

経営の基本方針

当社グループは、「夢と楽しさ、いのちの輝きを大切にし、世界の人々の心豊かなくらしに貢献します」を企業理念に掲げ、

CONTENTS

株主の皆様へ	1
トップインタビュー	2
営業の概況（連結）	6
中間連結貸借対照表	10
中間連結損益計算書 / 中間連結キャッシュ・フロー計算書	11
中間貸借対照表（単独）	12
中間損益計算書（単独）	13
業績の推移 / 連結対象子会社	14
Meiji News	15
新製品紹介	16
トピックス	18
役員 / 従業員 / 主要な事業所	20
株式の状況	21

中期的な経営戦略





Q

明治製菓には三つのカンパニーがありますが、まずは食料カンパニーについてお聞きします。食品業界ではデフレの影響や個人消費の落ち込み等マイナス要因が多いと思われそうですが、こうした状況を打開するために食料カンパニーではどのような戦略をお考えですか。

A

デフレや消費の低迷は菓子・食品業界にとってはマイナス要因ですが、そのなかにあっても消費者のニーズを捉えた商品や新しい価値を備えた商品は売上を伸ばしています。そうした魅力ある商品を生み出し育てていくことが私たちの使命であり、厳しい環境のなかでも業績を拡大していくことは十分可能であると考えています。

菓子分野では「チョコレートは明治」としておなじみのおり、中核商品であるチョコレートではどこにも負けない「おいしさ」に磨きをかけるとともに、お客様に「わくわく」していただけるような商品づくりに力を注ぎます。具体的には、チョコレートそのものの品質向上、主力商品「フラン」の年間商品としての定着・拡大、ナッツ商品群などの拡充を図っていきます。さらに、キャンデーおよびガムでは、機能性を重視した商品群の開発を主体として売上の拡大を図っていきます。

食品分野では、健康効果が注目を集めて市場が拡

大しているココアで、「健康&本格」をキーワードに商品の投入・育成を図っていきます。

一方、価格が多少高くても専門店の本格的なおいしさを手軽に楽しみたいという高級志向に対応して、「ワンランク上」の分野の事業も具体化していく考えです。

外資企業の攻勢や国内企業の再編、さらには医療制度の抜本改革等、医薬品業界を取り巻く環境が激変する中で、薬品カンパニーとして今後どのような施策を講じていくお考えですか。

A

製薬企業を取り巻く経営環境は、医療費抑制策の進展や研究開発費の増嵩など、たいへん厳しいものがあります。

このような環境のなかで、当社薬品事業のコア領域である感染症と中枢神経系領域に経営資源を集中して売上と利益の拡大、新薬開発のスピードアップを図りたいと考えています。そのためには、今後進展していく病院病床の機能分化と疾病構造の変化のなかでの市場ニーズを的確に捉えながら、当社の資源を最大限有効に活用することが重要と考えており、一層の「選択と集中」と、資源の活性化、特に人的資源のパワーアップを図っていきます。

また、国内の抗菌剤市場は今後大きな成長が望め

ないことから、海外、特に今後成長が期待できる中国、東南アジアに展開し、当社のプレゼンスの向上と、感染症領域での一層の貢献を行っていきたいと考えています。

ヘルスケアカンパニ - は食薬兼営の強みを生かし、着実に事業基盤を強化しつつあります。今後の事業強化のための課題を三点に絞ってご説明します。

第一は、「イソジン」、「ザバス」、「カラダナビ」の三大ブランドの育成・強化です。

ロングセラーの「イソジン」は、うがいや手洗いの殺菌消毒剤としてカビ、細菌、ウイルスなど広範な微生物への有効性をアピールし、多くの皆様にご愛用いただけるよう努めていきます。

「ザバス」は、本格スポーツフーズとしてオリン

最初にもお話ししたように、「強くて、おもしろい会社」の実現を目指します。

まずは収益力の回復が最優先課題であり、そのためにこれまでトータルコストダウンをはじめとした構造改革を実施し成果をあげてきましたが

略歴：昭和39年入社。平成3年北関東統括支店長、平成7年取締役、平成11年常務取締役、平成13年取締役専務執行役員および食料カンパニープレジデントを経て、平成15年6月より現職。

営業の概況（連結）

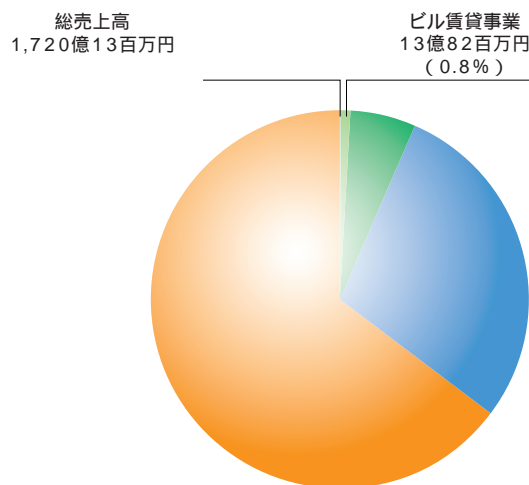
当上半期におけるわが国経済は、民間の設備投資や輸出を中心に景気に緩やかな持ち直しの動きが見られましたものの、引き続きデフレ基調のなか、依然個人消費に力強い改善の兆しは見られず、厳しい環境下に推移しました。

一方、海外におきましては、米国経済の回復基調を背景に、景気の先行きにやや明るさが広がっているものの、アジア経済は横ばい状態が続いており、世界経済全体の環境も弱含みの状況下に推移しました。

このような状況下、当社グループは、「既存事業による利益創出」「変化に対応できる社内体制強化」「新分野の開拓による成長実現」の3項目を経営方針に掲げ、各事業分野にわたり強靱な企業体質の確立と収益力の向上に努めました結果、当上半期における連結売上高は1,720億13百万円（前年同期比4.8%増）となりましたが、生産拠点の再編成や早期転身支援制度の運用拡大等の構造改善により特別損失が発生したため、連結中間純損失は10億13百万円（前年同期連結中間純利益2億7百万円）となりました。

当社グループのセグメント別売上高の状況は下のグラフのとおりであります。

なお、当上半期の連結対象子会社は、14ページに記載しております。



食料事業におきましては、個人消費の低迷、低価格化の定着、輸入原材料の高騰など厳しい事業環境で推移しました。

このような状況下、当社グループは、主力品のブランド別トータルマーケティングの展開と差別性のある新商品開発により、売上の回復と拡大に努めました結果、連結売上高は1,112億57百万円（前年同期比4.3%増）となりました。

菓子について品種別にみますと、チョコレートは、重点商品を中心に積極的な販促活動を展開し、総じて堅調に推移しました。主力の「ミルクチョコレート」はチョコレートの健康訴求による需要喚起を図り、「きのこの山」、「たけのこの里」も積極的な販促キャンペーンの展開によるブランド活性策が奏効し、それぞれ好調に推移しました。「アーモンドチョコレート」は、引き続き人気サッカー選手デイビッド・ベッカムをキャンペーンに起用し、順調に推移しました。また、「フラン」は新商品「ノワール」が夏場の売上に寄与しましたが、秋商戦での苦戦から減売を余儀なくされました。

スナックは、主力の「カール」が他社品との競争激化で減売となりました。

ビスケットは、「マクビティ」ブランドが堅調に推移したほか、「コパン」はリニューアルを図り大幅な増売となりました。

キャンデーは、主力の「チェルシー」が販促キャンペーンの継続で堅調に推

移し、また、グミも期間限定品の発売などにより増売となりました。

ガムは、主力の「キシリッシュ」シリーズにリニュー

ヘルスケア事業を取り巻く環境は、健康食品分野では、消費者のセルフメディケーションに対する意識や美容・ダイエットへの関心の高まりから市場は拡大している反面、参入企業も多く、開発・販売競争が激化する事業環境となりました。

また、薬局・薬店向け医薬品の分野では、消費の低迷と価格の下落傾向のなか、シェア競争が激化する厳しい状況下に推移しました。

このような状況下、当社グループは新商品の開発と主力品のブランド力向上のためのマーケティング活動を展開し、連結売上高は97億3百万円（前年同期比16.9%増）となりました。

科 目	当中間期	前 期
	(平成15年9月30日現在)	(平成15年3月31日現在)
資産の部	320,632	317,798
流動資産	145,319	147,364
現金および預金	9,410	15,632
受取手形および売掛金	65,687	72,004
有 価 証 券		40
棚 卸 資 産	54,318	47,974
繰 延 税 金 資 産	4,411	4,331
その他の流動資産	11,580	7,451
貸 倒 引 当 金	88	69
固定資産	175,313	170,433
有形固定資産	139,634	138,869
建物および構築物	71,701	73,457
機械装置および運搬具	35,358	36,088
工具器具備品	2,790	3,035
土 地	25,333	25,322
建設仮勘定	4,449	966
無形固定資産	3,548	3,600
連結調整勘定	2,189	2,238
その他の無形固定資産	1,359	1,362
投資その他の資産	32,130	27,963
投資有価証券	29,133	24,779

科 目		
売上高	172,013	164,107
売上原価		

科 目	当中間期	前 期
	(平成15年9月30日現在)	(平成15年3月31日現在)
資産の部	285,907	285,135
流動資産	120,008	123,868
現金および預金	5,195	11,227
受取手形および売掛金	52,660	60,106
製品・半製品	27,245	23,182
原 材 料	7,500	6,409
仕 掛 品	11,680	11,042
繰延税金資産	3,509	3,424
その他流動資産	12,256	8,500
貸倒引当金	39	26
固定資産	165,898	161,267
有形固定資産	122,137	121,719
建物および構築物	66,213	67,971
機械装置	27,356	28,147
車両運搬具	71	82
工具器具備品	2,376	2,611
土地	22,182	22,203
建設仮勘定	3,937	702

科 目	当 中 間 期	前 中 間 期
	(平成15年4月1日から 平成15年9月30日まで)	(平成14年4月1日から 平成14年9月30日まで)
(経常損益の部)		
営業損益の部		
営業収益	124,288	117,312
売上高	124,288	117,312
営業費用	123,647	118,360
売上原価	60,888	57,817
返品調整引当金戻入額	10	10
販売費および一般管理費	62,769	60,552
営業利益	640	
営業損失		1,047
営業外損益の部		
営業外収益	2,249	2,414
受取利息・配当金	960	981
雑収入	1,289	1,433
営業外費用	973	1,124
支払利息	529	610
雑損	444	513
経常利益	1,916	243
(特別損益の部)		
特別利益	922	3,431
投資有価証券売却益	533	2,001
固定資産売却益	357	1,424
その他の特別利益	32	5
特別損失	4,142	1,957
事業構造改善費用	3,788	1,348

24定資産廃棄踏B植
じ ~ 隕觸コ á 殖 謗kcalぎぎぎ鍋子

11 < 菟兀(曰)狷(曰)阨 裁 郟 兎 艮 子
牝区罪吟膈 齋埤鏗ゆ 畢栖蛋 告酷肢(曰)鸚四玳 官

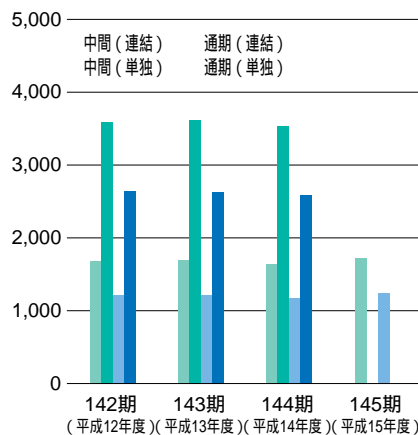
F且
孚2 垂纘冬訖女戚封業寮

業績の推移

連結対象子会社

売上高

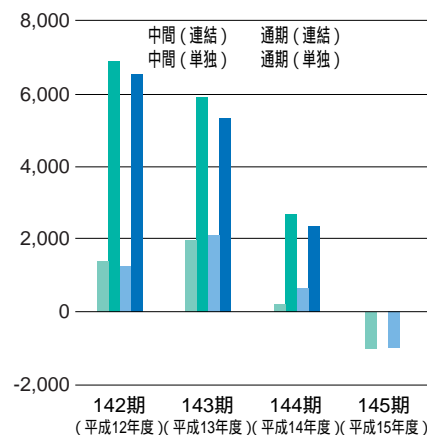
(単位：億円)



中間(連結)	1,686	1,690	1,641	1,720
通期(連結)	3,588	3,618	3,534	
中間(単独)	1,211	1,217	1,173	1,242
通期(単独)	2,642	2,630	2,582	

当期(純)利益

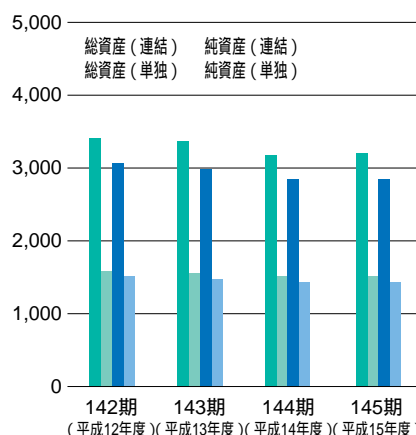
(単位：百万円)



中間(連結)	1,375	1,971	207	1,013
通期(連結)	6,880	5,887	2,670	
中間(単独)	1,248	2,097	657	1,006
通期(単独)	6,528	5,301	2,352	

総資産・純資産

(単位：億円)

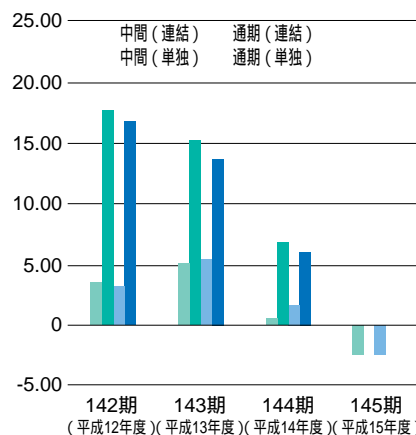


総資産(連結)	3,413	3,369	3,177	3,206
総資産(単独)	3,066	2,991	2,851	2,859
純資産(連結)	1,584	1,559	1,522	1,528
純資産(単独)	1,513	1,474	1,435	1,439

(注) 145期(平成15年度)は9月30日現在。

1株当たりの当期(純)利益

(単位：円)



中間(連結)	3.53	5.09	0.54	2.63
通期(連結)	17.68	15.20	6.83	
中間(単独)	3.20	5.41	1.70	2.61
通期(単独)	16.77	13.69	6.03	

株式会社明商
道南食品株式会社
蔵王食品株式会社
株式会社口ノド
明治産業株式会社
明治チューインガム株式会社
株式会社アステ力
岡山県食品株式会社
四国明治株式会社
太洋食品株式会社
ノリ、2、イキ杭 株式会社



菓子・食品

フランノワール（期間限定品）

ほど良くビターなホイップチョコの上に、ビターチョコを重ねた初めての二重構造のフラン。ふんわりとした口どけと、ビターチョコのキレとコクが楽しめます。



フランジャンドゥーヤ（期間限定品）

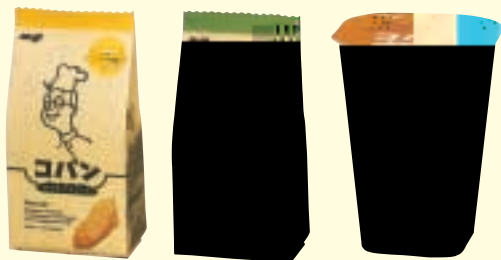
ヨーロッパの伝統的なショコラであるジャンドゥーヤをフランオリジナルで仕上げました。ヘーゼルナッツとアーモンドペーストの薫り高くコクのあるおいしさが楽しめます。

クッキーinアボロ（一部地区発売・期間限定品）

つぶつぶいちごをたっぷり入れた甘酸っぱいチョコに、サクッとしたクッキー入りの洋菓子風のチョコレート。一粒ずつ可愛いいちご柄のアルミ箔で包みました。

コパン（一部地区発売）

ノンフライ製法で、油分がポテトチップスの約半分。パン風味のシンプルな味わいの新しいタイプのスナックです。袋タイプはバタートーストとガーリックトーストの二品、カップタイプはハム&チーズとチキン&マヨネーズの二品です。



キシリッシュガムアクアグリーン

キシリッシュは「キシリトール+ハイドロキシアパタイト配合」の機能性ガム。アクアグリーンはさわやかな地中海の水辺の色をイメージしたみずみずしい味わいのグリーンミント系ガムです。



テオプロ カップ

厳選カカオを使用したポリフェノールたっぷり（当社比2倍）のビターテイスト、「ミルク・甘さ」が調整できる自分流ココア。一杯分がわかりやすく、使いきりに便利なスティックタイプの5本入り。

テオプロ ボトル

当社独自の顆粒化技術を活かした、振出式の新タイプのボトルです。片手でも手軽に使える便利さと、卓上でもお洒落なデザインです。180gで約12杯分。

野菜、ダイエット、油っこくない味をテーマにした新ブランドの提案です。カレーソースの75%を野菜と果実でつくったカロリー控えめのレトルトカレー。ベジリッチ、きのこリッチの2タイプ。

ヘルスケア製品

カラダナビ

栄養素のチカラを引き出すためには、その栄養素をうけとめるカラダの機能が正しく働いていることが大切です。

カラダナビは、栄養素の「取り込み」と「流れ」のメカニズムに日本で初めて着目したサプリメント。まず、生活習慣などの影響で実年齢以上に衰えがちな体内インフラ（栄養素の流れ）を整え、必要に応じて、カラダが求める栄養素をプラスします。これが、カラダナビの新・ヘルスケアシステムです。薬局・薬店でお求めになれます。

バイエルアスピリン100

ドイツ・バイエル社が開発した非ピリン系の解熱鎮痛薬で、1回5錠服用の小さい錠剤です。有効成分アスピリン（アセチルサリチル酸）が痛みや熱の原因物質の生成を抑えます。また、微小で均一なアスピリン結晶が使用されていますので、胃腸で早く溶け速やかに吸収され、痛みや熱によく効きます。薬局・薬店でお求めになれます。

ザバス ジュニアプロテインミックス

調査によるとジュニア世代の栄養素不足が深刻です。この世代は偏食もしやすいので日頃の食事だけでは十分な栄養素補給は困難といえます。ザバス ジュニアプロテインミックスは、そんなジュニア世代の不足栄養素のデータを基に商品を開発。プロテインはもちろん、ビタミン、ミネラルも配合した理想的なスポーツフーズです。



大人のココア「テオブロ」発売

ココアのメイン購買層は子供を持つ30～40代の主婦ですが、健康ブームにより40代以上の主婦の需要が伸びています。

またその年代は、おいしさと同時にココアの健康効果にも高い期待感を持っています。それら幅広いニーズに応えて発売したのが「テオブロ」です。

テオブロはポリフェノールがたっぷり含まれる厳選カカオを使用したビターテイスト。お好みで「ミルク・甘さ」が調整できる自分流のココアです。テレビCMには樋口可南子さんを起用し、テオブロのブランドイメージである「上質感」を訴求。50代に向けた試飲サンプリングを大々的に実施し、テオブロを実感していただきます。

今までの「甘い・子供」イメージのココアではなく、健康を気にする大人のための新たな嗜好飲料としてじっくり育成していきたいと考えています。

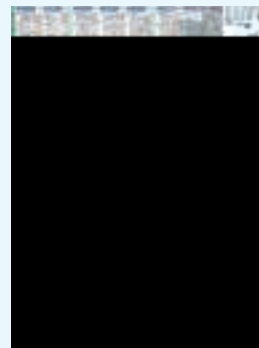


新聞広告「未来 Open！」掲載

「Open！」は、企業ブランドのメッセージとして昨秋からテレビCMをはじめ各媒体で展開しています。本年も当社と関係の深いキャラクターである「鉄腕アトム」の誕生日2003年4月7日に「未来 Open！」の新聞広告を掲載し、未来に向けてさまざまな素敵な出来事を次々と「開く」明治製菓をアピールしました。

「未来 Open！」お菓子未来宣言！：2003年4月7日 朝日新聞 朝刊
子供たちが夢と希望について発表した「アトム宣言」の特集ページに見開きで掲載した広告。21世紀の明治製菓のイメージを強く訴求しました。

「未来 Open！ *M&M's*」きょう生まれたすべてのアトムへ：2003年4月7日 朝日新聞 夕刊
新しい生命に対してメッセージを発信。未来ある子供たちへ明治製菓のポジティブな姿勢を訴求した内容です。



メリアクトの海外展開順調！

当社の国際戦略商品である経口セフェム系抗生物質『メリアクト』は、アメリカ、ヨーロッパ、アジアの各地域で、順次市場展開を図っております。

米国では、パデュー・ファーマシューティカル・プロダクツ社と販売契約を締結し、本年10月より販売を開始、世界最大の米国市場での展開に期待するところです。

アジアでは既に発売されている韓国、中国に加え、本年4月からはタイにて販売を開始しました。韓国では順調に販売を伸ばし、現在経口セフェム系抗生物質市場で第4位のポジションを確保しておりますが、さらに伸長を図りトップシェアを目指します。中国では昨年3月の南部地域での発売以来1年半が経過しましたが、現在販売地域を沿岸部の大都市に拡大して販促を強化しております。また、インドネシア、中東のサウジアラビアでは2004年内の発売を予定しております。

ヨーロッパでは、スペイン、トルコで2004年内の発売を予定しているほか、その他のEU諸国も相互承認制度を活用し、順次販売承認を取得する予定です。

今後とも本剤の展開により、世界中のより多くの人々の感染症治療に貢献してまいります。



健康なカラダづくりをシステムで発想した 「カラダナビ」新発売！

当社は、今後、大きく伸長すると見込まれる健康食品市場で大きな影響力を持つ、いわゆる団塊世代（アクティブシニア）を中心とした40～60歳台を主要顧客と捉えた新機軸のヘルスケアブランド「カラダナビ」13品18種類を本年9月に発売しました。

「カラダナビ」ブランドは、当社が薬品事業と食料事業で培った「確かな効果とおいしさ」に関するノウハウを背景に、カラダを本来あるべき健康な状態へナビゲートしていく、総合ヘルスケアブランドです。

「カラダナビ」は、必要な栄養素を、必要なところへ行きわたらせ、栄養素を効率よく利用できるカラダを取り戻すことをコンセプトに誕生しました。

そのメイン商品は「プレサプリ」です。この「プレサプリ」は、フラクトオリゴ糖と各種の抗酸化作用物質から構成され、腸内環境、血管環境の改善、すなわち、栄養を体内に運ぶためのインフラ（体内インフラ＝栄養素の流れ）を整え、栄養素が行きわたるカラダにします。この商品を核として、生活習慣や体調に応じて「日常プラン」「解決プラン」「食事プラン」の各シリーズ商品をラインアップしました。個々の商品はシニアのカラダを

考え、シュガーレスや、胃にやさしい素材や、体脂肪になりにくい油脂などを使いました。加えて当社ヘルス・バイオ研究所でこれらの商品を支える確かなデータを確認しています。

また「カラダナビ」は、顧客との双方向コミュニケーションを確立することも、健康づくりのシステムの重要な部分と考えています。インターネットによる栄養相談や健康指導など、個々のユーザーの希望や体質・体調にあったきめ細かいアドバイスも、「カラダナビ」ブランド展開の特長のひとつといえます。

「カラダナビ」に関するお問い合わせ先
明治製菓株式会社 健康サポートダイヤル
フリーダイヤル 0120-858660
受付時間：9:00～12:00 13:00～17:00（土・日・祝除く）

『カラダナビ』シリーズ

株主メモ

お問い合わせ先

〒104 - 8002

東京都中央区八丁堀四丁目 6 番 1 号

電話 (03) 3273 - 3353 (総務部)



ホームページ (<http://www.meiji>)