

統合報告書
2023

スギホールディングス株式会社

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



経営理念

私たちは、
まごころを込めて親切に应对し、
地域社会に貢献します。

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。



もっと近くに、ずっと頼りに。あなたの笑顔のチカラになる。

創業当時の社是と経営理念

社 是

親切
お客様にはまごころを込めて親切に应对しよう。

誠実
お取引先様には誠意にかつ誠実に应对しよう。

信頼
お客様にもお取引先様にも信頼される社員になろう。

経営理念

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

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

目次 統合報告書2023

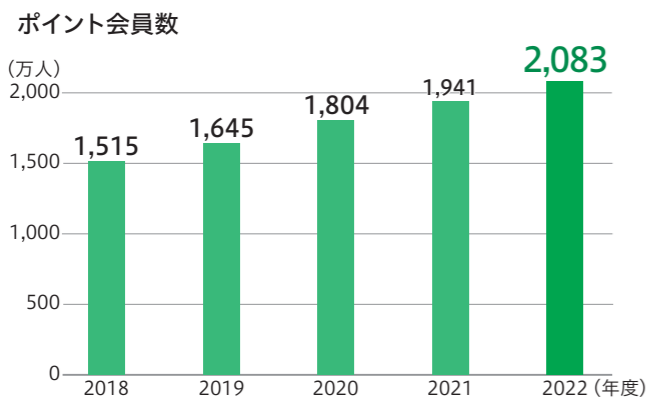
1	経営理念		
2	目次		
3	スギ薬局グループの使命		
	スギ薬局グループの 価値創造ストーリー		
15	成長の軌跡		
17	数字で見るスギ薬局グループの強み ～事業基盤を支える6つの資本～		
19	数字で見るスギ薬局グループの サステナビリティ		
21	価値創造のプロセス		
	スギ薬局グループの 成長戦略		
25	市場環境認識		
27	社長メッセージ		
37	目指す姿		
45	財務・非財務ハイライト		
47	会長メッセージ		
49	副社長メッセージ ～株式会社スギ薬局 事業報告～		
	価値創造基盤の強化 マテリアリティへの対応		
53	サステナビリティ経営を推進するための 重要課題[マテリアリティ]		
55	5つのテーマと重要課題[マテリアリティ]		
57	健康的なコミュニティ		
67	サステナブルな取引関係		
73	地球環境への貢献		
81	健康的な職場環境		
91	コーポレート・ガバナンス		
	ファクトデータ		
103	財務指標		
104	非財務指標		
108	連結貸借対照表		
109	連結損益計算書 及び連結包括利益計算書		
110	連結キャッシュ・フロー計算書		
111	株式状況/会社概要		



一人ひとりに向き合う

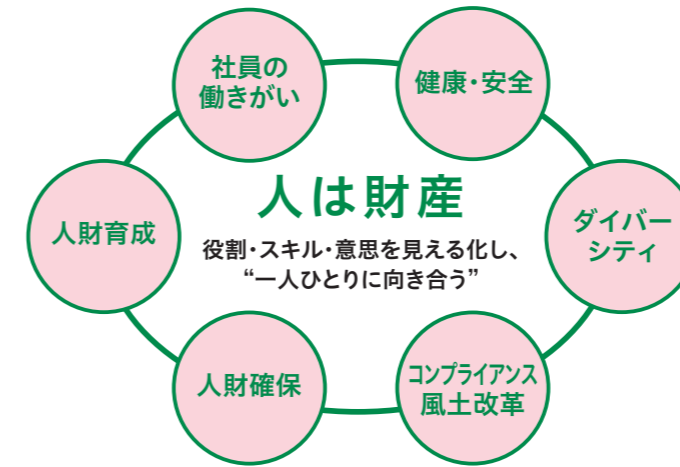


目の前のたった一人の
お客様を大切にしたい



ポイント会員数 **2,083** 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。以来地域のお客様に支えられ、2022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2,083万人を達成しました。地域の「かかりつけドラッグストア」として皆様の生涯にわたるウェルネスの促進に取り組んでいます。



人は財産

スギ薬局グループは、一人ひとりに向き合った人財育成を目指し、「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「親切的な行動」「地域社会への貢献」「社員のしあわせ・笑顔」とおして持続的な成長に取り組んでいます。

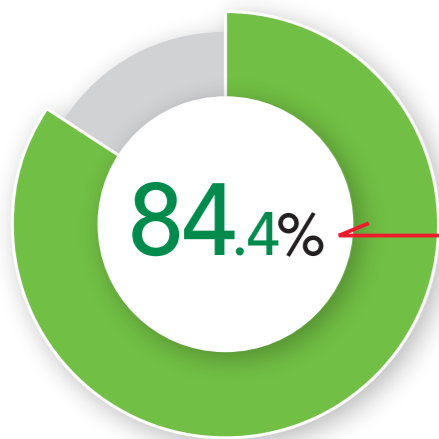
社員一人ひとりの力を引き出し、
働きがいを高める



地域医療への貢献



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**

専門家人財 ※パートナー社員含む人数

■ 薬剤師	■ かかりつけ薬剤師		
3,688人	618人		
■ 外来がん治療専門薬剤師	■ 外来がん治療認定薬剤師		
4人	8人		
■ ビューティーアドバイザー	■ 管理栄養士	■ 看護師	■ 登録販売者
1,268人	501人	105人	9,019人

地域社会のニーズに応える
多様な専門家人財



スギ薬局グループの使命

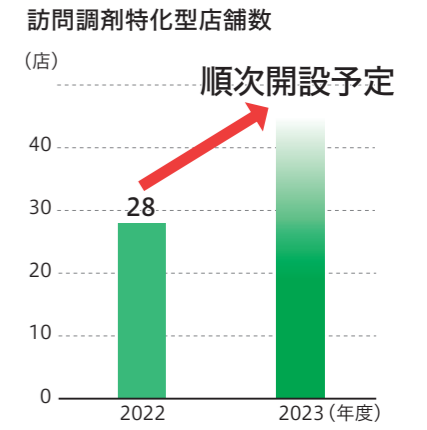
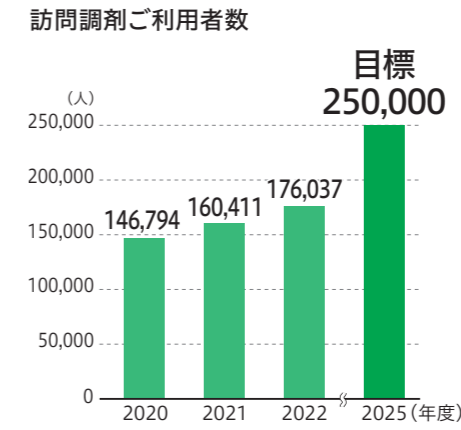
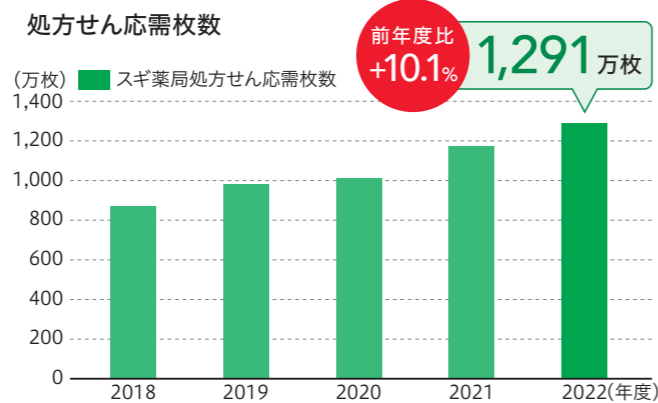
処方せん調剤へのこだわり



創業時より蓄積してきた
調剤のノウハウ

調剤売上高
1,424 億円
前年度比 +7.3%

処方せん受付医療機関数
56,372 施設



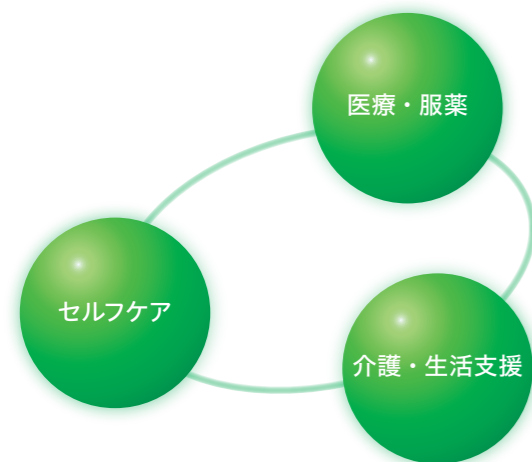
超高齢社会に対応する
訪問調剤



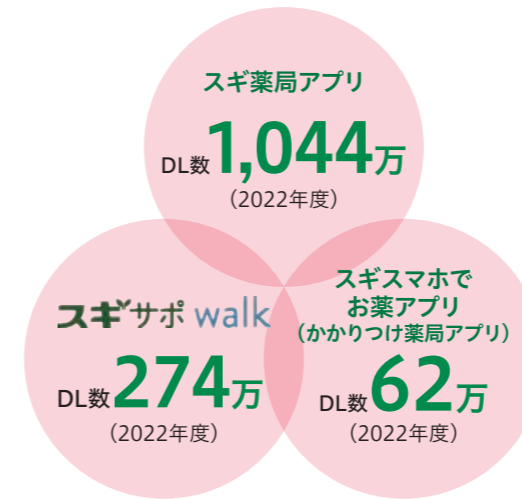
トータルヘルスケア戦略の推進



一人ひとりの健康を
生涯にわたり支援



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



スギデジタルアプリダウンロード数
合計 **1,381万**ダウンロード (2022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、デジタルアプリの会員数です。2022年度は、それぞれのアプリのダウンロード促進を手掛け、1,381万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。

DXで高める
一人ひとりの顧客体験



スギ薬局グループの使命

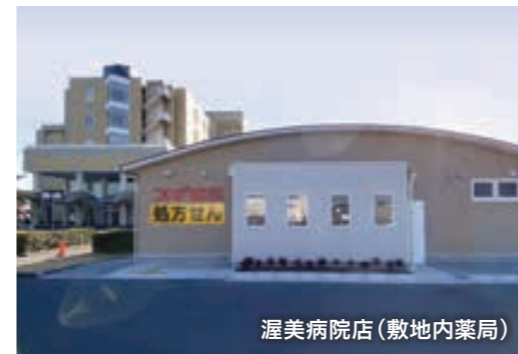
拡大を続ける店舗ネットワーク



1,500店舗以上の
店舗ネットワーク

店舗数 2023年2月末時点

合計 **1,565** 店舗



渥美病院店 (敷地内薬局)



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)



ヘルスケアネットワークを構築する
多機能店舗の展開



原南店 (医療機関誘致)



内山店 (医療機関誘致)



コスメカラット表参道原宿店
(ビューティ特化型店舗)



スギ薬局グループの 価値創造ストーリー

- 15 成長の軌跡
- 17 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～
- 19 数字で見るスギ薬局グループの
サステナビリティ
- 21 価値創造のプロセス



成長の軌跡



事業展開

- 1976** 創業元年
 - 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
- 2006** 500店舗突破
 - 関東エリア進出1号店を開設
 - 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
 - 関西エリア進出1号店を開設
 - 東証一部へ上場
 - スギポイントカードを全店に導入
- 2007**
 - 飯塚薬品株式会社を完全子会社化
 - 株式会社ジヤパンを完全子会社化
- 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
 - 株式会社スギ薬局をスギホールディングス株式会社に変更
- 2011**
 - 飯塚薬品株式会社を会社統合
- 2012**
 - 株式会社スギ薬局と株式会社ジヤパンが会社統合
- 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** 1,000店舗突破
 - 本社を大府市に移転し、自社物流センターを併設
- 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
 - メドピアグループと資本業務提携
- 2019**
 - 管理栄養士による特定保健指導事業を開始
- 2020**
 - 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
- 2021**
 - 株式会社PREVENTと業務提携
 - 国内外に商品供給などを行う株式会社STOREーディングを設立
 - Inagoraホールディングス株式会社と資本業務提携
- 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
 - Omicare Joint Stock Company(ベトナム)と業務提携
- 2023** 1,500店舗突破
 - 大樹連鎖薬局(台湾)と資本業務提携
 - アルプロ薬局(マレーシア)と業務提携
 - 株式会社スクロールと業務提携



地域医療・社会貢献

- 高齢者施設向けの訪問調剤を開始
- クリーンルームを設置し、無菌調剤を開始
- 個人宅向けの訪問調剤を開始
- 訪問調剤を開始
- 訪問看護・居宅介護支援を開始
- 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
- 高年齢施設や病院でのコスメティックセラピーを開始
- 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
- 訪問看護・居宅介護支援を開始
- 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
- 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
- 乳がんの患者様へ医療用ウィッグ寄贈を開始
- 高齢者施設へAED寄贈を開始
- 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
- 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
- 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
- 「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
- 杉浦記念財団が公益法人に認定
- 近畿大学薬学部と「包括連携協定」を締結
- 「プラチナくるみんマーク」を取得
- 社会人サッカークラブFC刈谷とパートナー契約を締結
- 愛知県と地方創生SDGsに関する包括協定を締結
- 「サプライチェーンイノベーション大賞2021」の「大賞」を受賞
- ESG推進室・サステナビリティ委員会を設置
- 金沢大学と共同研究講座を開設
- 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
- 4年連続健康経営優良法人に認定
- 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
- スギ薬局グループ「人権方針」を策定

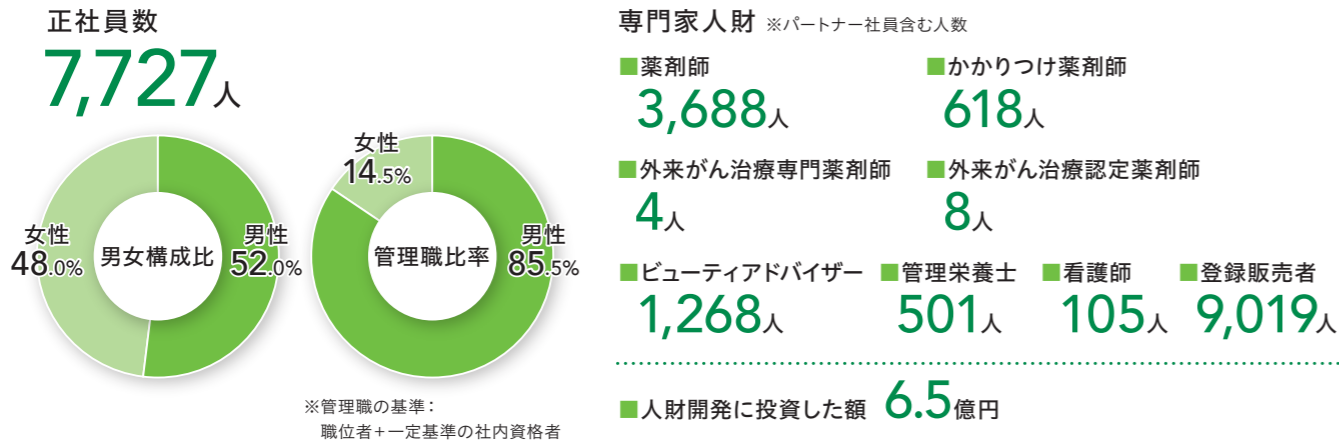


数字で見るスギ薬局グループの強み

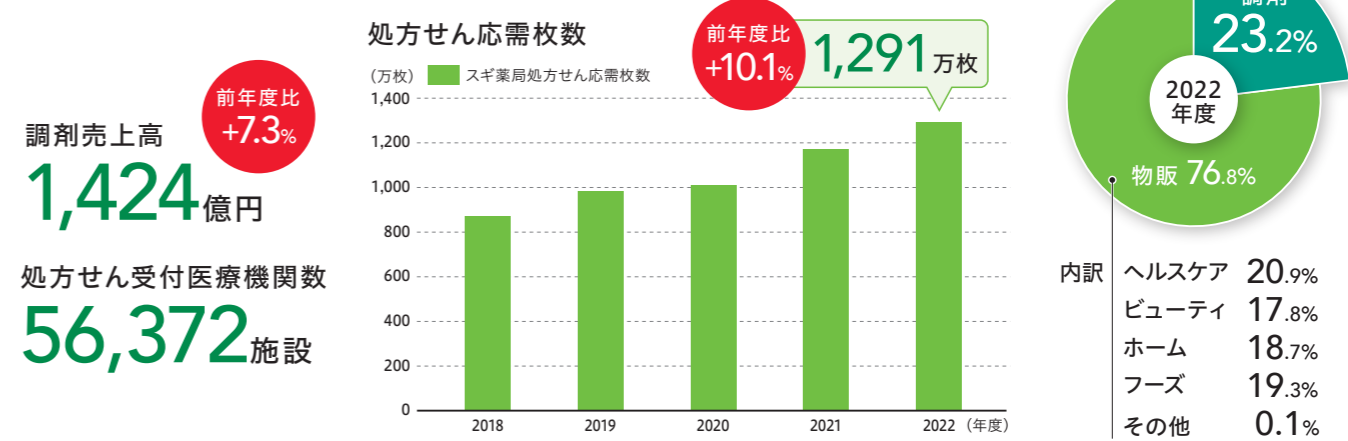
～事業基盤を支える6つの資本～



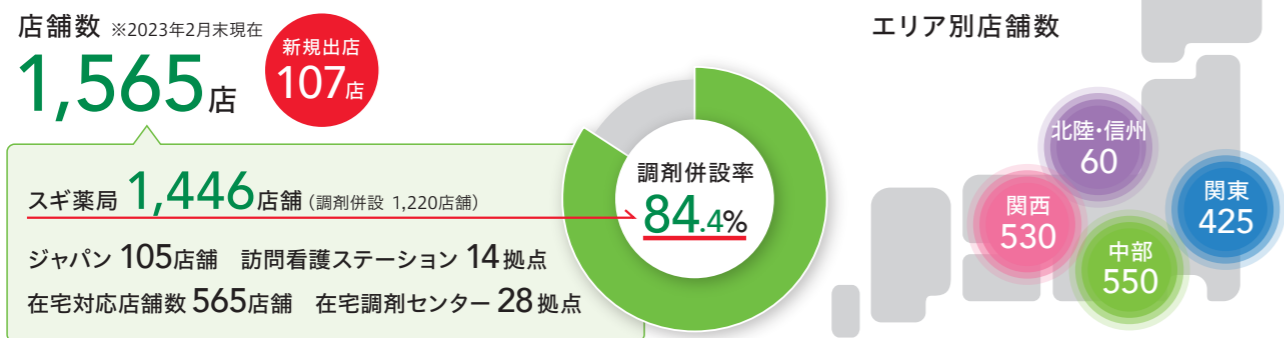
地域社会のニーズに応える多様な専門家人財



創業時より蓄積してきた調剤のノウハウ



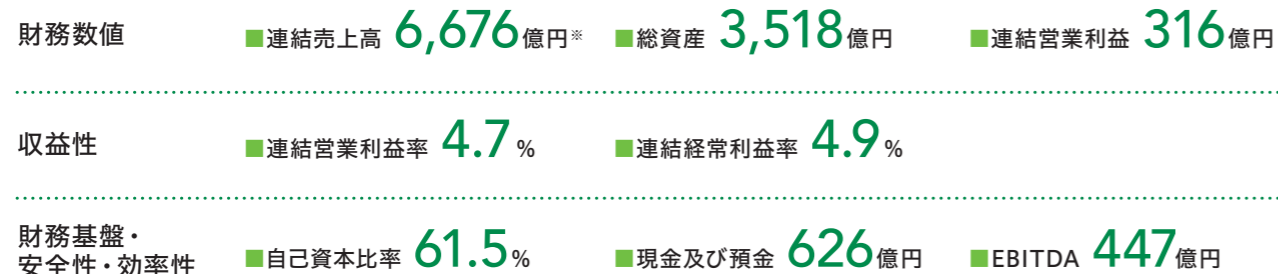
地域社会を支える店舗網



お客様・地域社会との信頼関係



健全な財務基盤



事業を支える自然資本



※「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。

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 →P57

在宅調剤実施店舗数
565 店舗

地域連携薬局
46 店舗

専門医療機関連携薬局
3 店舗

AED設置店舗 **231** 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
15.1%



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

サステナブルな取引関係 →P67

環境に配慮したプライベートブランド商品の比率
12.2%
目標 **30%** (2030年度末)

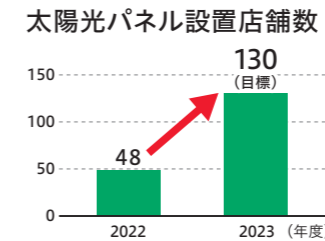


プライベートブランド商品の売上比率
9.6%

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 →P73

太陽光パネル設置店舗
48 店舗



資源^{*}回収店舗数
15 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 →P81

女性管理職比率 **14.5%**
目標 **30%** (2029年度末)

育児休業取得率
男性 **53%** 女性 **100%**

エンゲージメント指数 **3.1**
目標 **3.5** (2023年度末) **4.0** (長期目標)

育児休業復帰率
男性 **100%** 女性 **94.7%**

健康診断受診率 **99%**
目標 **100%**

コーポレート・ガバナンス →P91

社外取締役比率
40%

女性取締役比率
20%

投資家対話件数
200 件

社外監査役比率
100%

価値創造のプロセス

社会の変化

市場環境認識 P25

- | | | |
|--|--|---|
| 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 P17

人的資本
多様な専門家人材

- グループ従業員 34,619人
- 薬剤師 3,688人
- 管理栄養士 501人
- ビューティアドバイザー 1,268人
- 看護師 105人
- 人材開発に投資した額 6.5億円

製造資本
地域密着型の店舗網

- 店舗数 1,565店舗
- 在宅対応店舗数 565店舗
- 訪問看護ステーション 14拠点

財務資本
健全な財務基盤

- 総資産 3,518億円
- 設備投資額 215億円
- 自己資本比率 61.5%

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 41,127施設

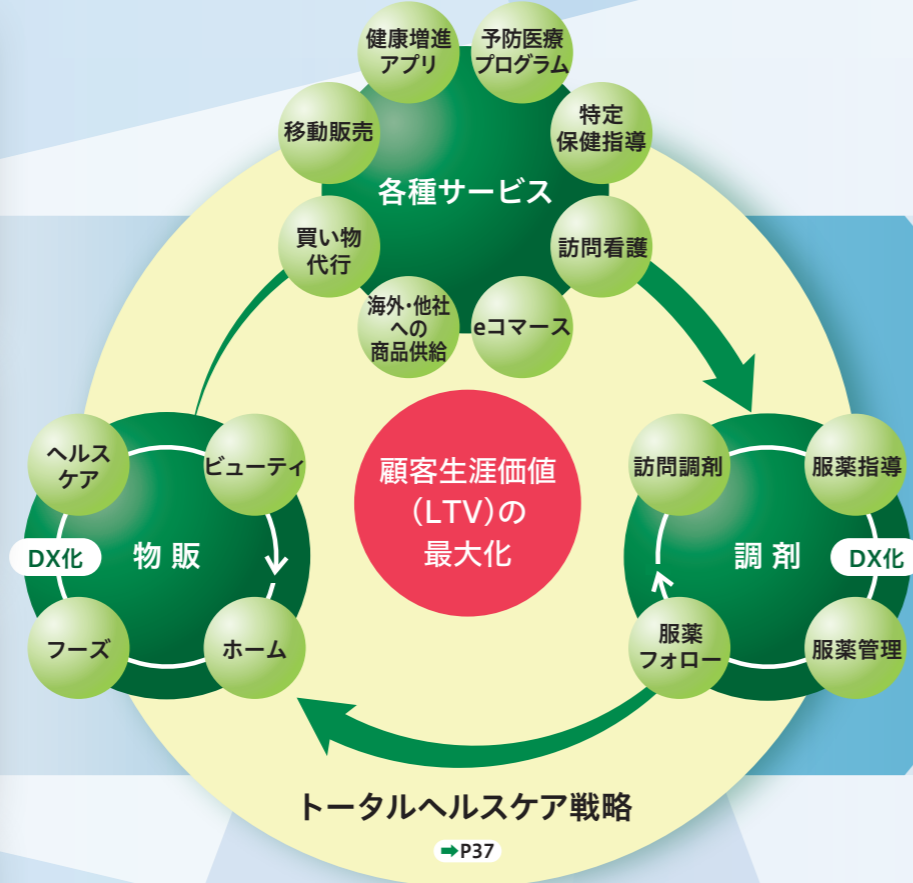
社会・関係資本
地域に根差した企業活動

- 自治体との協定数 84件
- 会員基盤 2,083万人

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 307,889kWh/年間
- 水使用量 755,045m³/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)



リアル店舗、専門家人材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

専門家人材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 P103

- 売上高 6,676億円※
- 営業利益 316億円
- EBITDA 447億円
- 一株あたり当期純利益 311円
- ROE 8.8%

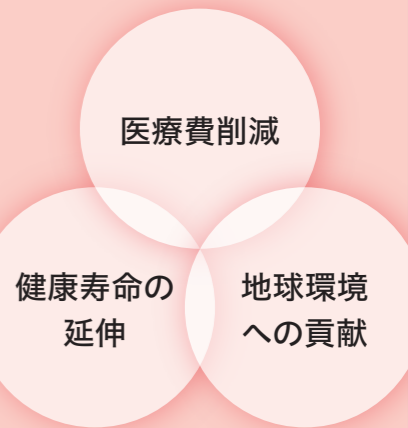
※「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準28号 2020年3月31日)等を当連結会計年度の期首から適用しており、2022年度に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっています。

非財務 P53, P104

- 健康的なコミュニティ P57
- サステナブルな取引関係 P67
- 地球環境への貢献 P73
- 健康的な職場環境 P81
- コーポレート・ガバナンス P91

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~



経営理念の実現

あらゆる人々が
しあわせ
幸福で笑顔あふれる
社会の実現



価値の還元

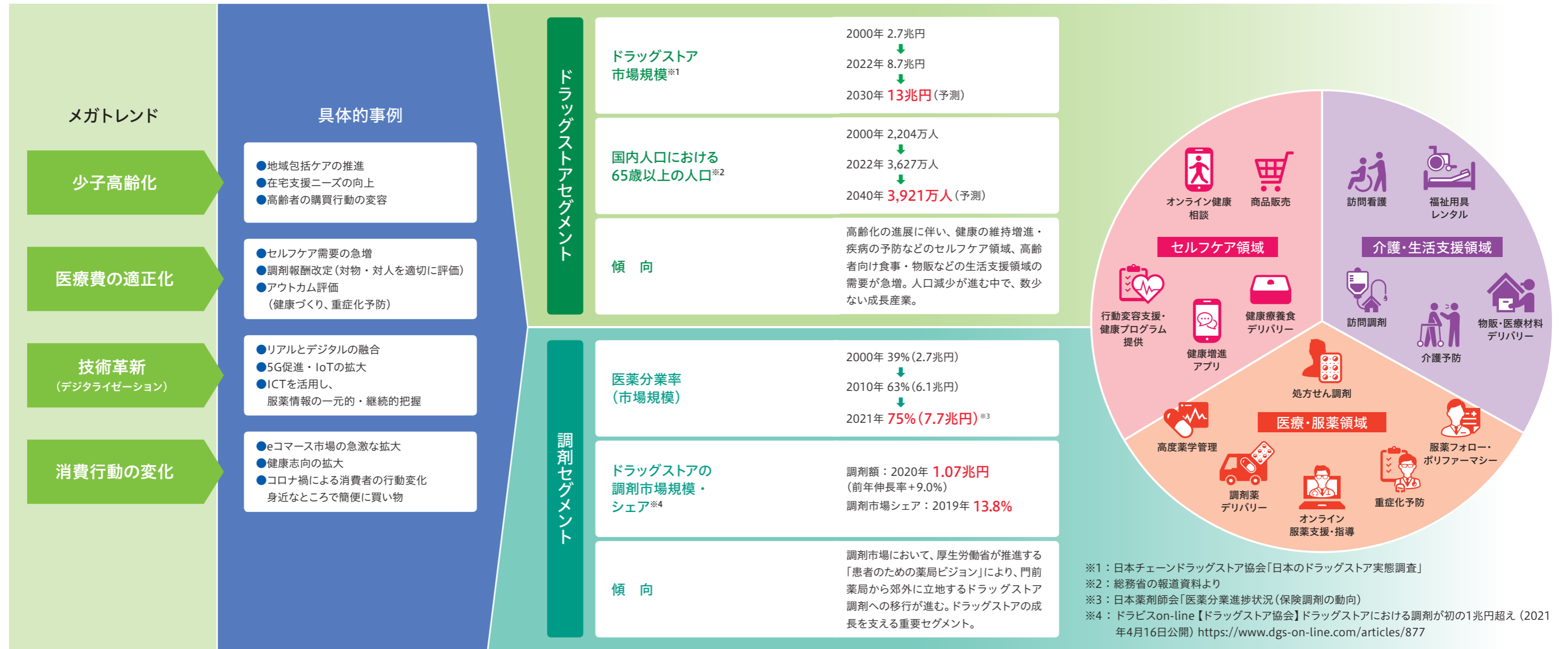
スギ薬局グループの 成長戦略

- 25 市場環境認識
- 27 社長メッセージ
- 37 目指す姿
- 45 財務・非財務ハイライト
- 47 会長メッセージ
- 49 副社長メッセージ
～株式会社スギ薬局 事業報告～



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。



スギ薬局グループの成長戦略

経済団体から提言された薬局・薬剤師の目指す姿

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

〈具体的に示されたこと〉

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

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

国が目指すかかりつけ薬局のビジョン

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

2015年 厚生労働省「患者のための薬局ビジョン」発表

- ・ 門前薬局を含め、すべての薬局が「かかりつけ薬局」としての機能を持つことを目指す

2020年 服薬フォローの義務化（薬機法改正）

- ・ 患者様の薬剤使用状況を継続的にフォローアップ

2021年 薬局の認定制度が導入（薬機法改正）

- ・ 地域連携薬局、専門医療機関連携薬局

2025年 すべての薬局を「かかりつけ薬局」へ

- ・ ICTの活用 ・ 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



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

スギ薬局グループの強みである人的資本とDXで、「トータルヘルスケア戦略」を推進し、皆様の健康で豊かな生活への貢献を目指します。

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

経済がグローバル化し、供給網としてのサプライチェーンが高度化する中で、コロナ禍やウクライナ危機はグループにも大きな影響を与えています。足元では、原油や小麦などが高騰する中、急速な円安も加わり、物価を押し上げ、電気代は高騰しています。オミクロン株による第7波、第8波もピークを越え、いよいよ5類へと移行し、日常が戻ってきますが、個人消費の回復が遅れ、厳しい状況が予想されます。

消費が低迷している一方で、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います。興味深いのはシニア層のスマートフォンの普及拡大で、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びしており、ヘルスケア市場も変革を余儀なくされています。

その中で当社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。ドラッグストア業界全体では、約10%程度の伸びがあるものの、調剤領域においては、薬価・診療報酬改定によって利益率が低下しています。対人業務強化の流れの中で厳しさは増しており、今後は本格的に業界の再編、淘汰が進んでいくと予想しています。その中で、当社グループは、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。

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

当社グループには人的資本として、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、多様な専門家人材が揃っています。中でも薬剤師は約3,700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、従来の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増員できていることが、当社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、成長してきた当社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。

年間100店舗を超える出店スピードも強みです。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と、北陸エリアへの出店も強化し、昨年は長野県にも初出店を果たしました。2022年度は107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、当社グループ全体で2023年2月末現在の店舗数は1,565店に達しました。当社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84.4%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。健康維持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大拡張にも積極果敢に取り組んでいます。薬剤師をはじめ店舗の専門家人材の活躍によって、医療機関を中心とした持続的な地域包括ケアの実現に貢献していきたいと考えています。

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当社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。2023年1月にはダウンロード数1000万を超えるデジタル戦略をけん引する「スギ薬局アプリ」の刷新を行いました。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、顧客体験や顧客満足度を高めます。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。疾患啓発プラットフォーム「スギサポwalk」をはじめとする各健康支援アプリも顕著にダウンロード数を拡大しており、顧客生涯価値を向上させるツールとして存在価値を高めています。



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デバイスを活用し、お客様の満足度を高めています。店舗スタッフ一人ひとりが生き生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、お客様満足度につながります。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（デジタルトランスフォーメーション）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当社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、当社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

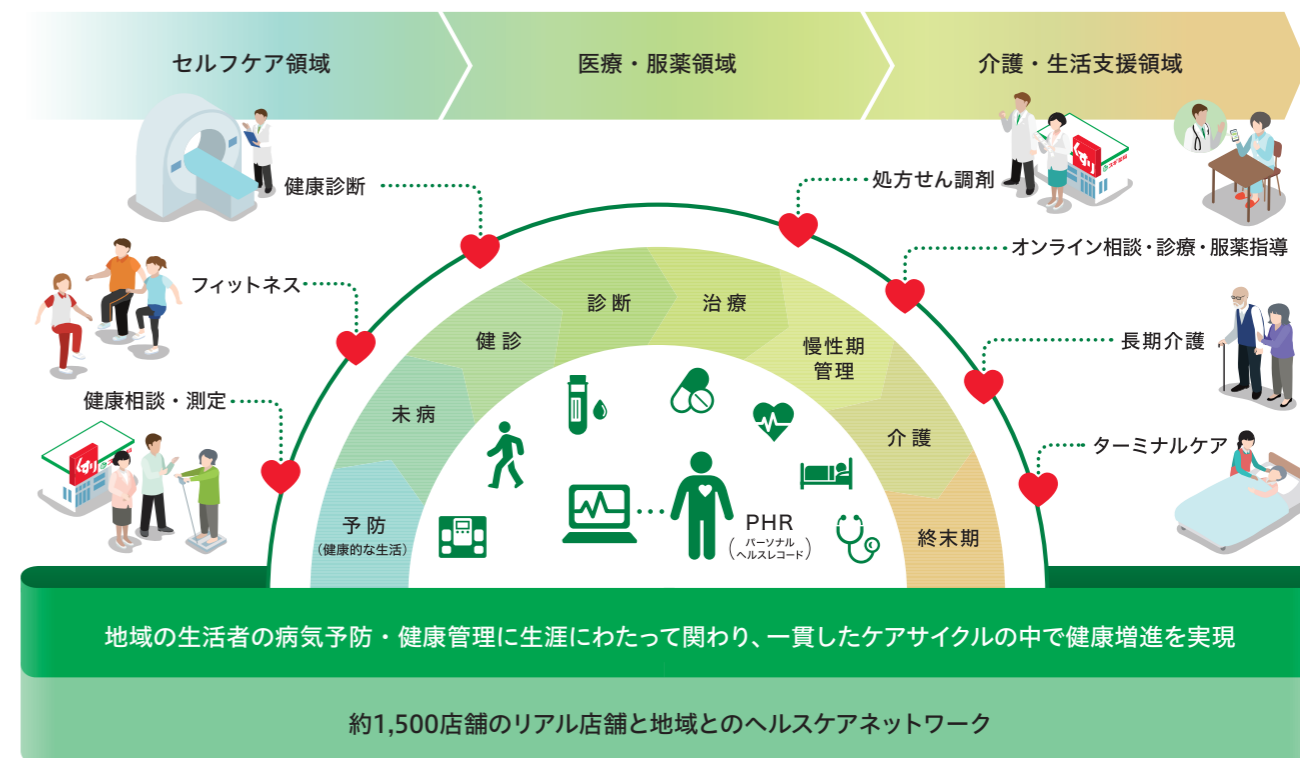
「トータルヘルスケア戦略」、それは、日本社会が抱える少子高齢化への対応、次々と創出され進化するデジタル技術を活用し、健康・医療というキーワードでお客様・患者様がどの健康状態であっても支援させていただき、当社グループの取り組みの全体像を表す、基幹となる戦略です。

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。

当社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

トータルヘルスケア戦略



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お客様一人ひとり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。

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：社長室ESG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策定し、サプライチェーンにおいて当社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お願いをしていかなければいけません。また、NPO団体が提供しているような、世界のお取引先様のエシカルレベルを評価するプラットフォームなどを活用し、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、多くの商品を販売している当社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。2022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』のチャレンジを開始しました。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、買い上げ点数の向上もあり、お客様にも好評でwin-win結果も出ています。また、調剤事業を中心に大量に排出されるお薬PTPシートのリサイクルに対して、回収拠点としての役割を果たします。その他、廃棄予定のユニフォームを回収し、店舗設備にアップサイクルする取り組みや、フードバンクと連携することで、食品ロスと貧困問題への対応を進めるなど、一步一步社会課題に対峙していきます。社会課

題に立ち向かうことで、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。

脱炭素経営における考えや取り組みの進捗について

当社グループは、“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CO₂排出削減目標を設定しました。2030年度の1店舗あたりCO₂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、CO₂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、CO₂削減目標達成が難しいことも判明しています。当社グループは、安易にCO₂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。



店舗の屋上に設置した太陽光パネル

一方で、商品の調達から製造、販売、物流、廃棄に至るまで、サプライチェーンすべての活動で排出するCO₂排出量であるスコープ3総計は、スコープ1、2の10倍以上となる約170万トンのCO₂を排出しています。しかし、当社グルー

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、CO₂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、当社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。まだまだ、道筋が定まっていますが、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。

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変革しています。当社グループにおいても社員をコストではなく資本として捉え、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。こうした考え方にに基づき、人財戦略と経営戦略を連動させ、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。

当社グループは過去数年で、正社員やパートナー社員の人事制度を刷新し、定年延長や退職金制度を改定、福利厚生を充実させ、社員が生き活きと働ける環境づくりを進めてきました。2023年度は、当社グループの成長を後押しできる人事制度改革を進めます。管理職は役割の重さ・大きさ、能力の発揮度を評価するジョブ型の評価制度へ転換します。また、薬剤師・医療事務の人事制度も改定し、調剤薬剤師のルールや、勤務地区分、専門的能力を持つ薬剤師への評価や給与体系などを抜本的に見直します。デジタル領域をはじめとした専門人材は、既存社員とは異なる働き方で成果が求められるため、既存の評価制度では評価できません。従来の人事制度から切り離すことも

考えています。

これからは「個人」に焦点を当てます。性格適性やスキル、資格等級、評価や目標など、人事データとして「見える化」し、一人ひとりの能力を最大限に発揮できる適正配置を進めます。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、どれくらい必要なかが見える化し、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、外部人材の獲得、アルumn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、当社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。当社グループはこれまで4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、当社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。健康診断の受診率100%必達は当然であり、現在の喫煙率12%台を10%未満にすべく、禁煙サポート施策を打ち出します。有休取得、育休取得促進にも力を入れ、女性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。



DXの戦略について

当社グループの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したいという願いです。そして、お客様の相談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当社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、それによって当社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、当社グループのDX戦略として、お客様との接点の広がりや深掘りについて、「いつでも、どこでも、手のひらにスギ薬局」の考えを持ち、2022年度は、スギ薬局アプリのリニューアルに踏み出しました。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、お買い上げ頻度やお買い上げ点数を高めていきます。

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かします。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。

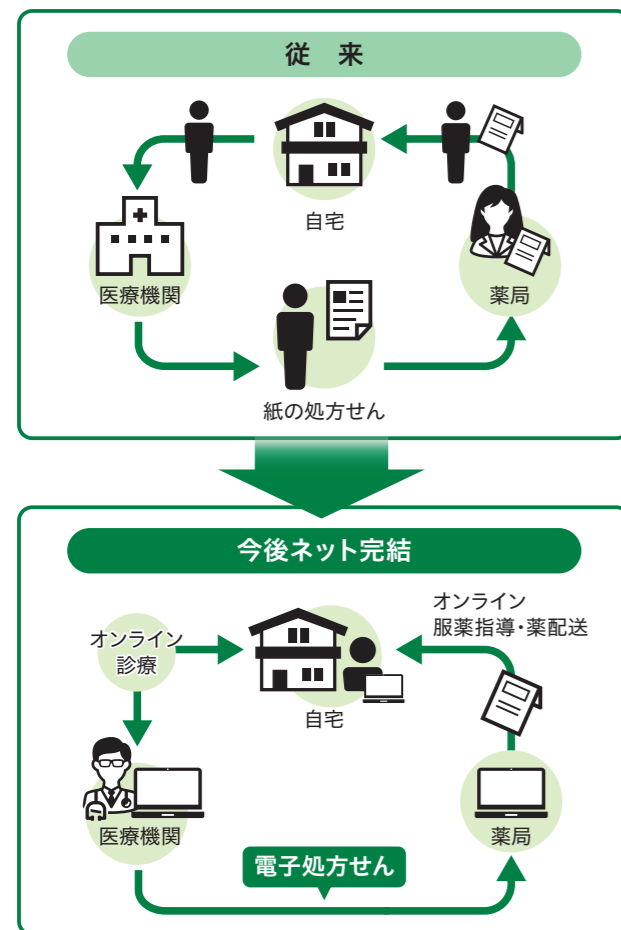
「いつでも、どこでも、手のひらにスギ薬局」と「デジタルコミュニケーション」の実現によって、デジタルとリアルの顧客体験がシームレスにつながります。「デジタル」を介した顧客体験は、1,000万ダウンロードのスギ薬局アプリが大きな役割を担います。現在、スギ薬局アプリを見て、店舗に来店されるお客様は年間延べ数で約3億人。今後の課題は、デジタルで誘導した爆発的に生まれるニーズをリアル店舗でどう受け止めるか、ということにかかっています。デジタルの推進により、一気に爆発的に増加する接客機会を丁寧に拾い上げ、今までの延長線上にある施策とは異なるアプローチで、リアル店舗のサービスを磨いていきます。この課題に対応できた企業こそ、今から生き抜く会社であると考え、こうした課題に向き合える幸せを噛み締め、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

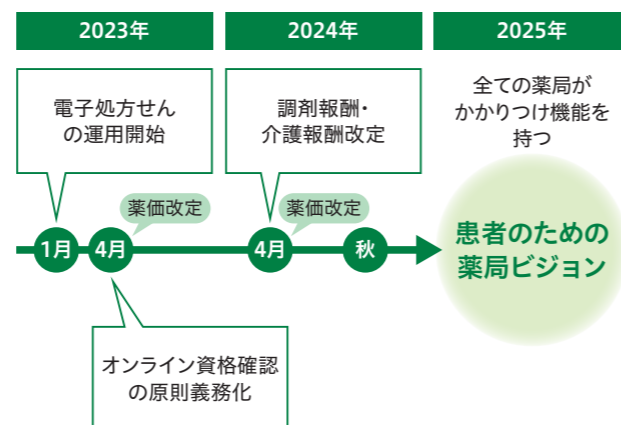
2023年以降、調剤領域の制度改革の目玉の一つとして、電子処方せんの運用開始があります。4月には、オンライン資格確認が原則義務化となります。これらは、患者様、医療機関、薬局にとって、それぞれメリットがあるので、インフラや対応方法の整備など、当社グループも全面的に推進しており、足元では、オンライン資格確認システムの導入を完了し、全店で運用しています。

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、薬の重複や問題のある併用によるトラブルも回避でき、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、直近のデータを含む過去数年分のデータが参照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。

電子処方せんでネット完結しやすく



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、当社グループが掲げる「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。持続可能な社会を支えるための経営戦略や重要課題対応を掲げる当社グループにとって大きなビジネスチャンスと捉えています。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、当社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。



当社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。

2022年4月に行われた薬価改定では、当社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。

当社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信頼される薬局にするために、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、発想の転換で、徹底的に効率化、スピード向上を図り、安全性との両立も実現しながら、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

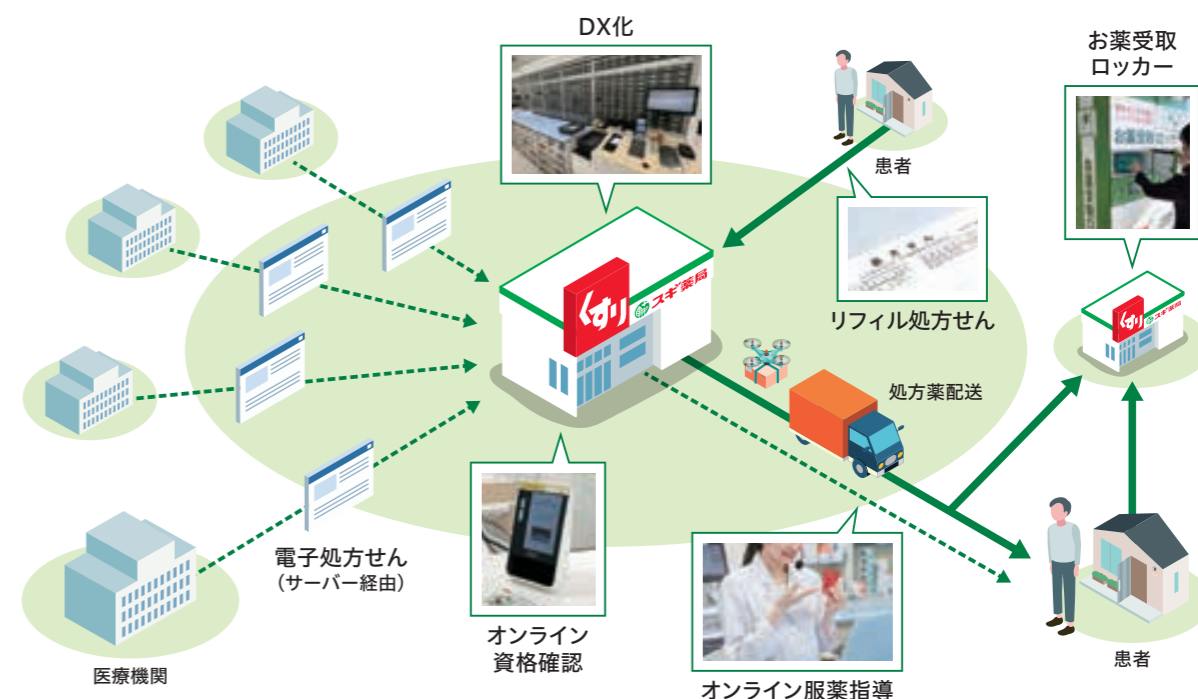
水平展開し、患者様に信頼される薬局づくりに注力していきます。



機器導入とオペレーション改善による効率化で待ち時間を短縮



新たな調剤薬局のイメージ



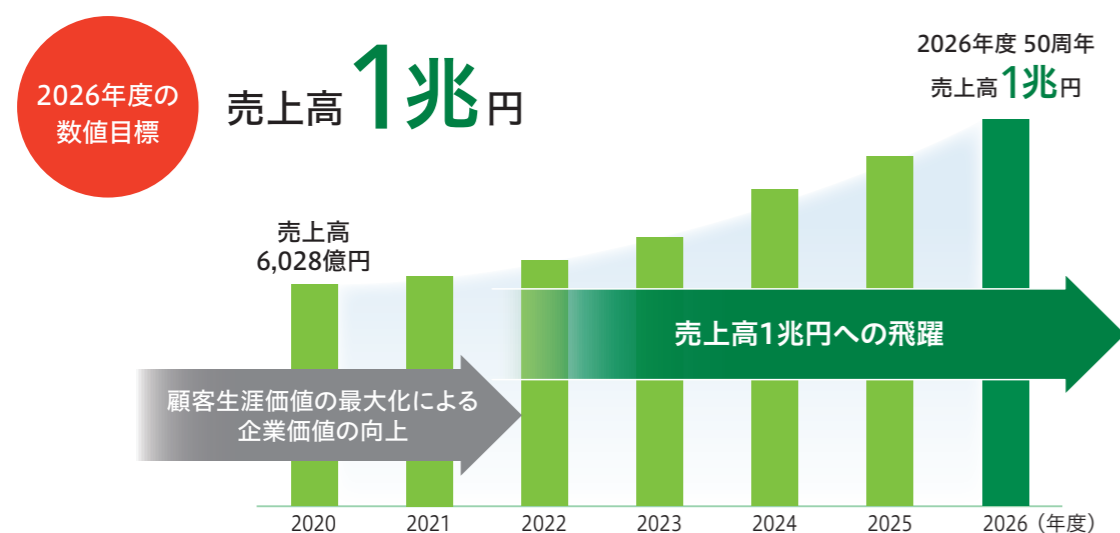
中期経営計画について

2026年にスギ薬局は創業50周年を迎えます。そのとき、当社グループはどうあるべきか、バックカastingで考え、2022年度から始まった中期計画を、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1兆円への飛躍」と位置づけ、2026年度の売上目標を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。「飛躍に向けた土台づくり」に残された期間はあと1年です。全組織が一丸となって「土台づくり」を完成できる1年にしていきます。



2026年度(2027年2月期)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	<ul style="list-style-type: none"> ●ヘルスケア軸での出店(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	<ul style="list-style-type: none"> ●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	<ul style="list-style-type: none"> ●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	<ul style="list-style-type: none"> ●生産性の高い組織/業務の実現
	コスト構造の改革	<ul style="list-style-type: none"> ●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	<ul style="list-style-type: none"> ●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

資本コストを的確に把握したうえで、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、その概要を開示していきます。策定した経営戦略、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、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、そして人財育成への投資など経営資源の配分計画を含む修正を行っていきます。

また、当社グループは、財務の健全性を担保したうえで、株主価値向上に資する「中長期的なROE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向上を目指します。

2023年度の位置づけ

「飛躍に向けた土台づくり」完遂のために、今、必要とされている我々の行動の在り方・指針は何か、何に重きを置いた1年としていきたいかを考えました。

「一人ひとりに向き合う」。

当社グループの置かれている状況、今からの戦略を見据え、こんな1年にしていきたいという想いをシンプルで短い言葉に込め、2023年度の方針説明の場において、当社グループの社員にお願いをしました。お陰様で、多くのお客様・患者様から信頼をいただく中で、決して忘れてはいけないもの、大事にし続けていかなければならないものとして、第一に、「目の前のたった一人のお客様を大切にする」、という当社グループの理念を大切にしたいと考えました。企業規模が拡大し、事業が多角化し、DXが急速に進む今だからこそ、あらためて原点を見つめ、お客様・患者様「一人ひとりに向き合う」その重要性を強く認識しています。

「一人ひとりに向き合う」ことの大切さを認識する第二は、デジタル活用の視点です。2023年度は、リニューアルしたスギ薬局アプリで、年間延べ3億人を超えるお客様・患者様「一人ひとり」個別に対応できるようになります。たとえば、販促面において、チーム一丸でデータを分析し、お客様層

を細分化するアプローチが進んでいます。対象となる集団をもっと小さくすると、行き着く先は「一人ひとり」のお客様・患者様になります。調剤の患者様も同様で、たとえば、風邪の解熱剤、糖尿病治療薬、抗がん剤、在宅患者様など、処方せんデータの分析によって個別の患者様が見えてきます。

データを徹底活用してお客様・患者様「一人ひとり」に向き合うことで、その方に合わせた接客、サービスを提供することができると考えています。

第三に、社員に向き合う。当社グループの強みは人による差別的優位性です。理念を実践し、お客様・患者様一人ひとりを大切にすべての社員一人ひとりに向き合う、ということです。薬剤師が、医療事務が、登録販売者が、管理栄養士が、ビューティアドバイザーが、看護師が、それぞれ、異なるお客様・患者様に向き合い、スキルを身につけられるよう、社員一人ひとりの、スキル・能力・モチベーション・将来成長を見える化して、個別の教育プログラムを本格化させる1年にしていきます。サステナビリティ、DX、海外、弁護士、バイヤーなど、それぞれの専門家人材が、より高度で専門的な働き方ができるよう、人事制度を見直し、難易度の高い業務に取り組める環境を整え、社員に向き合う1年にしていきます。

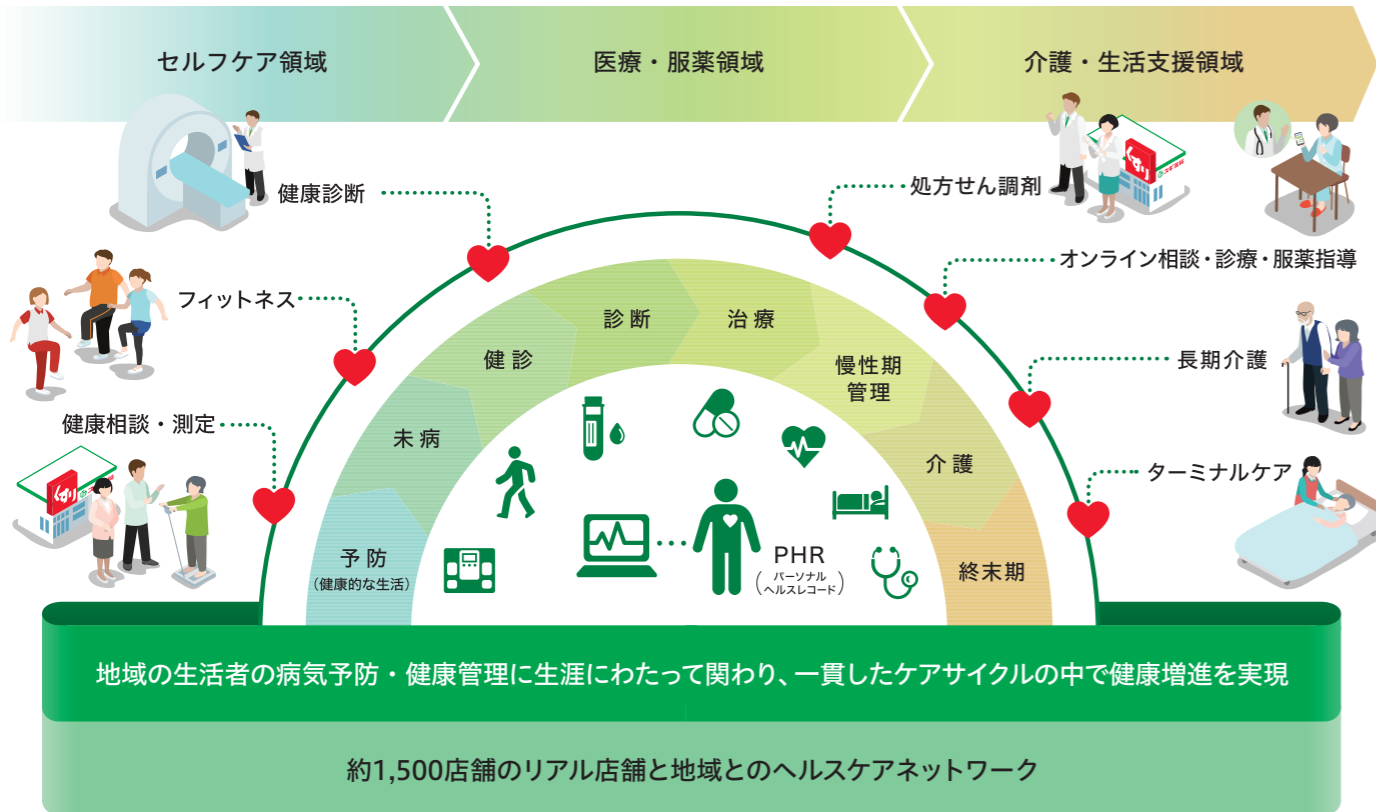


目指す姿

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

トータルヘルスケア戦略を遂行する上での特徴的な取り組み

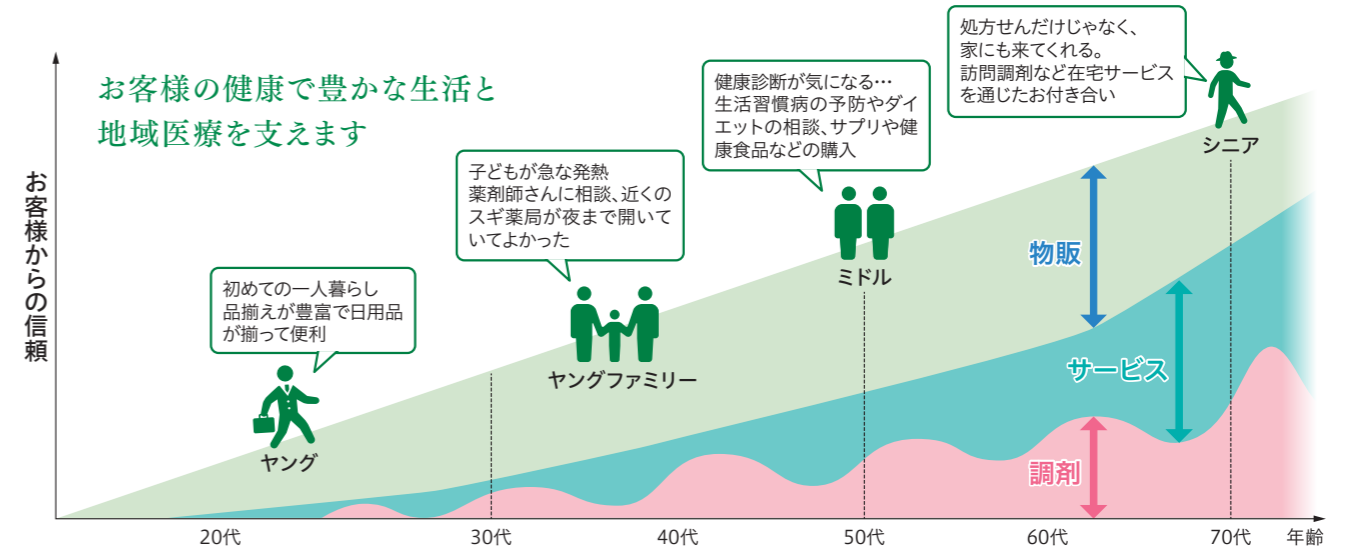
核店舗を中心とした
ドミナント出店

積極的な店舗展開による
地域シェアの向上と
競争力のある店舗づくり

戦略的
パートナーシップ

顧客生涯価値 (Life Time Value) の向上

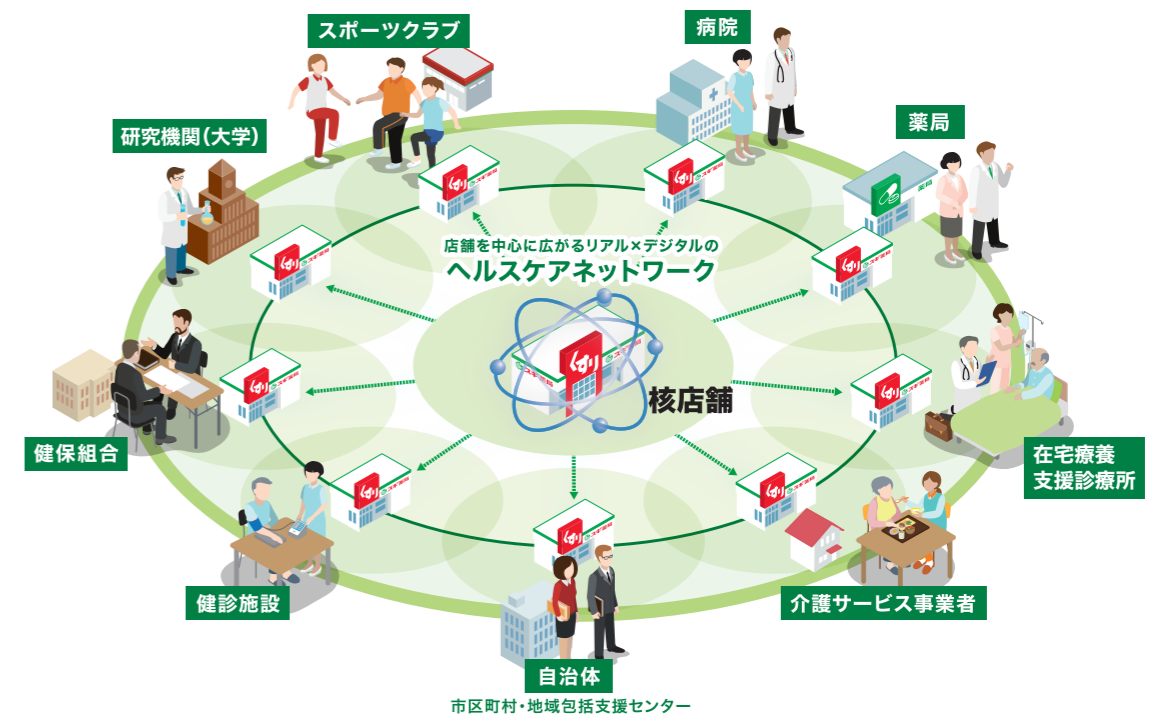
予防・未病から治療、介護・終末期の領域まで、お客様一人ひとりの健康ステージに応じたサポートで、一生のお付き合いを通じて信頼関係を築き、お客様の健康で豊かな生活と地域医療を支えます。



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~

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。



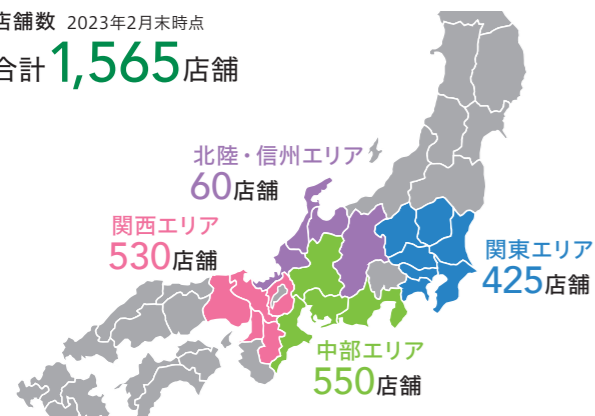
※核店舗とは、セルフの健康測定コーナーをはじめ、ヘルスケアに関わる様々な機能を付加し、さらにコミュニティスペースを設け、管理栄養士など専門家人材によるイベント開催を定期的に行うことで、ドラッグストアとしての健康サポート機能を強化した店舗です。

積極的な店舗展開による地域シェアの向上と競争力のある店舗づくり

エリア別店舗数

店舗数 2023年2月末時点

合計 **1,565** 店舗



関東・中部・関西・北陸にドミナント出店を行い2022年度末には合計1,565店舗の店舗数となり、中部と関西エリアにおいては業界トップクラスの地域シェアを誇っています。

店舗のタイプとしては、中心となるのが、郊外立地のヘルス&ビューティを充実させた調剤併設型店舗ですが、近年は、消費者の利便性を高めた食品の強化店舗、都市部のビューティを強化した店舗、敷地内薬局や医療機関を誘致した店舗づくりも積極的に進めています。

改装・品揃え拡充を通じたお客様利便性・満足度の向上

調剤室・待合室の拡張改装

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



お子様連れのお客様も安心して来店できる環境づくりを実施

インバウンド需要に合わせた売場改装・品揃えの拡充

免税販売データを分析し、インバウンドニーズに応える売場を実現しています。



コンセッションナリーによる生鮮、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、コンセッション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。



調剤・待合室改装の実施数
(2022年度)

123 店舗

[テーマ] 自分磨き 自然の姿もっと美しく



コスメカラット表参道原宿店

日本初出店 ブランド商品の売場

ビューティ特化型店舗へのチャレンジ

新業態として、ビューティ特化型店舗1号店を出店しました。日本初出店ブランド商品の採用や専用アプリの導入も挑戦しています。また、インスタグラム活動も積極的に実施し、フォトスポットの導入を通じて、お客様自身に情報発信元としての役割を担っていただくことも想定しています。また、インバウンドニーズをキャッチすることで、免税品売上の拡大にも寄与していきます。

2022年度に誕生した注目の店舗

敷地内薬局による高度医療の実現

中核病院と地域の店舗をつなぐ重要な拠点として高度医療への対応を強化しています。

信州大学病院店



最新機器導入による生産性向上・待ち時間短縮



[左・中] 薬剤師と管理栄養士による親切丁寧な対応
[右] 調剤用セルフレジのテスト導入による待ち時間の短縮

開業支援の取り組み

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。今期は関東、関西、中部に加え、出店強化エリアである北陸・長野にも専任の開業支援コンサルタントを配置。開業実績は累計約140件、医療モールも累計で7棟開業しております。今後は、継承事業やハウスメーカー等との連携による医療モール組成を展開・拡大し、地域医療を支える企業を目指します。

渥美病院店



開業支援実績
約 **140** 件





国内・海外パートナー

スギ薬局グループは、高い専門性や強みを持つ企業と連携し、協働・共創することで、スピード感をもってリアルとデジタルのお客様接点を有機的につなげ、地域の生活者の病予防・健康管理に生涯にわたって関わり、健康増進に貢献するトータルヘルスケア戦略を推進します。

2022年度の新たなパートナー



ALPRO PHARMACY SDN.BHD
業務提携：2022年7月
<https://www.alpropharmacy.com/>

マレーシア国内の商品供給とアジア地域での社会価値創造

ALPRO PHARMACY SDN.BHDは、マレーシア国内に190店舗以上を展開する薬局チェーン「アルプロ薬局」の運営会社であり、「地域社会の改善のために専門的なヘルスケア製品、サービス、アドバイスを提供すること」を経営理念に掲げ、2002年の創業以来、医薬品（調剤/OTC）、健康食品、介護用品などのヘルスケア商品のみならず、理学療法やリハビリサービス、糖尿病患者向けの一次医療サービスなどの提供をとおして、マレーシア薬局市場における独自のポジションを確立しています。

また、ALPRO PHARMACYは、次期中期5カ年計画にて、マレーシア国内での出店加速および近隣東南アジア諸国へのビジネス展開を計画しています。電子商取引（EC）やサービスのデジタル化、O2O（オンライン・ツー・オフライン）モデルの強化にも一層力を入れることで、地域のお客様の健康をより支援できるような体制の構築を目指しています。

本提携は、両社の取り組みをより進化させるものであり、当社グループで培ったトータルヘルスケアのビジネスモデルや商品・商標の提供に加え、お互いの経営ノウハウの共有などをおして、両社の事業展開をより一層推進していきます。また、本提携の円滑な推進のために、ALPRO PHARMACYと協議の上、双方の人財交流も予定しています。



Great Tree Pharmacy Co., Ltd.
業務提携：2020年11月
資本提携：2022年 9月
<https://www.greentree.com.tw>

台湾国内の出店加速とアジア地域での社会価値創造

Great Tree Pharmacy Co., Ltd.は、台湾国内に約260店舗展開するドラッグストアチェーン「大樹連鎖薬局」を運営。スギ薬局グループで培ったトータルヘルスケアのビジネスモデルや商品・商標の提供に加え、互いの経営ノウハウの共有などをおして、両社の事業展開を一層推進し、アジア地域での新たな価値創造に挑戦していきます。

2022年度の取り組み

2020年度に業務提携した台湾の大樹薬局に、スギ薬局の売り場（日本製品）を導入しています。SUGIブランドの広範な露出でスギ薬局売場の認知度も向上し、商品を購入するリピーターが増加しました。また既存の大樹薬局と異なる日本式のドラッグストアを旗艦店として開発するほか、台湾の消費者に向けたEC事業の共同展開として、スギ薬局グループ自社開発商品を販売するなど、台湾全土へ一層の販売強化を図っています。



約1,500SKUの商品をECを通じて、台湾のお客様にご提供

■台湾大樹薬局への出資について

2022年度は、大樹薬局への出資を行い、今までの業務提携から、資本業務提携へと連携を強化しました。今までは戦略パートナーとして、ヘルスケアを中心とした日系商品の供給に加え、出向者の派遣等を通じた経営ノウハウの共有やグローバル企業への進化に取り組んできました。また、当社グループ総合力を活かし、共同事業開発を通じたドラッグストア関連事業の強化により、共に成長を目指してきました。本出資を通じ、両社の関係・連携をより一層強化することで、台湾での事業展開のより効率的かつ強力な推進および「経済価値」のみならず、アジア地域での「社会価値」の創出にも資する新たな価値創造に挑戦していきます。



Omicare Joint Stock Company
業務提携：2021年7月
<https://omicare.vn/loi-chao-tu-ceo>

ベトナム国内の予防医療と健康経営の支援

Omicare Joint Stock Companyは、ベトナム国内で薬局併設型ドラッグストア「Omi Pharma」と、EC事業を運営。当社グループのビジネスモデルや経営ノウハウの共有、商品・商標の提供、人財交流を通じて、ヘルスケアに関する相談・情報発信の拠点機能を強化し、ベトナム国内の予防医療、健康経営を支援できる体制の構築を目指します。

2022年度の取り組み

Omi Pharmaが出店する店舗に対して、スギ薬局が培ったノウハウ、商品を提供しています。2022年度は日本式ドラッグストアの雰囲気強く打ち出す店舗を開発したことで、Omi Pharmaが強みとするベトナムの伝統的な市場だけでなく、流行に敏感な顧客市場への販路も積極的に拡大できています。そのような影響のプラスの結果として、Omi Pharma以外の小売店頭においても、スギ薬局グループの開発商品を積極的に展開いただいています。



2022年度の新たなパートナー

さくら薬局グループ

クラフト株式会社
さくら薬局株式会社
業務提携：2023年3月

専門人財・情報ネットワークの構築を一層推進

全国に調剤薬局を850店舗以上展開し、在宅医療に力を入れており、調剤に関するシステムの導入による薬剤師業務の品質向上と作業効率化を積極的に進めています。また、専門認定薬剤師の育成など、高度薬物治療を目指して取り組んでおり、さらに、公式アプリ「健康おくすり手帳」の提供、電子処方箋を全国で最初に受け付けるなどDX化にも力を入れています。本提携を通じて、両社グループの取組みをより進化させ、事業展開をより一層推進していきます。

Inagora

Inagoraホールディングス株式会社
資本業務提携：2020年1月
<https://www.inagora.com>

越境ECアプリで中国消費者へアプローチ

Inagoraホールディングス株式会社は、日本の商品に特化したインバウンド・越境EC事業「豌豆公主（ワンドウ）」を運営。同社の中国人消費者のニーズや消費行動に関する知見、マーケティングのノウハウの提供を受け、またスギ薬局グループのプライベートブランド商品を中心に「豌豆公主（ワンドウ）」を通じて中国国内の流行に敏感な消費者に販売しています。

2022年度の取り組み

2022年度は、各SNSでスギ薬局の開発商品のプロモーションを継続的に強化したことにより、口コミやフォロワー数の増加につながっています。

また、人気のあるインフルエンサーと一緒に商品開発を行い、それをSNSで紹介しつつ、越境ECで販売しました。短期間で1万個の完売につながる美容液の開発など、大きな結果につながっています。

中国の越境EC定番に採用された開発商品は、累計で150SKU以上になっており、海外市場における開発商品拡売につながっています。



scroll

株式会社スクロール
業務提携：2022年2月
<https://www.scroll.jp/>

カタログ通販、ECによる販路拡大

株式会社スクロールは通信販売業者として、長年にわたり培ったカタログ通販のノウハウを活かして事業展開しており、EC市場においても、グループ各社の自社開発商品をはじめ多様な商品展開を行う個人向け通販（B to C）に注力しています。本提携を通じ、豊富な商品と独自の通販ノウハウを共有し、地域社会貢献につなげます。

2022年度の取り組み

2022年度は、スギ薬局グループからスクロール社を通じて、コープデリ連合会様や東海コープ連合会様の組合員の皆様に対して商品提供を開始しています。

今後は、商品カタログ紙面での自社開発商品の掲載比率を向上させることで、よりお得で質の高い商品を多くの組合員様にお届けできるよう取り組みを進めます。



MedPeer

メドピア株式会社
資本業務提携：2018年3月
<https://medpeer.co.jp>

健康習慣を継続できる「スギサポアプリ」を共同展開

医師15万人が登録する医師専用のコミュニティサイト「MedPeer」の運営、ITを活用したオンライン医療事業や予防医療事業を展開するメドピア株式会社。セルフケア事業として共同展開する「スギサポwalk」により、お客様一人ひとりの生活習慣、健康課題に合わせたサービスを効果的に提供していきます。

2022年度の取り組み

スギ薬局とアストラゼネカは 慢性閉塞性肺疾患（COPD：chronic obstructive pulmonary disease）潜在患者様とご家族を対象に歩数記録アプリ「スギサポwalk」を活用した早期受診に向けた検証プログラムを実施しました。

バーチャルウォークラリーを体験しながら、疾患啓発と行動変容につながるクイズや情報を提供し、該当患者様に対して早期受診を促しています。

2022年度は、今までのかかりつけ薬局アプリをOEM化し、患者様のニーズに沿った機能を拡充し、便利なアプリにリニューアルを行いました。



スギサポ walk

スギポイントに交換可能なマイルが獲得できる歩数計アプリ



スギスマホでお薬

かかりつけ薬局が登録できる電子お薬手帳アプリ

- 処方せんの事前送付による待ち時間短縮
- チャットを通じた薬剤師への相談機能

PREVENT

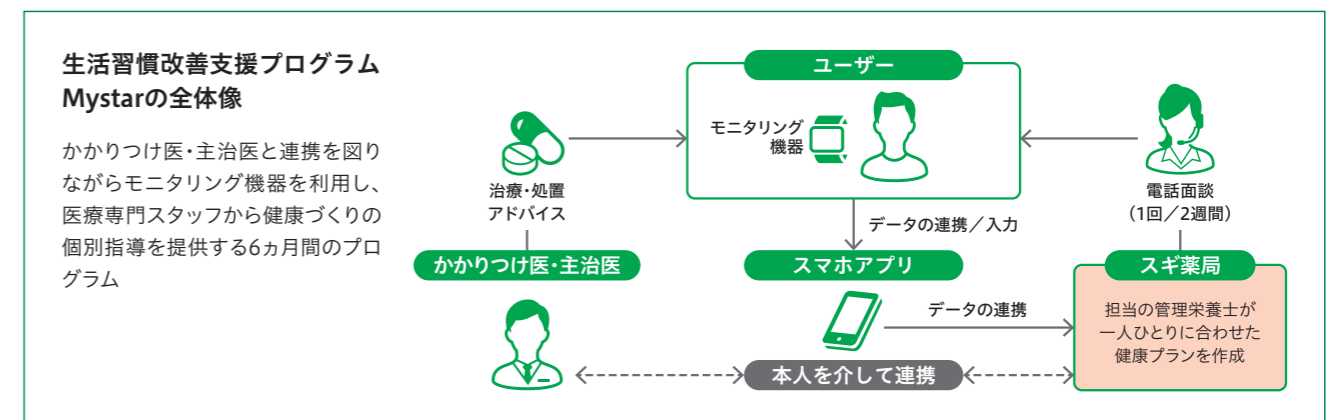
株式会社 PREVENT
業務提携：2020年6月
<https://prevent.co.jp>

生活習慣病の重症化予防支援事業を拡大

健康保険組合等に向け主治医と連携した生活習慣病の重症化予防プログラムを提供する株式会社PREVENT。共同事業をとおしてスギ薬局の管理栄養士の活用や取引先の相互紹介による重症化予防事業展開の拡大を図っていきます。提携により、疾病予防から治療まで、一気通貫での支援が可能となります。

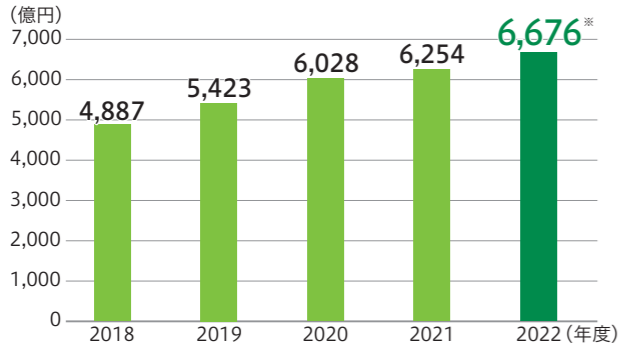
2022年度の取り組み

スギ薬局グループでは、株式会社PREVENT社が提供するプログラムを利用し、お客様の重症化予防に取り組んでいます。担当の管理栄養士が、一人ひとりに合わせた健康づくりプランを作成した上で、かかりつけ医・主治医と連携を図りながらモニタリング機器を利用し、健康づくりの個別指導を実施する6か月間のプログラムを提供しています。



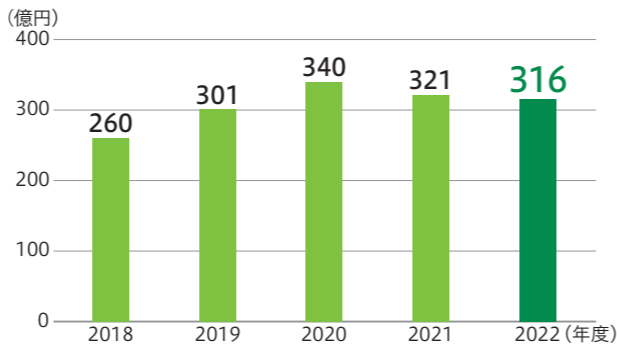
財務・非財務ハイライト

財務 売上高

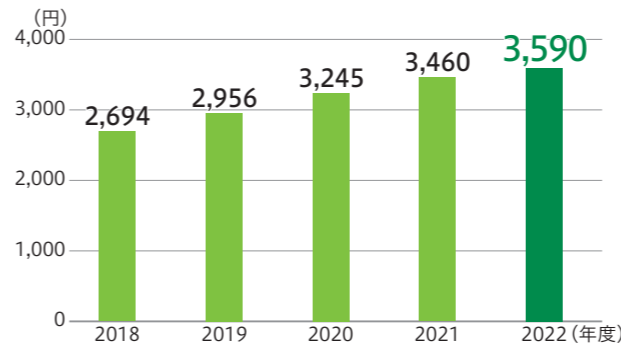


※「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準28号 2020年3月31日)等を当連結会計年度の期首から適用しており、2022年度に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっています。

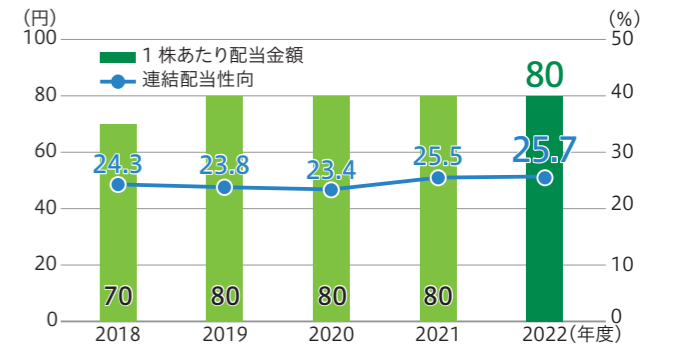
財務 営業利益



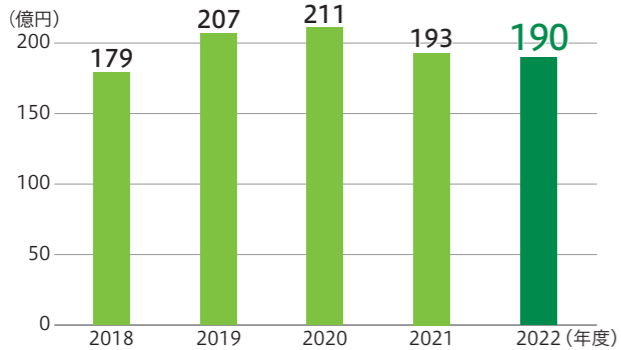
財務 1株当たり純資産



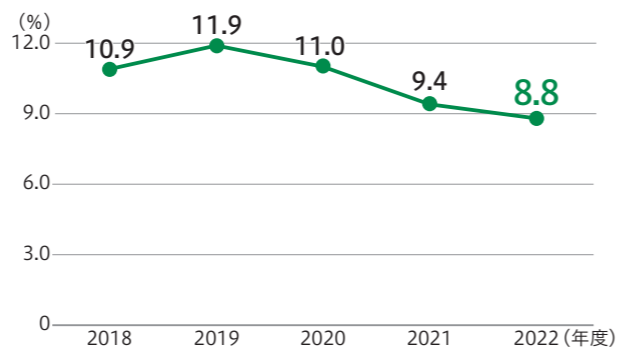
財務 1株当たり配当金額／連結配当性向



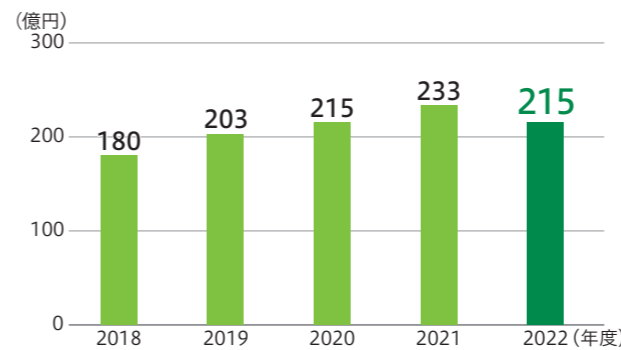
財務 親会社株主に帰属する当期純利益



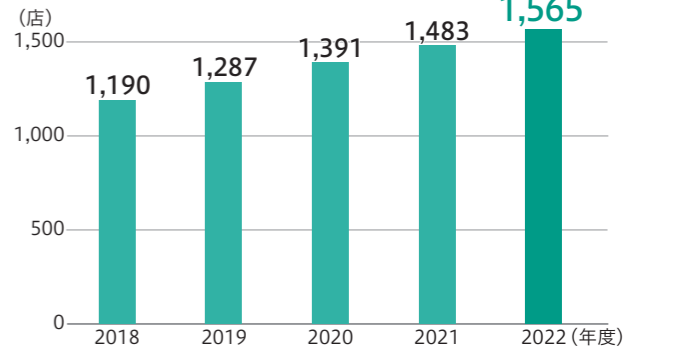
財務 ROE



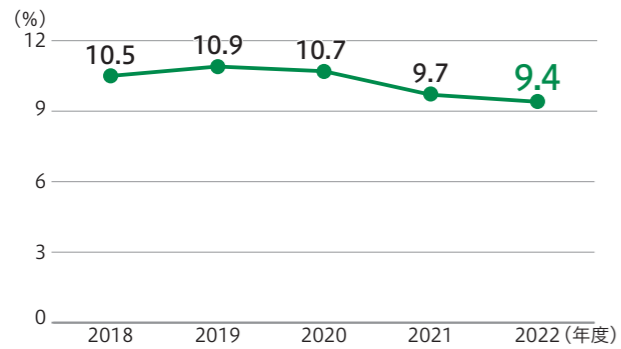
財務 設備投資



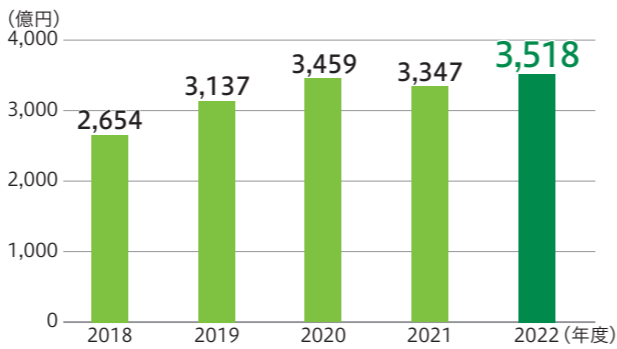
非財務 店舗数



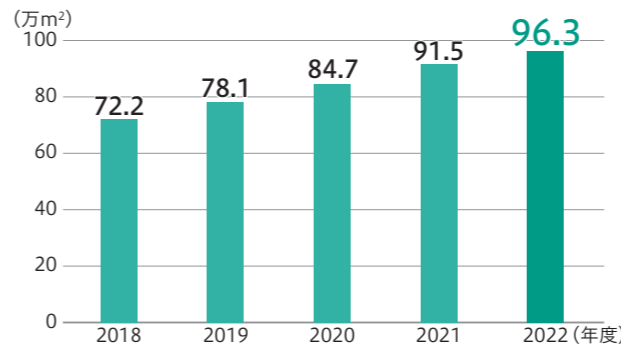
財務 ROA



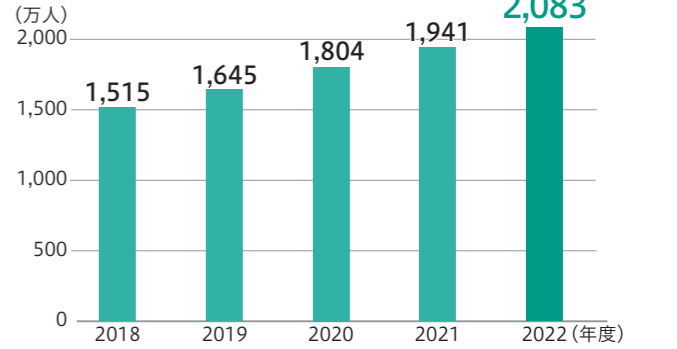
財務 総資産



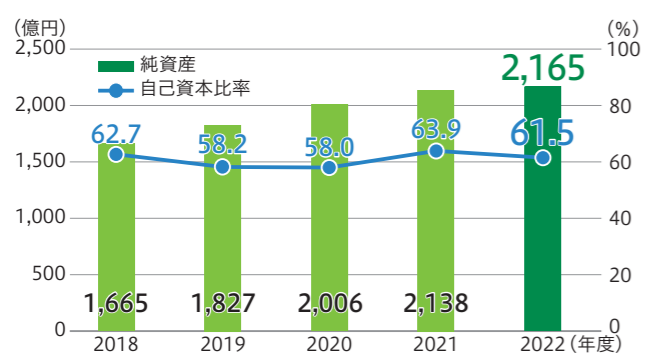
非財務 期末売場面積



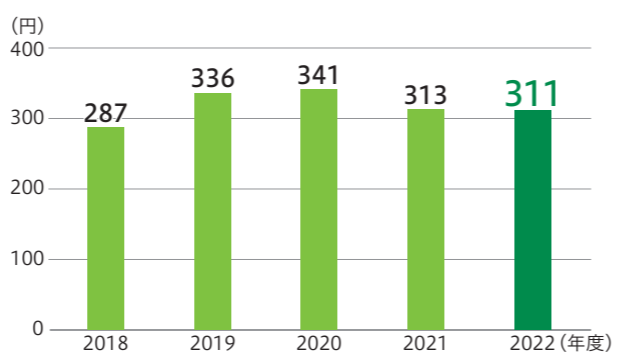
非財務 ポイント会員数



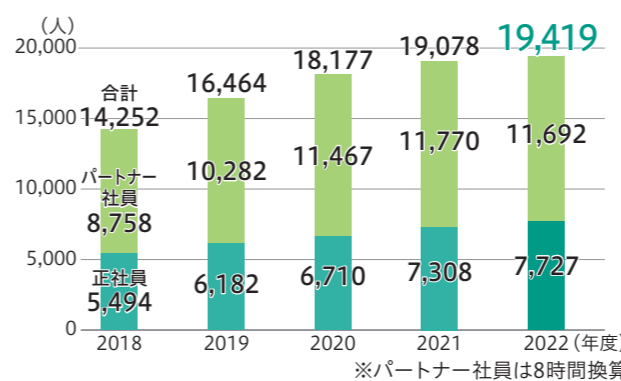
財務 純資産／自己資本比率



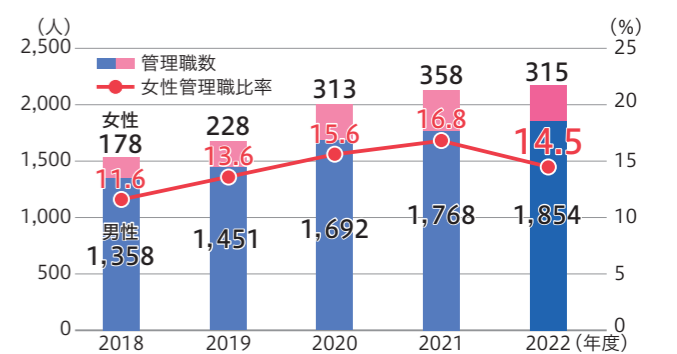
財務 1株当たり当期純利益



非財務 社員数



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源流は「目の前のたった一人のお客様を大切にしたいと行動。」

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
榎原 栄一

2022年度は、私と社長である杉浦克典の二人三脚、そして、社内、社外取締役、監査役含めて、総力戦で臨んだ2年目でした。

これまでの固定観念、既成概念を打ち破る新たな変革とそれを実行するスピードが求められる激動の時代だからこそ、あらためて“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35,000人の全社員に説き続け、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。

創業時から掲げる「不易流行」。変化を続ける流行こそ不易の本質。当社グループが進化することがお客様一人ひとりを大切にすること。

「不易流行」はビジネスにおいても普遍的な概念として、当社グループ経営理念の礎となっています。創業から幾度となく迎えた岐路において、「いつまでも変わらないもの」と「時代に合わせて変化すること」を軸に、経営判断をしてまいりました。外部環境のすさまじい変化に対応して、当社グループ内も各部署、各業務で、相当のスピードと量で進化しています。一方で、流行を一生懸命追うあまり、不易の大切さを置き去りにすることのないよう、不易と流行のバランスを保ち、次世代、次々世代へと続く企業へと導いていかなければなりません。

コミュニケーションの強化に注力

凡事徹底、当たり前のことを当たり前のように行い続けることはとても難しく、何年たっても当社グループの大きな課題です。その課題に向き合うために、あらためて、“一人ひとりに向き合う”コミュニケーションの強化を重視していきます。

創業からの基本的な考えである「目の前のたった一人のお客様を大切に」、経営理念にある「社員一人ひとりのしあわせ、お客様一人ひとりのしあわせ」にも表されているように、すべては“一人ひとり”から始まります。

価値観、戦略、方針、組織・個人の考えや気持ち、その他すべての情報を正しく伝え、正しく伝わり、正しい行動となり、それがお客様や患者様を大切にすることにつながるように、あらためてコミュニケーションの強化に注力していきます。

ガバナンス強化に注力し、持続可能な企業へ。

経営理念の浸透、不易部分の追求、コミュニケーションの強化に加えて、もう一つの私の大きな責任は、“ガバナンスの強化”になります。

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、長期的な成長のための基盤を整備する必要があります。社外取締役による監視、内部監査室の強化、また、多様性の尊重による柔軟な考え方の導入で、一致団結し、気候変動への課題を含め、当社グループで設定している各種重要課題に向き合い、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。

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。そのためにも、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。

当社グループの経営理念のもと、これからもお客様、そして社会にいかんして価値を提供し続けるかを日々模索し、挑戦し続け、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っていきます。

副社長メッセージ

～株式会社スギ薬局 事業報告～

社会情勢がどのような状況であっても
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
取締役副社長
株式会社スギ薬局 取締役副社長
杉浦 伸哉

物販

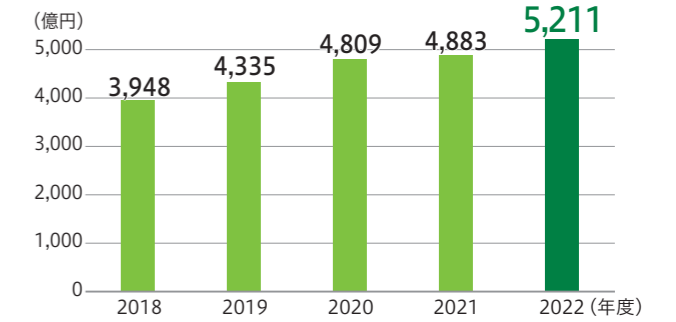
2022年度は地域のお客様ニーズに応えるべく、地域特性に適合した売場改装の推進とともに、買い上げ点数アップに向けた各種施策や販売促進策の強化に取り組みました。ワンストップニーズへの対応強化では、冷ケースの増設による冷凍食品の強化や生鮮食品の取り扱い店舗を増加。インバウンド需要の回復を見越した品揃えや棚割りを見直すため都心営業統括部を新設し、機動的にお客様ニーズに対応できる体制を構築しました。

また、1,000万ダウンロードを突破したスギ薬局アプリをバージョンアップし、デジタル会員基盤の拡充を図ると



インバウンド需要に合わせた売場改装・品揃えの拡充

[スギ薬局物販]売上高推移



ともに、商品割引クーポン、ポイント加算クーポンなど、個々のお客様に合わせたクーポンの配信を行い、お客様満足度の向上と買い上げ点数や客単価の向上に取り組みました。

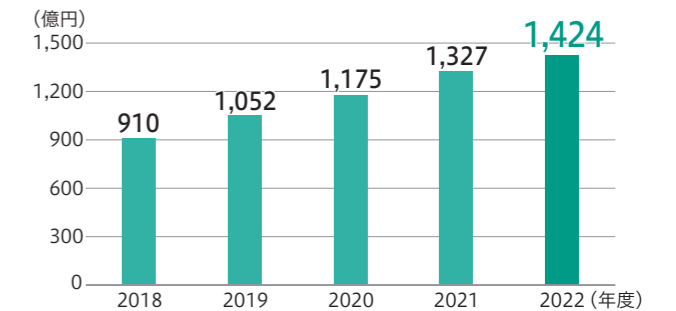
一方で、生産性の改善を目指し、自動発注の対象範囲の拡大と期限管理のシステム改修、社内コミュニケーションツールのデジタル化による店舗作業の削減、人員配置見直しによる労働時間の適正化にも踏み込みました。在庫の適正化、返品と廃棄の削減を目指し、在庫分配機能を担う組織の新設による取り組みの強化も図っています。これらの結果、厳しい市場環境の中でも売上高5,211億円（前年度比106.7%）の実績を実現できました。

調剤

調剤領域のさらなる拡大を目指し新規開局・医療機関誘致を進めるとともに、調剤室・待合室の拡張改装の強化と既存店舗の活性化に取り組んだ結果、お客様待合環境と薬剤師、医療事務スタッフの働きやすさの双方の改善、改装後店舗の処方せん枚数は顕著に増加しています。

物販利用のお客様への調剤利用率向上を目指し、告知の強化やかかりつけ薬局アプリのダウンロードと利用促進に取り組みました。加えて、物販側と調剤側スタッフの店舗内連携をさらに強化し、当社グループの原点である接客・カ

[スギ薬局調剤]売上高推移



ウンセリングを中心とした施策を徹底しています。薬剤師本来の仕事であるお客様、医療機関との対人業務に集中できるよう調剤機器導入による業務の機械化も推進。調剤機器は、自動薬剤ピッキング装置、全自動錠剤分包機、自動軟膏練り機、一包化監査システムの導入も進めています。

また、2023年1月に開始した電子処方せんに対応する店舗網の整備にも取り組み、医療事務の配属、個店別の人員配置の適正化など全体の最適化を図りました。これらの結果、処方せん応需枚数1,291万枚（前年度比110.1%）、調剤売上1,424億円（前年度比107.3%）となりました。



自動薬剤ピッキング装置 Drug Station (ドラッグステーション)の導入による安全性向上、生産性向上、待ち時間短縮

価値創造基盤の強化 マテリアリティへの対応

- 53 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]
- 55 5つのテーマと重要課題[マテリアリティ]
- 57 健康的なコミュニティ
- 67 サステナブルな取引関係
- 73 地球環境への貢献
- 81 健康的な職場環境
- 91 コーポレート・ガバナンス



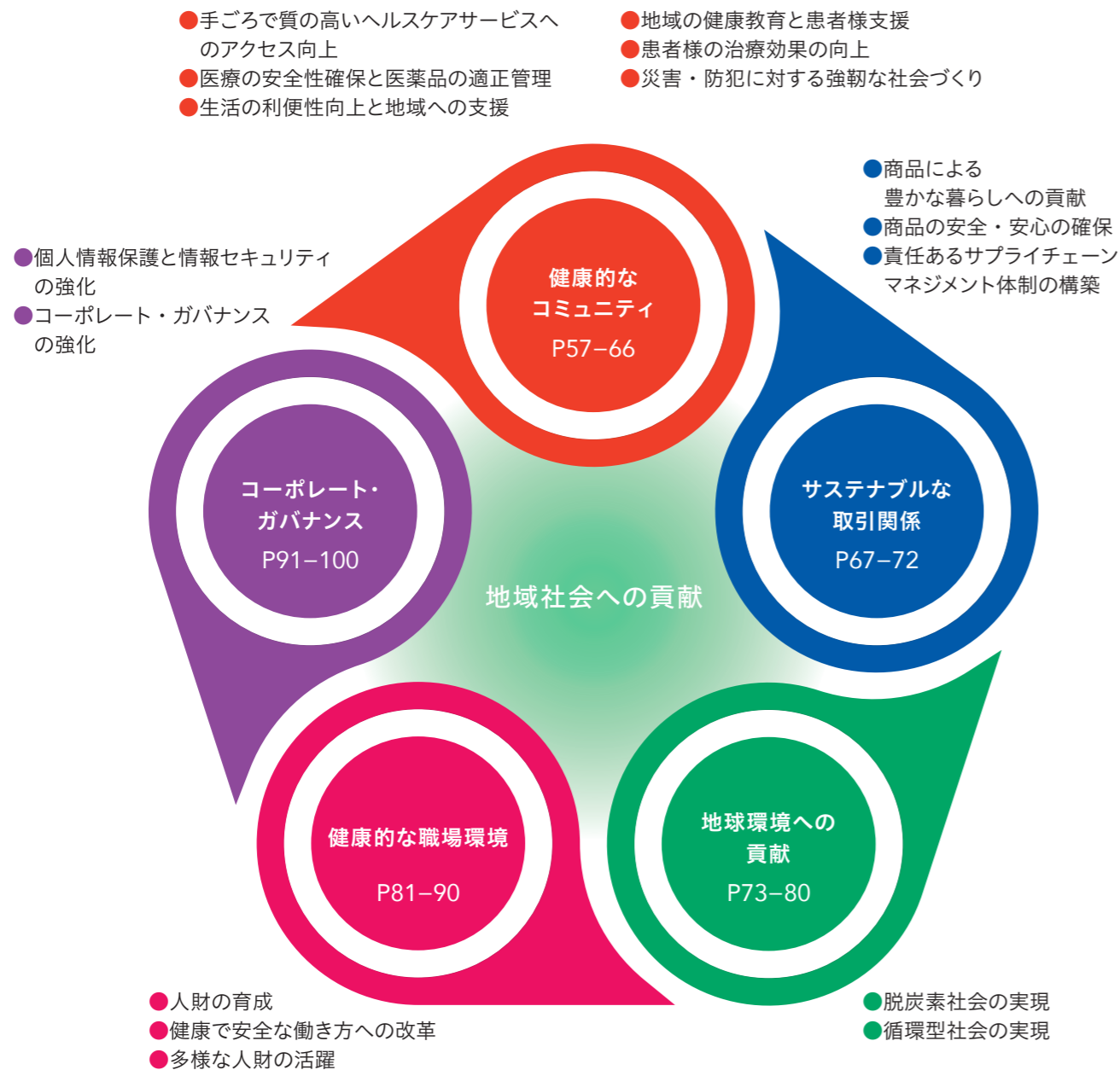
サステナビリティ経営を推進するための重要課題 [マテリアリティ]

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

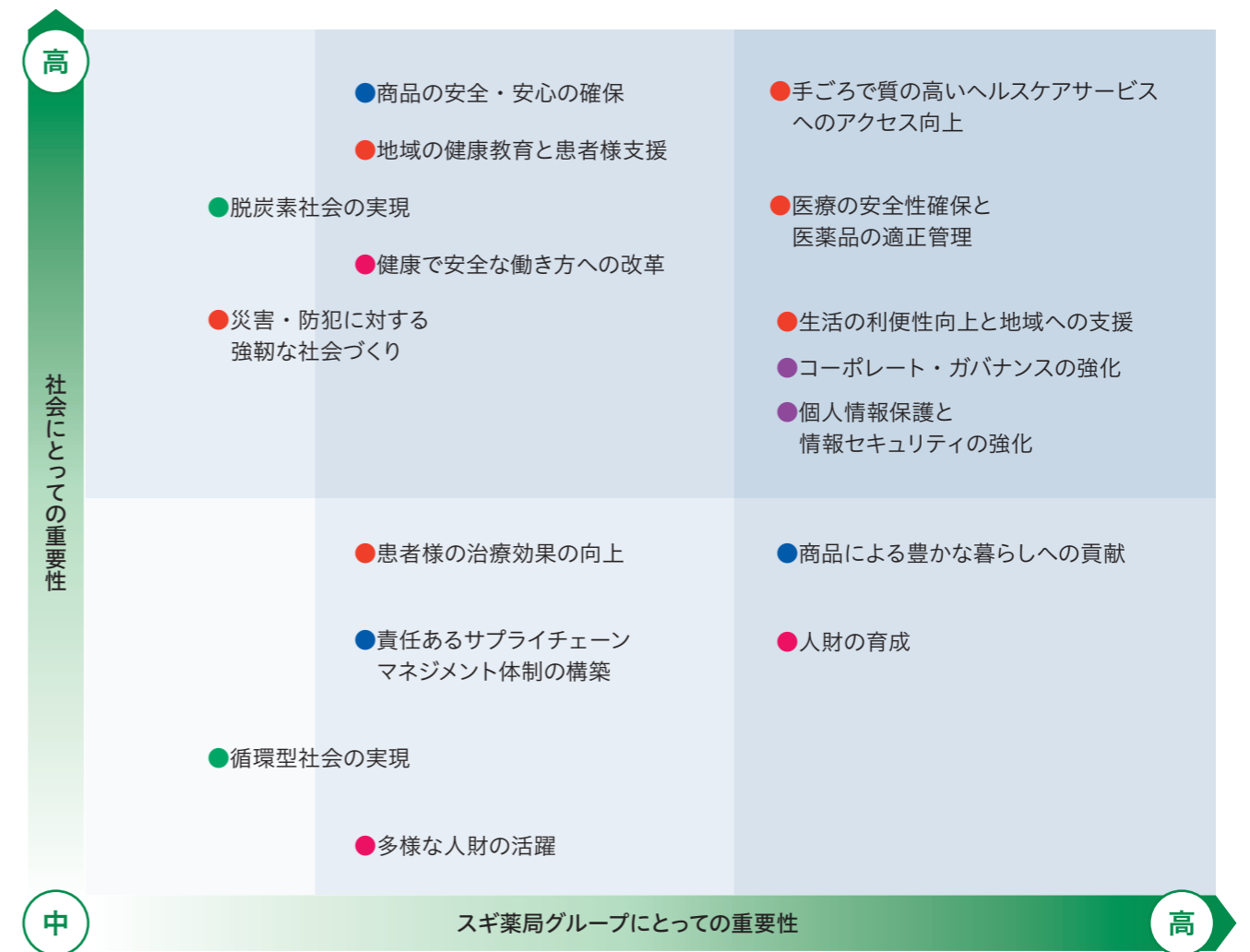
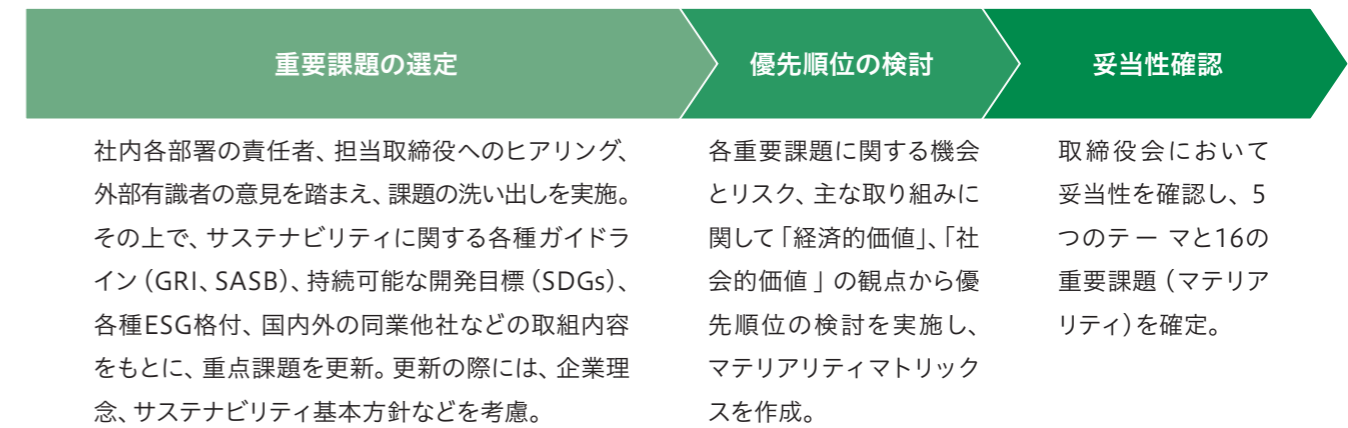
スギ薬局グループは、環境と社会の様々な課題に真摯に向き合い、企業活動をととして、健康で元気な人を増やし、活力ある社会を実現するため、ステークホルダーの皆様と協働し、「地域社会」の持続可能な発展に貢献する企業を目指します。

5つのテーマと16の重要課題 [マテリアリティ]



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。



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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● データに基づくヘルスケアサービスの提供 	     
		リスク	お客様の離反			
	医療の安全性確保と医薬品の適正管理	機会	お客様満足の向上	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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/患者数の減少			
	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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 予防とケアを目的と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 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● 医療機関への情報提供による治療効果向上 	
		リスク	調剤報酬の減少			
災害・防犯に対する強靱な社会づくり	機会	ブランド価値の向上	<ul style="list-style-type: none"> ● 強靱な店舗およびインフラの構築 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 健康に配慮した商品の提供 	<ul style="list-style-type: none"> ● 高付加価値商品の開発強化 	
		リスク	競合他社による市場の獲得			
	商品の安全・安心の確保	機会	ブランド価値の向上	<ul style="list-style-type: none"> ● 商品の品質保証体制の確立 ● 適切な情報開示 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● サプライチェーンの適切な管理 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● ライフサイクル全体での環境負荷低減 	
		機会	ブランド価値の向上/コストの低減			
	循環型社会の実現	機会	ブランド価値の向上/コストの低減	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● 活躍のための場と機会の積極的な提供 	
		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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● ダイバーシティを念頭に置いた場と機会の創出 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 個人情報保護の強化と教育の徹底 	<ul style="list-style-type: none"> ● 情報セキュリティ体制の強化と教育の徹底 	
		リスク	事業継続リスクの発生/企業価値の低下			
	コーポレート・ガバナンスの強化	機会	企業価値の向上	<ul style="list-style-type: none"> ● 取締役会の実効性の強化 ● コンプライアンス教育の徹底 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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			

価値創造基盤の強化/マテリアリティへの対応

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、そして当社グループアプリを通じていただいた情報の統合を進めています。これらの情報をもとに、お客様・患者様一人ひとりのニーズや悩みに応じ、充実したカウンセリングを実施できる店舗を増やしています。



デ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」の提供を開始しました。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。



スギ薬局の「生活習慣病リスクレポート」が千葉県我孫子市の「特定健診受診勧奨効果アップ策」に採用

地域連携薬局、専門医療機関連携薬局の展開

国策で推進される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、患者様の入院時はきめ細かな医療機関との情報共有を、介護・終末期においては、包括的な支援のできる地域医療のハブとなる薬局(地域連携薬局)づくりを進めました。

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

専門医療機関連携薬局	3店舗
地域連携薬局	46店舗

Interview



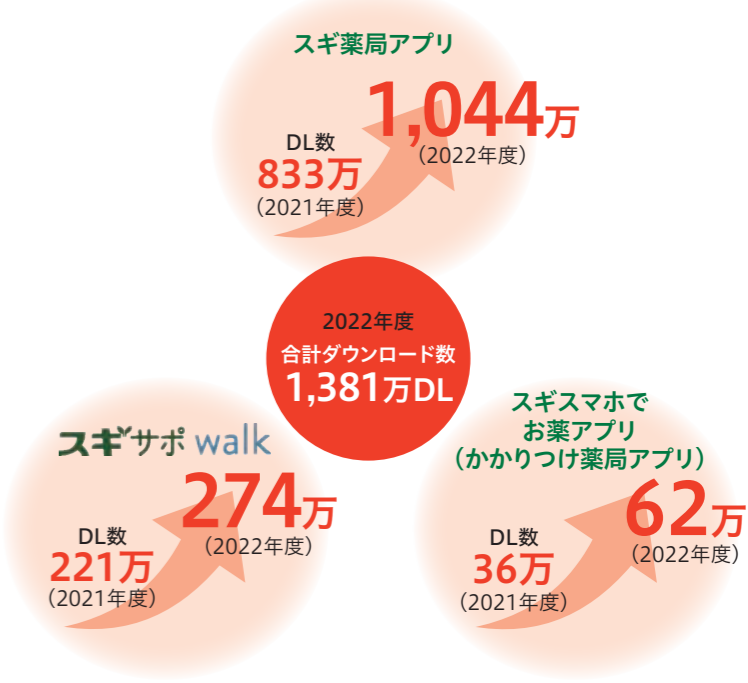
新金網店 管理薬剤師
外来がん治療専門薬剤師

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。

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、スギサポwalk、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。2022年度は、それぞれのアプリのダウンロード促進を手掛け、1,381万ダウンロードまで到達しました。デジタルアプリの合計ダウンロード数1,500万(2023年度末まで)を目標として定め、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。

2023年度目標
合計ダウンロード数
1,500万DL



デジタル
接点の起点
(サービスの入り口)

スギ薬局アプリ

スギサポ walk

スギポイントに交換可能なマイルが獲得できる歩数計アプリ。

お取引先様との協同キャンペーン

お客様それぞれのニーズに合わせた各種情報を集約。

スギポイント交換

スギポイントの景品交換もアプリで可能。

スギスマホでお薬アプリ(かかりつけ薬局アプリ)

かかりつけ薬局が登録できる電子お薬手帳アプリ。

スギ薬局アプリのリニューアル ～いつでもどこでも“手のひらにスギ薬局”を実現～

2023年1月にスギ薬局アプリをリニューアルしました。スギ薬局グループでは、一人ひとりのお客様に最適な情報・サービスをお届けすることが重要だと考えており、便利にお買物をしたい、自分に合ったサービスを提供してほしいといった要望に応えるために、その人に合った情報・サービスを自動で配信していくといった取り組みを行っています。



お得な健康情報の配信

健康に関わる様々な情報やお得な情報が手に入るスギチャンネル
ポイント倍デーのお知らせはもちろん、
実施中のキャンペーンやセールなどをいち早くお届け

個別最適なクーポン配信

嗜好にあった、
欲しいクーポンが届く



最適な情報配信

より使いやすいアプリ

買い物前に欲しい商品の
クーポンを事前にセット



レジ時間の短縮・お客様へのサポート負担減

スムーズなレジ対応

会員証スキャンだけで
セットしたクーポン反映



ログイン機能の実装によるセキュリティの強化

ポイントプログラムの進化や各種決済機能との連動も見据え、セキュリティレベルを向上

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。
今後は、各種テスト運用を経て、ポイントでお買い物ができるようなサービスも導入していきます。



OTC医薬品の即日自宅配送の実施

お客様が、“スギスマホオーダー”アプリから商品を購入することで、即日OTC医薬品などを自宅に届けるサービスを一部店舗で開始しました。お客様が多様な生活スタイルの中で、隙間時間にアプリから注文した商品を店頭や店舗駐車場で受け取るBOPIS(バイ・オンライン・ピックアップ・イン・ストア)体験の提供を行っています。お客様の生活スタイル多様化に伴い、購買体験の選択肢を広げるため、お客様の自宅への「ラストワンマイル配送」(最終小売拠点からユーザーへの配送)を追加することで、いつでも、どこでものニーズに応えてまいります。

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



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

調剤薬局全店舗にピッキングサポートシステム、散剤監査システムを導入しており、今後の新規開局店舗においても100%導入を実施していきます。また、一包化監査システムの導入展開や自動ピッキング機器、自動一包化機器の導入も強化することで、薬剤師の対人業務への注力をサポートしつつ、安全な調剤環境を構築します。



一包化監査システム

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。



2023年1月開局の長野県信州大学病院店

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

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、専用の保冷库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。当社グループでは、現在、名古屋大学病院店で、専用の保冷库を備え、スペシャリティ医薬品の応需を開始しています。

医薬品、医療機器の安全な回収

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

オンライン資格確認による正確な本人情報確認の実施



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

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人に対する実施を目標とし、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(2023年2月現在)

訪問調剤	対応店舗数	565店舗
	ご利用者数(月平均)	14,752人
	ご利用者数(年間延べ)	176,037人
訪問看護	拠点数	14拠点
	ご利用者数(月平均)	1,569人
	ご利用者数(年間延べ)	18,847人

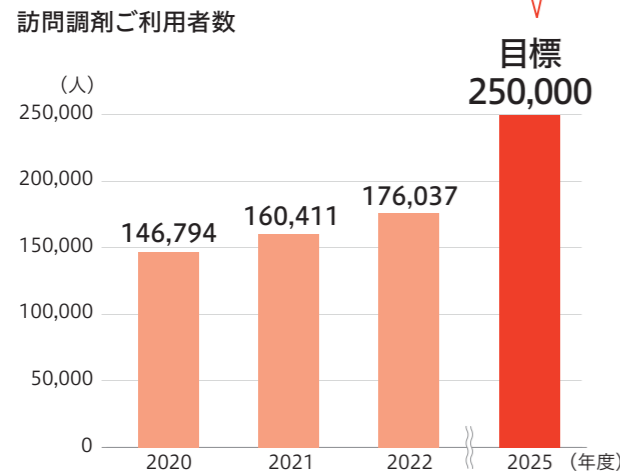
訪問調剤特化型店舗

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み他、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

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**



あらゆる角度で地域住民の健康を支える体制を整備

介護用品レンタルサービス



訪問リハビリテーションの実施



訪問看護ステーション

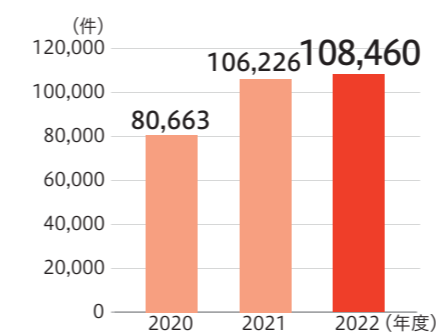


■“お客様の声”に向けた経営の推進

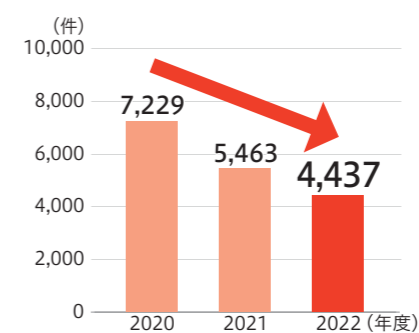
スギ薬局の「お客様サポート室」では、お客様から接客、商品、サービス等に関するお褒めや問合せ、苦情等のご意見をフリーダイヤルやWEBサイト問合せフォーム、手紙などでいただいております。いただいたお客様の声は、随時・即時、週次、月次に関係各部署に共有し、店舗運営の各階層の責任者が集まる店長会議、営業会議や取締役会議で、課題の特定と対策の立案、教育への活用など、落とし込みが実施されております。また、お客様がご自身で24時間問題解決できるように、AIチャットボットを導入し、よくある問合せ(FAQ)に速やかにアクセスできる仕組みを整備しております。

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、店舗の磨き上げに尽力しております。

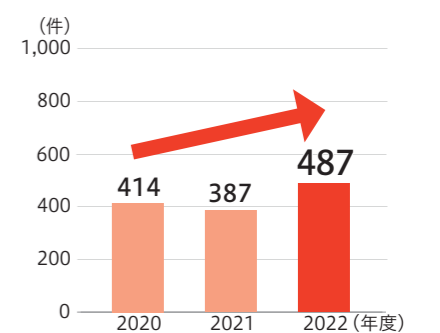
ご意見や問合せ、お褒めの総件数



内、苦情等ご意見承り件数



内、お褒めの言葉



地域、団体などの活動支援

■高齢者施設へのAED寄贈

スギ薬局グループでは、2013年度より、毎年高齢者施設へAEDの寄贈を行っています。2022年度は初めて関東エリアの高齢者施設38カ所へ寄贈し、これまでの寄贈先は合計255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。



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。



■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。



地域の健康教育と患者様支援

自宅近くの店舗を利用した特定保健指導の実施



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。

特定保健指導の実施
2022年度実績
2,880名

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



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おります。



■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おります。

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10年で累計約**1,000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。メーカー様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。



患者様の治療効果の向上

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62万件となりました。結果として、月間16万件（処方せん全体の約15%）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か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。2022年度は累計76万件の服薬フォローを実施しており、その活動を強化することで、患者様のアドヒアランス、治療効果の向上につながってまいります。



ポリファーマシー回避に向けた連携強化

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

災害・防犯に対する強靱な社会づくり

地域の災害と防災対策の支援

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

安全・安心なまちづくりへの貢献	2022年度までの実績
協定数 合計	84
包括協定	26
見守り協定	11
防災協定	39
環境等に関わる協定	8



2022年度に実施した包括協定一覧

愛知県 豊橋市	2022年 2月 2日
兵庫県 姫路市	2022年 3月23日
愛知県 東郷町	2022年 8月19日
岐阜県 各務原市	2022年10月 6日
愛知県 犬山市	2022年11月29日
大阪府 箕面市	2022年12月13日
愛知県 東浦町	2023年 1月 6日
三重県 桑名市	2023年 2月15日

※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開始しました。



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靱な社会づくりに貢献していきます。



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。

2023年2月末時点で231店舗（全店舗の約14.7%）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

2023年2月末 **全店舗の約14.7%**
2025年度末 **全店舗の約20% (目標)**

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み憂慮するとともに、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。



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。



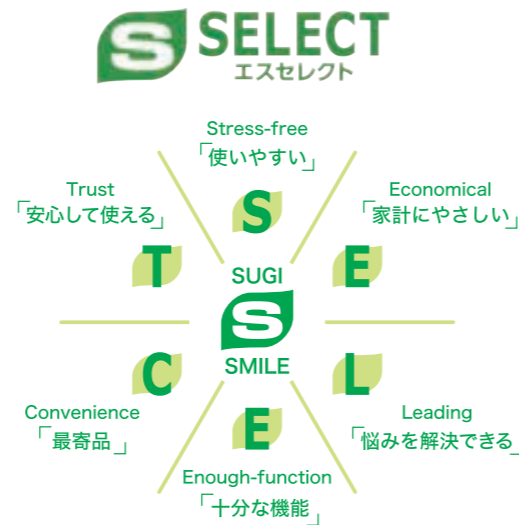
商品による豊かな暮らしへの貢献

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、高性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。

プライベートブランドの分類

ロイヤル	大学や企業と連携して、特許技術を活かしたスギ薬局しか作れない商品
ミドル	新たな気付きや品質で感動を与えられる商品
ベーシック	通常品質でお求めやすい価格の商品



ジェンダーニュートラルをテーマにした開発商品

Prieclat U



発売から3周年を迎えたプリエクラシリーズは、「導き出した浸透カー輝ける肌へ」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最新作の『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。

2022年度 オンリーワンな開発商品 T3



スギ薬局独自の浸透技術SNDP®により、TOP TO TOE：髪1本から爪の先まで、美しくなりたいすべての人に“T3ブランド”商品を開発しました。

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。

日清食品“完全メシシリーズ”×スギ薬局管理栄養士のコラボによる食の課題解決

日清食品の「完全メシ」シリーズは、現代の食の課題解決を目指し、見た目やおいしさはそのままに、カロリーや塩分、糖質、脂質、たんぱく質などをバランスよく整え、厚生労働省の「日本人の食事摂取基準」で設定された33種類の栄養素とおいしさの完全なバランスを追求したブランドです。

スギ薬局では「完全メシ」を「トータルヘルスケア戦略」の重要な戦略商品として位置づけ、全国約1,150店舗で販売し、特設売場の設置やデジタルサイネージによる告知のほか、店舗の管理栄養士による接客を通じたご紹介を実施しています。

また、「スギ薬局アプリ」の約1,000万ユーザーに「完全メシ」の情報を配信するほか、将来的には同アプリの購買履歴や行動履歴から「完全メシ」の潜在ニーズをお持ちのお客様とダイレクトなコミュニケーションを図っていきます。今後は、スギ薬局と関係の深い「健康保険組合」や「医療機関」でもご紹介していくほか、スギ薬局で働く従業員の健康的な食生活のサポートおよびWell-beingの向上を目指して、普段の食事と変わらないおいしさの「完全メシ」を本社社員食堂にも導入予定です。

スギ薬局と日清食品は、お客様一人ひとりの健やかな暮らしを支えるため、今後も「完全メシ」を活用した取り組みを強化していきます。

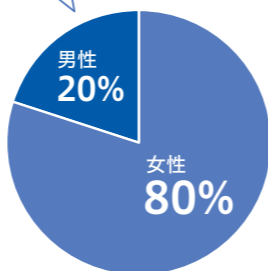


コンセプトへの共感がうかがえる購買実績

「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、2022年4月の発売以降の購買実績を見ると、全体の約2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。



全体の2割が男性!



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

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、当社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。

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てのご意見収集

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、アレルギ表示、ケミカルフリー表示の実施品目を増やしました。



環境に配慮した商品の開発・展開強化

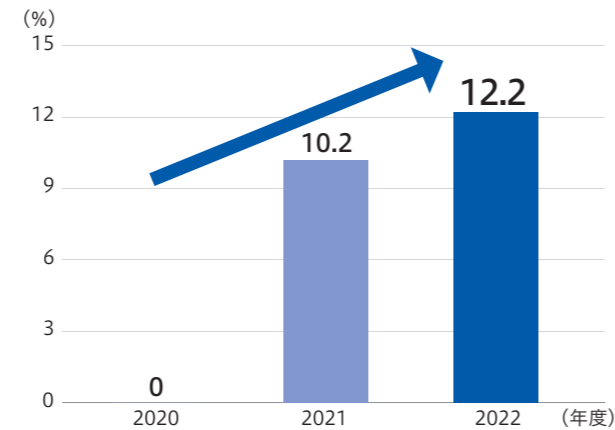
2021年度より、環境に配慮したプライベートブランドの開発を進めています。商品を形成する素材は、FSC認証紙やバイオマスプラスチック配合、植物油インキの採用等、環境保全に役立つものを採用し、目標として、プライベートブランド商品全体に占める環境配慮商品の比率を2030年までに30%まで引き上げます(2022年度12.2%)。



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

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	
スギホールディングス 人事部 社長室	
部署	役割
人事部	●人権方針に沿った各種運用の更新・決定
法務室	●弁護士との連携、法律に基づく方針、運用の変更提案
社長室	●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
人材開発部	●定期的な社内への人権教育
商品開発室	●製造委託会社調査の実施、集計・評価、企業監査、改善要請

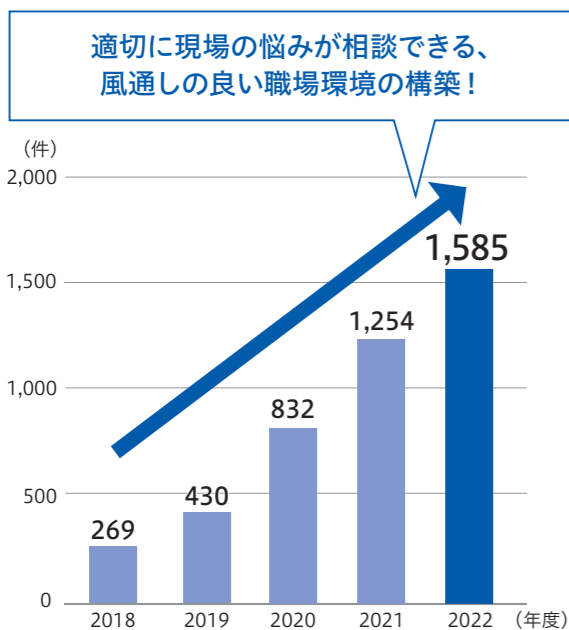
5 通報窓口・苦情処理(人権侵害に対する救済メカニズムの構築)

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。

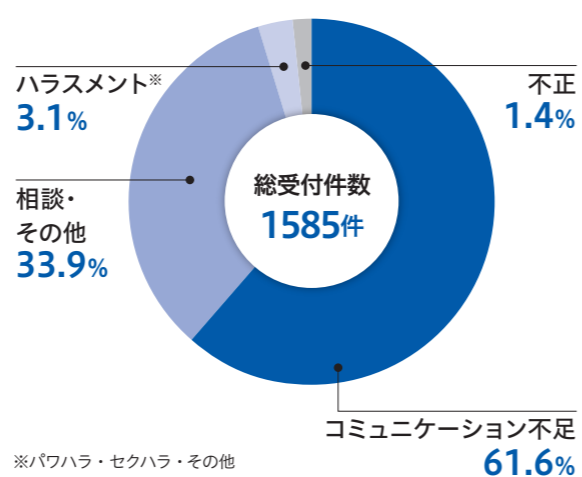
スギ薬局グループの内部通報制度

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もち、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。

地球環境への貢献

脱炭素社会の実現

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。2022年度はオンサイト型コーポレートPPA（第三者所有型）の活用を通じて再生可能エネルギーの導入を計画し、順次導入を開始しています。2030年CO₂削減目標を達成すべく、オンサイト型だけではなく、オフサイト型PPA、自己託送型の活用にも積極的に取り組んでいきます。



愛知県刈谷市富士見店の屋上に設置した太陽光パネル

太陽光パネル設置店舗 **48店舗**
(2023年3月末現在)

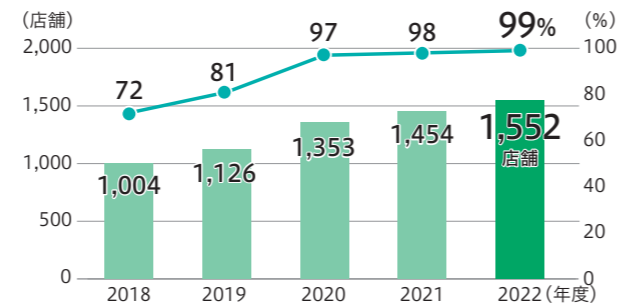
化石燃料の消費削減

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

省エネ設備の導入・使用電力の削減(省エネ)

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

店舗内照明のLED導入実績



「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。

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。



SBエナジー株式会社が実施するダイヤモンドリスボン実証事業に参加 ～電力需給ひっ迫に伴い、スギ薬局の一部店舗で利用できるクーポンを配布～

スギ薬局グループは、電力需給ひっ迫時の家庭における電力消費の削減を図るため、SBエナジー株式会社(以下 SBエナジー)が実施する、脱炭素型ライフスタイル転換促進Webアプリケーション「yOUR(ユアワー)」を活用した人の行動変容によるダイヤモンドリスボン実証事業に参加しました。

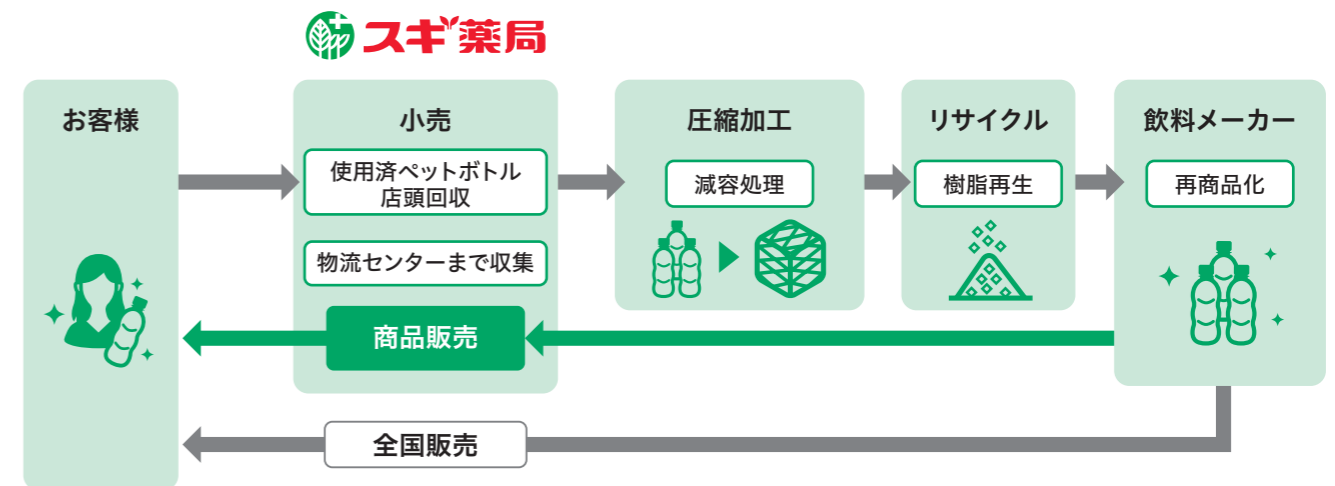
SBエナジーと連携し、スギ薬局の一部店舗をyOURの外出キャンペーン時の誘導先とするほか、yOUR参加ユーザーがチェックインした店舗で利用可能なクーポンの配布を通じて、家庭の電力需要抑制に協力しました。

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。2022年度は、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まいります。

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



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)

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toボトル啓発ポスター



■「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

おくすりシート リサイクルプログラム
OKUSURI SHEET RECYCLE PROGRAM



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
使用数量(単位:百万枚)	262	144	43	65
使用重量(単位:トン)	2,000	1,100	328	507

約75%減

衣料品、繊維用品に対する資源循環の取り組み強化

■使用済みユニフォームを店舗什器に再生

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



■繊維、衣料品の回収拠点としての役割

愛知県岡崎市の株式会社鈴六様と連携し、岡崎市のスギ薬局店舗で衣料品の回収を開始しました。



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

2021年度より、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。



■期間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、生産性を向上しております。本取り組みを通じて、期間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

在庫の適正化を目指した社内組織の立ち上げ

2022年度は、在庫の適正化、返品削減、それに伴う廃棄の削減を目指し、在庫分配機能を担った組織（商品管理部在庫ディストリビューション課）を新設し、取り組みを強化しました。結果として、在庫回転日数が約4日改善し、社会課題と利益確保の両立に貢献しています。

(取り組み内容)

- 販売数に合わせた在庫になるよう自動発注の設定をきめ細かく変更
- 在庫の偏在を調査、分析し、適切な在庫の移動を店舗に依頼

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「みんなで広げる給水スポット」チャレンジに賛同し、共創メンバーにも参加しています。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。



健康×生物多様性×デジタル

歩数計アプリのサポwalkを活用したイベント「スグ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。



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※

755,045m³/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

TCFD提言に基づく情報開示

TCFD提言への対応

スグ薬局グループは、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

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

■なりゆきと目標達成時のCO₂排出量 (t-CO₂)

項目	2030年
なりゆきのCO ₂ 排出量	225,689
1店舗当たり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-CO₂/kWh、令和4年度全国平均係数) を使用
 ※純増店舗100店舗/年と仮定
 ※直近の新店の電力使用量を使用 (直近は電力消費量高い)

■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がることもできます。

リスク・機会の評価

分類		評価	
		+1.5°Cの世界における評価	+4°Cの世界における評価
移行 リスク 機会	政策 規制	炭素価格	リスク：炭素価格導入により、支出が増加 リスク：サプライチェーン全体で、商品やサービスの生産・調達に関するコストが増大し、支出が増加
		フロン規制	リスク：店舗におけるノンフロン設備等の導入に伴う支出が増加
	技術	物流効率	機会：物流効率化による支出の削減
	市場	電気価格	リスク：電気価格の増加により、支出が増加
	評判	顧客の好み	リスク：環境配慮商品、サービスの遅れによる売上の低下 機会：サステナブルな消費ニーズを捉えたPB開発による売上増加
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：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
		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
	慢性		

シナリオ分析による事業インパクト評価の一部

移行リスク(炭素税)による支出額の試算

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

項目	事業インパクト
2030年度の炭素税額	約27億円

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

今後の取り組み

当社グループでは、社会にとっても、当社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CO₂排出量削減対応

- 非化石証書、グリーン電力証書の購入
- 電力会社CO₂フリーメニューの購入
- 社用車のEV化

循環型社会の実現への対応

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

指標と目標

CO₂排出量 スコープ1、2

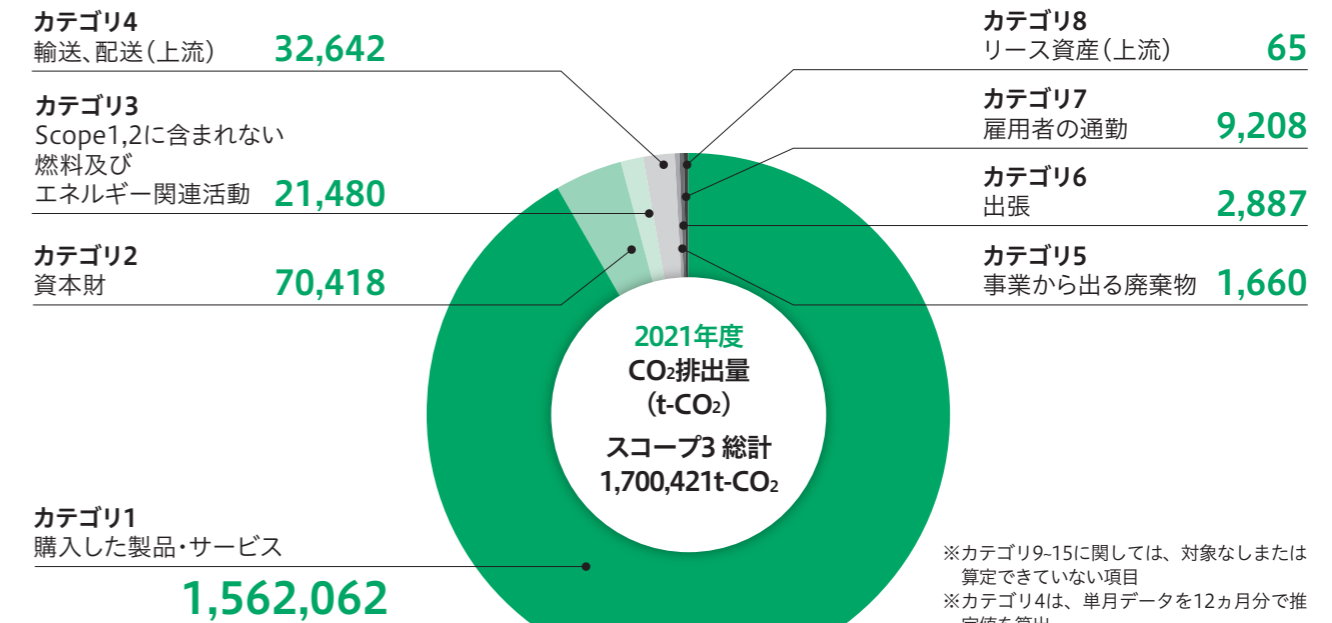
当社グループの現状

年度	2014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
店舗数(店)	947	996	1,048	1,105	1,190	1,283	1,391	1,483	1,565
排出量(t-CO ₂)	112,773	123,377	129,392	119,826	120,826	117,611	126,160	135,149	算定中
1店舗平均(t-CO ₂)	119.1	123.9	123.5	108.4	101.5	91.7	90.7	91.1	算定中

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

CO₂排出量 スコープ3

2021年度 スコープ3内訳



※カテゴリ9-15に関しては、対象なしまたは算定できていない項目
※カテゴリ4は、単月データを12カ月分で推定値を算出
※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CO ₂ 排出量削減目標	
2030年度	2014年度比で 50%削減
2050年度	実質ゼロ

脱炭素社会の実現に向けた指標

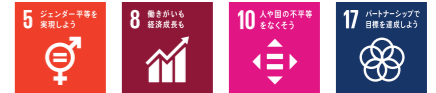
- 1店舗あたりCO₂排出量(スコープ1,2)の削減比率
- サプライチェーンCO₂排出量(スコープ3)の削減比率
- 再生可能エネルギー比率

循環型社会の実現に向けた指標

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

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。

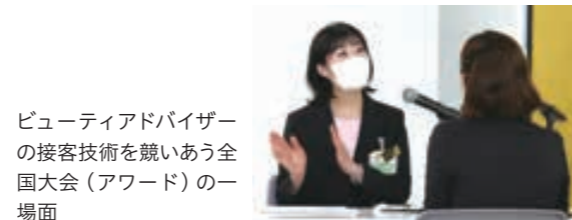
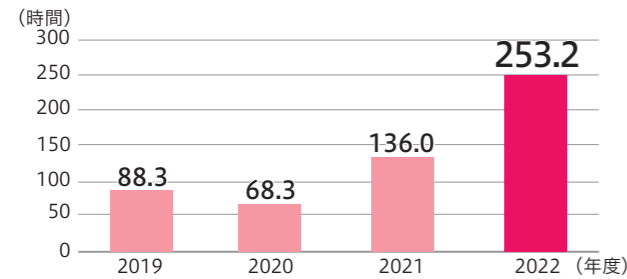


人財の育成

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。

正社員1人あたりの研修時間(年間)



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

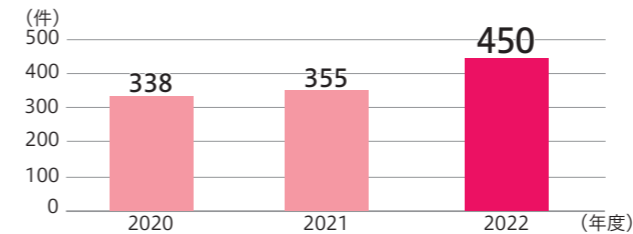


成果・評価の見える化によるモチベーション経営の推進

■グループ表彰制度

経営理念に基づく行動によって成果を出した社員を、年度末の式典で表彰するとともに、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、対象店舗の社員を順次表彰しています。2022年度は81名を表彰しています。

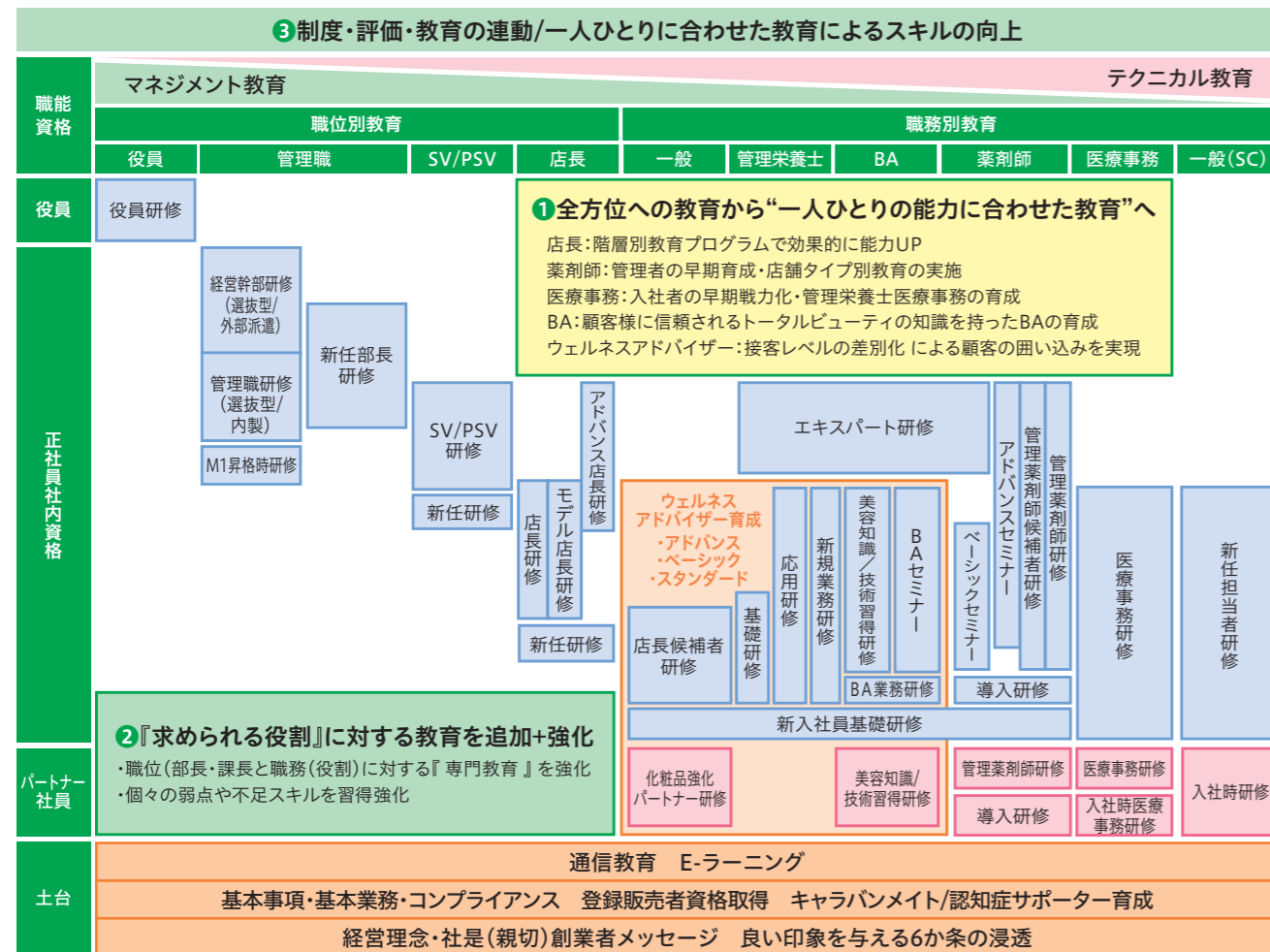
お客様より店舗・従業員にいただいた「お褒めの件数」



■成果発表会を通じた成長機会の場の提供



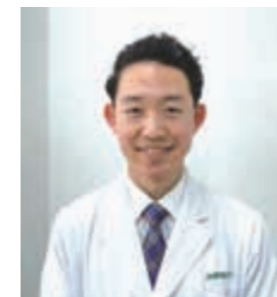
スギ薬局教育体系



■若手社員表彰

入社3年目までの新卒社員を対象とした、表彰企画を実施しています。職務ごとのテーマに取り組み、特に成果を上げた社員を表彰します。自身の仕事のやりがい向上だけでなく、先輩・同期・後輩の仕事を知り、さらなる能力開発やエンゲージメントの向上につなげています。

Interview



入社2年目
牟呂店
(愛知県豊橋市)

2022年12月度 薬剤師部門表彰者

本人コメント

私が所属している牟呂店は、来局患者様が多く、在宅医療にも力を入れています。調剤スタッフ、店舗スタッフと協力して、患者様に最大限の価値を提供できるように日々頑張っています。患者様への服薬指導・服薬管理に注力し、その結果が、

今回のような表彰につながったことはうれしく思います。全社での表彰があることで、同世代の薬剤師の頑張りが分かり、自身のモチベーションアップにもつながっています。今後も、患者様にとって、「なくてはならない薬剤師」を目指して精進していきます。

管理薬剤師コメント

善養寺さんは、患者様にとって「何が必要か」を常に考え、行動に移せる薬剤師です。店舗全体に良い刺激を与えてくれており、患者様にとって価値の高いサービスを追求できています。表彰制度など目指すべき目標があると、より目標を明確にして努力することができ、個人のスキルアップはもちろんですが、店舗全体にも好影響ができています。今後も、患者様にとって最大限の価値を提供できる店舗を目指してまいります。

健康で安全な働き方への改革

健康経営の推進

スギ薬局グループは、社員の健康増進を経営的な視点で考え、戦略的に「健康経営」に取り組んでいます。「健康経営」に取り組む推進体制を整え、健康経営宣言を行い、健康経営戦略マップを作成しました。スギ薬局グループは経済産業省と日本健康会議が共同で選出する「健康経営優良法人」に4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。

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」



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

この経営理念の源流は、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「生き生き」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。

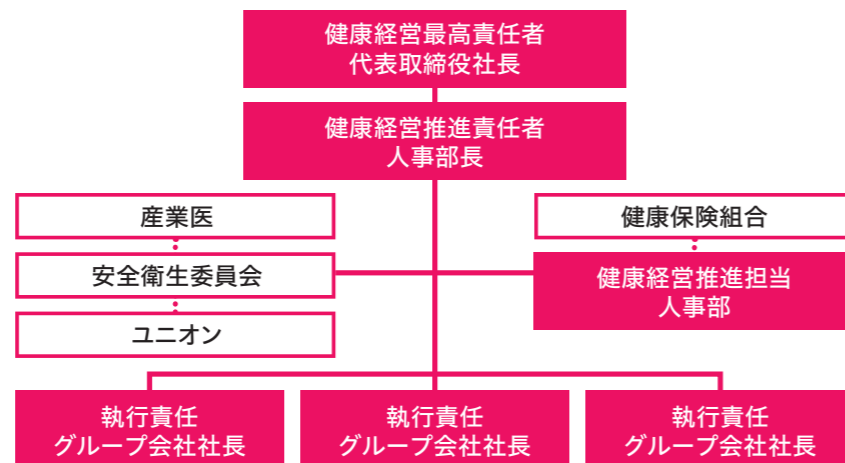
私自身、不規則な生活になりがちのため、3度の食事とメニューには気を配り、週に1度は時間をつくって筋トレやウォーキングに励むようにしています。「健康」は「笑顔」を呼び込みます。そのため、社員の笑顔あふれる会社づくりは欠くことができません。

以上を踏まえてこの度、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。

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事で、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。

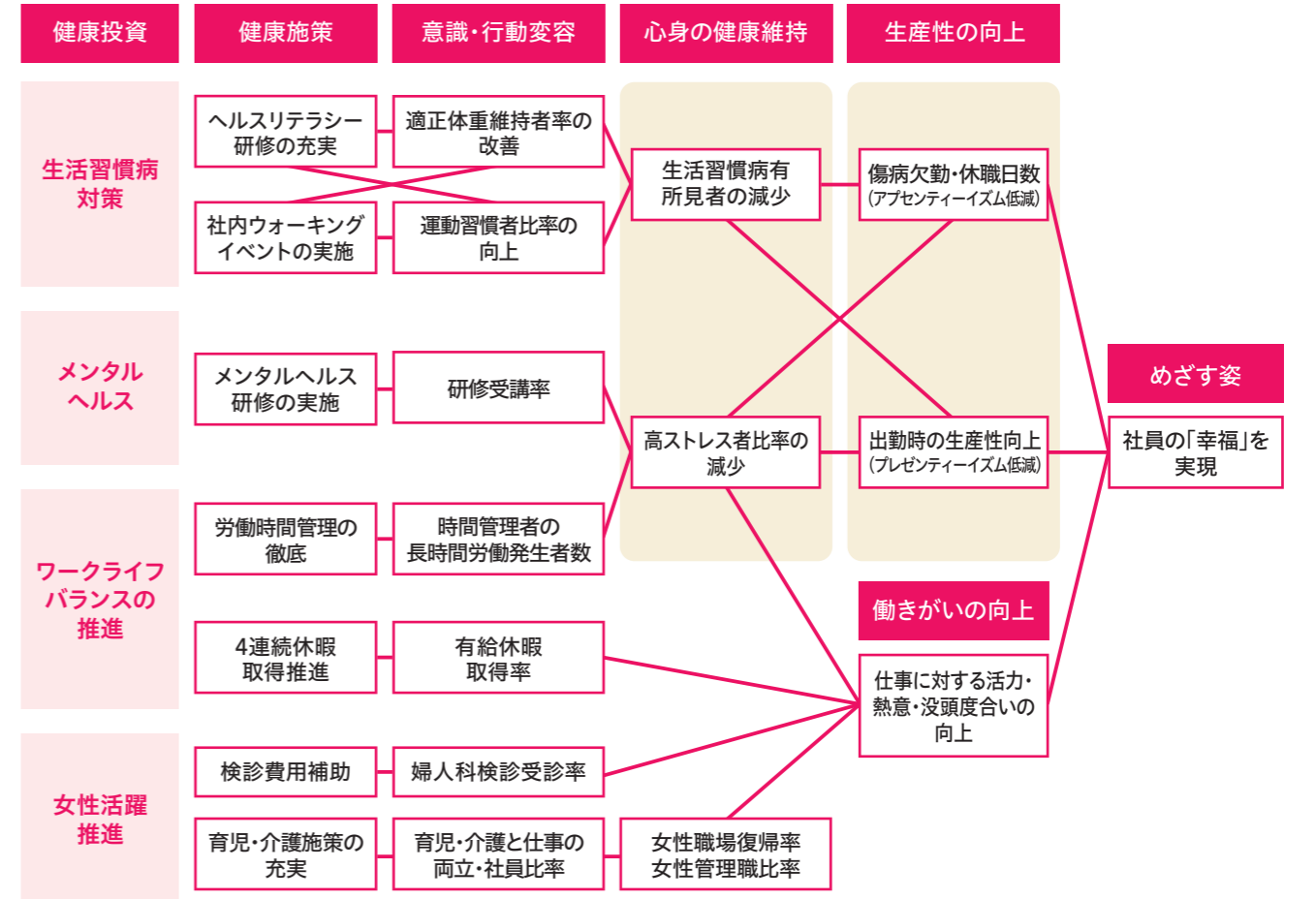
健康経営推進体制図



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「生き生き」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・増進のために右記の取り組みを実施しています。

- 社内外に向けた女性の健康に関するセミナーを定期的開催
- 当社管理栄養士による特定保健指導の実施
- 自社アプリ「スギサポwalk」を使ったウォーキングイベント
- 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。

■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。

■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。

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。



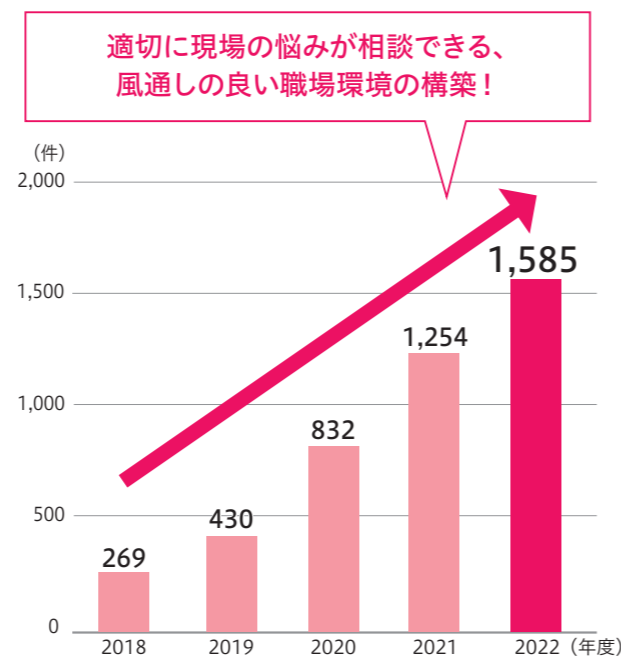
■自己申告制度

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。

職場の悩み・何でも相談ダイヤル件数(年間)



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。

■2022年度ワークエンゲージメント測定結果

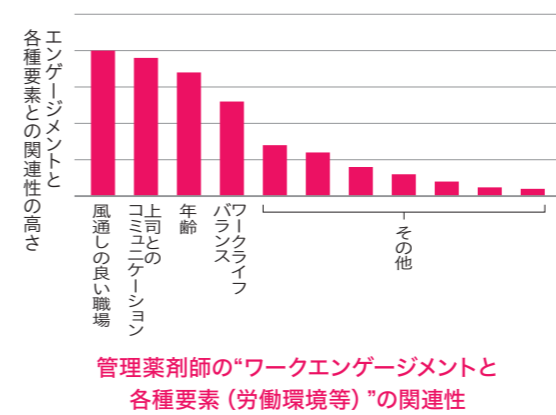
ワークエンゲージメントを構成する3つの要素である「活力」「熱意」「没頭」の尺度を質問項目に盛り込み、質問形式で測定しました。



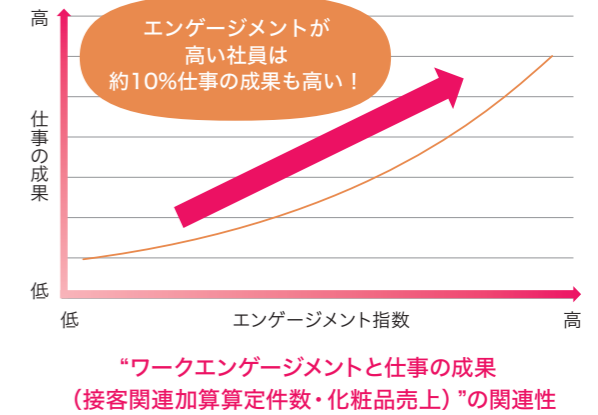
※1「ユトレヒト・ワーク・エンゲージメント尺度」を採用
※2平均値(活力、熱意、没頭)

■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

多様な人材の活躍

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、優秀な人材の確保・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。

■スグスマイルの活動

企業在籍型職場適応援助者10名、障がい者職業生活相談員32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248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
(2022年度 スギ薬局グループ)

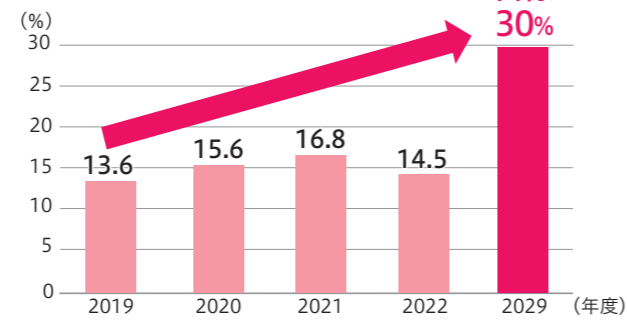
2.58%



■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、当社グループの持続的成長にとって欠かせません。そこで、当社グループでは、2029年度末までに「女性管理職比率30%」の目標を達成すべく、人材育成の強化と社内環境の整備に取り組んでいます。人材育成については、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材を育成します。社内環境の整備については、福利厚生の実施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。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、働き続けやすい職場環境を創っています。また、女性がさらに活躍できるように、「男性育児休業取得率」の向上にも注力しています。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。

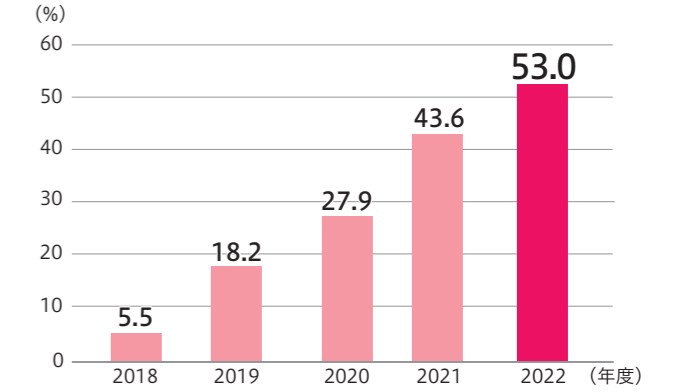
■プラチナくるみん

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。

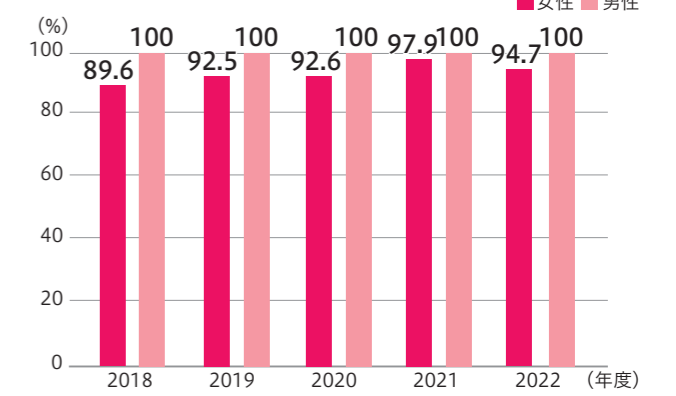
2022年度は、育児休業取得者448名（女性369名、男性79名）、育児休業後の勤務復帰率は95.2%（女性94.7%、男性100%）を達成しています。



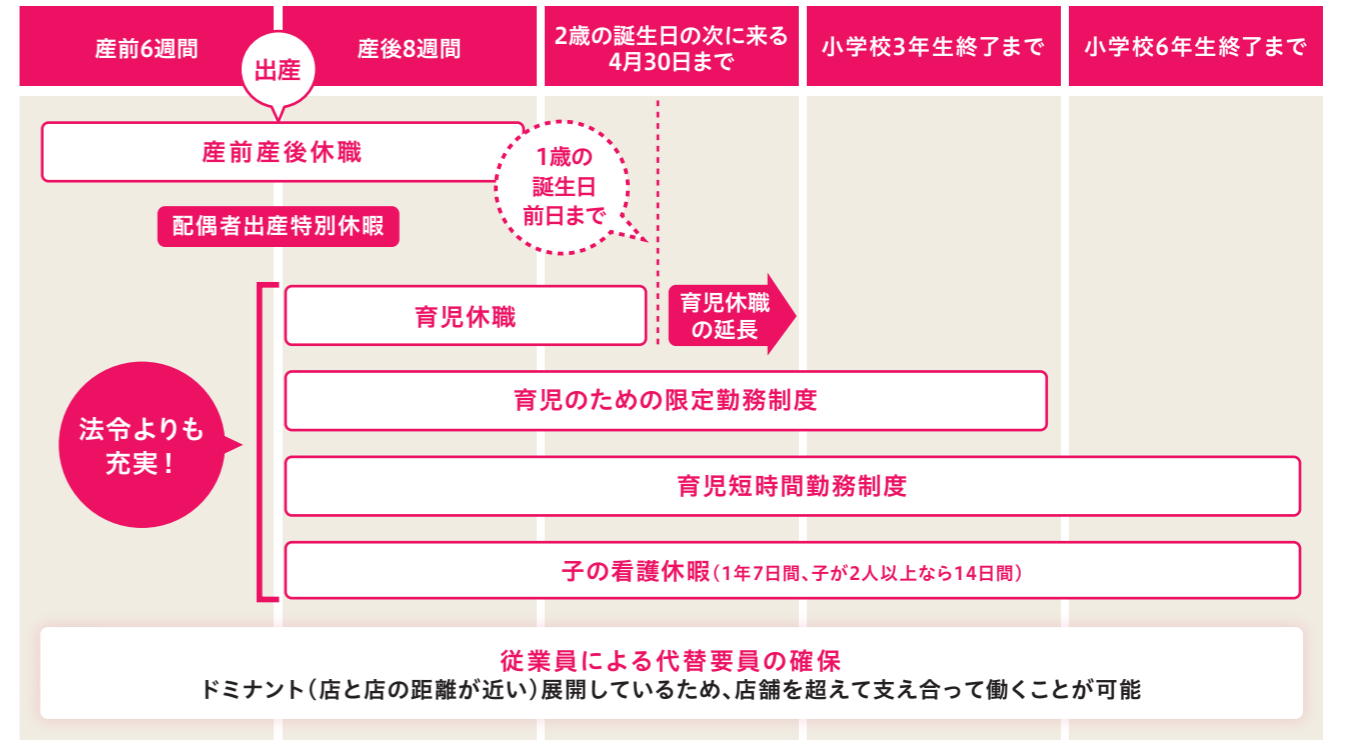
男性育児休業取得率



育児休業復帰率



多様性に富んだ支援制度



Interview

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
人事部 部長 兼 法務室 室長
株式会社スギ薬局 取締役 管理本部 本部長
スグスマイル株式会社 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高め」「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、「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。グループビジョンであるトータルヘルスケア戦略の実現と、経営理念に掲げる「親切的な行動」「地域社会への貢献」「社員の幸福・笑顔」をとおして持続的な成長に取り組んでいます。



人事制度改革による働きがいの向上

2022年度は定年延長や退職金、団体生命保険の導入など、福利厚生制度の充実を図りました。これらの制度改定の効果もあり社員の意識調査では、昇格意欲が制度改定前から大きく上昇。「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る結果となり、離職率も年々低下するなど、着実に成果が出ています。

一方、意識調査では、資格等級で一括りに評価するのではなく、店長、薬剤師など個々の役割でいかに成果を出したか適切な評価を望む声や、成果を評価した賞与など、改善を望む声も多くありました。これらを踏まえ、さらなる人事制度の改定の必要性から、新たな人事制度は「社員一人ひとりに向き合う」ことをコンセプトに改革を進めていきます。

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。そのために、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て、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という一人ひとりに合わせた教育に転換いたします。あわせて、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」、そして売上規模や郊外・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ていきます。

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、全社を挙げたり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

2022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昨年の3分の1に減少。2023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、部下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、今後の課題となっています。

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

3年連続で健康経営優良法人の認定を受けており、次は「ホワイト500」の認定を目指し、健康経営を推進します。

スギ薬局グループは「人は財産」という基本的な考え方のもと、一人ひとりに向き合って人財戦略を実行し、グループビジョンの達成、そして経営理念の実現に邁進します。

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と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

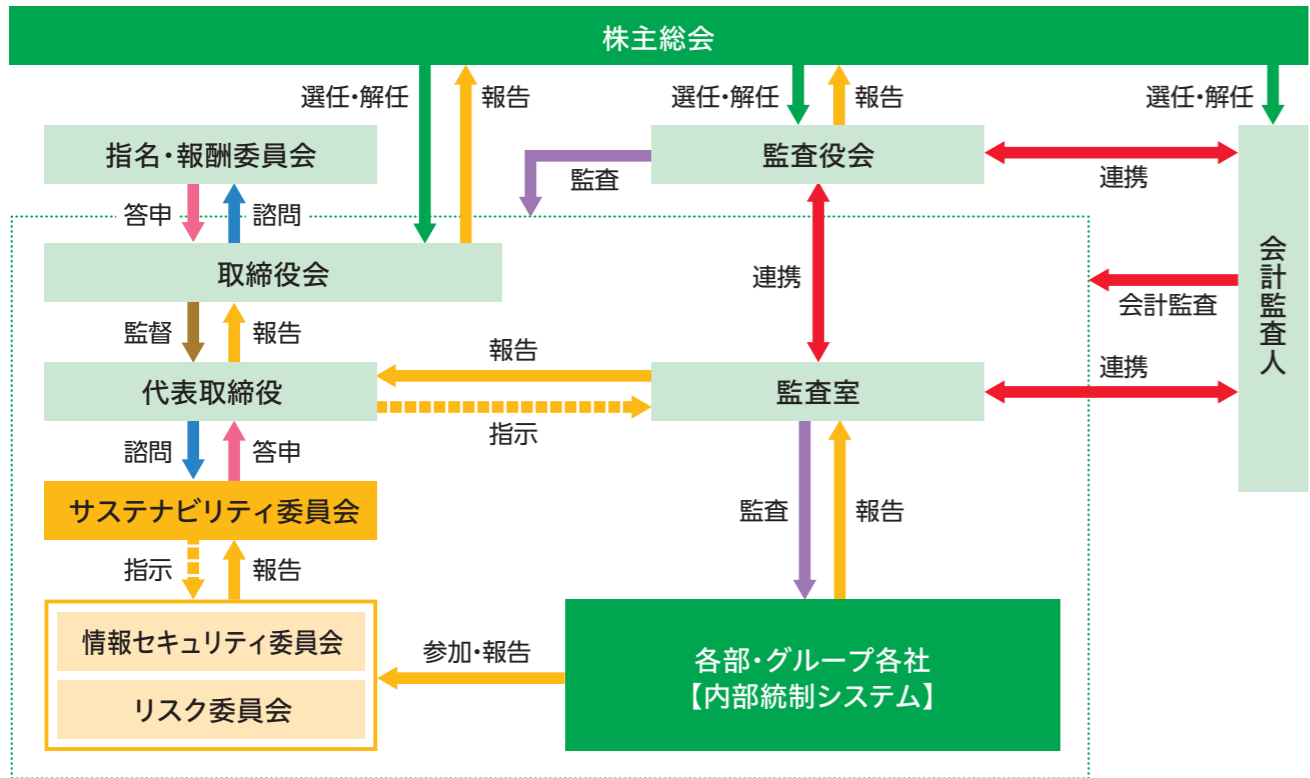
URL : https://www.sugi-hd.co.jp/corporate_governance/basic_policy.pdf

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5名 (内、社外取締役2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。

※2023年5月30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	5名
取締役のうち社外取締役の人数	2名
社外取締役のうち独立役員に指定されている人数	2名

(2023年5月30日現在)

監査役会の構成

監査役員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	3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

(2023年5月30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 (2023年5月30日現在)

 <p>榎原 栄一 代表取締役会長 1956年8月14日生</p>	<p>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)</p>	<p>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。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、当社グループのさらなる発展拡大に寄与するものと判断し、引き続き選任いたしました。</p>
 <p>杉浦 克典 代表取締役社長 1978年10月14日生</p>	<p>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)</p>	<p>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策定、DX戦略、国内外の新規事業、SDGs推進による企業価値向上に積極的に取り組み、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、当社グループのさらなる発展拡大に寄与するものと判断し、引き続き選任いたしました。</p>
 <p>杉浦 伸哉 取締役副社長 1979年11月30日生</p>	<p>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 スグ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)</p>	<p>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、医療事業領域の経験・知識により、スギメディカル株式会社の代表取締役として、医療事業の中長期戦略の策定、それに伴う異業種との各種取り組みの牽引、また、調剤併設型ドラッグストアの付加価値向上に取り組むなど、その職責を果たしています。その経験・知識は、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。</p>
 <p>神野 重行 取締役(社外) 1947年5月23日生</p>	<p>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)</p>	<p>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。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、当社グループのさら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。</p>
 <p>葉山 良子 取締役(社外) 1959年10月7日生</p>	<p>1983年4月 株式会社富士銀行(現株式会社みずほ銀行)入行 1994年3月 公認会計士登録 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) 2017年6月 株式会社ココスジャパン社外取締役 2018年5月 株式会社アダストリア社外監査役(現任) 2020年3月 株式会社ダイナックホールディングス社外取締役(監査等委員) 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(現任) 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)</p>	<p>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培われた豊富な経験と知識を有しており、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。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高い見識と、独立した立場からの適切な監督・助言を期待し、引き続き選任いたしました。</p>

監査役の略歴・選任理由 (2023年5月30日現在)

 <p>坂本 利彦 常勤監査役(社外) 1946年10月25日生</p>	<p>2001年10月 伊藤忠商事株式会社名古屋支社経総務部長 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) 2017年5月 当社常勤監査役(現任)</p>	<p>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、当社の事業内容にも精通しています。坂本氏の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厳格に監査いただけるものと判断し、社外監査役といたしました。</p>
 <p>安田 加奈 監査役(社外) 1969年4月10日生</p>	<p>1993年10月 センチュリー監査法人(現EY新日本有限責任監査法人)入所 1997年4月 公認会計士登録 2000年3月 安田会計事務所設立 同所所長(現任) 2004年3月 税理士登録 2009年9月 シンボ株式会社社外監査役 2010年5月 当社監査役(現任) 2016年6月 株式会社ゲオホールディングス社外取締役(現任) 2019年6月 中央発條株式会社社外取締役(現任) 2020年6月 コンドーテック株式会社社外取締役(監査等委員)(現任) 2021年9月 株式会社物語コーポレーション社外取締役(現任)</p>	<p>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。</p>
 <p>神谷 誠 監査役(社外) 1964年1月7日生</p>	<p>1988年8月 監査法人トーマツ(現有限責任監査法人トーマツ)入所 1993年3月 公認会計士登録 2002年5月 監査法人トーマツ(現有限責任監査法人トーマツ)社員 2004年4月 税理士登録 税理士法人トーマツ(現デロイトトーマツ税理士法人)社員 2005年10月 税理士法人トーマツ(現デロイトトーマツ税理士法人)代表社員 2007年7月 税理士法人トーマツ(現デロイトトーマツ税理士法人)名古屋事務所所長 2020年5月 公認会計士税理士神谷誠事務所所長(現任) 当社監査役(現任) 株式会社Mizkan Asset監査役(現任) 2020年6月 ヤマザキマザックキャピタル株式会社監査役(現任) 2022年6月 天野エンザイム株式会社監査役(現任)</p>	<p>公認会計士および税理士として培われた専門的な知識と豊富な経験を有しています。神谷氏には、高い専門性と独立した立場から、社外監査役としての職務を適切に遂行していただけるものと判断し、社外監査役といたしました。</p>

スキルマトリックス

	氏名	企業経営	事業戦略	組織・人材	法務・コンプライアンス・リスク管理	財務・会計	ヘルスケア
取締役	榎原栄一	●	●				●
	杉浦克典	●	●				●
	杉浦伸哉	●	●				●
	神野重行	●	●	●			
	葉山良子				●	●	
監査役	坂本利彦				●	●	
	安田加奈				●	●	
	神谷 誠				●	●	

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(2022年度実績)

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

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

2023年2月期における実効性評価では、取締役会全体としての実効性は高いレベルで確保されており、DXを含む会社戦略および中長期計画などについても適切に共有されていると評価しています。また、2023年2月期においては、従来以上に、中長期の戦略・DX・ESGに関する取り組み

等の議論が活発に行われたと評価しました。

一方、より一層高い実効性を確保するために、経営上の機会・リスクに関する議論のさらなる充実や、取締役および取締役候補者に対するトレーニングの充実ならびに取締役会がモニタリングするうえでの情報共有の充実などについて建設的な意見も提出され、それらについても取締役会で議論しました。

今後の取り組み

より一層高い実効性を確保するために、経済、環境、医療制度等の外部環境変化を踏まえた対応策の検討、取締役および取締役候補者に対するトレーニングの充実、ならびに法改正や制度改正等、最新情報の随時共有などを進めてまいります。

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。

Interview



スギホールディングス株式会社 社外取締役 神野 重行 × 葉山 良子

神野取締役が取締役に就任して8年が経過し、葉山取締役が取締役に就任して7年が経過しますが、その間の取締役会の実効性向上の進捗についてお聞かせください。

神野 社外取締役を含めた取締役会は、様々な専門分野に精通したメンバーで構成されており、規模や多様性という点で適切な体制が出来上がっていると評価しています。ここ数年の取締役会においては、中長期のグループ戦略、医療戦略、DXおよびESGに関する報告・提案が、適切なタイミングで取締役会に上程されており、活発な議論が行われています。各取締役の多様な経験・知見に基づく多面的な議論を経て決議を行うことが重要であるため、自ら積極的に発言するとともに、時には、社内取締役にも発言を促すよう心掛けています。また、店舗の出退店、人的資本

への投資、リスク管理等についても、それぞれの課題に多様な視点と数値などの客観的根拠から議論を重ねています。

企業経営を取り巻く外部環境が今まで以上に急激に変化していく中、「不易流行」の精神のもと、変えてはならない経営理念を遵守するとともに、時代の変化に適合し、長期的に持続可能な経営を推進してまいります。そのために、現場視察などによって会社の実態を正確に把握し、経営のかじ取りを監督・支援することで、社外取締役としての任務を果たしてまいります。



葉山 以前と比べると取締役会資料の事前共有が早くなり、また、WEB会議等による事前説明が事務局から詳細になされるため、個別案件に関する理解が十分にできるようになっています。

また、大きな戦略について議論する機会が増加しており、TCFDや人的資本への取り組みなど課題もありますが、毎期様々なガバナンスが改善されているのは会社として大変努力されていると評価しています。

なお、お客様や店舗の従業員に女性が多い会社であるため、女性の社内役員や管理職の育成により力を入れていただき、女性の活躍推進という視点でも、取締役会で積極的に議論することを期待しています。社外役員は、それぞれスキルが異なり、違う視点をもっていますので、今後も社外役員間で積極的に情報交換を行い、話し合いを行うことで、会社に対して適切なアドバイスを行うとともに、より良い提案を行っていきたいと考えています。



■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)	151 (14)	108 (14)	38 (-)	4 (-)	6 (3)
監査役 (うち社外監査役)	16 (16)	16 (16)	- (-)	- (-)	3 (3)
合計 (うち社外役員)	168 (30)	125 (30)	38 (-)	4 (-)	9 (6)

(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。
 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3名であります。
 4. 上記には、2022年5月20日開催の第40回定時株主総会終結の時をもって退任した社外取締役1名に対する報酬等を含んでおります。
 5. 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」としております。

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。

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

投資家との対話状況

	2020年度	2021年度	2022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	25回	34回	27回
証券会社主催カンファレンス	6回	8回	5回
機関投資家向け個別ミーティング(面談・電話)	133回	168回	166回

政策保有株式

■取得・保有に関する方針

- 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。
- 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。
- 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。
- 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

2023年2月末日時点で保有する政策保有株式について、取締役会において個別銘柄ごとに検証を行い、現状保有する株式については、その保有意義を確認しています。

情報開示について

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

- 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。
- 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。
- 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。

サステナビリティ委員会の設置

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

- 1 サステナビリティ委員会は、グループ全体を通じたサステナビリティ戦略および取り組みを検討し、代表取締役社長に報告、提言を行う。
- 2 サステナビリティ委員会は、その目的に照らし、代表取締役社長が適切と認めて選任したメンバーにより構成する。
- 3 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。

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。

<h3>情報セキュリティ体制の強化と教育</h3>  <ul style="list-style-type: none"> ●情報セキュリティ基本方針の策定 ●情報セキュリティ基本方針の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) 	<h3>外部からの不正アクセス防止</h3>  <ul style="list-style-type: none"> ●ファイアウォール設置 ●Webサイトからの不正侵入防御 ●ウイルスメールの受信防止
<h3>ウイルスの感染防止</h3>  <ul style="list-style-type: none"> ●ウイルス対策ソフトの導入 ●セキュリティパッチ適用 ●Webサイト通信・閲覧制限 	<h3>データの漏洩防止</h3>  <ul style="list-style-type: none"> ●パソコンへの外部機器の接続禁止 ●顧客情報へのアクセス制限 ●セキュリティルームと防犯カメラの設置 ●PC操作、メール送信ログ保管による漏洩時の捜査体制強化、追跡用証跡を確保

情報セキュリティの基本方針

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



URL : https://www.sugi-hd.co.jp/information_security/basic_policy.pdf

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-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

ファクトデータ

- 103 財務指標
- 104 非財務指標
- 108 連結貸借対照表
- 109 連結損益計算書
および連結包括利益計算書
- 110 連結キャッシュ・フロー計算書
- 111 株式状況/会社概要



財務指標

(単位：百万円)

	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
売上高	488,701	542,361	602,850	625,477	667,647 ^{※1}
営業利益	26,053	30,159	34,041	32,137	31,658
経常利益	27,237	31,473	35,333	33,082	32,391
親会社株主に帰属する当期純利益	17,940	20,782	21,120	19,389	19,007
減価償却費	7,389	8,412	9,940	11,268	12,362
営業活動によるキャッシュ・フロー	22,894	45,353	34,027	7,174	38,279
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 22,362	△ 18,422	△ 29,254	△ 23,892	△ 23,256
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 13,897	△ 4,895	△ 5,274	△ 5,295	△ 14,209
現金及び現金同等物期末残高	34,311	56,347	55,845	33,831	34,622
連結会計年度末					
純資産	166,563	182,750	200,629	213,890	216,538
総資産	265,481	313,757	345,933	334,758	351,895
1株当たり情報					
当期純利益(単位：円)	287	336	341	313	311
純資産(単位：円)	2,694	2,956	3,245	3,460	3,590
配当金(単位：円)	70	80	80	80	80
経営指標					
自己資本比率(単位：%)	62.7	58.2	58.0	63.9	61.5
自己資本当期純利益率(ROE)(単位：%)	10.9	11.9	11.0	9.4	8.8
総資産経常利益率(ROA)(単位：%)	10.5	10.9	10.7	9.7	9.4
連結配当性向(単位：%)	24.3	23.8	23.4	25.5	25.7
年間売上伸び率					
全店 グループ合計(単位：%)	+6.9	+11.0	+11.2	+3.8	- ^{※1}
全店 スギ薬局事業(単位：%) ^{※2}	+9.9	+13.8	+12.7	+5.3	+8.0
既存店 グループ合計(単位：%)	+2.2	+5.1	+4.3	-0.7	+3.1
既存店 スギ薬局事業(単位：%) ^{※2}	+2.6	+5.9	+4.7	0.0	+3.6
調剤情報に関する指標					
調剤売上高	91,074	105,279	117,597	132,743	142,461
処方せん応需枚数(単位：千枚)	8,698	9,833	10,101	11,730	12,913
処方せん単価(単位：円)	10,471	10,707	11,642	11,318	11,033

※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。このため対前期増減率は記載しておりません。 ※2：スギ薬局事業はスギ薬局業態のみの数値です。

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	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
会社を代表する数値					
店舗数	店	1,287	1,391	1,483	1,565
出店数	店	116	121	112	107
期末売場面積	m ²	781,303	847,543	915,322	963,270
顧客基盤に関する数値					
年間来店客数	人	269,803,126	316,850,068	339,909,390	345,818,315
年間来店客数 物販	人	262,235,053	308,854,178	330,838,009	335,822,636
年間来店客数 調剤	人	7,568,073	7,995,890	9,071,381	9,887,529
スギ薬局ポイント会員数	人	16,459,486	18,042,809	19,414,675	20,838,945
スギ薬局アプリダウンロード数 ^{※1}	DL	3,506,481	6,018,926	8,331,741	10,442,740
スギサポアプリダウンロード数(スギサポwalk)	DL	592,422	1,518,152	2,218,912	2,748,828
かかりつけ薬局アプリダウンロード数	DL	-	161,060	368,644	622,034
調剤に関する数値					
調剤薬局数	店	930	1,050	1,166	1,220
調剤併設率	%	80.0	82.9	85.5	84.4
在宅調剤センター数	数	-	-	-	28
処方せん応需枚数	千枚	9,833	10,101	11,730	12,913
健康サポート薬局数	店	5	16	16	14
地域連携薬局	店	-	-	39	46
専門医療機関連携薬局	店	-	-	2	3
特別な管理が必要な医薬品調剤率 ^{※2}	%	-	-	2.4	2.2
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	487	541	556	565
訪問調剤 ご利用者数(年間延べ)	人	128,880	146,794	160,411	176,037
訪問看護 拠点数	拠点	11	13	13	14
訪問看護 ご利用者数(年間延べ)	人	12,453	14,590	17,913	18,847
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	%	9.4	8.3	8.6	9.6
環境に配慮したプライベートブランド比率 ^{※3}	%	-	-	10.2	12.2
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	3	11	51

※1：リニューアル(2018年10月)以降の数値。 ※2：全医薬品の調剤数に占める特別な管理が必要な医薬品(麻薬、覚せい剤原料、向精神薬、毒薬)の調剤比率 ※3：プライベートブランド商品全体に占める環境配慮商品のアイテム比率

	単位	2019年度	2020年度	2021年度	2022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	51	60	75	84
包括協定 累計	件	13	13	19	26
見守り協定 累計	件	9	10	10	11
防災協定 累計	件	29	34	38	39
環境等に関わる協定 累計	件	0	3	8	8
高齢者施設へのAED寄贈 累計	件	147	182	217	255
店舗へのAED設置店舗数 累計	店	47	130	180	231
自治体等への救急箱寄贈 累計	個	962	962	962	1,068
社員に関する数値					
正社員数	人	6,182	6,710	7,308	7,727
男性	人	3,340	3,540	3,804	4,016
女性	人	2,842	3,170	3,504	3,711
女性比率	%	46.0	47.2	47.9	48.0
国内勤務者	人	-	-	-	7,727
パートナー数(8時間換算)	人	10,282	11,467	11,770	11,692
パートナー比率(8時間換算)	%	62.5	63.1	61.7	60.2
新卒採用数	人	590	695	727	533
男性	人	174	234	245	176
女性	人	416	461	482	357
中途採用数	人	613	227	402	397
男性	人	293	121	213	212
女性	人	320	106	189	185
薬剤師人数	人	2,803	3,025	3,390	3,688
登録販売者人数	人	7,810	8,527	9,704	9,019
管理栄養士人数	人	426	466	498	501
看護師人数	人	-	-	87	105
ビューティアドバイザー人数	人	1,139	1,208	1,214	1,268
正社員の平均年間給与	千円	-	-	5,259	5,391
男性	千円	-	-	5,947	5,894
女性	千円	-	-	4,283	4,782
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	9,469	10,213	10,284	11,239
能力開発研修に費やした1人あたりの平均時間数	時間	88.3	68.3	136.0	253.2
正社員の研修費用	百万円	361	354	307	652
コンプライアンス研修受講率	%	95.3	100.0	100.0	100.0

	単位	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
ダイバーシティ・働き方に関する数値					
管理職者	人	1,679	2,005	2,126	2,169
男性	人	1,451	1,692	1,768	1,854
女性	人	228	313	358	315
女性管理職比率	%	13.6	15.6	16.8	14.5
地域限定正社員人数	人	-	-	-	4,099
外国国籍の社員人数	人	353	472	454	433
障がいがある方の雇用人数	人	355	370	411	440
障がい者雇用率	%	2.54	2.36	2.43	2.58
育児休業取得者数	人	455	697	805	448
男性	人	11	46	84	79
女性	人	444	651	721	369
育児休業取得率	%	-	-	-	86.6
男性	%	-	-	-	53.0
女性	%	-	-	-	100.0
育児短縮勤務取得者数	人	307	368	508	603
男性	人	9	10	18	15
女性	人	298	358	490	588
育児休業復帰率	%	93.4	93.7	97.7	95.2
男性	%	100.0	100.0	100.0	100.0
女性	%	92.5	92.6	97.9	94.7
介護休業取得者数	人	9	12	13	16
男性	人	1	0	1	1
女性	人	8	12	12	15
正社員定年再雇用者数	人	31	27	21	32
正社員定年再雇用率	%	93.9	93.1	90.5	90.6
従業員エンゲージメント	P	-	-	-	3.1
安全衛生に関する数値					
定期健康診断受診率	%	99.7	99.6	95.3	99.0
喫煙率	%	17.0	15.2	12.0	12.3
特定保健指導受診率(終了率)	%	88.4	82.2	57.9	40.1
メンタルヘルス不調による休職者	人	-	-	-	170
復帰人数	人	-	-	-	68
退職人数	人	-	-	-	51
十分睡眠がとれている割合(健康診断結果)	%	-	-	-	65.0
労働災害発生件数	件	241	308	282	235
労働災害発生件数(業務災害)	件	154	205	238	187
労働災害発生件数(通勤災害)	件	87	103	44	48
労働災害死亡事故発生件数	件	0	0	0	0

	単位	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
環境に関する数値					
レジ袋 使用枚数	百万枚	262	144	43	65
使用トン数	t	2,000	1,100	328	507
水の使用量	m ³	-	-	-	755,045
CO ₂ 排出量Scope1	t-CO ₂	1,769	1,729	1,832	算定中
CO ₂ 排出量Scope2	t-CO ₂	115,841	124,430	133,316	算定中
CO ₂ 排出量Scope3	t-CO ₂	-	1,669,962	1,700,421	算定中
電力使用量	千kWh	250,121	279,619	307,889	算定中
再生可能エネルギー使用量	千kWh	-	-	-	3,117
社有車 ガソリン使用量	ℓ	348,007	375,300	405,420	427,679
店舗内照明のLED導入店舗数	店	1,126	1,353	1,454	1,552
店舗内照明のLED導入店舗率	%	81.0	97.0	98.0	99.0
調剤薬廃棄率	%	-	-	0.41	0.41
フーズ廃棄率	%	-	0.45	0.41	0.41
返品率	%	-	-	2.2	1.8
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	13	12	12	12
リスク委員会開催数	回	21	58	31	33
監査役会開催回数	回	13	12	12	14
取締役	人	6	7	6	5
男性	人	5	5	4	4
女性	人	1	2	2	1
独立社外取締役	人	2	3	3	2
男性	人	1	1	1	1
女性	人	1	2	2	1
独立社外取締役比率	%	33.3	42.9	50.0	40.0
女性取締役比率	%	16.6	28.6	33.3	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 ^{※5}	件	430	832	1,254	1,585
人権問題の発生件数	件	-	-	-	0
苦情の件数	件	-	7,229	5,463	4,437

※5：より気軽に通報いただけるように2021年度に名称変更を実施

連結貸借対照表

	(単位：百万円)		(単位：百万円)	
	前連結会計年度 (2022年2月28日)	当連結会計年度 (2023年2月28日)	前連結会計年度 (2022年2月28日)	当連結会計年度 (2023年2月28日)
資産の部				
流動資産				
現金及び預金	62,831	62,642		
売掛金	33,577	37,514		
有価証券	9,000	8,000		
商品	71,571	74,503		
その他	15,455	17,324		
貸倒引当金	△ 1	△ 0		
流動資産合計	192,434	199,984		
固定資産				
有形固定資産				
建物及び構築物	112,267	120,771		
減価償却累計額	△ 46,622	△ 52,261		
建物及び構築物(純額)	65,645	68,510		
土地	8,764	8,583		
建設仮勘定	3,238	2,001		
その他	40,651	45,425		
減価償却累計額	△ 28,933	△ 32,608		
その他(純額)	11,717	12,817		
有形固定資産合計	89,366	91,913		
無形固定資産	6,612	8,121		
投資その他の資産				
投資有価証券	4,297	5,459		
長期貸付金	5	5		
繰延税金資産	11,946	14,669		
差入保証金	27,491	28,902		
その他	2,631	2,868		
貸倒引当金	△ 27	△ 27		
投資その他の資産合計	46,344	51,876		
固定資産合計	142,323	151,911		
資産合計	334,758	351,895		
負債の部				
流動負債				
買掛金			70,987	77,038
未払法人税等			1,586	4,981
契約負債			-	18,059
賞与引当金			1,899	1,488
その他			28,092	15,446
流動負債合計			102,565	117,015
固定負債				
退職給付に係る負債			8,169	8,282
資産除去債務			6,659	7,063
その他			3,473	2,995
固定負債合計			18,302	18,341
負債合計			120,868	135,356
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			182,427	194,155
自己株式			△ 9,300	△ 18,215
株主資本合計			213,194	216,007
その他の包括利益累計額				
¹⁾ 他有価証券評価差額金			1,065	378
²⁾ 退職給付に係る調整累計額			△ 369	153
その他の包括利益累計額合計			695	531
純資産合計			213,890	216,538
負債純資産合計			334,758	351,895

連結損益計算書及び連結包括利益計算書

連結損益計算書	(単位：百万円)	
	前連結会計年度 (自2021年3月1日 至2022年2月28日)	当連結会計年度 (自2022年3月1日 至2023年2月28日)
売上高	625,477	667,647
売上原価	433,987	465,123
売上総利益	191,490	202,524
販売費及び一般管理費		
給料手当及び賞与	66,688	69,898
賞与引当金繰入額	1,873	1,463
退職給付費用	1,267	1,439
賃借料	32,362	34,687
その他	57,161	63,377
販売費及び一般管理費合計	159,353	170,865
営業利益	32,137	31,658
営業外収益		
受取利息	84	160
受取配当金	2	2
固定資産受贈益	455	312
受取賃貸料	1,856	1,934
その他	729	572
営業外収益合計	3,129	2,982
営業外費用		
支払利息	19	16
賃貸収入原価	1,547	1,675
固定資産除却損	281	230
その他	335	325
営業外費用合計	2,183	2,249
経常利益	33,082	32,391
特別利益		
固定資産売却益	-	1,002
特別利益合計	-	1,002
減損損失	5,626	5,208
特別損失合計	5,626	5,208
税金等調整前当期純利益	27,456	28,184
法人税、住民税及び事業税	9,660	10,587
法人税等調整額	△ 1,594	△ 1,409
法人税等合計	8,066	9,177
当期純利益	19,389	19,007
親会社株主に帰属する当期純利益	19,389	19,007

連結包括利益計算書	(単位：百万円)	
	前連結会計年度 (自2021年3月1日 至2022年2月28日)	当連結会計年度 (自2022年3月1日 至2023年2月28日)
当期純利益	19,389	19,007
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	△ 1,142	△ 686
退職給付に係る調整額	△ 39	522
その他の包括利益合計	△ 1,182	△ 164
包括利益	18,207	18,842
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	18,207	18,842

連結キャッシュ・フロー計算書

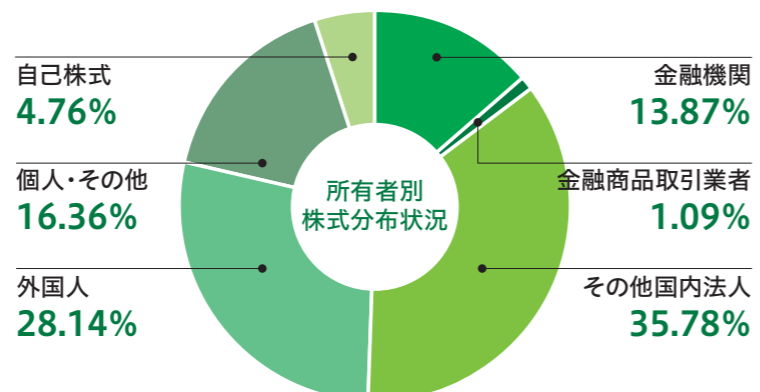
	(単位：百万円)	
	前連結会計年度 (自2021年3月1日 至2022年2月28日)	当連結会計年度 (自2022年3月1日 至2023年2月28日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	27,456	28,184
減価償却費	11,268	12,362
減損損失	5,626	5,208
賞与引当金の増減額(△は減少)	△ 699	△ 411
退職給付に係る負債の増減額(△は減少)	804	904
貸倒引当金の増減額(△は減少)	△ 8	△ 0
受取利息及び受取配当金	△ 87	△ 163
固定資産受贈益	△ 233	△ 164
支払利息	19	16
固定資産売却損益(△は益)	-	△ 1,002
固定資産除却損	3	6
売上債権の増減額(△は増加)	△ 1,922	△ 3,922
棚卸資産の増減額(△は増加)	△ 203	△ 2,901
仕入債務の増減額(△は減少)	△ 20,079	5,976
契約負債の増減額(△は減少)	-	794
その他	△ 128	545
小計	21,814	45,434
利息及び配当金の受取額	25	94
利息の支払額	△ 16	△ 14
法人税等の支払額	△ 14,648	△ 7,234
営業活動によるキャッシュ・フロー	7,174	38,279
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	△ 81,000	△ 79,020
定期預金の払戻による収入	81,000	81,000
有価証券の取得による支出	△ 24,000	△ 26,000
有価証券の償還による収入	26,000	26,000
有形固定資産の取得による支出	△ 20,743	△ 18,192
有形固定資産の売却による収入	-	1,273
無形固定資産の取得による支出	△ 2,636	△ 3,320
投資有価証券の取得による支出	-	△ 2,207
関係会社株式の売却による収入	100	-
差入保証金の差入による支出	△ 2,512	△ 2,707
差入保証金の回収による収入	299	317
その他	△ 399	△ 399
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 23,892	△ 23,256
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	△ 1	△ 8,931
ファイナンス・リース債務の返済による支出	△ 348	△ 365
配当金の支払額	△ 4,944	△ 4,912
その他	△ 0	△ 0
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 5,295	△ 14,209
現金及び現金同等物に係る換算差額	-	△ 22
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△ 22,013	790
現金及び現金同等物の期首残高	55,845	33,831
現金及び現金同等物の期末残高	33,831	34,622

株式状況／会社概要

(2023年2月28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 36,712名



大株主の状況

氏名又は名称	所有株式数(千株)	発行済株式(自己株式を除く。)の総数に対する所有株式数の割合(%)
株式会社スギ商事	20,972	34.76
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	6,349	10.52
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505223 (常任代理人 株式会社みずほ銀行決済営業部)	2,365	3.92
杉浦 克典	1,892	3.13
杉浦 伸哉	1,892	3.13
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140051 (常任代理人 株式会社みずほ銀行決済営業部)	1,567	2.59
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	1,374	2.27
株式会社ツルハ	1,272	2.10
CEP LUX-ORBIS SICAV(常任代理人 シティバンク、エヌ・エイ東京支店)	860	1.42
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505103 (常任代理人 株式会社みずほ銀行決済営業部)	821	1.36
計	39,368	65.27

(注) 2023年4月5日、合同会社スギアセットが当社代表取締役社長である杉浦克典および当社取締役である杉浦伸哉から、その保有する当社株式の一部を取得する旨の通知を受けました。また、2023年4月12日付で公衆の縦覧に供されている大量保有報告書(変更報告書)において、株式会社スギ商事が2023年4月5日現在で下記の株式を所有している旨が記載されております。これらにより2023年4月5日付で、次のとおり当社の大株主の異動が生じております。

氏名又は名称	住所	所有株式数(千株)	発行済株式総数に対する所有株式数の割合(%)
株式会社スギ商事	愛知県安城市三河安城町一丁目8番地4	22,577	35.65
合同会社スギアセット	愛知県大府市横根町新江62番地の1	3,019	4.76
杉浦 克典	愛知県刈谷市	150	0.23
杉浦 伸哉	愛知県刈谷市	150	0.23

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 7,727名(連結)
 パートナー社員数 11,692名※
※パートナー社員は8時間換算

主な事業内容 調剤薬局、ドラッグストア、訪問看護ステーションなどの事業を営む会社の支配および管理

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

店舗数 1,565店(グループ合計)
 ・スギ薬局 1,446店
 ・ジャパン 105店
 ・スギ訪問看護ステーション 14拠点

役員 (2023年5月30日現在)
 代表取締役会長 榊原 栄一 社外取締役 葉山 良子
 代表取締役社長 杉浦 克典 常勤社外監査役 坂本 利彦
 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 社外監査役 神谷 誠

編集方針

「統合報告書2023」は、スギ薬局グループの事業やサステナビリティに対する考え方を示し、それに基づく活動内容や活動結果をステークホルダーの皆様によりわかりやすく報告することを目的に編集しています。誌面ではスギ薬局グループ事業の中で特に重要であると考えられる活動に関するデータや記事をまとめています。

[対象範囲]

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

[対象期間]

2022年3月1日～2023年2月28日 活動報告には一部直近の内容も含まれます。

[参考ガイドライン]

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



[見通しに関する注意事項]

「統合報告書2023」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。