



新日本製薬 株式会社  
サステナビリティレポート2021

# Sustainability Report 2021

 **新日本製薬**

# 企業理念

## 経営理念

-Mission-

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

## ビジョン

-Vision-

世界中の人々の  
健やかで心豊かな暮らしを創造します

## バリュー

-Value-

感動創造  
creating inspiration

## コーポレート メッセージ

未来をつくる、新しいをつくろう。

## 企業ロゴ



社名の頭文字を基調とした「S」には、SATISFACTION－最高の顧客満足－を実現させたいという想いを込めています。また、コーポレートカラーである「赤色」は、理念の実現に向けたバリューである「感動創造」への熱い情熱と使命感を表しています。さらに、ビジョンである“世界中の人々の健やかで心豊かな暮らしの創造”という想いを、地球と同じラインを使って表現しています。

## 編集方針

### サステナビリティレポート2021の編集方針

「サステナビリティレポート2021」ではステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションを目的とし、その期待や要請に応え「持続可能な社会の実現」に向けた私たち新日本製薬の取り組みをわかりやすく伝えることを心がけています。なお本レポートは、代表取締役社長をプロジェクトマネージャーとするESGプロジェクトが中心となり役員間の承認を受けて発行しています。

今後継続的な改善を行い、サステナビリティに関する情報とコミュニケーションの充実に努めてまいります。

### ウェブサイトについて

「サステナビリティレポート2021」の発行にあわせ新日本製薬のコーポレートサイトにて「サステナビリティ」のページを新設いたしました。私たちのサステナビリティに関する情報を、随時更新してまいります。

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

### 対象範囲

新日本製薬 株式会社

※2021年9月に当社の完全子会社となった株式会社フラット・クラフトの情報は含まれておりません。

### 対象期間

2020年度（2019年10月－2020年9月）

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

### 参照ガイドライン

GRI「サステナビリティ・レポート・スタンダード」

#### 免責事項

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

## 目次

|                       |   |
|-----------------------|---|
| 企業理念                  | 1 |
| 目次／編集方針               | 2 |
| トップメッセージ              | 3 |
| サステナビリティマネジメント        | 5 |
| マテリアリティとバリューチェーンマッピング | 7 |

|     |                                |    |
|-----|--------------------------------|----|
| 特集1 | グリーンナノ技術を取り入れた新容器              | 9  |
| 特集2 | 新型コロナウイルス感染症への対応               | 11 |
| 特集3 | 絶滅危惧IB(EN)に分類されるムラサキの自社栽培技術を確立 | 13 |

### 環境

|             |    |
|-------------|----|
| 気候変動への対応    | 15 |
| 循環型社会への取り組み | 16 |
| 生物多様性の保全    | 17 |

### 社会

|               |    |
|---------------|----|
| 研究開発          | 18 |
| 安心安全な品質への取り組み | 19 |
| 人財育成・働き方      | 21 |
| 人権・ダイバーシティ    | 23 |
| 社会貢献活動        | 24 |

### ガバナンス

|                    |    |
|--------------------|----|
| ガバナンスの強化           | 26 |
| 役員報酬制度             | 29 |
| 社外取締役メッセージ         | 30 |
| リスクマネジメント・コンプライアンス | 31 |
| 情報セキュリティ／個人情報保護    | 33 |
| ステークホルダーエンゲージメント   | 34 |

|        |    |
|--------|----|
| 非財務データ | 35 |
|--------|----|

|      |    |
|------|----|
| 会社概要 | 36 |
|------|----|

新日本製薬「サステナブル宣言」

# 限りない未来を

新日本製薬は

One to One health & beauty-care.の事業領域で、  
地球環境や社会を取り巻く課題の解決をめざします。

ビジョンとして掲げる

“世界中の人々の健やかで心豊かな暮らしの創造”

のもと、ステークホルダーの皆さまとともに  
持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

代表取締役社長

後藤 孝洋

新型コロナウイルス感染症によりお亡くなりになられた方々、ならびにご家族の皆さまに謹んで哀悼の意を表すとともに、罹患された方々に心よりお見舞い申し上げます。また、医療や行政をはじめ、ライフラインを支えていただいている皆さまに心からの敬意を表します。

## オールインワンスキンケアの リーディングカンパニーとして

私たちは創業以来、美と健康の領域で事業を行う「ライフスタイル創造カンパニー」です。“世界中の人々の健やかで心豊かな暮らしの創造”をビジョンに掲げ、化粧品、健康食品、医薬品などの商品群を提供してまいりました。特に、売上構成で現在当社の主力となっている化粧品事業では、オールインワンというシンプルなスキンケアのスタイルを世に送りだし、主力ブランド「PERFECT ONE」のオールインワン美容液ジェルシリーズが、オールインワンスキンケア市場No.1\*を獲得するなど、この分野におけるリーディングカンパニーとなっています。

化粧水、乳液、クリーム、美容液、パック、化粧下地などを一つにして、短時間で効果的にお肌のお手入れができるオールインワンスキンケアのコンセプトは、おかげさまでたくさんのお客さまにご支持をいただき、今では当社だけでなく大手も含めた数多くのメーカーが参入する新たなマーケットに育ちました。これは、女性の社会進出やそれに伴う価値観の変化とともに生まれた「こんなものがあればいいのに」というお客さまのお声に、商品やサービスでこたえたい、という私たちの姿勢が受け入れられた結果だと、とても誇らしく感じています。これからも、女性はもちろんすべてのお客さまの暮らしに寄り添い、お役に立てる商品やサービスの開発に努めてまいります。

## 新型コロナウイルス感染症の影響について

新型コロナウイルス感染症の感染拡大はなかなか収まらず、今もなお先が見通せない一年になりました。小売業や飲食業をはじめ、さまざまな業界で厳しい状況が続いており、当社でも対面での化粧品販売の機会は減少しています。しかし、事業の中核である通信販売へ

の影響は限定的なものにとどまっています。外出を控えがちなお客さまの中には、従来と変わらずお届けできる商品や私たちからの情報を心待ちにしてくださる方々も多く、そのような声にはとても励まされる思いです。社内の感染対策は、流行初期に入手困難となっていたマスクや消毒液を会社でまとめて購入し社員に配布したり、オフィスに設置するアクリル板を社員が自作したりするなど、早期から矢継ぎ早に手を打ってまいりました。他にも、マイカー通勤の一時的許可、自転車通勤の奨励と自転車購入費の補助、感染防止用備品の設置、時差出勤、さらには対応可能な部署におけるリモートワークの導入など、さまざまな施策の導入により感染拡大の防止に努めています。

## 環境への配慮を優先し、 企業としての責任を果たします

国際連合の気候変動に関する政府間パネル（IPCC）は、2021年8月に公表した報告書で、地球温暖化について人類に責任があることは「疑う余地がない」と表明しました。私たちの商品は、その重要な成分が自然に由来するものであるため、環境問題に向き合うことは当然だと感じています。自然環境を守るため、たとえ小さくてもできることをやっていくことが企業としての責務だと考えます。

通信販売を主たる事業とする私たちにとって、お客さまのお手元に届く商品の容器や化粧箱、配送箱は重要なコミュニケーションの一つです。ブランドにふさわしいシンプルなデザインや設計であることを大原則としていますが、その素材についても定期的に見直しを行い、新しい技術によって実現されたエコフレンドリーな素材を採用するようにしています。例えば、主力商品の容器にはプラスチックにグリーンナノを配合することでプラスチック燃焼時のCO<sub>2</sub>を約60%削減することに成功した新素材を採用しました。化粧箱には適正に管理された森林木材による製品であることが認証された紙やリサイクル紙を使用し、また配送箱は、商品やカタログが破損なく届くよう工夫をするとともに、環境に対する責任を果たすため見直しを随時図っています。サービス面では、おまとめ配送という方法で配送

回数を減らす選択肢をご用意したことは、お客さまと接する機会が減ることになるため、決断には勇気が必要でしたが、輸送時に発生するCO<sub>2</sub>や梱包にかかる資源の削減につながる取り組みの一環でもあるため、環境への配慮優先に舵を切ったことは間違いではないと確信しています。

環境のみならず、私たちの社会にはさまざまな課題が横たわっています。仮に目の前の課題が解決しても、10年後、20年後には、また別の課題が生まれてくるでしょう。責任ある企業市民として、その時々課題に立ち向かい、100年後にも社会から必要とされる企業でありたいと強く願っています。

## シンプルスキンケアを グローバルスタンダードへ

成熟した時代における企業は、商品やサービスはもとより、企業そのものの価値観が世界に通用するかどうか重要になります。言い換えれば、企業の経営理念やビジョンが受け入れられ、お客さまがそれらに共感・共有してくださなければ生き残ることが難しい時代になるのではないのでしょうか。創業以来ファブレスメーカーとして成長してきた当社の強みは、企業理念と人財です。「お客さまに最高の満足」を提供するために、何よりもお客さまとのコミュニケーションを重視し、その声に耳を傾け、必要とされるものを、スピード感を持って開発・商品化してきたと自負しています。その事業を支えているのは当社で働く一人ひとりの力です。これまでは、国内を中心に事業を拡大してきた私たちですが、次の目標は「PERFECT ONE」をオールインワンスキンケアの世界No.1ブランドとして育て、シンプルライフを世界に展開していくことです。私たちはそれができると信じています。

私たちのビジョンにある“世界中の人々の健やかで心豊かな暮らしの創造”を実現し、お客さま、株主さま、お取引先さま、社員、社会の期待に応えられるよう、経営管理体制の構築と経営品質の向上を図り、限りなく幅広い成長発展をめざしてまいります。

※富士経済「化粧品マーケティング要覧2017～2021」（モイスチャー部門及びオールインワン部門／メーカー、ブランドシェア2016-2020実績）



# サステナビリティマネジメント

新日本製薬 株式会社は経営理念のもと、企業として持続的に発展するため、サステナビリティ経営に努め、お客さま、株主・投資家、取引先、従業員、地域社会など、さまざまなステークホルダーの皆さまと連携しながら、豊かな価値を創造し、提供します。

## 行動憲章と行動指針

経営理念を従業員が常に意識してその実現に向けた行動ができるよう行動憲章及び行動指針を定めています。行動憲章を遵守することで、従業員が主体的に行動することを目的として定められています。

### 行動憲章

1. お客さまの満足
2. 就業環境の整備
3. 法令及び社会規範の遵守
4. 個人情報の保護
5. 情報の開示
6. 反社会勢力への対応
7. 地域社会への貢献

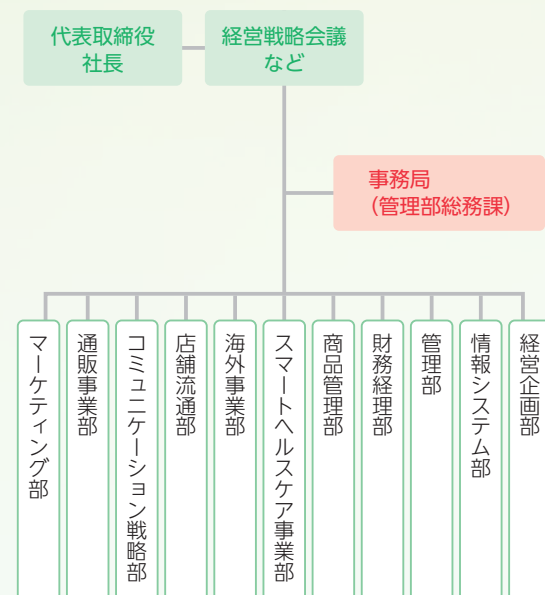
### 行動指針

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

## サステナビリティ推進体制

サステナビリティを推進するためCSR活動の推進組織を管理部総務課に設けています。また、2021年3月より代表取締役社長をプロジェクトマネージャーに、各部門の責任者をプロジェクト推進メンバーとし、総務課内に事務局を置きESGプロジェクトを立ち上げました。ESGプロジェクトの活動は、取締役にて適宜、共有・報告がなされ、マテリアリティなど重大な決定は経営戦略会議または社外取締役及び監査役を含む役員間で協議を行い決定しています。

### ESGプロジェクト体制



## サステナビリティ推進に向けた取り組み

### ESGに関する勉強会

2021年3月に、役員及び責任者を対象にESGに対する理解を深める勉強会を実施しました。

勉強会では、企業をとりまくサステナビリティ（CSR／ESG／SDGs等）に取り組む意義を外部講師が説明を行い、今後の事業活動にどう活かしていくかを検討する機会となりました。また本勉強会はESGプロジェクトのキックオフミーティングを兼ねており、メンバーは本サステナビリティレポート制作やマテリアリティの特定に携わっています。

### 社員への啓発

サステナビリティを推進していくために、社員一人ひとりが経営理念を共有し、サステナビリティに関する理解を深め、全社一体となり取り組むことが重要と考えています。そのため、2021年から社内イントラネット上にある社内報で、ESGやSDGsの特集を開始しました。基本的な考え方から、当社の取り組みなどをわかりやすく社員に発信することで、日ごろの業務と関連づけて考えてもらい、新しい商品やサービスに活かすことをめざしています。



社内イントラネット上にある社内報「MIRAI'S NEWS」にアップされたESG・SDGsの意識啓発を目的とする記事。イラストなどを使用し、わかりやすく発信することを心がけている

取締役  
(管理部門管掌)  
田上 和宏



新日本製薬は、経営理念に掲げる“社会に貢献する企業”のもと、これまで地域に根差した社会貢献活動に積極的に取り組んでまいりました。

また当社の主力商品であるオールインワン美容液ジェルシリーズは、女性の社会進出を背景に、短い時間で効果のあるスキンケアを提案したいという想いから生まれた商品です。そのほかの商品も日々、お客さまから寄せられるお悩みの声や時代によって変わるお客さまのニーズをキャッチし商品化が検討されてきたものばかりです。

これまで切り離して考えていた社会貢献活動と事業活動がサステナビリティ推進を検討するうえで「持続可能な社会の実現」という大きな目標のもとで融合し同じ目標に向かう取り組みであるという整理ができたことは、当社にとって大きな成果だと考えています。

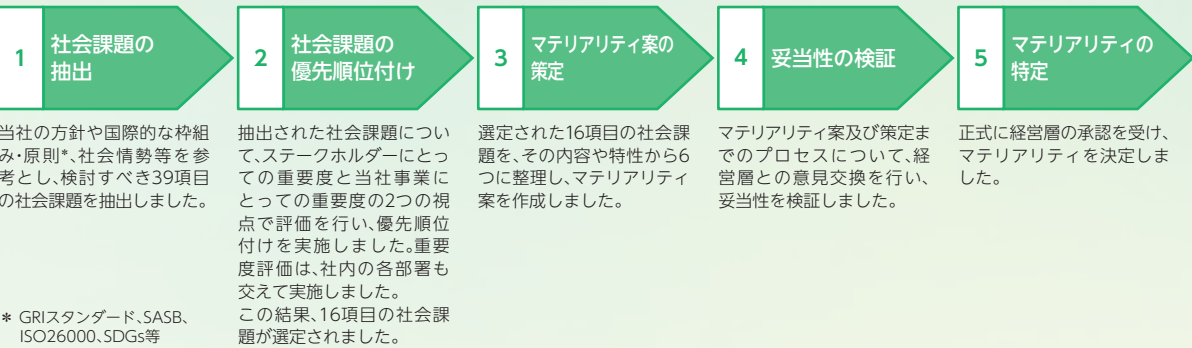
今後、ESGの視点や国際連合で採択された「持続可能な開発目標（SDGs）」をもとに、社内外のステークホルダーと対話を図り、社会からの期待や要請に対し、本業を通じて応えていくため社員一人ひとりがより主体的に考え、企業活動へ反映していけるよう推進を強化してまいります。

# マテリアリティとバリューチェーンマッピング

## マテリアリティの考え方

新日本製薬は、国際的な動向や社会情勢を踏まえ、ステークホルダーからの期待が高く、今後当社が持続的に成長していくために優先的に取り組む必要がある6つの課題を、マテリアリティ（重要課題）として特定いたしました。

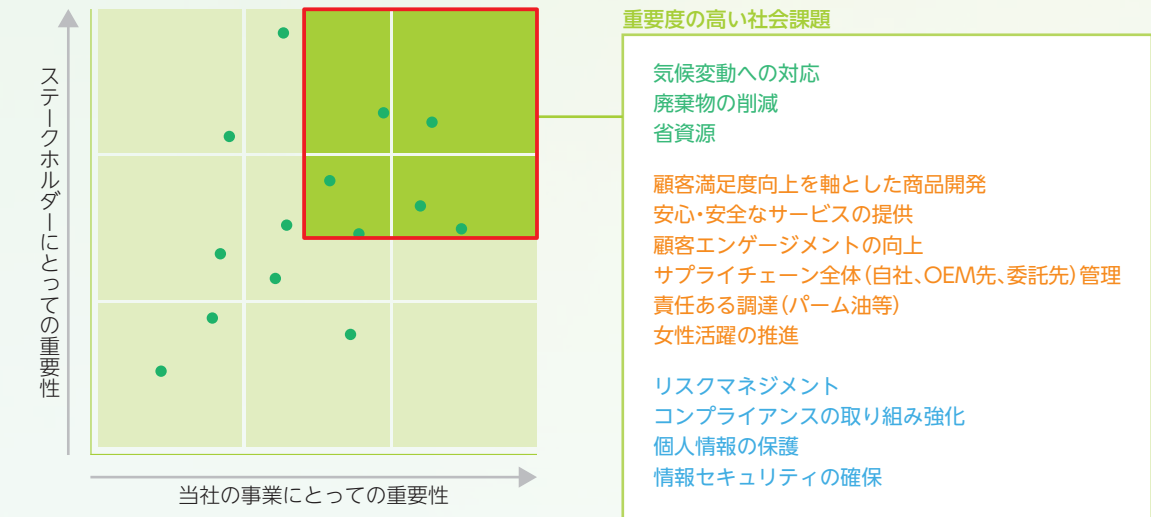
特定された6つのマテリアリティは、ESG（環境・社会・ガバナンス）の観点で整理することができます。これらに総合的に取り組むことで、経営理念の実践や企業価値の向上だけでなく、SDGsの達成を含む、持続可能な社会の実現に貢献していくことをめざしています。



## マテリアリティマトリックス

マテリアリティの特定にあたり、「ステークホルダー（お客さま、従業員、株主・投資家、環境、地域社会、行政等）にとっての重要性」と「当社の事業にとっての重要性」の2軸で社会課題の評価を行い、マテリアリティマトリックスを作成いたしました。「当社の事業にとっての重要性」は、当社の従業員も評価を行っています。

このマトリックスをもとに、当社にとって特に重要度の高い13項目の社会課題を明確にしました。



## マテリアリティの特定プロセス

当社は、2021年8月、従業員や経営層とのディスカッションを実施し、マテリアリティを特定いたしました。今後は、社内外のステークホルダーからの助言等も踏まえながら、各マテリアリティに対する目標やKPIの設定を行い、それに基づいた定期的なレビューも実施してまいります。

## マテリアリティの詳細

当社にとって特に重要度の高い13項目の社会課題を、その性質から6つに整理し、マテリアリティを決定しました。

| 社会課題  |                                                    | マテリアリティ                                                                                      | 関連するSDGs                                                                                         |
|-------|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 環境    | 気候変動への対応<br>廃棄物の削減<br>省資源                          | 環境問題への対応<br>資源の有効活用やCO <sub>2</sub> 排出量削減等へ取り組むことにより、事業活動を通じて気候変動に対応し、循環型社会の形成に貢献します         | 6 安全な水と衛生<br>7 持続可能なエネルギー<br>12 持続可能な消費と生産<br>13 気候変動<br>14 海洋資源<br>15 陸域生態系<br>17 持続可能なパートナーシップ |
|       | 顧客満足度向上を軸とした商品開発<br>安心・安全なサービスの提供<br>顧客エンゲージメントの向上 | 顧客満足度向上のための商品・サービス提供<br>当社商品をご使用いただくお客さまによりご満足いただける商品を提供できるよう、お客さま目線でのサービス向上や商品の安全性向上に取り組めます | 2 持続可能な都市<br>3 健全な生活<br>5 性別平等<br>10 人や国の不平等の解消<br>12 持続可能な消費と生産<br>17 持続可能なパートナーシップ             |
| 社会    | サプライチェーン全体(自社、OEM先、委託先) 管理<br>責任ある調達 (パーム油等)       | 責任あるサプライチェーンマネジメント<br>サプライチェーン全体で社会的責任を果たすことができるよう、取引先と共に持続可能なサプライチェーン形成のための取り組みを実施します       |                                                                                                  |
|       | 女性活躍の推進                                            | 女性活躍の推進<br>より女性が働きやすく、活躍できるような社会づくりのために、職場環境や制度の整備を進めるほか、女性の社会進出を応援する商品の提供に取り組めます            |                                                                                                  |
| ガバナンス | リスクマネジメント<br>コンプライアンスの取り組み強化                       | コンプライアンス・リスクマネジメントの取り組み強化<br>全社的に総合的なリスク管理に取り組むほか、社員一人ひとりが高い意識を持つことで、法令の遵守を徹底します             | 16 公正な裁判と法の支配                                                                                    |
|       | 個人情報の保護<br>情報セキュリティの確保                             | 個人情報の保護<br>お客さまに信頼していただける企業であり続けるために、情報セキュリティの強化や、個人情報の適切な保管・管理に取り組めます                       |                                                                                                  |

## マテリアリティごとの当社の取り組み (バリューチェーンマッピング)

当社では、各マテリアリティについて下記の通り、取り組みを推進しています。今後もこれらの活動を強化し、さまざまな施策を実施することで、重要課題に対応していきます。

| 市場調査<br>マーケティング                   |  | 商品企画<br>商品開発                                                                         | 商品製造<br>(OEM)            | 広告企画<br>広告制作                                | 販促企画                        | 販売活動                                       | 配送                      | アフター<br>フォロー                         |
|-----------------------------------|--|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------------|-------------------------|--------------------------------------|
| 環境問題への<br>対応                      |  | ●サステナブルな<br>容器の採用                                                                    | ●環境に配慮した<br>原材料調達        | ●出荷予測による<br>商品廃棄の<br>削減                     | ●オンライン<br>販売の拡大に<br>よる紙使用削減 | ●商品のおまとめ<br>発送によるCO <sub>2</sub><br>排出量の削減 | ●商品梱包材の<br>使用量削減        |                                      |
|                                   |  | ●環境に配慮した機器の購入<br>●ペーパーレス化の推進                                                         |                          |                                             |                             |                                            |                         |                                      |
| 顧客満足度向上の<br>ための商品・<br>サービス提供      |  | ●顧客アンケートの<br>実施<br>●新商品モニターの<br>実施                                                   | ●顧客のニーズを<br>踏まえた<br>商品開発 | ●顧客満足度向上をめざした<br>オフライン・オンライン両方での<br>広告・販促活動 |                             | ●適切なコミュニ<br>ケーションに<br>よる商品販売               | ●誤出荷率削減の<br>取り組みの<br>実施 | ●商品に関する<br>情報提供<br>●問い合わせ対応<br>窓口の設置 |
|                                   |  | 責任ある<br>サプライチェーン<br>マネジメント                                                           |                          | ●委託先評価の<br>実施<br>●品質評価の<br>実施               | ●広告制作に係る品質管理・最適化            |                                            |                         | ●物流効率の<br>向上                         |
| 女性活躍の<br>推進                       |  | ●女性が働きやすい職場づくりの実践<br>●産休・育休取得社員向けの情報共有や復帰前研修の実施                                      |                          |                                             |                             |                                            |                         |                                      |
| コンプライアンス・<br>リスクマネジメントの<br>取り組み強化 |  | ●コンプライアンス・リスクマネジメントに係る各種方針及び規定の整備<br>●研修や意識調査による社員のコンプライアンス意識の浸透・認識の醸成<br>●内部通報体制の整備 |                          |                                             |                             |                                            | ●定期的な重要リスク評価の実施         |                                      |
| 個人情報の<br>保護                       |  | ●個人情報保護方針の策定<br>●コールセンターや取引先に対する情報セキュリティ関連の監査の実施<br>●情報セキュリティポリシーの策定                 |                          |                                             |                             |                                            |                         |                                      |



# グリーンナノ技術を取り入れた新容器



主力となるオールインワン美容液ジェルシリーズの中から「パーフェクトワン 薬用ホワイトニングジェル」に、グリーンナノ技術を取り入れた容器を採用しました。化粧箱には森林認証紙を使用しています。

3つの有効成分<sup>※1</sup>と浸透サポート成分を配合した日本唯一<sup>※2</sup>の美白<sup>※3</sup>オールインワンジェル  
パーフェクトワン 薬用ホワイトニングジェル (医薬部外品) /75g 約1カ月分

1品で6役 (化粧水、乳液、美容液、クリーム、パック、化粧下地) の機能を果たし、シミ対策<sup>※3</sup>や乾燥によるくすみ<sup>※3</sup>が気になる方、時短で効果的なお手入れを行いたい方におすすめ。今回のリニューアルで、3つの有効成分<sup>※1</sup>と浸透サポート成分を配合した日本唯一<sup>※2</sup>の美白<sup>※3</sup>オールインワンジェルに進化<sup>※4</sup>して新登場。新たな処方<sup>※3</sup>で美白<sup>※3</sup>ケアだけでなく、保湿ケアも叶え、光をまとう潤白<sup>※5</sup>肌に導きます。

※1 アルブチン、L-アスコルビン酸 2-グルコシド、グリチルリチン酸ジカリウム ※2 日本で唯一3種の有効成分 (アルブチン、L-アスコルビン酸 2-グルコシド、グリチルリチン酸ジカリウム) と浸透サポート成分 (浸透は角質層まで 浸透剤：シクロヘキサンジカルボン酸ビスエトキシジグリコール) を配合した美白オールインワンジェル TPCマーケティングリサーチ調べ2021年5月29日時点 ※3 メラニンの生成を抑え、シミ・ソバカスを防ぐ ※4 当社従来品との比較 ※5 メラニンの生成を抑え、シミ・ソバカスを防ぐ。肌に潤いを与える

## 気候変動に対応するため新容器へ

2021年6月15日にリニューアル新発売をした「パーフェクトワン 薬用ホワイトニングジェル」は当社として初めてグリーンナノ技術を取り入れた新容器を採用しました。脱炭素社会の実現に向け、廃プラスチックリサイクル時のCO<sub>2</sub>の排出量削減を期待しています。

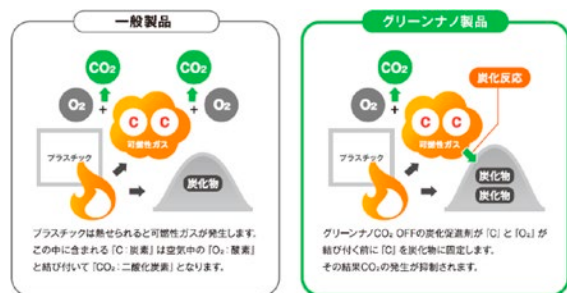
日本において、廃プラスチックのリサイクルは、その5割以上がサーマルリサイクルに頼っています。サーマルリサイクルは、プラスチックゴミを焼却炉で燃やす際に出る熱をエネルギーとして回収するというもので、火力発電や温水プールに利用されています。しかし、そのエネルギーが活用されているとはいえ焼却する際にはCO<sub>2</sub>が発生します。

当社は、「多くのお客さまにご利用いただいている商品だからこそ、より環境にやさしい選択を」という考えで今回のリニューアルに合わせ、容器の素材から検討しなおし、グリーンナノ技術を取り入れた容器の採用にいたしました。グリーンナノ技術によりプラスチック燃焼時に発生するCO<sub>2</sub>を約60%削減することが可能です。

この技術は、原材料のメイン樹脂にグリーンナノを

3%添加するだけでその効果を発揮するため既存の商品の製造工程を大幅に変更することなく、採用することが可能です。

今後、薬用ホワイトニングジェル以外の商品でも順次グリーンナノ技術の採用を予定しています。



## 森林認証紙を化粧箱に採用

今回の容器の見直しに合わせて、化粧箱の素材も見直しを実施し、森林認証紙を採用しました。森林認証制度とは、森林環境を守るために「生態系に配慮した適切な管理をしている森林か」「適切に管理された森林から生産された木材を原材料として使用しているか」といった国際的な基準で審査する制度です。今後、他の商品の化粧箱の素材についても順次見直しを進めていく予定です。



容器にはグリーンナノ技術を、化粧箱には森林認証紙を採用

## 化粧箱の内側へ取り扱い説明を印字

当社では、別紙で封入されることが多い取り扱い説明書を、化粧箱の内側に直接印字をしています。これにより取り扱い説明書を印刷するムダや別紙として使用する資源を省くことができます。また化粧箱の内側に記載した説明を読むために、ミシン目に沿って化粧箱を解体することで、箱を捨てる際に簡単に小さくすることができます。お客さまにとって利便性が高く、環境に優しい商品のあり方を、商品発売や改良の度に検討を行っています。



パーフェクトワン クレンジングリキッドの化粧箱の内側

## 商品開発担当者の声



マーケティング部  
商品開発課  
山田 有紀恵

当社では、定番のオールインワン美容液ジェルシリーズも3～5年に1回お客さまの声などをもとに改良を行っています。今回リニューアルを行った「パーフェクトワン 薬用ホワイトニングジェル」は多くのお客さまにご支持をいただいている商品です。今後は、商品の改良を重

ねると同時に、SDGsの達成に向けて容器や化粧箱の改良といった商品の効果だけではない価値も多くのお客さまにお届けしていきたいと考えています。



# 新型コロナウイルス感染症 への対応

新日本製薬では、新型コロナウイルス感染症拡大の初期段階で対策事務局を発足させ、事業の継続と従業員の健康を第一優先にスピード感をもって対策を講じてまいりました。また「社会に貢献する企業」という経営理念のもと、コロナ禍で当社にできることを考えカタチにしています。

## 通勤時の対策

- ① 時差出勤の実施
- ② 在宅勤務の実施
- ③ 自転車・自家用車通勤の推奨
- ④ 自転車購入費の補助（最大2万円）
- ⑤ 駐車料金の補助

## 社内の対策

- ① コールセンター執務エリアの分散
- ② ソーシャルディスタンスを確保した座席配置
- ③ フロア換気の徹底
- ④ 手洗い・消毒の徹底
- ⑤ マスクと消毒ジェルの配布
- ⑥ 出勤時の検温
- ⑦ 託児所の設置

## 従業員への特別手当

- ウイズコロナサポート金（2020年10月）  
全従業員を対象に一律5万円を支給
- 感染予防対策金（2021年6月）  
全従業員を対象に一律2万円を支給



臨時で社内に設置した託児所

## 当社従業員に実施した 新型コロナウイルス感染症対策

当社では2020年2月に、新型コロナウイルス感染症に関する対策会議の第1回を開催し、以降2020年度実績で計21回の対策会議を行い社会情勢に合わせたタイムリーな意思決定を心がけ対策を講じています。

特に従業員の健康を考慮したさまざまな取り組みを左記の通り実施しました。

### ■ 社内でのソーシャルディスタンスを確保

当社の商品は、お客さまが日常的に使用するものが大半を占めており外出自粛や、直営店舗の入る百貨店等の休業により通常より多くのお客さまからの入電が予測されました。受電体制を維持しつつソーシャルディスタンスを確保するため、通常会議室として利用しているフロアにコールセンター対応ができる設備を設置。2フロアのコールセンターを3フロアに広げ、執務エリアを分散しました。

### ■ 通勤時の不安解消のための補助・支援

通勤時の公共交通機関の利用による密を避けるため2km以上離れた自宅から通勤する従業員へ、自転車・自家用車通勤を推奨しました。また同時に、通勤に利用する自転車購入費の補助・通勤にかかる駐車料金の補助を実施しました。

また保育所や学校が休園・休校した子どもを持つ従業員向けに社内に託児所を設置しました。

## 社会貢献活動

### ■ 医療従事者やエッセンシャルワーカーへの 化粧品やマスクの寄贈

社会貢献として、行政やNGOを通じて化粧品やマスクを全国の医療従事者や、福岡市・福岡市社会福祉協議会へ寄贈しました。

| 寄贈先        | 提供内容                                   | 数量     |
|------------|----------------------------------------|--------|
| 福岡市        | 不織布マスク                                 | 8,000枚 |
| 福岡市社会福祉協議会 | 不織布マスク                                 | 2,000枚 |
| 全国の医療従事者   | パーフェクトワン 薬用ホワイト<br>ニングジェル ハーフサイズ (38g) | 2,000個 |
| 九州大学病院     | パーフェクトワン 薬用ホワイト<br>ニングジェル ハーフサイズ (38g) | 1,200個 |



2021年3月31日に実施した九州大学病院での寄贈式の様子

### ■ コロナ禍で影響を受けているお土産産業や 近隣の飲食店に向けた支援

コロナ禍で影響を受けている近隣飲食店からお弁当を購入し、コールセンターと物流センターで働く従業員に配布しました。また当社の取引先である空港のお土産品を扱う商社から、賞味期限が近くなったお土産品を購入し、社員や取引先へ配布しました。

### ■ ステイホーム時の健康維持に役立つ情報サイトを公開

One to One health & beauty-care.の領域で事業を展開する企業として、外出自粛の中での健康維持に役立ててほしいという考えから、当社の定期顧客に向けて送付している会報誌から、自宅のできるエクササイズなどの情報を抜粋し、期間限定でコーポレートサイト上に「今、私たちができること」というページを立ち上げ公開しました。また管理栄養士が推奨するレシピのコンテンツも作成し公開しました。

### ■ 「#LIGHT IT BLUE」に参加

2020年5月にMAKE IT BLUE JAPAN実行委員会の活動に賛同し、新型コロナウイルス感染症感染拡大の最前線でたたく医療従事者の皆さまに青のライトで感謝とエールを送る「#LIGHT IT BLUE」に参加しました。感謝と敬意の気持ちを込めて本社のエントランスのライトを青に変更しました。





特集

3

絶滅危惧IB(EN)に分類されるムラサキの  
自社栽培技術を確立



化粧品や健康食品に配合されている和漢植物の多くを輸入に頼っている背景より、新日本製薬では国産和漢植物の希少性を認識し、絶滅危惧種に指定された「ムラサキ」の自社栽培に取り組み、独自の栽培方法を確立。国内での安定供給を実現いたしました。

### 絶滅危惧種に指定されているムラサキ

スキンケアの配合成分として用いられることも多い紫根エキスは、古くから日本人に親しまれてきた「ムラサキ」という植物の根を原料としています。紫根から抽出されるエキスには、「シコニン」という優れた有効成分が含まれており、当社ではシコニンに早期から着目していました。ムラサキは、ムラサキ科の多年生草本で、国内では北海道から九州までの日当たりのよい草原や高原、台地に分布しています。乱獲や山地開発などで急激に減少した結果、環境省のレッドデータブックで絶滅危惧IB(EN)に分類されており、国の保護対象植物となっています。そのため国内ではその多くを中国からの輸入に頼っています。

### 自社栽培方法を確立し特許を取得

高品質な紫根エキスを安定的に供給するのは国内では難しい状態の中、当社では2006年から薬用植物の研究を開始。ムラサキは非常に栽培が難しい植物とされ、また栽培に関する情報がほとん

どないため困難を極めました。しかし試行錯誤を経て2009年に筒栽培を活用した国内栽培に成功し、さらに有用成分の含有量を高める栽培技術を2013年10月に確立しました。また2016年には、この栽培技術に関する特許を取得しています。



ムラサキの栽培の様子

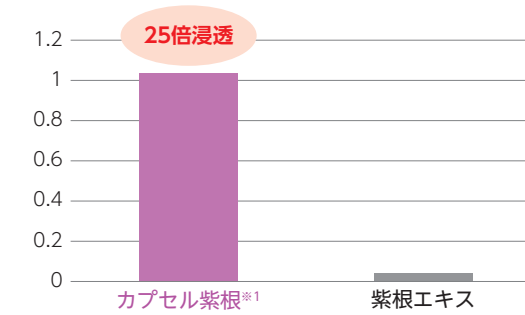


収穫されたムラサキ

### カプセル紫根<sup>※1</sup>の製造方法で特許を取得

自社栽培技術を確立したムラサキですが、化粧品に配合する「紫根エキス」は、油性で化粧水などに配合する際の安定性が十分ではなく、配合量が限られてしまう難点がありました。そこで当社は、紫根エキスの安定性を高めることに取り組み、ムラサキの根から抽出した「紫根エキス」をリポソーム化し、油層と水層が交互に重なったラメラ構造（層状構造）を形成させることで、油性の「紫根エキス」をより幅広く化粧品に配合することを可能としました。「カプセル紫根」と「紫根エキス」の浸透量を比較検証すると「カプセル紫根」のほうが25倍であるという結果が得られました。

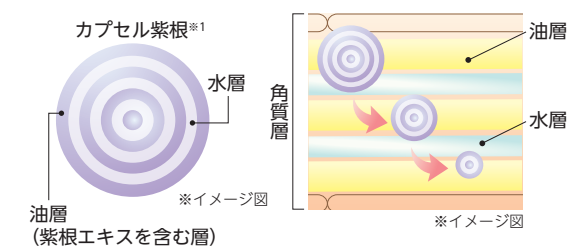
6時間後の培養皮膚内シコニン浸透量 (ng/cm<sup>2</sup>)



※1 油性シコニンエキス (1)、水素添加大豆リン脂質 (保湿成分)

### 自社商品に紫根エキスを配合

当社の主力ブランドであるパーフェクトワンの100を超えるアイテムに、自社栽培技術を用いて栽培したムラサキの根から抽出した紫根エキスを配合しています。紫根エキスには、コラーゲンを産生する線維芽細胞の増殖効果があることを確認しています。



### 研究開発担当者の声



商品管理部  
R&Dセンター課  
松本 大志

私たちは「お客さまのお悩みに商品でお応えする」という信念のもと研究を重ねています。より機能性の高い商品をつくるには、高品質な原料がかかせません。これからもよりよい商品づくりのために、研究を続けてまいります。



## ■ 気候変動への対応



商品やサービスの企画・開発からOEMによる生産・輸送・販売・使用後までのすべてのプロセスにおいてCO<sub>2</sub>排出量の削減や省エネルギー等、環境に配慮した事業活動と負荷軽減に継続的に取り組んでまいります。

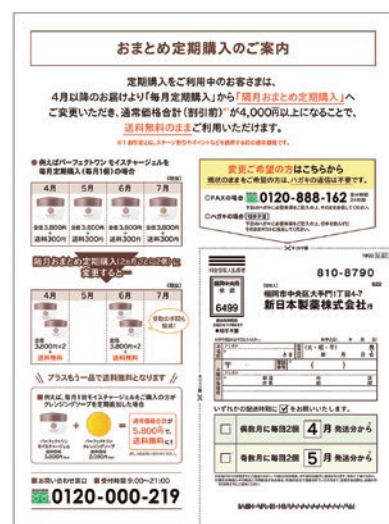
関連情報 特集1：グリーンナノ技術を取り入れた新容器はP 9に掲載

### おまとめ定期の促進でCO<sub>2</sub>削減を

新日本製菓の物流センターから出荷される荷物は毎日約2万件にのぼります。この輸送時に発生するCO<sub>2</sub>削減とお客さまの利便性向上を両立させることを考え、おまとめ定期を促進しています。当社の商品の多くは、1カ月で使い切る設計をしています。また全体の7割のお客さまは商品を定期購入されています。中には「早く使い終わるので、次月分の商品を予定を早めて送ってほしい」というご要望をコールセンターにいただくこともあります。

そのためお客さまへおまとめ定期のご案内を開始し、荷物の配送を毎月1回から2カ月1回の配送へ変更するご案内を促進しています。これにより輸送にかかるCO<sub>2</sub>の削減が期待でき、お客さまは受け取りの手間が軽減されます。

### お客さまへのおまとめ定期ご案内資料



### おまとめ定期の実績

|                  |                         |
|------------------|-------------------------|
| 2020年度おまとめ定期移行件数 | 約68,000件<br>※ 2020年9月時点 |
|------------------|-------------------------|

### 環境オフィス活動

新日本製菓では、環境に配慮し、オフィス活動においても「紙の削減」、「電力使用量削減」といった従業員一人ひとりができる環境保全のための取り組みを行っています。

| 目的       | 取り組み                     |
|----------|--------------------------|
| 紙削減      | 複合機の2in1、両面印刷の標準設定       |
|          | データ共有によるペーパーレス会議の実施      |
|          | 電子データでの保存推奨              |
| 電気使用量削減  | 未使用の電気や空調の消灯             |
|          | ノー残業デーの実施                |
|          | 服装のカジュアル化による省エネファッションの推進 |
| 省資源      | マイ箸・マイカップの使用推進           |
|          | 文房具リユースコーナーの設置           |
| ゴミの分別・削減 | 分別・リサイクルの徹底              |
|          | ペットボトルキャップ回収             |

### ■ マイ箸・マイカップの使用推進

私たちの周りにあふれている割り箸は、国内で年間約250億膳使われており、それを家屋に例えると約1万7千軒が燃やされていることになります。当社では新卒採用・中途採用や雇用形態に関わらず入社時にマイ箸を会社からプレゼントしており、社内でのマイ箸利用だけでなく社外での会食時にも積極的にマイ箸を活用しています。



## ■ 循環型社会への取り組み



新日本製菓では、3R※活動の取り組みを通して、産業廃棄物の削減とともに再資源化を推進いたします。

※ 3R：リデュース (Reduce)、リユース (Reuse)、リサイクル (Recycle) のこと。

### 売上予測の精度向上で不良在庫を削減

マーケティング部門と商品の受発注を管理する部門が月に1度集まり「在庫会議」を実施しています。在庫会議では、過去の売行データや販売促進計画等を考慮し、商品別に需給計画を立案・推進しています。また商品の受発注を管理する部門では、廃棄数削減を目標として設定し、より一層の在庫管理の精度向上に努めています。

### 配送箱の改良や緩衝材の削減

お客さまに商品をお届けする際に使用する配送箱や、使用する緩衝材の改良も進めています。配送箱は、複数形状を用意しお客さまのご注文量に合わせて最適な形状を選択。形状は物流部門がパートナー企業と連携し輸送時に商品の破損が生じないようにテストを行ったうえで決定しています。2021年には、最も出荷数の多い配送箱のサイズを見直し、1箱あたり最大50%の紙を削減しました。



左) 旧ヘルスケア商品の配送箱、右) 新ヘルスケア商品の配送箱

また緩衝材も2019年11月より従来のプラスチック素材から再生紙へ切り替えを開始し、お客さまにとっても「捨てやすい」素材へと変更いたしました。今後も輸送による商品への影響がないかを考慮しながら、環境により素材への切り替えを随時検討してまいります。



再生紙の緩衝材を使用

### オフィス内のリユースの意識向上

日々使用するオフィス用品を、削減・再利用する取り組みを進めています。本社には「ステーションナリーステーション」というオフィス用品を一括管理する場所を設置。新品のオフィス用品の隣には、使わなくなった文房具等のリユースコーナーを設置し、新品を使用する前にリユースコーナーを確認する社内風土の醸成に努めています。また環境月間に合わせてリユースデーとして使用しなくなったオフィス用品をリユースコーナーに持ち込む日を設定。社内のイントラネットで削減実績を共有するなどし、継続的に社員への啓発を行っています。



本社10Fに設置しているステーションナリーステーション



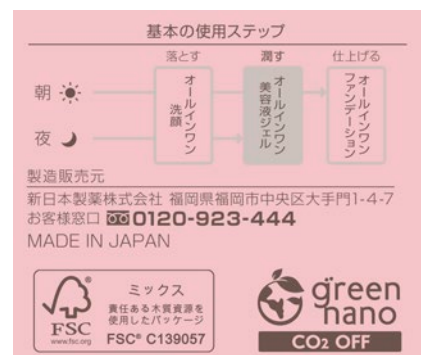
## ■ 生物多様性の保全



当社の商品には、自然由来の成分を多く使用しています。お客さまに安心して当社の商品をご利用いただくためにも、また成分の供給が滞ることなく続くためにも、生物多様性の保全が重要と考え、取り組みを行っています。 [関連情報](#) **特集3：絶滅危惧IB(EN)に分類されるムラサキの自社栽培技術を確立**

### 森林認証紙採用の取り組み

当社が事業活動において使用している紙は、貴重な生態系サービスである森林資源を原料としており、事業継続のためにも生物多様性に配慮した持続可能な紙の調達が必要であると考えています。2021年度より、当社では、商品の配送箱や化粧箱に森林認証紙の採用を開始しています。今後も環境に良い資材の採用に取り組んでまいります。



### 社内の取り組み

#### ■ 棚田保全

都市と農山村住民が一体となり、棚田や山林といった豊かな自然環境を保全することを目的に福岡県八女市黒木町で発足した山村塾では、2012年7月に起きた九州北部豪雨で被害に遭った笠原地区への支援として、農家が棚田で作るお米を5年間継続して購入する「笠原棚田米サポーター」を企画、豪雨被害への継続的な支援を行っています。当社はこのサポーターとなり社員食堂で使用するお米として年間約960kgの棚田米を継続的に購入し、社員食堂で提供するお米の約半分を棚田米でまかっています。被災地を元気にするため、美しい棚田の風景を未来へ引き継ぐため、継続的な支援を実践しています。

#### ■ 地産地消

従業員の癒しと交流の場を目的に本社の最上階に設置された社員食堂では地産地消の取り組みを積極的に実施しています。

地産地消を推進することは、地域の

農村部の生態系の保全や、食材の配送にかかるエネルギーの使用削減に繋がることはもちろん、私たち自身が日ごろ当たり前で食している食材について考えるきっかけとなります。

そのため当社では、年に1回「地産地消応援デー」を開催。社員食堂で提供するランチに地元食材を活用するだけでなく、従業員の食材への関心を高めるための掲示などを行い意識啓発に努めています。

またこの取り組みは、県産農林水産物の消費拡大や農山漁村地域での社会貢献活動などを行う「ふくおか農林漁業応援団体」の優良団体として2020年11月に福岡県内の企業で唯一表彰されました。



2019年11月に実施した地産地消デーの様子



## ■ 研究開発



新日本製薬の研究開発は“効果を実感でき、満足していただける商品をお客さまへお届けしたい”という想いが根底にあります。お客さまのスマートで新しいライフスタイルの実現に貢献するため研究開発を進めています。

### 研究開発方針

新日本製薬では、「スマート“ライフ”サイエンス」という研究開発方針を掲げています。人生100年といわれる現代、美や健康への価値観が変化し、お客さまのニーズが多様化しています。スマートで新しいライフスタイルを提案するためには、世代やライフステージごとに変化するお客さまに寄り添い、日常を科学的に考え、効率的に肌や身体のケアができるような商品や使用方法などを開発する必要があります。また自社での研究だけでなく、大学やパートナー企業とのオープンイノベーションを通して、生命科学に基づいた研究開発を行っております。生命科学とは、身体の仕組みや生命現象を医学、薬学、工学、理学、農学などさまざまな分野のテクノロジーを活用し、細胞・分子レベルまで細かく研究することです。私たちは、生命科学に基づき、強みとする機能性の高い新素材の開発や、肌や体内の生体バリア機能向上に関する研究を行うことで、新しい商品や使用方法などの開発につなげています。お客さまのスマートで新しいライフスタイルの実現に向けて、イノベーションを生み出し続けるため、研究開発に取り組んでまいります。



### 研究開発による取得特許例

|                                                   |                                                                                             |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| ムラサキの栽培方法<br>(第5885320号)                          | ムラサキを育苗する培土にアーバスキュラー菌根菌胞子(共生菌)を混合させ、育成することにより、希少価値の高いムラサキの生存率を向上させ、かつ有効成分の含有量を増加させる栽培方法     |
| リポソーム化シコンエキス(化粧品原料及び皮膚外用剤組成物)の製造方法<br>(第6242422号) | 紫根エキスを水と油の層が交互に重なったラメラ構造を持つリポソーム化することにより、肌への浸透性をより高めることができる製造方法                             |
| VCコラーゲン(化粧料の製造方法)<br>(第6727468号)                  | 美しい肌を作り出すためのコラーゲンとコラーゲンを作するために必要なビタミンCの作用を併せ持ち、一般的なコラーゲン原料と比較して、約5倍のコラーゲン産生促進作用に優れた化粧料の製造方法 |



# ■ 安心安全な品質への取り組み



新日本製薬は、経営理念に掲げている“お客さまの最高の満足と信頼”に基づき、品質保証部門とOEMの密接な連携の下、安心して当社の商品をご利用いただけるようさまざまな取り組みを行っています。

## 基本的な考え方

新日本製薬の取り扱う商品は、直接お客さまの口に入るものや肌に付けていただくものがほとんどです。そのため、安心・安全に「過ぎる」ことはないという考えのもとGQP・GVP<sup>\*</sup>体制を構築し、法規で定められた以上の独自の厳しいチェックを日々繰り返し、商品の品質保証・安全管理を徹底しています。

※化粧品製造販売業者に求められる化粧品の「品質保証」や「安全管理」を行える体制  
品質保証の基準：GQP（Good Quality Practice）  
安全管理の基準：GVP（Good Vigilance Practice）

## 品質方針

当社では以下の通り品質方針を定め、お客さまが安心して商品をご利用いただけるように努めています。

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

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

## 品質保証の体制

独自の安全基準をはじめ、各種の品質基準に照らし、容器・パッケージに至るまでの各ステップで、品質保証部門と開発部門による評価、確認を繰り返します。また最終製品においても、お客さまの使用状況を想定した試験を実施・確認したうえでお客さまのもとへお届けしています。

## 品質保証体制

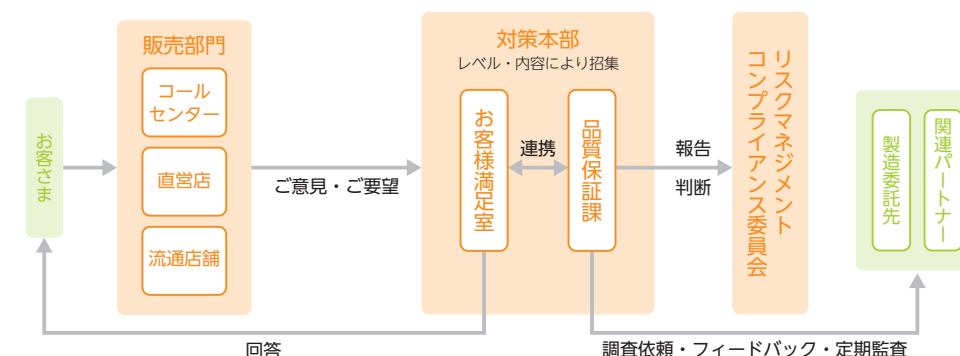


商品は、商品企画部門・品質保証部門・物流部門・外部委託先が評価・確認を繰り返し調整・改良を行いながら開発・生産を行っています。

## お客さまの声に応えるための体制

自社内に品質保証課を設置し、OEMとの密接な連携の下、お客さまが安心して商品をご利用いただける体制と、万一のトラブル発生時に対応する品質保証の体制を構築しています。

## トラブル対応体制



## 製造工程の監査による品質管理

当社の商品はその製造を、OEMに委託しています。委託先を選定する際には、商品自体の製造はもちろん必要と判断される場合は、容器メーカーや包装資材メーカーも含め事前に品質保証課が現場監査を実施しています。実際に製造を行う工場を訪れ、衛生管理や組織体制、管理体制が当社基準を満たしているかを確認しています<sup>\*</sup>。また商品ごとに委託先評価表を作成し、お客さまに安心して商品をご利用いただくため、委託先の評価を行います。また、委託先においては定期監査も実施しています。定期監査は、前年度の仕入れ個数及び前回の監査結果等をもとに、監査頻度などを決定しています。指摘事項があった場合は、改善報告書の提出を依頼し、次の監査で実際に改善された場所を確認しています。

※新型コロナウイルス感染症の影響により、現在は、書類監査に変更しています。



出荷前や量産前にもサンプルを取得して品質を確認し、保管状況や在庫についてもチェックしている

## お客さまのお声を反映する取り組み

### ■ 品質保証会議の開催

毎月1回、代表取締役社長、商品管理に関わる事業部の管掌取締役、品質保証部門・コールセンター部門・マーケティング部門の各責任者が集まり品質保証会議を実施しています。

お客さまからの商品に対するご要望はもちろん、広告や販促ツールに関するご意見・ご要望を共有・報告しています。お客さまが当社の商品をご利用されるシーンはさまざまであるため、一つひとつのお声を全関連部署が集まり協議することでより良い商品とサービスの向上に努めています。

### ■ お客様満足室

当社では、コールセンター部門にお客様満足室を設置しています。お客様満足室には、商品や化粧品などに関する幅広い知識を有する社員が在籍し、日々お客さまからのお問い合わせやご要望にお応えしています。また社内でも品質保証部門・商品開発部門・物流部門などと連携し、お客さまのお声が、商品やサービスの改善に反映されるよう情報提供を行っています。2020年8月から、お客さまのお声をもとにパーフェクトワン オールインワン美容液ジェルシリーズのスパチュラの色を変更し、高齢のお客さまでも視認性の高い色に変えることで、なくさずに最後まで衛生的に商品をご利用いただける工夫をいたしました。



当社では、「企業の財産は人である」という考えから社員を“人財”と考えています。社員一人ひとりがその個性を発揮し、いきいきと働ける環境を提供するため、理想の人財像を掲げ、育成に取り組んでいます。

## 理想の人財像

経営理念の実現に向けて成長をともしにする社員は、かけがえない財産だ、という考えから、人財育成に力を入れています。また理想とする人財像は、今の常識を疑い未来の常識をつくるため、新日本製菓が大切にしている行動指針の一つ“挑戦・変化・成長”の志向を持ち、実践・実行できる人としています。

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

## 人財育成や教育に関する主な取り組み

社員のチャレンジを後押しするための学びの機会をサポートしています。自身に期待される「役割」や「責任」を担うためにさまざまなスキルの習得をめざします。

### 階層別・部門別研修

|       |        | 階層別                                 | 部門別  | 共通                   | 自己啓発             |
|-------|--------|-------------------------------------|------|----------------------|------------------|
| 管理職層  | 部長クラス  | (新任) 部長研修                           | 専門教育 | eラーニング<br>(コンプライアンス) | eラーニング<br>自己研鑽制度 |
|       | 課長クラス  | 考課者研修                               |      |                      |                  |
| 一般社員層 | 中堅クラス  | ● マネジメント研修<br>● ファシリテーション／提案力・交渉力研修 |      |                      |                  |
|       | 担当者クラス | ロジカルシンキング (基礎)                      |      |                      |                  |
|       | 入社時    | 入社時研修                               |      |                      |                  |

#### 入社時研修

新卒新入社員研修を、約4カ月間行います。「社会人基礎力の向上」をテーマに、社会人としての姿勢や行動の基本を学ぶとともに、新日本製菓のお客さまを知ること、を目的に、コールセンターで受電研修も行います。新卒新入社員研修終了後に各部署へ配属となります。

#### マーケティング講座

(専門教育の例)  
事業の要でもあるマーケティングの基礎を学び、当社が提供しているサービスについて考えます。ビジネスプランニングのフレームワークを活用しながら、新商品開発に向けてのディスカッションや既存商品の育成など戦略立案のスキルを身につけます。

#### ロジカルシンキング

仕事の質とスピードを高めるためのスキルでもある「論理思考力」を身につけます。社内でも活用するロジカルシンキングの構造やフレームワークを理解し、日々実践することでスキルアップをめざします。階層別に応じて基礎編・応用編を行っています。

#### ファシリテーション研修

さまざまな関係者を巻き込み、確実に成果を上げるための手法やマインドを学ぶことで、部署横断のプロジェクトマネジメント力を身につけます。ロジカルシンキングを活用した交渉力・提案力を駆使しながらリーダーシップを発揮し、メンバーをまとめながら業務遂行することをめざします。

#### マネジメント研修

管理職向けのチームマネジメント力向上を目的とした研修です。部下育成を行うにあたり必要なマインドやスキルを習得し、チームでパフォーマンスを上げるためのアクションプランを設定・実行します。

## 自主的な学びを支援する「自己研鑽手当」

新日本製菓では、社員一人ひとりの成長が、会社の成長につながると考えています。そのため社員自身がスキルを高めていく姿勢・行動を支援する制度として、上限5万円を自己研鑽手当として申請した社員に支給し、社員の学びを支援しています。

### 実際に利用した社員の声

マーケティング部 事業企画課

安部 淳

データをより有効に活用する方法を修得するため、数年前からデータサイエンスの学習を始めました。さまざまな知識に加え、実践にはプログラミングも必要となるなど幅広く、独学では厳しいと感じました。そこで、九州大学主催の「データサイエンスプロ短期集中コース」に半年間通って体系的に学び、さらに「統計検定2級」やAI特化の「G検定」のような資格の取得を通じてデータ活用の知見を深めてきました。既に実務に応用し売上に貢献していますが、これからもデータ活用人財として価値創出に努めます。



### 自己研鑽手当利用状況

| 年度   | 2018 | 2019 | 2020  |
|------|------|------|-------|
| 利用人数 | 4    | 7    | 76    |
| 利用率  | 1.0% | 1.8% | 15.2% |

※利用率は利用人数を制度対象社員（直雇用の従業員）数で割ったものとなっています。

## 感謝の気持ちを伝える「親孝行手当」

行動指針の一つ「傾聴・共感・感謝」を社員に浸透させることを目的に、当社独自の福利厚生制度である「親孝行手当」を年に1回1万円を上限として支給しています。対象は両親や祖父母、それに準じる人とし、日ごろの感謝の気持ちを表すための機会を支援しています。

### 親孝行手当の利用状況

| 年度   | 2018  | 2019  | 2020  |
|------|-------|-------|-------|
| 利用人数 | 270   | 280   | 281   |
| 利用率  | 51.7% | 56.0% | 56.8% |

※利用率は利用人数を制度対象社員（直雇用の従業員）数で割ったものとなっています。

## 従業員の心身の健康をめざす取り組み

従業員が日々、心身ともに健康で業務に取り組める環境を創出するためさまざまな取り組みを行っています。

### 従業員意識調査

部門風土の課題把握と改善により、社員がいきいきと前向きに働ける環境を創るため雇用形態に関わらず、全従業員を対象に年に1回実施しています。

### ストレスチェック

年に1回従業員のストレスの状況について検査を行い、本人にその結果を通知して自らのストレスの状況について気付きを促すと同時に、個人が特定できない形式で集計・分析を実施しています。

### 健康診断

全社員を対象とした定期健康診断を実施。

## 多様な働き方を応援

社員のライフスタイルやライフステージが変化しても社員自身が働き方を選択できるよう支援しています。

### 育児・介護支援制度

育児・介護・子どもの看護などプライベートにおける制約が生じても、男女問わず継続した就労ができるよう各種制度を設けています。

### 育児や介護を目的とした勤務時間の変更

社員の子どもが小学3年生の年度末に達するまで、就業規則に定める所定労働時間8時間のうち2時間以内の勤務時間短縮、介護を必要とする家族がいる社員は、所定労働時間のうち1時間以内の勤務時間短縮が認められています\*。

※取得には一定の基準を満たしている必要あり

### ワークライフバランスの推進状況

| 年度           | 2018 | 2019 | 2020  |
|--------------|------|------|-------|
| 有給休暇取得率      | 49%  | 73%  | 83.1% |
| 育児休暇取得者数     | 17人  | 15人  | 17人   |
| 介護休職制度利用者数   | 0人   | 0人   | 1人    |
| 育児時短勤務制度利用者数 | 38人  | 32人  | 39人   |



## 人権・ダイバーシティ



新日本製薬では、さまざまな価値観や考え方を持つ多様な人財が、経営理念にある「社員の幸せと未来への夢」を実現するためその個性や能力を発揮し、活躍できる場を提供し続けることをめざしています。またあらゆるステークホルダーの人権を尊重し事業活動を行ってまいります。

### 人権啓発の推進

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

#### 新日本製薬 行動憲章より

##### 2. 就業環境の整備

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

また、コンプライアンス・マニュアル等を策定し具体化することで社員への周知・浸透に努めています。

### 女性活躍の推進

新日本製薬の主力商品であるパーフェクトワン オールインワン美容液ジェルシリーズは、女性の社会進出を背景に忙しい女性が短い時間でも効果が感じられるスキンケアを提供することをめざして開発されました。当社は全従業員比率77.5%を女性が占めています。そのため働く女性が安心して活躍できる環境づくりを力を入れています。

#### ■産前・産後休業、育児休業からの復帰への不安解消

当社では毎年約30名の従業員が産前・産後休業、育児休業を取得します。職場へ復帰することへの不安を軽減するため人事課が主体となり最新の社内の情報発信や集合型のママ会を実



経営方針発表会の託児所の様子  
(2019年10月)

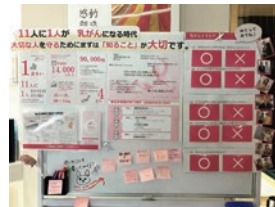
施しています。また年に1度開催する経営方針発表会では託児スペースを会場内に設け、幼い子どもがいる従業員も

年度の方針を聞くことができるよう工夫をしています。

※新型コロナウイルス感染症の影響により2020年1月以降は集合型の開催は見送っております。

#### ■女性従業員全員の乳がん検診・子宮頸がん検診の受診支援

毎年の健康診断では女性従業員全員を対象とし、女性特有の乳がん・子宮頸がん検診を希望者は全員会社負担で受診できるようにしています。女性の



社内啓発のために作成した掲示物  
(2019年10月)

死亡原因1位である乳がんは、本人だけではなくパートナーやご家族にもその意識を向上してほしい、という想いから毎年10月のピンクリボン運動月間にあわせて、社内での啓発活動を実施しています。

### 障がいのある方が活躍できる場を

新日本製薬では、商品の出荷を担う物流センターで知的障がいのある方を雇用しています。お客さまへ発送する商品の仕分けや封入を担当し、活躍していま



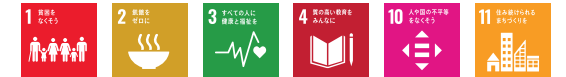
物流センターでの業務風景

す。一時的な仕事ではなく、お客さまへ商品をお届けするために欠かせない仕事を社内で検討し、安全に働いていただける環境づくりをめざしています。

#### 障がい者雇用率の推移

| 2018年度 | 2019年度 | 2020年度 |
|--------|--------|--------|
| 2.1%   | 3.0%   | 2.4%   |

## 社会貢献活動



「暮らし」に密接した商品を扱う企業として、社会に果たすべき責任の大きさを真摯に受け止め、商品の開発や提供だけでなく、社会や地域の一員として、“社会に貢献する企業”という経営理念のもと、積極的に社会貢献活動を行っています。

### 当社が取り組む活動

当社では、子ども・命・健康をテーマとしさまざまな社会貢献活動に取り組んでいます。

#### 主な協賛活動

- 1 アビスパ福岡／プレミアムパートナー、スクール対抗戦協賛
- 2 ソフトバンクホークス／ホークスジュニア協賛、メセナシート
- 3 ライジングゼファーフクオカ／ウィールチェアチーム支援
- 4 特定非営利活動法人ジャパンハート／スマイルスマイルプロジェクト協賛
- 5 大分国際車いすマラソン／協賛
- 6 シーズアスリート／協賛
- 7 スペシャルオリンピックス／協賛
- 8 JOY倶楽部／コンサート協賛
- 9 ウィッグリンクジャパン／カフェで学ぼうガンのこと協賛
- 10 九州プロレス／オフィシャルパートナー
- 11 福岡マラソン大会協賛
- 12 福岡市バドミントン協会／パーフェクトワンカップ協賛
- 13 Fukuoka Growth Next／シルバースポンサー
- 14 福岡未来プロジェクト／子ども参観日の開催
- 15 NPO法人はあとスペース／飲酒運転撲滅運動協賛
- 16 TABLE FOR TWO／協賛
- 17 SOS子どもの村JAPAN／協賛

### 社員が参加する活動

#### ■スマイルスマイルプロジェクト

特定非営利活動法人ジャパンハートが行うスマイルスマイルプロジェクトの九州での開催を支援しています。スマイルスマイルプロジェクトは、小児がんを持つお子さんの家族に、医療従事者が付き添い、安心して家族旅行を楽しんでもらおうというプロジェクトです。当社は2017年の九州での初開催から支援を開始し、旅行当日は、社員がボランティアスタッフとして活動に参加しています。家族に付き添うことで、命や健康について考えるきっかけにしています。



#### 参加した社員の声

管理部門人事課  
堀口 あいり



ご家族に素敵な思い出を残してあげたいと思い参加しましたが、自分の学びや得たことが多い活動でした。私の当たり前が当たり前ではないこと、ご家族の当たり前が私の当たり前ではないことを実感し、日々の出来事に感謝して生きていこうと思いました。また、たいしたことはしなくても、自分の行動が誰かのためになることもあるということを学び、この経験を活かし日常の当たり前を見直し、日々の些細な事にも感謝していきたいと思います。

### 災害・復興支援

新日本製薬では、大規模災害等により被害にあわれた地域の方々へ、義援金の寄付や商品の提供、社員のボランティア活動などの支援を行っています。

#### ■東日本大震災復興への取り組み

2011年3月11日に発生した東日本大震災では、社からの義援金として日本赤十字社を通じて3,000万円を寄付しました。その翌月には、被災された宮城県・岩手県・福島県の3県にパーフェクトワン オールインワン

## ガバナンスの強化

経営理念に掲げる“社会に貢献する企業”を実現するには、コーポレート・ガバナンスの強化を図りながら、経営環境の変化に迅速かつ柔軟に対応できる組織体制を構築することが最重要事項であると位置づけ、ガバナンスの強化に努めています。

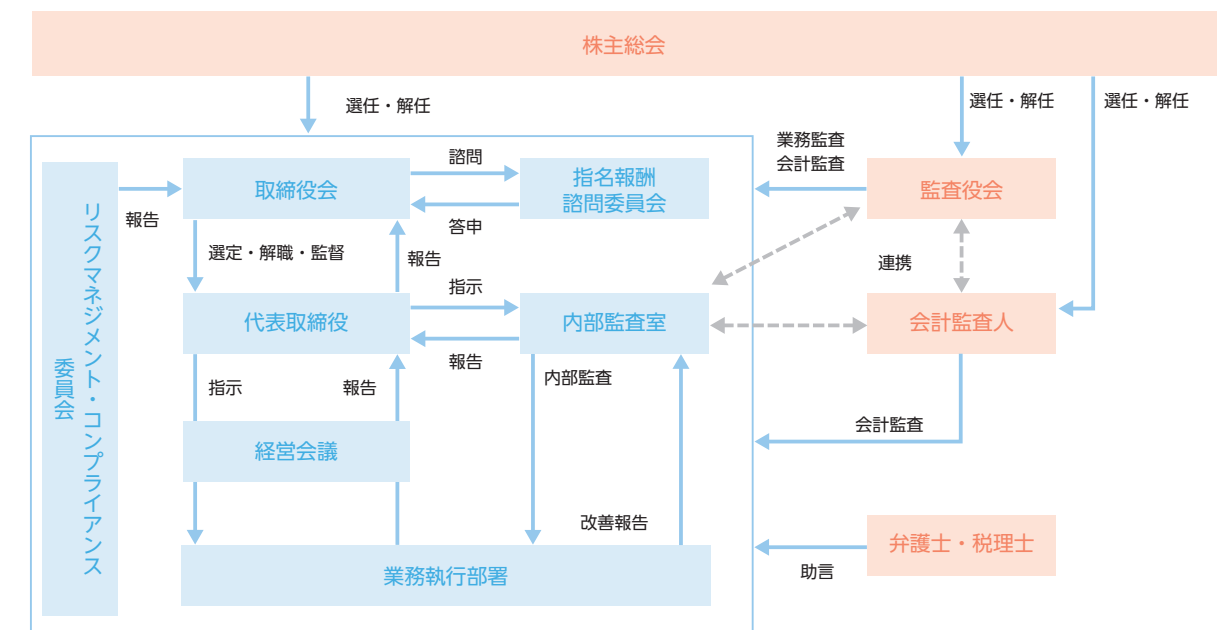
### コーポレート・ガバナンス体制

当社は監査役会設置会社であり、取締役会は取締役6名（うち社外取締役2名）、監査役会は監査役3名（うち社外監査役3名）で構成されており、会計監査人を置いています。

取締役会は、重要な業務執行の決定と執行の監督を行い、経営会議は、取締役会の決議事項などについて事前審議を行うとともに、取締役会から委譲された権限の範囲内で経営の重要事項を審議しています。

監査役は、経営の意思決定に対する監査の実効性向上のため、取締役会その他重要な会議体にも出席し適宜意見を述べているほか、経営トップとも適宜意見交換の場を持ち、公正な経営監視体制をとっています。

またメンバー3名のうち2名が独立社外取締役で構成されている任意の指名報酬諮問委員会を設置しており、役員の報酬・役員人事の妥当性を審議しています。



|             |               |                   |               |
|-------------|---------------|-------------------|---------------|
| 機関設計        | 監査役会設置会社      | 監査役会開催回数          | 19回           |
| 取締役会議長      | 代表取締役社長       | 指名報酬諮問委員長         | 代表取締役社長       |
| 取締役人数（社内社外） | 6名（うち2名社外取締役） | 指名報酬諮問委員会人数（社内社外） | 3名（うち2名社外取締役） |
| 取締役会開催回数    | 17回           | 指名報酬諮問委員会開催回数     | 1回*           |
| 監査役人数（社内社外） | 3名（うち3名社外監査役） |                   |               |

※2020年8月19日開催の取締役会において「指名報酬諮問委員会」を設置しております。

### 支援が実を結んだ活動

#### カンボジア支援活動

（活動期間：2007年～2019年）

NGO国際人権ネットワークと協働し、カンボジアシェムリアップ州のアンコールワット遺跡群の中にある地雷被害者が多く集まるモンドルバイ村の支援を12年間行いました。「教育がこの国を救う」という考えのもと完全無料の希望小学校を設立・運営。当社では社員から集めた支援物資とともに研修を兼ねて毎年社員が希望小学校を訪問し現地の方との交流や卒業式を手作りで運営しました。活動開始から12年目となる2019年に、これまでの活動が認められ、現在は州の公立小学校として、その運営をシェムリアップ州が担っています。



#### 飲酒運転撲滅運動

（活動期間：2008年～2018年）

2006年に福岡市で発生した飲酒運転事故を機に市内の企業で結成された任意団体「飲酒運転撲滅を推進する市民の会」の副会長を当社代表取締役社長が務めました。街頭での社員参加によるチラシ配布や、チャリティーオークションの開催支援などの取り組みを行い、統計が残る1965年以降初めて飲酒運転による死亡者が福岡県内で0人になったことを受け、2018年3月に会は解散となりました。当社は引き続き飲酒運転撲滅の啓発を行うフリーペーパー「TOMOS」の支援を行っています。

美容液ジェルとサプリメントを各1万個、支援物資としてお送りしました。また、商品1個お買い上げごとに5円を寄付にあてるマッチングギフトの実施や、「西日本から日本を元気にしよう」という想いで、社内外で募金活動を実施しました。このほか2015年6月に一般社団法人 希望を通じて宮城・福島の被災地に救命胴衣300着を寄贈するなど、東日本大震災に関する支援活動は、継続的に実施をしています。

#### 主な寄付・寄贈先

| 年月      | 寄付・寄贈先                            | 内容          |
|---------|-----------------------------------|-------------|
| 2012年7月 | 特定非営利活動法人ジャパンハート設立<br>こども・内科クリニック | レントゲン機材一式寄贈 |
| 2012年8月 | 一般社団法人 仙台とどけ隊                     | 500万円寄付     |
| 2012年9月 | 陸前高田市社会福祉協議会                      | 1,000万円寄付   |



写真は2012年にこども・内科クリニックへレントゲン機材を寄贈した際のもの

#### 熊本地震復興への取り組み

2016年4月14日に発生した熊本地震では、福岡市を通じて、1,000万円の義援金と、青汁・サプリメント、パーフェクトワン オールインワン美容液ジェルを各1万個、日焼け止め3,000個を支援物資としてお送りしました。また、本社を置く同じ九州で起こった震災を受け、自然災害に対して社員の意識を啓発するとともに、継続的な支援として社内募金を4年にわたって実施しました。



## 取締役会

当社の取締役会は、取締役6名（うち2名社外取締役）で構成され、議長を代表取締役社長とし、取締役会規程に基づき、会社の事業運営に関する重要事項、法令で定められた事項に関する意思決定を行っています。原則として、毎月1回の取締役会の開催に加え、必要に応じて臨時取締役会をその都度開催しています。また、取締役会には全ての監査役が出席し、取締役の業務執行の状況を監視できる体制となっています。社外取締役は他業界からも招聘し、より広い視野にもとづいた経営意思決定と社外からの経営監視を可能とする体制づくりを推進しています。

## 監査役会

社外監査役として企業経営に関する豊富な実務経験や高い見識を有する経営経験者や弁護士、公認会計士を選任し、取締役の業務執行の監視・監督を行っています。監査役会は、取締役会、経営会議などの重要な会議への出席、内部監査室及び会計監査人との情報交換と意見交換、社内各部門への内部監査を定期的及び必要に応じて実施しています。

### 社外取締役・社外監査役の2020年度における主な活動状況

| 区分    | 氏名   | 主な活動状況                                                                                                                              |
|-------|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 社外取締役 | 柿尾正之 | 当事業年度開催の取締役会17回中17回に出席し、通信販売分野に関する豊富な経験と専門的見地から、質問、提言等を適宜行うことなどにより、監督機能を果たしています。                                                    |
| 社外取締役 | 村上晴紀 | 当事業年度開催の取締役会13回中13回に出席し、化粧品・健康食品分野に関する豊富な経験と専門的見地から、質問、提言等を適宜行うことなどにより、監督機能を果たしています。                                                |
| 監査役   | 善明啓一 | 当事業年度開催の取締役会17回中17回に出席し、企業経営に関する豊富な実務経験と全社型の品質管理に従事した豊富な経験と専門的見地から、適宜発言するなど、その役割を果たしています。また、当事業年度開催の監査役会19回中19回に出席し、適宜必要な発言を行っています。 |
| 監査役   | 田邊 俊 | 当事業年度開催の取締役会17回中17回に出席し、弁護士の立場から企業法務に関する豊富な経験と専門的見地から、適宜発言するなど、その役割を果たしています。また、当事業年度開催の監査役会19回中19回に出席し、適宜必要な発言を行っています。              |
| 監査役   | 中西裕二 | 当事業年度開催の取締役会17回中15回に出席し、公認会計士及び税理士としての豊富な経験と専門的見地から、適宜発言するなど、その役割を果たしています。また、当事業年度開催の監査役会19回中17回に出席し、適宜必要な発言を行っています。                |

## 指名報酬諮問委員会の設置

役員候補者の指名及び役員報酬の決定に独立社外取締役が主体的に関与し、手続きの公正性、透明性及び客観性を確保するため、取締役会の任意の諮問機関として、「指名報酬諮問委員会」を2020年8月に設置しました。

### 指名報酬諮問委員会の構成

| 全委員 | 内訳    |       |
|-----|-------|-------|
|     | 社内取締役 | 社外取締役 |
| 3名  | 1名    | 2名    |

## 社外取締役・社外監査役

### 2020年度における主な活動状況・取締役会及び監査役会への出席状況

| 役職    | 氏名   | 取締役会(17回開催) |       | 監査役会(19回開催) |       |
|-------|------|-------------|-------|-------------|-------|
|       |      | 出席回数        | 出席率   | 出席回数        | 出席率   |
| 社外取締役 | 柿尾正之 | 17          | 100%  | —           | —     |
| 社外取締役 | 村上晴紀 | 13*         | 100%  | —           | —     |
| 常勤監査役 | 善明啓一 | 17          | 100%  | 19          | 100%  |
| 社外監査役 | 田邊 俊 | 17          | 100%  | 19          | 100%  |
| 社外監査役 | 中西裕二 | 15          | 88.2% | 17          | 90.9% |

※社外取締役 村上晴紀氏は、2019年12月20日開催した第31回定時株主総会、取締役会で選任されたため、取締役会の出席回数がほかの社外取締役と異なります。

## 社外取締役の選任理由

|         |                                                                                                                                                            |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 柿 尾 正 之 | 柿尾正之氏は、人格、識見に優れ、高い倫理観を有しており、長年にわたり通信販売分野、マーケティングにおいて豊富な見識と経験を有していることから、客観的かつ中立的な立場で当社の経営事項や事業戦略等への的確な助言、業務執行の監督をしていただけると判断し、引き続き社外取締役として再任されました。           |
|         |                                                                                                                                                            |
| 村 上 晴 紀 | 村上晴紀氏は、人格、識見に優れ、高い倫理観を有しており、長年にわたり化粧品・健康食品の宣伝企画・ブランディングに携わってきた経験と豊富な見識を有していることから、客観的かつ中立的な立場で当社の経営事項や事業戦略等への的確な助言、業務執行の監督をしていただけると判断し、引き続き社外取締役として再任されました。 |
|         |                                                                                                                                                            |

## 取締役会の実効性評価

当社は、取締役会の実効性評価について、全ての取締役、監査役を対象とした無記名のアンケートによる自己評価を実施し、その結果について分析・評価を行うことにより、取締役会全体の実効性を確保するように努めています。

### 概要

- 実施時期：2020年9月
- 回答者：全取締役及び全監査役（社外役員含む計9人）
- 方法：アンケートによる自己評価方式
- (1) 全取締役及び全監査役に対し無記名による自己評価アンケート実施
- (2) 取締役・監査役の意見交換会にて、実効性評価アンケート結果の概要を報告、結果の概要と今後の課題について議論を実施
- (3) 実効性評価アンケートの結果・評価について、社外取締役より個別に意見を聴取
- (4) 取締役会にて、取締役会の実効性の評価を確認

### 質問

- (1) 取締役会の構成に関する質問（6問）
- (2) 取締役会の運営に関する質問（9問）
- (3) 取締役会の議題に関する質問（13問）
- (4) 取締役会を支える体制に関する質問（8問）

### 評価

2020年9月期の実効性評価アンケートでは、多くの質問項目において「十分である」または「適切である」との回答が高い割合を占めました。特に、(1) 取締役会の構成に関する質問、(2) 取締役会の運営に関する質問については、全取締役・監査役より「適切である」との回答がありました。(4) 取締役会を支える体制に関する質問についても、概ねすべての取締役・監査役より「適切である」との回答があり、2020年9月期の取締役会においては、適切な議事進行のもと、社外取締役・監査役を含めた自由闊達な意見交換がなされたことを確認

しました。以上より、2020年9月期の取締役会の実効性は適切に確保されていると判断しています。一方で、(3) 取締役会の議題に関する質問においては一部「十分でない」との回答もありました。具体的には、経営陣幹部の報酬、選解任に関する議論の十分性についてです。本課題については、取締役会の実効性評価を実施する以前から、取締役会の課題事項として認識しており、当社は2020年8月に任意の指名報酬諮問委員会を設置しました。今後、指名報酬諮問委員会及び取締役会にて指名・報酬についての議論を深め、透明性・客観性・公平性を高めていくよう取り組んでいきます。また、後継者育成計画について、より一層の議論を行うべきとの意見もありました。今後、後継者育成計画については、指名報酬諮問委員会の答申事項とし取締役会で中長期的に議論・監督していくことを検討していきます。当社取締役会は、以上の課題への取り組みも含めて取締役会の役割・責務を果たし、実効性の維持・更なる向上に取り組んでいきます。これにより、コーポレートガバナンスの更なる充実を図り、企業価値の持続的な向上をめざしています。

## 取締役のトレーニング

取締役として期待される役割・責務を適切に果たすことを目的として、それに係る理解を深めるための必要な知識の習得機会の提供・斡旋を行っています。

2020年度に実施したトレーニングは以下の通りです。

- (1) 第三者機関によるコーポレートガバナンス・コードに関する役員レクチャー
- (2) 指名報酬諮問委員会に関するレクチャー
- (3) 役員向けコンプライアンス研修
- (4) インサイダー取引に関するeラーニング

## 役員報酬制度



新日本製薬の役員報酬制度は、企業価値の継続的な向上を図るため、短期的な視点のみならず中長期的な業績向上、企業価値の持続的な向上へのコミットメントを高める目的で設計しています。

### 役員報酬制度

#### 1) 役員報酬制度の構成

役員報酬は、職務執行の対価として支払う固定の金銭報酬、当該事業年度及び中長期の業績に連動した株式報酬、並びに役員退職慰労金に代わる株式報酬により構成されています。

まず、業務執行を行う取締役の報酬は、取締役会で承認された固定の金銭報酬と業績連動の株式報酬、及び退職慰労金に代わる株式報酬によって構成されています。その支給割合は、固定報酬が75%程度、株式報酬が25%程度（業績連動報酬の支給が基準額の場合）となるように設計しています。株式報酬については、2020年12月23日開催の第32回定時株主総会において、制度導入に関する承認決議を得ています。

次に、社外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、それぞれ承認された固定の金銭報酬のみで構成されています。

なお、当社役員の報酬については、2016年6月20日開催の第27回定時株主総会において、取締役の報酬額の限度額を年額2億円以内（当該株主総会終結時の員数は3名）、また監査役の報酬額の限度額を年額5,000万円以内（当該株主総会終結時の員数は1名）とすることを決議しています。

#### 2) 役員報酬決定までのプロセス

取締役の報酬決定のプロセスについて、公平性・透明性・客観性を一層高めるため、2020年8月、取締役会の任意の諮問機関として、構成員の半数以上を独立社外取締役とする指名報酬諮問委員会を設置いたしました。取締役の報酬については、指名報酬諮問委員会による事前の審議を経て、各取締役の職務、事業への貢献度、業績等を勘案し、取締役会の決議により決定しています。2021年9月期の報酬は、指名報酬諮問委員会の審議結果の答申を受け、2020年12月23日開催の取締役会にて決議しています。

その他、監査役の報酬については、監査役会における協議により決定しています。

なお、役員退職慰労金制度については、2020年12月23日開催の第32回定時株主総会において、廃止することを決議いたしました。今後は、役員退職慰労金に代わる株式報酬制度を運用しています。

※上記の取り組みは2021年度

#### 取締役及び監査役の報酬等の総額

| 区分           | 支給人員  | 報酬等の額      |
|--------------|-------|------------|
| 取締役（うち社外取締役） | 6（2）名 | 155（9）百万円  |
| 監査役（うち社外監査役） | 3（3）名 | 24（24）百万円  |
| 合計           | 9（5）名 | 179（34）百万円 |

（注）1. 取締役及び監査役の報酬額は、株主総会で承認されたそれぞれの報酬限度額（取締役年額200百万円、監査役年額50百万円）の範囲内において決定しております。2. 上記報酬等の額には、当事業年度に計上した役員退職慰労引当金繰入額18百万円（取締役16百万円、監査役1百万円）を含んでおります。3. 上記報酬等の額には、ストック・オプションとして付与した新株予約権に係る当事業年度の費用計上額（取締役33百万円）を含んでおります。

各取締役の報酬配分の決定については取締役会で決議しており、各監査役の報酬等の額については、監査役会における協議により決定しております。

## 社外取締役メッセージ



社外取締役  
柿尾正之

ここ数年の間に、新日本製薬はマザーズ上場、そして東証一部への市場変更とそのステージは大きく変化してきました。上場以前より、トップのリーダーシップのもと、自社が顧客、社会、さまざまなステークホルダーに支えられていることへの「感謝」を常に意識してきましたが、その基本的な考え方がサステナビリティにおいても活かされるものだと考えています。

これから求められる企業のあるべき姿に向けて、年代や役職、職種を超えて自由闊達な議論ができる今ある新日本製薬の良さを、より高めていくことが重要だと考えています。企業は社員一人ひとりの集合体であり、個としての社員が人間としてどのように成長できるかが今後の会社の成長に影響するでしょう。業務上の成長に加えて、人間としての成長を企業としてどのようにサポートしていくかも求められるものだと思います。

今まで以上に社会との協調が求められる今後、企業の諸活動は一層の配慮が必要であると考えています。独立役員として、常に冷静かつ客観的な意識のもとに当社の事業活動を評価し、提言していくことで責任を果たして行きたいと思っています。



社外取締役  
村上晴紀

社外取締役になって1年8カ月、この間、東証一部への市場変更を果たす中、コーポレートガバナンスコードにしっかりと対応し、課題の一つひとつクリアし、体制を整えてきました。SDGs・ESGについても、その重要性を社内共通認識とすべく、従業員への継続的な情報発信・勉強会の実施に努めるなど、持続的な企業価値向上に向けて、真摯に取り組もうとしており、そうした風土が根付いています。

例えば、環境保全の取り組みとして、容器・化粧箱、配送箱などを環境に配慮した素材・サイズへ変更、コンプライアンス・リスクマネジメントの取り組みでも、各種委員会を設置・議論を深め、全部門を対象とした定期的な監査を継続するなど、仕組み作りも含め、着実に成果を上げています。

今後、企業価値向上に不可欠な戦略の合理性やプロセスの透明性がより重要とされる中、引き続きこれらの課題に真正面から取り組み、女性活躍の推進や、責任あるサプライチェーンマネジメントなどにも注力して欲しいと考えています。

社外取締役として、これらの課題の実効性向上に向け、今後とも積極的・前向きに関わり、プロセスの透明性を担保しつつ、情報共有を図り、より一層の実質的な議論に努めて、持続的な企業価値向上に貢献したいと考えています。



# ■ リスクマネジメント・コンプライアンス



新日本製薬は、コーポレート・ガバナンスの一環として、当社の事業推進における潜在的なリスクの把握と対応が重要であると考えています。また、当社がお客さまをはじめ、社会から信頼される企業であり続けるために、コンプライアンスの推進・向上のためのさまざまな取り組みを行っています。

## リスクマネジメント・コンプライアンス推進体制

代表取締役社長を委員長として、リスクマネジメント・コンプライアンスの取り組み強化を目的とし、リスクマネジメント・コンプライアンス委員会を設置しています。

## リスクマネジメント基本方針

当社が抱える多様なリスクを的確に把握し、その発生の可能性を低減すること、発生した場合の損失を最小化すること、早期復旧及び再発防止に努めることにより、当社の経営理念の実現を容易にし、お客さまから信頼される会社となることをめざしています。

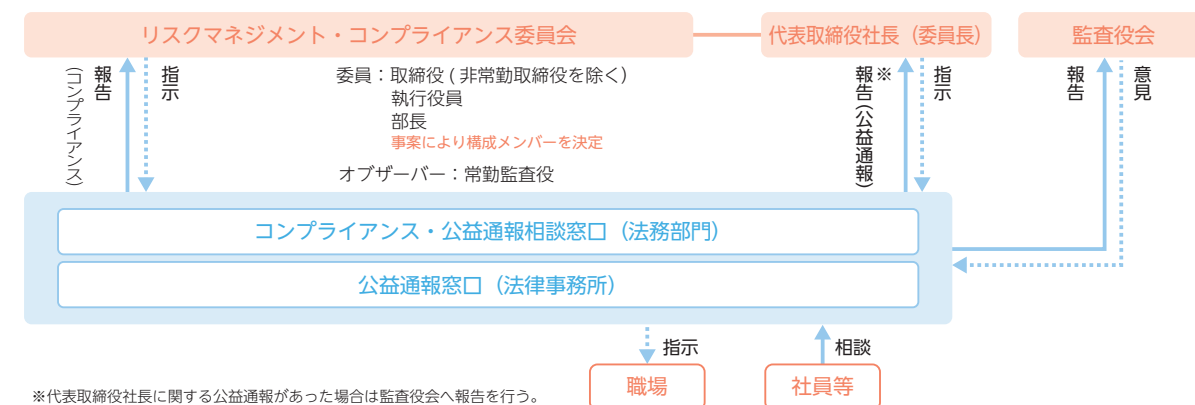
法令や社内規程の遵守はもとより、社会からの期待や要望に応えられるよう、高い倫理感を持って行動することが重要と考えています。

基本方針として定める以下の項目は、毎年1回全従業員に提供される『経営方針書』に記載するとともに、研修などを通して社員への浸透及び意識向上に努めています。

## リスクマネジメント基本方針

1. リスクマネジメント・コンプライアンス委員会を設置し、リスクマネジメント体制の一元的な管理を実施する。
2. 当社に相当程度の影響（損失）を与え得る全てのリスクを発見・特定し、リスクを低減し、また、リスクの顕在化を防止するための施策を策定する。
3. 統一的な指標に基づき、各々のリスクが経営に与えるインパクトを客観的に数量化し、対応の優先順位を明確化する。
4. 主要なリスクについて、平常時の対応を主管する組織及び対応策を明確化する。
5. 緊急時の対応について、責任者及び対応組織とその権限・責任を明確化し、会社内の指揮命令系統を確立する。また、社内外への適切な情報伝達を含め、即座にリスク対策の初動措置をとることにより、損害拡大を最小限にとどめる。

## コンプライアンス推進及び公益通報体制



6. 定期的な教育・研修を通じ、全役員及び社員がリスクマネジメントに係る諸規程の内容を熟知する。また、自らの役割を認識し、責任ある確な行動をとる。
7. リスク管理が適切に構築、実施されていることを、日常的にモニタリングし、事業の継続・安定的発展に努める。

## リスク評価

事業への影響度と発生頻度の2軸で重要リスクを評価するマトリックスを作成し、点数付けをして優先順位を付け「重要リスク」を決定しています。リスクに対応する主幹部署を決定し、関係部署も含めてチーム編成を行い、対応を行っています。重要リスクは期首のリスクマネジメント・コンプライアンス委員会にて見直しを行い、四半期に1回程度進捗状況を確認しています。委員会には代表取締役社長・役員・各部門の責任者が参加しています。

## 重要リスク

1. 自然災害
  2. 商品
  3. 人事労務
  4. コンプライアンス
  5. 情報処理
  6. ガバナンス
- ※ 2021.9時点

## コンプライアンス基本方針

当社は、お客さまをはじめ、すべての関係者から信頼される企業となるために、コンプライアンスの重要性を理解し、行動憲章にその旨を掲げるとともに、法令や社内規程の遵守の徹底に努めています。

また、以下の基本方針を定め、経営方針書の提供や研修を行うなど、役員及び社員の意識向上を図っています。

## コンプライアンス基本方針

1. 安全・安心な商品やサービスの提供
2. 情報の適切な管理
3. 利益相反行為の禁止
4. 贈収賄の禁止、接待贈答の制限
5. 人権の尊重、差別・ハラスメント等の禁止
6. 労働安全衛生及び労働者の権利の尊重
7. 法令や社会規範等の遵守
8. 公正な取引と競争
9. インサイダー取引規制
10. 知的財産の尊重
11. 当局への報告・捜査協力
12. 適切な記録とディスクロージャー
13. 監査システムの重視
14. 投資家とのコミュニケーション
15. 反社会的勢力及び団体に対する姿勢
16. 地域社会への貢献
17. 情報通信システムの適切な利用

## コンプライアンス研修

当社では、役員及び従業員に向けてコンプライアンス研修を実施しています。

2020年度は新型コロナウイルス感染症の影響もあり、役員向け・従業員向けのそれぞれの研修をeラーニングで実施しました。また、役員向け・管理職向けに顧問弁護士による講義を実施しました。

## 内部通報制度/公益通報者保護

業務上の法令違反行為等がある場合に、eメール、ファックス、面談、電話等を通じて、通報、報告または相談できる内部通報制度を設けています。相談・報告は、顕名で行うことを原則としますが、社外窓口の利用により匿名での相談も可能です。相談・報告者の保護は社規で約束されています。

なお、重大な法律違反に関する通報はありませんでした。

## 内部通報・相談の件数

| 2018年度 | 2019年度 | 2020年度 |
|--------|--------|--------|
| 4      | 3      | 2      |

## 情報セキュリティ／個人情報保護



約400万人の顧客データを有する当社では、お客さまをはじめ社会全体の信頼に応えるため、個人情報を含む情報セキュリティを最も重要な経営課題の一つと位置づけ、情報セキュリティのガバナンス強化に重点的に取り組んでいます。

### 情報セキュリティポリシーと推進体制

当社では経営理念に基づき、お客さまをはじめ社会全体の信頼に応えるため、情報セキュリティの三大要件である機密性、完全性、可用性の確保・向上に努めています。また、情報セキュリティポリシーを定め厳守し、実施・推進に取り組んでいます。

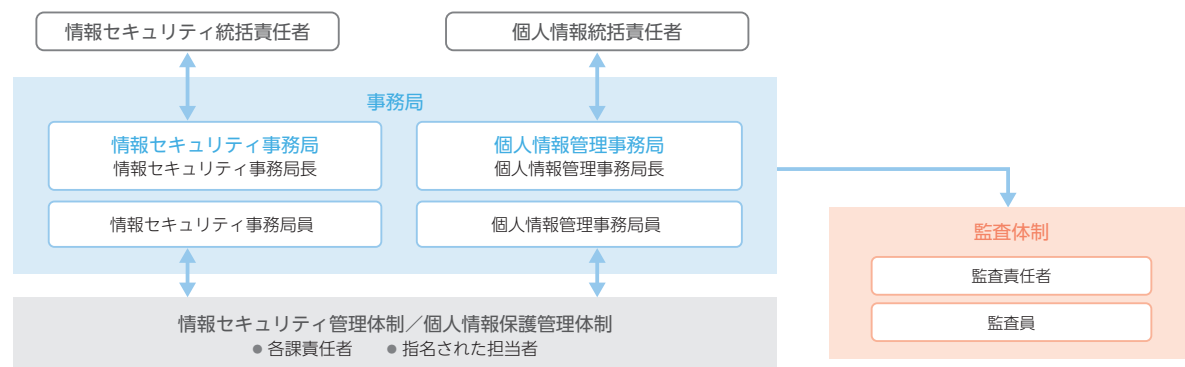
#### 情報セキュリティポリシー

- 法令遵守
- 情報セキュリティ管理体制の確立
- 情報セキュリティ規定の制定
- 情報セキュリティ対策の実施
- 情報セキュリティ教育・訓練の実施
- 情報セキュリティ対策実施状況の評価及び継続的改善

### 情報セキュリティ推進体制

社内には情報システム部署内にセキュリティチームを設け、情報セキュリティの推進を行っています。また各部署に情報セキュリティ担当を選任し、各課責任者とともにセキュリティチームと連携を行っています。

なおセキュリティチームは、年に1回すべての部署の情報管理に関する監査を実施。あわせて、コールセンター業務を委託するパートナー企業の監査も実施しています。監査で適切でないと判断された場合は改善指示と実行の管理監督を行っています。



### 情報セキュリティ研修の実施

「情報セキュリティ対策実施要領」を定め、その対策を具体的に従業員へ明示するほか、すべての役員及び従業員を対象にeラーニングによる情報セキュリティ及び個人情報に関する教育を毎年実施しています。また社内イントラネットにて、不審なメールなどへの注意喚起を定期的に行っています。

### 個人情報保護の徹底

「個人情報保護方針」をもとに「個人情報管理規程」を定めその管理を徹底しています。顧客データを扱うエリアへの私物の持ち込みを制限し、物理的に個人情報の持ち出しができない体制をとるほか、個人情報管理事務局を設け、社員への研修を定期的に行っています。



## ステークホルダーエンゲージメント



新日本製菓は“社会に貢献する企業”として、日常的なさまざまなしくみを通じてステークホルダーの皆さまのご意見を聞き、経営層に報告し経営に生かしていく、ステークホルダー・エンゲージメントを大切にしています。

### 主な取り組み

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

| ステークホルダー     | 主な対話の方法・機会                                                 | 主な対話窓口                          |
|--------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| お客さま         | 日常の営業活動<br>コールセンター<br>直営店舗                                 | コールセンター部門<br>通信販売事業部門<br>店舗流通部門 |
| 株主・投資家       | 株主総会<br>決算説明会(3回)<br>個別取材・スモールミーティング(約130回)<br>投資家向けWEBサイト | 総務部門<br>IR部門                    |
| 調達取引先        | 日常の調達活動<br>取引先説明会<br>サプライヤー品質会議<br>品質改善報告会<br>品質監査         | 商品開発部門<br>品質管理部門                |
| 従業員          | 各種面談<br>経営方針発表会                                            | 人事部門                            |
| 地域社会         | 地域団体・イベントへの参加                                              | 総務部門                            |
| NPO・NGO      | NPO・NGOとの意見交換<br>会や協働                                      | 総務部門                            |
| 政府・自治体・業界・学会 | 業界活動への参画<br>産学連携による研究                                      | 研究開発部門                          |

### お客さまとの対話

当社では、お客さまのお声を大切に考えています。お客様満足室が中心となり、お客さまからいただくさまざまなお声を毎月「good voice bad voice」として、社内のイントラネットで発信しています。そのほか、階

段の踊り場スペースや社員食堂など、社員の目に留まりやすい場所を利用し、お客さまからいただくお手紙の内容などを掲示し、そのお声を共有しています。お客さまのお顔が見えない通信販売が事業の中核であるため、お客さまのお声は随時、全社で共有できる取り組みを行っています。

また、コミュニケーター自身がお客さまとの会話で感じたご要望や、お客さまの心情に寄り添いたいという想いを形にできる取り組みとして「おもてなし支援プロジェクト」を実施しています。



社内に掲示されたお客さまの声



おもてなし支援プロジェクトによりお客さまに送付されたオリジナルの青汁レシピ集とお手紙



非財務データ

環境

|                        | 単位               | 2018年度 | 2019年度 | 2020年度 |
|------------------------|------------------|--------|--------|--------|
| 廃棄物量 ※1                | t                | 16.1   | 34.5   | 44.8   |
| CO <sub>2</sub> 排出量 ※2 | tCO <sub>2</sub> | 544.7  | 570.3  | 451.0  |
| 水道使用量 ※3               | m <sup>3</sup>   | 2,099  | 2,632  | 2,458  |

※1 物流センター及び吉塚オフィスより排出された廃棄物量。廃棄物量の増加については、使用期限が切れた商品在庫の廃棄や重量が重い容器の廃棄、店舗・流通で利用する什器の廃棄が影響したものと考えます。

※2 全拠点の電気使用量・ガス使用量・冷暖房水使用量より算出。2018年度 物流センター電気使用量はデータを欠くため、2019年度分より補完し算出（2019年3月・6月分データを除く）

※3 本社・吉塚オフィス・物流センター3拠点の水道使用量の合計。東京オフィスはビル共有スペースの水道設備利用のため、拠点での水道利用なし。（2018年度 物流センター水道使用量はデータを欠くため、2019年度分より補完し算出。2019年3月・6月分データを除く）

人材

|            | 対象範囲 | 単位 | 2018年度 | 2019年度 | 2020年度 |
|------------|------|----|--------|--------|--------|
| 従業員数 ※4    | 正社員  | 女性 | 261    | 249    | 227    |
|            |      | 男性 | 100    | 105    | 103    |
|            |      | 計  | 361    | 354    | 330    |
|            | 契約社員 | 女性 | 138    | 128    | 152    |
|            |      | 男性 | 18     | 20     | 17     |
|            |      | 計  | 156    | 148    | 169    |
|            | 派遣社員 | 女性 | 165    | 102    | 52     |
|            |      | 男性 | 6      | 5      | 5      |
|            |      | 計  | 171    | 107    | 57     |
|            | 総計   |    | 688    | 609    | 556    |
| 平均勤続年数     | 正社員  | 女性 | 5.9    | 6.6    | 7.1    |
|            |      | 男性 | 4.0    | 4.3    | 4.9    |
|            |      | 計  | 5.4    | 5.9    | 6.4    |
| 平均年齢       | 正社員  | 女性 | 36.2   | 36.5   | 36.5   |
|            |      | 男性 | 36.1   | 36.5   | 36.8   |
|            |      | 計  | 36.1   | 36.5   | 36.6   |
| 管理職        | 正社員  | 女性 | 5      | 3      | 4      |
|            |      | 男性 | 16     | 18     | 17     |
|            |      | 計  | 21     | 21     | 21     |
| 女性管理職比率    |      | %  | 31.3   | 14.3   | 19.0   |
| 女性従業員比率    |      | %  | 77.2   | 75.1   | 76.0   |
| 障がい者雇用率    |      | %  | 2.1    | 3.0    | 2.4    |
| 育児休業制度利用者数 | 女性   | 女性 | 17     | 15     | 15     |
|            |      | 男性 | 0      | 0      | 2      |
|            |      | 計  | 17     | 15     | 17     |
| 育児休業取得率    |      | %  | 68.0   | 78.9   | 77.3   |
| 有休休暇取得率    |      | %  | 49.0   | 73.0   | 83.1   |

※4 正社員以外の従業員も含んでいるため有価証券報告書に掲載の人数と異なります。

ガバナンス

| コーポレートガバナンス体制  |          |    | 単位 | 2020年度 |
|----------------|----------|----|----|--------|
| 取締役数           | 社内       | 男性 | 人  | 4      |
|                |          | 女性 |    | 0      |
|                | 社外       | 男性 |    | 2      |
|                |          | 女性 |    | 0      |
|                |          | 男性 |    | 2      |
|                |          | 女性 |    | 0      |
|                | 総計       |    |    | 8      |
| 独立社外取締役比率      |          |    | %  | 33.3   |
| 女性取締役比率        |          |    |    | 0      |
| 監査役数           | 社内       | 男性 | 人  | 0      |
|                |          | 女性 |    | 0      |
|                | 独立社外     | 男性 |    | 3      |
|                |          | 女性 |    | 0      |
|                | 総計       |    |    | 3      |
| 独立社外監査役比率      |          |    | %  | 100    |
| 取締役任期          |          |    | 年  | 1      |
| 取締役会開催数        |          |    | 回  | 17     |
| 取締役会出席率（取締役）   |          |    | %  | 100    |
| 取締役会出席率（監査役）   |          |    | %  | 96.1   |
| 監査役会開催回数       |          |    | 回  | 19     |
| 監査役会出席率        |          |    | %  | 97.0   |
| 独立監査役出席率       |          |    | %  | 97.0   |
| 執行役員数          |          | 男性 | 人  | 1      |
|                |          | 女性 |    | 0      |
| 女性執行役員比率       |          |    | %  | 0      |
| 指名報酬諮問委員会委員数※5 | 社内取締役数   | 男性 | 人  | 1      |
|                |          | 女性 |    | 0      |
|                | 独立社外取締役数 | 男性 |    | 2      |
|                |          | 女性 |    | 0      |
|                | 総計       |    |    | 3      |
| 指名報酬諮問委員会開催回数  |          |    | 回  | 1      |
| 指名報酬諮問委員会出席率   |          |    | %  | 100    |
| コンプライアンス       |          |    | 単位 | 2020年度 |
| 内部通報・相談件数      |          |    | 件  | 2      |
| 法規制違反件数        |          |    | 件  | 0      |
| 個人情報漏洩件数       |          |    | 件  | 0      |

※5 2020年8月19日開催の取締役会にて設置。

会社概要

|         |                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                               |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 会社名     | 新日本製薬 株式会社                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                               |
| 役員      | 代表取締役社長<br>常務取締役<br>取締役<br>取締役<br>社外取締役<br>社外取締役<br>常勤監査役<br>監査役<br>監査役                                                                                                                                                                                 | 後藤 孝洋<br>福原 光佳<br>羽鳥 成一郎<br>田上 和宏<br>柿尾 正之<br>村上 晴紀<br>善明 啓一<br>田邊 俊<br>中西 裕二 |
| 本社      | 〒810-0074<br>福岡市中央区大手門1丁目4-7<br>TEL 092-720-5800（代表）                                                                                                                                                                                                    |                                                                               |
| 設立      | 1992年（平成4年）3月11日                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                               |
| 資本金     | 4,158百万円                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                               |
| 直営店舗数   | 10店舗                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                               |
| 加盟団体・資格 | 日本通信販売協会<br>日本健康・栄養食品協会<br>化粧品公正取引協議会<br>西日本化粧品工業会<br>日本コールセンター協会<br>日本栄養評議会<br>日本薬学会<br>日本生薬学会<br>日本抗加齢医学会<br>日本抗加齢協会<br>日本OTC医薬品協会<br>日本オンラインドラッグ協会<br>化粧品製造販売業許可<br>日本香粧品学会<br>医薬品店舗販売業許可<br>医薬品卸売販売業許可<br>第二種医薬品製造販売業許可<br>医薬部外品製造販売業許可<br>日本広告審査機構 |                                                                               |

他事業所

|        |                                                                |
|--------|----------------------------------------------------------------|
| 東京オフィス | 〒100-6316<br>東京都千代田区丸の内2丁目4-1 丸の内ビルディング16F<br>TEL 03-6837-1685 |
| 吉塚オフィス | 〒812-0041<br>福岡市博多区吉塚8丁目7-11<br>TEL 092-626-8822               |
| 物流センター | 〒812-0041<br>福岡市博多区吉塚8丁目5-75<br>TEL 092-626-8163               |

※ 2021年9月時点