



平成23年3月期 第2四半期決算説明会

2010.11.19

明治ホールディングス株式会社

1. 10年度計画の再確認
2. 10年度(上期) 明治HD 連結決算概要
3. 同 事業会社 連結決算概要
4. 10年度連結業績見通し
5. おわりに

1. 10年度計画の再確認

1. 10年度計画

事業拡大と収益力強化

ますます厳しくなる経営環境

- 需要の低迷
- 消費者の低価格志向の強まり
- 原材料価格の高止まり
- 薬価の引き下げ

中計で目指している方向性は堅持

- 得意分野である既存事業の強化
- グループの知見等の融合による新たな需要の創造

09年に引き続き10年度目標必達

2010年度計画

		10年度計画	前年実績
明治HD	売上高	11,310	11,066
	営業利益	290	287
	経常利益	290	283
乳製品	売上高	6,085	6,000
	営業利益	147	134
菓子・健康	売上高	3,020	2,930
	営業利益	55	44
医薬品	売上高	1,312	1,276
	営業利益	71	84
サービス他	売上高	1,449	1,408
	営業利益	26	34

※ 単位: 億円。消去含まない。

※5月26日 決算説明会時の期首業績予想値

2. 10年度(上期)明治HD連結決算概要

|(1) 連結決算損益概況

	当期 (億円)	前年同期 増減(額・%)		期首計画 増減(額・%)	
売上高	5,613	+60	+1.1	△31	△0.6
売上総利益	1,912	+81	+4.5	—	—
販管費	1,737	+42	+2.5	—	—
営業利益	175	+39	+29.3	+55	+46.2
営業外損益	16	+17	—	—	—
経常利益	191	+57	+42.8	+71	+60.0
特別損益	△17	+1	—	—	—
税金費用等	78	+19	+32.3	—	—
四半期純利益	93	+39	+73.5	+36	+64.5

(2)セグメント情報

①セグメント別実績

	売上高			営業利益		
	当期 (億円)	前年同期 増減率(%)	期首計画 増減率(%)	当期 (億円)	前年同期 増減率(%)	期首計画 増減率(%)
乳製品	3,191	+0.9	+0.0	100	△0.5	+1.6
菓子・健康	1,350	△1.4	△3.5	1	+35.8	△75.3
医薬品	611	+5.3	+2.6	52	+138.4	+768.8
報告セグメント計	5,153	+0.8	△0.6	154	+24.3	+38.9
その他	749	+3.7	+0.9	22	+29.1	+145.0
合計	5,903	+1.2	△0.4	176	+24.9	+46.9
調整額	△290	—	—	△0	—	—
四半期連結 損益計算書計上額	5,613	+1.1	△0.6	175	+29.3	+46.1

(2)セグメント情報

②乳製品セグメント実績

売上高			営業利益		
当期	前年同期 増率減(額)	期首計画 増減	当期	前年同期 増減率(額)	期首計画 増減
3,191億円	+0.9%(+29億円)	+0.0%	100億円	△0.5%(△0億円)	+1.6%

上期業績のポイント

- ・牛乳類(除 おいしい牛乳)、粉乳、飲料、マーガリンの伸び悩み
- ・猛暑によるアイスクリームの好調(+15.1%)
- ・チーズ・栄養食品(流動食・VAAM)などの伸長
- ・販売促進費の大幅増加>原材料調達コスト減

③菓子・健康セグメント実績

売上高			営業利益		
当期	前年同期 増減率(額)	期首計画 増減率	当期	前年同期 増減率(額)	期首計画 増減率
1,350億円	△1.4%(△18億円)	△3.5%	1億円	+35.8%(+0億円)	△75.3%

上期業績のポイント

- ・ 記録的猛暑のアゲンスト
- ・ 菓子主力5カテゴリー市場前年割れ
- ・ チョコレート、ガム、「アミノコラーゲン」「ザバス」の健闘
- ・ 菓子収支構造改善、販売費削減などコストダウン推進、増益を確保

④医薬品セグメント実績

売上高			営業利益		
当期	前年同期 増減率(額)	期首計画 増減率	当期	前年同期 増減率(額)	期首計画 増減率
611億円	+5.3%(+30億円)	+2.6%	52億円	+138.4%(+30億円)	+768.8%

上期業績のポイント

- ◆ 薬価改定の影響(△29億)の中、増収確保
 - ・ 新薬2品「リフレックス」「オラペネム」の売上貢献
 - ・ 抗菌薬「メイアクト」、ジェネリック医薬品の伸長
- ◆ 売上増等により大幅増益
 - ・ 限界利益増、品種構成改善、開発費・販売費等支出減

(3) 連結財務概況等

① 連結貸借対照表

(単位：億円)

	連 結				連 結		
	実績	期首比	前年同期比		実績	期首比	前年同期比
流動資産	3,115	+19	+46	流動負債	3,017	+9	△119
現金及び預金	143	△23	△14	買掛債務	996	+44	△10
売掛債権	1,535	△9	+11	金融債務	1,027	△31	△121
たな卸資産	1,128	+15	+57	その他	993	△3	+12
その他	307	+37	△7	固定負債	1,281	△33	+18
固定資産	4,175	△29	△45	金融債務	941	△28	+22
有形固定資産	3,316	△11	△31	その他	340	△5	△3
無形固定資産	94	△10	△10	負債計	4,298	△24	△100
投資その他の資産	763	△7	△3	株主資本	2,945	+52	+132
				その他	46	△38	△30
				純資産計	2,992	+14	+101
資産合計	7,290	△9	+0	負債・純資産合計	7,290	△9	+0

* 有利子負債残高は割引手形含む。

有利子負債残高

1,972

△59

△97

(3) 連結財務概況等

② 株主資本変動計算書

(単位：億円)

(平成22年4月1日～平成22年9月30日)	純資産合計
当期期首残高	2,977
当期変動額	
剰余金の配当	△58
当期純利益	93
自己株式の取得	△0
自己株式の処分	+0
連結範囲変更による増減額	18
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	△38
当期変動額合計	14
当期期末残高	2,992

(3) 連結財務概況等

③ 連結財務指標とC・F

(単位：億円)

	当 期 H22.9.30	前 期 H22.3.31	前年同期 H21.9.30
一株当り利益 (EPS)	127 ^円 26 ^銭	177 ^円 73 ^銭	73 ^円 42 ^銭
自己資本利益率 (ROE)	3.2%	4.6%	1.9%
営業活動によるCF ①	298	477	243
投資活動によるCF ②	△189	△336	△146
財務活動によるCF ③	△125	△126	△87
現金及び現金同等物の期末残高	142	160	157
フリー・キャッシュ・フロー	+109	+141	+97

(3) 連結財務概況等

④ 配当見込み

(基準日)	1株当たり配当金			配当性向 (連結)
	中間期末	期末	年間	
平成23年3月期	円 銭 40.00	円 銭 40.00	円 銭 80.00	% 39.3

(注) 平成23年3月期は、中間期末を基準日とする配当（いわゆる中間配当）を実施する予定です。

株主優待

- ・ 極めて好調裏に推移
- ・ 寄贈選択制の状況 ※

※株主優待寄贈10年度実績

・ 寄贈にご賛同を得た株主様	約1,500名
・ 株主様からの寄贈相当金額	約500万円

明治HDから同額相当分をあわせ 総額約1,000万円
相当分の菓子を全国158団体へ寄贈



寄贈先の皆様

(3) 連結財務概況等

⑤ 設備投資、減価償却費、研究開発費

(単位：億円)

	2Q実績		備考
		(明治製菓)	
設備投資額	175	80	支払いベース (H21年度 認可ベース638億)
減価償却費	188	92	有形固定資産 リース含
研究開発費	106	71	

(注) 設備投資額、減価償却費、研究開発費は明治製菓・明治乳業それぞれの連結の合計となっています。

★主な設備投資

		完工時期	総投資額
乳製品	関西アイスクリーム工場 建設	H23年上期から順次	92億円
菓子・健康	大阪工場 製造棟 建設	H23年3月予定	50億円
医薬品	P. T. メイジ・インドネシア 製造設備	H22年8月から順次	約40億円

3. 10年度(上期)事業会社連結決算概要

(1) 明治製菓

(2) 明治乳業

① 損益概況

	上期実績 (億円)	前年同期 増減(億円)	前年同期 増減率(%)
売上高	1,939	+35	+1.9
売上総利益	800	+16	+2.1
販管費	752	△17	△2.2
営業利益	48	+34	+242.0
経常利益	68	+54	+374.4
四半期純利益	30	+35	—

(1) 明治製菓 業績概況

② 部門別売上高

	上期実績 (億円)	前年同期 増減率(%)
F&H	1,348	△1.4
菓子	613	△4.3
健康	232	△5.1
フードクリエイティブ(業務用食材)	401	+7.3
海外(輸出入を含む)	101	△5.7
薬品	575	+10.4
医療用医薬品	489	+11.2
生物産業(農薬・動物薬)	85	+6.3
その他	15	△3.7
合計	1,939	+1.9

(1) 明治製菓 業績概況



③セグメント情報

(単位：億円)

	フード&ヘルスケア(F&H)			薬品		
	上期	前年同期	増減	上期	前年同期	増減
売上高	1,348	1,366	△18	575	520	+54
営業利益	1	1	+0	48	15	+32
	その他			合計		
	上期	前年同期	増減	上期	前年同期	増減
売上高	15	15	△0	1,939	1,903	+35
営業利益	2	4	△1	52	21	+31

(注) 売上高は「明治製菓グループ内」における連結消去後の金額を記載。営業利益は「明治製菓グループ内」における連結消去前の金額を記載。

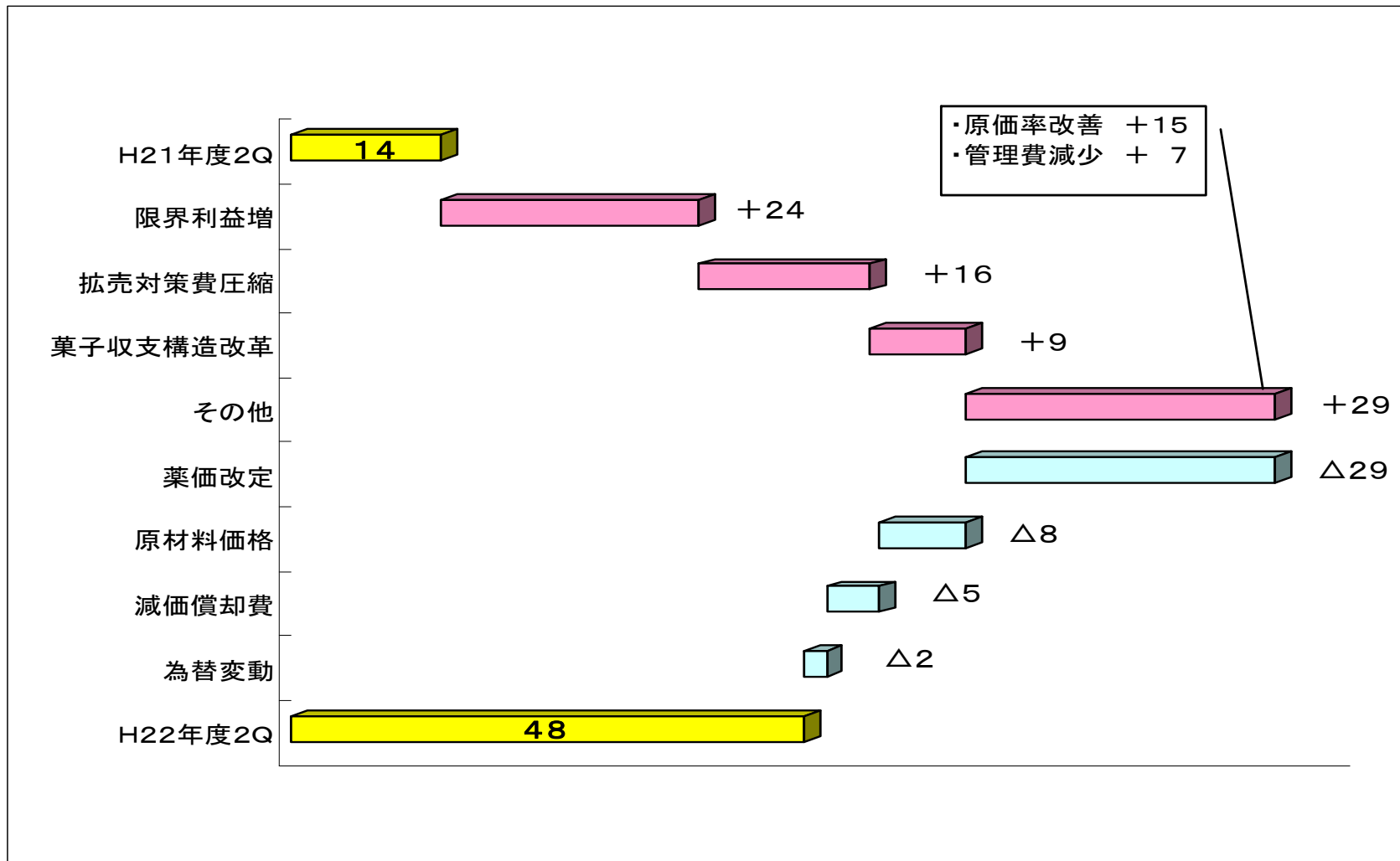
(注) 「その他」は、従来の「ビル賃貸他」に相当。

(1) 明治製菓 業績概況



④ 営業利益増減要因

(単位：億円)



※営業利益は、消去後の数字で表示しております。

① 損益概況

	上期実績 (億円)	前年同期 増減(億円)	前年同期 増減率(%)
売上高	3,735	+43	+1.2
売上総利益	1,111	+64	+6.2
販管費	986	+60	+6.6
営業利益	124	+3	+3.3
経常利益	125	+4	+3.8
四半期純利益	65	+5	+9.4

(2) 明治乳業 業績概況



② 部門別売上高

	上期実績 (億円)	前年同期 増減率 (%)	数量前年同期 増減率(%)
明治乳業単体計①	2,619	+1.5	—
市乳	1,508	+0.3	—
(牛乳類) (注1)	584	△1.8	△0.9
(ヨーグルト)	592	+2.3	+1.9
乳製品	394	△0.6	—
(粉乳)	169	△7.4	△4.2
(バター)	73	+1.8	+5.5
(チーズ)	144	+6.3	+16.5
アイスクリーム	296	+15.1	+13.4
飲料	123	△8.7	△9.4
その他 注2	297	+3.7	—
連結子会社売上②	1,853	△0.1	—
連結消去③	△737	△0.8	—
合計 (①+②+③)	3,735	+1.2	—

(注1) 牛乳類とは、牛乳・加工乳・白物乳飲料の計

(注2) その他は栄養食品、冷凍食品、マーガリンなど

|(2) 明治乳業 業績概況



③ セグメント情報

(単位：億円)

	食 品			そ の 他			合 計		
	上期	前年 同期	増減	上期	前年 同期	増減	上期	前年 同期	増減
売上高	3,191	3,161	+29	762	751	+11	3,953	3,912	+41
営業 利益	100	101	△0	23	19	+4	123	120	+3

(注)「明治乳業グループ内」における連結消去前の金額を記載

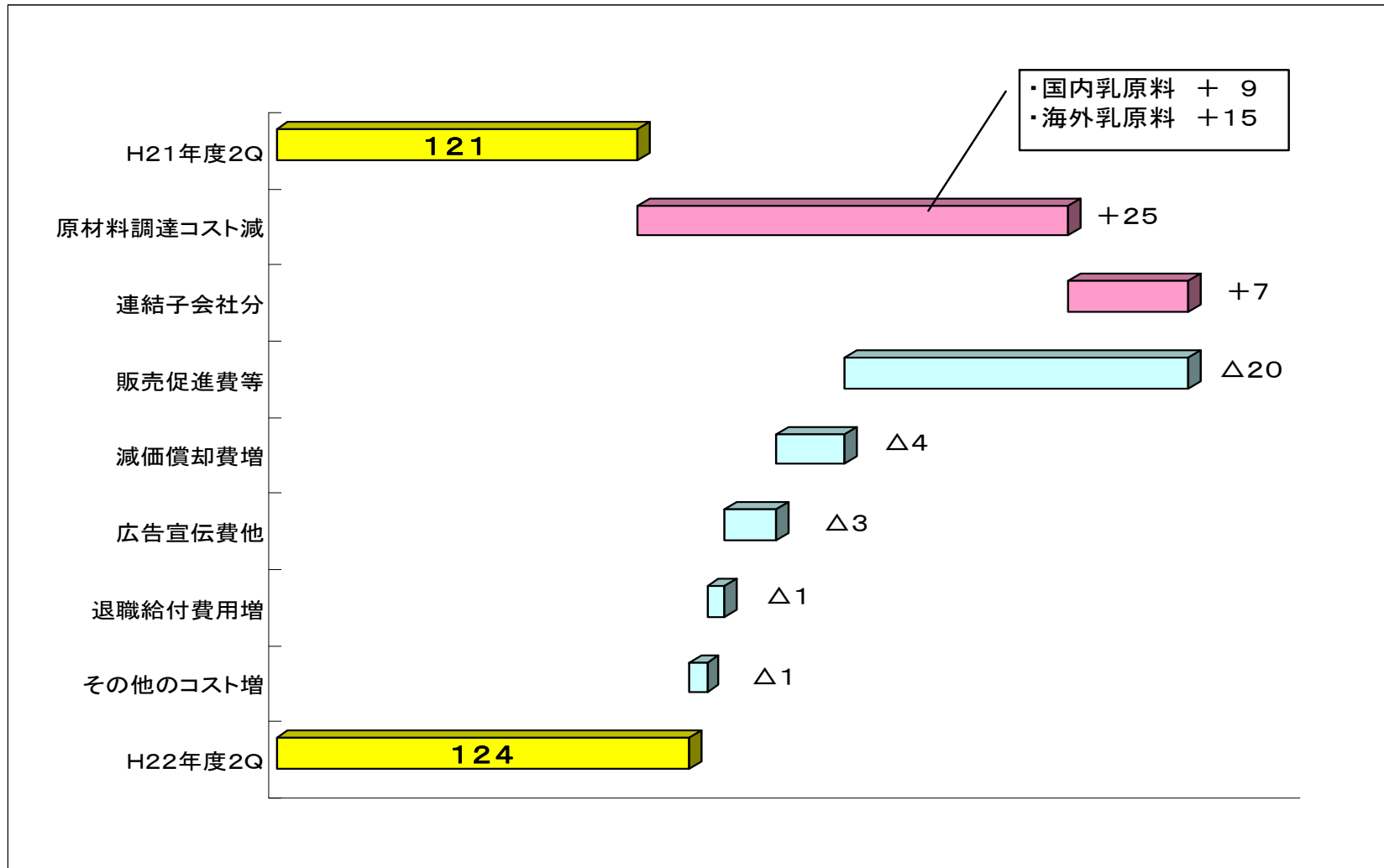
(注)「その他」は、従来の「サービス・その他」に相当

(2) 明治乳業 業績概況



④ 営業利益増減要因

(単位：億円)



※営業利益は、消去後の数字で表示しております。



4. 10年度 連結業績見通し

|(1) 明治HD 連結業績見通し

(単位：億円)

		売上高	営業利益	経常利益	純利益
上期実績	上期実績	5,613	175	191	93
	期首計画比	△31	+55	+71	+36
	(前年対比)	(+60)	(+39)	(+57)	(+39)
下期計画	修正計画	5,586	119	108	56
	期首計画比	△78	△50	△61	△36
	(前年対比)	(+73)	(△32)	(△40)	(△20)
通期計画	修正計画	11,200	295	300	150
	期首計画比	△110	+5	+10	—
	(前年対比)	(+133)	(+7)	(+16)	(+19)

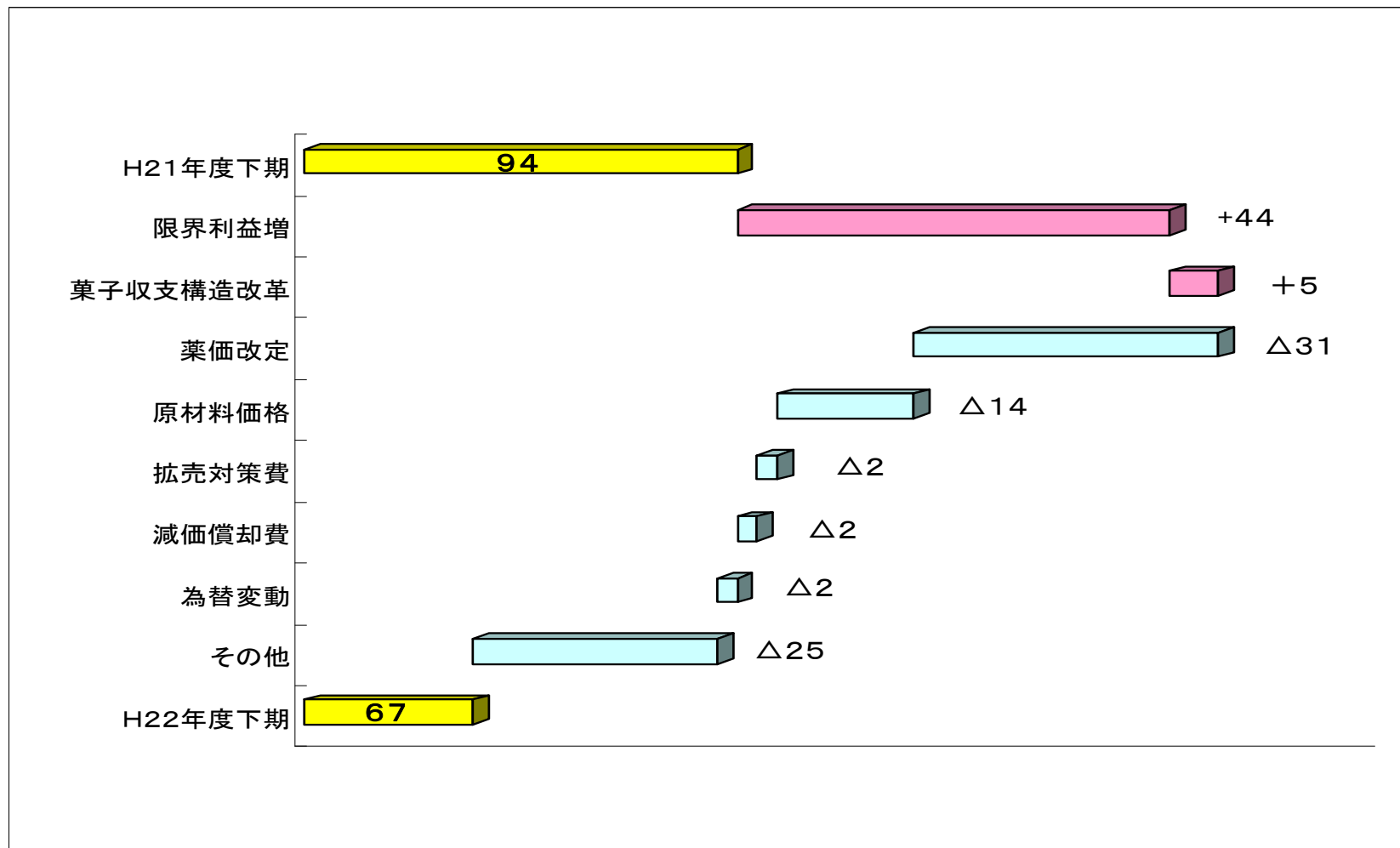
(2) 事業子会社 連結業績見通し

(単位：億円)

			売上高	営業利益	経常利益	純利益
明治製菓	上期	実績	1,939	48	68	30
		期首計画比	△40	+43	+63	+35
	下期	修正計画	2,330	66	56	29
		期首計画比	+10	△43	△53	△35
	通期	修正計画	4,270	115	125	60
		期首計画比	△30	—	+10	—
(前年対比)		(+159)	(+6)	(+14)	(+12)	
明治乳業	上期	実績	3,735	124	125	65
		期首計画比	+20	+9	+10	+3
	下期	修正計画	3,294	56	49	24
		期首計画比	△100	△4	△10	△3
	通期	修正計画	7,030	180	175	90
		期首計画比	△79	+5	—	—
(前年対比)		(△14)	(+4)	(+2)	(+6)	

① 下期修正計画

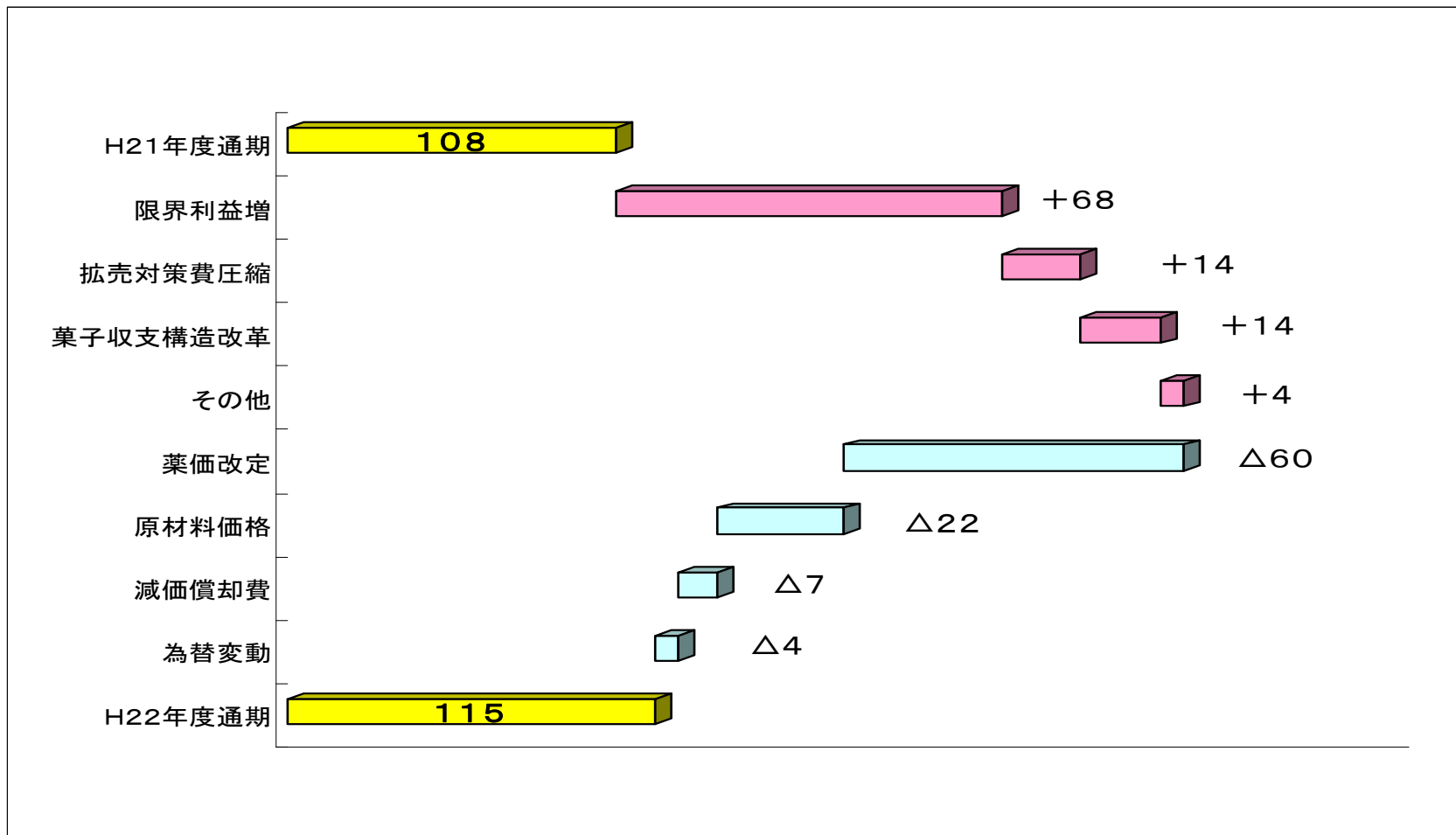
(単位：億円)



※営業利益は、消去後の数字で表示しております。

② 通期修正計画

(単位：億円)



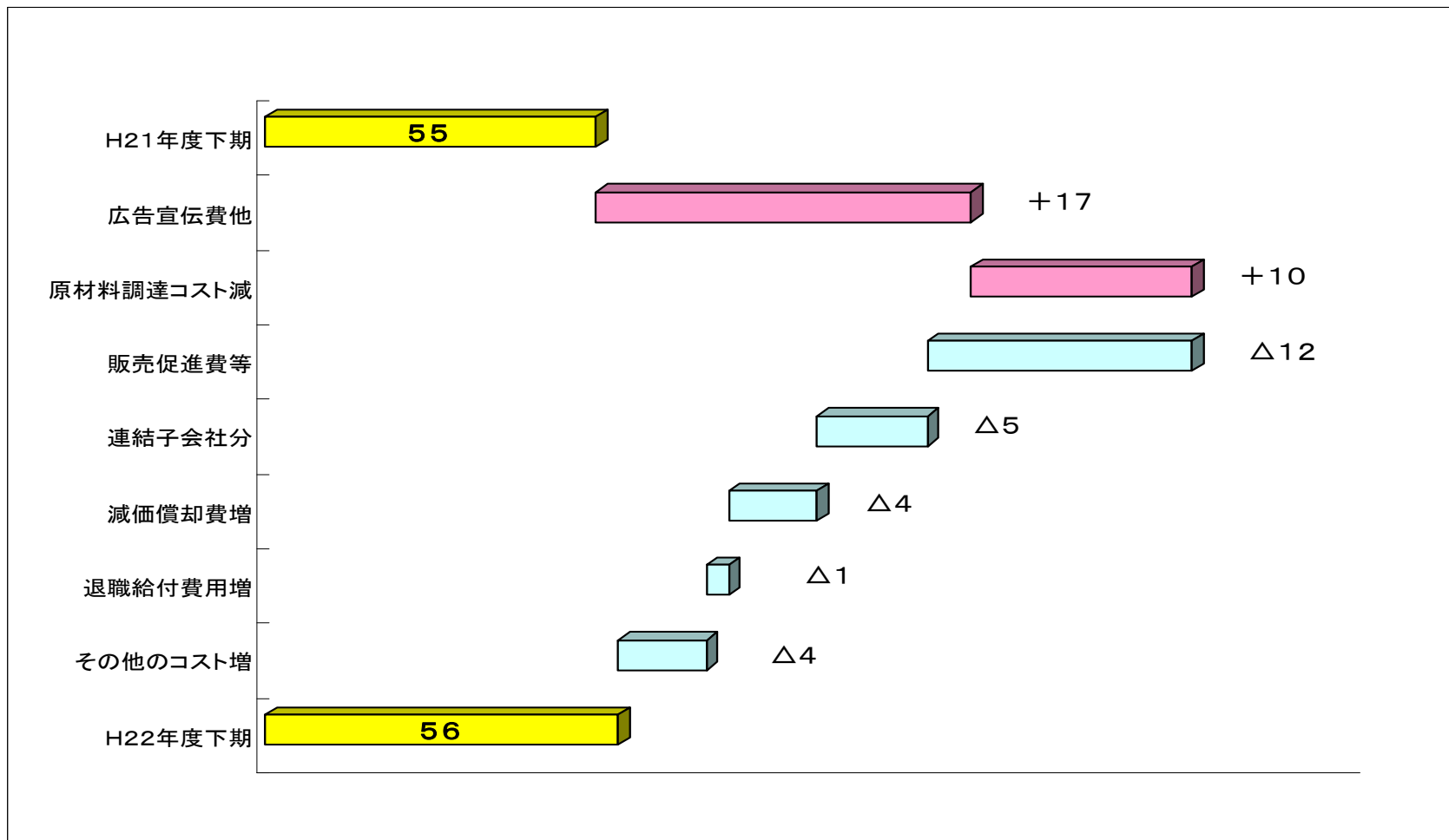
※営業利益は、消去後の数字で表示しております。

(4) 明治乳業 営業利益増減要因



① 下期修正計画

(単位：億円)



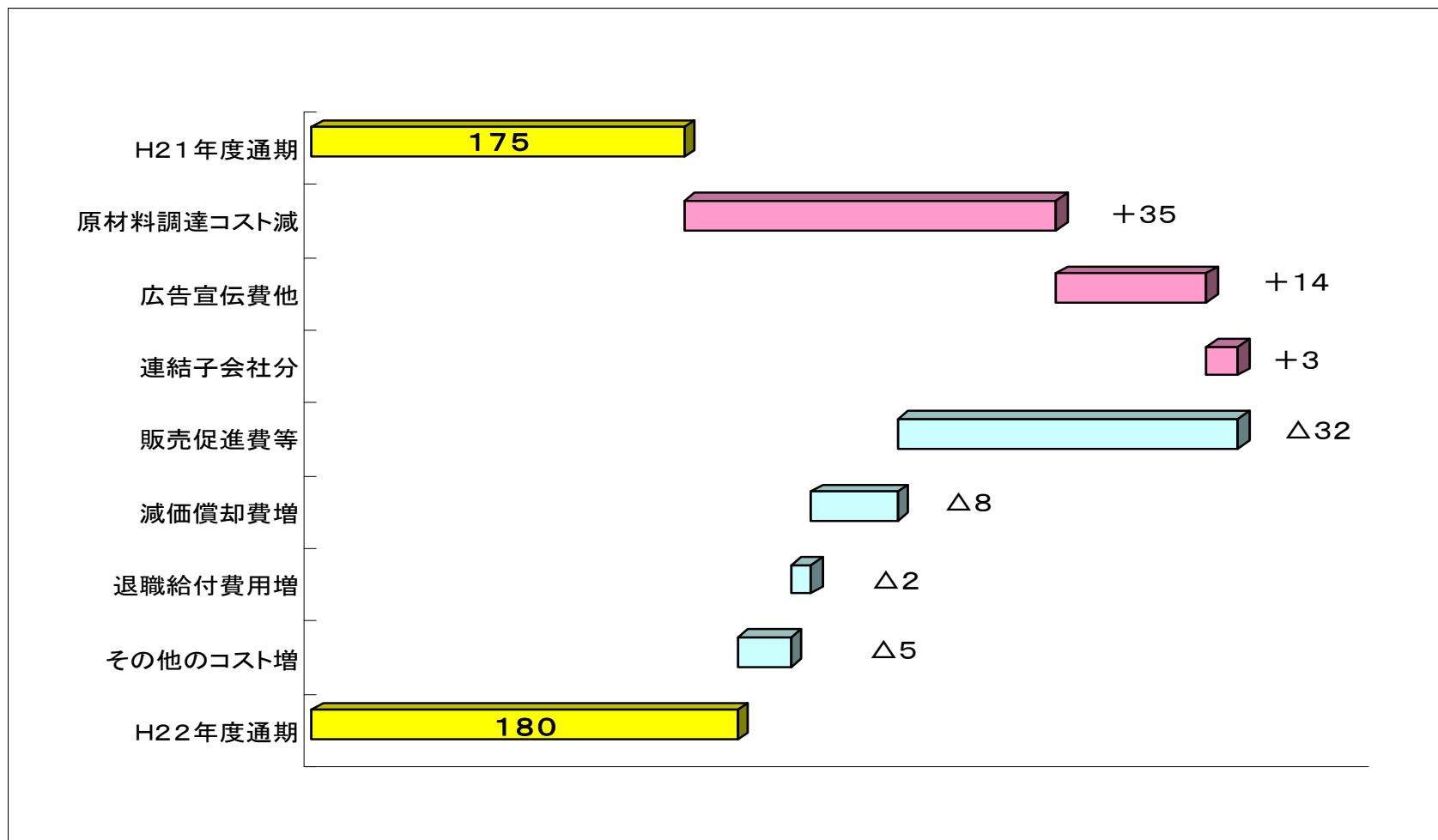
※営業利益は、消去後の数字で表示しております。

(4) 明治乳業 営業利益増減要因



② 通期修正計画

(単位：億円)



※営業利益は、消去後の数字で表示しております。

(5) セグメント別見通し

①セグメント別売上高・営業利益

【売上高】

(単位：億円)

		全体	乳製品	菓子・健康	医薬品	その他	調整額
10年度 下期	修正計画	5,586	2,788	1,649	691	720	△262
	期首対比	△78	△105	+29	△24	+14	+8
10年度 通期	修正計画	11,200	5,980	3,000	1,303	1,470	△553
	期首対比	△110	△105	△20	△9	+21	+3

【営業利益】

(単位：億円)

		全体	乳製品	菓子・健康	医薬品	その他	調整額
10年度 下期	修正計画	119	43	53	18	10	△7
	期首対比	△50	△4	+4	△46	△6	+1
10年度 通期	修正計画	295	144	55	71	33	△8
	期首対比	+5	△3	—	—	+7	+1

(5) セグメント別見通し

②乳製品セグメント

(単位：億円)

	売上高	増減 (額・率)		営業利益	増減 (額)	
		期首計画	前年同期		期首計画	前年同期
下期修正計画	2,788	△105	△50	43	△4	+10
		△3.6%	△1.8%			
通期修正計画	5,980	△105	△20	144	△3	+9
		△1.7%	△0.3%			

リスク要因・課題

- ・ 引き続きデフレ下での低価格競争

ポイント

- ・ 優位性・差別性を生かした商品展開による売上確保
- ・ 販売促進費の効果的支出によるコスト増の抑制

|(5) セグメント別見通し

②乳製品セグメント

◆主要商品群の販売目標

(単位：億円)

	10年度下期見通し		10年度通期見通し		10年度期首計画	
		前年 同期比 (%)		前年 同期比 (%)		前年 同期比 (%)
明治おいしい牛乳	236	+0.4	504	+1.6	496	+0.1
明治ブルガリアヨーグルト	308	+0.4	660	△0.7	672	+1.1
明治プロビオヨーグルトLG21	173	+0.6	350	△0.4	341	△2.9
宅配商品	215	+0.3	434	+0.1	445	+2.7
明治北海道十勝チーズ	57	+2.0	111	+1.9	111	+1.4
明治エッセルスーパーカップ	63	+1.0	181	+5.9	175	+2.6
ヴァーム	31	+3.6	80	+4.9	80	+5.9

|(5) セグメント別見通し

②乳製品セグメント

◆「明治おいしい牛乳」販売強化

- ・「消費者キャンペーン」「店頭コミュニケーション」によるお客様への訴求



「明治おいしい牛乳」シリーズ 3品

◆ヨーグルトの販売強化

- ・「ブルガリア」「LG21」「R-1」の機能性訴求
- ・「ヨープレイ」の全国展開（10月～）



機能性訴求を通じての販売強化

◆専用商品による「宅配事業」の拡大

- ・新商品「ミルクで元気」「うるおうコラーゲン」
- ・「明治軽快グルコサミン」



「明治ミルクで元気」「明治うるおうコラーゲン」

(宅配専用新商品)

|(5) セグメント別見通し

②乳製品セグメント

◆「明治北海道十勝チーズ」の売上拡大

- ・「スマートチーズ」を中心にCM・消費者キャンペーンの継続実施



「明治北海道十勝スマートチーズ」

◆アイスクリームの商品ラインアップ強化

- ・「エッセル」シリーズの季節限定商品投入
- ・「明治製菓ブランド」商品の投入継続



「明治エッセルスーパーカップ」超バニラ



「明治アーモンドチョコレートアイスバー」

◆流動食の販路拡大

- ・「病態別流動食」中心に病院への販売拡大



明治メイバランスシリーズ(流動食)

(5) セグメント別見通し

③菓子・健康セグメント

(単位：億円)

	売上高			営業利益		
	売上高	期首計画 増減(額・率)	前年同期 増減(額・率)	営業利益	期首計画 増減(額)	前年同期 増減(額)
下期修正計画	1,649	+29	+87	53	+4	+10
		+1.8%	+5.6%			
通期修正計画	3,000	△20	+69	55	—	+10
		△0.7%	+2.4%			

リスク要因・課題

- ・ 冷え込み続く菓子市場
- ・ 菓子主要原材料価格の高騰・高止まり(カカオ豆・砂糖ほか)

ポイント

- ・ 菓子最需要期に向け、ブランド力を生かしチョコレート売上を拡大
(「ミルクチョコレート」露出最大化、冬期限定「メルティキッズ群」拡充)
- ・ 選択と集中による、健康主力ブランドの強化・拡大
- ・ 菓子収支構造改善等のコスト削減推進による利益確保

(5) セグメント別見通し

③菓子・健康セグメント

菓子 最需要期に向けた売上の拡大

◆ チョコレート

- ・ 板チョコ群拡充
（クリスマス・バレンタイン・ホワイトデー：手作り需要）
- ・ 「メルティーキッス」のメガブランド化
（新テーマ品、フラン・ナッツチョコとのコラボ）



「メルティーキッス」ブランドの横展開

◆ ガム

- ・ 「キシリッシュ」新味発売による露出拡大
- ・ 新ブランド「MINTZ」「スイーツガム」の市場定着



新味の追加「キシリッシュ」



パッケージリニューアル「MINTZ」

|(5) セグメント別見通し

③菓子・健康セグメント

健康 選択と集中による主力ブランドの強化・拡大

◆「ザバス」

- ・ 拡大するランナー市場の強化
- ・ 普及活動として「セミナー」の充実



「ザバス ランナープロテイン」

◆「アミノコラーゲン」

- ・ 商品ラインアップ拡充によるターゲット拡大



□ 20代 ラインアップの充実 ▶ 60代

◆「イソジン」

- ・ 需要期に向けた売場づくり強化(うがい&手洗い)
- ・ 2年目「泡ハンドウォッシュ」の露出拡大・市場定着



「イソジン 泡ハンドウォッシュ」

(5) セグメント別見通し

④ 医薬品セグメント

(単位：億円)

	売上高	増減		営業利益	増減	
		期首計画 増減(額・率)	前年同期 増減(額・率)		期首計画 増減(額)	前年同期 増減(額)
下期修正計画	691	△24	△4	18	△46	△44
		△3.4%	△0.6%			
通期修正計画	1,303	△9	+26	71	—	△13
		△0.7%	+2.1%			

リスク要因・課題

- ・ 薬価改定の影響(上期:29億円、下期:31億円、通期:60億円)

ポイント

- ・ 主力品「メイアクト」を中心に売上数量増加(薬価改定を吸収)
- ・ 新薬2品「リフレックス」「オラペネム」の取り組み強化
- ・ ジェネリック医薬品の拡大(通期180億円⇒中計目標1年前倒し達成)

|(5) セグメント別見通し

④ 医薬品セグメント

新薬の定着とジェネリック医薬品の拡大

重点診療科における品揃え強化

◆ 「リフレックス」

- ・ 薬剤特性を生かした普及強化

◆ ジェネリック医薬品の継続拡大

- ・ 「明治ブランド」の信頼と
製剤技術、品質、安定生産、情報提供に強み

◆ 「メイアクト」

- ・ 市場規模縮小も販売増により、シェアアップ継続



抗うつ薬「リフレックス」



カルシウム拮抗薬「アムロジピン」

|(5) セグメント別見通し

④ 医薬品セグメント

農薬・動物薬

- ◆ 新製品の登録、承認取得推進
 - ・ ザクサ液剤
 - ・ マルボシル注射剤(10年10月発売)
- ◆ 海外事業展開に向けた体制整備強化

事業基盤強化に向けた研究開発の推進

- ◆ 自社開発品の開発スピードアップ
- ◆ 製品ポートフォリオ強化とアライアンス推進

「ME5343」
(農園芸用殺虫剤)



- ・ 2010年5月
BASF社(独本社)へ導出
- ・ 日本国内申請準備中

5. おわりに ー新たな事業再編に向けてー

(1) 海外戦略について

(2) 技術融合について

|(1) 海外戦略について

①グループ「2020ビジョン」 海外食品事業の積極拡大

私たち明治グループは、国内だけでなく、海外におきましても、赤ちゃんからお年寄りまで幅広い年齢層のお客さまに、幅広い事業領域にわたる食を通して、おいしさ・楽しさや、心身両面での健康価値、安心を提供し、お客さまの生活充実に貢献していく企業グループを目指してまいります。

【基本方針】

- 経営資源の重点投入により、明治グループ中核事業に育成
- 『「meiji」ブランド＝信頼のブランド』の、海外エリアにおけるさらなる認知度の向上
- 「中国」「東南アジア」「米国」を3大重点エリアとした、メリハリの利いた事業運営の実現
- M&Aを含めたアライアンスも視野に入れた事業拡大

	中国	東南アジア	米国
強化事業	菓子 アイスクリーム コナミルク 健康食品	菓子 乳製品 コナミルク 健康食品	菓子
2020ビジョン 新規参入 構想事業	乳製品	アイスクリーム	健康食品

中国での事業成長を柱として、2020年度までに海外食品事業分野で
1,500億円規模の事業確立を目指す

|(1) 海外戦略について

②グループ「2020ビジョン」 海外薬品事業の積極拡大

アジア、新興国などの成長マーケットにおける
事業展開を強化し、世界の人々の生活充実に貢献してまいります。



【基本方針】

- 海外グループ会社(中国、タイ、インドネシア、スペイン)のプレゼンス強化、および現地パートナーとの関係構築・強化
- 生産体制の最適化・効率化の実現による、高品質・安定供給・ローコストオペレーション体制の構築
- アジア、および新興国を中心とした低価格薬剤市場でのビジネス展開
 - 抗菌薬・GE医薬品、農薬の積極的投入
 - 原薬製造から自社販売網構築までのバリューチェーンの確立
- アジア・欧米市場でのM&Aを含めたアライアンスによるビジネス展開
- ローカル人材の活用とグローバル人材の育成

2020年度までに薬品事業領域トータルで2,000億円以上の事業規模確立を目指す

|(1) 海外戦略について

③海外拠点：乳製品セグメント



広東明治



広東明治：アイスクリーム



CPメイジ (タイ)



CPメイジ商品：スーパー陳列



CPメイジ取扱商品



CPメイジ商品：スーパー陳列

|(1) 海外戦略について

④ 海外拠点：菓子・健康セグメント



明治製菓(上海)



明治製菓食品工業(上海)



上海明治 取扱商品



スタウファー・ビスケット(米)



明治製菓シンガポール



上海地区:コンビニ陳列風景

|(1) 海外戦略について

⑤ 海外拠点：医薬品セグメント



明治魯抗医薬



汕頭明治医薬



P. T. メイジインドネシア



テデックメイジ (スペイン)



タイ・メイジ・ファーマシューティカル



「メイアクト」海外製品

(2) 技術融合について

① 統合による市場の拡大 — 流通と企業イメージの拡大 —

明乳の流通

明菓の流通

明治グループの流通

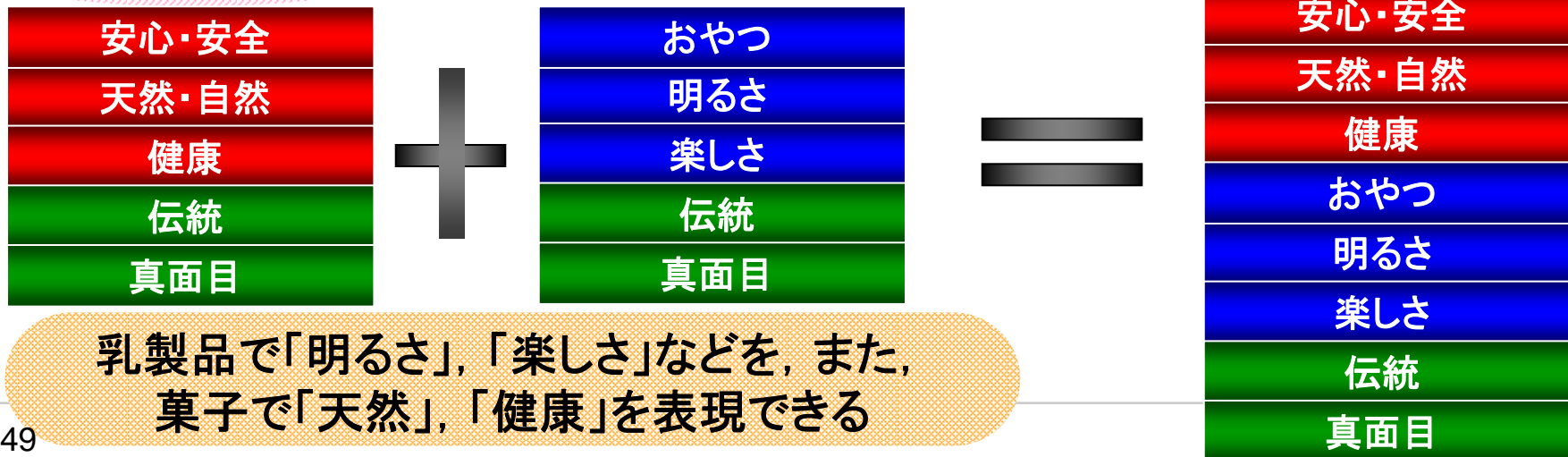


バランスの良い流通の確保により、あらゆる食品の販売可能性が拡大

明乳のイメージ

明菓のイメージ

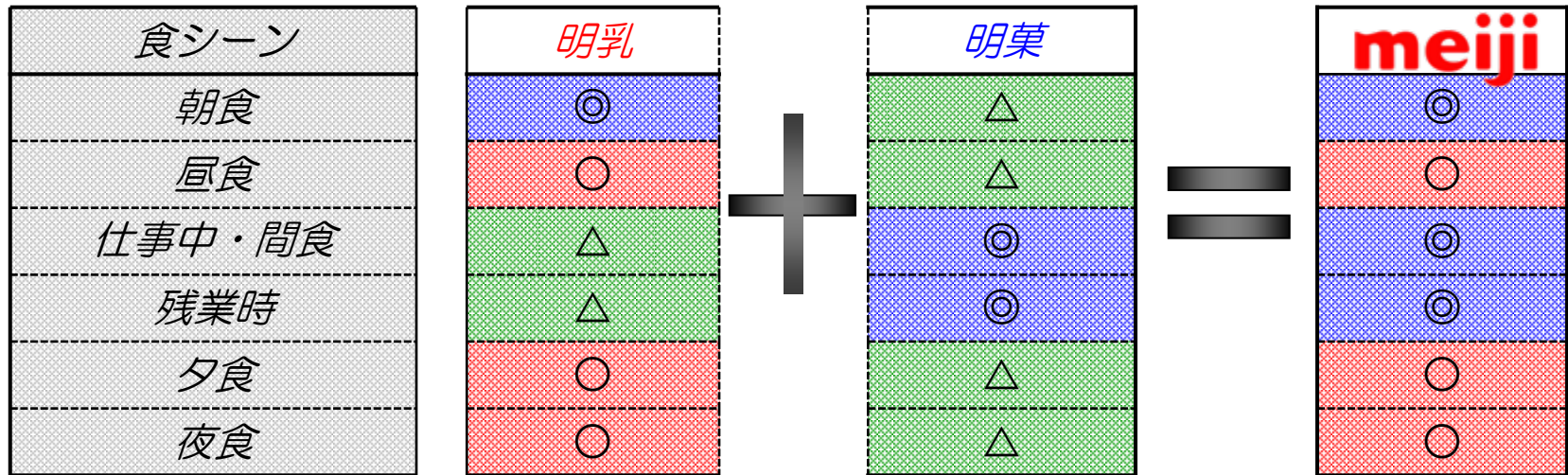
明治グループのイメージ



乳製品で「明るさ」、「楽しさ」などを、また、菓子で「天然」、「健康」を表現できる

(2) 技術融合について

②統合による市場の拡大 —食シーンと購買層の拡大—



乳製品を用いた「工作中」に食べる菓子等の市場を開拓できる可能性あり



乳製品の「若年層」への、また、菓子の「中高年層」への親しみが一層高まる

(2) 技術融合について

③統合による市場の拡大 – まとめ –

統合により市場を拡大させる要素

1. 流通の拡大
2. 消費者の抱くイメージの拡大
3. 食シーンの拡大
4. 購買層の拡大

これらの市場拡大の可能性を生かす、製造コア技術を
明乳と**明菓**は所有している。

これらの製造コア技術も統合させ、商品力の強化および
新商品の創出を図る

- ・本資料に記載されている業績見通しなどの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績などはさまざまな要因により大きく異なる可能性があります。
- ・本資料には、医薬品（開発中の製品を含む）に関する情報が含まれておりますが、その内容は宣伝広告、医学的アドバイスを目的としているものではありません。

A collection of various Meiji dairy products including chocolate, ice cream, butter, and milk. The products are arranged on a white surface, showcasing a wide variety of flavors and textures. The central text is overlaid on a white rectangular background.

明日をもっとおいしく
meiji