森下仁丹

# 統合報告書2023

次の健やかさと豊かさへ ―

これからも、

オモロい技術と製品で、

挑戦しつづけます。

## Contents

01 VALUE SECTION
森下仁丹の価値創造ストーリー

01 森下仁丹ものがたり
12 森下仁丹のパーパス
14 TOP MESSAGE
17 財務ハイライト／非財務ハイライト
18 価値創造プロセス
20 成長を支える強み

22 BUSINESS SECTION
森下仁丹のビジネスモデル

24 広がる事業領域
26 事業概況
26 ヘルスケア事業
28 カプセル受託事業

30 SUSTAINABILITY SECTION
森下仁丹のサステナビリティ

32 ステークホルダーとのつながり
34 5つのマテリアリティ
36 マテリアリティ策定メンバー座談会
38 Special Feature 1
森下仁丹とオープンイノベーション
ロレアル×森下仁丹 カプセル開発座談会
42 Special Feature 2
森下仁丹と“仁財”投資
42 パーパス推進メンバー座談会
44 パーパス浸透に向けた取り組み
46 環境
48 社会
52 コーポレート・ガバナンス
53 役員一覧
54 コンプライアンス／リスクマネジメント
55 社外取締役インタビュー
56 会社概要／株式情報

『森下仁丹 統合報告書』は、株主・投資家をはじめとしたすべてのステークホルダーの皆さまに対し、当社の企業価値向上に向けた取り組みについて、より一層の理解を深めていただくことを目的としています。初めての発行となる今回は、新たに策定したパーパスをはじめ、これまでの歩みや培われた強み、ビジネスモデルなど、当社の価値創出の方針や仕組みを中心にまとめています。
本レポートの内容は、2022年4月1日～2023年3月31日の活動をまとめたものです。一部対象期間外の活動も含まれます。（発行：2024年2月）

# 森下仁丹ものがたり

たった4人の小さな薬種商として産声をあげた森下仁丹は、
携帯・保存に便利な常備薬として世界中で愛された「仁丹」をきっかけに、
その後も、カプセル製剤技術や機能性素材という新たな技術とともに成長してきました。
世の中の健康と豊かさを、ひたむきに想い続けてきた130年のものがたり。
さっそく、お話ししたいと思います。

## 総合保健薬を世界へ

1893年、森下博は、大阪市東区淡路町に森下南陽堂を創業しました。健康でいられることが、まだ当たり前ではなかった時代。予防医学の概念のもと、さまざまな製品開発を進め、大規模な宣伝を行うようになると、森下南陽堂の製品はまたたく間に広まっていきます。なかでも、当時流行していた梅毒に対する新剤「毒滅」と、フランスから輸入した性病予防器具「やまと衣」は、人々の高い関心を集めました。その後、森下博が出征した台湾で常用されていた丸薬にヒントを得て、総合保健薬の開発に着手します。そして1905年に、現在も販売されている「銀粒仁丹」の前身となる「赤大粒仁丹」が誕生しました。風邪や食あたりで命を落とすことも多かった時代、万病に効果があり、携帯性・保存性に優れた当時の仁丹は、健康を世界に運ぶ「薬の外交官」として、国内外を問わず愛されるベストセラーになります。1936年には、森下仁丹株式会社へと社名を変更し、さらなる飛躍をとげて、今に至ります。優れた製品で人々の健康を支え、社会に奉仕する。創業からの想いはそのままに——。

「毒滅」の広告
（大阪朝日新聞 1905年7月21日）

やまと衣（きぬ）
（1896年頃）

赤大粒仁丹
（1905年発売）

過酷な戦時下においても力強く。
芽吹く「自らの力で治す」意識。





## セルフ・メディケーションを支える

1922年、「仁丹の体温計」を発売しました。十分な治療を受けられるのは富裕層に限られていた当時、体温計の普及によって大衆の保健医療に貢献できると考えたからです。さらに、口腔衛生の考えから「仁丹ハミガキ」を発売しました。戦時体制に突入するも、戦場では仁丹が万能の護身薬として愛用※され、売上は順調に推移します。そんな最中の1943年、森下博が病に倒れ永眠。想いを受け継ぎ、孫の森下泰が社長に就任します。戦災で工場は焼失したものの、ハミガキ粉の製造増強を皮切りに、無事復興しました。戦後、森下泰は海外視察により欧米の企業運営を目のあたりにし、経営刷新に取り組むことを決意。経営の多角化に乗り出し、ガムや食品の製造、鎮痛解熱剤「アナシン」など医薬品の販売を手がけていきました。特に、西ドイツ視察での「セルフ・メディケーション（自己治療）」との出会いは、創業以来の理念が正しかったことを裏付けると同時に、新たなニーズを予感させる出来事でした。ベビーおむつ・粘着包帯・滅菌パッドなど、メディケア®ブランドの育成に取り組むことになるのです。

※仁丹の歴史に基づいて記載したものであり、現在の製品（仁丹N）は医薬部外品です。

仁丹平型体温計
（1926年発売）

仁丹ハミガキ
（1922年発売）

メディケア®粘着包帯
メディケア®滅菌パッド
（1981年発売）

1970年から発売されたメディケア製品
（ベビーおむつ、ベビーライナー、清浄綿、フレッシュマスク）

# いずれ大海となる希望の一滴。
# 困難を越え、可能性を包む。

## カプセル製剤技術の発展

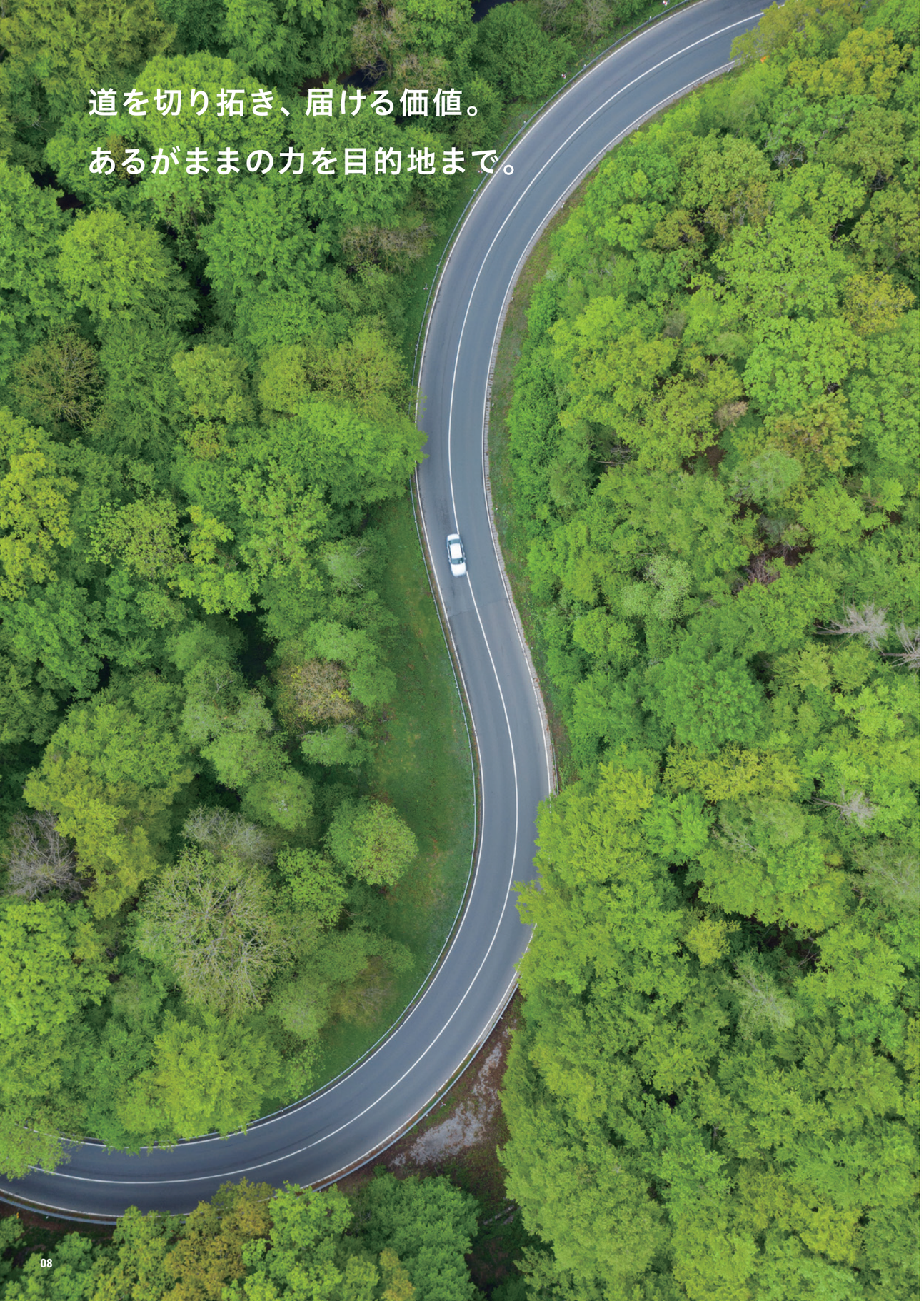
総合保健薬として登場した仁丹は、戦後になると口中清涼剤としての側面が色濃くなり、より手軽に口にできる梅仁丹やレモン仁丹などの新製品も誕生しました。ある日、欧州で開発された液体タイプの口中清涼剤を見た森下泰は、その即効性に着目し、すぐに液体の入った仁丹の開発を命じます。液体を閉じ込めるためには、継ぎ目がなく口に含むとすぐに溶ける必要がありますが、皮膜が薄すぎると弱くなり、持ち運びには適しません。何度も実験と改良を重ね、1980年、ついに「クリスタルデュウ」が市販されます。ところが、当時のカプセルでは、親油性の液体しか包むことができなかったため、味の伝達が鈍いという弱点がありました。そこで再び、親水性物質のカプセル化に取り組みます。皮膜と保護層を工夫・改良することで、ようやく技術は日の目を見て、1992年に製品化にこぎつけ、「クリスタルデュウ・マイルド」に続き「カプセル仁丹」が登場。親水性物質を包めるようになったことで、医薬・食品など幅広い分野への応用に期待が寄せられました。以降、液体以外の物質も包むシームレスカプセルへと発展し、森下仁丹の強みである「独自技術」が確立したのです。

梅仁丹
（1969年発売）

クリスタルデュウ
（1980年発売）

クリスタルデュウ・マイルド
（1992年発売）

カプセル仁丹
（1992年発売）






## ヘルスケア事業の躍進

親水性カプセルの製品化の目途が立ったことから、ビフィズス菌をシームレスカプセルに包む研究も急速に進展します。ビフィズス菌は酸に弱い性質のため、口から摂取しても大半が胃酸で死滅してしまいます。しかし、カプセルに包むことで、酸から守りながら活躍の場となる腸まで生きたまま届けられるのではないか。これこそが、カプセル製剤技術の本来の役割だと考えました。研究は進むものの技術的な壁は高く、何度も実験をくり返し、最初のアイデアから約10年が経った1993年、ようやくビフィズス生菌耐酸性カプセル「ビフィーナ10（テン）」が完成しました。消費者の手に直接届けたいという想いから、同年には通信販売をスタート。粉末を包む仁丹の技術から、液体を包む技術へ、そして微生物を包むカプセル化へと大きな進化を遂げたのです。創業当初から続く予防医学、セルフ・メディケーションの考え方も受け継がれており、「病気を治すのではなく、病気にかからないようにする」という姿勢のもと、生薬の研究にも力を入れました。仁丹の薬効成分に関する基礎研究から生まれた業務用の入浴剤「薬仁湯」や家庭用入浴剤「仁丹の薬湯」を製品化。ここで培った生薬研究の知見は、のちの機能性素材開発へと応用されます。

ビフィーナ10（テン）
（1993年発売）

仁丹の薬湯
（1995年発売）

## 健康の先にある、豊かな暮らし

生活習慣病の対策に向けて、植物由来の機能性素材研究を開始します。糖の吸収を抑える機能をもつサラシアを活用した製品の開発。さらに、ローズヒップに含まれるティリロサイドに脂肪燃焼作用があることを発見し、「ローズヒップエキスMJ」として原料販売も始めました。長年の研究が花開き、森下仁丹のもう一つの強み「独自素材」がより強固なものとなったのです。2015年には、機能性表示食品制度の施行によって消費者に製品の効果効能を伝えやすくなったことから、わかりやすく選びやすいサプリメント「ヘルスエイド®」シリーズを発売しました。一方、シームレスカプセルは可食分野から、体外で使用する非可食分野へと拡大。日本ロレアルと共同開発した植物由来の化粧品有用成分を含む「アクティブデリバリーカプセル」は、同社の美容液に使用され、非可食分野のカプセルとして初の製品化となりました。2023年、森下仁丹は創業130年。受け継がれる、シームレスカプセルの「独自技術」と生薬研究による「独自素材」をさらに追求していきます。健やかさだけでなく豊かな暮らしを、人々に届けるために——。

ヘルスエイド®シリーズ
（2015年 リニューアル発売）

アクティブデリバリーカプセル
（2022年開発）

森下仁丹のパーパス

# PURPOSE

これまでとこれからを見つめ直して、
パーパス（存在意義）を策定しました。
代々つないできたバトンを受け取り、
心をひとつに、未来へ歩みを進めます。

## 思いやりの心で、オモロい技術と製品で、
## 一人に寄り添い、この星すべてに想いを巡らせ、
## 次の健やかさと豊かさを、丹念に紡いでゆく。

「仁丹」は製品名であり、社名の一部でもあります。
けれど、もっとも重要なことは、その核心にある志であり思想です。
「仁」すなわち〈思いやり〉や〈やさしさ〉を丹念に紡ぎ、世界中に届けること。
その姿勢こそ、これからも変わらぬ、私たち森下仁丹の存在理由です。

クオリティ・オブ・ライフ（QOL）という言葉は、
肉体的、精神的、社会的な、あらゆる意味での「生活の質」のことを指しています。
“人々の暮らしや人生を支え、世の中に奉仕する”
創業以来、私たちが大切にしてきた「済世利民（さいせいりみん）」の哲学そのものです。

製品もサービスも、一人を想像し、一人に寄り添うことから生まれます。
それは、小さな視点を持ち、丁寧に、けれどスピード感をもって発想し、
独自技術を駆使した、オモロい製品を創り上げること。
そして、グローバルに「仁」の輪を拡げること。
いまやその輪は、人間だけでなく地球環境にも連鎖しています。

さあ、挑戦しましょう。次の健やかさと豊かさへ。
森下仁丹はここから、さらに新たな歴史の扉を開きます。

TOP MESSAGE

# 次の時代で求められる「健康と豊かさ」を実現するために。“独自性”を強みに、新しい価値を生む挑戦を続ける。

代表取締役社長

森下 雄司





## オモロい技術と製品は必ず評価される

2023年2月11日、森下仁丹は130周年を迎えました。創業者の森下博が、ここ大阪の地で「森下南陽堂」を起こした頃と比べて、私たちを取り巻く環境、そして皆さまの健康に対する課題やニーズは大きく変化しています。それでも、当社の原点である「仁丹」の2文字に込められた“思いやりの心”を変えることなく、今までまっすぐバトンをつないでこられたのは、これまで当社を支えてくださったステークホルダーの皆さまのおかげにほかなりません。

今回、130周年という節目を迎えるにあたり、森下仁丹の社内でいくつかのプロジェクトがスタートしました。パーパスの策定もその一つです。「思いやりの心で、オモロい技術と製品で、一人に寄り添い、この星すべてに想いを巡らせ、次の健やかさと豊かさを、丹念に紡いでゆく」。パーパスには、森下仁丹の「変わらない軸」だけではなく、VUCAとも呼ばれる不確実性の高い現代における「成長への意思」も込められています。

突如発生した新型コロナウイルス感染症の流行により、人々の生活様式はもちろんのこと、健康意識も変化しました。私たちは次の転機に備えて、いち早く社会の動きやニーズをキャッチし、技術や製品を生み出していかなくてはなりません。現在、森下仁丹の中核を担っているシームレスカプセルや独自素材も、動き出しは数十年も昔のことでした。新しい事業が萌芽するまで、ときには我慢が必要なこともあります。しかし、人々に健康と豊かさを与える発想やアイデアは必ず評価されると、130年の歴史が証明してくれています。これからも挑戦を続け、時代や業界の先をいく「オモロい技術と製品」を生み出せるよう、企業体力の維持に努めることもまた重要だと考えています。

健康に対する社会的ニーズが一層高まるにつれ、さまざまな企業がヘルスケア分野へと参入し、市場競争は激しさを増しています。そのなかで、我が社が利益や人財、また製品をつくるための原料を安定して獲得するためには、長い歴史を通し積み上げてきた実績や知的探求にもとづく独自技術や素材など、私たちにしかない強みを存分に発揮していかなくてはなりません。

森下仁丹は、シームレスカプセルの受託や原料素材のご提案を通して、多くの企業とともに新しい価値を生み出しています。また、そこで得た技術や知見を活かし、強みをより強固なものにしています。今後はそれらを財産としながら、ナショナルブランドを強化していくべきだと捉えています。それと同時に、他企業との価値共創を通し、業界全体を活性化させていくことも重要であると言えるでしょう。BtoCとBtoB、2つの領域で独自性を発揮し、挑戦の基盤を整えてゆく所存です。

## 未来に向けた準備がかたちになった年

2022年度については売上高、営業利益ともに前年を上回る結果となりました。株主還元についても無事に増配を達成でき、これまで積み重ねてきた研究や取り組みの成果が目に見えるかたちであらわれた年でした。今後とも安定配当を維持できるよう、引き続き財務体質の強化に努めます。

セグメント別に見ると、「ヘルスケア事業」では、当社独自の機能性素材であるローズヒップエキスが国内食品メーカーを中心に広く採用され、多様な製品に姿を変え、さまざまな販路を介して多くの消費者に支持されています。好調なローズヒップエキスに加え、同じく汎用性の高いサラシアやカシスエキスについても海外市場へと乗

り出し、機能性素材のマーケット獲得を目指しています。

2023年に発売30周年を迎えたビフィズス菌配合の機能性表示食品「ビフィーナ®」は、整腸効果のあるビフィズス菌を配合したサプリメントとして、メーカーシェア売上No.1を27年連続で獲得※しています。森下仁丹は多くの大学や企業とともに、機能表示食品のエビデンスの評価統一を目的とした活動を長きにわたり続けてきました。そのような製造・販売に向けた地道な地盤づくりこそが、製品の長いご愛顧につながったと感じています。

また、新たな取り組みとしては、高脂血症用剤のジェネリック医薬品製造販売があります。原価上昇や価格引き下げによって、ジェネリック医薬品の供給継続が困難だと業界でも大きな課題となっていました。そのような現状を打破するため、10年近い準備構想を経てようやく、諸問題に対応した医薬品を開発することができました。医療用医薬品については、通常以上に「安定供給」のできる基盤が重要です。制度により決められた価格で継続的に皆さまのお手元に医薬品を届け、医療に貢献できるよう、社内の体制をより強化していきます。

もう一つの主要事業、「カプセル受託事業」では可食分野におけるフレーバーカプセルの販売が順調に伸びています。2022年度には外部との共同研究により、新たな食感を付与したカプセルの開発にも成功。今後は可食分野のみならず、非可食分野のカプセル開発についても、外部機関や他企業とのコラボレーションにより領域を拡大させていきます。加えて、シームレスカプセルの特徴を活かした医薬品受託カプセルの研究開発を進め、この事業においても海外展開を見据えたマーケティング活動に力を注ぎます。

## 高度化する社会課題に対応できる“仁財”を育む

私たちはこれまで「発展と永続」をテーマに、持続可能な企業経営を目指してきました。今後も森下仁丹という存在を長く未来へつなぐため、新たにサステナビリティ推進に向けたワーキングチームを発足し、活動を推進しています。そのなかで重要課題の一つとしてあがったのが、人的資本への取り組みです。

私たちは創業より「家族主義」を掲げ、「従業員は家族と同様である」という理念をもっています。今後、ますます加速する労働人口の減少や、多様化そして高度化する社会課題に対応していくために、人的資本への梃入れは欠かせません。森下“仁財”の活躍とやりがいを実感することは、社会課題の解決にもつながります。私たちが取り組むどの事業においても、お客さまが希望される製品・サービスを、高い品質を保ちながら、安定して供給することが重要です。開発と生産、双方の強みを高めあえるよう、若手のうちから両方の業務を経験できるような仕組みづくりも行っています。子育て支援や介護休暇など「個」のライフイベントを支援する制度の充実と、森下仁丹という「組織」全体としても働きやすい環境の両方を整えていかねばなりません。森下“仁財”の誰しもが皆、安心して「オモロい」仕事に取り組めるように、今後も環境整備を進めていきます。

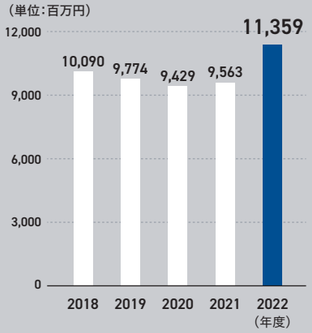
次の100年においても、皆さまから支持され、必要とされる存在であり続けるためには、一層変化する「健康と豊かさ」のニーズを正しく捉える必要があります。まずは全従業員が社是、そしてパーパスを「ブレない軸」とし、お客さま一人ひとりの想いに寄り添った「小さな視点」を持たなくてはなりません。私たちは、お客さまの目線に立って“想像”し、人々の暮らしを豊かにする「オモロい」技術や製品・サービスを丁寧かつスピード感をもって“創造”することで、社会課題の解決に貢献します。

※富士経済「H・B フーズマーケティング便覧 1998～2024」機能志向食品編整腸効果ビフィズス菌メーカーシェア（1996～2022実績）ビフィーナ®シリーズ全体での売り上げ（旧商品も含む）

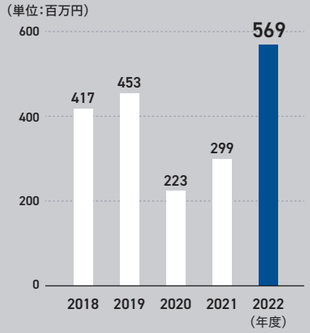


## 財務ハイライト

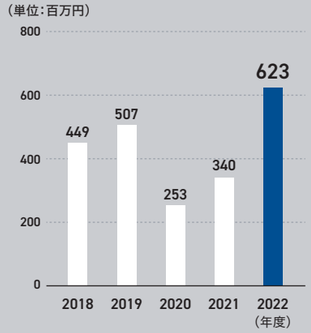
### 売上高



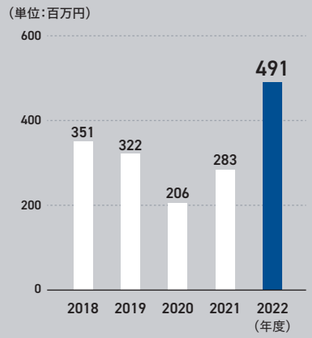

### 営業利益




### 経常利益

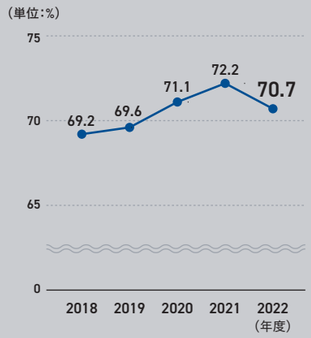



### 親会社株主に帰属する当期純利益



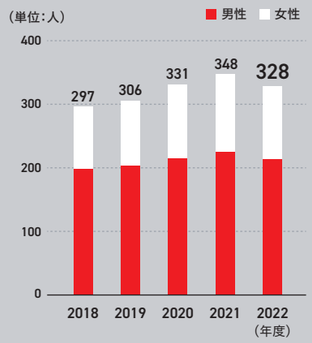

### 総資産・純資産

### 自己資本比率

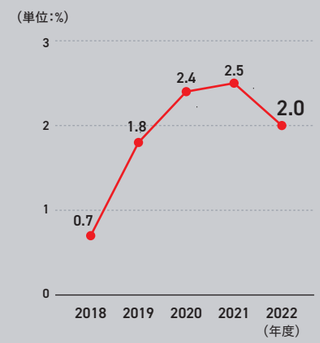



## 非財務ハイライト

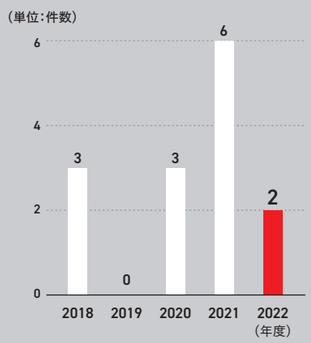
### 男女別従業員人数（連結）




### 障がい者雇用率




### 特許出願件数（国内）



価値創造プロセス

# 持続可能な「市場創造型」の研究・開発

社会の「リスク」と「機会」をいち早くとらえ、社内外の経営資本を適切に活用し、製品・素材を創造。
企業として成長するとともに、重要課題を解決することで、持続可能な社会づくりに貢献します。

## 森下仁丹の目指す姿

市場創造型の研究・開発を推進し、
素材・製品・サービスを提供することで
持続可能な社会づくりに貢献する

## Purpose パーパス

思いやりの心で、オモロい技術と製品で、
一人に寄り添い、この星すべてに想いを巡らせ、
次の健やかさと豊かさを、丹念に紡いでゆく

詳細 P.12

### 外部環境の認識

**リスク**

- ●市場ニーズへの対応遅れ
- ●高齢化による労働人口の減少
- ●サプライヤーとのコミュニケーション不足による品質低下や事業継続危機
- ●気候変動や自然資本の減少による原材料の調達不全

**機会**

- ●マーケットの拡大
- ●多様な価値観の取り込み
- ●品質の担保による安心・安全な企業ブランドイメージの維持
- ●資源循環促進によるリサイクル資材の活用や環境負荷の軽減

### 投入資本

**財務資本**

- ●健全なバランスシート

**知的資本・製造資本**

- ●高付加価値シームレスカプセルの開発・製造技術
- ●機能性素材開発で獲得した独自の知見・技術
- ●オープンイノベーション、パートナーとの協創

**人的資本**

- ●成長を支える多様な人財
- ●思いやりの企業文化・組織風土

**社会関係資本**

- ●優良顧客との信頼関係
- ●サプライヤーとの協業
- ●安心・安全のブランド力

開発 / 調達 / 研究 / 製造 / サービス / 販売

成長を支える
**強み**

- 独自技術
- 独自素材
- 品質管理
- 顧客基盤

詳細 P.20

強みを活かす
**事業**

- ヘルスケア事業
- カプセル受託事業

詳細 P.24

**5つのマテリアリティ**

詳細 P.34

### アウトプット

ヘルスケア製品
医薬品等

### アウトカム（提供価値）

カプセル受託

機能性素材

**顧客**

- ●エンドユーザーの健康の増進
- ●エンドユーザーの生活の質の向上

**従業員とその家族**

- ●会社と従業員の相互の成長
- ●働きがい・働きやすさの向上

**取引先**

- ●持続可能な調達のさらなる推進
- ●パートナーの課題解決
- ●当社、パートナーの企業価値向上

**地域・社会**

- ●地域の自然環境保全

**株主・投資家**

- ●安定的な株主還元
- ●持続的成長と中長期的な企業価値向上

関連 P.32

## 成長を支える強み

# 創業から続く技術を基盤に進化する

森下仁丹には、仁丹の製造から発展した「独自技術」と、
長年の生薬研究と原材料精選のノウハウを活かした「独自素材」という、2つの強みがあります。
「品質管理」と「顧客基盤」を土台とし、これらの強みを原動力に成長を続けます。

仁丹の製丸技術を発展させた継ぎ目のないシームレスカプセルは、液体や微生物をも包むことができる独自の技術です。開発当初は直径3mmほどでしたが、現在では直径0.3～1.0mmの微細カプセルの製品化に成功。さらにミクロン単位のカプセル量産化に挑戦しています。また、親油性物質だけでなく親水性物質も包むことができるため、可食・非可食を問わず、幅広い分野で重用されています。

### 品質管理

医薬品の製造および品質管理の基準であるGMP（適正製造規範）に適合した製造環境にて医薬品やサプリメント等を生産、かつ薬剤師を含む専門スタッフで厳密な品質管理を実施しています。また、安心・安全な製品を届けるため、高い水準でのサプライチェーン管理を徹底しています。

### 顧客基盤

自社内に保有するコールセンターには薬剤師や管理栄養士なども常駐しており、お客さまの疑問やご要望に迅速かつ正確に対応しています。またコールセンターにて収集した情報は、製品開発や品質管理などの事業活動に広く役立てています。

仁丹で培った生薬成分の研究ノウハウを活かし、健康食品や医薬品に付加価値を与える、高品質な原材料を厳選。また、その原材料に含まれる成分がもつ効果・効能を明らかにし、製品に応用しやすいかたちに加工します。森下仁丹が主に扱うローズヒップ、サラシア、カシスという3つの独自素材は、自社（ナショナルブランド）製品の開発だけでなく、他社の製品にも活用されています。

森下仁丹のビジネスモデル

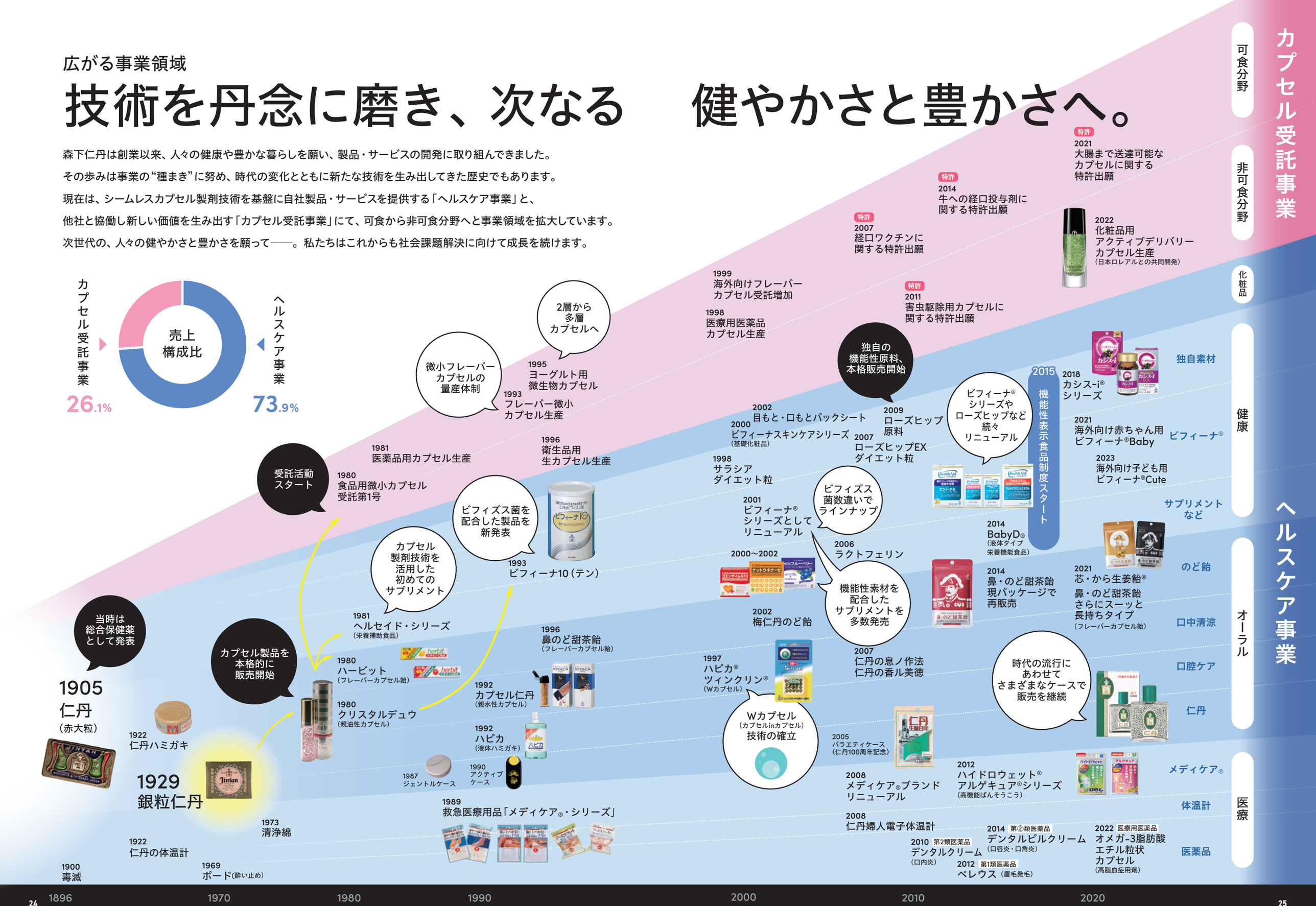
# BUSINESS SECTION

広がる事業領域

# 技術を丹念に磨き、次なる　健やかさと豊かさへ。

森下仁丹は創業以来、人々の健康や豊かな暮らしを願い、製品・サービスの開発に取り組んできました。
その歩みは事業の“種まき”に努め、時代の変化とともに新たな技術を生み出してきた歴史でもあります。
現在は、シームレスカプセル製剤技術を基盤に自社製品・サービスを提供する「ヘルスケア事業」と、
他社と協働し新しい価値を生み出す「カプセル受託事業」にて、可食から非可食分野へと事業領域を拡大しています。
次世代の、人々の健やかさと豊かさを願って――。私たちはこれからも社会課題解決に向けて成長を続けます。



事業概況

# ヘルスケア事業

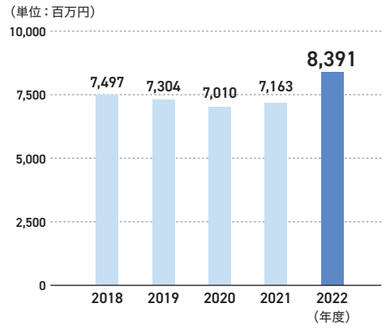
事業内容と基本戦略

## 自社製品と独自の機能性素材を中心に事業領域を拡大

2022年6月から、ジェネリック医薬品である高脂血症用剤の販売を開始しました。また、原材料や人件費の高騰、競合の増加といった厳しい外的環境のなかでも、ローズヒップをはじめとした独自の機能性素材にてヘルスケア事業の売上を牽引。ビフィーナ®は、便通改善機能が報告されているビフィズス菌を配合した機能性表示食品として、メーカーシェア27年連続売上No.1※を更新しました。結果として、売上高は8,391百万円（前年同期比1,227百万円増）と増収となりました。今後は高脂血症用剤の安定供給に努め堅調に売上を伸ばしつつ、アジア等で高評価を得ているビフィーナ®を中心に海外市場を拡大。同時に、自社製品開発や他社に向けた機能性素材の拡販、医薬品の研究開発強化にも努めます。

※富士経済「H・B フーズマーケティング便覧 1998～2024」機能志向食品編整腸効果ビフィズス菌メーカーシェア（1996～2022実績）ビフィーナ®シリーズ全体での売り上げ（旧商品も含む）

ヘルスケア事業の売上高




強み

- シームレスカプセル製剤技術の応用で幅広い製品を展開
- 仁丹から続く生薬研究による機能性素材の研究開発
- ビフィーナ®を中心とする海外での高いブランド認知

TOPICS

### 目の健康を整える「カシス」

近年、デジタル機器の普及により、アイケア製品への需要が高まっています。そこで、森下仁丹は、カシス特有のアントシアニンを規格化したエキスを開発しました。カシスアントシアニンは、ピント調整機能の低下を和らげるだけでなく、暗所で光を感知する際に重要な「ロドプシン」の再合成を促す効果もあり、新素材として注目を集めています。

### 体脂肪に効果的な「ローズヒップ」

ローズヒップ由来のティリロサイドは、肝臓や筋肉で行われる脂肪の燃焼を促す効果をもっています。より汎用性を高めるため、当成分を含む水溶性の粉末エキスとして加工。効果を発揮するために必要な量や、味・色みへの影響が少ないため、多くの食品や飲料で採用されており、重大な社会問題である生活習慣病改善の一翼を担っています。

### 腸に大切な「ビフィズス菌・短鎖脂肪酸」

腸内環境を整え、便通を改善する機能が報告されているビフィズス菌。「健康の基本はおなかから」と考える当社は、腸にとって大切なビフィズス菌を生きたまま腸まで届けるためにビフィーナ®を開発しました。また、このビフィズス菌が産生する短鎖脂肪酸が重要であることに着目し、大腸まで直接届ける技術を確立しました。

### 日光からではなく摂取できる「ビタミンD」

紫外線を浴びることで生成されるビタミンDは、骨の形成を助ける機能があり、特に成長期の子どもにとって欠かせない栄養素です。森下仁丹では、近年の紫外線を避ける生活習慣によって不足しがちな同栄養素を補うため、液体タイプの栄養機能食品「BabyD®」を発売。また、ビタミンDの重要性を訴える啓発活動も実施しています。

Voice

「健康の基本はおなかから」と考え、国内市場をはじめプロバイオ製品のグローバル展開を推進してきました。近年は、ベトナムや香港地域の販売が好調なので、さらにアジアを中心に拡大していきます。加えて、ジェネリック医薬品の安定供給に向け設備投資を進めるほか、人財獲得・育成に向けた人的投資も継続していきます。

常務執行役員 ヘルスケア事業本部 本部長　石田 英嗣

事業概況

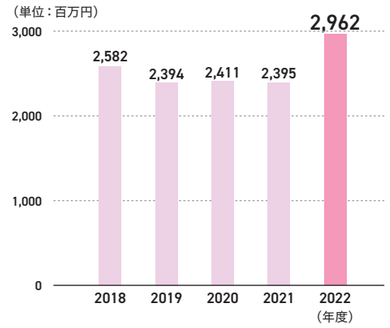
# カプセル受託事業

事業内容と基本戦略

## 非可食分野へ領域を拡大
## クライアントの課題をカプセルで解決

食品や医薬品のみならず、幅広い用途のカプセル製造を受託しています。難度の高いニーズにも挑戦し、高い技術力でクライアントの製品開発を支援。原材料である動物性ゼラチンの価格高騰、ハラル市場向けゼラチンの需要拡大といった課題はあるものの、主力であるフレーバーカプセルは堅調に推移しています。売上高は2,962百万円（前年同期比567百万円増）と増収に。コロナ後のインバウンド再開が後押しし、国内の取引先では新製品開発の気運が高まっています。同時に、可食分野のみならず、さまざまな分野からお問い合わせが急増したことから、新たにBtoB向けの専用サイトを立ち上げるなど、新規開拓を加速させています。引き続き、社内外の連携を深め、事業領域の拡大を目指します。

カプセル受託事業の売上高




強み

- 知見を活かし、顧客の要望に合わせてカスタマイズ
- 食品・医療用、工業・産業用など可食・非可食で幅広く展開
- 高い品質を一定に保ち、安定供給できる生産体制

TOPICS

### 大腸まで届ける「大腸送達カプセル」

大腸まで届けることで効果を発揮する成分があります。短鎖脂肪酸もその一つです。大腸に棲むビフィズス菌など腸内細菌が作り出す短鎖脂肪酸の有用性が最近注目されていますが、口から摂取しても小腸で吸収されて大腸まで届かないことがわかっています。そこで、大腸まで届けるカプセル製剤技術を開発しました。

### 戻り臭も減らせる「耐酸性カプセル」

高脂血症用剤「オメガ-3脂肪酸エチル粒状カプセル」など、EPA・DHAを含有する製品に耐酸性カプセル製剤技術を活用。臭いが強い成分も、胃で溶けず腸まで届くカプセルに包み込むことで口腔内への不快な戻り臭を軽減でき、より摂取しやすい製品となりました。

### 水に溶ける物質を包む「親水性カプセル」

カプセル皮膜は水溶性のため、水溶性の物質を包むことはできませんでした。そこで、中間層に親油成分を用い、内容液も工夫することで、透明感も保った親水性カプセルを開発。これにより、シームレスカプセルがもつ可能性を格段に広げることに成功しました。

### より小さくする「マイクロカプセル」

非可食分野のカプセルに取り組むと同時に、従来よりも小さいサイズのシームレスカプセルに対する要望が多く寄せられるようになりました。ミリサイズ（砂レベル）からマイクロサイズ（粉体レベル）の領域まで提供範囲を拡大。より広い範囲で顧客の抱える課題に対応できるよう、鋭意、研究開発を行っています。

Voice

海外の競合メーカーが力をつけるなか、お客さまのきびしい技術要求に応えてバラエティ豊かなシームレスカプセルを生み出すことで、リーディングカンパニーとしての責任を果たしてきました。受託事業は米国が中心ですが、今後はアジア諸国にも販路を広げ、将来に向けた事業の種をまき、プロバイオティクスや非可食の領域で活用できるカプセルの開発を推進します。

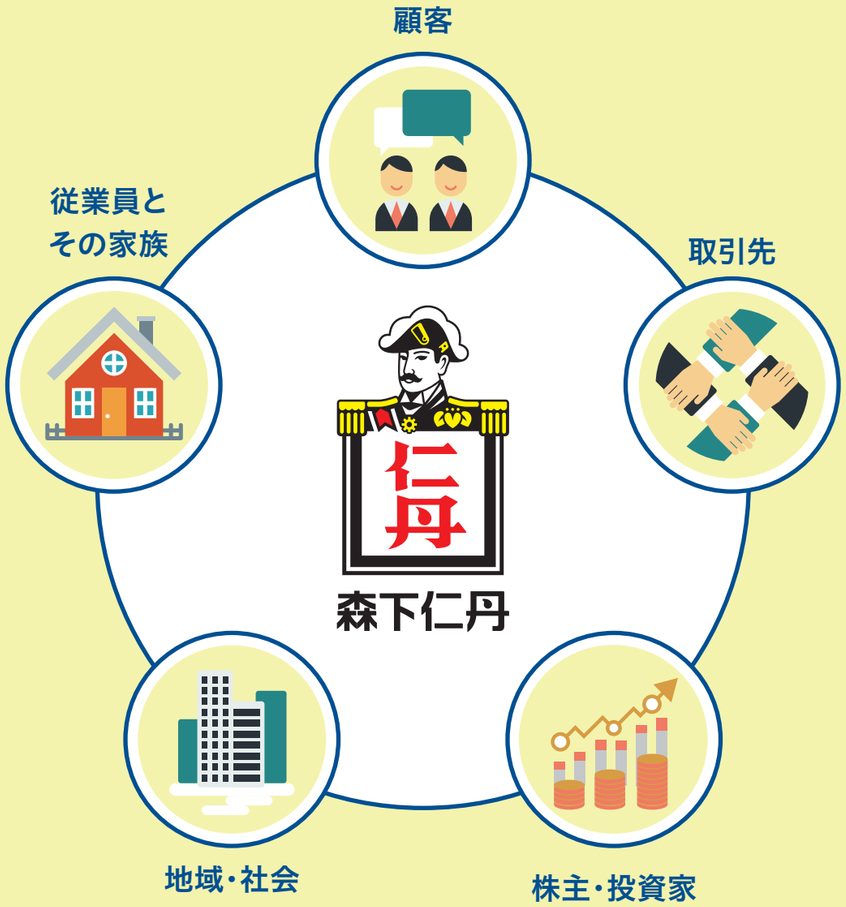
カプセル受託事業担当部長　伊藤 和水

森下仁丹のサステナビリティ

# SUSTAINA SECTION BILITY

ステークホルダーとのつながり

# 対話を重ね、ともに未来を育む




森下仁丹の事業活動は、お客さまをはじめとして、従業員とその家族、またお取引先さま、
地域社会の皆さまや株主・投資家といった、さまざまなステークホルダーに支えられています。
ステークホルダーとのコミュニケーションを通じて社会課題を認識し、解決に取り組むことで、
企業としての責任を果すとともに、皆さまの期待と信頼にお応えします。



顧客

**製品やサービス、コミュニケーションを通して、
お客さまの今と未来の課題解決に貢献します。**

お客さまからの信頼がなければ、事業活動は成り立ちません。森下仁丹ヘルスコミュニケーションズでは、薬剤師や管理栄養士などの有資格者を配置し、お客さまからのご質問やご相談に万全の体制でお応えしています。また、すべての生産拠点でGMP（適正製造規範）をクリアするなど、高い水準での製品づくりに努めています。

従業員とその家族

**公正で活気に満ちた職場、
従業員やその家族の心身の健康づくりも支援します。**

従業員とその家族が健康で活き活きとした生活を送ることが、企業の成長につながると考えています。日本に健康保険制度ができてまもなく健康保険組合を設立するなど、これまでも従業員とその家族の健康を大切に守り続けてきました。さらに、安全で快適な職場づくりや、多様な人財が活躍できる環境整備にも取り組んでいます。

取引先

**ともに価値を生み出すパートナーとして、
事業活動を通じ信頼関係を構築していきます。**

お取引先さまは、新しい技術や製品の価値をともに高めていく大切なパートナーです。信頼関係を築くために、品質や製造管理体制の監査対応はもちろん、各法令を遵守した取り組みを徹底します。また、私たちの製品を販売してくださるお取引先さまについては、製品説明会や、関連する健康情報の提供など幅広くサポートを心がけています。

地域・社会

**事業を通じて、企業としての社会的責任を果たし、
地域に暮らす人々と豊かな社会の実現を目指します。**

「報本反始（ほうほんはんし）（謙虚な心を忘れず、自分自身が存在するに至った根源のすべてに報いる）」の精神のもと、以前より創業者森下博の地元・鞆の浦（広島）への寄贈や寄付を行うだけでなく、国内外のさまざまな地域で、健康への啓発イベントやスポーツ支援を通して地域社会の皆さまへ貢献しています。

株主・投資家

**永きにわたって信頼していただけるよう、
適切なコミュニケーションの場を設けています。**

株主・投資家の皆さまとのコミュニケーションは、本決算・第2四半期決算時の説明会に加え、必要に応じて個別対話のご要望にもお応えしています。また、IR活動で寄せられたご意見は、担当役員から経営幹部、関連事業部門へと共有するほか、未公表の情報については、特定の投資家のみに伝わることがないよう、社内規定に従った情報管理を徹底しています。

5つのマテリアリティ

# リスクと機会を正確に捉え、企業経営を強力に推進

企業としての社会的責任を果たしながら、持続可能な社会と企業活動を両立させるため。
創業130周年を契機として、2023年2月に策定したパーパスを基点に、
中長期視点で取り組むべき重要課題（マテリアリティ）を特定しました。
森下仁丹は、社会の課題解決を目指し、事業を通じて貢献していきます。

## マテリアリティの特定プロセス

**STEP 1**
**社会課題の抽出とリスク・機会の検討**

会社の各事業・各機能を把握しているメンバーにてサステナビリティ推進委員会を構成。事業領域の整理や社会課題の抽出を行い、リスク・機会を協議検討、一次案を作成しました。

**STEP 2**
**マテリアリティの特定**

経営層・管理職に加え、若手層にも一次案を説明したうえで検討会を実施。その後、委員会メンバーにて再検討を行いマテリアリティを特定しました。

**STEP 3**
**全社目標の設定 取り組み概要の検討**

マテリアリティに対し戦略的視点での全社目標を策定。目標に対する全社・組織横断の取り組みについても検討会を実施しました。

**STEP 4**
**事業部への展開 KPIの検討**

各事業部の推進体制を決定し、検討した内容は次期中期経営計画の材料としても活用していきます。また、それぞれのマテリアリティに対して、各事業部へブレイクダウンし、KPIを検討します。

フェーズ１ ［完了］　フェーズ２ ［推進中］

## 1 健やかさ、豊かさへの貢献

森下仁丹が持つ“包む技術”と“素材技術”をさらに強化し、国内だけでなく海外市場のニーズの変化にも柔軟に対応していきます。また、セミナーや研究発表などの開催を通じ、予防とセルフ・メディケーションの支援・浸透にも貢献します。

## 2 森下「仁財」の活躍推進

次世代リーダーの育成を目的とした「仁丹大学」の開校や360度評価、管理職研修など、リーダーシップ開発に力を入れています。また、業務上必要なスキルトレーニングに加え、入社間もない時期からCSR活動に取り組むことで、企業の社会的責任について理解を深める機会を提供しています。

## 3 安心・安全な製品の供給

お客さまの健康被害や製品回収などにつながる不良品の発生を防ぐため、品質保証体制の維持管理やBCP推進、外部認証の取得を推進。同時に、気候変動や自然資本の減少に対応できるよう、調達先と継続的なコミュニケーションを行い、安定した原材料調達ルートを確保します。

## 4 地域環境への配慮

気候変動対策の取り組みとして、$CO_2$排出量の削減を目的に、省エネ機器の導入や製造工程の開発、エネルギー調達ルートの見直しを実施します。あわせて、環境負荷を低減するため、水使用量の削減や製品の賞味期限延長、資材ロスの低減といった活動を推進していきます。

## 5 経営基盤の強化

コンプライアンスやリスクマネジメントに関する方針・施策を協議する場として、各委員会を設置。社外取締役を置くことで、経営の透明性向上と、公正かつ迅速な意思決定を伴うシステムの維持、および監視機能の強化を目指します。また、国際規範を遵守し、人権を尊重した事業活動を行います。

マテリアリティ
策定メンバー
座談会

# 5つの
# マテリアリティに
# 込めた想い

**マテリアリティ策定メンバー**（写真左から）

※所属部署・肩書は座談会当時のものです。

製造
**与太夫 健一**
生産本部 滋賀工場
生産企画グループ グループリーダー

営業
**中野 雅士** サステナビリティ推進委員長
コンシューマー事業部
リテール事業グループ グループリーダー

研究開発
**河野 麻実子**
研究開発部 副部長

資材調達
**塩澤 寿**
資材購買部 部長

## 「らしさ」にこだわったマテリアリティ

**中野**　森下仁丹の事業活動と社会課題を結びつけ、注力して取り組むべき課題を明らかにする。長期的な企業価値を維持するため、会社が進むべき方向を明文化する必要がありました。

**河野**　130周年を迎えるタイミングで、社内にていくつかのプロジェクトが立ち上がりました。サステナビリティ課題の検討とマテリアリティの策定を行う際にも、各プロジェクトとの連動や相乗的な関係性を強く意識していました。そのプロセスでパーパスは、私たちの議論の重要な軸になっていたと感じます。

**与太夫**　サステナビリティ推進委員会のメンバーは、所属している部署も、担当している業務も異なるので、たとえば「技術」という言葉一つとっても捉え方が全然ちがっているんですよね。

**塩澤**　そうなんです。だからこそ言葉の定義付け、そして概念の解釈を揃えるのにパーパスが役立ちました。営業や購買、開発生産などの立場を超え、皆が理解し、納得できる指針ができたことで、社内のさまざまなスケールでの議論がスムーズになったと思います。

**河野**　フェーズ1において、まずは私たちがサステナビリティやマテリアリティの知識を深めつつ話し合いを行いました。外部のコンサルタントにも入ってもらい、近しい企業の内容も参考にしながら、森下仁丹ならではのマテリアリティの特定を進めました。

**与太夫**　数ある社会課題が、事業の発展を阻害するリスクとなるのか、それともビジネスを拡大する機会となるのか。その判断は各部署によって異なることもあり、意見の「発散」よりも「集約」の方に時間がかかった印象があります。

**中野**　私たちらしいマテリアリティをつくるため、言葉選びにも時間をかけましたよね。たとえば「森下“仁財”の活躍推進」。森下仁丹は創業より「家族主義」を掲げており、従業員は家族と同様であるという考え方がカルチャーとして浸透しています。これからも従業員を大切に守り、育んでいきたいという想いを、思いやりの気持ちを示す仁と財産の財を組み合わせた、「仁財」という言葉で表現しました。

**与太夫**　一般的な「人的資本」という言葉を使ってもいいけれど、ちょっと無機質に聞こえるかもしれない。メンバーそれぞれの「らしさ」や「感性」を擦りあわせ、長く愛される、すっと腹落ちする言葉遣いを意識して文章を組み立てています。

## まずはサステナビリティを身近に感じてもらう

**中野**　現在は、各事業への落とし込みはもちろん、マテリアリティをステークホルダーとの対話ツールとして活用することも意識しています。先立って社内では、サステナビリティに対する意識向上やマテリアリティの浸透を目的とした勉強会を始動させました。

**与太夫**　滋賀工場ではISO14001をテーマに話を進めました。普段当たり前のように行っている業務の積み重ねが、サステナブルな社会の実現につながる行動であると説明し、当事者意識を持ってもらう。全員に理解してもらえるよう、伝え方は特に工夫しました。

**塩澤**　従業員に浸透させるには、日々の業務と地続きの場所にあると実感してもらうことが重要で、単に勉強した言葉を並べるだけでは心に響かないと思うんですよね。資材購買部門であれば、質の高い生薬原料の確保は最大のミッションであり、製造プロセスを回すための絶対条件です。しかし生薬農家をはじめとするサプライチェーンにも、輸出入の規制や環境問題、労働力確保といったバックグラウンドがあり、質の高い素材を安く買い付けて終わりというわけにはいきません。実務を通し、問題の根本がサステナビリティに通じていることを伝えるようにしています。

**中野**　私は営業という職種柄、これまでは製造時の環境への配慮やサプライヤーとの関係性維持などを直接的には意識してきませんでした。本プロジェクトへの参加をきっかけに、新しい観点を知り、物事を広く捉えられるようになったと感じています。

**河野**　策定したマテリアリティは、異なる業務すべてに通じる「森下仁丹らしい」内容だと自負しています。マテリアリティは策定して終わりではなく、そこがスタートラインです。全社の推進力を上げるため、まずは各部門やグループに対する説明の機会を増やしていけたらと思います。

**与太夫**　従業員一人ひとりの意識を変えていくことはもちろん、取り組みの進捗を定量的に評価するために、KPIやアウトカムを設定しなくてはなりません。この点について現在、急ピッチで議論を進めています。

**塩澤**　各部の業務とマテリアリティをつなげていくことで、自然と価値創造プロセスの全体像も見えてくるはず。会社の向かうべき方向を明確にし、皆で社会課題を解決するとともに、しっかりと実務や業績にも反映できるよう活動を続けていきます。

Special Feature 1

森下仁丹と オープンイノベーション

## ロレアル×森下仁丹 カプセル開発座談会

# パートナーとの価値共創で、豊かさを世界へ

森下仁丹の技術で社会課題を解決し、さらに広い領域で「健康と豊かさ」を実現するために。
私たちはさまざまな企業と手を取り合い、技術を進化させて、お客さまのもとへとお届けしてきました。
今回は、ロレアルと共同で開発した「アクティブデリバリーカプセル」をご紹介します。

L'ORÉAL RESEARCH & INNOVATION JAPAN

世界150ヵ国で事業を展開するフランスの化粧品会社。日本ロレアルは、日本法人として国内で18のブランドを展開しています。

日本ロレアル株式会社
**斉藤 誠**
リサーチ&イノベーションセンター
スキンケア応用領域研究 プロジェクトリーダー
加齢や紫外線などによる肌の悩み全般を解決する製品の開発を担当。

森下仁丹
**喜田 裕介**
研究開発部 製剤開発グループ
カプセル製剤技術の応用・開発を行う。本案件では製品化をメインに担当。



### カプセルで創出する新しい価値

**喜田**　本プロジェクトの走り出しは、ロレアルさまからのお声がけだったと記憶しています。数ある企業のなかから、パートナーとして森下仁丹を選んでいただいた理由をお聞かせください。

**斉藤**　一番は森下仁丹さまが強みとする優れたカプセル製剤技術を、私たちが扱う製品に取り入れることで、新しい価値を創出できると感じたからです。今回開発したカプセル配合の美容液「クレマ ネラ RV コンセントレート」は、ロレアルのなかでも最高峰のラグジュアリーブランド「アルマーニ ビューティ」の製品。単に「機能性」が高いだけでは、顧客が求める付加価値には届きません。特に化粧品というものは、手に取り眺めているだけでも期待や満足感を覚えるような、「見た目」にも優れた製品をつくる必要があります。この「機能性」と「見た目」をどのように両立させるべきかと考えたときに、貴社のカプセル製剤技術が目にとまり、お声がけさせていただきました。

**喜田**　ありがとうございます。
今回、皮膜に植物由来の化粧品有用成分を入れるだけでなく、カプセル自体の見た目や崩壊性などのご要望にも応えるべくさまざま試行錯誤をしたことは、私たちにとっても大変勉強になりました。販売まで無事に行うことができ、ホッとしています。

**斉藤**　貴社の、顧客の要望にあわせ柔軟にカプセルをカスタマイズできる点もロレアルとの親和性が高いと感じ、お声がけしました。開発にあたり、機能性と見た目以外にも多くの要望をお伝えしたのですが、高い技術で応えてくださり、とても心強かったです。

**喜田**　私たちは、可食分野のカプセル製造においては自社の強みを発揮できており、市場でのプレゼンスを得ていると自負しています。しかし、今回のような非可食分野においては経験が少なかったこともあり、当社のカプセル製造技術が化粧品の観点だとどのような点が魅力に映るのか、その優位性を把握しきれていたとは言えません。ロレアルさまの化粧品がもつ特性やイメージ、オリジナル性にあわせてカプセルをつくり上げていく過程で、これまではあまり意識していなかった自社のカプセルの可能性に気づき、視野を格段に広げることができました。

**斉藤**　互いに実りがあるプロジェクトになりましたね。

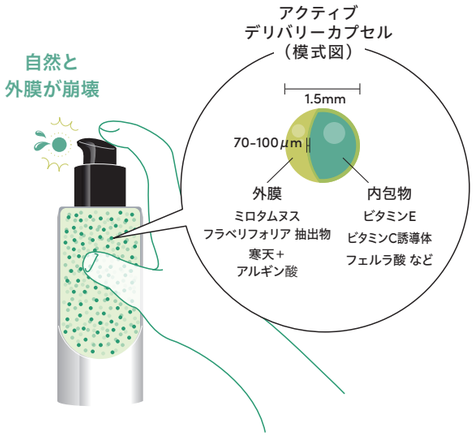
### 「機能性」と「見た目」の両立

**喜田**　実際にプロジェクトが始まってからは、とにかくトライ&エラーのくり返しで、製品の美しい見た目からは想像がつかないほど泥臭く取り組んできました。

**斉藤**　「機能性」を訴求するうえでの大前提として、カプセルの皮膜や中に含まれる美容成分は品質を長期間維持している必要があります。一方で使用シーンを考えたときに、カプセルの皮膜が残ってしまうと肌に違和感を感じさせてしまいます。肌につけたときは自然に馴染むけれど、決して容器の中でカプセルが割れることなく、美容成分をしっかり守り続ける強度を実現したい。森下仁丹さまにはかなりハードルの高い要求をしてしまいました。

**喜田**　いえいえ、カプセルの崩壊性と安定性については私たちが長年強みとしてきた技術です。信頼し、任せていただけて光栄です。

**斉藤**　完成品は、皮膜を極限まで薄くすることで、ポンプの吐出圧力により自然と膜が壊れる状態まで仕上げていただいて、私たちとしても納得できる製品になりました。カプセルの皮膜が薄いからこそ、つけ心地も自然なうえ、化粧品が重視する「見た目」という点でも完成度が高いものに仕上がりました。カプセルの透明感が美しく、気分も高揚します。



**喜田**　カプセルとしてのビジュアルを高めるためには、内包物の成分にも注意を払う必要があります。ロレアルさまと何度も調整を重ね、理想のかたちに仕上げることができました。細部に至るまで、すべて二人三脚で進めてきたプロジェクトだと感じています。

**斉藤**　当社としてのこだわり、想いにも森下仁丹さまは真摯に向き合ってくださって、両社の足並みがずれることはなかったですね。ロレアルは2030年に向けて「ロレアル・フォー・ザ・フューチャー」という環境や社会に対するサステナビリティ活動を行っているほか、石油由来成分よりも効果的な自然由来成分を見つけ、活用する「グリーンサイエンス」にも注力しています。「アクティブデリバリーカプセル」も自然由来の原料にこだわり、「ミロタムヌス フラベリフォリア」という再生力の高い植物から抽出した化粧品有用成分など自然由来成分のみを使用し開発を進めてもらいました。

**喜田**　自然由来かつ、化粧品の有用成分を含んだ「アクティブデリバリーカプセル」の製造は、森下仁丹としても初の試みです。カプセル強度の安定性のコントロールも考慮して、私たちからも原料の提案をさせていただきました。

**斉藤**　美容液やカプセル、内包物のそれぞれで生産体制が異なるため、量産は通常と比べ困難だったと思います。原料の選定はもちろん、製造・物流の整備に関しても工場間できめ細かくやり取りし、無事に量産化にこぎつけました。

**喜田**　肌に直接つけていただく製品のため安全基準が厳しく、品質の確保にも苦心しました。今後も高品質のカプセルを安定して供給するため、「ワンランク上」の体制を敷き、生産に臨みます。

## 知見と技術の交換で新しい領域へ

**斉藤**　本製品は2021年に中国で先行販売をされ、当初の想定を上回る反応をいただきました。そして現在、「アルマーニ ビューティ」を代表する製品のひとつとして成長しています。今回、カプセルの皮膜にも化粧品有用成分を付与しましたが、その技術を活かして、さらなる付加価値を提供できるのではないでしょうか。森下仁丹さまからも、カプセルの活用法についてご意見をいただければ幸いです。

**喜田**　受託事業ということで、基本的にこれまでは、あらかじめ設定された課題に対しカプセル製剤技術を使って解決するという手法を取っていました。一方でこれからは、私たちからも積極的に企画を提案する必要があると感じています。そのために、異業界や異分野に対するナレッジを蓄え、知見をより深めていきたいと思います。

**斉藤**　化粧品業界において、製品の「魅力」を決める指標はさまざまあります。見た目はもちろん、使用感や香りなど付加価値となりうる要素がソフト面にも多く存在しているからこそ、森下仁丹さまのカプセルに担っていただく役割は非常に大きいと感じています。

**喜田**　私たちのカプセルは今まで、安定性や硬さに強みをもっていました。それが今回の共同研究を通して、薄くて壊れやすいカプセルという新領域に挑戦し、新しい価値を生み出すことができました。自社内の研究や開発のみだと、どうしても視野が狭くなります。これからもロレアルさまをはじめとしたさまざまな企業と連携し、私たちが持つ既存の技術を発展させ、社会課題の解決や豊かな生活の実現に貢献していければと思います。今後とも、よろしくお願いいたします。





# 異業種や大学と技術や知恵を交わし社会課題を解決する製品を生み出す

森下仁丹は「世の中の困りごとを解決し、人々の健康や豊かさに貢献したい」という想いのもと、外部と積極的に技術や知識を交わし、新しい価値を生み出す「オープンイノベーション」を永きにわたり推進してきました。自社がもつシームレスカプセル製造技術と、異業種や大学がもつ技術や知恵を組み合わせて、はじめて生み出せるアイデアや製品があります。今後もさまざまな分野のパートナーとともにトライ&エラーを繰り返し、強みをさらに強化していくことで、新たな価値を生み出していきます。

Pick UP

森下仁丹

## カプセル製剤技術領域
### オープンイノベーションの変遷

可食分野

**2013年**
**簡便に感染症を防ぐ「経口ワクチン」に関する特許取得**
［神戸大学］
抗原を腸溶性カプセルで包み、腸まで届ける経口ワクチンを共同開発。注射よりも容易で安価に投与できる飲むタイプのワクチンを目指し、現在もさまざまな感染症や疾病のワクチン実用化に向けて開発を進めています。

**2016年**
**「ビフィズス菌SP株」が生きて腸まで届くヨーグルト**
［雪印メグミルク㈱］
「ビフィズス菌SP株」を腸溶性カプセルに入れて、生きたまま腸まで届けるドリンクタイプのヨーグルトです。腸溶性カプセルは特殊技術による3層構造で、胃酸では溶けずに腸で崩壊する性質があります。

**2022年**
**フレーバーカプセルで風味が変化 KAORUヨーグルト**
［雪印メグミルク㈱］
噛むとプチッと弾ける食感のカプセルに、レモンとミントのフレーバーを閉じ込めました。森下仁丹のカプセル製造技術を活用した、リフレッシュと風味の変化を楽しめる新感覚のヨーグルトです。

※2023年4月販売終了

非可食分野

**2015年**
**希少な非鉄金属を取り込むレアメタル回収バイオカプセルに関する特許取得**
［大阪公立大学（旧大阪府立大学）］
世界的に安定確保が課題のレアメタルを効率的に回収できるバイオカプセルを開発。カプセル内部に吸着剤や微生物を高濃度で保持させ、非鉄金属イオンを取り込むことで濃縮回収の可能性を見出しました。

**2016年**
**擬似卵型駆除剤の実用化開発 シロアリ駆除カプセルに関する特許取得**
［京都大学大学院］
シロアリによる木造家屋の被害は深刻ですが、薬剤を使うと環境への影響や健康被害が懸念されます。そこで、シロアリの習性に着目し、駆除剤入りの擬似卵を用いた駆除方法の可能性を見出しました。

**2022年**
**「アクティブデリバリーカプセル」を開発 クレマ ネラ RV コンセントレート**
［日本ロレアル］
植物由来の化粧品有用成分を皮膜に用いたシームレスカプセルを共同開発。ビタミンEやビタミンC誘導体などを配合した液体の内包物を、酸化や変質から長期にわたり守ります。

Special Feature 2

森下仁丹と “仁財”投資

## パーパス推進メンバー座談会

# 「らしさ」を言葉に変え、自分たちのブレない軸に

創業から今日までどのように社会へ貢献してきたのか、未来に向けどのように価値を創出していくのか。
130年間、先達から脈々と受け継いできた当社の存在意義を、「パーパス」として明文化しました。
パーパスの浸透を推進しているメンバー 3名と社長の森下が、その目的や今後の実践について語ります。

### 新たな挑戦と成長を支える「ブレない軸」

**森下**　パーパスとは、「私たちは何のために存在するのか」をわかりやすい言葉で表現したものです。130年間、当社のなかで受け継がれてきた哲学と社是をあらためてふり返り、変化に対応するための「ブレない軸」としてまとめ直す。私たちがこれまで生み出してきた価値と、これから創出していく価値、どちらもパーパスが体現しています。

**山下**　森下仁丹で働くすべての人にとっての存在意義であり、新しい挑戦をするときの判断軸にもなる言葉ですよね。何か判断に迷った際、真っ先に立ち返ってもらえるように、まずは従業員の皆さんのパーパスに対する信頼を高めていく必要があると感じています。

**渡邉**　策定段階においても、後の浸透について意識されていましたか？

**森下**　そうですね。全従業員を対象としたアンケートや役員へのヒアリングを実施し、なるべく多くの方に関わってもらいました。たとえば、仁丹の二文字から「仁：思いやり」「丹：丹念に」を入れるなど、ヒアリングであがった当社「らしさ」もパーパスに含めました。

**山下**　研究開発に携わる身としては、「オモロい技術」という言葉が特に印象的でした。言葉が示す意図を業務へどう落としこむか、自分なりの見解を持つべきですね。

**森下**　キャッチーで印象に残りやすく、また長く大阪に本社を構えている私たちにとってなじみのあるキーワード。かつ、森下仁丹にしかない技術・素材や、働く人それぞれの個性や仕事ぶりについて、解釈を狭めることなく伝えられる言葉として「オモロい」を選びました。山下さんの言葉どおり、各々が「オモロい技術」とは何かを考え、自分たちにしか、そして森下仁丹にしかできない挑戦をしてもらえたら何よりです。

**池田**　「この星すべてに想いを巡らせ」という言葉からも同じように、可能性を閉じない、広がりのようなものが感じられますよね。

**森下**　私たちが今まで取り組んできた「健やかさ」に関する取り組みは、一人ひとりへの寄り添いを大切にしています。一方で、産業用カプセルをはじめとした新規分野、つまり人々の「豊かさ」を目指した活動については、もっとスケール感を大きく、広い視野を持つことが重要です。ミクロとマクロ、それぞれ対極的な考え方ですが、双方のニュアンスがうまく伝えられるよう文章全体の構成にも気を配りました。

### 誰しもが森下仁丹「らしさ」を理解するために

**山下**　パーパスはつくって終わりでも、言葉を覚えて終わりでもありません。働く人みんなが理解し、行動に移してこそ意味があります。そこで私たちメンバーが主導し、ワークショップの開催やツールの作成を通して、パーパスを社内外へ発信しています。

**池田**　新聞広告やパーパスサイト、また全従業員向けのパーパスブックなどは、ビジュアル・内容すべてにおいて、森下仁丹らしさとは何かについて皆で考え、何度も議論を重ねて制作しました。

**渡邉**　直近だと、パーパスブックの内容について各拠点・各部門でディスカッションを行い、理解を深めることを目的としたタウンホールミーティングを実施しています。森下社長と従業員が直接交流する場は、これまで多くありませんでした。そういった意味でもいい機会だと感じています。

**森下**　役割や部署がちがえば、パーパスの受け取り方や業務への活かし方も異なります。ディスカッションを通してパーパスへの理解を深めるのはもちろん、従業員同士の新しい交流の場となってほしいです。

**山下**　名刺にパーパスを記載しているので、交換した社外の方から「一緒に仕事をしたい」とお声がけいただく機会もあって、励みになります。

**森下**　採用の際にも、パーパスを見て面接を受けにきたという学生さんが何人もいました。現従業員はもちろん、今後入社する方たちにとっても一つの判断軸となってくれたらうれしいですね。

**池田**　従業員やお客さまがぼんやりと抱いていた、森下仁丹「らしさ」がパーパスの策定によって明確な輪郭を持ちました。誰しもがはっきりとした言葉で、自信を持って「らしさ」を説明できるようになるのが理想の状態だと思います。

**渡邉**　会社が向かうべき方向性、目指す姿が明確になったからこそ、従業員の目標達成への意欲も向上しつつありますよね。

**森下**　従業員一人ひとりがパーパスに基づいて行動すれば、社外の方からも「森下仁丹の従業員はオモロいね」と必ず評価してもらえるはず。普段の業務のなかで、大事にしてもらえる言葉であり続けられるよう、今後も委員の皆さんの力を借りながら、パーパスを根付かせていければと思います。

森下 雄司
代表取締役社長

池田 泰子
コンシューマー事業部
ダイレクトマーケティンググループ
リーダー

渡邉 美樹
生産本部 滋賀工場
製造2グループ
リーダー

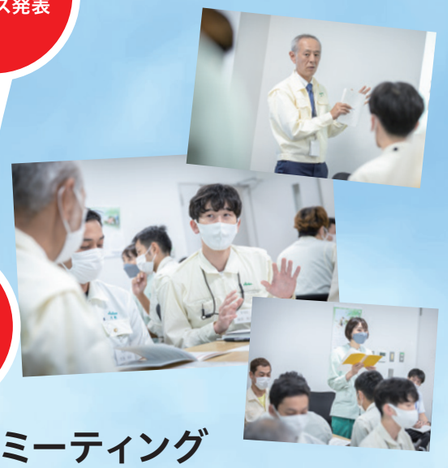
山下 智彦
研究開発部 商品開発グループ
リーダー

# パーパス浸透に向けた取り組み

完成したパーパスを浸透させるため、23名のパーパス委員がアイデアを出し合い検討を重ねました。
各拠点の若手社員を中心とした「パーパス浸透チーム」が浸透を目的とした勉強会などを企画・運用し、
「コーポレートブランディングチーム」では、パーパス基点で考えた「森下仁丹らしさ」の概念を
言語化・可視化して発信することに取り組んでいます。

2023年2月10日
パーパス発表

2023年3月
タウンホール
ミーティング
スタート



## タウンホールミーティング

パーパスへの理解を深めることを目的に、拠点ごと、全従業員を対象に半年以上をかけて実施。パーパスの説明後、5名ほどの少人数がグループとなり、ここに役員や工場長などの経営層が入って、質問しやすいかたちでディスカッションを行います。

パーパス浸透チーム
生産本部 滋賀工場
製造1グループ

当日までにパーパスブックを読み直したり、ネットで調べて理解を深めたりして参加したメンバーも。パーパス委員に直接、これからすべきことを質問する前向きな方も増えています。

コーポレートブランディングチーム
信頼性保証部
安全管理グループ

普段の業務をしながら準備をするのは大変でしたが、参加して良かったという意見が多く、満足しています。共通認識を持つことは仕事のしやすさにつながるので、今後も浸透活動に力を注ぎます。

パーパス浸透チーム
経営企画室
戦略人事グループ

社外向けPR、従業員のモチベーションアップを考えました。日経新聞の広告を見た遠方の家族から連絡があった、しばらく取引のないお客さまからの反響があったと、うれしい報告を受けました。

コーポレートブランディングチーム
コンシューマー事業部
リテール事業グループ

仕上がったものを見たときは、まさにイメージどおり！社内での印象も上々でした。ワークショップでは普段の業務では関わりの少ない部署の方とディスカッションできて、連携しやすくなりました。

## キービジュアル

「森下仁丹らしい」「森下仁丹にしかできない」ことを考え抜いた結果、銀粒仁丹で大礼服マークをかたちづくる表現にたどりつきました。8,000粒以上の銀粒仁丹の一粒一粒はメンバーを表し、一丸となりながらも、左肩部分に散らばる粒は、新しいことを始めようとする様子やメンバーが集う様子を表しています。



## パーパスサイト

2023年4月3日、対外発表と日経新聞への広告出稿に合わせて公開しました。あらゆるステークホルダーの方々に共感していただくため、ストレートかつシンプルにし、読みやすさを重視。森下仁丹のパーパスとこれに込めた想いを知っていただく第一歩として、かつ、今後の事業活動をレポートする場としても活用することとなります。

2023年4月3日
サイト公開

パーパス浸透チーム
資材購買部
戦略購買グループ

自部門のなかで「パーパスの観点から、この案件をどう思うか」という意見があがるほか、サイトを見たお客さまから「仁丹さんらしいパーパスだね」と言葉をいただくなど、多くの反響がありました。

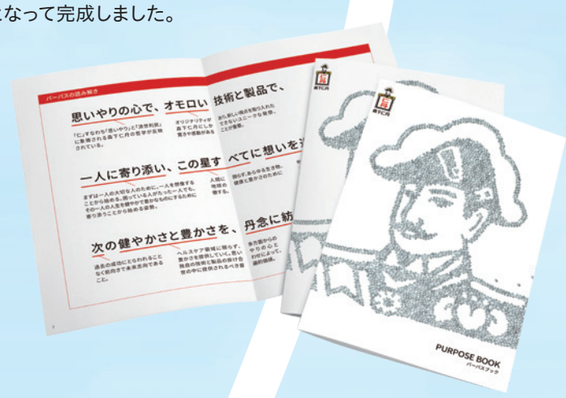
コーポレートブランディングチーム
コンシューマー事業部
ダイレクトマーケティンググループ

一般のお客さまメインの通販サイトとちがい、パーパスサイトにはさまざまな方が訪れるため、これまでにない視点や発想が必要でした。その分、改めて森下仁丹の強みを知ることができました。

## パーパスブック

2023年6月
パーパスブック
発行

一人ひとりがその意味を理解しパーパス基点で未来を創造するための一助になるよう、パーパスブックを制作しました。存在意義の再確認や、意思決定の際の判断軸とするなど、日々の業務のさまざまなシーンでいつでも立ち返ることができるもの。部門や社歴、世代間のギャップを超えて従業員の誰もが語り合える、そんな心のよりどころが「目に見える一冊」となって完成しました。



社外には想いを伝え、社内には自分ごととしてぶれない軸を持てるよう、
今後もパーパスの浸透活動を続けていきます。

パーパス浸透チーム
生産本部 大阪工場
製造グループ

冊子の最後に「私の挑戦」という欄があり、さっそく「記入してもいいですか?」という質問が社内から挙がりました。パーパスを基点として自分自身の目標に紐づけ、役立ててもらえるとうれしいです。

コーポレートブランディングチーム
コンシューマー事業部
ダイレクトマーケティンググループ

会社の歴史や創業者の哲学にふれ、改めてこの会社で働ける喜びを実感しました。常に「森下仁丹らしい」行動を意識していきたいと思います。

# 健やかな未来に向けて環境を守る

地球温暖化や大気汚染など、日本だけでなく世界中の人々の生活をおびやかす環境問題。
創業時より「済世利民（さいせいりみん）」の精神と発想で事業を展開してきた森下仁丹としても、
人々の健康や豊かな暮らしのために、全社一丸となって環境問題に取り組むべきだと考えています。
まずは、大阪・滋賀工場の設備やシステム見直しのほか、資材・働く環境を日々改善していきます。

### 環境方針

**基本理念** 私たちは、環境保護及びコンプライアンスを重要課題と認識し、全従業員が責任と使命を持ち、地球環境保全を目標に一丸となって取り組みます。

**基本方針** 当社のパーパス「思いやりの心で、オモロい技術と製品で、一人に寄り添い、この星すべてに想いを巡らせ、次の健やかさと豊かさを、丹念に紡いでゆく。」を原点に、これまで積み上げられた技術と新しい技術を駆使し、お客様に安全で安心してご利用頂ける製品供給を目指します。
また、全従業員が環境パフォーマンス向上のための継続的改善に努め、以下の項目に取り組みます。

1.資源エネルギーを効率的に使用し、環境リスクの軽減に努めます。
2.環境リスク軽減と継続的改善の積み重ねにより、地球環境汚染の予防に努めます。
3.排水・排ガス・廃棄物による環境リスクを評価し、生物多様性及び生態系の保護等を含む環境保護に配慮します。
4.地域の環境保全に関する条例を含む法的要求事項及び同意するその他の要求事項を順守します。
5.教育活動を通じて、環境に関する意識の向上を図ります。

### 森下仁丹を支える4拠点

**生産拠点** 大阪テクノセンター
素材研究（機能・効果）
包装充填／銀粒仁丹の製造

無災害記録 1,904日

**生産拠点** 滋賀工場
シームレスカプセル
製品の製造

無災害記録 503日

**管理拠点** 大阪本社
営業・事務／生産管理
コールセンター

無災害記録 849日

**管理拠点** 東京オフィス
営業・事務

無災害記録 1,778日

※2023年3月31日時点

Voice

### 循環経済に対応できる従業員を育てるために

3Rから循環経済へ、潮流が変わりつつあります。今後グローバルな事業展開を推進していくために、私たちは製品の設計段階から環境負荷を考慮し、また自ら取り組みを提案していかなくてはなりません。マテリアリティの一つである「地球環境への配慮」を念頭に、環境関連の法令遵守はもとより、従業員の環境および社会的な責任意識を向上させるための啓蒙活動にも注力していきます。

生産本部 本部長 兼 大阪工場長　小林 弘明

### 環境マネジメントの継続的な向上

2001年に大阪・滋賀の両工場で、環境マネジメントシステムの国際規格であるISO14001を取得して以来、継続的に認証を維持。2022年度も、組織や法令遵守の状況、力量評価、環境方針や目標の取り組み状況などが規格や審査基準を満たしていると判断され認証を継続しています。また、両工場間で内部監査を実施し、情報共有やPDCAに沿った改善に組織的に取り組んでいます。

### $CO_2$削減に向けロードマップを作成

2030年度までに$CO_2$排出量を46%削減※することを目指し、達成に向けたロードマップを作成しました。2022年度を基準に、毎年$CO_2$排出量を3.5%減らすため、自然エネルギーの活用検討や高効率空調機への入れ替え、照明のLED化を全拠点で推進。また、コージェネレーション設備から発生する排熱を温水に利用する等、省エネルギー化を計画的に進めています。

※2013年度比

### 水資源を大切にした製品づくり

事業活動に欠かせない水資源について、下水道法や市町村等の条例を遵守し、適切な管理を行っています。滋賀工場では、琵琶湖版のSDGsとして滋賀県が独自に定める「MLGs※」に賛同。他に、両工場において水使用量を減らすため、節水ノズルへの切り替えも実施しています。今後も水の使用量削減、また適切な管理に取り組み、地域の資源保全に貢献します。

※Mother Lake Goals（マザーレイクゴールズ）

Voice

### 滋賀工場を起点に温室効果ガスを削減していく

$CO_2$排出量の削減を目的に滋賀工場では、高効率な空調機への入れ替えを計画。本取り組みは、環境省の「工場・事業場における先導的な脱炭素化取組推進事業（SHIFT事業）」の補助事業として採択されました。森下仁丹で使用する全エネルギーのうち、70%以上を消費する滋賀工場は、温室効果ガス削減の要ともいえます。今後も、省エネルギーや非化石電気の導入を推進していきます。

生産本部 滋賀工場 技術グループリーダー　福井 稔昌

# 目指すのは、社会や従業員とのつながりを大切にする経営

持続的な成長のために行っているのは、利益の追求だけでなく、地域社会や従業員にも心を配る経営です。
それは、創業から不変の価値観として掲げる要素のひとつ、「済世利民」にも通じています。
従業員に対しては、みな家族であるという想いから「家族主義」を大切にしてきました。
これらの理念を支えに、社会奉仕や従業員のWell-being、健康経営に取り組みます。

## 社会奉仕 トピックス

### 子どもたちのおなかの健康をサポートする活動

健康のため、腸内環境を整える。これをおなかの健康教育として、「もりのみやキューズモールBASE カラダ健やかフェスタ」へ参加のほか、天王寺動物園と初の共同イベントも開催しました。子どもたちに向けて、食事と便の関係性をゲームやクイズでご紹介。今後も、幼少期からおなかの健康について楽しく学ぶ機会や情報を提供していきます。

### 自立を後押しする「薬育」

森下仁丹は社会福祉法人大阪児童福祉事業協会 アフターケア事業部の活動趣旨に賛同し、2013年よりソーシャル・スキル・トレーニングの一環として「薬育」プログラムを担当しています。対象は、児童福祉施設等を卒園する児童たち。健康管理に役立つように、薬剤師免許を持つ従業員や若手従業員が中心となり、体験型の実験も取り入れて薬の基礎知識などを伝えています。

### スポーツ支援で地域社会も健康に

「済世利民」の心は、人々に豊かさも届けます。サッカーの普及を通じて東南アジアの子どもたちを育成するJDFA※の活動に賛同し、2013年よりオフィシャルスポンサーを務めるほか、U-14大会では冠スポンサーとして協賛。また、子どもも楽しめるエンターテインメントを目指す大阪プロレスにも賛同し、児童養護施設関係者の方などを試合に招待する活動も行っています。

※一般社団法人Japan Dream Football Association

Voice

### 創業者の心を受け継ぐCSR活動を

自分より相手を思いやる創業精神は、現社長が大切にする「傍楽（はたらく）（周囲の人たちを楽しく、楽にさせる）」の言葉にも表れています。私たちが意識しているのは、健康と思いやりの心に加え、CSR活動を通じて従業員にその精神を体感・理解してもらうこと。剣道・サッカーなどのスポーツ支援、楽団公演のスポンサー活動、健康啓発イベントの開催等で、創業精神を企業価値の向上へつなげていきます。

執行役員 経営企画室 室長　地主 紀之

## 健康経営 トピックス

### 個別の健康課題にフォーカス

経済産業省と厚生労働省が推進する制度「健康経営優良法人」に、5年連続で認定されました。森下仁丹では、男女それぞれに健康課題とKPIを設けています。男性は生活習慣病予防として、適正体重の維持と禁煙に努めること。女性はがんの早期発見・早期治療のため、忘れずにがん検診を受けること。新しい取り組みとして、30～55の5歳ごと（節目年齢）の産業医面談もはじめました。

### 従業員の健康づくりをサポート

管理栄養士に相談する心理的ハードルを下げるために「栄養カウンセリング」という名称で特定保健指導を運用。40歳未満の特定保健指導判定レベル該当者・改善者・服薬移行者まで、対象を広げて声がけしています。他にも、喫煙者向けの禁煙のサポートプログラムを用意するなど、課題に寄り添ったさまざまな取り組みを行うことで従業員のヘルスリテラシー向上に努めています。

■KPIと対応策

| KPI | 肥満率 BMI≧25 | | 喫煙率 | | 身体活動 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 男性従業員 | 女性従業員 | 男性従業員 | 女性従業員 | 男性従業員 | 女性従業員 |
| 2016年度実績 | 30.8% | 17.9% | 36.7% | 9.6% | 42.1% | 32.8% |
| 2021年度実績 | 27.7% | 15.9% | 26.7% | 5.6% | 44.5% | 34.0% |
| 2025年度目標 | 23.0% | 15.0% | 25.0% | 3.0% | 50.0% | 45.0% |
| 対応策 | ●若年層（40歳未満）への栄養カウンセリングの実施（2020年度～）<br>●改善、また服薬への移行後の継続的な支援体制の実施（2021年度～）<br>●新入社員への栄養教育の実施（2021年度～）<br>●健康フェア（健康測定会）を事業所単位で実施（2023年度～）<br>●健康診断フォローアップ・総合リスク判定の提示（2024年度～実施予定） | | ●屋内全社禁煙、屋外喫煙スペース利用時間短縮の実施（2020年度～）<br>●禁煙サポートプログラムの実施（2020年度～）<br>●禁煙の手引き（e-ラーニング）・禁煙グッズの支給（2024年度～）<br>●屋外全面禁煙の検討（2025年度～実施予定） | | ●ウォーキングの習慣化＝ウォーキングラリー・イベントの再構築（2022年度～） | |

### 合言葉は「健康を、楽しもう！」

保健事業は参加者が楽しんで参加することが大切と考え、2022年で14年目を迎えた「ウォーキングラリー」はアンケートを実施し、参加者の意見を企画に取り入れました。また、ウォーキングをしながら社史を学ぶ「仁丹町名表示板ツアー」といった新たな試みにも挑戦。京のまちに息づく当社の歴史を、謎解きミステリーのように体験できると評価が高く、新入社員研修のプログラムにもなりました。

Voice

### 伴走型の健康経営を目指して

健康セミナーや新入社員対象の栄養教育を行うことで、全社的なヘルスリテラシーの向上に努め、また、事業所単位で健康課題に取り組む一方で、個別の対応にも注力しています。健康に対する考えや生活習慣は一人ひとり異なるもの。適切なアドバイスを受けることができる栄養カウンセリング、気軽に医師に相談ができる節目年齢産業医面談など、人に寄り添う伴走型の健康経営を目指しています。

森下仁丹健康保険組合 事務長　郡司 かおる

## Well-being トピックス

### いつまでも、安心して働けるように

働き方に対するニーズは、時代とともに変化しています。森下仁丹では、育児や介護の支援、生理・傷病休暇のほか、失効した有休を積み立てる独自の制度を用意。女性の産休・育休の取得率、復職率は10年連続で100％を達成しています。一方で男性の育休取得率は50%と、まだ課題も残っています。今後も各種施策に取り組み、一人ひとりが働きやすい会社を目指します。

### 人財の背中を押して個を伸ばす

「森下仁財の活躍推進」に向けた制度はさまざまです。たとえば、資格を取得するための補助金制度や、オンライン英会話の利用補助。そして、管理者研修・社内研修でのリーダーシップ開発のほか、新卒・中途社員へのフォローアップ面談など。能力・モチベーション・働きがい向上のために、がんばる従業員を後押ししています。

### 今も昔も多様な人財の活躍を応援

「家族主義」のもと、早くから女性を雇用した森下仁丹。1984年には女性13名の「ウーマンラボ」が発足し、デオドライザーシリーズを開発しました。現在の女性従業員比率は34.8%、女性管理職比率は15%※、男女の賃金差異は86%※です。女性をはじめとした多様な人財の活躍を目指し、今後もダイバーシティに向けた取り組みを推進していきます。

※「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律（平成27年法律第64号）」の規定に基づき算出したもの

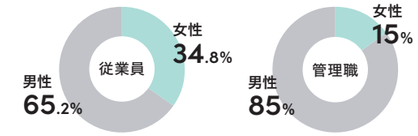
■独自制度

| | |
|---|---|
| **育児** | 小学校4年生開始まで利用可能 |
| 時短勤務 | 最短で実労働6時間の勤務が可能（法定では小学校入学前まで） |
| 看護休暇 | 子ひとりにつき年間5日、最大10日の有給休暇を取得できる（法定では無給も可） |
| **介護** | |
| 介護休業 | 対象家族1人につき3回まで、通算93日間の有給休暇を取得できる（法定では無給も可） |
| **有給休暇** | |
| 失効年休制度 | 過去の失効した有給休暇を積み立て、長期療養・介護等に活用できる |

■研修・制度

- ●資格検定試験受講料および通信教育受講料補助制度（受講料・交通費ともに100%補助）
- ●360度評価
- ●管理者研修
- ●次世代リーダーの育成（社内研修「仁丹大学」の開校）
- ●階層別研修
- ●人事担当者による定期的な個別面談
- ●メンター・メンティー制度
- ●中途入社者対象への定期的な面談

■男女構成比（従業員・管理職） 2022年度




■労働者の男女の賃金の差異※

| 全労働者 | うち正規雇用労働者 | うちパート・有期労働者 |
|---|---|---|
| 86% | 86% | 93% |

Voice

### 手厚い社内制度で、柔軟な働き方と豊かな生活を支えます

モノから心の豊かさに価値観が変化するなか、Well-beingはとても重要な経営課題です。コロナ禍前から在宅勤務制度を設け、産休・育休取得のロールモデルとなる従業員と面談できるほか、育休からの復帰後の支援として、短時間勤務制度の対象年齢を拡大しています。一人ひとりの状況・環境に合う制度をつくることで、キャリアプランの維持とワークライフバランスの両立を目指していきます。

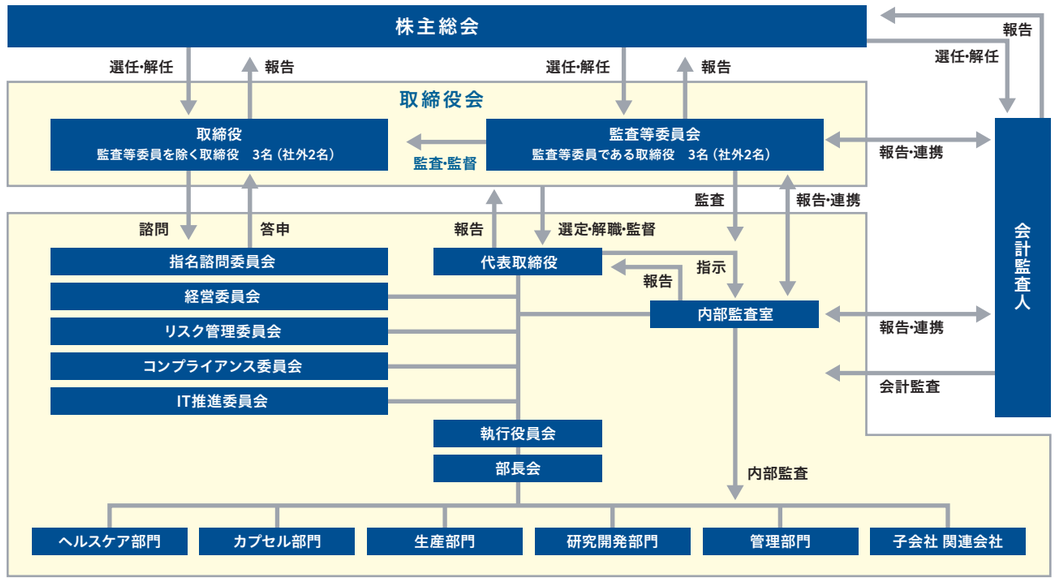
総務部 部長　大山 洋子

# ガバナンスの充実で、ステークホルダーと強固な関係を構築

ステークホルダーの期待と信頼に応え、企業価値を高めて成長する。これが私たちの使命です。
その実践のために、経営の最重要課題の一つとしてコーポレート・ガバナンスの充実に取り組んでいます。
外部からの目線を取り入れ、公正・迅速な意思決定のためのシステムを維持。
コンプライアンスを徹底し、経営の透明性を向上させ、経営監視機能のさらなる強化を目指します。

※当社のコーポレート・ガバナンスに関する基本方針は、以下の当社ホームページに掲載しております。　https://www.jintan.co.jp/corp/ir/

## 体制図




| | |
|---|---|
| 取締役会 | 監査等委員の3名、監査等委員以外の3名の計6名で構成され、主に経営に関する重要事項の決定・報告、業務状況の監視と監督を行います。また、社外取締役（4名）を招致することで、客観性・迅速性・透明性のある経営判断を実現しています。毎月1回の開催を原則に、2022年度は全13回開催しました。 |
| 監査等委員会 | 社外取締役2名を含む計3名で、業務や財産の状況調査、重要な決裁書類の閲覧など、取締役の職務執行を監査しています。さらに、内部監査室や会計監査人との情報・意見交換を通じて、監査の実効性向上を目指します。 |
| 指名諮問委員会 | 経営に関する人財の育成や、取締役・執行役員を選任するプロセスにおいて、透明性と公平性をはかることを目的に発足しました。また取締役会からの諮問に応じて、その都度、審議・検討を実施しています。 |
| 経営委員会 | 代表取締役社長が指名した取締役・執行役員・本部長を中心に構成され、業務の状況確認や環境変化への対応を協議します。議題に挙がるさまざまな経営課題のうち、重要事項については取締役会で決議・報告しています。 |
| コンプライアンス委員会<br>リスク管理委員会<br>IT推進委員会 | いずれも代表取締役社長を委員長に据え、諮問機関として機能させています。コンプライアンスの徹底については、委員会のほか内部通報や各種ハラスメントの窓口をつくり、グループ社員から広く意見を集めています。 |

## 役員一覧

もりした　ゆうじ
**森下 雄司**
代表取締役社長

2007年に入社。経営企画部、ヘルスケア事業・カプセル事業の各本部長を経て、2017年に専務取締役として事業統括を担当。2019年、代表取締役社長に就任。海外事業の立ち上げをはじめ、国内外での豊富な業務経験・実績・見識を有する。

すえかわ ひさゆき
**末川 久幸**
取締役（社外）

1982年に㈱資生堂入社、2011年に社長就任。現在は燦ホールディングス㈱社外取締役、学校法人昭和女子大学理事を務める。2020年、当社取締役に就任。グローバル化学メーカーのCEOとして培った経験と知識から、経営全体を視野に入れた提言を行う。

おおこうち　よしえ
**大垣内 好江**
取締役（社外）

証券・マーケティング業界を経て、1995年に㈲アクアラインを設立。現在はロート製薬㈱にて取締役ほか3つの役職を兼任。経営・事業戦略の策定や起業の経験による先見の明を持ち、ビジネス環境の分析が得意。2023年6月より現職。

みつなが　けんじ
**光永 健治**
取締役（監査等委員）（常勤）

2012年に入社。内部監査室長を経て、ヘルスケア事業本部における事業戦略企画室・業務管理室の室長を歴任する。営業やマーケティングのスキルのみならず、当社事業に対する知見があることから、2018年に取締役（監査等委員）就任。

いしはら　まゆみ
**石原 真弓**
取締役（監査等委員）（社外）

1997年に大江橋法律事務所へ入所。現在も弁護士として従事するかたわら、モリト㈱やオーエス㈱、エイチ・ツー・オーリテイリング㈱の社外取締役を務める。2018年、当社取締役（監査等委員）に就任。法務への専門知識と豊富な経験を有する。

いしぐろ さとし
**石黒 訓**
取締役（監査等委員）（社外）

監査法人中央会計事務所・中央青山監査法人（現：みすず監査法人）を経て、監査法人トーマツに勤務後、石黒公認会計士事務所を開設。財務や会計に関する多くの知見・見識があることから、2020年、当社取締役（監査等委員）に就任。

いしだ　ひでつぐ
**石田 英嗣**
常務執行役員
（ヘルスケア事業本部長・カプセル事業本部長）

じぬし　のりゆき
**地主 紀之**
執行役員（経営企画室長）

よしだ　ひであき
**吉田 秀章**
執行役員（管理本部長）

## コンプライアンス

コンプライアンス委員会を設置し、代表取締役社長の諮問機関として機能させ、体制を強化しています。また、内部通報制度の正常な運用や、通信販売に関する各種法令・規則の遵守等のため「コンプライアンス・マニュアル」を制定。従業員へ広く周知し、意識の維持向上に努めます。

### 意見を傾聴し経営改善に活かす

2022年度は委員会にて、19件の活動を実施したほか、内部通報や各種ハラスメントの窓口にて従業員から意見を聴取し、議論しています。また、お客様相談室に寄せられた声を、不良品発生の低減や品質改良に活用。コンプライアンスや人権に関する全従業員向け研修も、年1回実施しています。

**【コンプライアンス委員会の活動テーマ】**

- 各種規制への対応、製品およびサービスの品質に関する報告（月次）
- 内部通報制度
- サプライチェーン管理
- コーポレートガバナンス
- 行政の査察・監査
- 情報セキュリティ対策
- 医薬品製造および販売に関連する管理体制

## リスクマネジメント

持続的な成長を支えるため、リスク管理委員会にて、「リスク管理規定」に基づき基本方針を策定。担当部署への浸透や、定期的に取締役会等へ報告を行っています。サステナビリティ関連のリスクおよび機会に対する議論も進行中で、評価方法・報告プロセスについては2023年度内の整備を目指しています。

### 各種リスクへの迅速な対応

原材料の安定した確保やBCP対策など、2022年度は11件の活動を委員会で実施。また、新型コロナウイルスに対するリスク管理を目的に設立されたパンデミック対策本部では、「パンデミックに関する基本計画や予防策等の必要情報を提供する」といった活動が継続して行われています。

**【リスク管理委員会の活動テーマ】**

- 品質および生産能力
- 原材料およびエネルギーコストの価格上昇
- 原材料の安定供給
- BCP対策
- システム障害
- 新型コロナウイルス感染症対策
- 知財戦略

社外取締役インタビュー

# 次世代の課題へ攻めの姿勢で挑む

石原 真弓
取締役（監査等委員）（社外）

### ヘルスビルドのリーディングカンパニーへ

社外監査役をされていた先輩弁護士のご縁で、補欠監査役に就任した当初、私は森下仁丹に華やかな印象を抱いていました。社名や大礼服のマーク、コマーシャルなどから感じるパブリックイメージの影響でしょう。しかし、社外役員として会社のことを知れば知るほど、実は学者肌で、研究や客観的な実証重視の専門家集団であると感じるようになりました。実際に森下仁丹は、長きにわたり人々の健康を支える企業として、素材や技術にこだわった研究に根ざした、安心・安全な製品開発を行っています。しかし、これまでの継続は、必ずしも未来の継続を約束してくれるわけではありません。自分たちは何を生み出し、何を社会に届けるべきなのか、従業員一人ひとりが真摯に問い続け、メンバー間のコミュニケーションを円滑に行い、具体的な製品開発を実行することが重要です。その点で、創業130周年を機に策定されたパーパスの存在が重要な役割を果たすと考えています。

森下仁丹が標榜する「家族主義」は、家族の健康を願う人々に寄り添うだけでなく、人々の健康生活への指導的役割を果たすことを目指すものだと理解しています。「ヘルスケア」に留まらず、未来の健康（ヘルス）を自ら築き（ビルド）上げる「ヘルスビルド」のリーディングカンパニーになることを見据えた中長期計画の実現に期待しています。

### 「守りのガバナンス」からの脱却

企業を取り巻く事業環境は、非常に速いスピードで、絶えず変化を続けています。社会課題の複雑化が進む現代において、従来のリスク管理やコンプライアンスを主とした「守りのガバナンス」のみでは、対応として不足しています。今後は、他方面のステークホルダーの期待に応えながら、企業価値を増大させる「攻めのガバナンス」が重要だと言えるでしょう。決して内にこもることなく「株主の目」「お客さまの目」「社会の目」を意識しながら、森下仁丹自らの言葉で、しっかり外部へと発信していかなくてはなりません。

私自身も弁護士としての経験を活かし、株式会社というものが社会的存在であるために必須である、リーガルマインドの醸成を目指します。また、女性活躍推進やダイバーシティ経営の実現にも貢献し、森下仁丹が次の100年に向けて価値ある企業となるよう努めてまいります。

## 会社概要

2023年3月31日現在

| | |
|---|---|
| 社　　名 | 森下仁丹株式会社 |
| 創　　業 | 1893年（明治26年）2月 |
| 設　　立 | 1936年（昭和11年）11月 |
| 資 本 金 | 35億3,740万円 |
| 証券コード | 4524（東証スタンダード市場） |
| 代　　表 | 代表取締役社長 森下雄司 |
| 従業員数 | 連結328名　単体314名 |
| 売 上 高 | 連結11,359百万円　単体11,376百万円 |
| 主な事業 | 医薬品、医薬部外品、医療機器、<br>化粧品、食品等の製造および販売 |

### 事業所および工場

**本社**
大阪府大阪市中央区玉造一丁目2番40号
電話（06）6761−1131（代表）

**大阪テクノセンター**
大阪府枚方市津田山手二丁目11番1号
電話（072）800−1040

**滋賀工場**
滋賀県犬上郡多賀町大字四手諏訪960番地12
電話（0749）48−7370

**東京オフィス**
東京都千代田区神田富山町10番地2 アセンド神田ビル6F
電話（03）6206−8138

【関連会社】株式会社森下仁丹ヘルスコミュニケーションズ

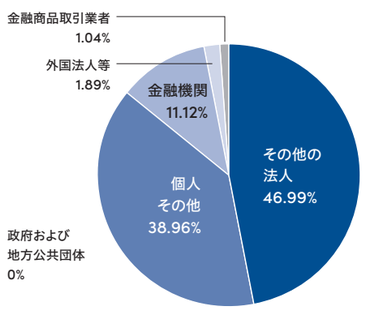
## 株式情報

2023年3月31日現在

### 株式の状況

| | |
|---|---|
| 発行可能株式総数 | 9,600,000株 |
| 発行済株式の総数 | 4,150,000株 |
| 株主数 | 5,028名 |

### 所有株式数の割合（%）




### 大株主の状況

| 株主名 | 持株数（千株） | 持株比率（%） |
|---|---|---|
| 株式会社森下泰山 | 1,095 | 26.8 |
| ロート製薬株式会社 | 355 | 8.7 |
| 公益財団法人森下仁丹奨学会 | 211 | 5.1 |
| 株式会社三菱UFJ銀行 | 132 | 3.2 |
| 日本生命保険相互会社 | 111 | 2.7 |
| 株式会社ラクサン | 106 | 2.6 |
| 株式会社徳島大正銀行 | 88 | 2.1 |
| 三菱UFJ信託銀行株式会社 | 88 | 2.1 |
| 森下仁丹取引先持株会 | 56 | 1.3 |
| ピップ株式会社 | 43 | 1.0 |

（注）当社は、自己株式67,762株を保有しておりますが、上記大株主から除いております。また、持株比率については、自己株式を控除して算出しております。

## 森下仁丹の価値創造の原点 “銀粒仁丹”ができるまで

**調合**
粉末状やオイル状になっている16種類の生薬原料を調合

**練合**
調合した原料に水やでんぷん糊を練り込んで板状に成形

**製丸**
練合した原料を製丸機に入れ小さな丸状にする

**乾燥**
粒をトレイに広げて4日間乾燥

**整粒**
摩擦により粒の表面を整え、粒径をそろえる

**コーティング**
銀を一気に流し込み、手で混ぜながら均一にする

**乾燥**
乾燥機に入れて最終的な水分調整

**選別**
きれいな丸状になっているかコンベア上で転がして確認する

**充填／包装**

森下仁丹株式会社

https://www.jintan.co.jp/

ミックス
紙 | 責任ある森林管理を支えています
FSC® C005531

VEGETABLE OIL INK

Copyright© 2024 Morishita Jintan Co., Ltd. All Rights Reserved.