



maruho

2022

マルホレポート ▶ 2022年9月期

経営理念

マルホの歴史は、創業者 木場栄熊こばえいくまの「薬で社会に貢献したい」という想いから始まりました。

以来100年以上にわたって、医療用医薬品を中心としたさまざまな事業を幅広く展開しています。

1971年に創業者の想いを初めて明文化した「社是」を制定し、社会への貢献と持続的な成長を目指してきました。

さらに社会の変化に対応した未来志向の経営理念が不可欠であるという考えのもと、

2022年10月に全従業員が関わる形で「経営理念」を刷新し、
誰もが笑顔で暮らすことのできる社会の実現を目指していきます。

－Mission－

「あなたといういのちに、もっと笑顔を。」

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、かけがえの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－

「誠実であれ」

「シグナルを感じ取れ」

「ワクワクで世界を変えよう」

「超えていこう」

「共に意志を響かせよう」

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。



目次

マルホの力

- 01 経営理念
- 02 マルホグループのあゆみ
- 04 マルホグループのちから
- 06 財務ハイライト・非財務ハイライト

マルホの活動報告・成長戦略

- 08 社長メッセージ
- 14 経営理念の刷新と従業員の実践の促進
- 16 研究開発活動
- 18 生産活動
- 20 情報提供活動
- 22 グローバル展開
- 23 事業領域の拡大
- 25 マルホ発條工業株式会社

支える力ーマルホの持続的成長ー

- 28 ミッション実現に向けてー経営基盤ー
- 30 社会
- 32 環境
- 33 社会貢献活動
- 34 コーポレート・ガバナンス
- 38 取締役／監査役／執行役員

財務・会社情報

- 40 連結経営指標等
- 42 経営成績および財務分析
- 44 連結貸借対照表
- 46 連結損益計算書
- 47 連結株主資本等変動計算書
- 49 連結キャッシュ・フロー計算書
- 50 主なマルホグループ
- 52 製品一覧
- 53 会社概要

「マルホレポート2022」発行にあたり

「マルホレポート2022」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

2021年10月1日～2022年9月30日
当該期間以外の活動も一部掲載しています。

あなたといういのちに、もっと笑顔を。

2020年12月、マルホの代表取締役社長に、杉田淳が就任しました。
100年以上にわたり発展を続けてきたマルホの歴史を踏まえ、誰もが笑顔で暮らすことのできる社会の実現を目指しています。

マルホは現在、優れた医薬品を研究・開発・製造・販売する皮膚科学領域の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。
国内外のグループ企業との連携・協業も積極的に行い、診断薬、医療機器、セルフケアなどの広範な事業展開により、多様な皮膚疾患ニーズに的確なソリューションを提供しています。
とくに70年にわたり協業関係にあるマルホ発條工業株式会社とは、緊密な連携のもと、両社の強みを活かした取り組みを展開しています。

これからも私たちマルホグループは、健全な成長と企業価値の向上に努めていきます。

2022年10月には、私たちが未来に向かって力強く進んでいくための羅針盤として、全従業員が関わる形で経営理念を刷新しました。「あなたといういのちに、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、マルホの新しい求心力・原動力としていきます。



杉田淳

— History —

海外の優れた医薬品を日本に取り入れ
人々の日常生活の質の向上に貢献

マルホの歴史は、創業者である木場栄熊が、1915年、大阪に医薬品製造と卸を兼ねる「マルホ商店」を創業したことに始まります。



木場栄熊

木場は、「薬で社会に貢献したい」という想いのもと、1901年に単身渡米。アメリカの先進的な製薬の知識を得て、帰国後も自ら世界の薬剤情報を提供する医師のパートナーとして従事するなど、経営者でも同時に、日本の医薬情報担当者(MR)、ひいては日本の医薬品業界の道を切り拓いた人物でもあります。



H. K. Mulford Co.

創業当初は、海外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」という社名も、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。

木場は、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もこだわりました。1931年に国産化に成功した蚊よけクリーム「モスキトン」は、小説家・谷崎潤一郎の「細雪」に登場するなど、マルホの薬は、人々の生活に深く溶け込んでいました。



「モスキトン」当時の広告

1939年には「株式会社マルホ商店」と屋号を変更しましたが、太平洋戦争中、医薬品業界における企業整備によりいったん解散し、戦後に二度目の創業を迎えました。

生命(いのち)の源である健康に奉仕
医薬品事業を通じた社会への貢献

1950年に入社し、木場からマルホの経営を託された高木二郎は、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。

1971年に示された社は「真実の追求」は、あるがままの現在の姿を知り、あるべき将来の姿を求める哲学心であり、「みんなと共によりよく生きること」を最終目標とする社会全般を支える基本的精神でもありました。



高木二郎

真実の追求

さらに、日々の行動基準として、「マルホという共通の場に立って、個人・社員・社会人としての真実を追求する」という「経営基本方針」を示したほか、職場とは何かを示す概念として「職場人間形成論」を掲げ、「会社こそ人間形成の場である」と説きました。また、文化人としての一面も持ち、美しい心・豊かな人生を育むとして、俳詠を主宰したり、工場などにモニュメントを据えたりするなど、文化・芸術活動を通じた社会への貢献に関わり続けました。

当時のマルホは、戦後の経済再建が進む中、ドイツからの製品輸入を再開し、徐々に経営基盤を踏み固めていきました。1960年代後半からは自社ブランドへの挑戦をはじめ、工場の建設や営業所の開設、研究所の設立など、事業を急速に拡大させました。

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、国内生産が可能ならぬ事業にも進出しました。1952年、社内に「発條部」を立ち上げ、2年後にマルホ発條工業株式会社として独立。以来70年にわたり、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ループ企業としてマルホとの緊密な協業関係を維持しています。

発條部(1952年)



皮膚科学領域のリーディングカンパニーへ
幅広い皮膚疾患の患者さんに貢献

1999年に代表取締役社長に就任した高木幸一(現 代表取締役会長)は、企業使命(ミッション)「人類の健康に対し、質の高い貢献を行う」を表明し、事業を「外用剤」と「皮膚科学領域」に特化するということをもって、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。



高木幸一

マルホは、「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たことにより、「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ました。



ポーター賞



こうした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。2011年には新たな長期ビジョン「Excellence in Dermatology」を策定し、皮膚科学領域において、従来の医薬品事業による貢献のみならず、予防やアフターケアの観点から人々のQOL向上への貢献を視野に入れ、人々の健康に対して関わり続けることをビジョンとして掲げました。

現在では、アトピー性皮膚炎やざ瘡(ニキビ)、乾癬や感染症といった疾患から乳児血管腫といった希少疾患まで、幅広い皮膚疾患の患者さんに貢献しています。

マルホは、「薬で社会に貢献したい」という志にはじまり、整形外科、外科領域で発展してきました。その後、外用剤ブランドの確立と皮膚科学領域への展開と、変化を遂げました。たゆまぬ研究開発を通じて患者さんと医療関係者の期待に応える医薬品を創造しつつ、着実な成長を実現し、皮膚科学領域におけるリーディングカンパニーとして確固たるプレゼンスを示し、社会に貢献し続けています。

現在は、マルホ発條工業株式会社をはじめ、国内7社、国外16社のグループ会社を擁し、医療用医薬品、診断薬、医療機器、セルフケアなどの多様な事業を展開する企業グループに進化しています。

皮膚疾患領域での市場リーダー

国内皮膚疾患医療用外用剤市場シェア

No.1

38%

皮膚科医師からの高い評価

皮膚科医師のMR総合評価
16回(8年)連続^{*1}

No.1

63.9%

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 2022年8月調査)
回答医師数:皮膚科医師512名(2022年8月調査)
^{*1} 2015年~2022年までの各年2回調査(合計16回)より
^{*2} 2022年8月度調査より
無断転載禁止

持続的な成長を支える強固な財務・収益基盤

格付* **A-** 自己資本比率(連結) **85.5%**

(2022年9月期)
*株式会社格付投資情報センター(R&I)

マルホグループの共創による事業領域の拡大

➡ 詳細については、事業領域の拡大 (P.23-24) をご参照ください。

診断薬事業

治療に必要不可欠な「診断」も含めた総合的な情報提供によるケアサイクルを推進するべく、診断薬事業を展開しています。

医療機器事業

マルホの医薬品における知見とマルホ発條工業株式会社の精密金属加工技術を融合し、両社の強みを活かした取り組みを展開しています。

セルフケア事業

毎日のスキンケアから関わることで多くの方々に貢献したいという想いのもと、自社スキンケアブランドを展開。また、株式会社コーサーと設立した合弁会社コーサーマルホファーマ株式会社を通じ、両社の価値を融合させた高保湿スキンケアブランドを新たに展開しています。

1915~
創業から数十年、医薬品商社として培った経験と知見は、その後のマルホグループの発展を支える礎となっています。



1950~
幅広い製品展開で、整形外科・外科領域に新風を吹き込む

アレルギー疾患治療剤「バスパート接種液」や「ヒルドイド(現ヒルドイドクリーム)」を日本で発売。また、痔疾治療剤「強力ポステリザン(軟膏)」や経皮複合消炎剤「モビラート軟膏」、関節軟膏保護剤「アルテパロン」などの展開で、マルホは整形外科や外科領域において着実な成長を遂げました。



1990~
それまで主に血行促進を目的として使用されていた「ヒルドイド」の水分保持効果に着目、皮脂欠乏症の効能・効果を追加取得し「ヒルドイドソフト軟膏」「ヒルドイドローション」を発売しました。ライフスタイルの変化に伴い、さまざまな皮膚疾患において、保湿などスキンケアの重要性が認知される中、多くの患者さんに受け入れられ、マルホの主力製品へと成長しました。



2002~
乾癬などの治療薬「オキサロール軟膏」は、ステロイドを含まない医薬品として支持され、マルホの外用剤開発・製造の基盤確立に寄与しました。経口薬の抗生物質「ファロム」は、幅広い感染症に使用できるため、小児向けの製品も発売しています。外用剤にとどまらず、経口剤や注射剤の製品開発にも注力し、幅広いニーズに対応しています。



2011~
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向上に貢献しています。



主なグループ会社

国内	
マルホ発條工業株式会社	連結子会社
立山製薬工場株式会社	持分法適用関連会社
株式会社ローマン工業	
コーサーマルホファーマ株式会社	
国外	
Maruho Deutschland GmbH (ドイツ)	
Biofrontera AG (ドイツ)	
Maruho Israel Innovation Fund GmbH & Co. KG (ドイツ)	
Maruho Israel Innovation Labs Ltd. (イスラエル)	
Maruho America Inc. (アメリカ)	
Maruho Medical, Inc. (アメリカ)	

➡ 詳細については、主なマルホグループ (P.50) をご参照ください。

財務ハイライト

(連結) 2022年9月期

売上高

(単位:百万円)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
売上高	86,902	85,209	89,171	88,954	96,754	95,390

営業利益

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
営業利益	14,731	10,631	12,347	12,333	21,942	16,431
営業利益率 (%)	17.0	12.5	13.8	13.9	22.7	17.2

親会社株主に帰属する当期純利益

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
親会社株主に帰属する当期純利益	8,463	2,976	12,737	6,318	14,902	7,972

純資産 / 総資産

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
純資産	108,985	110,478	120,217	127,825	142,857	152,495
総資産	145,096	143,286	142,908	151,394	164,257	177,219
自己資本比率 (%)	72.1	77.1	84.1	83.7	86.3	85.5

医薬品事業売上高 / 研究開発費

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
医薬品事業売上高	79,965	78,760	80,717	80,849	87,724	86,241
研究開発費	14,405	13,203	12,276	15,168	12,273	13,917
売上高研究開発費比率 (%)	18.0	16.8	15.3	18.8	14.0	16.1

売上高 / 営業利益 / 営業利益率



2017年9月期の売上高は869億2百万円でした。その後、新製品の上市や主力製品の伸長などにより売上は順調に推移しました。2022年9月期は薬価改定や医療機関における後発品への置き換えなどの影響を受けつつも、さらなる新製品の上市や効能追加、新規事業の着実な成長により、売上高は953億90百万円となりました。また、開発パイプライン充実のための積極的な投資により、減益ではあったものの、営業利益は164億31百万円と高水準を維持しました。

医薬品事業売上高 / 研究開発費 / 売上高研究開発費比率



将来の成長に向け、事業活動から得られた利益を自社および国内外の協業を通じた研究開発活動に積極的に投資しています。その結果、2017年以降では6品目(導入品含む)を送り出すとともに、2022年9月期は、原発性腋窩多汗症治療剤「ラビフォートワイブ」およびアトピー性皮膚炎に伴うそう痒治療剤「ミチーガ皮下注用シリンジ」の新発売、「ロゼックスゲル」の酒さに対する効能追加という成果に繋がっています。今後も、優先順位を明確にしたリソースマネジメントを推進し、患者さんのアンメットニーズを満たすプロダクトの創出を推進します。

非財務ハイライト

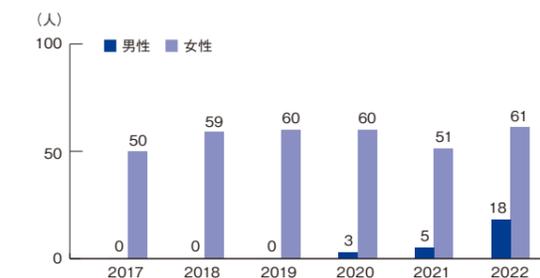
(単体) 9月末データ

女性従業員数 / 女性従業員比率 / 女性管理職比率



女性従業員数は年々増加し、2022年9月期にはその比率が35%を超えました。2021年10月からは、2024年9月までに女性管理職比率を15%以上にすることを目標に掲げています。

育児休業取得従業員数



男性が育児参加することへの意欲および理解が進んでいます。2022年9月期の男性の育児休業取得者は18名と増加傾向にあります。

エネルギー消費量 / 従業員一人当たりエネルギー消費量



2022年9月期は、主に空調の省エネ運転を活用し、設定温度を細やかに調整することで、エネルギー使用量を対前年で減少できました。

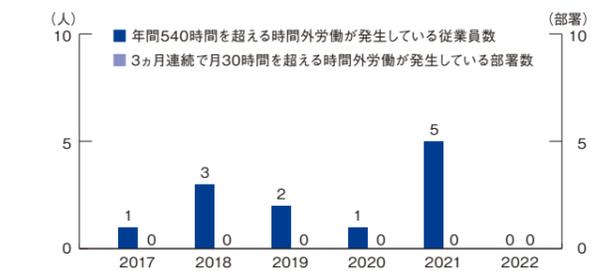
水資源使用量



彦根工場では、生産量の増加および新棟建設(2017~2019年)により、使用量が増加傾向にありましたが、近年は蒸気設備の改善により工業用水を削減できました。長浜工場では、製造工程の見直しおよび新棟建設(2019年)による製造機能の集約により生産の効率化を進め、水道水使用量の増加傾向を抑えています。

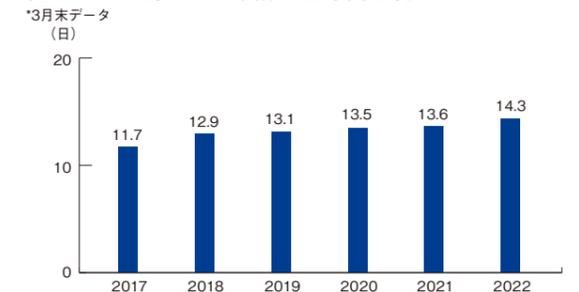
*長浜工場で工業用水は使用していません

時間外労働発生数 (従業員 / 部署数)



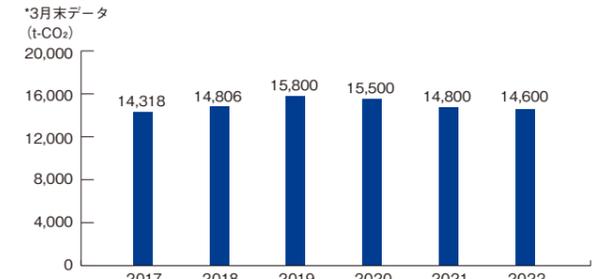
年間540時間を超える時間外労働が発生する個人および3ヵ月連続して月30時間を超える時間外労働が発生する部署をゼロにすることを目標に掲げています。2022年9月期はいずれもゼロでした。

従業員一人当たりの有給休暇年間取得日数



従業員のワークライフバランスが充実するよう、有給休暇取得推進などの施策を実施しています。

CO2排出量



省エネルギーの取り組みにより、温室効果ガスの削減を目指しています。今後はカーボンニュートラル実現に向け、再生可能エネルギー由来電気への切り替えなど、さまざまな方策に取り組みます。

産業廃棄物排出量



彦根工場では、突発的な製品廃棄により排出量が一時的に増加(2019~2021年)しましたが、低いレベルで維持できています。長浜工場では、増加傾向にありましたが、生産の効率化を進めることで排出量は減少しています。



マルホ株式会社 代表取締役社長

杉田 淳

マルホは創業以来、医薬品の研究開発活動や生産活動、情報提供活動を通して、多くの疾患に悩む患者さんの声に応え続けてきました。現在は、皮膚科学領域のスペシャリティファーマとして、医療用医薬品事業を中心に、診断薬事業、医療機器事業、セルフケア事業を推進し、皮膚疾患におけるニーズに幅広く対応しています。

しかし、皮膚疾患領域にはまだ満たされない多くのニーズが存在しています。人生100年時代を迎えようとしているなか、患者さんの「健康」や「日常生活」に対する意識は大きく変化してきました。“病気を治したい”、“長生きしたい”だけでなく“病気と向き合いながら自分らしく人生を送りたい”、“苦痛を軽減し精神的に平穏に過ごしたい”など、患者さんが求めているものは一段と多様化しています。皮膚疾患領域の取り組みは、人生をより豊かに生き

ていく上できわめて重要なテーマとなっています。

私は社長就任以来、「我々が世の中に貢献できることは何だろうか」と自問自答してきました。導き出した結論は、社会が見過しているアンメットニーズを見出し、我々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ということです。私たちは将来にわたって、より一層「質の高い貢献」を行っていくことを内外に向けて宣言するため、2022年10月に「経営理念」を刷新いたしました。変わりゆく世界の中で、今だからこそ、私たちマルホにできる貢献とは何かを問い続け、今回の経営理念刷新を契機として、さらなる成長を追求してまいります。また、新たな経営理念を求心力・原動力に、マルホだけではなく、社内外のステークホルダーの皆さまと一緒に、新たに定義したミッション「あなたといういのちに、もっと笑顔をもっと。」を実現してまいります。

2022年9月期の振り返り

2022年9月期(2021年10月～2022年9月)の業績は、連結ベースの売上高が953億90百万円(前期比1.4%減)と前期比でわずかに減少しましたが、事業計画を達成することができ、堅調に推移していると受け止めています。

収益面については、営業利益は164億31百万円(同25.1%減)、経常利益は150億35百万円(同28.8%減)、親会社株主に帰属する当期純利益は79億72百万円(同46.5%減)で

した。2023年9月期は、成長トレンドを取り戻すべく攻めの投資を実行し、メリハリのある資源配分のもと、中長期的な事業拡大を図っていく計画です。

マルホは、永続的に成長・発展する企業を目指して、経営の健全性の維持と強固な経営基準の構築にも注力しています。自己資本比率は85.5%と高い水準で推移し、株式会社格付投資情報センター(R&I)からは8年連続で「A-」の高い評価を得ています。

売上高／営業利益／営業利益率

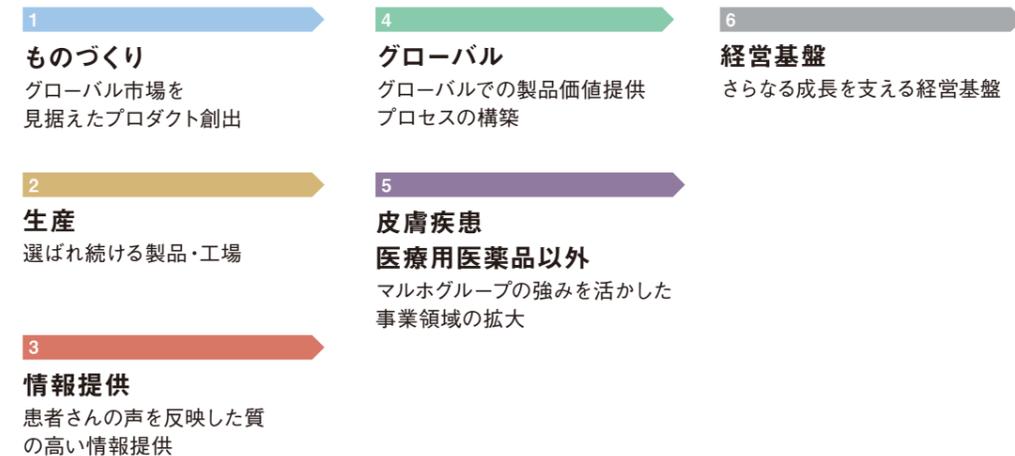


第4次中期計画の中心戦略

マルホは長年にわたり、皮膚科学領域のスペシャリティファーマとして培ってきた強みを礎に、皮膚疾患に悩む多くの患者さんのQOL向上と医療関係者の方々への活動支援に取り組んでまいりました。こうした実績を踏まえ、2020年10月には、中長期的

な視野に立って遂行すべき戦略を定めた3カ年の「第4次中期計画」を始動。本中期計画では、特に注力すべき「6つの戦略の柱」を設定し、その着実な遂行に経営資源を積極投入しています。

第4次中期計画 (2020年10月 ▶ 2023年9月)



戦略の柱1

グローバル市場を見据えたプロダクト創出

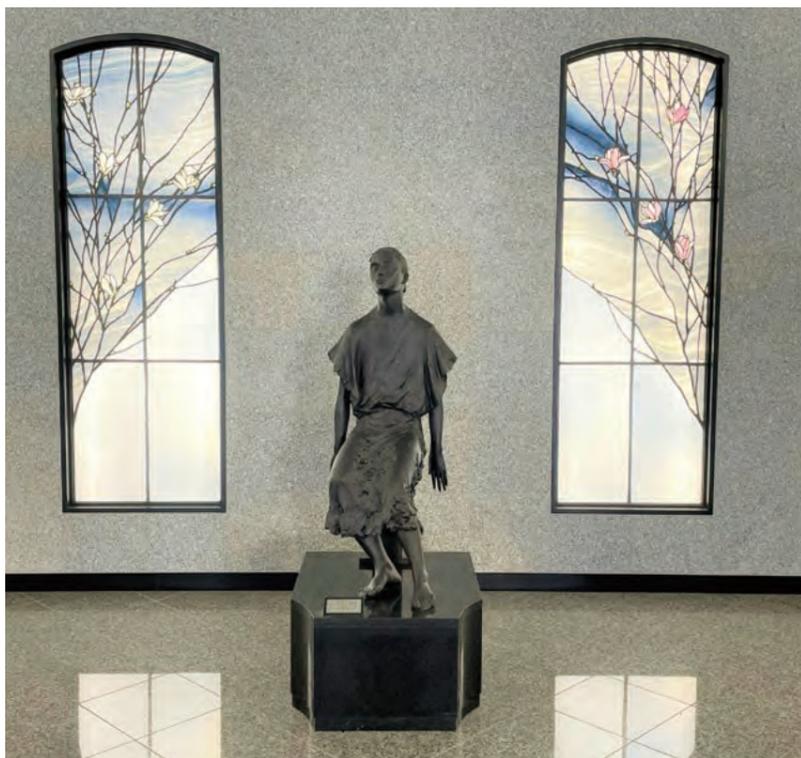
私たちは創業ベンチャーやグローバル大手企業等と積極的に協業し、全社一丸となってパイプラインを強化しています。また適応拡大など承認取得後の製品価値向上につながる活動へのリソース強化により、競争力のある研究開発を推進しています。2022年9月期は製品の承認取得・上市、そして後期開発パイプライン強化という観点で、大きな成果がありました。原発性腋窩多汗症の治療薬「ラビフォートワイブ」、アトピー性皮膚炎のかゆみを対象とした世界初の抗体医薬品「ミチーガ皮下注用シリンジ」を発売、さらに「ロゼックスゲル」の酒さに対する効能を追加しました。いずれもマルホのビジネス拡大に寄与するだけでなく、アンメットニーズを解決するための切り札になるものと期待しています。

かゆみは目に見えないために、皮膚症状に比べると見過ごされてきたアンメットニーズですが、「ミチーガ皮下注用シリンジ」を使用された患者さんだけでなく、処方された医療関係者の方からも、多くの感謝の言葉が寄せられました。ミッション「あなたといういのちに、もっと笑顔を。」を具現化した画期的な治療薬と自負しています。

ライセンス活動の成果については、Incyte Corporation

(アメリカ)から「ルキシソリチニブクリーム」の日本国内における開発権、製造権および独占的販売権を取得しました。本剤はアメリカにおいてアトピー性皮膚炎の治療薬として販売されており、2022年7月には尋常性白斑の適応での承認を取得しました。尋常性白斑は日本国内でも100万人近くの方が罹患している一方、有効な治療薬がまだ存在していない治療困難な疾患です。「ルキシソリチニブクリーム」の尋常性白斑に適応とした開発は、皮膚科学領域のスペシャリティファーマであるマルホならではの取り組みとなるでしょう。

皮膚疾患の治療においては、近年ようやく抗体医薬品が登場し、治療の選択肢が拡大してきましたが、さまざまな会社が治療薬を投入している皮膚疾患は、いまだ乾癬とアトピー性皮膚炎が大半です。QOLを大きく低下させるにもかかわらず、「たいしたことない」「我慢して」と真剣にとらえられていない皮膚疾患は、まだまだ存在しています。マルホはこうしたアンメットニーズに応え、さまざまな皮膚疾患に悩む患者さんのQOL向上に貢献するため、新たな治療法・治療薬の開発に積極的に取り組んでいます。



「ミゼレーゼII 折り」中村晋也（京都R&Dセンター 医薬開発研究所）
エントランスに佇むブロンズ像。背景のスタンドグラスには15の芽が施されています。新薬を開発するごとにモクレンの花を咲かせ、銘板に製品名が記されます。



戦略の柱2

選ばれ続ける製品・工場

近年、医薬品の品質確保や安定供給に対する社会の関心が急速に高まっていることに加え、新型コロナウイルス感染症の拡大や緊迫するウクライナ情勢が、グローバルのサプライチェーンにも大きく影響を及ぼしています。そのような厳しい状況の中でも、マルホはこれまでと変わらず、高い品質の確保と安定的な供給を維持するために、生産拠点と生産体制の強化に経営資源を積極投入しています。

彦根工場において新たな生産体制の整備に向けて充填包装

棟のリニューアル工事に着手しているほか、グループ企業の立山製薬工場株式会社では、新棟の建設が決定しています。また、主要製品については原薬から一貫して国内で製造することにこだわり、原薬増産を目的とした設備増強も進めています。さらに、主要製品のさらなる需要増加に備えて、4工場の統合的運用管理や、AI/IoTの活用など、生産体制の最適化に向けた取り組みも加速しています。

戦略の柱3

患者さんの声を反映した質の高い情報提供

マルホの医薬情報担当者(MR)は、国内の皮膚科医師に対しての確かな情報提供を行うことが可能な体制を整えるとともに、地域の特性に応じた多職種連携とチーム医療への貢献に取り組んでいます。地域や各疾患領域に特化したMRが協働し、それぞれの地域特性に合わせた新たな医療ネットワークの構築を目指しています。情報提供にはデジタルも活用しており、医療関係者向け会員サイト「Dermado(デルマド)」を通じて、医

師が最新情報に簡単にアクセスできる仕組みを実現しました。また、患者さんに向けた情報発信にも力をいれており、2022年4月からは皮膚の病気とその特徴などを知ることができるコンテンツ「気になる皮膚症状を調べる」をウェブサイトで公開しています。今後もより高度な情報活用を目指しつつ、多様化する患者さんのニーズに応えてまいります。

戦略の柱4 グローバルでの製品価値提供プロセスの構築

アメリカと中国において、海外のパートナーとの協業により、マルホならではの製品価値提供プロセスの構築にチャレンジしています。また、アメリカやイスラエルにおいて、グローバル連携のもとで開発プロジェクトを推進する新たな取り組みを開始しており、順調に進展しています。引き続き、中長期的な事業拡大を見据えて新たなグローバルビジネス構想を策定し、マルホ独自のビジネスモデル構築に取り組んでまいります。



戦略の柱5 マルホグループの強みを活かした事業領域の拡大

医療のゴールは“治療”や“延命”にとどまらず、“よりよく生きる”ことへ変化してきました。人々の「日常生活や治療継続を妨げる症状や悩みをなくしたい」というニーズを解決するため、グループ企業・提携企業とマルホそれぞれの強みを掛け合わせることで、医療用医薬品以外の事業領域を開拓・深耕しています。

2022年9月期には2つの大きな進捗がありました。第1の成果は、診断薬事業における「デルマクイック爪白癬」の発売です。本製品は国内初のイムノクロマト法を用いた白癬菌抗原キットであり、爪白癬の適切な診断を補助することで、患

者さんに最適な治療を提供することが可能となりました。

第2の成果は、セルフケア市場に向けて、敏感肌向けスキンケアブランド「iniks(イニクス)」の新製品「アドバンスバリア」を発売したことです。国立大学法人 大阪大学大学院薬学研究科との共同研究により、長期間の準備の末に販売を実現することができました。株式会社コーセーと共同で設立したコーセーマルホファーマ株式会社の業績も堅調に推移しています。マルホは今後も、新たな「成長の源泉」の獲得を目指して、医療用医薬品以外の事業展開も加速させていく方針です。



新たな経営理念を発表した全社イベント「全国大会」(2022年10月)

戦略の柱6 さらなる成長を支える経営基盤

マルホはこれまで製薬メーカーの根幹である専門性の強化を軸に持続的な成長を追求してまいりました。しかし、今後さらなる発展を目指すためには、それに加えて、既存業務の効率化などを基軸とした経営基盤の改革とその改革を加速させるための企業文化の醸成、自律的な人材育成が欠かせません。

こうした認識に基づき、2021年10月より、従業員個人の学ぶ意志をサポートするための自己啓発プログラムを大幅に拡充しました。同年リニューアルした社内公募制度も、組織の活性化や従業員のエンゲージメント強化に寄与しています。今後も従業員の生産性向上を目指した人事制度等の環境整備、ならびに従業員間の学際的かつ創造的なコミュニケーションを実現する、「働き方」と「働く場」のベストプラクティスを探索してまいります。また、マルホにとっては、従業員一人ひとりは資産、言わば目的を実現するための手段ではなく、一人ひとり

笑顔でいきいきと仕事をするということそのものが大事な目的であると考えています。そのような考えに基づき、従業員の健康促進を企業運営の根幹に据えた「健康経営」にも本格的に取り組んでいきます。

経営基盤の強化に向けたコミュニケーションの緊密化は社内のみを対象とする課題ではありません。ステークホルダーの皆さまにマルホの戦略と取り組みを発信し、その声を経営に反映させていくため、双方向コミュニケーションの礎となる活動報告書「マルホレポート」を2022年2月より発行しています。引き続き、マルホの価値創造の姿やその進捗状況について発信し、現在と将来におけるステークホルダーの皆さまとの対話を通じて、信頼関係の一層の強化と新たな事業機会の獲得を目指してまいります。

患者さんの想いや悩みに寄り添う

マルホは、皮膚科学領域のリーディングカンパニーとしてさらなる発展と社会への貢献を実現するために、第4次中期計画で掲げた戦略・施策の着実な遂行に従業員一丸となって取り組んでまいります。

加えて、多様化する患者さんのニーズを充足するためには、これまで以上に一人ひとりの患者さんの想いや悩みに寄り添うことが必要です。私たちが目指すのは、症状が改善した先に

ある、何気ない日常を過ごすことのできる喜びに満ちた患者さんの「笑顔」を増やすことです。そのような笑顔を思い描きながら、新たな経営理念のもと、技術的・医学的なイノベーションの創出に邁進し、社会の期待に応える企業グループを創造してまいります。ステークホルダーの皆さまには、今後とも変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。



ミッションムービー「あなたというのちに、もっと笑顔を。」より



2022年10月 全社イベント「全国大会」

ミッション、バリューの策定まで

社会が大きく変化中、これからも大切にしたいマルホらしさと、目指したい未来のマルホの姿を示し、マルホの求心力と新しい原動力を築きたい。それらをもとに従業員一丸となってより質の高い貢献をしたい。その様な想いのもと、経営理念を刷新することとしました。

この経営理念は、経営層はもちろん各部門から選抜された従業員で構成されるプロジェクトメンバーを中心に、全従業員が関わりながら、4年をかけて検討・策定しました。マルホの100年の歴史の中で培われた、これからも大切にしていきたい考え方、現在おかれている環境、そしてありたい未来の姿について議論を重ね、経営理念を構成するミッションとバリューをつくり上げました。

ミッションは、私たちの使命・存在意義であり、5つのバリューは、ミッションを達成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。マルホに息づいている思想や価値観はもちろん、よりよい組織文化を生み出すために必要な姿勢や取り組みを表しています。

Mission -私たちの使命、存在意義-

「あなたというのちに、もっと笑顔を。」

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、かけがえの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、
あなたというのちに笑顔をもたらします。

Values -大切にすべき価値・行動基準-

- 「誠実であれ」
- 「シグナルを感じ取れ」
- 「ワクワクで世界を変えよう」
- 「超えていこう」
- 「共に意志を響かせよう」

従業員の理解、実践を促進するために

2022年10月、代表取締役社長 杉田淳の強い想いのもと、感染対策に万全を期して全従業員を集めて行われた全社イベントで経営理念の発表を行いました。イベントでは、はじめに杉田が新しい経営理念を発表し、その後、プロジェクトメンバーが5つのバリューに込めた想いを語りました。



全社イベント以降も、ミッションおよびバリューの定着を図るブランドブック、映像などのツール、それらを網羅した社内向けポータルサイトを公開し、従業員が日常的に経営理念に触れ、対話する機会の創出に取り組んでいます。マルホは全従業員ワンチームで、ミッション「あなたというのちに、もっと笑顔を。」の実現を追求していきます。



CEO Monthly Message



ブランドブック



バリュームービー



私たちは日々、たくさんの人と生きています。
多くの人とつながっていても、
不安や悩みは顔で推してしまいがちだ。
本当に大切な気持ちは、
日々のくらしや仕事の裏に隠れてしまっている。
人を想う力は無限だ。
私たちは、「あなた」という
かけがえのない「いのち」のために
日常を真摯に見つめ、こころの声を届け、
寄り添い続ける。
想う力はきっと、あなたさえ気づいていなかった
喜びにつながっていく。

あなたというのちに、
もっと笑顔を。

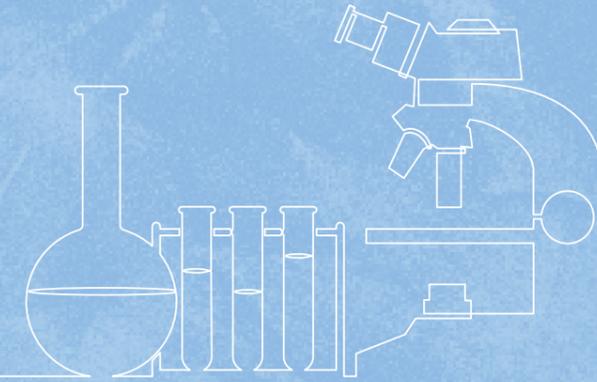
Key Visual & Message

人の想いやぬくもりを感じ、
寄り添い、同じ未来を見つめる、
これからのマルホが大切にしたい想いを
ビジュアルとメッセージで表現しました。

研究開発活動

秀でた研究開発力から画期的な製品を創出し 皮膚科学領域の新たな治療を切り拓く

マルホは「新しいプロダクト創出」つまり「生み出す力」の拡充に重点を置きつつ、皮膚科学領域を中心とする医療用医薬品の研究開発に注力しています。また、独自の外用剤製剤化技術に基づいた、多様な剤形追加や効能追加を含む後期開発力と「育てる力」により、患者さん一人ひとりの想いに寄り添った医薬品開発に挑戦しています。非上場企業ならではの強みを活かして中長期的な視点で経営資源を適正配分しています。領域拡大や希少疾患への対応など、社会貢献につながる案件にも積極的な投資を行っています。



グローバル市場を見据えたプロダクト創出

マルホは研究開発活動における喫緊の課題として、質の高いプロジェクトの創出とパイプラインの充足を掲げています。2020年10月に始動した第4次中期計画では、「グローバル市場を見据えたプロダクト創出」を戦略の柱の一つに据え、グローバル連携を基軸とした新たな研究開発モデルの確立に取り組

んでいます。

適応拡大など承認取得後の製品価値向上につながる活動に加え、国内外の製薬企業や外部研究機関とも協業し、患者さんの潜在ニーズに応える付加価値の高い治療薬を開発しています。

皮膚疾患に悩む患者さんのニーズを満たす製品開発

マルホは社会的認知が不十分なアンメットニーズに対応する新製品の開発に力を注いでいます。2022年5月には原発性腋窩多汗症治療剤「ラピフォートワイプ」を発売しました。国内では同疾患の保険診療に適用可能な治療薬は限られており、「ラピフォートワイプ」は患者さんのQOL向上に新たな道を拓くこととなりました。同じく2022年5月にはさらに、がん性皮膚潰瘍臭改善薬「ロゼックスゲル」に酒さの効能を追加しました。本剤は「医療上の必要性が高い医薬品」として厚生労働省より開発要請が発出されたことを受け、マルホが国内開発を進めてきたものです。同年8月に発売した「ミチーガ皮下注用シリンジ」はアトピー性皮膚炎のかゆみを対象とした世界初の抗体医薬品です。既存治療ではかゆみを十分にコントロールできなかった患者さんに新たな治療選択肢を提供できるようになりました。

考えられます。皮膚科学領域に豊かな知見とノウハウを有する強みを活かして、有効な治療選択肢の提供を目指します。

マルホはユニークなアイデアに基づく新たな価値創出にも注力しています。「ヒルドイド」の主成分であるヘパリン類似物質が有するさまざまな薬理作用に関する論文を発表しました。今後も独自性のある発想を駆使して、皮膚疾患治療の新たなソリューションを創出していきます。



ラピフォートワイプ

ロゼックスゲル

ミチーガ皮下注用シリンジ

開発パイプライン（国内での後期第Ⅱ相以降の開発）

開発コード	予定される効能・効果	剤形	フェーズ	備考
M1210	巻き爪	外用剤	承認申請中	
M5220B	再発性の単純疱疹	経口剤	承認申請中	効能追加
M6050E	尋常性ざ瘡	外用剤	承認申請中	剤形追加
M5250	アトピー性皮膚炎に伴うそう痒（小児）	注射剤	P Ⅲ	
M5250B	結節性痒疹	注射剤	P Ⅲ	効能追加
M6050C	尋常性ざ瘡	外用剤	P Ⅲ	
M1180C	結節性痒疹	外用剤	P Ⅱ	効能追加
M6050F	腋臭症	外用剤	P Ⅱ	効能追加

(2022年9月現在)

プロダクト創出に向けた新たな仕組みの構築

マルホは革新的なプロダクト創出に向けて、研究開発インフラの高度化と戦略的なスキームの確立に力を注いでいます。2018年には、世界の有望な研究機関、ベンチャー企業に投資するMaruho Israel Innovation Fund GmbH & Co. KGと、その投資先を支援するMaruho Israel Innovation Labs Ltd.を設立しました。両社では、現地スタッフと駐在員が一体となり、海外の主要なアカデミアやベンチャー企業へのプロジェクト支援と新規プロダクトの開発を推進しています。

コンピューター「富岳」を利用して製剤設計シミュレーション手法の開発に取り組んでいます。計算科学的アプローチによって各種製剤特性を十分に予測できる手法が次第に明らかになってきました。マルホは、創薬用AIの開発等を目的とした国内最大規模のライフサイエンス系人工知能コンソーシアム「LINC」での活動にも注力しつつ、研究員がコンピュータ上で自在に製剤設計と特性評価を実行できる「バーチャル製剤モデリング」の実現を目指しています。

日本国内では、2021年9月から、世界最高峰のスーパーコン

COLUMN

2019年11月、湘南ヘルスイノベーションパークに次世代の研究拠点としてマルホ湘南イノベーションラボ (MSiL) を開設しました。マルホのオープンイノベーション活動の最先端として、新技術の評価・取り込みや、異なる見識を持つ他社の研究者と共同研究を推進することで、マルホ独自の新しい価値創出に取り組んでいます。

(左から)
研究部 清水由樹子、阪田昌弘、大藪良輔、平野尚茂

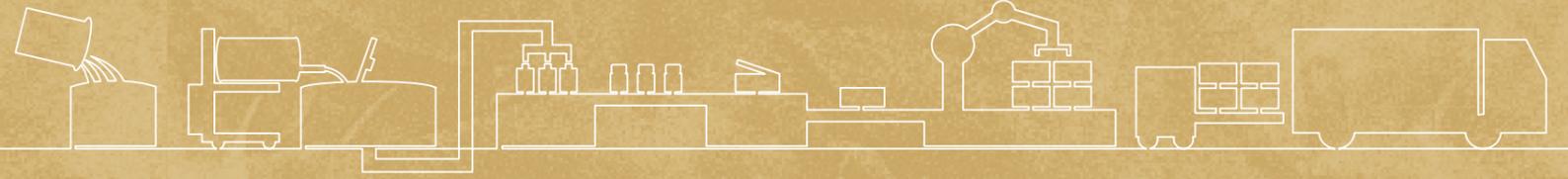


MSiL メンバー

生産活動

安定的かつ機動的な生産体制で 医薬品の「品質確保」と「安定供給」を追求

マルホは、高い品質の医薬品を安定的に供給するという使命のもと、1972年の彦根工場の竣工以降、生産拠点と生産体制の強化に経営資源を積極的に投入してきました。現在も、徹底した品質管理体制と、グループ企業を含む国内4工場体制による国内トップクラスの生産力で、外用剤の製品供給における安心・安全の確保と、患者さんのQOL向上に寄与しています。



「選ばれ続ける工場」を目指して

マルホがこれからも患者さんに質の高い貢献を続けていくためには、いままで以上に品質にこだわり、不測の事態にも対応できる安定した供給体制を構築することが欠かせません。第4次中期計画では「選ばれ続ける製品・工場」を重点テーマのひとつに掲げ、今後も変わることなく、患者さんやその家族、医療関係者によ

り良い製品をお届けしていくことを目標として打ち出しました。高い品質の医薬品を安定的に提供するための製造ノウハウの蓄積、管理体制の徹底、生産能力の増強や多品種少量生産への対応など、多様化する市場ニーズに即応する安定的かつ機動的な生産体制の構築に取り組んでいます。

国内4工場の統合的運用で生産システムの最適化を実現

マルホは、2022年に操業50周年を迎えた彦根工場を主力拠点とした、長浜工場、グループ企業の立山製薬工場株式会社、株式会社ローマン工業の国内4工場体制で生産活動を行っています。生産計画や保全などの情報を含む各拠点のリソースを統合的に管理・運用することによって、品質の安定化と生産シス

テムの最適化を実現。2022年4月には、株式会社ローマン工業に「暖かく、風通しが良い」をコンセプトにした新管理棟が誕生しました。

マルホは、今後も4工場体制のさらなる強化を通じて、製品の安定供給を継続していきます。



彦根工場



長浜工場



立山製薬工場株式会社



株式会社ローマン工業

長期的な安定供給を目指す取り組み

マルホは、不安定な国際情勢を背景としたサプライチェーンの混乱に影響を受けつつも、適正な品質の医薬品を長期的に安定して供給し続けるための取り組みを強化しています。主要な製品は原薬から一貫して国内で製造しており、とくに「ヒルドイド」については、長期的な安定供給に向け、各製造拠点において積極的な投資を行っています。また、原薬製造など生産過程の一部を国内外のパートナー企業に委託する場合も、委託先を複数確保するなど、いかなるときも安定した生産活動を維持できる体制を整えています。同時に、委託先の製造や品質管理のプロセスに対しても関与を強化し、高い水準での品質確保に努めています。

また急激な需要変動や患者さんのニーズの多様化に柔軟かつ迅速に対応できる生産体制の構築と、生産機能の増強に取り組んでいます。彦根工場においては、新たな生産体制の整備に向けて充填包装棟のリニューアル工事に着手しているほか、立山製薬工場株式会社では、生産能力の拡大に向けて新棟の建設が決定しています。

マルホはまた、医薬品の品質向上と改良に向け、社内の各部門を横断した検討会を実施しています。患者さんや医療現場の声を持ち寄り、容器の改良や包装表示の適正化など、患者さんの期待に応える製品の提供に努めています。

生産活動を通じた社会への貢献

長期化する新型コロナウイルス感染症、原材料価格の高騰、円安の進行、後発医薬品の供給不足、OTC医薬品市場の拡大など、わが国の医薬品市場はいま大きな転換点を迎えています。しかし、どれだけ市場が変化しようとも、医薬品の品質や安定的な供給に対する社会のニーズが減じることはありません。マルホはこれからも、製造の知見・ノウハウの蓄積や生産体制のさらなる強靱化を推し進め、求められる品質の製品を迅速かつ柔軟に提供していきます。

マルホはまた、生産活動に伴う環境負荷の低減に取り組んでいるほか、AI/IoTの活用による省人化・省力化や現場のリモート支援など、工場勤務者の負担軽減と柔軟な働き方の実現にも取り組んでいます。マルホは今後も、4工場全体の技術ならびに生産性の向上を通じて、安全かつ安心な製品供給を継続し、誰もが笑顔で暮らすことのできる社会の実現に貢献していきます。

COLUMN

部門を超えた専門チームを編成し、原薬の供給元の複数確保に取り組んでいます。新規製造所を立ち上げ、既存製品の安定供給と製造コストマネジメントの最適化に貢献しました。

(上段左から)
研究部 前田広幸、竹花裕貴 長浜工場 伊藤啓晶 CMC企画部 土館雄介、藤井正浩
(下段左から)
薬制部 林洋平、前田和洋 品質保証部 浅田賢一 CMC企画部 木村祐子

全社イベント
「全国大会」
業績貢献表彰
(2022年10月)



患者さんのニーズに応える質の高い情報提供とコミュニケーション基盤の構築

医薬品事業を通じて広く社会に貢献するためには、医薬品の研究開発はもちろんのこと、疾患や製品に関する適切な情報提供活動が欠かせません。マルホは、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正しい知識を発信することで、医療への貢献と患者さんのQOL向上を目指しています。



患者さんの声を反映した質の高い情報提供活動を推進

約500名のマルホの医薬情報担当者(MR)は、国内約10,000名のほぼすべての皮膚科医師に対して情報提供活動を行っています。また、皮膚疾患を診療する医師をはじめとする医療関係者に対しても、患者さんに最適な治療を届けることを第一に、自社製品にとどまらない幅広い医療情報を提供しています。さらにウェブサイト、LINEなどのデジタルチャネルを融合させた新たな情報提供体制の確立にも注力するなど、体制強化の取り組みを進めています。

患者さんに対しては、ウェブサイトやSNS等を活用し、疾患に関する正しい知識を身に付けていただくための情報発信に力を注いでいます。こうした活動をさらに推進するため、第4次中期計画において「患者さんの声を反映した質の高い情報提供活動」を掲げ、患者さん一人ひとりに寄り添った情報収集・提供に努め、地域の皮膚医療全体に貢献することで多様化する医療ニーズに高い精度で応え続けることを目指しています。

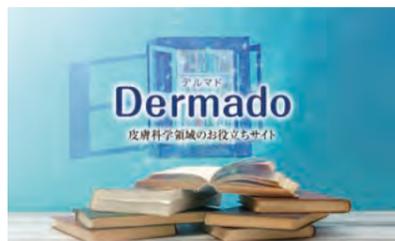
デジタルを活用して医療関係者への情報提供を強化

新型コロナウイルス感染症の影響により、医薬品の情報収集・提供活動におけるデジタルツールの活用が急速に進みました。マルホは、対面談などの従来の活動に加え、オンラインでの医療情報提供活動にも注力しています。2022年は皮膚科医師および皮膚疾患を診療する医師計約14,000名に対して、オンラインによる双方向の情報提供を行いました。

また、医師に対する生涯学習の支援にも積極的に取り組んでいます。マルホの医療関係者向け会員制サイト「Dermado(デルマド)」を通じて、皮膚科セミナーをはじめ、最新のニュースや論文、実臨床を題材にしたクイズの出題など、皮膚科学に関する最新の情報をお届けしています。

マルホの医薬品の適正使用を促進し、医療現場で安心してご使用いただくためには、安全性情報の収集、的確な評価、医療現場へのフィードバックが欠かせません。マルホは、MRや製品

情報センターなどを通じて収集される安全性情報を評価・集積し、必要な安全対策を講じています。また、医療現場から寄せられた情報を医療関係者の皆さまにより有効に活用いただくため、ウェブサイトの医療関係者向けページで随時公開しています。2022年からは、従来の安全性情報に加え、新たに「市販後副作用情報」や「市販直後調査結果」などのコンテンツを掲載し、医療関係者を対象とした情報開示の取り組みを強化しています。



医療関係者向け会員制サイト「Dermado(デルマド)」

患者さんへの充実した情報提供を通じて、適切な治療を促進

マルホはこれまで、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、情報提供活動の強化に力を注いできました。

たとえば、ざ瘡(ニキビ)に関しては、対症療法的な治療だけでなく「ニキビ痕(あと)に悩まないキレイな肌」を目指した継続的な

治療法を、口唇ヘルペスなど再発性の単純疱疹では、あらかじめ処方された薬剤を、再発時の初期症状に基づき患者さん自身の判断で服用できるPIT(Patient Initiated Therapy)という新たな治療法を通じたQOLの向上に努めてきました。

2022年4月には、皮膚のトラブルに悩む方に向けた新規コンテンツ「気になる皮膚症状を調べる」をウェブサイト公開しました。同サイトでは、皮膚症状のある部位とその症状から、考えられる皮膚の病気とその特徴などを知ることができます。治療が可能な医療機関を検索することも可能で、皮膚の適切なケアや医療機関の受診につながることを期待しています。また、同年5月には脇汗治療の総合情報サイト「脇汗スッキリProject」を、9月にはアトピー性皮膚炎情報サイト「アトピーのみかた」を新たに開設しました。

今後も、積極的な情報発信を通じて、疾患に悩む患者さんやそのご家族をサポートするとともに、疾患への理解促進と日常的な皮膚のケア、適切な治療へのアクセスを支援していきます。



「気になる皮膚症状を調べる」



「アトピーのみかた」

地域の特性に合わせた医療情報提供の推進

マルホは、皮膚疾患に悩むすべての方々に適切な治療をお届けするため、患者さんが居住する地域の特性に合わせた情報提供に取り組んでいます。各地域と皮膚疾患領域それぞれの情報に特化したMRが医療関係者と密に連携し、各情報提供チャネルの事例や分析結果を共有することにより、それぞれの地域特性に合わせた医療ネットワークの構築と、患者さんのニーズに対応した適切かつ迅速な医療環境の実現を目指しています。

今後は、患者さん向けサイトおよび医療関係者向けサイトを基盤に、皮膚疾患に関する製品・サービスの情報を集約し、情報提供体制のさらなる拡充を図っていきます。同時に、患者さんの声をもとに、地域の疾患動向における課題を可視化し、皮膚科医師と連携することで、診療アクセスの改善と患者さんのQOL向上に貢献していきます。

COLUMN

皮膚疾患領域での地域課題解決に向け、2021年3月に滋賀県と「滋賀県の皮膚疾患に関する情報の共有による在宅医療の推進に向けた取組」に関する連携協定を締結しました。2022年にかけて在宅医療現場での適切な皮膚疾患治療の実現に向けた自治体連携のモデルを作り上げ、地域ネットワークを活用した患者さんへのさらなる貢献につながる活動として取り組んでいます。

(左から) *所属は2022年9月末時点

京都第二営業所 黒田圭 地域連携推進部 田中勇大、久保修一、小倉一太

滋賀県との連携協定締結式



グローバル展開

中長期的にグローバルで発展するために マルホの強みを活かして海外のパートナーと協業

マルホは、日本でこれまでに培ってきた技術力と情報提供力を活かして、海外のパートナーとの協業により製品価値を最大化し、日本にとどまらず、健康を求める患者さんに対する質の高い貢献を目指しています。



事業領域の拡大

グループ企業、提携企業との コラボレーションによる新たな事業拡大

マルホがグループとしての成長を加速させるためには、新たな成長ドライバーの獲得が欠かせません。マルホはグループ企業や提携企業との協業により、従来の事業領域の枠を超えたチャレンジを続けていきます。



グローバル市場における製品価値提供プロセスの構築

第4次中期計画では「グローバルでの製品価値提供プロセスの構築」を重要なテーマのひとつとしています。マルホの情報提供力を活かして現地パートナーと緊密に連携し、アメリカおよび中国市場における製品価値の最大化と事業拡大に取り組んでいます。

同時に、世界を舞台に活躍する人材の育成に向けて、アメリカや欧州に駐在員を派遣。今後はさらに人員を増やし、パートナーとの緊密な関係のもと、グローバル市場の一層の深耕と事業基盤の拡充に注力していきます。

アメリカ	2013年に出資したパートナーである Biofrontera AG（ドイツ）の関連会社 Biofrontera Inc.（アメリカ）が皮膚感染症治療薬「Xepi」、日光角化症治療薬「Ameluz」を販売しています。
中国	現地パートナーである北京国仁堂医薬科技发展有限公司およびその子会社が2020年より販売している経口用ペネム系抗生物質製剤「Farom Dry Syrup」は、2021年に中国の国家医療保険償還医薬品リストに収載されるなど、現地市場で高い評価を獲得しています。



Xepi



Ameluz



Farom Dry Syrup

COLUMN

パイプラインの強化・充実を目的として、ドイツ、アメリカに事業開発拠点を置き、海外でも多彩なライセンス活動を行っています。アカデミア・研究機関・スタートアップ・ファンドなど、複数の機関とネットワークを構築し、海外展開のための土壌を着実に築いています。

(左から)
事業開発部（Maruho Medical Inc. 出向） 鈴木一弘、殿村陽平

アメリカでの活動風景



マルホグループの強みを活かした事業領域の拡大

第4次中期計画では、皮膚疾患医療用医薬品以外の活動である「マルホグループの強みを活かした事業領域の拡大」を戦略の柱のひとつに掲げています。綺麗な肌で過ごしたい、アクティブに生活したい、苦痛を軽減して平穏に暮らしたい、何気ない日常生活を大切に、より豊かにしたいといった、皮膚疾患にとどまらない幅広いニーズに応えるため、マルホとは異なる強みを持つグループ企業や提携企業との協業を通じて事業領域を拡大し、最善のソリューションを提供していきます。

医療用医薬品事業においては、皮膚疾患領域以外の研究開発パイプライン強化に向けて、候補品の早期導入に注力するとともに、新たな候補品の探索および参入戦略の策定を継続しています。がんの支持療法領域においては、2018年10月に共同研究契約を締結した国立研究開発法人 国立がん研究センターと協働して、臨床応用の検討を進めるなど、引き続き、領域を限定することなく、患者さんのニーズに的確に応えるという視点で、新たな治療提案に取り組んでいきます。

診断薬事業

治療に必要な不可欠な「診断」も含めた総合的な情報提供によるケアサイクルの推進に向けて、マルホは診断薬事業の拡大に経営資源を積極投入しています。2018年に発売した水痘・帯状疱疹ウイルス抗原キット「デルマクイックVZV」、2021年に発売したアデノウイルス抗原キット「エムラインAdeno」および溶連菌抗原キット「エムラインStrep A」に続き、2022年6月には国内初のイムノクロマト法を用いた白癬菌抗原キット「デルマクイック爪白癬*」を発売しました。迅速かつ正確な診断の支援を目指し、これからも皮膚疾患を中心に体外診断用医薬品市場の開拓・深耕にチャレンジしていきます。

*デルマクイック爪白癬は、JNC株式会社が製造販売、マルホが販売しています



デルマクイック VZV



デルマクイック爪白癬



エムラインAdeno



エムラインStrep A

医療機器事業

マルホの医薬品における知見とマルホ発條工業株式会社の精密金属加工技術を融合し、両社の強みを活かした取り組みを展開しています。2020年には、マルホ発條工業株式会社の巻き爪矯正器具「巻き爪マイスター」の事業をマルホが譲受、新たな役割分担のもとで同事業の拡充に取り組んでいます。2021年8月にはウェブサイト「巻き爪専門メディア「巻き爪を知る・治す・予防する」」を開設。専門医の監修のもと、巻き爪の症状や原因、治療方法、日常生活のなかで実行できるセルフケア方法などを写真やイラスト付きでわかりやすく解説し、患者さんに適切な治療を受けていただくための情報発信を行っています。マルホは今後も巻き爪治療の定着に向けた取り組みを積極的に推進し、患者さんのQOL向上に貢献していきます。

一方、2020年にマルホの完全子会社となったMaruho Medical, Inc. (アメリカ)は、新たな関節鏡視下肩腱板連続縫合機「itto CSP」を開発しています。アメリカにおける新たな市場参入戦略のもと、同製品を用いた肩腱板手術の確立を目指しています。



巻き爪マイスター

巻き爪専門メディア「巻き爪を知る・治す・予防する」

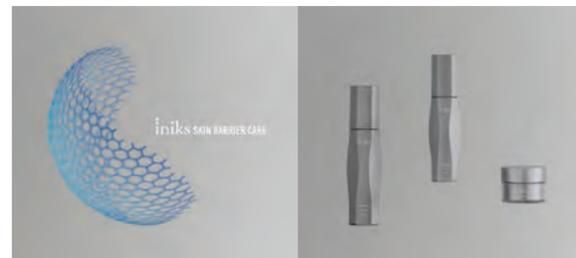
セルフケア事業

毎日のスキンケアに新たな提案を行うことで、もっと多くの方に貢献したい、そのような想いのもと、「バリア皮膚科学で、敏感肌のそばに。」をコンセプトとしたスキンケアブランド「iniks(イニクス)」を展開しています。肌あれに対応したスキンケアライン「センシティブ」、繰り返すニキビに有効なスキンケアライン「ACモイスト」に加え、2022年9月には国立大学法人 大阪大学大学院薬学研究科との共同研究成果を応用して開発した、年齢に応じたエイジングケアライン「アドバンスバリア」を市場投入しました。皮膚科関連学会での製品紹介や情報提供、皮膚科医師によるプレス向けスキンケアセミナーの開催、皮膚科医師と共創したコンテンツ配信など「iniks」の有用性を訴求する幅広い活動を推進し、皮膚科医師から患者さんに推奨されるブランドとしての地位確立を目指しています。

マルホは2019年7月、日本を代表する化粧品メーカーである株式会社コーセーと、合弁会社コーセーマルホファーマ株式会社を設立しました。2020年に発売した高保湿スキンケアブランド「カルテHD」ラインは、多数の美容系メディアで累計100部門以上の「ベストコスメ」賞を受賞*。優れた保湿効果と使用感の良さが高く評価され、売り上げを順調に伸ばしています。コーセーマルホファーマ株式会社は引き続き、お客さま一人ひとりの肌の症状や悩みに寄り添い、「カルテHD」ラインの拡充を通じてブランドの浸透とさらなる価値向上に取り組んでいきます。

2022年9月には、マルホのウェブサイト内に、両ブランドの製品を購入できる「スキン&ビューティ インフォメーション by maruho」を開設しました。

*2020年9月～2022年6月。2位以下・個人賞含む



iniks「アドバンスバリア」シリーズ (2022年9月発売)



カルテHD モイストチュア フェイス&ボディローション (2022年8月発売)



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」 (2022年9月オープン)

マルホ発條工業株式会社

技術創造型企業としてマルホグループの発展を牽引
—誰もが笑顔で暮らすことのできる社会の実現を目指して—

マルホ発條工業株式会社は、「フェア」「ロジカル」「スピーディー」の3つのスローガンのもと、お客さま目線の“心のこもった仕事”を実践しています。



マルホ発條工業株式会社 代表取締役社長

岩瀬 邦宏

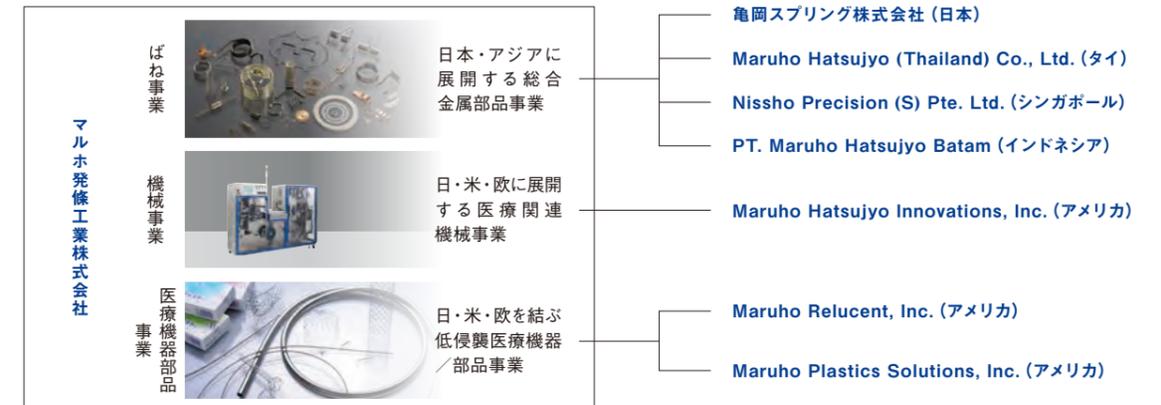
(2022年9月現在)

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株式会社マルホ商店の発條部として発足し、2年後の1954年に現社名で独立しました。現在は、金属精密加工技術とコンパクトな機械設計・製造技術をベースにしたコンサルティング力を基盤に、ばね、機械、医療機器部品の3事業を柱とする技術創造型企業として、国内外の顧客企業の多様なニーズに最適な製品・サービスで応えています。マルホとは、主に医療機器の開発において、両社の強みを融合させ、マルホグループの総合力を活かしたビジネスモデルを構築するなど、緊密な関係を維持しています。

これからもマルホ発條工業を中心に、各事業に特化した国内2社、海外6社(アメリカ3社、アジア3社)からなるグループ体制のもと、グローバル市場の開拓・深耕に努め、誰もが笑顔で暮らすことのできる社会の実現に貢献していきます。

マルホ発條工業株式会社	
設立	1954年
従業員数	492名(連結) / 295名(単体)
資本金	9,360万円
事業内容	1. 各種精密スプリング・板ばねの製造ならびに販売 2. 各種自動包装機・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

マルホ発條工業グループ



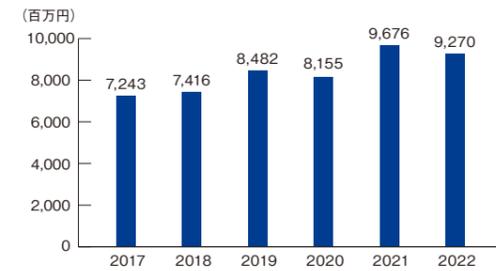
2022年9月期の振り返りと持続的成長に向けた取り組み

第3次中期計画の2年目である2022年9月期は、製造、営業、品質における「現場力の強化」を経営の基本方針に掲げ、開発から製造、販売まで一貫して手掛ける「開製販」一体運営のさらなる進化に注力しました。アジア事業の拡大に向けて、ばね事業の生産能力を拡充したほか、機械事業および医療機器部品事業では新規開発商品の創出と市場投入を通じて事業基盤の一層の拡大を図りました。こうした取り組み等により医療機器部品事業の売上高は25億81百万円（前期比

6.5%増）と増加したほか、ばね事業は新型コロナウイルス感染症の影響を受けつつも51億26百万円（同0.1%増）とほぼ横ばい、機械事業は半導体不足、資材価格高騰の影響を受けて15億62百万円（同26.6%減）と軟調な展開となりました。2022年9月期のマルホ発條工業グループの売上高は92億70百万円（同4.2%減）となっています。

第3次中期計画の最終年度である2023年9月期は、「現場力の横展開」を基本方針に定めました。前期に強化した製造現場力、営業現場力、品質現場力の<3つの現場力>を各事業に横展開、グループ売上高107億円の達成を見据えつつ、新たなニーズへの対応力を強化していきます。また持続的成長の基盤となる風土改革、業務改革にも注力します。事業部間における人材などの交流を活発化させることで、各事業におけるテクノロジープラットフォーム（技術基盤）の全社活用を目指していきます。

マルホ発條工業グループ合計売上高



主な取り組み

製造現場力

- ムリ・ムダ・ムラの排除による生産性の向上
- 海外展開に向けた国内「ものづくり」のグローバル指導

営業現場力

- マーケティングの自動化システムを活用したオンライン／オフラインのマーケティング活動の推進
- 目標達成に向けた業務フロー管理

品質現場力

- ものづくりツールの標準化
- 品質ポイントを明確にした指図書の充実
- 自工程完結*のものづくりの推進

*後工程には絶対に不適合品を送らず、一人ひとりの作業の範囲内で品質を点検する考え方

グローバル社会の一員として

マルホ発條工業は、サステナブルな社会の実現に貢献するため、社会的責任を果たしながらグローバルな事業活動を行っています。品質方針、環境方針を定めるほか、品質・環境に係るマネジメントシステムの国際的な基準である3つのISO規格を取得、CSR活動およびコンプライアンスを徹底し、環境・社会・ガバナンスの取り組みを推進しています。

マテリアリティ（重要課題）の特定

マルホ発條工業が提供する社会的価値と寄与すべき社会課題をマテリアリティとして明確化し、公益責任と公共責任を果たすとともに、より豊かな地域社会の構築を牽引しています。

製品の信頼性維持・向上と安定供給

重要課題	主な取り組み
品質・安全性の確保と適切な供給体制の確立	<ul style="list-style-type: none"> ●協力会社を含めた品質保証体制の強化 ●協力会社を含めた安定供給体制の強化
製品に関する適切な情報提供	<ul style="list-style-type: none"> ●マーケティング・広告・販売の推進
サプライチェーン管理	<ul style="list-style-type: none"> ●CSR 調達の推進 ●グリーン調達の推進

ガバナンス強化・腐敗防止

重要課題	主な取り組み
コーポレート・ガバナンス	<ul style="list-style-type: none"> ●内部統制システムの構築 ●AI・IT 活用の推進
コンプライアンス	<ul style="list-style-type: none"> ●人権の尊重 ●法令遵守の徹底 ●コンプライアンス啓発 ●ヘルプラインの周知・機能強化
リスクマネジメント	<ul style="list-style-type: none"> ●BCM* の実施 ●情報セキュリティの強化

*BCM (Business Continuity Management)：事業継続マネジメント。災害などの緊急事態が発生したときに、企業が損害を最小限に抑え、事業の継続や復旧を図るための包括的なマネジメント手法

価値創造を促進する組織風土の醸成

重要課題	主な取り組み
ダイバーシティ&インクルージョンの推進	<ul style="list-style-type: none"> ●女性活躍推進 ●ワークライフバランスの推進 ●障がい者雇用
高付加価値で生産性の高い職場環境の構築	<ul style="list-style-type: none"> ●DX 等による生産性の向上 ●働き方改革の推進 ●次世代育成支援 ●健康増進（メンタルヘルス） ●長時間労働の防止 ●安全衛生活動 ●労災防止 ●リスクアセスメントの実施
人材の育成	<ul style="list-style-type: none"> ●リーダー人材の育成 ●人事ローテーションと適材適所 ●キャリア面談の実施 ●教育訓練の推進

→具体的な取り組みについては、社会（P.31）をご参照ください。

環境への取り組み

重要課題	主な取り組み
地球温暖化防止	<ul style="list-style-type: none"> ●温室効果ガスの排出削減
気候変動対策	<ul style="list-style-type: none"> ●電力・廃棄物削減
資源循環の推進	
環境負荷低減	<ul style="list-style-type: none"> ●環境汚染物質の使用・排出低減



ミッション実現に向けて－経営基盤－

マルホは、経営理念に基づいて、グループの共創で価値創出力を高め、社会的課題の解決を追求し、誰もが笑顔で暮らすことのできる持続可能な社会の実現を目指しています。

Mission

あなたというのちに、
もっと笑顔を。

マルホは事業活動を通じてSDGs（持続可能な開発目標）*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、見過ごされてしまっている、あるいはあきらめてしまっている患者さんのニーズに応えるべく、画期的な製品をつくりだし、患者さんの手元にお届けすることで、誰もが笑顔で暮らすことのできる社会の実現を目指します。

今後も着実な成長を続けるためには、社会・環境・ガバナンスへの一層の対応が欠かせないという考えのもと、人材や企業文化といった経営基盤の強化に向けて「さらなる成長を支える経営基盤」を中期計画の柱に掲げ、人と組織の改革と、変革を加速させる企業文化の醸成、そして成長力の源泉である人材育成の取り組みを進めています。

マルホは、従業員一人ひとりが自律的で健康的に働くことのできる職場環境を整備するとともに、社会の一員として地域環境および地球環境の保全に向けた取り組みを展開しています。また、社会課題解決の取り組みを企業文化として定着させるための自発的な活動を継続すると同時に、企業活動の公正性や透明性、コンプライアンスの徹底を考慮したコーポレート・ガバナンス体制の維持・強化を通じて、マルホが創造する社会的価値のさらなる拡大を追求しています。

*SDGs（持続可能な開発目標）：2015年に国連サミットで採択された「2030年までに国際社会が持続可能な開発のために達成すべき17の目標」

マルホに期待すること

医薬品は希望の光



フリーアナウンサー・臨床心理士・公認心理師
関根友実さん

患者の皆さんに「笑顔」を届ける医薬品の提案と 疾患・治療に関わる情報発信を期待しています



幼少期にアトピー性皮膚炎を発症、小学生時代に劇症化して以来、さまざまな種類のアレルギー性疾患に悩まされてきました。当時は、アトピー性皮膚炎に対する標準治療が確立されておらず、私も両親も最適な治療の模索に試行錯誤する日々でした。のちに、保湿剤で皮膚の状態をコントロールできるようになりましたが、それまでの道のりを思うと、同様の皮膚疾患に悩まれている患者の皆さまの心の痛みを、自分ごととして感じてしまうことがあります。

アトピー素因のある人が、成長するにつれてさまざまなアレルギー性疾患を次から次へ発症することを「アレルギーマーチ」と言います。私もアトピー性皮膚炎にはじまり、アレルギー性鼻炎、アトピー性白内障、放送局のアナウンサー時代には気管支喘息を発症し、身体的にも精神的にも大きな影響を受けました。ですが、医師をはじめとする医療関係者の方々や自分の症状に適した薬、そして疾患や治療に関する正しい情報に出会ったおかげで、疾患ともうまく付き合えるようになったと感じています。

娘が小学校の高学年に上がったタイミングで大学院に入学し、臨床心理士の資格を取得しました。現在はフリーアナウンサーとして活動するとともに、心療内科、精神科のカウンセラーとして患者さんに接しています。カウンセリングを行うなかであらためて強く感じるのは「体と心はつながっている」ということです。とくに、皮膚疾患は他人からも症状が目に見えるため、患者さんの多くは心の奥に自身も気づかない痛みを抱えています。患者さんの内なるSOSに気づき、受け止め、寄り添うことは、私たちセラピストにとってだけでなく、製薬会社にとっても大切なことだと思っています。

アトピー性皮膚炎に限らず、多くの皮膚疾患に悩む方々にとって、症状を軽減する薬剤や治療法は生きる道しるべであり、希望の光です。マルホの皆さんには、患者さん一人ひとりの人生を笑顔に変える、そんな力のある製品をつくり続けていただきたいと願っています。

マルホが中長期的な企業価値の向上と持続的成長を実現するために、従業員一人ひとりが自律的にキャリアを構築し、活躍できる制度や機会を提供するとともに、誰もが安心して健康的に働くことのできる職場環境の整備に努めています。

自律的にキャリアを構築できる仕組みづくり

マルホでは、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実現のため、従業員一人ひとりが自律的にキャリアを構築できる仕組みづくりを推進しています。

● 社内公募制度

自身のキャリアに真剣に向き合い、実現したい想いを自らつかみ取ることができる機会として実施しています。2022年9月期は、全社で30件の公募を行い、全11名の従業員が実際に異動を叶えました。

● 年代別キャリア研修

自身のキャリアを自律的に構築するため、キャリアの節目となる時期に任意参加の研修を実施しています。2022年9月期は、計134名の従業員が参加しました。

● 自己啓発プログラムの拡大

自ら学ぶ意志のある従業員のサポートのため、対象となる研修プログラムを大幅に拡大しました。

健康経営の推進

マルホは、従業員の健康は会社の健康という考えに基づき、健康促進を企業経営の根幹に据えた「健康経営」に取り組んでいます。

● 保健師による健康相談窓口の開設

毎月4回、従業員がフィジカルヘルス、メンタルヘルスの両面で気軽に健康相談できる窓口を本社に開設しています。(対面、オンライン対応)

● 健康支援サイト「KENPOS」の導入

歩数や食事記録など、健康に関する日々のさまざまな情報を自分で管理できるウェブサービスを導入。ウォーキングキャンペーンなど、健康管理を支援する取り組みを定期的に開催しています。

● 健康診断再検査のための受診における勤務配慮

健康診断や人間ドック受診機関からの検査結果で再検査を促された場合、就業時間内の受診を認めています。

ダイバーシティ&インクルージョンの取り組み

従業員それぞれの多様な考え方やバックグラウンドを活かし、全員が活躍できる環境をつくりだすことで、マルホにおける新しい価値創出を目指します。

● 女性活躍の推進

2021年10月より、全社共通の指標として、2024年9月までに女性管理職比率を15%以上にすることを目標に掲げています。

▶女性管理職比率の推移については、非財務ハイライト(P.7)をご参照ください。

● 次世代育成対策の推進

従業員が次世代を担う子どもの養育と仕事を両立できる取り組みを推進しています。特に男性従業員の育児休業取得推進を掲げているほか、常態的な時間外労働の削減のため、月30時間を超える時間外労働が3ヵ月連続で発生する部署をゼロにすること、年間540時間以上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。



えるぼし(第2段階)
「女性活躍推進法」に基づき、女性が働きやすい環境を整えている企業として2019年に取得



くるみん
「次世代育成支援対策推進法」に基づき、「子育てサポート企業」として2007年に取得

● マルホグループ内の交流

業種が異なるグループ内の交流を通じ、新たな価値観の発見や、相互理解の深化につなげています。

多様な働き方を支える制度・取り組み

従業員のワークライフバランスの充実、生産性・創造性の向上を目指し、柔軟性ある多様な働き方を推奨しています。

● リモートワーク勤務制度の導入

在宅勤務によるリモートワークを積極的に推進しています。

● オフィスの一部フリーアドレス化

創造性を発揮できるオフィスを目指し、一部のオフィスにフリーアドレスを導入しています。

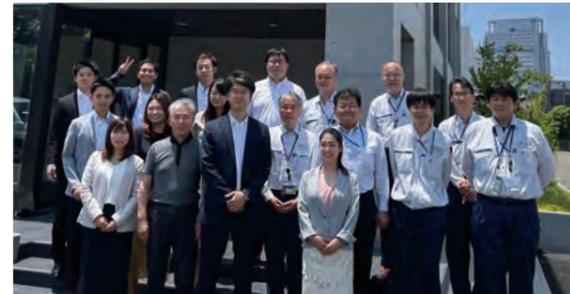
● 各種申請システムのデジタル化

社用のPC、スマートフォンから経費精算や稟議書の申請ができるシステムを導入するなど、業務のデジタル化を推進しています。

具体的な取り組み

マルホグループ内の交流

2022年6月と8月に、医療用医薬品の情報提供を行うマルホの横浜第二営業所(当時)と、医薬品の原薬製造を担う株式会社ローマン工業との交流会が実施されました。参加したメンバーにとって、新たな交流、新たな価値観との出会いにより、製品や会社に対する「見え方」が今までと変わる機会になりました。こうした経験の重なりによって、既存の組織・環境の枠を超え、多様な価値観や意見を尊重し活かしていくこと、つまりダイバーシティの推進につながっていくと考えています。



株式会社ローマン工業での集合写真(2022年6月)

健康経営の推進

2021年11月より、保健師を招いた「健康相談窓口」を開設しています。毎月4回、保健師に來社いただき、心身の健康について対面、オンラインの両方で気軽に相談することができるようになりました。

また、社内SNS「Yammer」を活用し、「KENPOS」で開催されるウォーキングキャンペーンの参加風景を従業員が投稿し合うなど、健康の管理にとどまらず、社内コミュニケーションの活性化にも貢献しています。



保健師 南未菜さん

社内SNSへのウォーキングキャンペーン投稿写真



マルホ発條工業株式会社の取り組み

働きやすい職場環境づくりに向けた取り組み

従業員が健康で、能力を十分に発揮できるよう、ワークライフバランスを推進しています。平均有給休暇取得日数10日以上を目指して「リフレッシュホリデー(連続有給)」の取得を推奨しています。また、2021年9月より社内に「意見箱」を設置し、従業員から寄せられた意見や要望を職場環境の改善に役立てています。



職場風景

全員参加型の社会への貢献—障がい者雇用の促進

誰もが安心して働くことのできる職場環境の整備や、発達障がい特性のある従業員に向けたジョブコーチの活用など、すべての従業員が能力を最大限に発揮するための就労支援を行っています。特別支援学校からの適性に応じた実習受け入れに加え、採用後の正社員への転換にも取り組んでいます。2020年より京都府障害者雇用推進企業「京都はあつる企業」に選ばれているほか、2021年11月には障がいのある方を積極的に雇用している優良事業所として、京都府より「障害者雇用優良事務所等知事表彰」を受けました。



「令和3年度京都府障害者雇用優良事務所・勤労者等表彰式」(2021年11月)

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。

効率的なエネルギー利用の推進

省エネルギーを促進するため、本社を含む全事業所において、冷暖房時の設定温度を夏季28℃、冬季20℃に設定しています。また、会議資料の電子化や電子署名・電子確認を取り入れることで、事務用紙の使用量削減に取り組んでいます。

研究開発活動における取り組み

京都R&Dセンターでは、医薬品の研究開発活動が地球環境に及ぼす影響を最小化するため、省エネルギー／省資源、グリーン購入、産業廃棄物の排出量削減や環境意識向上など、環境に配慮した取り組みを展開しています。

●省エネルギー／省資源

医薬開発研究所におけるLED照明の導入をはじめ、空調の省エネモードの活用、CO₂濃度制御システムの導入、季節ごとの実験室の空調温湿度の設定変更など、さまざまな施策を通じて温室効果ガスの排出量削減に努めています。また、実験結果の確認や各種手続きにおいて、紙書類から電子書類への変更を進めるなど、事務用紙の使用量削減に努めています。

●グリーン購入

研究開発活動で使用する事務用品などの身近な備品を環境配慮型製品に代替する取り組みを開始し、環境保全に努めています。

●産業廃棄物の排出量削減

循環型社会の実現に貢献するため、化学物質や各種資材など、産業廃棄物の排出量削減に継続的に取り組んでいます。研究開発活動により排出される廃棄物の分別の徹底にも努めています。

●環境意識の向上

京都R&Dセンターに勤務する従業員が自主的にSDGsに関する座談会を開催し、環境保全への意識向上と環境対応に関する知見やアイデアの共有を図り、具現化に取り組んでいます。



SDGsに関する座談会の様子
(2022年7月)

営業活動における取り組み

●ハイブリッドカーの導入

営業活動において使用する営業車両を、2009年より順次ハイブリッドカーに切り替えています。2022年3月時点でのハイブリッドカー導入率は87.0%となりました。営業活動に伴い使用する燃料を抑えるとともに、CO₂の排出量の削減も実現していきます。

生産活動における取り組み

彦根工場、長浜工場では、環境マネジメントシステム(EMS)に関する国際規格「ISO14001」を取得しているほか、エネルギーの効率的利用やCO₂削減に向けたさまざまな取り組みを推進し、生産活動に伴う環境負荷の低減を図っています。

●省エネルギー

両工場では、工場内の蛍光灯をLED照明に順次切り替え、電力使用量の抑制に努めています。また、彦根工場では、将来の電力需要を見据え、1999年対比で40%の省エネルギー性能を持つ新たな充電変圧器を2022年12月に導入しました。今後も、操業時間外における空調設備の低風量モード機能の活用や、空調管理が不要なエリアにおける空調停止を実施するなど、省エネ活動を継続していきます。

●CO₂の排出量削減

2022年、両工場では年間10,410トンのCO₂を排出しました。今後は、再生可能エネルギーに由来する電気に切り替えることで、CO₂排出量の削減を目指します。

●クリーンキャンペーン

彦根工場では毎年4～6月、8～10月の期間において、工場周辺のゴミ拾いなどのクリーンキャンペーンを実施しています。今年は、初めて協力会社と共に取り組みました。

▶水資源使用量、産業廃棄物排出量の推移については、非財務ハイライト(P.7)をご覧ください。



クリーンキャンペーンの様子
(2022年8月)

社会貢献活動

持続可能な、より良い社会のために

社会に貢献する取り組みを企業文化として定着させるため、自発的な活動を推進しています。

マッチングギフト制度

従業員の社会貢献への想いを会社が支援するマッチングギフト制度「まるほっとギフト」は、2022年で7回目を迎えました。今回よりマルホ発條工業株式会社と立山製薬工場株式会社も加わり、グループ全体で428名が参加しました。集まった寄付金に会社が同額を上乗せした総額380万円を、社内で選定したNPO団体など4団体に寄付しました。

2022年の寄付先団体

- ・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
- ・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
- ・公益財団法人 日本補助犬協会
- ・認定NPO法人 日本クリニクラウン協会

具体的な取り組み

認定NPO法人 日本クリニクラウン協会では2005年から「すべてのこどもにこども時間を」を合言葉に、赤い鼻がトレードマークのクリニクラウン(臨床道化師)を小児病棟に派遣し、入院しているこどもたちとの遊びやコミュニケーションを通じて、こども本来の生きる力を取り戻し、笑顔になれるよう活動しています。マルホはその趣旨に賛同し、2018年から支援しています。



「日本クリニクラウン協会」への寄付金贈呈式(2022年7月)

健康に貢献する研究の支援

●マルホ研究賞

皮膚科学における若手研究者育成の一助として1999年に「ガルデルマ賞」の名で創設。2020年より「マルホ研究賞」と名称を変え、公募した皮膚科学に関連する基礎的および臨床的研究論文の中から、厳正な審査で選ばれた研究論文に対して表彰を行います。

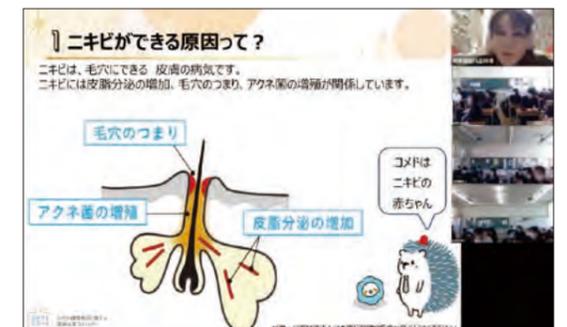
●Master of Dermatology (Maruho)

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する賞「マルホ賞—臨床皮膚科学への大いなる貢献者達へ—」としてマルホが2010年に創設しました。2017年度からは「皮膚科の臨床、皮膚科学研究、人材育成、社会貢献など、日本の皮膚科学の発展に多大なる貢献をした者」をテーマに、「Master of Dermatology (Maruho)」と名称を改め、公益社団法人 日本皮膚学会とマルホが共同運営しています。

女性の健康教育推進プロジェクトへの参画

女性の活躍がますます期待されている現代社会において、女性自身が望む人生設計やキャリアプランを実現するためには、女性特有の健康問題やライフステージごとの体の変化について正しく理解することが大切です。マルホはこうした認識のもと、2021年より、バイエル薬品株式会社が創設した女性の健康教育推進プロジェクト「かがやきスクール」に参画しています。2022年度(2022年4月～2023年3月)は、全国12校(オンライン授業、出張授業含む)で開催される予定です。授業には、女子生徒だけでなく、男子生徒も積極的に参加していて、参加人数全体の約4割を占めています。

マルホはこれからも、女性の健康づくりと活躍のための環境づくりを支援していきます。



茨城県立下妻第二高等学校(講師:フェリーチェレディースクリニック吉祥寺 柳本典子先生)での授業の様子(2022年10月)

実効性のあるコーポレートガバナンスを目指して

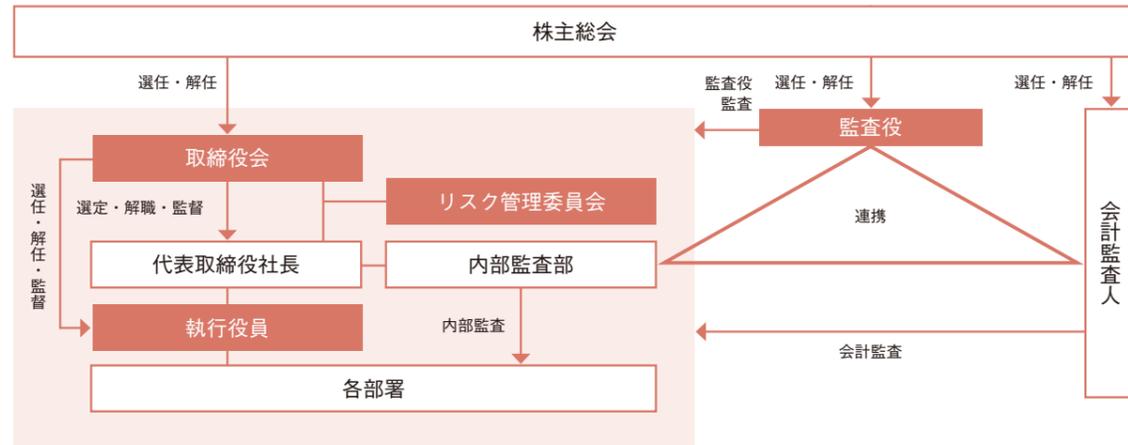
マルホ(以下、当社)は、皮膚科学領域のスペシャリティファーマとして、皮膚疾患に悩む多くの患者さんのQOL向上と医療関係者の皆さまの活動支援に取り組んできました。そのようなソーシャルニーズに的確に応えていくなかで、医療用医薬品、診断薬、医療機器、セルフケアなどの多様な事業を展開し、着実な事業成長を遂げてきました。

今後も社会の発展に貢献し続けるためには、経営陣の果敢な意思決定を支え、ステークホルダーの皆さまのご期待に応えていくためのコーポレート・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、実効性のある取締役会の運営であり、実効性の向上には社外取締役による外部視点が不可欠です。

客観的な視点によるガバナンスの状況や、経営が適正になされているかの監視・監督、経験や知識に基づいた助言を受け、会社の持続的成長や企業価値の向上の実現に向けた、実効性あるコーポレート・ガバナンスの推進を目指していきます。

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

当社では、持続的な企業価値の向上を実現するために、経営の透明性・公正性を高め、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、当社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、リスク管理および法令遵守等に関する多様な知見・専門性を備えた社外取締役に対して適切な情報提供を行い、当社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・理解を徹底し、多面的な検証、議論を踏まえた方針決定・意思決定を行うことで、真に実効性の高い取締役会の実現を目指しています。

2022年9月期も、事業計画、株主総会、役員、株式などの重点的な審議が必要なテーマを選定して協議を行い、実効性のある取締役会の運営を実行しました。社外取締役の平均出席率は96%でした。

取締役会の概要

(2022年9月期)

構成	取締役 7名、社外取締役 3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 *6月は臨時取締役会が開催されました
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、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、役付取締役選定	
	株式	・持株会間における株式譲渡 ・株式持分譲渡割り当て	

内部統制システム

当社は、取締役の職務の執行が法令および定款に適合することを確保するための体制、ならびに業務の適正を確保するために必要な体制を整備しています。

1) ミッション実現のために

- ミッション(「あなたというのちに、もっと笑顔を。」)の実現を目指し、取締役および従業員一人ひとりがバリュー(「誠実であれ」「シグナルを感じ取れ」「ワクワクで世界を変えよう」「超えていこう」「共に意志を響かせよう」)を規範としながら、事業活動を行う。この実践のために、内部統制システムを整備し、全ての取締役および従業員はこれを尊重する。

2) 取締役および従業員の職務執行が法令および定款に適合することを確保するための体制

- 取締役会は、取締役会規程に則り適切な意思決定を行うとともに業務執行を監督し、法令・定款違反を防止する。また、取締役は、他の取締役の法令・定款違反を発見した場合、直ちに監査役および取締役会に報告し、その是正を図る。
- コンプライアンス・プログラム(マルホ企業行動憲章、マルホコンプライアンス行動規準、推進体制・具体的取り組み等)に基づき、コンプライアンス推進体制を構築し、他のコンプライアンス関連部署との有機的な連携のもとに各部署へのコンプライアンス啓発・教育を実施するとともに各種施策を講じ、コンプライアンス経営を推進する。
- コンプライアンスに関する疑義ある行為等について直接相談・通報できる社内および社外の内部通報窓口である「マルホホットライン」を設置・運用し、コンプライアンス経営の実践に活用する。
- 財務報告の信頼性を確保するため、財務報告に係る内部統制の整備・運用、評価、報告および改善を行う。

3) 取締役の職務執行に係る情報の保存および管理に関する体制

- 取締役会議事録、執行役員会議事録、稟議書、その他取締役の職務執行に係る情報について、文書管理および情報セキュリティ関連規程により、情報類型毎に情報の作成、保管・保存、廃棄等のルールを定め、文書または電磁的記録の方法により閲覧可能な状態で適切に管理する。

4) 損失の危険の管理に関する規程その他の体制

- 収益や損失に影響を与える不確実な事象のうち、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(コンプライアンスリスク、情報管理リスク、人事リスク、風評リスク、災害リスク等)については、経営企画部を統括する取締役を委員長として設置しているリスク管理委員会を設置し、全社的な視点からの管理を行う。

- 事業固有のリスクについては、中長期または事業計画策定・遂行のなかで各執行役員が主体的に所管リスクの評価を行うとともに、リスクの内容に応じたリスク回避、リスク低減、リスク移転の措置等を行う。

- 事業継続の観点からBCP*を作成するとともに、緊急事態に対する危機管理に関しては、迅速、適正かつ統一的管理を行うために危機管理責任者、事務局、危機管理組織等を設置し対応する。

*BCP (Business Continuity Plan) : 事業継続計画。災害などの緊急事態が発生したときに、企業が損害を最小限に抑え、事業の継続や復旧を図るための計画

5) 取締役の職務執行が効率的に行われることを確保するための体制

- 執行役員制度により、取締役が適切かつ迅速に意思決定し、取締役の監督のもとに執行役員が効果的かつ効率的にその業務を執行する体制を構築する。
- 取締役会規程をはじめとする会議規程、組織規程、業務分掌規程、職務権限規程および稟議規程により適切な権限委譲を行い、意思決定、関係組織長等への指示・伝達、業務執行が迅速に行われる体制を構築する。

6) 当社およびその子会社から成る企業集団における業務の適正を確保するための体制

- 子会社管理規程に基づくグループ経営の基本原則に従い、子会社の独立性を尊重しつつ、高い倫理観をもって、グループ全体の経営を推進する。
- 子会社の経営については、原則として当社の取締役または従業員を取締役として子会社に派遣し、子会社の取締役会を介して事業運営および損失の危険の管理を行い、事業の適正を確保する。また、取締役として派遣する者のうち一人を子会社の管理責任者として指名し、一元管理する。当該子会社管理責任者は、子会社における重要な意思決定、業務執行の状況および経営に影響を及ぼす重要事項について適時当社取締役会に報告する。
- 子会社のコンプライアンス推進体制については、子会社管理の一環として、各社の事業内容、事業規模、事業環境等に応じて適切に体制を整備するよう助言・指導するとともに、定期的に運用状況の報告を求める。

7) 内部監査体制

- 代表取締役社長直轄の執行部門から独立した内部監査部を設置し、内部統制システムの整備・運用状況について、各部門責任者による自主点検と内部監査部による監査を実施する。

- グループ経営における業務の適正を確保するために子会社業務の遂行状況につき適宜調査を行う。

8) 監査役監査が実効的に行われることを確保するための体制

- 監査役が、その職務を補助すべき従業員を置くことを必要としたときは、当該従業員を置くものとし、取締役からの独立性を確保する。また、当該補助従業員の任命・評価・異動等については、予め監査役の同意を得る。
- 取締役は、経営の基本的方針・計画に関する事項、その他重要な事項について、事前に監査役に通知する。
- 監査役は、取締役会のほか重要な意思決定の過程および業務執行の状況を把握するために重要な会議に出席する。
- 監査役は、業務執行に関する重要な文書を閲覧し、必要に応じて取締役または従業員に対しその説明を求める。
- 取締役は、経営に影響を及ぼす重要事項について監査役に都度報告する体制を整備する。
- 監査役は、子会社管理責任者および子会社監査役と相互に情報共有または意見交換し緊密な連携を図る。
- 監査役は、コンプライアンス推進部門等と連携し、効果的かつ効率的に監査を実施する。
- 監査役に報告した者に対して、当該報告をしたことを理由に不利な取扱いを受けないことを確保する。
- 監査役は職務執行に必要な費用については監査役の意見に基づき予算化し、当該費用が生じた場合は速やかに処理する。

9) 監査役、会計監査人と内部監査部との連携

- 監査役、会計監査人および内部監査部は、監査を通じて認識した課題もしくは将来のリスクを情報共有し、また、必要に応じて協議、意見交換を行うなど、連携強化を図る。

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。
詳細はコーポレートウェブサイト「財務情報」に掲載。
<https://www.maruho.co.jp/>

なお、本レポートに含まれる財務諸表 (P.44~P.48) 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。

10) 反社会的勢力排除に向けた基本的考え方

- 市民社会の秩序または安全に脅威を与える反社会的勢力および団体に対して毅然とした姿勢で臨み、不当または不法な要求に一切応じないことを基本方針としてコンプライアンス行動規準に定め、全役員・従業員に周知徹底する。
- 警察当局および暴力追放運動推進センター等の外部専門機関との連携による情報収集、組織的な対応が可能となる体制の整備、正常な取引関係を含めた一切の関係の排除に取り組む。

リスク・マネジメント

当社の企業価値最大化を図ることを目的に、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、当該識別したリスクに対して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。

当社が定めるリスク管理規程において、リスクとは当社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、当社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」啓発の全社横断的な取り組みとして、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。

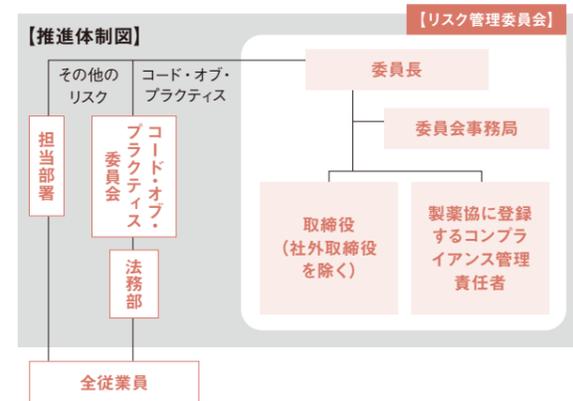
当社は、医薬品という、健康、生命に関わる製品を取り扱う者として、「あなたというのちに、もっと笑顔を。」をミッションとしています。そのため、事業活動を行う上で、民法、会社法、独占禁止法等の一般法令、医薬品医療機器等法をはじめとするGLP、GCP、GMP、GQP、GVP、GPSP*1等の様々な事業関係法令等を遵守し、反社会的勢力、団体とは一切の関係を持たず、それらの不当な要求に屈することなく、断固として対決します。生命倫理を含めた高い倫理観と良識を持ち、一人ひとりが自覚を持って自らの使命を認識し、行動することを宣言しています。

私たちは、製品の研究・開発・製造・販売等の様々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

当社では、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)

当社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。窓口の詳細は、社内ポータルサイト等でいつでも確認できるようになっています。2022年9月期の社内外からの通報件数は18件(社内窓口17件、社外窓口1件)でした。

品質方針

当社は健康を願う世界の人々に、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します。そのために、以下の品質方針を設定します。

- 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(PQS*2など)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。

*1 GLP (Good Laboratory Practice) : 医薬品の安全性に関する非臨床試験の実施の基準に関する省令
GCP (Good Clinical Practice) : 医薬品の臨床試験の実施の基準に関する省令
GMP (Good Manufacturing Practice) : 医薬品及び医薬部外品の製造管理及び品質管理の基準に関する省令
GQP (Good Quality Practice) : 医薬品、医薬部外品、化粧品及び再生医療等製品の品質管理の基準に関する省令
GVP (Good Vigilance Practice) : 医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器及び再生医療等製品の製造販売後安全管理の基準に関する省令
GPSP (Good Post-marketing Study Practice) : 医薬品の製造販売後の調査及び試験の実施の基準に関する省令

*2 PQS (Pharmaceutical Quality System) : 医薬品品質システム。製品ライフサイクルの異なる段階にわたり実施し得る、製薬企業のための実効的な医薬品品質システムの一つの包括的なモデルで、「適正な製品品質の確立と維持」を行い、「管理できた状態を確立および維持し」、「継続的改善を促進」することを目的とする

取締役／監査役

(2022年12月時点)



代表取締役会長
高木 幸一



代表取締役社長 社長執行役員
杉田 淳



社外取締役
渡辺 章博



社外取締役
赤木 佳彦



取締役 専務執行役員
石丸 靖之



取締役 常務執行役員
鬼頭 康彦



取締役 常務執行役員
武田 雅弘



取締役 常務執行役員
北川 高志



取締役 常務執行役員
赤塚 正裕



取締役 執行役員
富田 裕



取締役 執行役員
平塚 克則

執行役員

(2022年12月時点)

執行役員 管理担当

西岡 浩一

執行役員 信頼性保証／サイエンス担当

垣内 佳美

執行役員 研究部長

平田 和正

執行役員 マーケティング担当

会田 和彦

執行役員 開発担当

石濱 豊

執行役員 営業担当

佐藤 義彦

代表取締役会長

高木 幸一

略歴

1980年 4月 日本商事株式会社(現アルフレッサ株式会社)入社
1983年 1月 当社入社
1988年 4月 開発企画部長
1988年12月 取締役 開発企画部長
1992年12月 常務取締役 営業担当
1995年 1月 常務取締役 研究開発本部長
1996年12月 専務取締役
1998年12月 代表取締役副社長
1999年12月 代表取締役社長
2014年10月 代表取締役社長 社長執行役員
2020年12月 代表取締役会長(現任)

社外取締役

赤木 佳彦

略歴

1980年 4月 日本商事株式会社(現アルフレッサファーマ株式会社)入社
1983年 9月 当社入社
1991年 3月 当社退社
1991年 9月 株式会社エスアールエル入社
1992年 4月 有限会社アカギトレーディング代表取締役(現任)
2006年 1月 ダイアシスジャパン株式会社代表取締役(現任)
2012年 1月 DiaSys Diagnostics Systems GmbH Area Business Director(現任)
2015年12月 当社取締役(現任)

取締役 常務執行役員

経営戦略／CMC統括

武田 雅弘

略歴

1992年 4月 厚生省(現厚生労働省)入省
2003年 7月 株式会社ベネッセコーポレーションチャイルドケア事業部長
2004年 4月 株式会社ベネッセスタイルケアチャイルドケア事業部長
2005年 8月 同社法務・コンプライアンス部長
2009年10月 同社非常勤取締役
2010年 6月 ヤンセンファーマ株式会社渉外部長
2010年11月 同社政策調査部長
2014年 5月 当社入社 経営企画部担当部長
2016年 1月 執行役員 経営企画担当
2016年12月 取締役執行役員
経営企画・法務統括 総務担当
2017年10月 取締役執行役員 経営企画・法務統括
フューチャーデザイン担当 総務担当
2018年10月 取締役執行役員
CMC統括 法務/薬制担当
2020年 1月 取締役常務執行役員 経営企画/管理/
CMC統括 法務/薬制担当
2020年 6月 取締役常務執行役員
経営企画/管理/CMC統括
2022年10月 取締役常務執行役員
経営戦略／CMC統括(現任)

取締役 執行役員

生産担当

平塚 克則

略歴

1990年 4月 当社入社
2014年 3月 産根工場長
2017年 4月 CMC企画部長
2017年10月 執行役員 生産担当
2022年12月 取締役執行役員 生産担当(現任)

代表取締役社長 社長執行役員

杉田 淳

略歴

1997年 4月 住友商事株式会社入社
2009年10月 ヤンセンファーマ株式会社
トラムセットマーケティング部部長
2012年 3月 当社入社
2013年10月 国際事業開発部副部長
2014年10月 執行役員 北米事業担当
2014年12月 取締役執行役員 北米事業統括
2016年 1月 取締役執行役員 経営企画・海外事業統括
2016年12月 取締役常務執行役員 海外事業・事業開発統括 財務・人事担当
2018年10月 取締役専務執行役員 事業/管理統括
2020年 1月 取締役副社長執行役員
2020年 4月 取締役副社長執行役員 医療機器事業統括
2020年 6月 取締役副社長執行役員
2020年12月 代表取締役社長 社長執行役員(現任)

取締役 専務執行役員

石丸 靖之

略歴

1984年 4月 当社入社
2007年 8月 横浜支店長
2009年 7月 東京支店長
2010年12月 執行役員 営業ライン東日本担当
2012年12月 取締役執行役員 国内事業統括
2014年10月 取締役執行役員 営業ライン統括
2016年 1月 取締役執行役員 営業ライン統括
兼 営業ライン西日本担当
2017年10月 取締役執行役員 営業ライン統括
2018年10月 取締役執行役員 営業統括
2020年12月 取締役専務執行役員(現任)

取締役 常務執行役員

国内事業統括

北川 高志

略歴

1985年 4月 当社入社
2008年 8月 京都支店エリアマーケティング部長
2010年12月 京都支店長
2012年12月 名古屋支店長
2014年 5月 名古屋支店長 兼 静岡営業所長
2015年10月 営業管理部長
2016年 7月 執行役員 営業スタッフ担当
2018年10月 執行役員 サイエンス担当
2020年 6月 執行役員 マーケティング/営業戦略/営業人材開発担当
2020年10月 執行役員 マーケティング/診断薬担当
2020年12月 取締役常務執行役員
国内事業統括(現任)

取締役 執行役員

事業開発担当

富田 裕

略歴

2005年 6月 シスメックス株式会社入社
2021年 6月 当社入社
2022年10月 執行役員 事業開発担当
2022年12月 取締役執行役員 事業開発担当(現任)

社外取締役

渡辺 章博

略歴

1990年 7月 Peat Marwick Mitchell & Co.
(現KPMG LLP) ニューヨーク事務所
パートナー
1994年 7月 KPMGコーポレイトファイナンス株式会
社代表取締役
2004年 4月 GCA 株式会社創業 代表取締役
2015年12月 当社取締役(現任)
2022年 2月 フーリハン・ローキー株式会社 会長
2022年 6月 株式会社東芝 社外取締役(現任)

取締役 常務執行役員

サイエンス統括

鬼頭 康彦

略歴

1986年 4月 当社入社
2008年 3月 臨床開発部長
2011年 7月 学術部長
2012年12月 執行役員 薬事・メディカルフェアーズ担当
2014年 3月 執行役員 品質保証・メディカルフェア
ーズ担当
2014年10月 常務執行役員 事業統括
2014年12月 取締役常務執行役員 事業統括
2016年12月 取締役常務執行役員 国内事業統括
化粧品事業担当
2017年10月 取締役常務執行役員 研究開発統括
研究担当 国内事業統括 化粧品事業担当
2018年10月 取締役専務執行役員
研究開発/サイエンス統括 研究担当
2019年10月 取締役専務執行役員
研究開発/サイエンス統括
2020年12月 取締役常務執行役員
研究開発/サイエンス統括
2021年 4月 取締役常務執行役員
サイエンス統括(現任)

取締役 常務執行役員

事業開発／研究開発統括

赤塚 正裕

略歴

1989年 4月 当社入社
2009年 7月 研究部長
2012年12月 執行役員研究担当 兼 研究部長
2015年10月 執行役員研究担当 兼 研究企画・推進部長
2016年12月 マーケティング調査企画部長
2020年 6月 常務執行役員 事業開発/探索研究統括
付 市場調査・評価担当部長
2021年 4月 常務執行役員 事業開発統括付 市場調
査・評価担当部長
2021年12月 取締役常務執行役員
事業開発統括
2022年10月 取締役常務執行役員
事業開発/研究開発統括(現任)

監査役

三浦 裕晃

略歴

1983年 4月 当社入社
2005年 3月 プロジェクト推進部長
2009年 7月 米国開発部長
2011年10月 Maruho North America Inc.
Deputy President
同社President
2013年12月 当社執行役員 人事・総務担当
2014年10月 執行役員 管理担当
2016年12月 監査役(現任)

連結経営指標等

(単位:百万円)

	2012年9月	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
会計年度:											
売上高	62,007	64,336	69,367	73,538	76,722	86,902	85,209	89,171	88,954	96,754	95,390
営業利益	12,961	10,862	6,256	7,682	7,424	14,731	10,631	12,347	12,333	21,942	16,431
経常利益	13,262	11,115	6,202	7,151	7,483	14,577	10,284	12,433	10,721	21,112	15,035
親会社株主に帰属する当期純利益	8,304	7,136	3,639	3,288	2,272	8,463	2,976	12,737	6,318	14,902	7,972
会計年度末:											
純資産	76,661	84,057	93,878	96,592	99,984	108,985	110,478	120,217	127,825	142,857	152,495
総資産	94,180	100,042	124,750	134,484	137,554	145,096	143,286	142,908	151,394	164,257	177,219
1株当たりの金額(円):											
1株当たり純資産額	10,063.13	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
1株当たり当期純利益	1,090.09	936.82	476.44	429.85	297.00	1,106.30	389.09	1,664.83	825.81	1,947.92	1,042.12
キャッシュ・フロー:											
営業活動によるキャッシュ・フロー	12,940	5,384	4,641	10,117	10,433	11,923	11,385	11,573	20,042	18,063	16,651
投資活動によるキャッシュ・フロー	19,674	2,083	△ 8,980	△ 7,906	△ 15,554	△ 10,824	△ 13,595	△ 11,706	△ 4,817	△ 4,591	△ 7,597
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 135	△ 137	10,687	2,600	△ 3,024	△ 583	△ 681	△ 10,245	△ 686	△ 570	△ 589
財務指標等:											
自己資本比率(%)	81.4	84.0	70.7	68.9	69.7	72.1	77.1	84.1	83.7	86.3	85.5
自己資本利益率(%)	10.8	8.5	4.1	3.6	2.4	8.4	2.8	11.0	5.1	11.1	5.4
従業員数(人)	1,190	1,287	1,526	1,588	1,716	1,838	1,930	2,093	2,150	2,181	2,213

(注) 1. 会計監査については、「コーポレート・ガバナンス 内部統制システム 9) 監査役、会計監査人と内部監査部との連携」(P.36)を参照
 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、当該会計基準等を選り適用した後の数値となっています。

経営成績および財務分析

■ 経営成績

当連結会計年度(2021年10月～2022年9月)における我が国の経済は、依然として新型コロナウイルス感染症の影響はあるものの、緩やかに持ち直しの傾向が見られました。一方で、ウクライナ情勢の緊迫化などによる原材料やエネルギー資源の価格上昇などの影響により先行きが不透明な状況が続いております。マルホグループが主に活動している医薬品事業においては、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、医療用医薬品市場は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新型コロナウイルス感染症、半導体や一部原材料の長納期化の影響等を大きく受けました。

こうした中、マルホグループは、長期ビジョン「2011*Excellence in Dermatology～皮膚科学領域での卓越した貢献を～」の実現を目指し、第4次中期計画(2020年10月～2023年9月)にグループ各社の強みを活かした連携を図りながら全力で取り組んできました。

このような状況下、当連結会計年度の売上高は953億90百万円(前期比1.4%減)となりました。利益面につきましては、営業利益は164億31百万円(同

25.1%減)、経常利益は150億35百万円(同28.8%減)となりました。親会社株主に帰属する当期純利益は79億72百万円(同46.5%減)となりました。

① 医薬品事業

血行促進・皮膚保湿外用剤「ヒルドイド」は、薬価改定の影響等もあり、売上が減少しました。乾癬治療注射剤のヒト型抗ヒトIL-17Aモノクローナル抗体製剤「コセンチクス」は、継続的に学術情報を提供することで、売上が増加しました。尋常性ざ瘡治療外用剤「ペビオ」は競合品の影響等により、売上が減少しました。以上の結果、当セグメントの売上高は862億41百万円(前期比1.7%

医薬品事業(主に医療用医薬品の製造・販売)

	2021年9月		2022年9月		増減額
売上高					
外部顧客への売上高	87,721		86,241		△1,480
セグメント間の内部売上高又は振替高	2		-		△2
計	87,724		86,241		△1,483
セグメント利益又は損失(△)	21,815		16,742		△5,072

その他の事業(ばね・機械・医療機器部品事業)

	2021年9月		2022年9月		増減額
売上高					
外部顧客への売上高	9,033		9,149		116
セグメント間の内部売上高又は振替高	642		120		△521
計	9,676		9,270		△405
セグメント利益又は損失(△)	226		△325		△552

ました。負債は、前期に比べ33億23百万円増加し、247億23百万円となりました。増加分の内訳は、流動負債の増加37億4百万円、固定負債の減少3億80百万円です。純資産は、親会社株主に帰属する当期純利益の計上による増加等により96億38百万円増加し、1,524億95百万円となりました。

減)、セグメント利益は167億42百万円(同23.3%減)となりました。

② その他の事業

マルホ発條工業株式会社等については、ばね・機械・医療機器部品事業により、売上高は92億70百万円(前期比4.2%減)、セグメント損失は3億25百万円(前年同期は2億26百万円のセグメント利益)となりました。

なお、上記のセグメント売上高およびセグメント利益はセグメント間取引を含む数値であり、その合計は連結損益計算書の売上高および営業利益と一致しません。

■ 財政状態

当連結会計年度末における総資産は前期に比べ129億61百万円増加し、1,772億19百万円となりました。流動資産は主に営業活動による利益の確保により現金及び預金が増加し、104億93百万円の増加となりました。固定資産は積極的な設備投資を行ったこと等により、24億68百万円の増加になり

ました。負債は、前期に比べ33億23百万円増加し、247億23百万円となりました。増加分の内訳は、流動負債の増加37億4百万円、固定負債の減少3億80百万円です。純資産は、親会社株主に帰属する当期純利益の計上による増加等により96億38百万円増加し、1,524億95百万円となりました。

流動比率は541.5%、自己資本比率は85.5%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。

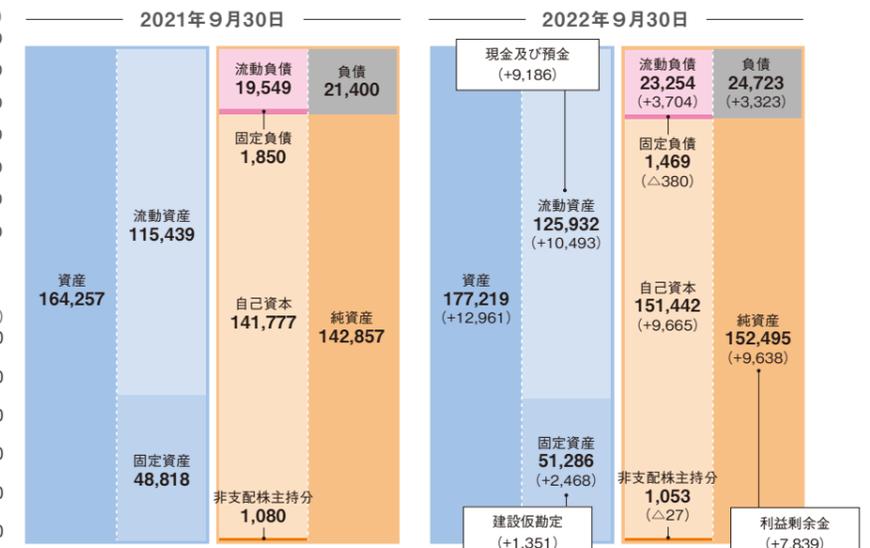
流動資産/流動負債/流動比率



純資産/総資産/自己資本比率



連結貸借対照表の概要(百万円)



■ キャッシュ・フロー

当連結会計年度末における現金及び現金同等物の残高は、687億41百万円(前期比15.4%増)となりました。

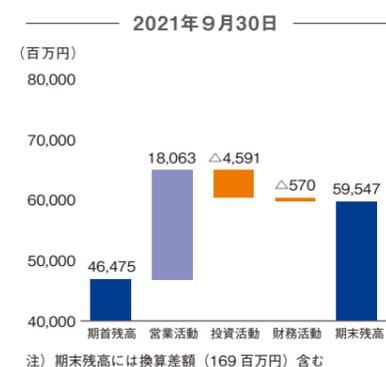
営業活動により獲得したキャッシュ・フローは、税金等調整前当期純利益126億65百万円の他、減価償却費およびのれん償却等の非資金項目の計上等により、166億51百万円(前期比7.8%減)となりました。投資活動により使用したキャッシュ・フローは、積極的な設備投資により有形・無形固定資産の取得に60億35百万円を支出したこと等により、75億97百万円(前期比65.5%増)となりました。財務活動により使用したキャッシュ・フローは5億89百万円(前期比3.4%増)となりました。

マルホグループの主な資金需要は、研究開発投資に加え、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

連結キャッシュ・フロー計算書の概要



■ 設備投資等(有形固定資産、無形固定資産)

当連結会計年度は、医薬品製造拠点である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、社内業務効率化を目的としたソフトウェアの導入・改修および研究開

発品の導入にかかわる販売権の取得等を実施し、69億37百万円の積極的な設備投資等を行いました。今後も、成長機会の獲得のため、市場の動向を見極めながら、強弱をつけた戦略的な投資を実行していきます。

設備投資額/減価償却費



*1 医薬品の品質確保と供給の安定化のため、メイン工場である彦根工場及び長浜工場に新棟を建設しました
*2 研究開発品の導入に係る販売権を取得しました。今後も、成長機会獲得のため市場動向を見極めながら、強弱をつけた戦略的投資を行っていきます

連結貸借対照表

(単位:百万円)

	2021年9月	2022年9月
(資産の部)		
流動資産	115,439	125,932
現金及び預金	60,347	69,533
受取手形及び売掛金	30,329	30,125
有価証券	301	—
商品及び製品	13,032	13,644
仕掛品	5,232	4,910
原材料及び貯蔵品	4,425	5,608
その他	1,770	2,109
固定資産	48,818	51,286
有形固定資産	25,078	25,591
建物及び構築物	15,527	15,529
機械装置及び運搬具	5,645	4,810
工具、器具及び備品	1,091	1,086
土地	2,125	2,125
建設仮勘定	687	2,039
無形固定資産	6,536	7,663
ソフトウェア	1,343	2,423
のれん	617	331
販売権	3,010	3,858
その他	1,565	1,049
投資その他の資産	17,203	18,032
投資有価証券	7,879	7,472
関係会社長期貸付金	441	294
退職給付に係る資産	2,621	3,906
繰延税金資産	4,394	4,939
その他	1,867	1,418
資産合計	164,257	177,219

※前年度監査対象外

(単位:百万円)

	2021年9月	2022年9月
(負債の部)		
流動負債	19,549	23,254
支払手形及び買掛金	4,865	5,145
短期借入金	200	200
1年内返済予定の長期借入金	393	392
未払金	5,692	7,376
未払法人税等	2,133	4,150
賞与引当金	3,870	3,739
返品調整引当金	12	—
その他	2,382	2,251
固定負債	1,850	1,469
長期借入金	392	—
繰延税金負債	36	18
役員退職慰労引当金	1,044	1,075
資産除去債務	192	195
その他	184	180
負債合計	21,400	24,723
(純資産の部)		
株主資本	141,258	149,097
資本金	382	382
資本剰余金	4,251	4,251
利益剰余金	136,624	144,463
その他の包括利益累計額	518	2,344
その他有価証券評価差額金	0	623
繰延ヘッジ損益	38	67
為替換算調整勘定	479	1,653
非支配株主持分	1,080	1,053
純資産合計	142,857	152,495
負債純資産合計	164,257	177,219

※前年度監査対象外

連結損益計算書

	(単位:百万円)	
	2021年9月	2022年9月
売上高	96,754	95,390
売上原価	32,550	33,363
売上総利益	64,203	62,027
返品調整引当金繰入額	10	-
差引売上総利益	64,193	62,027
販売費及び一般管理費	42,251	45,596
営業利益	21,942	16,431
営業外収益	419	760
受取利息	22	32
受取配当金	12	15
受取手数料	16	-
受取補償金	0	67
受取賃貸料	26	27
受取保険金	17	55
助成金収入	202	45
為替差益	17	476
その他	103	39
営業外費用	1,248	2,155
支払利息	16	15
支払手数料	8	8
持分法による投資損失	1,216	1,892
その他	8	239
経常利益	21,112	15,035
特別利益	35	-
持分変動利益	35	-
特別損失	13	2,370
固定資産除売却損	13	89
投資有価証券評価損	-	2,001
減損損失	-	279
税金等調整前当期純利益	21,134	12,665
法人税、住民税及び事業税	2,868	5,367
法人税等調整額	3,359	△ 659
法人税等合計	6,227	4,708
当期純利益	14,906	7,956
非支配株主に帰属する当期純利益又は非支配株主に帰属する当期純損失 (△)	3	△ 16
親会社株主に帰属する当期純利益	14,902	7,972

※前年度監査対象外

連結株主資本等変動計算書

	(単位:百万円)					
	株主資本			株主資本合計		
	資本金	資本剰余金	利益剰余金			
2021年9月						
当期首残高	382	4,251	121,855	126,489		
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			14,902	14,902		
株主資本以外の項目の当期変動額 (純額)						
当期変動額合計	-	-	14,769	14,769		
当期末残高	382	4,251	136,624	141,258		
	その他の包括利益累計額					
	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	非支配 株主持分	純資産合計
当期首残高	323	36	△ 77	282	1,053	127,825
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				-		14,902
株主資本以外の項目の当期変動額 (純額)	△ 323	1	557	235	27	262
当期変動額合計	△ 323	1	557	235	27	15,031
当期末残高	0	38	479	518	1,080	142,857

※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			株主資本合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	
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

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	2021年9月	2022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	21,134	12,665
減価償却費	5,997	5,123
減損損失	-	279
のれん償却額	104	120
賞与引当金の増減額 (△は減少)	169	△ 143
事業構造改善引当金の増減額 (△は減少)	△ 241	-
役員退職慰労引当金の増減額 (△は減少)	64	30
受取利息及び受取配当金	△ 34	△ 47
支払利息	16	15
持分法による投資損益 (△は益)	1,216	1,892
投資有価証券評価損益 (△は益)	-	2,001
固定資産除売却損益 (△は益)	△ 3	82
売上債権の増減額 (△は増加)	△ 2,308	319
たな卸資産の増減額 (△は増加)	△ 2,725	△ 1,317
仕入債務の増減額 (△は減少)	773	235
その他流動資産の増減額 (△は増加)	△ 133	△ 332
その他流動負債の増減額 (△は減少)	△ 1,592	448
その他	△ 1,393	△ 1,592
小計	21,043	19,779
利息及び配当金の受取額	36	47
利息の支払額	△ 18	△ 14
法人税等の支払額又は還付額 (△は支払)	△ 2,998	△ 3,161
営業活動によるキャッシュ・フロー	18,063	16,651
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	△ 2,190	△ 3,037
無形固定資産の取得による支出	△ 1,262	△ 2,998
定期預金の増減額 (△は増加)	500	24
投資有価証券の取得による支出	△ 267	△ 2,101
関係会社株式の取得による支出	△ 1,095	△ 282
投資有価証券の償還による収入	-	300
その他	△ 276	497
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 4,591	△ 7,597
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	△ 393
配当金の支払額	△ 133	△ 133
その他	△ 43	△ 62
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 570	△ 589
現金及び現金同等物に係る換算差額	169	731
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	13,071	9,194
現金及び現金同等物の期首残高	46,475	59,547
現金及び現金同等物の期末残高	59,547	68,741

※監査対象外

主なマルホグループ

国内



海外



連結子会社 持分法適用関連会社 青：医薬品事業 緑：その他の事業（ばね・機械・医療機器部品事業）

製品一覧

(2022年9月現在)

マルホは、皮膚科学領域に特化した製品で、多くの患者さんに貢献しています。

■ 医療用医薬品

薬効	製品一覧 (略称/一般名)		販売開始年*
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	ネモリズマブ (遺伝子組換え)	2022年
原発性腋窩多汗症治療剤	ラビフォートワイブ	グリコピロニウムシル酸塩水和物	2022年
がん性皮膚潰瘍臭改善薬・酒さ治療薬	ロゼックスゲル	メトロニダゾール	2018年
抗ヘルペスウイルス剤	アメナリーフ錠	アメナメビル	2017年
	ファムビル錠	ファムシクロビル	2008年
外用合成副腎皮質ホルモン剤	コムクロシヤンプー	クロベタゾールプロピオン酸エステル	2017年
尋常性ざ瘡治療剤	エビデュオゲル	アダバレン/過酸化ベンゾイル	2016年
	ディフェリンゲル	アダバレン	2016年
	ペビオゲル	過酸化ベンゾイル	2015年
乳児血管腫治療剤	ヘマンジオールシロップ小児用	プロプラノロール塩酸塩	2016年
尋常性乾癬治療剤	マーデュオックス軟膏	マキサカルシトール/ベタメタゾン酪酸エステルプロピオン酸エステル	2016年
キノロン系外用抗菌剤	ゼビアックスローション	オゼノキサシン	2016年
	ゼビアックス油性クリーム		2021年
ヒト型抗ヒトIL-17A モノクローナル抗体製剤	コセンティクス皮下注シリンジ	セクキヌマブ (遺伝子組換え)	2015年
	コセンティクス皮下注ペン		2016年
アトピー性皮膚炎治療剤	プロトピック軟膏	タクロリムス水和物	2014年
	プロトピック軟膏小児用		2014年
褥瘡・皮膚潰瘍治療剤	アクトシン軟膏	ブクラデシンナトリウム	2010年
抗真菌剤	アスタットクリーム		2009年
	アスタット外用液	ラノコナゾール	2009年
	アスタット軟膏		2009年
貼付用局所麻酔剤	ベンレステープ	リドカイン	2007年
駆虫剤	ストロメクトール錠	イベルメクチン	2006年
経口用ベネム系抗生物質製剤	ファロム錠	ファロベナムナトリウム水和物	2005年
	ファロムドライシロップ小児用		2005年
尋常性乾癬等 角化症治療剤	オキサロール軟膏	マキサカルシトール	2001年
	オキサロールローション		2007年
壊死組織除去剤	プロメライン軟膏	プロメライン	1999年
抗炎症血行促進剤	ヒルドイドゲル	ヘパリン類似物質	1988年
合成副腎皮質ホルモン外用剤	ボアラ軟膏	デキサメタゾン吉草酸エステル	1986年
	ボアラクリーム		1986年
痔疾治療剤	強力ポストリザン (軟膏)	大腸菌死菌・ヒドロコルチゾン	1965年
皮膚疾患治療剤	エキザルベ	混合死菌製剤	1962年
血行促進・皮膚保湿剤	ヒルドイドクリーム		1954年
	ヒルドイドソフト軟膏	ヘパリン類似物質	1996年
	ヒルドイドローション		2001年
	ヒルドイドフォーム		2018年
アレルギー性疾患治療剤	オロバタジン塩酸塩 OD フィルム「マルホ」	オロバタジン塩酸塩	2012年
アリルアミン系経口抗真菌剤	テルピナフィン錠「タカタ」	テルピナフィン塩酸塩	2006年
抗ウイルス剤	ビダラビンクリーム「マルホ」	ビダラビン	2000年

* マルホでの販売開始年

■ 体外診断用医薬品

白癬菌抗原キット	デルマクイック爪白癬
アデノウイルスキット	エムラインAdeno
A 群ベータ溶血連鎖球菌抗原キット	エムラインStrepA
水痘・帯状疱疹ウイルス抗原キット	デルマクイックVZV

■ 医療機器

巻き爪矯正具	巻き爪マイスター
滅菌済み皮膚トレパン	デルマパンチ

■ 化粧品、医薬部外品 iniks (イニクス)

	製品名	
センシティブ	センシティブ ディープモイスト ローション (医薬部外品)	
	センシティブ モイストバリア ミルク (医薬部外品)	
AC モイスト	AC モイスト クリア ローション (医薬部外品)	
	AC モイスト クリア ミルク (医薬部外品)	
アドバンスバリア	アドバンスバリア ローション	
	アドバンスバリア セラム アドバンスバリア クリーム	
メイク落とし	クレンジング エマルジョン	
洗顔料	クリーミー フォーム	
顔用日焼け止め	UV プロテクション	
ファンデーション	リキッド ファンデーション	10: ライトオークル 20: オークル

会社概要

(2022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	2,213名 (連結 ^{*1}) / 1,547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、パートタイマー及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、パートタイマー及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

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 (2,307千株/30.16%) 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 (1,441千株/18.83%)

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



URL ———— <https://www.maruho.co.jp/>

■ 患者さん・一般の皆さま向けサイト



URL ———— <https://www.maruho.co.jp/kanja/>

■ 医療関係者向けサイト



URL ———— <https://www.maruho.co.jp/medical/check.html>



〒531-0071

大阪府大阪市北区中津1丁目5-22

TEL : (06) 6371-8876 (代表)

URL : <https://www.maruho.co.jp/>



2023年3月発行