

2024年度 第3四半期決算説明資料

対象期間：2024.4.1-2024.12.31

2025年2月10日

明治ホールディングス株式会社

IR部を管掌しておりますCFOの菱沼でございます。

それでは、2024年度 第3四半期決算について、当社ホームページに
開示しました「第3四半期決算説明資料」にそってご説明いたします。

本資料をご覧いただいている方は1ページ目をご覧ください。

2024年度 第3四半期 連結決算のハイライト

(億円)	23年度 1-3Q実績	24年度 1-3Q実績	前年同期比	通期計画 進捗率	24年度 通期計画
売上高	8,330	8,750	+5.0% +420	75.5%	11,590
うち、海外売上高	986*	1,179	+19.6% +192	77.3%	1,524
営業利益	697	664	△4.7% △32	77.3%	860
営業利益率	8.4%	7.6%	△0.8pt	—	7.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	449	436	△2.9% △13	87.2%	500
E P S	161.13円	159.38円	△1.75円	—	181.74円

- 売上高は食品、医薬品ともに増収
- 営業利益は医薬品の棚卸資産評価減により減益
- 四半期純利益は減益

第3四半期の連結売上高は8,750億円、前年同期比5%増となりました。

営業利益は664億円で、前年同期比4.7%減となりました。

第3四半期における医薬品セグメントの減益が影響しました。

四半期純利益は436億円、前年同期比2.9%減となりました。

なお、通期計画の売上高、営業利益に変更はありません。

引き続き、通期計画達成に向けて取り組んでまいります。

食品：2024年度 第3四半期 決算概要

(億円)	23年度 1-3Q実績	24年度 1-3Q実績	前年同期比	通期計画 進捗率	24年度 通期計画
売上高	6,794	7,016	+3.3% +221	76.8%	9,138
営業利益	486	494	+1.7% +8	75.0%	660

営業利益 増減分析

国内：+39
海外：△30

23年度1-3Q実績	486	
売上増減	+147	: 価格改定効果+177 数量やプロダクトミックスの変動など△29
原価の変動	△119	: 原材料コスト（カカオ、国内生乳など）△134 容量変更など+15
マーケティング費用等の変動	△9	: 販売費やDX関連費用の増加
その他費用の変動	+6	: 一般管理費増加の一方で、生産体制整備による製造間接費の減少
その他（子会社損益含む）	△16	: 中国子会社・米子会社が減益、アジア子会社は増益 国内は販売子会社や飼糧子会社が増益
24年度1-3Q実績	494	

続いて、資料2ページ。食品セグメントの決算概要です。

売上高は7,016億円、前年同期比3.3%増となりました。

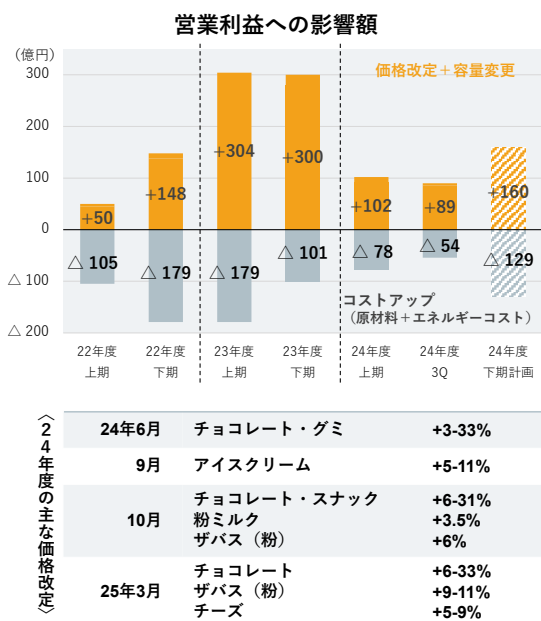
営業利益は494億円、前年同期比1.7%増となりました。

なお、営業利益につきましては、国内事業で39億円の増益、海外事業で30億円の減益となりました。

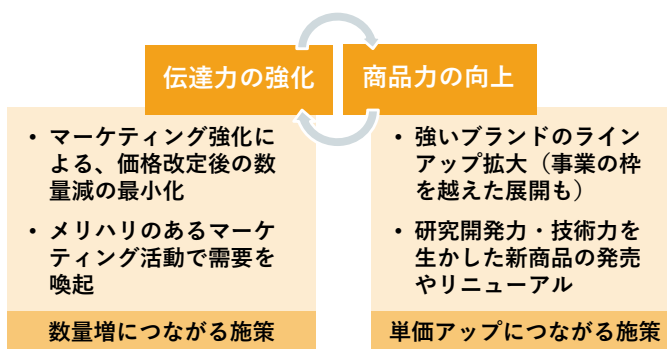
下のグラフ、営業利益の増減分析につきまして、価格改定や容量変更などの効果が原材料コストアップや数量減の影響を上回ったことによりセグメント全体で増益となりました。

詳細は事業別にご説明します。

食品：コストアップへの対応と付加価値戦略の追求



- カカオ豆の相場上昇により急激なコストアップが発生。為替も高止まりしており、エネルギーコストの増加も見込まれる
- 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



まず、コストアップへの対応です。

左のグラフのとおり上期は前期よりコストアップ影響が少なくなりましたが、カカオの急激な相場上昇により再びコストアップ対応の重要性が高まっています。

第3四半期ではコストアップが54億円、価格改定と容量変更を合わせた対策効果が89億円となり、下期の計画に対しては順調な状況です。

なお、第3四半期単独のコストアップ54億円のうち、カカオ原料は34億円を占めています。

また1月17日にチョコレートやプロテイン、チーズなどの価格改定を発表しました。2月、3月の改定となりますので今期の影響は軽微ですが、コストアップに対しては早めの手当をしていきたいと考えています。

なおコストアップ対策としては、価格改定や容量変更、原材料の見直しに加え、マーケティング投資を早い段階から実施することで、商品力の強化や新商品開発も進めております。

今後のコストアップにも伝達力の強化と商品力の向上を組み合わせ対応していきます。

食品：2024年度 第3四半期 事業別営業利益 増減分析

(億円)	食品 全体	デイリー	カカオ	ニュートリ ション	フード ソリューション	その他
23年度1-3Q営業利益	486	136	107	133	84	23
売上増減	+147	+22	+51	+9	+68	△3
原価の変動	△119	△19	△52	+5	△45	△8
経費等の増減	△3	+18	+6	△18	△15	+5
マーケティング費用等 の変動	△9	+10	△1	△10	△11	+2
その他費用の変動 (内、研究開発費)	+6 (+7)	+8	+7	△8	△4	+3
その他 (子会社損益など)	△16	+5	+1	+2	△27	+3
24年度1-3Q営業利益	494	162	113	132	65	21

4 © Meiji Holdings Co., Ltd. All rights reserved.

事業別の利益増減要因をご説明します。4ページ目をご覧ください。

売上増減は前期ならびに当期実施分の価格改定効果により、主力の全事業において増益要因となりました。

原価の変動のマイナス119億円の内訳は、原材料コストの上昇がマイナス134億円、容量減などによる原価低減効果がプラス15億円です。

前期の期中改定の乳価とカカオ原料の相場上昇によるコストアップが大半を占めており、デイリー、カカオ、フードソリューションの各事業でマイナス影響が大きくなりました。

ニュートリション事業はホエイ価格の下落により増益要因となりましたが、足元ではコストアップの影響が出てきています。

マーケティング費用等の変動は、9億円の減益要因となりました。

販売費の増加に加え、DX関連費用などの発生が要因です。

デイリー事業については、ヨーグルトの宣伝費の減少や、プロバイオの宣伝費投入の期ズレ影響により増益要素となりました。

その他費用の変動は、プラス6億円となりました。

デイリー事業やカカオ事業における生産体制の見直しが寄与しました。

その他・子会社損益は、トータルで16億円の減益要因となりました。

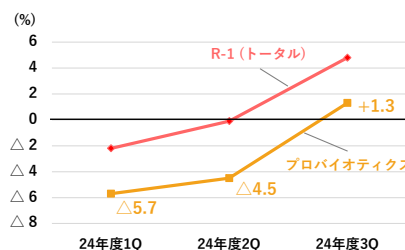
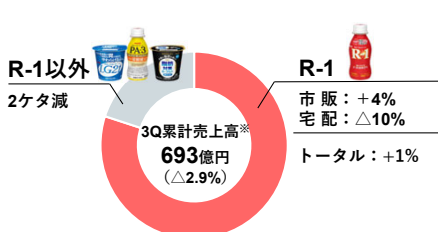
主にフードソリューション事業の中国でのアイスクリーム事業が不調だったことが影響しました。

食品：2024年度 第3四半期 事業概況

■ デイリー事業

(億円)	24年度 1-3Q実績	前年 同期比
売上高	2,037	△2.0% △41
営業利益	162	+18.8% +25

● プロバイオティクスの販売状況



● 市場 (1-3Q)

- ヨーグルト：+1~2% 牛乳：+1~2%

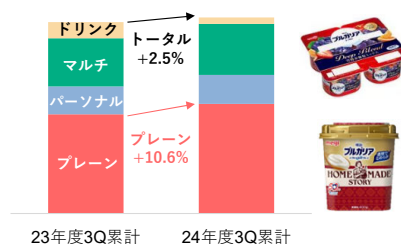
● 売上高

- プロバイオはR-1の回復によりマイナス幅が縮小
- ヨーグルトはブルガリアプレーンやマルチが好調。大容量ドリンクタイプの終売影響は一巡
- 中国はリバイバルプランによる販売先の見直しにより減収

● 営業利益

- 国内は牛乳の価格改定効果と宣伝費や製造間接費の減少により増益
- 海外は中国のリバイバルプランにより赤字縮小

● ブルガリアヨーグルトタイプ別売上高※



続いて、各事業の概況についてご説明いたします。
資料5ページをご覧ください。

まずはデイリー事業です。

プロバイオは、折れ線グラフの通り第2四半期まではマイナスでしたが、第3四半期は1.3%のプラスに転じました。R-1がプロモーション施策の強化によりプラス5%となり、増収をけん引しました。

円グラフの通り、R-1は累計でも宅配と合わせたトータルで前年を上回りました。一方でプロバイオ全体では2.9%減となり減収が続く宅配チャンネルとLG21の回復が課題です。

ヨーグルトは前年比2.1%増となり、第3四半期単独では8.3%と非常に強い伸びを示しました。ブルガリアのプレーンやマルチが好調で、前年9月に終売した大容量のドリンクタイプの影響が一巡したことも寄与しています。

牛乳も上期までの価格改定効果に加え10月に発売した「おいしいミルクコーヒー」が好調に推移し、増収となりました。

営業利益は先ほどの増減分析と重複しますので割愛します。

また、海外業績の詳細に関しては、後ほど別のスライドでまとめてご説明します。

食品：2024年度 第3四半期 事業概況

■ カカオ事業

(億円)	24年度 1-3Q実績	前年 同期比
売上高	1,263	+12.7% +142
営業利益	113	+5.4% +5

- 市場（1-3Q）
 - ・ チョコレート：+5～6% グミ：+17～18%
- 売上高
 - ・ チョコレートは価格改定に加えて、「チョコレート効果」など主力ブランドが好調
 - ・ グミは一部商品の終売もあり減収。今後は生産能力増強と商品ラインアップ強化で反転攻勢
 - ・ 海外は中国と米国が好調に推移
- 営業利益
 - ・ 国内は価格改定とコスト削減により増益
 - ・ 海外は米国の生産能力増強によるコスト増などで減益

■ ニュートリション事業

(億円)	24年度 1-3Q実績	前年 同期比
売上高	950	+6.1% +54
営業利益	132	△1.1% △1

- 市場（1-3Q）
 - ・ スポーツプロテイン（飲料）：+4～5%
- 売上高
 - ・ 「ザバス」は粉末・飲料タイプとも増収
 - ・ 乳幼児ミルクは海外でベトナムなどが伸長
- 営業利益
 - ・ 国内は「ザバス」増収効果と原材料コストの低下により増益
 - ・ 海外は事業拡大に向けた先行投資費用増により減益

続いて、資料6ページ、カカオ事業についてご説明します。

チョコレートは価格改定効果に加え、高カカオチョコのTV放送の影響やインバウンド需要により、「チョコレート効果」など主力ブランドが好調に推移し大幅増収となりました。

一方、グミは市場が大幅に拡大する中、収益性確保のための商品整理や生産体制の変更を進めた影響で減収となりましたが、販促強化により3Qは前年並みまで回復しました。今後は生産体制や商品ラインアップを強化し、売上拡大と市場シェアの回復を図ります。

営業利益は国内で価格改定効果により原材料コストアップの影響を吸収したことや、生産体制見直しによるコスト削減が寄与し、事業全体では増益となりました。

ニュートリション事業は、スポーツプロテインが粉末・飲料タイプとも増収となりました。飲料タイプは、生産キャパシティアップに向けた能力増強工事が完了しましたので、4Q以降は伸長が期待できます。

営業利益は、スポーツプロテインの増収効果に加え、原材料コストも低下しましたが、マーケティング費用の増加や海外の事業拡大のための先行投資費用の発生により減益となりました。

食品：2024年度 第3四半期 事業概況

■ フードソリューション事業

(億円)	24年度 1-3Q実績	前年 同期比
売上高	1,495	+6.1% +85
営業利益	65	△22.8% △19

● 売上高

- BtoBは価格改定に加え、提案強化によるクリームやカカオの取り扱い拡大やインバウンド需要により伸長
- フローズンデザートは主力の「エッセルスーパーカップ」が増収に寄与
- 海外は中国フローズンデザート事業が天候不順の影響により大幅減収

● 営業利益

- 国内はBtoBやフローズンデザートの増収などにより増益
- 海外は中国フローズンデザート事業の減収や新工場稼働によるコスト増により大幅減益

■ その他事業

(億円)	24年度 1-3Q実績	前年 同期比
売上高	1,269	△1.6% △20
営業利益	21	△10.1% △2

● 売上高

- 脱脂粉乳など乳原料の販売減少が影響
- 国内子会社は飼料子会社が減収

● 営業利益

- 減収や原材料コストの上昇などにより大幅減益
- 飼料子会社が原材料コストの減少で増益

次に、資料7ページ、フードソリューション事業です。

こちらの事業にはBtoBと市販のフローズンデザートやチーズなどが含まれます。

BtoBは価格改定に加え提案メニューの強化などに取り組み、新規採用や取扱数量の増加に成功したことで、クリームやカカオを中心に伸長しました。

フローズンデザートは主力の「エッセルスーパーカップ」が好調に推移しました。

営業利益は国内ではBtoBやフローズンデザートの増収効果で増益だったものの、中国のアイスクリーム事業が大幅減益となったことから事業全体では減益となりました。

その他事業は記載の通りです。

食品：2024年度 第3四半期 事業概況

■ 海外事業

(億円)		23年度 1-3Q実績	24年度 1-3Q実績	前年 同期比	通期計画 進捗率	24年度 通期計画 (11月修正)	前期比
中国	売上高	184	191	+4.0% +7	76.6%	250	+2.5% +6
	営業利益	△27	△53	— △25	—	△74	— △36
アジア	売上高	125	238	+89.7% +112	82.6%	289	+59.4% +107
	営業利益	9	17	+89.8% +8	110.3%	16	+4.7% +0
欧米	売上高	233	290	+24.0% +56	78.6%	369	+12.6% +41
	営業利益	16	12	△22.7% △3	64.8%	19	△18.5% △4
海外計	売上高	560	686	+22.5% +125	83.1%	826	+6.3% +49
	営業利益	△21	△52	— △30	—	△72	— △48

● 中国

- 市販用牛乳・ヨーグルトはリバイバルプランによる販売先・SKU見直しにより減収増益
- BtoBは新規顧客獲得で増収だが、新工場稼働によるコスト増により減益
- 菓子はアーモンドチョコが好調、新工場稼働によるコスト増をカバーし増益
- フローズンデザートは上期の天候不順による減収と、新工場稼働によるコスト増により大幅な減益

● アジア

- ベトナム、台湾の乳幼児ミルクが伸長し増収増益
- シンガポールが増収だが国内向け原料輸出のため利益影響は軽微

● 米国

- 積極的プロモーションによりmeijiブランド品のチョコスナックが伸長
- マーケティング費用や、生産能力増強投資に伴う減価償却費の増加により減益

続いて、資料8ページ。

海外事業は前年から30億の減益の52億の赤字であります。昨年11月の修正計画に対してインラインで進捗しております。

エリア別についてご説明いたします。

まず中国全体では、上期まで減収であった売上高は増収に転じ、減益幅も改善しました。次に中国の事業別です。

市販用牛乳・ヨーグルト事業は、リバイバルプランに基づく収益改善に取り組んでいます。不採算客先や取引条件の見直しなどを実行したことから、減収ではあるものの増益で、赤字幅は縮小しました。

業務用牛乳・クリーム事業は新規顧客獲得により増収となりましたが、営業利益は新工場稼働によるコスト増により減益となりました。

菓子事業は、ホールセール向けのアーモンドチョコが好調に推移しました。営業利益は、新工場の稼働によるコスト増がありましたが、増収により増益となりました。

アイスクリーム事業は現地の天候不順の影響を大きく受け減収となりました。営業利益も減収と新工場稼働によるコスト増により大幅減益となりました。

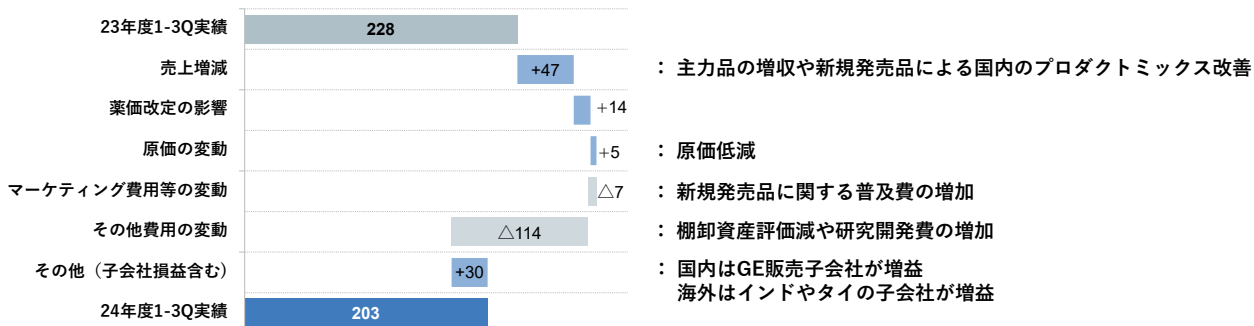
アジアはベトナムや台湾の乳幼児ミルクが好調で増収増益です。

米国は新規開拓やプロモーション強化が奏功し、明治品のチョコスナックを中心に好調な販売状況となっておりますが、生産能力増強に伴い減価償却費の負担が増加したことから減益となりました。

医薬品：2024年度 第3四半期 決算概要

(億円)	23年度 1-3Q実績	24年度 1-3Q実績	前年同期比	通期計画 進捗率	24年度 通期計画
売上高	1,540	1,740	+13.0% +200	70.8%	2,458
営業利益	228	203	△10.8% △24	81.2%	250

営業利益 増減分析



続いて、資料9ページ。医薬品セグメントです。

売上高は1,740億円、前年同期比13%増の大幅増収となりましたが、営業利益は203億円、前年同期比10.8%減と大幅減益となりました。

売上増減は、抗菌薬やインフルエンザワクチンの増収に加え、5月に上市したレズロックも好調に推移し、増益要素となりました。

薬価改定の影響は抗菌薬のプラス改定により増益要素となりました。

なお、9月より販売開始したレプリコンワクチン「コスタイベ」は、コロナワクチン市場全体の接種率が落ち込んだ影響を大きく受けています。16ドーズ品であることで使用シーンが限られたこともあり、見込んでいた販売数量に届かない状況となっています。

マーケティング費用等の変動ではコスタイベの普及費が増加し、減益要素となりました。

その他費用の変動ではパイプラインの進捗に伴う研究開発費の増加に加えコスタイベの棚卸評価減85億円を計上したため多額の減益要素となりました。

子会社損益は増益要素となりました。国内では、ジェネリック販売子会社が増益となりました。ファルマ本体からの品目移管による増収が寄与しました。

海外はインドやタイの子会社が増益となりました。増収に加え円安効果もメリットとなりました。

営業利益の事業別増減分析は、後ほど参考資料をご参照ください。

医薬品：事業別売上高・営業利益 ※修正有り

(億円)

		23年度	24年度	前年 同期比	通期計画 進捗率	24年度	前期比	11月修正 計画との差	24年度
		1-3Q実績	1-3Q実績			通期計画 (2月修正)			通期計画 (11月修正)
国内	売上高	776	870	+12.1% +93	74.5%	1,167	+10.9% +115	-	1,167
	営業利益	132	175	+32.7% +43	74.9%	234	+48.1% +76	+31	203
海外	売上高	425	492	+15.7% +66	70.5%	698	+22.3% +127	-	698
	営業利益	48	52	+9.7% +4	193.4%	27	△44.7% △22	+27	0
ワクチン・動物薬	売上高	338	377	+11.6% +39	63.9%	591	+35.4% +154	-	591
	営業利益	47	△25	- △72	-	△12	- △31	△58	46

- 国内事業は増収および研究開発費、普及費の見直しで増益
- 海外事業は増収および研究開発費の見直しで増益
- ワクチン・動物薬は研究開発費の見直しや子会社損益改善などで、棚卸資産評価減影響を一部カバー

10 © Meiji Holdings Co., Ltd. All rights reserved.

続いて、医薬品セグメント傘下の事業について新型コロナワクチン市場の落ち込みを踏まえ通期の事業別営業利益計画を見直しましたので、その内容についてご説明します。

販売数量の落ち込みにより棚卸資産評価減を85億円計上したことで、11月に修正発表したワクチン・動物薬事業の通期営業利益計画から58億円減額し、同額を国内事業と海外事業に分けて増額させます。

国内、海外ともに好調な販売が続いておりますので、増収と研究開発費を中心としたコストの見直しにより増益を図り、医薬品セグメント全体としては250億円の営業利益計画の達成を目指します。

なお、売上高計画値は見直しておりません。

コストイベの売上減少は見込まれるものの増収要素もあり、またグループ全体では軽微であることが理由です。

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

11 © Meiji Holdings Co., Ltd. All rights reserved.

最後に、資料11ページをご覧ください。
通期の計画について修正はありません。

食品ではカカオ原料を中心とした原材料コスト高騰の影響を受ける中、引き続きチョコレートの価格改定の市場定着やプロバイオのさらなる売上回復に加えBtoB事業を伸長させていきます。

海外では中国事業のリバイバルプランの着実な実行に取り組み、利益目標の達成を目指します。

医薬品では「コスタイベ」は厳しい状況ですが、インフルエンザワクチンは出荷量が大幅に増加しており返品についても昨年よりも少なくなる見込みです。

順調な国内の抗菌薬や海外のCMO/CDMOと合わせて医薬品セグメント全体で利益目標達成を目指してまいります。

以上で私からの説明を終わります。
ご清聴ありがとうございました。



参考資料

2024年度 第3四半期 連結営業利益増減分析

(億円)	連結	食品	医薬品	他
23年度1-3Q実績	697	486	228	△17
売上増減	+194 *1	+147	+47	—
業価改定の影響	+14	—	+14	—
原価の変動	△114 *2	△119	+5	—
経費等の増減	△124 *3	△3	△121	—
その他(子会社損益含む)	△3	△16	+30	△16
24年度1-3Q実績	664	494	203	△33

*1: 価格改定効果を含む

*2: 主な内訳 【食品】 原材料コスト増(国内生乳、カカオ原料など) △134
 その他(容量変更など) +15

【医薬品】 原価低減+5

*3: 主な内訳 【食品】 マーケティング費用等の変動△9、その他経費の変動+6

【医薬品】 マーケティング費用等の変動△7、その他経費の変動△114

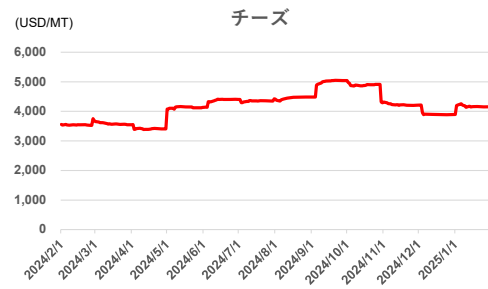
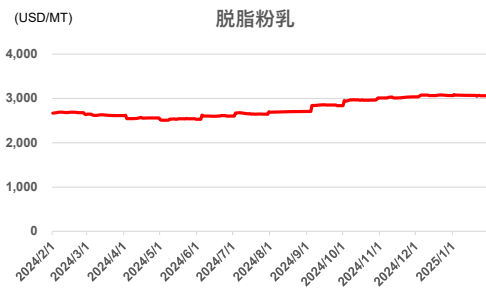
食品：2024年度通期（計画）事業別営業利益 増減分析

(億円)	食品 全体	デイリー	カカオ	ニュートリ ション	フード ソリューション	その他
23年度通期営業利益	643	196	155	167	98	24
売上増減	+263	+36	+101	+41	+95	△12
原価の変動	△176	△18	△97	△8	△43	△8
経費等の増減	△33	+1	+4	△23	△23	+7
マーケティング費用等の変動	△37	△1	△7	△10	△16	△2
その他費用の変動 (内、研究開発費)	+4 (+7)	+3	+10	△13	△6	+10
その他 (子会社損益など)	△37	+7	△16	△1	△28	+1
24年度通期営業利益 (11月修正計画)	660	222	148	176	100	12

食品：事業別売上高・営業利益

		(億円)					
		23年度 1-3Q実績	24年度 1-3Q実績	前年同期比	通期計画 進捗率	24年度 通期計画 (11月修正)	前期比
デイリー	売上高	2,078	2,037	△2.0% △41	75.4%	2,701	△1.5% △40
	営業利益	136	162	+18.8% +25	72.7%	222	+13.2% +25
カカオ	売上高	1,121	1,263	+12.7% +142	77.3%	1,635	+5.2% +80
	営業利益	107	113	+5.4% +5	76.8%	148	△4.8% △7
ニュートリション	売上高	896	950	+6.1% +54	78.0%	1,219	+5.0% +57
	営業利益	133	132	△1.1% △1	75.3%	176	+4.9% +8
フードソリューション	売上高	1,409	1,495	+6.1% +85	76.3%	1,960	+6.9% +126
	営業利益	84	65	△22.8% △19	65.1%	100	+2.0% +1
その他	売上高	1,289	1,269	△1.6% △20	78.3%	1,621	△5.1% △87
	営業利益	23	21	△10.1% △2	169.2%	12	△48.7% △11
うち、海外	売上高	560	686	+22.5% +125	83.1%	826	+6.3% +49
	営業利益	△21	△52	— △30	—	△72	— △48

主要輸入原料相場の動向



医薬品：2024年度 第3四半期 事業別概況

■ 国内事業

(億円)	24年度 1-3Q実績	前年 同期比
売上高	870	+12.1% +93
営業利益	175	+32.7% +43

- 売上高
 - ・ 抗菌薬「スルバシリン」「メイアクト」の増収や、2024年5月発売の選択的ROCK2阻害剤「レズロック錠」も寄与
- 営業利益
 - ・ 主力品の販売数量増に加え、GE販売子会社が大幅増益に貢献

■ 海外事業

(億円)	24年度 1-3Q実績	前年 同期比
売上高	492	+15.7% +66
営業利益	52	+9.7% +4

- 売上高
 - ・ 為替影響に加え、インド子会社のCMO/CDMO事業やタイ子会社が好調に推移
- 営業利益
 - ・ 主力品の販売数量増に加え、海外子会社の増収により、研究開発費増加をカバーし増益

医薬品：2024年度 第3四半期 事業別概況

■ ワクチン・動物薬事業

(億円)

	24年度 1-3Q実績	前年 同期比
売上高	377	+11.6% +39
営業利益	△25	— △72

- 売上高
 - ・ インフルエンザワクチンの出荷本数が大幅増加
- 営業利益
 - ・ 棚卸資産評価減の増加により営業損失を計上

医薬品：国内事業 主要カテゴリー売上高

(億円)

	23年度 1-3Q実績	24年度 1-3Q実績	前年 同期比	通期計画 進捗率	24年度 通期計画 (11月修正)	前期比
感染症領域 ^{※1}	317	362	+14.3% +45	77.4%	468	+9.7% +41
免疫領域 ^{※1}	133	178	+34.1% +45	69.3%	257	+27.9% +56
中枢神経系（CNS）領域 ^{※1}	172	172	△0.3% △0	75.3%	228	+2.6% +5
ジェネリック医薬品 ^{※2}	153	157	+2.2% +3	73.8%	212	+5.8% +11
ヒト用ワクチン	258	301	+16.6% +42	61.8%	488	+47.6% +157

医薬品：2024年度 第3四半期 事業別営業利益 増減分析

(億円)	医薬品 全体	国内	海外	ワクチン・動物薬
23年度1-3Q営業利益	228	132	48	47
売上増減	+47	+9	+7	+31
薬価改定の影響	+14	+14	-	-
原価の変動	+5	+6	△1	△0
経費等の増減	△121	△10	△11	△99
マーケティング費用等の変動	△7	+1	△0	△7
その他費用の変動 (内、研究開発費)	△114 (△25)	△11	△11	△92
その他 (子会社損益など)	+30	+24	+10	△4
24年度1-3Q営業利益	203	175	52	△25

医薬品：2024年度通期（計画）事業別営業利益増減分析 ※修正有り

(億円)	医薬品 全体	国内	海外	ワクチン・動物薬
23年度通期営業利益	227	158	49	19
売上増減	+61	+28	+1	+32
薬価改定の影響	+15	+15	—	—
原価の変動	+8	+9	△0	△0
経費等の増減	△130	△7	△24	△100
マーケティング費用等の変動	+3	+1	△2	+4
その他費用の変動 (内、研究開発費)	△133 (△34)	△8	△22	△104
その他 (子会社損益など)	+69	+31	+1	+37
24年度通期営業利益 (2月修正計画)	250	234	27	△12

医薬品：開発パイプライン-1

	開発コード名（一般名）	薬効/作用	予定適応症	開発段階
感染領域	OP0595* (ナキユバクタム)	β-ラクタマーゼ阻害薬	カルバペネム系抗菌薬に耐性を示す菌株による各種感染症	Phase III（日本・海外）**
免疫領域	KD-380	血漿分画製剤	慢性炎症性脱髄性多発根神経炎（CIDP）患者及び多巣性運動ニューロパチー（MMN）患者の急性期治療、維持療法	Phase III（日本）
	KD-416*	血漿分画製剤	血液凝固第X因子欠乏症患者の出血傾向の抑制	Phase III（日本）
新領域	ME3208 (ベルモスジル)	ROCK2阻害剤	慢性移植片対宿主病(cGVHD)治療薬	発売（日本）：製品名 レズロック錠200mg (2024年5月22日発売) 発売（韓国）：製品名 REZUROCK Tablets (2024年11月発売) 申請（台湾・タイ）
	DMB-3115	バイオ後続品	尋常性乾癬/関節症性乾癬/クローン病 /潰瘍性大腸炎	承認（米国・欧州） 申請（海外） Phase I（日本）
	HBI-8000 (ツシジノスタット)	ヒストン脱アセチル化酵素（HDAC）阻害剤	切除不能または転移性悪性黒色腫治療薬	Phase III（日本・海外）**
	ME3183*	PDE4阻害剤	乾癬治療薬	Phase II（海外）
	HBI-8000 (ツシジノスタット)	ヒストン脱アセチル化酵素（HDAC）阻害剤	再発・難治性B細胞性非ホジキンリンパ腫治療薬	Phase Ib / II（日本）**

*自社創製
**国際共同治験

医薬品：開発パイプライン-2

	開発コード名	薬効/作用	予定適応症	開発段階
ワクチン	KD-370	ワクチン	百日せき菌、ジフテリア菌、破傷風菌、ポリオウイルス、ヘモフィルスインフルエンザ菌b型による感染症の予防（5種混合ワクチン）	発売（日本）：製品名クイントバック水性懸濁注射用（2024年3月14日発売）
	コスタイベ筋注用	ワクチン	新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の予防（18歳以上・レプリコンワクチン）	発売（日本） ※2024年9月13日に一部変更承認（オミクロン株JN.1）
	コスタイベ筋注用	ワクチン	新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の予防（12歳以上・レプリコンワクチン）	Phase III（日本）
	KD-414	ワクチン	新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の予防（成人・不活化ワクチン：起源株）	Phase III（18～40歳）**（日本）
	KD-414	ワクチン	新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の予防（小児・不活化ワクチン：起源株）	Phase III（6か月～11歳）（日本）
	KD-414	ワクチン	新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の予防（小児・不活化ワクチン：オミクロン株）	Phase III（6か月～12歳）（日本）
	KD2-396	ワクチン	百日せき菌、ジフテリア菌、破傷風菌、ポリオウイルス、ヘモフィルスインフルエンザ菌b型、B型肝炎ウイルスによる感染症の予防（6種混合ワクチン）	Phase II（日本）
	KD-382	ワクチン	デング熱の予防（4価弱毒生ワクチン）	Phase I（海外）

*自社創製
**国際共同治験

医薬品：開発パイプライン-3

	開発コード名	薬効/作用	開発段階
動物用医薬品	ME4137	抗菌性注射剤（牛）	発売（日本）：製品名フォーシル （2024年5月27日発売）
	ME4137	抗菌性注射剤（豚）	発売（日本）：製品名フォーシルS （2025年1月6日発売）
	KD-412*	ワクチン（牛）	承認（日本）
	MD-22-3002	抗炎症剤（牛、豚、馬）	申請（日本）
	ME4305*	抗菌性製剤（牛）	開発中
	MD-22-1001-1	抗菌性注射剤（牛）	開発中
	ME4406*	飼料添加物	開発中

*自社創製

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。