健康にアイデアを
meiji

# 2026年度 第2四半期（中間期）決算記者会見資料

対象期間：2026.4.1-9.30

2026年11月12日

明治ホールディングス株式会社

# 2026年度 上期連結決算のハイライト

健康にアイデアを meiji

（億円）

| | 1Q実績 | 前年同期比 | 2Q実績 | 前年同期比 | 上期実績 | 前年同期比 | 計画比 | 上期計画 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 2,894 | +5.8%<br>+158 | 3,089 | +2.5%<br>+76 | 5,983 | +4.1%<br>+234 | +0.7%<br>+38 | 5,945 |
| うち、海外売上高 | 415 | +13.6%<br>+49 | 420 | +3.6%<br>+14 | 836 | +8.3%<br>+64 | △5.0%<br>△44 | 880 |
| 営業利益 | 226 | +27.7%<br>+49 | 252 | +8.7%<br>+20 | 478 | +17.0%<br>+69 | +6.4%<br>+28 | 450 |
| 営業利益率 | 7.8% | +1.3pt | 8.2% | +0.5pt | 8.0% | +0.9pt | +0.4pt | 7.6% |
| 親会社株主に帰属する四半期/中間純利益 | 152 | +51.3%<br>+51 | 137 | +21.0%<br>+23 | 290 | +35.2%<br>+75 | +5.6%<br>+15 | 275 |
| ＥＰＳ | 56.33円 | 19.06円 | — | — | 107.12円 | +27.85円 | +5.66円 | 101.46円 |

- 上期売上高は食品・医薬品ともに増収。食品は主力品が継続して伸長した一方、医薬品は1Qの貢献が大きい。計画比では食品がけん引して上回る
- 上期営業利益は大幅増益。医薬品が1Q・2Qともに利益をけん引。食品は乳幼児ミルクやフローズンデザートの減収や海外乳原料高騰が続き、2Qの増益幅は限定的。計画比では医薬品が貢献して上回る
- 中間純利益は大幅増益。持分法投資損益の改善が主な要因

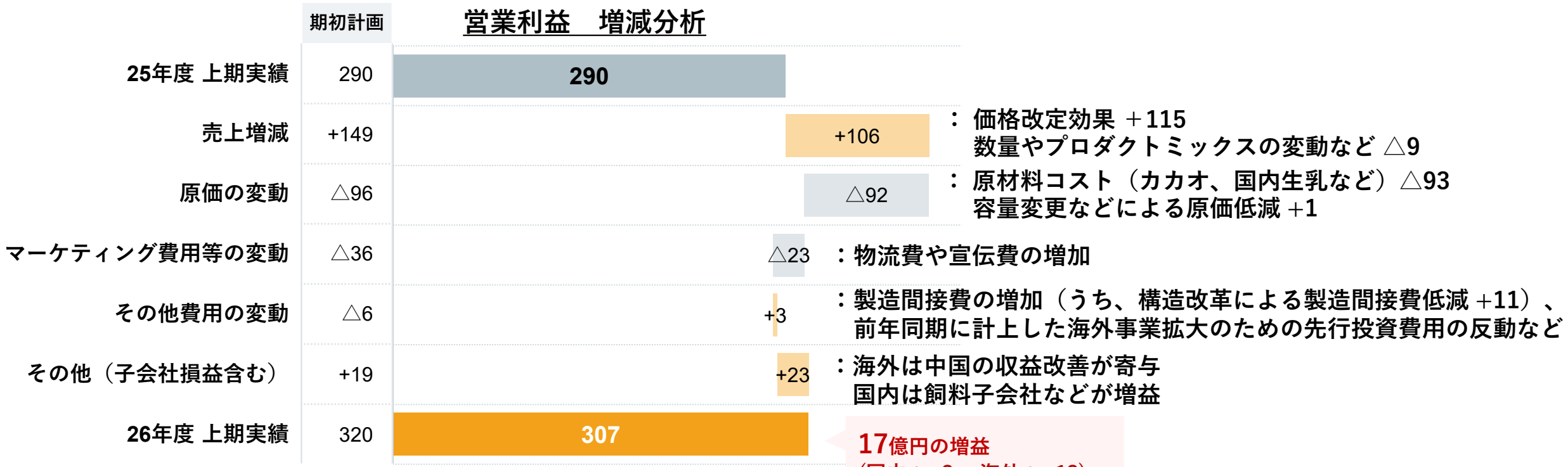

© Meiji Holdings Co., Ltd. All rights reserved.

# 食品｜2026年度 上期決算概要

（億円）

| | 1Q実績 | 前年同期比 | 2Q実績 | 前年同期比 | 上期実績 | 前年同期比 | 計画比 | 上期計画 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 2,339 | +4.1%<br>+91 | 2,401 | +2.8%<br>+65 | 4,740 | +3.4%<br>+156 | +1.1%<br>+53 | 4,686 |
| 営業利益 | 151 | +10.9%<br>+14 | 155 | +1.5%<br>+2 | 307 | +6.0%<br>+17 | △4.0%<br>△12 | 320 |

## 営業利益　増減分析





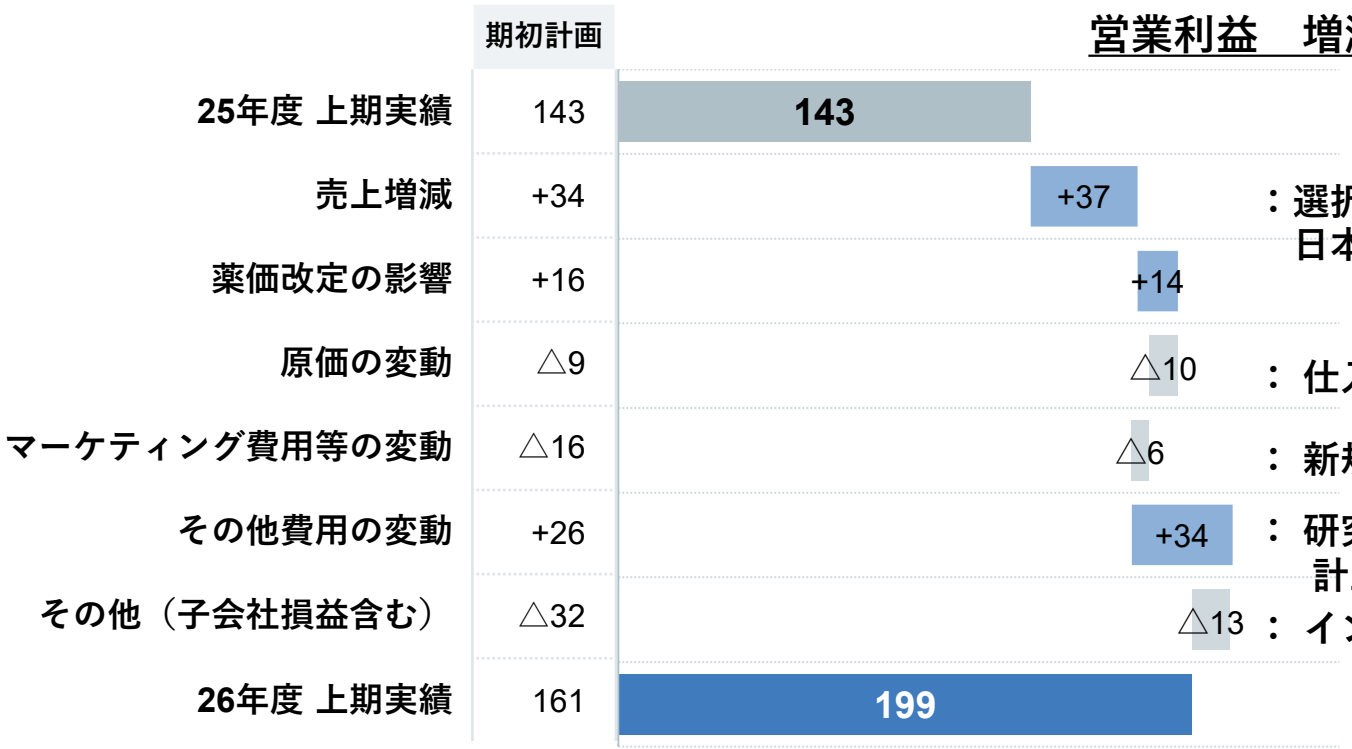
© Meiji Holdings Co., Ltd. All rights reserved.

# 医薬品｜2026年度 上期決算概要

（億円）

| | 1Q実績 | 前年同期比 | 2Q実績 | 前年同期比 | 上期実績 | 前年同期比 | 計画比 | 上期計画 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 556 | +13.6%<br>+66 | 691 | +1.8%<br>+12 | 1,248 | +6.7%<br>+78 | △1.5%<br>△18 | 1,267 |
| 営業利益 | 84 | +76.3%<br>+36 | 115 | +21.2%<br>+20 | 199 | +39.6%<br>+56 | +24.0%<br>+38 | 161 |

## 営業利益　増減分析




：選択的ROCK2阻害剤「レズロック錠」や不眠症治療薬「ボルズィ」、日本脳炎ワクチン「エンセバック」の伸長

：仕入原価の上昇

：新規発売品目に関する普及費の増加

：研究開発費の減少（前年同期は「コスタイベ」の2ドーズ開発費を計上）、一般管理費（システム関連費用など）の増加

：インフルエンザワクチンの出荷時期ズレ


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

# 2026年度 下期・通期見通し｜売上高は修正、営業利益は据え置き

健康にアイデアを meiji

（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） |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 連結 | 売上高 | 5,983 | +4.1%<br>+234 | 6,266 | +4.6%<br>+278 | 6,175 | 12,250 | +4.4%<br>+513 | 12,120 |
| | 営業利益 | 478 | +17.0%<br>+69 | 521 | △0.5%<br>△2 | 550 | 1,000 | +7.2%<br>+66 | 1,000 |
| | 親会社株主に帰属する当期純利益 | 290 | +35.2%<br>+75 | 334 | +146.0%<br>+198 | 350 | 625 | +78.2%<br>+274 | 625 |
| 食品 | 売上高 | 4,740 | +3.4%<br>+156 | 4,959 | +2.4%<br>+114 | 4,853 | 9,700 | +2.9%<br>+271 | 9,539 |
| | 営業利益 | 307 | +6.0%<br>+17 | 432 | +8.9%<br>+35 | 419 | 740 | +7.6%<br>+52 | 740 |
| 医薬品 | 売上高 | 1,248 | +6.7%<br>+78 | 1,316 | +14.2%<br>+164 | 1,326 | 2,565 | +10.5%<br>+242 | 2,593 |
| | 営業利益 | 199 | +39.6%<br>+56 | 130 | △19.3%<br>△31 | 168 | 330 | +8.4%<br>+25 | 330 |
| HD／消去 | 売上高 | △5 | —<br>△0 | △9 | —<br>△0 | △4 | △15 | —<br>△1 | △13 |
| | 営業利益 | △28 | —<br>△4 | △41 | —<br>△6 | △38 | △70 | —<br>△11 | △70 |

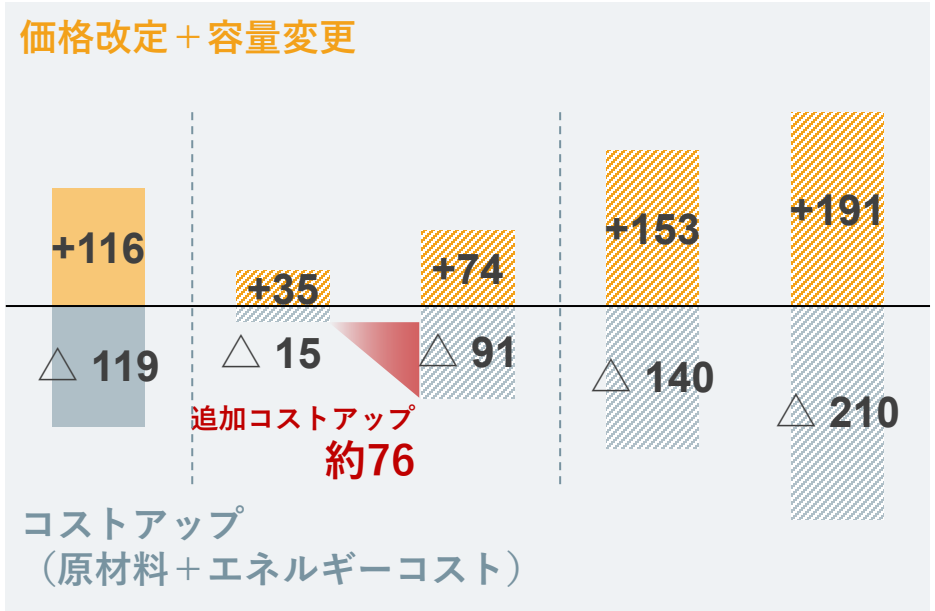
- 当期純利益は据え置き。中国デイリー事業・BtoB事業や日本罐詰の譲渡および冷凍食品事業の撤退に伴う損失が発生するが、特別利益の計上を見込む


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

# 食品｜コストアップへの対応

（億円）

## 営業利益への影響額




〈主な価格改定〉

| | | |
|---|---|---|
| 26年6月 | ザバス（粉末・バー） | +6-28% |
| 9月 | 高栄養食品<br>ザバス（粉末） | +5-10%<br>+11-22%、<br>容量変更 |
| 11月 | チョコレート、スナック | +3-8% |
| 12月 | ザバス（ドリンク） | +6-11% |

## ■ 上期の主なコストアップ

| | カカオ | 海外乳原料 | 国内生乳 | 油脂 | チーズ | 糖類 | 包材 | その他 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 影響額 | △41 | △23 | △14 | △5 | △2 | △2 | △1 | △5 |
| 期初計画比 | △4 | △6 | +13 | △2 | △2 | △4 | +9 | +8 |

- 輸入原料は為替の影響で、全体的に計画以上のコストアップ
- 保守的に織り込んでいた包材の影響は一部に留まる。国内生乳の乖離は、牛乳の売上未達による使用量の差が影響

## ■ 下期の主なコストアップ

| | カカオ | 海外乳原料 | 国内生乳 | 油脂 | チーズ | 糖類 | 包材 | その他 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 影響見込額 | +23 | △49 | △4 | △8 | +1 | +9 | △32 | △11 |
| 期初計画比 | △3 | △39 | — | △7 | △1 | △2 | △18 | △2 |

- 海外乳原料と包材、為替のマイナス影響を追加で見込む
- 発表済み以外の商品でも価格改定を検討
- 独自技術や機能性、ブランド価値を活かした商品展開を強化し、付加価値品の構成比を向上
- 状況のタイムリーなモニタリング体制の構築と、コスト削減などの追加的な打ち手の検討および機動的な実行（JACとの協業による経営のスピードアップの一環）


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

# 食品｜事業概況　デイリー事業

| （億円） | 上期実績 | 前年同期比 | 通期計画（11月修正） | 前期比 |
|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 1,368 | +1.5%<br>+20 | 2,785 | +2.2%<br>+59 |
| うち、国内 | 1,346 | +1.2%<br>+16 | 2,737 | +1.6%<br>+43 |
| 海外 | 22 | +22.6%<br>+4 | 47 | +46.9%<br>+15 |
| 営業利益 | 133 | +11.4%<br>+13 | 285 | △2.7%<br>△7 |
| うち、国内 | 145 | +8.0%<br>+10 | 305 | △5.1%<br>△16 |
| 海外 | △11 | —<br>+2 | △20 | —<br>+8 |

## 国内主力品の売上高（億円）

| | 上期実績 | 前年同期比（金額 / 数量） | 通期計画（11月修正） | 前期比 |
|---|---|---|---|---|
| プロバイオティクス | 457 | +3.5%/+0.8% | 979 | △0.5% |
| ヨーグルト | 422 | +3.2%/△2.4% | 801 | +2.4% |
| 市販・宅配牛乳 | 406 | +0.5%/△3.3% | 798 | +2.2% |

## 国内市場の前年同期増減率（上期）

- ヨーグルト（機能性含む）　+約6%
- 牛乳　+約1%

※ （株）明治単体、収益認識基準適用前実績
※ 数量ベースの前年同期比はプロダクトミックスの効果も含まれる参考値




左：「ヘモグロビンA1c対策ヨーグルト（ブルーベリー風味）」（112g）
希望小売価格：161円
右：「R-1 The GREEK」（112g）
希望小売価格：266円

## 国内

- プロバイオティクス
  - 上期は堅調。「R-1」（+0.8%）と「ヘモグロビンA1c対策ヨーグルト」（計画比1.5倍）がけん引
  - 好調な両ブランドともに10月に期初計画外の新商品を発売。「R-1 The GREEK」などラインアップ拡充で売上拡大
- 「ブルガリア」は競合との売価差が縮まり、上期は数量増。マーケティング強化で数量維持し、収益改善へ
- 牛乳は天候不順の影響もあって計画未達。収益力の安定化に向けて、付加価値品に引き続き注力
- 上期は価格改定効果により、原材料コストや物流費の増加を吸収し増益。下期は主力品の数量増を見込み、計画上乗せ

## 海外（中国）

- 製造間接費や拡売費などの減少で赤字縮小。事業譲渡により、計上は3Qまで
- 前年発売の「明治おいしい牛乳」が伸長


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

# 食品｜事業概況　カカオ事業

| （億円） | 上期実績 | 前年同期比 | 通期計画（11月修正） | 前期比 |
|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 901 | +13.8%<br>+109 | 1,990 | +6.5%<br>+121 |
| うち、国内 | 541 | +12.9%<br>+61 | 1,211 | +3.8%<br>+43 |
| 海外 | 359 | +15.3%<br>+47 | 778 | +11.0%<br>+77 |
| 営業利益 | 41 | △14.8%<br>△7 | 180 | +18.3%<br>+27 |
| うち、国内 | 35 | △25.6%<br>△12 | 150 | +3.9%<br>+5 |
| 海外 | 5 | —<br>+5 | 30 | +280.0%<br>+22 |

## 国内主力品の売上高（億円）

| | 上期実績 | 前年同期比（金額 / 数量） | 通期計画（11月修正） | 前期比 |
|---|---|---|---|---|
| チョコレート | 525 | +10.4%/+14.1% | 1,270 | +5.7% |

※ （株）明治単体、収益認識基準適用前実績
※ 数量ベースの前年同期比はプロダクトミックスの効果も含まれる参考値

## 国内市場の前年同期増減率（上期）

- チョコレート　+5-6%
- グミ　+2-3%










左：「生のとき なごり抹茶）」
右：「明治ミルクチョコレート」100周年ロゴ

## 国内

- チョコレート
  - 上期は「チョコレート効果」や板チョコ群、チョコスナックがけん引。商品力とマーケティング施策の相乗効果で数量拡大
  - 最需要期の下期は新商品を投入し、プロモーションも活性化。 減税前の買い控えリスクを想定し、2月までに売上最大化を目指す
- グミは新商品が寄与し増収。市場は成長期から安定期に徐々に移行しており、一層の差別化が成長のカギ。技術や機能、ブランド力など独自価値の創出に注力
- カカオ原料高が響いて上期減益。為替の影響は下期も続く。高付加価値商品の販売拡大に加え、SCM強化で機会損失を縮小し、増益を目指す

## 海外

- 米国は、ホールセールチャネルでのチョコスナックの強い伸びが続く見通し。中国は「アーモンドチョコレート」や板チョコなどが好調
- 利益は全体では増益基調。米国は減価償却費の増加により減益だが、中国は大幅増益


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

# 食品｜事業概況　ニュートリション事業

| （億円） | 上期実績 | 前年同期比 | 通期計画（11月修正） | 前期比 |
|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 625 | +2.0%<br>+12 | 1,232 | +3.7%<br>+44 |
| うち、国内 | 573 | +2.3%<br>+12 | 1,108 | +2.7%<br>+29 |
| 海外 | 51 | △1.4%<br>△0 | 123 | +13.4%<br>+14 |
| 営業利益 | 69 | △5.8%<br>△4 | 135 | +0.1%<br>+0 |
| うち、国内 | 70 | △4.7%<br>△3 | 136 | △1.3%<br>△1 |
| 海外 | △1 | —<br>△0 | △1 | —<br>+1 |

## 国内主力品の売上高（億円）

| | 上期実績 | 前年同期比（金額 / 数量） | 通期計画（11月修正） | 前期比 |
|---|---|---|---|---|
| 乳幼児ミルク・流動食 | 326 | △2.1%/— | 643 | △2.8% |
| スポーツ栄養 | 314 | +10.9%/+8.2% | 561 | +4.7% |

※ （株）明治単体、収益認識基準適用前実績
※ 数量ベースの前年同期比はプロダクトミックスの効果も含まれる参考値

## 国内市場の前年同期増減率（上期）

- スポーツプロテイン（飲料）　+約25%







左：韓国では「ザバス ソイプロテイン」を中心に展開開始（店舗＋EC）
右：「ザバス BIOPRO（ブルーベリー風味）」（300mL）

健康にアイデアを
meiji

## 国内

- ザバス
  - 粉末は、金額・数量ともに上期5%以上の伸長。ターゲット層を絞って価値訴求する戦略が奏功。下期は減税前の買い控えリスクを想定し、商品ラインアップを拡充、プロモーションも強化
  - 飲料は2桁成長が続く。新商品の寄与や販促強化により、CVSを中心に高い伸び。下期も商品ラインアップを拡充予定
- 乳幼児ミルクはインバウンド縮小により減収。競合との売価差が縮まる中で、リニューアル品の普及に注力
- 流動食は価格改定の定着と数量回復に着実に取り組む
- 価格改定効果や構造改革によるコスト削減が奏功。下期も原材料コスト増への対策を講じ、増益を維持

## 海外

- 上期は、ベトナムの乳幼児ミルクの減収を、台湾の乳幼児ミルクや高栄養食品がカバー
- 下期はベトナムの乳幼児ミルクを中心に増収を見込む


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

# 食品｜事業概況　フードソリューション事業

| （億円） | 上期実績 | 前年同期比 | 通期計画（11月修正） | 前期比 |
|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 1,026 | △0.3%<br>△3 | 2,056 | +1.0%<br>+19 |
| うち、国内 | 962 | △0.1%<br>△1 | 1,933 | +1.2%<br>+23 |
| 海外 | 63 | △3.2%<br>△2 | 123 | △3.3%<br>△4 |
| 営業利益 | 46 | △10.5%<br>△5 | 112 | +17.2%<br>+16 |
| うち、国内 | 58 | △16.4%<br>△11 | 128 | △0.8%<br>△1 |
| 海外 | △11 | —<br>+6 | △15 | —<br>+17 |

## 国内主力品の売上高（億円）

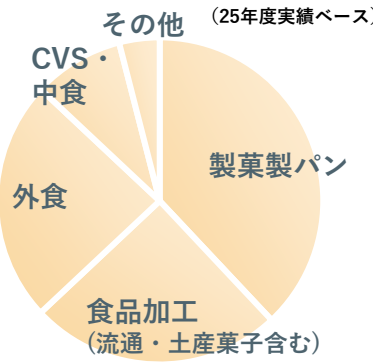
| | 上期実績 | 前年同期比（金額 / 数量） | 通期計画（11月修正） | 前期比 |
|---|---|---|---|---|
| BtoB | 496 | +0.6%/— | 1,050 | +0.9% |
| 市販チーズ | 142 | +5.0%/+1.2% | 300 | +6.7% |
| 市販アイスクリーム | 313 | △1.2%/△6.2% | 516 | △0.9% |

※ （株）明治単体、収益認識基準適用前実績
※ 数量ベースの前年同期比はプロダクトミックスの効果も含まれる参考値

## 国内市場の前年同期増減率（上期）

- チーズ　+5-6%
- アイスクリーム　△約5%

BtoB：販売チャネル別売上高構成比（25年度実績ベース）




## ■ 国内

- BtoB
  - 価格改定を進めながら、上期は堅調に推移
  - 付加価値品を軸に採用数を伸ばし、プロダクトミックスは改善
  - 特定の販売チャネルに依存しない構成のため、減税の影響は軽微の見込。下期も着実に成長
- 市販チーズは主力のカマンベールを中心に好調続く
- 市販アイスクリームは、天候不順などの影響で上期は低調。下期に商品ラインアップを強化し、停滞打破
- 原材料高に加え、物流費や製造間接費の増加により上期減益。下期に注力する商品群やBtoBの成長がカギ

## ■ 海外（中国）

- 製造間接費などの減少が寄与して増益。BtoBは事業譲渡により、計上は3Qまで
- 業務用クリームは大幅成長も、BtoB全体では前年並み
- アイスクリームは競争激化で減収。来春に向けた商品開発に注力


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

# 医薬品｜事業概況　国内事業

| （億円） | 上期実績 | 前年同期比 | 通期計画（11月修正） | 前期比 |
|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 630 | +11.2%<br>+63 | 1,300 | +11.4%<br>+133 |
| 営業利益 | 100 | +4.2%<br>+4 | 199 | +26.0%<br>+41 |

主要領域別の売上高（億円）

| | 上期実績 | 前年同期比 | 通期計画（11月修正） | 前期比 |
|---|---|---|---|---|
| 感染症領域※1 | 238 | +16.8%<br>+34 | 472 | +15.9%<br>+64 |
| スルバシリン | 72 | +6.7%<br>+4 | 139 | +4.7%<br>+6 |
| タゾピペ | 64 | +43.6%<br>+19 | 127 | +42.9%<br>+38 |
| メイアクト群 | 27 | +18.6%<br>+4 | 58 | +19.7%<br>+9 |
| 免疫炎症領域※1 | 154 | +3.9%<br>+5 | 331 | △2.2%<br>△7 |
| 血漿分画製剤 | 73 | △16.2%<br>△14 | 157 | +4.4%<br>+6 |
| レズロック | 69 | +64.3%<br>+27 | 139 | +53.9%<br>+48 |
| 中枢神経系(CNS)領域※1 | 96 | △5.9%<br>△6 | 201 | +2.2%<br>+4 |
| ジェネリック医薬品※2 | 140 | +26.6%<br>+29 | 294 | +32.0%<br>+71 |

※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

## 研究開発費増を主力品の伸長でカバーし、増益基調続く

### ■ 感染症領域

- 感染症流行の弱さから経口抗菌薬の数量は低調だが、注射剤は相対的に底堅い動き
- 「スルバシリン」および薬価の下支えがある「タゾピペ」は安定供給体制も評価されており、数量増が続く

### ■ 免疫炎症領域

- 血漿分画製剤：4月から自社販売する「ベニロン」は想定より切り替えが遅れたため上期未達。足元では想定水準に戻りつつあるが、下期は保守的に見直し
- 慢性GVHD治療薬「レズロック錠」：専門MRによる普及活動が処方拡大につながり、好調を維持

### ■ その他

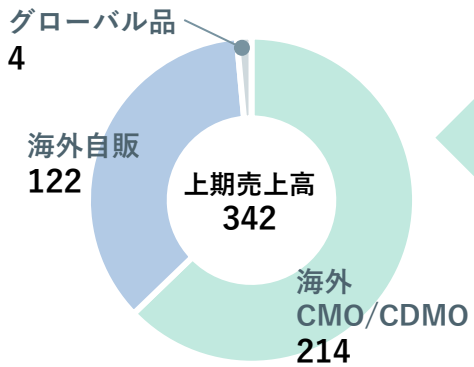
- 大正製薬と共同販売する不眠症治療薬「ボルズィ」は臨床成績を中心にした普及活動で、上期は計画以上の推移。処方日数制限解除後の成長加速に注力
- ジェネリック医薬品は、今期新たに承継したオーソライズド・ジェネリック(AG)が寄与。収益性と安定供給体制強化の取り組みも着実に進展


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

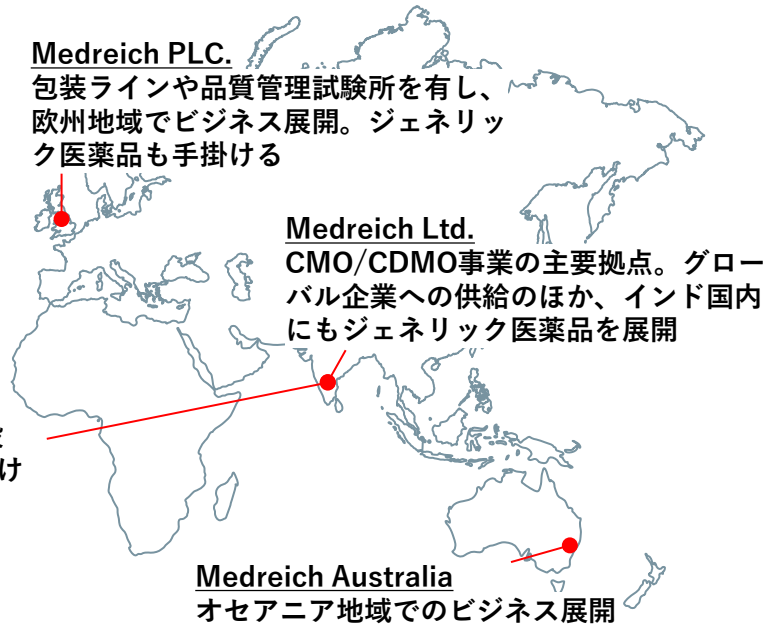
# 医薬品｜事業概況　海外事業

| （億円） | 上期実績 | 前年同期比 | 通期計画（11月修正） | 前期比 |
|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 342 | +4.7%<br>+15 | 710 | +9.6%<br>+62 |
| 営業利益 | 43 | +5.5%<br>+2 | 64 | △37.6%<br>△38 |

領域別売上高(億円)




海外CMO/CDMO事業の主軸
メドライクグループの主要拠点



**Medreich PLC.**
包装ラインや品質管理試験所を有し、欧州地域でビジネス展開。ジェネリック医薬品も手掛ける

**Medreich Ltd.**
CMO/CDMO事業の主要拠点。グローバル企業への供給のほか、インド国内にもジェネリック医薬品を展開

**Adcock Ingram Ltd.**
南アフリカのAdcock Ingram Holdingsとの合弁会社として設立。南ア、欧州、オセアニア向けの医薬品を製造受託

**Medreich Australia**
オセアニア地域でのビジネス展開

**通期では研究開発費増や前期に発生したロイヤリティ収入の減少により減益見通しだが、トップラインは着実に成長**

## ■ 海外CMO/CDMO※1

- 生産能力および外部向け取引の拡大に注力しており、増収基調が続く
- インド：需要が増加している先発抗菌薬の出荷が想定以上で推移。引き続き成長ドライバーと位置付け
- 英国：市場でジェネリック医薬品の供給不足が発生する中、当社は着実に対応し好調に推移
- 原薬調達の見直しによる収益改善が進む

## ■ 海外自販

- スペインやタイが好調。いずれも感染症流行が弱い中で、抗菌薬以外の品目が成長をけん引
- 中国は出荷遅延で減収基調
- 現地の自販が好調なタイでは、7月に抗悪性腫瘍剤「ハイヤスタ錠」の製造販売承認を取得※2

※1 メドライクグループのジェネリック医薬品事業を含む
※2 再発または難治性の成人T細胞白血病リンパ腫（ATLL）および末梢性T細胞リンパ腫（PTCL）を適応症とする


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

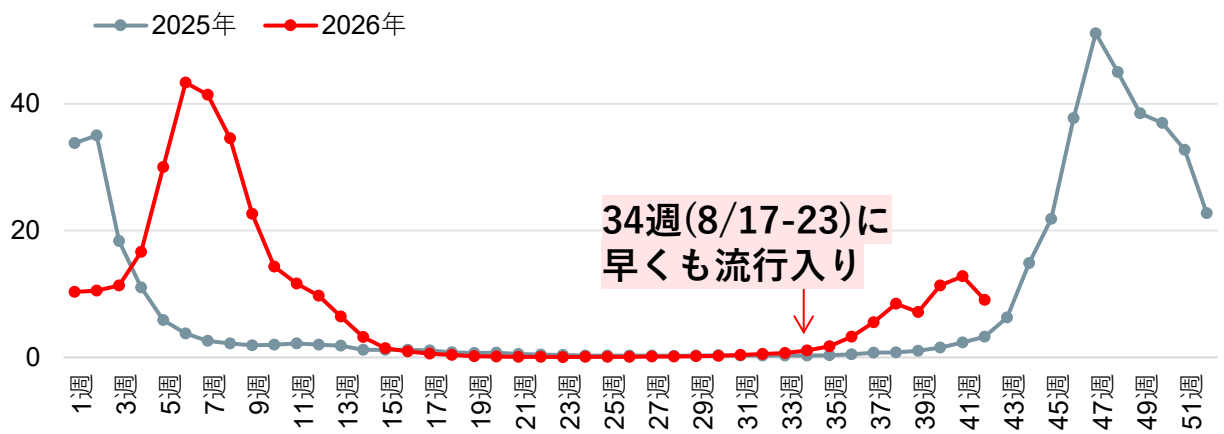
# 医薬品｜事業概況　ワクチン・動物薬事業

| （億円） | 上期実績 | 前年同期比 | 通期計画（11月修正） | 前期比 |
|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 276 | △0.1%<br>△0 | 554 | +9.4%<br>+47 |
| 営業利益 | 55 | +1,003.2%<br>+50 | 66 | +54.4%<br>+23 |

主要領域別の売上高（億円）

| | 上期実績 | 前年同期比 | 通期計画（11月修正） | 前期比 |
|---|---|---|---|---|
| ヒト用ワクチン | 232 | +1.1%<br>+2 | 444 | +9.6%<br>+38 |
| インフルエンザワクチン | 138 | △16.9%<br>△28 | 205 | △2.7%<br>△5 |

季節性インフルエンザ　定点あたり報告数（全国）推移




（出所）国立健康危機管理研究機構感染症情報提供サイトをもとに作成

**下期の研究開発費は増加。通期では、増収や棚卸評価減の減少により増益見通し**

## ■ ヒト用ワクチン

- 5種混合ワクチン「クイントバック」は着実な数量増
- 日本脳炎ワクチン「エンセバック」は、安定供給体制を強みにシェア拡大
- インフルエンザワクチン
  - 熊本の震災影響により出荷前検査スケジュールが遅れたことで、一部出荷が下期に期ズレ
  - 今シーズンの製造株の増殖性が想定よりも低かったことから、通期売上高を下方修正。ただし、返品数の減少を見込み、利益見通しには影響なし

**グローバル研究開発型企業を目指した取り組み**

- WHOのICG※によるエムポックスの流行に備えた世界的なワクチン備蓄体制プログラムに参画（10月28日リリース）
  →乾燥細胞培養痘そうワクチン LC16「KMB」を提供（供給19.25万回分＋寄付5.75万回分）し、国際的な認知度向上へ
- 新規デングワクチンの着実な開発
  →P2試験は本年中に終了予定

※International Coordinating Group on Vaccine Provision：ワクチン接種対策の国際調整団体


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

# 2026年度計画

| （億円） | 25年度<br>通期実績 | 26年度<br>通期計画<br>（11月修正） | 前期比 |
|---|---|---|---|
| 明治ROESG | 6.1 pt | 7.8 pt | +1.7 pt |
| 売上高 | 11,736 | 12,250 | +4.4%<br>+513 |
| うち、海外売上高 | 1,613 | 1,780 | +10.4%<br>+167 |
| 営業利益 | 933 | 1,000 | +7.2%<br>+66 |
| 営業利益率 | 7.9% | 8.2% | +0.2 pt |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 350 | 625 | +78.2%<br>+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<br>通期実績 | 26年度<br>通期計画<br>（11月修正） | 前期比 |
|---|---|---|---|
| 総還元性向 | 81.1% | 111.7% | +30.6 pt |
| 配当性向 | 81.1% | 47.7% | △33.4 pt |
| ROE | 4.6% | 8.2% | +3.5 pt |
| ROIC | 7.8% | 8.0% | +0.2 pt |
| 設備投資額 | 1,037 | 1,075 | +3.7%<br>+38 |
| 営業CF | 565 | 1,190 | +110.5%<br>+624 |
| フリーCF | △538 | 180 | —<br>+718 |

- 事業環境と中計進捗を見極め、投資を精査。構造改革による資産圧縮などのアセットライト化も着実に進む見通し
- 足元のキャッシュ創出力の高まりを踏まえ、2026中計で掲げた株主還元方針やROE向上を念頭に、400億円の自己株式取得を決定


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

# 参考資料


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

# 食品｜2026年度　海外事業概況

## ■ 地域別

（億円）

| | | 26年度 上期実績 | 前年同期比 | 26年度 下期計画（11月修正） | 前年同期比 | 26年度 通期計画（11月修正） | 前期比 | 26年度 通期計画（5月当初） |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 中国 | 売上高 | 136 | +12.7%<br>+15 | 177 | +9.7%<br>+15 | 313 | +11.0%<br>+31 | 330 |
| | 営業利益 | △15 | —<br>+19 | 4 | —<br>+30 | △10 | —<br>+49 | △8 |
| アジア | 売上高 | 187 | +31.6%<br>+44 | 176 | △5.9%<br>△11 | 363 | +10.3%<br>+33 | 347 |
| | 営業利益 | 7 | △18.3%<br>△1 | 9 | +139.2%<br>+5 | 17 | +27.7%<br>+3 | 16 |
| 欧米 | 売上高 | 212 | +8.4%<br>+16 | 212 | +3.0%<br>+6 | 424 | +5.6%<br>+22 | 422 |
| | 営業利益 | 6 | △28.3%<br>△2 | 12 | +9.5%<br>+1 | 18 | △6.9%<br>△1 | 21 |
| 海外計 | 売上高 | 493 | +11.0%<br>+48 | 576 | +10.8%<br>+56 | 1,070 | +10.9%<br>+105 | 1,087 |
| | 営業利益 | △20 | —<br>+13 | 12 | —<br>+36 | △8 | —<br>+50 | 1 |


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

# 食品｜2026年度　主力品の売上高

（億円）

| | 26年度 上期実績 | 前年同期比 金額 | 前年同期比 数量※1 | 計画比 | 26年度 下期計画（11月修正） | 前年同期比 | 26年度 通期計画（11月修正） | 前期比 | 26年度 通期計画（5月当初） |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| プロバイオティクスヨーグルト | 457 | +3.5% | +0.8% | +0.9% | 522 | △3.7% | 979 | △0.5% | 956 |
| ヨーグルト | 422 | +3.2% | △2.4% | +1.5% | 379 | +1.6% | 801 | +2.4% | 804 |
| 市販・宅配牛乳 | 406 | +0.5% | △3.3% | △3.3% | 393 | +3.9% | 798 | +2.2% | 819 |
| チョコレート | 525 | +10.4% | +14.1% | +5.0% | 745 | +2.7% | 1,270 | +5.7% | 1,231 |
| 乳幼児ミルク・流動食 | 326 | △2.1% | — | +0.3% | 317 | △3.5% | 643 | △2.8% | 649 |
| スポーツ栄養（ザバスミルク含む） | 314 | +10.9% | +8.2% | +8.9% | 247 | △2.1% | 561 | +4.7% | 532 |
| BtoB | 496 | +0.6% | — | +0.6% | 553 | +1.2% | 1,050 | +0.9% | 1,050 |
| 市販チーズ | 142 | +5.0% | +1.2% | +0.4% | 157 | +8.3% | 300 | +6.7% | 299 |
| 市販アイスクリーム | 313 | △1.2% | △6.2% | △3.8% | 203 | △0.5% | 516 | △0.9% | 528 |

※1 プロダクトミックスの効果も含まれる参考値　　※2 収益認識基準は適用していません


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

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。


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