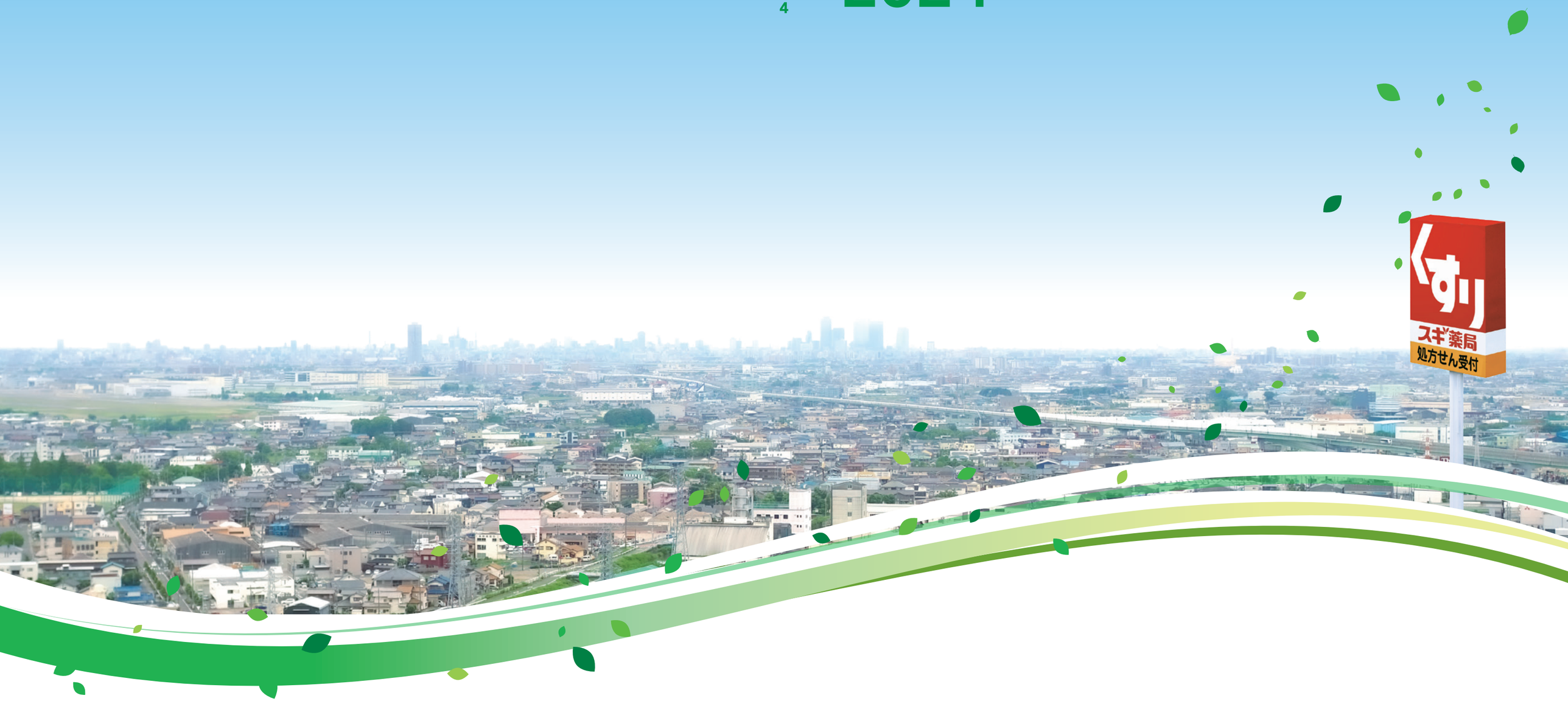
スギ薬局グループ 統合報告書 2024

統合報告書
2024

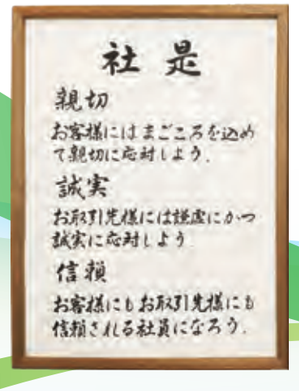


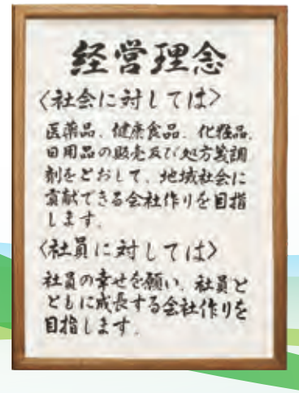
スギホールディングス株式会社
〒474-0011　愛知県大府市横根町新江62番地の1
TEL 0562-45-2700　FAX 0562-45-2702
https://www.sugi-hd.co.jp/

くすり スギ薬局グループ

経営理念

創業当時の社是と経営理念





目次 統合報告書2024

1 経営理念
2 目次
3 スギ薬局グループの使命

01 スギ薬局グループの価値創造ストーリー

15 社長メッセージ
27 成長の軌跡
29 数字で見るスギ薬局グループの強み～事業基盤を支える6つの資本～
31 数字で見るスギ薬局グループのサステナビリティ
33 価値創造のプロセス

02 戦略の推進体制とグループ会社の事業報告・紹介

37 市場環境認識
39 「トータルヘルスケア戦略」と推進するための組織・事業
53 財務・非財務ハイライト
55 会長メッセージ

03 価値創造基盤の強化／マテリアリティへの対応

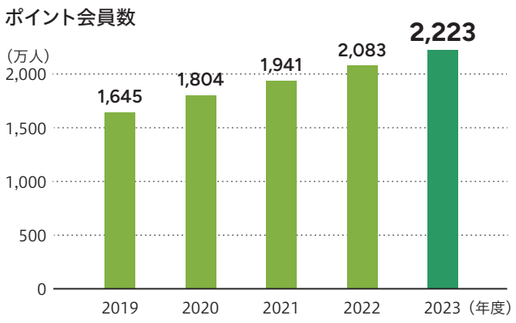
59 サステナビリティ経営を推進するための重要課題［マテリアリティ］
61 5つのテーマと重要課題［マテリアリティ］
63 健康的なコミュニティ
77 サステナブルな取引関係
85 地球環境への貢献
93 健康的な職場環境
103 コーポレート・ガバナンス

04 ファクトデータ

119 財務指標
120 非財務指標
124 連結貸借対照表
125 連結損益計算書及び連結包括利益計算書
126 連結キャッシュ・フロー計算書
127 株式状況
128 会社概要

一人ひとりに向き合います

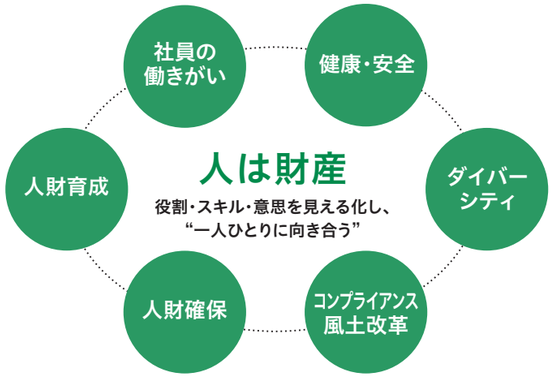
目の前のたった一人の お客様を大切にする想い



ポイント会員数 2,223万人

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、2023年度はスギ薬局の年間延べ来店客数は3.4億人、ポイント会員数は2,223万人を達成しました。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

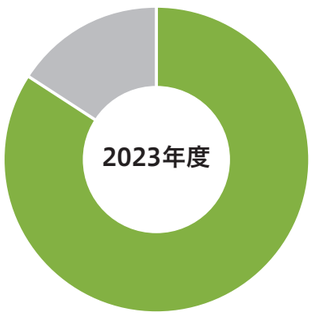


人は財産

スギ薬局グループは、社員一人ひとりに向き合うべく、「社員の働きがい」「人財育成」「人財確保」「コンプライアンス・風土改革」「ダイバーシティ」「健康・安全」の6項目を柱に人的資本経営を推進。トータルヘルスケア戦略の実現と、経営理念に掲げる「親切な行動」「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。

地域医療に貢献します

創業時よりこだわり続ける
調剤併設型ドラッグストアへの想い



スギ薬局店舗の
調剤併設率
81.8%

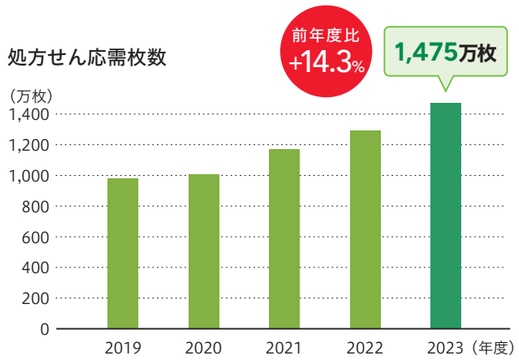
地域社会のニーズに応える
多様な専門家人財

専門家人財 ※パートナー社員含む人数

薬剤師	内、かかりつけ薬剤師	内、外来がん治療専門薬剤師	内、外来がん治療認定薬剤師
4,021人	846人	7人	5人
ビューティアドバイザー	管理栄養士	看護師	登録販売者
1,222人	468人	113人	10,029人

処方せん調剤へのこだわりを大切に しています

創業時より蓄積してきた調剤のノウハウ



調剤売上高

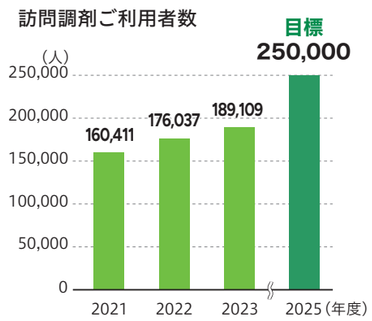
前年度比 +11.5%

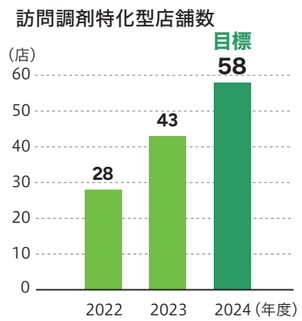
1,587億円

処方せん受付医療機関数

59,193施設

超高齢社会に対応する訪問調剤





今池南店（訪問調剤特化型店舗）

トータルヘルスケア戦略を推進して います

一人ひとりの健康を生涯にわたり支援

セルフケア

医療・服薬

介護・生活支援

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

DXで高める一人ひとりの顧客体験

スギ薬局アプリ

DL数**1,202**万
（2023年度）

スギスマホでお薬アプリ
（かかりつけ薬局アプリ）

DL数**95**万
（2023年度）

アプリダウンロード（DL）数

合計1,297万ダウンロード（2023年度）

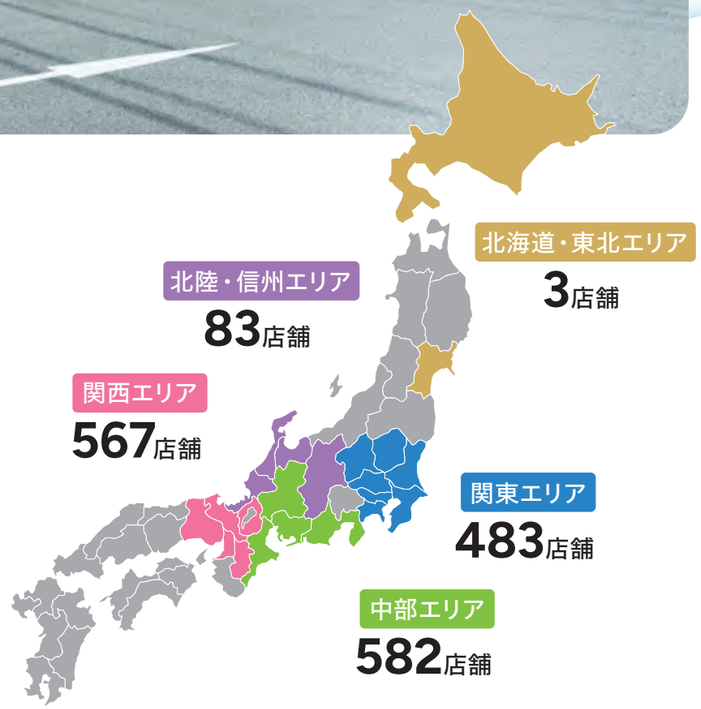
デジタルによるヘルスケアサービスや個人のニーズ別販売促進策の基盤となるのが、アプリ会員数です。2023年度は、それぞれのアプリのダウンロード促進を手掛け、1,297万ダウンロードまで到達しました。これからも一人ひとりの顧客体験を高める様々なヘルスケアサービスや充実したニーズ別の販売促進などのデジタルサービスを提供します。

店舗ネットワークの拡大を目指しています

1,700店舗以上の店舗ネットワーク

店舗数 2024年2月末時点

合計**1,718**店舗



SUGI+ 羽田イノベーションシティ店

信州大学病院店（敷地内薬局）

名古屋大学病院店（敷地内薬局）

南千里駅前店（医療モール）

内山店（医療機関誘致）

ヘルスケア ネットワークを 構築する 多機能店舗の展開

サービス付き高齢者住宅の隣の
スギ薬局在宅調剤センター名古屋金山店

コスメカラットオモカド店

原南店（医療機関誘致）

ニホンドウ漢方ブティック

渥美病院店（敷地内薬局）

01

スギ薬局グループの価値創造ストーリー

15 社長メッセージ
27 成長の軌跡
29 数字で見るスギ薬局グループの強み
～事業基盤を支える6つの資本～
31 数字で見るスギ薬局グループのサステナビリティ
33 価値創造のプロセス

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

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

スギ薬局グループは皆様の健康で豊かな生活に貢献すべく「地域のヘルスケアのインフラになる」ことを目指します。

事業環境を取り巻く外部環境とスギ薬局グループの対応方針について

2023年度は、コロナに伴う対面や移動の制限がなくなり、ようやく日常が戻りました。これに伴い、経済・社会活動が戻り、景気は緩やかに回復するなど、前向きな変化も見られましたが、ウクライナや中東での軍事衝突の影響で資源高が継続し、円安も加わったことで物価は高止まりし、消費者の支出は冷え込みました。一方で、インバウンド需要は回復傾向で、2024年の訪日外国人はコロナ前の2019年を上回る人数まで伸びるという予測も出ています。2024年度の実質GDPはプラス成長が期待されていますが、2023年度と比べ鈍化の傾向であり、予断を許さない状況が続きます。

日常生活において、支出を控える行動が増加する一方で、価値を体感・体験できる商品やサービスには惜しむことなく投資するこだわり志向の「プレミアム消費」が増加しています。また、コロナ禍によって進歩した非接触・非対面の活動も新たなライフスタイルとして定着しており、シニア層のスマートフォンの普及拡大も顕著です。若い世代と同様にシニア世代もネットやアプリから情報を取得し、消費の入り口として急伸しており、ヘルスケア市場も変革を余儀なくされています。

ドラッグストア業界については、大手ドラッグストアのM&Aと競争激化により、企業数の淘汰が急速に進んでいき、日本全国で寡占化が進んでいくものと考えています。また、調剤薬局業界についても、同様年々厳しさを増す「調剤報酬改定」や電子処方せん、オンライン服薬指導など「薬局のDX※化」が進む中、国が掲げる「かかりつけ薬局」と「医療DX」の方針に基づく、対人業務、訪問調剤、DX対応に力を入れていかなければいけません。

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

直近においても、スギ薬局グループには、漢方相談の薬日本堂、調剤薬局チェーンのひかりファーマなど、新たな会社が仲間に加わっており、I&H株式会社とも子会社化を前提とした連携に関するリリースを発信（2024年2月リリース）しております。

スギ薬局グループ内各企業の事業ノウハウやリソースを融合することで、事業成長を加速させ、グループ一体となって、「地域の皆様に信頼されるヘルスケアカンパニー」を創っていきます。

また、国内では少子高齢化や人口減少による消費の減退が進みます。スギ薬局グループでは、海外展開など新たな事業を担う会社も積極的に経営を続けており、これから勢い

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

を増すアジア各国など、当社が培ってきたノウハウや商品・サービスを現地のパートナー企業に提供し、様々な連携・協働をしながら、日本のみならず海外各国で「地域のヘルスケアのインフラになる」ことを目指します。

スギ薬局グループの特徴や強みを活かした価値創造について

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

中でも薬剤師は約4,000名が在籍しています。薬剤師不足が続き、薬剤師の確保が喫緊の課題である中、調剤薬局やドラッグストアのみならず、スーパー、コンビニ、EC事業者などの調剤事業参入も、薬剤師獲得を一層困難なものにしています。そのような中でも着実に薬剤師を採用できていることが、スギ薬局グループの大きな強みです。

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

ドミナント出店戦略で、関東・中部・関西の大都市圏の規模拡大に続き、2023年度は、訪日観光客のニーズにお応えする店舗も積極的に出店しました。2023年度は、前年度の107店舗を大幅に超える144店舗の新規出店を達成し、業界トップクラスの年間出店数を継続しており、スギ薬局グループ全体で2024年2月末現在の店舗数は1,718店に達しました。スギ薬局グループの強みである調剤併設率も大手ドラッグストアの中でトップクラスの81.8%まで拡大し、トータルヘルスケア戦略を実行する上で、価値創造の源泉となっています。生まれてからお亡くなりになるまでのすべての健康ステージで、信頼されるかかりつけ薬局として存在するべく、新規開局を進め、既存店の調剤室および調剤待合室の拡張にも積極果敢に取り組んでいます。薬剤師をはじめ店舗の専門家人財の活躍によって、医療機関を中心とした持続的な地域包括ケアの実現に貢献していきたいと考えています。

デジタルへの取り組みも強化しています。お客様に、より快適で健康的な生活を送っていただくためのスギ薬局グループアプリによるサービスの提供が、お客様満足度を向上させ、店舗や各種サービスをご利用いただくという好循環につながっています。ダウンロード数1200万を超えるデジタル戦略をけん引する「スギ薬局アプリ」の機能改善は、お客様の声に向き合いながら継続的に行っています。細分化されたセグメントで個別の情報提供やクーポン配信など、顧客体験やお客様満足度を高め、商品やサービスの提案力を向上させ、一人ひとりの満足にお応えすることでお客様とのつながりを深めます。店内では、自分のスマホやお買物カートがレジ替わりになり、店外では店舗の品揃え・価格・在庫がわかり、ECサイトから注文が可能になるなど、お客様にとって「いつでも、どこでも、手のひらにスギ薬局」を感じていただける環境の実現を目指します。

「いつでもどこでも手のひらにスギ薬局」の実現

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

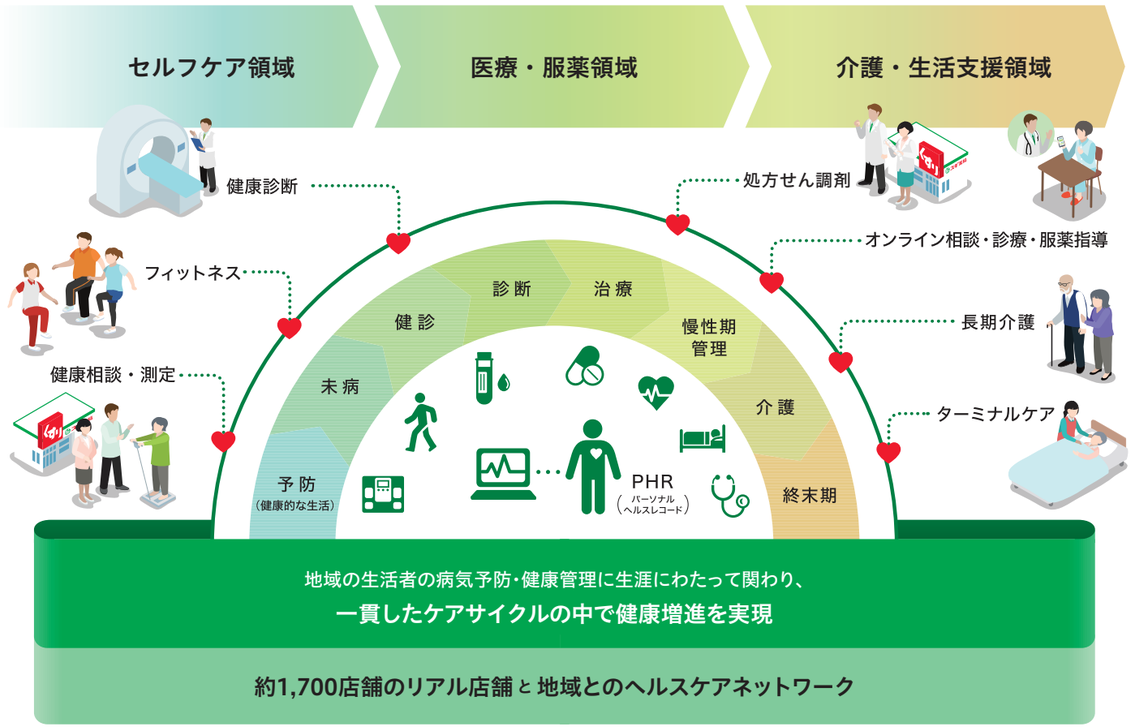
店舗従業員一人ひとりがいきいきと活躍できる環境が整備されることで、働き方が改善され、対人業務に注力でき、お客様満足につながります。お客様をはじめ、すべてのステークホルダーへの価値の創出にDXを積極的に推進していきます。これら価値創造の源泉であるスギ薬局グループの強みを一層磨き上げ、地域医療を支え、地域社会へ貢献すべく、スギ薬局グループが設定した5つのテーマと16の重要課題への対応を進め、サステナビリティ経営を推進し、持続可能な社会の実現に寄与してまいります。

スギ薬局グループの トータルヘルスケア戦略について

「トータルヘルスケア戦略」、それは、日本社会が抱える少子高齢化への対応、次々と創出され進化するデジタル技術を活用し、健康・医療というキーワードでお客様・患者様がどの健康状態であっても支援させていただく、スギ薬局グループの取り組みの全体像を表す、基幹となる戦略です。人は一生のうちに、病気やケガ、加齢による変化や、健康を維持するために様々な場面で幾度となく医療や薬に関与します。「トータルヘルスケア戦略」は、健康的な生活を継続できるよう予防や未病など「セルフケア」として関わる期間、病気を発症し、急性期や慢性期の治療に向き合う「医療・服薬」期間、そして「介護・生活支援」期間の3つのステージに分け、地域生活者の病気予防・健康管理に生涯に渡って関わり一貫したケアサイクルの中で健康増進の実現を目指すものです。スギ薬局グループの調剤併設型ドラッグストアを中心に、健診センターや介護施設、フィットネスジムなど、リアル店舗と、さらに行政機関とも連携し、DXを駆使したヘルスケアネットワークを構築できればと考えています。そうすることで地域密着でリアルとデジタルをシームレスに活用できるプラットフォームによってどのような健康状態のお客様とも接点を持ち、最適な商品・サービスを、一人ひとりの状態に合わせて提供することができます。

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

トータルヘルスケア戦略



スギ薬局グループの サステナビリティ経営について

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

SDGsへの意識の高まりは全世代に及んでいますが、特に、ミレニアル世代、Z世代と呼ばれる若い世代にその傾向が顕著です。環境・人権に配慮された商品を選択する「エシカル消費」行動もその一つでしょう。調達先の人権の問題、サプライチェーン全体で考えるべき課題への対応を社会は厳しい目で見ています。2022年度は、国際的な人権課題への意識の高まりと企業の社会的責任を踏まえ、スギ薬局グループ人権方針を、2023年度は「お取引先行動規範」を策定し、サプライチェーンにおいてスギ薬局グループが責任を果たしていく体制整備に着手しました。今後は、人権に配慮した上で調達されている原材料を使用いただくようにお取引先様にお願いをしていかなければいけません。自社でデータベースを構築しつつ、特に自社開発商品に関しては、人権デュー・ディリジェンスの取り組みを強化していきます。

資源循環にも力を入れていきます。『国内の資源は国内で回していく』という考え方のもとで、多くの商品を販売しているスギ薬局グループの責任として、少しでも貢献できるように多くの方々と連携していきます。2023年度は、ペットボトルをペットボトルに再生する『ボトルtoボトル 水平リサイクル』の回収拠点店舗を数十店舗規模にまで展開を強化しました。まだまだテスト展開中ですが、回収拠点として展開を開始した店舗では、明らかな来店頻度の向上もあり、お客様にも好評でwin-winな結果も出ています。また、調剤事業を中心に大量に廃棄されるお薬PTPシートのリサイクルに対して、回収拠点としての役割を果たします。その他、廃棄予定のユニフォームを回収し、店舗設備にアップサイクルする取り組みや、フードバンクと連携することで、食品ロスと貧困問題への対応を進めるなど、一歩一歩社会課題に対峙していきます。社会課題に立ち向かうことで、地域に貢献し、その延長線上に、地域の皆様に愛される企業としての地位を確立していきます。

フードドライブの実施

脱炭素経営における考えや 取り組みの進捗について

スギ薬局グループは、“脱炭素社会の実現”を重要課題に掲げ、取り組みを加速させてきました。初年度は、社有車のガソリン消費を中心に、温室効果ガスを直接排出するスコープ1、電気の使用に比例するスコープ2の見える化を行い、2030年のCO_2排出削減目標を設定しました。2030年度の1店舗あたりCO_2排出量を2014年度比で35%削減を目標としていましたが、早期に50%減へ上方修正を行いました。2021年12月には、TCFD提言への賛同表明を行った上で、TCFDが提言する開示要請項目に応じて、サステナビリティ委員会や取締役会の場で、リスクや機会の特定、CO_2排出削減にむけたロードマップの検討など、適切に対応を進めています。直近では、具体的な削減策を実行すべ

く、店舗屋上にオンサイトPPAの運用で太陽光パネルを数十店舗レベルで設置しました。既存店、新店の対策を進める一方で、全店の屋根にパネルを設置しただけでは、CO_2削減目標達成が難しいことも判明しています。スギ薬局グループは、安易にCO_2フリーメニュー等に頼らず、“追加性”（新たな再エネ設備の投資につながる効果）のあるオフサイトPPA、自己託送型の再生可能エネルギー導入にも果敢に挑戦し、社会的な責任を果たしてまいります。既に2024年は、数十店舗単位でオフサイトPPAによる再生可能エネルギーの調達に関する契約も締結しており、脱炭素の取り組みを加速させていきます。

店舗の屋上に設置した太陽光パネル

一方で、商品の調達から製造、販売、物流、廃棄に至るまで、サプライチェーンすべての活動で排出するCO_2排出量であるスコープ3総計は、スコープ1、2の10倍以上となる約170万トンのCO_2を排出しています。しかし、スギ薬局グループだけでスコープ3を削減することは困難です。企業間で連携し、ゼロベースでアイデアを出し合いながら、速やかに実証実験を行い、トライ&エラーを繰り返していく必要があります。過剰な包装を控えたり、植物油インキを使用したりと、CO_2排出量の低い商品を付加価値として、お客様に訴求しながら販売する工夫や努力も必要です。販促物やPOPの無駄を省くことはもちろん、販売個数予測の精度を協力して向上し、不必要に仕入れすぎない、返品や廃棄を増やさない、製・配・販の連携も必要になります。また、ペットボトルを回収し、それをまたペットボトルの再生につなげるなど、廃棄を減らす資源循環の取り組みの加速も重要です。お取引先様との会議の場では、スコープ3の削減に向け、スギ薬局グループとの取り組みをお願いしています。中長期的な協業や、コンソーシアムなどの枠組みを設立しながらアイデア創出にご協力いただきたいと声をかけさせていただいております。2023年度は、チャレンジカーボンニュートラルコンソーシアムに加入させていただき、参加企業の環境配慮商品を陳列・訴求・販売する実証実験を行い、初めの一歩を踏み出しました。まだまだ、未来視点であるべき姿を描き、ゼロベースで検討しなければいけない事が多く、道筋が定まっていませんが、既存の枠を超えた連携で環境課題に対応すべく、様々な分野の方にご指導をいただきたいと考えております。

チャレンジ・カーボン・ニュートラルコンソーシアムの発表会フォトセッション

人財戦略について

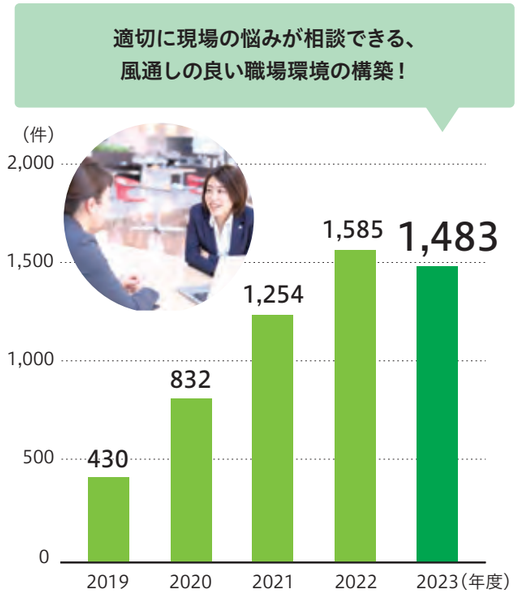
急速なデジタル化、少子高齢化、人生100年時代、キャリア価値観の変化など、企業を取り巻く環境は大きく変わっています。スギ薬局グループにおいては、社員を資本として捉え、人は成長し価値創造の担い手になるとの信念を持ち、積極的に人財へ投資して企業価値を高めていきます。こうした考え方に基づき、「経営戦略と人財戦略」を連動させ、人事制度改革、適正配置、健康経営、社員エンゲージメントの向上を推進していきます。

人事データの可視化と並行して『人財ポートフォリオ』を作成します。各事業・部門にどんな能力を持った人が、どれくらい必要なのかを見える化し、理想と現実のギャップを明確にします。その上で、たとえば、新卒一括採用に限定しない採用方針や、既存社員の再配置、外部人財の獲得、アルムナイネットワークの構築、専門職・技術職の積極採用など、ギャップ解消に向けた施策を進めます。また、スギ薬局グループの最も大切な財産である社員が、笑顔でいつまでも健康的に働ける職場環境を追求し続けます。スギ薬局グループはこれまで6年連続で健康経営優良法人の認定を受けています。しかし、応募した多数の企業の中で、スギ薬局グループは健康経営をリードしている状況ではありません。現在の喫煙率11%台を10%未満にすべく、禁煙サポート施策を打ち出します。生活習慣病を減らすための特定保健指導の強化、メンタルヘルスを減らすための研修の実施や相談ダイヤルの対応スピードの強化、有給取得率の向上、育休取得促進や残業の削減など、ワークライフバランスの推進、あらゆる社員が活躍しやすい環境も整備し、社員のエンゲージメントを高めていきます。

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

やりがいを考えるうえで、心理的安全性というものが重要になります。心理的安全を高めることで、自分らしく日々を過ごせることができ、言いたいことも言い合える、思い切った挑戦もでき、お客様にも親切丁寧な行動ができるようになる。当社には、職場の悩み・何でも相談ダイヤルというものがあり、通報件数は1400件を超え、日本企業の中でも、通報しやすい企業として、直近でもメディアに取り上げられております。また、通報された内容をすぐに調査し、対応できるようエリア人事部を設け、機動力を高めております。また、“一人一人に向き合う”をテーマに掲げ、上司への相談のしやすさを高めるよう促し、役員全員が店舗を訪店し、経営トップ自らが社員の声を聴きに行く取り組みに力を入れています。2024年度も引き続き、心理的安全性を高める取り組みを強化してまいります。

職場の悩み・何でも相談ダイヤル件数（年間）



DX戦略について

スギ薬局グループのDX戦略の根幹は、生産性の向上と顧客生涯価値向上の実現を通じて、お客様と向き合う時間を豊かにすることです。そして、「お客様からのご相談への応対やカウンセリング」など、デジタル化できない、人と人との交わりこそがスギ薬局グループの最大の強みといえます。デジタル技術でいかに新しい価値を提供できるか、業務のデジタル化だけでなく、組織や業務プロセス、企業文化まで変革できるか、それによってスギ薬局グループの競争力を高め、優位性を確立することができるかに注力していきます。注目すべきは「競争上の優位」で、デジタル技術をフル活用し、新規参入者が一気にシェアを奪って逆転する、こう

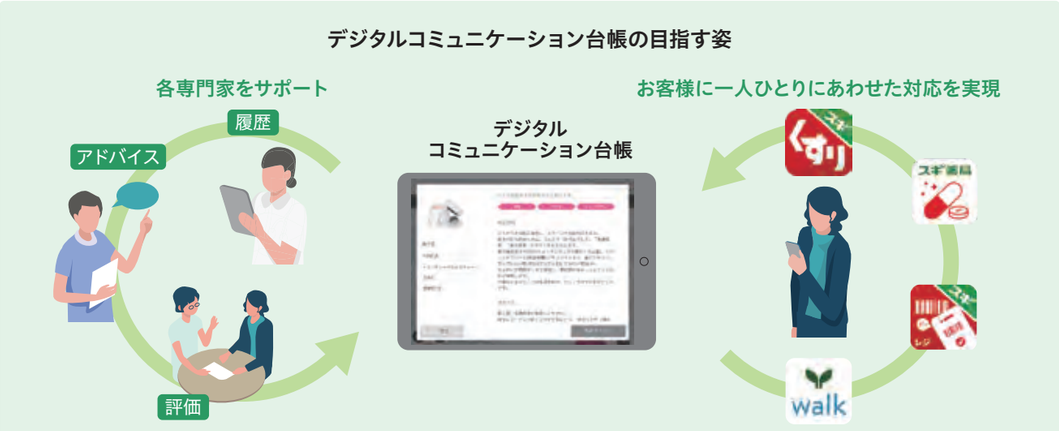
した現象が各業界で起こり始めています。他業界の事例では購買行動がECにシフトし、各企業がリアル拠点からECにシフトし、乗り遅れた企業は淘汰されています。これからは、デジタル化による業務の一部改善だけでなく、DXによる「顧客接点の構築」と「継続的なつながり」を通じた顧客生涯価値の向上がより重要になります。

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

「いつでも、どこでも、手のひらにスギ薬局」と「デジタルコミュニケーション」の実現によって、デジタルとリアルの顧客体験がシームレスでつながります。「デジタル」を介した顧客体験は、1,200万ダウンロードのスギ薬局アプリが大きな役割を担います。現在、スギ薬局アプリを見て、店舗に来店されるお客様は年間延べ数で約3.5億人。今後の課題は、デジタルで誘導した爆発的に生まれるニーズをリアル店舗でどう受け止めるか、ということにかかってきます。デジタル

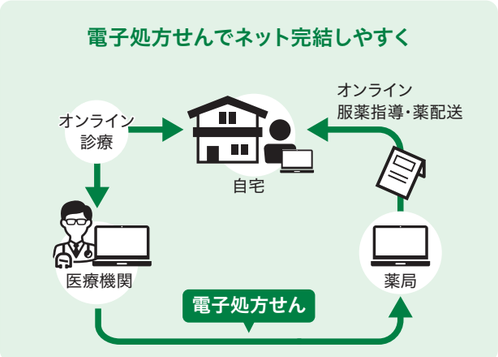
お買物スマホアプリによる顧客体験の向上

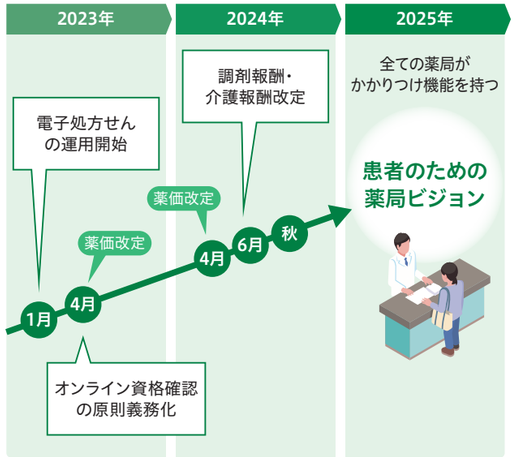
の推進により、一気に爆発的に増加する接客機会を丁寧に拾い上げ、今までの延長線上にある施策とは異なるアプローチで、リアル店舗のサービスを磨いていきます。この難題に対応できた企業こそ、今からを生き抜く会社であると考え、こうした課題に向き合える幸福（しあわせ）を噛み締め、経営幹部一人ひとりが自分事として捉え、これに立ち向かっていく1年にしていきます。



調剤領域における変化対応について

電子処方せんの運用開始、オンライン資格確認が原則義務化など、患者様、医療機関、薬局にとって、それぞれメリットがある取り組みが進んでいます。インフラや対応方法の整備など、スギ薬局グループも全面的に推進しており、オンライン資格確認システムの導入を完了し、全店で運用しています。患者様のメリットとしては、正確かつリアルタイムな情報をもとに診察・処方・調剤が受けられるので、治療効果が高まり、薬の併用チェックを通じて、不要な薬が減ります。医療機関や薬局としても、複数の医療機関をまたいで、必要な情報の共有ができるようになるので、安全かつ正確な対応ができ、入力業務や保管のためのファイリングなどの業務削減や保管スペースの確保も期待できます。つまり、治療効果の向上、リスク管理の強化、生産性改善を通じて、医療全体のトータルコストを低減させることにつながります。患者様の安全性や利便性向上、より質の高い医療へのアクセスを可能にする「データヘルス改革」への対応は、計画的に進めています。こうした方針は、スギ薬局グループが掲げる「トータルヘルスケア戦略」と完全に方向性が一致しています。日本の医療にとって、大きなメリットを生む制度改革ですので、スギ薬局グループが業界をけん引する気概を持って推進していきます。スギ薬局グループの核となる調剤領域の制度改革について、2015年に示された「患者のための薬局ビジョン」に則り、国主導の変革が着実に進んでいます。特定の医療機関に依存せず、地域のお役に立つ薬局として面分業への対応は正しかったと改めて感じています。薬価改定では、スギ薬局グループも調剤売上に対して、少なからず影響がありました。一方で、技術料の改定では、薬局業務を対物から対人へシフトさせ、





薬剤師個々の関わり方において、今まで以上に地域の患者様へ寄り添うことを求めています。多職種連携での在宅医療も求められていますので、薬剤師一人ひとりの能力アップも含め教育の強化とDXの推進による業務の効率化も同時に進める必要があります。スギ薬局グループで調剤をさせていただいている処方せん枚数は前年対比で増加を続けています。さらに多くの患者様に快適にご利用いただく薬局にするために、待ち時間の短縮にも力を入れています。オペレーションの改善と機器の導入、徹底的な効率化、スピード向上を図り、安全第一を大前提としたうえで、患者様の待ち時間短縮に挑戦しています。実際に、大型の調剤薬局で対策を実行したところ、待ち時間が劇的に短縮し、その結果として、処方せん枚数の増加につながった事例もあり、それら取り組みを水平展開し、患者様に信頼される薬局づくりに注力していきます。

中期経営計画について

2026年にスギ薬局は創業50周年を迎えます。そのとき、スギ薬局グループはどうあるべきか、未来視点であるべき姿を描き、2022年度から始まった中期経営計画を、前半2年と後半3年に分けて考えています。最初の2年は「飛躍に向けた土台づくり」、後半3年は「売上高１兆円への飛躍」と位置づけ、2026年度の売上目標は1兆円を目指します。 中期計画は成長戦略と経営基盤強化の2つで構成されます。成長戦略として「ヘルスケア領域の深耕」「DX活用による顧客体験の変革」「協働・共創の拡大」の3つの項目を掲げ、そ

れぞれの項目ごとに、今から築き上げていくべき方向性を定めています。また、経営基盤強化も3つの項目からなり「データに基づく経営」「コスト構造の改革」「人財・組織の強化」を、それぞれの担当取締役の戦略に落とし込んでいます。2023年度で最初の2年の「土台づくり」が終了しました。DXや商品開発、出店、海外、人材などの各種戦略を根本から見直し、様々な実験や取り組みが進み、その土台が固まったと確かな手ごたえを感じています。そして、2024年度から売上高1兆円に向けた飛躍の3年間がスタートします。この中期計画はあくまで当社の自力成長をベースにした定量目標です。一方で、ドラッグ・調剤業界の寡占化が加速度的に進み、数年で数千億円規模のM&Aが進むと想定し、売上高１兆円を最低限のハードルとして経営していきます。

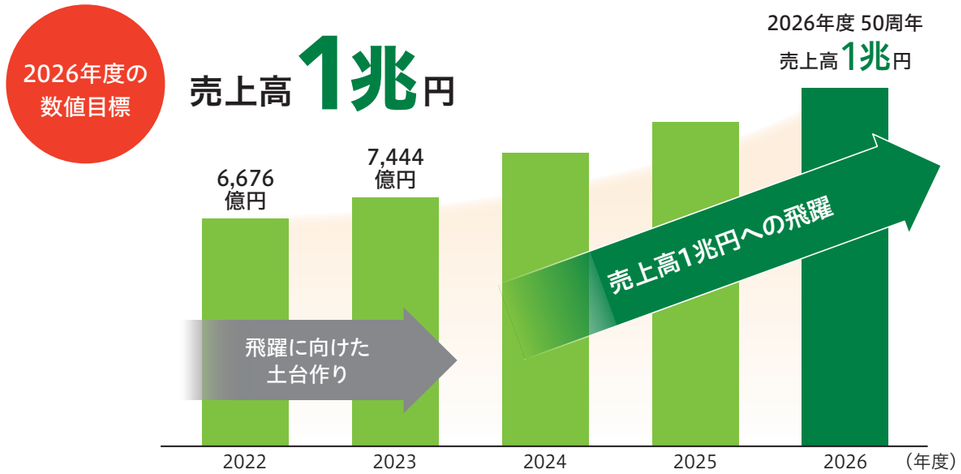
スギホールディングスの機能強化について

当社の成長戦略は、新規出店に加え、デジタル、ヘルスケア、海外、M&Aに大きくシフトし始めています。グループ会社も増えています。そのため、２０２４年度はスギホールディングスの機能を強化し、スギ薬局グループ全体の成長をサポートする体制を整えます。

一例として、スギホールディングスにおける管理監督機能の強化と執行責任を明確にすべく「執行役員制度」を導入します。M&Aや出資等、スピード感を求めつつ、グループとしての経営企画・財務・M&A戦略を強化すべく「経営企画・財務担当」を設置します。また、当社グループ内の専門人財や経営スキルを持った人財など、人財マネジメントの重要性の高まりから「人事・管理・リスク担当」を設置し、さらに、グループ横断的に、調剤リスク対応や対外的な業務を担う「医療・調剤担当」、デジタル化やブランディングを推進する「DX・ブランディング担当」、今後大きな事業成長が見込まれる「海外担当」を設置します。

また、将来的には執行責任を子会社社長に委任する体制を構築していきます。

この様な中、スギホールディングスに求められるのは、スピード感のある事業運営の支援と、事業の見える化です。グループ各社の経営状況を俯瞰的に捉え、必要な経営資源を配分する司令塔として、その機能を強化し、徹底的に支援を行います。



2026年度を最終年度とする中期経営計画

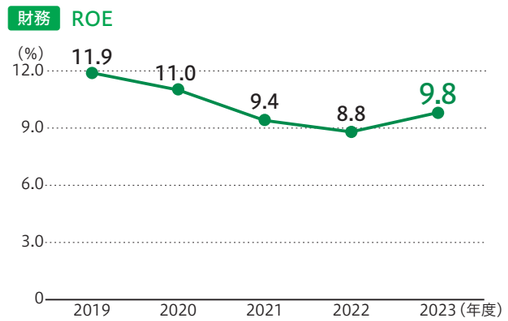
成長戦略	ヘルスケア領域の深耕	● ヘルスケア基軸での出店（出店エリア/店舗タイプ/医療機関連携） ● 物販×調剤の相乗効果を最大化 ● スギ薬局版地域包括ケアモデルの構築
	DX活用による顧客体験の変革	● デジタルによる顧客体験の進化 ● ONE to ONEマーケティングの展開 ● デジタル会員拡大と調剤利用率向上
	協働・共創の拡大	● 製配販の情報連携によるSCM※最適化／商品・カテゴリー開発 ● 国内外でのヘルスケアネットワーク構築
経営基盤強化	データに基づく経営	● 生産性の高い組織／業務の実現
	コスト構造の改革	● 投資効率の高い新規出店／既存店改装の実施
	人財・組織の強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

※SCM：サプライチェーン・マネジメント

資本コスト・株価を意識した経営について

2024年度から、経営企画・財務担当の執行役員を定めたうえで、資本コストや株価を意識した経営を強化していきます。

資本コストを的確に把握したうえで、外部環境の変化を踏まえた経営戦略や中期経営計画を策定し、その概要を開示しております。策定した経営戦略、中期経営計画については、毎年進捗状況等を確認・分析した上で、新たな事業投資、出店およびシステム投資、そして人財育成への投資など経営資源の配分計画に基づき対応していきます。新規の大型M&Aや事業投資を伴う資金調達については、株主価値向上を念頭においた財務方針に基づいて実施しています。また、当社グループは、株主価値向上に資する「中長期的なROE、ROIC向上」、「持続的・安定的な株主還元」、「成長のための投資」を展開します。ROE、ROICを持続的な株主価値の創造に関わる重要な指標とし、収益性の向上、総資産回転率等を常に改善し、中長期の継続的なROE、ROIC向上を目指します。



今後は、資本コストを的確に把握し、事業ポートフォリオマネジメントや新規出店における投資効率の改善、新たな事業投資など、経営資源の配分を行うための一つの指標としてROIC指標を新たに導入していきます。ROICを導入するために、まずはROICを事業別に見える化するなど、体制整備を進めています。現場にはKPIへの紐づけも行うなど、試運転も開始しながら、ROIC指標を活用するための仕組みや社内浸透のための取り組みを加速していく予定です。

早速ですが、株式分割を行う事も決定しました。株式分割を行い、投資単位当たりの金額を引き下げることにより、より投資しやすい環境を整え、投資家層の拡大を図ることを目的としております。普通株式1株につき3株の割合での株式分割、当社の株主還元に関する基本方針、および財務状況等を総合的に勘案したうえで、配当予想を開示しております。2025年2月期の年間配当予想額35円を株式分割前の年間配当予想額に換算しますと105円であり、2024年2月期の年間配当予想額80円から実質25円の増配となります。今後も多くの株主様にも安心して、積極的に投資いただける経営を目指してまいります。

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

1976　2000　2006　2010　2016　2020　2023　2024

事業展開

1976 ●愛知県西尾市で小さなまちの「かかりつけ薬局」からスタート

2001 ●関西エリア進出1号店を開設

2001 ●東証一部へ上場

●スギポイントカードを全店に導入

2003 ●本社機能の充実のため三河安城駅前に自社ビルを建設し、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

2008 ●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

2011 ●飯塚薬品株式会社を会社統合

2013 ●株式会社スギ薬局と株式会社ジャパンが会社統合

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

2016 ●本社を大府市に移転し、自社物流センターを併設

2018 ●メドピアグループと資本業務提携

2018 ●医師の開業支援を行う株式会社ＤＣＰソリューションを設立

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 ●Ｉｎａｇｏｒａホールディングス株式会社と資本業務提携

2020 ●国内外に商品供給などを行う株式会社Ｓトレーディングを設立

2020 ●株式会社ＰＲＥＶＥＮＴと業務提携

2021 ●Ｏｍｉｃａｒｅ Ｊｏｉｎｔ Ｓｔｏｃｋ Ｃｏｍｐａｎｙ（ベトナム）と業務提携

2022 ●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市場へ移行

2022 ●株式会社スクロールと業務提携

2022 ●アルプロ薬局（マレーシア）と業務提携

2022 ●大樹連鎖薬局（台湾）と資本業務提携

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

2023 ●スギホールディングス株式会社とアルプロファーマシーと合弁会社を設立

2023 ●Ｅｘｃｅｌｌｅｎｔ Ｗｅｌｌｂｅｉｎｇ Ｉｎｔｅｒｎａｔｉｏｎａｌ Ｃｏ；Ｌｔｄ.と業務提携

2023 ●さくら薬局グループと業務提携

2023 ●薬日本堂株式会社を子会社化

2023 ●株式会社ひかりファーマを子会社化

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

創業当時の様子

東証一部上場

三河安城旧本社

核店舗1号店 熊味店オープン

大府本社移転

名古屋大学病院店（敷地内薬局）

大樹薬局店舗

薬日本堂青山本店

地域医療・社会貢献

1976 ●愛知県西尾市で小さなまちの「かかりつけ薬局」からスタート

2002 ●個人宅向けの訪問調剤を開始

2003 ●クリーンルームを設置し、無菌調剤を開始

2005 ●高齢者施設向けの訪問調剤を開始

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 ●高齢者施設や病院でのコスメティックセラピーを開始

2009 ●創業者である杉浦広一・昭子が「杉浦地域医療センター」を京都大学大学院医学研究科の敷地内に寄贈

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 ●名古屋大学に日本で初めての地域包括ケアシステム学寄付講座を開催

2013 ●高齢者施設へＡＥＤ寄贈を開始

2013 ●乳がんの患者様へ医療用ウィッグ寄贈を開始

訪問調剤を開始

クリーンルームを設置

訪問看護を開始

杉浦地域医療センター寄贈

2015 ●「一般財団法人杉浦地域医療振興財団」が公益法人、「杉浦記念財団」に認定

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

2018 ●社会人サッカークラブＦＣ刈谷とパートナー契約を締結

2018 ●「プラチナくるみんマーク」を取得

2019 ●近畿大学薬学部と「包括連携協定」を締結

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

2020 ●金沢大学と共同研究講座を開設

2021 ●ＥＳＧ推進室・サステナビリティ委員会を設置

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 ●愛知県と地方創生ＳＤＧｓに関する包括協定を締結

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」義援金を提供

2024 ●6年連続健康経営優良法人に認定

杉浦記念財団が公益法人に認定

プラチナくるみん　子育てサポートしています

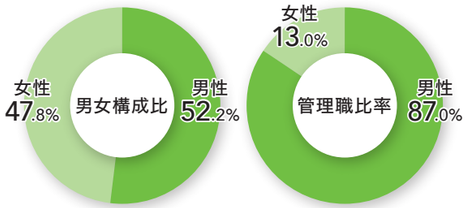
サプライチェーン イノベーション大賞 Supply chain Innovation Award 2021

2024 健康経営優良法人 Health and productivity

数字で見るスギ薬局グループの強み
～事業基盤を支える6つの資本～

人的資本　地域社会のニーズに応える多様な専門家人財

正社員数
8,724人



※管理職の基準：
職位者＋一定基準の社内資格者

専門家人財 ※パートナー社員含む人数

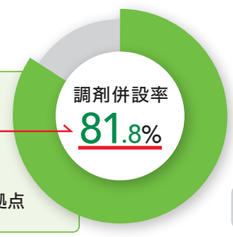
- ■薬剤師 4,021人
- ■かかりつけ薬剤師 846人
- ■外来がん治療専門薬剤師 7人
- ■外来がん治療認定薬剤師 5人
- ■ビューティアドバイザー 1,222人
- ■管理栄養士 468人
- ■看護師 113人
- ■登録販売者 10,029人

■人財開発に投資した額 5億円

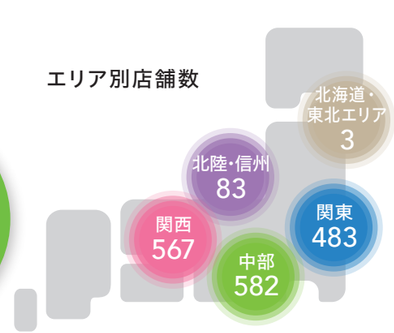
製造資本　地域社会を支える店舗網

店舗数 ※2024年2月末現在
1,718店　新規出店 144店

スギ薬局 1,569店舗（調剤併設 1,283店舗）
ジャパン 104店舗　訪問看護ステーション 16拠点
在宅対応店舗数 601店舗　在宅調剤センター 43拠点



エリア別店舗数



財務資本　健全な財務基盤

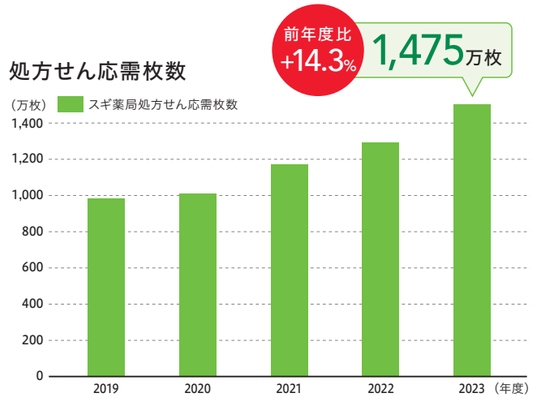
財務数値	■連結売上高 7,444億円	■総資産 3,905億円	■連結営業利益 366億円
収益性	■連結営業利益率 4.9%	■連結経常利益率 5.1%	
財務基盤・安全性・効率性	■自己資本比率 59.8%	■現金及び預金 434億円	■EBITDA 521億円

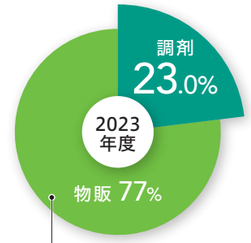
知的資本　創業時より蓄積してきた調剤のノウハウ

調剤売上高
1,587億円　前年度比 +11.5%

処方せん受付医療機関数
59,193施設

処方せん応需枚数





内訳
- ヘルスケア 20.0%
- ビューティ 18.4%
- ホーム 18.7%
- フーズ 19.9%

社会関係資本　お客様・地域社会との信頼関係

年間延べ来店客数
3.4億人

スギポイント会員数
2,223万人

アプリダウンロード数
1,297万人

※スギ薬局アプリとスギスマホでお薬アプリのダウンロード数

自治体との協定数
100件

自然資本　事業を支える自然資本

エネルギー消費量
314,266千kWh/年間
※2022年度実績

水使用量※
755,045m³/年間
※水道料金を、単価（愛知県大府市）で割り戻し、推定値として算出
※2022年度実績

数字で見るスギ薬局グループの サステナビリティ

健康的なコミュニティ

➡P63

訪問調剤実施店舗数
601店舗

地域連携薬局
21店舗

専門医療機関連携薬局
3店舗

AED設置店舗 282店舗
目標 全店舗の20%（2025年度末）

スギスマホでお薬アプリでの処方せん送信率
16.5%

訪問調剤サービス提供の年間延べ患者様数
18.9万人
目標 25万人（2025年度末）

サステナブルな取引関係

➡P77

環境に配慮した
プライベートブランド商品の比率
14.4%
目標 30%
（2030年度末）

プライベートブランド商品の
売上比率
9.9%

お取引先向け方針説明会
出席者数 421名

地球環境への貢献

➡P85

2024年度中に、太陽光パネル設置店舗とは別に、
オフサイトPPAにて約100店舗に対して、再生可能エネルギーの導入を目指します。

太陽光パネル設置店舗
117店舗

資源※回収店舗数
88店舗 ※ペットボトル、お薬PTP包装シート、衣料品

健康的な職場環境

➡P93

女性管理職比率 13.0%
目標 30%（2029年度末）

育児休業取得率
男性 55.7% 女性 97.4%

エンゲージメント指数 3.2
目標 3.5（2024年度末） 4.0（長期目標）

育児休業復帰率
男性 98.9% 女性 98.6%

健康診断受診率 99%

コーポレート・ガバナンス ※2024年5月22日現在

➡P103

社外取締役比率
57%

女性取締役比率
14%

投資家対話件数
218件

社外監査役比率
75%

価値創造のプロセス

市場環境認識 ➡P37

社会の変化

社会課題の深刻化
- 少子高齢化
- 医療費の適正化
- 温暖化
- プラスチック問題

価値観の変化
- 価値の多様性
- 消費行動の変化
- 所有→シェア

技術革新
- 5G促進・IoTの拡大
- リアルとデジタルの融合

ビジネスモデル

価値創造の源泉 ➡P29

人的資本
多様な専門家人財

グループ従業員	38,733人
薬剤師	4,021人
管理栄養士	468人
ビューティアドバイザー	1,222人
看護師	113人
人財開発に投資した額	5億円

製造資本
地域密着型の店舗網

店舗数	1,718店舗
在宅対応店舗数	601店舗
訪問看護ステーション	16拠点

財務資本
健全な財務基盤

総資産	3,905億円
設備投資額	326億円
自己資本比率	59.8%

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　59,193施設

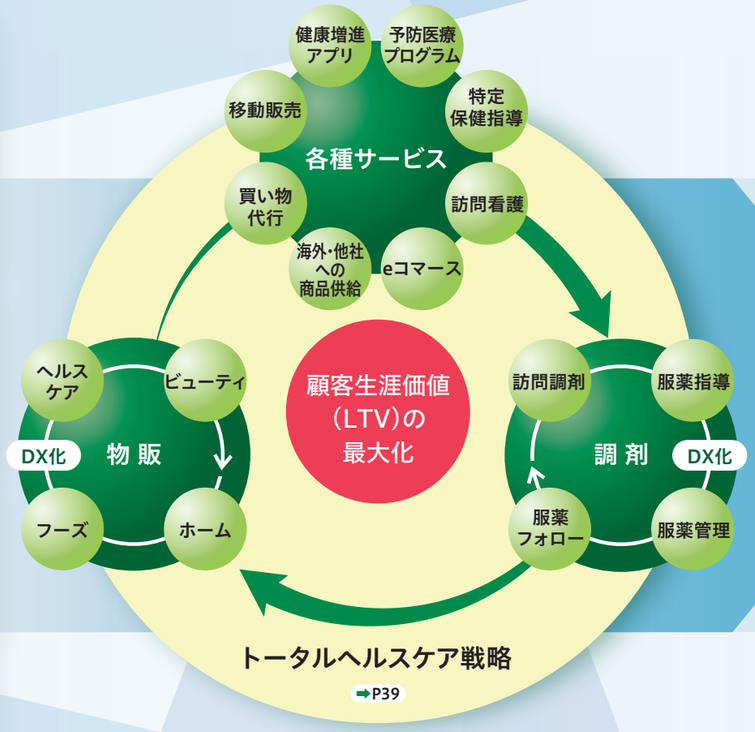
社会・関係資本
地域に根差した企業活動

自治体との協定数	100件
会員基盤	2,223万人

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	314,266千kWh/年間
水使用量	755,045㎥/年間

社会に価値を生み出す事業活動



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)

- サステナビリティ基本方針
- 人権方針
- コーポレート・ガバナンス基本方針

エンゲージメント経営
社員一人ひとりとの対話を重視し、やる気を引き出す経営

リアル店舗、専門家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
専門家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

海外事業
台湾、ベトナム、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

生み出される成果

財務 ➡P119

売上高	7,444億円
営業利益	366億円
EBITDA	521億円
一株あたり当期純利益	121円
ROE	9.8%

非財務 ➡P59、P120

- 健康的なコミュニティ ➡P63
- サステナブルな取引関係 ➡P77
- 地球環境への貢献 ➡P85
- 健康的な職場環境 ➡P93
- コーポレート・ガバナンス ➡P103

社会に提供する価値

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
幸福(しあわせ)で笑顔あふれる
社会の実現

価値の還元

02

戦略の推進体制と
グループ各社の事業報告・紹介

37 市場環境認識
39 「トータルヘルスケア戦略」と推進するための組織・事業
53 財務・非財務ハイライト
55 会長メッセージ

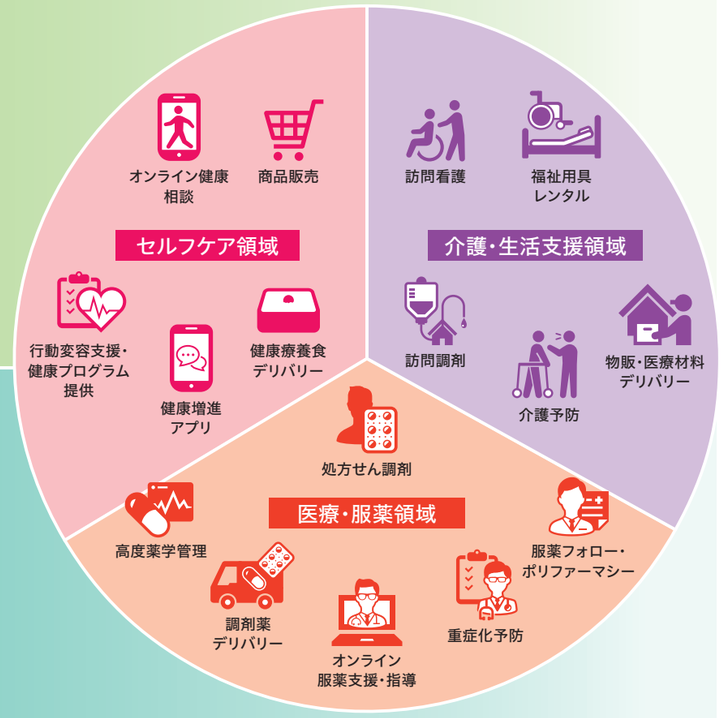
「トータルヘルスケア戦略」を推進するスギ薬局グループは、
強みである人的資本と近年強力に推し進めているDX、
そして、グループネットワークの拡大により、
さらなる成長曲線を描いていきます。

市場環境認識

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

メガトレンド	具体的事例
少子高齢化	●地域包括ケアの推進 ●在宅支援ニーズの向上 ●高齢者の購買行動の変容
医療費の適正化	●セルフケア需要の急増 ●調剤報酬改定（対物・対人を適切に評価） ●アウトカム評価 （健康づくり、重症化予防）
技術革新（デジタライゼーション）	●リアルとデジタルの融合 ●5G促進・IoTの拡大 ●ICTを活用し、 服薬情報の一元的・継続的把握
消費行動の変化	●eコマース市場の急激な拡大 ●健康志向の拡大 ●コロナ禍による消費者の行動変化 身近なところで簡便に買い物

ドラッグストアセグメント	ドラッグストア市場規模※1	2000年 2.7兆円 ↓ 2022年 8.7兆円 ↓ 2030年 13兆円（予測）
	国内人口における65歳以上の人口※2	2000年 2,204万人 ↓ 2022年 3,627万人 ↓ 2040年 3,921万人（予測）
	傾　向	高齢化の進展に伴い、健康の維持増進・疾病の予防などのセルフケア領域、高齢者向け食事・物販などの生活支援領域の需要が急増。人口減少が進む中で、数少ない成長産業。
調剤セグメント	医薬分業率（市場規模）	2000年 39%（2.7兆円） ↓ 2010年 63%（6.1兆円） ↓ 2021年 75%（7.7兆円）※3
	ドラッグストアの調剤市場規模・シェア※4	調剤額：2020年 1.07兆円 （前年伸長率+9.0%） 調剤市場シェア：2019年 13.8%
	傾　向	調剤市場において、厚生労働省が推進する「患者のための薬局ビジョン」により、門前薬局から郊外に立地するドラッグストア調剤への移行が進む。ドラッグストアの成長を支える重要セグメント。



※1：日本チェーンドラッグストア協会「日本のドラッグストア実態調査」
※2：総務省の報道資料より
※3：日本薬剤師会「医薬分業進捗状況（保険調剤の動向）
※4：ドラビスon-line【ドラッグストア協会】ドラッグストアにおける調剤が初の1兆円超え（2021年4月16日公開）https://www.dgs-on-line.com/articles/877

経済団体から提言された薬局・薬剤師の目指す姿

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

〈具体的に示されたこと〉

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

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

国が目指すかかりつけ薬局のビジョン

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

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

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

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

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

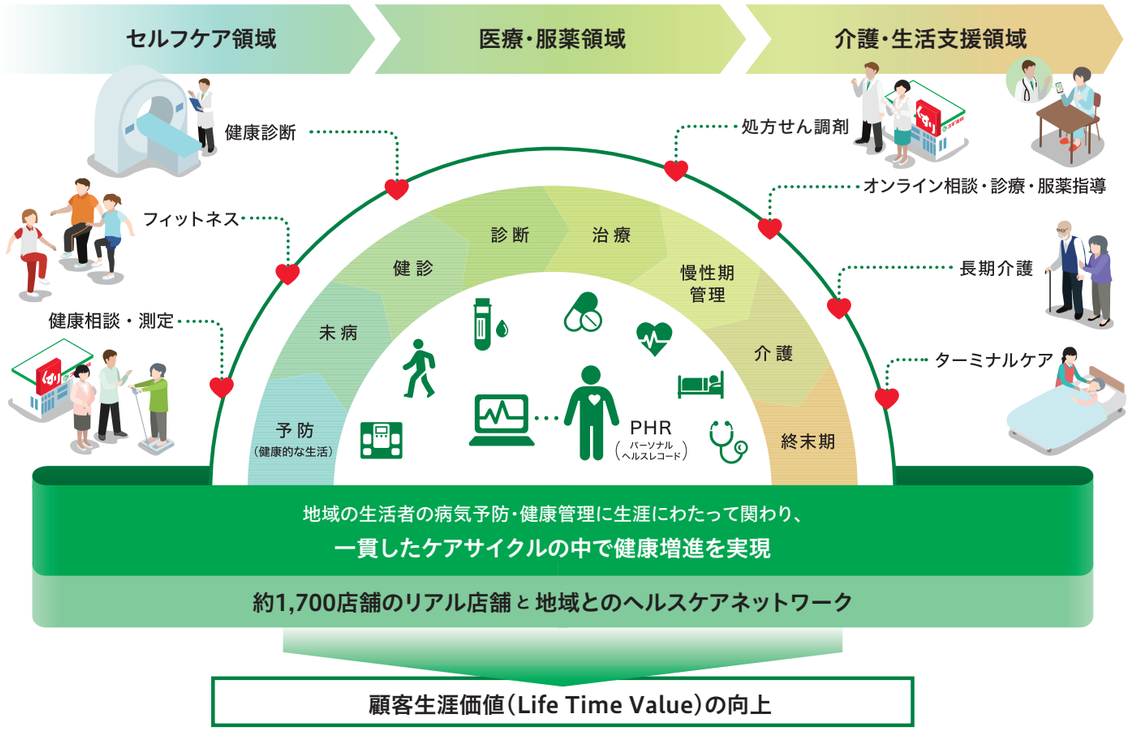
2035年　日常生活圏域でのかかりつけ機能の発揮
・立地を地域へ移行することを評価

「トータルヘルスケア戦略」と推進するための　組織・事業

リアルとデジタルを融合したトータルヘルスケア戦略

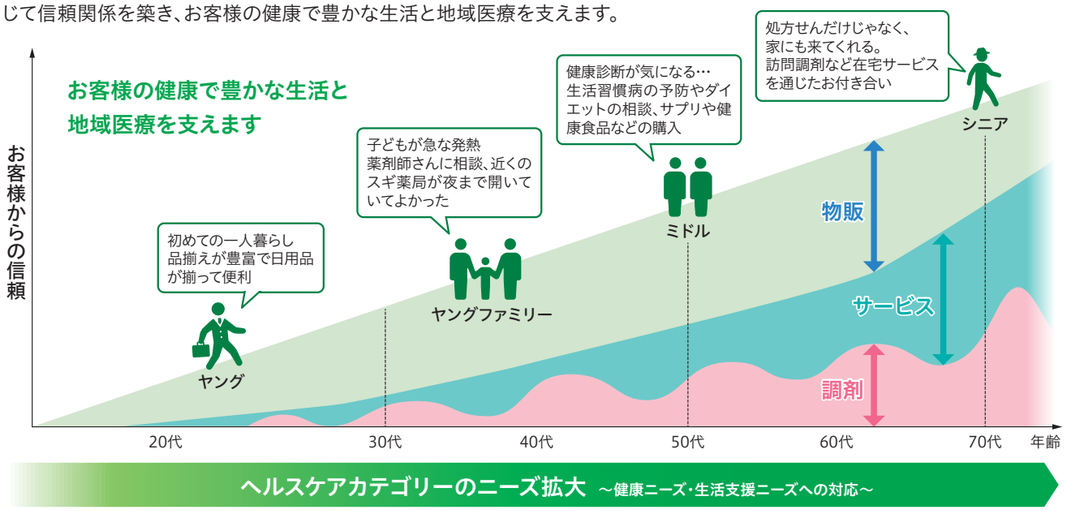
セルフケアから医療・服薬、介護・生活支援まで健康をトータルに支援し、地域社会へ貢献

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



顧客生涯価値（Life Time Value）の向上

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



ヘルスケアカテゴリーのニーズ拡大 ～健康ニーズ・生活支援ニーズへの対応～

スギ薬局グループ

スギホールディングス

- ドラッグストア事業　スギ薬局　P42
- 医療コンサルティング事業　スギメディカル　P46
- 漢方専門薬局事業　NIHONDO 薬日本堂株式会社　P51
- 疾病予防支援事業　スギウェルネス　P50
- 障がい者雇用推進事業　スギスマイル
- 国内海外卸売事業　Sトレーディング　P49
  - 海外卸売事業　渡辺貿易
- 調剤薬局事業　ひかりファーマ
- 医師開業支援事業　DOP Solution
- 総合HR事業　MCS Medical Career Support
- 医療機関支援事業／コンサルティング事業　CoMediCs
- 医薬品卸売事業　SWC
- 訪問看護事業／居宅介護支援事業　SNC スギナーシングケア

国内関連会社
スギ薬局グループの持分法適用会社
- 日本ホスピスホールディングス株式会社

海外関連会社
- 薬 alpro スギ 薬局・pharmacy・apotek
- 大杉樹醫藥香港有限公司

「トータルヘルスケア戦略」を推進するための **スギ薬局グループの企業**

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

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

スギ薬局の事業報告

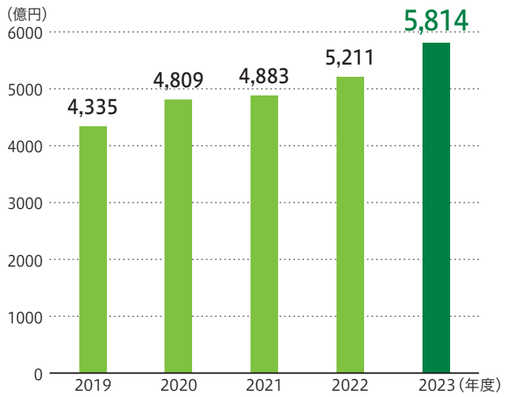
スギ薬局

スギ薬局の事業は、今年度物販、調剤ともに売り上げ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進んでいます。
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。

物販

物販領域におきましては、人流回復や訪日外国人観光客の増加が著しいエリアへの出店を強化するとともに、既存店舗の改装や新たな商品ラインの取り扱いを開始することで、インバウンド需要を含む都市部での売上増加を図りました。一方、郊外の既存店舗でも改装を積極的に実施することで、地域のニーズに合致した品揃えを充実させ、新たなお客様の獲得に努めました。さらに、買い上げ点数などの向上に向け、スギ薬局アプリを活用した個々のお客様への最適な情報やクーポンの配信などに積極的に取り組みました。結果、厳しい市場環境の中でも売上高5,814億円（前年度比111.6%）を実現できました。

[スギ薬局物販]売上高推移



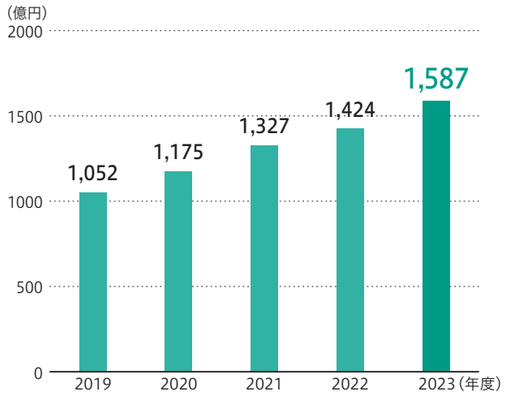
※2023年度の物販売上には「収益認識に関する会計基準」の影響額を含み、2022年度には含みません。

調剤

調剤領域におきましては、新規開局を推進するとともに、伸長する処方せん応需に対応するため、調剤室および調剤待合室の拡張改装を実施することで、さらなる拡大に努めました。

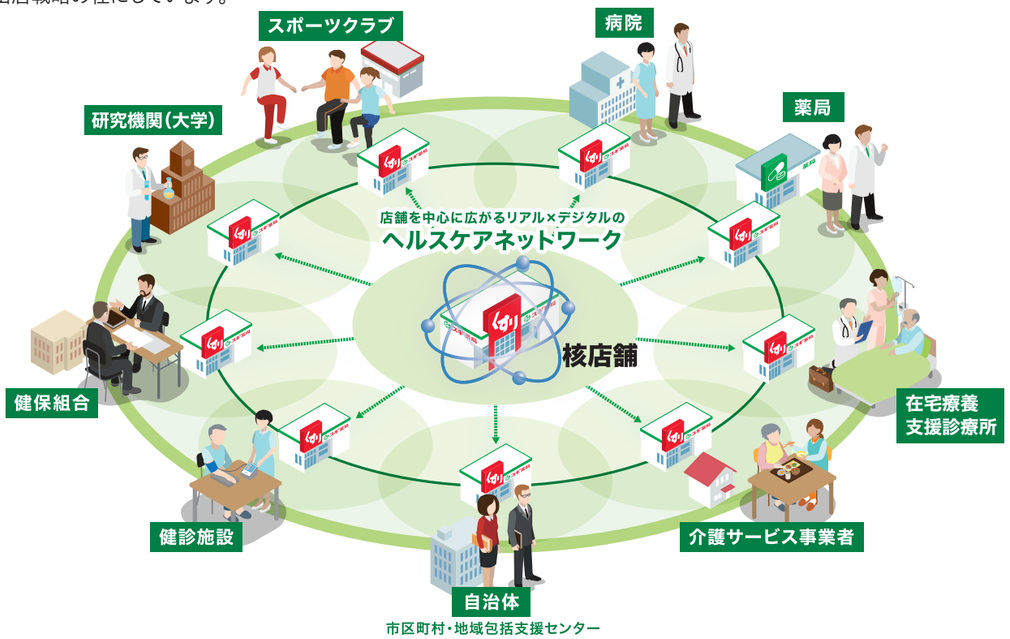
市場規模の拡大が想定される訪問調剤におきましては、訪問調剤専門店舗の開局を進めるとともに、資本業務提携先の日本ホスピスホールディングス株式会社との連携を強化することで、地域医療に対応できる体制作りに取り組みました。さらに、薬剤師の専門教育を強化することで対人業務の質的向上を図るとともに、高額処方せんの獲得拡大に努め、調剤領域での売上基盤の増強を図りました。結果、処方せん応需枚数1,475万枚（前年度比114.3%）、調剤売上1,587億円（前年度比111.5%）となりました。

[スギ薬局調剤]売上高推移



核店舗を中心としたドミナント出店

地域ドミナントの中核を担う問題解決型の店舗「核店舗」の展開を推進し、「核店舗」を中心としたヘルスケアネットワークづくりを出店戦略の柱にしています。



※核店舗とは、セルフの健康測定コーナーをはじめ、ヘルスケアに関わる様々な機能を付加し、さらにコミュニティスペースを設け、管理栄養士など専門家人財によるイベント開催を定期的に行うことで、ドラッグストアとしての健康サポート機能を強化した店舗です。

改装・品揃え拡充を通じたお客様利便性・満足度の向上

調剤室・待合室の拡張改装

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

お子様連れのお客様も安心して来店できる環境づくりを実施

調剤も物販も含めた全体の改装実施数

259店舗（2022年度） → 329店舗（2023年度）

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り場を実現しています。

コンセッショナリーによる生鮮、精肉売り場の導入・拡張

冷凍・冷蔵ケース増設による冷凍食品の強化に加え、コンセッショナリーでお客様のワンストップニーズに対応しています。

「ひかりファーマ」の子会社化によりトータルヘルスケア戦略をさらに推進

2023年12月、子会社となった「株式会社ひかりファーマ」は2003年に富山県で創業した地域密着型の調剤薬局です。富山県高岡市を中心に砺波市、富山市、射水市、石川県かほく市に計13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。

2023年度に誕生した注目の店舗

株式会社アイシンとの協業で、ウェルネスの最先端を体験できる実験型店舗をオープン

2023年9月「SUGI+ 羽田イノベーションシティ店」を東京都大田区にオープンしました。商圏の住民やオフィスワーカーだけでなく、訪日観光客や障がいがある方など、多様なお客様に対して「未来の健康」をテーマにしたヘルスケアの最先端を体験を通じて提供する実験型店舗です。日本の伝統的な健康法と最新のウェルネステクノロジーを組み合わせたユニークなプログラムや商品を多数ご用意しています。

「SUGI+　STUDIO」と名付けられた体験スペースでは、従来のスギ薬局では扱ってこなかったヘルスケア家電、ビューティ家電を中心に、スタートアップ企業や大企業が開発する実験的な商品を実際に手に取りながら試すことができます。

見習い店員 Saya＋（サヤ・プラス）

店舗に導入されているアイシンが開発した対話型の人工知能（AI）。仮想のキャラクター「見習い店員　Saya+」が店頭のディスプレイに登場し、お客様と雑談します。会話内容やAIカメラによる属性判定をもとに商品を提案します。

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

スギホールディングス株式会社
取締役副社長
株式会社スギ薬局 取締役副社長
スギメディカル株式会社代表取締役社長
杉浦 伸哉

スギメディカルグループの事業紹介

スギメディカル

地域医療にとって不可欠な医療機関や介護領域の事業者とのネットワークの拡充に取り組んでおります。
グループ傘下にある子会社の機能をもとに、以下のサービスを提供しています。

❶医療機関や介護施設といった医療介護分野のプレイヤーにおける経営課題の解決
❷調剤薬局やドラッグストアへの当社グループのノウハウの提供による経営課題の解決

株式会社DCPソリューション（DCP）

開業支援事業

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、関西、中部、北陸・長野の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累計約170件（医療モール累計9棟含む）の開業支援実績があります。今後は、継承事業及び医療モール組成にも更に注力し、地域医療を支える企業を目指します。

ドラックストア併設により理想の開業を実現

業界
トップクラス
実績
約170件

開業事例

クリニックモール

駅前ビルイン

複合型商業施設

同一建物2階

同一敷地内戸建て

株式会社MCS

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

経験豊富な人事・人材コンサルタントが新卒・経験者採用、キャリア開発、教育研修など、事業拡大に向けて「人財」という観点でトータルサポートを行います。職場での成長を希望する個人様に対しても、最適な職場をお探しする支援から、職場復帰に向けたキャリア支援まで幅広くサポートさせていただきます。

医療に関わるすべての皆さまのキャリア支援

- ●人材育成研修の支援
- ●薬剤師・登録販売者・医療事務など専門職研修
- ●接遇マナー研修
- ●キャリアコンサルティング支援
- ●薬剤師の生涯学習支援（研修認定取得・更新）

- ●MEO支援　●WEB広告支援

- ●人材紹介事業
  医師/薬剤師/看護師/登販／医療事務/本部スタッフなど
- ●労働者派遣事業
- ●アルムナイコミュニティ支援
- ●新卒採用支援
- ●適性試験等アセスメント導入支援

課題を丁寧にお伺いし、クライアント様に最適なサービスをご提案

調査・分析 Research → 課題解決策設計 Human resources design → 実行支援 Execution support

医療業界で働く皆さまの
転職・求人検索のための
キャディカルサイトを運営

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、また地域の皆さまのより健康的な生活を支援いたします。

■ 支援イメージ

■ 支援の流れ

ヒアリング 現場視察 → 分析 → 提案 → サービス提供 実行支援

■ 支援内容

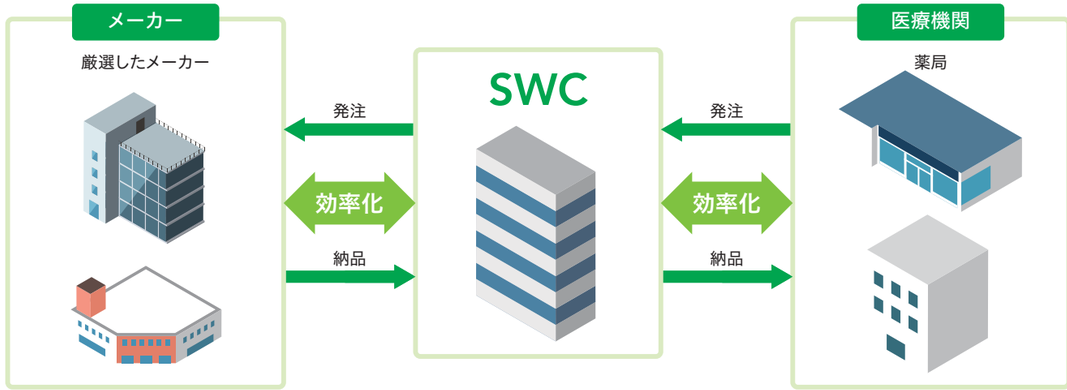
領域	項目	
医療機関支援事業	コンサルティング	地域連携支援
		分院開設・拡大展開支援
		管理業務支援（レセプト請求・医療材料等管理業務）
	業務受託	医療事務・事務長業務支援
薬局支援事業	コンサルティング	在宅専門薬局導入支援
		地域連携支援
		薬剤師・医療事務教育支援
		レセプト請求業務支援
介護・高齢者向け施設支援事業	コンサルティング	入居促進支援
		服薬支援

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、製薬メーカーから十分な情報提供を頂き、品質の確保に努めています。



スギナーシングケア株式会社（SNC）

ご自宅で介護や療養が必要な方に、看護師や理学療法士、作業療法士等が訪問し、日常生活のサポートや医療的ケア・リハビリテーションを実施します。

スギ薬局林寺店併設で、2008年に訪問看護ステーション、2012年にケアプランセンターを開設し薬剤師とともに在宅医療を支えるサービスを開始。現在では大阪府、愛知県、神奈川県、千葉県に22事業所を展開しております。

■ 主なサービス

■病気の観察
病気や障がいの健康状態や、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、食事など日常生活の支援をします。

■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、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	ケアプランセンター
16事業所	6事業所

病気や障がいのある人が、住みな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。

Sトレーディングの事業紹介

Sトレーディング／渡辺貿易

アジア各国に広がるグループのパートナーシップ

株式会社Sトレーディングは、スギ薬局グループのネットワークを国内外へ広げるために2020年に創業した貿易商社です。主にアジアを舞台に、スギ薬局グループのネットワークを活用して、アジアの薬局/ドラッグストアチェーンへ事業展開しています。アジア各国との取引実績があり、スギホールディングスのネットワークを活用してアジア各国において提携先・取引先を拡大。これにより、地域ごとのニーズに合わせた商品提供やビジネス展開が可能です。アジアはもちろんのこと、中東地区やアフリカ地区にも目を向けています。

既存の輸出実績国

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

■ 主な事業内容

輸出入の仲介

ドラッグストア業態における豊富な販売ノウハウを共有

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

OEM/ODM

オリジナル商品の企画・開発支援と販売

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

■ 実績・実例

店舗展開

海外の有力なドラッグストアを展開する企業と提携し、現地スタッフとのきめ細かな連携により、現地のお客様に正しく商品情報をお伝えすることができます。また、提携企業の一部にはスギ薬局グループの商標を貸与し、日本でも馴染みのある店内販促物を用いた店舗営業を行っていただけます。現地の声を生かした商品開発も可能です。

SNS展開

パートナー企業協力の下、現地のインフルエンサーとのネットワークを利用した情報を発信することができます。それにより、最新情報を元にタイムリーなキャンペーンの施策やコストパフォーマンスがよい広告を展開することができ、利益拡大を図ることができます。

「トータルヘルスケア戦略」を推進するための 海外パートナー企業

スギウェルネスの事業紹介

スギウェルネス　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

2024年3月、株式会社スギ薬局からの新設分割により、スギウェルネス株式会社を設立しました。スギウェルネスは、遠隔での健康指導や、PHRアプリによる健康管理支援、データ分析による疾病リスクの早期発見など、リアルとデジタルの融合を加速させ、より効果的な予防サービスを開発することが目的です。トータルヘルスケア戦略における予防・未病領域の強化を目指しています。

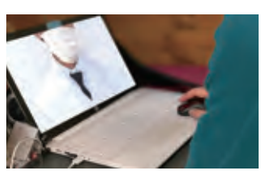
■ 保険者・企業向け保険事業支援サービス

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。

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6か月の保健指導プログラムです。



リスクレポート

疾病リスクと予防知識をわかりやすく伝える独自の健康情報を提供します。

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。

薬日本堂の事業紹介

NIHONDO
薬日本堂株式会社

NIHONDO Co., Ltd.

一人ひとりに合わせた最適な養生法や漢方薬を提案

薬日本堂は、全国で16店舗を展開する漢方相談のリーディングカンパニーで、「一に養生、二に漢方」という基本理念に基づき、一人ひとりに合わせた最適な養生法や漢方薬を提案し、年間延べ9.4万件の身体や健康の相談に対応しています。「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」という３つの業態を有する「漢方相談店舗」を中核に「ウェブメディア」「ミュージアム」「商品開発」「スクール」「商品流通」「書籍監修」など「漢方」を軸とした事業を幅広く展開するとともに、国内最高クラスの症例対応数から得た「漢方」に関する知識と経験を基礎として、地域の生活者から高い信頼・評価を得ています。

子会社化について

2023年12月、薬日本堂を子会社化しました。漢方領域における薬日本堂の知見を活かした独自性の高い商品開発、スギ薬局グループ店舗における新業態の開発、一般用漢方医薬品の販売強化や医療用漢方医薬品を含む処方せんの応需促進を図っていきます。また、スギ薬局漢方の認知拡大に向けたスギ薬局グループ従業員への漢方教育の推進、各種媒体における情報発信等も行い、薬日本堂とのシナジー創出を図ってまいります。

ニホンドウ漢方ブティック

■ 事業内容

漢方専門店舗事業

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

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

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

オンライン事業

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

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

ミュージアム事業

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

商品開発事業

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

＜商品一例＞
・「からだ巡茶シリーズ」「ドラゴンブースト」
（日本コカ・コーラ株式会社）
・「食養生カレー」（森下仁丹株式会社）
・「薬日本堂のど飴」（ライオン菓子株式会社）
・「キレイ創巡茶」
（アンミカ・アイセイ薬局との三者コラボ）
他多数

商品流通事業

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

スクール事業

薬日本堂漢方スクール（東京・大阪）

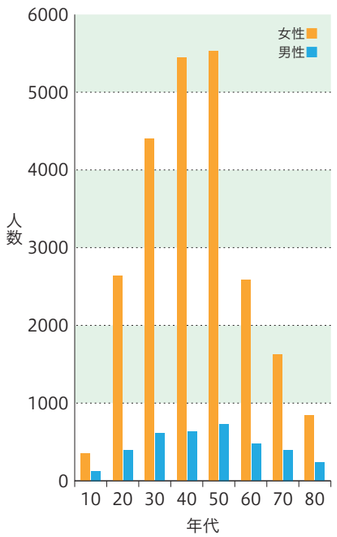
健康は自分で守り、つくる「漢方・養生ライフ」をテーマに、東京（青山）と大阪（梅田）に開設。薬剤師や中医師、店舗で豊富な臨床経験をもった講師が在籍。
漢方の基礎や薬膳、ツボ、舌診を学べる1回完結型の１DAYセミナーや、「漢方養生指導士」の資格取得を目指した本格的なコースなど、幅広いセミナーをご用意しています。

監修事業（レストラン、書籍等）

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

30～50代を中心に、幅広い年代の『女性』に多くのご支持をいただいており、年間延べ9.4万件の漢方相談を通じて各年代の健康ニーズを深く理解しています。

2023年　性別年代別顧客数



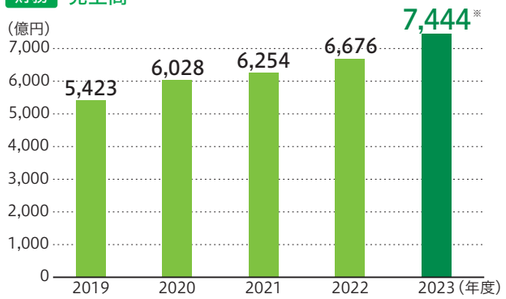
	女性20歳代	女性30歳代	女性40歳代	女性50歳代	女性60歳代
相談数1位	ダイエット	不妊症	疲れやすい	更年期障害	疲れやすい
相談数2位	月経トラブル	疲れやすい	ダイエット	疲れやすい	ダイエット
相談数3位	冷え性	冷え性	冷え性	ダイエット	不眠症
相談数4位	ニキビ	ダイエット	不妊症	冷え性	冷え性
相談数5位	疲れやすい	月経トラブル	むくみ	むくみ	便秘

＜集計結果トピックス＞
・幅広い年代で「疲れやすさ」に悩む方が多数。また、10～40代女性の共通の悩みともいえる「月経トラブル」を含む婦人科トラブルを抱える方も多い。
・全年代で「冷え性」がランクイン。「冷えは万病のもと」と言われる通り、根本に冷えがあることで別の不調が出ている方も。

＊調査期間：2023年1～12月　調査対象：薬日本堂株式会社運営の全直営店に期間中、初めて相談されたお客様

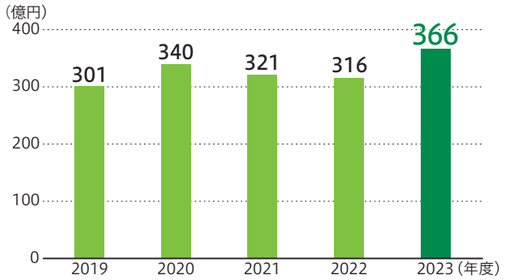
財務・非財務ハイライト

財務 売上高

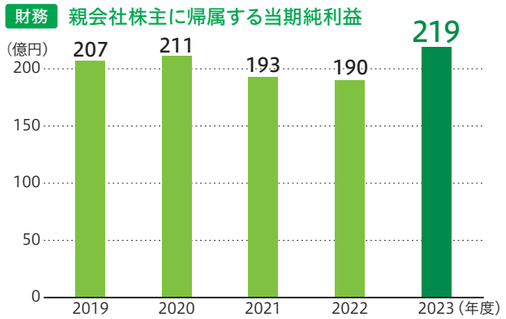


※「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準28号 2020年3月31日)等を当連結会計年度の期首から適用しており、2023年度に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっています。

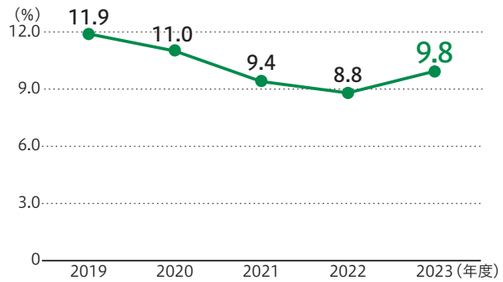
財務 営業利益



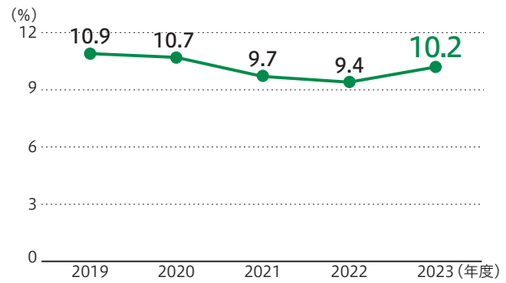
財務 親会社株主に帰属する当期純利益



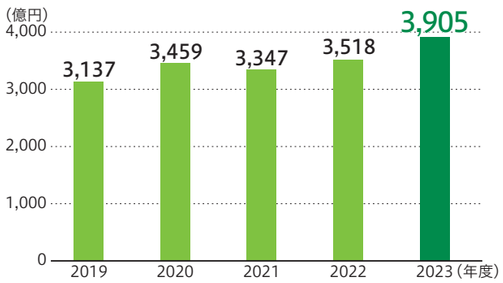
財務 ROE



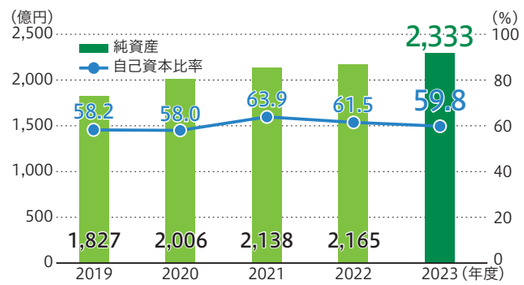
財務 ROA



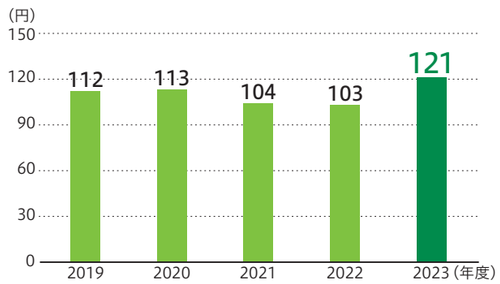
財務 総資産



財務 純資産／自己資本比率

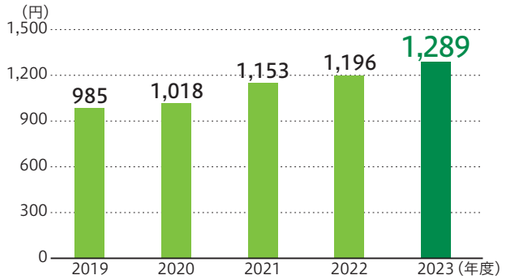


財務 1株当たり当期純利益



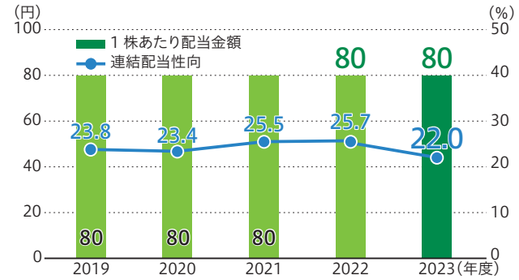
※2024年3月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を行っております。2023年2月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して算定しております。

財務 1株当たり純資産

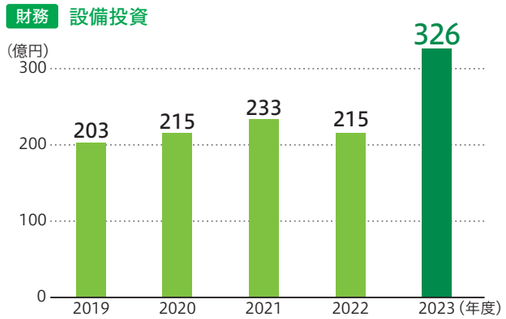


※2024年3月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を行っております。2023年2月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して算定しております。

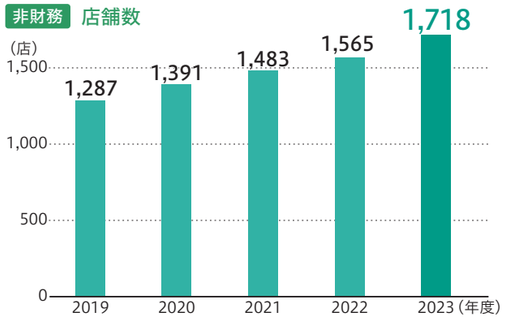
財務 1株当たり配当金額／連結配当性向



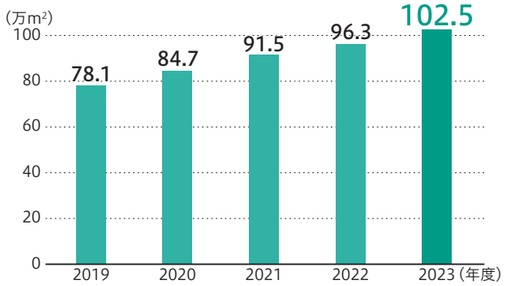
財務 設備投資



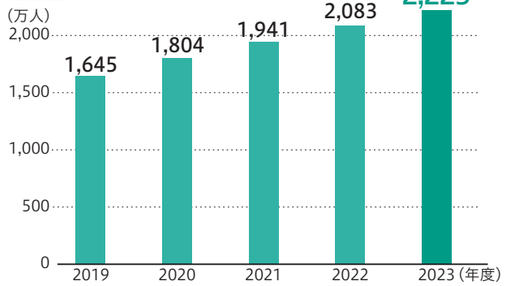
非財務 店舗数



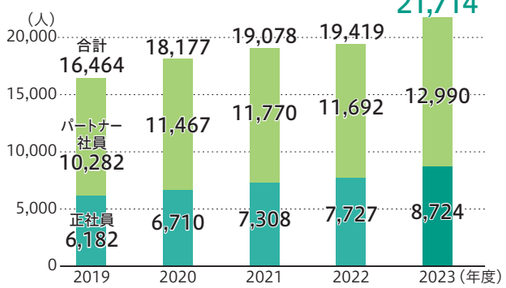
非財務 期末売場面積



非財務 ポイント会員数

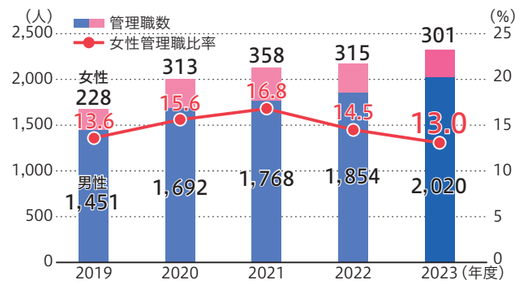


非財務 社員数



※パートナー社員は8時間換算

非財務 管理職数／女性管理職比率



スギ薬局グループの経営理念の原点は「目の前のたった一人のお客様を大切にする」想いと行動。

スギホールディングス株式会社
代表取締役会長
株式会社スギ薬局 代表取締役会長
榊原 栄一

スギ薬局グループは、スギ薬局の物販・調剤を通じて地域社会に貢献すべく、その出店エリアを広げ、また、北陸の調剤薬局チェーンひかりファーマ、漢方相談のリーディングカンパニー薬日本堂など、新たな会社が続々と仲間に加わりながら、地域社会に貢献していきます。また、それ以外にも海外展開など新たな事業を担う会社も誕生し、国内・海外パートナー企業も増加する中で、様々な連携・協働をしながら使命を果たしていきます。

愛知県西尾市に1店舗の「かかりつけ薬局」から始まり、今では国内外で「トータルヘルスケア戦略」の実現に向けて進むスギ薬局グループになりました。

今後もスギ薬局グループは、地域社会のヘルスケアのインフラを担い、さらに社会課題に立ち向かうために、急速に拡大していきますが、この拡大が膨張であってはなりません。健全な成長をしていかなければなりません。

そのような時代だからこそ、改めて『地域社会への貢献』という我々の存在意義をより一層意識し、経営理念のもと、常に原点に立ち戻って判断、行動することが大切です。そして、その大切さを約38,000人の全社員に説き続け、以下の行動指針とともに、判断と行動の軸を強化し続けることが、私に与えられた役割として、最も大きなものになっています。

スギ薬局グループの行動指針について

「まごころを込めて、親切に応対する」「目の前のたったひとりのお客様を大切にする」ことは創業から変わらず続いてきた精神であり、「私たちの誓い」と定めた以下の行動指針は、一人ひとりが常に意識し、立ち返るものとして存在しています。

「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」

ガバナンス強化に注力し、持続可能な企業へ。

経営理念や行動指針の浸透、いわゆる不易流行における「不易」部分の追求に加えて、私の大きな責任は、“コーポレートガバナンスの強化”になります。

まもなく迎える創業50年、そして次の100年へと続く未来を創るために、地域、社会に対して持続的に貢献するためには、超長期的な視点で経営リスクを洗い出すとともに、ガバナンス体制を強固なものとしし、長期的な成長のための基盤を整理する必要があります。

社外取締役や監査役を増員することで監視体制を強化しつつ、監査機能の強化も行い、現場のリスクを丁寧に排除していきます。一方で、一人ひとりに向き合いながら社員の声に耳を傾け、本人のやりがいを尊重するエンゲージメント経営や多様性の尊重を推進していきます。また、スギ薬局グループは、お客様や患者様の大切な情報をお預かりし、一人ひとりにあわせたきめ細かな情報・サービスを提供していこうと考えています。そのために、情報セキュリティに関する教育、対策を万全に行い、経営を進めていきます。気候変動や災害対策などの課題を含め、スギ薬局グループで設定しているサステナビリティ経営を推進するための各種重要課題（マテリアリティ）に向き合い、いかなる変化にも対応できる体制を構築し取り組んでいきます。

膨張ではなく、健全な成長を持続し、企業価値を向上することで、地域社会に貢献するためにあらゆる努力を惜しまず、経営していきます。

03

価値創造基盤の強化
マテリアリティへの対応

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

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

サステナビリティ経営を推進するための重要課題　［マテリアリティ］

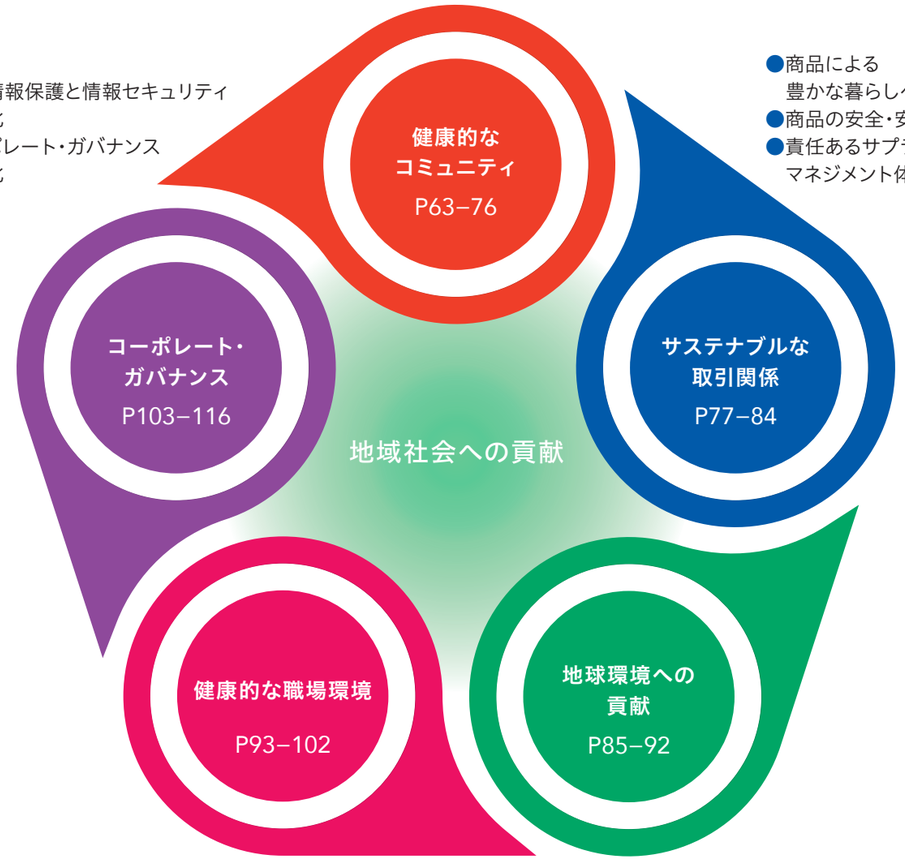
スギ薬局グループは地域の人々の生活に密着した企業として、経営理念の実践により、
社会課題を解決し持続可能な社会の形成に貢献することが持続可能な企業成長につながると考えています。
2021年には重要課題（マテリアリティ）を検討し、5つのテーマを設定しました。

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、企業活動をとおして、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・防犯に対する強靭な社会づくり



- 個人情報保護と情報セキュリティの強化
- コーポレート・ガバナンスの強化

- 商品による豊かな暮らしへの貢献
- 商品の安全・安心の確保
- 責任あるサプライチェーンマネジメント体制の構築

- 人財の育成
- 健康で安全な働き方への改革
- 多様な人財の活躍

- 脱炭素社会の実現
- 循環型社会の実現

重要課題［マテリアリティ］特定プロセス

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

重要課題の選定

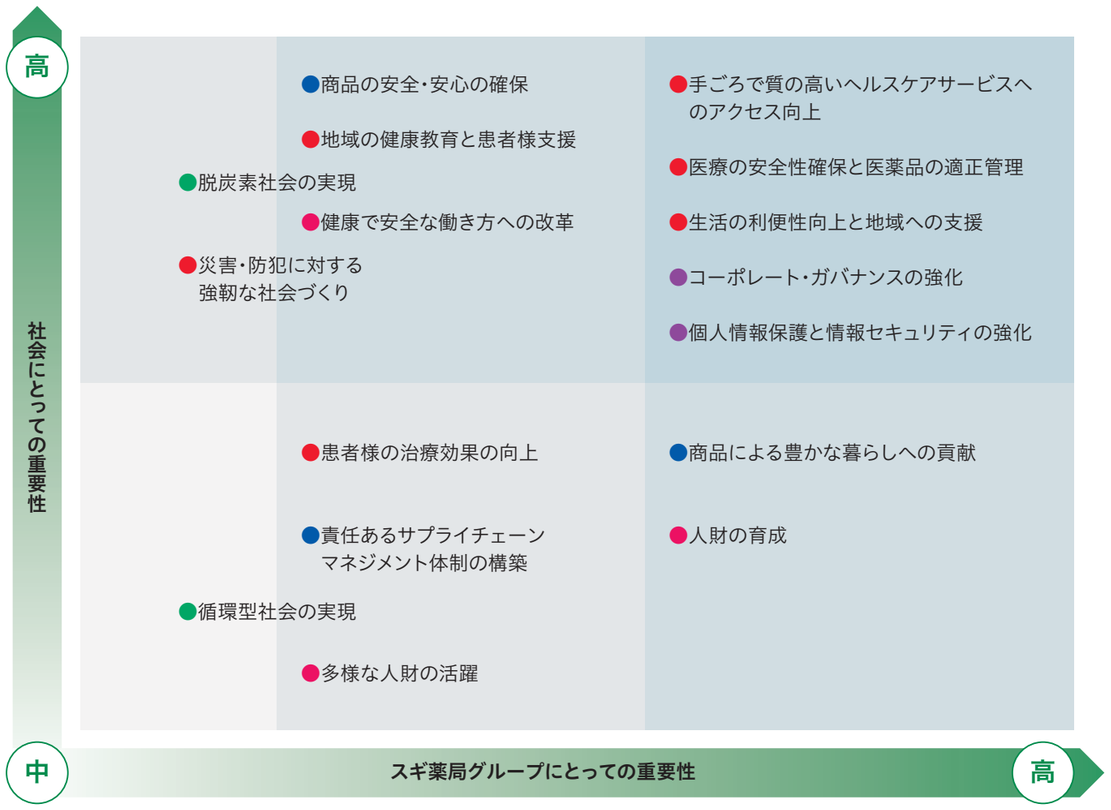
社内各部署の責任者、担当取締役へのヒアリング、外部有識者の意見を踏まえ、課題の洗い出しを実施。その上で、サステナビリティに関する各種ガイドライン（GRI、SASB）、持続可能な開発目標（SDGs）、各種ESG格付、国内外の同業他社などの取組内容をもとに、重点課題を更新。更新の際には、企業理念、サステナビリティ基本方針などを考慮。

優先順位の検討

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

妥当性確認

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



5つのテーマと重要課題［マテリアリティ］

テーマと重要課題		機会とリスク		主な取り組み		関連するSDGs
健康的なコミュニティ	手ごろで質の高い ヘルスケアサービスへのアクセス向上	機会	成長市場の獲得	●カウンセリング機能を持つ店舗の拡充 ●オンラインサービスの拡充	●データに基づくヘルスケアサービスの提供	3 すべての人に健康と福祉を 4 質の高い教育をみんなに 9 産業と技術革新の基盤をつくろう 11 住み続けられるまちづくりを 12 つくる責任 つかう責任 17 パートナーシップで目標を達成しよう
		リスク	お客様の離反			
	医療の安全性確保と医薬品の適正管理	機会	お客様満足の向上	●ヒヤリハット事例の収集と教育、インフラ整備 ●医薬品、医療機器の安全な回収	●デジタルを活用した医療品などの情報提供	
		リスク	ブランド価値の低下			
	生活の利便性向上と地域への支援	機会	成長市場の獲得／ブランド価値の向上	●商品、サービスへのアクセス向上 ●在宅患者様向けの医療・介護サービスの拡大	●地域・団体などへの活動支援	
		リスク	ブランド価値の低下			
	地域の健康教育と患者様支援	機会	お客様満足の向上	●予防とケアを目的にした情報提供の拡充 ●患者様および患者様家族などへの教育・啓発	●患者様および患者様家族などへの支援	
		リスク	ブランド価値の低下			
	患者様の治療効果の向上	機会	お客様満足の向上／調剤報酬の増加	●服薬フォローの実施によるアドヒアランス向上 ●ポリファーマシー回避による治療効果向上	●医療機関への情報提供による治療効果向上	
		リスク	調剤報酬の減少			
	災害・防犯に対する強靭な社会づくり	機会	ブランド価値の向上	●強靭な店舗およびインフラの構築	●地域の災害被災者への支援	
		リスク	自然災害などによる営業停止／ブランド価値の低下			
サステナブルな取引関係	商品による豊かな暮らしへの貢献	機会	成長市場の獲得／ブランド価値の向上	●健康に配慮した商品の提供	●高付加価値商品の開発強化	3 すべての人に健康と福祉を 9 産業と技術革新の基盤をつくろう 12 つくる責任 つかう責任 17 パートナーシップで目標を達成しよう
		リスク	競合他社による市場の獲得			
	商品の安全・安心の確保	機会	ブランド価値の向上	●商品の品質保証体制の確立 ●適切な情報開示	●エシカルに配慮した商品の展開強化	
		リスク	お客様の離反			
	責任あるサプライチェーン マネジメント体制の構築	機会	コストの低減／ブランド価値の向上	●サプライチェーンの適切な管理	●サプライヤーとの円滑なコミュニケーション	
		リスク	お客様の離反			
地球環境への貢献	脱炭素社会の実現	リスク	炭素税によるコスト増加／ブランド価値の低下	●再生可能エネルギーへのシフト ●温室効果ガス排出量の削減	●ライフサイクル全体での環境負荷低減	6 安全な水とトイレを世界中に 7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに 13 気候変動に具体的な対策を 17 パートナーシップで目標を達成しよう
	循環型社会の実現	機会	ブランド価値の向上／コストの低減	●水資源の保全に向けた店舗づくりの推進 ●製・配・販連携による資源循環の推進		
		リスク	ブランド価値の低下			
健康的な職場環境	人財の育成	機会	イノベーションの活性化	●社員の能力開発研修の充実 ●ジョブ型の人事制度への転換	●活躍のための場と機会の積極的な提供	5 ジェンダー平等を実現しよう 8 働きがいも経済成長も 10 人や国の不平等をなくそう 17 パートナーシップで目標を達成しよう
		リスク	競争力の劣化			
	健康で安全な働き方への改革	機会	採用力の強化／イノベーションの活性化	●健康経営の推進 ●社員の安全に配慮した職場づくりの推進	●働き方改革の推進	
		リスク	人財の流出／ブランド価値の低下			
	多様な人財の活躍	機会	店舗展開の加速／イノベーションの活性化	●ダイバーシティを念頭に置いた場と機会の創出	●多様な働き方を支援する制度の拡充 ●多様性を尊重する企業風土の醸成	
		リスク	店舗展開の鈍化／ブランド価値の低下			
コーポレート・ガバナンス	個人情報保護と情報セキュリティの強化	機会	企業価値の向上	●個人情報保護の強化と教育の徹底	●情報セキュリティ体制の強化と教育の徹底	8 働きがいも経済成長も 16 平和と公正をすべての人に
		リスク	事業継続リスクの発生／企業価値の低下			
	コーポレート・ガバナンスの強化	機会	企業価値の向上	●取締役会の実効性の強化 ●コンプライアンス教育の徹底	●リスク管理体制の強化	
		リスク	事業継続リスクの発生／企業価値の低下			

重要課題［マテリアリティ］

健康的なコミュニティ

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。

手ごろで質の高いヘルスケアサービスへのアクセス向上

● カウンセリング機能を持つ店舗の拡充

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

● カートレジの導入

お買い物体験の向上を目的として、カートレジを一部店舗で導入しました。お客様が商品を買い物かごに入れるのと同時に、商品のバーコードを読み込み。従業員のレジ業務を省略できるので、混み合う時間帯でも長くお待ちいただくことなくお買い物いただけます。

● オーダーメイドサプリメントサーバーの設置

管理栄養士のこだわりから生まれたオーダーメイドサプリメントサーバーを設置しました。

お客様の身体に不足した栄養素を、不足した分だけ提供できるサービスを提供しています。

● 「女性の潜在課題・悩み」に向き合い、新たな『ヒント』と出会えるプラットフォーム

女性を取り巻く環境の変化が大きい時代において、「フェムケア」「フェムテック」に関する企業・商品が増加しています。当社では、フェムケアに関して、健康意識・リテラシーが高い層だけでなく、あらゆる層からの認知が必要と考え、リアルでの売り場が少ない現状も踏まえ、より身近で気軽に立ち寄る場所に特設コーナーを設置し、商品のご紹介や女性の健康課題に関する情報提供を『人を通じて』行っています。

フェムケア
「Feminine（女性の）」＋「Care（ケア）」
さまざまな方法で女性の心と体をケアするための商品やサービスのこと（例：生理用ナプキン、各種サプリメントなど）

フェムテック
「Female（女性）」＋「Technology（技術）」
女性の健康課題を“テクノロジーで”解決する製品やサービスのこと（月経周期記録アプリ、ピルのオンライン処方など）

● データに基づくヘルスケアサービスの提供

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

専門医療機関連携薬局	3店舗
地域連携薬局	21店舗

● 地域連携薬局、専門医療機関連携薬局の展開

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

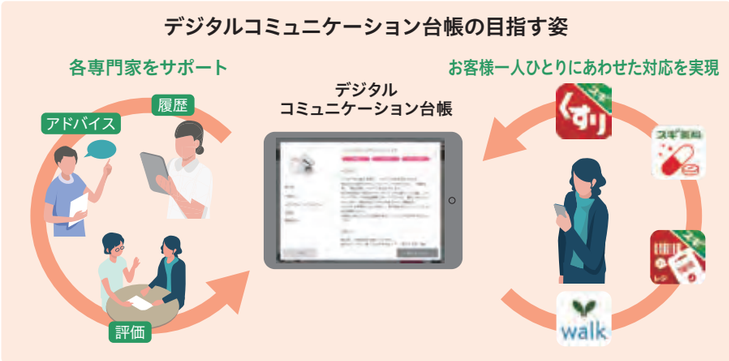
また、がん領域の専門薬剤師の育成や専門的な医療の提供を行う医療機関との連携を深めた高度薬学管理機能を備えた薬局（専門医療機関連携薬局）づくりを進めています。

Interview

通院等でがんの薬物治療が必要な患者様に対して、医療機関と連携しながら、外来がん治療専門薬剤師がサポートする体制を整えています。がん患者様の有害事象有無や服薬状況の確認を行い、トレーシングレポート等を通じて、医療機関に適切に連携しています。また、営業時間外の電話相談への対応ができる体制づくりに加えて、介護施設、他の薬局との勉強会であったり、患者様の服薬情報を共有できる体制の構築を行っており、やりがいに感じています。

外来がん治療専門薬剤師

● 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



● デジタル会員基盤の拡充

様々なデジタルによるヘルスケアサービスや個人のニーズ別販売促進策の基盤となるのが、デジタルアプリ［スギ薬局アプリ、スギスマホでお薬アプリ（かかりつけ薬局アプリ）］の会員数です。2023年度は、それぞれのアプリのダウンロード促進を手掛け、1,297万ダウンロードまで到達しました。

スギ薬局アプリ

DL数1,202万
（2023年度）

スギスマホでお薬アプリ
（かかりつけ薬局アプリ）

DL数95万
（2023年度）

● OTC医薬品の即日自宅配送の実施

スギスマホオーダー

OTC医薬品も自宅で受け取れる
ラストワンマイルを開始

● POSAカードの仕組みを使ったスギお買物券の導入

ポイント会員様に対する景品の選択肢を広げることで、お客様の多様なニーズに応え、利便性を向上させました。

また、ポイントでお買い物（2ポイント1円）ができるサービスも導入しました。

医療の安全性確保と医薬品の適正管理

調剤過誤防止システムの導入

自動薬剤ピッキング装置
Drug Station（ドラッグステーション）
の導入

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

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

2023年1月開局の長野県信州大学病院店

● スペシャリティ医薬品に対する対応

スペシャリティ医薬品は、特別な温度管理や副作用モニタリングが必要で、専用の保冷庫や薬剤師による特別な介入など、付加価値を伴う流通が必要です。スギ薬局グループでは、現在、名古屋大学病院店で、専用の保冷庫を備え、スペシャリティ医薬品の応需を開始しています。

● オンライン資格確認による正確な本人情報確認の実施

● 医薬品、医療機器の安全な回収

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

※回収容器を患者様に販売し、それを回収しています

● デジタルを活用した医薬品などの情報提供

● お薬受け取りロッカーの拡大展開

生活の利便性向上と地域への支援

スギ薬局店舗内での予防特化型ケアプランセンター開設について

管理栄養士がケアマネジャー資格を取得し、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に特化した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。

＜事業所名称＞　スギ薬局予防ケアマネジメント柏豊四季店

● 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（物販販売や食事支援）サービス」を提供しています。

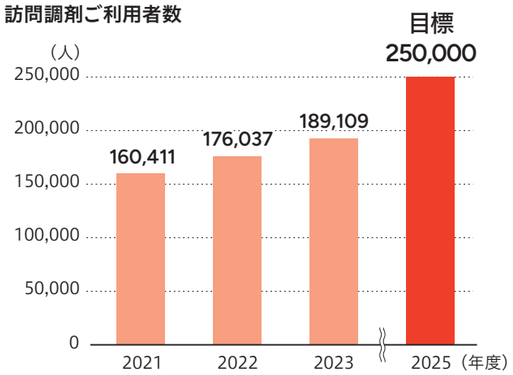
中でも、業界に先駆けて実施した薬剤師による訪問調剤は2025年度末に年間延べ250,000人に対しての実施を目標とし、それとともに訪問看護や生活支援サービスも提供していきます。

訪問調剤・訪問看護の実績（2024年2月現在）

訪問調剤	対応店舗数	601店舗
	ご利用者数（月平均）	15,759人
	ご利用者数（年間延べ）	189,109人
訪問看護	拠点数	16拠点
	ご利用者数（月平均）	1,441人
	ご利用者数（年間延べ）	17,291人

訪問調剤ご利用者数目標
2025年度中までに年間延べ250,000人

訪問調剤ご利用者数



● 訪問調剤特化型店舗

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

愛知県名古屋市 今池南店

● “いつでも柔軟に専門家を呼び出す“ リモート接客へのチャレンジ

「お客様が相談したい時に、いつでも柔軟に店舗端末に必要な専門家を呼び出して、接客対応する」

そんな状態を作り出し、顧客満足度を高めるためにアバターなどを活用したリモート接客にチャレンジしています。

● 移動調剤体験車

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

● 商品やサービスへのアクセス向上に向けた取り組み

■移動販売の実施

スギ薬局グループと行政が連携し、スギ薬局の移動販売車が公民館、老人クラブを回り、買い物支援を行っています。高齢者の外出促進や運動の習慣づけにも貢献することも狙いとしています。また、2023年度は、活動を関東の店舗にも広げ、計4台の移動販売車が誕生しました。

■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」

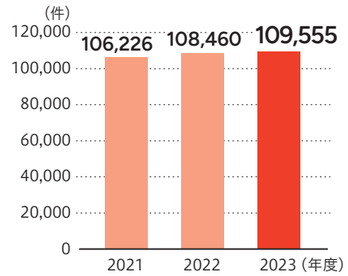
ご自宅や介護施設などで療養する患者様やご家族から、薬剤だけでなく生活用品も届けて欲しいとの声から生まれたサービスです。衛生材料・衛生用品から食品に至るまで生活に必要な商品をご用意し、店舗に来店できない方々のサービスとしてQOL向上に貢献します。

■“お客様の声”に向き合った経営の推進

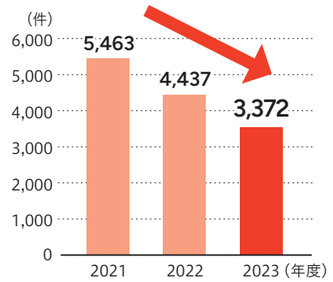
スギ薬局の「お客様サポート室」では、お客様から接客、商品、サービス等に関するお褒めや問合せ、苦情等のご意見をフリーダイヤルやWEBサイト問合せフォーム、手紙などでいただいています。いただいたお客様の声は、随時・即時、週次、月次に関係各部署に共有し、店舗運営の各階層の責任者が集まる店長会議、営業会議や取締役会議で、課題の特定と対策の立案、教育への活用など、落とし込みが実施されています。また、お客様がご自身で24時間問題解決できるように、AIチャットボットを導入し、よくある問合せ（FAQ）に速やかにアクセスできる仕組みを整備しています。

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

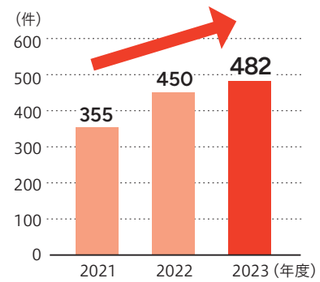
ご意見や問合せ、お褒めの総件数



内、苦情等ご意見承り件数



内、お褒めの言葉



あらゆる角度で地域住民の健康を支える体制を整備

介護用品レンタルサービス

訪問看護ステーション

訪問リハビリテーションの実施

● 地域、団体などの活動支援

■高齢者施設へのAED寄贈

スギ薬局グループでは、2013年度より、毎年高齢者施設へAEDの寄贈を行っています。2023年度は高齢者施設43カ所へ寄贈し、これまでの寄贈先は合計298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

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

■杉浦記念財団　設立の経緯

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

● 自宅近くの店舗を利用した特定保健指導の実施

特定保健指導の実施
2023年度実績2,941名

店舗にて管理栄養士がメタボリックシンドロームの予防と改善を促す保健指導サービス。

● 乳がん患者に対する支援

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

これまでに11年で
累計約1,100名様に
ウィッグをプレゼント

Webサイト上で募集

■ウィッグ販売イベントの開催

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

ウイッグ取り扱い店舗の拡大

● 管理栄養士による健康イベントの開催

● 女性の健康に関するイベントの開催

患者様の治療効果の向上

● 対人業務の質的向上、ブランド価値向上、ガバナンス強化を目的に、DI室を設置

■DI室とは

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

■学会・論文発表等学術支援

対人業務の質の向上を進める中で、高い品質でサービスを提供できる薬剤師の成果は、学会等で発表できるよう支援を行っています。対人業務の質向上に努める、ロールモデルとなる薬剤師が学会発表をし、そして発表された情報が社内で共有される仕組みの中で、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。

2023年度（2023年12月31日現在）は、スギ薬局の薬剤師及び、管理栄養士から32演題の学会発表を行い、2023年10月8日、9日名古屋国際会議場で開催された第17回日本薬局学会学術総会におきましては、スギ薬局より9演題発表し、全体で４演題しか選ばれない優秀賞にスギ薬局から２演題が選ばれました。また共催シンポジウムも開催し、多くの参加者と学びました。

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17回　日本薬局学会　学術総会
第16回　日本緩和医療薬学会　年会
第17回　日本腎臓病薬物療法学会　学術集会・総会
第39回　日本臨床栄養代謝学会学術集会（JSPEN2024）
第33回　日本医療薬学会年会
第29回　日本災害医学会総会・学術集会
第7回　日本老年薬学会学術大会
日本病院薬剤師会東海ブロック・日本薬学会東海支部 合同学術大会 2023
日本臨床腫瘍薬学会学術大会 2023

● かかりつけ薬局支援アプリによる患者様サポート体制の構築

物販をご利用のお客様に対して、調剤側と物販側が一体となって、かかりつけ薬局支援アプリのダウンロードの声掛けを行わせていただき、ダウンロード数は累計95万件となりました。結果として、月間11万件にも及ぶ処方せんを当アプリの機能を通じて送信していただく等、患者様の利便性向上につながっています。引き続き、アプリを通じた患者様サポート体制の強化に取り組んでまいります。

● 服薬フォロー実施によるアドヒアランスの向上

処方せんの受付時に事前カウンセリングすることで、薬剤師本来の役目である対人業務に集中できる環境を整えています。対人業務は、店舗での患者様への親切な服薬指導だけでなく、ご自宅に戻られた患者様との服薬期間中のフォローをスマホアプリで実施する環境を整えることで、いつでもどこでも患者様の悩みにお応えしています。2023年度は累計125万件の服薬フォローを実施しており、その活動を強化することで、患者様のアドヒアランス、治療効果の向上につなげてまいります。

● ポリファーマシー回避に向けた連携強化

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

災害・防犯に対する強靭な社会づくり

● 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、防災対策として地域の防災訓練への協力などの実施を進めています。

岐阜市との包括協定

安全・安心なまちづくりへの貢献	2023年度までの実績
協定数　合計	100
包括協定	39
見守り協定	11
防災協定	42
環境等に関わる協定	8

2023年度に実施した包括協定一覧

愛知県 豊田市	愛知県 阿久比町
愛知県 高浜市	三重県 伊勢市
三重県 松阪市	愛知県 扶桑町
兵庫県 加西市	大阪府 守口市
愛知県 田原市	岐阜県 岐阜市
大阪府 東大阪市	愛知県 扶桑町
愛知県 新城市	愛知県 北名古屋市
三重県 鈴鹿市	兵庫県 加西市

※一部、健康増進に関する協定も含む

● 大規模災害発生時のBCP訓練の実施

大規模災害発生時に最低限の調剤環境や物品販売環境を速やかに構築できるよう体制を整備していきます。直近では、プレハブ調剤室、仮設テントや発電機の確保等を実施。今後は、実店舗にて行政と連携して訓練を実施していきます。

● 災害物資備蓄を通じた地域貢献

株式会社スギ薬局と学校法人藤田学園は、地域医療連携における共同研究講座の活動の一環として、旧豊明市二村児童館への災害物資備蓄を行っています。

● 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設置店舗数を順次拡大しています。

2024年2月末時点で282店舗（全店舗の約16.4%）に設置しており、2025年度末までに全店の20%に設置していきます。

AED設置店舗の実績と目標

2024年2月末	全店舗の約16.4%
2025年度末	全店舗の約20%（目標）

● モバイルバッテリーレンタルサービスの全店導入

モバイルバッテリーレンタルサービス「チャージスポット」を全店導入しました。震災等の災害停電時には、バッテリーを無料開放することで、店舗周辺エリアにおける強靭な社会づくりに貢献していきます。

● ウクライナ避難民の受け入れ

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

● 「令和6年能登半島地震」の被害に対する義援金について

■スギポイントを支援募金にできるウェブサイトを用意

スギ薬局グループでは、今回の地震による被災者の皆様の救援や被災地の一日でも早い復興にお役立ていただきますよう、お客様からお預かりしたスギポイント募金と合わせ6,000万円の支援をさせていただきました。

2024年1月5日より実施をしているスギポイントによる募金については、多くのお客様のご協力をいただきました。被災地の一日でも早い復興を心よりお祈り申し上げます。

能登地震寄付 ポイント寄附画面

● スポーツ振興・連携

現在スギ薬局は、FC刈谷（サッカー）、東京グレートベアーズ（男子バレーボール）、ヴィクトリーナ姫路（女子バレーボール）のスポンサーを務めるなど、スポーツを通じた地域貢献を推進しています。

【FC刈谷】

【大久保嘉人さんサッカー教室】

【東京グレートベアーズ】

【大山加奈さんバレー教室】

スギ薬局公式アンバサダー「スーギー・スーニャ」

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

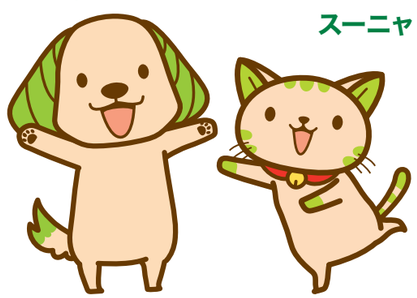
スーギー

誕生日
3月8日

パーソナリティ
勉強家で知識も豊富
お兄ちゃん気質のしっかりもの

趣味
読書／スポーツ観戦／散歩／旅行（温泉、世界の名所・旧跡）

夢
みんなから博士と呼ばれること
大好きな本に囲まれた家を建てる
スギ薬局をみんなに知ってもらう



スーニャ

誕生日
9月1日

パーソナリティ
好奇心旺盛でいつも元気
人懐っこい愛されキャラ

趣味
買物／ウィンドウショッピング／ダンス／スポーツ全般

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

重要課題［マテリアリティ］

サステナブルな取引関係

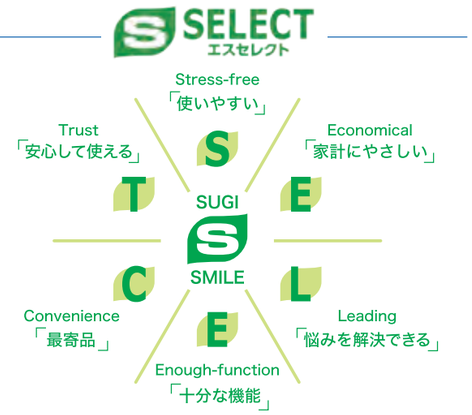
サプライチェーン全体に対する責任を果たすべく、体制を整備し、取り組みを強化します。また、安全で安心な商品の調達、開発などを通じて、地域の皆様の豊かな暮らしに貢献します。

商品による豊かな暮らしへの貢献

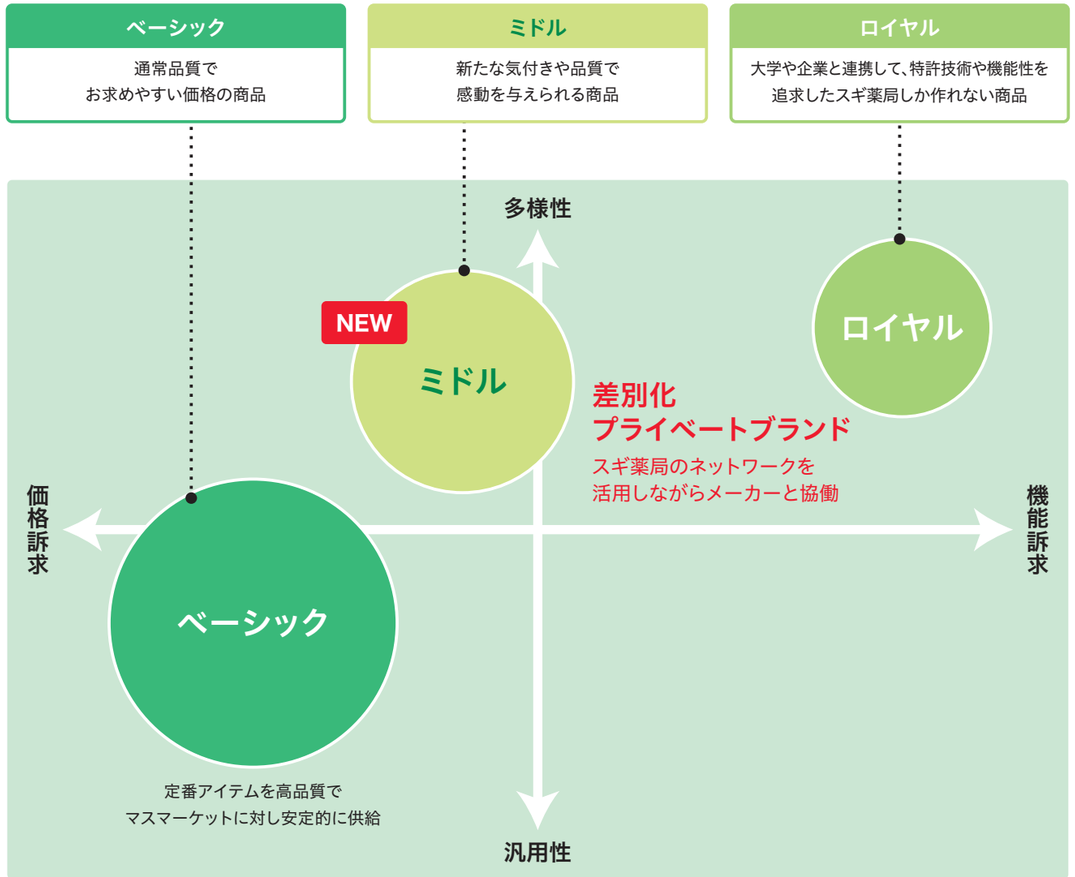
● 高付加価値商品の開発強化

スギ薬局グループでは、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



● ミドルプライベートブランドを開発

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

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

羽田イノベーションシティ店での新商品説明会

健康

ご褒美菓子

EPAサプリ

機能性・特許

濃厚美容クリーム『クリーム W』

2023年度に新たに開発した商品

エスセレクト UVシリーズ
しっとりうるおうピタッと密着で、肌への負担を軽減しています。使い心地にも徹底してこだわっています。

ラシェリエ
植物由来のチカラで肌の調子を整え、すこやか肌にみちびくボタニカルコンディショニングスキンケアブランドです。

T3 スムース＆モイスト
スギ薬局独自のナノ分散浸透技術「SNDP®*」を採用。髪1本1本を美容成分で満たし、理想的な髪質環境に導きます。
＊ 特殊親油性層ナノコーティング技術

● オンリーワンな開発商品

スギ薬局独自の浸透技術SNDP®により、サロンクオリティでトータルケアができ、美しくなりたいすべての人に“T3ブランド”商品を展開しています。

髪・爪にはじまり、まつげ、かかと、唇、手、足など全身のあらゆるパーツに着目した、新しいケアを提案するブランドです。スギ薬局グループは、オンリーワンな開発商品の販売を通じて、地域のお客様の豊かな暮らしへの貢献を目指します。

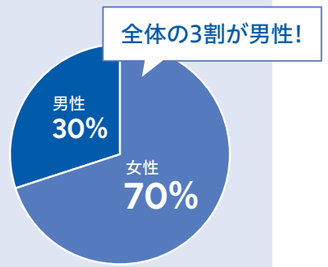
● ジェンダーニュートラルをテーマにした開発商品

発売から5周年を迎えたプリエクラシリーズは、「導き出した浸透力ー輝ける肌へー」をコンセプトに、「本当に体感できるスキンケアを」という思いをカタチにしたスキンケアシリーズです。「SNDP®」技術※により、これまで肌からの吸収が困難だった様々な成分を、角層の深部まで届けることができる確かな浸透力で「うるおい」「ハリ」「艶」のある肌に整えます。2022年4月に発売のプリエクラシリーズの『プリエクラU』は、ジェンダーニュートラルという発想・キーワードで誕生しました。性別で一括りにせず、肌状態に合わせた商品選択という新しい価値観を提供し、ダイバーシティ、SDGs達成に向けて、商品を通じて取り組んでまいります。

※大学等、関係機関の協力を得て、水溶性・高分子成分を、油性素材・水溶性素材にナノ分散することで角層のすみずみまで届けることができる技術。

コンセプトへの共感がうかがえる購買実績

「ジェンダーニュートラル」をテーマに開発されたプリエクラUシリーズですが、購買実績を見ると、全体の約3割を男性が占めています。他の基礎化粧品では見られないこの傾向により、購買層に開発テーマへの理解が浸透していることがうかがえます。



ジェンダーニュートラル化粧品であるプリエクラUの男女別構成比

商品の安全・安心の確保

● お客様の声に対する積極的な収集と活用

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

スギ薬局アプリを通じたご意見収集

● 商品の品質保証体制の確立

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

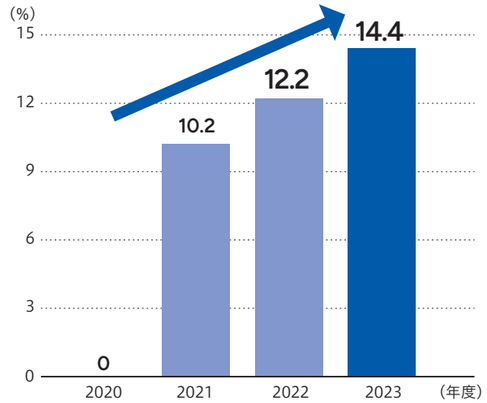
● 環境に配慮した商品の開発・展開強化

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

FSC認証紙を使用した開発商品

環境に配慮したプライベート商品比率
2030年度目標 30%

環境に配慮したプライベートブランド商品比率※



※ プライベートブランド商品全体に占める環境配慮商品の比率

● 適切な情報開示

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

責任あるサプライチェーンマネジメント体制の構築

● お取引先様との円滑なコミュニケーション

お取引先様と共存共栄の関係を築き、各種社会課題解決に立ち向かうため、お取引先様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269社、421名のお取引先様に対して、方針説明会を実施

人権課題への取り組み

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

スギ薬局グループは、「まごころを込めて親切に応対し、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。」という経営理念を実践すべく、人権方針を策定し、取り組みを進めます。

※以下人権方針の一部抜粋

1. 国際規範の支持と人権の尊重

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

2. ガバナンス・推進体制

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

3. 人権デュー・ディリジェンスの実施

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

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

4. ステークホルダーとのエンゲージメント

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

人権推進体制

責任者
スギホールディングス代表取締役社長

事務局
人事部　コーポレートブランディング部

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

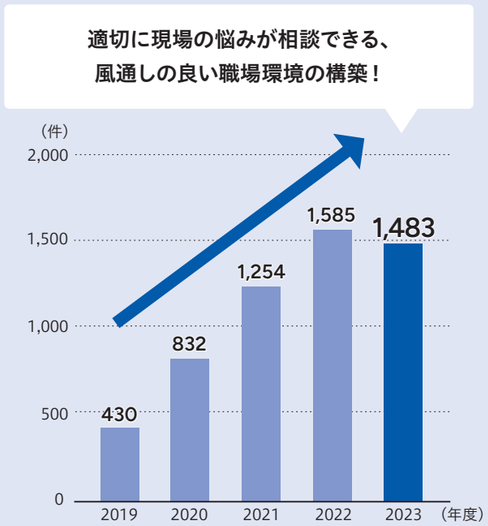
5. 通報窓口・苦情処理（人権侵害に対する救済メカニズムの構築）

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

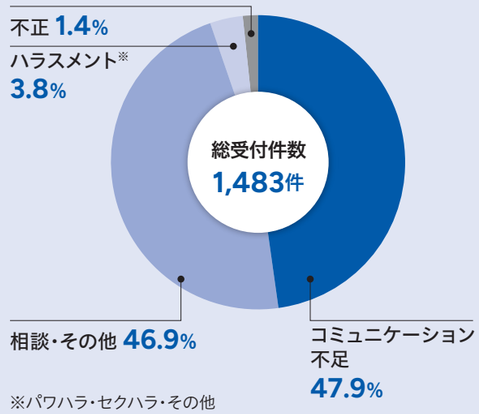
スギ薬局グループの内部通報制度

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

職場の悩み・何でも相談ダイヤルへの相談件数



職場の悩み・何でも相談ダイヤルへの相談件数（内訳）



6. 教育・啓発

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

7. モニタリング・情報開示

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

8. 社内外の専門家との協力

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

9. 人権課題への取り組み

スギ薬局グループは、以下の課題に対して重点的に取り組みます。

①適切な賃金の確保
法定最低賃金を遵守し、不当な賃金の減額は行いません。

②適切な労働時間の管理
労働時間や休憩時間を適切に管理し、残業を前提としない勤務体制に取り組みます。

③安全で衛生的かつ健康的な労働環境の提供
社員が安全で働きがいのある職場で活躍できるよう、衛生的かつ健康的な労働環境の提供に努めます。

④社会保障を受ける権利の尊重
健康保険や年金、社会福祉制度などの仕組みによる社会保障を受ける権利を尊重します。

⑤非人道的な扱いの禁止
職場において、相手に精神的苦痛や不快な思いを与え、また職場環境に悪影響を及ぼすハラスメント行為（セクシュアルハラスメント・パワーハラスメント・マタニティハラスメント・モラルハラスメントなど）を含め非人道的な扱いを一切行わず、このような扱いを許しません。

⑥強制労働および人身取引の禁止
強制労働や人身取引を禁止します。

⑦児童労働の禁止
法定の最低就業年齢に満たない者を雇用しません。

⑧結社の自由の尊重
社員の結社の自由を侵害しません。

⑨外国人労働者の差別の禁止
外国人であることを理由とした賃金、労働時間その他の労働条件における差別を禁止します。

⑩テクノロジー・AIに関する名誉棄損・プライバシーの侵害の防止
インターネットやICT、AIの普及に伴う人々の名誉棄損・プライバシー侵害や差別を防止します。

⑪プライバシーおよび個人情報の保護
私生活、家族、住居、または通信に対して恣意的、不当、または違法に干渉したり、私生活上の事実情報、非公知情報、または一般人なら公表を望まない情報を公開したりしません。特に個人情報について、本人の了承を得ずに、取得、保管、公開または第三者への提供を行いません。

⑫商品・サービスの品質・安全性の確保および消費者の安全と知る権利
商品・サービスの品質および安全性を高め、真にお客様に満足されるよう、事故の防止に努めます。
万が一、商品・サービスに関して事故や問題が生じた場合には、ことの大小にかかわらず正確に事実を把握し、敏速に対応します。また、製品表示等における不当表示を許容せず、消費者の知る権利を尊重します。

⑬差別の禁止
人種、性、宗教、信条、国籍、身体、病気、学歴、年齢その他の非合理的な理由による差別は、いかなる場合であっても、これを一切行わず、このような差別を許しません。

⑭ジェンダーに関する差別の禁止
LGBTなど、性的指向や性自認におけるマイノリティ当事者への差別を禁止します。

⑮表現の自由の尊重
外部から干渉されることなく意見を持ち、求め、受け取り、伝える権利を侵害しません。

⑯先住民族、地域住民の権利の尊重
事業活動において、先住民族や地域住民の人権を侵害しません。

⑰環境および気候変動への配慮
事業活動において、環境を破壊したり、大気・土壌の汚染や水質の汚濁を引き起こしたりすることのないよう、環境および気候変動に配慮します。

⑱知的財産権の尊重
個人や企業に属する知的財産権を侵害しません。

⑲賄賂・腐敗の禁止
事業活動において、不正、違法若しくは背任にあたるような行為を引き出す誘因として、贈与、融資、謝礼、報酬その他の利益を供与若しくは受領することまたは受託した権力を個人の利益のために用いることを禁止します。

⑳サプライチェーン上の人権の尊重
企業のサプライチェーン上で発生するすべての人権侵害を許容せず、その防止に努めます。

● お取引先様行動指針の制定

スギ薬局グループは、お取引先様行動指針を制定しました。本行動指針は、スギ薬局グループとともに環境と社会の様々な課題に真摯に向き合い、企業活動を通して、健康で元気な人々を増やし、活力ある社会を実現し、「地域社会」の持続可能な発展に貢献するために、お取引先様に遵守していただきたい事項を定めたものです。

お取引先様には、本行動指針をご理解いただき、本行動指針の遵守に取り組んでいただければと考えております。

（スギ薬局グループお取引先様行動指針　内容抜粋）

①法令遵守と公平・公正な取引
各国、地域の法令や社会規範を遵守してください。また、優越的な地位の濫用、公正な競争及び公正な取引に関する法令・ルールを遵守し、これらの法令・ルールを逸脱する行為を行わないでください。
①各国、地域で適用される法令や関連するルールを遵守してください。
②政治、行政、お客様との健全かつ正常な関係を保ち、汚職、賄賂並びに利益の供与及び受領を行わないでください。
③情報資産の故意又は過失による漏えい、盗難又は改ざんの脅威から保護するための適切な組織体制を確立し、役割と責任を定め、役員及び社員に適正な業務を行わせてください。
④個人情報の漏えい又は不正な取得、利用若しくは開示がないように、適切な組織体制を確立し、役割と責任を定め、役員及び社員に適正な業務を行わせてください。
⑤知的財産権を保有するお客様の権利を尊重してください。また、第三者の権利を侵害するような行為を行わないでください。

②安全・安心な商品の調達
各国、地域の法令を遵守した商品・サービスを提供してください。また、安心と安全を追究し、お客様のニーズにかなう商品・サービスを提供することに努めてください。あわせてお客様の声を真摯に受け止め、誠実に対応してください。
①各国・地域で定められた安全性に関する法令、品質基準及び表示基準を遵守し、商品・サービスの安全性を確保してください。
②災害時を想定して商品調達が確保されるよう事前に仕入先と約定するよう努めてください。
③商品・サービスに関する情報は、お客様に適時適切に提供及び開示してください。
④お客様からの問い合わせに関しては誠実に対応し、商品・サービスの品質の維持・向上に反映してください。

④環境保護対策の徹底
各国、地域で定められた環境法令を遵守し、地球環境に配慮した企業活動を行い、地域社会の持続可能な発展に貢献してください。
①地球温暖化への対応を行うため、温室効果ガス削減に取り組んでください。
②省エネルギー、省資源、リサイクルや廃棄物の削減などの持続可能な資源利用に取り組んでください。
③汚染や健康被害などの防止に取り組んでください。
④生物多様性の保全のため、各国、地域で定められた法令等を遵守してください。
⑤各国、地域で定められた法令等で禁止されている化学物質や原材料を使用した商品は取り扱わないでください。

⑤地域社会への貢献
各国、地域の文化、宗教、習慣などを尊重し、地域社会の持続可能な発展に貢献してください。
①地域社会のさまざまな社会的課題を把握し、地域の社員やお客様と一体となって経済的及び文化的な発展をともに実現するための活動を行ってください。
②地域社会の安全に脅威を与える反社会勢力、組織又は団体と一切のつながりを持たないでください。

お取引先様での運用とモニタリングについて

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

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

重要課題［マテリアリティ］

地球環境への貢献

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

脱炭素社会の実現

脱炭素社会を目指し、環境配慮型商品の購買を促進する実証実験

～チャレンジ・カーボンニュートラル・コンソーシアムに参画し、サプライチェーン協働による課題対応～

生活者が脱炭素の取り組みに触れて認知を広げ、学びを通して楽しみ、興味をもって自分ゴト化する機会を用意することで、企業や行政、そして生活者が協力しながら脱炭素社会の実現に向けて取り組むことが重要だと考えています。生活者の脱炭素につながる行動（減CO2（ゲンコツ）行動）の促進を目指した本実証実験では、期間中に対象店舗において、脱炭素に寄与する環境配慮型の商品を集めた特設棚を設置し、来店者に特設棚へ足を運んでもらうための仕掛けやアプリコンテンツを提供しました。生活者の脱炭素に対する意識や行動の変化を分析し、施策の効果を検証することで、企業がカーボンニュートラルの達成に向けて生活者の積極的な参加を促すための商品・売り場開発の在り方を実証すると共に、来店者には「買い物」を通じて脱炭素社会の実現に向けて取り組む企業を応援する実践の場を提供しました。

今後もスギ薬局グループは、多くのお客様に環境に対する関心を持っていただき、商品の購入を通じて間接的に環境に貢献できる機会を提供していきます。また、お客様の声を通じて、 自社の商品開発にも活かしていきます。

みんなで減CO2（ゲンコツ）プロジェクト 店舗実証

発表会フォトセッション

●メンバー

スギ薬局グループ / Mandai / Asahi / Asuene / SARAYA / 三幸製菓 / Nipponham / ユーグレナ / 日本総研 / Daigas エナジー

● 「ホワイト物流」推進運動の自主行動宣言を提出

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、持続可能な物流の実現に向け、2021年8月1日に自主行動宣言を提出しました。

スギ薬局の自主行動宣言 取組内容

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

● 化石燃料の消費削減

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

● 再生可能エネルギーへのシフト

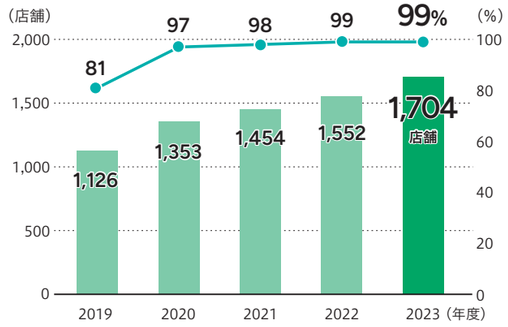
再生可能エネルギーへの転換を実施すべく、店舗において、太陽光パネルによる発電システムの導入を推進していきます。オンサイト型コーポレートPPA（第三者所有型）の活用を通じて再生可能エネルギーの導入を計画し、順次導入を開始しています。2030年CO_2削減目標を達成すべく、オンサイト型だけではなく、オフサイト型PPAの活用にも積極的に取り組んでいます。

愛知県刈谷市富士見店の屋上に設置した太陽光パネル

● 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することにより、さらなる電力消費量の削減、CO_2排出量の削減につなげてまいります。

店舗内照明のLED導入実績



太陽光パネル設置店舗 117店舗
（2024年2月末現在）

TCFD提言に基づく情報開示

● TCFD提言への対応

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

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

ガバナンス・リスク管理

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

サステナビリティ委員会は、主要部門の取締役が出席し、気候関連問題解決に向けた施策の計画、目標の進捗確認やリスク重要度の評価、優先順位の設定、対応策の決定を行った上で代表取締役社長に報告、提言を行います。また、サステナビリティ委員会内に、関連リスクの管理および委員会が指示した業務等を遂行する機関として、リスク委員会を設置しています。

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

戦　略

シナリオ分析

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

■なりゆきと目標達成時のCO_2排出量（t-CO_2）

項目	2030年
なりゆきのCO_2排出量	225,689
1店舗当たり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-CO_2/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）

■分析対象

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

■採用シナリオ

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

評価結果

■1.5℃シナリオ

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

■4℃シナリオ

異常気象などの物理的リスクが高まると想定されました。気候変動を原因とする自然災害の頻発・激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℃、4℃）

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

リスク・機会の評価

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

■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

CO_2排出量を2030年に2014年度比50%削減した場合の影響を試算。2030年の炭素税額は約27億円になると見込んでいます。

項目	事業インパクト
2030年度の炭素税額	約27億円

※IEA WEO2022 NZE（1.5℃）P465 Table B.2を参照し、2030年時点の炭素税額を140ドル/t-CO_2設定
※2023年3月1日の米ドル対円相場で試算

今後の取り組み

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

脱炭素社会の実現への対応

省エネ対応

- 日々の運用改善、節電啓発
- 省エネ設備の導入、入れ替え
- エネルギーマネジメントシステムの導入

創エネ対応

- 自社所有太陽光発電パネルの設置
- オンサイト、オフサイトPPA太陽光パネルの設置

その他CO_2排出量削減対応

- 非化石証書、グリーン電力証書の購入
- 電力会社CO_2フリーメニューの購入
- 社用車のEV化

循環型社会の実現への対応

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

指標と目標

■CO_2排出量 スコープ1、2

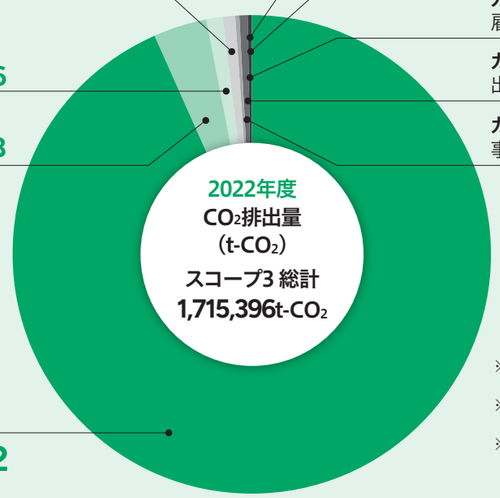
スギ薬局グループの現状

年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
店舗数（店）	996	1,048	1,105	1,190	1,283	1,391	1,483	1,565	1,718
排出量（t-CO_2）	123,377	129,392	119,826	120,826	117,611	126,160	135,149	138,416	算定中
1店舗平均（t-CO_2）	123.9	123.5	108.4	101.5	91.7	90.7	91.1	88.4	算定中

※排出係数はロケーション基準（電気事業者別排出係数の全国平均係数）を使用
※社有車ガソリン使用量に基づくCO_2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）。
※CO_2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。

■CO_2排出量 スコープ3

2022年度 スコープ3内訳



カテゴリ4
輸送、配送（上流） **15,897**

カテゴリ3
Scope1,2に含まれない
燃料及び
エネルギー関連活動 **21,966**

カテゴリ2
資本財 **61,758**

カテゴリ1
購入した製品・サービス
1,601,452

カテゴリ12
販売した製品の廃棄 **521**

カテゴリ8
リース資産（上流） **65**

カテゴリ7
雇用者の通勤 **10,904**

カテゴリ6
出張 **1,581**

カテゴリ5
事業から出る廃棄物 **1,252**

※カテゴリ9~11、13~15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ヵ月分で推定値を算出
※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CO_2排出量（スコープ1,2）の削減比率
- サプライチェーンCO_2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

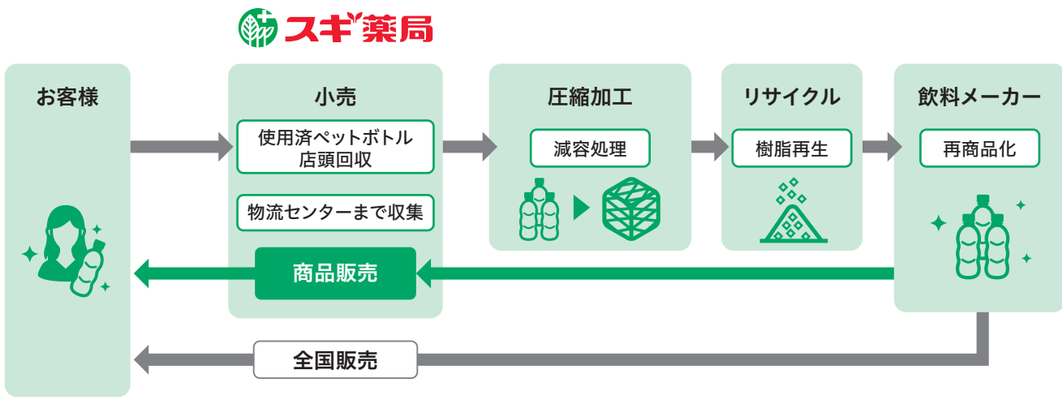
- 環境配慮型のPB商品比率
- 食品廃棄率
- プラスチック製レジ袋使用量

循環型社会の実現

● プラスチックに対する資源循環の取り組み

■ペットボトルの「ボトルtoボトル」水平リサイクルを開始

回収・再原料化・商品化までの流れ



スギ薬局グループは、サプライチェーン企業の皆様と協同し、使用済みペットボトルを回収してペットボトルに再生する「ボトルtoボトル」水平リサイクルの取り組みを開始しました。愛知県、埼玉県内の十数店舗において、ペットボトルの回収拠点としての役割を担い、2023年度以降は、全国の店舗に拡大しています。

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

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

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

● 行政と連携した資源回収の取り組み

静岡市と連携してペットボトルの回収を実施

● スポンジリサイクルプログラムへの参画

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

■「おくすりシート リサイクルプログラム」実証実験への参画

第一三共ヘルスケア株式会社が主催し、テラサイクルジャパン合同会社と共同で横浜市にて開始した、日本初となる使用済み「おくすりシート」（PTPシート）の生活者参加型リサイクルプログラムの実証実験に、スギ薬局グループの横浜市2店舗が回収拠点として参画しています。

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

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

● プラスチックの削減

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

レジ袋の使用数量と重量

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
使用数量（単位：百万枚）	262	144	43	65	102
使用重量（単位：トン）	2,000	1,100	328	507	800

約60%減

● 健康×生物多様性×デジタル

歩数計アプリのスギサポwalkを活用したイベント「スギグリーンウォークチャレンジ」を開催。歩数ラリー達成の人数に応じた環境団体への寄付に加え、絶滅危惧種の動物に関する情報を配信するなど、生物多様性の普及啓発に取り組んでいます。

● 衣料品、繊維用品に対する資源循環の取り組み強化

■使用済みユニフォームを店舗什器に再生

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

■繊維、衣料品の回収拠点としての役割

愛知県岡崎市、知立市の店舗で衣料品の回収を実施

● 食品に対する資源循環の取り組み強化（フードロス削減）

■てまえどり運動

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

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

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

■期限間近食品に対する売り切り強化

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

■フードバンクへの寄贈

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

セカンドハーベスト名古屋様へお米の寄贈を開始

■フードドライブの実施

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

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

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

● 給水ステーション設置で海洋プラスチックゴミ削減へ

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

● 炭酸水自動販売機による海洋プラスチックゴミ削減の取り組み

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

● 水資源の保全に向けた水使用量の見える化

事業活動における水資源の保全に向けた取り組みのため、2022年度から水の使用量の見える化を行いました。今後は、水使用量の経時推移や店舗タイプ（規模、サービス）別の比較、分析を実施し、水資源の保全に向け、効果的な対策を実施してまいります。

水使用量※
755,045㎥／年間

※水道料金を、単価（愛知県大府市）で割り戻し、推定値として算出（2022年度実績）

重要課題［マテリアリティ］

健康的な職場環境

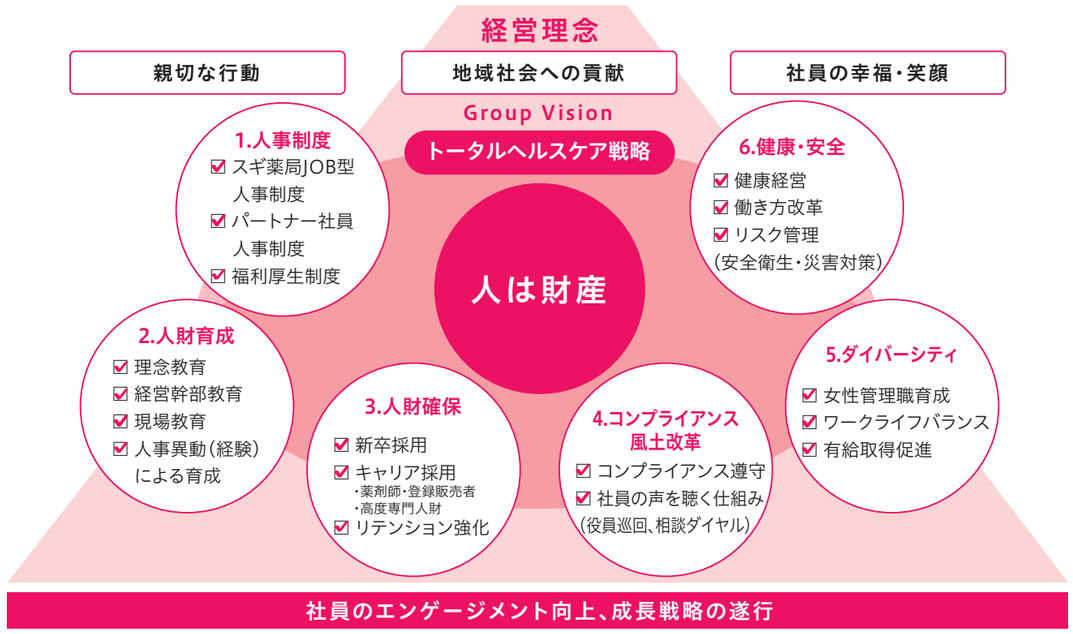
社員は企業価値を向上させる重要な「財産」であると捉え、キャリア・働き方の多様性を実現する仕組みによって社員がイキイキと働ける環境を創り、社員一人ひとりが健康的に笑顔で働ける環境を整備しています。さらに、様々なバックグラウンドを持つ人財を受容する組織風土づくりを推進しています。

社員一人ひとりに向き合った人財戦略を実践し、トータルヘルスケア戦略の実現を目指します。

スギホールディングス株式会社
執行役員 人事・管理・リスク担当 兼 人事部長
株式会社スギ薬局 取締役 管理本部 本部長
スギスマイル株式会社　代表取締役社長
株式会社MCS 代表取締役社長
森 茂樹

スギ薬局グループは、人財戦略の重要な視点として、「社員が最も大切な財産」「社員一人ひとりの働きがいを高める」「社員一人ひとりの力を引き出し、経営理念・成長戦略・予算を達成」の3つを挙げ、経営戦略との融合により長期的に必要とされる企業を目指しています。そして、「人事制度」「人財育成」「人財確保」「コンプライアンス・風土改革」「ダイバーシティ」「健康・安全」の6項目を柱に人的資本経営を推進。グループビジョンであるトータルヘルスケア戦略の実現と、経営理念に掲げる「親切な行動」「地域社会への貢献」「社員の幸福・笑顔」をとおして持続的な成長に取り組んでいます。

2024年度 人財戦略



人事制度改革による働きがいの向上

これまで「社員が最も大切な財産」という考えに基づき、評価や報酬、福利厚生などの人事制度の改定を進めてきた結果、離職率は2018年から半減、「働きがい」を測定するエンゲージメントスコアは、管理職が他社水準を上回り、全社平均も上昇傾向にあり、着実に成果が出ています。しかし、急速なデジタル化や少子高齢化など変化する外部環境の中、持続的な成長のためには、更なる人事制度改定が必要と判断し、2024年3月より新しい人事制度を導入しました。

制度の改定コンセプトは「スギ薬局版JOB型人事制度への転換」。これまで以上に一人ひとりの仕事を評価し、報酬へ反映させる仕組みとしました。例えば、管理職では、個人の能力に加え、高い役割に就くことでも昇格を可能とするハイブリッド型制度。また、事業領域拡大に必要不可欠なDX人財や弁護士、公認会計士、M&A推進担当者といった高度専門職を対象に専門職制度を新設しました。一般職では、成長戦略の中心を担う店長と薬剤師の手当を見直し、評価においては、スキルレベルにあわせた等級を設定することで、昇格に必要な要件を明確にしました。今後も社員一人ひとりの声を聴きながら、全員がイキイキと働きがいのある制度になるよう、改定を重ねてまいります。

一人ひとりに向き合った人財育成

社員各々の能力が発揮できるポジションに就けるよう、教育で得たスキルを「見える化」し、適材適所の配置を進めます。これまでの一律とした階層別教育から、外部アセスメントや社内マニュアルテストなどを通し、社員一人ひとりの現在位置を測定したうえで、不足するスキルを教育する一人ひとりに合わせたものに転換。また、自己研鑽をする風土を醸成するための「公的資格取得に向けた学習による育成」、売上規模や郊外・都心といった様々な店舗での「経験を積むための人事異動による育成」を組み合わせ、社員一人ひとりが「成長」を実感できる教育へと進化させます。

採用と離職防止による人財確保

新卒採用・キャリア採用の強化と離職の防止を軸に、人財戦略を立案。新卒は薬剤師・登録販売者・医療事務の採用を強化し、特に人財不足エリアの採用強化により、全社で人財のエリア偏在を是正。キャリア採用は薬剤師・登録販売者の確保を強化し、特に医療・開発・商品・海外・管理等の専門領域に強い人財を戦略的に採用することで成長戦略を推進しています。パートナー採用に関しても、時給の適正化や募集媒体などの見直しにより優秀な人財の確保に努めています。一方、離職の防止に関しては、ここ5年、全社を挙げたリテンション活動により大きな成果が出ています。

風通しの良い企業風土の醸成

2023年度のハラスメントに関する相談ダイヤルへの相談件数が2021年度と比較して３分の１に減少。2024年度もハラスメント行為には厳正に対処し、相談ダイヤルに寄せられた声に確実に対応します。さらに働きやすい環境を構築するため、長時間残業等の対策を強化するとともに、社内風土改革として、2021年度より「全役員による全店巡回」や、全社員を対象とした「無記名アンケート」を実施。社員の意見に真摯に向き合い、一人ひとりの声が経営に届く、風通しの良い企業風土の醸成に取り組んでいます。

ダイバーシティ経営の推進

社員へのアンケート調査結果から、店舗社員の90%以上が「仕事だけでなく生活も優先する」、管理職の70%以上が「仕事と生活のバランスを重視する」と回答。「全国勤務より地元で働きたい」、「休日休暇や有休が取得でき、計画的に時間内で働きたい」という声が一般職、管理職関係なくあがっており、いかに生産性を改善しながら営業力を強化し、社員のモチベーションやエンゲージメントを維持・向上するかが、今後の課題です。また、お客様・患者様ニーズに対して多様なアイデア・視点でサービス開発を行うためには、女性の活躍が不可欠です。福利厚生の充実や働き方改革の推進により、女性が活躍しやすい職場環境を整備し、2029年度末までに女性管理職比率30%を目指します。

健康で安全な経営の推進

産業医体制の強化、健康管理システムの導入・活用により、健康診断で何らかの異常があった社員への再受診勧奨や産業医との面談実施など、社員の健康を守る仕組みづくりに取り組んでいます。これらの取り組みの結果、6年連続で健康経営優良法人の認定を受けております。今後は「ホワイト500」の認定を目指し、健康経営を推進します。

多様な人財の活躍

● ダイバーシティを念頭に置いた場と機会の創出

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

■単身赴任選択制度の導入

2022年度より、リモートワークが可能な社員を対象に、「出張+リモートワーク」か「単身赴任」を選択できる単身赴任選択制度（CHOISE）を導入しました。単身赴任によって、制限されてきた家族との関わりや、時間・場所に囚わ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。

■人生100年時代を見据えた勤務制度

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

■スギスマイルの活動

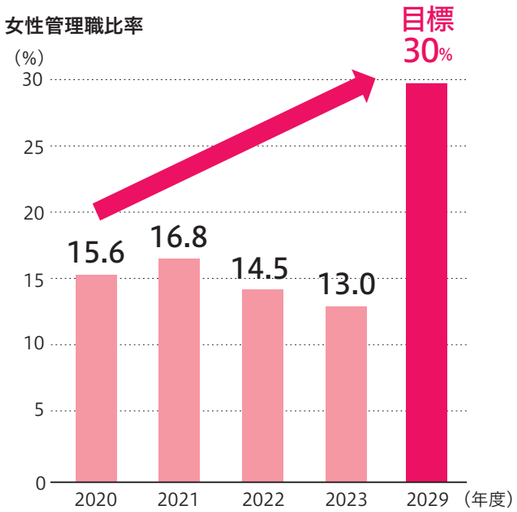
企業在籍型職場適応援助者11名、障がい者職業生活相談員25名が、障がいがある方の業務指導や日常のサポートを行い、障がいがある社員296名が全国9拠点で活躍しています。店舗では巡回清掃や店舗清掃、商品陳列業務を、本社では送付物の仕分けや清掃、商品出荷による物流支援に携わっています。

障がいがある方の雇用率
（2023年度 スギ薬局グループ）
2.80%

■女性管理職比率の向上

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

女性管理職比率



女性活躍に向けての今後の取り組み

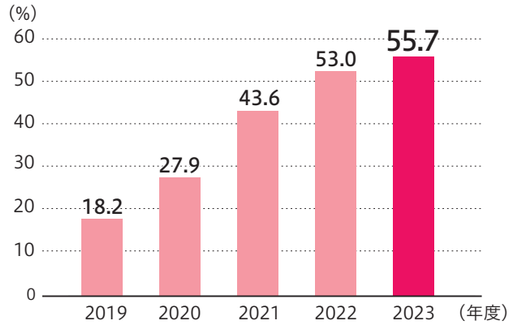
- ●女性採用活動の強化
- ●男女間賃金格差の是正
- ●女性の就業範囲拡大
- ●管理職昇進に向けての啓発研修
- ●正社員登用の強化
- ●育児休業を取得しやすい環境づくり

■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、中学校3年生を終えるまでに制度を延長しています。小学6年生を終えるまで制度の適用が可能で、育休後も復帰しやすく、働き続け易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。目標の30%を大きく上回り、さらなる向上を目指しています。

男性育児休業取得率

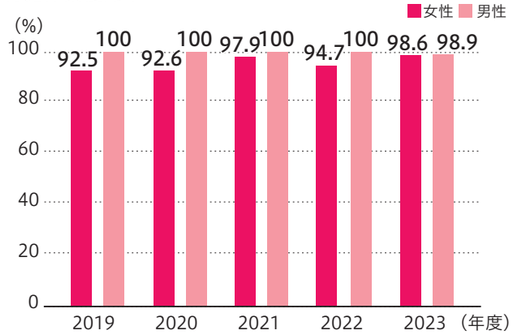


■プラチナくるみん

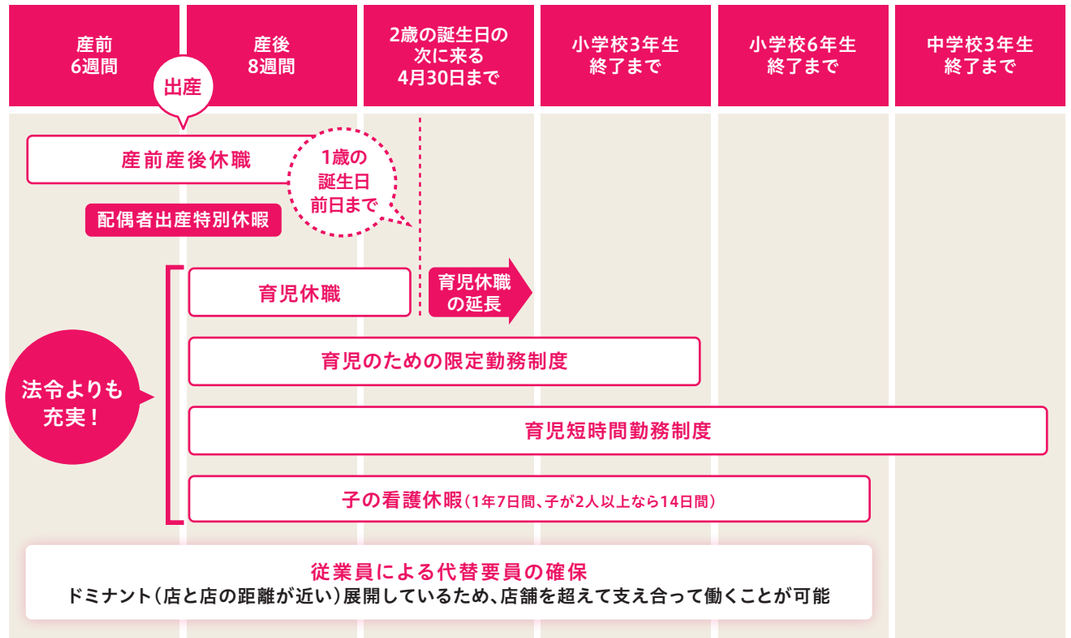
スギ薬局において「基準適合認定一般事業主」の認定事業主マーク（プラチナくるみんマーク）認定を取得しています。

2023年度は、育児休業取得者525名（女性418名、男性107名）、育児休業後の勤務復帰率は98.7%（女性98.6%、男性98.9%）を達成しています。

育児休業復帰率



多様性に富んだ支援制度



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6年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。

2024 健康経営優良法人 Health and productivity

■健康経営宣言

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

この経営理念の原点は、社員の「幸福」を実現することにあります。

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

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

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

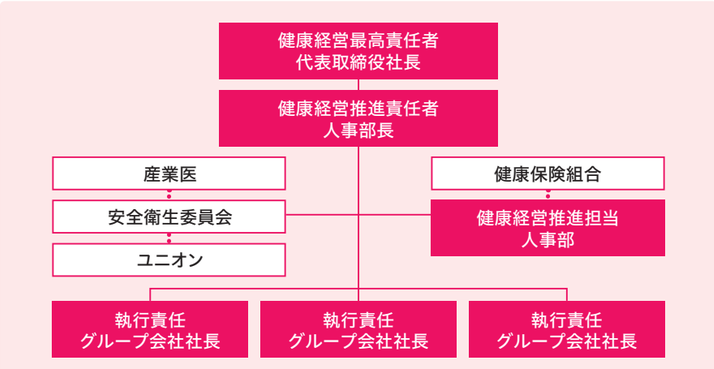
以上を踏まえて、健康経営推進体制を根本から見直し、社員が主体的に健康維持・増進に努め、社員の笑顔で地域の皆様の笑顔も引き出せるような「健全な職場環境づくり」を推進することを宣言いたします。

スギホールディングス株式会社
代表取締役社長
杉浦 克典

■健康経営推進体制

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

健康経営推進体制図

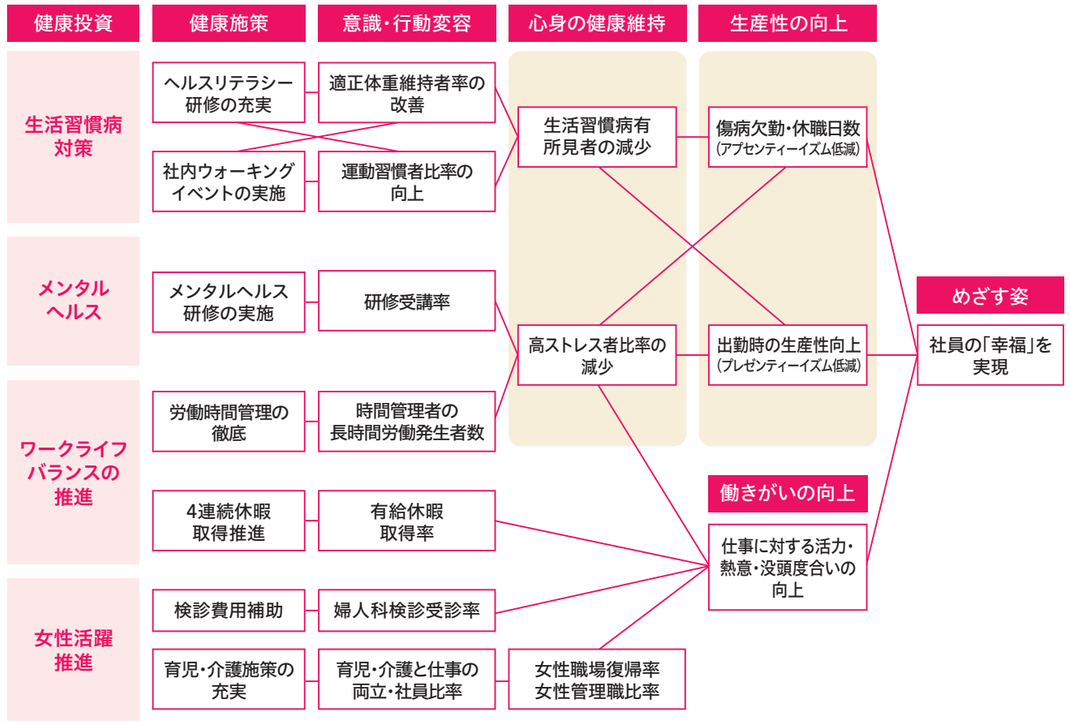


■健康経営戦略マップ

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

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

健康経営戦略マップ



■健康経営の取り組み

社員の健康維持・増進のために下記の取り組みを実施しています。

- ●社内外に向けた女性の健康に関するセミナーを定期的に開催
- ●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）
- ●職場の悩み・なんでも相談ダイヤルを設置しメンタルヘルス、フィジカルヘルス関連問題の早期発見、予防、離職率の低下を促進
- ●4連続休暇取得促進（年2回）
- ●がん検診、婦人科検診費用補助

● 社員の心と体の健康を支える仕組み

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

■健康相談ダイヤルの設置

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

■医師へのチャット相談、テレビ電話相談

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

■ストレスチェックの実施

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

■職場の悩み・何でも相談ダイヤルの設置

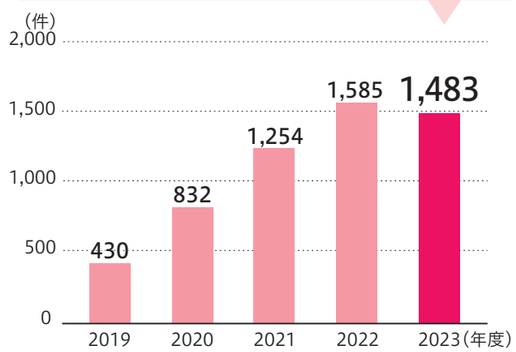
「店舗現場で困っていること」「話したいこと」「対応してほしいこと」また、「これは間違っている」や「上司に言いにくく、会社に対応してほしいことがある」、「職場環境を改善してほしい」、「人間関係に悩んでいる」場合など、連絡ができる外部通報窓口を設置し、対応しています。社員の安心感と、ハラスメントは必ず指導されるという危機意識を醸成し、ハラスメントを排除し、良好な人間関係、職場環境を構築し会社に寄せられた社員の声には、速やかに対応しています。

■自己申告制度

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

職場の悩み・何でも相談ダイヤル件数（年間）

適切に現場の悩みが相談できる、風通しの良い職場環境の構築！



● 従業員エンゲージメントの強化

■社員のご家族に対するイベントを実施

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

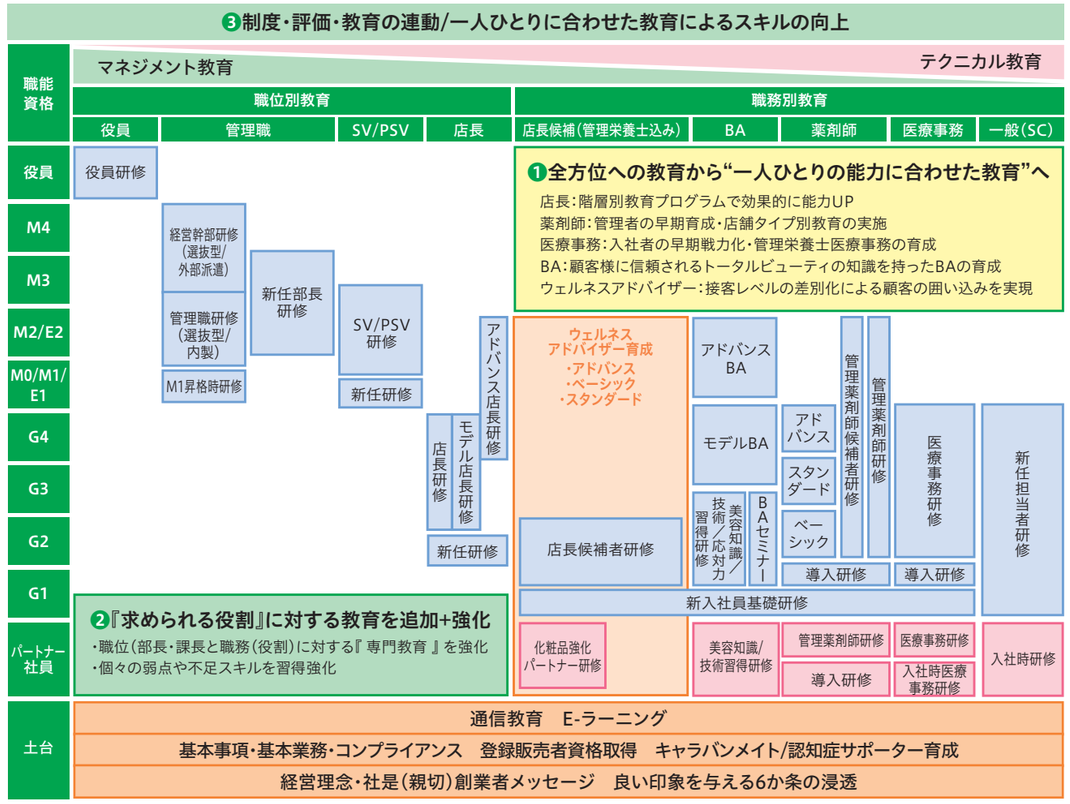
人財の育成

● 社員の能力開発研修の充実

社内資格や職務、役割を果たすために必要な「求めるスキル」を明確化。その習得のための教育を実施し、現場における能力の発揮度を高める人財育成を行っています。

ビューティアドバイザーの接客技術を競いあう全国大会（アワード）の一場面

スギ薬局教育体系

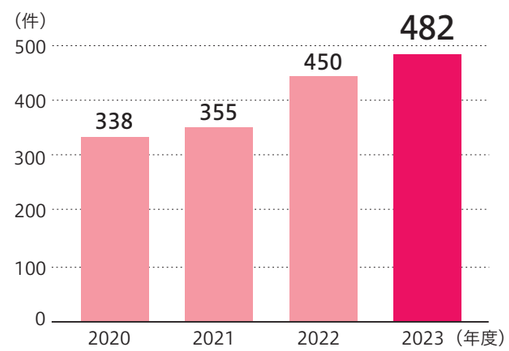


● 成果・評価の見える化によるモチベーション経営の推進

■グループ表彰制度

お客様から日々寄せられる感謝の声を「お褒めの言葉」として、対象社員を順次表彰するとともに、年度末には経営理念に基づく行動によって成果を出した社員・店舗を式典にて表彰しています。2023年度は85名と24店舗を表彰しました。

お客様より店舗・従業員にいただいた「お褒めの件数」



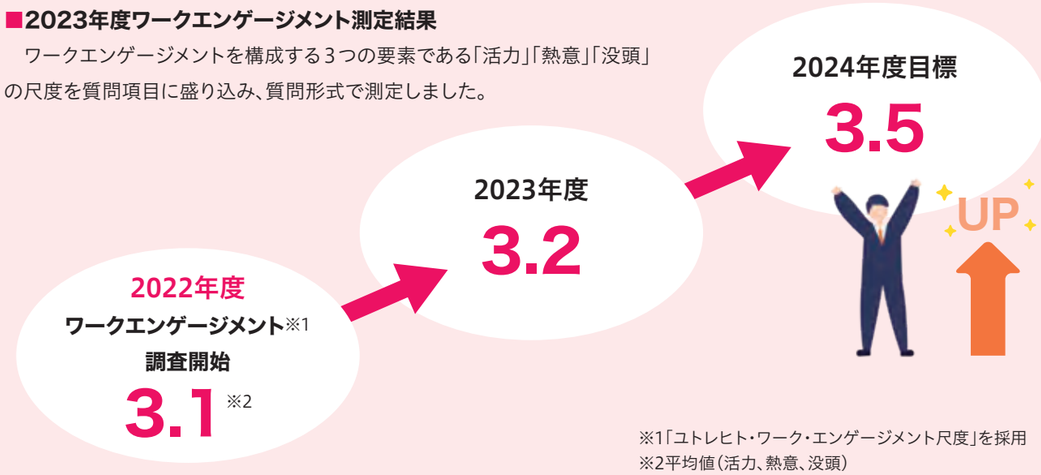
■全グループ幹部が集まる式典で成果を発表

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。

■2023年度ワークエンゲージメント測定結果

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

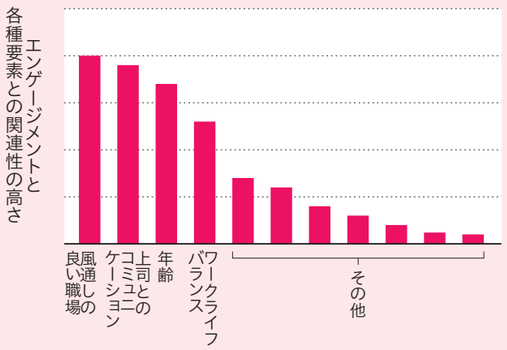


※1「ユトレヒト・ワーク・エンゲージメント尺度」を採用
※2平均値（活力、熱意、没頭）

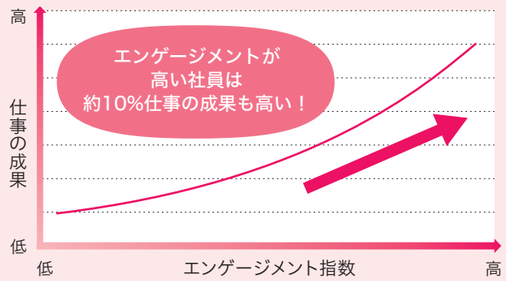
■エンゲージメント分析

ワークエンゲージメントの向上に向け、外部機関に分析を依頼し、“ワークエンゲージメントと各種要素（労働環境等）“の関連性、“ワークエンゲージメントと仕事の成果”の関連性を分析しました。

管理薬剤師の“ワークエンゲージメントと各種要素（労働環境等）”の関連性



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



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

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

＜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

現場の部下のマネジメント
- ●部下マネジメント手法の教育徹底

■一人ひとりへの向き合いをテーマに全社で取り組んだ結果

社員の働きがいスコア（モチベーション）は確実に上昇中

各部門の戦略・施策の遂行及び、人財戦略を推進した効果

成長意欲	帰属意識
＜エンゲージメント＞ ＜昇格意欲＞	＜会社への定着意識＞

重要課題［マテリアリティ］

コーポレート・ガバナンス

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

コーポレート・ガバナンスの基本的な考え方

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

スギ薬局グループ
コーポレート・ガバナンスに関する基本方針はこちら

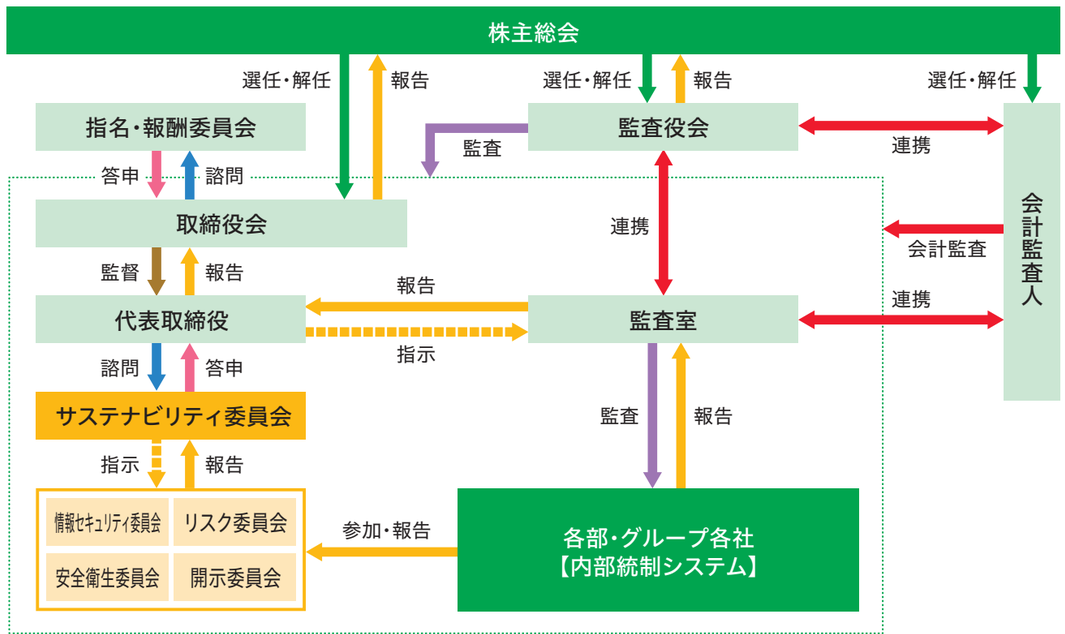
https://www.sugi-hd.co.jp/pdf/sustainability/data/cg_basic.pdf

コーポレート・ガバナンス体制（企業統治の体制）

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

※2024年5月22日現在

コーポレート・ガバナンス体制図



取締役会・監査役会

取締役会の構成

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

（1）経営の意思決定および監督を行うために十分な多様性を確保できること

（2）取締役会において独立社外取締役による問題提起を含め、議論の活性化が図れること

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

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

（2024年5月22日現在）

監査役会の構成

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

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

（2024年5月22日現在）

取締役会の役割

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

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

（2）取締役会は、自社の資本コストを的確に把握した上で、経営理念および外部環境の変化を踏まえた経営戦略や経営計画を策定し、その概要を開示する。策定した経営戦略、経営計画については、毎年進捗状況などを確認・分析した上で、必要に応じて、事業ポートフォリオの見直しや新たな事業投資、出店およびシステム投資、ならびに人財育成への投資などの経営資源の配分計画を含む修正を行う。

（3）取締役会は、事業子会社などを含む取締役および経営幹部の発掘と育成を目的とした教育プログラムの策定・運用に主体的に関与する。また、経営理念や経営戦略などを踏まえ、同プログラムの内容や、同プログラム参加者のその後の配置・登用による育成を含め適切に監督を行う。

（4）取締役会は、法令、定款および社内規程に基づき、取締役会で決定すべき事項以外の業務執行についてその意思決定を代表取締役に委任する。

（5）取締役および監査役は、取締役会への出席率として、80%以上を確保する。

監査役会の役割

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

（1）監査役会は、会計監査人を適切に評価するための基準を作成する。毎年1回、その基準に基づき、会計監査人の独立性、専門性について評価し、会計監査人の選解任などに関する株主総会への提出議案の内容を決定する。

（2）監査役会は、社外取締役が独立性を確保した上で円滑に情報収集できるよう、社外取締役との十分な連携を図るものとする。

（3）監査役会は、内部監査部門、財務・経理部門、法務部門をはじめとした関連部署との連携を確保し、適正に監査するために必要かつ十分な情報収集を行う。

取締役の略歴・選任理由 （2024年4月30日現在）

榊原 栄一
代表取締役会長

1956年8月14日生
取締役在任年数
26年
取締役会への出席率
100%（12回/12回）
所有する当社の株式数
152,861株

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（現任）
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（現任）

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、経営理念を伝承するとともに、ドラッグストア業界に精通した深い見識と経験により、変化する消費者の生活様式に対応した品揃え、店舗づくり、お客様へのサービス向上に積極的に取り組むなど、その職責を果たしています。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。

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
7年
取締役会への出席率
100%（12回/12回）
所有する当社の株式数
150,861株

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）

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」の実現に向けた事業戦略、DX戦略、海外戦略、資本政策、SDGs推進による企業価値向上に積極的に取り組むなど、その職責を果たしています。事業における知識、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。

杉浦 伸哉
取締役副社長

1979年11月30日生
取締役在任年数
7年
取締役会への出席率
100%（12回/12回）
所有する当社の株式数
150,574株

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
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（現任）
2023年	5月	当社取締役副社長（現任）

当社および株式会社スギ薬局の取締役副社長として営業部門を統括するとともに、医療事業領域における知識・経験により、スギメディカル株式会社の代表取締役として医療・介護領域の事業推進、および業界大手とのM&A・業務提携を主導するなど、スギ薬局グループの医療・調剤戦略を推進し、その職責を果たしています。その知識・経験は、今後の当社グループの中核事業の発展に大きく寄与するものと判断し、引き続き選任いたしました。

神野 重行
取締役（社外）
社外 独立

1947年5月23日生
取締役在任年数
9年
取締役会への出席率
100%（12回/12回）
所有する当社の株式数
ー株

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	当社取締役（現任）

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・提言を行っています。また、指名・報酬委員会の委員長を務めています。候補者による、企業経営、事業戦略、組織・人材マネジメントに関する高い見識および監督能力に基づく大所高所、独立した立場からの適切な監督と助言は、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。

内田 士郎
取締役（社外）
社外 独立

1955年4月2日生
2024年5月より現在
所有する当社の株式数
ー株

略歴

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

日米の公認会計士として培われた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なうとともに、複数の企業の経営も行っています。DX、企業経営、財務・M&A等について専門的な観点から行われる取締役の職務執行に対する監督と助言は、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選任いたしました。

高石 英明
取締役（社外）
社外 独立

1958年10月7日生
2024年5月より現在
所有する当社の株式数
ー株

略歴

1983年	4月	三菱商事株式会社 入社
2011年	4月	同社 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・サービシズ株式会社 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（現任）
2022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）

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豊富な経験と高い知見を有し、また、国内大手企業の社外取締役や社外監査役を歴任。海外戦略、資本政策、各種財務戦略について専門的な観点から行われる取締役の職務執行に対する監督と助言は、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選任いたしました。

大浦 佳世理
取締役（社外）
社外 独立

1975年10月27日生
2024年5月より現在
所有する当社の株式数
ー株

略歴

1998年	9月	協和発酵米国法人 入社
2010年	6月	ブリストル・マイヤーズ スクイブ米国本社 入社
2012年	10月	ブリストル・マイヤーズ スクイブ株式会社 研究開発部門執行役員
2016年	6月	ブリストル・マイヤーズ スクイブ米国本社 ピープル&ビジネスリソースグループ ゼネラルマネージャー
2017年	10月	ブリストル・マイヤーズ スクイブ株式会社 コマーシャル部門執行役員
2019年	9月	公益社団法人グローバルヘルス技術振興基金 CEO 兼 専務理事
2019年	11月	東京アメリカンクラブ 理事
2021年	9月	ラボコープ・ディベロップメント・ジャパン株式会社 職務執行者社長 （現ラボコープ・ラボラトリーズ・ジャパン合同会社）
2022年	5月	テンプル大学日本校 理事（現任）
2023年	11月	在日米商工会議所 理事（現任）

国内外企業の大手製薬メーカーで勤務し、製薬業界における長年のグローバルな勤務により培われた豊富な経験と高い知見を有しています。大手製薬メーカーと連携した医療戦略の構築等について、専門的な観点から行われる取締役の職務執行に対する監督と助言は、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選任いたしました。

監査役の略歴・選任理由 （2024年5月22日現在）

坂本 利彦
常勤監査役（社外）

社外　独立

1946年10月25日生
社外監査役在任年数
12年
取締役会への出席率
100%（12回/12回）
監査等委員会への出席率
100%（13回/13回）
所有する当社の株式数
300株

略歴

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

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いただけるものと判断し引き続き選任いたしました。

志村 俊明
常勤監査役（社外）

社外　独立

1963年9月28日生
2024年5月より現在
所有する当社の株式数
ー株

略歴

1987年 4月	株式会社富士銀行 入行
2006年 1月	みずほコーポレート銀行 IT・システム統括部 次長
2014年 10月	同行 業務監査部 次長
2022年 4月	フォスター電機株式会社 内部監査室 室長

国内上場企業において要職を歴任。また、国内外企業での監査業務により培われた豊富な経験と高い知見を有しています。当社の拡大事業であるDXや海外事業等を含め、客観的な立場から当社経営を適正に監査いただけるものと判断し選任いたしました。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。

安田 加奈
監査役（社外）

社外　独立

1969年4月10日生
在任年数
14年
所有する当社の株式数
ー株
監査等委員会への出席率
100%（13回/13回）

略歴

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

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

葉山 良子
監査役

1959年10月7日生
2024年5月より現在
所有する当社の株式数
ー株

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（現任）
2016年 8月	日本公認会計士協会専門研究員（現任）
2018年 5月	株式会社アダストリア社外監査役（現任）
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）

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いただけるものと判断し選任いたしました。

スキルマトリックス

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

トレーニング（主要子会社役員含む）

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

研修内容（今までの実績）

国内外の経済情勢	マーケティング
資本市場の動向	法務・企業統治
医療制度の動向	コーポレート・ガバナンス・コード
サステナビリティ経営	コンプライアンス研修
ESG	リスクマネジメント
経営戦略	組織・人財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

執行役員制度導入に関するお知らせ

当社は、2024年1月22日開催の取締役会において、執行役員制度の導入及び執行役員の選任を決議いたしましたので、下記の通りお知らせします。

1.執行役員制度導入の目的

当社グループを取り巻く環境変化や経営課題に迅速且つ柔軟に対応し、当社の成長戦略であるDXや海外事業の推進及び、コーポレート・ガバナンスを強化するため、執行役員制度を導入しました。

2.執行役員制度の概要

①執行役員は、取締役会で決定した事業方針に基づいて業務執行権限を委譲され、取締役会の監督の下で業務執行にあたります。

②執行役員は、取締役会決議により選任又は解任します。

③執行役員の任期は1年とし、再任を妨げないものとします。

3.執行役員制度の導入日　2024年3月1日

4.執行役員体制

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

独立役員に関する事項

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

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

（注釈）

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

注２：「当社グループを主要な取引先としている者」とは、次のいずれかに該当する者をいう。
- 当社グループに対して商品又はサービスを提供している取引先グループ（直接の取引先が属する連結グループに属する者をいう、以下同様とする）であって、直前事業年度における当社への当該取引先グループの取引額が1,000万円以上でかつ当該取引先グループの連結売上高又は総収入金額の2%を超える者。
- 当社グループが負債を負っている取引先グループであって、直前事業年度末における当社の当該取引先グループへの負債総額が1,000万円以上でかつ当該取引先グループの当該事業年度末における連結総資産の2%を超える者。

注３：「当社グループの主要な取引先」とは、次のいずれかに該当する者をいう。
- 当社グループが商品又はサービスを提供している取引先グループであって、直前事業年度における当社の当該取引先グループへの取引額が1,000万円以上でかつ当社の連結売上高の２%を超える者。
- 当社グループに対して負債を負っている取引先グループであって、直前事業年度末における当社グループへの当該取引先グループの負債総額が1,000万円以上でかつ当社の当該事業年度末における連結総資産の2%を超える者。
- 当社グループが借入れをしている金融機関グループ（直接の借入先が属する連結グループに属する者をいう）であって、直前事業年度末における当社の当該金融機関グループからの借入金総額が当社の当該事業年度末における連結総資産の 2%を超える者。

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

注５：「近親者」とは、配偶者及び二親等内の親族をいう。

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

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

取締役会の実効性評価

取締役会の実効性評価

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

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

評価結果の概要（2024年2月期）と今後の取り組み

取締役会の構成・運営・議題・支援体制の充実によって、実効性が高いレベルで確保されており、医療・DX・海外・ESGを含む年度政策や中期経営計画の共有を適正に行い、M&A・提携等の重要な議案における十分な議論もできていると評価しています。

今後の取り組みについて、社外取締役・監査役の増員で、さらに多様性を確保すると共に、効果的・効率的な取締役会を開催し、加えて、資本コストや株価を意識した経営戦略・経営課題の議論を充実させることで、より一層取締役会の実効性を高めていきます。

1. 取締役会の構成に関して

取締役・監査役は、知識・経験・能力等の多様性を適正に確保すると共に、率直・活発で建設的な議論に貢献できる人物で構成できていると評価しています。

今後について、2024年5月より社外取締役・監査役ともに増員し、より多様性が確保され建設的で充実した議論が期待できます

2. 取締役会の運営に関して

年間スケジュールによって計画的に運営し、取締役会に提出される資料の事前送付および重要案件の事前説明などを行うことによって適切に運用できていると評価しています。

今後について、引き続き、資料の事前送付や事前説明を適切に行うと共に、取締役会の時間設定や議案配分をより適正化することで、効果的かつ効率的に会議を運営していきます。

3. 取締役会の議題に関して

企業戦略の方向性や中期経営計画が上程され、経営陣に対する委任の範囲を明確に定めることによって、取締役会の議題設定を適切に実施できていると評価しています。

今後について、取締役の報酬・選任等がより適正に成されるように、指名報酬委員会と連携し、取締役会でも議論していくことを検討していきます。

4. 取締役会の支援体制に関して

取締役・監査役に対して、必要な情報を入手する機会および追加の情報提供を求める機会を適切に提供し、内部監査部門との連携も確保できていると評価しています。

今後について、取締役会の実行力向上をさらに支援するために、社外役員のみの会合の定期実施および社外役員と取締役/執行役員との面談の実施を検討していきます。

5. 取締役・監査役の自己評価に関して

取締役・監査役それぞれが、現場視察や他の社外役員との交流会等を通じて情報をアップデートし、自らの知見に基づく多様な観点から発言を行えていると自己評価しています。

今後について、引き続き、取締役・監査役の一人ひとりが自己研鑽に努め、取締役会で役割・責任を果たせるよう支援していきます。

6. 経営戦略・経営課題に関して

年々、医療・DX・海外・ESGを含む年度政策や中期経営計画について適切に共有され、M&A・提携等の重要な議論も十分にできるようになっていると評価しています。

今後について、資本コストや株価を意識した経営戦略・経営課題のモニタリングによって、事業ポートフォリオの見直しや経営資源の配分等の議論をより充実させていきます。

取締役および監査役の報酬等

取締役の個人別の報酬等の内容についての決定に関する方針

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

■基本方針

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

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

■定額報酬（金銭報酬）の個人別の報酬等の額の決定に関する方針

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

■業績連動報酬の内容および額または数の算定方法の決定に関する方針

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

■非金銭報酬等の内容および額もしくは数またはその算定方法の決定に関する方針

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

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

■金銭報酬の額、業績連動報酬の額、非金銭報酬等の額の取締役の個人別の報酬等の額に対する割合の決定に関する方針

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

■取締役の個人別の報酬等の内容の決定についての委任に関する事項

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

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

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

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

当事業年度に係る報酬等の総額

区分	報酬等の総額（百万円）	報酬等の種類別の総額（百万円）			支給員数（名）
		定額報酬	業績連動報酬	非金銭報酬等	
取締役 （うち社外取締役）	177 (13)	118 (13)	52 (－)	7 (－)	5 (2)
監査役 （うち社外監査役）	17 (17)	17 (17)	－ (－)	－ (－)	3 (3)
合計 （うち社外役員）	194 (31)	135 (31)	52 (－)	7 (－)	8 (5)

（注）1. 取締役の報酬等の総額には、使用人兼取締役の使用人分給与は含まれておりません。
2. 取締役の報酬等については、2007年5月24日開催の第25回定時株主総会において、年額400百万円以内（ただし、使用人分給与は含まない。）と決議いただいております。なお、当該決議当時の取締役の員数は12名であります。
また、2022年5月20日開催の第40回定時株主総会において、上記の報酬限度額とは別枠で、取締役（社外取締役を除く）に対する譲渡制限付株式報酬として支給する金銭報酬債権の総額を年額80百万円以内（ただし、使用人分給与は含まない。）、発行または処分する普通株式の総数を年10,000株以内と決議いただいております。なお、当該決議当時の取締役（社外取締役を除く）の員数は3名であります。
3. 監査役の報酬等については、2007年5月24日開催の第25回定時株主総会において、年額30百万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3名であります。
4. 非金銭報酬等の内容は当社の株式であり、割当ての際の条件は「取締役の個人別の報酬等の内容についての決定に関する方針」のとおりであります。

株主との関係

株主の権利の確保

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

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

株主・投資家との建設的な対話

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

(1) 経営理念、経営戦略、財務戦略、経営計画、業績、サステナビリティに関する考え方などに対する理解を得るため、IR活動の充実に努める。
(2) 対話全般については、代表取締役社長が統括し、適宜担当部門などと協議の上進めるものとする。
(3) 株主・投資家との個別面談については、IR担当部門を窓口とし、株主・投資家の希望および面談の目的などを踏まえて、合理的な範囲で適切な対応を行う。
(4) 株主・投資家との建設的な対話を促進するため、IR担当部門と関連部署は専門的見地に基づく意見交換や情報共有を定期的に行い、連携して対応を行う。
(5) 株主・投資家との対話を通じて得た有用な意見・要望は、適宜取締役会などにフィードバックを行う。
(6) 株主構造については定期的に調査を行い、その結果を踏まえ、株主・投資家に合わせた適切な方法により、コミュニケーションの充実を図る。
(7) 株主・投資家との対話にあたっては、法令および関連規則などを遵守し、インサイダー情報を適切に管理する。

政策保有株式

■取得・保有に関する方針

(1) 当社は企業価値向上に向けて、戦略上重要な協業および取引関係の維持発展が認められる場合を除き、原則として政策保有株式を保有しません。
(2) 保有する株式については、保有の合理性について定期的に検証を行い、毎年取締役会で確認を行うものとし、その検証内容の概要を開示します。なお、保有意義の薄れた株式については、当該企業の状況を勘案した上で、段階的に売却を進めます。
(3) 保有する株式の議決権行使については、当該企業の経営方針を尊重した上で、当社の中長期的な企業価値向上に資するものであるかを議案ごとに確認し、総合的に判断します。
(4) 当社の株式を保有している企業と、経済合理性を欠くような取引は行いません。また、当該企業から株式の売却の意向が示された場合には、その売却を妨げません。

■取締役会での検証内容

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

投資家との対話状況

	2021年度	2022年度	2023年度
機関投資家・アナリスト向け決算説明会（上期、通期）	2回	2回	2回
機関投資家・アナリスト向け決算スモールミーティング	34回	27回	31回
証券会社主催カンファレンス	8回	5回	5回
機関投資家向け個別ミーティング（面談・電話）	168回	166回	180回

情報開示について

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

(1) 株主をはじめとするステークホルダーが当社への理解を深めるための有益な情報については、財務情報・非財務情報にかかわらず、積極的に開示を行う。
(2) 開示にあたっては、株主をはじめとするステークホルダーがアクセスしやすい方法で行う。
(3) 特に海外投資家への情報開示の観点から、会社概要、経営戦略、中期経営計画、予算、業績推移、株主総会の招集通知、コーポレート・ガバナンス基本方針およびESGなどに関する英文資料を作成し、スギ薬局グループホームページに公表する。

株式分割に関して

投資単位当たりの金額を引き下げることにより、より投資しやすい環境を整え、投資家層の拡大を図ることを目的として、株式分割を行いました。

分割の方法

2024年2月29日（木曜日）を基準日とし、同日最終の株主名簿に記録された株主の所有普通株式1株につき、3株の割合をもって分割いたします。

2024年3月1日、普通株式1株を3株に分割しました。

分割比率 1：3

分割基準日：2024年2月29日
効力発生日：2024年3月 1日

サステナビリティ委員会の設置

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

❶サステナビリティ委員会は、グループ全体を通じたサステナビリティ戦略および取り組みを検討し、代表取締役社長に報告、提言を行う。
❷サステナビリティ委員会内に、関連リスクの管理および委員会が指示した業務等を遂行する機関として、リスク委員会および情報セキュリティ委員会を設置する。

各委員会の機能

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

リスク管理

取締役会は、健全で透明性が高い効率的な経営を推進するために、コンプライアンス、財務報告の適正性、リスク管理などに関して、グループ経営という視点で内部統制システムが有効に機能するよう体制を整備し、内部監査部門を活用しつつ、その運用状況についての監督を行います。内部統制の精度を高めるために、グループ各社の業務内容、想定されるリスクとその対応策の文書化・モニタリングなどを通じて、経営上のリスクの最小化を推進しています。代表取締役社長は、経営上の高リスク分野を管理するために、サステナビリティ委員会内にリスク委員会と情報セキュリティ委員会を設置し、早期に業務の改善と事故の未然防止を図っています。

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

管理すべきリスクの主な事例

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

内部通報制度

スギ薬局グループは、組織的または個人的な法令違反行為や不正行為などの抑制と是正を図ることを目的に、コンプライアンス相談窓口を設置し、社員が匿名でも相談できる体制を整えています。内部通報制度は、社内規程に基づいて運用し、通報窓口をグループ内および社外の弁護士事務所に設けています。なお、通報者に対する不利益な取り扱いを禁止するとともに、上記窓口の認知度・理解度の向上を図るため、店舗事務所内に通報連絡先の掲示や「コンプライアンス・災害対策ポケットBOOK」の配布による周知活動の強化により、健全な通報制度の確立に努めています。

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

個人情報保護と情報セキュリティの強化

スギ薬局グループでは個人情報や顧客情報、機密情報を保護・漏洩防止するために、個人情報保護と情報セキュリティの強化を行っています。情報セキュリティの基本方針を策定し、外部からの不正アクセスの防止、ウイルス感染の防止、データ漏洩の防止に向けた各種対策を行っています。併せて、情報セキュリティ体制の強化と社員の教育に努めています。

情報セキュリティ体制の強化と教育

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

外部からの不正アクセス防止

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

ウイルスの感染防止

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

データの漏洩防止

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

情報セキュリティの基本方針

スギ薬局グループは、社会から預かった資産・資源（人・物・金・情報など）を有効に活用し、社会に益を提供し続け、社会に貢献する経営を進めています。これを実現するために当社では、お客様の情報をはじめ、当社が保有する情報資産を、不正アクセスやサイバー攻撃などの様々な脅威から保護し、グループ全体の情報セキュリティを強化していくことが、経営上の最重要課題であると認識しています。この考え方のもと、当社グループは、「情報セキュリティ基本方針」を定めました。

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

情報セキュリティ基本方針は
こちらから

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

情報セキュリティマネジメントシステムにおける規格要求事項への適合

スギ薬局グループでは、ポイント会員様の情報登録業務をはじめ、入電記録作成管理業務や特定保健指導事業、顧客情報分析業務、販売促進・広告宣伝に関する業務などにおいて、ISO27001の規格要求事項に適合しています。

適切に外部審査を受けつつ、対応の強化、高度化を行い、個人情報保護、情報セキュリティの強化に努めてまいります。

JQA-IM1736
JQA-IM1863
JQA-IM1978

認証登録番号：JQA-IM1736
登録活動範囲：医療データに基づく保健指導サービス
および情報提供サービス等の開発及び提供

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

認証登録番号：JQA-IM1978
登録活動範囲：商品管理部とデジタルマーケティング部における
①自社媒体を活用したCRM戦略及び分析に関する業務
②デジタル領域の販売促進、広告宣伝、各種施策・
キャンペーンの企画、実施管理に関する業務

04

ファクトデータ

119 財務指標
120 非財務指標
124 連結貸借対照表
125 連結損益計算書
及び連結包括利益計算書
126 連結キャッシュ・フロー計算書
127 株式状況
128 会社概要

財務指標

（単位：百万円）

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
売上高	542,361	602,850	625,477	667,647※1	744,477
営業利益	30,159	34,041	32,137	31,658	36,622
経常利益	31,473	35,333	33,082	32,391	38,039
親会社株主に帰属する当期純利益	20,782	21,120	19,389	19,007	21,979
減価償却費	8,412	9,940	11,268	12,362	14,121
営業活動によるキャッシュ・フロー	45,353	34,027	7,174	38,279	39,041
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 18,422	△ 29,254	△ 23,892	△ 23,256	△ 30,976
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 4,895	△ 5,274	△ 5,295	△ 14,209	△ 5,284
現金及び現金同等物期末残高	56,347	55,845	33,831	34,622	37,406
連結会計年度末					
純資産	182,750	200,629	213,890	216,538	233,362
総資産	313,757	345,933	334,758	351,895	390,563
1株当たり情報					
当期純利益（単位：円）※2	112.07	113.89	104.56	103.82	121.46
純資産（単位：円）※2	985.49	1,081.90	1,153.42	1,196.68	1,289.59
配当金（単位：円）	80	80	80	80	80
経営指標					
自己資本比率（単位：%）	58.2	58.0	63.9	61.5	59.8
自己資本当期純利益率（ROE）（単位：%）	11.9	11.0	9.4	8.8	9.8
総資産経常利益率（ROA）（単位：%）	10.9	10.7	9.7	9.4	10.2
連結配当性向（単位：%）	23.8	23.4	25.5	25.7	22.0
年間売上伸び率					
全店　グループ合計（単位：%）	+11.0	+11.2	+3.8	-※1	+11.7
全店　スギ薬局事業（単位：%）※2	+13.8	+12.7	+5.3	+8.0	+12.4
既存店　グループ合計（単位：%）	+5.1	+4.3	-0.7	+3.1	+7.0
既存店　スギ薬局事業（単位：%）※2	+5.9	+4.7	0.0	+3.6	+7.3
調剤情報に関する指標					
調剤売上高	105,279	117,597	132,743	142,461	158,777
処方せん応需枚数（単位：千枚）	9,833	10,101	11,730	12,913	14,759
処方せん単価（単位：円）	10,707	11,642	11,318	11,033	10,758

※1：「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準28号 2020年3月31日）等を当連結会計年度の期首から適用しており、2022年度以降に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっております。このため2022年度の対前期増減率は記載しておりません。　※2：2024年3月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を行なっております。2019年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり純資産、1株当たり当期純利益を算定しております。

非財務指標

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

	単位	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
会社を代表する数値					
店舗数※1	店	1,391	1,483	1,565	1,718
出店数	店	121	112	107	144
期末売場面積	㎡	847,543	915,322	963,270	1,025,379
顧客基盤に関する数値					
年間来店客数	人	316,850,068	339,909,390	345,818,315	347,401,865
年間来店客数　物販	人	308,854,178	330,838,009	335,822,636	336,258,041
年間来店客数　調剤	人	7,995,890	9,071,381	9,887,529	11,143,824
スギ薬局ポイント会員数	人	18,042,809	19,414,675	20,838,945	22,232,080
スギ薬局アプリダウンロード数※2	DL	6,018,926	8,331,741	10,442,740	12,017,141
かかりつけ薬局アプリダウンロード数	DL	161,060	368,644	622,034	950,695
調剤に関する数値					
調剤薬局数	店	1,050	1,166	1,220	1,283
調剤併設率	%	82.9	85.5	84.4	81.8
在宅調剤センター数	数			28	43
処方せん応需枚数	千枚	10,101	11,730	12,913	14,759
健康サポート薬局数	店	16	16	14	14
地域連携薬局	店	-	39	46	21
専門医療機関連携薬局	店	-	2	3	3
特別な管理が必要な医薬品調剤率※3	%	-	2.4	2.2	2.1
高齢社会対応への機能拡充に関する数値					
訪問調剤　対応店舗数	店	541	556	565	601
訪問調剤　ご利用者数（年間延べ）	人	146,794	160,411	176,037	189,109
訪問看護　拠点数	拠点	13	13	14	16
訪問看護　ご利用者数（年間延べ）	人	14,590	17,913	18,847	17,291
プライベートブランドに関する数値					
プライベートブランド売上比率	%	8.3	8.6	9.6	9.9
環境に配慮したプライベートブランド比率※4	%		10.2	12.2	14.4
サプライチェーンに関する数値					
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	3	11	51	113

※1：本項目は、スギ薬局グループ全体の数値を示しています。（本ページの非財務数値は、薬日本堂、ひかりファーマの数値は含んでいません。）
※2：リニューアル（2018年10月）以降の数値　※3：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　※4：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	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
安全・安心なまちづくりへの貢献に関する数値					
協定数　合計	件	60	75	84	100
包括協定　累計	件	13	19	26	39
見守り協定　累計	件	10	10	11	11
防災協定　累計	件	34	38	39	42
環境等に関わる協定　累計	件	3	8	8	8
高齢者施設へのAED寄贈　累計	件	182	217	255	298
店舗へのAED設置店舗数　累計	店	130	180	231	282
自治体等への救急箱寄贈　累計	個	962	962	1,068	1,744
社員に関する数値					
正社員数※1	人	6,710	7,308	7,727	8,724
男性※1	人	3,540	3,804	4,016	4,546
女性※1	人	3,170	3,504	3,711	4,178
女性比率※1	%	47.2	47.9	48.0	47.8
国内勤務者※1	人	-	-	7,727	8,724
パートナー数（8時間換算）※1	人	11,467	11,770	11,692	12,990
パートナー比率（8時間換算）※1	%	63.1	61.7	60.2	59.8
新卒採用数	人	695	727	533	372
男性	人	234	245	176	157
女性	人	461	482	357	215
中途採用数	人	227	402	389	983
男性	人	121	213	207	470
女性	人	106	189	182	513
薬剤師人数	人	3,025	3,390	3,688	4,021
登録販売者人数	人	8,527	9,704	9,019	10,029
管理栄養士人数	人	466	498	501	468
看護師人数	人	-	87	105	113
ビューティアドバイザー人数	人	1,208	1,214	1,268	1,222
正社員の平均年間給与	千円	-	5,259	5,391	5,412
男性	千円	-	5,947	5,894	5,982
女性	千円	-	4,283	4,782	4,733
人財育成に関する数値					
認知症サポーター講座受講者数	人	10,213	10,284	11,239	12,578
正社員の研修費用	百万円	354	307	652	500
コンプライアンス研修受講率	%	100.0	100.0	100.0	100.0

※1：本項目は、スギ薬局グループ全体の数値を示しています。（本ページの非財務数値は、薬日本堂、ひかりファーマの数値は含んでいません。）

	単位	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
ダイバーシティ・働き方に関する数値					
管理職者	人	2,005	2,126	2,169	2,321
男性	人	1,692	1,768	1,854	2,020
女性	人	313	358	315	301
女性管理職比率	%	15.6	16.8	14.5	13.0
地域限定正社員人数	人	-	-	4,099	4,605
外国国籍の社員人数	人	472	454	433	566
障がいがある方の雇用人数	人	370	411	440	508
障がい者雇用率	%	2.36	2.43	2.58	2.80
育児休業取得者数	人	697	805	448	525
男性	人	46	84	79	107
女性	人	651	721	369	418
育児休業取得率	%	-	-	86.6	84.6
男性	%	27.9	43.6	53.0	55.7
女性	%	-	-	100.0	97.4
育児短縮勤務取得者数	人	368	508	603	660
男性	人	10	18	15	29
女性	人	358	490	588	631
育児休業復帰率	%	93.7	97.7	95.2	98.7
男性	%	100.0	100.0	100.0	98.9
女性	%	92.6	97.9	94.7	98.6
介護休業取得者数	人	12	13	16	29
男性	人	0	1	1	3
女性	人	12	12	15	26
正社員定年再雇用者数	人	27	21	32	9
正社員定年再雇用率	%	93.1	90.5	90.6	100.0
従業員エンゲージメント	P	-	-	3.1	3.2
安全衛生に関する数値					
定期健康診断受診率	%	99.6	95.3	99.0	99.6
喫煙率	%	15.2	12.0	12.3	11.2
特定保健指導受診率（終了率）	%	82.2	57.9	40.1	28.4
メンタルヘルス不調による休職者	人	-	-	170	166
復帰人数	人	-	-	68	54
退職人数	人	-	-	51	57
十分睡眠がとれている割合（健康診断結果）	%	-	65.8	65.3	65.6
労働災害発生件数	件	308	282	235	267
労働災害発生件数（業務災害）	件	205	238	187	209
労働災害発生件数（通勤災害）	件	103	44	48	58
労働災害死亡事故発生件数	件	0	0	0	0

本ページの非財務数値は、薬日本堂、ひかりファーマの数値は含んでいません。

	単位	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
環境に関する数値※1					
レジ袋　使用枚数	百万枚	144	43	65	102
使用トン数	t	1,100	328	507	800
水の使用量	㎥	-	-	755,045	
CO_2 排出量 Scope1	t-CO_2	1,729	1,832	2,025	算定中
CO_2 排出量 Scope2	t-CO_2	109,080	148,101	122,992	算定中
CO_2 排出量 Scope3	t-CO_2	1,669,962	1,700,421	1,715,396	算定中
電力使用量	千kWh	279,619	307,889	314,266	算定中
再生可能エネルギー使用量	千kWh	-	-	3,117	4,169
社有車　ガソリン使用量	ℓ	375,300	405,420	427,679	427,142
店舗内照明の LED 導入店舗数	店	1,353	1,454	1,552	1,704
店舗内照明の LED 導入店舗率	%	97.0	98.0	99.0	99.2
調剤薬廃棄率	%	-	0.41	0.41	0.34
フーズ廃棄率	%	0.45	0.41	0.41	0.36
返品率	%	-	2.2	1.8	1.7
ガバナンス・リスク / コンプライアンスに関する数値					
取締役会開催数	回	12	12	12	12
リスク委員会開催数	回	58	31	33	31
監査役会開催回数	回	12	12	14	13
取締役	人	7	6	5	5
男性	人	5	4	4	4
女性	人	2	2	1	1
独立社外取締役	人	3	3	2	2
男性	人	1	1	1	1
女性	人	2	2	1	1
独立社外取締役比率	%	42.9	50.0	40.0	40.0
女性取締役比率	%	28.6	33.3	20.0	20.0
監査役	人	3	3	3	3
男性	人	2	2	2	2
女性	人	1	1	1	1
独立社外監査役比率	%	100.0	100.0	100.0	100.0
女性監査役比率	%	33.3	33.3	33.3	33.3
職場の悩み・何でも相談ダイヤル年間件数	件	832	1,254	1,585	1,483
人権問題の発生件数	件	-	-	-	-
苦情の件数	件	7,229	5,463	4,437	3,372

※1：薬日本堂、ひかりファーマの数値は含んでいません。

連結貸借対照表

（単位：百万円）

	前連結会計年度（2023年2月28日）	当連結会計年度（2024年2月29日）
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	62,642	43,427
売掛金	37,514	44,376
有価証券	8,000	4,000
商品	74,503	83,679
その他	17,324	23,563
貸倒引当金	△0	△0
流動資産合計	199,984	199,046
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	120,771	134,744
減価償却累計額	△ 52,261	△58,895
建物及び構築物（純額）	68,510	75,849
土地	8,583	12,006
建設仮勘定	2,001	4,316
その他	45,425	53,086
減価償却累計額	△ 32,608	△37,396
その他（純額）	12,817	15,690
有形固定資産合計	91,913	107,863
無形固定資産	8,121	10,355
投資その他の資産		
投資有価証券	5,195	14,995
関係会社株式	263	5,929
長期貸付金	5	5
繰延税金資産	14,669	17,312
差入保証金	28,902	31,373
その他	2,868	3,708
貸倒引当金	△ 27	△27
投資その他の資産合計	51,876	73,297
固定資産合計	151,911	191,517
資産合計	351,895	390,563

（単位：百万円）

	前連結会計年度（2023年2月28日）	当連結会計年度（2024年2月29日）
負債の部		
流動負債		
買掛金	77,038	90,621
1 年内返済予定の長期借入金	-	316
未払法人税等	4,981	7,149
契約負債	18,059	17,278
賞与引当金	1,488	2,970
その他	15,446	18,312
流動負債合計	117,015	136,648
固定負債		
長期借入金	-	521
退職給付に係る負債	8,282	9,333
資産除去債務	7,063	7,571
その他	2,995	3,126
固定負債合計	18,341	20,552
負債合計	135,356	157,200
純資産の部		
株主資本		
資本金	15,434	15,434
資本剰余金	24,632	24,632
利益剰余金	194,155	211,310
自己株式	△ 18,215	△18,198
株主資本合計	216,007	233,178
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	378	174
為替換算調整勘定	-	4
退職給付に係る調整累計額	153	4
その他の包括利益累計額合計	531	183
純資産合計	216,538	233,362
負債純資産合計	351,895	390,563

連結損益計算書及び連結包括利益計算書

（単位：百万円）

連結損益計算書

	前連結会計年度 （自2022年3月1日　至2023年2月28日）	当連結会計年度 （自2023年3月1日　至2024年2月29日）
売上高	667,647	744,477
売上原価	465,123	515,639
売上総利益	202,524	228,837
販売費及び一般管理費		
給料手当及び賞与	69,898	76,652
賞与引当金繰入額	1,463	2,878
退職給付費用	1,439	1,646
賃借料	34,687	37,770
その他	63,377	73,267
販売費及び一般管理費合計	170,865	192,215
営業利益	31,658	36,622
営業外収益		
受取利息	160	602
受取配当金	2	16
固定資産受贈益	312	634
受取賃貸料	1,934	2,027
その他	572	499
営業外収益合計	2,982	3,780
営業外費用		
支払利息	16	15
賃貸収入原価	1,675	1,759
固定資産除却損	230	307
その他	325	280
営業外費用合計	2,249	2,363
経常利益	32,391	38,039
特別利益		
固定資産売却益	1,002	-
特別利益合計	1,002	-
特別損失		
減損損失	5,208	4,964
投資有価証券評価損	-	972
特別損失合計	5,208	5,936
税金等調整前当期純利益	28,184	32,102
法人税、住民税及び事業税	10,587	12,592
法人税等調整額	△ 1,409	△2,469
法人税等合計	9,177	10,122
当期純利益	19,007	21,979
親会社株主に帰属する当期純利益	19,007	21,979

（単位：百万円）

連結包括利益計算書

	前連結会計年度 （自2022年3月1日　至2023年2月28日）	当連結会計年度 （自2023年3月1日　至2024年2月29日）
当期純利益	19,007	21,979
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	△ 686	△203
為替換算調整勘定	-	4
退職給付に係る調整額	522	△148
その他の包括利益合計	△ 164	△347
包括利益	18,842	21,632
（内訳）		
親会社株主に係る包括利益	18,842	21,632

連結キャッシュ・フロー計算書

（単位：百万円）

	前連結会計年度 （自2022年3月1日　至2023年2月28日）	当連結会計年度 （自2023年3月1日　至2024年2月29日）
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	28,184	32,102
減価償却費	12,362	14,121
減損損失	5,208	4,964
賞与引当金の増減額（△は減少）	△ 411	1,431
退職給付に係る負債の増減額（△は減少）	904	825
貸倒引当金の増減額（△は減少）	△0	△0
受取利息及び受取配当金	△ 163	△618
投資有価証券評価損益（△は益）	-	972
固定資産受贈益	△ 164	△248
支払利息	16	15
固定資産売却損益（△は益）	△ 1,002	-
固定資産除却損	6	22
売上債権の増減額（△は増加）	△ 3,922	△6,577
棚卸資産の増減額（△は増加）	△ 2,901	△9,170
仕入債務の増減額（△は減少）	5,976	13,461
契約負債の増減額（△は減少）	794	△780
その他	545	△788
小計	45,434	49,732
利息及び配当金の受取額	94	95
利息の支払額	△ 14	△13
法人税等の支払額	△ 7,234	△10,772
営業活動によるキャッシュ・フロー	38,279	39,041
投資活動によるキャッシュ・フロー		
定期預金の預入による支出	△ 79,020	△43,000
定期預金の払戻による収入	81,000	64,000
有価証券の取得による支出	△ 26,000	△20,000
有価証券の償還による収入	26,000	25,000
有形固定資産の取得による支出	△ 18,192	△30,836
有形固定資産の売却による収入	1,273	2
無形固定資産の取得による支出	△ 3,320	△1,864
投資有価証券の取得による支出	△ 2,207	△10,626
関係会社株式の取得による支出	-	△5,696
差入保証金の差入による支出	△ 2,707	△4,013
差入保証金の回収による収入	317	238
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	-	△2,773
その他	△ 399	△1,406
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 23,256	△30,976
財務活動によるキャッシュ・フロー		
自己株式の取得による支出	△ 8,931	△0
ファイナンス・リース債務の返済による支出	△ 365	△382
配当金の支払額	△ 4,912	△4,825
その他	△0	△75
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 14,209	△5,284
現金及び現金同等物に係る換算差額	△ 22	3
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	790	2,784
現金及び現金同等物の期首残高	33,831	34,622
現金及び現金同等物の期末残高	34,622	37,406

株式状況

（2024年２月29日現在）

株式状況

発行可能株式総数	200,000,000株
発行済株式の総数	63,330,838株
株主数	35,349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	22,577 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）	6,615	10.96
合同会社スギアセット	3,019	5.00
CEP LUX−ORBIS SICAV	2,203	3.65
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505223	1,889	3.13
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	1,772	2.93
株式会社ツルハ	1,272	2.10
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140051	1,118	1.85
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505103	843	1.39
MSIP CLIENT SECURITIES	648	1.07

（注）1. 当社は、自己株式を3,011,460株保有しておりますが、上記大株主からは除外しております。
2. 持株比率は自己株式を控除して計算しております。

会社概要

会社概要

商号	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　8,724名（連結） パートナー社員数　12,990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	（2024年5月22日現在）

代表取締役会長	榊原　栄一	社外常勤監査役	坂本　利彦
代表取締役社長	杉浦　克典	社外常勤監査役	志村　俊明
取締役副社長	杉浦　伸哉	社外監査役	安田　加奈
社外取締役	神野　重行	監査役	葉山　良子
社外取締役	内田　士郎		
社外取締役	高石　英明		
社外取締役	大浦　佳世理		

編集方針

「統合報告書2024」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］

2023年3月1日～2024年2月29日　活動報告には一部直近の内容も含みます。

［参考ガイドライン］

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

Environment Social Governance 価値協創ガイダンス Guidance for Collaborative Value Creation

［見通しに関する注意事項］

「統合報告書2024」に記載されている内容は、スギ薬局グループおよび子会社における将来の計画や戦略、業績に関する予測および見通しであり、スギ薬局グループが現時点で把握可能な情報から判断した仮定および所信に基づいています。実際の業績は、今後の経済動向や個人消費、市場需要、税制や諸制度などによるリスクや不確定要素により、見通しとは異なる可能性があることをご承知おきください。