

2024年度 決算説明資料

対象期間：2024.4.1-2025.3.31

2025年5月9日

1. 2024年度 総括

2. 明治ROESG[®]※経営の進化

～ROE・ROIC向上につながる事業戦略・資本政策の実行～

1. 2024年度 総括

2024年度 連結決算のハイライト

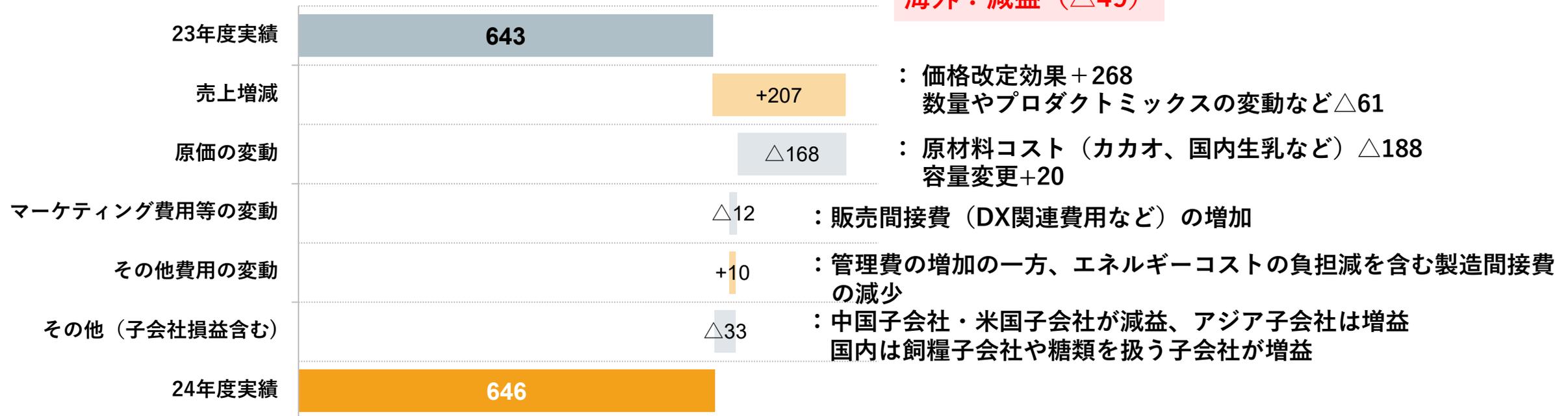
(億円)	23年度 実績	24年度 実績	24年度実績		24年度計画 (11月時点)
			前期比	計画比	
売上高	11,054	11,540	+4.4% +485	△0.4% △49	11,590
うち、海外売上高	1,348※	1,531	+13.6% +183	+0.5% +6	1,524
営業利益	843	847	+0.5% +3	△1.5% △12	860
営業利益率	7.6%	7.3%	△0.3pt	△0.1pt	7.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	506	508	+0.2% +1	+1.6% +8	500
E P S	181.64円	186.08円	+4.44円	+4.34円	181.74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
- 営業利益は前期並み。計画比では、食品はニュートリション事業の未達が影響。医薬品はほぼ計画並み
- 当期純利益は前期並み。計画比は税金費用の見込額との差が主な要因

食品：2024年度 決算概要

(億円)	23年度 実績	24年度 実績	24年度計画 (11月時点)		
			前期比	計画比	
売上高	9,001	9,255	+2.8% +254	+1.3% +116	9,138
営業利益	643	646	+0.5% +3	△2.1% △13	660

営業利益 増減分析

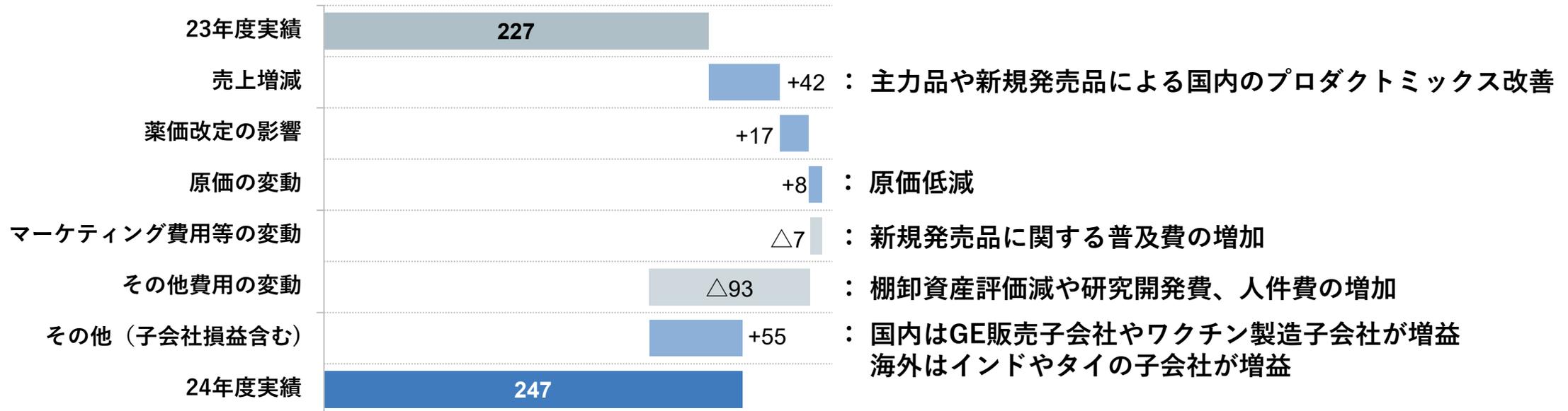


国内：増益 (+52)
海外：減益 (△49)

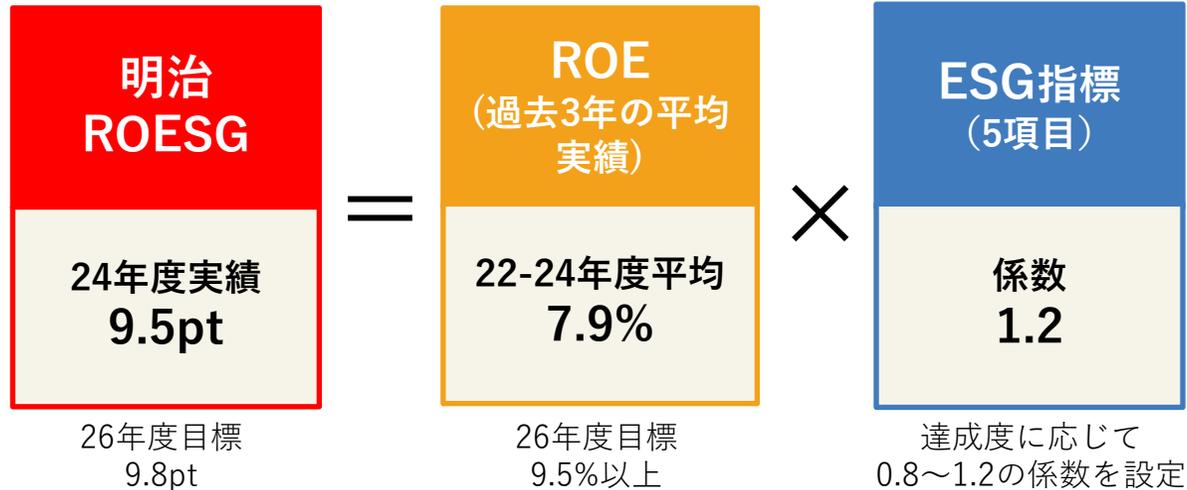
医薬品：2024年度 決算概要

(億円)	23年度 実績	24年度 実績		24年度計画 (11月時点)	
		前期比	計画比		
売上高	2,061	2,296	+11.4% +235	△6.6% △161	2,458
営業利益	227	247	+8.9% +20	△1.2% △2	250

営業利益 増減分析



2026中期経営計画の進捗：明治ROESG



- 中長期的な事業リスク低減の取り組みの成果として、ESG外部評価以外にもATNIの評価などが改善
- サステナビリティを強みとして業績に寄与するブランド・製品群は着実に伸長
- ROEの向上が課題

明治ROESG対象ブランド群（製品）

◆健康志向食品・付加価値型栄養食品

明治ブルガリアヨーグルト、明治プロビオヨーグルトR-1、チョコレート効果、ザバス、明治メイバランスなど

→粗利率が高く利益成長に特に貢献するブランド

◆持続可能な調達に資する主力商品

明治おいしい牛乳、明治ミルクチョコレート、明治北海道十勝（ヨーグルト・チーズなど）

→原料生産基盤の持続性に貢献し事業継続を支えるブランド

◆感染症の予防や治療に貢献する主力商品

インフルエンザワクチン、安定確保医薬品（カテゴリーA製品）

→薬価改定の影響を受けず、安定的な事業運営に貢献する製品

評価指標	24年度目標	24年度実績	26年度目標
MSCI ESG Ratings	A	AA	AA
DJSI	68点以上	69点	72点以上
ISS ESG	C (スコア43点以上)	C (スコア46.46点)	C+ (スコア50以上)
食品：明治ROESG対象のブランド群売上高	前期比 +2.3%	+3.6%	年度計画の達成
医薬品：明治ROESG対象の製品売上高	前期比 +17.2%	+24.5%	年度計画の達成

ESG外部評価

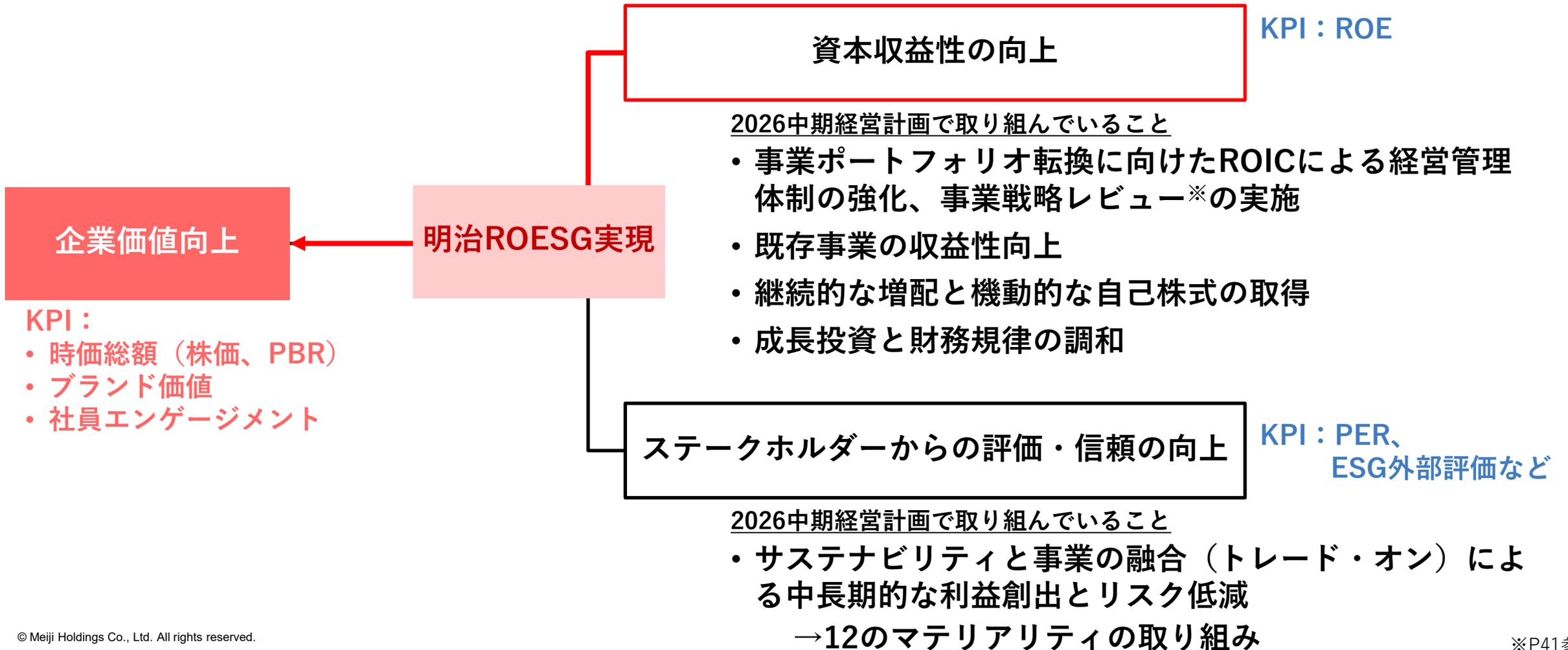
事業・財務
価値

2. 明治ROESG経営の進化

～ROE・ROIC向上につながる事業戦略・資本政策の実行～

明治ROESGの実現を通じた企業価値向上

中長期的な財務価値の創出につなげるトレード・オンの取り組みを継続しつつ、
資本収益性の向上に注力



2025年度 計画

(億円)		25年度 上期計画		25年度 下期計画		25年度 通期計画	
			前年同期比		前年同期比		前期比
連結	売上高	5,890	+3.5% +199	6,060	+3.6% +209	11,950	+3.5% +409
	営業利益	395	△11.0% △48	515	+27.8% +111	910	+7.4% +62
	親会社株主に帰属する 当期純利益	225	△16.3% △43	315	+31.6% +75	540	+6.3% +31
食品	売上高	4,647	+2.0% +92	4,773	+1.5% +71	9,420	+1.8% +164
	営業利益	297	+7.4% +20	413	+11.7% +43	710	+9.9% +63
医薬品	売上高	1,253	+10.0% +114	1,294	+11.8% +136	2,547	+10.9% +250
	営業利益	123	△33.7% △62	137	+121.3% +75	260	+5.1% +12
HD/ 消去	売上高	△10	— △6	△7	— +1	△17	— △5
	営業利益	△25	— △6	△35	— △6	△60	— △13

- 増収増益の計画。ただし、医薬品の研究開発費増などにより上期は減益の見通し

食品：ROIC向上につながる事業戦略の実行

事業別ROIC(%) ※

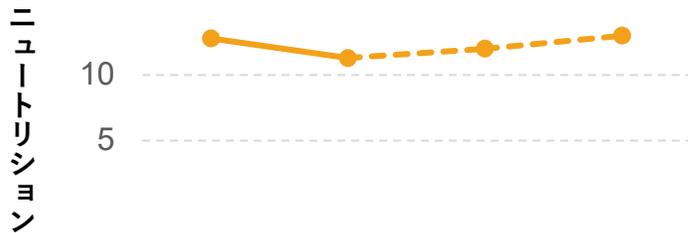
25年度のポイント



- 乳価改定への対応
- R-1を中心とした付加価値商品の数量増と新商品の提案強化
- 最適生産体制の構築、工場再編の着実な遂行（下期：東北工場閉鎖予定）
- 中国での独自価値商品の拡大、営業・販売体制の強化



- 価格改定の実施
- 独自技術やサステナブルカカオをフックにした付加価値商品の強化
- グローバル展開の強化と生産能力の増強



- 国内主力品の競争力回復
- 海外展開エリアの拡大
- 事業環境の変化に対応したリーンな体制づくり

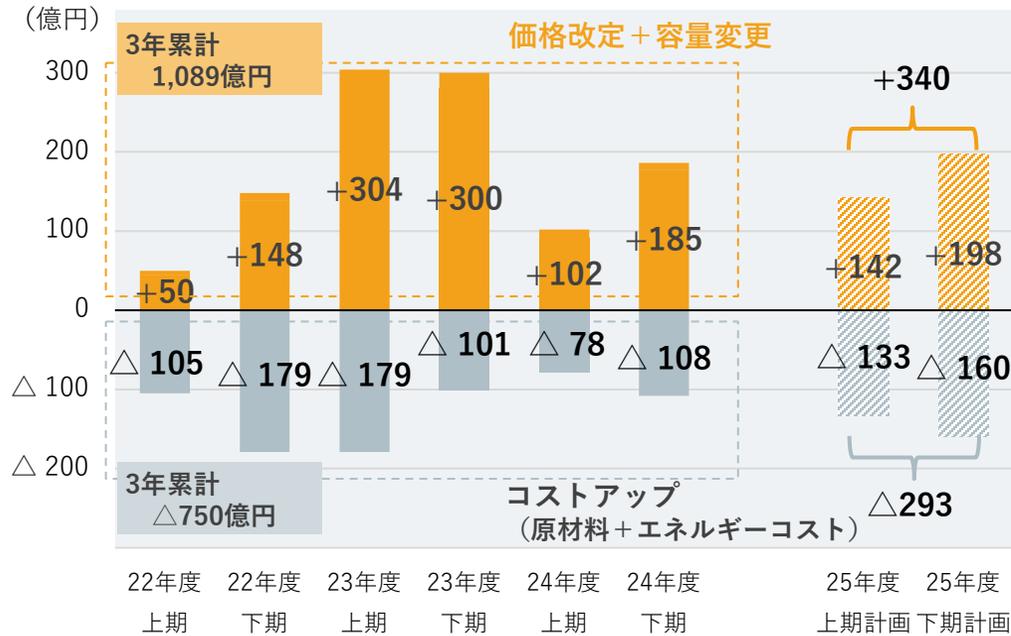


- 付加価値商品の市場定着
- 価格改定の着実な遂行と主力品の拡大
- 中国でのBtoB事業の拡大とアイスクリーム事業の成長回復

23年度 24年度見込 25年度目標 26年度目標

食品：スピード感を伴ったコストアップへの対応を継続

営業利益への影響額



- 24年度までの3年間で750億円のコストアップに対応。商品力とマーケティングの両面からのアプローチで需要を喚起し、収益性への影響を最小化
- 25年度はカカオと国内乳価を中心に原材料コストは増加を見込む
- 原材料以外のコストアップや関税政策の影響も注視し、スピード感を持って対応する方針

〈直近の主な価格改定〉

24年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%
25年3月	チョコレート	+6-33%
	ザバス (粉)	+9-11%
	チーズ	+5-9%
6月	チョコレート	+10-36%



- ・ 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

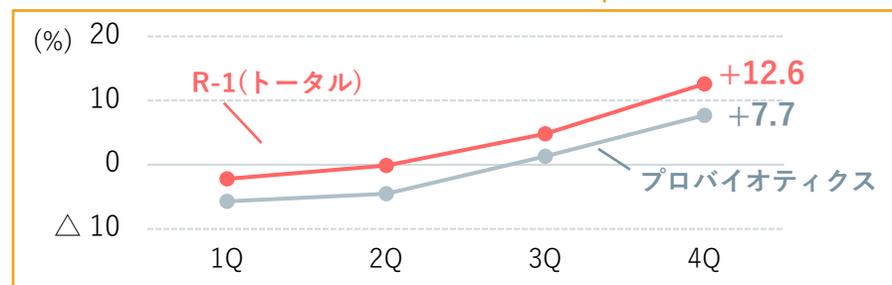
食品：付加価値商品の数量増と新商品の提案強化

(億円)	24年度実績	前期比	25年度計画	前期比
売上高	2,713	△1.0% △28	2,741	+1.0% +28
うち、国内	2,680	△0.9% △25	2,697	+0.6% +16
海外	32	△9.2% △3	44	+34.6% +11
営業利益	238	+21.1% +41	260	+9.4% +22
うち、国内	280	+14.5% +35	296	+5.5% +15
海外	△42	— +5	△35	— +6

国内主力品の売上高※ (億円)

※ (株) 明治単体、収益認識基準適用前実績

	24年度実績	前期比	25年度計画	前期比
プロバイオティクス	957	△0.2%	930	△2.8%
ヨーグルト	764	+2.6%	786	+2.9%
市販・宅配牛乳	780	+3.7%	815	+4.4%



● プロバイオティクス

- R-1：ターゲット世代の広さや医師推奨を強調したマーケティング活動に注力
- LG21、PA-3、脂肪対策：機能性表示食品を共通項にした合同プロモーションを継続
- 25年3月発売「Wのスキンケアヨーグルト」の市場定着

● ブルガリアヨーグルト：ブランド全体での露出拡大、新たな食シーン提案の継続

● 牛乳

- 「おいしいミルクコーヒー」のさらなる拡大
- 25年4月発売「乳ヘルシーボトル」シリーズの市場定着

世帯人数の低下や食品ロス削減、節約志向の高まりに対応。脱脂粉乳の有効活用にも寄与



明治乳ヘルシーボトル
カラダに届くCa鉄+食物繊維
(700mL)
希望小売価格：214円



明治Wのスキンケア
ヨーグルト
(機能性表示食品)

Dairy Business Food: Pursuit of the Most Suitable Production System in Sync with Product Strategy

● 工場再編の着実な遂行



北海道新工場

- 稼働予定：2027年3月
- 投資額：約480億円
- 生產品目：脱脂濃縮乳、脱脂粉乳、乳たんぱく質、クリーム、バターなど
→市販用・業務用の商品としての展開に加え、ヨーグルトやプロバイオティクス、スポーツプロテインの原料としても利用

神奈川新工場

- 稼働予定：2027年3月
- 投資額：約400億円
- 生產品目：プレーンヨーグルト、ドリンクヨーグルトなど

● 商品のスクラップ&ビルドと合わせた生産体制の見直し

- 25年3月での宅配レギュラー瓶(180mL)の終売を受けて、既存の製造ラインを活用した新たな宅配専用商品を発売。独自製法を使用しておいしさをアップし、賞味期限を4日延長するなど、従来品にはない価値を追加

キャップ付き紙容器
「明治宅配の牛乳」
「明治宅配のコーヒー」
(180mL)



**引き続き、商品戦略と生産体制をセットで見直し、
新たな価値創造につながる投資は積極的に行いつつ、既存の生産設備は稼働最大化を目指す**

(億円)	24年度実績	前期比	25年度計画	前期比
売上高	1,710	+10.0% +154	1,757	+2.8% +47
うち、国内	1,072	+5.8% +58	1,101	+2.7% +28
海外	637	+17.8% +96	656	+3.0% +19
営業利益	163	+4.7% +7	159	△2.2% △3
うち、国内	136	+16.2% +18	147	+8.7% +11
海外	26	△30.1% △11	11	△57.4% △15

国内チョコレートの売上高※伸長率（%、前年同期比）



※（株）明治単体、収益認識基準適用前実績



- 独自技術やサステナブルカカオをフックにした付加価値商品の強化
 - 当社独自の特許製法「生ねり製法」を使った新ブランド「生のとき」発売（25年5月）
 - 「アグロフォレストリー」のリニューアル、「THE Cacao」のラインアップ拡大（25年4月）
- 既存ブランドの安定成長
 - カカオの健康価値、ハレの日、商品アニバーサリー（周年）、メイジ・カカオ・サポート（MCS）などの情報発信を織り交ぜ、価格改定の中でも成長継続を目指す
 - ブランド認知向上や売り場での訴求によるインバウンド需要の獲得
- 商品ラインアップ強化によるグミのテコ入れ

食品：グローバル展開の強化と生産能力の増強

● 米国

- 消費の二極化が進む中、差別化された「スタウファーブランド」と「明治ブランド」による商品ポートフォリオ戦略が奏功
- 主力の「ハローパンダ」は生産能力を増強し、販売エリア・店舗拡大へ
- 「チョコレートムス（きのこの山）」もホールセールチャネルなどでの展開を強化

● 中国

- ホールセールチャネルを中心に、おいしさや技術で差別化できている商品で成長を加速（アーモンドチョコ、メルティーキッスなど）
- 現地のニーズに合わせた商品ラインアップ拡充
- カカオ配合比率の低いチョコレートスナックの拡売

- 生産能力の有効活用を念頭に、海外戦略商品のグローバルスペック化にも順次着手

ハローパンダ 海外売上高（億円）



食品：国内主力品の競争力回復と海外展開エリアの拡大

(億円)	24年度 実績	前期比	25年度 計画	前期比
売上高	1,189	+2.4% +28	1,247	+4.9% +57
うち、国内	1,088	△0.4% △3	1,121	+3.1% +33
海外	101	+46.3% +32	126	+24.4% +24
営業利益	142	△14.8% △24	161	+13.0% +18
うち、国内	155	△10.9% △18	167	+7.8% +12
海外	△12	— △6	△5	— +6

● 乳幼児ミルク

- 国内では生活防衛意識の高まる中、育児応援対策としてのキューブタイプや液体ミルクの需要喚起を強化
- ダノン社ブランドのキューブタイプは6カ国で展開中。さらなる拡大のための改良にも着手
- 自社ブランドの商品ラインアップ強化や展開国拡大にも取り組む

● ザバス

- 低価格競争が激化する中、粉末タイプはターゲットを再設定し、メリハリのあるマーケティング投資
- 「ザバスミルク」は商品ラインアップを強化し、引き続き事業全体の成長をけん引



左「ザバス Shape&Beauty」200mL
右「ザバス WHEY PROTEIN」430mL

● メイバランス

- 市販用は商品ラインアップを強化。使用シーンを広げて需要を喚起
- 台湾・ベトナムで展開中。マーケティング活動を強化し、市場定着を目指す

● 事業環境の変化に対応した構造改革・コスト削減

食品：国内・海外ともにBtoB事業をドライバーにした成長を継続

(億円)	24年度実績	前期比	25年度計画	前期比
売上高	1,951	+6.4% +117	2,068	+6.0% +116
うち、国内	1,827	+7.3% +124	1,917	+4.9% +90
海外	124	△4.8% △6	151	+21.2% +26
営業利益	80	△18.1% △17	126	+56.6% +45
うち、国内	121	+12.0% +13	149	+23.1% +27
海外	△40	— △30	△22	— +17

国内主力品・カテゴリーの売上高※ (億円)

	24年度実績	前期比	25年度計画	前期比
BtoB	982	+9.5%	1,009	+2.8%
市販チーズ	268	△6.7%	284	+5.7%
市販アイスクリーム	492	+7.4%	510	+3.6%

※ (株)明治単体、収益認識基準適用前実績

● 国内BtoB

- 価格改定の着実な遂行
(カカオ、国内乳価)
- 独自技術商品の拡大による差別化推進
- 取引先のニーズにあわせた提案力の強化
→ プロダクトミックス良化による
収益性向上を目指す



● 中国BtoB

- クリーム新商品の提案強化
- 牛乳の新規ユーザー獲得推進
- 華南エリアの展開強化

● 中国アイスクリーム

- 消費マインドの変化にあわせた、低～中価格帯のラインアップを拡大
- 新規エリア・チャネルの開拓

食品：海外事業の成長加速

(億円)		23年度 実績	24年度 実績	25年度 計画	前期比	26年度 当初目標	23年度比
中国	売上高	243	255	308	+20.8% +53	603	+147.2% +359
	営業利益	△37	△71	△52	— +18	3	— +40
アジア	売上高	181	310	324	+4.6% +14	652	+259.5% +470
	営業利益	15	17	14	△13.9% △2	36	+134.8% +20
欧米	売上高	327	377	399	+6.0% +22	448	+36.6% +120
	営業利益	23	17	16	△1.4% △0	22	△7.4% △1
海外 合計	売上高	777	893	978	+9.4% +84	1,700	+118.6% +922
	営業利益	△24	△73	△56	— +17	32	— +56

ポイント

リバイバルプランの着実な実行

- 構造改革
- 事業・商品ポートフォリオの見直し

- 自社での展開に加えて、M&Aや提携も引き続き検討（M&Aや提携による利益貢献は見込んでいない）

米国菓子事業の拡大

- 生産能力の増強
- 商品ラインアップの強化

食品：中国事業 リバイバルプランの着実な実行

(億円)	24年度実績		25年度計画	
		前期比		前期比
売上高	255	+4.8% +11	308	+20.8% +53
うち、デイリー	30	△11.0% △3	41	+38.2% +11
カカオ	109	+26.3% +22	119	+9.4% +10
ニュートリション	1	+180.4% +0	10	+681.2% +8
フードソリューション	114	△6.6% △8	137	+19.6% +22
営業利益	△71	— △34	△52	— +18
うち、デイリー	△34	— +4	△24	— +9
カカオ	△0	— △7	△7	— △7
ニュートリション	△6	— △2	△5	— +1
フードソリューション	△30	— △28	△15	— +15

構造改革

- デイリー事業における販売エリアや販売先の見直しや商品の絞り込みは24年度に実行済み。販売限界利益率の改善に寄与
- 固定費削減の取り組みは継続して遂行
- 新工場の生産キャパシティを、製造受託にも活用すべく検討中

事業・商品ポートフォリオの見直し

- 25年度も新商品の発売を予定。高付加価値商品のラインアップを拡大
- 好調なチャネルでの販売に注力
- 購買行動の分析をベースにしたマーケティング戦略の実施
- 菓子、BtoBの成長加速
- アイスクリームの展開強化

医薬品：2026中期経営計画 事業別目標の見直し ROIC向上につながる事業戦略の実行

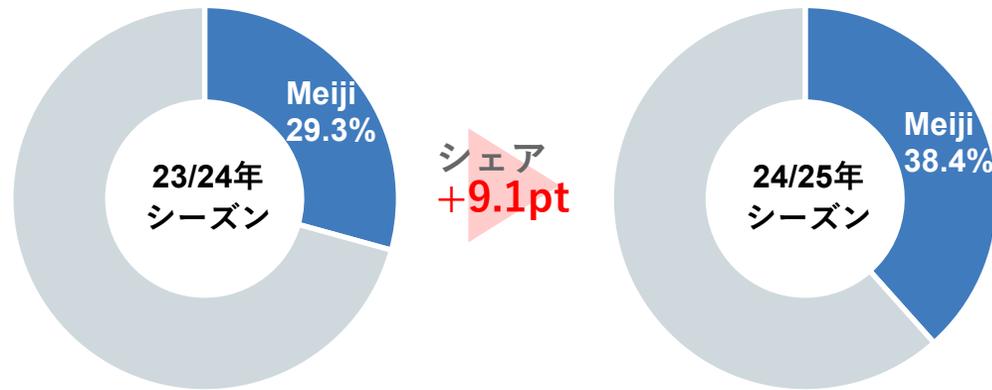
(億円)		23年度 実績	24年度 実績	25年度 計画	前期比	26年度 修正目標		26年度 当初目標	
						23年度比	23年度比		
国内	売上高	1,052	1,177	1,251	+6.3% +73	—	—	—	—
	営業利益	158	216	171	△21.0% △45	225	+42.0% +66	183	+15.5% +24
海外	売上高	571	637	732	+14.7% +94	—	—	—	—
	営業利益	49	35	66	+83.6% +30	99	+100.9% +49	24	△51.3% △25
ワクチン・ 動物薬	売上高	437	481	564	+17.2% +82	—	—	—	—
	営業利益	19	△5	23	— +28	76	+291.9% +56	193	+895.3% +173

- ワクチン・動物薬事業で見込んでいた新型コロナワクチン「コスタイベ」の貢献や、国内・海外事業の進捗および研究開発の状況を踏まえて26年度目標を見直し

医薬品：戦略再構築によるワクチン事業の成長

(億円)	24年度実績		25年度計画	
		前期比		前期比
ヒト用ワクチン 売上高	380	+14.8% +49	461	+21.4% +81

● インフルエンザワクチン※



- 24/25年シーズンは、確実な生産と早期出荷、普及活動の連携で、市場縮小の中でシェア増を実現
- 25/26年シーズンは3価ワクチンとなるが、引き続き早期出荷を目指すとともに、トップメーカーとして接種率拡大に向けた啓発活動に注力

● 5種混合ワクチン「クイントバック」

- 着実なシェア拡大を目指す
- 自社製造による生産体制や製品品質、スペックの特徴を訴求

● 新型コロナワクチン「コスタイベ」

- 25/26年シーズンは定期接種費用の国の助成見直しの影響を考慮する必要あり
- 欧州での販売承認、24/25年シーズンの接種データ、2人用バイアル製剤発売予定などの情報提供に加え、インフルエンザワクチンの普及活動と連携して、価値の最大化を図る

※Copyright©2025 IQVIA.

Source: Calculated based on JPM 2025

Mar MAT Market scope as defined by Meiji Seika Pharma

*Reprinted with permission

医薬品：国内・海外事業の成長

主要カテゴリーの売上高

(億円)		24年度実績		25年度計画	
			前期比		前期比
国内事業	感染症領域※1	490	+14.9% +63	481	△2.0% △9
	免疫領域※1	260	+29.0% +58	306	+17.9% +46
	中枢神経系（CNS）領域※1	218	△2.0% △4	212	△2.7% △5
	ジェネリック医薬品※2	208	+3.4% +6	250	+20.6% +42
海外事業		637	+11.7% +66	732	+14.7% +94

- 25年度の薬価改定率は△2%半ば
- 注射用抗菌薬の安定成長に加えて、24年度に発売した慢性GVHD治療薬「レズロック」の伸長や、KMバイオロジクスで生産する一部血漿分画製剤の販売をグループで担うことでカバー。大正製薬と共同販売予定の品目（不眠症治療薬）の普及活動にも注力
- 海外は引き続きCMO/CDMO事業を中心に拡大

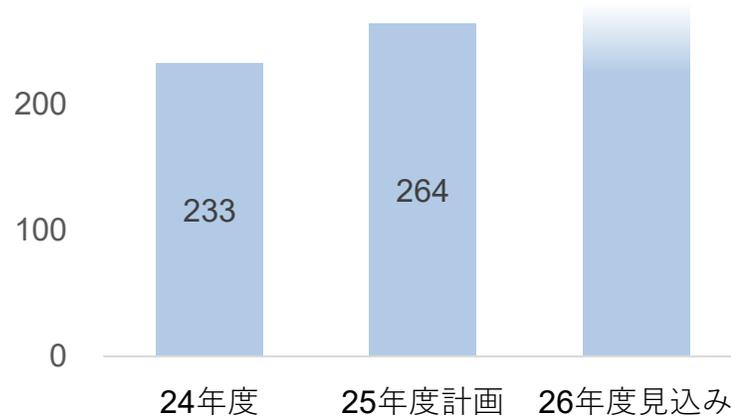
※1：各領域のジェネリック医薬品を含む

※2：各領域に含まれないジェネリック医薬品のみ売上高

医薬品：差別化された画期的な新薬パイプラインを確実にかつ最速に開発

研究開発費

(億円) 300



- 研究開発の進捗を再評価し、開発の優先順位を見直し
- 自社開発に加えて導入品を検討。外部やアカデミアとの連携も継続
- 26年度以降を見据えたパイプラインの拡充・強化を目指す

主な開発パイプラインの状況

ME3183	<ul style="list-style-type: none"> ● 自社創製、乾癬治療薬（経口PDE4阻害剤） ● 米国・カナダのP2試験は完了し、試験結果も良好だが、市場環境を踏まえて開発計画を再検討中
OP0595	<ul style="list-style-type: none"> ● 自社創製、βラクタマーゼ阻害剤（注射薬） ● 国際共同P3試験を実施中、25年度申請予定 ● 既承認のβラクタム薬との併用。カルバペネム系薬剤への耐性菌に対する治療選択肢の追加、および幅広い菌種・菌株に対する効果が期待される
ME3241 【NEW】	<ul style="list-style-type: none"> ● 神戸医療産業都市推進機構との共同研究から創出した、抗PD-1アゴニスト抗体（免疫疾患治療薬） ● 25年度P1試験 開始予定

ROE上昇につながるROIC向上の取り組みと資産効率の改善

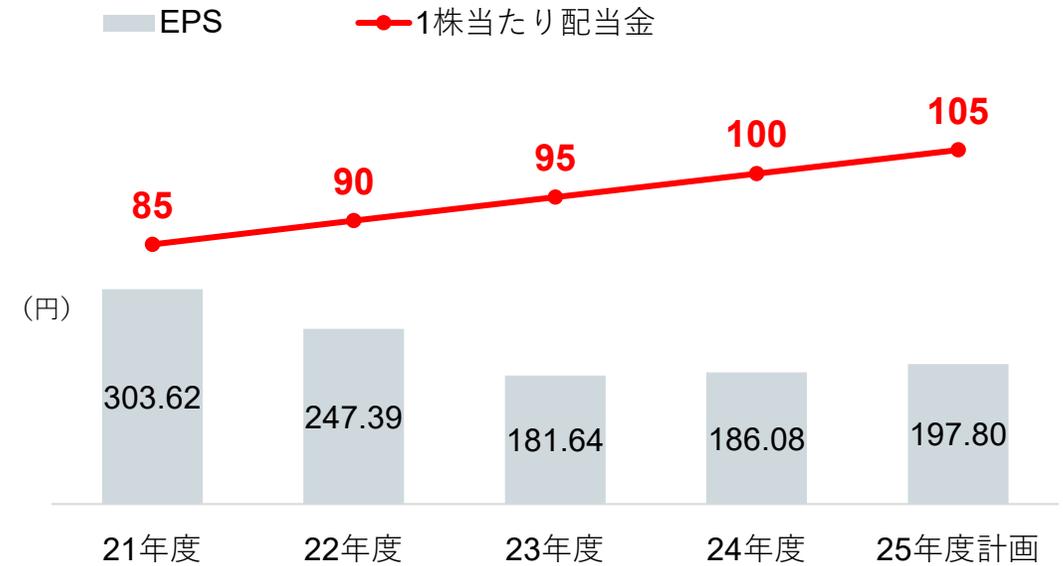
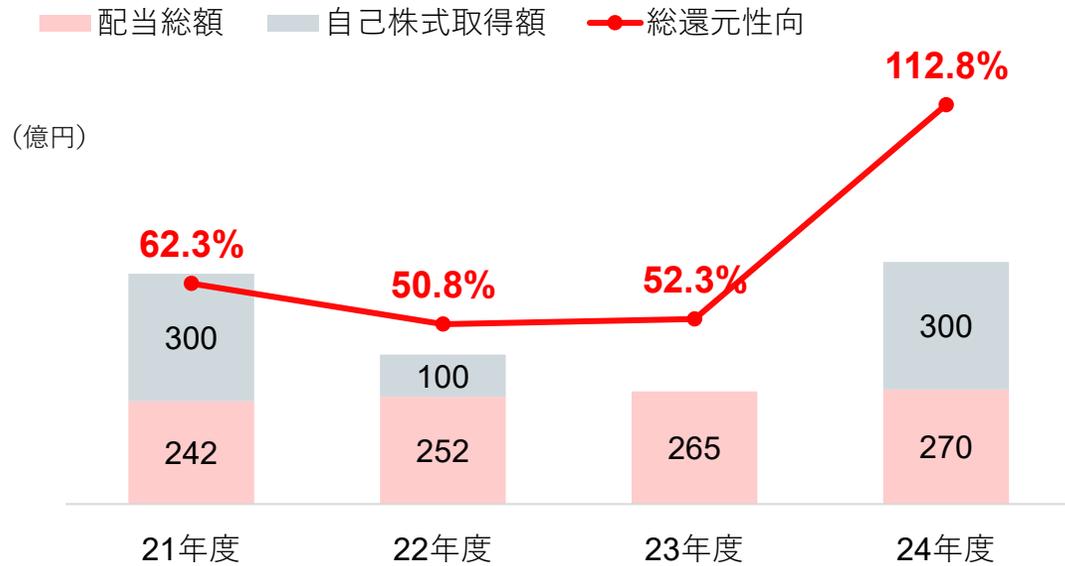
	23年度	24年度	25年度計画	26年度目標
連結ROIC	6.2%	6.8%	7.0%	8.5%以上
調整後NOPLAT	511億円	553億円	—	—
投下資本(2期平均)	8,223億円	8,087億円	—	—
食品ROIC	6.3%	7.2%	8.0%	9%以上
医薬品ROIC	7.7%	8.2%	7.5%	11%以上

(億円)	24年度 通期実績	25年度 通期計画	前期比
設備投資額	566	1,184	+109.2% +618
営業CF	689	700	+1.5% +10
フリーCF	283	△490	— △773

- 食品は、原材料高騰やカカオの在庫確保の影響で棚卸資産が増加傾向だが、利益水準の上昇でROICも改善へ
- 医薬品は、ワクチンのデュアルユース生産体制やペニシリン原薬生産体制の構築に起因する投下資本の増加で、ROICは低下
- 事業戦略レビューで事業環境と中計進捗を見極めながら、適切に戦略投資・成長投資を実行
- 構造改革の推進による資産圧縮や政策保有株式の縮減は継続

営業キャッシュフローと投資キャッシュフローのバランスは注視
26中計の方針に沿って、キャッシュアロケーションを推進

株主還元強化



2026中期経営計画 株主還元方針

- 継続的な増配と自己株式取得
- 総還元性向 50%以上：外部環境の変化などに左右されない下限水準として設定

- 24年度は約300億円の自己株式を取得した上で、取得を上回る株数を消却
取得：8,373,300株 → 消却：11,259,000株
- 25年度も増配を決定。引き続き、利益やキャッシュの水準などを踏まえながら、中計で掲げた方針に沿って、安定的かつ継続的な還元拡充の実現を目指す

2025年度計画

(億円)	24年度 通期実績	25年度 通期計画	前期比
明治ROESG	9.5pt	8.3pt	△1.2 pt
売上高	11,540	11,950	+3.5% +409
うち、海外売上高	1,531	1,710	+11.6% +178
営業利益	847	910	+7.4% +62
営業利益率	7.3%	7.6%	+0.3 pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	508	540	+6.3% +31
EPS	186.08円	197.80円	+11.71円
1株当たり配当金	100円	105円	+5円

(億円)	24年度 通期実績	25年度 通期計画	前期比
総還元性向	112.8%	—	—
配当性向	53.7%	53.1%	△0.7 pt
ROE	6.8%	7.0%	+0.2 pt
ROIC	6.8%	7.0%	+0.2 pt
設備投資額	566	1,184	+109.2% +618
営業CF	689	700	+1.5% +10
フリーCF	283	△490	— △773

参考資料

2024年度 連結営業利益増減分析

(億円)	連結	食品	医薬品	他
23年度実績	843	643	227	△27
売上増減	+248 *1	+207	+42	—
薬価改定の影響	+17	—	+17	—
原価の変動	△161 *2	△168	+8	—
経費等の増減	△103 *3	△2	△100	—
その他（子会社損益含む）	+2	△33	+55	△19
24年度実績	847	646	247	△46

*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）△188
 その他（容量変更など）+20

【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△12、その他費用の変動+10

【医薬品】 マーケティング費用等の変動△7、その他費用の変動△93

食品：2024年度通期 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年度通期営業利益	643	196	155	167	98	24
売上増減	+207	+41	+82	△4	+91	△4
原価の変動	△168	△24	△72	△0	△62	△10
経費等の増減	△2	+16	+5	△18	△17	+11
マーケティング費用等の変動	△12	+7	△3	△8	△12	+4
その他費用の変動 (内、研究開発費)	+10 (+2)	+9	+8	△10	△5	+6
その他 (子会社損益など)	△33	+9	△9	△3	△30	△0
24年度通期営業利益	646	238	163	142	80	21

食品：2025年度通期 事業別営業利益 増減分析

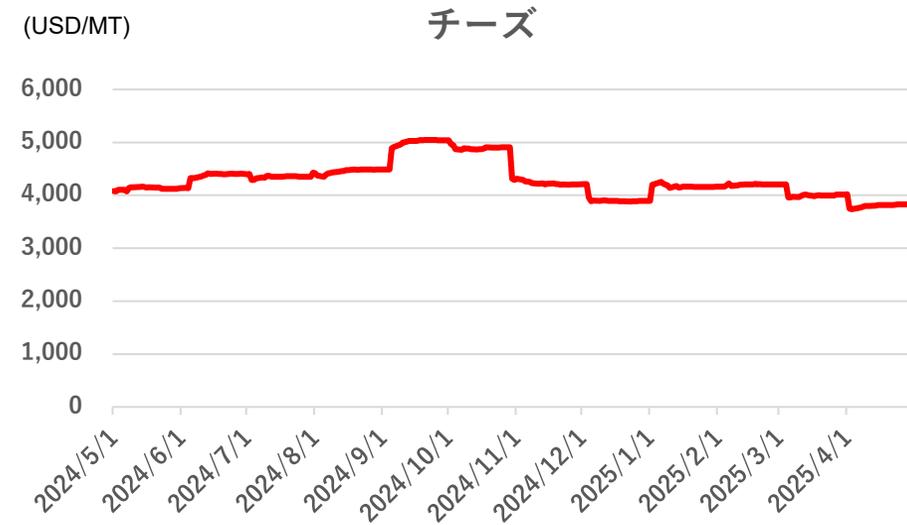
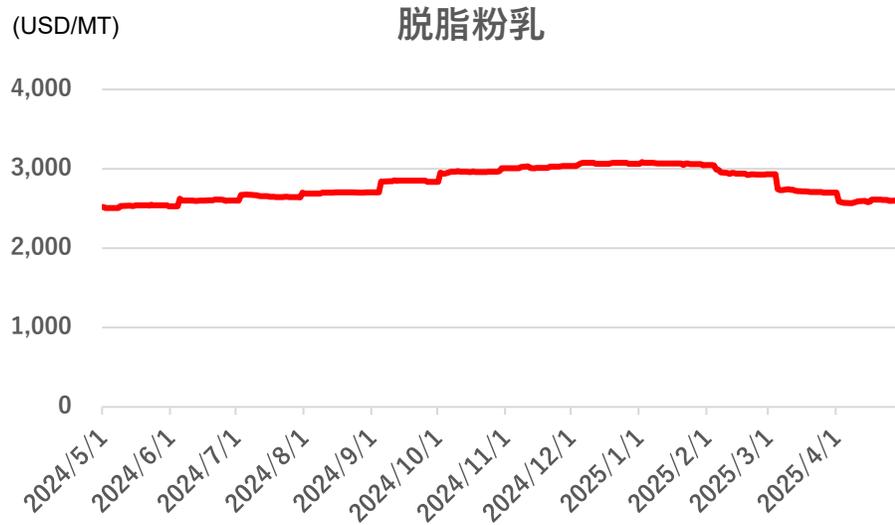
(億円)

	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
24年度通期営業利益	646	238	163	142	80	21
売上増減	+285	+37	+95	+40	+124	△12
原価の変動	△158	+13	△80	△13	△74	△4
経費等の増減	△59	△29	△6	△10	△20	+6
マーケティング費用等の変動	△55	△28	△13	△6	△8	+0
その他費用の変動 (内、研究開発費)	△4 (△4)	△1	+7	△4	△12	+6
その他 (子会社損益など)	△3	+1	△12	+3	+15	△9
25年度通期営業利益 (計画)	710	260	159	161	126	1

食品：事業別売上高・営業利益

		(億円)							
		24年度 通期実績	前期比	25年度 上期計画	前年 同期比	25年度 下期計画	前年 同期比	25年度 通期計画	前期比
デイリー	売上高	2,713	△1.0% △28	1,373	+1.3% +17	1,368	+0.8% +10	2,741	+1.0% +28
	営業利益	238	+21.1% +41	107	+2.6% +2	153	+14.7% +19	260	+9.4% +22
カカオ	売上高	1,710	+10.0% +154	787	+6.4% +47	970	+0.0% +0	1,757	+2.8% +47
	営業利益	163	+4.7% +7	37	+20.4% +6	121	△7.6% △9	159	△2.2% △3
ニュートリション	売上高	1,189	+2.4% +28	640	+2.8% +17	607	+7.2% +40	1,247	+4.9% +57
	営業利益	142	△14.8% △24	81	△5.7% △4	80	+41.3% +23	161	+13.0% +18
フードソリューション	売上高	1,951	+6.4% +117	1,040	+4.7% +46	1,027	+7.3% +69	2,068	+6.0% +116
	営業利益	80	△18.1% △17	71	+79.6% +31	54	+34.0% +13	126	+56.6% +45
その他	売上高	1,690	△1.1% △18	805	△4.3% △36	798	△5.9% △50	1,604	△5.1% △86
	営業利益	21	△12.8% △3	△0	— △15	2	△60.3% △3	1	△91.5% △19
うち、海外	売上高	893	+15.0% +116	486	+12.6% +54	491	+6.4% +29	978	+9.4% +84
	営業利益	△73	— △49	△35	— +11	△20	— +5	△56	— +17

主要輸入原料相場の動向



医薬品：2024年度 通期 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年度通期営業利益	227	158	49	19
売上増減	+42	+14	+2	+25
薬価改定の影響	+17	+17	—	—
原価の変動	+8	+9	△1	△0
経費等の増減	△100	△11	△19	△71
マーケティング費用等の変動	△7	+1	△1	△8
その他費用の変動 (内、研究開発費)	△93 (△18)	△12	△18	△63
その他 (子会社損益など)	+55	+29	+4	+22
24年度通期営業利益	247	216	35	△5

医薬品：2025年度 通期 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
24年度通期営業利益	247	216	35	△5
売上増減	+29	+34	△14	+9
薬価改定の影響	△34	△34	—	—
原価の変動	+1	+1	+0	△0
経費等の増減	+20	△37	+35	+22
マーケティング費用等の変動	△28	△18	△4	△6
その他費用の変動 (内、研究開発費)	+48 (△15)	△19	+39	+28
その他 (子会社損益など)	△3	△9	+9	△3
25年度通期営業利益 (計画)	260	171	66	23

医薬品：事業別売上高・営業利益

(億円)

		24年度 通期実績	前期比	25年度 上期計画	前年 同期比	25年度 下期計画	前年 同期比	25年度 通期計画	前期比
国内	売上高	1,177	+11.8% +124	579	+7.9% +42	672	+4.9% +31	1,251	+6.3% +73
	営業利益	216	+36.6% +58	83	△23.3% △25	88	△18.8% △20	171	△21.0% △45
海外	売上高	637	+11.7% +66	358	+6.7% +22	374	+23.6% +71	732	+14.7% +94
	営業利益	35	△27.1% △13	23	△32.5% △11	43	+2,163.8% +41	66	+83.6% +30
ワクチン・動物薬	売上高	481	+10.1% +44	316	+18.4% +49	248	+15.6% +33	564	+17.2% +82
	営業利益	△5	— △24	17	△60.7% △26	6	— +54	23	— +28

医薬品：国内事業 主要カテゴリー売上高

(億円)	24年度		25年度		25年度		25年度	
	通期実績	前期比	上期計画	前年同期比	下期計画	前年同期比	通期計画	前期比
感染症領域※1	490	+14.9% +63	233	+6.9% +15	247	△9.1% △24	481	△2.0% △9
免疫領域※1	260	+29.0% +58	129	+19.7% +21	177	+16.7% +25	306	+17.9% +46
中枢神経系 (CNS) 領域※1	218	△2.0% △4	102	△6.8% △7	109	+1.5% +1	212	△2.7% △5
ジェネリック医薬品※2	208	+3.4% +6	113	+13.7% +13	137	+26.9% +29	250	+20.6% +42
ヒト用ワクチン	380	+14.8% +49	265	+21.9% +47	195	+20.7% +33	461	+21.4% +81

※1：各領域のジェネリック医薬品を含む

※2：各領域に含まれないジェネリック医薬品のみ売上高

医薬品：開発パイプラインー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 （10%液状人免疫グロブリン）	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* （血液凝固第X因子製剤）	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） 承認（台湾） 申請（タイ）
	DMB-3115 （ウステキヌマブ後続品）	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	発売（欧州・英国）：製品名IMULDOSA （2025年1月以降順次発売） 承認（米国） 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：開発パイプラインー2

	開発コード名	薬効/作用	予定適応症	開発段階
ワクチン	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（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)
	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）

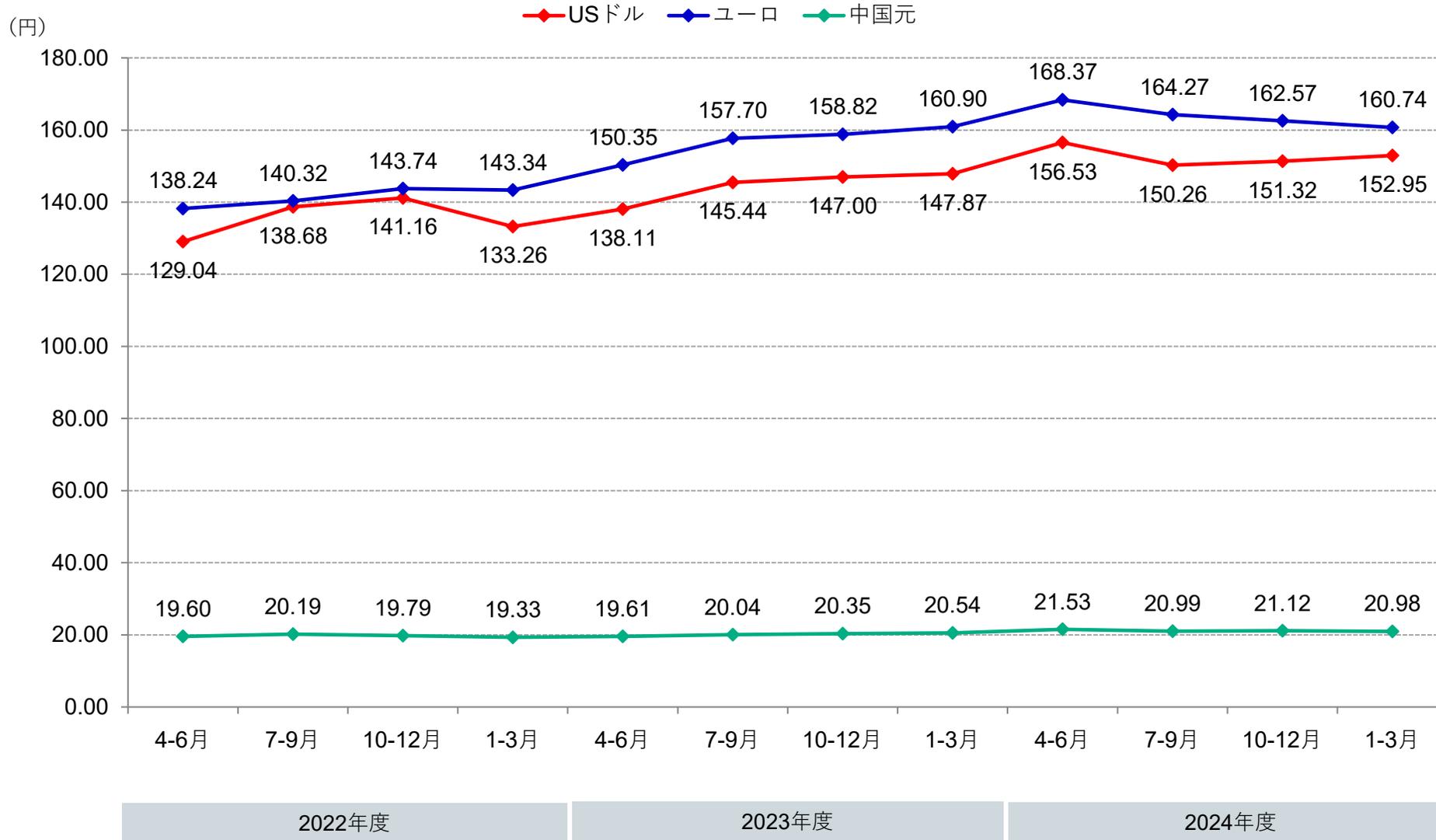
*自社創製
**国際共同治験

医薬品：開発パイプラインー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）	承認（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

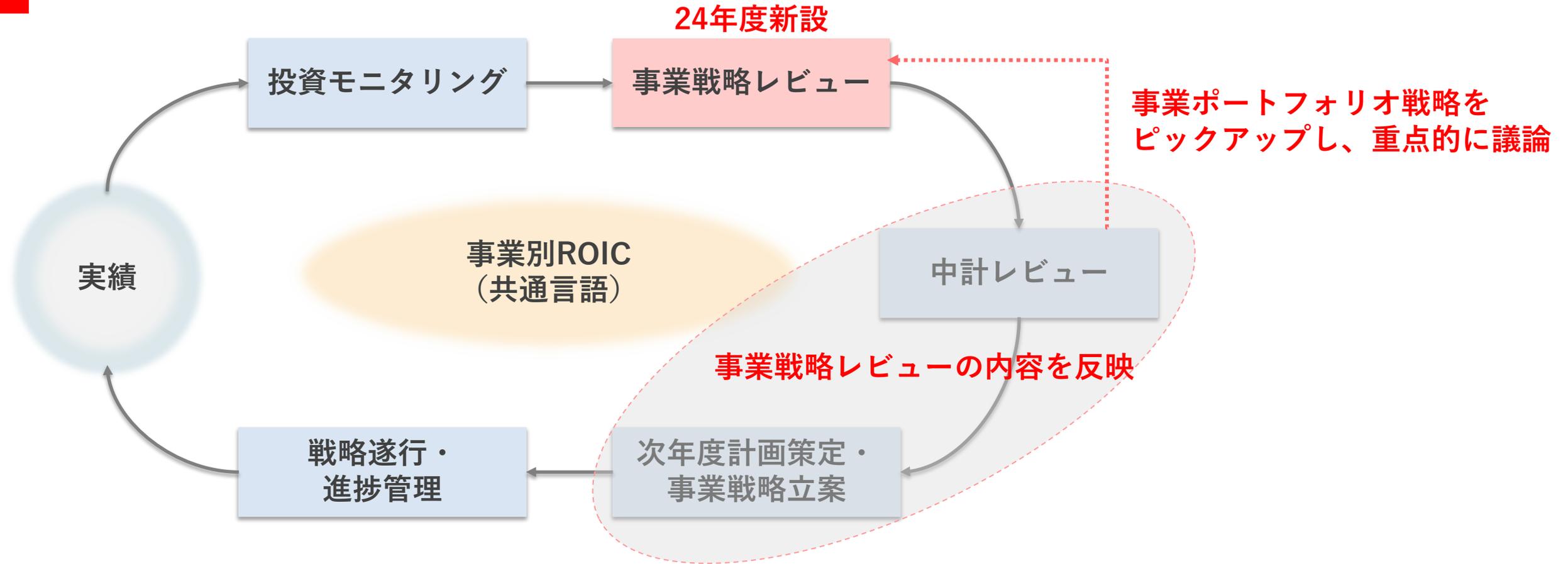
主要通貨と当社平均レート



25年度計画の為替前提

USD	150円
EUR	165円
RMB	20円

事業別ROICを共通言語とした経営マネジメントサイクル



※ 事業戦略レビュー

- ・ 26中計の事業戦略の進捗確認
 - └ 環境変化を踏まえ、26中計達成に向けた事業戦略の見直し
- ・ CxOと各事業本部長で戦略に合意の上、次年度予算編成に繋げる

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。