



Maruho Report 2023

1. マルホの存在意義 | 経営理念と存在意義

マルホは、
なぜ、寄り添うのか？

あなたといういのちに、もっと笑顔を。
社会への貢献と持続的な成長で
人々に笑顔をもたらし続ける。

創業者の「薬で社会に貢献したい」という想いから始まった、マルホ。その想いは100年以上にわたり今日まで受け継がれ、皮膚科学領域での価値提供を通じて、人々の笑顔につながる企業であり続けています。

経営理念



Mission | マルホはあなたに笑顔をもたらせるものは何か？を問い続けます。ひとに寄り添い、かけがえない日常を真摯に見つめることで見過ごされている真実を見出し、あなたといういのちに笑顔をもたらします。

Values | 5つのValueは、Missionを実現するために私たち一人ひとりが大切にすべき価値であり、行動基準です。



「ママ、嬉しそう」



目次

1. マルホの存在意義

経営理念と存在意義1
皮膚科学領域と事業3
あゆみと強み5
2023年9月期の主なトピックス...9

2. 価値創造の展望

トップメッセージ11
価値創造のアプローチ17
特集
マルホに期待すること19
中期計画の全体像21

3. 価値創造の戦略

研究開発・事業開発23
生産・信頼性保証25
営業・マーケティング/メディカル27
医療用医薬品以外の事業活動29
特集
マルホが目指す姿の実現のために30

4. 持続的な成長の基盤

社会33
環境37
ガバナンス39
取締役・監査役・執行役員41

5. 財務情報/会社情報

財務・非財務ハイライト43
11年サマリー45
財務諸表47
経営成績および財務分析51
マルホ発條工業株式会社55
主なマルホグループ57

編集方針

「マルホレポート2023」発行にあたり「マルホレポート2023」は、マルホ株式会社(以下、マルホ)が発行する活動報告書です。本レポートは、マルホのこれまでの活動内容を中心に、成長戦略、財務情報、非財務情報、事業概況、そして社会への貢献をステークホルダーの皆さまにお伝えし、ご理解いただくことを目的に発行しています。本レポートは、経営企画部をはじめとする各部門が組織横断的に協働して制作しています。

報告対象期間

2022年10月1日～2023年9月30日
当該期間以外の活動も一部掲載しています。



好きな服を着られる



顔を見て
友達と笑い合える



マルホは、
なにで、貢献するの？

バリューチェーン全体を通じて ニーズに応える

皮膚疾患によって引き起こされるさまざまな症状は、患者さんのQOLに大きな影響をおよぼします。
私たちは、患者さんのあらゆるニーズに日々耳を傾け、マルホの提供する価値全体を通して、皮膚疾患における問題を解決しています。



生産と品質管理

高い品質の医薬品を安定的に提供するため、生産拠点と生産体制の強化に経営資源を積極的に投資し、品質管理体制と、国内トップクラスの外用剤生産能力で患者さんのQOL向上に貢献しています。

信頼性の保証

すべての活動において法令と国際規範を遵守し、医療の進歩に貢献する革新的な医薬品を積極的に研究・開発しています。有効性、安全性、品質に優れた医薬品を安定供給し、科学的な情報提供と販売後の迅速な情報収集・評価・伝達を行っています。

研究と開発

さまざまな皮膚疾患に悩む患者さんのアンメットニーズに応えるために、新たな治療法・治療剤の開発に積極的に取り組んでいます。

情報の収集と提供

医療関係者に対して医薬品の情報収集・提供を行い、適正使用を促進すると同時に、患者さんに対して疾患に関する適切な情報を発信しています。



1. マルホの存在意義 | あゆみと強み

マルホは、
どう、応え続けるのか？

創業から続く
「薬で人々の暮らしに
貢献する」という想いを胸に

創業以来、100年以上にわたり進化・発展してきたマルホは、医薬品を通じ、人々の日常生活に寄り添い続けてきました。

現在では、外用剤ブランドとともに、皮膚科学領域のリーディングカンパニーという現在の事業モデルを確立させ、確固たる存在感を示しています。

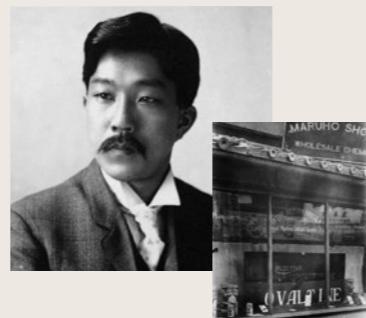
これからも、医薬品を必要とする患者さんが世界中にいる限り、未来に向けた着実な成長を続け、その声に応え続けていきます。



1915年

「薬で社会に貢献したい」想い

マルホの歴史は、創業者 木場栄熊の「薬で社会に貢献したい」という志から始まりました。日本の医療の近代化のため、1901年に単身渡米。帰国後の1915年、大阪・道修町にマルホの前身である「マルホ商店」を創業しました。



1920年

マルホ商店を合資会社化

1925年

アメリカ式の薬局「マルホファーマシー」を大阪に開局



1939年

株式会社マルホ商店を設立

1940年

生産拠点として工場を建設

1943年

戦時下による統制で一時的に解散

1949年

株式会社マルホ商店が再開



1951年

「いのち」の源である健康に奉仕

1950年に入社した高木二郎は、翌年に代表取締役社長としてマルホのすべてを託されました。高木は、大戦の経験から「生命（いのち）」の価値を真摯に考えるとともに、企業の公共性を追求し、戦後の困難に満ちた時代を切り抜け、今もマルホに根付く「信念」を遺しました。



1952年

ばね事業に進出

戦後の不安定な経済環境の中でも事業を継続させるため、国内生産が可能なばね事業に進出しました。1954年にマルホ発條工業株式会社を設立し、以来70年以上にわたり、マルホのグループ会社として緊密な協業関係を維持しています。



1965年

マルホ株式会社に社名変更

1972年

彦根工場(滋賀県)を竣工



1997年

本社を現所(大阪市北区中津)に移転



1998年

研究機能を京都リサーチパーク(京都府)内に集約(現 京都R&Dセンター医薬開発研究所)



1915年~

海外の優れた医薬品を日本にもたらす

創業当時は、欧米の製薬企業と提携し、優れた医薬品を日本に届けることで人々の日常生活を支えてきました。マルホという社名は、代理店契約を結んだアメリカの製薬会社H. K. Mulford Co. (現Merck & Co., Inc.)に由来しています。

戦略的なアライアンス



1950年~

整形外科・外科・皮膚科における着実な成長

喘息治療剤の「アストモリジン」、痔疾治療剤「強力ポステリザン(軟膏)」や関節の炎症の治療剤「モビラート軟膏」、関節軟骨保護剤の「アルテパロン」など、優れた医薬品を整形外科・外科・皮膚科に対し適切な情報提供活動によって定着させることで、着実な成長を遂げました。

適切な情報提供



1930年~

医薬品を患者さんに確実に届けるために

より安定した供給網を構築するため、医薬品の国内生産に注力していました。1931年には咳止めシロップ「コフ舎利別」、翌年には蚊よけクリーム「モスキトン」として輸入品の国産化に成功し、人々の日常生活を支えました。

安定した製品の供給



1990年~

製剤技術を駆使して新たな成長ステージへ

「ヒルドイド」に皮脂欠乏症の効能・効果を追加し、皮膚保湿剤として発売しました。ライフスタイルの変化に伴いスキンケアの重要性が高まる中、今もなお多くの患者さんに貢献する製品に成長しました。

外用剤の製剤技術

1999年
「外用剤」に特化した戦略を確立
1999年に代表取締役社長に就任した高木幸一は、「外用剤」という独自の戦略ドメインを獲得したこと、皮膚科学関連医薬品の研究開発、生産、販売活動に経営資源を集中させることで、現在の事業モデルを確立しました。



2002年
2002年、事業を「外用剤」と「皮膚科学領域」に特化するということのもと、長期ビジョン2002「皮膚科学関連医薬品のブティック・カンパニー」を掲げました。



2007年
独自性のある戦略が評価され、2007年には優れたビジネスモデルに贈られる「ポーター賞」を受賞しました。



2010年
長浜工場(滋賀県)を竣工

2011年
皮膚科学領域における卓越した貢献を目指して
皮膚科学領域において、従来の医薬品事業のみならず、予防やアフターケアの観点から人々のQOL向上に貢献することを目標に、長期ビジョン2011「Excellence in Dermatology」を掲げました。



2014年
立山製薬工場株式会社(富山県)を設立



2019年
株式会社コーセーとの合併会社コーセーマルホファーマ株式会社を設立
研究拠点「マルホ湘南イノベーションラボ(MSiL)」を湘南ヘルスイノベーションパーク(神奈川県)内に開設

2020年
原薬の製造工場として株式会社ローマン工業(神奈川県)を子会社化

2020年
一人ひとりのかけがえない日常のために
2020年、代表取締役社長に杉田淳が就任しました。100年以上にわたり人々の健康に貢献し続けてきたマルホの歴史を踏まえ「誰もが笑顔で過ごすことのできる社会」の実現を目指します。



2022年
経営理念を刷新
2022年10月、未来に向かって強く進んでいくための羅針盤として経営理念を刷新しました。「あなたというのちに、もっと笑顔を。」をミッションに掲げ、その実現に向けた実践すべき5つの行動基準をバリューとして設定し、新しい求心力・原動力としていきます。



2002年~ 外用剤ブランドの確立と皮膚科学領域への特化

乾癬等の角化症治療剤「オキサロール軟膏」のほか、複数の感染症に使用できる経口抗菌剤「ファロム」や貼付用局所麻酔剤「ベンレステープ」など、皮膚科学領域の医薬品開発にも注力し、さまざまなニーズに応えてきました。

外用剤、皮膚科学領域への特化



~現在 アンメットニーズに応え、一人ひとりの笑顔を追求

多汗症の治療剤「ラビフォートワイプ」、アトピー性皮膚炎に伴うかゆみを対象とした注射剤「ミチーガ皮下注用シリンジ」、患者さんの使用感を追求し剤形を追加した「ヘビオローション」など、私たちだからこそできるアンメットニーズへの貢献を目指し続けます。

アンメットニーズへの貢献

2011年~ 皮膚科学領域のリーディングカンパニーへ

アトピー性皮膚炎やざ瘡(ニキビ)、乾癬、各種感染症など、多様な皮膚疾患に対応する広範な製品ラインアップを形成するとともに、既存製品の効能追加や剤形追加によって治療の選択肢を拡大し、患者さんのQOL向上に貢献してきました。

幅広い皮膚疾患への対応



At a Glance

皮膚疾患医療用外用剤市場シェア

国内 **1**位 (37%)

Copyright©2024 IQVIA. IQVIA JPM 2022年4月~2023年3月(業価ベース)をもとに自社分析
無断転載禁止
外用剤: 軟膏、液、クリーム、ローション、ゲル、スプレー、外用泡剤

外用剤の年間生産量
約 **3,000**t



売上高(連結)

2013年9月期 643億36百万円 → 2023年9月期 **961億84百万円**

新製品販売数(医療用医薬品)

2013年9月期
~2023年9月期

20製品



第III相試験成功率*

*2013年9月期~2023年9月期に実施した第III相試験(ランダム化二重盲検試験)のうち、承認申請・取得に移行した割合

84.6%

自己資本比率(連結)

2023年9月期

85.8%

R&I格付

2023年9月現在

A-



幅広い皮膚疾患に対応



アトピー性皮膚炎



乾燥肌(皮脂欠乏症)



手あれ(進行性手掌角皮症)



酒さ



帯状疱疹



多汗症(原発性腋窩多汗症)



単純ヘルペス(単純疱疹)



とびひ(伝染性膿痂疹)



かんせん乾癬



ニキビ(尋常性ざ瘡)



水虫(白癬)



かいせん疥癬



乳児血管腫(いちご状血管腫)



褥瘡



痔



巻き爪

従業員数(単体)

2013年9月期 1,223人 → 2023年9月期 **1,566**人

女性従業員比率

2013年9月期 30.9% → 2023年9月期 **36.3%**



社内公募の
公募ポジション数

2023年9月期 **41**件

製品情報センターへの
年間お問い合わせ件数

約 **30,000**件

皮膚科医師のMR総合評価
18回(9年)連続*1

国内 **1**位 (62.1%)*2

MR総合評価にて「評価No.1/高い」と回答した皮膚科医師の割合
株式会社インテージヘルスケアによる皮膚科医師へのアンケート調査(Rep-i 2023年8月調査)
回答医師数: 皮膚科医師498名(2023年8月調査)

*1 2015年~2023年までの各年2回調査(合計18回)より

*2 2023年8月度調査より

多面的な活動で皮膚の悩みに寄り添う

マルホは、新製品のラインアップ拡大や患者さんへの情報提供活動に注力しています。
2023年9月期も、医薬品や疾患に関する情報の提供を通じ、社会に貢献してきました。

2月 製品

抗ヘルペスウイルス剤
「アメナリーフ錠」
再発性の単純疱疹の
追加承認取得
→P.23-24



2月 製品

単純ヘルペスウイルスキット
「デルマクイックHSV」発売
→P.29



4月 ライセンス

尋常性疣贅治療剤の
国内販売
ライセンス取得
→P.23-24



5月 情報提供

脇汗治療の
総合情報サイト
「脇汗スッキリProject」
新規動画公開

6月 製品

ヒト化抗ヒトIL-31受容体Aモノクローナル抗体
「ミチーガ皮下注用シリンジ」在宅自己注射の保険適用化



6月 情報提供

ニキビ治療の総合情報サイト
「ニキビ一緒に治そうProject」新規動画公開



9月 ライセンス

白癬菌抗原キット
「デルマクイック爪白癬」製造販売承認承継



9月 ライセンス

アメリカの製薬会社と多汗症治療剤の
アジア地域におけるライセンス契約締結
→P.23-24, P.30



3月 情報提供

ヘルペス治療の
総合情報サイト
「What's ヘルペス？」
新規動画公開



3月 製品

iniks(イニクス)
日焼け止め美容液
「アドバンスバリア
デイエッセンス」発売
→P.29



4月 製品

巻き爪治療用剤
「リネイルゲル」発売
→P.23-24



5月 製品

尋常性ざ瘡治療剤
「ベビオローション」発売
→P.23-24



6月 情報提供

アトピー性皮膚炎の
かゆみ治療をサポートする
LINE公式アカウント
「ミチーガ治療サポート
サービス」開設
→P.27-28



7月 ライセンス

ALDH2活性化剤の
独占的ライセンス取得
→P.23-24

7月 情報提供

「巻き爪をガマンしないで！
PROJECT」始動
→P.29



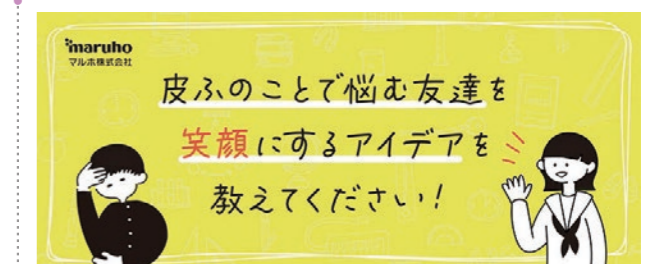
9月 情報提供

酒さ治療の総合情報サイト
「酒さナビ」開設
→P.27-28



9月 協賛

「第61回 宣伝会議賞 中高生部門」への協賛を通じ、
「皮ふのことで悩む友達を笑顔にするアイデア」を募集





未だ満たされない 一人ひとりのニーズに寄り添い、 その解決に尽力します。

ステークホルダーへのコミットメント

“さらなる成長の流れを掴む時が到来”

当社は、皮膚科学領域におけるスペシャリティファーマとして確固たるプレゼンスを示し、社会に貢献しています。2020年12月の社長就任時、社会が見過しているアンメットニーズを見出し、私たちにしかできない解決法を届けること、そして一人でも多くの方に笑顔になっていただくことを決意しました。2022年10月に経営理念を刷新し、より質の高い貢献をしていくことを内外へ宣言しました。

2023年9月末に、第4次中期計画を終えました。私は、これからは当社の大きな変革期だと位置づけ、2023年10月から3カ年の第5次中期計画で、新製品や新規事業、海外事業を伸ばし、さらなる成長の道筋を描いていく考えです。同時に、新たな企業文化を醸成していきます。私のコミットメントについて、ここでステークホルダーの皆さまにお話しします。

企業理念、企業文化

“常に前進し、変化を恐れない”

2012年に入社して10年余、マルホという会社を内側から見てきました。108年の歴史を持ちながら常に前進している会社、変化を恐れない会社だと実感しています。象徴的なのが、整形外科や外科領域で発展し、2002年から皮膚科学領域に特化したことです。当社はその中で「外用剤」という戦略ドメインを獲得し、経営資源を集中させて皮膚科学領域におけるスペシャリティファーマという現在の事業モデルを確立してきました。冒険的ともいえる変革だったはずですが、会社の決断に一致団結して動けるところは当社の強みであり、魅力だと思っています。

また、長期的かつ患者さんの視点で考えると、大切に受け継いでいます。皮膚科学領域には未解明の部分も多く、患者さんのアンメットニーズが数多く存在しています。本人にとっては深刻な悩みであるにも



かかわらず、世の中で見過ごされたり、軽視されたりしている面もあります。生き方や価値観が多様化する中で、一人ひとりの「よりよく生きたい」という想いに寄り添い、アンメットニーズに応えていきます。

2023年9月期の業績概要と第4次中期計画の振り返り

“ 確かな成果を得て新たなステージへ ”

2023年9月期(2022年10月～2023年9月)の連結ベースの業績は、売上高961億84百万円(前期比0.8%増)、営業利益62億27百万円(同62.1%減)、経常利益69億67百万円(同53.7%減)、親会社株主に帰属する当期純利益38億66百万円(同51.5%減)です。売上高は1,000億円の大台が見えてきました。

売上面では、当社単体では857億円を計上しました。薬価改定等の影響を受けつつも、新製品によって前期を上回る実績となったことは大きな成果と受け止めています。もうひとつ大きな進展として、マルホ発條工業株式会社グループが初めて100億円を突破しました。

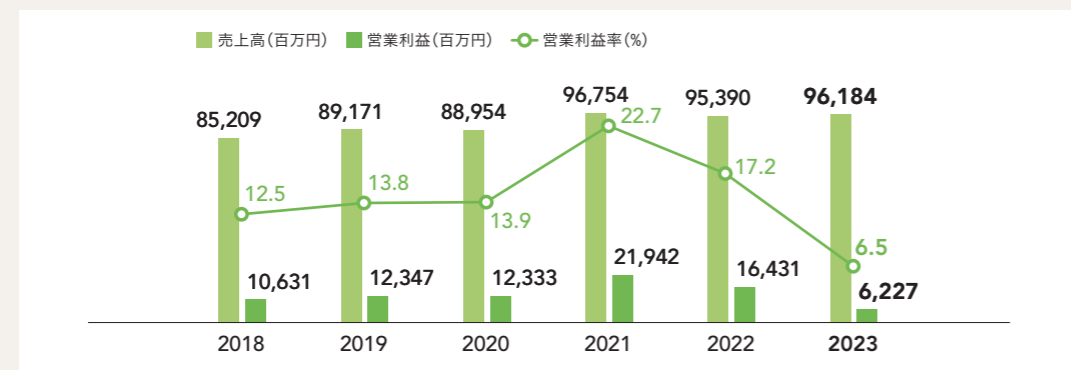
利益面では、主要指標としているコア営業利益*1が前期比で減少しましたが、成長路線回帰に向けた計画的な積極投資によるもので、想定通りの結果です。中長期的な成長を実現するための源泉がコア営業利益であると位置付けているため、主要指標として設定しています。

第4次中期計画の期間を終え、3カ年を通じ私たちは確固たる成果を上げ、多くの患者さんの笑顔に貢献できたと考えています。2023年9月期の売上高は961億円、また全期においてコア営業利益30%以上を達成し、将来の成長につながる投資原資の獲得という意味で、極めて重要な成果が得られました。

また、未来につながる成果として、注力してきた新製品のラインアップを拡大できました。3年間で9製品*2もの承認取得を成し遂げています。また、重要業績評価指標(KPI)とした開発Phase*3以降の新規案件獲得数についても9件を達成し、後期ステージの開発パイプラインを強化しました。厳しい環境の中でも成長のスピードをさらに加速していく準備は完了したと考えています。

*1 研究開発費を控除する前の営業利益
*2 「ゼビアクス油性クリーム」、「コムクロシャンプー」、「ロゼックスゲル」、「ラビフォートワイブ」、「デルマクイック爪白癬」、「ミチーガ皮下注用シリンジ」、「デルマクイックHSV」、「アメンナリーフ錠」、「リネールゲル」、「ベビオローション」 *3: 適応追加
*3 臨床開発の相における後期第II相試験以降

売上高/営業利益/営業利益率



新しい経営理念に込めた想い

“ いのちに、もっと笑顔をもたらせるように ”

2022年10月に経営理念を刷新しました。従業員一丸となってより質の高い貢献をしたいという考えから、会社の目指す姿と、風土や日々の活動に反映することを、ミッションおよび5つのバリューとして明文化したものです。今後、従業員一人ひとりの意思決定や具体的な活動にまで反映したいと考えています。率先垂範を心がけ、私自身がミッション、バリューを実践した例をCEOマンスリーメッセージという形で動画配信しています。また「モアスマ(More smiles)」と呼んでいる従業員エンゲージメントサーベイも実施しています。経営理念の浸透度・実践度と、従業員が日常的に感じている課題を把握するためのものです。調査結果は、私そして会社の通知簿であり、決算数値と同じくらい重要視しています。通知簿で会社の現在地を確かめ、そこからより良い方向へと導くのが私の仕事です。一人ひとりの意見や想いを傾聴するために、タウンホールミーティングを開いて真剣に議論しています。現状把握・対話・行動というサイクルを回し続け、従業員とのエンゲージメントを深めることで、一緒に高め合っていけるよう努めています。

第5次中期計画の概要

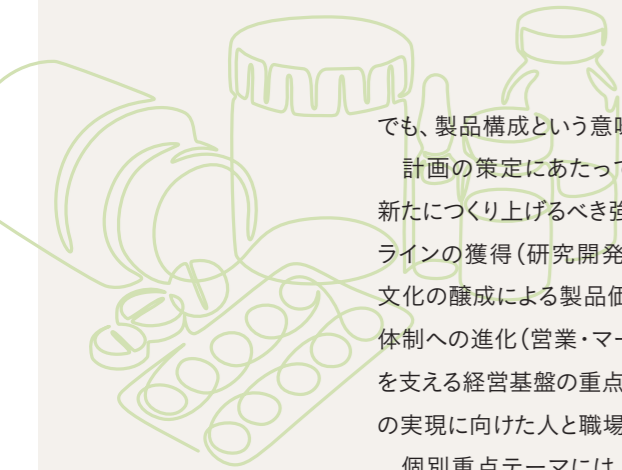
“ マルホの強みを磨き、先を見据えた布石を打つ ”

今、さらなる成長に向けた最大のチャンスが訪れています。現状認識と当社の考えを説明します。一つ目は、社会保障費の急増です。少子高齢化社会の進展や医療の高度化により、医療財政が逼迫し、社会保障の持続可能性が懸念されています。そのような環境において製薬企業には、革新的な新薬の創出をはじめとしたイノベーションに期待が寄せられています。当社は新製品と後期開発パイプラインの充実を図り、新しい価値の創出を推進しています。引き続き、注力領域での活動を強化し、無駄を排除することで、継続的に成長できる筋肉質な企業体質を磨き上げていきます。

二つ目に、グローバル分業の進展が挙げられます。医薬品業界において、創薬から販売に至る長いバリューチェーンを分業することがスタンダードになってきています。当社も単独ではなく、アカデミアやベンチャー企業、他の製薬企業とグローバルに連携してプロダクト創出に注力します。

三つ目に、医療の民主化です。医療におけるデジタル化は、生成AIなど新しい技術の登場で一気に加速するでしょう。医療関係者と患者さんとの情報格差が今以上に縮小し、治療選択における患者さんの役割が大きくなります。当社はデジタル技術や医療関係者・患者さんとのネットワークを駆使して、皮膚に悩む一人ひとりへ価値を提供していきます。

以上の考えのもと、新たな中期計画を推進します。第5次中期計画(2023年10月～2026年9月)は、経営理念を刷新してからはじめての中期計画です。ミッションを実現し、そして5つのバリューを企業文化に根付かせるための施策を盛り込んでいます。この3年間で新製品や新規事業を伸ばし、売上規模という意味

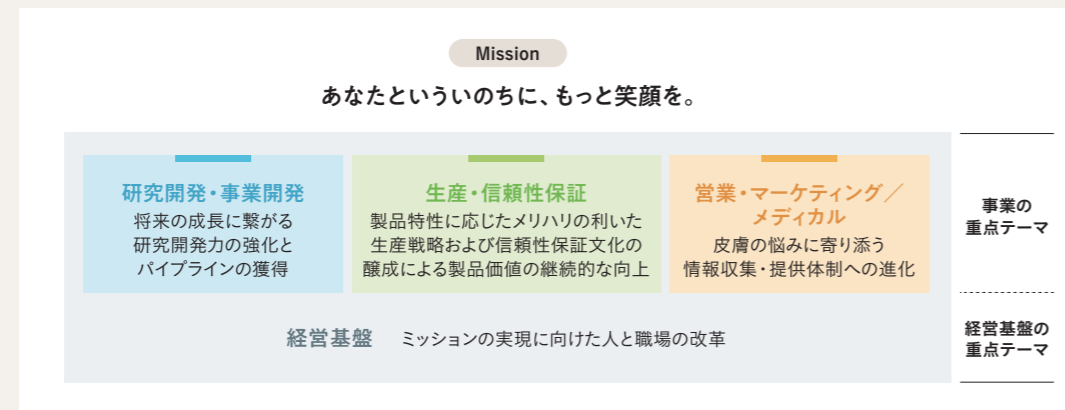


でも、製品構成という意味でも、マルホという会社を大きく変革します。

計画の策定にあたって「私たちの強みは何か？」をあらためて自問し、今後さらに深めるべき、あるいは新たにつくり上げるべき強みを重点テーマに設定しました。「将来の成長に繋がる研究開発力の強化とパイプラインの獲得(研究開発・事業開発)」「製品特性に応じたメリハリの利いた生産戦略および信頼性保証文化の醸成による製品価値の継続的な向上(生産・信頼性保証)」「皮膚の悩みに寄り添う情報収集・提供体制への進化(営業・マーケティング/メディカル)」の3つを事業の重点テーマとしました。さらに、それぞれを支える経営基盤の重点テーマとして「ミッションの実現に向けた人と職場の改革」を設定しました。ミッションの実現に向けた人と職場の改革にリソースを集中し、世界に通用するレベルに磨き上げていきます。

個別重点テーマには、グローバル展開や皮膚科学プラットフォーム構築など、中長期的な取り組みも一部明示しました。グローバル展開は特に強く推し進めたいテーマです。欲しい医薬品を手にはできない患者さん、見過ごされている患者さんが世界中に大勢います。一人ひとりの患者さんの声に寄り添い、グローバルで存在感のある皮膚科学領域におけるスペシャリティファーマを目指します。

第5次中期計画の全体像



非財務資本

自律人材の育成と
カーボンニュートラルに取り組む

成長に向けて大きな挑戦を始める上で、何よりも重要なのは人材です。全員が自らの意思とモチベーションに基づいて行動する組織にしたいと考え、バリューのひとつに「ワクワクで世界を変えよう」を掲げました。一人ひとりの自律を促す施策を進めており、その内容を質・量ともに拡大していきます。

気候変動への取り組みも、重要な経営課題と認識しています。当社は2050年カーボンニュートラルを宣言すると同時に「CO₂排出量を2030年度までに2013年度比で46%削減」という目標を設定し、2023年3月にウェブサイトで公開しました。新設した環境委員会が主導して、省エネ設備の採用、再生可能エネルギーやカーボンフリーエネルギーの購入といった環境施策を全社で推進します。

2024年9月期の見通し

成長に向けた施策を全方位で実行していく

今後、さらなる成長軌道を描くために、選択と集中によりメリハリを効かせてリソースを投入します。安定供給を維持するための設備投資に加え、新たな製品の獲得に向けた早期・後期ステージでの新規ライセンスの獲得や、開発パイプラインのさらなる強化を進めます。また、患者さんの背景やエリアの特性、個別化医療・標準医療、適正医療につなげる治療計画を展開します。情報提供活動においては、皮膚疾患エリアリーダーの領域別・エリア別機能やデジタルとの連携をさらに強化し、患者さんの声に応じた治療提案を推進します。医薬品の品質トラブルや供給不足が社会問題となる中であっても、皆さまに安心していただける良質な製品と情報を提供し続けます。

人材の確保と育成にも引き続き力を注ぎます。次の投資原資を獲得していくためにも、さまざまなチャレンジが必要です。新製品の早期市場浸透、グローバルに権利を有する開発候補品の獲得、獲得後の早期上市などを牽引する人材の層を厚くしていきます。

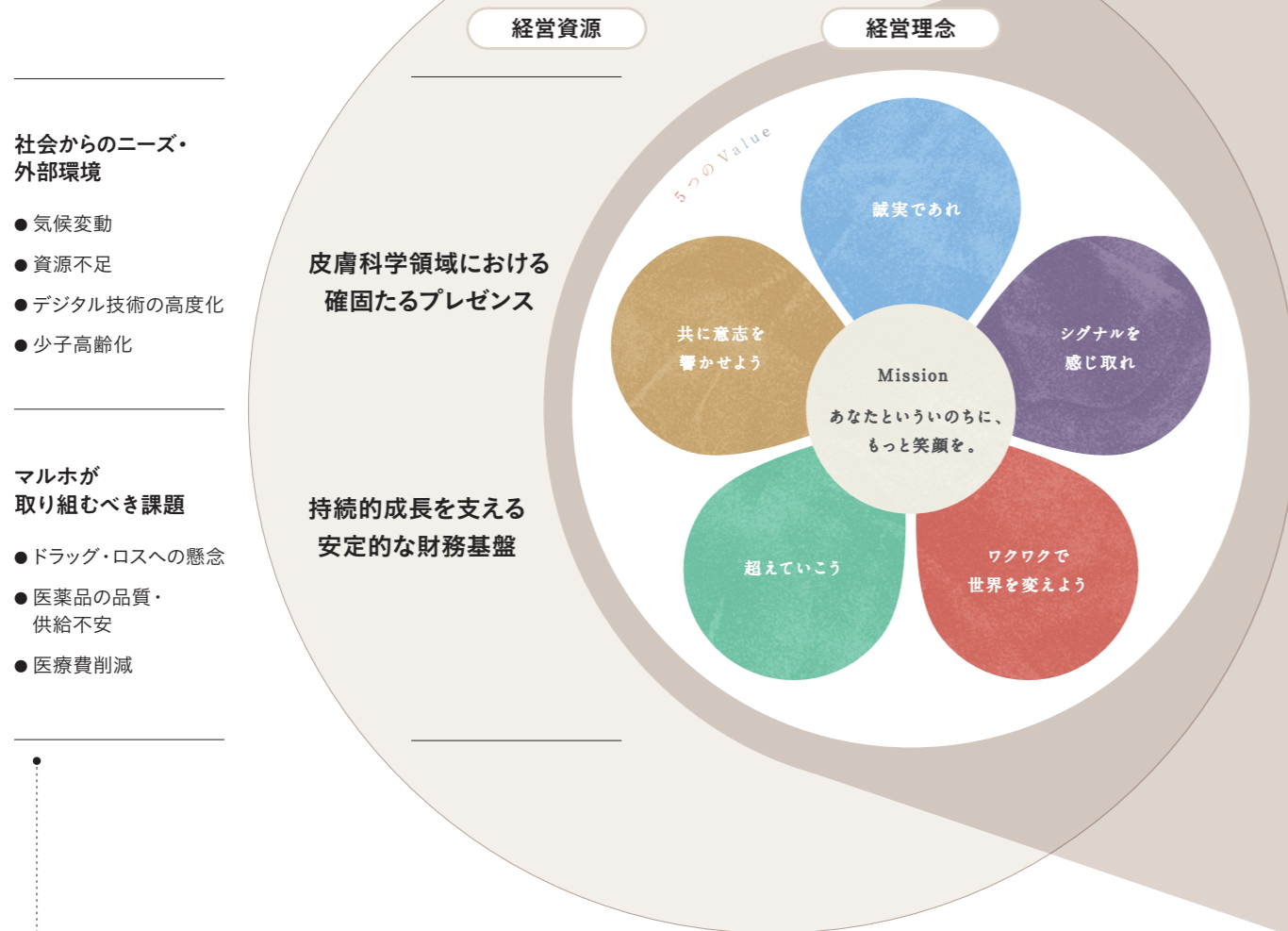
いまだ満たされない多くのニーズが存在する皮膚疾患領域での取り組みは、患者さんの人生をより豊かにしていく上で極めて重要です。一人ひとりの想いや悩みに寄り添い、憂いなく過ごせる日々、喜びに満ちた笑顔をすべての患者さんにもたらしたい。これからも真摯に、誠実に事業活動を続けます。ぜひステークホルダーの皆さまには、ご期待と、変わらぬご指導を賜りますようお願いいたします。

代表取締役社長 杉田 淳



一人ひとりの“いのち”に笑顔あふれる暮らしのために、価値を創出

マルホは、100年以上続く歴史の中で培った経営資源を起点として、あらゆる成果を確立することで持続的に企業価値を向上させ、人々の暮らしに貢献し、笑顔をもたらし続けます。



社会からのニーズ・外部環境

- 気候変動
- 資源不足
- デジタル技術の高度化
- 少子高齢化

マルホが取り組むべき課題

- ドラッグ・ロスへの懸念
- 医薬品の品質・供給不安
- 医療費削減

いのちへの想い

マルホは、人の想いに寄り添い、社会が目を向けられないニーズにも真摯に取り組むことで、社会への貢献を実現してきました。また、皮膚科学領域にとどまらず、地球環境に配慮した事業活動、環境の保護・維持・改善に取り組めます。

強固な基盤で活動を支える

「目指したいマルホの姿を示し、従業員一丸となってより質の高い貢献をしたい」という想いから、2022年10月、ミッションとバリューを刷新しました。これらの経営理念と、100年以上続く歴史で培った強固な強みを基盤とし、皮膚科学領域を牽引する存在であり続けています。

長期ビジョン

長期ビジョン2011

Excellence in Dermatology

皮膚科学領域におけるスペシャリティファーマとして医療用医薬品を中心とした価値を創出

第5次中期計画

将来の成長に繋がる研究開発力の強化とパイプラインの獲得

製品特性に応じたメリハリの利いた生産戦略および信頼性保証文化の醸成による製品価値の継続的な向上

皮膚の悩みに寄り添う情報収集・提供体制への進化

ミッションの実現に向けた人と職場の改革

ESG活動

社会にもたらす価値

患者さんとそのご家族

医療関係者

従業員

地域社会

環境

皮膚科学領域における卓越した貢献を

私たちは、長期ビジョン2011“Excellence in Dermatology”を掲げ、皮膚科学領域における卓越した貢献を目指し、あらゆるニーズへの最善のソリューションを提供していきます。また、第5次中期計画には、グローバル展開や皮膚科学領域のプラットフォーム構築など、さらに先を見据えた挑戦も含まれています。

誰もが笑顔で過ごすことができる社会の実現

私たちは、ミッション「あなたといういのちに、もっと笑顔を。」を新たな使命、存在意義と位置付け、社内外のステークホルダーとともに新たな価値を創出し、ミッションの実現を目指していきます。

特集 マルホに期待すること

マルホは、SDGsの目標3「すべての人に健康と福祉を」の達成に寄与するとともに、患者さんの悩みを解消することで誰もが笑顔で暮らせる社会の実現を目指します。見過ごされたり、あきらめたり、まだ満たされていないニーズのすべてが、マルホの原動力となります。お子さんの食物アレルギーに悩んだ経験をきっかけに、患児や保護者の支援活動を続けている大阪狭山食物アレルギー・アトピーサークル「Smile・Smile」代表の田野成美さんに話を聞きました。



患者さんの声

いつでもどこでも 同じ情報・同じ治療に 手が届く社会を目指して



大阪狭山食物アレルギー・アトピーサークル「Smile・Smile」代表

田野 成美 さん

アレルギー専門医や行政と連携し、大阪狭山市市民協働事業として、乳児検診の機会を利用したスキンケア講習会を展開。2022年から小児アトピー性皮膚炎診療ガイドライン作成委員を務めている。2児の母。

「食物アレルギーの診断と 先行きが見えない日々」

約20年前、次女が生後5カ月の時に、粉ミルクによるアナフィラキシーショックを起こしました。初めての粉ミルクで、ほんの1・2滴で嫌がったのですぐにやめたのですが、2、3分して大泣きし始め、それから声がかすれ、体も顔も腫れあがりました。私には何が起こったのかわかりませんでした。

病院で受けた血液検査ではまず粉ミルクのアレルギーと診断されました。その後の検査で、卵、牛乳、小麦、米、魚…と多くの食べ物にアレルギーを示しました。当時は血液検査重視のため、アレルゲンを避ける除去食を強いられました。食べさせないでどうすれば栄養が摂れるのか、この子に未来があるのか不安でした。誰に何を聞いたらいいかかわらず、本やインターネットにも知りたい情報は見つからず、先行きの見えない日々を過ごしました。

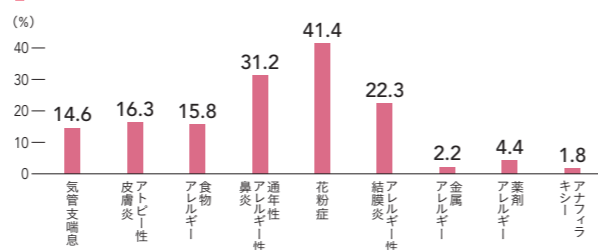
離乳期を迎えても、アレルゲンが多すぎて、食べさせて良いものがわかりません。スーパーマーケットの入口で、何を買えばいいのかと涙が止まらなくなったこともあります。次女の命をどうやって守るか、長女をどう育てたらいいか、私たちの

食生活をどうしたらいいのか。そんな毎日の中で、安心して生活していけるような情報が欲しいと願っていました。

「欲しかったのは 誰もが安心できる情報」

その時いちばん欲しかったのは、「大丈夫」と思える情報でした。食物アレルギーやアトピー性皮膚炎を克服して、元気に過ごしているお子さんの存在を知りたかった。日常生活の中で、また学童期、思春期、社会に出てから…と年齢ごとに出てくる悩みに先行きを示してくれる情報を求めています。悩んでいる時は、孤独です。サークルの活動でも「同じ悩みを持つ人に初めて会えた」とよく耳にします。一人

令和4年度厚生労働省行政推進調査事業「アレルギー疾患の多様性、生活実態を把握するための疫学研究」



ではないと思えると安心できます。

それから、正しい理解や知識、有効な治療につながる“情報”も重要です。私は、娘の治療が対症療法でしかなく、生活環境に気を配っても治らないことに悩んでいました。

そんな中で出会った主治医から、食物アレルギーには、まず、スキンケアが大切であることを教わりました。その後、ボランティアで乳幼児健診を手伝った時に、湿疹のある赤ちゃんをたくさん見ました。そこで保健センターの方と、乳児湿疹をしっかりと治療することで食物アレルギーを防げるのではないかと話し合うようになりました。専門医にも協力していただいて始めたのがスキンケア講習会です。産前産後から保健センターが知識・情報を伝えて、育児を応援してくれる。保護者の皆さんにとって本当に大切なことだと思います。2004年に立ち上げた大阪狭山食物アレルギー・アトピーサークル「Smile・Smile」は、こうした活動を通じ、「アレルギーを“治す”」ということを最大の目標としています。

「社会に求めるものと マルホへの期待」

「Smile・Smile」は、アレルギーやアトピー性皮膚炎のお子さんを持つ保護者のためのサークルです。でも私は、その先にある、“患者団体を必要としない社会”を目指しています。相談できる場所がどこにでもあって、どこからでも同じ情報を得られ、同じ医療を受けられる。患者さんに寄り添ってくれる人々たちを、自治体や国が守ってくれる。患者さんの孤独や不安に皆が気付いて、いろいろなところで守り合えるような体制ができていけばと思います。

患者さんは、製薬会社と直接接することも少なく、その活動内容にも詳しくありません。私自身、家族と医師だけでアレルギーと闘っている気でした。でも、医師の向こうには、薬をつくる製薬会社の活動があると理解した瞬間、とても心強く感じたことを覚えています。治療に必要な情報を提供してくれる人、薬をつくってくれる人、その薬を研究してくれる人…と、製薬会社の多くの人とつながっているとわかってきて、治療を頑張ろうとあらためて強く感じました。

マルホさんに期待することは、まず情報提供です。例えば保湿剤は、きちんとした塗り方をすると、1カ月で肌の質が全く変わってきます。講習会でも保湿やスキンケアを重視しているのですが、もっと多くの人に、薬の適量や適切な使い方を知ってもらいたいと感じています。マルホさんにもぜひ、医療関係者などを通じて、こうした適切な情報発信にさらに協力いただけることを願います。

もうひとつは、ぜひ私たちと一緒に、患者さんの応援団になってもらいたいということです。製薬会社も、医師や薬剤師も、皆さんが患者さんの応援団になって、今をよりよくするというゴールを一緒に目指してもらいたいと考えています。



持続可能な成長と先を見据えた挑戦

2023年9月期を終え、マルホグループは第4次中期計画のもと、確固たる成果を上げました。
 ミッション「あなたというのちに、もっと笑顔を。」のもと第5次中期計画を策定し、成長トレンドの確立を目指していきます。

第4次中期計画 (2020年10月~2023年9月)

事業活動の振り返り

戦略の柱	主な取り組みと実績
グローバル市場を見据えた プロダクト創出 (ものづくり)	<ul style="list-style-type: none"> ● 製造販売承認: 9件* ● 後期フェーズパイプラインの強化 ● 導入候補案件を外部機関とともにインキュベートする仕組みの構築 <small>* 「ゼビアクス油性クリーム」、「コムクロシャンプー」、「ロゼックスゲル」、「ラビフォートワイブ」、「ミチーガ皮下注用シリンジ」、「デルマクイックHSV」、「アメンナリーフ錠」、「リネイルゲル」、「ヘビオローション」 *: 適応追加</small>
選ばれ続ける 製品・工場 (生産)	<ul style="list-style-type: none"> ● 4工場運動による生産増加と安定供給体制の強化 ● 新製品対応を通じた能力の向上および彦根工場の充填包装棟リニューアル完工 ● 原薬調達の複線化などのリスクヘッジ策の施行
患者さんの声を 反映した 質の高い情報提供 (情報提供)	<ul style="list-style-type: none"> ● 患者さんの声に応える、デジタル/リアルによる情報提供の仕組みの構築 ● 皮膚疾患エリアリーダーを軸とした情報提供機能・組織の構築
グローバルでの 製品価値提供 プロセスの構築 (グローバル)	<ul style="list-style-type: none"> ● アジア事業を推進するための事業構想『アジア皮膚科ハブ構想』を策定 ● 中国における「ファロム」の販売開始、国家医療保険償還医薬品リスト収載
マルホグループの 強みを活かした 事業領域の拡大 (皮膚疾患医療用 医薬品以外)	<ul style="list-style-type: none"> ● 新領域への新たなプロジェクトの獲得および進展 ● 巻き爪事業における革新的な治療法の提供 ● コーセー・マルホファーマ株式会社の「カルテHD」シリーズによる化粧品・医薬部外品の事業基盤の構築 ● スキンケアブランド「iniks(イニクス)」を通じた患者さんへの治療中のスキンケア指導活性化

経営基盤の振り返り

さらなる成長を 支える経営基盤 (経営基盤)	<ul style="list-style-type: none"> ● 新経営理念の策定および社内外への公開 →P.1「経営理念と存在意義」 ● キャリア自律関連の施策の実行 →P.33「社会 従業員との関わり」 ● 社外との対話と信頼の獲得に向けて、活動報告書「マルホレポート」の発行
------------------------------	---

第5次中期計画 (2023年10月~2026年9月)



研究開発・事業開発

皮膚科学領域の 新たな治療を切り拓く 研究開発力



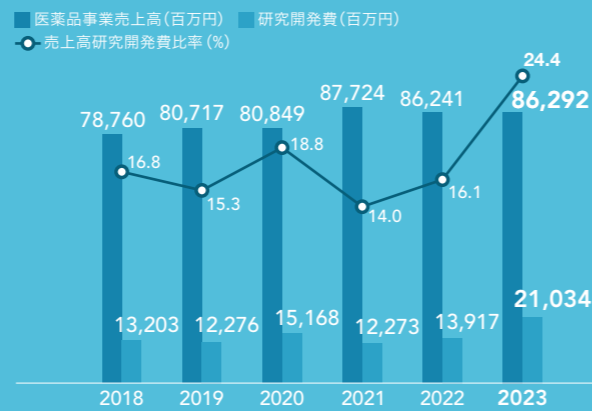
皮膚科学領域を中心とする医療用医薬品を、患者さん一人ひとりの想いに寄り添って研究・開発しています。

グローバルに通用する新しい医薬品の創出を目指し、開発パイプラインや研究開発リソース、市場環境、アンメットニーズを俯瞰した最適なポートフォリオマネジメントに努めています。スピードと価値向上を意識した試験計画を立案・実行し、医薬品の適正使用につながるバイオマーカーの特定や、適正使用に資する非臨床・臨床データの取得に注力しています。また、独自の外用剤製剤化技術の創出にも取り組んでいます。製品開発に加え、新たな事業領域における医療ニーズに基づいた新領域での事業戦略や、案件の価値最大化を見据えた提携会社との共同戦略等の立案・推進も続けています。

研究開発費

210億34百万円

医薬品事業*売上高/研究開発費/売上高研究開発費比率



* 医薬品事業には、マルホの医療機器事業、セルフケア事業および Maruho Medical, Inc.の医療機器事業等も含まれています。

2023年9月期の取り組み

戦略の重点テーマ	主な実績
質の高いプロジェクトの企画・創出	● 候補Phase*1)プロジェクトの新規獲得件数2件：株式会社アークメディスンとALDH2(アルデヒドデヒドロゲナーゼ2)活性化剤について、独占的ライセンス契約締結 他
多角的なライセンス活動の実行	● 開発Phase*2)のプロジェクト新規獲得件数2件：Nielsen BioSciences, Inc.と尋常性疣贅治療剤カンジダアルピカンス抽出物について、独占的ライセンス契約締結 他 ● Journey Medical Corporationと多汗症治療剤グリコピロニウムトシル酸塩水和物について、韓国、台湾、香港、マカオおよびASEAN10カ国における独占的ライセンス契約締結
質とスピードを意識した研究開発プロジェクトの推進	● 着実な研究開発の進捗 ● 提携会社との協業によるグローバルプロジェクトの推進 ● 尋常性ざ瘡治療剤「ヘビオローション(剤形追加)」、巻き爪治療用剤「リネイルゲル」、抗ヘルペスウイルス剤「アメナリーフ錠(適応追加)」の承認取得

*1 臨床開発の相における前期第II相試験以前
*2 臨床開発の相における後期第II相試験以降

2023年9月期の評価

ライセンス活動と開発パイプライン拡充に成果

2023年9月期は、多角的なライセンス活動を計画・実行しました。権利獲得を目指して、全社を挙げて導入候補品の探索、サイエンス面からの評価を進めたことで、複数案件を獲得したほか、2024年9月期中のライセンス導入につながり得る候補品を複数見出しました。開発パイプラインについても、事業開発・研究開発の両機能が一体となって充足させることができました。

研究・開発・販売をグローバルで分業するビジネスモデルが主流になってきており、日本国内で完結するケースが減っています。よって、研究開発においては、国内外のアカデミアやベンチャー企業と連携して研究開発プロジェクトを創出していくことが今後の課題です。そのため、KOL*3やCRO*4との強固なネットワークを構築しながら、国際共同治験推進機能など、グローバルでの開発の企画立案やマネジメント力を高めていく必要があります。

*3 Key Opinion Leader、ここでは疾患の診断、治療および研究をリードする専門医を意味する
*4 Contract Research Organization、医薬開発受託機関

2024年9月期以降の計画

研究開発力の強化と開発パイプライン獲得を加速

第5次中期計画では、これまで中心機能としてきた「後期開発品導入」「後期臨床開発」に加えて「候補Phaseプロジェクトの創出・獲得」「研究開発の推進機能」の強化を目指します。国内外の製薬企業・ベンチャー企業・アカデミア等とのネットワークを強化しながら、グローバルでも受け入

られる新規品目の探索・獲得に取り組めます。

市場動向を見据えて短・中・長期的な収益の柱を構成する研究開発ポートフォリオを策定し、優先順位をつけてリソースを適切にマネジメントしながらプロダクトを創出していきます。ライセンス活動については、戦略性と能動性を意識し、皮膚科領域での知見を活かせる新たな成長ドライバーの獲得を目指します。用途特許・製剤特許につながる新規有効成分の創出力を強化すべく、ドラッグリポジショニングにも注力します。

グローバル市場での事業基盤の面では、中国をはじめとするアジア地域に注力して開発・販売機能を整備していきます。外との連携と併せて、こうした新たな事業戦略を推進できるグローバル人材を育成していきます。



価値ある研究開発を目指して
対外交渉を深める

事業開発/研究開発統括
赤塚 正裕

ミッション・バリューを自分ごと化し、キャリアを自律的に構築できる能力開発に注力しています。アンメットニーズに応える製品開発の機会を探すための提携先・取引先などとの交流や、研究成果の外部発表も促しています。一人ひとりが未来志向を持ち、仮説思考を繰り返して創造性を高め、自発的に行動することで、価値ある研究開発・事業開発を続ける組織を目指します。

開発パイプライン(後期第II相試験以降の開発プロジェクト)

(2023年9月現在)

開発コード	予定される効能・効果	剤形	フェーズ
M5250	アトピー性皮膚炎に伴うそう痒(小児)	注射剤	承認申請中
M5250B	結節性痒疹	注射剤	承認申請中
M5250E	アトピー性皮膚炎に伴うそう痒(乳幼児)	注射剤	PIII
M6050C	尋常性ざ瘡	外用剤	PIII
M6100	アトピー性皮膚炎	外用剤	PIII
M6110	尋常性疣贅	注射剤	PIII
M6050F	腋臭症	外用剤	PII

* 最新の情報はコーポレートウェブサイト(<https://www.maruho.co.jp/about/activities/pipeline/>)をご参照ください。

生産・信頼性保証 製品特性に応じた 生産戦略と 信頼性保証文化の さらなる醸成



マルホは、主力の彦根工場をはじめ、長浜工場、立山製薬工場株式会社、株式会社ローマン工業の4工場からなる生産体制を構築しています。国内トップクラスの外用剤生産能力で高品質の医薬品を安定供給しており、さらに拠点・体制の強化に経営資源を積極的に投入しています。また、製品の容器・包装の改良にも注力し、ユーザビリティの向上や環境負荷の低減にも努めています。

信頼性保証の充実も重視しています。開発から申請に至る誠実な承認申請プロセスと、承認取得後の製品の確実な供給を担保しています。プロセスも含めた品質リスクを未然に防止することに加えて、生産を含むすべての事業活動に対して信頼性を保証し、製品の供給とそれに関連する情報の提供を通じて、患者さんに貢献し続けることを目指します。

2023年9月期の取り組み

戦略の重点テーマ	主な実績
原薬製造ノウハウ蓄積と機能拡大	<ul style="list-style-type: none"> ● 株式会社ローマン工業の原薬生産能力増強工事を計画的に推進 ● 委託先の製造プロセスに関与。既存製品の原薬や原料の安定供給に向けた複数化の検討推進
柔軟な生産体制・機能の完成	<ul style="list-style-type: none"> ● 彦根工場の充填包装棟リニューアルを完工、多様な容器サイズ・容器形態に対応できる新規設備を導入 ● 4工場の予備部品管理状況を容易に把握・相互検索できる体制と仕組みを構築 ● 顧客満足度向上のためのGSIバーコード位置変更および二次元コード追加を完了 ● 皮膚疾患の患者さんへの合理的配慮を目的とした触知覚ラベルを提供
信頼性を保証する誠実な活動	<ul style="list-style-type: none"> ● 市場調査や試用医薬品提供に関する手順の新規発行、個人情報保護法の全社教育を実施 ● 医療関係者に対して、ウェブサイト上で副作用件数を公開 ● 高水準での信頼性保証活動の継続

設備投資額



2023年9月期の評価

主力工場の大規模リニューアルを完工、4工場の統合的運用も進展

生産活動において、強固かつ柔軟な体制の構築に向けた設備投資を続けています。2023年9月期は、彦根工場の充填包装棟をリニューアルしました。約3年をかけ、現有品の生産を継続しながらの工事を計画通り完遂できました。また、4工場の統合的運用に向けて全工場の予備部品を可視化する体制と仕組みを構築しました。新技術やデジタル技術を用いた自動化や作業負荷軽減の策による品質リスクの低減も着実に具体化しています。

原薬製造では、委託先での製法・試作のプロセスへ関与することでノウハウを蓄積しています。安定供給体制整備のため、株式会社ローマン工業の生産能力増強工事にも着手しました。



2024年9月期以降の計画

生産体制の拡充とともに マルホにしか作れない製品生産のための技術獲得へ

第5次中期計画を達成するために「外部環境の熟知と自らの強みを活かしたマルホ独自の生産戦略」「高度な生産技術/生産管理のノウハウ」の獲得を目指します。

製品と原資材の供給・調達リスクを適正にコントロールし、いかなる場合も製品を安定供給することで経営基盤を下支えしていきます。また、ニーズに柔軟に応える製品の容器・包装の改良や新技術の活用を独自に進めます。その一環として、各製品の長期的な展開を踏まえて製品ごとの生産戦略を定め、効果的な生産を実現する計画です。

信頼性保証文化の醸成にも注力

マルホは、ミッションの実現を目指し、研究開発・製造・販売などすべての事業活動を、国内外を問わず、関係するすべての法令・国際規範およびその精神を遵守して行っています。医療の進歩に貢献する革新的医薬品の研究、開発に積極的かつ継続的に取り組むとともに、有効性、安全性、品質に優れた医薬品を安定供給しています。また、医薬品の適正使用を確保するために、有効性、安全性、品質に関する科学に裏付けられた国内外の情報を的確に提供するとともに、製造販売後の情報収集、評価とその伝達を迅速に行っています。

信頼性保証活動については、さらに深めるべき強みであるとあらためて見つめ直し、第5次中期計画の事業の重点テーマのひとつに位置付けました。信頼性保証文化が全従業員の行動規範となり、マルホのブランド力として定着することを目指します。信頼性保証がいかに重要で、どのように患者さんへの貢献につながっているのかを全従業員が一様に理解し、何のために信頼性を保証する必要があるのかを語れる文化を築いていきます。

2024年9月期には、全社ポリシーを明文化し、マルホのコミットメントとして社内外へ発信していく計画です。医療用医薬品以外の事業においても、適切なレベル・規模での信頼性保証の実務経験を重ね、堅強な信頼性保証体制を目指します。各対応を着実に進めるために、人材育成・人材獲得を組織的・計画的に進める予定です。



生産技術における専門性と 広い目線を持つ

経営戦略/CMC統括
武田 雅弘

当社が誇る高い品質の製品を患者さんのお手元に確実に届け続けるという高い使命感のもと、生産技術における専門性を高めるとともに、社内外との幅広い連携の推進や環境への配慮などの社会貢献も意識できる広い目線を持った人材の育成を目指しています。

営業・マーケティング／メディカル 一人ひとりの皮膚の 悩みに寄り添う 情報収集・提供体制の 構築と進化



マルホは、製品や疾患に関する適切な情報を、地域特性に応じてさまざまな方法で提供・発信しています。医療関係者、皮膚に悩みを持つ方とのコミュニケーションを通じて得られる情報を、製品開発はもちろん、患者さんごとの最適診療につながるツールや仕組みの提供などに役立てています。また、求められる情報やアンメットニーズを把握し、臨床試験などのエビデンスをもとに、医療課題の特定、治療法や製品の有効性・安全性に関する新たな知見・価値を生みだしています。

国内屈指の充実した体制で、適正使用の促進や疾患に関する正しい知識の発信によって、医療への貢献と患者さんのQOL向上を常に目指しています。

マルホが医薬情報担当者(MR)を通じて情報提供を行う国内の皮膚科医師数

約 **10,000** 名

マルホWeb会員*に登録する医療関係者数

累計約 **36,000** 名

* 皮膚科学領域を読む・知る・学ぶナレッジサービス

2023年9月期の取り組み

戦略の重点テーマ	主な実績
患者さん、医療関係者との双方向コミュニケーションを質・量ともに高めるアクション	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域特性に合わせた疾患啓発活動(エリアDTC*)をSNS中心に展開 ● アトピー性皮膚炎の患者さん向けに、かゆみ治療をサポートするLINE公式アカウントを開設 ● 酒さ(赤ら顔)に悩む患者さんのための、酒さ治療の総合情報サイト「酒さナビ」を公開
地域特性を踏まえた情報提供に特化した「皮膚疾患エリアリーダー」と特定の疾患に対する専門的な情報提供に特化した「領域メディカルスペシャリスト」による、情報提供の進化	<ul style="list-style-type: none"> ● 個別化医療・標準医療の高度な提案を目的に、目指すべき皮膚疾患エリアリーダーを認定する制度の運用を開始 ● 地域医療への貢献を目指し、皮膚科医師と在宅医療医師への面会・エリア講演会を実施 ● 大阪府と「在宅医療推進に係る連携・協力に関する協定」を締結
エビデンスに基づいた製品情報の発信と臨床試験などのデータに基づいた新たな価値創出	<ul style="list-style-type: none"> ● 医療関係者向けサイトに「ラビフォートワイブ」「ミチーガ皮下注用シリンジ」「ロゼックスゲル」発売後の副作用件数等を公開し、治療計画や副作用発現時等に即応する仕組みを構築 ▶ 皮膚科医師が、製薬企業ウェブサイトの安全性関連情報で“最も評価している企業”として評価*2 ● エビデンス創出活動において、研究企画段階からクイックアンケートやSNSを用いて患者さんの声を集めることでリサーチクエスションの精度を高めたほか、患者報告アウトカム*3を評価項目として採用。論文を16件公表、学会発表を9件実施

*1 Direct to Consumerの略で、一般消費者に向けた直接的な医薬品広告を指す *2 出典：医師版マルチメディア白書2023年夏号(MCI DIGITAL)

*3 臨床試験において、患者さん自身が主観的な判定で評価する方法・指標。元の語はPatient Reported Outcome(PRO)

2023年9月期の評価

地域の特性に応じた独自の情報提供で ざ瘡(ニキビ)治療に貢献

2023年9月期は、患者さんへの疾患啓発活動(エリアDTC)を広く展開し、患者さんの声を反映した質の高い情報提供において大きな成果を上げました。ざ瘡(ニキビ)患者さんの悩み解決に向け、オープンデータや各情報提供チャネルの分析結果から地域ごとの特性を把握しました。これは、ざ瘡患者さんの声に耳を傾け続けているマルホならではの取り組みです。把握した情報をもとに、皮膚科医師とディスカッションすることで、課題解決に貢献しています。

この成果が示すように、マルホの強みは、個々の製品の画一的な情報提供にあるのではなく、患者さんの背景や医療の状況をめぐる、地域の特性に応じた多様な情報提供にあります。今後、患者さんと医療の真のニーズに応える活動や、営業、マーケティングおよびメディカルといった各専門機能についても、その強みを一層深化していきます。



スペシャルサイト「ニキビを治そう応援団」

2024年9月期以降の計画

皮膚の悩みに寄り添う情報収集・提供を目指して

第5次中期計画の戦略に基づいて、次のような取り組みを推進します。

未病から診断・治療・予防・アフターケアにおいて、個々人のライフステージごとの皮膚の悩みに寄り添い、その悩みを解決する体制の構築とセルフケアへの貢献範囲の拡大を実現していきます。また、患者さんの適切な受診行動を支援する仕組みづくりや、患者さんに伝わりやすい適正使用情報の発信を目指して、患者さん向け疾患情報サイトの充実に注力します。

地域特性に応じた情報提供について、マルホならではの付加価値を高めるよう進化させます。皮膚疾患エリアリーダーが中心的役割を担い社内外のネットワークと連携し、高度な専門性と課題解決力を確立していきます。領域／エリア／デジタルの機能分担を明確にしつつ、注力領域を強化していく計画です。

これらに加えて、診断薬・医療機器・化粧品各事業とのシナジーや外部パートナーとの連携も活用し、皮膚に悩みを持つ一人ひとりにつながる場である皮膚科学プラットフォームの構築を進めます。そのプラットフォームを通じて、医療関係者や皮膚に悩むすべての人へ、新たな気づきと体験を提供していく考えです。同時に、デジタルを活用した情報提供体制や患者さんとのつながりを実現するコンテンツの充実もさらに強化していきます。

以上の考えのもと、2024年9月期からは、新製品の育業に対してリソースを効率的に配分し、国内医療用医薬品事業の成長トレンドを確実なものとしていきます。情報提供活動においては、皮膚疾患エリアリーダーが中心となり、デジタル技術を最大限に活用し、患者さん一人ひとりの背景や地域の特性に応じたオーダーメイドの情報を提供していきます。



一人ひとりが自らの言葉で
情報発信する

国内事業統括
北川 高志

真に皮膚の悩みに寄り添うには、一人ひとりが自らの言葉で医療関係者・患者さんへ情報発信していく必要があります。自律的で意欲ある人材を登用しつつ、お互いを高めあう環境を追い求めます。また、社内での情報共有や提言の仕組みも強化します。一方で、デジタル技術も活用し、情報提供活動の効率や収集情報の分析精度の向上にも取り組みます。そして、皮膚科学領域のリーディングカンパニーとしてマルホブランドのさらなる浸透を図り、より大きな医療貢献・社会貢献につなげていきます。

医療用医薬品以外の事業活動

マルホは医療用医薬品に加えて、医療用医薬品以外の製品（診断薬、医療機器、化粧品など）・サービスを通じ、未病から診断・治療・予防・アフターケアまで、皮膚の悩みに寄り添った新たな価値の創造に挑戦しています。

1 診断薬

皮膚疾患を中心とした体外診断用医薬品市場の開拓と深耕に挑戦しています。

「デルマクイックHSV」を発売

単純ヘルペスウイルスの抗原検出キット「デルマクイックHSV」を2023年2月に発売しました。単純ヘルペスは、単純ヘルペスウイルス(HSV)というウイルスによる感染症で、再発を繰り返すのが特徴です。発症すると赤みのある小さな水疱とピリピリとした痛みを生じ、患者さんの心身に負担をかけます。単純ヘルペスの治療には早期の投薬が重要であるため、外来などで診断可能な簡便かつ迅速な検査が求められます。「デルマクイックHSV」は、水疱から検体を取って5～10分で判定でき、適切な診断を補助します。「デルマクイックHSV」に引き続き、皮膚疾患の新規技術の導入等を通じて、適切な診断や治療に貢献する製品の開発を目指します。



「デルマクイックHSV」

2 医療機器

ニーズの収集と製品開発・改良を行い、患者さんのさらなるQOL向上を目指しています。

「リネイルゲル」を発売

マルホは巻き爪矯正を補助する医療用医薬品「リネイルゲル」を2023年4月に発売しました。爪が内側に巻き込んで痛みや炎症を伴う「巻き爪」。矯正具による治療には通常3～6カ月を要しますが、「リネイルゲル」を併用することで治療期間を短縮するとともに、矯正具を外した後の矯正効果の維持も期待できます。

自社製造販売の矯正具「巻き爪マイスター」と併せて、巻き爪に悩む患者さんの治療に貢献しています。



「リネイルゲル」

「巻き爪をガマンしないで! PROJECT」始動

巻き爪は、疾患認知度が低く、痛くても我慢されがちな疾患です。疾患啓発の一環として、マルホは「巻き爪をガマンしないで! PROJECT」を2023年7月に始動しました。



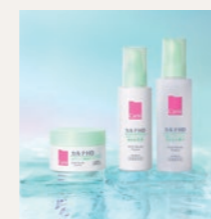
「巻き爪をガマンしないで! PROJECT」ウェブサイト画面

3 化粧品

一人ひとりの肌の悩みに寄り添い、毎日のスキンケアに、新たな提案を行っています。

「カルテHD」新アイテム3品を発売

コーセーマルホファーマ株式会社を展開する医薬部外品の高機能スキンケアブランド「カルテHD」から「肌あれ バランスケア」アイテム3品を2023年3月に発売しました。従来の高保湿にニキビ予防の機能を加え、乾燥と皮脂の両方に悩む方々のスキンケアを応援しています。



「肌あれ バランスケア」アイテム3品

「アドバンスバリア デイエッセンス」人気雑誌で賞を受賞 「iniks(イニクス)」ブランド新商品

肌悩みと向き合う医療現場の声から生まれたスキンケア化粧品ブランド「iniks(イニクス)」が、2023年3月に発売した紫外線から敏感肌を守る日焼け止め美容液「アドバンスバリア デイエッセンス」が高い評価を得ています。「LEEベストコスメ2023上半期」の「日焼け止め大賞」をはじめ、複数の人気雑誌から賞を受けました。



アドバンスバリア
デイエッセンス



マルホ化粧品サイト「スキン&ビューティ
インフォメーション by maruho」

→P.23 研究開発・事業開発

日本で培った知見を アジアに展開

マルホは、世界中にいる皮膚のことで悩む患者さんを一人でも多く笑顔にしたいという想いで、世界のアンメットニーズに挑みます。そこで、事業のグローバル展開を主導するのが事業開発部です。

2023年9月に、原発性腋窩多汗症治療剤「ラピフォートワイプ」について、韓国と台湾、香港、マカオ、ASEAN(東南アジア諸国連合)10カ国での開発・製造・販売に関するライセンス契約を締結しました。

■ライセンス契約締結国



新たな治療選択肢を医療現場に提供することで、この疾患に悩む患者さんに対してさらなる貢献ができるものと期待しています。

マルホはこれまで、日本市場で多様な皮膚疾患のニーズに応えるために、さまざまな知見を培ってきました。ミッションの「あなた」には日本国外の方も含んでいます。医薬品を心待ちにする世界中の患者さんの「笑顔」をふやすために、日本国内に加え、世界のアンメットニーズに取り組んでいきます。

事業開発部 メンバー一同

皮膚科学領域に特化して20年。培ってきた強みを活かしてアジアの患者さんに貢献することは、日本市場をリードする当社だからこそできることであり、ミッションでもあります。今回のライセンス契約は私たちにとって新たな挑戦の第一歩です。当社製品がアジア圏の患者さんを笑顔にできることを信じて、ライセンス獲得を他の製品・地域へと拡大していきます。



特集

マルホが 目指す姿の 実現のために

ミッション「あなたというのちに、もっと笑顔を。」を実現するために日々、進化し続けるマルホ。大切にすべき価値であり行動基準であるバリューをもって、患者さん・社会へ貢献しています。

事業活動の担い手である従業員も、数多くの努力を重ねながら、チームとなって、誰もが笑顔で暮らすことのできる社会を目指しています。

ここでは、その活動の事例をご紹介します。



→P.25 生産・信頼性保証

外用剤のこだわりを 社内・社外に発信

製品の高い品質と安定供給へのこだわりは、従業員や医療関係者に製剤技術や品質の理解をしてもらうことが、患者さんに安心して製品を使っていただけることにつながります。

主力生産拠点である彦根工場では、従業員向けの教育を2011年より実施しています。工場勤務者・MRなど500名超に、自社の外用剤製剤技術や製剤工程、品質管理の仕組みを伝えています。製剤化プロセスの経験と詳しい解説を通じて、他部門の従業員が自社技術への理解を深め、社外への説明や情報提供に役立てています。



また医師や薬剤師など、医療関係者向けの工場見学も実施しています。マルホの生産技術とともに、従業員の品質意識の高さを伝えています。

彦根工場 大西 良一 (写真前列中央)

生産部門の使命である品質確保と安定供給だけでなく、技術と製造品質をより深く理解していただくために、MRを中心とした関係部署への実地研修を実施してきました。今後も誠実さをモットーに、より多くの方に工場の技術や、当社が築き上げてきた品質の考え方を伝える活動を続けていきます。



→P.27 営業・マーケティング/メディカル

マルホとお客さまをつなぐ “マルホの顔”

皮膚のことで悩む方々を笑顔にしていけるためには、多くの声に耳を傾け、その中に潜むニーズをとらえていくことが重要です。

メディカルアフェアーズ部の機能のひとつである製品情報センターには、患者さんやそのご家族、また医療関係者から問い合わせが寄せられます。その数、年間3万件。内容も医薬品に関する質問や資料請求から、医薬品以外の医療機器や診断薬に関するものまで、多岐にわたります。

製品情報センターは個別の問い合わせに答えることに加えて、お客さまのニーズの収集・分析という重要な役割も担っています。お客さまとの対話から得られる情報を分析してアンメットニーズを把握し、関係各部署と共有することで、新たな研究開発や企画に活かし、有用な医学的・科学的情報の発信につなげています。



メディカルアフェアーズ部 メンバー一同

さまざまなお問い合わせに対して迅速かつ確かな回答を心がけることに加え、お客さまの「声」に隠されたニーズを発掘し、それらを製品の開発や改良、サービスの改善のために活用しています。寄せられる声はすべて貴重です。今後は生成AI技術の活用も視野に入れ、経営理念にある「シグナルを感じ取れ」というバリューを一層追求します。人々を笑顔にするお悩み解消に貢献し続けることを目指します。

→P.29 医療用医薬品以外の事業活動

巻き爪の 適切な治療・ケアの提供

マルホは、多様なアプローチで皮膚に関する悩みの解消を目指しています。その一例が、マルホ発條工業株式会社が開発し、マルホが販売する巻き爪矯正具「巻き爪マイスター」です。

さらに、2023年4月に外用剤「リネイルゲル」を発売。慶應義塾大学との共同研究を経て、マルホ発條工業株式会社との連携を通して開発した製品で、巻き爪矯正の補助を目的とした世界初の医療用医薬品です。「巻き爪マイスター」と併用することで矯正具の装着期間を短縮し、かつ矯正具を外した後の再発を遅らせることで、患者さんの「痛みや違和感を早く取り去りたい」「少しでも再発を遅らせたい」といった悩みを解決することが期待されます。

また、2023年7月に、巻き爪に矯正治療という選択肢があることを啓発する「巻き爪をガマンしないで! PROJECT」を始動しました。

これからもマルホ発條工業株式会社とともに、両社の強みを活かして、巻き爪に悩む患者さんの笑顔につながる製品の開発を目指します。



医療機器事業部 大石 学

巻き爪の患者さんは、その痛みから日常生活にも負担を強いられています。外出をためらったり、患部をかばって歩くせいで膝や腰を痛めたりすることも少なくないのです。病院の受診と矯正治療という「適切な治療・ケア」によって、巻き爪患者さんのQOL向上に貢献したいと考えています。



経営基盤

IT基盤の強化によって さらなる成長へ

情報システム部は、マルホの事業活動を支えるITインフラ・サービスを提供しています。

システムの運用保守にとどまらず、時間・場所を選ばずスムーズかつ高い安全性を保ったネットワーク利用環境を整備しており、2023年には次世代ソリューションSASE*を導入するなど、社内外環境の変化に素早く対応し、従業員の生産性向上とビジネスの効率化を実現しました。

このほか自社情報が保護されるマルホ専用の生成AI環境「MaruhoGAI」を構築しました。会議の議事要約文の生成、資料構成のアイデア出しなど、従業員によって大いに活用されています。今後はマルホの社内情報を使った回答ができるよう進化させることを目指しています。

また、ランサムウェアをはじめとするサイバー攻撃による情報漏洩やサーバダウンのリスク軽減のためのソリューションを採用し、情報に対するリスク管理を徹底しています。

* Secure Access Service Edge



情報システム部 メンバー一同

情報資産であるデータを自律的に保護・復旧する機能を導入するなど、攻めと守りの両方を両立した戦略に取り組んでいます。今後も、新しいテクノロジーの積極的な導入により、当社のIT基盤を継続的に強化することで、新しい時代につながる当社の成長に貢献していきます。

社会

従業員との関わり

自律人財の尊重・育成

中長期的な企業価値向上を実現していくには、その担い手である従業員の成長が重要です。マルホは、従業員一人ひとりの自律的なキャリア構築と活躍を促進する仕組みづくりを進めています。変化のスピードを増した不確実性の高い時代の中で、社会から求められ成長し続けていくためには、自ら考え、効率的に成果を生み出せる人材が不可欠です。マルホは、仕事において高い当事者意識を持つ、会社の経営理念やビジョンに共感して社会的価値を追求する、自らキャリアを構築する、という3つの自律を重視して人材を育成しています。従業員の自律を促すことで、組織の活性化や生産性向上、会社と従業員とのエンゲージメント強化をねらいます。

ダイバーシティ&インクルージョンの尊重

多様で個性あふれる人材が生き生きと働くことができる環境づくりに取り組んでいます。

女性活躍の推進

2024年9月末までに女性管理職比率を15%以上にするという目標を掲げています。2023年9月期の実績は12.3%で、前期比で0.8ポイント向上しました。

次世代育成の支援

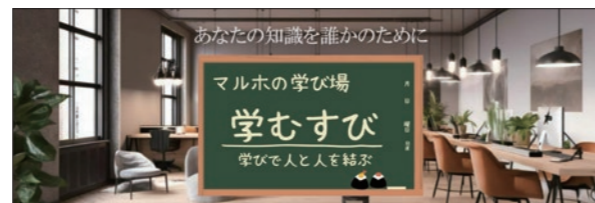
従業員が子どもの養育と仕事を両立しやすいよう、常態的な時間外労働の削減に努めています。2024年9月末までに、①月30時間を超える時間外労働が3カ月以上続く部署をゼロにすること、②年間540時間の時間外労働が発生する個人をゼロにすることを目指しています。(2023年9月期実績:①0部署、②1名)

また、2022年10月に改正された育児・介護休業法と同時に、男性従業員の育児休業取得を促す新制度「出生時休業(産後パパ育休)」の運用を開始しました。2023年9月期の取得実績は28名(46.8%)でした。また、産後パパ育休を経験した従業員のインタビュー記事を社内に発信し、多くの取得を促しています。

従業員のキャリア構築支援

従業員一人ひとりがモチベーション高く働けるよう、キャリアを自ら選び取っていきける制度・機会を拡充しています。

2023年9月期は、社内インターン制度「ジョブチャレ」と、全社を横断した従業員同士の学び合いプラットフォーム「学むすび」を社内ポータルサイト上に新たに導入しました。



また、経営に参画したいという強い意志のもと、社内公募で集まった新長期ビジョンの策定メンバーによる検討が2023年10月より本格的に開始しました。



新長期ビジョン策定メンバー

主なキャリア支援制度

名称	内容
ジョブチャレ	所属部署の仕事と並行しながら、興味のある他部署の仕事も経験できる社内インターン制度 ▶2023年9月期実績:4件のポジションに16名が応募、13名が経験
1on1面談	上司と1対1での対話を通じて自律的な意識を高め、パフォーマンス向上につなげる取り組み
キャリア研修	年齢ごとのキャリアパスを考える研修 ▶2023年9月期実績:36名が参加
社内公募	公募されたポジションやプロジェクトに応募し、書類選考と面接を経て異動できる制度 ▶2023年9月期実績:41件の公募ポジションに37名が応募、21名が異動

多様な働き方の推奨

従業員のワークライフバランスを充実させ、生産性・創造性を高めるために、多様かつ柔軟な働き方のできる環境が望ましいとマルホは考えます。日々の就業の場を多様化するほか、ライフステージに応じた支援制度を整えています。

就業場所の多様化

各部署ごとに出社とリモートワークを組み合わせた最適な働き方を推進しています。経費精算・稟議書などを社用のPCやスマートフォンから申請できるシステムを運用しています。また、オフィスの一部にフリーアドレスを導入し、従業員同士のコミュニケーションを活性化させています。



京都R&Dセンターのオフィス



営業統括事務所のオフィス

健康経営の推進

健康経営を重要な経営課題として位置付けています。ミッション「あなたというのちに、もっと笑顔を。」を実現していくには、従業員とその家族が健康で充実した日々を送ることが不可欠です。組織的・戦略的な健康管理を通じて、一人ひとりが個人・マルホグループの一員・社会人という3つの観点で幸福と成長を追求できる経営に注力します。

健康管理サポートツールの導入

全従業員を対象に、健康支援アプリ「KENPOS」を導入しています。生活習慣病予防や健康維持・増進に向けて、個人が目標設定や活動記録に利用できます。また、アプリを通じて専門家の監修した情報や日常生活で実践できる方策を配信するほか、「ウォーキングキャンペーン(2023年9月期:115名参加)」や「オンライン禁煙プログラム(2023年9月期:4名参加)」を実施しています。



健診結果を健康づくりに役立てるためのパンフレット

労働安全衛生

労働安全衛生の取り組みとして、労災事故やメンタル疾患の防止に努めています。「従業員の不健康からの脱却」を第1段階、「従業員のより健康な状態」を目指すことを第2段階と位置付けて、次の5つの目標を掲げています。(2023年9月期の労災件数:3)

- 1 定期健康診断の受診率100%
- 2 定期健康診断における有所見者への事後アクションに関するフォロー率100%
- 3 保健師との契約による産業保健スタッフの拡充
- 4 健康アプリの導入による健康啓発、運動機会の増進
- 5 本社・R&Dセンター・工場における労働安全衛生活動の連携強化

社会との関わり

医療アクセスの向上

適切な治療情報の発信

医療関係者および患者さんに対して、SNSやウェブサイトにて情報発信をしています。医療関係者向けには、皮膚科学領域の役立つ情報を提供する会員制サイト「Dermado」を運営しています。皮膚のトラブルに悩む患者さんには、疾患や治療に関する情報をウェブサイトやSNSを通じ、正しい理解の促進と、日常的なケアや適切な治療へのアクセスを支援しています。



「Dermado」に掲載された医師向けオンライン病理診断クイズ

皮膚科医師と連携した市民公開講座の開催

皮膚科医師と連携し、どなたでも参加いただける皮膚疾患についての公開講座を全国で開催しています。疾患の情報にとどまらず、患者さんからの体験談などを聞くことができる場として、2023年9月期は23都道府県で45回開催されました(オンライン含む)。



思春期の健康教育推進プロジェクトに参画

中学生・高校生を対象とした思春期の健康教育推進プロジェクト「かがやきスクール」に協賛しています。同プロジェクトは、青少年の人生設計やキャリアプランの実現に役立つことを目指し、女性特有の病気やライフステージの変化に伴う健康課題について正しい理解を促すものです。

マルホは協賛企業として、出張授業や教材提供に加え、教員を対象にしたセミナーなどを実施しています。従来実施されている婦人科関連のプログラムに加えて、2023年7月、マルホ主体の「皮膚科クラス」をスタートしました。思春期の皮膚トラブルに悩みがちな中学生・高校生に向けた、皮膚科医師による出張授業のプログラムです。2024年4月までに全国8校において実施予定で、今後、開催校をさらに拡大していく予定です。



鹿児島県 私立志学館 中等部・高等部での出張授業(2023年7月)

社会貢献活動

社会貢献活動

社会への貢献を企業文化として定着させるべく、マルホは自らの事業特性と関連性の深い活動を続けています。また、従業員が自発的に参加できる活動を推進しています。

寄付活動「まるほっとギフト」

従業員が一口500円で寄付活動に参加できるマッチングギフト制度「まるほっとギフト」を2015年から続けています。集まった寄付金にマルホが同額を上乗せして、社内で選定したNPO団体などに寄付します。

2023年9月期は、参加者数492名、参加率24%、寄付金額は会社からの拠出と合わせ計約380万円となり、いずれも過去最高を記録しました。

寄せられた寄付金は、「公益財団法人 日本補助犬協会」「認定特定非営利活動法人 スペシャルオリンピックス日本・大阪」「認定NPO法人 日本クリニックラウン協会」「公益社団法人 こどものホスピスプロジェクト TSURUMIこどもホスピス」の4団体に寄付しました。

「大阪マラソン2023」にチャリティ参加

2023年2月に開催された「大阪マラソン2023」に、チャリティランナーとしてマルホから社長の杉田をはじめ2名が参加しました。「まるほっとギフト」の寄付先団体のひとつであり、同マラソンのチャリティパートナーを務める「認定NPO法人 日本クリニックラウン協会」を応援する新たな取り組みです。当日はマルホの従業員も応援に駆け付けたほか、後日、事前に社内で募った寄付金を寄贈しました。



若手研究者育成支援「マルホ研究賞」

若手研究者を育成する一助として、優れた研究論文を表彰しています。皮膚科学に関する基礎的および臨床的研究論文を公募し、大学教授からなる選考委員会において厳正な審査で選考されています。

皮膚科医師への表敬「Master of Dermatology (Maruho)」

公益社団法人 日本皮膚科学会とマルホの共同で「Master of Dermatology (Maruho)」を運営しています。これは、日本の皮膚科における臨床分野の発展に貢献した皮膚科医師に敬意を表して賞を贈る活動です。2010年に「マルホ賞-臨床皮膚科学への大いなる貢献者達へ-」として創設し、2017年に改称して現体制に至っています。

関連情報 Master of Dermatology (Maruho)

https://www.dermatol.or.jp/modules/biologics/index.php?content_id=21/

有志メンバーでのボランティア活動

2023年10月、社内の有志メンバー12名がボランティア休暇を利用し、「公益社団法人 がんの子どもを守る会」が運営する「アフラックベアレンツハウス」を訪れました。

子どもたちとご家族が利用する部屋やキッチン、ダイニング、トイレ、ゴミステーションなどの清掃を通じ、ご家族がゆっくり過ごす時間のサポートを行いました。従業員の自発的な社会貢献や社外交流が、日々の業務のやりがいにもつながっています。



環境

環境に関する基本的な考え方

マルホは社会の一員として、研究開発活動、営業活動、生産活動における環境負荷の低減など、地域環境および地球環境の保全に向けた活動を積極的に推進しています。同時に、従業員の環境意識を喚起し、地球環境と調和した事業活動を追求しています。

2050年カーボンニュートラルの実現に向けて

2030年、2050年CO₂排出量削減目標

CO₂排出量*を2013年度比で2030年度までに、46%削減します。2050年度までに、ゼロにします。

* 研究所、工場、オフィス、営業車両を対象

推進体制

環境課題に関する取り組みを適切かつ有効に推進するため環境委員会を設置しています。環境対策推進連絡会を通じ、環境課題に関する取り組みについて情報収集および推進活動上の課題を把握し、必要に応じて委員長に報告するとともに、推進活動および社内への理解促進を図ります。

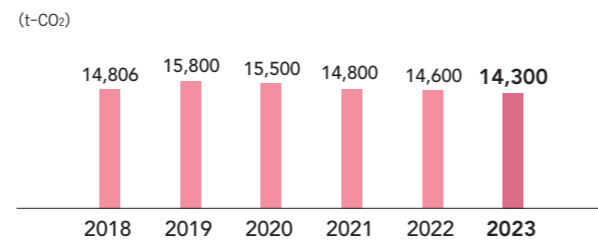
環境委員会体制



CO₂排出量の削減

2023年3月、2050年にCO₂排出量をゼロとする目標を掲げました。目標達成に向けて、新たな技術の導入や情報収集に努めます。中間目標として2030年のCO₂排出量を6,534tと設定し、2022年3月31日時点の14,600tに対し8,077t(約55%)の削減を目指します。なお、2023年3月31日現在のCO₂排出量は14,300t(前期比2%減)でした。

CO₂排出量 3月末時点データ



省エネルギーの取り組み

省エネルギーにおいては、2023年3月31日現在でのエネルギー消費量をほぼ前年並みに抑えることができました。

生産拠点では、彦根工場の製剤製造・充填包装棟（一部）および長浜工場の管理棟におけるLED照明の導入が完了しました。

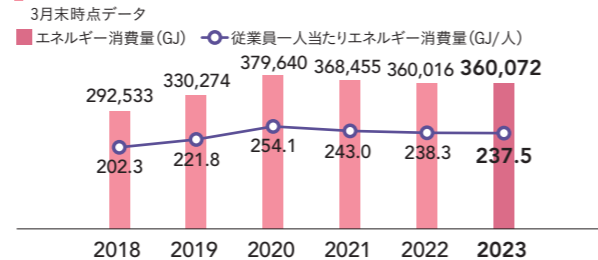
研究開発拠点である京都R&Dセンターでは、医薬開発研究所の全エリアおよび創剤技術研究所の一部エリアにLED照明を導入したほか、一部居室の空調稼働時間を見直しました。

また医薬開発研究所においては、空調設備の稼働負荷を低減するCO₂濃度制御システムを導入するほか、実験室の空調設定を季節に応じて変更しています。

営業拠点では、営業車両を順次ハイブリッドカーに切り替えており、導入率91.3%と高い水準で推移しています。(2023年9月現在)

全国の各事業所では、空調温度の調整に努めるなど全社でエネルギー効率を高めました。

エネルギー消費量/従業員一人当たりエネルギー消費量

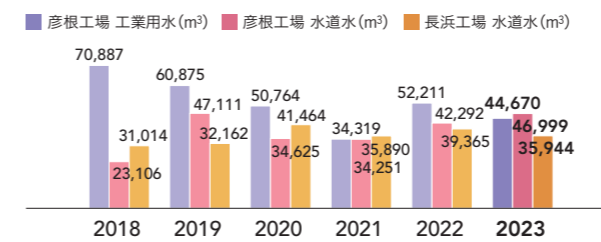


水資源使用量削減

彦根工場では、2022年の設備トラブルによる工業用水の使用量増加を改善し、正常な状態となったことで前期比14.5%減となりました。

長浜工場においても、生産効率の高い設備の活用および非操業時の熱源の停止により水道水の使用量が前期比8.6%減少しました。

水資源使用量



廃棄物削減

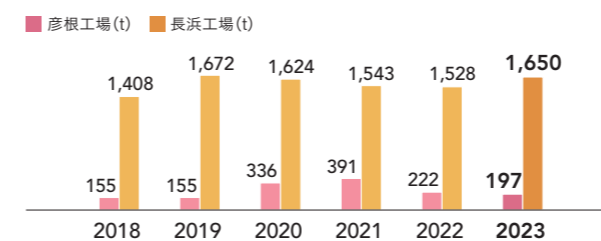
循環型社会の実現に貢献するため、Reduce(発生抑制)、Reuse(再使用)、Recycle(再生利用)の3R活動に取り組んでいます。

京都R&Dセンターでは、研究開発工程で発生する産業廃棄物の排出抑制とともに、排出する廃棄物の分別を徹底しています。リユースと国内科学分野の研究支援を目的に廃棄予定の機器の売却に取り組んでいるほか、コピー用紙の使用枚数の可視化による省資源の意識向上に努めたことで、前年の購入量を下回りました。

長浜工場では、屋外に設置している2つのタンクを接続したことで、非常時における片方のタンクからの廃棄物漏洩リスクが低減されました。

このほか、各拠点で各種書類の電子化による紙資源の削減などの取り組みも継続しています。

産業廃棄物排出量



執行役員 管理担当
西岡 浩一

今や企業の存続のためには環境や社会課題を重視したサステナビリティ経営が必須です。

当社は、第5次中期計画の経営基盤のテーマとして、ミッション「あなたというのちに、もっと笑顔を。」の実現に向けた人と職場の改革を掲げました。環境や社会課題への取り組みに際し、ポイントの一つ目は「従業員の自律」です。社外からの要求や会社からの指示という「やらされ感」(have to)でなく、従業員一人ひとりの「腹落ち感」を大切にし、「want to」を原動力とした挑戦をいたします。

二つ目は、「個人・会社・社会の3つのつながりの強化」です。環境・社会課題への取り組みは、ビジネスの世界では「きれいごと」「コスト増加要因」などと軽視される風潮が根強く残っています。「従業員のより良い人生」「より良い社会」の実現が「より良い会社」「ミッションの実現」につながるの認識のもと、個人・会社・社会の3つの利益の調和を追求していきます。

そして最後のポイントは、「手段の目的化の回避」です。環境・社会課題への取り組みにおいても数値目標の設定は不可欠です。しかし数値目標の達成が不可侵の目的になると、真の目的の実現が阻害されるおそれがあります。ミッションの実現をぶれない軸とした柔軟な活動に努めていきます。

当社は、従業員を手段としない経営を志しています。2022年12月にはエンゲージメントサーベイ(愛称:モアスマ。More smilesの略)を開始し、経営層と従業員との対話も継続しています。今後はさらに従業員が広く社会との対話を促進し、従業員エンゲージメント・企業価値・社会価値の一体的な向上を目指していきます。

コーポレート・ガバナンスの方針・活動

基本的な考え方

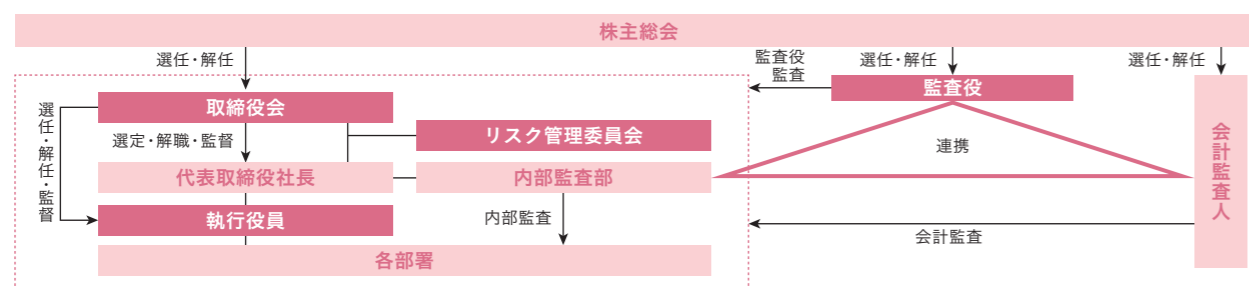
マルホが社会の発展に貢献し続けるためには、マルホの経営理念のもと、長期ビジョンと第5次中期計画に基づく中長期的な目線に立った経営の舵取りが必要であり、コーポレート・ガバナンスをさらに進化させていくことが欠かせません。その要は、実効性ある取締役会の運営であり、取締役がそれぞれの役割・責務を果たすことが不可欠です。また、社外取締役の客観的な経営への監視・監督や助言は、監査役、会計監査人および内部監査部による監査と合わせて、取締役の適正な業務執行を担保し、経営陣の迅速・果敢な意思決定を可能にします。実効性あるコーポレート・ガバナンスの推進を通じて、マルホの持続的成長や企業価値の向上の実現を目指していきます。

取締役会

経営の透明性・公平性を高め、取締役会において経営上の重要事項の迅速な意思決定を行うとともに、マルホおよびグループ会社の業務執行に関する報告を受け、取締役および執行役員の職務執行の監督を行っています。また、金融、財務会計、リスク管理等に関する多様な知見・専門性を備えた社外取締役は、取締役会での議論を通じ、中長期的な企業価値向上に向けた助言、経営の監督等の役割を担っています。これにより、マルホの経営に関する基本方針や経営上の重要事項について、取締役間での共有・理解の徹底、多面的な検証、議論を踏まえた方針決定・意思決定が可能になり、真に実効性の高い取締役会の実現を目指しています。なお、2023年9月期における社外取締役の出席率は100%でした。

コーポレート・ガバナンスの体制

当社の機関・内部統制の関係は、以下に示すとおりです。



取締役会の概要

構成	取締役9名、社外取締役2名、監査役1名
開催月	10月、11月、12月、1月、4月、5月、7月、8月、9月
主な議題	事業計画 ● グループ経営、事業計画達成度、次期事業計画基本方針および達成度評価スキーム ● 決算概況、内部監査結果、内部通報成果、社内外の動向 株主総会 ● 定時株主総会議案 役員 ● 役員改選人事、代表取締役選定、役員取締役選定 株式 ● 持株会間における株式譲渡 ● 株式持分譲渡割り当て

リスク・マネジメント

マルホの企業価値最大化を図るため、直面する、あるいは将来発生する可能性のあるリスクを識別し、適切なリスク管理サイクル(PDCAサイクル)を構築・推進することにより、リスクの回避または低減を図っています。

マルホが定めるリスク管理規程において、リスクとはマルホの収益や損失に影響を与えるような不確実な事象の中で、PDCAサイクルの手法を用いた全社横断的な管理が必要であり、リスク管理委員会が指定したものとしています。

1) コード・オブ・プラクティス等

法令・社会規範等の遵守、企業の社会的責任の遂行、また日本製薬工業協会(以下、製薬協)が定める「製薬協コード・オブ・プラクティス」や、「医療用医薬品製造販売業における景品類の提供の制限に関する公正競争規約」等の自主規範などの遵守に関わるリスク。

2) その他のリスク

情報管理リスク・人事リスク・風評リスク・災害リスク等、マルホにとって重要または発生頻度が高く、PDCAサイクルの手法を用いた全社横断的な管理が必要なリスク。

推進体制として、リスクに関する啓発・教育・自主点検の計画・立案、実施、報告をするとともに、リスク管理に関するPDCAサイクルが有効に機能していることを客観的に評価するために、内部監査部が「内部監査規程」によりモニタリングを実施しています。

また、「全社横断リスク(全社横断的な管理が必要なリスク)」と「事業リスク(戦略・事業計画を推進する上でのリスク)」に分類して管理を行っています。リスク管理委員会が管理している「全社横断リスク」啓発の取り組みとして、各リスクの担当部署からの啓発記事を社内ポータルサイトに掲載、並行してeラーニングテストを実施しています。

■ 全社横断リスク一覧

労務管理/災害、感染症/情報セキュリティ/特許・商標侵害/コード・オブ・プラクティス等/利益相反マネジメント/臨床研究法/メディアによる風評/社用車運転管理/ハラスメント

コンプライアンス

役員および従業員は、自らの行動、そして会社業務としての活動において、「マルホ コンプライアンス行動規準」を遵守します。

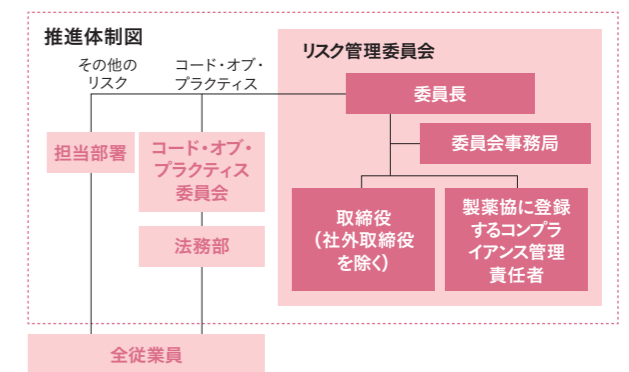
マルホは、事業活動を行う上で、民法、会社法、独占禁止法等の一般法令、医薬品医療機器等法をはじめとするさまざまな事業関係法令等を遵守し、反社会的勢力、団体とは一切の関係を持たず、それらの不当な要求に屈することなく、断固として対決します。生命倫理を含めた高い倫理観と良識を持ち、一人ひとりが自覚を持って自らの使命を認識し、行動することを宣言しています。

私たちは、製品の研究・開発・製造・販売等のさまざまな過程においてグループ会社または委託先に業務を委託した場合であっても、最終的な責任は私たちが担うことを自覚し、グループ会社または委託先と一体感をもって対応します。

推進体制

マルホでは、リスク管理委員会がコンプライアンス推進活動の中心的役割を担っています。

当委員会は、委員会が指定した全社横断的な管理が必要なリスクについて、PDCAサイクルの手法で、コード・オブ・プラクティス委員会や担当部署が管理するよう指示し、全社統括的なコンプライアンス推進を図っています。



内部通報制度(マルホホットライン)

マルホはコンプライアンス経営を徹底するため、法令等に抵触する行為について、直接相談あるいは通報できる内部通報窓口として「マルホホットライン」を社内および社外に設置・運用しています。制度の重要性や秘密保持、通報者保護を含む情報発信やeラーニング等による制度の理解促進と窓口の継続的周知を行っています。2023年9月期の社内外からの通報件数は16件(社内窓口16件、社外窓口0件)でした。

品質方針

当社は、健康を願う世界の人々に向けて、科学的根拠に立脚した情報とともに高品質の製品を安定的に供給するために、品質に対する方針を定めています。

- グローバルの視点で、品質に係るあらゆる法律や規則を遵守します。
- 医療ニーズを集め創意工夫を行い、より良い製品および情報を提供します。
- グローバル水準の品質マネジメントシステムを構築し、より質の高いレベルへと継続した改善を進めます。
- 品質方針実現のために経営資源を適正に配分します。

内部統制システムに関しては、コーポレートウェブサイト(<https://www.maruho.co.jp/about/governance/>)をご参照ください。
 * 有限責任監査法人トーマツに会社法に基づく会計監査を委嘱している。当監査法人は、我が国において一般に公正妥当と認められる企業会計の基準に準拠して、当社の当期の財産および損益の状況を「すべての重要な点において適正に表示している」と認めている。
 なお、本レポートに含まれる財務諸表は、会社法上の連結計算書類の開示内容と完全に一致させている。また、前期実績および連結キャッシュ・フロー計算書は当期の会計監査対象外であり、参考情報として掲載している。

取締役／監査役 (2023年12月時点)



執行役員 (2023年12月時点)

執行役員
管理担当
西岡 浩一

執行役員
研究担当
平田 和正

執行役員
開発担当
石濱 豊

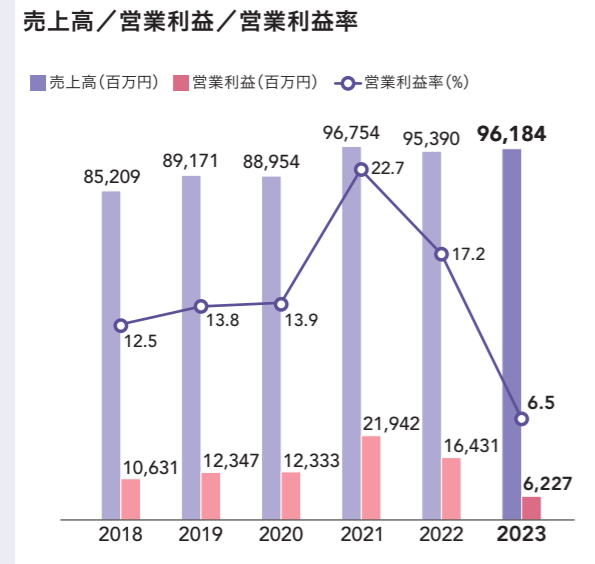
執行役員
レギュラトリーサイエンス担当
菅原 聡子

執行役員
信頼性保証/サイエンス担当
垣内 佳美

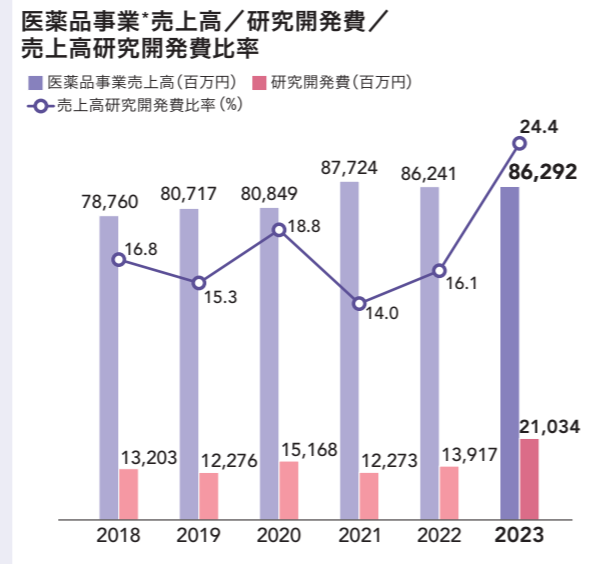
執行役員
マーケティング担当
会田 和彦

執行役員
営業担当
佐藤 義彦

財務ハイライト (連結) 2023年9月期

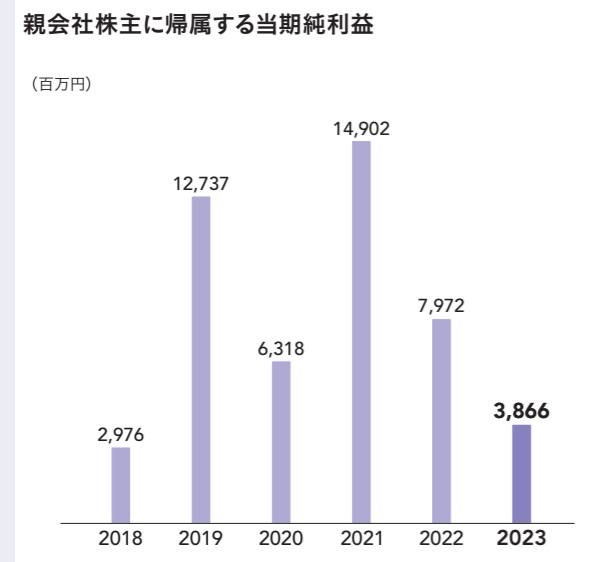


2018年9月期の売上高は852億9百万円でした。その後、新製品の上市や主力製品の伸長などにより、順調に推移しました。2023年9月期の売上高は、961億84百万円(前期比0.8%増)、営業利益は62億27百万円(同62.1%減)となりました。

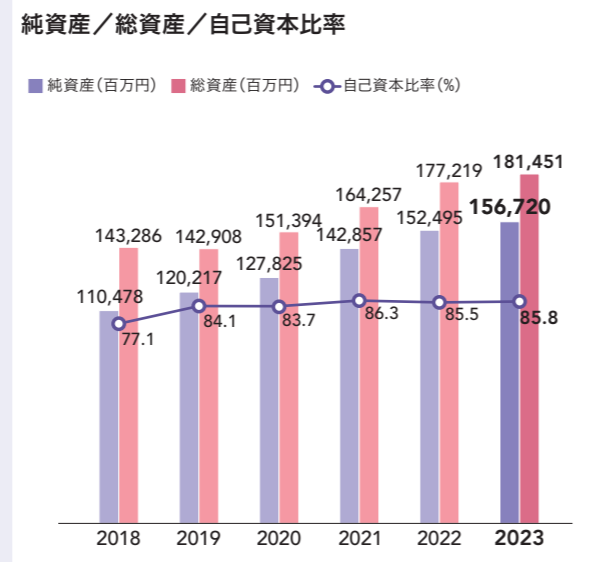


研究開発活動においては、国内外の企業や大学と広く連携を強化して新たな製品の創出・導入に取り組みました。尋常性疥癬治療剤「ペビオローション」やイムノクロマト法を用いた単純ヘルペスウイルスキット「デルマクイックHSV」の新発売という成果につながっています。

* マルホの医療機器事業、セルフケア事業およびMaruho Medical, Inc.の医療機器事業等も含まれています。



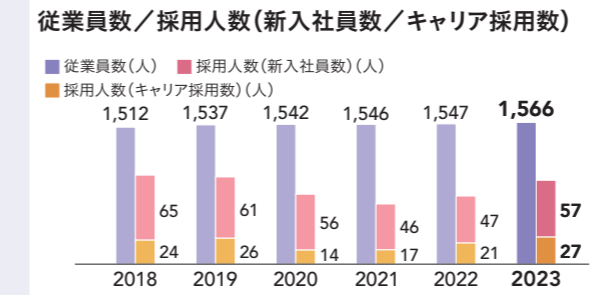
2023年9月期は、成長路線回帰に向けた積極的な投資活動の影響を受け、38億66百万円(同51.5%減)となりました。



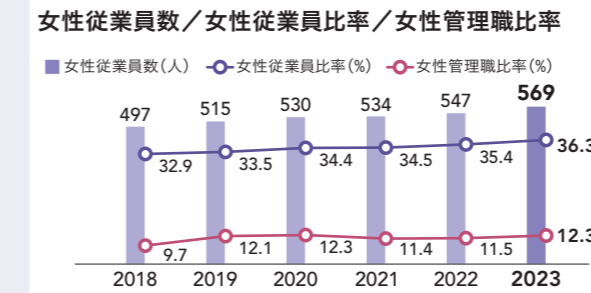
2023年9月期末における総資産は前期に比べ42億31百万円増加し、1,814億51百万円となりました。流動資産は、おもに現金及び預金の減少104億69百万円、商品及び製品の増加34億47百万円によって、25億84百万円の減少となりました。固定資産はおもに建設仮勘定の増加19億43百万円、投資有価証券の増加24億26百万円により、68億16百万円の増加となりました。純資産は、おもに利益剰余金の増加37億32百万円により前期比42億24百万円増加し、1,567億20百万円となりました。

非財務ハイライト (単体) 2023年9月期

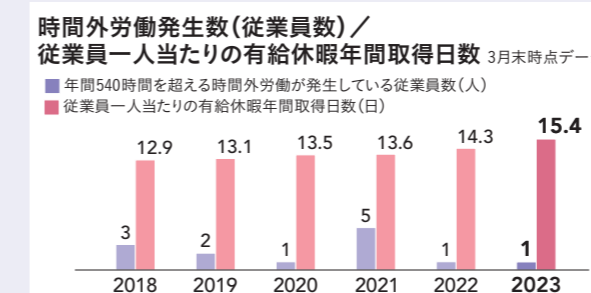
人材



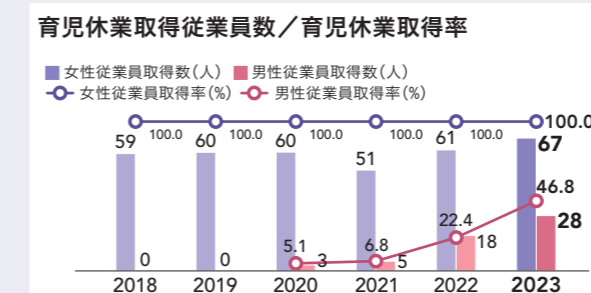
従業員数、採用人数ともに増加しています。採用については、ミッションの実現に必要なさまざまなチャレンジに取り組むために、積極的に人材を確保しています。



女性従業員数は年々増加し、2023年9月期は36.3%となりました。女性管理職比率は2024年9月までに15%以上にすることを目標に掲げています。

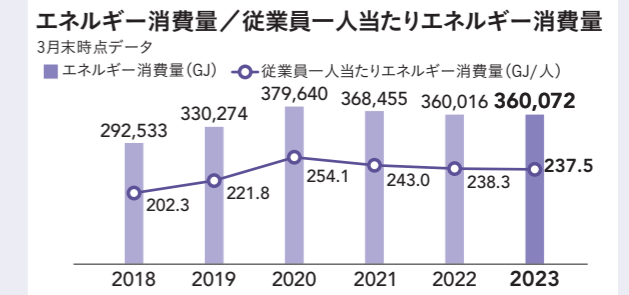


従業員のワークライフバランスが充実するよう、有給休暇取得推進や、時間外労働発生の抑制に取り組んでいます。

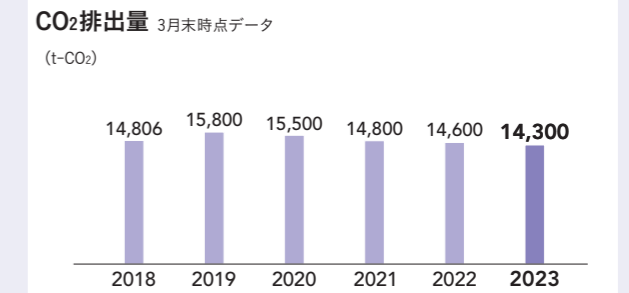


男性の育児休業取得従業員数が増加傾向にあります。男性が育児参加することへの理解および風土の醸成が進んでいます。

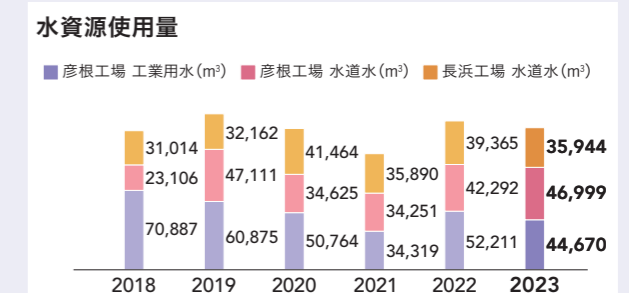
環境



2023年は彦根工場の改修によって稼働ライン数が増加しましたが、照明のLED化や各種省エネによりエネルギー消費量を微増に抑えることができました。



2050年度までにCO2排出量をゼロとする目標を掲げています。2023年3月時点では14,300t(前期比2%減)となりました。



各工場において、水資源の使用量の削減に努めています。2023年9月時点では、前期比4.6%削減しました。



彦根工場では、2022年以降、低いレベルを維持できています。長浜工場では、生産量の増加に伴い、産業廃棄物排出量が増加しました。

11カ年サマリー

(単位:百万円)

	2013年9月	2014年9月	2015年9月	2016年9月	2017年9月	2018年9月	2019年9月	2020年9月	2021年9月	2022年9月	2023年9月
会計年度:											
売上高	64,336	69,367	73,538	76,722	86,902	85,209	89,171	88,954	96,754	95,390	96,184
営業利益	10,862	6,256	7,682	7,424	14,731	10,631	12,347	12,333	21,942	16,431	6,227
経常利益	11,115	6,202	7,151	7,483	14,577	10,284	12,433	10,721	21,112	15,035	6,967
親会社株主に帰属する当期純利益	7,136	3,639	3,288	2,272	8,463	2,976	12,737	6,318	14,902	7,972	3,866
会計年度末:											
純資産	84,057	93,878	96,592	99,984	108,985	110,478	120,217	127,825	142,857	152,495	156,720
総資産	100,042	124,750	134,484	137,554	145,096	143,286	142,908	151,394	164,257	177,219	181,451
1株当たりの金額(円):											
1株当たり純資産額	11,034.01	11,533.32	12,117.75	12,531.01	13,675.28	14,440.31	15,713.18	16,569.98	18,531.20	19,794.54	20,348.96
1株当たり当期純利益	936.82	476.44	429.85	297.00	1,106.30	389.09	1,664.83	825.81	1,947.92	1,042.12	505.43
キャッシュ・フロー:											
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,384	4,641	10,117	10,433	11,923	11,385	11,573	20,042	18,063	16,651	△ 1,732
投資活動によるキャッシュ・フロー	2,083	△ 8,980	△ 7,906	△ 15,554	△ 10,824	△ 13,595	△ 11,706	△ 4,817	△ 4,591	△ 7,597	△ 8,029
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 137	10,687	2,600	△ 3,024	△ 583	△ 681	△ 10,245	△ 686	△ 570	△ 589	△ 617
財務指標等:											
自己資本比率(%)	84.0	70.7	68.9	69.7	72.1	77.1	84.1	83.7	86.3	85.5	85.8
自己資本利益率(%)	8.5	4.1	3.6	2.4	8.4	2.8	11.0	5.1	11.1	5.4	2.5
従業員数(人)	1,287	1,526	1,588	1,716	1,838	1,930	2,093	2,150	2,181	2,213	2,241

(注)1. 会計監査については、「コーポレート・ガバナンスの方針・活動」内部統制システムに関する注釈(P.40)をご参照ください。

2. 「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」等を2019年9月期の期首から適用しており、2018年9月期に係る数値については、当該会計基準等を遡って適用した後の数値となっています。

連結貸借対照表

(単位:百万円)

	2022年9月	2023年9月
(資産の部)		
流動資産	125,932	123,348
現金及び預金	69,533	59,063
受取手形及び売掛金	30,125	31,524
商品及び製品	13,644	17,092
仕掛品	4,910	6,301
原材料及び貯蔵品	5,608	6,370
未取還付法人税等	—	403
その他	2,109	2,592
固定資産	51,286	58,103
有形固定資産	25,591	28,148
建物及び構築物	15,529	16,558
機械装置及び運搬具	4,810	4,125
工具、器具及び備品	1,086	1,337
土地	2,125	2,145
建設仮勘定	2,039	3,982
無形固定資産	7,663	6,366
ソフトウェア	2,423	2,279
のれん	331	10
販売権	3,858	3,116
その他	1,049	960
投資その他の資産	18,032	23,588
投資有価証券	7,472	9,899
関係会社長期貸付金	294	98
退職給付に係る資産	3,906	6,857
繰延税金資産	4,939	5,185
その他	1,418	1,547
資産合計	177,219	181,451
(負債の部)		
流動負債	23,254	23,268
支払手形及び買掛金	5,145	7,184
短期借入金	200	200
1年内返済予定の長期借入金	392	—
未払金	7,376	9,552
未払法人税等	4,150	456
賞与引当金	3,739	3,710
その他	2,251	2,165
固定負債	1,469	1,461
繰延税金負債	18	63
役員退職慰労引当金	1,075	1,019
資産除去債務	195	198
その他	180	180
負債合計	24,723	24,730
(純資産の部)		
株主資本	149,097	152,830
資本金	382	382
資本剰余金	4,251	4,251
利益剰余金	144,463	148,196
その他の包括利益累計額	2,344	2,853
その他有価証券評価差額金	623	298
繰延ヘッジ損益	67	95
為替換算調整勘定	1,653	2,459
非支配株主持分	1,053	1,036
純資産合計	152,495	156,720
負債純資産合計	177,219	181,451

* 前年度監査対象外

連結損益計算書

(単位:百万円)

	2022年9月	2023年9月
売上高	95,390	96,184
売上原価	33,363	35,614
売上総利益	62,027	60,570
販売費及び一般管理費	45,596	54,342
営業利益	16,431	6,227
営業外収益	760	2,971
受取利息	32	15
受取配当金	15	17
受取補償金	67	1
受取賃料	27	27
受取保険金	55	59
助成金収入	45	34
投資有価証券評価益	—	2,626
為替差益	476	—
その他	39	189
営業外費用	2,155	2,231
支払利息	15	10
支払手数料	8	8
持分法による投資損失	1,892	1,994
為替差損	—	205
その他	239	12
経常利益	15,035	6,967
特別利益	—	15
持分変動利益	—	15
投資有価証券売却益	—	0
特別損失	2,370	763
固定資産除売却損	89	58
投資有価証券評価損	2,001	459
減損損失	279	244
税金等調整前当期純利益	12,665	6,219
法人税、住民税及び事業税	5,367	2,631
法人税等調整額	△ 659	△ 254
法人税等合計	4,708	2,377
当期純利益	7,956	3,841
非支配株主に帰属する当期純損失	△ 16	△ 25
親会社株主に帰属する当期純利益	7,972	3,866

* 前年度監査対象外

連結株主資本等変動計算書

2022年9月 (単位:百万円)

	株主資本			
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	株主資本合計
当期首残高	382	4,251	136,624	141,258
当期変動額				
剰余金の配当			△ 133	△ 133
親会社株主に帰属する当期純利益			7,972	7,972
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)				—
当期変動額合計	—	—	7,839	7,839
当期末残高	382	4,251	144,463	149,097

	その他の包括利益累計額				非支配株主持分	純資産合計
	その他有価証券評価差額金	繰延ヘッジ損益	為替換算調整勘定	その他の包括利益累計額合計		
当期首残高	0	38	479	518	1,080	142,857
当期変動額						
剰余金の配当				—		△ 133
親会社株主に帰属する当期純利益				—		7,972
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	623	29	1,173	1,826	△ 27	1,799
当期変動額合計	623	29	1,173	1,826	△ 27	9,638
当期末残高	623	67	1,653	2,344	1,053	152,495

2023年9月 (単位:百万円)

	株主資本			
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	株主資本合計
当期首残高	382	4,251	144,463	149,097
当期変動額				
剰余金の配当			△ 133	△ 133
親会社株主に帰属する当期純利益			3,866	3,866
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)				—
当期変動額合計	—	—	3,732	3,732
当期末残高	382	4,251	148,196	152,830

	その他の包括利益累計額				非支配株主持分	純資産合計
	その他有価証券評価差額金	繰延ヘッジ損益	為替換算調整勘定	その他の包括利益累計額合計		
当期首残高	623	67	1,653	2,344	1,053	152,495
当期変動額						
剰余金の配当				—		△ 133
親会社株主に帰属する当期純利益				—		3,866
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	△ 325	27	806	508	△ 16	491
当期変動額合計	△ 325	27	806	508	△ 16	4,224
当期末残高	298	95	2,459	2,853	1,036	156,720

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	2022年9月	2023年9月
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	12,665	6,219
減価償却費	5,123	5,068
減損損失	279	244
のれん償却額	120	65
持分変動利益	—	△ 15
賞与引当金の増減額(△は減少)	△ 143	△ 33
役員退職慰労引当金の増減額(△は減少)	30	△ 56
受取利息及び受取配当金	△ 47	△ 32
支払利息	15	10
持分法による投資損益(△は益)	1,892	1,994
投資有価証券評価損益(△は益)	2,001	△ 2,166
固定資産売却損益(△は益)	82	1
売上債権の増減額(△は増加)	319	△ 1,335
たな卸資産の増減額(△は増加)	△ 1,317	△ 5,578
仕入債務の増減額(△は減少)	235	2,024
その他流動資産の増減額(△は増加)	△ 332	△ 478
その他流動負債の増減額(△は減少)	448	1,828
その他	△ 1,592	△ 2,897
小計	19,779	4,864
利息及び配当金の受取額	47	31
利息の支払額	△ 14	△ 11
法人税等の支払額又は還付額(△は支払)	△ 3,161	△ 6,617
営業活動によるキャッシュ・フロー	16,651	△ 1,732
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△ 3,037	△ 5,717
無形固定資産の取得による支出	△ 2,998	△ 1,044
定期預金の増減額(△は増加)	24	164
投資有価証券の取得による支出	△ 2,101	△ 1,584
関係会社株式の取得による支出	△ 282	△ 346
投資有価証券の償還による収入	300	—
その他	497	500
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 7,597	△ 8,029
財務活動によるキャッシュ・フロー		
長期借入金の返済による支出	△ 393	△ 392
配当金の支払額	△ 133	△ 133
その他	△ 62	△ 90
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 589	△ 617
現金及び現金同等物に係る換算差額	731	51
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	9,194	△ 10,327
現金及び現金同等物の期首残高	59,547	68,741
現金及び現金同等物の期末残高	68,741	58,414

* 前年度監査対象外

経営成績

2023年9月期の実績

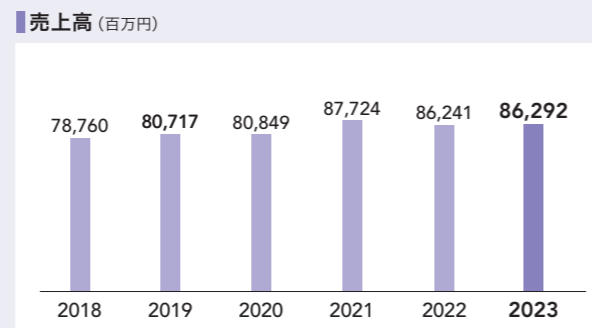
日本国内における医療用医薬品市場では、新型コロナウイルス感染症の影響を受けつつも、抗悪性腫瘍剤や免疫抑制剤等の売上が増加したことで、穏やかな回復基調で推移しました。また、その他の事業であるばね・医療機器部品・機械業界においては材料、部品価格の高騰の影響を受けました。このような状況下、当連結会計年度における売上高は961億84百万円(前期比0.8%増)となりました。また、営業利益は62億27百万円(同62.1%減)、経常利益は69億67百万円(同53.7%減)となりました。親会社株主に帰属する当期純利益は38億66百万円(同51.5%減)となりました。

2024年9月期の見通し

アトピー性皮膚炎、ざ瘡、多汗症、帯状疱疹を注力領域とし、効率的な資源配分と患者さん個々のアンメットニーズに真摯に応えていくことで、薬価改定等による売上高の減少を補い、成長軌道を維持していきます。2024年9月期はアトピー性皮膚炎のかゆみを対象とした抗体医薬品「ミチーガ皮下注用シリンジ」の小児への適応追加に加え、結節性痒疹への効能追加を予定しており、早期市場浸透を図るとともに、診断薬事業などの新規事業のさらなる成長により、売上高988億85百万円(前期比2.8%増)の増収を見込んでいます。

医薬品事業の分析

製品名	要因	売上の増減
血行促進・皮膚保湿外用剤「ヒルドイド」	薬価改定	減
ヒト化抗ヒトIL-31受容体Aモノクローナル抗体「ミチーガ皮下注用シリンジ」	新たな治療方法の提供	増
原発性腋窩多汗症治療剤「ラビフォートワイブ」	新たな治療方法を継続的に提供	増

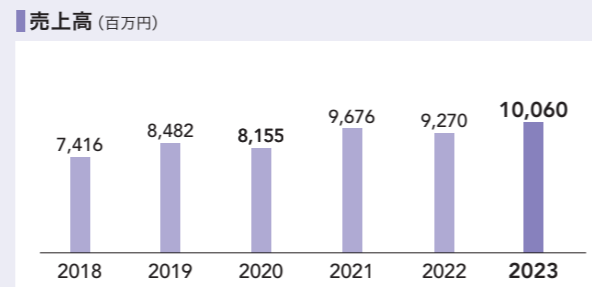


売上高 **862億92百万円**(前期比0.1%増)
セグメント利益 **63億73百万円**(同61.9%減)

その他事業の分析

マルホ発條工業株式会社等のばね・医療機器部品・機械事業により、売上高は100億60百万円(前期比8.5%増)で初の100億円超えを達成、セグメント損失は1億67百万円(前期は3億25百万円のセグメント損失)となりました。

2024年9月期は、ばね事業におけるさらなる新規受注、医療機器事業における医療機器組立、ステント量産技術構築や機械事業における標準・ユニット化、生産性改革へ挑戦することにより、売上高106億円(前期比5.4%増)の増収を見込んでいます。



売上高 **100億60百万円**(前期比8.5%増)
セグメント利益 **1億67百万円**(同1億58百万円の損失減)

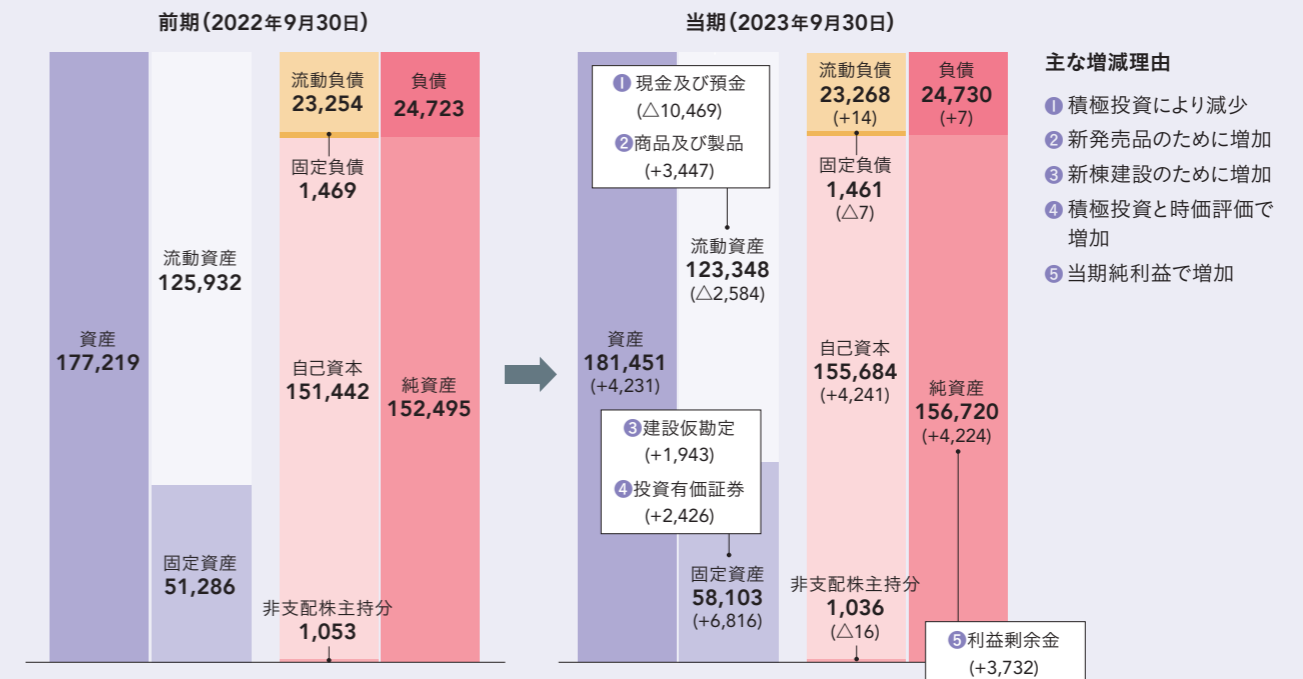
財政状態

2023年9月期末の総資産は前期末比42億31百万円増加し、1,814億51百万円となりました。流動資産は、おもに現金及び預金の減少104億69百万円、商品及び製品の増加34億47百万円によって、25億84百万円の減少となりました。固定資産はおもに建設仮勘定の増加19億43百万円、投資有価証券の増加24億26百万円により、68億16百万円の増加となりました。負債は、前期末比7百万円増加し、247億30百万円となりました。流動負債の増加14百万円、固定負債の減少7百万円によるものです。純資産は、おもに利益剰余金の増加37億32百万円により前期末比42億24百万円

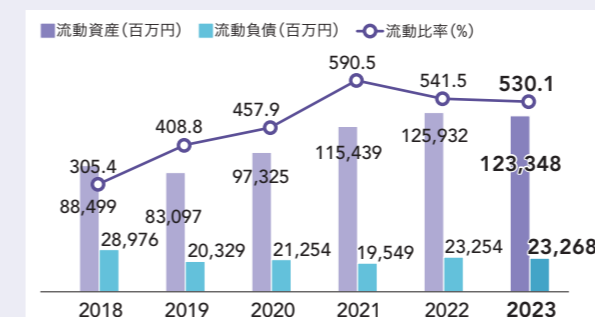
増加し、1,567億20百万円となりました。

流動比率は530.1%、自己資本比率は85.8%と高水準で推移しており、短期的支払能力、長期的支払能力とも十分な健全性を保っています。

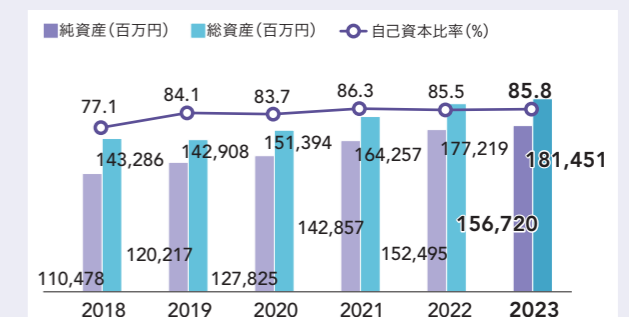
連結貸借対照表の概要(百万円)



流動資産／流動負債／流動比率



純資産／総資産／自己資本比率



キャッシュ・フロー

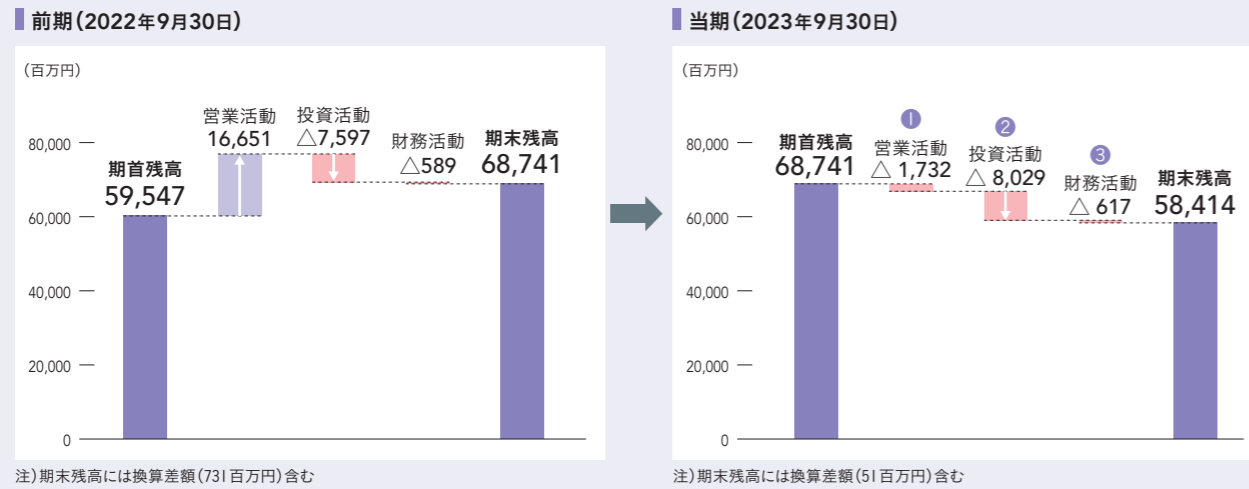
2023年9月期末における現金及び現金同等物の残高は、584億14百万円(前期比15.0%減)となりました。各活動の詳細な増減については下記のグラフに記載しています。

マルホグループの主な資金需要は、研究開発に加え、製造設備の増設、研究開発機能の充実・強化、販売権の取得など有形・無形の固定資産への投資が中心となっています。マルホグループでは、これらの投資に加え、一定の戦略的投資機会にも対応できる現預金水準を確保しています。

なお、マルホグループは株式会社格付投資情報センターより「A-」の格付を取得しており、2023年9月には格付の方向性が「安定的」から「ポジティブ」に変更されました。また、

国内の金融機関において合計100億円のコミットメントラインを設定し、流動性の補完にも対応が可能です。

連結キャッシュ・フロー計算書の概要



① 営業活動によるキャッシュ・フロー

営業活動により使用したキャッシュ・フローは、積極的な投資により前期に比較して減少した税金等調整前当期純利益62億19百万円のほか、新発売に備えたたな卸資産の増加、法人税等の支払などにより、17億32百万円(前期は166億51百万円の獲得)となりました。

② 投資活動によるキャッシュ・フロー

投資活動により使用したキャッシュ・フローは、積極的な設備投資により有形・無形固定資産の取得に67億62百万円支出したことなどにより、80億29百万円(前期比5.7%増)となりました。

③ 財務活動によるキャッシュ・フロー

財務活動により使用したキャッシュ・フローは、6億17百万円(前期比4.6%増)となりました。

投資

投資判断

持続的な成長のためのメリハリのある投資を行い、売上高の最大化を目指していく考えです。そのため、財務状況の定期モニタリングを実施し、業務効率化や無駄な業務削減を推進することで、将来の新たな投資につなげる原資獲得を目指しています。

ベンチャー企業への出資機会も増加していますが、早期開発パイプライン強化、開発コストダウンやスピードアップ、R&Dの経験値上昇として成果が徐々に表れています。

これらの投資判断については、経営指標であるコア営業利益35%以上の確保をクリアすることに加え、安定的にキャッシュを創出できる投資であるかを意識し、投資の可否を判断しています。一方、いかなる状況においても、高品質かつ安定的に供給できる体制を構築することが製薬企業の責務であるため、IoT活用や新規技術の実現へ向けた投資を継続していきます。

設備投資

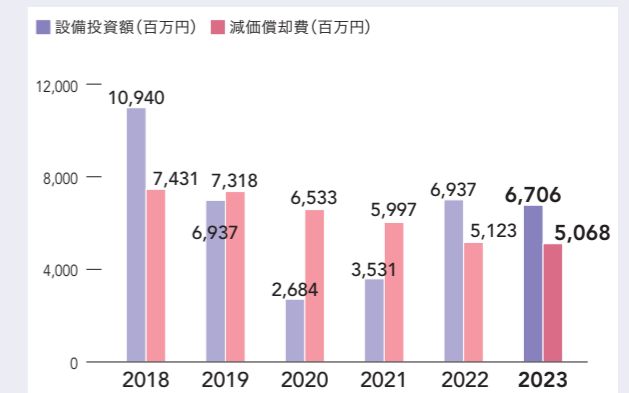
マルホグループは、医薬品製造設備の増設、研究開発機能の充実・強化等を中心とした設備投資を継続的に実施しています。

2023年9月期の設備投資額の総額は67億6百万円となりました。医薬品事業においては、設備投資額の総額は61億83百万円となりました。

主な内容は彦根工場の製造設備の取得・既存建物の改修工事、京都R&Dセンターの実験機器の取得・既存建物の改修工事および社内業務効率化を目的としたソフトウェアの導入・改修、立山製薬工場株式会社の新棟の建設によるものです。

その他の事業においては、5億23百万円の設備投資を実施しました。主な内容は、マルホ発條工業株式会社等の製造設備の取得によるものです。

設備投資額／減価償却費





マルホ発條工業株式会社

技術を磨き、事業を創る—— 価値創造企業へのさらなる成長

精密加工技術で成長を続ける企業として お客さまのご要望に応え続けます

マルホ発條工業株式会社 代表取締役社長 岩瀬 邦宏

私たちマルホ発條工業は、より良い方法を常に検討し、匠の技術も取込みながら、その時々ベストを尽くすことで安心・安全・高品質な製品を世に送り出し、お客さまのご要望にお応えしてまいりました。

職場は、従業員一人ひとりの努力・労力を高め、働きがいや成長を感じられる場と考え、確かな技術と変化を恐れない姿勢を貫き、昔ながらの手加工から最新の機器の活用まで、持てる技術を最大限駆使してスピード感のある製品提供を行ってまいります。



マルホ発條工業株式会社とマルホ株式会社

マルホ発條工業株式会社(以下、マルホ発條工業)は、1952年にマルホの前身である「マルホ商店」の発條部として発足しました。戦後の不安定な経済環境の中、医薬品事業を継続させるための資金創出をねらって、ばね事業を開始しました。その後、1954年にマルホ発條工業としてマルホ商店から分社独立しました。現在、ばね・機械・医療機器部品事業を軸に、金属精密加工を強みとするグローバルなものづくり企業へと成長しています。京都に本社を構え、国内2社と海外7社を擁する企業グループとして事業を展開しています。

マルホ発條工業とマルホは、約70年にわたって緊密な協業関係を維持しています。主に医療機器の開発において連携しており、会社間の人材交流も活発に行っています。

マルホ発條工業株式会社 (2023年9月現在)

設立	1954年
従業員数	494名(連結) / 291名(単体)
資本金	9,360万円
業務内容	1. 各種精密スプリング・板ばねの製造ならびに販売 2. 各種自動包装机・省力機器の設計ならびに製造販売 3. 各種医療機器部品の開発ならびに製造販売

グループ会社

国内	亀岡スプリング株式会社(ばね事業)
アジア	Maruho Hatsujyo (Thailand) Co. Ltd.(ばね事業/タイ) Maruho Hatsujyo Asia Pte. Ltd.(ばね事業/シンガポール) Pt. Maruho Hatsujyo Batam(ばね事業/インドネシア)
アメリカ	Maruho Hatsujyo Innovations, Inc.(北米地域統括会社) Maruho Machinery Solutions, Inc.(機械事業) Maruho Relucent, Inc.(医療機器部品事業、金属) Maruho Plastics Solutions, Inc.(医療機器部品事業、樹脂)

2023年9月期の評価

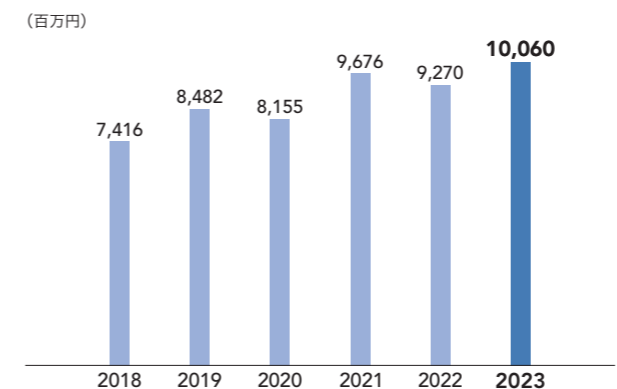
2023年9月期は、マルホ発條工業における第3次中期計画の最終年度であり、会社設立70周年という節目の年でした。

新たに策定したミッションのもと、お客さまの多様なニーズへの対応力強化に注力しました。「現場力の横展開」を掲げて、事業間の垣根を越えたものづくりを推進し、一事業部では対応できないテーマについて「アメーパプロジェクト」と題した全社横断的なチームを編成することで、技術とノウハウを結集してニーズに応えています。併せて、従業員が他事業へも関心を持てるよう、社内インターンシップによる環境づくりを進めました。今後もグループ内のリソースを融合して活用することで、新たな価値創造と事業拡大を目指します。

また、生産能力の増強を目指し、2023年6月に亀岡工場の新棟建設に着手しました。

業績については、マルホ発條工業グループ合計で売上高100億60百万円(前期比8.5%増)と初の100億円超えを達成しました。

マルホ発條工業グループ合計売上高



2024年9月期以降の取り組み

2024年9月期から3カ年の第4次中期計画で「グループ力の結集」をさらに推し進めます。グローバル市場における収益性向上、重点製品の販売拡大、設計・製造工程の標準化、加工技術のさらなる熟成、新規製品事業の創造を課題に設定しました。基本方針として「技術を磨き、事業を創る」を掲げ、メインテーマに「デジタルマーケティング(マーケティングオートメーションを活用した拡販)」「生産性改革」「技術改革」「人材育成・働き方改革」「グローバル経営構築」の5つを挙げています。

2022年12月に発表した新たな経営理念を全従業員の拠り所として事業を推進し、2026年9月期にはグローバルを含めた連結売上高125億円の達成を目指します。

サステナビリティの取り組み

マルホ発條工業は設立以来、常にお客さまに寄り添い、ニーズを的確にとらえた技術開発でお客さまの課題解決に貢献してきました。社会の信頼に応え続けるべく、国連グローバル・コンパクトの10原則を踏まえ、サステナブルな成長とSDGs達成への貢献を目指す経営を実践しています。

サステナビリティへの取り組みについて、従業員の理解を深めるため、2022年12月から「サステナビリティレポート」を従業員向け発行しています。



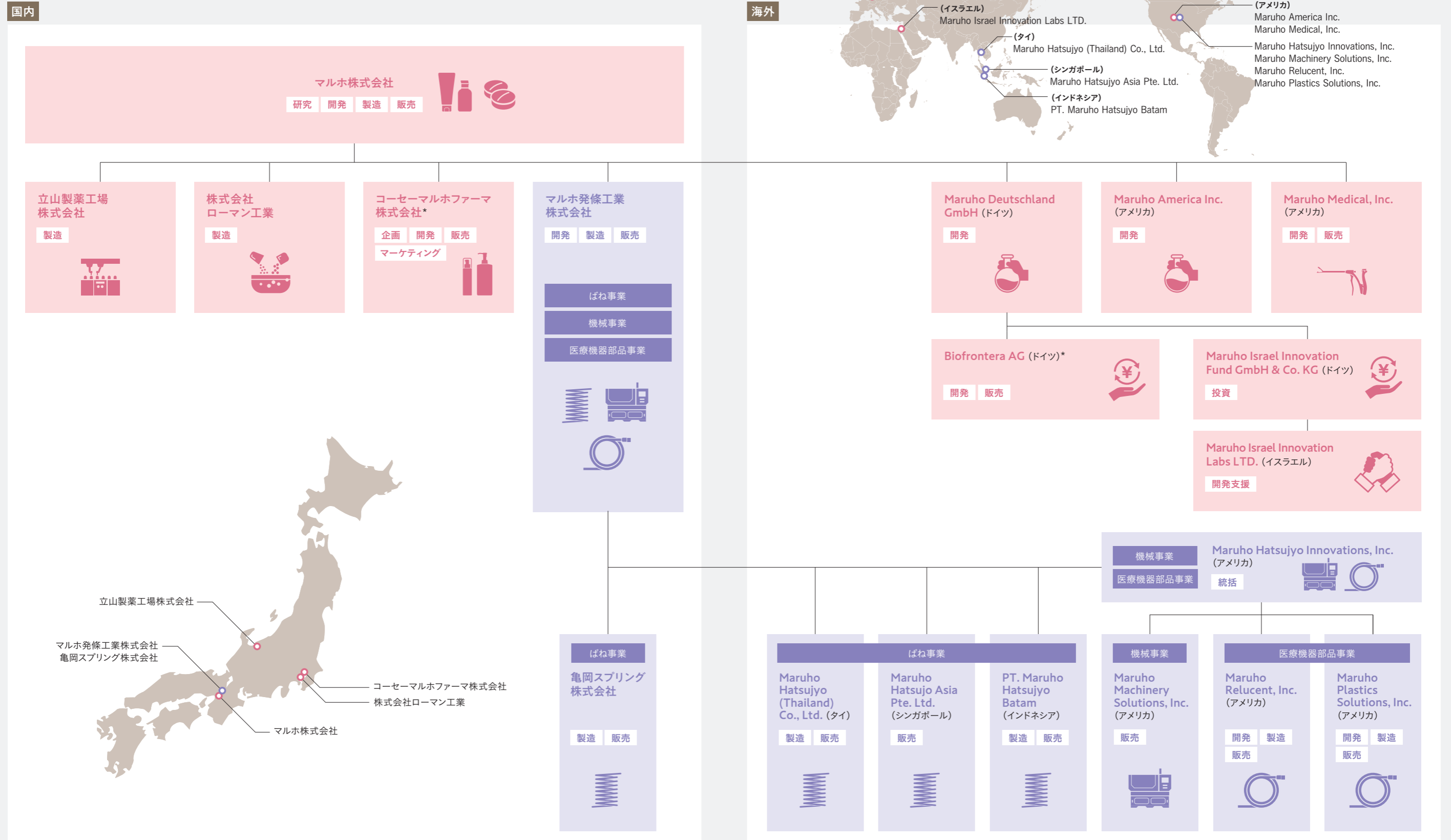
マルホ発條工業 サステナビリティレポート

2023年9月期の各事業の取り組み

事業	具体的な取り組み
ばね事業	● 国内事業の拡販……高付加価値事業創造、成長市場への拡販 ● アジア事業で拡大……アジアセールスマーケティング、最適地生産、ASEAN拡販
機械事業	● 主力事業強化……製薬事業に加え、食品、化粧品、医療機器等向けの販売拡大 ● 新規事業……チューブ充填機の開発、販売 ● 北米事業……Eagle LP(標準機)の開発、販売
医療機器部品事業	● 主力事業強化……新規主要顧客とのビジネス展開 ● 新規事業……ステント事業の拡充 ● 北米事業……日米連携強化

主なマルホグループ

赤：医薬品事業 紫：その他の事業（ばね・機械・医療機器部品事業）



* 持分法適用関連会社

会社概要 (2023年9月現在)

社名	マルホ株式会社
創業	1915年7月
設立	1949年10月
資本金	3億8,253万円(非上場)
決算期	9月
従業員数	2,241名(連結*1) / 1,566名(単体*2)

*1 就業人員数(当社グループから当社グループ外への出向者を除き、当社グループ外から当社グループへの出向者を含む)であり、パートタイマーおよび派遣社員を除いています

*2 就業人員数(当社から当社外への出向者を除き、当社外から当社への出向者を含む)であり、パートタイマーおよび派遣社員を除いています

会計監査人 有限責任監査法人トーマツ

株式の状況 (2023年9月現在)

発行可能株式総数	20,000,000株
発行済株式の総数	7,650,720株
株主数	18名
大株主 (持株数 / 持株比率)	マルホグループ社員持株会 (2,309千株 / 30.18%) 公益財団法人マルホ・高木皮膚科学振興財団 (2,296千株 / 30.01%) マルホグループ役員・執行役員持株会 (1,439千株 / 18.81%)

ウェブサイトのご案内

幅広いステークホルダーの皆さまを対象に、マルホの事業活動を中心としたさまざまな取り組みを掲載しています。



コーポレートウェブサイト
<https://www.maruho.co.jp/>



医療関係者向けサイト
<https://www.maruho.co.jp/medical/>



患者さん・
一般の皆さま向けサイト
<https://www.maruho.co.jp/kanja/>


マルホ株式会社

〒531-0071
大阪府大阪市北区中津1丁目5-22
TEL: (06)6371-8876(代表)

