SUSTAINABILITY REPORT 2022

サステナビリティレポート2022

新日本製薬

フィロソフィー
PHILOSOPHY

パーパス
PURPOSE

美と健康の「新しい」で、
笑顔あふれる毎日をつくる。

経営理念
MISSION

お客さまには最高の満足と信頼を
社員には幸せと未来への夢を
私たちは社会に貢献する企業として
限りなく幅広い発展をめざします

バリュー
VALUE

感動創造
creating inspiration

行動指針
CREDO

私たちは、
挨拶　笑顔　利他の心を大切にします
傾聴　共感　感謝の姿勢を徹底します
挑戦　変化　成長の志向で行動します

編集方針

サステナビリティレポート 2022 の編集方針

新日本製薬では、2021 年より「サステナビリティレポート」を発行しております。本レポートは、ステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションツールとなることをめざし、当社のサステナビリティに関する取り組みについて、わかりやすく伝えることを心がけて作成しています。なお、本レポートでの報告内容はサステナビリティ委員会で協議し、取締役会の承認を受けて発行しています。

今後もサステナビリティに関する情報の拡充と、その開示に努めてまいります。

ウェブサイトについて

本レポートの発行にあわせ、新日本製薬コーポレートサイト「サステナビリティ」のページを更新していますのでご覧ください。

新日本製薬コーポレートサイトサステナビリティ情報
https://corporate.shinnihonseiyaku.co.jp/company/sustainability/

対象範囲

新日本製薬 株式会社

※ 一部子会社「株式会社フラット・クラフト」の情報を含みます。

対象期間

2021 年度（2020 年 10 月 -2021 年 9 月）
2022 年度（2021 年 10 月 -2022 年 9 月）

※ 一部 2020 年 10 月以前や、2022 年 9 月以降の活動及び情報も含まれています。また、過去の経緯やデータ、最近の事例を示すことが適当である場合は、この期間以外のものも報告しています。

参照ガイドライン

GRI「 サステナビリティ・レポーティング・スタンダード」

免責事項
本レポートに記載されている予測や計画に関する記述は、現時点で入手している情報に基づいて判断されたものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれ事業活動の結果がこれらの予測とは異なることがあります。

目次

1 フィロソフィー
2 編集方針／目次
3 トップメッセージ
5 サステナビリティマネジメント
7 マテリアリティと目標

創立 30 周年記念特集
お客さま満足向上に向けた取り組み
9 コールセンター篇
11 物流センター篇

環境
13 気候変動への対応
14 TCFD 提言への対応
17 循環型社会への取り組み
18 生物多様性の保全
19 水・化学物質への対応

社会
20 研究開発
21 安心安全な品質への取り組み
23 人財育成・働き方
24 健康経営
25 人権・ダイバーシティ
26 社会貢献活動

ガバナンス
28 ガバナンスの強化
31 社外取締役メッセージ
32 リスクマネジメント・コンプライアンス
33 情報セキュリティ／個人情報保護
34 ステークホルダーエンゲージメント

35 非財務データ
36 会社概要

トップメッセージ

パーパス

美と健康の「新しい」で、笑顔あふれる毎日をつくる。

多くの皆さまに支えられ、迎えることができた 30 周年

1992 年に生活用品の企画・販売会社として産声を上げた当社は、1994 年に健康食品、2000 年に基礎化粧品、2006 年に医薬品の販売を開始しました。以来一貫して人々の健やかで心豊かな暮らしを創造することをテーマに事業を発展させてまいりました。私たちが提唱したオールインワンというシンプルなスキンケアのスタイルは、仕事とプライベートに慌ただしい毎日を過ごす女性から多くの歓迎をもって受け入れられ、10 年以上にわたって継続的にお使いいただいているお客さまも多数いらっしゃいます。このたび創立 30 年の節目を迎えることができたのは、当社の商品をご愛顧いただいているお客さま一人ひとりのおかげであり、ここにあらためて御礼申し上げます。

振り返れば決して平坦な道のりではありませんでしたが、当社が市場を切り開いたオールインワンスキンケアのジャンルでは、主力ブランド PERFECT ONE が 6 年連続 No.1※を獲得するなど、スキンケアの通信販売において確固たる地位を築いてきたと自負しております。通信販売業界の隆盛という時代の風も、私たちの成長を後押ししてくれたと感じています。これまで常に意識してきたことは、お客さまと長くお付き合いさせていただくための努力を惜しまないこと。お客さまの声に真摯に耳を傾け、商品づくりや販売方法、サポートなどの改善を続けたことが、多くの素晴らしいお客さまと巡り会うことにつながったと感じています。また、少しでも良い会社にするための創意工夫や努力を続けてくれた当社社員や協力会社の皆さまにも感謝の気持ちを伝えたいと思います。

私たちの事業の中心にあるのは「人」です。人々に美と健康を提供する存在である私たちは、これから先も関わってくださる「人」を中心に考え、世の中の人々を幸せにする会社として成長していきたいと願っています。

※パーフェクトワン フォーカスシリーズ含む：富士経済「化粧品マーケティング要覧2017～2022」（モイスチャー部門及びオールインワン部門／メーカー、ブランドシェア2016～2021実績）

パーパス経営 ～ 新しいフィロソフィーの体系

30 周年の節目にあたり、パーパスを基軸とした経営のメッセージを発信する必要があると考え、パーパ

スを起点とした新しいフィロソフィー体系への転換を図りました。当社の存在意義とは何かを見つめ直し、その過程で事業領域である美と健康において、当社が世の中に価値を提供できているか、貢献できているかを判断する基準は、私たちの提供する商品やサービスで、人々に笑顔になっていただけるかが重要だという考えに至りました。また、美と健康の在り方が未来に向かって変化していく中で、当社らしく今まで世の中になかった“新しい”商品やサービスで価値を提供し続けられるよう“美と健康の「新しい」で、笑顔あふれる毎日をつくる。”というパーパスを掲げました。世界中のお客さまが笑顔になれると同時に、当社に関わる人々も笑顔になれる。そんなWin-Winな関係づくりをめざしたいと考えています。

2022年度を振り返って

2022年もコロナ禍は収束に至らず何度かの感染拡大期もありましたが、人々にwithコロナが定着したことや、日常生活が少しずつ回復してきたことも手伝い、当社商品へのニーズは戻ってきています。高いカバー力がありつつ、マスク移りしにくいクッションファンデーションが多くのお客さまから評価いただいたほか、主力のオールインワン美容液ジェルシリーズも継続してご利用いただいています。引き続きシンプルケアの提案に加え、チャネル戦略としてドラッグストアやショッピングモール、バラエティショップなどオフラインタッチポイントの拡大を進めており、今後これらの取り組みの効果が出てくることを期待しています。昨年リリースしたPERFECT ONE FOCUSも若い世代の支持を得て、この1年間で大きく成長しており、さらなる飛躍につなげたいと考えています。

化粧品事業以外では、2021年に株式を取得して子会社化した株式会社フラット・クラフトが、当社グループの売上に貢献しています。健康的な食生活に注目が高まる中、フラット・クラフトの商品群は、当社の事業領域とのシナジー効果が強く見込まれます。化粧品、医薬品、健康食品に次いで、より日常生活に近い食品分野を事業領域に含めることで、お客さまの健康で健やかな生活の実現に、一層寄与していきたいと願っています。

サステナビリティの取り組みに関しては、2022年5月にサステナビリティ委員会を設置し、委員長には代表取締役社長CEOである私自身が就任しました。今後は、マテリアリティの目標達成に向けた取り組みを推進するとともに、サステナビリティ委員会を中心とした推進体制の整備を進めてまいります。

シンプルスキンケアを グローバルスタンダードに

これからは、コロナ禍で一時的にストップしていた海外展開を本格的に再開する予定です。世界的に中流層が拡大し、先進国では日本の後を追うように高齢化が進行する中、世界中に当社の商品を必要とするお客さまがいらっしゃいます。PERFECT ONEはその期待に応えるポテンシャルを秘めていると自負しております。PERFECT ONEをオールインワンスキンケアの世界No.1グローバルブランドへ育て、シンプルライフを世界に展開していくことで世界中の人々に笑顔を届けたいと考えています。

世の中は大きな転換期にあり、人々の消費行動もエシカル消費という言葉に代表されるように変わり始めています。今は小さな変化でも、ある時点で大きく流れが変わるタイミングがあるでしょう。そうしたお客さまの変化に常に敏感であり、時代の変化に合わせて必要とされる商品やサービスを送り出し、末永く繁栄する会社として皆さまの生活に寄り添っていきたいと強く願っています。

代表取締役社長CEO　後藤孝洋

サステナビリティマネジメント

サステナビリティ基本方針

新日本製薬はグループとして 2022 年 7 月に新日本製薬グループ サステナビリティ基本方針を策定しました※。当社グループは “ 美と健康の「新しい」で、笑顔あふれる毎日をつくる。” というパーパスのもと、持続可能な社会の実現に向け、地球環境や社会を取り巻く課題の解決をめざしています。今後、この方針のもと取り組みを進めてまいります。

※ 2023 年 1 月のパーパス策定により一部改定を行いました。

新日本製薬グループ サステナビリティ基本方針

限りない未来を

当社グループは
“ 美と健康の「新しい」で、笑顔あふれる毎日をつくる。”
というパーパスのもと
地球環境や社会を取り巻く課題の解決をめざし、ステークホルダーの皆さまとともに
持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

持続可能な社会の実現に向けて

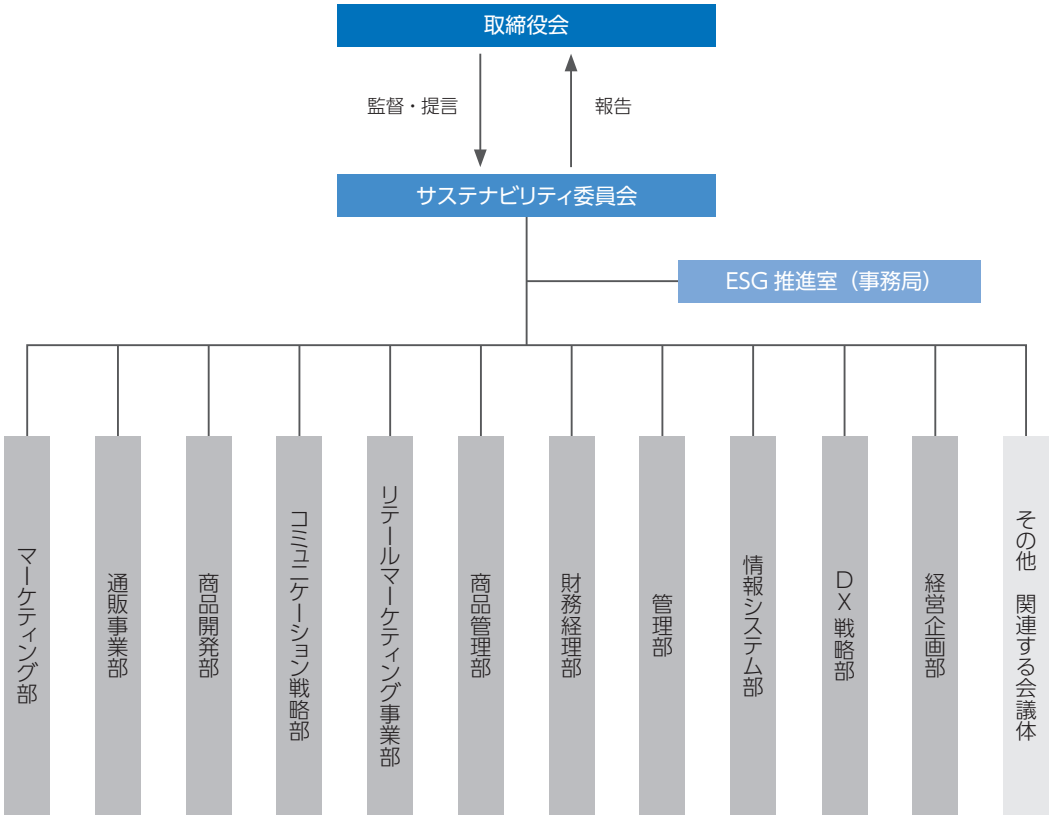
新日本製薬グループ サステナビリティ基本方針に沿って取り組みを進めていくことにより、SDGs の達成も含めた、持続可能な社会の実現に向けた取り組みを強化してまいります。

サステナビリティ推進体制

新日本製薬は、2022 年 5 月にサステナビリティ推進体制を強化するため、サステナビリティ委員会を設置しました。委員長を代表取締役社長 CEO が務め、委員は常勤取締役、執行役員で構成しています。2022 年度から 2023 年度にわたって、マテリアリティごとの目標設定について協議を進め、目標を策定しました。なお、サステナビリティ委員会での協議事項は、取締役会へ適宜報告しています。

今後は、サステナビリティ委員会を中心として、マテリアリティの目標達成に向けて、関連する部署をはじめ全社で取り組みを進めていきます。

サステナビリティ推進体制図



マテリアリティと目標

新日本製薬は、国際的な動向や社会情勢を踏まえ、ステークホルダーからの期待が高く、今後当社が持続的に成長していくために優先的に取り組む必要がある 6 つの課題をマテリアリティ（重要課題）として特定し、目標を設定しました。目標の達成に向けた取り組みを推進することにより、事業成長、企業価値の向上とともに持続可能な社会の実現に貢献していきます。

マテリアリティと目標の一覧

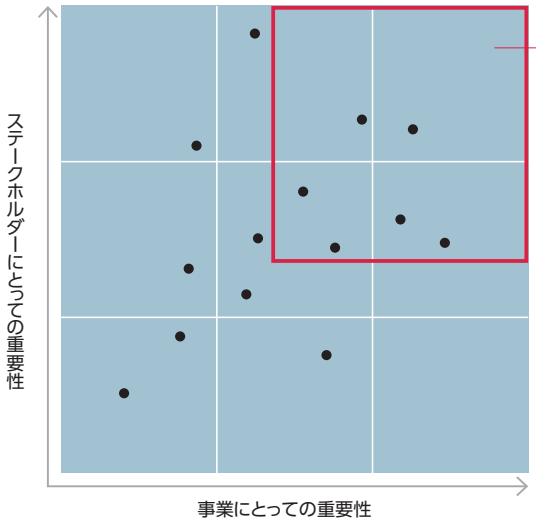
	マテリアリティ	項目	目標	関連する SDGs
環境	環境問題への対応	適性な在庫回転率の維持	25	
		エコフレンドリーな緩衝材の使用率	2030 年度までに 100%	
		化粧箱・配送箱での認証紙使用率	2030 年度までに 100%	
		資源使用量の把握 具体的な削減目標設定のため、実態を把握する	2023 年度までに完了	
社会	顧客満足向上のための商品・サービス提供	顧客満足向上のための独自評価項目の整理と目標の設定	2023 年度までに完了	
	責任あるサプライチェーンマネジメント	サステナビリティを考慮した調達方針の策定	2023 年度までに完了	
		調達方針に基づいたサプライヤーへの啓発活動の実施	2024 年度	
	女性活躍の推進	女性管理職※比率 ※課長以上	2030 年度までに 30% 以上	
		育児・介護と仕事の両立ができる制度構築 現行制度の見直しと新たな制度の構築	2024 年度までに完了	
		社内の乳がん検診受診率	100%	
		福岡県の乳がん検診受診率の向上	2026 年度までに 55% 以上※ ※厚生労働省「国民生活基礎調査」2026 公表見込みを参照予定	
ガバナンス	コンプライアンス・リスクマネジメントの取り組み強化	重大なコンプライアンス違反件数	0 件	
		コンプライアンス・リスクマネジメントに関する研修受講率	100%	
	個人情報の保護	情報セキュリティに関する重大事故件数	0 件	
		重大な個人情報漏洩件数	0 件	
		情報セキュリティや個人情報保護に関する研修受講率	100%	

※達成年度の設定がないものは数値の維持

マテリアリティの特定から目標設定までのステップ

1. **社会課題の抽出**
   当社の方針や国際的な枠組み・原則※、社会情勢等を参考とし、検討すべき39項目の社会課題を抽出しました。
   ※GRI、SASB、ISO26000、SDGs等
2. **社会課題の優先順位付け**
   抽出された社会課題について、ステークホルダーにとっての重要度と当社事業にとっての重要度の2つの視点で評価を行い、社内の各部署を交え優先順位付けを実施しました。
3. **マテリアリティ案の策定**
   選定された社会課題を、その内容や特性から6つに整理し、マテリアリティ案を作成しました。
4. **妥当性の検証**
   マテリアリティ案及び策定までのプロセスについて、経営層との意見交換を行い、妥当性を検証しました。
5. **マテリアリティの特定**
   正式に経営層の承認を受け、マテリアリティを決定しました。
6. **マテリアリティ目標案の検討**
   国際的ガイドラインやSDGs、国の定める基準・目標などを参考に、サステナビリティ委員会の下で取り組みを主導する関連部署や各会議体での協議を実施し、目標案を作成しました。
7. **マテリアリティ目標の策定**
   関連部署や各会議体より出された目標案をサステナビリティ委員会で審議の上決定し、取締役会へ報告しました。

マテリアリティマップ



- 環境問題への対応
- 顧客満足向上のための商品・サービス提供
- 責任あるサプライチェーンマネジメント
- 女性活躍の推進
- コンプライアンス・リスクマネジメントの取り組み強化
- 個人情報の保護

お客さま満足向上に向けた取り組み

コールセンター篇

新日本製薬は2022年3月に、創立30周年を迎えました。
当社が30周年を迎えられたのは
ご愛用いただいているお客さまのご支持あってのものと考えています。
日々多くのお客さまと接する当社コールセンターの
お客さま満足向上に向けた取り組みをご紹介します。

お客さまの最高の満足をめざして

新日本製薬は、経営理念に“お客さまには最高の満足と信頼を”という一文を掲げています。当社のコールセンター、パートナー企業のコールセンターで受けるお電話は月間約20万件にのぼります。いただいたお電話の中の、お客さまとの会話の一つひとつから、商品やサービスに対する疑問やお悩み、潜在的なニーズを汲み取ることがコールセンターの主たる役割だと考えています。コールセンターで蓄積されたお客さまの声は、商品企画部門や販促部門に共有され、商品やサービスの改善に役立てています。

資格の取得を促進

当社の商品は、お客さまの口に入るものや肌に触れるものがほとんどのため、法規で定められている以上の独自の品質管理を品質管理部門が中心となり行っています。お客さまの窓口となるコールセンター部門でも、お客さまのご要望やご不安に寄り添った応対ができるよう、社内研修の実施をはじめ登録販売者※の資格取得や、日本化粧品検定の受験を促進しています。

※登録販売者とは、ドラッグストアや薬局などで一般用医薬品の販売ができる医薬品販売の専門資格

登録販売者有資格者（2022年度実績）	43人

関連情報　P 21 安心安全な品質への取り組み

カスタマーサービス推進課の取り組み

コールセンター部門にあるカスタマーサービス推進課にはお客様満足室とCS推進チームを設置しています。お客様満足室は、豊富な経験と知識を持った社員が配属されており、日々寄せられるお客さまの声やご要望、ご不安にコールセンターと連携しながら対応しています。CS推進チームはコミュニケーターの教育研修を担い、お客さまから寄せられた声をもとに、応対品質向上に向けた取り組みを推進しています。

お客さまの声を反映した改善例

オールインワン美容液ジェルシリーズに付属されているスパチュラの色が白でジェルと同化して見えにくいという声から色を変更

スパチュラを容器内に保管できないため、衛生面が気になるという声から限定品のパーフェクトワン SP ナイトクリームでは、スパチュラが要らないエアレス容器を採用

配送箱の縁で、開梱時にお客さまがけがをすることがないよう縁の形状を変更

お客さまから通年販売のご要望が多かったパーフェクトワン グロウ&カバークッションファンデーションは限定品から定番品へ

Call Center

おもてなし支援プロジェクト / おもてなし大賞

お客さまの最高の満足を追求するため社員一人ひとりが考え、行動することが大切だと考えています。そのため日々のお客さまとのやりとりから社員が+αで取り組みたいと考えるサービスを会社に提案できる「おもてなし支援プロジェクト」を実施しています。

例えば、お客さまのお誕生日にお手紙をお届けしたい、災害等で被災されたお客さまにサンプルをお送りしたいといった、コールセンターのコミュニケーターが直接お客さまと接して実行したいと考えたサービスを提案し、承認が得られたら実行できるというものです。直接会話をするからこそ生まれるおもてなしの心を大切にしています。

また、心に響くおもてなしをした社員を評価する制度として、毎月おもてなし大賞を選出し、表彰しています。表彰された社員とお客さまとのエピソードは、全社員にイントラネットを通じて共有されています。

気づき展の開催

お客さまから寄せられる商品に関するさまざまなご指摘・ご意見を、全社員に共有する場として「気づき展」を毎年開催しています※。ご指摘やご意見は現物やパネルなどで紹介し、直接お客さまに接する、接しないに関わらず全社員がお客さまの目線に立ち考える場を持つことを目的としています。

※新型コロナウイルス感染症拡大の影響で2020年度-2022年度は開催を見送っています。

気づき展では商品理解を高めるクイズコーナーも設置（2022年11月開催のもの）

創立 30 周年を記念した取り組み

創立30周年を記念して立ち上げた創立30周年記念サイトの企画の一つとして、長年当社をご愛顧いただいているお客さまを訪問し、感謝の気持ちをお伝えする「ありがとうの手紙」企画を実施しました。うち岩手県にお住まいのお客さまと8年間電話越しにやり取りをさせていただいた社員は、感謝の気持ちを直接お伝えしにうかがいました。当社はこれからもご愛顧いただくお客さまへの感謝の気持ちを大切に信用・信頼いただけるようお客さまの最高の満足を追求していきます。

お客さま訪問した社員の声

いつもはお電話越しですが、今回の企画を通して実際にお客さまにお会いし、日頃の感謝を直接お顔を見てお伝えできたことがとてもうれしかったです。日々いただく一つひとつのご縁が本当に貴重であること、そしてそれは、新日本製薬がこの 30 年間紡いできた歴史や信頼があるからだと改めて感じました。すべてのご縁に感謝しながら、これからもお客さまとのつながりを大切にしていきたいと強く思いました。

お客様満足室
伊藤 潤子

物流センター篇

新日本製薬では、お届けする商品や配送箱も
お客さまとの大切なコミュニケーションだと捉えています。
物流センターの配送時の品質維持の取り組みや、環境への配慮、
ダイバーシティ推進の取り組みについてご紹介します。

品質を維持しながら省資源化を実現

新日本製薬は、福岡県福岡市に物流センターを設け、日々お客さまのお荷物を発送しています。商品がお客さまのお手元に届くまでには、梱包･発送･積載･輸送・配達と複数の工程を経ています。安全に商品をお届けするため、物流課では配送時の商品の品質維持を目的としたテストを実施しています。

また、品質維持と並んで、環境に配慮した取り組みを進めています。2021 年 7 月に従来の配送品質を維持したうえで省資源化を目的として、配送箱を大幅にリニューアルし、森林認証紙の採用とサイズの見直しを行いました。

従来は、大きさの異なる 6 種類の配送箱を使用していましたが、4 種類に減らし、さらにサイズを見直したことで最大 50%の省資源化を実現しました。

また、並行して緩衝材を使用せずとも、安全に商品の配送ができないか検討し、配送箱に商品を固定するギミックを施すことで、緩衝材の使用量も約 43%の削減に成功しました。また変更による商品の破損が起きないよう 36 回に渡る検証を実施しました。

左）旧ヘルスケア商品の配送箱　右）新ヘルスケア商品の配送箱

環境に配慮した緩衝材を採用

商品の配送時の破損を防ぐために不可欠な緩衝材も環境に配慮した素材の採用を進めています。

商品の梱包には、再生紙を使った緩衝材を使用していますが、商品によっては、プラスチック製の気泡緩衝材を使用しています。2021 年 12 月より、気泡緩衝材においても再生原料を使用したエコハーモニー ® へ切り替えました。エコハーモニー ® は、再生原料を使用しているため、再生原料を使用しない気泡緩衝材と比べ、CO_2 排出量を約 34%削減することができます。

今後も、物流課が中心となりエコフレンドリーな資材の採用の推進や、荷物の出荷時の積載効率向上など環境に配慮した取り組みを推進してまいります。

エコハーモニー ® を使用した梱包の様子

Logistics Center

障がいのある方に活躍の場を

▶ 社内の取り組み

新日本製薬では、商品の出荷を担う物流センターで知的障がいのある方を雇用しています。お客さまへ発送する商品の仕分けや封入を担当し活躍しています。一時的な仕事ではなく、お客さまへ商品をお届けするために欠かせない仕事を、社内で検討し、安全に働くことができる環境づくりをめざしています。

障がい者雇用の推移

年度	2020年度	2021年度	2022年度
障がい者雇用率	2.4%	3.2%	3.6%

物流センターでの業務風景

▶ 社外との取り組み

当社では、障がいの有無に関わらず社会参加を通して共生社会の実現をめざす福岡市の社会福祉法人JOY 明日への息吹 障害福祉サービス事業所 JOY 倶楽部を長年支援しています。配送箱のリニューアルに際し、JOY 倶楽部の中でアート制作を行うアトリエブラブォの作品をデザインに採用しました。

配送箱はお客さまと当社をつなぐコミュニケーションツールと考えています。配送箱に描かれているレースフラワーには「感謝」という花言葉があり、その絵に当社からお客さまへの想いを込めています。また30 周年を記念した配送箱のデザインもご担当いただきました。

アトリエブラブォの作品が描かれた配送箱

2021 年 7 月、環境により配慮したものへと配送箱の設計を見直しました。その際、お客さまに「商品だけでなく配送箱でも元気や喜びを届けられないか」と考えアトリエブラヴォさまにご相談しました。あしらっていただいたレースフラワーは小さくかわいらしいお花を無数に咲かせるその姿から、心の豊かさ、和をもって生きる美しさを彷彿とさせます。アトリエブラヴォさまの作品をあしらったこの配送箱でお客さまに笑顔をお届けしたいと考えています。

商品管理部物流課 課長
稲葉 俊介

ENVIRONMENT

気候変動への対応

新日本製薬は、商品の企画からお客さまが使用後に破棄されるまでを想定し、環境に配慮した事業活動と環境負荷低減に取り組んでいます。

基本的な考え方

気候変動への対応は、当社の事業を継続する上で、重要な課題の一つと捉え、積極的に取り組んでいく必要があると考えています。

当社は、2022 年 10 月に TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）提言に賛同し、今後 TCFD 提言に基づき、気候変動が事業に与える影響について、情報の開示とその拡充を進めていきます。

CO_2 排出量削減への取り組み

▶ グリーンナノ技術を採用した容器への変更

新日本製薬の売上の約 90%は化粧品が占めており、主力であるパーフェクトワン オールインワン美容液ジェルシリーズの年間販売個数は約 590 万個※1 にのぼります。2021 年 6 月にはシリーズのうち「パーフェクトワン 薬用ホワイトニングジェル」をリニューアルし、プラスチック燃焼時に発生する CO_2 を約 60%削減することができるグリーンナノ技術を採り入れた容器の採用を開始しました。

2021 年 10 月には、シリーズ全 5 商品のうちの 4 商品をグリーンナノ技術を採用した容器へ変更しました。これにより、2022 年度の販売個数実績から算定すると、使用後の容器を焼却廃棄した場合に発生する CO_2 を 472t-CO_2/t※2 削減できる見込みです。今後も CO_2 排出量の削減に向け、環境に配慮した容器や包材の採用など、取り組みを進めていきます。

※1　2022年度（2021年10月-2022年9月）の販売個数
※2　① 容器1個あたりのプラスチック焼却時のCO_2排出量を算定
② ①の値を用いて2022年度販売個数分のCO_2排出量を算定
③ ②の値に対し、グリーンナノ添加によるCO_2排出量の削減率を60%と仮定し削減量を算定

▶ 配送方法の変更による CO_2 排出量の削減

通信販売を主たるチャネルとしている当社では、商品の配送時の再配達を減らすことが CO_2 排出量削減に貢献すると考え、化粧箱サイズの見直しを進めています。

2022 年 3 月に「Wの健康青汁」の化粧箱のサイズを見直し、従来の宅配便での配送からメール便へ、配送方法を変更しました。お客さまの不在時に、再配達が必要な宅配便と違い、メール便はポストに投函することができます。

化粧箱の見直し以外にも、荷物の積載効率向上や配送時の CO_2 排出量削減に向けた取り組みも推進していきます。

従来とのサイズ比較図

ENVIRONMENT

TCFD 提言への対応

TCFD提言に基づく情報開示

当社では、気候変動問題に起因する物理的リスク及び移行リスクを網羅的に特定し分析しています。それらのリスク回避及び機会獲得への対応を推進し、企業としてのレジリエンスを高めつつ、戦略的に気候変動への対応に取り組んでいます。

TCFD 提言への賛同

2022年10 月にはTCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）への賛同を表明し、TCFD提言に沿った気候変動問題に関連する情報の開示を積極的に進めています。

ガバナンス

気候変動に起因するリスク・機会は、サステナビリティ委員会で審議されます。

サステナビリティ委員会では、委員長である代表取締役社長 CEO をはじめ取締役、執行役員が参加し、気候変動に起因したリスク・機会の特定及び顕在化した際の影響分析、その対応策の検討を実施します。その結果は取締役会に報告されます。

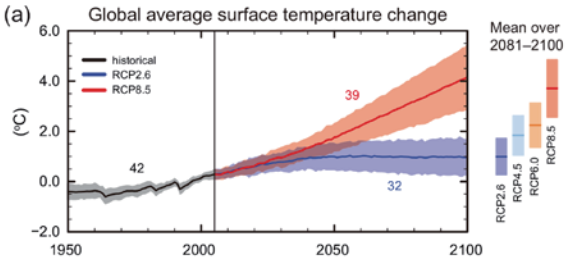
気候変動を含む事業等に重要な影響を与える可能性のあるリスクについては、サステナビリティ委員会及びリスクマネジメント・コンプライアンス委員会において検討・審議が行われ、取締役会へ報告されます。

戦略（シナリオ分析）

当社では、将来における気温上昇のシナリオとして、2℃以下・4℃の 2 種類の温度帯を想定し、2030 年及び 2050 年におけるシナリオ分析を実施しています。

以下の表に示す政府機関及び研究機関で開示されているシナリオなどを参照して、重要度の評価及び財務影響の分析を実施しています。

	シナリオ概要	参照シナリオ
2℃以下シナリオ	現状よりも厳しい気候変動対策が取られ、世界の平均気温上昇が2℃未満に抑制されるシナリオ	IPCCによるRCP2.6 IEAによるNZE2050、SDS
4℃シナリオ	現状を上回る気候変動対策が取られず、世界の平均気温が4℃程度上昇するシナリオ	IPCCによるRCP8.5



（出所）IPCC「AR5 WG1 Summary for Policymakers」

▶ 特定した気候関連のリスクと機会及び影響評価

①リスク

分類		リスク要因		リスク詳細（想定される財務影響）	当社への影響度			
					2℃以下シナリオ		4℃シナリオ	
					2030年	2050年	2030年	2050年
移行リスク	政策及び規制	GHG排出量の規制強化	サプライチェーンの脱炭素化の加速	・炭素税による原材料コストの増加：炭素税（地球温暖化対策税等）が課されることによってサプライヤーにおける原材料コストと製造コストが増加し、当社の調達コストが増加する。	中	大	小	小
			炭素税の導入	・炭素税による輸送コストの増加：炭素税（地球温暖化対策税等）が課されることによる燃料費増加に伴う輸送費・宅配配送費の増加により当社の物流コストが増加する。	小	中	小	小
		既存製品/サービスに対する義務化/規制化	取水制限による化粧品製造への影響	・生産制限による売上の減少：気候変動に起因する水域への影響の緩和に向けて取水排水制限が導入された場合、商品の生産制限によって売上が減少する。	大	大	中	中
	市場	消費者行動の変化	低炭素・環境に対応していない製品・サービスの淘汰	・低炭素対応が遅れた製品やサービスの売上の減少：エシカル消費志向が増えた場合、環境への配慮が足りない商品の売上が減少する。（特にエコフレンドリーな包装紙・容器を使用した商品ニーズの高まりへ対応するための調達・製造コストの増加、対応しなかった場合の売上減少）	大	大	小	中
	評判	ステークホルダーの懸念増大	企業イメージの悪化、株価下落、投資対象からの除外	・気候変動対応・水リスク対応不備に伴うレピュテーションリスク及び投資関連リスク：気候変動リスク及び水リスクに十分な対応ができなかった場合に、当社に対する外部評価が低下し、その結果としての株価の低下や当社に対する批判、投資の引き上げなど生じる。	小	中	小	小
物理リスク	急性	大雨・洪水などの異常気象の増加	サプライチェーンの製造機能停止や寸断	・サプライチェーンの分断による売上の減少：OEM先の調達先が被害を受けた場合、原材料不足に伴う製造停止による売上・配送ルート寸断による顧客への配達が不可となった場合の売上が減少する。 ・製造能力の低下による売上の減少：OEM先が被害を受けた場合の製造停止に伴う商品供給不足による売上が減少する。	小	中	中	大
	慢性	平均気温上昇、長期的な熱波	自然由来原料の収穫・捕獲	・平均気温の上昇による原材料コストの増加：平均気温が上昇することによって原材料の収穫量・捕獲量が低下し、それに伴い原材料費が高騰し、商品原価に転嫁された場合、コストが増加する。	小	中	中	大
			品質維持	・平均気温の上昇による管理コスト・開発コストの増加：平均気温が上昇した場合、商品の保管設備や品質管理の見直し、改良に対するコストが増加する。	小	中	中	大

②機会

分類	機会要因	機会詳細（想定される財務影響）	当社への影響度			
			2℃以下シナリオ		4℃シナリオ	
			2030年	2050年	2030年	2050年
資源の効率	効率的な生産・流通プロセス	・製造コスト・管理コストの低減：物流プロセスの省エネ化・効率化やDX化、ダイレクトマーケティング手法の活用によって、製造コストや管理コストが低減する。	小	中	小	小
製品及びサービス	低炭素商品/サービスの開発、拡大	・低炭素型商品・サービスによる売上の増加：パーフェクトワンブランドにおける低炭素商品化や、認証パーム油や認証紙の活用、自社製品の環境フットプリント算定及び削減によって、製品価値及び企業価値の向上につながり、売上が増加する。	中	大	小	中
	消費者の好みの変化	・気候変動適応商品のニーズの増加に伴う収益の増加（例：冷却成分入りの化粧品や日焼け止め・UV効果のあるベースメイク商品・感染症対応商品・熱中症対策商品など）	中	中	大	大
評判	ステークホルダーの評価変化	・気候変動への対応が外部評価機関から高く評価された場合、株価向上と資本コストの低下	小	中	小	小

▶ リスクと機会の対応策

①リスク

分類		リスク要因		リスク詳細（想定される財務影響）	リスク低減のための対応策
移行リスク	政策及び規制	GHG排出量の規制強化	サプライチェーンの脱炭素化の加速	・炭素税による原材料コストの増加：炭素税（地球温暖化対策税等）が課されることによってサプライヤーにおける原材料コストと製造コストが増加し、当社の調達コストが増加する。	・サプライヤーとの協働によるCO_2排出量の削減に向けた取り組みの推進
			炭素税の導入	・炭素税による輸送コストの増加：炭素税（地球温暖化対策税等）が課されることによる燃料費増加に伴う輸送費・宅配配送費の増加により当社の物流コストが増加する。	・輸送・配送効率の向上や輸送業者との協働によるCO_2排出量削減に向けた取り組みの推進
		既存製品/サービスに対する義務化/規制化	取水制限による化粧品製造への影響	・生産制限による売上の減少：気候変動に起因する水域への影響の緩和に向けて取水排水制限が導入された場合、商品の生産制限によって売上が減少する。	・サプライヤーとの協働により、水リスクの確認できる地域での水リスク低減の取り組みの推進
	市場	消費者行動の変化	低炭素・環境に対応していない製品・サービスの淘汰	・低炭素対応が遅れた製品やサービスの売上の減少：エシカル消費志向が増えた場合、環境への配慮が足りない商品の売上が減少する。（特にエコフレンドリーな包装紙・容器を使用した商品ニーズの高まりへ対応するための調達・製造コストの増加、対応しなかった場合の売上減少）	・エコフレンドリーな包装紙・容器の導入に向けた取り組みの推進
	評判	ステークホルダーの懸念増大	企業イメージの悪化、株価下落、投資対象からの除外	・気候変動対応・水リスク対応不備に伴うレピュテーションリスク及び投資関連リスク：気候変動リスク及び水リスクに十分な対応ができなかった場合に、当社に対する外部評価が低下し、その結果としての株価の低下や当社に対する批判、投資の引き上げなど生じる。	・気候変動関連の情報開示の充実と取り組みの推進
物理リスク	急性	大雨・洪水などの異常気象の増加	サプライチェーンの製造機能停止や寸断	・サプライチェーンの分断による売上の減少：OEM先の調達先が被害を受けた場合、原材料不足に伴う製造停止による売上・配送ルート寸断による顧客への配達が不可となった場合の売上が減少する。 ・製造能力の低下による売上の減少：OEM先が被害を受けた場合の製造停止に伴う商品供給不足による売上が減少する。	・サプライチェーンにおけるBCP対応等の取り組みの推進
	慢性	平均気温上昇、長期的な熱波	自然由来原料の収穫・捕獲	・平均気温の上昇による原材料コストの増加：平均気温が上昇することによって原材料の収穫量・捕獲量が低下し、それに伴い原材料費が高騰し、商品原価に転嫁された場合、コストが増加する。	・サプライヤーとの協働により原材料の収穫量維持に係る取り組みの推進
			品質維持	・平均気温の上昇による管理コスト・開発コストの増加：平均気温が上昇した場合、商品の保管設備や品質管理の見直し、改良に対するコストが増加する。	・品質管理の見直し、省エネ設備の導入等に向けた取り組みの推進

②機会

分類	機会要因	機会詳細（想定される財務影響）	機会獲得のための対応策
資源の効率	効率的な生産・流通プロセス	・製造コスト・管理コストの低減：物流プロセスの省エネ化・効率化やDX化、ダイレクトマーケティング手法の活用によって、製造コストや管理コストが低減する。	・サプライヤーとの協働により、物流プロセスの省エネ化やDX化等の取り組みの推進
製品及びサービス	低炭素商品/サービスの開発、拡大	・低炭素型商品・サービスによる売上の増加：パーフェクトワンブランドにおける低炭素商品化や、認証パーム油や認証紙の活用、自社製品の環境フットプリント算定及び削減によって、製品価値及び企業価値の向上につながり、売上が増加する。	・サプライヤーとの協働により、商品の低炭素化、エコフレンドリーな素材の導入への取り組みの推進
	消費者の好みの変化	・気候変動適応商品のニーズの増加に伴う収益の増加（例：冷却成分入りの化粧品や日焼け止め・UV効果のあるベースメイク商品・感染症対応商品・熱中症対策商品など）	・気候変動の適応に資する商品の開発・販売促進等の取り組みの推進
評判	ステークホルダーの評価変化	・気候変動への対応が外部評価機関から高く評価された場合、株価向上と資本コストの低下	・気候変動関連の開示の充実に向けた取り組みの推進

リスク管理

当社では、サステナビリティ委員会のもと、気候変動に起因するリスク・機会の洗い出しを行っています。特定されたリスクに対して、サステナビリティ委員会、リスクマネジメントコンプライアンス委員会を中心にリスク回避に関する方針の策定や対応策の立案など、全社を通じたリスクマネジメントを行っています。また、対応策の実施状況ならびにその効果についてモニタリングを実施していく予定です。

指標と目標

当社のScope1,2,3排出量は気候関連のリスク・機会の影響を受ける指標であり、その影響を軽減するため、Scope1,2排出量の削減に努めています。Scope3排出量については今後把握を進め、Scope1,2排出量と併せて具体的な削減目標を立てることが重要であると認識しています。

2022年度（2021年10月～2022年9月）GHG排出量（tCO_2）

Scope1	Scope2
0.9	631.1

※ Scope1は事業所におけるガソリン・LPGを対象に算定し、Scope2は事業所における電力・冷暖房水を対象に算定しています。

ENVIRONMENT

循環型社会への取り組み

限られた資源を有効に活用し続けるため、新日本製薬では、継続的な３Ｒ活動のほか、プラスチック使用量の削減に向けた取り組みや再生原料からできた素材への切り替えを推進しています。

プラスチック使用量削減の取り組み

新日本製薬は、商品の開発や改良の際に、環境への配慮を視点に入れた検討を実施しています。

2021 年 9 月に販売を開始した 20-30 代向けのスキンケアブランドPERFECT ONE FOCUSの「スムースウォータリージェル」は、本体のプラスチック容器を捨てずにそのまま使用できるよう詰め替え用を展開しています。また同ブランドの「スムースクレンジングバーム」は使用時にとろけるような使用感を実現したことで、バームの形状が柔らかく、手ですくって使用することができるため、プラスチック製のスパチュラを付属していません。今後もプラスチック使用量の削減に取り組んでいきます。

再生原料からできた素材の利用

お客さまへ商品をお届けする際の梱包に使用する緩衝材において、再生原料からできた素材への切り替えを推進しています。2020 年 4 月より紙製の緩衝材へ切り替えが可能な商品について、プラスチック素材から再生紙の緩衝材へ切り替えを実施しました。さらに 2021 年 12 月からは一部商品に使用するプラスチック製の気泡緩衝材についても、再生原料であるリサイクルペット素材からできたものへ切り替えを実施しました。今後も配送や梱包に使う資材について、環境に配慮した素材への切り替えを推進していきます。

オフィスでの取り組み

オフィスでも文房具などオフィス用品のリユースコーナーの設置のほか、ペットボトルキャップの回収や、マイ箸・マイカップの使用推進などの取り組みを行っています。これら取り組みの推進を通じて、社員の意識向上をめざしています。

▶ 紙使用量の削減（オフィス）

新日本製薬では、ペーパーレス化を推進しています。書類のデータ管理を推奨し、紙の使用削減のため、2021 年 11 月に全社で個人別・部署別の印刷枚数を管理できる複合機へ入れ替えを実施し、使用枚数を見える化しました。さらに、2 in 1 印刷をデフォルト設定に切り替えた結果、印刷による紙の使用枚数を大幅に削減することができました。今後も紙の使用削減をはじめ、オフィス活動においても資源の使用を削減するための取り組みを推進していきます。

複合機での紙使用量削減率（2020 年度比）

年度	2021 年度	2022 年度
削減率	32.2%	43.6%

▶ エコキャップ運動

オフィス内の環境活動のひとつとして、2009 年よりエコキャップ運動に取り組んでいます。2009 年 7 月からの累計で 334,117 個のペットボトルキャップを社内で回収しています。回収したペットボトルキャップは、NPO 法人エコキャップ推進協会へ提供し、その後再生プラスチック原料として利用されています。

オフィス内で回収しているペットボトルキャップ

ENVIRONMENT

生物多様性の保全

新日本製薬では、商品に天然由来の成分を多く採用しています。お客さまに満足いただける商品を提供し続けるためには生物多様性の保全が重要と考え、社内外での取り組みを推進しています。

絶滅危惧 IB 類（EN）に指定されるムラサキの栽培方法確立と商品への採用

新日本製薬は、古くから漢方薬として使われてきた「ムラサキ」の根の部分である紫根に注目し、その成分が肌のシワやたるみの原因となるコラーゲンの減少を改善･解決できるのではないかと考え、研究を行っています。

しかしムラサキは、絶滅危惧 IB 類（EN）に指定されており、その供給の多くを輸入に頼っています。そのため当社では、ムラサキの国内栽培を可能にするため 2006 年から栽培方法の研究を行っています。2009 年には、筒栽培を活用した国内栽培に成功し、2016 年にはその栽培技術に関する特許を取得しました。

なお、栽培した紫根から抽出した紫根エキスをリポソーム化することにより、肌への浸透性を高めることができる「カプセル紫根※1」の製造方法の特許を取得しています。

ムラサキを配合しているPERFECT ONE商品数※2	35

※1　油溶性シコンエキス（1）、水素添加大豆リン脂質（保湿成分）
※2　限定品・サンプルを除く

FSC® 森林認証紙の採用

世界の森林が急速に減少していることから、当社では、国際的な規格をもとに、適切に管理されていると認められた森林から生産された木材や、その他適切な森林資源の使用につながる原材料を使用した FSC® 認証紙の採用を積極的に進めています。2021 年にパーフェクトワン オールインワン美容液ジェルシリーズの化粧箱のほか、2021 年に販売を開始したパーフェクトワンフォーカスでも FSC® 認証紙を採用しています。また商品のお届けに使用する配送箱に同年より FSC® 認証紙を採用しています。（FSC®N003734）

棚田保全活動 / 地産地消運動

新日本製薬の本社社員食堂で提供するごはんは、2012 年 7 月に北部九州を襲った豪雨災害で被害を受けた笠原地区（福岡県八女市黒木町）の棚田でとれたお米を使用しています。離農する住民や都会に住む家族のもとに身を寄せる住民が増えたことで笠原地区は過疎化が進んでいました。この豪雨を契機にさらに過疎化が進むことを防ぎ、棚田がもたらす豊かな生態系の保存に役立てていくため「笠原棚田米サポーター制度」が発足し、当社はこれに賛同して以来、毎年約 960kgのお米を購入し、社員に提供しています。

また併せて「ふくおか農林漁業応援団体」に加盟し、地産地消を意識した食材購入をするだけでなく、社員へ地産地消を啓発するイベントを定期的に開催しています。

地産地消の啓発を兼ねた社内料理教室の様子

ENVIRONMENT

水・化学物質への対応

新日本製薬は、研究施設のある吉塚オフィスにおいて環境法令を遵守した取り組みを行っています。

水質・土壌汚染防止

新日本製薬の研究施設のある吉塚オフィスでは、化学物質を含む廃棄物、廃液などの漏洩による土壌・地下水の汚染防止に努めています。

土壌汚染対策法や廃棄物の処理及び清掃に関する法律、大気汚染防止法、水質汚濁防止法など、企業活動により排出される廃棄物、排水、排ガス等を取り締まる各種法令、及び自治体の関連条例に従って、定められた手法に則り記録、保管、移動、廃棄、必要な調査点検を定期的に実施しています。

吉塚オフィスの外観

化学物質リスクアセスメント

2016 年 6 月に施行された改正労働安全衛生法により、一定の危険有害性のある化学物質（640 物質）について、化学物質を取り扱うすべての事業場におけるリスクアセスメントが義務付けられました。

吉塚オフィスでは、品質保証課、R＆D センター課の社員が勤務しており、危険や健康障害のリスク低減対策を行っています。具体的には 6 つ取り組みを実施しています。

- **定期的な健康診断：半年に 1 回特殊健康診断実施**

  労働安全衛生法で定められた労働衛生対策上特に有害であるといわれている業務に従事する労働者等を対象として実施する健康診断を実施しています。

- **作業環境測定**

  有害な因子による労働者の健康障害を未然に防止するため、作業場の環境測定を年に 1 回実施し管理しています。

- **試薬管理**

  試薬を使用する機器に取扱い時の注意（換気等）の掲示を行っています。
  また使用記録管理台帳を作成し、使用した薬剤については使用前後の数量、使用者等を記帳し管理しています。

- **有機溶剤作業主任者の常駐**

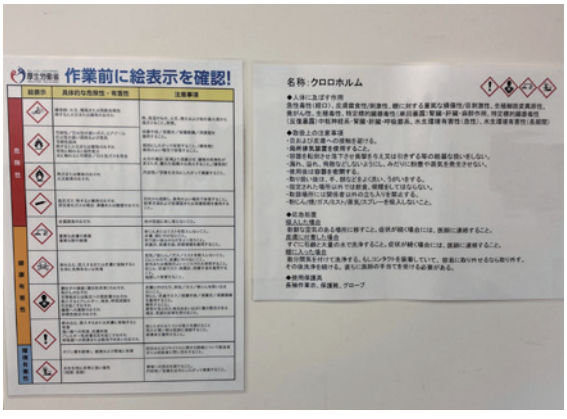
  有機溶剤を取り扱う作業場や作業方法の指示等を行う責任者の講習を修了した社員が常駐しています。

- **教育訓練**

  薬剤（特に有機溶剤）について、行政のテキストをもとに勉強会を実施しています。

- **薬剤の廃棄について**

  薬剤の廃棄は、使用する薬剤の種類によって廃棄タンクを準備し特定の処理を行い、産業廃棄物業者へ廃棄を委託しています。また、受領した産業廃棄物管理票（マニフェスト）を自治体へ、産業廃棄物管理票交付等状況報告書にて報告しています。



確認・注意事項の掲示（吉塚オフィス内）

SOCIAL

研究開発

新日本製薬は、美と健康の事業領域において、お客さまのスマートで新しいライフスタイルの実現に向けて、R&Dセンター課を置き、社内外と連携を取りながら研究開発を行っています。

研究開発方針

新日本製薬は、日常を科学的に考え、効率的に肌や身体のケアができる商品や使用方法を開発するため「スマート“ライフ”サイエンス」という方針のもと研究開発に取り組んでいます。

研究開発の強み

新日本製薬の研究開発は、“効果を実感でき、満足していただける商品をお客さまへお届けしたい”という想いが根底にあります。美と健康に有用な素材を探索しながら、素材の機能性をさまざまな分野や技術と組み合わせる「新素材の開発」と、肌や身体のバリア機能である「生体バリア機能」に着目し、先進技術を取り入れながら、お客さまのスマートで新しいライフスタイルの実現に貢献できる研究開発を進めています。

▶ 新素材開発

新日本製薬では、コラーゲン・薬用植物・先端素材の3つに着目し、機能性が高く独自性のある新素材の開発を強みとしており、これまでも開発した新素材において特許を取得してきました。新たな有用成分の探索や成分の機能性研究、浸透技術や製剤化技術を活用した有用成分の力を引き出す研究を行い、お客さまに効果を実感いただける商品の開発に活かしています。

▶ 新日本製薬が提案するシンプルケアを実現するための研究（生体バリア研究）

新日本製薬は、お肌の悩みの原因の一つとして考えているバリア機能の低下を防ぎ、美しいお肌へと導くため、オールインワンをベースとしたシンプルケアを提案しています。新日本製薬が提案するシンプルケアを実現するため、大学やパートナー企業と共同で生体バリア機能の低下に着目した研究を進めています。

研究開発による特許取得・品種登録の例

特許	グアニン結晶を化粧品へ応用する技術 （第7039086号）	魚類が光を操り周囲の環境に同化する習性に着想を得て、シミ・くすみのカバー効果や肌のトーンアップ効果を有する新素材の開発と化粧料組成物の製造方法
	プラセンタコラーゲン （化粧料の製造方法） （第6944606号）	コラーゲンが胎盤にも豊富に含まれていることに着目し、美容成分プラセンタエキスとコラーゲンの機能を併せ持つ素材と化粧料組成物の製造方法
	VCコラーゲン （化粧料の製造方法） （第6727468号）	美しい肌を作り出すためのコラーゲンとコラーゲンを作るために必要なビタミンCの作用を併せ持ち、一般的なコラーゲン原料と比較して、約5倍のコラーゲン産生促進作用に優れた化粧料の製造方法
	リポソーム化シコンエキス （化粧品原料及び皮膚外用剤組成物の製造方法） （第6242422号）	紫根エキスを水と油の層が交互に重なったラメラ構造を持つリポソーム化することにより、肌への浸透性をより高めることができる製造方法
	ムラサキの栽培方法 （第5885320号）	ムラサキを育苗する培土にアーバスキュラー菌根菌胞子（共生菌）を混合させ、育成することにより、希少価値の高いムラサキの生存率を向上させ、かつ有効成分の含有量を増加させる栽培方法
品種登録	新日本製薬GG01 （登録番号：29026）	日本で初めてスペイン甘草（かんぞう）の新品種として登録。従来のスペインカンゾウの生育期間と比べ、植栽から1年半で、主要成分であるグリチルリチン酸含量を日本薬局方にある基準値2.0%に高め、短期間で多量の収穫ができる品種を開発

SOCIAL

安心安全な品質への取り組み

新日本製薬は経営理念、行動憲章に則り定めた品質方針のもと、お客さまの声に耳を傾け、商品やサービスの品質向上・品質維持の取り組みを推進しています。また、商品をご購入いただくお客さまからの信頼に応えるため、OEM先と協働し、安心安全な品質管理に努めています。

品質方針

新日本製薬株式会社は経営理念、行動憲章に則り、医薬品医療機器等法をはじめとする法令・規則や社内規程を遵守するとともに、お客さま、取引先、社会全体から信頼され、ニーズを満たす適切な品質特性を有する商品実現に努めます。また、その実現に必要な社内体制の整備を行い、全社一体となって継続的改善の仕組みの確立を図ります。

1. 経営理念実現のための商品品質の維持、改善活動を行うため、品質関連組織を明確にし、活動計画を定めます。
2. お客さまのニーズを満たし、ご満足いただける適切な品質特性を有する商品実現に向け、自社の商品品質基準を明確にし、基準に沿った商品開発を行います。
3. 当社が事業活動を行うにあたり関連する法令（医薬品医療機器等法、食品衛生法、食品表示法、健康増進法等）及び許可において、継続的遵守及び維持できる体制を整えます。
4. 品質活動結果においては経営報告と有効性評価を行います。また、法令遵守や商品品質に関連する社内点検を定期的に行います。
5. 上記活動及び、お客さま、取引先等からの商品品質に関する情報を入手することにより、継続的な品質改善に努めます。

安心をお届けするための品質管理・品質保証

当社の商品はその製造のすべてをOEMに委託しています。そのためOEM先で製造された商品が当社の品質基準を満たしているかどうか、品質保証課で出荷前、量産前にサンプルを取得し確認しています。安定性試験後に決定した規格に従って品質確認を実施していますが、たとえ規格内であっても数値に振れ幅がある場合はOEM先に直接確認し、品質の安定を保っています。また社内向けに品質に関するマニュアル、品質保証規定や医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律に基づく手順書を整備し、徹底した品質管理と品質保証を実践しています。

▶ 品質保証体制

商品は、商品企画部門・品質保証部門・物流部門・外部委託先が評価・確認を繰り返し調整・改良を行いながら開発・生産を行っています。（下図参照）

サプライチェーンマネジメント

当社は、生活に密着した商品を提供する企業として、サプライチェーン全体で社会的責任を果たすことができるよう、取引先さまとともに持続可能なサプライチェーンを形成することが重要な課題と考えています。そのため、サステナビリティを考慮した調達方針を策定し、その方針を基にした品質監査の実行をめざします。また、調達方針の実践に向けてサプライヤーに向けた啓発活動を実施する予定です。

品質保証体制

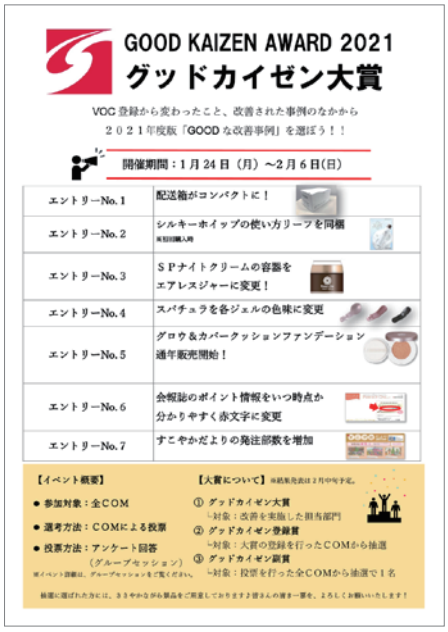
お客さまの声を反映する取り組み

グッドカイゼン大賞

関連情報　特集：お客さま満足向上に向けた取り組み
コールセンター編

コールセンターでは、お客さまから寄せられる商品やサービスに関する声を VOC※データとして集約し、商品やサービスの改善に活かしています。2022 年度より VOC データを基に商品・サービスの改善につながったものを表彰する制度「グッドカイゼン大賞」の選出を開始しました。第 1 回の大賞は、7 件の中からコミュニケーターによる投票により、スパチュラがなくても最後まで衛生的に使用することが可能なエアレス容器への改良（冬季限定商品「パーフェクトワン SP ナイトクリーム」に採用された容器）が選出されました。お客さまの声を反映した商品・サービスの提供には VOC データの収集は必要不可欠なため、表彰制度をを通じて VOC データの登録の促進も行っています。

※Voice of Customer



グッドカイゼン大賞への投票を呼びかけるポスター

安心してご利用いただくための取り組み

定期顧客向け会報誌での情報発信

お客さまに安心して商品をご利用いただくため、定期購入をご利用のお客さま向けに毎月会報誌を発行し、皮膚科医の監修のもと美容や健康に関する情報を中心に発信しています。

また、お客さまにシンプルで健やかなライフスタイルを実現いただくための情報を合わせて発信しています。

会報誌でヘアケア方法を紹介しているページ

コールセンターでの取り組み

コールセンターには、商品の使用に関するご不安の声も届きます。電話での応対を通してそのご不安を解消し、安心して商品をご利用いただけるよう、お客さまを応対するコミュニケーターは、商品知識やお肌や健康に関する知識の習得に努めています。また、受注の際に商品の使用適量・使用方法をお伝えすることで誤使用を防ぐことができるように努めるなど、お客さまとのコミュニケーションを通して、安心安全にご利用いただけるよう取り組んでいます。

SOCIAL

人財育成・働き方

新日本製薬は「人」を強みと考え、掲げる「理想の人財像」を体現する人財の育成に取り組んでいます。
社員一人ひとりが活躍できるよう人財育成制度の整備を行っています。

理想の人財像

経営理念の実現に向けて成長をともにする社員は、かけがえのない財産である、という考えから、人財育成に取り組んでいます。理想とする人財像は、新日本製薬が大切にしている行動指針のひとつ“挑戦 変化成長の志向”を持って実践、実行できる人とし、以下の６つの人財像を掲げています。

1. 経営理念を共有する人
2. 行動憲章・行動指針に沿った行動ができる人
3. 目的意識を持って行動する人
4. 自発的に行動する人
5. 高い目標にチャレンジする人
6. 実行力のある人

人財育成・研修制度

新日本製薬は、社員の個々の知識やスキルを向上し、挑戦・成長を支援することを目的に各種研修制度を整備しています。社員の役割に応じた階層別研修、部門の専門性に応じた部門別研修に加え、社員が自主的に参加できる研修等の整備をしています。

▶ 社員に実施している主な階層別・部門別研修

- 入社時研修
- 専門教育（マーケティング講座など）
- ロジカルシンキング研修
- ファシリテーション研修
- マネジメント研修
- コンプライアンス研修

年度	2021年度	2022年度
年間教育研修総時間	3256時間	1941時間
一人当たりの年間教育研修費用	62,295円	43,771円

※ 2021年度は、階層別研修として各階層にスキルアップ研修を実施したため、他の年度と比較して年間教育研修総時間・一人当たりの年間教育研修費用ともに増加しています。

社員の自主的な学びの場の提供

▶ 社員が講師となる講座

会社主導で実施している階層別・部門別研修のほか、社員の自主的な学びを支援する場として、2022年度より、社員が講師となり、資格取得支援やスキル向上を目的とした各種講座を開講しています。人事課の承認を得て開講されている講座は、所属部署、雇用形態を問わず受講者を募集し、希望者は誰でも受講することが可能です※。社員が講師を務めることで、講師を担当する社員の学びにもつながっています。

※定員数により、抽選制となる場合あり

2022年度の開催講座

講座名	主催部署	受講人数
日商簿記３級講座（全８回）	財務経理部	31名
ITパスポート取得支援講座（全８回）※	DX戦略部	44名
通信販売ビジネスモデル講座	事業企画課	117名
アカウンティング講座（全２回）	事業企画課	75名

※2023年度にかけて全８回を実施

講師を務めた社員の声

通信販売ビジネスモデル講座は、自社の主幹事業である通信販売の仕組みについて、専門用語などが多く、実はよく理解できないという社員の声から生まれた講座です。全く知識のない人でも理解できるような講座を意識し、通信販売の基礎知識を身につけると同時に、事業部門で共有される資料から事業状況を読み取れるようになることを目的として開講しました。基礎とは言え、より実践的な内容で学べるよう自社のビジネスモデルを参考例として構成しています。この講座で得た知識がそれぞれの業務の改善や部門を越えたコミュニケーション向上の一助になればと考えています。また、講師を務めることで改めて自分自身の自社理解も深まり、自身の学びの機会にもなりました。

通販事業部事業企画課
船津丸 彩

▶ 自己研鑽手当制度

当社では社員の自主的な学びを支援する自己研鑽手当制度（上限５万円／年間）を設けています。資格試験の受験料も制度の対象となっており、社員が自主的に学べる場の提供とその支援を行っています。

SOCIAL

健康経営

当社は「健康経営宣言」のもと、社員が心身ともに健やかな生活を営むことが持続可能な企業経営に欠かすことができない要素と考え、社員の心と身体の両面からの支援に取り組んでいます。

健康経営宣言

新日本製薬 健康経営宣言

1. 当社は、社員が快適で、いきいきと幸せに働くことができる職場環境を実現します。
2. 当社は、社員が心身ともに健やかで、安心して働くことができる制度を実現します。
3. 当社は、社員が新しいことに挑戦し、やりがいを感じられる企業文化を実現します。

当社は、2018 年 2 月に発足した「九州・福岡健康経営推進協議会※」の設立趣旨に賛同し、発起人団体の一つとして参画したのをきっかけに、健康経営を実現することを宣言しました。

※ 九州における健康経営を推進する企業として、(一財) 日本予防医学会が設立

健康経営に関する取り組み

社員の健康に配慮した食事の提供

本社の最上階 12F にある従業員憩いの場の社員食堂では、管理栄養士の監修のもと日替わり定食を「スマートランチ」として提供しています。スマートランチは成人女性の 1 日に必要なエネルギー摂取量の 1/ 3 で設計されています。

スマートランチ年間提供数

2021 年度	2022 年度
19,390 食	16,715 食

心とからだのカウンセリングサービス

当社では心身に関するカウンセリングの資格をもつ専門カウンセラーに、会社を経由することなく相談できるカウンセリングを雇用形態問わず利用することができます。カウンセリングではメンタルヘルス維持、回復を目的としたもののほか、職場の人間関係や仕事に関する悩み、プライベートの悩みなどあらゆる分野の相談を受け付けています。

スポーツへの社員参加支援

大会協賛をしている大会を中心にフルマラソン、リレーマラソン、トライアスロンなど、スポーツ大会への社員参加を支援しています※。協賛企業として社会への貢献だけではなく、社員の健康増進にも貢献しています。

※ 2020年より新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、社員の参加支援は見送っています。

大野城いこいの森ロードレースに参加する社員（2019年4月の様子）

SOCIAL

人権・ダイバーシティ

新日本製薬では、さまざまな価値観や考え方を持つ多様な人財が、その個性や能力を発揮し活躍できる場を提供し続けることをめざしています。またあらゆるステークホルダーの人権を尊重した事業活動を行っていきます。

人権の尊重

新日本製薬では、行動憲章にて、社員間の“人格・個性・人権・多様性の尊重”として以下の内容を定めています。

新日本製薬　行動憲章より

2. 就業環境の整備

私たちは、社員の人格、個性、人権や多様性を尊重し、快適で働きやすくやりがいのある職場環境を実現します。

これらの行動憲章を社員に浸透させるため、年に1回浸透度をはかるアンケートを実施しています。また今後、人権やダイバーシティについて社員の理解を深めるための取り組みを行っていきます。

障がい者雇用

関連情報　特集：お客さま満足向上に向けた取り組み
物流センター篇

新日本製薬では、商品の出荷を担う物流センターで知的障がいのある方を雇用しています。お客さまへ発送する商品の仕分けや封入を担当し、活躍しています。また安全に働くことができる環境づくりにも配慮しています。

障がい者雇用率の推移

2020年度	2021年度	2022年度
2.4%	3.2%	3.6%

ワークライフバランス / 女性活躍の推進

ライフスタイルの多様化に伴い、働き方にも多様性が求められるなか、当社では育児・介護を目的とした勤務時間の変更のほか年次有給休暇、社会貢献活動休暇、誕生日休暇など各種休暇制度を設けています。

また、次世代育成支援対策法及び女性活躍推進法に基づき、多様な人財が活躍できる職場環境を実現するため、行動計画を策定しています。

特に従業員の75%以上を女性が占める当社ではライフステージの変化に左右されず継続的に活躍できる職場環境をめざし取り組みを進めています。

ワークライフバランスの推進状況

年度	2020年度	2021年度	2022年度
有給休暇取得率	83.1%	97.2%	85.6%
育児休業取得率	77.3%	64.7%	83.3%
介護休職制度利用者数	1人	0人	1人
育児時短勤務制度利用者数	39人	42人	40人

▶ 女性を応援するための商品づくり

当社の主力商品であるパーフェクトワン オールインワン美容液ジェルシリーズは、社会進出を背景に仕事や家事・育児など、日々慌ただしくしている女性に、時間と手間をかけずともスキンケアの効果を実感いただけることをめざし開発されました。以来、当社の化粧品は「シンプルケア発想」をベースとして商品開発を行っています。このシンプルケア発想は、さまざまな事情から、時間をかけた複雑なスキンケアが難しい方にも、スキンケアを楽しんでいただく機会を提供しています。

SOCIAL

社会貢献活動

新日本製薬は、子ども・命・健康を活動のテーマとして地域の活動を中心とする社会貢献活動に取り組んでいます。

主な協賛活動

- アビスパ福岡 / プレミアムユニフォームパートナー、スクール対抗戦協賛
- ライジングゼファーフクオカ / オフィシャルパートナー、Wheelchair チーム協賛
- 特定非営利活動法人ジャパンハート / スマイルスマイルプロジェクト協賛
- NPO 法人はぁとスペース / 協賛
- 大分国際車いすマラソン / 協賛
- 福岡マラソン / 協賛
- シーズアスリート / 協賛
- 九州プロレス / 九州元気隊プラチナメンバー

障がい者支援の取り組み

障害福祉サービス事業所 JOY 倶楽部への支援

当社は、障害福祉サービス事業所 JOY 倶楽部（福岡市）の支援を行っています。2021 年よりお客さまへ商品をお届けする配送箱には、JOY 倶楽部でアート制作をするグループ、アトリエブラヴォの作品を採用しています。人々に感動や勇気を与えているアトリエブラヴォの作品をデザインに採用することで、商品と一緒にお客さまへ元気をお届けしたいと考えています。当社が創立 30 周年を迎えた 2022 年 3 月からは、周年を記念した配送箱のデザインにもアトリエブラヴォの作品を採用しています。

大分国際車いすマラソン開催支援

大分国際車いすマラソン大会は、地域に障がいのある方についての関心と理解を深めることを目的として、1981 年の国際障害者年に世界で初めて車いす単独での国際マラソン大会としてスタートし、2022 年 11 月に 41 回目が開催されました。当社は障がいのある方への理解と障がい者スポーツ支援のため、大会を継続的に協賛しています。試合当日はボランティアスタッフを社員の中から募るなど※、社員の社会貢献活動へ参加する機会としています。

※ 2020 年より新型コロナウイルス感染症拡大の影響により社員の参加は見送っています。

福岡県の乳がん検診受診率の向上をめざして

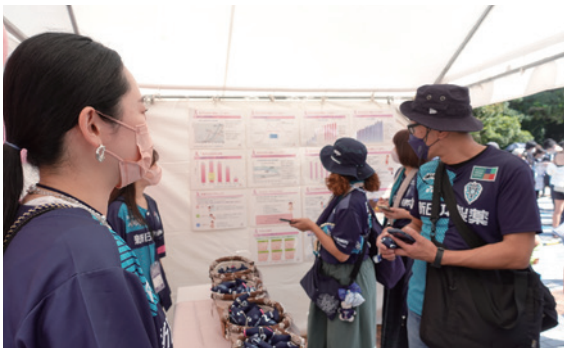
当社は女性特有の病気のリスクを減らし活躍してほしいとの想いから、年齢を問わず、会社負担で定期健康診断の際に、乳がん検診を受診することが可能です。一方、当社が本社を置く福岡県の乳がん検診の受診率は全国平均を下回っており※、早期発見が重要とされる乳がん治療において、受診率の低さが課

※ 厚生労働省「国民生活基礎調査」(2019) 参照

ピンクリボン運動月間にあわせピンクにライトアップした本社

題になっています。そのため毎年 10 月のピンクリボン運動月間に、乳がん検診啓発のパネル展示や募金活動など社内での啓発活動に積極的に取り組み、社員から家族や友人へ理解を広げています。

また、福岡県の乳がん検診受診率の向上をめざし、この活動を福岡県下へ広げるため、オフィシャルパートナーを務める地元福岡のプロサッカークラブアビスパ福岡と福岡市を拠点に活動する NPO 法人ハッピーマンマの協力のもと、アビスパ福岡の当社冠試合で、乳がん検診啓発のため取り組みを実施しています。



2022 年 10 月開催時に実施した乳がん検診啓発パネル展示の様子

飲酒運転撲滅への取り組み

当社は 2006 年 8 月に福岡市で発生した飲酒運転事故を機に市内の有志企業で結成された任意団体、飲酒運転撲滅を推進する市民の会の一員として、街頭での社員参加によるチラシ配布や映画 0（ゼロ）からの風の制作・上映支援、飲酒運転撲滅の啓発を目的としたモニュメントの設置などの支援を行い、飲酒運転撲滅運動に取り組んできました。飲酒運転による福岡県内の死亡者が 0 になったことを受けて、飲酒運転撲滅を推進する市民の会は解散しましたが、継続した取り組みを行っています。

毎年 8 月に福岡県が定める飲酒運転撲滅週間と合わせて社内でも強化週間を開催し、社員の意識啓発の取り組みを行うほか、福岡県を中心に飲酒運転撲滅をめざす活動を行う NPO 法人はぁとスペースの発行するフリーペーパーの「TOMOs」の協賛等を行っています。

2022 年 8 月の社内強化週間では、NPO 法人はぁとスペース代表の山本氏と当社代表取締役社長 CEO の対談や社員に向けた勉強会を実施しました。今後も飲酒運転撲滅をめざす活動に取り組んでいきます。

2022 年 8 月に本社で開催した特別対談の様子

寄付・寄贈活動

終わりの見えない新型コロナウイルス感染症拡大の最前線で働き、私たちのいのちを支えてくださっている医療従事者の方に、2022 年 7 月福岡市を通じ、福岡市立こども病院や福岡市保健所など 7 カ所へ「消毒ハンドケアジェル」「パーフェクトワン 薬用ホワイトニングジェル」計 1400 セットを寄贈しました。

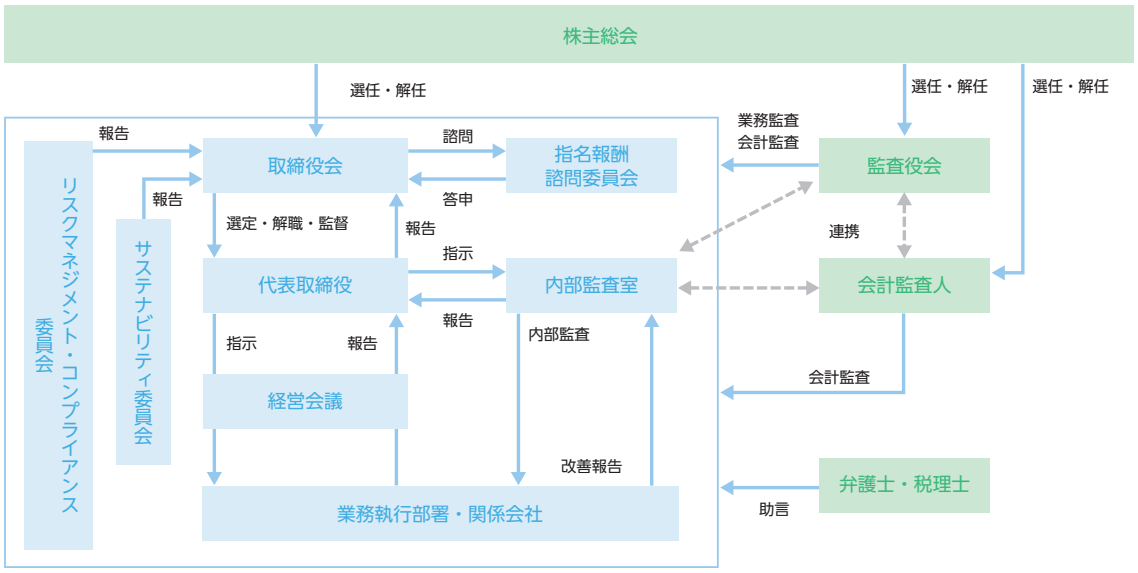
福岡市より商品寄贈への感謝状を授与された時の様子

ガバナンスの強化

新日本製薬は、経営の合理化を図るとともに、経営の健全性・透明性及びコンプライアンスを高めることが長期的な企業価値向上につながると捉え、コーポレート・ガバナンスの強化を図りながら、経営環境の変化に迅速かつ柔軟に対応できる組織体制の構築に積極的に取り組んでいます。

コーポレート・ガバナンス体制

当社は、会社法上の機関設計として監査役会設置会社を採用しており、取締役会、監査役会及び会計監査人を設置しております。



▶ 取締役会

取締役会は、取締役７名※（うち３名社外取締役）で構成され、議長を代表取締役社長 CEO としています。経営戦略や経営計画等の基本方針について自由闊達な議論を行ったうえで意思決定を行っています。経営の透明性を高めるため、３名の社外取締役を選任しています。また、独立した立場からの高い見識や客観的な意見を適切に反映させ、経営全般に対する監督機能を強化しています。

※ 2022年９月時点

▶ 監査役会

監査役会は、常勤監査役1名と非常勤監査役2名の3名全員を社外監査役で構成しています。常勤監査役を議長とし、ガバナンスのあり方とその運営状況の監視、及び取締役の職務執行を含む日常的活動の監査を行っています。

常勤監査役は、監査役監査計画及び規程に基づき、株主総会や取締役会をはじめとした重要な会議に出席し、必要に応じて意見陳述を行う等、常に取締役の業務執行を監視できる体制をとっています。

▶ 指名報酬諮問委員会

取締役会の任意の諮問機関である指名報酬諮問委員会は、指名委員会と報酬委員会の双方の機能を担っています。代表取締役社長 CEO を委員長とし、社外取締役３名を含む５名で構成しています。原則として、年 1 回の開催としていますが、年度ごとに課題を設定し、必要に応じて臨時の委員会を開催し、取締役・監査役の指名の方針及び選解任、取締役の報酬等に関する方針及び個人別の報酬等の内容、後継者育成計画、その他取締役会が必要と認めた諮問事項について審議しています。また、審議の結果について取締役会に答申することで、妥当性・客観性を担保しています。

指名報酬諮問委員会の開催状況

開催年度	2021 年度	2022 年度
開催回数	2回	6回
出席率	100%	100%

▶ サステナビリティ委員会（2022 年度新設）

サステナビリティ推進体制を強化するため、2022 年 5 月にサステナビリティ委員会を設置しました。サステナビリティ委員会は代表取締役社長 CEO を委員長とし、常勤取締役、執行役員によって構成され、サステナビリティにかかわる重要課題に対する目標の策定、取り組みの進捗管理・監督、モニタリングを実施しています。また、協議事項は取締役会へ適宜報告しています。

役員報酬制度

取締役

取締役の報酬は、職務執行の対価として支払う固定の金銭報酬、当該事業年度及び中長期の業績に連動した株式報酬（パフォーマンス・シェア・ユニット制度）、及び役員退職慰労金に代わる株式報酬（リストリクテッド・ストック制度）により構成されています。その支給割合は、固定報酬が 75%程度、株式報酬が 25%程度（業績連動報酬の支給が基準額の場合）となるよう設計しています。また、取締役会の諮問機関である指名報酬諮問委員会において、各取締役の職務内容、貢献度、及び業績等を総合的に考慮し、同業・同規模他社と比較検討を行うなど審議した上で、その審議内容を取締役会に答申し、取締役会において株主総会で決議された限度額の範囲内で決定しています。

社外取締役

社外取締役の報酬は金銭報酬のみで構成しています。

監査役

監査役の報酬は、金銭報酬のみで構成され、株主総会で決議された限度額の範囲内で、監査役の協議により決定しています。

取締役及び監査役の報酬等の総額（2022 年度）

区分	支給人員	報酬の額
取締役（うち社外取締役）	7（3）名	175（15）百万円
監査役（うち社外監査役）	3（3）名	24（24）百万円
合計	10（6）名	199（39）百万円

取締役の実効性評価

当社は、取締役会の機能の向上を図ることを目的として、取締役会の実効性に関する分析・評価を実施しました。分析・評価においては、すべての取締役及び監査役が参加したほか、社外取締役も議論に参加しています。

▶ 概要

実施期間：2022 年 9 月
回答者：全取締役（7 名）及び全監査役（3 名）
方法：アンケートによる自己評価方式
(1) 全取締役及び監査役に対し、無記名による実効性評価アンケートを実施
(2) 取締役及び監査役が参加する会議にて、実効性評価アンケートの結果の概要を報告、結果の概要と今後の課題についての議論を実施
(3) 取締役会にて、取締役会の実効性の評価を確認

▶ 質問

(1) 取締役会の構成に関する質問（7 問）
(2) 取締役会の運営に関する質問（9 問）
(3) 取締役会の議題に関する質問（12 問）
(4) 取締役会を支える体制に関する質問（8 問）

▶ 評価

2022 年 9 月期の実効性評価アンケートでは、多くの質問項目において「十分である」または「適切である」との回答が高い割合を占めました。(1) 取締役会の構成に関する質問、(2) 取締役会の運営に関する質問、(4) 取締役会を支える体制については、全取締役・監査役より概ね適切であるとの回答がありました。

一方で、(3) 取締役会の議題に関する質問では、企業戦略や中期経営計画などの議論については、取締役会において更なる闊達な協議を行うことが望ましいとの意見もありました。これらの意見を踏まえ、取締役会では、より戦略的・大局的な議論に時間を充てる工夫をすることで、一層の充実をはかっていきます。

また、2021 年 9 月期の実効性評価においては、(1) 取締役会の構成に関しては、更なる構成員の多様性の確保を課題として設定し、(3) 取締役会の議題に関しては、後継者育成計画の一層の議論を課題として設定しました。これらの課題に対して、社外取締役の増員や後継者育成計画の策定・議論の進行状況の共有を図った結果、2022 年 9 月期の実効性評価アンケートでは「適切に議論されている」という回答が大半を占め、改善が進んでいることを確認する事ができました。

上記の結果を総合的に勘案し、2022 年 9 月期の取締役会の実効性は適切に確保されていると考えています。

当社取締役会は、以上の課題への取り組みも含めて、取締役会の役割・責務を果たし、実効性の更なる向上に取り組んでいきます。これにより、コーポレートガバナンスの更なる充実を図り、企業価値の持続的な向上をめざしていきます。

GOVERNANCE

社外取締役メッセージ

サステナビリティに対する理解が遅れていた日本でも、ここ数年で一気に普及したように思います。ただし、日本企業が自分たちの考え方に自信がないためか、欧米の先進モデルをまねしようとしているにすぎない、との指摘があることも事実です。サステナビリティの実効性の真価が問われるフェーズに移行しつつあるなか、これからは各企業の実情に合わせた施策ができるかが焦点となるでしょう。

新日本製薬はかねてより、経営理念にもある「社会に貢献する企業」であることをめざし、数々の社会貢献活動に取り組んできました。サステナビリティ以前のこうした活動の実績は、地に足が着いた活動の証しであるともいえます。今後、サステナビリティ経営を推し進め、この分野におけるリーダー企業となることを期待しています。

社外取締役　**柿尾 正之**

経営環境の変化に対応し持続的な企業価値の向上を図るには、ESG に関する経営課題を自分事としてしっかりと自覚し、課題解決に向けてサステナビリティマネジメントの推進に努めることが非常に重要です。

新日本製薬もこれらの課題を社内共通認識として前向きに捉え、容器・化粧箱の環境に配慮した素材・サービスへの変更、コンプライアンス・リスクマネジメントの更なる強化等々、真摯に取り組み、着実に成果を上げています。

引き続き、マテリアリティとして特定した 6 つの課題に対し、スピード感を持って対応することが大切で、女性活躍の推進や、責任あるサプライチェーンマネジメント等もより一層推進しなければなりません。

社外取締役として、これら課題の解決・実効性向上に向け、今後とも積極的に関わり、適切な助言や提起を行い、企業価値向上に貢献したいと思います。

社外取締役　**村上 晴紀**

新型コロナウイルスの感染拡大により分断、停滞した経済活動が再開し始めた一方、依然として不透明で変化の激しい環境に対する危機感は高まるばかりです。このような時期であるからこそレジリエンスが重要となり、企業が成長し継続できる取り組みを愚直に実行していく必要があると思います。

サステナビリティ経営はそのなかでも今後の成長戦略における重要な位置づけであり、成長の基盤となる人財の育成や事業特性を踏まえた環境問題への対応など、社員一人ひとりが課題に対する取り組みを真摯に実行し、限りない未来へ貢献できる企業の実現に向けサポートをしてまいります。

社外取締役　**柚木 和代**

GOVERNANCE

リスクマネジメント・コンプライアンス

新日本製薬は、当社の事業推進における潜在的なリスクの把握と対応が重要であると考えています。また、当社がお客さまをはじめ、社会から信頼される企業であり続けるために、コンプライアンスの推進・向上のためのさまざまな取り組みを行っています。

リスクマネジメント・コンプライアンス体制

当社は、代表取締役社長 CEO を委員長とし、常勤取締役、執行役員、及び部長を委員とするリスクマネジメント・コンプライアンス委員会を設置しています。当社のすべてのリスクの統括管理及びコンプライアンスや既に生じているリスクに関する個別課題・対応についての協議・決定を行うとともに、役職者に対するコンプライアンス教育の計画・管理・実施・見直し等を行っています。

委員会は、四半期に 1 回の開催を基本としていますが、委員会の開催を臨時に必要とする場合は、その都度開催し、リスク管理、コンプライアンスの遵守に対応しています。

また、リスクマネジメント・コンプライアンス委員会での協議内容・決定事項は、取締役会へ報告しています。

リスクマネジメント・コンプライアンス委員会の開催状況

開催年度	2021 年度	2022 年度
回数	3回	3回

リスクマネジメント

当社は、リスクマネジメント基本方針のもと、当社が抱える多様なリスクを的確に把握し、その発生の可能性を低減すること、発生した場合の損失を最小化すること、早期復旧及び再発を防止することに努めています。

コンプライアンス

当社は、経営理念及び行動憲章に則り、法令・規則や社内規程を遵守するとともに、お客さま、株主、取引先、社員、地域社会等の全ての関係者から信頼される企業をめざしています。コンプライアンス基本方針のもと、一人ひとりがコンプライアンスの意義をよく理解、遵守し企業活動を行うべく、管理体制の評価と見直しを継続的に行い、コンプライアンスの推進・改善・向上に努めています。

▶ コンプライアンス・マニュアル

経営理念のもと事業を通じて社会に貢献していくためには、会社を構成するすべての役員及び従業員が、法令や社会的規範を遵守して事業活動を遂行することが重要な社会的責務であると考え、コンプライアンス・マニュアルを策定しています。

コンプライアンス・マニュアルには、業務を遂行するうえで特に重要と思われる問題に関して注意を要する事項をまとめています。

▶ コンプライアンス相談窓口

雇用形態を問わず誰でも利用できるコンプライアンス相談窓口では、社内相談窓口（法務部門へ相談）とコンプライアンスヘルプライン（当社顧問の法律事務所へ相談）を設け、相談者が選択できるようになっています。コンプライアンスヘルプラインは、会社を経由せず直接弁護士に相談・申告することができ、その内容に関して会社と弁護士が連携し、必要に応じて適切な調査などを行い、コンプライアンスに関するリスクへの対応・解消を行っています。

▶ 公益通報者保護

不正行為の未然防止、早期発見、是正をもってコンプライアンス経営の強化を図るため、通報者の保護を目的とする公益通報者保護規定を定めています。相談者、通報者が不利益な扱いを受けることが無いよう規程に則り、適切な対応を行っています。

内部通報・相談の件数

年度	2021 年度	2022 年度
件数	0件	2件

※2021年度・2022年度ともに重大な法令違反に関する通報はありませんでした。

GOVERNANCE

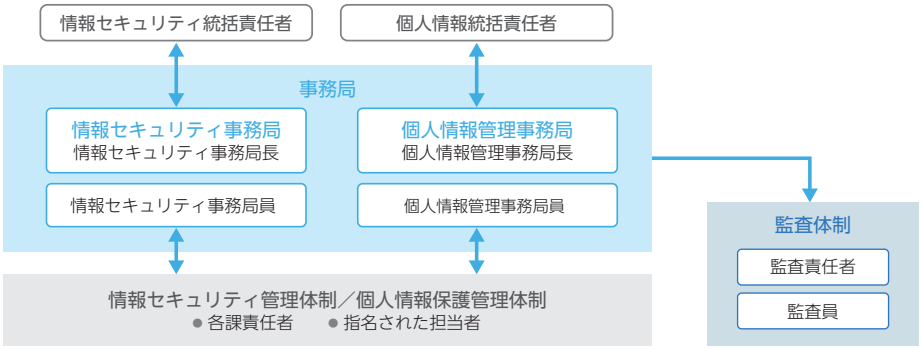
情報セキュリティ／個人情報保護

新日本製薬は自社の保有する約400万件の個人情報をはじめ、研究や商品開発に関わる機密情報を適切に管理・保護することを重要な経営課題の一つと位置付け、情報セキュリティのガバナンスの強化、社員への啓発に重点的に取り組んでいます。

セキュリティ推進体制と取り組み

当社では、情報システム課内に情報セキュリティ事務局 / 個人情報管理事務局を設け、情報セキュリティの推進を図っています。各課に情報セキュリティ担当者を選任し、責任者とともに連携をとっています。

なお情報セキュリティ事務局 / 個人情報管理事務局は、年に 1 回社内の情報管理に関する監査を実施しています。また、個人情報を委託するパートナー企業の監査も実施しており、監査で適切でないと判断された場合には、改善指示と実行の管理監督を行っています。



お客さまの情報を守るため 社内セキュリティの強化

当社の通信販売を安心してご利用いただくため、より強固な情報セキュリティ対策として、あらゆる場所からのアクセスに対応するネットワークモデル「ゼロトラストネットワーク」を導入しています。近年高度化するサイバー攻撃に対応し、お客さまの情報の保護に努めています。

社内での啓発活動

個人情報や重要情報漏洩の原因として上位にあげられる人的ミスを防ぐため、社員への啓発活動に力をいれています。毎年 1 回の社内情報セキュリティ監査、社員への e ラーニングの実施に加え、社内のイントラネット上に、「情報セキュリティニュース」のサイトを立ち上げ、最新の情報セキュリティニュースや、定例の社内見回りで確認された書類の放置件数や情報漏洩につながりかねないリスクの発生状況を公開しています。社員が日々目にする場所に情報を公開することで、情報管理に対する意識向上をめざしています。

年度	2021 年度	2022 年度
社員の情報セキュリティに関する e ラーニング受講率※	100%	100%
重大な個人情報漏洩件数	0 件	0 件

※受講対象者：全従業員

GOVERNANCE

ステークホルダーエンゲージメント

新日本製薬は“社会に貢献する企業”として、さまざまなしくみを通してステークホルダーの皆さまのご意見を聞き経営に生かしていく、ステークホルダーエンゲージメントを大切にしています。

主な取り組みと実績

新日本製薬の主なステークホルダーは、当社グループが商品・サービスを提供しているお客さまと、当社の事業に直接的に影響を与える株主・投資家の皆さま、取引先の皆さま、従業員、当社グループの事業展開が影響を及ぼす地域社会の皆さまと考えています。

ステークホルダー	主な対話の方法・機会	主な対話窓口
お客さま	日常の営業活動 コールセンター 直営店舗	通信販売事業部門 コールセンター部門 店舗流通部門
株主・投資家	株主総会 決算説明会（4回） 個別取材・スモールミーティング（約135回） 投資家向けWEBサイト	総務部門 IR部門
調達取引先	日常の調達活動 取引先説明会 サプライヤー品質会議 品質改善報告会 品質監査	商品開発部門 品質管理部門
従業員	各種面談 経営方針発表会	人事部門 総務部門
地域社会	地域団体・イベントへの参加	総務部門
NPO・NGO	NPO・NGOとの意見交換会や協働	総務部門
政府・自治体・業界・学界	業界活動への参画 産学連携による研究	研究開発部門

非財務データ

環境

		単位	2020年度	2021年度	2022年度
産業廃棄物排出量 ※1		t	45.1	22.2	–
CO_2排出量	Scope1	tCO_2	2.1	1.4	0.9
	Scope2		477.9	505.4	631.1
	Scope1＋Scope2		480.0	506.8	632.0
排水量（国内上下水道）※2		m^3	2,457.5	2,329.9	2,205.1

※1 本社・吉塚オフィス・物流センターの3拠点で排出した産業廃棄物量の合計。廃棄物量の集計期間は2020年度（2019年4月-2020年3月）・2021年度（2020年4月-2021年3月）で集計。
2022年度の数値は2023年4月以降に集計予定。
※2 本社・吉塚オフィス・物流センター3拠点の上下水道使用量の合計。

人財

	対象範囲		単位	2020年度	2021年度	2022年度
従業員数	正社員	女性	人	227	212	198
		男性		103	93	99
		計		330	305	297
	契約社員	女性		152	165	171
		男性		17	20	22
		計		169	185	193
	派遣社員	女性		52	19	21
		男性		5	1	1
		計		57	20	22
	総計			556	510	512
平均勤続年数	正社員	女性	年	7.1	8.7	8.7
		男性		4.9	6.1	6.2
		計		6.4	7.9	7.9
平均年齢	正社員	女性	歳	36.5	38	37.8
		男性		36.8	38.4	39.7
		計		36.6	38.1	38.4
管理職	正社員	女性	人	4	4	4
		男性		17	22	26
		計		21	26	30
女性管理職比率	正社員		%	19.0	15.4	13.3
女性従業員比率	従業員		%	76.0	76.5	75.2
障がい者雇用率			%	2.4	3.2	3.6
育児休業制度利用者数		女性	人	15	7	17
		男性		2	4	3
		計		17	11	20
育児休業取得率			%	77.3	64.7	83.3
有給休暇取得率			%	83.1	97.2	85.6
自己研鑽手当利用率※3			%	15.2	12.9	10.5
親孝行手当利用率※3			%	56.8	58.6	62.4

※3 当社独自の福利厚生制度。利用率は制度利用人数を対象社員（直雇用従業員）数で割ったもの。

ガバナンス

コーポレートガバナンス体制				単位	2021年度	2022年度
取締役数	社内		男性	人	4	4
			女性		0	0
	社外		男性		2	2
			女性		0	1
		独立社外	男性		2	2
			女性		0	1
			総計		6	7
独立社外取締役比率				%	33.3	43.0
女性取締役比率					0	14.0
監査役数	社内		男性	人	0	0
			女性		0	0
	独立社外		男性		3	3
			女性		0	0
			総計		3	3
独立社外監査役比率				%	100	100
取締役任期				年	1	1
取締役会開催数				回	19	18
取締役会出席率（取締役）				%	100	100
取締役会出席率（監査役）				%	98.2	100
監査役会開催回数				回	18	20
監査役会出席率				%	96.0	95.0
独立監査役出席率				%	96.0	95.0
執行役員数			男性	人	1	5
			女性		0	0
			計		1	5
女性執行役員比率				%	0	0
指名報酬諮問委員会委員数	社内取締役数		男性	人	1	2
			女性		0	0
	独立社外取締役数		男性		2	2
			女性		0	1
			総計		3	5
指名報酬諮問委員会開催回数				回	2	6
指名報酬諮問委員会出席率				%	100	100
コンプライアンス				**単位**	**2021年度**	**2022年度**
内部通報・相談件数				件	0	2
法規制違反件数				件	1※4	0
個人情報漏洩件数				件	0	0

※4 時間外労働・休日労働に関する協定違反
期間：2020年度（2019年10月～2020年9月）、2021年度（2020年10月～2021年9月）、2021年度（2021年10月～2022年9月）

会社概要

会社名

新日本製薬 株式会社

役員

代表取締役社長 CEO	後藤 孝洋
専務取締役 COO	福原 光佳
取締役	羽鳥 成一郎
社外取締役	柿尾 正之
社外取締役	村上 晴紀
社外取締役	柚木 和代
常勤監査役	善明 啓一
監査役	田邊 俊
監査役	中西 裕二
執行役員	塘口 一光
執行役員	小野 哲矢
執行役員	霜出 大輔
執行役員	廣場 優一

本社

〒810-0074
福岡市中央区大手門 1 丁目 4-7
TEL 092-720-5800（代表）

設立

1992 年（平成 4 年）3 月 11 日

資本金

4,158 百万円

加盟団体・資格

日本通信販売協会
日本健康・栄養食品協会
化粧品公正取引協議会
西日本化粧品工業会
日本コールセンター協会
日本栄養評議会
日本薬学会
日本生薬学会
日本抗加齢医学会
日本抗加齢協会
日本 OTC 医薬品協会
日本オンラインドラッグ協会
化粧品製造販売業許可
日本香粧品学会
医薬品店舗販売業許可
医薬品卸売販売業許可
第二種医薬品製造販売業許可
医薬部外品製造販売業許可
日本広告審査機構

他事業所

東京オフィス
〒100-6316
東京都千代田区丸の内 2 丁目 4-1
丸の内ビルディング 16F
TEL 03-6837-1685

吉塚オフィス
〒812-0041
福岡市博多区吉塚 8 丁目 7-11
TEL 092-626-8822

物流センター
〒812-0041
福岡市博多区吉塚 8 丁目 5-75
TEL 092-626-8163

※ 2023 年 1 月時点