



2017年度決算・2020中期経営計画 説明会

2018.5.17

明治ホールディングス株式会社

1. 「STEP UP 17」総括
2. 「2026ビジョン」
3. 2020中期経営計画
4. 2018年度 通期見通し

- ・ 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。

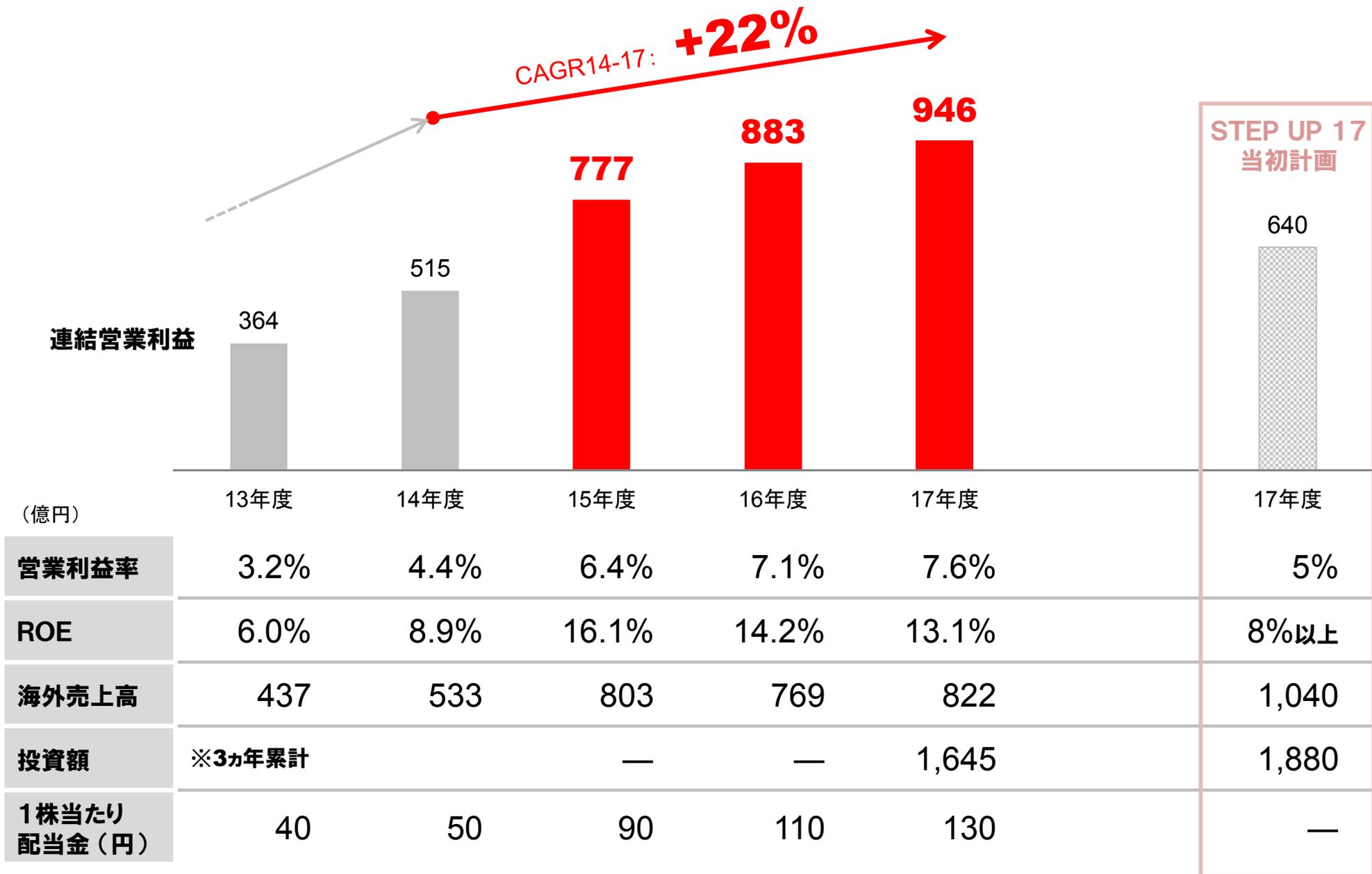


1. 「STEP UP 17」 総括

(億円)	16年度 実績	17年度 計画	17年度 実績		
				前年同期比	計画比
売上高	12,424	12,623	12,408	△0.1% △16	△1.7% △21
営業利益	883	965	946	+7.1% +62	△1.9% △18
営業利益率	7.1%	7.6%	7.6%	+0.5pt	△0.0pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	607	645	612	+0.8% +4	△5.1% △33
EPS	413.11円	444.19円	422.15円	+9.04	△22.04
1株当たり配当金	110円	115円	130円	+20	+15
配当性向	26.6%	25.9%	30.8%	+4.2pt	+4.9pt
ROE	14.2%	13.9%	13.1%	△1.1pt	△0.8pt
設備投資額	504	710	717	+42.4% +213	+1.0% +7

- 売上高は前年並みにとどまるも、増益を達成
- 期末増配を決定し、配当性向は30.8%に

「STEP UP 17」はさらなる収益性向上を追求した3年間



実現したこと

- **プロバイオティクスやチョコレートなどコア事業の高い成長**
- **新薬上市による重点領域の強化・拡充**
- **構造改革による効率化やコスト削減**
- **食品海外事業・生物産業事業の黒字化**
- **将来の成長に向けた投資：生産能力増強、研究開発 など**
- **新たなビジネスの始動：メドライクを活用したジェネリック事業 など**
- **ガバナンスの強化**

次に取り組むべき課題

- **事業環境が変化する中での国内コア事業の安定成長**
- **海外事業の成長スピードアップ**
- **課題となっている事業の改革推進**
- **食・薬のシナジーの追求**

2. 「2026ビジョン」



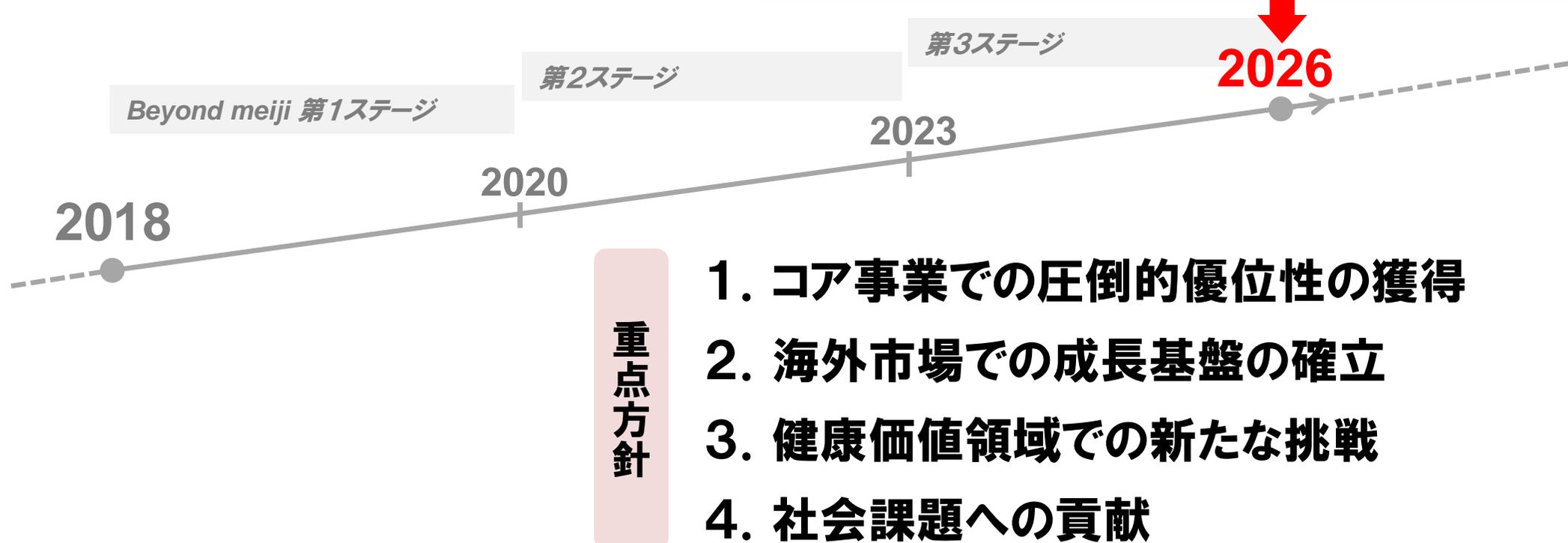
Beyond
meiji

想像以上の明治へ

目指す企業グループ像

明治グループ100年で培った強みに、新たな技術や知見を取り入れて、「食と健康」で一步先を行く価値を創造し、日本、世界で成長し続ける

- 営業利益成長率 1桁台半ば以上（年平均）
- 海外売上高比率 20%を目指す
- ROE 10%以上を維持



重点方針

1. コア事業での圧倒的優位性の獲得
2. 海外市場での成長基盤の確立
3. 健康価値領域での新たな挑戦
4. 社会課題への貢献

方針1. コア事業での圧倒的優位性の獲得

方針2. 海外市場での成長基盤の確立

方針3. 健康価値領域での新たな挑戦

推進にあたって

- ・外部リソースの活用
- ・革新的な生産性向上

事業ビジョン

CSRビジョン

経営基盤ビジョン

方針4. 社会課題への貢献

活動テーマを設定し、取り組みを推進

- ころろとからだの健康に貢献
- 環境との調和
- 豊かな社会づくり

- 日本・世界で成長し続けるための機能的・戦略的なマネジメント体制の整備
- 一人一人の力が発揮できる環境・仕組み・風土づくり
- meijiブランドの進化

→ マテリアリティやKPIなどの詳細はP52-53参照

営業利益成長率(年平均)

6%台

26年度 海外売上高比率

10%以上

国内

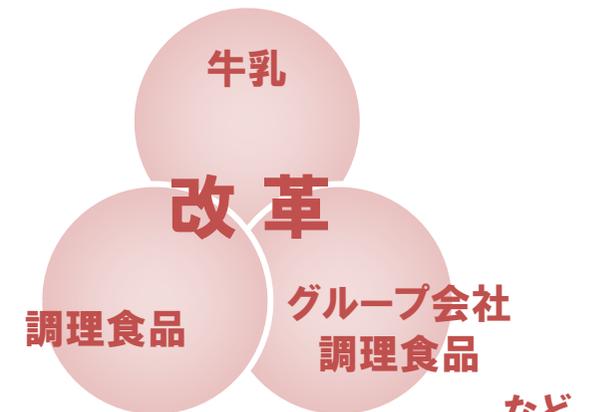
3つの領域に再定義し、さらなる事業ポートフォリオの強化へ



- 経営資源を積極投下し、さらに拡大



- 新たな市場の創造
- 将来的にトップシェアを狙う



- 独自価値を追求
- 構造改革による収益改善

海外

meijiならではの商品を軸に展開し、飛躍的な成長を目指す

中国

- 20年度までの最注力地域
- 既存事業の大幅な成長
- スポーツ栄養の新規展開

東南アジア

- 菓子の輸出拡大
- 粉ミルクなど栄養食品の拡大

米国

- meijiブランドの拡大
- プレミアム化の推進
- チャンネル拡大

営業利益成長率(年平均)

9%台

26年度 海外売上高比率

30%以上

医療用医薬品

- アジアの感染症リーディングカンパニーへ
- 高品質で経済的な医薬品を提供

国内

海外*

感染症・ワクチン

ジェネリック医薬品
(自社販売・CMO/CDMO)

バイオ医薬品

中枢神経系

免疫・炎症領域

血液がん・PDT

輸出

生物産業(農薬・動物薬)

- 自然環境に配慮した製品を提供し、農畜産業の生産性向上に貢献

国内

海外

新規開発農薬
(原体・ロイヤリティ)

* 医療用医薬品での海外は、ASEAN・欧州をコア地域とし、中国を成長・改革地域とする

農薬
(自社販売)

動物薬

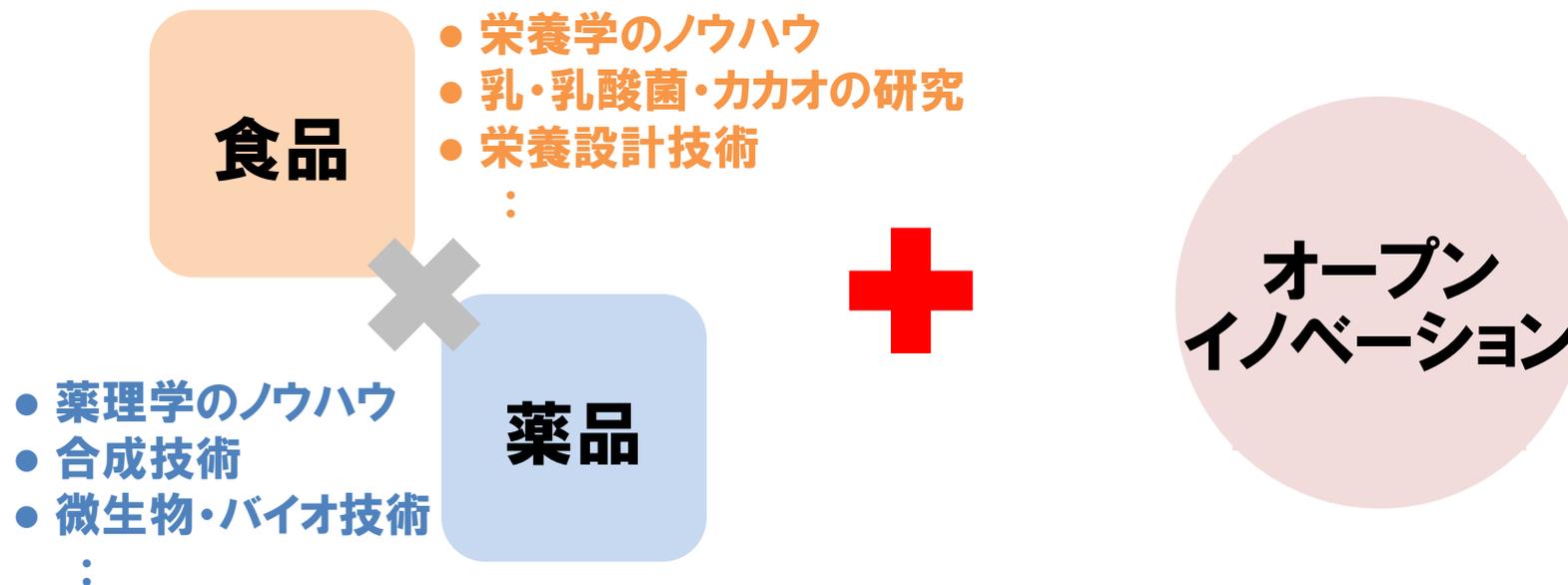
新たな健康価値(ヘルスケアソリューション)

コア

成長・改革

チャレンジ

グループの強みとオープンイノベーションの積極的な活用



- 経営会議直属の「オープンイノベーション推進委員会」を設置
産学共同研究、研究開発型企业への出資など取り組むべきテーマ
を委員会にて協議・選定
- 「健康・予防領域」における独自のポジションの確立をめざし、
長期視点で着実に研究開発を推進

1

日本・世界で成長し続けるための
機能的・戦略的なマネジメント体制の整備

- 17年度に策定した経営人材像（リーダーシップバリュー）をもとにサクセッションプランを体系化・運用
- 海外事業拡大に向けた経営管理体制の確立と人材獲得・育成

2

一人一人の力が発揮できる環境・仕組み・風土づくり

- チャレンジする風土の醸成
- ダイバーシティの推進
- 労働生産性の向上と健康経営推進

3

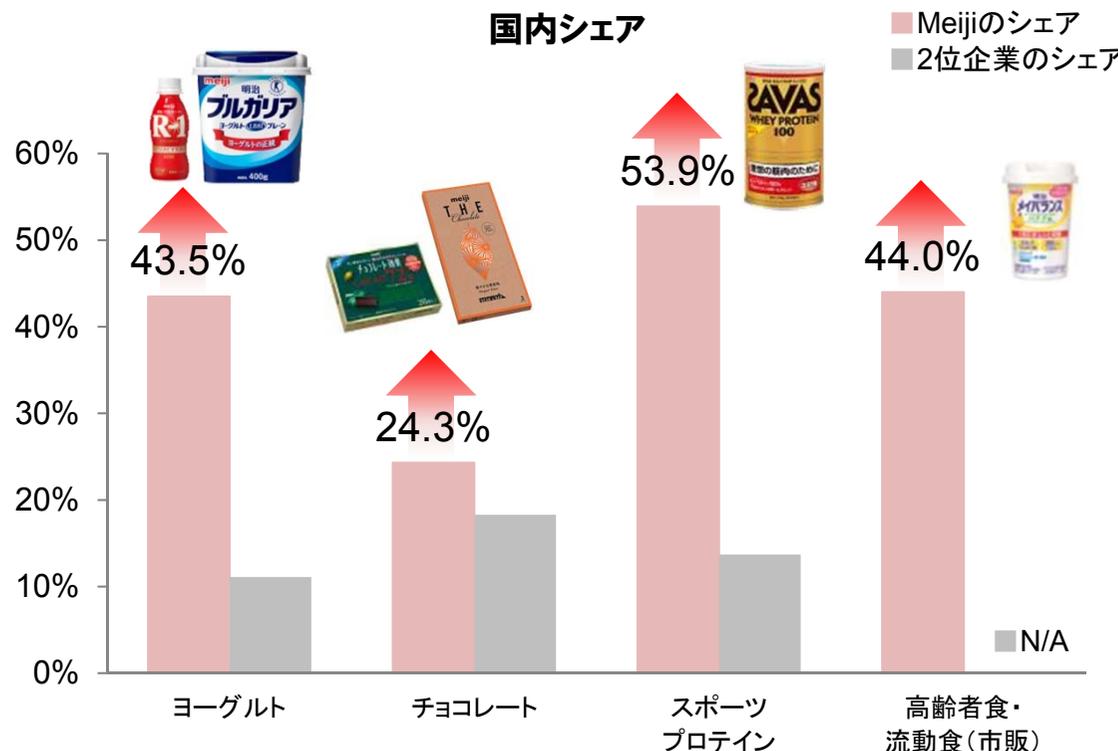
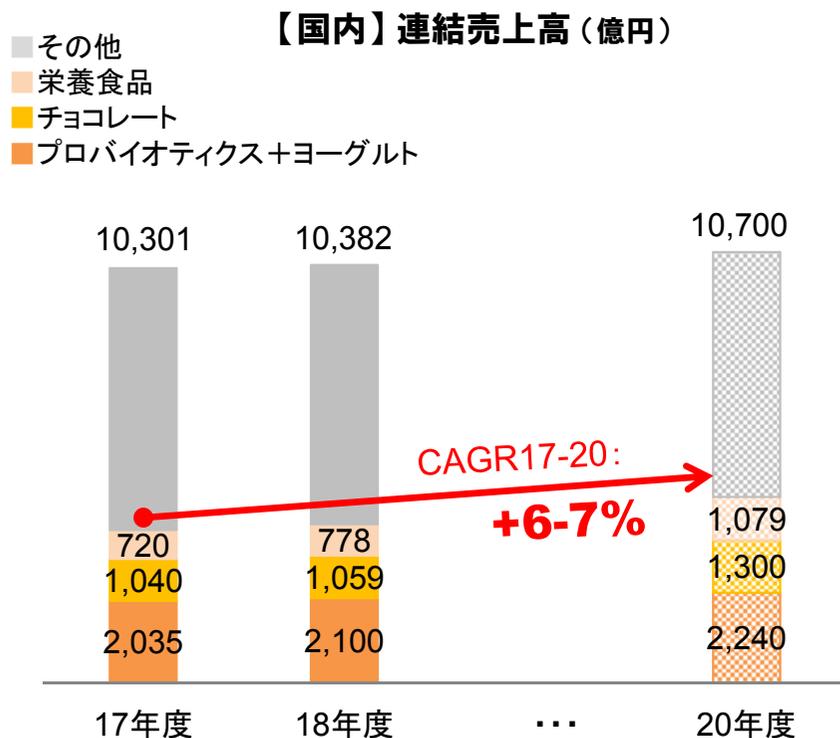
meijiブランドの進化

Beyond meiji 第1ステージ
3. 2020中期経営計画

基本コンセプト

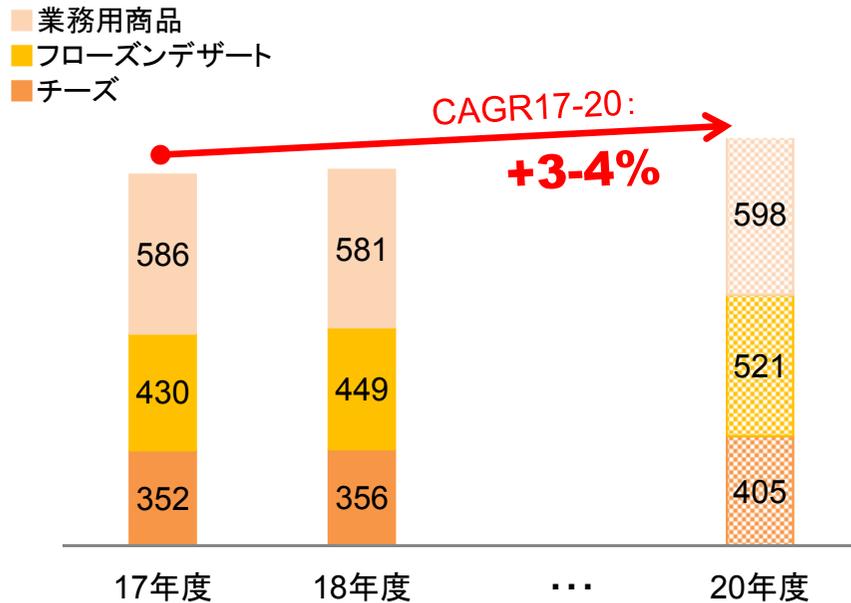
「継続的戦略課題への取り組み」と「成長に向けた新たな挑戦」

- 1 コア事業での高シェア・高収益の実現
- 2 海外市場での成長基盤の確立に向けた積極的な事業拡大
- 3 健康を軸とした新たな価値領域での仕掛け
- 4 構造改革の継続的な実行と個別事業課題の克服
- 5 経営基盤の進化とCSRの推進

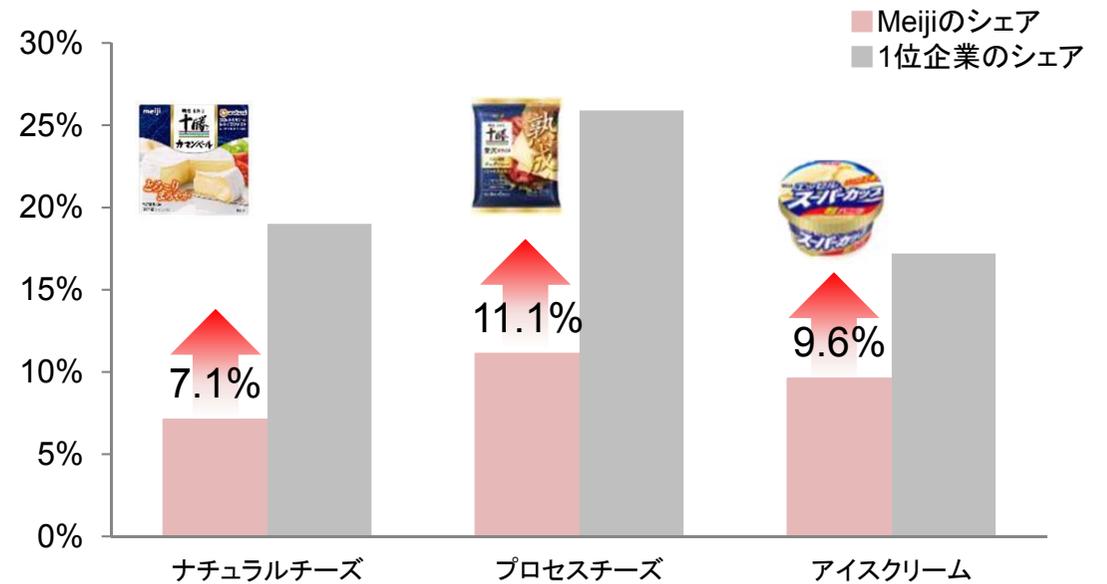


- **プロバイオティクス：持続的な成長**
- **ヨーグルト：「ブルガリアヨーグルト」の価値向上、新商品の投入**
- **チョコレート：「健康」「プレミアム」を軸に、顧客層の拡大とリピート促進**
- **スポーツ栄養：生産能力増強による既存品の拡大と新商品の開発**
- **流動食：市販ルートでの拡大とブランディング強化**

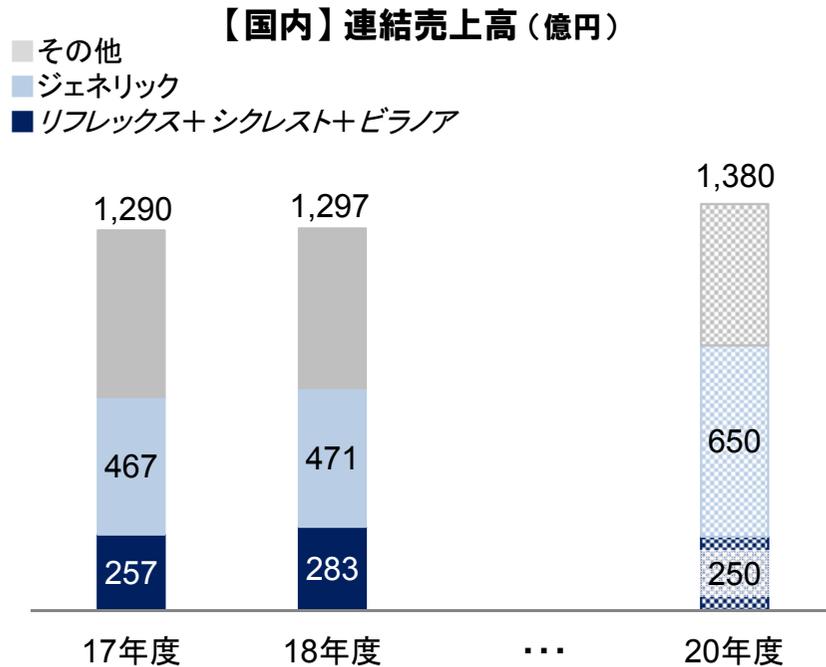
【国内】「成長」領域 売上高（億円）



国内シェア



- **チーズ：**
 - 生産能力増強によるカマンベールチーズの大幅拡大
 - 新たなナチュラルチーズの開発
- **フローズンデザート：**
 - 「エッセルSweet's」の定着と「エッセル」ブランドの拡大
 - 健康機能軸での新商品の開発
- **業務用商品：**
 - 乳・カカオを使用した特色ある商品の開発
 - 新規取引先の開拓



20年度 シェア目標

全身性抗菌薬 **1位/20%** (17年度 1位/16.4%)

抗うつ薬・統合失調症薬^(*) **1位/32%** (3位/21.8%)

抗ヒスタミン薬市場「ビラノア」シェア^(*) **3位/10%以上**



*1: 処方患者ベースのシェア
*2: Meiji Seika ファルマ単独ベース

(左) 統合失調症治療薬「シクレスト」
(右) アレルギー性疾患治療薬「ビラノア」

● 感染症領域

- 予防から治療までのラインアップを生かした情報提供

● うつ・統合失調症領域

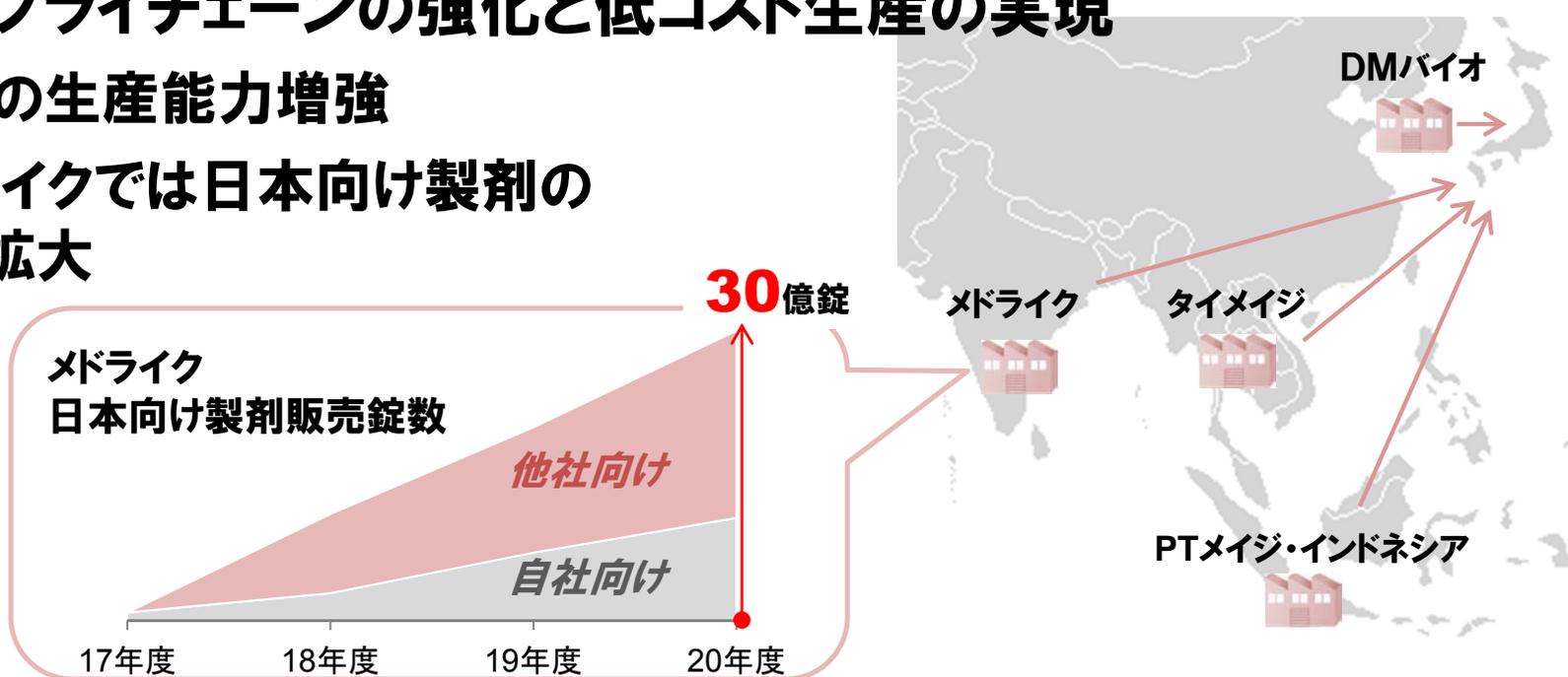
- 新薬+ジェネリックの豊富なラインアップを生かした疾患管理の提案
- 統合失調症領域の売上拡大に対応した営業体制の整備

● 免疫・炎症領域

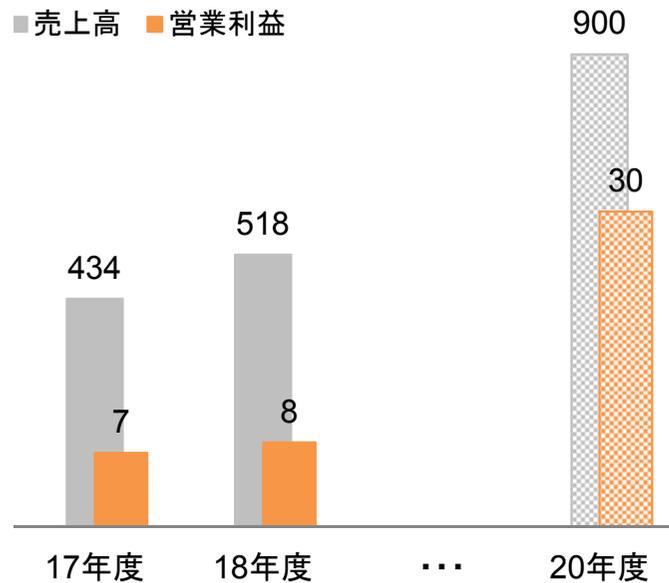
- 耳鼻科・内科を中心とした「ビラノア」の拡大

- **スペシャリティ領域**
(抗菌薬、呼吸器領域、中枢神経系領域)
新薬＋ジェネリックのラインアップを生かした情報提供で数量拡大
- **エッセンシャル領域** (生活習慣病や消化器領域など)
 - 製品ラインアップの拡充
 - 他社向け製剤供給事業の展開加速
- **バイオシミラーの着実な開発**
- **グローバルサプライチェーンの強化と低コスト生産の実現**
 - 海外拠点の生産能力増強
 - 特にメドライクでは日本向け製剤の生産量を拡大

20年度 ジェネリック売上高
650億円 (17年度比+39.0%)



【海外】連結売上高（億円）



(注) 海外売上高は18年度からの新区分ベースの数値

地域別売上高の拡大イメージ

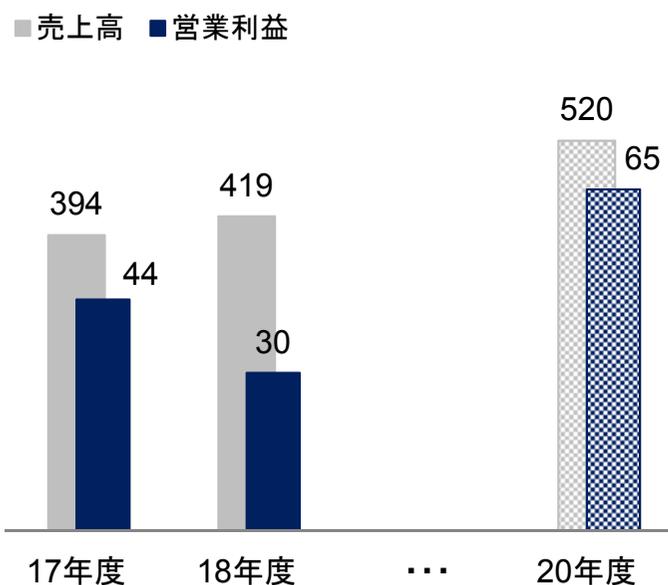
(億円)	17年度実績	20年度目標	17年度比
中国	119	230	+92.0%
東南アジア	38	135	+251.0%
米国	186	345	+85.3%
輸出	90	190	+110.5%

←最注力
地域

- **中国：**
 - 既存事業の大幅成長とECの強化
 - スポーツ栄養の新規展開
- **グローバル調達体制の構築**
- **グローバル視点で商品・技術開発を促進し、付加価値品を拡充**
- **マネジメント基盤の強化**
- **投資の拡大**

メドライクによるCMO/CDMO*の拡大

【海外】連結売上高（億円）



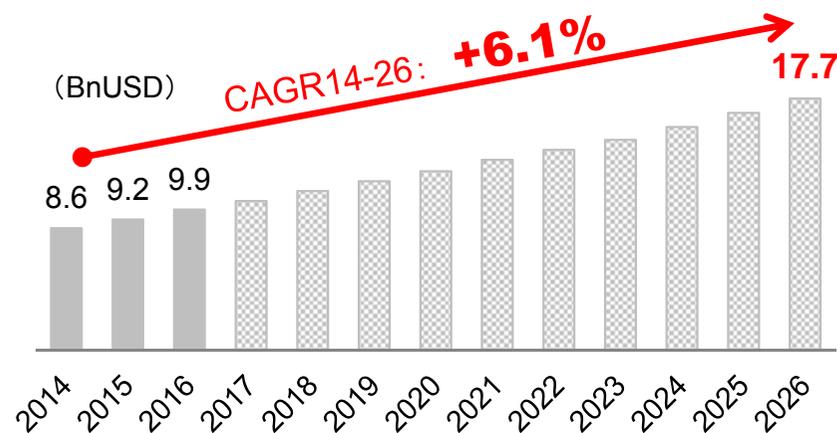
(注) 海外売上高は18年度からの新区分ベースの数値

メドライクの強み



- グローバルな販売網
- 世界50カ国以上で承認取得
(ヨーロッパ、カナダ、アフリカ、アジア、オセアニア)
- インド国内に7工場
- 大手グローバル企業への供給実績
(Pfizer, GSK, Novartis, Sanofi, Teva, Mylan, Actavis, Sandoz Adcock Ingram など)

世界の固形製剤CMO市場



(出所) Visiongain, Pharmaceutical Contract Manufacturing Market 2016-2026

- グローバル大手既存顧客からの受託拡大
- 新規顧客の獲得
- 効率的な生産体制の確立

* CMO: Contract Manufacturing Organization (受託製造)
CDMO: Contract Development and Manufacturing Organization (受託開発製造)

グランドデザインの着実な実行による生産性の向上

【方針】

【主なKPI】

生産

- ・事業戦略に応じた最適な生産体制構築
- ・省人化施策の推進
- ・理想的なものづくり実現への課題解決

生産部門1人当たり売上高

物流

- ・安定的な輸配送
- ・磐石な物流品質の実現

売上高物流費比率
物流拠点数

研究開発

- ・拠点統合による高度な研究ネットワーク構築

研究開発部門1人当たり製造限界利益
特許出願数

営業

- ・大手取引先への対応強化
- ・店頭実現力の向上
- ・戦略的営業組織の構築

営業部門1人当たり販売限界利益

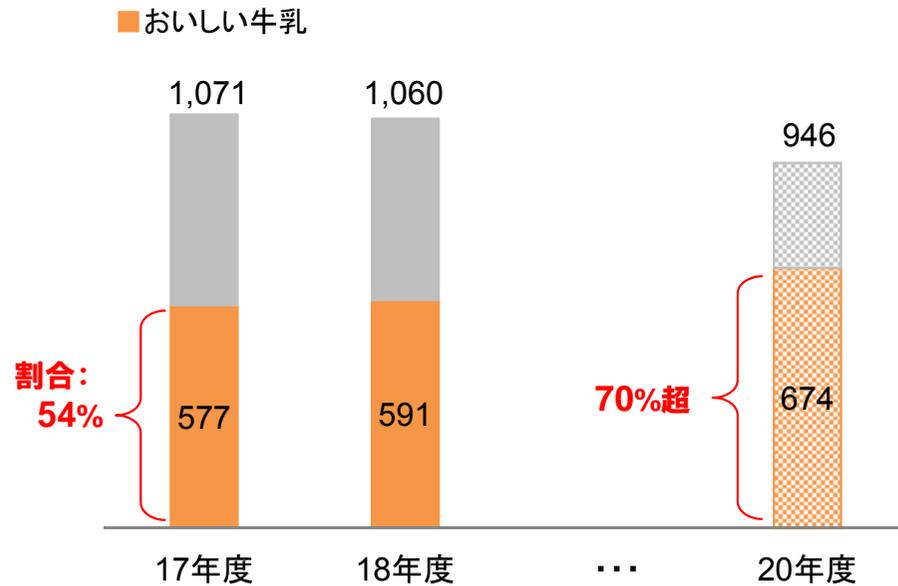
管理

- ・リスクマネジメントの強化
- ・業務統合のさらなる推進

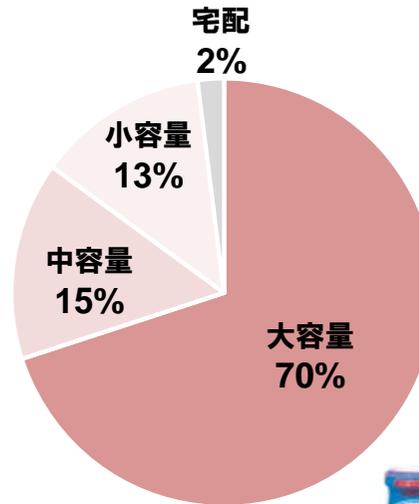
売上高管理部門人件費比率

牛乳の収益改善

【国内】牛乳*売上高(億円)



「おいしい牛乳」ブランド
容量別売上高(イメージ)



20年度
黒字化



- 「おいしい牛乳」ブランドのさらなる強化
 - 新パッケージ(900mL)の定着
 - 製法や「おいしさ」へのこだわりを訴求したマーケティング
- 付加価値の高い新商品の開発
- より効率的な生産体制の構築

18-20年度 利益改善額
+26億円

- グローバル展開を目指す農薬パイプラインの開発促進
- 「オリゼメート」「ザクサ」の収益性向上
 - 大規模生産者へのアプローチ強化と販路拡大
 - 原価低減と安定供給体制の確立
- 動物薬は畜・水産分野に経営資源を集中



(左)いもち病防除剤「オリゼメート」
(右)茎葉処理除草剤「ザクサ液剤」

期待の農薬パイプライン*

*開発スケジュールの詳細はP51参照

ME5343 農業用殺虫剤

- BASF社と共同開発
(アジアの一部を除く全世界)
- 市場規模: 国内 200億円
海外 3,000億円

ME5223 農業用殺菌剤

- DowDuPont社と共同開発
(アジアの一部を除く全世界)
- 市場: 国内 100億円
欧州 1,500億円

ME5382 農業用殺虫剤

- アリスタ ライフサイエンス社と共同開発(インド)
- 市場: 国内 300億円
インド 600億円(CAGR12%)
欧州・米州 2,000億円
- インドの水稻栽培を革新的に省力化

革新的な発酵技術で生産するグリーン化学品

→ いずれも既存薬剤の系統に属さず、差別化された品目
ミツバチを含む環境生物や哺乳動物への安全性も高い

成長性・ 収益性

- 連結売上高 **1兆3,500億円**
- 連結営業利益(率) **1,250億円 (9.3%)**
- 海外売上高 **1,420億円**
- 海外営業利益 **95億円**

効率性・ 安全性

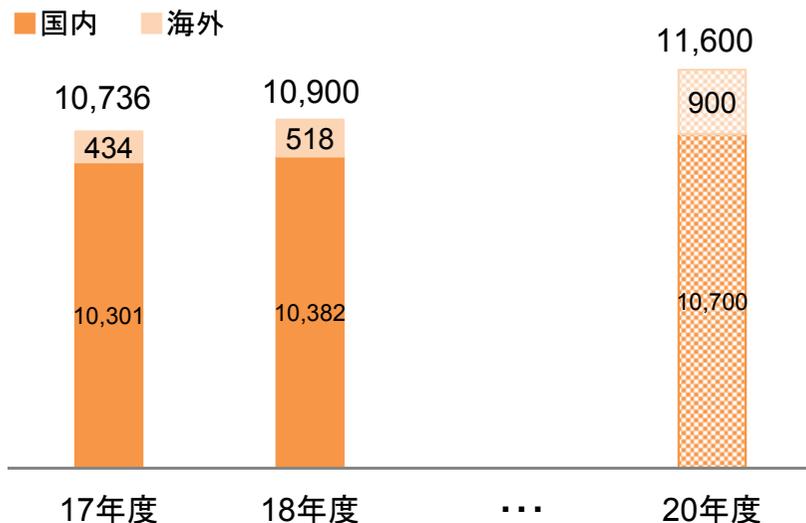
- ROA* **11%台**
 - D/Eレシオ **0.5以下**
-

株主還元

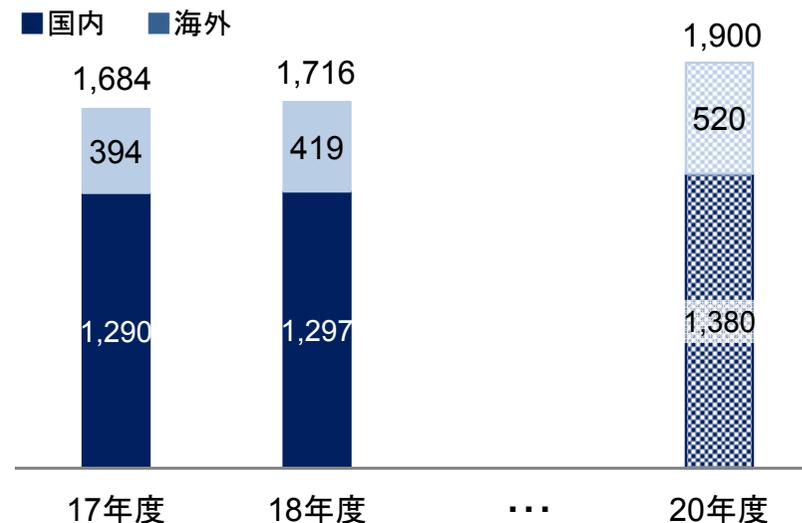
- ROE **13%台**
 - 配当性向 **30%を目安に**
- 安定的継続的な利益還元**

(億円)

【食品セグメント】連結売上高



【薬品セグメント】連結売上高



営業利益の増減分析



営業利益の増減分析



営業CF

利益増による安定的な
キャッシュ・フローの創出

18-20年度

約**4,000**億円

(参考)

減価償却費累計

約**1,600**億円見込

有利子負債

D/Eレシオ **0.5**以下を

目安とし必要に応じて調達

設備投資

18-20年度 約**3,300**億円

ビジョン実現に向けて、新たな成長ドライバーの育成
や生産性向上に資する分野に積極的に投資

【主な内訳】

生産能力・品質強化	50%
海外事業拡大、グループ会社強化	20%
研究開発	5%
物流・技術・調達	5%

株主還元

中長期的な事業見通しを踏まえ、連結配当性向
30%を目安に、安定的継続的な利益還元

戦略投資

提携やM&Aなど成長基盤の獲得に投資

4. 2018年度 通期見通し

(億円)	17年度 実績	18年度 計画	前年同期比
売上高	12,408	12,600	+1.5% +191
営業利益	946	995	+5.1% +48
営業利益率	7.6%	7.9%	+0.3pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	612	630	+2.8% +17
EPS	422.15円	434.01円	+11.86円
1株当たり配当金	130円	130円	—
配当性向	30.8%	30.0%	△0.8pt
ROE	13.1%	12.4%	△0.7pt
設備投資額	717	899	+25.3% +181

参考資料：財務データ

2017年度 連結経営成績

(億円)	17年度 実績	前年同期比	主な内容
売上高	12,408	Δ0.1% Δ16	— (詳細はP32-34参照)
営業利益	946	+7.1% +62	— (詳細はP32-34参照)
営業外収益	35	+7.7% +2	<ul style="list-style-type: none"> 持分法による投資損益: 4億円の減益効果 (前期)持分法による投資利益(2) (今期)持分法による投資損失(2)
営業外費用	23	Δ17.4% Δ5	<ul style="list-style-type: none"> 為替差損益: 15億円の増益効果 (前期)為替差損(10) (今期)為替差益(4)
経常利益	958	+7.9% +70	—
特別利益	75	Δ5.1% Δ4	<ul style="list-style-type: none"> 固定資産売却益(+10) 子会社清算益(+4) 関係会社株式売却益(+2)
特別損失	123	+62.4% +47	<ul style="list-style-type: none"> 減損損失(+40): 休売品目の生産設備など 関係会社株式売却損(+12) 固定資産廃棄損(+12) 災害による損失(Δ28): (前期)日本罐詰の被災
税金等調整前純利益	910	+2.1% +18	—
法人税等	291	+4.0% +11	—
非支配株主に 帰属する純利益	6	+65.0% +2	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	612	+0.8% +4	—

2017年度 連結営業利益 増減分析

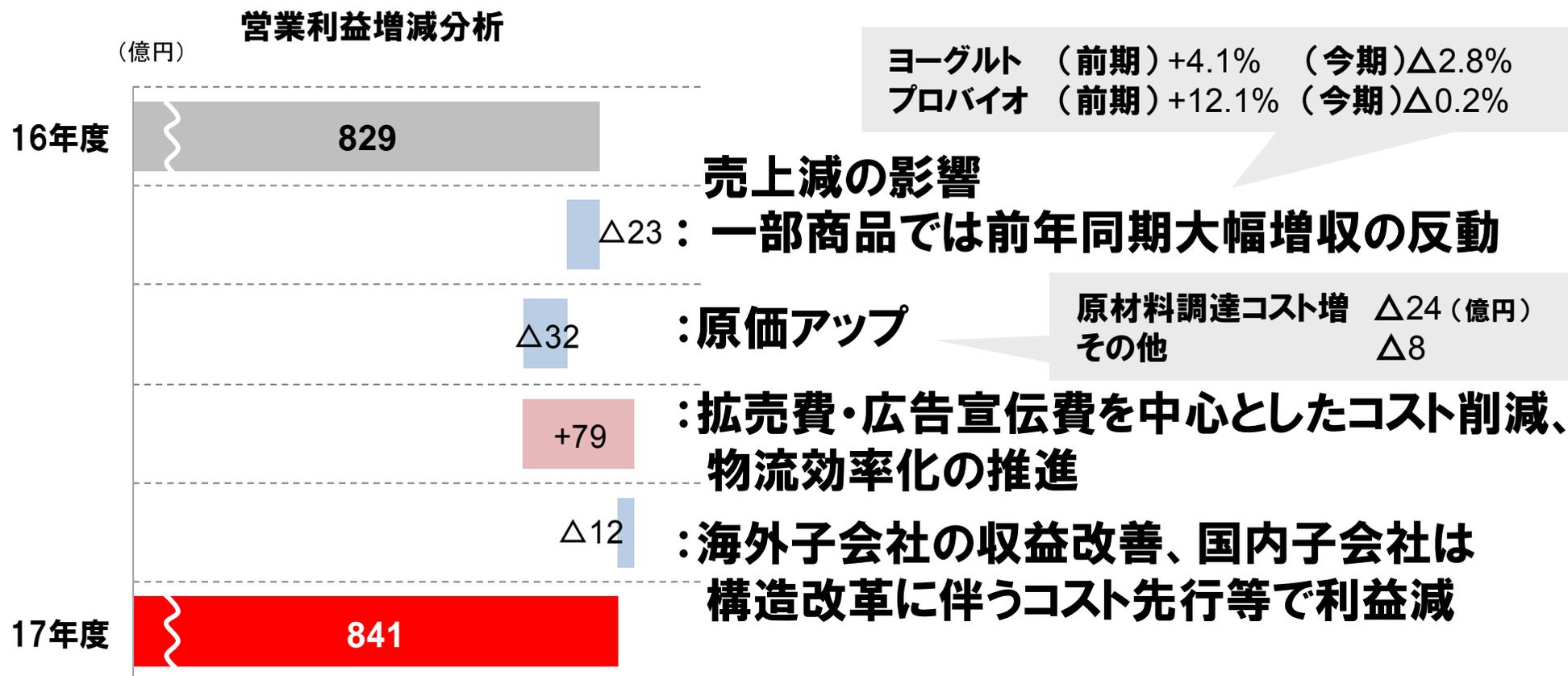
(億円)	連結	食品	薬品	他
16年度	883	829	57	△3
売上増減	△22	△23	+1	—
原価の変動	△32 ^(*1)	△32	0	—
経費等の増減	+130 ^(*2)	+79	+51	—
その他(子会社損益含む)	△13	△12	+1	△2
17年度	946	841	110	△5

*1: 主な内訳 … 【食品】原材料調達コスト増△24、その他△8

*2: 主な内訳 … 【食品】拡売費・宣伝費減+68、物流効率化+4、その他+7

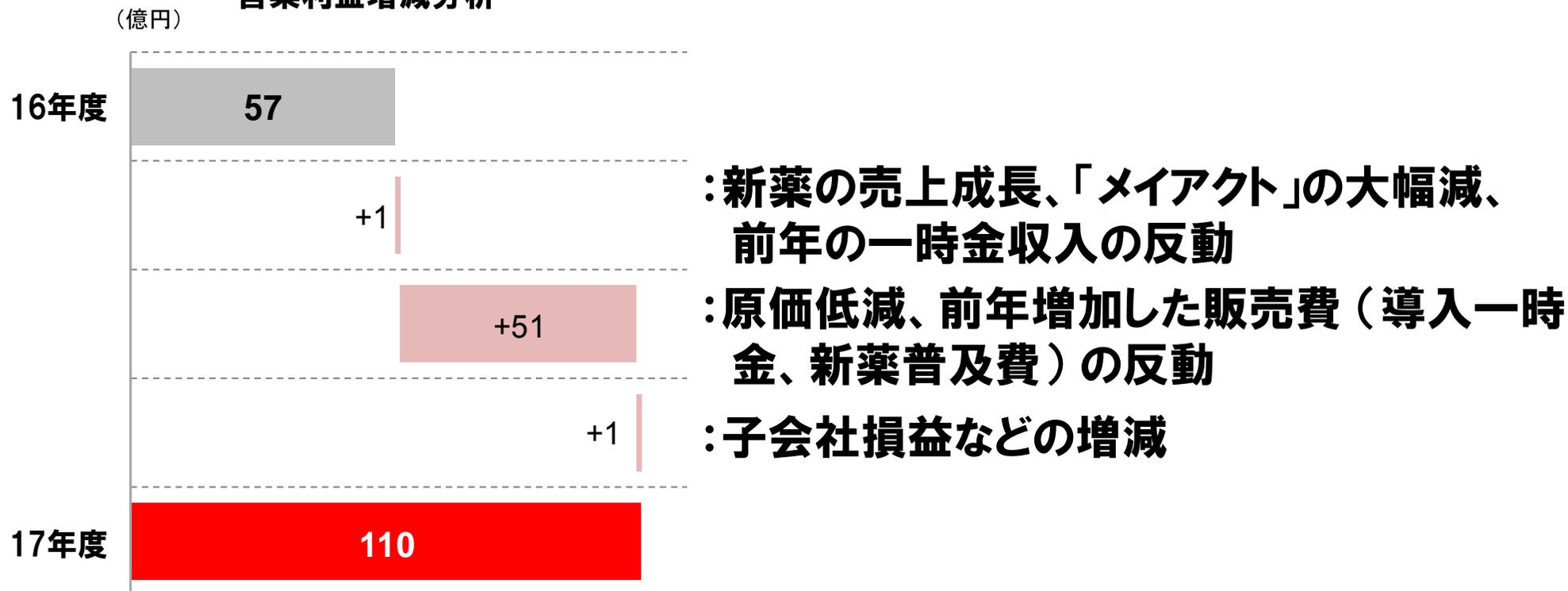
【薬品】固定販売費減+17、原価低減等+32、研究開発費減+2

(億円)	16年度 実績	17年度 計画	17年度 実績	前年同期比	
				前年同期比	計画比
売上高	10,821	10,902	10,736	△0.8% △84	△1.5% △166
営業利益	829	861	841	+1.5% +12	△2.2% △19



(億円)	16年度 実績	17年度 計画	17年度 実績		
				前年同期比	計画比
売上高	1,616	1,732	1,684	+4.2% +68	△2.7% △48
営業利益	57	110	110	+90.7% +52	+0.2% +0

営業利益増減分析



2017年度 連結財政状態

(億円)	18年3月末 実績	前期末比	主な内容
流動資産	3,926	+4.0% +149	<ul style="list-style-type: none"> 受取手形・売掛金の増加 (+119) 原材料及び貯蔵品の増加 (+45): 輸入原料の在庫積み増し
固定資産	5,348	+5.7% +286	<ul style="list-style-type: none"> 建物及び構築物(純額)の増加 (+172): 生産能力増強、新研究所など 投資有価証券の増加 (+130): 時価評価増など
資産合計	9,275	+4.9% +436	—
流動負債	2,944	△6.3% △197	<ul style="list-style-type: none"> 1年内償還予定の社債 (△300) 支払手形・買掛金の増加 (+93)
固定負債	1,379	+22.6% +254	<ul style="list-style-type: none"> 社債の新規発行 (+200)
負債合計	4,323	+1.3% +56	—
株主資本	4,655	+6.8% +295	<ul style="list-style-type: none"> 利益剰余金の増加 (+434) 自己株式の増加 (△139)
その他の包括利益 累計額	217	+68.5% +88	<ul style="list-style-type: none"> その他有価証券評価差額金 (+80)
非支配株主持分	78	△5.1% △4	—
純資産合計	4,951	+8.3% +379	—
有利子負債	1,191	△8.0% △103	<ul style="list-style-type: none"> 社債の償還 (△300) 新規社債の発行 (+200)
自己資本比率	52.5%	+1.7pt	—

2017年度 連結キャッシュフロー、株主還元

(億円)	17年度 実績	前年同期比	主な内容
営業キャッシュフロー	1,087	+268	<ul style="list-style-type: none"> ・法人税等支払額の減少(+106) ・たな卸資産減による支出減(+73) ・仕入債務増による収入増(+39)
投資キャッシュフロー	△643	△201	<ul style="list-style-type: none"> ・有形固定資産の取得による支出増(△211) コア商品の生産能力増強、新研究所・物流倉庫建設など
フリーキャッシュフロー	443	+67	—
1株あたり配当金	130円	+20円	(2Q) 57.5円 (期末) 72.5円
配当性向	30.8%	+4.2pt	—
ROE	13.1%	△1.1pt	・自社株買いの実施(17年4-7月): 139億円(149万株)

(億円)		上期		下期		通期	
			前年同期比		前年同期比		前年同期比
連結	売上高	6,134	+0.3% +19	6,465	+2.7% +171	12,600	+1.5% +191
	営業利益	432	Δ4.3% Δ19	563	+13.6% +67	995	+5.1% +48
	経常利益	439	Δ4.8% Δ21	555	+11.5% +57	995	+3.8% +36
	親会社株主に帰属する 当期純利益	310	Δ1.4% Δ4	320	+7.2% +21	630	+2.8% +17
食品	売上高	5,363	+0.4% +20	5,536	+2.7% +143	10,900	+1.5% +163
	営業利益	409	+0.0% +0	490	+13.4% +58	900	+6.9% +58
薬品	売上高	779	+0.2% +1	937	+3.4% +30	1,716	+1.9% +32
	営業利益	26	Δ40.1% Δ17	73	+10.9% +7	100	Δ9.3% Δ10

2018年度 食品セグメント内 事業別計画



(億円)		上期		下期		通期	
			前年同期比		前年同期比		前年同期比
発酵 デ イ リ ー	売上高	1,706	+0.1% +0	1,706	+1.6% +27	3,413	+0.8% +28
	営業利益	244	△0.9% △2	267	△2.6% △7	511	△1.8% △9
加 工 食 品	売上高	895	+0.7% +6	854	+0.2% +1	1,749	+0.5% +7
	営業利益	35	△11.7% △4	33	△0.9% △0	69	△6.8% △5
菓 子	売上高	540	△9.0% △53	789	+3.6% +27	1,330	△1.9% △25
	営業利益	73	+0.6% +0	157	+26.6% +33	230	+17.0% +33
栄 養	売上高	461	+6.0% +26	435	+7.3% +29	897	+6.6% +55
	営業利益	71	△1.0% △0	57	+11.1% +5	129	+4.1% +5

2018年度 食品セグメント内 事業別計画



(億円)		上期		下期		通期	
			前年同期比		前年同期比		前年同期比
海外	売上高	244	+19.1% +39	273	+19.2% +44	518	+19.2% +83
	営業利益	0	△84.9% △2	7	+109.2% +3	8	+14.8% +1
国内 その他 子会社	売上高	1,514	+0.1% +1	1,477	+0.9% +12	2,991	+0.5% +13
	営業利益	25	△3.8% △1	22	+31.3% +5	47	+9.9% +4
全社 共通費	売上高	—	—	—	—	—	—
	営業利益	△40	—	△54	—	△95	—

2018年度 連結営業利益 増減分析

(億円)	連結	食品	薬品	他
17年度実績	946	841	110	△5
売上増減	+179	+112	+67	—
薬価改定の影響	△126	—	△126	—
原価の変動	+27 ^(*1)	△31	+58	—
経費等の増減	△34 ^(*2)	△28	△6	—
その他(子会社損益含む)	+3	+6	△3	0
18年度計画	995	900	100	△5

*1: 主な内訳 … 【食品】原材料調達コスト増△37、その他+6

*2: 主な内訳 … 【食品】拡売費・宣伝費△23、物流費△10、その他+5

【薬品】固定販売費減+6、その他△12

2018年度通期 キャッシュフロー、株主還元

(億円)	18年度 計画	前年同期比	主な内容
営業キャッシュフロー	969	△118	・主にたな卸資産の増、税金等の支払増による
投資キャッシュフロー	△1,042	△399	・設備投資額の増加 など 【設備投資額】 食品 831億円（前年同期比 +192） 薬品 67億円（前年同期比 △11）
フリーキャッシュフロー	△73	△516	
1株あたり配当金	130円	±0	(2Q) 65円 (期末) 65円
配当性向	30.0%	△0.8pt	—
ROE	12.4%	△0.7pt	—

2020年度 セグメント内 事業別計画

【食品セグメント】

(億円)

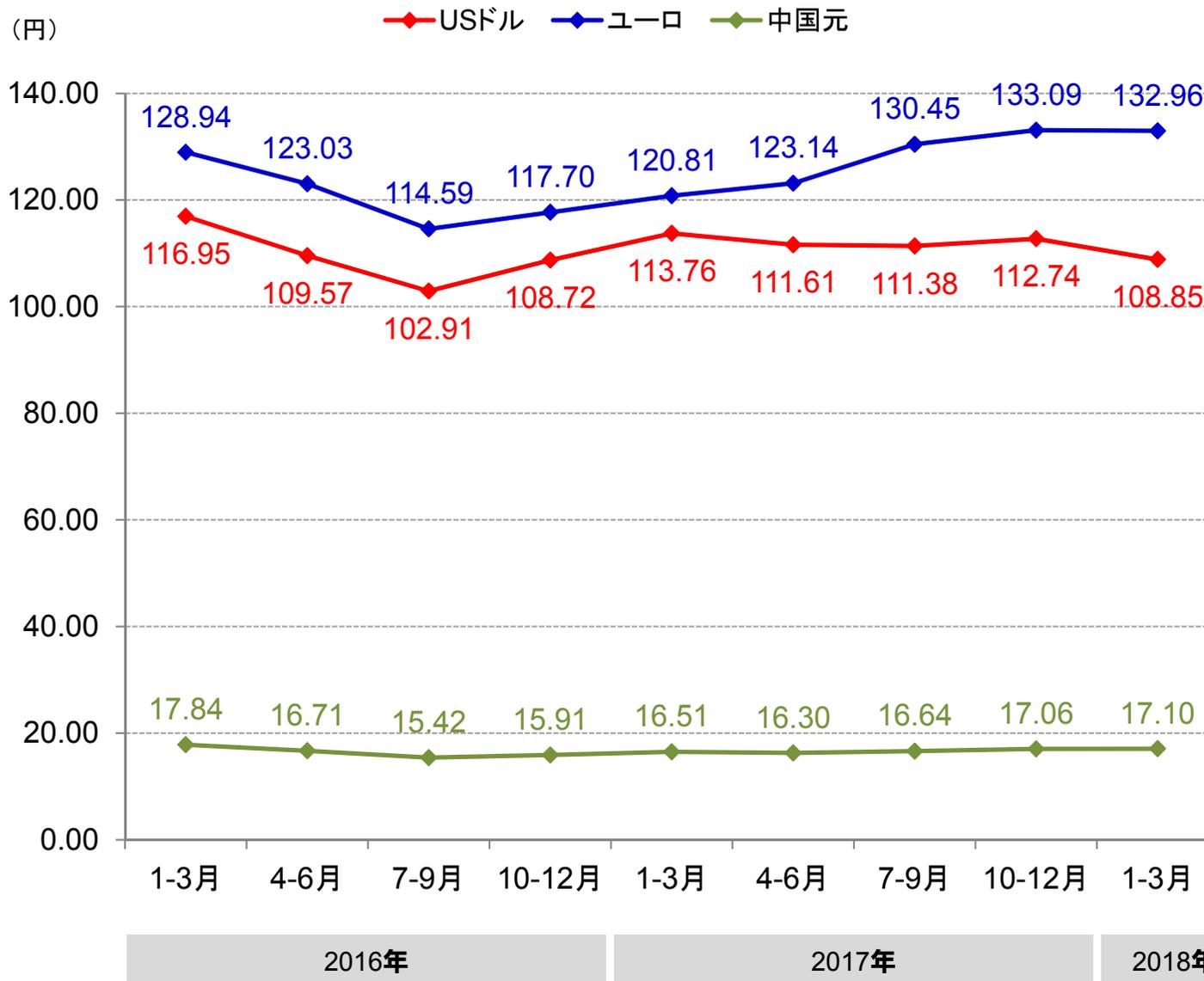
		20年度	17年度比
発酵 デ イ リ ー	売上高	3,512	+3.8% +127
	営業利益	612	+17.7% +92
加工食品	売上高	1,921	+10.3% +180
	営業利益	106	+43.4% +32
菓子	売上高	1,480	+9.2% +124
	営業利益	241	+22.7% +44
栄養	売上高	1,174	+39.6% +333
	営業利益	202	+62.6% +77
海外	売上高	900	+107.0% +465
	営業利益	30	+325.1% +22

		20年度	17年度比
その他 国内 子 会 社	売上高	2,610	△12.3% △367
	営業利益	59	+38.8% +16
全社 共 通 費	売上高	—	—
	営業利益	△152	— △27

【医薬品セグメント】

国内	売上高	1,380	+7.0% +90
	営業利益	85	+28.3% +18
海外	売上高	520	+31.7% +125
	営業利益	65	+47.7% +21

主要通貨と当社平均レートの推移



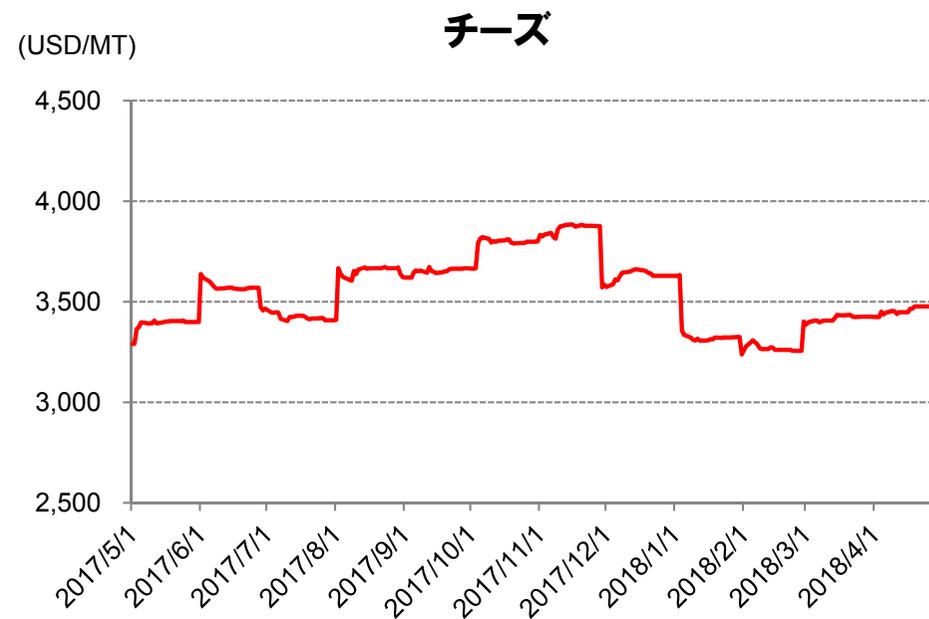
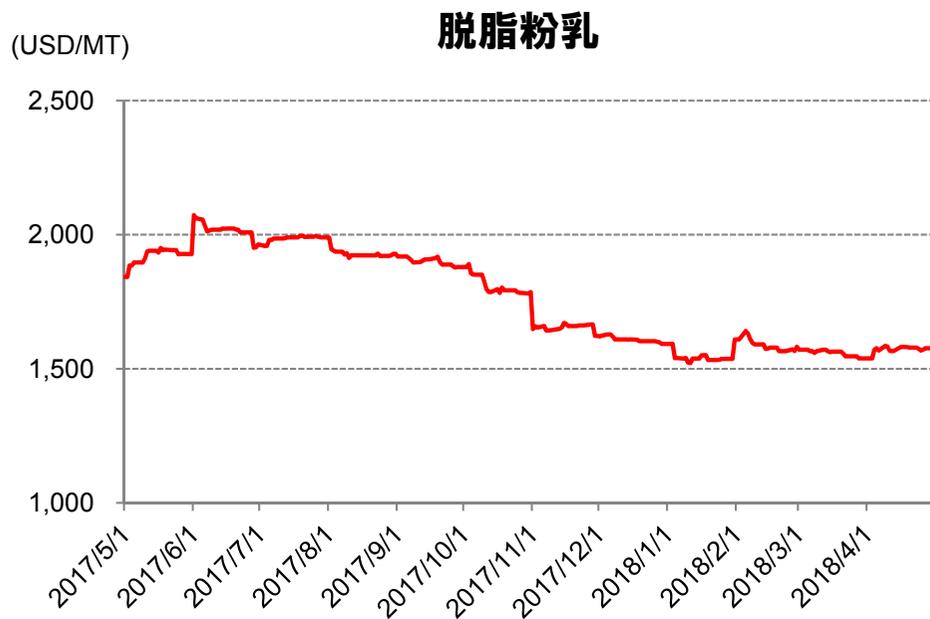
18年度計画の為替前提

USD	食品	115円
	薬品	110円
ユーロ	食品	135円
	薬品	130円
中国元	食品	18円
	薬品	16円

2020中計の為替前提

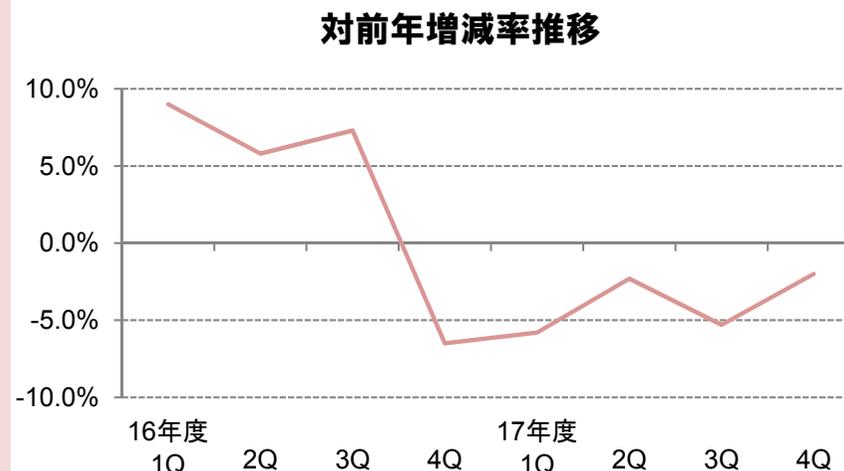
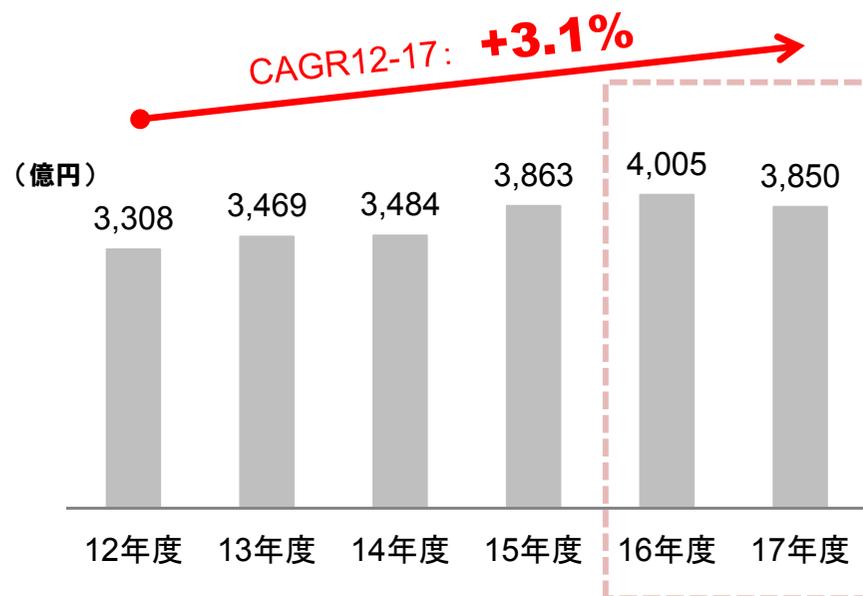
USD	食品	115円
	薬品	110円
ユーロ	食品	125円
	薬品	120円
中国元	食品・薬品	16円

参考資料：トピックス

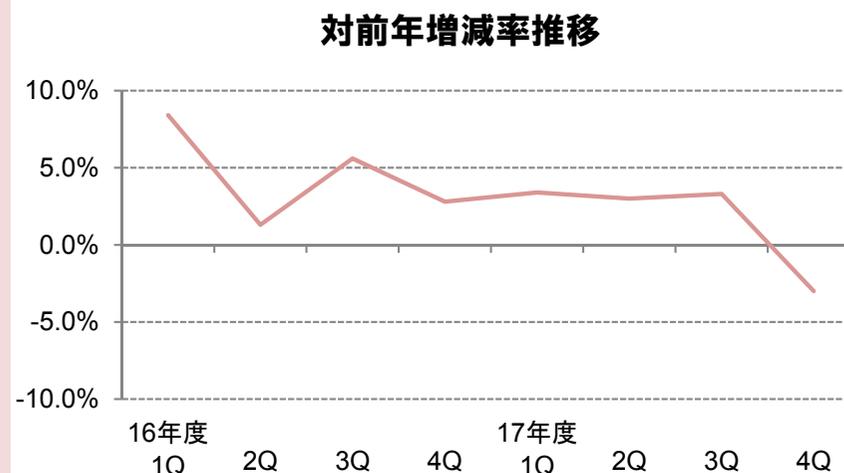
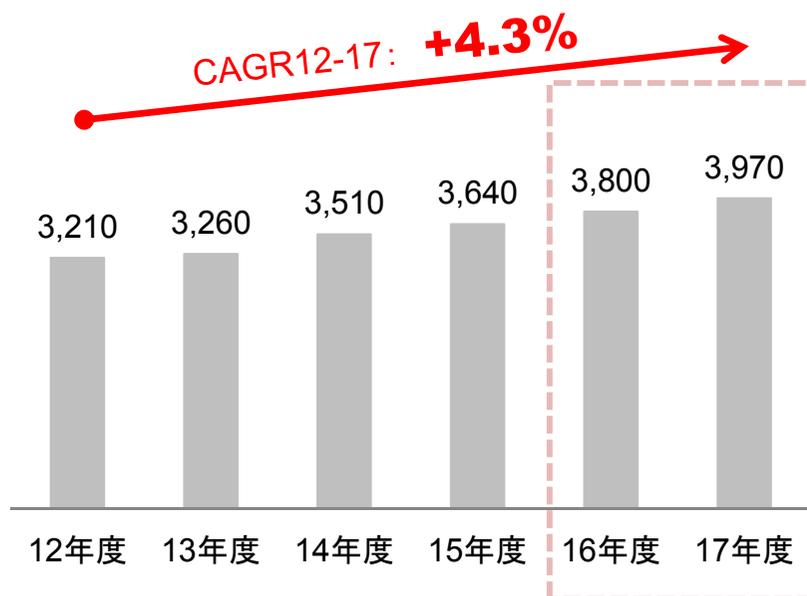


ヨーグルト・チョコレート市場の動向

ヨーグルト



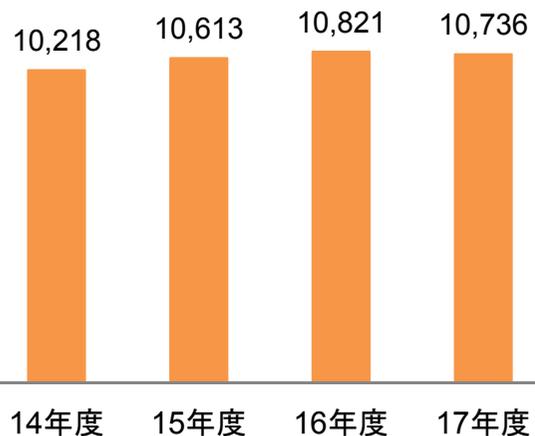
チョコレート



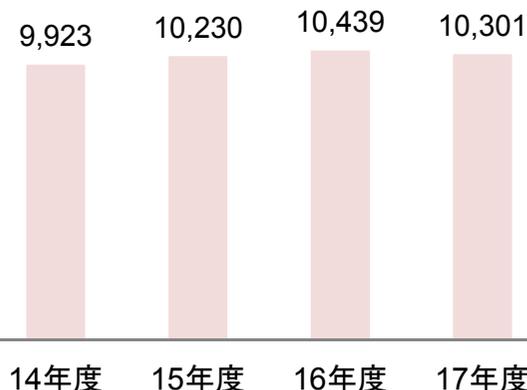
地域別売上高の推移

(億円)

<食品セグメント売上高>

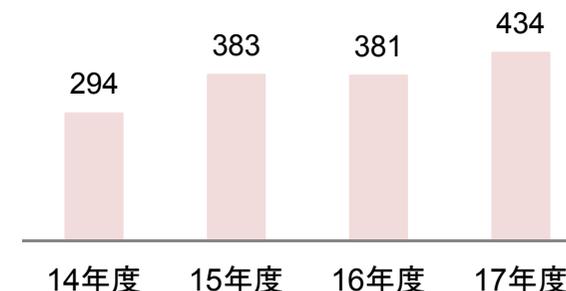


<国内>

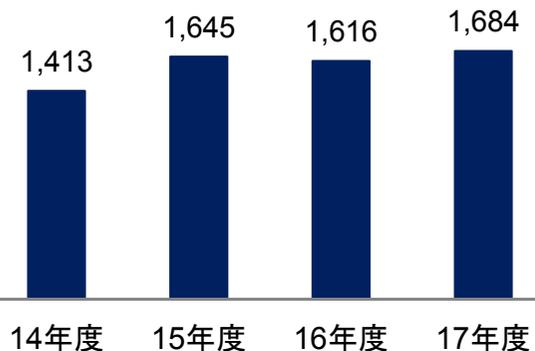


<海外>

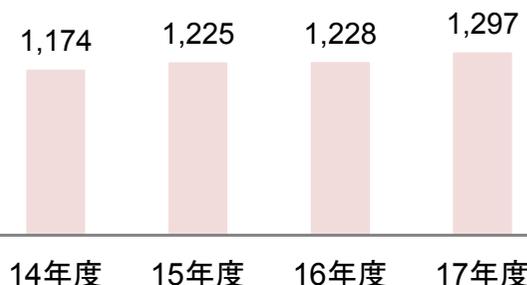
17年度海外比率: **4%**



<医薬品セグメント売上高>

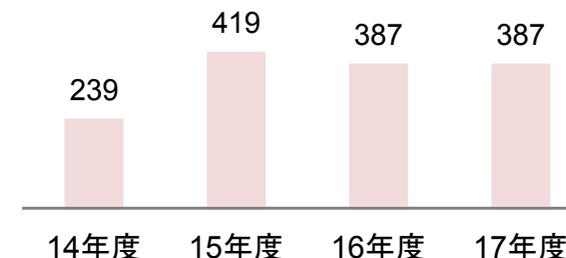


<国内>

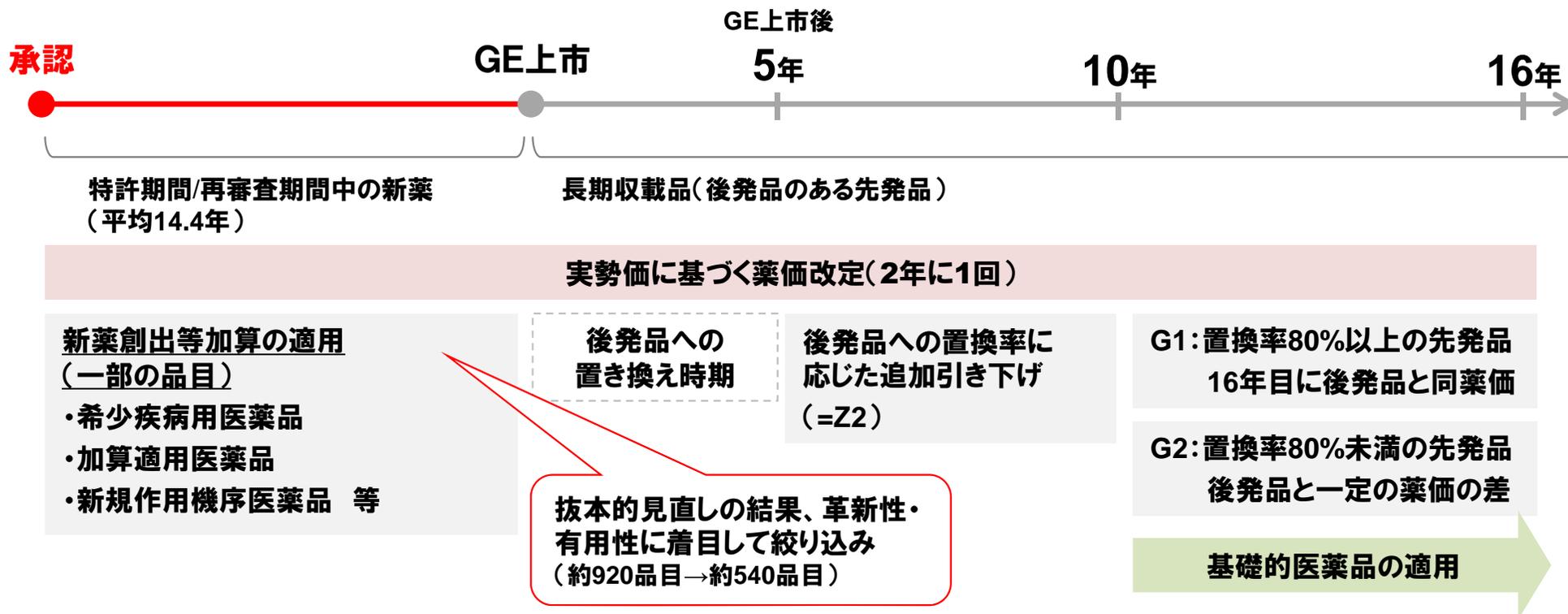


<海外>

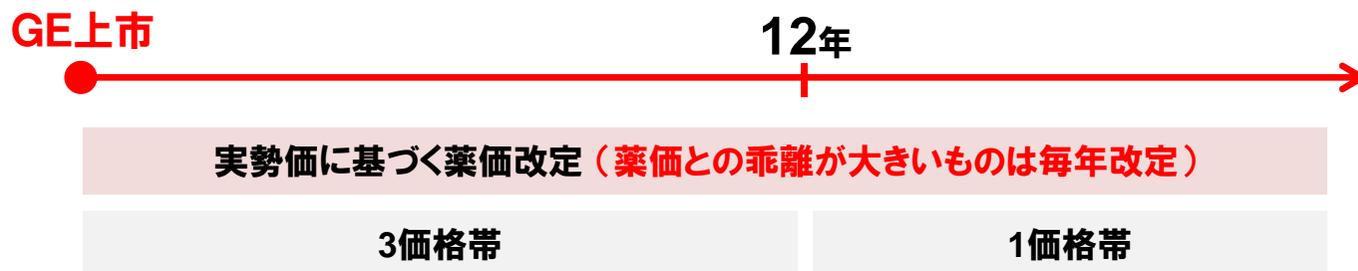
17年度海外比率: **23%**



新薬



後発品



- **世界のワクチン市場***

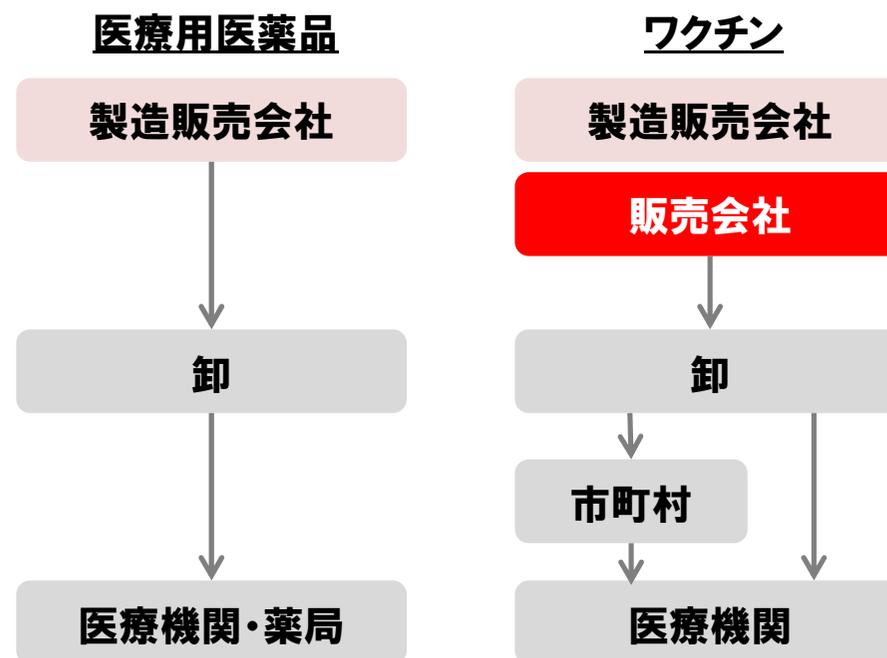
2016年 275億ドル → 2022年 352億ドル(予測)

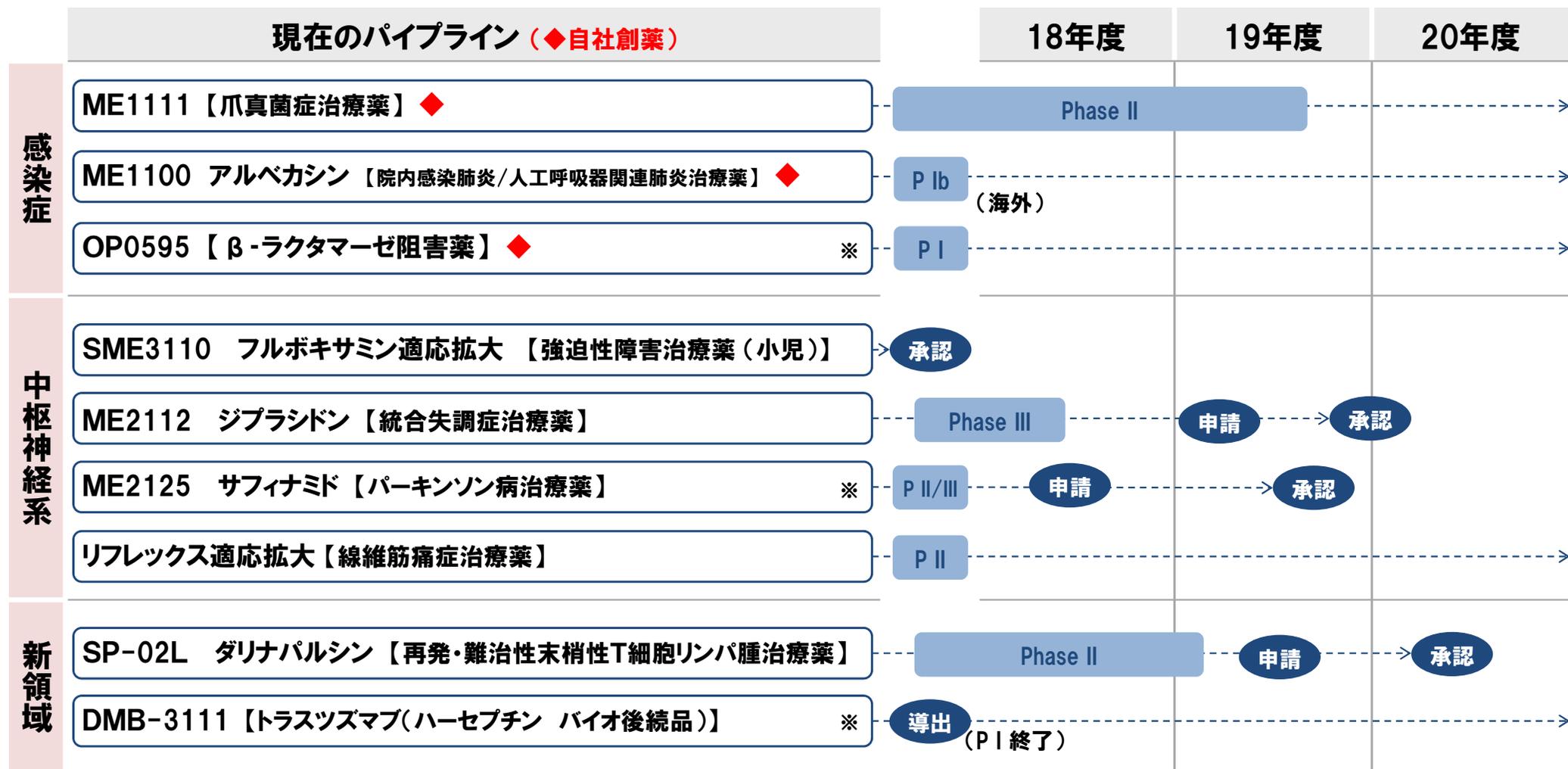
- 予防医療の重要性の高まりとともに、先進国・新興国ともに市場拡大が期待される
- 大手4社で世界のワクチン市場の約8割を占有
→ 開発および製造販売の難易度が高く、参入企業が少ない

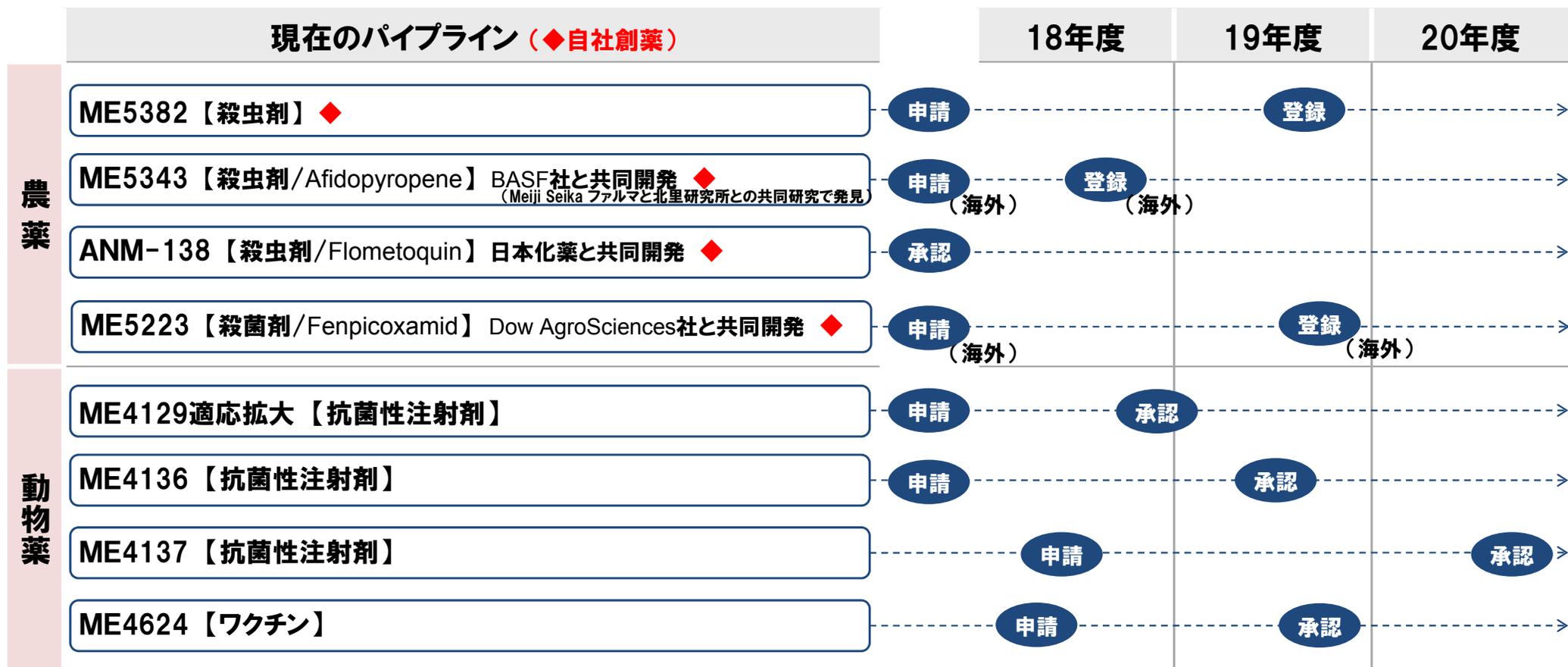
- **日本のワクチン市場****

- 世界市場の約8%を占める
- 国内大手4社による寡占
- 基本的には薬価は収載されない
→ 薬価改定の対象外

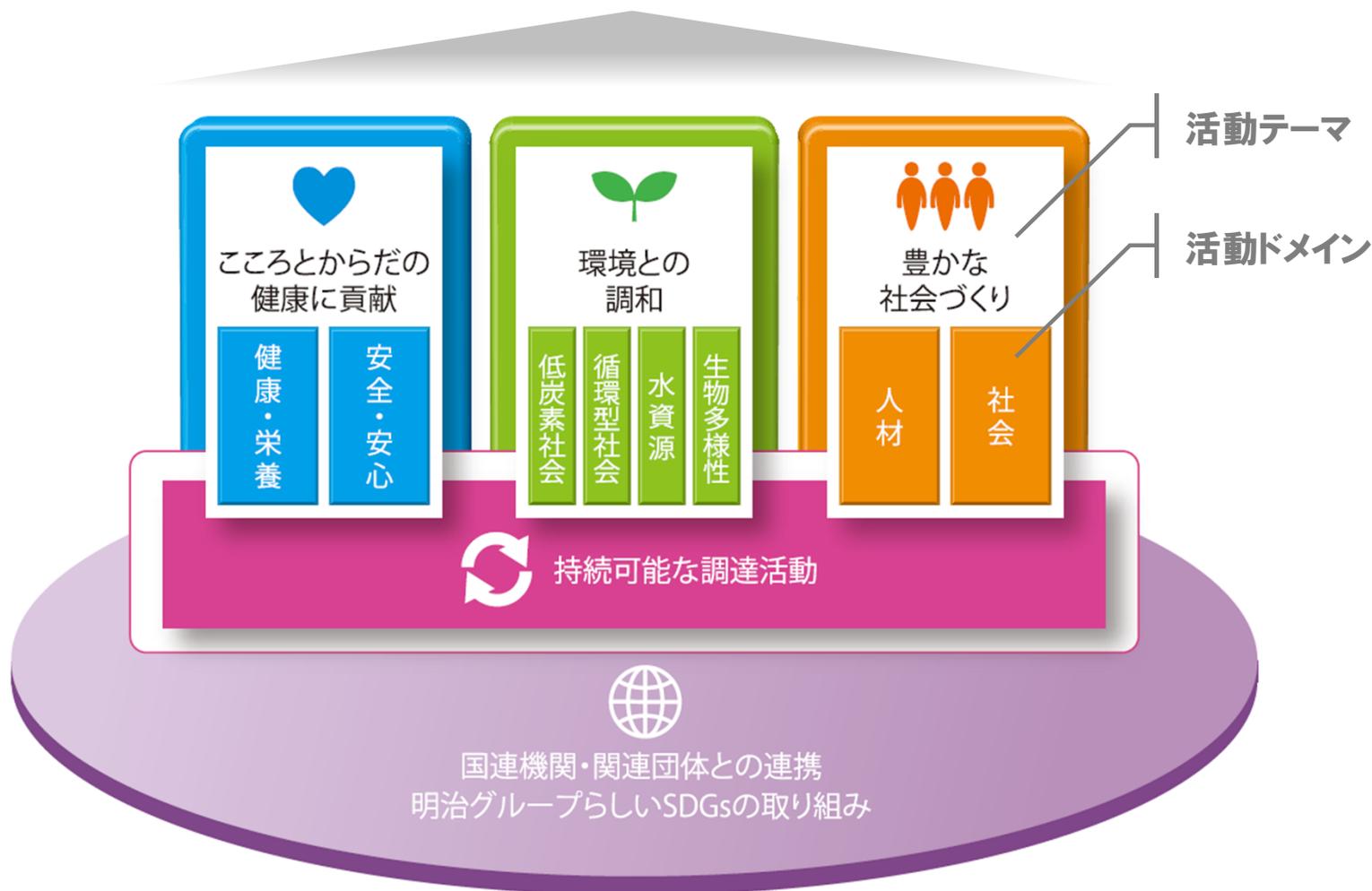
【医療用医薬品とワクチンの流通構造】







明治グループは、食と健康のプロフェッショナルとして
 事業を通じた社会課題の解決に貢献し、
 人々が健康で安心して暮らせる「持続可能な社会の実現」を目指します



ドメイン	社会課題	取り組み・KPI
1 健康・栄養	・健康な食生活への貢献 ・超高齢社会への対応	(1) 健康な食生活や超高齢社会に貢献する商品の創出 (2) 食育を延べ50万人に実施(18～20年)
2 安全・安心	製品における安全・安心の確保	GFSI承認規格の取得を20年度までに国内の食品全工場に拡大
3 低炭素社会	CO ₂ 排出量の削減	【国内】総排出量を30年度までに13年度比15%以上の削減
4 水資源	水資源の確保	【国内】原単位ベースで30年度までに15年度比20%以上の削減
5 人材	多様性の尊重と人材育成	(1) 26年度 女性管理職比率 10%以上 女性リーダー数* 330人以上 (2) 障がい者法定雇用率以上
6 社会	人権の尊重	人権研修対象者 100%受講
7 持続可能な調達	人権・環境に配慮した原材料調達	(1) トレーサブルカカオ豆の拡大 (2) 23年度までにRSPO認証パーム油への100%代替 (3) 20年度までに環境に配慮した紙原材料の100%使用



meiji

