

# 明治グループの成長戦略

個人投資家向け説明会資料

2022年1月13日

代表取締役社長CEO  
川村 和夫

# 沿革

1926

「ミルクチョコレート」発売



1975

「きのこの山」発売



1980

プロテイン「ザバス」発売

1998

「チョコレート効果」発売



2015

「ザバスミルク」  
発売



## 菓子

## 医薬品

## 食品セグメント

## 医薬品セグメント

## 統合 再編

1916

明治製菓の前身  
「東京菓子」設立

1946

ペニシリンの製造開始



1994

抗生物質「メイアクト」  
発売



2009

共同持株会社  
「明治ホールディングス」設立

1996

「インフルエンザ  
HAワクチン」発売



2009

抗うつ薬  
「リフレックス」  
発売



2011

医薬品事業会社  
「Meiji Seika ファルマ」発足

## 乳業

1928

「明治牛乳」発売



1973

「明治ブルガリア  
ヨーグルト」発売



1994

「明治エッセル  
スーパーカップ」発売



2000

「明治プロビオ  
ヨーグルトLG21」発売



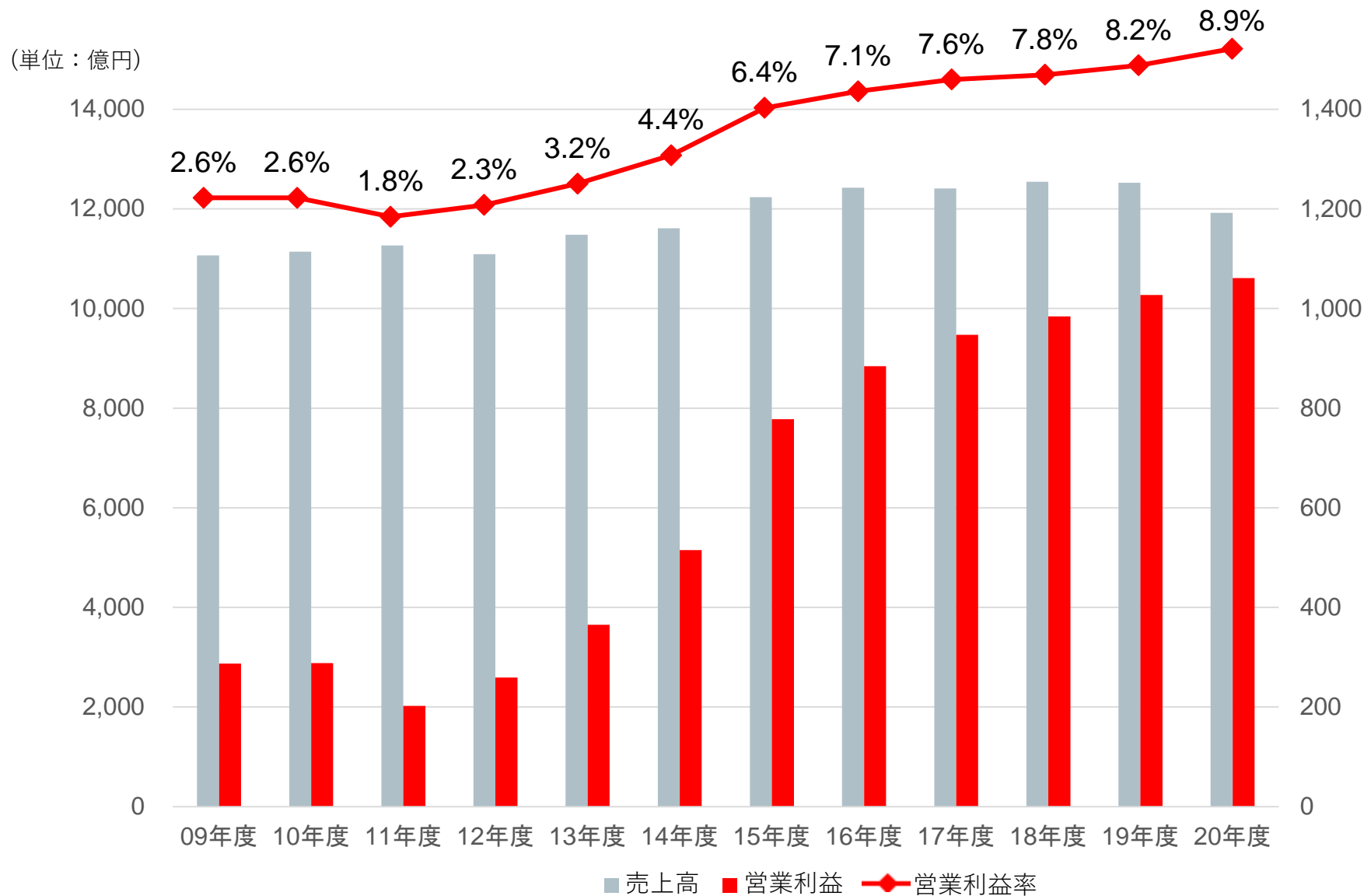
2009

「明治ヨーグルトR-1」発売

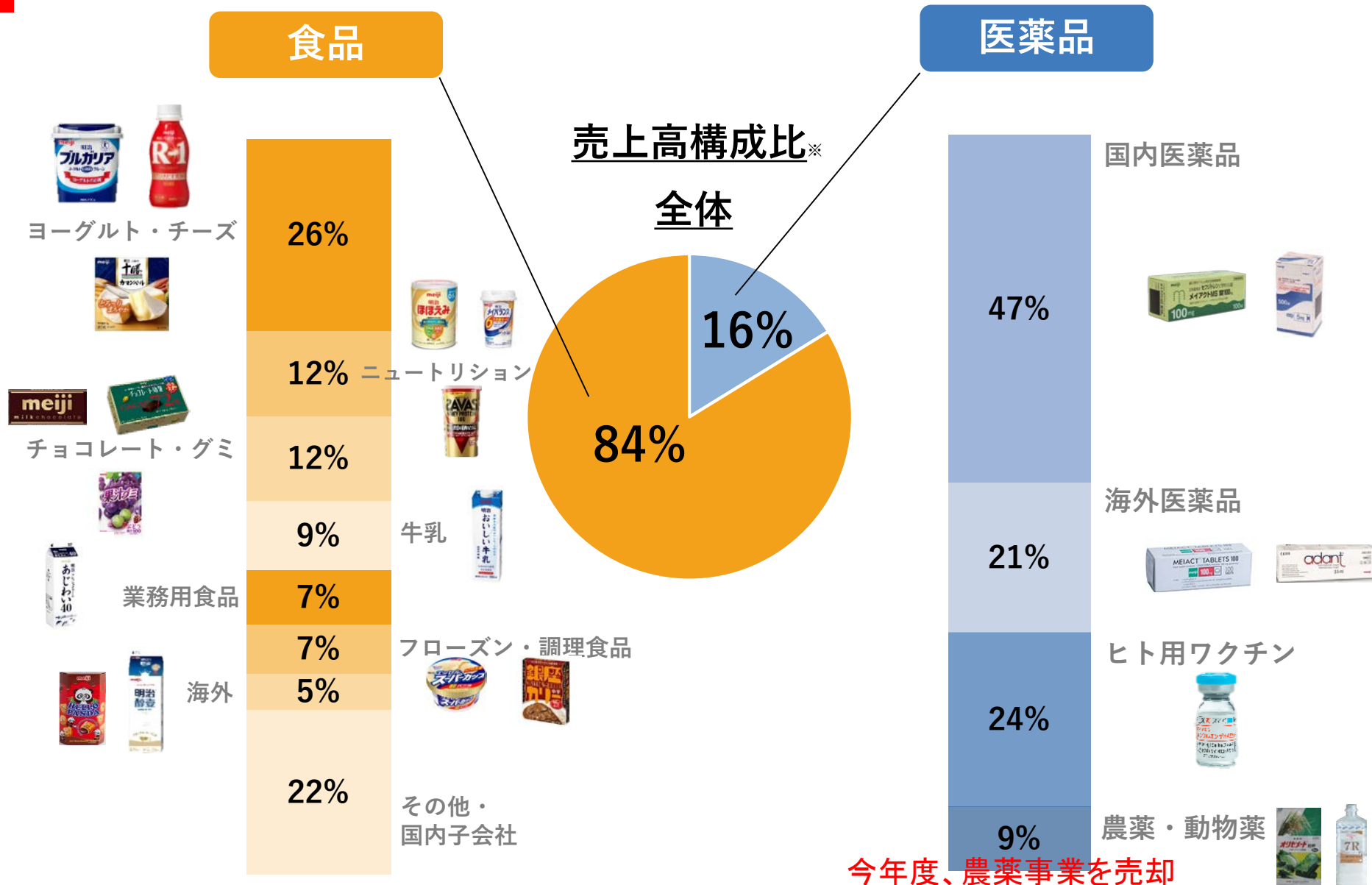
2018

「KMバイオロジクス」  
グループ会社化

# 業績推移



# 事業ポートフォリオ



# 明治グループの海外展開状況

欧州  
医薬品：4社

中国・韓国  
食品：6社  
医薬品：4社

米国  
食品：3社

東南アジア・インド  
食品：6社  
医薬品：7社

オセアニア  
医薬品：2社

国内グループ会社数 **32社**  
(国内グループ従業員数12,354人)  
海外グループ会社数 **32社**  
(海外グループ従業員数5,478人)

※従業員、グループ会社数は2021年3月31日現在

# グループスローガンの刷新

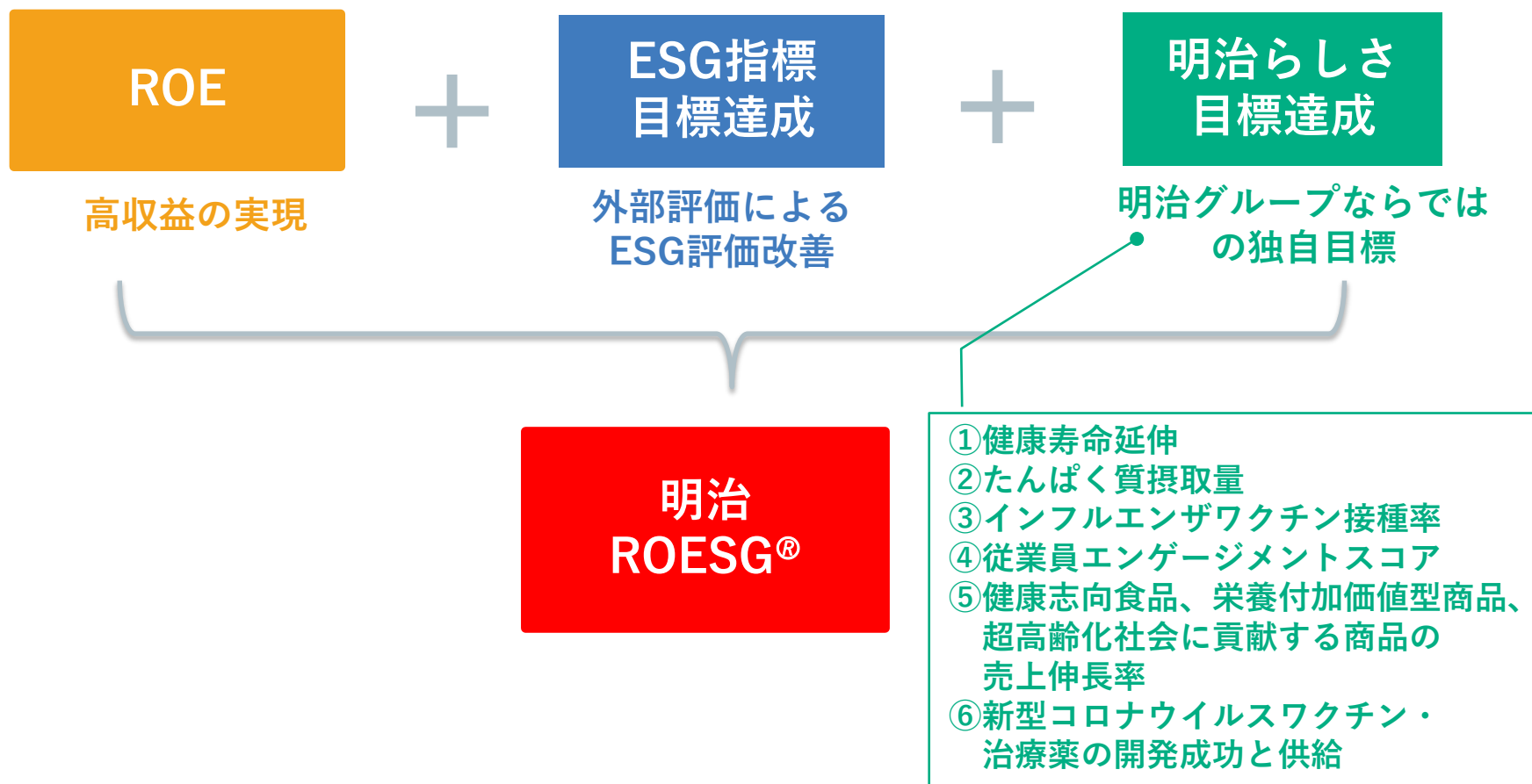
新スローガン

健康にアイデアを  
**meiji**

## 2023中期経営計画（2021～2023年度）

コンセプト 明治ROESG<sup>®</sup>※経営の実践

## 利益成長とサステナビリティ活動の同時実現



# 食品：「栄養ステートメント」を旗印に meijiの独自技術で独自価値の創出を目指す

明治は、「栄養」で何ができるかを、ずっと考え続けます。  
これまでも、これからも。

**Mind 01** 乳、カカオ等の自然素材を生かし、  
毎日の健康を支える“栄養”を提供します。

**Mind 02** さまざまな『+1（プラスワン）の価値』で、  
心を満たす“栄養”を提供します。

**Mind 03** “栄養”で、各国・各地域の生活者それぞれの  
人生を豊かにするお手伝いをします。

- 「健康にアイデアを」の思想を食品事業に  
落とし込んだ「栄養ステートメント」を  
6月に策定
- TANPACTシリーズ、ザバスヨーグルト、  
飲料タイプのオリゴスマートなど、meiji  
ならではの付加価値商品を続々上市
- アクセラレータープログラムや  
DXも活用し、将来の成長を担う  
新たなビジネスの創出にも着手





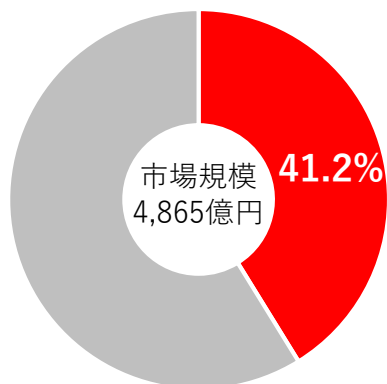
# 食品：コア事業の国内市場規模と当社シェア

## ヨーグルト

国内市場シェア 1位

市場成長率(直近10年)

2.89%



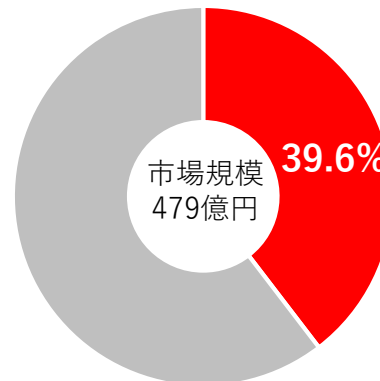
※市場規模・シェア（2020年度）出典：インテージ社SRI+

## プロテイン（粉末・顆粒）

国内市場シェア 1位

市場成長率(直近10年)

19.84%



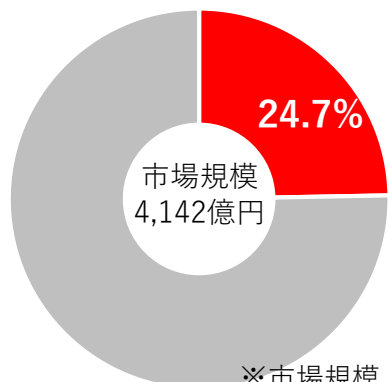
※市場規模・シェア（2020年度）出典：インテージ社SRI+

## チョコレート

国内市場シェア 1位

市場成長率(直近10年)

2.33%



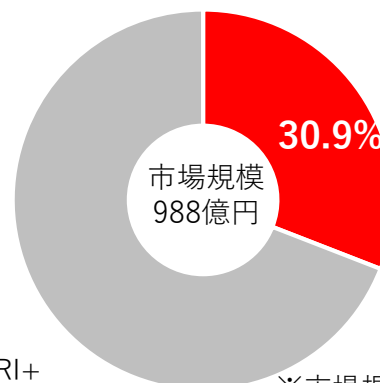
※市場規模・シェア（2020年度）出典：インテージ社SRI+

## 流動食（市販向け除く）

国内市場シェア 1位

市場成長率(直近10年)

1.48%



※市場規模・シェア（2020年度）出典：当社調べ

# 食品：コア事業の成長

■ チョコレート  
■ ニュートリション  
■ ヨーグルト・プロバイオティクス

売上高（億円）※

## ● ヨーグルト



- 既存商品の機能およびエビデンスの強化
- 新たな健康価値を持った新製品の上市
- 新領域・新市場への挑戦

## ● ニュートリション（栄養）

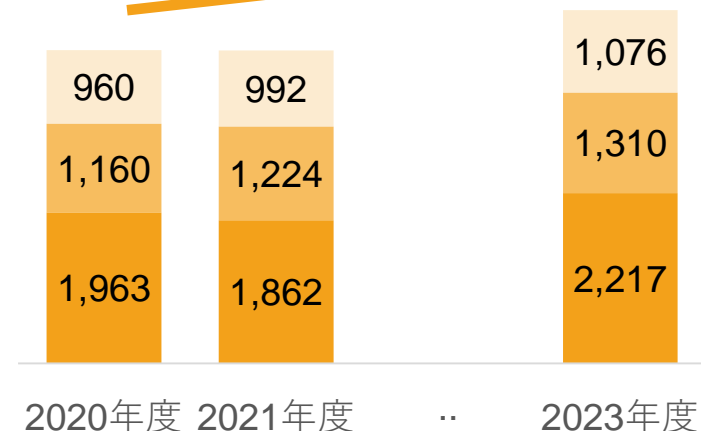


- スポーツ：ザバスの売上拡大
- 乳幼児用ミルク・流動食：提供価値の拡充によるシェアの拡大

## ● チョコレート



- カカオの価値を生かした新たな領域・温度帯への展開
- サステナブルカカオ調達の実進と商品の付加価値化
- 生産体制の最適化



# 食品：海外展開の強化

## ● 中国

### ● 生産能力の大幅拡大

2023年度末生産能力（金額ベース）/2020年度比

牛乳・ヨーグルト 約4倍（蘇州能力増強、天津、広州新設）

菓子 約2倍（広州新設）

アイスクリーム 約2倍（上海新設）

### ● プロバイオティクス、ザバスの売上拡大

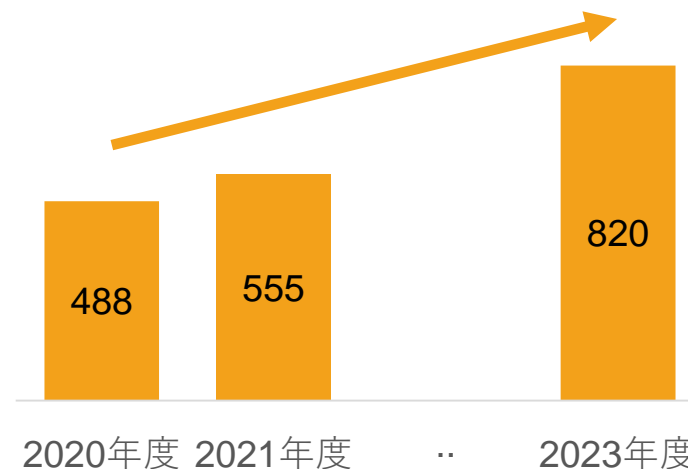


## ● その他エリア

- ダノン社との  
キューブタイプ粉ミルク  
における協業の強化



海外売上高（億円）※



# 医薬品：ワクチン事業の強化

強みをもつ感染症領域に経営資源をさらに集中  
事業ポートフォリオの再構築に着手

## ● 事業ポートフォリオの再構築

- ・ 農薬事業を三井化学アグロ社に譲渡

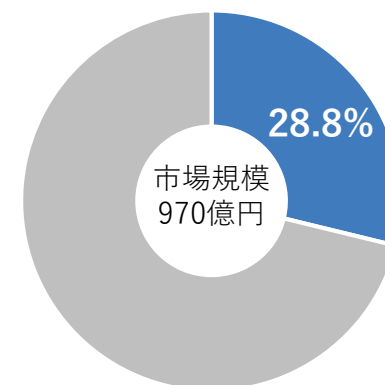
## ● 新型コロナウイルスワクチンの開発

- ・ 第2/3相臨床試験を2021年10月に開始
- ・ 実用化は2022年内を目標  
(追加接種用として条件付き早期承認が認められた場合)

## ● 研究開発体制の強化

- ・ Meiji Seika ファルマとKMバイオロジクスの連携強化による  
ワクチン開発の加速

インフルエンザワクチン  
国内市場シェア1位



Copyright©2021IQVIA  
市場規模・シェア（20年度）出典：  
IQVIA医薬品市場統計 JPM2021年3月MATを  
もとに作成。市場の範囲は当社の定義による  
※無断転載禁止

# 医薬品：ワクチン事業の強化

## 《国産ワクチンのタイプ》

主なワクチンの種類	政府が確保しているワクチン	国内開発	特徴	安全性	有効性	開発期間
不活化ワクチン	なし	KMバイオロジクス (明治グループ)	大量に培養したウイルス、細菌又は毒素を、薬剤等で処理して感染性や毒性をなくしたものをワクチンとして利用	◎	○	○
組換えタンパク質 ワクチン/ ペプチドワクチン	ノババックス※	塩野義製薬	遺伝子組換え技術で植物や昆虫、動物の細胞で作製したウイルス抗原やペプチドをワクチンとして利用	◎	○	○
DNAワクチン mRNAワクチン	ファイザー モデルナ	アンジェス 第一三共 VLPセラピューティクス	ウイルス抗原の設計図であるDNAまたはmRNAそのものをワクチンとして利用	○	◎	◎
ウイルスベクター ワクチン	アストラゼネカ		ウイルス抗原の設計図であるDNAを無害なウイルスに組み込んだものをワクチンとして利用	○	○	◎

※日本での薬事承認等を前提に1億5000万回分の供給を契約締結

# 健康価値領域での新たな挑戦

「抗老化」と「免疫増強」の2つのテーマで食・薬のシナジーを追求  
新たな健康価値の提供を目指す



## 食品

- ・ 栄養学の知見
- ・ 乳・乳酸菌・カカオの研究
- ・ 栄養設計技術 など

## 医薬品

- ・ 薬理学の知見
- ・ 合成技術
- ・ 微生物・バイオ技術 など

新たな  
健康  
価値

- ・ 他社や大学など社外の知見を積極的に取り入れ

オープンイノベーション

# サステナビリティ：外部機関によるESG評価

取り組み自体の進化と情報開示の強化の両面でアプローチし  
サステナビリティの取り組みで日本のトップランナーを目指す

評価指標	分野	2019年度	2020年度	2021年度
MSCI ESGレーティング	ESG全般	BB	BB	BBB
DJSI	ESG全般	78パーセンタイル	80パーセンタイル	84パーセンタイル
FTSE4Good	ESG全般	2.9点	3.0点	3.0点
CDP (Climate Change)	環境 (気候変動)	A-	A-	A-
CDP (Water Security)	環境 (水)	B-	A-	A

# サステナビリティ：環境への取り組み

## 明治グループ長期環境ビジョン Meiji Green Engagement For 2050

地球環境が危機的な状況にある中で、明治グループが**地球とのエンゲージメント**を通じて将来にわたって**自然との共生**を図ることで、**持続可能な地球環境の実現**に貢献する。



### 気候変動

サプライチェーン全体で温室効果ガス排出量をゼロにする「カーボンニュートラル」の実現



### 水資源

原単位での水使用量を半減  
製品原料に使用する水を100%還元(ウォーターニュートラル)



### 資源循環

廃棄物の実現ゼロエミッション  
使用する新たな自然資本の最小化



### 汚染防止

事業活動由来の化学物質による  
環境汚染ゼロを目指す

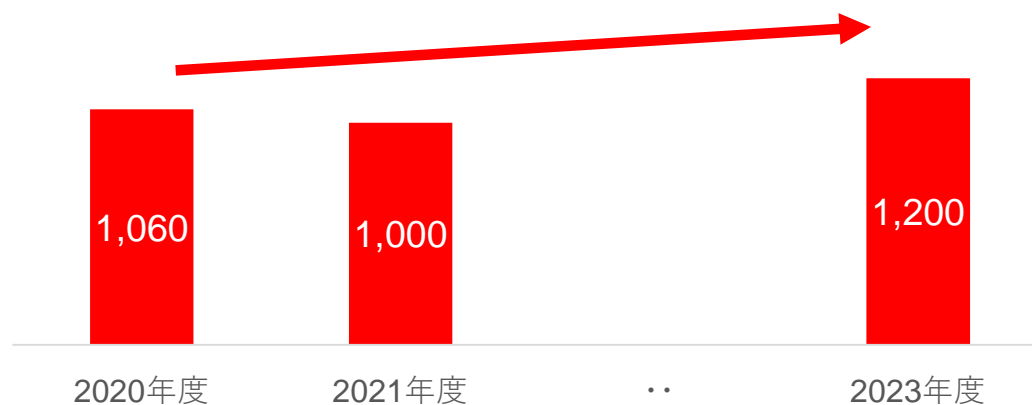


## 2023中期経営計画目標

	指標	2020年度	2023年度
明治グループ	連結売上高※	1兆240億円	1兆800億円
	連結営業利益 (率)	1,060億円 (10.5%)	1,200億円 (11.1%)
	海外売上高	984億円	1,345億円
	ROE	10.5%	11%以上

※：売上高には収益認識基準を適用しております。

連結営業利益（億円）



※：計画は2021年11月9日現在

## 2021年度上期実績および計画

(億円)	21年度 上期実績		21年度 下期計画		21年度 通期計画	
		前年同期比		前年同期比		前年同期比
売上高	5,007	+1.5% +73	5,132	△0.1% △4	10,140	+0.7% +68
営業利益	503	△0.1% △0	496	△10.8% △59	1,000	△5.7% △60
親会社株主に帰属 する当期純利益	366	+27.5% +79	533	+44.5% +164	900	+37.1% +243

※前年同期比は20年度実績に収益認識基準を適用して算出しています

※計画は2021年11月9日現在

## ● 上期ハイライト

## 食品

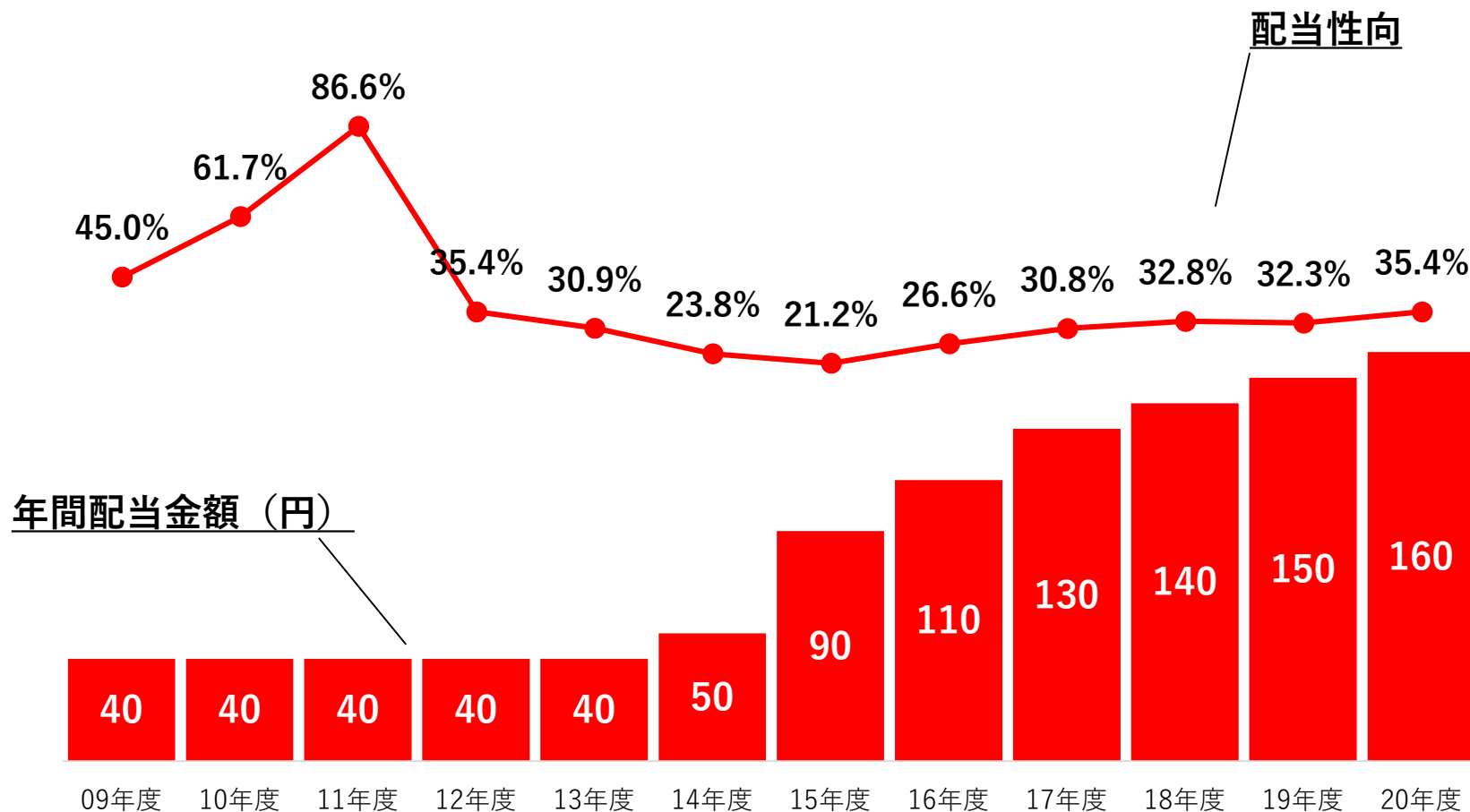
- ・ 昨年苦戦したチョコレート、業務用食品は回復
- ・ プロテインは拡大継続
- ・ 昨年特需となったヨーグルト・プロバイオは反動減
- ・ 海外乳原料や油脂などの原材料コストアップ

## 医薬品

- ・ 昨年に受診抑制の影響を受けた国内医薬品回復
- ・ インフルエンザワクチンの出荷増

# 株主還元について

- 2023年度までに連結配当性向40%水準に引き上げ
- 自己株式の取得を実施 300億円



※ 2015年10月1日で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施しており、上記数値はこの株式分割を反映しています

# 株主優待制度について

100株以上の株式をご所有の株主さまを対象に、ご優待品を  
10月末ごろにお届け（基準日3月31日）

ご所有株式数	優待品
100株以上	明治グループ製品詰め合わせ 2,000円相当
500株以上	明治グループ製品詰め合わせ 3,500円相当
1,000株以上	明治グループ製品詰め合わせ 5,000円相当



2021年度の優待品  
(500株以上3,500円相当)

※株主さまのご意志により、同等のグループ製品を福祉団体などへご寄贈いただくことも選択できます

# 健康にアイデアを meiji

- 本資料は投資判断の参考となる情報の提供を目的としたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。銘柄の選択、投資の最終決定はご自身でご判断をお願いいたします。
- 本資料に記載された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、監査を受けていない参考数値が含まれます。
- 本資料には、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。