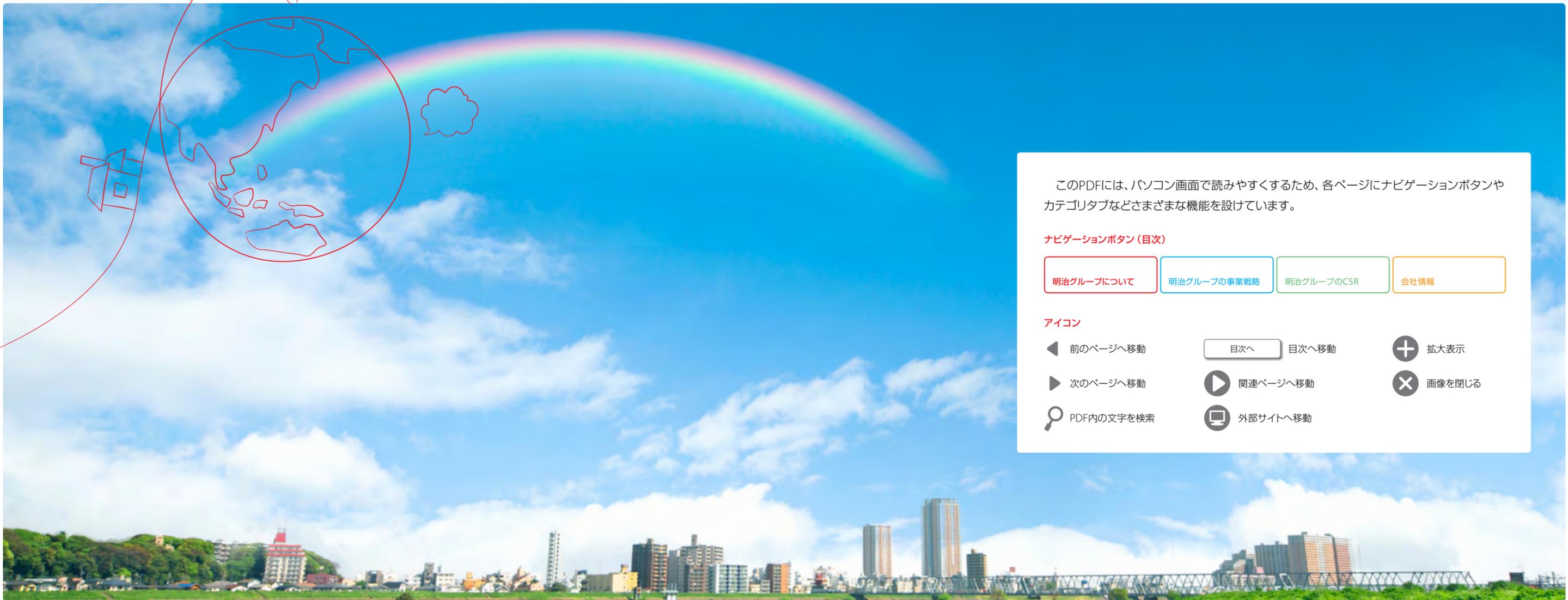


2014

アニュアルレポート

2014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)

- 明治グループについて
- 明治グループの事業戦略
- 明治グループのCSR
- 会社情報

アイコン

- ◀ 前のページへ移動
- ▶ 次のページへ移動
- 🔍 PDF内の文字を検索
- 🏠 目次へ
- 📄 目次へ移動
- 🖥️ 外部サイトへ移動
- ⊕ 拡大表示
- ✕ 画像を閉じる



Contents 明治ホールディングス株式会社 アニュアルレポート 2014

アニュアルレポートについて

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。

その他発行資料

さらに詳しい情報については、当社ウェブサイトにて下記のような資料をご用意していますのであわせてご覧ください。

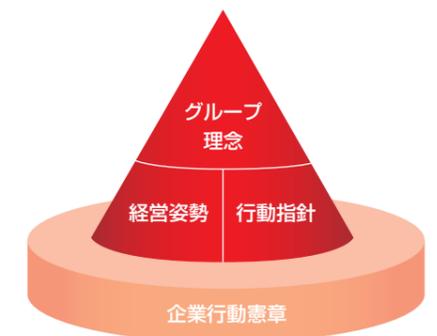
内容	形式	発行資料と掲載場所
財務状況	PDF	有価証券報告書 金融商品取引法第24条第1項に基づき作成し、関東財務局に提出が義務付けられている報告書です。
CSR情報	ウェブ	CSRの取り組み アニュアルレポートでご紹介しているCSRの考え方に基づく最新の取り組みを、詳細にご紹介しています。
コーポレート・ガバナンス	PDF	コーポレート・ガバナンス報告書 東京証券取引所に提出が義務付けられている、コーポレート・ガバナンスに関する仕組みや取り組みを掲載した報告書です。

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」の世界を拓き、「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、常に一步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 先を見る動きを鍛え、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。

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、2013年度（2014年3月期）の実績に基づいています。一部、2014年度（2015年3月期）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、2014年8月現在のものです。

ステークホルダーの皆さまへ



私たちは、「明日をもっとおいしく」のスローガンのもと、「食と健康」の領域において、あらゆる世代のお客さまの生活充実に貢献するとともに、グローバルな企業グループへと成長・発展すべく全力を尽くし、お客さま、株主さまなどのステークホルダーに向け、企業価値の継続的な向上を図ってまいります。

皆さまとともに歩む明治グループ

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。そして、第二の創業ともいえる2009年の経営統合と2011年の事業再編を経て、さらなる成長に向けた一歩を踏み出しました。明治グループは2016年に創業100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。

さて、グループ経営が軌道に乗り、さまざまな成果が具体化してきたこの機を捉え、弊社代表取締役の異動を行いました。これまで代表取締役社長を務めた浅野茂太郎は代表取締役会長に、後任の代表取締役社長には松尾正彦が就任いたしました。2014年度は、次の中期経営計画を策定する大切な一年です。体制も新たに、現在の勢いを次につなげ、「2020ビジョン」実現への道筋を確かなものにしてまいります。

「明治グループ 2020ビジョン」の実現に向けて

2012年4月にスタートした中期経営計画「TAKE OFF 14」は、長期経営指針「明治グループ 2020ビジョン」に基づく最初の計画です。食品・医薬品とも「収益性向上と飛躍に向けた戦略投資」をテーマに、優位事業の強化・拡大、新規事業や海外事業の育成、収益性の向上に取り組み、2012年度、2013年度は好調に推移しました。

一方、グループを取り巻く環境は、「TAKE OFF 14」策定時に見込んでいなかった要因が加わり、一段と厳しさを増しています。食品では円安と相場変動に伴う原材料コスト増、医薬品では薬価改定をはじめとする医療費抑制策の影響は避けられず、2014年度（2015年3月期）の計画はそれらを考慮しました。meijiブランドの強みを結集し、「TAKE OFF 14」の総仕上げに全力を尽くします。

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。

ステークホルダーの皆さまには、今後とも明治グループの成長にご期待いただくとともに、ご理解とご支援を賜りますようお願いいたします。

代表取締役会長

浅野茂太郎 (写真左)

代表取締役社長

松尾正彦 (写真右)

明治グループの強み



2013年度(2014年3月期)の業績

売上高

1兆1,480億円

前年度比 1.9%増 ↑

営業利益

364億円

前年度比 41.1%増 ↑

当期純利益

190億円

前年度比 14.5%増 ↑

営業利益率

3.2%

前年度比 0.9%ポイント増 ↑

ROE

6.0%

前年度比 0.5%ポイント増 ↑

グループ体制図



売上構成比



営業利益構成比



明治グループの強み

強いブランドで構成され、あらゆる世代の生活充実に貢献する

食品事業

明治グループの強み



強みを生かした価値創造の歴史

乳製品

1920年、市乳事業を開始。
1928年に「明治牛乳」を発売し、
販売店の拡大とともに事業も急成長。



乳製品

1973年、**ブルガリア共和国**
から国名使用を認められ、
「明治ブルガリアヨーグルト」を発売。

乳製品

1971年、**日本初となる無糖タイプ**の
「明治プレーンヨーグルト」を発売。

菓子

1975年「きのこの山」を発売し、**焼き菓子と
チョコレートの技術を融合した、
チョコスナックという新分野**を開拓。
1979年には「たけのこの里」も発売。

菓子

1918年、チョコレートを開発し、菓子文化の
普及活動の効果もあり、順調に拡大。
「**チョコレートは明治**」の始まり。

菓子

1961年、カラフルで楽しい商品イメージが
支持され、「マーブルチョコレート」が大ヒット。
その後、さまざまなアイデアで**チョコレートの
バリエーションを拡大**。

菓子

1921年、**日本初となる
横型フリーザーとミキサー**を
工場に設置し、「極東アイスクリーム」を発売。

健康栄養

1980年「ザバス」、1995年「ヴァーム」を発売。
高まる健康志向を捉え、スポーツ分野を強化。

健康栄養

1923年、**日本の食糧問題や
栄養の研究を基盤に、
育児用粉ミルクのルーツ「パトローゲン」**を発売。

健康栄養

1981年、全国から集めた**1666例もの
母乳の分析調査結果**を生かして、
「ソフトカード明治コナミルクFM-K」を発売。

海外

1974年、東南アジアの
菓子生産・販売拠点として
「明治製菓シンガポール」設立。

健康栄養

1983年、一般用医薬品「イソジンうがい薬」発売。

明治グループならではの強みを生かし、たゆまぬ努力と知見・経験を積み重ね、時代のニーズを先取りした新しい価値を生み出し続けています。そうした価値の創造が、誰もが知る強いブランドとしての確固たる地位につながっています。



現在のプレゼンス



※ 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

品質マネジメントシステム「Meiji Quality Comm」

“Meiji Quality Comm”では「品質」というものを、製品の「安全」と「価値」であると考えています。製品の「安全」と「価値」を守っていること、そのために実践していることをステークホルダーに伝えることによってお客さまの信頼と満足を獲得し、その先にある明治ブランドの価値向上を目指します。



食育支援活動

食の価値や健康への広がりを通して、「食を知る、学ぶ、楽しむ場」を提供する食育支援活動を実施しています。また、ウェブサイトでも食育情報を発信しています。

出前授業・食育セミナー：担当者が小・中学校に赴いて実施する授業や、シニアや若者向けセミナー。2013年度は約73,000人が参加しました。

明治クッキングサロン：牛乳・乳製品・チョコレートなどの当社製品を使った料理講習会。2013年度は約13,000人が参加しました。

工場見学：菓子や乳製品の製造工程が見学できます。2013年度は全国6か所の工場で約12万人が来場しました。

明治グループの強み

ヨーグルト



おいしさと機能性を両立させた明治のヨーグルト。時代の最先端を行く明治グループならではの価値が付加された商品は、市場で圧倒的な存在感を放っています。

国内市場シェア No.1

44.3%

出典：当社推定、2013年度

1971年



プレーンヨーグルト市場を切り拓いた先駆者

明治は、1950年にヨーグルトを初めて工業的生産の軌道に乗せ、「明治ハネーヨーグルト」を発売しました。1971年には、それまで日本になかった無糖タイプの「明治プレーンヨーグルト」を発売。これは、大阪万博のブルガリア館で出会った本場のヨーグルトの再現を目指したものでした。

その後、ブルガリア共和国から商品名に「ブルガリア」の使用が認められ、1973年「明治ブルガリアヨーグルト」が発売されました。地道な営業活動と宣伝活動によるマーケティング力を最大限発揮し、徐々に販売量を拡大させ、プレーンヨーグルト市場を新たに切り拓いていきました。



約5,000種

可能性の宝庫「乳酸菌ライブラリー」

明治では乳酸菌の可能性に早くから着目していました。プレーンヨーグルトの発売前である1963年には「ヨーグルト商品開発研究所」を、さらに1983年には「応用微生物研究所」を設置するなど研究活動を本格化させていました。今では「食機能科学研究所」内に、各地から収集した約5,000種の乳酸菌のライブラリーがあり、貴重な資産となっています。

ヨーグルトは発酵に使用する乳酸菌によって、出来上がるヨーグルトの特長が決まります。明治は、豊富な「乳酸菌ライブラリー」を保有するだけでなく、そこから有用な乳酸菌を選定する技術でも強みを持っています。1993年に発売した

「明治ブルガリアヨーグルトLB81」は、明治の強みを活用して生まれた代表的な商品です。この商品は、「腸内環境のバランスを整え、おなかの調子を良好に保つ」という健康効果が科学的に認められ、プレーンヨーグルトとして初めて特定保健用食品として表示が許可されています。

乳酸菌の機能性の研究開発は、さらに進化を遂げています。例えば、OLL2716乳酸菌は胃の中で生きてピロリ菌の数を減らすことで胃の健康を守ることがわかりました。また、OLL1073R-1乳酸菌が作り出す多糖体は、ナチュラルキラー細胞の活性を増強し風邪罹患リスクを

低下させることがわかりました。これらは、明治独自の発見として特許を取得しています。そして、それぞれの乳酸菌を使って、2000年に「明治プロビオヨーグルトLG21」。これらは2010年に「明治ヨーグルトR-1」を発売し、乳酸菌の動きに注目したヨーグルトとして大きく成長しています。

さらに2011年11月からは、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、明治の強みをさらに高めています。

おいしさと機能性の両立



1073 R-1 乳酸菌

「おいしい」からこそ、リピートにつながる

明治は、お客さまから長く愛されるためには、機能性のみならず、おいしさも非常に重要な要素だと考えています。おいしさは、香りや舌触り、風味など、さまざまな要素が複雑に絡み合って生み出されます。明治では機能性とおいしさを両立させる最適な乳酸菌を豊富なライブラリーから選定するとともに、発酵方法でもおいしさを追求しています。

1984年に発売した「明治ブルガリアヨーグルトLB51」では、「生乳仕立て製法」によって滑らかな口当たりを実現しました。さらに、「飲む」タイプやフルーツヨーグルトなどさまざまなタイプの商

品を提供するなど、時代ごとのニーズにも応えてきました。2005年には、「脱酸素低温発酵法(まろやか丹念発酵)」の特許を取得し、「明治おいしい牛乳」の脱酸素技術を応用することで低温発酵の時間短縮に成功するだけでなく、よりなめらかな食感とまろやかな風味を実現しました。

ヨーグルトのおいしさと機能性を両立させてロングセラー商品に育て、改良を加えて常に時代のニーズを先取ることでお客さまの健康な暮らしに貢献しています。

成長を支える
人々のパワー

キーパーソンの声

株式会社明治
研究本部
食機能科学研究所
乳酸菌研究部長

浅見 幸夫



当社は、約5,000種類もの乳酸菌ライブラリーの中から、独自のノウハウで菌株の機能性を評価し選定し、新たな健康価値を持つヨーグルトを生み出しています。乳酸菌のスクリーニングから商品化までを自社で完結できることは大きな強みと言え

ます。この強みがあるからこそ、明治は、プレーンヨーグルトやプロバイオティクスなど日本において新たな市場を切り拓いてきた「パイオニア」としての地位を確立しています。

研究現場にいる私たちは、乳酸菌の可能性を日々考えながら、お客さまにいかにか驚きを与えられるか、いかに健康的な生活に貢献できるかということに挑戦し続けています。今後は、乳酸菌の可能性をヨーグルトだけに留めず、さまざまな商品形態にも広げていきたいと考えています。基盤研究から商品の開発研究まで、私たち従業員が一丸となって取り組むことで、近い将来、お客さまにさらなる驚きを与えられる商品をお届けできると考えています。

チョコレート



100年近い歴史を誇る明治のチョコレート。常に時代のニーズを捉え、新しい価値を付加することに挑戦し続けてきました。「チョコレートは明治」として市場で圧倒的な存在感を放っています。

国内市場シェアNo.1

24.4%

出典：株式会社インテージSRI（チョコレート市場） 2013年4月～2014年3月累計メーカーシェア（金額）

1918年

「チョコレートは明治」の始まり

1918年、明治は初めてチョコレートを発売しました。その後、川崎工場にドイツから生産設備を導入し、技師を招いて製造技術を向上し、1926年に「明治ミルクチョコレート」が誕生しました。1955年には当時世界最高水準の生産設備を擁する大阪工場が竣工。明治の板チョコ群は大人気となり、工場はフル操業が続き、

「チョコレートは明治」という地位を確固たるものとし、明治「チョコレート」は現在に至るまで、常に新しさを失わないようにパッケージや原料などのリニューアルが重ねられており、明治を代表する商品の1つとして長くお客さまに愛されています。



カカオ豆へのこだわり



地域とのパートナーシップで高品質なカカオ豆を安定的に調達

明治は、チョコレートに関して開発から生産、販売までのあらゆるノウハウを有しています。中でも主要原料のカカオ豆へのこだわりは、明治のチョコレートづくりにおける大きな特長の1つです。

これまで培ってきたカカオ豆の生産国との関係を深めることで、品質向上と安定調達に努めています。現在、ブラジルでは現地農家と共同で発酵研究を行い、得られた知見に基づいて発酵条件を決め、生産に取り組んでいただいています。また、ガーナでは、井戸や蚊帳など生活に必要なものの寄贈に加え、カカオの苗木センターやパソコンを使っの農業技術

学習センターを建設するなどの活動を展開しています。

また、こうした活動の成果や進捗を、実際に私たち自身が確認することも重要です。当社の研究や技術のスタッフは、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の各段階の状況を確認しています。農家だけでなく、私たちのカカオ豆を取り扱う関係者全員に明治が求める品質を理解していただき、また私たちも生産国の状況を理解し尊重した上で、共に高品質のカカオ豆をつくりあげ、安定・継続的な取引に育てています。



成長を支える
人々のパワー

キーパーソンの声

株式会社 明治
菓子生産本部
専任部長

土居 恵規

高品質の商品をつくるためには、高品質の原料が必要です。生産国との深い信頼関係を構築し、私たちが求める水準の原料を現地の方々と共に作り上げ、おいしい商品をつくることできるのは、明治の大きな強みの一つです。今後も、高品質のカカオ豆を安定的に調達していくために、生産国とのパートナーシップのさらなる強化に積極的に取り組んでいきます。



新分野への挑戦

お客さまに新しい価値を提供し続けることで差別的優位性を確立

明治は、新たな可能性に挑戦し続けることで、お客さまに常に新しい価値を提供してきました。アーモンドを丸ごとチョコレートで包み込む斬新な切り口が支持された「アーモンドチョコレート」(1962年発売)や焼き菓子とチョコレートの技術を融合したチョコスナック「きのこの山」(1975年発売)、「たけのこの里」(1979年発売)は、現在でも多くの人々に愛されるロングセラー商品に成長しています。

さらに、明治の研究・開発部門が力を注いだ「新食感商品の開発」は差別化の

大きな武器となっています。1993年に発売した「メルティーキッス」では、油脂によるチョコレート加工技術により、今までにない口溶けの良さを実現しました。また1996年に発売した「ガルボ」では、焼き上げたケーキにチョコを染み込ませるという新しい発想で新食感を実現しました。

このような果敢な挑戦が、時代の一步先を行く新分野を切り拓き、技術の優位性として実を結び、チョコレートの国内シェアNo.1という圧倒的なプレゼンスに

つながっています。今後も、お客さまに新しい価値を提供し、新しい分野に挑戦し続けることで強固な基盤を築いていきます。



成長を支える
人々のパワー

キーパーソンの声

株式会社 明治
菓子商品開発部長

伊田 覚

チョコレートは欧州から入ってきた食文化ですが、私たちは長い歴史の中で日本の「明治ならでは」の商品をたくさん生み出してきました。明治には、柔軟な発想で新しい品質をつくり上げるというこだわりがあります。こうした価値観のもと、今後も明治ならではの新しい商品をお届けできるように、差別性を持った技術開発に取り組んでいきます。

株式会社 明治
菓子マーケティング部長

松岡 伸次

ロングセラーブランドは当社の大切な資産です。お客さまの嗜好の変化に合わせて品質の見直しやパッケージの改良を行うことで、常にブランドを進化させる努力を続けています。今後は「健康」「プレミアム」など、時代のニーズを先取りした新しい商品のブランディングにも取り組み、チョコレート事業のさらなる拡大を図っていきます。

明治グループの強み

「スペシャリティ&ジェネリック・ファルマ」としてグローバルに展開する

医薬品事業

明治グループの強み



強みを生かした価値創造の歴史

感染症領域

1946年、**ペニシリンの製造を開始し**、製薬事業へ進出。

感染症領域

「カナマイシン」は、1966年に**当時の日本の輸出医薬品トップ**となり、国際的にも高い評価を受けた。

感染症領域

1950年に抗菌薬「ストレプトマイシン」、1958年に日本発の抗菌薬「カナマイシン」を発売。
自社独自の製造・開発技術を確立し、「抗生物質の明治」として広く名前が知れ渡る。

海外

1950年代以降、ストレプトマイシンなどの原末を中心に輸出し、**海外事業の規模が拡大**。

中枢神経系領域

1980年代、**医療ニーズの変化に対応し、バランスの取れた品目構成**を目指し、中枢神経系領域に参入。

海外

1974年にはインドネシア、1979年にタイに拠点を設け、**生産規模および現地販売を強化、拡大**。

中枢神経系領域

1989年、「メイラックス」を発売。**抗不安薬として少ない副作用と長時間持続する薬効が支持された**。

農薬・動物薬

1961年、**農薬分野へ進出**。

農薬・動物薬

1955年、**人体用医薬品の技術と研究開発の成果を応用**し、動物用医薬品分野に進出。

農薬・動物薬

1975年、いもち病防除剤「オリゼメート」を発売。**農業環境や栽培技術の多様化にあわせて地道な改良に取り組み、きめ細かく適用分野を拡大**。



現在のプレゼンス



Copyright 2014IMSヘルス
出典：IMS医薬品市場統計 JPM2014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



Copyright 2014IMSヘルス
出典：IMS医薬品市場統計 JPM2014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



出典：クレコンリサーチ&コンサルティング調べ、2013年度



出典：農業工業会調べ、2013農業年度
(2012年10月～2013年9月)



出典：富士経済調べ、2013年度

研究開発による健康価値の創造を通して、また高品質で安価なジェネリック医薬品を提供することによって、独自の地位を築き、世界の人々の健康と生活充実に貢献しています。

品質への取り組み

医薬品事業では顧客重視の一貫したポリシーと行動指針のもと、「ユーザーの信頼を得て社会に貢献すること」を第一に考え、医療関係者や患者さんが安心して使用できる医薬品の提供に努めています。また、農薬・動物薬事業においても生産者や医療関係者が安心して使用できる高品質の製品をお届けしています。



新薬メーカーならではの高品質なジェネリック医薬品

製剤工夫の例：抗うつ薬「パロキセチン錠 明治」

患者さんにあわせて細かな用量変更ができるよう、十字割線を入れてあります。有効成分が各片に均質に分布するよう、原薬や添加剤の種類や製法を工夫しています。



明治グループの強み

新薬における主要領域は、歴史ある「感染症治療薬」と第2の柱である「中枢神経系疾患治療薬」があります。この2つの領域で新薬メーカーとしてのプレゼンスを確立する一方、ジェネリック医薬品メーカーとしても成長を続けています。こうした「スペシャルティ&ジェネリック・ファルマ」としての特長を最大限に生かし、明治グループならではの価値創造に取り組んでいます。

感染症領域



全身性抗菌剤 国内市場シェアNo.4

11.6%

Copyright 2014IMSヘルス
出典：IMS医薬品市場統計 JPM2014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

1946年

「抗生物質の明治」の始まり

第2次世界大戦中にペニシリンの研究開発に着手し、1946年にペニシリンの製造を開始して医薬品事業へと進出しました。1950年には「ストレプトマイシン」、1954年には「サイクリン」を発売。医薬品事業進出後、わずか10年間で当時の食品事業を上回る成長を実現しました。また、当時の国立予防衛生研究所の

梅澤濱夫博士の研究に協力し、1958年に発売した「カナマイシン」は1966年に日本の輸出医薬品トップになり、国際的にも高く評価されました。

1987年には主要系統の抗生物質を網羅し、さらなるラインアップ強化に取り組む中、1994年に自社開発経口抗生物質である「メイアクト」を発売しました。

以来、「メイアクト」は経口セフェム系薬剤として国内市場ではトップクラスに位置し、またMeiji Seikaファルマを代表する製品としてグローバルに展開されています。感染症に苦しむ人々を救い、長寿と健康増進に貢献しています。

中枢神経系領域



抗うつ剤 国内市場シェアNo.3

16.7%

Copyright 2014IMSヘルス
出典：IMS医薬品市場統計 JPM2014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

第2の柱を確立

多様な主訴をカバーする豊富なラインアップ

日本では、高齢化の進展や生活環境の変化、ストレスなどさまざまな要因により、中枢神経系の疾患が増加してきました。こうした医療ニーズを背景に、また抗生物質に偏重することなく、バランスの取れた製品構成を確立することを目指し、1989年に抗不安薬「メイラックス」

を発売しました。1999年には、日本初のSSRIとして抗うつ薬「デプロメール」を発売し、国内で初めて強迫性障害に対する効能・効果も認められ、市場で高い評価を得ました。2009年には、他に類のない作用機序（NaSSA）を有する抗うつ薬「リフレックス」を発売しました。異なる

作用メカニズムを有する薬剤をラインアップし、患者さんによって多様な主訴が存在するうつ病をはじめとした中枢神経系疾患の治療に大きく貢献しています。引き続きラインアップの充実を進め、この領域のリーディングカンパニーを目指しています。

ジェネリック医薬品

新薬系取り扱いメーカー

国内 No.1

出典：クレコンリサーチ&コンサルティング調べ、2013年度

融合戦略で独自の存在感

ジェネリック医薬品への進出

高齢化や医療の高度化、複雑化を背景に国民医療費は増大し続けており、政府は医療費、薬剤費の伸びを抑えるべく、薬価改定や後発医薬品使用促進などの政策を進めています。このような事業環境の動向を踏まえ、当社は早くから専門部署を創設し、ジェネリック医薬品事業

に進出しました。ジェネリック医薬品事業では、感染症・中枢神経系の得意領域に加え、医療ニーズが高く市場規模が大きな製品に絞り込んで発売し、1品目ずつ大切に普及することを基本方針としています。2006年の本格進出以来、新薬メーカーとしてのmeijiブランドの信頼

性と、それを支える豊富な情報提供、安定した供給体制、品質保証体制を強みとしてジェネリック医薬品事業は成長を続けています。2014年3月期は売上高321億円となり、新薬系ジェネリック医薬品取り扱いメーカーとして業界1位を誇っています。

新薬とジェネリック医薬品の区別なく展開する独自の戦略

当社は「スペシャルティ&ジェネリック・ファルマ」として、新薬とジェネリック医薬品の区別なく、情報提供、安定供給、品質保証する独自の「融合戦略」を採っています。情報提供については、1人のMR（医薬情報提供者）が患者さんの疾患に応じて、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ています。また、人々の健康やいのちに関わる医薬品であるからこそ、患者さんと医療従事者の皆さまが安心して使用できる供給体制や品質保証体制の構築にも注力しています。



成長を支える
人々のパワー

キーパーソンの声

Meiji Seika ファルマ株式会社
取締役常務執行役員
医薬営業本部長

梅木 祐仁



医薬品事業では、製品の有効性に加え、MRの果たす役割がとて重要です。MRが製品の有効性や安全性に関する正確な情報を付加することで、初めて医薬品は適正に使用していただけからです。当社のMRは、新薬・ジェネリック医薬品を

問わずに、有用な薬剤を豊富な選択肢から提案することができます。これは、幅広く客観的な情報提供を望まれている医療従事者の皆さまからの信頼獲得につながっています。

また、当社は感染症・中枢神経系という得意領域と、医療ニーズの高い領域に絞って事業を展開しています。領域の選択と集中は効率的な事業運営を実現し、高いレベルの供給体制、品質保証体制は医療従事者や医薬品卸の皆さまからも評価されています。

今後も独自の「融合戦略」のもと、医療従事者や関係者の皆さまとの信頼関係を大切にし、患者さんの健康をサポートしていきます。

財務・非財務ハイライト

(3月期)	百万円					千米ドル*1
	2010	2011	2012	2013	2014	2014
会計年度						
売上高	¥1,106,645	¥1,111,000	¥1,109,275	¥1,126,520	¥1,148,076	\$11,155,033
食品セグメント	—	988,854	986,319	1,001,551	1,015,265	9,864,605
医薬品セグメント	—	124,202	125,274	127,361	135,105	1,312,725
売上原価	734,665	732,931	738,500	743,835	754,013	7,326,212
販売費及び一般管理費	343,194	348,109	350,584	356,825	357,565	3,474,211
営業利益	28,786	29,959	20,189	25,859	36,496	354,610
経常利益	28,316	30,451	21,882	29,131	39,089	379,800
当期純利益	13,088	9,552	6,805	16,646	19,060	185,192
設備投資額*2	30,546	38,512	35,994	35,275	44,407	431,480
研究開発費	22,693	23,418	23,823	26,199	26,067	253,279
減価償却費*3	39,087	41,345	40,871	40,821	40,972	398,095
営業活動によるキャッシュ・フロー	47,707	57,995	30,597	50,622	63,847	620,361
会計年度末						
総資産	¥ 730,044	¥ 716,368	¥ 749,985	¥ 785,514	¥ 779,461	\$ 7,573,469
純資産	297,771	293,530	298,491	320,609	328,121	3,188,125

1株当たり情報	円					ドル*1
	2010	2011	2012	2013	2014	2014
当期純利益	¥ 177.73	¥ 129.63	¥ 92.38	¥ 225.98	¥ 258.79	\$ 2.51
純資産*4	3,933.05	3,906.36	3,958.24	4,254.56	4,351.96	42.30
配当金	80.0	80.0	80.0	80.0	80.0	0.78
レシオ (%)						
自己資本当期純利益率 (ROE)	4.6	3.3	2.3	5.5	6.0	
総資産当期純利益率 (ROA)	1.8	1.3	0.9	2.2	2.4	
その他						
エネルギー使用量 (重油換算: 1,000kl) *8	262	263	250	253	245	
CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂) *8	49.4	47.2	47.1	50.4	53.8	
廃棄物総量 (t) *8	84,396	81,149	86,822	80,811	71,983	
従業員数 (人) *9	23,914	25,554	25,717	25,738	24,399	

*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2014年3月31日の為替レート (1米ドル=102.92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)

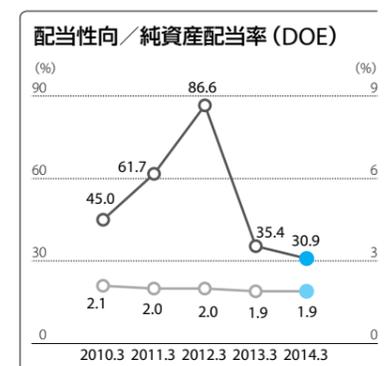
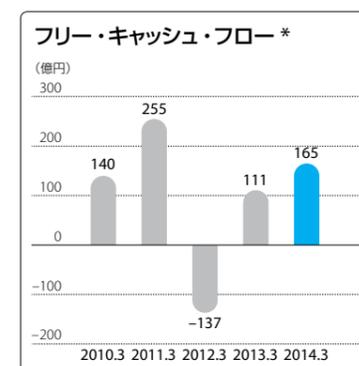
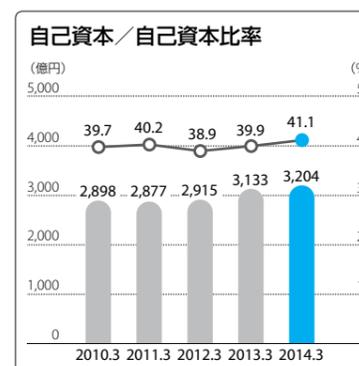
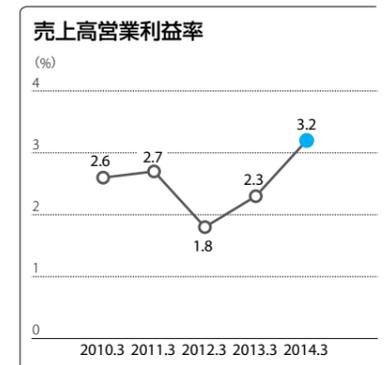
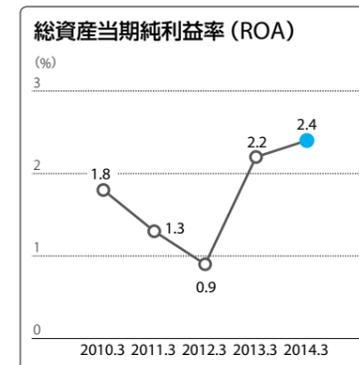
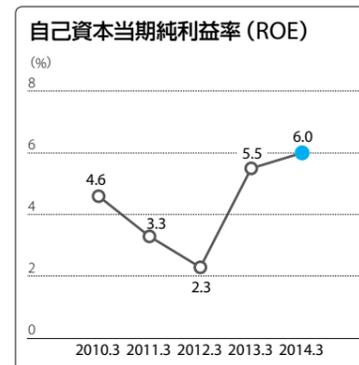
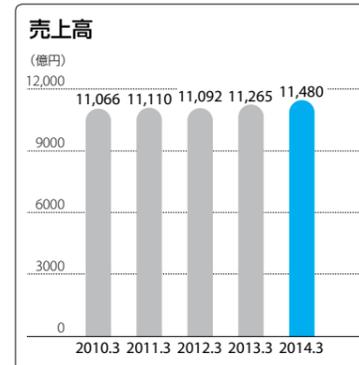
*5. 2009年4月1日の明治ホールディングスの設立に際し、明治製菓の普通株式1株に対して明治ホールディングスの普通株式0.117株を、明治乳業の普通株式1株に対して明治ホールディングスの普通株式0.117株をそれぞれ割当て交付いたしました。

*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。遡及適用後の2011年3月期営業利益29,959百万円には、遡及適用による差異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、この変更を遡及適用した参考数値です。

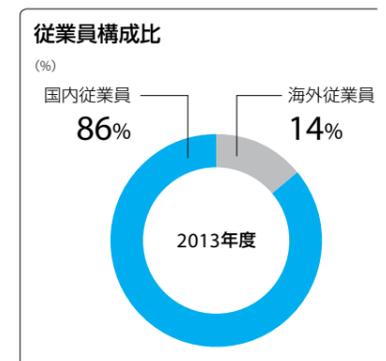
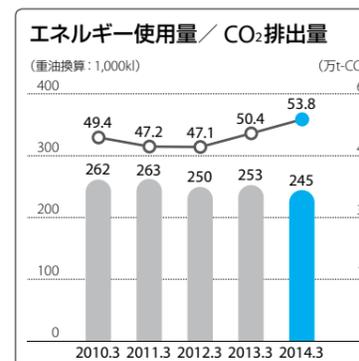
*8. 国内主要子会社を含む明治グループ全体の数値です。

*9. 平均臨時雇用者を含む従業員数です。



* 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

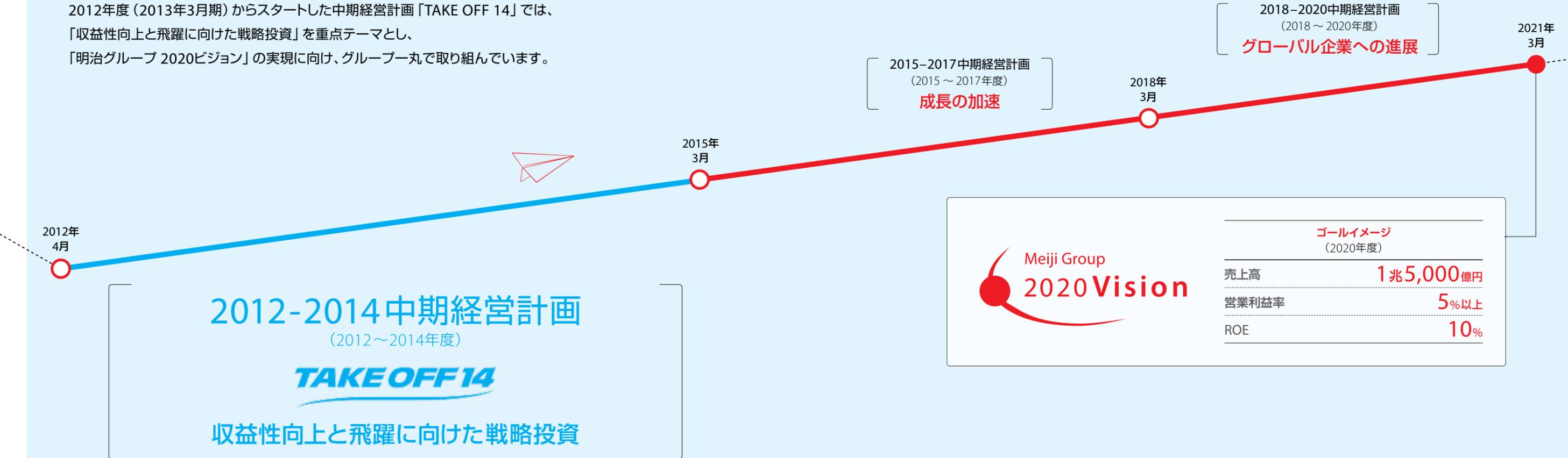
○ 配当性向 (左軸)
○ 純資産配当率 (DOE) (右軸)



■ エネルギー使用量 (左軸)
○ CO₂排出量 (右軸)

成長への軌跡

2012年度（2013年3月期）からスタートした中期経営計画「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、「明治グループ 2020ビジョン」の実現に向け、グループ一丸で取り組んでいます。



「TAKE OFF 14」の基本方針

- 既存事業の強化・拡大（成長・優位事業）
- 成長事業の育成（新規・海外事業）
- 収益性の向上

経営目標

	2012年度 実績	2013年度 実績	2014年度 計画	「TAKE OFF 14」 2014年度 当初目標
売上高	1兆1,265億円	1兆1,480億円	1兆1,400億円	1兆1,900億円
営業利益	258億円	364億円	375億円	400億円
ROE	5.5%	6.0%	6.6%	7%

セグメント別の成長イメージ

		2012年度 実績	2013年度 実績	2014年度 計画	「TAKE OFF 14」 2014年度 当初目標
食品セグメント	売上高	1兆15億円	1兆152億円	1兆60億円	1兆500億円
	営業利益	193億円	281億円	300億円	300億円
医薬品セグメント	売上高	1,273億円	1,351億円	1,365億円	1,400億円
	営業利益	64億円	83億円	76億円	100億円

中期経営計画「TAKE OFF 14」の進捗については以下のページをご覧ください

社長メッセージ



“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し、
企業としての責任に誠実に
向き合うことで、ステークホルダーの
皆さまのご期待に応え、
一層の信頼をいただけますよう
努めてまいります。

代表取締役社長
松尾 正彦

就任のご挨拶

このたび、明治ホールディングスの代表取締役社長に就任しましたことを、あらためてご報告申し上げます。

2009年の経営統合以来、明治ホールディングスの取締役として、2011年の事業再編以降は薬品事業会社であるMeiji Seika ファルマの代表取締役社長の立場で、明治グループの発展に努めてまいりました。今後は、代表取締役会長に就任した浅野茂太郎、食品事業会社である明治の川村 和夫(留任)、Meiji Seika ファルマの社長に就任した小林 大吉郎とともに、新たな体制でグループ経営を進めてまいります。

明治グループの さらなる成長と 発展を目指して

私の使命は、中長期の展望に立ち、変化する経営環境を的確に捉えて、グループを持続的に成長・発展させていくことだと考えています。明治グループは2010年秋に発表した「明治グループ 2020ビジョン」(以下「2020ビジョン」)の実現を目指し、2012-2014年度中期経営計画「TAKE OFF 14」に取り組んでいます。2014年度は「TAKE OFF 14」の最終年度であり、まずはその達成に努めてまいります。

一方でこの一年は、2015-2017年度中期経営計画を策定する重要な期間でもあります。経営環境は「2020ビジョン」策定時から大きく変化しました。しかし、“食と健康のグローバルな企業グループを目指す”という方向性は堅持し、「2020ビジョン」実現に向けて次の中期経営計画を策定いたします。

ポイントは、グループとしての競争力を高めていくことだと考えています。そのためには、製品開発力、マーケティング力、国際展開力の強化に加え、コスト競争力にも磨きをかけ、収益性を高めてまいります。日本国内では総人口の減少と少子高齢化がさらに進行しています。一方、グローバル化が進み、食品・医薬品の両業界とも新興国市場の成長が引き続き見込まれています。長年にわたり培ってきた技術や知見、安全・安心の品質、そしてそれらを支える従業員の力を結集し、日本はもとより海外でも愛される企業を目指してまいります。

明治グループは、赤ちゃんからお年寄りまで幅広い世代の皆さまに、グループならではの「おいしさ・楽しさ・健康・安心」を提供してきました。多くのお客さまやユーザーの皆さまから信頼され愛されるmeijiブランドは重要な経営資源です。今後とも、常に社会に貢献する意識を忘れず、誠実に、謙虚に日々努力を重ね、meijiブランドの価値をさらに高めてまいります。

2013年度 一 順調に進捗した 「TAKE OFF 14」 2年目

2013年度は、当初見込んでいなかった円安や原材料高によるコスト増など経営環境の変化にも対応し、最終年度につながる利益成長を図ることがテーマでした。そのために、乳製品、菓子、医療用医薬品などの優位事業の拡大に努め、健康栄養や海外など成長事業を育成するとともに、収益性を高める構造改革を推進しました。その結果、連結売上高は1兆1,480億円(前年度比1.9%増)、営業利益は364億円(同41.1%増)となり、「TAKE OFF 14」の2年目はグループとして順調に推移しました。

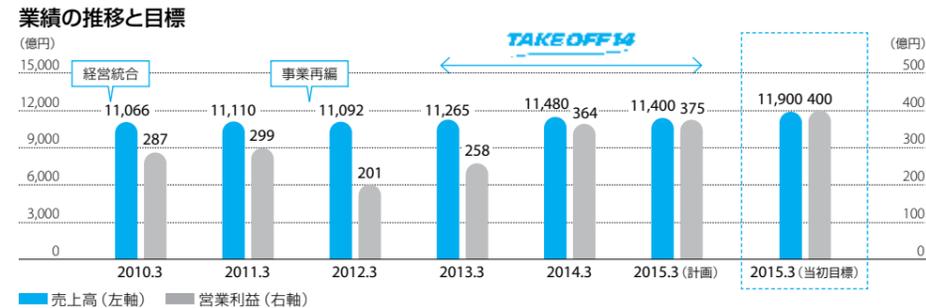
食品セグメントの売上高は1兆152億円(前年度比1.4%増)、営業利益281億円(同45.4%増)となりました。2013年4月には組織改革を実施し、乳製品、菓子、健康栄養、海外など各事業で収益改善に取り組みました。円安や原材料コスト増が予想される中、強い商品群により集中し、低採算品目の見直しを進めるとともに、グループ会社を含む事業体制の再構築を進めました。取り組みの成果は第1四半期から表れはじめ、年間70億円にも及ぶ原材料コスト増を補いました。

医薬品セグメントの売上高は1,351億円(前年度比6.1%増)、営業利益は83億円(同29.3%増)となりました。国内の医療用医薬品が、中枢神経系疾患治療薬とジェネリック医薬品を中心に伸長し、生物産業(農薬・動物薬)の減収を補いました。ローコストオペレーションも継続して進めるとともに、将来の新薬上市に向けた研究開発のスピードアップにも取り組みました。

なお、食品セグメントの構造改革などに伴い発生した減損損失を含め、69億円の特別損失を計上しましたが、当期純利益は190億円(前年度比14.5%増)と前年度を大きく上回る水準となりました。

2014年度 — 収益性向上と 戦略投資の 取り組みを継続

「TAKE OFF 14」の当初目標は、連結売上高1兆1,900億円、営業利益400億円、ROE 7%としていました。しかし、策定時の見込みを上回る原材料コスト増と薬価改定の影響を考慮し、2014年度の計画は、連結売上高1兆1,400億円、営業利益375億円、ROE 6.6%としました。meijiブランドの強みを発揮し、「収益性の向上」に最後までこだわり、「TAKE OFF 14」の総仕上げに取り組んでまいります。



食品セグメントは 構造改革を継続し、 強いものをより強く

食品セグメントは、2014年度も構造改革とコスト削減を継続するとともに、優位事業の競争力を高めます。そして、当初計画どおり、営業利益300億円の達成を目指します。

計画には、国内生乳取引価格や海外乳原料、カカオ豆、包材など、111億円の原材料コスト増を織り込んでいます。これに対し、生産の効率化、拠点の再編・統合も含めた物流効率の向上、販促コストの効果的な活用、価格転嫁や容量変更などの商品政策で、120億円規模の構造改革とコストダウンに取り組みます。

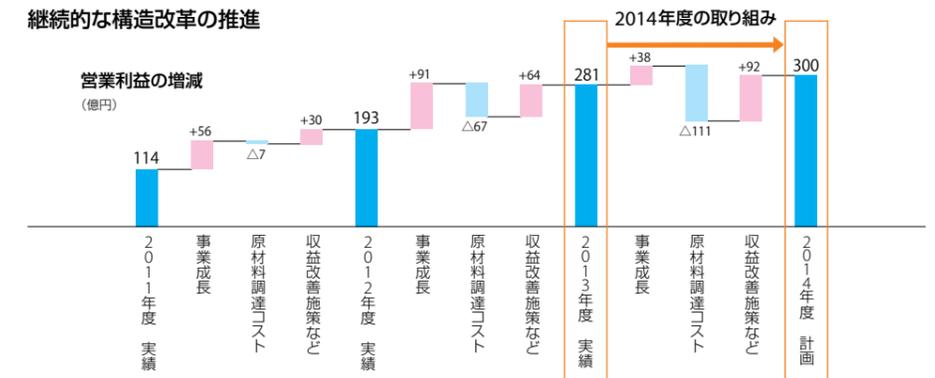
一方、優位事業の強化としては、乳製品はヨーグルト、菓子はチョコレートを中心とするロングセラーブランド、健康栄養は粉ミルクやスポーツプロテインなどの主力品に注力します。

今や売上高1,500億円を超えるヨーグルトは、独自で保有する約5,000種類もの乳酸菌ライブラリーや長年にわたり蓄積してきた知見や技術から生まれた、グループを代表する商品です。健康志向が高まる中、プロバイオティクスの「明治ヨーグルトR-1」は、2012年度以降急拡大してきましたが、認知度の面でさらに向上の余地があります。積極的なマーケティング活動を展開する一方で、需要増に応える生産能力も確保しながら、安定成長を目指します。日本のヨーグルトの代名詞「明治ブルガリアヨーグルト」は、パスツール研究所との共同研究成果も踏まえながら情報提供を強化し、売上拡大を図ります。

菓子では、2013年度はビターテイストで高級感を出した「大人のきのこの山・たけのこの里」が大ヒットしました。このようなロングセラーブランドには2014年度も期待しています。また、カカオポリフェノールの健康価値が注目される中、価値訴求型の商品展開を強化します。

健康栄養では、成長市場で高シェアを獲得しているスポーツプロテインや流動食、キューブタイプが支持を得ている粉ミルクなど、付加価値の高い商品群をさらに伸ばす考えです。

継続的な構造改革の推進



薬価改定の 影響は厳しいが、 医薬品セグメントは 着実な1年に

日本の医薬品業界では、政府の社会保障費や医療費の抑制策による薬価制度や診療報酬の見直しが進められています。今回の薬価改定では、「TAKE OFF 14」策定時の見込みを超えた改定がなされ、利益に与える影響額は92億円と見積もっています。一方で、ジェネリック医薬品の使用推進策も進められており、市場拡大が見込まれています。これは、薬価改定の影響に対処しつつ、ジェネリック医薬品でも独自の戦略を展開してきたMeiji Seika ファルマにとって、さらに事業拡大を図る好機といえます。

Meiji Seika ファルマは、「スペシャリティ&ジェネリック・ファルマ」を標榜し、感染症や中枢神経系疾患を中心とする得意領域において、新薬からジェネリック医薬品まで幅広く学術普及する戦略を採っています。

2014年度も引き続き、主力品とジェネリック医薬品の学術普及活動を強化し、売上拡大を目指します。ジェネリック医薬品は、やみくもにラインアップを拡充するのではなく、得意領域や医療ニーズが高い製品に絞り、品ぞろえを行っています。新薬と同レベルの品質保証と安定供給、情報提供に努め、医療関係者から信頼を集めてきました。今後もこれらの強みを生かして、拡大が見込まれる市場において存在感を高めていきます。また生物産業（農薬・動物薬）は、国内では主力品を中心に拡大し、海外展開にも注力します。さらに、グローバル生産体制による生産能力増強と徹底

医薬品セグメントを取り巻く状況

環境・背景	<ul style="list-style-type: none"> ・社会保障費、医療費の抑制策 ・政府によるジェネリック医薬品使用促進目標：2017年度末までに60%以上
薬価改定の影響	<ul style="list-style-type: none"> ・長期収載品の特例的引き下げ ・ジェネリック医薬品の薬価を3つの価格帯に集約し、初回収載時の掛け率も引き下げ
ジェネリック医薬品市場の拡大要因	<ul style="list-style-type: none"> ・調剤薬局での調剤報酬加算 ・DPC病院でのジェネリック医薬品使用促進

したコスト低減に引き続き取り組みます。研究開発費は、ここ2年は150億円規模となっていました。2014年度は、優先順位を付けながら研究開発の効率化と生産性を高め、従来の130億円規模にまで圧縮する計画としています。これらを踏まえ、2014年度の営業利益計画は76億円としました。

食品・医薬品とも、 将来の成長に向けて 海外事業を育成

明治グループでは、将来の成長を見据え、食品、医薬品とも海外事業の育成と強化に力を入れています。「独自の技術を生かし、現地で貢献すること」を基本として、合併や提携、独資など多様な形で進出しています。非連結会社も含めた2014年度の海外売上高は、食品セグメント610億円、医薬品セグメント200億円の計画です。

食品セグメントは、成長が見込まれる中国・アジア・米国の3つの重点エリアにおいて、着実に基盤を固めてゆく考えです。乳製品の分野では、日本で強みを持つチルド牛乳とヨーグルトを中心に展開しています。タイでは、CPグループとの合併会社であるCPメイジがチルド牛乳とヨーグルトを製造販売しています。2013年8月からは「明治ブルガリアヨーグルト」を発売しました。中国では、2013年12月から上海を中心に、チルド牛乳と「明治ブルガリアヨーグルト」の販売を始めました。明治乳業蘇州と明治乳業貿易上海の連結子会社2社を活用し、高品質な原乳を現地調達し、量販店やコンビニエンスストアを主要チャンネルに展開しています。いずれの地域も甘味を加えたヨーグルトが主流の市場ですが、日本で初めて「明治ブルガリアヨーグルト」を発売した40年前と同じように地道なマーケティングの努力を重ね、正統派のプレーンヨーグルト市場の開拓に取り組んでいます。

菓子の分野は、チョコレートやチョコスナックをシンガポールやインドネシアの生産拠点で現地製造し、自国内での販売と輸出で規模の拡大を図っています。例えば、主力のチョコスナック「ハローパンダ」は、シンガポールで生産し、米国を含む約40カ国に輸出されています。中国では、上海を中心にチョコレートやチョコスナックの製造販売を行っています。「TAKE OFF 14」では収益改善の取り組みを進めており、商品ラインアップの充実とローコストオペレーションにより、事業体質の強化を図っています。

医薬品セグメントでは、スペイン、タイ、インドネシア、中国などに拠点を設け、医薬品の製造、販売を行っています。海外拠点は、グローバル生産体制を確立し、ローコストオペレーションを推進する上でも重要な役割を担っています。日本のみならず世界的に薬剤費の圧縮が進められる中、引き続きコスト競争力に磨きをかけ、増加する需要に応えられる生産体制を築いていきます。

2014年6月11日に、インドの製薬会社であるMedreich Limited (以下メドライク)の株式取得を発表しました。これにより、コスト競争力のある生産インフラを獲得してジェネリック医薬品や安価な医薬品の需要増に応え、またインドやアジア・アフリカ諸国へと販売網を拡大します。そして、「2020ビジョン」で掲げた「ジェネリック医薬品事業の一層の拡大」と「アジア・新興国を中心とした海外事業の積極拡大」を実現する布石とする考えです。

飛躍に向けた 戦略投資を推進

戦略投資も「TAKE OFF 14」の重点テーマの1つです。2013年度はプロバイオティクスの増産投資を含め、キャッシュベースで470億円(前年度比94億円増)の投資を実施しました。有利子負債は2013年度末で1,983億円(前年度比71億円減)となり、D/Eレシオは0.64となりました。

2014年度の設備投資は550億円(同80億円増)の計画です。これは、関西流動食工場やヨーグルト・牛乳の新愛知工場の設備投資の支払いが予定されているためです。その結果、「TAKE OFF 14」の3カ年での設備投資累計額は1,396億円となる見込みです。当初計画1,617億円との差は、支払時期が後に繰り越されたことが主な要因であり、投資案件は計画どおり実行していく予定です。

なお、メドライク株主との間で合意した株式取得価額は290百万米ドル*ですが、この金額は、2014年度計画の550億円には含まれていません。また、本件に関わる調達を含めてもD/Eレシオは「TAKE OFF 14」で掲げた目安の0.8以内であり、財務戦略に大きな影響はないものと考えています。引き続き、財務の健全性を考慮しつつ、投資の原資は自己資金と借入金で対応していきます。

*株式取得日までにメドライク株主との間で合意した方法により調整される予定です。また株式取得は、必要な規制当局からの許認可を取得後、速やかに完了させることを予定しています。

ROE改善や株主還元 について

「TAKE OFF 14」では経営効率の指標としてROE 7%を掲げ、利益成長を実現することでROEの改善に取り組んでいます。2013年度は、全事業で収益性向上を実現した結果、6.0%(前年度比0.5ポイント増)となりました。2014年度は、経営環境の変化を踏まえ、利益計画を400億円から375億円に見直したことにより、ROEは6.6%を見込んでいます。

配当は、安定的・継続的な利益還元という方針に基づき、2013年度は前年度と同じく年間配当80円を実施しました。

引き続き、ステークホルダーの皆さまのご期待に応え、一層の信頼をいただきますよう努めてまいります。

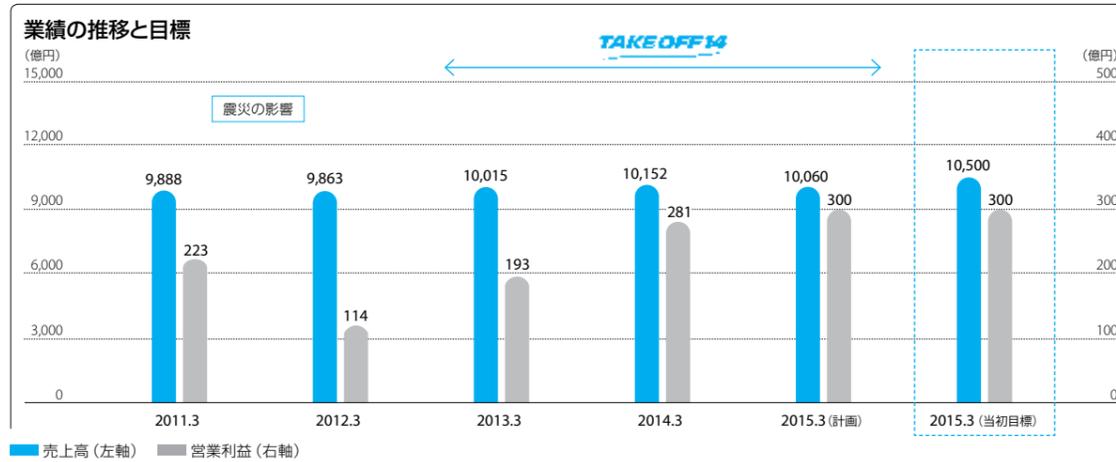
今後とも、変わらぬご理解とご支援を賜りますよう、お願いいたします。

代表取締役社長

松尾正彦

セグメント別「TAKE OFF 14」の進捗

食品セグメント



* 2011年度よりセグメントを変更しました。2010年度の数値は、この変更を遡及した参考数値です。

2013年度のテーマー「TAKE OFF 14」中間年度

- セグメント全体の収益性向上 (主力事業の拡大と構造改革)
- 海外事業の着実な進展
- 経営環境変化 (円安、原材料高騰、消費増税など) への対処

売上高 **10,152**億円 前年度比1.4%増 ↑

営業利益 **281**億円 前年度比45.4%増 ↑

- セグメント全体では、前年度に続いて乳製品事業におけるヨーグルトの売上がさらに拡大し、菓子、健康栄養の主力商品も好調に推移しました。また、急激な原材料コスト増に対処すべく、全事業で構造改革とコストダウンに取り組んだことなどにより、大幅な増益となりました。
- 乳製品事業は増収増益となりました。プロバイオティクスの好調が持続し、プロダクトミックスが大幅に改善しました。
- 菓子事業は、ロングセラーブランドに集中し、収益性改善の取り組みをさらに進めたことで増益となりました。
- 健康栄養事業は、主力商品が好調に推移して増収となり、また販売生産性の向上に努めたことで収益性が改善し、黒字転換しました。
- 国内外のグループ会社も含め、全社で事業体制の見直しを進めました。また、海外子会社2社を新規連結しました。

2014年度のテーマー「TAKE OFF 14」最終年度

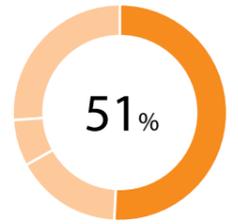
- セグメント全体の収益性向上 (構造改革とコストダウンを継続)
- 優位事業の競争力を強化
- 原材料コスト増への対処

売上高 **10,060**億円 前年度比0.9%減 ↓

営業利益 **300**億円 前年度比6.4%増 ↑

乳製品事業

食品セグメント内
売上構成比
2013年度



2013年度の業績概況

売上高 **6,387**億円 前年度比4.3%増 ↑

営業利益 **253**億円 前年度比37.3%増 ↑

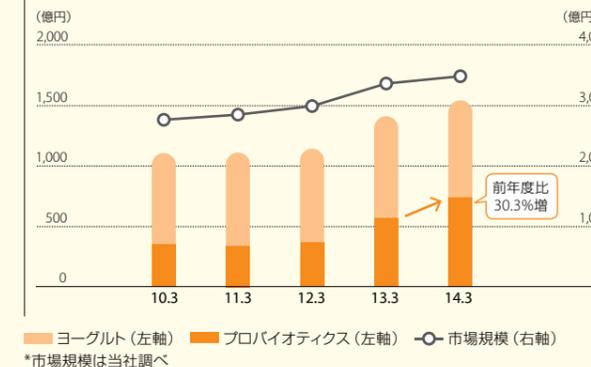
- ヨーグルトでは、プロバイオティクスは、積極的なマーケティング活動により商品価値の認知がさらに進み、大きく伸ばしました。これにより、プロダクトミックスがさらに改善しました。また、「明治ブルガリアヨーグルト」は前年度を下回りましたが、「明治ブルガリアのむヨーグルト」は新しいパッケージが支持され好調に推移しました。
- 牛乳類は、全体では前年度を下回りましたが、「明治おいしい牛乳」は商品価値を訴求するマーケティングが奏功し、前年度を上回りました。
- 加工食品では、市販チーズは「明治北海道十勝カマンベールチーズ」が好調に推移し、前年度を上回りました。市販マーガリンは夏場の猛暑による市場低迷が響き、全体では前年度並みとなりました。
- 海外乳原料も含めた原材料コスト増や宣伝費増がありましたが、効率化やコストダウン、商品政策の見直しを進めたことなどにより、乳製品事業全体では増収増益を達成しました。

2013年度の主な取り組み

ヨーグルト市場での圧倒的優位の確立

- 当社のプロバイオティクスが引き続きヨーグルト市場をけん引し、市場規模は3,400億円以上に拡大しました。
- プロバイオティクスは、前年度比30%以上で伸長し、売上高700億円を超える看板商品となりました。また、強い需要に応えるため、生産能力の増強に取り組みました。

国内ヨーグルト市場・当社ヨーグルト事業売上高の推移



プロバイオティクスヨーグルトの生産体制強化に向けた設備投資 (2013年11月18日発表)

投資額: 約**48**億円

- 主力生産拠点である守谷工場および京都工場の設備増強
- 小型ペットボトル商品の生産能力は約1.3倍
- 2013年12月より順次生産開始

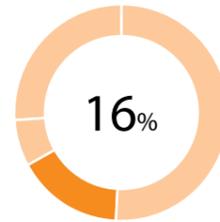
原材料コスト増への対処

- 生産・物流の効率化などの徹底したコストダウンに取り組み、一部商品の価格改定や容量変更を実施しました。

2014年度の戦略ポイント

- ヨーグルト事業の競争優位性をさらに高めます。特にプロバイオティクスについては、継続的なマーケティング活動で認知度向上を図るとともに、生産能力増強にも努めます。
- 低採算商品の見直し、価格や容量、パッケージ変更などの構造改革と生産・物流の効率化などのコストダウンに、引き続き取り組みます。
- 2014年度に稼働を予定している新愛知工場は、東海地区の市乳基幹工場と位置付けるとともに、近隣5カ所のチルド・常温倉庫を再編・統合した物流拠点とし、物流効率の向上を図ります。

菓子事業

食品セグメント内
売上構成比
2013年度

2013年度の業績概況

売上高 1,944億円 前年度比1.1%減 ↓

- 菓子では、主力のチョコレートはロングセラーブランドが好調に推移し、前年度を上回りました。ガムは、市場低迷が続く中、前年度を下回りました。グミは、「果汁グミ」が新フレーバーの投入により大きく伸長し、前年度を上回りました。
- アイスクリームは、主力の「明治エッセルスーパーカップ」は前年度を上回りましたが、その他のアイスクリームが苦戦し、前年度を下回りました。

営業利益 52億円 前年度比55.8%増 ↑

- 菓子事業全体としては、一部商品の提携解消の影響で売上高は前年並みとなりましたが、ロングセラー重視の展開やコストダウンへの取り組みが実を結び、営業利益は大幅な増益となりました。

2013年度の主な取り組み

収益性向上と商品力の強化

- チョコレートでは、「明治ミルクチョコレート」などロングセラーブランドに集中し、新商品数の適正化に取り組みました。
- 2013年9月に、大人をターゲットに厳選したカカオのおいしさが味わえる「大人のきのこの山」「大人のたけのこの里」を発売したところ、従来品も含めてブランド全体が活性化し、売上が増加しました。また、カカオポリフェノールへの関心が高まり、「チョコレート効果」や「ブラックチョコレート」が大きく伸長しました。



明治ミルクチョコレート



大人のきのこの山



チョコレート効果



大人のたけのこの里



明治エッセルスーパーカップ



明治ザ・プレミアム グラン

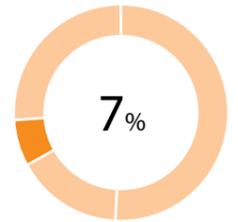
明治ミルク
チョコレートアイス明治チョコレート
アイスクリームバー

- アイスクリームは、「明治エッセルスーパーカップ」のシェア拡大と、「明治チョコレートアイス」シリーズ、「明治ザ・プレミアム グラン」のブランド定着に取り組みました。
- マーケティング費用や生産・物流の効率化に取り組み、収益性の向上を図りました。

2014年度の戦略ポイント

- チョコレートを中心としたロングセラー重視の展開を継続し、新商品数の適正化をさらに進めていきます。
- 長年の知見と技術、マーケティング力を生かして付加価値の高い独自の商品を軸に事業を展開し、売上成長を目指します。
- カカオやナッツなどの輸入原材料コストの上昇に対しては、引き続きマーケティング費用や生産・物流の効率化を図るなどの徹底したコストダウンに取り組みます。

健康栄養事業

食品セグメント内
売上構成比
2013年度

2013年度の業績概況

売上高 865億円 前年度比8.9%増 ↑

- 健康分野では、ランナーやジュニア向けの栄養セミナーなど、お客さまとのコミュニケーションを重視した普及活動が奏功し、スポーツサプリメント「ザバス」が前年度を大幅に上回りました。一方、基礎美容食品「アミノコラーゲン」は前年度を下回りました。

営業利益 27億円 前年度比36億円増 ↑

- 栄養分野では、粉ミルクが前年度を大幅に上回るとともに、流動食も前年度を上回りました。高齢者食は、ドラッグストアを中心とした販路拡大に伴い前年度を大幅に上回りました。
- 健康栄養事業全体では、前年度比で増収となり、利益面では前年度の損失計上から大幅な増益となり、黒字転換しました。

2013年度の主な取り組み

主力ブランドのシェア拡大と成長カテゴリーの強化

- 健康機能:ビフィズス菌を増やすプロフェックを加えた新商品も含め、「アミノコラーゲン」ブランドの活性化に取り組みました。



アミノコラーゲン

アミノコラーゲン
プロフェック

- 粉ミルク:独自のキューブタイプがユーザーの支持を得て大きく伸長し、前年度を大幅に上回りました。

明治ステップ
らくらくキューブ

- スポーツ栄養:健康志向の高まりの中、栄養セミナーなど直接的なコミュニケーションを重視した普及活動により、売上拡大を図りました。



ザバス

スーパー
ヴァーム

- 流動食、高齢者食:高齢化や在宅介護の推進などを背景に市場拡大が続く中、ドラッグストアなどへの販路拡大が功を奏し、前年度を大幅に上回りました。

明治
メイバランス

収益性の向上

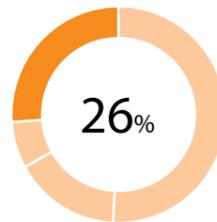
- 「健康」と「栄養」という、強みを生かせる分野に集中した事業体制へと転換し、本社・支社組織をスリム化して、販売生産性の向上に努めました。
- 販促コストの効果的な活用など、収益性改善に取り組みました。

2014年度の戦略ポイント

- 増税後の消費動向も注視しつつ、引き続き粉ミルク、スポーツ栄養、流動食などの主要ブランドを中心に拡大します。
- 流動食では、関西新工場を稼働させ、拡大する市場に対応した生産体制の構築を図ります。
- 事業全体では、輸入原材料コストの上昇に対処し、引き続き構造改革や販促コストの効果的な活用、包装工程の内製化などのコスト低減を徹底し、事業の効率化を進めます。

その他事業

食品セグメント内
売上構成比
2013年度



2013年度の業績概況

売上高 **3,284**億円 前年度比2.8%増 ↑

営業利益 **-20**億円 前年度比42億円減 ↓

●国内事業では、飼料・畜産事業は、原材料コスト増などの影響を受けました。また、構造改革の一環として事業の見直しを進める中、販売用不動産の評価損を計上しました。

●海外事業では、新規事業の育成に努めるとともに、既存事業の収益改善策を推進しました。また、年度末には、中国で牛乳・ヨーグルト事業を展開する子会社2社を新規連結しました。

海外で販売している商品



2014年度の戦略ポイント

●国内事業は、事業体制の見直しを継続します。

●海外事業は、中国・アジア・米国を重点エリアとし、着実に事業基盤を固めていきます。

TOPIC 海外での牛乳・ヨーグルト事業の拡大

当社は、海外での牛乳・ヨーグルト事業の強化に取り組んでいます。日本で培った独自の製造技術や研究開発力を活用し、高品質かつ安全でおいしいチルド牛乳やヨーグルトを展開して事業拡大を実現します。

タイにおける取り組み

タイでは、CPグループとの合弁会社「CPメイジ」（持分法適用会社）が、チルド牛乳市場で約5割のシェアを獲得してトップブランドの地位を築いています。2013年8月には、タイにおける健康志向の高まりを背景に、「明治ブルガリアヨーグルト」の販売を開始しました。これにより、meijiブランドの一層の浸透を図るとともに、2015年の売上高200億円を目指しています。



中国における取り組み

中国では、2013年12月から上海を中心とするエリアで、チルド牛乳と「明治ブルガリアヨーグルト」の販売を開始しました。2016年度の売上高目標は20億円です。近年、中国の牛乳・ヨーグルト市場は、ライフスタイルや嗜好の変化、健康志向の高まりなどを背景に伸長しており、品質や風味などへのニーズも多様化しています。明治グループならではの、健康やおいしさを追求した商品を市場に定着させるべく、地道なマーケティング活動に努めています。



中国の「明治ブルガリアヨーグルト」の広告

セグメント別「TAKE OFF 14」の進捗

医薬品セグメント



2013年度のテーマ「TAKE OFF 14」中間年度

- 国内医療用医薬品事業の好調を継続
- ジェネリック医薬品事業の拡大

- 海外展開とローコストオペレーションの推進
- 研究開発費の効果的な投入と開発の促進

売上高 **1,351**億円 前年度比6.1%増 ↑

営業利益 **83**億円 前年度比29.3%増 ↑

- セグメント全体では、前年度比で増収となりました。主に国内医療用医薬品の増収とコスト低減の取り組みにより、大幅な増益となりました。
- 医療用医薬品事業では、主に国内の医療用医薬品市場において、中枢神経系疾患治療薬、ジェネリック医薬品の売り上げが順調に拡大しました。

- 生物産業事業では、農薬が前年度並みで推移する一方で、動物薬は市場変化と競争激化で減収となりました。
- 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継続して推進し、また将来に向けた研究開発の強化に努めました。

2014年度のテーマ「TAKE OFF 14」最終年度

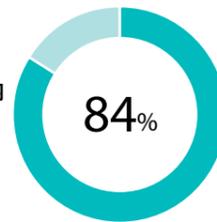
- 薬価改定の影響への対処
- 「スペシャリティ&ジェネリック・ファルマ」の融合戦略に基づく、国内医療用医薬品事業の拡大

売上高 **1,365**億円 前年度比1.0%増 ↑

営業利益 **76**億円 前年度比9.0%減 ↓

医療用医薬品事業

医薬品セグメント内
売上構成比
2013年度



2013年度の業績概況

売上高 **1,135億円** 前年度比7.5%増 ↑

- 国内では、抗菌薬「オラペナム」や抗うつ薬「リフレックス」、ジェネリック医薬品が順調に売り上げを拡大しました。

- グローバル生産体制を生かした、ローコストオペレーションに引き続き取り組みました。
- 研究開発の強化により、開発品目のフェーズが進展しました。2013年度の研究開発費は147億円となりました。

2013年度の主な取り組み

“スペシャリティ&ジェネリック”

- 医療用医薬品事業では、得意な感染症・中枢神経系を軸に、新薬とジェネリック医薬品の豊富な薬剤ラインアップから、同一のMRが情報提供をしています。2013年度も強みである“融合戦略”が奏功し、国内の医療用医薬品の伸長で事業全体をけん引しました。
- ジェネリック医薬品は、重点領域の医薬品、重点診療科での医療ニーズの高いもの、市場規模などを勘案して品ぞろえしています。2013年は、既存品と2013年6月・12月の発売品で、前年度を大幅に上回りました。
- MRは増員を図りながら、IT・メディアを活用した情報提供などで営業力を強化しました。

グローバルでの事業展開とローコストオペレーションの実現

- 海外事業は、成長市場での販売拡大とグローバル生産体制構築による、高品質・安定供給・ローコストオペレーションの実現という重要な役割を担っています。
- スペイン、タイ、インドネシア、中国（山東）などに生産拠点を設け、医薬品の製造、販売を行っています。また、ロシア、ベトナムでは現地企業と提携し、医薬品を販売しています。

研究開発費の効果的投入と開発の促進

- 得意領域や市場性の高い領域を中心に開発パイプラインの充実を図るとともに、新薬上市に向けた研究開発に取り組みました。
- 外用爪真菌症治療剤「ME1111」の臨床第I相試験を米国において開始し（2013年4月18日発表）、現在第II相試験を実施しています。
- 抗うつ薬「フルボキサミンマレイン酸塩」の小児強迫性障害に対する臨床第III相試験を開始しました。（2013年6月12日発表）
- 院内感染肺炎/人工呼吸器関連肺炎治療薬「ME1100（アルベカシン吸入液剤）」の臨床第I相試験を米国において開始しました。（2013年7月26日発表）
- 光線力学的療法剤「注射用レザフィリン100mg」において、悪性脳腫瘍の適応を追加する承認を取得しました。（2013年9月20日発表）
- 慢性閉塞性肺疾患（COPD）治療薬「オーキシス9μgタービュヘイラー 28吸入」に加え、新製剤「オーキシス9μgタービュヘイラー 60吸入」を発売しました。（2013年11月29日発表）

2014年度の戦略ポイント

- 2014年度の薬価改定は、「TAKE OFF 14」策定時の見込みを超えた改定がなされ、この影響への対処が優先課題です。
- 「スペシャリティ&ジェネリック・ファルマ」として、抗菌薬「メイアクト」「オラペナム」、抗うつ薬「リフレックス」などの普及を強化するとともに、ジェネリック医薬品の一層の拡大に努めます。
- グローバル生産体制による生産能力増強とともに、調達・生産などあらゆる部門で徹底したコスト低減を進め、引き続き収益構造の改善に取り組みます。
- アジアなどの新興国を中心とした海外事業の拡大を進めます。

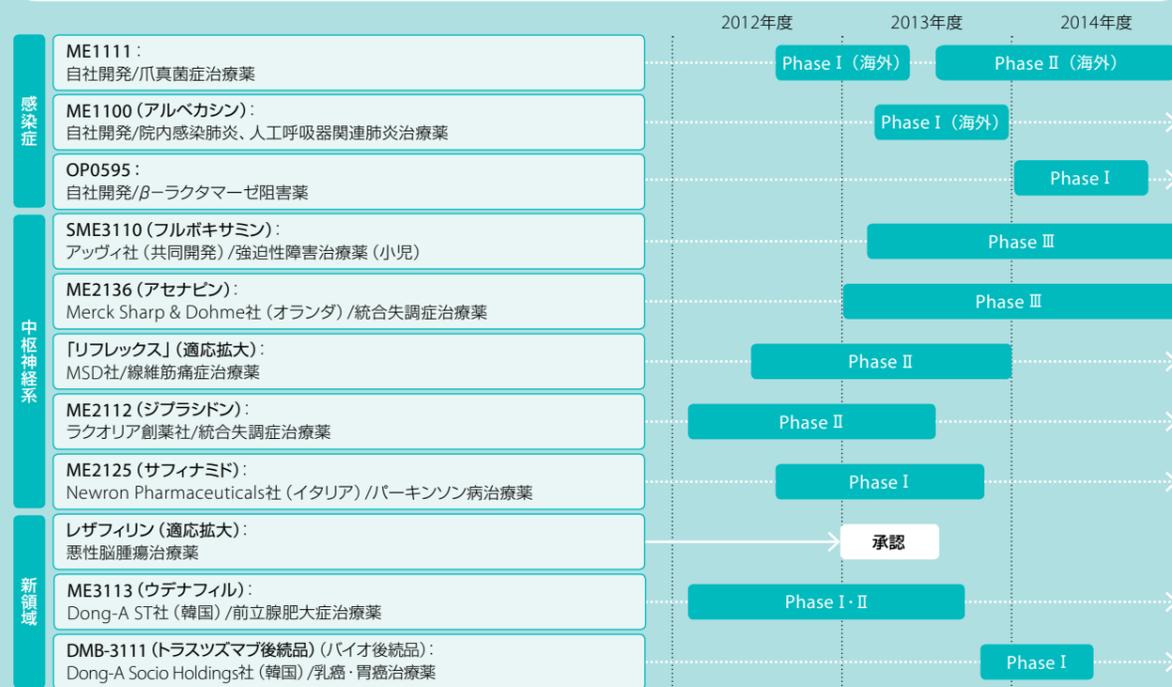
TOPIC 医薬品業界と2014年度の薬価改定について

- 医薬品業界では、政府による国民医療費抑制策の一環として薬価制度や診療報酬の見直しが進められ、またジェネリック医薬品の一層の使用が促進されています。
- 2014年度の薬価改定では、長期収載品の特例的引き下げやジェネリック医薬品の薬価算定ルールの見直しなどが実施されました。
- 薬価改定により薬価が引き下げられるという厳しい影響がある一方、ジェネリック医薬品の使用促進策を背景に、ジェネリック医薬品市場はさらに拡大することが見込まれます。

TOPIC メドライク（インド）の株式取得について（2014年6月11日発表）

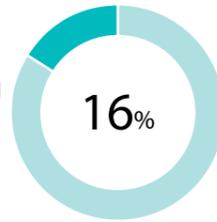
- メドライクはインドを生産拠点として、医薬品製剤の受託製造・受託開発製造およびジェネリック医薬品の製造・販売をグローバルに展開しています。同社の医薬品製剤の受託製造事業は、海外の大手製薬企業を主要顧客としており、コスト効率と品質レベルは高い評価を得ています。
- この買収により、低コスト生産かつ生産数量の拡大のためのインフラを獲得し、また低価格薬剤の需要増加が見込まれるインドやアジア・アフリカ諸国へと販売網を拡大します。そして、「2020ビジョン」で掲げた「ジェネリック医薬品の一層の拡大」と「海外事業の積極拡大」の実現を目指します。

医療用医薬品の開発パイプライン



生物産業事業

医薬品セグメント内
売上構成比
2013年度



2013年度の業績概況

売上高 **215**億円 前年度比0.9%減 ↓

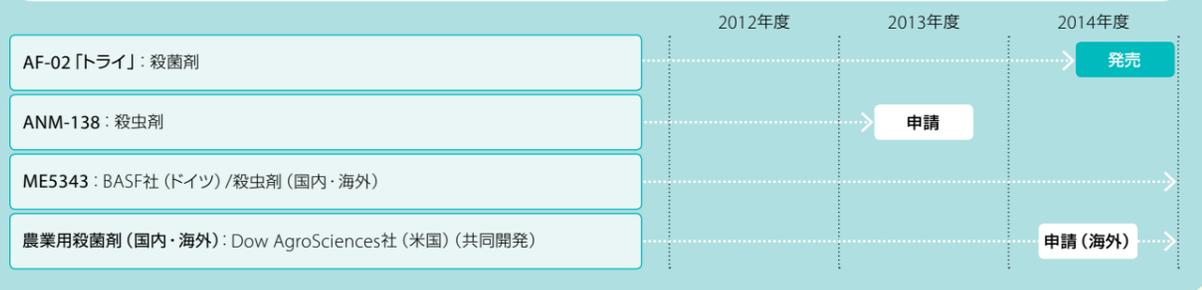
- 農薬では、主力のいもち病防除剤「オリゼメート」は前年度並みでしたが、莖葉処理除草剤「ザクサ液剤」が前年度を大幅に上回り、全体でも前年度を上回りました。
- 動物薬では、水産用薬は前年度を上回りましたが、家畜用薬、コンパニオンアニマル用薬が前年度を下回り、全体では前年度を大幅に下回りました。

2013年度の主な取り組み

農薬：国内販売の拡大と海外展開の推進

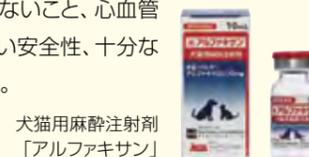
- いもち病防除剤「オリゼメート」は、幅広い製剤群を生かした普及活動により、国内でのさらなる売上拡大に取り組みました。また、韓国市場での展開も順調にスタートしました。
- 莖葉処理除草剤「ザクサ液剤」は、マーケティングの強化と新製品の追加などが奏功し、大きく伸ばしました。
- 新規農業用殺菌剤に関する共同開発および商業化契約をダウ・アグロサイエンス社と締結しました。(2013年7月10日発表)

農薬の開発パイプライン



動物薬：主力品の販売拡大とコンパニオンアニマル用薬の積極展開

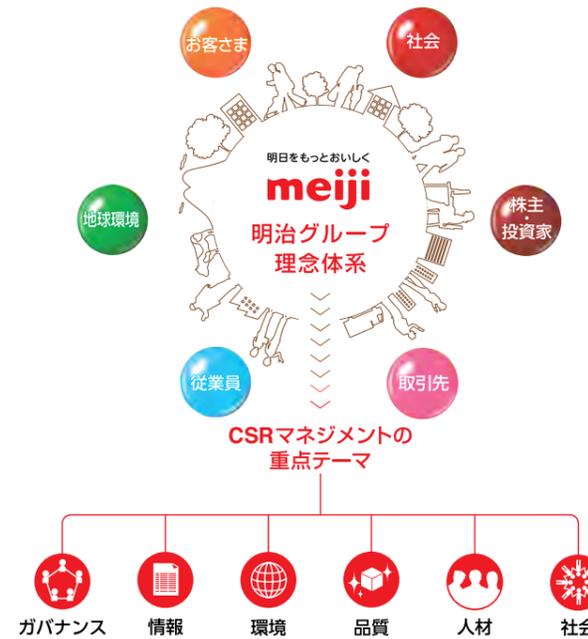
- 家畜用薬では、治療から予防へと市場が変化中、主力品に絞って展開に注力しました。また、グループ会社である明治飼糧と連携した取り組みも進めました。
- コンパニオンアニマル用薬の市場は拡大の一方で、競争も激化しています。2013年度は専任組織を設けて営業体制を強化するとともに、新製品を相次いで投入しました。
- 2014年2月には犬猫用麻酔注射剤「アルファキサン」を発売しました。本剤の特長は導入と覚醒が早く、スムーズであること、注射時の組織刺激性がないこと、心血管系への影響が少なく、幅広い安全性、十分な筋弛緩作用があることです。



2014年度の戦略ポイント

- 農薬では、主力品を中心とした国内販売の拡大と海外展開を推進します。
- 動物薬では、家畜用薬は主力品の販売を拡大し、コンパニオンアニマル用薬はラインアップを充実させつつ積極的に展開します。
- 調達体制の見直しなど原価低減による収益性改善を目指します。

明治グループのCSR



社会から、そしてお客さまから必要とされ、信頼される企業であり続けるために

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の根本と考えています。私たちが果たすべき社会的使命・役割・責任や行動については、明治グループ理念体系において、コンプライアンス・品質・環境・情報・リスクマネジメントのほか、さまざまな項目についても定められています。

明治グループのCSRマネジメント

明治グループでは、明治ホールディングス、明治、Meiji Seika ファルマのトップマネジメントで構成するグループCSR委員会を軸に活動を進めています。グループ各社がさまざまな取り組みを進めるとともに、グループ共通で取り組むテーマとして「リスクマネジメント強化」「人材活用の多様性(ダイバーシティ)推進」「ステークホルダー・コミュニケーションの強化」の3つを掲げ、グループ全体でCSR活動を推進しています。

委員会の傘下にはグループCSR事務局を設置しています。月例会議では、事業会社ごとに活動報告を行い、ステークホルダーと重点テーマの視点で社内情報を収集・確認しています。また、時には外部の有識者を招いてCSRに関するさまざまなテーマについて議論し、広く社会の情報も得て活動を進めています。

1. リスクマネジメントの強化

コンプライアンス・リスクマネジメント・BCP(事業継続計画)・情報セキュリティなど、各社ならびにグループ全体での取り組みを強化します

2. 人材活用の多様性(ダイバーシティ)推進

女性、グローバル人材、定年再雇用者、障がい者など、多様な人材育成・活用の取り組みをこれまで以上に積極的に推進します

3. ステークホルダー・コミュニケーションの強化

明治グループのコミュニケーションを、ステークホルダー(お客さま、社会、株主・投資家、取引先、従業員、地球環境)との関係性を一層重視したものとへと発展させていきます



グループCSR委員会を年3回開催



外部の有識者によるダイバーシティに関する勉強会

コーポレート・ガバナンス

基本方針

明治ホールディングスは、明治グループ理念体系のもと、グループの継続的な企業価値の向上を実現するため、スピーディーかつ質の高い意思決定と適時適切な情報開示により、「お客さま」「社会」「株主・投資家」「取引先」「従業員」「地球環境」という、当社に関わりのあるすべてのステークホルダーの皆さまに対し、透明性の高い経営を推進していきます。

運営体制

明治グループは、持株会社である当社のもとに事業会社を置く体制をとって、運営を行っています。当社は監査役会設置会社であり、取締役会による業務執行の監督、監査役による監査という二重のチェック機能を有しています。

取締役会では幅広い見識や知見を取り入れて適正な経営判断を行うとともに、監査役の業務監査を活用し、経営の透明性・客観性および適正性の高さを確保しており、当社のコーポレート・ガバナンスの実効性をあげる上で最も合理的であると考えています。加えて、独立性と多様な経歴を持つ社外取締役2名および社外監査役2名を起用することで体制を強化、充実させています。また、役員への女性の登用については、女性取締役1名を選任しています。

また、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

組織体制	監査役設置会社
取締役会の議長	社長
取締役人数	10人（うち2人社外取締役）
監査役人数	4人（うち2人社外監査役）
独立役員の選任	社外取締役2人、社外監査役2人
2013年度 取締役会開催回数	14回
2013年度 監査役会開催回数	15回

社外取締役・社外監査役の実務執行・監査役会への出席状況 (2013年度)

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

社外取締役を選任している理由

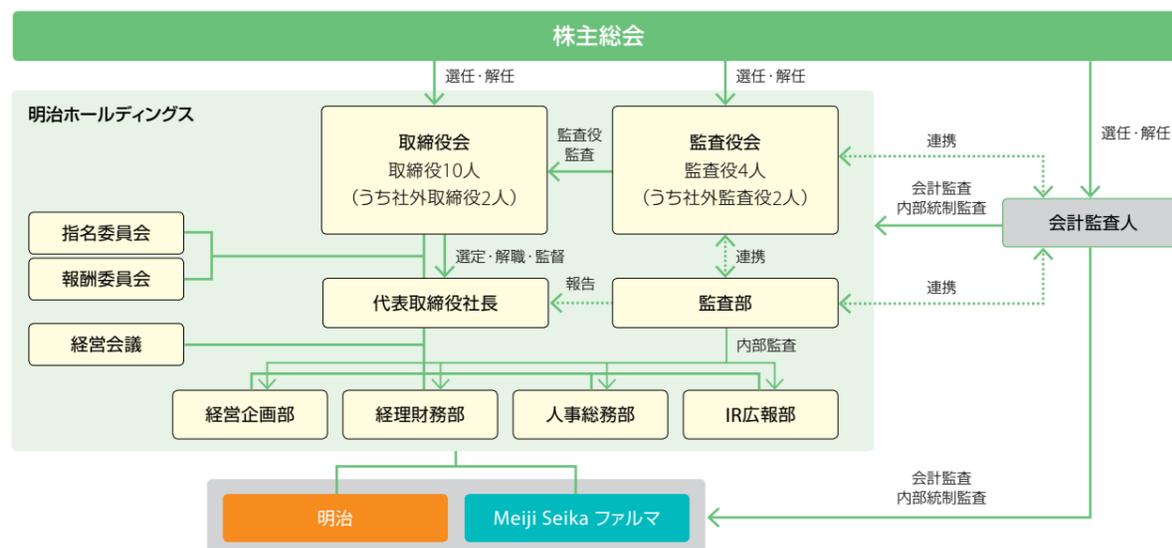
矢嶋 英敏

経営者としての豊富なキャリアと見識を有しており、当社経営に対し幅広い観点から助言をいただくため、社外取締役に選任しています。

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、当社経営に対し高度かつ専門的な観点から助言をいただくため、社外取締役に選任しています。

ガバナンス体制図



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見識を有しているため、社外監査役に選任しています。

渡邊 肇

弁護士としての豊富なキャリアと企業国際取引法に係る高い専門的知見を有しているため、社外監査役に選任しています。

各会の機能と役割

・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

・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

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

役員報酬

決定方法

取締役	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 (2013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)	7	298
監査役(社外監査役を除く)	4	58
社外役員	5	55
合計	16	412

*1. 上記には2013年6月27日付にて退任した監査役2人および社外役員1人の報酬などを含んでいます。

*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、多くのお客さまに商品、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薬事法をはじめとする法令および定款を遵守し、2009年4月に掲げた明治グループ「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。

コンプライアンスおよびリスクマネジメント体制

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確か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「情報開示の基本原則」を掲載しています。

- 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。

役員一覧 (2014年6月27日現在)

取締役会



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 当社代表取締役就任
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
一般社団法人Jミルク会長
公益社団法人日本容器包装リサイクル協会代表理事



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



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(現任)
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 当社取締役常務執行役員就任(現任)



1976年 4月 明治乳業(株)入社
2007年 4月 同米糴販売本部長
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



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



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)



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)



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)



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
三菱自動車工業(株)社外取締役
(株)構本チエイン社外取締役



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)りそなホールディングス社外取締役

監査役会



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)



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)



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



1987年 4月 弁護士登録
1987年 4月 森総合法律事務所開設
1994年 9月 米国イリノイ州外国法事務所弁護士登録
1995年 5月 米国ニューヨーク州弁護士登録
2007年 4月 末吉総合法律事務所(現 潮見坂総合法律事務所)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

グループ会社紹介

国内

株式会社 明治

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／関西工場／関西アイスクリーム工場／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

菓子ユニット

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 Rond／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

乳製品ユニット

東海明治株式会社／明治油脂株式会社／
四国明治乳業株式会社／明治フレッシュネットワーク株式会社／
関東製酪株式会社／千葉明治牛乳株式会社／
パンピー食品株式会社／沖縄明治乳業株式会社／
栃木明治牛乳株式会社／群馬牛乳協業組合

健康栄養ユニット

岡山県食品株式会社

その他

明治飼糧株式会社／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／
太洋食品株式会社／日本罐詰株式会社／
明治ロジテック株式会社／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／株式会社明治テクノサービス／
株式会社ナイスデイ／株式会社ニッター／明治食品株式会社

Meiji Seika ファルマ株式会社

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

医薬

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

農業

農業札幌支店／農業仙台支店／農業東京支店／
農業名古屋支店／農業大阪支店／農業熊本支店

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

事務所

- ① バンコク事務所
- ② 台北事務所

グループ会社

- ③ 明治制菓食品工業（上海）有限公司
- ④ 明治乳業貿易（上海）有限公司
- ⑤ 明治乳業（蘇州）有限公司
- ⑥ 広東四明燕塘乳業有限公司
- ⑦ 廣州明治制菓有限公司
- ⑧ メイジセイカ・シンガポール
- ⑨ メイジ・インドア
- ⑩ メイジデイリー・オーストラレイシア
- ⑪ P.T. セレス・メイジ・インドタマ
- ⑫ CP メイジ
- ⑬ タイ・メイジ・フード
- ⑭ メイジ・アメリカ
- ⑮ スタウファー・ビスケット
- ⑯ ラグーナ・クッキー

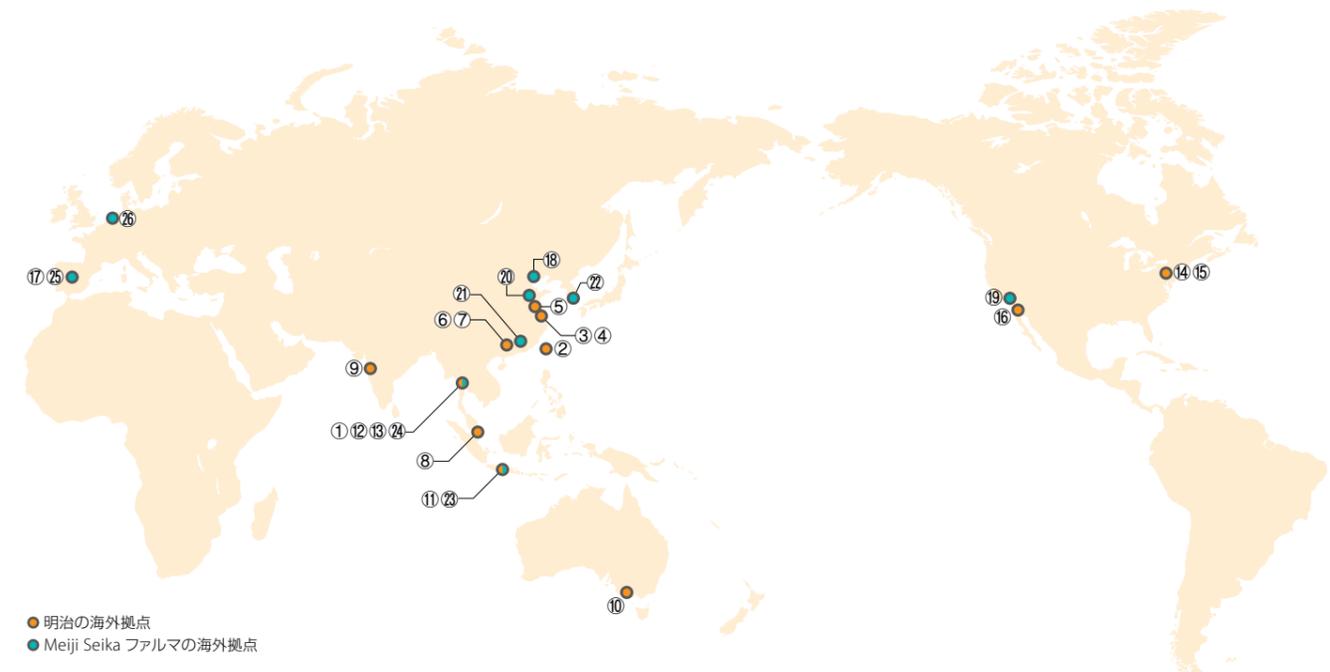
Meiji Seika ファルマ株式会社

事務所

- ⑰ マドリード事務所
- 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
- ㉔ タイ・メイジ・ファーマシューティカル
- ㉕ テデック・メイジ・ファルマS.A.
- ㉖ メイジセイカ・ヨーロッパB.V.



会社情報 / 株式情報 (2014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)	定時株主総会	6月下旬
本社所在地	〒104-0031 東京都中央区京橋二丁目4番16号	株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社
設立	2009年4月1日	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。
資本金	300億円	グループ従業員数	24,399人
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		

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)

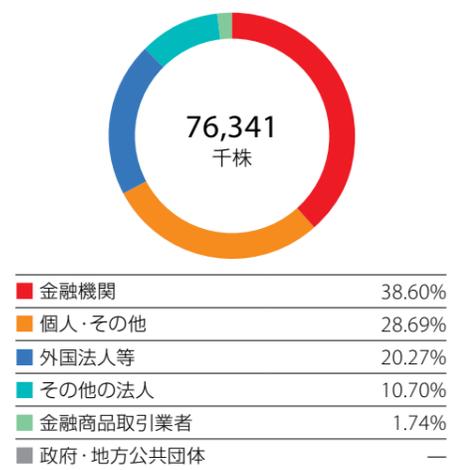
明治ホールディングス株式会社は、インターネット上の自社ウェブサイトよりさまざまな情報を提供しています。

株式情報

大株主の状況

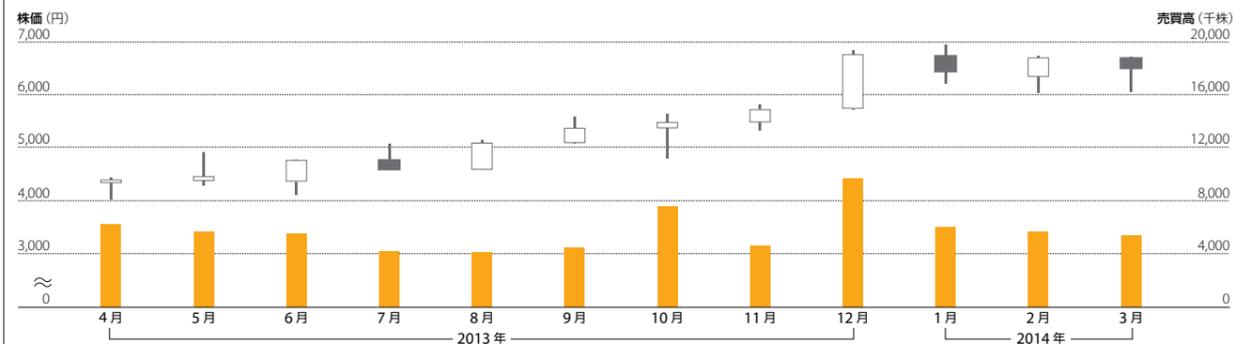
株主名	所有株式数 (千株)	発行済株式総数に 対する所有株式数の 割合 (%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	3,961	5.19
株式会社みずほ銀行	3,633	4.76
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	2,639	3.46
日本生命保険相互会社	1,883	2.47
明治ホールディングス従業員持株会	1,873	2.45
株式会社りそな銀行	1,523	2.00
農林中央金庫	1,446	1.89
明治ホールディングス取引先持株会	1,391	1.82
東京海上日動火災保険株式会社	1,006	1.32
三菱UFJ信託銀行株式会社	1,002	1.31
上位10名の合計	20,361	26.67

株式の所有別分布状況



(注) 自己株式は、「個人・その他」に含まれています。

株価および売買高の推移



沿革

1900s ~ 1940s

- 1906 旧・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) を合併
明治乳業の前身、極東煉乳設立
- 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
農薬「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 「ザバス」シリーズ発売
- 1983 一般用医薬品「インソジウがい薬」発売
- 1986 流動食「YH-80」発売
- 1988 「果汁グミ」発売
- 1989 タイに「CP メイジ」設立
抗不安薬「メイラックス」発売

1990s

- 1990 「スーパーナチュラルアイスクリームAYA《彩》」発売
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ラ」発売
抗菌薬「メイアクト」発売
- 1995 機能性スポーツ飲料「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
- 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 粉ミルク「明治ほほえみらくらくキューブ」発売
- 2008 「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「オラベナム」発売
抗うつ薬「リフレックス」発売

2010s

- 2010 長期経営指針「明治グループ 2020ビジョン」策定
「明治ヨーグルトR-1」発売
- 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