



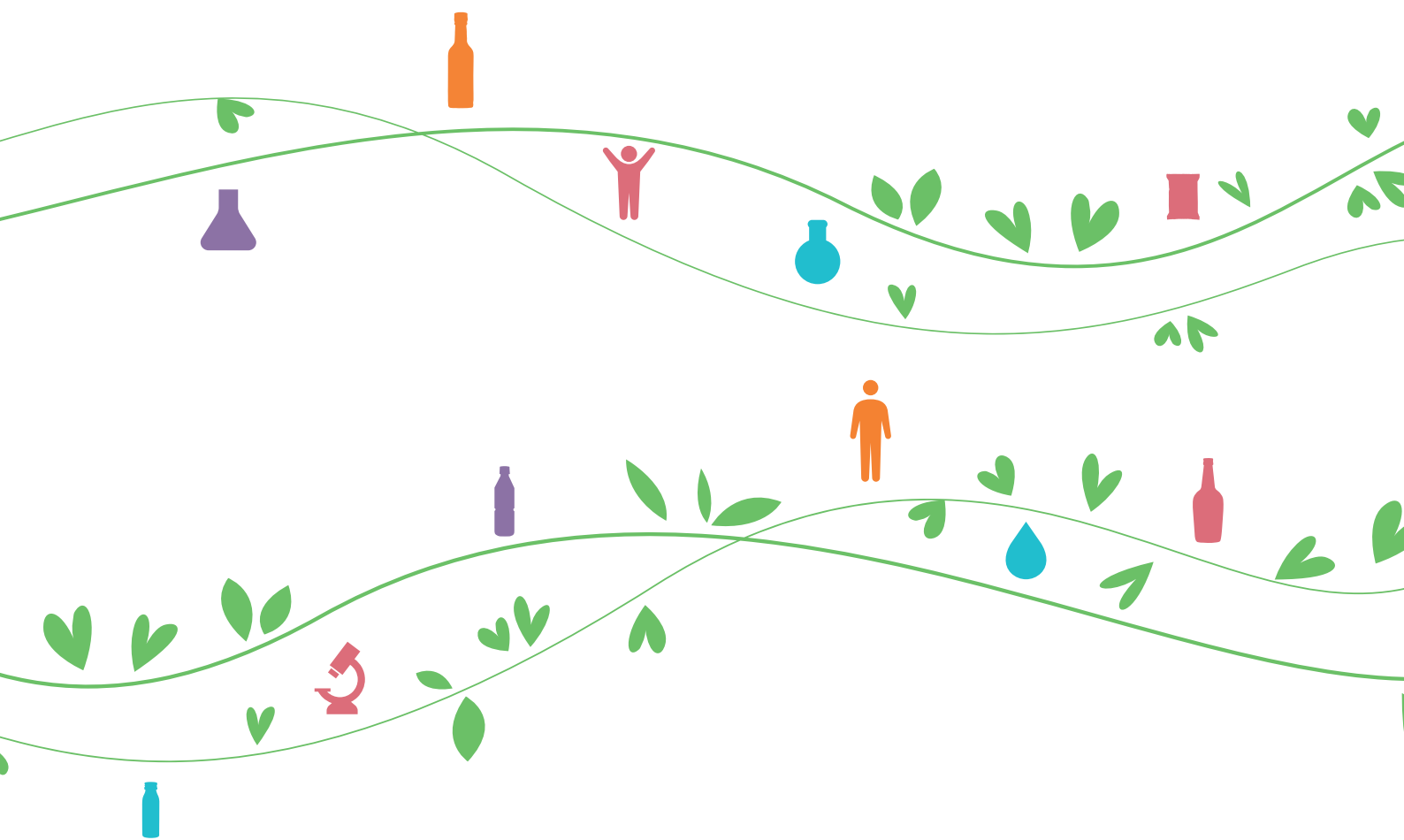
Yomeishu 次のすこやかさへ、一步一步

養命酒製造株式会社

Corporate book

コーポレートブック

Action & Data Report 2023



事業活動

養命酒関連事業	3
くらすわ関連事業	3
生産・開発	4
コーポレート	4

サステナビリティ活動

健康	5
環境	6
地域社会	7
人権・ダイバーシティ	8
ガバナンス	9

財務・非財務データ

財務情報	財務	11
株式情報	財務	13
企業情報	財務	14
環境	非財務	15
社会	非財務	17
ガバナンス	非財務	20



●戦略やコーポレート・ガバナンスなどの報告

コーポレートブック：

<https://www.yomeishu.co.jp/company/pdf/CORPORATEBOOKNIHONGO.pdf>



コーポレート・ガバナンス報告書：

https://www.yomeishu.co.jp/company/sustainability/corporate_governance.html



●財務報告

有価証券報告書：

<https://www.yomeishu.co.jp/ir/library/securitiesreport.html>



決算説明会資料：

https://www.yomeishu.co.jp/ir/library/account_briefing.html



●非財務報告

当社HP内サステナビリティページ：

<https://www.yomeishu.co.jp/company/sustainability.html>



養命酒関連事業

テレビCM、新聞、Web広告の実施

薬用養命酒の広告活動は、俳優の草刈正雄さんを継続起用し、年間を通じてテレビCMと新聞広告を中心に取り組んでいます。テレビCMでは、草刈正雄さん演じる家族の関係を通じて、いつまでも元気でいたいという生活者の願いに寄り添う養命酒を描きました。また、新聞広告では、テレビCMとの連動を図りながらも生薬による効き目感等の養命酒らしい健康感を訴求しております。

お取引先様との協働による店頭陳列の拡大と販売促進

養命酒について、全国の各卸店・各小売店と密接に協働して店頭陳列拡大と販売促進を行い、新規顧客層の開拓に努めています。これまでに築いたブランドイメージを店頭においても最大限に活かすべく、テレビCM・新聞広告等マスメディアに連動した販促活動を引き続き展開していきます。

また、調剤薬局における重点的な取組の拡充、新規チャネルの開拓も継続してまいります。

海外市場での展開

長年に渡り、台湾、香港、マレーシア及びシンガポールへ養命酒の輸出を行っており、現地のお客様にご愛飲いただいております。近年はハーブを使用したお酒等の酒類や食品の輸出も進めており、その中でもクラフトジンは欧州やオーストラリア等の新しい国々へ輸出先を広げています。今後も各国のお客様のすこやかな生活のお手伝いができるよう様々な商品を提案、お届けしていきます。



草刈正雄さんを起用した広告を展開



養命酒の店頭陳列の様子



フランスのレストランで提供されている当社のジン

くらすわ関連事業

ブランドシンボル「くらすわの森」オープン

くらすわブランドの認知の拡大と速度を上げるために、ブランドコンセプトである「広げる、すこやかなくらしの輪」につながる「おいしい体験」、「楽しい体験」、「すこやかな体験」という3つの体験ができる「くらすわの森」（駒ヶ根工場敷地内）を会社創立100年の日にオープンしました。施設を拡大したグランドオープンは2024年秋を予定しています。

産直・お取り寄せECサービス「くらすわマルシェ」の立ち上げ

くらすわのブランドコンセプトにつながる3つの体験を感じていただける、産直・お取り寄せECサービス「くらすわマルシェ」をオープンしました。全国各地のすこやかな産直品をくらすわ流の目利きでお客様にお届けします。なお、「くらすわマルシェ」は、体験型施設「くらすわの森」にリアル店舗を出店する予定です。

通信販売専用ブランド「まいにち養生365」第1弾「当帰芍薬散」

「当帰芍薬散」は、現代女性の大きな悩みとなっている更年期障害や足腰の冷え症、疲れ、月経不順、めまい等の症状を改善します。何をしても仕方がないと諦めていた方たちの悩みをなんとか緩和したいという思いから、この漢方薬を発売しました。

本商品は当社のECサービス「Yomeishuオンラインショップ」限定商品であり、今後も当社はおお客様の悩みに対応する様々な商品を展開していく計画です。



生産・開発

農福連携による生薬ヤクモソウ栽培の推進

駒ヶ根工場近隣の社会福祉法人「親愛の里紙ふうせん」の方々とともに、養命酒の原料である生薬ヤクモソウの栽培・加工を2018年から続けております。地域の方々と密着したこの取組を通じて、安心・安全で長期安定的な原料確保に努めるとともに、地域コミュニティとの共生につなげていきます。

商品開発と人材育成

商品開発センターでは、商品を開発するだけでなく、人材を育成し、レベルアップを図ることも重要な要素となります。関連分野の技術や知識等の情報を、書籍、Webおよびセミナーから学び、専門家と共にディスカッションや勉強会を行うことで、商品コンセプトやレシピ作りにも磨きをかけるとともに、メンバー同士の成長も促しております。

工場見学のリニューアル

駒ヶ根工場の見学について、従来の専門スタッフがご案内を行うスタイルから一新しました。具体的には、PR映画のオートスタートや生産ライン説明のタッチスタートを導入し自動化することで、お客様のペースで自由に見学できる仕組みへとリニューアルしました。また、ロビーには養命酒や「家醸本みりん」などの当社商品を取り扱うショップをオープンしております。



農福連携による生薬ヤクモソウ栽培風景



専門家とのディスカッション



自動化された工場見学の様子

コーポレート

会社創立100周年を記念した取組

当社は、2023年6月20日に会社創立100周年を迎えました。これを記念して、100周年記念サイトの開設、記念ロゴマークの作成、縁の深い長野県・駒ヶ根市・中川村への寄付（教育支援等）、記念配当を実施した他、2024年秋グランドオープン予定の体験型施設「くらすわの森」の見学会を検討しております。

積極的な情報開示

当社では年2回、アナリスト・機関投資家向けの決算説明会を開催しています。説明会では、経営トップによる決算内容の説明の他、質疑応答等を行い、コミュニケーションを図っています。説明会の内容は、全文を書き起こして即日公開しております。

また、非財務情報の開示も推進しており、直近では気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）の提言に沿った情報開示の他、CDP質問書への回答や、サステナビリティ情報を組み込んだ「コーポレートブック」の発行を行いました。

人的資本への積極的な投資

当社は急速な社会情勢の変化に対応するためには、多様なメンバーの力を結集し、共考していくことが重要と考えています。その実践には、心理的安全性の高い就労環境整備と従業員同士のコミュニケーションの深化が必要不可欠であることから、本年度は管理職を中心にコミュニケーション強化研修を行いました。今後も継続的に様々な研修を行い、参加者が学びを深めることで、これまで以上の円滑なコミュニケーションや、メンバーのモチベーションアップの実現につなげていきます。



2023年5月19日に実施された長野県への寄付に対する感謝状贈呈式の様子
左から：阿部長野県知事、川村会長



記念ロゴマークを名刺に使用



塩澤社長による決算説明会の様子（オンラインで実施）



コミュニケーション強化研修

健康

社内オンライン健康セミナーの実施

当社では年2回、全社員を対象としたオンライン健康セミナーを実施しています。セミナーでは睡眠や運動など、社員からのニーズが高く、かつ課題となっているテーマを中心に、基本的な知識の習得を推進しております。

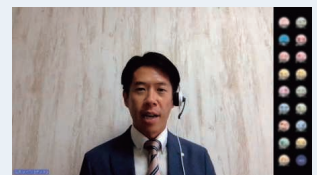
また、当社では人的資本に関わる指標と目標に「健康セミナー受講率」を設定し、受講率80%以上（2027年3月期）を目標値としています。

セミナーの実施によって、アブゼンティーズム・プレゼンティーズム*の低減等を図ることで、すべての社員がいきいきと働ける会社を目指します。

*アブゼンティーズム：健康問題による欠勤など
 プレゼンティーズム：欠勤には至っていないものの、健康問題が理由で生産性が低下している状態



専門家によるオンライン健康セミナー



メルマガ『養命酒元気通信』の発信

『養命酒元気通信』は、当社が月に一度送る健康に関するメールマガジンです。会員数は約30万人で、毎月異なる健康テーマを特集し、養命酒の製品情報、健康アドバイス、食事や生活習慣のヒントなど、多彩なコンテンツを提供し、生活者の健康を支えることを目指しています。

直近では「養命酒駒ヶ根工場潜入レポート」や「養命酒検定」といったテーマのコンテンツを配信し、多数の反響をいただきました。

◇元気通信への登録（無料）はこちら
<https://www.yomeishu.co.jp/genkigenki/>



「くらすわの森」でのイベント開催

『食を通して“おいしく”、体験を通して“たのしく”良い時間を過ごしてもらい、心身ともに“すこやか”になってもらいたい』この想いを体験するイベントで、「すこやかなくらし」をお客様にお届けしています。

樹木医と歩く森の観察会、フルーツビネガー作りやハーブソルト作りなど年間約25のイベントを開催し、近隣地域はもちろん観光でいらした方々も含めて約300名の方に体験いただいております。



樹木医と歩く森の観察会



フルーツビネガー作り



ワークショップの開催

環境

■ 太陽光発電の導入

2023年10月より、生産拠点である駒ヶ根工場における再生可能エネルギー利用の第一弾として、オンサイト太陽光発電システムPPAモデルを導入しました。発電能力は約150kWで、これにより駒ヶ根工場の年間使用電力量の約6%に該当する電力量を再生可能エネルギーに転換できる予定であり、年間約84tのCO₂排出量の削減を見込んでいます。今後も再生可能エネルギー利用を段階的に進め、Scope1,2のCO₂排出量について、「全社で2030年度に2013年度比50%削減」を目指します。



工場に設置した太陽光パネル

■ 森林の里親事業の推進

長野県が進めている企業と自治体が協力して行う健全な森林づくりの仕組みである「森林(もり)の里親」促進事業を協働で進めております。当社と駒ヶ根市は2015年3月に協定を締結し、森林整備とともに養命酒の原料生薬となるクロモジの植栽などを行ってきました。

引き続き地域と一体となった自然保護、天然資源の保全に積極的に努めていきます。



森林整備及び植栽作業の様子

■ 資源循環型社会の構築

食品廃棄物の再資源化の取組として、製造残渣を堆肥化等することで、2022年度は製造残渣の再資源化率100%を達成しています。堆肥化された肥料は、生薬の試験栽培の堆肥として活用するなど、循環型工場への取組として、環境・社会との共生を進めております。



堆肥化された製造残渣による生薬の試験栽培



地域社会

雇用創出・観光客誘致による地域活性化

くらすわ関連事業では、長野県を中心にレストラン等の店舗を5店舗展開している他、2024年秋にグランドオープン予定の「くらすわの森」では、コンテンツとして飲食店舗や物販店舗、ライブラリ等の建設を予定しており、これらによる雇用創出が見込まれます。

さらに、「くらすわの森」では2026年度に年間30万人の集客を計画しており、観光客の誘致による地域活性化も目指しています。



「くらすわの森」の全体イメージ

地域との災害対策等の取組

当社は埼玉県鶴ヶ島市の自社工場跡地で太陽光発電事業に取り組んでいます。災害時には地域の皆様が利用できるよう、太陽光発電による電力を活用したV2Bシステム*の他、井戸水等を生活用水に変えることのできる浄化装置を備えており、地域における災害対策に貢献しております。

*電気自動車との相互電力供給によって避難所等に電気を届けるシステム。
なお、当該システムは鶴ヶ島市所有の設備です。鶴ヶ島市と当社は協定を結び、システムを共同活用しています。



V2Bシステム

地域清掃活動・地域イベント等の取組

東京本店では月1回、会社周辺の清掃活動を行っている他、くらすわ本店では年3回の諏訪湖畔の清掃活動を実施しています。

また、地域イベントの支援として、駒ヶ根工場では信州駒ヶ根ハーフマラソンへの協賛や給水ボランティアへの参加等を行っています。さらに、「くらすわの森」や駒ヶ根工場では、定期的にクラフト体験や刺繍教室等を主催することで、地域の活性化や共生に貢献しております。



定期的に地域イベントを開催



信州駒ヶ根ハーフマラソンをサポート



会社周辺の清掃活動の様子

人権・ダイバーシティ

■ キャリア採用（経験者採用）の実施

当社では養命酒を中心とした既存事業の収益力強化（深化）と、「くらすわ」ブランドを中心とした新たな事業基盤の構築（探索）を同時に行う「両利きの経営」を推進しており、その強化を目的として、キャリア採用を行っています。それと同時に、従来の組織に新たな人材の多様な価値観や経験を融合させ、これからの多様な社会ニーズに対応できる事業活動を目指していきます。

また、経験者採用人材に対する経営理念の定着研修を実施することで、エンゲージメントの向上を図っています。



現場で活躍するキャリア採用社員

■ 社員交流等を目的としたレクリエーションの実施

日頃の業務では接点の少ない役職員同士の交流や心身のリフレッシュを目的としたレクリエーションを実施しております。本年度は、新型コロナウイルス感染症の影響により自粛していたこのレクリエーションを4年ぶりに実施しました。今後も、コミュニケーションを図る重要な機会として定期的の実施していきます。



■ ワークライフバランスへの取組

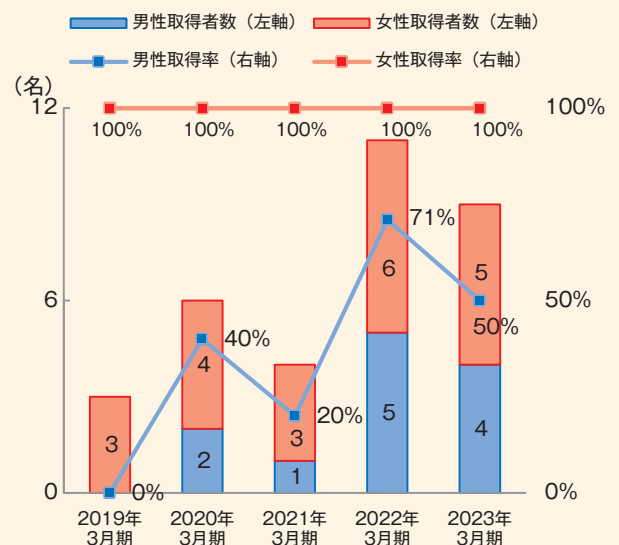
当社は従業員が働きがいや充実感を感じながら、仕事上の責任を果たすとともに、さまざまなライフステージに対応できる働き方の構築を目指しています。そのため、育児をしながら働く社員については、仕事と家庭生活を両立し安心して働き続けられるよう、育児休業・産後パパ育休相談窓口を設置し、制度への理解促進に努めております。

なお、2022年度に育休を取得した男性社員のうち、1ヵ月以上取得した割合は100%でした。今後も、育児休業等を取得しやすい組織風土づくりに取り組んでいきます。

項目	2019年 3月期	2020年 3月期	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年 3月期
男性育休1ヵ月 以上取得率※ (%)	-	100	100	100	100

※男性育休取得者数を分母、男性育休1ヵ月以上取得者数を分子として算定しています。

育児休業に関する実績



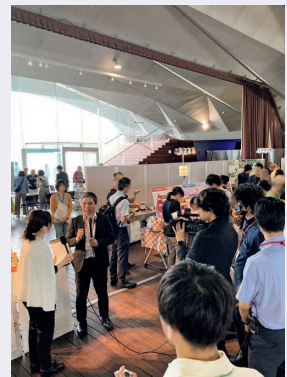
ガバナンス

■ ステークホルダーとの対話

当社は、さまざまな機会において「お客様」「株主・投資家」「取引先」「社員」「地域社会」等の多様なステークホルダーの皆様との対話を行い、その評価やご意見を真摯に受け止め、事業活動に反映させるよう努めています。

直近では、新型コロナウイルス感染症の影響で対面での工場見学が困難であることへの対応として、会報誌の「養命酒だより」の読者様を対象としたオンライン工場見学を実施しました。また、投資家向けイベント等に参加することで、ステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを図りました。

◇会報誌「養命酒だより」についてはこちら
<https://www.yomeishu.co.jp/dayorishoukai/>



機関投資家主催イベントでの取次対応の様子

■ コンプライアンス研修の実施

当社では、役職員に対する行動基準の周知徹底を図るとともに、毎年、社員を対象としたコンプライアンス研修を年2回実施しています。直近では、組織不正の防止等に関する研修を実施しました。

今後も研修を通じてコンプライアンス意識の醸成と理解の促進を図ります。

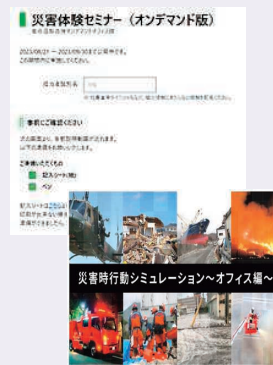


コンプライアンス研修の様子

■ 事業継続計画 (BCP) に基づく対策及び社内の意識醸成

当社では、大地震や巨大台風等の自然災害及び感染症の大規模な流行時でも、事業の継続や早期復旧ができるように必要な対応策や手順についてまとめた事業継続計画 (BCP) に基づいて対策を進めています。

直近では、事業継続に対する意識の高い企業体質・企業文化の醸成を図るため、災害体験セミナー等を実施しております。



防災グッズ・備蓄品の保管場所の社内周知

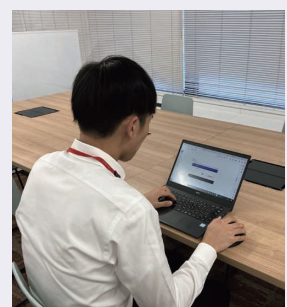
■ ITリテラシー強化のための各種施策の実施

近年、標的型サイバー攻撃等の情報管理にかかる被害は増加傾向にあり、当社においてもそのリスクは高まっております。

そのため当社では、情報セキュリティ意識向上を課題として捉え、全役職員を対象にeラーニング及び標的型サイバー攻撃対策訓練を実施しました。これらの施策によって、遵守すべき対策事項についての理解向上に努めています。



標的型サイバー攻撃訓練メール (イメージ)



eラーニングを受講している様子

財務・非財務データ

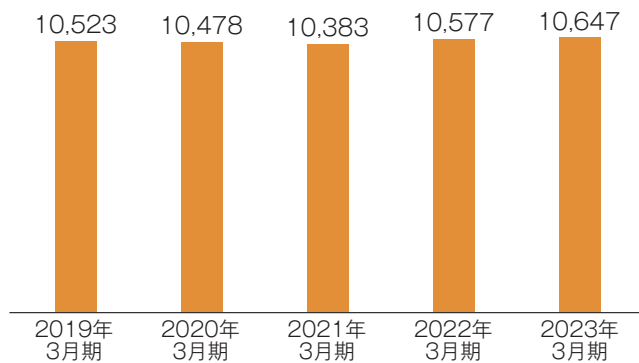
主要な経営指標等の推移

回次		第101期	第102期	第103期	第104期	第105期
決算年月		2019年3月	2020年3月	2021年3月	2022年3月	2023年3月
売上高	(千円)	10,523,794	10,478,935	10,383,596	10,577,246	10,647,235
営業利益	(千円)	558,105	598,984	648,372	996,399	1,077,331
経常利益	(千円)	876,918	937,272	1,009,759	1,361,726	1,480,619
当期純利益	(千円)	686,793	787,894	807,559	949,899	1,020,603
資本金	(千円)	1,650,000	1,650,000	1,650,000	1,650,000	1,650,000
発行済株式総数	(株)	16,500,000	16,500,000	16,500,000	16,500,000	16,500,000
純資産額	(千円)	40,622,290	39,201,906	41,564,510	42,179,613	42,790,175
総資産額	(千円)	46,347,190	44,879,595	47,869,986	48,614,142	49,562,737
1株当たり純資産額	(円)	2,957.48	2,851.21	3,018.77	3,058.44	3,097.62
1株当たり配当額	(円)	40.00	40.00	40.00	40.00	55.00
1株当たり当期純利益	(円)	50.01	57.32	58.67	68.91	73.92
自己資本比率	(%)	87.6	87.3	86.8	86.8	86.3
自己資本利益率 (ROE)	(%)	1.7	2.0	2.0	2.3	2.4
売上高営業利益率	(%)	5.3	5.7	6.2	9.4	10.1
株価収益率	(倍)	42.6	34.2	32.5	25.5	25.3
配当性向	(%)	80.0	69.8	68.2	58.0	74.4
営業活動による キャッシュ・フロー	(千円)	1,328,030	1,363,185	1,409,177	1,806,702	1,748,376
投資活動による キャッシュ・フロー	(千円)	△2,493,695	△1,034,458	△217,201	△1,399,038	△1,451,940
財務活動による キャッシュ・フロー	(千円)	△549,627	△551,293	△551,495	△551,808	△554,767
現金及び現金同等物の 期末残高	(千円)	2,159,075	1,934,061	2,575,338	2,432,696	2,173,985

財務ハイライト

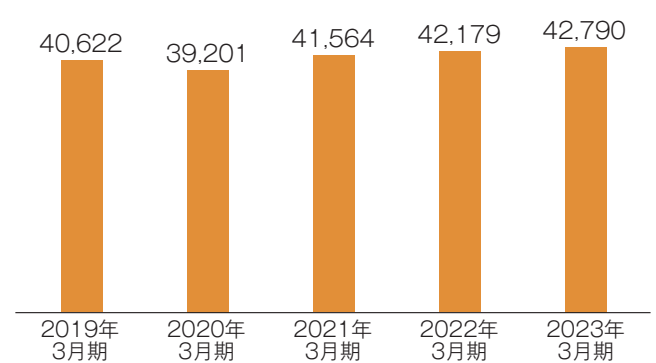
売上高

(単位：百万円)



純資産

(単位：百万円)

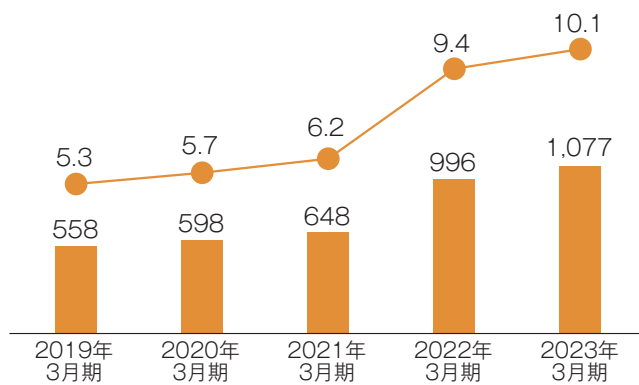


営業利益

(単位：百万円)

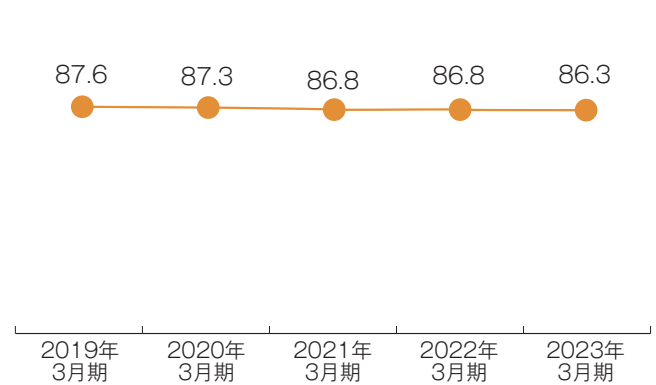
営業利益率

(単位：%)



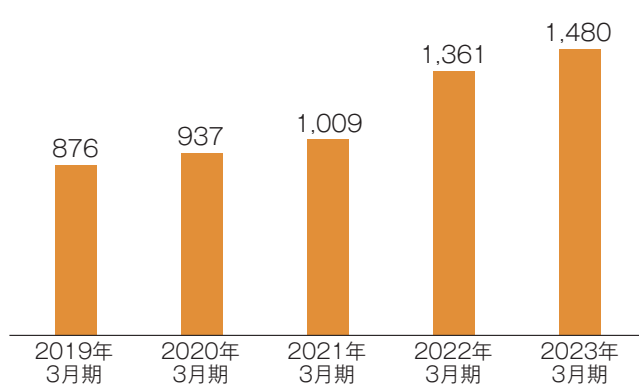
自己資本比率

(単位：%)



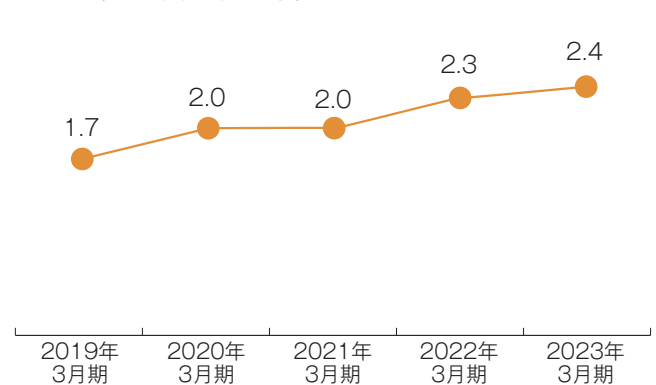
経常利益

(単位：百万円)



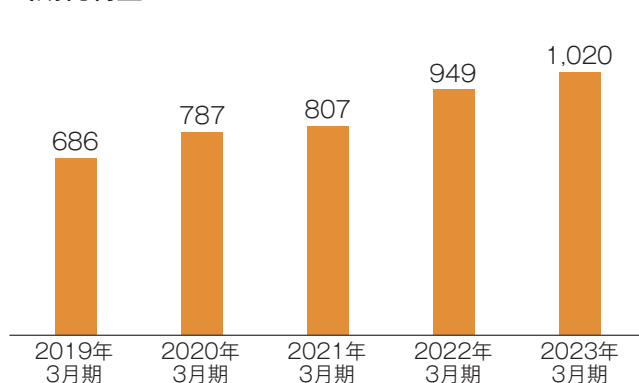
ROE (自己資本利益率)

(単位：%)



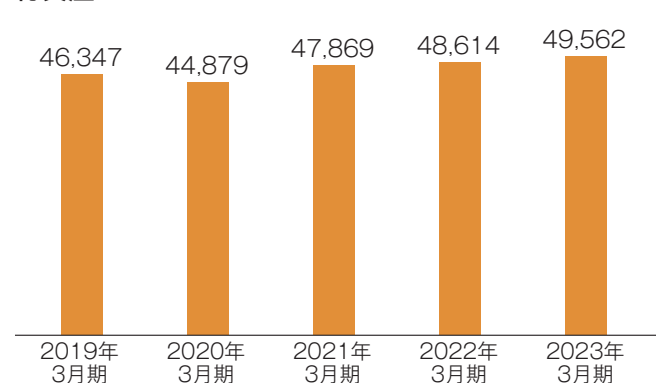
当期純利益

(単位：百万円)



総資産

(単位：百万円)



株式の概況 (2023年3月31日現在)

発行可能株式総数：66,000,000株

発行済株式総数：13,861,356株（自己株式2,638,644株を除く）

株主数：14,969名

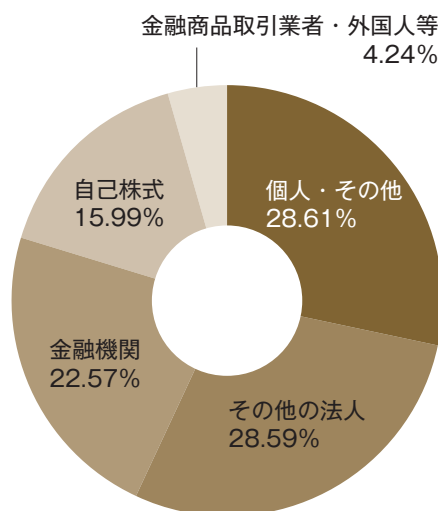
大株主の状況 (2023年3月31日現在)

株主名	持株数（千株）	持株比率（%）
大正製薬ホールディングス株式会社	3,300	23.80
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	847	6.11
三菱UFJ信託銀行株式会社	675	4.86
株式会社八十二銀行	650	4.69
トーア再保険株式会社	548	3.95
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	382	2.75
株式会社三井住友銀行	264	1.90
キッコーマン株式会社	221	1.59
藤澤 玄雄	220	1.58
株式会社十八親和銀行	211	1.52

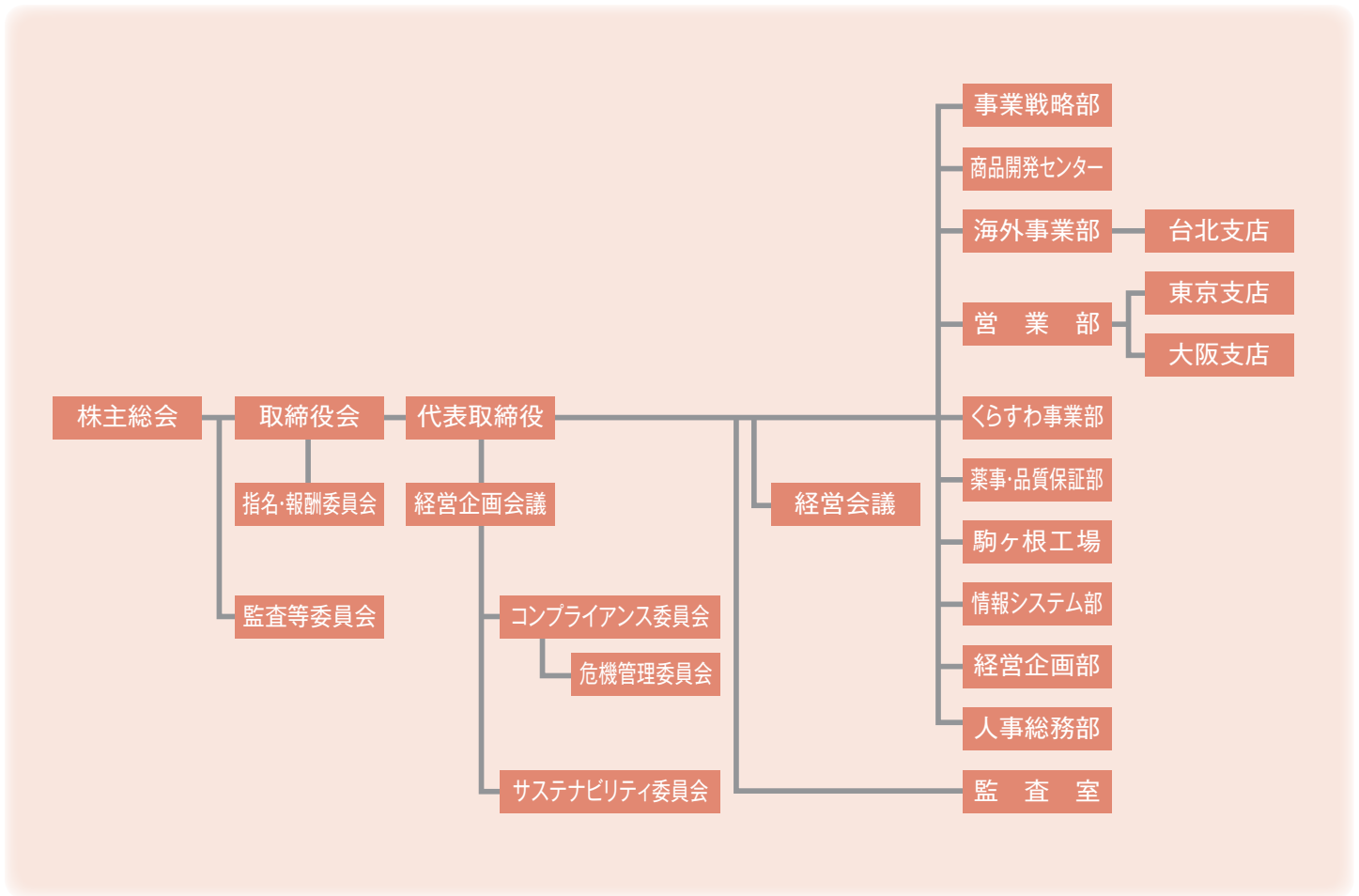
※持株比率は自己株式を控除して算定しております。

※当社は、自己株式2,638千株を保有しておりますが、上位10名の株主からは除外しております。

所有者別株式分布状況 (2023年3月31日現在)



経営組織図 (2023年7月1日現在)



経営体制

代表取締役会長	かわむら しょうへい 川村 昌平	上席執行役員	まるやま あきひこ 丸山 明彦
代表取締役社長	しおざわ たろう 塩澤 太郎	上席執行役員	みやした かつひこ 宮下 克彦
取締役副社長執行役員	たなか ひでお 田中 英雄	上席執行役員	い がわ あきら 井川 明
取締役常務執行役員	かんばやし たかし 神林 敬	上席執行役員	しみず まさあき 清水 政明
取締役常務執行役員	おおもり つとむ 大森 勉	執行役員	ふくもり さだひと 福盛 禎仁
取締役常務執行役員	さいとう たかし 斉藤 隆	執行役員	ないとう ひざつぐ 内藤 久嗣
取締役 常勤監査等委員*	の ぎき さとる 野崎 知	執行役員	たなべ しょうじ 田辺 章二
取締役 監査等委員*	かさほら はじめ 笠原 孟		
取締役 監査等委員*	すなが あけみ 須永 明美		

* 社外取締役であります。

項目	単位	2019年 3月期	2020年 3月期	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年 3月期
CO ₂ 排出量	t-CO ₂	3,871	3,599	3,750	3,444	3,432
スコープ1合計	t-CO ₂	1,968	1,696	1,476	1,429	1,361
スコープ2合計	t-CO ₂	1,903	1,903	2,274	2,015	2,071
エネルギー使用総量	GJ	69,147	67,270	74,769	73,867	73,832
電力	Mwh	4,030	4,247	5,312	5,292	5,386
取水量 ※1	千m ³	125	122	125	104	113
排水量 ※1	千m ³	74	66	91	91	88
森林涵養率 ※1 ※2	%	160.0	140.8	159.3	208.6	142.6
廃棄物排出量 ※1	t	444	600	464	429	440
廃棄物最終処分量（単純埋め立て）※1	t	14.7	24.0	28.7	10.6	10.5
再資源化率 ※1 ※3	%	97	96	94	98	98
NOX（窒素酸化物）排出量 ※1	t	8.1	6.3	2.8	3.1	3.4
SOX（硫黄酸化物）排出量 ※1	t	0.8	2.5	0.9	1.6	1.3
CDP【気候変動】※4	スコア	—	—	—	—	C

指標の定義・範囲・計算式等

※1 当該指標の集計範囲は養命酒製造(株)の国内自社工場（生産拠点）を対象としています。

※2 涵養率＝水の涵養量／取水量×100

水の涵養量＝平均降水量（mm）÷1,000×面積（平方メートル）×係数

※3 再資源化率＝（再資源化量／廃棄物発生量）×100

※4 CDPとは：

CDPは、2000年に英国で設立された国際環境非営利団体です。世界中の機関投資家・購買企業の要請を受けて、企業の環境情報開示を促進する活動を実施しています。2022年度は、世界の時価総額の半分に相当する約18,700社の企業と、1,100強の自治体を含む世界の約20,000の組織がCDPを通じて環境情報を開示しており、CDPのデータは、世界中の機関投資家の意思決定のために広く活用されています。

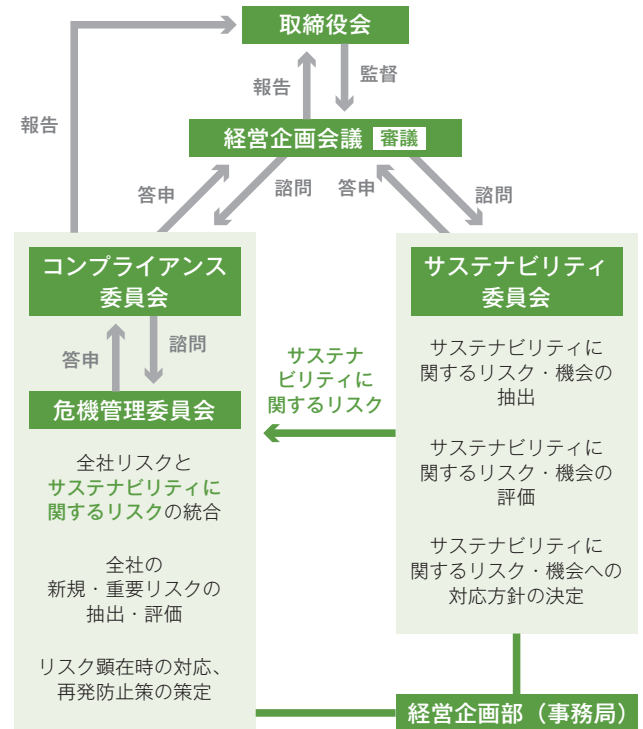
TCFD提言に沿った気候変動情報開示

● ガバナンス

サステナビリティに関する基本方針や重要事項等は、経営企画会議の諮問機関である「サステナビリティ委員会」（年2回開催、委員長は取締役副社長執行役員）で審議されます。委員会においては、経営戦略との連動を踏まえて審議の上、経営企画会議に答申しております。特に重要なリスクについては、取締役会に報告され、取締役会において当該報告内容に関する監督を行っております。

● リスク管理

経営企画会議直轄の「サステナビリティ委員会」において、サステナビリティ経営に関するリスク・機会の抽出、評価並びに対応方針の決定を行っております。そこで特定されたリスクは、全社のリスクを取り扱う「コンプライアンス委員会」（経営企画会議直轄）にて、全社リスクに統合しております。これらの内容は経営企画会議に答申され、経営企画会議内にて審議されております。また、特に重要なリスクは取締役会に報告されております。



● 戦略

当社は、TCFDの提言に沿い、2022年にシナリオ分析を実施しました。当社で最も大きい売上の割合を占める、薬用養命酒のバリューチェーンについて分析を行い、2030年における2℃及び4℃の気温上昇時の世界を想定し、インパクトの規模と対応策を検討しました。その結果、4℃上昇時の物理的リスクが事業に大きく影響を及ぼすことがわかりました。今後は対象商品の範囲を拡大し、分析を進める予定です。

リスク項目			2030年における財務影響（大中小で影響度を表す、－は影響なし）			対応策
分類	大分類	小分類	2℃シナリオ	4℃シナリオ		
移行	政策/規制	炭素税の上昇	新たな課税の導入や税率引上げによる調達原材料コスト増	小	新たな炭素税の導入や税率引上げはされない	<ul style="list-style-type: none"> ● 製品製造にかかるGHG排出量の削減 ● 代替資材、材料、原料の検討 ● 調達先と協働した規制への適合 ● 再エネ電力への転換 ● 製品への価格転嫁
		電気価格の上昇	電力小売価格の上昇によるコスト増	小	電力小売価格の大幅な変動はない	<ul style="list-style-type: none"> ● 使用電力量の削減 ● 再エネ電力への転換 ● 製品への価格転嫁
	市場	プラスチック規制	バイオプラスチック等の環境に適合した原材料の使用義務化の導入により、製造コスト増	小	環境に適合した原材料の使用義務化は新たに導入されない	<ul style="list-style-type: none"> ● 環境に配慮した材料、原材料（バイオプラスチック等）の採用や使用促進 ● キャップ、計量容器の薄肉化 ● キャップシールの廃止、薄肉化、代替品変更
物理	慢性	平均気温の上昇、降水・気象パターンの変化	平均気温、年間降水・降雪量について、大きな変化はなく、操業に影響は出ない	－	平均気温の上昇、年間降水・降雪量の変化により、取水量の低下、枯渇が起こり操業に影響を及ぼす	<ul style="list-style-type: none"> ● 地下水くみ上げ量、使用量の削減 ● 排水処理水の再利用 ● 森林保全による地下水の涵養 ● 井戸の増設 ● 表流水設備の導入
		水ストレスによる生産量の減少	水不足に起因する原材料農作物の収穫量減少による、製品販売機会の喪失及び原材料価格の高騰	大	水不足に起因する原材料農作物の収穫量減少による、製品販売機会の喪失及び原材料価格の高騰	<ul style="list-style-type: none"> ● 農作物の買い付け地域、原料採取地域の拡大、変更 ● 調達リスクに応じた基準在庫量の設定と確保
	急性	土砂災害の発生	気候変動に起因する土砂災害等の自然被害による事務所、工場への被害及び営業停止	大	気候変動に起因する土砂災害等の自然被害による事務所、工場への被害及び営業停止	<ul style="list-style-type: none"> ● 森林の保全等による土砂災害抑制対策の実施

● 指標と目標

当社は、2023年3月期から、Scope 1,2のCO₂排出量について、「全社で2030年度に2013年度比50%削減」とする目標を設定しております。また、水資源については当社工場において、2030年度に森林涵養率100%以上とする目標を設定しております。

項目	2014年 3月期	2019年 3月期	2020年 3月期	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年 3月期
CO ₂ 排出量 (t-CO ₂)	3,592	3,871	3,599	3,750	3,444	3,432
スコープ1合計	2,179	1,968	1,696	1,476	1,429	1,361
スコープ2合計	1,413	1,903	1,903	2,274	2,015	2,071
森林涵養率 (%)	－	160.0	140.8	159.3	208.6	142.6

項目	単位	2019年 3月期	2020年 3月期	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年 3月期
人材						
従業員数	人	271	280	291	292	290
男性	人	176	183	190	185	184
女性	人	95	97	101	107	106
平均臨時雇用人数	人	32	31	42	55	60
平均年齢	歳	42.8	42.8	43.4	43.5	44.6
男性	歳	44.9	44.5	45.0	45.5	45.5
女性	歳	39.0	39.7	40.3	40.2	41.0
平均勤続年数	年	18.8	18.4	18.5	19.0	19.6
男性	年	20.3	19.5	19.6	20.4	21.3
女性	年	16.1	16.4	16.6	16.5	16.7
新規採用人数	人	6	8	6	7	3
新卒採用者	人	6	0	5	7	0
うち女性	人	6	0	5	6	0
キャリア採用者（経験者採用人材）	人	0	8	1	0	3
うち女性	人	0	2	0	0	1
キャリア採用率（経験者採用率）	%	0	100	16.7	0	100
離職率						
正社員離職率	%	3.8	3.4	0.4	1.2	2.8
新卒採用者離職率（3年以内）	%	0	0	0	14.3	0
定年再雇用率	%	75.0	100	100	100	100
幹部職比率 ※1						
キャリア社員（経験者採用人材）	%	6.0	3.1	5.6	4.8	7.4
女性社員	%	4.5	4.6	2.8	7.2	7.4
管理職比率						
キャリア社員（経験者採用人材）	%	4.8	2.5	4.2	6.0	10.2
女性社員	%	0	0	0	0	2.0
育児休業取得率						
男性	%	0	40.0	20.0	71.4	50.0
女性	%	100	100	100	100	100
男性育休1ヵ月以上取得率	%	—	100	100	100	100
育休からの復職率						
男性	%	—	100	100	100	100
女性	%	100	100	100	100	60.0
ダイバーシティにかかわる研修参加率	%	—	—	—	—	—
社員研修参加率	%	—	—	—	—	74.5
自己啓発支援制度利用率	%	6.1	12.5	11.4	25.4	15.3
経験者採用人材に対する経営理念の 定着研修参加率	%	—	100	100	—	100
コンプライアンス研修を 受けた従業員の割合	上期 下期	% %	— —	— —	— —	86.7 93.2
年次有給休暇取得率	%	38.0	58.2	48.2	54.7	60.9
健康セミナー受講率	%	—	—	—	74.8	35.3
ストレスチェック受検率	%	94.6	86.9	97.9	96.8	96.1
残業時間（月平均所定外）	時間	8.6	8.2	7.3	9.4	8.7
お客様						
元気通信 登録人数	人	362,692	377,783	358,651	330,150	315,013
お客様相談室に寄せられた意見・ニーズ	件	45,633	46,004	45,538	45,667	41,827
工場見学・見学施設来客者数	人	59,954	57,858	0	9,538	13,813

指標の定義・範囲・計算式等

※1 当社では「管理職」と高度な専門能力や技術をもった人材を併せて「幹部職」とし、会社の中核人材として処遇しております。

健康経営宣言

当社は、「生活者の信頼に応え、豊かな健康生活に貢献する」という経営理念の実現を目指し、日々の活動に取り組んでいます。

その実現のためには、まず何よりも社員の健康があってこそ、という考えのもと、社員がいきいきと健康で働けるような職場環境を作っていきたいという想いがあります。

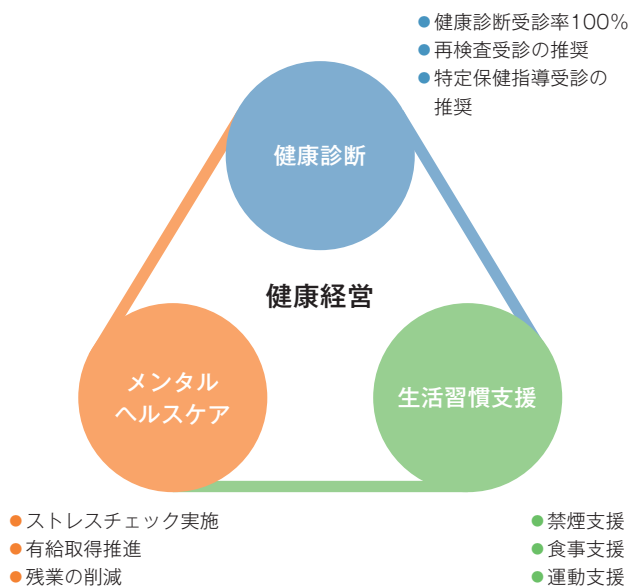
心身の健康は、仕事の充実だけでなく、趣味や家族との時間、夢の実現といった人生の充実の礎となるものです。

当社は、社員の健康の維持・増進に向けた取組みを推進してまいります。

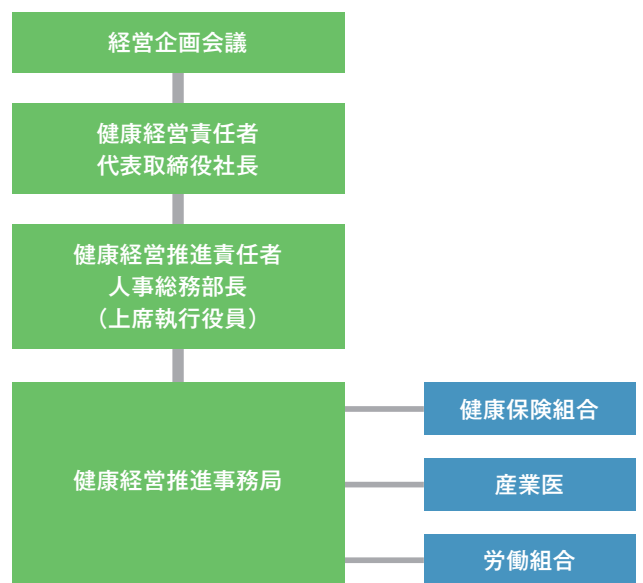
2019年4月1日



● 重点取組事項と目標



● 体制図



● 取得資格

■ 健康経営優良法人2023 (大規模法人部門)

■ 健康優良企業 (銀の認定)



■ 人的資本

● 人的資本経営に関する基本方針

当社は、経営理念「生活者の信頼に応え、豊かな健康生活に貢献する」のもと、すこやかでより良い時間を願う全ての人々のため、事業活動を通じて、平和、持続可能な生活、自然との共存、子供たちの未来や地域社会への貢献を目指し、多様性豊かな世界を応援する視点をもって、企業価値の向上に努めております。

2022年からは新たな中期経営計画のもと、既存事業の深化と新規事業の探索を同時に行う「両利きの経営」を推進し、全社一丸となった顧客創造と顧客満足の徹底的な追求、従業員、地域、株主をはじめとした全てのステークホルダーに対する社会的使命の実践に取り組んでおります。

これらの取組みを達成し、中長期的な企業価値を向上させるため、当社は多様な人材の積極的起用による活力ある企業文化を醸成するとともに、人権、ダイバーシティを尊重した組織風土づくりを行うことで、従業員が生き活きと活躍する会社組織を構築してまいります。

● 人材育成方針

当社は、「既成の概念に捉われない創造性ある人材、自律し自己研鑽を惜しまない人材、職務に真摯な姿勢で取り組む人材」を目指すべき社員像と定義し、以下の取組みにより、人材育成に取り組んでまいります。

- 社外人材の活用と社内人材リスキルの実施による、組織的なリスキル
- 事業における職責・スキルを再定義し、事業戦略の遂行に必要な人材の質と量を確保
- 変化に積極的に対応し自身のキャリアを主体的に開発する「キャリア自律」の意識の醸成
- 次の100年を支える後継者の育成

● 社内環境整備方針

当社は、多様な人材が生き活きと活躍できる会社組織の構築のため、以下の取組みにより、人権・ダイバーシティを尊重した組織風土づくりに取り組んでまいります。

- 事業戦略の推進と従業員エンゲージメントを両立した組織風土の改革と環境整備
- 労働の本質を「時間の提供」ではなく「企業価値の創造」と捉え、各職種に適した就労環境を整備
- 基本的人権の尊重とハラスメントの無い組織風土の維持
- 管理職のコミュニケーションスキルの向上
- 心理的安全性が担保された双方向のコミュニケーションによる共感と信頼感の深化

● 中核人材の活用方針

キャリア(中途採用)社員についての考え方

事業の拡大、専門スキルを有する人材が必要となった場合等を中心に、即戦力人材として積極的な採用を行っていききたいと思っております。

目標は特に設定しませんが、キャリア社員の活用は、多様性の確保の観点でも重要と考えており、生産性の向上、企業価値の向上につながるものと考えております。

女性社員についての考え方

消費行動の80%に関与すると言われる女性マーケティングの視点は非常に重要であると考えております。従業員の採用においては、ジェンダー平等に留意した人材の採用を積極的に進めており、女性社員の比率、女性幹部職の人数が徐々に高まっています。

仕事と育児等の両立支援については、出産の前後や育児における休暇休業、職場復帰および時短勤務等の諸制度を充実させるなど、働きやすい職場環境の整備に積極的に取り組んでいます。諸制度の利用を希望する者が、性の別を問わず、共に安心して仕事と育児等の両立が図れるように、人事総務部門と労働組合が中心となり、すべての従業員に対し、関連する情報の提供・周知、意識啓発等を行い、理解促進に努めています。

また、当社はワークライフバランスの推進に向け、就業時間管理の徹底、会議の時間短縮・効率化の推進等を通じた長時間労働の削減にも努めております。従業員の健康を守り、育児、介護等を行いやすい環境を実現することは、生産性の向上、企業価値の向上につながるものと考えております。

● 外国人社員についての考え方

これまで海外事業および原料生薬の輸入業務の分野において、外国語の能力をはじめ専門スキルを有する人材を活用してまいりました。今後もこの考え方は変わりませんが、多様性の確保の観点でさらに活躍の場を広げ、生産性の向上、企業価値の向上につなげていきたいと考えております。

項目	単位	2019年 3月期	2020年 3月期	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年 3月期
取締役	人	9	9	9	9	9
社内取締役	人	6	6	6	6	6
社外取締役	人	3	3	3	3	3
社外取締役比率	%	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3
女性取締役	人	0	0	1	1	1
女性取締役比率	%	0	0	11.1	11.1	11.1
取締役会 開催回数	回	19	19	19	19	19
監査等委員	人	3	3	3	3	3
社外取締役	人	3	3	3	3	3
監査等委員会 開催回数	回	11 (監査役会の開催回数 5回を除く※)	14	14	16	15

※当社は、2018年6月28日開催の第100回定時株主総会決議により、同日付で監査等委員会設置会社に移行しております。

取締役のスキル・マトリックス

氏名	経営	営業・ マーケティング	製造・ 研究開発	国際性	人事・ 総務	財務・ 会計	法務・ コンプライ アンス・ リスク管理	ESG・ サステナ ビリティ
かわむら しょうへい 川村 昌平	●		●		●	●		
しおざわ たろう 塩澤 太郎	●	●		●		●		
たなか ひでお 田中 英雄	●				●	●	●	●
かんばやし たかし 神林 敬	●	●	●				●	
おおもり つとむ 大森 勉	●		●				●	●
さいとう たかし 斉藤 隆	●	●		●			●	●
のぎき さとる 野崎 知				●			●	●
かさはら はじめ 笠原 孟					●			●
すなが あけみ 須永 明美	●					●		●

(注) 上記一覧表は、各候補者の有するすべての知見及び経験を表すものではありません。

次のすこやかさへ、一步一步

