

2025年度 第2四半期（中間期）決算説明資料

対象期間：2025.4.1-2025.9.30

2025年11月13日

1. エグゼクティブ・サマリー
2. 2025年度 上期総括
3. 2025年度 下期・通期見通し

エグゼクティブ・サマリー

- 上期の連結営業利益は計画超過。医薬品の増益が貢献したが、食品も計画僅差
国内の消費が戻らない中での連続した価格改定は簡単ではないが、
結果としては及第点
- 下期は食品も医薬品も、売上成長につながる新商品・新製品の普及拡大に注力
メリハリのあるコストマネジメントを推進し、通期での増収増益達成を目指す
- 全社的な構造改革は始まったばかりだが、すぐに対応できることは速やかに実行
慎重さを要すること、行動と判断を並行して進めることで、
スピード感を持って推進する方針

CEO就任から4か月を経て、いま大事に考えていること

● 社会も社員もワクワクする事業展開

- 技術資産の再評価で見えてきた強みを軸に、
現在、ウェルネスサイエンスラボを中心に事業化の加速に取り組み中
- グローバル市場を見据え、売上高1,000億円規模・利益率30%を狙う大胆な発想で
食品と医薬品の“シナジー”に一定の答えを見出していく

● 「変化・変革」のスピード感

- これまで踏み込み切れなかった改革を断行：ジョブ型人事制度の導入、ネクストキャリア特別支援実施など
- 構造改革・アセットライト化：四国明治（香川工場・松山工場）の生産終了など
- 食品の海外戦略を見直し中

【方向性】中国は規模の最適化、ビジネスモデルの再構築

北米・アジアなど各地域で好調な菓子事業には経営資源を重点配分

2. 2025年度 上期総括

2025年度 上期連結決算のハイライト

(億円)	24年度 上期実績	25年度 上期実績	前年同期比	計画比	25年度 上期計画
売上高	5,690	5,748	+1.0% +58	△2.4% △141	5,890
うち、海外売上高	767	771	+0.5% +3	△8.7% △73	844
営業利益	443	409	△7.8% △34	+3.7% +14	395
営業利益率	7.8%	7.1%	△0.7pt	+0.4pt	6.7%
親会社株主に帰属する 中間純利益	268	214	△20.1% △53	△4.5% △10	225
E P S	97.66円	79.27円	△18.39円	△3.14円	82.41円

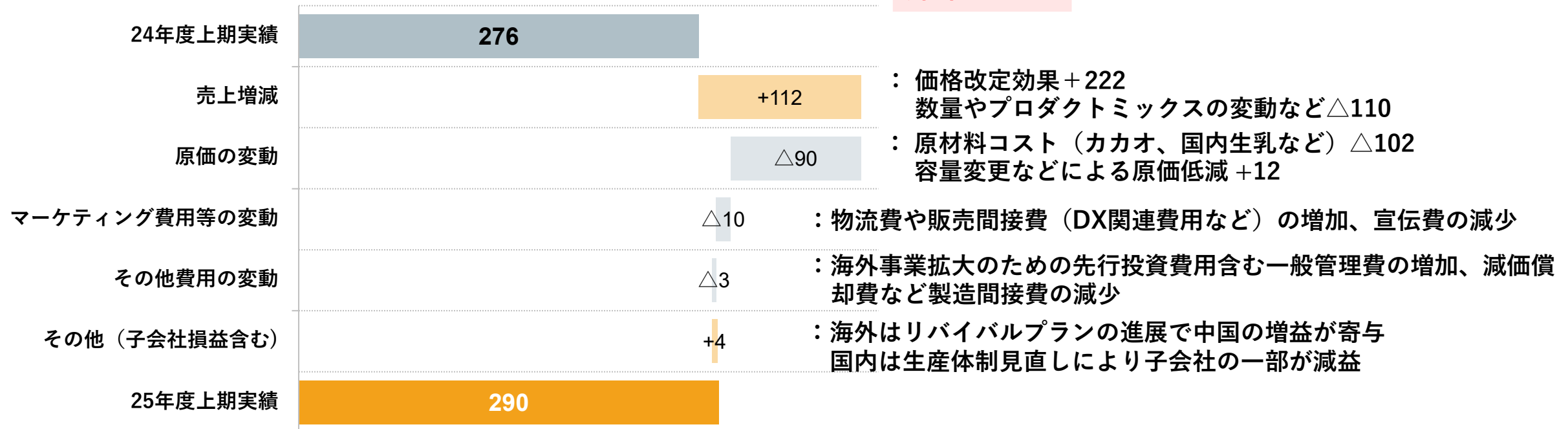
- 売上高は食品、医薬品ともに増収。計画比ではやや下回る
- 営業利益は減益。計画比では、医薬品が貢献して上回る
- 中間純利益は減益。投資有価証券売却益などの特別利益が減少したことが主な要因

食品：2025年度 上期決算概要

(億円)	24年度 上期実績	25年度 上期実績	前年同期比	計画比	25年度 上期計画
売上高	4,554	4,584	+0.7% +29	△1.4% △62	4,647
営業利益	276	290	+5.0% +13	△2.3% △6	297

営業利益 増減分析

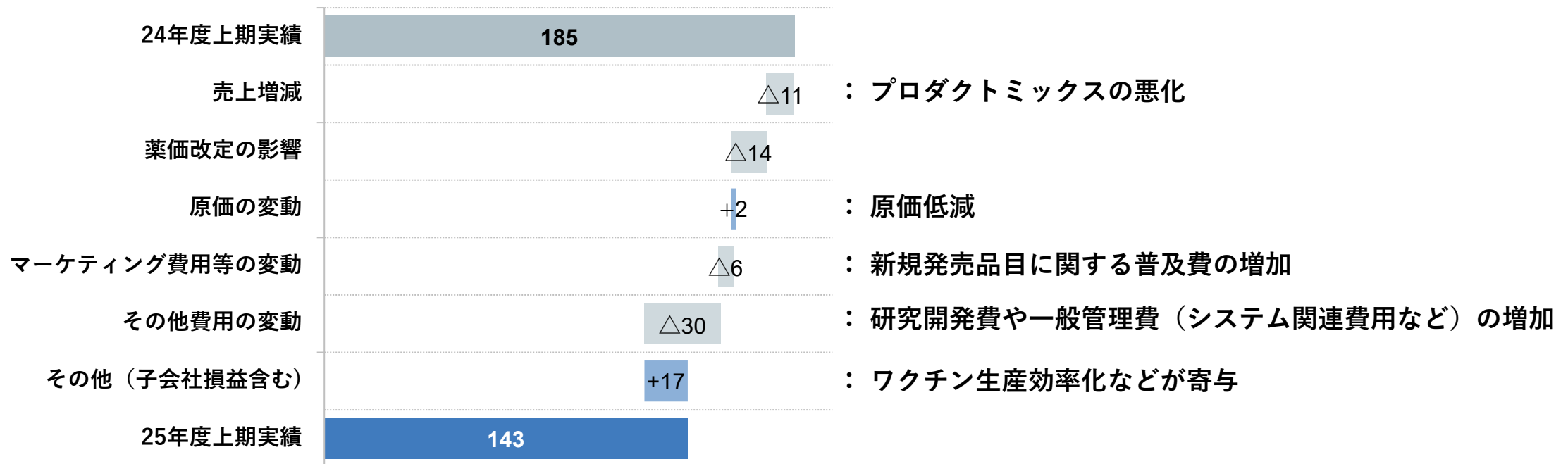
国内：+1
海外：+12



医薬品：2025年度 上期決算概要

(億円)	24年度 上期実績	25年度 上期実績	25年度 上期計画	
			前年同期比	計画比
売上高	1,138	1,169	+2.7% +30	△6.6% △83
営業利益	185	143	△22.8% △42	+16.4% +20

営業利益 増減分析



3. 2025年度 下期・通期見通し

2025年度 下期・通期連結見通し

(億円)		上期実績		下期計画 (11月修正)		下期計画 (5月当初)	通期計画 (11月修正)		通期計画 (5月当初)
			前年同期比		前年同期比			前期比	
連結	売上高	5,748	+1.0% +58	6,021	+2.9% +170	6,060	11,770	+2.0% +229	11,950
	営業利益	409	△7.8% △34	500	+24.2% +97	515	910	+7.4% +62	910
	親会社株主に帰属 する当期純利益	214	△20.1% △53	325	+35.9% +85	315	540	+6.3% +31	540
食品	売上高	4,584	+0.7% +29	4,765	+1.4% +64	4,773	9,350	+1.0% +94	9,420
	営業利益	290	+5.0% +13	419	+13.5% +50	413	710	+9.9% +63	710
医薬品	売上高	1,169	+2.7% +30	1,263	+9.1% +105	1,294	2,433	+5.9% +136	2,547
	営業利益	143	△22.8% △42	116	+88.7% +54	137	260	+5.1% +12	260
HD/ 消去	売上高	△5	— △1	△8	— +0	△7	△13	— △1	△17
	営業利益	△23	— △5	△36	— △7	△35	△60	— △13	△60

- 通期の営業利益は連結・セグメントともに据え置き。売上高は上期進捗を踏まえて見直し
- セグメント下の事業別は売上高・営業利益ともに見直し

食品：通期計画の進捗

(億円)		25年度 上期		25年度 下期		25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 (5/9発表)	297	+7.4% +20	413	+11.7% +43	710	+9.9% +63
	上期実績 下期・通期修正計画 (11/13発表)	290	+5.0% +13	419	+13.5% +50	710	+9.9% +63
	差	△6	—	+6	—	—	—

主な変動要因

- 国内事業のプロダクトミックスの悪化。特に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

以下の下期取り組みを通じて、通期利益計画の達成を目指す

- 商品・マーケティング戦略の強化
 - デイリー、カカオ：新商品も含めて上期の好調を維持
 - ニュートリション：主力品の強化策を下期実装
- 構造改革・アセットライト化の推進
- 中国アイスクリーム事業は非需要期で影響なし

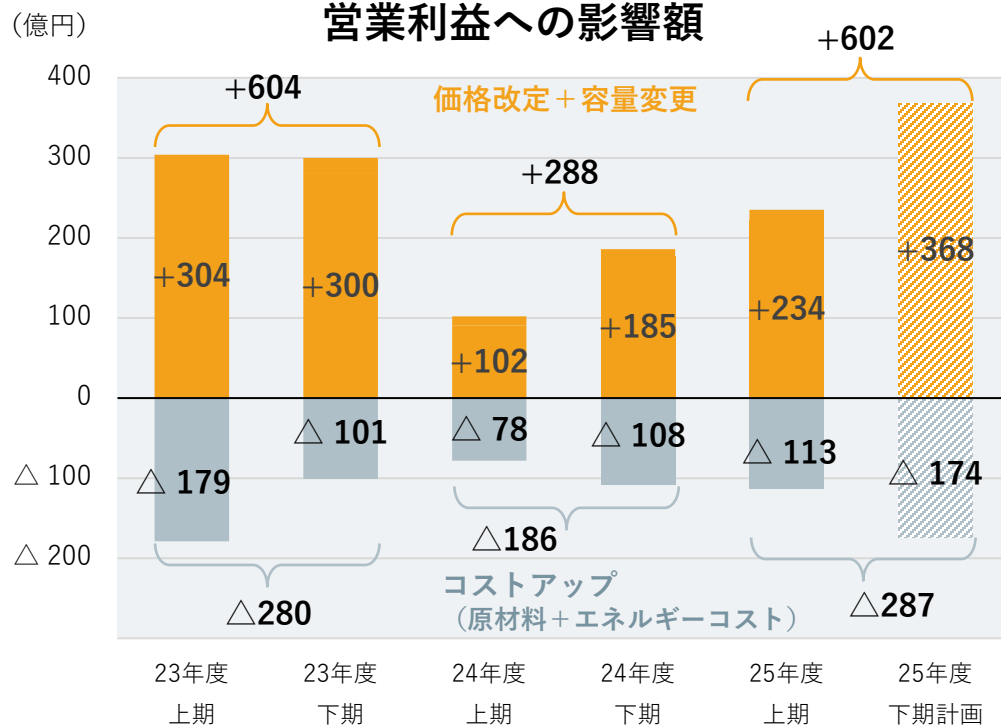
食品：事業別売上高・営業利益

(億円)

		上期実績	前年同期比	下期計画 (11月修正)	前年同期比	下期計画 (5月当初)	通期計画 (11月修正)	前期比	通期計画 (5月当初)
デイリー	売上高	1,347	△0.6% △7	1,386	+2.1% +28	1,368	2,734	+0.8% +20	2,741
	営業利益	120	+14.9% +15	159	+19.2% +25	153	279	+17.4% +41	260
カカオ	売上高	791	+7.0% +51	980	+1.0% +10	970	1,771	+3.6% +61	1,757
	営業利益	48	+53.8% +16	128	△2.6% △3	121	176	+8.2% +13	159
ニュートリション	売上高	613	△1.6% △9	562	△0.7% △3	607	1,176	△1.1% △13	1,247
	営業利益	73	△14.2% △12	58	+3.2% +1	80	132	△7.3% △10	161
フードソリューション	売上高	1,029	+3.6% +35	1,038	+8.5% +81	1,027	2,068	+6.0% +116	2,068
	営業利益	52	+31.2% +12	63	+56.9% +23	54	116	+44.2% +35	126
その他	売上高	801	△4.8% △40	797	△6.0% △50	798	1,599	△5.4% △91	1,604
	営業利益	△4	— △19	9	+42.0% +2	2	4	△77.4% △16	1

- デイリー、カカオ、その他の各事業の通期営業利益を上方修正

食品：構造的インフレ下における付加価値戦略の強化



コストアップの見通し

- カカオ原料や国内生乳、海外乳原料を中心に原材料コストの上昇が続く
- 足元のカカオ原料相場は下落しているものの、高値圏で確保した在庫の使用が続くため、相場下落の影響は遅効性あり
- 為替動向やサプライチェーン上のコストアップ（人件費、物流費など）は引き続きリスク要因

コストアップが長期化する前提に立ち、
「価格転嫁力」を維持しつつ、コスト構造を最適化

〈25年度の主な価格改定〉

25年6月	チョコレート ザバス（バー）	+10-36% +8-9%
7月	チーズ バター・マーガリン	+3-4% +3-11%
8月	ヨーグルト 飲料（牛乳ほか） ザバス（ミルク）	+2-17%
9月	アイス	+5-9%

食品：消費の二極化に対応した商品・マーケティング戦略

1. ブランド価値の訴求

Case | ブルガリアヨーグルト（400g） 数量の前年同期比推移



- 8月の価格改定を見据え、早い段階からプロモーションを強化（テレビCM、メニュー提案など）して、「ブルガリア」ブランド全体での接点を拡大

ブランド力のある商品は、そのブランド価値の伝達に一定費用を投じて、数量減を最小化

Case | 無形資産の訴求・活用



ミルクチョコレート99周年特設サイト



新キャラクター
「アールおじさん」

- 既存商品の持つ価値をさまざまな角度から訴求する多様なプロモーションを展開

競争に晒されている定番品であっても、価格以外の価値を再評価してもらう仕掛けを施し、価格弾性値を低下

食品：消費の二極化に対応した商品・マーケティング戦略

2. 新たな価値を持つ商品の上市・育成強化



生のときしっとりミルク
(10月7日再発売／販売エリア拡大)



明治ヘモグロビンA1c
対策ヨーグルト
(10月14日発売)

- 乳、乳酸菌、カカオに関する知見や技術を活かした独自性のある商品の開発やリニューアルを促進

上市した後も継続的にエビデンスを構築したり、商品ラインアップを拡充するなどして、長期的にブランドを育成

3. 価値と値ごろ感の両立



←チョコレート効果カカオ72%
大袋 (225g)



チョコレート効果→
カカオ72%袋 (110g)
(9月30日発売)



- 複数回の価格改定で、店頭価格がお客さまの心理的許容水準を超え、成長鈍化や数量減が見られる商品では、値ごろ感のあるラインアップに見直し

ユニットプライスを低下させることなく、収益性と顧客満足を両立させる

食品：コスト構造の最適化

生産面

- 工場の集約・閉鎖を含めた生産ラインの整理を着実に実行

直近のトピックス

- 25年10月 東北工場での生産終了： 神奈川新工場への拠点集約の一環。当初予定の11月から1か月前倒し
- 26年12月・28年3月 四国明治（製造販売子会社）の2工場（牛乳・ヨーグルト、菓子）の生産終了予定

全社的な構造改革

- 新人事制度導入を契機にした、社員一人一人のパフォーマンス発揮最大化（労働生産性の向上）

直近のトピックス

- 25年10月発表 ネクストキャリア特別支援策の実施

中長期的には、本施策に加えて採用戦略も強化していくことで年齢構成上の課題を解消するとともに、成長分野へのリソース投入などにつなげる

- 次の長期ビジョンの議論の中での、事業ポートフォリオの再検討

食品：海外事業の進捗と持続的成長のための戦略再構築

(億円)

		上期実績	前年同期比	通期計画 (11月修正)	前年同期比	通期計画 (5月当初)
中国	売上高	121	+6.8% +7	275	+7.9% +20	308
	営業利益	△35	— +11	△60	— +10	△52
アジア	売上高	142	△6.8% △10	300	△3.1% △9	324
	営業利益	9	+20.6% +1	18	+4.5% +0	14
欧米	売上高	195	+2.3% +4	390	+3.6% +13	399
	営業利益	8	+7.1% +0	20	+19.3% +3	16
海外 合計	売上高	445	+2.9% +12	924	+3.5% +30	978
	営業利益	△34	— +12	△55	— +18	△56

ポイント

リバイバルプランの着実な実行

- 商品力強化による売上拡大に注力
- 収益性：デイリーは着実に回復。アイスクリームが苦戦
- 一歩踏み込んだ再構築プランは引き続き検討中

菓子事業・ニュートリション事業の拡大

- 主力のチョコレートスナック、粉ミルクを軸にした展開
- 販売国・地域の拡大

米国菓子事業の拡大

- 生産能力の増強：安定稼働できており、出荷量アップ
- 商品ラインアップの強化
- 好調な販売チャネルでの取り組みを徹底

食品：中国事業 リバイバルプランの着実な実行

(億円)

	上期実績	前年同期比	通期計画 (11月修正)	前年同期比	通期計画 (5月当初)
売上高	121	+6.8% +7	275	+7.9% +20	308
うち、デイリー	16	+6.7% +1	40	+31.8% +9	41
カカオ	46	+26.7% +9	119	+9.6% +10	119
ニュートリション	△0	— △1	△0	— △1	10
フードソリューション	58	△3.4% △2	115	+1.1% +1	137
営業利益	△35	— +11	△60	— +10	△52
うち、デイリー	△10	— +8	△20	— +14	△24
カカオ	△7	— △1	△7	— △7	△7
ニュートリション	△1	— +2	△3	— +3	△5
フードソリューション	△15	— +2	△30	— +0	△15

● デイリー

- 7月に「おいしい牛乳」を発売
- 10月に「おいしい牛乳高たんぱく」を発売
- 今後もブランド定着に向けラインアップを拡充予定

● カカオ

- 板チョコレートがけん引して堅調な伸び
- 9月以降は価格改定を実施

● BtoB

- 新商品が寄与したクリームが好調だが、売上構成の多くを占める牛乳が低調
- 商品ラインアップの拡充でクリームをさらに強化

● アイスクリーム

- 25年シーズンも前年を下回る結果。次シーズンに向けた商品・営業戦略を見直し

医薬品：通期計画の進捗

(億円)		25年度 上期		25年度 下期		25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 (5/9発表)	123	△33.7% △62	137	+121.3% +75	260	+5.1% +12
	上期実績 下期・通期修正計画 (11/13発表)	143	△22.8% △42	116	+88.7% +54	260	+5.1% +12
	差	+20	—	△20	—	—	—

主な変動要因

- ・ プロダクトミックスの悪化
- ・ 管理費などのコスト低減
- ・ 海外事業の上振れ
- ・ インフルエンザワクチンの生産効率向上と早期出荷
- ・ 研究開発費の期ズレ

以下の下期リスク要因を踏まえて、通期利益計画を据え置き

- ・ 国内・海外ともに感染症市場が低調に推移
- ・ ワクチン接種率の動向：インフルエンザワクチン、新型コロナワクチン「コスタイベ」への影響

医薬品：ワクチン接種率の向上とシェア拡大への取り組み

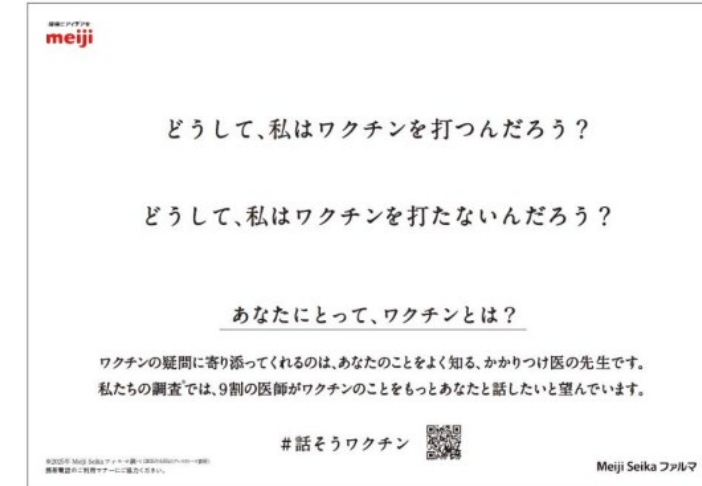
(億円)	上期実績		通期計画 (11月修正)		通期計画 (5月当初)
		前年同期比		前年同期比	
ヒト用ワクチン 売上高	229	+5.5% +11	419	+10.5% +39	461

● 5種混合ワクチン「クイントバック」

- 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し、計画以上の進捗
- 着実なシェア拡大を目指す

● 新型コロナワクチン「コスタイベ」

- 接種環境を踏まえて、通期計画は下方修正
- 2人用バイアル製剤となり利便性向上。特徴である「抗体価の持続」を訴求。インフルエンザワクチンの普及活動と連携して、価値最大化を目指す



2025年8月から展開中の
「#話そうワクチン」プロジェクト広告例

● インフルエンザワクチン

- 25/26年シーズン※は、市場供給量 約5,293万回分となる見込み（前年比△0.8%）だが、3価ワクチンとなり各社とも早期出荷の動き
- 当社の早期出荷戦略も順調に進捗。前年より約1か月早く流行シーズンに入っており、接種率向上のための普及活動を強化

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)

	上期実績		通期計画 (11月修正)		通期計画 (5月当初)
		前年同期比		前年同期比	
感染症領域※1	204	△6.8% △14	458	△6.7% △32	481
国内事業 免疫領域※1	148	+37.3% +40	365	+40.6% +105	306
国内事業 中枢神経系（CNS）領域※1	102	△6.3% △6	202	△7.4% △16	212
ジェネリック医薬品※2	111	+11.7% +11	226	+8.8% +18	250
海外事業	326	△2.6% △8	657	+3.1% +19	732

上期売上高伸長率

レズロック +443.3%
血漿分画製剤 +33.1%

※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
のみの売上高

- 注射用抗菌薬は、伸長率は鈍化したもののシェアは維持。感染症流行状況の変化などにより市場が低調に推移したことが要因。これを他領域の主力品の成長でカバーしていく
- 好調な「レズロック」（慢性GVHD治療薬）は、タイや台湾で承認取得。さらなる貢献に期待
- 大正製薬と共同販売予定の「ボルズィ」（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

医薬品：ジェネリック医薬品の新たな打ち手

- サノフィからのオーソライズド・ジェネリック（AG）の製造販売承認承継・販売移管（26年4月～）
フェキソフェナジン（アレルギー性疾患治療剤）など3製品が対象。26年度からの業績寄与に期待
- 新・コンソーシアム構想の着実な進展
生産拠点の集約について協議中。各社の製造効率を可視化し、より効率的な生産体制の構築へ



Step 1

品目単位の製造所集約

- ・ 各社のモチベーションが合致する取り組みの推進
- ・ QA/QCナレッジを移管し、品質管理レベルを底上げ
- ・ 成分ごとの基幹工場の誕生

協議中の対象品目

22成分56品目

うち、中止代替※1

23品目
（製販数58品目→35品目に集約）

製造所の統合※2

33品目

Step 2

- ・ 品目の承継による売上拡大／屋号の統一
- ・ 参画企業の拡大

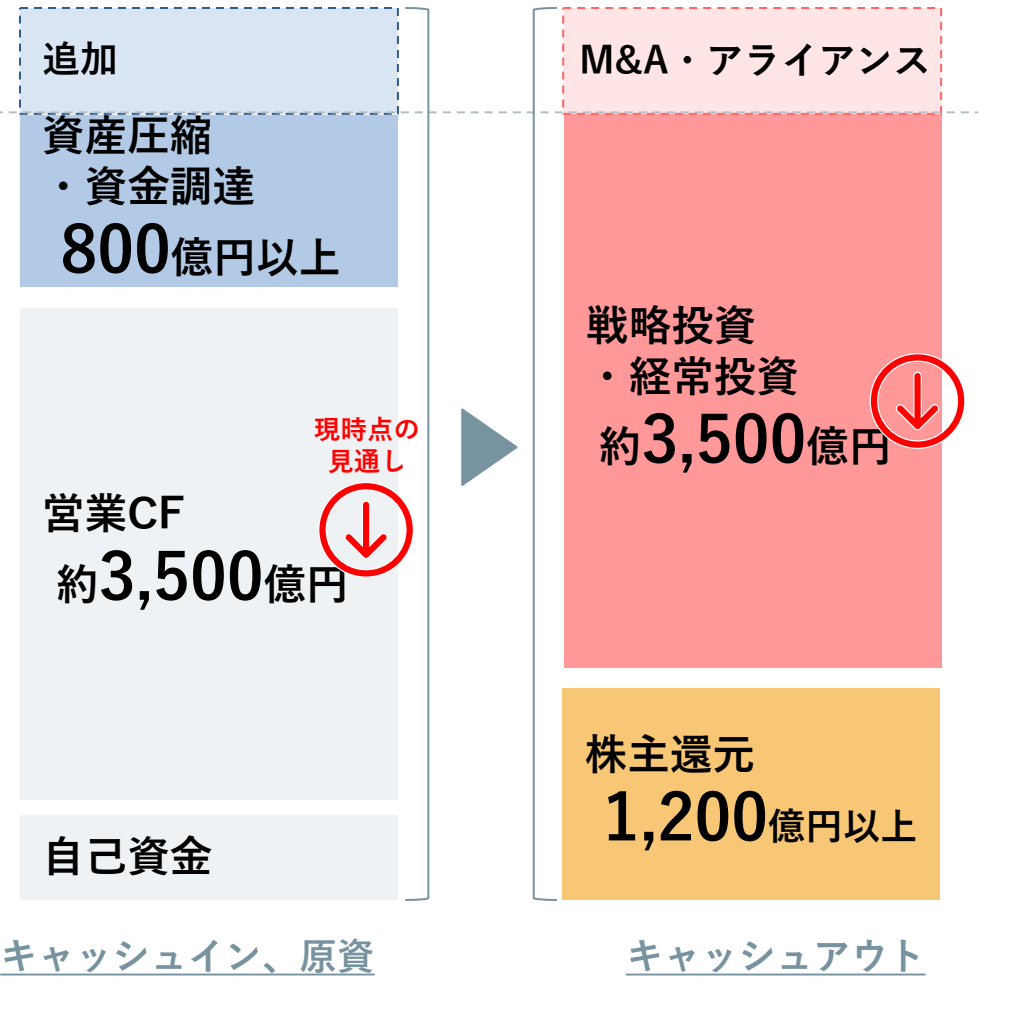
Step 3

- ・ 参画企業の合意形成を前提にした最適化の実現

※1：一方の製品を発売中止し、もう一方の製品で代替供給する
※2：それぞれで製造していた品目を一方の製造所に統合する

キャッシュアロケーションの見直し

〈2026中計 3年間のキャッシュアロケーション方針〉
(2024年5月開示)



- 営業CFは力カオ原料や抗菌薬などの棚卸資産増加などが影響し、当初計画からは下回って推移。力カオ原料の在庫確保の問題は解消されてきたが、24年度実績・25年度見通しを踏まえて、投資を見直し
 - ・ 優先順位の見直し
 - ・ キャッシュアウト額や時期の精査 など
- 将来の成長に必要な投資を着実に実行する考えに変わりないが、総額はコントロール
- 並行して、中計には織り込んでいない資産圧縮などの対応策も検討
- 株主還元は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 (11月修正)	前期比
明治ROESG	9.5pt	8.3pt	△1.2 pt
売上高	11,540	11,770	+2.0% +229
うち、海外売上高	1,531	1,582	+3.3% +50
営業利益	847	910	+7.4% +62
営業利益率	7.3%	7.7%	+0.4 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 (11月修正)	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	1,060	+87.4% +494
営業CF	689	584	△15.2% △105
フリーCF	283	△423	— △707

参考資料

2025年度 上期 連結営業利益増減分析

(億円)	連結	食品	医薬品	他
24年度上期実績	443	276	185	△18
売上増減	+100 *1	+112	△11	—
薬価改定の影響	△14	—	△14	—
原価の変動	△88 *2	△90	+2	—
経費等の増減	△49 *3	△13	△36	—
その他（子会社損益含む）	+15	+4	+17	△5
25年度上期実績	409	290	143	△23

*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）△102
その他（容量変更など）+12

【医薬品】 原価低減+2

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

【医薬品】 マーケティング費用等の変動△6、その他費用の変動△30

食品：2025年度 上期 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年度上期営業利益	276	104	31	85	39	14
売上増減	+112	+11	+61	△0	+49	△9
原価の変動	△90	△8	△34	△13	△31	△3
経費等の増減	△13	+8	△5	△2	△8	△6
マーケティング費用等の変動	△10	+3	△8	△1	△7	+2
その他費用の変動 (内、研究開発費)	△3 (△4)	+5	+3	△1	△1	△8
その他 (子会社損益など)	+4	+5	△5	+3	+3	△1
25年度上期営業利益	290	120	48	73	52	△4

食品：2025年度 下期 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年度下期営業利益	369	134	131	56	40	6
売上増減	+187	+42	+56	+15	+69	+5
原価の変動	△110	△7	△52	△13	△34	△4
経費等の増減	△28	△12	△3	△3	△11	+0
マーケティング費用等の変動	△27	△21	△8	+3	△5	+3
その他費用の変動 (内、研究開発費)	△1 (+1)	+9	+5	△6	△6	△3
その他 (子会社損益など)	+1	+3	△5	+3	△0	+1
25年度下期営業利益（計画）	419	159	128	58	63	9

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	+299	+53	+117	+15	+118	△4
原価の変動	△200	△15	△85	△27	△66	△7
経費等の増減	△41	△3	△8	△5	△19	△5
マーケティング費用等の変動	△37	△17	△16	+3	△12	+6
その他費用の変動 (内、研究開発費)	△4 (△2)	+14	+8	△8	△7	△11
その他 (子会社損益など)	+6	+7	△10	+6	+2	△0
25年度通期営業利益 (計画)	710	279	176	132	116	4

食品：2025年度 上期 事業概況

■ デイリー事業

(億円)	25年度 上期実績	前年同期比	25年度 通期計画 (11月修正)	前期比
売上高	1,347	△0.6% △7	2,734	+0.8% +20
うち、国内	1,329	△0.7% △8	2,691	+0.4% +11
海外	18	+7.2% +1	42	+29.2% +9
営業利益	120	+14.9% +15	279	+17.4% +41
うち、国内	134	+5.6% +7	307	+9.3% +26
海外	△14	— +8	△27	— +15

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

	上期実績	前年同期比	通期計画	前期比
プロバイオティクス	441	△0.7%	938	△1.9%
ヨーグルト	409	+4.3%	789	+3.3%
市販・宅配牛乳	404	+1.3%	788	+1.0%

■ 国内

- 市場（上期）
 - ・ ヨーグルト（機能性含む）：+3～4%
 - ・ 牛乳：前年並み
- プロバイオティクスはR-1市販向けは堅調。宅配の回復が課題（市販+0.5%・宅配△5.1%）
- ブルガリアは主力のプレーンタイプが伸長
- 「おいしい牛乳」は中容量が大きく伸長
- 宣伝費の減少や価格改定により増益

■ 海外

- 中国のリバイバルプラン（不採算取引や販売体制見直し）が収益性改善に寄与
- 中国で25年7月から「おいしい牛乳」の販売を開始

食品：2025年度 上期 事業概況

■ カカオ事業

(億円)	25年度 上期実績	前年同期比	25年度 通期計画 (11月修正)	前期比
売上高	791	+7.0% +51	1,771	+3.6% +61
うち、国内	479	+7.8% +34	1,123	+4.7% +50
海外	311	+5.7% +16	648	+1.8% +11
営業利益	48	+53.8% +16	176	+8.2% +13
うち、国内	48	+94.4% +23	162	+19.5% +26
海外	△0	— △6	13	△49.1% △13

国内主力品の売上高※（億円）

	上期実績	前年同期比	通期計画	前期比
チョコレート	475	+6.2%	1,167	+5.8%

※（株）明治単体、収益認識基準適用前実績

■ 国内

- 市場（上期）
 - ・ チョコレート：+7～8%
 - ・ グミ：+13～14%
- チョコレートは価格改定効果により増収
- グミは新商品が寄与し好調に推移
- 価格改定効果により増益

■ 海外

- 中国での主力チョコレート群の伸長と、米国でのチョコスナックの販売拡大により増収
- 中国のカカオ原料の高騰などにより減益

食品：2025年度 上期 事業概況

■ ニュートリション事業

(億円)	25年度 上期実績	前年同期比	25年度 通期計画 (11月修正)	前期比
売上高	613	△1.6% △9	1,176	△1.1% △13
うち、国内	560	△1.5% △8	1,069	△1.8% △19
海外	52	△2.5% △1	106	+5.5% +5
営業利益	73	△14.2% △12	132	△7.3% △10
うち、国内	74	△19.5% △18	135	△12.6% △19
海外	△0	— +5	△3	— +9

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

	上期実績	前年同期比	通期計画	前期比
乳幼児ミルク・流動食	333	△3.8%	668	△2.8%
スポーツ栄養	283	+2.8%	519	+0.3%

■ 国内

- 市場（上期）
 - ・ スポーツプロテイン（飲料）：+2～3%
- 乳幼児ミルクはインバウンド縮小により減収
- 「ザバス（粉末）」は販促強化によりソイタイプが好調
- 「ザバスミルク」は価格改定効果もあり増収
- 原価アップに加え、乳幼児ミルクの減収により減益

■ 海外

- 台湾の乳幼児ミルクが新商品や販路拡大により伸長
- 輸出の月ズレにより減収
- 前年同期に発生した事業拡大のための先行投資費用の反動により営業損失が縮小

食品：2025年度 上期 事業概況

■ フードソリューション事業

(億円)	25年度 上期実績	前年同期比	25年度 通期計画 (11月修正)	前期比
売上高	1,029	+3.6% +35	2,068	+6.0% +116
うち、国内	964	+3.9% +36	1,938	+6.1% +111
海外	65	△1.4% △0	129	+3.8% +4
営業利益	52	+31.2% +12	116	+44.2% +35
うち、国内	70	+13.4% +8	151	+24.9% +30
海外	△17	— +4	△34	— +5

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

	上期実績	前年同期比	通期計画	前期比
BtoB	493	+6.6%	1,019	+3.7%
市販チーズ	136	+4.8%	280	+4.5%
市販アイスクリーム	316	+4.3%	516	+5.0%

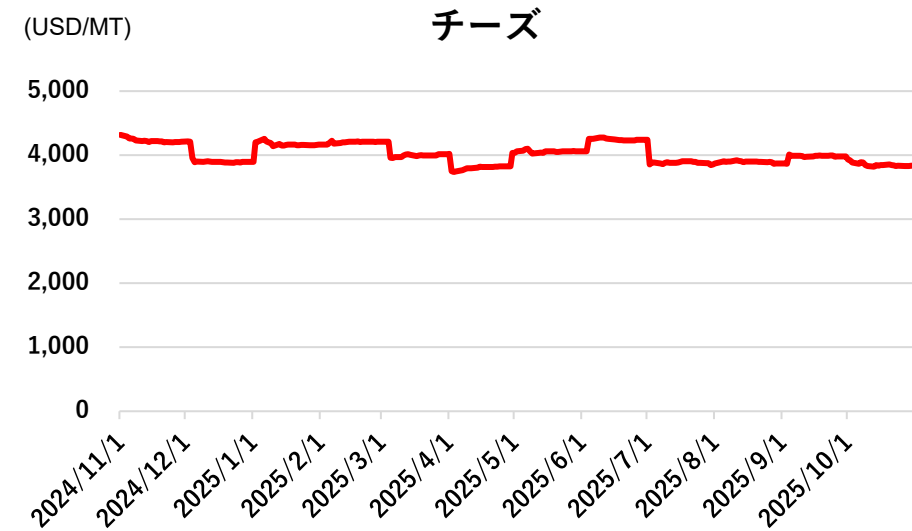
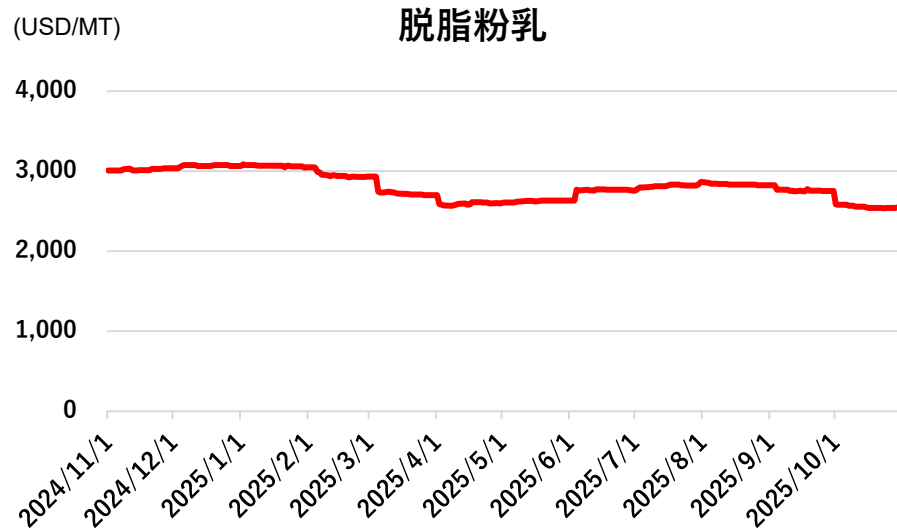
■ 国内

- BtoBはクリームやカカオなどが増収
- チーズはカマンベールやモッツァレラが好調に推移
- 市販アイスクリームは主力品が伸長
- 増収や価格改定効果により増益

■ 海外

- 中国の市販用アイスクリームが減収
- 中国のコスト削減の取り組みにより営業損失が縮小

主要輸入原料相場の動向



医薬品：2025年度 上期 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年度上期営業利益	185	108	34	43
売上増減	△11	+12	△6	△18
薬価改定の影響	△14	△14	—	—
原価の変動	+2	+1	+1	△0
経費等の増減	△36	△6	+13	△44
マーケティング費用等の変動	△6	△3	+0	△4
その他費用の変動 (内、研究開発費)	△30 (△21)	△3	+13	△40
その他 (子会社損益など)	+17	△5	△1	+23
25年度上期営業利益	143	96	41	5

医薬品：2025年度 下期 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年度下期営業利益	61	108	1	△48
売上増減	+9	+12	△7	+5
薬価改定の影響	△18	△18	—	—
原価の変動	△1	△0	△0	△0
経費等の増減	+71	△20	+8	+82
マーケティング費用等の変動	+1	△8	△5	+14
その他費用の変動 (内、研究開発費)	+70 (+10)	△12	+13	+68
その他 (子会社損益など)	△6	+3	+4	△12
25年度下期営業利益 (計画)	116	83	6	26

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	△2	+24	△13	△13
薬価改定の影響	△32	△32	—	—
原価の変動	+1	+1	+0	△0
経費等の増減	+35	△25	+22	+38
マーケティング費用等の変動	△5	△10	△5	+10
その他費用の変動 (内、研究開発費)	+40 (△11)	△14	+27	+28
その他 (子会社損益など)	+11	△2	+3	+11
25年度通期営業利益（計画）	260	180	47	31

医薬品：2025年度 上期 事業別概況

■ 国内事業

(億円)	25年度 上期実績	前年同期比	25年度 通期計画 (11月修正)	前期比
売上高	566	+5.6% +30	1,252	+6.4% +75
営業利益	96	△10.5% △11	180	△16.6% △35

● 売上高

- 24年5月発売「レズロック錠」や血漿分画製剤が伸長

● 営業利益

- 薬価改定の影響により大幅減益

■ 海外事業

(億円)	25年度 上期実績	前年同期比	25年度 通期計画 (11月修正)	前期比
売上高	326	△2.6% △8	657	+3.1% +19
営業利益	41	+21.2% +7	47	+32.7% +11

● 売上高

- インド子会社の為替影響に加えて、スペインの子会社が減収

● 営業利益

- 研究開発費の減少により大幅増益

医薬品：2025年度 上期 事業別概況

■ ワクチン・動物薬事業

(億円)	25年度 上期実績	前年同期比	25年度 通期計画 (11月修正)	前期比
売上高	276	+3.6% +9	523	+8.7% +41
営業利益	5	△88.4% △38	31	— +36

● 売上高

- ・ 5種混合ワクチンの増収

● 営業利益

- ・ 研究開発費の増加により大幅減益

医薬品：2025年度 上期 国内主要領域別概況

（＊は収益認識基準適用前売上高）

（億円）

			25年度 上期実績	前年同期比	25年度 通期計画 (11月修正)	前期比
国内事業	感染症領域※1		204	△6.8% △14	458	△6.7% △32
	スルバシリン	＊	68	△5.0% △3	153	△6.2% △10
	タゾピペ	＊	44	+14.8% +5	100	+7.6% +7
	メイアクト群	＊	23	△29.9% △9	64	△15.5% △11
	免疫炎症領域※1		148	+37.3% +40	365	+40.6% +105
	血漿分画製剤	＊	87	+33.1% +21	165	+28.2% +36
	レズロック	＊	42	+443.3% +34	89	+208.6% +60
	中枢神経系（CNS）領域※1		102	△6.3% △6	202	△7.4% △16
ワクチン・ 動物薬事業	ジェネリック医薬品※2		111	+11.7% +11	226	+8.8% +18
	ヒト用ワクチン		229	+5.5% +11	419	+10.5% +39
	インフルエンザワクチン	＊	167	+1.3% +2	211	+1.3% +2

※1 各領域のジェネリック医薬品含む

※2 各領域に含まれないジェネリック医薬品のみ

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* （ナキュバクタム）	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・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・米国・中東）製品名IMULDOSA （2025年1月以降順次発売） 承認（中東） 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） （市場環境を踏まえて開発計画を再検討中）
	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）、2人用バイアル製剤	発売（日本）（18歳以上）
	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）	Phase III（12～17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（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 II（海外）

*自社創製

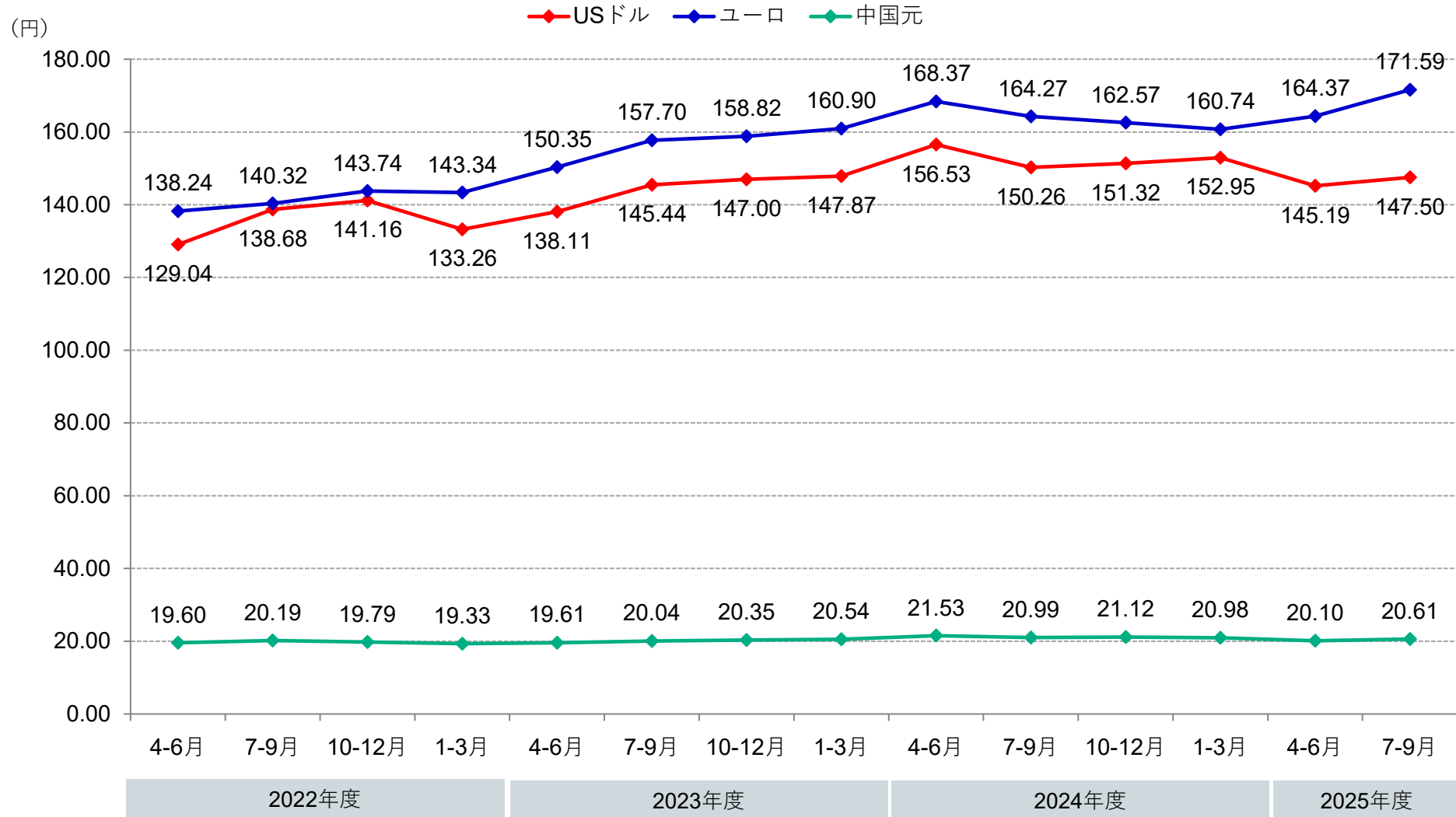
**国際共同治験

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
動物薬	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）：製品名ボビサントアカバネ （2025年10月1日発売）
	MD-22-3002	抗炎症剤（牛、豚、馬）	承認（日本）
	ME4305*	抗菌性製剤（牛）	申請（日本）
	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

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。