

培ってきた球体技術を進化させ、
健やかで豊かな未来をつくります。

森下仁丹株式会社
統合報告書2025

「球体技術」で丸く包み 必要な場所へ狙って届ける

まじめに、コツコツと。堅実に、そして実直に。

私たちは、皆さまの健康維持に貢献したいという想いを胸に、
自社の技術を磨いてきました。

そのなかで生まれたのが、「球体技術」です。

液体や粉末だけでなく、生きた菌さえも包み込み、
必要な場所へと狙って届ける。

口の中で香りがはじけるカプセル、
生きたビフィズス菌を腸まで届けるプロバイオティクスカプセル、
美容成分を守り続ける化粧品用カプセルなど、
可食・非可食の垣根を越えて、
「球体技術」は、暮らしのさまざまな場面で活用され始めています。

私たちは、これからもこの技術を

真摯に、そして情熱を持って磨き続けます。

創業から受け継がれてきた「さいせいりみん濟世利民[※]」——

世の中のすべての人々が、健やかに暮らせることを願うこの哲学を、
「球体技術」を極めていくことで実現していきます。

※世の中の人々の命や生活を救い、役に立つという考え方を指す。

進化を続ける「素材研究」で 多彩な健康ニーズに応える

私たちがもう一つ大切にしていること——

それは、「素材研究」です。

仁丹®の開発を通じて培われた生薬研究は、
やがて、自然界に息づく素材の力を信じ、
その可能性を引き出すための「素材研究」へと進化しました。

森下仁丹は、さまざまな大学と共同研究を重ねるなかで、
体脂肪の低減や糖の吸収抑制をサポートする機能性を持つ素材を発見。
扱いやすく加工することで、サプリメントだけでなく、
「食」の分野にも広がり、皆さまの健康を支えています。

人生100年時代、健康で自分らしく生きる時間が、
何よりも大切にされる今。
健康寿命をのばすことは、一人ひとりのQOL※を高め、
持続可能な「健やかさと豊かさ」へとつながっていきます。
その未来へ貢献するために、
企業や大学・研究機関と協働し、得た知識やノウハウを、
自社の独自技術・原料と掛け合わせることで、
次の「オモロい」製品や技術を生み出します。
そして森下仁丹は、これからもひたむきに技術を磨き、
素材を探求し「私たちにしかできないこと」へ挑み続けます。

※Quality of Life：
「生活の質」を意味し、個人の生活における肉体的、精神的、社会的に満足のいく状態のこと。

森下仁丹のパーパス

思いやりの心で、オモロい技術と製品で、
一人に寄り添い、この星すべてに想いを巡らせ、
次の健やかさと豊かさを、丹念に紡いでゆく。

仁丹®は製品名であり、社名の一部でもあります。

けれど、もっとも重要なことは、その核心にある志であり思想です。

「仁」すなわち〈思いやり〉や〈やさしさ〉を丹念に紡ぎ、世界中に届けること。

その姿勢こそ、これからも変わらぬ、私たち森下仁丹の存在理由です。

クオリティ・オブ・ライフ (QOL) という言葉は、

肉体的、精神的、社会的な、あらゆる意味での「生活の質」のことを指しています。

“人々の暮らしや人生を支え、世の中に奉仕する”

創業以来、私たちが大切にしてきた「さいせいりみん濟世利民」の哲学そのものです。

製品もサービスも、一人を想像し、一人に寄り添うことから生まれます。

それは、小さな視点を持ち、丁寧に、けれどスピード感を持って発想し、

独自技術を駆使した、オモロい製品を創り上げること。

そして、グローバルに「仁」の輪を拡げること。

いまやその輪は、人間だけでなく地球環境にも連鎖しています。

さあ、挑戦しましょう。次の健やかさと豊かさへ。

森下仁丹はここから、さらに新たな歴史の扉を開きます。



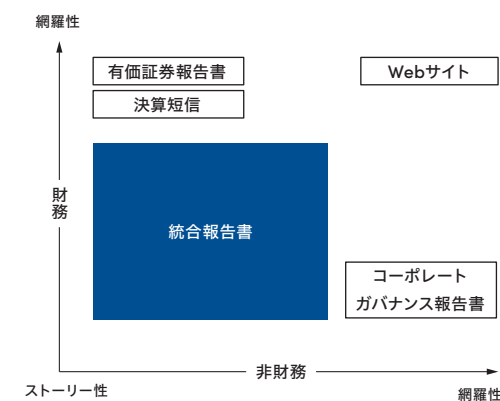
表紙の写真
撮影：大阪テクノセンター（大阪工場）の外観

編集方針

『森下仁丹 統合報告書』は、株主・投資家をはじめとしたすべてのステークホルダーの皆さまに対し、当社の企業価値向上に向けた取り組みについて、財務・非財務の両面から、より一層の理解を深めていただくことを目的としています。今回は、森下仁丹の強みである「球体技術」や「素材研究」を活かした社会への貢献や、事業戦略について掲載。また、サステナビリティに対する取り組みの進捗もまとめております。今後の中長期的な成長のため、当社の強みと課題を明らかにしたうえで、活動が続けてまいります。本報告書の内容は、2024年4月1日～2025年3月31日の活動をまとめたものです。

※一部対象期間外の活動も含まれます。
(発行：2025年11月)

情報体系



Contents

- 05 森下仁丹のパーパス
- 07 成長を支える強み
- 09 ビジネスモデル
- 11 特集
仁丹®から始まった「球体技術」で
社会のお悩みに貢献
 - 13 多領域で活躍する“球体”のチカラ
 - 15 独自設計のシームレスカプセルで
ヨーグルトの可能性を広げる
(雪印メグミルク×森下仁丹)
- 17 VALUE SECTION
森下仁丹の価値創造ストーリー
 - 19 トップメッセージ
 - 23 5つのマテリアリティ
 - 25 価値創造プロセス
 - 27 成長の軌跡
 - 29 広がる事業領域
- 31 STRATEGY SECTION
森下仁丹の事業戦略
 - 33 事業ポートフォリオ
 - 35 コンシューマー事業
 - 37 「腸テク」シリーズ誕生
 - 39 「銀粒仁丹」アニバーサリー施策
 - 41 ソリューション事業
 - 43 独自の機能性原料で健康をサポート
 - 45 機能性原料で
“おいしい”と“健康”を両立
(キュービー × 森下仁丹)
 - 47 財務・非財務ハイライト
- 49 SUSTAINABILITY SECTION
森下仁丹のサステナビリティ
 - 51 健やかさ・豊かさへの貢献
 - 53 「短鎖脂肪酸」のチカラを
社会へ、未来へ
(腸内細菌研究の第一人者×森下仁丹)
 - 55 従業員の健やかさへの支援
 - 57 森下“仁財”の活躍推進
 - 59 安心・安全な製品の供給
 - 61 地球環境への配慮
 - 63 経営基盤の強化
 - 63 コーポレート・ガバナンス
 - 65 役員一覧
 - 68 社外取締役インタビュー
 - 69 コンプライアンス／リスクマネジメント
- 70 会社概要／株式情報

成長を支える強み

「球体技術」×「素材研究」で 新しい“オモロい”を生み出す

社会の成熟化とともに、人々の価値観は多様化しており、健康や豊かさの定義もまた、一様ではなくなっています。私たちは、仁丹®の開発・製造・販売を通して培ってきた強みを活かして、複雑化する社会課題を解決に導く、新しい価値を創出し続けます。

社会課題

デジタル社会
における
目の健康リスク

高齢化社会で
増える
口腔トラブル

生活習慣病
リスクの増加

うつ病など
メンタルヘルス
問題の増加

睡眠の
質の低下

化学物質による
健康被害

健康寿命と
平均寿命の
乖離

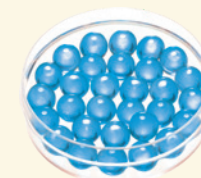
少子高齢化
による
人手不足

など……



球体技術

カプセル製剤技術



界面張力を利用した滴下法にて、継ぎ目がなく真球に近いシームレスカプセルを製造。用途に合わせ内包物や皮膜の厚み、粒径を変えることができます。現在、直径0.3～8mmの範囲でサイズを変えることが可能。粒径や重量などを10%以下の誤差で制御できる製剤技術を活かし、目的や要望に適した高品質なカプセルを設計、製造しています。

狙って届ける技術

シームレスカプセルは皮膜の厚みや成分などを変えることで、有効成分を狙った場所に届けることができます。たとえば、2種類の物質を2段階に分けて放出することや、胃酸に弱い菌を生きたまま腸へ届けることも可能です。この技術を活かしてサプリメントを開発しているほか、医薬品のDDS（ドラッグデリバリーシステム）にも応用が期待されます。

素材研究

機能性原料



素材研究のノウハウを活かし、高品質な原材料を厳選。体脂肪低減の効果があるローズヒップエキス、血糖値の上昇を抑制させるサラシアエキス、ピント調整機能の低下を和らげ、暗い場所での見る力を助けるカシスエキスといった機能性原料を開発しています。これらは、機能性表示食品制度にも対応可能であり、自社のみならず他社製品にも活用されています。

130年以上続くブランド力



健康や豊かな暮らしへ貢献すべく、130年以上にわたり、各時代の社会課題に応える製品を提供してきました。積み重ねてきた森下仁丹の伝統とブランド力は、お客さまや取引先から寄せられる信頼の礎となっています。

高品質・安全な管理体制



森下仁丹では、医薬品を製造する基準であるGMPに準拠した製造・品質・衛生管理を実施しています。さらに第三者的目線で自社製品の品質評価を行う部署を設置。またサプライチェーン管理において現地視察を行うなど、高水準な管理を目指しています。

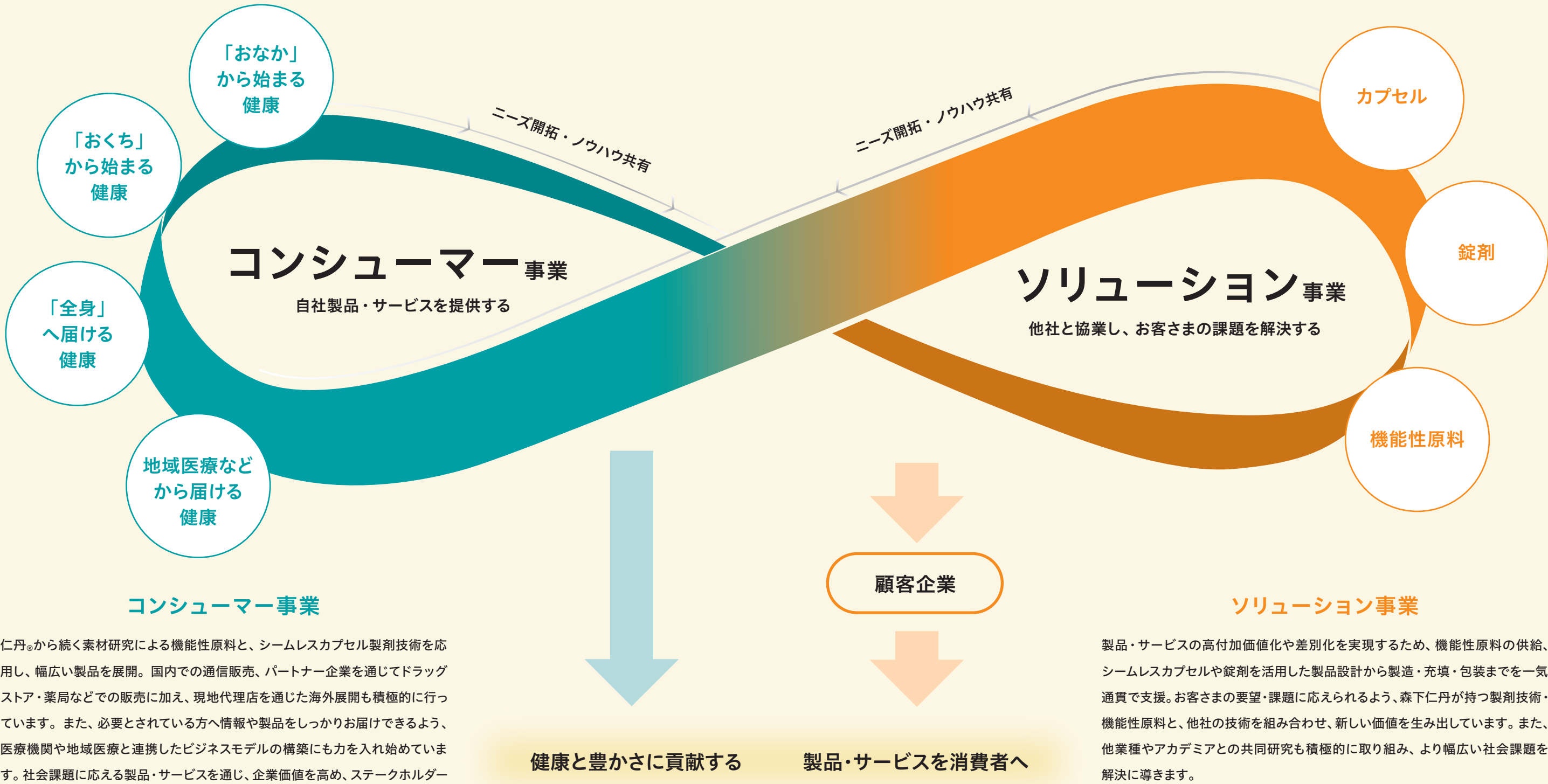
誠実かつ成長する人財



社会課題の解決を目指し、失敗を恐れず新しいことに挑戦する。実直かつ誠実であることはもちろん、時代の変化に合わせて成長していくことも大切だと考えています。そのため、次世代リーダー研修や階層別研修などを通じ、人財の育成に取り組んでいます。

知と技でつなぐ価値創出の環

コンシューマー事業とソリューション事業、それぞれの事業活動のなかで
開拓・蓄積した幅広いニーズ・ノウハウを融合。絶え間ない研究・開発・技術力による探求のもと、
領域を超えて知見を循環させることで、新たな価値を創造し、持続的な成長を実現します。



仁丹®から続く素材研究による機能性原料と、シームレスカプセル製剤技術を応用し、幅広い製品を展開。国内での通信販売、パートナー企業を通じてドラッグストア・薬局などでの販売に加え、現地代理店を通じた海外展開も積極的に行っています。また、必要とされている方へ情報や製品をしっかりお届けできるよう、医療機関や地域医療と連携したビジネスモデルの構築にも力を入れ始めています。社会課題に応える製品・サービスを通じ、企業価値を高め、ステークホルダーとの信頼関係をより深いものにします。

製品・サービスの高付加価値化や差別化を実現するため、機能性原料の供給、シームレスカプセルや錠剤を活用した製品設計から製造・充填・包装までを一気通貫で支援。お客さまの要望・課題に応えられるよう、森下仁丹が持つ製剤技術・機能性原料と、他社の技術を組み合わせ、新しい価値を生み出しています。また、他業種やアカデミアとの共同研究も積極的に取り組み、より幅広い社会課題を解決に導きます。



特集

仁丹[®]から始まった 「球体技術」で 社会のお悩みに貢献

今から120年前、森下仁丹の看板製品である「仁丹」シリーズが誕生しました。

生薬を練り合わせ、丸めてつくる仁丹[®]は、

現在、森下仁丹の事業を支えている技術の出発点でもあります。

たとえば、今や液体や微生物をも包めるようになったシームレスカプセルは、

液体仁丹を製品化するために、口の中で溶けるカプセルを開発したことがきっかけで誕生しました。

有効成分を狙った場所に“届ける”など、課題を克服するために進化していくカプセルは、

自社製品にとどまらず、他社製品の課題解決にも活用されています。

今後も、カプセルだからこそ解決できる課題があると信じ、

他業種やアカデミアと連携することで技術を強化し、新しい価値を生み出していきます。

球体技術のチカラによって



次の健やかさ・豊かさに貢献

多領域で活躍する“球体”のチカラ

森下仁丹では4種類のカプセルを、目的に合わせ開発・製造しています。

なかでもシームレスカプセルは、有効成分を狙った場所へ届けることができるのが特長です。

シームレスカプセル



2層カプセル

皮膜に水で溶ける成分を使用しており、親油性の液体を内包できます。口中や肌の上ですぐに壊れるため、化粧品や口中清涼目的の食品などに活用されています。



3層カプセル

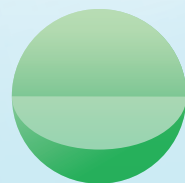
皮膜と内包物の間に保護層をつくり、親水性の液体や粉末の内包を可能に。最外部に耐酸性皮膜を用いることで、胃酸に弱い菌も生きのまま腸へ届けられます。



4層カプセル

「カプセルinカプセル」の構造で、2種類の成分を2段階に分けて放出できます。口臭や胃からの戻り臭軽減、各消化器官で成分を効果的に働かせる設計も実現可能です。

樹脂カプセル



単一球

光硬化性の樹脂を用いた単一球。網目構造により、内包している成分を少しずつ外部に揮発させられるのが特長です。網目のサイズは材料により調整可能です。

森下仁丹の差別化ポイント

直径1mmの微小カプセルや、ビフィズス菌を生きのまま腸に届ける3層構造の腸溶性カプセル、さらにその奥まで届ける大腸送達カプセルなど高い技術を要する製品を、高い品質を保ったうえで量産できる点が、他社との差別化につながっています。

ポイント1 /

品質

優れた製剤精度により、粒径や重量などを10%以下のバラツキで制御し、有効成分の含量を均一化。完成品は篩過^{しか}や精度の高い自動選別機で、形やサイズ、液漏れなどをていねいに確認しています。

ポイント2 /

薄さ

原料割合やノズル装置の調整により、最大限まで皮膜を薄くすることを可能にしました。皮膜を薄くすることで内包率を高めると同時に、滑らかな口溶けや、肌の上でつぶしたときに違和感のない肌触りを実現しています。

ポイント3 /

オーダーメイド

製品設計から製造までをトータルで支援、他社と差別化できる製品の開発をサポートします。機能面や見た目など、お客さまが求める水準に合わせたカプセルを、豊富な製剤経験をもとにご提案します。

カプセル活用事例

2層



日本ロレアルと共同で「アクティブデリバリーカプセル」を開発。化粧品有用成分を内包物だけではなく、皮膜にも高濃度で配合している点が特長です。膜厚を限界まで薄くすることで、透明性が上がり、化粧品として大切な「見た目」の完成度が上がります。さらにプッシュポンプで容易に壊れるため、肌へのつけ心地も自然な点が評価されました。

4層



※タイ仁丹（現地代理店）により、タイにて販売中の「NUDE」シリーズ

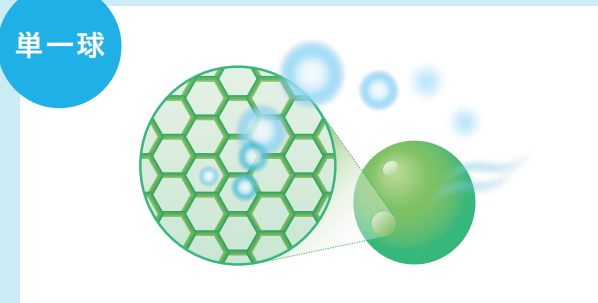
「カプセルinカプセル」構造により、2種類の異なるフレーバーを内包。口と胃で順に溶けることで、それぞれの香りが広がるフレーバーカプセルです。多彩なバリエーションが展開されており、タイを中心に海外で製品化・販売されています。

3層



2025年4月に発売した「腸テク」シリーズの一つ、「タンサ脂肪酸」。腸から全身に向け、さまざまな良い働きをするスーパー物質「短鎖脂肪酸」は、食品から摂取しても、胃や小腸の入り口で吸収されてしまいます。そこで、腸まで狙って届けるシームレスカプセルを開発。2.5mmの小さなカプセルのため、老若男女問わず飲みやすいのも特長です。

単一球



網目状の構造が特徴の単一球。香料ビーズに応用すると、網目から香りが緩やかに、かつ持続的に放出されます。これにより、開封直後の香りがうすれることなく、長期間楽しんでもいただくことができます。そのため、家庭用品にも採用された実績があります。

カプセルの需要伸長

コロナ収束による経済活動の活発化などの要因でフレーバーカプセルの受託量が増えたこと、また医療用医薬品（オメガ-3脂肪酸エチル）の製造開始により、2022年度は生産量が大きく増加しました。以降も市場からの需要は高く、今後の生産量増加に向けて、製造ラインの新設も予定しています。

■カプセル生産量の推移（2019年度比）



独自設計のシームレスカプセルで ヨーグルトの可能性を広げる

石田 英嗣
常務執行役員
研究開発本部長



大久保 汐里
ソリューション事業部
国内事業グループ

30年以上愛され続けているロングセラー製品「ビフィズス菌カプセル入りヨーグルト」。

現在は「恵 megumi ビフィズス菌SP株ヨーグルト」として販売されている当製品の誕生秘話と、
カプセルと食が交わることで生まれる可能性を、営業と開発の視点で語ります。

愛される個性をカプセルでプラス

石田 当社のシームレスカプセル製剤技術を活用いた
いた「ビフィズス菌カプセル入りヨーグルト」が誕生した
のは1995年のことです。その2年前に森下仁丹では、ビ
フィズス菌をシームレスカプセルで包み、生きたまま腸ま
で届けるサプリメント「ビフィーナ」シリーズの販売を開
始。ここで培った技術をカプセル受託事業として発展さ
せようと、さまざまなメーカーへアプローチするなかで、
全国農協直販さまとのお付き合いが始まりました。最初
の出会いから30年以上経った今でも、雪印メグミルクさ
まの製品として変わらず「ビフィズス菌カプセル入りヨー
グルト」を販売いただいております、本当にありがたいことだ
と思っています。

大久保 企業の要望は多岐にわたり、その内容に合わせ
てシームレスカプセルのつくり方も変わりますよね。ビ

フィズス菌カプセルをヨーグルトに入れて製品化するに
あたり、「ビフィーナ」とは別の課題はありましたか？

石田 ヨーグルトに入れても違和感がなく食べやすい大
きさを模索し、できるだけ小さく、飲み込みやすいカプセ
ルの設計が求められました。さらに、賞味期限を迎える
まで、カプセル内のビフィズス菌を安定的に保ち続けな
くてはならないので、何度も試行錯誤を重ねました。食

現在
発売中



恵 megumi
ビフィズス菌SP株ヨーグルト
「ビフィズス菌SP株」をカプセル
で生きたまま腸に届けるヨーグル
ト。腸内のビフィズス菌を活性
化させるガラクトオリゴ糖入り。
ドリンクタイプも展開されている。

品は、温度や水分量、味との相性など、その種類によっ
て求められる条件が異なるため、ノウハウをそのまま転
用することができません。アイデアを実現できるよう、
過去の知見を活かしながら、毎回オーダーメイドでカプ
セルをつくっています。

大久保 雪印メグミルクさまが販売されているヨーグル
ト製品のなかでも、30年以上続いているのは、「ビフィ
ズス菌カプセル入りヨーグルト」を含めて数えるほどしか
ないそうです。多くのヨーグルトが並ぶなかで、長く選
ばれ続けていることこそ、本製品の独自性が評価されて
いる証だと感じています。

食品の可能性を広げる技術

大久保 雪印メグミルクさまは、「食」を通じた社会課題
の解決に積極的に取り組んでおられます。私たちはこれ
からも、お客さまが大切にしている想いに共感し、技術面か
ら貢献していきたいと考えています。

石田 食品に合ったカプセルを開発するには、技術的な
ブレイクスルーが欠かせません。その困難を乗り越える
ことが、私たちの成長につながると感じています。

大久保 私たち営業の大切な役目は、お客さまにカプセ
ル製剤技術の可能性を正しく伝えることだと考えていま
す。カプセルというと、医薬品やサプリメントを想像さ
れる方も少なくありません。食品にも応用できることを
わかりやすく伝えるため、カプセルを餡に練り込んだ「鼻・
のど甜茶餡」を食べてもらうなど工夫しています。また、
技術的な課題をその場で解決できるよう、打ち合わせの
際、当社の開発担当者に同席してもらうこともあります。

石田 最近では、開発が多忙なときや、急ぎの確認が必要
な際に頼れる相談窓口として、テクニカルサポート部門
をソリューション事業部内に設置しました。新しい価値
をいち早く生み出すためには、お客さまの要望を待つだ
けでなく、私たちからも積極的に提案することが求めら
れます。より良い提案を行うためにも、社内連携を強化
していきたいですね。

大久保 今は開発チームと一緒に、バジルなどの香りを
活かした「セイボリーカプセル」の企画提案を検討してい
ます。にんにくや香草の良い香りがすると、食欲がわか
ますよね。香りで食品をサポートできる「セイボリーカプ
セル」をご提案できれば、新しい「フレーバーカプセル」

として「オモロい」提案になるのではと考えています。ま
た、本企画が採用されれば、別添えの袋に入っていた調
味料や油などを、容器に直接カプセルとして入れること
ができ、省資源にもつながります。食品向けの提案では
コスト面の課題もありますが、最近はニーズが多様化し
ていて、高付加価値食品への需要も増えてきています。
事業としての可能性は、以前より広がっていると思います。
石田 シームレスカプセルは、食に限らず広く応用できる
ポテンシャルを秘めており、産業用途への活用も検討さ
れています。食品やサプリメントと異なり、実用化まで
期間を要するものも多いですが、今後も可食・非可食を
問わず、カプセル製剤技術の新たな可能性を追求し、ま
だ世の中にないオモロい製品を生み出していきます。



2025年5月に創業100周年を迎えた雪印メグミルク㈱は、牛
乳やヨーグルトなどの乳製品を中心に事業を展開。事業活動
を通じ、現代の社会課題である「食の持続性の実現」とその先
にある「リジェネラティブ（持続的で好循環）」な社会の形成に
向けて取り組んでいる。

雪印メグミルク㈱
ご担当者さまより

清水 友基 さま
市乳事業部
発酵乳・デザートグループ



お客さまに愛され続ける、
視覚と味覚で味わうヨーグルト

シームレスカプセルにより、「ビフィズス菌SP株」の存
在を視覚と味覚で実感いただける点が、お客さまから
高く評価されています。多くの機能性ヨーグルトがひ
しめく市場において、大きく姿を変えることなく、長く
ご愛顧いただいているのは、その独自性によるものと
考えております。森下仁丹さまの技術力は、当社の商
品開発に欠かせない存在です。今後ともに新たな価
値を生み出す商品開発を続けられるよう、末永くお付
き合いいただければ幸いです。

森下仁丹の価値創造ストーリー

VALUE SECTION

- 19 トップメッセージ
- 23 5つのマテリアリティ
- 25 価値創造プロセス
- 27 成長の軌跡
- 29 広がる事業領域



顧客や課題と真摯に向き合い 真に求められる 価値を届ける組織へ

代表取締役社長

森下 雄司



組織と仕組みを強化し 成長と挑戦の基盤を育てる

近年、品質に対する社会の目はさらに厳しさを増しています。自社で医薬品やサプリメントを製造、販売している以上、信頼を損なうことがあってはなりません。しかし、人の手が加わる仕事である限り、ミスを完全に防ぐことは困難です。だからこそ私たちは、緊張感を持って取り組み、万が一問題が発生した際には迅速に対応できるよう備える必要があります。そこで2024年度は、開発の流れやチェック体制の見直し、品質に対する意識を高める教育体制づくりなど、運用面と組織面の両面から改善を進めてきました。また、2023年にグループ会社となった錠剤医薬品の製造能力を有するMJ滋賀と各工場との交流により、技術面だけでなく、安全や品質管理に

関するノウハウを深め、全体のスキル向上につなげています。森下仁丹は創業以来、周囲が求める以上の品質を守り、モノづくりをしてきました。そのため、昨今の高い品質基準にも迅速に対応できています。これこそが私たちの強みであり、今後もさらに進化させていきます。

品質向上の取り組みと並行し、組織再編にも着手しました。カプセル受託に加え、原料販売ビジネスの拡大を受け、従来の「ヘルスケア事業」と「カプセル受託事業」という区分では、経営資源の配分を適切に示せず、株主や投資家の皆さまに事業の実情を正しく伝えられないと判断。加えて、向き合うべきお客さまや各事業が抱える課題を明確にし、目線を合わせるために、組織を「コン

シューマー事業」と「ソリューション事業」に再編しました。前者は個人消費者のニーズに応える製品の提供、後者は独自の原料や技術を活かし企業の課題を解決する役割を担っています。取り組み内容がより直感的に伝わる名称へ改め、新たな挑戦に向けた前向きな姿勢を皆さまに示せたらと考えています。また、社内においても、組織を顧客や課題に応じて再編することで、従業員はよりお客さま視点で考えやすくなり、本質的な課題を見極める意識が一層高まることが想定されます。このような課題ベースの考え方により、ニーズに沿った質の高い製品やサービスの開発、ご提案を目指します。さらに、部門間の一体感が醸成され、それぞれが所有する技術や知見の共

有が活発化していくことも期待されます。今回の組織再編は単なる区分の変更にとどまらず、社内外の期待を高め、事業成長を加速させる重要な一歩となるはずです。

業績を振り返ると、全体として増収増益でしたが、大型新ブランド「腸テク」シリーズのプロモーション準備が本格化したこともあり、コンシューマー事業は一時的に減収減益となりました。しかし、この事業は製品を通じて社会課題に応え、企業ブランドの価値を高める重要な役割を担っています。他社にはない独自性の高い製品を生み出し、社会に貢献するため、コンシューマー事業の持続的な成長と、ソリューション事業の収益基盤強化の2つをバランスよく進めていきます。

自社の強みを深化させて 共創で未来の可能性を広げる

当社にはいくつか長寿ブランドがありますが、いずれも“森下仁丹ならではの”価値を提供できたからこそだと思っています。社会の成熟により、一つの製品が市場を独占する時代は終わりを迎つつあります。だからこそ、お客さまに「自分に合っている」と思ってもらえる製品を生み出すことが、これまで以上に重要になります。そこで、まず当社が長年大切にしてきた「健やかさ」と親和性の高い「おなか」と「おくち」の分野に注力し、製品開発を進めていきます。

まず「おなか」の分野では、2025年4月に「腸テク」シリーズを発売しました。「仁丹」から続く球体技術と、近年注目される短鎖脂肪酸を掛け合わせて生まれたこのシリーズは、当社だからこそ実現できた自信作です。一方で短鎖脂肪酸は、まだ一般の方の認知度が低いのが現状です。そこで、成分の重要性や製品の存在を広く知っていただき、実際に使用して体感してもらえるよう「腸テク」ブランドチームを立ち上げ、マーケティング体制を強化しました。今回の施策により一時的に減益となる見込みですが、短期的な収益にとらわれて広告宣伝や研究開発を抑制すれば、中長期的な成長の芽を摘んでしまいます。私たちは引き続き、真に価値ある領域への投資を優先し、自社ブランドを育成します。また、当社のカプセル製剤技術を活かし、短鎖脂肪酸を腸内に届けることで得られる健康への可能性について、アカデミアと連携しな



がら探求していきます。

一方でおくちの分野は、どの課題を解決できるか検討を進めている段階です。かつては口腔ケア製品で当社が存在感を示せた時代もありましたが、現在は競合も多く、競争が激化しています。しかし近年、口腔に関するニーズは細分化が進み、まだ手つかずの領域も残されています。ここに、挑戦の機会があると捉えています。おなかとおくちの両方にアプローチできる企業は多くありません。おなかにつながる入り口としておくちが注目され、口腔フローラへの関心も高まっている今、当社ならではの技術を活かし、少しでも新たな価値を提供できるよう、引き続き取り組んでいきます。

ソリューション事業では、過去にシームレスカプセルがテレビで紹介された際、新規顧客層から多くのお問い合わせをいただきました。その結果、日本ロレアルさまとの共同研究により、植物由来の化粧品有用成分を用いた「アクティブデリバリーカプセル」の開発に成功。非可食分野で成果を残すことができました。現在も、当社のシームレスカプセル製剤技術は高く評価され、新規のお問い合わせを多くいただいています。しかし、さらに領域を拡大していくためには、ただお声掛けを待つだけではなく、まだ接点のない企業へ積極的にアプローチする姿勢が大切です。今後も営業活動を強化し、新規事業領域への展開を目指します。

営業においては、アプローチできる材料が多いほど提案力が高まります。現在、包んで届けるカプセル製剤技術に加え、機能性原料やMJ滋賀がグループに入ったことで得られた錠剤製剤技術を活用し、より幅広いソリューションを提供できる体制を整えています。さらに、シームレスカプセルと錠剤を融合した新製品の開発も検討しており、実現すれば提案の幅はさらに広がります。今後も他社との共創を通じてノウハウを蓄積し、活用の可能性を広げていきます。



私たちがやらねばならぬ 私たちにしかできないこと

パーパスやマテリアリティは神棚に上げて拝むものではなく、従業員一人ひとりが身近に感じ、日々の行動に活かしていくべきものだと、私は考えています。こうした想いのもと、約2年をかけ、各拠点でパーパスに関するタウンミーティングを開催し、浸透を図ってきました。その結果、パーパスは従業員のよりどころとなり、日常業務に自然と根付きはじめています。また、当社の事業を永續、発展させ続けるためにやるべきことを整理し、策定したマテリアリティについても、階層別研修や社内ホームページでの情報発信、経営層を中心としたワークショップなどを通じ、自分ごととして捉える動きが広がっています。

私が経営において大切にしていることは、すべてパーパスに込めています。加えて「誠実さ」と「実直さ」も当社の信頼と品質を築く基礎となる、重要な価値観だと考えています。これらを支えているのは従業員の真面目さであり、社外の方々からも高く評価いただいています。私もまた、彼らを誇りに思っています。しかし、森下仁丹が社会に必要とされ続けるためには、今まで以上の「成長」が欠かせません。従業員の皆さんには、既存技術で解決できる課題には持てる力を最大限に注ぎ取り組み、現時点で解決が難しい課題にも「自分がやらねば誰がやる」という覚悟を持って挑んでほしいと思っています。壁にぶつかっても、成功を信じてあきらめず困難を乗り越えてきた先輩たちがいたからこそ、今の森下仁丹があり

ます。「発展」なくして「永續」はありません。従業員が新しいことへ思い切り挑戦できる環境を整えることこそ、私の使命だと考えています。

また、従業員の多様性も会社を永續、発展させるうえで重要な要素だと捉えています。例えば、新しいアイデアを生み出す「0を1にする人」と、それを拡大・実現する「1を10にする人」はどちらも会社には不可欠です。得意不得意はあれど、互いに尊重し切磋琢磨することで発展していけると信じています。今後も多様な人財とともに「オモロい」製品やサービス、技術を提供する企業として、株主や投資家の皆さまに期待される存在を目指します。また、利益の着実な確保と株主への安定的還元も経営の責務です。2024年9月からは新たに中間優待を導入し、2026年3月期の配当は65円を予定しています。今後も安定成長を続けながら還元に努めます。

今、私たちが育てている未来の種は確かに実を結びつつあります。新製品「腸テク」シリーズをはじめとしたブランドの育成やグローバル展開、パートナー企業やアカデミアとの連携強化を通じ、堅実に収益を積み上げていきます。私たちの願いは、社会が真に求める価値を届け、「世界がより良く変わった」と感じていただくことです。伝統を大切にしながらも決して恐れず、私たちにしかできない挑戦を続けていきます。

5つのマテリアリティ

リスクと機会を正確に捉え、企業経営を強力に推進

持続可能な社会への貢献と企業成長を両立させるため、パーパスを基点に、中長期視点で取り組むべき5つの重要課題（マテリアリティ）を定めています。今後、それぞれのマテリアリティにKPIと目標を設定し、社会課題の解決を意識した事業活動を継続していきます。

マテリアリティの特定プロセス

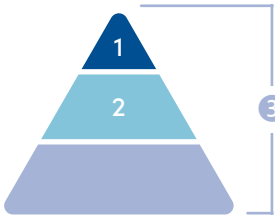
フェーズ1 [完了]		フェーズ2 [推進中]	
STEP 1 社会課題の抽出と リスク・機会の検討	STEP 2 マテリアリティの 特定	STEP 3 全社目標の設定 取り組み概要の検討	STEP 4 事業部への展開 KPIの検討
会社の各事業・各機能を把握しているメンバーにてサステナビリティ推進委員会を構成。事業領域の整理や社会課題の抽出を行い、リスクや機会について協議・検討、一次案を作成しました。	経営層・管理職に加え、若手層にも一次案を説明したうえで検討会を実施。その後、委員会メンバーにて再検討を行いマテリアリティを特定しました。	マテリアリティに対し戦略的視点での全社目標を策定。目標に対する全社・組織横断の取り組みについても検討会を実施しました。	各事業部の推進体制を決定し、検討した内容は次期中期経営計画の材料としても活用していきます。また、それぞれのマテリアリティに対して、各事業部へブレイクダウンし、KPIを検討します。

●持続可能な企業経営のための社内研修

2024年度のマテリアリティに関する社内アンケートでは、理解度・共感性については非常に高い結果が得られました。今後は、実行に移せる従業員を増やしていくため、サステナビリティへの理解を深め、マテリアリティを意識した行動や意思決定につながる社内研修や施策を継続していきます。



階層別研修



- 1 経営者向け研修
 - マテリアリティを組織へ浸透させるための「ワークショップ」
- 2 管理職向け研修
 - マテリアリティの方針に沿った部門ごとの具体的な行動計画の策定
- 3 全従業員向け研修
 - サステナビリティに関する経営層の考えや数値目標を明示した「特設サイト」
 - 基本的な知識を習得する「e-ラーニング（受講率90%以上）」や「社内報（月1回発行）」
 - 理解度や共感性、実行状況の確認のための「アンケート（年1回実施）」

1 健やかさ・豊かさへの貢献

- 1 予防とセルフメディケーションの支援・浸透
- 2 “包む技術”の拡充と応用展開
- 3 健康社会に役立つ素材技術の研究推進

森下仁丹が持つ“包む技術”と“素材研究”をさらに強化し、国内だけでなく海外市場のニーズの変化にも柔軟に対応していきます。また、セミナーや研究発表などを通じ、予防とセルフメディケーションの支援、浸透にも貢献します。



2 森下“仁財”の活躍推進

- 1 価値観の共有と挑戦する風土の醸成
- 2 戦力人財の育成と獲得
- 3 多様な人財が活躍できる環境・仕組みの構築

次世代リーダーの育成を目的とした「仁丹大学」の開校や「360度調査」、「管理者研修」など、リーダーシップ開発に力を入れています。また、業務上必要なスキルトレーニングに加え、入社間もない時期からCSR活動に取り組むことで、企業の社会的責任について理解を深める機会を提供しています。



3 安心・安全な製品の供給

- 1 原材料の精選と安定調達
- 2 信頼されるモノづくり

お客さまの健康被害や製品回収などにつながる不良品の発生を防ぐため、品質保証体制の維持管理やBCP、外部認証の取得を推進。同時に、気候変動や自然資本の減少に対応できるよう、調達先と継続的なコミュニケーションを行い、安定した原材料調達ルートを確認します。



4 地球環境への配慮

- 1 気候変動対策
- 2 環境負荷の低減

気候変動対策の取り組みとして、CO₂排出量の削減を目的に、省エネ機器の導入や製造工程の開発、エネルギー調達ルートの見直しを実施します。あわせて、環境負荷を低減するため、水使用量の削減や製品の賞味期限延長、資材ロスの低減といった活動を推進していきます。



5 経営基盤の強化

コンプライアンスやリスクマネジメントに関する方針・施策を協議する場として、各委員会を設置。社外取締役を置くことで、経営の透明性向上と、公正かつ迅速な意思決定をともなうシステムの維持、および監視機能の強化を目指します。また、国際規範を遵守し、人権を尊重した事業活動を行います。



価値創造プロセス

持続可能な「市場創造型」の研究・開発

社会の「リスク」と「機会」をいち早く捉え、社内外の経営資本を適切に活用し、製品・原料を創造。

企業として成長するとともに、重要課題を解決することで、持続可能な社会づくりに貢献します。

森下仁丹の目指す姿

市場創造型の研究・開発を推進し、
素材・製品・サービスを提供することで
持続可能な社会づくりに貢献する

アウトプット

アウトカム
(提供価値)



ヘルスケア製品
医薬品など

カプセル受託



機能性原料

顧客

- エンドユーザーの健康の増進
- エンドユーザーの生活の質の向上

従業員とその家族

- 会社と従業員の相互の成長
- 働きがい・働きやすさの向上

取引先

- 持続可能な調達のさらなる推進
- パートナーの課題解決
- 当社、パートナーの企業価値向上

地域・社会

- 地域の自然環境保全

株主・投資家

- 安定的な株主還元
- 持続的成長と中長期的な企業価値向上

開発

調達

製造

販売

サービス

研究

成長を支える
強み

強みを活かす
事業

球体技術

素材研究

コンシューマー事業

ソリューション事業

詳細 P.07

詳細 P.35

5つの
マテリアリティ

詳細 P.23

パーパス

思いやりの心で、オモロイ技術と製品で、
一人に寄り添い、この星すべてに想いを巡らせ、
次の健やかさと豊かさを、丹念に紡いでゆく。

詳細 P.05

外部環境の認識

リスク

- 市場ニーズへの対応遅れ
- 高齢化による労働人口の減少
- サプライヤーとのコミュニケーション不足による品質低下や事業継続危機
- 気候変動や自然資本の減少による原材料の調達不全

機会

- マーケットの拡大
- 多様な価値観の取り込み
- 品質の担保による安心・安全な企業ブランドイメージの維持
- 資源循環促進によるリサイクル資材の活用や環境負荷の軽減

投入資本

財務資本

- 健全なバランスシート

知的資本・製造資本

- 高付加価値シームレスカプセルの開発・製剤技術
- 機能性原料開発で獲得した独自の知見・技術
- オープンイノベーション、パートナーとの協創

人的資本

- 成長を支える多様な人財
- 思いやりの企業文化・組織風土

社会関係資本

- 優良顧客との信頼関係
- サプライヤーとの協業
- 安心・安全のブランド力

成長の軌跡

新技術・素材を探求し続けた130年

たった4人の小さな薬種商として産声をあげた森下仁丹は、
携帯・保存に便利な常備薬※として始まり、今も利用され続ける「仁丹」や、
カプセル製剤技術や機能性原料という新たな技術とともに成長してきました。
人々の健康と豊かさをひたむきに思い続け、歩みを続けています。



1907年 森下博薬房店舗
(1905年に移転、森下南陽堂から改称)



「仁丹」(赤大粒)



毒滅

1893~

健康を世界に運ぶ 総合保健薬の誕生

前身である森下南陽堂は、創業時から予防医学の考えのもと製品開発を進めてきました。なかでも、フランスから輸入した性病予防器具「やまと衣」に続き発売された、梅毒に対する新剤「毒滅」は世間に広く流通しました。その後も、台湾の丸薬からヒントを得て、総合保健薬※を開発。銀粒仁丹®の前身である「仁丹」(赤大粒)が誕生し、パッケージにあしらわれた大礼服マークは「薬の外交官」として世界から愛されました。



森下 博
ぬまくまくとちよう
1869年に、広島県沼隈郡鞆町(現・福山市)にて生を受ける。幼い頃から煙草商や舶来小間物問屋に奉公して商売を覚え、23歳で薬種商、森下南陽堂を創業。

※こちらに記載している「仁丹」の効能は、現在販売中の製品のものではなく、当社の歴史に基づいたものです。

- 1922年 「仁丹ハミガキ」
「仁丹の体温計」発売
- 1926年 健康保険組合を設立
- 1929年 「銀粒仁丹」発売
- 1936年 森下仁丹株式会社に社名を変更
- 1973年~「清浄綿」「粘着包帯」など、
メディケア製品を発売



仁丹平型体温計

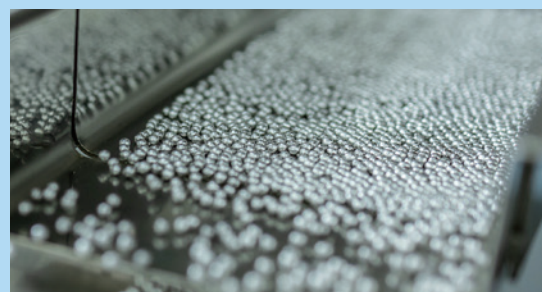


銀粒仁丹®

1922~

保健医療への貢献と セルフ・メディケーション

この頃より経営の多角化が進み、「仁丹の体温計」や「仁丹ハミガキ」を発売。大衆の保健医療に貢献しました。また、1927年に発売された「仁丹」(赤小粒)を改良し、さらに保存性を高めた「銀粒仁丹」が護身薬※として利用されるようになります。食品の製造や医薬品の販売も実施し、「セルフ・メディケーション(自己治療)」の考えのもと、メディケアブランドの育成に取り組むようになりました。



- 1980年 「クリスタルデュウ」発売
- 1984年 「ウーマンラボ」を発足
- 1992年 「カプセル仁丹」発売



クリスタルデュウ

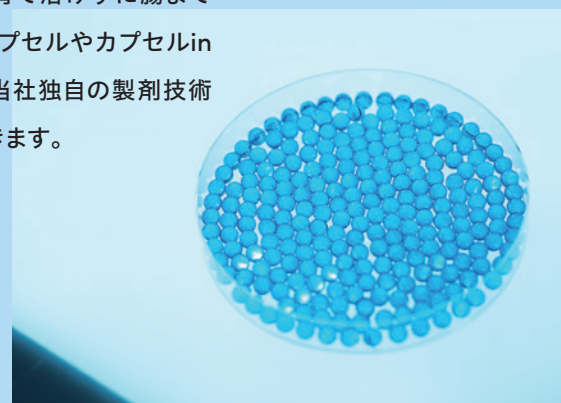


カプセル仁丹

1980~

「独自技術」確立へ カプセル製剤技術の発展

欧州で生まれた液体タイプの口中清涼剤から着想を得て、1971年より液体仁丹の開発を開始。長い年月をかけようやく、継ぎ目がなく口溶けの良いカプセルが誕生し、「クリスタルデュウ」として製品化しました。しかし、当時は親油性の液体しか包めず、味の伝達が鈍いという弱点があったため、親水性物質のカプセル化に挑戦し、成功。後に胃で溶けずに腸まで届ける腸溶性カプセルやカプセルinカプセルなど、当社独自の製剤技術へと発展していきます。



- 1993年 「ビフィーナ10」発売
通信販売を開始
- 1995年 「仁丹の薬湯」発売



ビフィーナ10



仁丹の薬湯

1993~

人々の健康を維持する ヘルスケア事業の躍進

シームレスカプセルは、微生物を包むカプセルへと進化を遂げます。1993年には「ビフィーナ10(テン)」という、生きたまま菌を腸まで届けることができる製品が誕生しました。同年には、消費者の手に直接届けたいという想いから通信販売を開始。また、仁丹®における生薬研究の成果を活かした「仁丹の薬湯」という製品も発売しました。

- 2006年 ローズヒップ由来
ティロロサイドの体脂肪減少
機能を日本薬学会にて発表
- 2015年 「ヘルスイド」シリーズ販売
- 2022年 日本ロレアル(株)と共同開発した
化粧品用カプセル生産
- 2025年 「腸テク」シリーズ発売



ヘルスイド®シリーズ



腸テク®シリーズ

2006~

健康の先にある 豊かな暮らしを支える

生活習慣病対策として、機能性原料研究を始めました。脂肪燃焼作用がある「ローズヒップエキス」に続き、2015年には機能性表示食品を中心とした「ヘルスイド」シリーズも発売。シームレスカプセルは、可食分野から非可食分野へ領域を拡大しています。また2025年4月には、一人ひとりの調子に合わせて選べる「腸テク」シリーズ3品の販売を開始しました。今後も独自の技術と素材研究をさらに追求していきます。



森下仁丹の事業戦略

STRATEGY SECTION

- 33 事業ポートフォリオ
- 35 コンシューマー事業
 - 37 「腸テク」シリーズ誕生
 - 39 「銀粒仁丹」アニバーサリー施策
- 41 ソリューション事業
 - 43 独自の機能性原料で健康をサポート
 - 45 機能性原料で
“おいしい”と“健康”を両立
(キューピー × 森下仁丹)
- 47 財務・非財務ハイライト



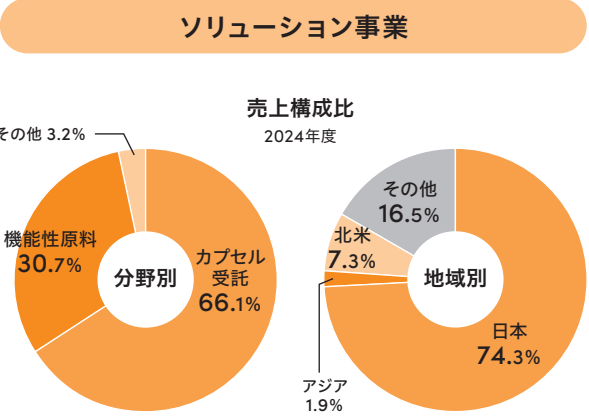
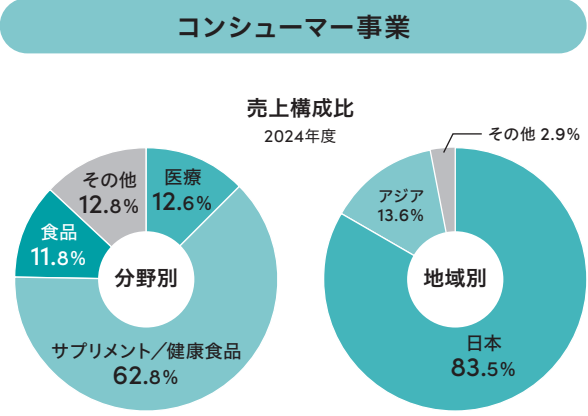
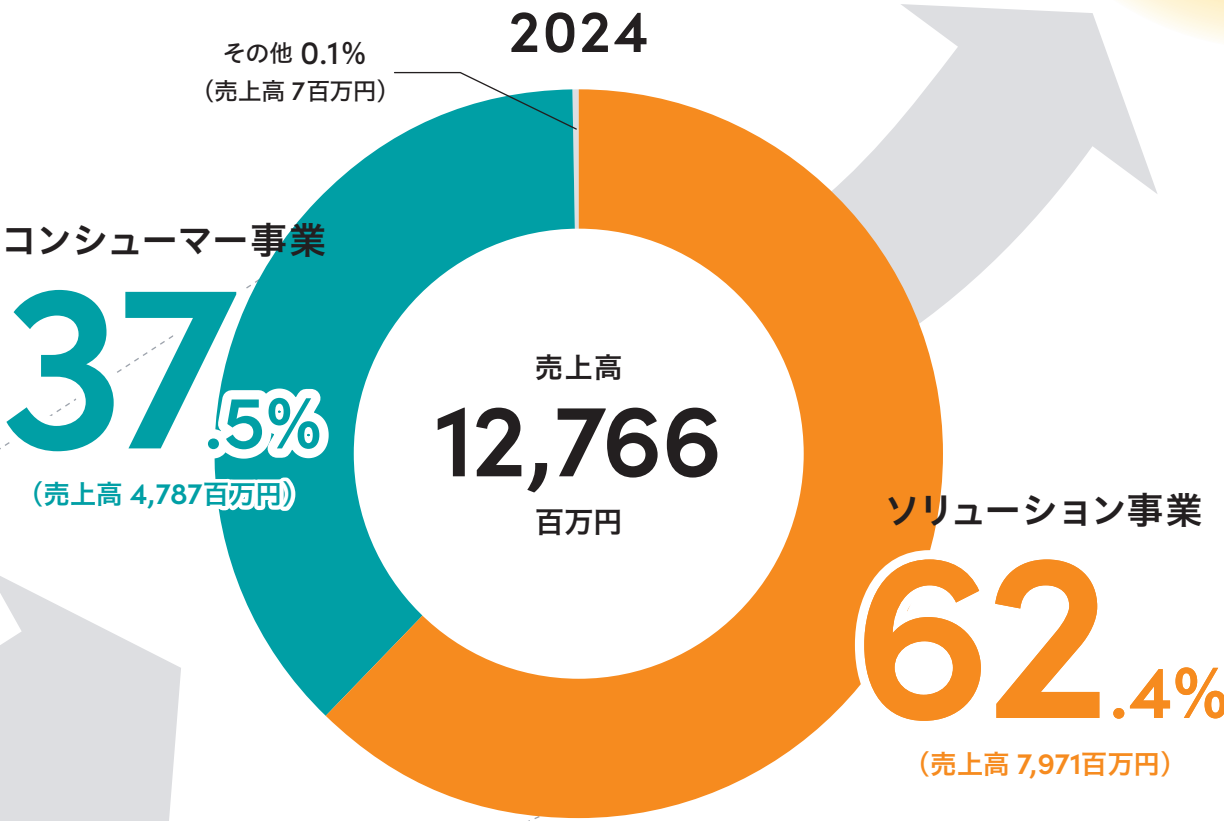
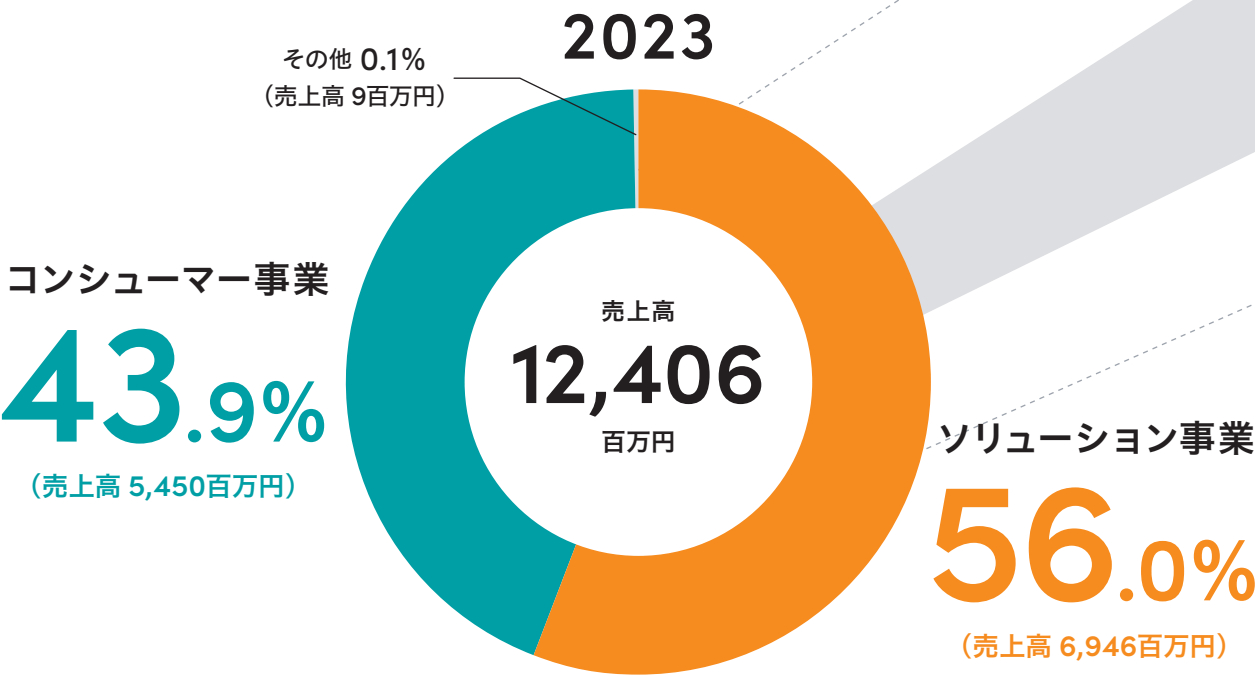
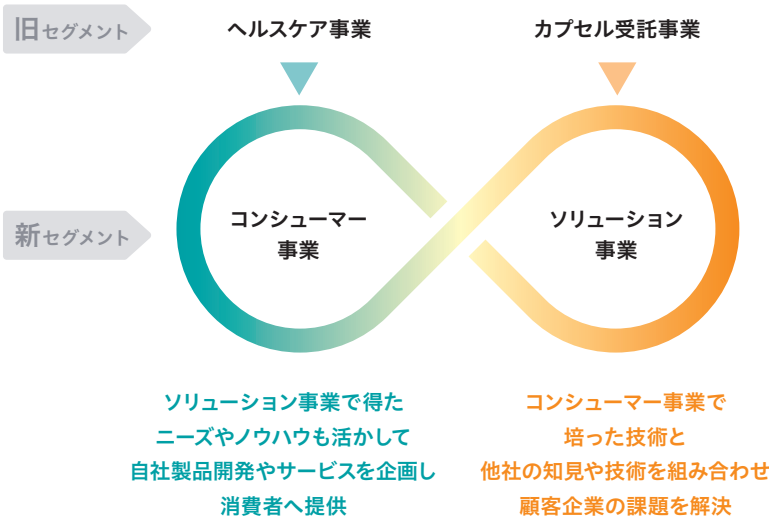
事業ポートフォリオ

森下仁丹の強みを活かした2つの主要事業。
企業価値の向上を目指し刷新した事業構成で、安定した収益の確保を目指します。

高水準の
収益を
継続

セグメントの変更について

森下仁丹はもともと、家庭薬メーカーとして成長してきました。しかし近年、シームレスカプセル受託および機能性原料事業といった、当初は小さく始めたBtoB事業が順調に成長しています。これにより、旧来のセグメントでは、当社の実情をステークホルダーの皆さまに正しく伝えられないと判断しました。そこで、顧客の特性やニーズに合わせた戦略立案、リソース配分の最適化、効果的なアプローチによる企業価値向上を目指し、従来の「ヘルスケア事業」「カプセル受託事業」から「コンシューマー事業」「ソリューション事業」に変更しました。



※前年同期比較のため、前年同期の数字を変更後のセグメント区分に組み替えました。

コンシューマー事業

consumer business



▲第②類医薬品

コンシューマー事業の強み

- 確立された品質管理体制と仁丹®から続く原料精選のノウハウ
- シームレスカプセル製剤技術を活かしたサプリメントやのど飴など独自性の高い製品群
- 130年以上、健康に資する製品を提供し続けた企業ブランドへの信頼感

事業基盤の強化と グローバル市場への挑戦

新規顧客の獲得から継続利用へとつなげる一連の施策を中心に、これまでさまざまなプロモーションを展開してきましたが、より効率化を図るため、2024年度後半は、ターゲットやコミュニケーション手法など販売戦略を見直す準備期間としました。そこに「仁丹パックスシートH」の自主回収の影響が重なり、売上高は4,787百万円（前年同期比12.2%減）と減収になりました。しかし、主力製品「ビフィーナ」のインバウンド需要が引き続き拡大していることに加え、新ブランド「腸テク」シリーズの発売といった成長要因もあり、中長期的には事業の拡大が期待されます。今後は「腸テク」シリーズを中心に、マーケティングを強化するとともに、海外市場における自社製品の積極展開を進め、さらなる成長を狙います。昨今、サプリメントや健康食品に対する関心が高まると同時に、安全や品質に対する社会の目も厳しくなっており、品質管理の強化が欠かせません。また、原材料・物流費の高騰によるコスト増への対応も必要です。これらの課題に柔軟に対応しつつ、これからも森下仁丹らしい“オモロい”製品開発に注力し、価値ある製品やサービスを提供することで、皆さまの健康と豊かさの実現へ貢献し続けられるよう努めていきます。



田中 良和
事業推進本部
コンシューマー事業部長

成長の要となる重点分野

森下仁丹ブランドのさらなる強化

一人ひとりの調子に合わせて選べる「腸テク」シリーズを開発。2025年4月に販売を開始しました。全3種のシリーズのなかには、腸から全身へ、心身にさまざまなポジティブパワーを与えてくれる短鎖脂肪酸を配合した製品も含まれています。今後は、本製品と、便通に悩む方に向けた機能性表示食品「ビフィーナ」の両シリーズで展開していきます。また、ロングセラー製品である「銀粒仁丹」のリブランディングも実施。長くご愛顧いただけるよう、製品の魅力を正しく伝え、“森下仁丹ブランド”をより強化していきます。



詳細 P.37~40

海外市場に眠るビジネスチャンス

「健康の基本はおなかから」という考えのもと、当社は、生きたビフィズス菌を腸まで届ける「ビフィーナ」シリーズを国内にとどまらず、中国・香港・台湾などアジアを中心に海外へも拡大。現地代理店と密に連携し、美容や乳幼児向けなど、各地域のニーズに合わせてラインナップを追加することで、市場拡大を図っています。大正から昭和にかけて「仁丹」を輸出していた経緯から、今でもアジア圏を中心に一定の企業認知があるのが当社の強みです。今後もアジア市場に注力するとともに、ムスリム国などさらなる海外市場の開拓を目指していきます。



健やかさと豊かさを実現する排泄ケア

医療機関専売品として、リンやカリウムなどの含有量が少ないビフィズス菌サプリメントを長く販売してきた当社は、以前より介護現場の便通課題に注目してきました。そこで、医療機関や地域医療と連携し、排便ケアの重要性や「ビフィーナ」の紹介を地道に進めています。腸内環境の改善により便通が整ったことで、被介護者の気持ちが明るくなり、生活の質向上につながったとの声も多くいただいております。森下仁丹が目指す「健やかさと豊かさ」との親和性が高い取り組みだと感じています。今後は、製品や情報が必要とする方々へ届ける仕組みづくりにも注力していきます。



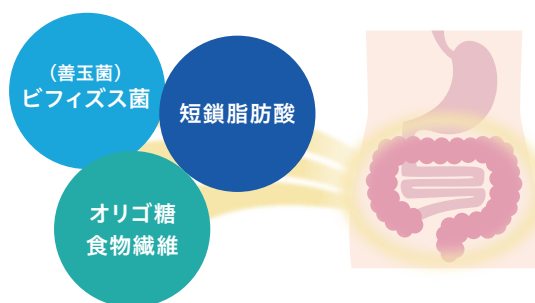
「腸テク」シリーズ誕生

摂っても、食べても、必要な成分が必要な場所に届かなければもったいない…
そこで森下仁丹は、健康に役立つ成分を腸に届ける3種類の製品を開発しました。

健康における重要な成分

善玉菌の一つである「ビフィズス菌」、その栄養となる「オリゴ糖や食物繊維」、善玉菌が産生[※]する「短鎖脂肪酸」は、健康のために有用な物質であり、個々人の調子に合わせて適切に取り入れることが大切です。しかし短鎖脂肪酸や生きたビフィズス菌は、腸内まで届けることが難しいという課題がありました。

※当社製品の摂取による体内での動態ではありません。



腸まで狙って届けるシームレスカプセル

継ぎ目がなく真球に近い、森下仁丹独自のシームレスカプセル。胃酸に負けない特別な皮膜と、内側のプロテクト層の両方で内包物を守ります。3層構造のカプセルが、本来胃や小腸の入り口で吸収されてしまう短鎖脂肪酸や胃酸で死んでしまうビフィズス菌を、腸内までしっかり届けます。



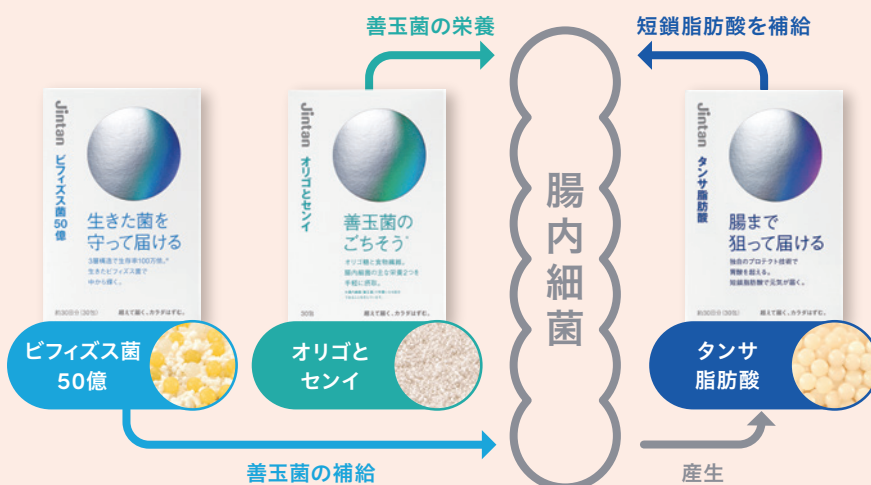
(3層カプセル)



おなかから健康を支えるラインナップ「腸テク」シリーズ

おなかに届くことで全身の健康に役立つ3つの成分を、一人ひとりの調子に合わせてお選びいただけます。継続的に摂取することで、からだの内側から健康を支えます。

ブランド
サイトはこちら！



腸から変わる、未来のカラダ

健康の最新トレンド「短鎖脂肪酸」

ビフィズス菌に代表される善玉菌は、腸内でオリゴ糖や食物繊維などを栄養源にして有用な成分を生み出します[※]。その一つが、短鎖脂肪酸。近年の研究で、腸から全身へよい働きをする、まさに「スーパー物質」であることが明らかになりました。軽やかな毎を送りたい、内側からきれいになりたい、活力を感じたいと願う人にとって、“元気の源”ともいえる成分です。

※当社製品の摂取による体内での動態を示すものではありません。

新しいシームレスカプセルで “元気の源”を届ける

“元気の源”である短鎖脂肪酸は、食品から摂取しても胃や小腸の入り口で吸収されてしまい、腸の中まで届きにくいという課題があります。そのため、以前は「善玉菌を活用して、腸内でいかに多くの短鎖脂肪酸をつくらせるか」が製品の差別化を図る要素の一つでした。そこで森下仁丹は、長年培ってきたシームレスカプセル製剤技術を応用し、新たな3層カプセルを開発。生きたビフィズス菌を腸まで届ける既存の技術を、短鎖

脂肪酸そのものを直接腸へ送達する新たな独自技術へと発展させました。さらに、特徴をより直感的にイメージしていただくため、「腸テク」シリーズに採用するカプセルを「バリアボール」と名付け、独自性を表現しました。

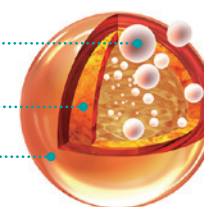
バリアボールの構造

短鎖脂肪酸[※]

プロテクト層

耐酸性皮膜

※「タンサ脂肪酸」の場合



からだの内側から叶える健康的な毎日

「継続は力なり」という言葉が示す通り、健康のためには毎日続けて摂取することが重要です。製品開発時にも続けやすさを意識した設計を心がけ、1日1包という使用目安量を実現。毎日の生活に無理なく取り入れやすいのが特長です。「タンサ脂肪酸」の使用者からは、飲みやすさ・携帯のしやすさを実感する声や、体調への意識の高まりを期待する声が上がっています。

倉林 愛
戦略企画部
マーケティンググループ 専任課長



「腸テク」を通じたコミュニケーションで、 からだの内側から皆さまの健康を支えたい

健やかさの新提案として発売した「腸テク」シリーズとあわせて、シリーズの軸製品「タンサ脂肪酸」に含まれる、健康に役立つスーパー物質「短鎖脂肪酸」の認知を広げていくことが大切だと考えています。そこで、からだの変化を感じやすい35～49歳の女性をコミュニケーションターゲットとし、内面の強さと優しさを兼ね備えた姿が印象的な、女優の宮崎あおいさんをイメージキャラクターに起用。ターゲットとの親和性を高めつつ、森下仁丹らしい「信頼と安心」「挑戦心」「高い技術力」をTVCMや販促物で伝えるよう心がけています。店頭販売は、お客さまと直接コミュニケーションがとれる大切な場です。販売スタッフの方々が自ら効果を体感し、納得感を持ってお客さまに説明できるよう、製品理解を目的とした勉強会や体験の場を設けています。これからも、「腸テク」シリーズの製品を通して健康のお役に立てよう、皆さまとのコミュニケーションに力を入れていきます。



※販売店：マツモトキヨシグループ、ココカラファイングループ（一部店舗除く）、スギ薬局グループ（一部店舗除く）

「銀粒仁丹」アニバーサリー施策

120th ANNIVERSARY

仁丹 赤大粒 ▶ 銀粒

創業者・森下博は、台湾で出会った丸薬をヒントに仁丹®の開発を始め、1905年に仁丹®シリーズの最初となる、懷中薬「仁丹」(赤大粒)を発売しました。その後、1929年から販売された銀粒仁丹®は、現在、お口直しやリフレッシュのための口中清涼剤として、変わらず受け継がれていますが、製品認知拡大のための活動を行っていません。既存顧客の高齢化により売上が減少傾向にありました。それを受けて、森下仁丹のモノづくりの原点である仁丹®に込められた技術力や熱意、挑戦心を

多くの方に知っていただくための施策を実施。2024年度より、「ありたい自分のパートナー」をキーワードに、皆さまの健やかな毎日を応援するごきげんのおまもりへとリブランディングしました。加えて、仁丹®シリーズ発売120周年を迎えた2025年は、さまざまなアニバーサリー施策を展開。120年にわたるロングセラーの秘密と、ごきげんのおまもりとしての銀粒仁丹®の使い方やベネフィットを、より多くの方に体験していただく機会をご提供しています。

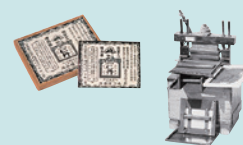
仁丹®シリーズ 120年の歩み

1895 (明治28年)

- 創業者・森下博が台湾出征中に、のちの仁丹®開発のヒントとなる丸薬と出会う

1905

- 懷中薬®「仁丹」(赤大粒)発売
- 仁丹®を美しい丸にするための「手揉み製丸機」を製造



1907

- 大イlluminateーションを大阪駅前建設
- 仁丹®が世界に広がるきっかけとなる。中国への販路開拓に着手



1927 (昭和)

- 「仁丹」(赤小粒)発売、大々的に宣伝を展開

1929

- 銀粒仁丹®発売



1933

- 仁丹®の売上高累計1億円を突破

1936

- 「仁丹号」による全国一周宣伝飛行を実施



1956

- テレビ番組の提供を開始



1970 後半

- 台湾現地法人である「台湾仁丹」からの依頼で銀粒仁丹®の現地生産を開始

1978

- アメリカに駐在員を派遣し、知名度向上を目的に、レストランや小売店のレジ横に仁丹®を設置するテストマーケティングを開始

1989 (平成)

- 「メタルケース付仁丹」発売



1993

- タイに銀粒および「仁丹」(赤大粒)を製造販売する新会社「エイシアンジンタンラボラトリーズ」を設立

2005

- 仁丹®シリーズ発売100周年記念「仁丹パラエティークス」「オリジナルZippoケース付ギフトセット」発売



2024 (令和)

- シリーズ発売120周年に先立ち「銀粒仁丹」リブランディング&プロモーション実施



2025

- シリーズ発売120周年を記念したプロモーション実施



1 スペシャルムービー「仁丹人、あらわる」公開



森下仁丹公式YouTubeでスペシャルムービーを公開。「仁丹人、あらわる」編では、銀粒仁丹®を口に入れた途端、登場人物が謎の「仁丹人」に変身。噛んだときの「ガツン」としたキック感、なめたときの「スーッ」とした清涼感、飲み込んだときの「ファーツ」とやってくる生薬の甘みをコミカルに表現しています。



2 有名雑誌『VOGUE JAPAN』とのタイアップ記事

『VOGUE JAPAN』ウェブサイト上で銀粒仁丹®をご紹介。長年にわたるタイムレスな魅力を、上質な世界観で伝えました。製品の特徴や知られざる歴史、現代人の生活にフィットする「ごきげんのおまもり」としての使い方を、VOGUEのために撮り下ろしたスペシャルフォトとともに幅広く発信しています。

3 製造工程のこだわりと秘密に迫るブランドサイトリニューアル



ブランドサイトをリニューアル。オリジナルキャラクター「森下じん子」の街角インタビュー動画や工場レポート、銀粒仁丹®の使い方をシチュエーションごとに紹介するコンテンツを新たに追加しました。これまで以上にやすく、楽しく製品への理解を深めていただけるサイトへと生まれ変わりました。



4 銀粒仁丹®が大阪を中心に多種メディアとコラボ

雑誌『Meets Regional』とのコラボイベントでは、梅田エリアの対象店舗を訪れたお客さまに、銀粒仁丹®のサンプルをお渡ししました。ラジオ番組「FRIDAY Cruisin' Map!!」では「銀粒仁丹Feel So Good!!」と称し、「私をFeel So Good!! にしてくれるもの」をテーマに企画をオンエア。また、大阪駅周辺のサイネージにてスペシャルムービーを放映しました。

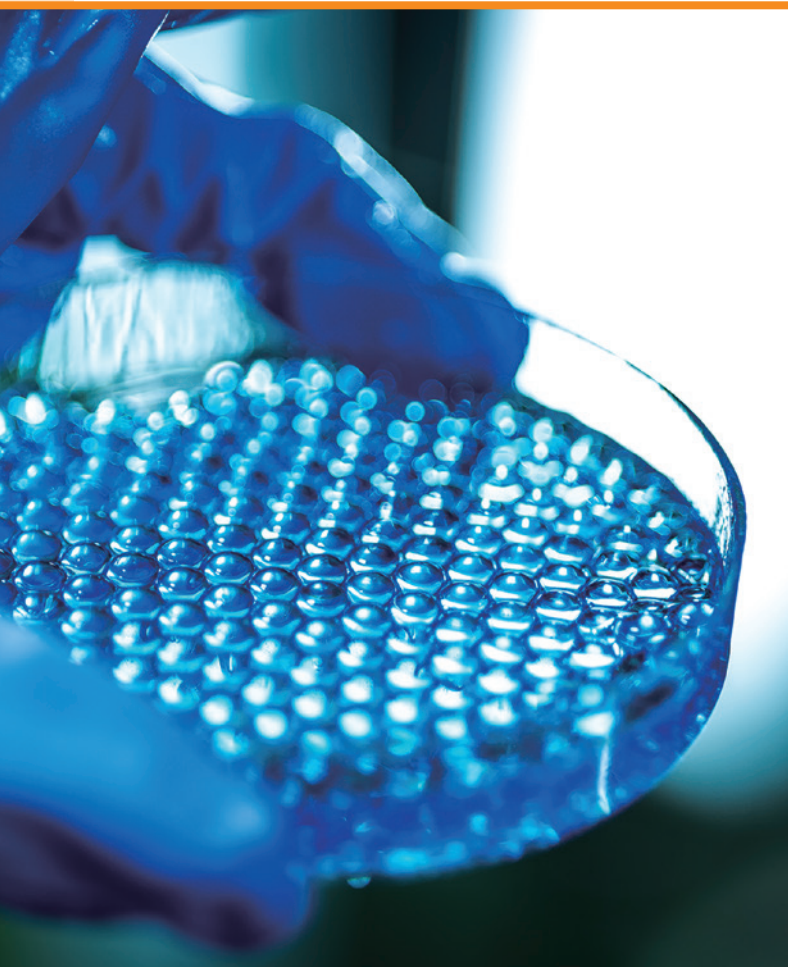
5 銀粒仁丹®の空き瓶を再利用する「空き瓶ワークショップ」を開催

銀粒仁丹®の瓶を製作する日本精工硝子株式会社さまご協力のもと、空き瓶を活用したワークショップを期間限定で開催しました。香水瓶の製造技術を使った高品質な瓶を再利用する取り組みとして、大阪市「CuteGlass Shop and Gallery」にてフレグランスオイルの量り売りや、ハーバリウムづくり体験を開催しました。



ソリューション事業

solution business



ソリューション事業の強み

- 可食・非可食で幅広く展開可能なカスタム性の高いシームレスカプセル
- 食品・サプリメントの高付加価値化を実現する機能性原料
- 高い品質を一定に保ち、安定供給できるサプライチェーンと生産体制

需要増加にも対応可能な サプライチェーンと生産体制を整備

機能性原料販売においてローズヒップエキ스가大手サプリメントメーカーに採用されたほか、シームレスカプセル受託製造では加工食品やオーラルケアなど幅広く採用されているフレーバーカプセル、ジェネリック医薬品の販売が前年同期を上回ったことで、売上高は7,971百万円（前年同期比14.8%増）と増収になりました。こうした需要の増加に対し、安定した供給を確保するため、サプライチェーン強化と設備投資に注力しています。原材料の価格高騰や気候変動、国際情勢の混乱による供給不安などのリスクについては、BCP対策を強化。また、シームレスカプセルの生産能力向上のため、2025年度の稼働を目標に、新製造ラインの整備も進めています。あわせて、製剤開発を効率化するためDXを推進。お客さまのご要望に合わせたカプセル製剤の開発をより迅速に行うため、過去の実績をデータ化し、製剤設計をサポートできるシステムの構築に取り組んでいます。森下仁丹は、単なる受注製造や原料の販売にとどまらず、課題解決のためのソリューションを提案できる存在を目指しています。今後も異業種との協業や大学との共同研究をはじめとしたオープンイノベーションを進め、知見やノウハウの蓄積だけでなく、自社製品の開発にも還元していきます。



伊藤 和夫
執行役員
事業推進本部長 兼 ソリューション事業部長

リスク

- 為替変動にともなう原材料価格の高騰
- 気候変動や情勢不安による供給不安
- 米国の関税措置による輸出面での懸念

機会

- 高付加価値製品に対する需要の増加
- コロナ禍を機に高まった人々の健康意識
- 海外の新興市場に広がる成長機会

成長の要となる重点分野

多領域へ広がるカプセルの可能性

森下仁丹のカプセル製剤技術は、さまざまな分野で幅広く活用されています。海外ではコロナ禍以降、旅行客増加に合わせて、メンソール入りカプセルを付帯した使い捨て歯ブラシの需要が急増。口をゆすぐための水を必要としないため、移動中や外出先でも口腔ケアができる利便性が評価されています。また、建築資材への応用を見据えた産業用カプセルの実用化テストも進行中です。産業分野は一朝一夕では進まない分野ですが、取り組む課題が大きいほど得られる知見やノウハウも多いため、引き続き注力していきます。



海外で成長中の「カプセル in カプセル」

北米を中心にプロバイオティクスカプセルの受託販売は増収が続いています。また、カプセルの中に別の効果を持つカプセルを内包し、二段階で物質を放出させる「カプセル in カプセル」の需要が伸長しています。このカプセルは高い製剤技術を要するために独自性が高く、競合も少ないのが特徴です。現在は、口中と胃でそれぞれフレーバーを放出させるカプセルに応用しており、タイや台湾などのアジアを中心に市場が広がっています。近年はヨーロッパでも売上を伸ばしており、今後もさらなる成長が見込まれます。



技術の独自性をさらに高める取り組み

機能性原料は、機能の独自性や品質の確保、安定供給に加え、十分なエビデンスの整備も求められます。内臓脂肪や皮下脂肪の低減機能といった、既存原料のエビデンス強化に取り組むとともに、新しい機能性を発見するべく、新素材の研究も進めています。また、シームレスカプセルにおいては、動物性成分を避けたい要望やハラールにも対応できるよう、ゼラチン以外の皮膜を検討。さらに、皮膜に新たな機能を付与することで、カプセルの応用性を向上させる取り組みも進めています。開発過程で得られた知見や技術は、積極的な知財化を目指しています。



独自の機能性原料で健康をサポート

森下仁丹では機能性原料の分野にも力を入れており、

原料の供給だけでなく機能性表示食品の届出のサポートなども行っています。

創業時より変わらず、社是に「原料の精選を生命とし、優良品の製造販売」を掲げる

森下仁丹の機能性原料についてご紹介します。



自然素材から付加価値の高い原料を開発

自然界には栄養源となるだけでなく、私たちのからだで多様な効果を発揮する素材が存在します。有益な自然素材は研究が進み、加工食品やサプリメントに加えることで製品の価値を高める「機能性原料」として多数販売されています。森下仁丹では、16種類の生薬を配合した仁丹®を起点とする、素材研究のノウハウを蓄積しています。さらに、大学との共同研究にも取り組むことで、ローズヒッ

プ、サラシアといった素材から機能性原料を開発しました。臨床試験により、各成分の効果を明らかにしたうえで高品質な原材料を厳選。機能性成分を抽出し、製品に応用しやすい形に加工しています。自社製品の開発や他社製品への利用実績から知見を得ることで、原料の改善点も常に分析。エビデンスの強化と、さらなる使いやすさを求めた機能性原料の開発を目指しています。

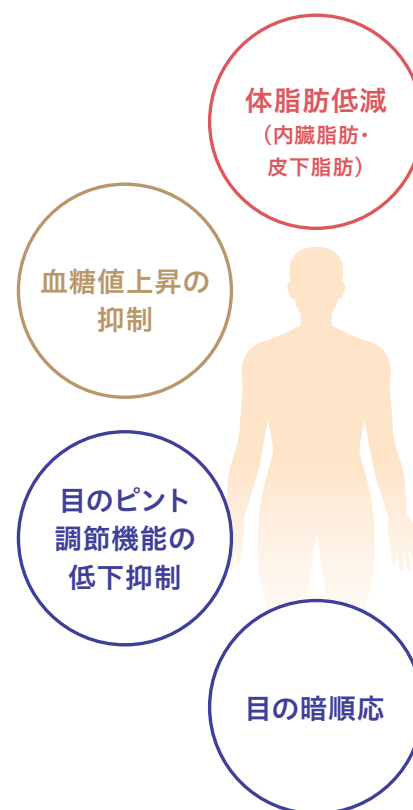
3つの機能性原料が現代人の悩みに貢献

時代の変化にともない、食生活の変化や運動不足、目の不調など現代特有の悩みが増えるなか、健康意識の向上によって機能性表示食品へのニーズが高まっています。森下仁丹が扱う機能性原料も、こうした製品に活用され、健康課題に貢献しています。

「ローズヒップポリフェノールMJ」に含まれるティリロサイドには、体脂肪を低減する機能があります。苦味や渋みが少なく食品の味にほとんど干渉せず、見た目にも影響を与えにくいため、幅広い食品や飲料、調味料などに応用されています。

「サラシアエキスMJ」に含まれるサラシノールは、糖の吸収を抑えることで食後血糖値の上昇をゆるやかにする機能があります。やや苦味があるためチョコレートやコーヒー飲料、サプリメントなどへ利用されています。

「カシスエキスMJ」は特有のアントシアニンを含み、目のピント調節機能の維持や暗順応を助ける機能があります。単回摂取で効果が期待できる手軽さも特長です。デジタル化が進む現代、需要が高まるイケア製品に適した原料です。



機能性原料の販売における森下仁丹の強み

高品質な製品を安定して届ける仕組み

顧客企業の製品販売を支えるため、原料の安定供給に注力しています。収穫した原材料に機能性成分が十分に含まれているかの検証に加え、サプライヤーが適切な製造管理を行っているか現地で視察。提供する原料の品質管理を徹底しています。



機能性表示食品の届出業務を総合的にサポート

機能性表示食品の届出には煩雑な手続きがともないます。森下仁丹では、自社での機能性表示食品の開発・販売の経験から、届出業務を総合的にサポート。豊富なノウハウを活かし、顧客企業の製品の差別化を後押しします。



※ 機能性表示食品制度は、森下仁丹が声をかけ、主要な健康食品メーカーとともに規制改革会議に提案。それを受けて、消費者が商品を選びやすくするためにサプリメントに機能性を表示する、新しい制度づくりを消費者庁が進めました。

機能性原料で “おいしい”と“健康”を両立



キユーピーさまの製品に、森下仁丹の「ローズヒップポリフェノールMJ」を配合。
機能性原料の活用によって生まれる、新しい“食”の価値と可能性について、
お客さまと密に関わる営業担当と原料開発に貢献した研究担当に話を聞きました。

マヨネーズと 内臓脂肪低減機能の新タッグ

長友 現在「キユーピー フィット」でご活用いただいている「ローズヒップポリフェノールMJ」につながる研究は、2003年頃に始まりました。当時から森下仁丹は、糖の吸収を抑えるサラシアや、油の吸収を抑えるローズマリーなど、生活習慣病、特に肥満の予防を目的とした素材を研究していました。ただ、それらはあくまで新たな脂肪蓄積を抑制するにとどまり、すでに蓄積している脂肪を減らすことはできません。そこで私たちは、脂肪燃焼に効果がある、新たな素材の探索に踏み出しました。

足立 内臓脂肪を減らしたいというニーズは、年々高まっていますよね。キユーピーさまも、内臓脂肪を減らす効果のあるローズヒップエキスと、マヨネーズの組み合わせに

可能性を感じたとおっしゃっていました。数ある素材のなかから、どのような経緯でローズヒップにたどり着いたのですか？

長友 自然由来でからだにやさしく、万人受けする素材が望ましいと考え、西洋ハーブを中心にスクリーニング試験を実施。試行錯誤を重ねるなかで、脂肪燃焼効果が期待できる成分がローズヒップに含まれることを突き止めました。

足立 マヨネーズは白いため、配合する原料の色が見た目に大きく影響します。その点、「ローズヒップポリフェノールMJ」は水に溶かすとほとんど透明で、苦み・渋みも少な

現在
発売中

キユーピー フィット

BMIが高めの方向けのマヨネーズタイプ調味料。
内臓脂肪を減らす機能が報告されているローズ
ヒップ由来ティリロサイドを配合している。



足立 拓馬
ソリューション事業部
国内事業グループ

長友 暁史
基礎研究部
研究グループリーダー

いことからマヨネーズとの相性もよく、見た目やおいしさを保つことができました。キユーピーさまからは「この原料に出会えて良かった」とのお言葉もいただいています。こうした特長を実現するうえで、苦労もあったのでは？

長友 原料開発当初は、サプリメントへの活用をイメージしていたので、エキスの味や香りはあまり意識していませんでした。しかし、食品関係での需要が高まるなか、味や香りに加え、液体への溶けやすさなど「加工時の扱いやすさ」も機能性原料開発において重要だと実感しました。その点、内臓脂肪低減作用が認められたティリロサイドは、ローズヒップ種子に含まれる成分であるため、果皮由来の色や味の影響が小さかったのが幸運でした。ですが、水に溶けやすく、かつ扱いやすい現在のエキスが完成するまでには、何度も試作をくり返すなど大変苦労しました。

一歩先をいくオモロい原料を追求

足立 「キユーピー フィット」の発売後もキユーピーさまとは年に数回、情報交換を兼ねた定期的なコミュニケーションの機会を設けています。森下仁丹が持つほかの原料、技術にも関心を寄せていただいております。サラシアやカシスなどの機能性原料や、シームレスカプセル製剤技術に関する勉強会も開催しました。

長友 MJ滋賀の仲間入りにより、錠剤製剤技術という新しい強みも加わったことで、当社の技術を活かして時代の一歩先をいくような、付加価値の高い製品づくりをお手伝いしたいと考えています。

足立 目先の課題への対応だけでは、変化のスピードが速い時代に取り残されてしまいます。だからこそ、未来を見据えた提案をする姿勢は、常に大切にしたいですね。機能性表示食品制度も年々進化しているため、既存の論文に加えて、新たなヒト試験も実施し、論文数を増やすことで、科学的根拠をさらに強化していきたいと思っています。

長友 そうですね。引き続きエビデンスの強化に努めるとともに、年々高まる多機能原料に対する期待に応えられるよう、既存原料の検証に注力していきます。そして何より「他社でもできること」じゃなくて、「自分たちだからこそ実現できるオモロいこと」を追求していきます。

森下仁丹の素材研究は仁丹®️を起点に始まりました。仁丹®️の中には、世間であまり使われておらず、当社以外では、ほとんど使われていない素材がいくつか含まれています。

これらの素材から新たな効果が見つかれば、ポストローズヒップと呼べる、森下仁丹にしかない強みになるはず。これからオモロいを大切に、素材と向き合っていきます。

足立 今後も、研究開発と営業が一体となって市場価値の高い素材を生み出していける関係性を築いていきたいと考えています。相互理解と情報共有のサイクルを強化することで、よりスピーディかつ確かな製品提案を可能にします。私も若手の立場から、部門間の橋渡し役を担い「現場の声が研究に活かされる」仕組みづくりに貢献していきたいです。

長友 どれほど優れた原料でも、ニーズがなければ採用には至りません。だからこそ、営業の方々が一線で受け取る市場の声は、私たちにとって大きなヒントになります。連携をさらに強化し、お客さまが本当に必要とする価値を提供していきます。

kewpie



「日本人の健康に貢献したい」という志のもと、1919年に創業された。マヨネーズやドレッシングなどの調味料をはじめとした、多岐にわたる食品事業を展開。「おいしさ・やさしさ・ユニークさ」を大切に、世界の食と健康に貢献している。

キユーピー (株)
ご担当者さま より



二階堂 哲生 さま
販売戦略本部 家庭用販売戦略部
流通チームリーダー

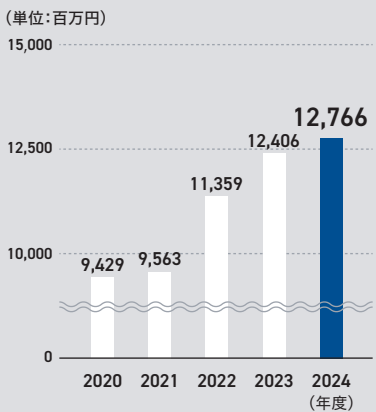
健康的で満足感のある 食生活を実現する一品

毎日の食生活に取り入れやすい調味料で、内臓脂肪を減らしたい。そんな想いから「キユーピー フィット」の開発は始まりました。キユーピー独自の製法により製品自体の油分を抑えつつ、ローズヒップ由来の機能性成分を配合。マヨネーズ本来のコクと口どけ、おいしさを保ちつつ健康に配慮した製品に仕上げました。お客さまからも「おいしい」「長年愛用している」とうれいのお声をいただいています。今後も両社の強みを活かし、健康とおいしさを両立した商品をお届けします。

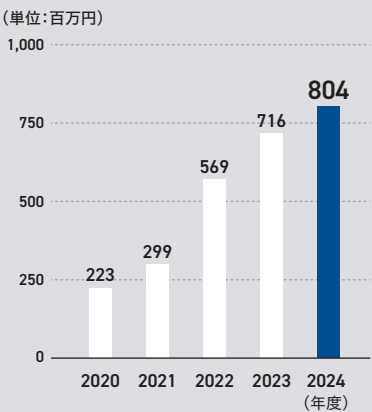
財務・非財務ハイライト

財務ハイライト

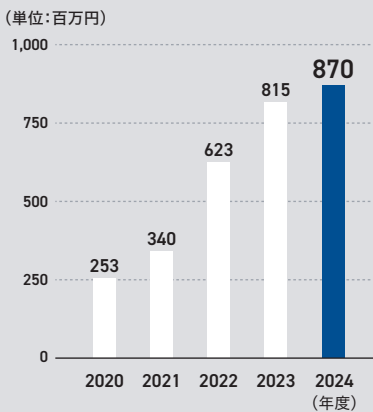
売上高



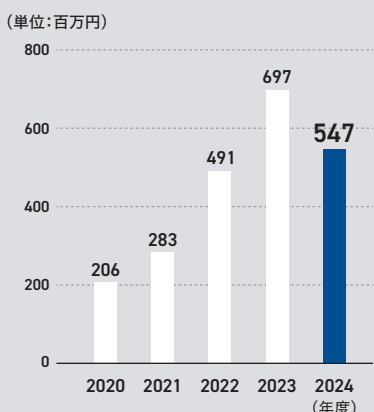
営業利益



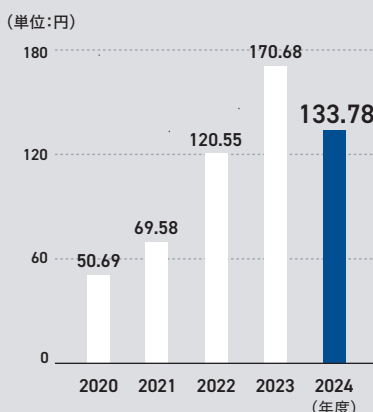
経常利益



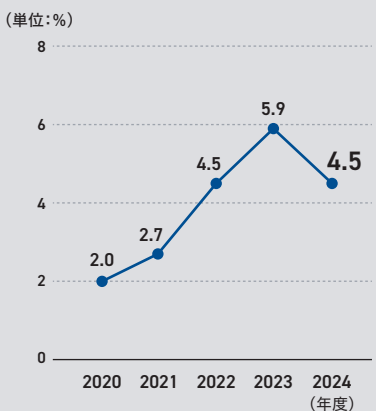
親会社株主に帰属する当期純利益



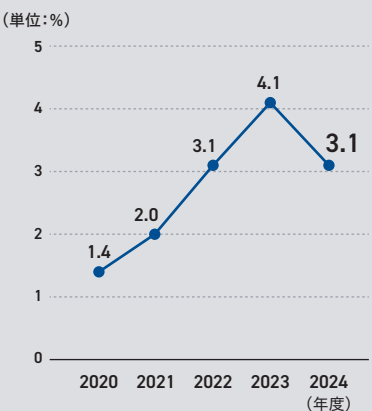
1株当たり当期純利益



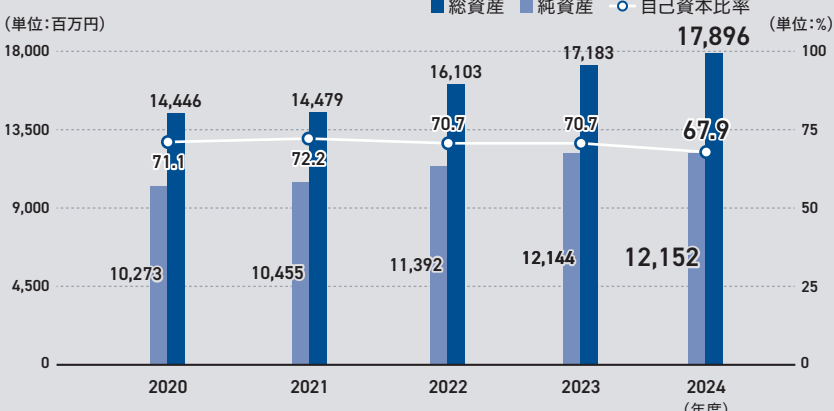
自己資本利益率 (ROE)



総資産利益率 (ROA)



総資産・純資産／自己資本比率

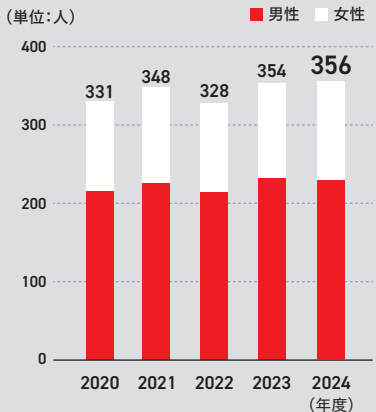


1株当たり配当金

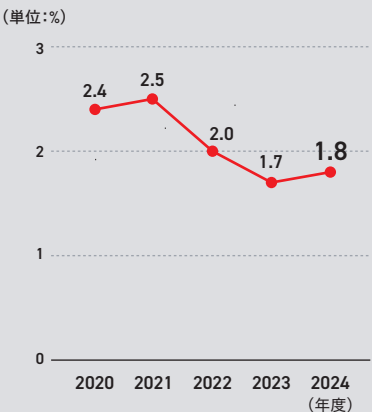


非財務ハイライト

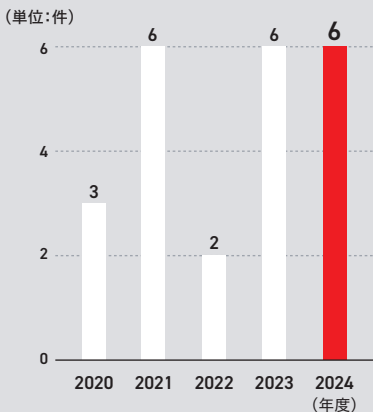
男女別従業員人数 (連結)



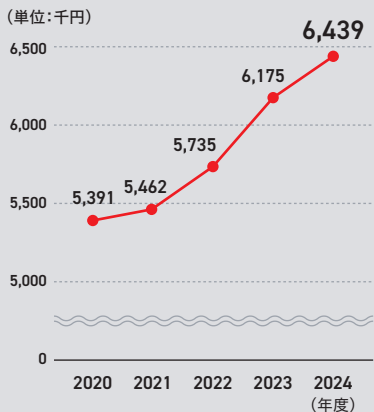
障がい者雇用率



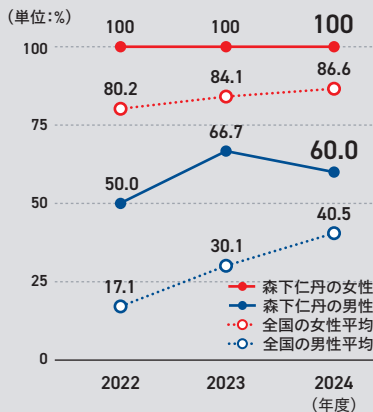
特許出願件数 (国内)



平均年収



育児休業取得率



出所:
厚生労働省『令和6年度雇用均等基本調査』より作成

森下仁丹のサステナビリティ

SUSTAINA SECTION

51 健やかさ・豊かさへの貢献

53 「短鎖脂肪酸」のチカラを
社会へ、未来へ
(腸内細菌研究の第一人者×森下仁丹)

55 従業員の健やかさへの支援

57 森下“仁財”の活躍推進

59 安心・安全な製品の供給

61 地球環境への配慮

63 経営基盤の強化

63 コーポレート・ガバナンス

65 役員一覧

68 社外取締役インタビュー

69 コンプライアンス/リスクマネジメント





MATERIALITY①

健やかさ・豊かさへの貢献



河野 麻美子
研究開発本部 基礎研究部長

培ってきた技術と知識を世の中へ広める

仁丹®にはじまる球体技術は、有効成分や生きた菌を適切な場所へ届けるためのカプセル製剤技術へと発展を遂げました。さらに、MJ滋養の錠剤製剤技術が加わったことで、当社が提示できる課題解決の幅が広がっています。今後は、知的財産戦略による「技術優位性を確保」をより意識した開発を進めていきます。素材研究では、既存原料のエビデンス拡充や新たな機能性の発見、健康社会に役立つ新

規素材の開発を進めています。また、腸内環境を整えることの重要性や栄養に関する情報を、さまざまな機会を利用して広くお伝えすることで、予防とセルフメディケーションの支援・浸透にも取り組んでいます。「病気を治すのではなく、かからないようにする」という創業当初からの姿勢を貫きながら、確かな機能性を明らかにする研究と、学会やセミナーを通して知識を伝える活動を継続していきます。

森下仁丹の研究報告

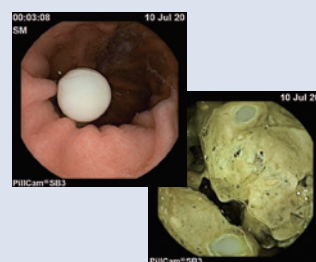
ローズヒップエキ스가持つ疾病の予防作用を追求

独自原料「ローズヒップエキス」に含まれるティリロサイドには、腹部脂肪の減少効果が確認されており、近畿大学の森川敏生教授との共同研究では、そのメカニズムや新たな機能性の検証を進めています。2023年に発表した、ティリロサイドによる脂質異常症の予防可能性について、さらに詳細な研究を第24回日本抗加齢医学会総会にてポスター発表しました。



カプセル内視鏡を用いた検証で製品機能向上に貢献

第18回日本カプセル内視鏡学会学術集会にて、大腸送達カプセルの崩壊挙動を確認する際にカプセル内視鏡が有効であることを発表しました。実験では、2種類のシームレスカプセルの崩壊挙動の違いを捉えることに成功。カプセル内視鏡は被験者に負担が少ない製剤性確認方法として活用でき、製品機能の向上が期待できます。



海外で初の小児科医向けランチョンセミナー※を実施

現地代理店協力のもと、フィリピンの小児科医学会 (PPS) にてランチョンセミナーを開催しました。腸内環境やビタミンDの重要性は世界共通だと考え、腸内フローラを整えることの大切さや、ビタミンDを液体で手軽に補給できる森下仁丹の製品を紹介。海外でのランチョンセミナー・講演は初の試みでしたが、高い評価をいただいています。
※昼食時に開かれるセミナーのこと。参加者は昼食をとりながら、最新の研究情報や技術動向を知ることができます。



●「薬育」を通して子どもたちの健康意識を高める

森下仁丹は「社会福祉法人 大阪児童福祉事業協会 アフターケア事業部」の活動趣旨に賛同し、児童福祉施設を卒園する子どもたちのセルフメディケーションを支援するため、「薬育」活動を行っています。薬剤師免許を保有する従業員と若手従業員が中心となり、薬に関する基礎知識の提供や正しい服用方法、症状を正確に伝えるためのロールプレイングなど、体験型演習を交えたプログラムを展開。活動は2013年から続けており、2024年3月にはこども家庭庁支援局長と大阪府知事から感謝状を授与されています。



●要介護者の快適な日常生活を支援

排便を通じた人々の健康と福祉の向上を目指す「一般社団法人日本うんこ文化学会」。同会が開催する、介護現場における排便ケアのプロフェッショナル「POO（プー）マスター」養成研修会に、2024年度より協賛しています。大阪で行われた研修では森下仁丹の会議室を提供し、医師・看護師など32名が参加。当社従業員も講師を務め、短鎖脂肪酸や腸内フローラの大切さを伝えました。今後も排便ケアに関わる医療従事者との関係構築、および介護現場での生活動作の向上に取り組めます。



●社外と連携して短鎖脂肪酸の普及を推進

2024年に設立された「一般社団法人 短鎖脂肪酸普及協会」の活動に賛同し、協会の一員として参画しています。森下仁丹では、人々の健康増進のため短鎖脂肪酸の重要性を認識し、大腸まで届けるカプセル製剤技術の開発を行ってきました。短鎖脂肪酸は、心身に多様な健康効果をもたらす物質であり、世の中に認知を広げていくことが大切だと考えています。当社は会員企業と連携し、協会での事業を推進することで短鎖脂肪酸の認知・理解を促すとともに、一人でも多くのおなかの健康に寄与できるよう努めていきます。



河田 祐樹
基礎研究部 研究グループ
腸内環境研究チーム

Special Guest

内藤 裕二
京都府立医科大学大学院医学研究科
生体免疫栄養学講座 教授
1983年に京都府立医科大学を卒業。2021年より現職。消化器専門医として、消化器病や内視鏡、生活習慣病、健康長寿や腸内フローラ、短鎖脂肪酸の研究を行う。

腸内細菌研究の第一人者×森下仁丹

「短鎖脂肪酸」のチカラを 社会へ、未来へ

短鎖脂肪酸は、からだの健康だけでなく、こころの健康にも役立つ注目の「スーパー物質」です。

森下仁丹は10年以上にわたり短鎖脂肪酸の可能性に着目し、研究に取り組んできました。本対談では、短鎖脂肪酸普及協会の学術アドバイザーを務める内藤先生を迎え、その有用性や今後の展望を探ります。

「予防医学」を革新する注目成分

河田 森下仁丹は長年にわたり、腸内環境に関する研究を進めてきました。なかでも、腸内細菌が食物繊維やオリゴ糖を分解する際に産生する「短鎖脂肪酸」は、以前より注目していた成分の一つです。短鎖脂肪酸とはどのようなものか、腸内細菌研究の第一人者である内藤先生に、改めてお話を伺えればと思います。

内藤 代表的な短鎖脂肪酸は、酢酸・プロピオン酸・酪酸の3つです。免疫機能の増強、脂肪燃焼の促進や食欲を抑えることで肥満を抑制したり、腸管バリア機能の向上や便秘改善に寄与するなど、さまざまな機能を発揮することがわかってきました。最近注目を集めている「腸脳相関」という言葉が示すように、腸は脳やメンタルの状態とも深く関わっています。短鎖脂肪酸は、その腸の機能を調整する重要な役割も担っており、全身の健康維持に貢献しているのです。

河田 短鎖脂肪酸は、病を未然に防ぎ、健康状態を維持する「予防医学」でも重要な役割を果たしますよね。

森下仁丹も創業以来、この考えをベースに研究を続けてきました。短鎖脂肪酸の研究は、予防医学の実現に直結するテーマだと感じています。

内藤 日本は欧米と比べ、予防医学の浸透が遅れています。私自身、医者として40年以上診察を続けるなかで、がん患者が一向に減らない現実を何度も目の当たりにしてきました。「10年以上前から生活習慣を変えていれば、この人は病気にならなかったかもしれない」というもどかしさを解消するカギが、腸内細菌や、その代謝物である短鎖脂肪酸に隠されているはずです。

より健康により幸せに長生きする

河田 先生が短鎖脂肪酸に注目された背景には、京丹後地域での長寿の秘訣を探る研究があったと伺っています。

内藤 京丹後は全国でも有数の長寿地域で、100歳を超える方が全国平均の3倍もおられます。その理由を探っていくと、昔ながらの食生活が見えてきました。野菜や

根菜、大豆といった食物繊維の豊富な食事が酪酸産生菌を増やし、それが長寿につながっていると考えています。

河田 現代の食生活は欧米化が進み、食物繊維の摂取量は全体的に減少していますよね。

内藤 人間の食行動を変えるのは非常に難しいのです。だからこそ、活性成分や重要な菌を見つけて、一般の方が摂取しやすいかたちで提供してもらわないといけない。その点は、森下仁丹さんに期待しています。

河田 ありがとうございます。私たちは現在、ビフィズス菌も産生する酢酸に注目し、研究を進めています。酢酸をはじめとした短鎖脂肪酸は、直接口から摂取しても、胃や小腸の入り口で吸収されてしまい、期待されるような有益な効果を得ることができないという課題がありました。そこで「短鎖脂肪酸を大腸まで届ける」ことにこだわり、研究を進めています。

内藤 酢酸は面白いですよ。実は、酪酸産生菌が酪酸をつくるためには酢酸が重要なんです。ほかにも線虫に与えると長生きするし、あとは植物を元気にする効果も確認されています。人間だけでなく、地球全体の健康に寄与しているとも言えるわけです。

河田 いろいろ可能性を秘めた成分ということですね。「オモロい技術」を実現するために、酢酸の可能性についても、積極的に追究していきたいと考えています。

内藤 それと京丹後の方々、加齢にともなう心身の衰え、いわゆる「フレイル」に該当する人も少ないんですよ。日本は平均寿命や健康寿命こそ世界トップクラスですが、人生の充実度を示す「持続的幸福度」は最下位というデータもあります。これからはただ長生きするだけでなく、健康的に、かつ幸せに生きられる状態をどう維持するかが重要だと思います。

河田 私たちも「健康と豊かさ」は両軸で考えるべき課題だと捉えています。製品開発の際も、引き続きその視点を大切にします。



短鎖脂肪酸をもっと身近に

内藤 京丹後地域の研究で、短鎖脂肪酸と腸内細菌が連携し、効率的に働くのを助ける、優秀な遺伝子を持つ菌の存在が明らかになりました。しかし、加工食品の普及により消化や吸収が容易な栄養素が増えたため、分解能力を有する菌が減少。腸内フローラの多様性が損なわれた結果、特に都市部において菌が持つ優秀な遺伝子が失われつつあります。今の世代での解決は難しいですが、未来を生きる子どもたちのため、この遺伝子を取り戻す方法を模索したいと考えています。

河田 非常に興味深いです。未来を生きる世代の健康へつながる、まさに革新的な取り組みですね。



内藤 あとは、健康や長寿を考えるうえで、食事や運動と同じくらい大事なのが人とのつながりなんです。昔の関西には、ポケットに仁丹®を持ち歩いて、気軽に人に配って会話が生まれる光景がありました。もし短鎖脂肪酸入りの仁丹が開発されて、健康を支えるだけでなく、人と人をつなぐ小さなきっかけになるとしたら、それはすごく「オモロい」未来だと思います。期待していますよ。

河田 頑張ります。腸活という言葉が広がりつつある一方、短鎖脂肪酸という言葉はまだ十分に知られていません。その魅力を社会に伝え、価値を浸透させるには、企業や研究機関と連携した啓発活動が不可欠だと考えています。そのために森下仁丹も、ガットフレイル研究会や短鎖脂肪酸普及協会といった活動に参画しています。今後は、さらなる科学的エビデンスを拡充していくことに加え、新たな健康機能の発見や作用メカニズムの解明を通じて、短鎖脂肪酸の価値をお客さまに伝えていきます。短鎖脂肪酸を単なる「成分」としてではなく、「健康の基盤を支える存在」として社会にしっかり根づかせていけるよう、活動続けていきます。

従業員の健やかさへの支援

森下仁丹では、従業員およびその家族の健康維持を重要な経営課題と捉え、健康増進・疾病予防に取り組むことを宣言しています。重要施策の一つとして、管理職と新入社員への健康教育に注力しています。管理職は、組織の目標達成に向けて部下を率いることはもちろん、部下の健康への配慮も求められるため、2023年度より産業医を講師に迎えた研修を実施。「基礎編」「メンタルヘルス編」「メンタルヘルス 応用編」の3部構成で展開しています。2025年度以降は、法改正や最新事例についての研修を継続し、情報のアップデートと意識向上を図ります。新入社員研修では栄養研修のほか、京都市内をウォーキングしながら社史を学ぶ「仁丹町名看板ツアー」といったユニークな研修も実施しています。従業員が身体的だけでなく精神的な豊かさも得られるよう、文化的なアプローチや地域との交流などの要素も健康経営の新たな指標に加えています。健康づくりを通して、従業員が働きがい、ひいては生きがいを持って仕事に取り組むことを支援し、企業全体の成長を目指します。

●目標達成を目指して活動を継続

KPIと対応策

KPI		2016 年度実績	2024 年度実績	2025 年度目標	対応策
肥満率 BMI≧25	男性 従業員	31.2%	32.1%	23.0%	●若年層(40歳未満)への栄養カウンセリングの実施(2020年度～) ●改善、また服薬への移行後の継続的な支援体制の実施(2021年度～) ●新入社員への栄養教育の実施(2021年度～) ●健康フェア(健康測定会)を事業所単位で実施(2022年度～) ●健康診断フォローアップ・総合リスク判定の提示(2024年度～)
	女性 従業員	18.3%	13.3%	15.0%	
喫煙率	男性 従業員	36.7%	24.7%	25.0%	●屋内全社禁煙、屋外喫煙スペース利用時間短縮の実施(2020年度～) ●禁煙サポートプログラムの実施(2020年度～) ●禁煙の手引き(e-ラーニング)・禁煙グッズの支給(2024年度～) ●屋外全面禁煙の検討(2028年度～)
	女性 従業員	9.5%	4.2%	3.0%	
身体活動	男性 従業員	42.1%	45.7%	50.0%	●ウォーキングの習慣化＝ウォーキングラリー・イベントの再構築(2022年度～)
	女性 従業員	33.3%	37.1%	45.0%	

森下仁丹では、健康課題に対するKPIを設定しています。女性の肥満率は2024年度実績で13.3%と、2025年の目標をすでにクリアしています。一方、男性の肥満率は2024年度に32.1%と悪化。事業所別肥満率は、本社勤務がほかの事業所より高いという結果となったため、新たな施策の必要性も視野に入れて検討していきます。また、さまざまな健康課題の解決に向け、事業所単位で行う「健康フェア」にも力を注いでいます。4回目となる2024年度は、健康運動指導士による歩行年齢測定会や、薬膳を通じた健康づくりなどが行われました。「健康フェア」は今後も継続と拡大を図っていきます。

●充実した職場環境のため全社課題に取り組む

2023年度に続き2024年度も、従業員が働きがいを持って仕事をしているか、心身に不調を抱えながら仕事をしていないか、現状を正確に捉えるための調査を実施しました。従業員のモチベーションやエンゲージメントを高めていくためには、企業理念に共感し、経営方針を理解したうえで自分事化できることが理想です。そのために必要な取り組みやKPIの設定について議論を重ね、進めていくにあたり大切なポイントや課題、施策の方向性について合意形成がなされました。2025年度から順次、具体的な施策を実践していく予定です。



※画像はイメージです。

●幅広い年代に向けた健康教育やイベントを実施

2021年度より導入した新入社員向けの栄養研修は、2024年度に内容を拡充。食品の安全な取り扱いについて学びながら自炊を身に付けられるプログラムを追加しました。また、30～55歳の5歳ごと(節目年齢)の産業医面談などの取り組みが評価され、経済産業省が推奨する制度「健康経営優良法人」に7年連続で認定されました。さらに、2024年度には主に40歳未満の特定保健指導対象者に、健康リスクの可視化と保健師によるカウンセリングの機会を新たに設けており、早期の行動変容につなげたいと考えています。



📌 イベントを通し、楽しみながら進める健康づくり

毎年恒例の「ウォーキングラリー」は「イベントから習慣へ」をモットーに、徐々に期間を延長。16年目を迎えた2024年度は、初めて半年間にわたって開催しました。「ウォーキングラリー」への参加促進と活性化のために実施している関連イベント「杉・五兵衛 里山ウォーキング&食育ツアー」では、自然豊かな里山でウォーキングをしたり、有機循環農法で育てた野菜の収穫を行ったりするなどの自然体験を楽しみました。今後もイベントの開催を通して、従業員に寄り添う伴走型の健康経営を推進していきます。



中井 真由美
森下仁丹健康保険組合





MATERIALITY②

森下 “仁財” の活躍推進



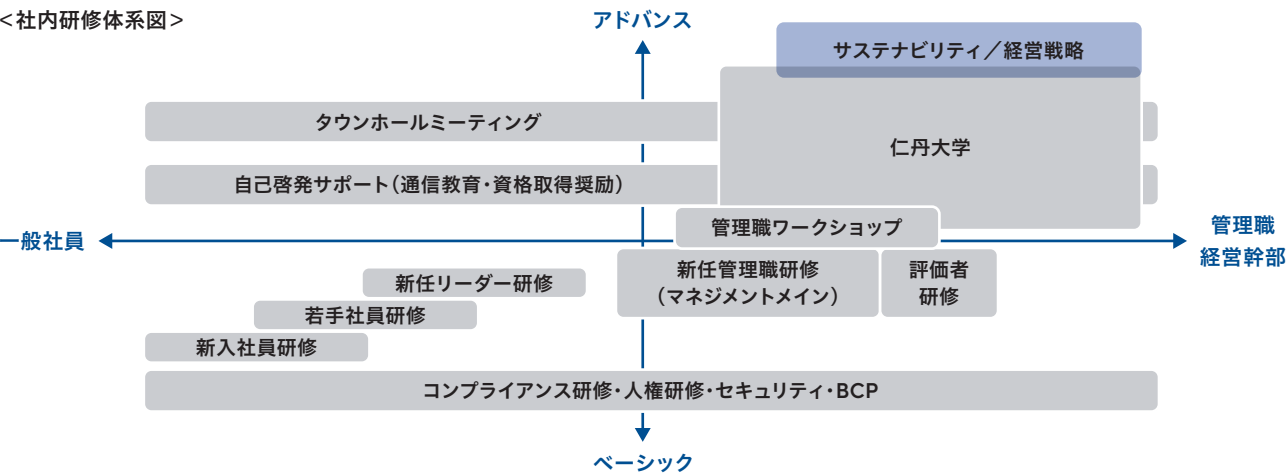
地主 紀之
執行役員 経営企画室長 兼 人事部長

一人ひとりがさらに躍進できる人事制度改革を推進

森下仁丹は、事業課題の解決に向けた基盤として、従業員のスキルアップと、モチベーションおよびエンゲージメントの向上が重要であると認識しています。こうした考えに基づき、2023年度にワーク・エンゲージメント調査、2024年度に従業員エンゲージメント調査を実施。調査の結果に基づきキャリアに応じた施策を実施す

ることで、年代やライフステージに合わせて従業員が主体性を持てる仕組みを構築しています。2025年度は、多様な人財が活躍できるように従業員のチャレンジ精神を大切に、適切に評価できる人事制度を検討しています。今後も、自律・自走できる人財を育てるために、一人ひとりの「ありたい姿」を実現する支援を推進します。

<社内研修体系図>



人財育成

●きめ細かな研修制度で従業員の成長を支援

近年はリーダーシップ育成に重点を置き、「360度調査」「管理者研修」を実施しています。あわせて2024年度には、次世代リーダーの育成を目的とした「仁丹大学」の第2期を開講しました。そのほか、必要とされる役割に応じた階層別研修やeラーニングによるリスキリング・自己啓発の機会を設けています。新卒・中途入社者へのフォローアップ面談も充実。人財活躍推進を重要課題の一つとして、今後は昇給・昇格基準の明確化を図り、従業員のモチベーション向上とさらなる実力の発揮を後押しします。

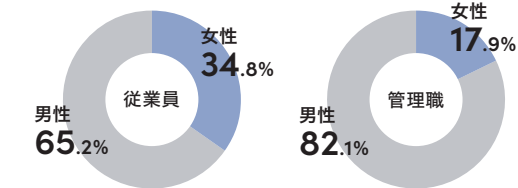


人財活躍

●多様な人財が能力を発揮できる職場環境へ

「家族主義」のもと、早くから女性を雇用してきた森下仁丹。1984年には13名の女性社員が立ち上げた製品開発チーム「ウーマンラボ」が活動を開始し、デオドライザーシリーズを生み出しました。現在も、年齢・性別に関係なく多様な人財が活躍できる取り組みを進めており、女性従業員比率は34.8%、女性管理職比率は17.9%、男女の賃金差異は86.4%です。若手従業員に対しては、部門横断的なコミュニケーションの活性化を目的としたプログラムを導入。前向きに努力できる人財や、仲間のチャレンジを応援できる人財の育成と、組織全体における連携強化を目指します。シニア層に対しては、リスキリング支援を通じた活躍機会の創出に取り組んでいきます。加えて、キャリア支援研修やカウンセリング制度を導入し、安心して長く働ける環境を整備。これらの制度は、今後も従業員エンゲージメント調査を通じて検証と改善を継続していきます。

■男女構成比(従業員・管理職) 2024年度(単体)



■労働者の男女の賃金の差異※ 2024年度(単体)

全労働者	うち正規雇用労働者	うちパート・有期労働者
86.4%	86.5%	88.4%

※「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律(平成27年法律第64号)」の規定に基づき算出したもの

■従業員の状況 2025年3月31日現在(単体)

平均年齢
41.9歳

●ライフスタイルに合わせて安心して働ける体制を整備

森下仁丹では、育休復帰後の時間外労働制限、短時間勤務、子の看護休暇について、制度をより利用しやすくするため、独自の期間を設定しています。2025年度より、これを「小学校4年生の始期に達するまで」から「中学校就学の始期に達するまで」に延長しました。さらに、2025年度下期からは、フルタイム勤務における始業時刻の拡充も行っています。女性の産休・育休取得率と復職率は12年連続で100%を達成しており、男性の育休取得率は60%以上を継続しています。また、在宅勤務制度に関する従業員アンケートや在宅勤務トライアルを実施。その結果をもとに、生産性向上を目的として週1回在宅勤務を活用できる制度を2025年度より新たに開始しています。これらの取り組みにより、ワークライフバランスの充実を図り、今後も従業員がそれぞれのライフスタイルに合わせて働きやすくなるよう、勤務体制を整えていきます。

■独自制度

育児	中学校入学まで利用可能
時短勤務	最短で実労働6時間の勤務が可能(法定では小学校入学前まで)
始業時刻	フルタイム勤務の場合、始業時刻を8時~10時の間に設定された7パターン内で選択可能(法定では小学校入学前まで)
子の看護等休暇	子ひとりにつき年間5日、最大10日の有給休暇を取得できる(法定では小学校3年生まで・無給も可)
介護	
介護休暇	対象者ひとりにつき年間5日、最大10日の有給休暇を取得できる(法定では無給も可)
有給休暇	
有給休暇	入社3ヶ月後に初回付与(法定では6ヶ月後)
失効年休制度	過去の失効した有給休暇を積み立て、長期療養・介護等に活用できる
その他	
在宅勤務	生産性向上を目的として、週1回利用可能



MATERIALITY③

安心・安全な製品の供給



近藤 昌代
信頼性保証部長

信頼されるモノづくりに欠かせない仕組みづくり

品質保証に対する社会要請の高まりを受け、安心・安全な製品を安定的に供給する責任を強く感じています。そこで、製品開発・製造・販売を通したすべての工程で、信頼性保証部が牽制機能としての役割を果たすべく、各関連法令やガイドラインなどに沿って確認作業を行っています。品質保証に関わる技術や法令には、専門用

語も多く含まれます。従業員の所属や勤務年数などにより、理解度が異なるなかで、発生した製品トラブルに迅速かつ適切に対応するためには「伝えたではなく、伝わる」言葉遣いや説明が欠かせません。常に高い品質を確保できるよう、今後も適切な判断を下すための「仕組み」づくりに全社一丸となって取り組んでいきます。

森下仁丹を支える5拠点

2025年3月31日時点

生産拠点	大阪テクノセンター(大阪工場)	MJ滋賀(子会社)
滋賀工場 シームレスカプセル・医薬品等の製造	素材研究(機能・効果)／ 製品開発／包装充填／ 銀粒仁丹®の製造	医薬品・健康食品等の製造
		
- NSF認証※1 - ハラル認証※2 - ISO 14001:2015認証※5	- 健康食品GMP認証※3 - 大阪版食の安全安心認証※4 - ハラル認証※2	- 健康食品GMP認証※3 - ISO 14001:2015認証※5
<small>※1 米国CGMP Dietary Supplements 21CFR Part 111,などの認証 ※2 プロバイオティクスを内包する継ぎ目のないカプセル「シームレスカプセル」を対象に取得した、特定非営利活動法人日本アジアハラル協会の認証 ※3 公益財団法人日本健康・栄養食品協会が認定するGMP ※4 公益社団法人大阪食品衛生協会 ※5 EMS 60647 / ISO 14001:2015認証</small>		

管理拠点
本社 マーケティング/企画/ 営業・事務/生産管理

東京オフィス 営業・事務


●GMP管理体制のさらなる強化

近年、サプリメントや機能性表示食品に関しても、原材料の受け入れから最終製品化までの全工程に対し、記録や明文化などの管理を行うという、医薬品と同等の製造管理および品質管理が求められています。そのようななかで、滋賀工場においては海外への出荷を意識しNSF認証を取得。国内基準に加え、米国CGMP基準にてカプセルの製造と品質管理を実施しています。また2025年1月には、大阪工場に続きMJ滋賀も健康食品GMP認証を取得。3工場ともに、GMPに基づいた製造を継続しています。



●原材料の責任ある調達に向けて

森下仁丹は社として「原料の精選を生命とし、優良品の製造販売」を掲げてきました。気候や社会情勢の変化が激しい現代でも、安心・安全な原材料を安定して確保できるよう、現地へ足を運び情報を収集しているほか、自社製品の加工委託先や原材料の加工所の視察も実施しています。また、不適合な原料は徹底的に改善、品質の良化に努めています。今後も、取引先との対等なパートナーシップを構築し、世界中のネットワークを強固にすることで、安定した調達ルートを確保していきます。



●生産管理のデジタル化による業務改善

業務の効率化、作業負担の軽減を目的に、装置の自動化や目視検査工程の自動化を推進。熟練技術者のスキルをデータ化することで、個人の能力差を補い、誰もが安定して高い品質を維持できる体制を整えていきます。また、工場内にカメラを設置し、作業プロセスを可視化する計画も進行中です。作業の正当性や逸脱の有無を客観的に証明する手段として、品質管理や安全対策の強化に役立てていきます。



※画像はイメージです。

●品質と安全を支える人財の育成

森下仁丹は、品質および安全を永遠の課題と捉えています。そして、これらを支えるのは人だからこそ、従業員のコンプライアンス意識の向上やスキルアップ、次世代教育に力を入れています。その一環として、全社では法令遵守や薬害についての教育を実施。各製造拠点でもGMPや労働安全を中心とした集合教育を行っています。これからも品質と安全を第一に考え、薬学や化学、製品や法律に対する理解、マネジメント力など、さまざまな知識・経験を持った人財が互いに助け合い「安心・安全な製品の供給」を続けていける環境をつくっていきます。





MATERIALITY④

地球環境への配慮



小林 弘明
執行役員 生産本部長

環境負荷低減のために弛まぬ努力を継続

昨今の異常気象により、地球温暖化の進行を日々実感しています。石油や石炭を燃やした際に排出されるCO₂が地球温暖化を促進させる事実は、生産活動で多くのCO₂を排出する工場として、重く受け止めています。以前から省エネ機器の導入や作業効率化に取り組んできましたが、2025年度はそういったエネルギー使用

量の最適化や脱炭素化に向けた活動を、さらに加速していきます。環境負荷低減のため、ほかにも3Rの取り組みや水資源の有効活用、有害物質・化学物質の適切な管理が必要です。環境方針のもと、ISO14001の活動を通じて、これらの取り組みを効率よく実施していきます。

●2030年度までにCO₂排出量46%削減※へ

2022年度を基準に、毎年CO₂排出量を3.5%減らすための取り組みを実施。2023年に導入した、電力会社が提供するCO₂フリー電気メニューの利用比率を引き続き高めています。また、工場で使用する容器を、スペースを要する一斗缶から積み重ね可能なテーパー型樹脂容器に変更することで輸送回数が減少し、CO₂削減につながりました。今後、温室効果ガスを排出しない再生可能エネルギーを利用するため、2027年度までに大阪・滋賀の両工場で自家消費型太陽光発電システム導入を検討しています。

※2013年度比



環境方針

基本理念

私たちは、環境保護及びコンプライアンスを重要課題と認識し、全従業員が責任と使命を持ち、地球環境保全を目標に一丸となって取り組みます。

基本方針

当社のパーパス「思いやりの心で、オモロい技術と製品で、一人に寄り添い、この星すべてに想いを巡らせ、次の健やかさと豊かさを、丹念に紡いでゆく。」を原点に、これまで積み上げられた技術と新しい技術を駆使し、お客様に安全で安心してご利用頂ける製品供給を目指します。

また、全従業員が環境パフォーマンス向上のための継続的改善に努め、以下の項目に取り組みます。

- 1.資源エネルギーを効率的に使用し、環境リスクの軽減に努めます。
- 2.環境リスク軽減と継続的改善の積み重ねにより、地球環境汚染の予防に努めます。
- 3.排水・排ガス・廃棄物による環境リスクを評価し、生物多様性及び生態系の保護等を含む環境保護に配慮します。
- 4.地域の環境保全に関する条例を含む法的要求事項及び同意するその他の要求事項を順守します。
- 5.教育活動を通じて、環境に関する意識の向上を図ります。

●省資源を見据えた再利用やリサイクル

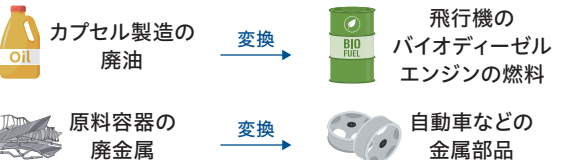
廃棄物の多くで、燃焼時の熱をエネルギーとして利用するサーマルリサイクルと、新たな製品の原料として再利用するマテリアルリサイクルを行っています。例えば、ドラム缶や一斗缶などの廃金属は、リサイクル業者により自動車の金属部品に再利用されます。また、カプセル製造で使用する油の廃液は、SAF※やバイオディーゼル燃料として再生利用を実施。さらなる環境負荷低減に向けた取り組みとして、高度精製技術により再生品を生産で使用可能にするサーキュラーエコノミー（循環経済）の実現を検討しています。

※Sustainable Aviation Fuel（持続可能な航空燃料）

サーマルリサイクル



マテリアルリサイクル



●水資源保全と事業活動の両立を推進

事業活動に欠かせない水資源について、下水道法や市町村などの条例を遵守し、適切な管理を行っています。滋賀工場では、琵琶湖版のSDGsとして滋賀県が独自に定める「MLGs※」に賛同。また、大阪・滋賀の両工場において水使用量を減らすため、ISO14001に基づき、各部門が節水に関する環境目標を設定、日々の改善を行っています。今後も水使用量削減と適切な管理による、環境負荷の低減と地域の資源保全に貢献します。

※Mother Lake Goals（マザーレイクゴールズ）



●環境マネジメントの継続的な向上

2001年に大阪・滋賀の両工場、環境マネジメントシステムの国際規格であるISO14001を取得しました。規格の要求事項に対する取り組みが評価され、昨年度も認証を継続。両工場間に内部監査を行い、情報共有やPDCAに沿った改善を組織的に実施しています。また、外部システムを利用し、法改正といった情報をタイムリーに入手することで、効率よく活動に反映できるよう取り組んでいます。





MATERIALITY⑤

経営基盤の強化

当社のコーポレート・ガバナンスに関する基本方針は、以下の当社ホームページに掲載しております。

<https://www.jintan.co.jp/corp/ir/governance/>



企業価値向上に向けガバナンスを充実

森下仁丹では、すべてのステークホルダーの信頼と期待に応え、中長期にわたる成長と企業価値の最大化を実現することが、企業としての使命だと考えています。この使命を果たすため、コーポレート・ガバナンスの充実を経営の最重要課題の一つとして位置づけ、積極的に取り組んでいます。経営の透明性向上と、公正かつ迅速な意思決定を可能にするため、適時・適切な情報開示を行うとともに、第三者からの目線を取り入れた経営監視機能の強化に努めています。

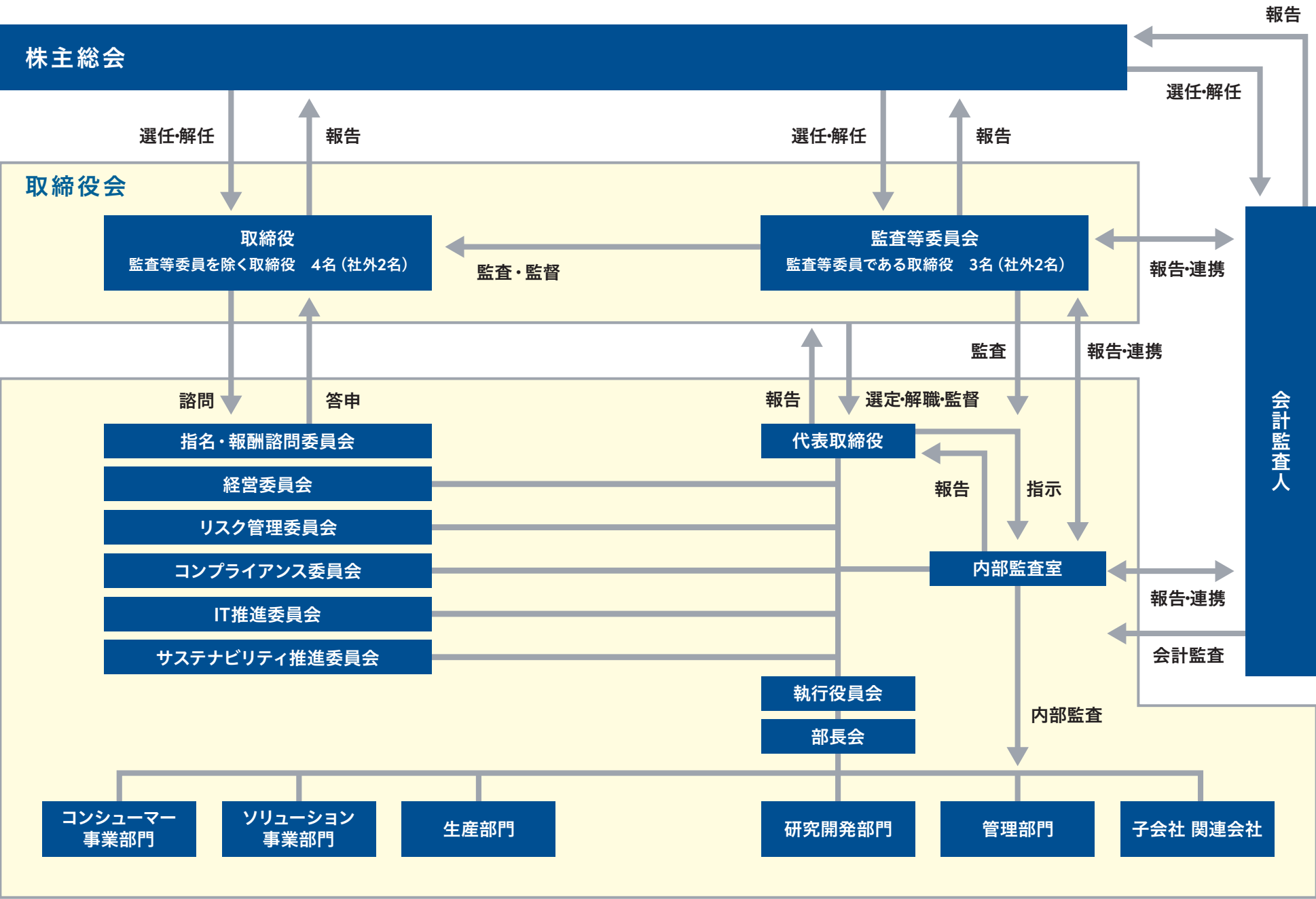
取締役会

監査等委員3名（任期2年）、監査等委員以外4名（任期1年）の計7名で構成され、うち4名が社外取締役です。主に経営に関する重要事項の決定・報告、業務状況の監視と監督を行い、社外取締役を招聘することで客観性・迅速性・透明性のある経営判断を実現しています。内容や運営方法に関して、当社取締役・監査等委員である取締役に對する個別アンケートを年1回行い、実効性の維持・向上を図っています。社長が議長を務め、毎月1回を原則に、2024年度は全13回開催しました。

指名・報酬諮問委員会

経営に関する人財の育成や、取締役・執行役員の選任および報酬を決定するプロセスにおいて、透明性と公正性を確保することを目的に発足しました。取締役会からの諮問に応じて、その都度、審議・検討を実施しています。

コーポレート・ガバナンス体制図



経営委員会

代表取締役社長が指名した取締役・執行役員・本部長を中心に構成され、業務の状況確認や環境変化への対応を協議します。議題に挙がるさまざまな経営課題のうち、重要事項については取締役会で決議・報告しています。

監査等委員会

社外取締役2名を含む計3名で、業務や財産の状況調査、重要な会議への出席や決裁書類の閲覧など、取締役の職務執行を監査しています。さらに、内部監査室や会計監査人との情報・意見交換を通じて、監査の実効性向上を目指します。

コンプライアンス委員会 リスク管理委員会 IT推進委員会 サステナビリティ推進委員会

いずれも代表取締役社長を委員長に据え、諮問機関として機能させています。コンプライアンスの徹底については、委員会のほか内部通報や各種ハラスメントを相談する窓口をつくり、グループ全体の従業員から広く意見を集めています。

役員一覧



もりした ゆうじ
森下 雄司 代表取締役社長

2007年に入社。経営企画部、ヘルスケア事業・カプセル事業の各本部長を経て、2017年に専務取締役役に就任。2019年、当社代表取締役社長に就任し、2023年12月からは㈱MJ滋賀代表取締役社長も兼任。海外事業の立ち上げをはじめ、国内外での豊富な業務経験・実績・見識を有する。

パーパスのお気に入りフレーズ

「思いやりの心で」「丹念に紡いでゆく」

森下仁丹のモノづくりの原点であり、諸先輩方の永年にわたる愚直な積み重ねが詰まったフレーズです。策定時に気持ちを込めた、「仁」と「丹」でパーパスを包み込んでいます。



すえかわ ひさゆき
末川 久幸 取締役 (社外)

1982年に㈱資生堂入社、2011年に社長就任。現在は学校法人昭和女子大学理事を務めるかたわら、2024年6月より稲畑産業㈱の社外取締役も兼任。2020年、当社取締役に就任。グローバル化学メーカーのCEOとして培った経験と豊富な知識により、経営全体を視野に入れた俯瞰的視点から提言を行う。

パーパスのお気に入りフレーズ

「この星すべてに想いを巡らせ」

森下仁丹のサステナビリティへの関心の高さを表していると受け取れます。さらにビジネスでも、日本に留まらずグローバルを見据える企業姿勢が感じられます。



よしだ ひであき
吉田 秀章 取締役 執行役員 (事業支援本部長)

1991年に㈱三和銀行 (現：㈱三菱UFJ銀行) 入行。2021年に当社へ入社。経営・事業戦略に関する豊富な業務経験や、財務会計経験による先見的な知見を有する。執行役員として財務会計や法令遵守、品質保証の強化にも貢献していることから、2024年6月より取締役に就任。

パーパスのお気に入りフレーズ

「一人に寄り添い、この星すべてに想いを巡らせ」

「鳥の目・虫の目」どちらも大切だと考えています。日々「自らの視点が偏っていないか?」と自問自答し、物事に対して常に「ニュートラル」であることを心がけています。



かわさき やすのり
河崎 保徳 取締役 (社外)

1986年にロート製薬㈱入社。現在は、同社の取締役CHROを務めるほか、春日台カントリークラブを運営する㈱ロートビアの代表取締役社長も兼任。公益財団法人みちのく未来基金理事も務める。2024年6月より当社取締役に就任。営業・マーケティング・広報・人事など多岐にわたる業務経験や社会貢献活動、人材育成などの知見を有する。

パーパスのお気に入りフレーズ

「オモロい技術と製品で」

サイエンスを理屈ではなく感性で捉えるのだと思います。お客さまを想う開発者と、ストーリーに惹かれたお客さまが、オモロいという「心」でつながる技術こそ、森下仁丹の神髄だと感じます。



おおしろ ひろあき
大城 広明 取締役 (監査等委員) (常勤)

2012年に当社入社。市場開発部副部長やヘルスケア事業部、人事部の各部長を経て、2024年6月に取締役 (監査等委員) に就任。当社の主力であるヘルスケア部門や人事部門の責任者を務めるなど経営根幹に関する豊富な経験・実績・見識や、経営全体を視野に入れた俯瞰的視点を有する。

パーパスのお気に入りフレーズ

「思いやりの心で」

あらゆる企業活動のなかで判断をする際の指標として、日々の言動や行動においても常に意識をして大事にしたい、パーパスの根底にあるフレーズだと思っています。



いしくろ さとし
石黒 訓 取締役 (監査等委員) (社外)

1980年監査法人中央会計事務所へ入所。中央青山監査法人 (現：みずほ監査法人) を経て、監査法人トーマツに勤務後、石黒公認会計士事務所を開設。2020年、当社取締役 (監査等委員) に就任。財務や会計に関する多くの知見・見識に基づく視点から提言を行う。

パーパスのお気に入りフレーズ

「一人に寄り添い」

「一人ひとり」でない点が好きです。一人に対して役に立つサービスでも、ほかの一人にとってマイナスになっては意味がありません。医療や食品への安全・品質を重視する姿勢を感じます。



いしはら まゆみ
石原 真弓 取締役 (監査等委員) (社外)

1997年に大江橋法律事務所へ入所。現在は梅田総合法律事務所にて弁護士として従事するかたわら、モリト㈱やエイチ・ツー・オーリテイリング㈱、ダイドーグループホールディングス㈱の社外取締役、大手前大学経営学部講師等を務める。2018年、当社取締役 (監査等委員) に就任。法務への専門知識と豊富な経験を有する。

パーパスのお気に入りフレーズ

「この星すべてに想いを巡らせ」

持続可能性に対する社会的要請は、自社・自国だけでなく、地球規模で考えるべき課題です。これを、「この星」と表現し、「想」の文字を使うことに、強い決意を感じます。



いしだ ひでつぐ
石田 英嗣 常務執行役員 (研究開発本部長)

1989年に当社入社後、カプセルに関する製剤技術開発や営業など、カプセル関連事業に16年以上携わる。その後はBtoBビジネスや海外事業にも取り組み、2020年には執行役員としてヘルスケア事業本部長も務めており、当社事業に関する豊富な知見を有する。2022年より常務執行役員に就任。

パーパスのお気に入りフレーズ

「オモロい」

関西の企業を想起させる言葉であり、ステークホルダーから『「オモロい (当社独自の意味が込められている)」ことやってんなあー』と言われるのは最高の誉め言葉だと感じます。

役員一覧



じぬし のりゆき
地主 紀之 執行役員（経営企画室長・人事部長）

1993年に当社へ入社して以降、営業職に従事。2005年に販売会社「㈱メディケアシステムズ」へ出向し、東京支店長に着任。その後、本社復帰後にリテール営業部長を経て、2019年経営企画室長に就任。2021年に執行役員に任命された。2024年より人事部長も兼任。

パーパスのお気に入りフレーズ

「この星すべてに想いを巡らせ」

森下仁丹の想いがすべて詰まっていると感じます。志を一つに、世界中のみんなで協力したいという気持ちが伝わります。この言葉を見ながら色々考えていると涙が出てきてしまうほどです。



いとう かずみ
伊藤 和水 執行役員（事業推進本部長・ソリューション事業部長）

1988年、住友製薬㈱（現：住友ファーマ㈱）に入社。2017年に当社へ入社後、研究開発部に配属。OEM・メディカル事業部長を経て、2022年に事業統括本部副本部長およびソリューション事業部長に任命された。国内外での医薬品等に関する豊富な知識と営業経験を有することから、2025年4月より執行役員に就任。

パーパスのお気に入りフレーズ

「オモロい」「次の健やかさと豊かさ」

オモロい技術とそこから生まれた製品はオリジナリティあふれる製品となり、世界中の人々の次の健やかさと豊かさを育ててゆきます。森下仁丹の存在理由でもあり、気に入っています。



こばやし ひろあき
小林 弘明 執行役員（生産本部長）

1984年に当社入社。生産部生産管理課をはじめ、生産部包装課や、機械の導入・保全等を担当する生産部設備課への配属を経て、多岐にわたる工場関連業務を経験。大阪テクノセンターや滋賀工場の工場長を歴任し、2023年には生産本部長に任命。2024年7月より執行役員に就任。

パーパスのお気に入りフレーズ

「思いやりの心で」「一人に寄り添い」

森下仁丹には、お客さまに良い製品を届けたい一心で先人たちが130年つないできた、品質へのこだわりがあります。今後もメーカーとして高品質を追求し続けねばと思わせてくれます。

社外取締役インタビュー

堅実な体制と挑戦の姿勢で
世界に価値を与える企業へ

河崎 保徳
取締役（社外）



手堅い組織基盤と積極性の調和

私の祖父は薬種商として、長年薬屋を営んでいました。子どもの頃、店の手伝いをしていた際に「銀粒仁丹」を販売していたことを覚えています。その歴史ある企業に参画させていただくことになろうとは、夢にも思っていませんでした。

社外取締役に就任する前は、老舗企業である森下仁丹に対して保守的なイメージを持っていましたが、就任後は、新しいことへ積極的に挑戦する社風であると知りました。前向きでチャレンジ精神のある従業員が多く、ディフェンスを固めながらも新たなチャンスを切り拓く行動力のある、バランスの取れた会社だという印象です。

こうした挑戦の基盤には、取締役の過半数を社外取締役が占めることで実現する、強固なガバナンス体制があります。コンプライアンスに対応する経営意識と、その仕組みも盤石です。事業面では、コンシューマー事業を補うようにソリューション事業が伸長しており、経営資源の適切な配分がなされていると評価しています。

人生100年時代に突入し、人々の「健康」と「美」への追求心はますます強くなるでしょう。腸内環境の重要性を知る森下仁丹の製品と技術は、国内のみならず海外でも、これまで以上に価値を見出されるはずです。

時代の変化に合った柔軟な経営体制を

現在の社会環境や市場の変化を踏まえると、課題もあります。国内市場の成熟化にともない、アジアや欧米を含む新興市場へ、現地のニーズに合わせた製品やマーケティング戦略の展開が求められます。競争力向上を図るため、デジタル技術を活用した効率的な業務や顧客対応も必要です。また、環境負荷の低減や社会全体の健康に貢献するなどサステナビリティへの取り組みを進めるとともに、従業員一人ひとりが森下仁丹の理念を深く理解し、主体的に行動できる組織風土の醸成を期待しています。

変化の激しい時代、社外取締役として果たすべき目標は、森下仁丹の独自性を最大限に活かしつつ、時勢に即した柔軟な経営をサポートすることです。営業や製品企画、人事総務など、海外経験も含めた多様な経歴を活かし、若手を中心とした人材育成や、グローバルを見据えた市場展開、AIやデジタル技術を用いた事業活動を支援していきます。

世界情勢の不確実性に起因する原材料の高騰や調達不安が懸念されており、緊張感を持って生産活動にあたることが重要です。誠実かつ前向きに課題に取り組むことで、これからも森下仁丹が世界中の人々の健康と豊かさに貢献する企業であり続けられるよう、支援していきます。

コンプライアンス

代表取締役社長を委員長とするコンプライアンス委員会を設置し、諮問機関として機能させることで体制を強化しています。また、内部通報制度の正常な運用や、通信販売に関する各種法令・規則の遵守などのための「コンプライアンス・マニュアル」を制定。従業員へ広く周知し、意識の維持向上に努めています。



グループ全体で法令遵守を徹底

2024年度は委員会にて、行政の査察・監査や生産活動での管理体制などをテーマに33件の活動を実施。内部通報や各種ハラスメントを相談する窓口での意見聴取と、それに対する議論も継続しています。また、「企業行動憲章」の制定と周知により、グループ全従業員のコンプライアンス意識の維持・向上に努めています。

【コンプライアンス委員会の活動テーマ】

- 各種規制への対応、製品およびサービスの品質に関する報告（月次）
- 内部通報制度
- サプライチェーン管理
- コーポレート・ガバナンス
- 行政の査察・監査
- 情報セキュリティ対策
- 医薬品製造および販売に関連する管理体制

リスクマネジメント

持続的な成長を支えるため、リスク管理委員会にて、「リスク管理規程」に基づき基本方針を策定。担当部署への浸透や、定期的に取り締役会などへの報告を行っています。サステナビリティ関連のリスクについても、サステナビリティ推進委員会およびリスク管理委員会によって協議し、取り組み方針の検討を行っています。



事業活動の安定と有事への備え

原材料の安定した確保やBCP対策など、2024年度は25件の活動を委員会で実施しました。また、大規模な災害や事故、不祥事などが発生した場合は「特別対策本部」を設置します。代表取締役社長を委員長として、危機対応の態勢をとると同時に、損害と被害拡大を防止するための迅速な対応を行います。

【リスク管理委員会の活動テーマ】

- 品質および生産能力
- 原材料およびエネルギーコストの価格上昇
- 原材料の安定供給
- BCP対策
- システム障害
- 知財戦略

会社概要

2025年3月31日現在

社名	森下仁丹株式会社
創業	1893年（明治26年）2月
設立	1936年（昭和11年）11月
資本金	35億3,740万円
証券コード	4524（東証スタンダード市場）

代表	代表取締役社長 森下雄司
従業員数	連結356名 単体333名
売上高	連結127億6,600万円 単体126億3,200万円
主な事業	医薬品、医薬部外品、医療機器、化粧品、食品等の製造および販売

事業所および工場

本社

大阪府大阪市中央区玉造一丁目2番40号
電話（06）6761-1131（代表）

大阪テクノセンター（大阪工場）

大阪府枚方市津田山手二丁目11番1号
電話（072）800-1040

滋賀工場

滋賀県犬上郡多賀町大字四手諏訪960番地12
電話（0749）48-7370

東京オフィス

東京都千代田区神田富山町10番地2 アセンド神田ビル6階
電話（03）6206-8138（代表）

【関連会社】株式会社森下仁丹ヘルスコミュニケーションズ
株式会社MJ滋賀



株式情報

2025年3月31日現在

株式の状況

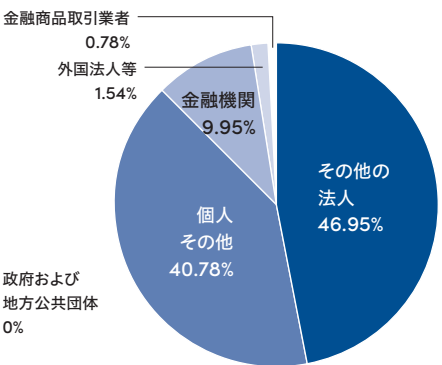
発行可能株式総数	9,600,000株
発行済株式の総数	4,150,000株
株主数	5,742名

大株主の状況

株主名	持株数（千株）	持株比率（％）
株式会社森下泰山	1,095	26.8
ロート製薬株式会社	355	8.7
公益財団法人森下仁丹奨学会	211	5.1
株式会社三菱UFJ銀行	132	3.2
日本生命保険相互会社	111	2.7
株式会社ラクサン	106	2.6
株式会社徳島大正銀行	88	2.1
森下仁丹取引先持株会	61	1.5
三菱UFJ信託銀行株式会社	51	1.2
ピップ株式会社	43	1.0

（注）当社は、自己株式59,055株を保有しておりますが、上記大株主から除いております。また、持株比率については、自己株式を控除して算出しております。

所有株式数の割合





森下仁丹株式会社
<https://www.jintan.co.jp/>

