

2022年度上期 決算説明資料

対象期間：2022.4.1-2022.9.30

2022年11月14日

1. 2022年度 上期総括

2022年度 上期連結決算のハイライト

(億円)	21年度 上期実績	22年度 上期実績		22年度 上期計画	
		前年同期比	計画比		
売上高	5,007	5,175	+3.4% +168	+2.1% +105	5,070
営業利益	503	431	△14.2% △71	+5.3% +21	410
営業利益率	10.1%	8.3%	△1.7 pt	+0.3 pt	8.1%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	366	333	△8.9% △32	+7.7% +23	310
E P S	252.54円	237.04円	△15.5円	+21.89円	215.15円

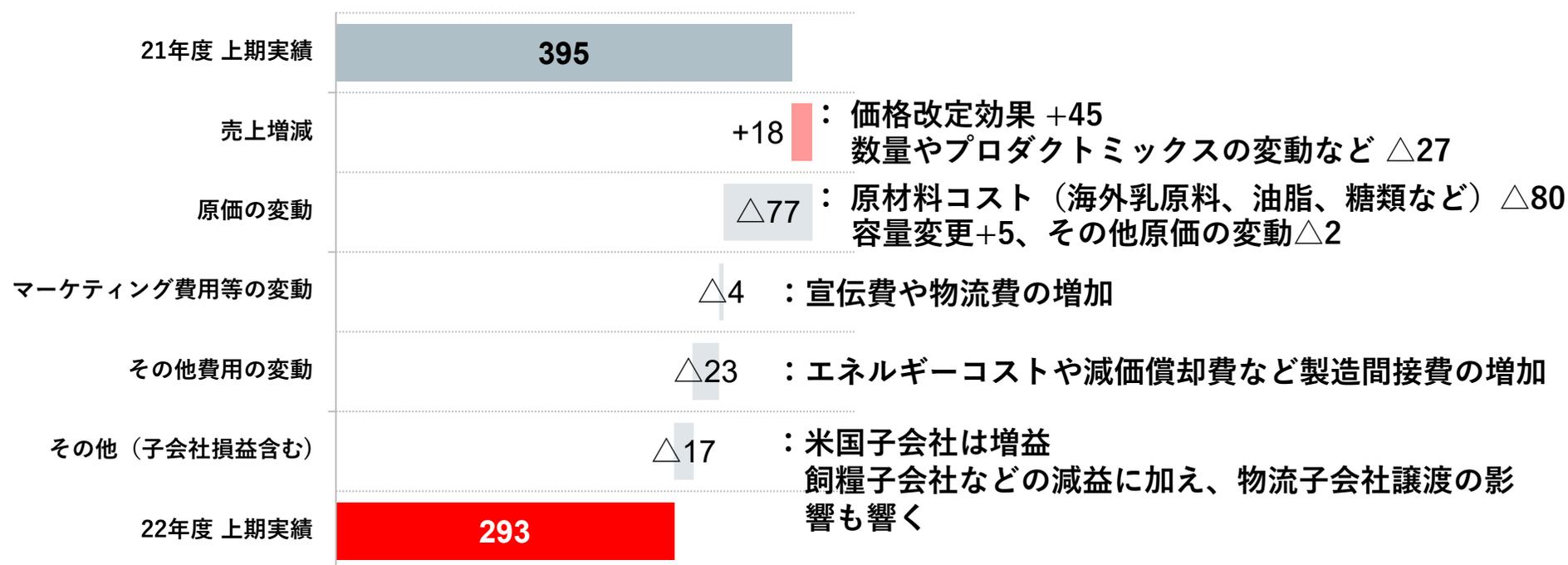
● 上期実績：増収減益

- 売上高は食品、医薬品ともに増収
- 営業利益は、食品は大幅減益、医薬品は大幅増益
- 四半期純利益は税前利益の減少により減益
→1Qは物流子会社譲渡による特別利益計上で大幅増益だったが、前年2QはDMバイオ社の譲渡益が発生しており、上期の利益押し上げ効果が相殺

食品：2022年度 上期決算概要

(億円)	21年度 上期実績	22年度 上期実績		22年度 上期計画	
		前年同期比	計画比		
売上高	4,090	4,206	+2.8% +115	+1.6% +66	4,140
営業利益	395	293	△25.9% △102	△14.1% △48	341

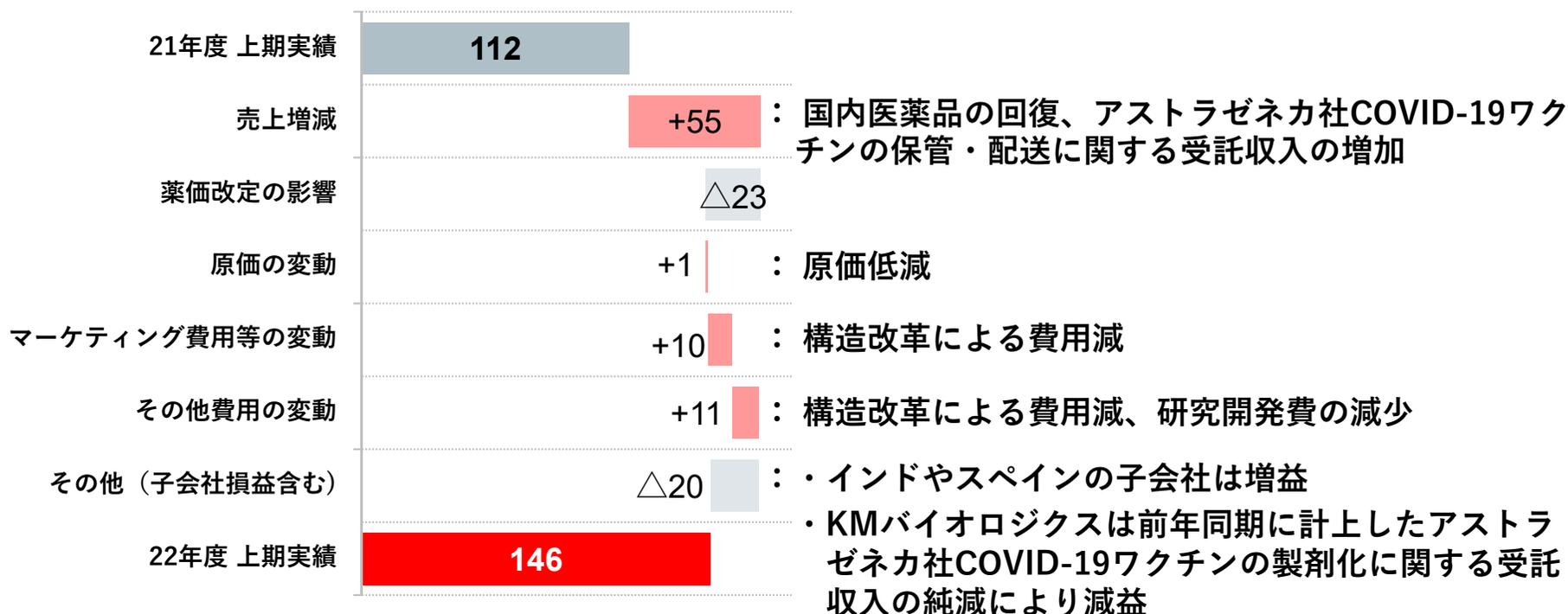
営業利益 増減分析



医薬品：2022年度 上期決算概要

(億円)	21年度 上期実績	22年度 上期実績		22年度 上期計画	
		前年同期比	計画比		
売上高	921	971	+5.5% +50	+4.5% +41	930
営業利益	112	146	+29.9% +33	+88.9% +68	77

営業利益 増減分析



2. 2022年度 下期見通しと 主な事業別概況

**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

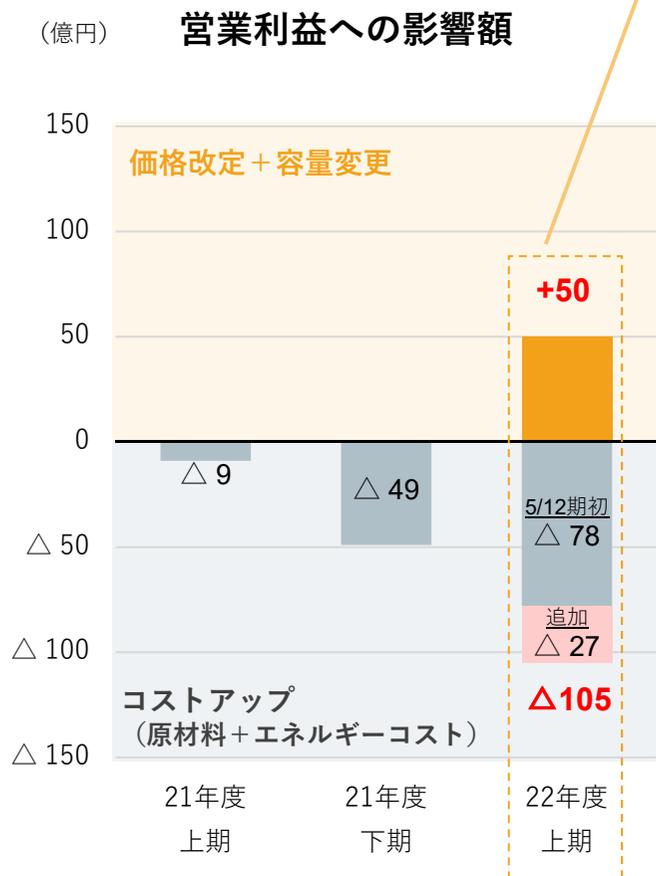
- **コア事業の成長力の回復**
 - 特に ✓ プロバイオティクス、ヨーグルト
 - ✓ 国内医薬品
- **コストアップへの対応**
 - ✓ 原材料コスト、エネルギーコスト、急激な円安進行
 - ✓ 価格改定・容量変更の定着、コスト低減の徹底
- **次の成長ドライバーの育成**
 - ✓ 海外展開、新規ワクチン開発
 - ✓ 新領域への挑戦、スタートアップやベンチャー企業との取り組み
- **サステナビリティの取り組み加速**

2022年度 下期・通期連結見通し

(億円)		21年度 下期実績	22年度 下期計画 (11/8修正)	前年同期比	22年度 下期計画 (5/12当初)	22年度 通期計画 (11/8修正)	前年同期比
連結	売上高	5,123	5,350	+4.4% +226	5,285	10,525	+3.9% +394
	営業利益	425	403	△5.4% △22	515	835	△10.1% △94
	親会社株主に帰属する 四半期純利益	508	266	△47.6% △242	315	600	△31.4% △274
食品	売上高	4,170	4,330	+3.8% +159	4,260	8,536	+3.3% +275
	営業利益	363	366	+0.8% +2	418	660	△13.1% △99
医薬品	売上高	958	1,023	+6.7% +64	1,029	1,994	+6.1% +115
	営業利益	73	53	△27.5% △20	107	200	+7.2% +13

- 売上高は増額修正。上期の趨勢や価格改定効果を反映
- 営業利益は減額修正。食品セグメントの想定を上回るコストアップが主な要因

食品：コストアップへの対応



22年度上期

	上期計画 (5/12期初)	上期実績 (11/8発表)	期初計画比
価格改定 + 容量変更	+49	+50	+1
コストアップ	△78	△105	△27
想定為替レート (USD)	120円		

- 期初計画では、コストアップの影響をカバーしきれない前提

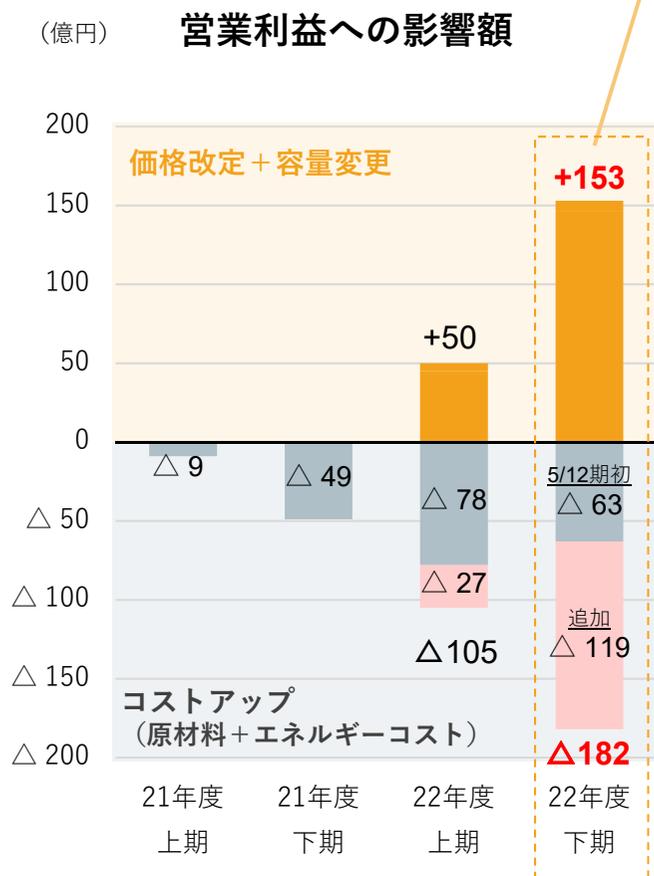
【背景】

- 一部商品の価格改定は5月以降に実施
- 価格改定の浸透には一定の時間を要する



- 実績では、価格改定と容量変更の効果は期初計画通りに発現。「チョコレート効果」や「ザバスミルク」、流動食などの、需要が堅調な商品は数量への影響も限定的だった
- 一方、円安の進行や原材料相場の高騰で想定以上のコストアップの影響を受けた

食品：コストアップへの対応



22年度下期

	下期計画 (5/12期初)	下期計画 (11/8修正)	期初計画比
価格改定 + 容量変更	+82	+153	+71
コストアップ	△63	△182	△119
想定為替レート (USD)	120円	145円	

- 下期計画のポイント
 - 円安の進行や国内乳価上昇などをコストアップに反映
 - 11月からヨーグルトや牛乳の価格を改定。チーズや「ザバスミルク」など一部商品は2回目の価格改定
 - それでも、コストアップ負担は大きく、価格改定と容量変更ではカバーしきれない見通し

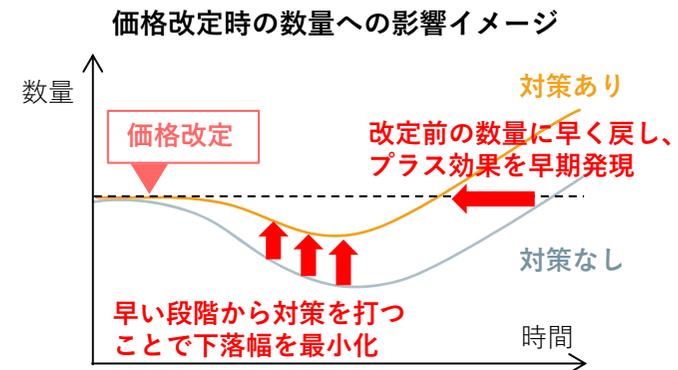


- 数量を維持・拡大する取り組みが肝要
- 追加的な価格対策やコスト削減策を断行
- ただし、付加価値訴求など需要を喚起するマーケティング活動には費用を投下

ヨーグルト・チーズ事業の概況

(億円)	上期実績		下期計画 (11/8修正)		通期計画 (11/8修正)	
		前年同期比		前年同期比		前年同期比
売上高	1,003	△6.8% △72	1,100	+7.8% +79	2,104	+0.3% +6
営業利益	120	△35.7% △66	164	+1.4% +2	285	△18.4% △64

- 市場
 - ヨーグルト：△3～4%、1Qより2Qは回復基調
 - チーズ：△4～5%、節約意識で減少続く
- 業績見通しとポイント
 - 価格改定の定着に向けて、付加価値を訴求するマーケティングを徹底
 - 期間限定の増量など数量維持・拡大施策も実施
 - 10月発売の「脂肪対策ヨーグルト」は出足好調。11月から販路を拡大し、早期定着を目指す
 - 他カテゴリーとの競争が激しいヨーグルトは総需要拡大のための情報発信を強化



10月4日メディア発表会
meiji New Action 002 明治が切り拓く「ヨーグルト新時代」

プロバイオティクス成長回復への取り組み



- LG21**
- ・ 訴求力を強めたパッケージで、機能への理解が再浸透
 - ・ 今後、機能性表示取得パッケージに切り替え、訴求をさらに強化

LG21の回復から見えてきたポイント：
機能やベネフィットの強い訴求、機能に対する信頼感の醸成

R-1

- ・ 体調管理の必要性や機能イメージを強化する新たなTVCMを投入。感染症流行への懸念が高まる中で、喫食意欲を高める
- ・ 4月発売の「満たすカラダ」シリーズは、一定の顧客層を獲得。パッケージを刷新し、認知率・購入率の向上を図る



脂肪対策ヨーグルト

- ・ 10月発売
- ・ 機能性表示を取得
- ・ 脂肪対策食品の市場は腸内環境や免疫よりも大きい
- ・ 脂肪の分解や吸収抑制など既存の脂肪対策食品とは異なり、体脂肪の蓄積を抑制する新たなメカニズムをもつことを訴求し、差別化を図る

脂肪対策
市場
2,495億円

2020年、当社調べ



ニュートリション事業の概況

(億円)	上期実績		下期計画 (11/8修正)		通期計画 (11/8修正)	
		前年同期比		前年同期比		前年同期比
売上高	595	+5.9% +33	563	+5.6% +29	1,159	+5.8% +63
営業利益	86	△18.8% △20	79	△8.7% △7	165	△14.3% △27

● 市場

- スポーツプロテイン（粉末・顆粒）：店頭は△4~5%、ホエイ商品を中心にECは好調
- 乳幼児ミルク：出生数は減少しているが、インバウンド需要が発生
- 流動食：病院・在宅ともに伸長

● 業績見通しとポイント

- 「ザバス」はソイ以外（粉末ホエイ、バー、ミルク）が前年同期を上回って推移
 - 商品ラインアップの拡充とデジタルマーケティングに注力
 - ソイはスタイルアップ需要の減少が要因。女性ユーザーの開拓・定着に課題
- 前年下期にインバウンド需要が急回復した乳幼児ミルクは、期初計画を据え置き
- 流動食は需要増を背景に価格改定後も堅調。商品ラインアップ拡充でさらなる拡大へ

海外事業の概況

(億円)	上期実績		下期計画 (11/8修正)		通期計画 (11/8修正)	
		前年同期比		前年同期比		前年同期比
売上高	317	+26.5% +66	371	+35.0% +96	689	+30.9% +162
営業利益	0	△71.0% △2	△3	— +9	△3	— +7

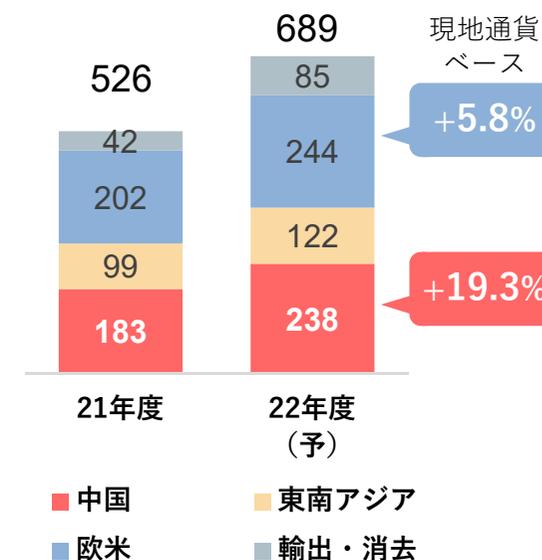
● 中国

- アイスクリームは、上海地域のロックダウンの影響をカバーして好調に推移。販売エリアの拡大や商品開発の強化が奏功。独自のポジショニングで成長継続
- 菓子はロックダウンの影響を受けたが、徐々に回復
- 市販用牛乳・ヨーグルトは苦戦。販売エリアの拡大と商品ラインアップの拡充により成長軌道回復を目指す
- 業務用は引き続き新規顧客獲得で拡大

● 米国

- 原材料高に対応し、価格改定を実施。明治ブランドのチョコレートスナックは数量ベースでも好調に推移
- SKU数の見直しにも着手し、収支改善を図る

地域別売上高（億円）



医薬品：営業利益の計画差異分析

- 通期営業利益を増額修正。ただし、下期は減額

(億円)

		上期		下期		通期	
			前年同期比		前年同期比		前年同期比
営業利益	期初計画 (5/12発表)	77	△31.2% △35	107	+45.6% +33	185	△0.8% △1
	上期実績 下期・通期修正計画 (11/8発表)	146	+29.9% +33	53	△27.5% △20	200	+7.2% +13
	差	+68	—	△53	—	+14	—

主な変動要因

- 国内医薬品事業の売上高が好調
- 円安が想定を上回って進行し、海外医薬品事業にプラスの影響
- 研究開発費の下期への期ズレ

- 売上高は下期も好調の見通しだが、COVID-19不活化ワクチンの承認見通しを変更し、計画から除外
- 原材料コストの上昇
- 研究開発費の上期からの期ズレ
- インフルエンザワクチンの保守的な返品想定を反映

国内医薬品事業の概況

(億円)	上期実績		下期計画 (11/8修正)		通期計画 (11/8修正)	
		前年同期比		前年同期比		前年同期比
売上高	475	+11.3% +48	491	+2.5% +11	967	+6.6% +59
営業利益	54	+205.7% +36	6	△63.5% △12	61	+65.8% +24

● 市場

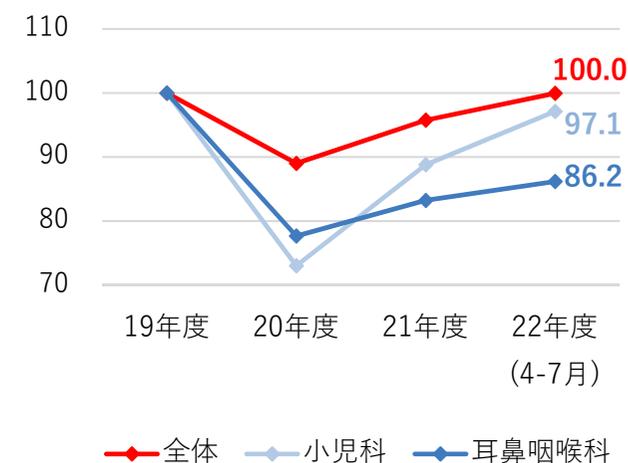
医療機関受診患者数が増加し、レセプト件数も増加傾向だが、小児科や耳鼻咽喉科は19年度水準には至らず

● 業績見通しとポイント

- 薬価改定率：6%台
- アストラゼネカ社COVID-19ワクチンの保管・配送に関する受託収入は通期で減少。ただし、上期は増加、下期は減少
- ジェネリック医薬品の数量拡大が顕著
- アレルギー性疾患治療薬「ビラノア」や抗悪性腫瘍剤「ハイスタ」などの重点品目の普及活動を強化
- 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

レセプト月平均件数*

(19年度の数値を100として比較)

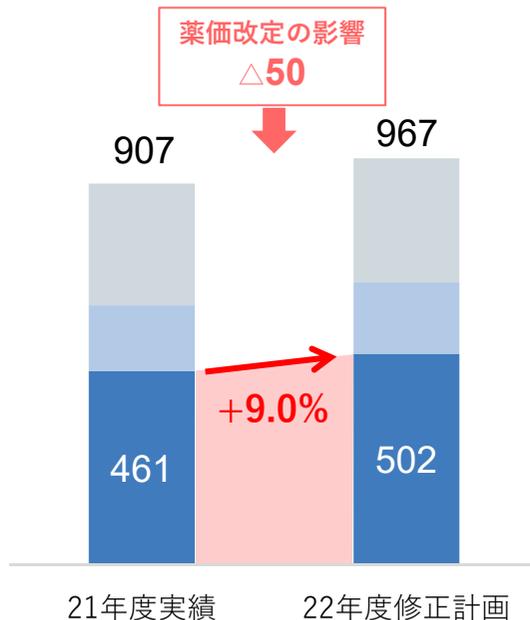


*出所：社会保険診療報酬支払基金

ジェネリック医薬品の拡大

国内医薬品事業の売上高 (億円)

- その他
- 重点品目 (ジェネリック医薬品除く)
- ジェネリック医薬品*

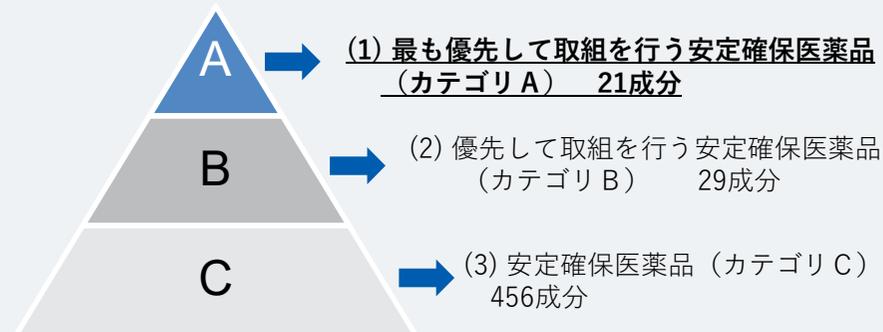


*Meiji Seika ファルマ単体のジェネリック医薬品とMeファルマの売上高の単純合算値

- 安定確保医薬品*カテゴリAに選定された「スルバシリン」を中心に注射用抗菌薬が好調に推移
- これらを含めた基礎的医薬品は、一定の条件下で薬価が維持される仕組みがあり、事業の安定性に寄与
- ジェネリック企業で相次いだ品質問題以降、市場全体で供給不足が続く中、当社の品質や安定供給力が評価される

*安定確保医薬品

我が国の安全保障上、国民の生命を守るため、切れ目のない医療供給のために必要で、安定確保について特に配慮が必要とされる医薬品



4成分は
当社品を
含む

出所：厚生労働省 中央社会保険医療協議会 薬価専門部会（第181回）資料
(https://www.mhlw.go.jp/stf/shingi2/0000212451_00043.html) をもとに当社作成

ヒト用ワクチン事業の概況

(億円)	上期実績		下期計画 (11/8修正)		通期計画 (11/8修正)	
		前年同期比		前年同期比		前年同期比
売上高	192	△15.3% △34	207	+3.8% +7	400	△6.3% △27
営業利益	48	△44.5% △38	12	△53.5% △14	61	△46.7% △53

- 市場
 - 9月16日の厚生労働省発表では、今冬のインフルエンザワクチン供給量は約3,521万本の見込みで過去最大
 - 小児定期接種ワクチンはコロナ下での接種控えの影響を受ける
- 業績見通しとポイント
 - インフルエンザワクチンの生産が順調に進み、前年同様に早期出荷を実現。今後の接種動向、返品率がカギ
 - 製販一体の強みを生かした独自の普及・接種啓発活動の強化
 - 開発パイプラインの着実な推進

新型コロナウイルス感染症ワクチンに関するトピックス

- 10月3日発表 経済産業省「ワクチン生産体制強化のためのバイオ医薬品製造拠点等整備事業」公募採択に関するお知らせ
- 8月25日発表 レプリコンワクチン「ARCT-154」の製造販売に関する協議についてのお知らせ

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

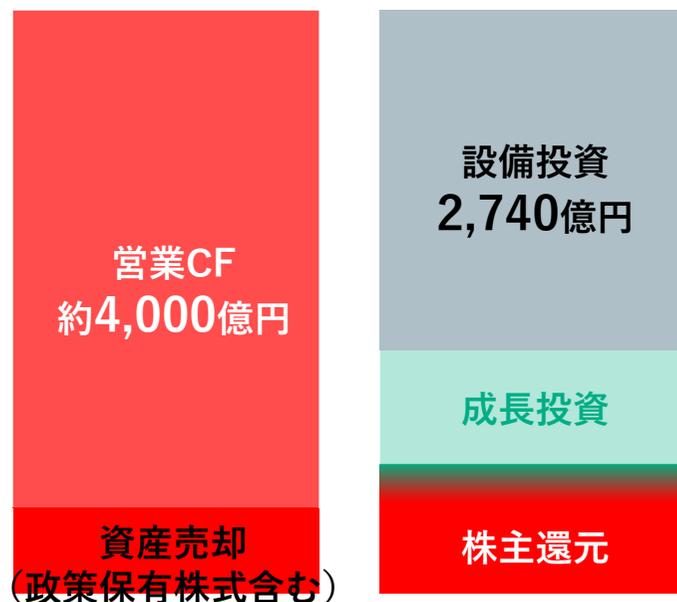


- P2/3結果速報では、P1/2と同様に若い年齢層ほど中和抗体価が高い傾向
- 各臨床試験は順調に進捗、早期の供給を目指す

3. 財務戦略・株主還元

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

● 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

- 設備投資は通期で880億円の予定
 - 期初計画963億円との差は、主に食品セグメントにおける工期の遅延や見直しによる
- 11月8日に自己株式取得と株式分割を発表
 - 一層の利益還元と資本効率の向上を目的として、100億円の自己株式取得予定
 - 流動性の向上を目的に、23年4月1日に1:2の割合で株式分割を実施予定

2022年度 連結計画

(億円)	21年度 通期実績	22年度 通期計画 (11/8修正)	前年同期比	22年度 通期計画 (5/12当初)
売上高	10,130	10,525	+3.9% +394	10,355
営業利益	929	835	△10.1% △94	925
営業利益率	9.2%	7.9%	△1.2 pt	8.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	874	600	△31.4% △274	625
EPS	607.24円	426.00円	△181.24円	433.76円
1株当たり配当金	170円	170円	—	170円
配当性向	28.0%	39.9%	+11.9 pt	39.2%
ROE	13.5%	8.6%	△4.9 pt	9.0%
ROIC	8.4%	7.2%	△1.2 pt	8.0%
設備投資額	931	880	△5.5% △51	963
営業CF	1,275	600	△52.9% △675	700
フリーCF	999	△130	— △1,129	△200

- コストアップへの対応を徹底し、マーケティング投資など次の成長につながる投資も実行。22年度修正計画をまずは達成し、23年度の反転攻勢を目指す

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



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

2022年度上期 連結経営成績

(億円)	22年度 上期実績	前年同期比	主な内容
売上高	5,175	+3.4% +168	— (詳細はP2-4参照)
営業利益	431	△14.2% △71	— (詳細はP2-4参照)
営業外収益	23	△32.9% △11	・持分法による投資利益 (△10) ・為替差益 (△1)
営業外費用	16	△20.0% △4	・開業費 (+2) ・その他 (△7)
経常利益	439	△15.2% △78	—
特別利益	68	+25.8% +14	・固定資産売却益 (+40) ・関係会社株式売却益 (△13) ・その他 (△12)
特別損失	24	+22.8% +4	・固定資産廃棄損 (+2) ・その他 (+1)
税金等調整前 四半期純利益	483	△12.6% △69	—
法人税等	134	△11.7% △17	—
非支配株主に 帰属する四半期純利益	14	△56.3% △18	・KMバイオロジクスの減益
親会社株主に帰属 する四半期純利益	333	△8.9% △32	—

2022年度上期 連結財政状態

(億円)	22年9月末 実績	前期末比	主な内容
流動資産	5,081	+11.5% +525	・現金及び預金 (+246) ・受取手形及び売掛金 (+127) ・原材料及び貯蔵品 (+95)
固定資産	6,757	+2.1% +138	・投資有価証券 (+49) ・機械装置及び運搬具 (+35) ・建物及び構築物 (+30)
資産合計	11,838	+5.9% +664	—
流動負債	3,069	+7.0% +201	・短期借入金 (+368) ・未払法人税等 (△52) ・支払手形及び買掛金 (△38) ・契約負債 (△34) ・賞与引当金 (△10)
固定負債	1,199	+1.9% +22	・退職給付に係る負債 (+22)
負債合計	4,268	+5.5% +223	—
株主資本	6,540	+3.3% +212	・利益剰余金 (+207)
その他の包括利益 累計額	627	+55.2% +223	・為替換算調整勘定 (+223)
非支配株主持分	401	+1.3% +5	—
純資産合計	7,570	+6.2% +440	—
有利子負債	1,162	+43.0% +349	・短期借入金 (+368)
自己資本比率	60.6%	+0.3 pt	—

2022年度上期 連結キャッシュフロー

(億円)	22年度		
	上期実績	前年同期比	主な内容
営業キャッシュフロー	251	△360	<ul style="list-style-type: none"> ・ 契約負債の増減額 (△153) ・ 棚卸資産の増減額 (△105) ・ 売上債権の増減額 (△90) ・ 税金等調整前四半期純利益 (△69) ・ 仕入債務の増減額 (+58)
投資キャッシュフロー	△259	+96	<ul style="list-style-type: none"> ・ 有形固定資産の取得による支出 (+137) ・ 投資有価証券の売却による収入 (△55)
財務キャッシュフロー	202	+56	<ul style="list-style-type: none"> ・ 長期借入金の返済による支出 (+81) ・ 短期借入金の純増減額 (+77) ・ 社債の発行による収入 (△99)
フリーキャッシュフロー	△8	△264	—

2022年度上期 連結営業利益増減分析

(億円)	連結	食品	医薬品	他
21年度上期実績	503	395	112	△5
売上増減	+73 *1	+18	+55	—
薬価改定の影響	△23	—	△23	—
原価の変動	△76 *2	△77	+1	—
経費等の増減	△6 *3	△27	+21	—
その他（子会社損益含む）	△40	△17	△20	△2
22年度上期実績	431	293	146	△7

*1： 価格改定効果を含む

*2： 主な内訳 【食品】 原材料コスト増△80、その他+3

【医薬品】 原価低減+1

*3： 主な内訳 【食品】 製造間接費増△16、マーケティング費用等の変動△4、その他△7

【医薬品】 マーケティング費用等の変動+11、研究開発費減+10

2022年度通期 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	+265 *1	+202	+63	—
薬価改定の影響	△50	—	△50	—
原価の変動	△223 *2	△229	+6	—
経費等の増減	△42 *3	△71	+29	—
その他（子会社損益含む）	△44	△1	△35	△7
22年度通期修正計画	835	660	200	△25

*1： 価格改定効果を含む

*2： 主な内訳 【食品】 原材料コスト増△241、その他+12
【医薬品】 原価低減+6

*3： 主な内訳 【食品】 マーケティング費用等の変動△6、その他費用の変動△65
【医薬品】 マーケティング費用等の変動+13、その他費用の変動+16

食品：事業別売上高・営業利益

(億円)		21年度 通期実績	22年度 上期実績	前年 同期比	22年度 下期計画 (11/8修正)	前年 同期比	22年度 通期計画 (11/8修正)	前年 同期比
ヨーグルト ・チーズ	売上高	2,097	1,003	△6.8% △72	1,100	+7.8% +79	2,104	+0.3% +6
	営業利益	349	120	△35.7% △66	164	+1.4% +2	285	△18.4% △64
ニュートリション	売上高	1,096	595	+5.9% +33	563	+5.6% +29	1,159	+5.8% +63
	営業利益	193	86	△18.8% △20	79	△8.7% △7	165	△14.3% △27
チョコレート ・グミ	売上高	980	435	+3.6% +15	585	+4.7% +26	1,021	+4.2% +41
	営業利益	126	32	△14.0% △5	90	+1.9% +1	123	△2.8% △3
牛乳	売上高	761	368	△7.4% △29	356	△2.0% △7	724	△4.8% △36
	営業利益	△7	△8	— △7	△13	— △6	△21	— △13
業務用食品	売上高	658	328	+7.8% +23	351	△0.3% △0	680	+3.5% +22
	営業利益	27	10	+18.1% +1	18	△1.1% △0	28	+4.9% +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 上期実績	前年 同期比	22年度 下期計画 (11/8修正)	前年 同期比	22年度 通期計画 (11/8修正)	前年 同期比
フローズン ・調理食品	売上高	582	322	△0.2% △0	257	△0.8% △1	580	△0.5% △2
	営業利益	29	27	+15.9% +3	10	+73.8% +4	37	+27.4% +8
海外	売上高	526	317	+26.5% +66	371	+35.0% +96	689	+30.9% +162
	営業利益	△10	0	△71.0% △2	△3	— +9	△3	— +7
その他 ・国内子会社	売上高	1,557	834	+10.6% +80	741	△7.7% △61	1,576	+1.2% +18
	営業利益	50	23	△22.0% △6	19	△5.5% △1	42	△15.2% △7

食品：2022年度上期 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年度上期 営業利益	395	187	106	37	△0	8	23	2	29
売上増減	+18	△41	+19	+10	△6	+14	+10	+4	+7
原価の変動	△77	△16	△23	△13	△0	△7	△10	△3	△5
経費等の増減	△27	△9	△16	△0	+3	△4	+3	△2	△2
マーケティング費用 等の変動	△4	△4	△3	+2	+6	△2	+1	△1	△2
その他費用の変動 (内、研究開発費)	△23 (△2)	△5	△13	△2	△2	△3	+3	△1	+1
その他 (子会社損益など)	△17	△0	△0	△2	△5	+0	+0	△2	△8
22年度上期 営業利益	293	120	86	32	△8	10	27	0	23

食品：2022年度通期 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	+202	+40	+55	+42	+3	+21	+24	+7	+9
原価の変動	△229	△49	△71	△43	△13	△15	△22	△5	△11
経費等の増減	△71	△60	△12	△1	△2	△3	+6	△4	+3
マーケティング費用 等の変動	△6	△42	+10	+6	+8	+3	+4	+0	+5
その他費用の変動 (内、研究開発費)	△65 (△2)	△18	△22	△7	△9	△7	+3	△4	△1
その他 (子会社損益など)	△1	+5	△0	△2	△2	△0	△1	+8	△10
22年度通期 営業利益 (修正計画)	660	285	165	123	△21	28	37	△3	42

食品：主力品の売上動向

(億円)	21年度			22年度			
	通期実績	上期実績	前年同期比	下期計画 (11/8修正)	前年同期比	通期計画 (11/8修正)	前年同期比
ヨーグルト	818	399	△6.0%	409	+4.0%	808	△1.2%
プロバイオティクス ヨーグルト	980	452	△8.8%	520	+7.3%	972	△0.8%
市販チーズ	291	135	△8.8%	145	+1.1%	279	△3.9%
チョコレート	963	399	+1.0%	587	+3.4%	986	+2.4%
乳幼児ミルク・流動食	635	334	+8.2%	312	△4.4%	646	+1.7%
スポーツ栄養 (ザバスミルク含む)	428	238	+2.2%	225	+15.5%	463	+8.3%
市販・宅配牛乳	771	372	△8.0%	348	△5.0%	720	△6.6%
市販アイスクリーム	402	256	+3.5%	155	△0.4%	410	+2.0%

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 上期実績	前年 同期比	22年度 下期計画 (11/8修正)	前年 同期比	22年度 通期計画 (11/8修正)	前年 同期比	
国内医薬品	売上高	907	475	+11.3% +48	491	+2.5% +11	967	+6.6% +59	
	営業利益	36	54	+205.7% +36	6	△63.5% △12	61	+65.8% +24	
海外医薬品	売上高	403	250	+29.7% +57	267	+27.2% +57	518	+28.4% +114	
	営業利益	40	36	+195.5% +24	28	+2.7% +0	65	+62.3% +24	
ヒト用ワクチン	売上高	427	192	△15.3% △34	207	+3.8% +7	400	△6.3% △27	
	営業利益	114	48	△44.5% △38	12	△53.5% △14	61	△46.7% △53	
動物薬*	売上高	141	53	△27.4% △20	54	△19.5% △13	107	△23.6% △33	
	営業利益	△4	7	— +11	5	— +5	13	— +17	

医薬品：2022年度上期 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年度上期 営業利益	112	17	12	86	△4
売上増減	+55	+65	+5	+2	△17
薬価改定の影響	△23	△23	—	—	—
原価の変動	+1	△1	△1	+4	+0
経費等の増減	+21	△0	+0	△1	+22
マーケティング費用等の変動	+10	+1	△1	△1	+11
その他費用の変動 (内、研究開発費)	+11 (+9)	△1	+1	+0	+11
その他 (子会社損益など)	△20	△3	+21	△43	+7
22年度上期 営業利益	146	54	36	48	7

*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。

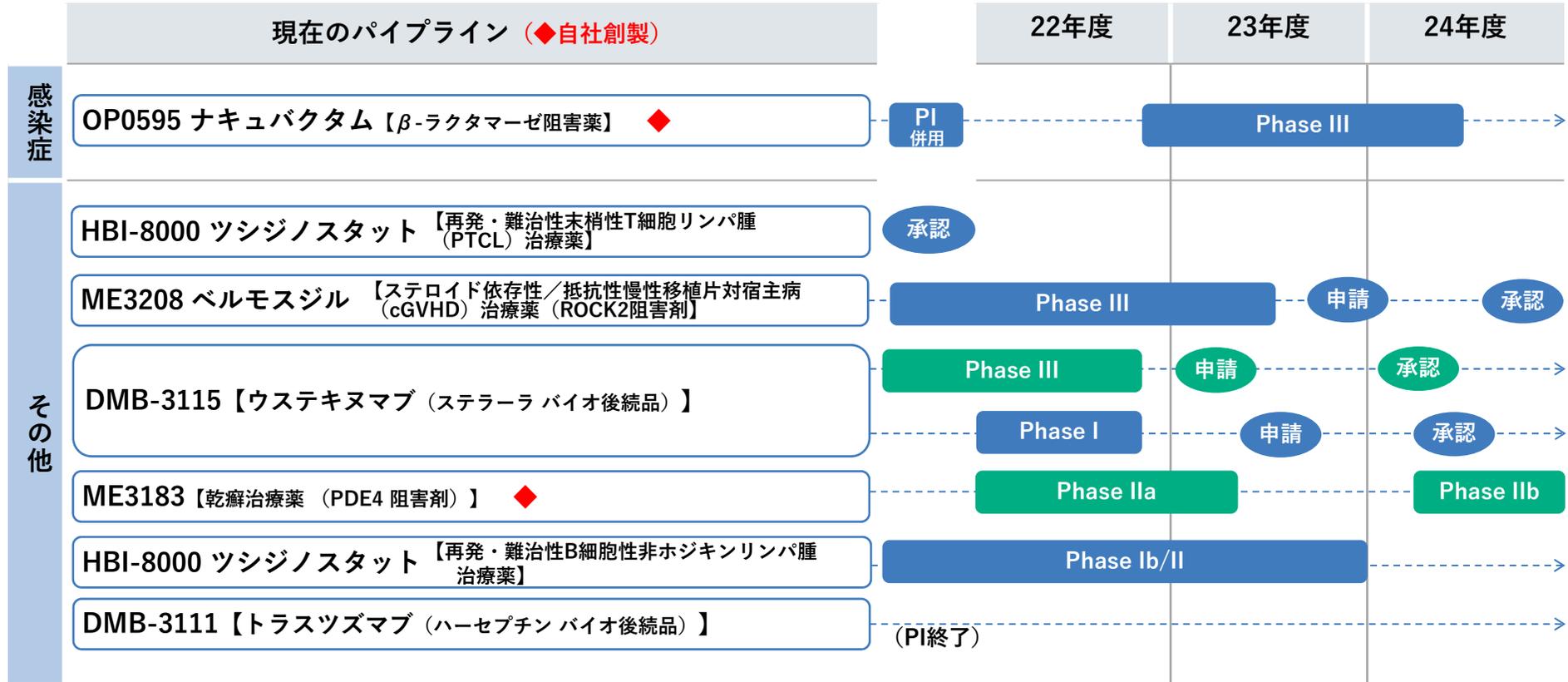
医薬品：2022年度通期 事業別営業利益 増減分析

(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	+63	+73	+17	+6	△33
薬価改定の影響	△50	△50	—	—	—
原価の変動	+6	+1	△3	+8	+0
経費等の増減	+29	+5	△4	△12	+39
マーケティング費用等の変動	+13	△3	△4	△2	+21
その他費用の変動 (内、研究開発費)	+16 (+12)	+8	△0	△10	+18
その他 (子会社損益など)	△35	△4	+14	△56	+12
22年度通期 営業利益 (修正計画)	200	61	65	61	13

*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。

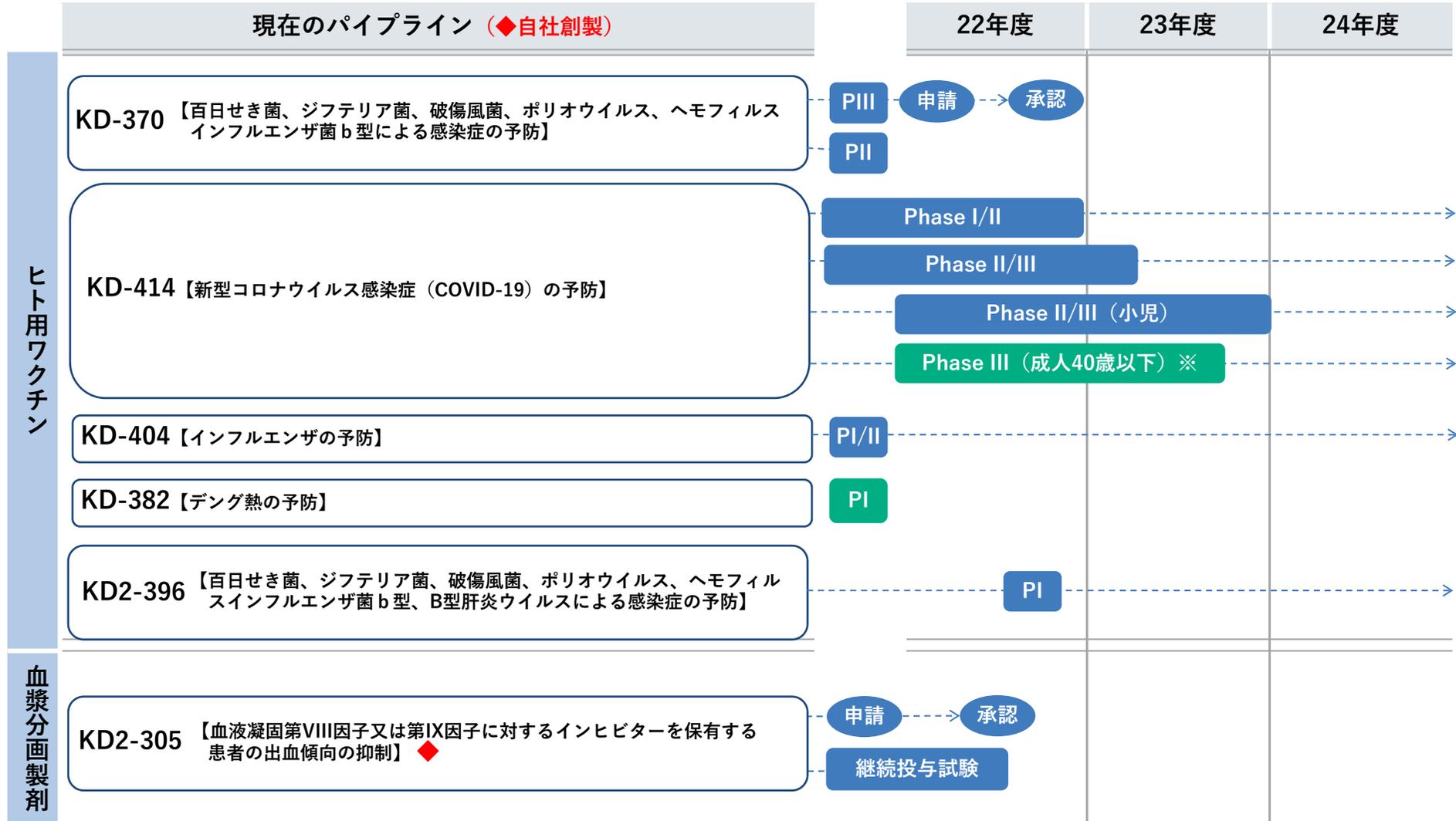
医薬品：開発パイプライン

■ 日本 ■ 海外

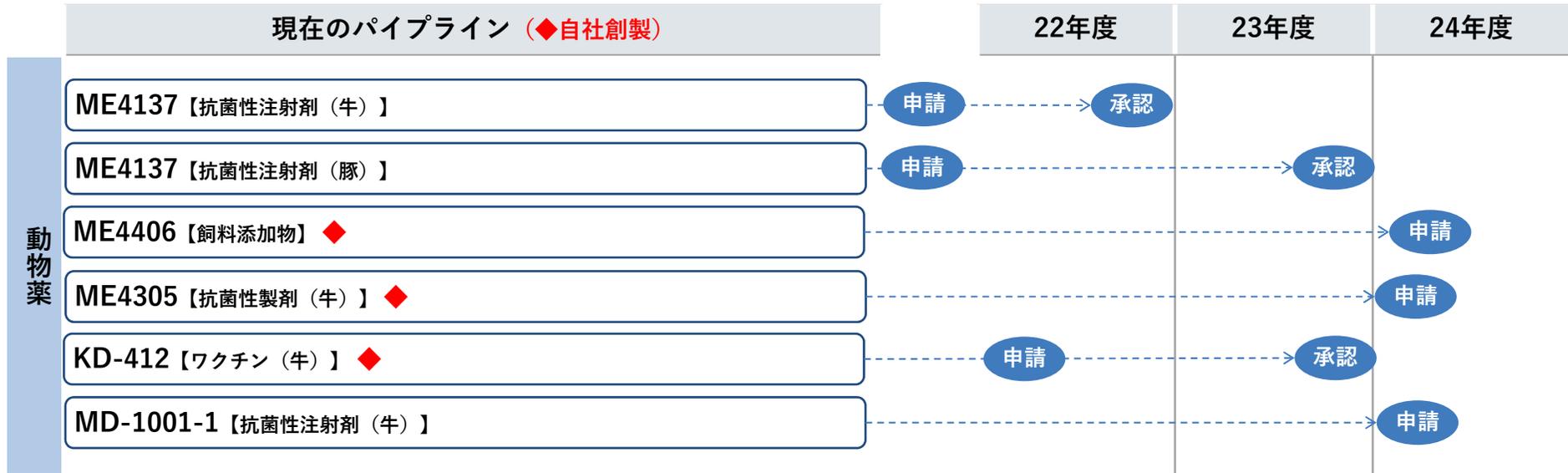


医薬品：開発パイプライン

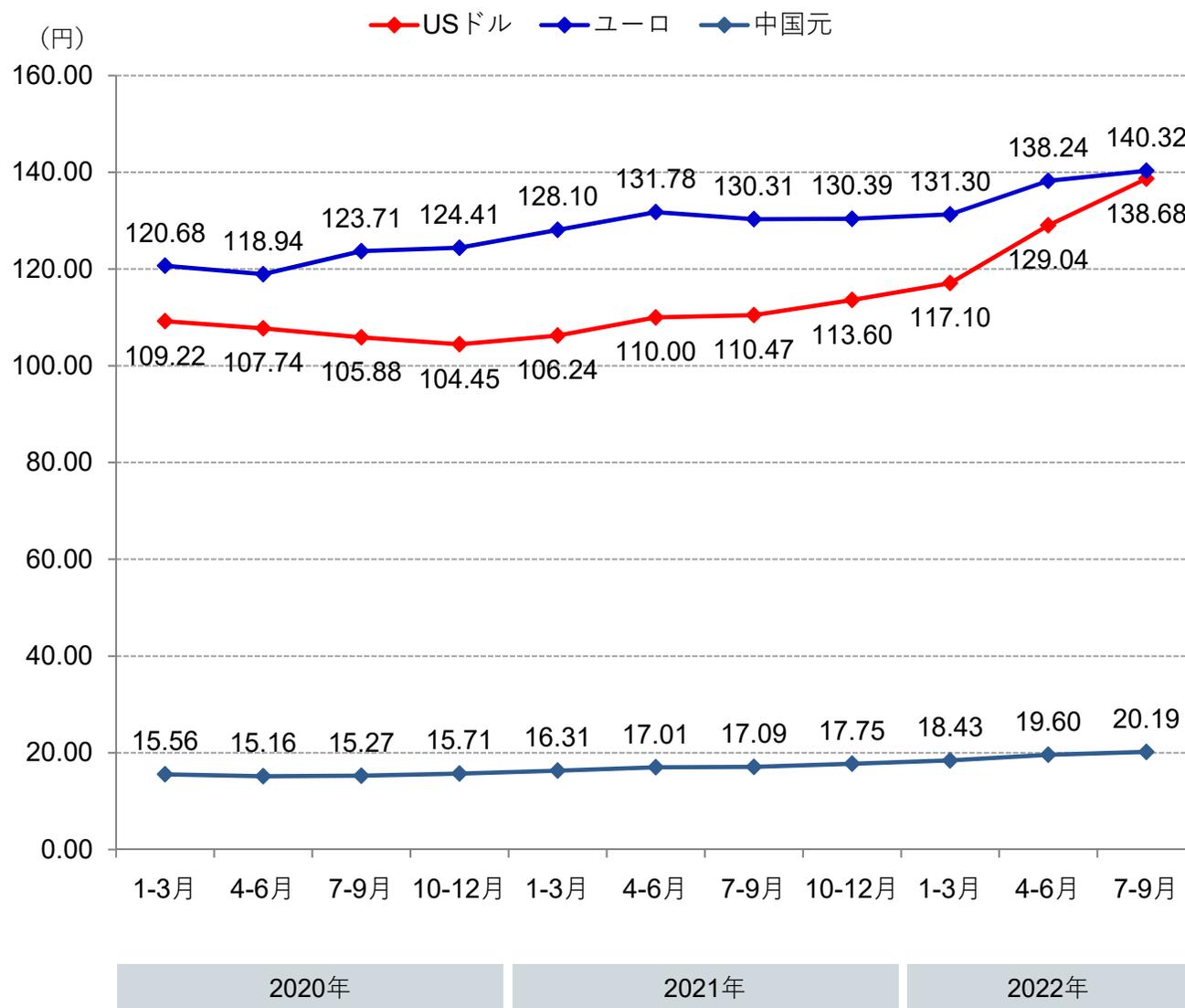
■ 日本 ■ 海外



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

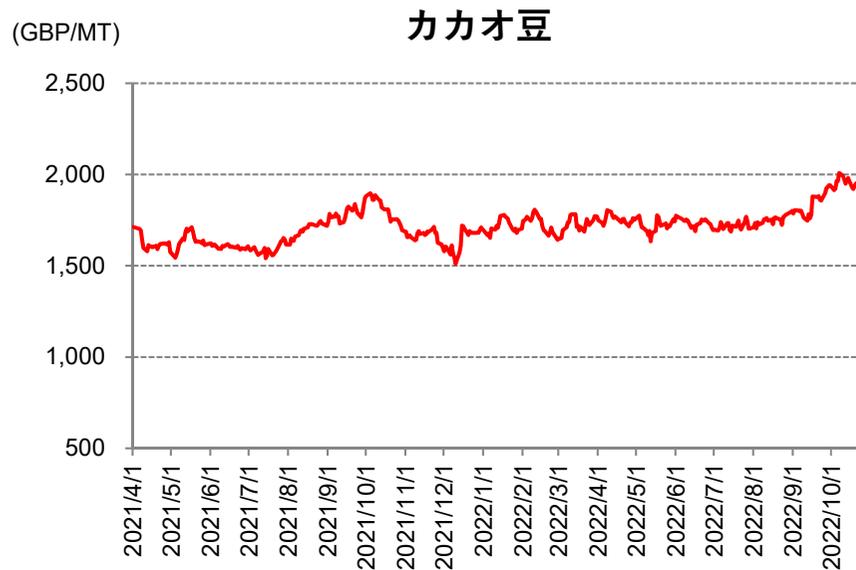
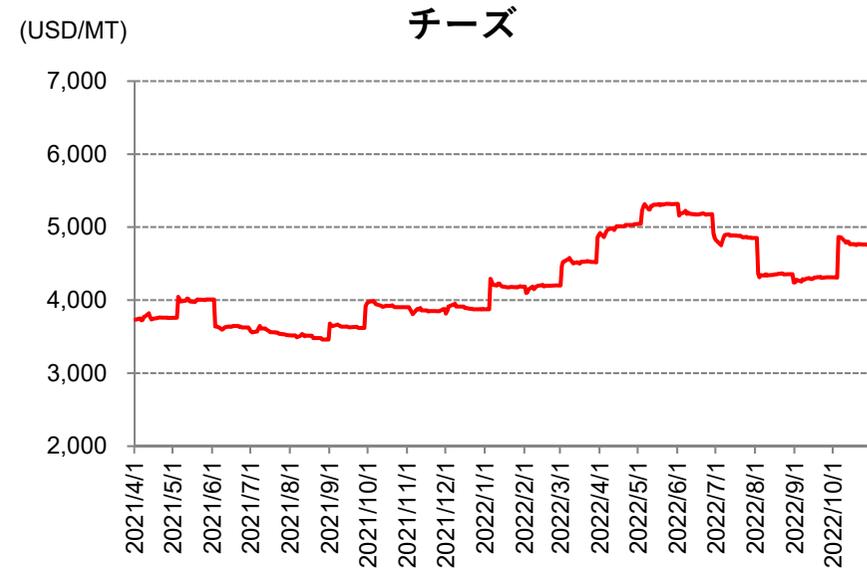
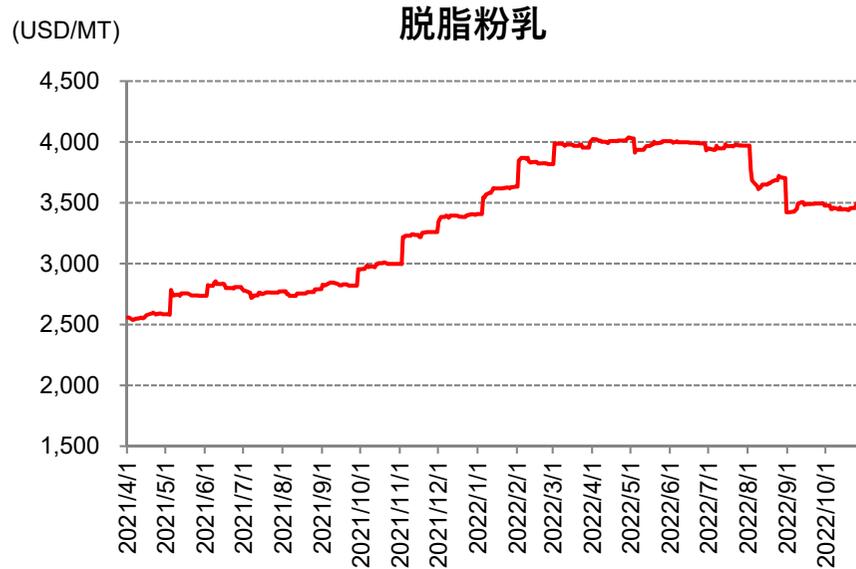
U S ドル	120円
ユーロ	133円
中国元	17円



11月修正計画の為替前提

U S ドル	145円
ユーロ	145円
中国元	20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。