



SUNDRUG

INTEGRATED REPORT 2024

 サンドラッグ

UD
FONT



経営理念

一隅を照らす。

私たちは、理想を高く持ち、
まずは自分達で今できることから始め、
ひとりひとりが生き生きと輝くことで、
たとえ世の中の一隅でも照らすことができると考えています。
仲間が増え小さな灯りが集まって、
より大きな灯りになれるようにと願っています。



編集方針

「統合報告書2024」は、サンドラッググループの対象期間の業績や中長期的な価値創造に向けた取り組みを報告するとともに、サステナビリティに対する考え方、財務情報と非財務情報を関連付けてご説明することで、株主・投資家をはじめとしたステークホルダーの皆さまに、サンドラッググループをご理解いただき、対話を深めるツールとなることを目指しています。

報告対象期間

2024年3月期(2023年4月～2024年3月)一部内容に、当該期間以前または以後の活動と見通しも記載しています。

見通しに関する注意事項

「統合報告書2024」はサンドラッググループの将来についての計画や戦略に関する予想及び見通しの記述が含まれています。これらの記述は過去の事実ではなく、現時点で把握可能な情報から判断した仮定及び所信に基づく見込みです。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、実際の業績は当社の見込みとは異なる可能性があります。

サンドラッググループについて

サンドラッググループは、株式会社サンドラッグとその連結対象の子会社である、株式会社星光堂薬局、株式会社サンドラッグプラス、ダイレックス株式会社、株式会社大屋、株式会社サンドラッグ・ドリームワークスで構成されております。

事業者	セグメント
株式会社サンドラッグ	ドラッグストア事業
株式会社星光堂薬局	ドラッグストア事業
株式会社サンドラッグプラス	ドラッグストア事業
ダイレックス株式会社	ディスカウントストア事業
株式会社大屋	ドラッグストア事業
株式会社サンドラッグ・ドリームワークス	ドラッグストア事業/障害者の雇用の促進等に関する法律第44条の規定による特例子会社

CONTENTS

■ 価値観・戦略

- 01 経営理念/編集方針/グループについて/目次
- 03 サンドラッグのあゆみ
- 05 サンドラッググループの事業概要
- 07 価値創造プロセス
- 09 財務・非財務ハイライト
- 11 トップメッセージ
- 17 経営課題と中期経営計画
- 21 マテリアリティ

■ 環境への取り組み

- 23 1. 環境経営の推進

■ 社会への取り組み

- 32 2. 人的資本経営の実行
- 39 3. 製品・サービスの品質、安全性と利便性
- 43 4. 社会及び地域社会との共生

■ ガバナンス

- 45 5. コーポレートガバナンスの強化
- 54 6. 内部統制及びコンプライアンス
- 56 7. リスクマネジメントの推進
- 62 8. ITガバナンスの構築

■ 経営データ

- 63 連結財務諸表
- 66 会社概要・株式情報

サンドラッグのあゆみ

1957年の創業以来、お客様を中心に考えることを第一義とし、『安心・信頼・便利』を提供すること、すなわち常に顧客の満足に視点を置き行動することを経営の使命としております。

1957— 創業、法人化	1980— 株式会社設立と基盤の強化	1994— 店頭公開、東証2部上場	2002— 東証1部指定替えと成長加速	2009— ディスカウントストア参入	2020— コロナ禍を経てさらなる躍進へ
故名誉会長である多田幸正により1957年に創業。1965年には有限会社として法人化し、チェーン展開を開始しました。	1980年に株式会社に改組。商品や販売情報の管理の仕組み、物流などの基盤を整えつつ、1987年には本社を府中市に移転しました。	1994年に日本証券業協会に株式を店頭登録し、1997年には東京証券取引所市場第2部に株式上場。店舗数を順調に拡大し、1998年には100店舗を達成しました。	2002年に東京証券取引所市場第1部に指定替え。各地での物流センターの開設と店舗出店が加速し、2008年には500店舗を達成しました。	2009年にダイレックス(株)を子会社化しディスカウントストア事業に参入。ドラッグストア事業との2本柱でより一層の成長拡大を果たし、2016年には1,000店舗を達成しました。	2020年から3年にわたった新型コロナウイルス感染症流行を経て、ドラッグストアは生活インフラとしての地位を確立。各地域に密着した存在として店舗を展開し、さらなる発展を目指します。

1957年
故名誉会長多田幸正が東京都世田谷区に創業



1965年
有限会社サンドラッグ設立
チェーン展開開始



1980年
有限会社サンドラッグを株式会社に改組し、株式会社サンドラッグを設立

1980年
東京都八王子市に郊外型ドラッグストアを開店

1985年
売上・受発注情報のオンライン化を開始

1986年
東京都国立市にピッキングシステムの物流センター開設

1987年
東京都府中市に本社を移転

1991年
全店舗にPOSレジを導入

1994年
店頭公開

1996年
(株)タイセーホームエイド子会社化

1997年
東証2部上場

1998年
本社を現所在地に移転
(株)コミネ子会社化

1999年
埼玉県所沢市に在庫センターを開設、既存の物流センターを經由センターに変更

2002年
東証1部指定替え



2007年
(株)アクト子会社化

2008年
(株)アクト合併

2009年
(株)星光堂薬局子会社化
ダイレックス(株)子会社化

2011年
(株)サンドラッグ東海子会社化

2013年
(株)サンドラッグ東海合併

2014年
(株)サンドラッグプラス子会社化

2020年
(株)サンドラッグファーマシーズ合併

2022年
東証プライム移行
(株)大屋子会社化

2023年
(株)キリン堂ホールディングス持分法適用会社化

店舗数推移
■ドラッグストア事業
■ディスカウントストア事業

売上高推移

創業



※1990年は9月→3月に決算期変更のため、1989年10月1日から1990年3月31日までの6ヶ月決算の数値です

サンドラッググループの事業概要

数字で見るサンドラッググループ



*ドラッグストア事業売上高より、ディスカウントストア事業への商品供給売上を除いて算出



調剤薬局事業

調剤薬局事業は、「店舗併設型のかかりつけ薬局」と「門前型の調剤専門薬局」の2つの調剤薬局でサービスの提供と薬剤師の育成を行う教育機関として独自の運営を行っています。社会の高齢化が進み、健康に対する関心が次第に高まる中で、一人でも多くの方が健康な生活を送ることができるようサンドラッググループにおいても地域に必要なかかりつけ薬局として質の高い医療サービスを提供しています。

ドラッグストア市場について

2030年までのドラッグストア市場を展望すると、高齢化社会の進展が大きな影響を与えると考えられます。

日本の高齢化率は2030年に33.3%に達すると予測されており、高齢者向けの医薬品や健康関連商品の需要が大きく伸びることが予想されます。ドラッグストアは、この需要に対応するため、適切な品揃えと専門性の高い販売員の配置などが求められるとされます。

また、政府によるセルフメディケーションの推進により、一般用医薬品（OTC医薬品）の市場拡大が見込まれます。ドラッグストアは、消費者に適切な商品提案や情報提供を行うことで、セルフメディケーションを支援する役割を担うことも期待されます。

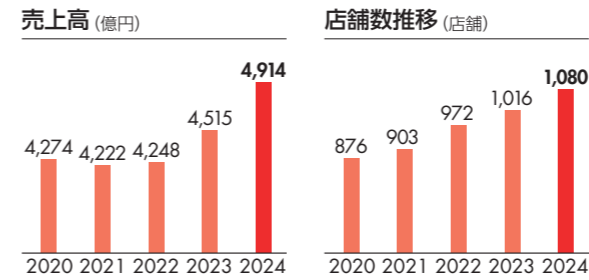
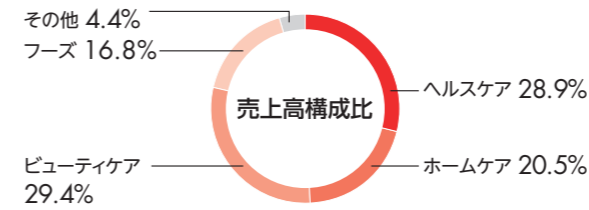
さらに、新型コロナウイルスの感染拡大を機に加速した医薬品のオンライン販売解禁の動きは、2030年までにオンライン販売の普及を促し、ドラッグストアのビジネスモデルに変化をもたらす可能性があります。店舗とオンラインの融合や、オンラインに特化したドラッグストアの登場なども予想されます。

医療に関する消費者の知識が高まる中、より専門性の高いアドバイスやサービスを求める傾向が強まると考えられます。ドラッグストアは、薬剤師や登録販売者の役割をさらに重視し、専門性を強みとした差別化を図ることが重要になると考えます。

加えて、予防医療や健康管理に対する意識の高まりを受け、ドラッグストアがヘルスケア分野に進出する動きが活発化すると予想されます。健康相談、栄養指導、運動指導など、医薬品以外のヘルスケアサービスを提供することで、新たな収益源の確保と顧客満足度の向上を目指すことが考えられます。

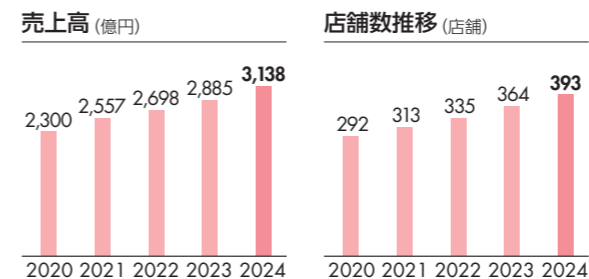
以上のような観点から、2030年までのドラッグストア市場では、高齢化や健康意識の高まりを背景に、専門性とヘルスケアサービスを軸とした競争が激化すると予想されます。オンライン販売の拡大など、新たな変化にも柔軟に対応しながら、付加価値の高いサービスを提供していくことが、ドラッグストアの成長に欠かせないと考えます。

ドラッグストア事業



「安心・信頼・便利」をモットーに、お客様に信頼される店作りを目指しております。多くのお客様が気軽に足を運んでいただけるように、多様化するニーズに対応しながら魅力ある店作りを推進する一方で、専門教育を受けた薬剤師などによるカウンセリングを積極的に実施し、付加価値を高めた医薬品を提供することで安心して相談できる店作りを進めています。業界唯一の取り組みとして、「1店舗2ライン制、2つの役割」で、店舗で働くスタッフをカウンセリング販売スタッフと運営スタッフのふたつに分け、専門業務を分担することで、お客様により大きな「安心」「信頼」「便利」を提供しています。

ディスカウントストア事業



ダイレックスは1,500店舗を目指して、全国に出店を拡大しています。「暮らしに一番必要な商品をどこよりも安く」、「地域ニーズに合った地域密着型店舗」、そして、「ディスカウントストアに、ドラッグストアとスーパーマーケットの要素を兼ね備えた新業態のお店づくり」を展開中です。

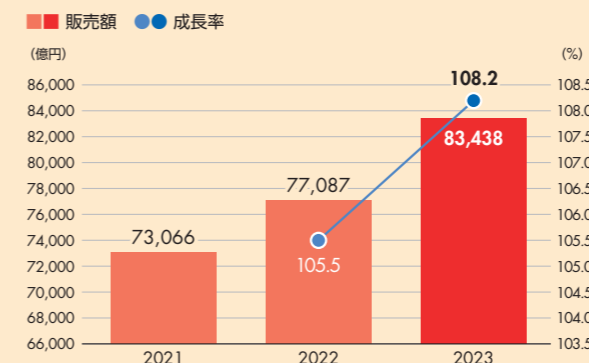
- お客様へのサービスと利便性を常に考え、安心してゆっくりとお買い物を楽しんでいただけるよう、朝9時から夜10時まで（一部店舗を除く）、年中無休で営業しています。
- 生活必需品である食品、日用品、衣類をはじめ、化粧品、家電製品、カー用品、スポーツ・レジャー用品、酒類など、25,000品目にもなる幅広い商品を取扱っています。
- 価格戦略の基本はいつでもより安くご提供することであり、特定の「目玉商品」のみが安いというのではなく、全ての商品に対して常に低価格を維持すること（エブリディ・ロープライス）が大きなポイントになります。

ドラッグ市場販売額 8兆3,438億円 (前年比8.7%増)

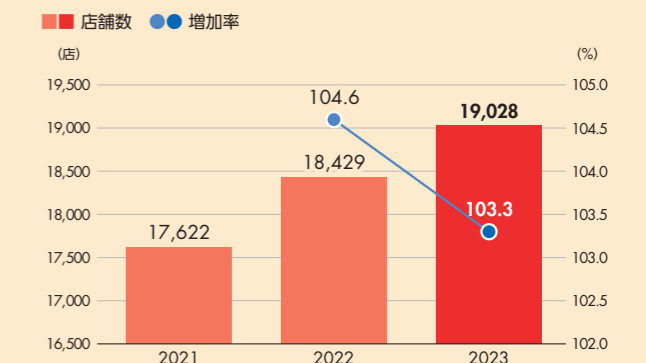
小売全体のシェアは 5.1%

商業販売全体に対するシェアは 1.4%

市場規模及び成長率



店舗数及び増加率



出典：経済産業省「商業動態統計」
INTEGRATED REPORT 2024

価値創造プロセス

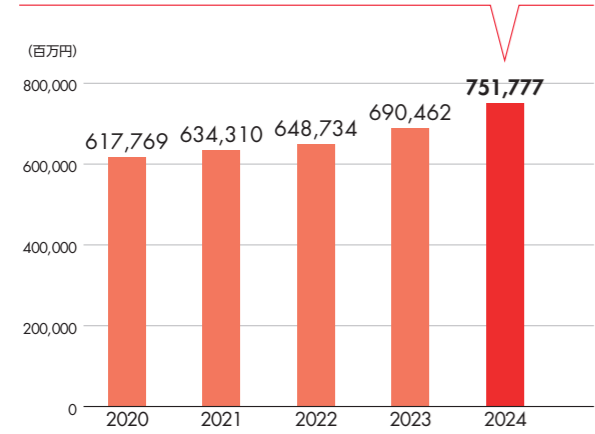
サンドラッググループは、お客様と日頃より接する小売店としての存在とドラッグストアとして安心安全と地域の健康を担う拠点としての使命、地球の未来を考える社会の一員として環境に配慮した店舗運営を心がけることで地域の輝ける価値ある存在でありたいと考えます。



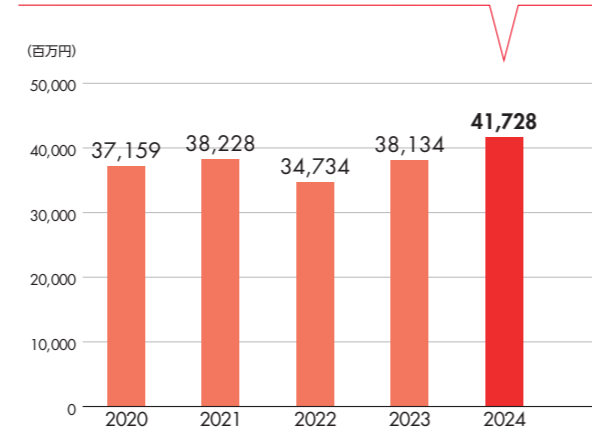
財務・非財務ハイライト

財務パフォーマンス

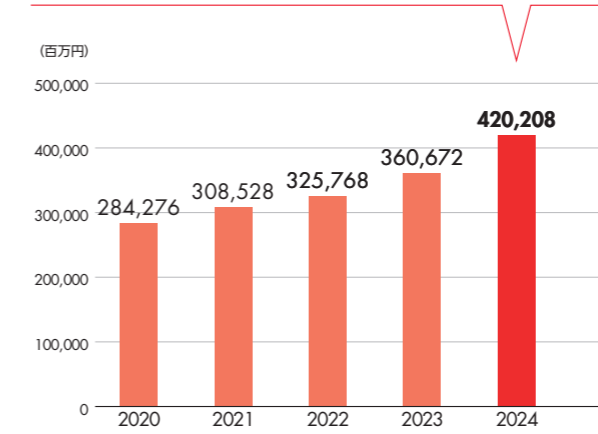
売上高 **751,777**百万円



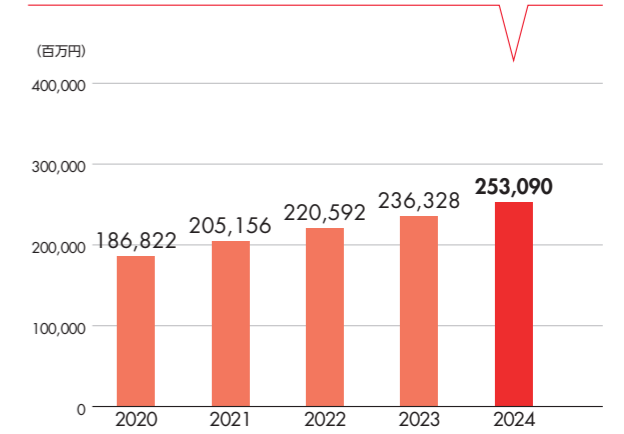
経常利益 **41,728**百万円



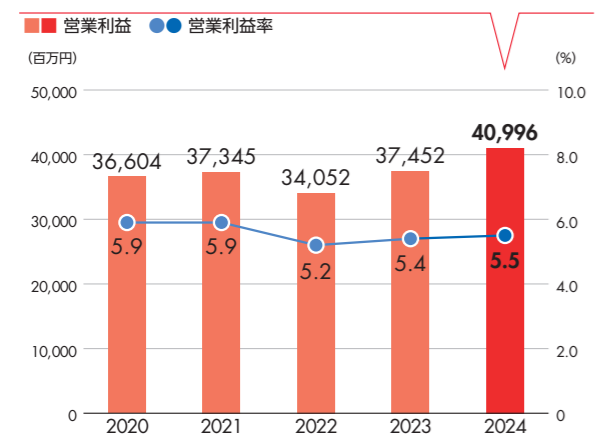
総資産 **420,208**百万円



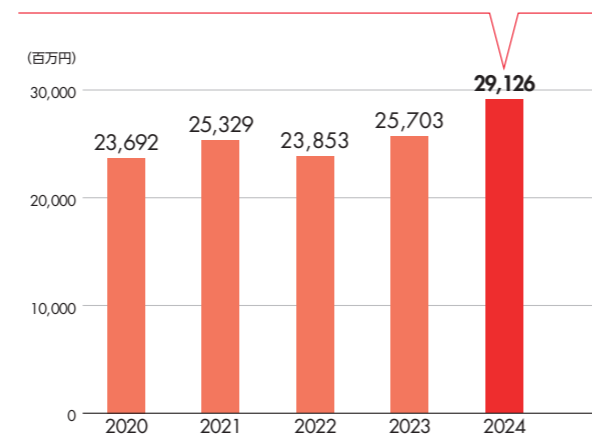
純資産 **253,090**百万円



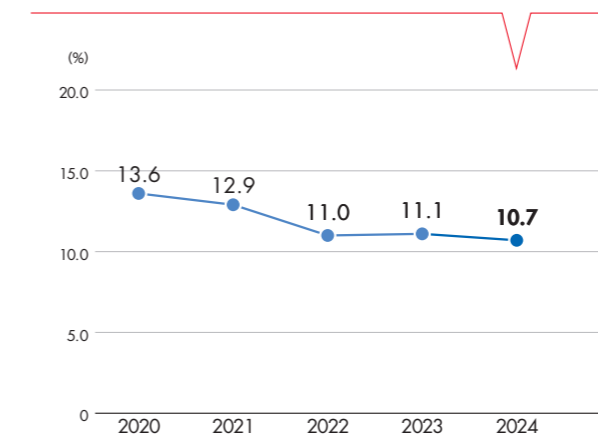
営業利益 **40,996**百万円 営業利益率 **5.5%**



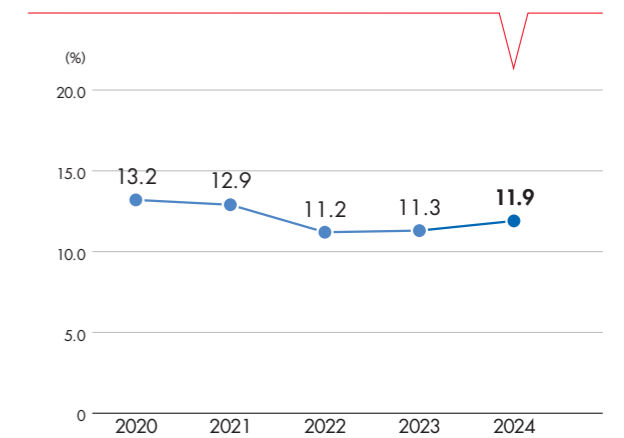
親会社株主に帰属する当期純利益 **29,126**百万円



ROA **10.7%**

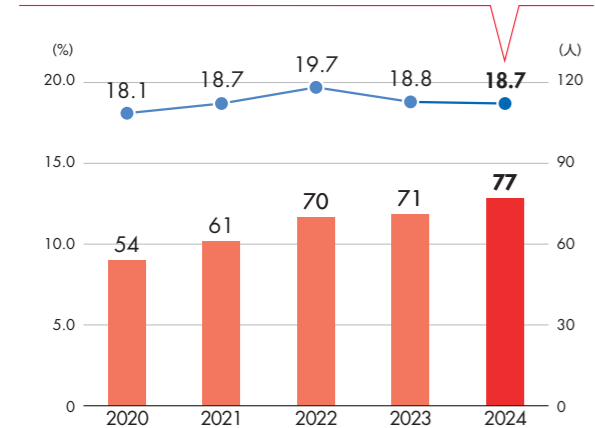


ROE **11.9%**



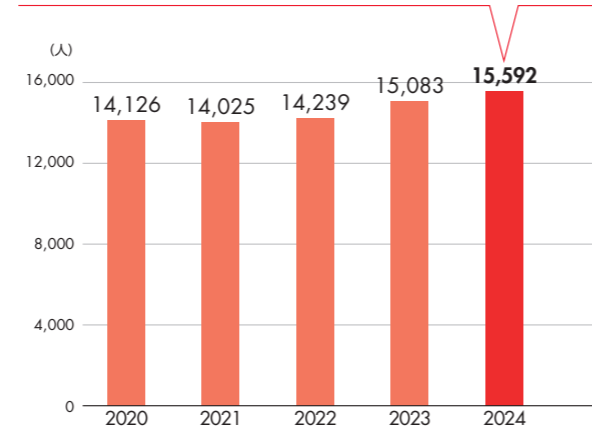
非財務パフォーマンス

女性管理職比率 (サンドラッグ) **18.7%** 女性管理職人数 **77**人

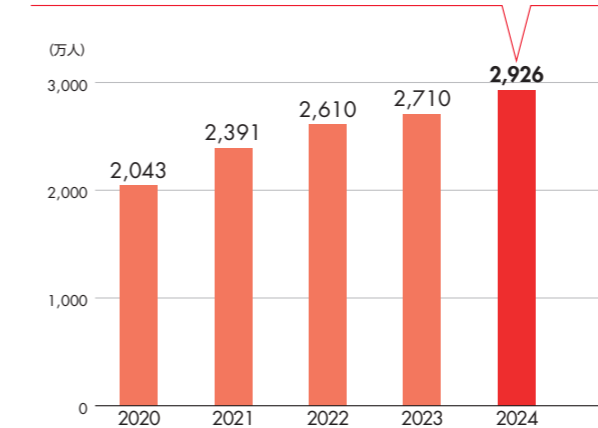


* 上記は管理職に占める女性従業員の割合と人数

従業員数 (パート・アルバイト含む) **15,592**人

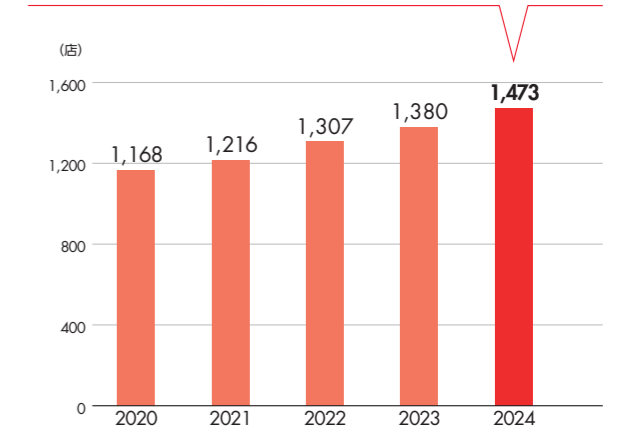


グループ会員数 **2,926**万ID



* 上記は重複会員数も含む

店舗数推移 **1,473**店



トップメッセージ



代表取締役社長CEO
眞方 宏司

地域・社会とともに
成長するために
サンドラッググループは
進化を続けます。

代表取締役社長CEO 眞方宏司が、サンドラッググループの現状と強み、成長戦略についてお話します。

● 2024年3月期概況

**インバウンド需要の回復等を背景に
修正計画を上回る増収増益となりました。**

2024年3月期におきましては下期にはインバウンド需要がコロナ禍前の約75%と緩やかに回復する中、ドラッグストア事業では繁華街店舗における化粧品需要等が回復し、売上が好調に推移しました。中国からの観光客の比率は未だ低いものの、欧米とともに韓国・台湾などアジアからの訪日客の需要が着実に増え、風邪薬の需要もコロナ禍前の水準に戻っています。

一方で「ダイレックス」が展開するディスカウントストア事業においては、原材料の高騰に伴い市場価格が値上がりするなか、消費者ニーズを取り込んで食品部門の売り上げが大幅に伸長しました。また、ドラッグストア事業に続いて電子棚札等の導入によりオペレーションを効率化し、人件費等の販売管理費を抑制しました。

これらによって、2024年3月期の売上高7,517億円(前期比108.9%)、営業利益409億円(同109.5%)と修正計画を上回る増収増益を達成しています。

また期中には過去最高の110店舗(うちドラッグストア76店舗、ディスカウントストア34店舗)を全国に出店し、2024年3月末現在、当社グループの店舗数はドラッグストア事業1,080店舗、ディスカウントストア事業393店舗、合計1,473店舗となりました。

当社グループの特徴の一つが、ドラッグストアにおいて駅前店舗と郊外店舗を両立したバランスの良い出店です。さらに駅前でも商店街と繁華街、郊外ではスーパーマーケット等と連携する複合店舗と単独店舗に分かれています。例えば繁華街店舗であれば若い女性のお客様向けの化粧品類も充実させる、郊外の複合店舗であればHBC(ヘルス&ビューティケア)を充実させるなど、各エリアのお客様ニーズに対応する非常にきめ細やかな店舗づくりを行っています。当社グループにおいては計画的に店舗開発要員や薬剤師を育成するなど出店に必要な人材を十分に確保しており、今後のインバウンド需要の回復動向等を慎重に見極めながら、さらに出店を加速したいと考えています。

● 中期経営計画の進捗

**成長戦略 売上高1兆円に向けて
戦略的な事業投資を着実に遂行しています。**

現在、当社グループは2026年3月期に連結売上高1兆円を目指す5カ年の中期経営計画に基づき、事業戦略の推進と経営基盤の強化に取り組んでいます。業界では同業他社との出店競争や大手同士の業界再編、他業態との競争等、経営環境は一層厳しさを増しています。こうしたなか、当社グループは計画的な出店戦略と並行して、戦略的な事業投資に取り組んでまいりました。近年では2022年10月に愛媛県を拠点にドラッグストアと調剤薬局を運営する株式会社大屋を子会社化するとともに、2024年2月には株式会社キリン堂ホールディングス(キリン堂HD)の株式を取得して持分法適用会社化しました。

キリン堂HDは関西地区を中心に400店舗以上のドラッグストア及び保険調剤薬局を展開し、売上高約1,400億円の事業規模を有していますが、出店エリアで当社グループとの重複が少なく、相互に補完し合う効果的な店舗運営が可能です。また、当社グループがオペレーション構築力、医薬品・ヘルス&ビューティケア商品の販売力、顧客ニーズに合わせた店舗づくりのノウハウを強みとするのに対して、キリン堂HDは店舗での高いサービス品質、特徴あるプライベート商品等に強みがあり、協業を通じてシナジー効果を発揮することで、相互の事業の競争力を高め、さらなる成長につながると確信しています。

当社グループは引き続き資本業務提携の案件に取り組んでおり、2026年3月期連結売上高1兆円の実現に向けたロードマップを着実に進んでいます。一方で、当社グループは決してM&Aを通じて規模を追求するのではなく、業界No.1の経営効率性や収益性を目指しています。近年は業界内で大手同士の再編が続きますが、時価総額ランキング等では当社が上位を維持するなど、市場からも当社のスタンスに一定のご評価をいただいていると自負しています。

トップメッセージ

国内外に販売チャネルを多様化するEC事業を強化しています。

お客様へのきめ細やかなニーズに対応する重要施策として、インターネット販売のEC事業の強化に取り組んでいます。サンドラッグ Online Store サイトに加え、楽天、Yahoo!、Amazonなど主要なインターネット通販に国内出店サイトを設けるほか、東南アジア最大級のECサイトLazadaでも取り扱いを行っています。

EC事業はコロナ禍において中国で若干の伸び悩みも見られましたが、当社グループは継続的に顧客満足度と生産性向上に向けたEC基盤のリニューアルに取り組み、2025年3月期には売上高前期比130%を計画しています。最近の改革としては、当日発送・日付指定サービスを開始したほか、化粧品や医薬品に冷凍食品を加えるなど取り扱いアイテムを1.5倍に増やしました。また、医薬品販売の際に必要なメール等での薬剤師対応の迅速化、さらに配送コストの効率化に向けて2023年8月には物流拠点として中京一宮センターを開設しました。

EC事業のテーマとして今後はさらに即日発送のアイテムを増やしてまいります。国内ではドライバー不足が社会問題化していますが、当社グループは他社に先駆けて物流業者と連携して荷下ろしや待機時間を短縮する実践的な仕組みを整えるなど、ホワイト物流の実現に取り組んでおり、物流面での問題は生じておりません。一方で、海外向けチャネルもさらに充実させてまいります。業界内では店舗を構える海外進出も増えています



が、一方でニーズが高い医薬品について現地での規制緩和が必ずしも進んでおらず、現在のところ当社グループにおいてはEC事業を通じて収益を確保しながら海外売上を拡大したいと考えています。

地域社会のニーズに対応すべく調剤薬局を新規エリアに拡大してまいります。

当社グループの調剤事業は、一般薬のOTC医薬品を販売するドラッグストア店舗併設型の薬局と門前型の調剤専門薬局の2つの調剤薬局を展開しています。2024年3月期累計店舗数は併設156店舗、単独31店舗、また2024年3月期の開局実績では併設38店舗、単独3店舗と併設店舗を中心に出店を加速化しています。出店の鍵となるのが店舗運営の責任者である管理薬剤師の育成です。当社グループでは管理薬剤師となるまでに最低でも27カ月の教育カリキュラムの受講が必要となりますが、お客様を接客するOTC業務と調剤薬局業務の双方を経験できる当社グループの併設型調剤薬局に魅力を感じていただく新卒採用者も多く、おかげさまで順調に管理薬剤師を増員しています。これまで関東圏を中心に調剤薬局を出店していましたが、今後は地方の大都市にも新規出店エリアを拡大し、エリアごとの新卒採用をさらに増やしていきたいと考えています。

当社グループの調剤事業戦略の基本は、医療機関の隣にあるいわゆる門前薬局を増やすものではなく、例えば遠くの総合病院から自宅近辺に戻った際にドラッグストアで買い物しながら併設する調剤薬局で処方箋薬を購入する、そうした利便性ある店舗づくりを目指しています。一方で、より一層、医療機関と連携を強化する取り組みも一部地域ではじめています。

調剤薬局機能のさらなる向上のために、調剤事業におけるDXの推進が重要テーマです。既にオンライン服薬指導システムや処方箋をアプリで送付して待ち時間を短縮する楽天ヘルスケア ヨヤクスリを全店に導入し、お客様の利便性を高めると同時に店舗運営を効率化しています。また、健康フェアの開催、かかりつけ薬剤師の育成、在宅支援サービスの拡大など、高齢化社会の中で地域・社会に貢献する店舗運営、サービス拡大にこれからもしっかりと取り組んでいきたいと考えています。

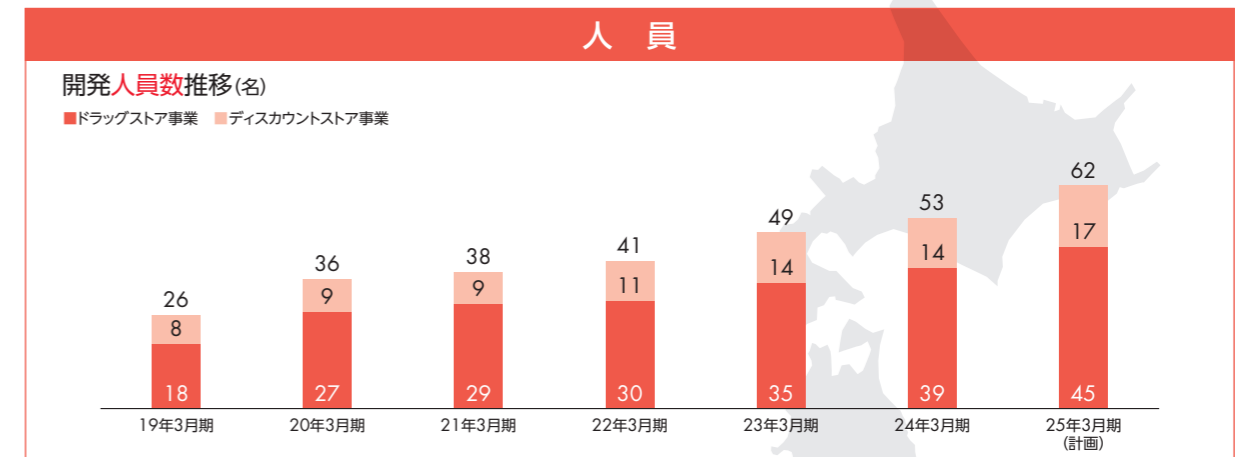
経営基盤を強化すべくDXを活用し、生産性の向上に取り組んでいます。

戦略的な出店計画や販売チャネルの多様化、人材の高度化とともにオペレーションのさらなる効率化に向けて、店舗運営の全般にわたりDX化に積極的に取り組んでいます。近年の成果としては商品の自動発注や店舗内の商品説明や価格表示を電子化した電子棚札を導入し、作業時数の削減と粗利増につなげています。また、2025年3月期からは賞味期限をタブレット等で管理す

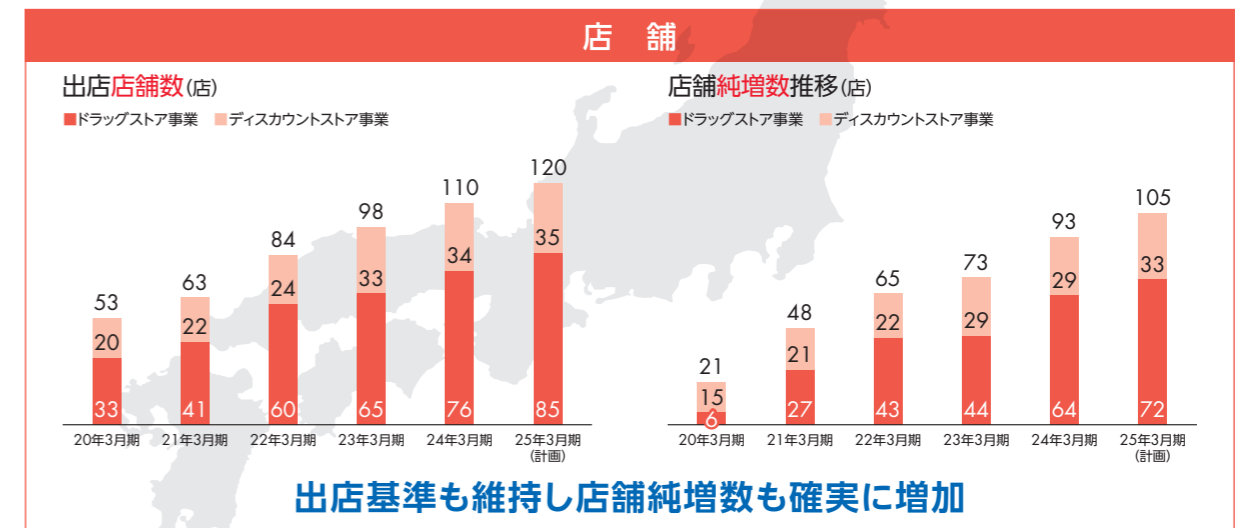
る賞味期限管理システムの検証をはじめ、順次、全店舗に導入する予定です。

当社グループの特長は、システムをテスト導入した際、その効果をきちんと数字で検証することです。設備投資額に対して省力化（人件費の削減）や粗利への貢献が低いと判断すればテスト段階で導入をストップします。せっかく先進的なシステムだから、話題性があるから等の理由ではなく、本当に経営の効率化に寄与するものかを数字で検証し、最終的な導入の是非を経営判断しています。

■ 人員増員と出店数拡大の推移



計画的な人員増員により出店数も順調に増加



出店基準も維持し店舗純増数も確実に増加

トップメッセージ

● サステナブル経営について

社員の意識向上を重視しながら
環境経営を推進しています。

当社グループは環境・社会・ガバナンス (ESG) の観点から経営の重要課題 (マテリアリティ) を特定し、具体的取り組みについてKPIで進捗管理し、ESGデータの開示の充実を図っています。

環境経営の推進については、KPIとして2030年度に床面積当たりのCO₂排出量を2013年度比50%削減、2050年までに事業活動に伴う温室効果ガス排出量をゼロにするカーボンニュートラルを目指しています。取り組みの一環として、店舗に太陽光発電パネル、ノンフロン冷蔵・冷凍ケース、室温をコントロールする空調調設備を導入しています。また、食品廃棄物の削減にも取り組み、店舗から出た食品廃棄物をバイオ燃料として再利用する取り組みをスタートしており、2025年3月期には2023年3月期比で再利用率47.2%を目指します。

一方で、会社としての取り組み以上に、社員一人一人が環境問題にどのように取り組むかが大切だと考えており、2023年3月期から社員評価制度に個人のSDGsへの取り組みに関する自己申告を取り入れています。ペットボトルを減らす、節水するなど小さなことで良い、社員の意識が少しでも高まることが重要だと考えています。

多様な人材が活躍できる環境づくりが
人的資本経営の基本です。

2024年3月期においては、より一層、社会からの企業の社会的責任への要請に応えるべく、マテリアリティの一部を見直し、社会をテーマとした取り組みについて「人的資本経営の実行」「製品・サービスの品質、安全性と利便性」「社会及び地域社会との共生」としました。

人的資本経営につきましては、女性活躍推進、障がい者雇用の促進などの個別の重要テーマはありますが、基本の考え方として、多様な人材が自分らしく活躍できて、それぞれが一隅を照らすことのできる職場を整備する、そのために積極的な人的投資、組織改革で学びの機

会の提供と人事制度、また評価制度の充実を通じて企業の競争力の向上を図ってまいります。また、従業員の誰もが安心して大切な家族と向き合うための社内制度の充実を図っていきたいと考えています。具体的な取り組みとして一定の成果が出ていると感じる指標の一つが、当社における女性と男性の育休取得率の高さです。私自身も男性管理職にも積極的に育休を取得するよう声がけをしています。また人的投資として、働く環境の整備とともに、社員の給与についても他社の動向を鑑みながら適宜見直しを行っています。

社会とともに対になりながら
当社グループの持続的成長を目指します。

当社グループの持続的な成長は、常に社会の持続性と一対にあります。社会が持続的に存続してこそ、当社グループも持続的に成長することができる、だからこそサステナブル経営が不可欠です。ESGの一環として継続的にガバナンスの強化に取り組むとともに、多様なリスクに対応すべく、さまざまな事例を情報収集し未然にトラブルを防ぐべく管理体制等を強化しています。ドラッグストア業界が関わる社会課題は多様に存在し、例えば若者のオーバードーズの問題について当社は早い段階から購入制限等のシステムを導入していますが、全面的な解決策が見出しにくいことも事実です。しかしながら、こうした困難な社会課題に向き合い、対応を考え続けることが当社グループの社会的責任であると認識しています。

一方で、経営トップとして当社グループの持続的成長に向けて、資本コストや株価を意識しながら、財務上のテクニックにこだわりすぎず、王道のビジネスを遂行してまいります。具体的には、きちんと本業での売上を増やしてコストを下げる、得た利益をきちんとステークホルダーに還元する——当社は2024年3月期には年間配当金として1株あたり114円とさせていただきます、2025年3月期には23期連続増配を予定しています——こうした好循環を無理なく継続させることが基本です。そのためには自然と儲かる仕組み作りが必要となります。冒頭で申しあげたように業態ごとの店舗ニーズをしっかりと把握し、利益率の高い商品等と人気があっても利益

■ サステナブル経営の推進のため、マテリアリティの一部を見直し (詳しくは→P.22)

重要課題 (マテリアリティ)	
E	環境経営の推進 
S	人的資本経営の実行 
	製品・サービスの品質、安全性と利便性 
G	社会及び地域社会との共生 
	ガバナンス経営の推進 

率が低い商品を見極めながら、しっかりと利益が出る商品構成にしていく、一方でコスト面では店舗業務を効率化するシステム投資を積極的に行いつつ本当に効果が出る施策を継続する、こうした当たり前を徹底することが、経営を安定的かつ持続的に成長させる一番の近道ではないかと感じています。コロナ禍が落ち着きを見せつつも、地政学リスク等を背景とする原材料費の高騰が続くなど、今後の事業環境は不透明な部分もあり、2025年3月期の経営の舵取りが今後の当社グループの成長に向けて非常に重要であると認識しています。株主・投資家、社員、取引先をはじめとしたステークホルダーの皆さまには、当社グループにぜひご期待いただくとともに、引き続きご理解とご支援をよろしくお願い申し上げます。



中期経営計画の詳細については決算説明資料をご参照ください。

<https://www.sundrug.co.jp/ir/irdata/appendix>



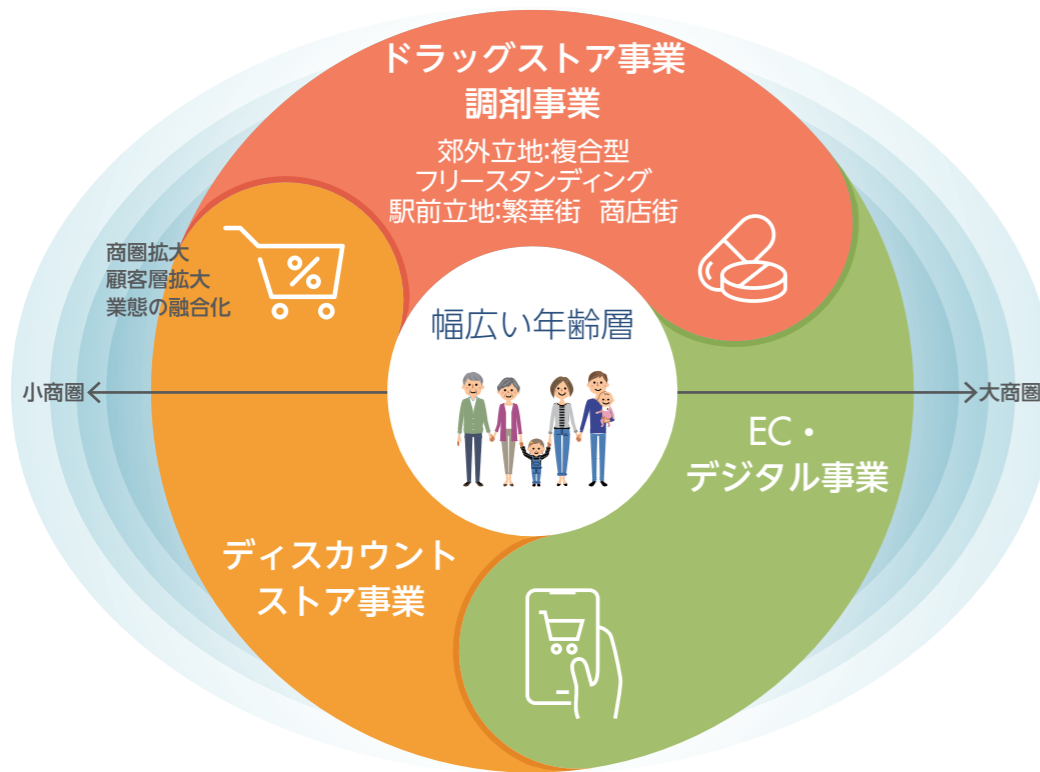
経営課題と中期経営計画

2026年3月期におきまして売上高1兆円・営業利益600億円を目指します。計画を達成するための事業戦略・経営基盤強化についての各取り組みとなります。

	2023年3月期 実績	2024年3月期 計画	2024年3月期 実績	2025年3月期 計画	2026年3月期 数値目標
売上高	6,904億円	7,470億円	7,517億円	8,030億円	1兆円
営業利益	374億円	403億円	409億円	462億円	600億円

業態戦略 業態の有効によりさまざまな購買チャネル・商圈・顧客層をカバー

ドラッグストア事業・調剤事業・ディスカウントストア事業・EC・デジタル事業の融合により、さまざまな購買チャネル・商圈・顧客層をカバーし、今後のさらなる規模拡大を実現可能とします。



事業戦略 出店数の拡大

計画的な人員増員により出店数も順調に増加 → 出店基準も維持し店舗純増数も確実に増加

	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期予定
開発人員推移	49名 (■35名/□14名)	53名 (■39名/□14名)	62名 (■45名/□17名)
出店店舗数推移	98店 (■65店/□33店)	110店 (■76店/□34店)	120店 (■85店/□35店)
店舗数純増数推移	73店 (■44店/□29店)	93店 (■64店/□29店)	105店 (■72店/□33店)

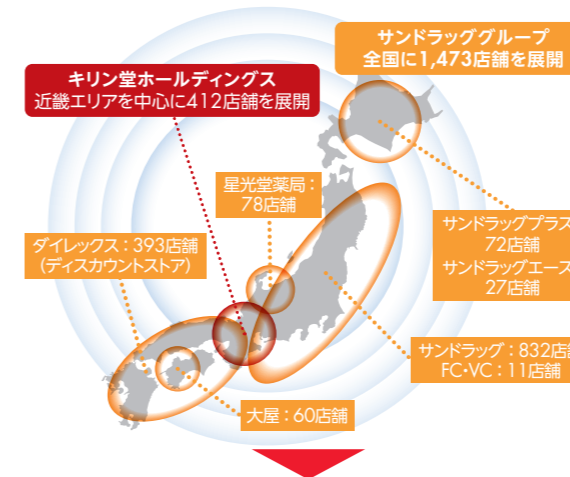
■ドラッグストア事業 □ディスカウントストア事業

事業戦略 キリン堂ホールディングスとの資本業務提携

株式会社キリン堂ホールディングスの業績と今後の協業の可能性

キリン堂ホールディングスは、売上高約1,400億円の事業規模であり、両社の強みを活かし、協業によりさらなる成長を目指します。

当社グループとキリン堂ホールディングスの店舗網



当社グループとキリン堂ホールディングスは出店エリアに重複が少なく直接的競合が少ない

今後の協業の方向性

当社グループの強み

- ・オペレーション構築力
- ・医薬品・ヘルス&ビューティケア商品の販売力
- ・顧客のニーズに合わせた店舗づくりのノウハウなど



キリン堂ホールディングスの強み

- ・店舗における高いサービス品質
- ・特徴あるPB商品など

協業により相互に事業の競争力を高め、さらなる成長を目指す

事業戦略 EC事業戦略

EC基盤のリニューアルにより顧客体験・満足度、生産性を向上

ES基盤リニューアルによる変革

顧客体験の向上

- ・当日発送・日付指定サービス開始
- ・1to1マーケティングによる顧客体験の提供
- ・「冷凍食品」など、品揃え強化
- ・予約や定期購入販売の追加
- ・お問い合わせ返答速度の大幅短縮
- ・薬剤師とのコミュニケーション

生産性向上

- ・DC一体型拠点追加による物流効率化向上
- ・拠点分散による配送コスト削減 (2023年8月22日 中京一宮センター開設)
- ・需要予測による適正在庫、コスト最適化
- ・CRM・リテールメディアの導入
- ・情報一元化や自動化ツール導入によるマーケティング施策

取り扱いアイテム
1.5倍

当日発送比率
22%

配送費
8% 削減

お問い合わせ件数
46% 低減

お問い合わせ対応速度
62% 短縮

お客様評価
+10pt

売上・利益のさらなる向上

店舗を生かしたOMOのさらなる推進

顧客満足度・利便性のさらなる向上

新たなサービスの創出

事業戦略 調剤事業強化

地域社会に向けた調剤需要に対する取り組みを推進

2024年3月末 ▶ 単独店舗 31 店舗 / 併設店舗 156 店舗

調剤実績 2024年3月期 通期		
調剤売上	処方箋枚数	処方箋単価
142億60百万円	1,658,604枚	8,598円/枚
前期比: 120.5%	前期比: 119.6%	前期比: 100.8%

開局実績 2024年3月期 通期
単独3店舗・併設38店舗 開局

2025年3月期

単独店舗 2 店舗 / 併設店舗 43 店舗 開局計画

調剤店舗出店拡大への取り組み

■ 併設店舗を中心とした出店の加速
併設率: 14.4% → 24.7% (2026年度目標)

■ 新規エリア出店

■ 近隣医療機関との連携強化

報酬改定への対応 (薬局機能向上)

■ 調剤薬局DXの推進
楽天ヘルスケア ヨヤクスリの全店導入
オンライン服薬指導システムの全店導入
オンライン資格確認 (マイナ保険証利用推進)
電子処方せんシステムの導入

■ 地域・社会への貢献
健康フェアの開催
かかりつけ薬剤師の育成
在宅の拡大

経営基盤強化 生産性向上

オペレーションのさらなる効率化への取り組み

電子棚札導入開始

粗利益率 + 1.0% 人件費 3.5% 削減

- 2024年3月期: 150店舗導入 (累計270店舗)
- 2025年3月期: 300店舗導入計画
- 設備投資: 総合計250億円程度の見込み

導入効果

- ・店舗での特売などのショーカード設置等作業削減
- ・タイムリーな表示変更と価格反映による効率化
- ・販促表示等の効率化



賞味期限管理システム導入

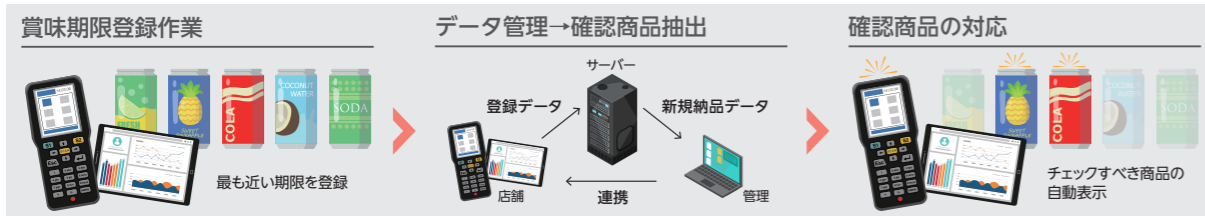
人件費 0.5% 削減 (削減額 2.0 億円/年)

- 賞味期限管理ペーパー運用の変更 → タブレット or ハンディターミナル管理
→ 賞味期限管理時間の削減・作業精度向上

- 2025年3月期 第1四半期: 検証 第2四半期: 全店導入計画

導入効果

- ・販売期限商品のみチェックによる作業効率化
- ・画像読み取り効果による作業精度向上



DXの活用推進による経営基盤強化

デジタル技術の急速な進化は、私たちの事業環境に大きな変革をもたらしています。この変化の渦中において、企業がこれまでの成功を持続し、新たな価値創造を実現するためには、デジタルトランスフォーメーションへの果敢な取り組みが不可欠です。DXは単なるITの活用にとどまらず、ビジネスモデルの変革、組織文化の改革、従業員の意識改革に至るまで、企業の根幹に関わる総合的な変革プロセスです。我々は、この変革の重要性を強く認識し、デジタル技術を徹底的に活用することで、お客様に優れた体験を提供し、

社会に新しい価値を創造し続けることを目指しています。サンドラッググループでは次の5点を戦略的な視点に据えDXの活用の検討と導入を進めています。

1. 人材の有効活用
2. 業務効率の向上
3. セルフメディケーションへの対応
4. 顧客体験の向上
5. データ活用による戦略的意思決定の実現

アプリ・SNS等のデジタル販促から、顧客情報を活用し顧客を獲得



デジタル関与売上

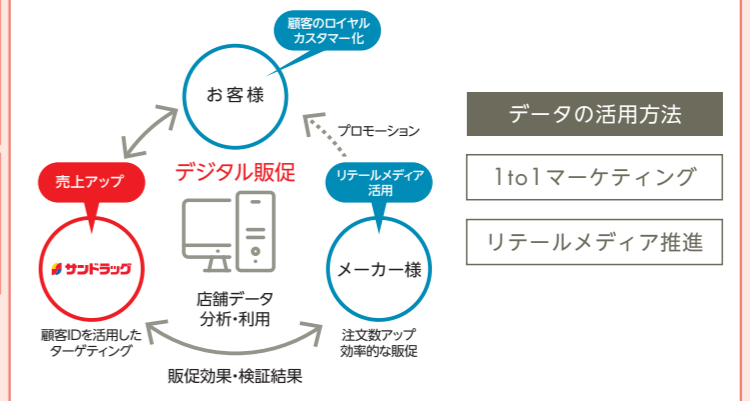
デジタル関与売上比: 32.1%

※ドラッグストア事業 2024年3月末実績

リテールメディア事業

【売上高】 前期比: 130%

マーケティング最適化



マテリアリティ

サンドラッググループが社会的な役割を果たすにあたり、優先的に取り組むべき重要課題(マテリアリティ)を特定いたしました。

マテリアリティの抽出決定プロセス



マテリアリティの変更と再構成

急速に進む社会の変化とそれに呼応する新たな価値観や法令、ガイダンスの要求、取り組みを評価し改めてドラッグストアとしての使命を踏まえ、取り組み(マテリアリティ)を再定義しました。

情報開示書類

- 有価証券報告書へのサステナビリティ情報の開示義務化(S1,S2,人的資本)
- ISSB基準の最終案、SSBJによる国内開示基準の方向性の参照

個別テーマ

1. 情報開示の在り方を含めた気候変動への継続した対応
2. 人的資本経営などの特定テーマに対する重要性の高まり
3. ドラッグストアの基本である製品・サービス品質、安全性と利便性への対応
4. 狭小圏で事業を行うことを考慮した社会及び地域社会との共生
5. コーポレートガバナンス、人権、ビジネスパートナーとの商慣習やルール、セキュリティなどの議論の高まり

再構成したマテリアリティと8つのテーマ

領域	テーマ	活動(今後の計画)	該当するSDGs
E Environment	① 環境経営の推進 →テーマ1 (P.23)	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業活動における温室効果ガスの排出削減 <ul style="list-style-type: none"> ・太陽光発電装置の設置 ・ノンフロン冷蔵・冷凍ケースの導入 ・空調調和設備の設置 ・LED照明の設置 ● 環境配慮型プライベートブランド商品の開発推進 ● 適切な情報開示の実行 <ul style="list-style-type: none"> ・スコープ1,2,3開示 ● 環境活動、環境啓発、教育活動への貢献 <ul style="list-style-type: none"> ・店舗店頭での廃プラスチックボトルの回収 ・小学校での環境に関する出前授業の実施 <p>※いずれもユニリーバ株式会社様との共同活動</p> <p>【今後の計画】 CDPでの情報開示 2050年カーボンニュートラル</p>	
	② 人的資本経営の実行 →テーマ2 (P.32)	<ul style="list-style-type: none"> ● 女性活躍推進 ● 障がい者雇用の促進 ● ワークライフバランスの充実のための取り組み ● 健康経営推進 <p>【今後の計画】 エンゲージメントサーベイをはじめ人的資本可視化指針に沿って3P5Fを踏まえた活動を実施</p>	
	③ 製品・サービスの品質、安全性と利便性 →テーマ3 (P.39)	<ul style="list-style-type: none"> ● 業の安全/調剤店舗に於けるアドヒアランス(adherence)の強化 ● 適切な情報開示の実行 ● 買い物困難者に対するドローン配送実験への参画 	
	④ 社会及び地域社会との共生 →テーマ4 (P.43)	<ul style="list-style-type: none"> ● 認知症サポーターの育成 ● 自治体や地域包括センターとの連携 ● 買い物困難者に対するドローン配送実験への参画 ● 小学校での環境に関する出前授業の実施 	
S Social	⑤ ガバナンス経営の推進	<ul style="list-style-type: none"> ● 独立社外取締役3分の1以上選任(取締役7名中、社外取締役3名) ● 任意で指名・報酬諮問委員会を設置 ● 内部通報制度の設置 ● ホワイト物流自主行動宣言賛同表明/パートナーシップ構築宣言 ● お取引先様行動指針の開示/お取引に関するアンケートの実施 	
	⑤-1. コーポレートガバナンスの強化 →テーマ5 (P.45)		
	⑤-2. 内部統制及びコンプライアンス →テーマ6 (P.54)		
	⑤-3. リスクマネジメントの推進 →テーマ7 (P.56)	<ul style="list-style-type: none"> ● 物流事業者、その他お取引先様とのBCPの構築、運用 ● IT及びその他事業全般のリスクの認識、選別、適切な評価、対応策の構築、PDCAで運用の実行 	
G Governance	⑤-4. ITガバナンスの構築 →テーマ8 (P.62)		



環境経営

「価値ある商品を提供し、豊かな暮らしの実現に奉仕する」ことを目指し、サンドラッググループは脱炭素社会への取り組みや地球環境に配慮した製品の開発等、環境経営に取り組んでいます。

サンドラッググループ環境方針

基本的な考え方

「地球環境の保全」と「生物多様性の保護」が人間生活の基盤であり事業活動の原資であることを認識し「環境経営」を重点課題（マテリアリティ）の一つに設定し経営に統合して戦略的に推進しています。

「環境経営」を実践するにあたっては、さまざまな取り組みにおける行動の基準として環境方針、環境自主行動計画を定め、全ての事業分野において、自ら責任を持ち、さまざまなステークホルダーと協働しながら、事業活動を通じた環境課題の解決に取り組んでいます。

環境方針

●環境負荷の低減

資源・エネルギーを効率的に使用し、サプライチェーンを構成する全ての段階において環境負荷の少ない事業活動に努めます。

●商品の開発・販売における配慮

自社のみならず調達取引先との協働・共創を通じて、環境に配慮した商品及びサービスの企画・販売を推進します。

●推進体制の構築

事業活動が環境に与える影響を認識し、環境目的・目標を定めて、継続的な改善に取り組めます。

●従業員への教育・啓発、コンプライアンスの遵守

環境方針を全従業員に周知徹底するとともに、従業員一人一人が環境意識を高め、コンプライアンス*を遵守します。

*廃棄物の集計・適正処理、製品に含まれる化学物質、省エネ法（エネルギーの使用の合理化等に関する法律）、温対法（地球温暖化対策の推進に関する法律）など

●地域社会と協調

出前授業などを通じた環境教育への協力、地元自治体との連携による3Rの推進などを積極的に進めてまいります。

●情報開示とコミュニケーションの推進

環境保全活動への取り組みを定期的に社内外へ報告し、ステークホルダーと良好な関係を築きます。

2030年カーボンハーフの実現

数値目標

2013年度比2030年度末に原単位*あたりCO₂排出量をグループ50%削減 *店舗売り場面積1㎡当たり

戦略

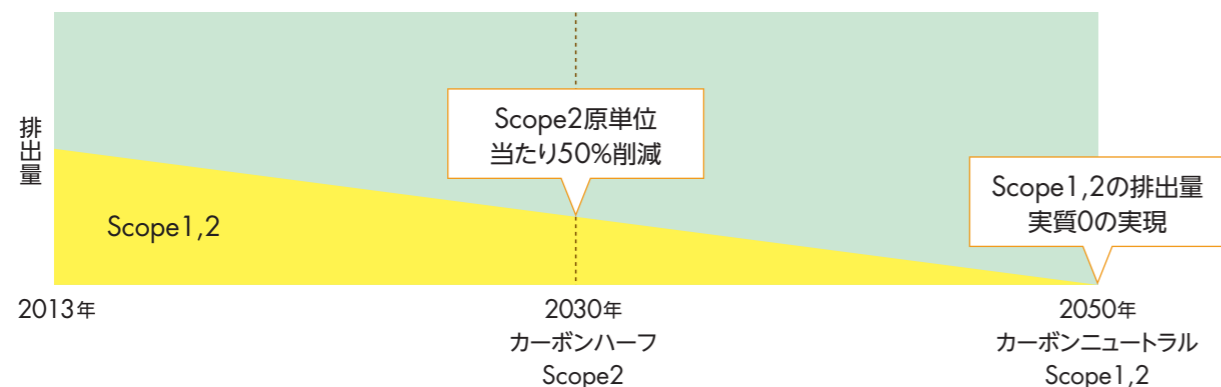
a. 環境技術の導入

- 太陽光パネルの設置
- 空調調和設備の導入
- ノンフロン冷蔵・冷凍設備の導入
- カーボンオフセット（非化石証書、Jフレ等の購入検討）
- オフサイトPPAで電力の調達の検討

b. 教育・啓発

- 温度設定の管理の強化、その他エネルギー管理の徹底
- 環境、環境経営に対する従業員の意識・知識の向上

2050年までのCO₂削減のイメージ



2050年カーボンニュートラルの実現

既存の施策の確実な実行、カーボンオフセットの利用や新技術を活用し2050年Scope1,2排出量のカーボンニュートラルを目指します。

数値目標 2050年カーボンニュートラル

実施計画

- 省エネルギー対策の推進
- カーボンオフセットの実施
- 再生可能エネルギーの活用
- サプライチェーンにおけるCO₂排出量の管理

- 省廃棄物の削減とリサイクルの推進
- 顧客とのコミュニケーション*
- 新しい技術基盤の積極的活用

*カーボンニュートラルへの取り組みを店頭やウェブサイト積極的に発信 顧客の環境意識向上につながるキャンペーンの実施

新しい技術基盤	内容	可能性
二酸化炭素回収・利用・貯留技術 (CCUS)	大気中や排ガスから二酸化炭素を吸収し、地中や海底に貯留したり、燃料や原料として利用	
水素製造・水素利用技術	再生可能エネルギーを用いた水分解による「グリーン水素」の実現	
革新的太陽電池	ペロブスカイト太陽電池やタンデム型太陽電池など、高効率かつ低コストな次世代太陽電池	○
次世代蓄電技術	全固体電池	○
人工光合成	太陽光を利用して水と二酸化炭素から有機物を合成する技術	
スマートグリッド・VPP	IoTを活用して電力の需給を最適化するスマートグリッド技術	○
ゼロエミッション建築・都市設計	断熱性能の高い建材や高効率設備の採用によって、建物のエネルギー消費量を大幅に削減	○

CO₂排出量削減に向けた施策

地域ごとの店舗の特性（日照時間、屋根面積、屋根耐荷重等）を基に太陽光発電の設置を進めています。2030年度までに21,000トンのCO₂削減を計画しています。また、各店舗でノンフロン冷蔵・冷凍ケースを導入しています。



脱炭素社会に貢献

36~40年生のスギ人工林100ヘクタールが1年間に吸収する二酸化炭素の量34年分に相当

●太陽光パネル

効果

太陽光発電設備で1年間発電 ⇒スギ約200本分のCO₂吸収量



●ノンフロン冷蔵・冷凍ケース

効果

漏洩フロン削減



●空調調和設備

効果

室温を快適に保ち、温度の上がりすぎや下がりすぎを抑える



■各設備導入数 ※グループ計

設置店舗数/計画	2021年度末	2022年度末	2023年度末	2024年度末
太陽光パネル設備	0	32	92	232
空調調和設備	19	94	168	266
ノンフロン冷蔵・冷凍ケース	0	4	113	219



テーマ 1 環境経営の推進

食品ロスへの取り組み

食品廃棄物の抑制・削減を図る上で、そもそも売れ残り自体を発生させないことが重要であり、そのために店舗ごとの品揃え、棚割り（売場の棚にどの商品をどの位置にどれだけ陳列するか）、発注・在庫数量の最適化に取り組んでいます。また、「てまえどり*」の活動による期限切れ商品の削減や社内基準に基づいた販売期限が近づいた商品は、適当なタイミングに最適な値引率で販売することで売り切りを図り、廃棄量を減らす活動を進めています。この一連の取り組みの精度を向上すべく、自動発注システムをはじめとするITシステムの運用ロジックの改善を継続的に進めています。



*「てまえどり」＝購入してすぐに食べる場合に、商品棚の手前にある商品等、販売期限の迫った商品を積極的に選ぶ購買行動です。

■食品廃棄 重量推移

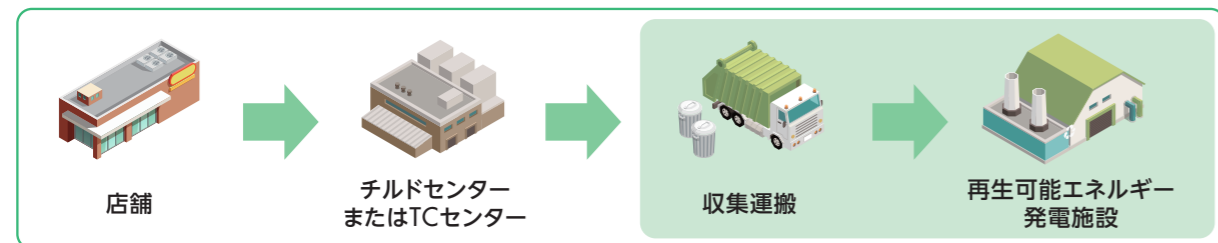
(店舗：直営全店/単位：t)	2018年度計	2019年度計	2020年度計	2021年度計	2022年度計	2023年度計
欠損重量 合計 (t)	492	361	419	310	338	354
kg/売上(百万円)	1.60	1.15	1.41	1.02	1.08	1.06
2018年度対比	100.0%	72.0%	88.2%	64.0%	67.5%	66.2%

*上記数値は概算値のみ

■イメージ【主な取り組み】



上記取り組みをしても廃棄は出てしまうため、リサイクルとして回収していただき、エネルギーで再利用する取り組みを一部物流で開始しております。その他の物流にも広げて、リサイクル率を向上させていきます。



店舗から出る廃棄物削減

ドラッグストアでは扱う商品の特性上、段ボールや緩衝材などのプラスチック廃棄物が多く発生します。現在、段ボールの多くはリサイクル処理していますがプラスチックの一部に関しては産業廃棄物として処理をお願いしているのが現状です。ペットボトルについてはキャップとボトルに分別し、一部店舗ではリサイクル処理しております。今後対象店舗を拡大予定です。引き続きプラスチック類の一層の削減と、仕入れ個数の適正化、リユース、リサイクルをお取引先とともに推進し、地球環境に優しい経営を推進していきます。

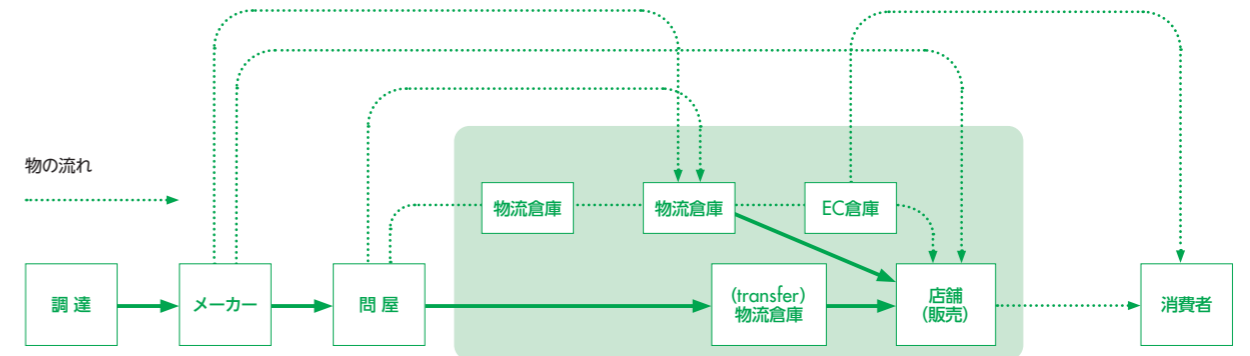
- 1 社内研修制度にて、環境問題から当社の取り組みまでを周知及び学習
- 2 リサイクル業者との協議を繰り返して、店舗限定でテスト運用
- 3 製造業への依頼事項をまとめて要望書を定期的に提出

廃棄物削減に向けての基本的な考え(サプライチェーンを通じた取り組み)

仕入商品を多く扱うドラッグストアやディスカウントストアでは廃棄物に対する取り組みが少々遅れ気味でした。「商品包装材等の廃棄物」「食品の売れ残り」など解決すべき課題は多岐にわたります。幸いなことにITやDXなどの普及で仕入商品の物量、販売量、売れ残り量、CO₂

排出量(SCOPE3カテゴリ-1)の見える化が進んだことで廃棄物に対するアプローチも明確になりつつあります。サンドラッググループでは国の方針や指針に従い、お取引先様と協力しサプライチェーン全体を通じて3Rを推進し、廃棄物問題に全力で取り組みます。

■サンドラッググループのサプライチェーン



プライベートブランド(PB)商品

重要性の認識

ドラッグストアが販売する商品の包装材や容器は使用後、廃棄物として処理されることで環境負荷となってしまうものが少なくありません。サンドラッググループのプライベートブランド商品は「環境負荷の少ない商品であること」「商品を通じた環境貢献が可能であること」を主要なテーマとして製品化をしております。具体的には、①環境に優しい素材や製造プロセスの選択、②環境負荷の少ない材料の利用(環境に優しいインキ、再利用可能な素材やリサイクル可能な材料)、③環境に配慮した販売プロモーションの実施(環境配慮を強調)、④環境に関する情報の提供(環境対応をマークや認証の表示)です。

開始間もない取り組みではありますが、環境経営が求められる現代において社会の要求に応えられるお客様に説得力のある商品を継続して提供していきたいと考えております。

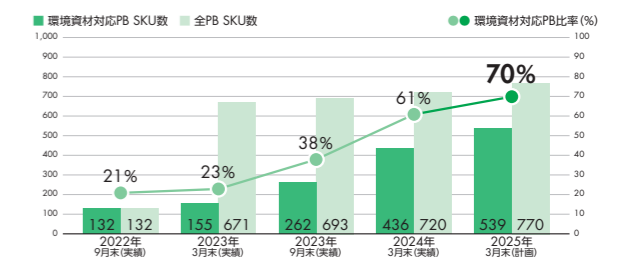
現状の活動

期間目標：720SKU
達成(達成率)：436SKU(60.6%)

今後の活動について

新商品：サステナビリティ環境資材100%対応
既存品：順次、サステナビリティ環境資材対応へ変更

■PB環境資材対応比率 目標(年次)



その他環境に関する取り組み

環境に配慮したカゴ、販促物の導入

サンドラッグでは、材料の30%をペットボトルキャップでリサイクルして作った環境にやさしいカゴを導入しております。また、店舗に掲示する販促物の素材を環境に優しい石灰石を主原料とするLIMEXを採用しており、CO₂削減に貢献しております。



※石灰石＝紙と比べ、大量に必要な水や木をほとんど使用しない

店舗設備の活用

廃棄物の削減、資源の有効活用を目的に、店舗の移転・建て替え、閉鎖の際に、そこで使用していた商品陳列棚や什器、冷蔵什器を整備した上で、他店で再利用しています。店舗とオフィスから排出される資源を適正に管理・再利用することで、循環経済(サーキュラーエコノミー)の実現に貢献します。



テーマ 1 環境経営の推進

TCFD提言に基づく取り組み



TCFDが気候変動のリスクと機会に関する重要な情報開示のフレームワークであり投資家にとって共通の物差しであるという認識です。情報の充実、正確性、一貫性を重視し、有価証券報告書、コーポレートガバナンス・コードの要請に従い適切に対処していきます。

コーポレートガバナンス・コードの要請に基づいたTCFD提言への対応

目的	<ul style="list-style-type: none"> 2030～2050年の世界がどのような社会になっているかを想定したシナリオ分析の手法で影響の大きいリスクを特定し、事業の継続性や会社の成長を維持するために必要な対応策を事前に検討・策定・実行する
シナリオ	<ul style="list-style-type: none"> 2℃シナリオ：産業革命前からの気温上昇が21世紀末で2℃に抑えるシナリオ。脱炭素社会が進むことに伴う政策規制、技術などのコスト、市場動向、評判などのリスクが生じる。試算ではIEA(国際エネルギー機関)やIPCC(気候変動に関する政府間パネル)などの情報をもとに、2050年のネットゼロを達成する「Net Zero」などを採用しました。 4℃シナリオ：気候変動への対策が進まず産業革命前からの気温上昇が21世紀末で4℃に到達するシナリオ。自然災害の激甚化、海面上昇などの気候変動に伴う物理的リスクが高まる。試算ではIEAやIPCCなどの情報をもとに、気温が2.6～4.8℃上昇する場合の「IPCC RCP8.5」、各国が表明済みの政策を実施することを織り込んだ「Net Zero」などを採用しました。
対象事業	<ul style="list-style-type: none"> ドラッグストア事業(調剤事業をまとめて)
分析範囲	<ul style="list-style-type: none"> サンドラッググループ(本部・店舗)
検討内容	<ul style="list-style-type: none"> 移行リスク：気候変動の緩和を目指す低炭素社会への移行に伴い、政策、法律、技術、市場に変化が生じ、企業の財務や評価・評判にさまざまな影響を与える可能性 物理的リスク：短期的な台風、洪水、森林火災などの気象災害(急性リスク)、長期的に進行する水不足、海面上昇、猛暑、大気汚染などの気象災害(慢性リスク)が、企業の財務に影響を与える可能性 機会：一般的に気温上昇と相関のある商品の売り上げ増加分の影響
シナリオ期間	<ul style="list-style-type: none"> 推奨は「現在～2050年」だが、「～2030年」で対応

戦略

短期的なリスクと機会、事業インパクト

- 継続的な出店を成長戦略の柱としているため店舗数が増すほど洪水等による浸水リスクは高くなると認識しています。店舗ごとの浸水深については、国土交通省が運営する、「ハザードマップポータルサイト」にて確認しております。
- 気候変動に関する科学的、アカデミアな知見はESG委員会の担当者が収集、把握に努めています。
- 浸水時に影響大と想定するコンセント等の電気設備については一段高いところに設置しリスクの低減に努めています。併せて商品棚の最下部も高めにし、商品への浸水対策をしております。
- 万が一浸水が発生した場合の対策についてもマニュアルを作成して対応にあたります。
- 取引先と共同でBCPを作成して対応に当たります。2030年迄の期間に於いては甚大な影響を及ぼすリスクは大きくないとの認識です。
- 機会については平成27年に気象庁が実施した調査※を参考に需要増が予想される商品を特定しております。

※平成27年気象庁委託調査「気候情報を活用した気候リスク管理技術に関する調査報告」～ドラッグストア産業分野～ 参照

リスク管理

リスク識別と評価のプロセス

- 気候変動に関する科学的データ、アカデミアな知見は国、大学、民間のシンクタンクとのデータベースを利用し事業活動に採り入れております。
- 気候変動に関連した規制要件等についても官公庁の審議会の状況を先行して把握しESG委員会に報告しております。
- コンプライアンス・リスク管理委員会では気候変動に関する法令等の影響の評価を行っておりリスクが生じないようにしております。

指標と目標

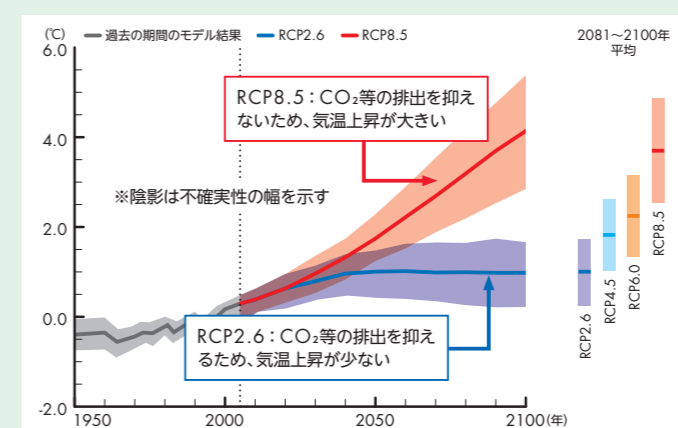
ドラッグストアとディスカウントストアを主たる事業とする当社は「サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量の算定方法基本ガイドラインに関する 業種別解説(小売業)(案)」を参考にGHGの削減を進めております。

自助努力だけで一定の削減が見込める直接排出(S1)及びSエネルギー起源の間接排出(S2)及び事業から出る廃棄物(S3C5)を最重要とし削減を進めます。輸送・配送(上流=S3C5,下流=S3C9)についてはパートナーの配送事業者と協力し検証可能な正確なデータの取得を目指します。圧倒的に排出量の大きな仕入れデータ(S3C1)についても検証可能な正確なデータの把握につとめます。

- 2030年カーボンハーフの達成
- 2050年カーボンニュートラルの達成

シナリオによる分析

1986-2005年平均に対する世界平均地上気温の変化
CMIP5の複数モデルによりシミュレーションされた時系列(1950年から2100年)



2081～2100年の世界平均地上気温の1986～2005年平均に対する上昇量は、濃度で駆動されるCMIP5モデルシミュレーションから得られる幅によれば、RCP2.6シナリオでは0.3～1.7℃、RCP4.5シナリオでは1.1～2.6℃、RCP6.0シナリオでは1.4～3.1℃、RCP8.5シナリオでは2.6～4.8℃の範囲に入る可能性が高いと予測される

出典：図、IPCC AR5 WG I SPM Fig. SPM.7 (a)

開示の記載内容

ガバナンス

取締役会

進捗経営の基本方針等、法令上取締役会の専決事項として定められた事項の決定及び取締役の職務執行に対する監督を主な役割としております。取締役会は、ESG委員会からの報告についてサステナビリティ経営の最終的な監督が行われ、サステナビリティに関するリスク及び機会への対応の観点から審議を行います。

ESG委員会

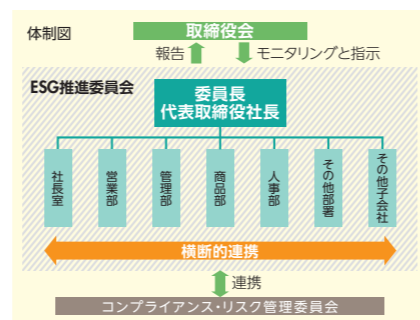
サンドラッググループの持続的成長を目指したサステナビリティ活動を統括し、方向性の検討、実施計画の承認と進捗管理を担当しています。ESG委員会の事務局はサステナブル推進課が担いガイダンス等の要求にそって担当部署と具体的な施策の調整を行っております。

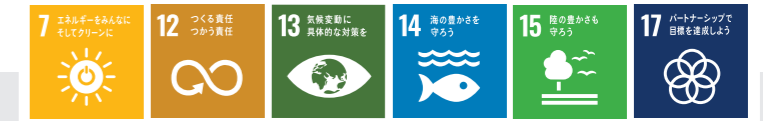
コンプライアンス・リスク管理委員会

ESG推進委員会と連携しサステナビリティ関連の法令等の影響評価を行い、リスクを生じさせない、顕在化させないための具体的な検討と対応を行っております。

代表取締役の役割

代表取締役社長CEOはサステナビリティに関する取り組みに関し、事業活動との整合性を図りつつ、経営資源の配分や体制整備、取り組み推進の最終決定を行っております。





テーマ 1 環境経営の推進

世界観・事業環境

		4.0°C (RCP8.5)	2.0°C (RCP2.6)
気候		● 2100年までの世界の平均気温が産業革命前と比較して4°C上昇する世界	● 2100年までの世界の平均気温が産業革命前と比較して2°C上昇する世界 (パリ協定の合意)
海面上昇、極端な気象現象		● 海面上昇や極端な気象現象の増加が顕著になりはじめる	● 海面上昇や極端な気象現象の増加は比較的限定的
生態系、人間社会へのリスク		● 生態系や人間社会へのリスクが高まる	● 生態系や人間社会へのリスクは中程度
ゲリラ豪雨、河川の氾濫、大型台風		● ゲリラ豪雨、河川の氾濫、大型台風のリスクが大幅に増加。適応策の実施が不十分な場合、被害が拡大する可能性	● ゲリラ豪雨、河川の氾濫、大型台風のリスクがやや増加。適応策の実施により、被害は比較的限定的
世界観		● 気候変動による異常気象の激化・頻発化が進み、自然災害や感染症などが発生するリスクが高まる	● 再生可能エネルギーへの転換や炭素税の採用など脱炭素社会への移行を促す政策導入や技術開発が進む
		● 気候変動に起因する事業環境や消費者行動の変化が事業に影響を及ぼす可能性が高い社会	● 脱炭素社会への移行に伴う事業環境の変化が事業に影響を及ぼす可能性が高い社会
政策		● 炭素税は導入されない	● 炭素税が導入される
		● 現状の省エネ・再エネの普及促進	● 省エネ・再エネのさらなる推進
調達・物流		● 農畜水産物(産地災害、気候変動などで収量減少、品質低下など)は上昇	● 環境対策費用(森林保護、プラ規制、炭素税導入など)で上昇
		● 使い捨て製品蔓延、資源消費量増加	● 長寿命製品普及、シェアリング促進
消費財・消費者の変化		● 酷暑対策のライフスタイル定着	● 環境に優しいライフスタイル定着
		● 防災・備蓄商品の需要増加	● サステナブルな商品の需要増加
		● 使い捨て製品蔓延、資源消費量増加	● 長寿命製品普及、シェアリング促進
ライフスタイル	食	● 肉類消費増加、食品ロス高水準	● 植物性食品の消費増加、食品ロス削減
	住居	● エネルギー効率改善緩慢、エネルギー消費増加	● 省エネ住宅普及、高効率機器導入
	移動	● ガソリン車主流、公共交通利用限定的	● 電気自動車普及、公共交通利用増加
	レジャー	● 大量消費型観光継続、自然体験活動限定的	● 環境配慮型観光増加、自然体験活動普及
	サービス	● 化石燃料依存型サービス継続、エネルギー効率改善不十分	● 低炭素型サービス拡大、エネルギー効率改善

パラメータ

重要項目	想定パラメータ	現在	4.0°C (RCP8.5)	2.0°C (RCP2.6)	備考
炭素価格	炭素税	導入なし	1tco2 (最低) 10,000円~ (最高) 30,000円	環境省の[2030年度の地球温暖化対策計画]に基づく炭素価格の予測	
GHG排出量	CO ₂ 排出量	約59[Gt-CO ₂]	2010年比で約20%増加し、約70~80[Gt-CO ₂] 換算になると予測されています。	2010年比で約45%削減され、約25~30[Gt-CO ₂] 換算	IPCC6
エネルギー価格推移	原油価格	84.6USD/barrel (WTI)	85b/US\$	50b/US\$	IEA WEO2023
	電力料金	27,000円	60~100/USD	80~120/USD	IEA WEO2022
EV (電気自動車) の普及	普及率	1.66%	5.00%	39.50%	Global Calculator
平均気温上昇	気温上昇	—	1.2°C	1.1°C	WB Climate Change Knowledge Portal
真夏日 (最高気温30度以上)	日数	—	真夏日: 75.1日	真夏日: 68.5日	[気候変動影響評価報告書【詳細】] (環境省、2020年) https://www.env.go.jp/earth/ondanka/rep/r02/index.html
猛暑日 (最高気温35度以上)			猛暑日: 20.5日	猛暑日: 14.2日	
酷暑日 (最高気温40度以上)			酷暑日: 0.8日	酷暑日: 0.2日	
異常気象の激化 (洪水発生頻度)	発生確率	—	4倍	2倍	[気候変動を踏まえた治水計画のあり方提言]

リスクと機会

リスク・機会区分	評価項目	指標	リスク・機会の種類	2030年財務への影響		
				4.0°C (RCP8.5)	2.0°C (RCP2.6)	
移行リスク	炭素税	政策・規制	収益収支	炭素税の導入により、店舗・事業所・車両の運用コストが上昇する。	大	大
	GHG削減の義務化	政策・規制	収益収支	GHG削減義務が強化され店舗・事業所・物流施設、配送車両などの環境性能向上に係るコストが上昇する。	小	中
		政策・規制	収益収支	一部フロンの使用禁止や使用規制が取られ機器の更新等にかかるコストが上昇する。	小	小
	エネルギー価格推移	地政学リスク・国際的な需給動向	収益収支	化石燃料・電力価格の高騰により店舗・事業所の操業コストが上昇する。	小	中
		政策・規制需給動向	収益収支	再生可能エネルギー価格の取引価格が上昇する。	小	中
	消費者のライフスタイル、嗜好の変化	製品・サービス	収益収支	環境に配慮した商品・サービスの導入遅れによる売上が減少する。	小	中
	消費者からの評判の変化	ブランドイメージ	収益収支	気候変動に対する世評の高まりに対し、適切に対応できない場合、評判リスクが高まる。	小	中
	学生からの評判の変化	ブランドイメージ	収益収支	気候変動に対する世評の高まりに適切に対応できない場合はブランドイメージの低下で採用に関する応募・採用人数が減少する。この場合採用に係るコストが増加する。	小	中
	投資家・格付け機関による評判の変化	市場	資本	投資家から環境対策に消極的であると評価された場合、資本調達が行い難くなり、資本調達コストが増加する。	小	小
	物理リスク	異常気象の激化	急性	収益収支資本	洪水、強風等の増大により店舗の浸水被害や損壊が発生することから回復に要するコストが生じる。洪水リスクの高い店舗の資産価値が現象し保険料も増加する被害を受けた店舗の復旧に要する期間の機会の損失が生じる。	大
降水・気象パターンの変化		慢性	収益・支出	集中豪雨、大型台風などの増大に伴い配送遅延や事故等が増加し配送費、人件費等のコストが増加する。	中	中
海面上昇		慢性	収益収支資本	高潮・高波による浸水リスクの高まりに伴う店舗の移転費用の発生、保険費用の増加する。	小	小
平均気温の上昇		慢性	収益収支資本	店舗や事務所、社用車、社用で利用する個人所有に車両等の冷房、冷蔵等のエネルギーコストが増加する。	小	小
機会	消費者のライフスタイル、嗜好の変化	製品・サービス	収益収支	環境配慮型の商品の品揃えの需要が高まる可能性がある。	中	中
	消費者からの評判の変化	ブランドイメージ	収益収支	気候変動に対する世評の高まりに対し、適切に対応し、評判の機会が高まる。	小	中
	学生からの評判の変化	ブランドイメージ	収益収支	気候変動に対する世評の高まりに適切に対応できた場合はブランドイメージが高まり採用に関する応募・採用人数が増加する。この場合採用に係るコストが低下する。	小	中
	投資家・格付け機関による評判の変化	ブランドイメージ	資本	低炭素・環境配慮型の自事業に移行し情報発信が充実していた場合投資家から評価が高まり、資本調達が容易になり資本調達コストが低下する。	小	小

テーマ1 環境経営の推進

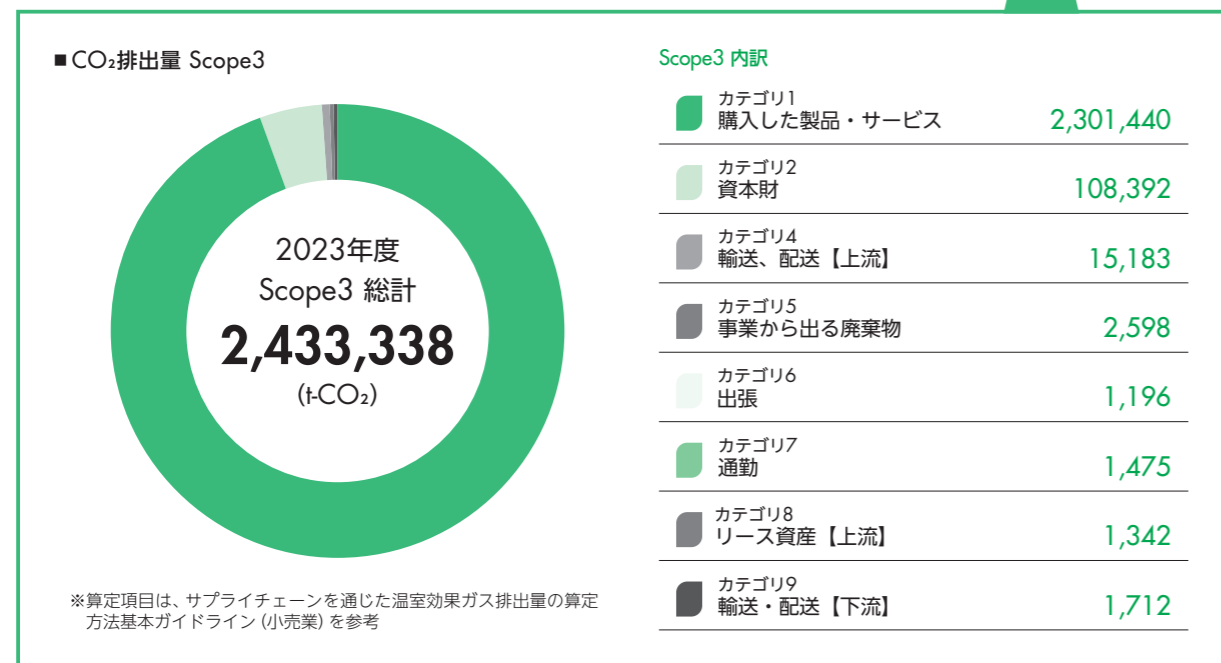
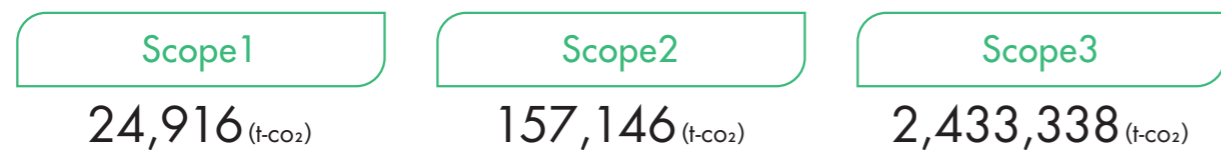


GHG排出量の推移

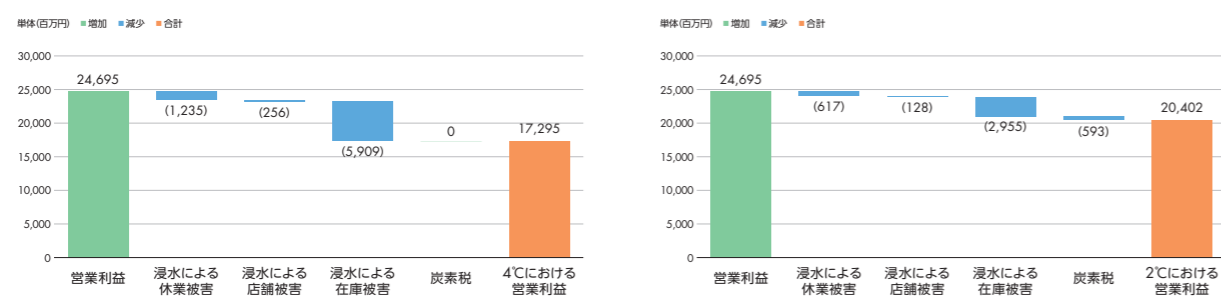
項目	単位	2013年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2030年度
CO ₂ 排出量*1	t-CO ₂	125,787	161,432	149,472	149,880	163,968	154,230	157,146	237,100
CO ₂ 排出量(延床面積あたり)*2	t-CO ₂ /㎡	0.200	0.145	0.129	0.123	0.124	0.109	0.104	0.100

*1 CO₂排出量は、燃料の使用、供給された電気・熱の使用に伴う排出量。集計方法・範囲は、「エネルギーの使用の合理化等に関する法律」の定期報告書に準ずる
*2 延床面積は各年3月31日現在

CO₂排出量の状況 (Scope1、2、3)

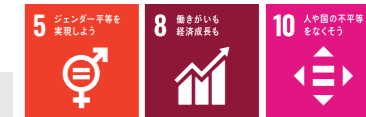


物理被害(急性)、炭素税の導入(移行)が営業利益に与えるインパクト



※営業利益及び浸水による被害(休業・店舗・在庫)の算定数字は2024年3月期の決算に基づく
※浸水被害の算定は、サンドラッグ店舗のみ
※被害額の算定は、200年に1度、100年に1度、50年に1度、30年1度、10年に1度、5年に1度の6ケースの確率年より期待値の考えを用いて算出
※炭素税: 2024年3月期のScope1、2排出量59,284 tCO₂eq に10,000円/t を乗じて算出 (※2°Cにおける一般的な炭素価格)

テーマ2 人的資本経営の実行



人的資本経営

サンドラッググループは、企業理念を果たし事業を通じた社会貢献を実現するための重要な基盤として人材の充実を目指し、人的資本経営に取り組んでいます。

基本方針

【企業理念】

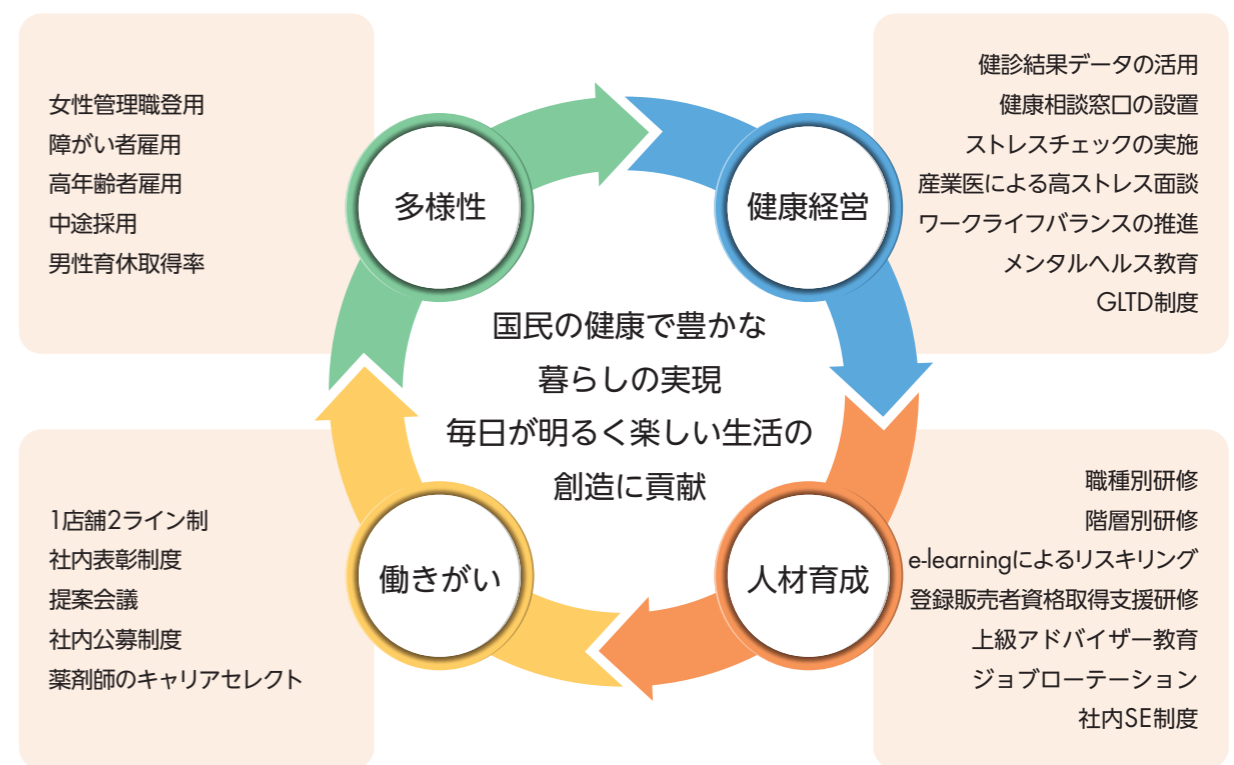
私たちはドラッグストア・調剤薬局・化粧品店・バラエティストアとして、国民の『健康で豊かな暮らし』の実現を目指し、毎日が明るく楽しい生活の創造に貢献します。

当社グループでは、上記の企業理念を掲げており、安心・信頼・便利を提供することにより、国民の「健康で豊かな暮らし」の実現を目指し、毎日が明るく楽しい生活の創造に貢献することを第一のミッションとし、市場のニーズに応じていくことが結果として利益の最大化にもつながると考えています。こうした公益性・社会貢献性は、当社グループの事業の大きな特徴の一つであり、当社グループの採用競争力や当社社員のエンゲージメントの源泉となっています。また、採用活動においても、本企業理念への共感を重視しています。

本企業理念の下、今後の超少子高齢化を迎える社会を見据えた上で、「地域のヘルスケアステーションとして、またセルフメディケーションの拠点として、地域へ密着していく」ことを長期ビジョンとして掲げております。

この長期ビジョンを実現していくための第1ステージである中期経営計画では「生活必需品を取りそろえ、調剤機能も併せ持つこともあるドラッグストア」の展開を拡大させ、在宅調剤や介護関連の情報提供、遠隔地への医薬品の配送といった方法で、買物弱者への対応においても重要な役割を果たす拠点になると考えております。

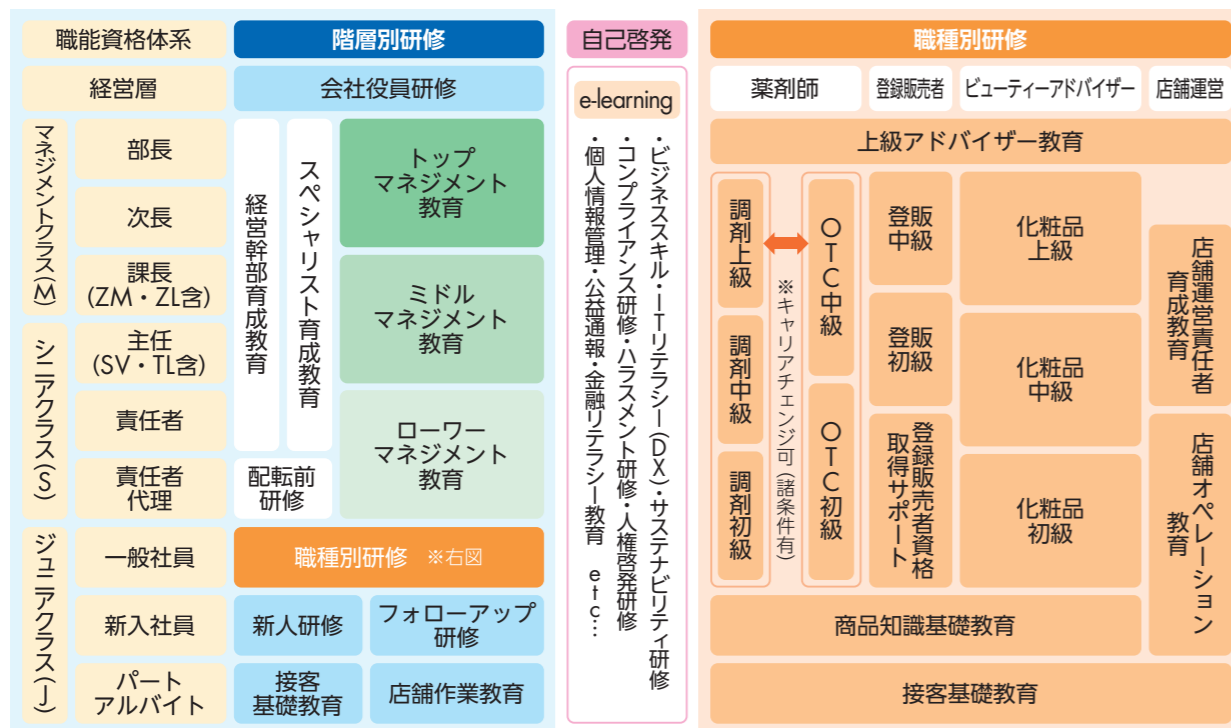
こうした中長期の将来像を実現していくために、「デジタル推進、生産性向上、サステナブル経営により経営基盤を強化する」人材に加え、「出店、M&A、EC事業強化、調剤事業強化により事業戦略を推進する」人材を採用・育成し、全ての人材の能力発揮のための環境を整備することを人材戦略の基本的な考え方としています。



テーマ2 人的資本経営の実行

人材育成

多様な価値観や考えを持つ人材の育成、活躍できる環境を整備することは、企業成長にとっても重要であると
考え、従業員が能力を発揮できる職場環境や教育体制を推進しています。



採用方針

当社グループでの基本的な採用方針としては、性別、
国籍、年齢にかかわらず、応募者の適性・能力・意欲を
公正かつ客観的に判定して行っています。新卒採用に
おいては、薬剤師職、店舗運営職、ビューティーアド
バイザー職と店舗や薬局の運営をする上で欠かせない人材
の採用を実施しており、中途採用においては、薬剤師や
登録販売者の医薬品販売に関わる資格保有者、化粧品

メーカー美容部員、店舗開発、EC事業、DX推進などの
業務経験や専門性を持つ人材を中心に採用を実施して
います。

また、持続的な企業価値の向上には、多様な人材の獲
得が重要と認識しており、多角的な視点、感性、能力、経
験などを有する人材を積極的に採用していくことを基
本方針としています。

人材育成方針

当社グループでは、採用後の人材育成（キャリアパス）
の方針として、ドラッグストア事業、ディスカウントスト
ア事業、EC・デジタル事業をはじめとする当社グループ
全体の機能強化のため、以下の理由からジョブローテ
ーションによる人材育成が重要であると考えています。

- 多様な店舗フォーマットにおける個々人の能力に応じた
適正人材配置
- お客様や患者様のご要望を傾聴し、ご提案やアドバイス
できる能力の獲得
- 不測の事態が発生した際の業務継続のための臨機応変な
対応力の獲得

キャリアの前半は、当社グループの独自の仕組みで
ある1店舗2ライン制において、それぞれの知識と職能
を高め、カスタマーディライトを高めるための職種別
研修を行っています。

その後は、適性発見のための部門横断的なローテ
ーションを実施することで、多様な業務経験機会の提供
を通じて、社員の能力伸長や適性発見を図り、俯瞰的な
視点と強みとなる専門分野を兼ね備えた人材を育成し
ています。

働きがい

サンドラッググループの価値を創造するための重要な基盤である従業員一人一人が長く活躍し続けられる
ように、働きやすい労働環境の整備に取り組んでいます。

1店舗2ライン制

「医薬品専門業務」「化粧品専門業務」と「店舗運営業
務」は、いずれも高い専門性を持った人材によって取り
組む必要があります、それぞれ求められる能力も異なりま
す。店舗で働くスタッフを「調剤・OTCカウンセリング
スタッフ」「化粧品カウンセリングスタッフ」と「店舗

運営スタッフ」に分け、専門業務を分担する「1店舗2ラ
イン制」を取り入れています。これにより、それぞれの
スタッフが専門業務に専念して、職能を発揮できる環
境を整えております。

薬剤師教育（キャリアセレクト制度）

職種別研修・階層別研修と並行して、『かかりつけ薬
剤師』を育成するためのカリキュラムとして、薬剤師の
教育コースは「調剤コース」と「OTCコース」の2つに
分かれております。調剤コースの場合は、調剤教育に特
化した教育型調剤薬局で高度な調剤技術と処方解析力
を身に付け、OTCコースではドラッグストアで1店舗
2ライン制のもと、カウンセリング能力を培う教育を
行っております。いずれのコースでもそれぞれの専門
教育を修了した際は、もう一方のコースを選択するこ
とで、調剤、OTC両方の知識とスキルを広く深く学べ
る環境を設けております。



提案会議

サンドラッグでは、店舗作業・本社業務をより効率化
していくために、定期的に業務改善提案会議を行って
います。この会議の特徴は、実際に働く社員が参加し
て、日頃感じている改善点の共有とアイデアの提案を
行うことです。アイデアによっては、会社全体のマニ
ュアル・仕組みに反映されるため、一人一人の意見が、会
社全体を動かすことにもつながるのです。この取り組
みには、一人一人の従業員から生まれる意見を大切に
するという姿勢が表れています。



社内表彰制度

サンドラッグでは、従業員エンゲージメント向上の
ため、気持ちのいい接客対応ができていない社員に贈ら
れる「優秀接客者賞」や、積極的にお客様の健康に役立
つ情報を提供した社員に贈られる「優秀販売員賞」など、
さまざまな社内表彰制度を設けております。





多様性 (ダイバーシティ&インクルージョン)

ダイバーシティ&インクルージョン*は、性別や年齢、国籍などにとらわれることなく、多様な価値観を持った人材を積極的に事業運営に取り入れることでさまざまな経営課題に対し柔軟、迅速に対応できる組織を構築することが最大の目的です。

サンドラッググループに於いても重要なテーマであると考えており、グループ全体でダイバーシティ&インクルージョンを推進しています。また、1か月単位の変形労働時間制をはじめとする柔軟な働き方を促進する制度や多様な人材が働きがいを持って仕事ができる職場環境の整備も進めています。

*ダイバーシティ&インクルージョン：性別、年齢、障がい、国籍などの外面の属性や、ライフスタイル、職歴、価値観などの内面の属性にかかわらず、それぞれの個を尊重し、認め合い、良いところを活かすこと、とされています

女性活躍推進・育児両立支援

セルフメディケーションの意識の高まりとともに、就職先にドラッグストアを選ぶ女性が増えてきている中、当社の正社員の女性割合に関してもこの5～6年で20ポイント近く上昇し今では40%程度が女性正社員です。

当社をご利用するお客様に対し、従業員が一丸となって『健康で豊かな暮らしの実現』を達成するには、まずは個の特性や性別による違いをお互いが理解し、性別にとらわれず個の能力を最大限に発揮できる環境が整備されていることが重要です。

法律を上回った期間で延長可能な育児休業制度や育児短時間勤務制度/妊娠中に働く女性からの意見を取り入れ採用されたマタニティマーク配布制度/女性責任者の育成育児休業後、復帰しやすいよう上司がサポートする復職フォロー制度/有休を取得しやすい環境整備/所定外労働の削減/時間限定社員/店舗限定社員/働く場所や勤務地を選べる制度など、妊娠中の女性や、出産と育児休業を経験した女性がその後も働きやすい環境整備をしています。

コンプライアンス・リスク管理委員会や経営会議、取締役会などの場において、男女それぞれの、育児休業取得率・平均勤続年数・責任者の人数の推移や従業員数の推移などを報告する機会を設け、問題点の把握と対策を随時行っています。

ワークライフバランスの促進

前述した通り、多様な価値観や多様な人材は、企業の成長にとって必要です。

しかし、ライフステージの変化やライフイベント、性別や年齢や障害の有無などの違いによって、ライフスタイルは多種多様であるため、多様な人材がともに働くには、多種多様なライフスタイルに対応可能な柔軟な働き方ができる職場環境整備が必要です。

多種多様なライフスタイルに対応可能な働き方には、現状のままのマニュアルや仕組みだけでは不十分であ

女性のワークライフバランス等を推進する優良企業として、2018年8月に女性活躍推進法に基づくえるぼし(最高位3ツ星)の認定を厚生労働省より受けています。また、次世代法に基づき子育てをサポートする企業として認められる、くるみん認定を受けた企業のうち、「男性の育児休業取得」「育児休業取得後の継続勤務」「所定外労働の削減」「多様な労働条件の整備」など、仕事と家庭の両立における対策や実施状況が優良であり、より厳しい基準を満たした企業のみが厚生労働省から認定される『プラチナくるみん』の認定も受けています。



り、マニュアルや仕組みを必要に応じて常にアップデートし続ける必要があります。

課題に応じた、マニュアルや制度等の仕組みの構築、労働時間や勤務地は、多種多様なライフスタイルの中で働く上で重要な条件となってきます。『所定外労働の削減』『有給休暇取得促進の取り組み』『労働時間適正化のための勤務間インターバルの確保』『時間限定社員や店舗限定社員の導入』『働く場所や勤務地を選べる制度』など重点的に取り組んでいます。

障がい者雇用

サンドラッグの目指す『健康で豊かな暮らしの実現』は、お客様やお取引先様だけに向けたものではなく、社員自身もこれを実現できる会社であるべきだと考えています。

障害のあるなしに関わらず、職業生活においてその能力を十分に発揮する機会は全員に与えられるべきであり、社員がいきいきと働いているからこそ、『健康で豊かな暮らしの実現』は可能となってきます。

ハンディキャップがあるというのは、職業生活をする上で支障となる場面は多いかもしれませんが、ハンディキャップのない人がそのフォローを行ったり、フォローできる体制が整備されていけば、企業として同じ目標に向かってともに成長していくことは可能です。

店舗支援事業部・サポートセンター事務事業部など、さまざまな事業部に分かれてそれぞれの能力を存分に活かすことのできるよう、障がい者の雇用を促進し、定着支援に努めています。

障がい者の雇用の促進等に関する法律に基づく特例子会社サンドラッグ・ドリームワークスを中心となり、店舗・サポートセンター・物流とさまざまな場所で障がい者雇用に取り組んでいます。従来、本社のような決まった場所で働く障がい者の雇用を中心に促進していましたが、現在では主に店舗で働く障がい者の雇用を積極的に進めています。

中途採用・高齢者雇用促進

全員が同じ価値観で同じ境遇であれば、そこから生まれる発想も似たようなものになり、やがて企業の変化にも限界がきます。

多様な価値観と多様な人材がいて、それぞれに個を尊重し、認め合い、良いところを活かすことで社員は成長し、企業も変化し続け成長していきます。さまざまな境遇の社員がスキルや年齢にとらわれずに能力を発揮できるよう、多様な人材を採用しています。

事業戦略を着実に遂行し、経営目標を実現する目的で、社内に不足する技能・知識をもつ人材、社内人材では遂行が難しい専門的業務を担う人材の登用を進めています。このために、入社形態にかかわらず公平な研修やキャリアアップの機会の提供、能力とパフォーマンスに応じた評価・処遇制度などを整備しております。また、一定の勤続年数以上を有し、出産や育児や介護などのライフイベントを理由に離職した者の再雇用、当社グループで就業経験を持ち別のキャリアを歩んだ者の復帰採用も積極的に進めています。

この理由としては、店舗だと全国各地にあり、障がい者の雇用の機会が圧倒的に広がるため、雇用前には必ず数日間の実習を重ね、障がい者と店舗との間のミスマッチを極力無くすような配慮をした上での雇用としています。なお、フォロー体制の強化の一つとして、店舗で働く障がい者全員にスマートフォンの支給をし、勤務状況の確認や日報の報告などを実施し、障がい者の勤務状況の変化に気づきやすいような運用を構築しています。

障がい者が職場でいきいきと活躍するための環境整備を評価され、2019年9月に東京都の表彰する「障害者雇用エクセレントカンパニー賞」の産業労働局長賞を受賞しました。

障がい者の職業的自立と社会参画の場の創出及び障がい者の雇用促進に向け、今後も働きやすい環境づくりに取り組んでいきます。

毎月開催しているミーティングでは、サンドラッグとサンドラッグ・ドリームワークスの障がい者雇用推進担当が集まり、雇用率の推移と新規採用状況の報告や問題点の共有を行い、定着支援のための対策を検討する場としています。

上記障がい者の雇用促進活動の結果、障がい者雇用率は、グループ全体で2.96%と法定雇用率を大きく上回っています。

また、高齢者雇用促進のために、店舗での作業割当の見直しを行い、早朝開店前の品出し作業などに業務を絞って勤務していただく高齢者の方の雇用もしております。

■ 中途採用比率

社名	2021年度	2022年度	2023年度
株式会社 サンドラッグ	16.7%	27.5%	36.0%
株式会社 星光堂薬局	15.6%	28.6%	31.2%
株式会社 サンドラッグプラス	15.4%	66.6%	41.7%
ダイレックス株式会社	61.3%	46.2%	55.9%
株式会社 大屋	52.9%	54.0%	65.5%

*労働施策総合推進法に基づく

テーマ2 人的資本経営の実行

健康経営

従業員が心身ともに、健康に過ごせる職場環境を維持できるよう健康管理活動を推進しています。

健康宣言

- 当社の大事な資産であり原動力でもあるのは当然従業員です。
- 現役・引退後の長い人生、その土台となるのは『健康』です。

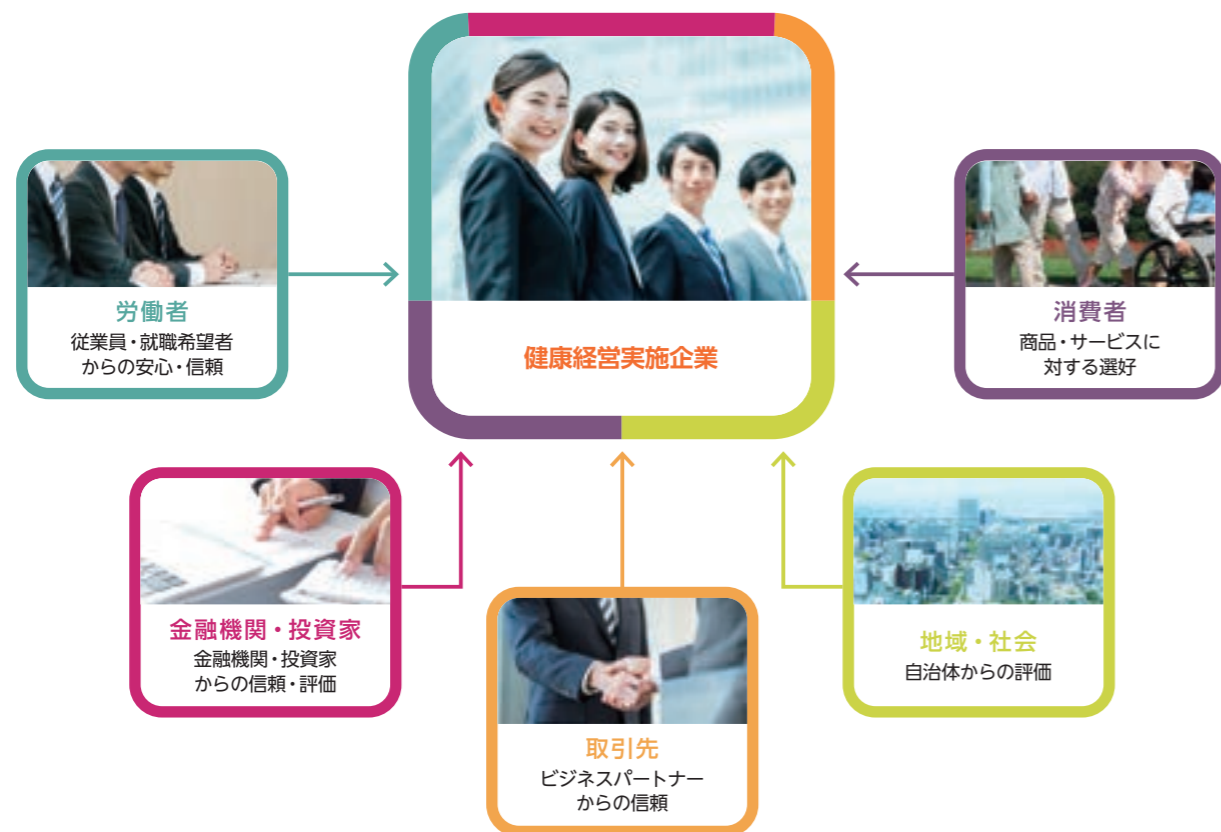
私たちが日々豊かな毎日を送るために重要なことの一つに『健康』があります。

まずは従業員自身が心身ともに健康であることは、その家族、そしてお客様の健康増進や豊かさにもつながっていきます。

私たちの地道な健康普及活動は着実に、世の中全体に広がり、多くの人々の健康と豊かさを作っていくと信じています。

20代、30代の生活習慣が、40代以降の心身の健康状態に影響を及ぼすと言われておりますが当社の平均年齢は比較的低いため、まずは自分自身の健康に対して意識を高めていくことが必要だと考えます。

従業員の心身の健康増進のために、健康に対する意識を高め、積極的に健康経営を推進していきます。



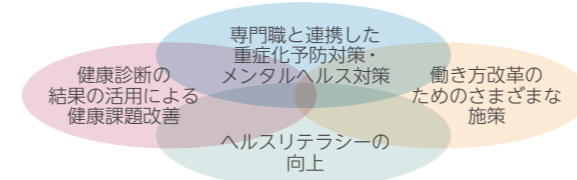
従業員に対する健康施策

企業経営において、多様な人材の健康を守る職場マネジメントはますます重要になっています。健康の保持・増進を従業員個人やその家族、健康保険組合に委ねるだけでなく、企業として主体的に関与することは、組織の活性化を通じたサンドラッググループの人的な競争力の向上につながり、最終的には持続的な成長の実現に結び付くと考えています。

サンドラッグでは、健康宣言で掲げている通り、健康経営推進のためには

- ① 専門職と連携した重症化予防対策・メンタルヘルス対策
- ② 健康診断の結果の活用による健康課題改善
- ③ ヘルスリテラシーの向上
- ④ 働き方改革のためのさまざまな施策

を重要と考えており、これらを計画的・戦略的に実行していきます。



この4つを基盤とし、従業員自身が心身ともに健康であることで、長く健康に働ける活気のある企業を目指します。今回、健康経営優良法人認定への参加を果たし、『健康経営優良法人2024(大規模企業部門)』に認定されました。



詳細の取り組み

- ① 専門職と連携した重症化予防対策・メンタルヘルス対策
健康診断の受診の徹底/再検査や要精密検査対象者への受診勧奨/労災防止対策/休職者の推移と対策の検討/外部相談窓口等の活用 など
- ② 健康診断の結果の活用による健康課題改善
健康保険組合と共同での重症化予防のための数値分析/問診票結果による生活習慣の改善 など
- ③ ヘルスリテラシーの向上
健康診断の重要性/メンタルヘルス対策/生活習慣病予防対策 など
- ④ 働き方改革のためのさまざまな施策
ワークライフバランスの充実/育児休業等休暇取得促進のための措置 など

執行体制

当社は主に、事業場内スタッフ・産業保健スタッフ・事業場外資源とが連携して健康経営推進をしております。

事業場内スタッフは主に、人事部とESG推進メンバーを筆頭として、各施策によって関連する各部署とが連携し、重症化予防対策・メンタルヘルス対策・働き方改革・ヘルスリテラシーの向上のための施策の検討及び実行をしています。

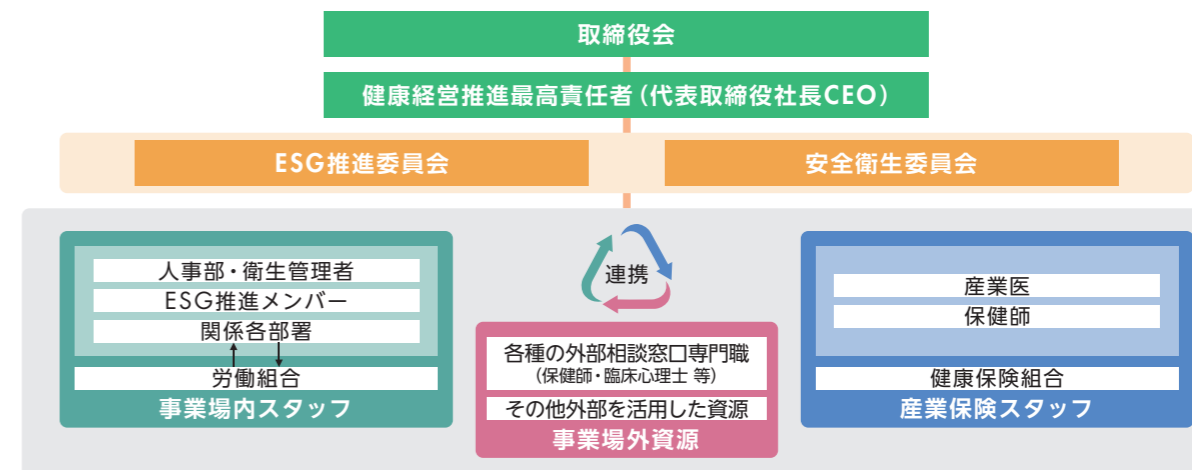
産業保健スタッフは主に、健康保険組合や保健師や産業医等の専門職スタッフによって産業保健体制を整備し、現状の健康課題の把握及び改善のための施策の検討・効果

検証・施策の改善等の取り組みを行っています。

また事業場外資源では主に、各種相談窓口の設置や外部専門職との連携をとることで、健康経営推進につながっております。

これらの連携の中での取り組み内容は、毎月の安全衛生委員会やESG推進委員会等の場において毎回報告と議論が行われ、健康経営推進最高責任者である社長を筆頭とし、役員含む経営トップ層と健康経営推進メンバーと組合選出メンバーによって、健康経営の進捗確認、検討、評価、改善等を繰り返し、健康経営を推進しております。

健康経営推進及び安全衛生管理体制図



テーマ3 製品・サービスの品質、安全性と利便性

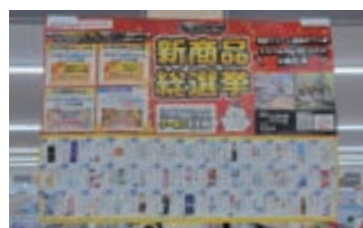
商品管理・衛生管理

ドラッグストア・調剤薬局として「健康で豊かな暮らし」を支える存在であるために、お客様に満足と快適さを提供できる店舗づくりを追求しています。

商品と価格、品揃え



- 世の中の変化を捉え、売場に反映
 - 52週マーチャндаイジングカレンダーの作成
 - 世の中の変化・生活の変化・需要の変化から、展開の変化を実施
 - お客様のニーズにこたえる売場づくり
- お客様に品揃えが豊富と感じてもらえる品揃えを追求
 - 市場データ・競合・展示会・ネット・テレビ・新聞等、生活の中で情報を積極的に取り入れ、自社に取り扱っていない商品の導入
 - ドラッグストアで購入する方のニーズを調査し、あるべき品揃えを追求
 - 継続購入されている人が多い商品、代替えが無い商品等確認し品揃えの判断
- お客様が、選びやすく手に取りやすい価格や売場作り
 - 陳列の基本である縦割・用途分けを実施
 - 手に取りやすい棚高の設定
 - 子供へ向けての商品の陳列場所
 - 商品(用途)の使用順序・関連品の隣接を常に意識した売場作り
 - 定期的に地域毎に価格調査を実施し、手に取りやすい価格での提供
- お客様からの声(店頭情報書)を生かし、必要性を調査し、速やかに導入を実施
- 各種キャンペーンを通じて、商品購入時の付加価値の提供
 - シーズン・催事に合わせ、キャンペーンを実施
 - ワクワク感とお客様の満足度向上に努める
- Wロス削減に向けて、店舗への送り込み商品数の決定を実施
 - お客様の購入機会ロス削減、過剰による返品・欠損ロスを最小限に抑えるために、店舗の消化数・在庫数を確認した配荷計画



クリーンリネス

【基本方針】

サンドラッグでは、お客様に気持ちよく買い物をしていただくため店舗のクリーンリネスを重視しています。店舗スタッフ全員が統一された対応を取れるよう以下の項目に対しマニュアルを整備し定期的にチェックしています。

【具体的な対応】

- 店舗内の定期的な清掃
 - 床、棚、レジカウンターなどの定期的な清掃と消毒を実施する
- 商品の衛生管理
 - 商品の適切な保管と管理を行う
 - 賞味期限や使用期限の確認を徹底する
 - 品質が劣化した商品は速やかに撤去する
- 従業員の衛生教育
 - 従業員への衛生教育を定期的に行う
 - 手洗いや手指消毒の徹底を促す
 - 体調管理を適切に行い、体調不良時は出勤を控える
- 設備の維持と管理
 - トイレや洗面所などの衛生設備を清潔に保つ
 - 空調設備のフィルター交換や清掃を定期的に行う



お客様対応品質

ステークホルダーの皆さまに信頼される商品を提供、安全に使用していただくためのシステム・教育・体制を整備し、お客様一人一人の対応品質向上を図っています。

基本的な考え

経営理念である『健康で豊かな暮らし』の実現を目指し、『毎日が明るく楽しい生活』の創造に貢献するには、常にお客様の声に耳を傾け、地域に根差した店舗運営が重要であると考え、次の3点を重要なテーマとし、システムの整備や教育、サポート体制の充実に取り組んでおります。

- 1 店舗での対応品質の向上 2 お客様の声の活用 3 薬の安全

その他小売店として、店舗の清潔、整理整頓、お客様が商品を選びやすく購入しやすい環境を提供します。お客様のご期待に応えられるよう引き続き内容の充実を目指します。

店舗での対応品質の向上



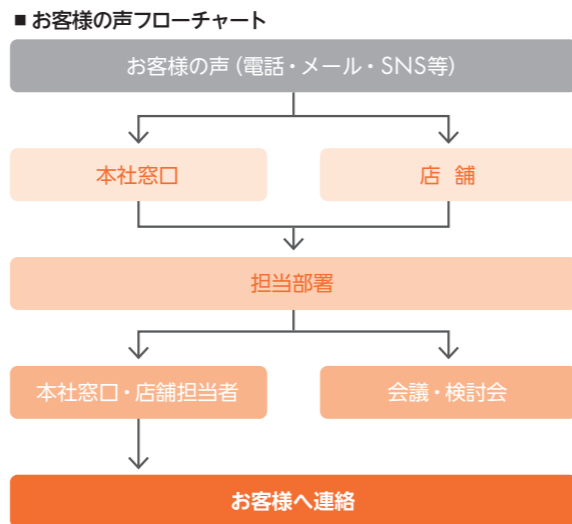
医薬品を安全に使用していただくための教育・仕組み

教育/仕組み	項目	目的
教育体制	初級・中級セミナーカリキュラム	病態・治療薬の選択を行うための知識・カウンセリングの習得
	専門家庭教育セミナー	漢方、栄養、介護、美容のエキスパート育成
	接客基礎教育	接客の基礎(挨拶、マナー)の動作、心得の習得
	接客対応教育	会話手順を学び、適切な処置(紹介・受診勧奨・アドバイス)を行う
	資格者対応教育	情報提供が必要なお客様への対応・法令に即した対応・成分ごとの過剰購買の防止の対応方法を習得
	医薬品対応確認試験 管理業務マニュアル	知識の維持・復習・事例の共有 法令にのっとった販売体制の手順の把握・実施
サポート体制	お薬相談ダイヤル	店頭で判断に迷う相談の問い合わせに対応。本社の薬剤師が全国の店舗からの問い合わせに対応
	接客対応補助ツール	専用のタブレットにお客様との相談時に使用するツールや情報、検索ツールを格納しタイムリーに対応できるようにしている
	販売促進、新商品情報 健康番組情報	最新の健康情報、医療知識、商品知識を共有 TVで紹介された情報(健康、法律、商品)をタイムリーに収集し品揃えや店舗での会話に活かす
安心サポートシステム	医薬品レジアラートシステム	情報提供が必要なお客様の発見と、カウンセリングの補助、成分ごとの過剰購買の防止
	医薬品販売制御システム	資格者不在時の医薬品販売制御
検索システム	お薬相談システム(CSS)	お客様自身で最適なお薬を選択する・声に出したくない相談のやりとり
	漢方体質チェック、症状別	漢方理論にのっとった体質チェックと症状に合わせた薬の提案。さらに生活上のアドバイスまで紹介
	お取り寄せ	お客様自身で、商品を選択。店舗で扱っていない商品を取り寄せる

テーマ3 製品・サービスの品質、安全性と利便性

お客様の声の活用

お客様に安心・信頼・便利を提供するため、お客様相談室を設けております。その他、店舗へのお問い合わせや、X (旧Twitter)、InstagramなどのSNSでお客様の声を集計し、店舗の運営や仕組みを改善することで、お客様に満足していただけるよう努めております。



薬の安全

調剤過誤は、患者さまへの健康に影響する重大な影響をもたらす事実と薬剤師の説明不足や指導内容の間違いに起因するという前提のもと調剤過誤の防止に取り組んでいます。

調剤過誤防止の取り組みでは独自の「バーコード調剤過誤防止システム」や、業界唯一の取り組みである「カメラ監査指導システム」を導入し、思い込みによる調剤ミスを防止しています。調剤部では、このような調剤過誤防止のための仕組みづくりを行っています。

バーコード調剤過誤防止システム

コンピューター端末に処方内容を入力するとバーコードが出力され、同じようにバーコード管理されている薬と照合することで、思い込みによる取り違いなどの人為的なミスを防ぎます。また独自のカスタマイズを行い、より安全に患者さまにお薬を提供する工夫をしています。



カメラ監査指導システム

処方箋チェックから調剤監査、服薬指導に関するアドバイスに至るまで、調剤専任薬剤師の上級指導者及び本部調剤マネージャーが、調剤併設店に設置された高性能テレビカメラを通して、現場薬剤師にきめ細やかな指導を行っています。通常店舗では他の薬剤師が確認をしますが、このシステムを開発・導入したことにより、どんな状況下でも複数の薬剤師が確認する体制を確立しました。



カメラ監査風景 (店舗側)

カメラ監査風景 (本社側)

教育

入社以降、毎月、座学で基礎研修を行い、店舗にて座学で学んだ知識や技術をより深め、基本的な調剤技術を取得します。段階的にステップアップし、より高度な調剤技術を取得いたします。



アドヒアランス向上に向けて

サンドラッググループの調剤薬局では、薬剤師が処方薬の管理だけでなく、患者様の状態に合わせた幅広いサポートを行っています。特に、乳幼児処方への服薬管理・サポート、かかりつけ薬剤師対応や在宅医療における多職種連携も重要な役割の一つであると認識しています。

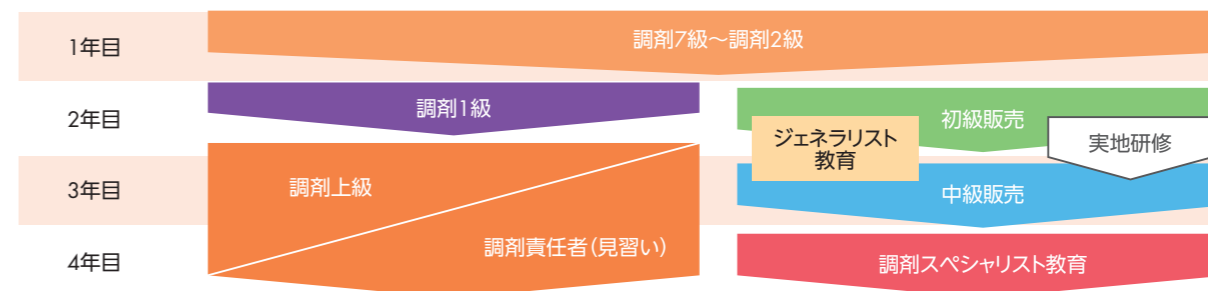
引き続き地域のかかりつけ薬局として役割を果たしてまいります。

- 1 処方薬お渡し後のフォローアップ (副作用確認等)
- 2 お薬使用前後のバイタルサインや効果・副作用の確認
- 3 剤形変更やポリファーマシー対策の実施
- 4 複数医療機関から処方された薬剤の一元管理・一包装
- 5 吸入薬の吸入指導
- 6 在宅における多職種連携、訪問時の薬剤管理、お薬カレンダーへの配薬、褥瘡チェック
- 7 インスリン注射などの手技の確認
- 8 抗悪性腫瘍剤などの服薬管理・サポート
- 9 かかりつけ薬剤師対応
- 10 乳幼児処方への服薬管理・サポート

調剤教育カリキュラム

調剤教育カリキュラムを通じて、調剤と一般用医薬品の販売ノウハウを身につけたジェネラリスト薬剤師の育成に取り組んでいます。

■ 調剤教育カリキュラム



調剤教育プログラム

1. 在宅バイタルサインセミナー
 - 聴診器を用いた血圧・脈拍管理、心電図測定による薬剤の効果・副作用の確認手技の習得
 - バイタルサインによる副作用の早期発見や適切な薬剤選択の提案
2. 調剤漢方セミナー
 - 日本漢方の概念、漢方治療における治療学、生薬学の学習
 - 患者様への分かりやすい説明によるアドヒアランス向上への貢献
3. 認知症ケア指導セミナー
 - 認知症ケア理論の理解
 - 患者様に合ったアプローチ方法の習得による地域医療への貢献
4. がんセミナー
 - がん治療、がん検診、各種支援、各種がんについての基本的知識の習得
 - 緩和ケアの基礎、社会資源、情報の提供方法の習得
 - 患者様が安心して治療に専念できる環境づくり
5. 臨床セミナー
 - 検査値を用いた処方解析、腎機能計算からの投与量設計、肝機能障害の推測、薬物動態学の習得
 - 薬学的観点からの医師との処方設計による個々の患者様に合わせたより高度な医療の提供

これらのセミナーを通じて、薬剤師は専門性を高め、患者様の健康をより総合的にサポートできるようになります。また、医師や他の医療従事者とのコミュニケーションを円滑にし、チーム医療の一員としての役割を果たすことができます。

テーマ4 社会及び地域社会との共生

社会貢献

サンドラッググループではよりよい社会をつくるため、災害被災地への支援や地域社会への貢献を図り、ステークホルダーの皆さまとともに各取り組みを行っています。

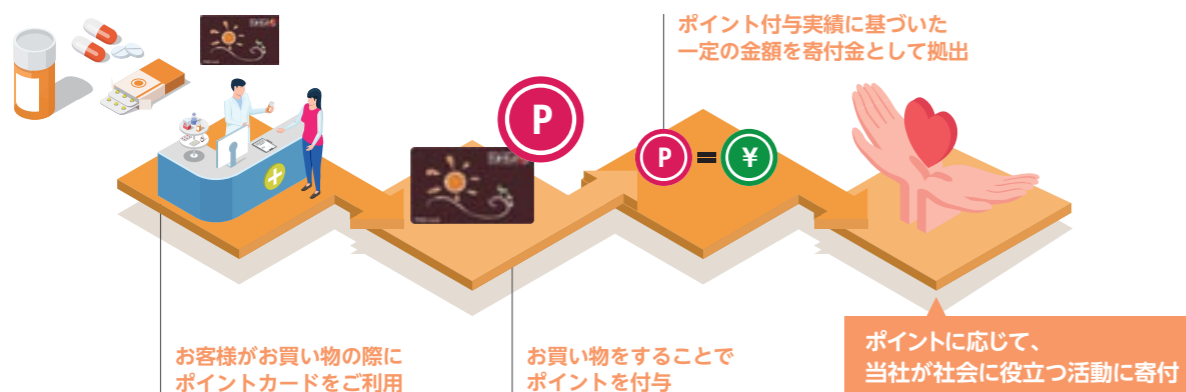
基本的な考え

お客様のお買い上げの金額に応じてポイントを発行しており、そのポイントに応じて社会に役立つ活動に寄付しています。お買い物を通して、お客様も一緒に社会貢献活動に参加いただくことができます。

サンドラッグ基金を通じた社会貢献

災害被害への支援活動、地域社会への貢献活動といった社会貢献の窓口としてサンドラッグ基金を設置しております。

ポイントを貯めることでお客様も一緒に社会貢献活動に参加することが可能です！



最近の取り組みについて

トルコ・シリア地震緊急支援募金

トルコ・シリア地震緊急支援募金をトルコ大使館に寄付いたしました。

九州北部豪雨災害

令和5年九州北部豪雨募金を福岡県に寄付いたしました。

能登半島地震

令和6年能登半島地震災害支援募金を石川県と新潟県に寄付いたしました。

子どもワクチン支援活動

進栄化成株式会社様に協力していただき、ペットボトルキャップや使用できなくなった折りたたみコンテナなどをリサイクル原料として買い取っていただき、その売却費用を認定特定非営利活動法人「世界の子どもにワクチンを日本委員会」に寄付いたしました。

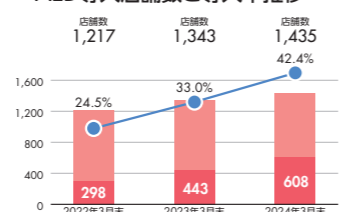
発展途上国の子供たちにワクチンを届ける活動に協力しております。

AED設置店舗の拡大

新店・改装店舗を中心にAED設置店舗を順次拡大しています。2024年3月時点で608店舗(全店舗の約42%)に設置しており、2025年3月末には全店舗の約50%の店舗への設置を計画しております。引き続き、設置店舗100%を目指します。

※隣り合う店舗には2店舗で1台設置

AED導入店舗数と導入率推移



地域共生

地域の皆さまの健康を一番に考え、健康フェア等のイベントを定期的で開催しています。また地域社会に密着した取り組みを通じて、ステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションを図っています。

健康フェア(2023年度地域外部活動実施実績)

「美と健康に関する各種測定・相談会」や「健康増進講習会」などの健康フェアを開催し、『健康で豊かな暮らし』作りに貢献しています。市区町村や地域包括支援センター等と協力し、「健康に関する各種測定会や相談会」「健康増進講習会」を実施しております。店舗や薬局で培った高いカウンセリング力と専門知識を生かして地域の皆さまの健康増進へ寄与し、毎日が明るく楽しい生活の創造に貢献していきます。



女性のための健康習慣 公開講座



測定会場



AGEs・体組成測定



血管年齢・筋硬度測定

イベント(2023年4月~2024年3月) ご参加人数

健康測定会	3,507人
健康講演会(一部健康測定も実施)	619人
開催回数 91回	合計 4,126人

【サンドラッグの森】づくり(植樹活動)

国内の森林を保全とともにCO₂削減を推進、また従業員のボランティア参加による社会貢献、環境意識の向上を目的とし、山梨県甲府市にてヤマザクラ・ヤマモミジ・グリの木の苗等を植樹しております。



小学校での環境に関する出前授業の実施

調布市内店舗で廃ボトルの回収、リサイクル活動を共同で行うユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社様と出前授業を実施しました。

出前授業では、サンドラッグの社員が講師となって、サンドラッグが実施しているCO₂削減の取り組み、サステナブルな活動を紹介するとともに、環境問題に関する授業を行いました。

サンドラッグでは、店舗を利用した環境活動と合わせて、未来を担う子どもたちへの教育支援活動に積極的に取り組んでいきます。



見華学園小学校へ出前授業



回収BOXの設置

EV充電スタンドの設置

お客様のニーズに合わせるために、お買い物中に電気自動車を充電することができ、急速充電器の設置を進めています。お客様は時間を有効に活用でき、快適なお買い物体験を楽しむことができます。この取り組みは、お客様の利便性を高めるだけでなく、環境に優しい社会づくりにも貢献します。環境に優しい電気自動車の利用を促進することで、二酸化炭素の排出量を削減し、環境負荷の低減に貢献します。当店は、持続可能な社会の実現に向けて、積極的に取り組んでいます。





役員対談



社外常勤監査役
山下 和稔

取締役チェアマン
多田 直樹

社外の厳しい視点を積極的に取り入れながら
ガバナンス機能を高め、成長を加速化します。

当社グループはサステナビリティ経営を推進する一環として、コーポレートガバナンスの強化に取り組んでいます。過去から現在までの取り組み、今後の課題について多田直樹 取締役チェアマン、山下和稔 社外常勤監査役がお話します。

リスク管理の高度化につながった社外からの提言

多田 当社グループは重要課題（マテリアリティ）の一つにガバナンス経営の推進を掲げており、まさに経営の“一丁目一番地”としてコーポレートガバナンスの強化に取り組んでいます。近年は、ホワイト物流の推進、お取引先に関するアンケート実施、BCP策定などに取り組み、2023年5月にはサプライチェーンを共有するお取引先様とのパートナーシップ強化に向けて「パートナーシップ構築宣言」の趣旨に賛同し、その内容を社内のコンプライアンステストに反映し社員の意識向上を図っています。

当社は金融機関出身の山下監査役を筆頭に社外役員の陣容が非常に充実していると自負しており、皆さまからは



弁護士、公認会計士、大学教授等の多様な専門性を活かした助言を頂戴しています。また積極的に女性の社外役員を登用し、2024年6月以降は取締役と監査役を含む社外役員10名のうち4名が女性役員となります。

先日ある著名人の言葉で、外光から遮断された組織は不祥事が起きやすく持続性が低いと伺い、全くその通りだと思いました。外部の厳しい目に鍛えられている組織は環境変化にも柔軟に対応できる、当社グループも社内外の声が届きやすく風通しの良い組織を目指し、その一環として内部通報制度についても適切に機能するよう常に気を配っています。

山下 私は2019年6月に就任した当時は、ドラッグ業界への知見が不十分で業界用語もわかりませんでした。そこで自らお願いして経営会議だけでなく各部門の業務報告会に出席させていただき、大変勉強になりました。就任から間もない2019年8月には監査役会に対してサンドラッグの内部統制について検証してレポートを出して欲しいという依頼があり、そこでご提案した一つがリスク管理委員会の位置づけを再定義することでした。

当時のサンドラッグにおけるリスク管理は地震など有事の際の危機管理が中心でしたが、事業部門ごとのリスク管理の整備は不十分でした。私にとってラッキーだったのが、2019年4～5月に現在の貞方社長と多田取締役が就任さ

れ、改革への意欲とともにサンドラッグにおける課題認識を共有できたことでした。すぐに監査役会の提言に応じていただき、リスク管理委員会を月次開催に変え、各部門のリスクマトリックスを策定し、個別のリスク管理体制を構築しました。リスク管理に終わりはありませんが、現在までにサンドラッグのリスク管理は着実に高度化していると思います。また監査役会のもう一つの提言が全社的なリスク統括部門の設置でしたが、社外取締役の皆さんからの同様の提言も踏まえて、2022年には法務部が設立されました。

多田 実はサンドラッグは1994年の東証上場当初から常勤の社外監査役がおられるなど、社外役員の助言を取り入れる素地が培われていました。また、社長の貞方はディスカウストリア「ダイレックス」の買収にかかわり、同社社長を務めた経験から、グループガバナンスの重要性を十分に理解していました。こうした背景もあり、監査役会からの提言に迅速に対応したと思いますし、実際にリスク管理委員会の位置づけを見直したことで、社内におけるリスクへの意識が大きく変わりました。

さらなる成長に不可欠な社内外の人材確保

山下 監査役としての基本業務が、社内関係部署との連携です。法務部に加えてグループ全体の内部監査を担当する業務監査室等と月次で意見交換を行い、本社及びグループ各社に問題があれば迅速に報告いただける体制となっています。さらに社外の監査法人とも定期的な情報共有に努め、グループ各社の監査計画や監査報告も聴取させていただき、監査業務に大変役立っています。

社内の皆さんと接して感じるのは非常に優秀な方が多いということです。法務・内部監査部門に関しても、途中入社で専門性を持つ人材を配置するのではなく、活発なジョブローテーションによってプロパーの人材を育成しています。優秀な営業部門の人材を法務・内部監査部門に移動させる事例も多いようですが、事業を展開する上でコンプライアンス、リスク管理意識が非常に重要であることを経営陣が十分に理解しているからこそ、そうした人事異動が行われているのだと感じます。

多田 近年、当社は積極的な事業投資に取り組み、買収や大型の資本業務提携を相次いで締結しています。コーポレート部門においては一層広い視野でモノを見る必要があると同時に、現実的に手間も人手もかかる、経営企画部門における経営リソース、人材の充実も継続的なテーマです。当社グループの事業を熟知するプロパー社員の育成と外部からの専門性ある人材登用をバランス良く行いながら会社を成長させていくことが大切だと認識しています。

山下 事業投資の活発化を通じてより一層グループガバ



ナンスが重要となりますね。サンドラッグはいわゆる無借金経営を続けてきましたが、近年の資本業務提携ではファイナンスにも積極的です。さらなる企業成長には適正な財務のレバレッジは当然の経営施策ですが、サンドラッグが第2の成長ステージにおいて財務戦略を変化させつつあると感じており、その点を監査役としても注意深く見ていきたいと思っています。

多田 資本業務提携等に際しての資金調達ではサンドラッグが初めて経験することも多く、取締役会でも議論を重ねてきました。山下監査役から第2の成長ステージに移行しつつあるとご指摘いただきましたが、外部からファイナンス経験のある人材を採用するとともに、6月には大学院時代にファイナンスをご専門とされる社外取締役が就任されるなど、今後の当社グループの成長に必要な知見をいち早く取り入れるべく社内外からの人材確保に努めています。

また、当社は重要課題（マテリアリティ）の社会をテーマとした取り組みを見直し、より当社グループ事業に即したテーマ区分「人的資本経営の実行」「製品・サービスの品質、安全性と利便性」「社会及び地域社会との共生」としました。新入社員の5割以上が女性である当社グループにおいていかに女性活躍を推進するか、店舗でのフードロスはいかに削減していくか、これらは社会の要請であるとともに、当社グループの成長にもつながる取り組みです。社外役員の皆さまにはさらなる取締役会の機能強化、内部統制とリスク管理、さらには企業倫理や行動規範、ESGに関わる多様なテーマについても助言を期待しています。

山下 サンドラッグは堂々たるプライム上場企業ですが、事業の急拡大に対してコーポレート部門においては未整備の部分もあると思います。監査役は業務執行に携わることはできませんが、私が過去に所属した金融機関等での失敗も含む経験をお話することでサンドラッグの成長にお役に立てればという思いがあります。


多田 通常業務に携わらないからこそ、自由に意見を言えるお立場でもあると思います。山下監査役を含む社外役員の皆さまには、専門的な知見を活かして、これからも経営陣に耳が痛いことも積極的にアドバイスいただければと思います。



テーマ5 コーポレートガバナンスの強化

役員一覧

代表取締役社長 CEO
貞方 宏司



- 1989年 3月 当社入社
- 2001年 4月 当社経営企画室課長
- 2003年 1月 当社営業第二部長
- 2004年 4月 当社営業第二部長
- 2005年 4月 当社執行役員営業第二部長
- 2008年 6月 当社取締役営業第二部長
- 2009年 12月 当社取締役
- 2009年 12月 ダイレックス株式会社 代表取締役副社長
- 2014年 6月 同社代表取締役社長
- 2019年 5月 当社代表取締役社長
- 2019年 5月 ダイレックス株式会社取締役
- 2020年 6月 同社代表取締役会長(現任)
- 2022年 4月 当社代表取締役社長CEO(現任)

取締役チェアマン
多田 直樹



- 1990年 5月 当社入社
- 1995年 4月 当社経営企画室課長
- 2000年 9月 株式会社イリュウ商事 代表取締役社長
- 2001年 3月 当社退社
- 2001年 6月 当社取締役(非業務執行取締役)
- 2007年 6月 株式会社フォレスト(現株式会社フォレストモール) 代表取締役社長
- 2009年 6月 同社代表取締役会長
- 2015年 4月 同社代表取締役社長
- 2019年 3月 株式会社イリュウ商事代表取締役会長(現任)
- 2019年 3月 株式会社フォレストモール代表取締役会長(現任)
- 2019年 4月 当社取締役管理本部長
- 2022年 4月 当社取締役チェアマン(現任)

社外取締役
松本 正人



- 1979年 4月 野村證券投資信託販売株式会社入社
- 2002年 9月 三菱証券株式会社(現三菱UFJ証券ホールディングス株式会社) 執行役員
- 2010年 5月 三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社常務執行役員大阪支店長
- 2012年 6月 同社専務取締役
- 2013年 6月 同社代表取締役副社長
- 2015年 6月 同社代表取締役副社長兼株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ常務執行役員
- 2016年 6月 MU S ビジネスサービス株式会社代表取締役会長
- 2017年 7月 S B S ホールディングス株式会社顧問
- 2018年 6月 当社社外取締役(現任)
- 2019年 3月 S B S ホールディングス株式会社社外監査役
- 2021年 3月 当社社外取締役(監査等委員)(現任)

社外取締役
辻 智子



- 1979年 4月 味の素株式会社入社
- 1987年 2月 農学博士号取得(東京大学旧応用微生物化学研究所)
- 1988年 3月 米国ロックフェラー大学博士研究員
- 1988年 11月 米国ペンシルバニア州立大学博士研究員
- 1989年 12月 財団法人相模中央化学研究所入所
- 1999年 5月 株式会社ファンケル入社
- 2004年 4月 同社執行役員中央研究所長
- 2007年 6月 同社取締役執行役員総合研究所長
- 2008年 5月 日本水産株式会社顧問
- 2009年 4月 同社生活機能科学研究所長
- 2015年 5月 株式会社吉野家ホールディングス執行役員・グループ商品本部素材開発部長(現任)
- 2020年 6月 当社社外取締役(現任)
- 2022年 6月 不二製油グループ本社株式会社社外取締役(現任)

取締役
坂井 義光



- 1983年 11月 当社入社
- 1998年 4月 当社営業部課長
- 2001年 4月 当社店舗開発部次長
- 2005年 4月 当社執行役員店舗開発部長
- 2010年 6月 当社取締役店舗開発部長
- 2019年 3月 当社執行役員店舗開発部長
- 2022年 6月 当社取締役店舗開発部長
- 2022年 7月 当社取締役店舗開発本部長(現任)

取締役
多田 高志



- 1992年 4月 株式会社イトーヨーカ堂入社
- 1996年 10月 当社入社
- 2001年 3月 株式会社イリュウ商事取締役(非業務執行取締役現任)
- 2001年 4月 当社商品部情報課長
- 2003年 1月 当社商品部仕入課長
- 2005年 5月 当社経営企画室課長
- 2006年 12月 当社退職
- 2007年 1月 株式会社やまきSC開発(現株式会社フォレストモール) 専務取締役
- 2009年 6月 株式会社フォレスト(現株式会社フォレストモール) 代表取締役社長
- 2014年 4月 株式会社シーズリテイル(現株式会社シーズワン) 代表取締役社長
- 2017年 6月 同社退任
- 2017年 6月 当社取締役(現任)
- 2017年 6月 ダイレックス株式会社代表取締役副社長
- 2019年 5月 同社代表取締役社長(現任)

社外取締役
齋藤 律子



- 1988年 4月 株式会社リクルートコスモス(現株式会社コスモスイニシア)入社
- 2010年 1月 株式会社エー・ディー・ワークス(現株式会社ADワークスグループ)入社
- 2020年 4月 同社 経営企画室 F S A & S E 部 部長
- 2021年 4月 一般社団法人不動産特定共同事業者協議会 事務局長
- 2021年 6月 株式会社ADワークスグループ不特法協議会推進室 室長
- 2021年 7月 同社 ディスクロージャー統括室 室長
- 2023年 1月 株式会社エンジェル・トーチ 取締役
- 2023年 11月 株式会社地域新聞社 社外取締役(現任)
- 2024年 6月 当社社外取締役(現任)

社外常勤監査役
山下 和稔



- 1983年 4月 国際証券株式会社(現三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社)入社
- 1997年 4月 同社八王子支店長
- 2002年 9月 三菱証券株式会社(現三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社) 広島支店長
- 2005年 10月 三菱UFJ証券株式会社(現三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社) 名古屋支店法人営業第二副部長
- 2010年 4月 三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社高知支店長
- 2014年 6月 同社理事・神戸支店長
- 2017年 6月 MU S ビジネスサービス株式会社常勤監査役
- 2019年 6月 当社社外常勤監査役(現任)

社外監査役
和田 希志子



- 1996年 4月 ふじ合同法律事務所入所(現任)
- 2015年 7月 東芝プラントシステム株式会社社外取締役
- 2016年 4月 最高裁判所司法研修所民事弁護教官
- 2020年 2月 司法試験予備試験審査委員(民事訴訟法)
- 2021年 3月 株式会社IisB社外監査役(現任)
- 2021年 4月 第一東京弁護士会副会長
- 関東弁護士会連合会常務理事
- 当社社外監査役(現任)
- 株式会社東光高岳社外取締役(監査等委員)(現任)

社外監査役
上条 香代子



- 1989年 2月 監査法人朝日新和会計社(現 有限責任あずさ監査法人)入所
- 1993年 8月 公認会計士登録
- 2000年 9月 東京北斗監査法人(現 仰星監査法人)入所
- 2019年 10月 新創監査法人入所 パートナー(現任)
- 2024年 6月 当社社外監査役(現任)

テーマ5 コーポレートガバナンスの強化

コーポレート・ガバナンス

サンドラッググループは、企業価値の向上を目指し、迅速な意思決定と経営の効率化を図るとともに、持続的成長の基盤となるコーポレート・ガバナンスの強化、充実を図っています。

基本的な考え方

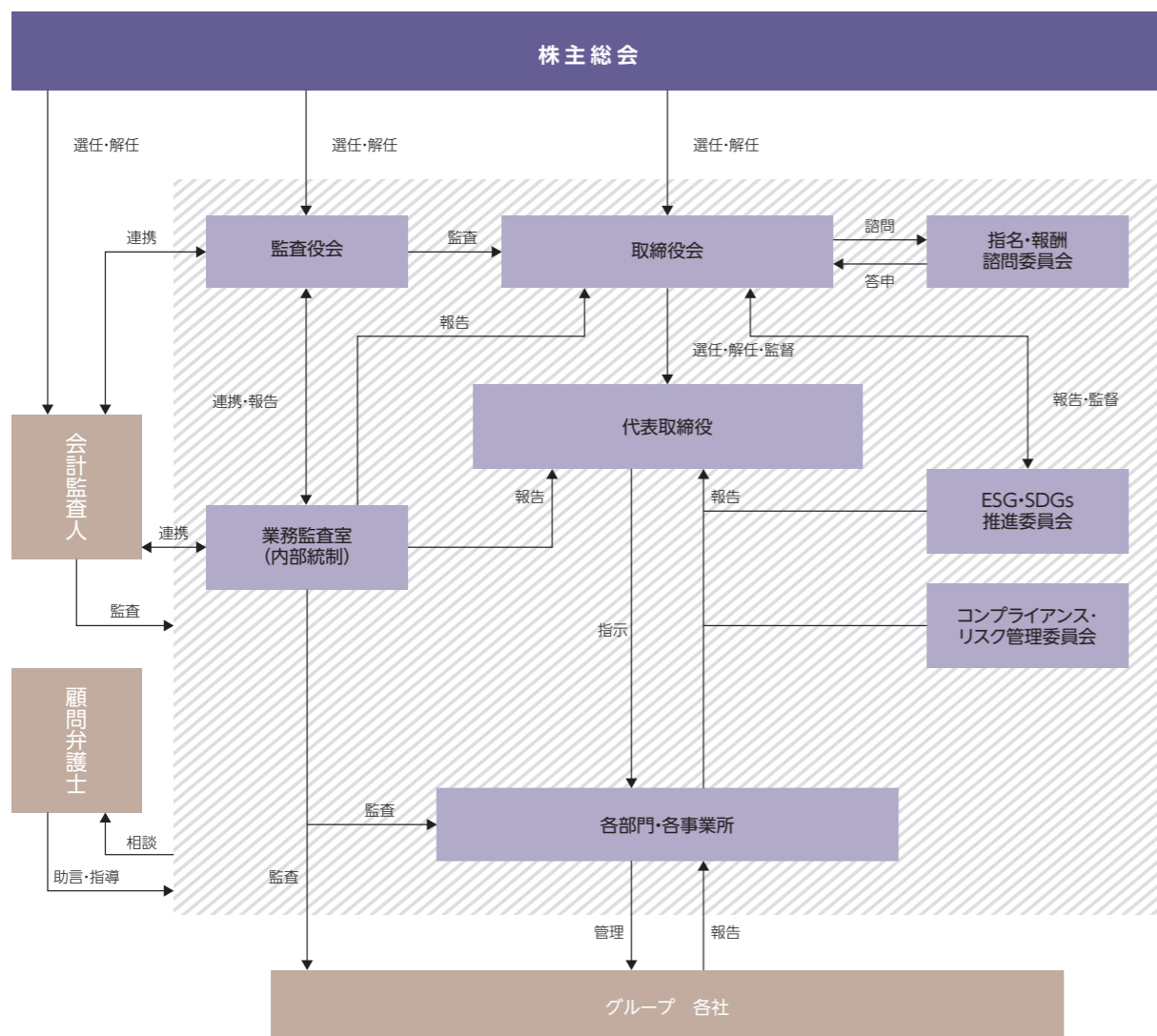
サンドラッググループには、『国民の「健康で豊かな暮らし」の実現を目指し、「毎日が明るく楽しい世の中創り」に貢献するために、「安心・信頼・便利の提供をする」』

そして『自分達で今できることからすぐはじめ、世の中の一隅でも照らすことができればと考え、顧客・社員・株主・ビジネスパートナー・コミュニティ・社会・地球環境全てにとって最善の判断をし、こころ配りを忘れずに行動する』などの企業理念があります。

株主をはじめとする全てのステークホルダーへの責務を自覚し、コーポレート・ガバナンス、コンプライアンス、リスク管理等を経営の重要課題として位置づけ、公正・透明かつ誠実に中長期的視点での意思決定を行う経営体制を構築し、経営戦略・経営計画を適時・適切に開示いたします。

そして、環境変化に適応しサンドラッググループの存在意義を継続的に高め、サンドラッググループの長期的に安定した持続的成長と企業価値向上に努めます。

コーポレート・ガバナンス体制図



取締役会

取締役会は、会社の持続的成長と中長期的な企業価値向上に向けて、法令、定款及び「取締役会規程」に基づき、経営戦略、経営計画、その他経営に関する重要事項について決定を行うとともに、各取締役の職務執行状況、関係会社の重要な業務執行状況、当社及び関係会社のコンプライアンスやリスク管理等内部統制システムの運用状況を把握し、当社及び関係会社の経営全般について監督しております。

そして、取締役会が規定した「決裁権限規程」において、取締役会、社長、各本部長、各部門長等の権限を明確に定め、社内全員に開示し、それぞれの決定機関・決裁者が関連部門長等との審議を経て決裁を行い業務遂行しております。

監査役会

監査役会は、社外常勤監査役1名と社外監査役2名の計3名の監査役で構成し、社外常勤監査役は、取締役会に加え、経営会議やコンプライアンス・リスク管理委員会をはじめ各種の主要会議に出席するとともに会計監査人及び業務監査室と連携し、取締役等の職務執行状況を客観的・中立的な立場から監査し、月1回開催の監査役会及び必要に応じ随時に他の監査役との情報共有化及び意見交換をとおして、監査機能の充実化に努めております。

指名・報酬諮問委員会

当社は、監査役会設置会社であります。取締役会の構成は、取締役総数7名のうち、独立社外取締役は3名となっております。

取締役の指名・報酬については、特に独立性・客観性及び説明責任の強化が必要であることから、任意の「指名・報酬諮問委員会」を設置し、適切な関与・助言を得ております。「指名・報酬諮問委員会」は、社外取締役3名と社内取締役2名で構成されており、社外取締役が過半数を占めることで、独立性・客観性・透明性（ジェンダー等の多様性やスキル視点を含め）を高めております。

「指名・報酬諮問委員会」の委員は、取締役会の決議によって選任いたします。

「指名・報酬諮問委員会」は、取締役会の諮問に応じて審議し、取締役会に対して答申を行います。

取締役会の多様性、体制について

当社の取締役会は、取締役及び監査役で構成（員数は定款にて取締役10名以内、監査役4名以内）、迅速かつ正確な情報把握と全取締役参画のもと十分議論を尽くしての意思決定をすべく少数精鋭による体制としております。

取締役候補者の選任に際しては、社内取締役には、当社業務に精通し、専門的・高度な知識と豊富な経験並びに識見を有する人物を選び、社外取締役には、他企業の経営経験者や大学院教授（法学博士）など外部での豊富な経験と専門的・高度な知識を有し監督・助言機能が期待できる方を選び、会社の持続可能な成長が図れるよう多様性の確保及び全体バランスに配慮し、指名・報酬諮問委員会の答申を得て、取締役会にて候補者を決定しております。

取締役会の実効性評価

当社は、取締役会に出席する全取締役及び全監査役に対し、自己評価も踏まえ、取締役会の実効性に関する評価アンケートを実施し、その回答集計結果に基づき取締役会にて意見交換し、さらなる改善に取り組んでおります。

評価の方法

社外を含む全ての取締役及び監査役に対し、記名式にて、事務局作成の「取締役会の実効性に関するアンケート」に基づき、自己評価とともに、記載自由欄を設け課題提案する方法にて、実施いたしました。その回答集計結果に基づき、取締役会の課題認識の共有化及び実効性・機能性の向上への今後の取り組み対応について意見交換・審議を行い、評価いたしました。

取締役会の実効性に関する分析・評価結果の概要

当社取締役会は、自由闊達で建設的な議論・意見交換が行われ、全体として、実効性はおおむね確保できていると分析・評価いたしました。

一方で、以下の点につきましては、課題や改善の余地が必要であるとの認識をいたしました。

今後の対応

- さらなる取締役会資料の充実、会社情報の共有を推進してまいります。
- 中長期的企業価値向上に資する経営課題と戦略に関する議論のさらなる深耕を取締役に於て行ってまいります。

今回の実効性評価・提言を通じて得られた課題を踏まえ、引き続き、取締役会のさらなる実効性の向上及び活性化への改善に取り組めます。

テーマ5 コーポレートガバナンスの強化



■ スキルマトリックスについて

サンドラッググループでは国民の『健康で豊かな暮らし』の実現を目指し、取締役会にて適切な監督機能を発揮するため、取締役会にとって重要と考える項目を定めました。[「企業経営」、「業界経験」、「グローバル」、「ESG」、「財務・会計・M&A」、「リスクマネジメント・法務」] また、当社の中期経営戦略における経営方針及

びそれに向けて当社が取り組む改革について、取締役が各分野で培った専門性や知識・経験・多様性を考慮し、能力を活かすことのできる人材を選任しております。指名に関する基本的な考え方や取締役会の構成などについては、外部環境、会社の状況に応じ、協議を行います。

スキルマトリックス

	氏名	地位	企業経営	業界経験	グローバル	ESG	財務・会計・M&A	リスクマネジメント・法
取締役	貞方 宏司	代表取締役社長 CEO	●	●		●		●
	多田 直樹	取締役 チェアマン	●	●	●	●	●	
	坂井 義光	取締役		●		●		
	多田 高志	取締役	●	●		●		
	松本 正人	社外取締役	●			●	●	
	辻 智子	社外取締役	●	●	●	●		
	齋藤 律子	社外取締役	●			●		●
監査役	山下 和稔	社外監査役				●	●	
	和田 希志子	社外監査役				●		●
	上条 香代子	社外監査役				●	●	

■ 独立役員の属性・選任理由の説明

番号	氏名	選任の理由	出席状況
1	松本 正人	金融機関等の経営者としての経験が豊富であり、経営に関する高い見識と監督能力を有し、当社経営に対し客観的・中立的立場で監督しうる人物であり、一般株主と利益相反が生じるおそれがないと判断し、選任いたしました。	100% (16回/16回)
2	辻 智子	農学博士として、研究開発会社はじめ小売業における多角的視点からの戦略推進経営の経験と知見を有し、当社経営に対し客観的・中立的立場で監督しうる人物であり、一般株主と利益相反が生じるおそれがないと判断し、選任いたしました。	100% (16回/16回)
3	齋藤 律子	各企業等において、ディスクロージャー、ファイナンス等の業務経験・経営にも携わり、経営全般に関する知見を有し、当社経営に対し客観的・中立的立場で監督しうる人物であり、一般株主と利益相反が生じるおそれがないと判断し、選任いたしました。	—
4	山下 和稔	金融機関において、各種業務を歴任し、財務及び会計に関する相当程度の知見と幅広い見識を有し、加えて、常勤監査役を務め、コーポレートガバナンスや監査業務に精通しており、当社経営陣から独立した監視・監査機能を有するとともに、客観的・中立的に監査しうる人物であり、一般株主と利益相反の生じるおそれはないと判断し、選任いたしました。	100% (16回/16回)
5	和田 希志子	弁護士として、法律に関する専門知識、豊富な経験を有しており、当社経営陣から独立した監視・監査機能を有するとともに、客観的・中立的な立場で監査しうる人物であり、一般株主と利益相反が生じるおそれがないと判断し、選任いたしました。	100% (16回/16回)
6	上条 香代子	公認会計士として、会計に関する専門知識、豊富な経験を有しており、当社経営陣から独立した監視・監査機能を有するとともに、客観的・中立的な立場で監査しうる人物であり、一般株主と利益相反が生じるおそれがないと判断し、選任いたしました。	—

■ 社外取締役・監査役選任理由・出席状況

取締役及び監査役の報酬等の総額及び個人別の報酬等の決定方針に関する事項

社内取締役報酬体系は、役位を踏まえた固定報酬と業績や個人別目標の達成率に連動するインセンティブな賞与及び、中長期的業績向上に向けた譲渡制限付株式報酬の変動報酬とで構成しております。また、社外取締役及び監査役の報酬は、固定報酬のみとしております。

役員報酬等の決定方法は、全社外取締役(3名)、代表取締役社長CEO及び取締役チェアマンからなる任意の「指名・報酬諮問委員会」の審議結果に基づく助言・答申を得て、取締役の報酬は取締役会にて、監査役の報酬は監査役会にて、内規の定めにより、株主総会決議承認された報酬限度内で決定しております。

当事業年度における指名・報酬諮問委員会は、4回開催し、テーマは、役員報酬(社内取締役賞与を含む)案及び取締役・監査役候補者選任案等であり、その審査結果を取締役に答申いたしました。

以上の手続きを経て取締役の報酬等の総額及び個人別の報酬額が決定されていることから、取締役会はその内容が決定方針に沿うものであると判断しております。

種類ごとの構成比率は、業績及び評価項目達成状況により変動いたしますが、固定報酬：変動賞与：ストックオプションは、(73.6～21.2)：(21.0～68.6)：(3.7～28.2)の範囲となっております。

固定報酬及び業績連動報酬等に関する事項

社内取締役報酬の算定方法は、固定報酬は、経営委任の対価として、役員報酬規程の定めに従いそれぞれの役位に応じて決定しております。

取締役の業績向上に対する意欲や士気を一層高めることにより、企業価値の持続的向上を図るため、取締役に対して業績連動報酬等として賞与を支給しております。その方法は、年度ごとに連結経常利益増額の連結売上高に対する率等に応じて、役員報酬規程に定める支給基準に基づき基準役員賞与総額を決め、次に役位に応じた比率で総額を各取締役按分し、その額を個別の取締役ごとの業績評価及び定性評価により増減させ、全社外取締役(3名)、代表取締役社長CEO及び取締役チェアマンからなる任意の「指名・報酬諮問委員会」の審議結果に基づく助言・答申を得て、支給額を決定しております。

非金銭報酬の内容

取締役が株式保有を通じて株主との価値共有を高めることにより、企業価値の持続的向上を図るため、取締役に対して譲渡制限付株式報酬制度を導入しております。

本制度における年間の報酬の上限は1億円以内かつ25,000株以内となります。

なお、各対象取締役への配分は、株主総会にて承認された範囲内で取締役会決議により決定いたします。

■ 参考

役員区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額(百万円)			対象となる 役員の員数 (名)
		固定報酬	変動報酬		
			基本報酬	賞与	
社内取締役	228	34	124	69	4
社外取締役	18	18	—	—	3
社内監査役	—	—	—	—	—
社外監査役	20	20	—	—	4

■ 政策保有株式に関する方針

当社は、保有目的が純投資目的である投資株式と純投資目的以外の目的である投資株式(政策保有株式)を区別し、取引先との関係の構築・維持・強化や業務提携等、中長期的な企業価値向上に資すると判断した場合、当該株式を政策保有株式として取得・保有することとしております。

現在保有中の政策保有株式につきましては、持合状況になく、適宜、株価や市場動向などを考慮しつつ縮減していく方針としております。

保有する政策保有株式につきましては、個別銘柄毎に中長期的な観点から、資本コスト対比の上、継続保有の

合理性・必要性を取締役会で毎年定期的に検証し、保有の可否を判断しております。保有の合理性は、取得の経緯、取引関係内容、現状及び将来の戦略的保有意義及びリスク並びに資本コストとの対比等の項目につき検証しております。

■ 銘柄数及び貸借対照表計上額

	銘柄数(銘柄)	貸借対照表計上額の 合計額(百万円)
非上場株式	2	1
非上場株式以外の株式	5	197

テーマ5 コーポレートガバナンスの強化



贈収賄

贈収賄に関する基本方針

サンドラッググループは、贈収賄防止のための法令や規制を遵守するため、グループ会社に適用する規定を設け、厳格に運用をしています。

●公務員等への賄賂とみなされる行為の禁止

不当な利益を得るために、公務の遂行及び決定に影響を与える目的で、公務員及びそれに準じる者（以下、「公務員」という）に対し金品その他の不正な利益の供与、收受、それらの約束、要求、申込またはそれらの承認を行いません。

●公務員以外への贈賄の禁止

不当な利益を得るために、收受者の職務の遂行及び決定に影響を与える目的で、金品その他の不正な利益の供与、收受、それらの約束、要求、申込またはそれらの承認を行いません。

税務

税務に関する基本方針

サンドラッググループは、当社とグループ各社に適用する、税務方針を定めます。

サンドラッググループは、高い企業倫理観に基づいたコンプライアンス経営を実践するために定めた「グループ行動規範」に則り、税務に関しても、関連法令等を遵守します。適正な納税を行うことは、企業の社会的な責務であり、全てのステークホルダーの支持と信頼に応えることにつながると理解しています。本方針に基づき、税務実務に関する業務プロセスや手続きの整備・管理を確実にし、税法に関わるガバナンスを適切に実現します。

●法令の遵守

サンドラッググループは、租税に関する国際的な課税ルール及び税務に関する法令・規則等に従い、適切かつ適時に税務申告及び納税を行い、企業の社会的責任を果たします。適切な納税を通じて地域社会の発展に貢献することを基本的な考え方とし、租税回避を目的とした税務プランニングは行いません。

●税務ガバナンスの確保

サンドラッググループは、研修教育などを通じて従業員の税務知識の向上を図ります。社内ルールに基づい

●収賄防止

サンドラッググループの経営や事業判断または職務執行に不適切な影響を与えることを目的に提供される金品その他の不正な利益の供与、收受、それらの約束、要求、申込またはそれらの承認を行いません。

●用語の定義

「贈収賄」とは、不当な利益を得るために、收受者の職務の執行または決定に影響を与え、またはその他の不当な行為を行わせる目的で、金品その他の不正な利益の供与、收受、それらの約束、要求、申込またはそれらの承認を行う行為を指します。

「公務員」には、国内の公務員、外国公務員、国際公共機関、政党、それらの職員、公職の候補者その他公務員とみなされる可能性のある者を指します。またそれらの肉親（配偶者、子供、扶養家族等）も含まれます。

た、適正・適法な税務処理を行うことで、税務コンプライアンスに関する従業員の意識向上、税務ガバナンス体制の維持に努めます。

●税務リスクの管理

サンドラッググループは、税務リスクを重要なリスクの一つと位置づけており、税制改正等への対応を適宜行い、継続的に税務リスクの最小化に努めています。各グループ会社は、サンドラッググループの基本方針・指針に従い、税務申告・納税、税務調査等の税務実務を適正に遂行します。事業活動における税務リスクに対しては事前に十分な検討を行うとともに、必要に応じて行政当局への事前確認、専門家による助言・指導等を得て、その低減を図ります。

●税務当局との信頼関係の構築

サンドラッググループは、税務当局との公正な関係を維持し、税務当局からの問い合わせに対して適時かつ適切な情報の提供を行い、誠実に対応することで、税務に係る透明性の確保や信頼関係の構築に努めます。税務当局との間で意見の相違が生じた場合、税務当局と協議し、合意点を見つけることで課題の解決に努めます。

テーマ6 内部統制及びコンプライアンス



コンプライアンス

サンドラッググループではコンプライアンスは企業活動の基盤を支え、さまざまなリスクを回避する上で不可欠であると考え、法令遵守体制の強化と各取り組みを行っています。

基本的な考え方

サンドラッググループ行動規範に則り、法令、社会倫理、社内規程の遵守を企業活動の基本とし、企業理念の実現に向け行動します。

内部通報窓口の設置・運営

サンドラッググループでは、全役員・従業員及びサンドラッググループで働く全ての人々が、コンプライアンス上の問題について直接通知し是正を求めることができる内部通報制度を設置しています。通報窓口は、社内のほか、社外（弁護士）にも置いています。この内部通報制度は、通報者の秘密保護のほか、通報者に対する不利益取り扱いの禁止について、サンドラッググループの社内規程で厳格に規定しています。また、上記窓口の認知度・理解度の向上を図るため、周知活動を強化しています。

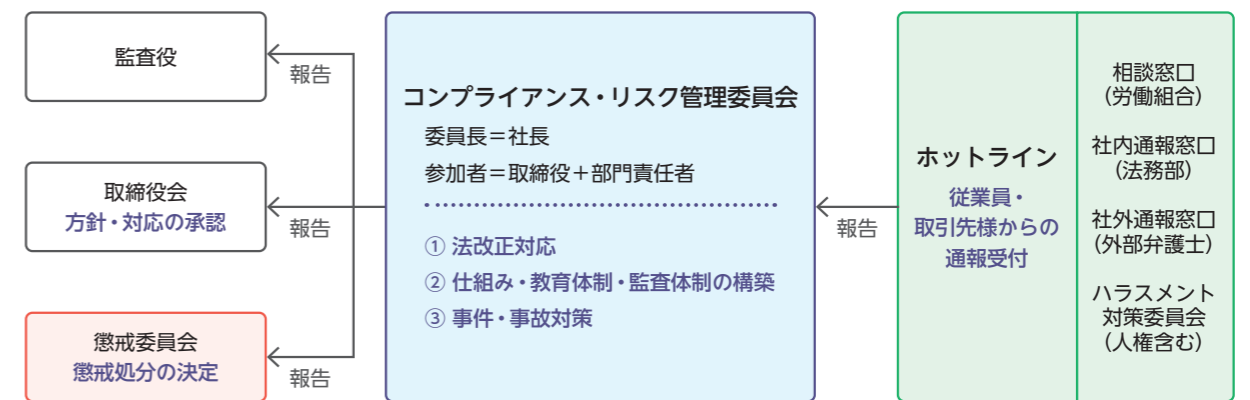
コンプライアンス推進体制

コンプライアンス・リスク管理委員会の設置・運営

コンプライアンス及びリスクに係る課題を識別し、適切に対応するため、社長が委員長を務め、取締役及び部門長を委員とする「コンプライアンス・リスク管理委員会」を設置しています。同委員会は、事業運営に関するコンプライアンス事案の報告・対応方針の策定・指示、

コンプライアンス体制の基盤整備（推進及び教育体制、推進及び監査計画の策定など）を担っています。同委員会には、社外常勤監査役及び業務監査室長も参画しており、迅速に情報を共有するとともに、連携して任に当たる体制を採っています。コンプライアンス委員会での審議内容は、重要事案を取締役会で報告しています。

コンプライアンス体制図



教育（取り組み・従業員と役員・回数・参加者数などの定量データ）

コンプライアンス教育

医薬品医療機器等法、食品リサイクル法、独占禁止法など薬局・ドラッグストア事業、あるいは小売事業に従事する者として不可欠な最新法令を常に確認できるよう、コンプライアンスガイドブックを作成しています。ガイドブックには法令以外に、ハラスメントの禁止、

インサイダー取引の禁止、差別の禁止などが記載されており、広く従業員（パート・アルバイト社員を含む）のコンプライアンス意識の啓蒙に努めております。また、半期に一度、コンプライアンス確認テストを実施し、継続的な法令の改正に対応した知識の確認と定着を図っています。

テーマ6 内部統制及びコンプライアンス



ステークホルダーエンゲージメント

サンドラッググループは、多様なステークホルダーとの適切なコミュニケーションや協働を通じた価値協創に取り組むことで、持続的な企業価値向上を目指しています。

基本方針

小売業である当社には、お客様や株主、従業員、サプライヤーや流通業者、金融機関や地域社会、行政機関などのステークホルダーが存在します。ステークホルダーとのコミュニケーションの場をつくることは、当社が直面する諸問題に対して適切な解決策を導き出し社会的信頼性や企業価値の向上につながると考えます。

ESG活動の推進、サステナビリティ (持続可能性) の強化、コミュニティ活動の展開、倫理的な取り組みや規範の策定、情報開示の強化など多くの示唆を与えてくれるものと認識しており、引き続き取り組みを強化していきます。

ステークホルダーエンゲージメント

地球環境に対する宣言	地球環境が当社の全ての活動の礎であると認識し、法令等を遵守しステークホルダーの皆さまと協力しその保全に努めます。
お客様への約束	価値ある商品を提供することでお客様の満足と信頼を得るよう常に努力し、安心安全、健康で豊かな暮らしの実現に奉仕します。
お取引先さまへの約束	「公正取引」の徹底は、お取引先さまに対する責務です。お取引先さまの信頼を得るために望ましい取引慣行を順守し、共存共栄関係の構築に努めます。
株主さまへの約束	株主様との対話を積極的に実施し、社会の変化やリスクに対応できるサステナブルでレジリエンスな企業を目指します。財務、非財務双方の物差しを通じた企業価値の向上に取り組めます。
従業員への約束	従業員との対話を積極的に実施することで、健康で働きやすい職場をつくることを約束し、持続的に変化、成長し続けられる環境を提供いたします。
地域社会への約束	安心安全、健康で豊かな暮らしの実現は地域社会との約束でもあります。店舗に留まらずお薬や健康に関するイベント、地域と連携した植樹活動、募金活動を推進していきます。

現状の活動

- スモールMTG
- 投資家訪問
- メールや電話受付によるお客様の声の収集

今後の活動について

- エンゲージメントのための施策やステークホルダーとの協働について引き続き実現、充実に向けて検討をしていきます。
- 投資家アンケートの実施・ダイアログMTGの検討
 - 従業員ES調査の検討・お客様アンケートの検討

テーマ7 リスクマネジメントの推進



リスクマネジメント

取り巻く各種のリスクに適時・適切に対処するため、あらゆるリスクマネジメント体制を構築し運用しています。

リスクへの備えと対応

リスクマネジメントの考え方

サンドラッググループは、リスク管理を経営の重要課題として位置づけ、大規模災害や顧客情報漏洩など事業活動に潜むリスクの洗い出しと、その管理体制の強化を図っています。平時においては、各部門において、その有するリスクの洗い出しを行い、その軽減等に取り組むとともに、有事においては、「リスク管理規程」に従い「対策本部」を設置し、グループ全体として対応する体制を整備しています。なお、顧問弁護士は、4ヶ所の弁護士事務所と顧問契約を締結しており、経営上・業務運営上の法律問題が生じた場合に、随時確認をとり、アドバイスを受ける体制としており、不測のリスクを可能な限り回避・減少できるように努めています。

サンドラッググループの事業上のリスクと考えられる主な事項は以下のようなものがあります (詳細は有価証券報告書をご覧ください)。

- ① 薬局の経営並びに医薬品、化粧品、日用雑貨等の販売事業に関するリスク
- ② 財政状態及び経営成績に関するリスク
- ③ 法的規制に関するリスク
- ④ 訴訟等に関するリスク
- ⑤ 事業体制に関するリスク

詳細については「有価証券報告書」
をご参照ください

<https://www.sundrug.co.jp/ir/irdata/securities>

BCPの重要性の認識

サンドラッググループは東日本大震災での予期せぬ規模の災害を体験し、いつ発生するか分からない緊急事態に備え、企業は平常時から備えておくべき重要な計画である、BCP策定の必要性を認識しました。また、熊本震災にて改めて課題を認識し、BCP対策内容の見直しと修正の継続を行っています。サンドラッググループは、社

会インフラとしての役割を果たすために災害リスクに対して最大限の予測と対策を講じ、最小限に損害を抑えております。またサンドラッググループと物流委託先ではBCPの内容が異なる事実を踏まえ、定期的にBCP対策会議を開催することにより、互いに共通の認識を持った実効性のあるBCPの策定を行っております。

BCPの策定

策定目的

必要時間内に復旧・再開することを目的として、非常時の対応計画や平時の取り組みを定める。

考え方

- 予見される災害の洗い出しと過去の発生事例 (対応事例) を振り返る。
- 災害の規模により、「予防」「対策」「対応」の方法を検討する。
- 災害の「発生前」「発生時」「終息後」でのやるべきことを洗い出す。

作成と更新

- 各拠点での「予防」「対策」が実行できているか確認する
- 災害の終息後に必ず災害対策会議を開催し、全拠点に情報共有していく

実施と報告

- 災害対策マニュアルに沿った定期的な訓練実施
- 経営者並びに管理者層が参加する対策会議の定期的な開催

取り組み計画

年6回の災害対策会議を開催

テーマ7 リスクマネジメントの推進

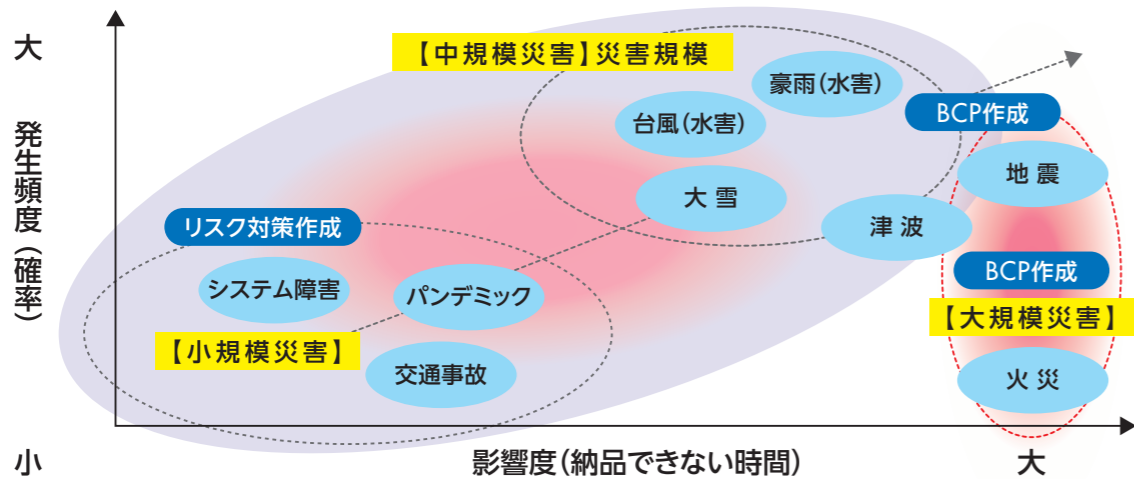
改善内容

- 2016年の熊本震災後に対策マニュアルの再作成
- 2018年の西日本豪雨時に中規模災害対策の必要性を認識し再作成
- 2020年の南九州豪雨時に中規模災害対策の効果を検証
- 2021年の北部九州豪雨で対策の効果をえられる
- 2022年の全国的な豪雪時に対策の不備を認識し種類の細分化が必要と認識

サンドラッググループでは、このように事業継続計画(Business Continuity Plan)の見直しを継続的に行い、気候関連災害や自然災害に対する強靱性(レジリエンス)及び適応の能力を強化してまいります。また企業理念としている、国民の『健康で豊かな暮らし』の実現に資する経営と地域の期待に応えられるような活動を目指していきたいと考えております。

BCP対策への取り組み

気候変動に伴い多発している災害に対し、サプライチェーン全体の物流を止めない仕組みを構築することを目的としてBCPの策定と更新を実施いたします。



ビジネスパートナー

サンドラッググループの事業に協力いただくビジネスパートナーとの公正、透明かつ適正なお取引及びパートナーシップを強化し、持続可能な社会の実現に取り組みます。

基本的な考え

経営の姿勢である“三方良し”を重要なテーマとしているサンドラッグでは、お取引先様は重要なビジネスパートナーと認識しております。

日々変化の激しい時代においては、さまざまな社会課題があり、到底一社だけでは解決することはできません。そのためビジネスパートナーであるお取引先様との公正

な取引の重要性を認識し、お取引先様のご協力のもと「お取引先様行動規範」の制定、「パートナーシップ構築宣言」を行っております。

サプライチェーン全体を通じた持続可能な社会の実現に貢献するため、共存共栄関係を築いていきます。

パートナーシップ構築宣言

サンドラッググループは、「パートナーシップ構築宣言」の趣旨に賛同しました。

「パートナーシップ構築宣言」とは、サプライチェーンを共有するお取引先様とのパートナーシップ強化を図り、新たな共存共栄関係の構築を企業の代表者名で宣言

し、「成長と分配の好循環」を目指すものです。

「パートナーシップ構築宣言」を通じてお互いの価値を尊重し、共通する課題の解決を図り、より良い社会の実現を目指します。

当社の宣言は項目を明示しております。

詳細は「パートナーシップ構築宣言」ポータルサイトをご確認ください
<https://www.biz-partnership.jp/>

お取引に関するアンケート実施

パートナーシップ構築宣言に伴い、お取引先様、当社従業員に対して、年に1度取引内容に関するアンケートを実施いたしております。

お取引において振興基準、コンプライアンスの遵守等

のアンケートを実施していただき、ご意見をお伺いすることで、ご意見に基づき、課題と思われる内容について改善し、お取引先様とより良い信頼関係を構築してまいります。

お取引先様行動規範について

サンドラッググループは、ドラッグストア・調剤薬局・化粧品店・バラエティストアの運営を通じて、企業理念である「国民の『健康で豊かな暮らし』の実現に向け、“毎日が明るく楽しい生活”の創造」を目指しております。そのため、私たちが「責任ある行動」を実践し、ステークホルダーの皆さまに社会的な責任を果たす役割を担うに相応しい企業として信頼される存在でなくてはならないと考えています。サンドラッググループでは、社会に対する自己を律する組織の規範として、業務を遂行する際に遵守すべき「グループ行動規範」を制定しております。この考えに基づいて、サプライチェーン全体を通じた持続可能な社会の実現に貢献するため、「お取引先様行動規範」を制定いたしました。

お取引先様行動規範の運用について

- お取引先様は、お取引先様行動規範(以下、本規範)をご理解の上、本規範に則った活動をお願いしています。
- 本規範の履行にあたっては、お取引先様の自社内だけでなく、お取引先様とお取引のある調達先も含まれた取り組みとさせていただきます。
- 本行動規範の遵守状況について、必要に応じてサンドラッググループとの情報共有にご協力をお願いしています。
- 本行動規範に反する行為が確認された場合は、取引があるサンドラッググループの事業会社にご報告をお願いしています。また、速やかには是正措置を実施するとともに、再発防止の対策を講じさせていただきます。

お取引先様通報窓口
 お取引先様通報窓口を設置し、コンプライアンス違反、金品・接待等の強要、優越的地位の濫用、下請法違反、ハラスメント行為、人権侵害などの問題の対応に当たっております。
 Eメール: helpline@sundrug.co.jp

テーマ7 リスクマネジメントの推進

物流に関する基本的な考え

トラック運転者の高齢化が進み新たな担い手が減少している原因として、労働環境の問題（長時間労働）がクローズアップされております。荷卸し作業や現場での長時間の待機など運転以外の業務に時間を要していることが要因とされています。

トラック運転手の労働環境の改善が進まなければ運転者不足がさらに加速し、商品が届かず店舗が開けない状況に追い込まれるかもしれません。

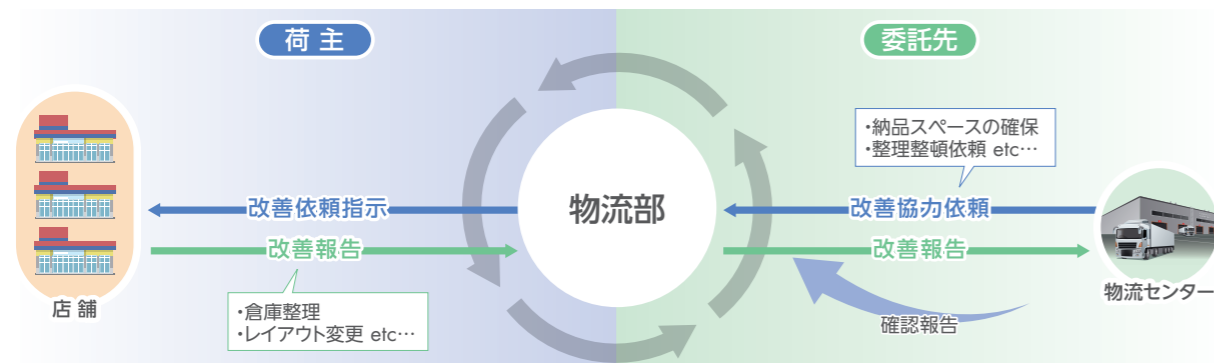
このような状況を改善する目的として2024年には時間外労働に関する法改正が実施される予定であり、ホワイト物流も時間外労働の改善の取り組みの一つであります。

当社では、このホワイト物流の取り組みを2024年の法改正までと考えておらず、サプライチェーン全体の物流効率化に向けてさまざまな改善を継続的に進めていく方針であります。

サンドラッググループにおけるホワイト物流の取り組み

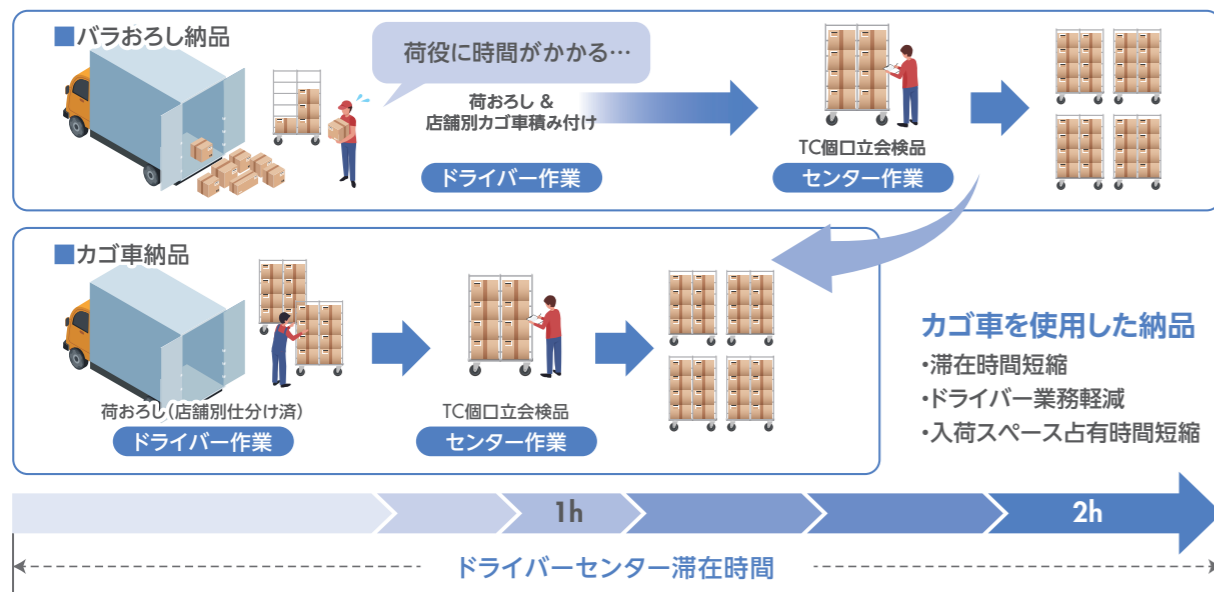
国土交通省が推奨する項目の16項目について取り組みを実施します。

達成された項目についても継続して取り組みを実施し、さらに独自の改善を追求していく計画です。



国土交通省が進めているホワイト物流の取り組みに協力し、トラック運転者不足に対応することで、我が国の国民生活や産業活動に必要な物流機能を安定的に確保するとともに、我が国経済のさらなる成長に寄与してまいります。

店舗納品倉庫改善進捗 **改善達成率: 100%** 依頼件数81件中、81件達成 ※2022年7月時点



人権

従業員をはじめ、全てのステークホルダーの皆さまの人権を尊重した教育等の取り組みの強化、推進を図っています。

人権に関する基本方針

国民の『健康で豊かな暮らし』の実現を目指すべき未来とし、“毎日が明るく楽しい生活”の創造を目指しています。私たちは、人権の尊重は事業活動の前提であり、人権を尊重する社会作りへの貢献は事業活動を通じて実現を目指すべき未来「健康で豊かな暮らし」を構成している重要な要素であると考えています。サンドラッグ

グループは、国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」に則った「サンドラッググループ人権方針」（以下、本方針）をここに定め、本方針に基づき人権尊重の活動を推進していきます。本方針は、「サンドラッググループ行動規範」と補完関係にあり、本方針の下、グループ一丸となって人権尊重の取り組みを推進していきます。

サンドラッググループ人権方針

基本的な考え方

全ての事業活動が直接的または間接的に人権に影響を及ぼす可能性があることを理解しています。私たちは、国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」をはじめとした国際的な人権規範を尊重し、さまざまな人権課題についての理解を深め、適切な行動をとることは、企業がなすべき重要な責務であると考えています。

なった場合には、適切かつ効果的な救済措置を講じるよう努めます。また、取引関係によって人権への負の影響に関係している場合には、是正または軽減に取り組みます。

教育・研修

本方針が全ての事業活動に組み込まれ、効果的に実行されるよう、全役員及びパートタイマー・契約社員・派遣社員を含む全従業員に対して適切な教育・研修を行います。

対話・協議

本方針を実行する過程において、独立した外部機関の専門知識を活用するとともに、ステークホルダーとの対話と協議を真摯に行います。

情報開示

自らの人権尊重の取り組みの進捗状況をウェブサイト等で適切に開示いたします。

重要テーマ

差別・ハラスメントの防止、働きやすい職場環境、ワーク・ライフバランスの実現、プライバシーの尊重を確保いたします。

適用範囲

本方針を、サンドラッググループの全ての役員と、パートタイマー・契約社員・派遣社員を含む全従業員に適用します。また、サプライヤーに対しては本方針の理解・遵守を求め、ビジネスパートナーに対しては本方針の支持を期待します。

人権デュー・ディリジェンス

人権デュー・ディリジェンスの仕組みを構築し、グループの事業と関係する人権に対する負の影響を特定し、その予防、軽減を図る取り組みを進めます。

救済

人権に負の影響を引き起こし、助長したことが明らかに

人権尊重の取り組み

人権の尊重は事業活動において極めて重要な社会的責任であると認識しています。お客様、お取引先様、従業員などサンドラッググループの事業活動に関わる全ての人々が、人権への負の影響を引き起こすことがないように、または間接的に加担することがないように責任を持って行動するよう働きかける、「人権方針」、「グループ行動規範」、「お取引先様行動規範」を定め、啓発・教育活動を推進しています。

人権マネジメント体制

人権とは「人間が人間らしく生きる権利」であり、その対象となる範囲や内容は多岐にわたります。企業活動において発生しうる「人権問題」も、職場におけるセクハラやパワハラなどのハラスメント、障がいのある人に対する差別・偏見、長時間労働による労働災害の発生などさまざまです。加えて、医薬品を取り扱うサンドラッググループに固有の潜在的な人権問題として、お客様の健康

テーマ7 リスクマネジメントの推進



と生命に影響を与える商品を誤って販売するリスクがあります。人権マネジメントは企業におけるリスク管理そのものであると認識しており、人権尊重体制の整備に取り組んでいくことが重要であると考えています。サンドラッグでは、お客様への配慮不足に起因するご意見・ご指摘、社内におけるハラスメント、労働災害など、人権問題を含む事案は、各部署が参加し、毎月開催しているコンプライアンス・リスク管理委員会、安全衛生委員会で情報を共有し、担当部署を通じて必要な対策を講じています。重大な事案が発生した場合は、関連する部署や対象者へ社内ネットを通じて通知しているほか、取締役会にて報告しています。

人権尊重の教育

多様性の尊重、人種・国籍・性別・年齢・障がいなどに関するあらゆる差別の禁止、ハラスメント（パワハラ、セクハラ、マタハラ、ケアハラ、いやがらせなど）の防止、女性の活躍推進、労働環境や制度の整備に継続して取り組んでいます。従業員へは「コンプライアンスガイドブック」、「ハラスメント防止規程」の周知、「ハラスメント防止ポスター」の社内掲示、社内メールによる注意喚起、階層別の人権研修、eラーニングを用いた教育などの啓蒙活動を通じ、問題の発生を未然に防ぐ取り組みを進めています。

このほか、店舗で働くパート従業員やアルバイトの採用を担う店長や人事部の採用担当者を対象に、人種・性別・年齢・性自認などを採用可否の判断基準としない、公正な採用を実施するよう採用マニュアルで指導しています。販促・広告活動においては、人権侵害や差別を助長するおそれのある表現、他者の名誉を毀損し、または他者を誹謗中傷するおそれのある表現など誤解・誤認を生じさせないよう留意しています。

お客様の人権尊重

医薬品や化粧品を販売するサンドラッググループは、お客様の健康と生命に影響を与える商品を誤って販売するリスクが存在します。これは、グループにおける重要度が高いサステナビリティ・リスク、及び人権リスクの一つであると認識しています。このリスクを低減させる上で、最も重視して取り組んでいるのが、調剤業務やOTC（一般用）医薬品、化粧品の販売に従事する従業員を、職種ごとにプロフェッショナルへ育てる人材教育です。患者様、お客様の相談にのり、医薬品、化粧品の適正使用を判断する上で、薬学、商品知識、コミュニケーションスキルなどを最大限に活用する必要があります。教育・研修カリキュラムは、一人一人のキャリア観と習熟度に応じて、きめ細かく設計されています。

他方、人はミスをするという前提に立ち、調剤業務では「バーコード調剤過誤防止システム」、「カメラ監視指導システム」、OTC医薬品の販売業務では「数量制限システム*」といった機械的、システムのリスク低減策も

導入しています。人材教育は、お客様の健康と生命を守り、人権リスクを低減すると同時に、サステナビリティ・リスクを引き下げて、グループの成長持続性を高める投資です。今後も教育カリキュラムのさらなる充実に取り組んでいきます。

* 数量制限システム：OTC医薬品の購入数量が一定水準を超えるとレジにアラートが表示される仕組み

ドラッグストア事業では、お客様の薬歴や医薬品の購入履歴といったセンシティブな情報を取り扱っています。個人情報の適切な管理と保護は、経営及び事業における重要課題であり、社会的責任として役員、及び全従業員が取り組む義務と位置づけています。サンドラッググループでは、お客様のプライバシー保護及び個人情報のセキュリティ対策として、「個人情報保護基本方針」を定めるとともに、システムに保存されている個人情報は業務上必要な担当者だけが利用できるよう、アクセス権限の限定、アクセスログの取得などを実施しています。こうした取り組みを通じて、全従業員が個人情報保護法などの関連法令や社内ルールを遵守し、個人情報の保護を通じた適正な業務が執行される組織運営を目指しています。

従業員の人権尊重

多様性の尊重、人種・国籍・性別・年齢・障がいなどに関するあらゆる差別の禁止、ハラスメントの防止といった人権尊重の啓発や社内規程、ガイドラインの整備を進めています。加えて、公益通報者保護法に基づいた専用の窓口を社内を設置し、セクシュアルハラスメントに限らず、あらゆるハラスメントを含む労務問題の通報を受理し、問題の早期発見、解決に取り組んでいます。また、労働組合とは定期継続的に労使協議を重ね、労使間の広範囲の課題解決に協調して取り組んでいます。

営業時間が長い流通業は、従業員の勤務時間を正しく適切に管理する責任があります。長時間労働を回避し、労働安全や健康を守るため、勤怠システム、PCログ、入退店警備記録、POSレジの登録実績などを利用した勤務時間の確認を実施しています。また、仕事と家庭の両立を支援する目的で導入している「1か月単位の変形労働時間制」により、月平均所定外労働時間は減少しています。

サプライチェーンにおける人権尊重

取り組んでいる全ての商品において、グループ内では製造を行っておりません。当社が独自に企画するオリジナル商品も全てお取引先様に製造を委託していることから、サプライチェーンにおける人権侵害を防止するためには、お取引先様とともに取り組んでいくことが重要であると考えています。人権方針、グループ行動規範に則り、お取引先様を含む幅広いステークホルダーと連携する体制の強化と人権尊重の実践を通じて、社会的責任を果たしていきます。

テーマ8 ITガバナンスの構築



情報セキュリティ・プライバシー

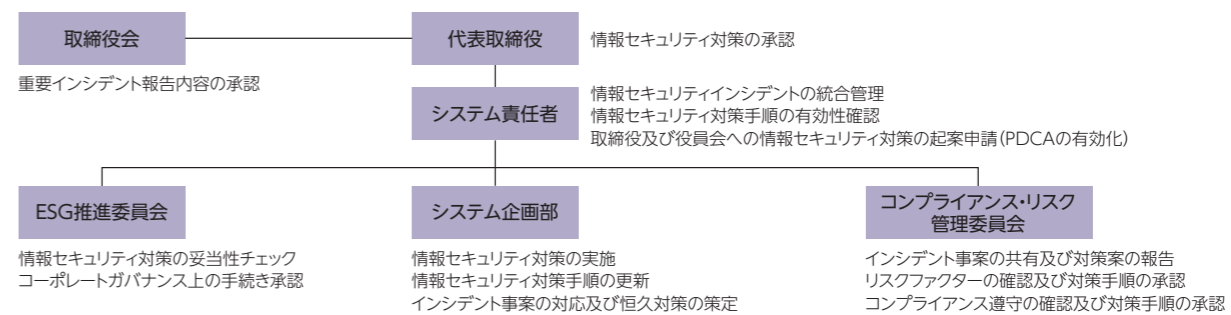
情報への適切な管理を強化、業務に携わる全ての従業員への教育をはじめとする取り組みを推進しています。

重要性の認識

経営の効率化を支える情報システムは必要不可欠な存在となっています。半面、情報システムの停止による損失、お客様情報の漏洩、身代金要求型マルウェア（ランサムウェア）などの情報セキュリティ上のリスクは、サンドラッググループへの影響はもとよりお客様、お取引先様並びに株主様へも影響を与えてまいります。

サンドラッググループにとって、情報セキュリティに対するリスクマネジメントは重要な経営課題の一つであり、特にお客様の個人情報など重要情報をはじめグループが保有する情報資産を不正アクセスやサイバー攻撃などのさまざまな脅威から保護することは、サンドラッググループにとっての社会的責務であると考えています。

ガバナンス体制



情報セキュリティの基本方針の考え方

	基本方針の考え
1. 業務執行の責任	情報セキュリティマネジメントシステムを構築・運営するための体制や対策を定めることにより、お客様及び当社グループの情報資産を全ての脅威から守る。そのため、組織的かつ継続的に情報セキュリティの改善・向上に努めます
2. 社内体制の整備	情報セキュリティの維持及び改善のために組織を設置し、情報セキュリティ対策を社内の正式な規則として定めます
3. 従業員の取り組み	従業員は情報セキュリティのために必要とされる知識、技術を習得し、情報セキュリティへの取り組みを確かなものにする
4. 法令及び契約上の要求事項の遵守	情報セキュリティに関わる法令、規制、規範、契約上の義務を遵守するとともに、お客様の個人情報など重要情報を保護します
5. 情報セキュリティインシデントへの対応	情報セキュリティリスクの顕在化に備え、報告体制や初動対応マニュアルを整備し、関係者に周知徹底します。重大なセキュリティインシデントが発生した場合はリスク・コンプライアンス委員会に報告し、状況に応じて官公庁への届けや関係者へ通知します

情報セキュリティリスクの種類ごとの対策

情報セキュリティ3要素（完全性、可用性、機密性）のリスク種類に対する当社の対策を記載します。

リスクの種類	リスク対策	
完全性	<ul style="list-style-type: none"> 1.1. ハードウェア障害 1.2. 情報資産改ざん 1.3. サイバー攻撃 	<ul style="list-style-type: none"> 物理的対策 <ul style="list-style-type: none"> ・機密性レベル毎の情報資産のセキュリティ領域設定 ・情報機器の無断操作や持ち出しの防止 ・マルチクラウド/データセンターのサーバ設置
可用性	<ul style="list-style-type: none"> 2.1. サービス停止 2.2. ネットワーク攻撃 	<ul style="list-style-type: none"> 技術的対策 <ul style="list-style-type: none"> ・基本のセキュリティ対策（PC仮想環境、WSUS、Webフィルタリング、添付メールの承認制） ・システムへの侵入/破壊対策（ランサムウェア、メールフィッシング、異常通信の検知/ブロック） ・災害による機器対策（定期的なバックアップ） ・情報資産漏洩時の追跡調査用のPC操作ログ対策 ・定期的な脆弱診断による対策
機密性	<ul style="list-style-type: none"> 3.1. 不正アクセス 3.2. 盗難・盗聴 3.3. ヒューマンエラー 	<ul style="list-style-type: none"> 人的対策 <ul style="list-style-type: none"> ・情報セキュリティ教育/人材育成（eラーニング、資格取得推進） ・情報資産の適切なアクセス制御

連結財務諸表

連結貸借対照表

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2023年3月31日)	当連結会計年度 (2024年3月31日)		前連結会計年度 (2023年3月31日)	当連結会計年度 (2024年3月31日)
資産の部			負債の部		
流動資産			流動負債		
現金及び預金	80,872	69,698	買掛金	74,006	77,371
売掛金	22,224	26,740	短期借入金	-	35,000
商品	82,700	90,970	未払法人税等	8,249	7,547
貯蔵品	327	322	契約負債	5,024	5,982
未収入金	15,284	15,900	その他	25,968	29,565
その他	4,503	4,610	流動負債合計	113,249	155,466
貸倒引当金	△5	-	固定負債		
流動資産合計	205,907	208,243	役員退職慰労引当金	303	315
固定資産			退職給付に係る負債	1,993	2,158
有形固定資産			資産除去債務	6,156	6,644
建物及び構築物	117,370	136,203	その他	2,641	2,533
減価償却累計額	△46,028	△51,182	固定負債合計	11,095	11,651
建物及び構築物(純額)	71,341	85,020	負債合計	124,344	167,118
土地	7,757	8,514	純資産の部		
その他	62,235	74,117	株主資本		
減価償却累計額	△41,085	△47,116	資本金	3,931	3,931
その他(純額)	21,149	27,000	資本剰余金	7,430	7,496
有形固定資産合計	100,248	120,536	利益剰余金	230,658	247,272
無形固定資産			自己株式	△3,940	△3,894
のれん	1,671	1,556	株主資本合計	238,080	254,806
その他	7,433	7,587	その他の包括利益累計額		
無形固定資産合計	9,104	9,143	その他有価証券評価差額金	82	139
投資その他の資産			土地再評価差額金	△1,805	△1,805
投資有価証券	334	35,808	退職給付に係る調整累計額	△58	△50
長期貸付金	8,005	7,645	その他の包括利益累計額合計	△1,781	△1,716
繰延税金資産	7,182	8,155	新株予約権	29	-
再評価に係る繰延税金資産	796	796	純資産合計	236,328	253,090
敷金及び保証金	26,825	27,828	負債純資産合計	360,672	420,208
その他	2,342	2,149			
貸倒引当金	△75	△98			
投資その他の資産合計	45,411	82,284			
固定資産合計	154,764	211,964			
資産合計	360,672	420,208			

連結損益計算書

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2022年4月1日~2023年3月31日)	当連結会計年度 (2023年4月1日~2024年3月31日)
売上高	690,462	751,777
売上原価	518,516	562,457
売上総利益	171,946	189,319
販売費及び一般管理費		
貸倒引当金繰入額	1	17
役員退職慰労引当金繰入額	7	11
給料手当及び賞与	49,681	54,195
退職給付費用	638	638
賃借料	29,590	31,383
その他	54,574	62,075
販売費及び一般管理費合計	134,493	148,323
営業利益	37,452	40,996
営業外収益		
受取利息	119	120
受取配当金	6	7
受取手数料	74	91
固定資産受贈益	254	350
その他	270	220
営業外収益合計	725	791
営業外費用		
支払利息	36	32
貸倒引当金繰入額	2	-
その他	4	26
営業外費用合計	43	59
経常利益	38,134	41,728
特別利益		
固定資産売却益	157	21
受取補償金	25	4
国庫補助金	451	429
その他	26	154
特別利益合計	660	610
特別損失		
解約違約金	123	-
固定資産売却損	13	-
固定資産除却損	108	133
賃貸借契約解約損	47	9
減損損失	542	481
固定資産圧縮損	214	242
その他	35	211
特別損失合計	1,084	1,078
税金等調整前当期純利益	37,710	41,261
法人税、住民税及び事業税	12,988	13,130
法人税等調整額	△980	△995
法人税等合計	12,007	12,134
当期純利益	25,703	29,126
非支配株主に帰属する当期純利益	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	25,703	29,126

連結包括利益計算書

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2022年4月1日～2023年3月31日)	当連結会計年度 (2023年4月1日～2024年3月31日)
当期純利益	25,703	29,126
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	25	56
土地再評価差額金	134	-
退職給付に係る調整額	61	8
その他の包括利益合計	221	65
包括利益	25,924	29,191
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	25,924	29,191
非支配株主に係る包括利益	-	-

連結キャッシュ・フロー計算書

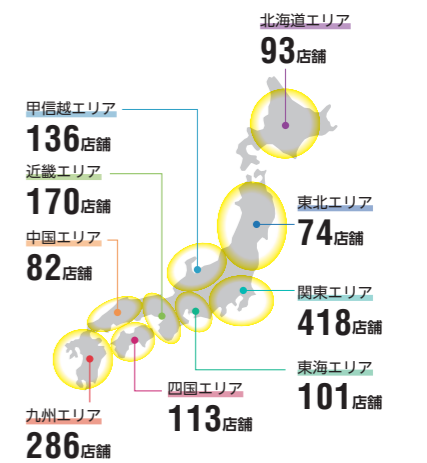
(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2022年4月1日～2023年3月31日)	当連結会計年度 (2023年4月1日～2024年3月31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	37,710	41,261
減価償却費	12,068	15,127
減損損失	542	481
固定資産圧縮損	214	242
退職給付に係る負債の増減額(△は減少)	173	164
貸倒引当金の増減額(△は減少)	3	17
契約負債の増減額(△は減少)	722	957
受取利息及び受取配当金	△126	△128
支払利息	36	32
国庫補助金	△451	△429
違約金収入	△5	△133
固定資産除却損	121	133
売上債権の増減額(△は増加)	△2,679	△4,515
棚卸資産の増減額(△は増加)	△7,199	△8,427
未収入金の増減額(△は増加)	△541	△616
仕入債務の増減額(△は減少)	3,860	3,364
未払費用の増減額(△は減少)	697	296
長期預り金の増減額(△は減少)	66	29
未払消費税等の増減額(△は減少)	95	△206
その他	1,732	6,880
小計	47,042	54,531
利息及び配当金の受取額	10	12
利息の支払額	△6	△4
法人税等の支払額	△10,123	△13,911
補助金の受取額	451	429
その他	5	131
営業活動によるキャッシュ・フロー	37,380	41,188
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△24,789	△36,426
無形固定資産の取得による支出	△1,324	△1,799
貸付けによる支出	△920	△312
貸付金の回収による収入	93	107
投資有価証券の取得による支出	-	△35,377
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	△1,004	-
敷金及び保証金の差入による支出	△1,765	△1,631
敷金及び保証金の回収による収入	859	503
その他	338	87
投資活動によるキャッシュ・フロー	△28,512	△74,850
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増減額(△は減少)	△80	35,000
長期借入金の返済による支出	△7,191	-
配当金の支払額	△10,053	△12,511
自己株式の取得による支出	△0	△0
財務活動によるキャッシュ・フロー	△17,326	22,487
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△8,458	△11,173
現金及び現金同等物の期首残高	89,330	80,872
現金及び現金同等物の期末残高	80,872	69,698

会社概要 (2024年3月31日現在)

商号 株式会社サンドラッグ
 所在地 〒183-0005 東京都府中市若松町1丁目38番地の1
 設立 1965年4月
 資本金 39億3,120万円
 代表者 代表取締役社長 CEO 貞方 宏司
 従業員数 単体 7,568名 / 連結 15,592名(2024年3月末) (パート、アルバイト含む)
 事業所 直営店舗 832 / 子会社店舗 210 / フランチャイズ他店舗 38 / 物流センター 全国52か所
 グループ店舗数 合計 1,473店舗
 主要子会社 株式会社星光堂薬局 株式会社サンドラッグプラス ダイレックス株式会社 株式会社大屋 株式会社サンドラッグ・ドリームワークス
 事業内容 ドラッグストアチェーン経営 調剤薬局経営 フランチャイズ・ボランタリーチェーン店への商品供給と経営指導 ほか

主な事業所 (2024年3月31日現在)

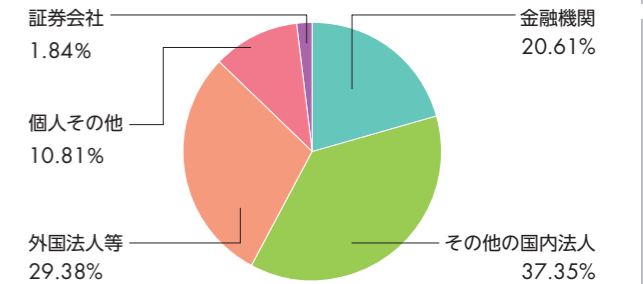


株式情報 (2024年3月31日現在)

株式の状況 (2024年3月31日現在)

発行可能株式総数 536,000,000株
 発行済株式の総数 119,331,184株 (自己株式を含む)
 株主数 21,159名

所有者別株式の状況

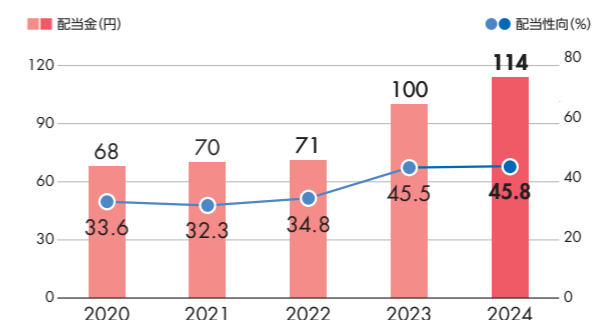


大株主 (上位10名)

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
株式会社イリュウ商事	43,776	37.43
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	13,173	11.26
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	6,165	5.27
CEP LUX-ORBIS SICAV	3,885	3.32
多田直樹	3,113	2.66
多田高志	2,203	1.88
全国共済農業協同組合連合会	2,069	1.77
ジェーピーモルガンチェースバンク385047	1,677	1.43
オーエム02ステートストリート808424クライアントオムニ	1,425	1.22
ジェーピーモルガンチェースバンク385632	1,275	1.09

(注) 1. 当社は自己株式(2,379千株)を保有しておりますが、上記大株主からは除外しております。 2. 持株比率は、自己株式を控除して計算しております。

1株当たりの年間配当金推移



Webサイトのご案内

Webサイト
<https://www.sundrug.co.jp/>

IRサイト
<https://www.sundrug.co.jp/ir>