

スギ薬局グループ 統合報告書 2026

くすり スギ薬局グループ

統合報告書 2026

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/>



経営理念

私たちは、
まごころを込めて親切に対応し、
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。



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対応しよう。

誠実
お取引先様には誠意にかつ誠実に対応しよう。

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2026

<p>1 経営理念</p> <p>3 スギ薬局創業50周年の感謝</p> <p>5 スギ薬局グループの使命</p> <p>01 スギ薬局グループの価値創造ストーリー</p> <p>9 社長メッセージ</p> <p>19 価値創造のプロセス</p> <p>21 成長の軌跡</p> <p>02 戦略の推進体制とグループ企業の事業報告・紹介</p> <p>23 「トータルヘルスケア戦略」を推進するための組織・事業</p> <p>41 会長メッセージ</p>	<p>03 価値創造基盤の強化／マテリアリティへの対応</p> <p>43 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]</p> <p>45 5つのテーマと重要課題[マテリアリティ]</p> <p>47 健康的なコミュニティ</p> <p>59 サステナブルな取引関係</p> <p>65 地球環境への貢献</p> <p>73 健康的な職場環境</p> <p>81 コーポレート・ガバナンス</p> <p>04 ファクトデータ</p> <p>94 財務指標</p> <p>95 非財務指標</p> <p>97 社外からの評価 イニシアチブへの参画</p> <p>98 株式状況 会社概要</p>
---	--

編集方針

「統合報告書2026」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は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]

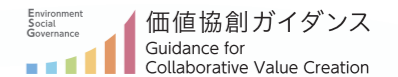
可能な限り連結決算対象のスギ薬局グループ各社を報告対象としましたが、項目により、報告対象が異なる場合があります。

[対象期間]

2025年3月1日～2026年2月28日 ※活動報告には一部直近の内容も含まれます。

[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2.0」



[見通しに関する注意事項]

「統合報告書2026」に記載されている内容は、スギ薬局グループ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、スギホールディングス株式会社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。



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。

スギ薬局創業50周年の感謝



創業期を支えたスタッフと共に



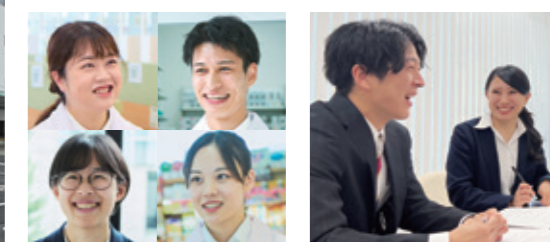
1976年12月に開店したスギ薬局1号店



スタッフに指示連絡を行う杉浦相談役



1号店リニューアル後の様子



大府市 中部本社(竣工時)



三河安城駅前本店(スギビル)



2号店を引っ張る店長時代の榎原会長(写真中央)



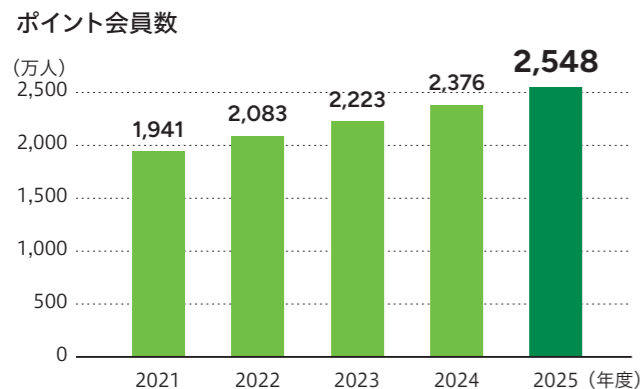
2001年8月 東証・名証一部に上場



スギ薬局グループの使命

一人ひとりに向き合います

目の前のたった一人の お客様を大切にしたい

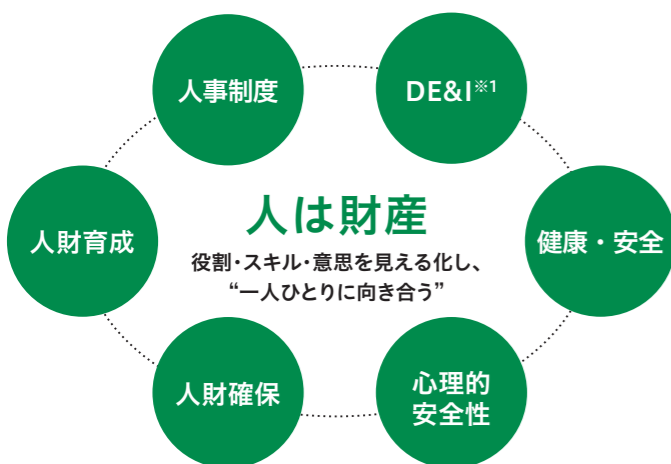


ポイント会員数 **2,548**万人

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、年間延べ来店客数は年々増加し、ポイント会員数は2,548万人となりました。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。



社員一人ひとりの力を引き出し、 働きがいをも高める



人は財産

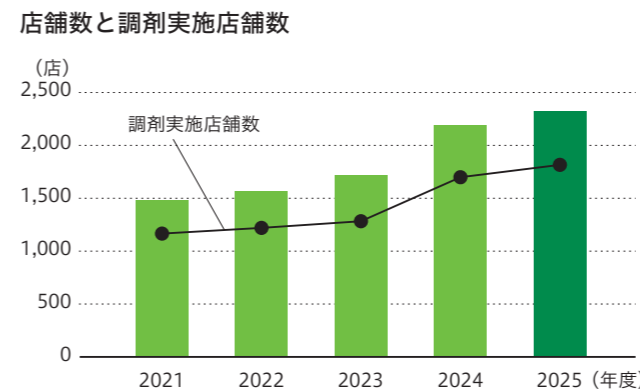
スギ薬局グループは、社員一人ひとりに向き合うべく、「人事制度」「人財育成」「人財確保」「心理的安全性」「健康・安全」「DE&I※1」の6項目を柱に人的資本経営を推進。「トータルヘルスケア戦略」の実現と、経営理念に掲げる「親切的な行動」「地域社会への貢献」「社員の幸福(しあわせ)・笑顔」をとおして持続的な成長に取り組んでいます。

※1:ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン。

スギ薬局グループの使命

地域医療に貢献します

創業時よりこだわる、 処方せん応需への想いを全国に拡大



店舗数 **2,321**店

前年度から
136店舗
増加

うち調剤実施店舗数 **1,814**店

前年度から
99店舗
増加

地域社会のニーズに応える 多様な専門人財

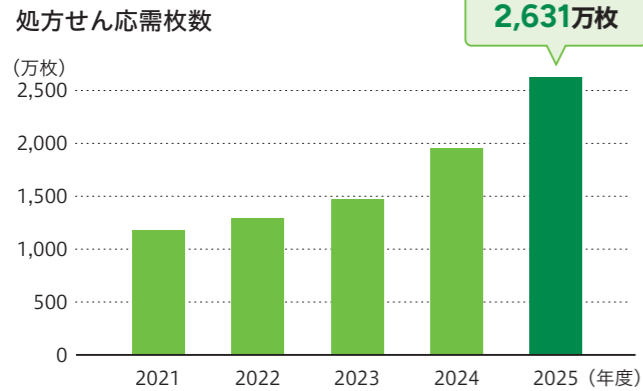
専門人財

薬剤師	ビューティアドバイザー	管理栄養士
6,605 人	1,316 人	718 人
看護師	登録販売者	
118 人	12,476 人	

スギ薬局グループの使命

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



調剤売上高 **3,073億円** (前年度比 +40.3%)

処方せん受付医療機関数 **93,194施設**

※スギ薬局グループ各社の医療機関数を合算した延べ数。

スギ薬局グループの使命

「トータルヘルスケア戦略」を推進しています

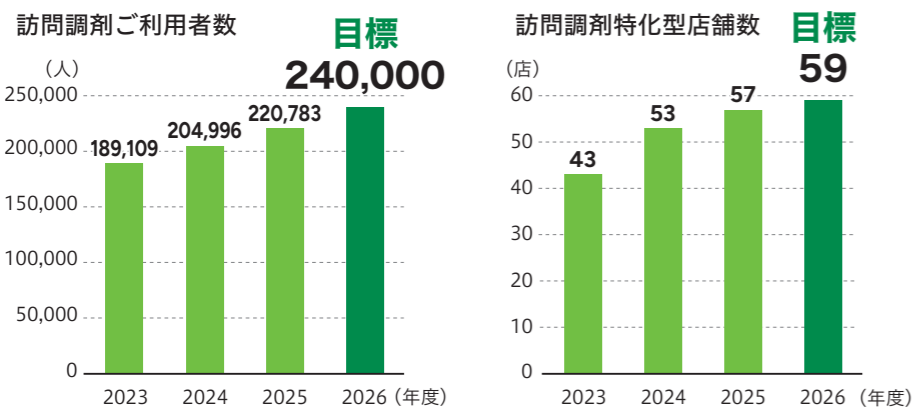
一人ひとりの健康を生涯にわたり支援



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



超高齢社会に対応する訪問調剤



※スギ薬局(阪神調剤薬局を除く)のみ。



スギ薬局 今池南店(訪問調剤特化型店舗)

デジタルサービスで高める一人ひとりの顧客体験



アプリダウンロード数
合計 **1,760万ダウンロード** (2026年2月末時点)

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。2025年度は、それぞれのアプリのダウンロード促進を手掛け、1,760万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。

社長メッセージ



2026年12月に創業50周年を迎えます
社内公募により決定した50周年ロゴ



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

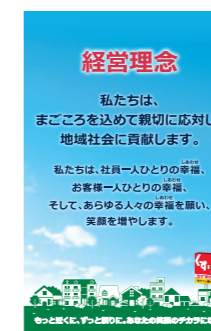
「トータルヘルスケア・カンパニー」へ進化し 地域のヘルスケアのインフラへ

～2030年度に向けた新たな中期経営計画が描く成長戦略～

スギ薬局グループは、創業50周年を迎える2026年度にスタートする新たな中期経営計画を策定し、企業価値の向上による持続的な成長を目指してまいります。

ぶれる事のないスギの精神、 経営理念

私たちは創業以来、「まごころを込めて親切に対応し、地域社会に貢献します」という経営理念のもと、地域の皆様の健康で豊かな暮らしを支えることを使命として歩んでまいりました。この想いは、時代が変わっても決して変わることはない、当社グループの原点です。医薬品や日用品を提供するだけでなく、一人ひとりの健康課題や暮らしに寄り添い、地域にとってなくてはならない存在であり続けること。それこそが私たちの目指す姿です。



2025年度は次なる成長に向けた 基盤の強化と、事業成長を両立 ～1年前倒しで売上高1兆円を達成～

現代におけるわが国の社会・経済環境は、少子高齢化の進展による医療・介護ニーズの拡大や、人手不足の深刻化、物価上昇や価値観・ライフスタイルの多様化など、大きく変化しています。生活者の購買行動も、価格を重視する消費と、品質や利便性といった付加価値を求める消費とのメリハリが強まり、求められるサービスはより多様で高度になっています。

一方で、小売・ヘルスケア業界においては、従来のように店舗数や売場面積の拡大で成長する時代から、店舗の質、すなわち生産性や提供価値そのものを高める時代へ

と移行しています。こうした変化は、企業にとって大きな変革を迫る一方で、地域に根ざし、人々の健康と暮らしを支える当社グループにとっては、果たすべき役割がさらに広がる大きな機会でもあると捉えています。

当社グループはこれまで、全国に広がる店舗網、多様な専門人材、そしてデジタル基盤の強化を通じて、お客様・患者様一人ひとりに寄り添うサービスの高度化を進めてまいりました。加えて、M&Aや戦略的な提携により、事業基盤の拡充も進めてまいりました。2024年9月にグループに加わった旧I&H(阪神調剤グループ)との統合により、調剤領域における専門人材や医療機関とのネットワークが広がり、より高度な医療サービスの提供体制を強化いたしました。また、ノックオンザドアの連結子会社化により、希少疾患など専門性の高い医薬品への対応力を高めています。さらに、セキ薬品との資本業務提携やトライアルホールディングスとの包括的協業を通じて、商品・物流・デジタル活用など幅広い領域で連携を深め、物販・調剤の両面で競争力の強化を進めています。



阪神調剤薬局 三重大前店



nanacara薬局 都島店

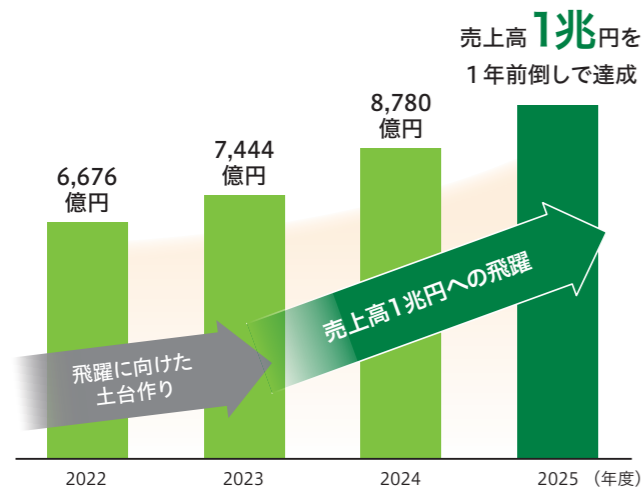


セキ薬品 久喜中央店



TRIAL GO & SUGI 池尻店
※トライアルとの協業モデル店舗。

これらの取り組みにより、2026年度を最終年度とする中期経営計画で掲げた「売上高1兆円」を1年前倒しで達成することができました。この成果は、社員の努力と、お客様、お取引先様、株主の皆様をはじめとする多くの皆様のご支援の賜物であり、心より感謝申し上げます。



スギ薬局グループの強み

～全国に広がるリアル店舗網とデジタルの融合によるヘルスケア支援～

スギ薬局グループの最大の強みは、全国に広がる店舗網、多様な専門人材、そこへデジタル基盤を融合させることで、一人ひとりに継続的に寄り添える事業基盤を有していることです。

全国2,300を超える店舗網には、薬剤師、管理栄養士、ビューティアドバイザーなど、多様な専門

人材が在籍し、医薬品や日用品の提供にとどまらず、健康相談や未病・予防まで含めた幅広い支援を行っています。

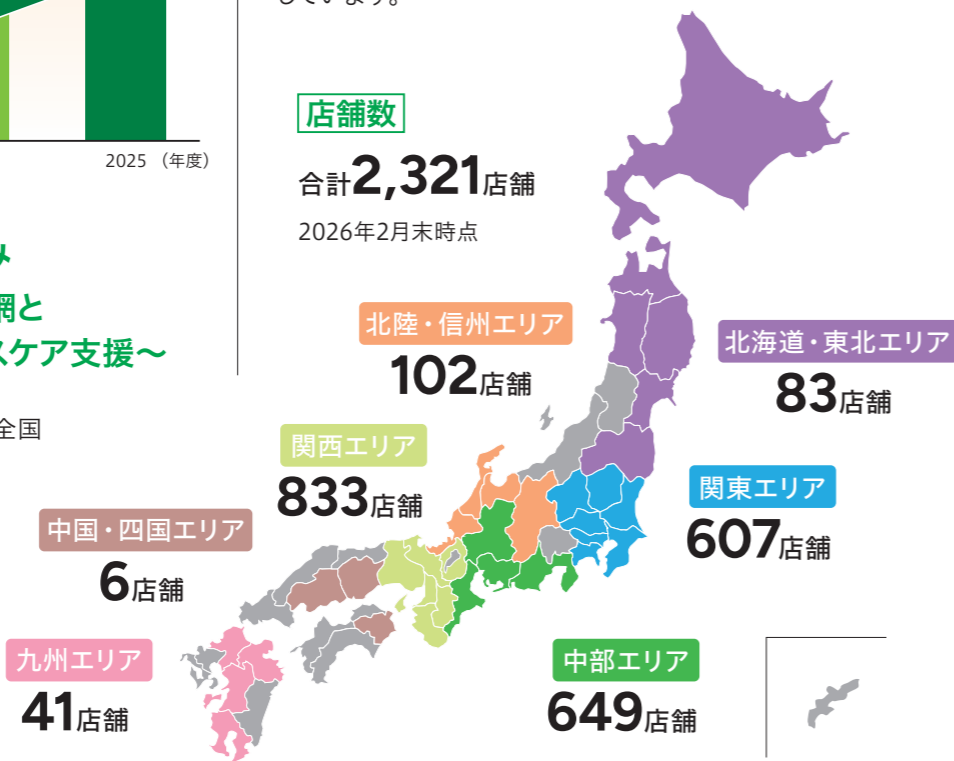
さらに、リアル店舗での接点とデジタルをつなぐツールとして、お客様一人ひとりの相談履歴や健康状態、購買履歴などを一元的に管理する「デジタルコミュニケーション台帳」の活用を進めています。

また、2026年2月末時点で1,567万ダウンロードに達した「スギ薬局アプリ」を中心に、「スギスマホでお薬」や「スギサポwalk+」など多様なデジタル接点を通じて、お客様・患者様の日々の行動やニーズに応じた情報・サービスを適切なタイミングで届けることで、健康づくりから日常のお買物、医療・服薬支援など幅広く継続的にサポートしています。

店舗数

合計**2,321**店舗

2026年2月末時点



こうしたリアルの専門性とデジタルの利便性を融合した継続的なつながりこそが、当社グループならではの競争優位性であり、地域の皆様の健康を支えるヘルスケアインフラとしての基盤になっています。

スギ薬局グループが推進する「トータルヘルスケア戦略」

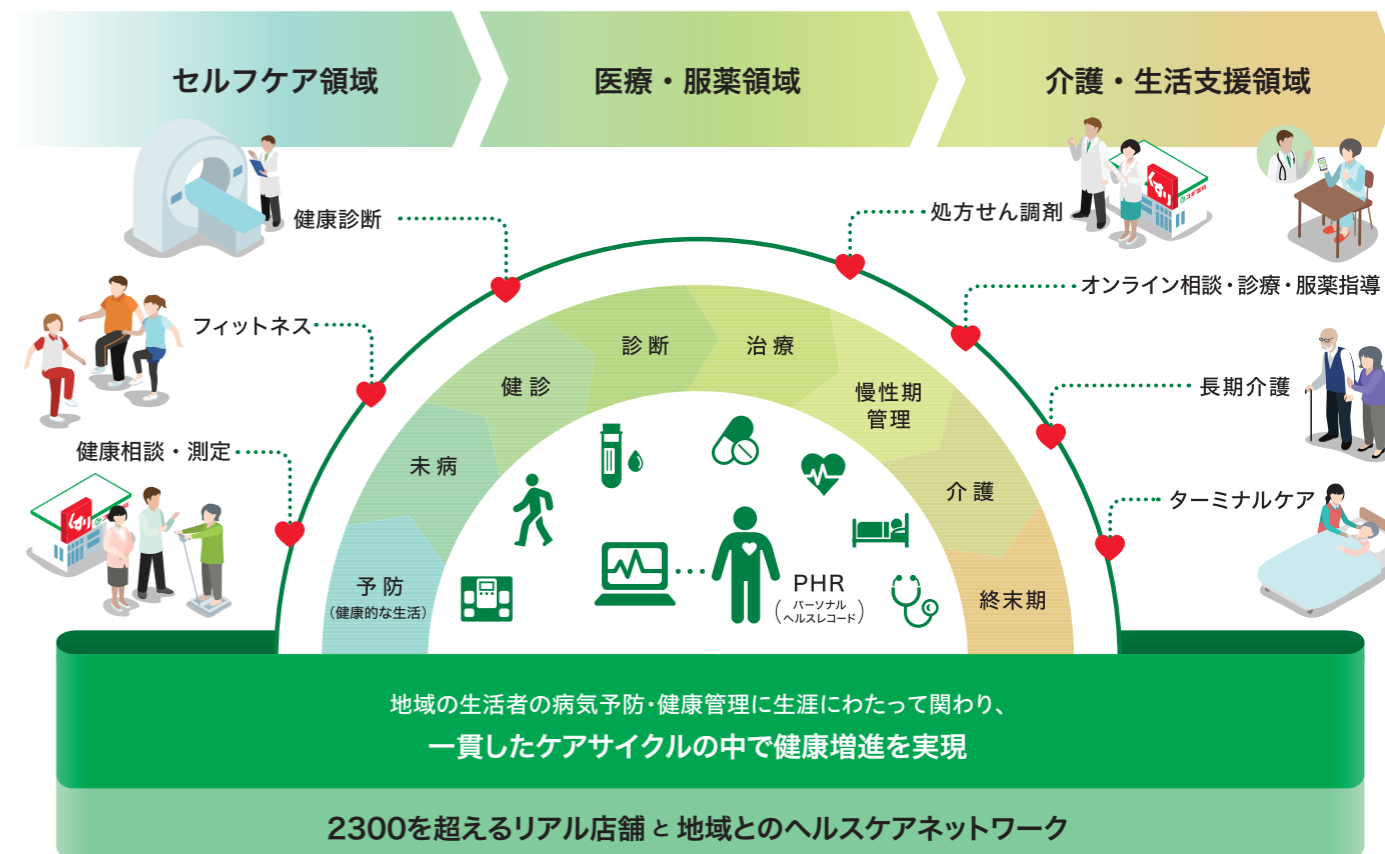
「トータルヘルスケア戦略」は、健康・医療を軸に、お客様・患者様の人生に長く寄り添い続ける、スギ薬局グループ

の取り組み全体を表す基幹戦略です。人は生涯を通じて、健康維持のための予防・未病の段階から、病気の治療や服薬、さらには介護や生活支援へと、必要とする支援内容が変化していきます。当社グループは、この一連の流れを「セルフケア」「医療・服薬」「介護・生活支援」の3つの領域で捉え、地域生活者の健康を生涯にわたって支える、一貫したケアサイクルの実現を目指しています。

これを実現させるのが、全国に広がるリアル店舗網と専門人材、そしてデジタルを融合した継続的なつながりです。リアルとデジタルをシームレスにつなぎ、さらに医療機関や自治体など多様なステークホルダーとの連携を深め、一人ひとりの健康状態やライフステージに応じた最適なサービスを届けることで、地域のヘルスケア基盤を築いていきます。

この戦略を遂行しながら、2030年度に向けて、当社グループは新たな中期経営計画をスタートさせます。これまで培ってきた事業基盤をさらに拡充させ、「トータルヘルスケア・カンパニー」への進化を通じて、地域の皆様の人生に長く寄り添うヘルスケアインフラの実現を目指しています。

トータルヘルスケア戦略



2030年に向けた新たな中期経営計画

～「トータルヘルスケア・カンパニー」への進化～

＜中期経営計画のポイント＞

スギ薬局グループの強み	<ul style="list-style-type: none"> ● 超高齢社会におけるインフラを担う調剤併設型ドラッグストアの成長力 ● 自社アプリの内製化とデータ分析・活用による競争優位性 (既存店売上の成長、粗利益率の向上)
売上1.6兆円に向けた戦略的転換	<ul style="list-style-type: none"> ● 2030年度売上高目標1.6兆円以上達成 ● 小売業の枠を超えた「トータルヘルスケア・カンパニー」への進化 ● 地域密着を基盤とする地域包括ケアモデルの実現
非連続な成長を実現するドライバー	<ul style="list-style-type: none"> ● 再現性の高いM&A・提携戦略 (ターンアラウンド、パートナーシップ、包括提携) ● 水平統合・垂直連携による規模拡大と質的向上 ● DX・SCM基盤(スギ薬局モデル)を横展開する戦略的M&A
価値創造と資本配分	<ul style="list-style-type: none"> ● ROIC経営の推進 (PLの成長+BS・CFの効率性) ● ROE 15%超の達成に向けた資本配分戦略 (戦略的M&A、自己株式の取得、財務レバレッジの最適化)



スギ薬局グループは、創業50周年を迎える2026年度より、新たな中期経営計画をスタートします。私たちが目指すのは、単なる規模の拡大ではありません。「PL成長(成長1.0/2.0)」から「ROIC経営による資本効率と非連続な成長の両立(成長3.0)」へと、新たな経営ステージへ進化させます。これにより、2030年度 売上高1.6兆円以上、ROE15%以上を目指し、地域社会への提供価値と企業価値の双方を高めてまいります。

1. 財務・資本戦略の進化

ROIC経営への本格移行、アセットライト化、戦略的デット活用、株主還元の拡充

2. 実行体制の再構築

CFO・CHROの新設、国際事業・法務・介護担当役員の任命による機動力強化

3. 成長戦略: 戦略的転換と非連続な成長を実現するドライバー

「トータルヘルスケア・カンパニー」への進化、戦略的M&A・包括提携による「スギ薬局グループ経済圏」の創出

以下、これらの柱について、財務・資本戦略、実行体制、成長戦略の順にご説明します。

1. 成長3.0の実現に向けた財務・資本戦略の進化

新たな中期経営計画で当社グループが目指す「成長3.0」とは、これまでの「売上・利益の成長に主眼を置いた経営」から、売上・利益を追求しつつも、「投下資本に対するリターン(ROIC)」を生み出せるかを重視する「ROIC経営」へと経営の質そのものを高めていくことです。すなわち、当社グループにとってのパラダイムシフトです。

具体的には、以下の3点を同時に実行することで、ROE15%以上を安定的に実現いたします。

●収益性の向上

DX・PB強化・スペシャリティ医薬品^{※1}対応強化により、

営業利益率を現状の4.8%(25年度実績)から5.5%以上(30年度目標)へ。

●資本効率の向上

運転資本の改善と固定資産のアセットライト化により、BS/CFの効率化を徹底。

●最適資本構成の構築

戦略的デット活用/株主還元により、WACCを戦略的に低減。

※1: スペシャリティ医薬品: 希少疾患など専門性の高い処方せん医薬品。

2030年度 財務目標



財務目標達成に向けたアクション

＜売上の成長＞

売上高 1.6兆円以上(CAGR:10.0%以上)

健全な新規出店、アプリ活用による高い既存店売上の成長、スペシャリティ医薬品の対応強化を通じた調剤事業の成長に加えて、中核事業に関わる周辺領域への集中投資を実行いたします。なお、目標値に掲げている「以上」という言葉の意味は、将来の大型M&Aによる非連続な売上の押し上げ効果(アップサイド)を含めているということであり、この強固なオーガニック成長基盤に戦略的M&Aを掛け合わせることで、業界内で際立つ高い売上成長率を実現いたします。

＜収益性の向上＞

営業利益 880億円以上(売上比:5.5%以上)

EBITDA 1,160億円以上(売上比7.2%以上)

DX・AIによる省人化・効率化に加え、プライベートブランド(PB)商品強化やスペシャリティ医薬品の対応強化により、高

収益体質を確立いたします。なお、目標値に掲げている「以上」という言葉の意味は、メーカー様や卸様との一気通貫のデータ連携によるサプライチェーン全体(SCM)の改革等を通じた、収益性の更なる向上を見込んでいるためです。

＜資本効率の向上＞

ROE 15%以上

ROEをデュボン分解の3要素(①売上高純利益率×②総資産回転率×③財務レバレッジ)に分解し、それぞれの要素に明確な改善方針を設定することで、15%以上の達成を実現いたします。

①売上高純利益率の向上(マージン改善)

DX・AIによる店舗生産性向上、PB比率の引き上げ、スペシャリティ医薬品の対応強化、SCM改革により、営業利益率を現状の4.8%から5.5%以上へ改善いたします。

②総資産回転率の向上(資産効率改善)

在庫管理の徹底と支払いサイトの適正化による運転資本の圧縮、不動産のアセットライト化によるオフバランス化、ROICをハードルレートとする投資規律の徹底により、総資産回転率を計画的に引き上げます。

③財務レバレッジの最適化

格付A-以上を維持することを前提に、戦略的デット活用によって最適な資本構成を構築いたします。ネットD/Eレシオ0.6倍以下・ネット有利子負債/EBITDA倍率3.0倍以下という財務規律のもと、財務レバレッジを戦略的に活用いたします。

これら3要素の向上・改善により、2030年度までにはROE15%以上を実現いたします。同時に、事業そのものの稼ぐ力を示すROICについても、資本コスト(WACC)を持

続的に上回る水準を維持し、ROICスプレッドを拡大することで、真の企業価値創造を実現してまいります。

〈最適資本構成の構築:デット指標の設定と活用〉

ネット有利子負債/EBITDA **3.0倍以下**

ネットD/Eレシオ **0.6倍以下**

積極的な成長投資を継続するため、手元流動性と財務バッファを厚く保持し、将来の大型M&A等の投資機会へ機動的に充当できる強大なデットキャパシティ(調達余力)を確保いたします。同時に、当社が有する高い格付信用力(A-以上)を維持するため、両指標をあらかじめ定めた保守的な規律内に厳格にコントロールいたします。これにより、エクイティ投資家が求める「資本効率の最大化」と、デット投資家が重視する「安全性の高い財務基盤」を両立させ、最適な資本構成を構築してまいります。

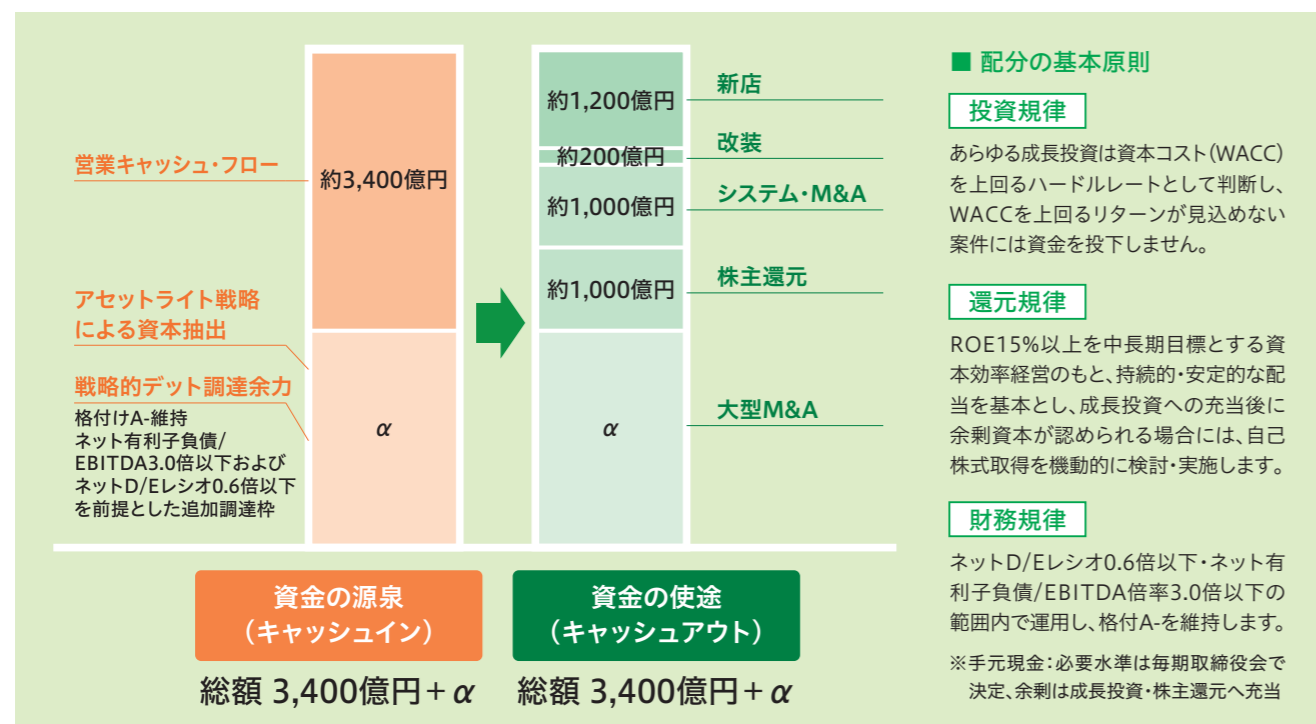
キャピタルアロケーション

5年間で約3,400億円+αを規律ある資本配分のもと、企業価値最大化を目指す

当社グループは「価値創造経営」の実現に向け、本中期経営計画の5年間(2026-2030年度)において、総額約3,400億円+αの資金を、①成長投資②株主還元③財務健全性の維持の3領域へ明確な規律のもと配分いたします。

従来のようにオーガニックな営業キャッシュ・フローのみ

に依存するのではなく、バランスシートの最適化(アセットライト)と戦略的デット活用の組み合わせにより、投資原資を質的・量的に拡大する点が、本中期経営計画における資本戦略の進化です。



2. 実行体制の再構築—新たな経営チーム

当社グループは、新たな中期経営計画を着実に実行するため、2026年度より経営チームを大幅に強化いたしました。

この新たな中期経営計画は、私一人の宣言ではありません。CFOを中心に構築した財務・資本戦略、CHROを中心に再

設計した人財戦略、そしてスギホールディングス執行役員、スギ薬局取締役等が担う各事業戦略、これらを統合した新しい経営チーム全体のコミットメントです。

〈新設役員〉(スギホールディングス)

役職名	氏名	責務・経歴
CFO(最高財務責任者) 経営戦略・財務経理担当	笠井 真	ミッション：中期経営計画の推進、M&A、ROIC経営の全社浸透、キャピタルアロケーションの最適化、資本市場との対話の高度化等 経歴概要：コンサルティング会社・投資顧問会社(アナリスト)を経て、当社入社(2007年)。
CHRO(最高人事責任者) 人財・管理・リスク担当	森 茂樹	ミッション：人事戦略、次世代リーダー育成、人財ポートフォリオの戦略的構築、全社リスク管理等 経歴概要：大手小売業(総務人事本部長・事業子会社社長等)を経て、当社入社(2017年)。

〈執行役員の拡充〉(スギホールディングス 新任者のみ)

役職名	氏名	責務
介護事業担当	反尾 敏幸	大手総合商社での海外、メディカル分野における事業や経営経験にて医療・介護事業を統括。—トータルヘルスケアの「介護」領域を牽引。
法務担当	小長谷 真理	企業法務専門ブティック型法律事務所所属弁護士・インフラ企業の法務/国際事業リスク責任者等の経歴を通じ、企業法務・訴訟・国際法務の経験が豊富。—国際案件を含む法務リスク管理とガバナンス強化を推進。
国際事業担当	森井 健太	大手総合商社の海外拠点において、経営・事業開発の経験。—海外関係会社の経営強化と国際事業の拡大を推進。
調剤事業担当	浅香 俊彦	スギ薬局プロパーとして調剤現場と経営をつなぎ、事業を推進。—調剤事業の成長とスペシャリティ医薬品対応強化など、提供価値の高度化を推進。

〈取締役の拡充〉(スギ薬局 新任者のみ)

役職名	氏名	責務
ロジスティクス本部長	安藤 弘之	大手食品メーカーにおいて、国内事業責任者や海外事業会社・出資先企業の経営、物流会社経営を担い、グローバル経営と物流マネジメントを实践。—物流基盤の高度化とサプライチェーン最適化を推進。
新規事業推進本部長	岡本 道明	生産・物流分野における執行役員等の歴任に加え新規事業開発の経験。—新規事業の創出により、事業価値の向上と高度化を推進。
DX・AI推進本部長	各務 茂雄	グローバルIT企業でのマネジメント経験を基に、メガバンクや大手サービス企業等においてCDXOを歴任し、デジタル戦略立案とDX推進を主導。—DX・AI活用によるデジタル変革を推進。
PB商品開発本部長	梅津 尚宏	大手小売業の取締役およびPB開発責任者を歴任し、高収益PB育成とMD改革を経験。—PB商品の価値向上と収益基盤の強化を推進。

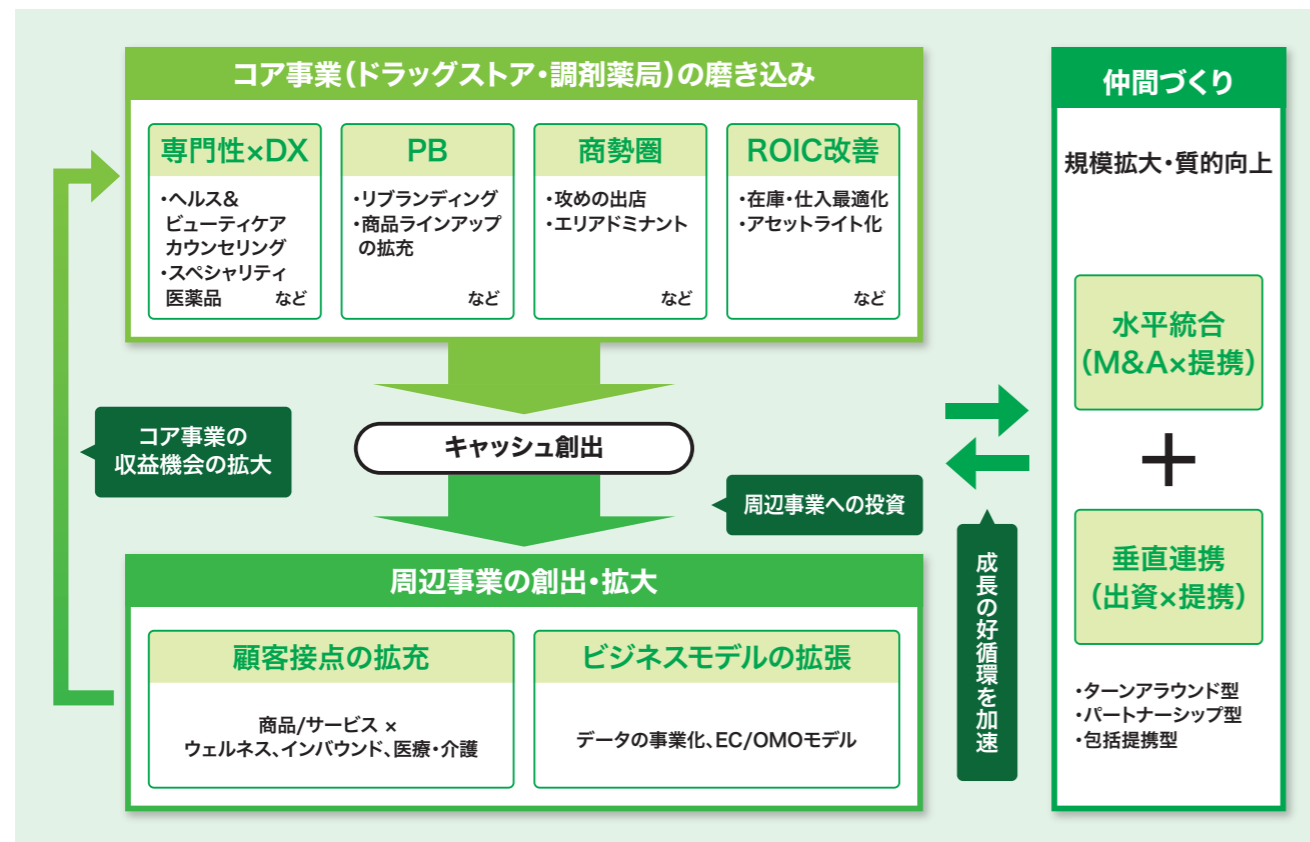
3. “強み”を活かした 売上高1.6兆円以上に向けた戦略的転換

これまで調剤併設型ドラッグストアのパイオニアとして、ヘルスケアニーズに対応する事業を行ってまいりました。前述のとおり、デジタルとリアル店舗の融合によるサービスを中心とした強みを活かしつつ、従来の店舗型小売業から、「トータルヘルスケア・カンパニー」への進化を果たす覚悟

です。また、コア事業であるドラッグストア・調剤に、周辺領域のウェルネス、インバウンド、医療・介護を組み合わせることで、地域密着を基盤とした地域包括ケアモデルを実現いたします。それを踏まえて、スギ薬局グループは、2030年度末に売上高1.6兆円以上を目指します。

「トータルヘルスケア・カンパニー」への進化を実現する成長戦略

ドラッグストア・調剤薬局を中心とするコア事業のさらなる磨き込みに注力します。これにより創出したキャッシュを周辺事業の創出・拡大へ投資してまいります。そこで生まれた新たな顧客接点や事業機会を再びコア事業へ還元することで、収益基盤をより強固なものへと進化させ収益力を高める好循環を回してまいります。さらに、M&Aや提携による仲間づくりを通じてこの好循環を加速させ、「トータルヘルスケア・カンパニー」への進化を力強く推進してまいります。



成長戦略①

コア事業の磨き込み

・DXによる店舗効率化と専門性向上

ドラッグストア事業においては、これまで進めてきたデジタル活用をさらに推進し、発注・在庫管理などの店舗業務の効率化を一層進めます。AIによる完全自動発注や、AIによる電話対応を進めるなど従業員の負担を軽減し、創出した時間を接客やカウンセリングなど付加価値の高い業務へあてるとともに、蓄積されたデータをもとに接客でのAI活用を進めてまいります。これにより、お客様一人ひとりに寄り添った提案力を高め、顧客満足度を向上してまいります。

調剤事業においても、調剤業務の自動化や集中化により、これまで以上に薬剤師が患者様の対応に専念できる体制を構築してまいります。具体的には、エリア単位での調剤

機能の集約と在庫の一元管理を進め、業務効率を高めてまいります。また、服薬指導時のAIによる自動記録、AIを相手にした服薬指導のロールプレイによるスキルと専門性の向上を進めます。このように、専門性の発揮と生産性の向上を両立し、調剤事業の競争力をさらに高めてまいります。

・PB(自社開発)商品の強化

差別化となる品質向上やコスト改善を図るリニューアル、開発体制の強化、開発プロセスの見直しなどを行い、PBを強化してまいります。これにより、PB比率を2030年度までに16%まで引き上げるとともに、粗利益率の向上を実現し、全体の収益性を押し上げてまいります。

・商勢圏の拡大と深化

ドラッグストア事業における出店は、三大都市圏を中心

とした人口集中エリアへの新規出店を継続し、地域ごとの特性に応じた店舗展開を進めます。新規出店に加えて、お客様のニーズに合わせた既存店の改装による店舗のリフレッシュ、このほか異業種との連携による新たな出店を進めることで、店舗網を広げてまいります。

・ROIC改善による企業価値の向上

当社グループは、持続的な企業価値の向上を目指し、収益性と資本効率を重視した経営を推進しています。その中で投下資本利益率(ROIC)を重要な指標と位置付け、アセットライト化による投下資本の圧縮や、在庫や仕入れの最適化による運転資本の改善により、資本コスト(WACC)を上回るリターンを安定的に創出することに注力してまいります。

成長戦略②

周辺事業の創出・拡大

・顧客接点の拡充

当社グループは、ドラッグストア・調剤事業に加え、ウェルネス、インバウンド、医療・介護などコア事業と密接に関わる領域への取り組みを広げることで、お客様との接点をさらに拡大してまいります。たとえば、インバウンド領域では、店舗を“日本の健康・美容を体験できる場”と位置づけ、来日前のSNSによる情報提供から、帰国後の越境ECを通じた購買まで、デジタルを活用した継続的なサービス提供をさらに加速してまいります。また、医療・介護領域においては、調剤併設店舗を中心に、医療機関や介護施設と連携したネットワークを広げ、サービス提供の拠点を増やすとともに、データや人材などの経営資源を蓄積してまいります。これにより、日々の健康管理から医療・介護サービスまで、切れ目のない支援を実現してまいります。

・ビジネスモデルの拡張

デジタルを活用したビジネスモデルの進化にも取り組んでいます。購買履歴や健康相談、日々の活動データなど、多様な情報を統合的に活用することで、お客様一人ひとりに合わせた提案力を高めるとともに、商品開発やサービス改善にもつなげてまいります。さらに、これらのデータをもとに、メーカー様やお取引先様と連携した商品開発や販促支援などを強化し、新たな収益機会の創出につなげてまいります。

成長戦略③

M&A/包括的な提携によりスギ薬局グループ経済圏を拡大

2030年度までに売上高1.6兆円以上に飛躍するためには、非連続な成長を実現する必要があります。そのための「成長ドライバー」と位置付けるのが、戦略的M&A×提携です。当社グループは、直近でM&A×提携の成功パターンを3つ作りました。1つ目に「ターンアラウンド型」として、2024年に調剤大手の旧I&H(阪神調剤グループ)の子会社化、2つ目に「パートナーシップ型」として、2025年に埼玉のドラッグストアのセキ薬品の株式取得、3つ目に「包括提携型」として、2026年にディスカウントストアのトライアルホールディングスとの包括的戦略協業を通じて、事業を成長させています。この3つの成功パターンを活用し、ドラッグ・薬局業界の水平方向、垂直方向への連携を強化いたします。そして、質的・量的な拡大を図り、自社アプリやサプライチェーンなどの当社グループの経営基盤を他社へ展開することで「スギグループ経済圏」を創出してまいります。

持続的成長を支える経営基盤

—サステナビリティ経営の推進

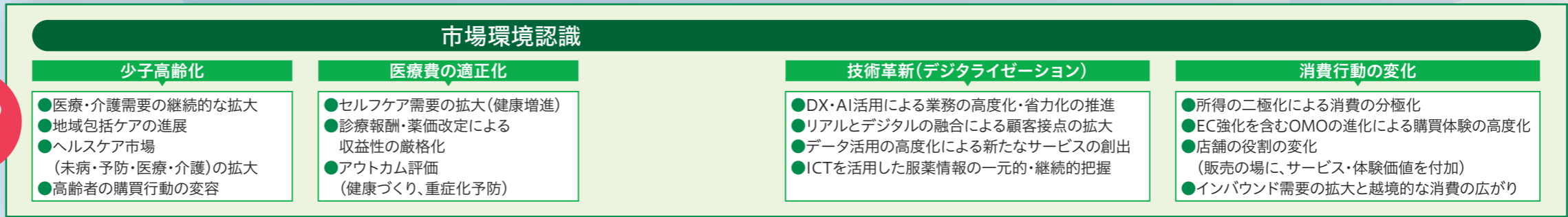
これらの成長戦略を着実に実現していくためには、財務面の成長に加え、環境・社会・ガバナンスの視点を経営に統合することが不可欠です。気候変動、人権、人的資本への対応など、企業に求められる社会的責任が高まる中、財務と非財務を一体で捉えた価値創造が一層重要になっています。

当社は2021年にサステナビリティ委員会を設置し、5つのテーマと16の重要課題(マテリアリティ)を特定し、定期的に見直ししながら、事業活動と一体となったサステナビリティ経営を推進しています。環境面では脱炭素や資源循環、社会面では人権対応と多様な人材の活躍推進、増加するグループ企業を含めたガバナンス体制の整備を進め、グループ全体で規律ある経営基盤の強化に努めています。事業成長とサステナビリティを一体で推進し、地域社会に欠かせない存在であり続けることが、当社グループの持続的な成長と企業価値向上の礎であると考えています。



価値創造のプロセス

社会の変化



ビジネスモデル

生み出される成果

社会に提供する価値

価値創造の源泉

人的資本 多様な専門人財

- グループ従業員 48,314人
- 薬剤師 6,605人
- 管理栄養士 718人
- ビューティアドバイザー 1,316人
- 看護師 118人
- 人財開発に投資した額 9.9億円

製造資本 地域密着型の店舗網

- 店舗数 2,321店舗
- 在宅対応店舗数 658店舗
- 訪問看護ステーション 17拠点

財務資本 健全な財務基盤

- 総資産 6,144億円
- 設備投資額 257億円
- 自己資本比率 47.3%

知的資本 蓄積されたノウハウ

- 調剤の知見
- 出店、店舗運営のノウハウ
- 処方せん受付医療機関数 93,194施設

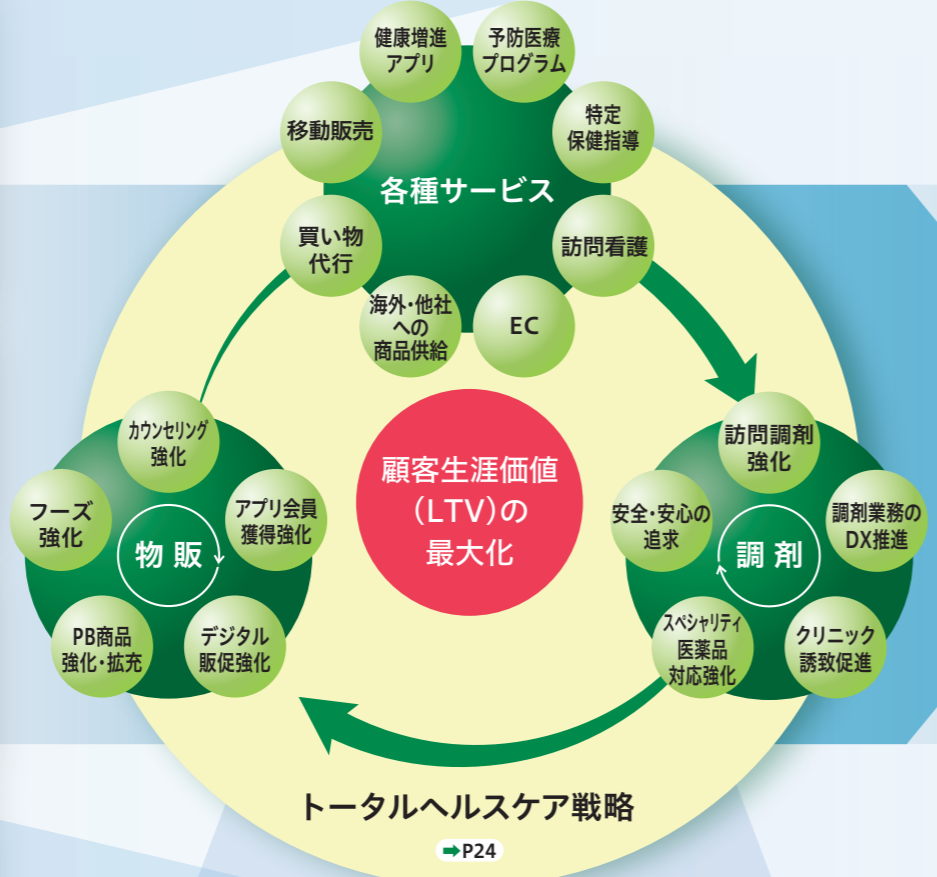
社会・関係資本 地域に根差した企業活動

- 自治体との協定数 197件
- 会員基盤 2,548万人

自然資本 運営に必要なエネルギー資源

- エネルギー使用量 397,033千kWh/年間

社会に価値を生み出す事業活動・方針



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)



リアル店舗、専門人財による多様なサービスの提供

- ドラッグストア**
豊かな生活に必要な商品・サービスを提供し、ワンストップ型の店舗を展開
- ビューティ&ウェルネス**
専門人財のビューティアドバイザー、管理栄養士による地域の美と健康を支える店舗を展開
- 保険調剤**
町の薬局～専門性の高い薬局まで、様々なタイプの店舗を展開
- 介護・看護**
訪問看護、福祉用具レンタルなど介護・看護事業を展開
- 国際事業**
台湾、タイ、マレーシアの現地薬局と提携し、国外へ品質の高い商品を提供

財務 P94

- 売上高 10,103億円
- 営業利益 485億円
- EBITDA 686億円
- 一株あたり当期純利益 248円
- ROE 16.6%

非財務 P43、P95

- 健康的なコミュニティ P47
- サステナブルな取引関係 P59
- 地球環境への貢献 P65
- 健康的な職場環境 P73
- コーポレート・ガバナンス P81

社会課題の解決

～16の重要課題への対応～

- 医療費削減
- 健康寿命の延伸
- 地球環境への貢献

経営理念の実現

あらゆる人々が
しあわせ
幸福で笑顔あふれる
社会の実現

価値の還元

成長の軌跡

創業元年

500店舗突破

1,000店舗突破

1,500店舗突破

2,000店舗突破

1976 2000 2006 2010 2016 2020 2023 2024 2026

事業展開

1976 愛知県西尾市で、スギ薬局を創業

1982 株式会社スギ薬局設立

2000 ナスダック・ジャパンへ上場

2000 スギポイントカードを全店に導入

2001 名古屋証券取引所市場一部へ上場

2002 東京証券取引所市場一部、関西エリア進出1号店を開設

2005 本社機能の充実のため三河安城駅前自社ビルを建設し、本社を移転

2006 関東エリア進出1号店を開設

2007 株式会社ジャパンを完全子会社化

2008 飯塚薬品株式会社を完全子会社化

2008 株式会社スギ薬局を「スギホールディングス株式会社」に商号変更、新設分割により持株会社体制に移行し「株式会社スギ薬局」「スギメディカル株式会社」を新設

2010 株式会社スギ薬局と飯塚薬品株式会社が会社統合

2011 株式会社スギ薬局と飯塚薬品株式会社が会社統合

2013 ドミナント戦略の核店舗となる1号店を西尾市に開設

2013 株式会社スギ薬局と株式会社ジャパンが会社統合

2016 本社を大府市に移転し、自社物流センターを併設

2016 株式会社DCPソリューションを設立

2018 医師の開業支援を行う

2019 管理栄養士による特定保健指導事業を開始

2019 国立大学病院敷地内にドラッグストア業界初の薬局を開設

2020 国内外に商品供給などを行う株式会社ストレーディングを設立

2020 Inagoraホールディングス株式会社と資本業務提携

2020 当年以降、東南アジア各企業（台湾、ベトナム、マレーシア）と業務提携を開始

2023 株式会社ひかりファーマを子会社化

2023 薬日本堂株式会社を子会社化

2023 アルプロファーマシーと合併会社を設立

2023 日本ホスピスホールディングス株式会社と資本業務提携

2024 東京証券取引所プライム市場、名古屋証券取引所プレミアム市場へ移行

2024 株式会社セキ薬品を持分法適用関連会社化

2024 ノックオンザドア株式会社を子会社化

2024 株式会社スギ薬局とI&H株式会社（阪神調剤グループ）が会社統合

2024 疾病予防支援事業を担うスギウェルネス株式会社を設立



1号店リニューアル後の様子



東証一部上場



三河安城旧本社



核店舗1号店 スギ薬局 熊路店オープン



大府本社移転



大樹薬局店舗



薬日本堂 青山本店



阪神調剤薬局 多治見店

地域医療・社会貢献

2002 個人宅向けの訪問調剤を開始

2003 無菌調剤を開始

2005 高齢者施設向けの訪問調剤を開始

2005 クリーンルームを設置し、無菌調剤を開始

2008 訪問看護・居宅介護支援を開始

2009 障がいがある方の雇用を推進するスギスマイル株式会社を設立

2009 コスメティックセラピーを開始

2009 高齢者施設や病院での訪問調剤を開始

2011 創業者である杉浦広一・昭子が「杉浦地域医療研究センター」を京都大学大学院医学研究科の敷地内に建設・寄贈

2011 杉浦広一・昭子を設立人として「一般財団法人杉浦地域医療振興財団」を設立

2013 乳がんの患者様へ医療用ウィッグ寄贈を開始

2013 高齢者施設へAED寄贈を開始

2013 名古屋大学に日本で初めての地域包括ケアシステム寄付講座を開催

2013 杉浦広一・昭子を設立人として「一般財団法人杉浦地域医療振興財団」が公益認定を受け、「公益財団法人杉浦記念財団」に改称

2015 「プラチナくるみんマーク」を取得

2016 スギ薬局1号店跡地に健康づくりの拠点施設を建設、土地・建物を西尾市に提供

2017 持続可能なまちづくりを目的に自治体と包括連携協定を開始

2017 「一般財団法人杉浦地域医療振興財団」が公益認定を受け、「公益財団法人杉浦記念財団」に改称

2018 近畿大学薬学部と「包括連携協定」を締結

2018 「プラチナくるみんマーク」を取得

2020 ビッグデータを用いた生活習慣病リスクレポートの販売を開始

2021 愛知県と地方創生SDGsに関する包括協定を締結

2021 「サプライチェーンイノベーション大賞2021」の「大賞」を受賞

2021 ESG推進室・サステナビリティ委員会を設置

2022 大府市の就労支援によりウクライナ避難民がスギ薬局で就労を開始

2022 スギ薬局グループ「人権方針」を策定

2024 スギポイント制度を通じた募金を含めた「令和6年能登半島地震」義援金を寄託

2025 あいちデジタルヘルスコンソーシアムに加盟し「フレイル進行予防対策」を実施

2025 国連グローバル・コンパクトに加入

2025 スギポイント制度を通じた募金を含めた「令和6年能登半島地震」義援金を寄託

2026 連続で健康経営優良法人に認定

2026 あいちデジタルヘルスコンソーシアムに加盟し「フレイル進行予防対策」を実施

2026 国連グローバル・コンパクトに加入

2026 スギポイント制度を通じた募金を含めた「令和6年能登半島地震」義援金を寄託



訪問調剤を開始



訪問看護を開始



クリーンルームを設置



杉浦地域医療研究センター寄贈



杉浦記念財団が公益法人に認定



同じ志を持つ仲間とともに、 スギ薬局グループは 「トータルヘルスケア」を支援します。

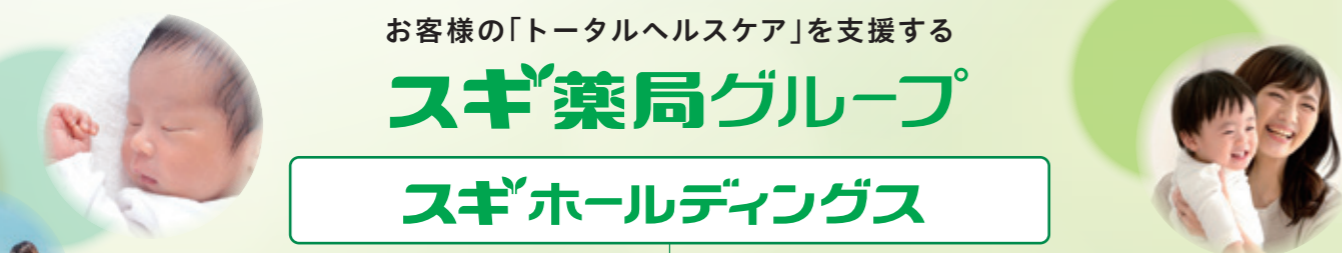
セルフケアから医療・服薬、介護・生活支援まで生涯にわたり支援する、
それが、スギ薬局グループの「トータルヘルスケア戦略」です。

お客様の生涯を「セルフケア領域」「医療・服薬領域」「介護・生活支援領域」の3つのステージに分け、
どのような健康状態であっても接点を持ち、リアルとデジタルを融合させた最適な商品・サービスを提供します。

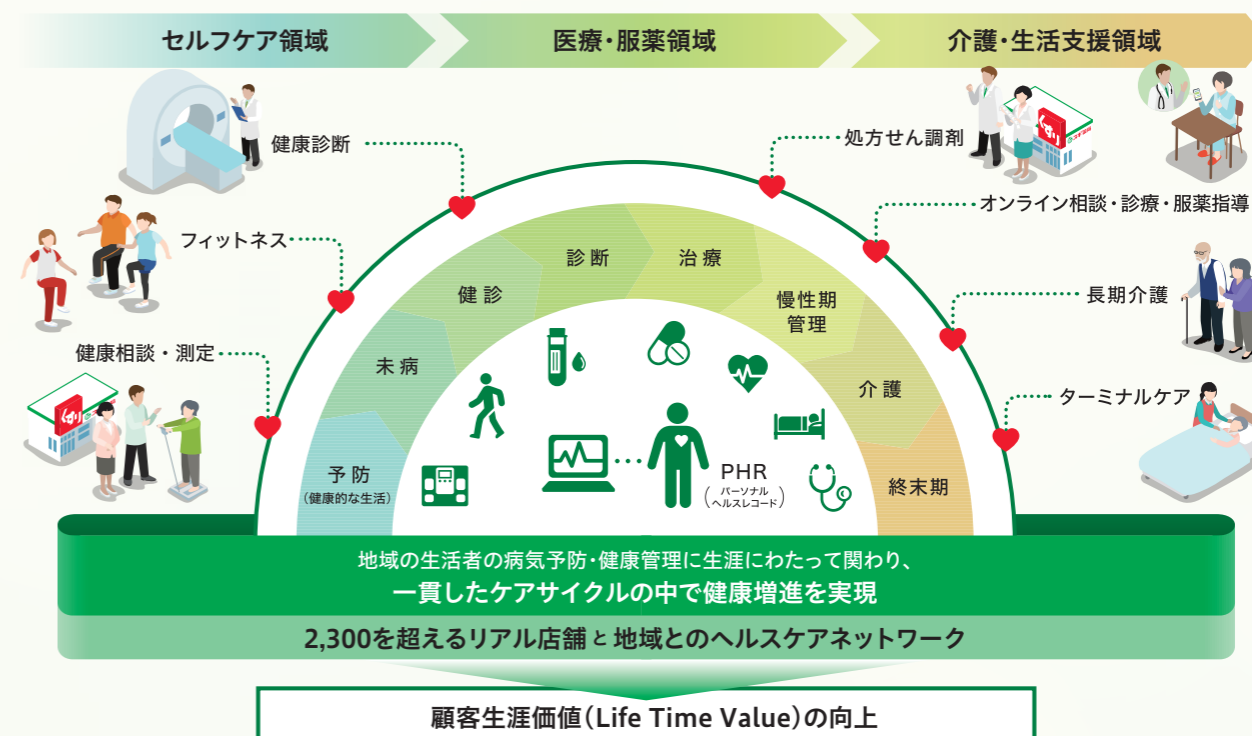
お客様の「トータルヘルスケア」を支援する

スギ薬局グループ

スギホールディングス



トータルヘルスケア戦略



持分法適用関連会社

- 株式会社セキ薬品 (2026年9月連結子会社化予定)
- 日本ホスピスホールディングス株式会社

持分法適用関連会社(海外)

- ALPRO SUGI VENTURE SDN.BHD.
- SUGI AISHODO CO.,LTD.
- PT.MUSTIKA RATU SUGI.
- AJS Pharma, Inc.

「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

スギホールディングス株式会社
代表取締役社長
兼 株式会社スギ薬局
代表取締役社長

杉浦 克典

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。

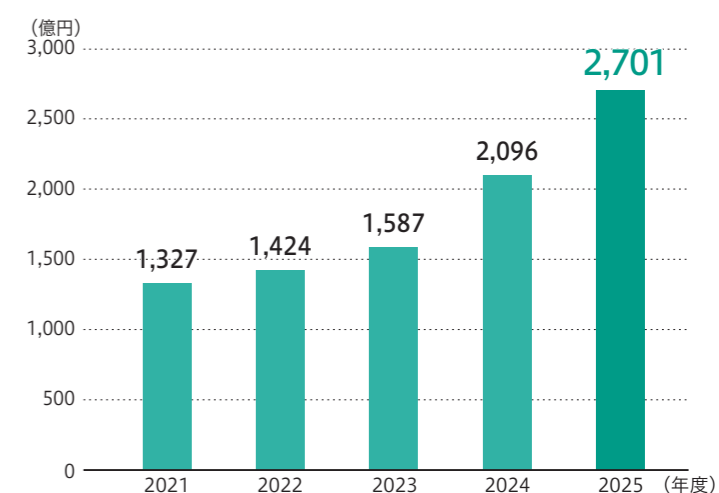
今後も店舗ネットワークの拡大とさらなる協業企業の充実を図ることで、「トータルヘルスケア戦略」を推進してまいります。

調剤

調剤領域におきましては、旧I&H(阪神調剤グループ)の子会社化により、グループ全体の調剤対応体制を大幅に強化しました。調剤併設型モデルと強固な門前薬局機能の相乗効果を最大化させ、医療機関の誘致やクリニックモールへの出店を加速。門前薬局数の拡大とともに、スペシャリティ医薬品[※]の対応を強化し、収益基盤を強固にしました。また、調剤DXの推進や人員配置の適正化に加え、エリア責任者の働き方改革や薬局長の擁立、モデル医療事務の活躍を推進し、運営力の向上を図りました。併せて、訪問調剤の拡大など地域医療ニーズへの貢献を強力に推進しました。結果、処方せん応需枚数2,173万枚(前年度比118.2%)、調剤売上2,701億円となりました。

※スペシャリティ医薬品:希少疾患など専門性の高い処方せん医薬品。

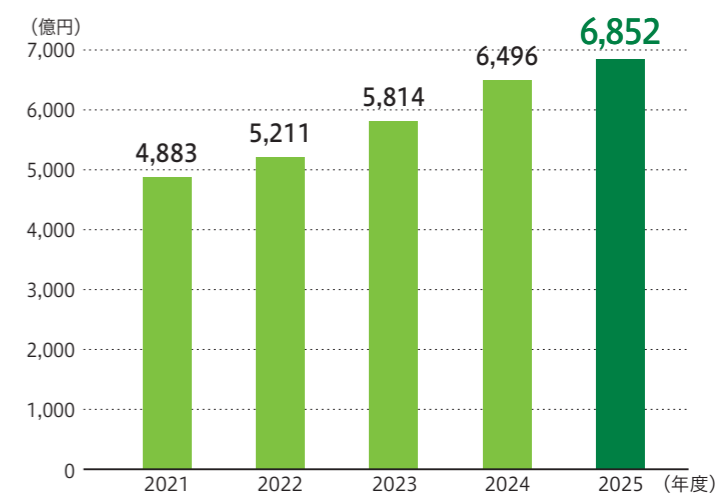
[スギ薬局調剤]売上高推移



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、新規エリアである「福岡県」への進出を果たし、売上基盤のさらなる拡大を図りました。また、DXの活用・高度化により、お客様一人ひとりの購買データに基づいた最適な販促施策やアプリを通じたカウンセリング販売を強化し、お客様満足の向上に努めました。さらに、新店の早期立ち上げやエリアニーズに応じた既存店の改装、店舗運営の効率化を並行して推進することで、売上と利益の双方で成長を実現しました。結果、売上高6,852億円(前年度比105.5%)を達成しました。

[スギ薬局物販]売上高推移

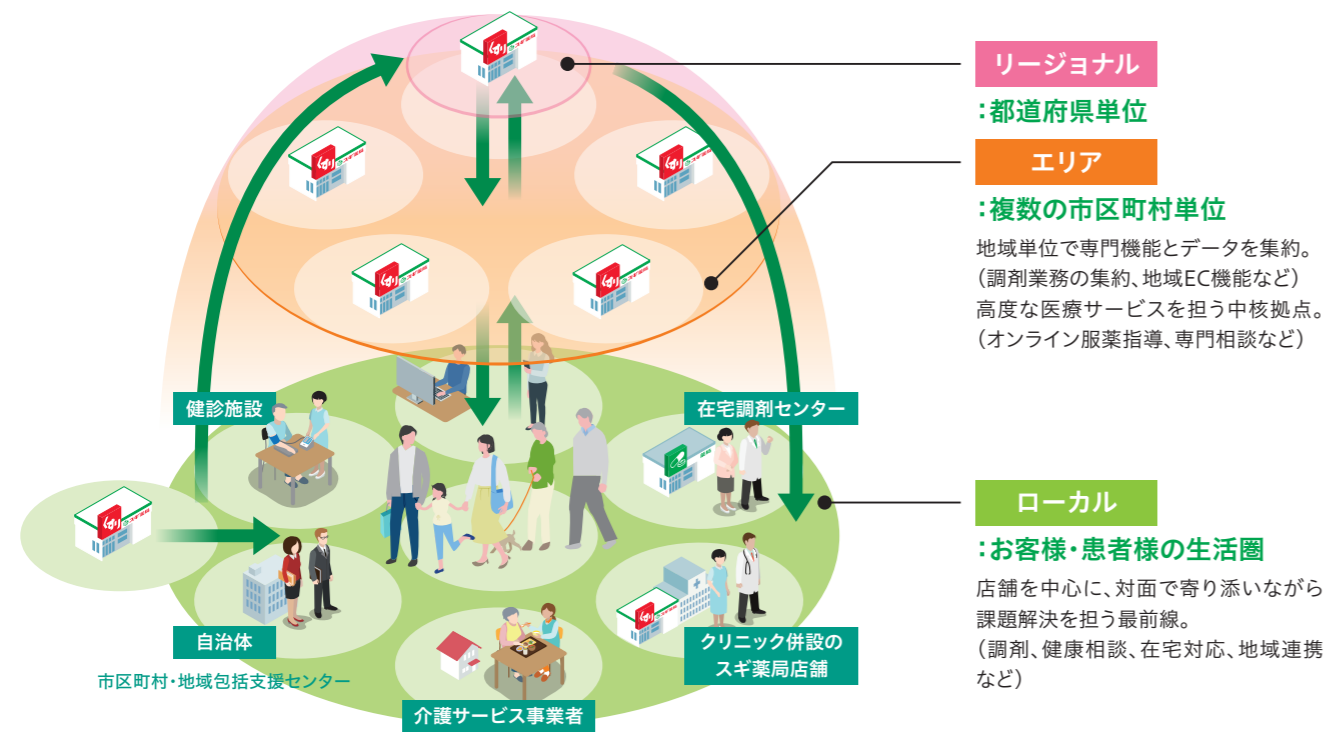


※2022年度以降「収益認識に関する会計基準」を適用した実績を記載。

ヘルスケアインフラとして、地域の課題解決に貢献

スギ核ネット構想 - 途切れないトータルヘルスケア戦略の実現へ -

スギ薬局グループは、全国に広がる店舗ネットワークに、デジタルとリモートを融合させ、次世代のヘルスケアインフラを構築します。地域の店舗網(ローカル)と、専門機能を集約した中核拠点(エリア・リージョナル)を一体的に連携することで、物理的な制約を超えて、一人ひとりに最適な医療・介護・ヘルスケアサービスをシームレスに提供することを目指します。これにより、日常の健康支援から高度な医療接続までを一気通貫で支援します。地域の皆様の健康増進に貢献すべく、すべてのステークホルダーの皆様とともに歩んでまいります。



リージョナル
: 都道府県単位
エリア
: 複数の市区町村単位
地域単位で専門機能とデータを集約。
(調剤業務の集約、地域EC機能など)
高度な医療サービスを担う中核拠点。
(オンライン服薬指導、専門相談など)

ローカル
: お客様・患者様の生活圏
店舗を中心に、対面で寄り添いながら
課題解決を担う最前線。
(調剤、健康相談、在宅対応、地域連携
など)

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
お客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。

調剤も物販も含めた全体の改装実施数
217店舗 (2025年度実績)



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。



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
スギ薬局グループ「トータルヘルスケア戦略」の一環として、医療・食品・美容の各分野に特化した店舗形態の開発を強化し、より多角的なアプローチで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、専門的な処方薬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。



おいしさを手軽に届ける「即食事業」強化

トライアルホールディングスとの連携により、職人監修の味や製造ノウハウを効率的に取り入れた即食商品を展開。お客様の利便性向上を目的に、一部店舗で弁当・総菜の販売を行っています。お手頃な価格で気軽にお楽しみいただける商品として提供しており、今後は本取り組みを基盤に、より多くの店舗への展開を進めてまいります。



美と健康を追求する「ビューティ特化型店舗」

「コスメカラット」では、従来の店舗には陳列されていない商品を取り揃えています。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。



阪神調剤薬局について

一人ひとりが親身になって患者様に向き合い、医療に関わる方々と強く連携し、地域社会に貢献します

旧I&H株式会社(阪神調剤グループ)は、2025年にスギ薬局を存続会社として合併しました。これにより、スギ薬局グループの経営基盤や運営ノウハウと、阪神調剤が培ってきた専門性の高い調剤機能を融合し、地域医療を支える薬局としての価値向上を図っています。2025年度は、店舗運営体制の強化、業務プロセスの高度化や店舗改装によるオペレーション改善などに取り組み、合併によるシナジー創出を進めてまいりました。

阪神調剤は、88店舗の「クリニック門前医療モール」、112店舗の「病院門前(敷地内含む)」、そして4店舗の「在宅特化型」という多様な拠点網を有しています(2026年2月時点)。このネットワークを活かし、地域医療のニーズに応じたきめ細かな医療サービスの提供を進めています。

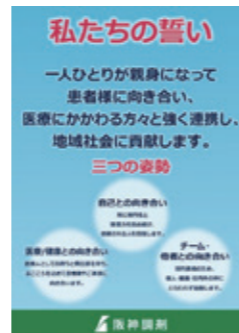
今後は、専門性・接客・在庫管理の3つの軸をさらに磨き上げ、地域住民の皆様と医療機関の双方から信頼され、選ばれる「かかりつけ薬局」としての機能を一層強化してまいります。

患者様に対しては、服薬情報の一元管理やデジタルサービスの活用などを通じて利便性の向上を図るとともに、医療機関との連携を一層強化し、患者様の治療を支える対人業務の高度化を推進しています。また、薬局長やエリアマネージャーを中心とした人材マネジメントの強化や、現場でのコミュニケーション力向上を通じて、従業員一人ひとりが専門性を発揮できる組織づくりを進めています。



さらに、DXやAIの活用による業務効率化と精度向上を図り、安全で質の高い調剤体制の構築にも取り組んでいます。システム連携や業務プロセスの高度化を通じて、医療安全の確保と業務生産性の向上を両立し、持続的な薬局運営基盤の強化を進めています。

これらの取り組みを通じて、阪神調剤薬局は地域医療の重要な担い手としての役割を果たすとともに、「信頼される街のかかりつけ薬局」としての価値を高め、スギ薬局グループ全体の企業価値向上に貢献してまいります。



阪神調剤薬局 三重大前店

共創関係を築き、「トータルヘルスケア戦略」の実現を目指すスギ薬局子会社

調剤体制の強化とネットワークの拡充を通じ、志を同じくする企業と連携し、質の高い医療サービスの提供を進めてまいります。



株式会社メディプラン

北海道・東北エリア

主に札幌と東京を中心に「みらくる薬局」を運営する調剤薬局チェーン。「地域の皆様からたくさん『ありがとう』をいただける薬局づくり」と「理想とする医療の実現へ歩みだす医師の皆様をサポートすること」を理念に掲げ、100件以上のクリニック開設をサポートし、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。



株式会社医薬品情報センター

北海道・東北エリア

医薬品を中心とした薬学的ケアを通じて「患者様に優しい医療」を提案し、社会に貢献したいという思いが社名の由来。薬の提供にとどまらず、健康や治療に関わる幅広い情報を発信する中核的な存在として、専門職が連携し、地域の皆様を多角的に支援する体制を整えています。



株式会社 ひかりファーマ

株式会社ひかりファーマ

北陸・信州エリア

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。



株式会社グリーンエイト

関東エリア

在宅医療に特化した調剤薬局として、処方せんを待つのではなく、必要とされる場所へ自ら足を運ぶ「日常の中」に医療を届けることを大切にしています。医療機関や介護事業者と連携しながら自宅を訪問し、一人ひとりに寄り添ったサポートで薬剤師とスタッフが一体となり、安心して任せていただける在宅医療を提供。これからも地域に必要とされる存在であり続けます。



株式会社ダイワコーポレーション

中部エリア

三重県を拠点にスズカ調剤薬局グループを展開。「地域に密着し、誰からも親しまれる薬局」を目指し、患者様の視点に立った医療サービスの提供に取り組んでいます。社員の成長がお客様の満足と地域の安心につながると考え、日々、研鑽と働きがいのある職場づくりを進め、医療の課題解決に貢献します。



株式会社メディカルかるがも

関西エリア

関西に集中的に出店し、ドミナント戦略で店舗を展開している調剤薬局です。目指しているのは、「人の想いがつながり、人に会いに来る薬局」。一人ひとりに真摯に向き合い、社員・患者様・地域のすべての人々を笑顔にすること、そして信頼と専門性、人のぬくもりを大切に、地域に寄り添い、笑顔で支える薬局となることを目標にしています。



株式会社ファルマウニオン

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。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、在宅訪問による薬剤管理も実施しています。





スギホールディングス株式会社
代表取締役副社長
兼 スギメディカル株式会社
代表取締役社長

杉浦 伸哉

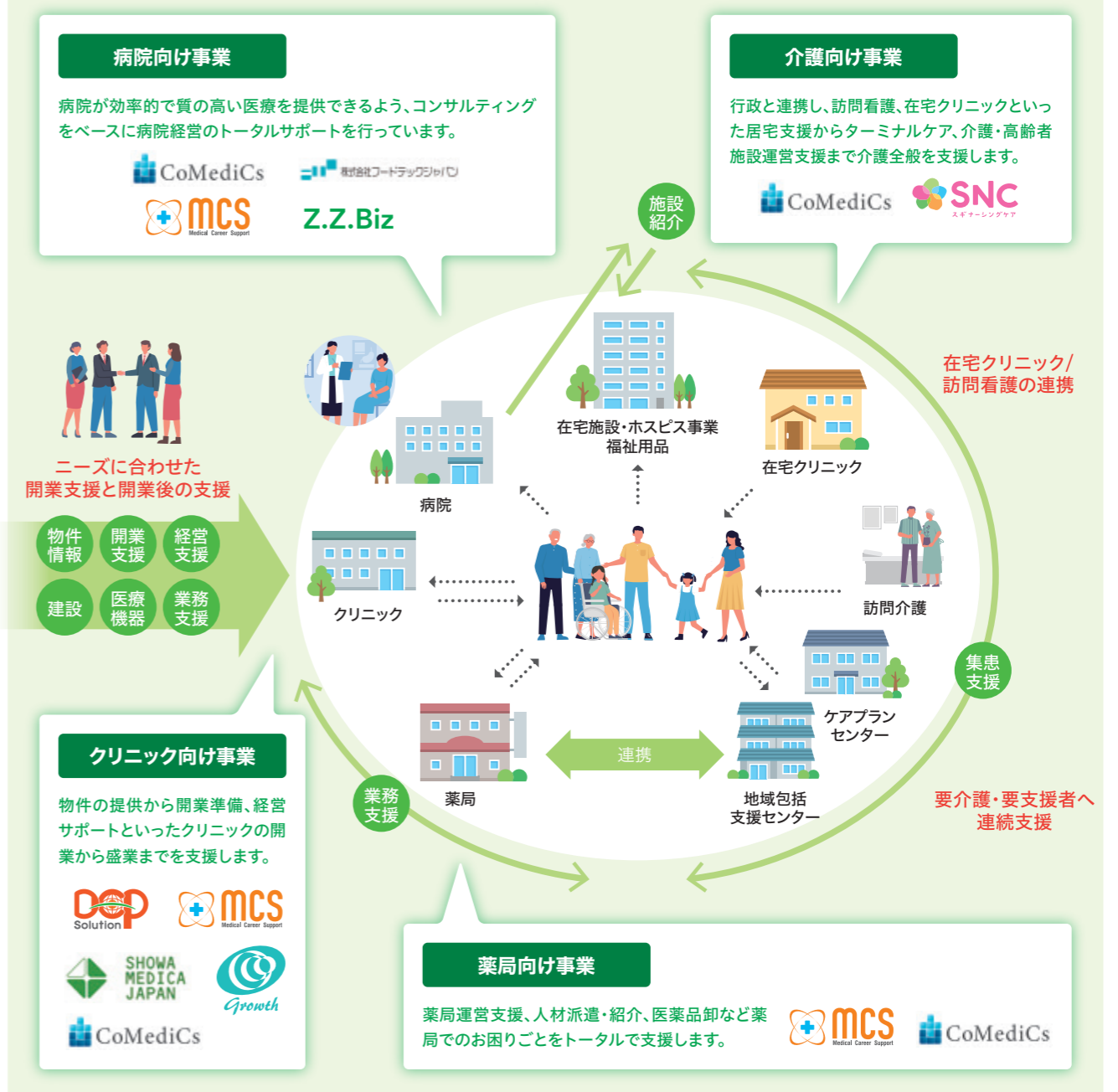
地域のヘルスケアのインフラとなるために、
他企業との連携を強化し、
地域医療の連携基盤を構築・発展させていきます。

スギメディカルグループの事業報告



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。私たちは、これらの活動をととして、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

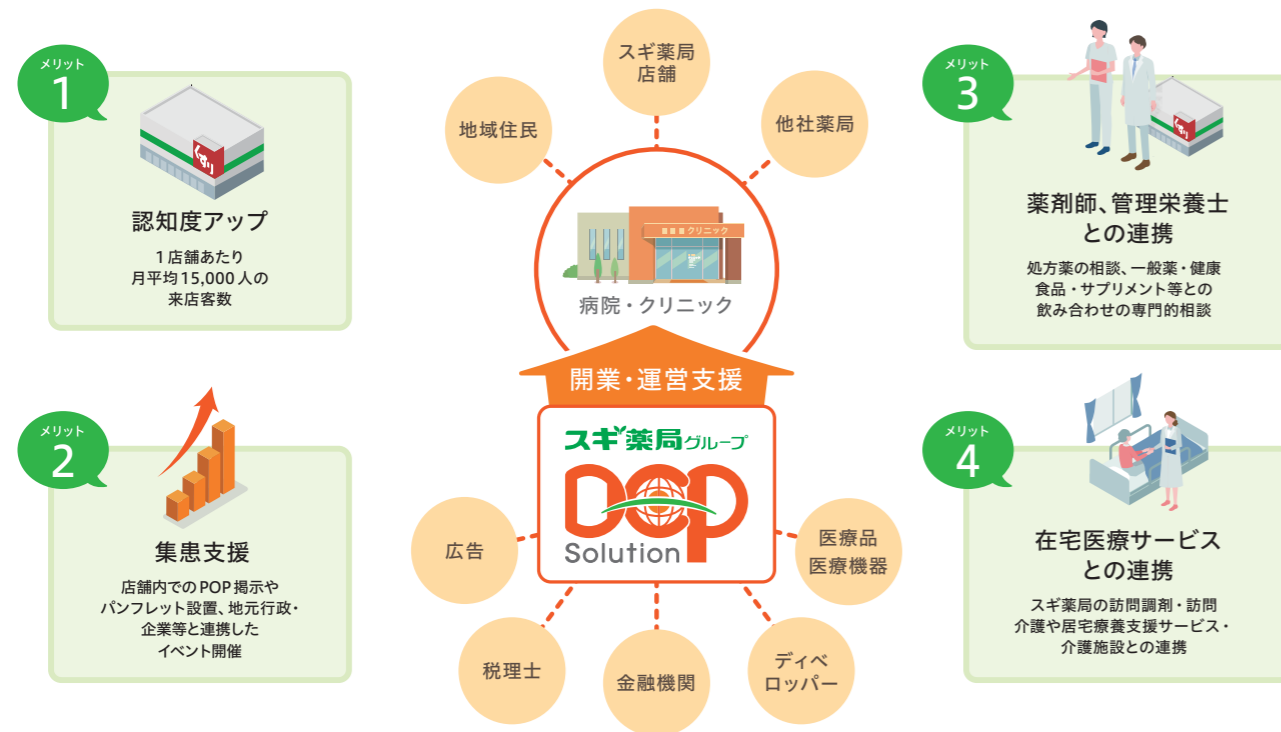


DCP Solution 株式会社DCPソリューション(DCP)

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500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



業界
トップクラス
グループ累計
500件以上

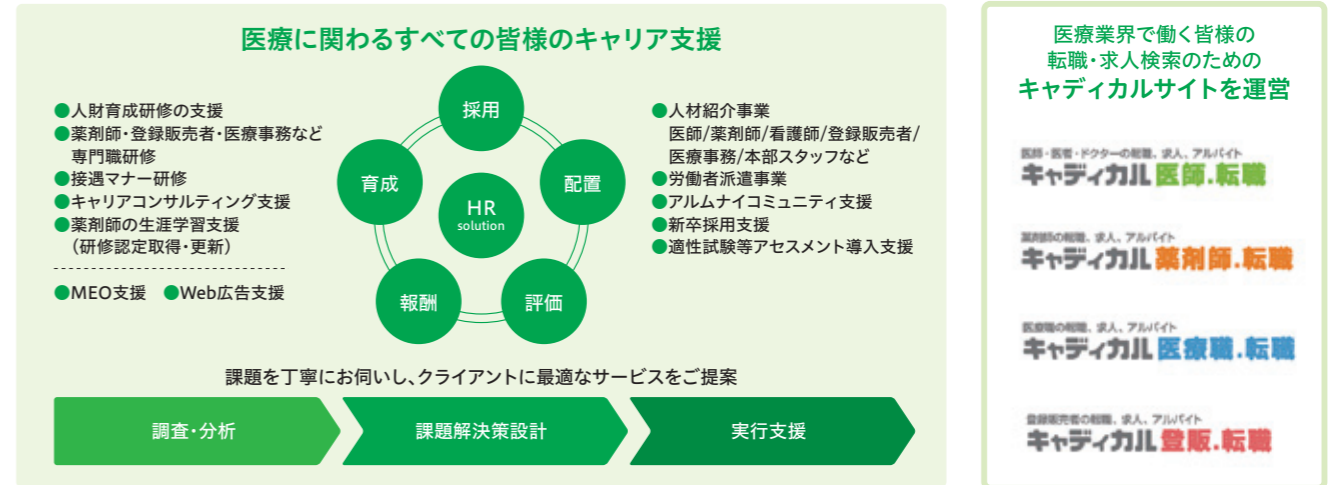
SHOWA MEDICA JAPAN 株式会社昭和メディカ・ジャパン

調剤薬局や医療施設の店舗開発・設計コンサルティングを通じて、持続可能な地域医療の基盤づくりを支援。土地・物件の調査から施設設計、資金計画、開業後の運営支援までを一貫して担い、専任プランナーと建築士が現場に即した提案を行っています。導線やゾーニング、使いやすさとデザインの両立に配慮し、医療の質と安全性を支える施設づくりを進めています。

mcs Medical Career Support 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「人材」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しています。



医療業界で働く皆様の
転職・求人検索のための
キャリアカルサイトを運営

医師・医学生・ドクターの転職、求職、アルバイト
キャリアカル 医師・転職

薬剤師の転職、求職、アルバイト
キャリアカル 薬剤師・転職

医療職の転職、求職、アルバイト
キャリアカル 医療職・転職

登録販売者の転職、求職、アルバイト
キャリアカル 登録販売・転職

CoMediCs 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。



支援内容

領域	項目
医療機関 支援事業	地域連携支援
	コンサルティング 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
介護・ 高齢者向け施設 支援事業	レセプト請求業務支援
	コンサルティング 入居促進支援
	服薬支援



株式会社フードテックジャパン 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

SNC 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業し、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22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。



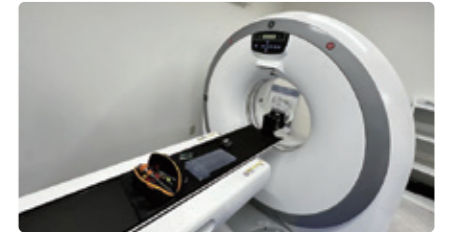
訪問看護ステーション **17事業所**
ケアプランセンター **5事業所**

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

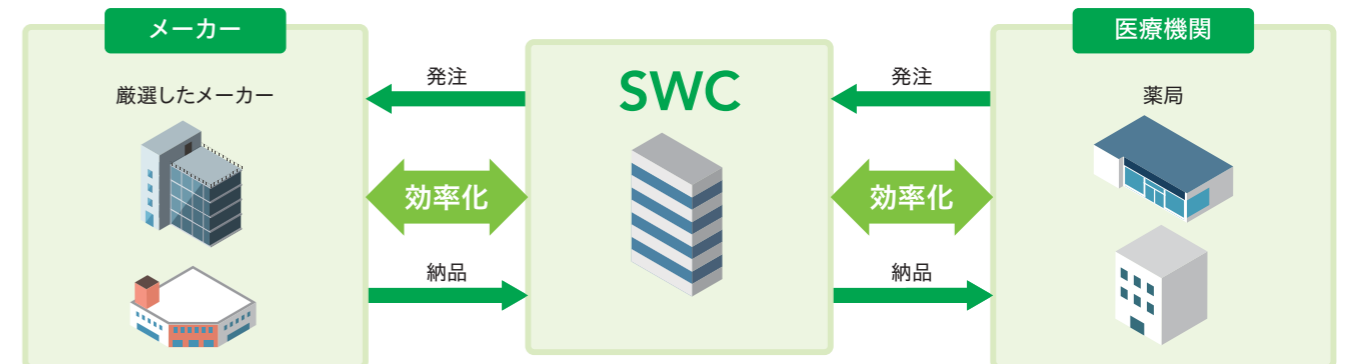
グロウスは主に医師開業支援と医療機器販売を行っています。クリニックを運営していく上での収入源は、診療行為(手技)および医療機器を用いた検査を行うことで得られる診療報酬であり、多くの診療科目において医療機器の導入が必要になります。

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。



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。



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。

当社は地域のヘルスケアのインフラを目指し、医療・ヘルスケア事業を専門とする企業の子会社化および連携に注力してまいりました。その成果は着実に実を結んでおり、医療・ヘルスケアのトータルコーディネートを実現する事業領域の拡大と充実につながっています。今後も子会社を含め地域の医療機関や事業者とのシナジーを創出し、地域の皆様により健康で潤いのある生活を支援いたします。

STレーディング / 渡辺貿易



代表取締役社長
山本 剛史

日本で培った『安心と品質』をアジアへ。
商品とサービスの両輪で、地域のヘルスケアインフラを支えます

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。スギ薬局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、スギ薬局グループ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。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、「アジア全域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。

主な事業内容

輸出入の仲介

OEM/ODM

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
商品の輸出、卸売(医薬品含む)、店舗展開、開発支援

オリジナル商品の企画・開発支援と販売

海外における「トータルヘルスケア戦略」を推進するための関連会社・パートナー企業



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/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/フィリピン/スリランカ/バングラデシュ

NIHONDO

薬日本堂株式会社



代表取締役社長
石川 知宏

漢方領域で培ってきた知見を活かし、シナジーの最大化を図ります

「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約9.4万件*の健康相談に対応しております。「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、「商品開発」「スクール」「オンラインショップ」「商品流通」「ミュージアム」「書籍監修」など漢方を軸とした幅広い事業を展開しています。国内最高クラスの症例対応数から蓄積した豊富な知識と経験を基盤に、地域のお客様から高い信頼と評価をいただいています。こうした漢方領域の知見を活かし、独自性の高い商品開発、新業態の創出、一般用漢方医薬品の販売強化にも取り組んでいます。

*2025年1月~12月薬日本堂株式会社運営の全直営店、メンバー登録顧客ご利用件数累計。

主な事業・サービス

漢方専門店



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

薬日本堂漢方スクール(東京・大阪・名古屋)

漢方の基礎や薬膳などを学べる一回完結型「1DAYセミナー」や、資格取得を目指す本格的なコースまで幅広い講座をご用意。年間受講者1万人以上、オンラインにも対応し利便性を高めています。



商品開発

1969年の創業以来培ってきた漢方・薬議の知見を活かし、独自の商品開発を推進しています。スギ薬局との強力な連携により、2025年にはインバウンド層を捉えた「NMN50000」「納豆キナーゼ」といったヒット商品が誕生しました。



薬日本堂×スギ薬局の取り組み

スギ薬局店舗内に薬日本堂売場と相談カウンターを導入

新たな顧客との接点創出



スギ薬局 上地一丁目店



スギ薬局 心斎橋店



ママカフェ ウェルネスフェスタ

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

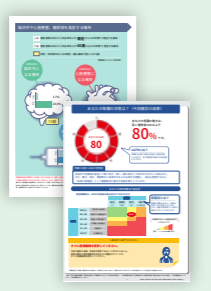
特定保健指導の実施
2025年度実績 **9,664名**

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。



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図るプランです。
- 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。

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



KNOCK ON THE DOOR ノックオンザドア株式会社



代表取締役社長
林 泰臣

難病の患者様とご家族の暮らしにITで寄り添う

2025年9月よりスギ薬局グループの一員となりました。病気のことを一番ご存知の患者様・ご家族の声を活かし開発した「てんかん」の発作状況を記録するアプリ「nanacara(ナナカラ)」が、当社の事業の起点です。約300名の患者様・ご家族の声を直接聴き、開発に反映しました。難病を抱える患者様やご家族に、こちらから寄り添い続けたい、その“扉をノックする”姿勢を持ち続けるという思いから、「ノックオンザドア」という社名を付けました。現在ではてんかんでなく認知症・ALSなどの難病・希少疾患領域まで対象を拡大しています。今後はアジアでの展開も目指し、難病の患者様とご家族の暮らしにITで寄り添ってまいります。

てんかん領域で患者支援サービスを展開

国内に約100万人と推定されるてんかん患者様に対し、nanacaraを活用した診療・服薬支援サービスをスギ薬局グループの薬局(特に病院門前タイプ)に展開し、てんかん領域におけるスペシャリティ医薬品*の対応を強化します。

より多くの難病・希少疾患領域への拡張

認知症・ALS・パーキンソン病など、他の難病・希少疾患領域へ対象を拡大。新たなアプリやデジタルサービスを患者様・ご家族、医療従事者等と共創し、スギ薬局グループのネットワークでスペシャリティ医薬品のシェア拡大を図ります。

*スペシャリティ医薬品：希少疾患など専門性の高い処方せん医薬品。

主な事業内容

難病・希少疾患を含む多様な疾患領域において、地域医療ネットワークの強化を実現します！

nanacara

てんかんのお子様をもつご家族向けに服薬状況や発作頻度などが記録・管理できるアプリです。



● **4万ダウンロード** シェア率 約40%^{※1}

※2026年2月末時点。
※1:国内難治てんかん患児のノックオンザドア推計値より算出。

nana-medi

スマホで自宅や職場から医師や薬剤師とつながり、診療と服薬指導を受けることができるてんかん診療に特化したオンライン診療サービスです。

nanacara薬局

てんかん患者様・ご家族に特化した薬局です。オンラインの活用や、てんかん専門医・福祉関係者との連携を行いながら、全国どこにいても相談しやすい医療体制づくりを進めています。



nanacara薬局 都島店

nanacara for Doctor

nanacaraで記録した発作情報を医師と共有し、診療時に発作記録が閲覧できる医師向けサービスです。



● **導入医療機関数:293医療機関** シェア率 約23%^{※2}

※2026年2月末時点。
※2:てんかん専門医の在籍する医療機関数、ノックオンザドア推計値より算出。

● **てんかん専門医登録数:517人** シェア率 約55%^{※3}

※2026年2月末時点。
※3:2024年度日本てんかん学会社員総会資料および日本てんかん学会HP専門医名簿参照。

ワタシテ

認知症のある方の「その人らしさ」をご家族や介護・医療関係者で共有するプラットフォームです。ご本人の人生や好み、必要な配慮を整理でき、日々の出来事や体調も記録。記録を振り返ることで変化を可視化し、ご本人らしい暮らしを支えます。



会長メッセージ

創業50周年を迎えて、 「不易流行」の精神で次の100周年へ

創業の精神を継承し、 次代を拓く変革で、さらなる飛躍へ

スギ薬局は、本年50周年という大きな節目を迎えます。愛知県西尾市で1店舗の「かかりつけ薬局」から始まった当社は、現在では「トータルヘルスケア戦略」の実現に向けて、国内はもとより海外へと力強く歩みを進めています。阪神調剤グループをはじめ、ひかりファーマ、薬日本堂など新たな会社が続々と仲間に加わるとともに、海外展開を担うパートナー企業も増加し、出店エリアや事業領域を広げ続けてまいりました。

この躍進の基盤にあるのが、決して揺るがないものを守りつつ、新たな変化を柔軟に取り入れる「不易流行」の精神です。スギ薬局グループにおける「不易」の原点は「目の前のたった一人のお客様を大切に」という想いと行動です。今ではお客様のみならず、社員やお取引先様を含むあらゆるステークホルダーに向けた想いと行動に広がっています。

一方、「流行」の精神が結実したものが「中期経営計画」です。激動する時代の変化に合わせて柔軟に対応し、売上高1兆円企業からさらなる飛躍を見据え、進化させるべきものは躊躇わず変えていくための指針となるものです。

スギ薬局グループが、地域社会のヘルスケアインフラを担い、社会課題に立ち向かって事業を拡大するにあたり、それが単なる「膨張」とならないためにも、「不易」と「流行」のバランスをとりながら「健全な成長」を持続していくことが不可欠です。この精神を全社員に説き続けることが、私の最も大きな役割と認識しております。

ガバナンスとサステナビリティの強化

そして、次の100周年へと続く持続可能な未来を創るため、私の重大な責務となるのが、中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ことです。

昨今、SNS等による情報拡散スピードが加速し、企業の信頼が一瞬で左右される時代を迎えており、ガバナンスと

リスク対応のあり方が極めて重要視されています。

これに対応するため、社外取締役や監査役による監視体制を強化するとともに、外部監査機関との連携を深め、第三者の視点から潜在的リスクを事前に特定・対処する仕組みを強化しております。併せて内部監査機能も拡充し、現場のトラブルやリスクの未然防止・迅速な対応に努めます。

さらに、お客様の重要な情報をお預かりする企業として、情報管理・セキュリティ体制やコンプライアンス体制の整備を徹底します。同時に、気候変動や災害対策といったサステナビリティ推進のための重要課題（マテリアリティ）にも正面から向き合い、いかなる変化にも対応できる盤石な経営基盤を構築してまいります。

一人ひとりと向き合い、共に成長する

強固な組織づくりは、社員一人ひとりと向き合うことから始まります。ハラスメント防止対策を徹底し、社員の声に耳を傾け、本人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の尊重を推進してまいります。

私たちは以下の「私たちの誓い」を行動指針として深く胸に刻み、日々実践します。

- 私たちは、常にお客様の立場にたって判断・行動しつづけます
- 私たちは、常に外と内の変化を見据え、革新しつづけます
- 私たちは、常に能力を拡大・深耕し、会社と共に成長しつづけます
- 私たちは、常に誠実でありつづけます
- 私たちは、常に多様性を尊重しつづけます

スギ薬局グループはこれからも、地域社会への貢献という存在意義を意識し、企業価値を向上するためのあらゆる努力を惜しまず経営してまいります。そして、「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」という経営理念を改めて思考・判断・行動の土台とし、一層邁進する所存です。

皆様におかれましては、今後とも変わらぬご支援とご鞭撻を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。



スギホールディングス株式会社
取締役会長

榎原 栄一

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]

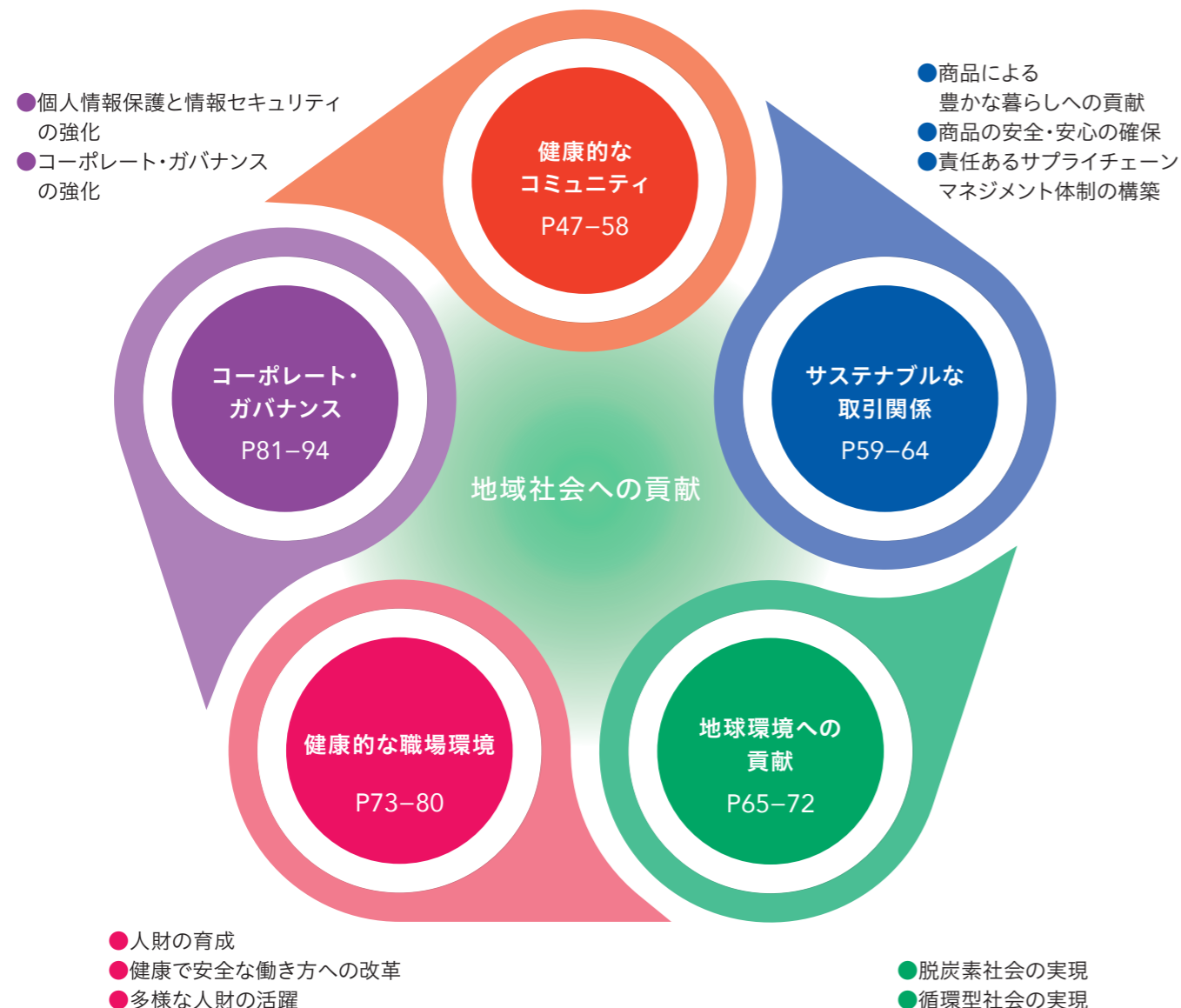
スギ薬局グループは地域の人々の生活に密着した企業として、経営理念の実践により、社会課題を解決し持続可能な社会の形成に貢献することが企業成長につながると考えています。2021年に重要課題(マテリアリティ)を検討し、5つのテーマを設定し、以降、着実に取り組んでいます。

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、企業活動をととして、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]

- 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
- 医療の安全性確保と医薬品の適正管理
- 生活の利便性向上と地域への支援
- 地域の健康教育と患者様支援
- 患者様の治療効果の向上
- 災害・防犯に対する強靱な社会づくり



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

優先順位の検討

妥当性確認

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り組み内容をもとに、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。

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。

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。

社会にとっての重要性	高	<ul style="list-style-type: none"> ● 商品の安全・安心の確保 ● 地域の健康教育と患者様支援 ● 脱炭素社会の実現 ● 健康で安全な働き方への改革 ● 災害・防犯に対する強靱な社会づくり 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 ● 医療の安全性確保と医薬品の適正管理 ● 生活の利便性向上と地域への支援 ● コーポレート・ガバナンスの強化 ● 個人情報保護と情報セキュリティの強化
	中	<ul style="list-style-type: none"> ● 患者様の治療効果の向上 ● 責任あるサプライチェーンマネジメント体制の構築 ● 循環型社会の実現 ● 多様な人財の活躍 	<ul style="list-style-type: none"> ● 商品による豊かな暮らしへの貢献 ● 人財の育成
		スギ薬局グループにとっての重要性	
			高

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		関連するSDGs	機会とリスク		主な取り組み	
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	● データに基づくヘルスケアサービスの提供
	医療の安全性確保と医薬品の適正管理		リスク	お客様の離反	● オンラインサービスの拡充	● 医療・介護・ウェルネス等の新規事業の創出・拡大
			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	● デジタルを活用した医薬品などの情報提供
	生活の利便性向上と地域への支援		リスク	ブランド価値の低下	● 医薬品、医療機器の安全な回収	
			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	● 地域・団体などへの活動支援
	地域の健康教育と患者様支援		リスク	ブランド価値の低下	● 在宅患者様向けの医療・介護サービスの拡大	
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支援		
患者様の治療効果の向上	リスク	ブランド価値の低下	● 患者様および患者様家族などへの教育・啓発			
	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	● 医療機関への情報提供による治療効果向上		
災害・防犯に対する強靱な社会づくり	リスク	調剤報酬の減少	● ポリファーマシー回避による治療効果向上			
	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					
	機会	ブランド価値の向上				
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
	商品の安全・安心の確保		リスク	競合他社による市場の獲得		
			機会	ブランド価値の向上	● 商品の品質管理・品質保証体制の確立	● エシカルに配慮した商品の展開強化
責任あるサプライチェーンマネジメント体制の構築	リスク	お客様の離反	● 適切な情報開示			
	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	● BCP対応	● 次世代物流ネットワークの構築	● ロジスティクスのサービスプラットフォーム化/データ活用・自動化		
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	● 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	● 温室効果ガス排出量の削減	
リスク		ブランド価値の低下	● 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		
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	● 活躍のための場と機会の積極的な提供
	健康で安全な働き方への改革		リスク	競争力の劣化	● ジョブ型の人事制度への転換	● 次世代経営人財の戦略的育成
			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	● 働き方改革の推進
	多様な人財の活躍		リスク	人財の流出/ブランド価値の低下	● 社員の安全に配慮した職場づくりの推進	
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		
リスク	店舗展開の鈍化/ブランド価値の低下	● 挑戦と多様性を促す企業風土改革				
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
	コーポレート・ガバナンスの強化		リスク	事業継続リスクの発生/企業価値の低下		
機会		企業価値の向上	● 取締役会の実効性の強化	● リスク管理体制の強化	● 透明性の高い対話と情報開示	
リスク	事業継続リスクの発生/企業価値の低下	● コンプライアンス教育の徹底	● グループ経営管理のデジタル化	● 資本効率を意識した経営		

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の各アプリを通じて、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。



● 尿糖・尿たんぱくの自己検査と栄養相談を組み合わせた多角的な健康支援

お客様による尿検査でのセルフチェックと管理栄養士による生活習慣のアドバイスを統合した健康相談会を実施。お客様の現状を可視化し、専門的なアドバイスを提供することで、糖尿病や腎臓病などの予防につながることもお客様の行動変容の促進を検証しました。



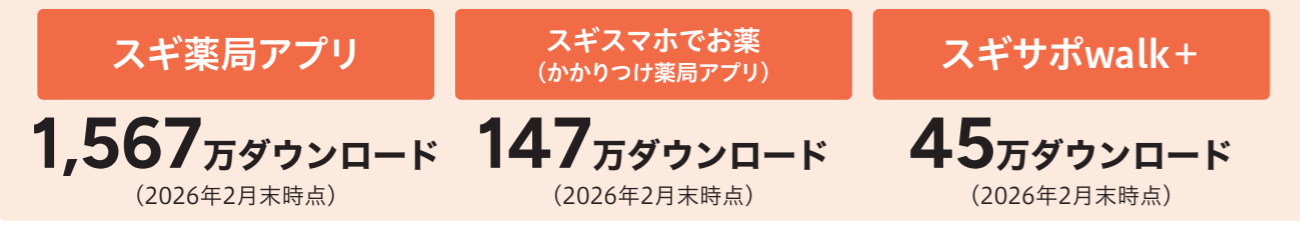
● デジタルコミュニケーション台帳を活用したOne To Oneのヘルス&ビューティソリューションの推進

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



● 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(かかりつけ薬局アプリ)、スギサポwalk+]の会員数です。2025年度は、それぞれのアプリのダウンロード促進を手掛け、1,760万ダウンロードまで到達しました。



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。



● スギサポwalk+をリリース

当社グループは、セルフケア領域における「未病・予防への関心醸成」および日常的な接点を通じた「ブランド力向上」を目的に、ウォーキングアプリ「スギサポwalk+」を展開しています。

累計45万ダウンロードを突破した本アプリは、「歩く」という日常動作に対しインセンティブやゲーミフィケーションを提供することで、高いアクティブ率を維持しています。これにより顧客エンゲージメントを深化させ、ユーザーの健康な毎日を支えます。アプリを介した健康調査では、BMIデータの取得を実現しています。今後は、これらのライフログと購買データを高度に連携・解析することで、ユーザーの「疾病リスク予測」や「受診行動の支援」へとつなげてまいります。

当社グループは、単なるアプリ提供にとどまらず、確かなデータに基づき顧客の健康寿命延伸に寄与するプラットフォームとして、社会的価値と企業価値の双方を創出していきます。



● ウェルネスガイドの活用

スギ薬局グループは、顧客の健康情報を一元管理するデジタル台帳「ウェルネスガイド」を導入しました。従来の紙台帳からデジタルへ移行することで、個人情報管理のリスク低減と業務効率化を同時に実現しています。服薬情報や生活習慣、過去の相談履歴などのデータを統合・可視化し、各専門家が連携した質の高いカウンセリングを提供します。アプリとのデータ連携も進め、お客様一人ひとりの健康目標達成に向けた継続的なサポート体制を強化しています。



あいちデジタルヘルスコンソーシアム始動

愛知県が推進する「あいちデジタルヘルスプロジェクト」は、デジタル技術を活用した産官学連携により、県民の健康寿命延伸と生活の質向上を目指す取り組みです。スギ薬局グループは本コンソーシアムに参画し、「スギサポwalk+」を活用したデジタルとリアル店舗を融合したフレイル(虚弱)予防施策を展開。地域に根ざした健康支援を通じ、誰もが安心して暮らせる健康長寿社会の実現に貢献しています。



重要課題 [マテリアリティ] | 健康的なコミュニティ

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Drug Station(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

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)づくりを進めています。

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強化し、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

14店舗

地域連携薬局

100店舗

Interview



外来がん治療専門薬剤師

外来がん治療専門薬剤師として、病院と密に連携し、トレーシングレポートを通じた副作用モニタリングや処方提案を積極的に行い、安心して治療を継続できる体制を構築しています。

専門的知見から介入することで、病院側は外来患者様の状態を正確に把握でき、安全で質の高い薬物療法が実現できています。「病院と薬局の架け橋」となるこの役割は、地域医療における薬剤師の価値を大きく向上させるものと確信しています。

社内では「腎臓病チーム」を率い、自身の知見を全社へ共有しています。日々の成功事例や専門知識をフィードバックし、後輩薬剤師のスキル向上と、組織全体の専門性の底上げに貢献しています。

当社には、現場にしながら、がん・腎臓・栄養などの高度な専門性を追求できる環境があります。自らの専門性を高めることは、患者様に選ばれる理由そのものとなります。次世代を担う皆さんと共に、薬剤師の新たな可能性を切り拓いていけることを楽しみにしています。

所有資格

- ・外来がん治療専門薬剤師
- ・NST専門療法士
- ・腎臓病薬物療法認定薬剤師
- ・腎臓病療養指導士
- ・糖尿病療養指導士

● 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。

使用済み注射針回収BOX



※回収容器を患者様に販売し、それを回収しています。

● お薬受取ロッカーの拡大展開



● 調剤待合室におけるデジタルを活用した情報提供



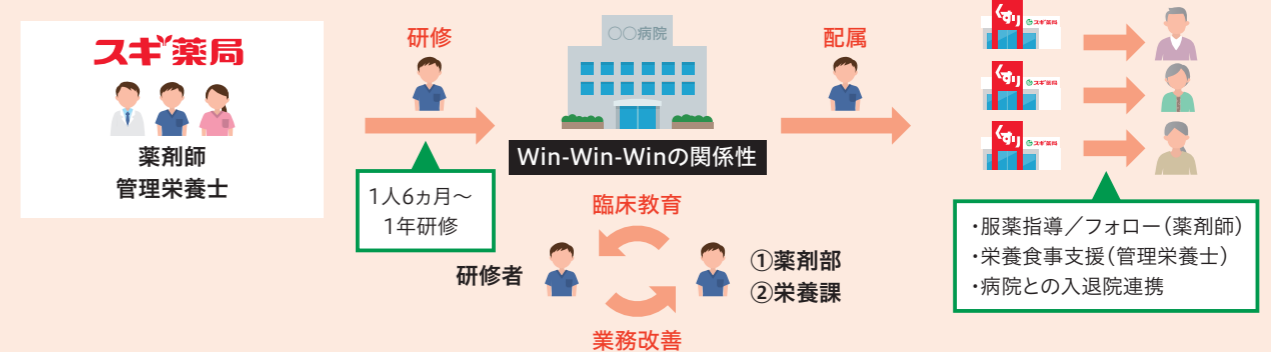
● オンライン資格確認による正確な本人情報確認の実施



● 薬剤師・管理栄養士の高度専門人材育成の取り組み

地域医療連携をさらに推進するために、「薬局薬剤師・管理栄養士の臨床経験の提供」「病院・薬局間の相互ノウハウ共有」「個人の多様なキャリア形成の支援」を軸とした、新たな連携モデルを構築しました。薬局の薬剤師・管理栄養士が、地域の病院へ6か月~1年間「教育出向」することで、薬局側の人財育成、病院側の業務改善、そして本人にとっては新たなキャリア形成の実現という、三者にとって「Win-Win-Win」の関係を確立しています。また、出向者は、研修修了後、薬局へ戻り、病院で培った高度な「服薬指導」や「栄養食事支援」、「入退院連携」のノウハウを地域医療へ還元することで、患者様のQOL向上に貢献するとともに、シームレスな医療連携を推進します。

専門性を深化させ、地域医療連携モデルを推進



藤田医科大学との産学連携

がん領域における「薬剤師外来」での副作用マネジメントや、周期術の薬学的管理を通じた医療事故防止など、大学病院における高度医療の現場で実践を重ねています。また、大学院での臨床研究を通じたエビデンス構築も推進。これらの取り組みにより、高度な専門性と多職種連携スキルを持つ人材を育成し、地域医療の質向上を牽引してまいります。

重要課題 [マテリアリティ] | 健康的なコミュニティ

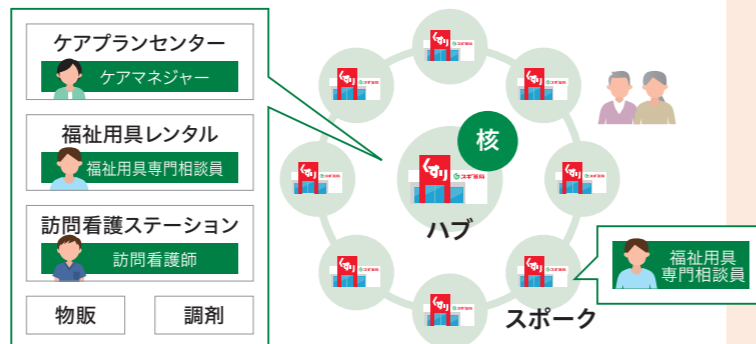
生活の利便性向上と地域への支援

介護事業——人生の収穫期を支える包括ケアネットワーク戦略
一人ひとりに向き合う、介護の伴走者として

スギ薬局グループは、高齢期を「人生の収穫期」と捉えています。お客様がその人らしく豊かな日々を過ごせるよう、一人ひとりに向き合い、生活全体に寄り添う伴走者であり続けること。それが介護事業の基本理念です。

この理念のもと、ケアマネジメント・訪問看護・福祉用具・調剤といった専門機能を集約したハブ拠点を核に、周辺のスギ薬局店舗がスポークとして連携する地域包括ネットワークを構築しています。この体制を通じて、地域に暮らすお客様の生活を多角的にサポートし、「スギの介護」ブランドの確立と事業基盤の拡大を実現してまいります。

ハブ&スポーク構想による「スギの介護」ブランド確立



あらゆる角度で地域住民の健康を支える体制を整備

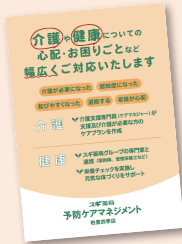


訪問リハビリテーションの実施

訪問看護ステーション

スギ薬局店舗内に予防特化型ケアプラザセンター開設

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、鷺宮店に続いて上地一丁目店を2026年1月に開設。2025年度は1,990名にご利用いただきました。今後も要介護状態の悪化防止および改善、自立支援に寄与するケアプラン作成に力を入れます。



スギ薬局 柏豊四季店

スギ薬局店舗内にて福祉用具レンタルサービスを実施

専門相談員が適切な用具選定を行い、利用者の自立と介護者の負担軽減を支援しています。スギ岡崎ST※(上地一丁目店)・スギ豊川ST(蔵子店)・スギ大府ST(長草店)・スギ名古屋東ST(極楽店)の4拠点で展開し、2025年度は延べ5,728名が利用。「移動用電動カート」の展示・試乗も開始し、地域での移動手段をサポートすることで利用者のQOL向上に貢献しています。

※ST:ステーション



地域包括ケアシステムを牽引

「鷺宮地域包括支援センター」では、主任介護支援専門員、保健師、社会福祉士が連携し、「総合相談」「権利擁護」「包括的・継続的ケアマネジメント」「介護予防ケアマネジメント」の4本柱で高齢者を支援しています。区の福祉センター内に位置し、区職員や障害福祉担当者と迅速に連携。今後も行政と協力し、地域全体で支え合う包括的なケアシステムの深化を目指します。



● 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

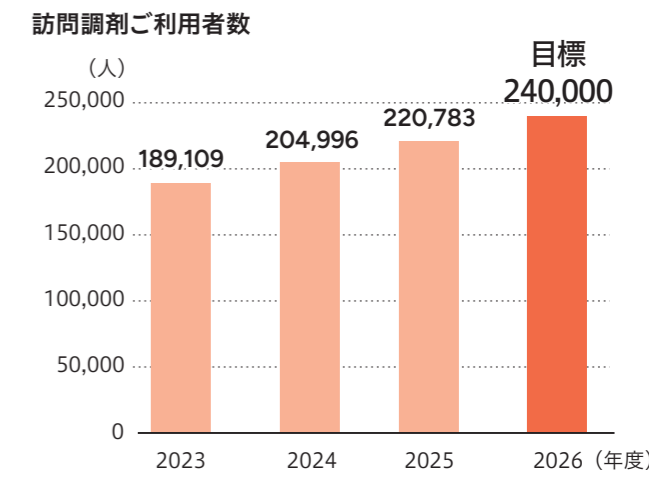
地域包括ケアシステムの概念である「住み慣れた地域で自分らしい暮らしを続けていただく」ために、在宅療養中の患者様向けに「訪問調剤」「訪問看護」「生活支援(物品販売や食事支援)サービス」を提供しています。

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2026年度末に年間延べ240,000人に対するの実施を目標とし、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(2026年2月末時点)

訪問調剤	対応店舗数	658店舗
	ご利用者数(月平均)	18,399人
	ご利用者数(年間延べ)	220,783人
訪問看護	拠点数	17拠点
	ご利用者数(月平均)	1,643人
	ご利用者数(年間延べ)	19,718人

訪問調剤ご利用者数目標
2026年度末までに年間延べ240,000人



※スギ薬局(阪神調剤薬局を除く)のみ。

● 安心で高品質な在宅医療サービスを強化

2024年3月に在宅調剤センター1拠点で国際認証規格 ISO9001を取得

ISO9001は国際標準化機構が定める、製品およびサービスの品質を向上させていくことを目的とした品質マネジメントシステムの規格であり、取得店舗ではより高い安全性と正確性の担保が期待できます。今後も、患者様へ安心で安全な医療サービスを提供するため、品質マネジメントシステムによる品質改善活動をおとして、患者様満足度の向上に努め、「かかりつけ薬局」として地域社会に貢献してまいります。

● 訪問調剤強化店舗

訪問調剤機能を強化し、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階に訪問調剤業務を強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ほか、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。



スギ薬局 今池南店

● 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求められ、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: 希少疾患など専門性の高い処方せん医薬品。

重要課題 [マテリアリティ] | 健康的なコミュニティ

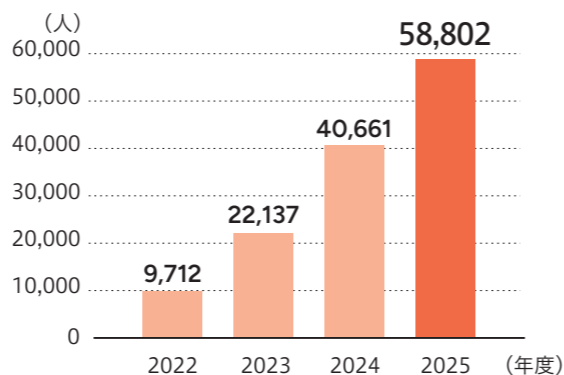
● 商品やサービスへのアクセス向上に向けた取り組み

■ 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介護施設を中心に買い物支援を実施。2025年度には行政指定の買い物困難地域3カ所をカバーし、生活インフラの一翼を担っています。現在は計6台の移動販売車が活躍しており、延べ13万人のお客様にご利用いただいています。



移動販売者事業全体利用者数



■ 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」

自宅や介護施設で療養される患者様とご家族に薬剤だけでなく、衛生材料から食品に至るまで、生活必需品をお届けするための供給体制を整備し、延べ約8.8万人のお客様のQOL向上に寄与しています。今後はデジタル化を推進し、さらなる利便性の向上とデータ活用により、住み慣れた地域で安心して暮らせる生活インフラとしての機能を強化してまいります。

● 移動調剤体験車

「青少年の健全育成」「将来の薬剤師育成」および、保護者の皆様への「薬剤師業務への理解促進」の3つを目的に調剤業務を体験できる特殊車両を活用した啓発活動を実施。本取り組みの特色は、「調剤工程の可視化」にあります。処方せんを受け取ってからお薬をお渡しするまでの工程を明らかにすることで、お子様の職業観を養います。

「薬剤師という仕事に興味を持った」という参加者の声は、大きな成果です。今後も体験を通じて事業への理解と信頼を深め、地域社会との長期的な関係構築に努めてまいります。

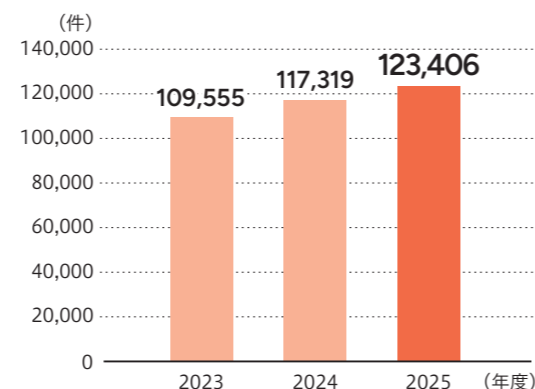


● “お客様の声”に合わせた経営の推進

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、お手紙などでいただいています。その声は、随時・即時、週次、月次に関係各部署と共有し、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、教育などに活用。24時間、問題解決できるAIチャットボットも導入し、よくある問合せに速やかにアクセスできる仕組みを整備するとともに、SNSも確認し、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。

さらに、2030年を見据えた顧客対応の集約化に着手。AI活用による効率化と人の温かみのある対応を組み合わせ、顧客体験のさらなる向上を目指すとともに、店舗・各社に届く声を経営課題の提案やサービス改善へと反映させます。また、現場業務の負担軽減により、従業員が付加価値の高い接客業務に注力できる環境を整備。人的資本の価値最大化とサービス品質向上を両輪で進めます。

ご意見や問合せ、お褒めの総件数



内訳	2023	2024	2025
内、苦情等 ご意見承り件数	3,372	3,136	2,971
内、お褒めの言葉	482	530	876

● 地域、団体などへの活動支援

■ 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。2025年度は高齢者施設24カ所へ寄贈し、これまでの寄贈先は合計358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。

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

地域のご高齢者やそのご家族に、最新の医療や病気予防について理解を深めていただくことを目的に、スギ薬局グループと連携し全国の出店エリアで健康増進セミナーを開催しています。病気の早期発見・早期治療に加え、介護予防や認知症予防を身近に感じていただく機会として、各地で実施しています。2025年度は、愛知・東京・埼玉・大阪・石川の延べ28会場で年4回開催し、計9,097名の方にご参加いただきました。健康意識の向上など、地域の健康増進に貢献する取り組みとなっています。



会場にて健康測定を実施

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年の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」に改めました。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。

● 健康相談会



全国のスギ薬局店舗で勤務する管理栄養士・ウェルネスアドバイザー※が地域のお客様に対して健康相談会を実施しています。健康的な生活を送れるように、体組成計を用いた健康測定や生活習慣の改善について一人ひとりにアドバイスをしています。

※社内認定資格

健康相談会開催数
4,417回

健康相談対応人数
45,354人

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、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

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

● 薬剤師の質的向上を支援する体制の整備により、患者様の治療効果向上を実現

患者様の治療効果の向上において、かかりつけ薬局薬剤師の質的向上は不可欠です。スギ薬局グループでは、薬剤師の質を高めるための支援機能を整備することで、患者様の治療効果向上を実現します。



①DI機能の整備 ※Drug Information=医薬品情報

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、わかりやすく情報を発信・蓄積。薬剤師の患者様対応に関わる相談・問合せ窓口として業務を支えるほか、様々な医療・健康・美容領域の発信情報について、薬学的視点、薬事関連法規の視点でチェック、アドバイスをとおしてガバナンスを強化しています。

②学術支援

薬剤師の成果は学会等で発表できるよう支援。発表された情報が社内でも共有される仕組みにより、薬局薬剤師による、より良い医療への貢献を目指しています。



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30回 日本災害医学会総会・学術集会記念大会
第14回 日本臨床腫瘍薬学会学術大会2025
第18回 日本緩和医療薬学会年会
第9回 日本老年薬学会学術大会
第18回 日本在宅薬学会学術大会
第6回 日本喘息学会総会学術大会
第2回 日本病態栄養学会「近畿地方会」
第47回 日本臨床栄養学会総会
第46回 日本臨床栄養協会総会(第23回大連合大会)
第19回 日本薬局学会学術総会
第19回 日本腎臓病薬物療法学会学術集会・総会
第35回 日本医療薬学会年会
第41回 日本栄養治療学会学術集会
第47回 日本病院薬剤師会近畿学術大会

2025年度は13学会29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おり、2025年度は7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。

③かかりつけ薬局アプリ

2026年2月末時点でかかりつけ薬局アプリのダウンロード数は累計147万件、当アプリの機能を通じて月間25万件にも及ぶ処方せんを送信していただき、患者様の利便性向上に寄与しています。



④アドヒアランス※の向上

処方せんの受け付け時に事前カウンセリングをし、対人業務に集中できる環境を整備。店舗での服薬指導に加え、在宅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ことで、いつでもどこでも患者様の悩みに対応しています。2025年度は累計約140万件の服薬フォローを実施し、患者様のアドヒアランス、治療効果の向上につなげています。

※アドヒアランス：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

⑤ポリファーマシー※回避

主に高齢者の社会問題になっているポリファーマシー回避に向け、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。外来患者様や退院後の在宅患者様に対し、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と、その結果として薬物治療の有効性・安全性を高める取り組みを進めています。

※ポリファーマシー：害のある多剤併用

⑥ヤクメド

薬剤師限定の会員制コミュニティサイト「ヤクメド」は、スギ薬局が企画・運営するプラットフォームとして、社内外の薬剤師がつながり、専門的な悩み相談や学び・学習コンテンツを共有することで、知見交流を促進しています。登録薬剤師会員数は約34,000人、うち病院薬剤師は4,700人(約14%)を占め、薬局に加え医療機関など多様な領域の知見が集積されています。これにより、現場の知見を「集合知」として蓄積・活用し、薬剤師全体の専門性向上と、患者様へのより安心・安全で質の高い支援につなげています。



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	2026年2月末時点
協定数 合計	197
包括協定	48
見守り協定	11
防災協定	130
環境等に関わる協定	8



碧南市包括連携協定の締結式

2025年度に実施した包括協定一覧

愛知県 稲沢市	大阪府 和泉市
大阪府 岸和田市	愛知県 碧南市

● 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、効率的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。

● 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。

2026年2月末時点で1,422店舗(全店舗の約76.6%)に設置しており、2026年度末までにはスギ薬局(阪神調剤薬局を除く)全店に設置する予定です。

AED設置店舗の実績と目標

2026年2月末時点	全店舗の約76.6%
2027年2月末	全店舗の約100%(目標)

※スギ薬局(阪神調剤薬局を除く)のみ。

重要課題 [マテリアリティ] | 健康的なコミュニティ

スーギー&スーニャはスギ薬局グループの社員と共に、ブランドを発信、体現していきます！

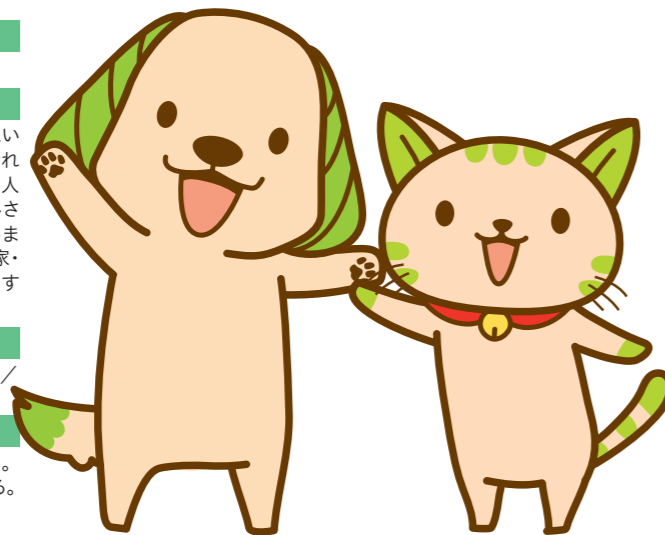
スーギー

誕生日・性別
3月8日 男の子

パーソナリティ
仲間の気持ちを第一に考える、思いやりあふれる性格。頼まれると断れず、つい相手に合わせてしまう“お人よし”な一面があります。その優しさゆえに、無理をして失敗してしまうこともたまにありますが、努力家・勉強家で、前向きに立て直そうとする愛嬌のあるキャラクターです。

趣味
読書/スポーツ観戦/散歩/料理/旅行(温泉、世界の名所・旧跡)

夢
スーニャといろんな世界を旅する。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。



スギ薬局グループ公式キャラクター

スーニャ

誕生日・性別
9月1日 女の子

パーソナリティ
いつも明るく元気で天真爛漫。新しいことや知らない世界への好奇心が強く、失敗を恐れずに挑戦し続けます。スーギーのことが大好きで、ついふざけすぎてしまうお茶目な性格。周りの人たちに笑顔にしたい気持ちから生まれる行動で、その場の空気を明るくするムードメーカー的な存在です。

趣味
買物/ダンス/スポーツ全般/新商品を試す

夢
楽しく毎日を生きる。周りの人たちに笑顔にする。スギ薬局グループを好きなお友だちをたくさん増やす。

スーギー&スーニャがサンリオキャラクターのクロミと初コラボ！

「50周年をみんなで祝い♪」

クロミがデザインされたスギ薬局オリジナル商品の発売や、株式会社サンリオが開催する人気投票イベント「2026年サンリオキャラクター大賞 パートナー部門」にもエントリーするなど、ファンの皆様とともに節目を盛り上げました。

- コラボキャンペーン実施期間：第一弾 4月6日(月)～5月10日(日)、第二弾 5月11日(月)～6月7日(日)
- 2026年サンリオキャラクター大賞 パートナー部門 投票期間：4月9日(木)～5月24日(日)



「スーギー&スーニャ」が伝えるスギの想い

スギ薬局グループの「ワクワク」「親しみ」「安心感」「誇り」を皆様に伝える役割を担い、スーギー&スーニャはCM、SNSなど多彩な分野で活躍しています。

パートナーチームとスーギー&スーニャのコラボグッズ



SNSでも大活躍

プロスポーツ 4チームとパートナーシップへ！

スギ薬局グループはプロスポーツ4チームのパートナーとして、2025年度に4回の「スギ薬局マッチデー」を開催。地域の皆様、従業員とその家族が一体となって観戦し、スポーツを通じて健康・挑戦を応援する地域のスポーツ文化を育てます。

Victorina Himeji

ヴィクトリーナ姫路

兵庫県姫路市が本拠地の日本初の女子プロバレーボールチーム。最高峰のSV.LEAGUEに所属し、地元密着で熱烈なファンを有しています。

NEC RED ROCKETS KAWASAKI

NECレッドロケッツ川崎

神奈川県川崎市を拠点とするSV.LEAGUE所属の女子プロバレーボールチーム。日本代表選手も多数在籍する国内トップレベルの強豪チームです。

SeaHorses MIKAWA

シーホース三河

愛知県刈谷市を本拠地とするB.LEAGUE所属のプロバスケットボールチーム。6度のリーグ優勝を誇る強豪です。

TOKYO GREAT BEARS

東京グレートベアーズ

東京都を拠点とする男子プロバレーボールチーム。バレーボールで「人・地域・世界をつなぐ」ことを目指し、SV.LEAGUEで活躍しています。

スポーツ観戦とともに楽しむ、地域の健康体験

マッチデー会場にて健康イベントを開催。PB商品の体験や、お子様向け薬剤師体験など、スポーツの場を活かした健康啓発を通じて地域との接点を広げています。

管理栄養士が選手の栄養面をサポート！

3つのプロスポーツチームへ管理栄養士を派遣し、アスリートの食事・栄養管理を支援しています。専門知識を活かし、コンディション維持やパフォーマンス向上を食事面から支えるとともに、管理栄養士自身の専門性向上にもつなげています。また、ジュニアアスリートへのスポーツ食育活動にも取り組み、次世代育成にも貢献しています。こうした取り組みを通じ、管理栄養士の専門性を活かした健康領域の事業拡大を目指しています。

※五十音順

重要課題 [マテリアリティ]

サステナブルな取引関係

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。



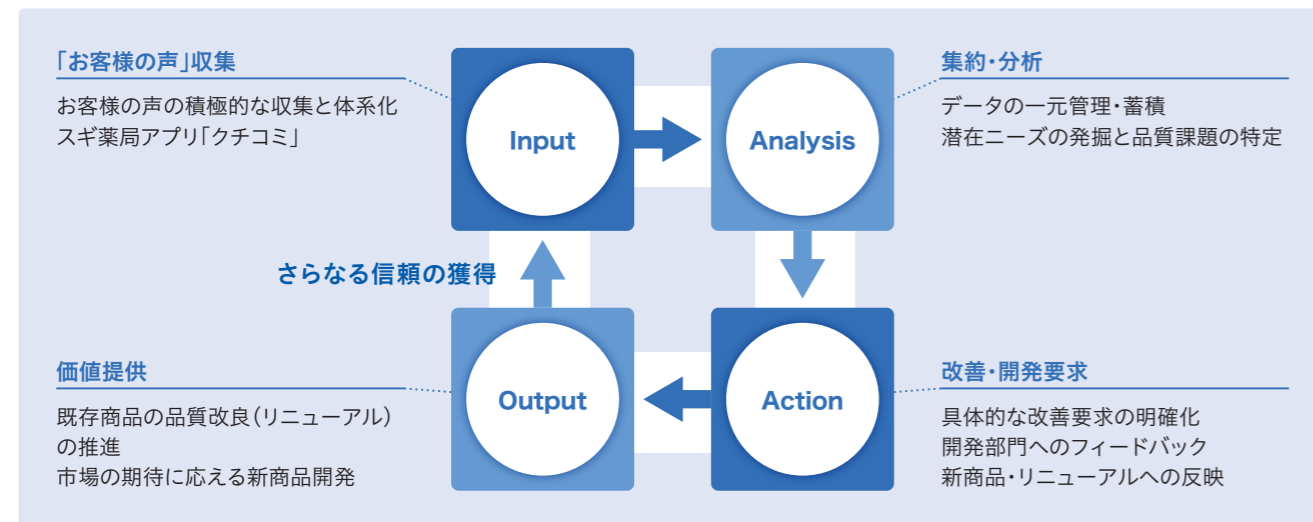
商品の安全・安心の確保

● お客様に「安全」と「信頼」をお届けする、独自の品質管理体制を構築

PB商品の安全性と品質を最重要課題とし、サプライチェーン全体の品質がバナンス強化のため、2025年9月に「PB品質管理課」を新設し、品質管理プロセスを高度化しています。同課を中心に、PB商品の開発に携わる当社グループ基準の自己点検を実施し、結果を定量的に評価しています。改善が必要な場合は改善計画の具体化の要請、専門スタッフによる現地監査を行うことで、確実な運用を徹底しています。お取引先様と当社グループが一体となり、商品の安全性と品質を継続的に保証してまいります。

● 市場の期待を製品に反映

当社グループはお客様からの信頼と満足度を品質管理の基盤と捉えています。お客様からのご意見を品質改善の最重要情報と位置づけ、「PB品質管理課」にて一元管理・分析を行っています。データから潜在的な課題を特定し、速やかに関係部門やお取引先へ改善を要請するとともに、その後の履行状況を徹底してフォローアップする運用を開始しました。この「お客様の声」起点のPDCAサイクルにより、商品開発の精度を高め、持続的なブランド価値を創造してまいります。



● 商品の安全・安心を確保するための製造工場監査

当社グループは、サプライチェーン全体のリスク低減と継続的な品質維持のため、客観的な指標に基づき優先度を決定し、製造委託先工場に対する監査を実施しています。監査の優先度は、工場評価ランクおよび「お客様からのご意見の重大性・発生頻度」を総合的に分析し、決定しています。監査は、リスクと目的に応じて以下の3つのカテゴリーに分類し、体系的に運用しています。

新規工場監査	製造体制の適合性を評価し、PB製品の製造委託の可否を判定する契約前審査
定期工場監査	評価ランクに応じた定期実施により、品質体制の維持・向上と委託継続可否を判定
緊急工場監査	重大問題発覚時に実施し、原因究明と是正措置の有効性を検証、委託継続可否を再判定



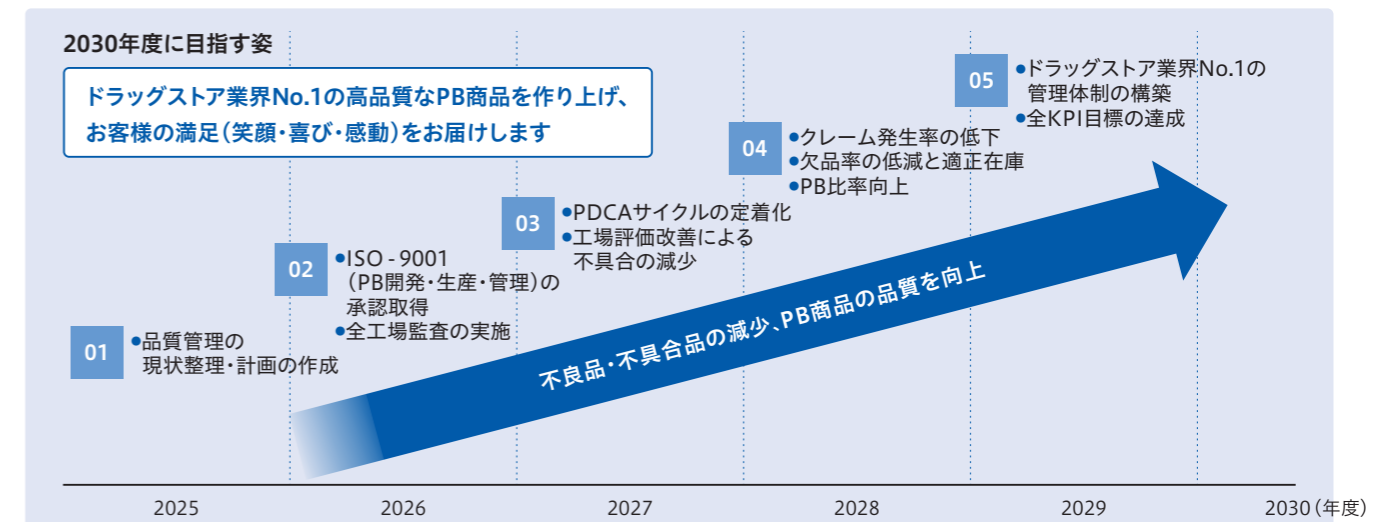
工場監査を実施している様子

● 「ISO 9001:2015」認証取得 — 国際規格に基づく品質マネジメントシステムの確立

当社グループは、「2030年度にドラッグストア業界No.1の高品質なPB商品を実現し、お客様に本質的な満足(笑顔・喜び・感動)をお届けする」というビジョンを掲げています。この目標達成に向けた確固たる基盤を確立するため、2026年4月、品質マネジメントシステムの国際標準規格である「ISO 9001:2015」認証を取得いたしました。

「ISO 9001:2015」の要求事項に基づき、PB商品の品質管理体制および商品開発・管理プロセスを整備するとともに、原料調達から製造工程に至るサプライチェーン全体の業務について継続的に見直し、適正に管理する体制を構築・維持しております。

私たちは、この品質マネジメントシステムを活用し、「安全・安心」を最優先とした高品質な商品を常に安定してお客様のお手元に提供し続けることで、長期的なブランド信頼の醸成と企業価値の向上に貢献してまいります。

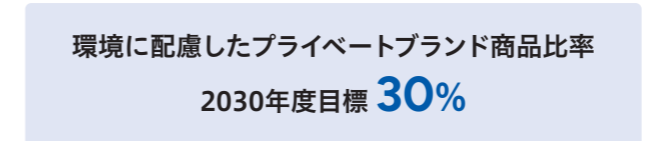


● 環境に配慮したプライベートブランド商品の開発

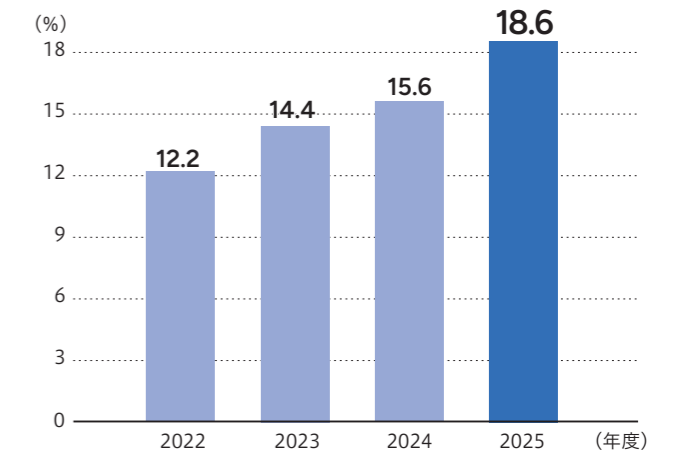
2021年度より、環境に配慮したプライベートブランドの開発を進めています。商品を形成する素材は、FSC認証紙やバイオマスプラスチック、植物油インキ等、環境保全に役立つものを採用し、目標として、プライベートブランド商品全体に占める環境配慮商品の比率を2030年度までに30%まで引き上げます。



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*



* 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。
※ スギ薬局(阪神調剤薬局を除く)のみ。

重要課題 [マテリアリティ] | サステナブルな取引関係

責任あるサプライチェーンマネジメント体制の構築

● 人権課題への取り組み

※以下人権方針の一部抜粋。

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。当社グループは、「まごころを込めて親切に対応し、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。

①国際規範の支持と人権の尊重

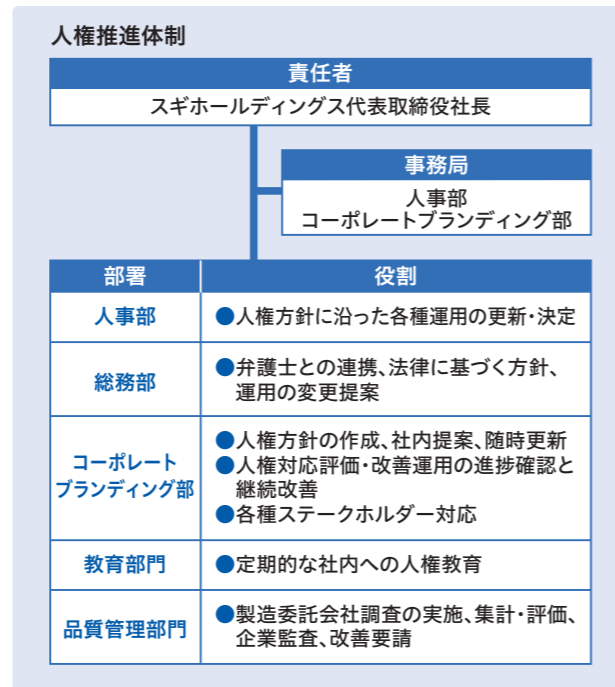
スギ薬局グループは、事業活動を行う国や地域の法令を遵守します。国際的に認められた人権と事業活動を行う国や地域の法令に矛盾がある場合は、国際的に認められた人権の原則を最大限尊重するための方法を追求します。

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。



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

当社グループは、サプライチェーン全体の人権尊重と持続可能な社会への貢献を目的に、2024年度より人権デュー・ディリジェンスを実施しています。2025年度は、国内のPB取引先に加え、海外PB取引先にまで対象を拡大し、計265社でサステナビリティ調査(回答率82.7%)を実施しました。調査では、強制労働、人身売買、児童労働、結社の自由、差別などの国際的に重要な人権課題に加え、GHG排出量や廃棄物等の管理、外国人技能実習生の受入れ体制、従業員の安全衛生、情報セキュリティ、倫理・コンプライアンスなど、ESGに関する幅広いリスク項目を確認しています。調査結果を踏まえ、潜在的リスクが高いと判断された企業には個別調査を実施しましたが、重大な人権リスクは確認されませんでした。また、PB商品に関わる製造現場では、海外工場を含む現地監査を継続し、外国人労働者の適正な雇用管理や衛生環境に加え、強制労働や児童労働などの重大な不適合がないことを重点的に確認しています。

強靱なサプライチェーン構築のために

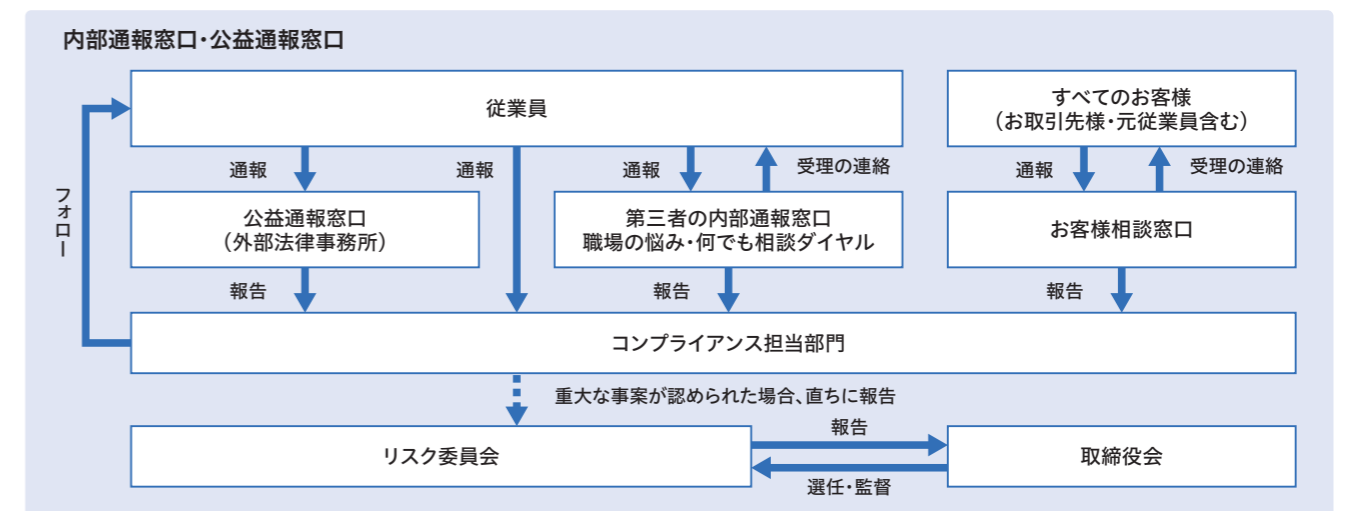


④ステークホルダーとのエンゲージメント

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を設置し、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。



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

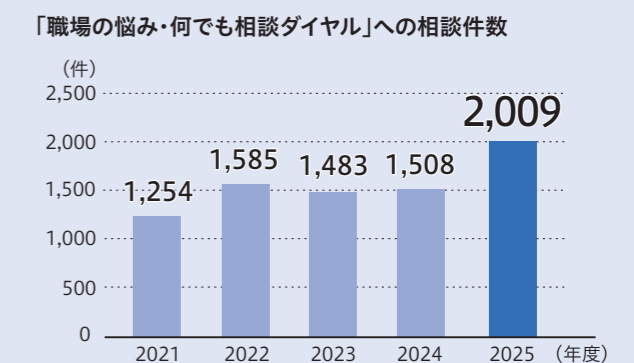
スギ薬局グループは、人権課題への取り組みを継続的にモニタリングし、必要に応じて是正していきます。また、人権課題への取り組みについて社内外へ定期的に情報開示を実施します。

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。

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。



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 | ⑧ 結社の自由の尊重 | ⑭ ジェンダーに関する差別の禁止 |
| ② 適切な労働時間の管理 | ⑨ 外国人労働者の差別の禁止 | ⑮ 表現の自由の尊重 |
| ③ 安全で衛生的かつ健康的な労働環境の提供 | 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 | ⑯ 先住民族、地域住民の権利の尊重 |
| ④ 社会保障を受ける権利の尊重 | ⑪ プライバシーおよび個人情報の保護 | ⑰ 環境および気候変動への配慮 |
| ⑤ 非人道的な扱いの禁止 | ⑫ 商品・サービスの品質・安全性の確保 | ⑱ 知的財産権の尊重 |
| ⑥ 強制労働および人身取引の禁止 | ⑬ および消費者の安全と知る権利 | ⑲ 賄賂・腐敗の禁止 |
| ⑦ 児童労働の禁止 | ⑬ 差別の禁止 | ⑳ サプライチェーン上の人権の尊重 |

● お取引先様行動指針の制定

スギ薬局グループでは、お取引先様に遵守していただきたい事項を定めた行動指針を制定しました。これに基づき、スギ薬局グループと環境と社会の様々な課題に真摯に向き合い、企業活動をととして健康で元気な人々を増やし、活力ある社会を実現し、「地域社会」の持続可能な発展への貢献を共に目指してまいります。

(スギ薬局グループお取引先様行動指針 内容抜粋)

- | | |
|---|---|
| <p>① 法令遵守と公平・公正な取引</p> <p>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</p> <p>① 各国、地域の法令や関連ツールの遵守</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>④ 個人情報の漏えい・不正取得・利用・開示を防ぐ組織体制を確立</p> <p>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</p> | <p>③ 人権の尊重と適切な労働環境の提供</p> <p>企業活動に関わるすべての人々の人権を尊重するとともに、差別を禁止し、社員の多様性・人格・個性を尊重した、安全で働きやすい職場環境を提供する</p> |
| <p>② 安全・安心な商品の調達</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>③ 商品・サービスの情報をお客様に適切適切に提供・開示</p> <p>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</p> | <p>④ 環境保護対策の徹底</p> <p>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</p> <p>① 温室効果ガス削減に取り組み、地球温暖化対策を推進</p> <p>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</p> <p>③ 汚染や健康被害の防止に努める</p> <p>④ 生物多様性の保全のため、各国・地域の法令を遵守</p> <p>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</p> |
| | <p>⑤ 地域社会への貢献</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>② 反社会勢力や危険な組織・団体と一切関わらない</p> |

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、遵守をしていただくよう、依頼しています。また、お取引先様また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います。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くこととしています。

スギ薬局グループではお取引先様また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あります。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することとしています。

● 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343社、538名のお取引先様に対して、方針説明会を実施

商品による豊かな暮らしへの貢献

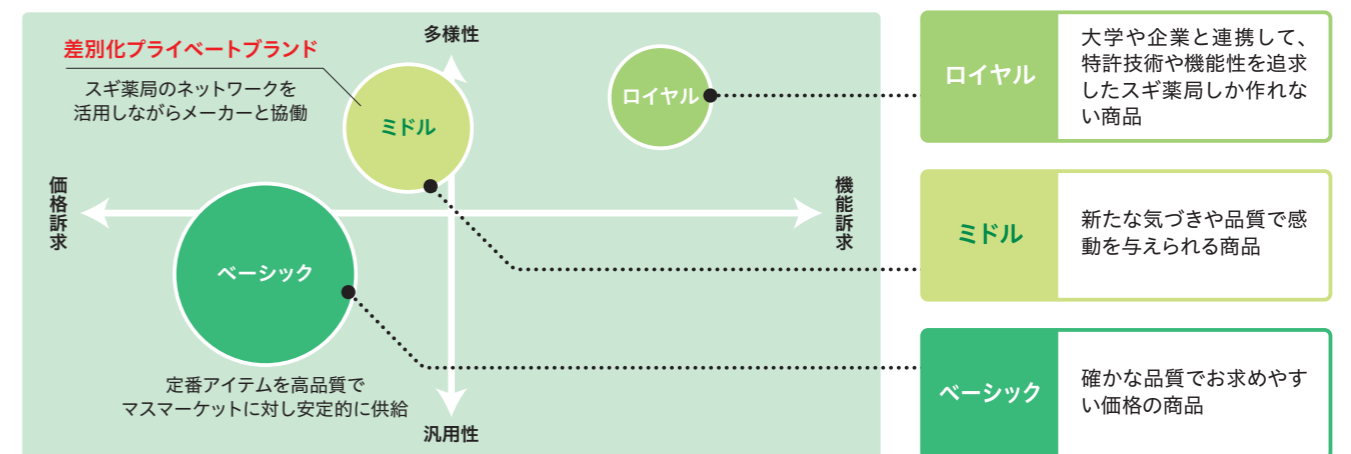
● 高付加価値商品の開発強化

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



● アプリによる「クチコミ」機能について



お客様とのエンゲージメント深化およびLTV(顧客生涯価値)向上を目的に、スギ薬局アプリへ「クチコミ機能」を実装いたしました。使用感に個人差があるヘルス&ビューティケア領域において、購入者のリアルな声を共有する場を提供することで、「失敗したくない」という購買心理に寄り添い、アプリを単なる販促ツールから「情報を探すメディア」へと進化させています。

機能実装から約1年で、PB商品へのレビュー数は約15万件(2026年2月末時点)に到達しました。利用者の多くは主要顧客層であるミドル～シニア層が占めており、デジタル上での活発な情報発信は、コア層におけるデジタル活用の浸透を裏付けています。

この膨大な「お客様の声」は、アプリ閲覧をトリガーとした店舗送客(OMO)の加速に貢献しています。加えて、蓄積されたデータは開発部門へ定期的にフィードバックされ、商品の改良や新商品開発に直結する仕組みとなっています。

今後は、これらのテキストデータをAIで解析し、潜在ニーズの発掘やOne To Oneマーケティングの精度向上につなげ、さらなる顧客体験価値の向上を目指します。

● 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」など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。

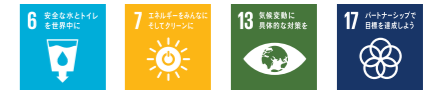


スギ薬局アプリを通じたご意見収集

重要課題 [マテリアリティ]

地球環境への貢献

持続可能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

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



2025年度発表会のパネルディスカッション

環境に配慮した商品を購入し、生活者自らが脱炭素行動を行うために、メーカーや流通などの企業と、2府2県1政令市(大阪府、兵庫県、奈良県、京都府、横浜市)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、2025年度も参画しました。エコラベルやカーボンフットプリントについて学べる学習キット&自由研究コンテスト「エコラベルハンター2025」を実施し、その取り組みと連動する形で、スギ薬局アプリを用いたクイズキャンペーンを実施しました。



2025年度は「スギ薬局アプリ」利用者全員に「第2回 エコラベルマスター」を実施。昨年度に比べ、約2倍にあたる参加者となり、エコラベルの理解促進に寄与しました。

参加者の中からエコラベルについて、意見を直接CCNC参画企業にフィードバックできるよう、環境に関する意識・行動についてインタビューやアンケートに協力いただける「減CO2モニター」を募集しました。

次年度は、モニター会員へのオンラインおよびオフラインでのアプローチを通じて、消費者の生の声の収集に加え、POSデータ等を活用した購買行動分析を実施します。これらの分析を通じて、教育・啓発施策が購買行動に与える影響を定量的に把握した上で、金銭的インセンティブに依存しない自律的な脱炭素市場の形成に向けたアプローチを整理し、推進してまいります。



脱炭素への意識を高めるアプリコンテンツ



● 再生可能エネルギーへのシフト

2030年度における1店舗あたりのCO2排出量を、2014年度比で50%削減させることを目標として、太陽光発電による再生可能エネルギーの活用を推進しています。オンサイトPPAの活用に加え、2024年4月からはオフサイトPPAの活用も積極的に取り入れています。本取り組みにより、2050年には1店舗あたりのCO2排出量実質ゼロを目指し、持続可能な脱炭素社会の実現に向け、具体的かつ実効的な取り組みをさらに拡大してまいります。



店舗の屋上に設置した太陽光パネル

再生可能エネルギー導入店舗数
369店舗
(2026年2月末時点)
※自社発電およびPPA(オンサイト/オフサイト)

指標と目標

1店舗あたりCO2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



スギ薬局 富士見店の屋上に設置した太陽光パネル

● BELS最高ランク6つ星・Nearly ZEB認定を初取得

エネルギー消費性能
★★★★★★
削減率 81% | BEL値 0.19

再エネ設備
設備あり | 種類 太陽光発電設備 | 容量 82.62

2025年11月20日交付
第三者評価
(日本E R I株式会社)

2025年12月にオープンした「スギ薬局三河安城南店」は、当社グループ初のZEB認定店舗として、BELS最高ランク6つ星およびNearly ZEB認定を取得しました。高効率LED照明・空調設備と太陽光発電の活用により、基準建物比で一次エネルギー消費量を81%削減し、環境負荷の低減と快適な店舗空間の両立を実現しています。



スギ薬局 三河安城南店

※ZEB(Net Zero Energy Building):省エネ設備と再生可能エネルギーにより、年間の一次エネルギー消費量の収支ゼロを目指す建物。
※BELS(Building-Housing Energy-efficiency Labeling System):建築物の省エネルギー性能を第三者機関が評価・表示する制度。

・メンバー

・脱炭素支援パートナー

・主催

日本総研

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 取り組み内容

	取り組み内容
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上、書面化を推進し、法令遵守を図っています。

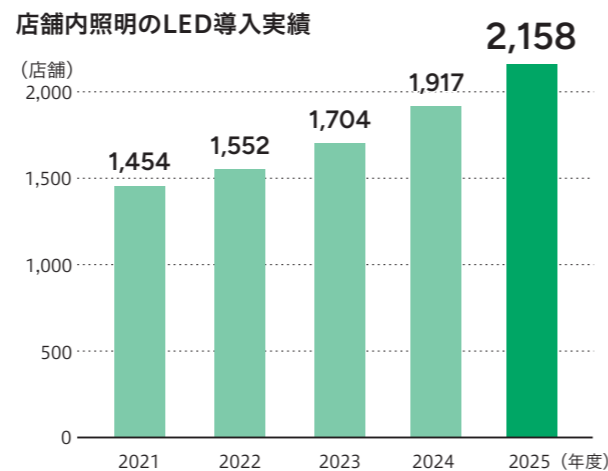
● 化石燃料の消費削減

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)を導入しています。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。

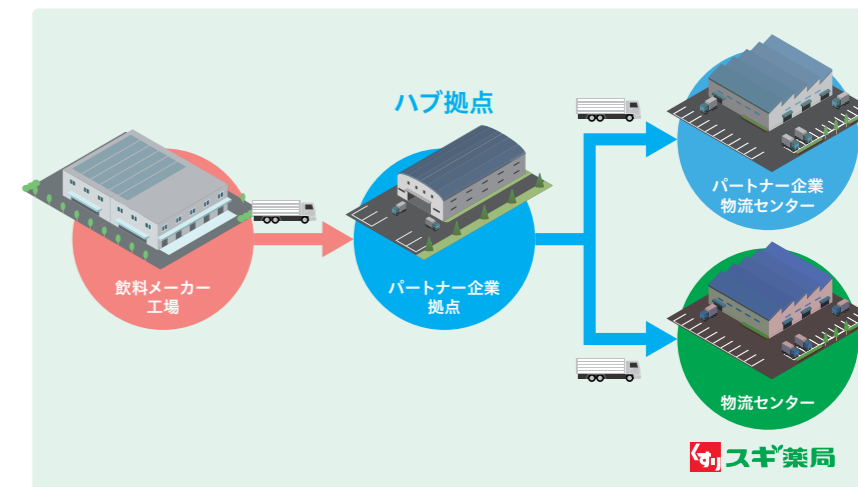
2026年2月末時点 : LED導入率 **94.4%**
 目標 : LED導入率 **100%**



● 共同倉庫・共同配送の実装

物流業界の「2024年問題」や気候変動への対応は、社会インフラを担う小売業としての重大な責務です。当社グループは、飲料メーカーをはじめとするパートナー企業と連携し、一部の飲料配送において従来の商慣行にとらわれない「共同倉庫・共同配送」のスキームを構築しました。

本取り組みにより、輸送ルートの一元化と積載効率の向上を実現しています。具体的には、パートナー企業の拠点を「共同倉庫」として活用し、製品在庫を集約した上で当社グループ物流拠点へ大型車両による一括輸送(共同配送)を行うことで、積載効率の最大化を図っています。これにより、配送車両台数の削減による物流コストの抑制と、CO₂排出量の大幅な低減を実現しています。同時に、納品回数の減少はドライバーの荷役負担や待機時間を軽減し、持続可能で強靱な物流体制の構築を目指します。

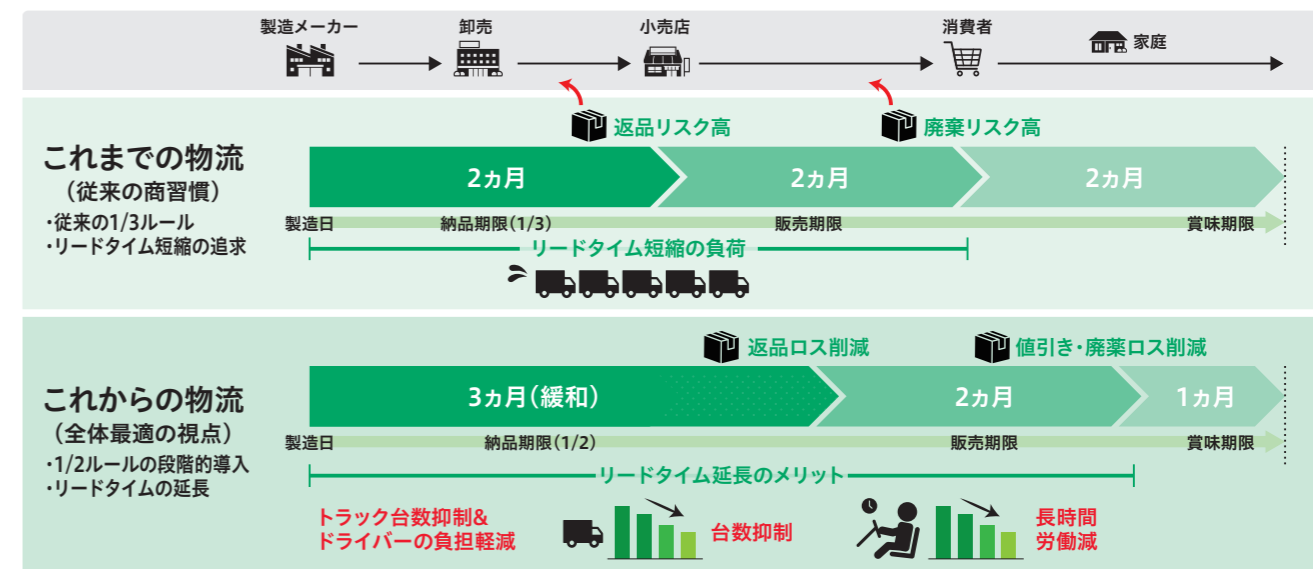


● リードタイム延長および納品期限の緩和(1/2ルール)

安定供給を将来にわたって維持するためには、物流現場に負荷をかける従来の商慣習を見直し、メーカー・ベンダー・小売が無理なく連携できる体制への転換が必要です。当社グループは、サプライチェーン全体最適の視点から、「リードタイムの延長」および「納品期限の緩和(1/2ルール)」を推進しています。

発注から納品までのリードタイムを「翌日」から「翌々日以降」へ緩和し、配送ダイヤに柔軟性を持たせました。これにより、店舗への到着リードタイムを従来の2日から3日へと変更しています。この取り組みは、トラックドライバーの長時間労働抑制、およびトラック台数の抑制に大きく寄与しています。

さらに、食品ロス削減に向けた取り組みとして、一部の飲料メーカー様を対象に、納品期限を賞味期限の1/3から1/2へと延長する「1/2ルール」を採用しました。受け入れ可能な期間を拡大することで、サプライチェーン全体での廃棄リスク低減に貢献しています。今後も、パートナー企業と手を取り合いながら、時代に即した物流を定着させ、誰もが無理なく働き続けられる持続可能な社会の実現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

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。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は、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である、リスク委員会と連携しています。

取締役会は、サステナビリティ委員会が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°C、4°C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°C)
 IPCC第5次評価報告書参照 など

評価結果

1.5°C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°C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・激甚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°C、4°C)

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がることもできます。

リスク・機会の評価

分類		評価		
		+1.5°Cの世界における評価	+4°C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: 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	リスク: 炭素価格の影響は限定的
		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捉えたPB開発による売上増加	機会: サステナブルな消費ニーズを捉えた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
	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°C) P465 Table B.2を参照し、2030年時点の炭素税額を140ドル/t-CO₂設定で算出。
 ※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CO₂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CO₂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
- お取引先様との情報共有による廃棄抑制
- レジ袋有料化

重要課題 [マテリアリティ] | 地球環境への貢献

■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	基準年	2014年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
店舗数(店)		947	1,190	1,283	1,391	1,483	1,565	1,718	2,185	2,321
排出量(t-CO ₂)		112,773	120,826	117,611	126,160	135,149	138,416	152,791	168,288	算定中
1店舗平均(t-CO ₂)		119.1	101.5	91.7	90.7	91.1	88.4	88.9	92.7(注1)	算定中

注1)2024年度より、スコープ1にフロンの漏洩量を含む。1店舗平均はスギ薬局の店舗数(1,815店)のみで算出
 ※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。 ※一部子会社を除く。

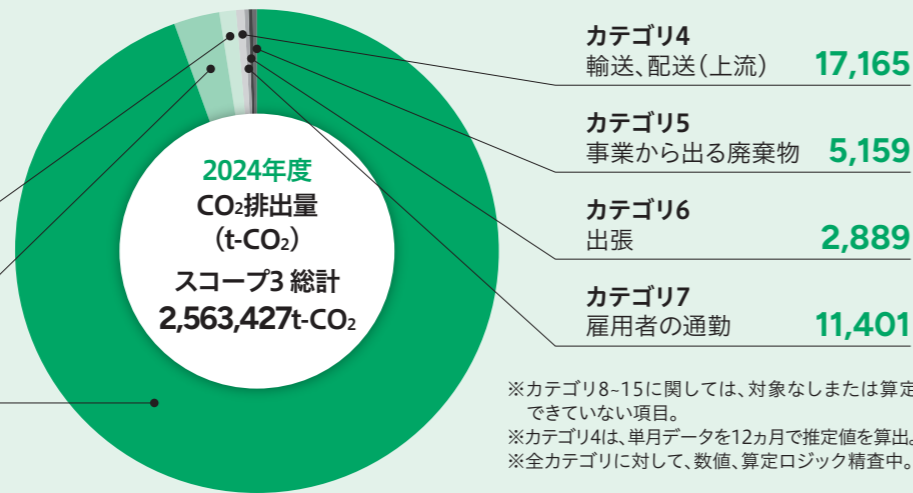
CO₂排出量 スコープ3

2024年度 スコープ3内訳

カテゴリ3
Scope1,2に含まれない
燃料および
エネルギー関連活動
26,841

カテゴリ2
資本財
80,092

カテゴリ1
購入した製品・サービス
2,419,880



※カテゴリ8-15に関しては、対象なしまたは算定できていない項目。
 ※カテゴリ4は、単月データを12カ月で推定値を算出。
 ※全カテゴリに対して、数値、算定ロジック精査中。

指標と目標

1店舗あたりCO₂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

循環型社会の実現

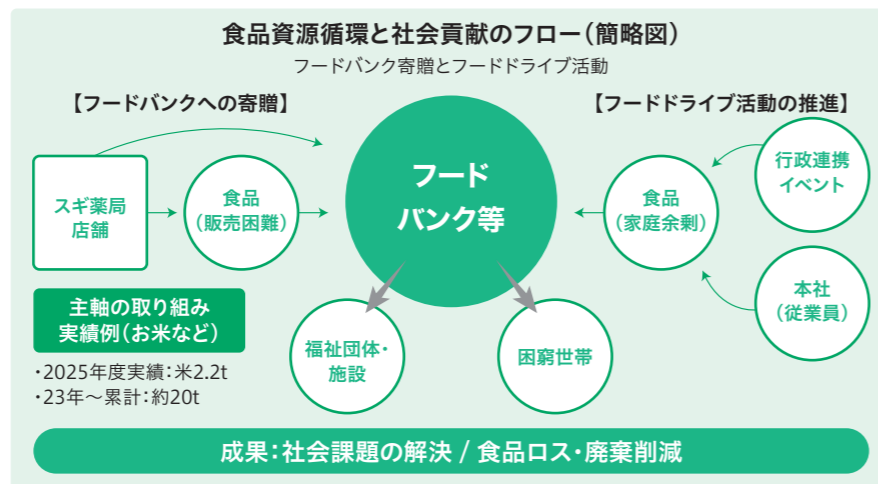
● 食品に対する資源循環の取り組み強化(フードロス削減)

■フードバンクへの寄贈と フードドライブ※の実施

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し、廃棄削減と社会支援を両立しています。今後は店舗でのフードドライブ実施も目指し、地域の皆様と協力して課題対応してまいります。

※フードドライブ:家庭の余剰食品を集め、地域の福祉団体等へ寄付する活動。

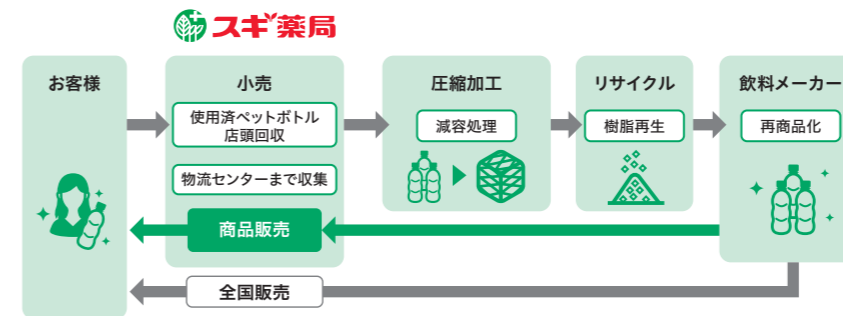
■期間間近食品の売り切り強化



● プラスチックに対する取り組み

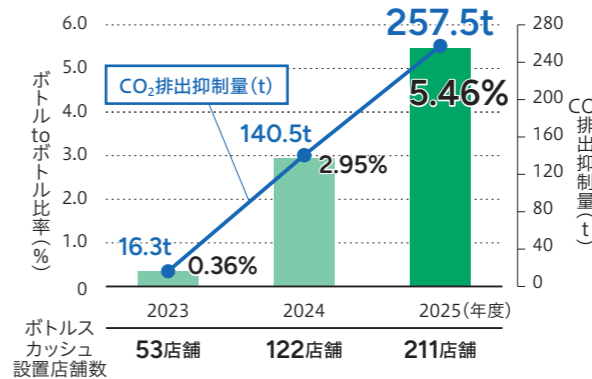
■ペットボトルの「ボトルtoボトル」水平リサイクル

回収・再原料化・商品化までの流れ



残渣の無いペットボトルのみ自動で精査する機能付き。(一部店舗のみ導入)

ボトルtoボトル比率の推移



スギ薬局グループは、サプライチェーン企業と協働し、使用済みペットボトルを新たなペットボトルへ再生する「ボトルtoボトル」水平リサイクルに取り組んでいます。店舗にペットボトル回収機「ボトルスカッシュ」を設置し、ラベルとキャップを外して洗浄した良質なペットボトルを回収しています。

投入本数に応じてポイントを付与することで、お客様へは普段のお買い物のついでに、楽しくお得に参画いただける資源循環の仕組みを構築しています。

中部本社では全店のペットボトル回収量を見る化し、本部従業員も資源循環に参加しています。今後は設置拡大を進め、ボトルtoボトル比率の向上を図ってまいります。

※ボトルtoボトル比率:ペットボトル回収量/ペットボトル販売総量(500mlペットボトル換算)。
 ※CO₂排出抑制量:ペレット製造量(ペットボトル回収量×歩留率)×0.9。
 ※500mlペットボトルの平均重量22gとして算出しているため、精緻な数値ではございません。
 ※当社独自、取引先独自の計算方法で算出しています。

■給水ステーション設置による ペットボトルプラスチックと 海洋プラスチックごみ削減の 取り組み



■レジ袋有料化への取り組み

2025年度のレジ袋使用数量は116百万枚、使用重量は920トンでした。

レジ袋有料化前の2019年度(レジ袋使用数量262百万枚、使用重量2,000トン)と比較すると、約54%削減をしています。

■「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主催、テラサイクルジャパン合同会社との共同による日本初の使用済み「おくすりシート」(PTPシート)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ました。「おくすりシート」は、年間約1万数千トンが生産(国内)され、今後も増加が見込まれていますが、医薬品包装資材の削減は難しく、リサイクルの仕組みも整備されていません。今回、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の認知を高め、リサイクルの仕組みづくりに貢献してまいります。



● 衣料品、繊維用品に対する資源循環の取り組み

■店舗従業員の使用済みユニフォームを店舗什器に再生

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 人財・管理・リスク担当 兼 CHRO
森 茂樹



スギ薬局グループは「社員が最も大切な財産」という考えに基づき、経営戦略と融合した人財戦略を推進しています。「社員一人ひとりの働きがいの向上」と「個々の力を引き出すことによる目標達成」を重要視点とし、長期的に必要な企業を目指しています。人事制度改革と働

き方改革をはじめとした、社員の働きがいと成長を伸ばし、安心につながる人財戦略を推進した結果、2018年から離職率は半減し、エンゲージメントも年々向上するなど着実に成果が出ています。この成果を礎に、新たな中期経営計画の人財戦略を開始します。

2026年度 グループ人財戦略



※1:ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン。

ジョブ・スキルベース人事制度への転換により、地域を支える専門家集団へ

当社グループのさらなる飛躍の原動力となるのは、社員一人ひとり「人財」です。社員がそれぞれのポジションでスキルを磨き、専門家として地域社会に貢献できる人財となることを目指し、「考え抜く力」や「チームで働く力」などの

全社員に必要なスキルと各ポジションに求められる専門スキルを高めることでキャリアアップできる「スギ薬局版ジョブ・スキル型人事制度」への転換を図ります。この制度を基盤として、教育プログラムやキャリアパスをスキル軸で一貫させ、その習熟度と成果をダイレクトに評価・報酬へ反映させることで、社員の自律的な成長を促し、組織全体の活力

社員は企業価値を向上させる最も重要な「財産」であると捉え、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作り、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。



へとつなげてまいります。

また、2026年4月からは、パートナー社員を対象とした新人事制度をスタートしました。正社員同様にスキルアップによる昇格に加え、新たに「様々な店舗で経験を積み、自らの力を試したい」という意欲に応える正社員相当の等級制度を導入しました。一定の範囲内で異動を伴いながら成果を出した方には、正社員と同等の高い水準で応える報酬や賞与の体系を整えています。同時に、ライフステージの変化に寄り添えるよう、正社員との区分変更や登用の機会もこれまで以上に広げ、その挑戦を支える教育制度の充実なども進めます。多様な働き方を大切に育み、すべての社員が「スギで働いてよかった」と成長を実感できる企業風土を醸成してまいります。

一人ひとりのスキルアップと自律的なキャリア形成を支える人財育成

人財育成においては、一人ひとりがスキルを伸ばしキャリアアップを図れるよう、「知識や技術を習得する研修」と「経験を積むジョブローテーション」を両輪として推進しています。現場教育では、創業からの理念である「親切」を礎として、「医薬品のプロ」として地域に貢献する薬剤師や登録販売者の育成をさらに深化させ、専門家としての質を向上させます。また、次世代リーダーには、他社の社員と切磋琢磨できる外部派遣に加え、今年度より財務や人事などの専門スキルを磨く「企業内大学」を導入する予定です。併せて、全社員へのDXリテラシー教育を通じて、業務効率化とサービス品質の向上を目指します。

これらの教育体系に加え、自身のスキルを活かして他部門へ自らを売り込む管理職を対象とした「FA制度」と、公開された希望ポストへ自ら手を挙げ挑戦する「社内公募制度」を連動させることで、会社主導の異動のみに頼らず、自らの意志で歩む道を切り拓ける自律型人財を育成してまいります。

内部登用を軸とした、即戦力人財の採用戦略

人財確保では、「理念への共感」と「高い専門性」を備えた人財の採用を強化しています。新卒採用では、自社学生パートナーの採用比率30%を目標に、パートナー人事制度と連動し、登録販売者資格の取得者や一定以上の等級者

に初任給増額を実施します。さらに、独自のインターンシッププログラム「スギカレッジ」を新設します。本プログラムは、学生が現場視点で事業案を策定し、経営陣へ直接提言を行う実践的な内容です。経営の醍醐味を体感する機会を提供し、自律的な優秀層の早期確保を図ります。また、キャリア採用ではDXや経営企画、財務、法務などの高度専門人財を重点的に確保し、組織の専門性を高めてまいります。

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」への相談件数は着実に増え続けており、心理的安全性を高める一助になっています。2026年度も寄せられた声には、関連部署が一体となって解決に向けて誠実に対応します。また、2021年度より「全役員による全店巡回」を継続しており、今年度は4,000件以上の声が集まりました。社員の声は取締役会で具体策を検討し、実施の可否を含め必ず現場へ回答する姿勢を徹底しています。現場の声を着実に経営へ届けることで、風通しの良い企業風土の醸成に取り組んでいます。

健康で安全な経営の推進

これまで、健康管理システム「Carely」の活用や、安全衛生委員会と産業医の連携を通じ、徹底した健康管理を推進してきました。働き方改革や福利厚生の拡充にも注力した結果、連続で「健康経営優良法人」の認定を受けています。今後は、オンライン診療の導入や女性特有の健康リテラシー向上、メンタルヘルスの推進などを強化し、心身ともに万全の状態で活躍できる環境づくりを加速させます。これらの施策を通じ「ホワイト500」の認定取得を目指すとともに、グループ全体で健康経営の質を一層高めてまいります。

ダイバーシティ経営の推進

これまで、時間の制約にかかわらず個々の強みが発揮できるよう、会議や資料の削減、ワークスケジュール作成ガイドラインの策定などの働き方改革や、育児短時間勤務制度を中学3年生まで延長するなど人事制度の見直しを推進してきました。その結果、残業時間は半減し、女性管理職比率は15%まで向上しました。今後は女性オリジナルサクセッションプログラムを作成し、2029年度までに30%を目指してまいります。

重要課題 [マテリアリティ] | 健康的な職場環境

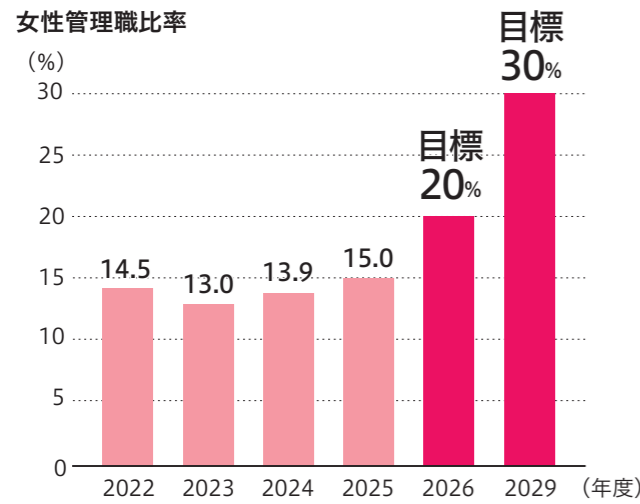
多様な人財の活躍

ダイバーシティを念頭に置いた場と機会の創出

当社グループは執行役員 人財・管理・リスク担当 兼 CHROを責任者として、ダイバーシティ経営を推進しています。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。

女性管理職比率の向上

当社グループの持続的な成長には、女性社員を含めた多様な視点を取り入れたサービス開発が不可欠です。そこで、2029年度末までに「女性管理職比率30%」を目指します。達成に向け、課題解決力やリーダーシップ等を磨く「人財育成」と、福利厚生やワークライフバランスを充実させ、声をあげやすい風土を作る「環境整備」を両輪で推進します。



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
- 男女間賃金格差の是正
- 女性の就業範囲拡大
- 管理職昇進に向けての啓発研修
- 正社員登用の強化
- 育児休業を取得しやすい環境づくり
- キャリア相談窓口の設置
- 休職中・復帰時のフォロー体制



なでしこ座談会

現場の課題を経営へ直結させるべく「スギなでしこ座談会」を開催。抽出されたリアルな声を、社外役員を含む取締役会へ報告し、風土改革やキャリア支援策の議論を深めました。経営と現場が一体となり、当社グループのダイバーシティをより一層推進してまいります。



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」が「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。

スギスマイルの活動

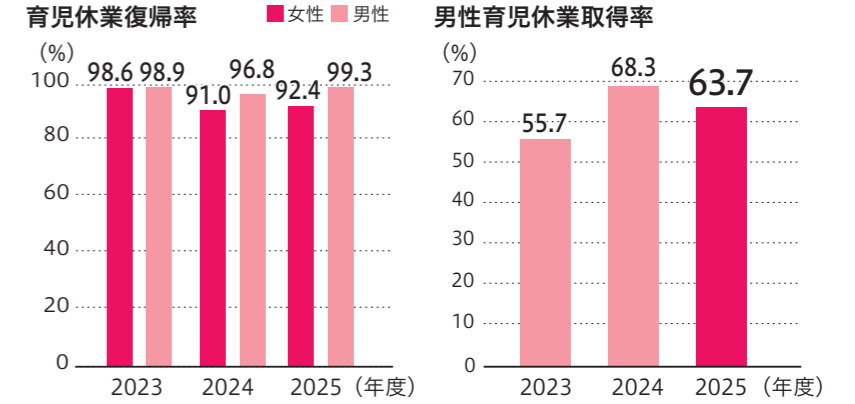
企業在籍型職場適応援助者、障がい者職業生活相談員が、障がいのある方の業務指導や日常のサポートを行い、障がいのある社員が全国で活躍しています。店舗では巡回清掃や店舗清掃、商品陳列業務を、本社では送付物の仕分けや清掃、商品出荷による物流支援に携わっています。

障がいがある方の雇用率
(2025年度 スギ薬局グループ)
3.21%

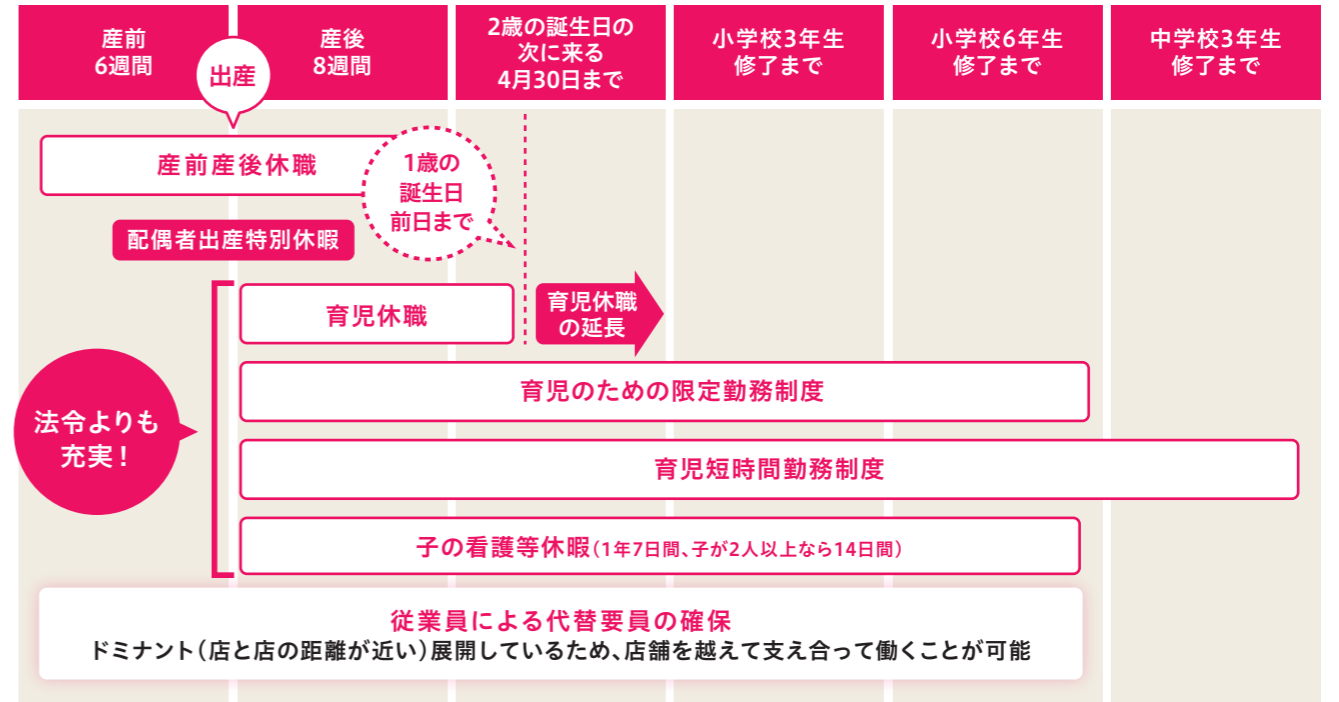
産休・育休・短時間勤務制度の充実

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、小学校卒業から中学校卒業(3年生の年度末)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。



多様性に富んだ支援制度



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。

従業員のライフサポートに向けた福利厚生の導入

多様化するライフスタイルを踏まえ、独身層の「自分らしく」働ける環境づくりのため、AI縁結びナビゲーション「Aillgoen」を導入しました。公私にわたる生活の充実を後押しします。



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。



重要課題 [マテリアリティ] | 健康的な職場環境

健康経営宣言

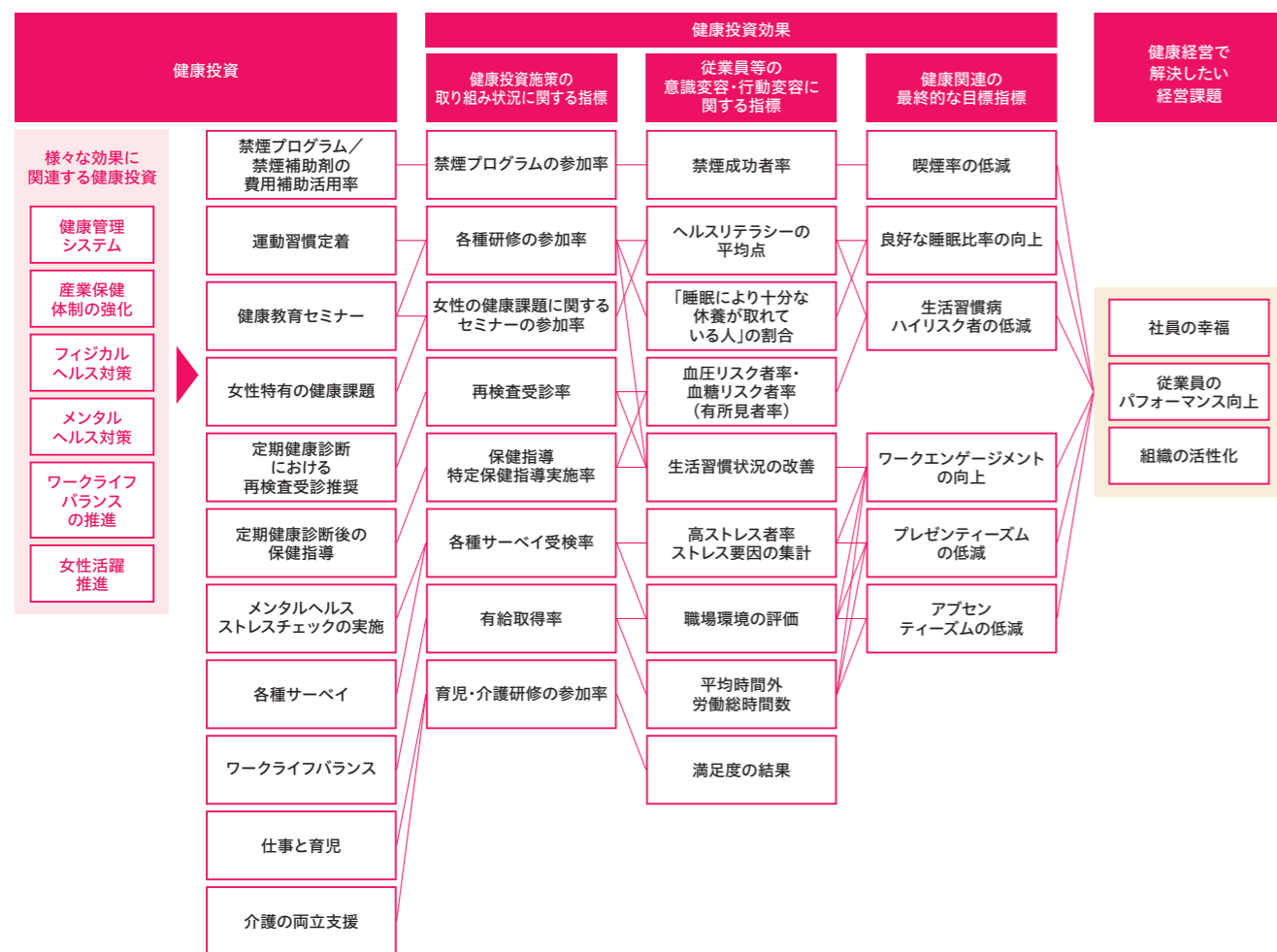
「私たちは、社員一人ひとりの幸福、お客様一人ひとりの幸福、そして、あらゆる人々の幸福を願い、笑顔を増やします」

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

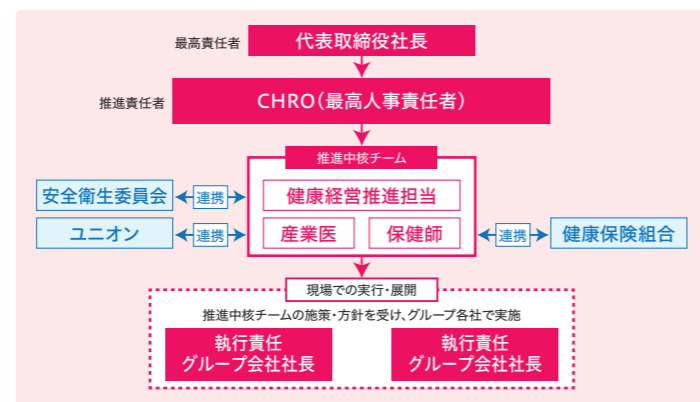
健康経営戦略マップ



健康経営の取り組み

- 社内外に向けた女性の健康に関するセミナーを定期的に開催
●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)
●高血圧治療プログラム、禁煙プログラムの導入
●「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

健康経営推進体制図



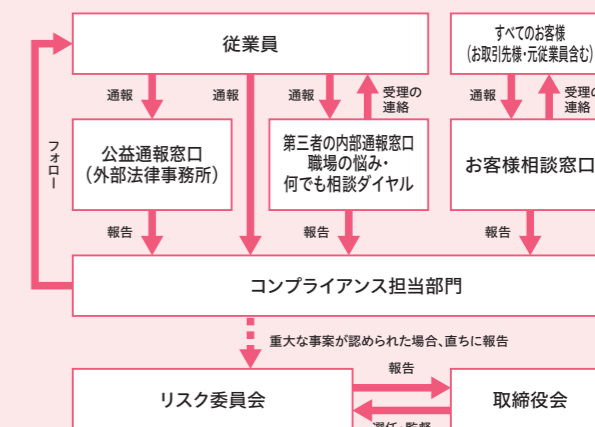
「職場の悩み・何でも相談ダイヤル」の設置

「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」...

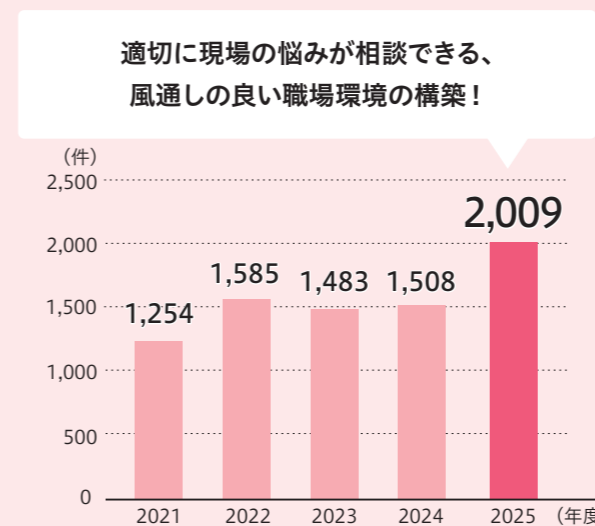
スギ薬局グループの内部通報制度

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。

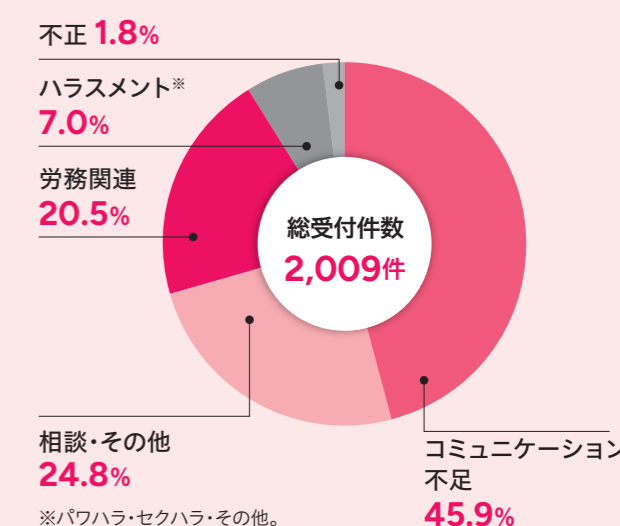
内部通報窓口・公益通報窓口



「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)



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。

自己申告制度

社員一人ひとりがキャリアプランを考え、今後の取り組みを明確にすることに加え、所属する組織や店舗の課題、個々の悩みなどを会社に伝える制度です。

社員の心と体の健康を支える仕組み

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

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。2025年度は正社員の総研修時間350,916時間、正社員一人当たりの研修時間は24.2時間の研修を実施し、専門性の向上と組織力の強化を図っています。

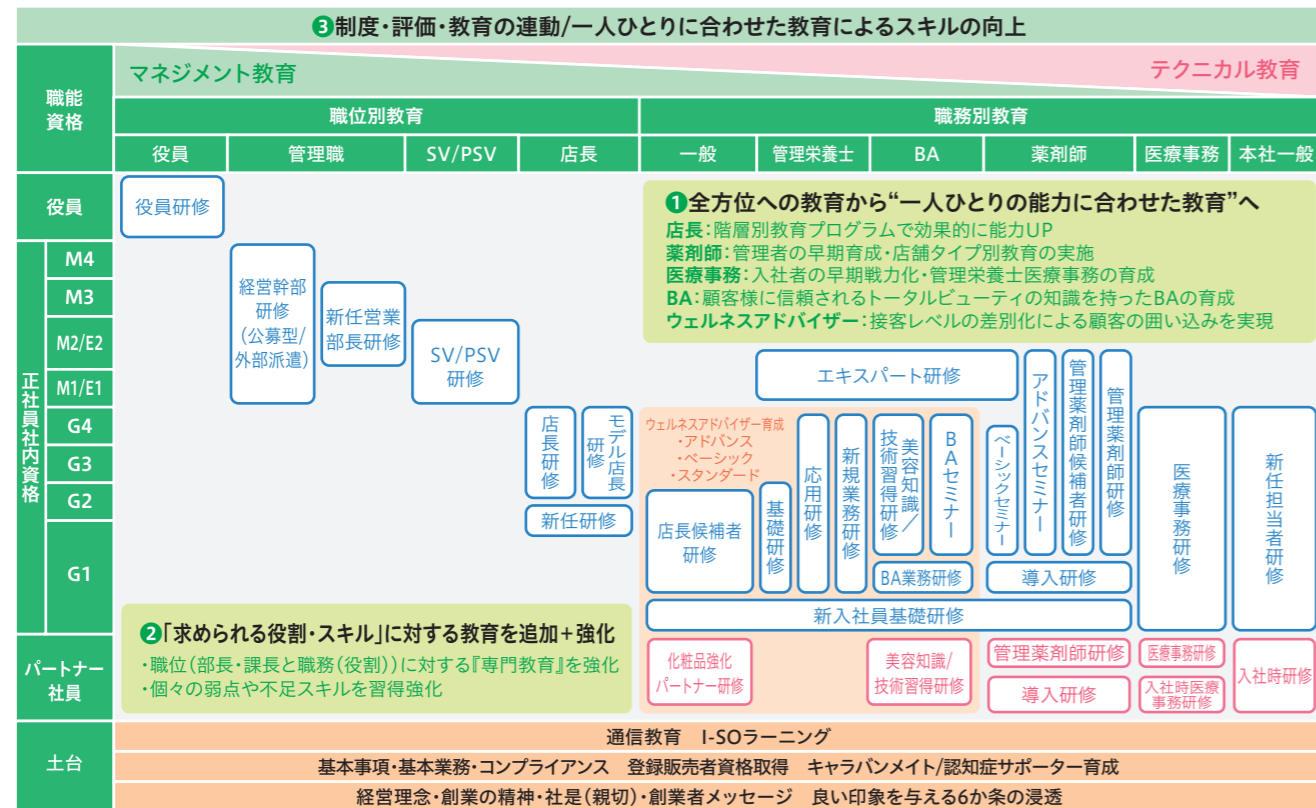


● 社内公募、FA(フリーエージェント)制度の導入

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。

社内公募制度：2025年度成立者**143名**
(前年度比255%)
FA制度：2025年度マッチ者**5名**
累計**13名**が権利を行使

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

年度末には、経営理念に基づく行動を通じて優れた成果をあげた社員や店舗を表彰する式典を開催。2025年度は個人表彰150名、組織表彰40店舗を表彰しました。今後も、理念の実践を称え合う風土づくりを通じて、社員一人ひとりが活躍できる職場づくりを推進していきます。

■ 全グループ幹部が集まる式典で表彰を実施



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。

<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



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。



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

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として、社員の働きがいスコア(モチベーション)は確実に上昇中です。



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。

店舗巡回で寄せられた現場の声 2025年度実績 **2,040店舗 4,091件**



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しています。2025年度も協賛し、部門を越えた社員がランナーや運営サポートとして参加しました。普段は別の部署で働く社員同士と一緒に大会を支え、地域の皆様と交流する機会にもなっています。これからも、健康と豊かな社会づくりに貢献できる活動を続けていきます。

重要課題 [マテリアリティ] | コーポレート・ガバナンス



取締役・監査役の選任理由 (2026年5月21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 9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 454,882株

当社および株式会社スギ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。

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 9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 453,248株

当社および株式会社スギ薬局の代表取締役副社長として、全社的な経営執行を管轄するとともに、スギメディカル株式会社の代表取締役を兼務し、医療・調剤・介護領域の事業を推進しております。また、大型買収後の企業統合プロセスを継続して主導し、拡大する事業子会社の統率・管理体制の強化を通じてグループシナジーの最大化に尽力するなど、その職責を果たしております。さらに、業界団体の要職歴任や行政との連携を通じたネットワーク構築にも積極的に取り組んでおります。専門知識、経営管理能力、広範なネットワークは、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。

3 榎原 栄一

取締役会長

1956年8月14日生
 取締役在任年数 28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 460,752株

長年、当社および株式会社スギ薬局の代表取締役として当社グループを牽引し、経営理念の伝承やドラッグストア業界に精通した深い見識に基づく店舗づくり、コンプライアンスの強化に尽力してまいりました。現在は取締役会長として、その豊富な経営経験に基づき、経営体制の監督と次世代への理念継承に注力し、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
 社外取締役在任年数 11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。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
 社外取締役在任年数 2年
 取締役会への出席率 92%(12回/13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され、製薬業界における長年のグローバルな職務遂行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。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。

10 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%(13回/13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。

5 内田 士郎

取締役

社外 独立

1955年4月2日生
 社外取締役在任年数 2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

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。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。

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 14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。

11 中村 昌弘

監査役

社外 独立

1952年2月28日生
 在任年数 2026年5月より現在
 所有する当社の株式数 一株

長年にわたり金融機関において要職を歴任され、取締役頭取として組織経営を牽引されるなど、財務・金融分野における豊富な経験と高い知見を有しております。また、事務システム部長としての経験や、他社における社外監査役の実績を通じて、システム管理やコーポレート・ガバナンス、リスクマネジメントにも精通されております。当社の今後の成長戦略を踏まえ、財務面にとどまらず、当社の持続的成長に向けて更なる強化が求められる金融面について専門的な観点からの助言を期待できるとともに、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、監査役といたしました。

6 高石 英明

取締役

社外 独立

1958年10月7日生
 社外取締役在任年数 2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されております。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。

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%(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

国内上場企業において要職を歴任し、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。



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 (2026年5月21日現在)



杉浦 克典
代表取締役社長



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)	



杉浦 伸哉
代表取締役副社長

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)	



榎原 栄一
取締役会長

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)	



神野 重行
取締役



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)	



内田 士郎
取締役



略歴		
1980年 10月	ビートマーウィックミッチェル会計事務所 東京事務所 入所	
1993年 1月	ブライズ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	ブライズ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	ブライズ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	ブライズ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	
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)	
2026年 4月	株式会社豆蔵社外取締役(現任)	



高石 英明
取締役



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・サービズ株式会社 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)	
2025年 5月	児玉化学工業株式会社社外取締役監査等委員(現任)	



大浦 佳世理
取締役



略歴		
1998年 9月	協和発酵米国人 入社	
2010年 6月	プリストル・マイヤーズ スクイブ米国人 入社	
2012年 10月	プリストル・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	プリストル・マイヤーズ スクイブ米国本社	
	ビーブル&ビジネスリソースグループ ゼネラルマネジャー	
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(現ラボコープ・ラボラトリーズ・ジャパン合同会社)職務執行者 ジェネラルマネジャー	
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



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(現ウエルネオシュガー株式会社)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	株式会社Sトレーディング監査役(現任)	



志村 俊明
常勤監査役



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	当社常勤監査役(現任) 株式会社スギ薬局監査役(現任)	
2025年 3月	スギメディカル株式会社監査役(現任)	
2025年 3月	スギビジネスサービス株式会社監査役(現任)	
2025年 10月	株式会社Sトレーディング監査役(現任)	



葉山 良子
監査役

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	
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)	
2025年 6月	フィデアホールディングス株式会社社外取締役(現任)	



中村 昌弘
監査役



略歴		
1974年 4月	株式会社名古屋相互銀行(現 株式会社名古屋銀行) 入行	
2003年 6月	同行執行役員事務システム部長	
2005年 6月	同行取締役事務システム部長	
2007年 6月	同行常務取締役	
2009年 6月	同行専務取締役	
2011年 4月	同行取締役副頭取	
2013年 6月	同行取締役頭取	
2017年 6月	同行相談役	
2017年 11月	株式会社AVANTIA 社外監査役(現任)	
2025年 6月	学校法人東海学園理事(現任)	
2025年 7月	JSBテック株式会社 社外取締役(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	国際事業
取締役	杉浦克典	●	●	●			●	●	●
	杉浦伸哉	●	●	●			●		
	榎原栄一	●	●	●	●		●		
	神野重行	●	●	●					
	内田士郎	●	●	●	●	●		●	●
	高石英明	●	●	●	●	●		●	●
監査役	大浦佳世理	●	●	●			●		●
	坂本利彦	●	●	●	●	●			●
	志村俊明				●	●		●	●
	葉山良子				●	●			●
	中村昌弘	●		●	●	●		●	

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
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

社外取締役・監査役のメッセージ

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毎年実施しています。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、運営、議題、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形式で実施しています。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具体的かつ建設的な議論を行っています。

評価結果の概要(2026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・監査役の専門性は多様であり、それぞれの知見をもって建設的な議論ができていると評価されました。グループとしての年度政策や中期経営計画の策定に向けたモニタリング、およびM&Aや提携等の重要議案についても、十分な議論が行われています。

今後の取り組みとして、取締役会の議題をさらに精査し、医療・DX・海外・ESG・資本コスト、およびホールディングスの機能強化や組織体制といった重要議案を一層充実させることで、さらなる実効性の向上を図ります。

1.取締役会の構成に関して

2024年度より社外取締役・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の構成が維持できていると評価しています。



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。

今後は、重要議題の増加に伴う審議時間の確保に向けて、執行役員会を活用して議題の分散を図り、本質的な議論の時間を創出します。また、経営陣と社外役員が相互理解を深める機会を持ち、情報の非対称性の解消が重要です。

3.取締役会の議題に関して

議題の質的向上については、会社のステージ変化に合わせて経営戦略的な内容へのシフトが進んでおり、適切な議題選定が行われ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い、適時適切な議題設定を実行が必要です。

4.取締役会の支援体制に関して

各役員が必要な情報を会社に求める機会は適切に確保されており、執行側や事務局による丁寧な対応が行われていると評価しています。



さらなる体制強化として、M&Aによる事業拡大に対応した内部統制の再構築や、内部監査・監査法人・監査役による「三様監査」の連携をより実質的なものへと深化していきます。



5.取締役・監査役の自己評価に関して

各役員は、医療、ファイナンス、海外戦略、グローバル統治などの自身の専門性や経験を活かし、執行側との活発な意見交換や監督機能の強化に努め、それぞれの役割を適切に果たしていると評価しています。

限られた審議時間の中で、より多角的な議論を実現するため、常勤監査役等が委員会や子会社取締役会などの前段階で積極的に発言し、機能を補完する体制を継続します。今後も、現場視察や研修を通じて情報をアップデートし続け、常に改善・改革を目指す行動を実践することで、取締役会の実行力向上に貢献してまいります。

6.経営戦略・経営課題に関して

新中期経営計画の策定プロセスにおいて、現場幹部も巻き込んだ深い議論が行われ、中長期を見据えた戦略の方向性を示している点を高く評価しています。

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。



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または解任されます。
- 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 経営戦略・財務経理担当兼 CFO	笠井 真
執行役員 人財・管理・リスク担当兼 CHRO	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 国際事業担当(営業)	山本 剛史
執行役員 商品担当	白石 智裕
執行役員 介護担当	反尾 敏幸
執行役員 法務部長	小長谷 真理
執行役員 国際事業担当(企画・推進)	森井 健太
執行役員 調剤担当	浅香 俊彦

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

当社の取締役の報酬等は、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開データを用い、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・連結経常利益・連結当期純利益の予算達成度に応じ、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・連結経常利益・連結当期純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、役員別の基準額および個人の貢献度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上で、当社の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等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が委任を受けるとし、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)	234(40)	160(40)	64(-)	8(-)	7(4)
監査役(うち社外)	34(28)	34(28)	-(-)	-(-)	4(3)
合計(うち社外)	268(69)	195(69)	64(-)	8(-)	11(7)

- (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30,000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「イ.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」とおりであります。

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。

- | | |
|--|--|
| <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(4) 株主・投資家との建設的な対話を促進するため、IR</p> | <p>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。</p> <p>(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。</p> <p>(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努める。</p> <p>(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。</p> |
|--|--|

重要課題 [マテリアリティ] | コーポレート・ガバナンス

投資家との対話状況	2022年度	2023年度	2024年度	2025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	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	40回
証券会社主催カンファレンス	5回	5回	4回	5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	290回

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。

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。社外取締役を委員長とし、2025年度は11回開催しました。

- (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解任に関する方針・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

各委員会について

当社は、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含む各委員会を設置しており、グループ全体を通じた戦略および取り組みを検討し、代表取締役社長に報告、提言を行っております。さらに、定期的に重要事項を取締役に報告、提案を実施しております。

委員会	機能	2026年度 議長・委員長	2025年度 開催回数
サステナビリティ委員会	サステナビリティ委員会は、スギ薬局グループ全体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ことを目的とする。	執行役員 SCM・DX・コーポレート ブランディング担当	2回
リスク委員会	スギ薬局グループ全体の国内外におけるさまざまなリスクに関する事項を審議するとともに、リスク管理の進捗と対策の有効性を検証し、リスク管理の実効性を高めることを目的とする。	執行役員 人財・管理・リスク担当 兼 CHRO	14回
投融資委員会	スギ薬局グループ職務権限規程に定める一定額以上のM&A・出資・子会社・合併会社設立等およびこれらに関する資金融資等に関する事項等について審議することを目的とする。	執行役員 経営戦略・財務経理担当 兼 CFO	9回
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ことを目的とする。	執行役員 SCM・DX・コーポレート ブランディング担当	4回
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ことを目的とする。	執行役員 人財・管理・リスク担当 兼 CHRO	12回
開示委員会	スギ薬局グループ全体の法定・適時・任意開示や非財務情報を含む報告書等の透明性・適時性・公正性を確保し、各報告書の整合性を審議することを目的とする。	執行役員 経営戦略・財務経理担当 兼 CFO	14回

リスク管理

当社グループは、持続的な企業価値の向上と、新中期経営計画(2026年度～2030年度)を実現するため、事業戦略の進化に伴い拡大・複雑化するリスク群に対し、予防的・能動的に対処することを基本方針としています。新中期経営計画では、戦略的M&Aの本格的な活用、戦略的レバレッジ活用、海外展開及び新規事業領域への注力等を打ち出しており、当社グループが直面するリスクの範囲・性質は従来から大きく変化しています。

当社グループは、リスクの全体像を「事業戦略・市場環境」「法規制・制度」「商品・サービス」「自然災害・感染症等」「情報セキュリティ」「人財・組織」「コンプライアンス・レピュテーション」「サプライチェーン」「投資・財務」の9大分類に整理し、業界共通の枠組みに準拠した網羅的な管理体制を構築しています。リスク管理体制は、取締役会が内部統制システムの整備・運用状況を監督し、代表取締役社長の下にサステナビリティ委員会、リスク委員会、投融資委員会、情報セキュリティ委員会、開示委員会を設置しています。リスク委員会は社内の委員に加えて、社外取締役及び外部の有識者で構成され、国内外の上述の各リスク項目のリスクを管理しています。投融資委員会は、社内の専門部署からの委員を拡充し、投融資案件の精査・PMI状況のモニタリングを強化しています。各委員会では、優先度を整理のうえ取締役会に報告し、対応方針の決議を経たうえで、PDCAサイクルにより継続的に改善を図っています。また、危機発生時には、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・市場環境に関するリスク	競争環境の変化	● 同業他社・異業種(EC、コンビニ、食品スーパー等)との競争激化 ● 大規模M&Aによる業界再編・寡占化の進展 ● ドラッグストア業態の同質化、価格競争の激化
	市場・出店環境	● 少子高齢化、人口動態の変化に伴う商圈縮小 ● 新規出店の遅延、出店候補地の取得難 ● 既存店の競争力低下
	M&A・投資	● M&A・新規事業投資の効果未発現 ● のれん等の減損
2. 法規制・制度に関するリスク	医薬品・医療制度	● 薬価改定・調剤報酬改定による収益性の悪化 ● 医薬品医療機器等法(薬機法)等の改正に伴う対応コストの増加
	関連法規制	● 食品衛生法、景品表示法、個人情報保護法等の改正 ● 税制・会計基準の改正による業績影響
3. 商品・サービスに関するリスク	商品の品質・安全性	● 取扱商品(PB商品含む)の不良・異物混入・表示不備によるリコール ● 医薬品・健康食品等の副作用、健康被害 ● 製造物責任(PL)に基づく損害賠償
	サービス品質・安全性	● 調剤過誤、医薬品の販売・管理に関する事故 ● 顧客対応に起因するクレーム
4. 自然災害・感染症等に関するリスク	大規模自然災害	● 地震・津波・台風・豪雨等による店舗、物流、本社機能、システムの被害 ● 保有資産の毀損、サプライチェーン寸断による営業活動の停止

重要課題 [マテリアリティ] | コーポレート・ガバナンス

4. 自然災害・感染症等に関するリスク	気候変動	<ul style="list-style-type: none"> ●気象パターン変化による商品需要の変動、農産物・原材料調達への影響 ●GHG排出規制強化等に伴う対応コストの増加(TCFD提言を踏まえた開示)
	感染症等	<ul style="list-style-type: none"> ●感染症の流行に伴う経済活動の停滞、来店客数の減少 ●従業員の感染拡大による店舗・物流の営業継続困難
5. 情報セキュリティ・システムに関するリスク	システム障害	●基幹システム・店舗POS・EC・調剤システム等の障害による業務停止
	サイバー攻撃・情報漏洩	<ul style="list-style-type: none"> ●外部からの不正アクセス、ランサムウェア等のサイバー攻撃 ●顧客個人情報・調剤情報・従業員情報等の漏洩
6. 人材・組織に関するリスク	人財の確保・育成サービス品質	<ul style="list-style-type: none"> ●薬剤師・登録販売者等の専門人材の確保難、人件費の高騰 ●経営人材・DX人材の不足
	労務・人権	<ul style="list-style-type: none"> ●長時間労働、ハラスメント等の労務問題 ●労働安全衛生上の問題、ダイバーシティ推進への対応遅れ
7. コンプライアンス・レピュテーションに関するリスク	法令違反・不正	●役員・従業員による法令違反、不正行為 ●薬機法、独占禁止法、取適法、個人情報保護法等の違反
	レピュテーション	●不適切な情報発信、SNS等を契機とした風評の発生・拡散による信用毀損
8. サプライチェーンに関するリスク	調達・物流	<ul style="list-style-type: none"> ●主要仕入先・物流委託先の事業継続性、供給途絶 ●原材料・エネルギー価格、為替変動に伴う仕入コスト上昇
	人権・環境	●サプライチェーン上の人権・環境問題(強制労働、児童労働等)の顕在化
9. 投資・財務に関するリスク	資産価値の変動	<ul style="list-style-type: none"> ●保有不動産(店舗・賃借物件含む)の減損、固定資産評価の下落 ●保有有価証券の価値下落
	資金調達	●金利環境・金融市場の変動に伴う資金調達コストの増加

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、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ています。また、通報者保護を徹底するとともに、役員・社員へのコンプライアンス意識の浸透に努めています。

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。一部のグループ会社には定期的に訓練メールを送信、今後は随時グループ会社へ拡大し、より一層情報セキュリティ体制の強化と社員の教育に努めます。情報セキュリティ事象は、管理責任者である各部門長をとらして、可能な限り速やかに情報セキュリティ委員会へ報告する規定を策定しています。

<h4>情報セキュリティ体制の強化と教育</h4> <ul style="list-style-type: none"> ●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従業員への周知と各種教育 ●外部機関からの認証取得(ISMS) 	<h4>外部からの不正アクセス防止</h4> <ul style="list-style-type: none"> ●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
<h4>ウイルスの感染防止</h4> <ul style="list-style-type: none"> ●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 	<h4>データの漏洩防止</h4> <ul style="list-style-type: none"> ●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

情報セキュリティ基本方針はこちら



スギ薬局グループの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の詳細についてはこちらから



財務指標

(単位：百万円)

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
売上高	625,477	667,647 ^{※1}	744,477	878,021	1,010,336
営業利益	32,137	31,658	36,622	42,563	48,568
経常利益	33,082	32,391	38,039	41,993	50,062
親会社株主に帰属する当期純利益	19,389	19,007	21,979	25,689	44,982
減価償却費	11,268	12,362	14,121	16,576	17,660
営業活動によるキャッシュ・フロー	7,174	38,279	39,041	36,941	86,779
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 23,892	△ 23,256	△ 30,976	△ 33,285	△ 69,639
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 5,295	△ 14,209	△ 5,284	11,633	41,213
現金及び現金同等物期末残高	33,831	34,622	37,406	52,736	111,150

連結会計年度末

純資産	213,890	216,538	233,362	250,704	290,474
総資産	334,758	351,895	390,563	495,116	614,493

1株当たり情報

当期純利益(単位：円) ^{※2}	104.56	103.82	121.46	141.96	248.56
純資産(単位：円) ^{※2}	1,153.42	1,196.68	1,289.59	1,385.37	1,604.99
配当金(単位：円) ^{※2}	80	80	80	35	35

経営指標

自己資本比率(単位：%)	63.9	61.5	59.8	50.6	47.3
自己資本当期純利益率(ROE)(単位：%)	9.4	8.8	9.8	10.6	16.6
総資産経常利益率(ROA)(単位：%)	9.7	9.4	10.2	9.5	9.0
連結配当性向(単位：%)	25.5	25.7	22.0	24.7	14.1

年間の全店売上伸び率

グループ合計(単位：%)	+3.8	- ^{※1}	+11.7	+17.2	+15.1
--------------	------	-----------------	-------	-------	-------

※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っております。

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	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
会社を代表する数値					
店舗数	店	1,565	1,718	2,185	2,321
出店数	店	107	144	130	110
期末売場面積	m ²	963,270	1,025,379	1,089,543	1,129,332
顧客基盤に関する数値^{※1}					
年間来店客数 物販	千人	335,822	336,258	360,495	368,117
スギ薬局ポイント会員数	人	20,838,945	22,232,080	23,769,624	25,485,956
スギ薬局アプリダウンロード数	DL	10,442,740	12,017,141	13,788,195	15,674,185
かかりつけ薬局アプリダウンロード数	DL	622,034	950,695	1,224,506	1,476,140
調剤に関する数値					
調剤売上高	百万円	142,461	158,777	218,985	307,324
処方せん応需枚数	千枚	12,913	14,759	19,648	26,312
処方せん単価	円	11,033	10,758	11,145	11,680
調剤薬局数	店	1,220	1,283	1,699	1,816
調剤併設率 ^{※1}	%	84.4	81.8	79.9	78.4
在宅調剤センター数	数	28	43	53	57
健康サポート薬局数	店	14	14	49	42
地域連携薬局	店	46	21	59	100
専門医療機関連携薬局	店	3	3	9	14
特別な管理が必要な医薬品調剤率 ^{※1※2}	%	2.2	2.1	2.0	1.9
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	565	601	634	658
訪問調剤 ご利用者数（年間延べ）	人	176,037	189,109	204,996	220,783
訪問看護 拠点数	拠点	14	16	17	17
訪問看護 ご利用者数（年間延べ）	人	18,847	17,291	17,960	19,718
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	%	9.6	9.9	10.8	11.0
環境に配慮したプライベートブランド比率 ^{※3}	%	12.2	14.4	15.6	18.6
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	51	113	164	180

※1：本項目は、スギ薬局（阪神調剤薬局を除く）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	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
社員に関する数値					
正社員数	人	7,727	8,724	11,820	13,417
男性	人	4,016	4,546	5,429	5,798
女性	人	3,711	4,178	6,391	7,619
パートナー数(8時間換算)	人	11,692	12,990	14,075	13,950
新卒採用数	人	533	372	554	661
中途採用数	人	389	983	894	745
薬剤師人数	人	3,688	4,021	4,820	6,605
登録販売者人数	人	9,019	10,029	10,546	12,476
管理栄養士人数	人	501	468	564	718
看護師人数	人	105	113	128	118
ビューティアドバイザー人数	人	1,268	1,222	1,142	1,316
正社員の平均年間給与	千円	5,391	5,412	5,593	5,660
男性	千円	5,894	5,982	6,182	6,034
女性	千円	4,782	4,733	4,890	5,264
離職率 ^{※1}	%	-	-	4.9	4.3
人材育成に関する数値					
正社員の研修費用	百万円	652	500	660	996
能力開発研修に費やした総時間数	時間	385,347	393,084	392,946	350,916
能力開発研修に費やした一人あたりの平均研修時間	時間	10.4	10.1	13.7	24.2
一人あたりの平均研修金額	円	-	-	23,010	68,682
コンプライアンス研修受講率	%	100.0	100.0	100.0	100.0
ダイバーシティ・働き方に関する数値					
管理職者	人	2,169	2,321	2,533	2,672
男性	人	1,854	2,020	2,181	2,272
女性	人	315	301	352	400
女性管理職比率	%	14.5	13.0	13.9	15.0
障がいがある方の雇用人数	人	440	508	594	718
障がい者雇用率	%	2.58	2.80	3.07	3.21
育児休業取得率	%	86.6	84.6	91.7	91.1
男性	%	53.0	55.7	68.3	63.7
女性	%	100.0	97.4	100.0	99.0
育児短縮勤務取得者数	人	603	660	703	927
男性	人	15	29	26	115
女性	人	588	631	677	812
育児休業復帰率	%	95.2	98.7	92.0	94.0
男性	%	100.0	98.9	96.8	99.3
女性	%	94.7	98.6	91.0	92.4
介護休業取得者数	人	16	29	14	37
男性	人	1	3	3	4
女性	人	15	26	11	33
従業員エンゲージメント	P	3.1	3.2	3.4	3.5
環境に関する数値^{※1}					
CO ₂ 排出量 Scope1	t-CO ₂	2,025	1,531	4,224	算定中
CO ₂ 排出量 Scope2 ^{※2}	t-CO ₂	122,992	156,526	174,913	算定中
CO ₂ 排出量 Scope3	t-CO ₂	1,715,396	2,376,396	2,563,427	算定中
電力使用量	千kWh	314,266	353,441	397,033	算定中
再生可能エネルギー使用量	千kWh	3,117	4,169	24,896	算定中
ガバナンス / コンプライアンスに関する数値					
取締役会開催数	回	12	12	13	13
監査役会開催数	回	14	13	13	13
取締役	人	5	5	7	7
男性	人	4	4	6	6
女性	人	1	1	1	1
独立社外取締役	人	2	2	4	4
男性	人	1	1	3	3
女性	人	1	1	1	1
独立社外取締役比率	%	40.0	40.0	57.1	57.1
女性取締役比率	%	20.0	20.0	14.2	14.2
監査役	人	3	3	4	4
男性	人	2	2	2	2
女性	人	1	1	2	2
独立社外監査役比率	%	100.0	100.0	75.0	75.0
女性監査役比率	%	33.3	33.3	50.0	50.0
職場の悩み・何でも相談ダイヤル年間件数	件	1,585	1,483	1,508	2,009

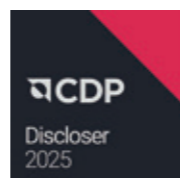
※1：本項目は、スギ薬局（阪神調剤薬局を除く）のみの数値です。（本ページは、当社および主要グループ会社を対象とし、各社の集計基準に基づいて算出しています。グループ内で集計の基準が異なるため、単純合算による数値とは異なる場合があります。） ※2：排出係数はマーケット標準を使用。

社外からの評価

ESG格付け

FTSE JPX Blossom Japan Sector Relative Index

ESG(環境・社会・ガバナンス)について優れた対応を行っている日本企業を対象とした指数「FTSE JPX Blossom Japan Sector Relative Index」の構成銘柄に、2024年から継続して選定されました。



CDP「気候変動レポート2025」

CDPが2025年に実施した「気候変動」の調査において、2年連続でBスコアを取得しました。

人的資本経営

健康経営優良法人2026

2020年より連続して健康経営優良法人(大規模法人部門)に選定されています。



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。



イニシアチブへの参画

国連グローバル・コンパクト

2025年3月に、健全なグローバル社会を築くための世界最大のイニシアチブである国連グローバル・コンパクトに署名しました。人権・労働・環境・腐敗防止に関する10原則を企業活動の指針として、持続可能な社会の実現に取り組んでいます。



TCFD

2021年12月より、TCFD提言に賛同し、気候変動に関するリスクと機会を財務の視点で開示する体制を整えています。



クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス

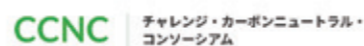
海洋プラスチックごみ問題の解決を目指す『クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス(CLOMA)』に参画し、業種を超えた連携を通じて、プラスチック資源循環に向けた取り組みを推進しています。



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)

チャレンジ・カーボンニュートラル・コンソーシアムは、生活者の脱炭素への意識・行動変容を促すことで企業の脱炭素の取り組みを加速させ、脱炭素社会の構築を目指す協創型コンソーシアムです。株式会社日本総合研究所が主催しており、スギホールディングス(株)は2023年から参画しています。



株式状況

(2026年2月28日現在)

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	39,411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	37.42 %
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	17,290 千株	9.55 %
株式会社スギアセット	9,057 千株	5.00 %
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	8,049 千株	4.44 %
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505223	5,280 千株	2.91 %
CEP LUX-ORBIS SICAV	4,037 千株	2.23 %
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505103	3,272 千株	1.80 %
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505001	3,122 千株	1.72 %
SMBC日興証券株式会社	2,801 千株	1.54 %
J.P.MORGAN BANK LUXEMBOURG S.A.385598	2,753 千株	1.52 %

(注) 1. 当社は、自己株式を9,019,684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

商号	スギホールディングス株式会社	
設立	1982年3月8日	
資本金	15,434,588,000円	
社員数	正社員数	13,417名(連結)
	パートナー社員数	13,950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	(2026年5月21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	中村 昌弘
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		