価値創造プロセス

創出する価値
- いつまでも動ける体と健康寿命の延伸
- 体も心も満足できるQOL(Quality of life)の向上
- 国内酪農生産の持続性向上
- 環境負荷低減と循環型社会の形成

社会的価値
「食の持続性」を実現し、人々が豊かな生活を送れる社会に貢献する

「食の持続性」の実現 OUTCOME

経済的価値
「食の持続性」を実現することにより、適正な利潤を得て「企業の持続性」を実現する

2025年度目標

売上高	6,650億円
営業利益(営業利益率)	200億円(3.0%)
純利益	140億円
EBITDA	385億円
自己資本利益率(ROE)	6.0%以上

社会課題への対応

無形資産への投資・資本の再活用

OUTPUT

成長

牧草・飼料作物種子

国内・乳にとどまらず

新しい成長領域への進出

新たなバリューチェーンの創出

成長

海外市場(アジア・オセアニア)

成長

代替食品(PBF・フードテック)

重要課題(マテリアリティ)
- 持続可能な食の提供
- 食による健康への貢献
- 持続可能な酪農への貢献
- 環境負荷の低減
- 多様性の推進と人権の尊重
- 地域社会への貢献

基盤の活用

知見の活用、輸出

社会課題
- 世界の人口増加による食料危機
- 少子高齢化、労働人口の減少
- 健康寿命の延伸
- QOLの向上
- 気候変動などの環境問題
- 生活様式・働き方の変化

私たちの強み ミルクバリューチェーン(乳で培われた 私たちの幅広い知見や機能)

INPUT

消費者信頼度が高いブランド
- 約100年にわたる事業活動
- 多くのトップシェア商品

安定した原料調達ネットワーク
- 酪農生産者の皆様が丹精込めて搾った生乳を調達
- 乳資源をはじめとする原材料を安定的に調達

活躍する多様な人材
- 従業員数:**5,715**名 (2023年3月31日現在)
- 女性活躍推進などによる人材の多様性の確保

多様なニーズに応える研究開発力
- ミルクの新たな価値を創造し続けることを目指した研究開発

おいしさや安全・安心を追求する技術力
- 独自の品質保証システム「MSQS」

グループの原動力 社会課題解決を目指す「健土健民」という創業の精神