

統合報告書 2025



スギホールディングス株式会社

〒474-0011 愛知県大府市横根町新江62番地の1
TEL 0562-45-2700 FAX 0562-45-2702
<https://www.sugi-hd.co.jp/>

 **スギ薬局**グループ

経営理念

私たちは、
まごころを込めて親切に應對し、
地域社会に貢献します。

私たちは、社員一人ひとりの^{しあわせ}幸福、
お客様一人ひとりの^{しあわせ}幸福、
そして、あらゆる人々の^{しあわせ}幸福を願い、
笑顔を増やします。



もっと近くに、ずっと頼りに。あなたの笑顔のチカラになる。

創業当時の社是と経営理念

社 是

親切
お客様にはまごころを込めて親切に應對しよう。

誠実
お取引先様には誠意にかつ誠実に應對しよう。

信頼
お客様にもお取引先様にも信頼される社員になろう。

経営理念

＜社会に対しては＞
医薬品、健康食品、化粧品、日用品の販売及び処方箋調剤をとおして、地域社会に貢献できる会社作りを目指します。

＜社員に対しては＞
社員の幸せを願い、社員とともに成長する会社作りを目指します。

目次 統合報告書2025

- 1 経営理念
- 2 目次
- 3 スギ薬局グループの使命

01 スギ薬局グループの価値創造ストーリー

- 17 社長メッセージ
- 27 成長の軌跡
- 29 価値創造のプロセス

02 戦略の推進体制とグループ会社の事業報告・紹介

- 33 市場環境認識
- 35 「トータルヘルスケア戦略」を推進するための組織・事業
- 55 会長メッセージ

03 価値創造基盤の強化／マテリアリティへの対応

- 59 サステナビリティ経営を推進するための重要課題[マテリアリティ]
- 61 5つのテーマと重要課題[マテリアリティ]
- 63 健康的なコミュニティ
- 77 サステナブルな取引関係
- 85 地球環境への貢献
- 95 健康的な職場環境
- 105 コーポレート・ガバナンス

04 ファクトデータ

- 123 財務指標
- 124 非財務指標
- 128 連結貸借対照表
- 129 連結損益計算書及び連結包括利益計算書
- 130 連結キャッシュ・フロー計算書
- 131 株式状況
- 132 会社概要

「トータルヘルスケア戦略」を推進して、
地域のヘルスケアのインフラになる

私たちは、 地域社会に貢献します



一人ひとりに向き合います

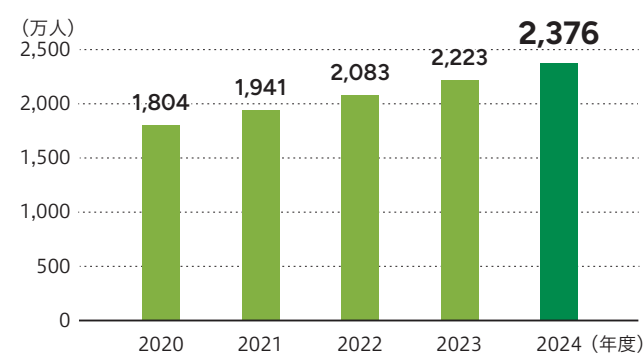


目の前のたった一人の
お客様を大切にする想い



社員一人ひとりの力を引き出し、
働きがいをもてる

ポイント会員数



ポイント会員数 **2,376**万人

スギ薬局グループは、1976年、愛知県西尾市でわずか16坪の薬局として創業しました。以来、地域の皆様に支えられ、2024年度はスギ薬局の年間延べ来店客数は3.7億人、ポイント会員数は2,376万人となりました。地域の「かかりつけ薬局」として皆様の生涯にわたるウェルネスの促進に取り組んでいます。



人は財産

スギ薬局グループは、社員一人ひとりに向き合うべく、「人事制度」「人財育成」「人財確保」「コンプライアンス」「ダイバーシティ」「健康・安全」の6項目を柱に人的資本経営を推進。「トータルヘルスケア戦略」の実現と、経営理念に掲げる「親切的な行動」「地域社会への貢献」「社員の幸福(しあわせ)・笑顔」を通して持続的な成長に取り組んでいます。

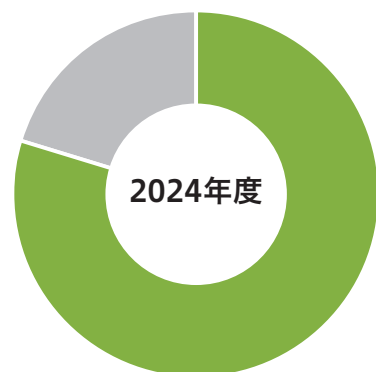
地域医療に貢献します



創業時よりこだわり続ける
調剤併設型ドラッグストアへの想い



地域社会のニーズに応える
多様な専門家人財



スギ薬局店舗の
調剤併設率
79.9%

※スギ薬局事業のみ。



専門家人財

薬剤師

4,820人

ビューティアドバイザー

1,142人

管理栄養士

564人

看護師

128人

登録販売者

10,546人

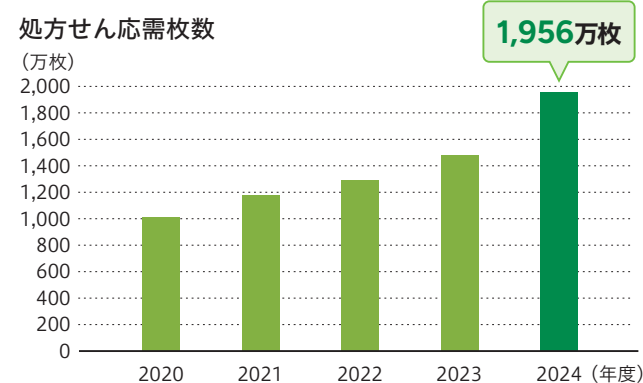
処方せん調剤へのこだわりを大切に しています



創業時より蓄積してきた
調剤のノウハウ



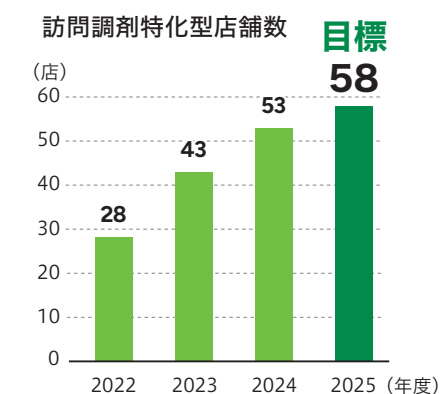
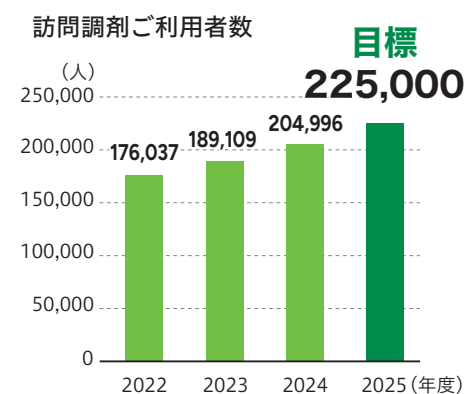
超高齢社会に対応する
訪問調剤



調剤売上高
2,183億円

処方せん受付医療機関数
62,132施設 ※1

※1:スギ薬局事業のみ。



※スギ薬局事業のみ。



今池南店(訪問調剤特化型店舗)

「トータルヘルスケア戦略」を推進しています



一人ひとりの健康を
生涯にわたり支援

セルフケア

医療・服薬

介護・
生活支援

セルフケアから
医療・服薬、介護・生活支援まで
健康をトータルに支援し、
地域社会へ貢献



DX※で高める
一人ひとりの顧客体験

※DX: Digital Transformation (デジタルトランスフォーメーション) の略。

スギ薬局アプリダウンロード数

1,380万ダウンロード
(2024年度)

スギスマホでお薬アプリダウンロード数
(かかりつけ薬局アプリ)

120万ダウンロード
(2024年度)

アプリダウンロード数

合計 **1,500**万ダウンロード (2024年度)

デジタルによるヘルスケアサービスや個人のニーズ別販売促進策の基盤となるのが、アプリ会員数です。2024年度は、それぞれのアプリのダウンロード促進を手掛け、1,500万ダウンロードまで到達しました。これからも一人ひとりの顧客体験を高める様々なヘルスケアサービスや充実したニーズ別の販売促進などのデジタルサービスを提供します。

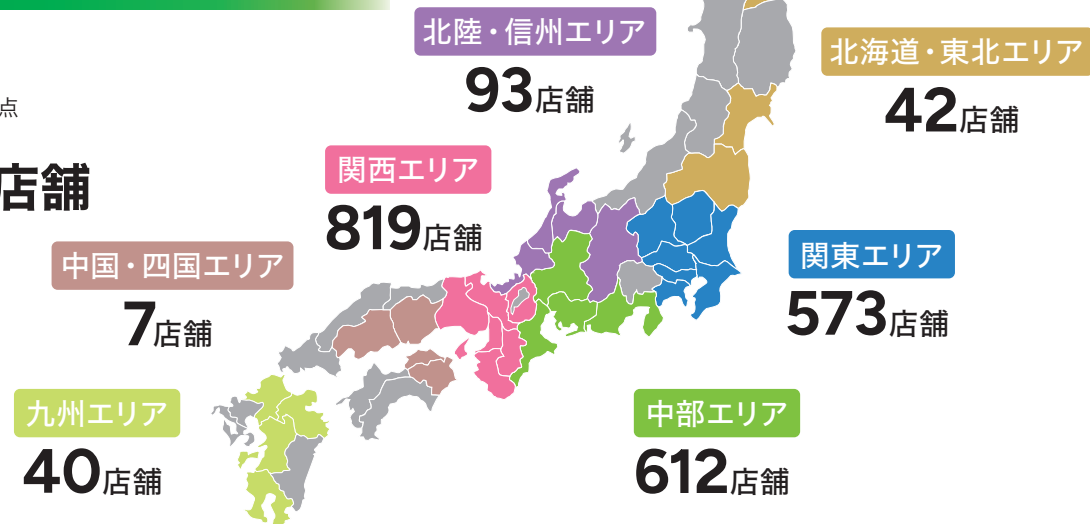
店舗ネットワークの拡大を目指しています



2,000店舗以上の
店舗ネットワーク

店舗数 2025年2月末時点

合計2,186店舗



ヘルスケア
ネットワークを
構築する
多機能店舗の展開

01

スギ薬局グループの
価値創造ストーリー

- 17 社長メッセージ
- 27 成長の軌跡
- 29 価値創造のプロセス

創業から半世紀に近づくスギ薬局グループは、
その間、絶えることなく成長を遂げてきました。
劇的に変化する市場を見据え、
これからもスギ薬局グループは、
目指す姿に向かって価値を創造し続けます。



社長メッセージ

創業から半世紀を目前に スギ薬局グループは、 変革と成長を遂げながら、 国内外の「地域のヘルスケアの インフラになる」ことを目指し、 皆様の健康で豊かな生活に貢献していきます

スギホールディングス株式会社
代表取締役社長
杉浦 克典



2026年12月に50周年を迎えます
社内公募により決定した50周年ロゴ

事業環境を取り巻く外部環境と スギ薬局グループの対応方針について

2024年度におけるわが国経済は、雇用・所得環境の改善や訪日外国人旅行者数の増加などが進み、緩やかに景気回復しております。一方、継続的な物価上昇や為替変動の影響など、先行きが不透明な状況も続いております。

ドラッグストア・調剤薬局業界におきましては、物価高に伴う消費者の節約志向の強まりや薬価・調剤報酬改定、および異業種・同業種間の競争激化など厳しい環境にある中でも、個人消費やインバウンド需要などの伸びを受け、物販領域においてヘルス&ビューティケア関連商品や日用雑貨・食品等の販売が増加し、さらに、高齢化の進展とともに調剤領域において処方せん応需枚数が伸長し、各社の業績は好調に推移してきました。

今後のわが国経済につきましては、さらに、賃金、雇用情勢改善に伴う個人消費の増加や、訪日外国人旅行者数の増加に伴うインバウンド市場の拡大などが見込まれます。一方、世界経済の変化、国内の物価上昇圧力や人手不足の深刻化などにより、先行きの不透明な状況が続くものと見込まれます。

ドラッグストア・調剤薬局業界におきまして、異業種を巻き込んだM&Aや合従連衡に向けた動き、各社の積極的な出店による競争激化により、企業数の淘汰が急速に進んでいき、日本全国で寡占化が進んでいくものと考えています。また、調剤薬局業界についても、年々厳しさを増す「調剤報酬改定」や電子処方せん、オンライン服薬指導など「薬局のDX※化」が進む中、国が掲げる「かかりつけ薬局」と「医療DX」の方針に基づく、対人業務、訪問調剤、DX対応に力を入れていかなければいけません。

※DX(デジタルトランスフォーメーション)：
デジタル技術を活用して業務の変革を図ること。

その中でスギ薬局グループのビジネスは、少子高齢化が進む日本国内で数少ない成長産業だと認識しています。高齢化の進展とともに、自身の健康や美に関心が高い人が増えており、ヘルスケア産業はさらに広がっていくものと想定。「トータルヘルスケア戦略」に基づき、スギ薬局グループは、様々な可能性を視野に入れて志を同じくする方々と積極的に連携していきたいと考えています。

直近においても、スギ薬局グループには、漢方相談の薬日本堂、調剤薬局チェーンのひかりファーマに続き、2024年度にI&H(阪神調剤グループ)が“新たな仲間”としてグループ入りしました。来年2026年度に創業50周年という節目を迎える今、スギ薬局グループ内各企業の事業ノウハウやリソースを融合することで、事業成長を加速させ、グループ一体となって、「地域の皆様に信頼されるヘルスケアカンパニー」を創っていきます。





また、国内では少子高齢化や人口減少による消費の減退が進みます。スギ薬局グループでは、海外事業も積極的に展開拡大しており、これから勢いを増すアジア各国など、当社グループが培ってきたノウハウや商品・サービスを現地のパートナー企業に提供し、様々な連携・協働をしながら、日本のみならず海外各国で「地域のヘルスケアのインフラになる」ことを目指します。

スギ薬局グループの特徴や強みを活かした価値創造について

スギ薬局グループには、薬剤師、管理栄養士、ビューティアドバイザー、看護師、登録販売者など、多様な専門人材が揃っています。

中でも薬剤師は4,820名が在籍しています。薬剤師不足が続く、薬剤師の確保が喫緊の課題である中、調剤薬局やドラッグストアのみならず、スーパー、コンビニ、EC事業者などの調剤事業参入も、薬剤師獲得を一層困難なものにしています。そのような中でも着実に薬剤師を採用できていることが、スギ薬局グループの大きな強みです。

ドラッグストア黎明期から一貫して調剤併設型ドラッグストアチェーンの展開に挑戦し、直近では多くの調剤薬局がグループインしながら成長してきた自負もあります。創業から変わらぬ処方せん調剤への取り組みは、地域に、そして患者様一人ひとりと向き合いたいと志す薬学生や現役薬剤師の具体的なビジョンとなり、共感となっていることが、採用を有利に展開できる根幹です。

ドミナント出店戦略で、関東・中部・関西の大都市圏の規

模拡大に続き、I&H(阪神調剤グループ)のグループ加入により、スギ薬局グループの出店エリアは関東、中部、関西、北陸・信州から北海道・東北、中国・四国、九州へと広がりました。

2024年度の新規出店は130店舗と業界トップクラスの年間出店数を継続しており、スギ薬局グループ全体で2025年2月末現在の店舗数は2,186店に達しました。また、訪日外国人のニーズにお応えする店舗も積極的に出店しました。生まれてからお亡くなりになるまでのすべての健康ステージで、信頼されるかかりつけ薬局として存在するべく、新規開局を進め、既存店の調剤室および調剤待合室の拡張にも積極果敢に取り組んでいます。薬剤師をはじめ店舗の専門家人材の活躍によって、医療機関を中心とした持続的な地域包括ケアの実現に貢献していきたいと考えています。

■：出店している都道府県



デジタルへの取り組みも強化しています。お客様に、より快適で健康的な生活を送っていただくためのスギ薬局アプリによるサービスの提供が、お客様満足度を向上させ、店舗や各種サービスをご利用いただくという好循環につながっています。デジタル戦略をけん引する、ダウンロード数1,380万を超える「スギ薬局アプリ」の機能改善は、お客様の声に向き合いながら継続的に行っています。細分化されたセグメントで個別の情報提供やクーポン配信など、顧客

体験やお客様満足度を高め、商品やサービスの提案力を向上させ、一人ひとりのニーズにお応えすることでお客様とのつながりを深めます。店内では、自分のスマホやお買物カードがレジの代わりになり、店外では店舗の品揃え・価格・在庫がわかり、ECサイトから注文が可能になるなど、お客様にとって「いつでも、どこでも、手のひらにスギ薬局」を感じていただける環境の実現を目指します。

「いつでも、どこでも、手のひらにスギ薬局」の実現



また、オンラインでのカウンセリングサービスはもとより、店舗でもビューティ領域や生活習慣改善の提案にデジタル端末を活用し、お客様満足度を高めています。

店舗従業員一人ひとりがイキイキと活躍できる環境が整備されることで、働き方が改善され、対人業務に注力でき、お客様満足につながります。お客様をはじめ、すべてのステークホルダーへの価値の創出を目指し、DXを積極的に推進していきます。

さらに、2025年度よりサプライチェーンマネジメントを強化していきます。店舗の作業を限りなく効率化し、価値ある仕事に集中できる環境構築を目指します。また、調剤事業と海外事業を推進するロジスティクスの再構築を目的とした変革にも取り組みます。ここにDXを掛け合わせることで、サプライチェーン全体の最適化を推進していきます。



サプライチェーン全体の最適化

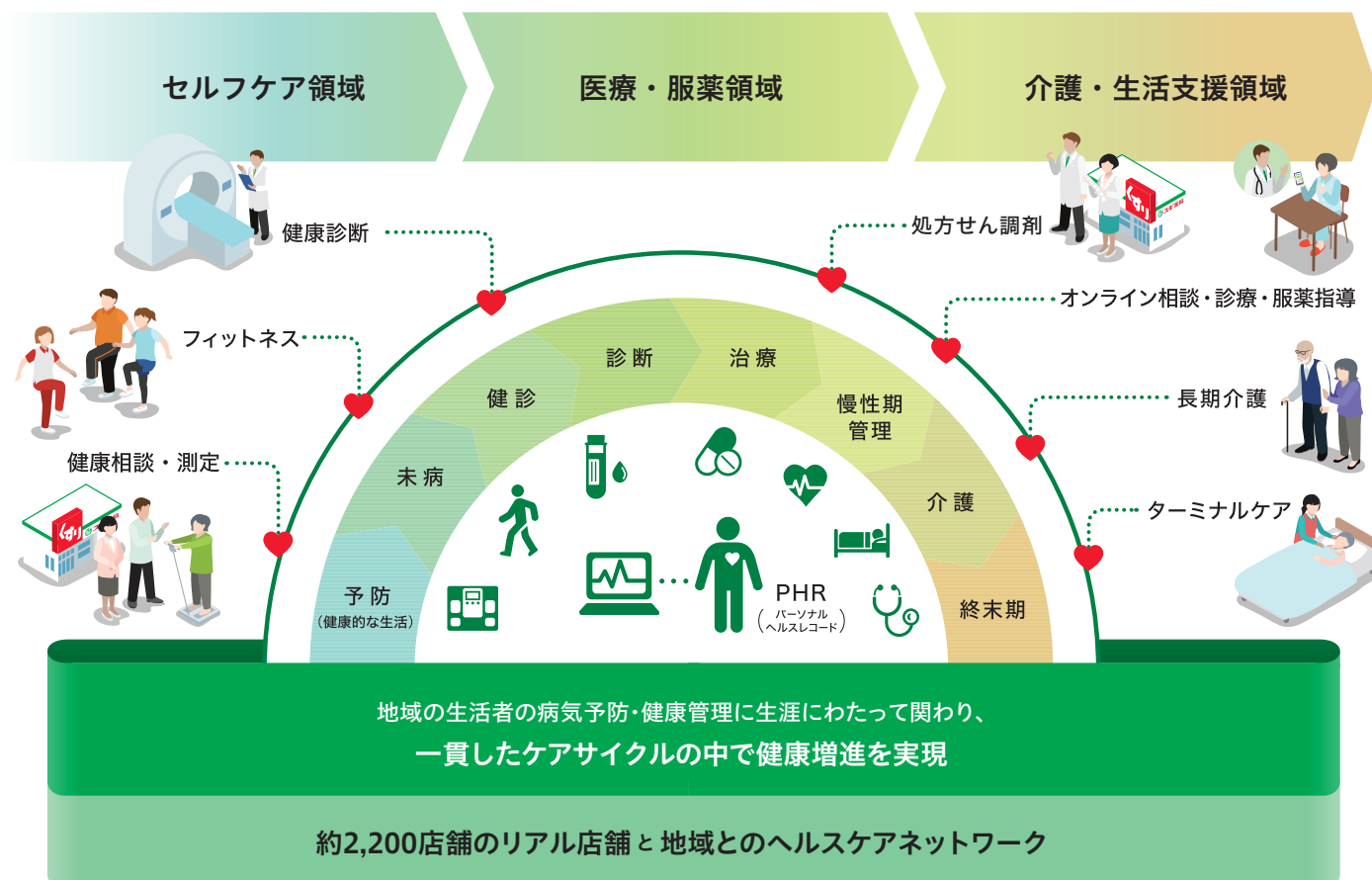
スギ薬局グループの「トータルヘルスケア戦略」について

「トータルヘルスケア戦略」、それは、日本社会が抱える少子高齢化への対応、次々と創出され進化するデジタル技術を活用し、健康・医療というキーワードでお客様・患者様がどのような健康状態であっても支援させていただく、スギ薬局グループの取り組みの全体像を表す、基幹となる戦略です。人は一生のうちに、病気やケガ、加齢による変化や、健康を維持するために様々な場面で幾度となく医療や薬に関わりを持ちます。「トータルヘルスケア戦略」は、健康的な生活を継続できるよう予防や未病など「セルフケア」として関わる期間、病気を発症し、急性期や慢性期の治療に向き合う「医療・服薬」期間、そして「介護・生活支援」期間の3つのステージに分け、地域生活者の病気予防・健康管理に生涯にわたって関わり一貫したケアサイクルの中で健康増進の実現を目指すものです。スギ薬局グループの調剤併設型ドラッグストアを中心に、健診センターや介護施設、フィットネス

ジムなど、リアル店舗と、さらに行政機関とも連携し、DXを駆使したヘルスケアネットワークを構築できればと考えています。そうすることで地域密着でリアルとデジタルをシームレスに活用できるプラットフォームによってどのような健康状態のお客様とも接点を持ち、最適な商品・サービスを、一人ひとりの状態に合わせて提供することができます。

これまでのように、健康への不安や悩みが生じてから医療機関を受診するという対応だけでは、人生100年時代を迎えた超高齢社会を豊かに過ごすことはできません。それぞれのステージで自治体や健康保険組合、医療・介護従事者などの多職種連携によって地域の皆様の健康的な生活を支え続けていくことが必要です。医療を中心に多職種が連携し、地域、高齢者、その家族を支えていくネットワークの構築が急務です。すでに企業、行政からもご賛同いただき、地域でのヘルスケアネットワークが拡大しています。この戦略は海外でも評価され、アジア各国で現地企業と協業し取り組みが進んでいます。引き続き、様々な企業・団体・行政と共にこれまで以上に取り組みのスピードを速め、「トータルヘルスケア戦略」の実現に邁進していきます。

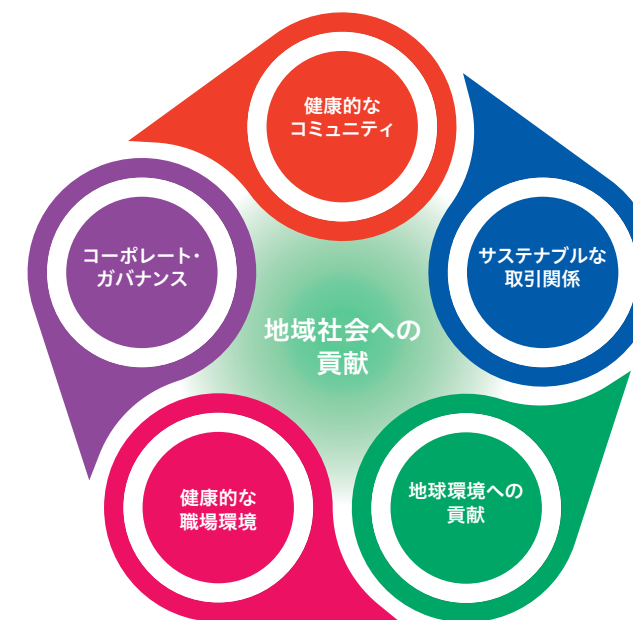
トータルヘルスケア戦略



スギ薬局グループのサステナビリティ経営について

2021年に、サステナビリティ経営を推進するための体制を整備すべく、サステナビリティ委員会、ESG推進室（現：コーポレートブランディング部サステナビリティ推進課）を組織として立ち上げ、5つのテーマと16の重要課題（マテリアリティ）を特定し、取り組みを活発化してきました。

SDGsへの意識の高まりは全世代に及んでいます。環境・人権に配慮された商品を選択する「エシカル消費」行動もその一つです。調達先の人権の問題、サプライチェーン全体で考えるべき課題への対応を社会は厳しい目で見ており、企業の社会的責任を踏まえ、各種取り組みを推進しています。過去には、「スギ薬局グループ人権方針」、「スギ薬局グループお取引先様行動指針」を策定し、サプライチェーンにおいてスギ薬局グループが責任を果たしていく体制整備に着手しました。2024年度は、自社開発商品に関与いただくお取引先様に対して、人権デュー・ディリジェンスを実施し、各社取り組みの分析・評価を開始しました。



資源循環にも力を入れていきます。「国内の資源は国内で回していく」という考え方のもとで、多くの商品を販売しているスギ薬局グループの責任として、少しでも貢献できるように多くの方々と連携していきます。ペットボトルをペットボトルに再生する「ボトルtoボトル 水平リサイクル」の回収拠点店舗を142店舗にまで展開を強化しました。回収拠点店舗では、明らかな来店頻度の向上もあり、お客様にも

好評で環境貢献と企業業績の両立が図られた結果も出ています。また、調剤事業を中心に大量に廃棄されるお薬PTPシートのリサイクルに対して、回収拠点としての役割を果たします。その他、廃棄予定のユニフォームを回収し、店舗設備にアップサイクルする取り組みや、フードバンクと連携することで、食品ロスと貧困問題への対応を進めるなど、一步一步社会課題に対峙していきます。社会課題に向き合うことで、地域に貢献し、その延長線上に、地域の皆様に愛される企業としての地位を確立していきます。



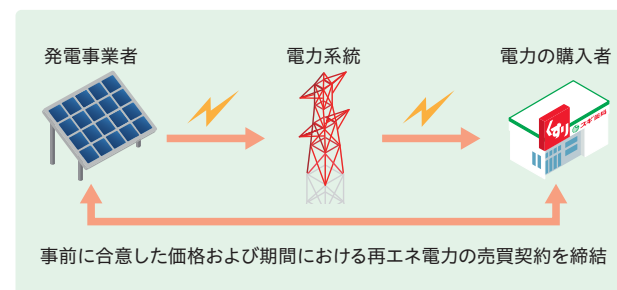
フードドライブの実施

脱炭素経営における考えや取り組みの進捗について

スギ薬局グループは、「脱炭素社会の実現」を重要課題に掲げ、取り組みを加速させてきました。温室効果ガスを直接排出するスコープ1、電気の使用に比例するスコープ2の見える化を行い、2030年のCO₂排出削減目標（2030年度の1店舗あたりCO₂排出量を2014年度比で50%削減する）を設定しました。TCFD提言への賛同表明も行っており、開示要請項目に応じて、サステナビリティ委員会や取締役会で、リスクや機会の特定、CO₂排出削減に向けたロードマップの策定など、適切に対応を進めています。具体的な削減策を実行すべく、店舗屋上にオンサイトPPAの運用で太陽光パネルを数十店舗レベルで設置し、順次拡大しています。さらに、2024年度に導入開始したオフサイトコーポレートPPAサービスの範囲を拡大しました。累計65店舗に対し、太陽光発電所による“追加性”（新たな再エネ設備の投資につながる効果）のある再生可能エネルギーを長期・安定的に調達いたします。これによるCO₂排出量の削減効果は累計年間約8,560t-CO₂となり、毎年同規模以上に展開していきます。



店舗の屋上に設置した太陽光パネル



一方で、商品の調達から製造、販売、物流、廃棄に至るまで、サプライチェーンすべての活動で排出するCO₂排出量であるスコープ3総計は、スコープ1、2の15倍以上となる約240万トンのCO₂を排出しています。しかし、スギ薬局グループだけでスコープ3を削減することは困難です。企業間で連携し、ゼロベースでアイデアを出し合いながら実証実験を行い、トライ&エラーを繰り返していく必要があります。過剰な包装を控えたり、植物油インキを使用したりと、CO₂排出量の少ない商品を付加価値として、お客様に訴求しながら販売する工夫や努力も必要です。販促物やPOPの無駄を省くことはもちろん、販売個数予測の精度を協力して向上し、不必要に仕入れない、返品や廃棄を増やさない、製・配・販の連携も必要になります。2023年度に加入したチャレンジ・カーボンニュートラル・コンソーシアムでは、ス



チャレンジ・カーボンニュートラル・コンソーシアムの発表会フォトセッション

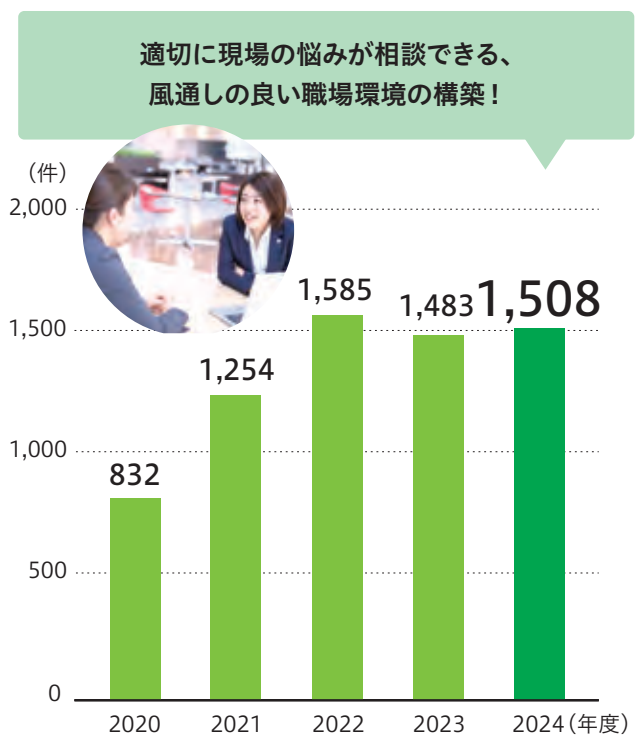
ギ薬局アプリを通じた環境教育や、参加企業の環境配慮商品を陳列・訴求・販売する実証実験など、業界の枠を越えたサプライチェーンならではの連携で環境課題に対応すべく、取り組みを加速してまいります。

人財戦略について

急速なデジタル化、少子高齢化、人生100年時代、キャリア価値観の変化など、企業を取り巻く環境は大きく変わっています。スギ薬局グループにおいては、社員を資本として捉え、人は成長し価値創造の担い手になるとの信念を持ち、積極的に人財へ投資して企業価値を高めていきます。こうした考え方に基づき、「経営戦略と人財戦略」を連動させ、人事制度改革、適正配置、健康経営、社員エンゲージメントの向上を推進していきます。

また、人権対応の一環として、組織における心理的安全性の向上についての取り組みを強化します。社員の笑顔がお客様の笑顔につながる、「笑顔の連鎖」、それが当社グループの経営理念を実現するうえで重要な考え方です。つまり、店舗社員、パートナー社員の皆さんのやりがいが高まれば、お客様への貢献度や仕事の成果、生産性も向上することにつながります。

「職場の悩み・何でも相談ダイヤル」への相談件数(年間)



やりがいを考えるうえで、心理的安全性というものが重要になります。心理的安全性を高めることで、自分らしく日々を過ごすことができ、言いたいことも言い合える、思い切った挑戦もでき、お客様にも親切丁寧な行動ができるようになる。当社グループには、「職場の悩み・何でも相談ダイヤル」というものがあり、通報件数は年間1500件を超え、日本企業の中でも、通報しやすい企業として、メディアに取り上げられています。また、通報された内容をすぐに調査し、対応できるようエリア人事部を設け、機動力を高めています。また、「一人ひとりに向き合う」をテーマに掲げ、上司への相談のしやすさを高めるよう促し、役員全員が店舗を訪問し、社員の声を聴きに行く取り組みに力を入れています。2025年度も引き続き、心理的安全性を高める取り組みを強化してまいります。

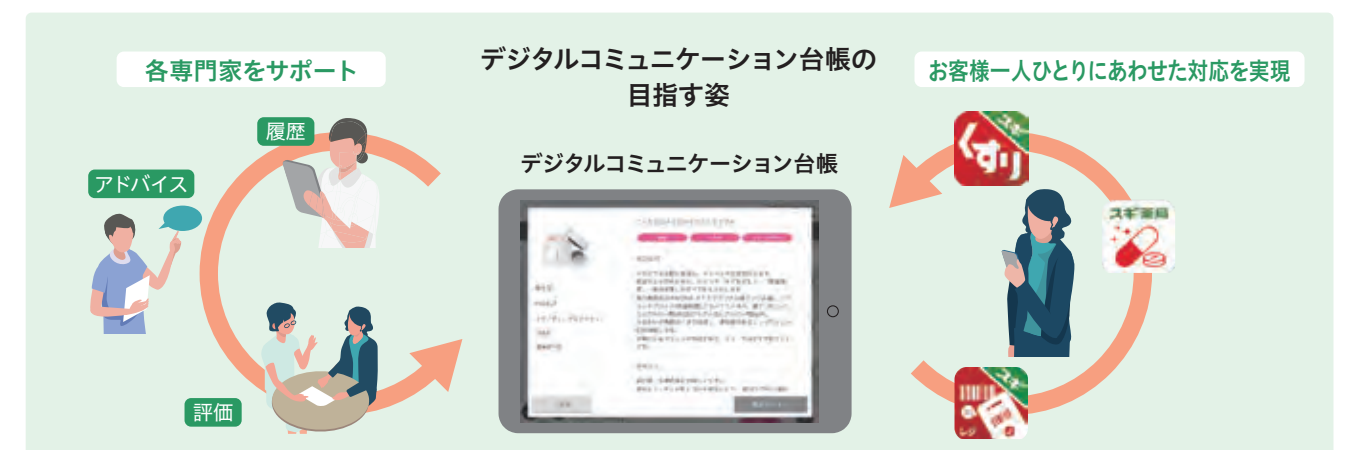
DX戦略について

スギ薬局グループのDX戦略の根幹は、生産性向上と顧客生涯価値向上の実現を通じて、お客様と向き合う時間を豊かにすることです。そして、「お客様からのご相談への応対やカウンセリング」など、デジタル化できない、人と人との交わりこそがスギ薬局グループの最大の強みといえます。デジタル技術でいかに新しい価値を提供するか、業務のデジタル化だけでなく、組織や業務プロセス、企業文化まで変革するか、それによってスギ薬局グループの競争力を高め、優位性を確立することに注力していきます。これからは、デジタル化による業務の一部改善だけでなく、DXによる「顧客接点の構築」と「継続的なつながり」を通じた顧客生涯価値の向上がより重要になります。

これを踏まえ、スギ薬局グループのDX戦略として、お客

様との接点の広がりや深掘りについて、「いつでも、どこでも、手のひらにスギ薬局」をキャッチフレーズに、スギ薬局アプリの機能拡張・改修を定期的に行っています。病気の予防や健康維持に関する情報の配信やID統合によるお客様情報の一元管理、お客様の購買履歴にあわせたクーポンの配信を行い、お客様にとってストレスのない環境を構築していきます。リアル店舗における接客においてもデジタルコミュニケーションを強化していきます。たとえば、化粧品部門でどのような要望をお聞きしたのか、どのようなサンプルを試したのかを記録する台帳をデジタル化し、スギ薬局アプリでの販促に活用します。また、管理栄養士が受けた相談内容も記録し、今後は、健康の一元管理ができる顧客とのデジタルコミュニケーション台帳をつくりたいと考えています。

「いつでも、どこでも、手のひらにスギ薬局」と「デジタルコミュニケーション」の実現によって、デジタルとリアルの顧客体験がシームレスでつながります。「デジタル」を介した顧客体験は、1,380万ダウンロードのスギ薬局アプリが大きな役割を担います。現在、スギ薬局の店舗に来店されるお客様は年間延べ数で約3.7億人です。今後の課題は、デジタルで誘導した爆発的に生まれるニーズをリアル店舗でどう受け止めるか、ということにかかってきます。デジタルの推進により、一気に爆発的に増加する接客機会を丁寧に拾い上げ、今までの延長線上にある施策とは異なるアプローチで、リアル店舗のサービスを磨いていきます。この難題に対応できた企業こそ、今から生き抜く会社であると考え、こうした課題に向き合える幸福(しあわせ)を噛み締め、経営幹部一人ひとりが自分事として捉え、立ち向かっていきます。



調剤対応について

2024年度は、4月に薬価改定、6月に報酬改定がありました。薬剤師の対人業務の重要性が増していく中、専門性で地域医療に貢献するために、当社グループは薬剤師の教育に力を入れています。また、あらゆるミスを防ぐ仕組みをつくり、オペレーションリスクを下げることは重大な責務だと考え、患者様に安全安心にお薬をお渡しできる社内体制の構築に全力を尽くしていきます。マニュアルを整備し、その通りに仕事ができるよう周知徹底、教育を行います。また、人員体制の整備や、調剤環境の見直し、機器の導入によるチェック体制の強化で、ミスが起きない体制を目指します。また、処方せん枚数の増加に対応できるよう、新規開局を進め、既存店舗では、調剤室や待合室の改装による環境の改善を進めました。当社グループは引き続き、対人業務、在宅調剤、医療DXへの対応を進めることで、かかりつけ薬剤師・薬局を推進していきます。寡占化していない8.2兆円の調剤薬局市場において、水平方向に調剤事業の拡大、垂直方向に製・配・販連携を進めることで、価値創造をしています。調剤事業の拡大として、今回のI&H子会社化があります。I&Hは、1976年に阪神調剤薬局として創業し、調剤薬局チェーンの中でも特に長い歴史を持つ企業です。全国、北海道から九州まで数百店舗の調剤薬局を展開し、創業の地である関西エリアでは地域の皆様から大きな信頼を獲得しています。強みは、多くの薬剤師とその専門性、全国薬局店舗網、大学病院など地域の基幹病院の門前薬局、業界屈指の医師ネットワークを有していることです。これらのI&Hが持つ調剤薬局ならではの専門性、病院・クリニックとの関係性を加え、風土改革を進めコンプライアンス遵守体



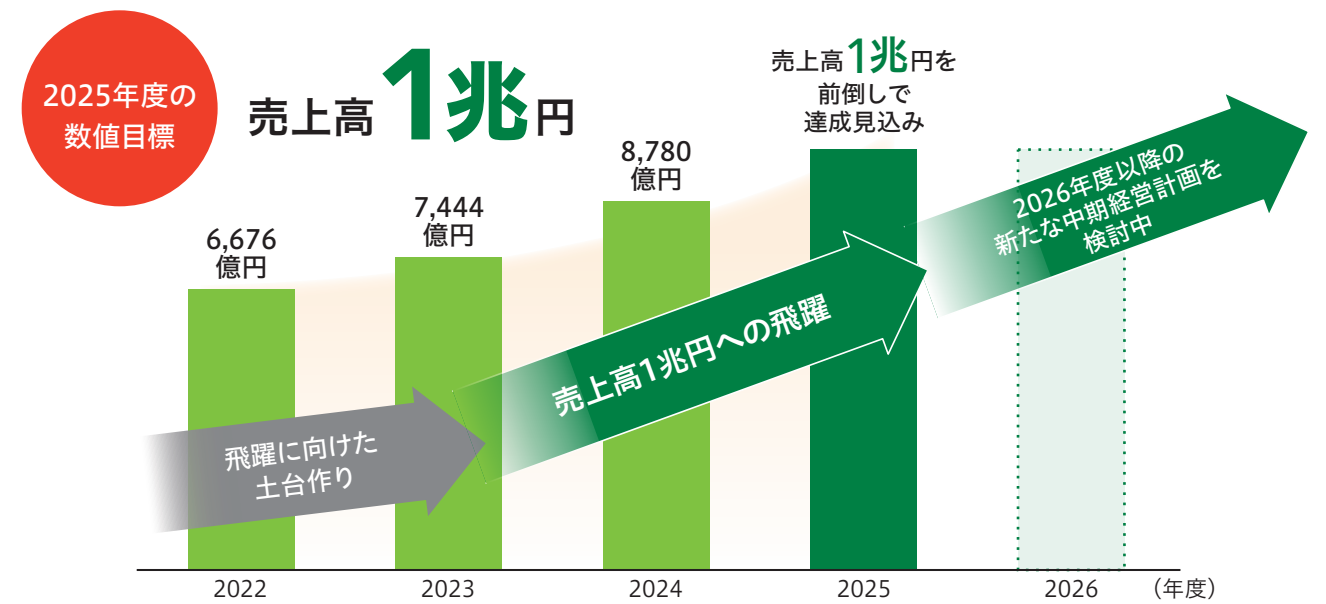
制を強化して、当社グループの医療・調剤戦略をさらに加速させていきます。今後も、さらに戦略的なパートナーシップを推進し、調剤事業を拡大していきます。

中期経営計画について

2026年12月にスギ薬局グループは創業50周年を迎えます。そのとき、スギ薬局グループはどうあるべきか、未来視点であるべき姿を描き、中期経営計画では、2026年度の売上目標を1兆円と定めています。中期経営計画は成長戦略と経営基盤強化の2つで構成されます。成長戦略として「ヘルスケア領域の深耕」「DX活用による顧客体験の変革」「協働・共創の拡大」の3つの項目を掲げ、それぞれの項目ごとに、今から築き上げていくべき方向性を定めています。また、経営基盤強化も3つの項目からなり「データに基づく経営」「コスト構造の改革」「人財・組織の強化」を、それぞれの組織の戦略に落とし込んでいます。最初の2年でDXや商品開発、出店、海外、人財などの各種戦略を根本から見直し、様々な実験や取り組みが進み、土台が固まりました。2024年度に多くの企業がグループ入りしたことにより、売上高1兆円を前倒して達成できる確かな手応えを感じています。加えて2025年度は、新たに野心的な中期経営計画の策定も視野に入れ、経営していきます。是非ご期待ください。

資本コストを意識した経営について

2024年度から、経営企画・財務担当の執行役員を定めうえで、資本コストや株価を意識した経営を強化しています。資本コストを的確に把握したうえで、外部環境の変化を踏まえた経営戦略や中期経営計画を策定し、その概要を開示しております。策定した経営戦略、中期経営計画については、毎年進捗状況等を確認・分析したうえで、新たな事業投資、出店およびシステム投資、そして人材育成への投資など経営資源の配分計画に基づき対応していきます。新規の大型M&Aや事業投資を伴う資金調達については、株主価値向上を念頭に置いた財務方針に基づいて実施しています。また、当社グループは、株主価値向上に資する「中長期的なROE※1、ROIC※2向上」、「持続的・安定的な株主還元」、「成



2026年度を最終年度とする中期経営計画

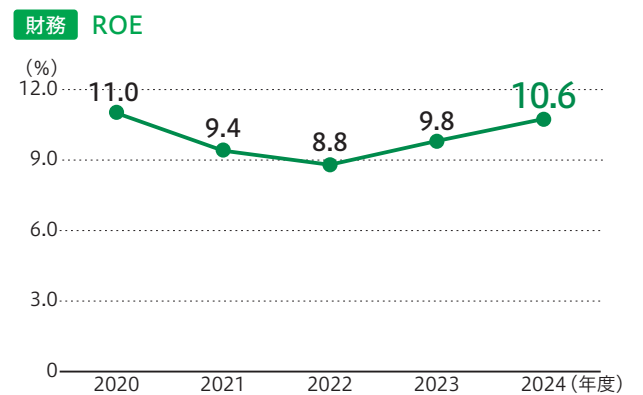
成長戦略	ヘルスケア領域の深耕	- ヘルスケア基軸での出店(出店エリア/店舗タイプ/医療機関連携) - 物販×調剤の相乗効果を最大化 - スギ薬局版地域包括ケアモデルの構築
	DX活用による顧客体験の変革	- デジタルによる顧客体験の進化 - ONE to ONEマーケティングの展開 - デジタル会員拡大と調剤利用率向上
	協働・共創の拡大	- 製・配・販の情報連携によるSCM※最適化／商品・カテゴリー開発 - 国内外でのヘルスケアネットワーク構築
経営基盤強化	データに基づく経営 コスト構造の改革 人財・組織の強化	- 生産性の高い組織／業務の実現 - 投資効率の高い新規出店／既存店改装の実施 - 次世代に向けた組織／人財の強化

※SCM: サプライチェーン・マネジメント

長のための投資」を展開します。ROE、ROICを持続的な株主価値の創造に関わる重要な指標とし、収益性の向上、総資産回転率等を常に改善し、中長期の継続的なROE、ROIC向上を目指します。

また、資本コストを的確に把握し、事業ポートフォリオマネジメントや新規出店における投資効率の改善、新たな事業投資など、経営資源の配分を行うための一つの指標としてROIC指標を新たに導入しています。まずはROICを事業別に見える化するなど、体制整備を進めています。現場に対しても、ROIC指標を活用するための仕組みや社内浸透のための取り組みを加速していきます。

※1 ROE: 自己資本当期純利益率 ※2 ROIC: 投下資本利益率

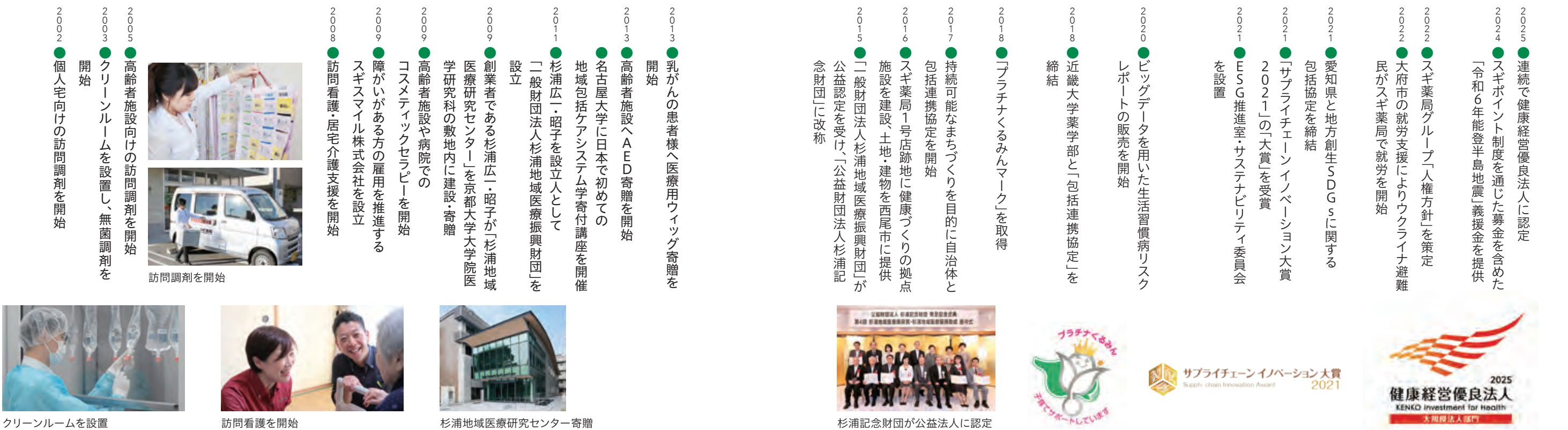


成長の軌跡

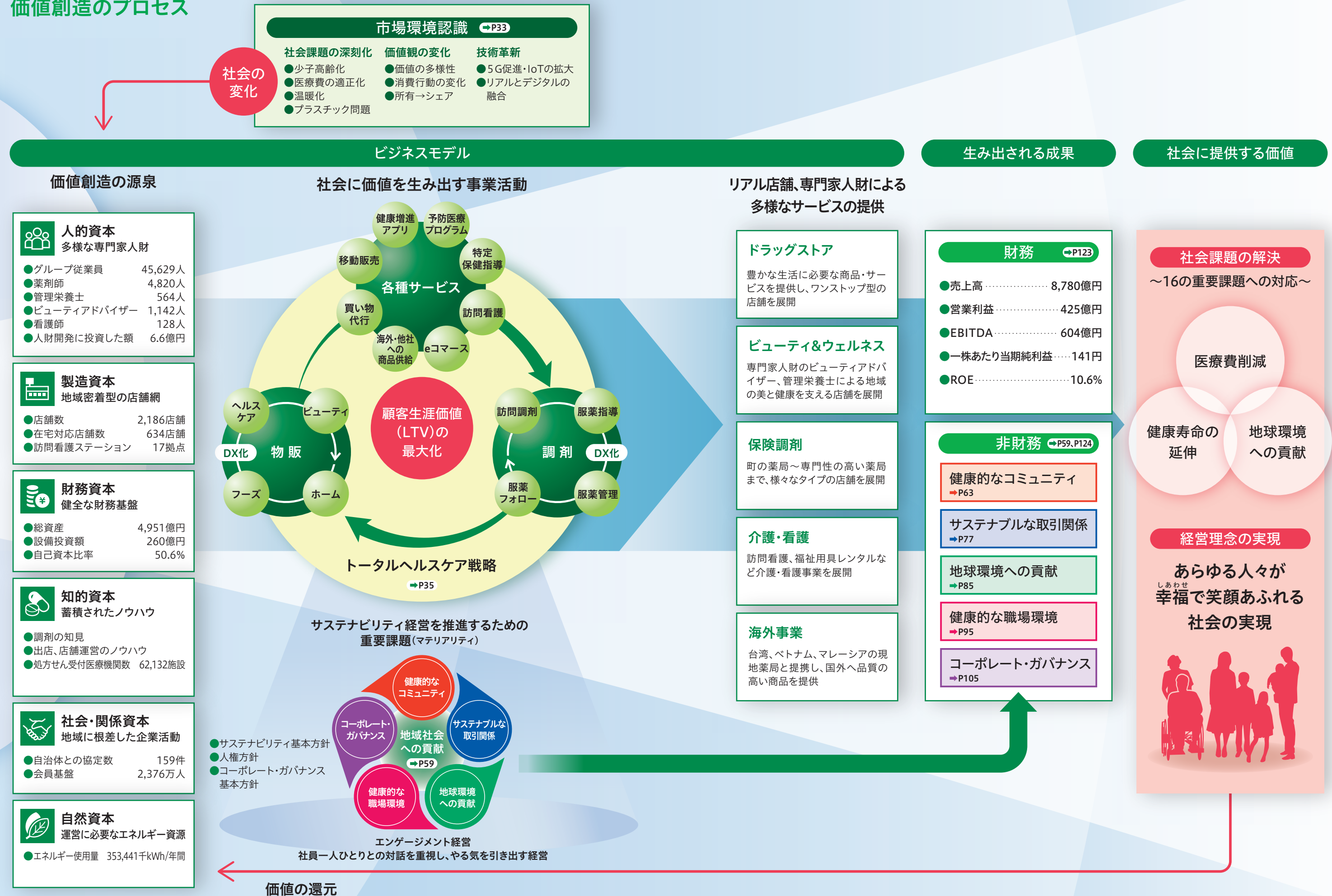


事業展開

地域医療・社会貢献



価値創造のプロセス



02

戦略の推進体制と グループ各社の 事業報告・紹介

- 33 市場環境認識
- 35 「トータルヘルスケア戦略」を推進するための組織・事業
- 55 会長メッセージ

「トータルヘルスケア戦略」を推進するスギ薬局グループは、
強みである人的資本と近年強力に推し進めているDX、
そして、グループネットワークの拡大により、
さらなる成長曲線を描いていきます。



市場環境認識

少子高齢化、医療費の適正化といった課題解決のためにお客様一人ひとりに寄り添い、セルフケアから介護・生活支援までを担うトータルヘルスケアが求められています。社会の変化に合わせてドラッグストアは様々なカタチでのデジタル化が加速し、また厚生労働省では、2025年までにすべての薬局を「かかりつけ薬局」に再編する政策を進めています。



経済団体から提言された薬局・薬剤師の目指す姿

技術革新、消費行動の変化に合わせて、ますます多様化していくヘルスケアニーズに対応するために、日本経団連から、オンライン活用のヘルスケアモデルが提言されました。

〈具体的に示されたこと〉

- スマホアプリ等による適切な健康管理レコメンド
- 相談、服薬指導、服薬フォローまで一気通貫なオンライン対応
- 機械化が進んだ調剤薬局に対する調剤業務の外部委託
- 電子処方せんの普及
- ラストワンマイル配送、宅配ロッカーの普及

※一般社団法人 日本経済団体連合会 Society 5.0時代のヘルスケアIII ～オンラインの活用で広がるヘルスケアの選択肢～ を参照

国が目指すかかりつけ薬局のビジョン

2015年に厚生労働省が、患者様本位の医薬分業の実現に向けて、かかりつけ薬局の今後の姿を明らかにする目的で、「患者のための薬局ビジョン」を提示しました。また、薬機法改正を機に、現在の薬局をかかりつけ薬局に再編する道筋を示しています。

- 2015年 **厚生労働省「患者のための薬局ビジョン」発表**
- ・門前薬局を含め、すべての薬局が「かかりつけ薬局としての機能を持つこと」を目指す

- 2020年 **服薬フォローの義務化（薬機法改正）**
- ・患者様の薬剤使用状況を継続的にフォローアップ

- 2021年 **薬局の認定制度が導入（薬機法改正）**
- ・地域連携薬局、専門医療機関連携薬局

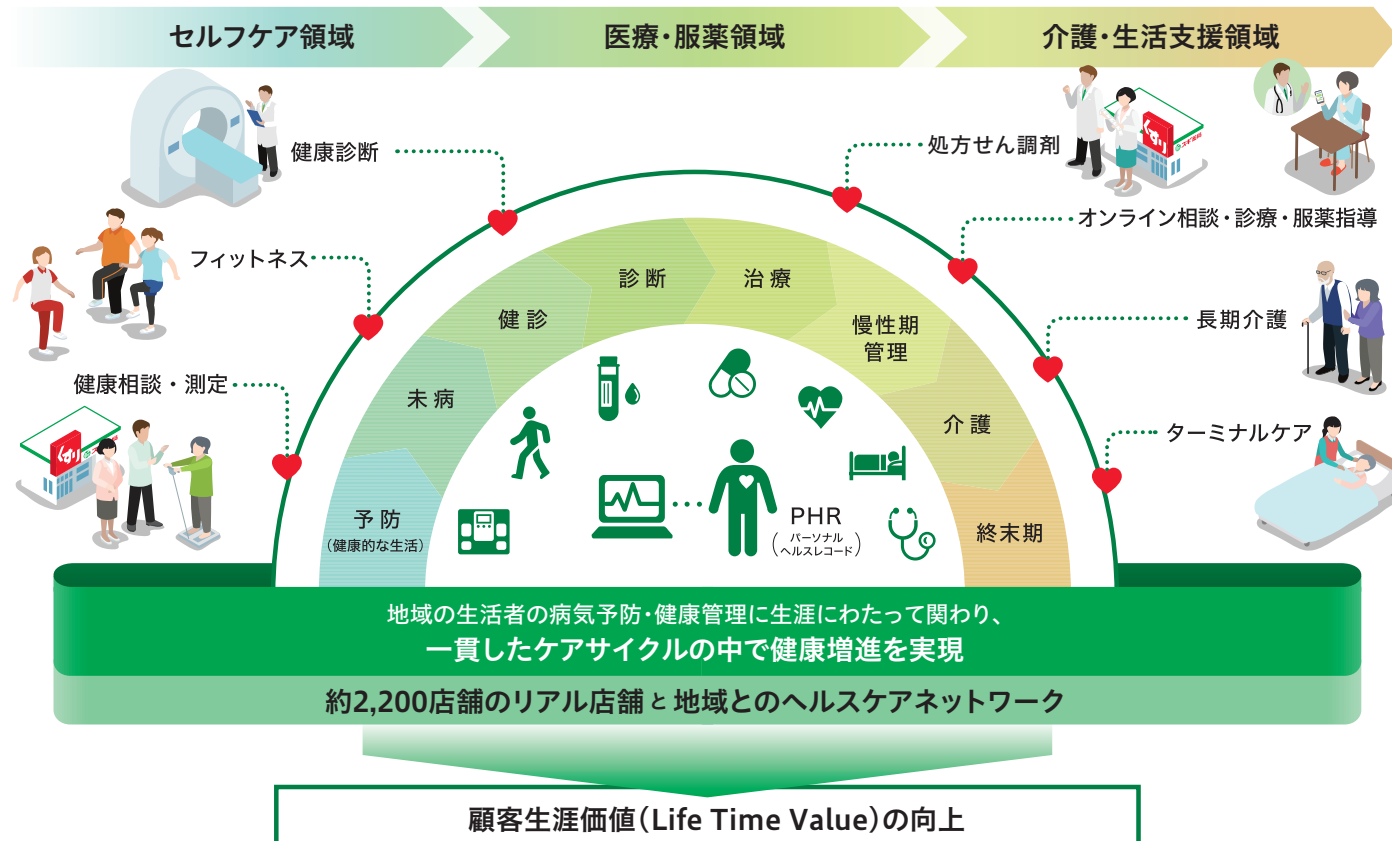
- 2025年 **すべての薬局を「かかりつけ薬局」へ**
- ・高度薬学管理機能
 - ・かかりつけ薬局+健康サポート機能

- 2035年 **日常生活圏域でのかかりつけ機能の発揮**
- ・立地を地域へ移行することを評価

「トータルヘルスケア戦略」を推進するための 組織・事業

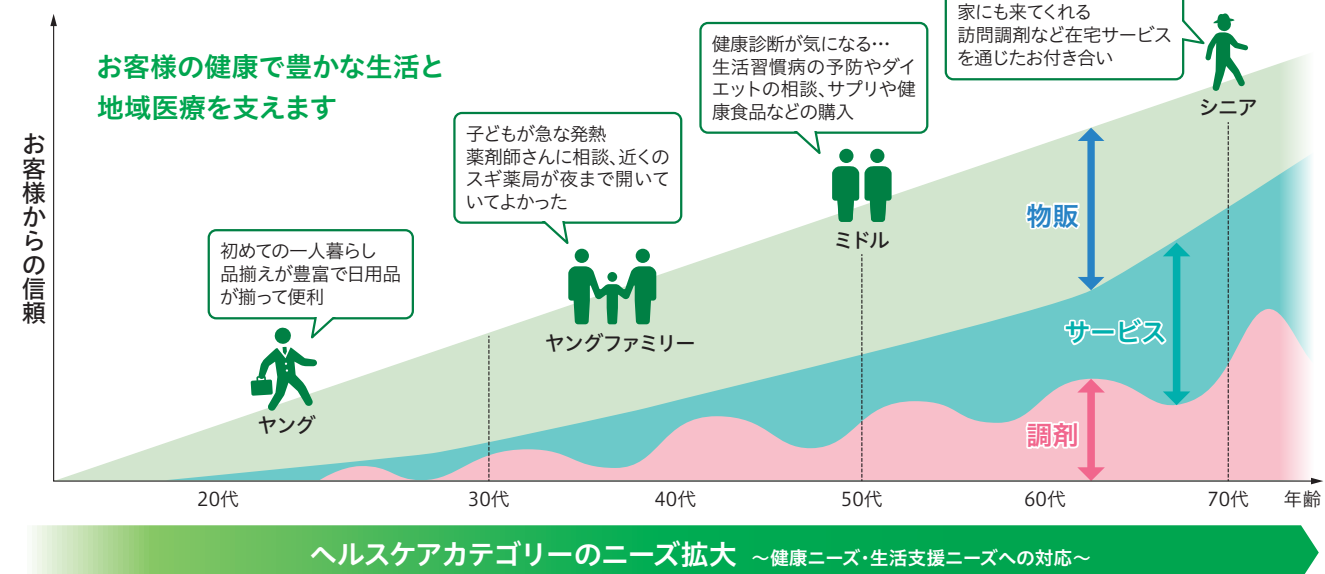
セルフケアから医療・服薬、介護・生活支援まで健康をトータルに支援し、地域社会へ貢献

「トータルヘルスケア戦略」は、生まれてからお亡くなりになるまでの期間を「セルフケア領域」「医療・服薬領域」「介護・生活支援領域」の大きく3つのステージに分け、お客様がどのような健康状態であっても接点を持つことにより、それぞれのステージで個々の状態に合わせ、リアルとデジタルを融合させて最適な商品・サービスを提供する戦略になります。



顧客生涯価値(Life Time Value)の向上

予防・未病から治療、介護・終末期の領域まで、お客様一人ひとりの健康ステージに応じたサポートで、一生のお付き合いを通じて信頼関係を築き、お客様の健康で豊かな生活と地域医療を支えます。



スギ薬局グループ 組織図

スギホールディングス

ドラッグストア
スギ薬局
P38

医療コンサルティング
スギメディカル
P44

疾病予防支援
スギウェルネス
P54

漢方専門薬局
NIHONDO
薬日本堂株式会社
P51

国内海外卸売
Sトレディング
P49

調剤薬局システム
スギファーマシステムズ

経理シェアードサービス
スギビジネスサービス

障がい者雇用推進
スギスマイル

調剤薬局
Mediplan
調剤薬局
メディカルかるがも
調剤薬局
ファルマユニオン

調剤薬局
株式会社 ひかりファーマ
調剤薬局
グリーンエイト
障がい者雇用推進
ことぶきビジネスサポート

医師開業支援
DOP Solution
訪問看護／居宅介護支援
SNC
医療機器販売
Growth

医薬品卸売
SWC
医療機関支援／コンサルティング
CoMediCs
病院内コンビニ
Z.Z.Biz

総合人材サービス
MCS
建設・設計
SHOWA MEDICA JAPAN
病院内レストラン・コンビニ
病院内レストラン・コンビニ

海外卸売
渡辺貿易

「トータルヘルスケア戦略」を推進するための スギ薬局グループの企業



地域社会の最前線で
お客様・患者様の不安や悩みを解消し、
安全で健康的な暮らしを支えます。

スギホールディングス株式会社
代表取締役社長
杉浦 克典

スギ薬局の事業報告

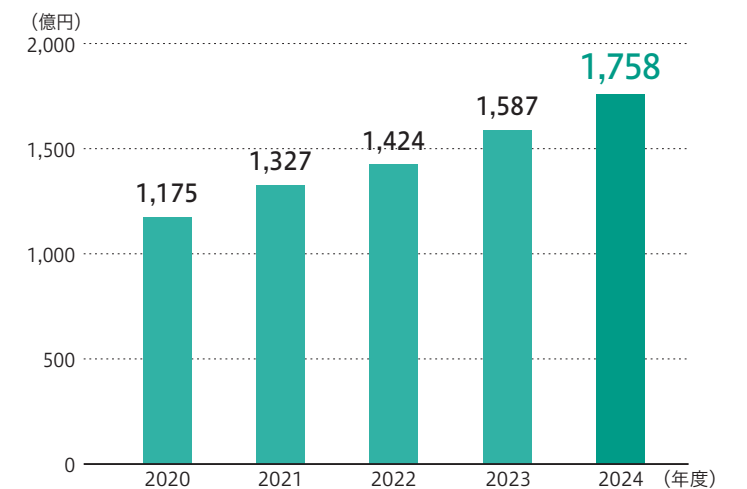


スギ薬局の事業は、調剤、物販ともに売上は好調に推移しています。
子会社および戦略的パートナーの拡充が一層進展してきたことで、ヘルスケアネットワークの充実も図られています。
今後も店舗ネットワークの拡大とさらなる協業企業の充実を図ることで、「トータルヘルスケア戦略」を推進してまいります。

調剤

調剤領域におきましては、調剤室および調剤待合室の拡張改装を実施するとともに、高度な専門性を必要とする処方せんの応需強化、および医療機関の誘致やクリニックモールでの出店など売上基盤の増強を図りました。また、薬剤師の専門教育の充実や訪問調剤の展開拡大など、かかりつけ薬剤師・薬局の推進を図りました。さらに、医療事務の配属を進め、個店別の人員配置を適正化するなど生産性改善を図りました。結果、処方せん応需枚数1,614万枚(前年度比109.4%)、調剤売上1,749億円(前年度比110.2%)となりました。

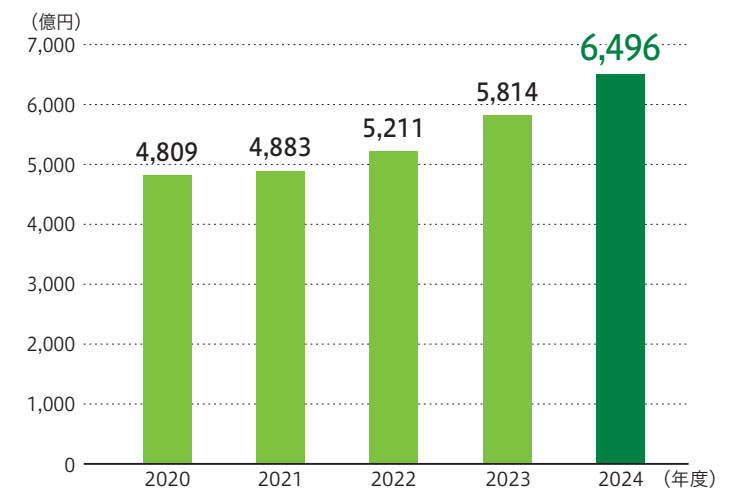
[スギ薬局調剤]売上高推移



物販

物販領域におきましては、関東・中部・関西へのドミナント出店を推進するとともに、スギ薬局アプリ会員の獲得と販促の強化による新店の早期立ち上げを図りました。また、訪日外国人向けの品揃え拡充や外国語対応スタッフの充実によるインバウンド対応の強化、店舗改装による食品売場の拡張を行いました。また、スギ薬局アプリを活用した個々のお客様への最適な情報やクーポンの配信などに積極的に取り組み、売上増加を図りました。結果、厳しい市場環境の中でも売上高6,496億円(前年度比111.7%)を実現できました。

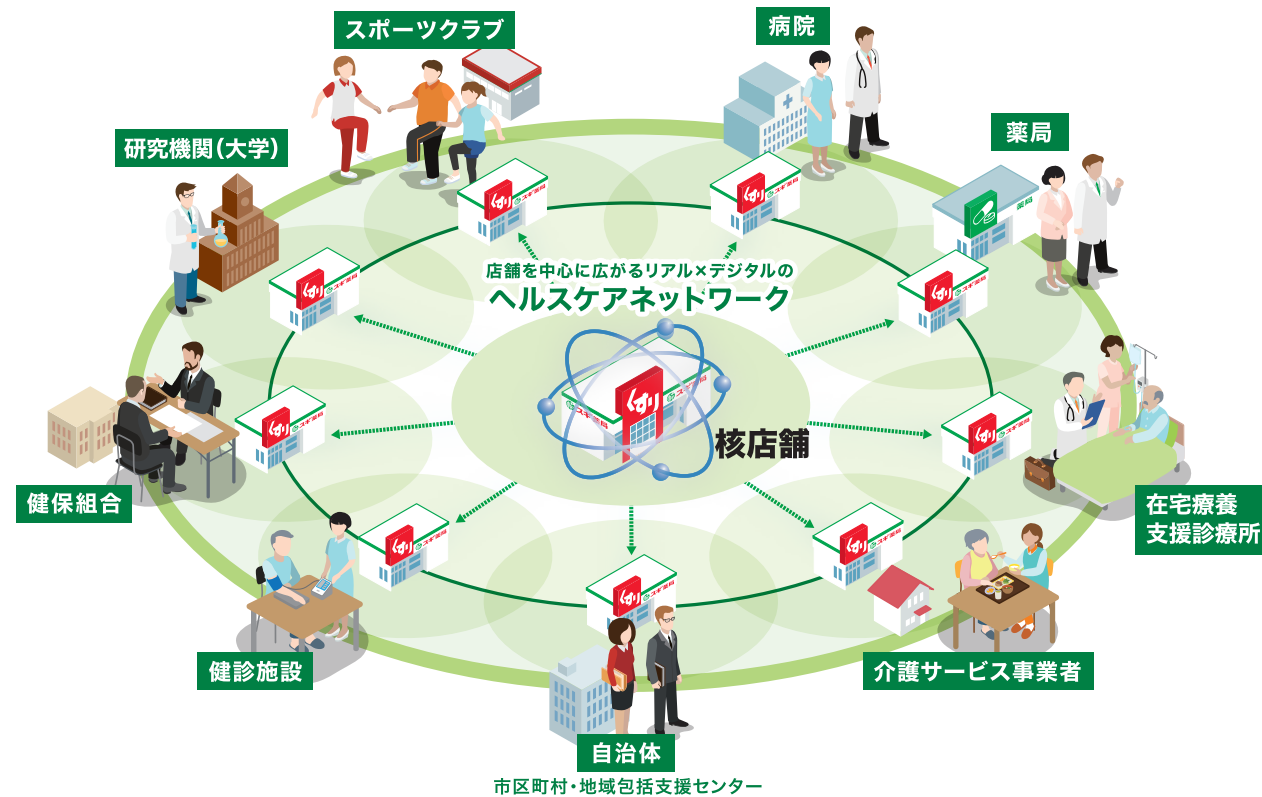
[スギ薬局物販]売上高推移



※2022年度以降「収益認識に関する会計基準」を適用した実績を記載。

ヘルスケアネットワークを構築するドミナント出店

認知度向上、物流の効率化等を目的に、ドミナント出店を方針として掲げ、推進しています。



改装・品揃え拡充を通じたお客様利便性・満足度の向上

調剤室・待合室の拡張・改装

患者様待合環境の改善と薬剤師・医療事務スタッフの働きやすさ向上に寄与しています。



お子様連れのお客様も安心して来店できる環境づくりを実施

インバウンドニーズに合わせた売場改装・品揃えの拡充

免税購買データを分析し、インバウンドニーズに応える売場を実現しています。



生鮮・精肉売場の導入・拡張

冷凍・冷蔵ケース増設による青果や精肉、冷凍食品の強化を進め、お客様のワンストップニーズに対応しています。



調剤も物販も含めた全体の改装実施数

275店舗 (2024年度)

注目の店舗

地域の健康を支える、新しいスギ薬局のカタチ

スギ薬局は「トータルヘルスケア戦略」として、地域のお客様・患者様の健康を生涯にわたり支援することを目指しています。その一環として、医療・食品・美容の各分野に特化した新たな店舗形態が誕生。調剤薬局、フーズ強化型店舗、ビューティ特化型店舗というアプローチで、より多様な健康サポートを提供していきます。

高度な医療に応える調剤薬局

急性期医療の病院門前や医療モールに大型の調剤店舗を展開し、専門的な処方箋の提供や服薬指導に対応することで地域の医療を支えています。



スギクリニックモール金山店



蘇我調剤店



クリニックモールなんば店



桜山調剤店

食から健康を支える「フーズ強化型店舗」

奈良県の御所店では、併設のプロセスセンターで加工した新鮮な精肉、充実した青果の提供による食を通じた健康づくりをサポートしています。



美と健康を追求する「ビューティ特化型店舗」

東急プラザ表参道オモカド店に続き、コスメに特化した「cosme carat」が大宮マルイにオープン。地域の方だけでなく、流行に敏感な若者や訪日外国人のニーズにも応えられる、レベルの高い商品・サービスを提供しています。



調剤体制の強化

質の高い医療サービスの提供体制を拡充

2023年度に「ひかりファーマ」、2024年度には「メディプラン」「メディカルかるがも」「ファルマユニオン」「グリーンエイト」を子会社化し、調剤体制の強化とネットワークの拡充を通じて、「トータルヘルスケア戦略」の実現を目指し、これからも質の高い医療サービスの提供を進めていきます。



株式会社メディプラン 北海道エリア

札幌圏と東京都で「みらくる薬局」を展開する調剤薬局チェーン。札幌で20店舗以上、東京では3店舗を運営し「地域からの感謝」と「医師のサポート」を理念に掲げています。医師開業支援では札幌市内約60件以上のクリニック開設をサポートし、業界に先駆けて札幌駅前に複合メディカルビルを企画・展開。地域医療への貢献と地域包括ケアの充実に取り組んでいます。



株式会社ファルマユニオン 九州エリア

「すべてはお客様の満足のために」を理念に掲げる調剤薬局チェーンです。社名は薬局を意味するPHARMAと融和を表すUNIONからなる造語で、地域住民への安心・安全な医療提供を目指しています。「かかりつけ薬局」として全医療機関の処方せんに対応し、電子薬歴による安全管理、詳細な薬の説明、充実した服薬指導、在宅訪問による薬剤管理も実施しています。



株式会社メディカルかるがも 関西エリア

関西(大阪・兵庫・京都・奈良・和歌山)を中心に、ターミナル駅周辺に集中出店するドミナント戦略で展開する調剤薬局チェーン。「地域とともに」をモットーに地域包括ケアシステムの一員として、重複投薬の削減や残薬解消に取り組み、オーダーメイド調剤や在宅医療にも注力。気軽に立ち寄れる「かかりつけ薬局」として、地域住民の健康維持をサポートしています。



株式会社グリーンエイト 関東エリア

「チームワーク」を最大の武器とするセントラル薬局グループの運営会社です。「あなたの人生に彩りを」をモットーに、在宅医療に特化した訪問薬局として、患者様とご家族、介護・看護する方々の気持ちに寄り添うサービスを提供。超高齢社会の課題解決に挑み、薬剤師の可能性を追求しながら、チーム一丸となってADL※1/QOL※2向上に取り組んでいます。

※1 ADL:日常生活動作 ※2 QOL:生活の質



株式会社 ひかりファーマ

株式会社ひかりファーマ

北陸エリア

2023年12月、子会社となった「株式会社ひかりファーマ」は2003年に富山県で創業した地域密着型の調剤薬局です。富山県高岡市を中心に砺波市、富山市、射水市、石川県かほく市に計15店舗を有し、医療機関と強固な信頼関係を築きながら「かかりつけ薬局」として地域住民の健康に寄り添い続けてきました。北陸エリアで信頼される調剤薬局を目指し、「トータルヘルスケア戦略」をより推進していきます。



株式会社スギ薬局を存続会社とするI&H株式会社の合併について ～阪神調剤は、これからも、信頼される「街のかかりつけ薬局」を目指します～

本合併の背景・目的

ドラッグストア業界および調剤薬局業界は、現在業態を越えた競争の激化、および度重なる薬価・報酬改定の影響で、大きな転換点を迎えています。一方、高齢社会の進展に伴い、健康の維持増進を支援する予防医療領域や国の指定する難病患者様向けのスペシャリティ医薬品領域など、様々な領域の市場成長も見込まれております。

このような環境下において、当社グループは、地域のお客様・患者様の疾病予防・健康管理に生涯にわたって関わり、健康増進に貢献する「トータルヘルスケア戦略」を掲げ、「ヘルスケア領域の深耕」を進めております。

そうした中、当社グループは、2024年9月にI&Hが新たにグループ入りしたことで、北海道から九州まで約2,200店舗

阪神調剤薬局
ニッケパークタウン店

のドラッグストア・調剤薬局を展開する、質・量ともに業界トップクラスのヘルスケアグループとなりました。スギ薬局は、地域密着型のドラッグストア事業を基盤とし、地域の基幹病院と強固な連携体制を築いています。さらに、大型医療モールから地域密着型の門前薬局まで多様な業態を担う事業子会社が、様々な形で連携を深めており、予防医療やスペシャリティ医薬品の領域にも積極的に取り組むことで、企業価値のさらなる向上を目指しています。

こうした動きを一層加速させるため、スギ薬局とI&Hにおけるシナジー効果の早期創出や生産性の向上を目的として、本合併を実施することといたしました。

スギメディカルグループの事業報告

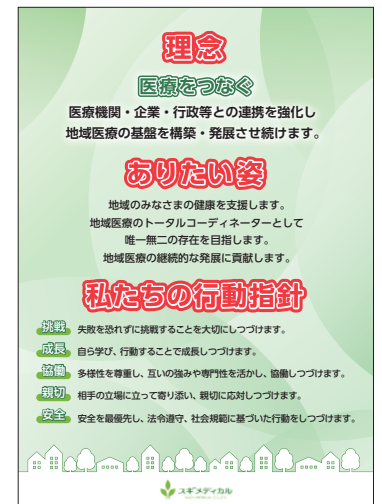


スギメディカルは、様々な医療機関、医療従事者、事業者と連携し、地域の皆様のために医療・ヘルスケアをトータルコーディネートします。

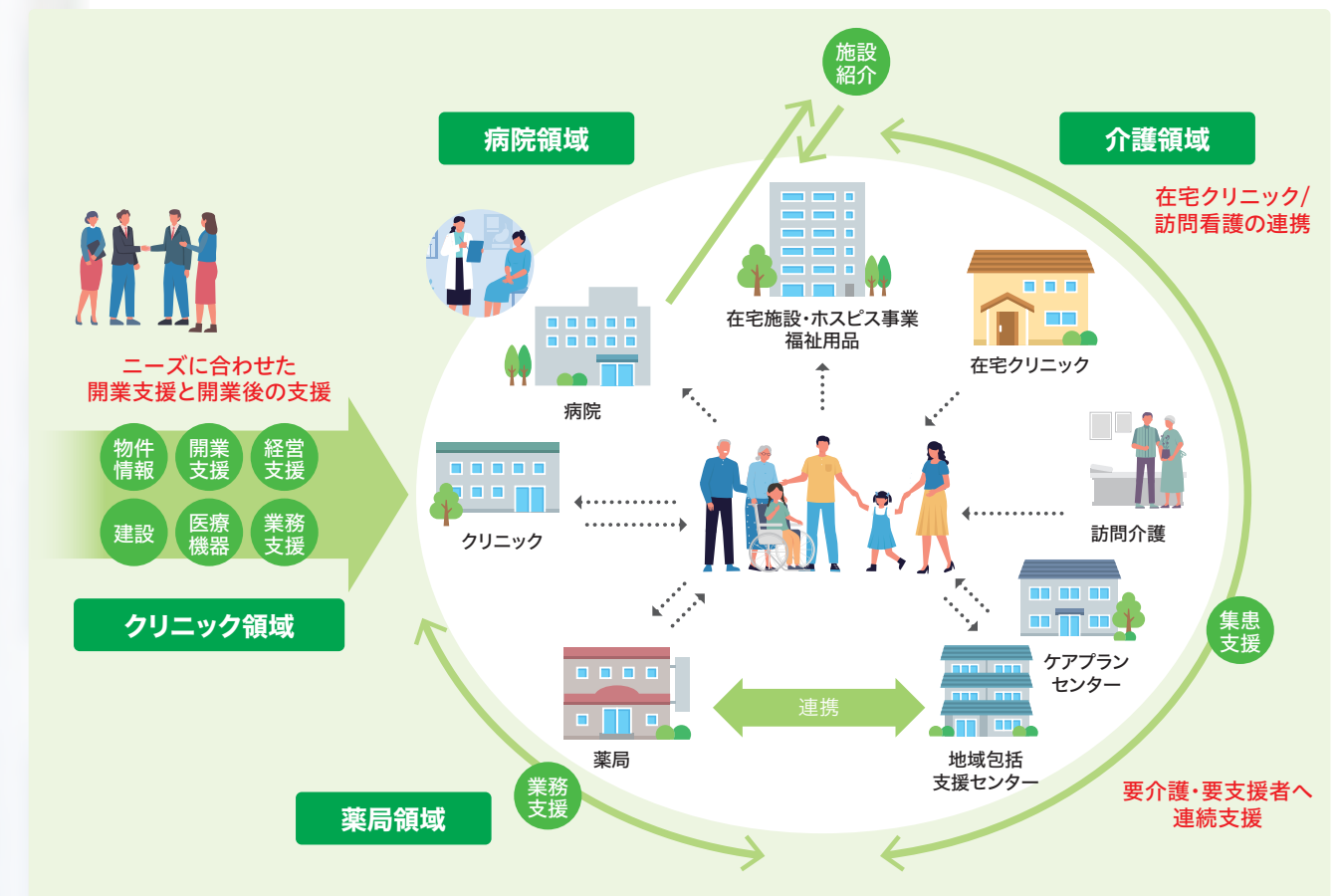
少子高齢化や医療費の増加が日本の大きな課題となる中、「予防・未病」から「治療」、「介護」におけるすべてのステージで、一人ひとりに寄り添った健康支援が求められており、その社会的重要度は一層高まるばかりです。

当社は訪問看護事業や医療機関の開業支援事業などの医療・ヘルスケアにかかわりのある各事業を専門とする子会社を傘下に持っています。医療・ヘルスケアのトータルコーディネーターとして、それら子会社だけでなく地域の医療機関や事業者とのシナジーを創出し、地域の皆様のより健康で潤いのある生活を支援いたします。

私たちは、これらの活動を通して、あらゆる人々の幸福を願い、笑顔を増やす企業であり続けたいと考えています。



スギメディカルグループの事業



地域のヘルスケアのインフラとなるために、
他企業との連携を強化し、
地域医療の連携基盤を構築・発展させていきます。

スギホールディングス株式会社
代表取締役副社長
杉浦 伸哉

スギメディカルグループの体制



株式会社DCPソリューション(DCP)

ドラッグストア併設の集客力を強みに地域の生活、医療を支えるため、クリニックの開業支援を事業の柱とします。スギ薬局出店エリアである関東、中部、関西、北陸・信州の4エリアに専任の開業支援コンサルタントを配置。業界トップクラスのグループ累計400件以上(医療モール累計含む)の開業支援実績があります。今後は、継承事業および医療モール組成にもさらに注力し、地域医療を支える企業を目指します。

開業支援事業

ドラッグストア併設により理想の開業を実現



開業事例



クリニックモール



駅前ビルイン



複合型商業施設



同一建物2階



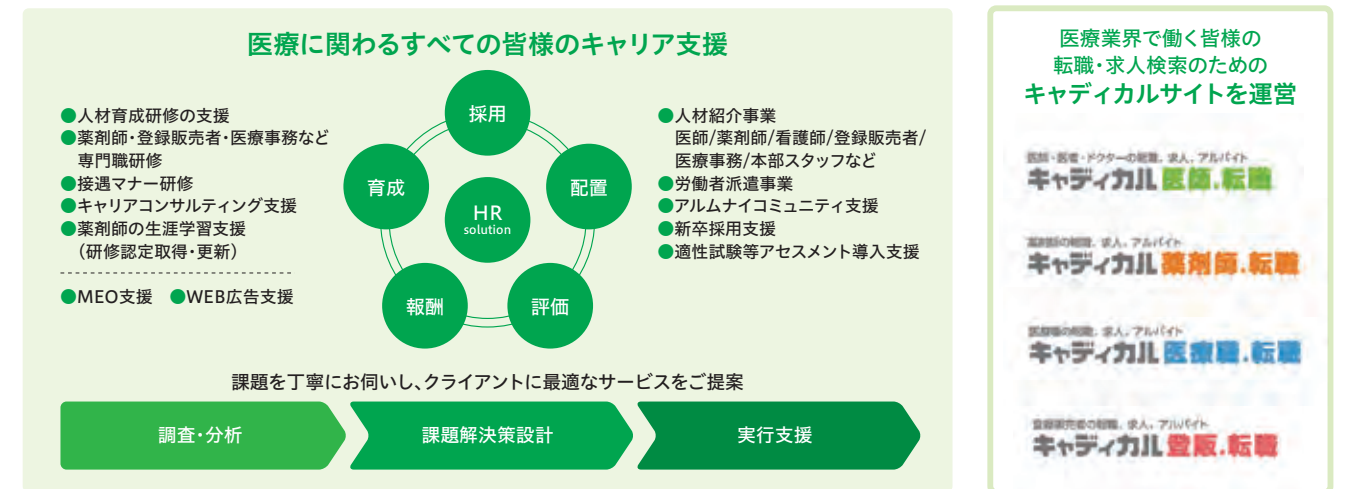
同一敷地内戸建て



株式会社MCS

医師や薬剤師など医療職の人材紹介事業を中心に、事業者の人的資本における課題解決を支援します。

経験豊富な人事・人材コンサルタントが新卒・経験者採用、キャリア開発、教育研修など、事業拡大に向けて「人財」という観点で総合的に支援します。また、職場での成長を希望する個人に対しても、最適な職場探しの支援から、職場復帰に向けたキャリア支援まで幅広くサポートさせていただきます。



株式会社CoMediCs

スギ薬局グループの知見・ノウハウ等を活かしたコンサルティングサービスを中心に医療・介護事業者を支援することにより、社会課題の解決、また地域の皆様のより健康的な生活を支援します。

支援イメージ

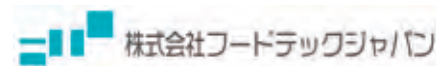


支援内容

領域	項目	
医療機関支援事業	コンサルティング	地域連携支援
		分院開設・拡大展開支援
		管理業務支援(レセプト請求・医療材料等管理業務)
薬局支援事業	業務受託	医療事務・事務長業務支援
	コンサルティング	在宅専門薬局導入支援
		地域連携支援
		薬剤師・医療事務教育支援
		レセプト請求業務支援
介護・高齢者向け施設支援事業	コンサルティング	入居促進支援
		服薬支援

支援の流れ





Z.Z.Biz株式会社

総合病院内にて薬膳レストラン「然の膳」や職員食堂の運営、売店、自販機・入院セットの管理など、アメニティを含むトータルヘルスケアサービスを提供しています。薬膳メニューのフランチャイズ展開、物販や書籍開発、飲食店経営のコンサルティング、店舗の企画・設計・施工にも取り組み「食」を中心とした多角的な事業を推進しています。

飲食事業



小売事業



物販事業



フランチャイズ事業

コンサルティング事業

店舗開発・企画デザイン事業



スギナーシングケア株式会社(SNC)

ご自宅で介護や療養が必要な方に、看護師や理学療法士、作業療法士等が訪問し、日常生活のサポートや医療的ケア・リハビリテーションを実施します。スギ薬局林寺店併設で、2008年に訪問看護ステーション、2012年にケアプランセンターを開設し薬剤師とともに在宅医療を支えるサービスを開始。現在では大阪府、愛知県、神奈川県、千葉県に23事業所を展開しております。

主なサービス

- 病気の観察**
病気や障がいの状態や、血圧・体温・脈拍などをチェックします。
- 日常生活の支援**
排泄や入浴の介助、食事など日常生活を支援します。
- 医師の提示による医療処理**
床ずれの予防・処置、カテーテル管理や点滴などを行います。
- 医療機器の管理**
在宅酸素に関する機器、吸引器、人口呼吸器などの管理を行います。
- 小児の訪問看護**
0歳の赤ちゃんから看護・リハビリを行います。
- 在宅リハビリテーション**
嚥下訓練や拘縮予防、歩行訓練、排泄の自立など各種実施します。
- ターミナルケア**
終末期を自宅で穏やかに迎えるための支援・看取りを行います。
- ご家族への支援**
看護や介護、生活に関する相談指導や精神的サポートを行います。
- 介護保険利用支援**
介護保険の手続き〜ケアプランの作成を行います。



訪問看護ステーション
17事業所

ケアプランセンター
6事業所

病気や障がいのある人が、住み慣れた地域やご家庭で、その人らしく安心して在宅療養が続けられるようサポートします。
小児、障がい者のケアや、介護されるご家族様へのアドバイスや支援も実施します。



株式会社グロウス

グロウスは北海道を中心に医師開業支援と医療機器販売を行っています。クリニックを運営していく上での収入源は、診療行為（手技）および医療機器を用いた検査を行うことで得られる診療報酬であり、多くの診療科目において医療機器の導入が必要になります。医師の診療方針や医療機器導入における収支バランスを加味し、事業計画を立てた上で、複数ある中から最適な医療機器や医療備品などをご紹介いたします。医療機器選定時には各メーカーによるデモンストレーションや施設見学などを行い、また使い勝手や導入時および導入後のコスト、入替時の想定など、将来を見据えたコスト比較や金額交渉など、総合的なサポートを行います。また、現金・リース・割賦などの購入時のサポートも行っております。安心して運営いただけるよう支援しております。

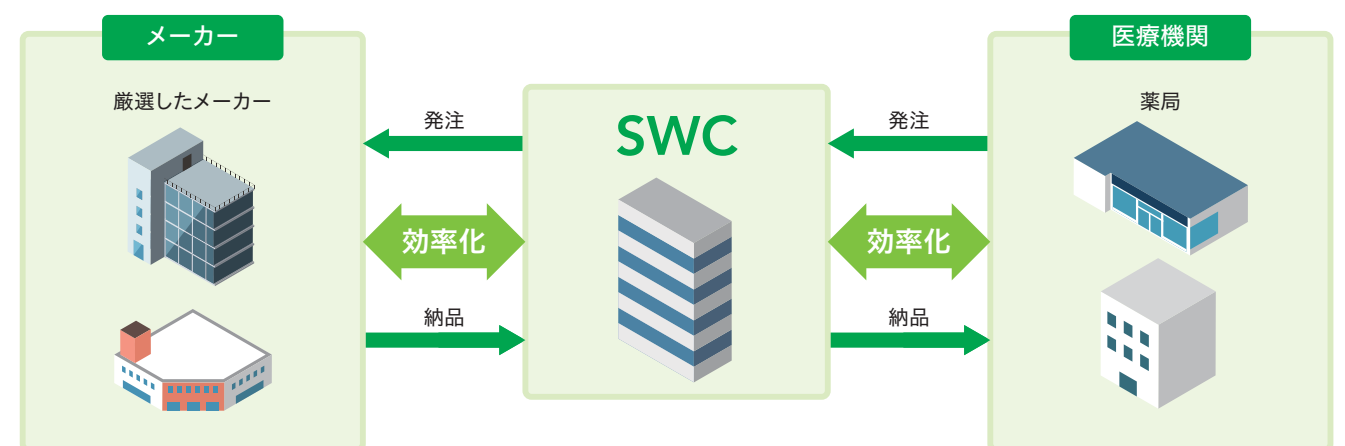


株式会社昭和メディカ・ジャパン

調剤薬局向けの店舗開発や事業承継を通じて、地域に根差した医療インフラの構築を支援しています。「一貫性・持続性・柔軟性」を理念とし、独自のネットワークを活かして、土地調査・物件紹介・資金調達から開業後の運営支援まで、包括的なコンサルティングを提供。人材や医療機関との連携を重視し、地域・医療機関・薬局が共に発展する三者一体の体制を構築しています。

SWC 株式会社SWC

- 国民医療費の抑制のために、重要な役割を担っている「ジェネリック医薬品」を中心に取り扱いをしている卸売販売業の会社です。
- SDGsに配慮した効率的な物流の実現を目指し、医療機関や製薬メーカーと連携して対応しています。
- 取扱商品については、製薬メーカーからの十分な情報提供のもと、品質の確保に努めています。



STレーディング／渡辺貿易



代表取締役社長
山本 剛史

リアルとデジタルの融合で 効果的な予防サービスを実現します

STレーディングは、スギホールディングス株式会社の100%子会社として2020年に設立されたヘルスケア関連専門商社です。当社グループの志向する「トータルヘルスケア戦略」、それは日本社会が抱える少子高齢化への対応、次々と創出され進化するデジタル技術を活用し、健康・医療というキーワードで様々な健康状態のお客様・患者様に寄り添った支援を行っていく、当社の取り組みの基幹となるものです。

今後、アジアでも日本に続き高齢化の波が押し寄せてきます。当社が日本で培った高齢化に対するソリューションを、アジアのパートナーと共有しながら共に歩み続けることで、「アジア全体の健やかな生活に寄与する」というミッションに挑戦し続けてまいります。

グローバルネットワークを活用したアジア展開

株式会社STレーディングは、アジア各国との取引実績があります。当社グループのネットワークを活かし、アジア各国において提携先・取引先を拡大しています。これにより、地域ごとのニーズに合わせた商品提供やビジネス展開が可能となります。ASEANはもちろんのこと、中東地区やアフリカ地区にも目を向けています。

既存の輸出実績国・地域

台湾／ベトナム／マレーシア／タイ／香港／マカオ／中国（越境EC）／カンボジア／ネパール／シンガポール／韓国／モンゴル／キルギス



主な事業内容

スギ薬局グループの一員として、アジアを中心とした海外向けの取引仲介・流通貿易事業を展開しています。当社グループは北海道から九州エリアまで約2,200店舗のドラッグストアや調剤薬局を展開し、4,820名の薬剤師と564名の管理栄養士を擁するヘルスケアにおける専門性を強みとし、地域住民の健康増進に貢献する「トータルヘルスケア戦略」を推進しています。グループ会社の経営により培った経験が強みに、メーカー・卸売企業とアジアの企業とを双方から取引仲介いたします。

輸出入の仲介

ドラッグストア業態における豊富な販売ノウハウを共有

スギ薬局グループが培ってきたドラッグストア業態における販売ノウハウがあります。商品を効果的に市場に導入し、販売促進において競争力を強化するための知識を共有しながら、輸出入の仲介を行います。

OEM/ODM

オリジナル商品の企画・開発支援と販売

ヘルスケア商品、ビューティ商品、日用品のオリジナル商品の企画・開発を支援し、グループのネットワークを通じて販売しています。このノウハウにより、独自性の高い商品を提供し、ブランド価値を向上させることが可能です。

店舗展開

海外の有力なドラッグストアを展開する企業と提携し、現地スタッフとのきめ細かな連携により、現地のお客様に正しく商品情報を紹介しています。また、提携企業の一部にはスギ薬局グループの商標を貸与し、日本でも馴染みのある店内販促物を用いた店舗運営を行っています。現地の声を活かした商品開発も行っています。



台湾事業

大樹薬局との業務資本提携
台湾国内で300店舗を超える大樹薬局の店内に、当社グループとのコラボ売場・日本の商品を展開しています。



マレーシア事業

ALPRO PHARMACYとの業務提携・合併会社設立
マレーシア国内で、日本式ドラッグストアの展開を共同で実施しています。



タイ事業

ORグループが運営するfound&found
店舗内に、当社グループPBおよび日本の商品が陳列される売場を展開しております。

NIHONDO

薬日本堂株式会社



代表取締役社長
山本 雅枝

漢方領域の知見を活かし、シナジーの最大化を図ります

2023年12月、薬日本堂はスギ薬局グループの一員となりました。当社は「一に養生、二に漢方」の基本理念に基づき、一人ひとりに合わせた最適な養生法と漢方薬を提案する漢方相談のリーディングカンパニーとして、全国16の店舗網を通じ年間延べ9.4万件の健康相談に対応しております。併せて「ニホンドウ漢方ブティック」「カガエ カンポウ ブティック」「薬日本堂」の3つの業態を有する「漢方相談店舗」を中核に、「ウェブメディア」「ミュージアム」「商品開発」「スクール」「商品流通」「書籍監修」など「漢方」を軸とした事業を幅広く展開。国内最高クラスの症例対応数から得た「漢方」に関する知識と経験を基盤に、地域の生活者から高い信頼・評価を得ています。当社が蓄積してきた漢方領域における知見を、今後はスギ薬局グループの一員として活かすことで、独自性の高い商品開発、店舗における新業態の開発、一般用漢方医薬品の販売強化に取り組んでまいります。また、漢方の認知拡大に向けたグループ従業員への漢方教育の推進、各種媒体における情報発信等も行い、薬日本堂とのシナジーの最大化を実現したいと考えます。

主な事業・サービス

漢方専門店舗

ニホンドウ漢方ブティック

漢方をモダンに表現し、身近に感じてもらうことがコンセプト。漢方の智慧を活かした多彩なライフスタイルを提案。



カガエ カンポウ ブティック

「漢方」を医香同源ともいえる「香り」からもアプローチ。からだの内外をトータルに磨く漢方ビューティブランド。



薬日本堂

自然治癒力を高めて病気を根本的に治し真の健康を手に入れるために、日々の生活養生の改善を漢方でサポート。



漢方薬のネット販売・オンライン相談

気軽にどこからでも相談が可能な「オンライン漢方相談」、その他自社ECサイト「薬日本堂オンラインショップ」、情報サイト「漢方ライフ」など、WEBを通じたお客様との関係構築にも力を入れています。



<https://www.kampo-sodan.com/>

商品開発

自社商品の企画開発の他、様々な企業の商品開発に協力。1969年の創業以来培ってきた漢方・薬膳のノウハウを活かし、薬日本堂ならではの東洋素材を用いた商品開発やレシピ監修、販売促進の企画協力などを行っています。

<商品一例>

- ・「からだ巡茶シリーズ」
「ドラゴンブースト」
(日本コカ・コーラ株式会社)
- ・「食養生カレー」(森下仁丹株式会社)
- ・「薬日本堂のど飴」
(ライオン菓子株式会社)
- ・「キレイ創巡茶」
(アン ミカ氏・株式会社アイセイ薬局とのトリプルコラボ) 他多数



薬日本堂漢方スクール(東京・大阪・名古屋)

健康は自分で守り、つくる「漢方・養生ライフ」をテーマに、2024年度には名古屋市内にサテライト校をオープン。薬剤師や中醫師、店舗で豊富な臨床経験をもった講師が在籍。漢方の基礎や薬膳、ツボ、舌診を学べる1回完結型の1 DAYセミナーや、「漢方養生指導士」の資格取得を目指した本格的なコースなど、幅広いセミナーをご用意しています。



漢方薬への興味を深める展示

「ブティック」「ギャラリー」「レストラン」「スクール」の4施設から構成される「ニホンドウ漢方ミュージアム」(東京・青山)。漢方を五感で感じられる複合型施設を運営。



薬膳の多様なチャネルでの展開

薬膳をもっと身近に取り入れていただくために、お粥など流通用商品を展開。スーパーマーケット、コンビニエンスストアなど様々なチャネルで販売。



レストラン・書籍等の監修

薬膳レストラン「10ZEN」のメニュー監修や、書籍の監修協力など、薬膳・漢方を軸に幅広いジャンルの監修を行っています。漢方理論はもちろん、食事や生活習慣、ツボなど暮らしに役立つ情報を積極的に発信しています。



NIHONDO

薬日本堂株式会社

薬日本堂における新たな取り組み

スギ薬局店内に薬日本堂売場を導入(ショッピングインショップ)

薬日本堂の商品、漢方理論を学んだスタッフをスギ薬局店舗内に配置することで、広くお客様のお悩み事を解決できる店舗業態の開発に挑戦。2025年2月の心斎橋店オープンを皮切りに、順次拡大の予定です。引き続き、スギ薬局グループ内でトータルヘルスケアの推進に貢献していきます。



新たな顧客との接点創出

各種イベントへ、積極的にブース出展を行っています。これにより、難しそう…などのイメージから、これまで薬日本堂への来店や接点がなかったお客様の声を直接伺い、漢方についてお伝えする機会を創出し、認知度の向上に努めています。



健康増進セミナー



ママカフェ ウェルネスフェスタ

薬日本堂漢方スクール「名古屋サテライト校」オープン

2024年11月に名古屋市内に中部エリア初となるサテライト校を開校しました。地域にお住まいか、職場に近い方が通いやすい環境を整え、漢方の知識を深める場の拡大により、漢方の普及活動を推進します。



【カリキュラム例】

- はじめての漢方入門(1) 陰陽五行と食性・食味
- 自分で作る薬膳酒 テーマ: 冷え＆屠蘇散
- 漢方救急箱を常備しよう

商品



源生寿

薬日本堂のベストセラー。からだ本来の力を支える和漢を厳選して濃縮。霊芝をベースとした「おたね人参タイプ」と「クマ笹タイプ」の2種類で根本から養生。毎日の元気をサポートします。



漢茶

薬膳の考えをもとに素材を配合し、毎日のお茶として続けやすい風味を追求。日々変化するからだのコンディションや季節、時間帯に合わせて自由に選べる、ノンカフェインの和漢茶シリーズです。



輝生シリーズ

からだの調子や体質は人によって異なることから、東洋の理論を活かして3種類をラインナップ。一人ひとりの美容と健康に寄り添う、漢方専門店ならではの和漢サプリメントです。

スギウェルネス



代表取締役社長
上沢 仁

リアルとデジタルの融合で効果的な予防サービスを実現します

スギウェルネス株式会社は、それまで株式会社スギ薬局の一部門だった保険者支援部門を独立させる形で2024年3月に設立されました。私たちが追求するのは疾病予防です。スギ薬局グループとして多くのお客様との健康相談で積みかさねてきたノウハウや、複雑な健康情報をわかりやすく伝える点を重視したデータ分析技術など、アナログ経験とデジタル技術の融合が強みです。アナログ経験とデジタル技術の融合により、その状況は変えられると考えています。実効性と経済合理性を両立させた疾病予防を実現し、保険者や企業、個人、さらには社会全体のニーズに応えていければと考えています。

主な事業内容

保険者・企業向け保険事業支援サービス

特定保健指導

生活習慣病の発症リスクが高い方への生活習慣を見直すプログラムです。



生活動線から選べる3つの実施方法

- | | | |
|----------------------------|-----------------------------------|--------------------------|
| ・店舗型
自宅・勤務先
近くのスギ薬局で | ・ICT型(WEB面談)
空いた時間に
PC・スマホで | ・事業所型
参加しやすい
勤務場所で |
|----------------------------|-----------------------------------|--------------------------|

特定保健指導の実施

2024年度実績 **7,179名**

重症化予防保健指導

生活習慣病の重症化を予防するための保健指導プログラムです。個々のリスクに合わせ最適プランをご提供します。



生活習慣改善アドバイスプラン

生活習慣改善の“きっかけづくり”を目的としたプランです。

ライト保健指導プラン

健診値が低～中リスクの方を対象に、検査値・ライフログ改善を通じ、特定保健指導や受診への流入抑制を測るプランです。

ハイリスク保健指導プラン

中リスク以上の方を対象に、検査値やライフログの改善、行動変容を支援し、脳心血管病の発症予防を図るプランです。

リスクレポート

疾病リスクと予防知識をわかりやすく伝える独自の健康情報を提供します。



生活習慣病リスクレポート

健診結果をビッグデータと予測モデルで分析し、科学的根拠に基づいた情報を対象者目線で提供します。

CKD(慢性腎臓病)リスクレポート

一人の健診結果に基づいて作成。CKDに対する認知・知識の早期啓発を促進します。



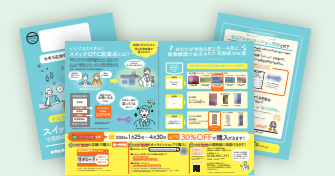
セルフメディケーション勧奨通知

医療用医薬品からスイッチOTC医薬品への切り替えを告知します。



サービスの構成

- レセプトデータ分析による対象者の抽出
- 情報提供通知物の送付(A4圧着製本)
- 割引購入の導線提供(店舗、オンライン)
- 購入実績に基づく定量的な効果測定



会長メッセージ

1兆円企業への飛躍を見据え、 確かな成長と企業統治の両立へ。

スギホールディングス株式会社
取締役会長
榎原 栄一

健全な成長を遂げるために。

愛知県西尾市の1店舗の「かかりつけ薬局」から始まったスギ薬局は、地域のお客様の健康相談はもちろん時には人生相談まで受けるような創業者夫婦の人柄が評判の繁盛店でした。「お客様のために誠心誠意尽くす」という創業時の接客のあり方は、やがて「目の前のたった一人のお客様を大切にする」というスギ薬局グループの揺るぎない考え方となり、今も社員一人ひとりの胸に刻まれています。

「変わることもない本質的なものを大切にしつつ、新たな時代の変化に機敏に対応する」ことを意味する「不易流行」の「不易」とは、まさに創業時から失うことなく継承し続けてきたお客様第一の姿勢といえるでしょう。

現在、スギ薬局グループには新たな仲間が次々と増えており、2024年9月には阪神調剤薬局を中心に全国展開するI&H株式会社（阪神調剤グループ）が新たに加わるなど、出店エリアを広げ続けています。さらに、海外事業の拡大に伴うパートナー企業の増加により、スギ薬局の物販事業・調剤事業を通じた地域社会への貢献はもとより、海外におけるヘルスケア領域への貢献も可能となってきました。

このようにグループネットワークの広がりが加速する今こそ、企業の規模を追うだけではなく、健全な成長に邁進する必要性を痛感しております。その原点となるのが「目の前のたった一人のお客様のために」という考え方であり、スギ薬局グループが一丸となるべくその共有に尽くすことが私の重要な責務の一つと考えます。

ガバナンスの強化に注力し、 持続可能な企業へ。

スギ薬局グループは、2024年度売上高8,780億円を達成し、右肩上がりの成長を続けております。この成長曲線の先にあるのが「1兆円企業」という一つの到達点といえるでしょう。その実現のためには「不易流行」の「流行」を意識し、盤石の経営体制で激動する時代の変化に機敏に対応しなければなりません。

近年、SNSをはじめとする情報拡散のスピードがかつてないほど加速しており、企業の信頼は一瞬で左右される時代となりました。このような社会を迎えたことで、企業のガバナンスとリスク対応のあり方が極めて重要となっています。

来年度迎える創業50年、そして次の100年へと続く未来を創るためにも、超長期的な視点で経営リスクを洗い出し、コーポレートガバナンス体制をより強固なものにするための取り組みに着手しました。

それはトラブルの未然防止と迅速な対応のために、社内のリスクマネジメント体制を強化することです。そのため外部監査機関との連携を深め、第三者の視点から企業の透明性を確保することで、潜在的リスクを事前に特定・対処する仕組みの強化を図ります。加えて内部監査室の強化にも取り組み、現場のリスクを迅速に排除するとともに、社員の声にも耳を傾ける取り組みを推進します。それは社員一人ひとりと向き合うことを意味し、社員のやりがいを最大化するエンゲージメント経営や多様性尊重の推進へとつながっていきます。

また、盤石な経営基盤のためのコーポレートガバナンス体制の強化は、必然、情報管理体制やコンプライアンス体制の整備・強化を伴うものであり、そのための教育・対策およびハラスメント防止、サステナビリティ推進など、多面的な取り組みも加速してまいります。

スギ薬局グループの「目の前のたった一人のお客様のために」の考え方は、今では「お客様」だけでなく、「社員の皆様」「お取引先様」など、当社グループのあらゆるステークホルダーに向けた考え方へと昇華しており、2025年度の行動指針にも「一人ひとりに向き合う」を掲げています。

これからも私たちスギ薬局グループは「不易流行」の精神を全うし、変わらぬ理念を胸に、地域社会への貢献を目指して変わり続け、成長し続けることを皆様にお約束いたします。

03

価値創造基盤の強化 マテリアリティへの対応

- 59 サステナビリティ経営を推進するための重要課題[マテリアリティ]
- 61 5つのテーマと重要課題[マテリアリティ]
- 63 健康的なコミュニティ
- 77 サステナブルな取引関係
- 85 地球環境への貢献
- 95 健康的な職場環境
- 105 コーポレート・ガバナンス

スギ薬局グループはサステナビリティ経営を推進するため、
5つのテーマと16の重要課題(マテリアリティ)を明確にしました。
これに基づく具体的な取り組みを進めることで、
地域社会の持続的な発展に貢献する企業を目指します。



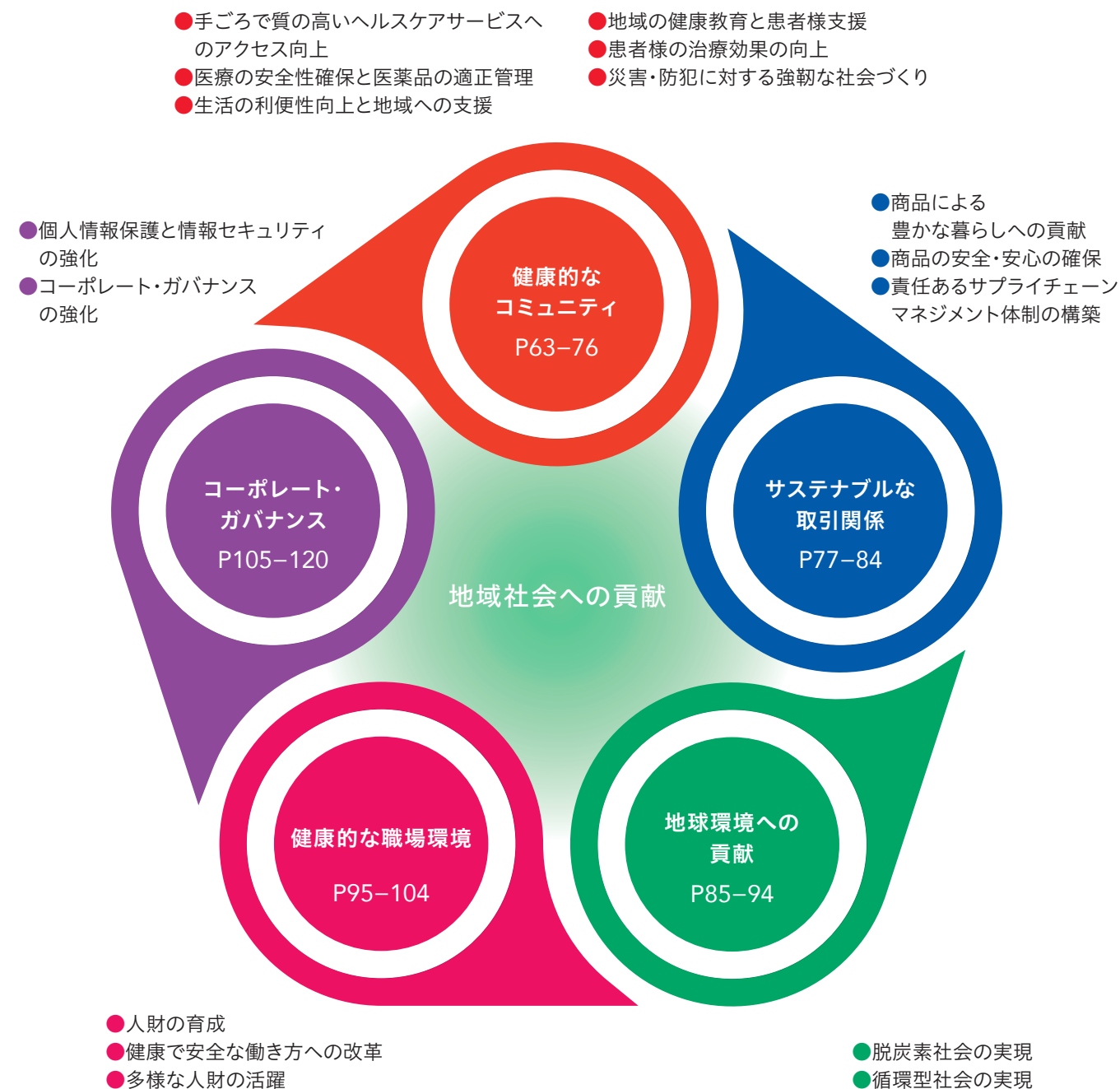
サステナビリティ経営を推進するための重要課題 [マテリアリティ]

スギ薬局グループは地域の人々の生活に密着した企業として、経営理念の実践により、社会課題を解決し持続可能な社会の形成に貢献することが企業成長につながると考えています。2021年に重要課題(マテリアリティ)を検討し、5つのテーマを設定し、以降、着実に取り組んでいます。

サステナビリティ基本方針

スギ薬局グループは、環境と社会の様々な課題に真摯に向き合い、企業活動を通して、健康で元気な人を増やし、活力ある社会を実現するため、ステークホルダーの皆様と協働し、「地域社会」の持続可能な発展に貢献する企業を目指します。

5つのテーマと16の重要課題[マテリアリティ]



重要課題[マテリアリティ]特定プロセス

以下のプロセスを経て、重要課題[マテリアリティ]を決定しました。今後も事業内容および外部環境の変化に合わせて柔軟に重要課題を見直す予定です。

重要課題の選定

社内各部署の責任者、担当取締役へのヒアリング、外部有識者の意見を踏まえ、課題の洗い出しを実施。その上で、サステナビリティに関する各種ガイドライン(GRI、SASB)、持続可能な開発目標(SDGs)、各種ESG格付、国内外の同業他社などの取組内容をもとに、重点課題を更新。更新の際には、企業理念、サステナビリティ基本方針などを考慮。

優先順位の検討

各重要課題に関する機会とリスク、主な取り組みに関して「経済的価値」、「社会的価値」の観点から優先順位の検討を実施し、マテリアリティマトリックスを作成。

妥当性確認

取締役会において妥当性を確認し、5つのテーマと16の重要課題(マテリアリティ)を確定。



5つのテーマと重要課題【マテリアリティ】

テーマと重要課題		機会とリスク		主な取り組み		関連するSDGs
健康的なコミュニティ	手ごろで質の高いヘルスケアサービスへのアクセス向上	機会	成長市場の獲得	● カウンセリング機能を持つ店舗の拡充 ● オンラインサービスの拡充	● データに基づくヘルスケアサービスの提供	     
		リスク	お客様の離反			
	医療の安全性確保と医薬品の適正管理	機会	お客様満足の向上	● ヒヤリハット事例の収集と教育、インフラ整備 ● 医薬品、医療機器の安全な回収	● デジタルを活用した医薬品などの情報提供	
		リスク	ブランド価値の低下			
	生活の利便性向上と地域への支援	機会	成長市場の獲得／ブランド価値の向上	● 商品、サービスへのアクセス向上 ● 在宅患者様向けの医療・介護サービスの拡大	● 地域・団体などへの活動支援	
		リスク	ブランド価値の低下			
	地域の健康教育と患者様支援	機会	お客様満足の向上	● 予防とケアを目的にした情報提供の拡充 ● 患者様および患者様家族などへの教育・啓発	● 患者様および患者様家族などへの支援	
		リスク	ブランド価値の低下			
	患者様の治療効果の向上	機会	お客様満足の向上／調剤報酬の増加	● 服薬フォローの実施によるアドヒアランス向上 ● ポリファーマシー回避による治療効果向上	● 医療機関への情報提供による治療効果向上	
		リスク	調剤報酬の減少			
災害・防犯に対する強靱な社会づくり	機会	ブランド価値の向上	● 強靱な店舗およびインフラの構築	● 地域の災害被災者への支援		
	リスク	自然災害などによる営業停止／ブランド価値の低下				
サステナブルな取引関係	商品による豊かな暮らしへの貢献	機会	成長市場の獲得／ブランド価値の向上	● 健康に配慮した商品の提供	● 高付加価値商品の開発強化	   
		リスク	競合他社による市場の獲得			
	商品の安全・安心の確保	機会	ブランド価値の向上	● 商品の品質保証体制の確立 ● 適切な情報開示	● エシカルに配慮した商品の展開強化	
		リスク	お客様の離反			
	責任あるサプライチェーンマネジメント体制の構築	機会	コストの低減／ブランド価値の向上	● サプライチェーンの適切な管理	● サプライヤーとの円滑なコミュニケーション	
		リスク	お客様の離反			
地球環境への貢献	脱炭素社会の実現	リスク	炭素税によるコスト増加／ブランド価値の低下	● 再生可能エネルギーへのシフト ● 温室効果ガス排出量の削減	● ライフサイクル全体での環境負荷低減	   
	循環型社会の実現	機会	ブランド価値の向上／コストの低減	● 水資源の保全に向けた店舗づくりの推進 ● 製・配・販連携による資源循環の推進		
		リスク	ブランド価値の低下			
	健康的な職場環境	人財の育成	機会	イノベーションの活性化	● 社員の能力開発研修の充実 ● ジョブ型の人事制度への転換	
リスク			競争力の劣化			
健康で安全な働き方への改革		機会	採用力の強化／イノベーションの活性化	● 健康経営の推進 ● 社員の安全に配慮した職場づくりの推進	● 働き方改革の推進	
		リスク	人財の流出／ブランド価値の低下			
多様な人財の活躍		機会	店舗展開の加速／イノベーションの活性化	● ダイバーシティを念頭に置いた場と機会の創出	● 多様な働き方を支援する制度の拡充 ● 多様性を尊重する企業風土の醸成	
		リスク	店舗展開の鈍化／ブランド価値の低下			
コーポレート・ガバナンス	個人情報保護と情報セキュリティの強化	機会	企業価値の向上	● 個人情報保護の強化と教育の徹底	● 情報セキュリティ体制の強化と教育の徹底	 
		リスク	事業継続リスクの発生／企業価値の低下			
	コーポレート・ガバナンスの強化	機会	企業価値の向上	● 取締役会の実効性の強化 ● コンプライアンス教育の徹底	● リスク管理体制の強化	
		リスク	事業継続リスクの発生／企業価値の低下			

重要課題 [マテリアリティ]

健康的なコミュニティ

手ごろで質の高いヘルスケアサービスへのアクセス向上

● カウンセリング機能を持つ店舗の拡充

デジタル化が進んだ今だからこそ、リアル店舗での専門家によるカウンセリングの重要性が高まっています。スギ薬局グループは、お客様・患者様の購買情報や相談履歴、そしてスギ薬局グループアプリを通じて、いただいた情報の統合を進めています。これらの情報をもとに、お客様・患者様一人ひとりのニーズや悩みに応じ、充実したカウンセリングを実施できる店舗を増やしています。



● デジタル会員基盤の拡充

様々なデジタルによるヘルスケアサービスや個人のニーズ別販売促進策の基盤となるのが、デジタルアプリ[スギ薬局アプリ、スギスマホでお薬アプリ(かかりつけ薬局アプリ)]の会員数です。2024年度は、それぞれのアプリのダウンロード促進を手掛け、1,500万ダウンロードまで到達しました。

スギ薬局アプリ

DL数 **1,380万**
(2024年度)スギスマホでお薬アプリ
(かかりつけ薬局アプリ)DL数 **120万**
(2024年度)

創業以来、地域医療への貢献を目的とした調剤併設型のドラッグストアモデルを同業他社に先駆けて展開してきました。現在ではそのモデルを「トータルヘルスケア戦略」に基づくセルフケアから介護終末期までを対象とした事業モデルへ進化させています。



● データに基づくヘルスケアサービスの提供

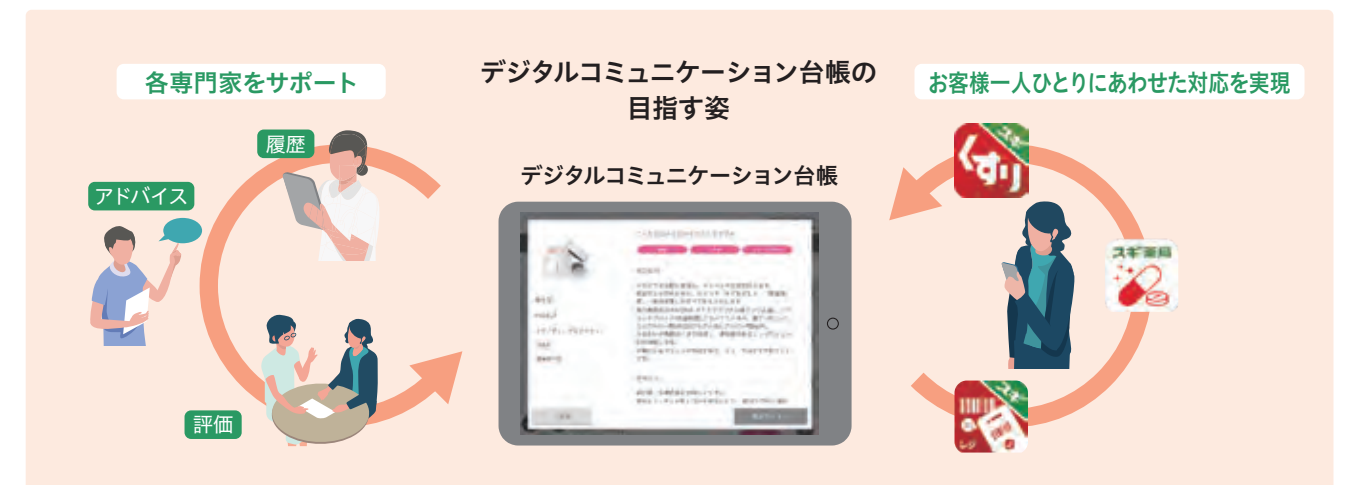
健康診断の結果から生活習慣病のリスクを判定する「生活習慣病リスクレポート」の提供を行っています。脳卒中や心筋梗塞、糖尿病になる確率を分析し、管理栄養士が予防につながるアドバイスを実施しています。

● OTC医薬品の即日自宅配送の実施

スギスマホオーダー

OTC医薬品も自宅で受け取れる
ラストワンマイルを開始生活習慣病
リスクレポート● デジタルコミュニケーション台帳を活用した
ONE to ONEのヘルス&
ビューティソリューションの推進

購入履歴や肌診断結果からお客様それぞれにあわせた商品のレコメンドやカウンセリングを実施します。



重要課題 [マテリアリティ] | 健康的なコミュニティ

医療の安全性確保と医薬品の適正管理

自動薬剤ピッキング装置

Drug Station(ドラッグステーション)

安全性と効率性の追求を目的として、大型の調剤薬局にドラッグステーションを導入しました。

特徴

- その場で正確なピッキング
- 取り間違いがない安心感
- 安心のチェック機能



信州大学病院店



スギクリニックモール金山店



● 地域連携薬局、専門医療機関連携薬局の展開

地域連携薬局と専門医療機関連携薬局の展開を強化しました。今まで培った訪問調剤のノウハウを活かし、訪問調剤実施店舗数の拡大を行い、患者様の入退院時はきめ細かな医療機関との情報共有を、介護・終末期においては包括的な支援のできる地域医療のハブとなる薬局(地域連携薬局)づくりを進めました。

また、がん領域の専門薬剤師の育成や専門的な医療の提供を行う医療機関との連携を深めた高度薬学管理機能を備えた薬局(専門医療機関連携薬局)づくりを進めています。

専門医療機関連携薬局

9店舗

地域連携薬局

59店舗

Interview

通院等でがんの薬物治療が必要な患者様に対して、医療機関と連携しながら、外来がん治療専門薬剤師がサポートする体制を整えています。がん患者様の有害事象有無や服薬状況の確認を行い、トレーシングレポート等を通じて、医療機関へ適切にフィードバックしています。かかりつけ薬剤師制度による、“いつでも患者様が相談できる体制づくり”に加え、介護施設や他薬局との勉強会を実施しています。患者様の服薬情報を共有できる体制の構築により地域医療に貢献できることは、自分自身のやりがいにもつながっています。



外来がん治療専門薬剤師

● スペシャルティ医薬品※に対する対応

スペシャルティ医薬品は、特別な温度管理や副作用モニタリングが必要で、専用の保冷庫や薬剤師による特別な介入など、付加価値を伴う流通が必要です。スギ薬局グループでは、現在、名古屋大学病院店で、専用の保冷庫を備え、スペシャルティ医薬品の応需を開始しています。※スペシャルティ医薬品とは特定の疾患や患者層に特化した、高度な専門性を持つ医薬品群のことです。

● 医薬品、医療機器の安全な回収※

お客様・患者様のニーズに合わせて、感染性廃棄物(使用済み注射針等)の回収店舗を拡大しています。また、それに伴う針刺し事故の発生防止のため回収物を適切に管理できる体制を整備しています。

※回収容器を患者様に販売し、それを回収しています。



使用済み注射針回収BOX

● 調剤待合室におけるデジタルを活用した情報提供



● お薬受取ロッカーの拡大展開



● オンライン資格確認による正確な本人情報確認の実施



重要課題 [マテリアリティ] | 健康的なコミュニティ

生活の利便性向上と地域への支援

スギ薬局店舗内に予防特化型ケアプランセンター開設

ケアマネジャー資格を有する管理栄養士が、市町村が認定する要支援者の介護予防ケアプランの作成とサービス提供を行います。そのため介護予防ケアプランを作成する居宅介護支援事業所をスギ薬局店内に開設しました。

予防ケアマネジメント柏豊四季店、浦和神明店に次いで、3店舗目となる鷺宮店が、2025年4月に開設しました。



スギ薬局予防ケアマネジメント柏豊四季店

あらゆる角度で地域住民の健康を支える体制を整備

介護用品レンタルサービス



訪問リハビリテーションの実施



訪問看護ステーション



● 地域包括ケアシステムのインフラとなる訪問調剤と訪問看護

地域包括ケアシステムの概念である「住み慣れた地域で自分らしい暮らしを続けていただく」ために、在宅療養中の患者様向けに「訪問調剤」、「訪問看護」、「生活支援（物品販売や食事支援）サービス」を提供しています。

中でも、業界に先駆けて実施した薬剤師による訪問調剤は2025年度末に年間延べ225,000人に対しての実施を目標とし、それとともに訪問看護や生活支援サービスも提供していきます。

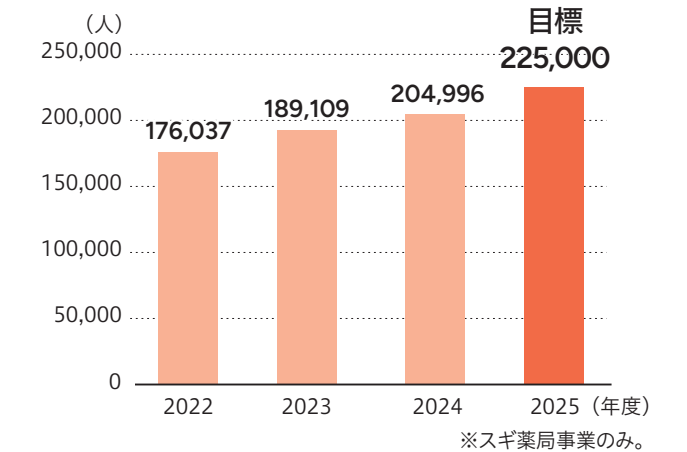
訪問調剤・訪問看護の実績（2025年2月現在）

訪問調剤	対応店舗数	634店舗
	ご利用者数(月平均)	17,083人
	ご利用者数(年間延べ)	204,996人
訪問看護	拠点数	17拠点
	ご利用者数(月平均)	1,497人
	ご利用者数(年間延べ)	17,960人

訪問調剤ご利用者数目標

2025年度末までに年間延べ**225,000人**

訪問調剤ご利用者数



● 訪問調剤特化型店舗

訪問調剤機能に特化し、安全性と効率化を追求した基幹店舗を展開。今池南店では2階に訪問調剤業務に特化した専門スペースを設け、調剤、訪問調剤業務に取り組む他、近隣病院との連携で入院中・退院後も使用できる福祉用具の貸し出しも実施しています。



愛知県名古屋市中区今池南店



重要課題 [マテリアリティ] | 健康的なコミュニティ

● 商品やサービスへのアクセス向上に向けた取り組み

■ 移動販売の実施

スギ薬局グループと行政が連携し、スギ薬局の移動販売車が公民館、老人クラブを回り、買い物支援を行っています。高齢者の外出促進や運動の習慣づけに貢献することも狙いとしています。また、2024年度までに活動を関東にも広げ、計4台の移動販売車が活躍しています。

■ 高齢や病気による買い物弱者をつくらない
物販生活支援サービス「おもてなし便」

自宅や介護施設などで療養する患者様やご家族から、薬剤だけでなく生活用品も届けて欲しいとの声にお応えして生まれたサービスです。衛生材料・衛生用品から食品に至るまで生活に必要な商品をご用意し、店舗に来店できない方々向けのサービスとしてQOL向上に貢献しています。



● 移動調剤体験車

各種イベントで調剤業務の体験ができる車両を開発しました。小さなお子様から青少年を対象に、体験を通じて薬剤師の業務に興味・関心を持っていただくことを目的としています。調剤の模擬体験を通じてスギ薬局の事業の理解浸透とファン化を図り、長期的な関係を築きたいという想いで取り組んでいます。

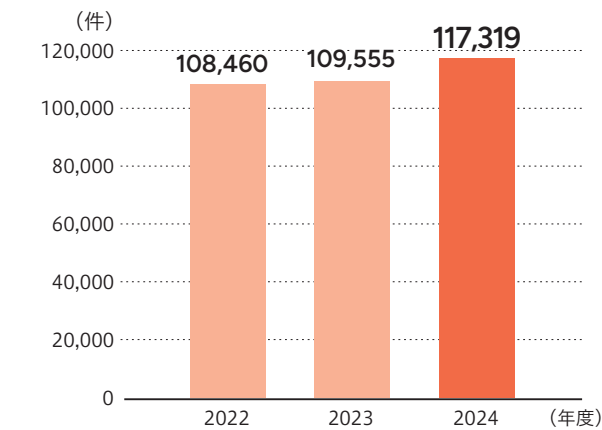


■ “お客様の声”に合わせた経営の推進

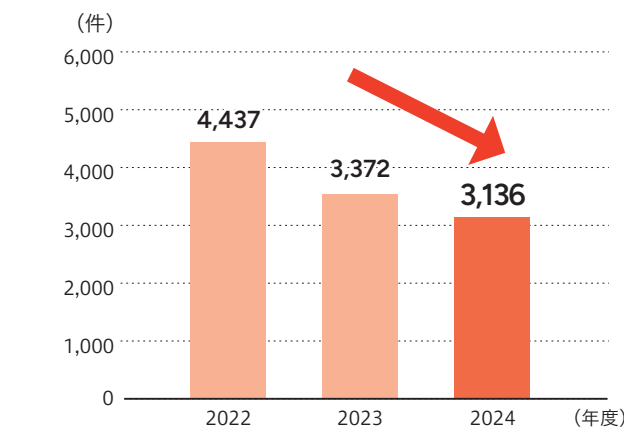
スギホールディングスの「お客様サポート室」では、お客様から接客、商品、サービス等に関するお褒めや問合せ、苦情等のご意見をフリーダイヤルやWEBサイト問合せフォーム、手紙などでいただいています。いただいたお客様の声は、随時・即時、週次、月次に関係各部署と共有し、店舗運営の各階層の責任者が集まる店長会議、営業会議や取締役会で、課題の特定と対策の立案、教育への活用など、落とし込みが実施されています。また、お客様がご自身で24時間、問題解決できるように、AIチャットボットを導入し、よくある問合せ(FAQ)に速やかにアクセスできる仕組みを整備しています。

また、X(旧Twitter)やgoogle mapの口コミなど、SNSの確認も行いながら、お客様に対して親切で丁寧なサービスが提供できるように尽力しています。

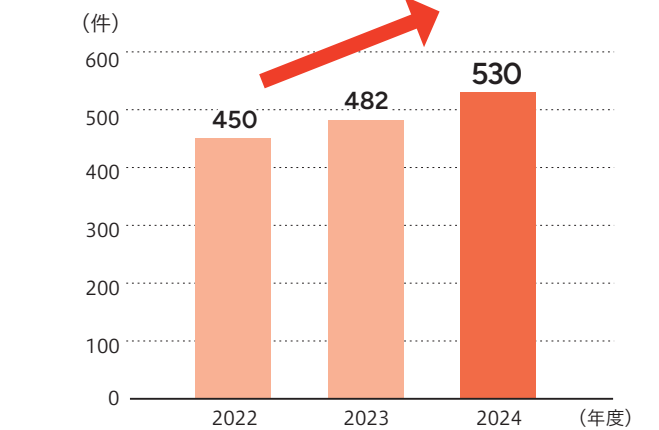
ご意見や問合せ、お褒めの総件数



内、苦情等ご意見承り件数



内、お褒めの言葉



● 地域、団体などの活動支援

■ 高齢者施設へのAED寄贈

スギ薬局グループでは、2013年度より、毎年高齢者施設へAEDの寄贈を行っています。2024年度は高齢者施設36カ所へ寄贈し、これまでの寄贈先は合計334カ所となりました。職員の方々への講習会も実施しています。



重要課題 [マテリアリティ] | 健康的なコミュニティ

地域の健康教育と患者様支援

公益財団法人杉浦記念財団による健康増進セミナーの開催

ご高齢者やそのご家族など、地域の皆様に最近の医療や病気の予防について理解していただき、病気の早期発見・早期治療や介護予防・認知症予防の必要性をより身近に感じていただくことを目的とし、スギ薬局の全国の出店エリアにて、スギ薬局グループと連携し、年に数回セミナーを開催しています。



■杉浦記念財団 設立の経緯

スギ薬局の創業者である杉浦広一氏・杉浦昭子氏を設立人として、スギ薬局グループが創業35周年を迎えた2011年9月に、それまでの地域の皆様からのご支援に報いるため、また、社会貢献という形で少しでもお役に立ちたいとの思いから、「一般財団法人 杉浦地域医療振興財団」を設立しました。そして2015年7月に公益認定を受け、名称を「公益財団法人 杉浦記念財団」に改め、地域包括ケアシステムの実現に向けて活動する個人・団体を支援する活動を継続することに加え、認知症問題や介護予防の分野でも、幅広く社会のお役に立てる活動を推進しています。

管理栄養士がつなぐ、医療・運動・栄養の新たな健康支援

スギ薬局林寺店では、店舗の2階にあるクリニック、フィットネスクラブと連携し、管理栄養士が栄養相談を実施。医療・運動・栄養の3方向から健康を支える新たな取り組みとして、クリニックの医師から栄養指導を奨められた患者様に対して、血液データや体組成データに基づいた個別指導を行っています。また、2階のフィットネスクラブでは認知症予防や筋力低下防止などをテーマとしたイベントを定期開催し、地域住民の健康意識向上にも貢献。店舗を拠点に包括的な健康支援を行い、未来のヘルスケアモデルの構築を目指しています。



スギ薬局林寺店

●健康相談会

全国250店舗で勤務する管理栄養士が地域のお客様に対して健康相談会を実施し、健康的な生活を送れるように生活習慣の改善について、一人ひとりにアドバイスを行いました。

健康相談会開催数
2,121

健康相談応対人数
35,044



●乳がん患者に対する支援

乳がんの早期発見、早期診断、早期治療を啓発する「ピンクリボン運動」の一環として、乳がんの患者様100名様に『医療用ウィッグ』をプレゼントしました。

これまでに12年で
累計約1,200名様に
ウィッグをプレゼント



WEBサイト上で募集

■ウィッグ販売イベントの開催

旗艦店舗にて定期的にイベント販売を実施しました。メーカーによる催事場での丁寧なカウンセリングにより、ウィッグを身近に感じていただき、販売につなげつつ、抗がん剤治療の副作用に悩む患者様のQOL向上に寄与しました。



ウィッグ取り扱い店舗の拡大

●健康イベントの開催



●女性の健康に関するイベントの開催



重要課題 [マテリアリティ] | 健康的なコミュニティ

患者様の治療効果の向上

● 対人業務の質的向上、ブランド価値向上、ガバナンス強化を目的に、DI機能を整備

■ スギ薬局グループのDI機能について

DIは、Drug Information＝「医薬品情報」の意味。スギ薬局のDI課では、医療関連情報を収集し、主にその情報を必要とする相手に合わせた分析、加工、編集を行い、分かりやすく情報を発信・蓄積しています。調剤・医薬品販売は、薬剤師・医薬品登録販売者といった薬の専門家がを行っています。その業務において、DI課は、対応に関わる相談・問合せ窓口としての役割を持ち、業務を支えています。またスギ薬局は、ヘルスケア、ビューティケアに力を入れた調剤併設型ドラッグストアを展開しており、様々な医療・健康・美容領域の情報を発信しています。必要な場面では、薬学的視点、薬事関連法規の視点でチェック、アドバイスをを行い、ガバナンスを強化しています。

■ 学会・論文発表等学術支援

対人業務の質の向上を進める中で、高い品質でサービスを提供できる薬剤師の成果は、学会等で発表できるよう支援を行っています。対人業務の質向上に努めるロールモデルとなる薬剤師が学会発表をし、そして発表された情報が社内でも共有される仕組みの中で、薬局薬剤師による、よりよい医療への貢献を目指しています。2024年度は13学会、33件の発表が行われました。

2024年6月にはスギ薬局学術研究倫理審査委員会が設置され、社内で行われる学術研究が適正かつ効果的に実施されるものであるかを審査しています。審査の前には、社内の学術研究を計画・実施するサポートも行っています。2024年度は6件の研究が倫理審査の承認を受け、地域貢献に向けた臨床研究が始まりました。

● かかりつけ薬局アプリによる患者様サポート体制の構築

物販をご利用のお客様に対して、調剤側と物販側が一体となって、かかりつけ薬局アプリのダウンロードの声掛けを行わせていただき、ダウンロード数は累計120万となりました。結果として、月間20万件にも及ぶ処方せんを当アプリの機能を通じて送信していただく等、患者様の利便性向上につながっています。引き続き、アプリを通じた患者様サポート体制の強化に取り組んでまいります。



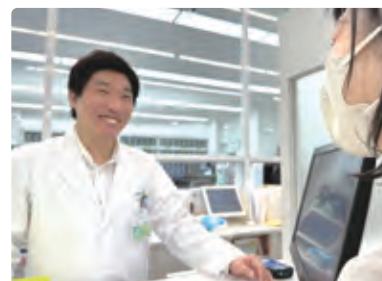
スギ薬局薬剤師・管理栄養士が発表した主な学会一覧

学会名称
第13回 日本臨床腫瘍学会学術大会 JASPO2024
第8回 日本老年薬学会学術大会
第17回 日本緩和医療薬学会年会
第11回 日本在宅栄養管理学会学術集会
第16回 日本栄養治療学会近畿支部 支部学術集会
第9回 日本薬学教育学会大会
第19回 セルフメディケーションアワード
第18回 日本腎臓病薬物療法学会学術集会・総会
第12回 日本くすりと糖尿病学会学術集会
第18回 日本薬局学会学術総会
第34回 日本医療薬学会年会
第72回 日本化学療法西日本支部総会
第40回 日本栄養治療学会学術集会

● 服薬フォロー実施によるアドヒアランス※の向上

処方せんの受付時に事前カウンセリングすることで、薬剤師本来の役目である対人業務に集中できる環境を整えています。対人業務は、店舗での患者様への親切な服薬指導だけでなく、ご自宅に戻られた患者様へ服薬期間中のフォローをスマホアプリで実施する環境を整えることで、いつでもどこでも患者様の悩みにお応えしています。2024年度は累計約150万件の服薬フォローを実施しており、その活動を強化することで、患者様のアドヒアランス、治療効果の向上につながってまいります。

※アドヒアランスとは患者様が積極的に治療方針の決定に参加し、主体的に治療計画(服薬、食事療法、運動療法、生活習慣の改善など)を実行する度合いを意味します。



● ポリファーマシー回避に向けた連携強化

主に高齢者の社会問題になっているポリファーマシー(害のある多剤併用)回避に向け、国立長寿医療研究センターと共同で、病院医師・薬剤師と薬局薬剤師の地域連携モデルの研究を実施しています。通常、ポリファーマシーの介入が難しいとされる外来患者や退院後の在宅患者に対し、病院と薬局の連携を強化することで、ポリファーマシー解消や、その結果として現れる薬物治療の有効性・安全性を高める取り組みを進めています。

災害・防犯に対する強靱な社会づくり

● 地域の災害と防災対策の支援

地域の自治体と包括的な協定を締結し、地域社会の課題解決を目指して様々な取り組みを強化しています。災害対策としては災害物資支援の協力、店舗を活用した緊急避難時および帰宅困難者向けの避難場所の提供支援、防災対策としては地域の防災訓練への協力などの実施を進めています。

安全・安心なまちづくりへの貢献	2024年度までの実績
協定数 合計	159
包括協定	44
見守り協定	11
防災協定	96
環境等に関わる協定	8



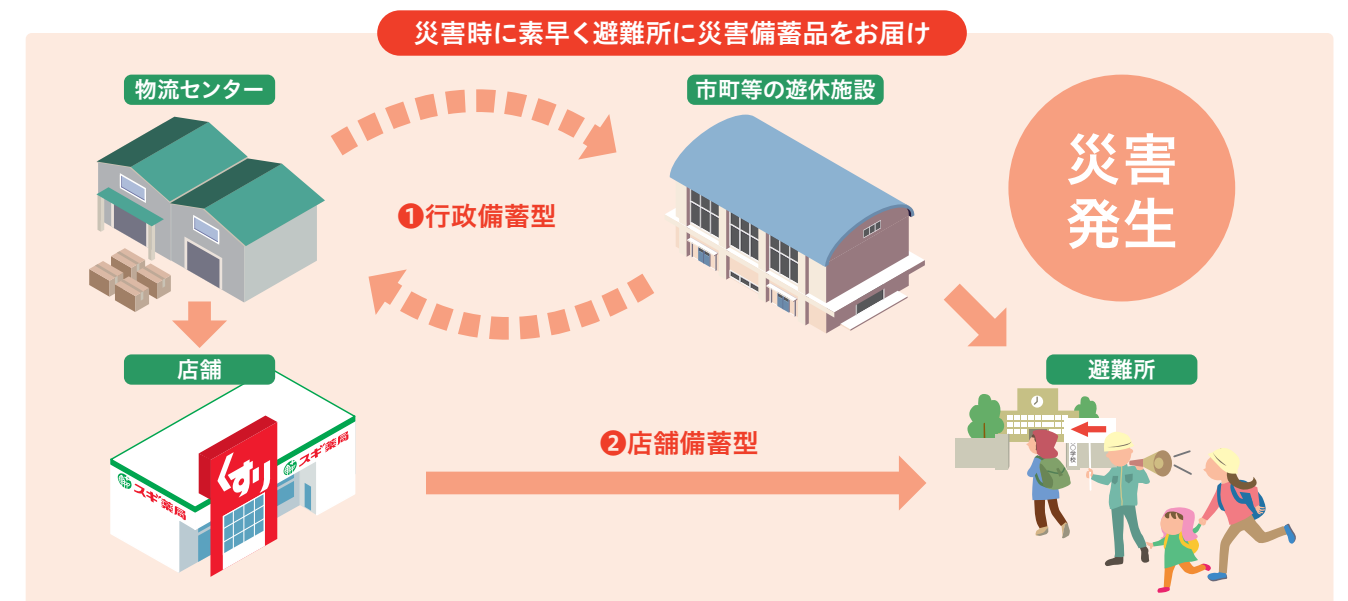
春日井市包括連携協定の締結式

2024年度に実施した包括協定一覧

愛知県	小牧市	愛知県	春日井市
岐阜県	可児市	大阪府	茨木市
神奈川県	茅ヶ崎市		

● 官民連携による災害備蓄の新モデルを構築

スギ薬局グループは行政と連携し、災害時に迅速な物資提供が可能な「官民連携ローリングストックモデル」を構築。行政施設や店舗に備蓄品を保管し、定期的に入れ替えることで、効率のかつ実用的な備蓄体制を実現しています。



①行政備蓄型 行政の遊休場所に備蓄品を保管。1年を目安に商品の入れ替えを行い店舗で販売。

②店舗備蓄型 事前に行政が購入した備蓄品を店舗で管理。

重要課題 [マテリアリティ] | 健康的なコミュニティ

● AED設置店舗の拡大

自治体から要望の多い地域に展開する店舗を中心に、お客様来店数が多い店舗や高齢者のお客様来店数が多い店舗を選定し、AED設置店舗を順次拡大しています。

2025年2月末時点で336店舗(全店舗の約20.1%)に設置しており、2027年度末までにスギ薬局全店の100%に設置していきます。

AED設置店舗の実績と目標

2025年2月末 **全店舗の約20.1%**

2027年度末 **全店舗の約100%(目標)**

※スギ薬局事業店舗のみ。



● モバイルバッテリーレンタルサービスの全店導入

モバイルバッテリーレンタルサービス「チャージスポット」をスギ薬局全店に導入しました。震災等の災害停電時には、バッテリーを無料開放します。今後も店舗周辺エリアにおける強靱な社会づくりに貢献していきます。



● ウクライナ避難民の受け入れ

愛知県大府市のウクライナ避難民支援活動に協力し、スギ薬局グループ大府物流センターにおいて就労支援を実施しています。長期化するウクライナ情勢に深く心を痛め憂慮するとともに、ウクライナの方々が一日も早く安全で平和な生活を取り戻せることを心より祈念しています。スギ薬局グループは、引き続きウクライナの人々や被害に遭われた方々の健康や安全に寄与してまいります。



● スポーツ振興・連携

現在スギ薬局は、ヴィクトリーナ姫路(女子バレーボール)、東京グレートベアーズ(男子バレーボール)、シーホース三河(男子バスケットボール)のスポンサーを務めるなど、スポーツを通じた地域貢献を推進しています。

【ヴィクトリーナ姫路】



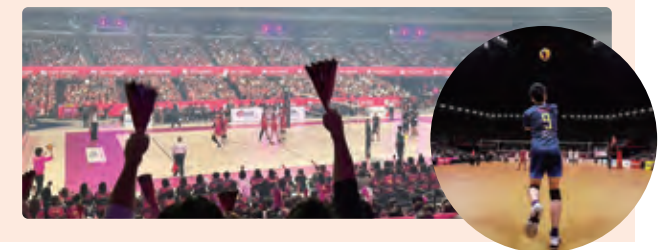
栄養管理でチームの勝利に貢献

スギ薬局の管理栄養士としてヴィクトリーナ姫路で選手の栄養サポートを実施し、パフォーマンス向上を支えています。

また、U15・U12アカデミーで食育セミナーを行い、ジュニア選手の育成と健康意識の向上にも貢献しています。



【東京グレートベアーズ】



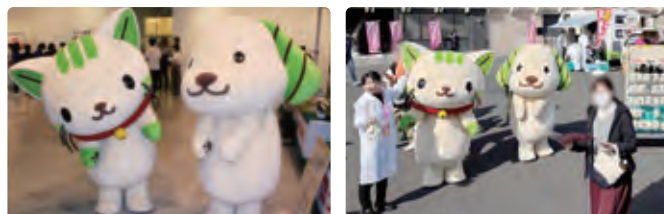
【シーホース三河】



豊田市内全ての市立小学校75校へ、ボールとビブスを寄贈

スギ薬局公式アンバサダー「スーギー・スーニャ」

スギ薬局アプリやSNS・スギ薬局グループ主催のイベントなど多くの広報活動において、より親しみのある企業イメージを体現する役割を担っています。



誕生日

3月8日

パーソナリティ

勉強家で知識も豊富
お兄ちゃん気質のしっかりもの

趣味

読書／スポーツ観戦／散歩／
旅行(温泉、世界の名所旧跡)

夢

みんなから博士と呼ばれること
大好きな本に囲まれた家を作る
スギ薬局グループをみんなに知ってもらう

スーギー



スーニャ



誕生日

9月1日

パーソナリティ

好奇心旺盛でいつも元気
人懐っこい愛されキャラ

趣味

買物／ウィンドウショッピング／
ダンス／スポーツ全般

夢

楽しく毎日を生きる
ダンスで世の中を笑顔と健康にすること
スギ薬局グループのお友達をたくさん増やす

ぬいぐるみ&マスコットになって新登場!!

可愛いぬいぐるみは、スギ薬局のポイント交換サイトで交換可能です。



ぬいぐるみ

マスコット

重要課題 [マテリアリティ]

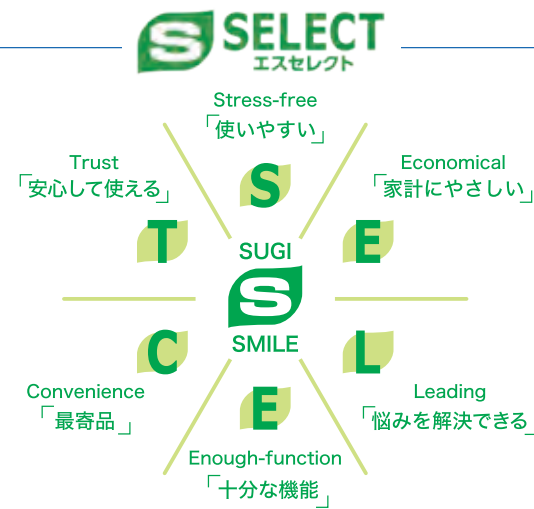
サステナブルな取引関係

商品による豊かな暮らしへの貢献

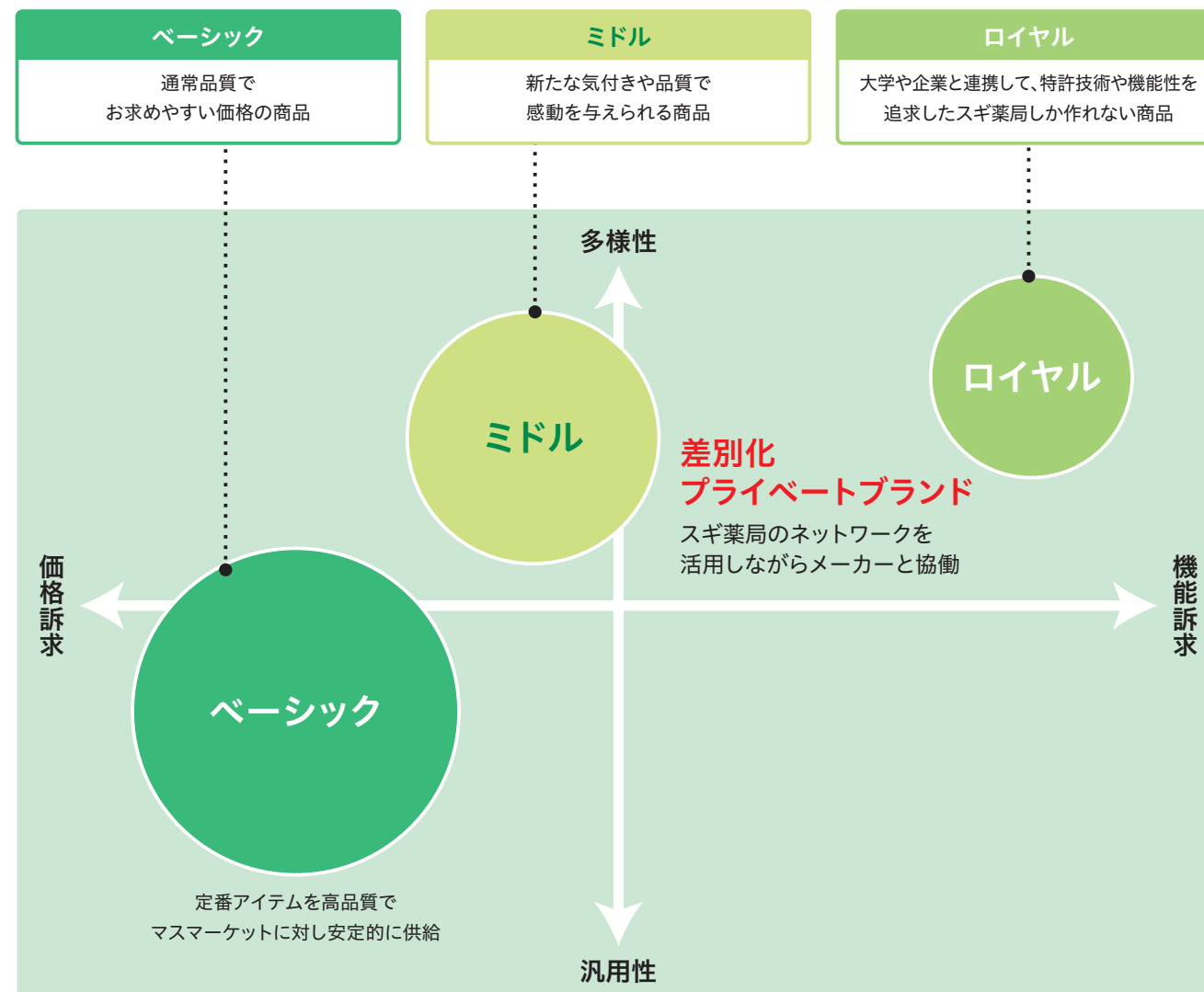
● 高付加価値商品の開発強化

スギ薬局では、効き目、品質、使い心地、価格ともにナショナルブランドと同質の高品質、高機能な高付加価値プライベートブランドの開発強化に取り組み、プライベートブランド商品を通じ、お客様の悩みや問題の解決を目指します。

各種課題（マーケティング・在庫管理・品質管理機能の強化と倉庫・物流・製造機能の整備）を解決し、多くのお客様に喜んでいただける商品開発の強化を行います。



プライベートブランドの分類



サプライチェーン全体に対する責任を果たすべく、体制を整備し、取り組みを強化します。また、安全で安心な商品の調達、開発などを通じて、地域の皆様の豊かな暮らしに貢献します。



● オンリーワンな開発商品

スギ薬局は、オーガニック・ナチュラルコスメメーカーのカラーズとの共同開発によるプライベートブランド「ドリップチューン（DRIP TUNE）」を展開しています。

特長は、独自成分「玄米麹発酵液」を開発し、ブランドのキー成分として配合したこと。「玄米麹発酵液」は玄米を120時間熟成し、超微細化された浸透性の高い189種のペプチドを含む約900種のスキンケア成分に生まれ変わらせたものです。潤いある透明感、ハリ、ツヤを呼び覚ます「発酵エイジングケア」を提案するブランドとして、お客様のニーズにお応えします。



● 美とやさしさを追求したプロフェッショナルブランド



美容意識が高く、自分らしさを大切にしたい人へ。「プロモニー」は、こだわりのスタイリングを叶えるスギ薬局オリジナルのヘアワックスシリーズです。

アルガンオイルやセラミドなどのキューティクルケア成分を配合し、髪にうるおいとツヤを与えながら健やかに保ちます。さらに、加水分解ケラチンやシルクなどの毛髪類似成分を加えることで、ダメージケアしながら自然な仕上がりをサポート。柔らかな動きを演出するクリームタイプ、軽やかなエアリータイプ、濡れ髪スタイル向けのゼリータイプ、しっかりキープできるクレイタイプなど、多彩なラインアップで理想のスタイルに対応。こだわりの成分で、毎日のスタイリングをもっと自由に。「プロモニー」で、自分らしいヘアスタイルを自在に楽しめます。



重要課題「マテリアリティ」 | サステナブルな取引関係

● ミドルプライベートブランドのラインアップをさらに充実

マスマーケットには、汎用性の高い価格訴求のベーシック、多様化マーケットには、メーカーや大学と協働するなど「トータルヘルスケア戦略」に沿ったロイヤルプライベートブランドを開発してきました。

新たに設定したミドルプライベートブランドは顧客のニーズだけでなく、従業員の声や購買データをもとにした「健康」や特定の機能など付加価値をプラスしニーズに応えています。



羽田イノベーションシティ店での新商品発表会

健康



ちょこっと菓子

ポリコサノールS

機能性・特許



濃厚美容クリーム『クリームW』

2024年度に新たに開発した商品



**プリエクラ レチノテックオイル
コンセントレート 30ml**
角層までうるおいを届け、ふっくら弾むハリツヤ肌へ導く高浸透型オイル美容液。ベタつかずなじみ、もっちりとした肌感触に。乾燥によるくすみを防ぎ、うるおいで満ちた明るい印象へ整えます。



ドリップチューン 発酵クリーム 50g
玄米麹発酵液は189種のペプチドを含み、美のポテンシャルに多角的にアプローチ。120時間熟成で生まれた約900種の発酵成分を含むエキスがなめらかに肌に密着。潤い膜が持続しハリのある肌へ導きます。



エスセレクト Wプラセンタカプセル 50,000
医薬品グレードのプラセンタエキス末を1日(3粒)あたり420mg、発酵熟成プラセンタエキス末を180mg配合。Wプラセンタエキスとして50,000mgを含むハードカプセルで、カラダ本来の美と活力をサポート。

商品の安全・安心の確保

● お客様の声の積極的な収集と活用

「こんな商品があったらいいな」「この商品のこの部分を改善してほしい」等のいただいた声を参考にし、お客様にご満足いただける商品を開発してまいります。



スギ薬局アプリを通じたご意見収集

● 商品の品質保証体制の確立

安全で高品質なプライベートブランド商品の開発を目的とし、品質管理の体制を強化しています。具体的には、スギ薬局グループで作成した仕様書に基づき、プライベートブランド商品の開発に関わるお取引先様全社に対して、自己点検を要請し、スコア化しました。問題のある項目に関しては、お取引先様に対して改善を要請するとともに、立ち入り監査を実施することで、改善状況の確認徹底を実施しています。引き続き、緊張感を持ったお取引先様との関係構築を行い、高い品質を維持してまいります。

● 環境に配慮した商品の開発・展開強化

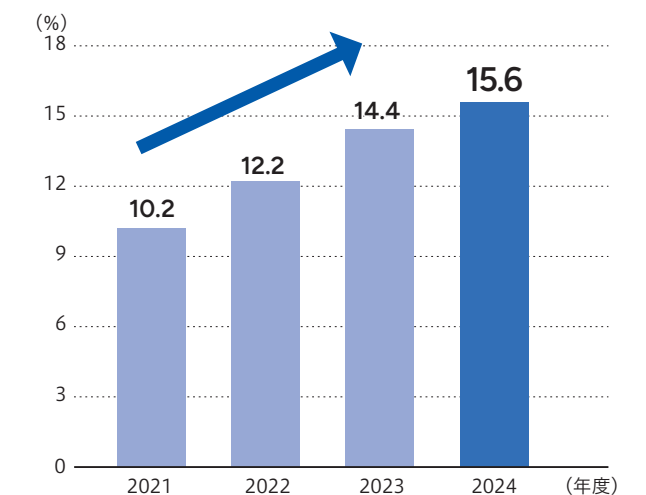
2021年度より、環境に配慮したプライベートブランドの開発を進めています。商品を形成する素材は、FSC認証紙やバイオマスプラスチック、植物油インキ等、環境保全に役立つものを採用し、目標として、プライベートブランド商品全体に占める環境配慮商品の比率を2030年までに30%まで引き上げます。



FSC認証紙を使用した開発商品

環境に配慮したプライベートブランド商品比率
2030年度目標 **30%**

環境に配慮したプライベートブランド商品比率※



※ プライベートブランド商品全体に占める環境配慮商品の比率。

● 適切な情報開示

安全かつ安心してプライベートブランド商品をご利用いただくために、成分、栄養素、アレルギー表示、ケミカルフリー表示の実施品目を増やしました。



責任あるサプライチェーンマネジメント体制の構築

● お取引先様との円滑なコミュニケーション

お取引先様と共存共栄の関係を築き、各種社会課題解決に立ち向かうため、お取引先様向けにスギ薬局グループの年間政策・方針説明会を開催しています。お取引先様にご理解・ご協力いただくことで、商品やサービスの拡充、業務効率といった事業への支援から、環境への配慮など、持続可能な社会の実現に向けた取り組みにつなげていきます。



直近では333社、534名のお取引先様に対して、方針説明会を実施

重要課題 [マテリアリティ] | サステナブルな取引関係

● 人権課題への取り組み

スギ薬局グループは、地域の皆様に対して、健康で豊かな生活を支え、笑顔あふれる社会への貢献を目指し、企業活動を行っています。

スギ薬局グループは、「まごころを込めて親切に应对し、地域社会に貢献します。」「社員一人ひとりの幸福、お客様一人ひとりの幸福、そして、あらゆる人々の幸福を願い、笑顔を増やします。」という経営理念を实践すべく、人権方針を策定し、取り組みを進めます。

※以下人権方針の一部抜粋。

1. 国際規範の支持と人権の尊重

スギ薬局グループは、国際人権章典や労働における基本的原則および権利に関する国際労働機関（ILO）宣言に規定されている人権を理解し、国連で採択された「ビジネスと人権に関する指導原則」をはじめとする国際規範を支持し、これらの国際規範にしたがって人権尊重への取り組みを実施します。また、スギ薬局グループは、事業活動を行う国や地域の法令を遵守します。国際的に認められた人権と事業活動を行う国や地域の法令に矛盾がある場合は、国際的に認められた人権の原則を最大限尊重するための方法を追求します。

2. ガバナンス・推進体制

スギ薬局グループは、代表取締役社長の諮問機関であるサステナビリティ委員会にて、人権尊重の取り組みを進めます。

3. 人権デュー・ディリジェンスの実施

スギ薬局グループは、国連により承認された「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づき、人権への悪影響を特定し、予防し、軽減し、対処方法を説明するために、人権デュー・ディリジェンスを実施します。

サプライチェーン（お取引先様）の評価に関しては、自社開発商品の製造委託会社様から優先的に、調査票に基づく自己点検を実施いただいています。また、順次、企業や工場の訪問、監査を通じて、相互協力的に改善できるよう取り組みを進めています。

4. ステークホルダーとのエンゲージメント

スギ薬局グループは、人権への影響を受けるステークホルダーの視点を踏まえて人権課題に取り組むために、関連するステークホルダーと継続的に対話を図り、人権課題の理解や改善・解決に努めます。

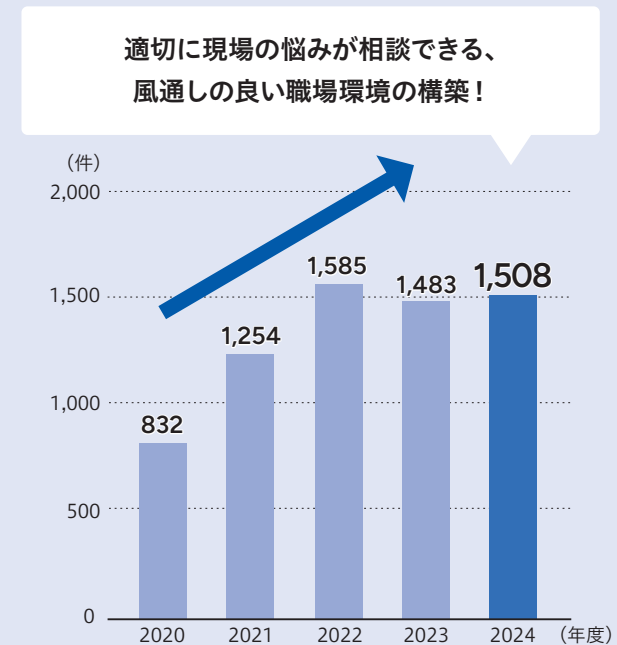
5. 通報窓口・苦情処理（人権侵害に対する救済メカニズムの構築）

スギ薬局グループは、組織的または個人的な法令違反行為や不正行為などの抑制と是正を図ることを目的に、内部通報制度を構築し、社内規定に基づいて運用します。内部通報の窓口としてコンプライアンス相談窓口をグループ内および社外の弁護士事務所に設置し、社員が匿名でも相談できる体制を整備するとともに、通報者への不利益な取り扱いを禁止します。また、外部のステークホルダーとの関係でもお客様相談窓口の設置により、適切な救済へのアクセスを確保し、あらゆるステークホルダーに対して人権侵害に対する救済メカニズムを構築します。

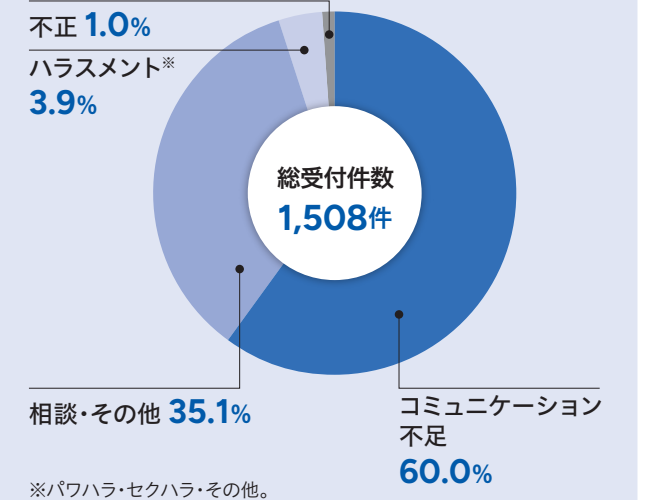
スギ薬局グループの内部通報制度

上記窓口の認知度・理解度の向上を図るため、店舗事務所内に通報連絡先の掲示や「コンプライアンス・災害対策ポケットBOOK」の配布による周知活動の強化により、健全な通報制度の確立に努めています。2021年度からは「職場の悩み・何でも相談ダイヤル」と名称を変更し、より気軽に通報しやすい環境整備を行っています。

「職場の悩み・何でも相談ダイヤル」への相談件数



「職場の悩み・何でも相談ダイヤル」への相談件数（内訳）



6. 教育・啓発

スギ薬局グループは、全社員に対して本方針の実施に必要な教育・啓発を実施します。

7. モニタリング・情報開示

スギ薬局グループは、人権課題への取り組みを継続的にモニタリングし、必要に応じて是正していきます。また、人権課題への取り組みについて社内外へ定期的に情報開示を実施します。

8. 社内外の専門家との協力

スギ薬局グループは、人権デュー・ディリジェンスの実施、救済メカニズムの構築、その他本方針の実施において、社内外の専門家と協力し、専門的知見を踏まえてこれを行います。

人権推進体制

責任者	
スギホールディングス代表取締役社長	
事務局	
人事部 コーポレートブランディング部	
部署	役割
人事部	●人権方針に沿った各種運用の更新・決定
総務部	●弁護士との連携、法律に基づく方針、運用の変更提案
コーポレートブランディング部	●人権方針の作成、社内提案、随時更新 ●人権対応評価・改善運用の進捗確認と継続改善 ●各種ステークホルダー対応
教育部門	●定期的な社内への人権教育
商品開発部門	●製造委託会社調査の実施、集計・評価、企業監査、改善要請

重要課題 [マテリアリティ] | サステナブルな取引関係

9. 人権課題への取り組み

スギ薬局グループは、以下の課題に対して重点的に取り組みます。

① 適切な賃金の確保

法定最低賃金を遵守し、不当な賃金の減額は行いません。

② 適切な労働時間の管理

労働時間や休憩時間を適切に管理し、残業を前提としない勤務体制に取り組みます。

③ 安全で衛生的かつ健康的な労働環境の提供

社員が安全で働きがいのある職場で活躍できるよう、衛生的かつ健康的な労働環境の提供に努めます。

④ 社会保障を受ける権利の尊重

健康保険や年金、社会福祉制度などの仕組みによる社会保障を受ける権利を尊重します。

⑤ 非人道的な扱いの禁止

職場において、相手に精神的苦痛や不快な思いを与え、また職場環境に悪影響を及ぼすハラスメント行為（セクシュアルハラスメント・パワーハラスメント・マタニティハラスメント・モラルハラスメントなど）を含め非人道的な扱いを一切行わず、このような扱いを許しません。

⑥ 強制労働および人身取引の禁止

強制労働や人身取引を禁止します。

⑦ 児童労働の禁止

法定の最低就業年齢に満たない者を雇用しません。

⑧ 結社の自由の尊重

社員の結社の自由を侵害しません。

⑨ 外国人労働者の差別の禁止

外国人であることを理由とした賃金、労働時間その他の労働条件における差別を禁止します。

⑩ テクノロジー・AIに関する名誉棄損・プライバシーの侵害の防止

インターネットやICT、AIの普及に伴う人々の名誉棄損・プライバシー侵害や差別を防止します。

⑪ プライバシーおよび個人情報の保護

私生活、家族、住居、または通信に対して恣意的、不当、または違法に干渉したり、私生活上の事実情報、非公知情報、または一般人なら公表を望まない情報を公開したりしません。特に個人情報について、本人の了承を得ずに、取得、保管、公開または第三者への提供を行いません。

⑫ 商品・サービスの品質・安全性の確保および消費者の安全と知る権利

商品・サービスの品質および安全性を高め、真にお客様に満足されるよう、事故の防止に努めます。

万が一、商品・サービスに関して事故や問題が生じた場合には、ことの大小にかかわらず正確に事実を把握し、敏速に対応します。また、製品表示等における不当表示を許容せず、消費者の知る権利を尊重します。

⑬ 差別の禁止

人種、性、宗教、信条、国籍、身体、病気、学歴、年齢その他の非合理的な理由による差別は、いかなる場合であっても、これを一切行わず、このような差別を許しません。

⑭ ジェンダーに関する差別の禁止

LGBTなど、性的指向や性自認におけるマイノリティ当事者への差別を禁止します。

⑮ 表現の自由の尊重

外部から干渉されることなく意見を持ち、求め、受け取り、伝える権利を侵害しません。

⑯ 先住民族、地域住民の権利の尊重

事業活動において、先住民族や地域住民の人権を侵害しません。

⑰ 環境および気候変動への配慮

事業活動において、環境を破壊したり、大気・土壌の汚染や水質の汚濁を引き起こしたりすることのないよう、環境および気候変動に配慮します。

⑱ 知的財産権の尊重

個人や企業に属する知的財産権を侵害しません。

⑲ 賄賂・腐敗の禁止

事業活動において、不正、違法若しくは背任にあたるような行為を引き出す誘因として、贈与、融資、謝礼、報酬その他の利益を供与若しくは受領することまたは受託した権力を個人の利益のために用いることを禁止します。

⑳ サプライチェーン上の人権の尊重

企業のサプライチェーン上で発生するすべての人権侵害を許容せず、その防止に努めます。

(スギ薬局グループお取引先様行動指針 内容抜粋)

① 法令遵守と公平・公正な取引

各国、地域の法令や社会規範、優越的地位の濫用、公正な競争・取引に関する法令・ルールを遵守し、逸脱する行為を行わない。

①各国、地域の法令や関連ツールの遵守

②政治・行政・お客様との健全な関係を保ち、汚職・賄賂・利益供与を行わない

③情報資産を漏えい・盗難・改ざんの脅威から保護する組織体制を確立

④個人情報漏えい・不正取得・利用・開示を防ぐ組織体制を確立

⑤顧客の知的財産権を尊重し、第三者の権利を侵害しない

② 安全・安心な商品の調達

各国、地域の法令を遵守し、安心・安全でお客様のニーズに応える商品・サービスを提供し、お客様に誠実に対応する。

①各国、地域の安全性に関する法令・基準を遵守し、商品・サービスの安全性を確保

②災害時の調達確保のため、仕入先と事前の約定に努める

③商品・サービスの情報をお客様に適時適切に提供・開示

④お客様の問い合わせに誠実に対応し、品質の維持・向上に反映

④ 環境保護対策の徹底

各国、地域の環境法令を遵守し、地球環境に配慮した企業活動で持続可能な地域社会の発展に貢献。

①温室効果ガス削減に取り組み、地球温暖化対策を推進

②省エネ・省資源・リサイクル・廃棄物削減など持続可能な資源利用の推進

③汚染や健康被害の防止に努める

④生物多様性の保全のため、各国・地域の法令を遵守

⑤法令で禁止された化学物質や原材料を使用した商品を取り扱わない

⑤ 地域社会への貢献

各国、地域の文化・宗教・習慣を尊重し、持続可能な地域社会の発展に貢献。

①地域の社会課題を把握し、社員やお客様と経済・文化の発展に貢献

②反社会勢力や危険な組織・団体と一切関わらない

お取引先様での運用とモニタリングについて

お取引先様におかれましては、本行動指針をご理解の上、遵守を依頼するとともに、再委託先にもご理解の上、遵守を依頼しております。また、お取引先様又はその再委託先が本行動指針に違反したと認識した時点で、直ちに、スギ薬局グループ担当者にご報告を依頼しております。その際は、速やかに是正措置を実施いただくとともに、是正状況を都度ご報告いただきます。

スギ薬局グループではお取引先様又はその再委託先における本行動指針の遵守状況を確認するためにモニタリングを実施させていただく場合がございます。モニタリングの結果、本行動指針について遵守されていないことが確認された場合は、その改善・是正に努めていただくよう依頼していきます。

強靱なサプライチェーン構築のために

① 実態把握とギャップ分析

・国内外で実施中の人権関連活動を整理し、現状を把握
・人権リスクに関するポリシー開示、救済制度、管理体制の実態と外部要請の差異を分析

④ 軽減措置の検討

・特に影響が大きい課題を重点的に検討し、対応策を策定
・予防・是正措置や推進体制を整え、リスク軽減の具体策を構築

② 人権課題の抽出

・国際規範やガイドラインを参照し、業界特有の人権課題を確認
・多くの課題から、自社やバリューチェーンに関連する人権リスクを特定

③ リスク評価と影響特定

・抽出した人権リスクを深刻度と発生可能性の観点から分析
・影響範囲を特定し、リスクの優先度を決定

お取引先様に対する人権デュー・ディリジェンス(人権DD)の実施

国際的な人権意識の高まりを受け、初年度となる2024年度は、取引先を絞って、人権DDを実施しました。

まずは、商品開発に係るお取引先様269社に対して、クラウドサービスを通じてESG関連の86問の質問を行い、最終回答率は64.7%でした。2025年度は、回答内容に応じて、個別に追加調査や説明会を実施し、サプライチェーン全体での成長を望みながら、改善に向けた打ち合わせを進めていきます。加えて、対象となる取引先を拡大しつつ、事業リスクの低減に努めてまいります。

重要課題 [マテリアリティ]

地球環境への貢献

サステナブルな地球環境が存在してこそ、事業継続、店舗運営の継続を行うことができます。そのために循環型社会、脱炭素社会の実現を目指し、環境を含めた各種対策に取り組んでいます。



脱炭素社会の実現

脱炭素社会を目指し、環境配慮型商品の購買を促進する実証実験

サプライチェーン協働による課題対応「チャレンジ・カーボンニュートラル・コンソーシアム」の取り組み拡大

メーカーや流通などの企業が手を組み、生活者の脱炭素への意識・行動変容を促すことで、脱炭素社会の構築を加速させることを目指す「チャレンジ・カーボンニュートラル・コンソーシアム(CCNC:Challenge Carbon Neutral Consortium)」に、2024年度も参画しました。2年目のテーマは、教育と販促の連携。そこで今年度は、カーボンニュートラルについて、普段の生活の中で「触れる」「学ぶ」そして解決へ向けて「取り組む」ことを促進する「みんなで減CO2(ゲンコツ)プロジェクト」の実証実験をスギ薬局アプリおよび大阪の店舗で実施しました。



2024年度 発表会フォトセッション

みんなで! 減CO2 店舗実証

日本総合研究所のグリーン・マーケティング・ラボが推進する「おおさかで! 減CO2プロジェクト」に協力。この取り組みの一環で、全小学校等1029校に脱炭素に係る学習キットが配布されましたが、スギ薬局はスギ薬局アプリ利用者全員にエコラベルについて学べるコンテンツを用意しました。同時に八尾福万寺店ではエコラベルについて学び、エコラベルの魅力を伝えるPOPを作り、棚に商品とともに陳列するイベントを実施しました。



脱炭素への意識を高めるアプリコンテンツ



エコラベルに関するワークショップを開催

この官民連携による啓発から販促を一気通貫する「グリーン・マーケティング」の経験を活かし、これからもサプライチェーン協働による脱炭素のあり方を探っていきます。



児童手作りの脱炭素POP



1コーナーに「減CO2商品」を集めて訴求

・メンバー



・主催・パートナー

● 再生可能エネルギーへのシフト

再生可能エネルギーへの転換を実施すべく、店舗において、太陽光パネルによる発電システムの導入を推進していきます。オンサイト型コーポレートPPA(第三者所有型)の活用を通じて再生可能エネルギーの導入を計画し、順次導入を開始しています。2030年CO2削減目標を達成すべく、オンサイト型だけではなく、オフサイト型PPAの活用にも積極的に取り組んでいます。

再生可能エネルギー導入店舗数

234店舗

(2025年2月末現在)

※自社設置太陽光パネル+オンサイトPPA



店舗の屋上に設置した太陽光パネル



愛知県刈谷市富士見店の屋上に設置した太陽光パネル

重要課題「マテリアリティ」 | 地球環境への貢献

● 「ホワイト物流」推進運動の自主行動宣言を提出

スギ薬局グループは、国土交通省・経済産業省・農林水産省が提唱する「ホワイト物流」推進運動の趣旨に賛同し、2021年8月に自主行動宣言を提出しました。持続可能な物流の実現に向け、2023年には動態管理サービス「MOVO Fleet（ムーボ・フリート）」を導入。これにより、センターから店舗までの配送状況の可視化を進め、ドライバーの法令遵守状況の把握や、納品時間・ルートの最適化を実現しました。安全で効率的な配送体制の構築を通じて、地域社会と共生しながら、安定した物流の確保に努めています。



中部本社に併設する統括物流センター

スギ薬局の自主行動宣言 取組内容

	取組内容
物流の改善提案と協力	取引先や物流事業者から、トラック運転手の手作業での荷卸し、付帯作業の合理化等について要請があった場合は、真摯に協議に応じるとともに、自らも積極的に提案します。
予約受付システムの導入	トラックの予約受付システムを導入し、トラック運転手の待ち時間を削減します。
パレット等の活用	パレット、折りたたみコンテナ、通い箱等を活用し、荷役時間を削減します。
取引先からの入出荷情報等の事前提供	取引先より物流センターに物量情報データを事前共有いただくことで、構内作業者とトラック運転手の作業時間を確保し、余裕を持って作業・配送ができるよう物流合理化を推進します。
発注量の平準化	荷待ち時間を短縮するとともに、運行効率を向上させるため、曜日波動や月波動などの繁閑差を平準化します。
運送契約の書面化の推進	契約する物流事業者を選定する際には、関係法令を相互確認のうえ、書面化を推進し、法令遵守を図っています。

● 化石燃料の消費削減

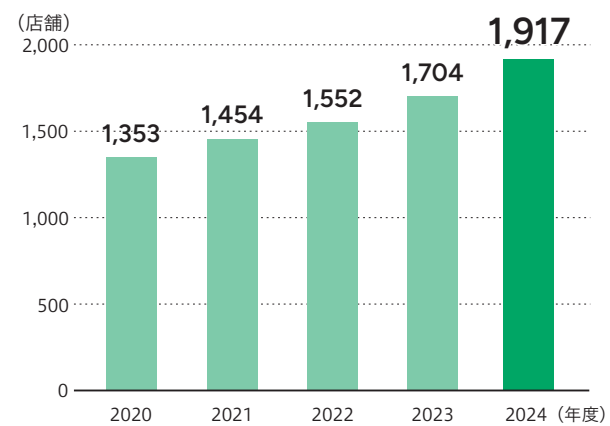
社有車における化石燃料の消費削減につなげるべく、EV（電気自動車）の導入を開始しました。今後もハイブリット車だけではなく、EVの導入を拡大してまいります。また、急ブレーキや急発進など車の運転状況をチェックする仕組みを導入しており、安全性確保と化石燃料の消費削減の両立を図ってまいります。

● 省エネ設備の導入・使用電力の削減(省エネ)

店舗や本社、各事務所の温度のきめ細かい管理、空調設備の定期清掃を実施し、使用電力の削減に努めています。また、2013年度から全店舗LED化に向けて取り組みを進めていますが、老朽化したLED設備を順次入れ替えることにより、さらなる電力消費量の削減、CO₂排出量の削減につなげてまいります。

2024年度末実績：LED導入率 **87.7%**
目標：LED導入率 **100%**

店舗内照明のLED導入実績



TCFD提言に基づく情報開示

● TCFD提言への対応

スギ薬局グループは、2021年12月にTCFDの最終報告書の趣旨に賛同しました。今後は、TCFDが推奨する枠組み（「ガバナンス」「戦略」「リスク管理」「指標および目標」）に沿って情報開示を行い、気候変動問題に対する取り組みを推進し、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。



※TCFDとは、G20の要請を受け、金融安定理事会により、気候関連の情報開示および金融機関の対応をどのように行うかを検討するために設立された「気候関連財務情報開示タスクフォース(Task Force on Climate-related Financial Disclosures)」を指します。

ガバナンス・リスク管理

気候関連のリスクと機会への対応は、グループ全体で取り組むべきESGの重要課題の一つとの考えのもと、それらに関する基本方針や必要事項の審議・決定を含めたサステナビリティ経営の推進を目的として、代表取締役社長の諮問機関であるサステナビリティ委員会(年2回以上開催)を設置しています。

サステナビリティ委員会は、主要部門の取締役が出席し、気候関連問題解決に向けた施策の計画、目標の進捗確認

やリスク重要度の評価、優先順位の設定、対応策の決定を行った上で代表取締役社長に報告、提言を行います。また、サステナビリティ委員会内に、関連リスクの管理および委員会が指示した業務等を遂行する機関として、リスク委員会を設置しています。

取締役会は、サステナビリティ委員会で審議された重要な事項について、必要に応じて報告を受け、指示を出すことで、決定事項に誤りがないように監督しています。

戦 略

シナリオ分析

気候変動がスギ薬局グループに影響を及ぼすリスクと機会は、IPCC第5次評価報告書やIEA WEO NZEシナリオ等に掲載されている“1.5℃、4℃シナリオ”等を参照し、将来予測に基づく各種パラメーターを収集した上で、評価を行いました。

■ なりゆきと目標達成時のCO₂排出量(t-CO₂)

項目	2030年
なりゆきのCO ₂ 排出量	225,689
1店舗あたりCO ₂ 排出量を2014年度比で50%削減した場合の排出量	141,890

※排出係数は0.000433 (t-CO₂/kWh、令和4年度全国平均係数)を使用。
※純増店舗100店舗/年と仮定。
※直近の新店の電力使用量を使用(直近は電力消費量高い)。
※2023年度の実績を基に算出。

■ 分析対象

[事業] 国内ドラッグストア事業
[範囲] 店舗・調達・物流・消費者行動
[期間] 現在～2030年まで

■ 採用シナリオ

- IEA WEO2022 NZE(1.5℃)
- IPCC第5次評価報告書参照 等

評価結果

■ 1.5℃シナリオ

各種移行リスクが高まることが想定できました。当シナリオでは、気候関連問題の対策強化が想定され、脱炭素化が進み、炭素税の導入・引き上げや再生可能エネルギーの普及による支出の増加が見込まれます。

■ 4℃シナリオ

異常気象などの物理的リスクが高まると想定されました。気候変動を原因とする自然災害の頻発・激化により店舗運営に被害が生じ、修繕のための支出が増加するとともに、店舗休業の発生により売上が減少することが見込まれます。

■ 共通シナリオ(1.5℃、4℃)

気温上昇が消費者の嗜好や行動の変化に与える影響も想定され、ニーズに合った商品の開発や陳列、サービスの訴求ができない場合、機会損失につながる可能性がある反面、そのニーズを取り込むことで機会向上につなげることもできます。

重要課題 [マテリアリティ] | 地球環境への貢献

リスク・機会の評価

分類			評価	
			+1.5℃の世界における評価	+4℃の世界における評価
移行 リスク 機会	政策 規制	炭素価格	リスク：炭素価格導入により、支出が増加	リスク：炭素価格の影響は限定的
			リスク：サプライチェーン全体で、商品やサービスの生産・調達に 関するコストが増大し、支出が増加	
		フロン規制	リスク：店舗におけるノンフロン設備等の導入に伴う支出が増加	
	技術	物流効率	機 会：物流効率化による支出の削減	—
	市場	電気価格	リスク：電気価格の増加により、支出が増加	
	評判	顧客の好み	リスク：環境配慮商品、サービスの遅れによる売上の低下 機 会：サステナブルな消費ニーズをとらえたPB開発による売上増加	
EV充電		機 会：充電環境拡充により顧客来店頻度の増加	—	
物理的 リスク 機会	急性	異常気象 激増	リスク：店舗休業、客数低下により限定的に売上減少	リスク：店舗被災による休業増加、客数低下で 売上が大幅に減少
			—	リスク：自然災害増加による保険料の値上がり が発生し、支出が増加
			機 会：防災、備蓄関連商品の売上増加	機 会：防災、備蓄関連商品の売上増加 リスク：店舗被災による修繕支出増加
	慢性	平均気温	リスク：気温上昇に伴う空調関連の支出増加	リスク：気温上昇に伴う空調関連の支出増加
		生産・入荷	—	リスク：原材料の生産悪化による仕入れ 原価高騰による支出増加

シナリオ分析による事業インパクト評価の一部
移行リスク(炭素税)による支出額の試算

CO₂排出量を2030年に2014年度比50%削減した場合の影響を試算。2030年の炭素税額は約27億円になると見込んでいます。

項目	事業インパクト
2030年度の炭素税額	約 27億円

※IEA WEO2022 NZE (1.5℃) P465 Table B.2を参照し、2030年時点の炭素税額を140ドル/t-CO₂設定。
※2023年3月1日の米ドル対円相場で試算。

今後の取り組み

社会にとっても、スギ薬局グループにとっても持続可能な社会が創出できるよう取り組みを進めてまいります。

脱炭素社会の実現への対応
省エネ対応
■ 日々の運用改善、節電啓発
■ 省エネ設備の導入、入れ替え
■ エネルギーマネジメントシステムの導入
創エネ対応
■ 自社所有太陽光発電パネルの設置
■ オンサイト型、オフサイト型PPA太陽光パネルの設置
その他CO ₂ 排出量削減対応
■ 非化石証書、グリーン電力証書の購入
■ 電力会社CO ₂ フリーメニューの購入
■ 社用車のEV化

循環型社会の実現への対応
■ 物流オリコン、輸配送機材の修理、再利用
■ 改装、閉店後の什器、設備の再利用
■ 各店の備品在庫異常値確認と指導
■ 環境に配慮した包装のPB商品開発
■ 食品廃棄を防ぐ「てまえどり」運動の促進
■ お取引先様との情報共有による廃棄抑制
■ レジ袋有料化

指標と目標

CO₂排出量 スコープ1、2

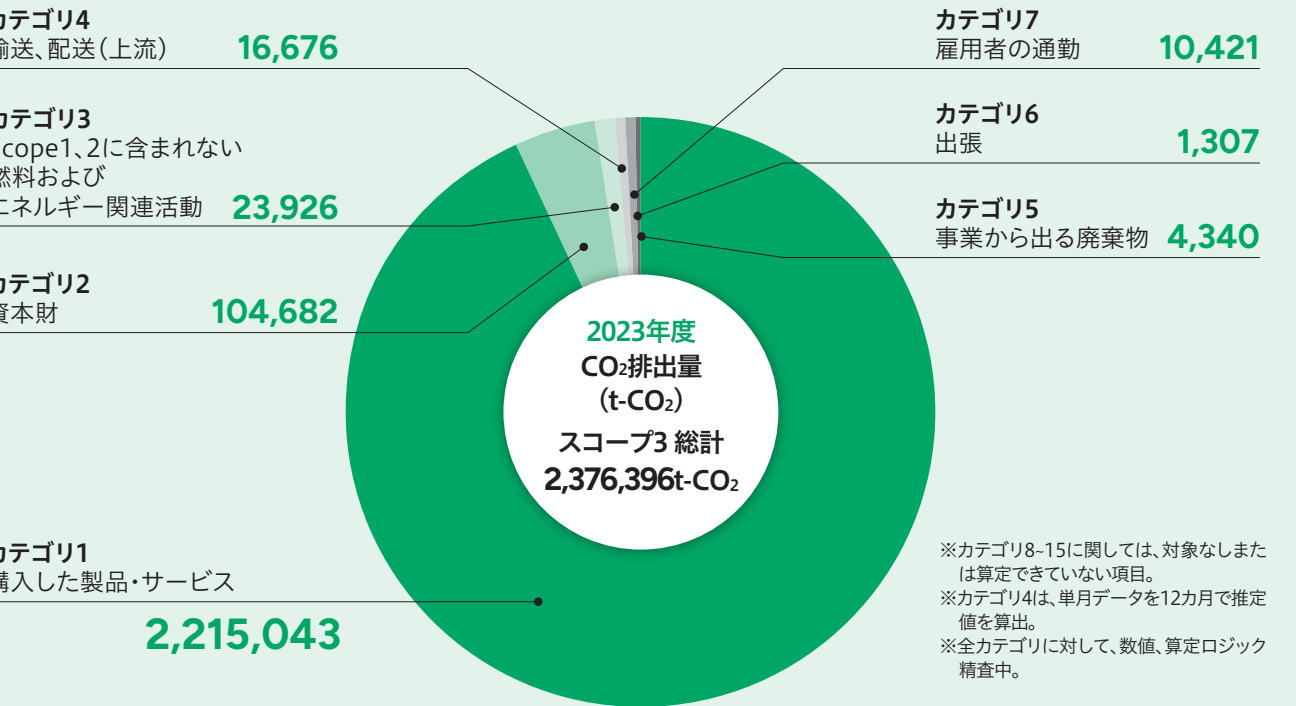
スギ薬局グループの現状

年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
店舗数(店)	1,048	1,105	1,190	1,283	1,391	1,483	1,565	1,718	2,186
排出量(t-CO ₂)	129,392	119,826	120,826	117,611	126,160	135,149	138,416	152,791	算定中
1店舗平均(t-CO ₂)	123.5	108.4	101.5	91.7	90.7	91.1	88.4	88.9	算定中

※排出係数はロケーション基準(電気事業者別排出係数の全国平均係数)を使用。
※社有車ガソリン使用量に基づくCO₂排出量は、2020年度実績を店舗数で按分して試算(2020年度以前)。
※CO₂排出量は、スコープ1、2(自社排出量)を示す。
※テナントショップや一部事業所に関しては、算定ロジック精査中。
※一部子会社除く。

CO₂排出量 スコープ3

2023年度 スコープ3内訳



指標と目標

1店舗あたりCO ₂ 排出量削減目標	
2030年度	2014年度比で 50%削減
2050年度	実質ゼロ

脱炭素社会の実現に向けた指標

- 1店舗あたりCO₂排出量(スコープ1、2)の削減比率
- サプライチェーンCO₂排出量(スコープ3)の削減比率
- 再生可能エネルギー比率

循環型社会の実現に向けた指標

- 環境配慮型のPB商品比率
- 食品廃棄率
- プラスチック製レジ袋使用量

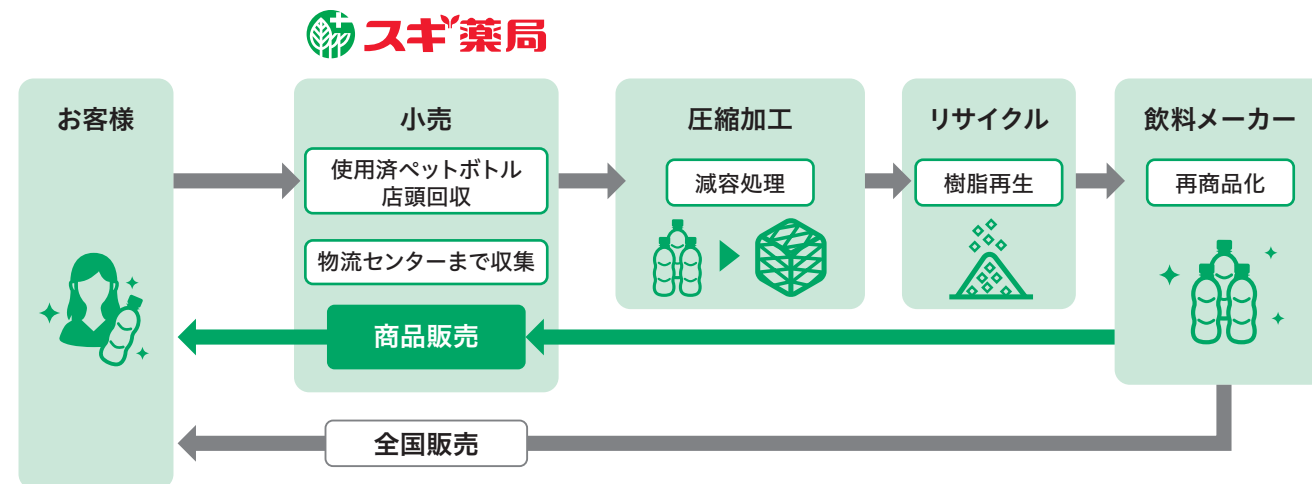
重要課題 [マテリアリティ] | 地球環境への貢献

循環型社会の実現

● プラスチックに対する資源循環の取り組み

■ ペットボトルの「ボトルtoボトル」水平リサイクルを開始

回収・再原料化・商品化までの流れ



スギ薬局グループは、サプライチェーン企業の皆様と協同し、使用済みペットボトルを回収してペットボトルに再生する「ボトルtoボトル」水平リサイクルの取り組みを開始しました。2024年度は累計142店舗へボトルスカッシュを設置し、順次拡大中です。

本取り組みでは、「スギ薬局」に新たにリサイクルボックスを設置し、ラベルとキャップを剥がし洗浄した状態の良質な使用済みペットボトルを回収することを目指します。店頭で回収した使用済みペットボトルは、「スギ薬局」店舗に商品を配送した帰りの便のトラックで店舗から「スギ薬局」物流センターまで運搬し、圧縮加工を行う会社が減容処理を行った後、リサイクラーにて樹脂再生を行います。その後、連携飲料メーカーが再生PETを使用した容器の飲料の製造を行います。

今後は、さらに多くのサプライチェーン企業が参画した状態で協同収集を行い、回収スキームの効率化と再生PET樹脂のコスト低減を実現できるように取り組みます。

■ 店舗におけるボトルスカッシュ導入とスギ薬局グループ本社(愛知県大府市)へのボトルスカッシュの導入

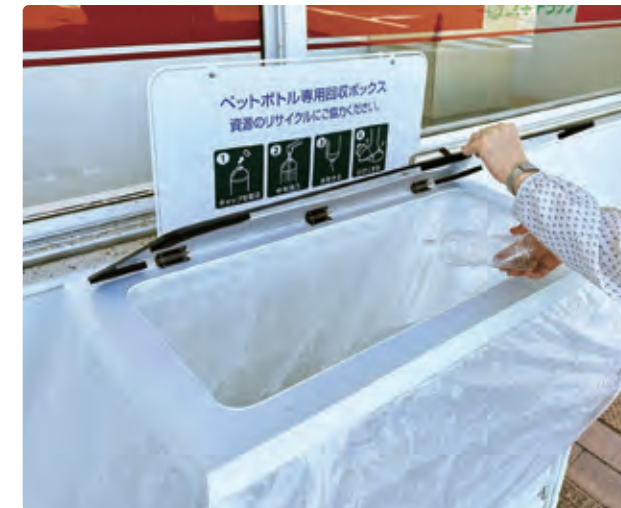


スギ薬局グループ本社では、全店のペットボトル回収量を見える化

ボトルスカッシュの利用シーン

回収量に応じたスギ薬局ポイント付与に加え、残渣の無いペットボトルのみ自動で精査する機能付き。お客様に楽しみながら資源循環に参画いただく（一部店舗のみ導入）

● 行政と連携した資源回収の取り組み



静岡県と連携してペットボトルの回収を実施

● スポンジリサイクルプログラムへの参画

スリーエム ジャパン株式会社とテラサイクルジャパン合同会社と共同し、スポンジのリサイクルプログラムに参画しました。当社グループ店舗にて、回収拠点の役割を果たしてまいります。



■ 「おくすりシート リサイクルプログラム」実証実験への参画



第一三共ヘルスケア株式会社が主催し、テラサイクルジャパン合同会社と共同で横浜市にて開始した、日本初となる使用済み「おくすりシート」(PTPシート)の生活者参加型リサイクルプログラムの実証実験に、スギ薬局グループの店舗が回収拠点として参画しています。

「おくすりシート」は、必要不可欠な医薬品包装資材という特性から削減が難しく、日本国内において年間約1万数千トンが生産されており、今後も高齢化の進展に伴い使用量の増加が見込まれます。しかしながら、リサイクル資源として生活者における認知が低く、回収量も少ないため、ペットボトルのようにリサイクルの仕組みが整っていない状況にあります。

スギ薬局グループで販売、使用している医療用医薬品・OTC医薬品の「おくすりシート」の回収拠点を担うことで、「おくすりシート」がリサイクル資源であることに対するお客様・患者様の認知を高め、資源として循環する仕組みづくりに貢献してまいります。

重要課題 [マテリアリティ] | 地球環境への貢献

● プラスチックの削減

レジ袋有料化への取り組みを継続しており、レジ袋の使用量の削減を目指しています。

レジ袋の使用数量と重量

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
使用数量(単位:百万枚)	144	43	65	102	120
使用重量(単位:トン)	1,100	328	507	800	960

約12.7%減

● 衣料品、繊維用品に対する資源循環の取り組み強化

■ 使用済みユニフォームを店舗什器に再生

スギ薬局グループは、廃棄衣料品を原料としたサステナブルなボードであるPANEKO®を導入しました。店舗従業員の使用済みユニフォームを回収し、それをPANEKO®にし、店舗什器に再生しています。



■ 繊維、衣料品の回収拠点としての役割



愛知県岡崎市、知立市の店舗で衣料品の回収を実施

● 食品に対する資源循環の取り組み強化(フードロス削減)

■ てまえどり運動

関連省庁、JACDS加盟企業と共に、『てまえどり』の取り組みを実施しています。

この取り組みでは、すぐに召し上がる予定で食品をご購入されるお客様に対し、手前に置いてある商品から選んでご購入いただくことを促すことによって、食品ロスの削減を目指しています。

併せて、食品見切り基準変更による売り切り促進、パンの在庫基準見直しによる過剰在庫の低減、食品自動発注の導入による在庫数の適正化促進を通じて、食品廃棄率の低減に向けた取り組みを促進します。



■ 期限間近食品に対する売り切り強化

見切りシール発行機を導入することで、期限切れ間近の食品を売り切るための店舗作業負担を軽減し、生産性を向上しています。本取り組みを通じて、期限間近食品に対する売り切りの強化を行っています。

■ フードバンクへの寄贈

安全に食べられるにもかかわらず、期限切迫や包装の破損などの理由で、販売できない食品をフードバンクに寄贈する活動を開始しました。必要としている施設や団体、困窮世帯に無償で提供されることで、社会課題を解決しつつ、食品ロス、廃棄の削減にもつなげていきます。



セカンドハーベスト名古屋へお米の寄贈を開始

■ フードドライブの実施

行政と連携して行う様々なイベントにおいて、フードドライブを実施しました。今後は、イベントだけではなく、店舗においても実施し、地域の皆様と協力して課題対応できるよう活動を広げていきます。

スギ薬局グループは、社会課題の一つである食品ロスや貧困問題の解決に向け、取り組みを強化していきます。

※フードドライブとは家庭等で余っている食べ物を持ち寄り、それらを取りまとめて地域の福祉団体や施設、フードバンクなどに寄付する活動です。



岐阜薬科大学への寄付



● 給水ステーション設置で海洋プラスチックごみ削減へ

TEAM EXPO2025(大阪・関西万博)において共創パートナー企業が行う、「ステハジ」プロジェクト「みんなで拡げる給水スポット」チャレンジに賛同し、共創メンバーにも参画しています。給水ステーションの設置を通じて、プラスチックペットボトルの削減、海洋プラスチックごみの削減への貢献を目指します。



● 炭酸水自動販売機による海洋プラスチックごみ削減の取り組み

炭酸水自動販売機を設置することにより、プラスチックペットボトルの削減、海洋プラスチックごみの削減に貢献します。



重要課題 [マテリアリティ]

健康的な職場環境

社員一人ひとりに向き合った
人財戦略を実践し、
「トータルヘルスケア戦略」の
実現を目指します。スギホールディングス株式会社
執行役員 人事・管理・リスク担当

森 茂樹

スギ薬局グループは、人財戦略の重要な視点として、「社員が最も大切な財産」「社員一人ひとりの働きがい高める」「社員一人ひとりの力を引き出し、経営理念・成長戦略・予算を達成」の3つを挙げ、経営戦略との融合により長期的に必要とされる企業を目指しています。そして、「人事制度」「人財育成」「人財確保」「コンプライアンス」

ス「ダイバーシティ」「健康・安全」の6項目を柱に人的資本経営を推進。グループビジョンである「トータルヘルスケア戦略」の実現と、経営理念に掲げる「親切的な行動」「地域社会への貢献」「社員の幸福・笑顔」を通して持続的な成長に取り組んでいます。

2025年度 グループ人財戦略



社員は企業価値を向上させる最も重要な「財産」と捉え、キャリア・働き方の多様性を実現する仕組みによって社員がイキイキと働ける環境を創り、社員一人ひとりが健康的に笑顔で働ける環境を整備しています。さらに、様々なバックグラウンドを持つ人財を受容する組織風土づくりを推進しています。

人事制度改革による働きがいの向上

これまで「社員が最も大切な財産」という考えに基づき、中核事業であるスギ薬局の評価や報酬、福利厚生などの人事制度の改定を進めてきた結果、離職率は2018年から半減、「働きがい」を測定するエンゲージメントスコアは、管理職が他社水準を上回り、全社平均も毎年上昇するなど、着実に成果が出ています。今年度は、管理職・一般職共に、日々の業務を適切に評価し、報酬へと反映させる「スギ薬局版ジョブ型人事制度」を一層進化させます。管理職は、個人の役割を職務記述書で明確にし、一人ひとりの職務や成果をこれまで以上に正確に評価できるように抜本的に見直します。報酬水準についても外部環境を踏まえた上で、事業規模に見合ったふさわしい水準へと改定します。また、一般職においては、個人の能力に加え、大きな役割を担い高い成果を出した社員が評価され、高い報酬を得られる制度とすることを目的に、成長戦略の中心を担う店長の手当を増額、そして、調剤店や在宅調剤センターの店長に対する手当も新たに導入します。これらの「スギ薬局版ジョブ型人事制度」をグループ各社にも順次拡大し、社員一人ひとりが働きがいをもって、成長を実感できる人事制度へと改定してまいります。

一人ひとりに向き合った人財育成

人財育成は知識や技術を習得する研修と、経験スキルを習得するジョブローテーションの両輪で実施します。研修は、社員一人ひとりの現在位置を測定し、不足するスキルを教育する一人ひとりに合わせたものに転換。また、OFF-JTとOJTの連動を強化させ、研修フィードバックの仕組みも抜本的に見直すとともに、グループ各社の教育ノウハウを融合させ、現場実践度の高い研修プログラムに刷新します。ジョブローテーションでは、グループ会社間の交流人事を積極的に行い、短期間で飛躍的に成長する人財を育成します。また、社員のチャレンジ意欲の向上やモチベーションアップを促す社内公募やFA制度を推進し、グループ全体で自律型社員の育成に取り組んでまいります。

採用と離職防止による人財確保

人財確保は新卒採用・キャリア採用と離職の防止を強化します。新卒採用は、これまで以上に地域貢献できる即戦力人財の採用を目的に、自社学生パートナーの採用を強化するとともに、基礎能力やスキルの高い人財には初任給の増

額や本社部門へのダイレクト採用など、ジョブ型採用を加速させます。キャリア採用は、今後の事業領域や規模の拡大を見据え、医療や海外事業・DXなどに加え、経営企画・財務・法務・人事など、次代のコーポレート部門を担う専門人財を中心に採用を強化してまいります。一方、離職の防止に関しては、全社を挙げたりテンション活動により離職率は半減しており、大きな成果が出ています。

風通しの良い企業風土の醸成

「職場の悩み・何でも相談ダイヤル」への相談件数は開始から着実に増え続けており、社員の心理的安全性を高める一助になっています。2025年度も相談ダイヤルに寄せられた声には、人事部門と営業部門をはじめとする関連部署が一体となって誠実に対応します。また、働きやすい環境を構築するため、社内風土改革として、2021年度より「全役員による全店巡回」を実施しています。今年度は、これらの取り組みをグループ全体に拡大し、社員の意見に真摯に向き合い、一人ひとりの声が経営に届く、風通しの良い企業風土の醸成に取り組んでいます。

ダイバーシティ経営の推進

2024年度末時点で当社グループの女性管理職比率は13.9%と、女性社員が約半数を占める中、優秀な女性人財の登用不足が課題となっています。こうした状況を踏まえ、2025年度末までに現場で活躍する店長やエリアマネジャーの比率を20%、役員や部長・課長などの管理職層の比率を15%まで引き上げます。そのために、時間制約がある方が活躍できる職場環境の改善を進めるとともに、評価目標に女性活躍の項目を加えることで、管理職層の意識改革を図ります。あわせて、幹部候補には直属上長以外の役員メンターを付け、業務上のみならずキャリア形成なども含めた幅広い支援を行ってまいります。

健康で安全な経営の推進

社内での健康経営方針の周知や産業医との連携強化、働き方改革の推進に加え、報酬体系の見直しや福利厚生制度の拡充などの施策を行ってまいりました。その結果、連続で「健康経営優良法人」の認定を受けました。今後は「ホワイト500」の認定を目指し、グループ全体で健康経営を推進します。

重要課題 [マテリアリティ] | 健康的な職場環境

多様な人財の活躍

●ダイバーシティを念頭に置いた場と機会の創出

スギ薬局グループは、ダイバーシティ(多様性) & インクルージョン(包摂性=個々の違いを受け入れ、認め合い、活かしていく)の拡大に向けて、真剣に取り組んでまいります。

■単身赴任選択制度の導入

2022年度より、リモートワークが可能な社員を対象に、「出張+リモートワーク」か「単身赴任」を選択できる単身赴任選択制度(CHOISE※)を導入しました。単身赴任によって、制限されてきた家族との関わりや、時間・場所にとられない多様な働き方を実現し、優秀な人財の確保・育成を推進していきます。

※Choose from Home or Office as Ideal Sugi Employment systemの略。

■人生100年時代を見据えた勤務制度

正社員は65歳までの定年延長、契約社員・パートナー社員は70歳までの定年延長制度に改定しました。さらに70歳～75歳までは体力・健康面を踏まえ、短時間勤務のシニアパートナー社員として勤務を可能としました。

■スギスマイルの活動

企業在籍型職場適応援助者、障がい者職業生活相談員が、障がいがある方の業務指導や日常のサポートを行い、障がいがある社員が全国で活躍しています。店舗では巡回清掃や店舗清掃、商品陳列業務を、本社では送付物の仕分けや清掃、商品出荷による物流支援に携わっています。

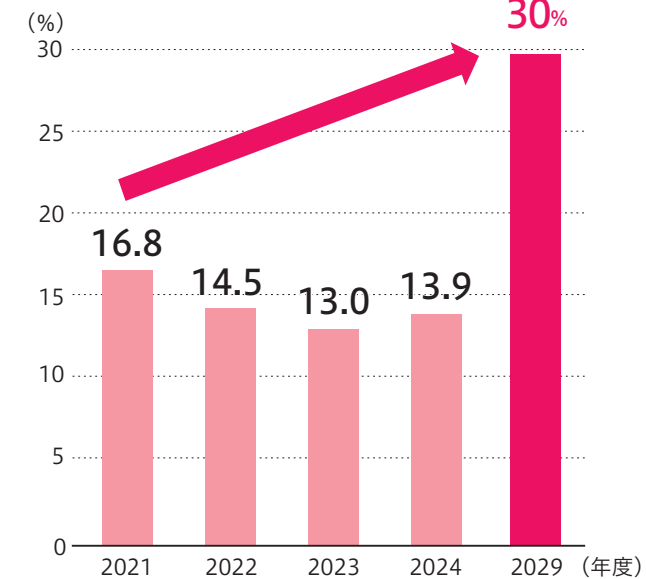


障がいがある方の雇用率
(2024年度 スギ薬局グループ)
3.07%

■女性管理職比率の向上

多様なお客様・患者様ニーズに対して、女性社員を含めた多様性のあるアイデア・視点でサービス開発を行うことは、スギ薬局グループの持続的成長にとって欠かせません。そこで、2029年度末までに「女性管理職比率30%」を目指し、人財育成の強化と社内環境の整備に取り組んでいます。人財育成については、本質的な課題を発見する力や課題を解決するスキル、コミュニケーションやリーダーシップにつながるスキル、商品知識や専門性・管理面での知識、技術的な要素のスキルを習得し、これらを実践できる人財を育成します。社内環境の整備については、福利厚生の充実や社員一人ひとりが会社に対して声をあげやすい環境を作ることなどに注力するなど、社員のサポートを強化するとともに、ワークライフバランスの充実を目的とした働き方への改革を推進していきます。

女性管理職比率



女性活躍に向けての今後の取り組み

- 女性採用活動の強化
- 女性の就業範囲拡大
- 正社員登用の強化
- 男女間賃金格差の是正
- 管理職昇進に向けての啓発研修
- 育児休業を取得しやすい環境づくり

■産休・育休・短時間勤務制度の充実

妊娠・出産、育児に関する様々な支援制度を用意し、仕事と育児を両立できる職場環境を目指しています。

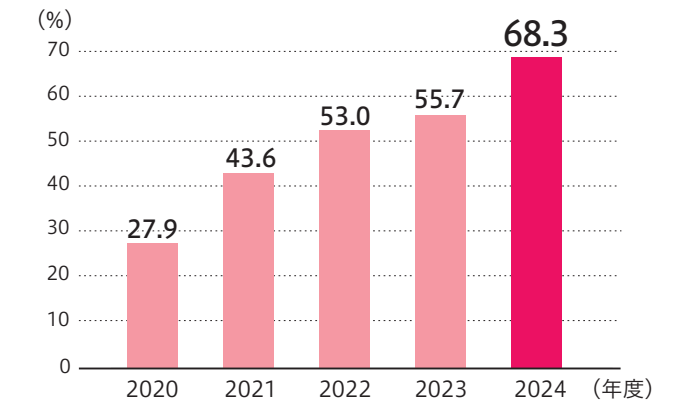
産休・育休の充実に加え、復帰後も働きやすい育児短時間勤務制度を導入しています。2024年4月からは、小学6年生を終えるまでから、中学校3年生を終えるまでに制度を延長しており、育休後も復帰しやすく、働き続けやすい職場環境を創っています。また、女性がさらに活躍できるように、「男性育児休業取得率」の向上にも注力しています。

■プラチナくるみん

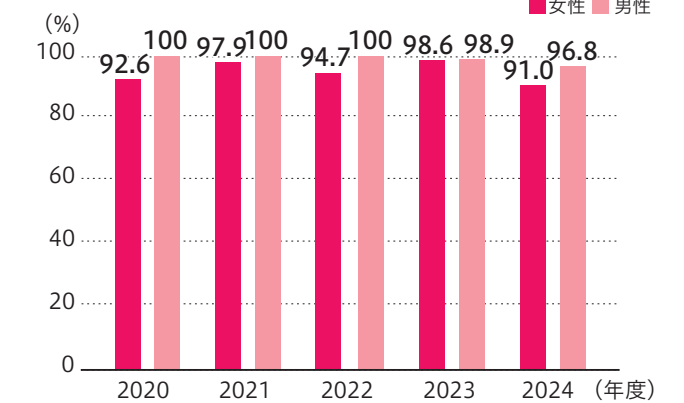
スギ薬局において「基準適合認定一般事業主」の認定事業主マーク(プラチナくるみんマーク)認定を取得しています。



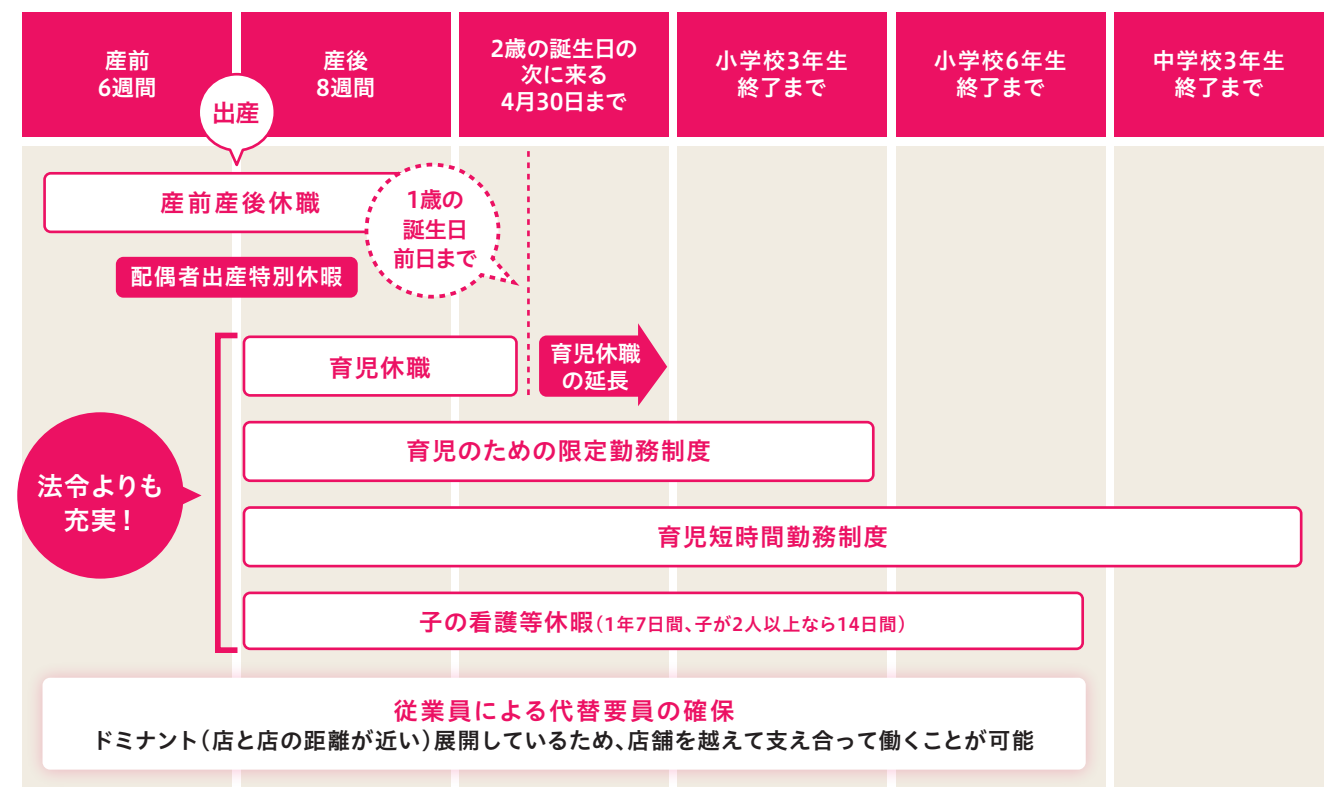
男性育児休業取得率



育児休業復帰率



多様性に富んだ支援制度



重要課題 [マテリアリティ] | 健康的な職場環境

健康で安全な働き方への改革

● 健康経営の推進

スギ薬局グループは、社員の健康増進を経営的な視点で考え、戦略的に「健康経営」に取り組んでいます。「健康経営」に取り組む推進体制を整え、健康経営宣言を行い、健康経営戦略マップを作成しました。スギ薬局グループは経済産業省と日本健康会議が共同で選出する「健康経営優良法人」に連続で認定されています。

さらにホワイト500の認定に向けて取り組みを強化しています。



■ 健康経営宣言

「私たちは、社員一人ひとりの幸福、お客様一人ひとりの幸福、そして、あらゆる人々の幸福を願い、笑顔を増やします」

この経営理念の原点は、社員の「幸福」を実現することにあります。

つまり、社員が「健康」で「働きがい」を持って「イキイキ」と働くことができれば幸福を感じることができ、地域のお客様をも幸福にすることができる、という考えです。

この考えのもと、健康経営を推進していますが、人生100年時代に突入しようとしている今、社員をはじめ、すべての人々の「健康の維持・増進」に努めることこそが、地域の「かかりつけ薬局」を自負するスギ薬局グループの使命でもあります。

私自身、不規則な生活になりがちなため、3度の食事とメニューには気を配り、週に1度は時間をつくって筋トレやウォーキングに励むようにしています。「健康」は「笑顔」を呼び込みます。そのため、社員の笑顔あふれる会社づくりは欠くことができません。

以上を踏まえて、健康経営推進体制を根本から見直し、社員が主体的に健康維持・増進に努め、社員の笑顔で地域の皆様の笑顔も引き出せるような「健全な職場環境づくり」を推進することを宣言いたします。



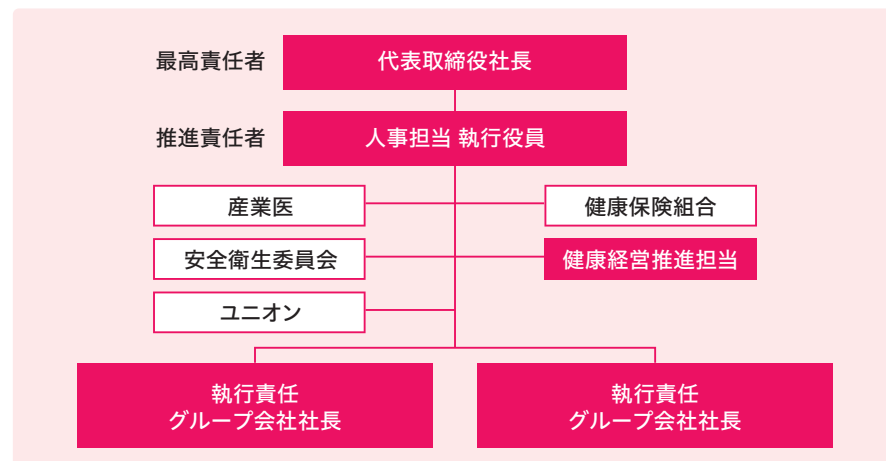
スギホールディングス株式会社
代表取締役社長

杉浦 克典

■ 健康経営推進体制

健康経営をさらに推進するために、社長を健康経営最高責任者とし、各子会社社長を推進の執行責任者とすることで、より機動的かつ柔軟に対応していくことができる体制としています。

健康経営推進体制図



■ 健康経営戦略マップ

社員の「幸福」を実現すること、つまり、社員が「健康」で「働きがい」を持って「イキイキ」と働くことができれば幸福を感じることができるという考えのもと、その実現のために健康経営推進活動とその指標を「健康経営戦略マップ」として策定しました。

心身ともに「健康」である状態を会社全体で推進していくことで、社員の働きがいやモチベーションがさらに向上するものと考えています。

健康経営戦略マップ



■ 健康経営の取り組み

社員の健康維持・増進のために下記の取り組みを実施しています。

- 社内外に向けた女性の健康に関するセミナーを定期的開催
- スギ薬局管理栄養士による特定保健指導の実施
- 健康アンケートの実施
- ストレスチェック（年1回）
- 「職場の悩み・何でも相談ダイヤル」を設置しメンタルヘルス、フィジカルヘルス関連問題の早期発見、予防、離職率の低下を促進
- 4連続休暇取得促進（年2回）
- がん検診、婦人科検診費用補助

● 社員の心と体の健康を支える仕組み

2007年3月にドラッグストア業界で初めて、社員向けの「メンタルヘルス推進室」を設置し、その活動をスタートさせました。現在は様々な仕組みを導入しています。

■ 健康相談ダイヤルの設置

社員がいつでも安心して相談できるよう、個人が会社を通さず利用できる外部のカウンセラーによるメール相談、電話相談ができる体制を整えています。

■ 医師へのチャット相談、テレビ電話相談

いつでも、どこでも、社員が気軽に、医師に対して専門的な相談ができるよう、社員向けに無料で対応できる仕組みを導入しています。

重要課題 [マテリアリティ] | 健康的な職場環境

■ストレスチェックの実施

こころの健康問題の予防と早期発見を目的に、年に1回ストレスチェックを実施しています。社員が手軽に自身のストレスの状態を把握できるよう、個人のスマートフォンからも実施できるようにしています。ストレスチェックを自分のストレスに気づく機会とし、メンタルヘルス不調の未然防止に役立てるとともに、ストレスとなる職場環境の改善、働きやすい職場づくりにつなげるために実施しています。

■「職場の悩み・何でも相談ダイヤル」の設置

「店舗現場で困っていること」「話したいこと」「対応してほしいこと」また、「これは間違っている」や「上司に言いにくく、会社に対応してほしいことがある」、「職場環境を改善してほしい」、「人間関係に悩んでいる」場合など、連絡ができる外部通報窓口を設置し、対応しています。社員の安心感と、ハラスメントは必ず指導されるという危機意識を醸成し、ハラスメントを排除し、良好な人間関係、職場環境を構築し会社に寄せられた社員の声には、速やかに対応しています。

● 従業員エンゲージメントの強化

■社員のご家族に対するイベントを実施

新店プレオープン時に社員のご家族様を招待し、お買い物等をサポートするイベントを実施しています。社員一人ひとりが普段どんな環境で働いているのかをご家族様に知っていただくとともに、スギ薬局のファンになってもらえるよう実施しています。



人財の育成

● 社員の能力開発研修の充実

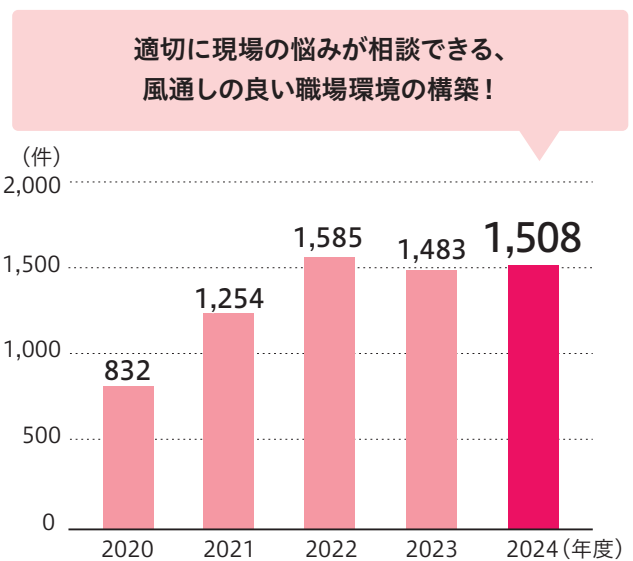
社内資格や職務を果たすために必要な「求めるスキル」を明確化し、習得のための教育・人財育成を行っています。



■自己申告制度

社員一人ひとりが現状のキャリアや将来のキャリアプランを考え、今後の取り組み事項を明確にすることに加え、所属する組織や店舗の課題、個々の不安や悩みなどを会社に伝える制度です。社員一人ひとりの回答を元に、会社の施策や人事異動、研修等のキャリア開発に役立てています。また、2022年度より、自己申告を活用したワークエンゲージメントの測定を開始しました。

「職場の悩み・何でも相談ダイヤル」への相談件数(年間)



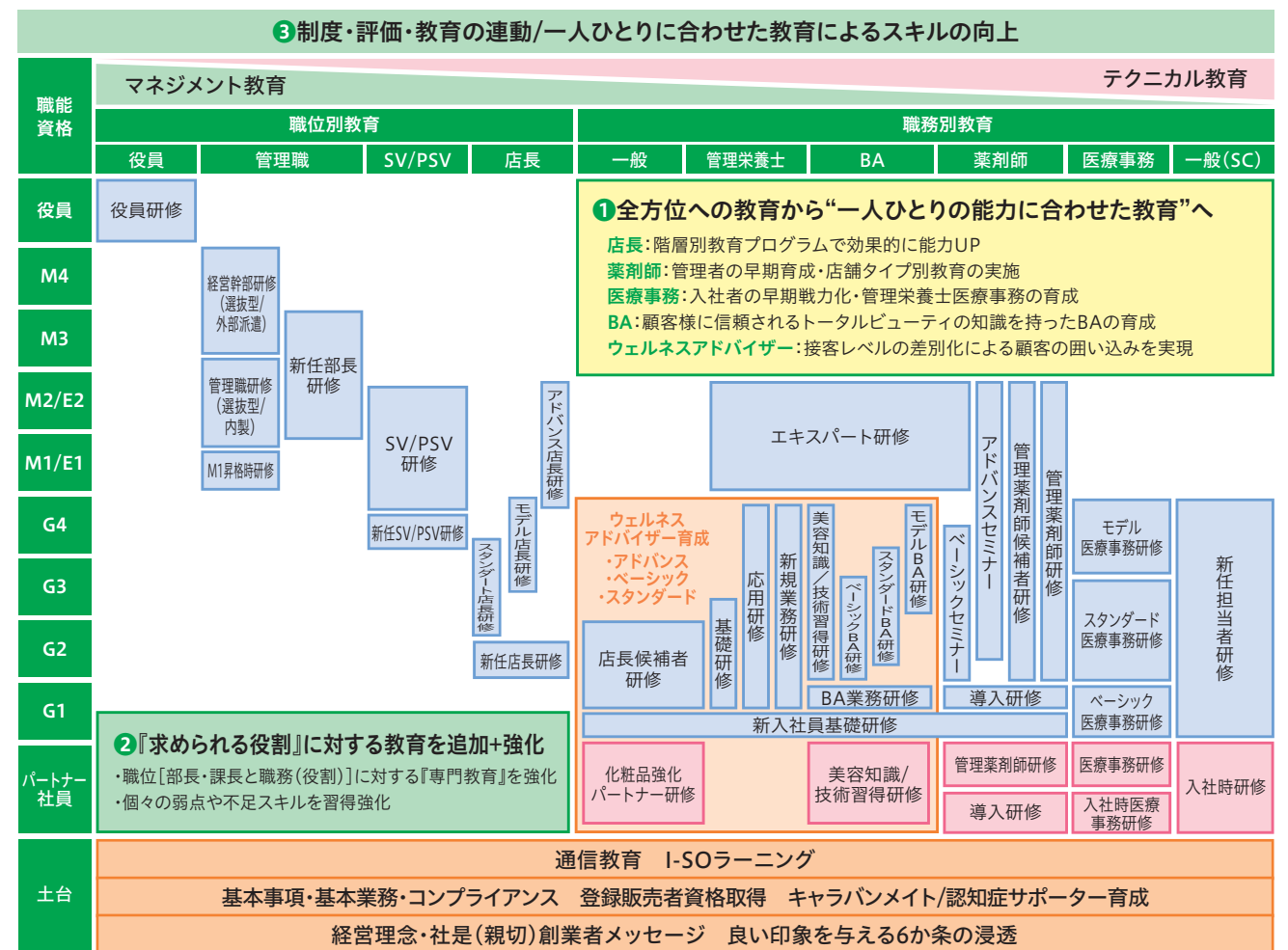
● 社内公募、FA(フリーエージェント)制度の導入

従業員が自身の経歴やスキルを活かし、希望する部署への異動を自ら申請、実現できる人事制度を導入しています。主体的に異動を希望する部署・役職者にアピールし、合意が得られれば希望のポストを獲得できます。キャリア自律とスキル向上、健全な競争意識を促進し、組織の活性化を図っています。



28名が権利を取得
うち6名が権利を行使
役員から
7名にオファー

スギ薬局教育体系

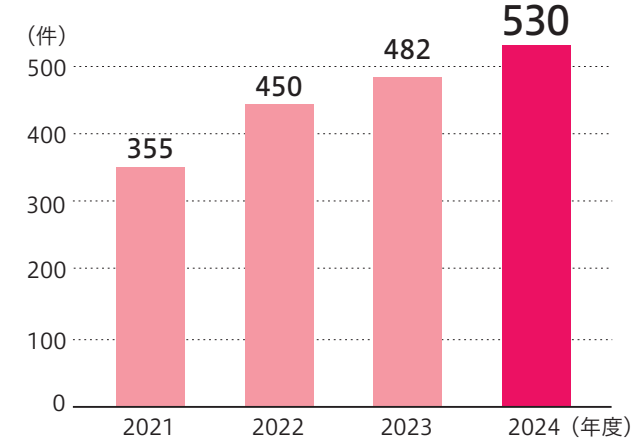


● 成果・評価の見える化によるモチベーション経営の推進

■グループ表彰制度

お客様から日々寄せられる感謝の声を「お褒めの言葉」として、対象社員を順次表彰するとともに、年度末には経営理念に基づく行動によって成果を出した社員・店舗を式典にて表彰しています。

お客様より店舗・従業員にいただいた「お褒めの件数」



■全グループ幹部が集まる式典で表彰を実施



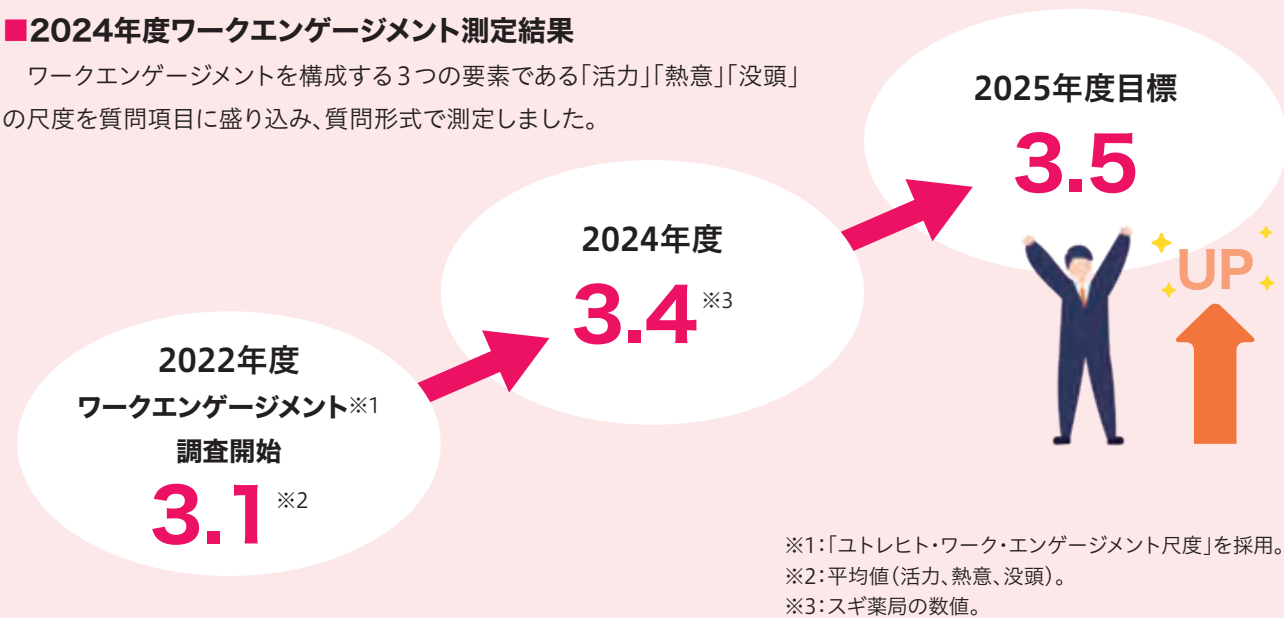
重要課題 [マテリアリティ] | 健康的な職場環境

従業員ワークエンゲージメントを活用した職場環境の改善

スギ薬局グループは、2022年度より、労働生産性の向上、離職率の低減、組織の活性化、従業員の健康増進を目指し、全従業員を対象としたワークエンゲージメントの測定を開始しました。

■2024年度ワークエンゲージメント測定結果

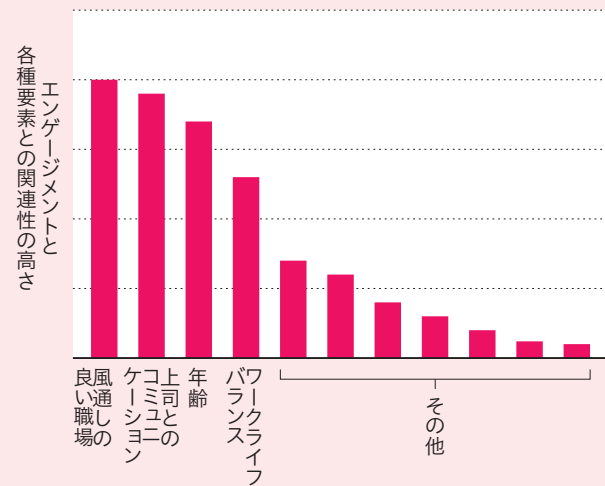
ワークエンゲージメントを構成する3つの要素である「活力」「熱意」「没頭」の尺度を質問項目に盛り込み、質問形式で測定しました。



■エンゲージメント分析

ワークエンゲージメントの向上に向け、外部機関に分析を依頼し、「ワークエンゲージメントと各種要素(労働環境等)」の関連性、「ワークエンゲージメントと仕事の成果(接客関連加算算定件数・化粧品売上)」の関連性を分析しました。

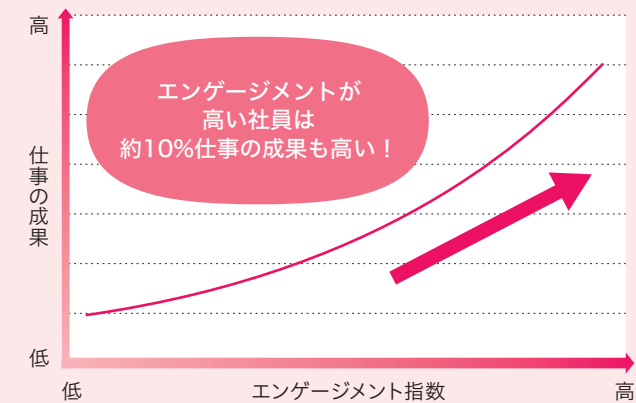
管理薬剤師の“ワークエンゲージメントと各種要素(労働環境等)”の関連性



一例として、管理薬剤師の分析では、「業務の改善提案の風通し」、「上司は向き合ってくれるか」、「ワークライフバランスがとれているか」が、エンゲージメントとの関連性が高いことが判明しました(左グラフ)。仕事の成果との関連性においては、ワークエンゲージメントが高い管理薬剤師やビューティアドバイザーが所属している店舗では、仕事の成果(接客関連の加算算定件数や化粧品売上)が約10%高い結果となりました(右グラフ)。

上司の部下に対する働きかけ、動機付け、上司のマネジメントレベルが、部下のエンゲージメントに影響を与えるといった分析結果から、エンゲージメント向上を促す対策を実行しています。

“ワークエンゲージメントと仕事の成果(接客関連加算算定件数・化粧品売上)”の関連性



■役員巡回による職場環境の向上

スギ薬局グループでは、健康的な職場環境の実現に向け、役員が定期的に現場を巡回し、従業員との対話を重視した取り組みを行っています。現場の声を直接聞くことで、職場環境の改善や業務効率向上につなげるとともに、従業員が安心して働ける環境づくりを支援。経営層と現場の距離を縮めることで、一人ひとりが働きやすい職場の実現を目指しています。



<対応策>

人事制度改革

- 役割と評価・報酬の連動
- 評価項目へエンゲージメント指標を適用

人財育成

- スキルの明確化と研修・OJT・人事異動・自己学習によるスキルの向上

コンプライアンス・風土改革

- 長時間労働・サービス残業・ハラスメントの撲滅
- 役員の全店巡回実施と社員からの提案制度の導入

現場における部下のマネジメント

- 部下マネジメント手法の教育徹底



■一人ひとりへの向き合いをテーマに全社で取り組んだ結果

社員の働きがいスコア(モチベーション)は確実に上昇中

各部門の戦略・施策の遂行および、人財戦略を推進した効果



成長意欲

<エンゲージメント>
<昇格意欲>



帰属意識

<会社への定着意識>



地域貢献とエンゲージメント向上の両立

2024年から名古屋ウィメンズマラソンに協賛。部門を超えた社員の積極的な参加を通じて、地域貢献と社員のエンゲージメント向上を推進しています。今後も豊かな健康社会の実現を目指し、社会貢献活動を積極的に展開していきます。



重要課題 [マテリアリティ]

コーポレート・ガバナンス



コーポレート・ガバナンスの基本的な考え方

経営理念に基づき、社会から預かった人財、商品、店舗、資金、情報などの、資産・資源を有効に活用し、社会に利益を還元し続け、社会に貢献する必要があると考えています。そのために、コーポレート・ガバナンスの強化を経営の最重要課題の一つとして位置づけ、上場企業として健全で透明性が高く、すべてのステークホルダーに対して正確な情報開示を行い、収益力のある効率的な経営を推進することを目的として、基本方針を定めています。また、継続的に基本方針の内容を精査し、進化させていくことでコーポレート・ガバナンスの充実に努めています。

スギ薬局グループ
コーポレート・ガバナンスに関する基本方針はこちら



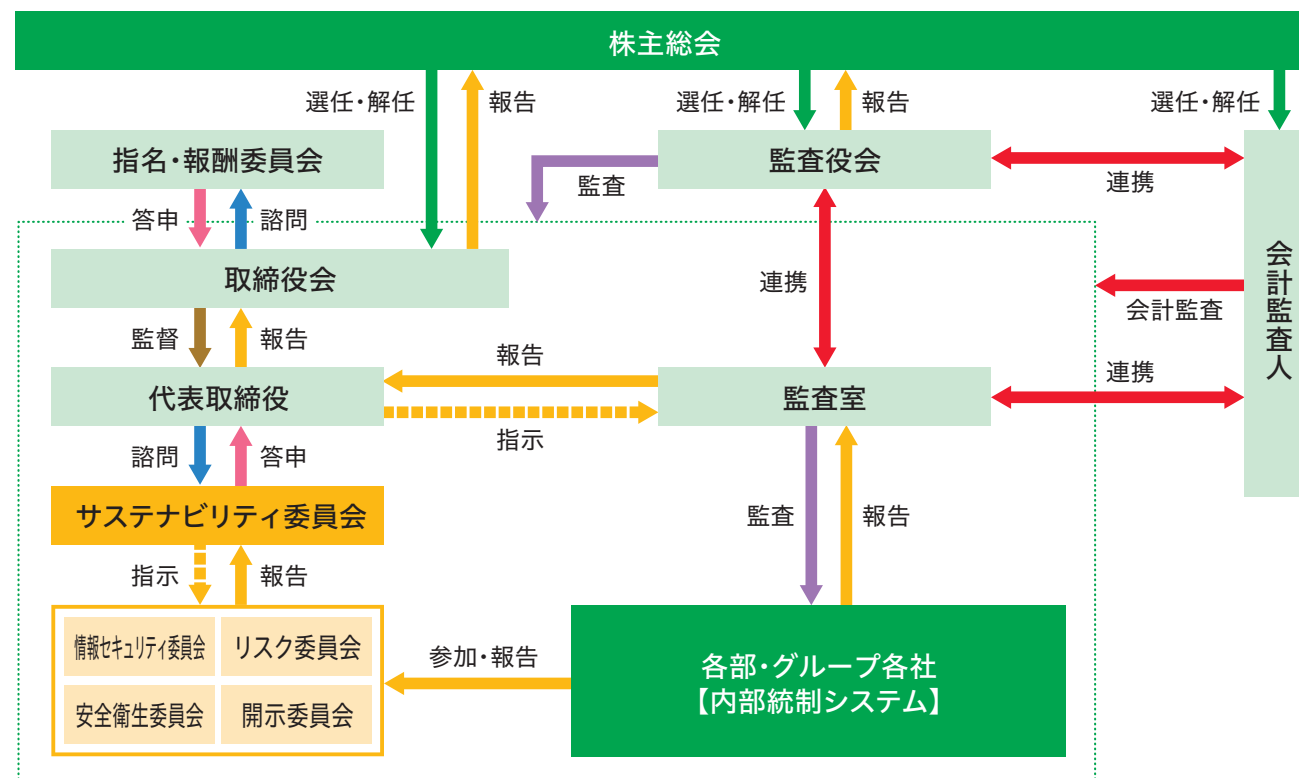
https://www.sugi-hd.co.jp/pdf/sustainability/data/cg_basic.pdf

コーポレート・ガバナンス体制(企業統治の体制)

当社は、監査役会設置会社を選択しています。取締役7名(内、社外取締役4名)[※]で構成される取締役会および監査役会のほか、取締役ならびに監査役の指名および報酬に関する取締役会の諮問機関として任意の指名・報酬委員会を設置しています。また、経営の意思決定および監督と業務執行を分離するとともに、法令、定款および社内規程に基づき取締役会で決定すべき事項を除き、経営陣に権限委譲することにより、業務執行の機動性を高めています。

※2025年5月27日現在

コーポレート・ガバナンス体制図



ステークホルダーとの協働を通して社会から必要とされる企業を目指し、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に取り組んでいます。その実現のためには、経営の健全性・透明性を高め、コーポレート・ガバナンスを継続的に強化しています。

取締役会・監査役会

取締役会の構成

取締役会は、専門知識や経験などのバックグラウンドの違いや、ジェンダーなどを踏まえて、多様な取締役で構成しています。員数は定款の定めに従い、以下の観点から最も効果的・効率的に取締役会の機能が発揮できる適切な水準を維持しています。

- (1) 経営の意思決定および監督を行うために十分な多様性を確保できること
- (2) 取締役会において独立社外取締役による問題提起を含め、議論の活性化が図れること

社外での豊富な経験や専門性を当社の経営に活かすとともに、取締役会の監督機能強化と経営の透明性向上を図るため、原則として3分の1以上を独立社外取締役としています。

取締役の人数	7名
取締役のうち社外取締役の人数	4名
社外取締役のうち独立役員に指定されている人数	4名

(2025年5月27日現在)

監査役会の構成

監査役の員数は定款の定めに従い、うち半数以上を社外監査役とします。監査役には監査役として必要な見識、高い倫理観、公正さ、誠実さを有する者を選任し、特に財務・会計および法律に関する専門性を有する者を1名以上選任します。

監査役の人数	4名
監査役のうち社外監査役の人数	3名
社外監査役のうち独立役員に指定されている人数	3名

(2025年5月27日現在)

取締役会の役割

取締役会は、実効性の高いコーポレート・ガバナンスの実現を通じて、その監督機能を発揮するとともに、公正な判断により最善の意思決定を行い、適切に権限を行使することで、持続的な企業価値向上を目指します。

- (1) 取締役会は、法令、定款および社内規程に基づく経営の重要な意思決定および業務執行の監督を行う。

- (2) 取締役会は、自社の資本コストを的確に把握した上で、経営理念および外部環境の変化を踏まえた経営戦略や経営計画を策定し、その概要を開示する。策定した経営戦略、経営計画については、毎年進捗状況などを確認・分析した上で、必要に応じて、事業ポートフォリオの見直しや新たな事業投資、出店およびシステム投資、ならびに人財育成への投資などの経営資源の配分計画を含む修正を行う。
- (3) 取締役会は、事業子会社などを含む取締役および経営幹部の発掘と育成を目的とした教育プログラムの策定・運用に主体的に関与する。また、経営理念や経営戦略などを踏まえ、同プログラムの内容や、同プログラム参加者のその後の配置・登用による育成を含め適切に監督を行う。
- (4) 取締役会は、法令、定款および社内規程に基づき、取締役会で決定すべき事項以外の業務執行についてその意思決定を代表取締役に委任する。
- (5) 取締役および監査役は、取締役会への出席率として、80%以上を確保する。

監査役会の役割

監査役会は、経営陣から独立した組織として、取締役の職務執行、内部統制体制、会計などについての監査を行います。

- (1) 監査役会は、会計監査人を適切に評価するための基準を作成する。毎年1回、その基準に基づき、会計監査人の独立性、専門性について評価し、会計監査人の選解任などに関する株主総会への提出議案の内容を決定する。
- (2) 監査役会は、社外取締役が独立性を確保した上で円滑に情報収集できるよう、社外取締役との十分な連携を図るものとする。
- (3) 監査役会は、内部監査部門、財務・経理部門、法務部門をはじめとした関連部署との連携を確保し、適正に監査するために必要かつ十分な情報収集を行う。

重要課題 [マテリアリティ] | コーポレート・ガバナンス



取締役・監査役の選任理由 (2025年5月27日現在)

1 杉浦 克典

代表取締役社長

1978年10月14日生

取締役在任年数 8年

取締役会への出席率 100% (13回/13回)

所有する当社の株式数 453,799株

当社および株式会社スズ薬局の代表取締役として経営に携わり、お客様の健康維持・予防から介護・終末期のケアまでを一貫してサポートする「トータルヘルスケア戦略」の実現に向けて、従来のドラッグストアモデルに捉われず、事業戦略、DX戦略、海外戦略、資本政策、SDGsの推進に積極的に取り組むなど、その職責を果たしております。経営実績、事業における幅広い知識、持続的な企業価値向上のためのリーダーシップおよびドラッグストアモデルの変革に挑戦していく姿勢は、当社グループの更なる発展拡大に大きく寄与するものと判断し、引き続き選任いたしました。

4 神野 重行

取締役

社外 独立

1947年5月23日生

取締役在任年数 10年

取締役会への出席率 100% (13回/13回)

所有する当社の株式数 一株

長年にわたり、他企業において会社経営に携わり、経営に関する豊富な経験と知識に基づき、取締役会の審議において積極的な発言・提言を行っております。また、指名・報酬委員会の委員長を務めております。これらの実績により、企業経営、事業戦略、組織・人材マネジメントについて大所高所の観点から、取締役の職務執行に対する監督をいただけるものと判断し、引き続き選任いたしました。

2 杉浦 伸哉

代表取締役副社長

1979年11月30日生

取締役在任年数 8年

取締役会への出席率 100% (13回/13回)

所有する当社の株式数 452,533株

当社および株式会社スズ薬局の取締役副社長として当社グループの営業部門を牽引し、医療事業領域における知識・経験によって、業界大手の調剤薬局の戦略的買収および買収後の企業統合プロセスを主導しました。また、スギメディカル株式会社の代表取締役として医療・介護領域の事業推進に取り組むなど、その職責を果たしております。さらに、業界団体の要職も務めることで業界ネットワークの構築にも積極的に取り組んでおります。その知識・経験・ネットワークは、今後の当社グループの中核事業の発展に大きく寄与するものと判断し、引き続き選任いたしました。

5 内田 士郎

取締役

社外 独立

1955年4月2日生

取締役在任年数 1年

取締役会への出席率 100% (10回/10回)

所有する当社の株式数 一株

日米の公認会計士としての専門的知見に加えて、経営戦略やDX推進における豊富な経験と高い知見を活かし、国内外の大手企業に対する経営指導を行うとともに、複数の企業の経営を行ってまいりました。これらの実績により、DX、企業経営、財務・M&A等について専門的な観点から、取締役の職務執行に対する監督を期待できるものと判断し、引き続き選任いたしました。

3 榊原 栄一

取締役会長

1956年8月14日生

取締役在任年数 27年

取締役会への出席率 100% (13回/13回)

所有する当社の株式数 459,799株

当社および株式会社スズ薬局の代表取締役として当社グループを牽引し、経営理念を伝承するとともに、ドラッグストア業界に精通した深い見識と経験により、変化する消費者の生活様式に対応した店舗づくりやお客様へのサービス向上、コンプライアンスの強化に積極的に取り組むなど、その職責を果たしております。その経営実績、事業における幅広い知識、持続的な企業価値向上のためのリーダーシップは、当社グループの更なる発展拡大に大きく寄与するものと判断し、引き続き選任いたしました。

6 高石 英明

取締役

社外 独立

1958年10月7日生

取締役在任年数 1年

取締役会への出席率 100% (10回/10回)

所有する当社の株式数 一株

長年の大手総合商社での財務・海外経験等により培われた事業投資・コーポレートファイナンスおよび海外ビジネスに関する豊富な経験と高い知見を有しており、また、国内大手企業の社外取締役や社外監査役を歴任しております。これらの実績により、海外戦略、資本政策、財務戦略、リスクマネジメント、M&A等について専門的な観点から、取締役の職務執行に対する監督を期待できるものと判断し、引き続き選任いたしました。

7 大浦 佳世理

取締役

社外 独立

1975年10月27日生

取締役在任年数 1年

取締役会への出席率 100% (10回/10回)

所有する当社の株式数 一株

国内外の大手製薬メーカーで勤務し、製薬業界における長年のグローバルな勤務により培われた多様な戦略的視点および組織運営に関する豊富な経験と高い知見を有しております。これらの実績により、製薬領域と連携した医療戦略、グローバルな組織運営、および多様性を尊重した企業経営について専門的な観点から、取締役の職務執行に対する監督を期待できるものと判断し、引き続き選任いたしました。

9 志村 俊明

常勤監査役

社外 独立

1963年9月28日生

社外監査役在任年数 2年

取締役会への出席率 100% (10回/10回)

監査役会への出席率 100% (10回/10回)

所有する当社の株式数 一株

国内上場企業において要職を歴任。また、国内外企業での監査業務により培われた豊富な経験と高い知見を有しています。当社の拡大事業であるDXや海外事業等を含め、客観的な立場から当社経営を適正に監査できるものと判断し常勤監査役といたしました。社外役員となること以外の方法で会社の経営に関与したことはありませんが、上記の理由により、当社の社外監査役としてその職務を適切に遂行できるものと判断しています。

8 坂本 利彦

常勤監査役

社外 独立

1946年10月25日生

社外監査役在任年数 13年

取締役会への出席率 100% (13回/13回)

監査役会への出席率 100% (13回/13回)

所有する当社の株式数 300株

国内企業において会社経営に携わり、経営に関する豊富な経験と知識を有しています。また、2012年5月から当社の監査役に就任し、事業内容にも精通しています。企業経営に関する高い見識および当社の経営全般に関する知見を活かして、客観的な立場から当社経営を適正に監査できるものと判断し引き続き常勤監査役といたしました。

10 安田 加奈

監査役

社外 独立

1969年4月10日生

在任年数 15年

取締役会への出席率 100% (13回/13回)

監査役会への出席率 100% (13回/13回)

所有する当社の株式数 一株

公認会計士および税理士として、企業等に対する会計監査、上場企業の社外監査役および社外取締役などの職域で幅広く活躍しており、会計・税務分野の高い専門性、および法務、コンプライアンス、リスク管理に関する豊富な経験と独立した立場から、厳格な監査を期待し、社外監査役といたしました。

11 葉山 良子

監査役

1959年10月7日生

在任年数 2年

取締役会への出席率 100% (13回/13回)

監査役会への出席率 100% (10回/10回)

所有する当社の株式数 一株

公認会計士ならびに上場企業の社外取締役および社外監査役として財務、会計に関する高い専門性および法務、コンプライアンス、リスク管理に関する豊富な経験と知識を有しています。また2016年5月から当社の取締役に就任し、事業内容にも精通しております。当社の経営全般に関する知見および財務、会計に関する高い専門性を活かして、当社経営を適正に監査できるものと判断し、監査役といたしました。



重要課題 [マテリアリティ] | コーポレート・ガバナンス

取締役・監査役の略歴 (2025年5月27日現在)



杉浦 克典
代表取締役社長



議長

略歴			
2006年	3月	当社入社	
2011年	3月	株式会社スギ薬局常務取締役	
2014年	3月	スギスマイル株式会社代表取締役社長	
2017年	3月	株式会社スギ薬局代表取締役社長 (現任)	
2018年	5月	当社代表取締役副社長	
2021年	5月	当社代表取締役社長 (現任)	

略歴			
2004年	4月	当社入社	
2010年	3月	株式会社スギ薬局取締役在宅医療営業部長	
2011年	3月	スギメディカル株式会社取締役	
2017年	3月	株式会社スギ薬局常務取締役	
2017年	5月	当社取締役	
2021年	5月	スギメディカル株式会社代表取締役社長 (現任)	
2021年	12月	スギナーシングケア株式会社代表取締役社長	
2023年	3月	株式会社スギ薬局取締役副社長	
2023年	5月	当社取締役副社長	
2024年	9月	I&H株式会社代表取締役社長	
2025年	3月	株式会社スギ薬局代表取締役副社長 (現任)	
2025年	5月	当社代表取締役副社長 (現任)	

略歴			
1986年	9月	当社入社	
2008年	9月	株式会社スギ薬局常務取締役	
2011年	3月	株式会社スギ薬局代表取締役社長	
2017年	3月	株式会社スギ薬局代表取締役会長	
2017年	5月	当社代表取締役社長	
2021年	5月	当社代表取締役会長	
2025年	5月	株式会社スギ薬局取締役会長 (現任)	
2025年	5月	当社取締役会長 (現任)	

略歴			
1970年	4月	名古屋鉄道株式会社入社	
2007年	5月	三重産業株式会社代表取締役 (現任)	
2008年	6月	名古屋鉄道株式会社代表取締役副社長	
2009年	4月	株式会社名鉄百貨店代表取締役社長	
2012年	5月	中部百貨店協会会長	
2015年	5月	当社社外取締役 (現任)	

略歴			
1980年	10月	ビートマーウィックミッチェル会計士事務所 東京事務所 入所	
1993年	1月	プライスウォーターハウスシカゴ事務所 米国日本企業統括パートナー	
1999年	10月	プライスウォーターハウスクーパースコンサルティング株式会社 取締役	
2002年	10月	IBMビジネスコンサルティングサービス株式会社 取締役	
2005年	10月	ベリングポイント株式会社 代表取締役社長	
2009年	5月	プライスウォーターハウスクーパースコンサルタント株式会社 代表取締役社長	
2012年	7月	プライスウォーターハウスクーパース株式会社 代表取締役会長	
2015年	1月	SAPジャパン株式会社 代表取締役会長	
2022年	4月	株式会社SNK社外取締役 (現任)	
2023年	4月	株式会社コミュニティメッシュ代表取締役 (現任)	
2024年	5月	当社社外取締役 (現任)	
2025年	3月	株式会社青山財産ネットワークス社外取締役 (現任)	

略歴			
1983年	4月	三菱商事株式会社 入社	
2011年	4月	三菱商事株式会社 コーポレート管理部 管理部長	
2012年	4月	株式会社アイ・ティ・フロンティア 代表取締役副社長 最高財務責任者	
2014年	7月	日本タタ・コンサルタンシー・サービス株式会社 副社長 最高管理責任者	
2016年	6月	千代田化工建設株式会社 取締役 監査等委員	
2018年	6月	三菱商事建材株式会社 取締役 常務執行役員	
2021年	4月	株式会社三通 社外取締役	
2021年	6月	株式会社システムエグゼ社外監査役 (現任)	
2023年	8月	株式会社Legaseed常勤監査役 (現任)	
2024年	5月	当社社外取締役 (現任)	

略歴			
1998年	9月	協和発酵米国法人 入社	
2010年	6月	ブリストル・マイヤーズ スクイブ米国法人 入社	
2012年	10月	ブリストル・マイヤーズ スクイブ株式会社 研究開発部門執行役員	
2016年	6月	ブリストル・マイヤーズ スクイブ米国本社	
		ピープル&ビジネスリソースグループ ゼネラルマネージャー	
2019年	9月	公益社団法人グローバルヘルス技術振興基金 CEO 兼 専務理事	
2019年	11月	東京アメリカンクラブ 理事	
2021年	9月	ラボコープ・ディベロップメント・ジャパン株式会社 職務執行者ジェネラルマネージャー (現ラボコープ・ラボラトリーズ・ジャパン合同会社)	
2022年	5月	テンブル大学日本校 理事	
2023年	11月	在日米商工会議所 理事	
2024年	5月	当社社外取締役 (現任)	
2025年	2月	イルミナ株式会社代表取締役社長 (現任)	



坂本 利彦
常勤監査役

社外

独立

略歴			
2001年	10月	伊藤忠商事株式会社名古屋支社財経総務部長	
2006年	6月	シー・アンド・エス・サービス株式会社代表取締役社長	
2009年	6月	伊藤忠製糖株式会社専務取締役 人事総務・財務経理・情報システム担当	
2012年	5月	当社監査役	
2017年	3月	株式会社スギ薬局監査役 (現任) スギメディカル株式会社監査役 (現任)	
2017年	5月	当社常勤監査役 (現任)	
2025年	3月	Sトレーディング株式会社監査役 (現任)、渡辺貿易株式会社監査役 (現任)	

略歴			
1987年	4月	株式会社富士銀行 (現株式会社みずほ銀行) 入行	
2006年	1月	株式会社みずほコーポレート銀行 (現株式会社みずほ銀行) IT・システム統括部次長	
2014年	10月	同行 業務監査部 次長	
2022年	4月	フォスター電機株式会社 内部監査室 室長	
2024年	5月	当社監査役 (現任)	

略歴			
1993年	10月	センチュリー監査法人 (現EY新日本有限責任監査法人) 入所	
1997年	4月	公認会計士登録	
2000年	3月	安田会計事務所設立 同所所長 (現任)	
2004年	3月	税理士登録	
2009年	9月	シンボ株式会社社外監査役	
2010年	5月	当社監査役 (現任)	
2016年	6月	株式会社ゲオホールディングス社外取締役 (現任)	
2019年	6月	中央発條株式会社社外取締役 (現任)	
2020年	6月	コンドーテック株式会社社外取締役 (監査等委員) (現任)	
2021年	9月	株式会社物語コーポレーション社外取締役 (現任)	

略歴			
1983年	4月	株式会社富士銀行 (現株式会社みずほ銀行) 入行	
1990年	10月	監査法人トーマツ (現有限責任監査法人トーマツ) 入所	
1994年	3月	公認会計士登録	
2007年	1月	新日本監査法人 (現EY新日本有限責任監査法人) 入所	
2015年	1月	葉山良子公認会計士事務所代表 (現任)	
2016年	5月	当社取締役	
2016年	8月	日本公認会計士協会専門研究員 (現任)	
2018年	5月	株式会社アダストリア社外監査役	
2020年	6月	株式会社ゼンショーホールディングス社外取締役	
2023年	5月	株式会社ベルシステム24ホールディングス社外監査役 (現任)	
2024年	5月	当社監査役 (現任)	
2024年	6月	株式会社ニッポン社外取締役 (監査等委員) (現任)	

スキルマトリックス

	氏名	企業経営	事業戦略	ヒューマン リソース	法務・ リスク管理	財務・会計	ヘルスケア	デジタルトランス フォーメーション	海外事業
取 締 役	杉浦克典	●	●	●			●	●	●
	杉浦伸哉	●	●	●			●		
	榊原栄一	●	●	●	●		●		
	神野重行	●	●	●					
	内田士郎	●	●	●	●	●		●	●
	高石英明	●	●		●	●		●	●
	大浦佳世理	●	●	●			●		●
監 査 役	坂本利彦				●	●			
	志村俊明				●	●			
	安田加奈				●	●			
	葉山良子				●	●			

トレーニング(主要子会社役員含む)

社外取締役および社外監査役に対して、経営理念、経営計画、事業内容、財務、組織などについて共有する機会を継続的に設けます。取締役、監査役、主要事業子会社の取締役が新たに就任する際は、法律や財務、コーポレート・ガバナンス、リスクマネジメントなどに関する研修を行っています。就任後は、それぞれの責務や能力、経験などに合わせたトレーニング機会の提供・斡旋や、その費用の支援を継続して行っています。

研修内容 (今までの実績)

国内外の経済情勢	マーケティング
資本市場の動向	法務・企業統治
医療制度の動向	コーポレート・ガバナンス・コード
サステナビリティ経営	コンプライアンス研修
ESG	リスクマネジメント
経営戦略	組織・人材マネジメントとリーダーシップ
経営・財務	デジタルトランスフォーメーション

重要課題 [マテリアリティ] | コーポレート・ガバナンス

取締役会の実効性評価

取締役会の実効性評価

当社では、取締役会のさらなる実効性確保および機能向上を目的に取締役会の実効性評価を実施しています。具体的には全取締役および全監査役を対象に、取締役会の構成、取締役会の運営、取締役会の議題、取締役会を支える体制、経営戦略・課題などの実効性に関する自己評価アンケートを書面およびヒアリングで実施しています。

また、当社では、アンケートの集計結果を踏まえ、取締役会において現状の評価結果および課題を共有するとともに、今後の対応について建設的な議論を行います。

評価結果の概要(2025年2月期)と
今後の取り組み

取締役会における社外取締役・監査役の増員によって多様性がさらに確保されたことで、実効性が高まり、年度政策や中期経営計画のモニタリングおよびM&A・提携等の重要な議案について十分な議論ができていると評価しています。

今後の取り組みについて、取締役会における議題を精査し、医療・DX・海外・ESG・資本コスト等の重要議案を充実させることで、より一層取締役会の実効性を高めていきます。

1.取締役会の構成に関して

社外取締役・監査役ともに増員した結果、より専門的な知識・経験・能力等の多様性を確保すると共に、率直・活発で建設的な議論に貢献できる人物で構成できていると評価しています。

今後について、引き続き、専門性・多様性が確保され建設的で充実した議論が期待できます。

2.取締役会の運営に関して

取締役会に提出される資料の事前送付および重要議案の事前説明を適切に行うことで、効果的かつ効率的に会議の運営ができていると評価しています。

今後について、引き続き、取締役会の年間スケジュールに従い計画的に運営するとともに、議題の重要性に応じた時間設定や配分を適正化することで、効果的かつ効率的に会議を運営していきます。

3.取締役会の議題に関して

企業戦略の方向性や中期経営計画が上程され、執行役員を含む経営陣に対する委任の範囲を明確に定めることによって、取締役会の議題設定ができていると評価しています。

今後について、重要議案の議論をさらに充実させるために、取締役会の年間付議事項を見直し、緊急性および重要性から議題の優先順位づけを行うことを検討していきます。

4.取締役会の支援体制に関して

取締役・監査役に対して、取締役会の実効性向上を目的として、社外役員と取締役/執行役員との面談の機会を適切に提供できていると評価しています。

今後について、社外役員が理念・経営戦略に関する理解を深めるために、社外役員のための会合や社内幹部との面談の定期実施なども検討していきます。

5.取締役・監査役の自己評価に関して

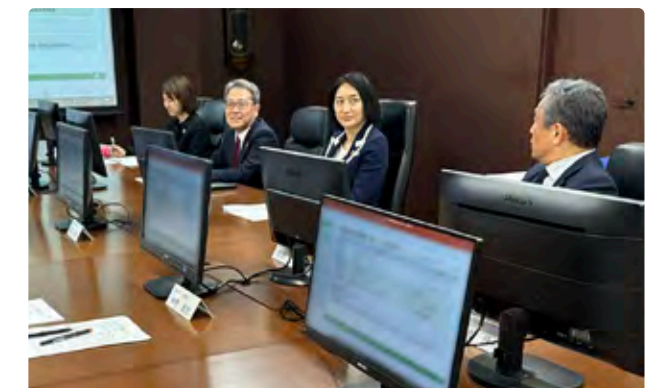
取締役・監査役が、現場視察や他の社外役員との交流会等を通じて情報をアップデートするなど、自らの経験や専門的な知識に基づく発言を行っていると自己評価しています。

今後について、引き続き、取締役・監査役が自らの経験および知見を発揮できるよう、自己研鑽に努めていきます。

6.経営戦略・経営課題に関して

資本コストや株価を意識した経営戦略・経営課題が適切に共有され、M&A・提携等の重要な議論ができていると評価しています。

今後について、さらに資本コストや株価を意識した成長戦略、事業ポートフォリオの見直しや経営資源配分(店舗・システム・人的投資)および医療・DX・海外・ESGの議論をより充実させていきます。



重要課題 [マテリアリティ] ｜ コーポレート・ガバナンス

執行役員の選任について

当社は取締役会において、執行役員の選任を決議しました。

1.執行役員制度の概要

- ①執行役員は、取締役会で決定した事業方針に基づいて業務執行権限を委譲され、取締役会の監督の下で業務執行にあたります。
- ②執行役員は、取締役会決議により選任又は解任します。
- ③執行役員の任期は1年とし、再任を妨げないものとします。

2.執行役員体制

役職名	氏名
執行役員 経営企画・財務担当	笠井 真
執行役員 人事・管理・リスク担当	森 茂樹
執行役員 SCM・DX・コーポレートブランディング担当	森永 和也
執行役員 海外担当	山本 剛史
執行役員 医療・調剤担当	久保 聡
執行役員 商品担当	白石 智裕

下同様とする)であって、直前事業年度における当社への当該取引先グループの取引額が1,000万円以上でかつ当該取引先グループの連結売上高又は総収入金額の2%を超える者。
・当社グループが負債を負っている取引先グループであって、直前事業年度末における当社の当該取引先グループへの負債総額が1,000万円以上でかつ当該取引先グループの当該事業年度末における連結総資産の2%を超える者。

注3:「当社グループの主要な取引先」とは、次のいずれかに該当する者をいう。

- ・当社グループが商品又はサービスを提供している取引先グループであって、直前事業年度における当社の当該取引先グループへの取引額が1,000万円以上でかつ当社の連結売上高の2%を超える者。
- ・当社グループに対して負債を負っている取引先グループであって、直前事業年度末における当社グループへの当該取引先グループの負債総額が1,000万円以上でかつ当社の当該事業年度末における連結総資産の2%を超える者。
- ・当社グループが借入れをしている金融機関グループ(直接の借入先が属する連結グループに属する者をいう)であって、直前事業年度末における当社の当該金融機関グループからの借入金総額が当社の当該事業年度末における連結総資産の2%を超える者。

注4:「多額の金銭その他の財産」とは、個人の場合は、その価額の総額が直前事業年度において1,000万円以上、法人・組合等の団体である場合は、その価額の総額が当該団体の直前事業年度末における連結総資産の2%を超える者をいう。

注5:「近親者」とは、配偶者及び二親等内の親族をいう。

注6:「重要な業務執行者」とは、取締役、執行役、執行役員及び部長格以上の業務執行者又はそれらに準ずる権限を有する業務執行者をいう。

注7:「社外役員の相互就任関係」とは、当社の業務執行者が他の会社の社外役員であり、かつ、当該他の会社の業務執行者が当社の社外役員である関係をいう。

独立役員に関する事項

当社は、当社の適正なガバナンスにとって必要な客観性と透明性を確保するために、当社における社外役員(社外取締役及び社外監査役をいい、その候補者を含む)の独立性基準を以下のとおり定め、社外役員が次の項目を全て満たす場合、当社にとって十分な独立性を有しているものとみなしております。

1. 現に当社及び当社の関係会社(以下、併せて「当社グループ」という)の業務執行者(注1)ではなく、かつ就任前10年以内に業務執行者であったことがないこと。
2. 当社グループを主要な取引先としている者(注2)、又はその業務執行者でないこと。
3. 当社グループの主要な取引先(注3)、又はその業務執行者でないこと。
4. 当社の議決権の10%以上の議決権を直接又は間接的に保有している当社の大株主、又はその業務執行者でないこと。
5. 当社グループが総議決権の10%以上の議決権を直接又は間接的に保有している者の業務執行者でないこと。
6. 当社グループから役員報酬以外に多額の金銭その他の財産(注4)を得ているコンサルタント、公認会計士等の会計専門家及び弁護士等の法律専門家でないこと。なお、これらの者が法人・組合等の団体である場合は当該団体に所属する者を含む。
7. 当社グループから多額の金銭その他の財産(注4)による寄付を受けている者でないこと。
なお、これらの者が法人・組合等の団体である場合は当該団体に所属する者を含む。
8. 当社の会計監査人でないこと。なお、会計監査人が法人・組合等の団体である場合は当該団体に所属する者を含む。
9. 過去5年間に於いて、上記2～8までに該当していた者でないこと。
10. 近親者(注5)が上記の2から8までのいずれか(6号及び8号を除き、重要な業務執行者(注6)に限る)に該当する者でないこと。
11. 社外役員の相互就任関係(注7)となる他の会社の業務執行者でないこと。

(注釈)

注1:「業務執行者」とは、株式会社の業務執行取締役、執行役、執行役員、業務を執行する社員、会社以外の法人・団体の理事、その他これらに類する役職の者及び会社を含む法人・団体の使用人等をいう。

注2:「当社グループを主要な取引先としている者」とは、次のいずれかに該当する者をいう。

- ・当社グループに対して商品又はサービスを提供している取引先グループ(直接の取引先が属する連結グループに属する者をいう、以

重要課題 [マテリアリティ] ｜ コーポレート・ガバナンス

取締役および監査役の報酬等

取締役の個人別の報酬等の内容についての決定に関する方針

独立社外役員が委員の過半数を占める指名・報酬委員会において原案を審議した上で、取締役会において、取締役の個人別報酬等の内容についての決定方針を決議しています。また、取締役会は当事業年度についての取締役の個人別報酬等について、報酬等の内容の決定方法および決定された報酬等の内容が取締役会で決議された決定方針に基づき、指名・報酬委員会の審議を経た上で決定していることから、当該決定方針に沿うものであると判断しています。

■基本方針

取締役の報酬等は、役位別の基準額を定めており、この基準額の設定においては外部専門機関の報酬データや公表資料データを用い、同業他社、異業種の報酬水準を踏まえて設計を行っています。具体的には、社外取締役を除く取締役の報酬等は、定額報酬のほかに、事業年度ごとの会社業績に基づく業績連動報酬および非金銭報酬（譲渡制限付株式報酬）で構成することにより、当社の企業価値の持続的な向上を図るインセンティブとして機能させることを基本方針とします。他方で、社外取締役の報酬等は、その役割と独立性の観点から定額報酬のみで構成するものとします。

監査役の報酬等は、定額報酬（月例固定報酬）のみで構成し、株主総会で決議された報酬限度額の範囲内で、指名・報酬委員会が審議を行い、監査役会での協議により決定しています。

■定額報酬（金銭報酬）の個人別の報酬等の額の決定に関する方針

当社の取締役の定額報酬は、月例の固定報酬とし、役位、貢献度等に応じて世間水準、当社の従業員の給与等の水準を考慮しながら総合的に勘案した上で決定しています。

■業績連動報酬の内容および額または数の算定方法の決定に関する方針

業績連動報酬は、現金報酬とし、各事業年度の連結営業利益予算達成度に応じ、役位別に基準額を設定し、基準額にその年度の各取締役の貢献度を加味して支給することとし、支給する場合は、毎年、一定の時期に支給するものとします。なお、業績連動報酬にかかる指標として連結営業利益を選択した理由は、本業の利益追求に対する達成意欲の向上が重要であると判断しているためです。

■非金銭報酬等の内容および額もしくは数またはその算定方法の決定に関する方針

非金銭報酬等は、当社の企業価値の持続的な向上を図るインセンティブを与えるとともに、株主の皆様との一層の価値共有を進めることを目的として、社外取締役を除く取締役を対象とした譲渡制限付株式報酬とします。株主総会で決議した報酬限度額の範囲内で、役位別の基準額をベースとして決定される金銭報酬債権を現物出資させる方法により、譲渡制限付株式を付与することとし、付与の時期については、取締役の構成、インセンティブとしての目的および経営状況等を総合的に勘案し、必要に応じて取締役会において決定するものとします。

譲渡制限付株式の譲渡制限期間は、原則として、当社または当社子会社の役職員の地位のうち当社の取締役会が予め定める地位を退任・退職するまでの間とします。

■金銭報酬の額、業績連動報酬の額、非金銭報酬等の額の取締役の個人別の報酬等の額に対する

割合の決定に関する方針

取締役の報酬等について、客観性および透明性を確保するため、任意の諮問機関として指名・報酬委員会を設置しており、取締役の種類別の報酬割合については、当該指名・報酬委員会において、同業種かつ同規模の企業の報酬を検証したうえで、業績に鑑み支給の都度決定をしています。

■取締役の個人別の報酬等の内容の決定についての委任に関する事項

取締役の個人別の報酬額の決定については取締役会の決議により代表取締役社長杉浦克典が委任を受けるものとし、委任された代表取締役社長は株主総会で決議した報酬限度額の範囲内において、定額報酬および業績連動報酬の金額を決定します。

上記の委任された権限が適切に行使されるよう、代表取締役社長は、当該決定にあたっては、委員の過半数が独立社外役員で構成される指名・報酬委員会における審議内容を尊重することとしています。

代表取締役社長に上記権限を委任した理由は、経営状況等を最も熟知し、当社を取り巻く環境、当社全体の業績を俯瞰しつつ、各取締役の担当領域や職責の評価を行うに最も適しており、総合的に取締役の個人別の報酬等の額を決定できると判断したためです。

非金銭報酬としての譲渡制限付株式報酬については、指名・報酬委員会における審議を踏まえ、取締役会において取締役個人別の割当株式数等を決議いたします。

当事業年度に係る報酬等の総額

区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額(百万円)			支給員数(名)
		定額報酬	業績連動報酬	非金銭報酬等	
取締役 (うち社外取締役)	216 (33)	146 (33)	62 (－)	7 (－)	8 (5)
監査役 (うち社外監査役)	30 (25)	30 (25)	－ (－)	－ (－)	5 (4)
合計 (うち社外役員)	246 (59)	176 (59)	62 (－)	7 (－)	13 (9)

- (注) 1. 取締役の報酬等の総額には、使用人兼取締役の使用人分給与は含まれておりません。
2. 取締役の報酬等については、2007年5月24日開催の第25回定時株主総会において、年額400百万円以内(ただし、使用人分給与は含まない。)と決議いただいております。なお、当該決議当時の取締役の員数は12名であります。
- また、2022年5月20日開催の第40回定時株主総会において、上記の報酬限度額とは別枠で、取締役(社外取締役を除く)に対する譲渡制限付株式報酬として支給する金銭報酬債権の総額を年額80百万円以内(ただし、使用人分給与は含まない。)、発行または処分する普通株式の総数を年10,000株以内と決議いただいております。なお、当該決議当時の取締役(社外取締役を除く)の員数は3名であります。
3. 監査役の報酬等については、2024年5月21日開催の第42回定時株主総会において、年額50百万円以内と決議いただいております。なお、当該決議当時の監査役の員数は4名であります。
4. 非金銭報酬等の内容は当社の株式であり、割当ての際の条件は「取締役の個人別の報酬等の内容についての決定に関する方針」のとおりであります。

重要課題 [マテリアリティ] | コーポレート・ガバナンス

株主との関係

株主の権利の確保

少数株主や外国人株主を含むすべての株主について、保有する株式数に応じて実質的に平等に扱われるとともに、株主総会における議決権行使をはじめとする株主の権利が実質的に確保されるよう適切な対応に努めます。

支配権の変動や大規模な希釈化をもたらす資本政策を実施する場合には、株主に対する受託者責任を全うする観点から、取締役会においてその必要性と合理性について十分に議論を行った上で決議し、株主に十分な説明を行います。

株主・投資家との建設的な対話

当社は、株主・投資家との建設的な対話を通じ、中長期的な企業価値向上を目指します。

(1) 経営理念、経営戦略、財務戦略、経営計画、業績、サステナビリティに関する考え方などに対する理解を得るため、IR活動の充実に努める。

(2) 対話全般については、代表取締役社長が統括し、適宜担当部門などと協議の上進めるものとする。

(3) 株主・投資家との個別面談については、IR担当部門を窓口とし、株主・投資家の希望および面談の目的などを踏まえて、合理的な範囲で適切な対応を行う。

(4) 株主・投資家との建設的な対話を促進するため、IR担当部門と関連部署は専門的見地に基づく意見交換や情報共有を定期的に行い、連携して対応を行う。

(5) 株主・投資家との対話を通じて得た有用な意見・要望は、適宜取締役会などにフィードバックを行う。

(6) 株主構造については定期的に調査を行い、その結果を踏まえ、株主・投資家に合わせた適切な方法により、コミュニケーションの充実に図る。

(7) 株主・投資家との対話にあたっては、法令および関連規則などを遵守し、インサイダー情報を適切に管理する。

政策保有株式

■取得・保有に関する方針

(1) 当社は企業価値向上に向けて、戦略上重要な協業および取引関係の維持発展が認められる場合を除き、原則として政策保有株式を保有しません。

(2) 保有する株式については、保有の合理性について定期的に検証を行い、毎年取締役会で確認を行うものとし、その検証内容の概要を開示します。なお、保有意義の薄れた株式については、当該企業の状況を勘案した上で、段階的に売却を進めます。

(3) 保有する株式の議決権行使については、当該企業の経営方針を尊重した上で、当社の中長期的な企業価値向上に資するものであるかを議案ごとに確認し、総合的に判断します。

(4) 当社の株式を保有している企業と、経済合理性を欠くような取引は行いません。また、当該企業から株式の売却の意向が示された場合には、その売却を妨げません。

■取締役会での検証内容

保有する政策保有株式について、取締役会において個別銘柄ごとに検証を行い、現状保有する株式については、その保有意義を確認しています。

投資家との対話状況	2022年度	2023年度	2024年度
機関投資家・アナリスト向け決算説明会(上期、通期)	2回	2回	2回
機関投資家・アナリスト向け決算スモールミーティング	27回	31回	23回
証券会社主催カンファレンス	5回	5回	4回
機関投資家向け個別ミーティング(面談・電話)	166回	180回	208回

情報開示について

当社は、公正かつ透明性の高い経営の実現に向け、法令および関連規則などを遵守した上で、適宜適切に情報開示を行っています。

(1) 株主をはじめとするステークホルダーが当社への理解を深めるための有益な情報については、財務情報・非財務情報にかかわらず、積極的に開示を行う。

(2) 開示にあたっては、株主をはじめとするステークホルダーがアクセスしやすい方法で行う。

(3) 特に海外投資家への情報開示の観点から、会社概要、経営戦略、中期経営計画、予算、業績推移、株主総会の招集通知、コーポレート・ガバナンス基本方針およびESGなどに関する英文資料を作成し、スギ薬局グループホームページに公表する。

指名・報酬委員会について

指名・報酬委員会は、取締役および監査役の候補選定、ならびに取締役および監査役の報酬制度に関する審議プロセスの透明性と客観性を高めることを目的として設置しています。

(1) 指名・報酬委員会は、委員3名以上で組織し、原則として、その過半数を社外役員(社外取締役および社外監査役)で構成する。

(2) 指名・報酬委員会の委員は、取締役会の決議により選任する。

(3) 指名・報酬委員会は、取締役会または監査役会の諮問に基づき、グループ各社の取締役および監査役の指名に関する次の事項を審議する。

(ア) 株主総会に提出する取締役および監査役候補選任に関する事項

(イ) 取締役および監査役候補選任に関する方針・基準に関する事項

(ウ) 上記のほか、取締役会または監査役会から諮問のあった事項

(4) 指名・報酬委員会は、取締役会または監査役会の諮問に基づき、株主総会で決議された報酬制度および報酬限度額の範囲内で、取締役および監査役の報酬に関する次の事項を審議する。

(ア) 取締役および監査役の個別報酬に関する事項

(イ) 取締役および監査役の報酬制度・水準の変更にに関する事項

(ウ) 上記のほか、取締役会または監査役会から諮問・委任のあった事項

サステナビリティ委員会の設置

サステナビリティ経営の推進を目的に、代表取締役社長の諮問機関としてサステナビリティ委員会を設置します。

①サステナビリティ委員会は、グループ全体を通じたサステナビリティ戦略および取り組みを検討し、代表取締役社長に報告、提言を行う。

②サステナビリティ委員会内に、関連リスクの管理および委員会が指示した業務等を遂行する機関として、リスク委員会および情報セキュリティ委員会を設置する。

各委員会の機能

委員会	機能
サステナビリティ委員会	スギ薬局グループの事業活動を通じた社会・経済の持続的な発展、および社会との共通価値の創造に関する事項を審議するとともに、リスク管理、情報セキュリティ、社員の安全衛生、情報開示等を統轄することで、スギ薬局グループの持続的な成長を図る
リスク委員会	スギ薬局グループ全体の経営に関わる様々なリスク(事業環境の変化、コンプライアンス、情報管理など)に関する事項を審議するとともに、リスク管理に関する啓発と教育を行う
情報セキュリティ委員会	スギ薬局グループ全体の情報セキュリティ対策について、継続的に強化・改善するための事項を審議するとともに、情報セキュリティに関する啓発と教育を行う
安全衛生委員会	スギ薬局グループ全体の労働災害の未然防止、社員の安全と健康確保、快適な職場環境の形成に関する事項を審議するとともに、安全衛生に関する啓発と教育を行う
開示委員会	スギ薬局グループにおける金融商品取引法や会社法に基づく法定開示、金融商品取引所の規則に基づく適時開示、重要な任意開示、その他ESG等の非財務情報を含む報告書等における、情報の透明性・適時性・公正性・継続性、および各開示内容の整合性等について審議する

重要課題 [マテリアリティ] ｜ コーポレート・ガバナンス

リスク管理

取締役会は、健全で透明性が高い効率的な経営を推進するために、コンプライアンス、財務報告の適正性、リスク管理などに関して、グループ経営という視点で内部統制システムが有効に機能するよう体制を整備し、内部監査部門を活用しつつ、その運用状況についての監督を行います。内部統制の精度を高めるために、グループ各社の業務内容、想定されるリスクとその対応策の文書化・モニタリングなどを通じて、経営上のリスクの最小化を推進しています。

代表取締役社長は、経営上の高リスク分野を管理するために、サステナビリティ委員会内にリスク委員会と情報セキュリティ委員会を設置し、早期に業務の改善と事故の未然防止を図っています。

リスク委員会では、事業戦略、自然災害・感染症など、企業運営に関する重大なリスクを評価・特定し、事前に対策を講じることとで、リスクの顕在化を防止しています。また、危機発生時においては、別途「緊急対策本部」を設置し、迅速、かつ適切に対応できる体制を整えています。

管理すべきリスクの主な事例

リスク		リスクの主な事例
1. 事業戦略 に関するリスク	1-1 事業環境	●同業他社・異業種との競争激化 ●大規模M&Aによる業界再編・寡占化
	1-2 関連法規制等	●薬価・調剤報酬の大幅な引き下げ ●関連税制、会計基準の改正
	1-3 投資	●新規出店投資の失敗 ●M&A投資の失敗
2. 自然災害・ 感染症等 に関するリスク	2-1 大規模災害	●経済活動の停滞 ●店舗、事業所、システム、社員の被害による事業活動の停止 ●保有資産の損壊、補修費用の発生
	2-2 気候変動	●台風・豪雨等による店舗・施設の被害 ●規制強化に伴う炭素税等の導入
	2-3 感染症	●経済活動の停滞 ●店舗の営業活動の自粛・停止 ●社員の感染による事業活動の停止
3. 企業運営 に関するリスク	3-1 不正・事故	●重大な調剤過誤の発生 ●役員または社員による不正行為 ●商品の不良、異物混入、不適切表示
	3-2 情報セキュリティ	●事故・欠陥等によるシステム障害 ●外部からの不正侵入、不正アクセス、ウイルス感染 ●顧客情報の漏洩
	3-3 人権	●労働環境・安全衛生の悪化 ●人権侵害行為（ハラスメント、差別的行為等）
	3-4 人財	●経営人財の不足 ●人財獲得競争の激化
	3-5 サプライチェーン	●サプライチェーンに関する人権、環境問題 ●仕入価格の変動

内部通報制度

スギ薬局グループは、組織的または個人的な法令違反行為や不正行為などの抑制と是正を図ることを目的に、コンプライアンス相談窓口を設置し、社員が匿名でも相談できる体制を整えています。

内部通報制度は、社内規程に基づいて運用し、通報窓口をグループ内および社外の弁護士事務所に設けています。なお、通報者に対する不利益な取り扱いを禁止するとともに、上記窓口の認知度・理解度の向上を図るため、店舗事務所内に通報連絡先の掲示や「コンプライアンス・災害対策ポケットBOOK」の配布による周知活動の強化により、健全な通報制度の確立に努めています。

2021年度からは「職場の悩み・何でも相談ダイヤル」と名称を変更し、より気軽に通報しやすい環境整備を行っています。

個人情報保護と情報セキュリティの強化

スギ薬局グループでは個人情報や顧客情報、機密情報を保護・漏洩防止するために、個人情報保護と情報セキュリティの強化を行っています。

情報セキュリティの基本方針を策定し、外部からの不正アクセスの防止、ウイルス感染の防止、データ漏洩の防止に向けた各種対策を行っています。併せて、情報セキュリティ体制の強化と社員の教育に努めています。

情報セキュリティ体制の強化と教育



- 情報セキュリティ基本方針の策定
- 情報セキュリティ基本方針のスタッフへの周知と各種教育
- 外部機関からの認証取得 (ISMS)

外部からの不正アクセス防止



- ファイアウォール設置
- WEBサイトからの不正侵入防御
- ウイルスメールの受信防止

ウイルスの感染防止



- ウイルス対策ソフトの導入
- セキュリティパッチ適用
- WEBサイト通信・閲覧制限

データの漏洩防止



- パソコンへの外部機器の接続禁止
- 顧客情報へのアクセス制限
- セキュリティルームと防犯カメラの設置
- PC操作、メール送信ログ保管による漏洩時の捜査体制強化、追跡用証跡を確保

情報セキュリティの基本方針

スギ薬局グループは、社会から預かった資産・資源（人・物・金・情報など）を有効に活用し、社会に益を提供し続け、社会に貢献する経営を進めています。

これを実現するために当社グループでは、お客様の情報をはじめ、当社グループが保有する情報資産を、不正アクセスやサイバー攻撃などの様々な脅威から保護し、グループ全体の情報セキュリティを強化していくことが、経営上の最重要課題であると認識しています。この考え方のもと、当社グループは、「情報セキュリティ基本方針」

を定めました。

今後は、上記方針および「個人情報の取り扱い（プライバシーポリシー）」などを役員・社員が遵守し、かつ適正に取り扱うことを通じて、情報セキュリティの維持・向上に努めます。

情報セキュリティ基本方針は
こちらから



<https://www.sugi-hd.co.jp/privacypolicy#security>

情報セキュリティマネジメントシステムにおける規格要求事項への適合

スギ薬局グループでは、下記の業務において、ISO27001の規格要求事項に適合しています。適切に外部審査を受けつつ、対応の強化、高度化を行い、個人情報保護、情報セキュリティの強化に努めてまいります。

- | | |
|----------------------------------|---|
| ①特定保健指導事業 | ③顧客情報分析業務、販売促進・広告宣伝に関する業務 |
| ②ポイントカード会員様の情報管理や入電対応・入電記録作成管理業務 | ④人材紹介および人材派遣事業、
ヒューマンリソースのコンサルティング業務 |



JQA-IM1736
JQA-IM1863
JQA-IM1978
JQA-IM2081

認証登録番号 : JQA-IM1736
登録事業者 : スギウェルネス株式会社
登録活動範囲 : 医療データに基づく保健指導サービス
および情報提供サービスの開発および提供

認証登録番号 : JQA-IM1863
登録事業者 : お客様サポート室
登録活動範囲 : 入電対応および入電記録作成管理業務
ポイントカード会員登録変更管理業務

認証登録番号 : JQA-IM1978
登録事業者 : 株式会社スギ薬局 商品本部(商品管理部)*・DX戦略本部(デジタルマーケティング部)
登録活動範囲 : 自社媒体を活用したCRM戦略および分析に関する業務
デジタル領域の販売促進、広告宣伝、各種施策・キャンペーンの企画、実施管理に関する業務

認証登録番号 : JQA-IM2081
登録事業者 : 株式会社MCS
登録活動範囲 : 有料人材紹介および人材派遣事業
ヒューマンリソースにおける課題検討、対策実行、アフターフォローなどのコンサルティング業務

04

ファクトデータ

123	財務指標
124	非財務指標
128	連結貸借対照表
129	連結損益計算書 及び連結包括利益計算書
130	連結キャッシュ・フロー計算書
131	株式状況
132	会社概要



財務指標

	(単位：百万円)				
	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
売上高	602,850	625,477	667,647※1	744,477	878,021
営業利益	34,041	32,137	31,658	36,622	42,563
経常利益	35,333	33,082	32,391	38,039	41,993
親会社株主に帰属する当期純利益	21,120	19,389	19,007	21,979	25,689
減価償却費	9,940	11,268	12,362	14,121	16,576
営業活動によるキャッシュ・フロー	34,027	7,174	38,279	39,041	36,941
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 29,254	△ 23,892	△ 23,256	△ 30,976	△33,285
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 5,274	△ 5,295	△ 14,209	△ 5,284	11,633
現金及び現金同等物期末残高	55,845	33,831	34,622	37,406	52,736
連結会計年度末					
純資産	200,629	213,890	216,538	233,362	250,704
総資産	345,933	334,758	351,895	390,563	495,116
1株当たり情報					
当期純利益(単位:円)※2	113.89	104.56	103.82	121.46	141.96
純資産(単位:円)※2	1,081.90	1,153.42	1,196.68	1,289.59	1,385.37
配当金(単位:円)※2	80	80	80	80	35
経営指標					
自己資本比率(単位:％)	58.0	63.9	61.5	59.8	50.6
自己資本当期純利益率(ROE)(単位:％)	11.0	9.4	8.8	9.8	10.6
総資産経常利益率(ROA)(単位:％)	10.7	9.7	9.4	10.2	9.5
連結配当性向(単位:％)	23.4	25.5	25.7	22.0	24.7
年間の全店売上伸び率					
グループ合計(単位:％)	+11.2	+3.8	-※1	+11.7	+17.2
調剤情報に関する指標					
調剤売上高	117,597	132,743	142,461	158,777	218,309
処方せん応需枚数(単位:千枚)	10,101	11,730	12,913	14,759	19,564
処方せん単価(単位:円)	11,642	11,318	11,033	10,758	11,158

本ページは、当社および主要グループ会社を対象とし、各社の集計基準に基づいて算出しています。グループ内で集計の基準が異なるため、単純合算による数値とは異なる場合があります。 ※1：「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準29号 2020年3月31日)等を2022年度の期首から適用しており、2022年度以降に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっております。このため2022年度の対前期増減率は記載しておりません。 ※2：2024年3月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を行なっております。2020年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり純資産、1株当たり当期純利益を算定しております。

非財務指標

非財務指標に関しては、統計開始した年度から記載しているため、一部「-」で表記しています。

	単位	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
会社を代表する数値					
店舗数	店	1,483	1,565	1,718	2,186
出店数	店	112	107	144	130
期末売場面積	m ²	915,322	963,270	1,025,379	1,089,543
顧客基盤に関する数値※1					
年間来店客数	人	339,909,390	345,818,315	347,401,865	372,709,302
年間来店客数 物販	人	330,838,009	335,822,636	336,258,041	360,495,693
年間来店客数 調剤	人	9,071,381	9,887,529	11,143,824	12,213,609
スギ薬局ポイント会員数	人	19,414,675	20,838,945	22,232,080	23,769,624
スギ薬局アプリダウンロード数	DL	8,331,741	10,442,740	12,017,141	13,788,195
かかりつけ薬局アプリダウンロード数	DL	368,644	622,034	950,695	1,224,506
調剤に関する数値					
調剤薬局数	店	1,166	1,220	1,283	1,699
調剤併設率※1	％	85.5	84.4	81.8	79.9
在宅調剤センター数	数		28	43	53
処方せん応需枚数	千枚	11,730	12,913	14,759	19,564
健康サポート薬局数	店	16	14	14	49
地域連携薬局	店	39	46	21	59
専門医療機関連携薬局	店	2	3	3	9
特別な管理が必要な医薬品調剤率※1※2	％	2.4	2.2	2.1	2.0
高齢社会対応への機能拡充に関する数値※1					
訪問調剤 対応店舗数	店	556	565	601	634
訪問調剤 ご利用者数（年間延べ）	人	160,411	176,037	189,109	204,996
訪問看護 拠点数	拠点	13	14	16	17
訪問看護 ご利用者数（年間延べ）	人	17,913	18,847	17,291	17,960
プライベートブランドに関する数値※1					
プライベートブランド売上比率	％	8.6	9.6	9.9	10.8
環境に配慮したプライベートブランド比率※3	％	10.2	12.2	14.4	15.6
サプライチェーンに関する数値※1					
プライベートブランド製造委託先工場点検実施社数 累計 件		11	51	113	164

※1：本項目は、スギ薬局事業のみの数値です。(本ページは、当社および主要グループ会社を対象とし、各社の集計基準に基づいて算出しています。グループ内で集計の基準が異なるため、単純合算による数値とは異なる場合があります。) ※2：全医薬品の調剤数に占める特別な管理が必要な医薬品(麻薬、覚せい剤原料、向精神薬、毒薬)の調剤比率。 ※3：プライベートブランド商品全体に占める環境配慮商品のアイテム比率。

	単位	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
安全・安心なまちづくりへの貢献に関する数値 ^{※1}					
協定数 合計	件	75	84	100	159
包括協定 累計	件	19	26	39	44
見守り協定 累計	件	10	11	11	11
防災協定 累計	件	38	39	42	96
環境等に関わる協定 累計	件	8	8	8	8
高齢者施設へのAED寄贈 累計	件	217	255	298	334
店舗へのAED設置店舗数 累計	店	180	231	282	336
自治体等への救急箱寄贈 累計	個	962	1,068	1,744	1,964
社員に関する数値					
正社員数	人	7,308	7,727	8,724	11,820
男性	人	3,804	4,016	4,546	5,429
女性	人	3,504	3,711	4,178	6,391
女性比率	%	47.9	48.0	47.8	54.0
国内勤務者	人	-	7,727	8,724	9,417
パートナー数(8時間換算)	人	11,770	11,692	12,990	14,075
パートナー比率(8時間換算)	%	61.7	60.2	59.8	54.4
新卒採用数	人	727	533	372	554
男性	人	245	176	157	213
女性	人	482	357	215	341
中途採用数	人	402	389	983	894
男性	人	213	207	470	413
女性	人	189	182	513	481
薬剤師人数	人	3,390	3,688	4,021	4,820
登録販売者人数	人	9,704	9,019	10,029	10,546
管理栄養士人数	人	498	501	468	564
看護師人数	人	87	105	113	128
ビューティアドバイザー人数	人	1,214	1,268	1,222	1,142
正社員の平均年間給与 ^{※1}	千円	5,259	5,391	5,412	5,593
男性	千円	5,947	5,894	5,982	6,182
女性	千円	4,283	4,782	4,733	4,890
人財育成に関する数値 ^{※1}					
認知症サポーター講座受講者数	人	10,284	11,239	12,578	12,722
正社員の研修費用	百万円	307	652	500	660
コンプライアンス研修受講率	%	100.0	100.0	100.0	100.0

※1：本項目は、スギ薬局事業のみの数値です。(本ページは、当社および主要グループ会社を対象とし、各社の集計基準に基づいて算出しています。グループ内で集計の基準が異なるため、単純合算による数値とは異なる場合があります。)

	単位	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
ダイバーシティ・働き方に関する数値					
管理職者	人	2,126	2,169	2,321	2,533
男性	人	1,768	1,854	2,020	2,181
女性	人	358	315	301	352
女性管理職比率	%	16.8	14.5	13.0	13.9
地域限定正社員人数	人	-	4,099	4,605	7,801
外国国籍の社員人数	人	454	433	566	671
障がいがある方の雇用人数	人	411	440	508	594
障がい者雇用率	%	2.43	2.58	2.80	3.07
育児休業取得者数	人	805	448	525	622
男性	人	84	79	107	125
女性	人	721	369	418	497
育児休業取得率	%	-	86.6	84.6	91.7
男性	%	43.6	53.0	55.7	68.3
女性	%	-	100.0	97.4	100
育児短縮勤務取得者数	人	508	603	660	703
男性	人	18	15	29	26
女性	人	490	588	631	677
育児休業復帰率	%	97.7	95.2	98.7	92.0
男性	%	100.0	100.0	98.9	96.8
女性	%	97.9	94.7	98.6	91.0
介護休業取得者数	人	13	16	29	14
男性	人	1	1	3	3
女性	人	12	15	26	11
正社員定年再雇用者数	人	21	32	9	18
正社員定年再雇用率	%	90.5	90.6	100.0	90.0
従業員エンゲージメント	P	-	3.1	3.2	3.4
安全衛生に関する数値					
定期健康診断受診率	%	95.3	99.0	99.6	99.6
喫煙率	%	12.0	12.3	11.2	10.3
特定保健指導受診率(終了率)	%	57.9	40.1	28.4	33.5
メンタルヘルス不調による休職者	人	-	170	166	195
復帰人数	人	-	68	54	79
退職人数	人	-	51	57	59
十分睡眠がとれている割合(健康診断結果)	%	65.8	65.3	65.6	60.6
労働災害発生件数	件	282	235	267	413
労働災害発生件数(業務災害)	件	238	187	209	286
労働災害発生件数(通勤災害)	件	44	48	58	127
労働災害死亡事故発生件数	件	0	0	0	0

本ページは、スギ薬局事業のみの数値です。

連結貸借対照表

	単位	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
環境に関する数値※1					
レジ袋 使用枚数	百万枚	43	65	102	120
使用トン数	t	328	507	800	960
CO2 排出量 Scope1	t-CO2	1,832	2,025	1,531	算定中
CO2 排出量 Scope2※2	t-CO2	148,101	122,992	156,526	算定中
CO2 排出量 Scope3	t-CO2	1,700,421	1,715,396	2,376,396	算定中
電力使用量	千kWh	307,889	314,266	353,441	算定中
再生可能エネルギー使用量	千kWh	-	3,117	4,169	算定中
社有車 ガソリン使用量	ℓ	405,420	427,679	427,142	447,162
店舗内照明の LED 導入店舗数	店	1,454	1,552	1,704	1,917
店舗内照明の LED 導入店舗率	%	98.0	99.0	99.2	87.7
調剤薬廃棄率	%	0.41	0.41	0.34	0.27
フーズ部門廃棄率	%	0.41	0.41	0.36	0.33
返品率	%	2.2	1.8	1.7	1.6
ガバナンス・リスク / コンプライアンスに関する数値					
取締役会開催数	回	12	12	12	13
リスク委員会開催数	回	31	33	31	32
監査役会開催回数	回	12	14	13	13
取締役	人	6	5	5	7
男性	人	4	4	4	6
女性	人	2	1	1	1
独立社外取締役	人	3	2	2	4
男性	人	1	1	1	3
女性	人	2	1	1	1
独立社外取締役比率	%	50.0	40.0	40.0	57.1
女性取締役比率	%	33.3	20.0	20.0	14.2
監査役	人	3	3	3	4
男性	人	2	2	2	2
女性	人	1	1	1	2
独立社外監査役比率	%	100.0	100.0	100.0	75.0
女性監査役比率	%	33.3	33.3	33.3	50.0
職場の悩み・何でも相談ダイヤル年間件数	件	1,254	1,585	1,483	1,508
人権問題の発生件数	件	-	-	-	-
苦情の件数	件	5,463	4,437	3,372	3,136

※1：本項目は、スギ薬局事業のみの数値です。（本ページは、当社および主要グループ会社を対象とし、各社の集計基準に基づいて算出しています。グループ内で集計の基準が異なるため、単純合算による数値とは異なる場合があります。） ※2：排出係数はマーケット基準を使用。

	(単位：百万円)	
	前連結会計年度 (2024年2月29日)	当連結会計年度 (2025年2月28日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	43,427	52,788
売掛金	44,376	71,764
有価証券	4,000	-
商品	83,679	94,008
その他	23,563	29,010
貸倒引当金	△0	△1,091
流動資産合計	199,046	246,479
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	134,744	152,047
減価償却累計額	△58,895	△ 66,018
建物及び構築物（純額）	75,849	86,029
土地	12,006	13,716
建設仮勘定	4,316	2,645
その他	53,086	58,679
減価償却累計額	△37,396	△ 41,530
その他（純額）	15,690	17,149
有形固定資産合計	107,863	119,540
無形固定資産		
のれん	2,556	43,663
その他	7,799	8,447
無形固定資産合計	10,355	52,110
投資その他の資産		
投資有価証券	14,995	13,936
関係会社株式	5,929	3,046
長期貸付金	5	398
繰延税金資産	17,312	19,204
差入保証金	31,373	36,910
その他	3,708	3,904
貸倒引当金	△27	△ 414
投資その他の資産合計	73,297	76,986
固定資産合計	191,517	248,637
資産合計	390,563	495,116

	(単位：百万円)	
	前連結会計年度 (2024年2月29日)	当連結会計年度 (2025年2月28日)
負債の部		
流動負債		
買掛金	90,621	121,197
短期借入金	0	43,069
1 年内返済予定の長期借入金	316	219
未払法人税等	7,149	7,799
契約負債	17,278	17,099
賞与引当金	2,970	4,177
その他	18,312	22,516
流動負債合計	136,648	216,079
固定負債		
長期借入金	521	2,064
退職給付に係る負債	9,333	11,719
資産除去債務	7,571	9,064
その他	3,126	5,484
固定負債合計	20,552	28,332
負債合計	157,200	244,412
純資産の部		
株主資本		
資本金	15,434	15,434
資本剰余金	24,632	21,493
利益剰余金	211,310	231,872
自己株式	△18,198	△ 18,179
株主資本合計	233,178	250,620
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	174	△469
繰延ヘッジ損益	-	0
為替換算調整勘定	4	38
退職給付に係る調整累計額	4	514
その他の包括利益累計額合計	183	84
純資産合計	233,362	250,704
負債純資産合計	390,563	495,116

連結損益計算書及び連結包括利益計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自2023年3月1日 至2024年2月29日)	当連結会計年度 (自2024年3月1日 至2025年2月28日)
連結損益計算書		
売上高	744,477	878,021
売上原価	515,639	602,978
売上総利益	228,837	275,043
販売費及び一般管理費		
給料手当及び賞与	76,652	92,523
賞与引当金繰入額	2,878	3,993
退職給付費用	1,646	2,331
賃借料	37,770	44,001
その他	73,267	89,631
販売費及び一般管理費合計	192,215	232,479
営業利益	36,622	42,563
営業外収益		
受取利息	602	923
受取配当金	16	37
固定資産受贈益	634	383
受取賃貸料	2,027	2,346
補助金収入	194	603
その他	304	948
営業外収益合計	3,780	5,242
営業外費用		
支払利息	15	227
賃貸収入原価	1,759	2,079
固定資産除却損	307	385
持分法による投資損失	43	2,688
その他	237	432
営業外費用合計	2,363	5,812
経常利益	38,039	41,993
特別利益		
関係会社株式売却益	-	305
事業譲渡益	-	1,000
特別利益合計	-	1,305
特別損失		
減損損失	4,964	4,980
投資有価証券評価損	972	239
特別損失合計	5,936	5,220
税金等調整前当期純利益	32,102	38,079
法人税、住民税及び事業税	12,592	14,111
法人税等調整額	△2,469	△ 1,721
法人税等合計	10,122	12,389
当期純利益	21,979	25,689
親会社株主に帰属する当期純利益	21,979	25,689

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自2023年3月1日 至2024年2月29日)	当連結会計年度 (自2024年3月1日 至2025年2月28日)
連結包括利益計算書		
当期純利益	21,979	25,689
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	△203	△ 644
繰延ヘッジ損益	-	0
為替換算調整勘定	4	33
退職給付に係る調整額	△148	510
その他の包括利益合計	△347	△99
包括利益	21,632	25,589
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	21,632	25,589

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自2023年3月1日 至2024年2月29日)	当連結会計年度 (自2024年3月1日 至2025年2月28日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	32,102	38,079
減価償却費	14,121	16,576
減損損失	4,964	4,980
のれん償却額	58	1,295
賞与引当金の増減額（△は減少）	1,431	381
退職給付に係る負債の増減額（△は減少）	825	1,039
貸倒引当金の増減額（△は減少）	△0	△115
受取利息及び受取配当金	△618	△960
投資有価証券評価損益（△は益）	972	239
関係会社株式売却損益（△は益）	-	△305
固定資産受贈益	△248	△234
支払利息	15	227
固定資産除却損	22	54
事業譲渡損益（△は益）	-	△1,000
持分法による投資損益（△は益）	43	2,688
売上債権の増減額（△は増加）	△6,577	9,958
棚卸資産の増減額（△は増加）	△9,170	△7,109
仕入債務の増減額（△は減少）	13,461	△16,876
契約負債の増減額（△は減少）	△780	△179
その他	△889	1,017
小計	49,732	49,756
利息及び配当金の受取額	95	890
利息の支払額	△13	△490
法人税等の支払額	△10,772	△13,215
営業活動によるキャッシュ・フロー	39,041	36,941
投資活動によるキャッシュ・フロー		
定期預金の預入による支出	△43,000	△52
定期預金の払戻による収入	64,000	8,020
有価証券の取得による支出	△20,000	-
有価証券の償還による収入	25,000	2,000
有形固定資産の取得による支出	△30,836	△23,626
無形固定資産の取得による支出	△1,864	△2,410
投資有価証券の取得による支出	△10,626	△593
投資有価証券の売却及び償還による収入	11	789
関係会社株式の取得による支出	△5,696	△275
関係会社株式の売却による収入	-	779
事業譲渡による収入	-	1,000
差入保証金の差入による支出	△4,013	△3,147
差入保証金の回収による収入	238	220
貸付けによる支出	△1,041	△12,341
貸付金の回収による収入	-	1,767
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	△2,773	△5,486
その他	△374	69
投資活動によるキャッシュ・フロー	△30,976	△33,285
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入れによる収入	-	42,020
短期借入金の返済による支出	-	△2,028
長期借入金の返済による支出	△75	△19,107
自己株式の取得による支出	△0	△1
ファイナンス・リース債務の返済による支出	△382	△466
連結の範囲の変更を伴わない子会社株式の取得による支出	-	△3,122
配当金の支払額	△4,825	△5,127
その他	△0	△534
財務活動によるキャッシュ・フロー	△5,284	11,633
現金及び現金同等物に係る換算差額	3	39
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	2,784	15,329
現金及び現金同等物の期首残高	34,622	37,406
現金及び現金同等物の期末残高	37,406	52,736

株式状況

(2025年2月28日現在)

株式状況

発行可能株式総数	600,000,000株
発行済株式の総数	189,992,514株
株主数	39,642名

大株主(上位10名)

株主名	持株数	持株比率
株式会社スギ商事	67,731 千株	37.43 %
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	18,626 千株	10.29 %
合同会社スギアセット	9,057 千株	5.00 %
CEP LUX-ORBIS SICAV	5,632 千株	3.11 %
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505223	5,525 千株	3.05 %
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	5,341 千株	2.95 %
SMBC日興証券株式会社	3,126 千株	1.73 %
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505103	2,988 千株	1.65 %
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505001	2,493 千株	1.38 %
株式会社ツルハ	2,266 千株	1.25 %

(注) 1. 当社は、自己株式を9,026,618株保有しておりますが、上記大株主からは除外しております。
2. 持株比率は自己株式を控除して計算しております。

会社概要

会社概要

商
設
資
社

号
立
金
本
員
数

スギホールディングス株式会社

1982年3月8日

15,434,588,000円

正社員数11,820名(連結)

パートナー社員数14,075名※

※パートナー社員は8時間換算

主
な
事
業
内
容

スギ薬局グループ全社の経営管理

本
社
所
在
地

〒474-0011 愛知県大府市横根町新江62番地の1

本
店
所
在
地

〒446-0056 愛知県安城市三河安城町一丁目8番地4

役
員

(2025年5月27日現在)

代表取締役社長

杉浦 克典

社外常勤監査役

坂本 利彦

代表取締役副社長

杉浦 伸哉

社外常勤監査役

志村 俊明

取締役会長

榊原 栄一

社外監査役

安田 加奈

社外取締役

神野 重行

監査役

葉山 良子

社外取締役

内田 士郎

社外取締役

高石 英明

社外取締役

大浦 佳世理

編集方針

「統合報告書2025」は、スギ薬局グループの事業やサステナビリティに対する考え方を示し、それに基づく活動内容や活動結果をステークホルダーの皆様によりわかりやすく報告することを目的に編集しています。誌面ではスギ薬局グループ事業の中で特に重要であると考えられる活動に関するデータや記事をまとめています。

[対象範囲]

可能な限り連結決算対象のスギ薬局グループ各社を報告対象としましたが、項目により、報告対象が異なる場合があります。

[対象期間]

2024年3月1日～2025年2月28日 活動報告には一部直近の内容も含みます。

[参考ガイドライン]

- ・国際統合報告評議会(IIRC)「国際統合報告フレームワーク」
- ・経済産業省「価値協創ガイダンス」



[見通しに関する注意事項]

「統合報告書2025」に記載されている内容は、スギ薬局グループおよび子会社における将来の計画や戦略、業績に関する予測および見通しであり、スギ薬局グループが現時点で把握可能な情報から判断した仮定および所信に基づいています。実際の業績は、今後の経済動向や個人消費、市場需要、税制や諸制度などによるリスクや不確定要素により、見通しとは異なる可能性があることをご承知おさください。