

スギホールディングス

スギホールディングス 統合報告書  
2022

統合報告書  
2022

スギホールディングス株式会社

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

スギ薬局グループは、  
 お客様の健康で豊かな生活、  
 地域医療を支えることで、地域社会に貢献します

## 目次 統合報告書 2022

2	編集方針／目次
3	経営理念
5	ごあいさつ
7	トップインタビュー
13	数字で見るスギ薬局グループ
15	目指す姿
19	成長の軌跡
21	価値創造のプロセス
23	事業報告 [株式会社スギ薬局]
25	市場環境認識
27	財務・非財務ハイライト
29	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]
33	健康的なコミュニティ
39	コロナ禍の生活を守るために
41	サステナブルな取引関係
43	地球環境への貢献
45	TCFD提言に基づく情報開示
47	健康的な職場環境
51	コーポレート・ガバナンス
60	財務指標
61	非財務指標
63	連結貸借対照表
64	連結損益計算書 及び連結包括利益計算書
65	連結キャッシュ・フロー計算書
66	会社概要／株主状況

スギ薬局グループとは

成長を支える基盤

データ・会社概要



## 編集方針

「統合報告書2022」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

2021年3月1日～2022年2月28日 活動報告には一部直近の内容も含まれます。

### 見通しに関する注意事項

「統合報告書2022」に記載されている見通しは、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、見込みとは異なる可能性があることをご承知おきください。

# 経営理念

私たちは、  
まごころを込めて親切に應對し、  
地域社会に貢献します。

私たちは、社員一人ひとりの幸福、  
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。



## 創業当時の社是と経営理念

**社是**

**親切**  
お客様にはまごころを込めて親切に應對しよう。

**誠実**  
お取引先様には謙虚にかつ誠実に應對しよう。

**信頼**  
お客様にもお取引先様にも信頼される社員になろう。

**経営理念**

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

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

## スギ薬局グループが 「薬局」であり続けること、 それがスギ薬局グループの誇りであり 社員全員の誇り

創業以来、医薬品、健康食品、化粧品、日用品の販売および処方せん調剤を通して地域社会への貢献を目指してきたスギ薬局グループは、ドラッグストアチェーンとして、グループ約1,500店舗、社員約35,000人の組織となった現在でも、変わることなく「薬局」であることを誇りに、さらなる企業価値の向上と地域社会の持続可能な成長に取り組んでいます。

創業1号店は、来店されるお客様一人ひとりの相談に耳を傾け、まごころを込めた親切な対応が評判を呼び「親切なかかりつけ薬局」として繁盛店となりました。以降、成長につながる指針となるのが社是である「親切・誠実・信頼」です。「親切」を重ねることが「誠実」であり、「信頼」を得られるとする社是の精神と利他の心である「まごころ」は、基本的な価値観として経営理念に示され、スギ薬局グループすべての社員に浸透し実践されています。

創業から変わることなく続く「親切」を起点とした社是の精神と経営理念に基づく「まごころ」を込めた行動は、事業・人財の基盤を強固なものとし、お客様の笑顔や喜び・感動を通して、社員の幸せ、地域に愛される「スギ薬局グループ」の成長へとつながっています。



スギホールディングス株式会社  
代表取締役会長

榊原 栄一

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

## 新体制下で迎えた新たな時代

榊原 2021年度は、創業45周年という節目の年において、創業者の杉浦広一が経営の最前線から退き、私、榊原栄一が会長に、副社長の杉浦克典が社長に就任し、新たな体制で臨んだ1年でした。新型コロナウイルス感染者数の増減に伴い、社会や経済が大きな影響を受けるwithコロナの環境から、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時代に入りました。店舗での接客を強みとするスギ薬局グループにも大きな変革が急務となっています。そうした激動の時代だからこそ、改めて“地域社会への貢献”という当社グループの存在意義をより一層意識し、経営理念のもと、常に原点に戻って判断、行動することに徹底した1年でもありました。私たちは、1976年、地域の皆様の健康的な生活を支援し地域社会に貢献したいとの思いから、愛知県西尾市にスギ薬局を創業しました。当社グループでは、「親切・誠実・信頼」を社是として掲げています。この社是は当社グループが

創業から45年を迎えた今でも引き継がれている創業の精神です。「親切」を起点に、お客様・社員・あらゆるステークホルダーの方々が笑顔でつながり、その笑顔の連鎖によって、つながりが広がっていくことで「地域に密着した親切なかかりつけドラッグストア」として地域社会の持続可能な成長の実現に努めています。

### 「不易流行」の精神

すべての変革は、地域のため、  
お客様・患者様のため、  
変わらぬ「人」の強みを最大化するために。

榊原 「不易流行」は俳諧を由来とし、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45年の間に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。当社グループの最大の強みは、現場で一人ひとりのお客様

「一人ひとりのお客様を大切にしたい」こそ  
スギ薬局グループの真価。  
あらゆるかたちで、親切と地域貢献を追求し、  
存在意義の向上と持続的な価値創造に取り組みます。

ニーズに合わせた親切を体現する「人財力」と、それを支える「経営体制」です。コロナによって社会は加速度的にDX(デジタルトランスフォーメーション)、非接触ニーズが進んでいます。当社グループもDXや新規事業など様々な「流行(常に変わり続けるもの)」に関して、スピード感をもって取り組んでいます。変革を続ける、変わり続けることは、当社グループのさらなる成長には不可欠であり、同様に重要なことは「不易(いつまでも変わらないもの)」を守り続けることです。直接お客様と向き合う接客に込めた、「お客様を大切にしたい」こそ不易であり、これからも変わることはありません。

時代の変化に合わせて新たな方針を進めていますが、根底にある経営思想は一切変わることはありません。物販・調剤・看護・新規事業、どんなにIT化、DXが進もうとも、最終的には人、お客様と社員です。当社グループは親切を徹底することでお客様・患者様に信用・信頼され、地域になくはない存在であり続けるために、「不易流行」は経営に携わる者のぶれない経営哲学になっています。

創業45周年を経て、  
次の50年へと続く未来を  
創っていきます。

榊原 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化し、長期的な成長のための基盤を整理する必要があります。社外取締役による監視、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。

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、間もなく迎える創業50年、そして次の50年へと続く未来を創っていきます。

覚悟を持って臨む所存ですので、皆様のご支援を心よりお願い申し上げます。



スギホールディングス株式会社  
代表取締役社長  
杉浦 克典

「健康」をキーワードにリアルとデジタルを融合し、  
皆様の健康で豊かな生活を支え、  
企業価値、社会価値の向上を目指します。

スギ薬局グループが目指す姿、  
戦略について教えてください。

杉浦 創業45周年を迎えた昨年、スギホールディングス株式会社代表取締役社長に就任し、より一層お客様・患者様の健康に寄与すべきと経営に取り組んだ1年となりました。その基盤となるのが、スギ薬局グループが掲げる「トータルヘルスケア戦略」です。健康・医療というキーワードでお客様・患者様がどのような健康状態であっても支援させていただき、当社グループの取り組みの基幹となる戦略です。

人は生まれてから亡くなるまで、病気やケガ、加齢による変化や、健康を維持するために人生の様々な場面で医療や薬に関与されます。「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・健康管理を生涯にわたり、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、リアル店舗の連合体と、さらには行政機関とも連携し、DX（デジタルトランスフォーメーション）を駆使したヘルスケアネットワークを構築することで、どのような健康状態のお客様とも接点を持ち、地域密着でリアルとデジタルを融合させた最適な商品・サービスを、一人ひとりの状態に合わせて提供するものです。

これまでのように、健康に関する悩みがあったら医療機関に駆け込むという対応だけでは、これからの超高齢社会を豊かに過ごすことはできません。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が必要です。「トータルヘルスケア戦略」を実現し、お客様に満足していただき、お客様の生涯価値を向上し続けていくには、医療を中心に他業種とも連携してマネジメントしながら、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。機会があるならば、同じ志を持つ方々と積極的に協業し、取り組みのスピードを速めたいと思っています。

スギ薬局グループの特長や強みを活かした  
価値創造について教えてください。

杉浦 当社グループには約3,400名の薬剤師が在籍しています。調剤薬局やドラッグストアのみならず、スーパー、コンビニなどの調剤事業参入も加速し、国内では薬剤師不足が続き、薬剤師の確保が困難を極めています。そのような中でもしっかりと薬剤師を確保できていることが、当社グループの大きな強みです。当社グループは、創業者で共に薬剤師の杉浦広一・杉浦昭子により、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ました。創業から変わらぬ処方せん調剤への思いが、薬学生に将来像を描かせ、薬剤師としてどうあるべきかに悩んでいる方に共感をいただくことで、採用を

有利に展開できています。

出店スピードも強みです。集中した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、昨年はコロナ禍でも112店舗の出店となり、年間出店数は業界トップクラスです。当社グループ全体で2022年2月末現在の店舗数は1,483店に達しました。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85.5%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。出店比率については、郊外比率が高いことも大きな特長であり、今後もかかりつけ薬局として、日ごろの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を店舗の専門人材がサポートし、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。

リアル拠点の展開と同時にデジタルでの取り組みも広がっています。1,941万人を超えるスギポイント会員が、安定した経営と成長を支える基盤になっており、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、さらに当社グループをご利用いただくという好循環につながっています。また、社員の働き方を改善し、一人ひとりが生き生きと活躍できる環境を整え、対人業務に注力しやすくなることで、お客様満足度を高めることができます。お客様や



社内外のパートナーなど、人と人のリアルなつながりを再発見し、寄り添い、より磨いていくという価値の創出を念頭に、DXを積極的に推進しています。

それらの価値創造の源泉をもとに、地球環境への貢献を含め、昨年度に設定したサステナビリティ経営推進に向けた重要課題への対応を進め、あらゆる人々が幸福で笑顔あふれる社会の実現を目指してまいります。

### 直近の事業環境を取り巻く外部環境における課題をどう捉えていますでしょうか。その中でスギ薬局グループの対応方針について教えてください。

杉浦 ウクライナでは、子どもを含む多くのかけがえのない命が脅かされる甚大な人道上の危機が発生しています(4月末現在)。犠牲となられた方々に心から哀悼の意を表するとともに、今後もウクライナ情勢を注視しつつ、一刻も早くこの事態が終息し、平和で安全な日々が取り戻されることを願っています。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、ウクライナ危機は当社グループにも大きな影響を与えています。まずは、資源価格の高騰です。石油、天然ガスに加えて、小麦等食糧価格の高騰も顕著ですので、当社グループで販売する商品の仕入れ価格にも影響を及ぼしています。また、希少資源の供給不足が引き起こす半導体不足も、様々な設備導入の遅延、コストの増加に影響します。今まではより安価なコストや原材料の安全性・信頼性の確保を中心としたサプライチェーンが前提でしたが、継続的、安定的に調達するための調達方法の多様化やリスク分散の対策を行っていきます。物を大切に使い、ごみを減らし、使える物は、繰り返し使う3R(リデュース:Reduce、リユース:Reuse、リサイクル:Recycle)の対応、お取引先様とのサプライチェーン全体の効率化による廃棄・物流コストの削減、省エネによる電力コスト増加への対応、平和、人権保護への啓発など、改めて、持続可能な社会への貢献を当社グループの使命として、経営していく必要性を感じています。

また、新型コロナウイルスによるパンデミックからはや2年が経ちました。国内のワクチン接種率は大きく向上しましたが、変異株が出現するたびに、消費、経済が大きな影響を受け、今後もwithコロナへの試行錯誤が続きます。消費水準がコロナ直前を上回るのは、2023年後半以降にずれ込むともいわれており、国内の個人消費の持ち直しは当面

期待できません。インバウンド需要の回復はさらに遅れる中、海外の消費者との接点の場を増やすため、様々な企業とのパートナーシップを加速していきます。

一方で、コロナ禍で新たな消費行動が定着しました。ECやネット動画、電子決済、オンラインイベントなど、非接触・非対面の活動が急激に伸びています。デジタルにより利便性・コスト削減が可能になる反面、リアル体験には「特別な体験」としての価値が求められます。せっかく店に行くからには、ただ目的の商品を見て触って購入するだけでなく、ワクワクする商品との出会いや思いがけない気づき、接客による感動など、デジタルに不足する要素を充足してくれるものが求められます。当社グループでは、薬剤師による相談はもちろん、生活習慣病リスクレポートを活用した管理栄養士による健康相談、特定保健指導の実施、ビューティ領域では肌診断機による肌測定とアドバイスなど、デジタルツールを活用した有資格者の接客によるカウンセリングを強化しています。また、デジタルサイネージによる売り場展開、スマホレジやオンライン注文後店頭受け取りサービス(BOPIs: Buy Online Pick up In Store)、お薬受け取りロッカーなどの実証実験を通じて、非接触ニーズへの対応も進めています。コロナ禍によって訪問調剤の需要も高まり、より安心・安全な訪問調剤を強化するなど、withコロナを成長の機会として事業拡大を図っています。

### 2022年度は調剤報酬改定、薬価改定が行われます。調剤領域における変化対応について、考えをお聞かせください。

杉浦 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。今年4月に行われた薬価改定では、当社グループの調剤売上に対して、少なからず影響があります。一方で、技術料の改定は、薬剤師の「対人業務」シフトが鮮明に出ています。当社グループも、お薬をお渡しした後に、次の来局までに行う服薬状況や副作用発現有無の確認、医療機関への情報提供による治療効果の向上、ポリファーマシー回避による安全性の向上など、「対人業務」を強化しています。それを強力に支援すべく、アプリでのチャットやオンライン相談機能などのインフラの構築、薬剤師教育体系の再構築など環境整備を行っています。

さらに今回の改訂では「リフィル」が導入されます。「リフィル」とは、1枚の処方せんで、一定期間繰り返し調剤できるもので、症状が安定していれば、医師と薬剤師の連携のもと、再診の効率化につなげるのが狙いです。「リフィル」の導入は、郊外に多く出店している当社グループにとって、患者様の体調変化を見逃さず、適切に対応する対人スキルと責任がこれまで以上に求められます。その他、オンライン資格確認やオンライン服薬指導、その先の電子処方せん、情報の共有など、患者様の安全性や利便性向上につながる、国家財政と患者様がwin-winな関係となるデータヘルス改革も迫ってくるとみえています。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。社会全体での「健康」に対する関心が高まる中、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の眼前には、大きな事業機会が広がっています。

### サステナビリティ経営に関して、考えをお聞かせください。

杉浦 世界中が、SDGs、ESG、気候変動の話題であふれ、1年前とは比べようもないほど、社会の関心が高まっています。身近なところでは「エシカル消費」が注目を集め、同じ商品を購入するのであれば、環境・人権に配慮された商品が選ばれます。特に、ミレニアル世代、Z世代と呼ばれる若い年代にその傾向が強くなっています。サプライチェーン上で排出されるCO<sub>2</sub>量(スコープ3)の問題や、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も世界では浮上しています。当社グループも、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先様をお願いしていくとともに、プライベートブランド商品の包装を環境配慮素材に変更し、エシカルな商品の開発や展開強化を進め、リスクを機会に変換していきます。成長機会獲得の一方で、事業リスクの把握も重要です。当社グループではサステナビリティ基本方針のもと、5つのテーマと16の重要課題を特定し、課題解決に取り組んでいます。特に、本年度は、気候変動が当社グループに与えるリスクについて、気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)の提言で要請されている開示項目に沿って整理を進めました。2030年～2050年の長期的な視点で炭素税や気温の変化、それに伴う電力料金の支払いなど、一定のパラメーターを用いて財務的な影響を捉えた結果、脱炭素経営の推進が事業リスクの解消につながると考えています。

特に脱炭素経営について、  
考えや取り組みの進捗を教えてください。

杉浦 温室効果ガス、特にCO<sub>2</sub>の排出により、地球温暖化は深刻な問題であり、気温の上昇に伴って引き起こされる気候変動は、すべての人の生活に大きな負の影響を与える重要な課題だと認識しています。当社グループも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いるところです。地球温暖化、気候変動に対して世界の危機感が高まる中で、政府、各企業も脱炭素に向けて高い目標設定を行い、達成に向けた取り組みが活発化しています。2021年秋に国連気候変動枠組条約第26回締約国会議(COP26)が開催され、「世界の平均気温上昇を産業革命前から1.5度以内に抑える努力を追求すること」が、事実上、世界の共通目標となりました。すでに世界では、CO<sub>2</sub>排出量に応じて高額な税金を課す枠組みがあり、日本でもGXリーグ創設など、同様の枠組みができるのは時間の問題ではないかと考えています。私たちの世代、そして子どもや孫、将来世代の地球のために、当社グループも再生可能エネルギーの導入をはじめ、平均気温の抑制に貢献していく必要があります。具体的な数値目標を掲げ、全社一体となった脱炭素経営を進める上で、まずは、自社で排出するスコープ1とスコープ2を対象に2030年目標を設定しました。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

会場で、リスクや機会の特定、CO<sub>2</sub>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、2021年12月には、TCFD提言への賛同表明を行っています。2021年度には、太陽光パネルを設置した初めての店舗を誕生させ、2022年度は、再生エネルギーの取り込みをさらに進めていきます。また、店舗における日々の省エネ運用の強化は当然のこととして、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による全社集中の電力コントロールの可能性も探っていきます。

中期経営計画について、  
考えをお聞かせください。

杉浦 新型コロナウイルスの不安に伴う新たな生活様式の定着、そして調剤を取り巻く大きな環境変化を受け、改めて、2022年度を初年度とする中期経営計画を策定しました。新たな中期経営計画では、2026年度までの5か年を対象に1兆円を目指します。この目標達成に向けて、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・共創の拡大に取り組んでいきます。同時に、データに基づく経営、コスト構造の改革、将来を支える人財の獲得・育成強化、組織の強化を進め、持続的な成長とともに創業以来変わることのない理念である、「地域社会への貢献」の実現を図ります。

新たな中期経営計画

2020～2021年度 顧客生涯価値の最大化による企業価値の向上		2022～2026年度 売上高1兆円への飛躍	
成長戦略	ヘルスケア領域の深耕	●ヘルスケア基軸での出店(出店エリア/店舗タイプ/医療機関連携)	●物販×調剤の相乗効果を最大化
	DX活用による顧客体験の変革	●デジタルによる顧客体験の進化	●One-to-Oneマーケティングの展開
	協働・共創の拡大	●デジタル会員拡大と調剤利用率向上	●製配販の情報連携によるSCM※最適化/商品・カテゴリー開発
経営基盤強化	データに基づく経営	●国内外でのヘルスケアネットワーク構築	●生産性の高い組織/業務の実現
	コスト構造の改革	●投資効率の高い新規出店/既存店改装の実施	●次世代に向けた組織/人財の強化
	人財・組織の強化		

※SCM：サプライチェーン・マネジメント



スギ薬局グループとは

2021年5月にHDの社長に就任され、  
創業体制から次世代体制へと移行し、  
1年が経過しました。  
変えたいことや変えるべきことがあると  
お考えですか。

杉浦 お客様、地域への貢献、社員の活躍といった基本理念はこれからも変わりません。しかし、それを実現させる手段は柔軟に変えれば良いと考えています。理念以外は必ずこうあるべきという固定観念を持つことの方がマイナスになるかもしれません。例えば、レジ接客には相当力を入れていますが、そもそもキャッシュレス化が進んでいますし、ポイントプログラムも変革、進化を続けます。お店も200～300坪多頻度来店型でいったん整えています。お客様のこれからのニーズを考えると、店舗に来店・体験いただき、あとはネットで買っていただくなど、店も売り方も時代の要請で大きく変わる可能性はあります。理念が変わることはありませんが、お客様、社員にとって有益であれば変化には果敢に挑戦したいと考えています。

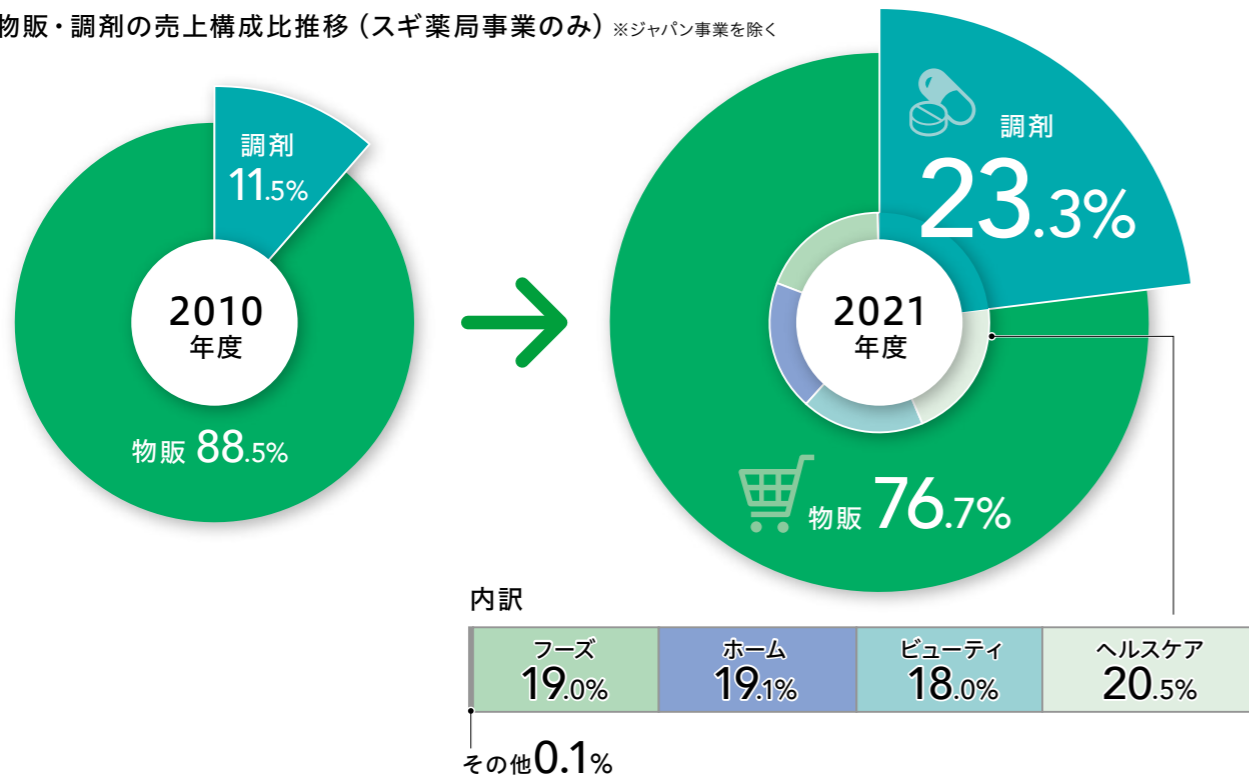
最後にステークホルダーの皆様への  
メッセージを一言お願いします。

杉浦 当社グループの理念である「地域社会への貢献」の実現に向け、「トータルヘルスケア戦略」を強力に推進する仲間づくりに力を入れていきます。昨年度も複数社と業務提携し、地域社会への新たな価値創出に向けた挑戦を進めています。人々の健康に寄与したいという同じ志を持った様々な自治体や企業の皆様との連携で、協働・共創の輪が大きくなっています。今後も、資本提携や業務提携などM&Aに限らず、積極的に協業することで、当社グループの企業価値を向上させ、株主の皆様へ還元できれば、社会に大きな価値を生み出せると信じています。私たちは今後も、ステークホルダーの皆様とともに、持続可能かつ、笑顔あふれる社会創りに邁進していきます。

# 数字で見るスギ薬局グループ

連結売上高 **6,254** 億円  
 連結営業利益 **321** 億円

物販・調剤の売上構成比推移 (スギ薬局事業のみ) ※ジャパン事業を除く



## 店舗

店舗数 ※2022年2月末現在

**1,483** 店 新規出店 112 店

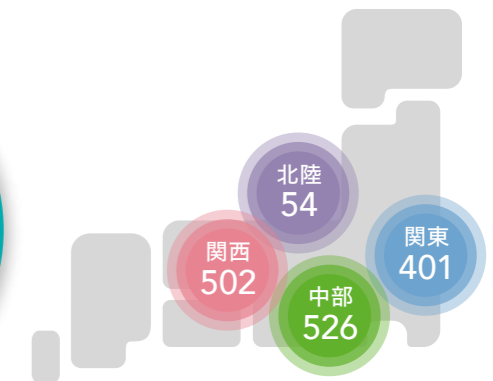
スギ薬局 **1,363** 店舗  
(調剤併設 1,166 店舗)

ジャパン **107** 店舗

訪問看護ステーション **13** 拠点

調剤併設率 **85.5%**

エリア別店舗数



## お客様

年間来店客数

**3.4** 億人

スギポイント会員数

**1,941** 万人 point

デジタル会員数

**1,104** 万人

※スギ薬局アプリ、スギサポアプリのダウンロード数とメドピア社製かかりつけ薬局アプリでスギ薬局をかかりつけ薬局に登録した数の総計

## 調剤

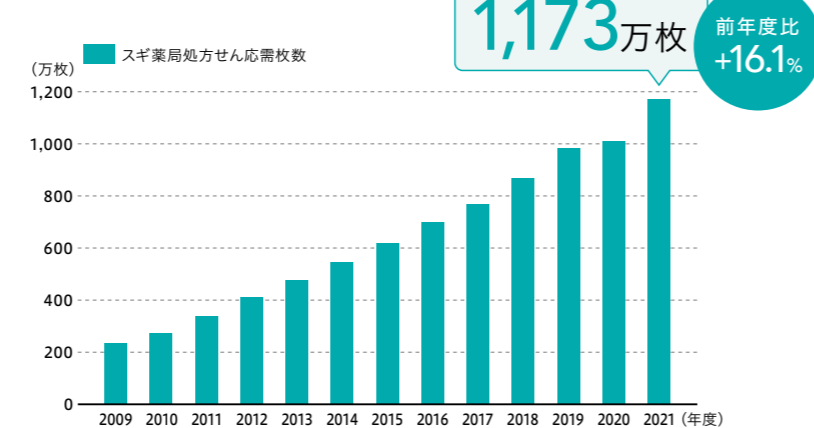
調剤売上高

**1,327** 億円 前年度比 +12.9%

処方せん受付医療機関数

**57,071** 施設

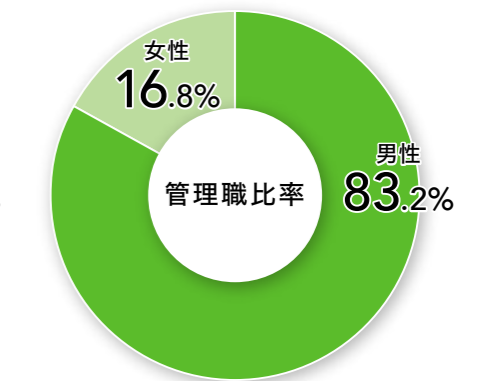
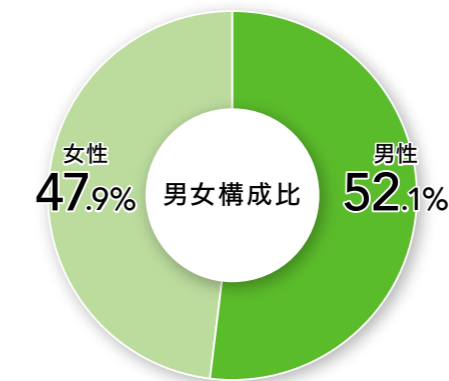
処方せん応需枚数



## 社員

社員数 ※正社員のみ的人数

**7,308** 人



専門人財 ※パートナー社員含む人数

薬剤師 **3,390** 人  
 ビューティアドバイザー **1,214** 人  
 管理栄養士 **498** 人  
 看護師 **87** 人  
 登録販売者 **9,704** 人

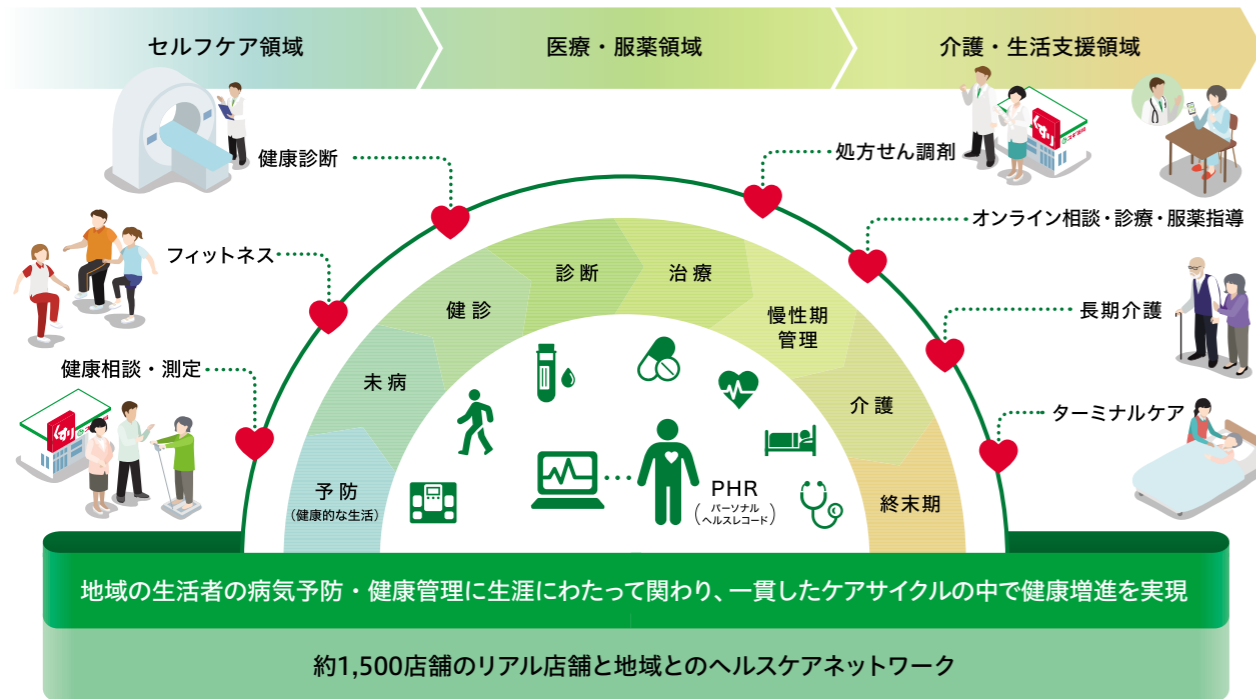


# 目指す姿

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

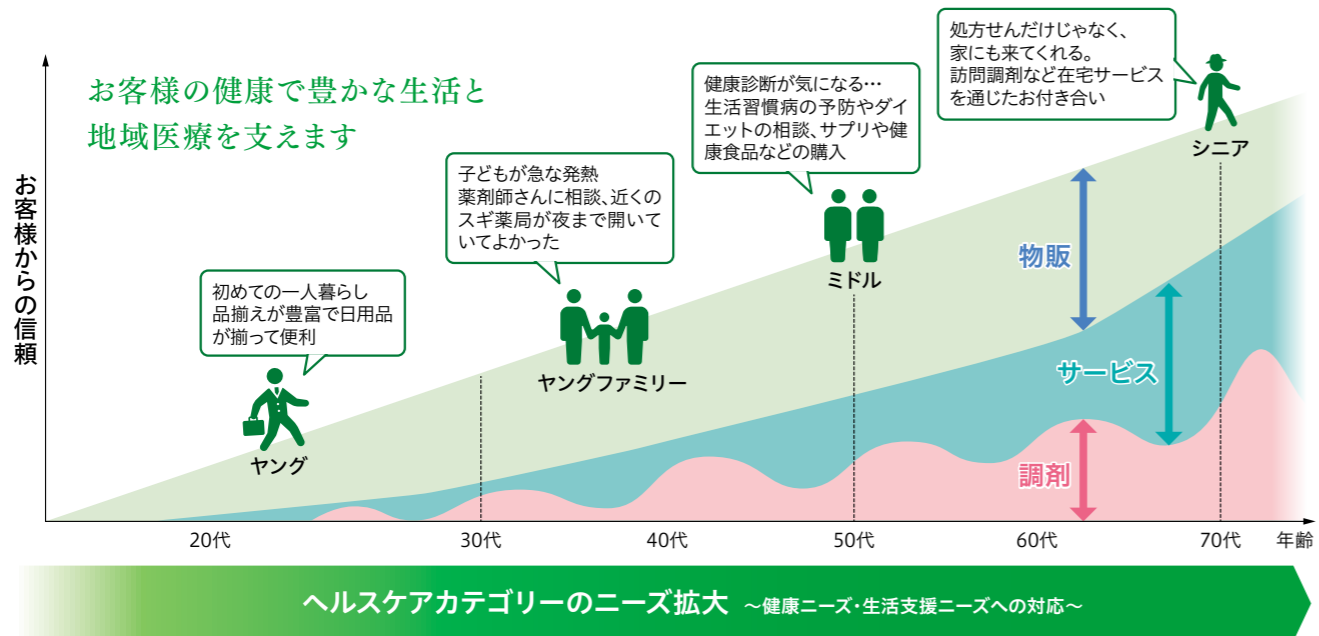
## リアルとデジタルを融合したトータルヘルスケア戦略

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



## 顧客生涯価値 (Life Time Value) の向上

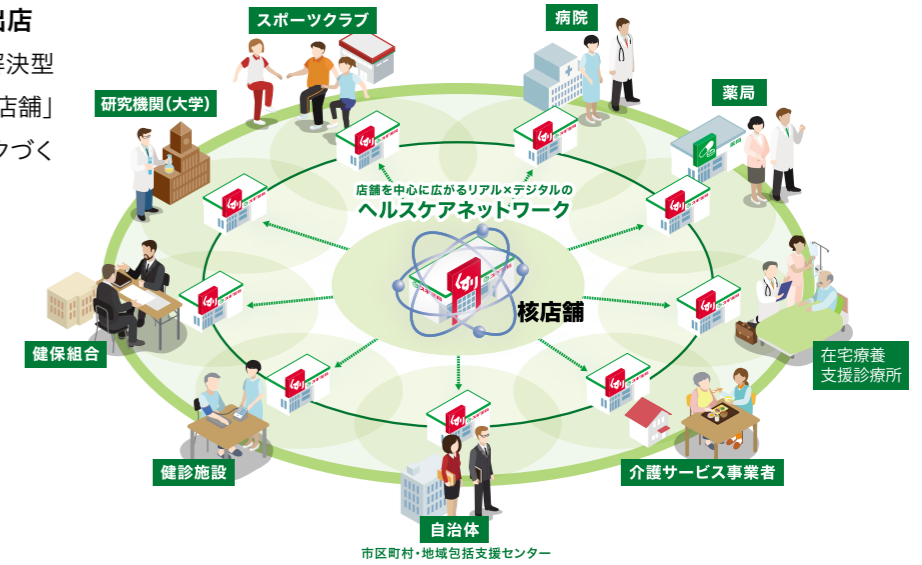
予防・未病から治療、介護・終末期の領域まで、お客様一人ひとりの健康ステージに応じたサポートで、一生のお付き合いを通じて信頼関係を築き、お客様の健康で豊かな生活と地域医療を支えます。



## 核店舗を中心としたドミナント出店

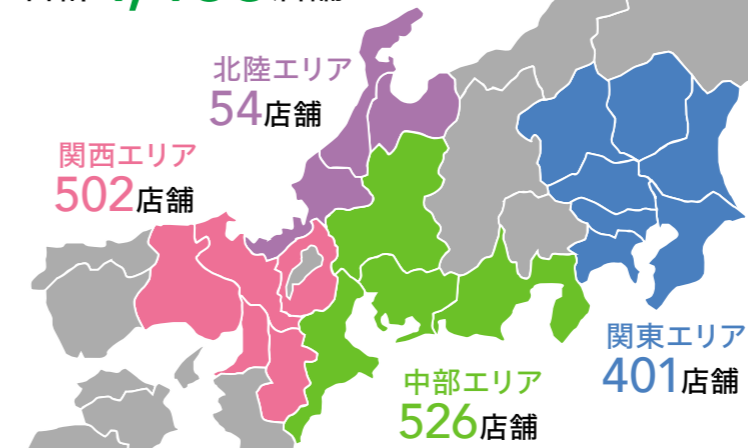
地域ドミナントの中核を担う問題解決型の店舗「核店舗」の展開を推進し、「核店舗」を中心としたヘルスケアネットワークづくりを出店戦略の柱にしています。

※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。



店舗数 2022年2月末時点

合計 **1,483** 店舗



## 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 関東・中部・関西・北陸にドミナント出店を行い、2021年度末には合計1,483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&ビューティを高め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、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。

## 三位一体モデルで調剤・医療ネットワークを構築

調剤併設型ドラッグストアに加え、「医療モール・医療機関併設タイプ」、「敷地内薬局タイプ」の三位一体モデルを推進します。地域の医療機関と連携しながら、どのタイプの薬局をご利用になっても患者様情報が共有され、安全で安心な暮らしを支える調剤・医療ネットワークの構築を進めています。

店舗2階や駐車場に併設



医療モール・医療機関併設タイプ  
地域の医療インフラとして医療機関との連携を強化

調剤併設タイプ  
創業から強みの標準モデルを拡大

名古屋大学病院店



敷地内薬局タイプ  
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対応を強化

患者様情報の相互共有

リアルとデジタルの融合により、お客様一人ひとりの生活習慣や健康課題に合わせたサービスを効果的に提供します。

向上  
お買い物体験の

### スマホレジの導入

①入店

②商品登録

③決済・退店

貸し出しスマホでお買い物スタート

商品を登録し、買い物カゴへ

レジで支払い、スマホ返却・退店

**お客様にとってのメリット**

- レジですばやくお買い物が可能
- 人との接触が最小限になり、感染拡大防止に
- お買い物金額を確認しながら計画的にお買い物が可能



### デジタルサイネージの導入とネットワーク化

メーカー様と協働し、お客様ニーズに合わせた情報提供を実施



店舗内・オンラインを  
コミュニケーション

### 店舗内コミュニケーション

各種デジタルツール活用による  
カウンセリングの強化

過去の購入履歴や各種デジタルツールで収集した情報に基づいて、一人ひとりのニーズに合わせたカウンセリングを実施し、お客様への最適な価値の提供につなげます。



ビューティ電子台帳による購買履歴や肌測定結果などに基づく適切なカウンセリングの実施



管理栄養士による生活習慣病リスクレポートを用いたカウンセリングの実施

### オンラインコミュニケーション

いつでもどこでもお客様に寄り添ったサービスのご提供

お客様との信頼関係を構築することが来店頻度の増加につながり、蓄積されたデータや接点を店頭でのカウンセリングに活かすことが可能になります。




服薬後の薬剤師によるフォローやオンライン服薬指導の実施

DXによる生産性向上を通じて、お客様とのコミュニケーションを強化

生産性向上と  
サービス品質向上

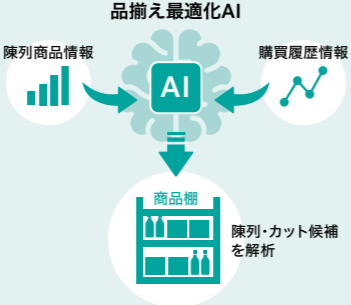
### 携帯型情報端末の機能向上

- 各システムとの連携により、発注、在庫管理業務、ポイント交換業務などの効率化に貢献
- 動画マニュアルや店舗運営で使用する帳票を店舗内でいつでもどこでも閲覧



### AIを活用した品揃えの最適化

- AIによる分析の均質化
- AIによるお客様の要望に沿った最適な陳列棚の作成



品揃え最適化AI


陳列商品情報 → AI → 購買履歴情報

商品棚

陳列・カット候補を解析

### 品質管理業務の自動化、品質向上

- 自動温度管理システムの導入
- 期限管理システムの導入
- 見切りシール発行システムの導入



品質異常リスクを低減  
廃棄ロスを低減

WEBアプリ画面

温度センサー

トータルヘルスケア戦略を推進する戦略的パートナーシップ

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、地域の生活者の病気予防・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。

## 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14万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/eats/deli」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。

## 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。

## 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

健康保険組合向けに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。共同事業を通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。

## 大樹薬局

Great Tree Pharmacy Co., Ltd.  
業務提携：2020年11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200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通して、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。

## OMI CARE

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

### 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、人材交流を通じて、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。

## 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PB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。

スギ薬局グループとは

17 スギホールディングス 統合報告書 2022

スギホールディングス 統合報告書 2022 18

# 成長の軌跡

売上高(億円)  
6,000

100  
店舗を突破

500  
店舗を突破

1,000  
店舗を突破

1,500  
店舗目前

## 事業展開 (年度)

2001 ● 東証一部へ上場

### 創業

1976

愛知県西尾市で小さなまちの「かかりつけ薬局」からスタート



- 2007 ● 株式会社ジャパンを完全子会社化
- 2008 ● 株式会社スギ薬局をスギホールディングス株式会社に商号変更
- 新設分割により持株会社体制に移行し、株式会社スギ薬局、スギメディカル株式会社を新設
- 飯塚薬品株式会社を完全子会社化

- 2013 ● 核店舗1号店となる熊本店を開設
- 2016 ● 自社物流センターとなる大府センターを開設

- 2018 ● メドピアグループと資本業務提携
- 医師の開業支援を行う株式会社DCPソリューションを設立
- 2019 ● 敷地内薬局となる名古屋大学病院店を開設
- 2020 ● Inagoraホールディングス株式会社と資本業務提携
- 国内外に商品供給などを行う株式会社Sトレーディングを設立
- Great Tree Pharmacy Co., Ltd. (大樹連鎖薬局、台湾)と業務提携
- 2021 ● Omicare Joint Stock Company (薬局併設型ドラッグストアOmi Pharma・EC事業、ベトナム社会主義共和国)と業務提携
- スギメディカル株式会社の訪問看護事業を株式会社HMAに吸収分割し、株式会社HMAをスギナーシングケア株式会社に商号変更

## 商品・サービス (年度)

- 2002 ● 個人宅向けの訪問調剤を開始
- 2003 ● クリーンルームを設置し、無菌調剤を開始
- 2005 ● 高齢者施設向けの訪問調剤を開始

2008 ● 訪問看護・居宅介護を開始

2014 ● 福祉用具貸与・販売を開始

- 2018 ● 食事宅配サービス「スギサボdeli」開始
- 2019 ● 管理栄養士による特定保健指導事業を開始
- 歩数記録アプリ「スギサボwalk」リリース
- 食事記録アプリ「スギサボeats」リリース
- 2020 ● ビッグデータを用いた生活習慣病リスクレポートの販売を開始



## CSR・ESG (年度)

- 2008 ● ピンクリボン運動を開始
- 2009 ● 障がいがある方の雇用を推進するスグスマイル株式会社を設立
- 高齢者施設や病院でのコスメティックセラピーを開始

- 2013 ● 高齢者施設へAED寄贈を開始
- 乳がんの患者様へ医療用ウィッグ寄贈を開始
- 2014 ● 難病のお子様とご家族への支援を開始
- 2017 ● 持続可能なまちづくりを目的に自治体と包括連携協定を開始

- 2018 ● 社会人サッカークラブFC刈谷とパートナー契約を締結
- 「プラチナくるみんマーク」を取得
- 2021 ● 2年連続健康経営優良法人に認定
- ESG推進室・サステナビリティ委員会を設置
- TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)に賛同を表明
- 「製・配・販連携による在庫適正化と返品削減」の取り組みが評価され、「サプライチェーンイノベーション大賞2021」の「大賞」を受賞
- 2022 ● 学校法人藤田学園と地域医療連携に関する基本協定および共同研究講座の設置に関する契約を締結
- 東京証券取引所プライム市場、名古屋証券取引所プレミアム市場へ移行

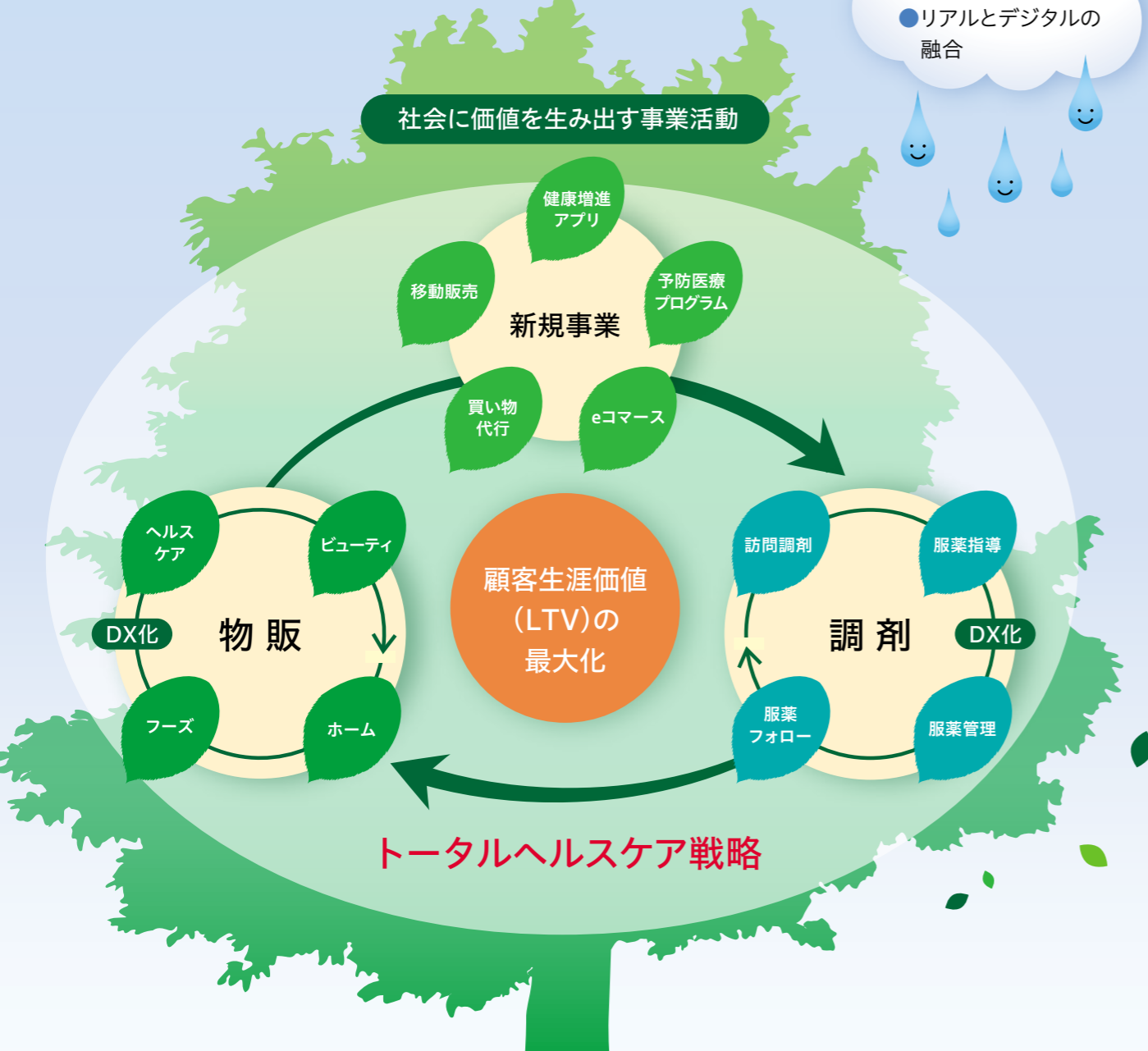


'76 '80 '90 '00 '01 '02 '03 '04 '05 '06 '07 '08 '09 '10 '11 '12 '13 '14 '15 '16 '17 '18 '19 '20 '21(年度)

スギ薬局グループとは

# 価値創造のプロセス

深刻化する社会課題、技術革新や消費者の価値観の変化に対応し、スギ薬局グループの強みと「物販」「調剤」の両輪に、協業パートナーと事業・サービスを展開しています。  
 新たなお客様の価値を創造し、地域の健康ニーズにお応えするとともに、社会に支持される企業へと成長し、あらゆる人々が幸福で笑顔あふれる社会の実現を目指しています。



**技術革新**

- 5G促進・IoTの拡大
- リアルとデジタルの融合

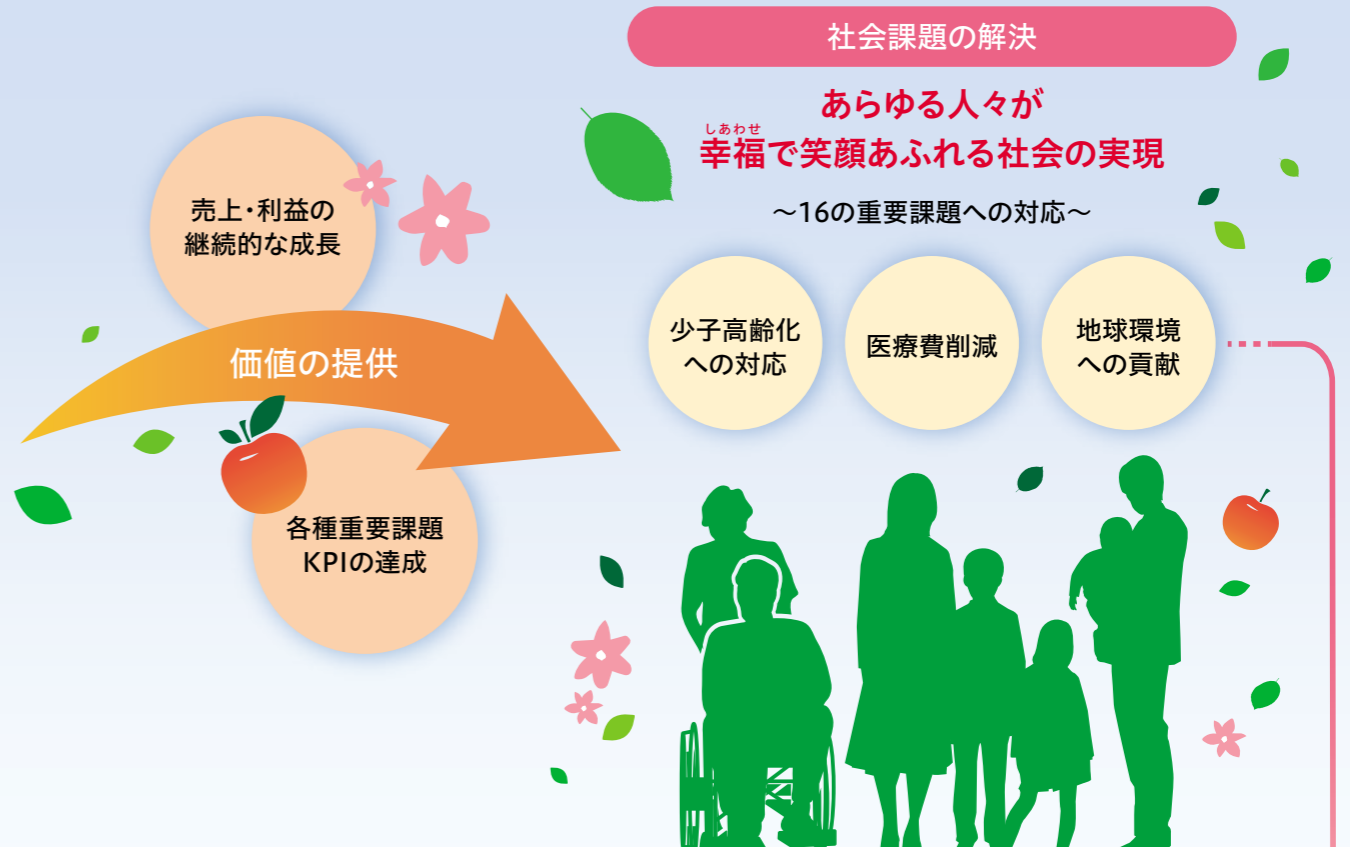
**社会課題の深刻化**

- 少子高齢化
- 医療費の適正化
- 温暖化
- プラスチック問題

**社会の変化**

**価値観の変化**

- 価値の多様性
- 消費行動の変化
- 所有→シェア



地域医療を支え、地域社会へ貢献 ←

← 価値の還元

経営理念の実現

スギ薬局グループとは



新型コロナウイルス感染症の影響が続く中、  
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  
株式会社スギ薬局 常務取締役

杉浦 伸哉

2021年度は新型コロナウイルス感染症の影響が続く中、ワクチン接種率の上昇に伴い、経済活動が正常化に向かう動きも見受けられました。しかし、2021年後半にはオミクロン株の感染急拡大によるまん延防止等重点措置の適用や原材料価格の高騰などにより、不安定な状況へと後退しています。

ドラッグストア業界におきましては、調剤市場の拡大は継続しているものの、前期の食料品や日用品を中心とした需要急拡大からの反動減が見受けられました。また、マスクの常用や衛生意識の高まりによる化粧品・OTC医薬品の需要減少も長期化しています。それに伴い異業種・同業種との激しい競争、積極的な各社出店やM&Aおよび調剤報酬点数・薬価改定も相まって、経営環境は厳しさを増し、予断を許さない状況が続いています。

このような環境のもと、スギ薬局は、コロナ禍において変化した健康・予防意識の高まりや消費者の生活様式に対応した品揃え・店舗づくり、店舗の作業効率改善によるお客様へのサービス向上、キメの細かい人員配置などに取り

組むことで収益性の改善を図っています。また、当社の創業来の強みである調剤領域においては、医療事務への対物業務の移管、薬剤師への教育研修、デジタルの徹底活用、医療機関との連携などにより生産性の向上と対人業務の強化に努めています。



## 物 販

2021年度は、創業45周年を迎え、お取引先様と協働で、45周年限定商品の販売や周年を掲げた販売促進活動を展開することで、売上の拡大に向けた取り組みを強化しました。

また、将来の事業拡大に向け、出店・改装・リロケーションなどによる健全な店舗ポートフォリオの推進、One to One販促の実現に向けたデジタルCRM基盤の構築などに取り組みました。一方、生産性の改善を目指し、自動発注の対象範囲の拡大およびシステム改修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、お取引先様との情報連携による製・配・販一体でのサプライチェーン全体の最適化などにも取り組んでいます。

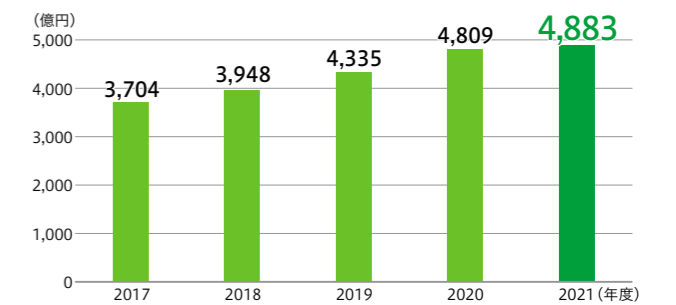
前年に引き続き、新型コロナウイルス感染症の影響が続く中で、巣ごもり需要を取り込む食品の強化を図るため、冷凍・冷蔵ショーケース増設による冷凍食品の強化や生鮮食品の取り扱い店舗を増加しました。加えて、全店舗でドラッグストアならではの体力・免疫力売場展開を強化し、登録販売者資格を持つスタッフを中心に、ビタミン剤などの推奨を通して、感染症予防を呼びかけました。

また、外出自粛傾向の中、体力UP・健康への意識の高まりから、家中での筋トレ需要が増え、売り場訴求を強化したことで、プロテイン関連商材が大きく伸びました。その他、コロナ禍により口腔ケアの重要性なども広がりを見せ、同様

に新型コロナウイルス感染症によるストレスから不眠に悩む方が増えるなど、市場の変化やニーズに応じたきめ細かな売場の変更、拡大、訴求を行いました。加えて、833万ダウンロードを突破したスギ薬局アプリでの商品知識啓発コンテンツの配信、商品割引クーポン、ポイント加算クーポンなどのサービスを連携することで、よりお客様の満足度を高める施策を強化しています。併せて、新型コロナウイルス感染症によるトレンド変化だけでなく、若年層の取り込み、ジェンダーレスを意識した商品拡充、SNS連動売り場でのビューティ商品の訴求など、スピード感のある商品展開を図りました。

これらの活動をお客様からご支持いただいた結果、売上高4,883億円と厳しい市場環境の中にあっても実績を伸ばすことができました。

### [株式会社スギ薬局物販] 売上高推移



## 調 剤

調剤領域のさらなる拡大を目的に、新規開局を進めるとともに、調剤室や待合室の拡張改装を行い、既存店舗の活性化に取り組みました。処方せん枚数および薬剤使用数量の伸び等を考慮し、優先度の高い店舗の拡張改装に取り組みました。その結果、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つながり、改装を実施した店舗の処方せん枚数は、改装前に比べて顕著に増加し、改装の効果が着実に出てきています。

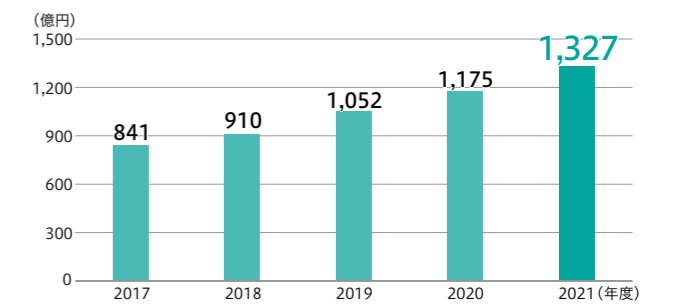
また、物販を利用されているお客様に対して、調剤利用率の向上を目指すべく、告知の強化やかかりつけ薬局アプリのダウンロード促進に取り組みました。店舗での積極的なアプリ利用促進により、かかりつけ患者登録人数や、服薬フォロー数、アプリを使った処方せん送信数は大きく増加しました。加えて、物販と調剤スタッフの店舗内連携をさらに強化し、当社の原点である接客・カウンセリングを中心とした施策を徹底して実施しています。

薬剤師本来の仕事である「服薬指導」、「薬歴管理」、「服薬フォロー」、「医療機関への相互情報連携」といった患者様および医療機関とのコミュニケーションの強化、対人業

務に集中できるように、調剤機器導入による業務の機械化、医療事務スタッフへの対物業務の移管も推進しました。調剤機器においては、新たなレセプトコンピュータの全店導入や自動一包化機器、軟膏混合機、監査機器の導入も進めています。さらに訪問調剤における患者サービスレベルの向上、多職種連携の推進強化、それらの業務効率化を目的として、訪問調剤強化型店舗の出店を進めました。

これらの活動を通じて患者様からの信頼をいただいた結果、処方せん応需枚数1,173万枚（前年度比116.1%）、調剤売上1,327億円（前年度比112.9%）となりました。

### [株式会社スギ薬局調剤] 売上高推移



# 市場環境認識

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



## 経済団体から提言された薬局・薬剤師の目指す姿

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

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

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

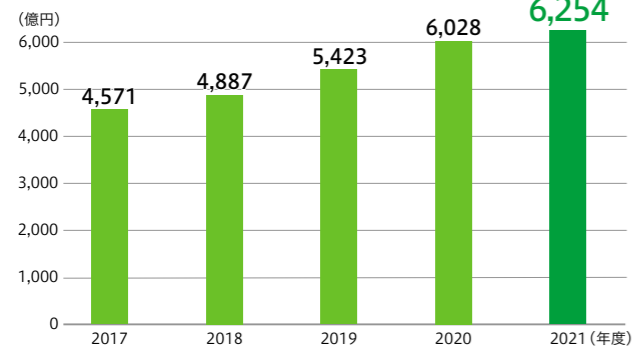
## 国が目指すかかりつけ薬局のビジョン

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

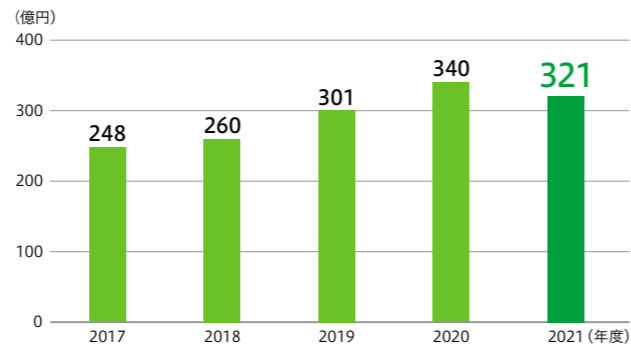
- 2015年 **厚生労働省「患者のための薬局ビジョン」発表**
  - ・ 門前薬局を含め、すべての薬局が<sup>※</sup>かかりつけ薬局としての機能を持つことを目指す
- 2020年 **服薬フォローの義務化 (薬機法改正)**
  - ・ 患者様の薬剤使用状況を継続的にフォローアップ
- 2021年 **薬局の認定制度が導入 (薬機法改正)**
  - ・ 地域連携薬局、専門医療機関連携薬局
- 2025年 **すべての薬局を「かかりつけ薬局」へ**
  - ・ ICTの活用
  - ・ かかりつけ薬局+健康サポート機能
- 2035年 **日常生活圏域でのかかりつけ機能の発揮**
  - ・ 立地を地域へ移行することを評価

# 財務・非財務ハイライト

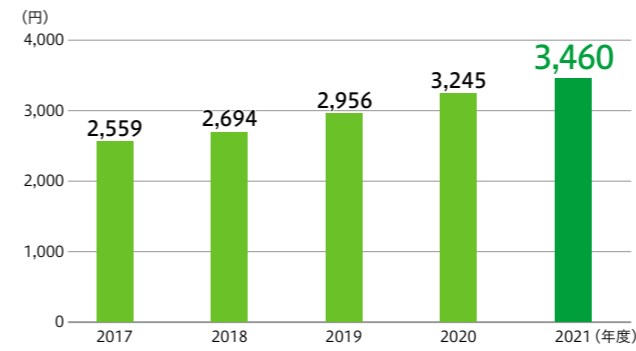
財務 売上高



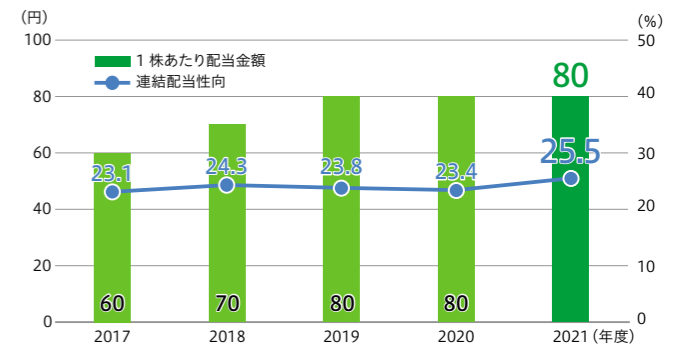
財務 営業利益



財務 1株あたり純資産

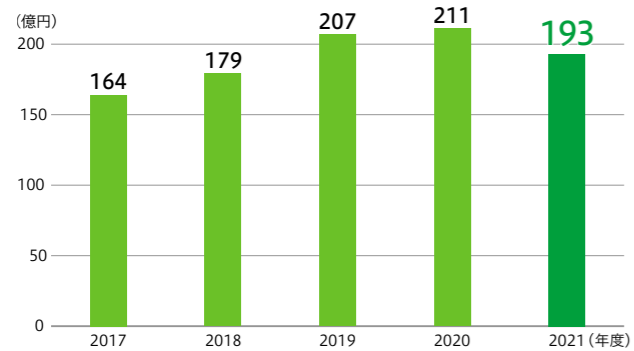


財務 1株あたり配当金額／連結配当性向

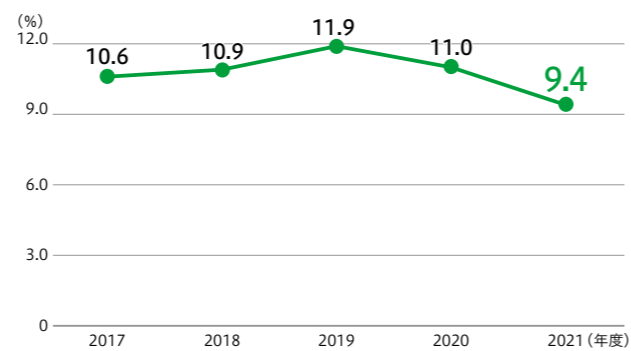


スギ薬局グループとは

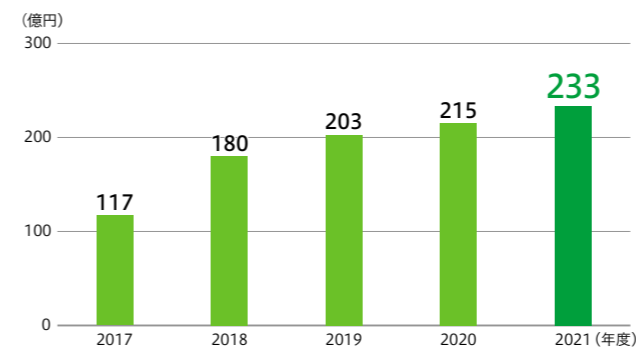
財務 親会社株主に帰属する当期純利益



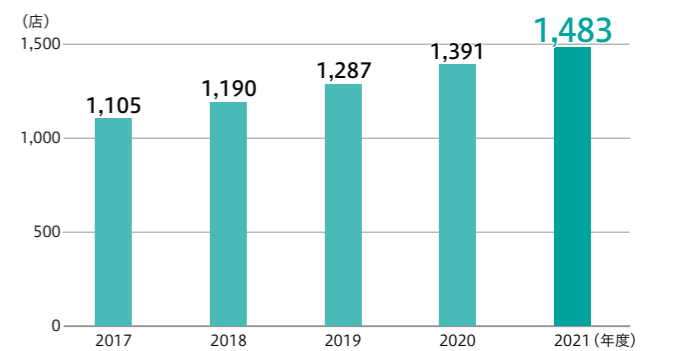
財務 ROE



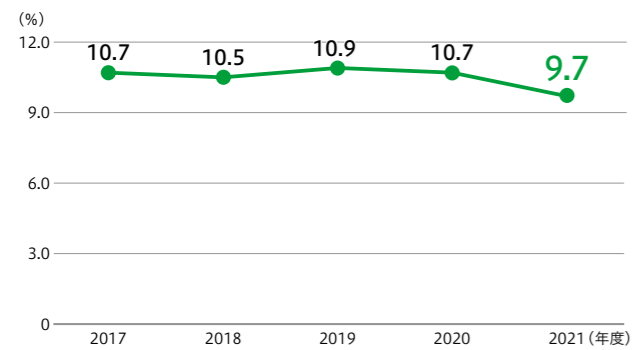
財務 設備投資



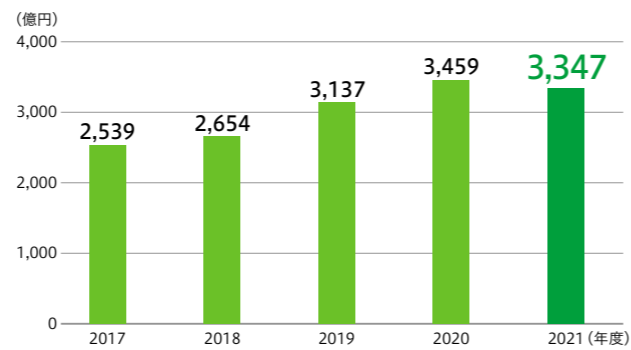
非財務 店舗数



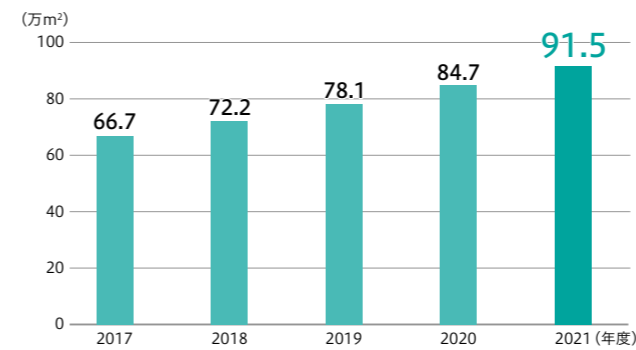
財務 ROA



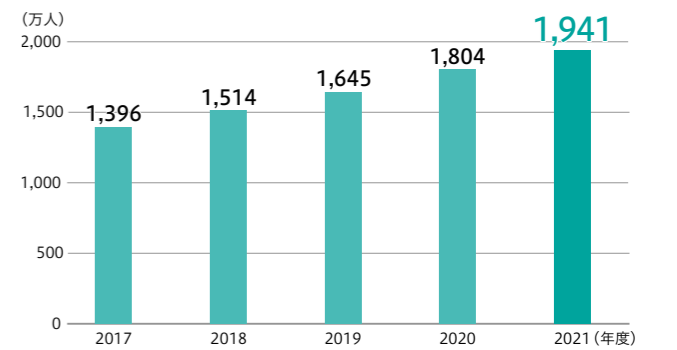
財務 総資産



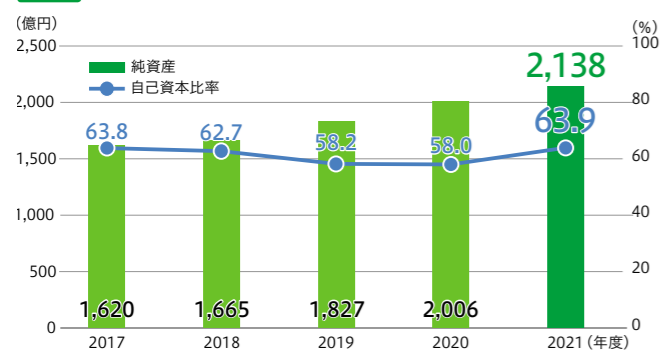
非財務 期末売場面積



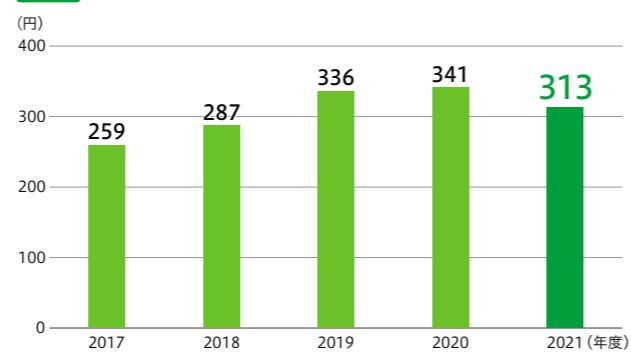
非財務 ポイント会員数



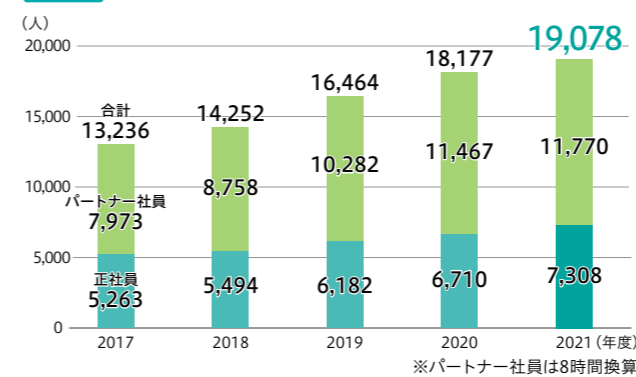
財務 純資産／自己資本比率



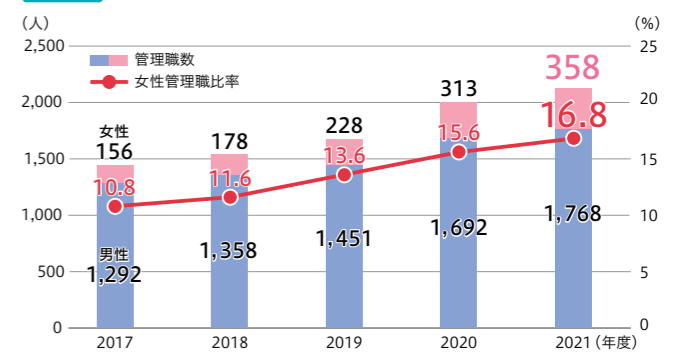
財務 1株当たり当期純利益



非財務 社員数



非財務 管理職数／女性管理職比率



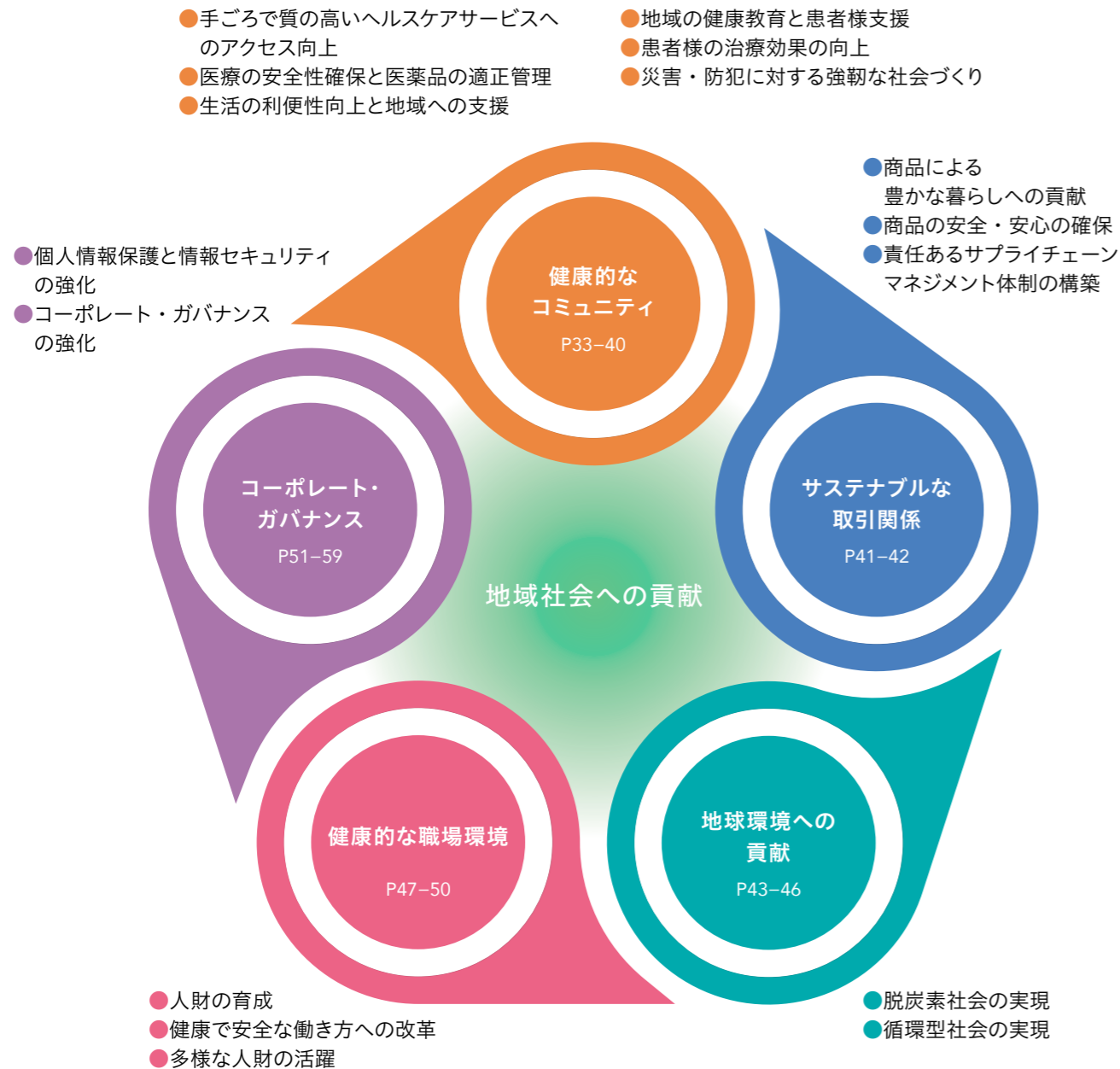
## サステナビリティ経営を推進するための重要課題 [マテリアリティ]

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、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、およびその結果として経営理念の実現につなげていく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

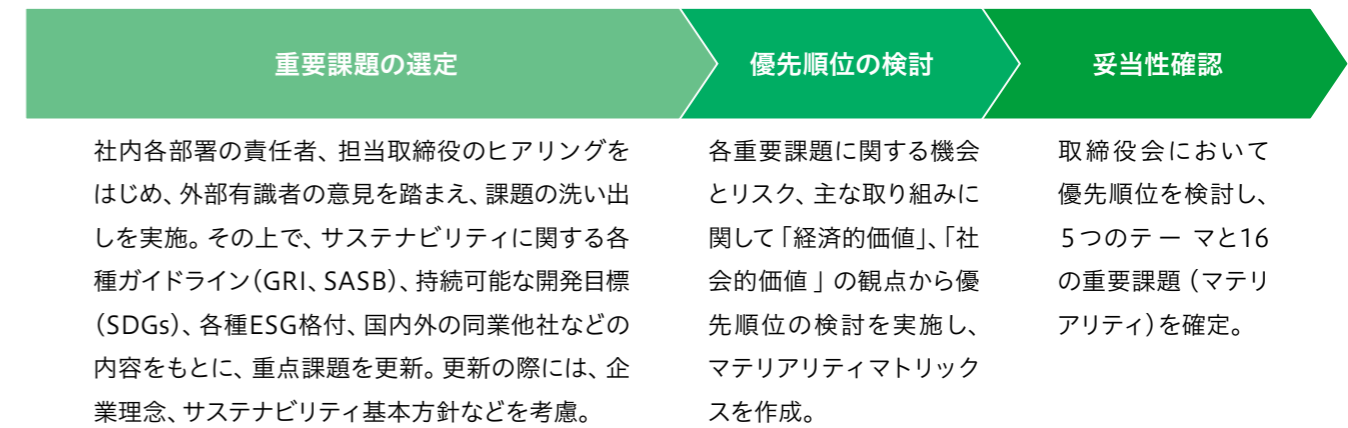
スギ薬局グループは、環境と社会の様々な課題に真摯に向き合い、企業活動を通して、健康で元気な人を増やし、活力ある社会を実現するため、ステークホルダーの皆様と協働し、「地域社会」の持続可能な発展に貢献する企業を目指します。

### 5つのテーマと16の重要課題 [マテリアリティ]



### 重要課題 [マテリアリティ] 特定プロセス

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



成長を支える基盤



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"> <li>● カウンセリング機能を持つ店舗の拡充</li> <li>● オンラインサービスの拡充</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● データに基づくヘルスケアサービスの提供</li> </ul>	     
		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"> <li>● ヒヤリハット事例の収集と教育、インフラ整備</li> <li>● 医薬品、医療機器の安全な回収</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● デジタルを活用した医療品などの情報提供</li> </ul>	
		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"> <li>● 商品、サービスへのアクセス向上</li> <li>● 在宅患者様向けの医療・介護サービスの拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域・団体などへの活動支援</li> </ul>	
		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"> <li>● 予防とケアを目的とした情報提供の拡充</li> <li>● 患者様および患者様家族などへの教育・啓発</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 患者様および患者様家族などへの支援</li> </ul>	
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"> <li>● 服薬フォローの実施によるアドヒアランス向上</li> <li>● ポリファーマシー回避による治療効果向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 医療機関への情報提供による治療効果向上</li> </ul>		
	リスク	調剤報酬の減額				
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"> <li>● 強靱な店舗およびインフラの構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域の災害被災者への支援</li> </ul>		
	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"> <li>● 健康に配慮した商品の提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 高付加価値商品の開発強化</li> </ul>	   
		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"> <li>● 商品の品質保証体制の確立</li> <li>● 適切な情報開示</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● エシカルに配慮した商品の展開強化</li> </ul>	
		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"> <li>● サプライチェーンの適切な管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● サプライヤーとの円滑なコミュニケーション</li> </ul>		
	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"> <li>● 再生可能エネルギーへのシフト</li> <li>● 温室効果ガス排出量の削減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ライフサイクル全体での環境負荷低減</li> </ul>	   
		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"> <li>● 水資源の保全に向けた店舗づくりの推進</li> <li>● 製・配・販連携による資源循環の推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 製・配・販連携による資源循環の推進</li> </ul>	
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"> <li>● 社員の能力開発研修の充実</li> <li>● JOB型の人事制度への転換</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 活躍のための場と機会の積極的な提供</li> </ul>	   
		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"> <li>● 健康経営の推進</li> <li>● 社員の安全に配慮した職場づくりの推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 働き方改革の推進</li> </ul>	
		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"> <li>● ダイバーシティを念頭に置いた場と機会の創出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 多様な働き方を支援する制度の拡充</li> <li>● 多様性を尊重する企業風土の醸成</li> </ul>	
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"> <li>● 個人情報保護の強化と教育の徹底</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 情報セキュリティ体制の強化と教育の徹底</li> </ul>	 
		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"> <li>● 取締役会の実効性の強化</li> <li>● コンプライアンス教育の徹底</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● リスク管理体制の強化</li> </ul>	
		リスク	事業継続リスクの発生/企業価値の低下			



重要課題 [マテリアリティ]

# 健康的なコミュニティ

創業以来、地域医療への貢献を目的とした調剤併設型のドラッグストアモデルを同業他社にさががけて展開してきました。現在ではそのモデルをトータルヘルスケア戦略に基づくセルフケアから介護終末期まで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、リアル店舗における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、そしてさまざまな当社グループ提供のアプリによる歩数や食事の記録などの生活記録の統合を進めています。これらの情報をもとにした一人ひとりのニーズや悩みに応じた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。



新たな気づきを与える機器の導入



### 地域連携薬局、専門医療機関連携薬局の展開

2021年度は、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、患者様の入退院時はきめ細かな医療機関との情報共有を、介護・終末期においては、包括的な支援のできる地域医療のハブとなる薬局(地域連携薬局)づくりを進めました。

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



専門医療機関連携薬局の名古屋大学病院店

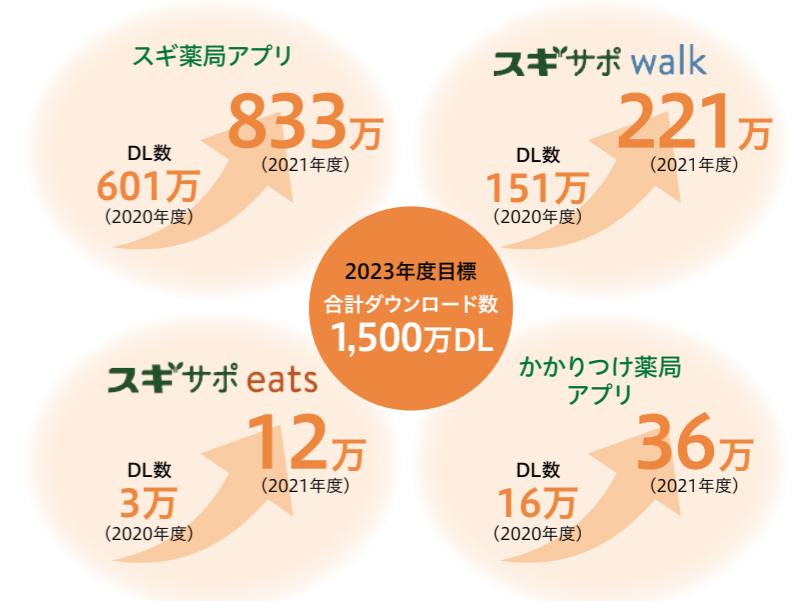
### データに基づくヘルスケアサービスの提供

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」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紹介しています。



### デジタル会員基盤の拡充

様々なデジタルによるヘルスケアサービスや個人のニーズ別販売促進策の基盤となるのが、デジタルアプリ(スギ薬局アプリ、スギサポwalk、スギサポeats、かかりつけ薬局アプリ(メドピア社製))の会員数です。2021年度は、それぞれのアプリのダウンロード促進を進め、1,104万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。



**デジタル接点の  
起点**  
(サービスの入り口)

**スギ薬局アプリ**

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。

※メドピア社製

**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。

**スギサポ eats**

食事写真を撮るだけでスギサポマイルが貯まる食事記録アプリ。

スギサポ deli

管理栄養士が監修した食事をお届けするミールデリバリーサービス。

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。

※メドピア社製

成長を支える基盤

## 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

### デジタルを活用した 医薬品などの情報提供

調剤をお待ちの患者様に対して、未病、予防、治療など、お客様、患者様の健康的な生活につながる情報を提供するために、待合室にデジタルサイネージの設置を進めています。



### 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



### スペシャリティ医薬品に対する対応

スペシャリティ医薬品は、特別な温度管理や副作用モニタリングが必要で、専用の保冷庫や薬剤師による特別な介入など、付加価値を伴う流通が必要です。当社グループでは、現在、名古屋大学病院店で、専用の保冷庫を備え、スペシャリティ医薬品の応需を開始しています。治療効果の高い最先端の医薬品を流通させるという社会的使命に応えるため、このスペシャリティ医薬品の応需に積極的に取り組みます。

## 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の概念である「住み慣れた地域で自分らしい暮らしを続けていただく」ために、在宅療養中の患者様向けに、「訪問調剤」、「訪問看護」、「生活支援（物販販売や食事支援）」を提供しています。

#### 訪問調剤・訪問看護の実績(2022年2月現在)

	対応店舗数	556店舗
訪問調剤	ご利用者数(月平均)	13,368人
	ご利用者数(年間延べ)	160,411人
訪問看護	拠点数	13拠点
	ご利用者数(月平均)	1,493人
	ご利用者数(年間延べ)	17,913人



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年までに年間延べ250,000人に対して実施し、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。

### 訪問調剤特化型店舗

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



愛知県名古屋市  
今池南店

### 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、毎年高齢者施設へ寄贈を行っています。2021年度は、大阪府・兵庫県・京都府・奈良県・滋賀県の高齢者施設35カ所へ寄贈し、これまでの寄贈先は合計42市、217カ所となりました。寄贈後には施設を訪問し、正しい使用法を学んでいただくため、職員の方々への講習会を実施しています。

## 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



2021年度実績  
**4,862名**  
前年度比+185%

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

### 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。また、高齢者の外出促進や運動の習慣づけにも貢献することを狙っています。



#### ■新聞販売店との連携によるカタログ販売

三つの小学校区の1万3千世帯を対象に、中日新聞販売店と連携し、カタログ販売を実施しています。中日新聞販売店がカタログ販売の窓口となり、注文品を依頼者の近くのスギ薬局店舗から配送しています。

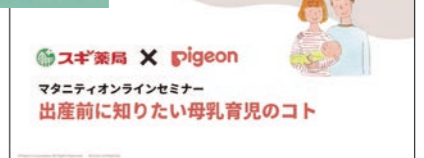
### オンラインによる健康セミナーの開催



[左・右]健康美人セミナー



マタニティ  
オンラインセミナー



### 店舗で学ぶ介護予防教室



### 乳がん患者に対する支援

乳がんの早期発見・早期診断・早期治療の啓発を目的に店舗で検診を勧めるポスターの掲出と、自宅でのセルフチェックを推奨するための「乳がんセルフチェックハンドブック」を配布しています。また、抗がん剤治療に伴う副作用による脱毛にお悩みの患者様のQOL向上に寄与すべく、2013年度から毎年、乳がんの患者様100名に医療用ウィッグをプレゼントしており、2021年度までに約900名の方にお届けしました。



WEBサイト上で募集

### 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36万件となりました。結果として、月間10万件（処方せん全体の約10%）にもおよぶ処方せんを当アプリの機能を通じて送信していただく等、患者様の利便性向上につながっています。引き続き、アプリを通じた患者様サポート体制の強化に取り組んでまいります。

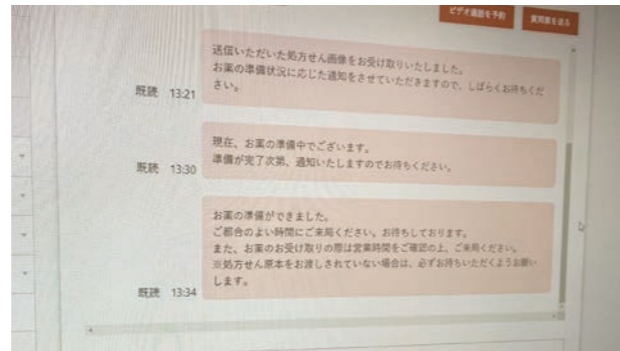
#### 服薬フォロー実施によるアドヒアランスの向上

処方せんの受付時に事前カウンセリングすることで、薬剤師本来の役目である対人業務に集中できる環境を整えています。対人業務は、店舗での患者様への親切な服薬指導だけでなく、ご自宅に戻られた患者様との服薬期間中のフォローをスマホアプリで実施する環境を整えることで、いつでもどこでも患者様の悩みにお応えしています。2021年度は累計43万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。



#### トレーシングレポートを活用した医療機関との情報共有

患者様の服薬状況をトレーシングレポートを通じて医療機関に情報提供することで、治療効果を最大化する取り組みを行っています。具体的には、服薬時の治療効果、副作用の有無、残薬の有無、飲み忘れや飲み間違いが起きる背景・理由などを、定期的に電話やスマホアプリを通じて患者様に確認し、医師へ報告することで、次回診察時の判断材料につなげていただいています。



チャットを通じた患者様とのコミュニケーション

#### 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

#### 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。

2022年2月末時点で180店舗（全店舗の約10%）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。

安全・安心なまちづくりへの貢献	2021年度までの実績
協定数 累計	74
包括協定	19
保険外サービス協定	2
見守り協定	9
防災協定	37
環境等にかかわる協定	7

#### 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の協力などの実施を進めています。



#### 「共創の場形成支援プログラム」(地域創成分野)に採択

SDGsに基づく未来のあるべき社会像を策定し、実現に向けた研究開発を推進する「共創の場形成支援プログラム」に「家族が繋がる、人とIT技術等が共生する健康街づくり実現拠点」として採択されました。本拠点の取り組みでは、「健康長寿／先制医療の実現ならびに遠方の家族も安心できる健康街づくり」を目的とし、

非侵襲性の診断機器による早期疾患発症予測の実現、健康セルフマネジメントの“みえる化”技術等の構築による精度の高い技術の提供に加え、医療・健康支援の統合サービスの実現と遠隔対応可能な地域健康サービス実現により、未病予測ならびに重症化予防による健康寿命の延伸を目指します。

#### 学校法人藤田学園と地域医療連携に関する基本協定および共同研究講座の設置に関する契約を締結

2022年2月3日、学校法人藤田学園と地域医療連携における産学連携に関する基本協定および共同研究講座の設置に関する契約を締結しました。基本協定では地域医療の災害対策として、物資支援と対策の整備、相互協力と情報共有、防災・減災活動の人材育成など、連携を強めるものです。また、共同研究講座は「スマートヘルスケアタウンモデル※」の構築を目指し、2021年10月採択の「共創の場形成支援プログラム」に関する契約です。



※スマートヘルスケアタウンモデル  
ドラッグストアを地域の健康サービス拠点とし、研究による先制医療につなげることで意識せずに健康になれる健康長寿社会を目指すとともに、ヘルスケアデータプラットフォームを構築し、遠方に住む家族も安心できる「人とIT技術が共生する街づくり」を目指します。

## コロナ禍の生活を守るために



### 新型コロナワクチン充填業務に対する協力の実施

スギ薬局グループは、新型コロナワクチン接種の促進に伴い、薬剤師としての使命に基づき、ワクチン充填業務を通じた地域貢献を実施してまいりました。

ワクチンの集団接種を速やかに進めていく必要性が高まる社会背景の中で、医療従事者の不足が浮き彫りとなり、迅速にワクチン接種を進めるべく、当社グループ薬剤師が対応しています。



### スギ薬局グループ本社を新型コロナワクチン接種会場として大府市へ提供

新型コロナワクチン接種会場として、スギ薬局グループ本社を愛知県大府市に提供しました。2021年9月18日（土）から同年10月10日（日）までの間で4回、愛知県大府市が進める民間事業所の施設を活用した週末大規模集団接種に協力し、本社の会議室を提供したほか、薬剤師がワクチン充填作業などにも協力しました。

スギ薬局グループは、今後も地域の皆様のコロナ禍の生活を守るために、あらゆる形で地域の皆様の健康的な生活を支援し、地域社会に貢献してまいります。



### PCR、抗原検査等無料化事業への参画

オミクロン株を中心とした新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、各都道府県にて、薬局でPCR検査・抗原検査を無料で受けることができる事業を開始しました。感染対策と日常生活の両立を図る手段として、「ワクチン・検査パッケージ」等の利用を促し、検査の受検を浸透させるため、健康上の理由等によりワクチン接種ができない方への検査を無料化しています。当社グループは、愛知県からの要請を受け、2021年12月30日（木）から愛知県内対象101店舗で抗原検査に対応しました。薬局に求められている大きな役割の一つのため、対応都道府県を拡大し、適切に対応してまいります。



### 「お薬受取ロッカー」の導入による非接触ニーズへの対応

コロナ禍による非対面・非接触へのソリューションとして、服薬指導済みの調剤薬を店舗の営業時間中いつでも受け取り可能にするべく、一部店舗で、宅配ロッカーシステム「Quist」の稼働を開始しました。





重要課題 [マテリアリティ]

# サステナブルな取引関係

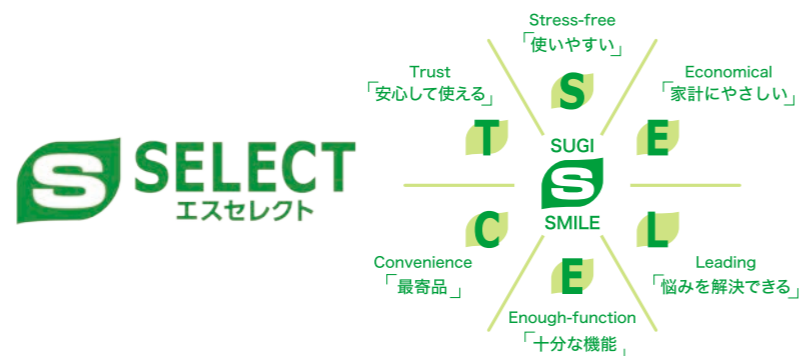
サプライチェーン全体に対する責任を果たすべく、体制を整備し、取り組みを強化します。また、安全で安心な商品の調達、開発などを通じて、地域の皆様の豊かな暮らしに貢献します。



## 商品による豊かな暮らしへの貢献

### 高付加価値商品の開発強化

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



## Prieclat U



### オンリーワンの開発商品 プリエクラU

発売から3周年を迎えたプリエクラシリーズは、「導き出した浸透力一輝ける肌へー」をコンセプトに、何を使っても肌変化を感じられなくなった肌や本気で気になりだした年齢サインに「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。

「SNPD®」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。「スキンケアは女性のもの」や「肌の悩みや肌質は性別によって異なる」といった考え方を打破すべく、性区別の概念を払拭したブランドとして、肌の調子を良くしたいと願う、すべての方に向けた新カテゴリーブランドです。

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。



新製品記者発表会

### 海外パートナー企業を通じた協働・共創の拡大

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)を導入し約200店舗を展開(2022年2月末)。

SUGIブランドの広範な露出で日本売場の認知度も向上し、日本商品を購入するリピーターが増加しました。また、2020年度以降、インバウンド・越境EC事業「豌豆公主(ワンドウ)」などを運用するインアゴラとのコラボレーションを皮切りに、2021年度は台湾、ベトナム国内での商品販売など、アジア圏におけるパートナー企業との協働・共創の拡大を図っています。



[上] 台湾大樹薬局の売り場  
[下] 台湾向けのECサイト(Shopify)

## 商品の安全・安心の確保

### 商品の品質保証体制の確立

2021年度は、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ました。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。

### 環境に配慮した商品の開発・展開強化

2021年度は、環境に配慮したプライベートブランドの開発に着手しました。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始めました。直近の目標として、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(2021年度実績10.2%)。



FSC認証紙を使用した開発商品

### 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、アレルギー表示、ケミカルフリー表示の強化を行う品目を増やしました。



## 責任あるサプライチェーンマネジメント体制の構築

### お取引先様との円滑なコミュニケーション

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

### お取引先様行動規範の作成と遵守への依頼

スギ薬局グループお取引先様行動規範は、スギ薬局グループで取り扱う商品・サービスに関わるすべてのお取引先様に遵守いただきたい事項を明確にしたものです。項目として、人権の尊重と保護、法令順守、児童労働や強制労働の禁止等を含む適切な労働条件、環境保全、品質管理、個人情報管理、内部通報制度の整備、サプライチェーンに対する管理体制の視点など、包括的に評価できる体系としています。スギ薬局グループは、すべてのお取引先様とのパートナーシップを大切にしながら、行動規範のご理解と遵守をお願いし、共に改善を続けてまいります。



直近では266社、385名のお取引先様に対して、方針説明会を実施

成長を支える基盤



重要課題 [マテリアリティ]

# 地球環境への貢献

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



## 脱炭素社会の実現

### 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開始しました。今後は、自社所有型、オンサイト型コーポレートPPA(第三者所有型)、オフサイト型PPAの活用を通じて、再生可能エネルギーへの転換を推進していきます。



愛知県刈谷市富士見店の屋上に設置した太陽光パネル

### 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繋げるべく、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の導入を展開してまいります。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。

### 「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。

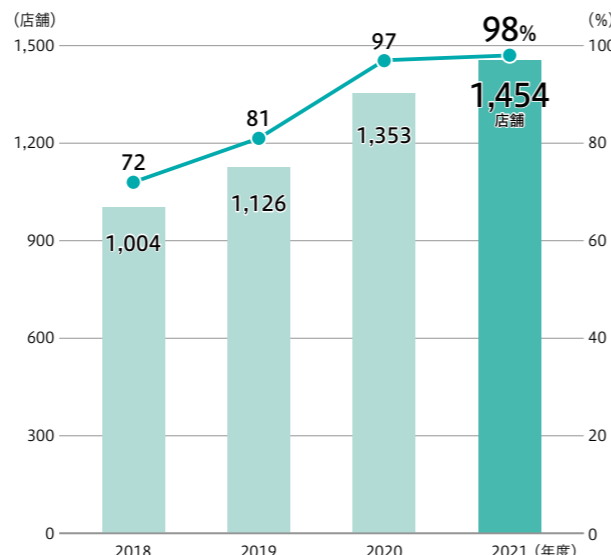
### スギ薬局の自主行動宣言 取組内容

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。

### 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、CO<sub>2</sub>排出量の削減につながってまいります。

### 店舗内照明のLED導入実績



## 循環型社会の実現

### 製造・配送・販売連携による資源循環の推進



### 「サプライチェーン イノベーション大賞」を受賞

株式会社スギ薬局、ライオン株式会社、株式会社PALTACの3社が、サプライチェーンの最適化に向けた取り組みで業界を牽引した功績を表彰する「サプライチェーン イノベーション大賞2021」の「大賞」を受賞。スギ薬局は2020年より専門部署を新設し、「データ活用を通じた協働マーケティングによる売上増加」「サプライチェーンの最適化」「専売品開発」などで3社の協働を進めてきました。今回の大賞受賞は、現場主義・スピーディー・オープンな製・配・販の連携体制のもと、在庫適正化・返品削減への取り組みが評価されたものです。今後、他の卸、メーカーを加えたプロジェクトを発足し、開発したソリューションモデルをオープンにして、製・配・販一体で無駄の削減と新たな価値創出に取り組んでいきます。

### 食品ロス削減に向けた取り組みの強化

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。

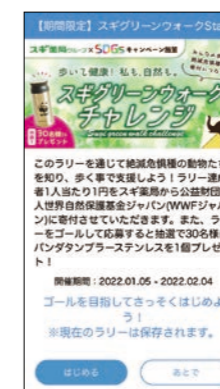
この取り組みでは、すぐに召し上がる予定で食品をご購入されるお客様に対し、手前に置いてある商品から選んでご購入いただくことを促すことによって、食品ロスの削減を目指しています。

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むけた取り組みを促進します。



### 健康×生物多様性×デジタル

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



### 水資源の保全に向けた取り組み

店舗活動における節水の取り組みを行うために、2022年度は、排水量の見える化を行ってまいります。排水量の経時推移や、店舗タイプ(規模、サービス)別の排水量の比較、分析を実施し、効果的に節水につながるための対策を実施してまいります。

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

約85%減 ↑

### 給水ステーション設置で海洋プラスチックゴミ削減へ

TEAM EXPO2025(大阪・関西万博)において共創パートナー企業が行う、ステハジプロジェクト「みんなで拡げる



給水スポット」チャレンジに賛同し、共創メンバーにも参画しています。給水ステーションの設置を通じて、プラスチックペットボトルの削減、海洋プラスチックごみの削減への貢献を目指します。

成長を支える基盤

## TCFD提言に基づく情報開示

### TCFD提言への対応

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



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

### ガバナンス・リスク管理

気候関連のリスクと機会への対応は、グループ全体で取り組むべきESGの重要課題の一つと考え、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

#### 気候変動シナリオの選択

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次評価報告書に掲載されている“2°C、4°Cシナリオ”を参照し、将来予測に基づく各種パラメータを収集した上で、評価を行いました。

#### リスク・機会の評価

分類			評価		
			+2°Cの世界における評価	+4°Cの世界における評価	
移行 リスク 機会	政策 規制	炭素価格	リスク：炭素価格導入により、支出が増加 リスク：サプライチェーン全体で、商品やサービスの生産・調達に関するコストが増大し、支出が増加	リスク：炭素価格の影響は限定的	
		フロン規制	リスク：店舗におけるノンフロン設備等の導入に伴う支出が増加		
		技術	物流効率	機 会：物流効率化による支出の削減	—
	市場	電気価格	リスク：電気価格の増加により、支出が増加		
		評判	顧客の好み	リスク：環境配慮商品、サービスの遅れによる売上の低下 機 会：サステナブルな消費ニーズをとらえたPB開発による売上増加	機 会：サステナブルな消費ニーズをとらえたPB開発による売上増加
			EV充電	機 会：充電環境拡充により顧客来店頻度の増加	—
物理的 リスク 機会	急性	異常気象 激増	リスク：店舗休業、客数低下により限定的に売上減少 機 会：防災、備蓄関連商品の売り上げ増加	リスク：店舗被災による休業増加、客数低下で売上が大幅に減少 リスク：自然災害増加による保険料の値上がりが発生し、支出が増加 機 会：防災、備蓄関連商品の売り上げ増加 リスク：店舗被災による修繕支出増加	
		慢性	平均気温	リスク：気温上昇に伴う空調関連の支出増加	リスク：気温上昇に伴う空調関連の支出増加
		生産・入荷	—	リスク：原材料の生産悪化による仕入れ原価向上による支出増加	

### 考察結果

#### ■2°Cシナリオ

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

#### ■4°Cシナリオ

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

#### ■共通シナリオ(2°C、4°C)

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

#### 今後の取り組み

当社グループでは、社会にとっても、自社にとっても持続可能な社会が創出できるよう取り組みを進めてまいります。

### ■脱炭素社会の実現への対応

#### 省エネ対応

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

#### 創エネ対応

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

#### その他CO<sub>2</sub>排出量削減対応

- 非化石証書、グリーン電力証書の購入
- 電力会社CO<sub>2</sub>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

#### 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
店舗数	947	996	1,048	1,105	1,190	1,283	1,391	1,483
CO <sub>2</sub> 排出量[t-CO <sub>2</sub> ]	104,299	105,432	104,597	112,201	110,339	104,000	110,809	測定中
1店舗平均CO <sub>2</sub> 排出量[t-CO <sub>2</sub> ]	110.1	105.9	99.8	101.5	92.7	81.1	79.7	測定中

※社有車ガソリン使用量に基づくCO<sub>2</sub>排出量は、2020年度実績を店舗数で按分して試算。  
※CO<sub>2</sub>排出量は、スコープ1,2(自社排出量)を示す。スコープ3は、現在算定中。

#### 指標と目標

スギ薬局グループでは、右記指標に対する目標を設定し、気候変動リスクの低減と機会の獲得に努めてまいります。特に、1店舗あたりCO<sub>2</sub>排出量に関しては、2030年度の排出量を2014年度比で35%削減させることを目標とし、可能な限り前倒しの達成を目指しながら、2050年度には実質ゼロにすることを目指してまいります。

#### ■脱炭素社会の実現に向けた指標

- 1店舗あたりCO<sub>2</sub>排出量(スコープ1,2)の削減比率
- サプライチェーンCO<sub>2</sub>排出量(スコープ3)の削減比率
- 再生エネルギー比率

#### ■循環型社会の実現に向けた指標

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





重要課題 [マテリアリティ]

## 健康的な職場環境

社員は会社を支え企業価値を向上させる重要な「財産」と捉え、キャリア・働き方の多様性を実現する仕組みや健康的に笑顔で働ける職場環境を整備するとともに、様々なバックグラウンドをもつ人材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、役割に「求めるスキル」を明確化し、その「求めるスキル」を習得して現場で実践できるようにするための教育を実施しています。今後、社員1人当たりの平均研修時間を増やし、人財の育成に取り組んでいきます。



ビューティアドバイザーの接客技術を競いあう  
全国大会(アワード)の一場面

#### グループ表彰制度

経営理念に基づく行動を徹底し成果を出した社員を、年度末の式典で表彰しています。また、日々寄せられるお客様の感謝の声を「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。2021年度は個人表彰121名を表彰しています。



社内報に掲載した表彰者

#### 成果発表会を通じた成長機会の場の提供

好事例の水平展開、人財育成を目的として、より良い成果を出した薬剤師、医療事務が一堂に会して成果発表会を実施しています。

1年間の成果を振り返り、発表することで日々の業務に対する自信につながり、周囲からのフィードバックを受けることでさらなる能力開発の場となっています。



能力開発研修



### 健康で安全な働き方への改革

#### 健康経営の推進

##### ■前年に引き続き「健康経営優良法人2022」に認定

社員の健康増進を経営的な視点で考え、戦略的に実践する「健康経営」に関するスギ薬局グループの各種取り組みが優良であると評価され、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2022(大規模法人部門)」に認定されました。



##### ■プラチナくるみん認定

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。2021年度は、育児休職取得者805名(女性721名、男性84名)、育児休職後の勤務復帰率は97.7%を達成しています。



#### 店舗業務削減プロジェクトの立ち上げ

2021年度は、全社員35,000人アンケートとスギ薬局取締役による全店巡回ヒアリングにより、店舗の困りごとを収集した上で、制度・運用変更、システム導入等による店舗業務の削減に向けたプロジェクトを稼働させ、改善を図りました。結果として、店舗の業務を削減し、社員がお客様に集中できる体制を整えてまいります。

#### 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産業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。ストレスチェックはご自身のストレスの気づきとする機会とし、メンタルヘルス不調の未然防止に役立てていただくとともに、ストレスの原因となる職場改善、働きやすい職場づくりにつなげるために実施いたします。

##### ■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。

## 多様な人財の活躍

### ダイバーシティを念頭に置いた場と機会の創出

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

### ■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、人財育成の強化と社内環境の整備に取り組んでいます。人財育成については、本質的な課題を発見する力や課題を解決するスキル、コミュニケーションやリーダーシップにつながるスキル、商品知識や専門性・管理面での知識、技術的な要素のスキルを習得し、これらを実践できる人財を育成します。

社内環境の整備については、福利厚生の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。また、女性がさらに活躍できるように、男性も仕事と家庭の両立の実現ができ、相互に協力できる雇用環境を整備するために、配偶者が出産する男性社員に対する育児休職の取得促進や、安心して育児休職を取得できるよう働き方改革の推進を実施し、男性の育児休職取得率を30%以上にします。



### ■スグスマイルの活動

企業在籍型職場適応援助者11名、障がい者職業生活相談員30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226名が、全国8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、本社では郵送物の仕分けや清掃、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  
(2021年度 スギ薬局グループ)

2.43%

### 風通しの良い職場環境構築に対する取り組み (社員エンゲージメントの強化)

#### ■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、職場環境を構築します。

#### ■多面評価制度

多面評価は、上司と部下のコミュニケーションを促進し、上司の自己成長を促進することを目的に、部下が上司の普段の行動を評価する制度です。結果は上司にフィードバックしますが、評価は無記名で実施しますので、安心して評価ができる制度になっています。

#### ■自己申告制度

社員一人ひとりが自分の現状や将来（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機会としています。社員の声を踏まえ、今年から個人のスマホで実施できるようになりました。

## Interview

成長投資の一つでもある  
人財に対する考え方を教えてください。



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

### 森 茂樹

森 当社グループにとって最も大切な財産は社員です。当社グループが、成長戦略を推進するためにも「人財を確保」し、「人財を育成」すること、そして「安心して成長できる人財マネジメントを構築」することが最も大切なことと言えます。

まず「人財確保」という視点では、店舗を運営するために必要な薬剤師・登録販売者といった有資格者の採用をエリア別に強化すると共に、今後急速に進むデジタル領域や、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し、成長戦略を推進しています。また、すでに勤務している社員が安心して能力を発揮できるよう、働きやすい職場環境を作ることも重要です。そのためにも労働時間管理や有給休暇の取得強化、労働災害対策やコンプライアンス教育、ダイバーシティの推進に加え、社員の悩みに対して「何でも相談できる窓口」を設置し、管理と営業部門が一体となって解決に向けて対応する仕組みを構築しています。現在、プラチナくるみや健康経営優良法人などにも認定されており、これらの取り組みを強化することで、「人財の確保」に繋がってまいります。

次に「人財育成」という視点では、「教育と実践」、「評価・アセスメント」、「人事異動・ジョブローテーション」、「自己啓発」を連動させ、事業を推進する経営幹部の育成や、お客様にご満足頂ける店舗運営を推進する現場力の強化を図り、成長戦略を推進しています。経営幹部には外部研修への派遣や、全取締役が講師として登壇する社内幹部研修、複数部門での成果を求めるジョブローテーション、定期的な外部アセスメントによる能力測定等を通じ、育成に努めています。また、現場力強化に向けては、店長教育をはじめ、薬剤師や登録販売者教育、役職（店長等）候補者教育、そしてウェルネスやビューティ領域への教育など、社内スキルマトリクスに基づく教育や、育成・モチベーションアッ

プを踏まえた人事異動、ビューティ・ウェルネスの専門領域からの店長登用など、戦略的な人事異動も通じて、現場リーダーと専門人財の育成に努めています。最後に、「安心して成長できる人財マネジメントの構築」として、その根幹ともなる「人事制度」と「社内風土」の改革に取り組んでいます。人事制度はこの2年間で、管理職、一般職、パートナー社員の制度を抜本的に見直し、これまでの年功要素の強い体系から、更なる成長意欲の促進などを図るため、「安心・安定」に加え、「成長、健全な競争・危機意識」を兼ね備えた人事制度へと変革を進めています。今後は更に、人生100年時代を踏まえ、定年制度や退職金制度、柔軟な働き方や健康経営の推進など、社員が自分らしく、生き生きと働き続けられる会社であるために、時代の変化に適應した人事制度改革を推進します。また、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、約35,000人の全社員を対象とした「無記名アンケート」を実施しています。社員からの意見や会社への思いに真摯に向き合い、社員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も取り組んでいます。これらを中心とした、「人財の確保」と「人財の育成」、そして、安心して成長できる「人財マネジメントを構築」することにより、当社で最も大切な財産である「社員」、一人ひとりの力を結集して「成長戦略」と「経営理念」の実現を目指してまいります。



重要課題 [マテリアリティ]

# コーポレート・ガバナンス

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



## 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



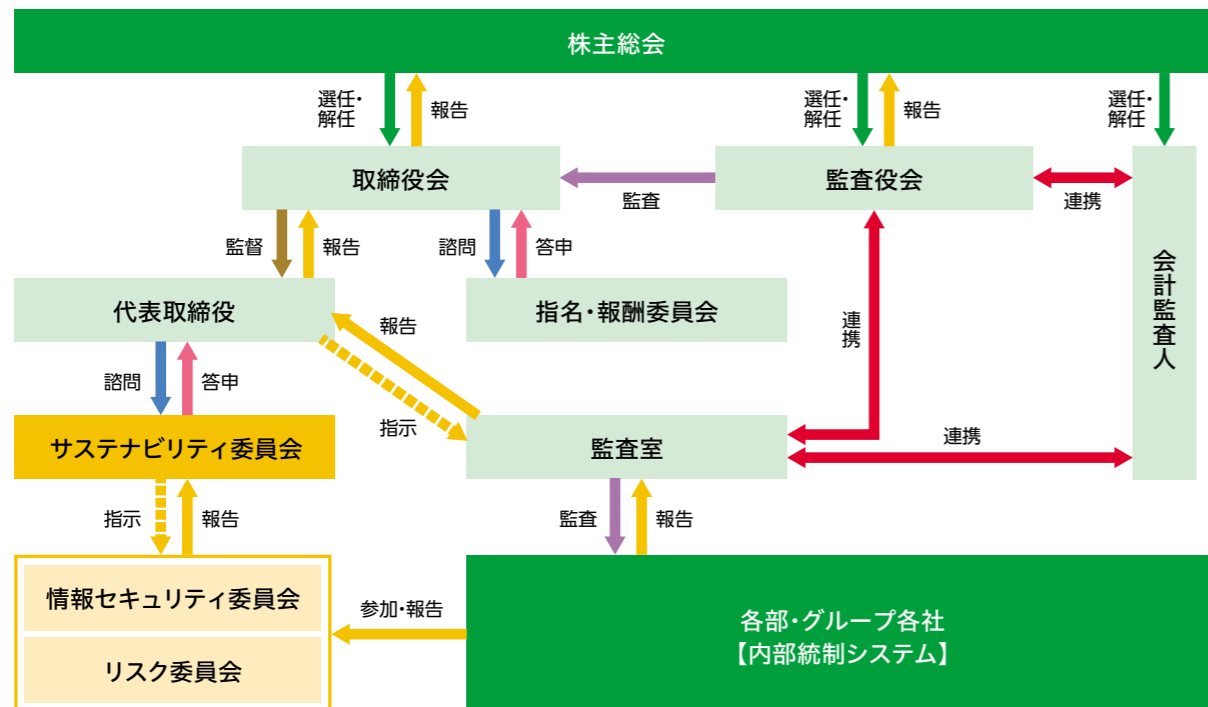
URL : [https://www.sugi-hd.co.jp/corporate\\_governance/basic\\_policy.pdf](https://www.sugi-hd.co.jp/corporate_governance/basic_policy.pdf)

## 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。

※2022年5月20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員数を維持しています。

- (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

(2022年5月20日現在)

### 監査役会の構成

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

監査役の数	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

(2022年5月20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、ならびに人材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 (2022年5月20日現在)

 <p><b>榎原 栄一</b> 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、コロナ禍で変化した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><b>杉浦 克典</b> 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(現任) 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><b>杉浦 伸哉</b> 取締役 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(現任) 2017年 5月 当社取締役(現任) 2021年 5月 スギメディカル株式会社代表取締役社長(現任) 2021年12月 スギナーシングケア株式会社代表取締役社長(現任)</p>	<p>株式会社スギ薬局の常務取締役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およびスギナーシングケア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を牽引、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><b>神野 重行</b> 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) 2021年 6月 株式会社ATグループ社外取締役(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><b>葉山 良子</b> 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)</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、リスク管理に対する高い知見と、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 (2022年5月20日現在)

 <p><b>坂本 利彦</b> 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理部長 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、社外監査役にいたしました。</p>
 <p><b>安田 加奈</b> 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、引き続き選任いたしました。</p>
 <p><b>神谷 誠</b> 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)</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、社外監査役にいたしました。</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 (2021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した。

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

### 評価結果の概要

2022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いると評価しています。また、2022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

行われたと評価いたしました。

一方、より一層高い実効性を確保するためには、中長期視点からの経営上のリスク対応に関する議論や取締役会がモニタリングする上での情報共有の充実、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等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

2022年2月期に引き続き、中長期の戦略・DX・ESGに関する取り組みの協議を進めるとともに、国内外の経済環境の変化、医療制度の変化等にも迅速に対応できるよう、取締役および取締役候補者に対するトレーニングを充実させ、最新情報の随時共有や各種課題における適切な対応ができるよう取締役会の実効性を高めてまいります。

## Interview

神野取締役が取締役に就任して7年が経ちますが、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 最近の取締役会では、杉浦社長のリーダーシップのもと、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、毎月の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。時には、議論が白熱して時間内の終了が難しくなるほどです。また、出店に関する資本コストの精査、女性管理職登用、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。

社外取締役および監査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、徐々に好ましい体制になってきています。結果として、当社の規模に見合った経営が出来上がってきていると評価しています。

今まで以上に病院・薬局等を取り巻く外部環境が急

激に変化していく中で、「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し、時代の変化に適合するため、長期的に持続可能な経営を推進してまいります。そのために自ら学び、経営のかじ取りを監督・支援し、社外取締役としての任を務めてまいります。



スギホールディングス株式会社 社外取締役

神野 重行

## 取締役および監査役の報酬制度

### 役員報酬制度

役員報酬制度においては、役位別の基準額を定めており、この基準額は、外部専門機関の報酬データや公表資料を用い、同業種かつ同規模の企業の報酬水準を踏まえて設定しています。報酬構成は、社内取締役、社外取締役および監査役と異なる構成としています。

また2022年度から、新たな役員報酬制度として非金銭報酬（譲渡制限付株式報酬）を導入しています。

### ■ 定額報酬と業績連動報酬、

#### 非金銭報酬（譲渡制限付株式報酬）の割合

社内取締役の報酬は、定額報酬（固定）と、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）で構成しています。そうすることで、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につなげています。

社外取締役および監査役の報酬は、その役割と独立性の観点から、定額報酬（固定）のみによって構成されています。

役員報酬などの構成割合については、同業種かつ同規模の企業の報酬を検証した上で、当社の業績に鑑み、都度設定しています。

### 2021年度の報酬構成割合

役員区分	定額報酬 (固定)	業績連動報酬	非金銭報酬 (譲渡制限付株式報酬)
社内取締役	83%	17%	-
社外取締役・ 監査役	100%	-	-

※非金銭報酬（譲渡制限付株式報酬）は、2022年度から新たな役員報酬制度として導入しています。

### ■ 指名・報酬委員会

取締役会の諮問機関として、その過半数を社外役員（社外取締役および社外監査役）で構成する、任意の指名・報酬委員会を設置しています。

取締役、監査役の報酬については、最終決定を行う前に、指名・報酬委員会で適切に審議を行っています。

### 取締役および監査役の報酬など、当事業年度に係る報酬などの総額

区分	員数(名)	定額報酬(百万円)	賞与(百万円)	総額(百万円)
取締役(うち社外取締役)	7(3)	107(15)	19(-)	126(15)
監査役(うち社外監査役)	3(3)	16(16)	-(-)	16(16)
合計(うち社外役員)	10(6)	124(32)	19(-)	143(32)

(注) 1. 取締役の報酬などの総額には、使用人兼務取締役の使用人分給与は含まれておりません。  
2. 取締役の報酬額は、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。)と決議いただいています。  
3. 監査役の報酬額は、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います。  
4. 上記には、2021年5月開催の第39回定時株主総会終結の時をもって退任した取締役1名に対する報酬等を含んでいます。

## 株主との関係

### 株主の権利の確保

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

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

### 株主・投資家との建設的な対話

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

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

投資家との対話状況	2020年度	2021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
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
証券会社主催カンファレンス	6回	8回
機関投資家向け個別ミーティング(面談・電話)	133回	168回

### 政策保有株式

#### ■取得・保有に関する方針

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

#### ■取締役会での検証内容

2022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。

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

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

### 内部通報制度

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

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

### 個人情報保護と情報セキュリティの強化

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

<h4>情報セキュリティ体制の強化と教育</h4> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 情報セキュリティ基本方針の策定</li> <li>● 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</li> <li>● 外部機関からの認証取得 (ISMS)</li> </ul>	<h4>外部からの不正アクセス防止</h4> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ファイアウォール設置</li> <li>● WEBサイトからの不正侵入防御</li> <li>● ウイルスメールの受信防止</li> </ul>
<h4>ウイルスの感染防止</h4> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ウイルス対策ソフトの導入</li> <li>● セキュリティパッチ適用</li> <li>● WEBサイト通信・閲覧制限</li> </ul>	<h4>データの漏洩防止</h4> <ul style="list-style-type: none"> <li>● パソコンへの外部機器の接続禁止</li> <li>● メール誤送信対策</li> <li>● 顧客情報へのアクセス制限</li> <li>● セキュリテールームと防犯カメラの設置</li> <li>● 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</li> </ul>

#### 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](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、登録変更業務をはじめ、入電対応や入電記録作成管理業務ならびに特定保健指導事業、法人向けの健康に関する情報提供事業において、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  
 ・入電対応及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

## 財務指標

(単位：百万円)

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
売上高	457,160	488,701	542,361	602,850	625,477
営業利益	24,873	26,053	30,159	34,041	32,137
経常利益	25,900	27,237	31,473	35,333	33,082
親会社株主に帰属する当期純利益	16,411	17,940	20,782	21,120	19,389
減価償却費	6,455	7,389	8,412	9,940	11,268
営業活動によるキャッシュ・フロー	27,564	22,894	45,353	34,027	7,174
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 17,911	△ 22,362	△ 18,422	△ 29,254	△ 23,892
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 3,401	△ 13,897	△ 4,895	△ 5,274	△ 5,295
現金及び現金同等物期末残高	47,676	34,311	56,347	55,845	33,831
<b>連結会計年度末</b>					
純資産	162,046	166,563	182,750	200,629	213,890
総資産	253,989	265,481	313,757	345,933	334,758
<b>1株当たり情報</b>					
当期純利益(単位：円)	259	287	336	341	313
純資産(単位：円)	2,559	2,694	2,956	3,245	3,460
配当金(単位：円)	60	70	80	80	80
<b>経営指標</b>					
自己資本比率(単位：%)	63.8	62.7	58.2	58.0	63.9
自己資本当期純利益率(ROE)(単位：%)	10.6	10.9	11.9	11.0	9.4
総資産経常利益率(ROA)(単位：%)	10.7	10.5	10.9	10.7	9.7
連結配当性向(単位：%)	23.1	24.3	23.8	23.4	25.5
<b>年間売上伸び率</b>					
全店 グループ合計(単位：%)	+6.1	+6.9	+11.0	+11.2	+3.8
全店 スギ薬局事業(単位：%) <sup>※</sup>	+8.3	+9.9	+13.8	+12.7	+5.3
既存店 グループ合計(単位：%)	+2.3	+2.2	+5.1	+4.3	-0.7
既存店 スギ薬局事業(単位：%) <sup>※</sup>	+2.7	+2.6	+5.9	+4.7	0.0
<b>調剤情報に関する指標</b>					
調剤売上高	84,108	91,074	105,279	117,597	132,743
処方せん応需枚数(単位：千枚)	7,704	8,698	9,833	10,101	11,730
処方せん単価(単位：円)	10,917	10,471	10,707	11,642	11,318

※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

	単位	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
<b>会社を代表する数値</b>					
店舗数	店	1,190	1,287	1,391	1,483
出店数	店	102	116	121	112
期末売場面積	m <sup>2</sup>	722,317	781,303	847,543	915,322
<b>顧客基盤に関する数値</b>					
年間来店客数	人	245,658,072	269,803,126	316,850,068	339,909,390
スギ薬局ポイント会員数	人	15,154,963	16,459,486	18,042,809	19,414,675
スギ薬局アプリダウンロード数 <sup>※1</sup>	DL	-	3,506,481	6,018,926	8,331,741
スギサポアプリダウンロード数 <sup>※2</sup>	DL	-	611,625	1,549,738	2,342,561
かかりつけ薬局アプリダウンロード数	DL	-	-	161,060	368,644
<b>調剤に関する数値</b>					
調剤薬局数	店	833	930	1,050	1,166
調剤併設率	%	78.4	80.0	82.9	85.5
特別な管理が必要な医薬品調剤率 <sup>※3</sup>	%	-	-	-	2.4
<b>プライベートブランドに関する数値</b>					
プライベートブランド売上比率	%	8.6	9.4	8.3	8.6
環境に配慮したプライベートブランド商品比率 <sup>※4</sup>	%	-	-	-	10.2
<b>高齢社会対応への機能拡充に関する数値</b>					
訪問調剤 対応店舗数	店	447	487	541	556
訪問調剤 ご利用者数(年間延べ)	人	115,326	128,880	146,794	160,656
訪問看護 拠点数	拠点	9	11	13	13
訪問看護 ご利用者数(年間延べ)	人	11,645	12,453	14,590	17,913
<b>安全・安心なまちづくりへの貢献に関する数値</b>					
協定数 累計	件	-	53	58	74
包括協定	件	-	13	13	19
保険外サービス協定	件	-	2	2	2
見守り協定	件	-	9	9	9
環境等にかかわる協定	件	-	-	-	7
防災協定	件	-	29	34	37
高齢者施設へのAED寄贈 累計	件	127	147	182	217
店舗へのAED設置店舗数 累計	店	27	47	130	180
<b>社員に関する数値</b>					
正社員数	人	5,494	6,182	6,710	7,308
男性	人	3,074	3,340	3,540	3,804
女性	人	2,420	2,842	3,170	3,504
女性比率	%	44.0	46.0	47.2	47.9
パートナー比率(8時間換算)	%	61.5	62.5	63.1	61.7
新卒採用数	人	567	590	695	727
薬剤師数	人	2,567	2,803	3,025	3,390
登録販売者数	人	6,766	7,810	8,527	9,704
管理栄養士数	人	348	426	466	498
看護師数	人	80	88	92	87

※1：リニューアル(2018年10月)以降の数値。 ※2：walkアプリ、eatsアプリの合算数値。 ※3：全医薬品の調剤数に占める特別な管理が必要な医薬品(麻薬、覚せい剤原料、向精神薬、毒薬)の調剤比率 ※4：プライベートブランド商品全体に占める環境配慮商品の比率

	単位	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
<b>ダイバーシティ・働き方に関する数値</b>					
管理職者数	人	1,536	1,679	2,005	2,126
女性管理職比率	%	11.6	13.6	15.6	16.8
障がいがある方の雇用率	%	2.47	2.54	2.36	2.44
外国籍の社員数	人	134	353	472	454
育児休業取得者数	人	396	455	697	805
男性育児休業取得率	%	5.5	18.2	27.9	測定中
育児休業復帰率	%	90.1	93.4	93.7	97.7
<b>安全衛生に関する数値</b>					
定期健康診断受診率	%	92.7	99.7	99.6	測定中
喫煙率	%	17.9	17.0	15.2	12.0
<b>人財育成に関する数値</b>					
認知症サポーター講座受講者数	人	-	9,469	10,213	10,284
能力開発研修に費やした1人当たりの平均時間数	時間	73.7	88.3	68.3	136.0
<b>環境に関する数値</b>					
レジ袋 使用枚数	百万枚	270	262	144	43
使用トン数	t	2,400	2,000	1,100	328
電力使用量	千KWH	240,121	250,121	279,619	測定中
社有車 ガソリン使用量	ℓ	320,714	348,007	375,300	405,420
店舗内照明のLED導入店舗数	店	1,004	1,126	1,353	1,454
店舗内照明のLED導入店舗率	%	72	81	97	98
フーズ廃棄率	%	-	-	0.45	0.41
<b>ガバナンス・リスク/コンプライアンスに関する数値</b>					
取締役会開催数	回	13	13	12	12
リスク委員会開催数	回	-	21	58	31
取締役	人	6	6	7	6
男性	人	5	5	5	4
女性	人	1	1	2	2
独立社外取締役	人	2	2	3	3
男性	人	1	1	1	1
女性	人	1	1	2	2
独立社外取締役比率	%	33.3	33.3	42.8	50.0
女性取締役比率	%	16.6	16.6	28.6	33.3
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
コンプライアンス研修受講率	%	99.5	95.3	100.0	100.0
職場の悩み・何でも相談ダイヤル年間件数 <sup>※5</sup>	件	269	430	832	1,254

※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 (2021年2月28日)	当連結会計年度 (2022年2月28日)	前連結会計年度 (2021年2月28日)	当連結会計年度 (2022年2月28日)
<b>資産の部</b>			<b>負債の部</b>	
流動資産			流動負債	
現金及び預金	86,845	62,831	買掛金	91,061
売掛金	31,655	33,577	未払法人税等	6,588
有価証券	9,000	9,000	賞与引当金	2,599
商品	71,165	71,571	その他	28,142
その他	15,207	15,455	流動負債合計	128,391
貸倒引当金	△1	△1	固定負債	
流動資産合計	213,871	192,434	退職給付に係る負債	7,304
固定資産			資産除去債務	6,087
有形固定資産			その他	3,520
建物及び構築物	101,330	112,267	固定負債合計	16,912
減価償却累計額	△41,419	△46,622	負債合計	145,304
建物及び構築物(純額)	59,910	65,645	純資産の部	
土地	8,517	8,764	株主資本	
建設仮勘定	2,861	3,238	資本金	15,434
その他	35,963	40,651	資本剰余金	24,632
減価償却累計額	△25,043	△28,933	利益剰余金	167,983
その他(純額)	10,919	11,717	自己株式	△9,298
有形固定資産合計	82,209	89,366	株主資本合計	198,751
無形固定資産	5,326	6,612	その他の包括利益累計額	
投資その他の資産			その他有価証券評価差額金	2,208
投資有価証券	6,032	4,297	退職給付に係る調整累計額	△329
長期貸付金	4	5	その他の包括利益累計額合計	1,878
繰延税金資産	9,839	11,946	純資産合計	200,629
差入保証金	25,747	27,491	負債純資産合計	345,933
その他	2,938	2,631		
貸倒引当金	△36	△27		
投資その他の資産合計	44,527	46,344		
固定資産合計	132,062	142,323		
資産合計	345,933	334,758		

## 連結損益計算書及び連結包括利益計算書

	(単位：百万円)	
	前連結会計年度 (自2020年3月1日 至2021年2月28日)	当連結会計年度 (自2021年3月1日 至2022年2月28日)
<b>連結損益計算書</b>		
売上高	602,850	625,477
売上原価	421,219	433,987
売上総利益	181,631	191,490
販売費及び一般管理費		
給料手当及び賞与	60,524	66,688
賞与引当金繰入額	2,576	1,873
退職給付費用	1,081	1,267
賃借料	30,122	32,362
その他	53,284	57,161
販売費及び一般管理費合計	147,590	159,353
営業利益	34,041	32,137
営業外収益		
受取利息	88	84
受取配当金	60	2
固定資産受贈益	439	455
受取賃貸料	1,801	1,856
その他	978	729
営業外収益合計	3,368	3,129
営業外費用		
支払利息	21	19
賃貸収入原価	1,425	1,547
固定資産除却損	135	281
その他	493	335
営業外費用合計	2,075	2,183
経常利益	35,333	33,082
特別損失		
減損損失	3,812	5,626
特別損失合計	3,812	5,626
税金等調整前当期純利益	31,521	27,456
法人税、住民税及び事業税	12,355	9,660
法人税等調整額	△1,955	△1,594
法人税等合計	10,400	8,066
当期純利益	21,120	19,389
親会社株主に帰属する当期純利益	21,120	19,389
<b>連結包括利益計算書</b>		
当期純利益	21,120	19,389
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	1,890	△1,142
退職給付に係る調整額	△185	△39
その他の包括利益合計	1,705	△1,182
包括利益	22,825	18,207
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	22,825	18,207

# 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2020年3月1日 至2021年2月28日)	当連結会計年度 (自2021年3月1日 至2022年2月28日)
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>		
税金等調整前当期純利益	31,521	27,456
減価償却費	9,940	11,268
減損損失	3,812	5,626
賞与引当金の増減額(△は減少)	643	△699
退職給付に係る負債の増減額(△は減少)	644	804
貸倒引当金の増減額(△は減少)	0	△8
受取利息及び受取配当金	△149	△87
固定資産受贈益	△271	△233
支払利息	21	19
固定資産除却損	10	3
売上債権の増減額(△は増加)	△3,443	△1,922
たな卸資産の増減額(△は増加)	△7,445	△203
仕入債務の増減額(△は減少)	8,586	△20,079
その他	1,081	△128
小計	44,952	21,814
利息及び配当金の受取額	84	25
利息の支払額	△17	△16
法人税等の支払額	△10,993	△14,648
営業活動によるキャッシュ・フロー	34,027	7,174
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>		
定期預金の預入による支出	△67,000	△81,000
定期預金の払戻による収入	63,000	81,000
有価証券の取得による支出	△32,000	△24,000
有価証券の償還による収入	31,000	26,000
有形固定資産の取得による支出	△18,627	△20,743
無形固定資産の取得による支出	△2,936	△2,636
投資有価証券の取得による支出	△43	-
関係会社株式の売却による収入	-	100
貸付金の回収による収入	0	-
差入保証金の差入による支出	△2,505	△2,512
差入保証金の回収による収入	267	299
その他	△408	△399
投資活動によるキャッシュ・フロー	△29,254	△23,892
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>		
自己株式の取得による支出	△1	△1
ファイナンス・リース債務の返済による支出	△328	△348
配当金の支払額	△4,944	△4,944
その他	△0	△0
財務活動によるキャッシュ・フロー	△5,274	△5,295
<b>現金及び現金同等物の増減額(△は減少)</b>	△502	△22,013
現金及び現金同等物の期首残高	56,347	55,845
現金及び現金同等物の期末残高	55,845	33,831

# 会社概要 / 株式状況

(2022年2月28日現在)

## 会社概要

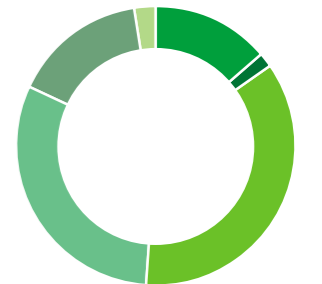
商号	スギホールディングス株式会社
設立	1982年3月8日
資本金	15,434,588,000円
社員数	正社員数 7,308名(連結) パートナー社員数 11,770名※ ※パートナー社員は8時間換算
主な事業内容	調剤薬局、ドラッグストア、 訪問看護ステーションなどの事業を営む 会社の支配及び管理
本社所在地	〒474-0011 愛知県大府市横根町新江62番地の1
本店所在地	〒446-0056 愛知県安城市三河安城町一丁目8番地4
店舗数	1,483店(グループ合計) ・スギ薬局 1,363店 ・ジャパン 107店 ・スギ訪問看護ステーション 13拠点
役員	(2022年5月20日現在) 代表取締役会長 榊原 栄一 代表取締役社長 杉浦 克典 取締役 杉浦 伸哉 社外取締役 神野 重行 社外取締役 葉山 良子 常勤社外監査役 坂本 利彦 社外監査役 安田 加奈 社外監査役 神谷 誠

## 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	31,844名

### 所有者別株式分布状況

■金融機関	13.7%
■金融商品取引業者	1.7%
■その他国内法人	35.8%
■外国人	31.0%
■個人・その他	15.4%
■自己株式	2.4%



### 大株主(上位10名)

株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
株式会社スギ商事	20,972	33.92
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	6,442	10.42
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505223	2,125	3.43
杉浦 克典	1,892	3.06
杉浦 伸哉	1,892	3.06
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140051	1,627	2.63
CEP LUX-ORBIS SICAV	1,445	2.33
株式会社ツルハ	1,272	2.05
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	1,046	1.69
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140042	912	1.47

(注) 1. 当社は、自己株式を1,517,333株保有していますが、上記大株主の状況からは除外しています。  
2. 割合は自己株式を控除して計算しています。