

## スナックのグローバルパワーハウス企業

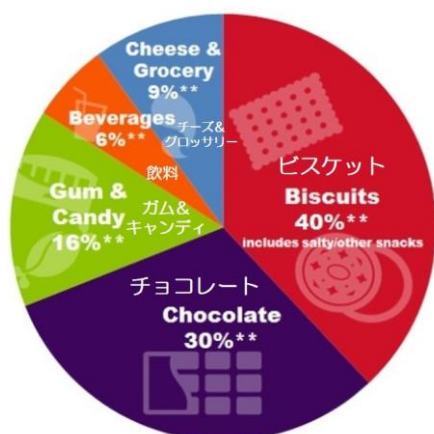
モンデリーズ・インターナショナル・インク (NASDAQ: MDLZ) は、グローバルに展開する大手お菓子会社のひとつであり、2015年の売上高は約300億米ドルを達成しています。世界165カ国の人々に“おいしい喜びのひとつを提供する”という夢をお届けするため、約10万人の従業員が製品を製造・販売しています。

モンデリーズ・インターナショナルは、世界有数のお菓子会社として、事業展開を図っている全てのカテゴリで高いシェアを獲得しています。チョコレート、ビスケット、キャンディのカテゴリでは世界トップ、ガムでは世界2位の地位を占めています（出典：ユーロモニター）。

約85%が急成長のカテゴリからの売上、約75%が北米以外の地域からの売上を占めています。

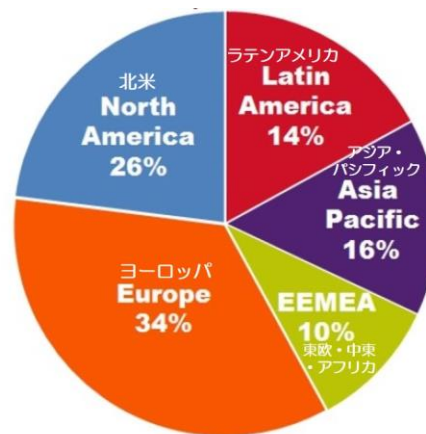
カテゴリ別売上高

2015年調整済みプロフォルマベース売上における割合\*



市場別売上高

2015年調整済みプロフォルマベース売上における割合\*



\*調整済みプロフォルマベース売上はベネズエラの事業を除く。詳細は、投資家向け情報 (<http://bit.ly/1KYhs2E>; 英文) をご覧ください。

\*\*四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。

## 競争力のある主な優位性

モンデリーズ・インターナショナルは、持続的な利益ある成長を実現するため下記の優位性を保持しています。

- スナックカテゴリの選択と集中
- 高いマーケットシェア
- 世界で愛されるブランド
- 全世界での事業展開
- 強力なRTM (Routes-to-Market)
- 世界トップクラスの人材

これらの優位性により、長期的に高い売上と利益ある成長を獲得できます。消費者のトレンドを捉え、営業および流通におけるケイパビリティを向上させることで、コアビジネスの成長を加速することに注力します。

## 世界で愛されるお菓子のブランドポートフォリオ

モンデリーズ・インターナショナルが保有するブランドの中で、次の7つのブランドが10億ドルを超える売上を持つブランドです：Cadbury（キャドバリー）、Cadbury Dairy Milk（キャドバリーデイリーミルク）、Milka（ミルカ・チョコレート）、LU（ルー・ビスケット）、Nabisco（ナビスコ）、Oreo（オレオ・ビスケット）、Trident（トライデント・ガム）  
また、44のブランドが年間売上1億ドル以上を達成しています。



Mondelēz International  
the power of big. and small.

## カテゴリーとパワーブランド

2015年調整済みプロフォルマベースの売上の約70%を占めているパワーブランドが売上を牽引し、伸び率は全体の2倍以上のペースです。



2015年調整済み  
プロフォルマベース  
売上における割合

\*調整済みプロフォルマベース売上はベネズエラの事業を除く。  
詳細は、投資家向け情報 (<http://bit.ly/1KYhs2E> : 英文) をご覧ください。

## 戦略

グローバルに展開するお菓子会社として、競争優位性を駆使し、「トップクラスの財務業績」および「働きがいのある会社」をゴールに、5つの戦略を実行しています。

社員の力を  
発揮させる

スナッキング  
を進化させる

売り方を  
大きく変革する

成長を促進するために  
効率化を推進する

地球の健康を  
守る

## 成長を加速するための継続的な投資

長期的な成長を実現するため、パワーブランド、革新的なプラットフォーム、技術、インフラなどに継続的に投資しています。また、2012年から製造拠点に対し15億ドル以上の投資を行っています。



\*チーズ&グロッセリーを除く

## The call for Well-Being戦略



モンデリーズ・インターナショナルのビジネスは、人々の健康や地域社会、地球環境と直結しています。グローバルの菓子大手として、人々がより健康的な生活を過ごせるよう、“The call for Well-Being”（Well-Beingを呼びかけよう）を展開しています。“The call for Well-Being”では、「健康に配慮したスナック」、「地域社会」、「サステナビリティ」、「安全性」の重要な4つの柱に注力し、様々な取り組みを行っています。

- **健康に配慮したスナック**：モンデリーズ・インターナショナルでは、2020年までに健康に配慮したスナックをポートフォリオ全体の50%にまで比率を引き上げる予定です。このゴールを達成するべく、ナトリウムおよび飽和脂肪酸を10%削減し、全粒粉スナックを25%増加、主カブランドの着色料や人工香料を使用しない方向で検討するなど、原材料および栄養成分の簡素化と改善を行います。また、健康に配慮したスナックの選択肢を増やすため、2020年までにベターチョイス（よりよい選択）製品からの売上を全体の25%にすることを目標にし、1製品当たりの内容量を制限する製品も25%増加、消費者のライフスタイルに合った製品を提供していきます。モンデリーズ・インターナショナルでは、今後新製品の70%を健康に配慮したスナックとして、開発を進めていく予定です。消費者の健康に配慮するため、2016年中に全世界でモンデリーズ全製品のパッケージ前面にカロリーを表示します。

- **サステナビリティ**：モンデリーズ・インターナショナルが美味しいお菓子を消費者に提供できるのは、原材料を育てる農家があつてこそです。モンデリーズ・インターナショナルでは、小農地所有者であるココア農家やコミュニティの改革を行い、持続性のあるココア供給の実現を目指しています。6つの主な原産地で約20万人の農家の人々を支える「ココア・ライフ」プログラムに投資しています。2015年末時点で、原材料であるココアの21%が「ココア・ライフ」プログラムを通じて供給されています。また2千人以上のヨーロッパの小麦農家の人々と提携し、環境保全や生物の多種多様性に取り組んでおり、今ではこの小麦農家が西ヨーロッパで販売されるビスケット製品の75%の供給元となっています。2020年までの目標は2015年を基準とし、今後さらに気候変動に対して挑みます。具体的には、2020年までに製造過程で排出される二酸化炭素の量を15%削減し、サプライチェーンにおける森林破壊の減少、さらに水の使用量を10%削減することを目標としています。6万5千トンの包材および製造過程で排出される廃棄物も20%削減する予定です。
- **安全性**：2015年末時点で、全てのモンデリーズの工場では、第三者による食品安全認証を取得しています。引き続き、従業員の安全も含め、さらに向上していきます。
- **地域社会**：今後数年にわたり、14カ国で100万人以上の子どもおよび家族を対象に、健康的な生活をサポートするプログラムに5千万ドルを投資します。プログラムは、食育、運動などにフォーカスし、国連の持続可能な開発目標（「栄養失調」および「全ての人に健康と福祉を」）に沿った形で実施されます。進捗状況を把握するために、エール大学と提携し、すべてのプログラムに対して指標を作成しました。モンデリーズ・インターナショナルが学んだ事項は、125カ国以上で公衆衛生の専門家が利用できる「Food & Nutrition Bulletin」誌に掲載されます。

お問い合わせ：モンデリーズ・ジャパン株式会社 広報渉外部 Tel: 03-4510-6614

モンデリーズ・インターナショナル <http://www.mondelezinternational.com/>

モンデリーズ・ジャパン [mondelezjapan.com](http://mondelezjapan.com)