

2025年度 第2四半期（中間期）決算記者会見資料

対象期間：2025.4.1-2025.9.30

2025年11月13日

2025年度 上期連結決算のハイライト

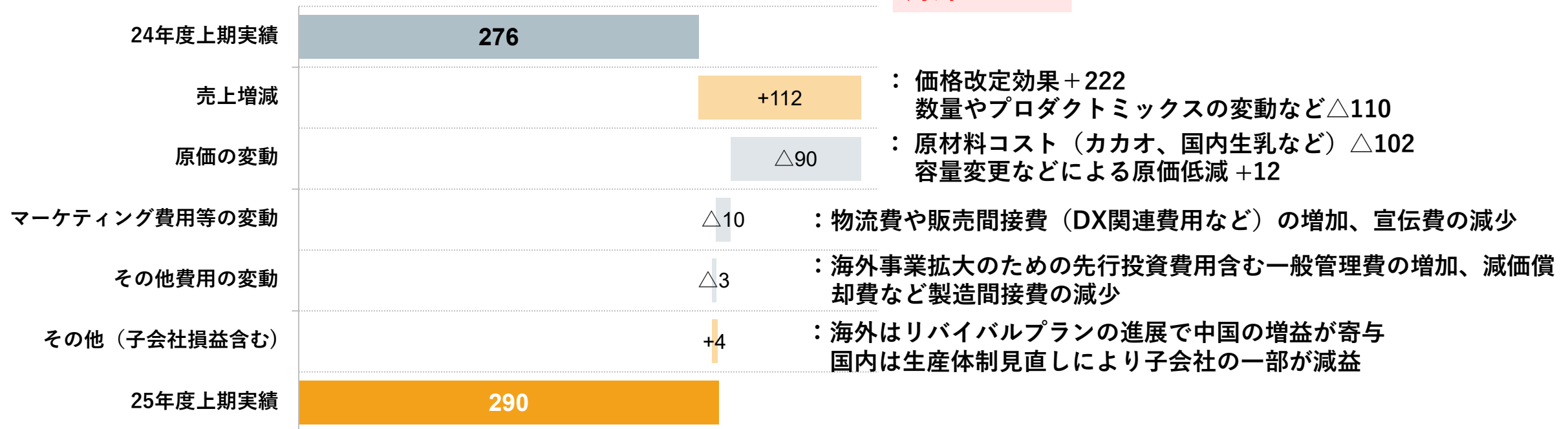
(億円)	24年度 上期実績	25年度 上期実績	前年同期比	計画比	25年度 上期計画
売上高	5,690	5,748	+1.0% +58	△2.4% △141	5,890
うち、海外売上高	767	771	+0.5% +3	△8.7% △73	844
営業利益	443	409	△7.8% △34	+3.7% +14	395
営業利益率	7.8%	7.1%	△0.7pt	+0.4pt	6.7%
親会社株主に帰属する 中間純利益	268	214	△20.1% △53	△4.5% △10	225
E P S	97.66円	79.27円	△18.39円	△3.14円	82.41円

- 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

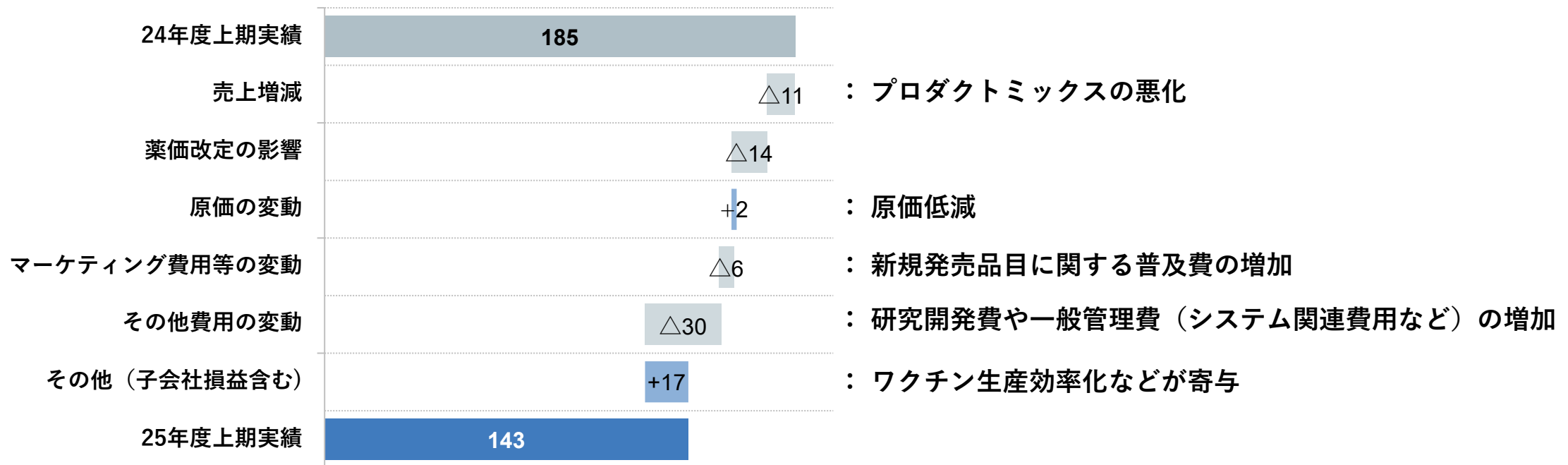
営業利益 増減分析



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

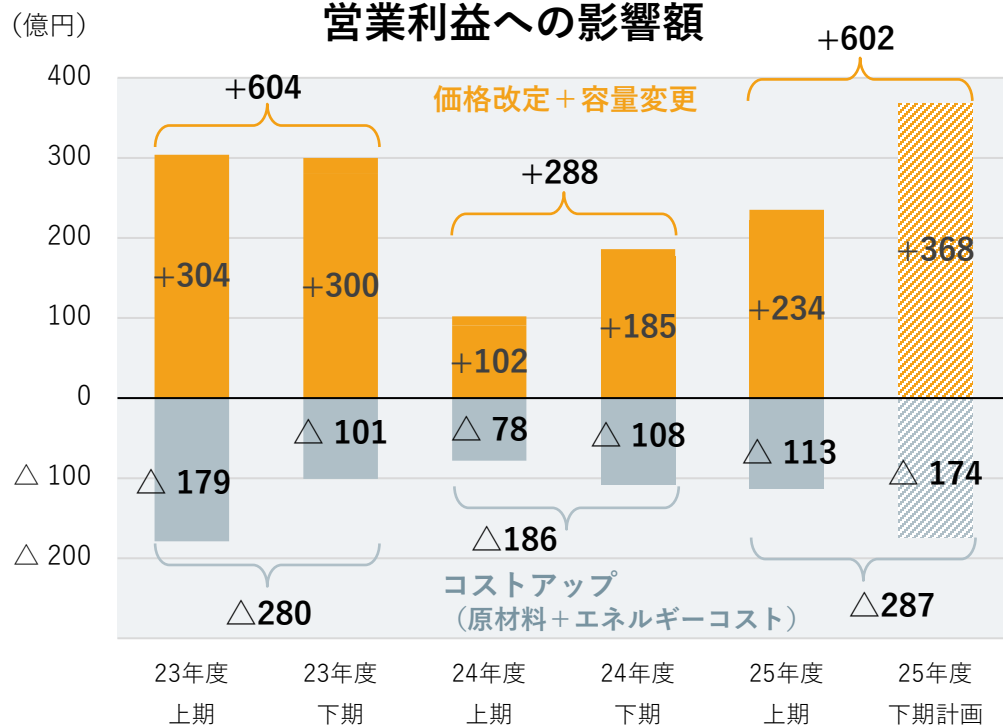


2025年度 下期・通期連結見通し

(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：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：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

医薬品：2025年度 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
	ジェネリック医薬品※2	111	+11.7% +11	226	+8.8% +18
ワクチン・ 動物薬事業	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

おわりに

- 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

参考資料

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

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

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。