

Integrated Report

2025 統合報告書



パラリンアート | 光る瞬間 (作家 / 志方 弥公さん)

明治グループの目指す姿・健康価値

グループ理念

私たちの使命は、「おいしさ・楽しさ」の世界を拡げ、
「健康・安心」への期待に応えてゆくこと。

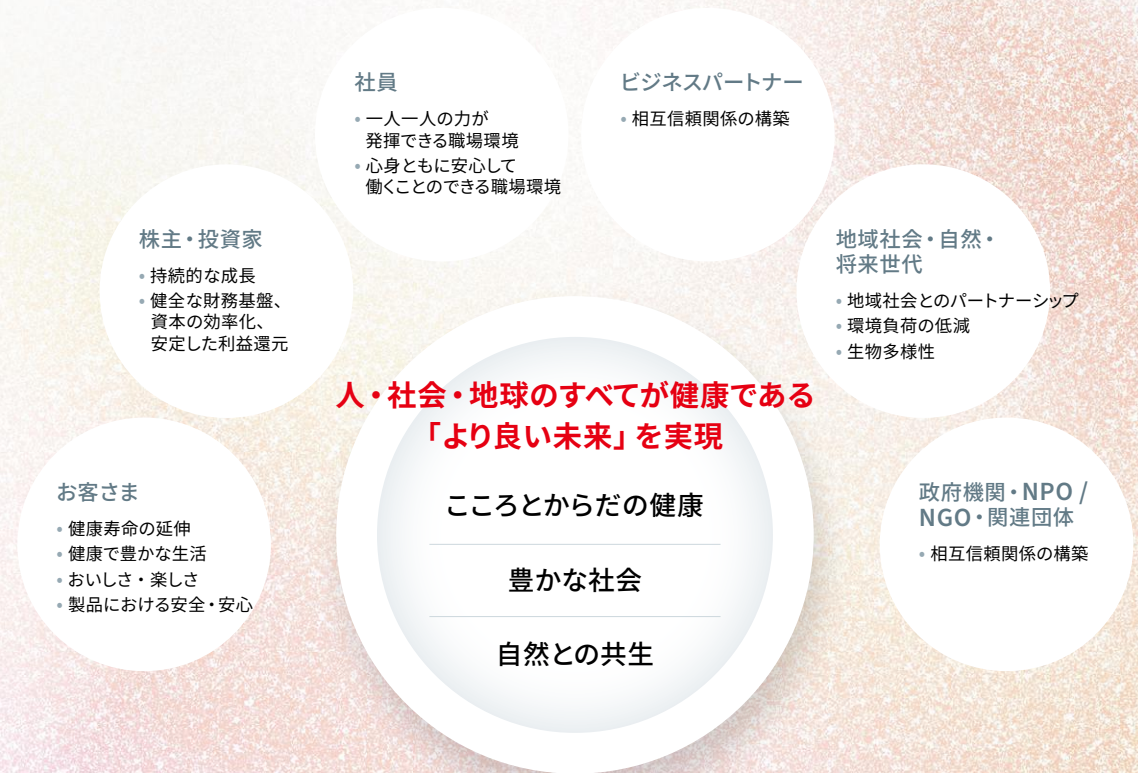
私たちの願いは、「お客さまの気持ち」に寄り添い、
日々の「生活充実」に貢献すること。

私たち明治グループは、「食と健康」のプロフェッショナルとして、
常に一歩先を行く価値を創り続けます。

meijiらしい健康価値とは？

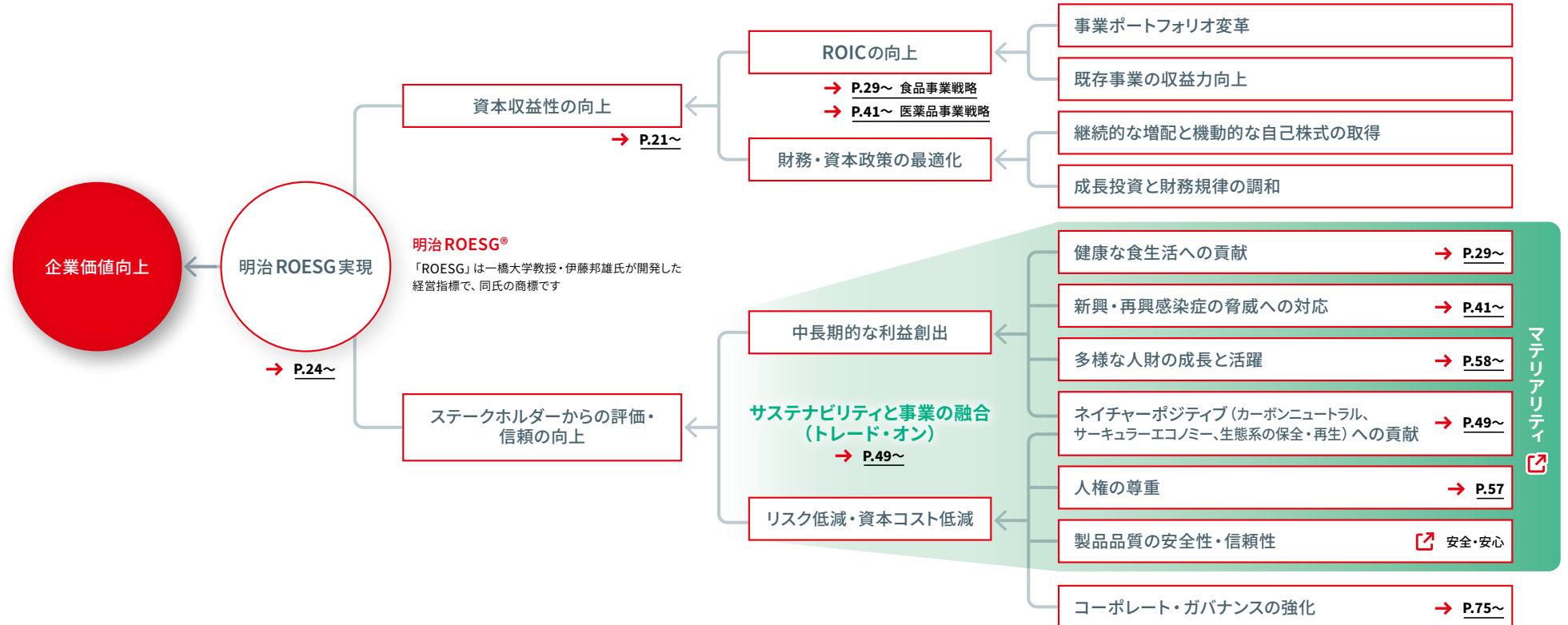
私たちが目指しているのはCURE（なおよす）・CARE（まもる）・SHARE（わかちあう）によって、すべてのステークホルダーに「meijiらしい健康価値」をお届けすることです。CURE・CAREとは、赤ちゃんからお年寄りまであらゆる世代の方々に向けて、こころとからだに良い変化を起こすスイッチをたくさん入れること。そして、一人一人により多く、より長くサポートしていくことで、健やかで幸せな笑顔にすること。SHAREとは、その笑顔を中心にいらっしゃる大切な人たちにまで、広く伝播させていくこと。こうして、一人の健康をみんなの笑顔につなげていくことが、私たちが考える「meijiらしい健康価値」です。

meijiらしい健康価値を すべてのステークホルダーに提供していきます



価値創造ロジックツリー

明治グループは、新たな市場の創出と「meijiらしい健康価値」の提供を通じて、中長期的な企業価値の向上を目指しています。その実現に向けて、ROEとESGを組み合わせた独自指標である「明治ROESG」を最上位の経営指標として、各戦略を展開しています。「明治ROESG」による取り組みは、以下のロジックツリーに示す通り、1) ROEを意識した「資本収益性の向上」 2) PERを意識し、サステナビリティと事業の融合（トレード・オン）を踏まえた「ステークホルダーからの評価・信頼の向上」の2つに集約されており、両者を等しく追求しています。



目 次

01 明治グループについて

- 01 明治グループの目指す姿・健康価値
- 02 価値創造ロジックツリー
- 03 目次
- 04 At a Glance
- 05 100年にわたる
「meijiらしい健康価値」創造の歴史

07 トップメッセージ

- 07 CEOメッセージ
- 12 社外役員対談
- 17 株主・投資家との対話

18 市場創出と企業価値創造

- 19 明治グループの価値創造プロセス
- 20 新たな市場創出を実現する meiji の強み
- 21 CFOメッセージ
- 24 2026 中期経営計画の進捗

28 戦 略

- 29 食品事業戦略 | COO メッセージ
- 31 2026 中期経営計画の事業別進捗
- 41 医薬品事業戦略 | COO メッセージ
- 43 2026 中期経営計画の事業別進捗
- 49 サステナビリティ戦略 | CSO メッセージ
- 53 自然との共生
- 58 人財戦略 | CHRO メッセージ
- 61 人財マネジメント
- 66 イノベーションの創出
- 67 技術開発戦略
- 69 知的財産戦略
- 71 DX 戦略 | CDO メッセージ

75 ガバナンス

- 76 役員一覧
- 79 コーポレート・ガバナンス
- 87 リスクマネジメント

88 会社データ

- 89 財務・非財務ハイライト
- 92 会社情報 / 株式情報
- 93 編集方針 / 情報開示体系
- 94 表紙作品について / 編集後記



パラリンアート（表紙）について

→ [P.94 表紙作品について](#)

明治ホールディングス（株）は、2022 年より統合報告書の表紙に障がい者アーティストの方々の作品（パラリンアート）を使用しています。今年は、志方弥公さんの「光る瞬間」。「ウェルネス」をテーマに新たに制作していただいた作品です。

At a Glance

meijiらしい健康価値の拡大に向けて

人々の毎日の生活に欠かせない乳製品・菓子・栄養食品・医薬品など幅広い分野の製品を通して、「おいしさ・楽しさ」の世界を広げ、「健康・安心」への期待に応えることを使命に事業を営んでいます。今後さらに多くの世界の人々に「meijiらしい健康価値」をお届けしていきます。



2024年度(2025年3月期)の業績



グループ会社と社員数 (2025年3月31日現在)

グループ会社数は連結対象および持分法適用会社数
社員数は連結対象会社中に在籍する人数

グループ社員数

17,231人

日本※	27社	10,979人
アジア・オセアニア	23社	5,288人
欧州	4社	326人
米国	3社	638人

※ 明治ホールディングス(株)を含む

売上高

1兆1,540億円

前年度比 4.4% UP↑

食品セグメント
80%

医薬品セグメント
20%

海外売上高※

1,531億円

前年度比 13.6% UP↑

海外売上高比率※

食品セグメント
9.7%

前年度比 1.0pt UP↑

医薬品セグメント
27.8%

前年度比 0.1pt UP↑

※ 前年度比の算出にあたり、2024年度からの事業区分変更を2023年度の値に遡及適用

営業利益

847億円

前年度比 0.5% UP↑

食品セグメント
72%

医薬品セグメント
28%

総還元性向

112.8%

前年度比 60.5pt UP↑

配当性向

53.7%

前年度比 1.4pt UP↑

1株当たり当期純利益

186.08円

前年度比 2.4% UP↑

ROE

6.8%

前年度比 0.1pt DOWN↓

100年にわたる「meijiらしい健康価値」創造の歴史

明治グループは、創業から100年にわたって受け継いできた「栄養報国」（栄養を通じて社会に貢献する）の精神に基づき、時代のニーズを捉えた「meijiらしい健康価値」を持つ「製品」および、お客さまにとって有用な「情報」の提供を行い、大きな市場シェアを獲得してきました。今後も、日本のみならず世界中の人々に製品を届け、成長を持续させていただきます。

i お客さまへの情報提供

時代ごとの健康・栄養の関心に応えるために

乳幼児ミルク

1923年の「パトリージェン」発売以来、開発・改良を継続。栄養面の追求に加え、生活様式の変化に対応し、世界初のキューブタイプ（2007年）や液体ミルク（2019年）など、利便性の向上も実現しました。



1923
育児用粉乳
「パトリージェン」



2007
「明治ほほえみ
らくらくキューブ」



2019
「明治ほほえみ
らくらくミルク」

GLOBAL

アジア、欧州
での展開



国内市場シェア

No.1 37.3%
(2024年度)

出典：
2024年度インテージ社 SRI+

i 1976年に開設した「赤ちゃん相談室」では、管理栄養士などの選任相談員が電話やメールで育児の相談に応じえています。最近では育児記録アプリ「赤ちゃんノート」を開発し、育児に必要な健康情報なども発信しています。

牛乳

1928年の「明治牛乳」発売以来、人々の健康を支え続け、2002年に「ナチュラルテイスト製法」による「明治おいしい牛乳」を発売。2018年、進化した製法と新容器で、おいしさと利便性を向上しました。



1928
「明治牛乳」



2002
「明治おいしい牛乳」



2018
「明治おいしい牛乳」
※新容器

GLOBAL

中国など
アジアでの展開



国内市場シェア

No.1 17.2%
(2024年度)

出典：
2024年度インテージ社 SRI+

i 酪農家の皆さんとの連携や持続可能な酪農の推進といった時代の要請に応じた取り組みや、生乳へのこだわり、乳の持つ健康価値などを積極的に発信しています。

スポーツプロテイン

1980年、アスリート向けにスポーツ栄養学に基づき開発された「ザバス」。その後、健康志向の高まりを背景に、一般愛好家や女性へと対象を拡大。飲料やバータイプなど、多彩なラインアップも展開中です。



1980
「ザバス」シリーズ



2015
「ザバスミルク
グレープフルーツ風味」



2023
「ザバス アドバント
ホエイプロテイン100」

GLOBAL

中国など
アジアでの展開



国内市場シェア

No.1 36.4%
(2024年)

出典：
2024年当社調べ

流動食（市販）

長年培ってきた病院向け流動食の知見を活かし、1995年に「メイバランス」を発売。2022年には「総合栄養食品」の表示許可を取得しました。高齢化の進展とともに増加する在宅介護ニーズに対応しています。



1995
「メイバランス」



2022
総合栄養食品
表示許可取得



2022
「明治メイバランス
MICHITASカップ」

GLOBAL

台湾、ベトナム
での展開



国内市場シェア

No.1 85.9%
(2024年度)

出典：
2024年度インテージ社 SRI+

i スポーツ栄養セミナーの開催、低栄養に関する情報発信など、時代とともに多様化するニーズに合致した健康・栄養情報の普及・啓発活動に努めています。

100年にわたる「meijiらしい健康価値」創造の歴史

これまでにない、新しい「健康」をお届けするために

ヨーグルト

1973年に「明治ブルガリアヨーグルト」を発売し、日本のプレーンヨーグルト市場をけん引。2000年にはプロバイオティクスヨーグルトによって新たな市場を創造。ヨーグルトの持つ健康価値を拡大し続けています。



1973
「明治ブルガリア
ヨーグルト」



2023
新製法「くちけ
芳醇発酵」を採用

プロバイオティクスヨーグルト



2000
「明治プロビオ
ヨーグルトLG21」



2009
「明治プロビオ
ヨーグルトR-1」

GLOBAL



中国などアジアでの展開

国内市場シェア

No.1 **35.2%**
(2024年度)

出典：
2024年度インテージ社 SRI+

チョコレート

1926年の「明治ミルクチョコレート」の発売に始まり、1998年には、いち早くカカオの持つ健康価値に着目した商品も開発。栄養面からもカカオの魅力を引き出し、高まる健康ニーズに応えています。



1926
「明治ミルクチョコレート」



1998
「チョコレート効果」



2023
「チョコレート効果Wプラス」
(機能性表示食品)

GLOBAL



中国、アジア、欧米などでの展開

国内市場シェア

No.1 **25.3%**
(2024年度)

出典：
2024年度インテージ社 SRI+

i お客さまへの情報提供

感染症の脅威から人々を守り続けるために

全身性抗菌剤

1946年にペニシリンの製造を開始して以来、現在20以上の国と地域で展開中の「メイアクト」をはじめ、多様な抗生物質を安定供給しています。



1946
抗生物質「ペニシリン」
製造開始



2006
β-ラクタマーゼ阻害剤配合抗生物質
「スルバシリン静注用」



1994
セフェム系抗生物質
「メイアクト」



2015
β-ラクタマーゼ阻害剤配合抗生物質
「タソビベ配合静注用 明治」

国内市場シェア

No.1 **24.6%**
(2024年度)

Copyright © 2025 IQVIA.
出典：IQVIA 医薬品市場統計
JPM2025年3月 MATを
もとに作成。市場の範囲は
当社の定義による
※ 無断転載禁止

ワクチン

約半世紀にわたり、ワクチンの開発・供給を通じて日本の公衆衛生の向上に寄与してきました。現在は日本で長年の使用実績がある不活化ワクチンをはじめとした多くのワクチンを展開しています。



1972
「インフルエンザ
HAワクチン」



2011
日本脳炎ワクチン
「エンセバック」



1988
B型肝炎ワクチン
「ビームゲン」



2024
5種混合ワクチン
「クイントバック」

国内市場シェア※1

No.1 **38.4%**
(2024年度)

Copyright © 2025 IQVIA.
出典：IQVIA 医薬品市場統計
JPM2025年3月 MATを
もとに作成。市場の範囲は
当社の定義による
※ 無断転載禁止

※1 インフルエンザワクチン

i 乳酸菌やカカオの持つ健康価値を研究し、学術データや論文として発表しています。そこで得た知見や情報は、製品特長を訴求したマーケティングやプロモーション活動に活用するほか、食育活動などを通じてお客さまに広く発信しています。

i 医療従事者の方に向けて、予防から治療にわたる充実した情報提供、最新の感染症に関するレポートの提供、薬剤耐性菌に対する啓発などに取り組むほか、患者さんや一般の方に向けた病気と健康、薬に関する分かりやすい情報提供にも注力しています。