元を目指す考えです。

なお、ROEについては「8%以上」を掲げました。すでに2014年度で8%台となりましたが、「STEP UP 17」では8%以上の水準を常に安定して出す力をつけたいと考えています。そして、「2020ビジョン」の実現に向けた取り組みを通じて、利益成長によるROEのさらなる向上を目指していくことで、株主・投資家の皆さまのご期待に応えてまいります。

「STEP UP 17」重点テーマと基本方針

成長の加速とさらなる収益性向上
1. 優位事業の強化と新たな成長への挑戦
2. 環境変化に対応しうる収益力の強化
3. グローバル展開の推進
4. 経営基盤の進化

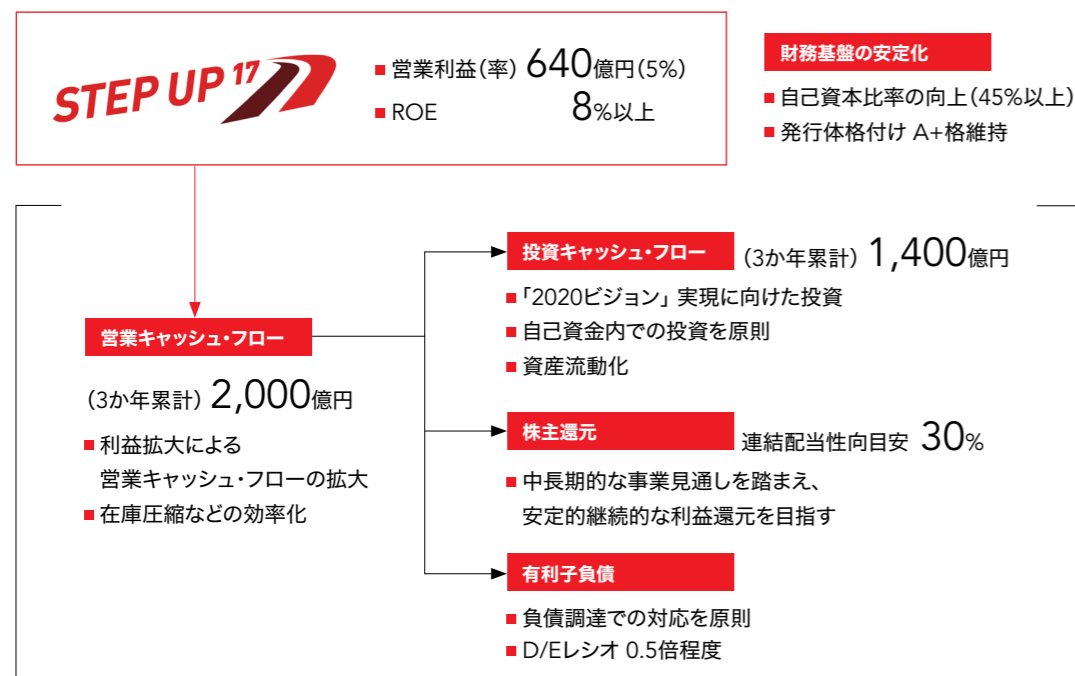
「STEP UP 17」の目標

	TAKE OFF 14 実績	STEP UP 17 目標	増減	2020 ビジョン 当初目標
売上高	1兆1,611億円	1兆2,600億円	+8.5%	—
営業利益	515億円	640億円	+24.2%	750億円
営業利益率	4.4%	5%	← 早期達成へ →	5%以上
ROE	8.9%	8%以上	—	10%
連結海外売上高	533億円	1,040億円	+94.9%	—
投資額*	1,803億円	1,880億円	+4.3%	—
研究開発費*	783億円	817億円	+4.3%	—

* 3か年の累計額。「TAKE OFF 14」の投資額には、設備投資額に加え、メドリック買収に関わる支払ベースの投資額を含みます。

社長メッセージ

持続的な企業価値向上を目指した財務戦略



4 基本方針1：優位事業の強化と新たな成長への挑戦

食品事業、医薬品事業ともに成長が期待でき、かつ当社の優位性が発揮できる分野への「選択と集中」をさらに進めます。

食品事業では「健康」を軸に、独自の価値創造により、圧倒的なシェアの獲得が期待できる商品を「コア商品」と定め、経営資源を重点的に投下します。例えば、プロバイオティクスにはマーケティング投資によって一層の認知率向上を図る

とともに、生産体制も整備し、売上規模の拡大を目指します。健康志向を追い風に市場が拡大するチョコレートでは、「ロングセラー」に加え、「健康」と「プレミアム」というキーワードで商品ラインアップを充実させ伸ばしていきます。流動食では、在宅介護の推進でニーズが拡大する市販流動食市場を創造し、業界を牽引していきます。

医薬品事業では「感染症領域、中枢神経系領域、ジェネリッ

ク医薬品」に経営資源を集中します。感染症領域は海外市場での販売を視野に、自社創薬3剤の研究開発を推進します。中枢神経系領域では、主力品である抗うつ薬「リフレックス」と、2015年5月に申請した統合失調症薬「アセナピン」を加えて、同領域におけるプレゼンスを高めていきます。また、ジェネ

リック医薬品では、新薬と同じ「品質保証」「安定供給」「情報提供」という強みとともに、「コスト競争力」にも磨きをかけ、新薬系ジェネリック医薬品メーカーとしての優位性を盤石なものとし

5 基本方針2：環境変化に対応しうる収益力の強化

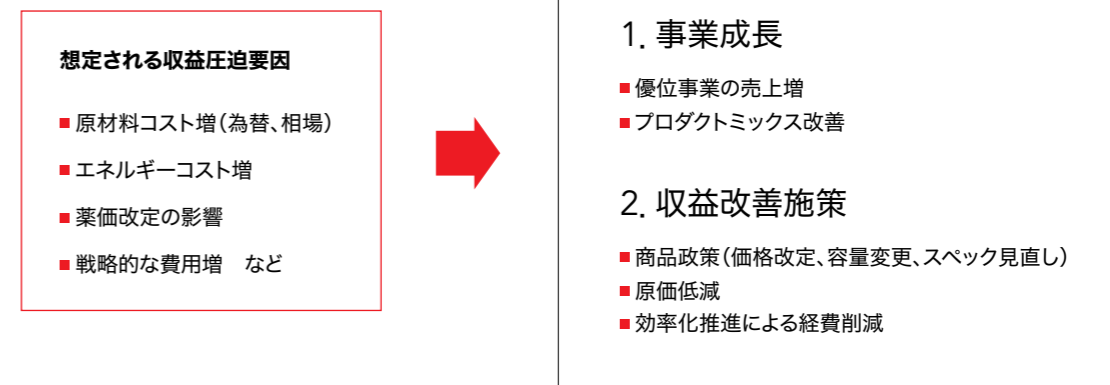
「STEP UP 17」では、原材料コストやエネルギーコストなどの「原価アップ」と「薬価改定の影響」への対応がポイントになります。

食品事業では、コストアップの影響を企業努力だけでは吸収できないと判断して、商品については価格改定を実施します。「コア商品」の多くが価格改定の対象となりますが、価格に見合った商品力と価値を提供していくことで、お客さまにもご理解いただけるものと考えています。また、社内の取り組み

としては、商品数の削減、低採算商品群や低採算事業の見直し、物流効率化などの生産性向上にも努力してまいります。

医薬品事業では、グローバルな視点で生産・調達の最適化を図ります。特に、2014年度の第4四半期から連結子会社となったメドライクの活用が国内事業の成長を後押しすると考えています。メドライクのインド現地工場に日本向け製剤の生産体制を早期に整備し、コスト競争力の強化を図ります。

収益圧迫要因とその対応



セグメント別売上高・利益目標

	TAKE OFF 14 実績		STEP UP 17 目標		増減
■ 食品	売上高	1兆218億円	1兆800億円		+5.7%
	営業利益	416億円	500億円		+20.0%
■ 医薬品	売上高	1,413億円	1,800億円		+27.4%
	営業利益	100億円	140億円		+38.9%

社長メッセージ

6 基本方針3：グローバル展開の推進

当社は、中国、東南アジア、米国、欧州と、多くの国と地域で事業を展開しています。しかし、2014年度の海外連結売上高は533億円、売上比率は5%に満たない状況です。「STEP UP 17」の3年間では、特に大きな伸びが期待できる新興国市場を中心に、優位性と独自性を発揮しながら規模の拡大を図り、海外売上比率を5%から8%へと向上させます。

食品事業の重点エリアは中国、アジア、米国ですが、特に中国に注力していきます。現在、中国では、日本国内でも主力となっているヨーグルト、牛乳、チョコレート、アイスクリームを販売しています。現在の中国事業の売上高は70億円規模ですが、これを200億円規模に拡大してシェアも高めます。付加価値の高い商品で差別化を図り、新たな市場も創造しながら大きく成長し、費用や投資が先行する育成事業から収益貢献事業への転換を図ります。

医薬品事業は、メドライクがポイントになります。メドライクが製造するジェネリック医薬品をさらに広く世界に展開するとともに、強みを持つ受託製造事業(CMO)、受託開発製造事業(CDMO)をさらに拡大します。

食品事業も医薬品事業も、同じmeijiブランドで展開しています。それぞれの事業が各市場で存在感を発揮すれば、このコーポレートブランドの信頼性も高まるものと考えます。日本においてのmeijiがそうであるように、海外においてもmeijiが「食と健康」の信頼のコーポレートブランドとしてお客さまに認知され、事業を優位に展開する無形の経営資源になれば、さらに当社の海外展開は加速すると考えています。

7 基本方針4：経営基盤の進化

当社は、2016年に創業100周年を迎えます。持続的な企業価値の向上を図るためには、時代や環境の変化に合わせて、事業戦略だけでなくガバナンスをはじめとした経営基盤も進化させていくことが必要です。

2015年6月1日、コーポレートガバナンス・コードが適用されました。日本企業がグローバル市場で存在感を発揮していくためには、経営もグローバルで多様な視点を持たなければなりません。当社は現在2名の社外取締役役に、これまでの専門知識や経験をもとに、さまざまな見地からご意見をいただき、経営に生かしています。取締役会の実効性については、取締役会が「グループ全体戦略の推進」と「事業会社の経営の監督」という役割を適切に果たしているか、調査票をベースに各取締役・監査役が自己評価します。その分析・評価をもとに、取締役会の機能向上に活用していきます。

また、企業情報については適時・適切な開示に努めるとともに、株主・投資家の皆さまとの中長期の成長に資する対話を充実してまいります。

企業活動の根幹となる「人材」については、海外事業戦略に対応可能なグローバル人材の育成・確保とダイバーシティの実現に取り組めます。現在、明治グループでは26,854名が働いていますが、そのうち日本以外の国・地域で働く人の割合は23%に上ります。それぞれの人格や個性はもちろんのこと、文化や慣習を尊重し、多様な人材が切磋琢磨して、明治グループ独自の価値創造に取り組めるよう、さまざまな施策を推進していきます。また、日本では生産年齢人口が減少する中、どのように人材を確保するかが各社の大きな課題となっています。当社としては、人物本位の人材活用を進めるなかで、より積極的に女性の活躍を推進していくとともに、

全ての従業員が育児や介護などさまざまなライフステージにあっても、いきいきと働くことができる環境づくりを進めてまいります。

また、「食と健康のグローバルな企業グループ」への成長と発展を志す企業として、社会的課題の解決にも取り組みます。食品事業では、「栄養」という観点で、食育活動を長年続けています。食育を担当する従業員が成長期の子どもたちに向けて食事バランスの大切さを伝えたり、シニア世代に向けて栄養や運動の重要性を伝えています。さらに乳製品や菓子をを使用した料理教室など、さまざまな機会を設けて健康的な食生活を過ごせるようサポートをしています。「調達」という観点では、国内では酪農家、海外ではカカオ生産農家とのパートナーシップを強化し、お客さまに継続して「安全・安心」な商品をお届けすることができるよう努めています。また、医薬品事業では、希少疾病に苦しむ患者さんに貢献する取り組みを行っています。例えば、「ディアコミット」は、乳児期に発症する難治性のてんかん症候群であるドラベ症候群に対する有効な治療薬として、患者さんとそのご家族、医療従事者から多くの感謝の声をいただいています。また、

早期肺癌、悪性脳腫瘍、遺残再発食道癌を適応とする「注射用レザフィリン」は、薬剤とレーザー機器を組み合わせる治療法で使用されており、身体への負担が少なく肺などの機能ができる限り保存する新たな治療選択肢として、医療現場から期待が高まっています。

このように、当社は事業の周辺に存在する社会的な課題に対し、少しでも貢献できるよう地道に取り組んでいくことも大事にしてまいります。

食育活動への参加者(2014年度)

約 **83,500**人

工場見学者(2014年度)

約 **133,800**人

私たちは、これからも「食と健康」のプロフェッショナルとして一歩先を行く価値を創り続けることで、meijiブランドの価値を高め、日本および各国・地域のお客さまの生活充実に貢献し、持続的な成長を実現してまいります。そして、株主・投資家の皆さまのご期待に応え、一層の信頼をいただけるよう努めてまいります。

今後とも変わらぬご理解とご支援を賜りますよう、お願いいたします。

代表取締役社長

松尾正彦

中期経営計画「STEP UP 17」の 重点テーマと戦略

2015年4月よりスタートした「STEP UP 17」では、「成長の加速とさらなる収益性向上」を重点テーマに、4つの方針のもと戦略を実行しています。ここでは、社長メッセージで説明した4つの方針のうち「優位事業の強化と新たな成長への挑戦」と「グローバル展開の推進」について詳しく紹介します。

優位事業の強化と新たな成長への挑戦



食品セグメント

食品セグメントでは、「健康な食生活」に貢献するコア商品に注力します。市場における競争優位性の高い商品をコア商品と定め、経営資源を集中します。特に優位性が高いヨーグルト、チョコレート、流動食の各事業は新たな取り組みに挑戦し、強みを増していきます。

医薬品セグメント

医薬品セグメントでは、重点領域・成長市場に経営資源を集中します。国内市場では感染症領域、中枢神経系領域、ジェネリック医薬品を中心に事業展開し、「スペシャリティ&ジェネリック・ファルマ」として重点3領域に、海外市場では成長の見込める地域に経営資源を集中します。



食品セグメントの取り組み

ヨーグルト

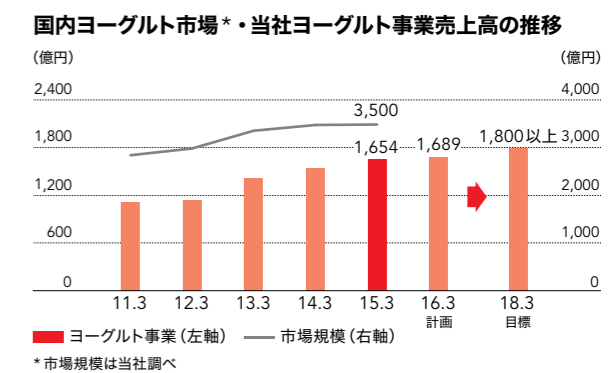
乳酸菌の機能性研究を基盤とし、さらなる優位性を追求



市場環境

国内のヨーグルト市場は、前年比0.5%増となる3,500億円規模に拡大しています。当社は着実に売り上げを伸ばし、市場シェア43.0%* (前年比+1.1pt) と存在感を高めています。将来的には市場シェアを50%に拡大し、圧倒的No.1を目指します。

*株式会社インテージSRI (ヨーグルト市場)
2014年4月～2015年3月累計メーカーシェア (金額)



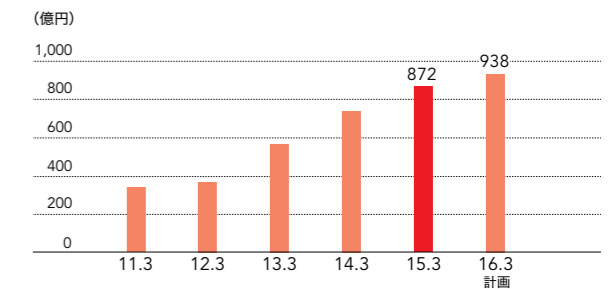
事業戦略

プロバイオティクス

「明治プロビオヨーグルトR-1」、「明治プロビオヨーグルトLG21」の継続的な成長と2015年4月に発売した「明治プロビオヨーグルトPA-3」の市場への定着に取り組みます。3ブランド体制でプロバイオティクスを拡大します。



プロバイオティクス売上高の推移



■ TOPIC : 新商品「明治プロビオヨーグルトPA-3」

プリン体と戦う乳酸菌を配合した「明治プロビオヨーグルトPA-3」、「明治プロビオヨーグルトPA-3ドリンクタイプ」を2015年4月に発売しました。

当社の乳酸菌ライブラリーの中から、プリン体への可能性に着目して選び抜いたPA-3乳酸菌 (Lactobacillus gasseri (ラクトバチルス ガセリ) PA-3株) を配合したヨーグルトです。日頃プリン体を気にして生活している方々をターゲットとし、ヨーグルトの新たな健康価値を提案します。

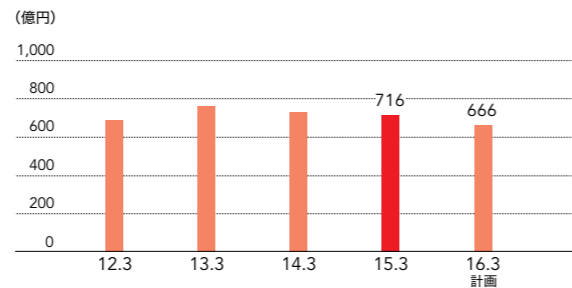


中期経営計画「STEP UP 17」の重点テーマと戦略

明治ブルガリアヨーグルト

ヨーグルトの味わい、風味や食感、機能性などの特長は、使用する乳酸菌によって決まります。発売から40年以上の歴史を持つ「明治ブルガリアヨーグルト」は、ブルガリア菌とサーモフィラス菌の2種類の乳酸菌を使用して発酵しています。さらに、「明治ブルガリアヨーグルト LB81」は1996年に特定保健用食品の表示許可を受け、「腸内細菌のバランスを整える」「おなかの調子を良好に保つ」ことが科学的に証明されています。引き続き、おいしさと健康価値の両方を訴求していきます。

明治ブルガリアヨーグルト売上高の推移



TOPIC：新商品「アミノコラーゲンヨーグルト」

日本で一番売れている美容コラーゲンブランド*「アミノコラーゲン」とLB81乳酸菌を組み合わせたヨーグルト「アミノコラーゲンヨーグルト」を2015年3月に発売しました。

「アミノコラーゲン」は、コラーゲン商品の中でもブランド認知率が約80%と高く、市場から高い評価を得ています。本商品は、「アミノコラーゲン」に配合されているフィッシュコラーゲン1,000mgとおなかの健康に役立つLB81乳酸菌を組み合わせた「おなかからおいしく潤う」ヨーグルトです。



*株式会社インテージSDI (美容市場)
2014年1月～12月ブランド別累計販売金額

【違いを生む独自価値】

5,000種類を保有する「乳酸菌ライブラリー」

ヨーグルトの販売を開始した1950年以来、当社にはヨーグルトに関するさまざまな知見が蓄積されています。各地から乳酸菌を収集して、今では約5,000種類の「乳酸菌ライブラリー」を保有しています。

ヨーグルトは、発酵に使用する乳酸菌によってさまざまな特長を引き出すことができます。当社は、単に「乳酸菌ライブラリー」を保有しているだけでなく、そこから有用な乳酸菌を選び出す優れた技術とノウハウを持っています。最近では、プロバイオティクスで国内のヨーグルト市場を活性化させています。また2011年からは、LB81乳酸菌のアンチエイジング効果について、フランスのパスツール研究所と共同研究を行っています。こうした取り組みを通じて乳酸菌の機能性研究を深め、ヨーグルトの可能性を広げています。



チョコレート

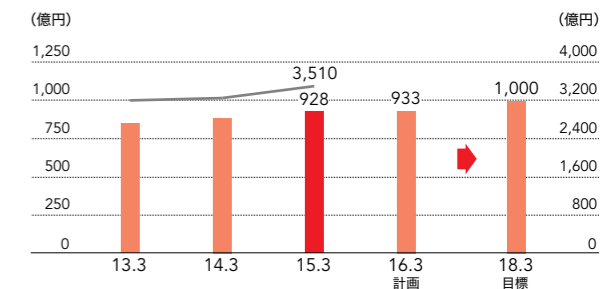
「健康」と「プレミアム」を成長軸にシェア拡大

市場環境

国内のチョコレート市場は、カカオポリフェノールの効果が注目され、シニア層を中心とした健康志向の高まりを追い風に、前年比4%の伸びを示し、3,510億円に拡大しています。当社の市場シェアは23.8%*で、No.1の地位を維持しています。将来的には市場シェア30%を目指します。

*株式会社インテージSRI (チョコレート市場)
2014年4月～2015年3月累計メーカーシェア (金額)

国内チョコレート市場・当社チョコレート事業売上高の推移



■ チョコレート事業 (左軸) — 市場規模 (右軸)
出典：e-お菓子ねっと (全国菓子卸商業組合連合会と全日本菓子協会の共同設立組織)



事業戦略

カカオポリフェノールの健康価値訴求

当社にはカカオポリフェノールに関するさまざまな知見が蓄積されています。この強みを生かして、カカオポリフェノールの健康価値を積極的に訴求します。



チョコレート効果

プレミアムチョコレート

当社は、カカオ豆を自社で焙煎・ブレンドし、豆固有の風味を最大限に引き出す技術を持っており、大きな強みになっています。この強みを生かして、プレミアムチョコレートなどの差別性のある商品ラインアップで新たな需要を創造していきます。



明治ザ・チョコレート

ロングセラーブランド

当社の強みは、「ミルクチョコレート」をはじめ「マーブルチョコレート」、「アーモンドチョコレート」、「きのこの山」、「たけのこの里」など多数の「ロングセラーブランド」を持っていることです。引き続き「ロングセラーブランド」に集中し、ブランドの資産価値を生かした商品開発を行います。



きのこの山

大人のきのこの山

中期経営計画「STEP UP 17」の重点テーマと戦略

【違いを生む独自価値】

高品質なカカオ豆を安定的に調達

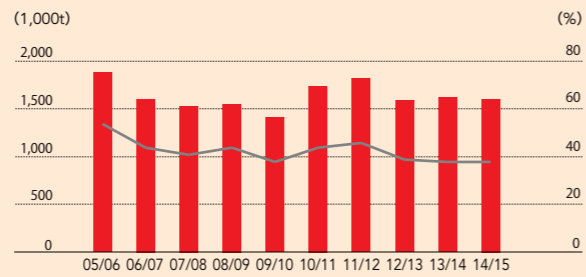
当社のチョコレートづくりの大きな特長の1つが、主要原料のカカオ豆へのこだわりです。私たちが求める品質のカカオ豆を現地の方々とともに作り上げ、おいしく高品質な商品に上げることができるのが、大きな強みです。

この10年間で、世界全体のチョコレートの需要は約20%も増えました。一方で、カカオ豆の在庫率は15ポイント低下しており、安定調達が課題となっています。当社の研究者や技術者は、毎年、生産国を訪問して、農園から輸出港にいたるサプライチェーンを確認しています。農家だけでなく、カカオ豆を取り扱う関係者全員に私たちが求める品質を理解していただき、私たちも生産国の状況を理解し尊重して、品質の向上と安定、継続的な取引に努めています。

私たちはカカオと真摯に向き合い、新しいおいしさを探究し続けています。



世界カカオ豆在庫と在庫率



■ 在庫量 (左軸) — 在庫率 (右軸)
出典：ICCO (The International Cocoa Organization) の資料をもとに当社作成



栄養食品

栄養設計技術を生かした高付加価値品の拡大

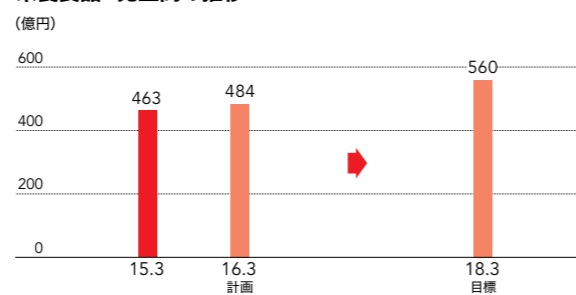
市場環境

国内では、少子高齢化により人口動態が変化しています。出生数の減少に伴い、粉ミルク市場は長期的に減少傾向を示しています。

一方、流動食市場は、現在は病院、介護施設の販路が大部分を占めていますが、今後は政府の在宅医療・介護の推進で、市販用商品の需要が高まると推測されています。2014年度の流動食市場は736億円*で、前年比1.1%の伸びでした。

* 当社推定

栄養食品* 売上高の推移



* 栄養食品：粉ミルク、高齢者食、流動食など

事業戦略

流動食

今後、需要が高まると考えられる市販用流動食市場を当社自らが創造していきます。粉ミルクの商品開発で得られた、優れた栄養設計技術を流動食の開発に応用しています。さらに、持ちやすく、飲みやすい独自設計のパッケージやおいしさにこだわった商品開発に取り組み、販売拡大を目指します。



明治メイバランスシリーズ

粉ミルク

「明治ステップらくらくキューブ」は、「明治ステップ」に添加物を何も加えず、そのまま固めたものです。この製法は当社の特許です (特許第4062357号)。また、両面に4つのくぼみのあるキューブ形で、溶けやすさにこだわった形にしています。スプーンでの計量が不要なので、夜間や外出時のミルクづくりなどに適しており、利便性の高さが支持されています。



明治ステップ らくらくキューブ

明治ステップ

【違いを生む独自価値】

独自の栄養設計で流動食の開発

高齢者の中で低栄養が問題になっています。高齢者の2割近くが低栄養の傾向にあるという、厚生労働省の調査結果もあります。たんぱく質を含むいろいろな食材をバランスよくとることが理想ですが、食が細くなった高齢者でも、少しの量で多くのたんぱく質がとれる経口栄養食品が求められています。

私たちは、低栄養に関する研究や開発を進めています。強みは、長年にわたる基礎研究や臨床研究などに裏付けられた粉ミルクの栄養設計です。さらに高齢者の臨床栄養研究をベースに、高齢者向け食品の栄養設計を行っています。

「明治メイバランス」は、体に大切な栄養素を一度においしく摂ることができる栄養食品です。また、独自設計の小型カップを採用し、持ちやすさ、飲みやすさも追求しました。



*1 ビタミンA、ビタミンD、ビタミンE、ビタミンB1、ビタミンB2、ナイアシン、ビタミンB6、葉酸、パントテン酸、ビタミンC
*2 ナトリウム、カリウム、カルシウム、マグネシウム、リン、鉄、亜鉛、銅、セレン、塩素

中期経営計画「STEP UP 17」の重点テーマと戦略

医薬品セグメントの取り組み

国内では、感染症領域、中枢神経系領域、ジェネリック医薬品に集中

医薬品業界では、国民医療費抑制策の一環として、薬価制度改革やジェネリック医薬品使用促進策などが進められています。一方で、新薬創出加算など必要とされる新薬の開発を促進する施策も行われており、事業環境は大きく変化しています。

医薬品セグメントでは、重点領域におけるプレゼンスの向上と国内外の生産拠点を活用したローコストオペレーションを進め、「スペシャリティ & ジェネリック・ファルマ」として持続的な成長を図ります。

市場環境

感染症領域：国内の全身性抗菌薬市場は、薬価下落や薬剤耐性菌発現防止のための適正使用の促進などに伴い縮小傾向にあります。一方で、日本人の死因となる疾病は肺炎が第3位で高齢化に伴い増加傾向にあり、感染症の治療において抗菌薬は今後も中心的な役割を果たしていくものと考えられます。

中枢神経系領域：社会環境や労働環境の変化などにより、うつ病や統合失調症など中枢神経系（CNS）領域の疾患患者は増加傾向にあります。さらに同領域における潜在患者は多く、今後も市場の拡大が予想されます。

ジェネリック医薬品：国民医療費抑制策の一環として、政府の「経済財政運営と改革の基本方針2015」ではジェネリック医薬品の数量シェアを「2018年度から2020年度末までの間のなるべく早い時期に80%以上とする」という目標が掲げられました。これにより、ジェネリック医薬品の需要は今後急速に拡大していくと考えられます。一方で、ジェネリック医薬品の価格帯集約なども議論されており、一層の価格競争力が求められると考えられます。



感染症領域

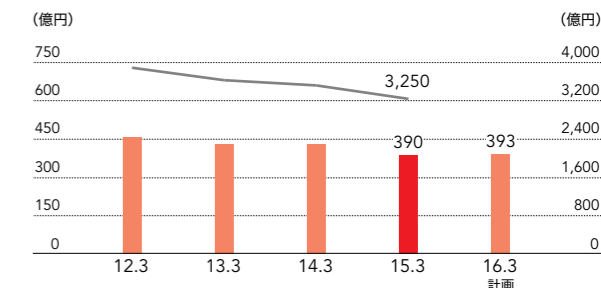
事業戦略

国内全身性抗菌剤市場シェア第3位から第2位を目指します。

国内では抗生物質「メイアクト」、「オラベナム」に加えて、ジェネリック医薬品のラインアップを充実させ、売り上げを拡大します。



国内全身性抗菌剤市場・当社感染症薬売上高の推移



Copyright 2015IMSヘルス
出典：IMS 医薬品市場統計 JPM2012年3月から2015年3月MATをもとに作成
無断転載禁止。市場の範囲はMeiji Seika ファルマの定義による。

中枢神経系領域

事業戦略

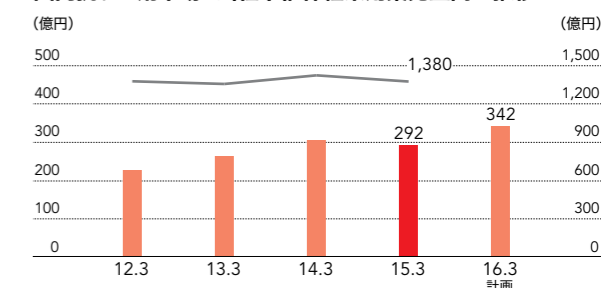
国内抗うつ剤市場シェア第2位から第1位を目指します。

拡大する抗うつ剤市場において、唯一の作用メカニズムを持つ「リフレックス」の売り上げを拡大します。

2015年5月に申請した統合失調症薬「ME2136（アセナピン）」や今後申請予定の「ME2112（ジプラシドン）」の上市を控え、営業組織でのCNS専任体制を強化します。



国内抗うつ剤市場・当社中枢神経系用薬売上高の推移

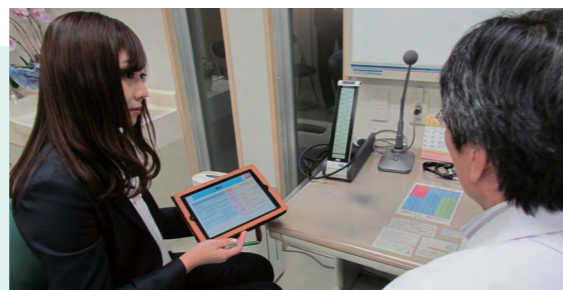


Copyright 2015IMSヘルス
出典：IMS 医薬品市場統計 JPM2012年3月から2015年3月MATをもとに作成
無断転載禁止。市場の範囲はMeiji Seika ファルマの定義による。

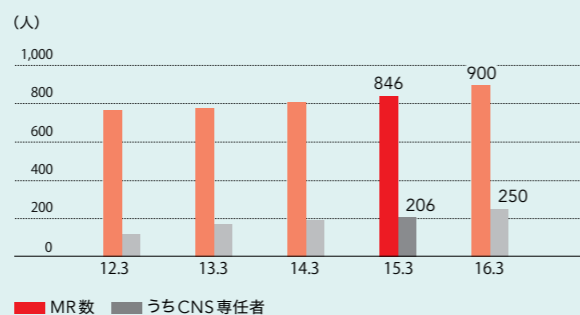
「違いを生む独自価値」

独自の存在感を示す スペシャリティ & ジェネリック・ファルマ

1人のMR（医薬情報担当者）が患者さんの疾患に応じて、有用な薬剤を新薬とジェネリック医薬品両方の豊富な薬剤ラインアップから提案し、医療従事者の方々からの信頼獲得につながっています。今後も医療従事者や関係者の皆さまとの信頼関係を大切に、患者さんの健康をサポートしていきます。



MR数の推移



ジェネリック医薬品

事業戦略

国内新薬系ジェネリック医薬品メーカー売上高第1位を堅持します。

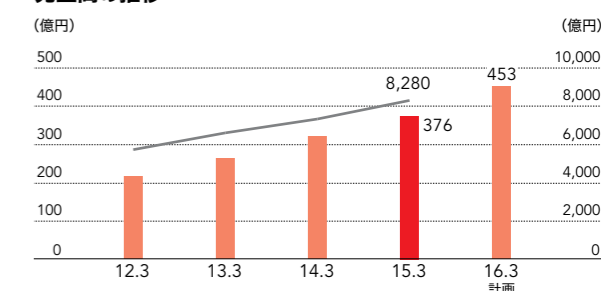
医療関係者や患者さんの利便性に配慮した付加価値のある製剤開発を進めます。

当社の強みは、「品質保証」「安定供給」「情報提供」を新薬と同じ体制で行っていることです。さらに「コスト競争力」を高め、盤石な優位性を築きます。

また、中核病院での採用実績は周辺調剤薬局の採用意向に大きく影響すると考えられます。今後、重要性が高まる病院市場の取り組みを強化します。



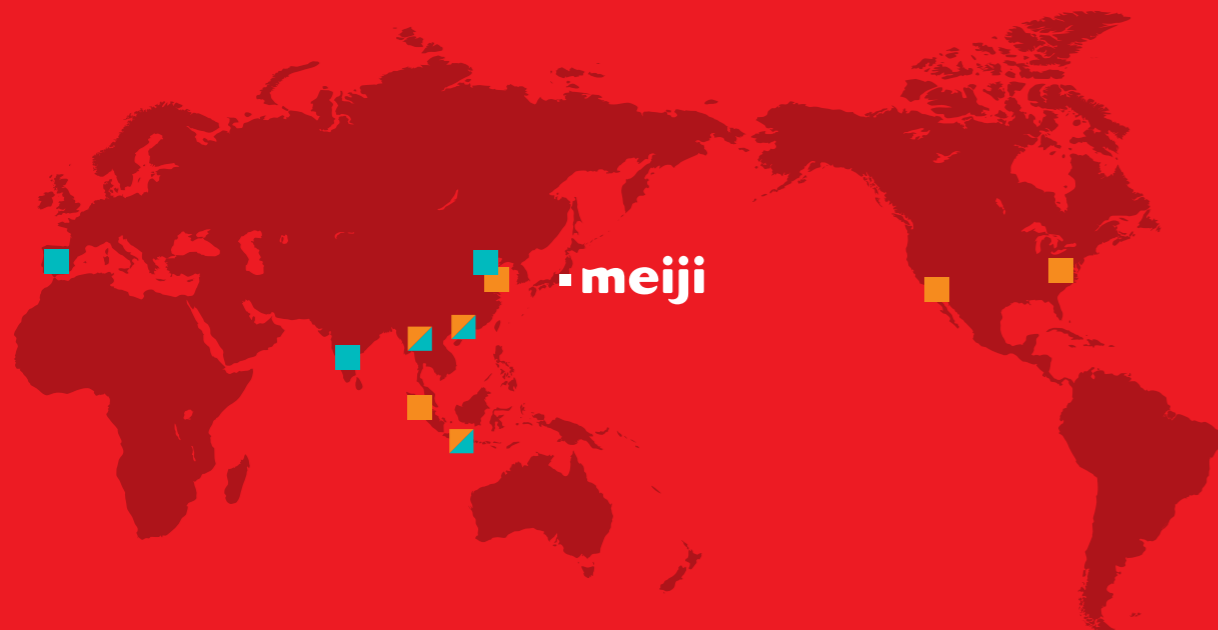
国内ジェネリック医薬品市場*・当社ジェネリック医薬品売上高の推移



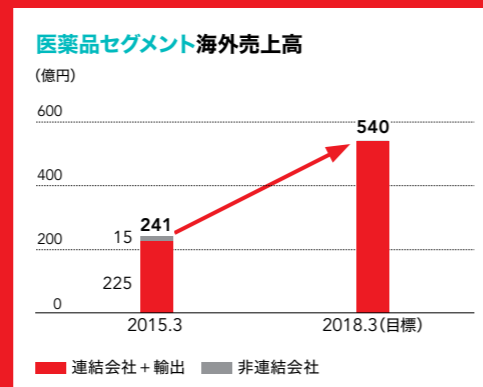
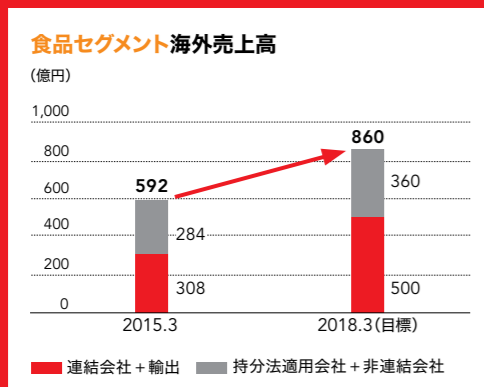
* 市場規模は当社調べ

グローバル展開の推進

「2020ビジョン」の実現には、国内市場での成長とともにグローバル企業としての存在感を高めることが必須だと考えています。「STEP UP 17」では、各地域の市場ニーズをとらえて海外事業を拡大し、収益力アップに取り組みます。



■ 食品セグメント拠点 ■ 医薬品セグメント拠点



食品セグメントの海外展開

海外市場でも「独自価値」にこだわり、事業成長を実現

当社の強みは、「独自の価値創造」ができることです。国内で培った知見を海外市場でも活用し、付加価値の高い商品を中心に事業展開していきます。重点エリアは、中国・アジア・米国に定め、これら地域で事業を成長させていきます。

中国

目標

中国では、ヨーグルト、チルド牛乳、チョコレート、アイスクリームの事業を展開しています。これまでは基盤整備に努めてきましたが、今後は大きく伸ばす段階となりました。2014年度は約70億円の売上高でしたが、2017年度には200億円を目指します。

事業戦略

ヨーグルト

市場は拡大基調にあります。当社では、加糖ヨーグルトが好調に推移し、健康志向の高まりによりプレーンヨーグルトも伸長しています。販売エリアを拡大し、フルーツ入りや中容量カップなどニーズにあわせた商品ラインアップを強化して、さらなる成長を目指します。



チョコレート

当社のチョコレートは高品質な商品として支持を高めています。今後はブランドに対する安心感を武器に、新たな販売ルートも開拓して、事業を拡大します。



アイスクリーム

現在、中高価格帯市場が拡大しています。当社は、販売エリアを華南地域から華東・華北地域へも拡大し、「日本発の高品質アイス」として付加価値の高い商品を提供して売り上げを伸ばします。



中期経営計画「STEP UP 17」の重点テーマと戦略

■ TOPIC : アイスクリーム事業会社 「明治雪糕(広州)有限公司」事業開始

当社は、100%出資のアイスクリーム事業会社「明治雪糕(広州)有限公司」を設立し、広東省広州市に新設したアイスクリーム工場が2015年1月に稼働しました。中国唯一の日本ブランドとして高品質を強みとし、拡大する市場に向けて、中国のお客さまの嗜好に合った商品を開発、販売していきます。



工場外観

アジア

事業戦略

チョコスナックは、シンガポール、インドネシアで生産されている「ハローパンダ」「ヤンヤン」の売り上げを拡大します。現在50カ国以上で販売されており、世界中で親しまれています。

ヨーグルトと牛乳は、タイの Charoen Pokphand Foods との合併会社「CPメイジ」(持分法適用会社)が製造、販売しています。CPメイジはチルド牛乳市場で約50%*のシェアを誇り、トップブランドとしての地位を築いています。また、ヨーグルトでも「明治ブルガリアヨーグルト」の販売が拡大しており、今後はタイ国内での販売を強化するとともに、周辺諸国への輸出を拡大します。

* 当社推定



ハローパンダ

ヤンヤン

CPメイジで販売する
「明治ブルガリアヨーグルト」

CPメイジで販売する牛乳

米国

事業戦略

スタウファー・ビスケットの主力商品「アニマルクラッカー」は、主要スーパーで取り扱われており、全米で好評を博しています。

メイジ・アメリカからmeijiブランドで発売している「ハローパンダ」と「ヤンヤン」の販売が好調で、2007年には「チョコルームズ」(米国版「きのこの山」)を発売しました。これらは、チョコレートとビスケットを組み合わせたチョコスナックとして好評を得ており、さらなる拡大を目指します。



アニマルクラッカー

ハローパンダ

チョコルームズ

医薬品セグメントの海外展開

成長市場でニーズを的確にとらえ、さらなる事業拡大

新興国の経済成長に伴い、医療関連の需要は急速に拡大することが見込まれています。各海外子会社が各国市場のニーズに応じた最適な製品群で自国および周辺国での売り上げ拡大に取り組みます。また、新たに連結子会社化したメドライクは、受託製造(CMO*1)、受託開発製造(CDMO*2)とジェネリック医薬品の製造・販売の各事業を継続的に成長させます。

*1 CMO : Contract Manufacturing Organization

*2 CDMO : Contract Development and Manufacturing Organization

事業戦略

重点エリア「アジア・新興国市場」での事業成長

当社は、中国、インドネシア、タイ、スペインに拠点を持ち、医薬品の製造と販売を行っています。さらに、ロシアやベトナムにも進出しています。重点品目である抗生物質「メイアクト」、関節機能改善薬「アダント」の拡大とジェネリック医薬品で、meijiブランドの強みを生かした「スペシャリティ&ジェネリック・ファルマ」を展開します。特に私たちの得意領域である抗菌剤は、新興国で高い需要があります。私たちは、高品質で安全性に優れた製品を、成長市場である新興国にも提供していきます。



新しい柱のCMO、CDMO事業

医薬品受託製造サービスの世界市場規模は、2019年には790億ドル*に達し、2025年にかけて拡大すると予測されています。新たに明治グループに加わったメドライクは、CMO、CDMO事業を持っていることが強みです。これまでグローバル大手の製薬企業からの製造受託で、年率平均10%以上の成長を実現しています。海外事業における新たな柱として、今後もこの成長ペースを維持・向上させ、着実な拡大を目指します。

* 市場規模は当社調べ



メドライク外観

開発品目の導出推進

研究開発で自社創業した開発品目の導出を推進し、医薬品事業のグローバル展開を加速させます。医療用医薬品に加え、農薬も自社創業品の海外導出を進めます。

持続可能な社会への貢献 ～ CSR活動トピックス～

明治グループでは、本業を通じて日々グループ理念を実践し、社会に必要とされる存在であり続けることこそ、社会的責任を果たすことであり、グループCSRの基本と考えています。

ここでは、「地球環境」と「従業員」に関する取り組みをご紹介します。その他のCSR活動全般に関する取り組みは、当社CSRサイトをご覧ください。

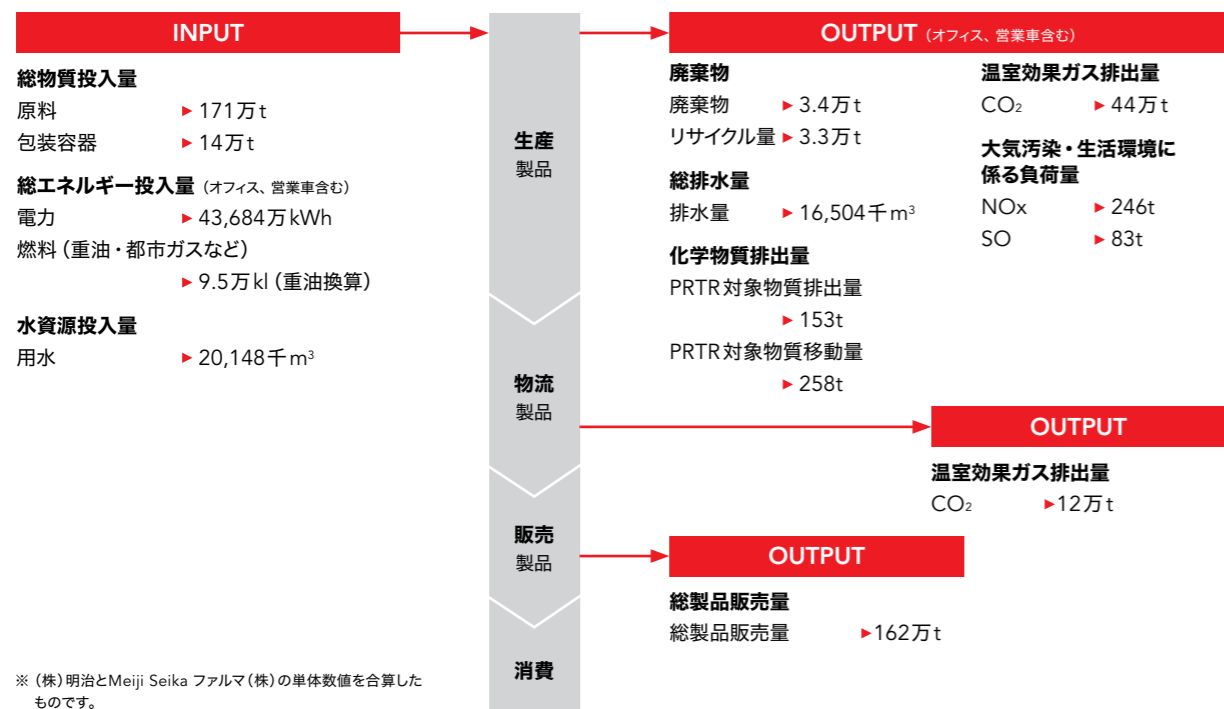
■ <http://www.meiji.com/csr/>



環境マネジメント

明治グループは、環境理念、環境方針に基づき、事業活動から生じる環境負荷の低減とともに、環境との調和や自然との共生を意識した企業活動を実践しています。

マテリアルバランス (2014年度)

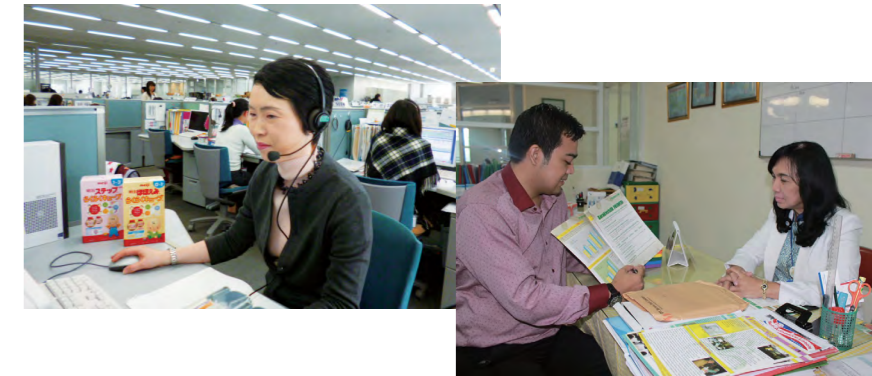


地球温暖化防止の取り組み

グループ全体で省資源・省エネルギー活動に取り組んでいます。省エネ設備の導入・生産設備の改善・CO₂排出量の少ないエネルギーへの転換などを積極的に推進しています。

環境負荷物質削減の取り組み

限られた地球環境資源を守るため、廃棄物の削減と資源の有効利用に努めています。また、化学物質の適正管理と排出量の抑制に努め、環境負荷を最小限に抑えるよう尽力しています。



人材についての考え方

明治グループでは、求める人材像を「卓越した専門性と組織力を生かすことで、創造・革新的な課題を自ら設定し、やりぬく人材」と定めています。グループ人事制度を通じた従業員一人一人の成長が、一歩先を行く価値創出、お客さまへの価値提供、組織力の底上げ、グループの持続的発展につながると考えています。

グローバル人材の育成・活躍支援

当社の海外拠点では、6,000人以上の従業員が働いています。グローバルに活躍する人材を育成するために、

海外グループ会社と連携したグローバル人材の育成施策の実施や、外国籍社員の積極的な活躍支援を行っています。

明治グループ海外従業員数 (人)

	米国	スペイン	中国	インドネシア	シンガポール	タイ	インド	海外計
2012年度 (2013.3)	686	356	535	998	270	394	—	3,239
2013年度 (2014.3)	636	342	746	888	277	478	—	3,367
2014年度 (2015.3)	587	340	998	790	272	392	2,789	6,168

※ 国内主要子会社を含む明治グループ全体の数値です。

女性の活躍支援

日本経済団体連合会が定めた「女性の役員・管理職登用に関する自主行動計画」に沿って計画を策定し、女性の活躍を推進しています。

例えば、社内サイト「CHEER FOR WOMEN」では、情報を隔月発信し、活躍する女性の働き方を知り、長期的なキャリアイメージを考える機会になっています。また、出産・育児などのライフイベントに関する制度概要や、制度を利用した先輩の声も紹介し、ライフイベントを安心して迎えられるよう工夫しています。

また、2015年2月には第1回女性社員会議を開催しました。外部講師のダイバーシティに関する講演の後、働く環境や各々の目指す姿について、グループディスカッションを行いました。参加者からは、若手女性社員に限らず男性社員・上職者とも共有したいなどの感想があがりました。



コーポレート・ガバナンス

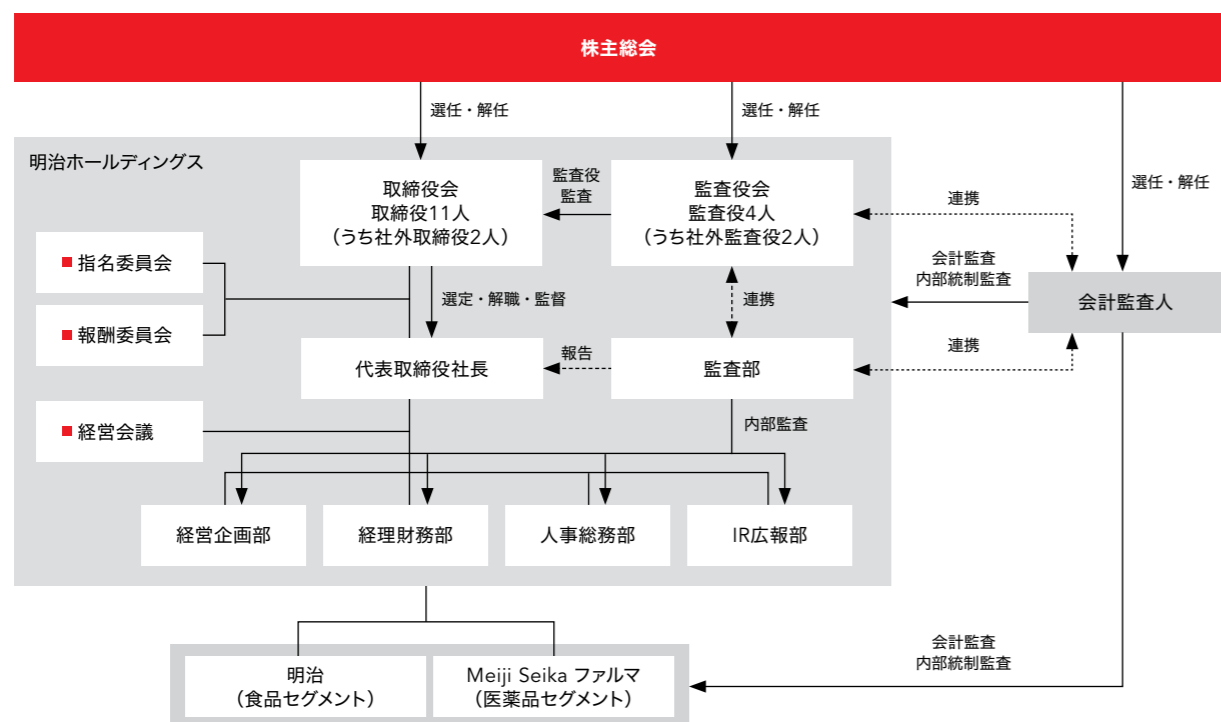
基本的な考え方

当社グループは、「食と健康」に関わる企業として、お客さまの日々の「生活充実」に貢献することを理念の中心に据え、これに向けて「おいしさ・楽しさ」の世界を駆け「健康・安心」への期待に応え常に一步先を行く価値を創り続けることで、持続的成長と中長期的な企業価値の向上を図ることを目指しています。

当社は、この実現に向けて、持株会社である当社のもとで「食と健康」に関わる事業会社がグループの連携を保ちつつ自律的に経営することを、グループ経営の基本的な考え方としています。

この考え方のもと、当社の主な役割をグループ全体の経営戦略の推進と事業会社の経営の監督とする一方、事業の執行は事業会社へ適切に委任することで、グループ内で経営の監督と執行を基本的に分担し、これに即して、取締役会をはじめとするコーポレート・ガバナンスの体制と運用を整備しています。また、当社は監査役会設置会社を採用しており、取締役会の監督機能と監査役の監査機能によって、経営の客観性と透明性をより高めることとしています。

ガバナンス体制図



各会の機能と役割

- 指名委員会
構成：社外取締役2人、社内取締役2人
役割：取締役と執行役員の候補者を取締役会に推薦
- 報酬委員会
構成：社外取締役2人、社内取締役2人
役割：取締役と執行役員の業績評価と報酬について検討
- 経営会議（原則月2回開催）
構成：取締役および執行役員
役割：社長の諮問機関
機能：業務執行に関する全般的な重要事項を審議

運営体制の特徴

次の取り組みにより、コーポレート・ガバナンス体制の強化を図っています。

- ① 社外役員4名を起用し、いずれも独立役員として指定
- ② 取締役の任期を1年に設定
- ③ 執行役員制度を導入して執行と監督機能を分離し、経営判断を迅速化するとともに経営責任を明確化
- ④ 役員への女性の登用については、女性取締役1名を選任

社外取締役・社外監査役の取締役会・監査役会への出席状況

(2014年度)

	取締役会	監査役会
社外取締役	約96%	—
社外監査役	約96%	100%

組織体制 監査役会設置会社	取締役人数 11人 (うち社外取締役2人)	独立役員の選任 4人 (社外取締役+社外監査役)	2014年度 取締役会開催回数 13回
取締役会の議長 社長	監査役人数 4人 (うち社外監査役2人)		2014年度 監査役会開催回数 15回

社外取締役を選任している理由

矢嶋 英敏
株式会社島津製作所の取締役社長、取締役会長を務められ、経営者としての豊富なキャリアと見識を有しており、当社グループの経営に対し幅広い観点からの助言や業務執行に対する適切な監督を行っていただくため、選任しています。

佐貫 葉子
弁護士としての豊富なキャリアと企業法務に係る高い専門的知見を有しており、当社グループの経営に対して幅広い視点からの助言や業務執行に対する適切な監督を行っていただくため、選任しています。

社外監査役を選任している理由

山口 健一
弁護士としての豊富なキャリアと高い見識のもとに、中立的・客観的な視点から、監査を行っていただくため、選任しています。

渡邊 肇
弁護士としての豊富なキャリアと企業の国際取引法に係る高い専門的知見を有しており、中立的・客観的な視点から、監査を行っていただくため、選任しています。

監査体制

会計監査人	新日本有限責任監査法人
内部監査部門	監査部
監査役が出席する 主な重要会議	取締役会、経営会議、 監査役会、監査部門連絡会議、 ほか

コーポレート・ガバナンス

役員報酬

決定方法

取締役	社内取締役は、基本報酬、業績連動報酬、株式報酬で構成。社外取締役は、固定報酬。株主総会にて決議された総額の範囲内において、外部調査会社データにおける他社水準を参考として、会社業績、個人業績に基づき算定。算定した報酬の額は、報酬委員会に諮った上で、取締役会で決定
監査役	株主総会にて決議された総額の範囲内において、監査役の協議により決定

役員報酬の内容

(2014年度)

区分	支給人数 (人)	支給額 (百万円)
取締役 (社外取締役を除く)	10	320
監査役 (社外監査役を除く)	2	58
社外役員	4	55
合計	16	434

※1. 上記には2014年6月26日付にて退任した取締役2人の報酬を含んでいます。

※2. 取締役の報酬等の額は、株主総会の決議により、年額10億円以内と定められています。

※3. 監査役の報酬等の額は、株主総会の決議により、年額3億円以内と定められています。

内部統制システム

当社グループは食と薬に関する事業を営み、多くのお客さまに製品、サービスを提供しています。取締役、執行役員および従業員が「食品衛生法」や「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律」をはじめとする法令並びに定款を遵守し、「企業行動憲章」のもと、コンプライアンスに根ざした公正で健全なグループ企業活動ができるよう、相互連携と多面的けん制機能に基づく当社およびグループ各社にふさわしい内部統制システムの構築に努めています。

コンプライアンス

当社グループは、「コンプライアンスは事業の礎」と位置付け、法令はもとより、国際的取り決め、社会規範およびグループ各社の定める諸規定などを遵守し、高い倫理観のもと、従業員一人一人が高いコンプライアンス意識を持って、公正かつ誠実に業務を遂行するよう、教育・研修の充実、社内イントラネットによる発信、ホットラインの整備など、グループを挙げてコンプライアンス意識の醸成・定着に向けた活動を推進しています。

リスクマネジメント体制

リスク管理にあたっては、具体的にリスク管理に関連するルールを定め、適切なリスク管理システムを構築しています。また、リスク管理を組織的に行い、当社および当社グループにおける的確なリスク管理を実践するとともに、緊急事態による発生被害を最小限に止める体制を整備しています。

また、2011年3月に発生した東日本大震災の経験を踏まえ、当社グループでは以下のような事業継続計画の基本方針を定めています。

事業継続計画に関する基本方針

当社グループは、大規模な災害等が発生した場合においても、お客さまにとって必要とされる製品・サービスを提供し続けるため、以下の方針のもとに事業継続計画を推進してまいります。

- ① 当社グループの関係者およびその家族の人命の安全確保
- ② 当社グループにとっての社会的責務の遂行
- ③ 業務停止等によって生じる経営ダメージの最小化

ディスクロージャーポリシー

- 当社IRサイトに「情報の開示の基本姿勢」を掲載しています。
<http://www.meiji.com/investor/indicator/disclosure/>
- 開示情報、重要な情報、決算説明会の資料は、原則日本語と英語両方で当社IRサイトに可及的速やかに掲載しています。

社外取締役からのメッセージ



社外取締役
矢嶋 英敏

率直に発言し、これからも 明治グループの成長を支えていきます。

当社は非常に明るい企業風土を持ち、自由闊達な雰囲気の中で議論できる風通しの良さを感じます。取締役会に付議される案件については、事前に専門家の意見を取得するなど、丁寧に社内審議を進めている様子が伺えます。

社内取締役は当社の事業を深く理解しています。一方、社外取締役は消費者などの客観的な立場や他社での経験をもとに意見することができます。取締役会のメンバーが相互に補完的な役割を果たし、建設的な議論によって会社成長を後押しできるよう、私は社外取締役として常に率直に意見を心掛けています。

前中期経営計画「TAKE OFF 14」は目標をほぼ達成し、次の中期経営計画「STEP UP 17」がスタートしました。持続的成長に向けては「商品の高付加価値化」と「海外展開の拡大」が戦略上の課題になるととらえています。私は、企業経営に

加え、国内と海外の両方の市場での営業やマーケティングを長らく経験してきました。その観点から、「私の経験ではこのような事例があるが、当社ではどうか」ということを常に問いかけています。特に、海外展開においては、カントリーリスクへの対処がポイントになります。つまり、国ごとに異なるビジネスにどのように上手に対応していくかとも言えます。その国・地域の文化、慣習、歴史も含め、どのようなことが起こり得るのかを事前に十分に調べる必要があるでしょう。その際、私の経験に基づく意見がお役にたてばうれしいと思います。

当社には成長可能性が大いにある一方で、円安、原材料高、薬価改定など厳しい外部環境の変化にもさらされています。こうした環境下でも「STEP UP 17」で掲げた当初目標を達成できるよう、社外取締役として率直に発言し、これからも明治グループの成長を支えていきたいと考えています。



社外取締役
佐貫 葉子

人材の「多様化」を進めるために、 客観的な立場から働きかけていきます。

当社は、2009年4月の経営統合以来、社外取締役や社外監査役という異なる立場や経験を持つメンバーが、経営を監視・監督あるいは助言するガバナンス体制を採っています。さまざまな視点で意見が交わされる体制が整備されていることで、監査役会設置会社としての監査役によるチェック機能および取締役会による経営のモニタリング機能は、現状十分に発揮されていると認識しています。特に常々感じていることですが、当社のコンプライアンス意識は非常に高く、法令順守に留まらず、安全・安心の確保にも十分に配慮されていると思います。これは、食品と薬品という事業特性上、持続的成長を実現するには、お客さまからの「信頼」が企業の存立基盤であると認識しているためと思われます。

当社は、グローバルに貢献する「食と健康」のリーディングカンパニーを目指して、力強く歩みを進めています。当社のガバナンスのレベルも、さらに進化していくことが必要です。役員選

任プロセスや取締役会の構成、あるいは報酬体系なども含めてさまざまな観点からガバナンスのあり方を検討、進化させていく中で、私は積極的な提言に努めてまいりたいと思います。

その際に、取り組むべき課題の1つが「多様化」だと考えています。海外市場に精通した人物の視点、あるいは多数の女性の視点など、経営がさらに多様な視点を持ち活発に意見を交わすことが、よりグローバルな成長につながると思っています。実効性ある形で多様化を進めるには時間も必要でしょう。この課題については、今後も継続的に検討が図られるよう、私は社外取締役としての客観的な立場から働きかけてまいりたいと考えています。

当社が、社会からの「信頼」を大事にする伝統を継承しつつ、さらなる成長・発展に向けてチャレンジし続けることを期待しております。

役員一覧 (2015年6月26日現在)



1 代表取締役 会長
浅野 茂太郎

1966年 4月 明治乳業(株)入社
1994年 4月 同販売企画部長
1995年 6月 同取締役就任
1995年 6月 同人事部長
1999年 6月 同専務取締役就任
2001年 6月 同代表取締役副社長就任
2003年 4月 同代表取締役社長就任
2009年 4月 当社代表取締役副社長就任
2011年 4月 (株)明治代表取締役社長就任
2012年 6月 当社代表取締役社長就任
2012年 6月 (株)明治取締役就任
2012年 6月 Meiji Seika ファルマ(株)取締役就任(現任)
2014年 6月 当社代表取締役会長就任(現任)

重要な兼職の状況
Meiji Seika ファルマ(株)取締役

2 代表取締役 社長
松尾 正彦

1969年 4月 明治製菓(株)入社
1999年 7月 同薬品国際事業本部長
2001年 6月 同執行役員就任
2002年 6月 同取締役就任
2003年 6月 同常務執行役員就任
2007年 6月 同専務執行役員就任
2009年 4月 当社取締役就任
2011年 4月 Meiji Seika ファルマ(株)代表取締役社長就任
2014年 6月 当社代表取締役社長就任(現任)
2014年 6月 (株)明治取締役就任(現任)
2014年 6月 Meiji Seika ファルマ(株)取締役就任(現任)

重要な兼職の状況
(株)明治取締役
Meiji Seika ファルマ(株)取締役

3 取締役 専務執行役員
平原 高志

1974年 4月 明治乳業(株)入社
2007年 4月 同管理部長
2007年 6月 同取締役就任
2009年 4月 当社執行役員就任
2009年 4月 当社経理財務部長
2009年 6月 明治乳業(株)執行役員就任
2011年 4月 当社常務執行役員就任
2011年 6月 同取締役常務執行役員就任
2015年 6月 同取締役専務執行役員就任(現任)

4 取締役 常務執行役員
左座 理郎

1978年 6月 明治製菓(株)入社
2007年 6月 同経営戦略部長
2008年 6月 同執行役員就任
2009年 4月 当社執行役員就任
2009年 4月 同経営企画部長(現任)
2012年 6月 同取締役執行役員就任
2013年 6月 同取締役常務執行役員就任(現任)

6 取締役 執行役員
古田 純

1981年 4月 明治製菓(株)入社
2012年 6月 (株)明治広報部長
2013年 6月 同執行役員就任
2014年 6月 当社取締役執行役員就任(現任)
2014年 6月 同IR広報部長(現任)

8 取締役
川村 和夫

1976年 4月 明治乳業(株)入社
2007年 4月 同栄養販売本部長
2007年 6月 同取締役就任
2009年 6月 同執行役員就任
2010年 6月 同取締役常務執行役員就任
2011年 4月 (株)明治取締役専務執行役員就任
2012年 6月 同代表取締役社長就任(現任)
2012年 6月 当社取締役就任(現任)

重要な兼職の状況
(株)明治代表取締役社長
一般社団法人日本乳業協会会長
全日本菓子協会会長

10 取締役(社外)
矢嶋 英敏

1959年12月 日本航空機製造(株)入社
1977年 6月 (株)島津製作所入社
1990年 6月 同取締役就任
1994年 6月 同常務取締役就任
1996年 6月 同専務取締役就任
1998年 6月 同取締役社長就任
2003年 6月 同代表取締役会長就任
2006年 6月 明治製菓(株)取締役就任
2009年 4月 当社取締役就任(現任)

重要な兼職の状況
(株)橋本チエン社外取締役

5 取締役 執行役員
塩崎 浩一郎

1978年 4月 明治乳業(株)入社
2011年 4月 (株)明治執行役員
2015年 6月 当社取締役執行役員(現任)
2015年 6月 同経理財務部長(現任)

7 取締役 執行役員
岩下 秀市

1977年 4月 明治乳業(株)入社
2011年 4月 (株)明治総務法務部長
2014年 6月 当社取締役執行役員就任(現任)
2014年 6月 同人事総務部長(現任)

9 取締役
小林 大吉郎

1979年 4月 明治製菓(株)入社
2010年 6月 同執行役員就任
2011年 4月 Meiji Seika ファルマ(株)執行役員就任
2013年 6月 同取締役
2013年 6月 同常務執行役員就任
2014年 6月 同代表取締役社長就任(現任)
2014年 6月 当社取締役就任(現任)

重要な兼職の状況
Meiji Seika ファルマ(株)代表取締役社長

11 取締役(社外)
佐貫 葉子

1981年 4月 弁護士登録
2001年11月 NS総合法律事務所開設
2003年 6月 明治乳業(株)補欠監査役
2007年 6月 同監査役就任
2009年 4月 当社取締役就任(現任)

重要な兼職の状況
弁護士
(株)リソナホールディングス社外取締役

12 監査役(常勤)
佐藤 秀明

1976年 4月 明治乳業(株)入社
2009年 6月 同執行役員就任
2011年 4月 (株)明治執行役員就任
2013年 6月 当社監査役就任(現任)

13 監査役(常勤)
田子 博士

1975年 4月 明治製菓(株)入社
2009年 6月 同執行役員就任
2011年 4月 (株)明治執行役員就任
2013年 6月 当社監査役就任(現任)

14 監査役(社外)
山口 健一

1982年 4月 弁護士登録
1991年 4月 山口法律事務所開設
2007年 6月 明治製菓(株)監査役就任
2009年 4月 当社監査役就任(現任)

重要な兼職の状況
弁護士

15 監査役(社外)
渡邊 肇

1987年 4月 弁護士登録
1987年 4月 森綜合法律事務所開設
1994年 9月 米国イリノイ州外国法律事務所弁護士登録
1995年 5月 米国ニューヨーク州弁護士登録
2007年 4月 末吉綜合法律事務所(現 潮見坂綜合法律事務所)開設
2010年 6月 当社補欠監査役
2013年 6月 当社監査役就任(現任)

重要な兼職の状況
弁護士
星光PMC(株)社外監査役

2014年度の業績概要と分析

業績概要

市場環境

2014年度の国内景気は、政府・日銀による経済対策および金融政策を背景に、緩やかな景気回復基調で推移するとともに、雇用・所得環境においても改善の傾向が見られました。一方、個人消費については、消費税率引き上げに伴う駆け込み需要の反動に加え、夏場の天候不順の影響などにより、回復への遅れが見られました。

経営成績

明治グループは、長期経営指針「明治グループ 2020ビジョン」実現に向けた第一ステップである2012-2014年度グループ中期経営計画「TAKE OFF 14」の最終年度を迎え、重点テーマ「収益性向上と飛躍に向けた戦略投資」に基づき、「既存事業の拡大」「成長事業の育成」「収益性の向上」の取り組みを引き続き進めました。

食品セグメントでは、原材料調達コストやエネルギーコストの大幅な上昇への対処を進めました。乳製品、菓子、健康栄養などの各事業で主力製品の販売拡大によるプロダクトミックスの改善に注力するとともに、事業構造改革と徹底したコストダウンにも取り組みました。

医薬品セグメントでは、「スペシャリティ&ジェネリック」戦略を推進する中、医療用医薬品の普及強化と併せて、国内外の生産拠点における原価低減にも取り組みました。

この結果、当年度売上高は前年度比1.1%増の1兆1,611億52百万円、営業利益は同41.2%増の515億43百万円、当期純利益は同62.1%増の308億91百万円となりました。なお、「TAKE OFF 14」策定時に掲げた当初目標の、売上高1兆1,900億円、営業利益400億円、ROE7%に対し、売上高については、食品セグメントの低採算事業の見直しなどにより目標達成とはなりませんでしたが、営業利益および

ROE目標については、食品・医薬品の両セグメントにおける収益改善の取り組みが奏功し、目標を大幅に上回りました。

事業セグメントの業績

食品セグメント

売上高は、前年度比0.6%増の1兆218億6百万円と前年度を上回りました。乳製品事業は、プロバイオティクス等の主力製品の売上げが大幅に伸長しましたが、販売子会社の一部事業を整理した影響により前年度並みとなりました。菓子事業は、チョコレートを中心とした売上げ拡大が奏功し前年度を上回りました。健康栄養事業は、消費税率引き上げに伴う駆け込み需要の反動の影響が響き前年度を下回りました。

営業利益は、乳製品・菓子・健康栄養の三事業が大幅増益となり、全体でも前年度比47.8%増の416億64百万円と前年度を大幅に上回りました。プロダクトミックスの改善と徹底したコストダウンが全体の収益改善に貢献しました。

乳製品事業

ヨーグルトは、2014年度のヨーグルト市場はほぼ前年度並みの成長でしたが、当社は市場以上の伸びで、前年度を上回りました。プロバイオティクスは、積極的なマーケティング活動や、2014年7月発売の「明治プロビオヨーグルトR-1」ブランドの新商品が寄与し、前年度を大幅に上回りました。「明治ブルガリアヨーグルト」は、市場の競争激化の影響を受けて前年度を下回りましたが、「明治ブルガリアのむヨーグルト」は、2013年9月発売の新しいパッケージの利便性が好評を博し、売上げが拡大しました。

牛乳類は、前年度並みとなりましたが、「明治おいしい牛乳」は、需要喚起を目的とした積極的なコミュニケーション施策が奏功し、前年度を上回りました。

チーズ、マーガリンなどの加工食品は、ほぼ前年度並みとなりました。市販チーズは、「明治北海道十勝」シリーズのカマンベールや、2014年3月にリニューアルを実施したスマートチーズなどが大きく伸長した結果、前年度を大幅に上回りました。

市販マーガリンは、市場低迷の影響により前年度を下回りました。

営業利益は、プロバイオティクスが大幅に売上げを伸ばしたこと、低採算事業の見直しを進めたことでプロダクトミックスが改善し、増益となりました。

菓子事業

主力のチョコレートでは、カカオポリフェノールへの関心の高まりにより市場が拡大を続ける中、「チョコレート効果」シリーズなどのビター系チョコレートが大きく伸長、また、袋チョコレート群なども好調に推移した結果、前年度を上回りました。

ガムは、市場低迷の影響を受け、前年度を下回りました。グミは、主力ブランドである「果汁グミ」が好調に推移する中、その他ブランドも大幅に伸長した結果、前年度を大幅に上回りました。

アイスクリームは、夏場の天候不順の影響を受けたものの、全体では前年度を上回りました。主力の「明治エッセルスーパーカップ」は、シーズンフレーバーの発売数の増加などにより好調に推移し、「明治チョコアイス」シリーズは、ラインアップ強化により前年度を大幅に上回りました。

営業利益は、前年度を大きく上回りました。主要原料であるカカオ豆やナッツなどの原材料コストは上昇しましたが、

宣伝費の圧縮などのコスト削減や、新商品数の削減による、生産、物流の効率化などの構造改革が奏功しました。

健康栄養事業

スポーツ栄養は、「ヴァーム」が前年度を大幅に下回り、「ザバス」も前年度を下回りました。

健康機能食品は、コラーゲン市場が落ち込む中、「アミノコラーゲン」は前年度並みとなりました。

粉ミルクは、前年度を上回りました。

流動食は前年度を上回りました。2014年8月に関西栄養食工場が稼働を開始し生産体制の強化を図る中、市販用は取り扱い店舗の拡大により前年度を大幅に上回りました。

営業利益は、前年度を大きく上回りました。これは、粉ミルクの売上増に伴う利益増に加え、宣伝費の削減や販売生産性の向上などによるものです。

海外事業

中国では、菓子事業が販路拡大などにより前年度を大幅に上回り、市乳事業は「明治ブルガリアヨーグルト」が風味や食感、meijiブランドの安心感などが評価され、売上げを拡大しました。

アジアでは、「ハローパンダ」「ヤンヤン」などのチョコスナックが好調に推移し、売上げを拡大しました。

米国では、「ハローパンダ」などのチョコスナックが好調に推移しました。

	百万円		円	
	売上高	営業利益	当期純利益	1株当たり当期純利益
2014年度	1,161,152	51,543	30,891	419.58
2013年度	1,148,076	36,496	19,060	258.79
増減率(%)	1.1	41.2	62.1	62.1

	百万円		合計
	食品セグメント	医薬品セグメント	
売上高			
2014年度	1,021,806	141,338	1,163,145
2013年度	1,015,265	135,105	1,150,370
増減額	6,541	6,233	12,774
増減率(%)	0.6	4.6	1.1
セグメント利益			
2014年度	41,664	10,076	51,741
2013年度	28,190	8,356	36,546
増減額	13,474	1,720	15,195
増減率(%)	47.8	20.6	41.6

※ 売上高とセグメント利益は、調整前の数値で計算されています。

2014年度の業績概要と分析

医薬品セグメント

売上高は前年度比4.6%増の1,413億38百万円となりました。医療用医薬品事業は薬価改定の影響を大きく受けましたが、ジェネリック医薬品の伸長や2014年12月に締結したF.ホフマン・ラ・ロシュ社とのライセンス契約による一時金収入が寄与し、前年度を上回りました。生物産業事業は前年度を大幅に下回りました。

営業利益は、ジェネリック医薬品の増収や国内外の生産拠点を活用した原価低減の取り組みに加え、ライセンス契約締結による一時金収入の寄与もあり、前年度比20.6%増の100億76百万円と前年度を大幅に上回りました。

医療用医薬品事業

【国内】

抗菌薬は、薬価改定の影響を大きく受けた「メイアクト」が前年度を大幅に下回りました。

抗うつ薬は、「リフレックス」が消費税率引き上げによる駆け込み需要などの影響を受け前年度を下回り、「デプロメール」は前年度を大幅に下回りました。

ジェネリック医薬品は前年度を大幅に上回りました。特に、カルシウム拮抗薬「アムロジピン錠 明治」、アルツハイマー型認知症治療剤「ドネペジル 明治」は大きく伸長しました。

【海外】

東南アジアでは、インドネシアやタイの事業が好調に推移しました。

インドを生産拠点として医薬品の受託製造(CMO)・受託開発製造(CDMO)およびジェネリック医薬品の製造・販売を行っているメドライクは、2014年度第4四半期に連結子会社化したことにより、医療用医薬品事業の増収に寄与しました。

生物産業事業

農薬は、茎葉処理除草剤「ザクサ液剤」が前年度を大幅に上回りましたが、主力のいもち病防除剤「オリゼメート」が前年度を大幅に下回り、全体では前年度を大幅に下回りました。

動物薬は、家畜用薬およびコンパニオンアニマル用薬が前年度を下回りました。

2013年度の364億96百万円から、2014年度は515億43百万円へと大幅な増益となりました。増益の内訳は、食品セグメントが134億円、医薬品セグメントが17億円、その他がマイナス1億円です。食品セグメントの主力商品や医薬品セグメントのジェネリック医薬品の増売、一時金収入の寄与、構造改革、コストダウンが順調に進捗し、薬価改定の影響と原材料調達コストの大幅負担増をカバーしました。

増益要因

■ 売上増減

食品セグメントの売上増による利益増は、107億円となりました。乳製品事業におけるプロバイオティクスの増収でプロダクトミックスが改善したこと、菓子事業で主力のチョコレートが伸長し、大きく利益貢献しました。医薬品セグメントの売上増による利益増は90億円となりました。薬価改定の中、ジェネリック医薬品などが売り上げを伸ばし、一時金収入が寄与しました。

■ 構造改革、コストダウン

成果は、総額135億円でした。食品セグメントでは123億円で、乳製品事業の商品政策、菓子事業の生産効率化や健康栄養の販促コストの減少によるものです。医薬品セグメントでは12億円で、主に研究開発費の減少によるものです。

■ その他(子会社損益含む)

その他の要因による増益額は、29億円でした。食品セグメントは23億円で、主な要因は前年度に発生した販売用不動産評価損の反動によるものです。医薬品セグメントは7億円で、海外子会社が好調に推移したことによるものです。

減益要因

■ 薬価改定の影響

医薬品セグメントでマイナス92億円でした。

■ 原料調達コストの変動

食品セグメントがマイナス91億円でした。国内の生乳取引価格、海外乳原料やカカオ豆の調達コストが上昇しました。

■ コストアップ

食品セグメントがマイナス28億円でした。電熱用水費などのエネルギーコストの増加が主な要因です。

財政状態

資産

2014年度末における資産合計は、979億5百万円増加し、8,773億67百万円となりました。これは建設仮勘定が45億13百万円、その他(投資その他の資産)が40億86百万円減少した一方、現金及び預金が29億11百万円、受取手形及び売掛金が96億27百万円、商品及び製品が25億84百万円、原材料及び貯蔵品が42億87百万円、その他流動資産が32億27百万円、建物及び構築物(純額)が92億10百万円、機械装置及び運搬具(純額)が208億7百万円、土地が27億89百万円、のれんが232億82百万円、投資有価証券が188億37百万円、退職給付に係る資産が97億44百万円増加したことなどによるものです。

負債

2014年度末における負債合計は、457億25百万円増加し、4,970億65百万円となりました。これは社債が350億円減少した一方、支払手形及び買掛金が99億52百万円、短期借入金が58億45百万円、コマーシャル・ペーパーが180億円、未払法人税等が31億85百万円、長期借入金が342億59百万円、繰延税金負債が36億17百万円、退職給付に係る負債が57億88百万円増加したことなどによるものです。

純資産

2014年度末における純資産合計は、521億80百万円増加し、3,803億2百万円となりました。これは利益剰余金が242億9百万円、その他有価証券評価差額金が113億54百万円、為替換算調整勘定が56億36百万円、退職給付に係る調整累計額が86億75百万円、少数株主持分が22億87百万円増加したことなどによるものです。

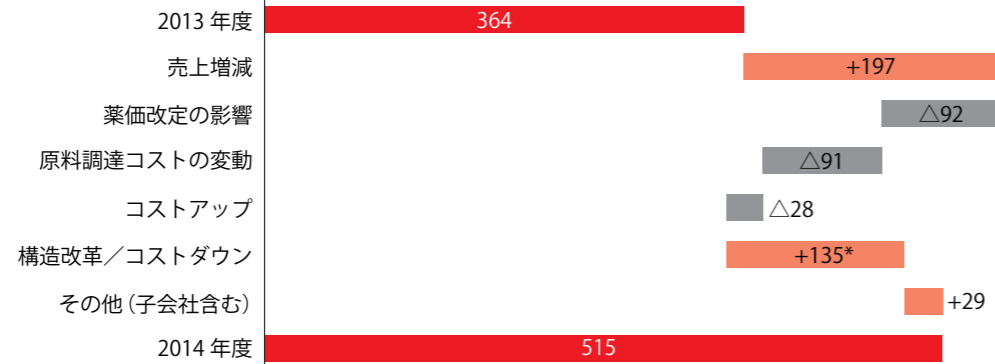
なお、自己資本比率は前年度末の41.1%から42.2%に、1株当たり純資産額は前年度末の4,351.96円から5,030.51円になりました。

営業利益増減要因分析

連結営業利益の増減要因分析は次のとおりです。

営業利益増減分析

(単位：億円)



* 主な内訳

【食品】乳製品商品政策+46億円、菓子生産効率化+18億円、健康栄養販促コスト減+9億円

【医薬品】研究開発費減+13億円、その他△1億円

2014年度の業績概要と分析

キャッシュ・フロー

営業活動によるキャッシュ・フローは、226億39百万円収入増の864億87百万円の収入となりました。これは売掛債権および法人税額の支払額が増加した一方、税金等調整前当期純利益の増加や仕入債務が増加したことなどによるものです。

投資活動によるキャッシュ・フローは、455億28百万円支出増の928億22百万円の支出となりました。これは有形固定資産の取得による支出や子会社株式取得支出が増加したことなどによるものです。

これにより、フリー・キャッシュ・フロー（営業活動によるキャッシュ・フローと投資活動によるキャッシュ・フローの合計額）は228億89百万円支出増の63億35百万円の支出となりました。

財務活動によるキャッシュ・フローは、250億40百万円収入増の68億46百万円の収入となりました。これは社債の償還による支出があった一方、借入金やコマーシャル・ペーパーなどの金融債務が増加したことによるものです。

これらの結果、2014年度末の現金及び現金同等物は219億12百万円となりました。

利益配分に関する基本方針および配当

2014年度の期末配当金は、「TAKE OFF 14」で掲げた最終年度の利益目標を大幅に上回ったことから、前年度比20円増配の1株当たり60円といたしました。この結果、年間配当金は中間配当金と合わせて1株当たり100円、連結配当性向23.8%となりました。

なお、2015年度からの配当金の決定に関する基本方針は以下の通りです。

当社は、食と健康、薬品を主な事業とし、お客さまの生涯を通じて身近な存在として事業展開しており、中・長期的に安定的な経営基盤の確保が不可欠であります。将来の設備投資、投融資、研究開発投資等の資金需要に応えるため、内部留保の充実を図りながらグループの収益力強化と企業価値の向上に努めるとともに、株主の皆さまへの適切な利益還元についても経営における重要課題として認識し、連結配当性向30%を目安に、安定的継続的利益還元を行うことを基本方針としています。なお、非経常的な特殊要因により

当期純利益が大きく変動する場合は、その影響を除いて配当金額を決定することがあります。

事業等のリスク

当社グループの経営成績及び財政状態等に影響を及ぼす可能性のある事項には、以下のようなものがあります。なお、本項に記載の将来に関する事項は、有価証券報告書提出日現在において当社グループが判断したものであります。

1. 原材料価格の高騰等

当社グループの主要原材料(生乳、乳製品、ココア豆、ナッツ類等)及びエネルギー原料は、国内及び諸外国の需給状況や投機筋の介入などにより価格に影響を受ける可能性があります。こうした価格高騰により、調達や生産コストに大きな影響を及ぼす可能性があります。

2. 事業のグローバル化による影響

当社グループは、原材料や商品の一部を海外から調達しており、また海外においても事業を営んでいることから、予測の範囲を超える急激な為替変動や、戦争やテロ、政治・社会の変化等、予期せぬ事象による事業活動への支障が生じた場合には、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

3. 天候による影響

当社グループの食品事業は、天候による影響を受ける可能性があります。冷夏の場合にはアイスクリーム、牛乳類の売り上げは減少し、また猛暑の場合にはチョコレートをはじめとする菓子類の売り上げが減少するなど、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

4. 酪農乳業界をとりまく環境の変化

当社グループの食品事業におきまして、関税などの貿易制度や、「加工原料乳生産者補給金等暫定措置法」などの酪農諸制度及び運用に急激な変更があった場合、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

5. 食品の安全性

当社グループは、商品の安全性確保と、生産全般で発生が予見されるリスクへの予防措置を講じるなど、さまざまな対応を行っております。しかしながら、万が一大規模な商品回収を実施した場合、もしくは、当社グループの商品に直接の問題がない場合であっても、食品業界に対する風評などにより当社グループ商品も影響を受けるような場合には、売り上げの低下や、多額のコストが発生するなど、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

6. 医薬品の副作用

当社グループの医薬品事業におきましては、当局の定める各種法令・基準に従い、医薬品の開発・製造・販売を行っておりますが、開発中または発売後に予期せぬ副作用が発生する可能性があります。こうした事態に備え、製造物責任を含めた各種賠償責任に対応するための適切な保険に加入しておりますが、最終的に負担する賠償額を全て保険で賄える保証はなく、予期せぬ副作用が当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

7. 医療行政の動向

当社グループの医薬品事業におきましては、医療用医薬品の価格が薬価改定を含む行政の医療政策、医療保険制度の影響を受けることから、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

8. 医薬品事業の研究開発

当社グループの医薬品事業におきましては、新製品の研究開発に関して長期にわたる各種試験の実施などにより、多額の費用が必要となります。また、有効性や安全性の面から研究開発の延長または中断・中止を余儀なくされる場合もあり、これら研究開発の進捗が、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。また、研究開発が予定どおり進行せず自社開発品の発売が滞り、他社からの導入品により開発パイプラインの充実を図る場合も想定され、その場合には知的財産権許諾料の支出増大を招く可能性があります。

9. 訴訟に関する影響

当社グループは、研究開発をはじめその事業活動において第三者の知的財産権を侵害することのないように細心の注意を払っております。しかしながら、知的財産権を侵害したとして第三者から不測の訴訟を提起され、その結果によっては当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

10. 情報の漏洩等

当社グループは、事業運営に必要な、お客さまを含む個人情報や経営にかかわる重要情報等の機密情報を多数保有しております。当社グループはこれらの情報管理について、情報管理委員会の設置、従業員に対する教育の実施など、システム管理を含めた適切な対策を実施しております。しかしながら、現時点で予期しえない不正アクセスやコンピューターウィルスの感染などによる機密情報の漏洩、改ざん、消失やコンピューターシステムが一時的に利用できなくなるリスクが考えられます。このような事態が発生した場合には、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

11. 自然災害などによる影響

当社グループは、保有する施設や工場などにおいて、自然災害の発生時などに事業活動が継続できるように管理体制の確立を行っております。しかし、大地震などの想定を超えた事象、社会インフラの大規模な損壊、感染症疾病の大流行などが発生した場合、資産の喪失、設備の破損、サプライチェーンの停滞などによる損害の発生や商品供給に支障をきたすなど、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

なお、上記リスクが当社グループにおける全てのリスクではありません。

グループ会社紹介

国内

株式会社 明治 (食品セグメント)

本社

研究所
菓子開発研究所／食品開発研究所／食機能科学研究所／
技術開発研究所／品質科学研究所

工場
札幌工場／旭川工場／稚内工場／西春別工場／根室工場／
十勝工場／十勝帯広工場／本別工場／東北工場／茨城工場／
守谷工場／群馬工場／群馬栄養工場／
群馬医薬・栄養剤工場／埼玉工場／戸田工場／坂戸工場／
神奈川工場／北陸工場／軽井沢工場／東海工場／愛知工場／
京都工場／京都乳酸菌工場／関西工場／
関西アイスクリーム工場／関西栄養工場／大阪工場／
岡山工場／広島工場／九州工場

支社
北海道支社／東北支社／関東支社／中部支社／
関西支社／中四国支社／九州支社

グループ会社

- 生産・調達機能
東海明治株式会社／関東製酪株式会社／
バンピー食品株式会社／栃木明治牛乳株式会社／
明治油脂株式会社／千葉明治牛乳株式会社／
道南食品株式会社／蔵王食品株式会社／明治産業株式会社／
株式会社ロンド／明治チューインガム株式会社／
四国明治株式会社／東海ナッツ株式会社／岡山県食品株式会社
- 販売・物流機能
明治フレッシュネットワーク株式会社／四国明治乳業株式会社／
明治ロジテック株式会社
- サービス機能
株式会社明治ナイスデイ／株式会社ニッター／
株式会社明治テクノサービス

その他
沖縄明治乳業株式会社／太洋食品株式会社／
日本罐詰株式会社／明治食品株式会社／
株式会社アサヒプロイラー／明治ケンコーハム株式会社／
明治ライスデリカ株式会社／株式会社明治フードマテリア／
株式会社フランセ／株式会社ケー・シー・エス／
株式会社フレッシュ・ロジスティック／
株式会社スリーエスアンドエル／明治飼糧株式会社

Meiji Seika ファルマ株式会社 (医薬品セグメント)

本社

研究所
医薬研究所／CMC 研究所／バイオサイエンス研究所／
生物産業研究所

工場
北上工場／小田原工場／岐阜工場

支店

- 薬品
医薬札幌支店／医薬仙台支店／医薬東京支店／
医薬千葉・埼玉支店／医薬横浜支店／医薬関東支店／
医薬名古屋支店／医薬京都支店／医薬大阪支店／
医薬中国支店／医薬四国支店／医薬福岡支店
- 農薬
農薬札幌支店／農薬仙台支店／農薬東京支店／
農薬名古屋支店／農薬大阪支店／農薬熊本支店
- 動物薬
動薬北日本支店／動薬東京支店／動薬名古屋支店／
動薬大阪支店／動薬熊本支店

グループ会社
北里薬品産業株式会社／大蔵製薬株式会社

海外

株式会社 明治 (食品セグメント)

事務所
① バンコク事務所
② 台北事務所

グループ会社

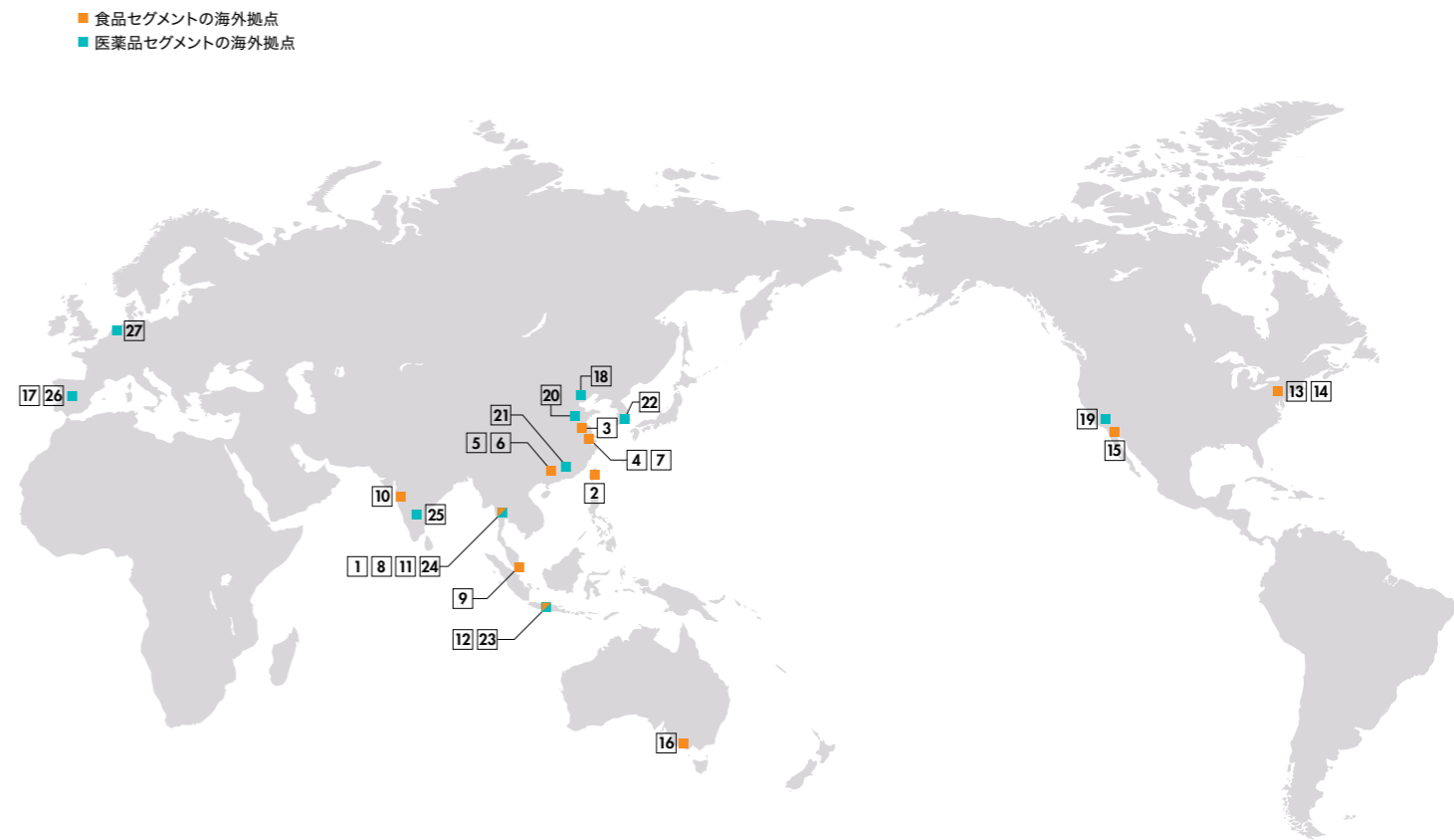
- ③ 明治乳業(蘇州)有限公司
- ④ 明治乳業貿易(上海)有限公司
- ⑤ 廣州明治制果有限公司
- ⑥ 明治雪糕(広州)有限公司
- ⑦ 明治制果食品工業(上海)有限公司
- ⑧ CP メイジ
- ⑨ メイジセイカ・シンガポール
- ⑩ メイジ・インドネシア
- ⑪ タイ・メイジ・フード
- ⑫ P.T. セレス・メイジ・インドタマ
- ⑬ メイジ・アメリカ
- ⑭ スタウファー・ビスケット
- ⑮ ラグーナ・クッキー
- ⑯ メイジデイリー・オーストラレイシア

Meiji Seika ファルマ株式会社 (医薬品セグメント)

事務所
⑰ マドリッド事務所
⑱ 北京事務所
⑲ 米国事務所

グループ会社

- ⑳ 明治医薬(山東)有限公司
- ㉑ 汕頭経済特区明治医薬有限公司
- ㉒ メイジファルマコリア
- ㉓ P.T. メイジ・インドネシア・ファーマシューティカル・
インダストリーズ
- ㉔ タイ・メイジ・ファーマシューティカル
- ㉕ メドライク
- ㉖ テデック・メイジ・ファルマS.A.
- ㉗ メイジセイカ・ヨーロッパB.V.



※ 上記のほかに、明治ビジネスサポート株式会社は明治グループ各社からの各種間接業務の受託等を行っています。

会社情報 / 株式情報 (2015年3月31日現在)

会社情報

商号	明治ホールディングス株式会社 (証券コード：2269)
本社所在地	〒104-0031 東京都中央区京橋二丁目4番16号
設立	2009年4月1日
資本金	300億円
株式数	発行済株式総数 76,341,700株
上場金融商品取引所	東京証券取引所
決算期日	3月31日

定時株主総会	6月下旬
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社
公告方法	電子公告により行います。 公告掲載URL http://www.meiji.com/ ただし、事故その他やむを得ない事由によって電子公告による公告をすることができない場合は、日本経済新聞に掲載する方法により行います。なお会社法第440条第4項の規定により、決算公告は行いません。
グループ従業員数	26,854人

株式情報

大株主の状況

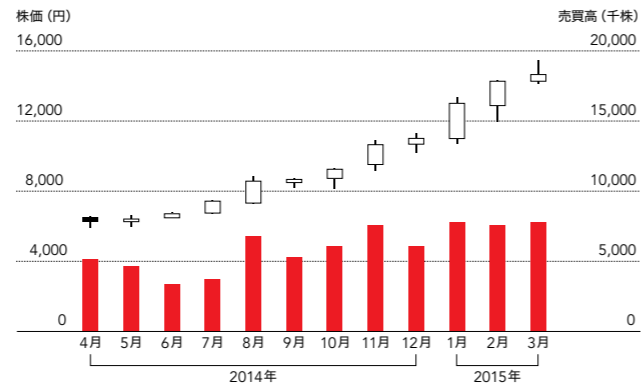
株主名	所有株式数 (千株)	発行済株式総数に 対する所有株式数の 割合 (%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	4,495	5.89
株式会社みずほ銀行	3,633	4.76
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	3,022	3.96
日本生命保険相互会社	1,674	2.19
明治ホールディングス従業員持株会	1,530	2.00
株式会社りそな銀行	1,523	2.00
農林中央金庫	1,446	1.89
明治ホールディングス取引先持株会	1,405	1.84
三菱UFJ信託銀行株式会社	1,002	1.31
日本甜菜製糖株式会社	879	1.15
上位10名の合計	20,612	26.99

※ 上記の他に、当社が自己株式を2,722千株(持株比率3.57%)所有しております。

株式の所有別分布状況



株価および売買高の推移



編集方針	内容	形式	発行資料と掲載場所
明治グループでは、ステークホルダーの皆さまに経営戦略や重点施策などをご報告し、また、CSRの取り組みについてもご理解いただくための資料としてアニュアルレポートを発行しています。 さらに詳しい情報については、当社ウェブサイト上に右記のような資料をご用意しておりますのであわせてご覧ください。	財務状況	PDF	有価証券報告書 金融商品取引法第24条第1項に基づき作成し、関東財務局に提出が義務付けられている報告書です。 ■ ホーム > IR・投資家情報 > IRライブラリ > 有価証券報告書
	CSR情報	ウェブ	CSRの取り組み アニュアルレポートでご紹介しているCSRの考え方に基づく最新の取り組みを、詳細にご紹介しています。 ■ ホーム > CSRの取り組み
	コーポレート・ガバナンス	PDF	コーポレート・ガバナンス報告書 東京証券取引所に提出が義務付けられている、コーポレート・ガバナンスに関する仕組みや取り組みを掲載した報告書です。 ■ ホーム > IR・投資家情報 > 経営方針・体制 > コーポレート・ガバナンス

■ <http://www.meiji.com/>

沿革

1900s ~ 1940s

- 1906 明治製糖(明治グループの起源)設立
- 1916 明治製菓の前身、東京菓子創立
- 1917 東京菓子、大正製菓(親会社：明治製糖)と合併
東京菓子、大久保工場でキャラメル・ビスケットを製造
明治乳業の前身、極東煉乳設立
極東煉乳、煉乳などの製造開始
- 1920 明治製糖が明治商店(のちの明治商事)を設立
- 1924 東京菓子、商号を明治製菓株式会社と変更
- 1926 「明治ミルクチョコレート」発売
ココア発売
- 1928 「明治牛乳」発売
- 1940 極東煉乳、商号を明治乳業株式会社と変更
- 1946 ペニシリンの製造開始、薬品事業を始める

1950s ~ 1960s

- 1950 抗菌薬「ストレプトマイシン」発売
- 1951 「ソフトカード明治コナミルク」発売
- 1953 生クリーム「明治フレッシュクリーム」発売
- 1958 海外に通用する国産初の抗菌薬「カナマイシン」発売
- 1961 「マーブルチョコレート」発売
- 1968 日本ではじめてのスナック菓子「カール」発売
離乳食「明治ベビーかゆ」「明治育児用果汁オレンジ」発売

1970s

- 1971 「明治プレーンヨーグルト」発売
- 1972 明治商事が乳製品部門を明治乳業に移譲
明治製菓、明治商事と合併
- 1973 「明治ブルガリアヨーグルト」発売
- 1974 「明治製菓シンガポール」設立
「P.T. メイジ・インドネシア」設立
- 1975 「きのこの山」発売
農業「オリゼメート」発売
- 1976 冷凍食品「ピッツア&ピッツア」発売

1980s

- 1980 スポーツ用プロテイン「ザバス」シリーズ発売
- 1983 一般用医薬品「イソジンうがい薬」発売
- 1986 流動食「YH-80」発売
- 1989 タイに「CP-MEIJII社」設立
抗不安薬「メイラックス」発売

1990s

- 1990 ソフトマーガリン「明治コーン100」発売
- 1992 「明治北海道十勝チーズ」発売
- 1994 「明治エッセル スーパーカップ超バナナ」発売
抗菌薬「メイアクト」発売
- 1995 スポーツ栄養飲料「ヴァーム」発売
流動食「メイバランス」発売
- 1997 「キシリッシュガム」発売
- 1998 「チョコレート効果」発売
ジェネリック医薬品事業に参入
- 1999 抗うつ薬「デプロメール」発売

2000s

- 2000 「明治プロビオヨーグルト LG21」発売
- 2002 「明治おいしい牛乳」を全国発売
「アミノコラーゲン」発売
- 2007 キューブタイプの粉ミルク「明治ほほえみ らくらくキューブ」発売
- 2008 業務用クリーム「明治フレッシュクリームあじわい」発売
- 2009 4月、共同持株会社「明治ホールディングス株式会社」を設立し、明治製菓・明治乳業が経営統合
抗菌薬「オラベネム」発売
抗うつ薬「リフレックス」発売
「明治プロビオヨーグルトR-1」発売

2010s

- 2010 長期経営指針「明治グループ 2020ビジョン」策定
- 2011 4月、明治グループ内事業再編により、食品事業会社「株式会社明治」、薬品事業会社「Meiji Seika ファルマ株式会社」発足
- 2015 「明治プロビオヨーグルトPA-3」発売

お問い合わせ先

明治ホールディングス株式会社

電話：03-3273-4001(代表)
(受付時間 9:00 ~ 17:00 / 土・日・祝日を除く)
明治ホールディングス株式会社は、インターネット上の自社ウェブサイトよりさまざまな情報を提供しています。
<http://www.meiji.com/>

