

# 2024年度 第2四半期（中間期）決算記者会見資料

対象期間：2024.4.1-2024.9.30

2024年11月11日

## 2024年度 上期連結決算のハイライト

(億円)	23年度 上期実績	24年度 上期実績	24年度		24年度 上期計画
			前年同期比	計画比	
売上高	5,460	5,690	+4.2% +229	+1.3% +75	5,615
うち、海外売上高	649※	767	+18.3% +118	+2.2% +16	750
営業利益	444	443	△0.1% △0	+23.3% +83	360
営業利益率	8.1%	7.8%	△0.3pt	+1.4pt	6.4%
親会社株主に帰属する 中間純利益	279	268	△3.8% △10	+27.9% +58	210
E P S	100.13円	97.66円	△2.47円	+22.39円	75.27円

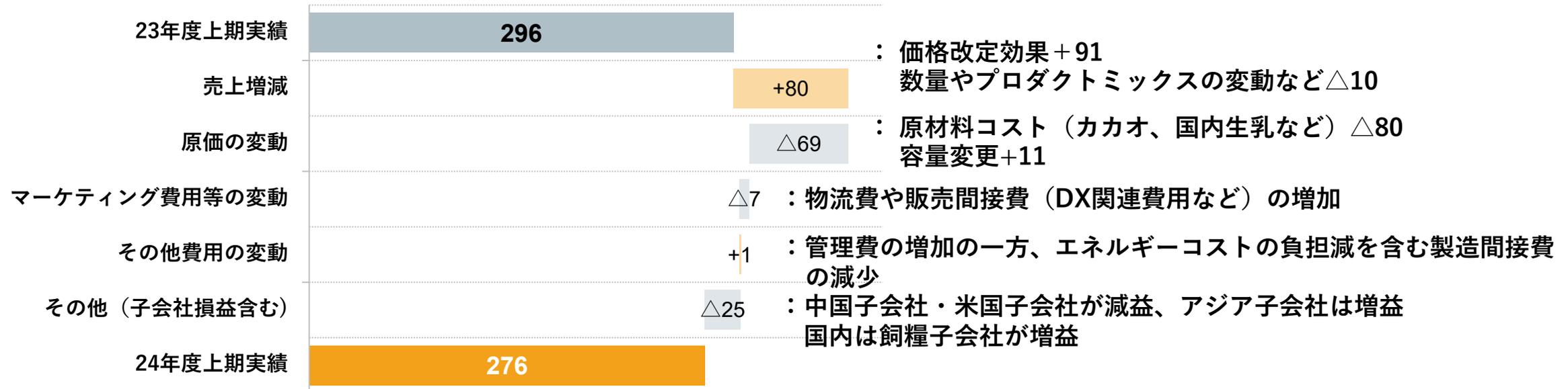
- 売上高は食品、医薬品ともに増収。全体で計画並みの着地
- 営業利益は前年同期並み。医薬品が大幅増益となったことで、計画比では大幅に上回る
- 中間純利益は減益。前年同期の子会社譲渡に伴う関係会社株式売却益が今期は発生しなかったことが主な要因

## 食品：2024年度 上期決算概要

(億円)	23年度 上期実績	24年度 上期実績		24年度 上期計画
		前年同期比	計画比	
売上高	4,454	4,554	+2.2% +99	+0.5% +20
営業利益	296	276	△6.9% △20	△7.8% △23

## 営業利益 増減分析

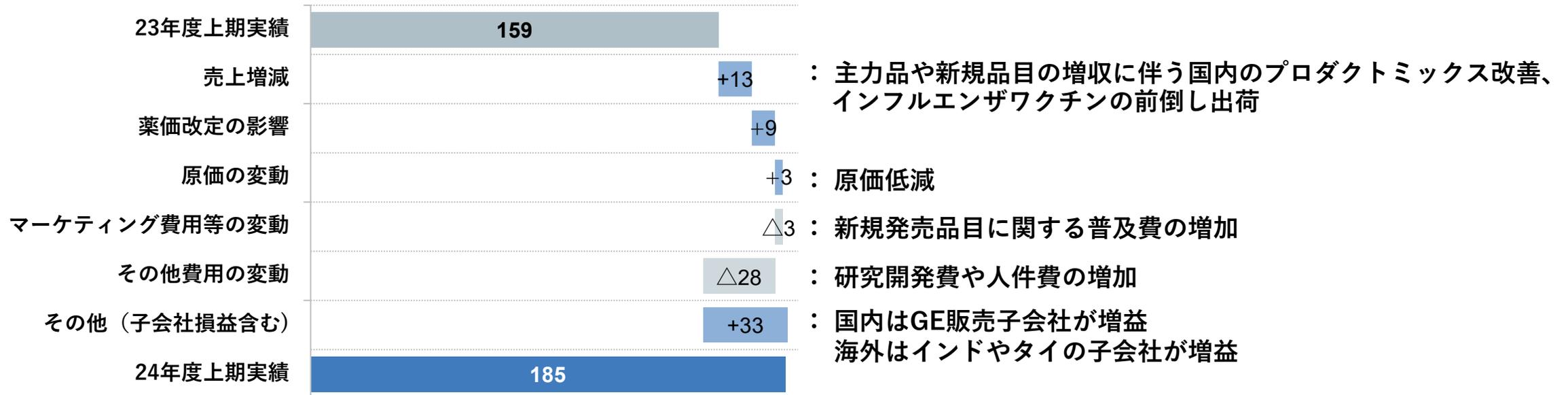
国内：+15  
海外：△36



# 医薬品：2024年度 上期決算概要

(億円)	23年度 上期実績	24年度 上期実績		24年度 上期計画
		前年同期比	計画比	
売上高	1,008	1,138	+12.9% +130	+4.9% +52 1,086
営業利益	159	185	+16.7% +26	+117.5% +100 85

## 営業利益 増減分析



## 2024年度 下期・通期連結見通し

(億円)		24年度 上期実績		24年度 下期計画 (11月修正)		24年度 下期計画 (5月当初)		24年度 通期計画	
			前年同期比		前年同期比				前期比
連結	売上高	5,690	+4.2% +229	5,899	+5.5% +305	5,975		11,590	+4.8% +535
	営業利益	443	△0.1% △0	416	+4.3% +17	500		860	+2.0% +16
	親会社株主に帰属する当期純利益	268	△3.8% △10	231	+1.7% +3	290		500	△1.3% △6
食品	売上高	4,554	+2.2% +99	4,584	+0.8% +38	4,605		9,138	+1.5% +137
	営業利益	276	△6.9% △20	383	+10.8% +37	360		660	+2.6% +16
医薬品	売上高	1,138	+12.9% +130	1,319	+25.4% +266	1,372		2,458	+19.3% +397
	営業利益	185	+16.7% +26	64	△4.9% △3	165		250	+10.2% +23
HD/ 消去	売上高	△3	— △0	△4	— +0	△2		△7	— +0
	営業利益	△18	— △6	△32	— △16	△25		△50	— △23

- 連結の通期計画は据え置き。市場環境に対応した施策の実施により当初計画の達成を目指す
- 各セグメントの通期計画も据え置くが、セグメント下の事業別は売上・利益ともに見直し

## 食品：通期計画の進捗

(億円)

		24年度 上期		24年度 下期		24年度 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 (5/10発表)	300	+1.1% +3	360	+4.0% +13	660	+2.6% +16
	上期実績 下期・通期修正計画 (11/11発表)	276	△6.9% △20	383	+10.8% +37	660	+2.6% +16
	差	△23	—	+23	—	—	—

通期では、期初に  
計画した営業利益  
の達成を目指す

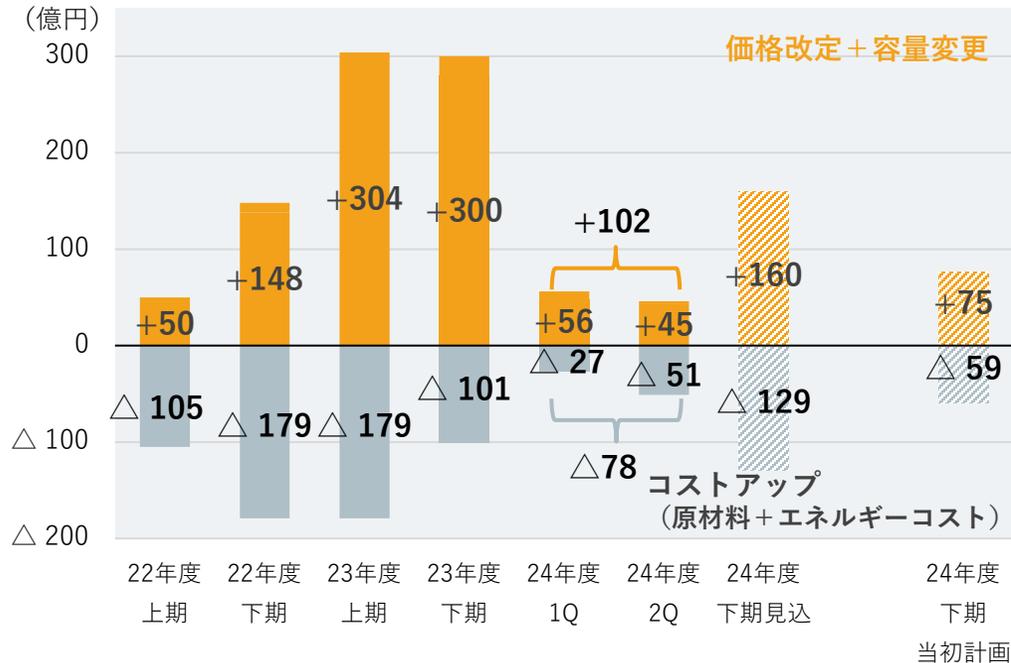
## 主な変動要因

- 計画を上回るカカオ原料のコストアップ
- 国内事業のプロダクトミックスの悪化。特にプロバイオティクス、粉ミルクなど収益性の高い商品が計画未達
- 中国アイスクリーム事業の減益

- カカオ原料高騰に対応し、BtoBでは9月から価格見直し、市販チョコレートは10月に約20%の価格改定を実施
- 国内事業のプロダクトミックスの改善
  - プロバイオティクス：R-1以外の商品のテコ入れ
  - 粉ミルク：インバウンド需要喚起対策
  - その他、ブルガリアヨーグルトやおいしい牛乳など強いブランドを生かした商品戦略の推進
- 中国アイスクリーム事業は非需要期のため、当初計画から下期の業績貢献は見込んでいない

# 食品：コストアップへの対応と付加価値戦略の追求

営業利益への影響額



- あらゆる原材料が高騰した22~23年度をピークに、コストアップ額は落ち着きを見せているが、為替の急激な変動に加え、一部原材料のコストアップのリスクは残る
- 引き続き、商品とマーケティングの両面から付加価値戦略を追求し、コストアップが続いても収益性は維持・向上させる

〈直近の主な価格改定〉

23年8月	ヨーグルト	+1-3%
	牛乳	+4-11%
10月	チョコレート・グミ	+4-24%
24年6月	チョコレート・グミ	+3-33%
9月	アイスクリーム	+5-11%
10月	チョコレート・スナック	+6-31%
	粉ミルク	+3.5%
	ザバス (粉)	+6%

伝達力の強化

商品力の向上

- マーケティング強化による、価格改定後の数量減の最小化
- メリハリのあるマーケティング活動で需要を喚起

数量増につながる施策

- 強いブランドのラインアップ拡大 (事業の枠を越えた展開も)
- 研究開発力・技術力を生かした新商品の発売やリニューアル

単価アップにつながる施策

# 医薬品：通期計画の進捗

(億円)

		24年度 上期		24年度 下期		24年度 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 (5/10発表)	85	△46.3% △73	165	+142.2% +96	250	+10.2% +23
	上期実績 下期・通期修正計画 (11/11発表)	185	+16.7% +26	64	△4.9% △3	250	+10.2% +23
	差	+100	—	△100	—	—	—

通期では、期初に  
計画した営業利益  
の達成を目指す

## 主な変動要因

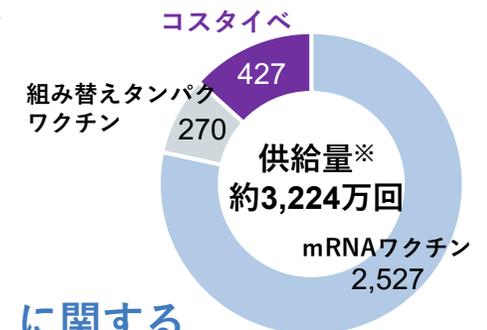
- 国内事業、海外事業ともに好調
- インフルエンザワクチンの早期出荷を実現
- 研究開発費が下期に期ズレ

- 国内事業は主力の注射用抗菌薬や新規発売品目を中心に好調継続
- 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下期出荷量の減少
- 新型コロナワクチン「コスタイベ」の計画を見直し

### 【前提条件のポイント】

- 2024/25シーズン市場供給量 約3,224万回分※  
9月5週時点の出荷見込み量 約1,238万回分※
- 反ワクチンの動きによるワクチン接種率への影響

→ 期初計画時点よりもリスクを織り込み、「コスタイベ」に関する売上高および費用、配賦額などを見直し



※2024年9月2日 厚生科学審議会 予防接種・ワクチン分科会  
研究開発及び生産・流通部会資料

## 2024年度計画：修正なし

(億円)	23年度 通期実績	24年度 通期計画	前期比
売上高	11,054	11,590	+4.8% +535
営業利益	843	860	+2.0% +16
営業利益率	7.6%	7.4%	△0.2 pt
親会社株主に帰属する当期純利益	506	500	△1.3% △6
EPS	181.64円	181.74円	+0.10円
1株当たり配当金	95円	100円	+5円
総還元性向	52.3%	114.6%	+62.3 pt
ROE	6.9%	7.0%	+0.1 pt
ROIC	6.2%	7.0%	+0.8 pt
設備投資額	534	770	+44.2% +236
営業CF	1,079	600	△44.4% △479
フリーCF	833	10	△98.8% △823

# 参考資料

## カカオ事業

## 食品：原料高騰に左右されない商品・マーケティング戦略の推進

チョコレート市場全体  
(前年同期比、金額ベース)



Source: インテージSRI+

当社チョコレート売上高*	2022年度	2023年度	2024年度 上期	2024年度 下期計画
	+3%	+4%	+7%	+6%

## カカオ原料の調達状況

- カカオ豆の調達先地域は複数あり、生産に必要な量は確保できている
- カカオバターは、カカオ豆に比べると在庫期間が短く、相場影響を受けやすい

〈カカオ原料調達コストの前年同期比増減額〉

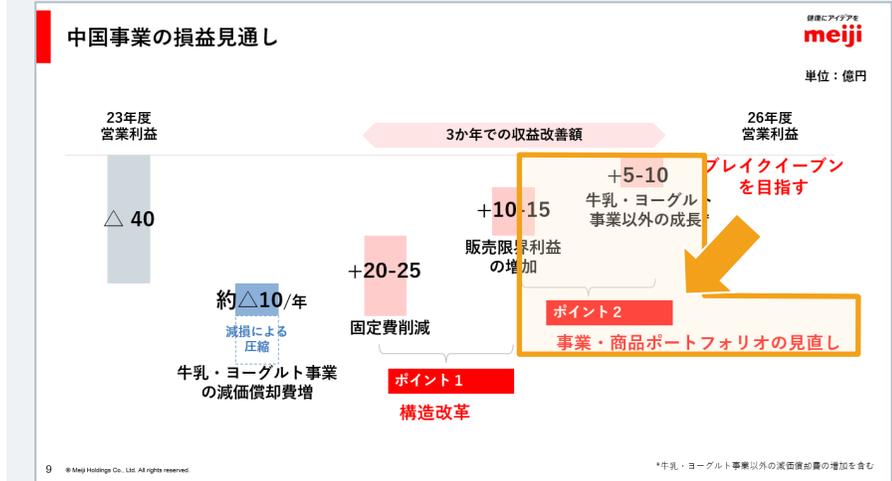
	期初計画	実績/修正計画	差異
上期	23億円増	48億円増	+25億円
下期	23億円増	71億円増	+48億円

- 強みやブランド価値に影響しない範囲で商品スペックを見直し
- カカオ原料にこだわる商品は、おいしさや健康価値などの価値訴求を強化
- メイジ・カカオ・サポート（MCS）の情報発信を通じたエシカル消費の促進

# 食品：中国事業 リバイバルプランの進捗

(億円)		24年度 上期実績	24年度 下期計画 (11月修正)	24年度 通期計画 (11月修正)	前期比	期初 計画比
中国	売上高	113	136	250	+2.5% +6	△19.5% △60
	営業利益	△46	△27	△74	— △36	— △17
アジア	売上高	152	136	289	+59.4% +107	+6.9% +18
	営業利益	8	8	16	+4.7% +0	+10.2% +1
欧米	売上高	191	177	369	+12.6% +41	+7.2% +24
	営業利益	8	11	19	△18.5% △4	+20.3% +3
海外 合計	売上高	432	394	826	+6.3% +49	△6.4% △56
	営業利益	△47	△25	△72	— △48	— △11

〈24年4月9日 電話会議資料P9〉



- 販売エリア・販売先の見直しやコスト最適化などの構造改革（上記ポイント1）は計画通りに進捗
- ポイント2は菓子事業がけん引。全体的には、消費環境が改善しない中でのチャレンジが続く

→ 独自価値のある商品を、好調なチャネルでいかに展開できるかが課題

# 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。