



SUNDRUG



統合報告書 2025



一隅を照らす。



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



サンドラッググループについて

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

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

CONTENTS

01 経営理念／グループ構成／目次／編集方針

Chapter 1 サンドラッグとは

- 03 サンドラッグのあゆみ
- 05 サンドラッググループの事業概要
- 07 財務・非財務ハイライト

Chapter 2 価値観と戦略

- 09 トップメッセージ
- 15 中期経営計画の進捗
- 19 事業紹介
- 21 価値創造プロセス
- 23 マテリアリティ

Chapter 3 環境への取り組み

1.環境経営の推進

- 25 環境経営
- 29 TCFD提言に基づく情報開示

Chapter 4 社会への取り組み

2.人的資本経営の実行

- 35 人的資本経営
- 37 人材育成
- 39 多様性・公平性・包括性の尊重
- 41 健康経営

3.製品・サービスの品質、安全性と利便性

- 45 商品管理・衛生管理
- 46 プライベートブランド商品
- 47 薬の安全への対応

4.社会及び地域社会との共生

- 51 社会貢献
- 52 地域共生

Chapter 5 ガバナンス

5.コーポレートガバナンスの強化

- 53 役員一覧
- 55 コーポレート・ガバナンス

6.内部統制及びコンプライアンス

- 59 コンプライアンス
- 61 ステークホルダーエンゲージメント

7.リスクマネジメントの推進

- 63 リスクマネジメント
- 65 ビジネスパートナー
- 67 人権

8.ITガバナンスの構築

- 69 情報セキュリティ・プライバシー

Chapter 6 経営データ

- 71 連結財務諸表
- 74 会社概要／株式情報

編集方針

「統合報告書2025」は、当社グループの対象期間の業績や中長期的な価値創造に向けた取り組みを報告するとともに、サステナビリティに対する考え方、財務情報と非財務情報を関連付けてご説明することで、株主・投資家をはじめとしたステークホルダーの皆さまに、当社グループをご理解いただき、対話を深めるツールとなることを目指しています。

報告対象期間

2025年3月期（2024年4月～2025年3月）一部内容に、当該期間以前または以後の活動と見通しも記載しています。

見通しに関する注意事項

「統合報告書2025」は当社グループの将来についての計画や戦略に関する予想及び見通しの記述が含まれています。これらの記述は過去の事実ではなく、現時点で把握可能な情報から判断した仮定及び所信に基づく見込みです。今後の経済動向や個人消費、市場需要、税制や諸制度などによるリスクや不確定要素により、実際の業績は当社の見込みとは異なる可能性があります。

サンドラッグのあゆみ

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



1957-

創業、法人化

故名誉会長である多田幸正により1957年に創業。1965年には有限会社として法人化し、チェーン展開を開始しました。

1980-

株式会社設立と基盤の強化

1980年に株式会社に改組。商品や販売情報の管理の仕組み、物流などの基盤を整えつつ、1987年には本社を府中市に移転しました。

1994-

店頭公開、東証2部上場

1994年に日本証券業協会に株式を店頭登録し、1997年には東京証券取引所市場第2部に株式上場。店舗数を順調に拡大し、1998年には100店舗を達成しました。

2002-

東証1部指定替えと成長加速

2002年に東京証券取引所市場第1部に指定替え。各地での物流センターの開設と店舗出店が加速し、2008年には500店舗を達成しました。

2009-

ディスカウントストア参入

2009年にダイレックス(株)を子会社化しディスカウントストア事業に参入。ドラッグストア事業との2本柱により一層の成長拡大を果たし、2016年には1,000店舗を達成しました。

2020-

コロナ禍を経てさらなる躍進へ

2020年から3年にわたった新型コロナウイルス感染症流行を経て、ドラッグストアは生活インフラとしての地位を確立。各地域に密着した存在として店舗を展開し、さらなる発展を目指します。

1957年
故名誉会長多田幸正が東京都世田谷区に創業



1965年
有限会社サンドラッグ設立
チェーン展開開始



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

1980年
東京都八王子市に郊外型ドラッグストアを開店

1985年
売上・受発注情報のオンライン化を開始

1986年
東京都国立市にピッキングシステムの物流センター開設

1987年
東京都府中市に本社を移転

1991年
全店舗にPOSレジを導入

1994年
店頭公開

1996年
(株)タイセーホームエイド子会社化

1997年
東証2部上場

1998年
本社を現所在地に移転
(株)コミネ子会社化

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

2002年
東証1部指定替え



2007年
(株)アクト子会社化

2008年
(株)アクト合併

2009年
(株)星光堂薬局子会社化
ダイレックス(株)子会社化

2011年
(株)サンドラッグ東海子会社化

2013年
(株)サンドラッグ東海合併

2014年
(株)サンドラッグプラス子会社化

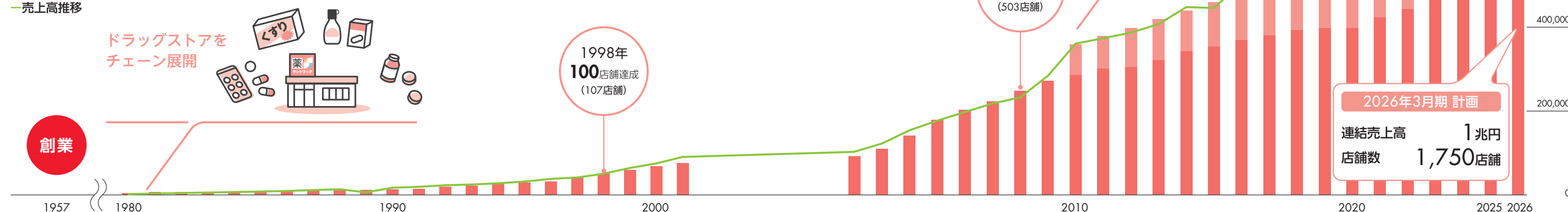
2020年
(株)サンドラッグファーマシーズ合併

2022年
東証プライム移行
(株)大屋子会社化

2024年
(株)キリン堂ホールディングス
持分法適用会社化

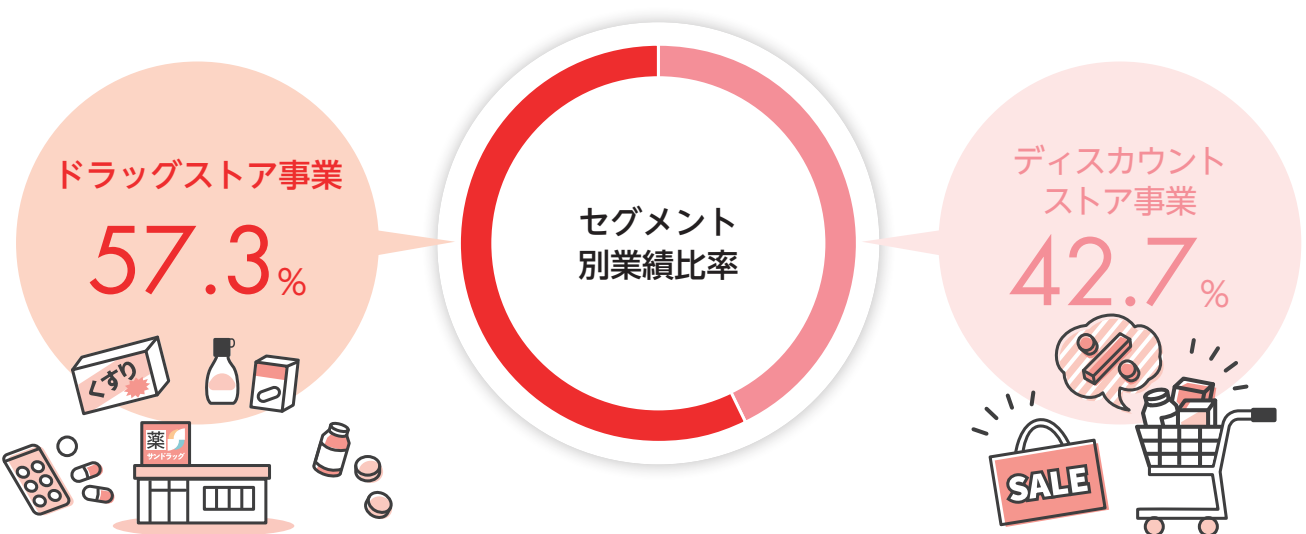
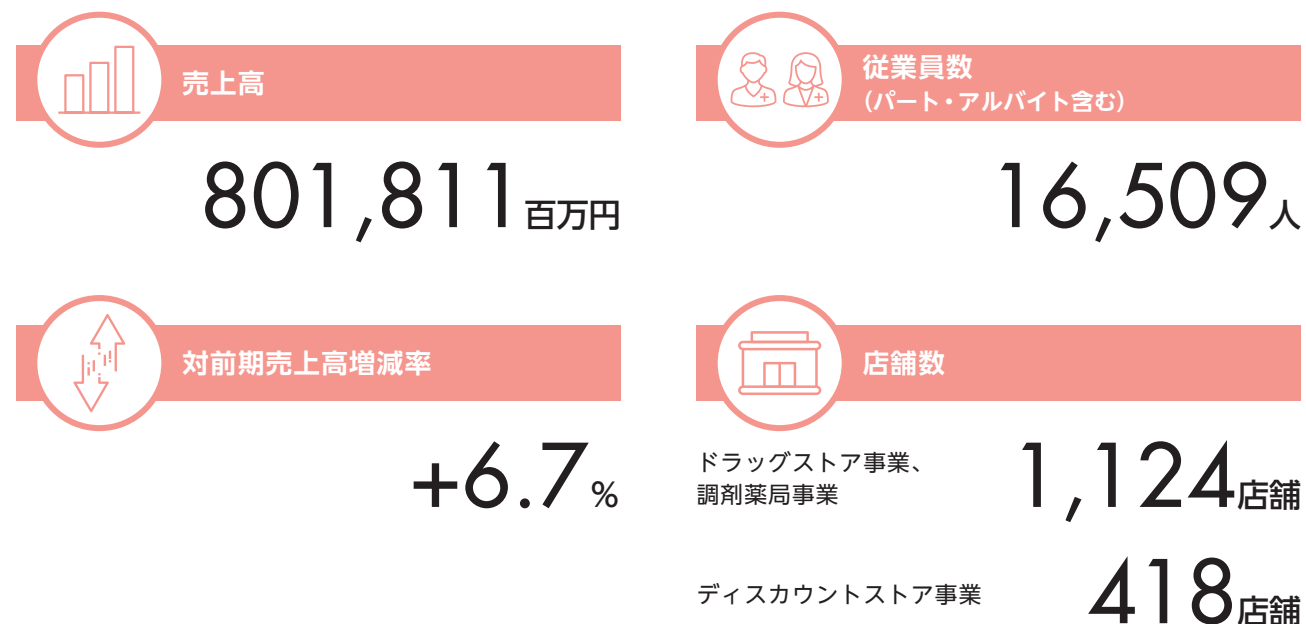
店舗数推移
■ドラッグストア事業
■ディスカウントストア事業

売上高推移



サンドラッググループの事業概要

○ 数字で見るサンドラッググループ (2025年3月期)



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

○ ドラッグストア事業

売上高 **517,333** 百万円 (前期比5.3%▲) 年間出店数 **63** 店 (純増44店)

「安心・信頼・便利」をモットーに、お客様に信頼される店作りを目指しております。多くのお客様が気軽に足を運んでいただけるように、多様化するニーズに対応しながら魅力あるお店作りを推進する一方で、専門教育を受けた薬剤師などによるカウンセリングを積極的に実施し、付加価値を高めた医薬品を提供することで安心して相談できるお店作りを進めています。

○ ディスカウントストア事業

売上高 **342,267** 百万円 (前期比9.1%▲) 年間出店数 **27** 店 (純増25店)

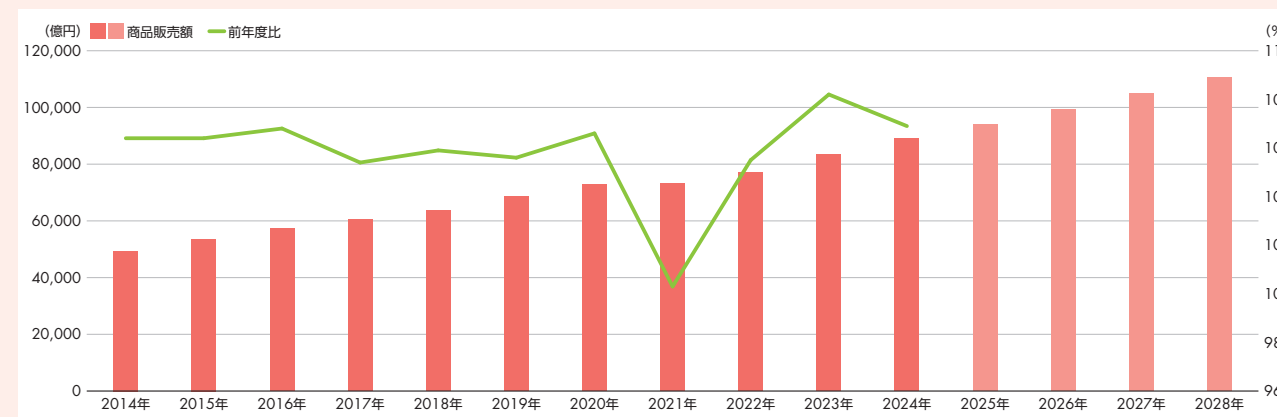
ダイレックスは1,500店舗を目指して、全国に出店を拡大しています。「暮らしに一番必要な商品をどこよりも安く」、「地域ニーズに合った地域密着型店舗」、そして、「ディスカウントストアに、ドラッグストアとスーパーマーケットの要素を兼ね備えた新業態のお店づくり」を展開中です。

調剤薬局事業

調剤薬局事業は、一般薬のOTC医薬品を販売するドラッグストア店舗併設型薬局と医療機関と隣接する門前型の調剤専門薬局の2つの調剤薬局でサービスの提供と薬剤師の育成を行う教育機関として独自の運営を行っています。社会の高齢化が進み、健康に対する関心が次第に高まるなかで、一人でも多くの方が健康な生活を送ることができるよう当社グループにおいても地域に必要とされるかかりつけ薬局として質の高い医療サービスを提供しています。

ドラッグストア市場について

■ 日本国内ドラッグストア市場の市場規模と成長予測



*2025年～2028年までの数字は過去5年間の成長傾向による線形予測です。

日本のドラッグストア市場は近年も堅調な成長を続けており、2023年度の全国売上高は前年比5.6%増の約9兆2,022億円と、初めて9兆円を突破しました。店舗数も2万3,041店(前年比+4.3%)に達し、市場規模拡大を支えています。業界団体(JACDS)は2025年までに市場規模を10兆円へ引き上げる目標を掲げており、現状その達成に近づいています。さらに2030年には13兆円規模まで拡大するとの予測も示されております。上図は2028年度までの市場における商品販売額の推移と予測を示したものです。

この成長要因として、高齢化に伴う医薬品需要増や、健康志向の高まりによるヘルスケア商品の購買拡大があります。2025年には団塊世代が後期高齢者(75歳以上)となり医療需要がピーク化すると見られ、処方薬や介護関連商品の消費が増える見通しです。また、政府が医療費抑制のためセルフメディケーション(軽度な不調は自分で治す)の推進策を取っており、OTC医薬品や健康補助食品の市場を後押ししています。

一方、日本の総人口は2010年代後半から減少局面に入り、2022年約1億2,550万人から2030年には約1億1,662万人

へ888万人減少する推計があります。このため、単純な市場拡大には限界もあり、一店舗あたりの顧客数は減少傾向です(2022年約5,700人/店⇒2030年約3,300人/店)。今後は高齢者一人ひとりの購買単価増(処方薬や健康関連商品の増加)や、新たなサービス収益によって市場を伸ばす必要があります。物価上昇による単価アップも売上増要因となっています。以上より、2025年頃までは年間3～5%程度の成長を維持していくと予測されます。

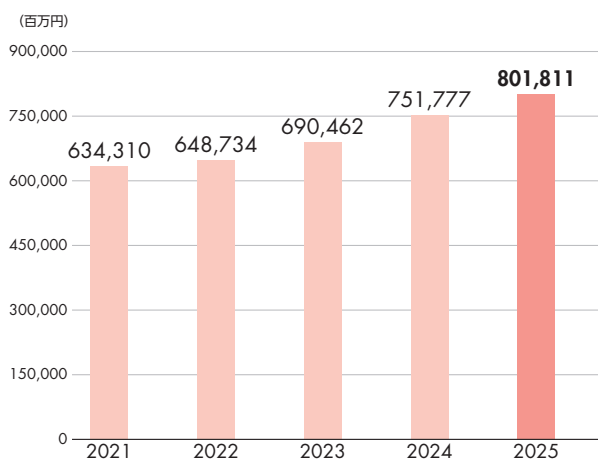
以上の観点を踏まえると、ドラッグストア業界は今後5年間で「さらなる成長と成熟化」の両局面を迎えると考えられます。市場規模は高齢化とセルフメディケーションで拡大余地がありますが、一方で人口減少や競争激化で従来のような高成長は徐々に鈍化する可能性があります。そのなかで業界はデジタル技術やサービス高度化を取り入れ、新たな付加価値創出によって持続的な成長を図る方向に進んでいます。大手企業の寡占化により効率化・スケールメリット追求が進む一方、地域密着のきめ細かな対応や専門性強化で差別化する動きも重要です。



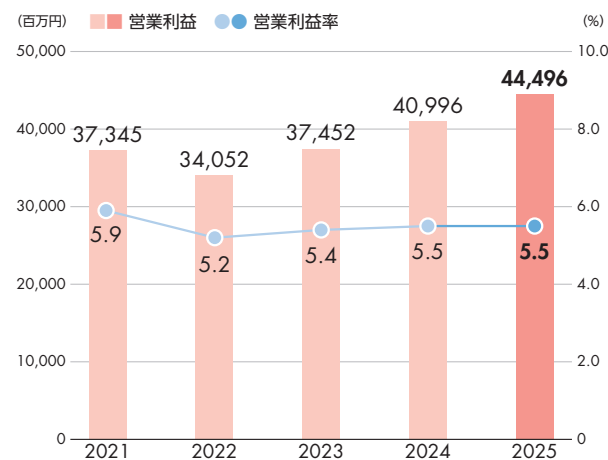
財務・非財務ハイライト

財務パフォーマンス

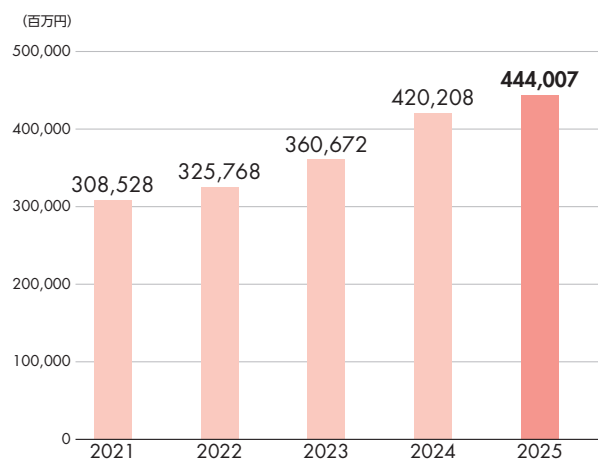
売上高 **801,811** 百万円



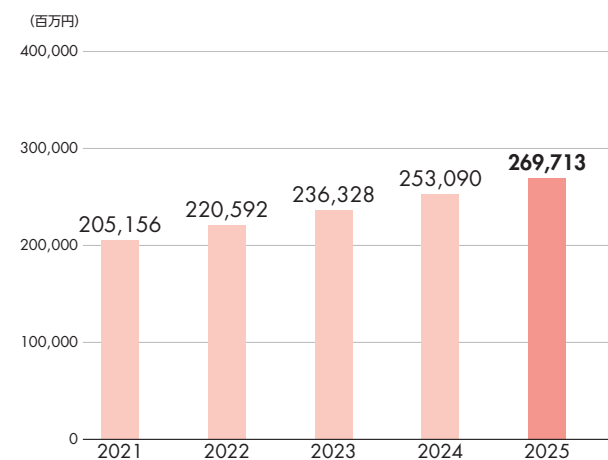
営業利益 **44,496** 百万円 営業利益率 **5.5%**



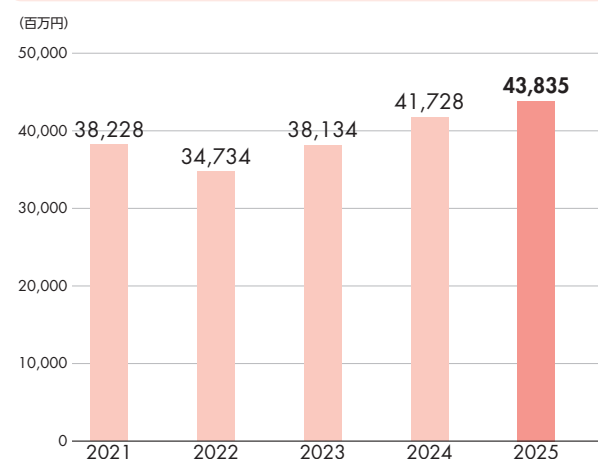
総資産 **444,007** 百万円



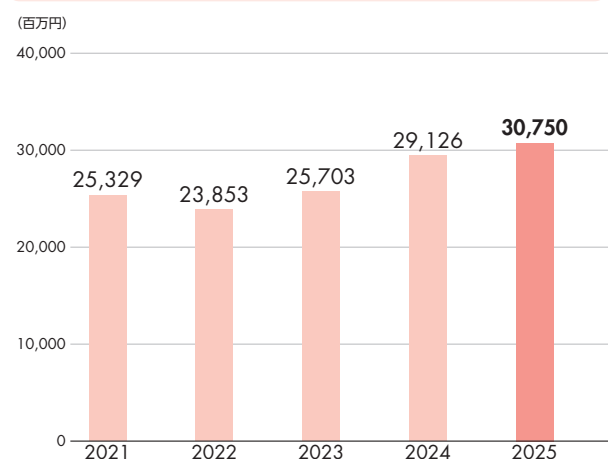
純資産 **269,713** 百万円



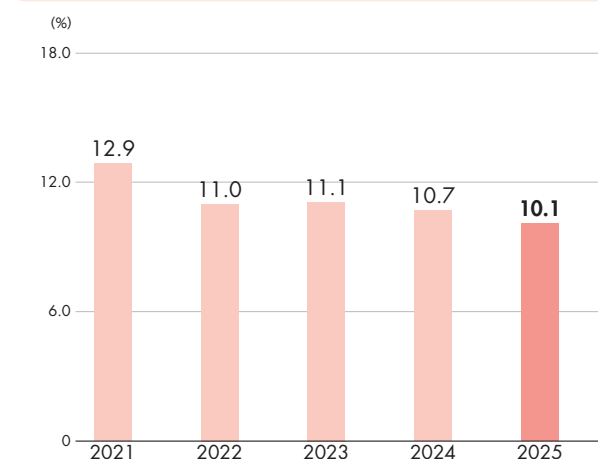
経常利益 **43,835** 百万円



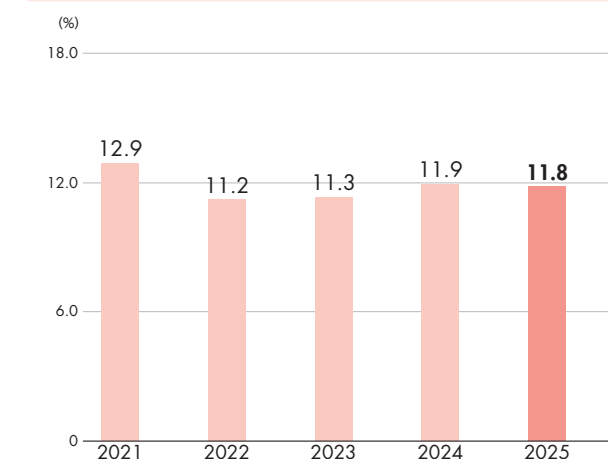
親会社株主に帰属する当期純利益 **30,750** 百万円



ROA **10.1%**

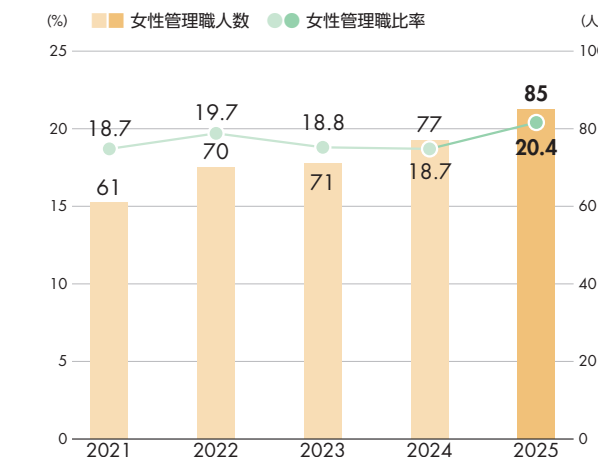


ROE **11.8%**

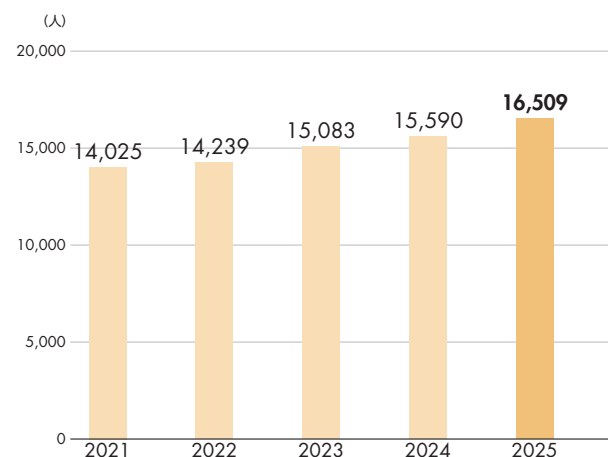


非財務パフォーマンス

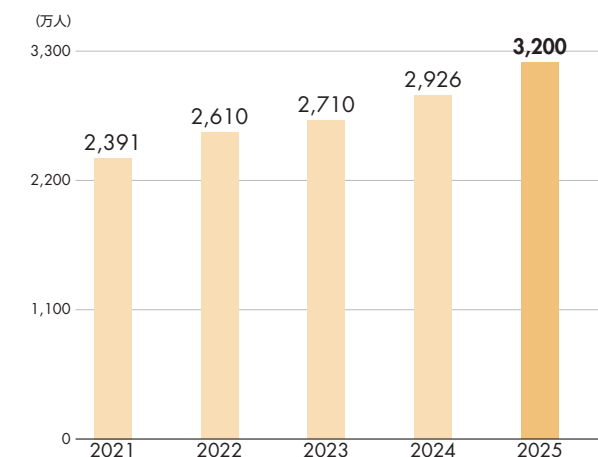
女性管理職比率 (サンドラッグ) **20.4%** 女性管理職人数 **85** 人



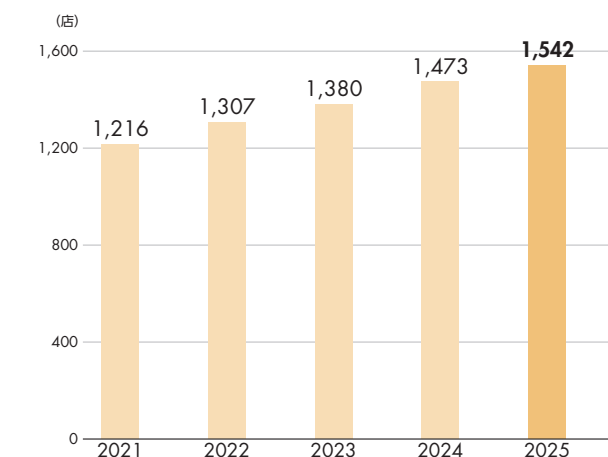
従業員数 (パート・アルバイト含む) **16,509** 人



グループ会員数 **3,200** 万ID



店舗数推移 **1,542** 店



トップメッセージ

地域に必要な店舗で
あり続けるために
中長期視点で多角的
取り組みを遂行します。

代表取締役社長CEO 貞方宏司が、当社グループの
現状と強み、成長戦略についてお話しします。

代表取締役社長CEO

貞方 宏司

2025年3月期概況

3期連続で増収増益 中期経営計画の達成も視野に

2025年3月期におきましては、過去最多の訪日外国人数を更新するなど、インバウンド需要の緩やかな回復に伴い、ドラッグストア事業では繁華街店舗における医薬品・化粧品等の売上回復が継続しました。

一方で「ダイレックス」が展開するディスカウントストア事業においては、食品価格の上昇に伴い、食品部門の売り上げが引き続き好調に推移し、オペレーションも効率化を図り、生産性が向上しました。

これらによって、粗利改善と生産性向上によるコスト削減を両立し、2025年3月期の売上高8,018億円（前期比106.7%）、営業利益444億円（同108.5%）と増収増益を達成しています。

当社グループは2026年3月期に連結売上高1兆円、営業利益600億円、店舗数1,750店舗を目指す5カ年の中期経営計画に基づき、事業戦略の推進と経営基盤の強化に取り組んでいます。2025年4月から最終年度を迎えるなか、過去4年間を振り返りますと、2022年3月期には前年に始まったコロナ禍の影響で駅前型店舗での売上が低調に推移し集客・需要の反動減から増収減益となりました。しかしながら後述のとおり、当社グループにおいては計画的な出店と専門性のある店づくり、EC事業と調剤事業の強化、デジタル化の推進によるオペレーションの効率化、さらには全ての基盤となる人材育成に真摯に取り組み、2025年3月期まで3期連続で増収増益を達成できたのは、これまでの取り組みの成果と自負するとともに、現在の事業ごとの戦略が次期中期経営計画に更に大きく花開くものと期待しています。また、中期経営計画目標数値は戦略的なM&Aを前提としたもので、この4年間は順調に事業投資を実行することができました。この結果、資本業務提携先の株式会社キリン堂ホールディングス（キリン堂HD）を含めると、店舗数は2,000店舗を超え、売上高は計画の約1兆円。営業利益も想定されるシナジーを合わせますと、600億円に到達する見込みです。

中期経営計画の進捗

バランスの良い出店戦略と 戦略的なM&Aを実施

当社グループにおける出店戦略の要が多様な業態です。ドラッグストア「サンドラッグ」とディスカウントストア「ダイレックス」、またドラッグストアにおいては郊外型店舗は、スーパーマーケット等と複合タイプの非食品店舗と単独出店の食品強化店舗。駅前型店舗は商店街店舗と繁華街店舗など、店舗展開において地域の皆さまのニーズに即した多様な選択肢があるのが特長です。コロナ禍前は年間50店舗前後の出店数でしたが、近年は平均で100店舗の出店を続けており、閉店する店舗も少なく純増率が約8割で、年々新規出店店舗の精度は高まっています。2025年3月末においてはドラッグストア事業1,124店舗、ディスカウントストア事業418店舗の合計1,542店舗（前期比69店舗増）に達しました。出店の加速化に不可欠なのが店舗開発人員の育成です。毎期増員と約2年間の教育に取り組み、2019年3月期に26名だった開発人員は2025年3月期に53名に達し、2026年3月期には61名となる計画です。

当業界では同業他社との出店競争や大手同士の業界再編、他業態との競争等、経営環境は一層厳しさを増しています。こうしたなか、当社グループは出店戦略と並行して戦略的な事業投資を実施し、2024年2月にはキリン堂HDの株式を取得し持分法適用会社化しました。キリン堂HDの業績は2025年2月期も継続して増収増益となりました。キリン堂HDは物流体制を再構築中であり、完了後は本格的なグループシナジーを創出してまいります。引き続き当社グループは全国を視野にドミナント戦略を意識した積極的な出店を続け、M&A・業務提携を含め将来的にはさらに関東、近畿地区を中心に約3,000店舗の店舗増を見据えています。

トップメッセージ

国内外の通販サイトに販路を拡大

実店舗に加えて、当社グループはお客様満足の向上と収益拡大の両立を目指し、インターネット販売のEC事業の強化に取り組んでいます。6カ国言語に対応する自社ECサイト、国内の主要インターネット通販サイト、東南アジア最大級のEC サイトlazadaに加えて、2024年にはdショッピング、JAL Mall、ANA Mall、さらに2025年4月には中国で広く浸透するメッセージアプリ WeChatの通販モールに新規出店し、世界196カ国へサンドラッグから商品をお届けしています。並行して医薬品、化粧品、ペット、DIY、家電など品揃えの多様化とともに、物流会社と連携して当日発送比率を33.5%（2025年3月期）に高めるなど、利便性の向上に努めました。この結果、2025年3月期のEC事業売上高はマーケットが3%の伸びに留まるなかで二桁の伸張率と順調に拡大しています。今後はEC事業を収益の柱とすべく、さらにEC基盤を強化してまいります。

調剤事業の強化

ドラッグストア併設店舗の出店を加速

当社グループのビジネスは自分たちが道筋を決めるものではなく、常にお客様ありき、地域の皆さまが必要とする商品・サービスを提供することが基本です。その一環として、現在、当社グループは地域の需要に対応すべく調剤事業を強化しています。当社グループの調剤事業は、一般薬のOTC医薬品を販売するドラッグストア店舗併設型薬局と医療機関と隣接す



る門前型の調剤専門薬局の2つのタイプの調剤薬局を展開しています。2025年3月期の累計店舗数は併設177店舗(前期比26店舗増)、単独33店舗（前期比2店舗増）に達しました。

また調剤DX(デジタルトランスフォーメーション)にも積極的に取り組み、サンドラッグの調剤薬局全店舗で電子処方せん受付体制を整備するほか、マイナ保険証の利用（2025年3月期利用率30.9%、前期比25.9%増）を推進しています。これらの結果、当社グループの調剤事業売上高、処方せん枚数ともに二桁の伸びで推移しています。

2026年3月期には併設43店舗の出店を予定するなど、今後は併設店舗を中心に出店を加速化する予定です。そのために当社グループは独自の教育カリキュラムを設けるなど、調剤、OTC両方の知識・技能を有する管理薬剤師としての教育にも力を入れています。薬剤師不足が取り沙汰されるなか、当社グループの調剤事業はお客様を接客するOTC業務と調剤薬局業務の双方を経験できることから、希望者も多く、新卒採用も計画通り進んでおります。

さらに近隣医療機関との連携を強化するほか、健康フェアの開催、自治体や地域包括センターとの連携を通じた在宅支援サービスの拡大、「災害時協力薬局」制度への協力、AED設置の推進など、地域・社会に貢献する活動と、サービスの拡大に努めてまいります。

将来を見据えて店舗運営のDX化を推進 さらなる生産性の向上へ

中期経営計画では経営基盤強化の一環として、オペレーションのさらなる効率化を目指し、店舗運営の全般にわたりDX化に積極的に取り組んでいます。近年の成果の一つがセミセルフレジや店舗内の商品説明や価格表示を電子化した電子棚札の導入です。導入前には特売日の前日から商品札を手作業で変更するため、前日から特売価格で販売するケースがありましたが、電子棚札の導入後は特売日の当日に変更できるため、粗利の改善、省人化による人件費の削減、印刷費用や物流費等の削減により、将来的にトータ

ルで年間約40億円の収益改善につながります。

他にも2025年3月期には賞味期限をハンディターミナルで管理する賞味期限管理システムをサンドラッグ全店舗で導入し、今後はダイレックスなどグループ各社にも順次導入する予定です。また、店舗の形態に合わせてフルセルフレジの導入も検討しています。

現在のところ、デジタル化投資については一時的に減価償却費が増加しますが、人口減少を背景に今後さらに労働力の確保が困難になると予想されるため、将来に備えて省人化への投資を継続してまいります。その一方で、本当にデジタル化がお客様の満足や生産性の向上につながるのか、地域のお客様ニーズや店舗形態を見極めながら投資を

行うことが重要であると認識しています。

サステナビリティ経営の推進

収支のバランスを見極め、 計画的に環境経営を推進

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

KPIとして2030年度に床面積当たりのCO₂排出量(Scope2)を2013年度比で50%削減、2050年までに温室

■サンドラッググループのマテリアリティ(各テーマのKPIは→P.23)

領域	テーマ	目指す姿・KGI
E Environment	環境経営の推進 (テーマ1) 7 エネルギーを効率的に 使用する 12 つくもの責任 つかう責任 13 気候変動に 具体的な対策を 14 海の豊かさ を守る 15 陸の豊かさ を守る 17 パートナリッ プで 目標を達成しよう	既存の施策の確実な実行、カーボンオフ セットの利用や新技術を活用し2050年 Scope1,2排出量のCO ₂ 排出量実質0を 目指し、環境負荷の低減に貢献します。
	人的資本経営の推進 (テーマ2) 5 ジェンダー平等 を実現しよう 8 働きがい も経済成長 も 10 人や国の不平等 をなくそう	心身ともに健康で、安全かつ安心して、生 き生きと働ける職場環境を築き、従業員 とともに成長する企業を目指します。
S Social	製品・サービスの品質、安全性と利便性 (テーマ3) 9 気候と関連する 資源を つかう 12 つくもの責任 つかう責任 13 気候変動に 具体的な対策を 15 陸の豊かさ を守る	ヘルスケアステーション、セルフメディ ケーションの拠点として、地域社会に密 着し国民の『健康で豊かな暮らし』の実現 を目指します。
	社会及び地域社会との共生 (テーマ4) 3 すべての人に 健康と福祉を 11 住み続けられ るまちづくり 17 パートナリッ プで 目標を達成しよう	
G Governance	ガバナンス経営の推進 ① コーポレートガバナンスの強化(テーマ5) ② 内部統制及びコンプライアンス(テーマ6) ③ リスクマネジメントの推進(テーマ7) ④ ITガバナンスの構築(テーマ8) 8 働きがい も経済成長 も 10 人や国の不平等 をなくそう 12 つくもの責任 つかう責任 16 平和と公正 をすべての人に 17 パートナリッ プで 目標を達成しよう	経営の透明性・健全性を高める体制を整 え、法令遵守とコンプライアンスを徹底 し、持続的な企業価値創出と地域社会へ の貢献を図ります。

トップメッセージ

効果ガス排出量（Scope 1.2）をゼロにするカーボンニュートラルを目指しています。取り組みの一環として、店舗に太陽光発電設備、ノンフロン冷蔵・冷凍ケース、AIで室温を最適化する空調調和設備を導入しています。2025年3月末時点で199店舗に太陽光発電設備を導入し、再生可能エネルギーを使用することでCO₂排出量を削減しております。

また、各店舗で取り扱うプライベートブランド商品は、インクやパッケージ等に配慮した環境配慮型商品が70%（2025年3月期末実績）を占めており、今期も75%まで増やす計画です。

さらに食品廃棄物のリサイクル率100%を目指し、店舗から出た食品廃棄物の再利用に取り組んでいます。2025年3月期においては、関東を中心とした物流センター管轄店舗の廃棄物を、再生可能エネルギー発電施設でバイオ燃料としてリサイクルしています。食品廃棄物リサイクル率は取り組みを先行するサンドラッグ店舗で約18%、グループ全体で約10%に達し、2026年3月期にはサンドラッグ店舗50%、グループ全体で30%を計画しています。

当社グループが環境経営に取り組む理由は、大前提として当社グループの持続的成長には地域社会の持続的成長が不可欠であるからにほかなりません。一方で単純に環境投資だけを行えば多額の費用が嵩み、経営効率は悪化します。いかに収益改善を図りながら環境に貢献する取り組みを継続するか、例えば店舗から出る段ボールなどの使用済み資材を効率的に回収し、リサイクルするなど、小さな工夫を丁寧に積み重ね、環境経営に関連する収支のバランスをコントロールしています。また、太陽光発電設備は店舗の大きさや立地向き不向きがあるため、全店舗一律ではなく投資回収可能店舗でのみ実施するなど、経営効率の改善につながることから優先的に取り組むことが重要だと考えています。

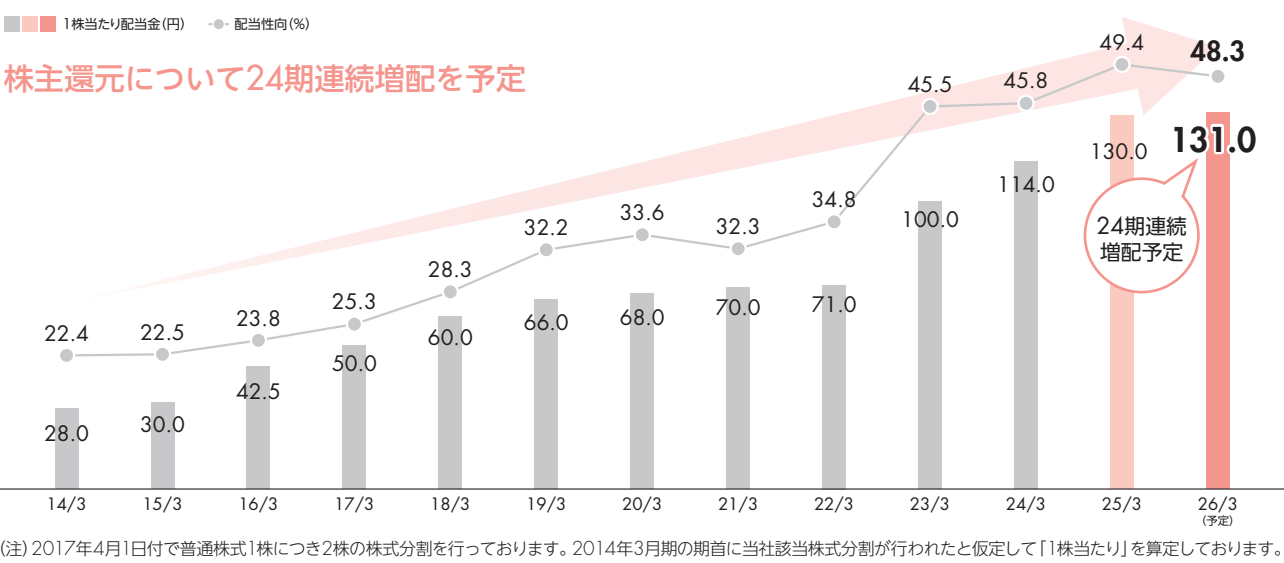
これらの取り組みと並行して当社グループは社員評価制度に個人のSDGsへの取り組みに関する自己申告を取り入れており、家庭での節水など身近な取り組みを評価することで社員の環境意識の向上に努めています。

将来の成長基盤を強化、
人材の多様化・専門性を高める

現在、将来を見据えて取り組んでいるのが「人的資本経営の実行」です。女性の活躍推進はもちろんのこと、多種多様なライフスタイルに対応可能な柔軟な働き方や男性の育休取得推進など社員全体のワークライフバランスの充実に向けた取り組みに加えて「健康経営優良法人2025」に認定されるなど、健康経営についても取り組んでおります。一方で、役員構成についても、10名の役員のうち、取締役が7名、監査役が3名。社外取締役2名と社外監査役2名が女性で、社外役員及び女性比率が各々4割です。もともとドラッグストアでは女性社員が多く活躍していますが、さらなる人的資本の多様化が将来の成長につながると考えております。

また、財務体制の強化、M&A、中期経営計画の策定においては専門性のある役員クラスの人材をヘッドハンティングするなど、将来への準備として優れた人材の確保に努めてまいりました。現在、当社グループにおいては優秀な人材及び管理職が揃っておりますが、さらに各部門が責任ある自立した組織へと成長させていくこと、それが社長としての私の役割だと認識しています。

また、当社グループはお取引先様との連携も重視しています。当社は2023年にパートナーシップ構築宣言を行いました。同宣言はサプライチェーン全体の付加価値向上、大企業と中小企業の共存共栄、成長と分配の好循環を目指して発注者側の代表者が宣言するものです。当社グループは例えば物流業者と連携して他社に先駆けてホワイト物流の仕組みを構築するなど、サプライチェーンとの共存共栄が当社グループの成長につながるとの認識のもと活動してまいりました。パートナーシップ構築宣言に伴い2024年からはお取引先様へのアンケートを実施し、法務部にて当社が改善すべき点を分析し取締役会に報告。継続的にコンプライアンステストや研修を実施するなど具体的な改善活動につなげています。



企業の持続的成長に向けて
成長投資と安定した株主還元を両立

ご説明してまいりましたとおり、当社グループは中長期的視点で新規出店、デジタル推進、M&Aなどの成長投資を実行する一方で、配当性向50%を目安とする株主還元を基本方針としています。2025年3月期においては配当性向49.4%、年間配当130円と23期連続増配とさせていただきます。当社グループの基本は“お客様のために”であること、コメ価格の高騰が社会問題となるなか備蓄米購入に手を挙げましたのも、何よりも求めやすい価格のコメをお客様が必要とするからです。先ほど生産効率を重視すると申しあげましたが、実は当社グループの店舗ではロイヤルカスタマーが購入される商品は購入頻度が少なくとも取り扱いをなくすことはありません。お客様に寄り添う事業を継続するために、一方で経営効率を高めてきちんと収益を確保する、そのバランスが重要だと認識しています。葉を買うならサンドラッグ、いざという時は当社グループの店舗に頼る、そのようにお客様に信頼いただける専門性の高い店づくりを目指し、これからも今できることを愚直に実行してまいります。株主・投資家、社員、取引先をはじめとしたステークホルダーの皆さまには、当社グループにぜひご期待いただくとともに、引き続きご理解とご支援をよろしくお願い申し上げます。

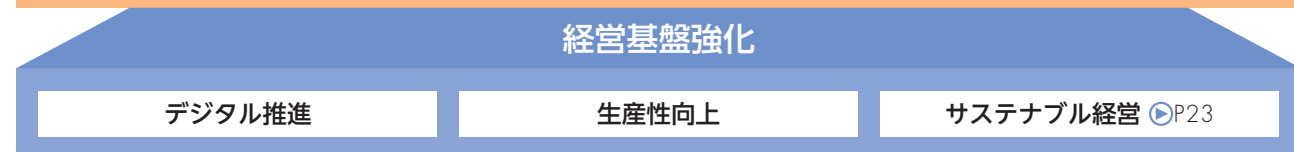
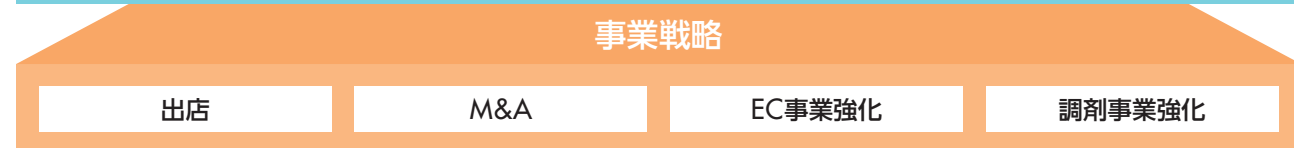


中期経営計画の詳細については
決算説明資料をご参照ください。

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

中期経営計画の進捗

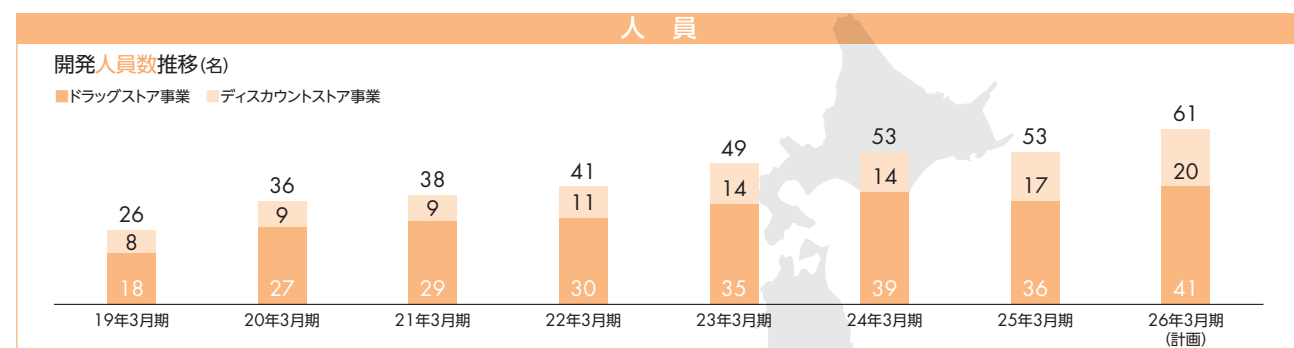
連結売上高1兆円をはじめとする2026年3月期数値目標の達成を目指す中期経営計画に取り組んでおり、そのための事業戦略と経営基盤強化を推進しています。



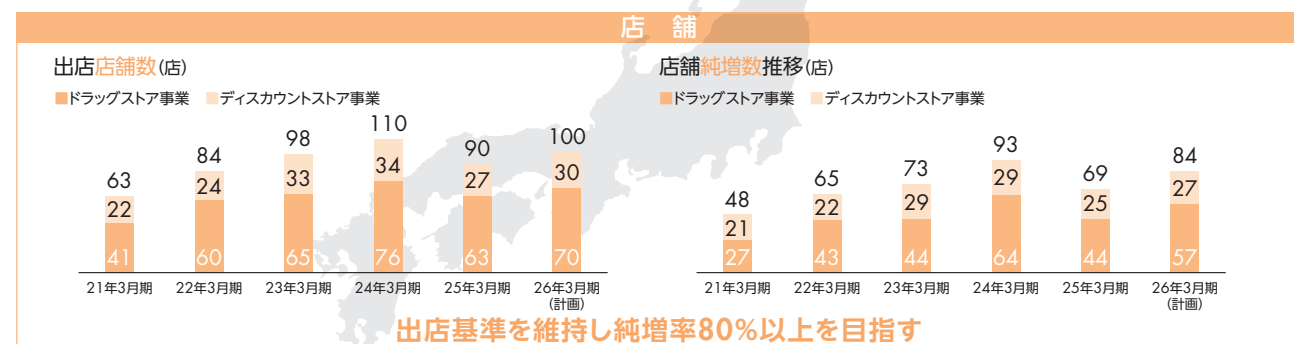
	2022年3月期実績	2023年3月期実績	2024年3月期実績	2025年3月期実績	2026年3月期計画
売上高 (億円)	6,487	6,904	7,517	8,018	8,500
営業利益 (億円)	340	374	409	444	473

事業戦略 出店

計画的に人員を増員しながら、着実な出店数拡大を進めています。



計画的な増員



事業戦略 EC事業強化

EC基盤のリニューアルによる変革により、顧客体験・満足度、生産性の向上に取り組めます。

●EC実績(2025年3月期)

EC売上高
142億93百万円 (前期比: 110.6%)
構成比: 1.8% (前期差: +0.1pt)

取扱いSKU数
58,774SKU (前期比: 134.4%)

●新規モール出店

dショッピング店 2024年10月 OPEN
JAL Mall店 2024年11月 OPEN
ANA Mall店 2024年12月 OPEN
WeChat店 2025年 4月 OPEN

●さらなる利便性の向上

店舗前受取前期比

177%

当日発送比率

33.5%

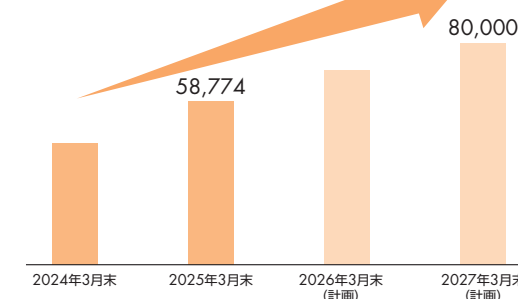
置き配指定割合

31.0%

●品揃えの強化

既存カテゴリーの拡充に加え、ペット・DIY・家電等多様な品揃えの実現を目指します。

取扱いSKU数(アイテム数)



**80,000SKU
目標**

世界のお客様への
お届けを実現

- 自社ECサイトに6か国語対応
- 世界196か国へサンドラッグの商品をお届け



事業戦略 調剤事業強化

地域社会に向けた調剤需要に対する取り組みとして、地域に根差した戦略とDX化により規模拡大を推進しています。

調剤実績 2025年3月期

調剤売上	処方箋枚数	処方箋単価
162億20百万円	1,912,628枚	8,469円/枚
前期比:113.5%	前期比:115.3%	前期比:98.5%

開局実績 2025年3月期

単独2店舗・併設26店舗

総店舗数 2025年3月期末

単独33店舗・併設177店舗



開局計画 2026年3月期

単独0店舗・併設43店舗

調剤事業規模拡大への取り組み

- 併設店舗を中心とした出店の加速
- 近隣医療機関との連携強化
- 施設在宅の拡大

調剤DXへの取り組み

医療DX推進体制整備加算の算定

- 電子処方せん受付体制の整備
 - ▶サンドラッグ全店導入
- マイナ保険証の利用推進
 - ▶利用率30.9% (前年+25.9%)
- 処方せん送信アプリの利用推進
 - ▶併設薬局利用率13.6% (前年+2.3%)

経営基盤強化 生産性向上

オペレーションのさらなる効率化への取り組みを進めています。

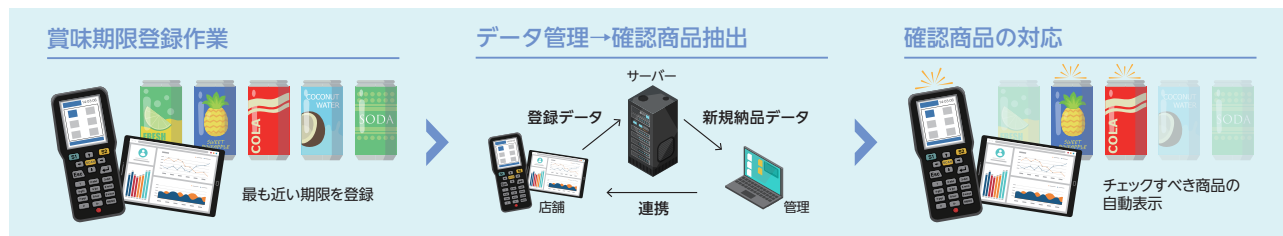
賞味期限管理システム導入

人件費 0.3%削減 (削減額2.1億円/年)

- 賞味期限ペーパー管理運用の変更 ▶ ハンディターミナル管理 ▶ 賞味期限管理時間の削減・作業精度向上
- 2025年3月期 サンドラッグ全店導入、グループ会社にも順次導入

導入効果

- 販売期限チェックが必要な商品のみチェックによる作業効率化
- 画像読み取り効果による作業精度向上



フルセルフレジ導入検討

人件費 2.6%削減 (削減額15.6億円/年)

- 店舗の形態に合わせて最適なチェックアウト方式を採用予定

導入課題

- レジ利用時のポイントカードなど顧客ID確認
- スキャンミス・不正防止対策として、高コスト防犯カメラ (AI) 搭載レジの導入

導入効果

- セルフでレジへ商品登録
- 従業員のレジ作業時間の削減
- 人口減・求人難・人手不足への対応

経営基盤強化

DXの活用推進による経営基盤強化

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

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

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

アプリ・SNS等のデジタル販促から、顧客情報を活用し顧客を獲得



デジタル関与売上

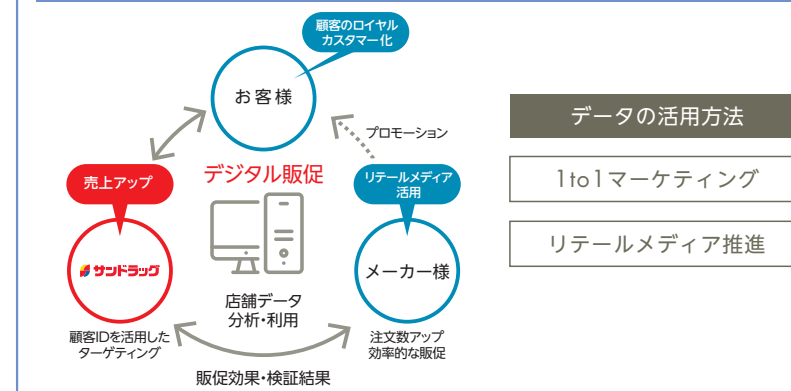
デジタル関与売上比:37.8%

※ドラッグストア事業 2025年3月末実績

リテールメディア事業

【売上高】 前期比:118.7%

マーケティング最適化

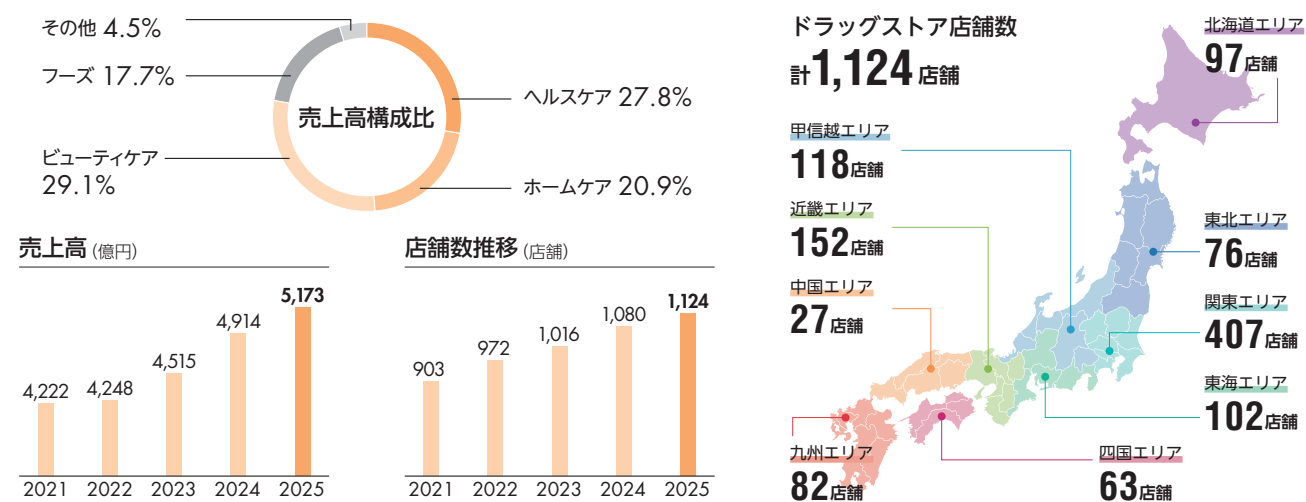


事業紹介

○ ドラッグストア事業

バランスの良い店舗展開として、郊外型店舗と商店街の中心や駅前に建つ駅前型店舗など、店舗展開において地域のお客様のニーズに即した多様な選択肢があるのが特長です。

業界唯一の取り組みとして、“1店舗 2ライン制、2つの役割”で、店舗で働くスタッフをカウンセリング販売スタッフと運営スタッフのふたつに分け、専門業務を分担することで、お客様により大きな「安心」「信頼」「便利」を提供しています。



事業会社 (2025年3月期)

株式会社星光堂薬局

ドラッグトップス

経営理念として、「我社は健康で快適な生活を提案し、地域社会に貢献する」。社訓は、「誠実」・「実行」・「協調」を三位一体に捉え、セイコーの心としています。

- 本社所在地 新潟県新潟市
- 代表者 代表取締役社長 渡邊 崇
- 店舗数 85店舗
- 従業員数 632名

株式会社サンドラッグプラス

サンドラッグプラス

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

- 本社所在地 北海道札幌市
- 代表者 代表取締役社長 佐藤 宏紀
- 店舗数 76店舗
- 従業員数 546名

株式会社大屋



- 本社所在地 愛媛県西条市
- 代表者 代表取締役社長 伊藤 慎太郎
- 店舗数 64店舗
- 従業員数 818名

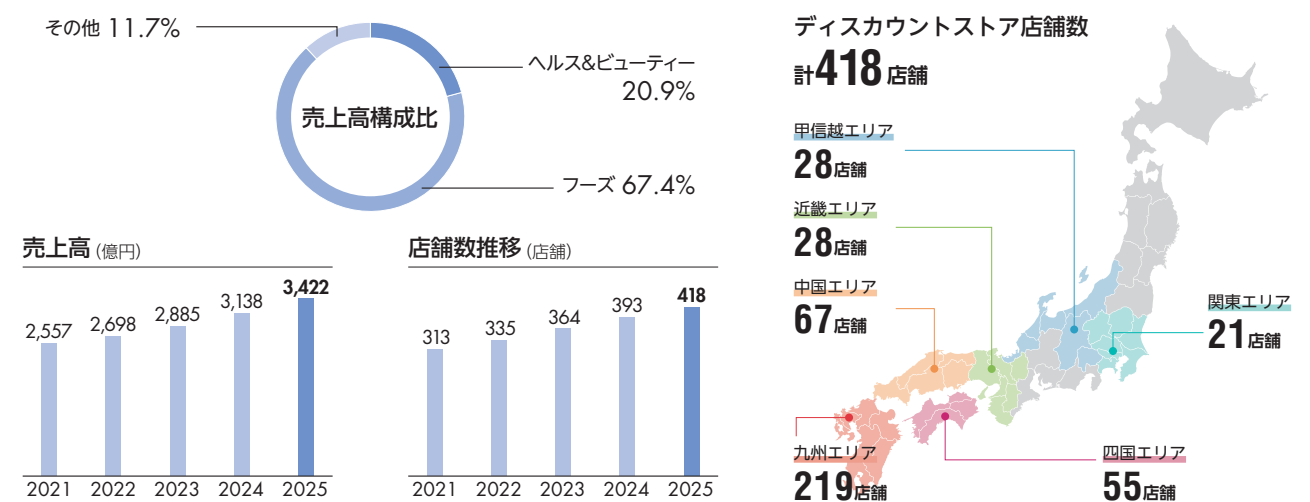
経営理念として、「健康で豊かな暮らしを創造し、ともに働く仲間の幸せを実現します」。ビジョンは、「お客様価値日本一」を実現すること。それは、売上額でもなく、規模でもなく、「新たな信頼と安心と便利」を集めることで実現できると信じています。

○ ディスカウントストア事業

お客様へのサービスと利便性を常に考え、安心してゆっくりとお買い物を楽しんでいただけるよう、朝9時から夜10時まで（一部店舗を除く）、年中無休で営業しています。

生活必需品である食品、日用品、衣類をはじめ、化粧品、家電製品、カー用品、スポーツ・レジャー用品、酒類など、25,000品目にものぼる幅広い商品を取扱っています。

価格戦略の基本はいつでもより安くご提供することであり、特定の「目玉商品」のみが安いというのではなく、全ての商品に対して常に低価格を維持すること（エブリディ・ロープライス）が大きなポイントになります。



事業会社 (2025年3月期)

ダイレックス株式会社

ダイレックス



- 本社所在地 佐賀県佐賀市
- 代表者 代表取締役社長 五味 肇
- 店舗数 418店舗
- 従業員数 6,434名

社訓は、「夢を持ち豊かに生きよう」としています。「変化の多いこの時代に、本当に必要とされているものは何か」を常に問い続けながら、お客様に心から満足していただけるサービスを提供していきます。未来の変化は、お客様が望む方向に変化することに着眼し、地域に必要なとされる企業を目指しています。



価値創造プロセス

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



インプット (2024年3月期)

財務資本

総資産 4,202億円

純資産 2,530億円

製造資本

店舗

ドラッグストア事業 1,080店

ディスカウントストア事業 393店

デジタル会員基盤 529万ID

人的資本

グループ従業員数 15,590人
(パート・アルバイト含む)

自然資本

エネルギー使用量* 3,629,512GJ
*当該年度で使用したエネルギーの総量

企業理念／価値創造プロセス

企業理念

私たちはドラッグストア・調剤薬局として、国民の「健康で豊かな暮らし」の実現を目指し、毎日が明るく楽しい世の中創りに貢献します。

価値創造を補完する機能

IoT、DXの推進

- ハードウェア、ソフトウェアへの投資
- 人材への支援と投資

価値創造を創造する機能

従業員

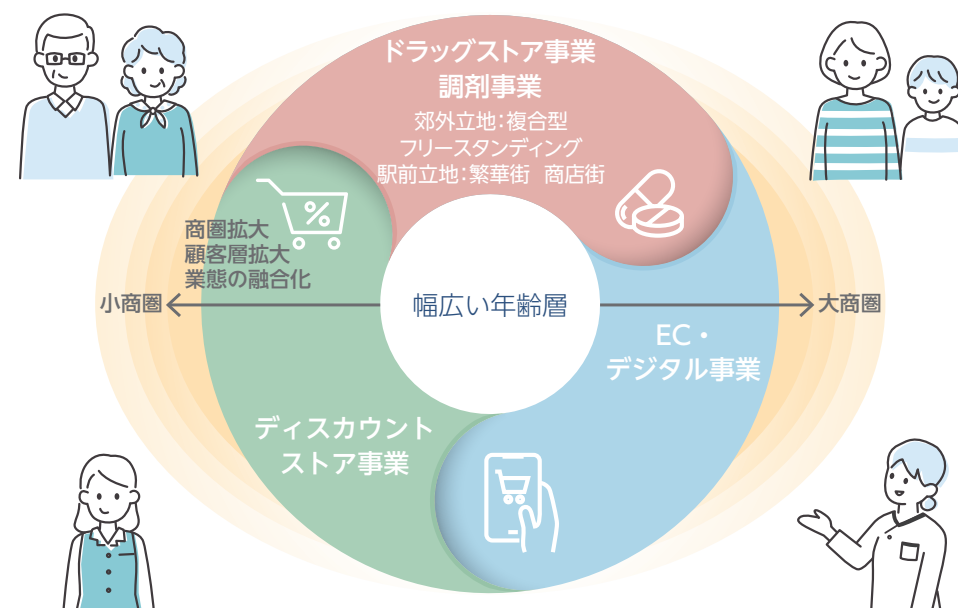
- 働きやすい労働環境の整備
- 従業員の教育機会の拡充
- 多様な働き方の支援

価値創造を届ける手段

ドラッグストア ディスカウントストア ネットストア (EC)

- フィジカル店舗での出店拡大
- ECネットショップの拡充
- DX店舗の開発

利用



経営環境の変化

- 気候変動に伴う自然災害の増加
- 人口減少・超少子高齢社会
- 社会保障費の増加に伴う政策変更
- 地域コミュニティとの関係強化
- IoT・デジタル技術の活用拡大
- ダイバーシティ、インクルージョンの推進
- 消費者意識、ライフスタイルの変化

アウトプット (2025年3月期)

財務資本

売上高 8,018億円

営業利益 444億円

親会社株主に帰属する当期純利益 307億円

ROE 11.8%

総資産 4,440億円

純資産 2,697億円

製造資本

店舗

ドラッグストア事業 1,124店

ディスカウントストア事業 418店

デジタル会員基盤 598万ID

人的資本

グループ従業員数 16,509人
(パート・アルバイト含む)

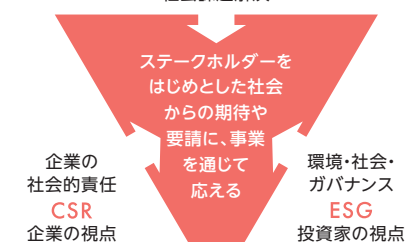
自然資本 (負の影響)

CO₂排出量 209,626t-CO₂

成績

アウトカム

国際社会の視点
SDGs
社会課題解決



実現可能な社会

Environment

① 環境経営の推進



Social

② 人的資本経営の実行



③ 製品・サービスの品質、安全性と利便性



④ 社会及び地域社会との共生



Governance

⑤ ガバナンス経営の推進

⑤-1.コーポレートガバナンスの強化

⑤-2.内部統制及びコンプライアンス



⑤-3.リスクマネジメントの推進

⑤-4.ITガバナンスの構築



持続的な成長 (循環)

マテリアリティ

当社グループが社会的な役割を果たすにあたり、優先的に取り組むべき重要課題（マテリアリティ）を特定いたしました。8つのテーマを設定し取り組みを進めています。

Environment

環境経営の推進（テーマ1）

目指す姿・KGI

既存の施策の確実な実行、カーボンオフセットの利用や新技術を活用し2050年Scope1,2排出量のCO₂排出量実質0を目指し、環境負荷の低減に貢献します。

KPI（2026年3月期）		2025年3月末状況
店舗面積あたり（Scope2）CO ₂ 排出量 ※2013年度比2030年度末	50%削減	35%削減
太陽光設備の設置	225店舗	199店舗
ノンフロン冷蔵・冷ケースの導入	300店舗	237店舗
空調調和設備の設置	360店舗	303店舗
LED照明の設置率 ※対象店舗	100%	100%
環境に配慮したPB商品（比率）	75%	70.4%
食品廃棄物リサイクル比率	30%	9.9%



Social

人的資本経営の実行（テーマ2）

目指す姿・KGI

心身ともに健康で、安全かつ安心して、生き生きと働ける職場環境を築き、従業員とともに成長する企業を目指します。

KPI（2026年3月期）		2025年3月末状況
職種別研修習得度	100%	90.4%
階層別研修習得度（習得割合）	80%	81.2%
薬剤師ジェネラリスト人数	370人	281人
女性管理者比率	30%	20.4%
障がい者雇用率	3.0%	3.19%
健康経営優良法人	取得	2025取得
健康診断受診率	100%	100%
労働災害発生率（年千人率）	4.6以下	4.55



※上記項目は（株）サンドラッグのみ
連結グループ会社従業員の各研修は、（株）サンドラッグの教育に準じて実施

STEP 1 分析

- 経営理念「一隅を照らす」
- 経営の姿勢「三方よし」
- 経営の使命「安心、信頼、便利の提供」
- 経営の手段「一歩先を考え半歩先に行動する」

STEP 2 分析

- SDGs、ESG視点での社会、ステークホルダーからの要求
- 現在及び将来の社会構造の変化
- サンドラッググループの経営における重要性及び機会・リスク

Social

目指す姿・KGI

ヘルスケアステーション、セルフメディケーションの拠点として、地域社会に密着し国民の『健康で豊かな暮らし』の実現を目指します。

製品・サービスの品質、安全性と利便性（テーマ3）



KPI（2026年3月期）		2025年3月末状況
グループ会員		3,200万人
年間出店数	100店舗	90店舗
調剤出店数	43店舗	28店舗
調剤併設店舗率	18.6%	15.7%
電子棚札導入	700店舗	555店舗

社会及び地域社会との共生（テーマ4）



KPI（2026年3月期）		2025年3月末状況
店舗へのAED設置（率）	60%	50%
健康フェア・相談会の開催	100回	101回
「災害時救助物資」協定		24拠点
「災害時協力薬局」協定		八王子市
植樹		4,875本

Governance

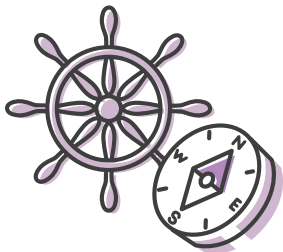
ガバナンス経営の推進

- ①コーポレートガバナンスの強化（テーマ5）
- ②内部統制及びコンプライアンス（テーマ6）
- ③リスクマネジメントの推進（テーマ7）
- ④ITガバナンスの構築（テーマ8）

目指す姿・KGI

経営の透明性・健全性を高める体制を整え、法令遵守とコンプライアンスを徹底し、持続的な企業価値創出と地域社会への貢献を図ります。

KPI（2026年3月期）		2025年3月末状況
独立社外取締役比率		42.9%
女性役員比率		40.0%
「物流の適正化・生産性向上に向けた荷主事業者・物流事業者の取り組みに関するガイドライン」の遵守		
お取引先様アンケート・PB製造委託先様アンケート実施		



STEP 4 分析、議論

- ESG委員会：
- ①ガバナンス
 - ②人権
 - ③労働慣行
 - ④環境
 - ⑤コミュニティへの参画
 - ⑥公正な事業慣行
 - ⑦消費者課題

STEP 5 分析、討議、決定

取締役会：
マテリアリティ

テーマ 1

環境経営の推進

7 エネルギーをみんなに
そしてクリーンに

12 つくる責任
つかう責任

13 気候変動に
具体的な対策を

14 海の豊かさ
を増やす

15 陸の豊かさ
を増やす

17 パートナリシップで
目標を達成しよう

環境経営

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



○ サンドラッググループ環境方針

基本的な考え方

「地球環境の保全」及び「生物多様性の保護」は、人間の生活基盤であり、すべての事業活動の源であるという認識のもと、当社はこれらを重要な経営課題（マテリアリティ）として位置づけ、環境経営の推進を戦略的に進めています。

環境経営の実践にあたっては、全社的な行動の基準として環境方針及び環境自主行動計画を策定し、すべての事業分野において自ら責任を持って取り組んでいます。さらに、多様なステークホルダーと連携・協働しながら、事業活動を通じて環境課題の解決に貢献することを目指しています。

戦略

環境負荷の低減

資源とエネルギーを効率的に活用し、バリューチェーン全体で環境負荷の最小化を図ります。製品・サービスのライフサイクルを通じた環境影響の低減に努めます。

商品の開発・販売における配慮

調達先や取引先と連携し、再生資源や省エネ素材の活用、過剰包装の抑制など、環境配慮型商品を企画・販売。売場や情報提供を通じ、持続可能な選択を後押しします。

推進体制の構築

環境目標を設定し、PDCAに基づく継続的な改善を実施。全社的な体制のもと、各部門が責任を持ち実効性ある環境経営を推進します。

従業員への教育・啓発とコンプライアンスの遵守

環境方針の周知と継続的な教育を行い、全従業員の意識向上を図ります。法令・社内規程の遵守を徹底し、体制強化に取り組んでいます。

地域社会との協働

環境教育や自治体との連携を通じ、3Rの推進や地域密着の活動を展開。地域との信頼関係を築き、持続可能な社会づくりに貢献します。

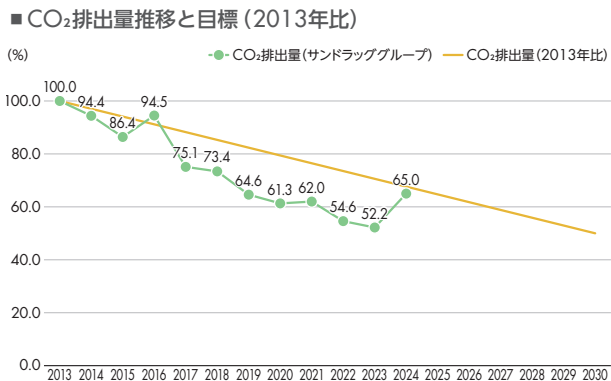
情報開示とコミュニケーションの推進

環境への取り組みを社内外に発信し、ステークホルダーと透明かつ建設的な対話を促進。社会との共創を目指し、信頼形成に努めます。

○ 自主行動計画

① 中期数値目標 2030年目標：Scope2 CO₂排出量をグループ全体で2013年比で50%削減 ※原単位（店舗売り場面積1㎡）当たり

② 長期数値目標 2050年目標：Scope1・2 CO₂排出量カーボンニュートラル達成 ※Scope3についても、可能な限り定量的目標を設定し、継続的にモニタリング・削減を実施



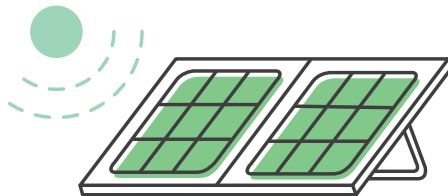
- 環境技術の導入
- ①②太陽光パネルの設置
 - ①②空調調和設備の導入
 - ①②ノンフロン冷蔵・冷凍設備の導入
 - ①②カーボンオフセット（非化石証書、Jフレ等）購入検討
 - ①②オフサイトPPAで電力の調達の検討
 - ②蓄電池、ペロブスカイト 太陽電池等の先端技術の導入検討
- 教育・啓発
- ①②温度設定の管理の強化、その他エネルギー管理の徹底
 - ①②環境、環境経営に対する従業員の意識・知識の向上

○ CO₂排出量削減に向けた施策

再生可能エネルギーの活用

自家設置自家消費の太陽光発電（太陽光パネル）を設置します。地域ごとの店舗の特性（日照時間、屋根面積、屋根耐荷重等）を基に太陽光発電の設置を進めています。

効果	太陽光発電設備で1年間発電 ⇒ スギ約200本分のCO ₂ 吸収量
----	---



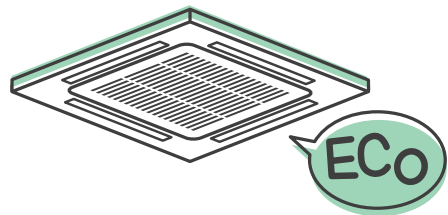
ノンフロン冷凍冷蔵機器の導入

従来の冷媒（フロン類）は強力な温室効果ガス（HFCなど）であり、大気中に放出されるとCO₂よりも大きな温暖化影響を与えます。ノンフロン機器はこれらを使用せず、地球温暖化係数（GWP）の低い冷媒や自然冷媒（CO₂、アンモニアなど）を用いることで、温室効果ガスの排出抑制に貢献します。



空調調和設備の導入

空調調和設備は、室温や湿度、使用状況に応じた高効率な運転制御が可能で、空調設備の過剰稼働を抑制します。これにより、電力消費量を大幅に削減し、CO₂排出量の低減に寄与します。



ピーク電力の抑制

需要の多い時間帯に空調負荷を分散・制御することで、電力ピークを抑える効果があり、電力会社や地域のエネルギーインフラへの負担軽減にもつながります。

脱炭素経営への貢献

電力使用に伴うScope 2排出量（間接排出）を削減することにより、カーボンニュートラル目標の実現に向けた重要な施策となります。

■ 各設備導入数 ※グループ計

設置店舗数/計画	2021年度末	2022年度末	2023年度末	2024年度末	2025年度末（計画）
太陽光パネル設備	0	32	92	199	230
ノンフロン冷凍冷蔵機器	19	97	174	237	300
空調調和設備	0	4	109	303	360

テーマ 1

環境経営の推進

7 エネルギーをみんなに
そしてクリーンに

12 つくる責任
つかう責任

13 気候変動に
具体的な対策を

14 海の豊かさ
を守ろう

15 陸の豊かさ
を守ろう

17 パートナリシップで
目標を達成しよう

食品廃棄物の削減

食品廃棄物の抑制・削減に向けた取り組みを進めています。

- 売れ残りの抑制**
店舗ごとの販売動向に応じた品揃えや棚割り、発注・在庫数量の最適化に取り組んでいます。
 - 期限切れ商品の削減**
「てまえどり」*の推進や、社内基準に基づく販売期限の管理により、適切なタイミングでの値引販売を実施し、売り切りを図っています。
 - ITシステムの活用による精度向上**
自動発注システムをはじめとしたITロジックの継続的な改善により、上記施策の実効性を高めています。
- *「てまえどり」とは、購入してすぐに食べる場合に、商品棚の手前にある販売期限の近い商品を選ぶ購買行動です。

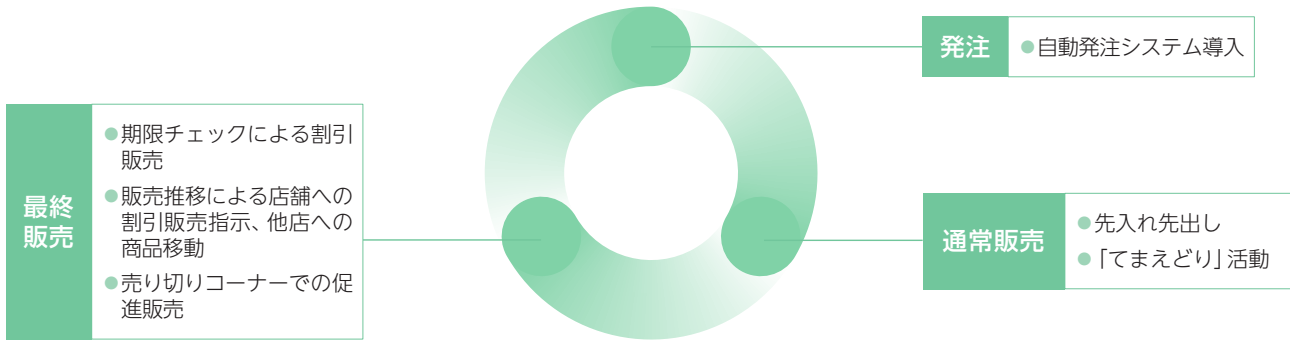


■ 食品廃棄 重量推移

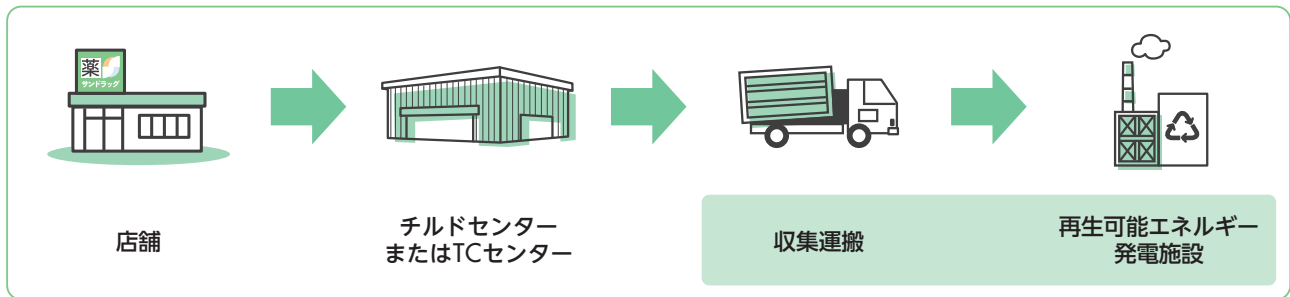
(店舗：直営全店/単位：t)	2019年度計	2020年度計	2021年度計	2022年度計	2023年度計	2024年度計
欠損重量 合計 (t)	361	419	310	338	354	382
kg/売上 (百万円)	1.15	1.41	1.02	1.08	1.06	1.09
2018年度対比	72.0%	88.2%	64.0%	67.5%	66.2%	68.3%

* 上記数値は(株)サンドラッグのみ

■ イメージ【主な取り組み】



上記の取り組みに加え、やむを得ず発生する廃棄物につきましては、リサイクル資源として回収の上、エネルギー利用による再資源化を一部の物流拠点にて開始しております。今後は、当該取り組みを他の物流領域へも順次拡大し、リサイクル率の一層の向上に努めてまいります。



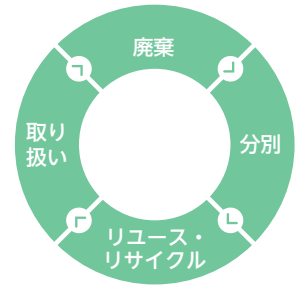
食品廃棄物以外の削減に向けた取り組み

ドラッグストアで扱う商品の特性上、段ボールや緩衝材などのプラスチック系廃棄物が多く発生しています。現状と今後の対応は以下のとおりです。

- 段ボール廃棄物**
大半をリサイクル処理しています。
- プラスチック廃棄物**
一部は産業廃棄物として処理しており、さらなる削減が課題です。
- 紙の廃棄物**
本社や一部店舗の書類等をリサイクル処理しています。対象店舗を順次拡大予定です。
- ペットボトル**
キャップとボトルを分別し、一部店舗にてリサイクルを実施。対象店舗を順次拡大予定です。
- 今後の重点取り組み**
 - プラスチック使用量の削減
 - 仕入れ個数の適正化による廃棄抑制
 - リユース・リサイクルの推進 (取引先との連携を含む)

持続可能な社会の実現に向け、地球環境に配慮した廃棄物削減の取り組みを強化してまいります。

■ プラスチック廃棄物削減への取り組み



PB商品への環境に優しい資材の展開

- 環境負荷の少ない資材の採用
(環境配慮型インキ、再生原料やリサイクル可能素材など)
- 環境に配慮した販売プロモーションの実施
(環境配慮を訴求)
- 環境関連情報の提供
(環境対応のマークや認証表示 等)

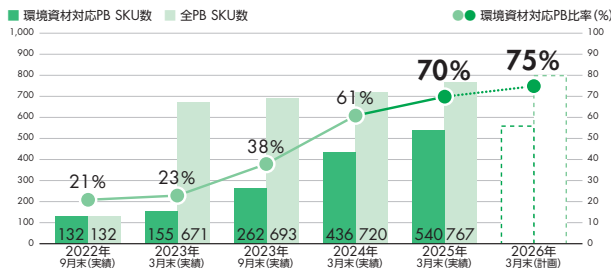
これらの取り組みはまだ発展途上ではありますが、環境経営が強く求められる現在において、社会の期待に応える製品として、説得力と付加価値のある商品を継続的に提供してまいります。

現状の活動

2025年3月末達成 (達成率) : 540SKU (70.4%)
2026年3月末目標 : 75%

今後の活動について
新商品 : サステナビリティ環境資材100%対応
既存品 : 順次、サステナビリティ環境資材対応へ変更

■ PB環境資材対応比率 目標 (年次)



その他環境に関する取り組み

●マイボトル利用による取り組み

本社、各研修センターに給水機を設置し、従業員がマイボトルを利用しやすい環境を整えることで、使い捨てペットボトルの削減に努めています。これにより、プラスチック廃棄物の抑制だけでなく、製造・輸送・廃棄に伴うCO₂排出の削減にも寄与しています。

今後も脱炭素社会の実現に向けて、日常の業務に根差した取り組みを推進してまいります。

●ごみ分別の徹底

ゴミ分別を徹底することで、リサイクル可能な資源の回収率を高め、廃棄物の焼却量を削減しています。これにより、焼却処理に伴うCO₂排出の抑制に貢献するとともに、資源の有効活用による環境負荷の低減を図っています。今後も事業活動における環境負荷を意識し、循環型社会の実現に向けた取り組みを継続してまいります。



TCFD提言に基づく取り組み



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

コーポレートガバナンス・コードの要請に基づいたTCFD提言への対応	
目的	● 2030～2050年の世界がどのような社会になっているかを想定したシナリオ分析の手法で影響の大きいリスクを特定し、事業の継続性や会社の成長を維持するために必要な対応策を事前に検討・策定・実行する
シナリオ	● 2℃シナリオ：産業革命前からの気温上昇が21世紀末で2℃に抑えるシナリオ。脱炭素社会が進むことに伴う政策規制、技術などのコスト、市場動向、評判などのリスクが生じる。試算ではIEA(国際エネルギー機関)やIPCC(気候変動に関する政府間パネル)などの情報をもとに、2050年のネットゼロを達成する「IEA NZE」などを採用しました。 ● 4℃シナリオ：気候変動への対策が進まず産業革命前からの気温上昇が21世紀末で4℃に到達するシナリオ。自然災害の激甚化、海面上昇などの気候変動に伴う物理的リスクが高まる。試算ではIEAやIPCCなどの情報をもとに、気温が2.6～4.8℃上昇する場合の「IPCC RCP8.5」、各国が表明済みの政策を実施することを織り込んだ「IEA STEPS」などを採用しました。
対象事業	● ドラッグストア事業(調剤事業をまとめて)
分析範囲	● サンドラッググループ(本部・店舗)
検討内容	● 移行リスク：気候変動の緩和を目指す低炭素社会への移行に伴い、政策、法律、技術、市場に変化が生じ、企業の財務や評価・評判にさまざまな影響を与える可能性 ● 物理的リスク：短期的な台風、洪水、森林火災などの気象災害(急性リスク)、長期的に進行する水不足、海面上昇、猛暑、大気汚染などの気象災害(慢性リスク)が、企業の財務に影響を与える可能性 ● 機会：一般的に気温上昇と関連のある商品の売り上げ増加分の影響
シナリオ期間	● 推奨は「現在～2050年」だが、「～2030年」で対応

開示の記載内容

ガバナンス

取締役会

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

ESG委員会

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

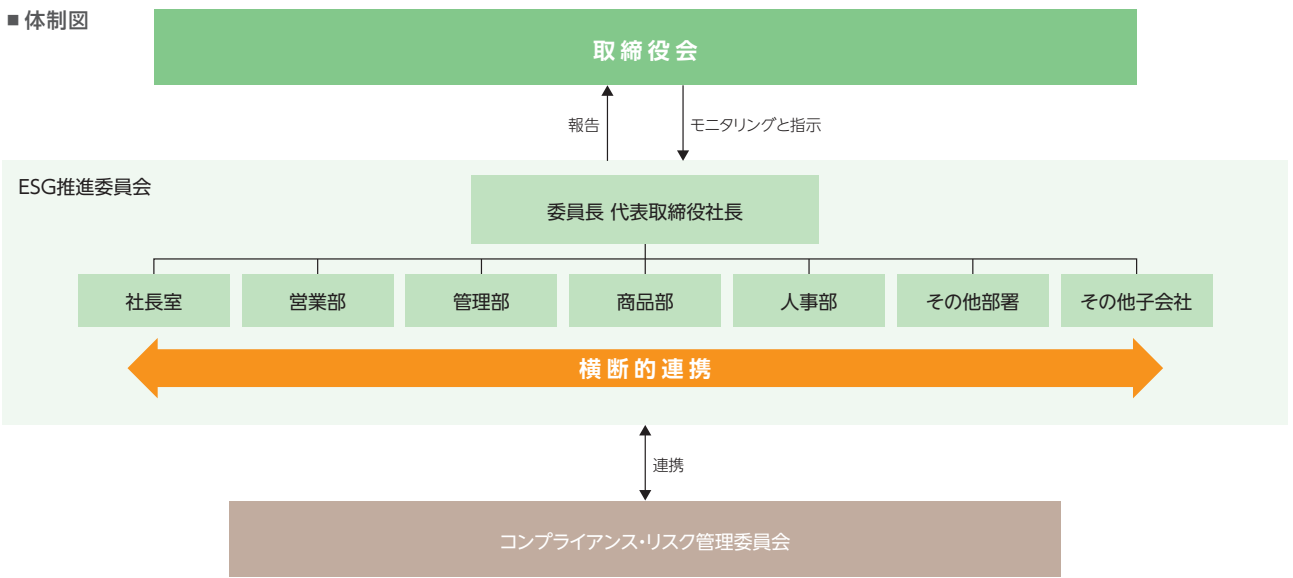
コンプライアンス・リスク管理委員会

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

代表取締役の役割

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

■体制図



戦略

短期的なリスクと機会、事業インパクト

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

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

リスク管理

リスク識別と評価のプロセス

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

指標と目標

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

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

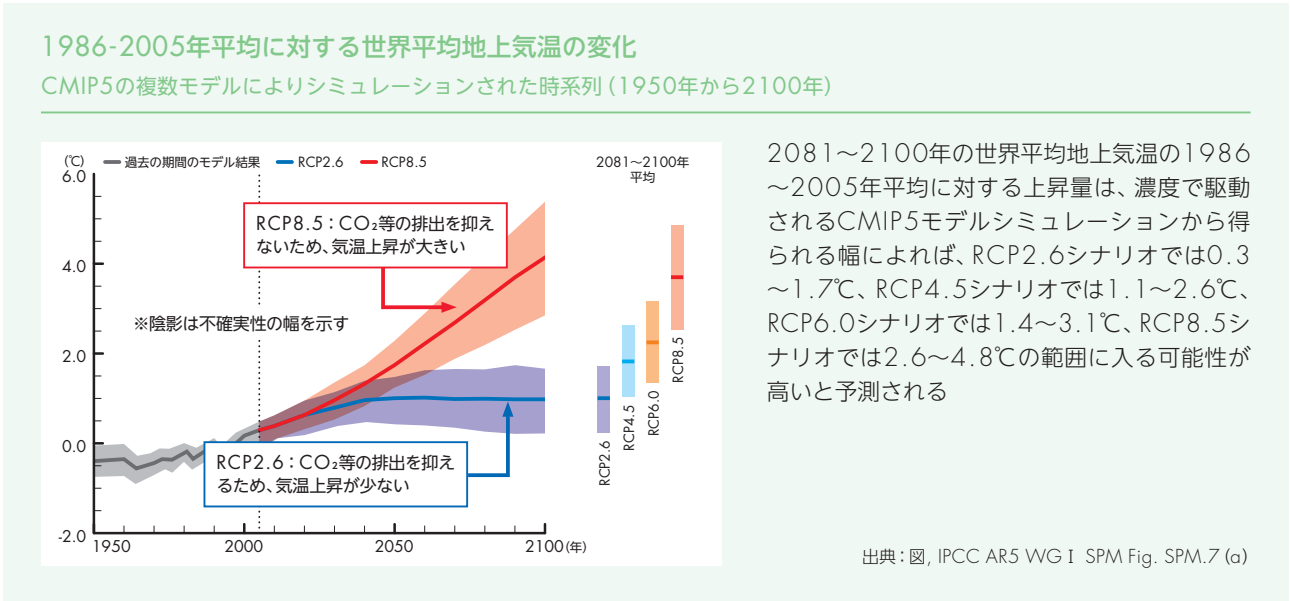
- 2030年カーボンハーフの達成
- 2050年カーボンニュートラルの達成

テーマ 1

環境経営の推進



○ シナリオによる分析



世界観・事業環境

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

パラメータ

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

リスクと機会

リスク・機会区分	評価項目	指標	リスク・機会の種類	2030年財務への影響	
				4.0℃ (RCP8.5)	2.0℃ (RCP2.6)
移行リスク	炭素税	政策・規制 収益 収支	炭素税の導入により、店舗・事業所・車両の運用コストが上昇する。	大	大
	GHG削減の義務化	政策・規制 収益 収支	GHG削減義務が強化され店舗・事業所・物流施設、配送車両などの環境性能向上に係るコストが上昇する。	小	中
		政策・規制	一部フロンの使用禁止や使用規制が取られ機器の更新等にかかるコストが上昇する。	小	小
	エネルギー価格推移	地政学リスク・国際的な需給動向 収益 収支	化石燃料・電力価格の高騰により店舗・事業所の操業コストが上昇する。	小	中
		政策・規制 需給動向	再生可能エネルギー価格の取引価格が上昇する。	小	中
	消費者のライフスタイル、嗜好の変化	製品・サービス 収益 収支	環境に配慮した商品・サービスの導入遅れによる売上が減少する。	小	中
	消費者からの評判の変化	ブランドイメージ 収益 収支	気候変動に対する世評の高まりに対し、適切に対応できない場合、評判リスクが高まる。	小	中
	学生からの評判の変化	ブランドイメージ 収益 収支	気候変動に対する世評の高まりに適切に対応できない場合はブランドイメージの低下で採用に関わる応募・採用人数が減少する。この場合採用に係るコストが増加する。	小	中
	投資家・格付け機関による評判の変化	市場 資本	投資家から環境対策に消極的であると評価された場合、資本調達が行い難くなり、資本調達コストが増加する。	小	小

テーマ 1環境経営の推進



リスクと機会

リスク・ 機会区分	評価項目	指標		リスク・機会の種類	2030年財務への影響	
					4.0℃ (RCP8.5)	2.0℃ (RCP2.6)
物理 リスク	異常気象の 激甚化	急性	収益 収支 資本	洪水、強風等の増大により店舗の浸水被害や損壊が発生することから回復に要するコストが生じる。洪水リスクの高い店舗の資産価値が減少し保険料も増加する被害を受けた店舗の復旧に要する期間の機会の損失が生じる。	大	大
	降水・気象 パターンの変 化	慢性	収益・ 支出	集中豪雨、大型台風などの増大に伴い配送遅延や事故等が増加し配送費、人件費等のコストが増加する。	中	中
	海面上昇	慢性	収益 収支 資本	高潮・高波による浸水リスクの高まりに伴う店舗の移転費用の発生、保険費用が増加する。	小	小
	平均気温の 上昇	慢性	収益 収支 資本	店舗や事務所、社用車、社用で利用する個人所有に車両等の冷房、冷蔵等のエネルギーコストが増加する。	小	小
機会	消費者のライフ スタイル、嗜好 の変化	製品・ サービス	収益 収支	環境配慮型の商品の品揃えの需要が高まる可能性がある。	中	中
	消費者からの 評判の変化	ブランド イメージ	収益 収支	気候変動に対する世評の高まりに対し、適切に対応し、評判の機会が高まる。	小	中
	学生からの 評判の変化	ブランド イメージ	収益 収支	気候変動に対する世評の高まりに適切に対応できた場合はブランドイメージが高まり採用に関わる応募・採用人数が増加する。この場合採用に係るコストが低下する。	小	中
	投資家・格付 機関による 評判の変化	ブランド イメージ	資本	低炭素・環境配慮型の自事業に移行し情報発信が充実していた場合投資家から評価が高まり、資本調達が可能になり資本調達コストが低下する。	小	小

指標と目標

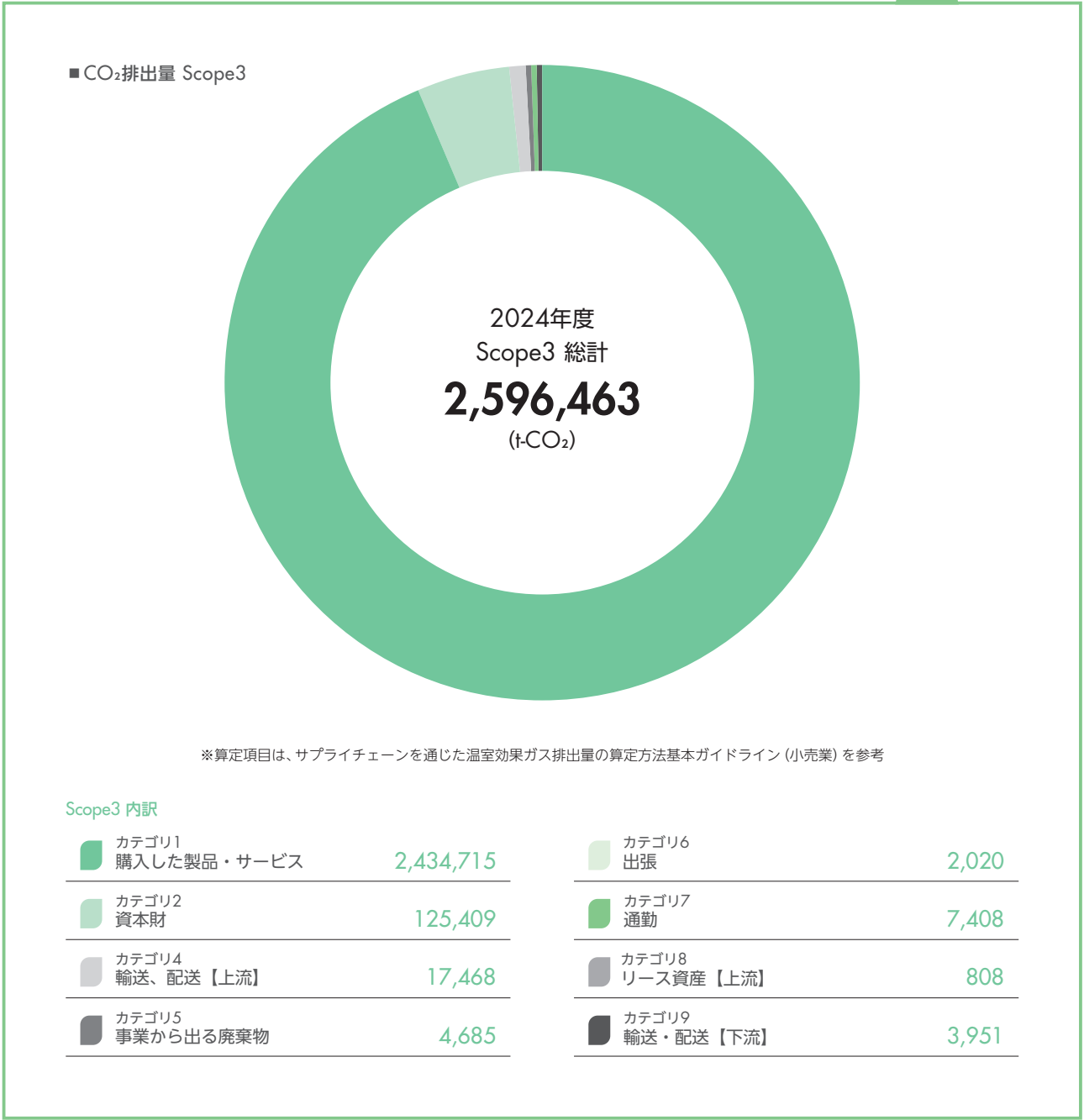
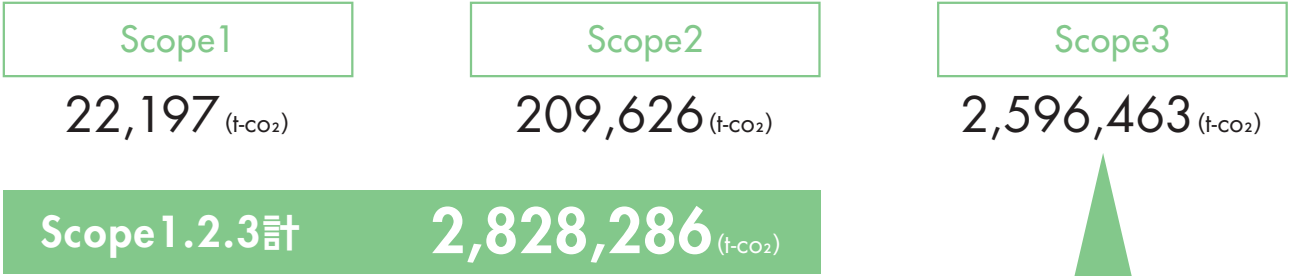
2030年目標	Scope 2排出量をグループ全体で2013年度比で 50%削減* ※ 原単位 (店舗売り場面積1㎡) 当たり度
2050年目標	Scope 1・2排出量 カーボンニュートラル達成 ※ Scope 3についても、可能な限り定量的目標を設定し、継続的にモニタリング・削減を実施

GHG排出量の推移

項目	2013年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2030年度
CO ₂ 排出量*1 (t-CO ₂)	125,787	161,432	149,472	149,880	163,968	154,230	162,921	209,626	237,100
CO ₂ 排出量 (延床面積あたり) *2 (t-CO ₂ /㎡)	0.200	0.145	0.129	0.123	0.124	0.109	0.108	0.130	0.100

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

CO₂ 排出量の状況 (Scope1、2、3)



テーマ2 人的資本経営の実行



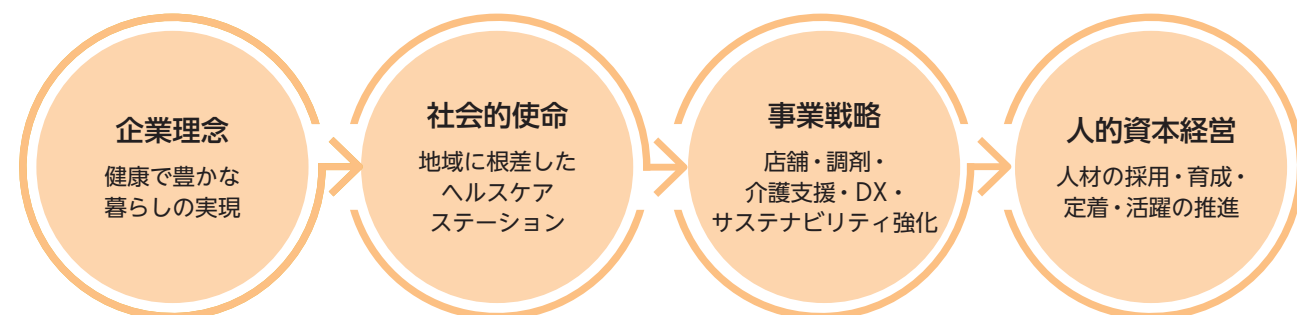
人的資本経営

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

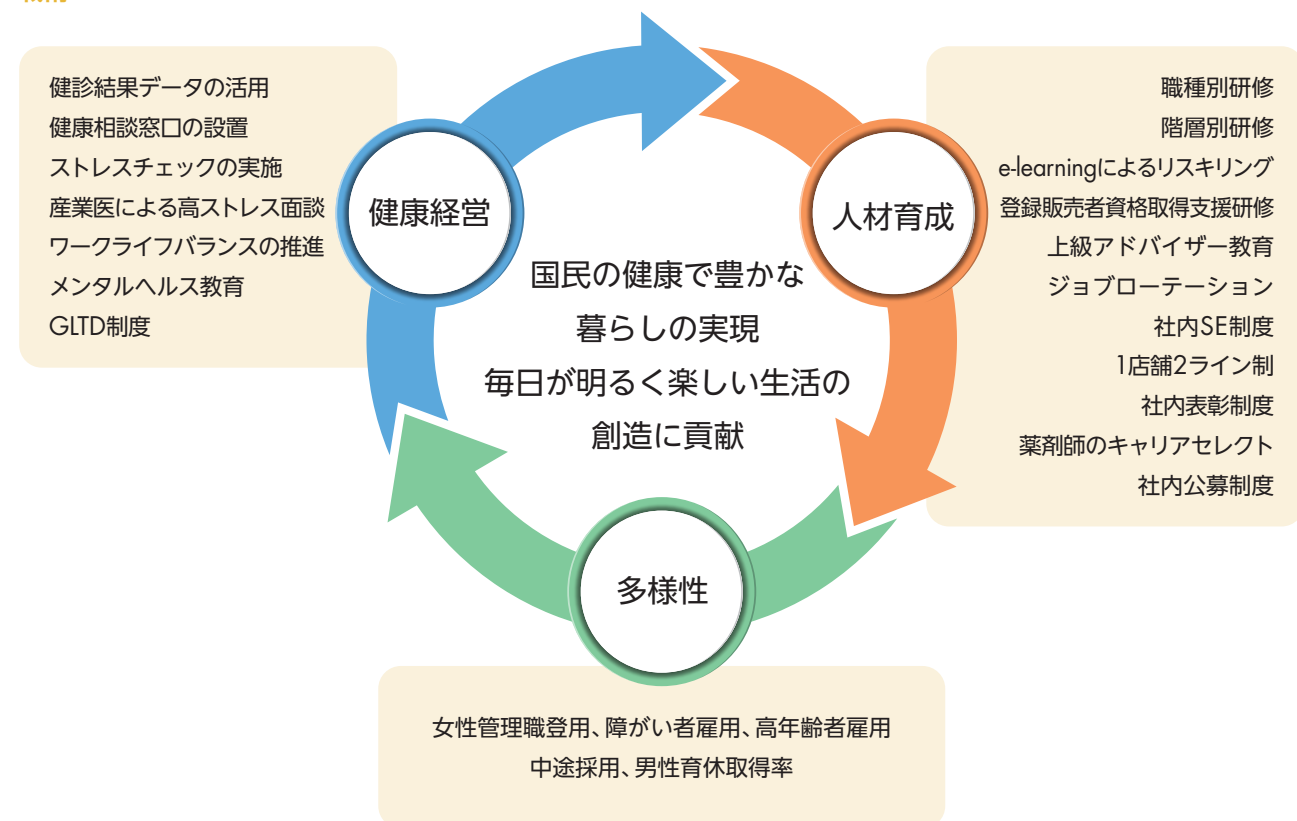
○ 基本的な考え

当社グループは、「健康で豊かな暮らしの実現」を企業理念とし、ドラッグストア・調剤薬局などを通じて社会貢献に取り組んでいます。この理念に基づき、「地域のヘルスケアステーション」として、生活必需品の提供から在宅調剤、介護支援、遠隔医薬品配送まで、地域に根差した機能強化を進めています。こうした将来像の実現には人材が不可欠であり、当社は人的資本経営を推進しています。デジタル推進・サステナビリティ・生産性向上に貢献する人材、ならびに出店やM&A、EC・調剤強化に対応する人材の採用・育成を進めるとともに、すべての従業員が能力を最大限に発揮できる環境整備を進めています。

戦略



戦術



○ 採用方針と人材確保への取り組み

当社グループは、性別・国籍・年齢を問わず、応募者の適性・能力・意欲を公正かつ客観的に評価し、持続的成長を支える多様な人材の採用を推進しています。新卒・中途採用は5か年計画に基づき、全国で計画的に実施。継続的なフォローアップ、多様な働き方の提供や定着支援を通じて、優秀な人材の確保に取り組んでいます。

採用の区分と対象人材

- 新卒採用**
薬剤師職、店舗運営職、ビューティーアドバイザー職など、店舗・薬局運営に欠かせない人材を採用。
- 中途採用**
薬剤師・登録販売者などの有資格者や、化粧品・美容分野の実務経験者を中心に即戦力を確保。
- 専門職採用**
店舗開発、EC事業、DX推進など、事業の多角化・高度化に対応する専門人材を採用。



採用手法の多様化

- リファラル採用**
社員自身が企業文化や求められるスキルを理解した上で推薦することで、採用後の定着率向上やミスマッチの防止につながっています。
- 正社員登用制度**
フルタイム勤務が可能な非正規従業員に対し、意欲と能力に応じたキャリアアップの機会を提供しており、業務理解がそのまま生かされることで、スムーズな移行と高い定着率につながっています。

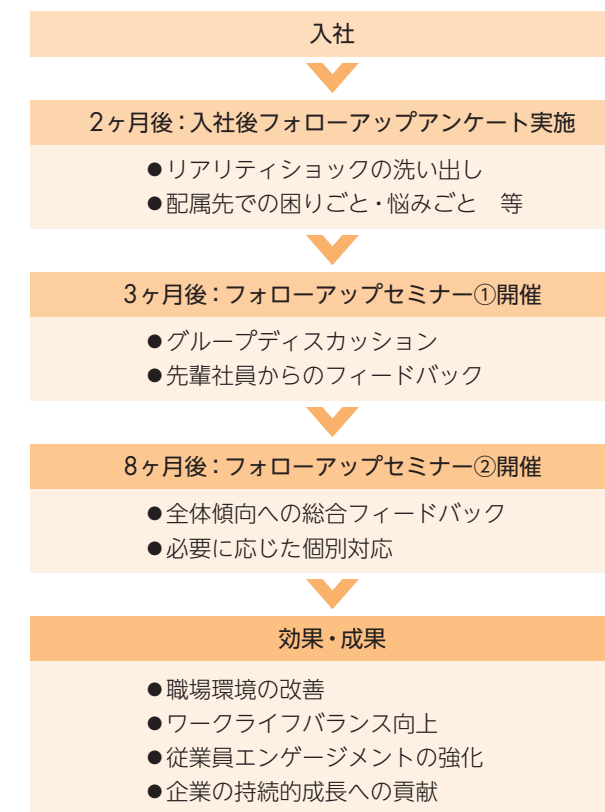
柔軟な雇用コースの導入

店舗従業員について3つの雇用形態を設けております。

- 狭域社員 (転居を伴う転勤なし)
- 広域社員 (特定地域内での転居あり)
- ナショナル社員 (全国転勤あり)

個々のライフスタイルやキャリア志向に応じた柔軟な働き方が可能

入社後フォロー体制



テーマ2 人的資本経営の実行



人材育成

多様な価値観や考え方を持つ人材の育成と、その能力を最大限に発揮できる環境づくりは、企業の持続的成長に不可欠であると考えています。そのため、従業員一人ひとりの個性と強みを尊重し、多様性を活かした職場環境の整備や、段階的かつ実効性のある教育・研修体制の充実に取り組んでいます。

人材育成方針
(キャリアパス・ジョブローテーション)

当社グループでは、ドラッグストア、ディスカウントストア、EC・デジタル事業など全体の機能強化を見据え、採用後のキャリア形成とジョブローテーションを重視しています。

キャリア初期は、独自の「1店舗2ライン制」のもと職種別研修を行い、知識と職能を高め、カスタマーディライト向上を図ります。その後は、部門横断的なローテーションにより、多様な経験機会を提供し、視野と専門性を兼ね備えた人材を育成します。

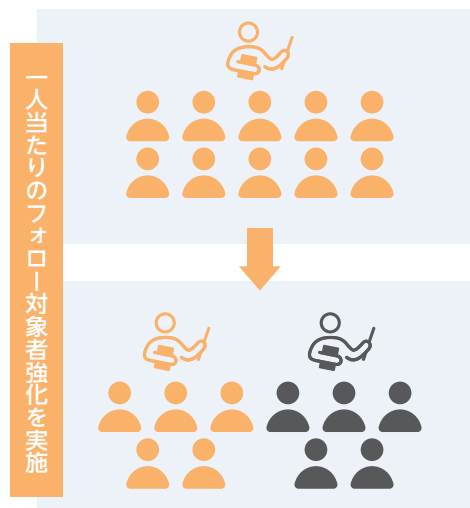
ジョブローテーションの目的

- 各人の能力に応じた的確な人員配置
- 顧客・患者の声に応える提案力の育成
- 有事にも対応できる柔軟な判断力・対応力の獲得

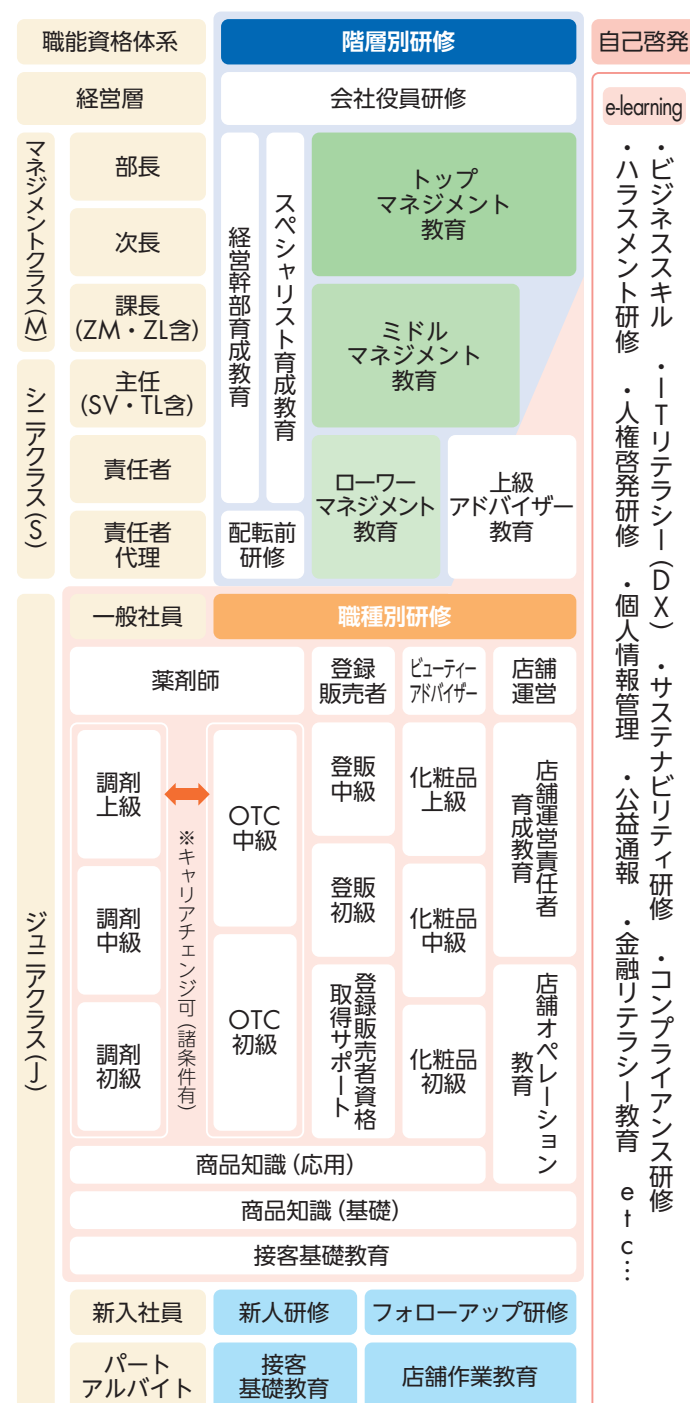
教育体制の強化

OFF-JT担当者に加え、スーパーバイザーが教育をフォローする体制を整備。一人の教育者が担当する人数を適正化し、教育の質を向上させました。

また、OJTとOFF-JTの連携を強化し、座学と実務を融合した実践的な育成を推進。人材育成への継続的な投資として取り組んでいます。

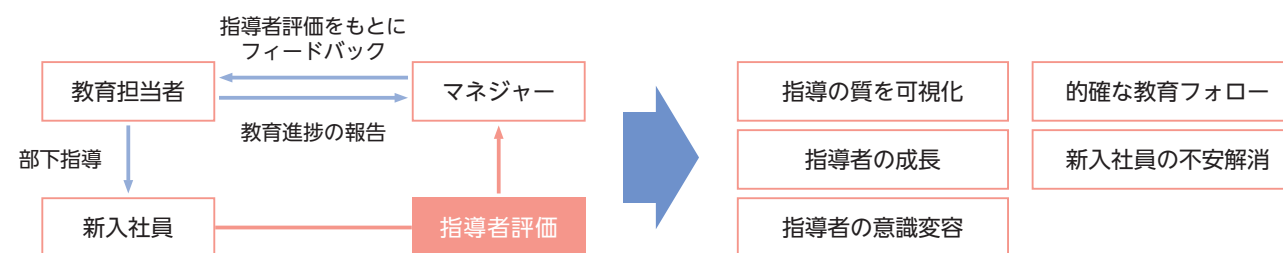


研修体系図



指導者評価の活用による指導力の可視化と教育の質の向上

教育を受ける従業員からのフィードバックを基に、教育者の指導力や育成状況を可視化。部下との相互理解を深め、理解度に応じた教育を実現しています。また、配属の最適化や課題の早期発見にもつながら、全従業員が力を発揮できる環境づくりを推進。今後は評価ギャップの分析と教育者へのフィードバックを強化し、指導力と教育の質のさらなる向上を図ります。



1店舗2ライン制による専門性の発揮

当社では、医薬品・化粧品・店舗運営の各業務において高い専門性が求められることから、スタッフを「調剤・OTCカウンセリング」「化粧品カウンセリング」「店舗運営」の3つの職能に分け、専門業務に専念できる環境を整える「1店舗2ライン制」を導入しています。これにより、各スタッフが自身の専門領域で能力を最大限に発揮し、店舗全体のサービス品質と顧客満足度の向上につなげています。

薬剤師の教育体制とジェネラリスト育成

当社グループでは、職種別研修^{※1}・階層別研修^{※2}に加え、「かかりつけ薬剤師」の育成を目的とした専門カリキュラムを実施しています。薬剤師の教育は「調剤コース」と「OTCコース」に分かれ、以下のような内容で専門性の強化を図っています。

調剤コース

教育型調剤薬局にて、高度な調剤技術・処方解析力を習得

OTCコース

1店舗2ライン制のドラッグストアで、カウンセリング力を養成

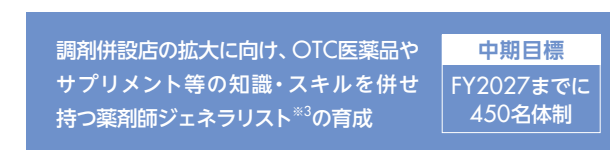
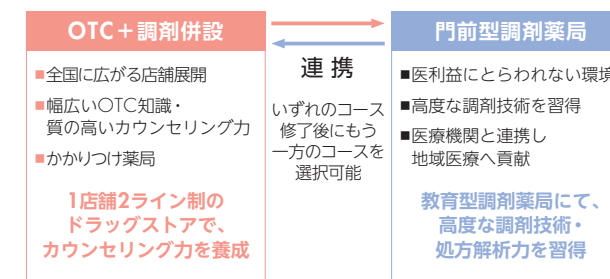
いずれのコースも修了後にもう一方のコースを選択可能で、調剤・OTCの双方に対応できるスキルの習得を支援しています。

また、調剤併設店の拡大に向け、OTC医薬品やサプリメント等の知識・スキルを併せ持つ薬剤師ジェネラリスト^{※3}の育成も推進中です。現在183名が在籍し、2027年度までに450名体制を目指しています。

社内表彰制度によるモチベーション向上

従業員のエンゲージメント向上と企業文化の醸成を目的に、当社では多様な社内表彰制度を設けています。具体的には、心地よい接客を実践した社員に対する「優秀接客者賞」、お客様の健康に資する提案を行った社員に対する「優秀販売員賞」など、顧客志向と貢献意識の高い行動を評価する仕組みを整備しています。

これにより、従業員の成長意欲を引き出し、サービス品質のさらなる向上につなげています。



- ※1 OTC店舗・薬局・化粧品店舗に在籍している薬剤師 (OTC・調剤)・登録販売者・化粧品担当者のそれぞれの専門カリキュラムの修了者
- ※2 職階ごとの一般教養、マネジメントスキルに関する知識の習得者
- ※3 調剤業務だけでなく、OTC医薬品・サプリメント等のカウンセリングに必要な知識・スキル・経験を習得した薬剤師のこと



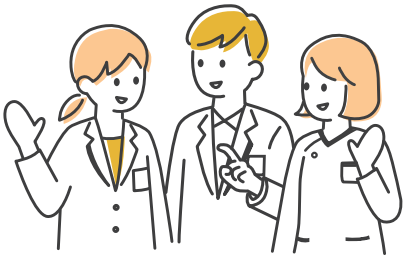
テーマ 2

人的資本経営の実行



多様性・公平性・包括性の尊重
(多様な人材が活躍できる職場づくり)

私たちは、多様な顧客と従業員が交差するドラッグストアの特性を踏まえ、多様性・公平性・包括性 (DE&I) の尊重を経営の根幹と位置づけています。誰もが安心して働き、利用できる環境づくりを通じて、地域社会の持続的発展に貢献します。



○ 柔軟な働き方

ライフステージやライフイベント、年齢・性別・障がいの有無などにより、従業員のライフスタイルは多様化しています。こうした多様性に対応するためには、柔軟な働き方を可能とする職場環境の整備が不可欠です。
当社グループでは、すべての従業員が自身のライフスタイルに応じて働けるよう、ワークライフバランスの充実を図る働き方改革を積極的に推進しています。

主な取り組み内容

所定外労働時間の削減
有給休暇取得の促進
労働時間の適正化
勤務間インターバルの確保
時間限定社員・店舗限定社員制度の導入
働く場所・勤務地の選択制度の導入

実績

	2022年度	2023年度	2024年度
平均残業時間	10.7時間	12.7時間	11.6時間
年次有給休暇取得率	73.1%	67.7%	68.5%
勤務間インターバル	—	13.4時間	13.1時間

※平均残業時間はサンドラッグのみ

こうした制度整備により、従業員一人ひとりが柔軟に働き続けられる環境の構築を目指しています。

女性活躍と働きやすい環境づくり

セルフメディケーションの普及を背景に、ドラッグストア業界は女性からの注目が高まっており、当社でも女性正社員の割合はこの5～6年で約20ポイント増加し、現在は約40%を占めています。
結婚・妊娠・出産・育児などライフステージの変化を経ても、継続就業できる風土づくりを推進しております。

主な取り組み

- ①育児支援
法定を超える育児休業・時短勤務制度／復職支援制度／マタニティマークの配布 (社員の声から導入) など
- ②責任者・管理職の育成
責任者代理フォローアップ研修／責任者配転前教育／経営幹部育成教育

	2022年度	2023年度	2024年度
女性労働者の責任者比率	34.5%	41.0%	40.3%
女性労働者の管理職比率	18.7%	18.7%	20.4%
女性育児休業取得率	100.0%	100.0%	100.0%
男性育児休業取得率	90.2%	84.8%	85.6%

※サンドラッグのみ

認定実績 (厚生労働省)

当社は、女性活躍推進の優良企業の認証制度「えるぼし (三ツ星)」、子育て支援に積極的に取り組む企業の認証制度「プラチナくるみん」の認定を取得しています。
今後も、すべての従業員がライフステージに応じて柔軟に働ける職場づくりを推進し、企業としての持続的成長を図ってまいります。



プラチナくるみん



えるぼし三ツ星

障がい者雇用

当社では、障がい者雇用を積極的に推進し、それぞれの能力が最大限に活かされる職場の実現に取り組んでいます。店舗支援事業部やサポートセンター事務事業部など、多様な部門において、職務内容に応じた雇用と定着支援を行っています。なかでも、障がい者の雇用促進等に関する法律に基づく特例子会社「サンドラッグ・ドリームワークス」が中心となり、店舗・本社・物流などさまざまな領域で障がい者雇用を推進しています。かつては本社等の固定拠点を中心としていましたが、現在では全国に展開する店舗での雇用に力を入れ、地域に根差した雇用の機会を大きく広げています。

障がい者雇用における主な取り組み

項目	内容
雇用推進体制	特例子会社「サンドラッグ・ドリームワークス」を中心に店舗・本社・物流で障がい者雇用を推進
店舗での雇用促進	全国の店舗での雇用により、雇用機会を大幅拡大、事前実習を通じて職場とのミスマッチを防止
フォロー体制	社内の障害者職業生活相談員が13名で雇用している障がい者をフォロー。 全障がい者従業員にスマートフォンを支給し、日報や勤務状況を共有。変化に早期対応できる体制を構築
定着支援	月齢の雇用推進ミーティングを実施し、採用状況や課題を共有・改善策を検討

実績

項目	内容
障がい者雇用率	3.19%
受賞歴	2019年 東京都「障害者雇用エクセレントカンパニー賞 (産業労働局長賞)」受賞



中途採用・高齢者雇用の促進

入社形態にかかわらず公平な研修機会やキャリアアップの支援、能力と成果に応じた評価・処遇制度を整備しています。一定の勤続年数を有し、出産・育児・介護などを理由に離職した社員や、他キャリアを経た元社員の再雇用も積極的に行っています。
さらに、高齢者雇用の促進にも取り組んでおり、作業内容の見直しを行い、早朝の品出し作業などに業務を限定することで、働きやすい環境を整えています。

中途採用比率

社名	2022年度	2023年度	2024年度
サンドラッグ	27.5%	36.0%	34.6%
ダイレックス	46.2%	55.9%	69.6%
サンドラッグプラス	66.6%	41.7%	53.2%
星光堂薬局	28.6%	21.4%	25.6%
大屋	54.0%	65.5%	41.9%

テーマ2 人的資本経営の実行

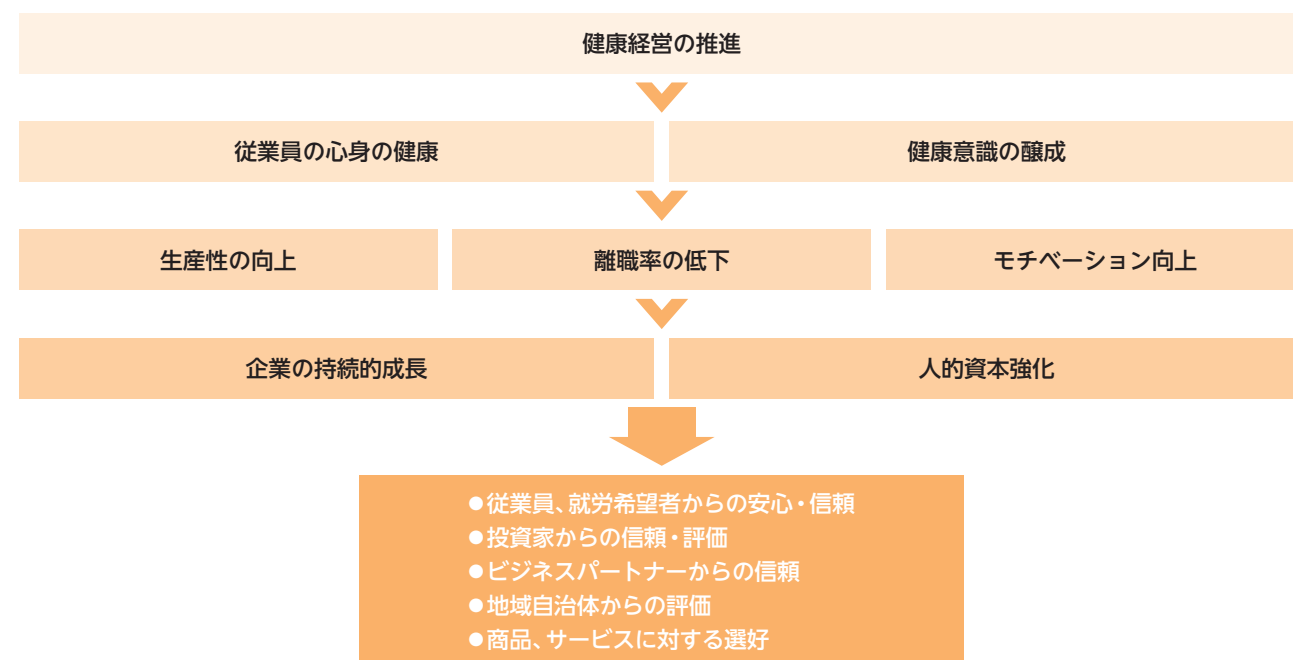
健康経営

当社の持続的成長を支える最大の原動力は「従業員」であり、その基盤となるのが「健康」です。従業員自身の心身の健康は、本人だけでなく家族やお客様の健康と生活の質の向上にもつながると考えています。

若年層が多い従業員構成を踏まえ、当社では将来を見据えた生活習慣の改善支援に注力。早期から健康意識を高めることで、従業員一人ひとりが主体的に健康と向き合える職場づくりを進め、今後も積極的に健康経営を推進してまいります。



健康経営フレームワーク



健康経営の取り組み項目

安全衛生活動の推進

毎月の安全衛生委員会を中心に、労働災害や職業性疾病の予防に向けた活動を実施。継続的な職場環境の改善と従業員の健康増進に取り組んでいます。

継続的な教育による安全衛生意識の向上

健康経営の一環として、生活習慣やメンタルヘルスをテーマとした教育を実施。過去の事故事例を基にしたマニュアルや規則に基づく継続的な教育により、安全衛生意識の向上を図っています。

安全衛生に関する法令の遵守

労働関連法令及び安全衛生委員会で定めた規程やルールを順守し、グループ全体で安全衛生水準の向上に努めています。

労働災害の防止

労働災害の事例を分析し、再発防止に向けてマニュアルや規則の見直しを実施。安全衛生チェックを通じて職場環境や危険箇所を把握し、改善を推進しています。

従業員に対する健康施策

企業経営においては、多様な人材の健康を守る職場マネジメントの重要性が一層高まっています。従業員本人やその家族、健康保険組合に任せるのではなく、企業自らが健康の保持・増進に主体的に関与することが、組織の活性化や人的競争力の向上につながると考えています。

当社グループでは、「健康宣言」に基づき、健康経営を企業の成長戦略の一環と位置づけ、以下の4項目を全社的に推進しています。

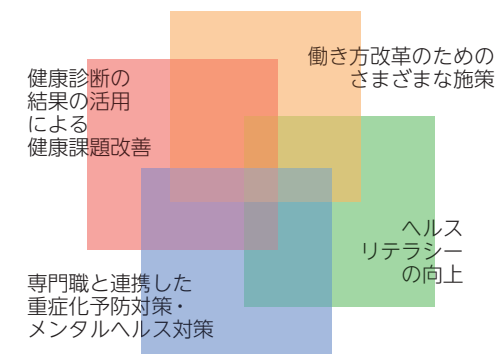
これらの4つの重点項目を基盤に、従業員一人ひとりが心身ともに健康でいきいきと働き続けられる、活力ある企業づくりを目指しています。

こうした取り組みが評価され、今回「健康経営優良法人2025（大規模法人部門）」として認定を受けました。



詳細の取り組み

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



実績

	2022年度	2023年度	2024年度
健康診断受診率	99.6%	99.9%	100.0%
労働災害発生率（年千人率）	4.87	4.65	4.55
外部相談窓口相談率（年千人率）	1.95	1.36	1.83

※サンドラッグのみ ※労働災害＝業務災害のみで年千人率

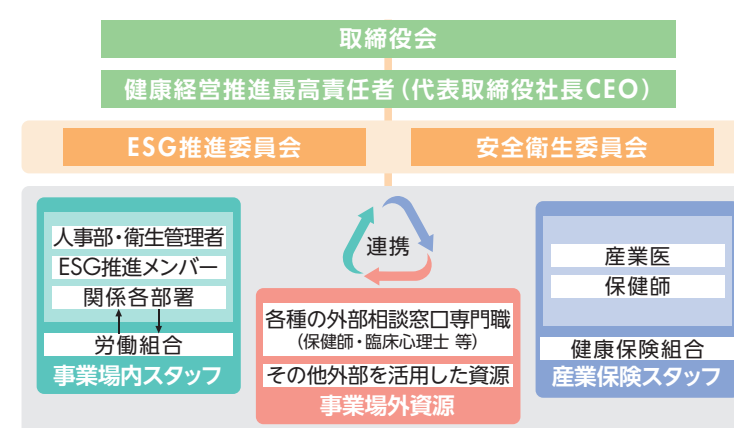
執行体制

当社は、取締役会の監督のもと、健康経営推進最高責任者（CEO）を中心に、ESG推進委員会と安全衛生委員会を軸とした体制を構築し、健康経営を全社的に推進しています。

人事部・ESG推進メンバー・労働組合などによる事業場内スタッフが、重症化予防やメンタルヘルス対策などを実行。また、産業医・保健師・健康保険組合等の専門職に加え、外部相談窓口や外部資源とも連携し、支援体制を強化しています。

施策の進捗や課題は委員会で共有され、健康関連の経営データを活用しながら、経営層と従業員代表による継続的な評価・改善を実施しています。

健康経営推進及び安全衛生管理体制図



○ ライフステージ選択研修

当社では、株式会社三井住友銀行様と共同で、従業員一人一人の多様な人生設計とキャリア形成を支援するため、「ライフステージ選択研修」及び「ライフデザイン研修プログラム」を導入・実施しました。これらの施策は、経済産業省が推進する「ライフステージを支えるサービス導入実証等事業」にも位置づけられるもので、人的資本経営の観点からも社会実装に向けた先進的な取り組みです。

本実証は、人生100年時代を見据えたキャリア形成支援と、少子化・地域人口流出・人手不足といった社会課題への対応を目的としています。従業員の自己決定力の強化とウェルビーイングの実現を通じて、持続可能な組織・社会の形成に貢献します。

ライフステージ選択研修の実施

本研修では、「婚活」「結婚」「出産」「育児」「住宅」「リフォーム」「介護」といったライフイベントに関する情報を提供し、自分らしい生き方・働き方の選択を支援しました。特にキャリアと密接に関わるテーマにおいては、実践的な視点と社内ネットワークを活用し、従業員の心理的安全性と行動変容を促進しています。

ライフデザイン研修・4ステップ構成による支援

キャリアとライフを包括的に考える力を養うため、以下4つのステップで構成されたプログラムを展開しました。

① ライフデザイン研修・体感ゲーム
(キャリアとライフを体験的に学ぶ)

② ライフステージ選択研修
(ライフイベントの知識習得)

③ ライフプラン再考
(シミュレーションによる人生設計)

④ 福利厚生サービスの活用支援
(資産形成や生活支援)

特に体感型の「ライフデザインゲーム」では、意思決定の重要性と計画の不確実性を理解する内容となっており、従業員一人一人がライフとキャリアを自律的に設計する気付きを得られる構成となっています。

今後の展望

本取り組みは、単なる知識提供を超え、従業員の主体的な行動を促す仕組みとして機能しています。今後も実証データをもとにコンテンツを改善し、人的資本経営の強化とともに、企業としての社会的責任を果たしてまいります。

施策の概要と効果

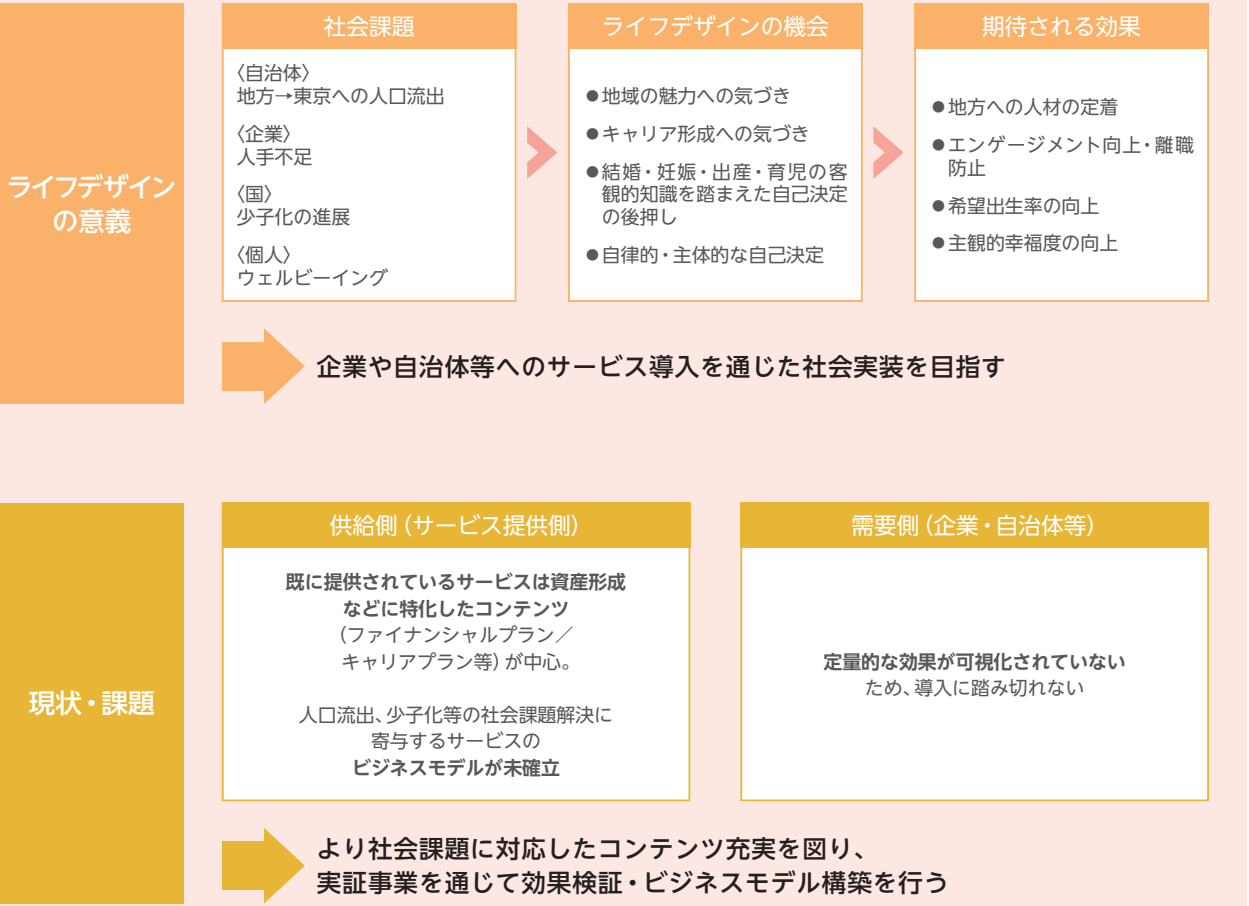
項目	内容
目的	●従業員のライフステージに即したキャリア・ライフ設計支援によるウェルビーイングの実現
実施施策	●4ステップ構成研修(体感ゲーム、動画研修、シミュレーション、福利厚生活用)
研修内容	●婚活、結婚、出産、育児、住宅、リフォーム、介護に関する情報提供 ●ゲーム形式による意思決定の体感
支援体制	●Webコンテンツ提供 ●福利厚生サービスの案内・活用支援 ●金融教育(NISA/iDeCo等)
測定方法	●研修前後及び数か月後のアンケート ●行動変容(福利厚生利用・資産形成相談)の有無
得られた効果	●意識変容(自律的意思決定の促進) ●行動変容(ライフプランの具体化) ●エンゲージメント向上
企業価値への貢献	●人的資本への投資 ●離職率の低下・帰属意識の向上 ●少子化や介護など社会課題への貢献

経済産業省／ライフステージを支えるサービス導入実証等事業について

各個人がライフデザインを考え・行動することの重要性・有用性を再認識し、社会実装につなげるため、経済産業省による“「ライフステージを支えるサービス導入実証等事業」(キャリア形成に資するサービス導入環境の構築実証)”が開始されています。

経済産業省／ライフステージを支えるサービス導入実証等事業の概要

個人を取り巻く各ライフステージの在り方には多様な選択肢が存在。個人が各ライフステージに関する客観的知識等を学び、キャリア形成をはじめとした自己決定を行うにあたっての気付きにつなげるサービスの浸透が重要であり、より社会に浸透していくビジネスモデルの確立・社会実装に向けた取り組みとして実証を行う。



出典：経済産業省 令和5年度補正「ライフステージを支えるサービス導入実証等事業」(キャリア形成に資するサービス導入環境の構築実証) 公募要領及び公募要領概要版より作成



商品管理・衛生管理

ドラッグストア・調剤薬局として「健康で豊かな暮らし」を支える存在であるために、お客様に満足と快適さを提供できる店舗づくりを追求しています。当社グループでは、医薬品・健康食品・化粧品・日用品・食品など多岐にわたる商品の品質と安全性を最優先事項と位置づけ、仕入れから販売までの各段階で厳格な管理体制を構築しています。

また、全店舗では定期的な衛生点検と従業員への継続的な教育を実施し、清潔で安心できる店内環境の維持に努めています。さらに、商品の適正な陳列や分かりやすい情報提供にも注力し、お客様が求める商品を安心して選べる環境づくりを心がけています。これからも、お客様の健康と安全を守るという使命を胸に、商品管理と衛生管理の質をさらに高め、地域社会の健康増進に貢献してまいります。



○ 商品と価格、品揃え



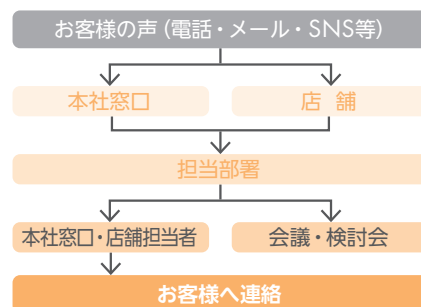
1. 世の中の変化を捉え、売場に反映
2. お客様に品揃えが豊富と感じてもらえる品揃えを追求
3. お客様が、選びやすく手に取りやすい価格や売場作り
4. お客様からの声（店頭情報書）を生かし、必要性を調査し、速やかに導入を実施
5. Wロス削減に向けて、店舗への送り込み商品数の決定を実施

○ お客様の声の活用

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



■ お客様の声フローチャート



○ 電子棚札導入

電子棚札を導入することにより、以下のような導入効果を見込んでいます。

- タイムリーな表示変更と価格反映による効率化
- 価格表示不備防止や作業効率化による人件費削減の効果
- 販促表示等の効率化
- 店舗での特売などのショーカード設置等作業削減

導入実績・計画

2025年3月期：282店舗導入（累計553店舗）
2026年3月期：145店舗導入計画（累計700店舗）

○ クリンリネス

基本方針

当社では、お客様に気持ちよく買い物をしていただくため店舗のクリンリネスを重視しています。

店舗スタッフ全員が統一された対応を取れるよう以下の項目に対しマニュアルを整備し定期的にチェックしています。

具体的な対応

1. 店舗内の定期的な清掃
2. 商品の衛生管理
3. 従業員の衛生教育
4. 設備の維持と管理



プライベートブランド商品

当社グループは、企画、製造、流通を一貫して管理するプライベートブランドを展開しており、環境への影響や品質管理といったサステナビリティを考慮した商品の開発と販売に取り組んでいます。

○ 環境に配慮した商品の開発・販売

当社では、OTC医薬品（一般用医薬品）、化粧品、加工食品などさまざまなプライベートブランド商品を開発・販売しています。このプライベートブランド商品を開発するにあたって、全ての商品においてサステナビリティ、環境配慮の要素を取り入れるよう努めています。その切り口は、再生資源を容器や包装資材に利用する、容器・包装材を節約する、リサイクル可能な容器や包装資材を利用する、環境負荷の少ない自然素材を利用する、消費・使用期限を長期化するなどさまざまです。

新商品は企画段階から環境に配慮していますが、既に販売している商品は資材・商品在庫や契約等を考慮しつつ、順次、切り替えを進めています。環境配慮型商品の構成比が2031年3月末に100%を達成できるよう、積極的に取り組んでいます。



アップサイクル原料の活用

本来廃棄される素材を利用し、その原料の一部を化粧品原料として活用しています。

■ 各商品のサステナブル対応

商品名	オリーブ&アルガン クレンジングオイル	ヘアケアトリートメント シェービングジェル ベビーローション ボディミルク ディープモイスターボディミルク 白泥マッサージ洗顔ジェル 炭泥マッサージ洗顔ジェル
成分・資材	オリーブ葉エキス	ココイル加水分解コラーゲンK
備考	剪定され廃棄される オリーブの葉を使用した アップサイクルな原料	本来廃棄される魚の鱗に含まれる コラーゲンを有効活用した アップサイクルな原料



○ 品質管理検査の実施

当社では、製造委託先様の製造環境や運用状況の工場監査を実施しております。商品開発担当者が直接現地を訪問し、自身の目で開発商品の製造ラインを確認し、課題抽出と改善要請を行うことで、お客様に安心して使用していただける商品の品質管理を徹底し、品質の維持・向上を図っています。

主な確認事項

- 品質管理
- 製造工程管理
- 衛生管理
- 資材管理
- 異物混入・防虫防鼠対策
- 書類管理など

■ 品質管理組織図（イメージ）



テーマ3

製品・サービスの品質、安全性と利便性

9 産業と技術革新の基盤をつくろう

12 つくる責任 つかう責任

13 気候変動に具体的な対策を

15 陸の豊かさも守ろう

薬の安全への対応

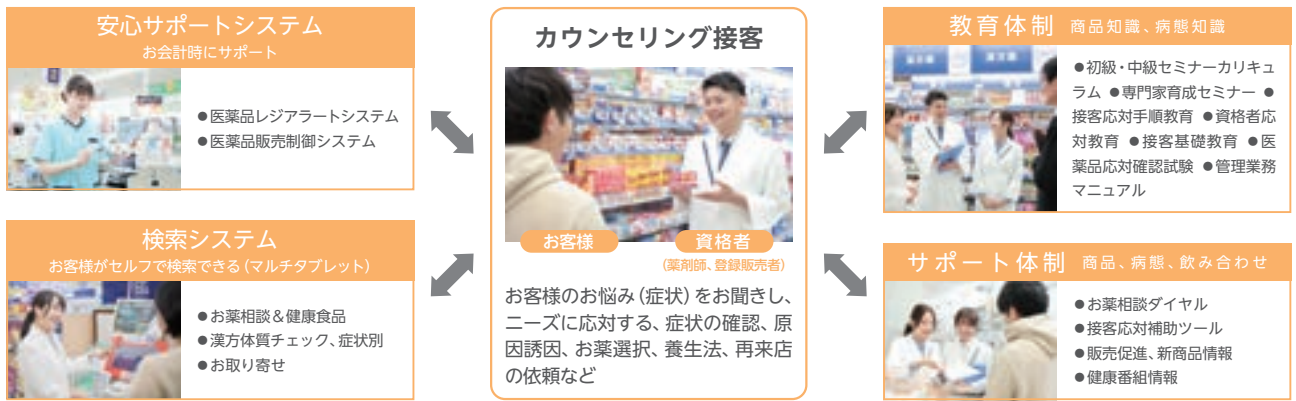
ステークホルダーの皆さまに信頼される商品を提供、安全に使用していただくためのシステム・教育・体制を整備し、お客様一人一人の対応品質向上を図っています。

○ 基本的な考え

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

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

○ 店舗での対応品質の向上

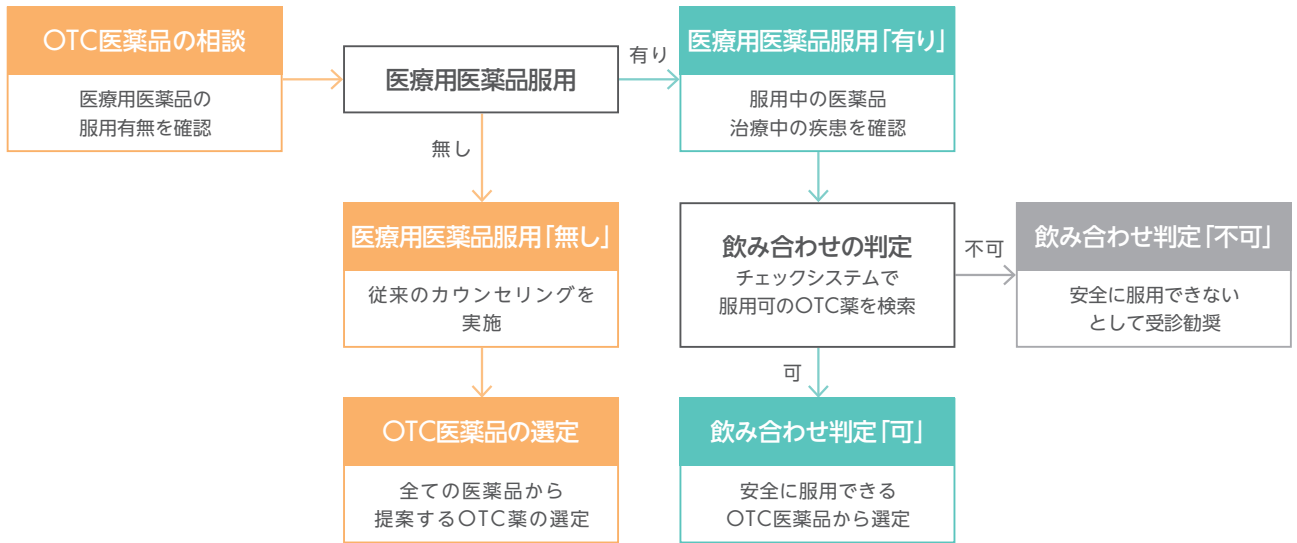


医薬品を安全に使用していただくための教育・仕組み

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

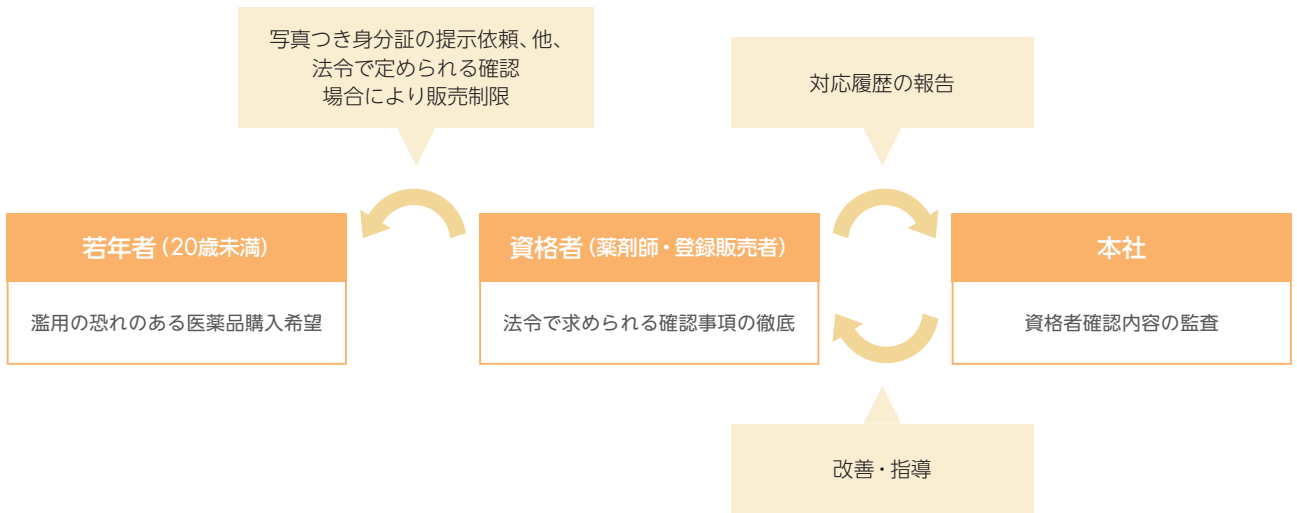
○ 医薬品飲み合わせチェックシステム

当社グループでは、お客様の安全な医薬品使用をサポートするため、医薬品飲み合わせチェックシステムを導入しています。接客用タブレットを用いたこの専用システムでは、医療用医薬品とOTC医薬品の相互作用、治療中の疾患とOTC医薬品の適合性、さらにはOTC医薬品同士の併用リスクを包括的に評価します。専門研修を修了した薬剤師・登録販売者が、通院治療中のお客様に対しても、科学的根拠に基づいた安全な医薬品選択をサポートします。併用に問題がある場合や、症状から医療機関の受診が望ましいと判断される場合には、適切な受診勧奨を行い、お薬の販売よりもお客様の健康を最優先とする対応を徹底しています。



○ 若年者へのOTC医薬品濫用防止対応

当社グループでは、若年層による医薬品の不適切な使用や過剰摂取を防止するため、包括的な安全対策を実施しています。すべてのOTC医薬品購入に対して、1点からでも必ず有資格者（薬剤師・登録販売者）による対面確認を行う医薬品販売制御システムを導入しています。特に20歳未満のお客様に対しては、法令に基づき写真付き身分証の提示を必須とし、年齢確認と販売数量の適正管理を徹底しています。これらの取り組みは社会問題となっている若年者のオーバードーズ防止に寄与するものです。さらに、本社専任担当者による定期的な監査を通じて、全店舗での対応品質の均一化と法令遵守の徹底を図っています。





〇 調剤過誤の防止

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

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

バーコード調剤過誤防止システム

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

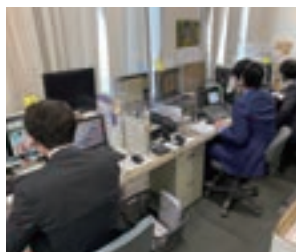


カメラ監査指導システム

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



カメラ監査風景（店舗側）



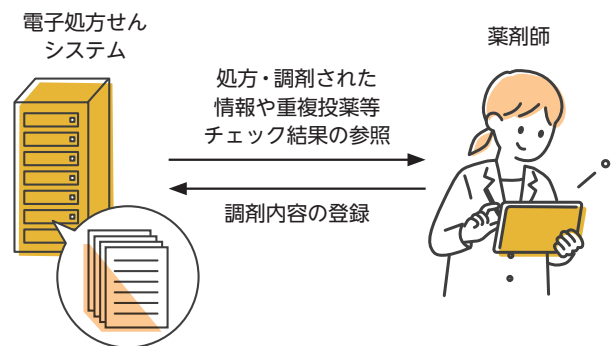
カメラ監査風景（本社側）

電子処方せんシステムの導入

当社グループでは、電子処方せんシステムを積極的に導入し、電子処方せん管理サービスへ調剤結果を登録することで、各医療機関・薬局間でリアルタイムの情報共有を実現しています。この仕組みにより、複数の医療機関・薬局をまたいだ処方情報から、重複投薬や薬剤の相互作用を電子的に確認することが可能となりました。

薬局での対面によるヒアリング情報と電子的な確認を組み合わせることで、より安全で質の高い薬学的管理を提供しています。

また、災害時や緊急時においても診療の継続性を確保できるメリットがあります。紙の処方せんによる調剤結果も電子処方せん管理サービスに保存し、患者様の安全と安心を最優先とした調剤薬局を目指してまいります。



教育

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



〇 アドヒアランス向上に向けて

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

引き続き地域のかかりつけ薬局として役割を果たしてまいります。

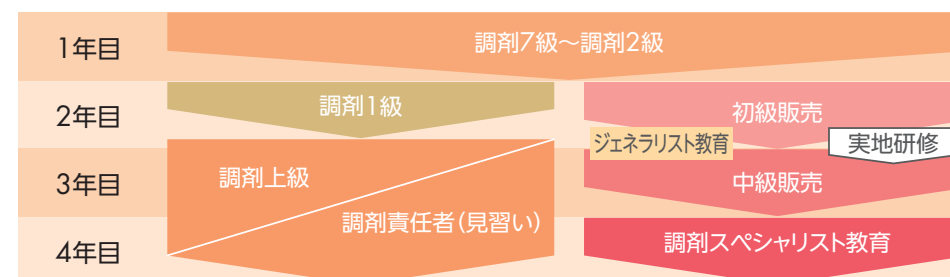
- 1 処方薬お渡し後のフォローアップ（副作用確認等）
- 2 お薬使用前後のバイタルサインや効果・副作用の確認
- 3 剤形変更やポリファーマシー対策の実施
- 4 複数医療機関から処方された薬剤の一元管理・一包化
- 5 吸入薬の吸入指導
- 6 在宅における多職種連携、訪問時の薬剤管理、お薬カレンダーへの配薬、褥瘡チェック
- 7 インスリン注射などの手技の確認
- 8 抗悪性腫瘍剤などの服薬管理・サポート
- 9 かかりつけ薬剤師対応
- 10 乳幼児処方への服薬管理・サポート



調剤教育カリキュラム

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

調剤教育カリキュラム



調剤教育プログラム

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

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

テーマ 4 社会及び地域社会との共生

社会貢献

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

○ 基本的な考え方

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

ポイントを貯めることでお客様も一緒に社会貢献活動に参加することが可能です！



○ サンドラッグ基金を通じた社会貢献

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

最近の取り組みについて

- 能登半島地震災害支援募金
- 台湾東部沖地震義援金
- 秋田・山形大雨災害支援募金
- 能登豪雨災害支援募金
- 子どもワクチン支援活動

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

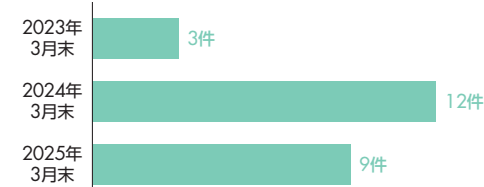
発展途上国の子供たちにワクチンを届ける活動に協力しております。

○ AED設置について

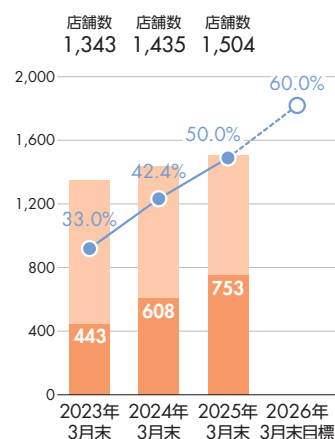
当社グループでは、お客様と従業員の安全を最優先に考え、全店舗へのAED（自動体外式除細動器）設置を推進しています。心停止発生時の救命率は時間経過とともに急激に低下するため、迅速な処置が可能な環境整備は社会的責任であると認識しています。AEDは専門知識がなくても使用できる医療機器であり、地域の安全インフラとしての役割も担っています。また、従業員への定期的な救命講習を実施し、緊急時に適切な対応ができる体制を構築。「人の命を守る」という理念のもと、今後も救命環境の充実に努めてまいります。



AED利用実績の推移



AED導入店舗数と導入率の推移



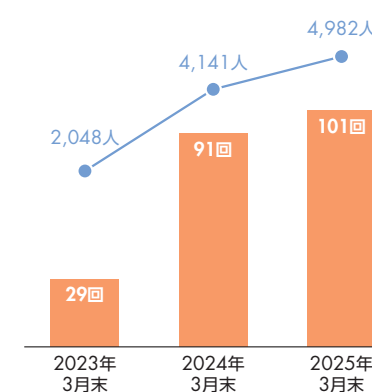
地域共生

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

○ 健康フェア（2024年度地域外部活動実施実績）

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

【年度別】地域外部活動実施状況



○ 災害時協力薬局への協力（八王子市と「災害時協力薬局」協定を締結）

地域社会への貢献と災害時の医療提供体制の強化を目的として、八王子市と「災害時協力薬局」として協定を締結いたしました。

当該薬局では15品目の医薬品を備蓄・管理し、平日日中に震度6弱以上の災害が発生した際には、緊急医療救護所への医薬品供給及び薬剤師の派遣を通じ、迅速かつ適切な医療支援を行います。この取り組みにより、災害時に即時対応できる医薬品供給体制を確立しています。

緊急医療救護所は、八王子市内15か所に設置される仮設救護所の一つであり、南大沢地区では救急救命東京研修所が予定されています。当該薬局は、救護所への薬剤供給を担い、必要に応じて薬剤師を派遣することで、医療支援体制の強化に貢献します。

今後もこの体制を継続し、地域社会の健康と安全を支えるため、引き続き積極的な支援活動を推進してまいります。

災害時協力薬局（備蓄薬管理あり）
サンドラッグ フォレスト南大沢薬局

備蓄医薬品
災害処方箋雛形の作成



○ 【サンドラッグの森】づくり（植樹活動）

地域社会とともに歩む環境保全活動の一環として、「サンドラッグの森」づくりに取り組んでいます。本活動は、持続可能な社会の実現に貢献するためにはじめられたもので、社員参加型の植樹活動を中心に、地域の緑化推進を図るものです。

これまでに、山梨県では紅葉樹や山桜を、長崎県五島では椿の植栽を行うなど、各地域の特性に応じた樹種を選定し、自治体や地域の方々と連携しながら森林整備を進めてまいりました。社員一人ひとりが環境意識を高め、地域とのつながりを深める貴重な機会となっています。

今後も、環境に優しい企業市民として、「人と自然がともに育む豊かな地域づくり」に向けて継続的に取り組んでまいります。



テーマ 5 コーポレートガバナンスの強化



役員一覧

代表取締役社長 CEO
貞方 宏司

1989年 3月 当社入社
2001年 4月 当社経営企画室課長
2003年 1月 当社営業第二部次長
2004年 4月 当社営業第二部長
2005年 4月 当社執行役員営業第二部長
2008年 6月 当社取締役営業第二部長
2009年12月 当社取締役
2009年12月 ダイレックス株式会社 代表取締役副社長
2014年 6月 同社代表取締役社長
2019年 5月 当社代表取締役社長
2019年 5月 ダイレックス株式会社取締役
2020年 6月 同社代表取締役会長(現任)
2022年 4月 当社代表取締役社長CEO(現任)
2024年 2月 株式会社キリン堂ホールディングス取締役(現任)
2024年 2月 株式会社BCJ-47取締役(現任)

取締役チェアマン
多田 直樹

1990年 5月 当社入社
1995年 4月 当社経営企画室課長
2000年 9月 株式会社イリュウ商事 代表取締役社長
2001年 3月 当社退社
2001年 6月 当社取締役(非業務執行取締役)
2007年 6月 株式会社フォレスト(現株式会社フォレストモール)
代表取締役社長
2009年 6月 同社代表取締役会長
2015年 4月 同社代表取締役社長
2019年 3月 株式会社イリュウ商事代表取締役会長
2019年 3月 株式会社フォレストモール代表取締役会長(現任)
2019年 4月 当社取締役管理本部長
2022年 4月 当社取締役チェアマン(現任)
2024年 7月 株式会社イリュウ商事代表取締役社長(現任)

社外取締役
松本 正人

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

社外取締役
辻 智子

1979年 4月 味の素株式会社入社
1987年 2月 農学博士号取得(東京大学日応用微生物化学研究所)
1988年 3月 米国ロックフェラー大学博士研究員
1988年11月 米国ペンシルバニア州立大学博士研究員
1989年12月 財団法人相模中央化学研究所入所
1999年 5月 株式会社ファンケル入社
2004年 4月 同社執行役員中央研究所長
2007年 6月 同社取締役執行役員総合研究所長
2008年 5月 日本水産株式会社顧問
2009年 4月 同社生活機能科学研究所長
2015年 5月 株式会社吉野家ホールディングス執行役員・グループ商品本部素材開発部長
2020年 6月 当社社外取締役(現任)
2022年 6月 不二製油グループ本社株式会社(現不二製油株式会社)社外取締役(現任)
2025年 3月 株式会社吉野家ホールディングス執行役員
2025年 3月 株式会社SPEEDIA 最高技術責任者(現任)
2025年 6月 株式会社吉野家ホールディングスR&Dエグゼクティブフェロー(現任)

取締役
坂井 義光

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

取締役
多田 高志

1992年 4月 株式会社イトーヨーカ堂入社
1996年10月 当社入社
2001年 3月 株式会社イリュウ商事取締役(非業務執行取締役現任)
2001年 4月 当社商品部情報課長
2003年 1月 当社商品部仕入課長
2005年 5月 当社経営企画室課長
2006年12月 当社退職
2007年 1月 株式会社やまさSC開発
(現株式会社フォレストモール) 専務取締役
2009年 6月 株式会社フォレスト(現株式会社フォレストモール)
代表取締役社長
2014年 4月 株式会社シーズリテイル(現株式会社シーズワン)
代表取締役社長
2017年 6月 同社退任
2017年 6月 当社取締役(現任)
2017年 6月 ダイレックス株式会社代表取締役副社長
2019年 5月 同社代表取締役社長
2024年 2月 株式会社キリン堂ホールディングス取締役(現任)
2024年 2月 株式会社BCJ-47取締役(現任)

社外取締役
齋藤 律子

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

社外常勤監査役
山下 和稔

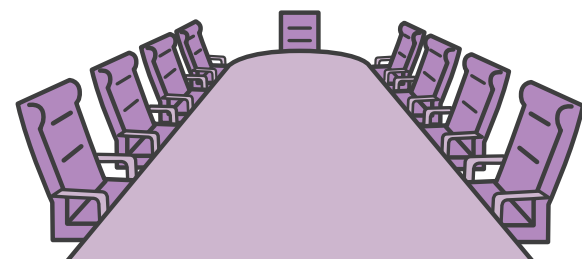
1983年 4月 国際証券株式会社(現三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社)入社
1997年 4月 同社八王子支店長
2002年 9月 三菱証券株式会社(現三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社)広島支店長
2005年10月 三菱UFJ証券株式会社(現三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社)名古屋支店法人営業第二副部長
三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社高知支店長
2010年 4月 同社理事・神戸支店長
2014年 6月 MUISビジネスサービス株式会社常勤監査役
2019年 6月 当社社外常勤監査役(現任)

社外監査役
和田 希志子

1996年 4月 ふじ合同法律事務所入所(現任)
2015年 7月 東芝プラントシステム株式会社社外取締役
2016年 4月 最高裁判所司法研修所民事弁護教官
2020年 2月 司法試験予備試験審査委員(民事訴訟法)
2021年 3月 株式会社LisB社外監査役(現任)
2021年 4月 第一東京弁護士会副会長
2021年 4月 関東弁護士会連合会常務理事
2022年 6月 当社社外監査役(現任)
2022年 6月 株式会社東光高岳社外取締役(監査等委員)(現任)

社外監査役
上条 香代子

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



テーマ 5 コーポレートガバナンスの強化

コーポレート・ガバナンス

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

○ 基本的な考え方

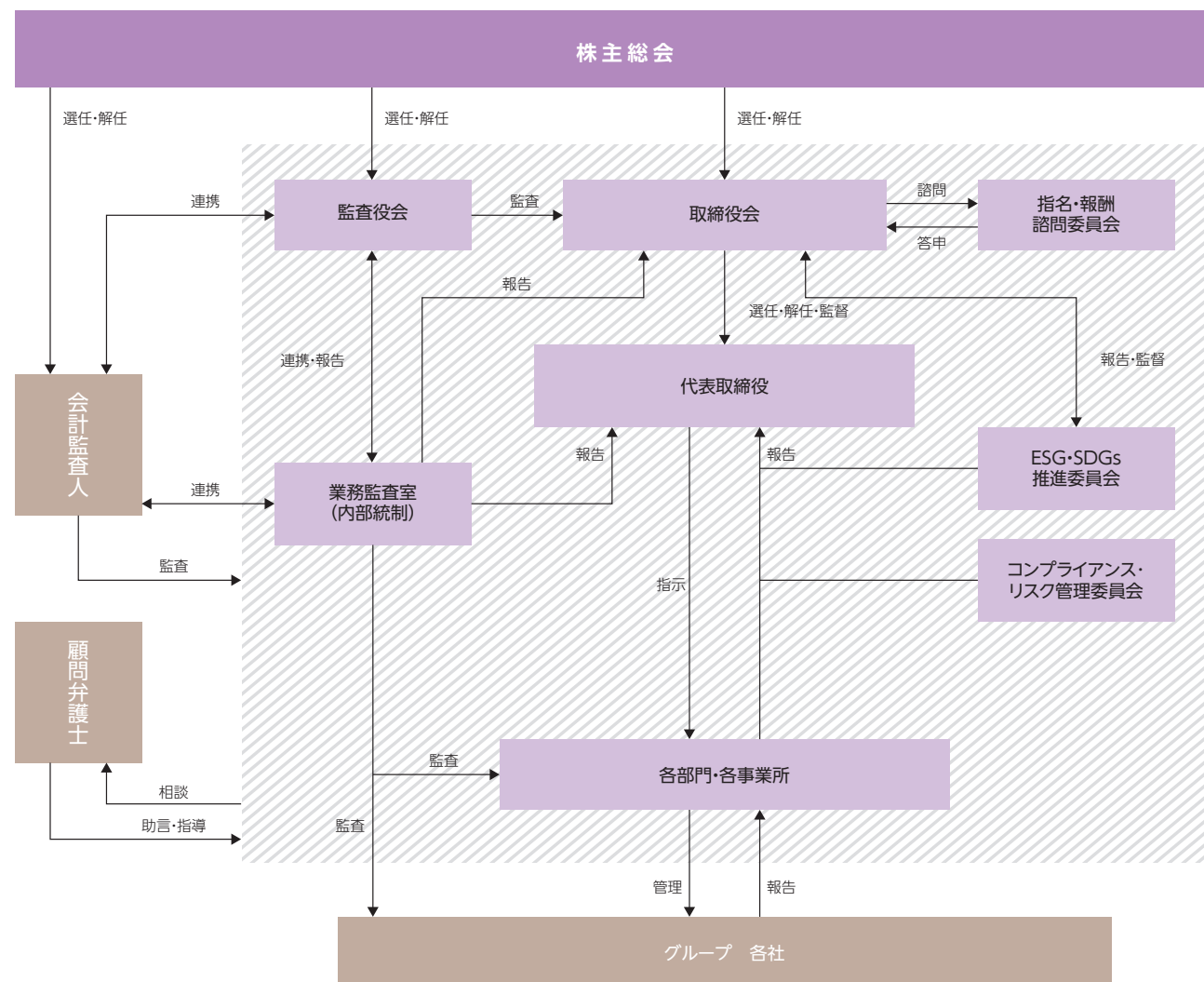
当社グループには、『国民の「健康で豊かな暮らし」の実現を目指し、「毎日が明るく楽しい世の中創り」に貢献するために、「安心・信頼・便利の提供をする」』

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

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

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

○ コーポレート・ガバナンス体制図



○ 取締役会

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

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

○ 監査役会

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

○ 指名・報酬諮問委員会

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

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

「指名・報酬諮問委員会」の委員は、取締役会の決議によって選任いたします。

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

○ 取締役会の多様性、体制について

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

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

○ 取締役会の実効性評価

当社は、取締役会全体の機能向上を図ることを目的とし、毎年度、「取締役会の実効性に関する評価アンケート」を実施しております。

評価の方法

社外を含む全ての取締役及び監査役に対し、記名式にて、「取締役会の実効性に関する評価アンケート」に基づき、自己評価とともに、自由記載欄を設け課題提案する方法にて、実施いたしました。

取締役会の実効性に関する分析・評価結果の概要

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

一方で、2026年度から始まる新たな中長期計画策定に対する議論のさらなる深耕が必要であると認識しました。

今回の実効性評価・提言を通じて得られた課題を踏まえ、引き続き、取締役会のより一層の実効性向上及び活性化への改善に取り組んでまいります。

テーマ5

コーポレートガバナンスの強化

8働きがいも経済成長も

10人や国の不平等をなくそう

16平和と公正をすべての人に

17パートナーシップで目標を達成しよう

○ スキルマトリックスについて

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

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

スキルマトリックス

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

○ 社外取締役・社外監査役選任理由

番号	氏名	選任の理由	取締役会出席状況
1	松本 正人	金融機関等の経営者としての経験が豊富であり、経営に関する高い見識と監督能力を有し、当社経営に対し客観的・中立的立場で監督しうる人物であり、一般株主と利益相反が生じるおそれがないと判断し、選任いたしました。	100% (13回/13回)
2	辻 智子	農学博士として、研究開発会社はじめ小売業における多角的視点からの戦略推進経営の経験と知見を有し、当社経営に対し客観的・中立的立場で監督しうる人物であり、一般株主と利益相反が生じるおそれがないと判断し、選任いたしました。	100% (13回/13回)
3	齋藤 律子	各企業等において、ディスクロージャー、ファイナンス等の業務経験・経営にも携わり、経営全般に関する知見を有し、当社経営に対し客観的・中立的立場で監督しうる人物であり、一般株主と利益相反が生じるおそれがないと判断し、選任いたしました。	100% (10回/10回)
4	山下 和稔	金融機関において、各種業務を歴任し、財務及び会計に関する相当程度の知見と幅広い見識を有し、加えて、常勤監査役を務め、コーポレートガバナンスや監査業務に精通しており、当社経営陣から独立した監視・監査機能を有するとともに、客観的・中立的に監査しうる人物であり、一般株主と利益相反の生じるおそれはないと判断し、選任いたしました。	100% (13回/13回)
5	和田 希志子	弁護士として、法律に関する専門知識、豊富な経験を有しており、当社経営陣から独立した監視・監査機能を有するとともに、客観的・中立的な立場で監査しうる人物であり、一般株主と利益相反が生じるおそれがないと判断し、選任いたしました。	100% (13回/13回)
6	上条 香代子	公認会計士として、会計に関する専門知識、豊富な経験を有しており、当社経営陣から独立した監視・監査機能を有するとともに、客観的・中立的な立場で監査しうる人物であり、一般株主と利益相反が生じるおそれがないと判断し、選任いたしました。	100% (10回/10回)

○ 役員報酬制度

取締役及び監査役の報酬等の総額及び個人別の報酬等の決定方針に関する事項

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

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

当事業年度における指名・報酬諮問委員会は、2回開催し、テーマは、役員報酬（社内取締役賞与を含む。）案であり、その審査結果を取締役会に答申いたしました。

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

固定報酬及び業績連動報酬等に関する事項

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

取締役の業績向上に対する意欲や士気を一層高めることにより、企業価値の持続的向上を図るため、取締役に対して業績連動報酬等として賞与を支給しております。年度ごとに当社グループ（連結）の成長性と業績の予算達成度合に基づき、基準額を決定し、代表取締役は定性評価としてESGへの取り組み、兼務取締役は担当する業務の評価を加味し支給するものとします。なお、業績連動報酬にかかる指標として成長性・予算達成度合を選択した理由は、収益額及び収益率の改善をすることが重要であると判断しているためです。

非金銭報酬の内容

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

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

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

■参考

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

○ 政策保有株式に関する方針

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

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

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

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

■銘柄数及び貸借対照表計上額

	銘柄数（銘柄）	貸借対照表計上額の 合計額（百万円）
非上場株式	2	1
非上場株式以外の株式	1	37



ステークホルダーエンゲージメント

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

○ 基本的な考え方

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

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

○ サンドラッググループのステークホルダー



○ ステークホルダーエンゲージメント

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

現状の活動

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

今後の活動について

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

○ マルチステークホルダー方針

当社は、企業経営において多様なステークホルダーとの価値協創が重要となっていることを踏まえ、2023年5月に開示したマルチステークホルダー方針に基づいて、ステークホ

ルダーとの適切な協働と、生み出された収益・成果の適切な分配に取り組んでまいります。

詳細は「マルチステークホルダー方針」をご参照ください

<https://www.sundrug.co.jp/wp-content/uploads/news2023.5.122.pdf>



テーマ7 リスクマネジメントの推進



リスクマネジメント



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

○ リスクへの備えと対応

リスクマネジメントの考え方

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

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

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

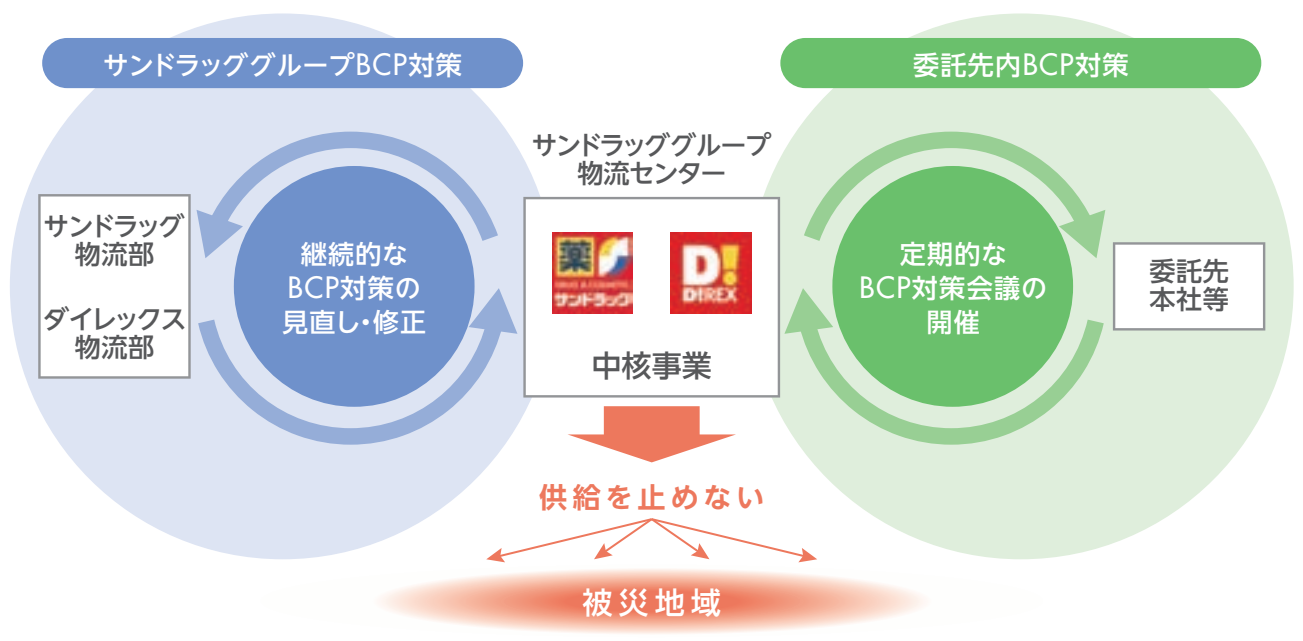
詳細については「有価証券報告書」
をご参照ください

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

○ 事業継続計画 (BCP: Business Continuity Plan)

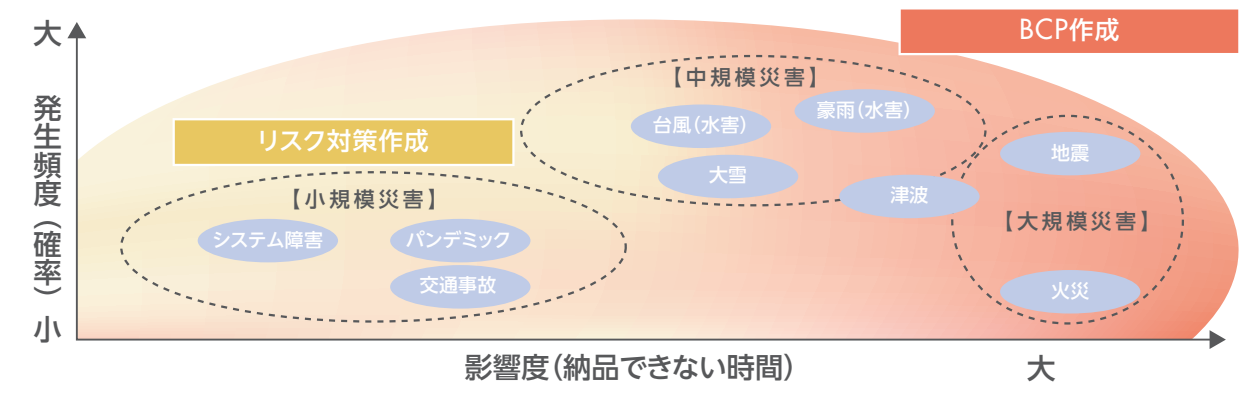
当社グループは東日本大震災での予期せぬ規模の災害を体験し、いつ発生するか分からない緊急事態に備え、企業は平常時から備えておくべき重要な計画である、BCP策定の必要性を認識しました。また、熊本震災にて改めて課題を認識し、BCP対策内容の見直しと修正の継続を行っています。当社グループは、社会インフラとしての役割を果たすために災

害リスクに対して最大限の予測と対策を講じ、最小限に損害を抑えております。また当社グループと物流委託先ではBCPの内容が異なる事実を踏まえ、定期的にBCP対策会議を開催することにより、互いに共通の認識を持った実効性のあるBCPの策定を行っております。



○ BCPの策定と更新

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



策定目的

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

考え方

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

作成と更新

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

実施と報告

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

取り組み計画

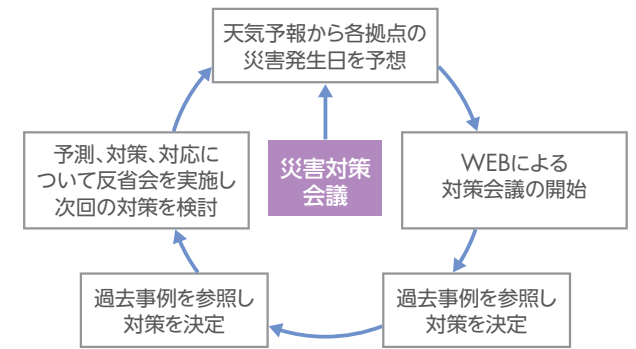
年6回の災害対策会議を開催。

取り組みの考え方

当社では、激甚化する気象災害への備えとして、災害対策の記録と学習に基づいた物流BCP体制の高度化を進めています。特に、当社は小～中規模の気象災害に対し、過去の対応実績を活用し、再現性のある対策を事前に構築することで、安定的な物流網の維持と現場従業員の安全確保を図っています。

【仕組み (BCPの運用フレーム)】

- **災害発生予測時の情報即時共有体制**
気象庁等の情報で災害リスクが高まった段階で、全国の拠点が参加するWeb対策会議を即時開催。
※被災リスクのない拠点も参加し、全体の迅速な状況把握と支援体制の構築を行う。
- **事前シミュレーションと配送計画の事前調整**
過去の災害時に納品が困難となった店舗データをもとに、リスク地域への早期納品・分散出荷等を事前に実施。
事例：豪雨が予想される際は、前倒し出荷により供給断絶リスクを軽減。
- **記憶から記録へ：対応履歴の体系的蓄積と改善サイクル**
「予測 → 対策 → 対応 → 検証」の全プロセスを定量・定性データとして記録化。
災害時の対応がベストであったかを検証し、現場ドライバーの安全と業務継続性の両立を図る改善サイクルを確立。



ビジネスパートナー

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

○ 基本的な考え

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

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

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

サプライチェーン全体を通じたサステナブルな社会の実現に貢献するため、共存共栄関係を築いていきます。

○ パートナーシップ構築宣言

当社グループは、「パートナーシップ構築宣言」の趣旨に賛同しました。

「パートナーシップ構築宣言」とは、サプライチェーンを共有するお取引先様とのパートナーシップ強化を図り、新たな共存共栄関係の構築を企業の代表者名で宣言し、「成長と分配の好循環」を目指すものです。

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

当社の宣言は項目を明示しております。

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



○ お取引に関するアンケート実施

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

お取引において振興基準、コンプライアンスの遵守等のア

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

○ お取引先様行動規範について

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

お取引先様行動規範の運用について

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

お取引先様通報窓口

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

Eメール：helpline@sundrug.co.jp



○ 物流に関する基本的な考え

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

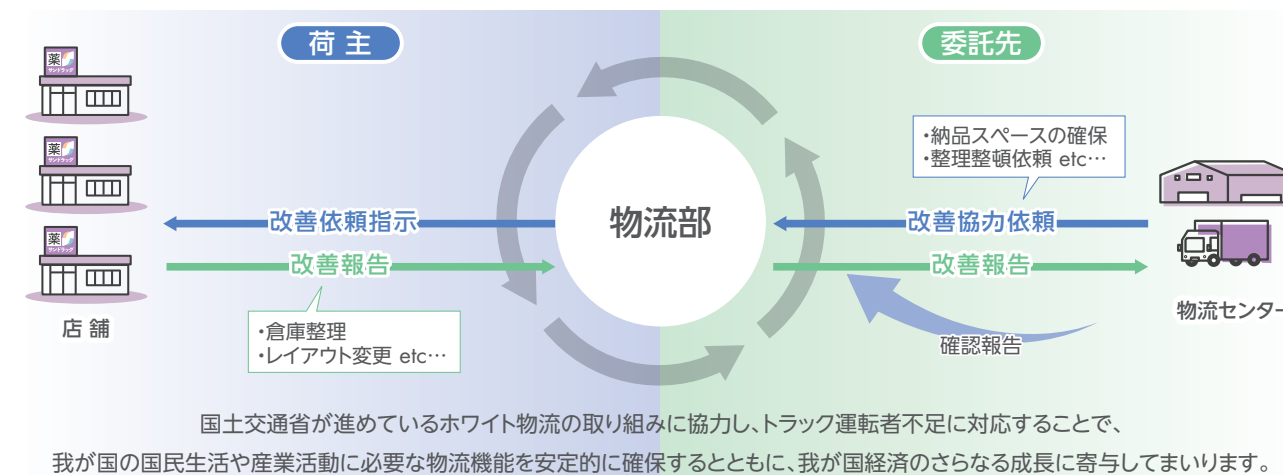
トラック運転手の労働環境の改善が進まなければ運転者不足がさらに加速し、商品が届かず店舗が開けない状況に追い込まれるかもしれません。

2024年6月に「物流の2024年問題」への対応を加速する

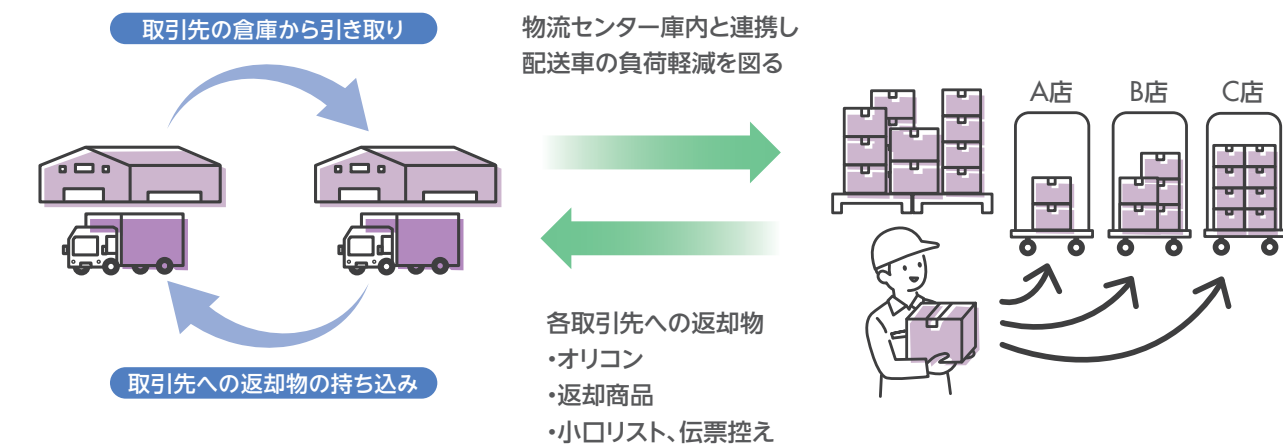
ことを目的として、経済産業省、農林水産省、国土交通省の連名で、発荷主事業者・着荷主事業者・物流事業者が早急に取り組むべき事項をまとめた「物流の適正化・生産性向上に向けた荷主事業者・物流事業者の取り組みに関するガイドライン」が策定されました。

当社グループは、ホワイト物流へ取り組みを継続しつつ発表されたガイドラインに基づき、さらに物流への改善と改革を進めてまいります。

サンドラッググループにおける物流の取り組み



集荷便の取り組み



人権

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



○ 人権に関する基本方針

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

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

○ サンドラッググループ人権方針

基本的な考え方

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

適用範囲

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

人権デュー・ディリジェンス

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

救済

人権に負の影響を引き起こし、助長したことが明らかになっ

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

教育・研修

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

対話・協議

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

情報開示

自らの人権尊重の取り組みの進捗状況をウェブサイト等で適切に開示いたします。

重要テーマ

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

人権マネジメント体制

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

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

人権尊重の教育

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

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

お客様の人権尊重

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

他方、人はミスをするという前提に立ち、調剤業務では「バーコード調剤過誤防止システム」、「カメラ監査指導システム」、OTC医薬品の販売業務では「数量制限システム*」といった機械的、システムのなリスク低減策も導入しています。人材教育は、お客様の健康と生命を守り、人権リスクを低減すると同時に、サステナビリティ・リスクを引き下げて、

グループの成長持続性を高める投資です。今後も教育カリキュラムのさらなる充実に取り組んでいきます。

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

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

従業員の人権尊重

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

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

サプライチェーンにおける人権尊重

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

テーマ 8 ITガバナンスの構築



情報セキュリティ・プライバシー

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

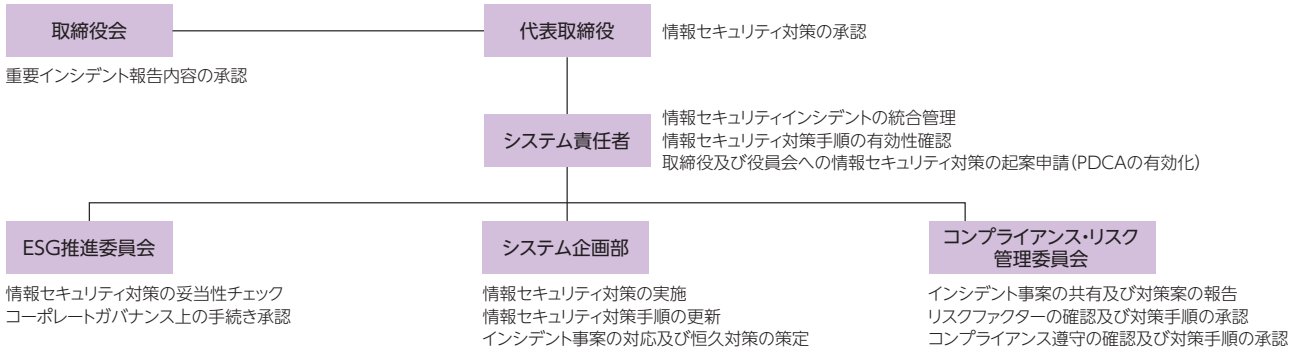


重要性の認識

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

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

ガバナンス体制

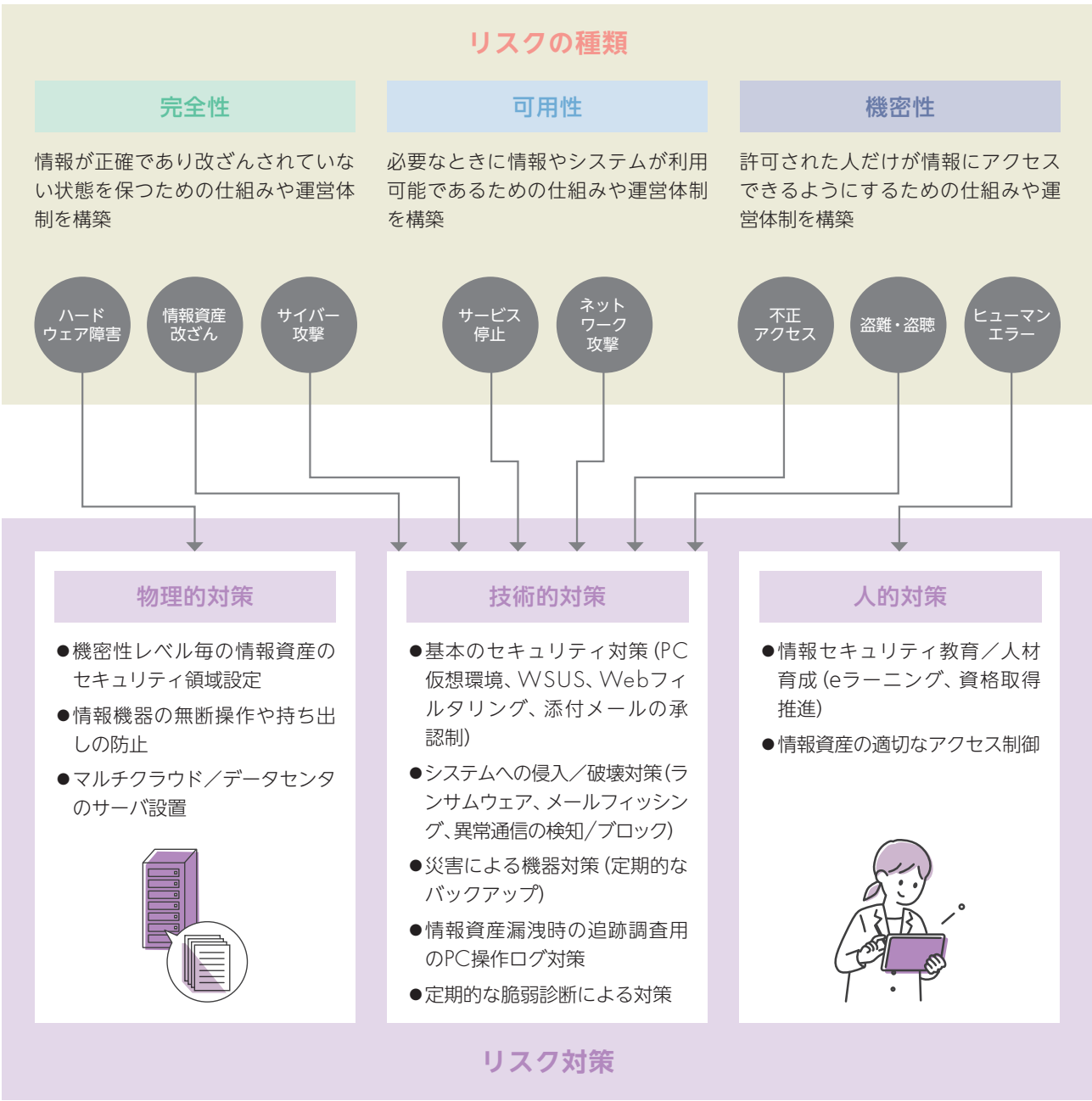


情報セキュリティの基本方針の考え方

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

情報セキュリティリスクの種類ごとの対策

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



連結財務諸表

連結貸借対照表

	前連結会計年度 (2024年3月31日)	当連結会計年度 (2025年3月31日)		前連結会計年度 (2024年3月31日)	当連結会計年度 (2025年3月31日)
資産の部			負債の部		
流動資産			流動負債		
現金及び預金	69,698	64,956	買掛金	77,371	79,731
売掛金	26,740	29,994	短期借入金	35,000	1,000
商品	90,970	98,413	1年内返済予定の長期借入金	－	3,800
貯蔵品	322	261	未払法人税等	7,547	8,180
未収入金	15,900	18,390	契約負債	5,982	6,993
その他	4,610	4,762	その他	29,565	28,801
流動資産合計	208,243	216,777	流動負債合計	155,466	128,507
固定資産			固定負債		
有形固定資産			長期借入金	－	33,866
建物及び構築物	136,203	154,450	役員退職慰労引当金	315	281
減価償却累計額	△51,182	△57,344	退職給付に係る負債	2,158	2,102
建物及び構築物(純額)	85,020	97,106	資産除去債務	6,644	7,029
土地	8,514	8,616	その他	2,533	2,505
その他	74,117	85,734	固定負債合計	11,651	45,785
減価償却累計額	△47,116	△54,751	負債合計	167,118	174,293
その他(純額)	27,000	30,983	純資産の部		
有形固定資産合計	120,536	136,706	株主資本		
無形固定資産			資本金	3,931	3,931
のれん	1,556	1,440	資本剰余金	7,496	7,533
その他	7,587	7,228	利益剰余金	247,272	263,754
無形固定資産合計	9,143	8,669	自己株式	△3,894	△3,868
投資その他の資産			株主資本合計	254,806	271,350
投資有価証券	35,808	34,013	その他の包括利益累計額		
長期貸付金	7,645	7,364	その他有価証券評価差額金	139	17
繰延税金資産	8,155	9,016	土地再評価差額金	△1,805	△1,782
再評価に係る繰延税金資産	796	820	退職給付に係る調整累計額	△50	128
敷金及び保証金	27,828	28,411	その他の包括利益累計額合計	△1,716	△1,636
その他	2,149	2,231	純資産合計	253,090	269,713
貸倒引当金	△98	△4	負債純資産合計	420,208	444,007
投資その他の資産合計	82,284	81,853			
固定資産合計	211,964	227,229			
資産合計	420,208	444,007			

連結損益計算書

	前連結会計年度 (2023年4月1日～2024年3月31日)	当連結会計年度 (2024年4月1日～2025年3月31日)
売上高	751,777	801,811
売上原価	562,457	597,723
売上総利益	189,319	204,087
販売費及び一般管理費		
貸倒引当金繰入額	17	0
役員退職慰労引当金繰入額	11	10
給料手当及び賞与	54,195	58,216
退職給付費用	638	711
賃借料	31,383	33,337
その他	62,075	67,313
販売費及び一般管理費合計	148,323	159,591
営業利益	40,996	44,496
営業外収益		
受取利息	120	151
受取配当金	7	9
受取手数料	91	99
受取保証料	－	329
固定資産受贈益	350	266
その他	220	220
営業外収益合計	791	1,078
営業外費用		
支払利息	32	164
持分法による投資損失	－	1,567
その他	26	6
営業外費用合計	59	1,738
経常利益	41,728	43,835
特別利益		
固定資産売却益	21	0
投資有価証券売却益	－	198
受取補償金	4	－
国庫補助金	429	537
その他	154	60
特別利益合計	610	796
特別損失		
固定資産売却損	－	6
固定資産除却損	133	165
賃貸借契約解約損	9	33
減損損失	481	426
固定資産圧縮損	242	407
その他	211	23
特別損失合計	1,078	1,062
税金等調整前当期純利益	41,261	43,569
法人税、住民税及び事業税	13,130	13,728
法人税等調整額	△995	△909
法人税等合計	12,134	12,818
当期純利益	29,126	30,750
非支配株主に帰属する当期純利益	－	－
親会社株主に帰属する当期純利益	29,126	30,750

連結包括利益計算書

	前連結会計年度 (2023年4月1日～2024年3月31日)	当連結会計年度 (2024年4月1日～2025年3月31日)
当期純利益	29,126	30,750
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	56	△116
土地再評価差額金	－	23
退職給付に係る調整額	8	178
持分法適用会社に対する持分相当額	－	△4
その他の包括利益合計	65	80
包括利益	29,191	30,831
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	29,191	30,831
非支配株主に係る包括利益	－	－

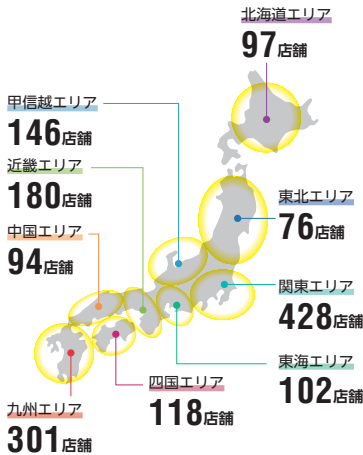
連結キャッシュ・フロー計算書

	前連結会計年度 (2023年4月1日～2024年3月31日)	当連結会計年度 (2024年4月1日～2025年3月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	41,261	43,569
減価償却費	15,127	17,282
減損損失	481	426
固定資産圧縮損	242	407
退職給付に係る負債の増減額 (△は減少)	164	△69
貸倒引当金の増減額 (△は減少)	17	0
契約負債の増減額 (△は減少)	957	1,011
受取利息及び受取配当金	△128	△161
支払利息	32	164
国庫補助金	△429	△537
違約金収入	△133	△0
固定資産除却損	133	165
持分法による投資損益 (△は益)	－	1,567
売上債権の増減額 (△は増加)	△4,515	△3,238
棚卸資産の増減額 (△は増加)	△8,427	△7,330
未収入金の増減額 (△は増加)	△616	△2,561
仕入債務の増減額 (△は減少)	3,364	2,359
未払費用の増減額 (△は減少)	296	336
長期預り金の増減額 (△は減少)	29	63
未払消費税等の増減額 (△は減少)	△206	503
その他	6,880	△35
小計	54,531	53,924
利息及び配当金の受取額	12	49
利息の支払額	△4	△163
法人税等の支払額	△13,911	△13,183
補助金の受取額	429	537
その他	131	0
営業活動によるキャッシュ・フロー	41,188	41,164
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△36,426	△33,451
無形固定資産の取得による支出	△1,799	△815
貸付けによる支出	△312	△888
貸付金の回収による収入	107	102
投資有価証券の取得による支出	△35,377	－
敷金及び保証金の差入による支出	△1,631	△1,214
敷金及び保証金の回収による収入	503	529
その他	87	364
投資活動によるキャッシュ・フロー	△74,850	△35,373
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増減額 (△は減少)	35,000	△34,000
長期借入れによる収入	－	40,000
長期借入金の返済による支出	－	△2,333
配当金の支払額	△12,511	△14,266
自己株式の取得による支出	△0	△0
財務活動によるキャッシュ・フロー	22,487	△10,600
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	△11,173	△4,809
現金及び現金同等物の期首残高	80,872	69,698
非連結子会社との合併に伴う現金及び現金同等物の増加額	－	66
現金及び現金同等物の期末残高	69,698	64,956

会社概要 (2025年3月31日現在)

商号	株式会社サンドラッグ
所在地	〒183-0005 東京都府中市若松町1丁目38番地の1
設立	1965年4月
資本金	39億3,120万円
代表者	代表取締役社長 CEO 貞方 宏司
従業員数	単体 7,989名 / 連結 16,509名(2025年3月期) (パート、アルバイト含む)
事業所	直営店舗 861 / 子会社店舗 263 / フランチャイズ他店舗 38 / 物流センター 全国56か所
グループ店舗数	合計 1,542店舗
主要子会社	株式会社星光堂薬局 株式会社サンドラッグプラス ダイレックス株式会社 株式会社大屋 株式会社サンドラッグ・ドリームワークス
事業内容	チェーンストアの経営並びに医薬品・化粧品・日用雑貨・食品等の販売及び 卸売業

主な事業所 (2025年3月31日現在)

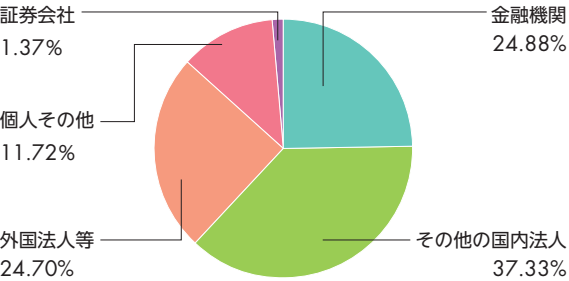


株式情報 (2025年3月31日現在)

株式の状況 (2025年3月31日現在)

発行可能株式総数	536,000,000株
発行済株式の総数	119,331,184株 (自己株式を含む)
株主数	33,330名

所有者別株式の状況

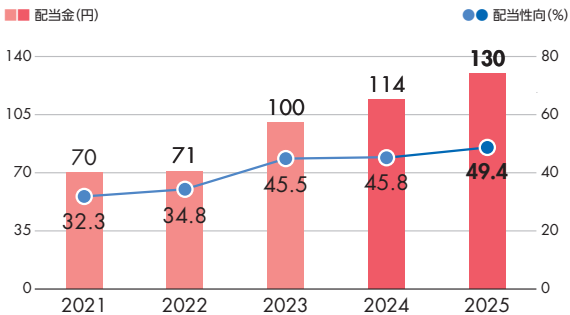


大株主 (上位10名)

株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
株式会社イリュウ商事	43,776	37.43
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	14,705	12.57
株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	9,203	7.87
CEP LUX-ORBIS SICAV	5,019	4.29
多田直樹	3,113	2.66
多田高志	2,205	1.89
全国共済農業協同組合連合会	2,069	1.77
ジェーピー モルガン チェース バンク 3 8 5 0 4 7	1,679	1.44
株式会社日本カストディ銀行 (信託口4)	1,279	1.09
ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー-505001	1,051	0.90

(注) 1. 当社は自己株式 (2,363千株) を保有しておりますが、上記大株主からは除外しております。 2. 持株比率は、自己株式を控除して計算しております。

1株当たりの年間配当金推移



Webサイトのご案内

Webサイト
<https://www.sundrug.co.jp/>

IRサイト
<https://www.sundrug.co.jp/ir>



