

2025年度 決算記者会見資料

対象期間：2025.4.1-2026.3.31

2026年5月14日

2025年度 連結決算のハイライト

(億円)	24年度 実績	25年度 実績	25年度		25年度 修正計画 (3月修正)
			前期比	計画比	
売上高	11,540	11,736	+1.7% +196	△0.3% △33	11,770
うち、海外売上高	1,531	1,613	+5.3% +81	+2.0% +31	1,582
営業利益	847	933	+10.2% +86	+2.5% +23	910
営業利益率	7.3%	7.9%	+0.6pt	+0.2pt	7.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	508	350	△31.0% △157	△3.9% △14	365
E P S	186.08円	129.42円	△56.66円	△5.26円	134.68円

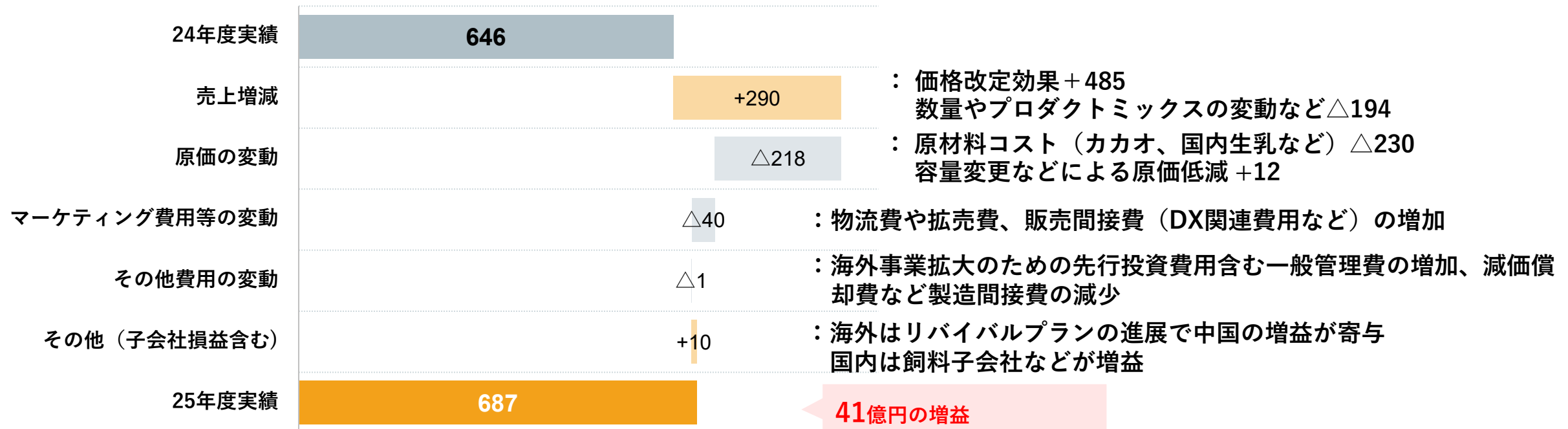
- 売上高は食品、医薬品ともに増収。計画比ではやや下回る
- 営業利益は増益。計画比では、医薬品が貢献して上回る
- 当期純利益は大幅減益。中国事業に係る固定資産の減損損失や構造改革による損失を計上したことが主な要因

食品 | 2025年度 決算概要

(億円)	24年度 実績	25年度 実績		25年度 修正計画	
		前期比	計画比		
売上高	9,255	9,428	+1.9% +173	+0.8% +78	9,350
営業利益	646	687	+6.4% +41	△3.2% △22	710

→ 原材料コストや
拡売費の増

営業利益 増減分析



41億円の増益
(国内：+26, 海外：+14)

食品：2025年度 通期 事業別概況

■ デイリー事業

(億円)	25年度 実績	前期比
売上高	2,726	+0.5% +12
うち、国内	2,693	+0.5% +13
海外	32	△1.0% △0
営業利益	292	+22.8% +54
うち、国内	321	+14.5% +40
海外	△28	— +13

国内主力品の売上高※ (億円)

	25年度実績	前期比
プロバイオティクス	983	+2.7%
ヨーグルト	782	+2.4%
市販・宅配牛乳	782	+0.2%

■ 国内

● 市場（通期）

- ヨーグルト（機能性含む）：+3～4%
- 牛乳：前年並み

● 売上動向

- プロバイオティクス：「R-1」の市販向けは堅調、宅配の回復が課題（市販+4.5%・宅配△1.6%）。「ヘモグロビンA1c対策ヨーグルト」は計画超過
- 「ブルガリアヨーグルト」は主力のプレーンタイプが伸長
- 「おいしい牛乳」は中容量が伸長

● 価格改定や製造間接費の減少により増益

■ 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年度から「おいしい牛乳」シリーズを投入

※（株）明治単体、収益認識基準適用前実績

食品：2025年度 通期 事業別概況

■ カカオ事業

(億円)	25年度 実績	前期比
売上高	1,868	+9.3% +158
うち、国内	1,167	+8.8% +94
海外	701	+10.0% +63
営業利益	152	△6.4% △10
うち、国内	144	+6.2% +8
海外	7	△70.4% △18

国内主力品の売上高※ (億円)

	25年度実績	前期比
チョコレート	1,201	+8.8%

※ (株) 明治単体、収益認識基準適用前実績

■ 国内

- 市場 (通期)
 - チョコレート：+5~6%
 - グミ：+5~6%
- 売上動向
 - チョコレートは価格改定効果もあり増収
 - グミは新商品が寄与し好調に推移
- 原材料コストの上昇を価格改定効果により吸収

■ 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
- 米国は増収により増益だが、中国のカカオ原料の高騰などにより全体では減益

食品：2025年度 通期 事業別概況

■ ニュートリション事業

(億円)	25年度実績	前期比
売上高	1,188	△0.1% △1
うち、国内	1,079	△0.8% △9
海外	108	+7.4% +7
営業利益	135	△5.5% △7
うち、国内	138	△10.6% △16
海外	△3	— +8

国内主力品の売上高※ (億円)

	25年度実績	前期比
乳幼児ミルク・流動食	662	△3.6%
スポーツ栄養	536	+3.5%

※ (株) 明治単体、収益認識基準適用前実績

■ 国内

- 市場 (通期)
 - ・ スポーツプロテイン (飲料) : +6~7%
- 売上動向
 - ・ 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)」は健康美容層へのアプローチによりソイタイプが好調
 - ・ 「ザバスミルク」はラインアップ強化により大幅に伸長
- 原材料コストアップに加え、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
- 前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 通期 事業別概況

■ フードソリューション事業

(億円)	25年度 実績	前期比
売上高	2,036	+4.4% +85
うち、国内	1,909	+4.5% +82
海外	127	+2.2% +2
営業利益	95	+18.7% +15
うち、国内	129	+6.8% +8
海外	△33	— +6

国内主力品の売上高※ (億円)

	25年度実績	前期比
BtoB	1,040	+5.9%
市販チーズ	281	+4.7%
市販アイスクリーム	521	+5.9%

■ 国内

● 売上動向

- BtoB：クリームやカカオなどが増収
- 市販チーズ：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：主力品が伸長

● 増収や価格改定効果により増益

■ 海外

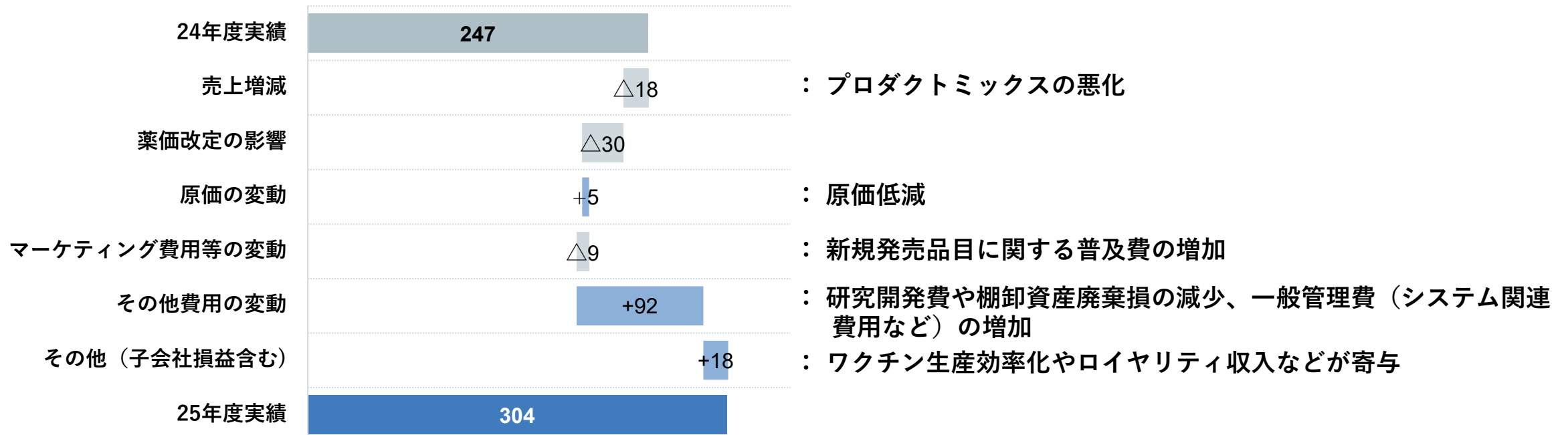
- 中国でBtoBのクリームが好調に推移し増収
- 中国のBtoBの増収とコスト削減の取り組みにより営業損失が縮小

医薬品 | 2025年度 決算概要

(億円)	24年度 実績	25年度 実績	25年度		25年度 修正計画
			前期比	計画比	
売上高	2,296	2,322	+1.1% +25	△4.5% △110	2,433
営業利益	247	304	+23.1% +57	+17.2% +44	260

ロイヤリティ収入の増加、
研究開発費や管理費の減少

営業利益 増減分析



医薬品：2025年度 通期 事業別概況

■ 国内事業

(億円)	25年度 実績	前期比
売上高	1,166	△0.9% △10
営業利益	157	△27.0% △58

- 売上高
 - ・ 「レズロック錠」や血漿分画製剤が伸長
 - ・ 抗菌薬は市場が低調に推移した影響により減収
- 営業利益
 - ・ 薬価改定の影響や普及費の増加により大幅減益

■ 海外事業

(億円)	25年度 実績	前期比
売上高	648	+1.6% +10
営業利益	103	+187.9% +67

- 売上高
 - ・ ロイヤリティ収入やタイ子会社増収が寄与
- 営業利益
 - ・ 研究開発費の減少やロイヤリティ収入などにより大幅増益

医薬品：2025年度 通期 事業別概況

■ ワクチン・動物薬事業

(億円)	25年度 実績	前期比
売上高	507	+5.4% +26
営業利益	43	— +48

● 売上高

- 5種混合ワクチン「クイントバック」の増収

● 営業利益

- 前期に発生した棚卸評価減の反動などにより、前期の営業損失から黒字に転換

2026年度 計画

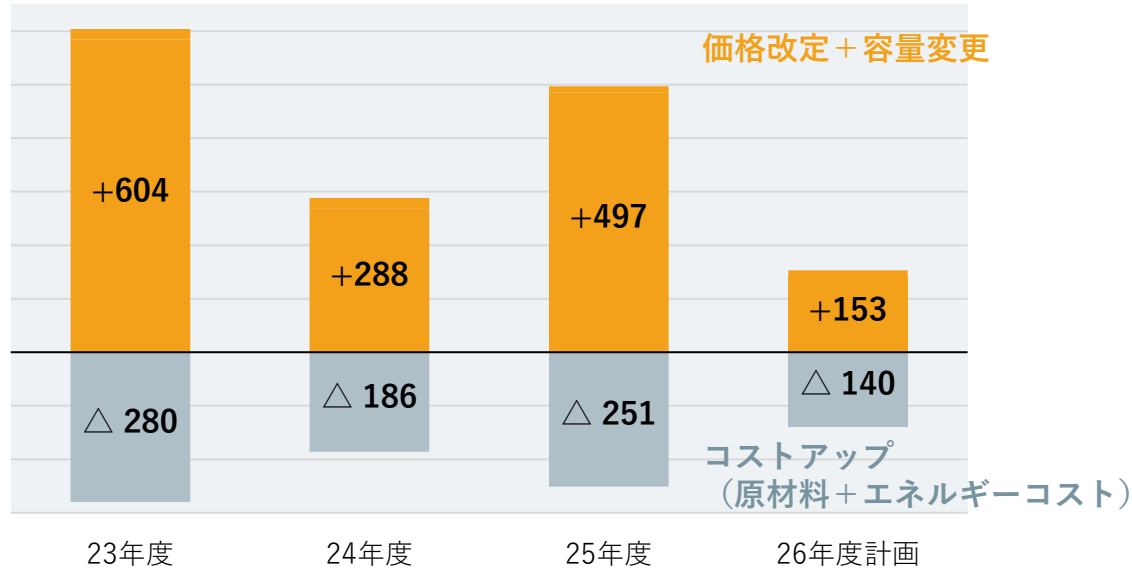
(億円)		26年度 上期計画		26年度 下期計画		26年度 通期計画	
			前年同期比		前年同期比		前期比
連結	売上高	5,945	+3.4% +196	6,175	+3.1% +186	12,120	+3.3% +383
	営業利益	450	+9.9% +40	550	+5.0% +26	1,000	+7.2% +66
	親会社株主に帰属する当期純利益	275	+28.0% +60	350	+157.4% +214	625	+78.2% +274
食品	売上高	4,686	+2.2% +102	4,853	+0.2% +8	9,539	+1.2% +111
	営業利益	320	+10.3% +29	419	+5.7% +22	740	+7.6% +52
医薬品	売上高	1,267	+8.3% +97	1,326	+15.1% +174	2,593	+11.7% +271
	営業利益	161	+12.6% +17	168	+4.7% +7	330	+8.4% +25
HD/ 消去	売上高	△9	— △4	△4	— +4	△13	— +0
	営業利益	△31	— △7	△38	— △3	△70	— △11

- 食品・医薬品ともに増収増益の計画
- 当期純利益は、25年度に計上した中国事業に係る減損損失を含む特別損失の反動などにより大幅増益の計画。一方で、26年度も構造改革を進めるため、一定額を特別損失として織り込む

食品 | 国内：コストアップへの機動的な対応

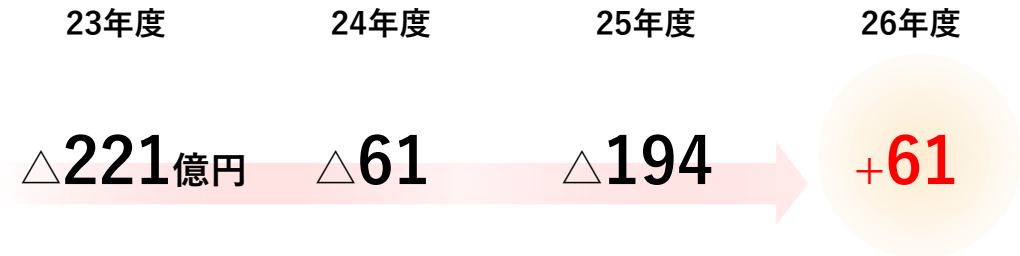
(億円)

営業利益への影響額



- 構造的インフレに対応する価格戦略の実行により、販売数量への影響を最小化。コストアップの長期化に対応可能なプライシング力を確立

数量減の影響



- 26年度の主なコストアップ
国内生乳△31、輸入乳原料△27、包材△25、カカオ△10 など

→ 為替や地政学リスクの影響を注視し、必要に応じて計画外の追加施策（価格改定、容量変更など）を機動的に実行する方針。販売先やお客さまとの信頼関係を基盤としたコミュニケーションを徹底

〈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%
26年6月	ザバス (粉末・バー)	+6-28%

食品 | 2026年度 事業別計画

(億円)

		25年度		26年度	
		実績	前期比	計画	前期比
デイリー	売上高	2,726	+0.5% +12	2,793	+2.5% +67
	営業利益	292	+22.8% +54	281	△3.8% △11
カカオ	売上高	1,868	+9.3% +158	1,963	+5.1% +94
	営業利益	152	△6.4% △10	180	+18.3% +27
ニュートリション	売上高	1,188	△0.1% △1	1,182	△0.5% △5
	営業利益	135	△5.5% △7	135	+0.1% +0
フードソリューション	売上高	2,036	+4.4% +85	2,096	+2.9% +59
	営業利益	95	+18.7% +15	142	+48.4% +46
その他	売上高	1,608	△4.8% △81	1,504	△6.5% △104
	営業利益	11	△47.3% △10	0	△96.9% △10
うち、海外	売上高	965	+8.0% +71	1,087	+12.6% +121
	営業利益	△58	— +14	1	— +59

ポイント

- 主力品はプロモーション強化。R-1特需は計画除外
- 新工場稼働前からの編入コストや物流費の増加が重石になり、国内は減益
- チョコレート、グミは商品展開強化で成長けん引
- 海外は増収に加えて、固定費負担減で利益貢献大
- インバウンド需要は計画除外
- リニューアル商品の市場定着と価格改定で、コストアップをカバー
- 国内・海外ともにBtoBが成長ドライバー
- 国内市販品は拡売費コントロールで収益改善
- 海外は、中国の構造改革による増益

食品 | 海外：中国は収益改善に注力、米国・アジアは投資促進

(億円)

		25年度 実績	前期比	26年度 計画	前期比
中国	売上高	282	+10.6% +27	330	+17.0% +48
	営業利益	△60	— +11	△8	— +52
アジア	売上高	329	+6.2% +19	347	+5.5% +18
	営業利益	13	△20.6% △3	16	+20.2% +2
欧米	売上高	401	+6.5% +24	422	+5.1% +20
	営業利益	20	+17.8% +3	21	+8.5% +1
海外 合計	売上高	965	+8.0% +71	1,087	+12.6% +121
	営業利益	△58	— +14	1	— +59

ポイント

リバイバルプランの着実な実行

- 好調な商品やBtoBに注力して工場稼働率を上昇
- 勝ち組チャンネルとの取引拡大
- ブレイクイーブンに向けた次のステップの検討・実行

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、乳幼児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

- 生産能力の増強による明治ブランド品の拡大
- 好調な販売チャンネルでの取り組みを徹底
- スタウファースブランド品のリニューアル定着

医薬品 | 2026年度 事業別計画

(億円)

		25年度 実績	前期比	26年度 計画	前期比
国内	売上高	1,166	△0.9% △10	1,302	+11.6% +135
	営業利益	157	△27.0% △58	203	+28.8% +45
海外	売上高	648	+1.6% +10	741	+14.5% +93
	営業利益	103	+187.9% +67	63	△38.6% △39
ワクチン・動物薬	売上高	507	+5.4% +26	549	+8.3% +42
	営業利益	43	— +48	63	+46.4% +20
参考： 研究開発費		205	△12.1% △28	253	+23.1% +47

ポイント

- 血漿分画製剤や新規発売品目、薬価プラス改定となった注射用抗菌薬が成長けん引
- 仕入価格上昇や研究開発費増の一方で、棚卸資産廃棄損の減少などコスト低減効果発現
- 自社販売品、CMO/CDMO事業とも拡大
- 25年度に計上したロイヤリティ収入の反動減、普及費や研究開発費の増加で減益
- 主力品の拡大
- 普及費や棚卸資産廃棄損の減少で増益

2026年度計画

(億円)	25年度 通期実績	26年度 通期計画	前期比
明治ROESG	6.1 pt	7.8 pt	+1.6 pt
売上高	11,736	12,120	+3.3% +383
うち、海外売上高	1,613	1,828	+13.4% +215
営業利益	933	1,000	+7.2% +66
営業利益率	7.9%	8.3%	+0.3 pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	350	625	+78.2% +274
EPS	129.42円	230.61円	+101.19円
1株当たり配当金	105円	110円	+5円

(億円)	25年度 通期実績	26年度 通期計画	前期比
総還元性向	81.1%	—	—
配当性向	81.1%	47.7%	△33.4 pt
ROE	4.6%	8.0%	+3.4 pt
ROIC	7.8%	8.0%	+0.2 pt
設備投資額	1,037	1,290	+24.4% +253
営業CF	565	1,030	+82.2% +464
フリーCF	△538	△170	— +368

参考資料

食品：事業別売上高・営業利益

(億円)

		25年度		26年度		26年度		26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
デイリー	売上高	2,726	+0.5% +12	1,392	+3.3% +44	1,400	+1.6% +22	2,793	+2.5% +67
	営業利益	292	+22.8% +54	138	+15.1% +18	143	△16.9% △29	281	△3.8% △11
カカオ	売上高	1,868	+9.3% +158	871	+10.1% +80	1,091	+1.4% +14	1,963	+5.1% +94
	営業利益	152	△6.4% △10	43	△10.0% △4	136	+31.3% +32	180	+18.3% +27
ニュートリション	売上高	1,188	△0.1% △1	605	△1.3% △7	576	+0.4% +2	1,182	△0.5% △5
	営業利益	135	△5.5% △7	68	△6.8% △5	66	+8.4% +5	135	+0.1% +0
フードソリューション	売上高	2,036	+4.4% +85	1,066	+3.6% +37	1,029	+2.2% +21	2,096	+2.9% +59
	営業利益	95	+18.7% +15	70	+34.6% +18	71	+65.1% +28	142	+48.4% +46
その他	売上高	1,608	△4.8% △81	750	△6.4% △51	754	△6.6% △53	1,504	△6.5% △104
	営業利益	11	△47.3% △10	△0	— +3	1	△92.4% △14	0	△96.9% △10
うち、海外	売上高	965	+8.0% +71	522	+17.4% +77	564	+8.6% +44	1,087	+12.6% +121
	営業利益	△58	— +14	△10	— +24	11	— +35	1	— +59

医薬品：事業別売上高・営業利益

(億円)

		25年度 通期実績	前期比	26年度 上期計画	前年 同期比	26年度 下期計画	前年 同期比	26年度 通期計画	前期比
国内	売上高	1,166	△0.9% △10	618	+9.2% +52	683	+13.8% +82	1,302	+11.6% +135
	営業利益	157	△27.0% △58	83	△14.3% △13	120	+97.0% +59	203	+28.8% +45
海外	売上高	648	+1.6% +10	357	+9.6% +31	384	+19.5% +62	741	+14.5% +93
	営業利益	103	+187.9% +67	28	△30.4% △12	34	△44.0% △27	63	△38.6% △39
ワクチン・動物薬	売上高	507	+5.4% +26	290	+5.0% +13	259	+12.3% +28	549	+8.3% +42
	営業利益	43	— +48	49	+883.9% +44	13	△64.1% △24	63	+46.4% +20

医薬品：国内主要領域別概況

(*は収益認識基準適用前売上高)

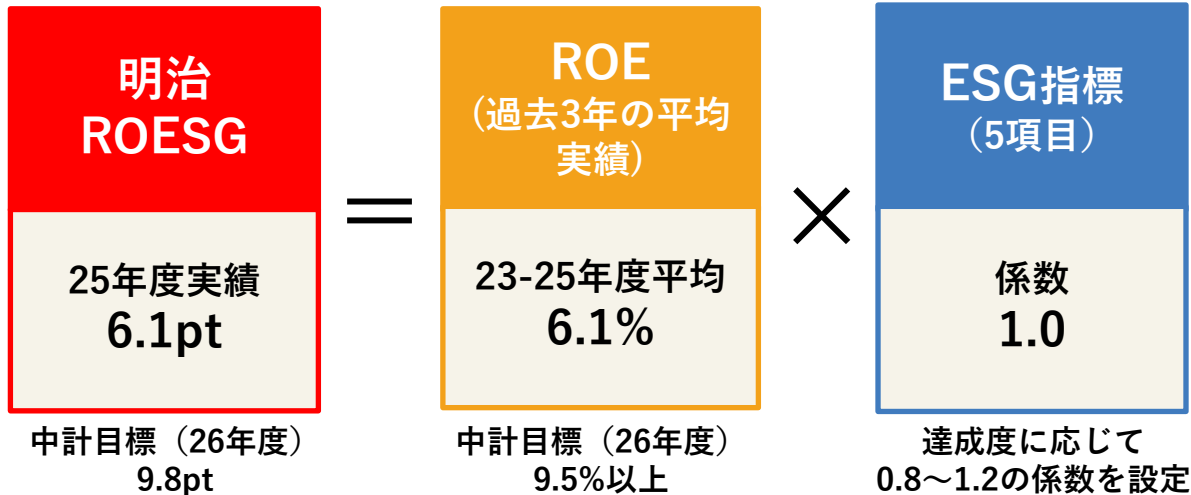
(億円)

		25年度 通期実績	前期比	26年度 上期計画	前年 同期比	26年度 下期計画	前年 同期比	26年度 通期計画	前期比
国内事業	感染症領域※1	407	△17.0% △83	238	+16.9% +34	262	+29.0% +58	500	+23.0% +93
	スルバシリン *	133	△18.5% △30	70	+2.4% +1	72	+11.6% +7	142	+6.9% +9
	タゾピペ *	89	△4.0% △3	61	+37.5% +16	66	+50.8% +22	128	+44.1% +39
	メイアクト群 *	48	△35.7% △27	27	+19.6% +4	43	+69.4% +17	71	+45.9% +22
	免疫炎症領域※1	338	+30.1% +78	142	△4.0% △5	172	△9.3% △17	314	△7.0% △23
	血漿分画製剤 *	150	+16.5% +21	82	△5.8% △5	108	+72.6% +45	191	+27.0% +40
	レズロック *	90	+214.5% +61	49	+15.9% +6	51	+6.1% +2	100	+10.6% +9
	中枢神経系 (CNS) 領域※1	197	△9.4% △20	93	△8.9% △9	97	+3.1% +2	191	△3.2% △6
ジェネリック医薬品※2	223	+7.4% +15	143	+29.6% +32	150	+34.4% +38	294	+32.0% +71	
ワクチン・ 動物薬事業	ヒト用ワクチン	405	+6.8% +25	245	+6.8% +15	194	+10.3% +18	439	+8.3% +33
	インフルエンザワクチン *	211	+1.2% +2	172	+3.0% +4	48	+9.3% +4	220	+4.3% +9

※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

2026中期経営計画の進捗：明治ROESG



- これまで経営指標としていた「明治ROESG」は、サステナビリティを社内に深く浸透させることに大きく貢献したと評価
- 次期中計では、サステナビリティと事業を融合させる意識は不変としつつ、より株主価値に直結する指標としてROEを経営の中心に据える

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	25年度目標	25年度実績	26年度目標
ESG 外部評価	MSCI ESG Ratings	A	AA	AA
	S&P Global CSA	68点以上	75点	72点以上
	ISS ESG	C (スコア43点以上)	C+ (スコア50.32点、Prime)	C+ (スコア50以上)
事業・財務 価値	食品：明治ROESG対象のブランド群売上高	前期比 +1.0%	前期比 +3.8%	年度計画の達成
	医薬品：明治ROESG対象の製品売上高	前期比 +4.6%	前期比 △7.2%	年度計画の達成

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。