

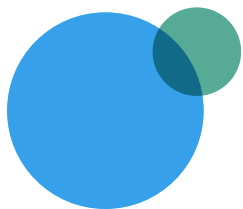
*NEVER SAY NEVER*



# ROHTO Well-being Report

ロート製薬 統合レポート

2023





# 「健康」という価値提供を通じて 世界の人々を 「Well-being」に

ロート製薬は、創業以来「健康」をコアバリューに、  
一般用医薬品やスキンケア商品の提供を通じて、多くの方に身近な「健康」をお届けしてまいりました。  
生活者の皆さま一人ひとりの健康寿命が延伸し、生活の質(Quality of Life)が向上することによって、  
社会全体の経済活動は活性化し、増加する社会保障費も抑制され、  
持続的な健康長寿社会の実現につながると考えられます。

当社の存在意義(パーパス)は、  
世界の人々に商品やサービスを通じて『健康』をお届けすることによって、  
当社を取り巻くすべての個人や社会を『Well-being』に導くこと。  
これからも、事業活動を通じて世界の人々のWell-beingに貢献するとともに、  
健康で幸せに過ごすことができる持続可能な社会の実現を目指してまいります。

## ロート製薬の考える「Well-being」

身体的健康、精神的健康、社会的健康、  
そしてそれを取り巻く環境面の健康、すべてにおいて満たされた幸福な状態



## 経営理念

(定款 第1章 第2条)

豊かで幸せな生活を送るための  
心身の健康に貢献し続けることが  
当会社の最大の責務と捉え、  
その実現のために  
長期視点での経営と価値創出に努める

当会社は、社会の公器としての使命を自覚し、  
当会社を取りまく全ての人たちと  
協働して社会課題を解決し、  
これにより得られた便益を共有する

ロートのコーポレート・  
アイデンティティ

## NEVER SAY NEVER

世の中を健康にするために  
自分の進むべき道を見据え  
どんな困難にもめげず  
常識の枠を超えて  
チャレンジし続けること

## ロートのビジョン

## ロートグループ 総合経営ビジョン2030

### —Connect for Well-being—

Well-beingとは身体も心もイキイキとし、  
さまざまなライフステージにおいて  
笑顔あふれる幸せな毎日を過ごすこと

ロート製薬は、世界の人々がWell-beingを  
実感できる時間が少しでも長くなるように  
医薬品、スキンケアに加え、さまざまな事業で  
イノベーションを起こし、幅広く「つなげていく」  
それを実現するために、  
社内外の仲間同士を、組織と組織をしっかりと「つなげていく」  
そして、信頼の連鎖の上に人財を育成し、  
一体感のある組織を作り上げ  
人々のさらなるWell-beingに「つなげていく」

# CONTENTS

## ロートの目指す姿

- 03 経営理念/CI/ビジョン
- 05 トップメッセージ
- 09 ロートが目指す「Well-being経営」とは
- 11 CFOメッセージ
- 13 財務・非財務ハイライト

## 価値創造ストーリー

- 15 At a Glance
- 17 数字で見るロートの強み
- 19 価値創造の歴史
- 21 価値創造プロセス
- 23 マテリアリティ

## 事業を通じたWell-beingの実現

- 24 ロートグループ総合経営ビジョン2030
- 25 コア事業のさらなる拡大・強化
- 28 ロートのこれからをつくる成長投資分野
- 31 グローバル展開
- 35 製造資本強化
- 37 知的資本強化

## 人的資本の最大化

- 39 人財に対する基本的な考え方
- 40 人的資本最大化に向けた取り組み

## 持続可能な地球環境へ

- 45 環境方針/気候変動への対応
- 46 低炭素社会に向けた取り組み
- 47 循環型社会に向けた取り組み
- 49 水資源保全への取り組み/  
生物多様性保全への取り組み

## 社会との共生

- 50 人権尊重
- 51 持続可能なサプライチェーンの構築
- 52 品質および安全性保証
- 54 社会への取り組み
- 56 アイケアリーディングカンパニーとして

## コーポレート・ガバナンス

- 59 取締役会議長×社外取締役対談
- 64 コーポレート・ガバナンス
- 71 役員一覧

## データセクション

- 73 11か年の主要財務データ
- 75 非財務データ
- 76 コーポレートデータ
- 77 グローバルネットワーク

### 編集方針

「ロート製薬 統合レポート2023」は、株主・投資家をはじめとした全てのステークホルダーの皆さまに対し、当社の中長期的な企業価値向上に向けた取り組みについて、より一層の理解を深めていただくことを目的に、会社の全体像やWell-beingを柱とした中長期戦略、ESG情報について掲載しています。

本レポートに掲載しきれていない財務情報や研究開発などに関する情報については、当社ウェブサイトをご覧ください。

<https://www.rohto.co.jp/>

### 報告対象期間

2022年4月1日～2023年3月31日(一部、2023年度の情報も含みます)

### 注意事項

この資料に掲載されている当社の現在の業績、計画、戦略などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しであり、これらは現在入手可能な情報から得られた当社の経営者の判断に基づいています。したがって、実際の業績はさまざまな要因の変化により記述している将来見通しとは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。

## トップメッセージ

# 健康と幸せを追求する Well-being経営が、 会社成長の源泉

「ロート製薬の成長の柱となる事業戦略を教えてください」「将来的にどこに数値目標をおいていますか」、といった質問を受けることがあります。

もちろん社員の努力に負うところが大きいのですが、その都度、成長の源泉は、Well-Being経営にあると説明しています。ステークホルダーの皆様が健康で幸せであることを目標にしていることが経営戦略そのものなのです。

「ROHTO Well-being Report 2023」の私のメッセージとして当社の考えるWell-Being経営とは何かをお話します。

代表取締役社長

**杉本 雅史**



## ミッションは、世界の人々の美と健康に貢献すること

ロート製薬の2000年以降の歴史を振り返ると、2001年に機能性化粧品の先駆けとなる「オバジ」の発売、2015年に機能性食品分野へと、事業領域を着実に広げてきました。

またさらには、再生医療と眼科領域における医療用医薬品への挑戦、開発製造受託(CDMO)分野への参入と、歩みを進めています。当社が2019年に策定した「ロートグループ総合経営ビジョン2030」(以下、経営ビジョン2030)では、事業領域をOTC医薬品(一般用医薬品)、スキンケア、機能性食品、医療用眼科領域、再生医療、開発製造受託の6つに定めています。

当社は124年の歴史があり、2000年以前のロート製薬をご存知の方は、「パンシロン」などの胃腸薬、「V・ロート」などの目薬、「メンソレータム」などの外皮用薬を製造・販売する会社といったイメージをお持ちかもしれません。しかし現在、売上全体の約6割をスキンケア事業が占めており、この20年間で事業のポートフォリオは大きく変わりました。

おかげさまで、2023年3月期の業績は、売上高2,386億円、営業利益339億円、自己資本利益率(ROE)が13.6%と、過去5年間で最高となっています。

ロート製薬が持続的に成長している強みは、どこにあるのか。もちろんそこには、社員の努力、研究・開発、事業戦略があります。しかし何よりも、Well-beingを経営の柱に据えていることが成長の源泉であることを強調したいと思います。Well-beingは、2019年の「経営ビジョン2030」で、スローガンとして「Connect for Well-being」として明文化しています。しかし、当社にとってのWell-beingのDNAは、2019年に始まったことではなく、会社創立以来、綿々と続いていることなのです。

当社のミッションは、世界の人々の美と健康に貢献することです。これは変わらないミッションです。「経営ビジョン2030」を策定した際に、ミッションから派生する形で、より穏やかな表現で、フィジカルな健康だけでなく、メンタルの健康と、さらに社会的にも健康な状態であること、そしてそれを取り巻く環境面の健康、すべてにおいて満たされた幸福な状態を総合的に言い表す言葉として、Well-beingを採用しました。

実際に当社は事業領域の幅を広げていますが、それぞれの事業をWell-beingの中で位置づけ、それぞれをConnect=つなげることで、社会に貢献していくことを明確に打ち出しました。

## Well-beingで「選択」し、事業は「分散」させる

事業がWell-beingのミッションでつながるだけでなく、社員がWell-beingであることも大切にしています。当社の成長の要因に、多くの社員が、心身ともに健康で、人生を謳歌し、伸び伸びと自由闊達に仕事に邁進していることがあると確信しています。事業ポートフォリオだけでなく、社員がWell-beingでいることを含めて、Well-being経営と考えています。

私が当社に入社したのは2019年1月ですが、非常に好奇心が旺盛な社員が多いという印象を持ちました。124年の歴史の中で、社員がチャレンジする文化が根付いてきたのだと思います。

そうした好奇心やチャレンジ精神がベースとなって、2000年以降の事業領域の拡大につながっているのだと思います。しかし、好奇心の赴くままチャレンジしていると、事業も広がりすぎるリスクもあるので、社長としての私の使命は、社会の健康や幸福の追求から外れていないか、当社のミッションに則しているのかどうかを見極めることだと思っています。

企業経営において「選択と集中」が行われることがありますが、当社の場合は「選択と分散」を大切にしています。Well-beingという事業スコープは「選択」します。一方で実際に事業を展開する際には、OTC医薬品もあれば、スキンケアもあれば、医療用医薬品もあれば、再生医療もある。そこは「分散」するのです。

わかりやすい例を挙げますと、2022年11月29日付けで「動物と人間の幸せな共生社会の実現」を理念に掲げ全国でペットショップ「Pet Plus(ペットプラス)」を運営するAHB社と業務提携を締結し、「コンパニオンアニマル事業」をスタートさせました。

コンパニオンアニマルは、従来ではペットという言葉でなじみがあると思われそうですが、その存在意義や価値、役割が大きく変わってきています。人にとってかけがえのない存在であるコンパニオンアニマルの幸せは、人のWell-beingにもつながります。当社は人と同様にコンパニオンアニマルにとっても心身の健康がすべての源であると捉えており、これまで培ってきた研

## トップメッセージ

究やネットワークを応用しながら、時にパートナー企業と連携することでコンパニオアニマルの健康をサポートしていきます。そこでは、再生医療技術の活用やスキンケア商品の開発も想定しています。事業の名称

をコンパニオアニマルとしたのも、人間のパートナーとして動物を捉えることで、Well-beingという事業スコープの範疇にあると捉えているからです。

### 注力する事業領域は変わってもいい

Well-beingという事業スコープの中で領域を広げていきますが、それぞれが独立して広がるのではなく、事業をつなげながらカバーしていくことが大きな目標です。挑戦する事業の成長だけでなく、それぞれの事業をつないでブレイクスルーする商品を開発する。そして事業同士での相乗効果を図る必要があると考えています。

「経営ビジョン2030」では、6つの事業領域を設定しましたが、注力する事業領域は変わってもいいのです。



ビジョンは、5年後や10年後の会社のあるべき姿を描いたものです。コロナ禍があり、社会環境も大きく変わりました。さらにその先の5年後、10年後を考えたとき、ビジョンは逐次見直していくことも必要です。世界の人々の美と健康に貢献するというミッションは変えてはいけませんが、ビジョンは変えて然るべきだと思っています。Well-beingに貢献することであれば、新しいビジョンは積極的に取り入れたら良いのです。コンパニオアニマル事業もその一環です。

新しい事業領域は、バイタルサインが計測できるウェアラブルデバイスかもしれません。また、非侵襲で数値を検査する技術が発展すれば、当社の検査薬の事業もさらに大きく発展できる可能性があります。あくまでもこれらは、可能性の一つとして挙げたもので、具体的には今の若い社員の一人一人が考えていくことです。Well-beingを横串にして、それぞれの事業が相互に補完し合い、かつ相乗効果が生まれるのであれば、6つの事業領域としたビジョンは、今後、変わるかもしれません。可能性を常に追求し続けることができれば、ロート製薬の持続的な成長は成し遂げられると考えています。

### 社員がWell-beingでいるための施策

当社の成長のために重視していることの一つに、人材育成を含めた人事施策もあります。繰り返しになりますが、事業を成長させるためには、社員がWell-beingでいることが欠かせません。

人事施策の一つに、2016年から有志社員の発案をもとに、「社外チャレンジワーク(複業)」と「社内ダブルジョブ(兼務)」をスタートさせています。「社外チャレンジワーク」では、会社の枠を超えた働き方を通じて、社内では得難い経験を重ね、自身の成長につなげることで本業にも還元することを目的としています。「社内ダブルジョブ」では、自ら手を挙げ、就業時間の中で部門の枠を超えて、他部署でも働くことで、社員一人ひとりの新たな可能性を引き出すことを目的としています。社内外でのマルチジョブを推進することで、さまざま働き方で社会

に貢献できる人材輩出を目指しています。

以前から導入されている仕組みに、社員が年1回記入する、マイビジョンシートがあります。3年後にはこういう仕事をしたい、こんなキャリア目標があります、といったことを書いてもらいます。記入されたマイビジョンシートは直属の上司を通さずに経営幹部に直接提出され、経営陣が時間をかけて読み込んでいます。そしてそれが、実際の人事異動や事業戦略に生かされることがあります。

このマイビジョンシートでは、本当の自分の思いを会社にぶつけることができます。しかし、マイビジョンシートは、経営陣が社員の思いや要望を聞くためというよりも、自分の成長を促すためにあるということは補足しておきたいと思います。むしろ年1回の自分を棚卸し



する場だと言っても良いでしょう。

マイビジョンシートと同様に、振り返りとモチベーションアップの意味で、アンケート「Well-beingポイント」を2022年4月からとりはじめ、半期ごとに確認しています。これは、「社会に貢献できているか?」「成長を実感しているか?」「チームワークに貢献できているか?」といった項目に、10段階で答えてもらうものです。働きがいを感じる要因は個人によってさまざまです。しかし、振り返る機会を全社員で設けることによって、社員が自分自身でモチベーションの変化を認識し、周囲の仲間とともに高めていくことを狙いとしています。当然、この評価はマネジメントに対する評価にもつながるので、私たち経営者はWell-being向上のための施策を、常に考え続けていかなければなりません。

2022年10月には、新人事制度「ROHTO WAY2020」をスタートさせました。これは、業務スキルだけでなく、より社会へ貢献できる人として成長し続けることを目的としたもので、「自律と成長」という考え方をベースに、「プロの仕事人」としての継続的な成長をより一層促

すため、競合企業に負けない報酬水準を確保しつつ、年功要素を排し、年齢に関係なく仕事の価値や成果に応じた報酬とすることを基本とした設計にしています。社員一人ひとりが自律型人財へと成長することを促すもので、これにより「個人と会社の共成長」の実現を目指しています。

さらに、2023年6月に「新・働き方宣言」を発表しました。これは、2023年度の大きな方針の一つとなります。夜遅くまで働くような仕事漬けだと、社員一人一人のWell-beingの度合いは上がることはありません。その手段の一つとして、象徴的な目標として「残業ゼロ」を目指すことを掲げています。

強調したいことは、残業ゼロは目的ではなく、Well-being度合いを上げるための手段だということです。定時に帰宅して家族のために時間を使う、自分が成長するための研修を受けるといった自己啓発に使う。Well-being度合いを上げることが、経営基盤の強化につながると考えています。

## 長期安定成長を志向

2024年3月期の業績見通しでは、売上高で前年同期比10.2%増の2,630億円、営業利益で同9.0%増の370億円の増収増益を見込んでいます。配当も、20期連続で増配を予定しています。

OTC医薬品、スキンケア、機能性食品が、当社の事業の核であることに変わりはありません。コロナ禍を経て、国民の皆様が、普段から免疫力を高める意識が高まっており、セルフメディケーション、セルフケアの市場はまだ伸びていくでしょう。

こうした市場背景から、2023年度の目標達成は、充分に見込めると考えていますが、今改めて、3つの事業を丁寧につくり込む意識を、社内で問い直しています。好景多しではないのですが、業績が好調の時に慢心になり落とし穴に陥ることは、企業経営において起こりうることです。お客様をよく見て、お客様のWell-beingに貢献するという思いを込めて、最後まで妥協せずに開発をやり遂げることに尽きると思っています。

一方、医療用医薬品の分野は、先行投資の段階にあります。一般ユーザー向けではなく医療用に向けての開発なので、その事業モデルは、OTC医薬品、スキンケア、機能性食品とは全く異なります。数年後には医療用医薬品として承認を受けることを目標に、開発を続けており、リターンを見込める収益構造の構築を図っていきたく

と考えています。

当社は、長期安定成長を志向しています。何年で売上を何倍にするといった目標設定は考えていません。Well-beingに貢献することで、毎年着実に、長期に安定して成長させていく方向で、経営の舵取りをしたいと考えています。

お客様、お取引先、株主様、社員、そしてロート製薬を取り巻く社会全体をステークホルダーとして捉え、ステークホルダーの皆様が健康であり幸福であり続けるために貢献してまいります。





# ロートが目指す 「Well-being経営」 とは

社内外に「Well-being」の輪を広げていくために、

「健康」「美」「サイエンスに基づく高い品質」  
「一人ひとりが自律し、チャレンジを続ける企業文化」  
といった当社の事業的強みや文化的特徴をベースとしながら、

当社と当社を取り巻く世界中の人々が、  
健康で笑顔あふれる幸せな毎日を過ごしながら、  
長寿を全うできる社会環境の実現を目指し、  
社内外の仲間と手を携え挑戦し続けること。

## 長期視点経営

「社会の公器」たる企業として、  
事業活動によって得られた利益を  
ステークホルダー全体に  
持続的に還元するため、  
短期的利益を求めるのではなく、  
長期視点から持続的に  
社会に貢献していきます。

## 健康ポートフォリオ の充実

さまざまな分野で  
ソリューションを提供することで、  
よりたくさんの方々の健康に  
貢献することを目指します。  
結果として複数の強い事業の柱を形成し、  
安定した経営基盤を  
構築していきます。

## 各地域における 自前のものづくり

各地域での開発から販売まで一気通貫した  
「自前のものづくり」を大切にしています。  
それぞれの地域や社会に必要な目線と品質への  
こだわりを追求することが、世界中の方に  
Well-beingを届けることにつながります。  
グループ各社が自走できる経営体制を  
構築することで、グループ全体の  
サプライチェーンリスクを  
最小限にできると考えています。

### 株主・投資家

長期視点に立ち、社会に真に貢献できる企業となることで安定的で持続的な企業価値の増大に努め、「配当性向25%」を目安としつつ、業績に応じた配当を実現する。

### 生活者・将来世代

高品質な製品やサービスを適正な価格で提供することで、心身の健康づくりに貢献する。また、健康増進につながる知識の普及や啓発活動を通じて、人々のWell-beingに貢献する。

### 取引先 (仕入先・販売先)

売上を着実に拡大することによって、取引先に対する支払いを増加させ、取引先の雇用に貢献する。

# Well-beingを 共創する ステークホルダーへの約束 プロフィット・シェア・ ポリシー

### 従業員・家族

売上・利益の着実な成長により雇用を創出し、報酬、福利厚生、教育・研修などを通じて適切に還元していく。健康経営の推進により、社員やその家族の心身の健康づくりを支援する。

### 国・地域社会

事業活動によって得られた利益を納税し、社会的責任を果たす。また、事業活動や社会貢献活動を通じて、地域社会の活性化や、Well-beingな社会づくりに貢献する。

### 環境 (地球社会)

温室効果ガス排出量の削減、資源や環境の保全、資源循環型社会の構築など環境への配慮に取り組み。

## CFOメッセージ

# ロートグループの更なる飛躍と成長へ向け、 「健全な財務体質」、「成長投資」、 「安定的な株主還元」を同時実現



### 斉藤 雅也

取締役副社長  
チーフファイナンシャルオフィサー  
(CFO)

2022年度は、新型コロナウイルス感染症の行動制限が緩和され、社会経済活動が正常化に向けて歩み始めたものの、世界的なインフレの進行、エネルギー価格や原材料価格の高騰等から国内においては節約志向が進むなど、事業環境は大変厳しい1年となりました。当社の財務方針としては、「健全な財務体質」、「成長投資」、「安定的な株主還元」のバランスの取れた運営を目指していますが、2022年度は不安定な市場環境の中でそれぞれを実現しながら各利益段階で最高益を生み出すことができました。

ロートグループ総合経営ビジョン2030の実現に向け、基幹事業を着実に育成するとともに、新規分野の成長投資を継続できている点は、当社の財務的な強みと考えています。現在進めている再生医療をはじめとする成長投資分野に取り組むことは、将来の当社グループの製品・サービスのバリューチェーンを更に充実させるとともに、それらが有機的につながることで大きな付加価値を創出し、世の中のWell-beingの向上や当社企業価値の向上にも大きくつながってまいります。そのためにも基幹事業であるOTC医薬品やスキンケア事業の基盤を確固たるものとするとともに、そこで得られた利益を、将来の成長機会に対する投資や、研究開発、人的資本投資、環境対応、株主還元といった取り組みにしっかりとバランス良く配分、還元していくことが、将来の持続的成長の実現のために必要不可欠と考えています。

また、企業の社会的責任への期待と非財務情報開示要請の高まりなどを背景に、年々、ESG経営の重要性が高まっています。外部の要請に対応した情報開示を行うだけでなく、当社のパーパスである「すべての個人や社会をWell-beingに導くこと」を実現するための非財務分野の目標を設定するなど、開示や取り組みが不足している点を検証し、対応強化を進めていきます。また、グループ税務方針を策定し、当社が事業を展開する各国・地域において公正で適正な税務対応が常に行われるように徹底してまいります。

今後も、グループ全体のキャッシュ・フローマネジメントの強化及び健全な財務体質の維持に留意するとともに、ESG担当役員として非財務の価値を十分に勘案した上で、ロートグループ総合経営ビジョン2030の実現と企業価値の向上を図っていきます。そして、当社グループのビジョンと戦略を深く理解していただけるよう、財務・非財務情報の開示や説明会等の機会を通して、ステークホルダーの皆様との対話をさらに充実させていきたいと思っております。

## 収益性の向上

継続的な事業育成のために、需要の拡大(売上高成長率)、及び、それを可能にする強固な収益性を重視しています。2019年より続けてきた構造改革の結果、マーケティングアプローチの改革による販管費の削減や、返品削減、自グループ工場の生産性向上、原材料や商品調達の見直しによる原価率の低減を通して、営業利益率を高めました。原材料費の高騰など厳しい環境は続きますが、引き続き収益性を高める活動を進めてまいります。

## 健全な財務体質

攻めの成長投資に力を入れていくためにも、健全で強固な財務基盤を確保していくことが重要となります。当社グループはますます見通しのつきにくい将来の環境変化に備え、2023年3月期末には流動比率237%、自己資本比率67.6%と高い水準を確保しながら、同時に2023年3月期の自己資本利益率(ROE)13.6%、5年平均11.4%と年々向上させています。

## 積極的な成長投資

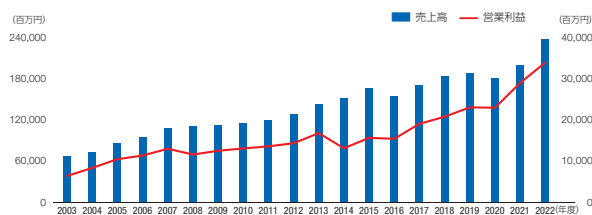
既存事業においては安定した成長とグローバル展開を続けています。一方で、10~20年先を見越した新規事業については、知の探索として長期的な投資アクションを行っています。また、企業の持続的な成長のために、研究開発に加えて人的資本、環境対応、設備投資への配分も確り行っています。このような投資を積極的に行いながら、潤沢な営業キャッシュ・フローにより、安定してフリー・キャッシュ・フローを生み出しています。

## 安定的な株主還元

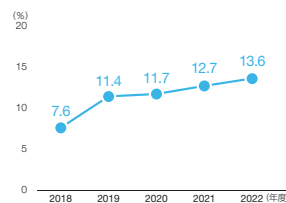
株主還元の基本方針は、配当性向25%を目安とした配当により安定して株主還元を充実させていくことです。当社は、2022年度も売上・各利益段階で過去最高を更新し、19期連続増配となりました。2023年度も増配となる予定です。これからも、事業の成長により長期的に企業価値を向上させていくことに全力で取り組んでまいります。

2023年1月に普通株式1株につき2株の割合をもって株式分割を行いました。投資単位当たりの金額を引き下げることにより、株式の流動性の向上と投資家層の拡大を図ることを目的とするものです。2022年度末の株主数は個人株主を中心に前年度末より2,400人増加し、18,688人となりました。個人株主の皆様は、当社商品をご愛顧いただける大切なサポーターであり、今後も成長投資の増加とお客様に喜んでいただける商品を開発し、お届けし続けることで長期的な企業価値の向上を図っていきたく思います。

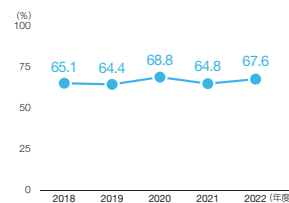
### 売上高・営業利益の推移



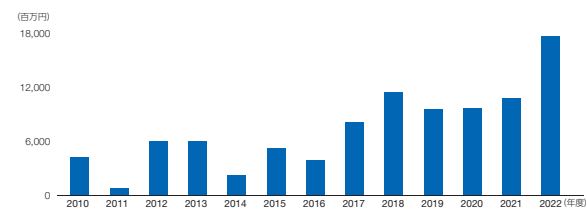
### ROE



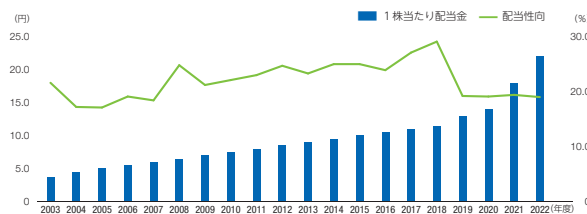
### 自己資本比率



### フリー・キャッシュ・フロー



### 1株当たり配当金・配当性向の推移

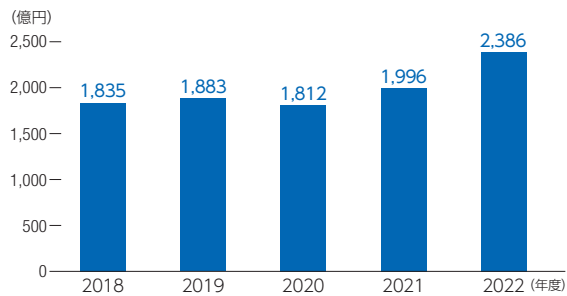


# 財務・非財務ハイライト

## 連結財務ハイライト

### 売上高

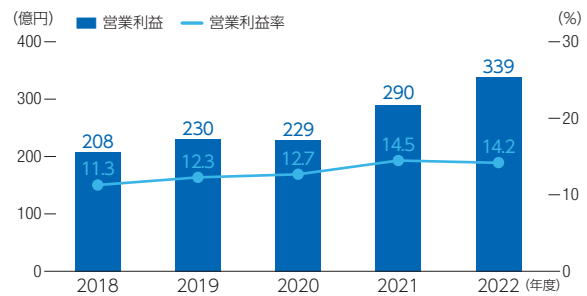
2,386億円



- 新型コロナウイルス感染症の影響はあるものの消費マインドの回復とお客様のニーズに合った新商品提案に加え、円安が売上高の大幅な増加に寄与しました。

### 営業利益／営業利益率

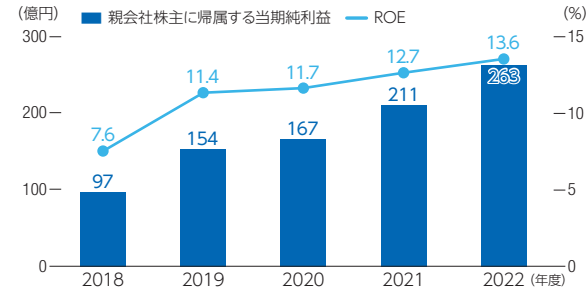
339億円 / 14.2%



- 原材料の高騰等により原価率は悪化したものの、大幅な増収に加え、販管費の効率的活用に努めた結果、大幅な増益となりました。

### 親会社株主に帰属する当期純利益／ROE

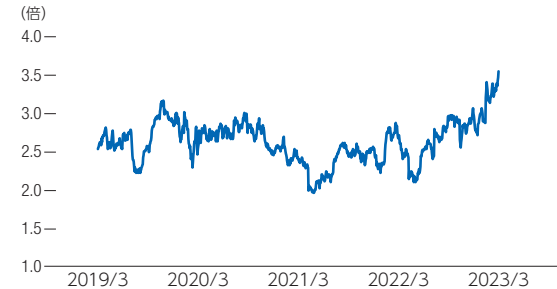
263億円 / 13.6%



- 親会社株主に帰属する当期純利益も過去最高益を更新いたしました。ROEの5年平均も11.4%と上昇しています。

### PBR

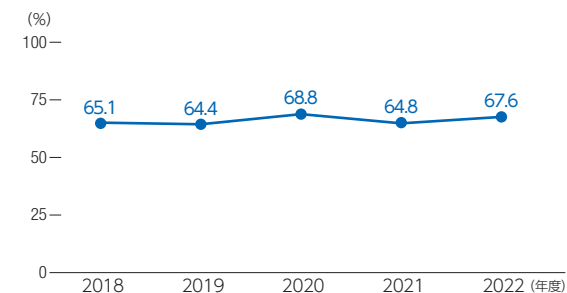
3.55倍 (2023年3月末時点)



- PBRは安定的に2.5倍程度で推移しており、直近では3.5倍程度となっています。ROEが資本コストを上回っていることが反映されていると考えられますが、引き続き資本収益性向上を目指します。

### 自己資本比率

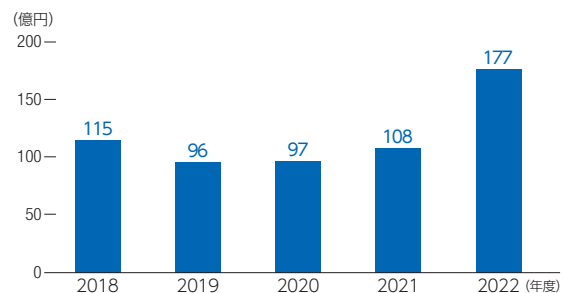
67.6%



- さまざまな社会情勢による厳しい経営環境が継続する中でも安定的に高い水準で自己資本比率を維持しています。

### フリー・キャッシュ・フロー

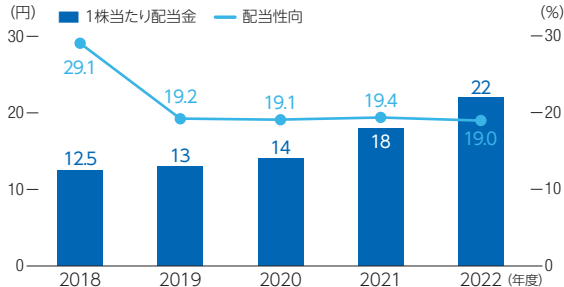
177億円



- 新規事業への投資や設備投資を実施しながらも、常にプラスで推移しています。

### 1株当たり配当金／配当性向

22円 / 19.0%

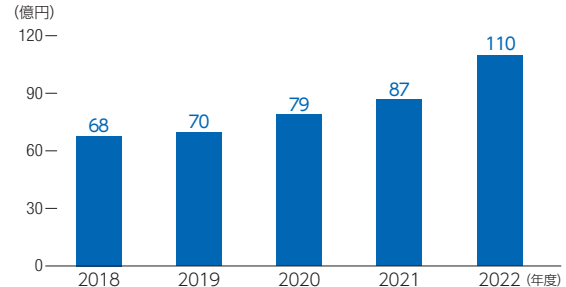


- 2023年度は年間配当24円を予定しており、20期連続増配となる予定です。

※2023年1月1日に株式分割を実施。2018年度期首に当該株式分割が行われたと仮定して算定。

### 研究開発費

110億円



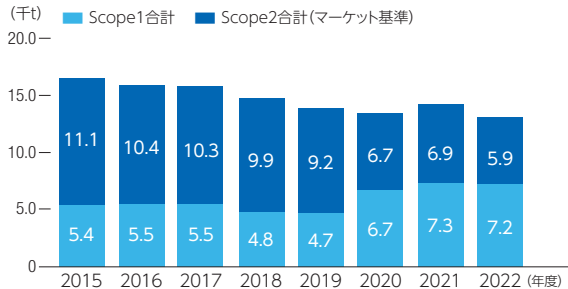
- 中長期的な成長のため、医療用眼科領域や再生医療に先行投資を行っています。

## 非財務ハイライト

※ロート製薬株式会社のみ

### 環境 CO<sub>2</sub>排出量 (Scope1・2)

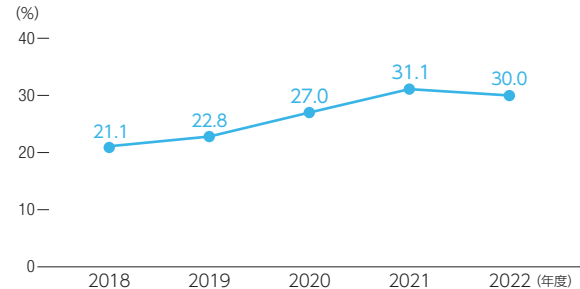
13,120 t/年



- 生産量の増加や新工場の本格稼働によってエネルギーの使用は増えていますが、太陽光発電の活用やCO<sub>2</sub>フリー電力への一部切り替えが寄与し、CO<sub>2</sub>排出量は減少しました。

### 人財 女性管理職比率

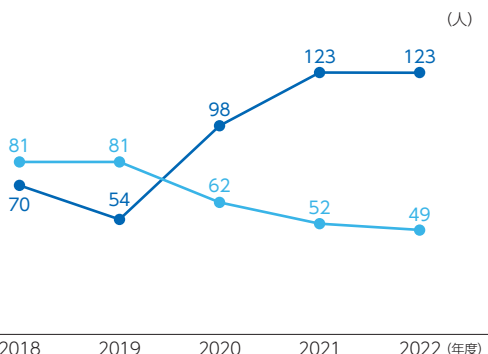
30.0%



- 女性採用を積極的に進めており、女性管理職比率も高い水準で推移しています。性別に関わらず能力を発揮できる働きやすい職場づくりを推進しています。

### 人財 社外チャレンジワーク(複業)と社内ダブルジョブ(兼務)

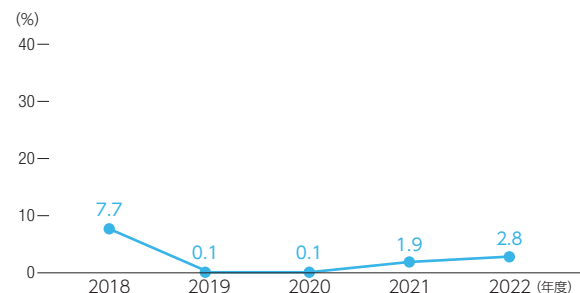
社外チャレンジワーク 社内ダブルジョブ



- マルチジョブを通じて、社員の新たな可能性を引き出しています。

### 人財 喫煙率

2.8%



- 喫煙率ゼロを目標に、継続して取り組んでいきます。

# At a Glance

2022年度

売上高

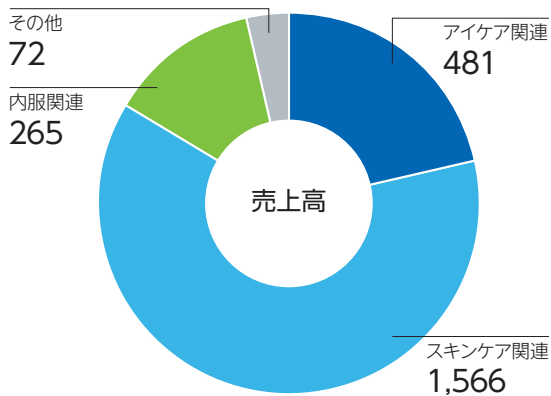
**2,386** 億円

営業利益

**339** 億円

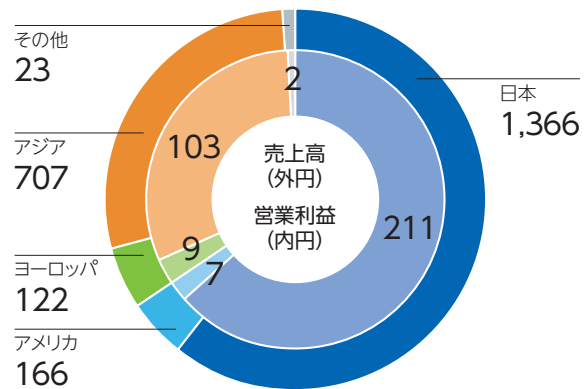
## 事業セグメント別売上高

(億円)



## 地域別売上高／営業利益

(億円)



※億円未満は切り捨てて記載しています。

※営業利益総額には、地域(セグメント)別の他に、調整額(5億円)が含まれます。調整額は、全額がセグメント間取引消去です。

### アイケア関連

目薬、洗眼薬、コンタクトレンズ、コンタクトケア用品の製造・販売を手掛けています。



### スキンケア関連

皮膚用薬や痔疾用薬などの医薬品、機能性化粧品やリップクリーム、日やけ止め、ヘアケア用品などの化粧品の製造・販売を手掛けています。



### 内服関連

胃腸薬、便秘薬、アレルギー用薬、漢方薬などの内服薬やサプリメントをはじめとした食品の製造・販売を手掛けています。



### その他

検査薬や医療機器などの製造・販売や細胞加工事業などを手掛けています。





## グループ会社と従業員数

当社及び連結子会社 **46社** 連結従業員数 **7,176人**

※2023年3月31日現在

その他関係会社36社

### ヨーロッパ

375人  
8社  
3工場

### アジア

3,500人  
13社  
5工場

### 日本

2,784人  
15社  
9工場

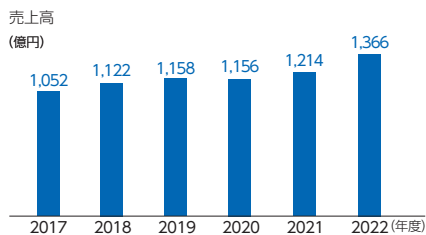
### アメリカ

471人  
9社  
3工場

その他 46人 1社 1工場

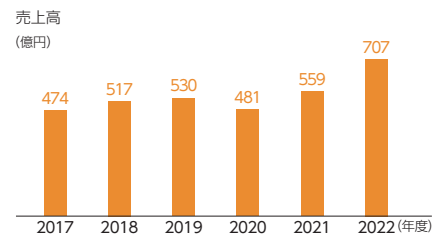
### 日本

ロート製薬ではスキンケア、内服・食品関連、スキンケア関連など幅広い展開を行っています。また、子会社において、内服薬、目薬や医療機器、痔疾用剤を展開しています。



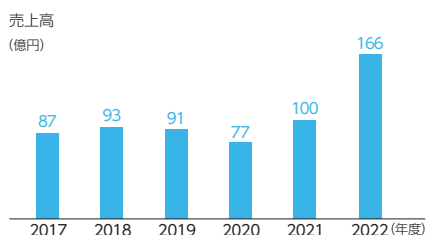
### アジア

目薬や日やけ止め、ヘアケア、肌ラボやダーマセプトをはじめとした基礎化粧品など幅広く展開をしています。サプリメントの展開も少しずつ広がっています。



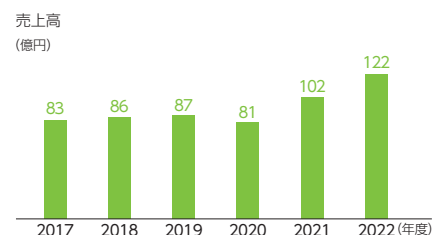
### アメリカ

目薬、OXY、メンソレータム軟膏やリップクリームを中心に展開をしています。2021年秋にハイドロックス・ラボラトリーズ社を子会社化し、消毒用アルコール製剤が大きく利益貢献しています。



### ヨーロッパ

外用消炎鎮痛剤Deepシリーズを中心に、HADALABO TOKYOなどのスキンケア、ダクス・コスメティクス社のPerfectaなどの化粧品を展開しています。目薬の販売もスタートしました。



⇒ 詳細はP.25

# 数字で見るロートの強み

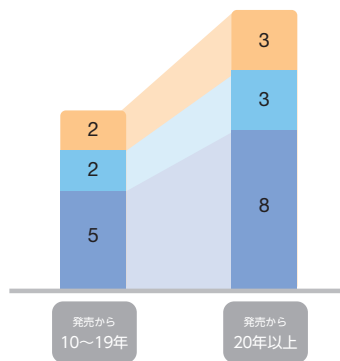
時代を超えて魅力を届ける

## ブランド力

当社はヘルスケアカテゴリーにおいて、幅広い商品群と長年にわたってご愛顧をいただくブランドを多数有しています。1964年の「V・ロート」発売以来、多くの商品をお届けしてきた「V・ロート」シリーズは、現在でも多くの方にご愛用いただいています。「パンシロン」「オバジ」「肌ラボ」など、医薬品からスキンケアまで、数々のロングセラー商品やヒット商品が、生活者の皆様の健康づくりに貢献しながら、成長を続けています。

ロングセラーブランド\*

■ 10億円以上 ■ 30億円以上 ■ 50億円以上



ロングセラー

23  
ブランド

\* 発売から10年以上継続販売、2022年度の売上が10億円以上のブランド



新製品

76  
アイテム

(2022年度)



\* NB品のみをカウント、企画品を除く

## 時代を読み、適切に届ける スピード力

営業、マーケティング、お客様サポート、開発、生産の各部門が連携し、気づきや兆しがオンタイムに確認できる環境を整え、お客様に向き合った商品開発や提案がスピーディに行えるように取り組んでいます。皆様にWell-beingな毎日をお届けするために、新たな提案を続けていきます。

## 技術力・開発力 —6つの柱に代表される幅広い研究分野—

創業以来124年積み重ねてきたノウハウとこだわりで、機能や効果はもちろんのこと、長く使い続けていただける使い心地を追求した研究開発を行っています。その分野は、胃腸薬、目薬、花粉症治療薬、皮膚用薬、漢方薬、発毛剤、体外診断薬、コンタクトレンズ、スキンケア、ニオイケア、機能性食品、食品、農業、畜産、そして再生医療と幅広く裾野を広げています。社内では幅広い分野の研究員の交流により、分野を超えたシナジーが生まれ、また社外でも産学両面から幅広い分野での共同研究が行われ、新しい発見や応用が可能となります。さらなる進化を目指します。

124年

の歴史と技術

眼科薬特許  
総合力

1  
位

先進技術力に裏付けされた

## 知的財産

眼科薬 関連技術 特許総合力ランキング\*

- |            |                             |
|------------|-----------------------------|
| 1 ロート製薬    | 6 PFIZER                    |
| 2 参天製薬     | 7 興和                        |
| 3 千寿製薬     | 8 F.HOFFMANN LA ROCHE       |
| 4 NOVARTIS | 9 BRISTOL-MYERS SQUIBB      |
| 5 ABBVIE   | 10 UNIVERSITY OF CALIFORNIA |

当社は、特許の質と量から総合的に見たランキングにおいて「眼科薬関連技術特許総合力1位」となりました。

先進的な研究から新規性・独自性の高い商品開発へとつなげ、世の中のWell-beingに貢献していきます。

\*出所：(株)パテント・リザルト調べ。1993年1月から2022年9月9日までに発行された特許を対象とする。企業の表記は、パテント・リザルトの発表に基づく。

# グローバル —地域に根付いた展開カー

当社は子会社であるメンソレータム社との協業により海外進出を積極的に進めています。現在110か国以上でロートグループの商品を展開しており、連結海外売上高比率は約4割と高い比率となっています。特に東アジア、東南アジアは当社の成長を牽引しており、また欧米やアジアに続いて、現在は南米やアフリカなどの新興国でも現地法人を立ち上げ、ビジネスを進めています。この世界に広がるネットワークは、当社の強みの一つとなっています。各地域では、各国の風土や習慣、嗜好だけでなく各国の規制にあわせた展開が必要です。ブランドや商品の大切な部分を踏襲しながらも、各地域において開発から販売まで一気通貫した自前のモノづくりや人財育成を大切に考えて展開を行っています。

**110** か国  
以上での商品展開

よろこびっりの声

**2,400** 件  
(2022年度)



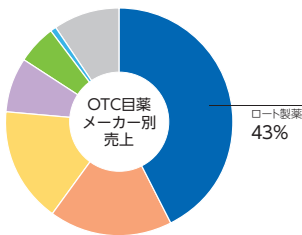
## 徹底的なお客様視点

当社はお客様からいただいた声を「よろこびっりの声」として社員全員で共有しています。お客様の声に感謝し、励みにしながら、製品改良や次の商品企画に取り入れています。はじめは1952年(昭和27年)「ロートペニマイ目薬」に同封した「御愛用者の声」調査カードと名付けられたアンケートはがきです。それ以来70年以上にわたり、はがきをはじめ電話やメールなどさまざまな形でいただいたお客様の声を、大切にしています。

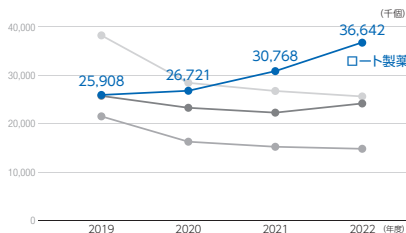
## カテゴリートップを目指す

当社の売上の20.2%がアイケア関連、65.6%はスキンケア関連となっていますが、それぞれの分野において、圧倒的なお客様支持をいただいています。日本において、OTC目薬では長年にわたって高いシェアを維持しており、2022年度においても市場シェア43%<sup>※1</sup>とカテゴリートップに位置しています。また、スキンケアにおいても2022年度にはNo.1メーカー<sup>※2</sup>となりました。開発力とお客様視点で、今後も参入カテゴリにおいて多くの支持をいただけるよう努めていきます。

OTC目薬 メーカー別売上(2022年度)



スキンケア メーカー別売上(2022年度)



## OTC目薬

売上 **No.1** <sup>※1</sup>

## 基礎化粧品

売上 **No.1** <sup>※2</sup>

※1 インテージSRI+ 目薬  
2022年4月-2023年3月推計販売規模数量  
※2 インテージSRI+ 化粧品計(5カテゴリ-)  
2022年4月-2023年3月推計販売規模数量

気づき提案件数

**10,813** 件  
(2022年度)

## 改鮮で実現する 高品質

QCD(Quality:品質、Cost:コスト、Delivery:納期)の改善を目指し、改善サイクルの維持・継続を目的として2005年に「改鮮隊」を発足させました。当社では、人の気づきから生まれる「改鮮」こそが進化の種と考え、いつでも新鮮な気持ちで改善に向き合い、QCDの改善につながることは「まずやってみる・変えてみる」を基本スタンスに、一人ひとりが意思を持って取り組むことで、品質向上とコストダウンの両立を図っています。高い品質を実現する、人財の育成にもつながっています。

# 価値創造の歴史

明治のはじめ、胃病で苦しむ人々の健康を守りたいと考え、当社は創業いたしました。以降、「健康」をコアバリューに、時代や社会のニーズに対応し、知恵と研究を重ね、世界の人々に価値ある商品やサービスを通して「健康」をお届けしています。悩みに向き合い、イノベーションで挑戦を続けていきます。



- 工場 1959年 大阪工場開設
- M&A 1988年 メンソレータム社(アメリカ)
- 工場 1998年 ベトナム工場開設
- 工場 1999年 上野工場開設

- M&A 2002年 エムジーファーマ(株)
- 研究所 2006年 リサーチビレッジ京都開設
- M&A 2007年 目黒化工(株)(現・クオリテックファーマ(株))

2000年代

2010年代

現在

医薬品の発想を  
化粧品に  
機能性化粧品の  
誕生

スキンケアで肌を守る時代から自ら美しさを追求していく時代に。肌の根本に着目したオバジ、肌研(肌ラボ)など機能とエビデンスを追求し、これまでの考え方を覆した新たな価値を提案。



オバジ



肌研(肌ラボ)

- 2001年 Obagi
- 2003年 メディクウィック
- 2004年 肌研(肌ラボ)
- 2004年 ドライエイド

分かりやすさと  
手に取りやすさで  
漢方薬市場へ  
参入

従来の漢方薬の常識の枠にとらわれず、分かりやすいパッケージと飲みやすさで漢方薬をより身近に。1週間から試せるパウチタイプも発売。



和漢箋

- 2006年 和漢箋
- 2006年 OXY
- 2007年 セノピック
- 2007年 50の恵

先端技術を凝縮  
カウンセリング  
化粧品販売への  
挑戦

当社の最先端の技術を凝縮し、百貨店における化粧品のカウンセリング販売をスタート。お客様の声にじっくりと耳を傾け、最新の技術を取り入れた革新的なスキンケアを提案しています。

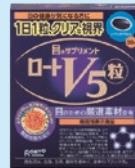


episteme

- 2008年 スキンアクア
- 2009年 メラノCC
- 2009年 episteme

セルフケアは  
日常の食から  
機能性表示食品  
発売

OTC医薬品アイケアトップメーカーとして、目のサプリメントである機能性表示食品「ロートV5粒」を発売。食は未病対策や疾病の予防につながる大切なものと考え、食事業にも挑戦しています。



ロートV5粒

- 2013年 デ・オウ
- 2014年 ケアセラ
- 2015年 ロートV5粒

アイケア新時代へ  
現代人の  
過酷な目を考えた  
高機能目薬

デジタル社会をはじめとするあらゆる環境変化が目を酷使する時代へ。目の蓄積疲労を考えた高機能目薬を発売。目薬の可能性を広げ、「最高の一滴」を追求し続けています。



Vロートプレミアム  
シリーズ



Vロートプレミアム  
アイ内服錠

- 2016年 Vロートプレミアム
- 2018年 デオコ
- 2021年 dotest運動精子濃度テストキット  
ドゥーテストCOV19
- 2022年 Vロートプレミアムアイ内服錠

その他

スキンケア関連商品

アイケア関連商品

内服医薬品・食品関連商品

- 新規事業 2013年 再生医療研究をスタート
- M&A 2015年 摩耶堂製薬(株)
- 新規事業 2019年 医療用眼科領域へ進出

- M&A 2020年 (株)日本点眼薬研究所(現・ロートニッテン(株))
- M&A 2021年 天藤製薬(株)
- M&A 2021年 オリンパスRMS(株)(現・インターシステム(株))
- 工場 2022年 上野新工場棟開設
- 新規事業 2022年 コンパニオンアニマル領域進出

# 価値創造プロセス

創業以来、ロート製薬は事業活動を通じて世界の人々に健康をお届けし、多くの資産や事業的・文化的強みを獲得してまいりました。現在、これらの資産や強みを活かしてさまざまな製品やサービスを開発、製造、販売し、世界のWell-beingに貢献しています。また、社会の公器たる企業として、生み出された利益をステークホルダーの皆様に

## インプット

### 人的資本

- 従業員数 …………… 1,628名(単体) 7,176名(連結)
- 連結従業員比率
  - 日本 …………… 38.8%
  - アジア …………… 48.8%
  - アメリカ …………… 6.6%
  - ヨーロッパ …………… 5.2%
  - その他 …………… 0.6%

### 製造資本

- 主な生産拠点 …………… 21か所
- 新工場棟建設・スマート工場化による生産能力の拡張

### 知的資本

- 研究開発費 …………… 110億円
- 眼科薬特許総合力 …………… 1位\*  
※ 詳細はP.17
- 各国・地域の環境に合わせたマーケティングノウハウ

### 財務資本

- 売上高経常利益率 …………… 14.9%
- PBR(株価純資産倍率) …………… 3.55倍
- ROE(自己資本当期純利益率) …………… 13.6%
- 格付 …………… A+(株式会社日本格付研究所(JCR))

### 社会・関係資本

- グループ会社数 …………… 82社(グローバル)
- 製品販売国数 …………… 110カ国以上

### 自然資本

- 電力使用量 …………… 28.6MWh
- 水使用量 …………… 276km<sup>3</sup>

※ 数字はいずれも2022年度

## マテリアリティ

### ロートの強み



### Well-beingの実現



詳細はP.24~



#### 人的資本の最大化

詳細はP.39~



#### 地球環境への貢献

詳細はP.45



#### 社会との共生

詳細はP.50~



#### 経営基盤強化

詳細はP.59~







## 経営理念・

還元するとともに、将来への投資を積極的に行うことで資産や強みをさらに強化し、新たな価値を創造しています。当社は、この価値創造プロセスを通じて持続的な成長とWell-beingな社会の実現を目指しています。

アウトプット

アウトカム

事業活動

	OTC医薬品 (一般用医薬品)	目薬、皮膚薬、胃腸薬、漢方、 検査薬、痔疾用薬など
	スキンケア	基礎化粧品、日やけ止め、 ハンド&ボディケア、 ニオイケアなど
	機能性食品 食品	機能性表示食品、 サプリメント、 ファーム&レストラン
	医療用 眼科領域	眼科用薬 医療機器
	再生医療	細胞製造、細胞培養関連技術 医薬品・化粧品などにおける 『再生コンセプト』の製品開発
	開発製造受託 (CDMO)	医薬品の開発・製造受託、 細胞加工物製造

- 女性管理職比率… 30.0%
- Well-being ポイント…6.74ポイント
- 社内ダブルジョブ実施者…123名
- 社外チャレンジワーク実施者…49名

- Scope1・2:2013年度比 17%減
- 生物多様性に配慮した製品技術開発
- 環境に配慮した商品開発・素材の採用

- 持続可能な責任ある調達の実施
- 経営陣も含めた会社全体で製品の品質にコミット
- 「次世代育成」「地域創生」「医学の発展」をテーマとした継続的な社会貢献活動

- 継続した業務構造改革の実践
- 事業ポートフォリオ拡充のためのM&Aやアライアンス
- 人と環境に優しい生産体制
- コンプライアンス推進部の設置

## Well-beingな 社会の実現



- 高品質で適正な価格の製品・サービス
- 健康増進のための知識・リテラシー向上



- 成長の機会
- 教育、研修
- 福利厚生
- 報酬



- 協業による新たな価値の創出
- 共存・共栄



- Well-beingな社会づくり
- 利益の納税



- 温室効果ガス排出量の削減
- 資源や環境保全
- 循環型社会の構築



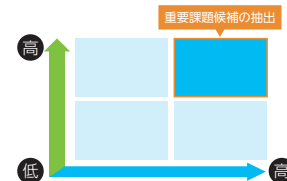
- 安定的で持続的な企業価値の増大
- 業績に応じた配当

# Well-being経営

# マテリアリティ (重要課題)

当社は、サステナビリティにおける重点課題の解決に向けた取り組みを推進するため、事業活動を通じて優先的に取り組むべき課題としてESG/SDGsの観点から5つのマテリアリティ (重要課題) を特定しています。各マテリアリティの取り組みを推進し、企業価値向上と持続的成長の実現を目指します。

## マテリアリティ特定のプロセス

Step1 社会課題の抽出	サステナビリティ委員会において、SDGs、GRIスタンダード等の各種ガイドライン・規範を参考に、グローバルな社会課題やESGのトレンドを分析し、課題抽出を行う。
Step2 重要課題の絞り込み	<p>抽出した課題について、社外役員を含む経営幹部間にて議論を行い、マテリアリティを選定。</p> <p><b>重視した観点</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Well-beingな社会の実現に貢献し、当社や社会の発展に寄与するか?</li> <li>当社の成長戦略との整合性を含め、当社経営への影響度はどの程度か?</li> <li>当社の企業価値向上に資する強化すべきESG施策かどうか?</li> </ul> 
Step3 妥当性の評価・マテリアリティの特定	STEP2の結果、特定したマテリアリティをサステナビリティ委員会にて最終特定し、経営会議で承認。

## 5つのマテリアリティ

マテリアリティ	関連するSDGs
1 事業を通じた Well-beingの実現 Well-beingな社会の実現に貢献するための事業・Well-being製品・サービスの開発力と競争力を強化	3 気候変動, 8 働きがいと経済成長, 12 持続可能な消費と生産, 17 パートナーシップ
2 企業価値向上に向けた 人的資本の最大化 会社と社員の共成長の促進	3 気候変動, 5 働きがいと経済成長, 8 働きがいと経済成長, 10 公平な社会と包摂
3 持続可能な 地球環境への貢献 地球温暖化防止と自然環境との調和	3 気候変動, 6 清潔な水と衛生, 7 持続可能なエネルギー, 12 持続可能な消費と生産, 13 気候変動, 14 海洋資源, 15 陸域生態系
4 社会との共生 社会から必要とされ、信頼される存在となるためのステークホルダーとの信頼構築	3 気候変動, 4 質の高い雇用と経済成長, 5 働きがいと経済成長, 9 産業とイノベーション, 10 公平な社会と包摂, 11 持続可能な都市とコミュニティ, 13 気候変動, 17 パートナーシップ
5 さらなる経営基盤強化 持続的な成長を支えるための財務・組織基盤強化	3 気候変動, 9 産業とイノベーション, 17 パートナーシップ

マテリアリティ・マトリックス (主な課題)		最重要	重要
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">ステークホルダーへの影響度</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">↑ かなり高い</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 人権の尊重</li> <li>● 温室効果ガスの削減</li> <li>● 廃棄物の削減・リサイクルの推進</li> <li>● 水質源、生物多様性の保護</li> <li>● コーポレート・ガバナンス、コンプライアンス意識・体制の強化</li> <li>● リスクマネジメント・対応力の強化</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 医療・ヘルスケア・ビューティー分野における社会課題の解決へ貢献</li> <li>● 商品・サービスの提供における高い品質と適正価格の両立</li> <li>● 消費者へ責任ある対応 (商品・サービスの安心・安全の担保)</li> </ul>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">↑</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">↓ 高い</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 安定的な経営を支えるための財務基盤の強化</li> <li>● CSR調達の推進</li> <li>● 地域社会との共生、将来世代への支援</li> <li>● ステークホルダーとの対話、情報開示を通じた社会的信頼・評価の向上</li> <li>● 労働安全衛生の確保</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 自律した個の成長を支援する人事制度の構築</li> <li>● 従業員のWell-beingの向上 (健康経営推進、エンゲージメント向上)</li> <li>● ダイバーシティの推進 (多様な人材/働き方)</li> <li>● 長期視点での事業・人材ポートフォリオの構築</li> <li>● 費用の効率的な使用、業務プロセスの見直し等 (DX推進含む) による生産性・収益性の向上</li> </ul>
	<p>↑</p> <p>ロート製薬の持続的発展への影響度</p> <p>↓</p>		<p>↑</p> <p>かなり高い</p> <p>↓</p>





# 事業を通じたWell-beingの実現

## ロートグループ総合経営ビジョン2030 Connect for Well-being

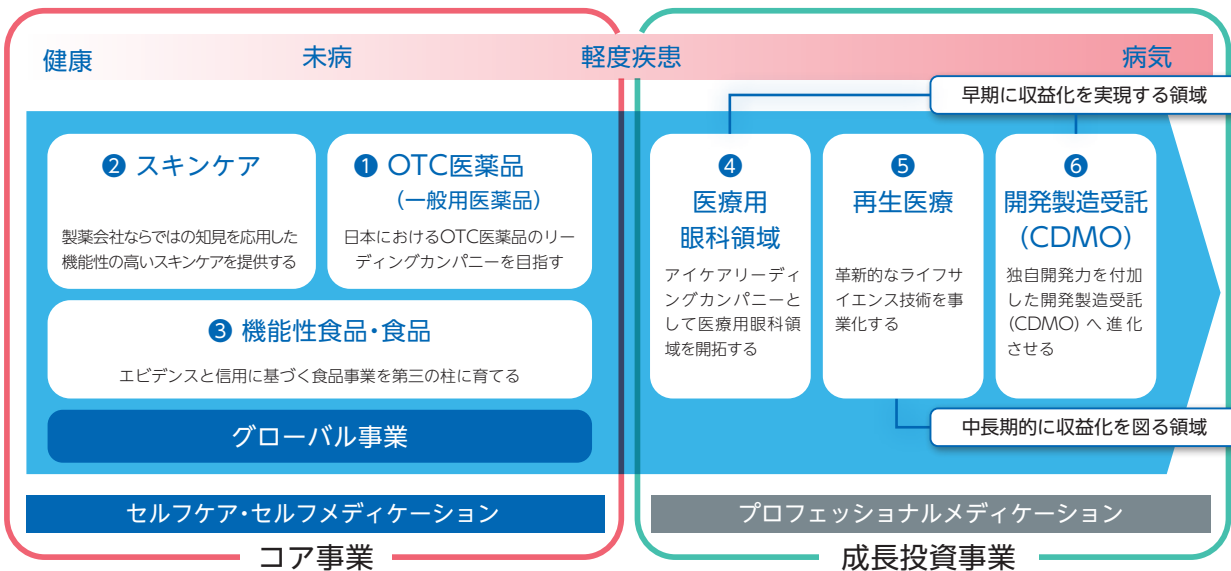
これからも世界中の人々の美と健康に貢献し、当社を取り巻く人々から存在を期待される企業であり続けたい—2019年2月に創業120年を迎えたロート製薬はその思いを明確にするため、2030年のありたい姿を示す「ロートグループ総合経営ビジョン2030」を制定しました。またあわせて今後10年間で当社が注力していく事業領域を明確にし、各領域で目指す姿として「事業領域ビジョン2030」をそれぞれ決めました。

世界の人々と健康をつなぐ (Connect) ことで、世界の人々にWell-beingをお届けし、長寿を健康で幸せに過ごすことができる持続可能な社会の実現を目指します。

事業をつなぎ、新しいシナジーを創造



### 事業領域ビジョン2030で取り組むドメイン



# コア事業のさらなる拡大・強化



## OTC医薬品(一般用医薬品)

### 日本におけるOTC医薬品のリーディングカンパニーを目指す

新型コロナウイルス感染症の蔓延を受け、健康意識の高まりや価値観の変化が起こり、病気の治療だけでなく、診断や予防、未病への対応などOTC医薬品の果たす役割は大きくなっています。

当社は子会社による新分野の拡充や、既存の眼科用薬、皮膚用薬、胃腸薬、漢方薬、検査薬などの幅広いカテゴリーを生かし、健康ニーズに応える商品開発を行っております。高まるセルフメディケーション需要に役立つ商品の提供を通して、一人ひとりが安全で健康に生きられる社会環境への貢献を目指しています。

#### 2022年度概要

##### 成果

健康意識の高まりによる、さまざまなニーズにお応えするため、積極的に幅広いカテゴリーを展開

- 感染症拡大の影響から、セルフ検査のニーズが高まり、新型コロナウイルス抗原迅速検査キットが売上に大きく寄りました。さらに、検査薬事業拡大と新規診断ビジネス事業の展開を目指し、台湾のモバイルヘルス企業iXensor Co.,Ltd.(アイセンサー)に出資しました。
- 高付加価値目薬は、セルフケア需要の高まりから、前年比5.6%増とコロナ禍以前を上回る売上金額を達成しました。
- 当社の新カテゴリーである発毛剤ブランド「リグロ」について、発売5年目で売上10億円を達成しました。
- 非刺激性便秘薬の「ミルマグ」は、お腹が痛くなりにくいという特長を訴求したパッケージへのリニューアルやキャラクターが出演するCMなど、新しいコミュニケーションでブランドの活性化を行いました。



##### 課題と機会

- 引き続き好調な高付加価値目薬を強化するとともに、OTC医薬品アイケアリーディングカンパニーとして、世界中の人々の目の健康に向き合い、アイケアの情報発信や啓発活動など「見える喜び」をサポートする活動も行っていきます。
- 課題となっている内服薬の強化に向け、当社の強みであるアイケアやスキンケアのブランド力を生かした商品開発を推進し、お客様のお悩みに身体の内外からお応えていきます。また、既存品についても、ライフスタイルに合わせたブランディングやコミュニケーションを再構築し、新しいお客様の獲得を目指していきます。
- 新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により、抗原迅速検査キットの需要の落ち込みが予想されますが、診断や予防への意識の高まりから、妊娠検査薬・排卵日予測検査薬・インフルエンザウイルス抗原迅速検査キットを通して、幅広い検査・診断薬の啓発活動を行うとともに、アイセンサーとの検査薬事業や新規診断ビジネスを推進していきます。

#### TOPICS

##### ユニバーサルデザインを取り入れた新パッケージへ

「メンソレータムADクリームm」は発売から33年目を迎えるロングセラーブランドです。お客様から年間約800件のお声をいただいており、使いやすさへのご要望をきっかけに、少ない力で開けやすい新パッケージへリニューアルをしました。医薬品においても効果はそのままだけに使いやすさへの追求を重ね、たくさんの方に長くご愛用いただける商品づくりを目指しています。



##### フェムケア市場に新提案「メンソレータム カブレーナ乳液」発売

女性の悩みに寄り添い、デリケート部位の深刻な悩みにおいて、つらい症状を治し、快適に過ごせる処方を目指しました。

女性の繊細な悩みに向けた研究に長年取り組み、医薬品としての効果へのこだわりとともに、使いやすさや購入しやすさなど、お客様視点を大切に商品開発を行っています。





## スキンケア

製薬会社ならではの知見を応用した機能性の高いスキンケアを提供する

マスク生活やライフスタイルの変化に伴い、スキンケアと向き合う時間が増えたことやSNSによるユーザー視点の情報発信により、スキンケア意識の高まりがみられます。スキンケアの選び方が大きく変化し、肌悩みに効果的な成分や機能がより重視されるようになってきました。

当社は、15年連続肌支持率No.1\*の肌ラボブランドをはじめ、メラノCCやオバジなど、製薬会社ならではの機能性スキンケアを中心に、幅広い年代の方々の肌悩みにお応えする成分の探索や高濃度・高浸透技術で、お客様一人ひとりのニーズにお応えする機能性スキンケアをお届けしていきます。

\*基礎化粧品5カテゴリーの合計販売個数に対する肌ラボシリーズの割合。インテージSRI+SRI+基礎化粧品5カテゴリー(化粧水・乳液・美容液・栄養クリーム・フェイスマスク)セルフ+薬系市場:主要シリーズ別 2007年6月~2017年5月(SRI) 2017年6月~2022年5月(SRI+)販売個数

### 2022年度概要

#### 成果

機能性化粧品が大きく伸長し、  
基礎化粧品販売個数でメーカー第一位\*1を達成

- スキンケア事業の中でも、特に機能性化粧品の伸長が大きく、コロナ禍前を上回る肌ラボの伸長に加え、酵素洗顔が好調のメラノCCの成長が大きく貢献しました。
- 日焼け止めカテゴリーでは、好調なトーンアップエッセンスのラインアップを拡充したスキニアクアブランドが、コロナ禍前を上回る売上で3年連続売上No.1\*\*2を達成しました。

#### 販売個数



\*1 インテージSRI+ 化粧品計(5カテゴリー) 2022年4月~2023年3月 推計販売規模数量

\*2 インテージSRI+ 日焼け止め(ジェル)市場 主要シリーズ別 2019年6月~2022年5月 販売個数

#### 課題と機会

- マスクの着用習慣により市場全体が落ち込んでいたリップクリームも、新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行や脱マスクにより市場回復に転じています。今後はさまざまな色や質感を楽しめるカラーリップの盛り上がりが見込まれ、ニーズやトレンドに合わせて、ケアからカラーリップまで幅広い提案を行っていきます。
- スキンケアカテゴリーでは、オバジや高価格帯の肌ラボが好調に推移。成分や機能性への注目が高まっており、機能性化粧品のパイオニアとして、機能性成分の探索や再生医療研究の知見を生かした研究・開発の強化を行っていきます。また、時代とともに変化するスキンケアへの価値観やニーズにお応えするため、既存ブランドの育成とともに新ブランドの立ち上げを強化していきます。



### TOPICS

#### 50の恵黒髪アクティブエッセンス 香港ヘアケア市場シェアNo.1\*

頭皮・毛髪研究によるオリジナル処方を採用し、2021年3月に香港で発売。ヘアケア意識の高い香港女性に支持され、50の恵ブランドはヘアケア市場においてシェアNo.1\*を獲得しました。2022年より日本のお客様にもお届けしています。頭皮・毛髪研究を強化し、ヘアケア市場の拡大を推進していきます。

\* Nielsen ScanTrack Data (Total KA) MAT Sep 2020-2021 (2019 Oct - 2021 Sep)



#### 機能性スキンケア開発ストーリー

製薬会社だからこそ、処方・効果・品質にこだわったものづくりを行っています。皮膚研究や機能性成分の探索を続け、これからもお客様や時代のニーズにお応えしていきます。

2001年		肌本来の力を活かし、健康的で美しい素肌を目指す当社初の機能性スキンケアブランド
2004年		肌に大切なものだけを詰め込んだ“パーフェクトシンブル”にこだわったブランド
2009年		ビタミンCをコンセプトに効き目にこだわったブランド
		医薬品研究の歴史と先端の研究理論を注ぎ込んだ当社最高峰スキンケアブランド



## 機能的食品・食品

### エビデンスと信用に基づく食品事業を第三の柱に育てる

健康意識の高まりにより、OTC医薬品に限らず機能的食品や食品の選択にも変化が起こり、成長性の高い領域であると考えています。グループ会社や提携会社で保有する素材技術や製造設備を活用し、エビデンスに基づいた機能的表示食品の開発をはじめ、気軽に健康を取り入れられる食品やレストランでのヘルシーメニューの提供など、より健康意識の高い方から、おいしく健康的な食を求めの方まで、食事業でも幅広い健康ニーズにお応えしています。

#### 2022年度概要

##### 成果

###### ロートV5ブランドの育成と食の新ブランド「ロートレシピ」を提案

- 目のサプリメント「ロートV5」ブランドの育成により、シリーズ累計1,000万個<sup>\*1</sup>を突破し、コロナ禍前を上回る売上を達成。認知機能に着目した「ロートV5 記憶力サポート」を発売し、当社の強みであるアイケアを軸としたロートV5ブランドの拡充を行いました。
- 脂肪の吸収を抑えるエムジーファーマ(株)のオリジナル機能的成分METAP(メタップ)<sup>\*2</sup>と他社商品とのコラボにより、素材提供と販路を拡大することができました。日本初機能的表示食品のメロンパンの発売など、日常の食習慣と健康の接点を増やし、機能的素材の認知拡大に貢献しました。
- 食事業では、「おなかの底から元気になれる」をコンセプトに、「おいしく、健康的で、サステナブル」な食の体験を提供する新ブランド「ロートレシピ」を立ち上げました。当社の食・アグリ関連事業をつなぎ、飲食・物販・サービスを通じて、日常の食からWell-beingの提案を行いました。

<sup>\*1</sup> ロートV5粒、ロートV5粒アクトビジョン、ロートV5aの2022年12月末累計出荷実績  
<sup>\*2</sup> パリン・パリン・チロシン・プロリン(VVYP)のテトラペプチドを含んだペプチド混合物

##### 課題と機会

- 引き続き「ロートV5」ブランドの強化と育成を行うとともに、アイケア以外の新カテゴリーの立ち上げが課題。当社の強みであるスキンケアとのシナジーを生かした機能的成分の探索や開発を強化し、美容カテゴリーでの機能的食品・食品への拡大を狙っていきます。
- 「ロートV5」をはじめとした機能的表示食品は海外からの注目度も高くニーズがあるため、積極的な海外展開による販路拡大を目指していきます。
- 既存成分の機能的の拡大や新規成分の開発を強化し、健康や美容に対する意識の高い方に向けてのサプリメントや気軽に置き換えられるギルトフリー食品、おいしくて健康的な日常の食の提案など、さまざまなアプローチで食から健康をお届けしていきます。
- 本格始動したロートレシピを通して、ロートの食ブランドの育成と発信を推進していきます。



#### TOPICS

##### 食の体験を提案「ロートレシピ」

「おなかの底から元気になれる」をコンセプトに、おいしく、健康的で、サステナブルな食事を提案する食事業の新ブランド「ロートレシピ」より、カフェ&レストランとマーケットを併設する複合施設「ロートレシピ茶屋町店」とお惣菜の新ブランド「ロートレシピ旬穀旬菜」をオープン。

当社は創業当時から「万病の元は胃にある」と考え胃腸薬の発売や食生活と胃腸の健康に向き合ってきました。その知恵と経験をもとに、体によいことを選び、社会も良くしていくために、「Well-being」な食を追求しています。また、ロートグループの食関連事業ともシナジーを生み出しながら、さまざまな取り組みにチャレンジしていきます。



##### 機能的素材コラボ商品の展開

食後の中性脂肪の上昇を抑えるグロビンペプチド(METAP)を配合したコラボ商品を発売しました。日本初の機能的表示食品のメロンパン「焦がしバターのメロンパン」や「亀田の柿の種」など、日常の食習慣に健康の多様な提案を推進していきます。



# ロートのこれからをつくる成長投資分野



## 医療用眼科領域

アイケアリーダーとして医療用眼科チャネルを開拓し、早期の収益化を実現する

高齢者人口の増加に伴い目の疾患が増加しており、医療用眼科領域は今後ますます重要な役割となることが予想されます。目の疾患によるさまざまな症状はQOLの低下にも深く関わり、目の健康を保つことは健康寿命の維持に欠かせません。長年OTC医薬品アイケアカテゴリーのトップシェアメーカーとして培ってきた技術力を活かし医療用眼科用薬や医療課題に寄り添った医療機器の開発を行い、医療用眼科領域の発展・向上を目指しています。

### 2022年度概要

#### 成果

##### パイプラインの順調な進捗と医療機器の提案

- 2021年に開始したROH-201のシェーグレン症候群患者を含むドライアイ患者を対象とした前期第二相試験が終了し、2022年9月より後期第二相試験を開始いたしました。引き続き、承認に向けて本剤の開発を進めていきます。
- 高齢化に伴い増加している眼科手術に欠かせない医療機器であるハンドピースを発売。二重管構造により安全かつ効率的な医療機器の提案により、眼科手術領域に貢献しました。
- ロートニッテン(株)では緑内障治療剤ピマトプロスト点眼薬0.03%「日点」の製造販売承認を取得。発売に向けて準備を進めています。

#### 課題と機会

- 医療関係者や患者様のニーズにお応えできるよう、引き続きさまざまな適応症に対する医療用眼科用薬の新薬開発を連携先と推進していきます。
- ロートニッテン(株)が大事にしている目にやさしいにこだわり、防腐剤フリーや常温保存、使いやすい容器の開発など、高付加価値の商品開発を目指していきます。
- 情報提供活動を積極的に行い、治療効果を十分に発揮させるための正しい目薬のさし方の啓発活動により、医療従事者や患者様の満足度向上を目指していきます。

医療用眼科領域パイプライン一覧 (2023年2月時点)

領域	コード	予定適応症等	予定地域	連携先	ステージ					目標 <sup>*1</sup>
					非臨床	P1	P2	P3	申請	
医療用眼科	ROH-101	CMV <sup>*2</sup> 角膜炎	日本	Théa、(株)エムズサイエンス	▶					▶2025年承認
	ROH-201	ドライアイ <sup>*3</sup>	日本	日本たばこ産業(株)	▶					▶2027年承認
	ROH-202	眼科用治療剤	日本	(株)デ・ウエスタン・セラピテクス研究所	▶					—
	ROH-001	近視進行抑制	日本	(株)坪田ラボ	▶					—

\*1 目標は連携先との合意ではない当社の目標 ※2 サイトメガロウイルス ※3 シェーグレン症候群患者を含めたドライアイ患者

### TOPICS

#### 眼科手術用医療機器 「可変式I/Aハンドピース」発売

二重管構造になっており、内管と外管の穴のすり合わせにより、ダイヤルを回すだけで吸引穴の大きさの調節を可能にしました。白内障手術の安全性・技術向上に貢献。ESCRS(欧州白内障屈折手術学会)にてInnovative部門1位を獲得しました。



#### 患者様用指導箋

大切な目を守り、目薬の効果を十分に発揮させるためにも、正しい目薬のさし方を解説した患者様用の指導箋を制作しています。また、商品別の使用方法や保管・取り扱いの注意などを記載した指導箋も準備し、患者様自身が正しく点眼できるように、点眼薬の服薬指導のサポートに取り組んでいます。





# 再生医療

## 革新的なライフサイエンス技術を事業化する

再生医療には、アンメットメディカルニーズを満たす大きな可能性があります。まだまだ一部の疾患の治療に限られています。そのため、当社では再生医療等製品や細胞製剤、培地を合わせたソリューションの提供により、アンメットメディカルニーズへの貢献を目指しています。

### 2022年度概要

#### 成果

##### パイプラインの順調な進捗と海外展開への取り組み

- 感染症拡大の影響を受け、一部の治験において計画の変更が生じましたが、感染症の落ち着きにより概ね想定通りの推移。今後も計画通りステージ終了目標の達成を目指してまいります。
- 早期海外展開に向けて、華熙生物海南有限公司、株式会社バイオメテックスシンパシズを含む複数企業と共同で、中国における再生医療や細胞培養用培地の研究開発や事業展開の基盤となる合併会社の設立に向けた合併契約書を締結しました。

#### 課題と機会

- 再生医療の需要の高まりによる、細胞製剤の市場拡大に対応できる製造能力増強が課題です。製造体制強化のため設備への投資を積極的に行い、再生医療の産業化に向けて安定供給の体制づくりを行ってまいります。
- 日本のみならず、中国をはじめ海外展開を推進するため、脂肪由来の間葉系幹細胞を中核に、細胞種ポートフォリオの構築を進めるとともに、その特長を生かした新しい適応疾患の可能性の探索と研究を積極的に行ってまいります。

再生医療パイプライン一覧 (2023年8月時点)

領域	細胞種	コード	予定適応症等	予定地域	連携先	ステージ					現在のステージ 終了目標 <sup>※1</sup>
						非臨床	P1	P2	P3	申請	
再生医療	ヒト脂肪由来幹細胞	ADR-001	肝硬変	日本	塩野義製薬(株)	▶					▶2023年度
		ADR-002K	重症心不全	日本		▶					(P2準備中)
		ADR-001	腎疾患	日本		▶					(P2準備中)
		ADR-001	重症下肢虚血	日本		▶					▶2024年度
		ADR-001	肺線維症	日本		▶					▶2024年度
		ADR-001	新型コロナ肺炎	日本		▶					▶2023年度
	ヒト臍帯由来幹細胞	UDI-001	神経変性疾患	日本		▶					▶2023年度
	軟骨細胞キット <sup>※2</sup>		外傷性軟骨欠損	日本		▶					(2023年度中の承認申請準備中)
			変形性関節症	日本		▶					▶2024年度

※1:目標は連携先との合意ではない当社の目標 ※2:インターステム社(当社子会社)

### COLUMN

#### 「オートロジェル システム」の医療機器製造販売承認取得

日本では、高齢化の進展や糖尿病患者の増加に伴い、糖尿病性潰瘍をはじめとした慢性創傷を有する患者の増加が予想されています。近年、国内外で自己多血小板血漿 (PRP: Platelet-Rich Plasma) 療法の創傷に対する有用性が報告されており、新医療機器としての開発を進め、自己多血小板血漿 (PRP) 療法による創傷治療システム「オートロジェル システム」の「既存治療が奏効しない創傷に対する、自己多血小板血漿ゲルを用いた創傷治癒の促進」の使用目的において製造販売承認を取得し、保険適用に向け準備を進めています。

本医療機器は既存治療が奏効しない創傷に対する新たな治療選択肢になることが期待されます。





## 開発製造受託 (CDMO)

### 独自開発力を付加した開発製造受託 (CDMO) へ進化させる

医療用医薬品開発には、基礎研究から製造、販売まで、長い期間と多くの費用が必要です。迅速に適正な価格で患者様に届けるため、従前より製造受託 (CMO) が利用されてきましたが、さらに、高品質で安定的に製造できる技術力が求められ、開発段階から品質管理や製造管理をも想定した開発製造受託 (CDMO) が注目されています。また、近年では内服薬だけでなく、細胞を扱うバイオ医薬品の需要も増加し、CDMOの果たす役割がさらに拡大しています。さまざまなニーズにお応えするため、内服剤分野においてはクオリテックファーマ(株)、再生医療分野においては、当社研究所ならびに工場 (セルフファクトリー京都)、東京・台場の特定細胞加工物製造施設、ならびにインターステム(株)において、高い技術力とノウハウを活かし、今後も品質の向上と安定した供給体制を強化していきます。

#### 2022年度概要

##### 成果

##### 研究所の新設により開発製造体制の強化を推進

- 内服剤分野では、2022年12月にクオリテックファーマ(株)の掛川工場内に、CMC開発センター・掛川ラボを完工しました。製剤設計や分析開発など、自発的なものづくりができる、開発製造体制の強化を行いました。
- 再生医療分野では、セルフファクトリー京都にて、自社細胞製剤の製造とともに、治験薬や再生医療等製品の製造を受託し、提供を行っています。



##### 課題と機会

- CDMOの需要の増加に対応するため、基盤を強化しつつ積極的な生産能力の拡大を進めていきます。
- 複雑化する顧客ニーズに対して、新研究所を中心に、高い技術力を活かした製剤開発や製造に関するノウハウを活用し、高品質できめ細やかなソリューションを提供していきます。
- バイオ医薬品の需要拡大に対応するため、安定供給できる体制の強化を積極的に行い、今後は早期海外展開に向けて、新しい体制の構築も進めていきます。

#### TOPICS

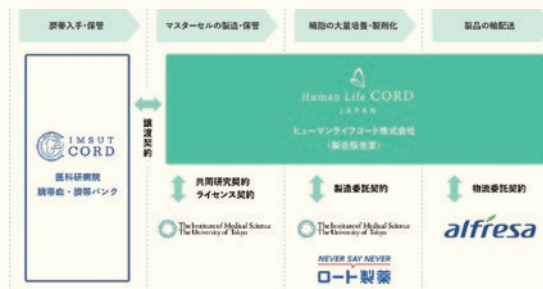
##### 「第5回日本イノベーション大賞」の「厚生労働大臣賞」受賞

ヒューマンライフコード株式会社、東京大学医科学研究所付属病院、アルフレッサ株式会社、当社が推進する取り組み・プロジェクトが「厚生労働大臣賞」を受賞しました。

この取り組みでは、再生医療の原材料としての臍帯の調達から、臍帯由来間葉系細胞の製品化に向けた大量培養、そして、同細胞製品の医療機関への輸送から販売に至るまで、一気通貫のサプライチェーンの座組を構築しました。この細胞製品を用いて、有効な治療手段のない難治性疾患に対する治験を実施。国内で採取された臍帯を原料とする「国産国消型の細胞医療プラットフォーム」の社会実装を目指していきます。



##### ■ 本プロジェクトにおける各社の役割



# グローバル展開

## 健康を通じて世界中の人々を Well-beingに

世界に広がるネットワークはロートグループの強みの一つです。市場環境や消費者ニーズを勘案し、各国、地域ごとに異なる商品を展開しています。主力となるスキンケア、アイケアに加えてヘアケアを中心に事業拡大を加速していきます。

### 日本

ロート製薬のアイケア・スキンケア事業を核として、医療用医薬品の受託開発製造を主力事業とするクオリテックファーマ(株)、痔疾用薬事業を主力とする天藤製薬(株)、医療用点眼薬事業のロートニッテン(株)などが事業展開をしており、グループ全体の約6割の売上を占める主力市場です。

2022年度、ロート製薬は創業以来の主力商品である目薬、胃腸薬、スキンケア商品など、幅広いヘルスケア商品ラインアップでお客様の支持をいただき、グループの中核会社として事業を牽引しました。また、子会社の天藤製薬(株)、ロートニッテン(株)も連結の売上・利益に貢献しました。

日本は人口減少局面にありますが、セルフケア・セルフメディケーションの分野は市場拡大が見込まれます。質の高い一般用医薬品や高機能化粧品などのニーズの拡大を見据え、生産能力の向上とさらなる国際的な医薬品製造基準への対応を強化した上野テクノセンターの新工場が稼働を開始しました。将来投資としてロート製薬において再生医療事業や医療用医薬品事業への投資を行っており、さらなる成長に向けて取り組みを進めています。



### アジア

中国、香港をはじめとして、ベトナム、インドネシア、台湾、マレーシアといった東南アジア地域が成長を牽引し、現在グループ全体売上の約3割を占めています。主力となるスキンケア、アイケアを中心に全地域セグメントが好調で、特にベトナム、マレーシア、インドネシアなどが順調に伸長、中でもフケ抑制シャンプー「Selsun」が売上を伸ばしました。また、東アジアでは香港の50の恵がヘアケアカテゴリーNo.1\*売上を記録しました。

成長する市場への対応として、中国、ベトナム、インドネシアにおいて最新鋭の工場を運営し、アジア市場及びグローバルに製品を供給しています。また、ベトナムでは、M&Aにより生産能力を強化。インドネシアでは目薬生産ラインを増強しており、今後のアジアの一層の需要拡大に応えるモノづくり体制を構築しています。



\*Nielsen ScanTrack Data (Total HK hair care) MAT Dec 2022, Total HK hair care here is referring to sum of shampoo, conditioner and treatment

Selsun

### アメリカ

メンソレータム社(アメリカ)をはじめ、カナダ、メキシコ、ブラジル等に子会社を持ち、アイケア・スキンケア関連の製品を中心に事業を展開しています。メンソレータム社では主力となるリップクリームやメンソレータム軟膏が好調、ブラジルにおいても肌ラボなどスキンケア事業が成長しています。

また、医療用消毒薬等を製造・販売するハイドロックス・ラボラトリーズ社(アメリカ)や、眼科手術用デバイス及び目薬事業を行うオフサルモス社(ブラジル)など、医療用分野におけるビジネスも展開しています。原材料の調達コストや人手不足による労務費の上昇は課題ですが、マーケティングコストの効率的活用を進めています。



ハイドロックス・ラボラトリーズ社と製品群



## ヨーロッパ (中東・アフリカを含む)

メンソレータム社・イギリスやダクス・コスメティクス社 (ポーランド)を中心に、スキンケア関連の製品を主力として事業を展開、アフリカ地域ではケニア、南アフリカに子会社を持ち事業展開をしています。外用消炎鎮痛剤Deepシリーズが好調で、特に中東地域で売上を大きく伸ばしています。また、[HADALABO TOKYO]はイギリスでコスモポリタン誌のビューティアワードを受賞、ドバイではドラッグストアチェーン「ワトソンス」で定着するようになるなど成功をおさめ、現在では中東主要国や南アフリカにも販売を拡大しています。



Deepシリーズ

HADALABO TOKYO

ROHTO DRY AID

アイケアでは、2021年5月にCE認証を取得\*し販売スタートしたドライアイ目薬「ROHTO DRY AID」により市場開拓を進めており、ベストOTCパッケージ賞を受賞したイギリスをはじめ、ポーランドやトルコの他、アラブ首長国連邦やサウジアラビアにも販路を拡大しています。

\*EU加盟国での安全基準条件を満たすことを証明するCE認証を取得したことで、EU加盟国において医療機器としての販売が可能となりました。

## ローカルの事業基盤をグローバルにつないで進化させ、グループの成長を加速

各地域における、開発・生産からマーケティング・営業までの一貫した自前のモノづくりの体制を基盤として、人材育成に最優先に取り組み、それぞれの地域や社会で必要とされるこだわりの品質の商品をお届けすることを当社のグローバル事業の強みと考えています。

特に、当グループの成長のキードライバーであるアジア地域には、中国、ベトナム、インドネシアの三か国において最先端の設備を導入したアイケア、スキンケア、ヘアケアを開発、生産するモノづくりの拠点を設けて、アジア地域及びグローバルに高品質の製品を供給する体制を構築しています。

人材や組織をグローバルにつないで、ローカルの事業基盤を持続的に強化し、進化させることによって、グループの成長を加速させていきます。

### face to faceのコミュニケーションを重視

グループとしての企業軸や一体感の醸成を目的とし、現場の肌感覚からさまざまなニーズをくみ取り、商品開発へスピーディに活かしています。各国間での連携を深め、効率化を図ると同時に、研究者の交流やマーケティング部門のシナジー向上を目指しています。

#### World Wide Meeting

各国がロートグループとしてのコミュニケーションをスムーズに、そして密に行えるよう「World Wide Meeting」を年2回開催しています。

各国や地域の直近の取り組みや今後の計画、各国のアイデンティティを共有し、ロートグループとしての一体感を醸成していく場を設けています。

#### R&D Global会議

各国の研究者が互いの研究成果や新製品を紹介し議論するグローバル会議の場を設けています。また留学のような形で研究所に集い、研究分野において互いに学びを深める場を提供することで、シナジーを産みだしやすくしています。

### デジタル技術を活用しスピーディーに把握できるよう可視化

これまで各国でデータが個別最適化されており、ICT基盤もバラバラに構築されてきましたが、グローバルで縦横関係なく有機的につながることで、これまで各国で完結していた以上の価値を生みだしていきます。



## 多様な生活習慣、価値観に対応する 「ローカライゼーション」

ブランドの軸や想いはそのままに、各国、地域環境にあった形で表現し、課題を解決していく柔軟な「ローカライゼーション」体制を敷いています。各国の魅力は、異なる多様な文化、習慣や嗜好にあります。各国の規制や商習慣に合わせることはもちろん、ブランドを通して約束をする価値は大切に守りながら、各国でローカルアクションを活発に行っています。各国の人々に寄り添いながら、その国の人々の健康を支えることが、ロートグループ全体の成長につながっています。

### HADALABO TOKYO

肌ラボは、「パーフェクトシンプル」をブランドコンセプトに掲げ、「無駄なものはそぎ落とし、肌に良い成分に焦点をあてる」という考えを大切に、多くのお客様にご愛用をいただいています。

アジア各国では、made in Japanの品質とシンプルなパッケージが人気ですが、国によって気候やスキンケア習慣、ニーズは異なるため、各国独自のラインアップで展開をしています。

一方欧米では、ブランドのコアはそのままに、ラインアップや処方だけでなく、パッケージデザインも変えて展開をしています。欧米の方の肌質やスキンケア習慣は日本やアジアとは異なるため、欧米で最も重視されているクリームカテゴリーのラインアップを強化したり、化粧水を中心としたスキンケア方法の紹介を行っています。パッケージデザインにおいては、日本製であることが伝わりやすいよう、あえて桜をデザインに盛り込む一方、日本語表記は採用せずに英語表記をベースにしています。2013年にアメリカからスタートしたこの「HADALABO TOKYO」は、現在ではヨーロッパ諸国、南アフリカ、中東、オーストラリア、カナダにまで拡大し、各国に根付き始めています。



HADALABO TOKYO



肌ラボ(日本)

日本での成功体験にこだわらず、各国、地域向けにローカライズを行い、今後も国境を越えてより多くのお客様にご愛用いただけるよう、進化していきます。

### 「ROHTO」ブランド

日本において「ロート」といえば目薬を思い浮かべていただくことが多いですが、「ROHTO」は現在、世界においてもNo.1アイケアブランド\*となっています。1980年代にアジアでの発売を機に海外アイケア事業を本格的にスタートし、近年ではグローバル展開を目指した「ROHTO DRY AID」を中心に、イギリス、ポーランド、トルコなどのヨーロッパ諸国をはじめ、南アフリカや中東などへ販路を拡大しています。

「ROHTO DRY AID」は人の涙液構造に着目し、涙液全体をカバーする油層の安定化を実現し、目を閉じたくなくなるほどの痛みを感じるつらいドライアイ(目の乾き)症状を改善する目薬です。コロナ禍では、海外においてもデジタル利用の増加によりドライアイの症状を抱える方が増加していると言われており、目の健康への意識もさらに高まると予想されます。アイケアの意識や目薬を使用する習慣は各国で異なりますが、目薬を購入する場所についてもさまざまです。効果や安全性の検証を重視しながら、世界各国の医師・薬剤師や大学などの専門家と連携した営業マーケティング活動を行ったり、医科向け(専門家向け)に販売するなど、各国の状況にあわせた展開をしています。



ROHTO DRY AID

目薬のリーディングカンパニーとして、今後も世界の人々の目の健康に貢献していきます。

\*Euromonitor International Limited; Consumer Health Eye Care definition, retail value share, 2022 data



## 50の恵

50の恵は、50種類の養潤成分が入ったオールインワンスキンケアとして日本でスタートし、スキンケアのステップを簡素化したことや、その成分コンセプトをご支持いただき、スキンケア化粧品ブランドとして成長してきました。

一方香港では、ヘアエッセンスを中心に、アンチエイジングヘアケアをターゲットとして市場参入し、髪悩み別に選べるシャンプー・トリートメントシリーズ、黒髪にフォーカスしたAnti-greyシリーズ、メンズ向け製品など、日本にはない独自のラインアップを続々と発売しています。ブランドの成長に伴い、香港のヘアケア市場においてシェアNo.1\*を獲得しました。ヘアケア意識が高いと言われる香港の女性に、“never too early, never too late”というメッセージを通して、年齢による頭皮と髪の悩みに寄り添い、商品提案に留まらない価値提案を行っています。また、加齢、出産、パーマ、頻回の洗髪など、脱毛の原因となるダメージの啓発活動を行い、健康で美しい髪を維持する提案もしています。

今後も大切なコンセプトは守りながら、各国の美と健康に貢献していきます。



50の恵(日本)



50Megumi

\*Nielsen ScanTrack Data (Total HK hair care) MAT Dec 2022, Total HK hair care here is referring to sum of shampoo, conditioner and treatment

## メンソレータム リップクリーム

「メンソレータム」リップクリームシリーズは、日本のリップクリーム市場において、売上個数No.1\*となっています。当社子会社であるメンソレータム社が、古くから海外市場開拓を積極的に行っていたこともあり、日本だけではなく全世界で多くのお客様にご愛用いただいています。メンソレータムの象徴であるリトルナースを配したデザインはそのままに、各国のニーズや嗜好を取り入れながら、進化を続けています。

リップクリームは、若年代が楽しみながら使用するカテゴリーでもあります。そのため、製剤のやわらかさや塗りやすさといった使用上の特性だけでなく、フレーバーや色、香り、デザインなど現地の消費者の嗜好が、商品選択の際に大きく影響を与えます。唇にうるおいを与えるだけでなく、シーズンごとにトレンドをスピーディに取り入れ、自分に合った商品を見つける楽しさも提供しています。現地のトレンドをローカルで取り入れながら、人々の生活を豊かにできるような提案を今後も行っていきます。



新升級



中国



ベトナム



香港



インドネシア

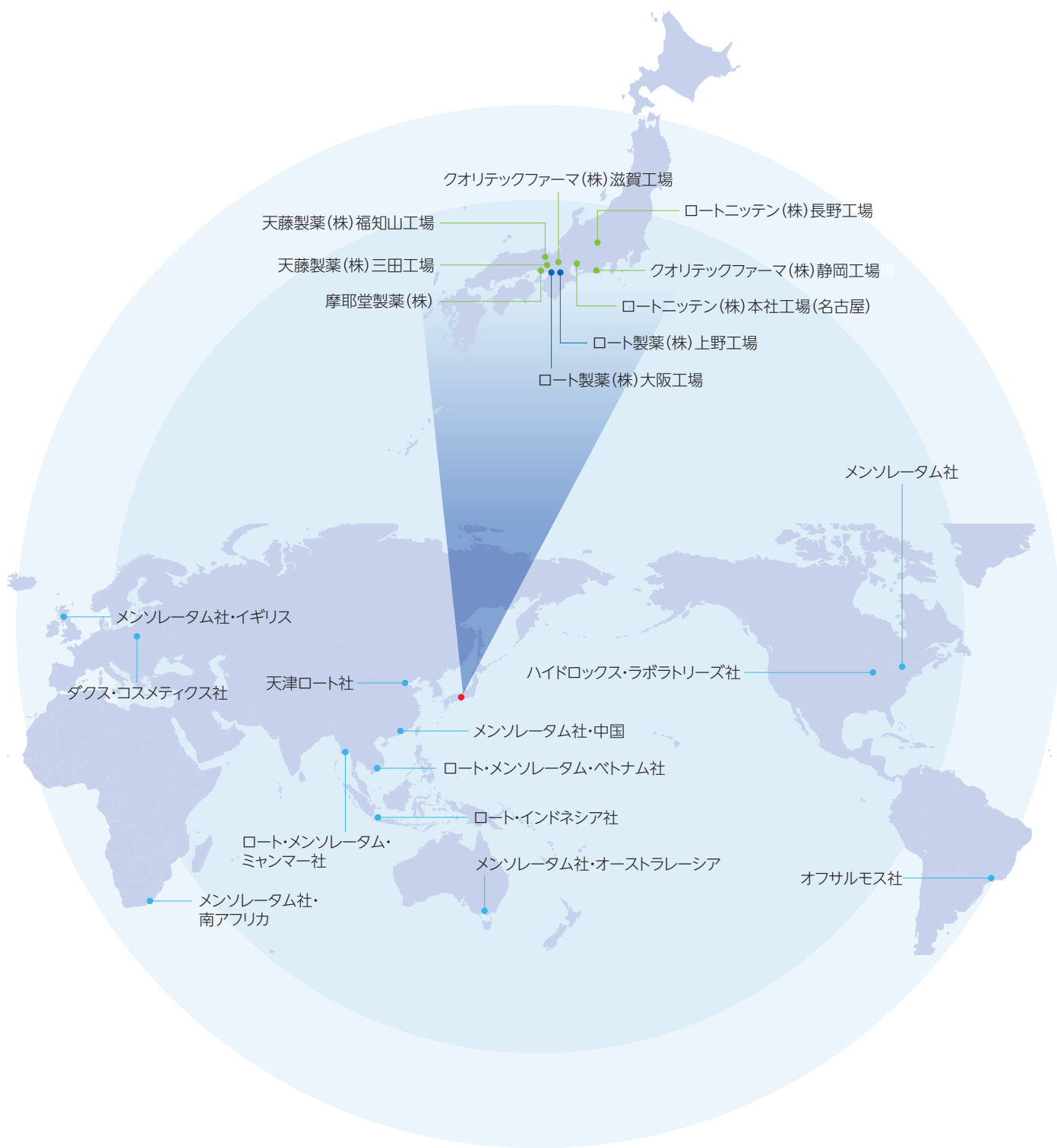


\*インテージSRI+ リップクリーム2022年4月～2023年3月推計販売規模数量

# 製造資本強化

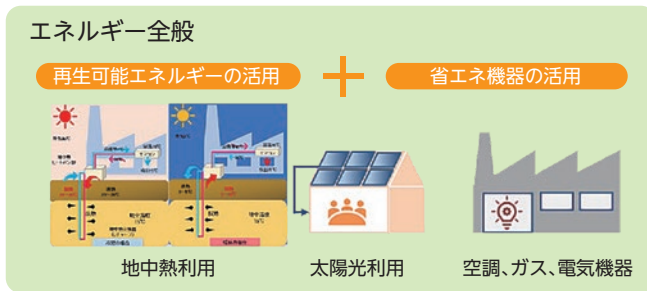
ロートグループの  
主な生産拠点

主な生産拠点 **21** か所



## 当社マザー工場の進化

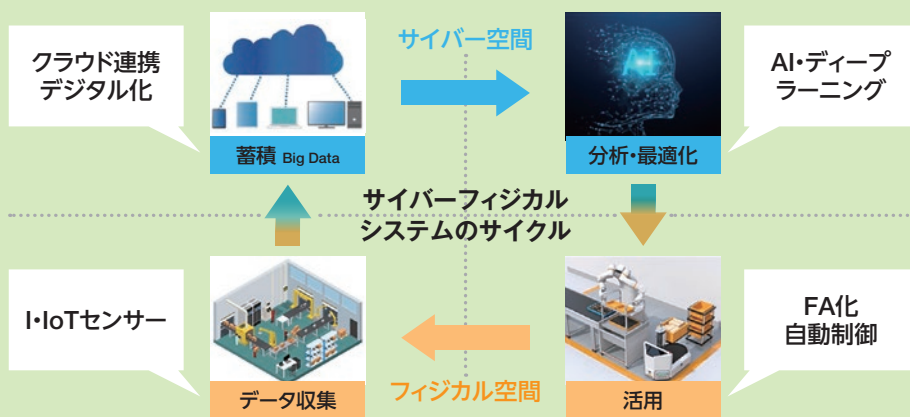
セルフメディケーション志向の高まりによる、質の高い一般用医薬品へのニーズ拡大や、ビューティ関連商品においての高機能化粧品への期待といった需要拡大に応えるべく、当社の品質管理・物流の拠点である上野テクノセンター内に、新工場棟を建設し、2022年9月より生産をスタートいたしました。本工場棟では、ロボットと人の協業により働く人の安全の確保と効率化を実現し、またエネルギー消費量を既存工場の20%削減することを目指した、「人と環境にやさしい工場」=「スマート工場」となっています。IoTやAI技術を活用したサイバーフィジカルシステムで、これまでロート製薬が進めてきた“人が活きる”働き方や、環境負荷低減の取り組みをさらに促進していきます。



## CPS (サイバーフィジカルシステム)

CPSとは、フィジカル空間(現実空間)にある多様なデータをセンサーネットワーク等で収集し、サイバー空間(仮想空間)で大規模データ処理技術等を駆使して分析/知識化を行い、そこで創出した情報/価値によって、産業の活性化や社会問題の解決を図っていく仕組みです。

当社は、九州大学マス・フォア・インダストリ研究所藤澤研究室及びファーストループテクノロジー株式会社と共同で上野工場新工場棟にて実装に向けて検証を進めており、今後はグループ全体のスマート工場化を行うことで、働く人はもちろん、サービスを利用するお客様のWell-beingの実現を目指していきます。



## ベトナム生産設備の増強

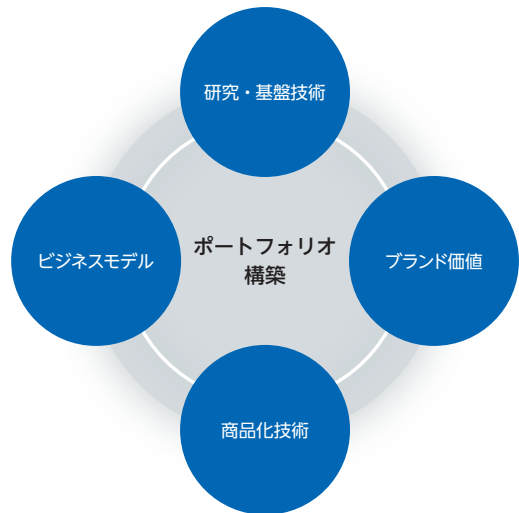
当社グループのベトナム工場は、1998年に完成して以来、点眼剤や外用剤の生産を担う当社グループの主要工場です。そのベトナム工場を有するロート・メンソレータム・ベトナム社は、2022年12月に同国で化粧品を生産するナリス・コスメティックス・ベトナムを子会社化し、生産設備の増強を行いました。ベトナムビンズオン省に二つの工場を有することで、経済成長の続くベトナムなど東南アジア地域で増加する当社グループの化粧品需要に対応し、中長期の持続的成長の実現を目指します。

# 知的資本強化

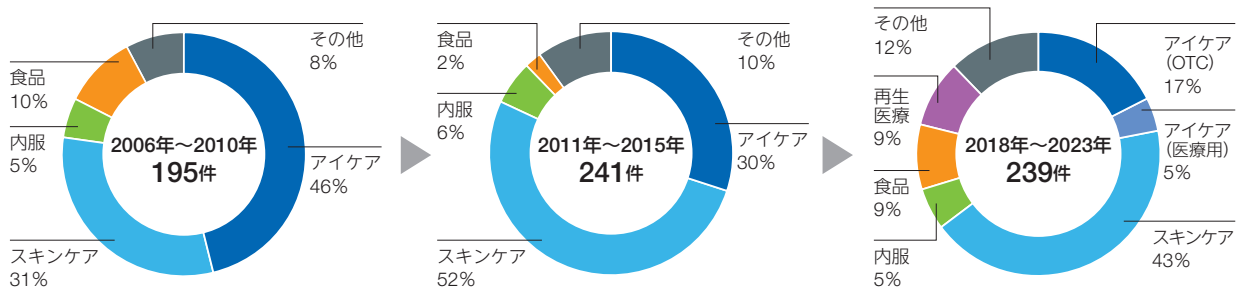
ロートグループでは、新たな価値創造を進めるために、知的財産がますます重要となると考えています。知的財産を重要な経営資源と位置づけ、新たな価値を創り、当社グループを持続的成長に導くため、またそれを通して持続可能な社会の実現に貢献するために、グローバルな知財力の強化に取り組んでいます。

## 特許出願数の変化

当社は、健康を事業のコアバリューに据え、常に社会やお客様の変化に向き合い、価値創造を積み重ねてきました。アイケアを中心としたヘルスケア事業の確立から、近年では機能性化粧品等の成長を経て、さらに多くの柱をもった経営を進めています。それに伴い、当社の知的財産活動も幅広く進化しています。最適なポートフォリオを戦略的に構築し、将来の競争力強化に努めていきます。



## 特許出願件数



## 基盤技術・商品化技術の強化

当社は、他に先んじた研究開発に挑戦することによって技術力と商品力を高め、競争力の源泉としてきました。これらの積み重ねにより、有用性の高い特許の保持に至っています。

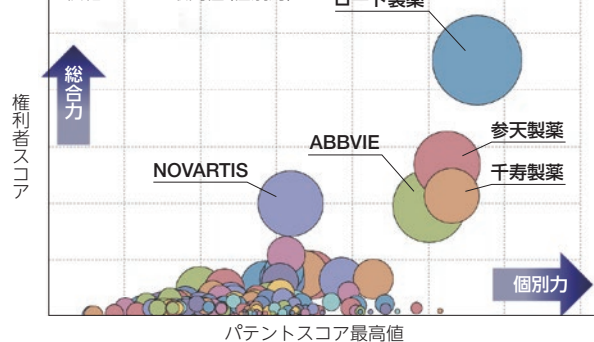
引き続き、製品の効果や安全性、製剤の安定性の確保に留まらず、お客様や患者様の使い心地や利便性を追求したモノづくりを続け、支持される企業であり続けるために、守るべき技術を適切に保護・活用していきます。

## 眼科薬特許

円の大きさ：有効特許件数

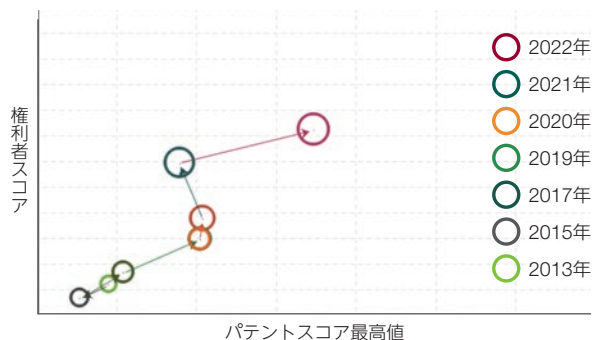
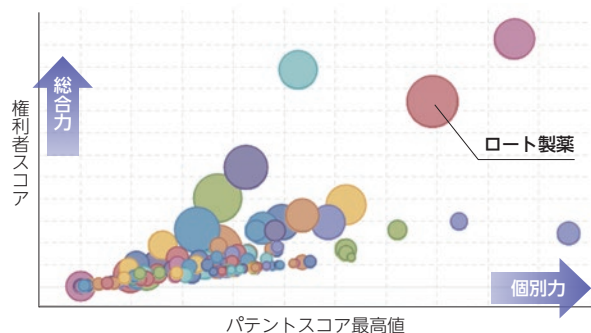
縦軸：権利者スコア(総合力)

横軸：スコア最高値(個別力)



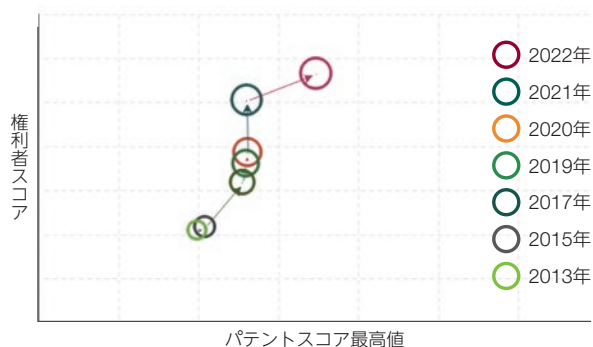
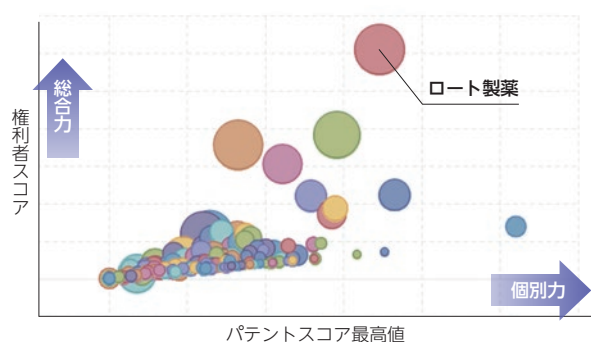
## 化粧品×アスコルビン酸(ビタミンC)の保有特許

円の大きさ: 有効特許件数



## 化粧品×ヒアルロン酸の保有特許

円の大きさ: 有効特許件数



※ (株)パテント・リザルトの特許分析ツール「BizCruncher」を用いて当社にて作成。円の大きさが当該分野の有効特許件数を、横軸が各権利者の特許群の中で、最高値を有する特許1件のスコアを、縦軸が各権利者の特許群のスコアを合算した値を示す。

## ブランド価値の強化

強いブランドを育成していくためには、魅力的なコンセプトや、それを具現化した商標・意匠を生み出し、それを保護していくことが非常に重要です。企画部門、開発部門と連携し、タイムリーな調査・出願・登録までのスケジュール管理と手続きを行っています。

また、ブランドを守り、育成し、利益を守るだけでなく、お客様からの信頼や会社の信用を守るという点でも、知的財産の保護は非常に重要です。グループ全体でブランド価値向上を図るべく活動していきます。

### ■ ブランドプロテクション

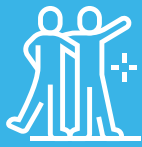
お客様に広く愛されるブランドが増えたこと、そして世の中の商流が大きく変わり、簡単に全国どこの方へもモノを売ることができ、プラットフォームが多く存在していることから、現在、模倣品の被害は大きな社会課題となっています。

当社は、すべてのお客様に安心して当社の製品をお使いいただけるよう、模倣行為に対して断固たる姿勢で対策に取り組み、業界全体の問題として連携して対策を行っています。これは当社のブランド毀損を抑え、ブランドを守るためだけでなく、お客様の健康被害を最小限に抑えることにも繋がります。

「驚き」と「喜び」のある毎日を届けたい。そんな想いが、当社のものづくりの原点です。当社のブランドは、たくさんのお客様からいただいた「よろこび」の声に感謝し、励みにして成長してきた重要な資産です。これからもお客様の声一つ一つに寄り添い、当社製品に対するブランドへの信頼と安心感を守るために日々努力をしていきます。

## オープンイノベーションを通じた知財活用

ロートグループでは、当社の持つ技術をさまざまな分野のイノベーションに役立てることで社会課題解決に貢献するために、保有する特許技術のライセンス提供をしています。これまで積み上げてきた技術をもとに、パートナーとの連携によって新たな事業を開発し、Well-beingな世界の実現につなげていきます。



# 人的資本の最大化

## 人財に対する基本的な考え方

### 「個」を尊重した会社と社員の共成長 人的資本経営を目指した取り組みの強化

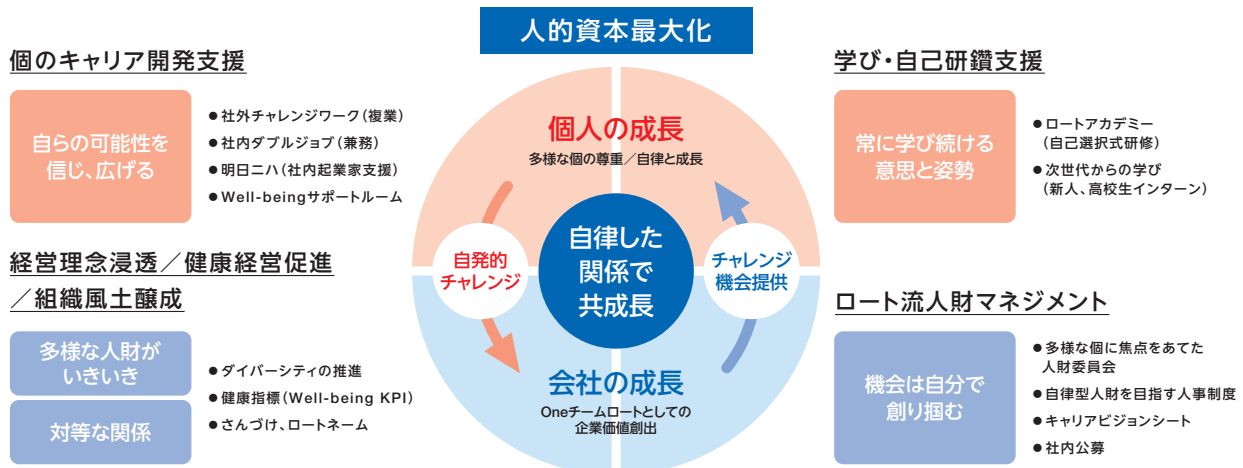
当社のパーパス(存在価値)である「Well-beingな社会の実現」に貢献し続けるためには、持続的な企業価値の創造が必要です。その担い手はもちろん社員一人ひとりであり、社員の成長なくして会社の成長はありません。そのために、現代においては「個」を尊重し、個人と会社が共に成長することが重要であり、多様な個を尊重すること、その求心力としての経営理念と事業戦略との連携、そして、戦略の変化とともに、それを担う多様な個を活かす人財マネジメントとの連動が必要になっています。当社の人的資本(人事制度)の基本的な考え方は、社員は会社の持ち物ではなく会社と社員は共に成長する関係、つまり、社員が主体的に事業活動に参画して社会に向けて価値を創出することで会社も成長でき、会社が成長することで多様な「活躍機会」を社員個人に提供できるという好循環により、会社と社員の共成長を目指すというものです。

当社が求める個人の「自律的」キャリアとは、当社のパーパスに共感し主体的に事業活動に参画し、「プロの仕事人」として常に社会に価値を創出できるよう継続して学び続ける人財になることです。そのために社員には、自分自身のパーパスに向き合い、社会や顧客のニーズ、周囲からの期待や役割も考えた上で、将来

の方向性と今自分がやるべきことに常に向き合うことが求められます。今の自分には何が必要とされており、何をなすべきか、そのために何が足りないのかを把握する過程を通じて自分自身を理解することは、自律的キャリア開発を行う第一歩と考えているからです。一方で、会社も画一的な対応では個々の成長に向き合うことはできません。そのため経営幹部は毎年全社員のキャリアビジョンを、時間をかけて読み込み、それをベースに組織編制・人員配置を行っています。また、会社が成長機会を阻害せず、個の意思でキャリアを切り拓いていけるよう、社内ダブルジョブ(兼務)や社外チャレンジワーク(複業)など、できるだけ個の意思を尊重し、可能性を信じ、ポテンシャルを引き出す取り組みを実施するとともに、各ラインにおいて半期毎のフィード・フォワード面談(未来志向面談)を実施し、個人のキャリアに向き合っています。

当社は今後も引き続き画一的な人財育成ではなく、年齢・性別・国籍などの単なる属性を超え、一人ひとりの多様な「個」を活かした組織づくりと各自が学び続ける組織風土を通じて、社員個人と会社が共に成長することを目指していきます。

### 当社の人的資本最大化の概念図





# 人的資本最大化に向けた取り組み

## 新人事制度への改定

当社は、「個」を尊重した会社と社員の共成長による、Well-beingな社会の実現」を目指し、人財育成に注力しています。会社の成長のためには「Well-beingを軸に社会が求める新しい価値を創造し続けること」が重要です。そして、それを実現するのは、社員一人ひとりの「世の中に新しい価値を届けていく」強い意思とそれに基づく行動だと考えます。

当社は、多様な「個」が主体的に活躍し、組織の拡大や不確実性の高い事業環境への変化に対応するため、2022年度に、人事制度をおよそ20年ぶりに改定しました。新人事制度は、「プロの仕事人」として自律自走することの支援・促進、仕事の価値創出とWell-beingの実現の同時追求、自律したキャリア形成を実現する多様で多彩な働き方、といった点を重視しています。社員個々が自分のパーパスやキャリアを自律的に担いながら、組織が共通のゴールへ向かうWell-being経営を目指すために、ドライバーとなる4つの施策を進めています。

### 当社の考えるプロの仕事人とは・・・

志を持ち、Well-beingな社会を実現するため、困難を乗り越え、ロートを社会の公器として社内外に価値を生み出し続けるのが「プロの仕事人」です。ただ与えられただけの仕事を遂行するのではなく、自律自走し、自ら課題や仕事を見つけて挑戦します。何かを得るためではなく、周囲に与えるために、自然とあふれ出す学び続ける意欲を持ち、「プロの仕事人」として成長し続けることが、「まず人がいて、輝いてこそ企業が生きる」と「7つの宣誓<sup>\*</sup>」に謳われた想いであり、私たちの目指す姿です。

※「7つの宣誓」=当社価値行動規範

## ➡ 「個人と組織の共成長」に向けた4つのドライバー施策

### ① 動的人材マネジメントによる異動・組織構築 ～各自を育む目と貫く目で抜擢・登用

当社は、経営幹部が、全社員の挑戦したい仕事やキャリアプランを記す「マイビジョンシート」に目を通し、社員個々について「何を任せたら本人の成長につながるか」という育む目と「異動してもらっては今でいいの。今でないとしたら、どのような経験をしてもらうことが必要なのか」という貫く目で、個の成長と、組織戦略上の配置を総合的に勘案し、抜擢や登用を行っています。

### ② 「プロの仕事人」としての仕事の価値で評価 ～ルートバリューポイント (RVP) (半期ごとの評価)

ルートバリューポイント (RVP) とは、年功、ステージ(等級)、役職などに関係なく、全社員に対して同じ尺度で、一人ひとりの仕事の価値を数値で評価したものです。仕事の価値は、プロの仕事人として、まずは自分自身で評価することからスタートし、最終的には、経営幹部で構成される評価委員会にて、多面的に検討し決定します。

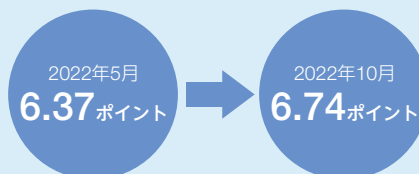
当社で働く一人ひとりは、自らの仕事の価値を高めていくために、節目や日々を通じて上司や同僚との対話と振り返りを大切にしています。

### ③ 一人ひとりのWell-beingを向上～Well-beingポイント (WBP) (半期ごとの自己評価)

評価 (RVP) と同じ時期に、自身の状態について5つの質問を10段階で自己評価する制度で、当社が従業員エンゲージメントとして重視しているアンケートです。仮に実績を挙げていたとしても、当人が活き活きと仕事ができなければWell-beingとは言えません。そのケアも組織の責務と考え、当社は社員一人ひとりのWell-beingをさらなる高みに引き上げるためのアクションに役立てています。

## Well-beingの振り返り (Well-beingポイント)

1. 私は仕事を通じて社会に役立ち、貢献することができている
2. 私は楽しく仕事に取り組み、生活を豊かにすることができている
3. 私は仕事を通じて成長した実感が持っている
4. 私は将来目指す目標があり、今後のキャリア形成に期待を持っている
5. 私はチームの一員としてチームワークに貢献できている



※項目1～5の平均スコア (10段階の自己評価)  
対象: 全社員 (全ての雇用形態)

#### ④ 自律的キャリアと学びの継続を目指す～Career Ownership: 複業・兼務の展開 ‘Employee Experience’ を高める

自律的キャリアと学びの継続を目指す社外チャレンジワーク(複業)や社内ダブルジョブ(兼務)は、エンプロイーエクスペリエンスを高めることを目指しています。重要なのは個人の仕事の経験と学びであり、会社はその機会提供をサポートすることが大切だと考えています。

自律的キャリアのための取り組み	
1999年	手上げ制のランクアップ(昇級)制度、自己申告制度(現マイビジョンシート)導入
2016年	社外チャレンジワーク(複業)
2016年	社内ダブルジョブ(兼務)
2020年	明日ニハ(社内起業家支援)
2021年	ロートアカデミー(自己選択式研修)

社外チャレンジワーク(複業)	社内ダブルジョブ(兼務)	明日ニハ(社内企業家支援)	ロートアカデミー
●2016年～2022年度延べ 144人 ●2022年度 49人	●2022年度 123人	●会社設立したプロジェクト(2023年6月時点) 7組	●2022年度受講者延べ 1,520人

#### ➡ ～自律的キャリアへのサポート～

##### ロートアカデミー

主体的に学び続けることができるよう、自らのキャリアと向き合い、必要なスキルを選んで学ぶことができる学びのプラットフォームです。未来の洞察力を高めるための内容を重視しています。



##### Well-being サポートルーム(外部窓口)

キャリア・業務・マネジメントなどに関する悩みを、外部の専門家に相談することで、個人のWell-beingと成長を後押しするサポートをしています。

### 人財獲得の取り組み

#### ➡ 企業理念・ビジョンとのマッチングを重視した新卒採用

新卒採用においては、当社の企業理念(パーパス)やビジョンに対する考え方を重視しています。2022年度の採用活動では、当社の企業理念への考え方や、これから描くキャリアビジョンを応募要件とし、個人と会社の考え方・成長のベクトルのマッチングを図っています。

#### ➡ 当社の事業や文化を理解し、即戦力となるカムバック採用

当社を退職し、外部でさらに多様な活躍をしてネットワークを構築した人財が再度当社で新たな挑戦機会を得ることも歓迎しています。

#### ➡ 「個」を活かす多様なキャリア採用

社員が自身の志、価値観に基づいて活躍できるよう、中途採用時にも個人のパーパスを充分に確認し、担当する職務やその役割について丁寧にコミュニケーションを図っています。

また、新規事業推進のため、高度専門人財の採用強化、R&D分野での外国籍人財の採用強化、大学院との共同研究、フリーランスのデジタル人財登用を実施しています。

## 働きやすい風土醸成

### → 働きやすさをつくる

#### さんづけ、ロートネーム

当社では、全社員が仕事の大切なパートナーであり公平な立場であることを尊重し、役職ではなく名前で呼び合えるように1994年に「さん」づけが始まりました。その後、「ロートネーム」という社内ニックネームで呼び合い、さらにコミュニケーションを活発にする取り組みを開始。ロートネームは、社員証や社内報など、いろいろなシーンで使われています。

#### 39アルコ

社員同士がお互いに感謝の気持ちを伝え合い、賞賛や承認の文化を根付かせるため「39（サンキュー）アルコ」を実施しています。「アルコ」とは、健康的な生活習慣の実施状況に応じてもらえる社内通貨（アルココイン）が貯まる仕組みですが、アルココインは感謝の気持ちを伝え合うことでも貯まります。部門を超えて、感謝の輪を自然と広げることにつながっています。



社員証にも使われるロートネーム  
アルココインが貯まる活動量計



### → 自発的な活動を応援

#### ARKプロジェクト

社員が自発的に立候補して参加するARK「明日のロートを考える」プロジェクトを2003年から実施しています。若手からベテラン社員まで幅広く参画し、環境・社会貢献・人事・健康経営などの重要テーマに向き合い、実現しています。社外チャレンジワーク（複業）や社内ダブルジョブ（兼務）などもこのプロジェクトで着想し、実装されました。



### → 社内コネクト促進

#### 社内報

紙媒体での社内報「清流」と、WEB社内報「SHI-ROHTO+」を通じて、新たな社内の取り組み、経営幹部からのメッセージ、社員の素顔など、その時々最新のトピックスを伝えています。「清流」は当社に流れるフィロソフィーや受け継いでいきたい思いを、「SHI-ROHTO+」は最新のニュースをタイムリーに伝え、社員同士のコミュニケーションを助け新しい価値を生み出しています。

#### 全社イベント

全社員が参加する「大運動会」や、ウォーキングイベント「とこチャレ」などを通じて、社員同士のつながりと健康づくりを行っています。「大運動会」は有志のプロジェクトメンバーが企画・運営し、事前にチーム分けされた参加者は、チームごとに競技の練習をするなどして、当日まで準備します。この一連の流れを通じて、社員の交流を図り、楽しみながらチームワークを醸成する取り組みとしています。



## 多様性の推進

当社は、マテリアリティの一つである「企業価値向上に向けた人的資本の最大化」の実現に向けて、特に重点的に取り組む項目を特定し「サステナビリティ目標2030」として目標を設定、その達成に向け進捗をモニタリングしながら取り組みを推進していくことといたしました。

マテリアリティ	社会課題	非財務KPI	実績	目標
			2022年度	2030年度
人的資本の最大化 社会との共生 【社会(S)】	人権の尊重	全従業員に対する人権・ハラスメント教育の実施	不定期実施	100%
	ダイバーシティの推進 (働き方改革含む)	男性育児休暇取得率	26.5%	100%
		障がい者雇用率	2.30%	3.0%以上
		50歳以上の従業員に対するキャリア研修実施	未実施	100%
		自社所有事業所内におけるジェンダーフリートイレ設置	2025年度までのうち、できるだけ早期に実施	
		有給休暇取得率	72.9%	80%以上
		5日以上連続した有給休暇取得率	23.0%	80%以上
	労働安全衛生の確保	重大労働災害(休業)発生件数	2件	0件
従業員エンゲージメント向上	Well-being アンケートスコア ※従業員のWell-beingに関する自己評価	5項目平均6.8pt	全項目満点	

## 健康経営の推進

当社では個人の成長や個人のWell-beingの実現には、土台として健康があると考えており、「ロート製薬で働く健康になる」ことを目指して2018年に健康経営宣言を制定しました。

当社が考える‘健康’とは、単に病気でない、ということだけではありません。心身の健康を基盤として、情熱(働きがい・生きがい)を持って日々の仕事に取り組むことができこそ‘真の健康’であり、そういった社員が世の中の健康を支えていく‘健康人財’であると考えています。社員が自ら前向きに健康であり続けようとする「きっかけづくり」に注力することで、さらに健康人財を育成していきます。

### ロート製薬 健康経営宣言

わたしたちは、いつまでも健康で毎日生き活きと働くことのできる  
‘健康人財’であふれる会社になることを目指しています  
社員の健康から社会の健康へ、  
そして次世代へと健康の輪を広げていくために、さらに健康経営に取り組むことを宣言します

## 外部評価

2023年3月には、経済産業省及び日本健康会議主催の「健康経営優良法人2023 ホワイト500」に選出されました。

2023年2月には、スポーツ庁認定の「スポーツエールカンパニー2023」に認められました。5年連続のブロンズ、週1回のスポーツ実施率が70%以上の+認定も獲得しています。



## ➔ 健康指標

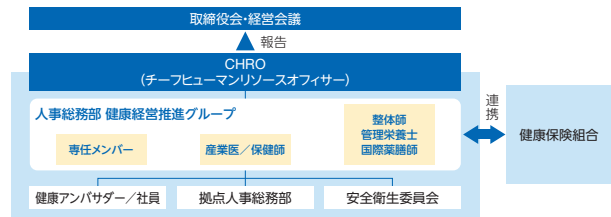
Well-beingの実現には健康が土台となると捉え、現在や未来の健康リスクに備える健康指標に加えて、次世代の健康へもつながることを見据えた健康指標を設定いたしました。具体的な目標を設定することにより、社員一人ひとりが日々の生活を見直し、Well-beingの実現に向けて自走できることを目指し、健康経営を進めています。

KPI		現在 (プレゼンティズム・アップ センチーズムの予防)	未来 (生活習慣病や身体疾患、 メンタルヘルス不調の発生 予防)	次世代 (次世代への健康影響の予 防)	2022年度 実績	2023年度 目標
結果指標 (身体健康)	メタボリックシンドローム (メタボ判定+メタボ予備群判定) 該当者の割合	●	●	●	14.8% (6.1%+8.7%)	0%
	貧血 <sup>※1</sup> 該当者(女性)の割合	●	●	●	14.2%	0%
	健全年齢<実年齢 <sup>※2</sup> の割合	●	●		59.6%	80%
行動指標 (生活習慣)	喫煙者の割合	●	●	●	2.8%	0%
	適正飲酒量 <sup>※3</sup> を守っている割合	●	●	●	76.9%	100%
	睡眠6.5時間以上の割合	●	●		32.4%	50%
	30分の運動を週2回以上の 実践者の割合	●	●		38.3%	50%
	1日8000歩及び20分の早歩き の実践者の割合	●	●		54.9% <sup>※4</sup>	50%

※1 貧血とはヘモグロビン値12.0g/dl未満を定義する ※2 健全年齢<実年齢とは体力測定結果(体力年齢・歩行年齢・脳活年齢)を実年齢よりも若い事と定義する  
※3 1回量が、男性2合未満、女性1合未満と定義する ※4 ウォーキングイベント「とこチャレ」2022冬(3週間)の期間中平均

## ➔ 推進体制

当社は、CHRO(チーフヒューマンリソースオフィサー)の下、人事総務部健康経営推進グループが主体となり、拠点人事総務部や健康アンバサダー、安全衛生委員会メンバー、健康保険組合と連携をとりながら健康経営の取り組みを推進しています。



## ➔ 具体的アクション

健康診断の充実や、歯科検診、インフルエンザ予防接種などを毎年実施しているほか、社員参加型で健康づくりの習慣化ができる取り組みを実施しています。

また、2022年度からは人事や健康管理室に加え、妊娠・出産・育児、病気と仕事の両立、メンタルなどさまざまな悩みを、医療有資格者(看護師・助産師・保健師)へ相談できる、外部のロート社員専用窓口(The CARE)を設置しています。

## 労働安全衛生

### ➔ 労働安全衛生についての基本的な考え方

労働安全衛生は、当社事業に関係する働く方々の命と健康を守るという事業活動存続の基盤であり、当社の提供する商品やサービスの根幹である「安全・安心」をお客様に提供し続けるためにも、職場の労働安全衛生は何よりも優先される重要事項として考えています。

### ➔ 労働安全衛生基本方針

当社は従業員の労働安全衛生を守ることは事業継続のために最重要課題であるとの認識に立ち、労働安全衛生基本方針に基づき、安全で働きやすい職場環境づくりに取り組んでいます。



## 持続可能な地球環境へ

地球環境を守り、次の世代に継承することは私たちの責務です。当社は2005年に『環境方針』を定め、企業活動を通じて地域及び地球環境の汚染の予防と継続的な改善を行っています。特に、地球温暖化防止のための温室効果ガス(GHG)を削減することが、社会全体の課題となっていることを理解し、オフィス・工場等における省エネ、移動・輸送等の際の環境負荷の低減についてさまざまな取り組みを行っています。

### 環境方針

1. 事業活動・製品・サービスについて環境影響を把握し、環境目的・目標を定め、環境マネジメントシステムを構築し、定期的に見直し継続的な改善に努めます。
2. 環境に関する法律、条例、規制及び地域協定等を遵守し、環境保全に取り組みます。
3. 限りある資源を有効活用する為、資源・エネルギーの効率的利用を促進します。
4. 環境に影響を及ぼす化学物質の適正管理の推進と使用量の削減を図ります。
5. 廃棄物の削減とリサイクルを促進します。
6. 環境汚染の予防と継続的な改善に向け新環境技術の導入を進めます。
7. 製品の開発にあたっては、設計・開発から製造、物流、流通、使用、廃棄に至る各過程において環境への負荷を低減した製品の提供に努めます。
8. 環境教育を継続的に推進し、汚染の予防と環境保全に関する意識の向上を、役員及び全ての従業員に周知徹底します。
9. 地域社会の一員として環境保全活動に参加し地域社会との共生を図ります。
10. 環境方針は文書化し、社外に公表し、社内に周知徹底します。

### 気候変動への対応(TCFD)

地球温暖化による自然災害の影響を重くみて、2021年6月にTCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)による提言に賛同を表明するとともに、CO<sub>2</sub>排出削減目標を設定<sup>\*</sup>しています。  
※ルート製薬単体のみ

#### → ガバナンス

当社は2021年9月にサステナビリティ委員会を設置し、気候変動に関するリスクと機会について協議し、取り組み方針の決定を行い、その方針をグループに展開する体制を取っています。取締役会はその検討・協議内容について報告を受け、当社グループの気候変動対応について、ステークホルダーへの開示及び対話、長期視点での資本支出計画など検討を行い、また実行に際して監督を行う体制としています。サステナビリティ委員会は、2名の取締役ならびにアドバイザーとして1名の社外監査役によって構成し、委員長は取締役副社長が務めています。取締役副社長は当社グループのチーフファイナンシャルオフィサー(CFO)の役職も兼ねており、環境課題を財務課題として評価・管理する役割を担っています。

#### → 戦略

当社の気候変動に関するリスク及び機会が事業に及ぼす影響を主に財務面でのインパクトを中心に評価しています。当社は主要な展開国においては現地に開発・生産拠点を保有し、気候変動に伴うバリューチェーンの分断に強い体制を築いています。ここでは主要なグローバル拠点である日本、中国、ベトナム、アメリカ等を総合し、2℃シナリオを想定してそのインパクトを分析しています。現時点では2℃シナリオのみの分析となりますが、今後継続的に分析と評価を進め、多様なシナリオにおける対策検討を実施するとともに、不確実な将来に向けてのレジリエンスを高めていきます。

### 移行リスクと機会

リスク項目		事業インパクト	影響度	現時点での対応
大分類	小分類		2Cシナリオ	
政策/規制	炭素税の導入	輸送コストの上昇に伴い、売上原価および販管費が増加すること(リスク)	中	効率的な配送やパレタイズの推進
		不良品等の廃棄コストの上昇に伴い、売上原価が増加すること(リスク)	中	在庫の縮減や返品削減・旧品や返品のエシカル販売
	CO <sub>2</sub> 排出量の制限規制	再生可能エネルギーへの切替えに係る電力代上昇に伴い、売上原価および販管費が増加すること(リスク)	中	太陽光発電システム(自家発電)や排熱利用システムの導入
市場	需要の変化・消費志向の変化	環境に配慮した製品の開発に伴う費用および原材料費の増加に伴い、売上原価が増加すること(リスク)	中	ラベルレスの採用や添付文書の削減による原材料の使用量削減
		環境に配慮した製品のニーズ拡大に伴う売上向上と当該取り組みに対する市場からの評価向上(機会)	中	ラベルレスの採用や添付文書の削減および環境に配慮した原材料の使用

### 物理的リスクと機会

リスク項目		事業インパクト	影響度	現時点での対応
大分類	小分類		2Cシナリオ	
慢性	平均気温上昇・異常気象	天然原材料の供給不足などの影響で調達コストが上昇すること(リスク)	中	分散調達の推進ならびに在庫水準の適正化
		冷暖房設備の稼働延長に伴い、光熱費負担が増加すること(リスク)	小	サマータイムやビジネスカジュアルの導入・省エネ推進 働き方改革の推進等による無駄な残業の削減
	海面の上昇	低海拔拠点の工場やオフィスが浸水すること(リスク)	—	現時点はほぼ影響なしと分析
	季節商材の需要変動	乾燥対策商品の売上が減少すること(リスク)	中	特定商品に依存しないポートフォリオ
日やけ止め等の売上が増加すること(機会)		中		
急性	台風等の自然災害・異常気象	サプライチェーンの寸断により調達および供給が停止され、収益が減少すること(リスク)	大	サプライヤーおよび販売代理店との緊密な連携、分散調達の推進

## ➔ リスク管理

TCFDが提唱するフレームワークに則り、外部環境の変化を予測し、当社のリソース及び提供サービスを踏まえて、気候変動が事業に与えるリスクについてその影響度をサステナビリティ委員会において識別しています。識別したリスクはサステナビリティ委員会において管理し、対応について協議を行います。必要に応じて関連部門の責任者を委員会に招集し、より具体的な施策を確認、機動的に推進する体制を取っています。環境課題以外のリスクも含めて総合的に当社事業の継続性に影響を与えるものについてもサステナビリティ委員会において評価・管理します。案件に応じて代表取締役社長を委員長とするコンプライアンス委員会とも協議を行い、BCPを策定します。

## ➔ 指標と目標

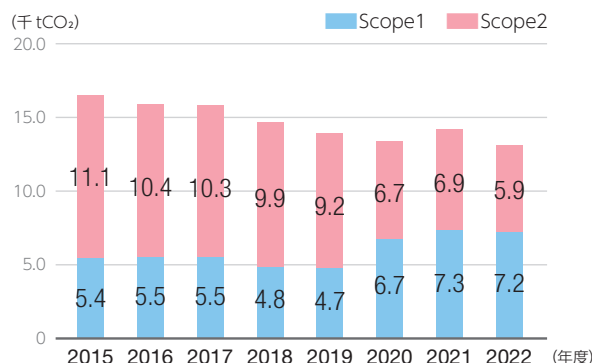
当社では、2030年に向けたScope1・2のCO<sub>2</sub>排出量削減目標を2013年度比-46%とし、そのためのアクションを進めています。2022年度のCO<sub>2</sub>排出量は、Scope1・2合計で13,120t(2013年度比で-17%)となっています。今後は、Scope1・2については主要な生産拠点を持つ国内外子会社の排出量を合計して算定し、またScope3についても集計の精緻化を図るとともに目標設定に向けて取り組んでまいります。

## 低炭素社会に向けた取り組み

### ➔ CO<sub>2</sub>排出量の推移 (Scope1・2)

2030年までにScope1・2のCO<sub>2</sub>排出量を46%削減(2013年度比)する目標を掲げて活動を推進しています。

再生エネルギーで発電されたCO<sub>2</sub>フリー電力への切り替えや太陽光発電設備の稼働を進め、2022年度には事業規模が2013年度比137%に拡大しながらも、17%のCO<sub>2</sub>削減を達成いたしました。

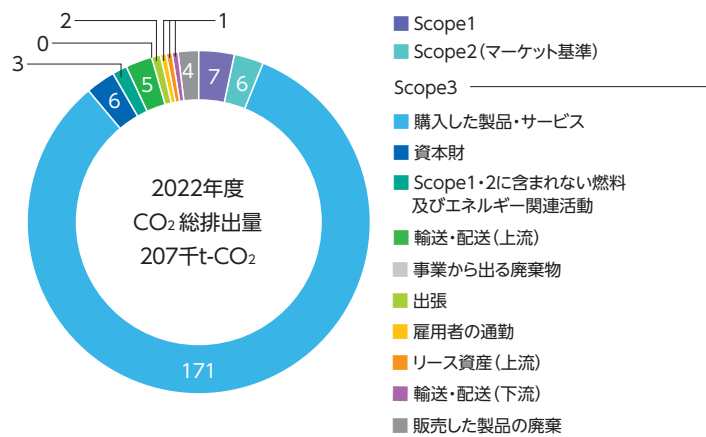


※ 2021年度より算定基準をGHGプロトコルに合わせて変更したため、ガソリン等一部の排出量が追加された数値となっています。

## ➔ バリューチェーン全体のCO<sub>2</sub>排出量

(千t-CO<sub>2</sub>)

当社では2021年度よりGHGプロトコル Scope3基準に基づき、原材料調達、製造、輸送、販売、使用後の廃棄に至るまでのバリューチェーン全体でのCO<sub>2</sub>排出量の算定を開始いたしました。2022年度は売上高ベースの原単位では前年と比較して微増でしたが、原材料の高騰、売上の好調により排出量が増加しています。引き続き、算定精度を向上させるとともに、特に排出量の大半を占めているカテゴリ-1(購入した製品・サービス)を中心に削減につながるような環境に配慮した商品開発を進めるなど、環境負荷低減に努めてまいります。



## 循環型社会に向けた取り組み

当社は「人の健康のためには、地球の健康が不可欠」と考え、限りある自然資本を有効に活用するために、環境に配慮した原料や材料を使用するだけでなく、お客様がご使用された後の廃棄量の削減にも積極的に取り組んでいます。お客様のニーズや使いやすさにもこだわりながら、環境に配慮した資材への切り替えを行い、対応製品には「R・ecoマーク」を表示しています。



ココロもカラダも  
地球も健康に

2019年、当社独自の環境マーク「R・eco」マークを制定。「肌ラボ」シリーズなど環境に配慮した商品に導入を行っています。

## ➔ 環境に配慮した商品開発・素材の採用

### プラスチック使用量削減

#### 付け替え製品の提案

クリームの付け替え製品の販売を、オバジ・エピステーム・SKIOの3ブランド4SKUでスタートしました。オバジの付け替え容器は、本体容器と比較して91%のプラスチック量削減になります。



#### 詰め替えパウチの提案

2005年に肌ラボブランドから詰め替えを発売し、それ以降も新ブランドで積極的に詰め替えを採用しています。2022年度には1,100t以上のプラスチック量削減につながりました。



#### ブリスターの削減

商品の包装も環境に配慮して簡易にしています。2022年にはデオウ制汗剤のブリスターを廃止しました。分別しやすくなり、またプラスチックに加えて紙の使用量の削減も実現しました。



#### アイキャッチシールの削減

2021年より順次、商品に添付しているプラスチック製アイキャッチシールを廃止し、プラスチック使用量の削減に努めています。2022年度は、アクネスシリーズを、アイキャッチシールから容器への直接印刷に切り替えました。





## 環境負荷の少ない素材を使用

### バイオマス資材を採用

ボトルやパウチの材料として、植物由来のバイオマスを原料とする「バイオマスプラスチック」へ順次切り替えを行っています。2022年度は、50の恵のボトルの切り替えをはじめ、新製品リペアワン(リップクリーム)にも採用しました。



### 再生プラスチックの採用

使用済PETボトルを再生した「メカニカルリサイクルPET」をボトル・パウチ・ブリスターの材料として順次切り替えを行っています。また、2022年度にはデオウボトルの中間層に再生PPを採用しました。



### 海洋ゴミアップサイクルパレットを採用

物流における環境負荷低減を目的として、素材の一部に海洋プラスチック(OBP: オーシャンバウンドプラスチック\*)を活用したプラスチックパレットを、当社物流センターでの製品の保管・荷役時の資材として導入し、2022年8月より順次使用を開始しています。

\* 海岸線から50km以内の内陸部で正式な廃棄物処理を行っていないコミュニティから収集されたプラスチック素材のこと

## 紙資源の使用量削減

### 添付文書の別紙同封の廃止

OTC医薬品に必要な添付文書を紙箱の内側に記載することで、別紙で同封していた紙の使用量と捨てる紙の量を削減しています。目薬や皮膚用薬の一部にて順次導入を進めました。



### 梱包材の減量

梱包方法を見直し、一部商品について内箱を使用した梱包から、段ボール仕切りによる梱包仕様に変更しています。

### 環境に配慮した紙資材の活用

商品の紙箱や添付文書、パンフレット、販促物をはじめ、事業活動においても、環境に配慮した紙の活用を推進しています。商品の紙箱においては、63%\*にFSC認証紙が使用されています。

\*商品SKU



## 取引先との取り組み

### 「Go Ethical」にてリニューアルに伴い発生した旧品の販売

2020年7月より、アスクル株式会社が運営する一般消費者向けインターネット通販サービス「LOHACO by ASKUL」の人気の売り場「OUTLET」内にある商品の廃棄ロス削減を目的とした「Go Ethical」に参画をしています。従来は廃棄処分対象\*にしていたが品質には問題のない商品に関して、アウトレット売り場で再販売することで、廃棄ロスを削減しています。

「Go Ethical」の取り組みは、令和4年度 消費者志向経営優良事例表彰にて消費者庁長官表彰を受けています。

\*販売店・卸売会社からの返品で未開封の廃盤商品



## 水資源保全への取り組み

経済の発展や人口増加などに伴い、世界の水需要は急速に増加しています。限りある水資源はまた、その質という観点からも社会の大きな課題となっています。当社の事業活動では一定量の水使用が必要となります。水資源と密接な関連があるという認識のもと、水資源の有効利用は当社の社会的責任であると考え、環境方針に従って、事業全体からの水資源の有効利用、水使用量の削減、水質汚染の防止等の環境保全活動に取り組みます。

### 水の効率的な使用

当社の主要工場である上野工場では、一部地下水を利用しています。その精製の過程で発生する排水を再処理してリサイクル利用し、貴重な水資源の効率的利用に努めています。

### 使用量削減の取り組み

当社の製品そのものには水使用が不可欠であり、生産量が増えると水の使用量が増加します。また品質を保つためには洗浄など生産工程での水も必要となります。製品の品質を保ちながら、環境負荷を最大限抑えることができるよう、使用量の効果的な削減に取り組んでいます。また工場での水使用量だけでなく、オフィスでのトイレ・手洗いの水洗抑制なども行っています。

### 排水の水質改善

毎日の定期的なモニタリングと調整により、排出による負荷を下げる努力をしています。

## 生物多様性保全への取り組み

当社は、全ての事業活動が自然環境から恩恵を受け、また自然環境に影響を与えていることを認識し、自然環境との調和を図り、持続可能な社会のために生物多様性の保全に取り組みます。

- 1 当社の事業活動が生物多様性にどのように関わり、また影響を与えているかの把握に努め、影響の回避・最小化に取り組みます。
- 2 事業活動を行う地域の生態系に配慮した事業活動に努めます。
- 3 生物多様性に配慮した製品や技術の開発を推進し、環境保全に努めます。
- 4 生物多様性に関する社員の意識の向上に努め、関連する多様なステークホルダーとの連携や協働を通じて、環境保全活動を支援・推進します。
- 5 生物多様性に関する国内外の取り決めや法令を遵守します。

### マイクロプラスチックビーズへの対応

洗浄料などの洗い流し用製品に配合されている原料のマイクロプラスチックビーズですが、昨今、海洋汚染など環境面への影響に関する懸念が国内外で指摘されています。当社では、洗浄料へのマイクロプラスチックビーズの新たな配合を2010年に中止し、2016年には既存の洗浄料に関してもマイクロプラスチックビーズを含まない商品への切り替えを完了しています。

### 持続可能な原料の活用

パーム油は、アブラヤシという木から採取される植物油で、その一部は化粧品原料(脂肪酸やグリセリン)としても用いられています。しかし近年、そのプランテーション開発に関わる熱帯雨林の破壊などさまざまな問題が起こっています。当社では、可能な限り「持続可能な原料」を選択し調達を行っています。今後もサステナブルな原料の活用をサプライヤーと共に取り組んでいきます。

### 海の汚染やサンゴ保護に配慮

海の汚染やサンゴの死滅の一因として懸念されている成分を配合していない日焼け止めの開発を進めています。これらの成分は日焼け止め効果を高めるためには欠かせない成分で、多くの日焼け止め商品に配合されていますが、製剤技術を駆使することで、高い日焼け止め効果、使い心地のよさ、環境対応のすべてを実現させました。

2022年2月にネクスタシリーズとして

発売し、2023年1月には新製品を追加して拡充しました。引き続き環境配慮と商品の使いやすさや使い心地を両立できる商品開発を進めていきます。





## 社会との共生

### 人権尊重

#### ➔ 人権尊重についての基本的な考え方

当社は、Well-beingな社会の実現を目指し、事業活動も日本だけでなく世界中に展開しておりますが、あらゆる事業活動の土台となるのが人権の尊重です。当社は、事業を行う過程で直接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認識しており、国連の「国際人権章典」\*、国際労働機関（ILO）の「労働における基本的原則及び権利に関するILO宣言」や賃金や労働時間など労働者の人権に関する条約などの人権に関わる国際規範を支持し尊重します。国連グローバル・コンパクトの10原則を署名企業として支持するとともに、「ビジネスと人権に関する指導原則」を支持し、これらの原則に基づく取り組みを実践していきます。また、企業活動を行うそれぞれの国や地域で適用される法令を遵守します。国際的に認められた人権と各国や地域の法令との間に矛盾が生じた場合、当社は、国際的な人権の原則を尊重するための方法を追求します。

\*「国際人権章典」は、「世界人権宣言」及びこれを条約化した「市民的及び政治的権利に関する国際規約」「経済的、社会的及び文化的権利に関する国際規約」の3つの文書の総称です。

#### ➔ 特に重要と考える人権課題

##### 差別・ハラスメントの禁止

- あらゆる差別やハラスメントの禁止、多様性の尊重、機会の均等

##### 労働者の権利保障

- 児童労働、強制労働の禁止（奴隷、人身取引を含む）
- 結社の自由、団体交渉権の尊重
- 低賃金労働（最低賃金、生活賃金を下回る労働）、長時間労働の防止
- 労働安全衛生の確保（労働者の健康・メンタルヘルスを含む）

##### プライバシーの尊重

- 顧客、従業員を含めた個人情報の保護を含むプライバシーの尊重

人権への負の影響を特定し、防止または軽減し、適切かつ効果的な救済措置を講じるために、人権デュー・デリジェンスの仕組みを構築し、継続的な実施に向けて取り組むよう努めます。

#### ➔ 労使が協調して人権課題へ対処

当社では、従業員に対して労働基本権を保障し、労働組合を組織し、団体交渉権を保有することを認めています。労使協議の場においては、労働条件のみならず労働環境などの課題についても労使間で緊密に情報共有を図り、労使一体となって課題解決にあたっています。海外拠点においても各国の労働法制に則り、労働組合と良好な労使関係の構築に努めております。

##### 人権に関する取り組み事例：「同性パートナー登録制度」

従業員の多様性を認め、共に尊重し合うことでWell-beingを感じられる風土づくりを推進するため、2022年1月より、当社直接雇用の従業員を対象に性的マイノリティ（LGBTQ）の従業員に対する同性パートナー登録制度を導入しました。これにより結婚・出産等の事由での特別休暇の利用や育児・介護休業の申請が可能となるなど、異性間での婚姻と同様の取り扱いとなります。

## 持続可能なサプライチェーンの構築

### → 持続可能な責任ある調達

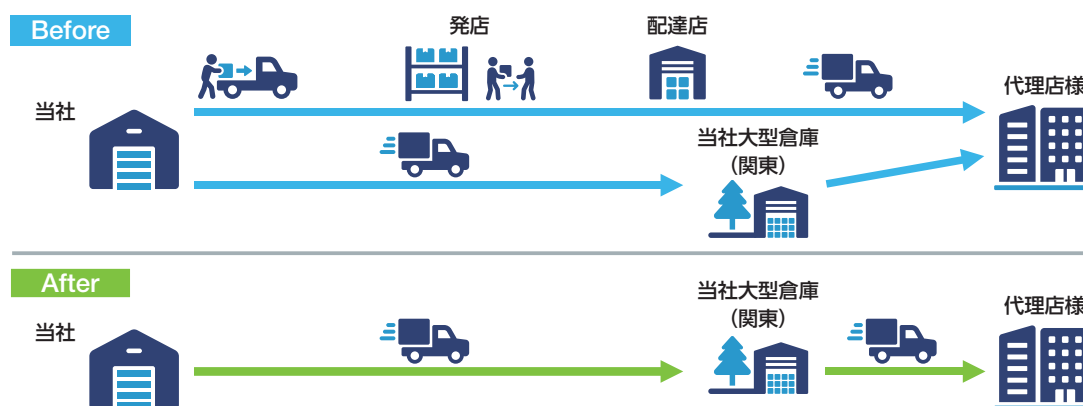
安定した原料調達を実現するために、当社はグローバルなネットワークを活用し、調達拠点の分散化に取り組んできました。現地調達・現地生産も、リスクの分散に寄与しています。

また、パートナーである調達先と共に、持続的な社会の実現に貢献するために「ロートグループ CSR 調達ガイドライン」を制定しました。当社グループ内及びサプライヤーに対し本ガイドラインの周知を進め、サプライチェーン全体での調達活動における各種リスクの把握や問題が発生した場合の早期是正に向け、調達活動に関するステークホルダーと共に本ガイドラインに基づく活動を推進するとともに、この取り組みを通じて、社会的課題の解決と、当社グループとサプライヤー双方の企業価値向上を目指していきます。

### → 取引先と叶えるサステナブルな配送

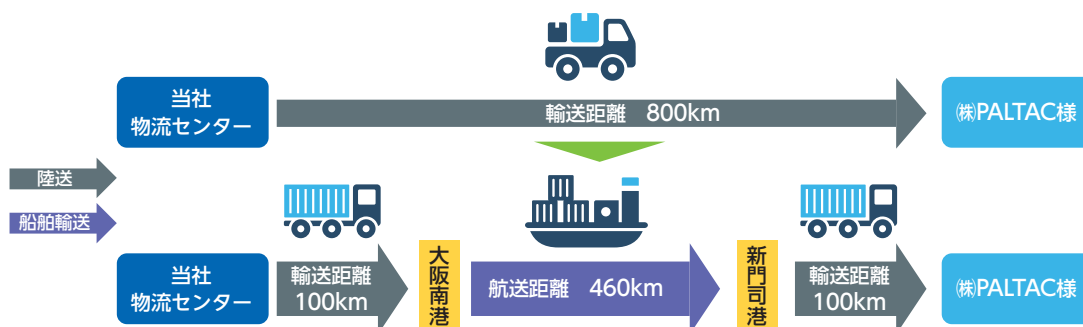
ドライバー不足と燃料高騰による物流危機が叫ばれている中、配送の効率化により、環境負荷の低減だけでなく、ドライバーのWell-beingにもつながる取り組みを実施しています。

当社の製品は医薬品・化粧品が主流となるため比較的サイズが小さく、1回あたりの配送も多品種少量になりがちですが、取引先と協力し、まとめ配送やパレットの段単位での発注とするなどの取り組みを進めています。これにより、ドライバーの負担となっていた、積み下ろし作業が減り、また納品時間を変更することによって、納品・集荷先での待機時間を改善することが可能になりました。当社大型倉庫への配送に使用するトレーラー上部の空間を活用した代理店配送も進めており、これにより10tトラック76台分の削減が可能となります。



また、2021年度から取引先である㈱PALTAC様と進めてきた九州への納品におけるモーダルシフトの割合も2倍に増え、ドライバーの長距離運送の改善とともに、CO<sub>2</sub>排出量の削減にもつながっています。

今後も取引先と協力をしながら共に効率化を進め、環境配慮に努めていきます。



1トンの貨物を1km運ぶ場合に排出するCO<sub>2</sub>量はフェリーを利用した場合、約8割削減することが可能

## 品質および安全性保証

当社では安心・安全な製品を提供するために2004年1月より「品質方針」を定め、この方針に従って、全社員が一丸となって日々の業務を行っています。品質方針は、常にお客様や患者様の高まるニーズに応えられるよう、時代の流れや当社製品の広がりに合わせて見直しを行っています。医療用医薬品の事業を本格化させるにあたり、より高い品質の製品を、より安全に使用していただきたいという思いから、従前の品質方針を見直し、2022年4月より新しい品質方針を導入しました。すべての製品や活動に対して、品質・安全ともに、さらなる高みを追求していきます。



すべての人々に喜びと安心を提供するために

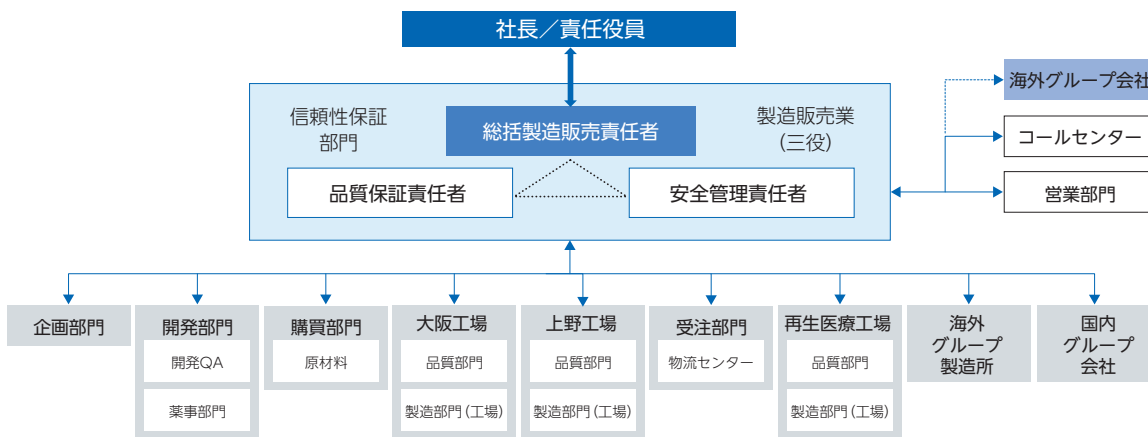
- 1) コンプライアンスの遵守を徹底し、事実を伝えることに努めていきます
- 2) 科学的根拠に基づき、リスクに応じた管理方法を考え、より高い品質/安全性を追求します
- 3) コミュニケーションを大切にし、情報の透明化を図ることで継続的に改善します

品質方針は、安心な製品を提供するための道しるべです。全社員への周知徹底を図るため、「わたしたちの心得カード」を配布し、各事業所内に品質方針ボードを掲示しています。品質に関するリーダーシップは社長をはじめとする経営者にあることを体現しています。

代表取締役社長 杉本雅史

### ➡ 全社品質システムで経営陣も品質保証にコミット

製造販売業の三役（総括製造販売責任者、品質保証責任者、安全管理責任者）が連携して、当社のすべての商品の品質を保証する組織を構築しています。製造部門や品質部門だけでなく、経営陣も含めた会社全体で品質・安全性にコミットする体制を推進しています。グループ会社についても同じ品質方針のもと、高い品質保証を実現できるような体制を整えています。



### ➡ グループ間で連携し、さらなる品質の向上を

当社グループ国内製造所の品質及び安全性に対するレベルアップ及びプラットフォーム構築を目的に、グループ5社（ロート製薬(株)・ロートニッテン(株)・天藤製薬(株)・摩耶堂製薬(株)・クオリテックファーマ(株)）で情報共有、協議の場として、ロートグループ製造販売業者連携会議を定期的実施しています。また、工場内での製造作業、記録類、衛生基準など工場に関する内容について確認し、承認書との齟齬がないこと、不正がないことを相互点検したり、秀でた人財紹介による各社の管理能力向上、各社の課題解決を通して人財育成や協業による効率化、法令遵守体制の構築、安全性業務の情報共有に取り組んでいます。当社グループ会社はさまざまな前身からなり、各々で長年培ってきた品質体制を持っております。それぞれの強みを活かし、グループ全体でさらなる品質向上を目指していきます。

## ➔ 安全性への取り組み

私たちはお客様、患者様からの情報や学会・海外からの情報すべてに目を通し、私たちの製品の安全性に問題はないか、また、正しくご使用いただいているか等を日々確認し、評価しています。もし、安全性や使用方法について注意喚起が必要と考えられる場合、「使用上の注意」等の改訂を行うとともに情報伝達を行います。これらの活動は薬機法、GVP省令<sup>※</sup>等の規制を遵守して行っています。安全対策の究極の目標は、私たちの製品を正しく、安全に使用してもらうことで、お客様、患者様のWell-beingを目指します。

※GVP (Good Vigilance Practice) 省令:企業が安全対策を適切に実施するための法律



## ➔ 法令遵守に関するガイドライン対応

医薬品業界における不祥事が相次いでいます。厚生労働省より発出された法令遵守ガイドラインに基づき、当社では「ロート製薬における法令遵守体制」を作成し全社員に公開いたしました。また、「ロート製薬における法令遵守体制」の内容についてe-learning(ロートアカデミー)を用いたコンプライアンス研修を全社員に実施し、法令遵守の重要性や当社の体制についての理解を深め、当社のコンプライアンス体制を確立しています。

## ➔ 品質管理体制

当社の製造・品質管理・物流の拠点「上野テクノセンター」では、自動化が進んだイケア製造ラインを有し、多品種生産が可能です。医薬品製造で培った高い品質保証システムやフレキシブルな製造ライン、高度な無菌及び異物管理技術、品質情報管理システム(LIMS)を用いた試験データの集中管理等で、高品質・高効率な生産体制を実現しています。同センターは、FDA Part11<sup>\*1</sup>に日本の製薬メーカーとして初めて対応。ISO13485<sup>\*2</sup>やCEマーキング<sup>\*3</sup>も取得し、海外への商品提供も積極的に進めています。

※1: FDA Part11=米国食品医薬局が定める電子記録の管理基準

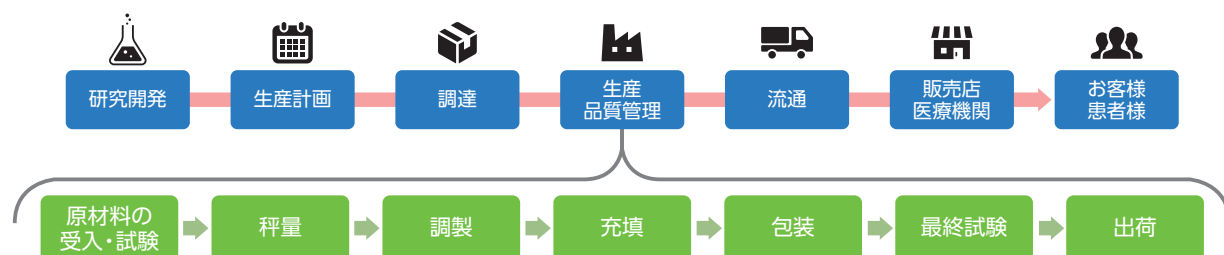
※2: ISO13485=医療機器特有の品質保証国際規格

※3: CEマーキング=ヨーロッパの製品安全試験に合格していることを示すマーク



## ➔ 高品質で安心な製品をお届けするために

当社は、Well-beingな社会の実現を目指して、さまざまな製品・サービスを世に送り出しています。世界中の人々、そして地球全体にとって、Well-beingであるために、開発から原材料の調達、生産、流通、販売、使用までのすべての段階において、高いレベルでの製品の安全性を追求し、品質向上に努めています。



## 社会への取り組み

当社は、経営理念の中において「当社を取りまくすべての人たちと協働して社会課題を解決し、これにより得られた便益を共有する」と掲げており、社会貢献活動を事業活動の重要テーマと位置づけ、積極的に取り組んでいます。中でも、Well-beingな社会の実現に向けて「次世代の健康と応援」「地域社会の創生」「医学の発展」に長期的に取り組んでいます。

### ➔ 将来世代への支援

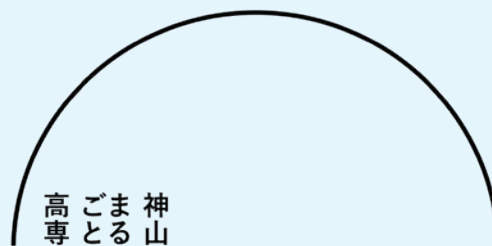
#### 東日本大震災遺児支援 「公益財団法人みちのく未来基金」

「みちのく未来基金」は東日本大震災によって両親もしくはどちらかの親を亡くした子どもたちの高校卒業後の奨学基金です。カゴメ(株)、カルビー(株)、エバラ食品工業(株)、当社の4社で運営をしています。支援の輪は業界の枠を超えて広がり、寄付金は累計53億円、奨学金給付者数は2023年4月末時点で1,099名になりました。経済的な理由で夢や希望を諦めることなく追いつけられるよう、震災当時にお腹の中にいた子どもが大学を卒業するまでの約25年間の長期的な支援を継続していきます。



#### スカラーシップパートナー参画へ 「神山まるごと高専」

当社は、2023年4月開校の高等専門学校「神山まるごと高専」が進める、テクノロジー×デザイン×起業家精神が三位一体となった新たな学びを行い、社会を切り拓く「モノをつくる力で、コトを起こす」起業家育成の考え方に賛同し、寄付による学費の無償化を実現する同校のスカラーシップパートナーに参画しています。奨学生と企業間のコラボレーション機会を創出し、共に未来づくりを目指していきます。



#### 「ロートこどもみらい財団」

次世代を担う子どもたち一人ひとりの個性を尊重し、自分らしく探求しようとする心の“眼の芽”を育てるため、2021年に「ロートこどもみらい財団」を設立し、子どもたちを応援しています。2022年度には、ファンディングとして7名の子どもたちの研究に対して支援金の提供及びメンタリングの提供を行いました。また、株式会社SPACE及び国立大学法人東京大学大学院総合文化研究科ギフトド創成寄付講座との連携協定、大阪府東大阪市教育委員会との事業連携協定、株式会社SPACE及び神奈川県鎌倉市教育委員会との連携協定、兵庫県豊岡市教育委員会との包括連携協定を締結しました。子どもたち一人ひとりのWell-beingの環を拡げる活動を続け、貢献していきます。



## → 地域社会との共生

### 石垣市との包括連携協定を締結

当社はこれまで、沖縄県石垣市においてグループ会社である農業生産法人・有限会社やえやまファームを通じて、畜産・農産のみならず加工販売まで手掛け環境に配慮した循環型農業、六次産業化に取り組んできました。また、石垣市のふるさと納税の返礼品として、生産した農産物やその加工品を提供したり、変わりやすい島の天気によって左右されず子どもたちが運動できるように、石垣市へ卓球台を寄贈して石垣市長杯卓球大会を開催するなど、石垣市で暮らす人々や地域社会を健康にするためさまざまな取り組みを行ってきました。2023年2月に石垣市、当社、やえやまファームの3者で「持続可能な地域づくりの実現に向けた包括連携協定締結」を締結しました。石垣市の未来を担う子どもたちの食育や石垣市民の健康増進に関する課題などを解決するとともに、石垣市が目指す「SDGs未来都市」の実現や地域総合戦略に基づく取り組み、持続可能な地域づくりに貢献していきます。



### 帯広市で牛乳・乳製品の消費拡大支援

コロナ禍が長期化し牛乳・乳製品の消費低迷が続く中、特に3～4月の学校給食が休みになる期間に、牛乳・乳製品の消費拡大と、成長期に必要な栄養素への理解促進を目指す取り組みを北海道帯広市と共同で実施しました。帯広市内全児童8,000人を対象に、牛乳に含まれるカルシウムに関するリーフレットとともに、当社の成長期応援飲料「セノビックミルクココア味」のサンプルを配布。地域の課題解決に貢献するとともに、次世代を担う子どもたちの健やかな成長をサポートしていきます。



### 社員と会社が積極的に取り組むマッチング寄付「かるがも基金」

社員有志による積み立て基金と会社から同額の支援金を合わせたものを原資とし、毎年、社員自らが支援先を考え、社会で必要とされる福祉や教育活動などの支援に役立てています。2004年からスタートし、2023年3月末時点では1,213名の社員が参加しています。



その他多くの活動を行っています。

詳しくは、URL：<https://www.rohto.co.jp/sustainability/society/community/>をご覧ください。

## → 医学の発展に貢献

健康で豊かなWell-beingな社会の実現のため、科学技術や基礎研究や臨床研究を広く助成し、医学の向上・発展に貢献しています。眼科や皮膚医学、産婦人科学を中心に、若手研究者の支援を継続的に行っています。

科学技術	1977年～	山田科学振興財団	初代社長の山田輝郎が自然科学の基礎研究を助成振興し、科学技術の向上と福祉に寄与することを目的として設立。
眼	1995年～	ROHTO AWARD	眼科研究の発展を目指し、基礎研究と臨床研究の両方の業績をあげた若手研究者に贈られる賞。眼科の将来をリードする人材を輩出。
皮膚	2007年～	加齢皮膚医学研究会：ロート賞	加齢皮膚医学に関する基礎的、臨床的調査・研究を広く奨励助成するため、加齢皮膚医学研究会と当社により設立。
皮膚	2008年～	ロート皮膚医学研究基金：ロート製薬寄付	皮膚医学の発展に顕著な貢献が期待できる基礎的研究を助成振興することを目的に、斬新かつ萌芽的な研究に対して研究費を助成。
女性	2009年～	ロート女性健康科学研究賞	女性健康科学研究会より発展し、産科婦人科研究の発展・向上に寄与することを目的として功績のあった研究所に贈られる賞。



## ➔ 健康意識を高める活動

### 「妊活白書2022」の発行

当社では、妊娠検査薬・排卵日予測検査薬「ドゥーテスト」を通じて、ママになりたい、パパになりたいと願う、お客様の想いに寄り添ってまいりました。さまざまな場所で情報発信を行う中で、皆様の妊娠・出産に対する情報が不足していること、また不安に思ったり、悩む方が多いことに気づかされてきました。そこで2018年より妊娠・出産に対する現状把握と、情報発信のために継続的に調査を行い、毎年「妊活白書」を発行しております。5年目となる「妊活白書2022」では、若年層の約半数が「子どもを欲しくない」と回答し、社会への不安や懸念を抱く声がある一方「妊活」に向き合う人たちの意識や行動の実態が浮き彫りになりました。メディアの皆様と手を携えて、より広く確かな情報をお届けし、誰もが「自分」を大事に思い「自分らしく」生きるWell-beingな社会を目指して、サポートしていきます。



### 健康寿命及び歩行寿命の延伸実現に向けた取り組み

2023年3月、足のモーションセンサーを開発・販売する株式会社ORPHEからの第三者割当増資を引き受けて資本参加するとともに、医療法人社団青泉会下北沢病院の協力のもと、株式会社アシックス、ORPHEと、歩容データをもとにした健康寿命及び歩行寿命延伸を目指した取り組みを行うことで合意しました。ORPHEが有するセンサを用いて、歩数や歩行パターンデータを収集し、アシックススポーツ工学研究所が長年培ってきた足と歩き方に関する独自の知見と、下北沢病院が有する臨床データ・医療データなどを組み合わせた分析をもとに、健常時～未病状態における歩行状態から健康状態をスコア化した「歩行健康度」のアルゴリズムの構築を行い、より多くの個人・事業者・自治体・医療機関などに活用されるモジュール化を目指します。また、疾患～回復期におけるメディカル分野において、変形性膝関節症(膝OA)などをはじめとする足の疾患のリハビリ時に、通院時の指導に活かせるパッケージ開発を目指します。



## アイケアリーディングカンパニーとして

当社は人々を健康にしたいという思いから100年以上目と向き合い、大学や医療機関と共にさまざまな研究に取り組んできました。アイケアリーディングカンパニーとして、世界中の人々の目の健康問題に改めて向き合い、国境を越えて「見える喜び」に貢献できるよう努めていきます。

### 国境を越えて、世界中に「見える喜び」を

国内外の当社グループ一体になって、世界中で人々の目の健康を守るための活動を推進する「Joy of Seeing (JoS, “見える喜び”)プロジェクト」を2022年6月にスタートしました。

#### ▶ 「子どもの目の健康と近視」への啓発と支援活動

プロジェクトテーマ第1弾として2022年から、日本やアジアを中心に拡大し世界的に深刻な健康問題と言われている「子どもの目の健康と近視」に焦点を当て、啓発イベントや発信、無料眼科検診、メガネの提供など社会的取り組みを行っています。

Joyの地球と彩(いろどり)、eeを目に見立てたスマイルをモチーフに「国境を越えて、世界中に“見える喜び”を広げたい」というプロジェクトにかける想いを表現しています



## 途上国でのアイケア支援

### ▶ 遠隔地の先住民族に、適切な眼科医療を。「見える喜び」に国境はない

眼科医療にアクセスが困難なブラジルの先住民族コミュニティの状況改善のため、20年以上続く「アマゾン白内障撲滅プロジェクト」支援を継続しています。遠隔地におけるQOL向上を目指し、毎年数回医療キャンプを実施。Ophthalmos Rohto社はボランティアスタッフとしての参加と白内障手術用製品の無償提供を行い、地域や民族の壁を越えた医療に貢献をしています。



### ▶ 眼内レンズを無償で提供し、「見る力」を一人でも多くの人に

1996年に設立されたロート・インドネシア社は、アセアン地域で初めて白内障手術用の眼内レンズの製造販売をしています。地域の眼科医に眼内レンズの品質を理解してもらう難しさなどの課題を乗り越え、今ではインドネシアを含む15か国で販売をしています。白内障による失明を減らすことができる眼内レンズは、社会貢献にもつながる大切な事業としており、眼科医との協同による白内障のチャリティ手術（眼内レンズの無償提供）を実施するなど、「見ること」へのサポートを積極的に展開しています。



### ▶ お客様と一緒に目を大切にする習慣を

ベトナムは当社がゼロから海外市場を開拓した最初の国で、1996年に事務所を設立しました。目薬を保健薬として使用する文化や習慣がない中、目の大切さを伝える啓発活動や無料眼科検診を学校や一般の方向けに継続して実施しています。また持続可能なビジネスモデルに取り組む眼科病院の無料白内障手術の支援を行っています。



## お取引企業様とともに

世界中の人々の「見える喜び」をサポートする活動の一環として、2016年より取引先と共同で、アジア、アフリカ諸国での眼科医療の支援活動に寄付を行っています。これは、当社と小売業の取引先が「ソーシャルパートナー」として、ビジネスの枠を超えて、社会貢献活動と一緒にを行う取り組みです。世界の失明原因の1位は白内障で、現在数千万人が失明状態にあると考えられています。日本では手術治療が進歩し、白内障による失明率は非常に低くなりました。しかし世界的に見ると、貧困だけでなく、医療従事者や設備不足により適切な検診や診断がされなかったり、手術技術が低く治療ができないという理由で、多くの人々が白内障で視力を失っています。

第7期となる2022年度には、ソーシャルパートナー11社の期間中の目薬の売上の一部と同額を当社がマッチングし、99万2,380円を国際眼科支援活動を行う団体に寄付いたしました。私たちは、この支援活動に使命感と誇りを持ち、継続的な活動を実施していきます。

ソーシャルパートナー

◇OUI Inc.

世界の失明を50%減らし、眼から人々の健康を守ることをミッションに掲げて活動されるベンチャー企業です。眼科医の「眼」を世界に広げるというコンセプトのもと、Smart Eye Camera (以下SEC) というスマホアタッチメント型眼科診断機器を開発しました。このポータブルで簡便な機器を使用し、2022年からはベトナム・カンボジア・インドネシア・モザンビークで、現地医療機関、眼科医の先生方と連携し、SECを活用したパイロット実証を行っています。



ケニア農村部・医療機関での Smart Eye Camera のパイロット事業の様子

◇NPO法人アジア失明予防の会

ベトナムを中心としたインドシナ半島やアジアの貧しい国々の人々が、一人でも光をなくさないですむようにとの想いで、現地で無償の眼科治療及びその技術指導や、眼科医療資機材の提供などの物資援助を行っています。2022年は、特にベトナムにおいてゼロコロナ施策がとられる中で、ビンフック省とダックラック省において眼内レンズの無償提供などの医療技術指導を行いました。またハノイ市、フエ市、ハイフォン市において、貧困により眼の治療ができない人々への治療の斡旋支援や、眼科検診などの啓発活動を行っています。



NPO法人アジア失明予防の会の現地での手術の様子

次世代の子どもたちの目を守る

近年、子どもの近視の増加は深刻な社会課題となっています。近視になるのが早いほど、将来近視が強くなる傾向にあり<sup>\*1</sup>、近視が強いほど将来失明につながる眼疾患のリスクが高まる<sup>\*2</sup>とも言われています。近視の増加には遺伝要因もありますが、近年の増加は屋外活動の減少、近業作業の増加、就寝時間の変化など環境要因の影響が大きいと言われています。なお、成長段階にある子どもの頃が最も近視が進みやすく、この時期の重点的な予防・対策が重要です。当社では、子どもたちの「生涯の見える」を守るための活動を積極的に行っています。

\*1:参考文献 Chua SY, et al. Ophthalmic Physiol Opt. 2016. \*2:参考文献 Flitcroft DJ. Prog Retin Eye Res. 2012.

▶「大府市子どもの近視予防プロジェクト」

愛知県大府市、国立大学法人東海国立大学機構名古屋大学大学院医学系研究科眼科学・感覚器障害制御学教室及び株式会社スギ薬局と、「大府市子どもの近視予防プロジェクト」に関する覚書を締結しました。当社は、大府市、株式会社スギ薬局及び名古屋大学大学院医学系研究科眼科学・感覚器障害制御学教室と協力し、子どもの近視予防のための取り組み支援や啓発活動を進めていきます。



▶ 幼児の目の健康を守る習慣づくりをサポート



幼児にもスマートフォンやタブレットの使用が普及し、タブレット学習の効果への期待が高まる一方で、保護者からは目の健康を不安に思う声も増えています。当社は、株式会社ベネッセコーポレーションの幼児の教育・成長支援ブランド「こどもちゃれんじ」と共同で、視力の成長期にある幼児の目の健康を守るための取り組みを2022年6月～9月末で実施しました。当社のWEBサイト「目薬はロート」にて、親子で楽しく視力を測定できる「目の健康チェックポスター」、目の健康を守るために大事なことをしまじろうと一緒に学べるアニメや保護者向けの情報を提供しました。引き続き子どもの目の健康を守る習慣づくりを支援していきます。

## 取締役会議長 × 社外取締役対談

# 持続的な成長を実現する

### 会社の姿勢に魅せられ、会長の想いに惹かれて

#### ロート製薬の社外取締役に 就任した経緯を教えてください。

**入山** 名前自体はもちろん知っていましたが、ロート製薬という企業の存在が私の中に深く刻まれたのは2011年3月、東日本大震災が起きた時です。当時、私はアメリカの大学に勤務していたので、日本の大惨事に気をもみながらも、何もできない無力さを感じるばかりでした。そんな時にロート製薬が震災後二週間で復興支援室を立ち上げ、同年10月には震災遺児の子どもたちを大学院修了までサポートする「みちのく未来基金」を設立した\*というネットニュースを目にして、「ソーシャルグッドに本気で取り組んでいる会社はすごい」と、とても感動しました。

(※当社を含む3社での設立)

帰国後に、共通の知り合いを通じて山田さんをご紹介いただきました。2015年の頃だったでしょうか。ただ、その時点では将来社外取締役に就任するなどとは思いませんでした。

**山田** ひよんなご縁でお会いしてみると、とてもパワフルで、また広い視野とご意見をもった先生で刺激をいただきました。

**入山** 私も、山田さんの、気さくに上下関係なく意見を傾聴するお姿や、奔放過ぎるというかとてもアグレッシブな行動力に大変感銘を受けました。数年後に社外取締役のオファーをいただくことになったのですが、形式に囚われることなくSNSのメッセージで直接オファーをいただいたので驚きました。

**山田** そんなことまで、よく覚えていますね。

**入山** その後突然、大学の私の研究室に山田さんが一人でいらっしゃいました。報酬の話は一切なく、ロート製薬の課題やこれからやりたいこと、私に期待する役割について滔々と語ってくれたのです。私が最初に抱いた印象は間違いではなかったと確信し、この会社を通して共に社会に役立っていきたいと、お引き受けいたしました。

### 物申す社外取締役がいてこそ、活性化につながる

#### 山田会長が入山先生を社外取締役として 選んだ理由を教えてください。

**山田** 当社がはじめて社外取締役への就任を依頼したのは、神戸大学の金井壽宏先生です。当時、経営に関する人材育成の必要性を感じていたこともあり、その分野の第一人者である先生にお願いしました。

**入山** 金井先生が初代の社外取締役でしたか。

**山田** その後も、その時々的重要な経営課題に対して専門的な経験、見識を持たれた方々にご就任をお願いすることで、さらに拡充を進めています。私もビジネススクールで経営の基礎を学んできましたが、入山先生にお願いしたのは、今の経営学の最先端で起きていることを視野に入れながら、私とは違う観点からのご意見を伺える方に加わっていただきたかったというのが理由です。

**入山** 改めてお聞きしますが、どうして私だったのでしょうか？

**山田** 入山先生は、経営学を広く、深く研究されておられます。狭い領域の中で、より深い研究をされる経済学者が多い中で、多面的な視点を持っていらっしゃることは貴重だと思いました。また、アメリカの大学でのグローバルな知見もごございますし、このような先生に取締役会のメンバーに加わっていただきたいと、実は初対面の時から思っていたのです。早くお声がけしなければ他社からオファーが殺到し、ご就任いただくチャンスを逸してしまうのではないかと、そうなるかと絶対に後悔すると思い、突然でしたがお訪ねしました。

**入山** 本当に突然、いらっしゃいましたものね。実際、その数年後に他企業から多くのオファーをいただくことになりました。

# ロート製薬のガバナンス



代表取締役会長(取締役会議長)

山田 邦雄

社外取締役

入山 章栄

## 長期的なスパンに立って“善”を生み出すガバナンスを

### ロート製薬の取締役会やガバナンスについて、入山先生の印象、評価はいかがでしたか。

**入山** 取締役会に何を求めるのかだと思いますが、私が教科書的に捉えていた取締役会の姿とは違っていたので、最初は戸惑いがありました。ある外国資本企業で社外取締役をやっていたのですが、その取締役会はまさに外資系スタイルで、毎回、数字をぎりぎりまで突き詰めるという感じでした。対してロート製薬は、そういった取締役会の運営とは一線を画していました。数字もちろん大切にしていますが、それ以上に課題の本質の見極めや、将来のあるべき姿についての議論に多くの時間を割く、とても個性的な企業に感じたので、一般的なガバナンスのイメージとは違った、ロート製薬の個性を活かすようなガバナンスの仕組みをうまく作れるのではないかと思いました。

それが確信に変わったのは、米良はるかさんが社外取締役に加わった時です。私も学者としては発言において忖度しないほうですが、米良さんにはとても敵いません。そのような社外取締役の人选や取締役会の運営が行えることこそが、ロート製薬の個性であり、強みだとも感じました。



**山田** 第三者的な立場からズバツと物申す社外取締役の皆様のおかげで、数合わせではなく質としていいガバナンス体制になっていると感じています。

**入山** 日本企業ではなんとなくアメリカ式のガバナンス手法を採用しているケースが多いですが、そもそもガバナンスの完全な定義はないのです。ある世界的なガバナンス研究の第一人者は、「投資家にきちんとリターンすることがガバナンスである」と言っています。また、「ガバナンスの定義は時代で変わる」と断言している方もいます。私があえてガバナンスを定義するなら、世の中や会社、従業員やステークホルダーの皆さんがより良くなるために企業を健全に統治する仕組みと言えるでしょう。定義はともかく、ガバナンスがこれからの経営基盤の構築に必須であることは間違いありません。

**山田** 日本においてもガバナンスという英語がそのまま使用されていることからわかるように、ぴったり当てはまる日本語が見つかりません。統制、統治と言うと一方的で違うように感じますし、管理も監督も監査も何かピンとこない。お金のフォーカスして投資家の皆さんにリターンするというのは資本主義社会において一番プリミティブな解釈でしょうが、それはどちらかというと短期的なレンジでの話だろうと思います。儲かっているものの、環境や社会をこわしていくような企業ではこれからの時代生き残ってはいけません。そう言う意味では、長期的なスパンに立って世の中と会社、従業員やステークホルダーに対する“善”を、どのくらい生み出しきちんと与えているかどうかをチェックするのがガバナンスだろうと思います。

そうした視点に立って当社も「サステナビリティ委員会」、「コンプライアンス委員会」、「情報セキュリティ管理委員会」をはじめさまざまな機能を随時、充実させていますが、入山先生をはじめ社外取締役の皆さんには内部の論理だけでなく、社会的な視点でどれだけ“善”を生み出しているかをチェックするというか、見守っていただきたいと思っています。

## 決議だけでなく、もっと議論が白熱する取締役会へ

### 取締役会運営の改善点や、これまでの入山先生の取り組みについて教えてください。

**入山** どんな会社も課題がある中で、その課題を一つ一つ解決していくことが持続的な成長につながっていくのだと思います。私が行ってきたことと言ってはおこがましい

のですが、こうしたほうがいいのではと提案することで取締役会が少しずつ変わってきた手ごたえを感じています。例えば運営面では、一つは議案ベースで進むことが多かった取締役会に議論の要素をより強くすることができました。せっかく優秀な社内取締役の方々や多彩な社外取締

役のメンバーがいるのですから、長期的なテーマについてじっくりと話し合う時間をもっと作りましょうと申し上げて、取り入れていただきました。もう一つは、社外取締役のメンバーだけで今後の課題ややるべきことを議論する場として「エグゼクティブセッション」を立ち上げたことです。ロート製薬はとても個性的な会社ですし、これからもずっと個性的でいて欲しいので、それに合致する仕組みとしてはじめました。

それによって何が変わったかという点、取締役会の議長は従来通り山田さんですが、フリーディスカッションのパートについては私がファシリテーションをさせていただくことに

なりました。発端は、「山田さんがもっと意見を言える場も必要ではないか」というある社外取締役の意見からでした。内部事情を知らない私の方が、遠慮なく質問することもできますし、皆さんも積極的に発言されるようになってどんどん活性化していると思うのですが、いかがでしょうか？

**山田** その通りだと思います。取締役会というのは法定で定められた事項の決議機関なので、どうしても説明して決議、の繰り返しが多くなりがちです。議論の場でのファシリテーションを入山先生にお願いすることで、私も我慢せずに言いたいことを言いながら、建設的な議論が進むようになりました。

## 強い個性と本質の追究が、ロート製薬らしさ

改めて入山先生は、ロート製薬らしさをどう捉えていますか？



**入山** 社外の私から見ると、ロート製薬は言い出したらきりがなく個性の強い会社で、とても面白い会社です。なぜ自分たちがこういうことをしているのか？存在意義とは何なのか？という本質をととても大切にしている会社だと思います。ガバナンスにしても、言葉遊びではなくその本質は何かということを真剣に考えようとしていることが、社外取締役の人選にも表れていると思います。

私はさておき社外取締役のメンバー構成を見ると、ロート製薬はこういう会社で、こういうことをしたいのだということが分かるはず。社員のみなさんにしても、世の中を喜びで満ち溢れたものにしたい、世の中に対して良いことをしたい、しかも自分自身が楽しみながらやりたいという想いを持つ人たちが集まっているので、とても活気に満ちています。

ただ一つ苦言を呈するならば、そうした想いの言語化をもう少し上手になって欲しいと思います。たとえば、これだけ

化粧品のブランドが揃っていて多くの方に使っていただいているのに、ロート製薬の商品だということを知らない方がとても多いのです。

**山田** 確かにそうかもしれませんね(笑)

**入山** そうした実像の言語化をお手伝いするのも私の役目ではないだろうかと思ったのが、社内広報用のYouTubeです。現在は一般公開もしていますが、いろいろな社内の方に出演してもらい、なぜロート製薬で働いているのか、どのような想いで働いているのかなどを自由に語っていただいています。YouTubeを始めて実感するのは、ロート製薬の社員の方々はそれぞれ多様でありながら、根底の部分でどこかしらロート製薬らしさというものを持共通項として持っていることです。その共通項としての強い想いを言語化し、表していくことで、もっと強い企業になっていくと思います。

**山田** 入山先生には取締役会の場だけではなく、社員の中に飛び込んでいってメッセージを発信していただくなど、これまでの社外取締役の概念を超えた活躍をしていただいております。やはり入山先生にお声かけしたのは間違いではなかったと思います。ただ、言語化についてはバランスが本当に難しいと日々感じています。会社の方針や目標を明確にするのは、社内外のみなさんにわかりやすいメッセージとなりますが、反面、特に社員が安心してしまします。実はこれが一番危惧するところで、「うちの会社は〇〇だから、〇〇をすればいいんだ」と思考が停止してしまう、言語化はそういう危険性もはらんでいます。会社が持続的に価値を創出し、成長していくには、常に考え、学び、

成長し続ける社員がいなければなりません。だからこそ、経営が簡単に正解や方向性を示すのではなく、社員自らが常に考え続ける環境を大切にしたい。それが、よい緊張感を維持し、人財の育成にもつながっていくのだと考えています。競争戦略の視点からも、「ロート製菓はよくわからない会社で、つかみどころがなく、実際思いもよらないものが出てくる」、そのサイクルを回していくことにより、事

業上の競争優位を保っているとも言えます。言語化とその発信についてはまだまだ課題が多いことは入山先生のご指摘の通りで、改善に向けて努力をしていきたいと思いますが、当社は持続的な成長のために、関連するステークホルダーの方々を総合的に勘案し、常に最善は何かを模索し続けていることを、皆さんにご理解いただけると有難いです。

## ずっと先の未来を、本気で考える会社であること

### ロート製菓のこれからの在り方をお聞かせください。

**入山** 先ほどからロート製菓は個性的だとか特殊だとか何度も繰り返していますが、いい会社ってみんな変わっているのです。とかく日本は他と違うと「変わっている」と言い、同じ型にはめて評価をしがちですが、個性的で独自の価値をしつこく追求している会社の方が実は長く社会に貢献しています。

ロート製菓もかなり変わっている会社ですが、面白いことに着実に業績を上げ続けています。その点が教科書的な経営学を学んだ私のような者からすると、すごい!となるわけです。最高収益を挙げた時も通常なら取締役会も嬉々とするはずなのに、その雰囲気といえば浮かれるのではなく、「先生、そんなことよりもっと重要な課題があるんです」となる。本質とは何かということを、まじめに考えていることに好感を覚えます。

**山田** 東京の大手企業と伍さねばならない大阪の中堅企業ということもありますし、会社全体としては大きく成長してきたけれども、細かく見ればどの事業領域でもフォロアーどころかニッチャーでしかないところがあり、大手に囲まれながら挑戦し続けなければ生き残れなかったということです。再生医療や食の分野でも上を見ればきりがありませんし、世界競争の中で個性を発揮しながらチャレンジせざるを得なかった。その積み重ねがあって今があると思っています。

**入山** ロート製菓には、楽しんで儲けられる製品ジャンルが一つもありませんね。

**山田** ビューティ商品にしても手堅い市場ではありますが、それだけに競争が激しいですし海外に進出すると必ず巨大企業とぶつかります。

**入山** そのあたりを私から言語化させていただくと、ロート製菓は売上何兆円を目指すなどということは考えてもいないけれど、小さなイノベーションの種を確実に撒きながら、長年育てて摘みあげることで毎年2~3パーセント位、着実に成長し続けています。社会的にも市場的にもそれが理解されているので、株主様からも信頼をいただいているのだと思います。

しかも、遠い未来のことを常に考えているので、再生医療をはじめとした未来に向けての投資も積極的にやられています。一つひとつの投資は小さいものですが、時間のかかるものです。いろいろなチャレンジをする中で失敗も数多くあるものの、コツコツと粘り強く続けていると、やがて芽が出てくることもあります。そうした可能性が出てくると、次の投資をして事業を花咲かせ、結実させてきたと思うのです。これはいかにも日本的なビジネスモデルのようで、実はグローバル企業と同じなのです。彼らはもっとドライですが、ロート製菓の場合は長期的な未来への想いがあります。

**山田** 適切な言語化をありがとうございます。株主様への配当だけを考えるなら収益をあげることが最優先なのですが、より健全で持続的な企業成長を見据えるなら、研究開発や人財への投資を欠かすことはできません。そうでなければ、長期的なソーシャルグッドを生み出す力も落ちてしまうでしょう。特に日本の企業は長期的視野に立って投資できる能力や資本を有しながらも、それにいまひとつ積極的ではない企業が多い気がします。これでは日本の将来も暗くなります。私の夢をあえて語るなら、社会と人々が健康でハッピーに長生きすること、ロートという器を使って世の中をもっともっとよくしていくこと……これに尽きますね。



# コーポレート・ガバナンス

## コーポレート・ガバナンスの基本的な考え方

当社は企業の社会的責任を果たすと同時に、株主、消費者、取引先、従業員などのすべてのステークホルダーの信頼と期待に応え、共存共栄を図ることを目指しています。そのためには、コーポレート・ガバナンスの充実・強化が重要な経営課題であると認識しています。経営の透明性・公正性の確保とともに、経営環境の変化に迅速かつ的確に対応するため、経営上の組織体制を整備し、必要な施策を実施していきます。

## コーポレート・ガバナンス強化の取り組み

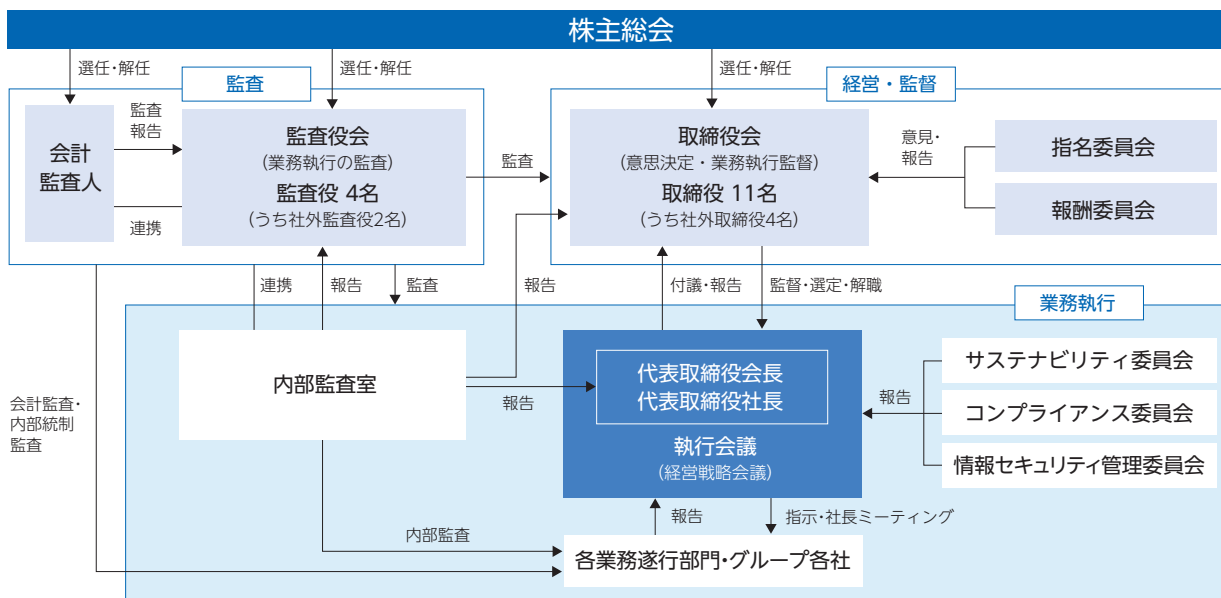
当社は、持続的な企業価値の向上を実現するために、コーポレート・ガバナンス体制の継続的な充実に取り組んでいます。

	社外取締役/取締役会		女性役員/取締役会		社外監査役/監査役会		
2013年	1/10名	10.0%	0/10名	0%	2/4名	50%	独立社外取締役選任
2014年	2/13名	15.4%	1/13名	7.7%			女性社外取締役選任
2015年	2/12名	16.7%	1/12名	8.3%			
2016年	2/11名	18.2%	1/11名	9.1%			報酬・指名等諮問委員会設置
2017年	3/11名	27.3%	↓	↓			取締役会の実効性評価開始
2018年	3/12名	25.0%	2/12名	16.7%			女性(社内)取締役選任
2019年	↓	↓	↓	↓			指名委員会、報酬委員会設置
2020年	3/9名	33.3%	2/9名	22.2%			コンプライアンス委員会設置
2021年	↓	↓	↓	↓			サステナビリティ委員会設置
2022年	4/11名	36.4%	3/11名	27.3%	2/4名	50%	

## コーポレート・ガバナンス体制の概要

当社は、監査役会設置会社を採用しており、社外取締役4名及び社外監査役2名を選任することにより、外部の視点を取り入れると同時に経営監視機能の強化を図っており、監査役会と内部監査室との連携により、監査の実効性・効率性を高めています。また、任意の指名委員会及び報酬委員会を設置することにより経営の透明性を高めています。また、経営環境の変化に迅速かつ的確に対応するため、定例の取締役会のほか機動的に臨時取締役会を開催又は書面決議を行い、意思決定の迅速化を図っています。

### コーポレート・ガバナンス体制図 (2023年6月末現在)



### 経営・監督

#### 取締役会

全ての取締役で組成され、出席義務のある監査役の出席のもと運営されています。取締役会の議長は代表取締役会長が務めています。

取締役会は、株主に対する受託者責任と説明責任を踏まえ、当社グループや株主をはじめとするあらゆるステークホルダーの共同の利益のため、当社グループの持続的成長と中長期的な企業価値の向上を目指しており、法令及び定款に則って経営に関する重要事項について意思決定するとともに各取締役の業務執行の監督を行っています。取締役は、代表取締役の指揮・監督のもと、取締役会で定められた担当及び職務の分担に従い、職務を遂行しています。業務の執行状況については四半期ごとに取締役会に報告しています。社外取締役は、独立した立場から、幅広い知識や豊富な経験をもとに、中長期的な企業価値の向上に資するように、取締役会において適切な助言や意見を適宜述べています。取締役会の開催に当たっては、取締役会における審議がより実質的なものになるよう、社外取締役については、事前に取締役会事務局が資料の提供や説明などを行い、社外監査役については、取締役会の開催前に監査役会を開催し取締役会の議案につき議論し、その内容を事前に検討することによって、取締役会を建設的な議論の場とし、当社グループの持続的成長と中長期的な企業価値の向上に努めています。

当事業年度において当社は取締役会を8回開催しており、主な審議事項として、サステナビリティ（主に環境及び人的資本）、人材戦略、新規事業戦略、M&A、寄附の検討などを審議しました。

#### 監査役会

当社の監査役4名（社外監査役2名、社内出身の常勤監査役2名）で組成されています。監査役会の議長は、監査役の互選にて選定された常勤監査役が務めています。監査役会は、株主に対する受託者責任と説明責任を踏まえ、当社グループの持続的成長と中長期的な企業価値の向上に向けて経営の健全性を確保し、当社グループや株主をはじめとするあらゆるステークホルダーの共同の利益のために行動しています。各監査役は、監査役会が定めた監査方針及び監査計画に従い、取締役会をはじめ重要な会議に出席し、取締役の業務執行を監査するとともに適宜助言又は意見を表明しています。監査役は、内部監査業務を担当する内部監査室や会計監査人と定期的及び適宜連携をとりながら監査の実効性を高めています。

当事業年度において当社は監査役会を28回開催しており、主な検討事項として、監査方針及び監査計画の策定、監査報告書の作成、会計監査人の不再任に関する事項、定時株主総会への付議議案内容の監査等を行いました。また、常勤監査役の活動として、内部監査部門との連携、子会社往査、取締役会など重要な社内会議への出席等を行いました。

#### 指名委員会

取締役3名で構成し、半数以上を社外取締役としています。委員長は互選にて選定された委員が務めています。指名委員会は、取締役会より権限を付与された取締役選任・解任議案、代表取締役の選定・解職議案、取締役の役位に関する議案等の原案の策定と取締役会への提案を行います。

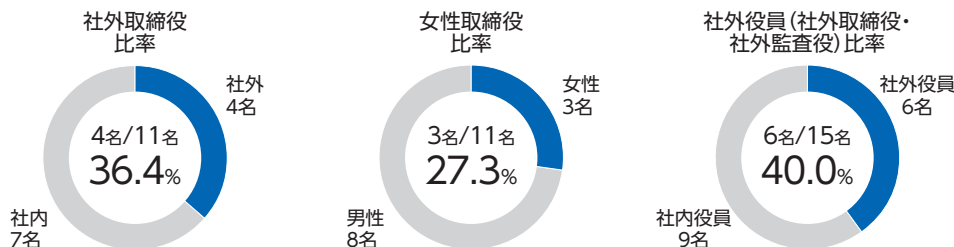
当事業年度において当社は指名委員会を3回実施しており、主な審議事項として、取締役の選任、人材確保に関する事項などを審議しました。

#### 報酬委員会

取締役3名で構成し、より客観性を担保するために半数以上を社外取締役としています。委員長は互選にて選定された委員が務めています。報酬委員会は、取締役会の委任を受けて、個別報酬額の策定等を行います。また、取締役報酬方針・制度・体系に関する原案の策定及び取締役報酬に関して株主総会の承認を必要とする議案の原案の策定と取締役会への提案を行います。なお、決定された取締役の報酬額は、その合計額及び基本報酬（固定報酬）と成果報酬（変動報酬）の配分を取締役に報告します。

当事業年度において当社は報酬委員会を4回開催しており、主な審議事項として、個別報酬額及び業績賞与の策定、ガバナンスに関する事項などを審議しました。

## 取締役会の構成



## 取締役会の多様性(取締役会メンバーのスキルマトリクス)

氏名	企業経営・ガバナンス	財務会計	ソーシャル・リレーションシップ	Well-being マネジメント	テクノロジー・マネジメント	事業開発・アライアンス	グローバル・ビジネス	法務・リスクマネジメント
山田 邦雄	●		●	●	●			
杉本 雅史	●		●			●		●
斉藤 雅也	●	●					●	
國崎 伸一	●			●	●			
瀬木 英俊	●					●	●	
河崎 保徳	●		●	●				
大垣内 好江	●		●			●		
入山 章栄	●	●			●			
米良 はるか	●				●	●		
上村 達男	●							●
林 依利子							●	●

(注)上記一覧表は取締役の有する、特に専門性の高いスキルを示しています。各人が有する全ての知見や経験等を表すものではありません。

## 取締役の選任と指名に関する方針

当社は、あらゆるステークホルダーの共通の利益のため、持続的成長と中長期的な企業価値の向上を目指しています。そのため当社の取締役会は、当社の事業活動について適切かつ機動的な意思決定と業務執行の監督を行うことができるよう、多様な知識・経験・能力・見識・価値観等を持った取締役で構成するとともに、高い透明性かつ客観的なガバナンス体制を確保することが重要と考えています。社内取締役については、当社グループの経営戦略を立案するための多岐にわたる事業部門の経験ならびに当社子会社等における経営経験とそれぞれの課題に対して理解を有していることを重要視しています。また独立社外取締役については、社内取締役だけでは得られない多様な経験や専門知識を有し、取締役会において企業価値向上に寄与する発言・提言を確保できることを重要視しています。

## 社外取締役の選任事由

氏名	選任理由
入山 章栄	数々の経歴を経て、経営戦略、グローバル経営を専門分野とし、現在は早稲田大学ビジネススクールにて教授を務めています。最先端の経営に関わる幅広い見識を活かした助言と提言は当社取締役会の活性化に大いに寄与しています。また、議場におきましても視座の高い問題意識のもと関連な議論を生み出しています。その見識を取締役会において有効に発揮していただいております。今後も当社の企業価値向上実現のために適切な人材として、社外取締役の職務を遂行していただけるものと判断します。
米良 はるか	2011年にクラウドファンディングサービス[READYFOR]を立ち上げ、人々の“挑戦”への支援を続けています。また日本を代表する次世代経営者として新しい潮流を生み出しており、内閣官房[新しい資本主義実現会議]のメンバーを務めています。取締役会では、当社の財務的価値と社会的価値の向上に資する提言をはじめ、新しい経営者としての見識と実績を有効に発揮していただいております。今後も当社の企業価値向上実現のために適切な人材として、社外取締役の職務を遂行していただけるものと判断します。
上村 達男	法学研究を専門とし、大学教授、法務省法制審議会会社法制部会委員、東京証券取引所自主規制委員会委員などを歴任しています。また資本市場及び会社法に関わる高い学識と知見に加え、他社での独立社外取締役などの豊富な経験を有しています。その学識と知見及び経験は中長期的な成長を支えるコーポレート・ガバナンスの強化に大いに寄与するもので、取締役会において有効に発揮していただいております。今後も当社の企業価値向上実現のために適切な人材として、引き続き社外取締役の職務を遂行していただけるものと判断します。
林 依利子	弁護士資格を有し、グローバルな企業法務に関わる高い知識と経験から、様々な役職、公職を歴任しています。また自身の法律事務所を運営するとともに、他社の社外取締役及び監査役の経験も有しています。グローバルでのリスクマネジメントをはじめとした法務上の見識と実績は取締役会において有効に発揮していただいております。今後も当社の企業価値向上実現のために適切な人材として、引き続き社外取締役の職務を遂行していただけるものと判断します。

## 取締役会実効性評価

当社では、2022年度の実効性を分析・評価するために、全取締役を対象とした自己評価（アンケート）を実施しました。「取締役会の実効性」「取締役として自身の評価」「運営に対する評価」の3つの観点でそれぞれの設問に対して5段階で評価をしました。概ね良好の評価としていますが、取締役会の“最高経営責任者や将来の取締役候補などの後継者計画”について、“議題の提案時期や資料の配布時期”について、“取締役個々に適した研鑽やトレーニングの機会”について、“取締役会での個々の議案ごとの十分な審議時間の確保”についてなどが課題として提起されました。これらについては運営を通して改善を進めていきます。なお、実効性評価の結果については2023年6月28日開催の取締役会にて報告し、併せて当期の取締役会の運営改善について協議しました。

## 役員報酬

### 役員報酬等の額又はその算定方法の決定に関する方針に係る事項

当社は、以下の方針をもって報酬体系（報酬水準及び決定プロセス）を定めています。

- (1) 定款で明記する理念達成のために、長期的視点での当社の企業価値向上への貢献を動機づけるものであること
- (2) 理念の達成を实践でき、各人が担う役割や責任にふさわしいものであること
- (3) 全てのステークホルダーに対して説明しうる客観性、透明性、合理性が担保されていること

取締役会において決議されたこの方針に基づき、取締役各人の報酬は、あらかじめ株主総会で決議された報酬等の総額の範囲内で、半数以上が社外取締役で構成される報酬委員会において審議・決定しています。報酬委員会は、取締役3名で構成し、半数以上を社外取締役としています。委員長は代表取締役会長が務めています。また、監査役については、あらかじめ株主総会で決議された報酬等の総額の範囲内で、監査役の協議により決定しています。

2014年6月24日開催の第78回定時株主総会決議において、取締役の報酬限度額は年額700百万円以内（ただし、使用人兼務取締役の使用人分給与は含まない）と決議しています。また、当総会時の当社定款には「当社の取締役は15名以内とする。」と記載されています。また、2020年6月26日開催の第84回定時株主総会決議において、監査役の報酬限度額は年額70百万円以内と決議しています。また、当総会時の当社定款には「当社の監査役は4名以内とする。」と記載されています。

### (a) 取締役報酬の構成

当社における取締役の報酬は職責の大きさや役割に応じた基本報酬（固定報酬）と、個別役員の評価や直近年度の業績に応じた成果報酬（変動報酬）で構成しています。ただし、社外取締役は独立監督機能を担う立場として基本報酬のみで構成しています。

#### (i) 基本報酬

職責の大きさや役割に応じて、役員個人に付く固定報酬を支給します。他社の水準も考慮しながら決定します。

#### (ii) 成果報酬（個別評価報酬と業績連動報酬）

成果報酬は、各役員の前記期間における全社の中長期課題（ESH（環境・社会・健康））への貢献度及び管掌事業領域の成果に応じて変動する個別評価報酬と、前年度の連結営業利益額の目標達成度合いに応じて変動する業績連動報酬で構成します。

基本報酬と成果報酬の比率は役職・役割によって異なりますが、大まかな目安としては社内取締役合計で基本報酬を75%程度、成果報酬25%程度にて配分しています。これは長期視点での経営に重きを置く観点からであり、成果報酬においても、より中長期課題への取り組みの達成度合いを重要視しています。また、報酬は金銭のみで支払い、報酬委員会にて決定した、各役員の前記期間中の報酬年額を12分割し、毎月1回同額で支払います。なお、当事業年度における業績連動報酬に係る指標の目標は33,000百万円で、実績は33,959百万円です。

### (b) 監査役報酬の構成

独立監督機能を担う立場として基本報酬のみとし、職務内容を勘案して監査役間の協議により決定しています。

### 役員区分ごとの報酬等の総額、報酬等の種類別の総額及び対象となる役員の数

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 役員の数 (名)
		固定報酬	業績連動報酬	
取締役 (社外取締役を除く)	441	391	50	7
監査役 (社外監査役を除く)	40	40	—	2
社外役員	46	46	—	7

### 役員ごとの連結報酬等の総額等

氏名 (役員区分)	連結報酬等の 総額 (百万円)	会社区分	連結報酬等の種類別の額 (百万円)	
			固定報酬	業績連動報酬
山田 邦雄 (取締役)	205	提出会社	183	22

※ 連結報酬等の総額が1億円以上である者に限定して記載しています。

## 業務執行

### 執行会議

当社は、経営環境の変化に迅速かつ的確に対応するために、日常の業務を遂行する部門間での連携を強めると同時に、中長期的な視点で経営課題に取り組むSD本部（戦略デザイン本部）を設置しています。また取締役会での適切な意思決定とより深い議論を推進するために社内取締役及び執行役員等で構成する「執行会議（経営戦略会議）」を隔週にて開催しています。さらに各部門における重要意思決定や全社的課題を全部門長にタイムリーに情報共有するために「社長ミーティング」を隔週で開催しています。取締役は、これらの業務全般を執行、監督する機能を有しています。当社では、経営環境の変化に迅速かつ的確に対応し、持続的な成長と企業価値の向上を実現するために、役割と責任に基づくスピーディな意思決定と施策の遂行を可能にするマネジメント体制を敷いています。各分野における執行責任者の明確化により、経営戦略に関わる意思決定の俊敏性を高め、経営における機動力を強化しています。

### サステナビリティ委員会

サステナビリティ施策推進のため、取締役会の諮問委員会として設置しています。本委員会ではESG、SDGsをはじめとするサステナビリティ関連の課題や方針、対策等について議論し、特定された課題に対して対策方針、実行計画を策定し、進捗状況のモニタリング評価を行っています。本委員会にて審議された内容は、適宜取締役会に報告・提言され、特に重要な案件については取締役会において議論・決議されます。取締役副社長（CFO兼ESG担当）を委員長とし、委員は、委員長が指名した取締役及びアドバイザーとして1名の社外監査役により構成しています。

### コンプライアンス委員会

コンプライアンス体制の整備、強化のために必要な施策を推進する取締役会直属の組織として設置しています。本委員会では、コンプライアンスに関する方針、体制、関連規定に関する事項やコンプライアンスに係る啓発及び教育研修、違反行為事案の調査及び再発防止策の策定、実施、コンプライアンス通報・相談窓口に関する事項等について審議・所管します。取締役社長を委員長とし、委員は委員長が任命します。

### 情報セキュリティ管理委員会

当社が保有する顧客・株主・従業員等の個人情報や自社機密情報及び他社から受領した機密情報を含む全ての情報の取扱いの適正管理のため設置し、セキュリティ体制を構築しています。情報セキュリティ管理責任者を選任し、管理責任者を委員長として運営しています。

## コーポレート・ガバナンス強化に向けた取り組み

### 内部統制

目的を「業務の有効性・効率性の確保」「財務報告の信頼性の確保」「法令遵守（コンプライアンス）」「資産の保全」と認識し、業務執行部門から独立した組織として内部監査室（4名）を設置し、「公正」かつ「客観的」な立場による内部監査を監査役との相互協力関係のもとで実施しています。また、子会社につきましても、重要案件については「ロードグループ管理規則」に基づき、親会社への報告又は承認を得る管理体制を構築しています。リスク管理については、不測の事態が発生した場合に危機管理委員会を設置し、顧問弁護士等を含む外部のアドバイザーの意見等を聴きながら、迅速に対応し、損害及びその拡大を防止する体制を整えています。

## リスクマネジメント

### リスクマネジメント体制

リスク管理については、各部門が、業務の遂行に際して、又は関連して発生しそうなリスクを想定して適切な予防策を打ち、万一リスクが発現した場合には、関連部門の支援を得ながら適切に対処することを基本としています。不測の事態が発生した場合には危機管理委員会を設置し、顧問弁護士等を含む外部のアドバイザーの意見等を聴きながら、迅速に対応し、損害及びその拡大を防止する体制を整えております。潜在的リスク発現に対する予防策については、倫理・法令遵守に関するものも含め、取締役会の諮問委員会である「コンプライアンス委員会」が全社的なコンプライアンスリスクに対する計画の立案・推進を統括します。

### 事業等のリスク

当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性のある主なリスクには以下のようなものがあります。なお、当社グループはこれらのリスクの発生可能性を認識した上で、発生の回避及び発生した場合の対応に努める方針です。本項においては、将来に関する事項が含まれていますが、当該事項は当連結会計年度末現在において判断したものです。

1 法的規制ならびに制度・行政	当社グループの事業は、医薬品医療機器法等関連法規の規制（規制緩和も含む）の影響を受けます。将来、これらの規制が変更された場合、業績や財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
2 海外展開	当社グループはグローバルに事業展開をしており、近年海外売上高のシェアが一定割合に達しています（当連結会計年度の海外売上高は、連結売上高の43.5%）。このため、現地での予期せぬ政治的及び経済的状況の悪化ならびに法規制の変更等により、業績や財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
3 特定の取引先への依存	当社グループの取引高は、得意先の上位3社に売上高の35.3%が集中しており、上位取引先の営業活動の状況や倒産等による貸倒れが発生した場合は、業績や財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
4 他社との提携解消	当社グループは、共同開発、共同販売、製品導入（ライセンス契約に基づく製造販売も含む）等、様々な形で他社との提携を行っていますが、今後、何らかの事情によりこれらの提携関係を解消することになった場合、業績や財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
5 事業投資	当社グループは、既存事業の拡大や新たな事業展開を図るため、当社グループ及びグループ外の他社との提携関係の強化又は新規提携を行うことがあります。そのため、他社と提携して新会社の設立、又は既存の企業へ投資する等の投資活動を行っており、今後も投資活動を行う可能性があります。投資先の企業価値や株式等の市場価値が下落した場合、業績や財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
6 販売中止、製品回収等	当社グループの製品の一部分が、製品の欠陥、予期せぬ副作用、異物混入等により、販売中止又は製品回収などの事態となった場合、業績や財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
7 知的財産権、訴訟	当社グループが知的財産権を適切に保護できない場合、第三者が当社グループの技術等を使用し当社グループの市場における競争力に悪影響を与える可能性があります。また、当社グループは第三者の知的財産権を侵害しないように留意し、調査を行っていますが、万一当社グループが第三者の知的財産権を侵害した場合には、損害賠償請求等の訴えを起される可能性や対価の支払等が発生し、業績や財政状態に影響を及ぼす可能性があります。知的財産権以外にも製造物責任関連、環境関連、その他に関して訴訟を提起される可能性があり、訴訟等の内容及び結果によっては、業績や財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
8 情報システム・情報管理	当社グループでは、各種の情報システムを利用して業務を遂行しているため、システムの停止や機能障害により効率的な業務遂行を妨げる可能性があり、また、個人情報を含め多くの情報を保有しているため、社内管理体制を整備し、情報管理の充実に努めていますが、万一情報漏洩が発生するような場合には、信用失墜により、業績や財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
9 自然災害等	当社グループは、国内で販売する主要な製品を、当社の本社工場、上野工場等で生産し、中央物流センター等から出荷しています。安全管理には、十分に注意を払っておりますが、当該工場や物流センター等が火災、地震その他の災害等により操業停止となった場合は、業績や財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
10 為替、株価、金利の変動	当社グループはグローバルな事業展開をしていることから、為替レートの変動が、業績や財政状態に影響を及ぼす可能性があります。また、時価のある有価証券、有利子負債等を保有しており、株価や金利の動向等が、業績や財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
11 気候変動等の社会的課題への対応に関するリスク	気候変動の影響により、原材料や燃料の継続的な高騰が予想され、原価の上昇につながる可能性があります。また当社グループの事業は、消費者・顧客のニーズの変化に影響を受けます。サステナビリティに対する顧客ニーズの高まりに対応した商品やサービスを提供するための開発費用の増加によって業績に影響をおよぼす可能性があります。
12 その他の外部要因	冷夏・暖冬・花粉飛散量等の季節要因による出荷・返品の高減、及び厳しい競合環境下での予想を上回る市場価格の低下等が、業績や財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

※ 上記以外にも様々なリスクがあり、ここに記載されたものが当社グループの全てのリスクではありません。

## コンプライアンス

### コンプライアンスの基本的な考え方

当社グループは、信用性の高い企業として評価をいただき、その信用がこれまでの会社の発展を支えてきたと認識しています。さらなる発展を目指すため、社会の公器としてお客様をはじめとするあらゆるステークホルダーの期待・要求に応えられるよう、私たちの行動規範を明文化し、社員一人ひとりが法令を遵守し、責任ある行動をとるための拠り所としています。

### コンプライアンス推進体制

コンプライアンスの推進は経営の最重要課題の一つという認識のもと、当社は2020年に代表取締役社長を委員長とするコンプライアンス委員会を設置し、包括的に社会規範の遵守、企業倫理の強化を推進し、委員会にかかる重要なコンプライアンス事項については速やかに取締役会に報告される体制をとっています。また、2023年3月にはコンプライアンス推進部を設置し、コンプライアンス推進体制を強化しています。

### コンプライアンス意識の浸透に向けた取り組み

#### ロートグループ・コンプライアンス行動指針

当社グループでは、社員が守るべき倫理、価値観をまとめ、解説した「ロートグループ・コンプライアンス行動指針」を策定しており、お客様やお取引先への対応や日々の業務で判断に迷った際の行動規範としています。

#### コンプライアンス意識調査

現状把握と経時変化追跡により有効性を確認し、コンプライアンスに関する行動基準を定期的に見直すため、定期的に全社員に向けた意識調査を行っています。

#### 管理職・社員へのトレーニング

部門長を対象としたコンプライアンスWEBセミナー、新任マネージャー・リーダーを対象とした研修においてハラスメント研修を実施しています。また、全社員に対しても法令遵守の重要性やロートの体制についての理解を目的に、2022年より全社員を対象としたコンプライアンス研修を実施しており、研修及びテストを通じたトレーニングをスタートしました。薬害教育についても従来は関連部門の社員を対象としていましたが、コンプライアンス研修の中で全社員に対して実施しています。今後も継続して会社全体での理解の促進を図っていきます。

#### コンプライアンス情報の発信強化

全社員向けに「コンプライアンスたより」を隔月発行し、法令関連、ハラスメントなどコンプライアンス全体の情報共有を図るとともに、「コンプライアンスクイズ」を毎月定期的にメールマガジンにて出題するなど、日常の中でコンプライアンス知識の定着や意識の向上を図っています。2022年度は計60回のメールマガジンの発信を行いました。管理職は、より高い倫理観と知識を持つ必要性から、コンプライアンス事例紹介を週単位で行っています。

### 腐敗防止の取り組み

私たちは真の意味での健康的で発展的な社会の実現を目指しています。そのために贈収賄を含む全ての汚職・腐敗を否定し、防止に取り組んでいます。妨害や嫌がらせなどの行為、不当な利益供与の要求などには一切応じません。また当社は110か国以上でビジネスを展開しています。海外においては、現地国の法や常識を守り、その国の文化や習慣に従わなければなりません。ただし、国際的な基準からみて間違っているとされる賄賂などの慣習には従いません。企業活動を通じて、その国の経済的、社会的、文化的な発展に寄与するよう努めます。

### 内部・外部通報制度

当社グループでは、法令違反、社内規程違反、人権侵害、及び社会通念に反する行為等を早期に発見し、不祥事を未然に防ぐとともに、必要な改善を図り、グループ経営の健全性を高めることを目的として、内部通報制度を設け、内部通報窓口を設置しています。2022年1月からは対象をグループ企業(10社)に拡大し、また2023年7月からはWEBフォームも開設して、通報体制の強化を進めています。社外弁護士につながる社外窓口(電話:ロートグループ・ホットライン)と、当社コンプライアンス推進部への社内通報窓口(WEB:ロートグループ・WEBホットライン)を設けています。また、取引先の役員及び従業員の方々にも、当社グループのコンプライアンス違反行為について相談・通報いただけるようコンプライアンス相談・通報窓口(ビジネスパートナー・ホットライン)を設けています。当社グループの内部では把握・認識できないようなコンプライアンス問題を、外部通報窓口を通じてお寄せいただくことによって、コンプライアンス違反の早期発見と是正につながっていきます。

## コンプライアンス

### コンプライアンスの基本的な考え方

当社グループは、信用性の高い企業として評価をいただき、その信用がこれまでの会社の発展を支えてきたと認識しています。さらなる発展を目指すため、社会の公器としてお客様をはじめとするあらゆるステークホルダーの期待・要求に応えられるよう、私たちの行動規範を明文化し、社員一人ひとりが法令を遵守し、責任ある行動をとるための拠り所としています。

### コンプライアンス推進体制

コンプライアンスの推進は経営の最重要課題の一つという認識のもと、当社は2020年に代表取締役社長を委員長とするコンプライアンス委員会を設置し、包括的に社会規範の遵守、企業倫理の強化を推進し、委員会にかかる重要なコンプライアンス事項については速やかに取締役会に報告される体制をとっています。また、2023年3月にはコンプライアンス推進部を設置し、コンプライアンス推進体制を強化しています。

### コンプライアンス意識の浸透に向けた取り組み

#### ロートグループ・コンプライアンス行動指針

当社グループでは、社員が守るべき倫理、価値観をまとめ、解説した「ロートグループ・コンプライアンス行動指針」を策定しており、お客様やお取引先への対応や日々の業務で判断に迷った際の行動規範としています。

#### コンプライアンス意識調査

現状把握と経時変化追跡により有効性を確認し、コンプライアンスに関する行動基準を定期的に見直すため、定期的に全社員に向けた意識調査を行っています。

#### 管理職・社員へのトレーニング

部門長を対象としたコンプライアンスWEBセミナー、新任マネージャー・リーダーを対象とした研修においてハラスメント研修を実施しています。また、全社員に対しても法令遵守の重要性やロートの体制についての理解を目的に、2022年より全社員を対象としたコンプライアンス研修を実施しており、研修及びテストを通じたトレーニングをスタートしました。薬害教育についても従来は関連部門の社員を対象としていましたが、コンプライアンス研修の中で全社員に対して実施しています。今後も継続して会社全体での理解の促進を図っていきます。

#### コンプライアンス情報の発信強化

全社員向けに「コンプライアンスたより」を隔月発行し、法令関連、ハラスメントなどコンプライアンス全体の情報共有を図るとともに、「コンプライアンスクイズ」を毎月定期的にメールマガジンにて出題するなど、日常の中でコンプライアンス知識の定着や意識の向上を図っています。2022年度は計60回のメールマガジンの発信を行いました。管理職は、より高い倫理観と知識を持つ必要性から、コンプライアンス事例紹介を週単位で行っています。

### 腐敗防止の取り組み

私たちは真の意味での健康的で発展的な社会の実現を目指しています。そのために贈収賄を含む全ての汚職・腐敗を否定し、防止に取り組んでいます。妨害や嫌がらせなどの行為、不当な利益供与の要求などには一切応じません。また当社は110か国以上でビジネスを展開しています。海外においては、現地国の法や常識を守り、その国の文化や習慣に従わなければなりません。ただし、国際的な基準からみて間違っているとされる賄賂などの慣習には従いません。企業活動を通じて、その国の経済的、社会的、文化的な発展に寄与するよう努めます。

### 内部・外部通報制度

当社グループでは、法令違反、社内規程違反、人権侵害、及び社会通念に反する行為等を早期に発見し、不祥事を未然に防ぐとともに、必要な改善を図り、グループ経営の健全性を高めることを目的として、内部通報制度を設け、内部通報窓口を設置しています。2022年1月からは対象をグループ企業(10社)に拡大し、また2023年7月からはWEBフォームも開設して、通報体制の強化を進めています。社外弁護士につながる社外窓口(電話:ロートグループ・ホットライン)と、当社コンプライアンス推進部への社内通報窓口(WEB:ロートグループ・WEBホットライン)を設けています。また、取引先の役員及び従業員の方々にも、当社グループのコンプライアンス違反行為について相談・通報いただけるようコンプライアンス相談・通報窓口(ビジネスパートナー・ホットライン)を設けています。当社グループの内部では把握・認識できないようなコンプライアンス問題を、外部通報窓口を通じてお寄せいただくことによって、コンプライアンス違反の早期発見と是正につなげていきます。



# 役員一覧

## 取締役



やまだ くにお  
**山田 邦雄**

代表取締役会長

1980年 4月 当社 入社  
1991年 6月 同 取締役 社長付  
1992年 6月 同 専務取締役 営業本部長  
1996年 6月 同 取締役副社長  
1998年 7月 メンソレータム社 取締役会長(現任)  
1999年 6月 当社 代表取締役社長  
2009年 6月 同 代表取締役会長 最高経営責任者(CEO)  
2018年 8月 同 代表取締役会長兼社長  
2019年 6月 同 代表取締役会長(現任)  
2021年 3月 ㈱パックス・バイオイノベーション社外取締役(現任)



すぎもと まさし  
**杉本 雅史**

代表取締役社長

1984年 4月 武田薬品工業㈱ 入社  
2009年10月 同 ヘルスケアカンパニー プレジデント  
2017年 4月 武田コンシューマーヘルスケア㈱ 代表取締役社長  
2019年 1月 当社 入社 戦略アドバイザー  
6月 同 代表取締役社長(現任)  
2021年 8月 天藤製薬㈱ 代表取締役会長(現任)



さいとう まさや  
**斉藤 雅也**

取締役副社長

チーフファイナンシャルオフィサー(CFO)

1986年 4月 当社 入社  
1998年 5月 ロート・メンソレータム・ベトナム社 取締役社長  
2008年 4月 当社 経営情報本部 副本部長  
2011年 6月 同 取締役 経営企画本部長  
2017年 6月 同 経営戦略推進本部 ディレクター  
2018年 6月 同 取締役副社長(現任)  
同 メンソレータム社 取締役社長(現任)  
同 ロート・メンソレータム・ベトナム社取締役会長(現任)  
2022年 3月 当社 チーフファイナンシャルオフィサー(CFO)(現任)



くにさき しんいち  
**國崎 伸一**

取締役副社長

チーフテクニカルオフィサー (CTO)

1981年 4月 サントリー㈱(現 サントリーホールディングス㈱)入社  
2007年 1月 当社 入社 執行役員 研究開発本部 開発担当  
2007年 2月 同 研究開発本部長  
2010年 6月 同 取締役  
2017年 6月 同 経営戦略推進本部 ディレクター  
2018年 6月 クオリテックファーマ㈱ 代表取締役社長(現任)  
2020年 6月 当社 常務取締役  
生産・SCM戦略デザイン本部 E.Designer  
2022年 3月 同 チーフテクニカルオフィサー(CTO)(現任)  
2023年 6月 同 取締役副社長(現任)



せ ぎ ひでとし  
**瀬木 英俊**

常務取締役

チーフストラテジーオフィサー (CSO)

1985年 4月 日本ヴィックス㈱(現P&Gジャパン(同))入社  
1997年 6月 当社 入社  
2018年 6月 同 取締役  
2022年 3月 同 チーフストラテジーオフィサー(CSO)(現任)  
2022年 6月 同 取締役  
2023年 6月 同 常務取締役(現任)



かわさき やすのり  
**河崎 保徳**

取締役

チーフヒューマンリソースオフィサー (CHRO)

1982年 4月 日本生命保険(租) 入社  
1986年 4月 当社 入社  
2011年10月 (公財)みちのく未来基金 理事(現任)  
2021年 7月 当社 執行役員  
2023年 3月 同 人材開発教育担当(現任)  
2023年 6月 同 取締役(現任)  
同 チーフヒューマンリソースオフィサー(CHRO)(現任)



おおこうち よしえ  
**大垣内 好江**

取締役

チーフコミュニケーションオフィサー (CCO)

1992年 4月 日興証券㈱(現SMBC日興証券㈱) 入社  
2007年11月 ㈱アクアライン 常務取締役 経営企画部部長  
2017年 5月 当社 入社  
2022年 3月 同 戦略デザイン本部 Executive Designer(現任)  
2022年 4月 同 執行役員  
2023年 3月 同 経営企画部副部長(現任)  
2023年 6月 同 取締役(現任)  
同 チーフコミュニケーションオフィサー(CCO)(現任)  
同 森下仁丹㈱ 社外取締役(現任)



いりやま あきえ  
**入山 章栄**

社外取締役

1998年 4月 ㈱三菱総合研究所 入社  
2008年 8月 米ニューヨーク州立大学バッファロー校  
スクール・オブ・マネジメント 助教授  
同 教授(現任)  
2013年 8月 早稲田大学ビジネススクール 准教授  
2019年 4月 同 教授(現任)  
2019年 6月 当社 社外取締役(現任)  
2020年 6月 三桜工業㈱ 社外取締役(現任)  
12月 ㈱セブテーニ・ホールディングス 社外取締役(現任)  
2021年 6月 ㈱ソラコム 社外取締役(現任)



めら はるか  
**米良 はるか**

社外取締役

2011年 3月 クラウドファンディングサービス  
[READYFOR]の立ち上げ  
2014年 7月 READYFOR㈱ 創業  
同 代表取締役CEO(現任)  
2020年 6月 当社 社外取締役(現任)



うえむら たつお  
**上村 達男**

**社外取締役**

1986年 4月 専修大学法学部 教授  
1990年 8月 立教大学法学部 教授  
1997年 4月 早稲田大学法学部 教授  
2003年10月 同大学21世紀COE  
(企業法制と法創造)総合研究所 所長  
同ジャスダック証券取引所 社外取締役  
2004年 6月 早稲田大学法学部 教授  
2004年 9月 早稲田大学法学部 教授  
2006年 6月 同大学21世紀COE  
(企業法制と法創造)総合研究所 所長  
2006年 9月 早稲田大学法学部 教授  
2008年 7月 同大学グローバルCOE  
(企業法制と法創造)総合研究所 所長  
2012年 4月 日本放送協会経営委員  
2019年 4月 早稲田大学名誉教授(現任)

2020年 7月 明治安田生命保険(相)  
社外取締役(現任)  
2022年 5月 松竹(株) 社外取締役(現任)  
2022年 6月 当社 社外取締役(現任)



はやし えりこ  
**林 依利子**

**社外取締役**

2001年10月 弁護士登録、弁護士法人大江橋法律事務所入所  
2007年 6月 ニューヨーク州弁護士登録  
2010年 1月 弁護士法人大江橋法律事務所 パートナー  
6月 弁護士法人大江橋法律事務所 上海事務所首席代表  
2019年 3月 同Kaizen Platform 社外監査役(現任)  
11月 依利法律事務所設立 代表(現任)  
12月 同チェンジ 社外取締役  
2021年 8月 ERIO(同) 代表社員(現任)  
2022年 3月 同Mujin 社外監査役(現任)  
2022年 6月 当社 社外取締役(現任)

**監査役**



きむら まさのり  
**木村 雅則**

**常勤監査役**

1982年 4月 当社 入社  
2003年 5月 同 執行役員 経営情報本部副本部長  
人事総務部長  
2004年 7月 同 生産事業本部長  
2005年 6月 同 取締役  
2008年 5月 同 経営情報本部長  
2009年 5月 同 ヘルスケア事業本部長  
2013年 5月 同 アグリ・ファーム事業本部長  
2016年 6月 同 監査役(現任)



うえむら ひでと  
**上村 秀人**

**常勤監査役**

1982年 4月 当社 入社  
2003年 5月 同 事業開発本部副本部長  
2009年 4月 同 研究開発本部副本部長  
2010年 5月 同 執行役員  
2015年 5月 同 上席執行役員 マーケティング本部長  
2017年 6月 同 経営戦略推進本部 ディレクター  
2018年 6月 同 取締役 上野テクノセンター長  
2020年 6月 同 監査役(現任)



あまの かつすけ  
**天野 勝介**

**社外監査役**

1978年 4月 弁護士登録、田村徳夫法律事務所入所  
1983年 4月 北浜法律事務所  
(現北浜法律事務所・外国法共同事業)へ移籍  
1985年 1月 北浜法律事務所(現同上)パートナー  
2003年 2月 同青山キャピタル 社外監査役(現任)  
2010年 6月 グンゼ(株) 社外取締役  
2012年 6月 当社 社外監査役(現任)  
2020年 1月 弁護士法人大江橋法律事務所 社員弁護士(現任)  
3月 TOYO TIRE(株) 社外監査役(現任)



たに やすひろ  
**谷 保廣**

**社外監査役**

1981年10月 監査法人朝日会計社(現有限責任あずさ監査法人) 入社  
1985年 4月 公認会計士登録  
1986年 4月 公認会計士谷会計事務所開設(現任)  
2003年 5月 税理士登録  
2006年 4月 学校法人グロービス経営大学院教授(現任)  
2020年 6月 当社 社外監査役(現任)  
2021年 3月 同ノーツ 社外取締役(現任)

# 11か年の主要財務データ

年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度
<b>経営状態</b>				
売上高(百万円)	129,146	143,822	151,774	167,016
売上総利益(百万円)	75,873	86,157	90,599	99,226
売上高総利益率(%)	58.8	59.9	59.7	59.4
販売費及び一般管理費(百万円)	61,493	69,336	77,440	83,543
売上高販管費率(%)	47.6	48.2	51.0	50.0
営業利益(百万円)	14,380	16,821	13,159	15,683
売上高営業利益率(%)	11.1	11.7	8.7	9.4
経常利益(百万円)	14,730	17,100	14,098	15,339
売上高経常利益率(%)	11.4	11.9	9.3	9.2
親会社株主に帰属する当期純利益(百万円)	8,087	8,947	8,631	9,098
売上高当期純利益率(%)	6.3	6.2	5.7	5.4
研究開発費(百万円)	4,062	4,547	5,585	5,811
減価償却費(百万円)	5,256	5,735	6,059	6,044
<b>収益性指標</b>				
ROA: 総資産経常利益率(%)	10.3	10.9	8.3	8.6
ROE: 自己資本当期純利益率(%)	9.2	9.4	8.4	8.3
<b>効率性指標</b>				
総資産回転率(回)	0.90	0.92	0.89	0.94
売上債権回転率(回)	4.05	4.44	4.22	3.80
たな卸資産回転率(回)	6.89	7.04	6.91	7.32
<b>安全性指標</b>				
流動比率(%)	156.3	146.5	162.6	171.4
自己資本比率(%)	61.7	60.2	61.7	61.4
インタレスト・カバレッジ・レシオ(倍)	118.7	126.7	78.0	80.6
デット・エクイティ・レシオ(倍)	0.10	0.13	0.11	0.07
<b>財政状態</b>				
総資産(百万円)	150,643	162,249	177,509	179,573
純資産(百万円)	93,771	98,627	110,516	111,271
<b>キャッシュ・フローの状態(連結)</b>				
フリー・キャッシュ・フロー <sup>*</sup> (百万円)	6,107	6,041	2,268	5,258
現金及び現金同等物期末残高(百万円)	19,867	23,026	25,093	22,495
<b>1株当たり情報</b>				
1株当たり当期純利益(円)	34.39	38.57	38.03	40.02
1株当たり純資産(円)	394.91	430.74	482.09	484.61
1株当たり配当(円)	8.5	9	9.5	10
配当性向(%)	24.7	23.3	25.0	25.0
<b>その他財務情報</b>				
株価収益率(倍)	18.7	23.6	22.5	25.6
株価純資産倍率(倍)	1.6	2.1	1.8	2.1

<sup>\*</sup> 営業キャッシュ・フロー+投資キャッシュ・フロー

2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
154,599	171,742	183,582	188,327	181,287	199,646	<b>238,664</b>
91,344	101,049	109,624	114,240	106,726	116,170	<b>137,421</b>
59.1	58.8	59.7	60.7	58.9	58.2	<b>57.6</b>
75,893	81,962	88,812	91,154	83,736	87,154	<b>103,461</b>
49.1	47.7	48.3	48.4	46.2	43.7	<b>43.4</b>
15,451	19,087	20,812	23,085	22,990	29,015	<b>33,959</b>
10.0	11.1	11.3	12.3	12.7	14.5	<b>14.2</b>
15,964	18,849	18,970	22,735	23,910	28,750	<b>35,568</b>
10.3	11.0	10.3	12.1	13.2	14.4	<b>14.9</b>
10,011	9,289	9,799	15,410	16,743	21,127	<b>26,377</b>
6.5	5.4	5.3	8.2	9.2	10.6	<b>11.1</b>
6,123	6,553	6,831	7,050	7,903	8,740	<b>11,065</b>
5,552	5,593	6,159	6,058	6,376	7,232	<b>7,418</b>
8.8	10.0	9.5	10.9	10.8	11.5	<b>12.2</b>
8.8	7.6	7.6	11.4	11.7	12.7	<b>13.6</b>
0.86	0.90	0.92	0.90	0.82	0.80	<b>0.82</b>
3.24	3.54	3.86	3.94	3.66	4.01	<b>4.25</b>
6.63	6.89	6.50	6.19	6.19	6.50	<b>6.40</b>
189.0	186.2	191.6	209.5	235.7	229.8	<b>237.3</b>
64.7	64.2	65.1	64.4	68.8	64.8	<b>67.6</b>
138.8	165.2	184.6	197.7	194.7	149.5	<b>148.4</b>
0.07	0.07	0.06	0.08	0.07	0.14	<b>0.08</b>
181,543	198,166	200,953	215,644	226,149	274,876	<b>309,677</b>
118,436	128,440	132,189	140,032	156,612	183,994	<b>215,078</b>
3,917	8,140	11,500	9,635	9,771	10,844	<b>17,748</b>
23,466	30,063	37,345	44,665	52,254	70,905	<b>77,691</b>
43.97	40.77	43.00	67.57	73.39	92.61	<b>115.62</b>
515.48	557.97	573.71	608.83	681.71	780.30	<b>916.93</b>
10.5	11	12.5	13	14	18	<b>22</b>
23.9	27.0	29.1	19.2	19.1	19.4	<b>19.0</b>
23.7	36.5	33.0	21.9	20.1	19.9	<b>24.0</b>
2.0	2.7	2.5	2.4	2.2	2.4	<b>3.0</b>

(注) 1. 2020年度、2021年度、2022年度において、企業統合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、2019年度、2020年度、2021年度に係る各数値については、暫定的な会計処理の確定の内容を反映させております。  
 2. 「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を2021年度期首から適用しており、2021年度以降に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっております。  
 3. 2023年1月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っております。2012年度期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり情報を算定しております。

# 非財務データ

※ロート製薬株式会社

年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
<b>働き方</b>						
従業員数(人)	1,400	1,474	1,529	1,595	1,599	1,628
女性(人)	805	857	883	918	933	967
男性(人)	595	617	646	677	666	661
離職率 <sup>※1</sup> (%)	5.4	5.3	3.1	2.7	2.4	3.0
社内ダブルジョブ(人)	49	70	54	98	123	123
社外チャレンジワーク(人)	63	81	81	62	52	49
年次有給休暇取得率(%)	65.3	70.1	71.6	67.4	61.3	72.2
女性管理職比率(%)	19.2	21.1	22.8	27.0	31.1	30.0
育児休暇取得者数(人)	105	100	94	100	48	83
女性(人)	104	99	93	95	40	74
男性(人)	1	1	1	5	8	9
女性育児休暇取得率(%)	98	93	95	100	100	97.6
男性育児休暇取得率(%)	—	—	—	—	22.2	26.5
女性育児休暇復職率 <sup>※2</sup> (%)	96	100	95	98	100	97.6
障がい者雇用率(%)	1.84	2.08	2.10	2.30	2.42	2.30
<b>製品・品質</b>						
よろこびックリの声 <sup>※3</sup> (件)	1,293	1,191	1,963	2,403	2,866	2,400
改鮮活動(気づき提案)件数(件)	10,637	10,367	9,585	10,465	10,634	10,813
<b>社会貢献</b>						
かるがも基金 参加社員数(人)	945	929	953	944	968	1,213
<b>環境関係</b>						
エネルギー使用量(GJ)	321,829	315,057	322,235	310,345	326,137	360,005
電気消費量(千kwh/年)	23,711	24,289	25,110	24,914	26,055	28,645
売上原単位(千kwh/百万円)	0.245	0.233	0.236	0.247	0.257	0.248
都市ガス消費量(千m <sup>3</sup> /年)	2,410	2,087	2,072	2,913	3,014	3,073
売上原単位(m <sup>3</sup> /百万円)	25	20	19	29	30	29
水使用量(千m <sup>3</sup> /年)	290	266	271	248	263	276
売上原単位(m <sup>3</sup> /百万円)	3.0	2.5	2.5	2.5	2.6	2.4
CO <sub>2</sub> 排出量(t/年)(Scope1・2)	15,772	14,669	13,957	13,327	14,249 <sup>※4</sup>	13,120 <sup>※4</sup>
売上原単位(t/百万円)	0.163	0.141	0.131	0.132	0.141	0.114
CO <sub>2</sub> 排出量(t/年)(Scope3)	—	—	—	—	168,720	193,926
売上原単位(t/百万円)	—	—	—	—	1.667	1.681
<b>健康経営関係</b>						
1日8,000歩及び早歩き20分の実践率(%) (イベント実施時)	41.0	44.4	48.5	29.3 <sup>※5</sup>	52.3	54.9
喫煙率(%)	11.6	7.7	0.1	0.1	1.9	2.8
女性貧血率(%) 血色素量(Hb)10.9g/dL未満(2020年より12.0/dL未満)	5.1	4.9	5.1	14.3 <sup>※6</sup>	14.8	14.2

※1 定年退職者、パートタイム従事者を除く。

※2 退職される方の多くは、配偶者の転勤によるものです。

※3 お客様から寄せられた感謝のお便りなどの好意的なレスポンス。

※4 2021年より算定基準をGHGプロトコルに合わせ変更。

※5 2020年は緊急事態宣言下の実施。

※6 2020年より基準変更(WHO基準)。

# コーポレートデータ (2023年3月末現在)

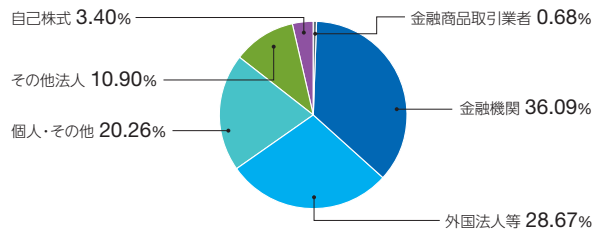
## 会社概要

<p><b>社名</b></p> <p>ロート製薬株式会社 ROHTO Pharmaceutical Co., Ltd.</p> <p><b>創業</b></p> <p>1899年(明治32年)2月22日</p>	<p><b>設立</b></p> <p>1949年(昭和24年)9月15日</p> <p><b>資本金</b></p> <p>6,504百万円</p> <p><b>従業員数</b></p> <p>&lt;連結&gt;7,176名 &lt;単体&gt;1,628名</p>
--	---

## 株式の状況

<b>発行可能株式総数</b>	798,792,000株
<b>発行済株式の総数</b>	228,138,954株 (自己株式8,039,356株を除く)
<b>株主数</b>	18,688名

## 株主構成 (株式数比率)

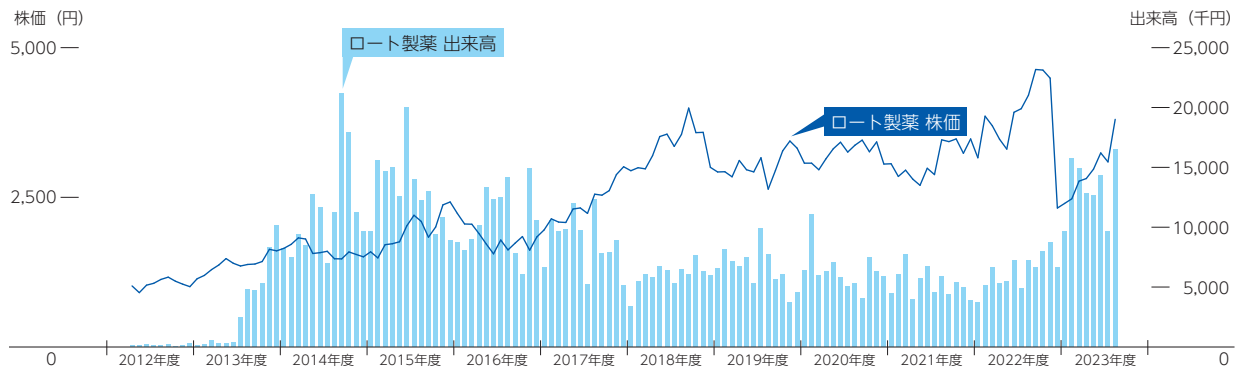


## 大株主 (上位10名)

株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
日本マスタートラスト信託銀行(株)(信託口)	38,236	16.76
(株)日本カストディ銀行(信託口)	19,268	8.44
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505223	16,232	7.11
(株)三菱UFJ銀行	7,601	3.33
山田 清子	5,937	2.60
(有)山田興産	5,615	2.46
山昌興産(株)	5,096	2.23
日本生命保険相互会社	4,238	1.85
山田 邦雄	3,908	1.71
ロートグループ従業員持株会	3,201	1.40

(注)持株比率は、自己株式数(8,039,356株)を控除して算出しております。

## 株価と出来高の推移



# グローバルネットワーク

## ヨーロッパ



31 ダクス・コスメティクス社

## アジア



33 メンソレータム社・アジアパシフィック



メンソレータム社・中国



ロート・インドネシア社

## ヨーロッパ



メンソレータム社・イギリス

## アフリカ



メンソレータム社・南アフリカ

## オセアニア



メンソレータム社・オーストラレーシア  
(オーストラリア)

## 「主な子会社・関連会社など」

	会社名	所在地
日本	① クオリテックファーマ株式会社	東京都港区
	② 摩耶堂製薬株式会社	兵庫県神戸市
	③ ロートニッテン株式会社	愛知県名古屋市
	④ インターステム株式会社	東京都八王子市
	⑤ 天藤製薬株式会社	大阪府豊中市
	⑥ エムジーファーマ株式会社	大阪府茨木市
	⑦ 株式会社ケレス沖縄	沖縄県大宜味村
	⑧ 農業生産法人有限会社やえやまファーム	沖縄県石垣市
	⑨ 株式会社北辰フーズ	北海道江別市
アメリカ	⑩ メンソレータム社	米国 ニューヨーク州
	⑪ ハイドロックス・ラボラトリーズ社	米国 イリノイ州
	⑫ メンソレータム社・カナダ	カナダ オンタリオ州
	⑬ メンソレータム社・メキシコ	メキシコ メキシコシティ
	⑭ ロート・メンソレータム社・ブラジル	ブラジル サンパウロ州
	⑮ オフサルモス社	ブラジル サンパウロ州
アジア	⑯ メンソレータム社・アジアパシフィック	中国 香港
	⑰ ロートアドバンスドリサーチ	中国 香港
	⑱ メンソレータム社・中国	中国 広東省



ロート・メンソレータム・ベトナム社



天津ロート社

北アメリカ



メンソレータム社

1 4

国内



クオリテックファーマ株式会社

南アメリカ



ロート・メンソレータム社・ブラジル



オフサルモス社

14  
15

ロートグループ

展開国

当社、子会社 **67** 社、関連会社 **15** 社 **110** か国以上

2023年3月末現在

	会社名	所在地
アジア	19 天津ロート社	中国 天津市
	20 メンソレータム社・台湾	台湾 台北市
	21 メンソレータム社・アジアパシフィック 韓国支店	韓国 ソウル
	22 ロート・メンソレータム社・タイ	タイ バンコク
	23 ロート・メンソレータム社・マレーシア	マレーシア クアラルンプール
	24 ロート・メンソレータム社 シンガポールオフィス	シンガポール
	25 ロート・インドネシア社	インドネシア ジャカルタ
	26 ロート・メンソレータム・ベトナム社	ベトナム ビンズオン省
	27 ロート・メンソレータム・ランカ社	スリランカ コロンボ
	28 ロート・メンソレータム・カンボジア社	カンボジア プノンペン
	29 ロート・メンソレータム・ミャンマー社	ミャンマー ヤンゴン
	30 ロート・メンソレータム・ネパール社	ネパール カトマンズ
	● 連結子会社 13社	
● 持分法適用非連結会社 1社		
● その他 11社		
ヨーロッパ・ アフリカ	31 メンソレータム社・イギリス	英国 スコットランド
	32 ダクス・コスメティクス社	ポーランド マゾフシェ県
	33 ロート・メンソレータム社・ロシア	ロシア モスクワ
	34 メンソレータム社・南アフリカ	南アフリカ ケープタウン
	35 ロート・メンソレータム・ケニア社	ケニア ナイロビ
オセアニア	36 メンソレータム社・オーストラレーシア	豪州 ビクトリア州





NEVER SAY NEVER

**ROHTO**

ロート製薬株式会社

<https://www.rohto.co.jp>

〒544-8666 大阪市生野区巽西1丁目8番1号

発行月 2023年9月  
Printed in Japan