

2021年度 決算説明資料

対象期間：2021.4.1-2022.3.31

2022年5月17日

1. 2021年度 総括

2021年度 連結決算のハイライト

(億円)	20年度 通期実績	21年度 通期実績	21年度		21年度 通期計画 (2/9修正)
			前期比	計画比	
売上高	11,917	10,130	△15.0% △1,786	+0.4% +40	10,090
(参考：売上高)	10,071*	10,130	+0.6% +59	—	—
営業利益	1,060	929	△12.4% △131	+3.2% +29	900
営業利益率	8.9%	9.2%	+0.3 pt	+0.3 pt	8.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	656	874	+33.3% +218	+4.2% +34	840
E P S	452.52円	607.24円	+154.72円	+27.43円	579.81円

- 収益認識基準適用の影響を除いたベースの売上高は前期並み
食品はほぼ横ばい、医薬品は増収
- 営業利益は、食品・医薬品ともに減益
- 当期純利益は大幅増益。関係会社株式や投資有価証券の売却により
特別利益は増加

食品：2021年度 決算概要

(億円)	20年度 通期実績	21年度 通期実績		21年度 通期計画 (2/9修正)	
		前期比	計画比		
売上高	9,996	8,260	△17.4% △1,735	+0.3% +24	8,236
(参考：売上高)	8,265*	8,260	△0.1% △4	—	—
営業利益	874	759	△13.1% △114	+1.3% +9	750

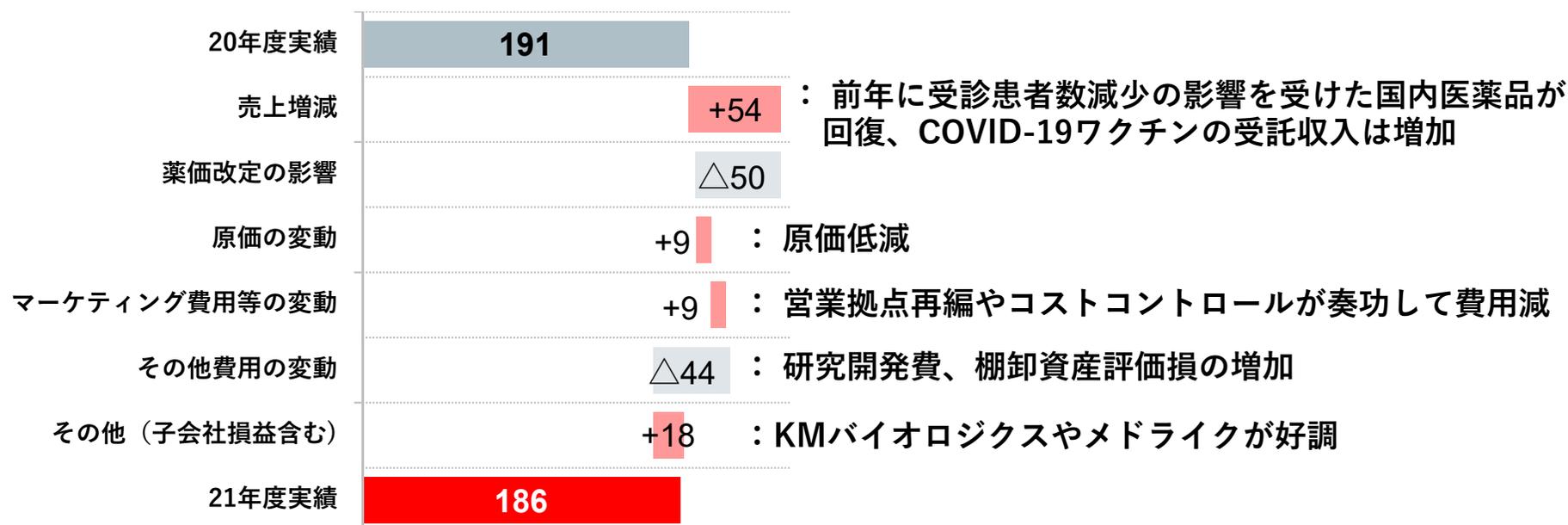
営業利益 増減分析



医薬品：2021年度 決算概要

(億円)	20年度 通期実績	21年度 通期実績		21年度 通期計画 (2/9修正)	
		前期比	計画比		
売上高	1,936	1,879	△2.9% △56	+0.6% +11	1,868
(参考：売上高)	1,821*	1,879	+3.2% +58	—	—
営業利益	191	186	△2.3% △4	+13.1% +21	165

営業利益 増減分析



2023中期経営計画の進捗：明治ROESG®



評価指標	20年度	21年度実績	21年度目標
MSCI ESG Ratings	BB	BBB	BBB
DJSI	80パーセンタイル	86パーセンタイル	84パーセンタイル
FTSE4Good	3.0点	3.0点	3.2点
CDP (Climate Change)	A-	A-	A-
CDP (Water Security)	A-	A	A-

- 5つのESG評価指標のうち、4指標で目標を達成
- CDP (Water Security) は最高評価であるAリスト企業に選定

2023中期経営計画の進捗：明治ROESG®



項目	21年度時点の進捗	23年度目標
健康寿命延伸	+0.56年 ^{*1}	+1年 ^{*1}
たんぱく質摂取量	71.4 g/日 ^{*2}	75 g/日
インフルエンザワクチン接種率	65.6% ^{*3}	60%
従業員エンゲージメントスコア	偏差値B	偏差値A
健康志向食品、栄養付加価値型商品、超高齢化社会に貢献する商品の売上伸長率	△2.6% ^{*4}	+10%以上 ^{*4}
新型コロナウイルスワクチン・治療薬の開発成功と供給	開発中	開発と供給

- 明治らしさ目標は23年度の目標水準に向けて取り組みを推進

2021年度 総括

- コア事業の成長力に課題を残したが、事業ポートフォリオの見直しや政策保有株式の売却などにより当期純利益は大幅増。自己株式の取得も実施し、ROEは上昇
- 長期環境ビジョンで掲げた「2050年までにカーボンニュートラルを実現する」という目標に向けて前進
 - ✓ 21年9月 RE100 に加盟
 - ✓ 21年10月 インターナルカーボンプライシング制度を導入
 - ✓ 21年10月 SBT (Science Based Targets) 認定を取得
- 責任あるサプライチェーンの構築に向けて、主要なサプライヤーやグループ会社への調達アンケートを実施。今後のアクションのベースとすべく現状を把握・分析
- 新スローガン「健康にアイデアを」の社内浸透やサステナビリティの「自分ゴト化」推進の取り組みでグループの一体感を醸成

21年度は厳しい環境下でも明治ROESG経営を実践し、
変革への歩みを進めた1年

2. 2022年度計画と主な取り組み

**コア事業の成長力の回復が最重要課題
次の成長ドライバーの育成にも着実に取り組む**

22年度のポイント

- **コア事業の成長力の回復**
 - 特に ✓ プロバイオティクス、ヨーグルト
 - ✓ 国内医薬品
- **コストアップへの対応**
 - ✓ 原材料コスト、エネルギーコスト、急激な円安進行
 - ✓ 価格改定・容量変更の定着、コスト低減の徹底
- **次の成長ドライバーの育成**
 - ✓ 海外展開、新規ワクチン開発
 - ✓ 新領域への挑戦、スタートアップやベンチャー企業との取り組み
- **サステナビリティの取り組み加速**

2022年度 連結計画

(億円)		上期計画		下期計画		通期計画	
			前年同期比		前年同期比		前期比
連結	売上高	5,070	+1.3% +62	5,285	+3.1% +161	10,355	+2.2% +224
	営業利益	410	△18.5% △93	515	+20.9% +89	925	△0.5% △4
	親会社株主に帰属する当期純利益	310	△15.4% △56	315	△38.0% △193	625	△28.5% △249
食品	売上高	4,140	+1.2% +49	4,260	+2.2% +89	8,400	+1.7% +139
	営業利益	341	△13.7% △54	418	+15.0% +54	760	+0.0% +0
医薬品	売上高	930	+1.0% +9	1,029	+7.4% +70	1,960	+4.3% +80
	営業利益	77	△31.2% △35	107	+45.6% +33	185	△0.8% △1

- 食品・医薬品ともに増収
- 営業利益は通期では前期並みだが、上期は大幅減益の計画
 - ✓ 食品はコストアップ対応が5-6月以降に本格化
 - ✓ 医薬品は、前年上期のコロナワクチン製造受託収入が減少
- 当期純利益は、前期に特別利益が大幅に増加した反動で減益

食品：栄養ステートメントに基づく価値創造

アドバンスト・ニュートリションの発想で 新たな成長領域の開拓に挑戦



- 価値創造を促進する経営基盤の構築
 - ✓ 社内創発プログラム
 - ✓ アクセラレータープログラム
- 新市場の創造に向けた布石
 - ✓ 社会課題・健康課題
 - ✓ グローバル視点
 - ✓ meijiらしさ

食品：栄養ステートメントに基づく価値創造

価値創造を促進する経営基盤の構築

社内創発プログラム

- 主体はMeiji
- 課題解決型の事業創出を目指す
- 2つの事業化アイデアを検討中

アクセラレータープログラム

- スタートアップ企業を支援・伴走し、協業を目指す
- 複数社と共創活動を推進中

新市場の創造に向けた布石

サステナブルカカオ

新素材「カカオフラバノールエキス」や「カカオグラニュール」を活用した商品の販売を計画



「サロン・ドゥ・ショコラ東京（2022年1月）」で試験販売したドリンク

幼児用食品



「明治ミラフル」ブランド
(2022年3月29日発売)

フェムテック

女性の健康課題解決商品として「明治フェムニケアフード」を2022年秋に立ち上げ予定

など...

食品：コストアップへの対応

22年度 通期営業利益への影響

- ・ 原材料コスト増 約**125**億円
- ・ エネルギーコスト増 約**15**億円

- 3-4月に発表した価格改定や商品政策（容量変更など）、コスト削減でコストアップをオフセットする前提
- 消費マインドが低迷する中、数量減を最小限にとどめるための施策を並行して実施
- ロシア・ウクライナ情勢の変化などにより原材料高や円安はさらに進行。状況を注視し、必要ならば追加的な対策も検討

ヨーグルト・チーズ事業の取り組み

(億円)	上期計画		下期計画		通期計画	
		前年同期比		前年同期比		前期比
売上高	1,089	+1.2% +13	1,100	+7.8% +79	2,190	+4.4% +92
営業利益	169	△9.2% △17	180	+10.9% +17	349	+0.1% +0

● 市場の見通し

- ヨーグルト：21年度は前年の反動でマイナス成長。他の健康訴求商品との競争続く
- チーズ：ナチュラルチーズは堅調な推移。プロセスチーズは価格改定の影響を注視

【売上高】*	通期計画	前期比
プロバイオティクス	1,026	+4.7%
ヨーグルト	835	+2.1%
チーズ	280	△3.5%

● 22年度 当社計画のポイント

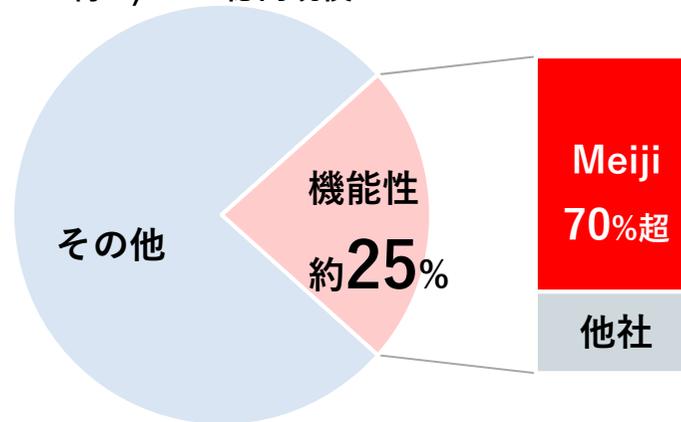
- 収益貢献の大きいプロバイオティクスの回復が最重要課題。マーケティング面に加え、商品面からもテコ入れを図る
- 「明治北海道十勝チーズ」は今期30周年、「明治ブルガリア」は来期に発売50年。効果的なキャンペーンや商品力の向上施策により、露出最大化を成長の追い風に
- 上期に比較して下期の増収幅が大きいことから、利益も下期偏重の計画

プロバイオティクス、ヨーグルトの成長回復に向けて **meiji**

研究開発・技術力の強みを生かし、既存商品のライフサイクルを長期化
 並行して新商品の開発も継続

ヨーグルト市場

約4,600億円規模



プロバイオティクス

- 新規ユーザーの獲得に注力
 - R-1：ヨーグルトに本来期待される健康価値に着目した「満たすカラダ」シリーズを4月12日に上市
 - LG21：4月にリニューアルし、「医師が奨める商品」としての訴求を強化
- 商品ポートフォリオの見直し



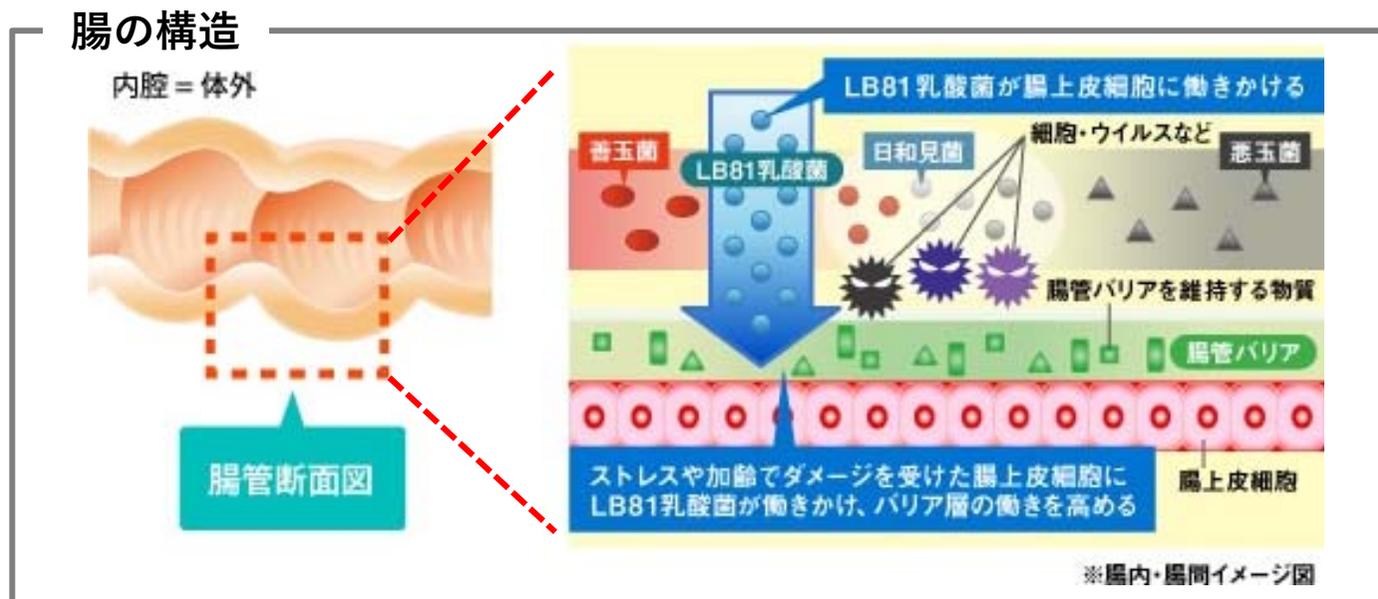
ヨーグルト

- 定番回帰の流れを追い風に「明治ブルガリア」をさらに拡大
 - 料理活用を訴求し、プレーンの需要拡大
 - 飲むヨーグルトは4月にリニューアルし、健康訴求を強化

プロバイオティクス、ヨーグルトの成長回復に向けて **meiji**

LB81乳酸菌の新たな健康価値「腸管バリア機能」により ヨーグルト市場を活性化

- 健康な腸は防御機能として、腸上皮細胞の表面に外敵からの攻撃を防ぐ「腸管バリア」と呼ばれる層を持つ
- 腸はからだの内部にあるが、生物学的には外界。つねに、食物や環境由来物質、医薬品、病原菌などにさらされ、ストレスにも敏感な臓器
- LB81乳酸菌は、腸管バリアの中で重要と考えられる「抗菌ペプチド」という成分を増やすことで、腸管バリアの機能を高める



ニュートリション事業の取り組み

(億円)	上期計画		下期計画		通期計画	
		前年同期比		前年同期比		前期比
売上高	603	+7.3% +40	578	+8.4% +44	1,181	+7.8% +85
営業利益	97	△8.5% △9	102	+18.0% +15	200	+3.4% +6

● 市場の見通し

- スポーツプロテイン：ホエイ価格急騰への各社の対応が成長性に影響するか注視
- 流動食：在宅を中心に成長続く
- 乳幼児ミルク：出生数は減少。21年度に回復したインバウンドの反動影響を注視

● 22年度 当社計画のポイント

- 「ザバス」はラインアップを拡充。幅広い運動強度のユーザーを取り込み、成長継続へ
- 流動食は「明治メイバランス」の機能性や多様な形態による利便性を訴求し、価格改定の数量への影響を最小化
- 上期のコストアップ影響大。コストアップ対策によるリカバリーは下期に実現する前提

「ザバス」4月発売品



↑ 「ザバスプロテインバー」

「ザバス ミルクプロテイン Beauty Line」→



「ザバス ミルクプロテイン 脂肪0」↑
(たんぱく質高配合タイプ)

チョコレート・グミ事業の取り組み

(億円)

	上期計画		下期計画		通期計画	
		前年同期比		前年同期比		前期比
売上高	441	+5.0% +20	588	+5.2% +29	1,030	+5.1% +50
営業利益	38	+1.3% +0	105	+17.9% +15	143	+12.9% +16

● 市場の見通し

- チョコレート：21年度は前年の反動で全体ではマイナス成長。健康志向の伸びは継続
- グミ：21年度は前年のコロナ影響から回復。咀嚼による健康価値訴求で成長トレンドへ

● 22年度 当社計画のポイント

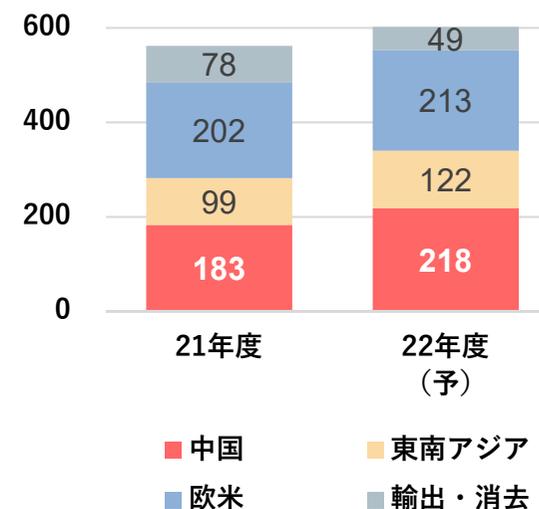
- 「チョコレート効果」はメディア露出でユーザー拡大。健康情報の継続的な発信で定着を図る。「オリゴスマート」も含め健康志向チョコレートをさらに拡大
- 大袋やナッツチョコはラインアップを拡充。価値を訴求し、価格改定による数量への影響の最小化を図る
- グミは「噛む効果」を訴求したマーケティングやラインアップ拡充で成長継続を狙う
- 利益面では、コストアップ対策による効果は最需要期の下期に大きく発現する前提

海外事業の取り組み

(億円)	上期計画		下期計画		通期計画	
		前年同期比		前年同期比		前期比
売上高	281	+12.3% +30	320	+16.5% +45	602	+14.5% +76
営業利益	△7	— △10	△2	— +11	△9	— +0

- 全体では大幅増収の計画だが、投資先行の段階
- 中国
 - 業務用は新規顧客獲得で成長を継続。市販用牛乳・ヨーグルトは販売エリアを拡大
 - 菓子とアイスクリームは商品力強化で成長継続
 - プロテインはRTD*1とRTE*2のテスト販売を計画
 - 4月からの上海地域のロックダウンの影響を注視
- 米国
 - 原材料高への対応がカギ。必要に応じて追加施策も検討

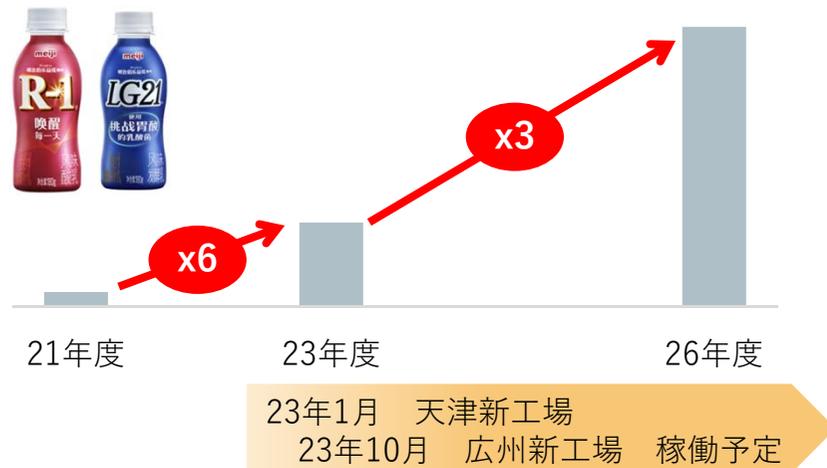
地域別売上高 (億円)



海外市場での新たな成長ドライバーの育成

中国でのプロバイオティクスの拡大

売上高拡大のイメージ



店頭での売場展開やECライブコマース

- 上市から1年、計画通りに拡大。今後は成長ペースを加速
- ロイヤルユーザー化が期待できる顧客層に焦点を絞った戦略
- 日本での実績を参考にしつつ、中国の市場環境に合わせたコミュニケーション施策を展開
- 乳酸菌の価値に関する普及活動も同時に実施



R-1乳酸菌の論文掲載（「衛生研究」誌）

医薬品：構造改革のさらなる推進

強みをもつ感染症領域に経営資源をさらに集中
ワクチンと感染症薬のトップ企業としての競争優位性を確立

ワクチン事業の強化

- 新型コロナワクチンを始めとする研究開発を着実に推進
- 新規モダリティの技術獲得
- マーケティング機能の強化

国内医薬品事業の建て直し

- 重点品目の伸長
- 抗菌薬の安定供給に向けた取り組み推進
- ジェネリックの安定供給体制と収益性確保の両立

創薬力の強化

- アカデミアやベンチャー企業との連携
- 効果的なリソース配分とポートフォリオの一元管理

医薬品：COVID-19不活化ワクチン（KD-414）の開発 **meiji**



- 「緊急承認制度」を活用した早期承認申請を想定
- 未接種の成人向けと18歳未満の小児向けで22年度内の供給を目指す

ヒト用ワクチン事業の取り組み

(億円)

	上期計画		下期計画		通期計画	
		前年同期比		前年同期比		前期比
売上高	198	△12.9% △29	214	+6.9% +13	412	△3.6% △15
営業利益	33	△62.0% △53	25	△9.6% △2	58	△49.3% △56

- 22年度 当社計画のポイント
 - COVID-19ワクチン製剤化に関する受託収入の減少が、上期の売上・利益に影響する前提
 - インフルエンザワクチンは昨シーズン同様、流行如何にかかわらず、効率的な生産による早期出荷実現がカギ
 - 四種混合ワクチン「クアトロバック」などの小児定期接種ワクチンは、マーケティング機能の統合による営業力強化で増売を目指す
 - 5種混合ワクチンの上市に向けた生産、販売準備の確実な遂行（4/25 製造販売承認申請）

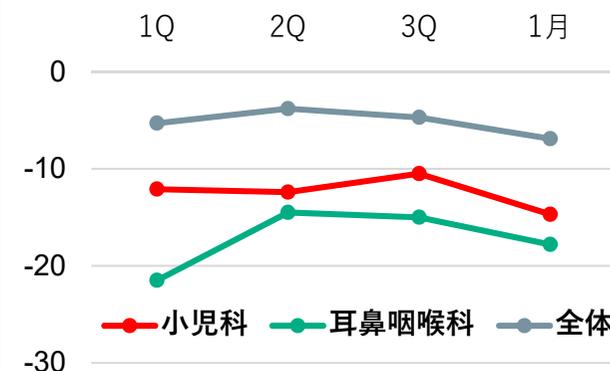
国内医薬品事業の取り組み

(億円)	上期計画		下期計画		通期計画	
		前年同期比		前年同期比		前期比
売上高	452	+5.8% +24	510	+6.2% +29	962	+6.0% +54
営業利益	21	+18.8% +3	59	+208.7% +39	80	+117.5% +43

● 22年度 当社計画のポイント

- 薬価改定率：6%台
- COVID-19ワクチンの国内流通に関する受託収入は減少
- OD錠を発売したアレルギー性疾患治療薬「ビラノア」や抗悪性腫瘍剤「ハイヤスタ」などの重点品目の普及活動を強化
- 安定確保医薬品を含む注射用抗菌薬は数量拡大し、ベースの売上として維持
- 開発パイプラインの着実な推進
- 構造改革の遂行：営業の生産性向上、最適な生産体制の構築

21年度診療科別レセプト件数
対19年度比 (%)



(出所) 社会保険診療報酬支払基金

レセプト（診療報酬明細書）件数はコロナ前の水準には戻っていない

海外医薬品事業の取り組み

(億円)	上期計画		下期計画		通期計画	
		前年同期比		前年同期比		前期比
売上高	213	+10.3% +19	227	+7.8% +16	440	+9.0% +36
営業利益	18	+45.4% +5	18	△34.9% △9	36	△10.1% △4

- 22年度 当社計画のポイント
 - 増収トレンドだが、原材料高騰の影響を織り込んだ計画
 - CMO/CDMO事業*は引き続き好調に推移。中長期的な市場拡大を見越し、生産能力を拡大しながら継続的な成長を目指す
 - 海外自販事業はコロナ影響からの回復が続く。各国・地域での販売力を生かした他社からの導入品の拡大もプラス

メドライクグループの生産能力拡大
インドのアドコック・イングラム社の新製造棟が着工。23年3月稼働予定



(完成イメージ)

meijiらしい健康価値の創造に向けて オープンイノベーションや産学連携を推進

オープンイノベーション

- **California Cultured社（米）**
カカオ細胞培養の技術や知見を
活用した機能性商品の共創
- **PLIMES社（日）**
摂食嚥下のモニタリングサービス
「GOKURI」を活用した摂食・嚥
下領域での新たな価値創造
- **AgFunder SIJ Impact Fund**
持続的な食料生産に貢献するアグ
リ・フードテック分野のベン
チャー企業などとの関係構築

産学連携

- **順天堂大学**
First in Classの血液がん治療薬の創製を
目指した共同研究
- **北里研究所**
次世代型イベルメクチン誘導体を用いた
COVID-19治療薬の創製を目指した共同
研究
- **広島大学、マクニカ社（日）**
Dxを活用したうつ病予防法の開発とその
社会実装を目指した共同研究
- **麻布大学**
産業動物における薬剤耐性菌研究のため
の寄付講座「AMR Surveillance
Laboratory」を開設

meijiらしい健康価値の創造を支える 人財マネジメントの強化

「グループ人財委員会」を22年4月に新設
多様性を尊重し、変革を主導する人財の育成を目指す



- 人財への投資や人財マネジメント強化の成果は明治ROESG®の指標に組み入れた「従業員エンゲージメントスコア」でもモニタリング

グループガバナンスの強化・充実

指名・報酬委員会

- 22年1月～ 両委員長を社外取締役に変更
指名委員会：委員長 松村 真理子
報酬委員会：委員長 河田 正也

取締役会の実効性・透明性の向上

- 22年度～ 取締役会の第三者評価を導入
(3年に1回程度実施)
- 22年6月株主総会
取締役選任議案：社外取締役1名を増員

生物多様性の保全・再生に向けた取り組み

生乳、カカオなどの豊かな自然の恵みの上に成り立つ企業として
外部イニシアチブとも連携して、自然と共生する社会の実現に貢献

● 22年4月

生物多様性のための30by30アライアンスに参画

2021年6月に英国開催のG7 サミットで合意された、「2030年までに世界
及び自国の陸域・海域の少なくとも30%を保全・保護すること
(30by30)」の達成を目指す有志連合

● 22年5月

自然関連財務情報開示タスクフォース (TNFD) フォーラム への参画決定

TNFD (Taskforce on Nature-related Financial Disclosures) のビジョンと
その取り組みに賛同し、TNFDフレームワークの開発作業を支援することを
目的とした、TNFDをサポートする有志連合

3. 財務戦略・株主還元

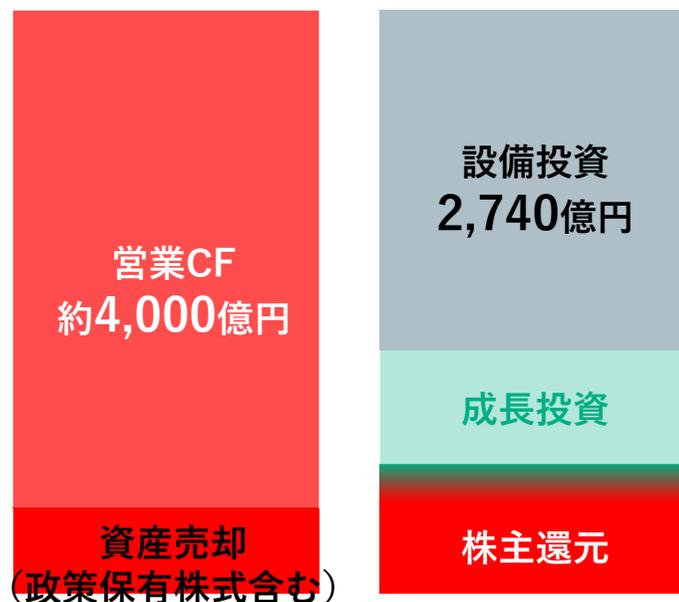
2022年度 連結計画

(億円)	21年度 通期実績	22年度 通期計画	前期比
売上高	10,130	10,355	+2.2% +224
営業利益	929	925	△0.5% △4
営業利益率	9.2%	8.9%	△0.2 pt
親会社株主に帰属する当期純利益	874	625	△28.5% △249
EPS	607.24円	433.76円	△173.48円
1株当たり配当金	170.00円	170.00円	—
配当性向	28.0% (37.8%)	39.2%	+11.2 pt
ROE	13.5% (10.2%)	9.0%	△4.5 pt
ROIC	8.4%	8.0%	△0.4 pt
設備投資額	931	963	+3.5% +32
営業CF	1,275	700	△45.1% △575
フリーCF	999	△200	— △1,199

()内は農薬事業
譲渡の影響を除いた
数値

キャッシュフローと株主還元

2023中計での資本配分の考え方



- 営業CFの範囲内での成長投資
- M&Aの効果的实施
- 政策保有株式の30%削減（簿価ベース）
- 継続的な増配の実施、配当性向を40%まで段階的に引き上げ
- 最適資本構成の観点から自己株式取得を検討

● 21年度の実績

- 設備投資計画には変更ないが、支払時期のズレが発生
- DMバイオ株式や農薬事業の譲渡、政策保有株式の縮減により500億円超のキャッシュイン
- 年間では10円増配。300億円規模の自己株式取得・消却も実施

● 22年度のポイント

- 中計の方針に沿って、適切な利益還元と成長投資のバランスを重視した資本配分
- 設備投資は、21年度の支払時期ズレも含めて963億円の計画
- 配当と自己株式取得の両面で還元を検討

2023中期経営計画～明治ROESG®経営の実践

ROE向上とESG強化を矛盾させることなく、
ともに実現する経営への転換を目指す



- ①MSCI
- ②DJSI
- ③FTSE4Good
- ④CDP(Climate Change)
- ⑤CDP(Water Security)

- ①健康寿命延伸
- ②たんぱく質摂取量
- ③インフルエンザワクチン接種率
- ④従業員エンゲージメントスコア
- ⑤健康志向食品、栄養付加価値型商品、超高齢化社会に貢献する商品の売上伸長率
- ⑥新型コロナウイルスワクチン・治療薬の開発成功と供給



参考資料

2023中期経営計画 KPI

(億円)	20年度 通期実績	21年度 通期実績	前期比	22年度 通期計画	前期比	23年度 中計目標 (21年5月発表)
明治ROESG®	9ポイント	12.3ポイント	—	—	—	13ポイント
連結売上高	10,071*	10,130	+0.6% +59	10,355	+2.2% +224	10,800
食品セグメント	8,265*	8,260	△0.1% △4	8,400	+1.7% +139	8,745
医薬品セグメント	1,821*	1,879	+3.2% +58	1,960	+4.3% +80	2,090
連結営業利益（率）	1,060 (10.5%*)	929 (9.2%)	△12.4% △131 (△1.3 pt)	925 (8.9%)	△0.5% △4 (△0.2 pt)	1,200 (11.1%)
食品セグメント	874	759	+0.6% +59	760	+0.0% +0	1,020
医薬品セグメント	191	186	△0.1% △4	185	△0.8% △1	185
海外売上高	—	929	—	1,042	+12.1% +112	1,345
ROIC	10.0%	8.4%	△1.6 pt	8.0%	△0.4 pt	10%以上
食品セグメント	12.5%	9.8%	△2.6 pt	9.2%	△0.6 pt	12%以上
医薬品セグメント	6.1%	6.6%	+0.5 pt	6.7%	+0.1 pt	6%以上
ROE	11.1%	13.5%	+2.4%	9.0%	△4.5 pt	11%以上
配当性向	35.4%	28.0%	△7.4 pt	39.2%	+11.2 pt	40%

2021年度 連結経営成績

(億円)	21年度 通期実績	前期比	主な内容
売上高	10,130	△15.0% △1,786	— (詳細はP2-4参照)
営業利益	929	△12.4% △131	— (詳細はP2-4参照)
営業外収益	53	△22.3% △15	・補助金収入 (△7) ・為替差益 (△3) ・他 (△5)
営業外費用	43	+53.3% +15	・イベント関連損失 (+3) ・他 (+12)
経常利益	939	△14.7% △161	—
特別利益	507	+2,228.5% +485	・関係会社株式売却益 (+337) ・補助金収入 (+85) ・投資有価証券売却益 (+33)
特別損失	163	+77.8% +71	・固定資産圧縮損 (+89) ・貸倒引当金繰入額 (△10)
税金等調整前当期純利益	1,284	+24.5% +252	—
法人税等	360	+9.0% +29	・法人税、住民税及び事業税 (+20) ・法人税等調整額 (+9)
非支配株主に 帰属する当期純利益	48	+10.5% +4	—
親会社株主に帰属 する当期純利益	874	+33.3% +218	—

2021年度 連結財政状態

(億円)	22年3月末 実績	前期末比	主な内容
流動資産	4,556	+6.9% +295	・現金及び預金 (+270) ・貸倒引当金 (+22)
固定資産	6,618	+3.3% +209	・機械装置及び運搬具 (+180)
資産合計	11,174	+4.7% +504	—
流動負債	2,868	+13.4% +338	・返金負債 (+159) ・他 (+184)
固定負債	1,176	△23.9% △370	・長期借入金 (△214) ・社債 (△100) ・繰延税金負債 (△49)
負債合計	4,044	△0.8% △32	—
株主資本	6,328	+6.0% +355	・利益剰余金 (+634) ・資本剰余金 (△201) ・自己株式 (△76)
その他の包括利益 累計額	404	+67.6% +163	・為替換算調整勘定 (+116) ・その他有価証券評価差額金 (+23) ・退職給付に係る調整累計額 (+21)
非支配株主持分	396	+4.6% +17	—
純資産合計	7,130	+8.1% +536	—
有利子負債	812	△20.2% △205	・長期借入金 (△214)
自己資本比率	60.3%	+2.0 pt	—

2021年度 連結キャッシュフロー

(億円)	21年度 通期実績	前期比	主な内容
営業キャッシュフロー	1,275	+38	<ul style="list-style-type: none"> ・税金等調整前当期純利益 (+252) ・仕入債務の増加 (+111) ・関係会社株式売却損益 (△340)
投資キャッシュフロー	△276	+654	<ul style="list-style-type: none"> ・投資有価証券の売却による収入 (+540) ・投資有価証券の取得による支出 (+325) ・有形固定資産の取得による支出 (△252)
財務キャッシュフロー	△769	△487	<ul style="list-style-type: none"> ・自己株式の増加 (△299) ・社債の償還による支出 (△100) ・長期借入金の返済による支出 (△41)
フリーキャッシュフロー	999	+693	—

2021年度 連結営業利益増減分析

(億円)	連結	食品	医薬品	他
20年度通期実績	1,060	874	191	△5
売上増減	△27	△81	+54	—
薬価改定の影響	△50	—	△50	—
原価の変動	△36 *1	△45	+9	—
経費等の増減	△2 *2	+33	△35	—
その他（子会社損益含む）	△16	△22	+18	△12
21年度通期実績	929	759	186	△17

*1： 主な内訳 【食品】 原材料コスト増△41、その他△4

【医薬品】 原価低減+9

*2： 主な内訳 【食品】 マーケティング費用等の変動+47、製造間接費増△12、その他△2

【医薬品】 研究開発費増△33、棚卸資産評価損増△11、マーケティング費用等の変動+9

2022年度 連結営業利益増減分析

(億円)	連結	食品	医薬品	他
21年度通期実績	929	759	186	△17
売上増減	+271 *1	+221	+50	—
薬価改定の影響	△50	—	△50	—
原価の変動	△107 *2	△115	+8	—
経費等の増減	△65 *3	△101	+36	—
その他（子会社損益含む）	△53	△5	△46	△2
22年度通期計画	925	760	185	△20

*1： 価格改定効果を含む

*2： 主な内訳 【食品】 原材料コスト増△125、その他+10
【医薬品】 原価低減+8

*3： 主な内訳 【食品】 マーケティング費用等の変動△29、その他費用の変動△71
【医薬品】 マーケティング費用等の変動+10、その他費用の変動+26

食品：事業別売上高・営業利益

		(億円)		
		21年度 通期実績	22年度 通期計画	前期比
ヨーグルト・チーズ	売上高	2,097	2,190	+4.4% +92
	営業利益	349	349	+0.1% +0
ニュートリション	売上高	1,096	1,181	+7.8% +85
	営業利益	193	200	+3.4% +6
チョコレート・グミ	売上高	980	1,030	+5.1% +50
	営業利益	126	143	+12.9% +16
牛乳	売上高	761	734	△3.6% △27
	営業利益	△7	△17	— △9
業務用食品	売上高	658	671	+2.0% +13
	営業利益	27	29	+7.0% +1

食品：事業別売上高・営業利益

		(億円)		
		21年度 通期実績	22年度 通期計画	前期比
フローズン・調理食品	売上高	582	574	△1.5% △8
	営業利益	29	37	+27.7% +8
海外	売上高	526	602	+14.5% +76
	営業利益	△10	△9	— +0
その他・国内子会社	売上高	1,557	1,415	△9.2% △142
	営業利益	50	26	△48.4% △24

食品：2021年度 事業別営業利益 増減分析

(億円)	食品 全体	ヨーグルト・ チーズ	ニュートリ ション	チョコレート・ グミ	牛乳	業務用 食品	フーズン・ 調理食品	海外	その他・ 国内子会社
20年度通期 営業利益	874	476	177	117	△12	17	36	12	48
売上増減	△81	△136	+48	+14	△28	+30	△10	+4	△2
原価の変動	△45	△10	△15	△9	△0	△2	△8	△2	+1
経費等の増減	+33	+30	△17	△2	+39	△18	+12	△12	+1
マーケティング費用 等の変動	+47	+27	△10	+7	+29	△18	+8	+2	+1
その他費用の変動 (内、研究開発費)	△14 (△1)	+3	△7	△9	+10	△0	+3	△14	△0
その他 (子会社損益など)	△22	△11	+0	+6	△7	+0	△1	△13	+2
21年度通期 営業利益	759	349	193	126	△7	27	29	△10	50

食品：2022年度 事業別営業利益 増減分析

(億円)	食品 全体	ヨーグルト・ チーズ	ニュートリ ション	チョコレート・ グミ	牛乳	業務用 食品	フローズン・ 調理食品	海外	その他・ 国内子会社
21年度通期 営業利益 (実績)	759	349	193	126	△7	27	29	△10	50
売上増減	+221	+58	+75	+56	△4	+13	+21	+1	+2
原価の変動	△115	△23	△39	△24	+1	△6	△13	△1	△8
経費等の増減	△101	△41	△29	△13	△7	△4	+0	△2	△5
マーケティング費用 等の変動	△29	△21	△9	△2	+5	△2	+1	+1	△2
その他費用の変動	△71	△20	△20	△11	△11	△2	△1	△2	△4
その他 (子会社損益など)	△5	+6	△0	△2	+1	△0	△0	+3	△13
22年度通期 営業利益 (計画)	760	349	200	143	△17	29	37	△9	26

食品：主力品の売上動向

(億円)	20年度 通期実績	21年度 通期実績	21年度		22年度 通期計画	前期比
			前期比	2/9 修正計画比		
ヨーグルト	844	818	△3.1%	△0.3%	835	+2.1%
プロバイオティクス ヨーグルト	1,120	980	△12.5%	+0.2%	1,026	+4.7%
市販チーズ	311	291	△6.4%	△1.3%	280	△3.5%
チョコレート	960	963	+0.3%	△0.3%	1,003	+4.1%
乳幼児ミルク・流動食	588	635	+8.1%	+1.1%	626	△1.4%
スポーツ栄養 (ザバスミルク含む)	405	428	+5.6%	△3.6%	515	+20.4%
市販・宅配牛乳	859	771	△10.3%	+0.6%	727	△5.7%
市販アイスクリーム	418	402	△3.9%	△0.4%	402	+0.0%

医薬品：事業別売上高・営業利益

		(億円)		
		21年度 通期実績	22年度 通期計画	前期比
国内医薬品	売上高	907	962	+6.0% +54
	営業利益	36	80	+117.5% +43
海外医薬品	売上高	403	440	+9.0% +36
	営業利益	40	36	△10.1% △4
ヒト用ワクチン	売上高	427	412	△3.6% △15
	営業利益	114	58	△49.3% △56
動物薬*	売上高	141	146	+3.3% +4
	営業利益	△4	11	— +15

医薬品：2022年度 事業別営業利益 増減分析

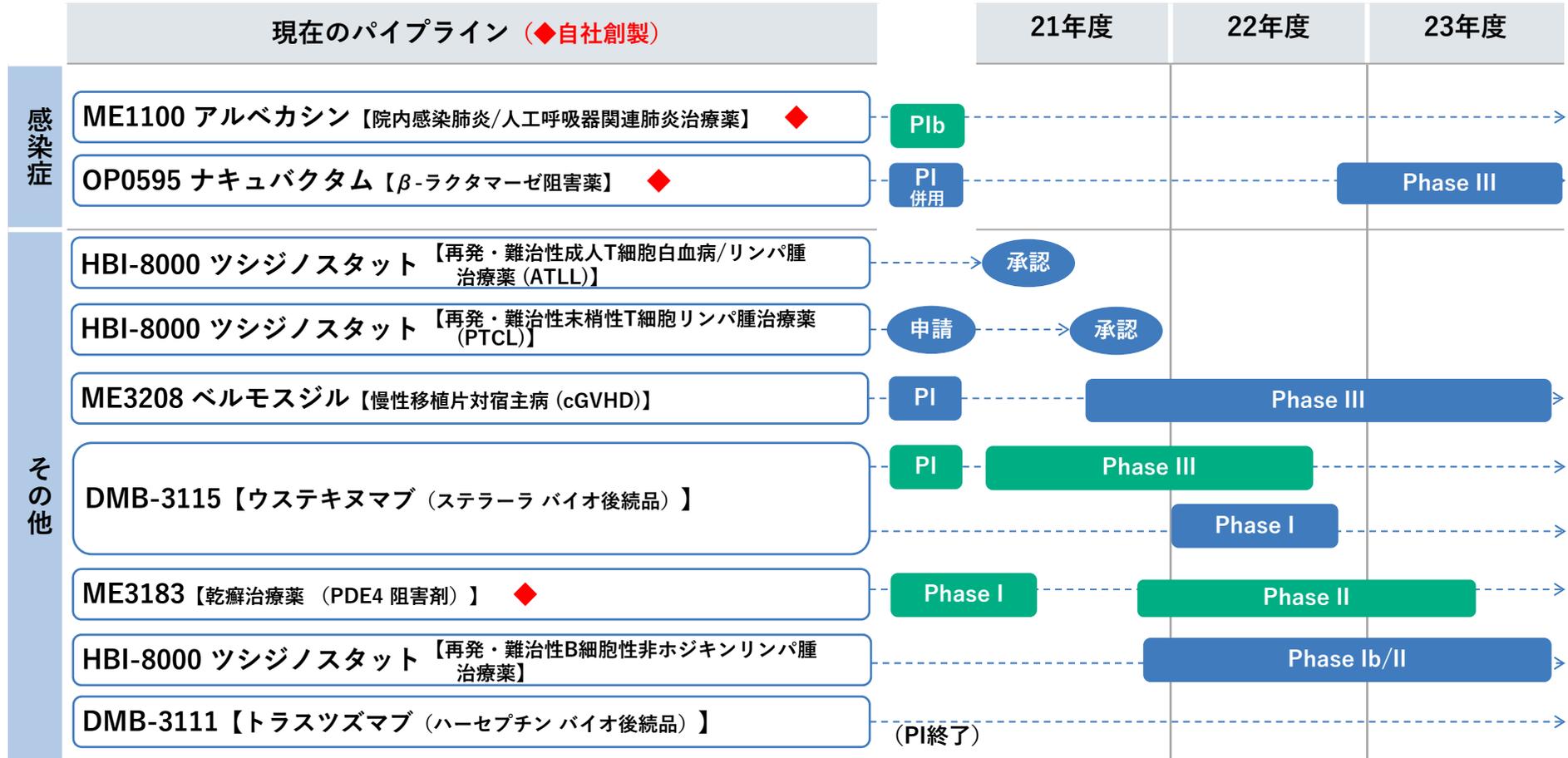
(億円)

	医薬品 全体	国内医薬品	海外医薬品	ヒト用 ワクチン	動物薬*
21年度通期 営業利益 (実績)	186	36	40	114	△4
売上増減	+50	+80	+1	+3	△33
薬価改定の影響	△50	△50	—	—	—
原価の変動	+8	+3	△4	+9	+0
経費等の増減	+36	+13	△3	△13	+39
マーケティング費用等の変動	+10	△1	△4	△6	+21
その他費用の変動	+26	+14	+1	△7	+18
その他 (子会社損益など)	△46	△3	+2	△55	+10
22年度通期 営業利益 (計画)	185	80	36	58	11

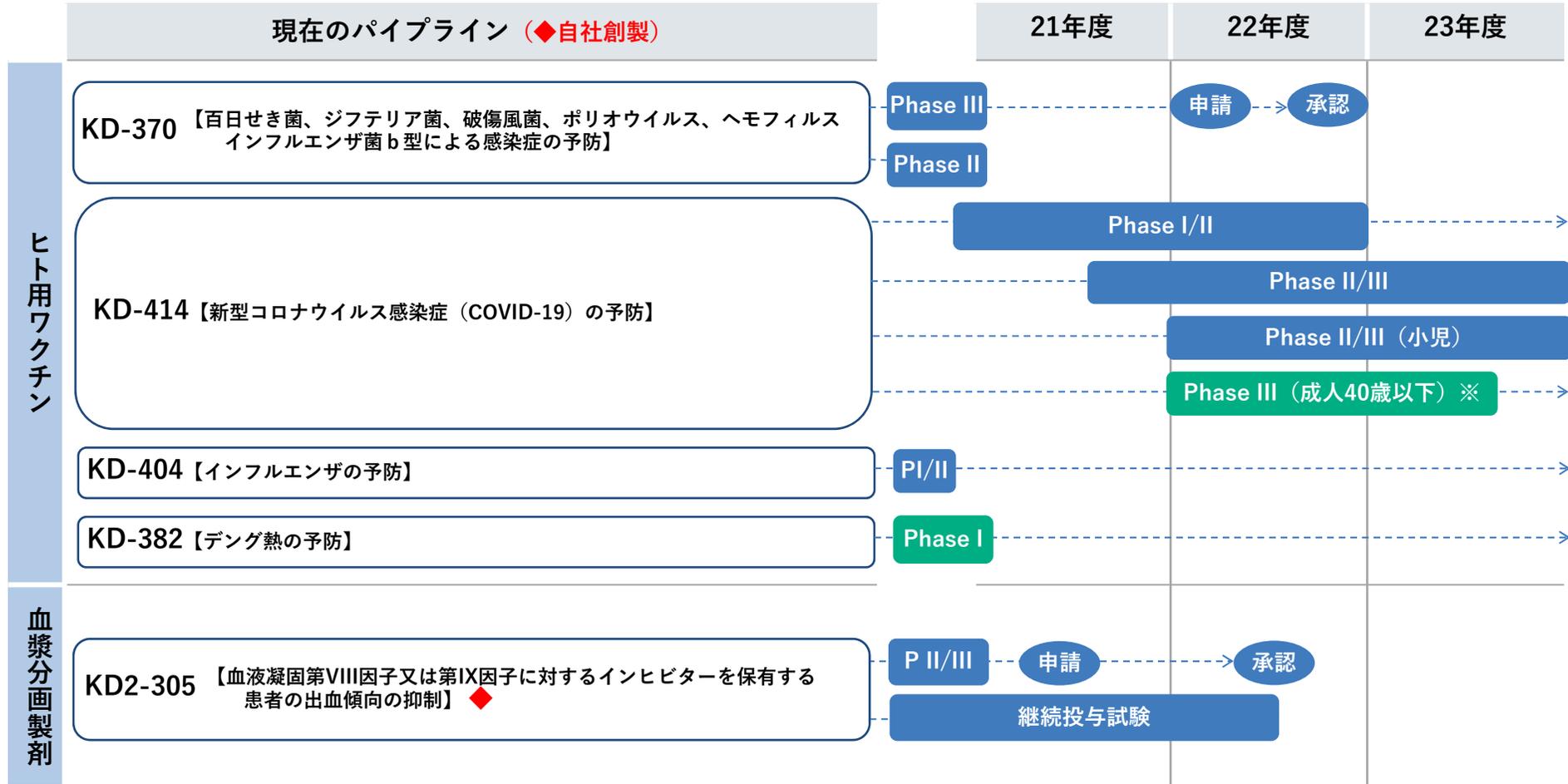
*21年度には事業譲渡前の農薬事業の実績（第3四半期累計）が含まれます。また22年4月に動物薬および動物用ワクチン事業を担う明治アニマルヘルス株式会社が設立されたことに伴い、22年度の動物薬事業の営業損益は「その他（子会社損益など）」に集約されています。

医薬品：開発パイプライン

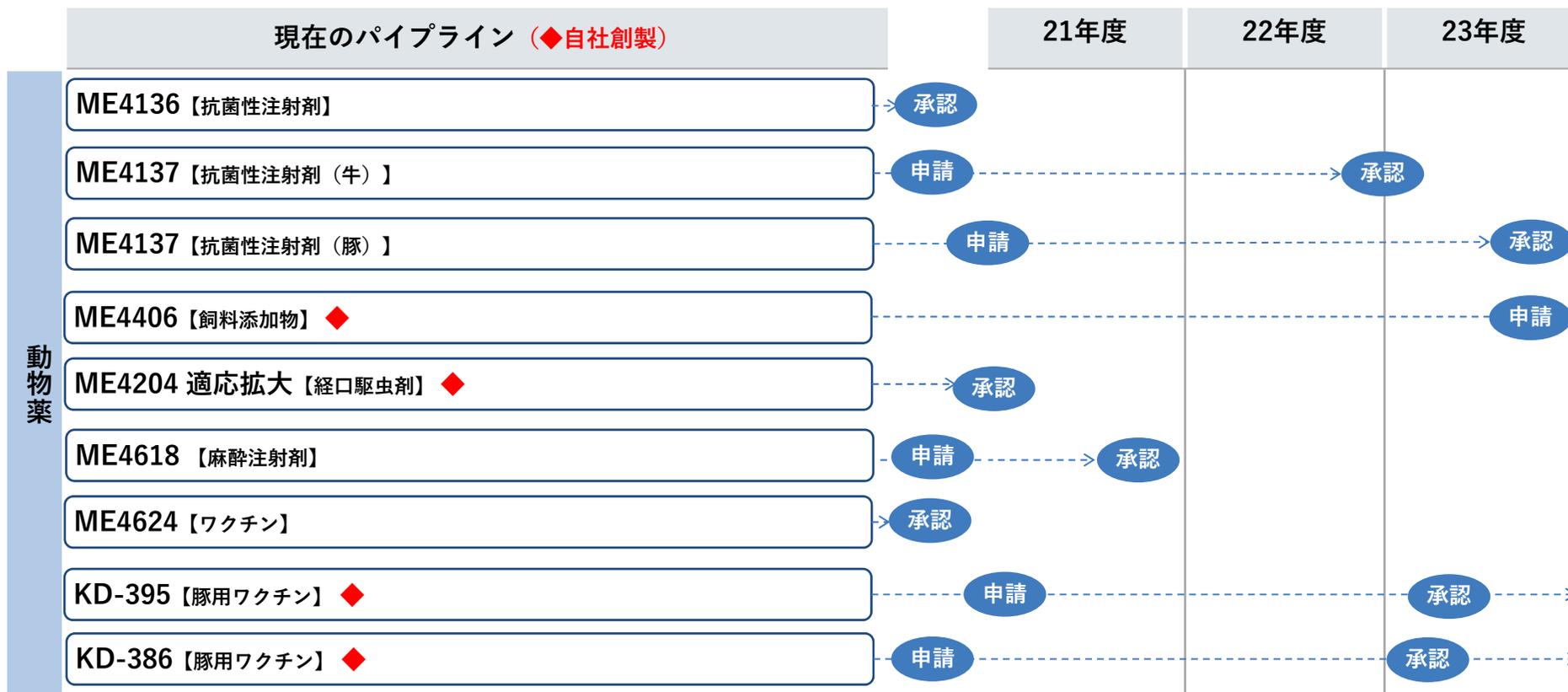
■ 日本 ■ 海外



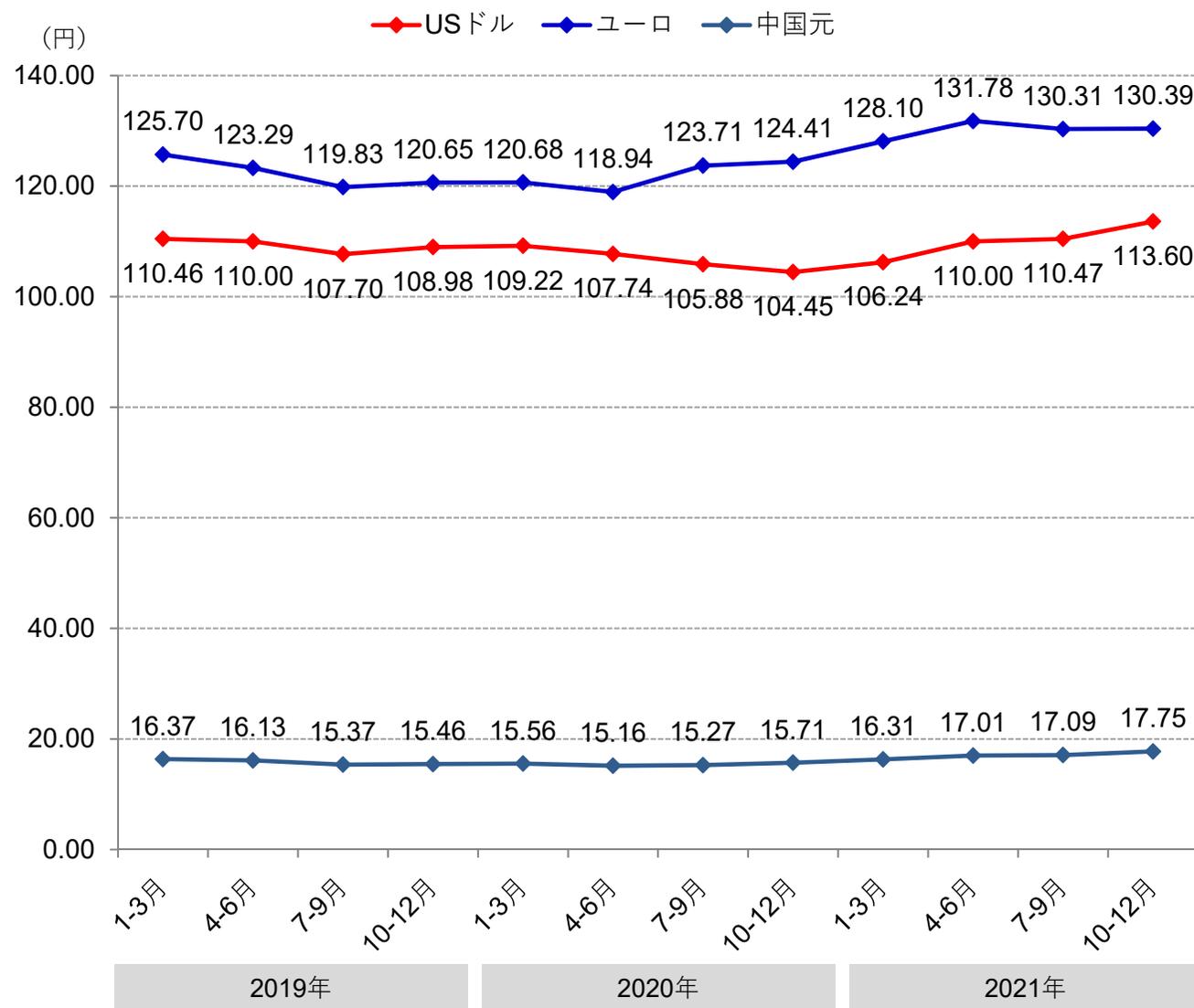
医薬品：開発パイプライン



医薬品：開発パイプライン



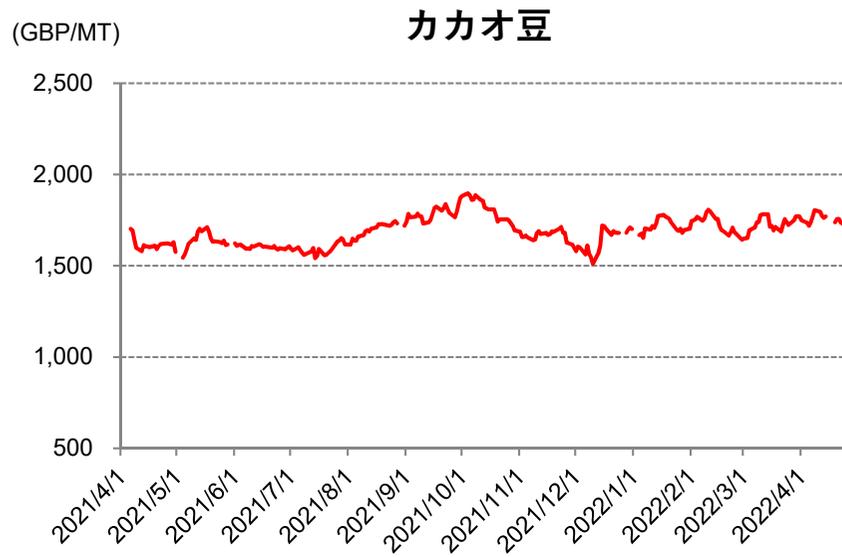
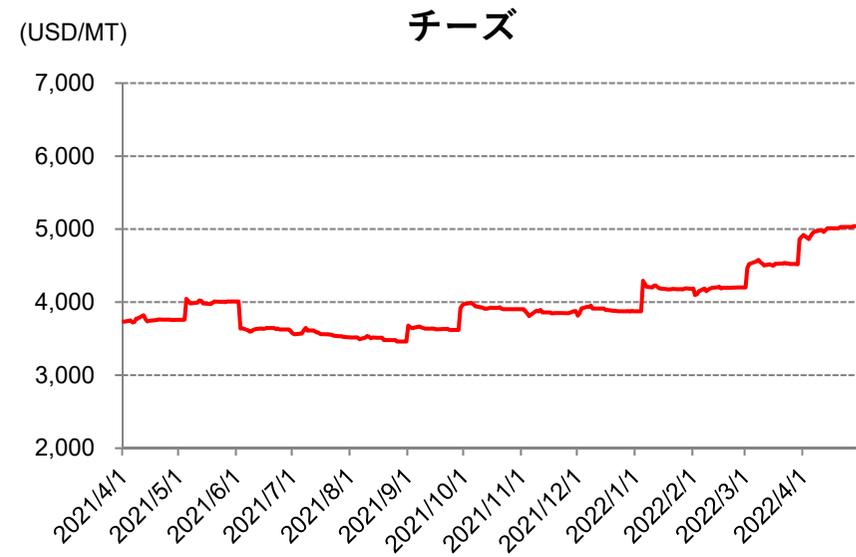
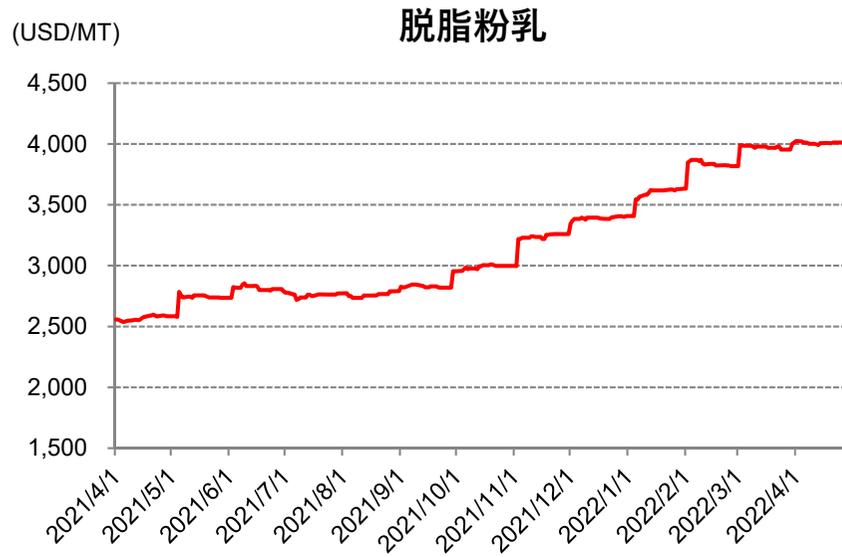
主要通貨と当社平均レート



22年度計画の為替前提

U S ドル	120円
ユーロ	133円
中国元	17円

主要輸入原料相場の動向



健康にアイデアを meiji

- 本資料は投資判断の参考となる情報の提供を目的としたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。銘柄の選択、投資の最終決定はご自身でご判断をお願いいたします。
- 本資料に記載された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、監査を受けていない参考数値が含まれます。
- 本資料には、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。