



第一部 平成22年3月期 第2四半期決算説明

第二部 09-11明治グループ中計 達成に向けて

2009.11.20

明治ホールディングス株式会社



第一部 平成22年3月期 第2四半期決算説明

2009.11.20

明治ホールディングス株式会社

取締役執行役員

永田 毅

1. 09年度計画の再確認(09. 5.27)
2. 09年度第2四半期明治HD連結決算の概要
3. 09年度第2四半期事業会社の決算概要
4. 09年度通期明治HD連結業績予想
5. 09年度通期事業会社の業績見通し
6. おわりに

1. 中期経営計画の環境認識

■市場環境の変化

- ①消費者ニーズの多様化・複雑化と、生活防衛意識の高まり
- ②国内の少子・高齢化の進展と人口減少
- ③食の安全への意識の高まり

■業界の動き

- ④変化の波にさらされる酪農・乳業界
- ⑤医療制度改革
- ⑥事業提携やM&Aの活発化

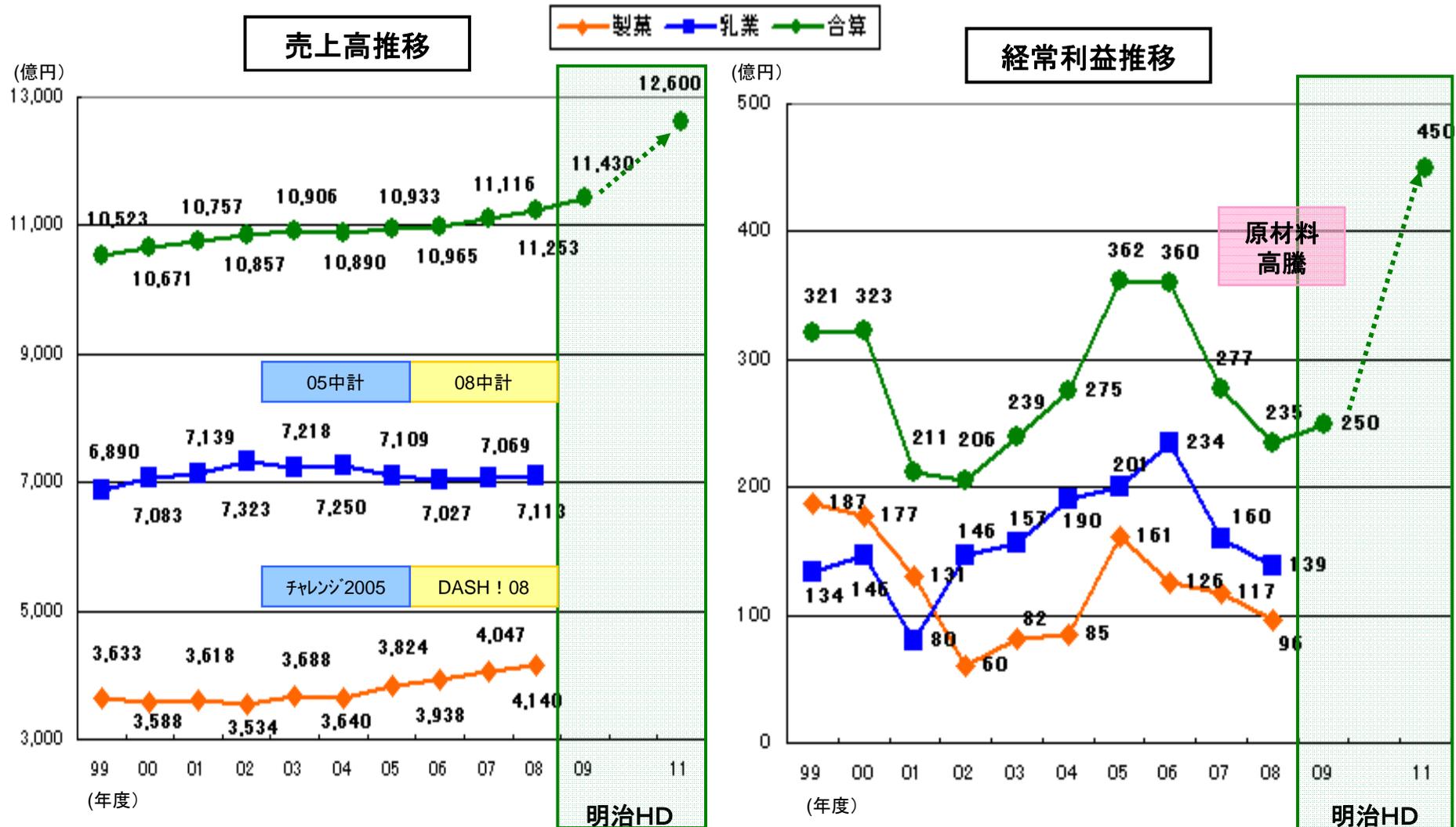


経営統合による競争力強化及び新たな顧客価値提供

09年度計画の再確認(09. 5.27)



2. 中期経営計画の背景と経営目標



09年度計画の再確認(09. 5.27)



3. 明治HD 平成22年3月期業績予想(連結)

(億円未満切捨て)

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益		1株当たり 当期純利益	
	(億円)	(%)	(億円)	(%)	(億円)	(%)	(億円)	(%)	円	銭
通期	11,430	(1.6)	250	(0.7)	250	(6.2)	115	(35.5)	156.15	
(参考) 前期	11,254		248		235		84		115.26	

セグメント別売上高

(単位:億円)

	平成21年度	参考前期比(%)
乳製品	5,976	100.3
菓子・健康	3,120	104.8
医薬品	1,249	101.4
サービス他	1,085	99.7
合計	11,430	101.6

※5月14日決算発表時の
期首業績予想値

(注)セグメント別売上高の数値については、明治製菓・明治乳業両社の連結消去後の数字で表示しております。参考前期比については、前年実績数値を新セグメントに割当、算出しております。

1. 09年度第2四半期決算のポイント

事業環境認識

底打ち見えない経済環境・・・消費低迷・低価格志向の深化

異常気象に新型インフルエンザ騒動

予見できない変革の嵐・・・行政 並びに 政権交代

09年度当社第2四半期決算

新統一ロゴ「meiji」での一斉スタート

売上計画未達とはいえ利益計画は達成

新生「明治」丸、まずまずの船出か・・・

09年度第2四半期明治HD連結決算の概要



2.明治HD連結業績

(単位：億円未満切捨て)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2Q実績	5,553	135	134	54
2Q計画	5,710	105	105	45
増減	△156	+30	+29	+9
進捗率(%)	97.3	129.3	128.0	120.1

(注) 明治HD(連結)の数値については、明治製菓・明治乳業両社の連結消去後の数字で表示しております。

09年度第2四半期明治HD連結決算の概要



3.明治製菓・明治乳業の概要

明治製菓

(単位：億円未満切捨て)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2Q実績	1,903	14	14	△4
2Q計画	1,950	5	5	△10
増減	△46	+9	+9	+5
進捗率(%)	97.6	285.0	288.9	—

明治乳業

(単位：億円未満切捨て)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2Q実績	3,692	120	121	60
2Q計画	3,760	100	100	55
増減	△67	+20	+21	+5
進捗率(%)	98.2	120.7	121.1	109.2

(注) 明治製菓(連結)・明治乳業(連結)の数値は、両社間の連結消去前の数字で表示しております。

4.各セグメントの定義

【乳製品セグメント】

従来の明治乳業の「食品」セグメントに相当。

市乳(牛乳類・ヨーグルト等)、粉乳(コナミルク等)、練乳、バター、チーズ、アイスクリーム、飲料、栄養食品(流動食・ヴァーム等)、畜産品等の製造・販売。

【菓子・健康セグメント】

従来の明治製菓の「フード&ヘルスケア」セグメントに相当。

菓子、砂糖および糖化穀粉等、健康食品(アミノコラーゲン等)、一般医薬品(イソジン等)等の製造・販売、スポーツクラブの経営等。

【医薬品セグメント】

従来の明治製菓の「薬品」セグメントに、明治乳業の「その他」セグメント中の医薬品事業(大蔵製薬等)を加えたもの。医療用医薬品および農薬・動物薬等の製造・販売。

【サービスその他】

従来の明治乳業の「サービス・その他」セグメントの医薬品以外に明治製菓の「ビル賃貸他」のセグメントを加えたもの。不動産、飼料、運送、倉庫、機械技術サービス、外食、保険代理店、リース等の事業。

09年度第2四半期明治HD連結決算の概要



5. セグメント情報

(単位:億円未満切捨て)

	売上高	2Q累計業績予想値進捗率(%)	営業利益	2Q累計業績予想値進捗率(%)
乳製品	3,161	99.0	101	115.7
菓子・健康	1,369	96.0	1	18.2
医薬品	580	101.7	21	365.0
サービス他	723	95.6	17	305.0
合計	5,834	98.1	141	134.4

(注) セグメント間の取引を消去する前の金額によっております。

6. 配当について

(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22年3月期 (予想)	円 銭 —	円 銭 80.00	円 銭 80.00	% 49.1

(注) 統合初年度の平成22年3月期につきましては、当期末時点の株主様に対して、1株当たり80円の期末配当を予定しております。平成23年3月期以降につきましては、中間期末を基準日とする配当(いわゆる中間配当)も実施する予定です。

(実質増配)

(旧) 明治製菓株式会社 7円/株 → 8円/株

(旧) 明治乳業株式会社 1株 → 1.17株

※旧来ベースでの試算

7.設備投資額、減価償却費、研究開発費

(単位：億円未満切捨て)

	2Q累計	備考
設備投資額	133	支払いベース (H21年度 認可ベース638億)
減価償却費	174	有形固定資産 リース含
研究開発費	109	



事業会社の業績概況

◆明治製菓

◆明治乳業

09年度第2四半期事業会社の決算概要



1. 【明治製菓】業績概況(連結)

(単位：億円未満切捨て)

	2Q累計	前年同期増減	前年同期比(%)
売上高	1,903	△6	99.6
営業利益	14	△3	79.4
経常利益	14	△5	71.3
当期純利益	△4	△1	—

09年度第2四半期事業会社の決算概要



2. 【明治製菓】部門別売上高

(単位：億円未満切捨て)

	金額	前年同期比(%)
F&H	1,366	98.4
菓子	640	96.3
健康	244	108.5
フードクリエイティブ(業務用食材)	373	100.5
海外(輸出・輸入)	107	84.7
薬品	520	103.2
医療用医薬品	439	105.0
生物産業(農薬・動物薬)	80	94.3
その他	15	93.1
合計	1,903	99.6

09年度第2四半期事業会社の決算概要



3. 【明治製菓】セグメント情報(連結)

(単位：億円未満切捨て)

	フード&ヘルスケア(F&H)			薬品		
	2Q累計	前年同期	増減	2Q累計	前年同期	増減
売上高	1,366	1,389	△22	520	504	+16
営業利益	1	△10	+11	15	25	△9
	ビル賃貸他			合計		
	2Q累計	前年同期	増減	2Q累計	前年同期	増減
売上高	15	16	△1	1,903	1,910	△6
営業利益	4	4	△0	21	19	+1

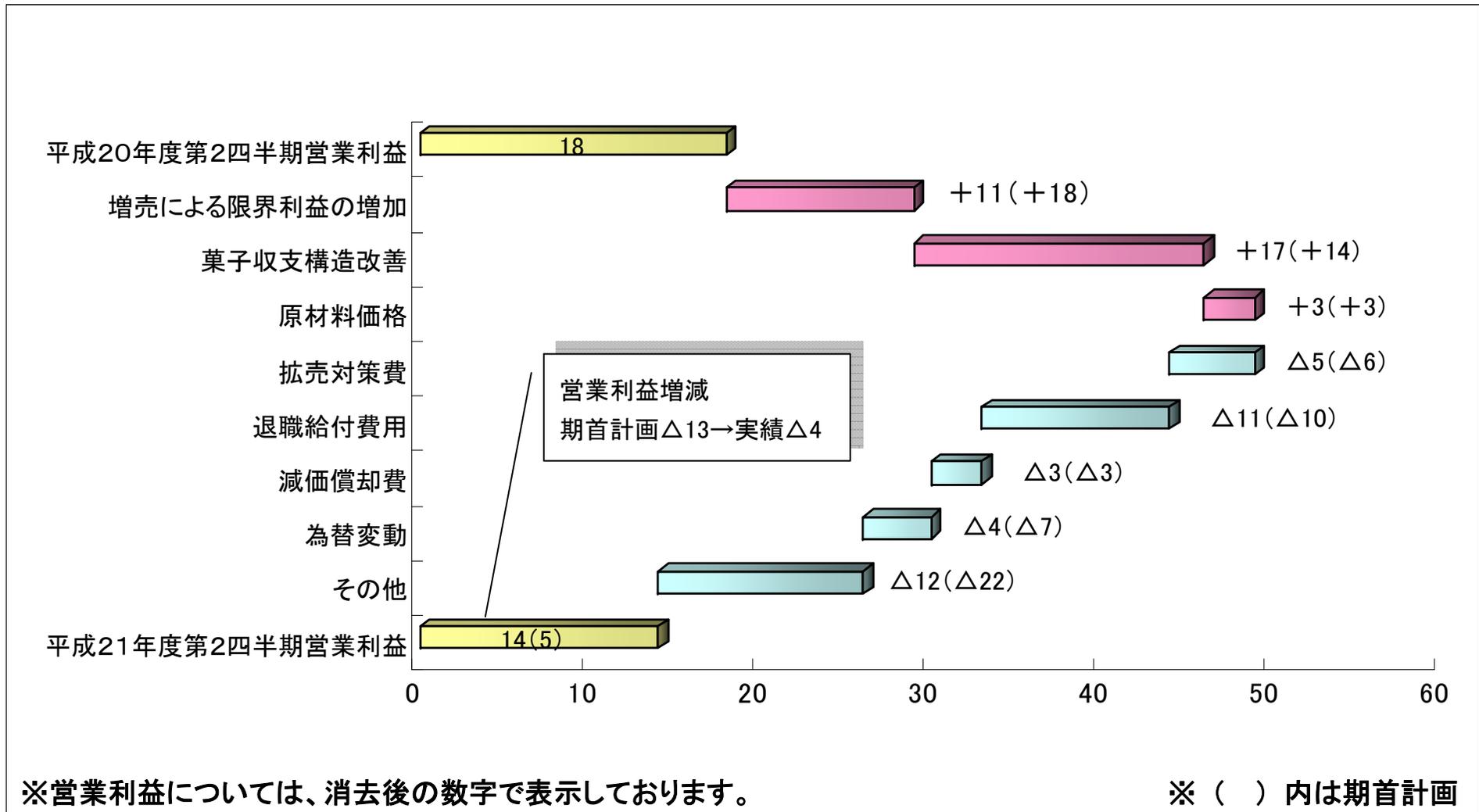
(注)売上高は「明治製菓グループ内」における連結消去後の金額を記載。営業利益は「明治製菓グループ内」における連結消去前の金額を記載。

109年度第2四半期事業会社の決算概要



4.【明治製菓】営業利益増減益要因

(単位：億円)



109年度第2四半期事業会社の決算概要



5.【明治乳業】業績概況（連結）

（単位：億円未満切捨て）

	2Q累計	前年同期増減	前年同期比(%)
売上高	3,692	△54	98.5
営業利益	120	+19	119.7
経常利益	121	+20	119.9
当期純利益	60	+7	115.2

09年度第2四半期事業会社の決算概要



6.【明治乳業】部門別売上高（連結）

（単位：億円未満切捨て）

	金額（億円）	前年同期比（％）
明治乳業単体計①	2, 580	102. 6
市乳	1, 503	104. 7
牛乳類	595	101. 1
ヨーグルト	578	109. 3
その他	329	103. 8
乳製品	396	105. 5
粉乳	183	116. 7
れん乳	4	92. 7
バター	72	89. 5
チーズ	136	102. 6
アイスクリーム	257	96. 4
飲料	134	87. 9
その他	287	101. 4
連結子会社売上②	1, 855	93. 6
連結消去③	△743	—
合計（①+②+③）	3, 692	98. 5

（注1）牛乳類とは、牛乳・加工乳・白物乳飲料の計

09年度第2四半期事業会社の決算概要



7. 【明治乳業】セグメント情報(連結)

(単位：億円未満切捨て)

	食品			サービス・その他			合計		
	2Q 累計	前年同期	増減	2Q 累計	前年同期	増減	2Q 累計	前年同期	増減
売上高	3,161	3,146	+15	751	822	△70	3,912	3,968	△55
営業利益	101	88	+12	19	11	+7	120	100	+19

(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

食品事業：牛乳、乳製品、アイスクリーム他食品の製造・販売

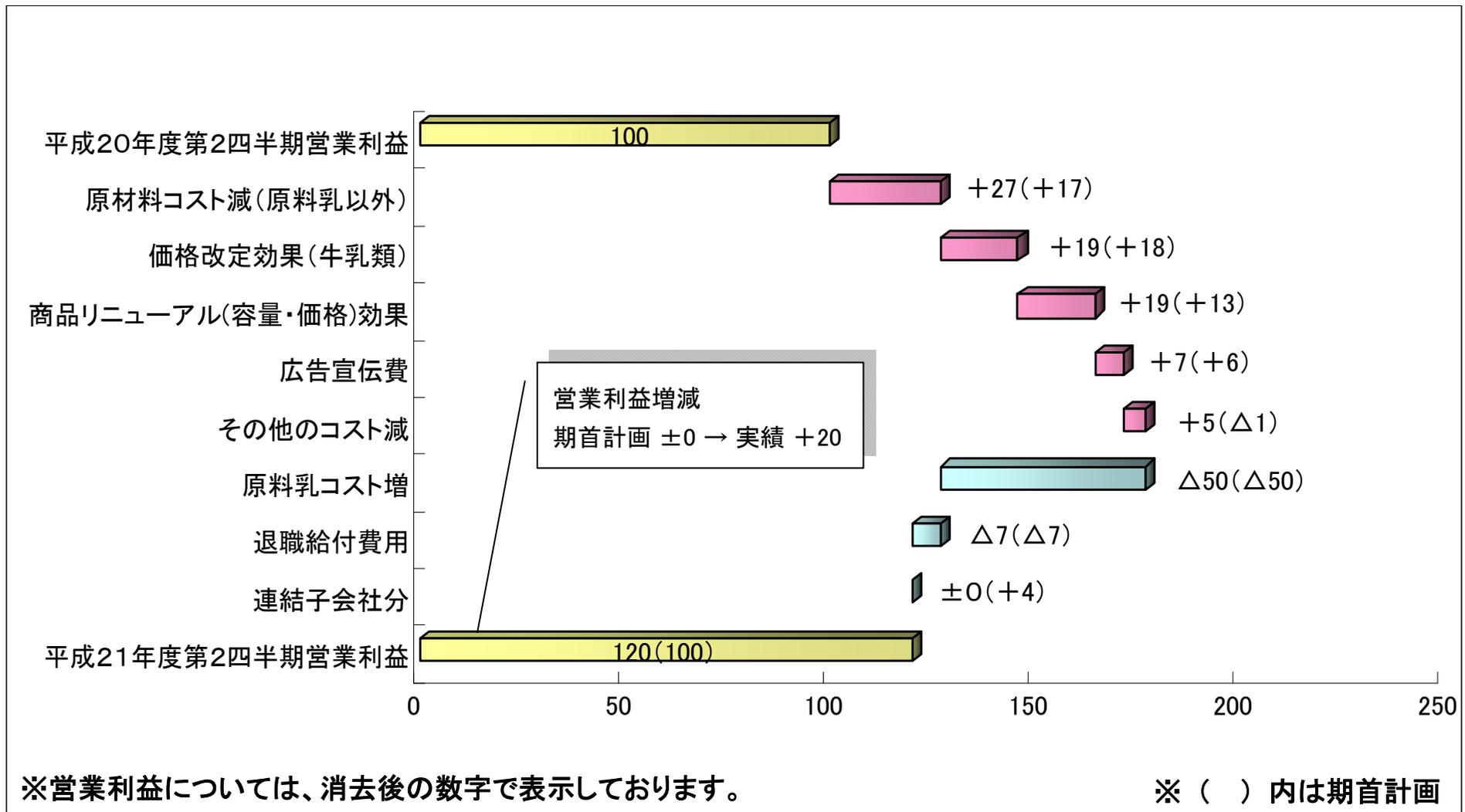
サービス・その他事業：物流事業、飼料事業、その他事業

109年度第2四半期事業会社の決算概要



8. 【明治乳業】営業利益増減益要因

(単位：億円)



09年度通期明治HD連結業績予想



1. 09年度通期業績見通し

09年度通期業績見通し

(単位:億円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
修正計画	11,240	260	260	120
当初計画	11,430	250	250	115
差 額	▲ 190	+10	+10	+5

09年度通期明治HD連結業績予想



2. 09年度通期セグメント売上高見通し

09年度通期セグメント別比較

(単位:億円)

	全 体	乳製品	菓子・健康	医薬品	サービス他	HD・消去
修正計画	11,240	5,981	3,120	1,267	1,400	-528
当初計画	11,430	5,993	3,120	1,267	1,487	-437
差 額	▲ 190	▲ 12	0	0	▲ 87	▲ 91

09年度通期事業会社の業績見通し



1. 明治製菓・明治乳業業績見通し

明治製菓

(単位：億円未満切捨て)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
通期見通し	4,300	110	110	45
期首計画	4,300	110	110	40
計画増減	0	0	0	+5
前期増減	+159	+2	+13	+19

明治乳業

(単位：億円未満切捨て)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
通期見通し	7,020	150	150	75
期首計画	7,130	140	140	75
計画増減	△110	+10	+10	0
前期増減	△93	+9	+10	+15

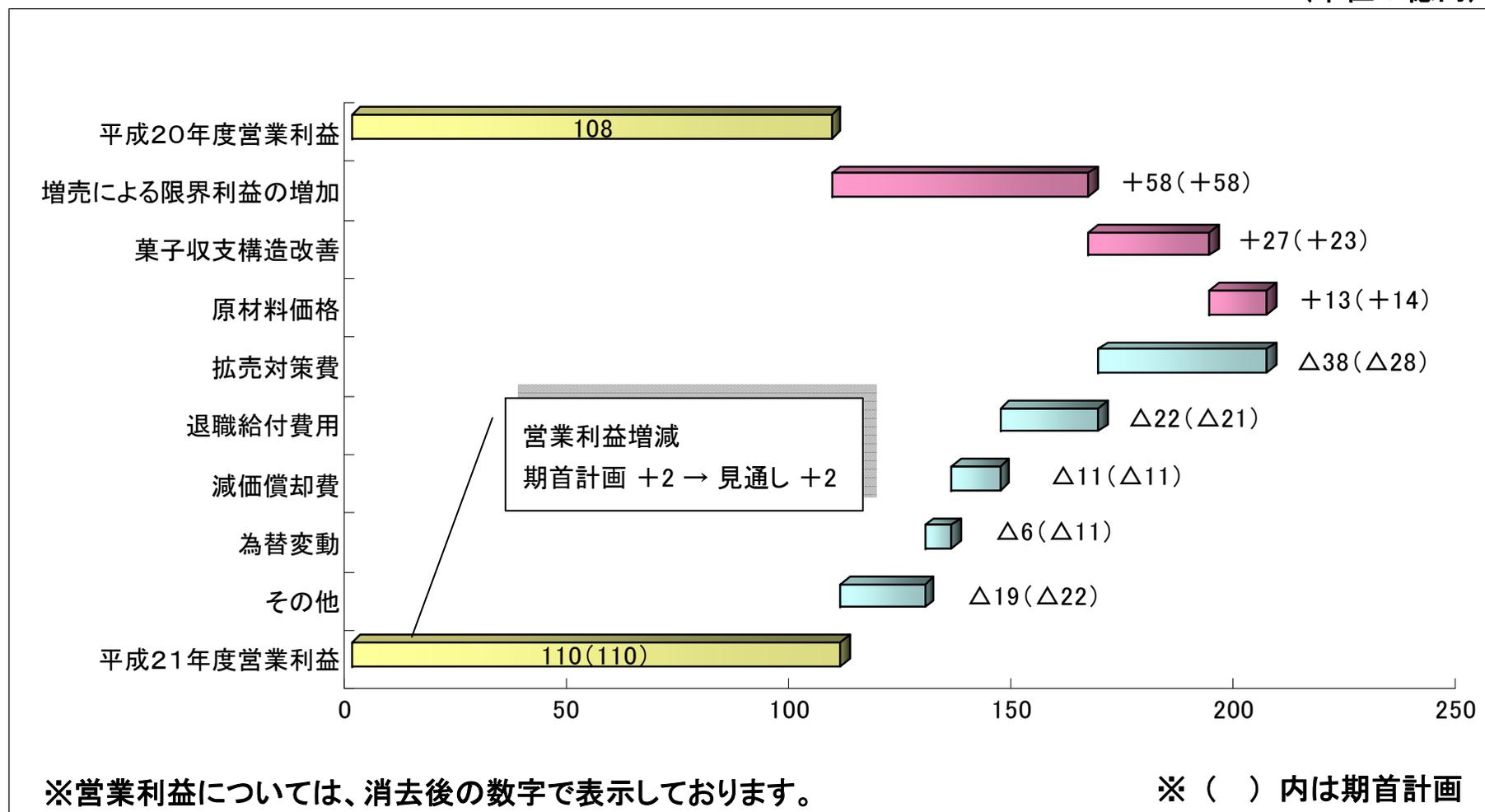
(注) 明治製菓(連結)・明治乳業(連結)の数値は、両社間の連結消去前の数字で表示しております。

09年度通期事業会社の業績見通し



2. 【明治製菓】営業利益増減益要因（通期見通し）

（単位：億円）

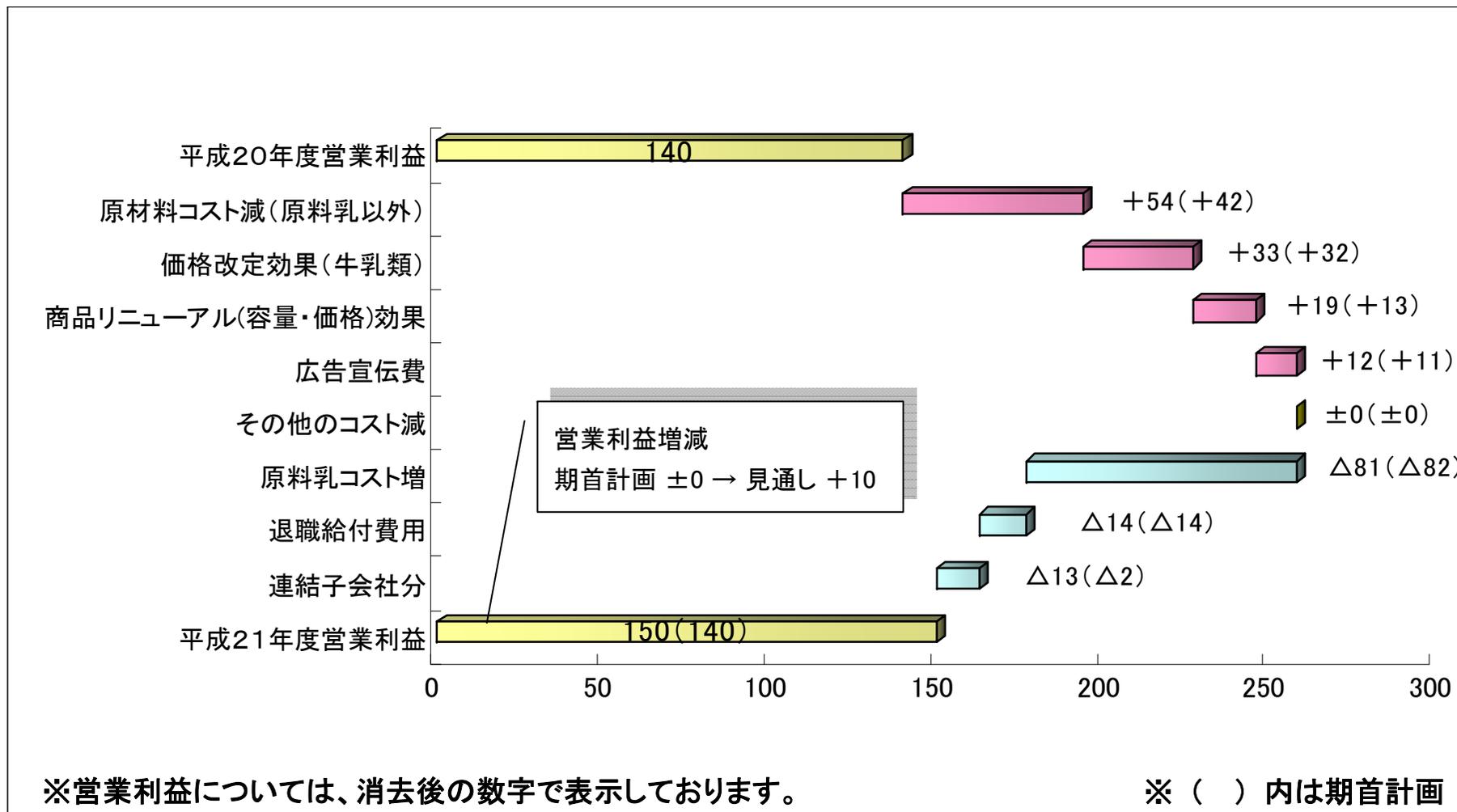


09年度通期事業会社の業績見通し



3. 【明治乳業】営業利益増減益要因（通期見通し）

（単位：億円）



先行き不透明な経済環境

春夏型の明治乳業＋秋冬型の明治製菓
＝年間フル稼働の企業体

「組み合わせ」と「噛み合わせ」(京都の老庭師の話)

ブランド ロゴ 共通フェア 商品コラボ 等々



- ・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。



明日をもっとおいしく
meiji



09-11明治グループ中期経営計画達成に向けて

2009.11.20

明治ホールディングス株式会社

代表取締役社長

佐藤 尚忠

I . 明治グループの目指す姿

II . 中期経営計画達成に向けて

<既存事業の強化・拡大>

- ◇ 乳 製 品
- ◇ 菓 子・健 康
- ◇ 医 薬 品

I . 明治グループの目指す姿

- ・ 経営統合について
 - ・ 新ブランドマークの浸透
-

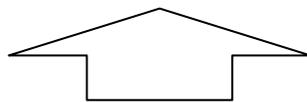
I. 明治グループの目指す姿



菓子、乳製品等の食品から医薬品までの幅広い分野で
人々の健やかで潤いのある暮らしに貢献できるユニークな企業グループとなる



お客様への価値提供、新たな価値創造



明治グループの強み



明治製菓株式会社

明治乳業株式会社

- ・楽しくて話題性のある企画・開発・マーケティング
- ・海外・医薬品も含めた幅広い営業ネットワーク
- ・医薬品で培った臨床開発のノウハウ

- ・乳に関わる独自の知見・技術
- ・良質な国産牛乳を活用した商品提供
- ・全国をカバーするチルド日配物流網

共通の強み

- ・お客様からの信頼、ブランド力
- ・リーディングカンパニーとしてのコア事業における存在感
- ・高い研究開発・技術力に裏打ちされた商品開発力
- ・高度な品質保証体制
- ・誠実で意欲的な人財



■ 中期経営計画の基本コンセプト

『 明治グループが持つ“強み”を最大限に発揮し、
既存事業の成長と統合シナジーの早期実現を図る 』

事業拡大(売上)シナジー

①既存事業の強化・拡大テーマ

- ・両社の技術・素材・ブランドを活用した商品展開
- ・両社の強みをもつ販売チャネルの有効活用

②事業成長機会の拡大テーマ

- ・健康栄養分野での新規カテゴリーの創造
- ・チルドデザート分野での新規事業展開
- ・アジアを中心とした海外成長市場での事業展開

コストシナジー

①コストシナジー創出テーマ

- ・調達、物流部門等でのコスト効率化
- ・委託生産品の内製化の推進
- ・グループ内調達の推進

明日をもっとおいしく

meiji

新ブランドマークの浸透

meiji

商品群



新ブランドマークの浸透



商品ブランド・原材料の相互利用

原材料使用



【明治製菓】「明治エクストラミルク」
発売日：2009年9月15日

原材料使用



【明治乳業】
「明治ホワイトチョコ・オレ」
発売日：2009年10月1日

ブランド活用



【明治乳業】
「明治マカダミアチョコレートアイスバー」
発売日：2009年9月28日

原材料使用



【明治製菓】「北海道チーズショコラ」
発売日：2009年10月13日

原材料使用



【明治製菓】「ポルテ クリーミーホイップ」
発売日：2009年10月27日

ブランド活用



【明治乳業】
「明治リッチストロベリーチョコレート
アイスバー」 発売日：2009年11月16日

新ブランドマークの浸透

meiji

TVCM

提供表示

meiji 明治製菓

meiji 明治乳業

CMカット

明日をもっとおいしく

meiji

明日をもっとおいしく

meiji

新ブランドマークの浸透



商品パッケージでもブランドマークの変更告知を行いました



広報欄

明治乳業と明治製菓の
新しいブランドマークです。

meiji

「おいしい・楽しさ」の世界を拡げ、「健康・安心」への期待に応える「食と健康」の企業グループとして、人々の潤いのある暮らしに貢献する明治ブランドを象徴するマークです。

▼詳しくは、こちらまで▼
<http://www.meinyu.jp/>

明治乳業商品のマークは順次変更してまいりますので、これからもご愛顧の程宜しくお願いたします。



meiji

これが明治の新しいブランドマークだべ。これからもヨロシクね。





明治乳業と明治製菓の新しいブランドマークです。

meiji

私たちの思い

「おいしい・楽しさ・健康・安心」の世界で、お客様一人ひとりの、おいしくて健やかな日々の生活に貢献したい、身近な存在であり続けたいという思いを象徴したマークです。

▼詳しくは、こちらまで▼
<http://www.meinyu.jp/>

本商品同様、他の明治乳業商品のマークも順次変更してまいりますので、これからもご愛顧の程宜しくお願いたします。

明治乳業と明治製菓の新しいブランドマークです。

meiji

書体に込めた思い

ふくよかで柔らかな書体、親しみのある小文字は、「食と健康」の企業グループらしい明るさと、お客様一人ひとりのあたたかいつなかりを表現しています。「ll」の形には、人々が寄り添い支えあう姿を託しています。

▼詳しくは、こちらまで▼
<http://www.meinyu.jp/>

本商品同様、他の明治乳業商品のマークも順次変更してまいりますので、これからもご愛顧の程宜しくお願いたします。

明治乳業と明治製菓の新しいブランドマークです。

meiji

色に込めた思い

ブランドカラーの赤は運動感や生命のよこぎを感じさせる色。人が生まれて最初に知る色。赤ちゃんからお年寄りまで、あらゆる世代の人びとのそばにあって、愛され続ける存在でありたいという思いを込めました。

▼詳しくは、こちらまで▼
<http://www.meinyu.jp/>

本商品同様、他の明治乳業商品のマークも順次変更してまいりますので、これからもご愛顧の程宜しくお願いたします。



新ブランドマークの浸透



「ミルクチョコレート」キャンペーン



山手線も「ミルクチョコレート」色に



「明治おいしい牛乳」に
「明治ミルクチョコレート」の広告！

新ブランドマークの浸透

meiji

国内外事業所／看板ほか



明治製菓本社／正面入り口



明治乳業本社ビル



明治乳業／札幌工場、北海道支店



明治製菓シンガポール社／事務厚生館

Ⅱ. 中期経営計画達成に向けて

<既存事業の強化・拡大>

- ◇ 乳 製 品
 - ◇ 菓 子・健 康
 - ◇ 医 薬 品
-

商品開発で期待されるシナジー

製菓の有する

- ①豊富な菓子素材の展開
- ②菓子製造技術の応用
- ③ブランド・キャラクターの展開

⇒新工場を商品開発拠点に！



(完成予想図)

建設予定地	関西工場敷地内(大阪府貝塚市)
延べ床面積	14,500㎡
生産能力	50,000kl/年
投資額	約92億円
稼動予定	2011年上期(順次)
特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・商品開発のフレキシブル性と高生産性の両立 ・環境配慮



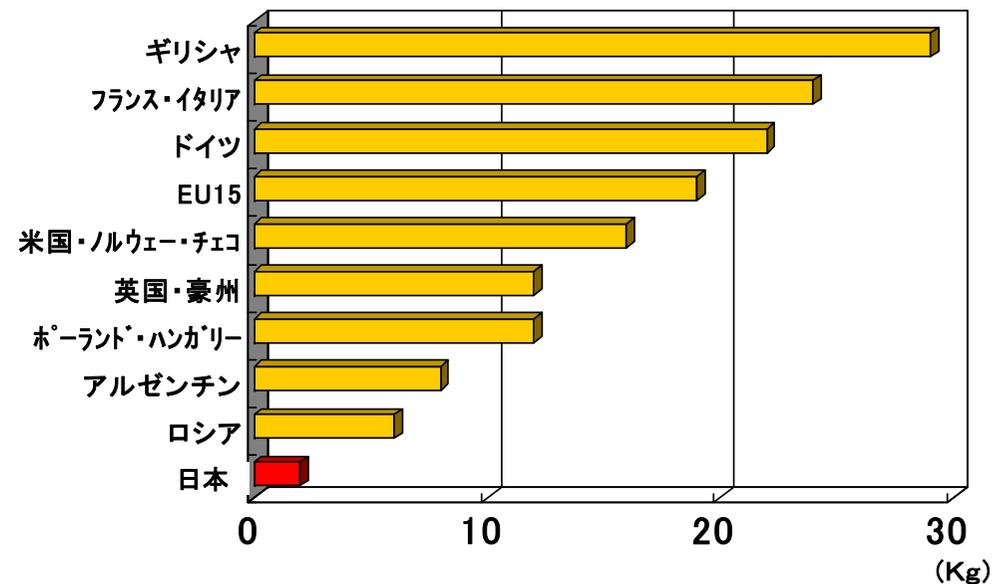
①乳製品 チーズ事業の強化



- ・08年3月 十勝工場本格稼働開始
- ・09年9月「新・北海道十勝チーズ」シリーズを発売



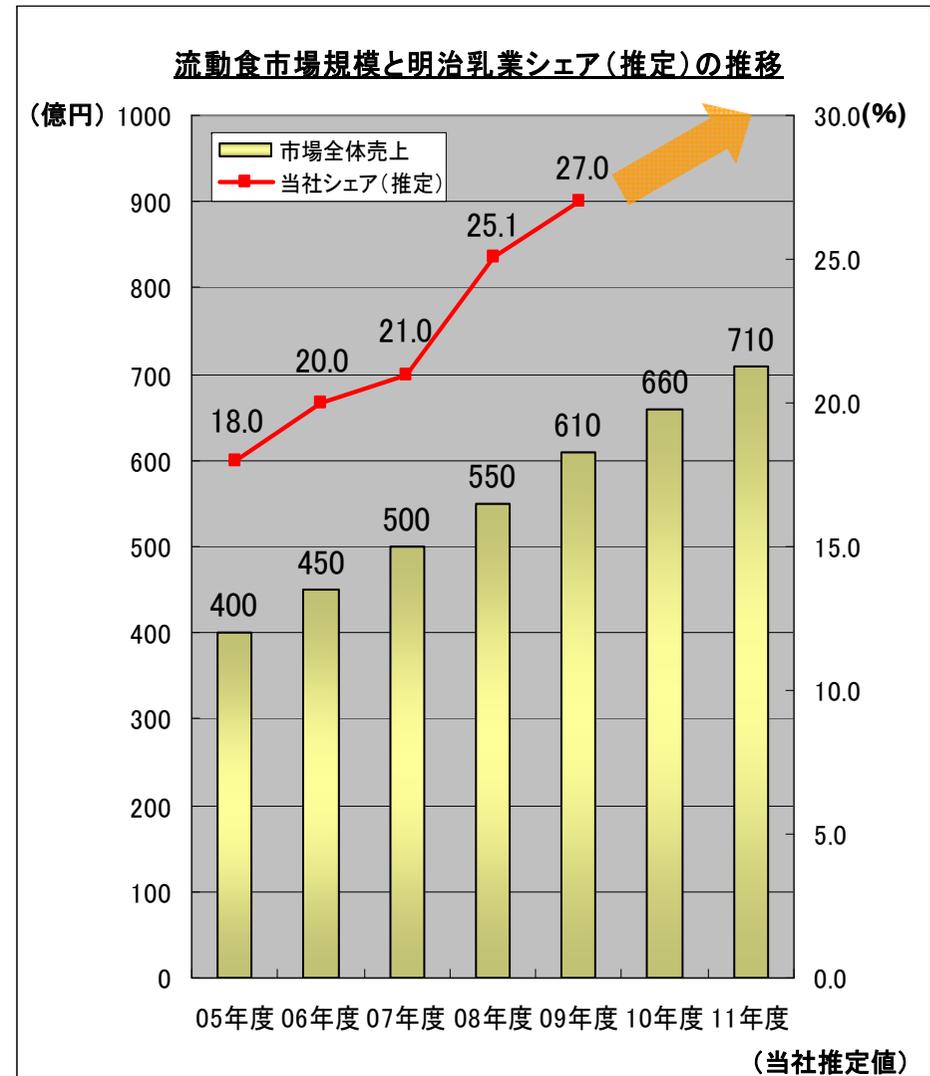
各国の一人当たりチーズ年間消費量



IDF2007年資料

08年7月
群馬栄養食工場稼動開始

- ・多品種・多容器生産に対応
- ・高度な品質管理



②菓子・健康

菓子：新商品で攻勢、市場活性化へ



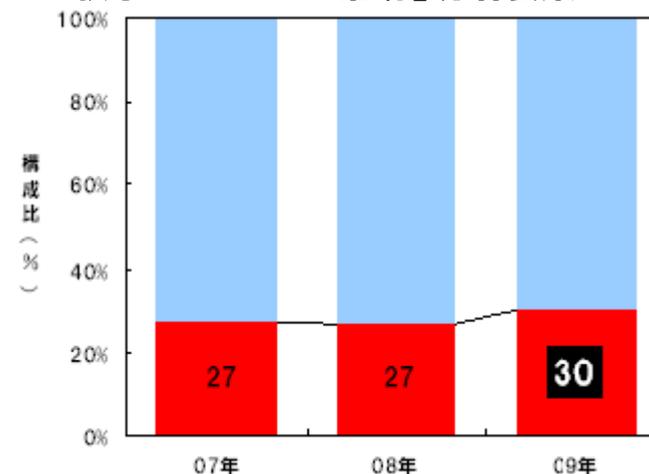
09年秋季新商品で
ダントツの1位
210円(税込)

明治独自の技術力で
ブランド拡大
210円(税込)

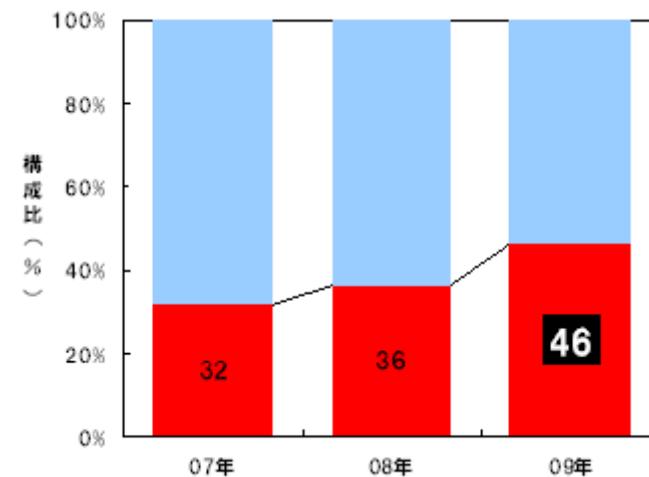
「キシリッシュ」に続く
ガムの新機軸
120円(税込)

金額は参考小売価格

秋季「チョコレート市場」明治製菓シェア



秋季「新製品」明治製菓シェア



当社調べ：8/3週～9/28週(9週間累計)

②菓子・健康 健康：「イソジン」の大幅増



キーワードは「うがい・手洗い・マスク」

イソジン商品の

店頭展開と広告訴求を強力に実施！



「うがい薬」120ml
1,080円(税別)



「泡ハンドウォッシュ」
980円(税別)



「ウイルス立入禁止マスク」
450円(税別)

金額は希望小売価格



展開イメージ

成長戦略を支える収益改善策を強力推進

- 新機軸・高付加価値商品の展開による成長戦略
- 同時に、これを底支えする体質強化を積極推進

【取り組み項目】

- ①生産体制 一層の強化（前中計に続き）
「合理化」「原材料コストダウン」「品質強化」
- ②全バリューチェーンにおける利益拡大の取り組み強化
 - ・商品構成の最適化
 - ・商品別・客先別利益管理強化
 - ・不良資産管理の強化（半減以下へ）
 - ・マーケティング各コストの最適化（特売費・普及費・宣伝費）
 - ・購買・物流コストの効率化 など

③医薬品

新薬効果



製品名	「オラペネム小児用細粒10%」	「リフレックス錠15mg」
発売	8月26日	9月7日
特徴	<ul style="list-style-type: none"> ○世界初の経口カルバペネム系抗菌薬 ○難治性疾患に対する「適正使用」を徹底 	<ul style="list-style-type: none"> ○既存薬と異なる作用機序 本邦初の抗うつ薬 ○早い効果発現と持続性 ○世界90カ国以上で確認された安全性
売上高 (ピーク時)	15億円 	258億円 (シリングプラウと合算) 

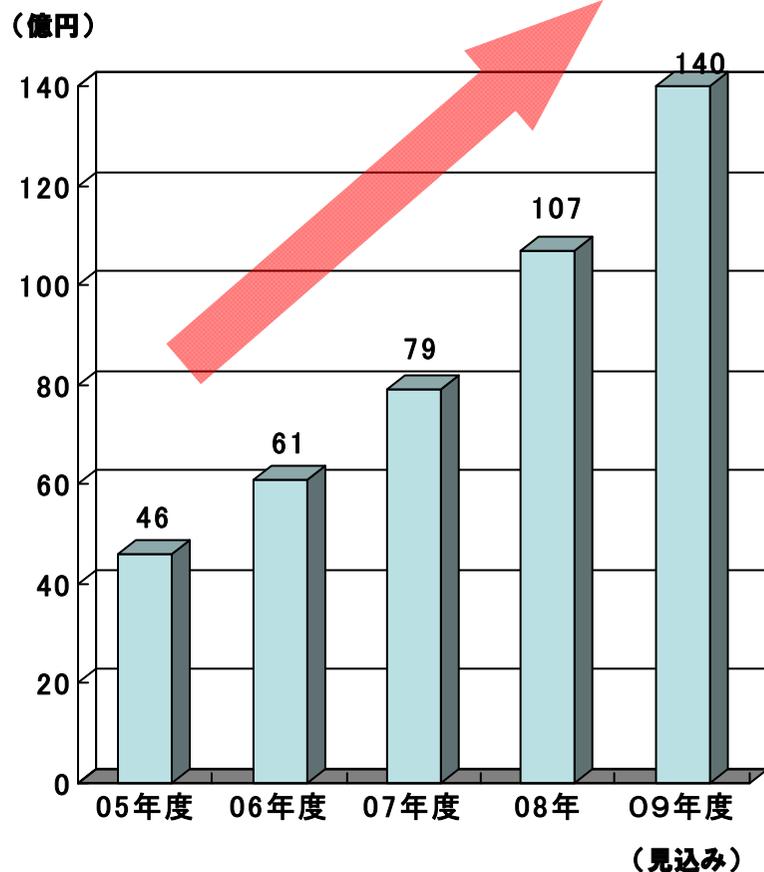
・国内営業力強化 MR:700→800名(内CNS専任100→200名)

③ 医薬品

ジェネリック医薬品効果



明治製菓 ジェネリック医薬品売上推移



- ・病院市場をターゲットとした「バンコマイシン」(抗生物質) 好調
- ・「アムロジピン」(降圧薬) 好調

【明治の強み】 医薬60年超の歴史

- ・注射剤、病院市場に強み
- ・製剤技術(高い利便性)
- ・高品質、安定生産
- ・情報提供力
- ・外部評価

DPC病院数

08年度 718施設 → 09年度1,416施設に倍増

既存事業の強化・拡大テーマ



事業成長機会の拡大テーマ

- ◇ 健康栄養分野での新規カテゴリーの創造
- ◇ チルドデザート分野での新規事業展開
- ◇ アジアを中心とした海外成長市場での事業展開

グループを取り巻く課題:

デフレ下での競争激化、原材料価格動向、為替の変動、
薬価改定など



- ・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。

