

HEALTH VALUES REPORT 2020

ロート製薬
ヘルスバリューレポート 2020

ESH

— 私たちが大切にしている「ESH」 —

「健康」で「つなぐ(Connect)」長寿社会を実現する

ロート製薬のコアバリューである「健康(Health)」は、社会課題にしっかり向き合い、
未来の社会システムを構築するためのキーワードです。

ロート製薬は、商品やサービスを通じて広く社会へ「健康」を届けるとともに、健康という視点から
「社会(Social)」や「環境(Environment)」への価値をそれぞれ独自に作り出していきます。

こうして、ロート製薬と社会を「健康」で「つなぐ(Connect)」とともに、
取り巻く全ての人々と連携し、協働していく「ESH」を推進することによって、
長寿を健康で幸せに過ごすことのできる社会を実現していきます。

Profit Sharing Policy

— ロート製薬のプロフィット・シェア・ポリシー —

ロート製薬は2019年に定款を変更し、「社会の公器」としての使命を持ち、
長期的視点で、取り巻く全ての人たちと協働して社会課題を解決し、

これにより得られた便益を共有すると改めて宣言しました。

健全な事業によって生まれた利益は、当社が目指す理想の健康・健全な社会を
実現すべく再投資していく一方で、同じく長期的視点で当社をご支援いただく
ステークホルダーの皆様には適切に配分、還元していきます。

CONTENTS

目次

- ・ 会長メッセージ
- ・ 社長メッセージ
- ・ 経営ビジョン2030
- ・ 製品・サービスの歴史
- ・ ロート製薬の新たな挑戦
- ・ わたしたちが大切にしているESH
- ・ Health (健康)
- ・ Social (社会)
- ・ Environment (環境)
- ・ Governance (統治)
- ・ ESH推進を可能にする財務基盤
- ・ 社外取締役メッセージ
- ・ データ集
- ・ 経営理念
- ・ コーポレートデータ

Stakeholders

— ロート製薬を支えるステークホルダー —



編集方針

当社を取り巻く全ての人々に、当社が大切にしている価値観や目指す大きなゴールにご理解、共感をいただくことを目的に、「ヘルスバリューレポート」を発行しました。健康 (Health)、環境 (Environment)、社会 (Social) において当社が実現すべき価値についてご理解いただければ幸いです。

注意事項

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



MESSAGE FROM THE CHAIRMAN

会長メッセージ



長寿を健康で、幸せに過ごすことのできる、持続可能な社会の実現に向けて、常識の枠を超えて挑戦していきます。

代表取締役会長

山田 邦雄

2020年は新型コロナウイルスの世界的な流行により、これまで当たり前とされてきた概念が打ち砕かれ、個人や社会も新しい在り方が問われるようになりました。企業を取り巻く環境も、これまで培ってきた常識が通用せず、標準化やモデル化を得意としてきた日本企業が苦手としてきた個の尊重や柔軟な対応に否が応でも適応しなくてはならなくなっています。従来、ESG投資やSDGsといった考え方が叫ばれ始めていた中で、今後、社会の持続可能性（サステナビリティ）において、企業の社会的責任と役割はますます重要になっていくでしょう。

社会が抱える課題の数々は、それぞれが密接につながり合っています。持続可能な社会づくりが必要な今だからこそ、近視眼的な思考に陥るのではなく、30~50年先の未来をしっかりと見据えることが大切です。50年後であっても当社の若手社員の子世代が社会の中心で活躍していることを思えば、決して遠い未来ではありません。私たち自身の未来です。だからこそ、30~50年先の未来を見据え、長期視点で物事を考えることは非常に重要な経営戦略です。持続可能な未来のために、どういったゴールを目指すのかは、今現在の事業戦略そのものです。

健康や医療の世界では、今後30~50年で治療技術の大幅な進化が予測されるだけでなく、病気をいち早く見つける診断技術や、そもそも病気にかからないようにする予防技術の発展が進み、人類はますます長寿化していきます。そうした中、すでに世界的にも類を見ない長寿先進国である日本において、長寿を楽しみ、幸せだと思える社会づくりができれば、これから長寿化していく世界の国々にも大いに参考にしていただけます。長寿を健康で幸せに過ごすことのできる新たな社会システムの構築に向けて、当社は製薬を通じた治療への貢献のみならず、病気になる前の予防や診断、食を通じた健康づくりなど、健康を幅広く捉えながら社会へ貢献していきます。同時に、働いている人が幸せになれるような会社や社会の仕組みづくりにも積極的に関与することで、当社自身が先進的な企業モデルを目指していきます。

新たな社会システムや先進的な企業モデルの構築に向けて、当社を取り巻くさまざまな人々やパートナーと大きなチームを組み、チームの一員として取り組んでいきます。会社や日本を内と外に分け隔てるのではなく、壁を取り払ってつながっていくオープンマインドが必要です。少子高齢化が進む日本には海

外から若い人材に来てもらい、本当の意味でのダイバーシティを実現していきます。また、当社の社員も仕事以外に家族や地域といった社会との関係がそれぞれにあり、マルチに何役もこなしています。そうした社員を会社として囲い込むのではなく、すでに兼業解禁を他社に先駆けて実施しているように、むしろ社員一人ひとりがしっかり自立し、社会とのつながりを充実させることで、社会への貢献を果たしていきます。

当社としては、創業以来、一貫して大切にしてきたコアバリューである健康（Health）を軸に、環境（Environment）や社会（Social）において価値の実現に長期視点で取り組むことで、当社を取り巻く人々と協働しながら社会の課題解決に取り組んでいきます。当社を取り巻く全ての人々には、当社が大切にしている価値観や目指す大きなゴールにご理解、共感をいただきながら、長期にわたってご支援いただければ幸いです。

2020年11月

代表取締役会長

山田 邦雄



MESSAGE FROM THE PRESIDENT

社長メッセージ



当社の優位性を活かした事業の拡大と新しい分野への挑戦で、 2030年の経営ビジョン 「Connect for Well-being」を実現していきます。

代表取締役社長

杉本 雅史

経営ビジョン2030の 実現を目指して

変化の激しい時代と呼ばれ始めて久しいですが、現代社会は「VUCA（ブーカ）時代」と称されています。VUCAとは、変動性（Volatility）、不確実性（Uncertainty）、複雑性（Complexity）、曖昧性（Ambiguity）の4つのワードの頭文字をつなげた言葉で、「あらゆるものを取り巻く環境が複雑性を増し、将来の予測が困難な状態を指す」とされています。現在のビジネス環境は、まさに予測不能。将来を見通しにくい厳しい環境に置かれています。そんな不透明性が高い時代には、しっかりとした価値観の上に、自らの立ち位置を確認し、どこへ向かうべきかなど、将来の青写真を描くことが重要と考え、ロート製薬は創業120周年を迎えた2019年2月に、2030年のありたい姿を示す経営ビジョン「Connect for Well-being」を策定しました。

Well-beingとは、人々が心身ともに健康で、社会的にも健康な状態を指し、幸せを感じながら毎日の生活を送ることができる状態のことです。幸福には心と身体が健康であるだけでなく、幸せを感じながら日々イキイキと過

すことが大切であるという意味が込められています。当社は、世界の人々ができるだけ長い時間Well-beingを感じることができるように、薬だけに頼らない製薬会社として、既存の医薬品やスキンケアのみならず幅広く事業をつなぐ（Connect）ことで、健康長寿社会の実現に貢献していきます。

Connect for Well-beingという経営ビジョンの策定と併せて、今後10年間で当社が注力していく事業領域を明確にし、各領域で目指す姿として「事業領域ビジョン」をそれぞれ決めました。事業領域ビジョンは、OTC医薬品（一般用医薬品）、スキンケア、機能性食品、医療用眼科領域、再生医療、開発製造受託（CDMO）の6つで構成されます。

たとえば、OTC医薬品では、主力とするカテゴリーのさらなる強化を図るほか、未保有のカテゴリーであっても提携やM&Aなどの選択肢を視野に入れながら、ラインアップを拡充していく戦略を進め、OTC医薬品で日本のリーディングカンパニーになることを目指します。また、病気にかかる手前の未病・予防分野で第3の柱を作るべく機能性食品を育てていくほか、ライフサイエン

ス領域として再生医療の確実な事業化を進めていきます。

当社は2030年の経営ビジョンと事業領域ビジョンを通じて、目指すべきゴールを明確に掲げることで、ゴールや価値観を共有できるビジネスパートナーと積極的に連携していきます。さまざまな形で連携や共創を模索することで、Connect for Well-beingを実現していきます。

OTC医薬品や 機能性食品の成長機会

医療財政が逼迫する中で、限られた資源である医療費をどの分野へ投入していくべきなのか、日本全体で真剣に考えなければならない時期に差しかかっています。増え続ける医療費の抑制に向けて、医療用医薬品からの「スイッチOTC」がますます加速すると考えられます。また、病院にかかる前に自分自身で健康を守る「セルフメディケーション」は、健康寿命の延伸に加えて、医療費削減の面でも重要なカギとなります。スイッチOTC、セルフメディケーションの重要性が今後さらに増すことで、健康寿命に対するOTC医薬品への期待が社会全体が高まり、市場は自ずと拡大していくと見ています。当社はすでに

眼科薬や外皮用薬、胃腸薬、漢方薬などの充実したカテゴリーを持っていますが、そうした市場拡大を見据えて、新たな自社ブランドの構築や他社との連携などによって、OTC医薬品のラインアップを拡充していきます。こうして、時代の流れを先読みしながら、人々や健康長寿社会に貢献できる体制を整えていきます。

また、OTC医薬品の拡販と併せて、機能的食品などの食品事業にも力を入れていきます。薬や医療の進歩だけに頼って健康寿命を延ばしていくことは困難で、病気にかかる手前の未病・予防が重要になってきます。明確なエビデンスをもとに開発した機能的食品を提供し、食を通じて栄養をバランスよく取っていただくことで、人々の健康寿命を延ばす一助にしていきます。

世界は今、日本が超高齢社会をどう乗り越えていくのか注目しています。中国をはじめとするアジア諸国は、日本から20年ほど遅れて高齢社会に突入すると予測されており、将来的には日本での経験をアジア諸国などの海外において積極的に展開していきます。

ビジョン、戦略・戦術 組織体制をつなぐ

2030年の経営ビジョン、事業領域ビジョンの実現に向けては、戦略・戦術への落とし込みはもちろん、その戦略・戦術を着実に実行できるような組織体制を構築していきます。事業を広くつない

でいく(Connect)ためにも組織が綿密に連携していることが大切で、組織同士、社員同士が互いに強い信頼関係で結ばれ、一体となつてつながる(Connect)ことが必要不可欠です。

当社は創業以来、社員を大切にす家族主義的な経営をしてきました。そうした経営姿勢を基本にしてきたことで、社員一人ひとりが会社に対してロイヤリティを持ち、会社や社会に役に立ちたいという社員を多数輩出してきました。加えて、当社には「こだわり」「挑戦」「人がやらないことをやる」といったDNAが脈々と流れ、誰もが無理だと思ふ難易度の高い課題へも「難しいからこそ、やる」と果敢に挑戦し、成功と失敗を積み重ねてきました。

こうしたチャレンジ精神が旺盛な企業文化こそ、他社にはない当社ならではの強みであり、社員一人ひとりの自立した個の力と高い技術力になっています。今後はそうした個人力と技術力をベースにしながら、チーム力や部門間連携をよりいっそう強化していきます。チーム力や部門間連携を進める仕組みづくり、制度づくりにも着手し、真の信頼関係を築けるような一体感ある組織を作り上げていきます。強固な組織を根付かせながら、ビジョンを社員一人ひとりに腹落ちさせることこそが一番の要であり、社長としての私の役割です。ビジョンの共有によって目指すべきベクトルを合わせ、社員同士が膝を

突き合わせて議論し合うことで、経営ビジョン、事業領域ビジョンを実現していきます。

「ESH」の価値の実現で 社会的な健康へ貢献

Connect for Well-beingを目指すことによって、人々が幸せを感じながら毎日を送れるような社会的な健康への貢献を果たしていきます。折しも世界では、国連の「持続可能な開発目標(SDGs)」の達成やESG経営が叫ばれ、社会価値への取り組みが強く求められています。美と健康に貢献し続ける当社らしいアプローチとして、当社のコアバリューである健康(Health)を軸にしながら、環境(Environment)や社会(Social)において価値実現を目指す「ESH」を力強く進めていきます。

社会(S)を健康にするために当社が担うべき役割として、地域・地方の再生や次世代の子どもたちへの支援があります。東京一極集中が加速する現状に対して地域や地方を豊かに再生していく、未来を担う子どもたちの健康や学びを応援していくことが、社会全体の活性化に寄与すると確信しています。地域や地方に人々が定着しながら、子どもたちが健やかに暮らせる明るい社会を築いていくことが、社会全体の健康や持続可能性につながると考えます。環境(E)に対しては、化粧品でつめかえ用パウチを他社に先駆けて導入したように、プラスチックボトルをバイオ

プラスチックへ切り替えるなど、地球の健康を守るために必要な対策を着実に進めていきます。

環境への配慮は、社会的にもお客様自身の意識としても確実に高まっており、当社独自の環境マークを開発し、商品デザインに順次導入していきます。言うまでもなく、そうしたESHの推進には健全なガバナンスが不可欠です。2030年の経営ビジョン実現に向け

て、取締役会の実効性を着実に高め、コーポレート機能のさらなる強化を図るほか、財務の健全性を維持していきます。企業としての健康、健全性にしっかり配慮しながらも、「ESH」という実現すべき価値を追い求め、社会的な健康へ積極的にコミットしていきます。

当社はこれからも常識の枠を超えて挑戦し、人々と社会の健康に貢献していきます。そして、価値観の共有による

強い組織力とパートナーとの連携、共創によって、Connect for Well-beingという2030年の経営ビジョンを実現していきます。今後とも末永いご支援と一層のご鞭撻を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

2020年11月

代表取締役社長

杉本雅史



- Connect for

Well-beingとは身体も心もイキイキとし、

さまざまなライフステージにおいて笑顔あふれる幸せな毎日を過ごすこと。

ロート製薬は、世界の人々が、Well-beingを実感できる時間が少しでも長くなるように

医薬品、スキンケアに加え、さまざまな事業で

イノベーションを起こし幅広く「つなげていく」

それを実現するために、社内外の仲間同士を、組織と組織をしっかりと「つなげていく」

そして、信頼の連鎖の上に人材を育成し、一体感のある組織を作り上げ

人々のさらなるWell-beingに「つなげていく」

—Connect for Well-being—

事業領域ビジョン2030／取り組むドメイン

医薬品、化粧品、食品を中心に健康・未病・病気のさまざまなステージで、確かな製品・サービスを届けます。

健康

未病

スキンケア

肌本来の機能に働きかけ、
健やかさを再生する
スキンケアを創造する



OTC医薬品 (一般用医薬品)

日本におけるOTC医薬品の
リーディング
カンパニーを目指す



機能性食品

エビデンスと信用に基づく食品事業を
第3の柱に育てる



セルフメディケーション

Well-being-

業界の垣根を飛び越えながら、 事業をつなげていく (Connect)

当社は2030年に目指す経営ビジョンを達成するため、6事業領域でそれぞれビジョンを掲げ、積極的に展開していきます。また、業界の垣根を飛び越えて、パートナーと連携、協働しながら、各事業をつないでいきます(Connect)。業界や領域を超えたつながりや領域の隙間にこそ成長機会があると当社は考えており、アメーバのように自在に事業や業界、領域をつなぐことで、新しいシナジーを創造していきます。



病 気

医療用眼科領域

アイケアリーディングカンパニーとして医療用眼科領域を開拓し、早期の収益化を実現する



再生医療

革新的なライフサイエンス技術を事業化する



開発製造受託 (CDMO[※])

独自開発力を付加した開発製造受託 (CDMO[※]) へ進化させる



プロフェッショナルメディケーション

※CDMO:Contract Development Manufacturing Organization

製品・サービスの歴史

胃腸薬からスタートし、市場ニーズに応え続けてきたロート製薬。
幅広いカテゴリーで商品・サービスを展開し、「健康」をトータルにサポート。

ロート製薬は、1899年に信天堂山田安民薬房として創業しました。
1949年には、ロート製薬株式会社を設立し、
アイケアを中心に、スキンケアやヘルスケアなど事業領域を拡大してきました。
近年は、薬局・ドラッグストアだけでなく、百貨店などへと販路を広げ、
世の中を健康にするための活動に力を注いでいます。

1990年～

1993年 ドゥーテスト・hCG

当社初のワンステップ型が完成。自社開発品として市場シェアを拡大。



1993年 サンブレイ

強烈な紫外線から肌を守る日焼け止め。サンケア市場へ本格参入。



1994年 ロートジーリセ

ティーン向け目薬として女子高生に大人気。



1970年～

検査薬

1985年 チェッカー

日本初の薬局での妊娠検査薬を発売。



スキンケア

1975年 メンソレータム

皮膚治療薬とリップスティックを発売。外用剤分野へ進出。



1987年 アルガード

アレルギーによる目のかゆみ対策ブランド。



ロートジー

清涼感とオシャレなボトルで若者目薬市場をリード。



1899年～

アイケア

1909年 ロート目薬

日本に革命を起こした当社初の目薬。



1964年 V・ロート

当社初のプラスチック容器の目薬。アスパラギン酸を日本初配合。



内服・食品

1899年 胃活

「万病の元は胃にある」と確信し、胃腸薬を発売。



1962年 バンシロン

「バンシロンでバンバン」のフレーズで一躍有名になった胃腸薬ブランド。



2000年～

医療用

2019年
医療用眼科領域
進出

日本点眼薬研
究所の全株式
を取得。



2013年
再生医療研究

再生医療研究企画部を新設
し、2017年に治験をスタート。

サービス・その他

2009年
episteme
百貨店分野へ進出

美しさを内外で考え、先端技術を用
いたエイジングケアブランド。



2013年
ロートビューティー
ヘルスサイエンスサロン

当社の最先端のスキンケアブランドを
利用した「美と健康」のサービスを提供。



2019年
ロート QualityAging
サロン

豊かで質の高い年の重ね方を提
案する新しいコンセプトサロン。



1996年
ドゥーテストLH

事前に排卵日を
予測できる排卵
日検査薬を発売。



2016年
ドゥーテストLHa

一般用排卵日予測検査薬と
して初めて認可された商品。



2018年
デオコ

大人女性の
ニオイケアに
着目した薬用
ボディークレン
ス。



2014年
SUGAO

新感触スレ
ファンデ 発
売。ペースメ
イク市場に本
格参入。



2013年
デ・オウ

男のニオイをケ
アする、デオラ
ントスキンケア
ブランド。



2008年
スキナアクア

水から生まれた
みずみずしい使
用感の日焼け止
めシリーズ。



2007年
50の恵

年齢とともに
増える悩みに
着目したエイ
ジングケアブ
ランド。



2006年
OXY

男性の肌トラ
ブルに寄り
添ったグロー
バルブランド。



2004年
肌研
(ハダラボ)

肌に良い成分を
厳選し、健康な素
肌にかかせないヒ
アルロン酸にこだ
わったブランド。



2001年
Obagi

機能性化粧品
の先駆けとし
て市場をリー
ド。



1995年
ロート
Cキューブ

当社初のコンタ
クトレンズ用剤。コ
ンタクトライフの
快適性をサポート
するブランド。



2004年
ドライエイド

急増するドライ
アイ(目の乾き)
に着目した目
薬。



2008年
ロートV11

11種の有効成分でつらい
疲れ目を改善する目薬。



2016年
Vロートプレミアム

現代人の目の蓄積疲労にア
プローチする高機能目薬。



1997年
ドリストan

溶かして飲める
新タイプの風邪
薬。



2006年
和漢箋

日本人の身体
に合った身近な
漢方薬を提案。



2007年
セノビック

子どもの成長期
に大切な栄養
素を含んだ成
長期応援飲料。



2015年
ロートV5粒

当社初の機能
性表示食品と
なる目のサプリ
メント。



コーポレート・アイデンティティ

NEVER SAY NEVER



NEVER SAY NEVERとは？

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

重視したのは、
前例のない技術や仕組みで、
世の中を変えようとする気持ち。



企業のCSR活動にはない クラウドファンディングの可能性

ロート製薬は、クラウドファンディングプロジェクト「READYFOR SDGs」の
参画企業として、社会課題の解決に励む3団体を支援しました。

企業のCSR活動にはない クラウドファンディングの可能性

SDGs[※]が国際社会へ浸透しつつあり、企業にもその実現への寄与が求められています。SDGsが目指す内容は当社の経営ビジョン「Connect for Well-being」と同じ価値観だと考え、SDGsの実現に向けた取り組みや支援を進めています。

さまざまな個人・団体の挑戦を、クラウドファンディングを通してサポートする、READYFOR株式会社。同社が、SDGsに関する活動を応援するプロジェクトが「READYFOR SDGs」です。通常のクラウドファンディングは、プロジェクト実行者が支援金を募り、賛同者が寄付するというかたちです。今回はそれに加え、「マッチングギフト」という仕組みを採用。支援者から募った金額に加え、参画企業が一定比率の資金を上乗せし、その総額を実行者へ届けます。企業が参加することで、支援金額が増えるだけでなく、プロジェクト自体の信頼性が高まります。当社は、これまで

のCSR活動のように、一企業による多額の寄付ではなく、たくさんの人の善意の総和で成り立つ、クラウドファンディングに大きな可能性を感じていました。また、そのプラットフォームを提供し、社会課題の解決を支援する同社の理念にも賛同し、参画を決定しました。

面談を経て3団体を選定 全プロジェクトが目標を達成

支援決定までの流れは、企業がテーマを決めて募集し、各団体がエントリー。選ばれた団体が、クラウドファンディングを行います。当社は、SDGsの目標3にあたる「ヘルスケア領域における新しい挑戦を応援」というテーマで募集しました。多くの応募から候補を絞り、各団体の代表者と面会。プロジェクトの概要や熱意を直接聞き、3団体を選定しました。重視したのは、これまでにない技術や仕組みで、世の中を変えようとする熱い想いです。

貧困や虐待に苦しむ子どもたちを支援する、認定NPO法人3keysは、10

代のための相談窓口まとめサイト「Mex(ミークス)」を開設し、子どもと相談先の距離を縮める活動を行っています。株式会社KIDSは、幻肢痛患者を支援する団体です。幻肢痛とは、手足の感覚や、手足自体を失ったにもかかわらず、以前と変わらず存在するかのような「幻肢」に痛みを感じる現象のこと。特効薬がなく難治性の病気に対し、VRを活用した新しいリハビリシステムを研究しています。日本母性内科学会は、内科と産科が融合し、母子ともに安全な妊娠・出産のための内科的管理を行う「母性内科」の発展を目的とする団体。国内では4つの機関にしかない母性内科の認知拡大を目指しています。

これら3団体は、多くの方の支援で目標金額を達成。全ての寄付が成立しました。今回の「READYFOR SDGs」や、当社が設立した「みちのく未来基金」は、単独で活動を支えるのではなく、多くの人の善意の総和で成り立つ活動です。今後も、想いを一つにするパートナーとともに、社会問題の解決に向けた活動を支援していきます。

「READYFOR SDGs×ロート製薬」の特設ページを設け、認定NPO法人3keys、株式会社KIDS、日本母性内科学会へのクラウドファンディングを支援した。



※SDGs…国連サミットで採択された持続可能な開発目標のこと。

卒煙プロジェクト

会社が卒煙を強制するのではなく、
社員の思いや努力を応援し、
自らの意思で卒煙に挑戦。

TOPICS

アフリカで初の目薬販売 エチオピアで発売開始

2019年9月19日、エチオピアにて「ROHTO ICE」の販売を開始しました。エチオピアは、アフリカ各国の中でも日積紫外線量の平均値が高いエリアとされており、硫酸亜鉛水和物を配合したROHTO ICEは、紫外線による目の不快症状に効果を発揮します。これまでアフリカでは、白内障手術用の眼内レンズの提供などのサポートをしていましたが、目薬の販売は初めてのこと。アフリカで多くの人を悩ませている眼病予防・治療を推進していきます。今後は、エチオピア以外のアフリカの国々でも目薬販売を目指します。また、眼病予防を目的とした目薬習慣の啓発活動にも努めていきます。



世界25カ国で発売されている目薬

クオリティエイジングを提案する コンセプトサロンをオープン

東京・渋谷において、2019年12月5日に「ロート QualityAgingサロン」をオープンしました。当社が理想とする、豊かで質の高い、充実した年の重ね方である「クオリティエイジング」の実現に向けて、「アイケア」「スキンケア」「インナーからのケア」の3つのアプローチに基づいたサービス・商品を提供します。また、健康への考え方や健康習慣についての学びの場も提供。当社がこれまで培ってきた知見を活かし、足を運べば運ぶほど、楽しく健康になれるサロンを目指します。



バンビシャス奈良の トップパートナーに就任

奈良に拠点を構えるプロバスケットボールチーム・バンビシャス奈良と、2020年1月29日に、トップパートナー契約を締結しました。創業者の生家がある奈良県とは、かねてより包括提携を結び、農村地域の活性化に取り組んできました。今後、同チームとの活動を通して、サポーターや地域に住む皆様に貢献したいと考えております。また、バスケットボール教室や学校訪問など、子どもたちの夢を支援する活動にも力を注ぎます。



医療用眼科点眼薬で さらなる事業領域拡大へ

2020年3月2日に、医療用眼科点眼薬の製造・販売などを行う、日本点眼薬研究所の全株式を取得。同社は、眼科医が創業し、以来「目にやさしい点眼薬」の研究を続け、防腐剤無添加点眼薬を実現した「PFデラミ容器」などで知られています。今後は、同社が持つ技術と、当社の一般用点眼薬のリーダーとしての強みを融合し、ほかにはない優れた眼科用製品を開発・導入し、国内だけでなく海外の眼科領域への事業を拡大します。



国内業界初となる 自動製剤調合ロボットを導入

2020年3月、国内化粧品業界初となる、自動製剤調合ロボットを導入しました。スイスのCHEMSPEED TECHNOLOGIES社、エーエムアール社と共同開発したこの設備は、化粧水や日焼け止めなどの化粧品製剤開発において必要となる、数種類に及ぶ原料の秤量・調合、品質・使用感に関わる粘度やpH値の測定などの評価を全自動で行います。これにより、ニーズの変化や使用感の好みに合わせたパーソナライズ化粧品の可能性が広がります。



人と環境にやさしい 新工場棟を増設予定

当社のマザー工場である上野テクノセンターに、2022年を竣工予定とし、「人と環境にやさしいスマート工場」を増設します。IoTやAI技術を活かし、作業の効率化や安全性の向上に取り組みます。また、再生可能エネルギーの活用や省エネ機器の導入により、エネルギー消費量を既存工場と比べて20%削減を目指します。新工場棟の建設により、既存工場の1.5倍の生産量が可能になり、新工場棟は国内のみならず、海外に向けた生産拠点となります。



2020

HEALTH VALUES REPORT
TOPICS

わたしたちが大切にする **ES**

ロート製薬が創業以来、一貫して大切にしてきたコアバリューである「健康（H）」に対する価値、健康という視点から独自に作り出す「社会（S）」「環境（E）」に対する価値のことで、その持続的な価値創出のために、長期視点で取り組みます。

Health 健康

創業以来、世界の人々の美と健康に貢献してきました。
これからも常識の枠を超えて果敢に挑戦し、未来の健康を作っていきます。

Social 社会

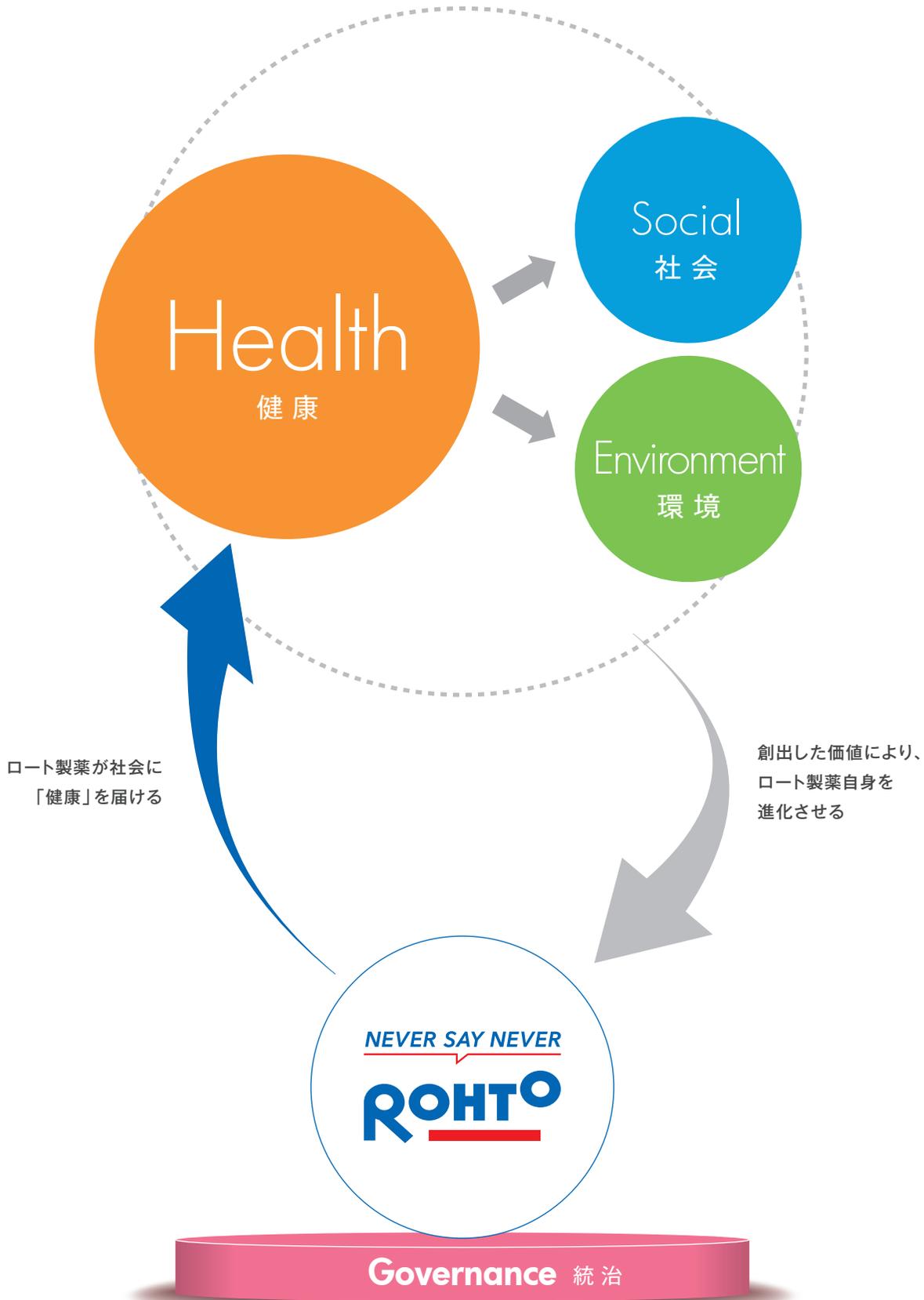
社会や人々のためにできることはまだまだあると考えています。
社会や人々をより健康に、より健全にするために、独自の貢献をしていきます。

Environment 環境

健康長寿社会の実現に向けて、地球の健康も重要です。
これからも環境に配慮した取り組みを推進していきます。

Governance 統治

経営理念に基づいて企業の社会的責任を果たすと同時に、全てのステークホルダーの信頼と期待に応えるため、ガバナンスの充実・強化を実施していきます。



Health

健康

未来の健康を生み出す

研究開発

120年積み重ねてきたノウハウとこだわりで、機能や効果はもちろんのこと、長く使い続けていただける使い心地を追求した研究開発を行っています。

トップを走り続けるロート製薬のアイケア

目薬シェア※
約40%
2019年度

当社の目薬第一号は、1909年に発売した「ロート目薬」です。2019年度、ロート製薬の国内での目薬シェア※は約40%。時代とともに変化する目の悩みやライフスタイルの変容に対応して進化し続け、アイケアカテゴリーを牽引してきました。なかでも、2016年発売の「Vロートプレミアム」は国内

最多の12有効成分を配合（一般用眼科用薬製造販売承認基準内最多有効成分）。蓄積した目の疲れに多角的にアプローチします。これからも、時代とともに変化するお客様のニーズに合った商品を提案していきます。

※インテージSRI 目薬カテゴリー 2019年4月～2020年3月 累計販売金額シェア



日本企業
第3位

知的財産権を獲得・活用し、機能性化粧品へ応用

「医薬品業界他社牽制力ランキング2019」において、医薬品業界における他社牽制力が日本企業の中で第3位でした。これは、競合他社が出願特許を権利化する上で、阻害要因となる先行技術に関する特許を多数出願している先進的な企業であることを意味します。また、特許の先進性や独自性だけでなく、より高い効果を引き出す製剤を研究し、新商品開発に挑んでいます。

- Column -

機能性化粧品の製剤開発力

25%のL-アスコルビン酸を水に溶かすための溶液温度は40℃以上と言われており、いったん溶けても冷却後に結晶が析出するという問題があります。この課題を解決するために、以下のアプローチを行いました。

- ・L-アスコルビン酸の可溶化を促進する成分の探索
- ・L-アスコルビン酸の結晶化を抑制する成分の探索

これらの結果、高濃度ビタミンCの溶解・安定化に成功しました。今後、ビタミンCの配合製剤安定化や効果などのさらなる研究を続けていきます。

医薬品業界 他社牽制力 ランキング2019

企業名	引用された特許数
1 MERCK (ドイツ)	393
2 BAYER (ドイツ)	337
3 ROCHE (スイス)	322
4 PFIZER (米国)	293
5 NOVARTIS (スイス)	270
6 GLAXOSMITHKLINE (イギリス)	216
7 武田薬品工業 (日本)	209
8 MERCK SHARP & DOHME (米国)	186
9 BRISTOL-MYERS SQUIBB (米国)	177
10 大塚製薬 (日本)	161
18 ロート製薬 (日本)	109
18 第一三共 (日本)	109
20 JANSSEN PHARMA (ベルギー)	99

出典: (株)パテント・リザルト調べ。企業名の表記は、パテント・リザルトの発表に基づく。

最先端の医療の実現に向けた、多角的な取り組み

当社は、病気の治療だけでなく、既存事業への応用の可能性のある再生医療に挑戦しています。身体を構成する60兆個もの細胞を生み出すもとになっている「幹細胞」に着目し、2013年に再生医療研究企画部を設立。研究機関や大学などの共同研究を進めています。

2017年には「肝硬変」に対する治験を新潟大学とともに日本で初めてスタート。2018年には塩野義製薬とのライセンス契約も締結しました。2020年にはCOVID-19重症肺炎に対する治験を開始しました。再生医療の研究から得られた新しい知見は、アイケア、スキンケア、育毛などの既存分野での研究にも応用を進めています。



国内で初めて開発に成功した自動培養装置



Health

健康

未来の健康を提案する

マーケティング・営業

長年愛され続けるのは、理由があります。潜在ニーズを「否・常識」が常識に」と発掘し、新規市場を切り開き、今後もお客様の期待に応え続けます。

ロングセラー&ヒット商品がトータルケアを実現

ロングセラー※2
25ブランド

1964年の発売から56年間販売し続けている「V・ロート」。「新V・ロート」となった現在でも多くの方にご愛用いただいています。また、2004年に発売した「肌ラボ」は13年連続で肌支持率No.1※1(化粧水シリーズ販売個数)を達成しています。いち早く「つめかえ用パウチ」も開発するなど、ブランド

トータルの売上高は累積1,500億円に達しています。こうしたロングセラー商品やヒット商品が、お客様のトータルケアを実現しています。

- ※1 化粧水の合計販売個数に対する、肌ラボシリーズの割合。インテージSRI化粧水市場 2019年4月~2020年3月販売個数
- ※2 発売10年以上で2019年度の売上が10億円以上のブランド

■ ロングセラー&ヒット商品

V・ロート
56年間販売



1964年

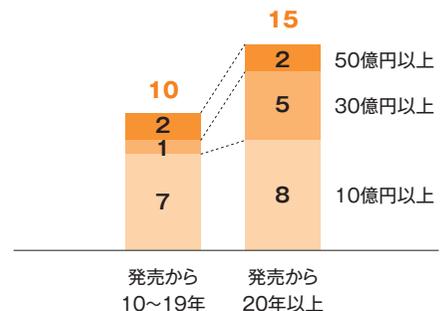


2012年

肌ラボ
13年連続No.1



■ ロングセラーブランド



女性に寄り添い、応援しながら、新規市場を開拓

当社はセルフメディケーションや社会への貢献を目指して、妊娠検査薬や排卵日予測検査薬の商品開発を続けています。検査薬以外の商品でも、女性向け水虫薬「エクシブ」やデオドラントケアの研究や開発技術から生まれた制汗剤「リフレア」、

女性のニオイの変化に着目した「デオコ」などを発売。新たな市場を開拓できたのは、女性が自分のための商品だと思って手に取っていただけるよう、ブランドやパッケージデザイン、仕様にこだわり、女性カテゴリーを創出できた結果です。



妊娠検査薬「チェッカー」
(1985年発売)



排卵日予測検査薬「ドゥーテストLH II」
(2020年発売)



デオコ
(2018年発売)

- Column -

よろこびっりの声
1,963件
2019年度

お客様からの喜びと驚きの声 「よろこびっりの声」

当社はお客様からいただいた声を「よろこびっりの声」として社員全員で共有しています。お客様の声に感謝し、励みにながら、製品改良や次の商品企画に取り入れています。

【実際に寄せられたコメント】

赤ちゃんは神様からの授かりものだと分かっているながらも、妊活で焦っていた気持ちに寄り添ってくれたロート製薬に感謝です。本当にありがとうございました。

(ご使用商品：ドゥーテストLHa)

幅広い商品展開を可能にする営業販売網

当社の役割はOTC医薬品、化粧品、機能性食品など、幅広いカテゴリーの商品を通じて生活者のセルフメディケーションに貢献することです。お客様がいつでもどこでも当社の商品に

ふれることができるよう、ドラッグストアをはじめ、コンビニエンスストアやスーパー、百貨店などさまざまなチャネルでの営業販売網を構築し、幅広い商品展開を可能にしています。

購入接点店数(日本国内)

10万店以上
2019年度

- Column -

きめ細かな「買い場づくり」

小売店本部への提案から、店頭への情報提供、「買い場」のメンテナンスや販売サポートまでをトータルに展開。



チャネル特性に合った「商品展開」

百貨店での直接カウンセリング販売に加え、通販事業にも注力するなど、お客様とのダイレクトな関係づくりを強化。



Health

健康

未来の健康を支える

生産・品質

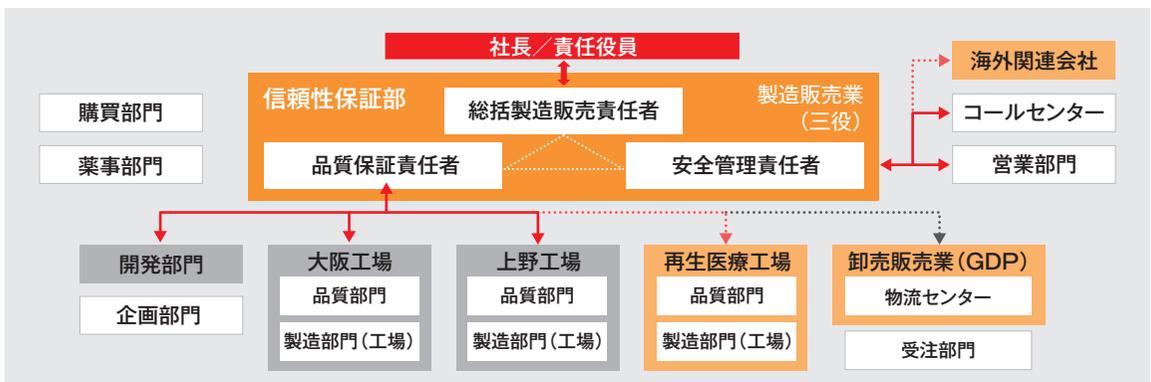
安全・安心の品質を担保した生産体制と、生産現場最前線にいる社員による自主提案（気づき提案）が、未来の健康を支えています。

全社品質システムで経営陣も品質保証にコミット

当社の商品を一つの製造販売業の組織で、三役（総括製造販売責任者、品質保証責任者、安全管理責任者）が連携して運営する体制を構築するとともに、製造部門や品質部門だけで

なく、経営陣も含めた会社全体で品質・安全性にコミットする体制を構築しています。

■ ロート製薬の品質システム(全社一体型)



高品質・高効率で健康を支える工場

最新テクノロジーを集結させた「上野テクノセンター」は、自動化が進んだアイケア製造ラインで多品種生産に対応しています。さらに、医薬品製造で培った高い品質保証システムで、スキンケア関連製剤も製造。フレキシブルな製造ラインや高度な無菌および異物管理技術で、効率良く高品質を実現して

います。また、「大阪工場」は当社の生産技術を支える「ものづくりのパイオニア」的な存在です。当社独自の技術の蓄積により、新たな製剤や付加価値の高い商品にも対応。両工場を中心に、世界水準のクオリティを実現する商品を高品質で効率良く製造しています。



生産現場では常に新鮮な気持ちで改善に向き合う

気づき提案
9,585件
2019年度

生産現場では、QCD (Quality:品質、Cost:コスト、Delivery:納期)の改善を目指し、改善サイクルの維持・継続を目的として2005年に発足したのが「改鮮隊」です。「いつでも新鮮な気持ちで改善に向き合っていこう」との思いを込めて命名し

ました。QCDの改善につながることは「まずやってみる・変えてみる」を基本スタンスに、「気づき」に挙げた問題の改善に一人ひとりが意志を持って取り組んでいます。

■ ロート製薬の改鮮活動の3本柱

気づき活動	問題を見つける目を養う
5S活動 (整理、整頓、清掃、清潔、しつけ)	問題が見つかりやすい環境を作る
テーマ活動	問題解決の手法を学び、 問題解決できる人を増やす



改鮮隊活動

Social

社 会

世界の「見る」をサポート

世界への貢献

海外では国ごとに異なるニーズと向き合い、寄り添った活動を実施。

世界の「見る」のために、独自のサポートを続けています。

支援が必要な国をサポートし、国際社会に貢献

カスタマーギャザリング参加者数
のべ8,500人以上
2008年～

お客様と一緒に「目を大切にする」習慣を

ベトナムは当社がゼロから海外市場を開拓した最初の国で、1996年に事務所を設立しました。目薬を普段使う文化、習慣がない中で、目の大切さを訴える啓発活動として学校で無料眼科検診を実施し、疲れ目に目薬をさす新習慣を広めています。2006年からは、毎週末お客様の声を直接聞く「カスタマーギャザリング」を続け、新商品の開発に活かしています。

医療分野の支援を行い、人々の健康に貢献

眼科医療へのアクセスが困難なブラジルの先住民コミュニティの状況を改善するため、眼科相談などができる「アマゾン白内障撲滅プロジェクト」が2016年にスタート。Ophthalmos Rohto (オフサルモス・ロート社) から、白内障手術用製品の寄付や、ボランティアスタッフとしての参加を行っています。眼科相談者数は、のべ6,351人となりました。



寄付合計額 **1,752,930円**賛同取引先 **17社** 第4期

ソーシャルパートナーとともに、白内障治療を支援

ビジネスの枠を超えて

2016年から始まった「ソーシャルパートナー」では、活動に賛同してくださる取引先とともに、目薬の売上の一部をアジア・アフリカなどで眼科医療の支援活動をする団体に寄付し、白内障治療の支援活動をしています。



第4期(2019年11月~2020年3月)対象商品

- Column -

NPO法人アジア失明予防の会

眼科医療が充実しておらず、貧困と失明にあえいでいるアジアの国々の数多くの人々が、一人でも光を失わずに済むように活動している団体です。ベトナムとミャンマーとラオスで今まで約1,000名の患者さんへ、無償の白内障手術などを実施しました。



眼内レンズで「見る力」を一人でも多くの人に

白内障による失明の減少に貢献

1996年に設立された「PT.Rohto Laboratories Indonesia (ロート・インドネシア社)」は、アセアン地域で初めて、白内障手術用の眼内レンズ(IOL)の製造販売をスタートしました。地域の眼科医に眼内レンズの品質を理解していただく難さな

どの課題を乗り越え、今ではインドネシアを含む13カ国で販売しています。白内障による失明を減らすことができる眼内レンズは、社会貢献にもつながる大切な事業で、現在は、眼内レンズの無償提供を実施するなど、積極的に取り組んでいます。



Social

社 会

日本の未来に向けた活動

国内への貢献

将来を担う子どもたち、女性や若手研究者への支援活動を行っています。
また、社員参加型の社会貢献にも、積極的に取り組んでいます。

次世代の健康づくりと学びを応援

薬育教育支援プログラム

製薬メーカーとして、薬育を指導する先生方や子どもたちの医薬品への知識を向上させ、健やかな生活を目指すため、医薬品の選び方や使い方を社員が学校に出向いてお伝えする「薬育出張授業」を2007年より実施しています。社員がボランティアとして行っているほか、現場の先生方からのニーズにお応えし、中学保健体育における「医薬品の正しい使用」単元でご活用いただける教員用指導教材を開発しています。

卓球教室の支援／卓球大会の特別協賛

子どもたちの健康な身体づくりを応援するため、村上恭和氏（前・卓球女子日本代表監督、現・日本生命保険女子卓球部総監督）と卓球教室を開催するとともに、歴史ある卓球大会「ロート製薬杯・全国ホープス卓球大会」を特別協賛しています。

キッズニア甲子園*

開発・研究というアクティビティを通じて、子どもたちに「自分で考え、工夫し、商品の価値を創造する」経験を提供し、サイエンスに興味を持ってもらいたいという思いから、学びと楽しさを合わせた社会体験を提供する「キッズニア甲子園」に「医薬研究所」パビリオンを出展しています。

体験者数
のべ**368,362**人
2009～2019年度



*ロート製薬は、キッズニア甲子園のオフィシャルスポンサーです。

健康で豊かな社会の実現のため、医学の発展に貢献

のべ **187人**
2020年9月現在

ROHTO AWARD

日本の眼科研究の発展・向上を目指して1995年に設立。日本の大学およびそれに準じる研究機関の若手眼科研究者を対象に、基礎研究と臨床研究の両方の業績を上げた研究者に贈られます。



皮膚医学研究基金（ロート製薬寄付）

皮膚医学の向上発展に寄与することを目的として2008年に設立。萌芽的研究および若手研究者を支援し、今後の皮膚医学の発展に貢献しています。

ロート女性健康科学研究賞

2009年に女性健康科学研究会として設立。現在はロート女性健康科学研究賞として、日本の産婦人科学研究の発展と向上に寄与することを目的に、妊娠・出産および女性の健康寿命などに関する研究に功績のあった研究者に贈られます。

加齢皮膚医学研究基金：ロート賞

加齢皮膚医学に関する基礎的または臨牀的調査・研究を広く奨励助成するため、2007年に設立。加齢皮膚医学研究会での賞は、本賞のみです。

会社と社員がともに取り組む社会貢献

みちのく未来基金

参加社員数
897人
2020年10月現在

2011年3月に起きた東日本大震災で親を亡くした子どもたちの高校卒業後の進学支援のための奨学基金で、当社など3社が発起企業となって設立しました。支援企業は年々増え、業界の垣根を越えた「輪」が広がっています。震災当時お腹の中にいた子どもが卒業するまでの約25年間にわたって支援していきます。



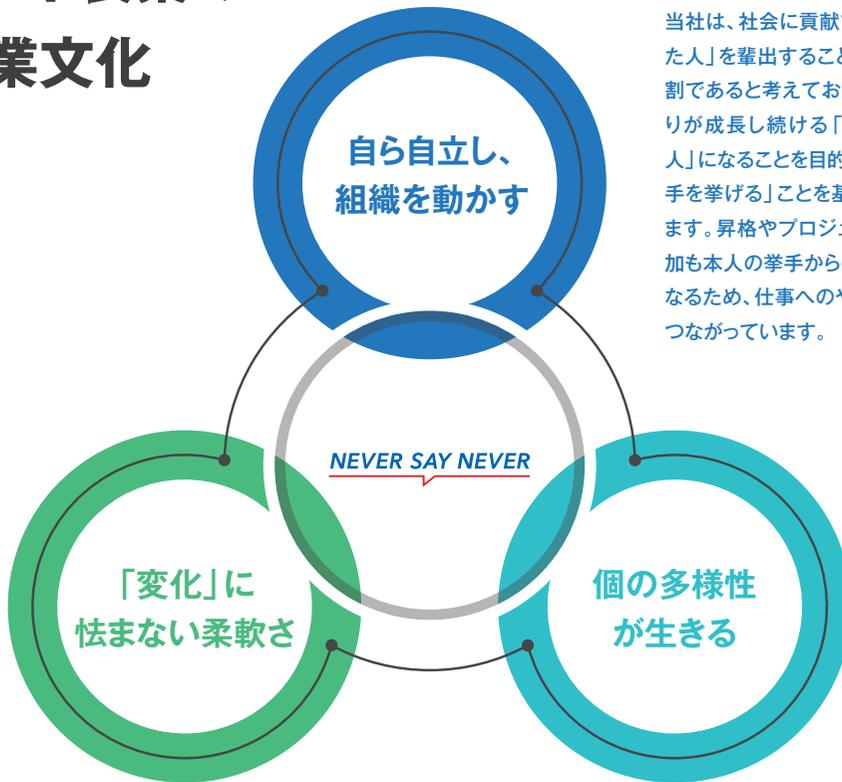
かるがも基金（マッチング寄付）

参加社員数
953人
2020年10月現在

2003年に発足。社員有志による積立基金と会社からの支援を合わせたものを原資とし、毎年、社員自らが支援先を検討し、社会で必要とされる福祉や教育活動などの支援に役立っています。



ロート製薬の 企業文化



当社は、社会に貢献する「自立した人」を輩出することも大きな役割であると考えており、一人ひとりが成長し続ける「プロの仕事人」になることを目的として「自ら手を挙げる」ことを基本にしています。昇格やプロジェクトへの参加も本人の拳手からのスタートとなるため、仕事へのやりがいにもつながっています。

流行り病の治療薬として胃薬・目薬から始まった当社は、常識の枠にとらわれず、他社がまだ価値を作り上げていない場所を開拓し、成長を続けてきました。「人がやらないことをやる」「難しいからこそ、やる」というチャレンジ精神で、変化を積み重ねてきたからこそ、その柔軟さが強みとなっていると考えています。

当社は、世界110以上の国・地域にネットワークを構築し、現地に根付きながら商品を提供しています。その橋渡し役として活躍するのが、外国籍の研究者です。日本で培った技術を応用し、世界に貢献しています。国内でも、女性社員やキャリア人材などが個性を発揮し、常に変化を捉えています。

7つの宣誓

- 1 私たちは、社会を支え、明日の世界を創るために仕事をしています。
- 2 その為に、いつも謙虚に学び、自らを磨く努力をし続ける決意を持っています。
- 3 励ましあい、協力し合える、社内外の仲間との信頼の絆をなにより大切にしています。
- 4 高い理想を掲げ、熱く語り、エネルギーに行動する文化を私たちは誇りに思っています。
- 5 明るく、楽しく、和協努力。驚喜(オドロキ)の輪を世界中に拡げていきます。
- 6 まず人がいて、輝いてこそ企業が生きる。
主役は人、一人ひとりが自らの意志と力で自立し、組織を動かして行きます。
- 7 私たちの存在を支えてくれる、すべてのもの(自然、社会、人々)への感謝と奉仕を固く誓います。

自立

社員自ら、未来のロートを提案

明日のロートを考えるプロジェクトとして、社員自らが自発的に立候補して参加する「ARK^{*}プロジェクト」を2003年より実施しています。環境や社会貢献、人事、健康経営など、未来のロートをつくるための重要なテ

マに社員自らが向き合い、ハイブリッドの社用車の導入や、薬育の実施、兼業を含む人事施策を提案し、実現に至っています。

^{*}ARK(アーク):A(あしたの)R(ロートを)K(考える)

- Column -

あすつくプロジェクト2018

社員全員でロートの明日をつくる100の提案を考え、その中から3つのテーマで2018年にプロジェクトを開始。インナーコミュニケーションを促進する施策として新しい社内メディアが誕生するなど、数々の施策が実現に向けて動いています。

【あすつくプロジェクト3大テーマ】

- 情報の見える化と発信
- 働き方改革推進
- 教育・研修の提案



自立

「部門」の枠を超える、「会社」の枠を超える

社内ダブルジョブの実践者数 (2020年3月現在)

54人!

「社内ダブルジョブ」の実践

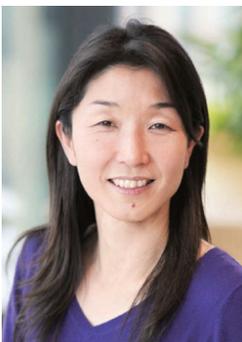
自ら手を挙げ、就業時間の一部を部門の枠を超えて、他部署でも働くことのできる制度です。仕事の質の向上、個人の成長を後押ししています。

社外チャレンジワーク実践者数 (2020年3月現在)

81人!

「社外チャレンジワーク」の挑戦

本業は大切にしながらも自身の時間を使い、兼業を通して社会に貢献したいという多様な働き方を推進する制度です。自立・自走する人を一人でも多く育てていきます。



社員が真に自立するためには

人事総務部 副部長 山本 明子

成長のために大切なことは、自分自身の可能性を一つに限定しないことです。それならば、いま必要なのは複数の可能性を持つきっかけなのではないかと考え、社内ダブルジョブや社外チャレンジワークの制度を後押ししました。社内ダブルジョブを活用して部署を兼務し、不在にする人が出ることで、本人はもちろんのこと、その周囲の人も成長するなどの報告も受けており、いろいろと面白い効果が出てきています。こうした多様な働き方がもっと浸透していけば、全員の働き方が変わるでしょうし、そうなる初めて、本当の意味での社員の自立が実現するのだと思います。

柔軟

一人ひとりをプロとして認め合う風土づくり

一人ひとりをプロとして認め合う風土づくりは、1994年から本格的に始まりました。役職や社歴に関係なくコミュニケーションが取りやすいように、オフィスの間仕切りを取り払い、お互いを「さん」付けて呼び合うよう

になりました。2005年からは組織の風通しをさらに良くするため、ニックネームとして「ロートネーム」を考案して社員証にも記載し、役職や社歴に関係なくロートネームで呼び合っています。

- Column -

社内オープンイノベーションから商品化

2018年に誕生した「メンソレータム ハンドベール プレミアムノースモイスト」は、研究開発部門と営業部門が交わることで、商品化された商品です。開発シーズを展示する「オープンラボ」を研究開発部門が企画し、営業担当者とのディスカッションが実現。現場だからこそ分かる地域のニーズとマッチし、北海道限定の新商品として寒冷地のお客様に喜んでいただいています。柔軟に意見を取り入れることのできる強みが発揮された事例です。

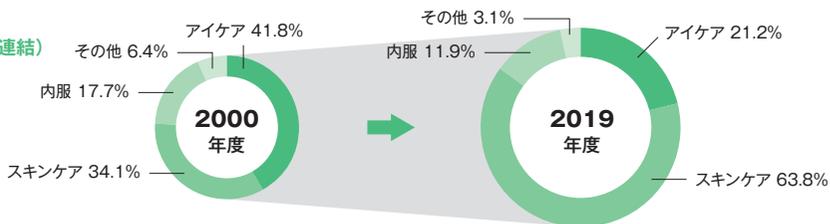


柔軟

時代のニーズに合わせて、事業構成の比率が変化

カテゴリー別

売上高の変化(連結)



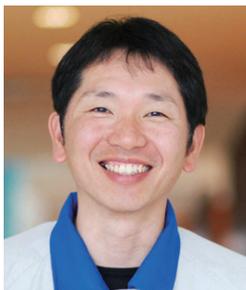
2001年に機能性化粧品「Obagi(オバジ)」を発売したことをきっかけに、スキンケア事業が本格的に拡大した結果、事業構成が大きく変化しました。

柔軟

日々の業務から変えていく「改鮮活動」

現場から出てくる気づき提案数(2019年度)

月799件!



上野工場長 田中 祐之

改鮮活動では「出てきた意見は全部試す」を基本スタンスとしています。小さなところから「自分の意見が採用されて、問題が改善された」という成功体験を積み重ねていくことで、業務に対するモチベーションが少しずつ底上げされます。「誰かがやるだろう」という考えを取り払い、「自分が進んでやる」という気持ちを芽吹かせること。それが、自立の心を育む第一歩です。

多様性

グローバル人材が有機的につながり、未来に貢献

外国籍研究者率(2020年3月現在)

約**12.5%** **11カ国!**

ロート製薬グループが世界の人々のニーズにお応えするためには、さまざまな国・地域の研究員が、それぞれのバックボーンを活かして建設的に議論し、研究開発

を推進する必要があります。当社では、積極的に外国籍の研究員を採用し、現在は全研究員(デスクワーク中心の社員を除く)の約12.5%が外国籍社員です。

外国籍研究者が幅広く活躍

基礎研究開発部 センディ・ジュネディ (インドネシア出身)

私はさまざまな部門とコミュニケーションを取ることを大切にしています。現地のメンバーに知識や技術を伝えることにより、海外でのタイムリーな商品開発や基礎研究力の向上に貢献しています。



多様性

混ざり合って進化していく環境づくり

男女比率(2020年3月現在)

4:6

これまでにない新しい商品を作り出すには、多様な個性が混ざり合うことが大切と当社は考えます。企業文化を深く理解するプロパー社員、新しい視点を持つキャリア社員がそれぞれの経験を活かし、融合することで、当社は常に進化しています。さらに、その分野をくわしく知らない新しい視点での発想と、その道の経験を

積み重ねた知見の融合を図ることで、イノベーションを生み出しています。また、当社では女性社員が約6割を占めています。性別関係なく、イキイキと働ける環境づくりを大切にしているのは、今に始まったことではありません。人々の健康を考える上で、さまざまな意見を吸収できるようにしています。



性別関係なく力を発揮する環境

上級執行役員 兼 チーフヘルスオフィサー(CHO) 力石 正子

当社では、イキイキ働いている女性は数多くいますが、世間一般に言われている女性活躍推進のために特別な制度を作ったからというわけではなく、むしろ性別関係なく持っている力を発揮できることが当たり前だと考えているからだと思っています。そのため、以前から積極的に女性を採用し続けていること、またイキイキと働く先輩の背中を見る機会が増えてきた結果、現在はさまざまな分野で女性が活躍しています。

ロート製薬

健康経営宣言

2018年に、「ロート製薬で働く和健康になる」ことを目指し、健康経営宣言を制定するとともに、2020年に向けた健康目標を設定しました。

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

健康経営における
実績

2015年

第1回「健康経営銘柄」に選出

2017～2019年

「健康経営優良法人（ホワイト500）」に選出

2017～2019年

スポーツ庁より、「スポーツエールカンパニー」に認定

健康経営への取り組み

1970頃

朝の体操スタート

2002

年に1度の体力測定を導入

2004

大阪本社にて、
福利厚生施設「スマートキャンパス」開設

2005

卒煙プロジェクトをスタート。
(2007年に全社禁煙を達成)

2011

全社員参加型イベント
「健康増進100日プロジェクト」を実施

2014

「チーフヘルスオフィサー」
（CHOI最高健康責任者）を設置

2015

経済産業省と東京証券取引所より、
第1回「健康経営銘柄」に選出

2016

全社員へ活動量計を貸与
人事総務部内に
「健康経営推進グループ」を発足

2017

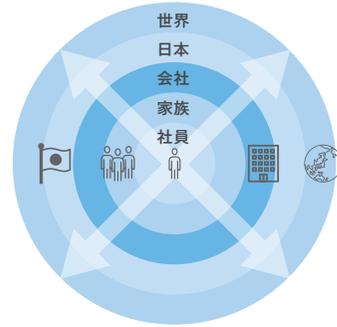
全社員参加型ウォーキングイベント
「とこチャレ」実施

2019

健康社内通貨
「ARUCO(アルコ)」を導入

社員の健康から「社会の健康へ」

当社が考える健康とは、単に病気でない、ということだけではありません。心身の健康を基盤として、情熱(働きがい・生きがい)を持って日々の仕事に取り組み、成長できてこそ「真の健康」であり、そういった社員が世の中の健康を支えていく「健康人財」と考えています。健康人財としての社員一人ひとりが、イキイキと働くことが何よりも大切です。そのポジティブなエネルギーは周囲の友人や家族へ、そして商品やサービスを通じてお客様へ届くと考えています。

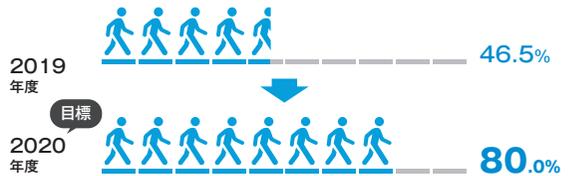


一人のポジティブな
エネルギーが世界へと

健康社内通貨「ARUCO (アルコ)」

社員の健康増進を目的に、2016年、全社員に活動量計を貸与。毎日8,000歩と早歩き20分を推進する取り組みをスタートしました。また、2019年1月から、健康社内通貨「ARUCO」を導入。健康をコンセプトに、毎日の歩数や早歩き時間、スポーツの実施や非喫煙など、健康的な生活習慣の実施状況に応じてコイン(社内通貨)が貯まり、獲得したコインは、心身の健康づくりにつながる幅広い用途で利用できます。生活習慣の見直し・改善が図れていない社員が健康について考える「きっかけ」になることを期待し、健康を「意識する」だけでなく、日々の行動に「変化」を取り入れることが重要だと考えています。

■ 1日8,000歩および早歩き20分の実践率



歩いて、動いて、どんどん貯まる 選んで、使って、ますます健康に♪

39ARUCOで感謝を伝える 一心の健康増進もー

2020年より、39ARUCO(サンキューアルコ)がスタートしました。相手に感謝のメッセージを送ると、お互いに39ARUCOコインが加算されるという取り組みです。ARUCOを活用し、健康習慣の改善だけでなく社内コミュニケーションの活性化も行い、身体と心の両方の健康を促進しています。

「女性の健康づくり」先端企業へ

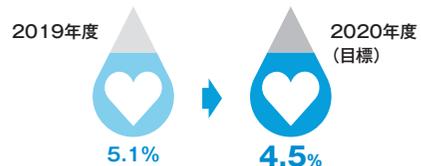
当社では約6割が女性社員であり、さまざまなライフステージに合わせて女性社員がイキイキと働けるよう幅広いサポートを行っています。女性社員の健康づくり、働きやすい会社づくりに努めています。

乳がん検診・子宮頸がん検診の無料化

血清フェリチン※1検査の無料化

風疹麻疹抗体検査、MRワクチン接種の無料化

■ 女性の貧血率※2



※1 フェリチンとは、体内の鉄貯蔵量を反映するタンパク質で、鉄分不足の重要な指標

※2 血色素量(Hb) 10.9g/dl未満

Environment

環境

健康長寿社会の実現へ

人も地球も健康に

地球環境を守り、次の世代に継承することは私たちの責務です。

地域・地球環境の汚染予防と、継続的な改善を推進しています。

ロート製薬のオリジナル環境マーク

ロート製薬の環境への考え方

私たちが目指すこと、それは「健康寿命」への挑戦です。「健康」は、誰もが願うことであり、幸せの源となるものです。ロート製薬にとっての「健康」は、人のココロとカラダが健康であることはもちろん、社会や地球までが健康であることだと考えています。人が健康に生きていくためには、地球の健康が不可欠です。未来のために、持続可能な取り組みを推進していきます。人も地球も健康に。



**NEVER SAY NEVER
for the Healthy Earth**
- 地球の健康寿命に挑む -

近年、環境への配慮は社会的にもお客様自身の意識としても高まっています。環境を考える上で、さらなる意識の高まりを期待して、当社独自の環境マーク「R・ecoマーク」を開発しました。R・ecoマークは商品企画のメンバーを中心に検討し、肌ラボをはじめ環境に対応している商品に順次導入していきます。



R・eco

ココロもカラダも
地球も健康に

環境にも、肌にも、やさしく

当社の通信販売専用ブランド「靴肌シリーズ」より、詰め替えいらずで、ごみも少なくなる「エコスタンド™」の新提案を行っています。シャンプーやトリートメント、ボディークリームへの、「つめかえ用を販売してほしい」「毎回ボトルを捨てるのがもったいない」というお客様の声から生まれたこの商品は、パ

ウチ容器をセットし、ポンプを取り付けるだけで、ボトルなしで利用可能です。また、一つの製品から発生するプラスチックごみの年間量が、従来と比べて約75%削減*されます。できることから少しずつ、順次ほかの商品にも展開する予定です。

エコスタンド、ポンプは繰り返しお使いいただけます。



*1回6mL使用した場合の年間使用量目安(2,190mL)より、1年間に旧靴肌シャンプー390mL=5.61本、新靴肌シャンプー490mL=4.46本を使用したと想定して算出。重量は、旧靴肌シャンプー=ボトル+ポンプ、新靴肌シャンプー=パウチ容器+キャップの容量で算出。

環境に配慮した原材料を使用

マイクロプラスチックビーズへの対応

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

持続可能な原料の活用

パーム油は、アブラヤシという木から採取される植物油で、その一部は化粧品原料(脂肪酸やグリセリン)としても用いられています。しかし近年、そのプランテーション開発に関わる熱帯雨林の破壊などが問題に。当社では、2020年現在、脂肪酸に関して、「持続可能な原料」であることを条件として、原

料の選択・調達を行っています。また、今後は脂肪酸だけでなく、さまざまなパーム油由来原料に関して、サステナブルな原料の活用を目指します。



イメージ図

Governance

統 治

ESH推進を支える

コーポレート ガバナンス

コーポレートガバナンスの基本的な考え方

当社は企業の社会的責任を果たすとともに、株主、消費者、取引先、従業員などの全てのステークホルダーの信頼と期待に応え、共存共栄を図ることを目指し、経営の透明性・公正性を確保するとともに、経営環境の変化に迅速かつ確に対応するため、経営上の組織体制を整備し、必要な施策を実施し

ています。

また、当社のコーポレートアイデンティティ、経営理念に基づいて、ロートCSR憲章およびロートCSR行動指針を制定し、法令遵守を推進しています。

コーポレートガバナンスの変遷

- 2005年 ロートCSR憲章を制定
- 2012年 社外取締役(1名)を招聘
- 2014年 外国籍副社長を「チーフヘルスオフィサー(CHO=最高健康責任者)」に任命
社外取締役に女性を初めて登用
- 2016年 コーポレートアイデンティティ「NEVER SAY NEVER」を制定
「報酬・指名等諮問委員会」を設置
- 2019年 社外取締役を2名から3名に増員
「指名委員会」および「報酬委員会」を設置
内部統制システムを改定
- 2020年 執行役員制度を導入
独立社外取締役を3分の1以上選任

■ 現在のガバナンス体制一覧(2020年3月期)

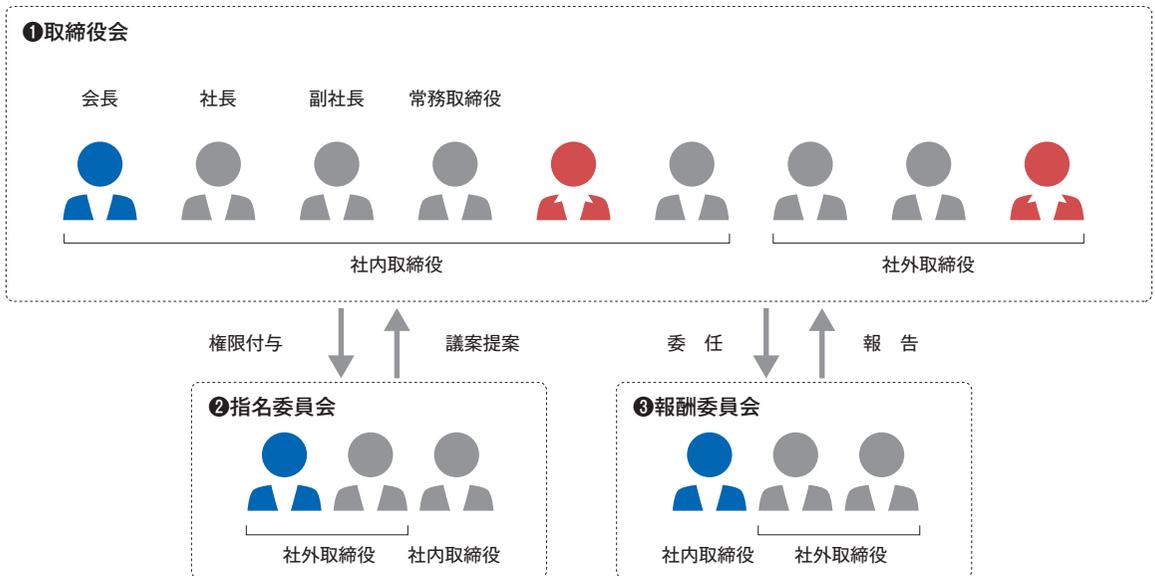
主な項目	内容
形 態	監査役会設置会社
取 締 役 の 人 数 (うち社外取締役)	9名 (3名)
独 立 役 員 の 人 数	5名
取 締 役 の 任 期	1年
取締役会の諮問機関	指名委員会、報酬委員会
監 査 法 人	EY新日本有限責任監査法人

取締役会の実効性評価

2020年3月期も全取締役を対象とした自己評価（アンケート形式）を実施した結果、2019年3月期に引き続き、全体的には概ね良好な評価を得た一方で、個々の取締役に適合した研

鑽・トレーニングの機会提供に関する意見が出されました。今後は、適切な研修の機会提供に努めていきます。

多様性を反映したロート製薬のガバナンス体制



① 取締役会

取締役会は、株主に対する受託者責任と説明責任をふまえ、当社グループや株主をはじめとするあらゆるステークホルダーの共同の利益のため、当社グループの持続的成長と中長期的な企業価値の向上を目指しています。

② 指名委員会

指名委員会は、取締役会より権限を付与された取締役選任・解任議案、代表取締役の選定・解職議案などの原案の策定と取締役会への提案を行います。

③ 報酬委員会

報酬委員会は、取締役会の委任を受けて、個別報酬額の策定などを行います。また、取締役報酬方針・制度・体系に関する原案の策定および取締役報酬に関して株主総会の承認を必要とする議案の原案の策定と取締役会への提案を行います。

腐敗防止に対する取り組み

当社は真の意味での健康的で発展的な社会の実現を目指しています。そのため、贈収賄を含む全ての汚職・腐敗を否定し、防止に取り組んでいます。

贈収賄などの金銭的なものだけでなく、非金銭的な便宜も含む全ての腐敗を防止するために、当社では内部通報制度（ロートホットライン）を完備しています。海外を含む子会社・グ

ループ会社で内部通報が発生した場合は、速やかに内部監査室が情報収集を行うことで、グループ全体のリスクをマネジメントしています。

これらの方針および制度についてはロートCSR行動指針に記載され、全従業員が共有しています。

ESH推進を可能にする財務基盤

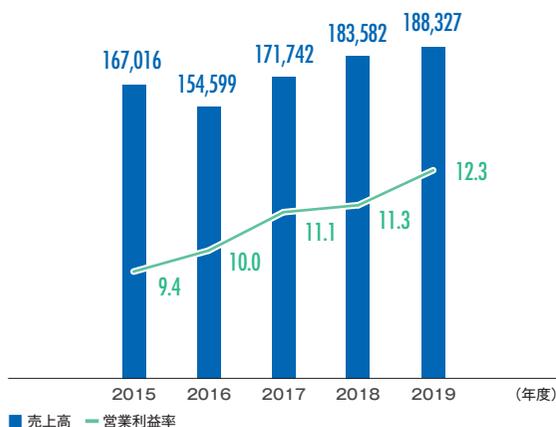
財務の基本的な考え方

当社では、営業利益率は現行水準である10%を維持しながらも、長期視点で社会課題に取り組んでいます。売上高を伸ばし、利益額を上げながら未来に向けた再投資を行い、同時にステークホルダーの皆様への適切なシェアができるように努めていきます。

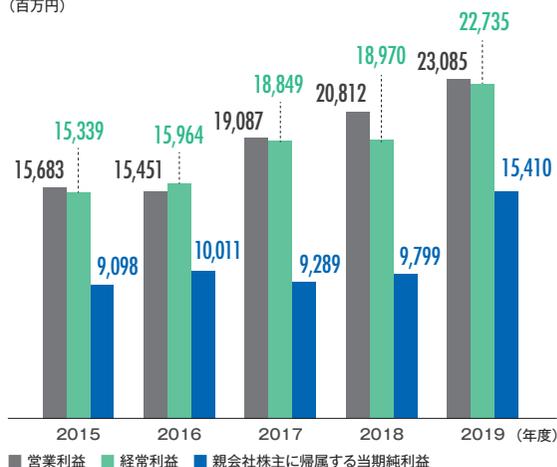
成長性

トップラインが順調に伸びており、営業利益率が一定比率を維持しています。

売上高／営業利益率(連結)
(百万円)



営業利益／経常利益／親会社株主に帰属する当期純利益(連結)
(百万円)



収益性

資本コストを上回るリターンを持続的に創出しています。

ROIC(連結)
(%)



ROE／ROA(連結)
(%)



効率性

棚卸資産を順調に減少させることで、資産を効率的に売上に結び付けています。

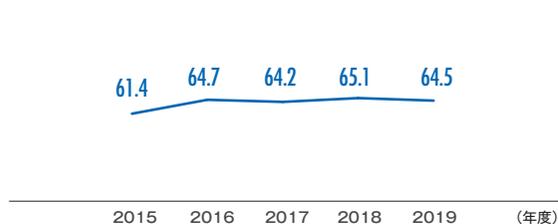
総資産回転率/棚卸資産回転率(連結)
(回)



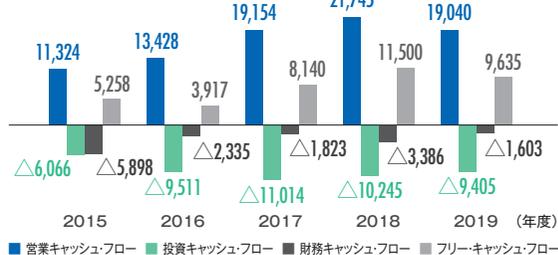
安全性

安定して高い自己資本比率で推移しています。高い営業キャッシュ・フローと、成長を支える適切な範囲での新規投資で、フリー・キャッシュ・フローはプラスを維持しています。

自己資本比率(連結)
(%)



キャッシュ・フロー(連結)
(百万円)



株主還元

ステークホルダーである株主へ適切にシェア。また、内部留保を未来への再投資に用いて、成長を目指します。

1株当たり当期純利益/1株当たり配当金/配当性向(連結)
(円)



1株当たり純資産/株価純資産倍率(連結)
(円)





さまざまな目を持つ ステークホルダーの便益に配慮しながら、 社会の長期的課題に取り組む ロート製薬をサポートしていきます。

社外取締役
早稲田大学ビジネススクール 教授
入山 章栄

私が2019年からロート製薬の社外取締役をお引き受けしているのは、明確な理由があります。私はまだ米国にいた10年ほど前、ひょんなことからロート製薬の社員と知り合い、やがて同社がさまざまな健康・社会・環境などの長期的な課題に真剣に取り組んでいること、東日本大震災の時に率先して「みちのく未来基金」を作って震災遺児の援助を行い、さまざまな復興支援に本気で関わってきたこと、日本の大手企業で最初に「副業」を解禁したこと等々に注目し、共感してきたからです。

現在は社外取締役に就任して1年ほど経ちましたが、ロート製薬が健康・社会・環境などへ真摯な想いと取り組みを行っていることへの実感は、さらに増すようになりました。2020年に起きたコロナ危機という大きな課題は、世界中でさまざまな我々の健康や社会の問題を考えさせる契機となりました。加えて、現在の人類は、気候変動、食料問題、貧困、衛生などの根本的な課題を抱えています。これらは放置すれば我々の子ども・孫の世代にツケを残すだけであり、やがて私たちの子孫の経済的繁栄も奪っていくでしょう。そうすれば、企業はビジネスもできなくなります。

そのような中、ロート製薬は最近、さらに新しい未来

に向けて「Connect for Well-being」というビジョンを掲げました。これはロート製薬が世界の Well-being（一人ひとりが幸せで健康により良く生きる、という意味）のために貢献する会社でありたいという意思の表れであり、素晴らしいビジョンだと思っています。私自身も社外取締役として、企業ガバナンスや株主、従業員、取引先などさまざまなステークホルダーの便益に目を配りながら、ロート製薬が Well-being を進められるためにさらに何をすべきか、役員の方や社員の皆さんと対話しながら、サポートしたいと考えております。

略歴

慶應義塾大学経済学部卒業、同大学院経済学研究科修士課程修了。株式会社三菱総合研究所で主に自動車メーカーや国内外政府機関へのコンサルティング業務に従事した後、2008年に米国ピッツバーグ大学経営大学院でPh.D.を取得。同年より米国ニューヨーク州立大学バッファロー校ビジネススクール助教授。2013年より早稲田大学ビジネススクール准教授、2019年4月より現職。専門は経営戦略論、国際経営論。2012年に出版された著書「世界の経営学者はいま何を考えているのか」（英治出版）はベストセラーとなり、現在は「DIAMONDハーバード・ビジネス・レビュー」誌上にて長期連載「世界標準の経営理論」を掲載するなど、各種メディアでも積極的に活動している。

年度

ESH関連指標(単体)	2015	2016	2017	2018	2019
【健康(Health)】					
研究開発費(連結)(百万円)	5,811	6,123	6,553	6,831	7,050
よろこびツクリの声 ^{*1} (件)	1,405	1,669	1,293	1,191	1,963
改鮮活動件数(件)	11,292	11,758	10,637	10,367	9,585
【社会(Social)】					
みちのく未来基金 参加社員数(人)	871	854	866	858	897
かるがも基金 参加社員数(人)	969	934	945	929	953
【環境(Environment)】					
原油換算量推移(kℓ)	8,319	8,160	8,175	8,015	8,179
CO2総排出量(t/年)	16,559	15,846	15,772	14,669	13,957
売上原単位(t/百万円)	0.186	0.177	0.163	0.141	0.131
電気消費量(千kWh/年)	24,428	23,994	23,711	24,289	25,110
売上原単位(千kWh/百万円)	0.274	0.268	0.245	0.233	0.236
都市ガス消費量(千m ³ /年)	2,383	2,395	2,410	2,087	2,072
売上原単位(m ³ /百万円)	27	27	25	20	19
水使用量(千m ³ /年)	292	275	290	266	271
売上原単位(m ³ /百万円)	3.3	3.1	3.0	2.5	2.5

「ロート製薬の企業文化」関連指標(単体)					
社内ダブルジョブ(人)	—	36	49	70	54
社外チャレンジワーク(人)	—	25	63	84	81
離職率 ^{*2} (%)	4.2	4.6	5.4	5.3	3.1
年次有給休暇取得率(%)	63.4	62.2	65.3	70.1	71.6
女性管理職者率(%)	19.1	18.6	19.2	21.1	22.8
障がい者雇用率(%)	1.87	1.90	1.84	2.08	2.10
育児休暇取得者数 ^{*3} (人)	61	64	105	100	94
社員数(人)	1,524	1,562	1,400	1,474	1,529
女性(人)	907	918	805	857	883
男性(人)	617	644	595	617	646

「健康経営宣言」関連指標(単体)					
1日8,000歩および早歩き20分の実践率(%)	—	28.2	41.0	44.4	46.5
肥満率(男性)(%)	22.4	21.9	24.0	22.5	25.6
肥満率(女性)(%)	9.9	13.7	15.3	15.2	16.4
喫煙率(%)	13.5	12.5	11.6	7.7	0.1
女性貧血率(%)	5.1	7.3	5.1	4.9	5.1

「ESH推進を可能にする財務基盤」関連指標(連結)					
売上高(百万円)	167,016	154,599	171,742	183,582	188,327
営業利益(百万円)	15,683	15,451	19,087	20,812	23,085
経常利益(百万円)	15,339	15,964	18,849	18,970	22,735
親会社株主に帰属する当期純利益(百万円)	9,098	10,011	9,289	9,799	15,410
ROA:総資産経常利益率(%)	8.6	8.8	10.0	9.5	10.9
ROE:自己資本当期純利益率(%)	8.3	8.8	7.6	7.6	11.4
自己資本比率(%)	61.4	64.7	64.2	65.1	64.5

*1 お客様から寄せられた感謝のお便りなど好意的なレスポンス

*2 定年退職者・パートタイム従事者を除く

*3 育児休暇取得者は、年度がまたがる人を含め、ほぼ復職率100%で推移

ロート製薬は2019年に創業120周年を迎えました。
今後も、創業以来、
一貫して大切にしてきたコアバリューである健康(Health)を軸に、
環境(Environment)や社会(Social)において
価値の実現に長期視点で取り組んでいきます。

経営理念

1

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

2

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

※公益性と長期的発展を第一義に経営していくため、2019年6月の株主総会において定款の一部変更を行い、株主の皆様
の賛同を経て経営理念を第2条に明記しました。

会社概要

社 名 ロート製薬株式会社 ROHTO Pharmaceutical Co., Ltd.
創 業 1899年(明治32年)2月22日
設 立 1949年(昭和24年)9月15日
資 本 金 6,504百万円
従 業 員 数 <連結>6,619名 <単体>1,529名
<https://www.rohto.co.jp/>

株式情報

証 券 コ ー ド 4527
発行可能株式総数 399,396,000株
発行済株式の総数 114,070,167株(自己株式4,018,988株を除く)
株 主 数 15,394名
事 業 年 度 毎年4月1日~翌年3月31日
株主名簿管理人 三菱UFJ信託銀行株式会社
上場証券取引所 株式会社東京証券取引所(市場第一部)

お問い合わせ先

ロート製薬株式会社
広報・CSV推進部 ESH地域連携推進室

役員一覧 (2020年6月26日現在)

取締役

代表取締役会長 山田 邦雄
代表取締役社長 杉本 雅史
取締役副社長 斉藤 雅也
常務取締役 國崎 伸一
取 締 役 高倉 千春
取 締 役 檜山 敦
社 外 取 締 役 鳥井 信吾
社 外 取 締 役 入山 章栄
社 外 取 締 役 米良 はるか

監査役

常 勤 監 査 役 木村 雅則
常 勤 監 査 役 上村 秀人
社 外 監 査 役 天野 勝介
社 外 監 査 役 谷 保廣



ロート製薬株式会社

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

〒544-8666 大阪市生野区巽西1丁目8番1号

発行月 2020年11月
Printed in Japan