



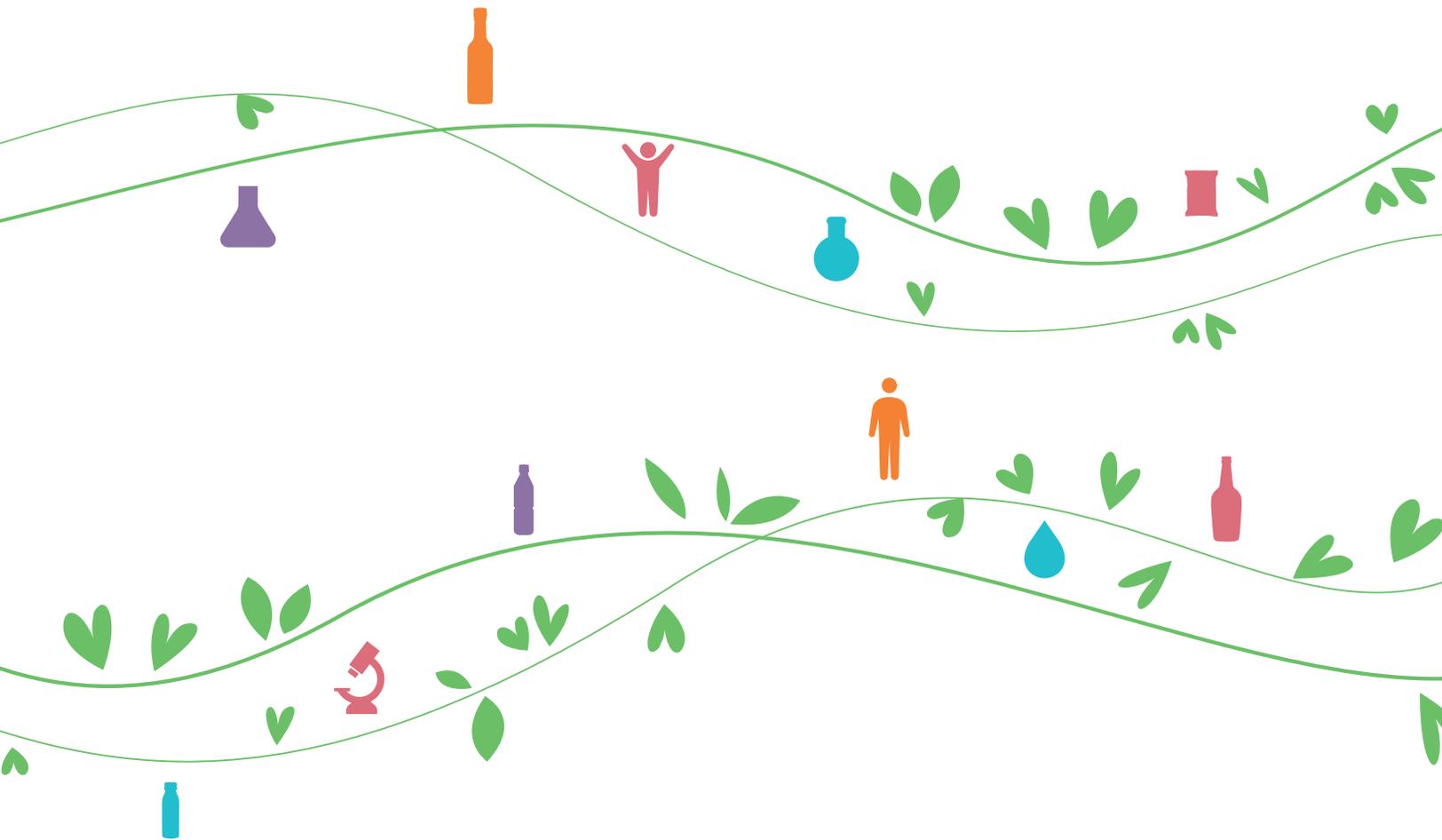
Yomeishu 次のすこやかさへ、一歩一歩

養命酒製造株式会社

Corporate book

コーポレートブック

Action & Data Report 2025



事業活動

| | |
|----------|---|
| 養命酒関連事業 | 3 |
| くらすわ関連事業 | 3 |
| 生産・開発 | 4 |
| コーポレート | 4 |

サステナビリティ活動

| | |
|------------|---|
| 健康 | 5 |
| 環境 | 6 |
| 地域社会 | 7 |
| 人権・ダイバーシティ | 8 |
| ガバナンス | 9 |

財務・非財務データ

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

● 戦略やコーポレート・ガバナンスなどの報告

コーポレートブック：

https://www.yomeishu.co.jp/company/pdf/CORPORATEBOOK_NIHONGO.pdf



コーポレート・ガバナンス報告書：

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



● 財務報告

有価証券報告書：

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



決算説明会資料：

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



● 非財務報告

当社HP内サステナビリティページ：

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



養命酒関連事業 くらすわ関連事業

メディアを活用した広告活動の推進

薬用養命酒の広告活動は、年間を通じてテレビ広告、新聞広告やインターネット広告を中心に取り組んでいます。生活者のすこやかな暮らしを支える商品として理解を得られるよう商品特長や生活者が抱えている不調に対しての有用性を訴求しています。



お客様との接点強化及びお取引先様との協働による店頭販促

養命酒について、お客様とのダイレクトなコミュニケーションを重視し、店頭や各種イベントでお客様の生の声を直接伺う機会を大切にしています。こうした活動を通して、お客様のニーズをより深く理解するだけでなく、養命酒の効果や効能をお伝えし、売上の向上にも努めています。また、全国の卸店や小売店と緊密に協働して店頭陳列の拡大と販売促進を行い、新たな顧客層の開拓を進めています。さらに、調剤薬局での重点的な取組の拡充や、新規チャネルの開拓も継続してまいります。



イベント活動の様子

世界が認めたクラフトジン「香の森」、「香の雫」の更なる販売強化

当社のクラフトジンは、日本固有の香木「クロモジ」をボタニカルの主役とし、中央アルプスに磨かれた伏流水を使用しています。

この度、世界的な酒類品評会「World Gin Awards2025」において「香の森」が金賞を受賞し、アジア最大級の蒸留酒の品評会「TWSC2025」では「香の森」と「香の雫」が銀賞を獲得しました。その品質と味わいは国際的に高く評価されています。今後も、より多くのお客様に当社のクラフトジンの魅力をお伝えし、販売促進に努めてまいります。



World Gin Awards

TWSC (Tokyo Whisky & Spirits Competition)

薬用養命酒の通信販売開始

「薬用養命酒を家まで直接届けて欲しい」等のお客様のご要望にお応えするため、薬用養命酒の自社通信販売を開始いたしました。自社通信販売の実施によりお客様と直接コミュニケーションを取ることがができる機会が増えております。

お客様のお声を更なる改善につなげ、より多くのお客様に薬用養命酒をお届けできるよう努めてまいります。



「くらすわの森」営業開始

くらすわブランドのシンボル施設「くらすわの森」（駒ヶ根工場敷地内）を2024年10月3日にグランドオープンし、幅広い層のお客様にご来場いただいています。すこやかさを感じるメニューや商品の提供および森林の散策、接客などを通じてブランドイメージアップと集客増を図ってまいります。また、くらすわの森から工場見学への誘導にも力を入れ、養命酒の販売促進にも寄与してまいります。



「くらすわの森」フォレストリングと森のライブラリー

都内ベーカリーの開業

都内においてベーカリー事業を展開するため、「くらすわベーカリー 神保町店」をオープンしました。神保町店では、ベーカリー職人が厳選した材料で丁寧に仕込んだ焼き立てのパンを製造しております。出来上がったパンは神保町店のほか、「くらすわベーカリー 新宿タカシマヤ店」、「くらすわ 渋谷ヒカリエShinQs店」で販売しております。お客様に『くらすわ』こだわりのおいしいパンを提供し、ブランド拡散につなげてまいります。



くらすわ 渋谷ヒカリエShinQs店

くらすわベーカリー 新宿タカシマヤ店

生産・開発

農福連携による生薬栽培の推進

駒ヶ根工場近隣の社会福祉法人「親愛の里紙ふうせん」の方々とともに、養命酒の原料である生薬ヤクモソウの栽培・加工を2018年から続けております。

また、原料のひとつであるクロモジ栽培にも力を入れており、地域の方々と密着したこの取組を通じて、安心・安全で長期安定的な原料確保に努めるとともに、地域コミュニティとの共生につなげていきます。



ヤクモソウ

クロモジ

商品開発と人材育成

商品開発部では、メンバーのレベルアップを図るため、関連技術や知識等の情報を学ぶ機会や専門家とのディスカッションを行う機会を積極的に設け、多様化し続けるお客様ニーズをしっかりと捉えることができる人材を育成しています。また、単に健康や美味しさだけを追求した物づくりだけではなく、安心して長く使っていただける商品や環境への配慮を考えた物づくりに取り組んでいます。



メンバー同士の
打ち合わせの様子

工場見学

駒ヶ根工場の見学について、2023年度より従来の専門スタッフのご案内を行うスタイルから一新しております。具体的には、PR映画のオートスタートや生産ライン説明のタッチスタートを導入し自動化することにより、お客様のペースで自由に見学できる仕組みとなっております。また、ロビーでは養命酒や通販商品などの当社商品を取り扱うショップを営業しております。



自動化された工場見学の様子

コーポレート

健康経営の推進

当社では、社員の健康維持・増進のために、積極的に健康経営を推進しています。直近では、健康経営戦略マップに基づいて運動費用の支援や健康セミナー等の各種施策を実施し、「健康経営優良法人2025」に認定されました。今後も、社員がいきいきと健康に働ける職場環境の整備に注力し、経営理念の実現を目指してまいります。



積極的な情報開示

当社では年間2回、アナリストおよび機関投資家を対象とした決算説明会を開催しております。説明会では経営陣による決算内容の説明に加え、質疑応答セッションを設けることでコミュニケーションを深めています。説明会の内容は書き起こしを公開しています。

さらに、非財務情報の開示にも力を入れており、最近では気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）の提言に応じた情報開示や、CDP質問書への回答、そしてサステナビリティ情報を盛り込んだ「コーポレートブック Action & Data Report」の発行等を継続的に実施しています。



代表取締役社長田中による
決算説明会の様子（オンラインで実施）

人的資本への積極的な投資

急速な社会情勢の変化に対応するため、当社は全役職員のコミュニケーションの深化と協働によって、多様なメンバーの力を結集し組織力の最大化を図りたいと考えています。今年度は経営幹部を対象としたエンゲージメント研修とワークショップを実施し、対話の重要性を再認識する機会を設けました。今後も全役職員がフラットな立場で自由闊達に議論し、いきいきと活動することができる心理的安全性の高い就労環境の整備に努めていきます。



経営幹部を対象としたエンゲージメント
研修とワークショップの様子

健康

メルマガ『養命酒元気通信』の発信

『養命酒元気通信』は、当社が月に一度送る健康に関するメールマガジンです。会員数は約29万人で、毎月異なる健康テーマを特集し、養命酒の製品情報、健康アドバイス、食事や生活習慣のヒントなど、多彩なコンテンツを提供し、生活者の健康を支えることを目指しています。直近では季節の体調に沿った健康情報や「養命酒検定」といったコンテンツを配信し、多数の反響をいただきました。

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



「くらすわの森」でのイベント開催

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

昨年秋のグランドオープン以降、森のウォーキング講座、苔玉作り、ハーブ蒸留など9件のイベントを開催し約220名の方々に体験いただいております。



苔玉作り



ハーブ蒸留体験



森のウォーキング講座

社内オンライン健康セミナーの実施

当社では年2回、全社員を対象にオンライン健康セミナーを実施しています。セミナーでは社員のニーズが高く、かつ当社の健康課題であるテーマに焦点を当て、基本的な知識の習得を推進しています。2025年度は「介護」と「運動」に関するセミナーを実施予定です。

また、当社は人的資本に関する指標として「健康セミナー受講率」を設定し、2027年3月期までに受講率80%以上を目指しており、直近の2024年度は受講率98.8%という状況です。セミナーの実施により、アブゼンティーズムやプレゼンティーズムの低減を図り、全社員がいきいきと働ける会社を目指します。

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



専門家によるオンライン健康セミナー

環境

■ 森林の里親事業の推進

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

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



クロモジ植栽の様子

■ 資源循環型社会の構築

食品廃棄物の再資源化の取組として、製造残渣を堆肥化等することで、2024年度は製造残渣の再資源化率100%を達成しております。堆肥化された肥料は、生薬の試験栽培の堆肥として活用するなど、循環型工場への取組として、環境・社会との共生を進めております。



ヤクモンソウ栽培の様子



ジオウ・ポウフウ栽培の様子

■ 太陽光発電の利用

2023年11月より、生産拠点である駒ヶ根工場における再生可能エネルギー利用の第一弾として、オンサイト太陽光発電システムPPAモデルを導入し、稼働を開始しております。2024年度には1年間で約199MWhの電力を発電し、工場において自家消費いたしました。これは駒ヶ根工場における電力消費量のおよそ6.8%に相当し、およそ84tのCO₂排出量削減となりました。

今後も工場敷地、社有地等を利用した再生可能エネルギー導入を段階的に進め、Scope1、Scope2のCO₂排出量について『全社で2030年度に2013年度比50%削減』を目指します。



工場に設置した太陽光パネル

地域社会

雇用創出・観光客誘致による地域活性化

くらすわ関連事業では、長野県と東京都にレストラン等の店舗を7店舗展開している他、銀座や日本橋にポップアップストアも出店しました。2024年にグランドオープンした「くらすわの森」では50名以上の採用を行い雇用を創出しました。

また、「くらすわの森」では年間30万人の集客を計画しているなど、各店舗における観光客の誘致による地域活性化も目指しています。



オープン前の打合せ

地域との災害対策等の取組

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

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



V2Bシステム

地域清掃活動・地域イベント等の取組

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

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



諏訪湖畔の清掃活動の様子



会社周辺の清掃活動の様子

被災地復興支援

当社では地震や台風などの災害により被害を受けられた方や地域に対し、発生規模に応じて寄付金や飲料等の支援物資を提供しております。2025年度は能登半島地震による被災地支援として、当社本店ビルにおいて地場産の食品を中心とした「能登半島地震復興応援販売会」を開催し、売上の一部は運営会社を通じて復興義援金として寄付いたしました。



復興応援販売会の様子

人権・ダイバーシティ

経験者採用の実施

当社は養命酒を中心とした既存事業の収益力強化（深化）と、「くらすわ」ブランドを中心とした新たな事業基盤の構築（探索）を同時に行う「両利きの経営」を推進しており、その強化を目的とした経験者採用を行っています。他の組織で経験を培った人材が持つ多様な価値観やノウハウを融合させることで、より社会ニーズの変化に対応できるような事業活動を目指しています。

採用後は速やかに経営理念の定着研修を実施し、即戦力としてより早期に活躍できるような環境整備を図っています。



現場で活躍する経験者採用社員

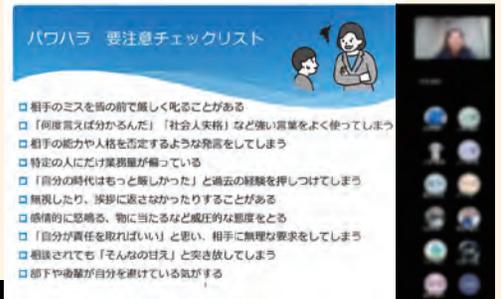
社員交流等を目的としたレクリエーションの実施

例年、日常の業務を離れた役職員同士の交流や心身のリフレッシュを目的としたレクリエーションを実施しています。2025年度は、ラフティング&バーベキュー、ゴルフ、野球観戦等を実施しました。今後も全役職員のコミュニケーションの深化と、健康経営の推進を図るための重要な機会として、定期的の実施していきたいと考えています。



ハラスメント防止・対策セミナーの実施

当社は人権を尊重しハラスメントのない環境を維持していくため、多様な人材がいきいきと活躍できる組織風土づくりに取り組んでいます。今年度は全役職員参加を必須としたハラスメント防止・対策セミナーを実施し、誰一人としてハラスメント被害を受けることのないよう、お互いに相手を尊重することの重要性、万が一発生した際の対応方法等を学びました。



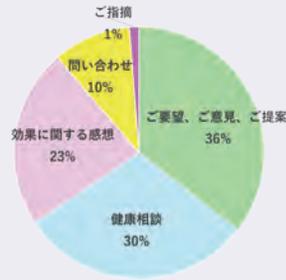
ガバナンス

■ ステークホルダーとの対話

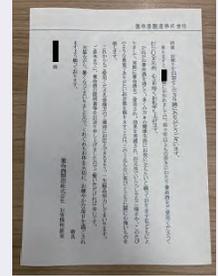
当社は、さまざまな機会において「お客様」「株主・投資家」「取引先」「社員」「地域社会」等の多様なステークホルダーの皆様との対話を行い、その評価やご意見を真摯に受け止め、事業活動に反映させるよう努めております。

一例としまして、主力商品の薬用養命酒にはお問い合わせ専用ハガキを同梱しており、お客様からお寄せいただいたハガキ約3万通全てにお客様相談室のメンバーが目を通し、一つひとつのお問い合わせやご相談に対してお返事を差し上げています。

当社ではこうしたお客様との双方向コミュニケーションを大切に考え、1952年より続けております。



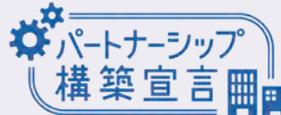
専用ハガキによるお客様の声 (2024年度実績/26,729件)



お返事のハガキ

■ 公正な取引

当社は、毎年下請法研修を実施し役職員の理解を深めることで適正な下請取引を推進しているほか、「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」に基づいた一定のルールを策定・遵守等を通して、公正な取引の実施に取り組んでいます。また、サプライチェーンの取引先や価値創造を図る事業者の皆様との連携・共存共栄を進めることで、新たなパートナーシップを構築することを目指す「パートナーシップ構築宣言」の主旨に賛同し、2024年10月に同宣言を公表しています。

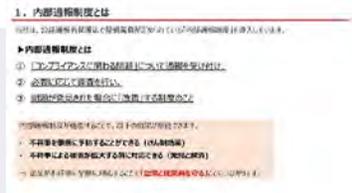


パートナーシップ構築宣言

■ 内部通報制度の整備と運用

当社は、内部通報制度を導入し、従業員等（当社及び子会社の役員、当社及び子会社に勤務する者、過去1年以内に当社及び子会社に勤務していた者）は、不正、違法、反倫理的行為等が発生した場合やその恐れがあると判断した場合は、専用窓口に通報することを「内部通報制度運用規程」に定めております。

直近では、内部通報制度の認知率向上を目指して、従業員を対象に現状の認知率と同制度に関連する意識調査を実施しました。すべての従業員が制度を正しく利用できる環境整備に努めております。

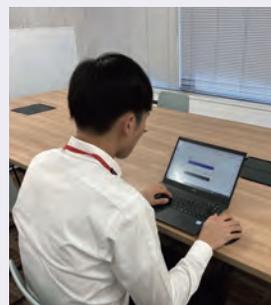


内部通報制度周知のための資料

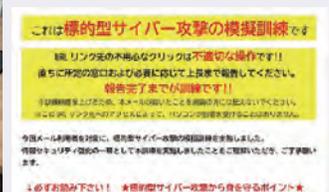
■ ITリテラシー強化のための各種施策の実施

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

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



eラーニングを受講している様子 (イメージ)



標的型サイバー攻撃訓練メールの注意画面

財務・非財務データ

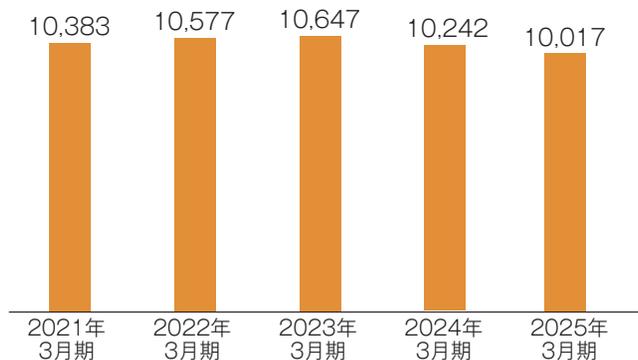
■ 主要な経営指標等の推移

| 回次 | | 第103期 | 第104期 | 第105期 | 第106期 | 第107期 |
|----------------------|------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 決算年月 | | 2021年3月 | 2022年3月 | 2023年3月 | 2024年3月 | 2025年3月 |
| 売上高 | (千円) | 10,383,596 | 10,577,246 | 10,647,235 | 10,242,250 | 10,017,259 |
| 営業利益 | (千円) | 648,372 | 996,399 | 1,077,331 | 473,840 | 128,301 |
| 経常利益 | (千円) | 1,009,759 | 1,361,726 | 1,480,619 | 949,386 | 626,753 |
| 当期純利益 | (千円) | 807,559 | 949,899 | 1,020,603 | 952,820 | 679,583 |
| 資本金 | (千円) | 1,650,000 | 1,650,000 | 1,650,000 | 1,650,000 | 1,650,000 |
| 発行済株式総数 | (株) | 16,500,000 | 16,500,000 | 16,500,000 | 16,500,000 | 16,500,000 |
| 純資産額 | (千円) | 41,564,510 | 42,179,613 | 42,790,175 | 46,642,973 | 46,062,182 |
| 総資産額 | (千円) | 47,869,986 | 48,614,142 | 49,562,737 | 54,417,812 | 53,518,979 |
| 1株当たり純資産額 | (円) | 3,018.77 | 3,058.44 | 3,097.62 | 3,371.71 | 3,325.39 |
| 1株当たり配当額 | (円) | 40.00 | 40.00 | 55.00 | 45.00 | 45.00 |
| 1株当たり当期純利益 | (円) | 58.67 | 68.91 | 73.92 | 68.90 | 49.08 |
| 自己資本比率 | (%) | 86.8 | 86.8 | 86.3 | 85.7 | 86.1 |
| 自己資本利益率 (ROE) | (%) | 2.0 | 2.3 | 2.4 | 2.1 | 1.5 |
| 売上高営業利益率 | (%) | 6.2 | 9.4 | 10.1 | 4.6 | 1.3 |
| 株価収益率 | (倍) | 32.5 | 25.5 | 25.3 | 27.3 | 59.9 |
| 配当性向 | (%) | 68.2 | 58.0 | 74.4 | 65.3 | 91.7 |
| 営業活動による キャッシュ・フロー | (千円) | 1,409,177 | 1,806,702 | 1,748,376 | 667,517 | 473,118 |
| 投資活動による キャッシュ・フロー | (千円) | △217,201 | △1,399,038 | △1,451,940 | 2,313,757 | △1,194,033 |
| 財務活動 キャッシュ・フロー | (千円) | △551,495 | △551,808 | △554,767 | △760,146 | △623,028 |
| 現金及び現金同等物の 期末残高 | (千円) | 2,575,338 | 2,432,696 | 2,173,985 | 4,394,876 | 3,050,818 |

財務ハイライト

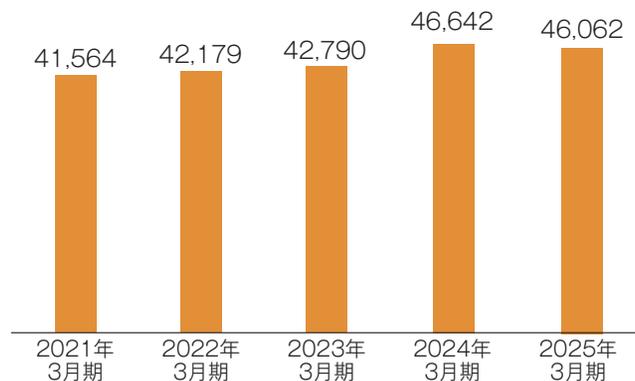
売上高

(単位：百万円)



純資産

(単位：百万円)



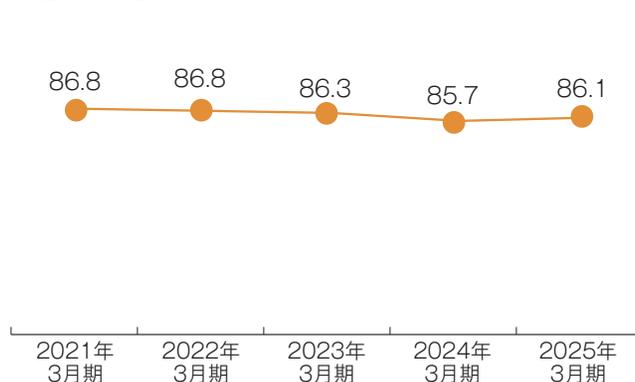
営業利益 (単位：百万円)

営業利益率 (単位：%)



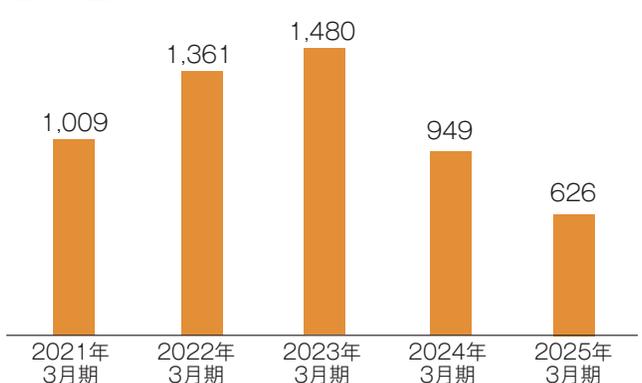
自己資本比率

(単位：%)



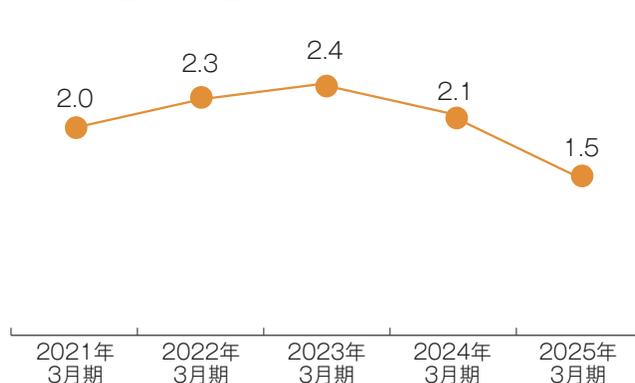
経常利益

(単位：百万円)



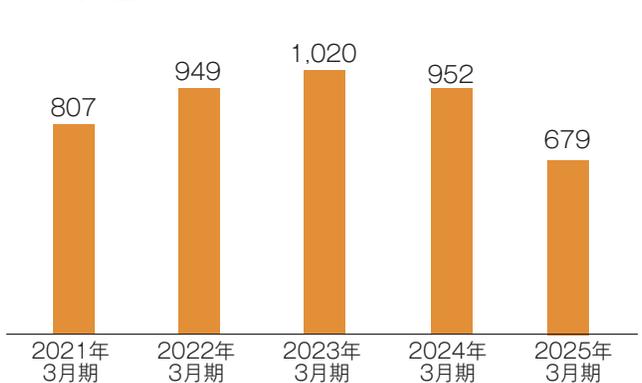
ROE (自己資本利益率)

(単位：%)



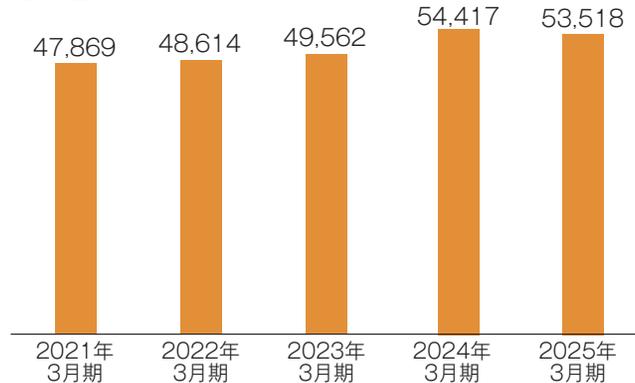
当期純利益

(単位：百万円)



総資産

(単位：百万円)



株式の概況 (2025年3月31日現在)

発行可能株式総数：66,000,000株

発行済株式総数：13,924,074株（自己株式2,575,926株を除く）

株主数：13,651名

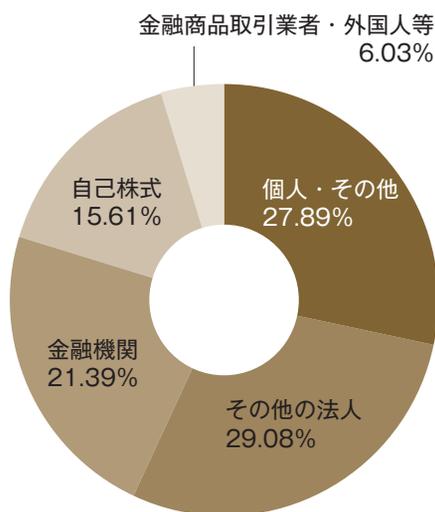
大株主の状況 (2025年3月31日現在)

| 株主名 | 持株数 (千株) | 持株比率 (%) |
|--------------------------|----------|----------|
| 湯沢株式会社 | 3,300 | 23.70 |
| 日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口) | 783 | 5.62 |
| 三菱UFJ信託銀行株式会社 | 675 | 4.84 |
| 立花証券株式会社 | 674 | 4.84 |
| 株式会社八十二銀行 | 650 | 4.66 |
| トーア再保険株式会社 | 548 | 3.93 |
| 野村 幸弘 | 277 | 1.99 |
| 株式会社三井住友銀行 | 264 | 1.89 |
| キッコーマン株式会社 | 221 | 1.58 |
| 株式会社十八親和銀行 | 211 | 1.51 |

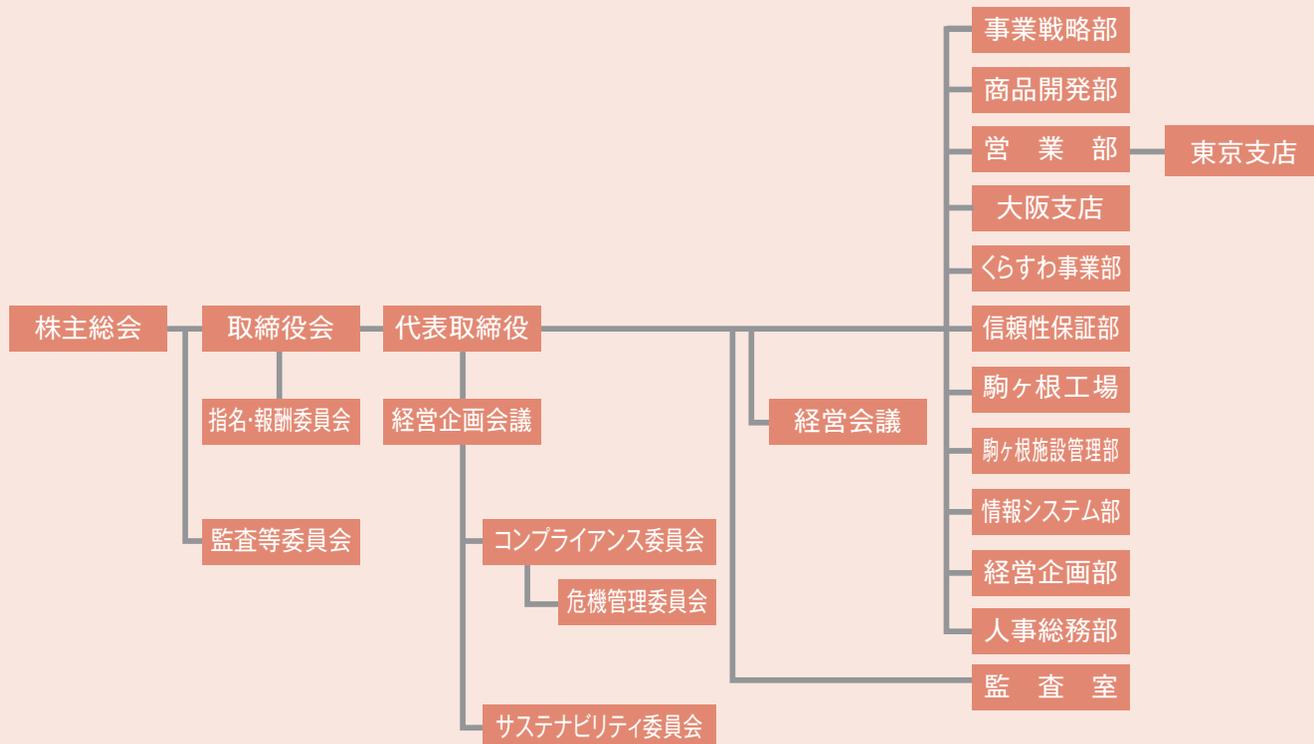
※持株比率は自己株式を控除して算定しております。

※当社は、自己株式2,575千株を保有しておりますが、上位10名の株主からは除外しております。

所有者別株式分布状況 (2025年3月31日現在)



経営組織図 (2025年4月1日現在)



経営体制

| | | | |
|---------------------------------|-------|--------------------------|--------|
| 代表取締役社長 | 田中 英雄 | 執行役員 くらすわ事業部長 | 福盛 禎仁 |
| 取締役常務執行役員 生産、業事・品質保証、駒ヶ根施設担当 | 神林 敬 | 執行役員 大阪支店長 | 内藤 久嗣 |
| 取締役常務執行役員 事業担当 | 斉藤 隆 | 執行役員 駒ヶ根工場長兼駒ヶ根施設管理部長 | 田辺 章二 |
| 取締役上席執行役員 事業戦略部長 | 宮下 克彦 | 執行役員 商品開発部長 | 林 克彦 |
| 取締役上席執行役員 人事総務部長、情報システム担当 | 清水 政明 | 執行役員 営業部長 | 北原 諭 |
| 取締役上席執行役員 経営企画部長 | 井川 明 | 信頼性保証部長 | 矢彦沢 公利 |
| 取締役 常勤監査等委員* | 田中 昌之 | 情報システム部長 | 谷村 孝之 |
| 取締役 監査等委員* | 須永 明美 | 監査室長 | 今鉾 和宏 |
| 取締役 監査等委員* | 佐藤 敦子 | | |

※ 社外取締役

| 項目 | 単位 | 2021年 3月期 | 2022年 3月期 | 2023年 3月期 | 2024年 3月期 | 2025年 3月期 |
|---------------------|-------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| CO ₂ 排出量 | t-CO ₂ | 3,750 | 3,444 | 3,432 | 3,765 | 3,818 |
| スコープ1合計 | t-CO ₂ | 1,476 | 1,429 | 1,361 | 1,422 | 1,503 |
| スコープ2合計 | t-CO ₂ | 2,274 | 2,015 | 2,071 | 2,343 | 2,314 |
| エネルギー使用総量 | GJ | 74,769 | 73,867 | 73,832 | 73,271 | 71,846 |
| 電力 | Mwh | 5,312 | 5,292 | 5,386 | 5,390 | 5,768 |
| 取水量 ※1 | 千m ³ | 125 | 104 | 113 | 115 | 114 |
| 排水量 ※1 | 千m ³ | 91 | 91 | 88 | 66 | 62 |
| 森林涵養率 ※1 ※2 | % | 159.3 | 208.6 | 142.6 | 193.9 | 173.2 |
| 廃棄物排出量 ※1 | t | 464 | 600 | 444 | 382.9 | 327.3 |
| 廃棄物最終処分量（単純埋め立て）※1 | t | 28.7 | 24.0 | 14.7 | 12.3 | 14.8 |
| 再資源化率 ※1 ※3 | % | 94 | 96 | 97 | 97 | 95 |
| NOX（窒素酸化物）排出量 ※1 | t | 2.8 | 3.1 | 3.4 | 2.0 | 2.3 |
| SOX（硫黄酸化物）排出量 ※1 | t | 0.9 | 1.6 | 1.3 | 2.1 | 1.6 |
| CDP【気候変動】※4 | スコア | — | — | C | C | C |
| CDP【水セキュリティ】※4 | スコア | — | — | — | B | B |

指標の定義・範囲・計算式等

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

※2 涵養率=水の涵養量/取水量×100

水の涵養量=平均降水量（mm）÷1,000×面積（平方メートル）×係数

※3 再資源化率=（再資源化量/廃棄物発生量）×100

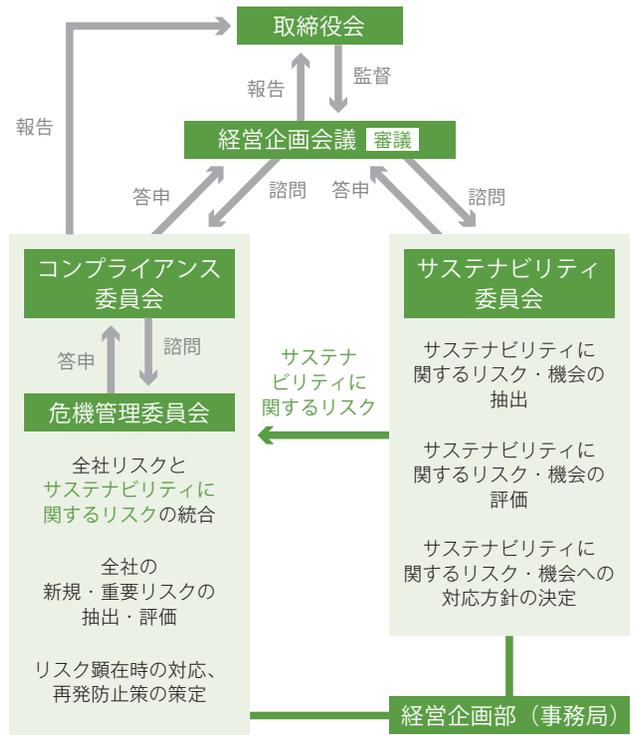
※4 CDPとは：

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

TCFD提言に沿った気候変動情報開示

● ガバナンス

サステナビリティに関する基本方針や重要事項等は、経営企画会議直轄の「サステナビリティ委員会」（年2回開催、委員長は代表取締役社長）で審議されます。委員会においては、経営戦略との連動を踏まえて審議の上、経営企画会議に答申しております。取締役会は、特に重要なリスクについて報告を受けるとともに、当該報告内容に関する監督を行っております。



● リスク管理

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

● 戦略

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

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

● 指標と目標

当社は、2022年度から、Scope 1,2のCO₂排出量について、「全社で2030年度に2013年度比50%削減」とする目標を設定しております。また、水資源については当社工場において、2030年度に森林涵養率100%以上とする目標を設定しております。

| 項目 | 2013年度 | 2024年度 |
|--|--------|--------|
| CO ₂ 排出量 (t-CO ₂) | 3,592 | 3,818 |
| スコープ1合計 | 2,179 | 1,503 |
| スコープ2合計 | 1,413 | 2,314 |
| 森林涵養率 (%) | － | 173.2 |

※2013年度のCO₂排出量には、社有車のCO₂排出量は含まれておりません。

| 項目 | 単位 | 2021年 3月期 | 2022年 3月期 | 2023年 3月期 | 2024年 3月期 | 2025年 3月期 |
|-----------------------------|----------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 人材 | | | | | | |
| 従業員数 | 人 | 291 | 292 | 290 | 301 | 314 |
| 男性 | 人 | 190 | 185 | 184 | 188 | 194 |
| 女性 | 人 | 101 | 107 | 106 | 113 | 120 |
| 平均臨時雇用人数 | 人 | 42 | 55 | 60 | 63 | 83 |
| 平均年齢 | 歳 | 43.4 | 43.5 | 44.6 | 44.8 | 44.8 |
| 男性 | 歳 | 45.0 | 45.5 | 45.5 | 46.5 | 46.6 |
| 女性 | 歳 | 40.3 | 40.2 | 41.0 | 42.0 | 41.9 |
| 平均勤続年数 | 年 | 18.5 | 19.0 | 19.6 | 19.3 | 18.4 |
| 男性 | 年 | 19.6 | 20.4 | 21.3 | 21.0 | 20.3 |
| 女性 | 年 | 16.6 | 16.5 | 16.7 | 16.4 | 15.4 |
| 新規採用人数 | 人 | 6 | 7 | 3 | 16 | 6 |
| 新卒採用者 | 人 | 5 | 7 | 0 | 9 | 3 |
| うち女性 | 人 | 5 | 6 | 0 | 4 | 2 |
| キャリア採用者（経験者採用人材） | 人 | 1 | 0 | 3 | 7 | 3 |
| うち女性 | 人 | 0 | 0 | 1 | 2 | 2 |
| キャリア採用率（経験者採用率） | % | 16.7 | 0 | 100 | 43.8 | 50.0 |
| 離職率 | | | | | | |
| 正社員離職率 | % | 0.4 | 1.2 | 2.8 | 2.8 | 4.3 |
| 新卒採用者離職率（3年以内） | % | 0 | 0 | 0 | 28.6 | 0 |
| 定年再雇用率 | % | 100 | 100 | 100 | 100 | 75.0 |
| 幹部職比率 ※1 | | | | | | |
| キャリア社員（経験者採用人材） | % | 5.6 | 4.8 | 7.4 | 10.5 | 11.3 |
| 女性社員 | % | 2.8 | 7.2 | 7.4 | 8.9 | 11.3 |
| 管理職比率 | | | | | | |
| 経験者採用社員 | % | 4.2 | 6.0 | 10.2 | 17.3 | 16.3 |
| 女性社員 | % | 0 | 0 | 2.0 | 2.2 | 6.1 |
| 育児休業取得率 | | | | | | |
| 男性 | % | 20.0 | 71.4 | 50.0 | 100 | 0 |
| 女性 | % | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 男性育休1ヵ月以上取得率 | % | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 育休からの復職率 | | | | | | |
| 男性 | % | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 女性 | % | 100 | 100 | 60.0 | 83.3 | 100 |
| ダイバーシティにかかわる研修参加率 | % | — | — | — | 91.3 | 79.9 |
| 社員研修参加率 | % | — | — | 74.5 | 80.0 | 63.6 |
| 自己啓発支援制度利用率 | % | 11.4 | 25.4 | 15.3 | 27.9 | 25.9 |
| 経験者採用人材に対する 経営理念の定着研修参加率 | % | 100 | — | 100 | 100 | 100 |
| コンプライアンス研修を 受けた従業員の割合 | 上期 下期 | % % | — — | 86.7 93.2 | 85.8 86.7 | 95.5 96.2 |
| 年次有給休暇取得率 | % | 48.2 | 54.7 | 60.9 | 59.7 | 67.3 |
| 健康セミナー受講率 | % | — | 74.8 | 35.3 | 96.4 | 98.8 |
| ストレスチェック受検率 | % | 97.9 | 96.8 | 96.1 | 96.0 | 95.5 |
| 残業時間（月平均所定外） | 時間 | 7.3 | 9.4 | 8.7 | 9.0 | 10.4 |
| お客様 | | | | | | |
| 元気通信 登録人数 | 人 | 358,651 | 330,150 | 315,013 | 302,072 | 290,382 |
| お客様相談室に寄せられた意見・ニーズ | 件 | 45,538 | 45,667 | 41,827 | 39,224 | 35,499 |
| くらすわの森、駒ヶ根工場見学施設来場者数 | 人 | 0 | 9,538 | 13,813 | 60,928 | 158,694 |

指標の定義・範囲・計算式等

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

健康経営宣言

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

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

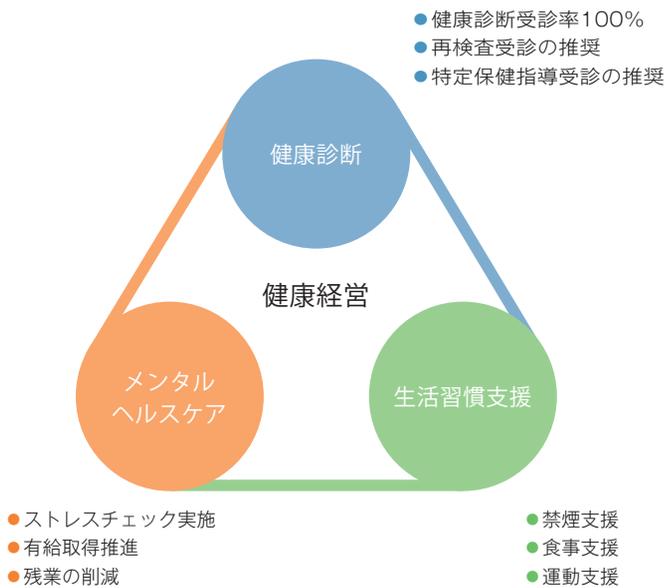
心身の健康は、仕事の充実だけでなく、趣味や家族との時間、夢の実現といった人生の充実の礎となるものです。

当社は、社員の健康の維持・増進に向けた取組みを推進してまいります。

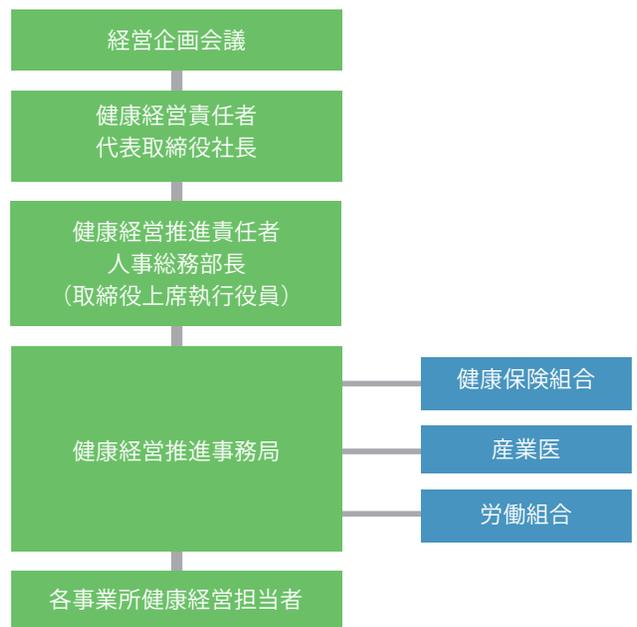
2019年4月1日



● 重点取組事項と目標



● 体制図



● 取得資格

■ 健康経営優良法人2025 (大規模法人部門)

■ 健康優良企業 (銀の認定)



■ 人的資本

● 人的資本経営に関する基本方針

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

2022年からは中期経営計画（2022年4月～2027年3月）の下、既存事業の深化と新規事業の探索を同時に行う「両利きの経営」を推進し、全社一丸となった顧客創造と顧客満足の徹底的な追求、従業員、地域、株主をはじめとした全てのステークホルダーに対する社会的使命の実践に取り組んでおります。

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

● 人材育成方針

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

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

● 社内環境整備方針

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

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

● 中核人材の活用方針

キャリア(中途採用)社員についての考え方

事業の拡大、専門スキルを有する人材が必要となった場合等を中心に、即戦力人材として積極的な採用を行ってまいります。

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

女性社員についての考え方

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

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

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

● 外国人社員についての考え方

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

| 項目 | 単位 | 2021年 3月期 | 2022年 3月期 | 2023年 3月期 | 2024年 3月期 | 2025年 3月期 |
|-------------|----|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 取締役 | 人 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 |
| 社内取締役 | 人 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 |
| 社外取締役 | 人 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 社外取締役比率 | % | 33.3 | 33.3 | 33.3 | 33.3 | 33.3 |
| 女性取締役 | 人 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 女性取締役比率 | % | 11.1 | 11.1 | 11.1 | 11.1 | 22.2 |
| 取締役会 開催回数 | 回 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 |
| 監査等委員 | 人 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 社外取締役 | 人 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 監査等委員会 開催回数 | 回 | 14 | 16 | 15 | 16 | 15 |

取締役のスキル・マトリックス (2025年6月27日現在)

| 氏名 | 経営 | 営業・ マーケティング | 製造・ 研究開発 | 国際性 | 人事・ 総務 | 財務・ 会計 | 法務・ コンプライ アンス・ リスク管理 | ESG・ サステナ ビリティ |
|-------|----|----------------|-------------|-----|-----------|-----------|-------------------------------|----------------------|
| 田中 英雄 | ● | | | | ● | ● | ● | ● |
| 神林 敬 | ● | ● | ● | | | | ● | |
| 斉藤 隆 | ● | ● | | ● | | | ● | ● |
| 宮下 克彦 | | ● | | ● | | ● | ● | ● |
| 清水 政明 | | | | | ● | | ● | ● |
| 井川 明 | | ● | | | | ● | ● | ● |
| 田中 昌之 | | | | ● | | ● | ● | |
| 須永 明美 | ● | | | | | ● | | ● |
| 佐藤 敦子 | | | | | ● | ● | ● | |

次のすこやかさへ、一步一步

