



Maruho Report 2024

従業員がワンチームとなり、 一人ひとりの“笑顔”のために、 皮膚の悩みに寄り添う

マルホは皮膚科学領域のスペシャリティファーマとして、
アンメットニーズを満たす医薬品等の製品や情報の提供に努めています。

研究開発・事業開発

皮膚科学領域の
アンメットニーズに応える製品を
創出し、治療の選択肢を広げる



営業・マーケティング/メディカル

一人ひとりの患者さんの
悩みと医療課題に向き合い、
正確で価値の高い情報を
タイムリーに提供する



生産・信頼性保証

生産体制の強化と信頼性保証に
対する意識醸成を通じて、
確かな品質の製品を安定供給する

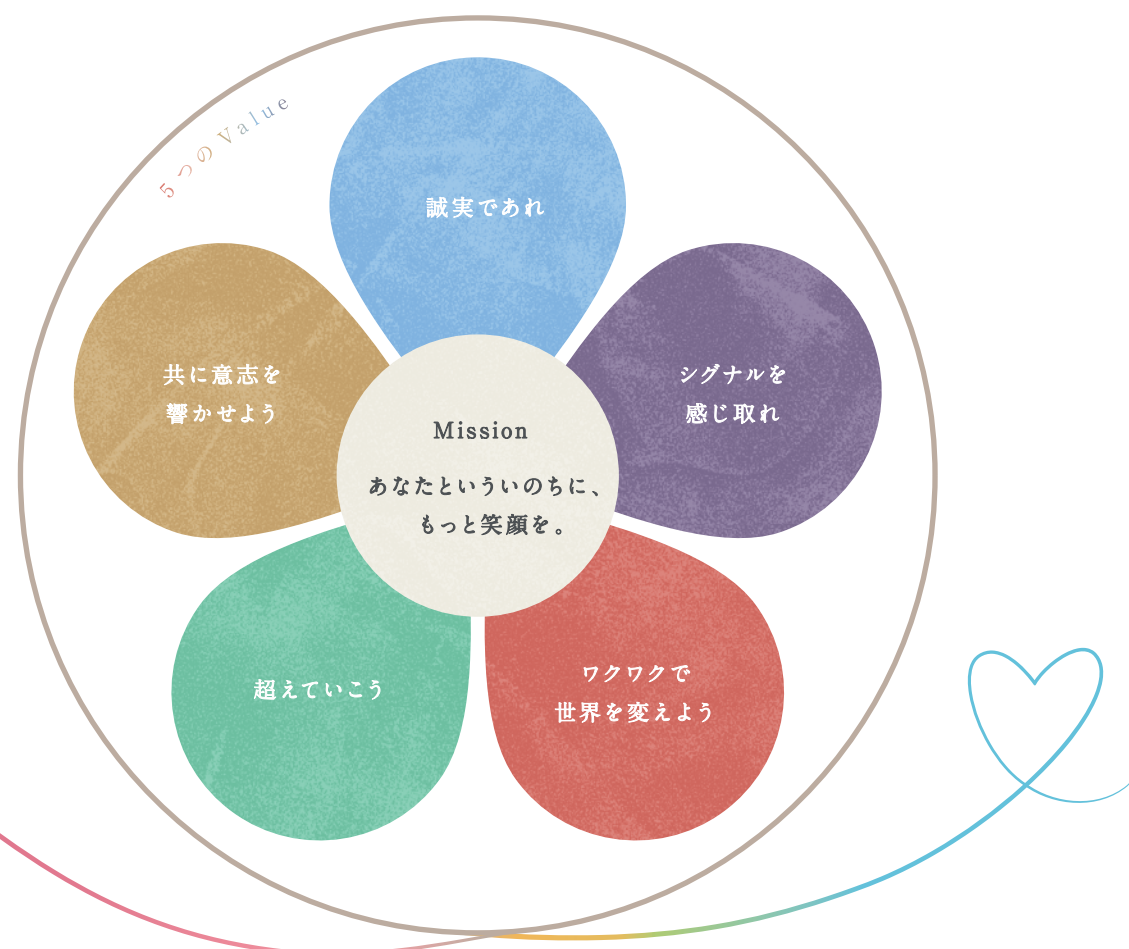


経営基盤

従業員一人ひとりが
挑戦できる職場環境を
整え、新たな価値創造を
促進する



経営理念



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

1. マルホの存在意義

ミッション実現のために	1
経営理念	3
経営理念の理解と実践の促進	5
マルホのあゆみ	7
マルホの強み	9

5. 持続的な成長の基盤

社会	35
環境	39
ガバナンス	43
取締役・監査役・執行役員	45

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
一人ひとりの声に耳を傾ける	19

6. 経営成績および財務

11カ年サマリー	47
財務諸表	49
経営成績および財務分析	53
財務・非財務ハイライト	57

3. 価値創造の戦略

第5次中期計画の進捗	21
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

7. 会社情報

2024年9月期の主なトピックス	59
マルホ発條工業株式会社	61
マルホグループ一覧	63

4. 特集:笑顔のために

外用剤ブランドの確立を通じ 共につくる。共に生きる。	29
信頼性保証ポリシーのもと 品質と安定供給を確保する。	31
アジアを第一歩として グローバルに価値を届ける。	33

編集方針

「マルホレポート2024」発行にあたり

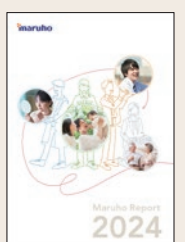
「マルホレポート2024」は、マルホ株式会社(以下、マルホ)が発行する活動報告書です。本レポートは、マルホのこれまでの活動内容を中心に、価値創造、財務情報、非財務情報、事業概況、そして社会への貢献をステークホルダーの皆さまに、ご理解いただくことを目的に発行しています。本レポートは、経営企画部をはじめとする各部門が組織横断的に協働して制作しています。

報告対象期間

2023年10月1日～2024年9月30日
当該期間以外の活動も一部掲載しています。

表紙について

赤ちゃんも大人も、すべての人に生涯を通じて笑顔でいてもらいたい。誰もが笑顔でいられる社会の実現に、さまざまな活動を通じて貢献したい。マルホの根幹にあるその想いを読者の皆さまに伝えたいと考え、本レポートの表紙をデザインしました。患者さんを含む多様な生活者に寄り添い、支えるマルホの従業員たちを表現しています。



従業員と経営陣との対話によって 経営理念の共有と実践のサイクルを加速

ミッションを実現するためには、従業員と経営陣全員の想いを合わせることが重要です。マルホは年1回の従業員エンゲージメントサーベイ「モアスマ(More Smiles)」で従業員の意識をスコア化、その結果を深掘りする「タウンホールミーティング(THM)」を継続しています。初年度2023年9月期に対面形式で10回、翌2024年9月期には対面20回にオンライン形式1回を加えて実施。ミッション・バリューや自社の将来性、従業員のキャリア自律とやりがい・目標設定について

話し合いました。

THMで従業員と経営陣が直接対話し、率直な議論を通じて現状認識や課題を共有します。議論から得られた気づきを企業活動へ随時反映することで、会社の求心力を高め、経営理念を企業風土の礎として定着させる考えです。マルホを構成する全員が経営理念を等しく理解して、日々の原動力とする。その積み重ねによって、一人ひとりの成長と会社の持続的発展につなげることを目指します。

参加した従業員の声：頻出キーワード

信頼性

意識

響かせる

笑顔

向き合う

務める

探究心

軸

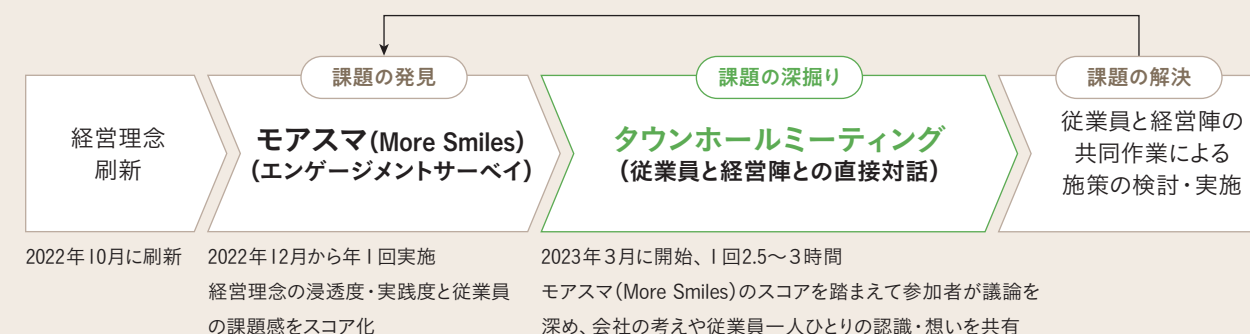
認識

キャリア

意志

共有

経営理念の実践に向けた取り組み



連携

つながり

創る

未来

乗り越える

伝える

将来

向上心

伝達

捉える

一体感

誠実

取り組む

努める

参加した経営陣の声

こちらから協業先に積極的に提案するなど、ワクワクしながら**自らの限界に挑戦**してほしいと感じました。



代表取締役社長 杉田 淳

患者さんを意識して、現状に満足せず、「もっと」を**求める姿勢**は、誠実さにつながる謙虚さだと再認識しました。



取締役 石丸 靖之

互いに**胸襟を開いて**意見を交わし、不安を適度な緊張感と未来へのワクワク感に転じることを期待します。



取締役 鬼頭 康彦

「阿吽の呼吸」から「**言語化**」することでお互いのスタンスを明確化する」方向へ、皆で一步踏み出しましょう。



取締役 武田 雅弘

ほぼ全員が誠実さといった**マルホらしさ**に同じイメージを持っていて、高いハードルも一緒に越えていたらと思った瞬間でした。



取締役 平塚 克則

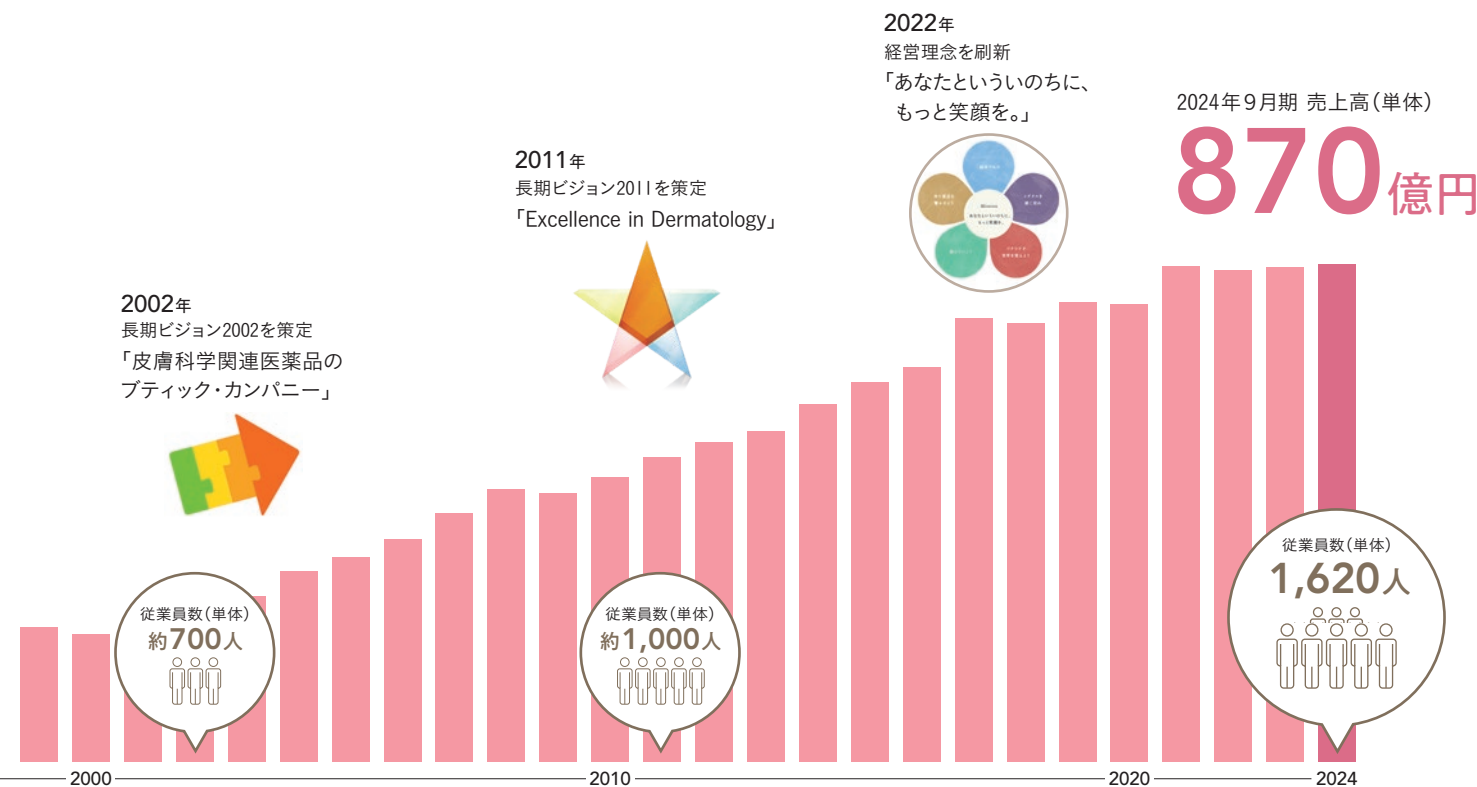
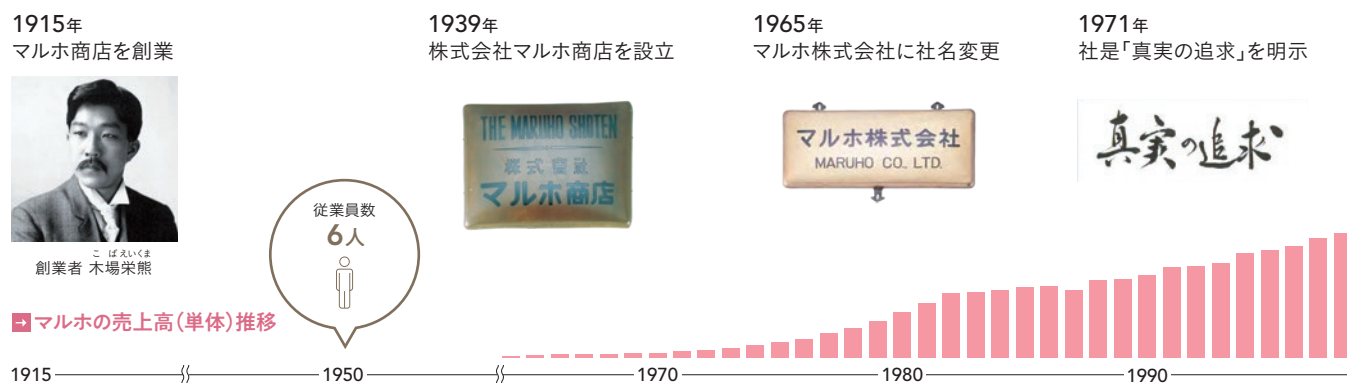
キャリア自律に関して、全社の仕事内容や部門間異動の成功モデルを分かるように示さねばと感じました。



取締役 富田 裕

人々の暮らしに貢献し、笑顔をもたらし続ける —— 持続的な価値創造と成長を実現

私たちは100年以上にわたって患者さんの健康とQOL*向上に貢献する医薬品を提供してきました。
現在は皮膚科学領域のリーディングカンパニーとして、さらなる価値創造に挑んでいます。 *Quality Of Life



1915年～

海外の優れた医薬品を 日本にもたらす

マルホの歴史は、創業者である木場栄熊の「薬で社会に貢献したい」という志から始まりました。創業当時、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健康を支えました。

発売した主な製品

- 1917 ● 蚊よけクリーム「モスキトン」
- 過酸化水素歯磨「カロッキス」
- 完全栄養料「オバルチン」
- 1922 ● 喘息治療剤「アストモリジン注射液」
- 1924 ● 止血剤「フィブロニン」



1930年～

国産化による 医薬品の安定供給を実現

第一次世界大戦後、日本でもようやく医薬品生産が本格化。マルホも輸入品にかわる国産品の製造研究を進めました。1931年以降、咳止めシロップや蚊よけクリームなどの国産化に次々と成功。医薬品を必要とする患者さんに安定して供給できるようになりました。

発売した主な製品

- 1931 ● 鎮咳去痰剤「コフ」国産化
- 咳止めシロップ「コフ舎利別」
- 1932 ● 蚊よけクリーム「モスキトン」国産化
- 1941 ● 結核性疾患治療剤「スクナ」
- 強力強心利尿剤「ストロファンチン注射液」



1950年～

整形外科・外科・皮膚科に おける着実な成長

喘息、痔、関節炎などの治療に貢献する医薬品を次々と発売し、適切な情報提供活動を通じてその普及を図りました。ドイツからの医薬品輸入を再開し、日本の患者さんに貢献しました。当時珍しかったテレビ広告の掲載や、医療機関向けの冊子を配布するなど情報提供に努めました。1972年には現在もマルホを支える彦根工場が竣工しました。

発売した主な製品

- 1954 ● 凝血阻止血行促進剤「ヒルドイド(現ヒルドイドクリーム)」
- 1962 ● 湿疹性・細菌性皮膚疾患治療剤「エキザルベ軟膏(現エキザルベ)」
- 1965 ● 痔疾治療剤「強力ポステリザン(軟膏)」
- 1968 ● 経皮複合消炎剤「モビラート軟膏」
- 1984 ● 関節軟骨保護剤「アルテパロン」
- 1986 ● 合成副腎皮質ホルモン外用剤「ボアラ軟膏」「ボアラクリーム」



1990年～

皮膚科学領域・外用剤へ特化

「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。スキンケアの重要性が高まる中、乾燥性皮膚疾患の治療確立に貢献し、皮膚科学領域の研究開発、生産、販売活動に経営資源を集中。乾癬等の角化症治療剤や貼付用局所麻酔剤などを発売しました。

発売した主な製品

- 1996 ● 血行促進・皮膚保湿剤「ヒルドイドソフト(現ヒルドイドソフト軟膏)」
- 2001 ● 血行促進・皮膚保湿剤「ヒルドイドローション」
- 尋常性乾癬等 角化症治療剤「オキサロール軟膏」
- 2005 ● 経口用ベネム系抗生物質製剤「ファロム錠」「ファロムドライシロップ小児用」
- 2006 ● 駆虫剤「ストロメクトール錠」
- 2007 ● 尋常性乾癬等 角化症治療剤「オキサロールローション」
- 貼付用局所麻酔剤「ベンレステープ」
- 2008 ● 抗ヘルペスウイルス剤「ファムビル錠」
- 2009 ● 抗真菌剤「アスタット」



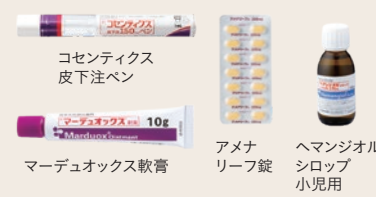
2010年～

皮膚科学領域のスペシャリティ ファーマとして確立

アトピー性皮膚炎や、ざ瘡(ニキビ)、乾癬、感染症など多様な皮膚疾患に対応する充実した製品ラインアップを構築しました。また、既存製品の効能や剤形の追加も推進し、治療の選択肢を拡大。皮膚科学領域での卓越した貢献を果たしました。

発売した主な製品

- 2014 ● アトピー性皮膚炎治療剤「プロトピック軟膏」
- スキンケア製品「iniks(イニクス)」
- 2015 ● 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」
- 尋常性ざ瘡治療剤「ヘビオゲル」
- 2016 ● 乳児血管腫治療剤「ヘマンジオールシロップ小児用」
- 尋常性乾癬治療剤「マーデュオックス軟膏」
- 2017 ● 抗ヘルペスウイルス剤「アメナリーフ錠」
- 2018 ● 水痘・帯状疱疹ウイルス抗原キット「デルマクイックVZV」
- がん性皮膚潰瘍臭改善剤「ロゼックスゲル」



2020年～

一人ひとりの笑顔を目指す

患者さん一人ひとりに寄り添った医薬品の提供を目指し、アトピー性皮膚炎のかゆみを標的とした抗体医薬品やニキビ治療剤、巻き爪治療用剤などを発売。誰もが笑顔で暮らすことができる社会の実現を目指し、患者さんの健康とQOL向上にこれからも貢献していきます。

発売した主な製品

- 2020 ● 巻き爪矯正具「巻き爪マイスター」
- 2022 ● 原発性腋窩多汗症治療剤「ラビフォートワイブ」
- 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」
- 2023 ● 巻き爪治療用剤「リネイルゲル」
- 尋常性ざ瘡治療剤「ヘビオローション」
- 2024 ● ヒト化抗ヒトIL-31受容体Aモノクローナル抗体「ミチーガ皮下注用バイアル」



創業から培ってきた強みをもって、 数多くの人々の笑顔を追求していく

私たちは、皮膚科学領域のスペシャリティファーマとして成長してきました。

創業当時から培ってきた強みをもって、多くの人々のアンメットニーズに応え、貢献しています。

皮膚科学領域における確固たるプレゼンス

皮膚疾患医療用外用剤市場シェア



Copyright©2025 IQVIA. IQVIA JPM
2023年4月～2024年3月(薬価ベース)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2,100t → 約2,700t



皮膚科医師のMR総合評価

20回(10年)連続*1

国内1位
(61.5%*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-1 2024年8月調査)
回答医師数：皮膚科医師508名(2024年8月調査)

*1 2015年～2024年までの各年2回調査(合計20回)より
*2 2024年8月度調査より

新製品販売数

2014年9月期～2024年9月期

18製品



第III相試験成功率*

88%(22試験/25試験)



* 長期ビジョン2002以降に実施した第III相試験のうち、承認申請に移行した割合

製品情報センターへの 年間お問い合わせ件数

約35,000件



幅広い 皮膚疾患に 対応

アトピー性
皮膚炎

かいせん
疥癬

かんせん
乾癬

乾燥肌
(皮脂欠乏症)

結節性痒疹

酒さ

褥瘡

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)

ニキビ
(尋常性ざ瘡)

乳児血管腫
(いちご状血管腫)

巻き爪

水虫
(白癬)

持続的成長を支える基盤

創業年数



自己資本比率(連結)

2024年9月

89.1%



R&I格付

2024年9月現在

A-



事業提携

2024年9月

20社以上



売上高研究開発費比率

2024年9月期

16%



自律人材の尊重(社内公募ポジション数)

社内公募制度を
リニューアルした
2021年9月期

19件



2024年9月期

42件



代表取締役社長
杉田 淳

“ 皮膚科学の スペシャリティファーマとして 人々に笑顔をもたらすために。 ”

経営理念・企業文化と将来像

ミッションとバリューを指針に
従業員それぞれの幅広い知識や意見を結集

2022年10月に経営理念を刷新してから2年が経過しました。従業員一人ひとりへの浸透に努め、さまざまな取り組みを行っています。一つの例として、モアスマ(More Smiles)と呼ぶ従業員エンゲージメントサーベイを実施しました。経営理念の浸透度・実践度と課題を浮き彫りにし、タウンホールミーティングを開いて課題の真因や解決策を経営陣と従業員が真剣に議論しています。そこで出てきたアイデアを実際に制度や行動へ反映し、新たな課題を次のモアスマで発見するというサイクルを丁寧に回しています。

このような取り組みの結果、経営理念で掲げているミッション、そしてバリューが徐々に浸透してきていると感じます。例えば、これまで当社の従業員は異なる意見をぶつけ合う、いわゆるヘルシーコンフリクトが比較的苦手でした。それが、少しずつではありますが、それぞれがおかしいと感じたことを言い合える風土が醸成されつつあると受け止めています。衆知、つまり大勢の知識や意見を

結集することで、より良い組織にしていけると確信しています。

経営理念を体現した成果として、2024年6月に小児のアトピー性皮膚炎のかゆみなどに対する抗体医薬品「ミチーガ皮下注用バイアル」を発売しました。発売以来、皮膚科にとどまらず小児科などさまざまな診療科の先生方を通じて患者さんの声をお聞きしています。「かゆみが改善して勉強に集中でき、難関志望校に合格した」「プールの授業が嫌じゃなくなり楽しくなった」「部活動に励むようになった」「夜にかかなくなつて、親も熟睡できるようになった」など嬉しい声が届いています。従業員は、患者さんがかゆみという症状を乗り越えて笑顔になるために働いている喜び、そして我々がミッションとして掲げる「あなたというのちに、もっと笑顔を。」の実現を実感しています。ミッションそしてバリューを指針として、一人ひとりの「より良く生きたい」という想いに寄り添った取り組みを引き続き進めていきます。



2024年9月期の業績

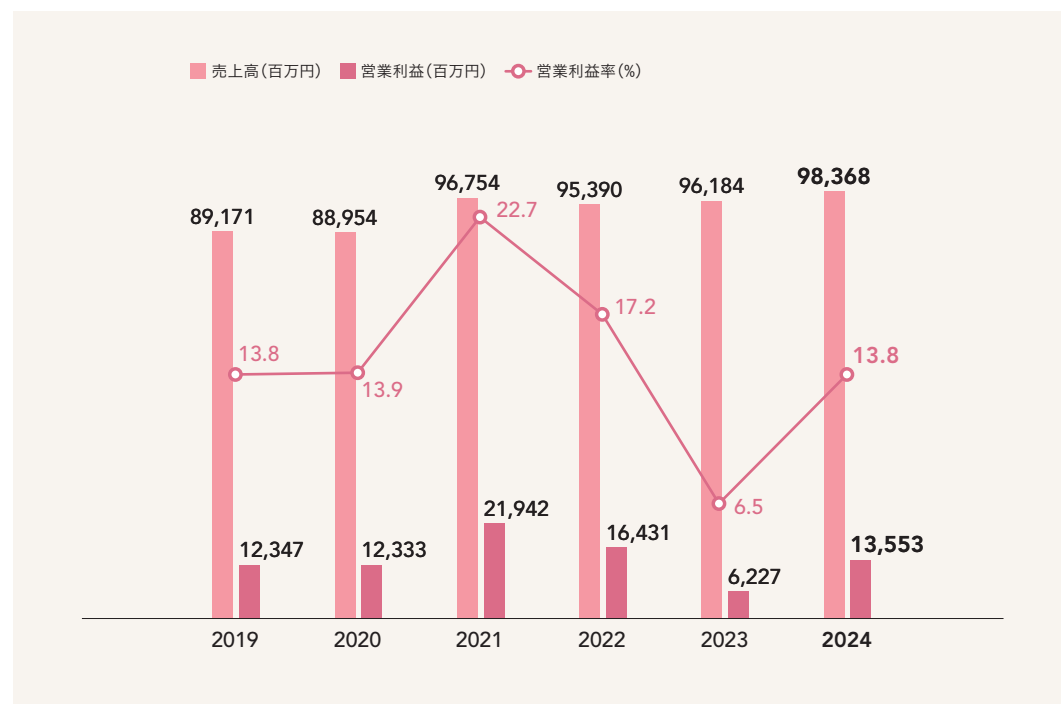
厳しい外部環境の中で 過去最高の連結売上高を達成

2024年9月期(2023年10月～2024年9月)の連結業績は、売上高983億68百万円(前期比2.3%増)、営業利益135億53百万円(同117.6%増)、経常利益129億90百万円(同86.4%増)、親会社株主に帰属する当期純利益104億43百万円(同170.1%増)です。

医療費、薬剤費抑制政策の加速をはじめとする外部環境の大きな変化の中でも、連結売上高は過去最高額に達しました。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」シリーズ、原発性腋窩多汗症治療剤「ラビフォートワイプ」、尋常性ざ瘡治療剤「ペピオ」シリーズ、抗ヘルペスウイルス剤「アメナリーフ錠」などの新製品群が大きな成長ドライバーの役割を果たしています。

第4次中期計画を始動した2020年10月以降、11製品の新発売または適応追加をしてきました。過去4年間の新製品が総売上高の約25%を占めるまでに伸長し、当社全体の成長を牽引しています。加えて、マルホ発條工業株式会社も順調に成長しています。マルホ発條工業株式会社の2024年9月期(2023年10月～2024年9月)の連結ベースの売上高は111億78百万円(前期比11.1%増)でした。その結果、第5次中期計画の初年度をもって連結売上高1,000億円到達にあと一步のところまで来ています。営業利益面でも、研究開発費や人件費といった未来につながる投資を積極的に継続しつつも増益を達成しました。

売上高／営業利益／営業利益率



第5次中期計画の進捗

研究開発の大きな成果と グローバル展開の新たな一歩

第5次中期計画(2023年10月～2026年9月)には、3年間で完了させる施策に加えて、さらに未来を見据えた布石を盛り込んでいます。継続して一人ひとりに笑顔を届けるべく、全社一丸となって努力を続けています。

計画の進捗として、開発パイプラインにおいては2024年9月期にアトピー性皮膚炎のかゆみ(小児)・結節性痒疹に対する抗体医薬品「ミチーガ皮下注用バイアル」の承認を取得しました。患者さんのライフスタイルに寄り添った尋常性ざ瘡(ニキビ)の治療剤であるM6050Cが、承認申請に至りました。

また、グローバル展開も視野に、ベンチャー企業へ戦略的にアプローチしています。直近では、オリジネーターであるベンチャー企業と共同開発するライセンス契約を複数締結しました(P.24「研究開発・事業開発Topics」参照)。メガファーマから権利を獲得し、日本単独で開発する従来の形態とは異なるアプローチです。この新しいやり方をさら

に進め、日本に限らずアジア地域へも事業展開を拡大していく考えです。アジア地域は市場成長率が高い一方で、日本や欧米に比べて皮膚疾患治療の整備が十分とは言えない状況にあります。多くのアンメットニーズを残すアジア地域の皮膚科市場で、日本で蓄積した知見や価値を提供することは、「あなたというのちに、もっと笑顔を。」を掲げる当社がグローバル展開へ踏み出す新たな一歩として必然のステップと考えています。この1年では「アジア皮膚科ハブ構想」(P.33「アジアを第一歩としてグローバルに価値を届ける。」参照)の第一歩を踏み出せたと評価しています。子会社「玛路弘医药科技(北京)有限公司(英語名: Maruho Pharmaceutical Technology (Beijing) Co., Ltd.)」を2023年12月に設立し、中国での事業戦略も策定しました。自販組織の構築を念頭に置き、市場調査と事業戦略立案を進めます。

第5次中期計画の進捗

持続的成長に向けた体制づくり

社会に目を向けると、昨今、企業の透明性や倫理が問われる事案がいくつか報じられ、企業や製品の信頼が揺らぐ状況が見受けられます。こうした事案が広く注目を浴びており、企業の持続的成長にとって信頼性がこれまで以上に重要な要素となっています。当社は、他社とのグローバル連携や新たな製品・情報の継続的な提供と、活動範囲をますます拡大しています。創業以来、誠実に行ってきた活動の信頼性をさらに確固たるものにするため、「信頼性保証ポリシー」(P.31「信頼性保証ポリシーのもと品質と安定供給を確保する。」参照)

を掲げました。経営理念のもと、全従業員が信頼性保証を自分事として引き続き実践できるよう、議論を重ねて社内に浸透させます。従業員各々が患者さんを第一に考えて自発的に製品・情報の提供や改善に取り組み、企業価値を高めていきます。

経営理念の浸透策の一つとして実施しているタウンホールミーティングについては、2024年9月期に前期比で2倍の計21回開催しました(P.5「経営理念の理解と実践の促進」参照)。継続して従業員との対話から得た気付きを企業活動へ随時反映していきます。

2025年9月期の見通し

「未来」を視野に入れて
「足元」の活動に取り組んでいく

2025年9月期に注力すべきことを4つ設定しています。

一つ目は、外用療法の重要性、外用剤の特殊性についての発信をさらに強化し、皮膚疾患に悩むすべての患者さんに製品と情報を届け続けることです。昨今は皮膚疾患の治療剤として注射剤や経口剤の販売も増えてきましたが、各種ガイドラインの通り、外用療法は皮膚疾患の治療の基本として重要です。また、塗り薬においては時に有効成分が同じでも剤形や添加剤の違いによって、有効成分の吸収などに影響を与えるとされています。皮膚科学領域のスペシャリティファーマとして、適切に製品と情報が届く環境を構築していきます。

二つ目は、新製品群における選択と集中を徹底し、成長を加速させることです。当社の成長を牽引する「ミチーガ」シリーズ、「ベピオ」シリーズ、尋常性乾癬を対象とした抗体医薬品「コセンティクス」シリーズには特に期待をかけています。

三つ目は、プロダクト創出モデルの強化です。先に述べたように、AOBiome, LLCやNielsen BioSciences, Inc.など、ライセンス契約した提携先ベンチャー企業との協業推進にも注力し、グロー

バル展開するために、開発・薬事・CMCなどの機能をさらに強化していきます。また、海外の有力なベンチャー企業からパートナーに選ばれるためには、日本市場における圧倒的なプレゼンスを維持し、さらに向上させることが必須であり、情報提供活動に注力していきます。特定の製品に依存しすぎないビジネスモデルを確固としたものとするため、未来につながる取り組みのひとつとして、投資を緩めず開発パイプライン強化とグローバル展開に全社で取り組みます。

四つ目は、未来への取り組みとして推進している皮膚科学プラットフォーム(P.28「営業・マーケティング／メディカルTopics」参照)の構築です。医療関係者だけではなく、会社と患者さんを直接つなぐための取り組み、それも「患者さんたち」といった集団ではなく「N=1の患者さん」とつながる場をつくるという、壮大な未来に向けて、当社が大切にしている患者さん・生活者とのつながりの強化に引き続き取り組みます。

* 令和4年10月4日 厚生労働省事務連絡 別添「局所皮膚適用製剤(半固形製剤)の後発医薬品の生物学的同等性試験の実施に関する基本的考え方」による



社会・環境・ガバナンス

持続的な社会と自社双方の発展を目指す

当社は「自律人財の育成」に力を注いでいます。諸施策を実行してはいるものの、まだ不十分という課題認識を持っています。特に、従業員の「キャリア自律」という言葉の受け止め方や理解がやや限定的だと感じています。従業員がキャリア自律を幅広く考えられるように、「どんな会社になりたいのか」「どんな人材が必要か」「従業員にどんな人生を歩んでもらいたいのか」といった方針を明示することを経営課題の一つと位置付け、新たな人事制度を構築する計画です。

健康経営への取り組みも加速させます。2024年9月期には健康宣言を掲げました。「あなたというのちに、もっと笑顔を。」の「あなた」には従業員も含まれます。従業員がいきいきと笑顔で、より良く生きることのできる会社づくりを実現します。

また、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月にコーポレートウェブサイトで公開しました。気候変動対策、水資源の保全、循環型社会・省資源を中心に、目標達成に向けて取り組んでいます。

ガバナンス機能のさらなる強化も図っています。2024年9月期には新たに2名の社外取締役を迎えました。独立性の高い社外取締役3名による経営監視体制を築き、豊富な知見を活かしていただけることを期待しています。

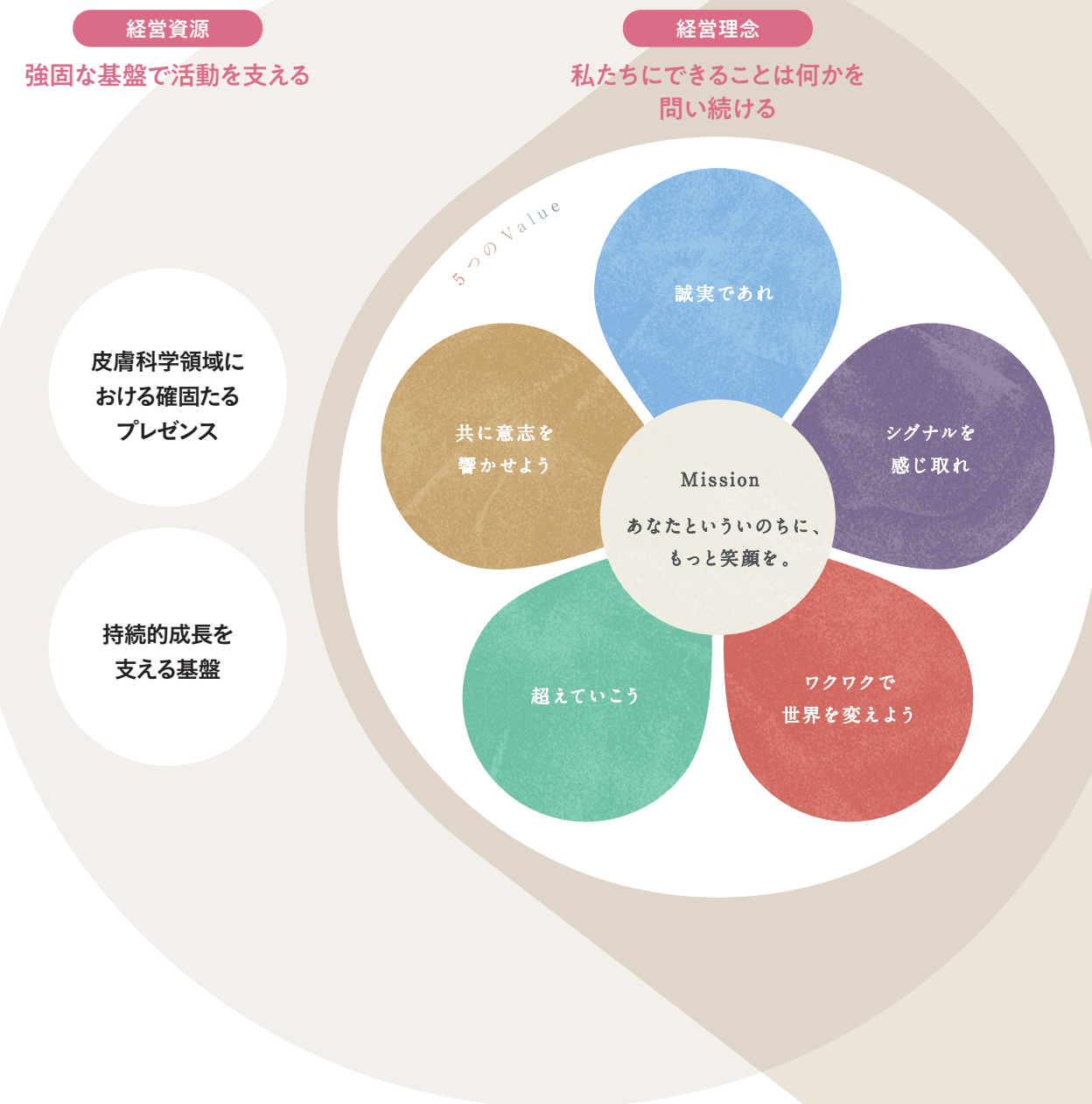
これら非財務資本に関わるテーマを含め、当社はこれからも真摯に、誠実に事業活動を続けます。ステークホルダーの皆さまには、今後ともご期待とご指導を賜りますようお願いいたします。

代表取締役社長 杉田 淳

2. 価値創造の展望 | 価値創造のアプローチ

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年以上続く歴史を通じて、社会と人々の笑顔に貢献してきました。
皮膚科学、地球環境、地域社会における見過ごされがちなニーズにも
真摯に取り組むことで企業価値向上を目指します。



長期ビジョン
皮膚科学領域に
おける卓越した貢献を

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
成長トレンドの確立を
目指す

将来の成長に繋がる
研究開発力の強化と
開発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
誰もが笑顔で過ごす
ことができる社会の実現

患者さん
● 患者さんの暮らしの質の向上
● 確かな品質の製品と
安定供給の実現

医療関係者
● 医療の質の向上

従業員
● 従業員全員が
活躍できる職場環境

環境
● 地球環境の保全

地域社会
● 地域社会との
コミュニケーションの活性化



一人ひとりの声に耳を傾ける

日常生活にまで影響を与えてしまう皮膚疾患。

そんな皮膚の悩みをもつ患者さん一人ひとりの暮らしにどう貢献できるのか？

人々のかけがえのない日常に笑顔をもたらすべく

マルホは日々問い続け、ニーズに向き合っています。

赤：患者さんの声 「黒」：マルホ従業員の声



小児乾癬の患者さん

着られる服も限られてしまうので、
友達のおしゃれの話に入れなかった。

酒さの患者さん

最初はどのような病気なのか、皮膚科に行けば
治るのかとも分からなかった。
**ずっと霧の中を歩いているような
感覚だった。**

マルホ 開発

患者さんの声をどうすれば
開発段階に取り入れられるか、
常に考えています。

口唇ヘルペスの患者さん

**口紅が好きだが
塗れなくなるのがすごく嫌だった。**

マルホ セルフケア

医薬品だけでなく、化粧品や
スキンケア情報を含めたトータルサポートを提案し、
肌にお悩みの方の日々の寄り添う
存在になりたい。

マルホ 生産・CMC

子どもの頃、希少疾患にかかって
治験を受けた経験があるんです。でも効かなかった。
だからこそ、有効性のある薬を
届けることにこだわりたい。

小児アレルギー・アトピー性皮膚炎の患者さんのご家族

**欲しかったのは誰もが
安心できる情報。**
どこに行っても守りあえる・
寄り添える社会になってほしい。

多汗症の患者さん

選べる仕事の幅が狭くなってくる。
何をしたいというよりも、
**何ができるのかという
悩みになった。**

マルホ サイエンス

安全に薬を使っていたらいいような情報を
医療現場や患者さんへ
伝えられるように頑張りたいと思います。

アトピー性皮膚炎の患者さん

かゆすぎて、睡眠に影響が出たり、
**心理的にいらいらすと
掻きむしることがあった。**

マルホ 研究

仕事のひとつひとつが医薬品の開発につながり、
患者さんの笑顔につながっている
ということを忘れないようにしている。

第5次中期計画の進捗とこれから

2024年9月期からの第5次中期計画では、ミッション「あなたといういのちに、もっと笑顔を。」のもとマルホの将来を見据えた挑戦を続け、成長トレンドの確立を目指しています。

第5次中期計画(2023年10月～2026年9月)

戦略テーマと重点テーマ		2024年9月期の実績	課題と今後の取り組み
研究開発・事業開発 →P.23	将来の成長に繋がる研究開発力の強化と開発パイプラインの獲得 重点テーマ ① 研究開発ポートフォリオマネジメントの強化 ② 開発の企画力とマネジメント力の向上 ③ 戦略的・能動的なライセンス活動 ④ 候補Phaseプロジェクトの創出・獲得力強化 ⑤ グローバル展開の新たな一歩の踏み出し	● 研究開発ポートフォリオのありたい姿(将来持つべき製品リスト)と、その実現に向けた計画を策定 ● 優先順位に基づく質の高いプロジェクトの企画・推進 ● 導入候補品の探索・評価を推進し、複数のライセンス導入を実現 ● グローバル市場の事業基盤として中国に玛路弘医药科技(北京)有限公司(英語名: Maruho Pharmaceutical Technology (Beijing) Co., Ltd.)を設立	ねらうべき製品ポジショニングに基づいたライセンス活動および研究開発活動の計画を実行し、適切な研究開発ポートフォリオを構築します。優先順位に基づく開発活動を推進し、継続的な新製品上市を目指します。引き続き、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新規品目の探索・獲得に取り組みます。また、グローバル市場ではアジア展開を加速しつつ、海外事業を推進する機能強化を進めます。
生産・信頼性保証 →P.25	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 重点テーマ ① 経営基盤を下支えする生産体制の運営 ② 多様なニーズへの柔軟な取り組みと革新的技術の追求 ③ 信頼性保証文化の醸成	● 各製品の長期的な展開を踏まえ、生産戦略を最適化する仕組みを構築 ● 原資材を含めた全品目の供給リスクを評価する仕組みを構築、安定供給マニュアルの制定など、安定供給に関する考え方と体制を強化 ● 信頼性保証ポリシーを策定 ● 法令遵守状況の確認や運用・管理状況の把握を目的とした信頼性保証部門のアニュアルレポートを作成	生産戦略の最適化に向けて、外部環境を鋭敏にとらえながら4工場体制での役割分担と打ち手を検討し、効果を検証します。また、安定供給や品質リスク低減を一層追求するために、高度な生産技術の獲得や生産効率化に向けた投資を行います。2024年9月期に策定した信頼性保証ポリシーについては、社内啓発を推進し、従業員全員の自然な体现の継続とさらなる進化を目指します。
営業・マーケティング／メディカル →P.27	皮膚の悩みに寄り添う情報収集・提供体制への進化 重点テーマ ① マルホならではの新たなマーケティングの創造 ② 一人ひとりの患者さんの声やエリア特性に応じた付加価値の創造 ③ 皮膚科学プラットフォーム構築による新たな価値の提供	● ベピオゲル、エピデュオゲルの瘢痕形成抑制に関するエビデンスを取得、発信 ● 全国のエリアで、皮膚疾患を起点に医療関係者の連携支援等による最適な診療環境を醸成 ● マルホの医療用医薬品や皮膚に関する情報等、皮膚の悩みに総合的に応える情報サイトを構想、公開準備	新製品の成長のため、デジタル技術を駆使して個別の状況に応じた情報を提供します。また、長期収載品に関する選定療養制度の適用開始を踏まえ、医療関係者に加えて患者さんを含む生活者に価値ある情報提供を加速します。将来的には、より幅広く皮膚の悩みに対応すべく、診断薬・医療機器・化粧品といった各事業とのシナジー創出を視野に、皮膚科学プラットフォームの構築・拡充を進めます。
経営基盤	ミッションの実現に向けた人と職場の改革 全部署での全社的な取り組みを通じて実現する 重点テーマ ① 自律人財の尊重・育成 ② 新たな価値を創造する職場風土の醸成 ③ 社会から信頼・尊敬される企業ブランドの向上	● 社内公募、手上げ型研修等の施策を実施 ● タウンホールミーティング(THM)等を通じた経営理念の社内への浸透、ワークショップ等による部門間連携を促進 ● 業務効率化・生産性向上に向け、従業員FAQサイトを開設 ● 社会から信頼・尊敬される企業を目指し、環境ポリシー、信頼性保証ポリシー等、会社の姿勢・取り組みを発信	自律人財の尊重・育成のため、エンゲージメントサーベイ「モアスマ(More Smiles)」やTHMの結果を踏まえ、より多くの従業員が主体的なキャリアプランを構築するよう支援します。従業員の自律的な取り組みを促進しつつ、全員参加型研修でも職場風土の醸成を図るようにします。業務の効率化・生産性向上を図り、コア業務に集中できるよう、導入した仕組みの運用の定着を促進します。



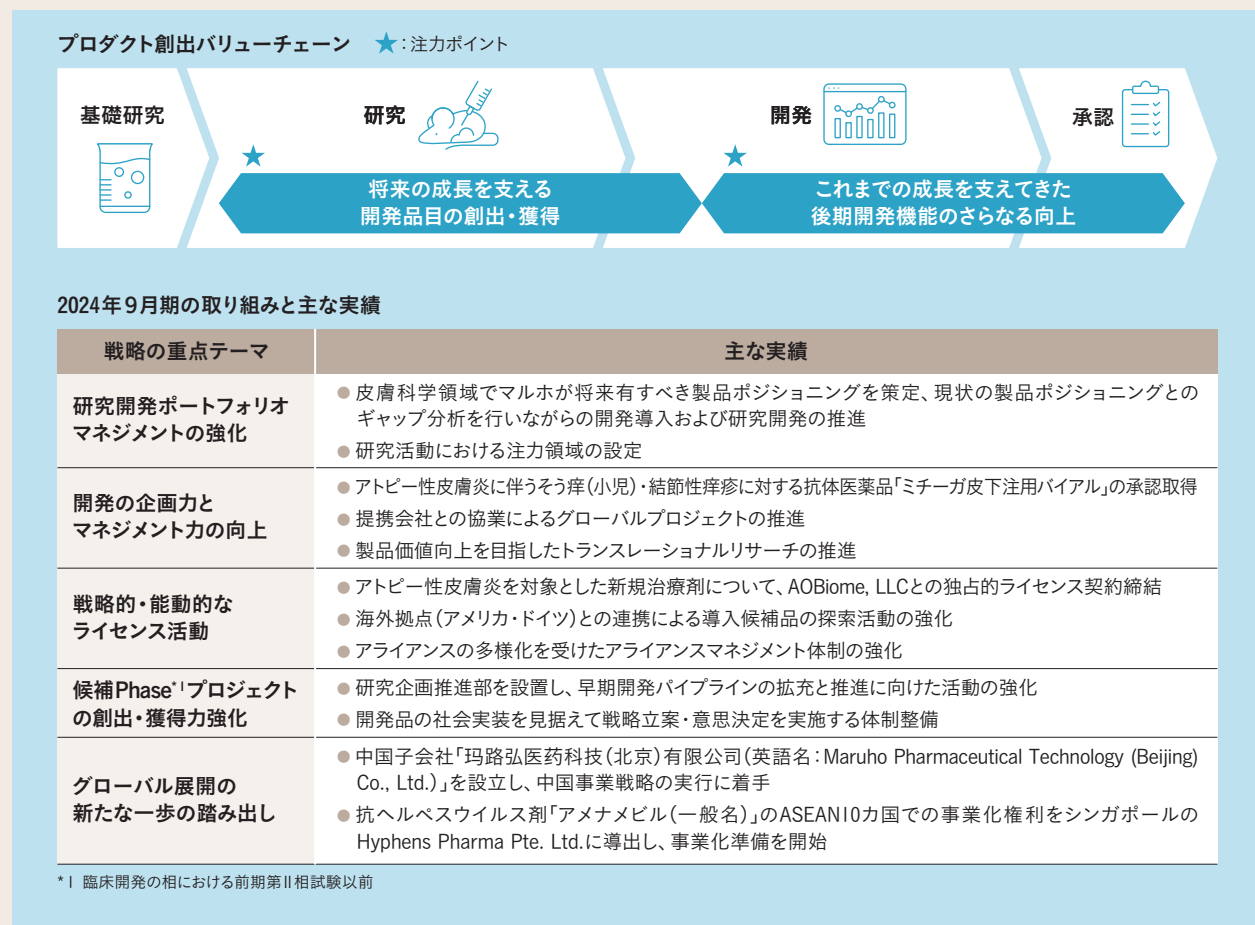
研究開発・事業開発

将来の成長に繋がる研究開発力の強化と
開発パイプラインの獲得

皮膚科学領域を中心とする医療用医薬品を、未だ満たされないニーズに寄り添って研究・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、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戦略等の立案・推進も続けています。



Topics 独自の製剤技術「Maruho HARMOWELL Moisture Technology」

有効成分を安定させ、品質を維持

「HARMOWELL Technology」は、疾患に対する治療効果だけではなく、患者さんに寄り添いQOL^{*2}向上につなげるための技術です。

オーケストラがひとつひとつの音を響かせ美しいハーモニーを奏でるように、そして有効成分の安定性と製剤の特性の調和を実現し患者ニーズを満たした製品になるようにとの思いを込めて、「Harmony」と「Well」を合わせた「HARMOWELL」と名付けました。

医薬品の有効成分は、配合した添加剤によって分解してしまうことがあります。そのため、患者さんにとって使いやすいよう、保湿能^{*3}を高める添加剤

(例として油分など)を加えた結果、有効成分が分解してしまい、期待する効果を発揮できなくなる可能性があります。このような問題を解決するために、独自技術である「HARMOWELL Moisture Technology」を利用することで、保湿能^{*3}を高めつつ、有効成分の安定化を図ることに成功しました。

油分に不安定な有効成分の場合、有効成分が油分に溶けると有効成分が分解してしまい、効果を発揮できないことがあります。「HARMOWELL Moisture Technology」を使った製剤では、油分の配合を最適化し、安定性をキープすることができます。

*2 Quality Of Life
*3 製剤学的特性としての、水分蒸発抑制および製剤中の水分保持能

Topics 積極的な提携による事業価値の拡大

アトピー性皮膚炎の新規治療剤(生菌外用剤)に関する日本での事業化権利獲得

2024年1月、アトピー性皮膚炎を対象とした新規治療薬(開発コード:B244)について、AOBiome, LLCとの間で独占的ライセンス契約を締結しました。同社が開発中のB244は既存の治療剤とは異なって生菌外用剤であり、皮膚の細菌叢へ作用することが期待されます。マルホはB244の日本国内での事業化に向けて成人の患者さんを対象とした国際共同治験へ参画し、日本国内での開発を進めます。

抗ヘルペスウイルス剤のASEAN10カ国での事業化に向けた提携

2024年6月、抗ヘルペスウイルス剤「アメナメビル(一般名)」をASEAN10カ国において開発・販売するための独占的実施権をHyphens Pharma Pte. Ltd.に許諾しました。日本国内ではマルホが「アメナリーフ錠」の製品名で販売しており、水痘・带状疱疹と単純ヘルペスのウイルスに対して高い抗ウイルス活性を示します。この提携により、マルホはASEAN諸国の医療課題解決に貢献するとともに、アジア地域での事業展開を実現していきます。

開発パイプライン(国内での後期第II相試験以降の開発プロジェクト)

(2024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	承認取得
M5250B	結節性痒疹	注射剤	承認取得
M6050C	尋常性ざ瘡	外用剤	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
M6100	アトピー性皮膚炎	外用剤	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。

3. 価値創造の戦略 | 生産・信頼性保証



生産・信頼性保証

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

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確かな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。

信頼性保証文化のさらなる醸成にも注力しています。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。

安定供給を支える資本 ★：注力ポイント



2024年9月期の取り組みと主な実績

戦略の重点テーマ	主な実績
経営基盤を下支えする生産体制の運営	- 各製品の長期的な展開を踏まえ、生産戦略を最適化していくための仕組みを構築 - 全品目の原資材を含めた供給リスク評価の仕組み構築、安定供給マニュアル制定など、安定供給に関する考え方と体制を強化 - 原薬や原料の新規調達先の評価、立ち上げを推進し、調達先のマネジメントを強化
多様なニーズへの柔軟な取り組みと革新的技術の追求	- 信頼性保証の向上および作業効率化を目的とした生産システムの導入に向けて検討を推進 - 医薬情報担当者 (MR) 等と連携して薬局訪問を行い、顧客ニーズを収集
信頼性保証文化の醸成	- 信頼性保証に関してマルホの考え方を示したポリシーを策定 - 法令遵守状況の確認や運用・管理状況の把握を目的に「2023年信頼性保証部門アニュアルレポート」を作成

Topics 製品へのこだわり4選

1. 選び抜いた材料

マルホの塗り薬は材料の選び方にこだわっています。

効果を発揮する主成分はもちろん、塗り薬をつくるのに必要なその他の成分も、最適な品質のものを厳選しています。時には仕入れ先の品質管理体制までチェックするほどのこだわりです。材料の違いが製品の安定性や塗りごちに大きく影響するため、検討を重ねて選び抜きます。

2. 品質への想い

患者さんに万一のことがないように、材料の仕入れから完成までのすべての工程で品質を確保する工夫を行っています。

例えば、製品に関わる600以上の工程に対して社内資格制度を設け、それぞれの資格を取得したスタッフが丁寧に作業を行います。また、細かなことでも常に改善を繰り返し、ミスが起こらないための体制を築き上げています。

3. もっと使いやすく

マルホの塗り薬は、使いやすさにこだわっています。塗り薬による治療は、時に長引くこともあります。患者さんの負担を少しでも減らしたいとの想いから、

患者さんの目線に立って、塗りごちまで社内評価を行っています。

容器についても、小さな手でも持ちにくいかな？フタをなくしてしまう心配はないか？マルホの薬を使っている多様な患者さんを思い浮かべながら、試作容器のブラッシュアップを繰り返します。

4. 安定供給への取り組み

マルホの塗り薬は、安定して患者さんにお届けすることにこだわっています。薬を必要としている患者さんを待たせることがないように、製造にかかる期間と材料をしっかりと確保して、安定的に薬をつくり続けています。製造量が多い製品については、万が一、自然災害などが起きたとしても供給が途絶えないよう、自社グループの4つの工場を連携させるなど、何重もの対策をしています。



ウェブサイト「塗り薬のトップメーカー マルホのこだわり4選」

生産活動を支える工場



彦根工場



長浜工場



株式会社ローマン工業



立山製薬工場株式会社

*立山製薬工場株式会社では、2024年10月に新工場の竣工式を行いました。

営業・マーケティング／メディカル

皮膚の悩みに寄り添う、
情報収集・情報提供への進化

マルホは、製品や疾患に関する適切な情報を、エリア特性に応じてさまざまな方法で提供・発信しています。皮膚に悩みを持つ方の声や、医療関係者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治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。

皮膚科学領域における充実した体制で、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。 *Quality Of Life



Topics 皮膚科学領域での貢献範囲の拡大

見過ごされがちな課題の解決への貢献

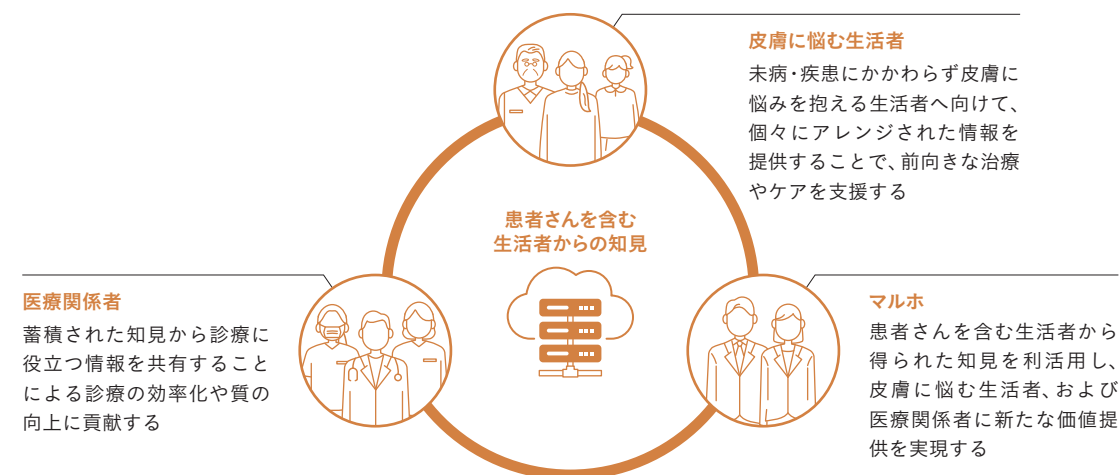
マルホは第5次中期計画で皮膚科学プラットフォームの構築を戦略の重点テーマの一つに掲げています。同プラットフォームは、皮膚に悩む生活者、医療関係者、マルホの三者をリアルとデジタルで高度に融合させるデータ基盤です。この取り組みの背景には「受診が推奨される人に対して十分な医療アクセスを提供できていない」、「正しい情報を得ることができずに自己判断で治療やセルフケアを中断してしまう」、「誤った知識に基づき自己流で対処し、受診やセルフケアのタイミングが遅れてしまう」といった皮膚疾患治療の現状があり、同プラットフォームを構想するに至りました。マルホは、治療だけでなく皮膚疾患の予防やアフターケアといった、皮膚の健康を維持するための情報を収集する人々とプラットフォーム上で接点を持ち続け、見過ごされがちな患者さんの皮膚に関する悩みの解決に貢献します。

2025年9月期から皮膚の悩みに総合的に応える情報サイトとして充実化を図り、まずはざ瘡領域から、より個別最適化されたコンテンツの提供を進める計画です。

さらに、診断薬・医療機器事業、セルフケア事業を貢献範囲の拡大に向けた重要な要素と位置付け、2024年10月に体制を再編しました。医療機関での治療の他、日常のセルフケアといったヘルスケアの場面ごとに適切な製品や情報を提供するなど、皮膚科学プラットフォームの構想と一体化し、皮膚に悩む方に常に寄り添いながら治療やケアを支えていきます。

データ基盤の構築の他、自治体と連携協定を結び、さまざまな医療現場で適切な皮膚疾患治療が行われる環境づくりを進めています。皮膚科医師と在宅医療医師の連携を推進するため、情報共有やリアルでの講演会を実施しています。

皮膚科学プラットフォームとは



外用剤ブランドの確立を通じ 共につくる。共に生きる。

創薬、情報提供、社会貢献活動。
あらゆる方向から患者さんと社会のために。

マルホは外用剤の国内トップシェアメーカーとして、創薬での貢献だけでなく、皮膚の持つ性質や多種多様な疾患、医薬品についての情報発信を続けています。外用剤というと塗り薬がよく知られていますが、実は幅広い種類があります。湿布などの貼付剤や、点眼・点鼻薬、坐剤、吸入剤など、皮膚や粘膜に直接塗ったり貼ったりするものはすべて外用剤です。また、皮膚疾患も、アトピー性皮膚炎やざ瘡

(ニキビ)、乾癬、多汗症などに加えて、まだまだ知られていない疾患まで数多くあります。そこでマルホは、これまでにないアイデアで医療の未来を切り拓いていきたいという思いから、学校や他の企業と連携した幅広い取り組みをしています。大学と協力した製剤技術の研究、そして、未来を担う若い世代への科学技術の啓発にも力を入れており、子どもたちに科学の面白さを伝える活動や教育支援を続けてい

ます。一生を通じて医療に全く触れることのない人はいません。今は病気にかかっていない人にも、医療・医学について興味を持ってもらうこと、正しい情報を伝えることで、皮膚疾患に対する社会全体の理解を深め、健康意識を醸成できると考えています。

今後も自社のミッションに掲げる「あなたというのちに、もっと笑顔を。」を実現するために、あらゆる方向から情報を伝える活動を継続します。



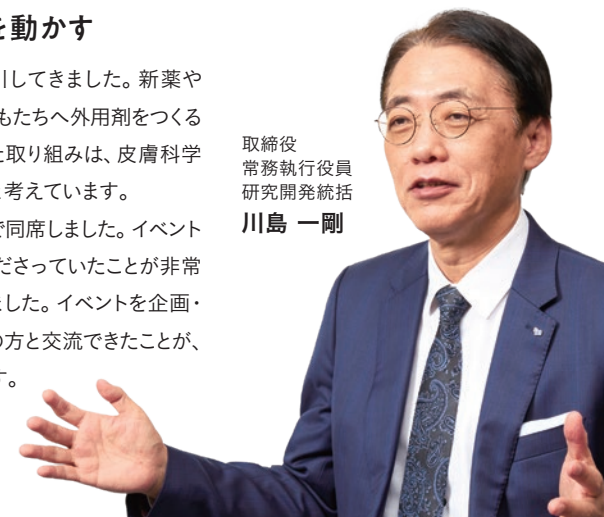
マルホが目指す姿

マルホにしかできない方法で、多くの人の心を動かす

当社は長年にわたって、皮膚疾患医療用外用剤の市場を牽引してきました。新薬や製品の創出に加え、アカデミアとの連携による製剤学の発展、子どもたちへ外用剤をつくる面白さや皮膚のメカニズムを知ることができる機会の提供といった取り組みは、皮膚科学領域のスペシャリティファーマである当社だからこそできることだと考えています。

外用剤であるクリームづくりを体験できるイベントには私も現地で同席しました。イベント参加者である子どもたちや保護者の方が楽しんで笑顔になってくださったことが非常に嬉しく、準備をしていた時の少し不安だった気持ちも吹き飛びました。イベントを企画・進行した当社の研究員にとっても、研究所の外で患者さんや一般の方と交流できたことが、自分たちの研究に対するモチベーションの向上につながっています。

取締役
常務執行役員
研究開発統括
川島 一剛



アカデミアとの連携

デジタル技術を活用し誰もが使いやすい薬を届ける

マルホは製剤設計の効率と品質を高めるため、AIや分子シミュレーションなどのデジタル技術を活用した製剤設計プラットフォームを構築する研究を進めてきました。当プラットフォームを早期に開発するために、国立大学法人大阪大学内に『理論製剤設計学(マルホ)共同研究講座』を開設しました。また、国立大学法人北海道大学・国立大学法人岡山大学・公立大学法人横浜市立大学・学校法人福岡大学とも共同研究する体制を構築したことで、マルホの強みである製剤設計に関する知見やデジタル技術と、世界の最先端の学術・技術を有する各大学の知見を融合できるようになりました。

マルホの製剤設計用のデジタルプラットフォームは、研究者が試行錯誤では辿り着けないような有効成分と製剤添加物の最適な組み合わせを人工知能や分子シミュレーションを利用して早く見つけ出し、その製剤の特性・効果をコンピュータ上で評価できるものです。製剤研究者の近くで、その発想と妥当性評価を支援するデジタルパートナー(対話者)として、研究者とコンピュータの相乗効果を生み出しながら、先進的な製剤開発を促進できるように開発・深化させていく計画です。



学習まんがの監修

皮膚疾患と塗り薬の知識を まんがで伝える

皮膚の構造や働き、疾患と治療法を幼少期から理解することは、生涯にわたる健康に役立つと考えます。また皮膚科医師からは、皮膚の健康に対する関心を早期から持つことの重要性を感じているとの声が多数寄せられていました。そこでマルホは株式会社Gakkenと共同で小学生向けまんが『皮ふとぬり薬のひみつ』を制作しました。同書は公益社団法人日本PTA全国協議会の推薦を受けており、2024年10月から順次、日本全国の特別支援学校を含む小学校、公立図書館、児童館などに寄贈しています。マルホの取り組む塗り薬の品質向上や安定供給についても分かりやすく解説し、多くの児童に知識や興味を持ってもらえることを願います。



職業体験 機会の提供

子どもたちが科学の魅力に 触れるきっかけをつくる

マルホは、京都R&Dセンターを京都リサーチパーク(以下、KRP)地区内に、マルホ湘南イノベーションラボ(MSIL)を湘南アイパーク内に事業所として設置しています。KRP地区では毎年「KRPフェス」が催されており、2024年は子ども対象のイベント「KRPをまわっているシゴトをのぞいてみよう!」へ参画しました。湘南アイパークでも「湘南アイパークフェスタ」と題される恒例のイベントを開催しており、2023年、2024年と「ぬりぐすり博士になろう!」体験と、「お肌の観察」体験を企画しました。水と油を混ぜて実際にクリーム剤をつくったり、マイクログスコープで自分の皮膚を見たりする体験を通じて、子どもたちに科学の魅力を伝えました。



信頼性保証ポリシーのもと 品質と安定供給を確保する。



マルホの信頼性保証を社内外へ約束。

マルホが考える「信頼性保証」とは、人々の笑顔のために必要なことを自ら考え、提供する製品や情報の質を担保し、常に向上させていることです。この考えは、環境が変化する中でも、能動的に行動し最善を尽くすためのベースになると確信しています。マルホはこれまで誠実かつ丁寧に企業活動を続けてきましたが、更なる進化を目指し、活動の根幹にある信頼性保証の考え

方を「信頼性保証ポリシー」として2024年9月に明文化しました。まずはこのポリシーを全社共通の方針として浸透させるべく、従業員一人ひとりが信頼性保証についての理解を深め、当事者意識を持つための機会を増やしています。マルホは今後、信頼性保証の考え方を文化として定着させるため、「信頼性保証ポリシー」のもと次の二つを大切にしています。一つは、自身の仕事

が顧客へつながるという意識、もう一つは、自覚と責任感を持って誠実に行動できることがマルホの強みであるという誇りです。今後も人々の生命とQOL^{*}に関わる企業として社会に貢献し続けるために、全社を挙げて信頼性保証に取り組めます。

^{*} Quality Of Life

マルホが目指す姿

信頼性保証文化はマルホが絶えず進化するキーファクター

当社はこれまでより良い製品・情報の提供を通じて人々の笑顔につながる活動を誠実にやってきましたが、取り扱う製品、剤形がますます多様化し、生産委託先、調達先との協働が国内外を問わず増加するなど社内外の環境が変化しています。さらに、医療用医薬品事業での活動範囲拡大や、事業部再編のもとチャレンジを続けている医療機器、診断薬、ヘルスケアなどの事業、そしてアジア皮膚科ハブ構想に基づく新たな環境下での他社とのグローバル連携など、今後も信頼性保証の範囲は拡大し、かつ高度化すると思われま。つまり、信頼性保証活動を絶えず進化させることが不可欠です。

経営理念のもと、より多くの方に笑顔を届けるために、当社の従業員一人ひとりが信頼性保証における自らの役割を自覚し、プライドを持って誠実に実践していきます。

信頼性保証が文化となり、Reliabilityが私たちの血潮となるよう、「信頼性保証ポリシー」を全社に浸透させていきたいと考えています。

執行役員
信頼性保証/
サイエンス担当
垣内 佳美



信頼性保証ポリシー

マルホは「あなたといういのちに、もっと笑顔を。」

というミッションのもと、

①「**確かな品質の製品の安定的な供給**」と

②「**公正で正確な情報のタイムリーな提供**」の実現に

③**全社**で取り組みます。



ポイント解説



自分の大切な人に自信をもって勧められる製品とはどんなものだろうか？マルホが考える重要な要素は、品質が確かであることと、安定的に供給されることです。

マルホは法規制の確実な遵守のもと更なる品質向上に努め、適正な品質の製品を長期的に安定して供給します。必要な時に、必要な量のマルホ製品を届ける、そんな当たり前のことを当たり前続けること、さらに、当たり前の基準を高め続けていくことがマルホへの信頼につながると考えます。



製品の適正使用のためには、適切な情報提供が不可欠です。マルホは人々の笑顔を第一に考え、公正な情報開示、情報提供を行っています。

マルホでは、すべての人に寄り添う思いを持ちながら全従業員が情報収集に関与しています。集めた情報は科学的根拠に基づき客観的に評価・分析し、タイムリーに公開・提供します。ニーズに基づく製品の開発やエビデンス創出を通じ、顧客のベネフィット最大化とリスク最小化を実現します。



従業員一人ひとりの仕事は必ず誰か、何かとつながっています。マルホの「信頼性」を「保証」する活動は、すべての部門が個々の役割を果たすことで成しえんと考えます。

マルホは全社、すなわちすべての部門において、それぞれの貢献すべき相手を念頭に置き、個々の役割に責任とプライドを持って行動します。従業員一人ひとりが、誰の・何の役に立つかを常に考えながら仕事に向き合い、それぞれの役割における信頼性保証を通じて、すべての顧客への質の高い貢献を約束します。



アジアを第一歩として グローバルに価値を届ける。

誰もが適切な医療を受けられる世界へ

世界には、いまだ医療制度の整備や医薬品供給が不十分な地域があり、必要な治療を受けられない患者さんが多く存在します。このような医療課題を解決し、世界中の「あなた」に笑顔をお届けしたいという想いから、マルホはグローバルでの事業拡大に注力しています。

グローバル展開における第一歩として、アジア地域での事業展開に取り組んでいます。まず、新薬の技術やノウハウ(ライセンス)の、日本だけでなくアジア地域も含めた権利を獲得します。さらにアジアにおける開発力や事

業化力を高めることで、医薬品開発・販売におけるアジアの拠点(ハブ)になり、アジアでの医薬品の普及に貢献する構想を描いています。この「アジア皮膚科ハブ構想」を実現し、すべての患者さんに適切な医療を提供できる環境を目指します。

本構想とシナジーがある事業にも取り組んでおり、2024年7月にはSibel Health, Inc.と共同で開発した「新規デジタル診断・治療機器」のライセンスを取得しました。アジアに加え、アメリカ・欧州において同機器を独占的に販売できるものです。

事業展開を進めるには、アジア各国・地域が抱える医療課題に最も貢献できる形で、それぞれの市場に確かなプレゼンスを築いていくことが重要です。まずは、アジア最大の医薬品市場である中国において、皮膚科学領域のリーディングカンパニーになることを目指します。韓国、台湾、ASEAN地域は、それぞれ異なる市場特性を見極めつつ、最適な形で事業参入を図ります。これらの実現のため、マルホの基幹人材の派遣や現地採用などを進め、活動の範囲を広げていきます。

マルホが目指す姿

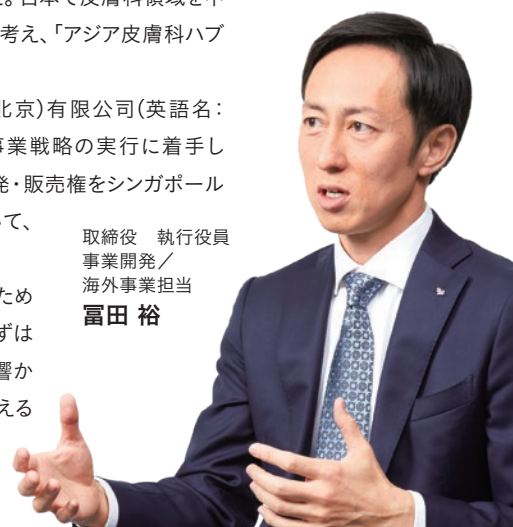
グローバルで存在感を示せる企業を目指し挑戦を続ける

「アジア皮膚科ハブ構想」を設計するにあたり、自らアジア各国に赴き、病院、皮膚科医師等を回り、現場の医療課題や当社の事業機会およびリスクの調査を進めてきました。その結果、アジアは市場成長のポテンシャルが高く、アンメットニーズが多く存在することが分かりました。日本で皮膚科領域を中心に事業をしてきた当社の強みを活かしてアジアの医療課題に貢献できると考え、「アジア皮膚科ハブ構想」を掲げて活動してきました。

具体的には、中国・北京に当社初のアジア子会社「玛路弘医药科技(北京)有限公司(英語名: Maruho Pharmaceutical Technology (Beijing) Co., Ltd.」を設立し中国事業戦略の実行に着手した他、抗ヘルペスウイルス剤「アメナメビル(一般名)」のASEANにおける開発・販売権をシンガポールのHyphens Pharma Pte. Ltd.に導出しました。今後は中国、ASEANに続いて、韓国、台湾等のアジア主要各国でも事業を展開することを検討しています。

今後も当社がグローバルで存在感ある製薬企業として成長し続けていくためには、海外での事業展開が必要となります。海外事業の礎を築くために、まずはアジアで皮膚科No.1企業となることを目指し、全社一丸となり共に意志を響かせながら「アジア皮膚科ハブ構想」を推進し、アジアの患者さんや医師が抱える医療課題の解決に挑戦していきます。

取締役 執行役員
事業開発/
海外事業担当
富田 裕



アジア皮膚科ハブ構想

マルホの役割

- アジアの皮膚科事業をリード
 - ー アジア製品開発を推進
 - ー マーケティング・販売ノウハウの展開
 - ー 確かな品質の製品の製造と安定供給

対象国・地域と展開方針



社会

従業員との関わり

自律人財の尊重・育成

変化のスピードが増し、不確実性が高く答えのない環境の中、マルホがミッションおよび持続的な成長・企業価値の向上を実現していくためには、従業員一人ひとりの成長が欠かせません。経営理念やビジョンに共感し、マルホの一員として社会的価値を追求していけることを重視しています。

その中でマルホは「自律人財の尊重・育成」に注力しています。一人ひとりが、自らの仕事や役割・キャリアについて高い当事者意識・意義・やりがいを持ち、自ら考え創意工夫をしながら、効率的に高い成果を生み出します。

マルホは自律人財の育成を促進する仕組みづくりを進め、個々の成長のみならず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いきい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

2027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。2024年9月期の実績は12.3%で、昨年と同水準の結果となりました。

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。2027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。2024年9月期の実績は①0部署、②1名となりました。

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。配偶者が出産した男性従業員における2024年9月期の取得実績は33名（68.9%）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、対象者の育休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ける制度・機会を拡充しています。

2023年9月期に、社内インターン制度「ジョブチャレ」を開始し、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導入しました。また、新たな長期ビジョンの策定メンバーを社内公募で集め、経営に参画したいというメンバーの強い意志のもと、本格的に検討を行っています。社内公募については、募集ポジション・応募者が年々増加し、機会をつかみ取る従業員も増えています。

従業員のキャリア構築支援制度

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～2024年実施のトライアル実績：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 *2024年9月期は個別のキャリアコンサルティングを実施 ▶2024年9月期実績：30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 ▶2024年9月期実績：42件の公募ポジションに38名が応募、19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。プライベートも大切にし、健康で心豊かに働くことを従業員に推奨しています。そのために、日々の就業の場を多様化する他、ライフステージに応じた支援制度を整えています。また、各部署で成果創出のための働き方をワークライフバランス面まで含めて定義し「働き方ガイド」として設定しています。

就業場所の多様化

部署ごとに業務特性や組織状況に応じた最適な働き方を推進しています。2024年9月期に、フルリモートワークの

活用により、条件を満たした従業員が自宅を勤務地とできる遠隔地ホームオフィス制度を新設、また出社とリモートワークの選択制を緩和して併用可としました。

その他に、経費精算・稟議書などを社用のPCやスマートフォンからペーパーレスで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の活性化を図っています。



京都R&Dセンターのオフィス



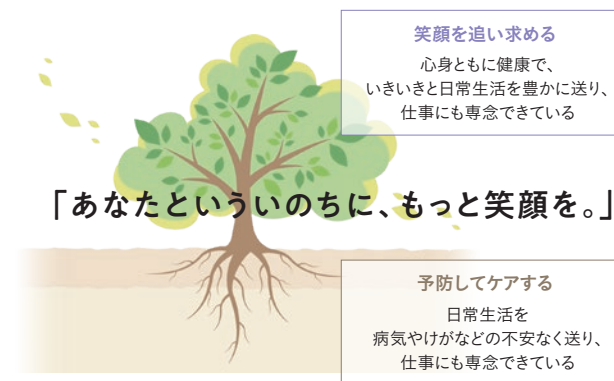
営業統括事務所のオフィス

健康経営の推進

マルホにおける健康経営とは、自社のミッション「あなたといういのちに、もっと笑顔を。」のもと、従業員である「あなた」と「あなたの周りにいる大切な人」がいきいきと笑顔で、より良く生きることのできる会社づくりを実現することです。

「笑顔を追い求める」「予防してケアする」という2つのアプローチに基づいて6つの施策（P.37「健康経営に関わる数値目標と実施予定の施策」参照）を実行することで、健康経営の推進、すなわち経営理念の実現を目指します。

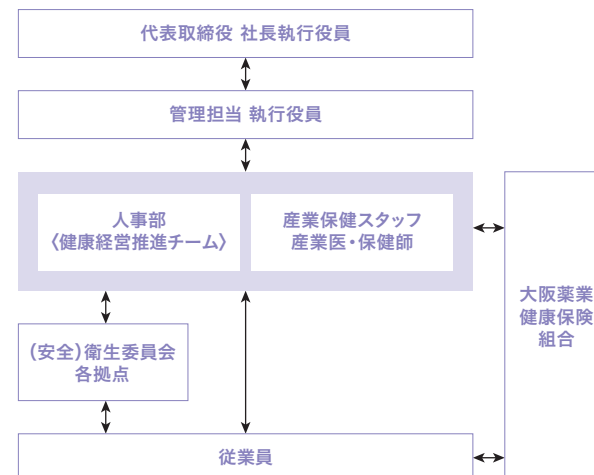
マルホの健康経営



健康経営推進の体制

代表取締役社長を健康経営推進の最高責任者とし、産業保健スタッフを含む人事部と健康保険組合が連携して企画・運営しています。

健康経営推進体制図



目標と施策

6つの施策(項目)に対して、2027年9月達成を目途とした中期KPIを設定しました。6項目に対して、下表のような施策を予定しています。施策評価、アウトカム評価を実施しながら、施策のブラッシュアップを図ります。

健康経営に関わる数値目標と実施予定の施策

6つの施策(項目)		KPI	2023年度	目標	実施予定の施策
1	生活・運動習慣の改善	喫煙率 (現在、たばこを習慣的に吸っている)	13.2%	12%	禁煙プログラム、ウォーキングイベント、運動セミナー
		日常生活における身体活動量の増加 (日常生活において歩行または同等の身体活動を1日1時間以上実施)	42.2%	50%	
		睡眠休養感 (睡眠で休養が十分とれている)	58.3%	65%	
2	ワークライフバランスの促進	有給休暇取得日数10日以下の従業員の割合	22.0%	17%	有給休暇5日取得促進、10日未満者への働きかけ、管理職への啓発
		<ストレスチェックスコア> 仕事による私生活への支障【偏差値】	48.8	50	
3	ハラスメントのない職場づくり	<ストレスチェックスコア> ハラスメントスコア(全体)	2.6%	2%以下	ハラスメント防止啓発eラーニング／研修
4	メンタル疾患の発生予防	<ストレスチェックスコア> 高ストレス者＋要注意者割合	17.1%	15%以下	保健師面談の啓発、女性の健康に関連するウェブセミナー、女性従業員向け面談強化(課題特定と対応策検討を含む)
5	健診結果有所見者低減	有所見者割合 (血圧・脂質・血糖の3項目のうち、いずれかの項目で有所見となっている)	37.0%	33%以下	有所見者への受診勧奨、ハイリスク従業員の個別面談実施、食事系ショート動画配信、特定保健指導の拠点実施、ミドルリスク従業員への働きかけ
6	治療と就労の両立	治療と就労の両立支援制度(規程改定含む)の策定、整備			就業時間内通院配慮施策、がん治療における積立休暇使途拡大、休職復職のガイドブック策定(治療と就労の両立支援)

* 1、2は2023年4月～2024年3月、3～5は2023年10月～2024年9月末で算出しています。

●ウォーキングイベント

2021年から定期的に、従業員参加型のウォーキングイベントを実施しています。2024年9月期はチーム対抗戦の形式で開催しました。部署をまたぐチームを編成することで社内コミュニケーションの活性化につながっています。

●再検査のための受診における勤務配慮

従業員が健康診断や人間ドックを受けて再検査を促された場合、就業時間内での受診を認めています。

●料理レシピの社内公開

2024年9月期に、管理栄養士監修の副菜レシピ動画を社内ポータルサイトに公開しました。従業員から募集したリクエストや質問にも応じる形で全13レシピを紹介し、栄養を簡単に摂れる工夫や栄養素に関する知識を伝えました。



社会貢献活動

社会貢献活動

社外交流によりマルホの社会的価値を認識し、日々の業務のやりがいにつなげるべく、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。制度開始からの参加者数は2024年9月期で、のべ4,000名に達しました。2024年9月期は、509名(参加率24.1%)の従業員と会社からの拠出を合わせた約400万円を「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」「公益財団法人 がんの子どもを守る会」の4団体に寄付しました。「まるほっとギフト」の他に、能登半島地震の発生を受けて2024年1月に臨時で寄付を募りました。635名の参加(参加率37.3%)を得て、約480万円を「公益社団法人 セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン」に寄付しました。

寄付先団体でのボランティア活動を実施

2024年9月期に「まるほっとギフト」寄付先団体の協力を得て、従業員へボランティア活動の機会を提供しました。「公益財団法人 がんの子どもを守る会」ペアレンツハウスでの清掃ボランティア(大阪・東京で各1回)や、「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」競技会運営ボランティア(大阪で2回)、「公益社団法人 セーブ・

ザ・チルドレン・ジャパン」食料品等の支援「子どもの食 応援ボックス」梱包作業ボランティア(千葉で1回)を行いました。

「大阪マラソン2024」にチャリティ参加

チャリティランナーとして社長の杉田と従業員4名が参加しました。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」を応援する取り組みです。当日にウォーキングイベントを開催し、所定の歩数を達成した従業員数に応じた額を昨年同様、同協会に寄付しました。

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。マルホ主体の「皮膚科クラス」では、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を実施しています。2024年9月期までに全国8校で出張授業を実施し、470名に参加いただきました。



「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」



「大阪マラソン2024」チャリティランナーと応援団の様子 競技会運営ボランティアの様子

皮膚科学領域への貢献

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

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。

彦根工場、長浜工場では、環境マネジメントシステムに関する国際基準「ISO14001」を取得しています。

彦根・長浜の2工場と研究開発拠点である京都R&D

センターがそれぞれ環境に関する基本理念と方針を掲げて推進していましたが、2024年5月に、全社としての環境ポリシー、環境行動指針、キャッチコピーを制定しました。新たな環境ポリシー、環境行動指針、キャッチコピーは、マルホの経営理念に根ざした活動であることをマルホ共通の考え方としてあらためて示すとともに、事業活動における指針を明文化したものです。また、カーボンニュートラルの実現に向けて、CO₂排出量削減目標を設定しています。



地球をすこやかに、
未来をにこやかに。

環境ポリシーキャッチコピー

環境ポリシー

マルホは「あなたというのちに、もっと笑顔を。」というミッションのもと、地球環境に配慮した事業活動を行い、地球環境の保護・維持・改善に取り組みます。

環境行動指針

1. 地球環境の保護に配慮した企業活動を推進するとともに、継続的に環境課題の解決に取り組みます。
2. 環境対策推進活動において明確な目標を定め、その達成のために効果的な推進体制を維持・改善します。
3. 事業活動を行うそれぞれの国・地域の環境に関する法令および規範などを遵守します。
4. 計画的に教育や啓発活動を行い、従業員一人ひとりの環境に対する意識を醸成します。
5. 社会との信頼関係を深めるため、環境対策推進活動に関する情報を積極的に開示します。

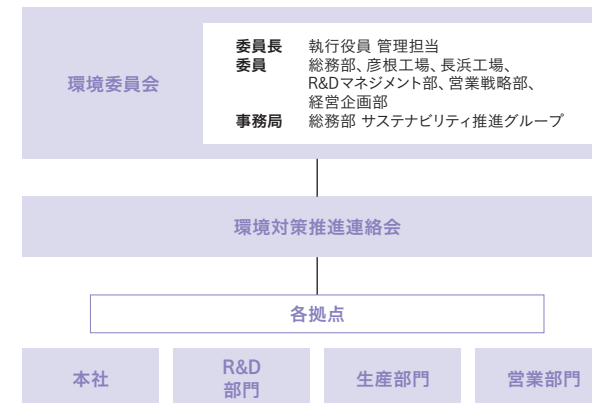
環境対策推進の体制

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、環境課題の情報収集および推進活動上の課題を把握したうえで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。

マルホは環境委員会を年2回開催し、各拠点の環境マネジメントシステムが適切に機能していることを確認しています。また、環境委員会では2024年8月に、環境に関わるマテリアリティを特定しました。現在、マテリアリティごとの目標値と実行計画の策定を進めています。環境マテリアリティについては2025年度中に公表する予定です。

各拠点では環境委員会の指針を踏まえ、注力テーマをそれぞれ設定して活動しています。

環境委員会体制



気候変動対策

温室効果ガス(CO₂)削減の取り組み

2023年3月、2050年度までに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。2030年度までにCO₂排出量を6,534t以下に抑制(2013年度比46%削減)することを中間目標として設定しました。

各拠点の省エネ活動の継続により、全社の2023年度CO₂排出量は13,974tとなり、前年度比で約2.3%削減できました。2019年から5年連続で減少となりました。

また、これまではCO₂削減活動の中心は省エネでしたが、2024年度からはオフサイトPPA*と再生可能エネルギー由来の電力購入を活用し、2030年度の中間目標達成に向け取り組みを加速させます。

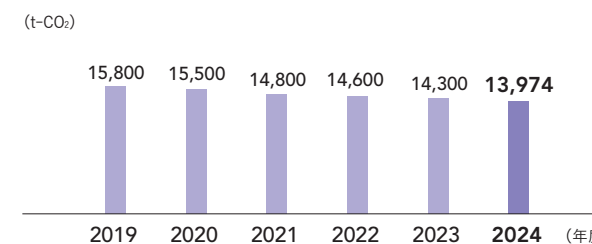
* Power Purchase Agreement(電力購入契約)の1種で、需要家はPPA事業者と契約して敷地外の太陽光発電設備から電力供給を受ける

全社のカーボンニュートラルに向けた取り組みに加え、京都R&Dセンターでは、京都市条例に基づく事業者排出量削減計画書でCO₂排出量を2020年4月～2023年3月の3年間平均と比較し、2023年4月～2026年3月の3年間平均で17.4%削減を目標としています。



高効率ボイラーへの更新

CO₂排出量



省エネルギーの取り組み

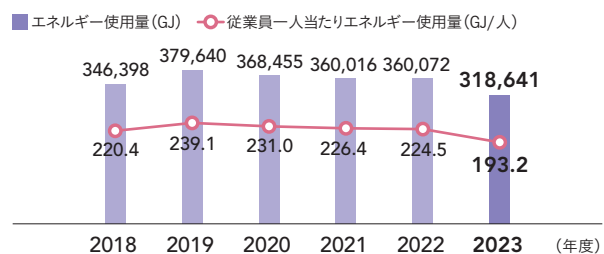
2023年度のエネルギー消費量は前年度と比較して削減することができました。施設共通の取り組みとして、「LED照明導入」「空調温度設定チューニング」「空調省エネモード活用」「空調運転時間削減」に取り組み、従業員の省エネ意識も向上してきています。

拠点ごとにも特有の取り組みを実施しています。彦根工場では、「高効率ボイラーへの更新」「蒸気熱交換器から温水チラーへの運用変更」などによってエネルギー使用量が前年度比1.1%(2,442GJ)削減となりました。今後は「電気設備監視機能強化によるエネルギーの見える化」「24時間運転空調の夜間、休日停止検討」に取り組んでいきます。

長浜工場では、「稼働させる生産棟の絞り込み」「グループ会社との効果的な生産割当てによる効率化」を推進することで、前年度比で0.6%(349GJ)削減しました。運用する生産施設の選択を厳格に行い、さらにグループ会社との間で

効率的な生産配分を追求し、エネルギー消費の最小化を図りつつ生産効率を向上させます。京都R&Dセンターでは長期休暇時等の省エネ効果を期待できる「空調設定自動変更システム導入」と設備移管により前年度比8.3%(7,054GJ)削減となり、引き続き空調運転時間を削減できるよう検討していきます。営業拠点では順次、「営業車両のハイブリッドカーへの切り替え」を行っており、2024年3月時点での導入率は92.0%でした。

エネルギー使用量／従業員一人当たりエネルギー使用量



循環型社会・省資源

マルホでは、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。

各拠点で、廃棄物の再資源化による最終処分量削減、各種書類の電子化による紙資源の使用量削減、分別を徹底するとともに、社内で使用する備品を中心に環境に配慮した商品への切り替えを行っています。また、廃棄物に対する再資源化率の向上に取り組むため、各拠点から排出される廃棄物の種類、量、処分方法を再分析し、新たな打ち手を検討するターゲットを設定しました。

彦根工場、長浜工場では、生産体制の最適化や3R推進により産業廃棄物排出量の総量抑制と再資源化率向上の取り組みを続けています。また、環境マネジメントシステムの中でグループごとに環境目標の設定、取り組みを継続し、循環型社会・省資源への貢献を目指します。

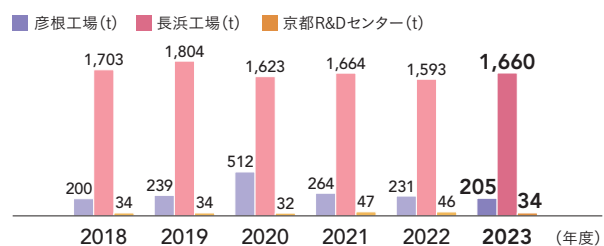
京都R&Dセンターでは、研究開発活動で発生する産業廃棄物の排出抑制とともに、リサイクル率を上げるために廃棄物の分別を徹底しています。リユースと国内科学分野の研究支援を目的に廃棄予定の機器の売却にも取り組んで

います。また、紙使用量削減のため、コピー用紙の使用枚数の可視化に取り組みました。



工場周辺のゴミ拾いによる環境美化を目的としたクリーンキャンペーンの様子

産業廃棄物排出量



水資源の保全

水使用量

彦根工場では、工業用水・水道水の使用量を例年実績と比較し、運用変更による影響等を分析しながら適切に管理しています。法的要求よりも厳しい基準で水質を管理し、取水時よりも綺麗な状態で河川放流することで水資源の保全に貢献しています。2023年度、彦根工場の使用量はほぼ前年通りでした。長浜工場では、水道水の使用量は、34,988m³であり、生産効率の高い設備の活用および非作業時の熱源の停止により前期比で約8.5%(3,253m³)減少しました。

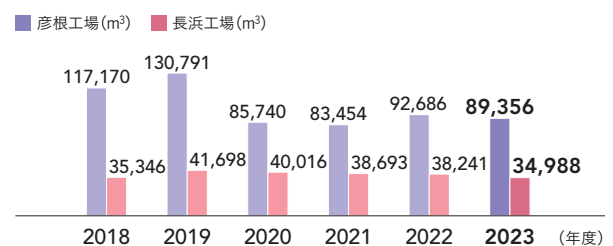
工場の操業に伴う水リスク低減の取り組み

彦根工場では排水処理設備に、万が一異常が発生した場合に備え、河川放流から下水放流に切り替えを可能としました。基準を満たさない排水が外部へ流出するリスクを

低減させ、工場の稼働を継続できる仕組みを構築しました。

長浜工場では工場外への薬品漏洩リスクへの対策の一つとして、工場内で万が一流出すれば最も影響が高いと想定されるタンクヤード近傍の雨水側溝の防水板を、水門に変更しました。今後も他の防水板を水門へ変更し、漏洩リスクの回避・低減を進めます。

水使用量



スポGOMI in 京都

2024年6月5日、従業員の社会貢献意識の醸成を目的に、スポGOMI* in 京都を開催しました。このイベントには、京都R&Dセンターをはじめ、営業スタッフを含む本社勤務者、京都第一営業所の従業員、研究開発の役員など、総勢65名が参加しました。参加者は、日本スポGOMI連盟が定めたルールに従い、4～5名で17チームに分かれてゴミを拾います。開会式では、各チームが意気込みを表明し、ゲームスタート。和気あいあいと活動に取り組みました。集まったゴミの重量は、1人当たり1kg以上、合計で72kg。普段、交流が少ない部署・拠点間の従業員も、チームワークを発揮し、たくさんのゴミを集めることができました。

今後、他地域での開催も計画しています。環境への取り組みを全社に広げ、「笑顔」があふれる暮らしやすい街づくりに貢献していきます。

* ゴミ拾いにスポーツ的な要素を取り入れ、楽しみながら環境美化に取り組めるようにした日本発祥イベントで、世界大会も行われている。チームを組み、拾ったゴミの種類や量に応じたポイントを競い合う



コーポレート・ガバナンス

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、経営理念のもと、長期ビジョンと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る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

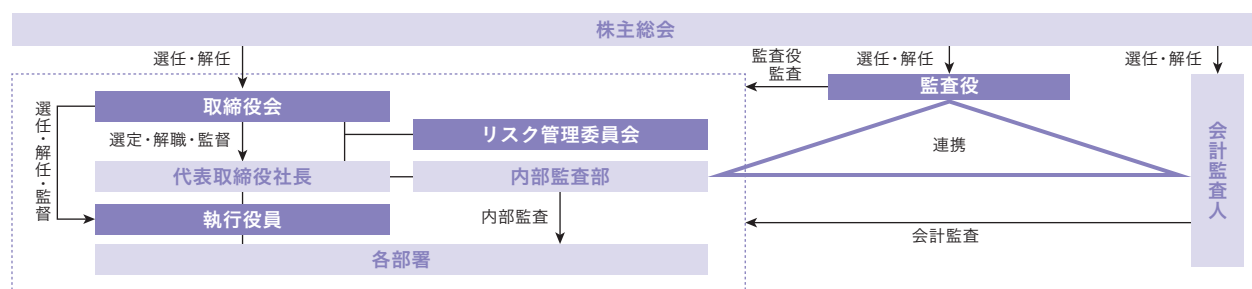
経営への監視・監督や助言は、監査役、会計監査人および内部監査部による監査と合わせて、経営陣の適正な業務執行を担保し、迅速・果敢な意思決定を可能にします。実効性あるコーポレート・ガバナンスの推進を通じて、マルホの持続的成長や企業価値の向上の実現を目指していきます。

取締役会

取締役会では、経営の透明性・公平性を高め、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、2024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

マルホの機関・内部統制の関係は、以下に示すとおりです。



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。

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けるリスクとは、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。

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。

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)」に分類して管理しています。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

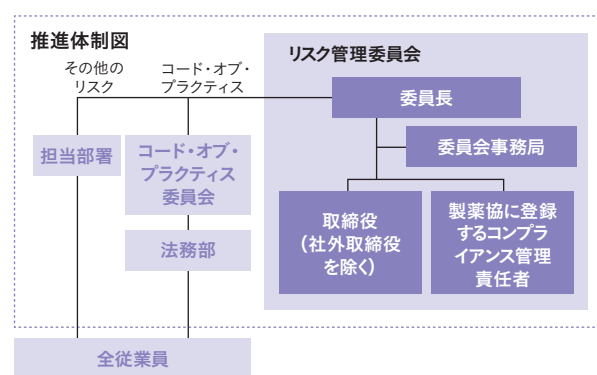
役員および従業員は、自らの行動、そして会社業務としての活動において、「マルホ コンプライアンス行動規準」を遵守します。マルホは、事業活動を行う上で、民法、会社法、独占禁止法等の一般法令、医薬品医療機器等法をはじめとするさまざまな事業関係法令等を遵守し、反社会的勢力、団体とは一切の関係を持たず、それらの不当な要求に屈することなく、断固として対決します。生命倫理を含めた高い倫理観と良識を持ち、一人ひとりが自覚を持って自らの使命を認識し、行動することを宣言しています。

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。2024年9月期の社内外からの通報件数は14件(社内窓口12件、社外窓口2件)でした。

取締役／監査役 (2024年12月時点)



代表取締役社長
社長執行役員

杉田 淳

1997年 4月 住友商事株式会社入社
2012年 3月 当社入社
2014年12月 取締役執行役員 北米事業統括
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

1984年 4月 当社入社
2012年12月 取締役執行役員 国内事業統括
2020年12月 取締役専務執行役員 (現任)



取締役 常務執行役員
サイエンス／ヒフヘルスケア事業統括

鬼頭 康彦

1986年 4月 当社入社
2014年12月 取締役常務執行役員 事業統括
2024年10月 取締役常務執行役員
サイエンス／ヒフヘルスケア事業統括
(現任)



取締役 常務執行役員
経営戦略／管理統括

武田 雅弘

1992年 4月 厚生省 (現厚生労働省) 入省
2014年 5月 当社入社 経営企画部担当部長
2016年12月 取締役執行役員 経営企画・法務統括
総務担当
2024年10月 取締役常務執行役員
経営戦略／管理統括 (現任)



取締役 執行役員
CMC／生産担当

平塚 克則

1990年 4月 当社入社
2022年12月 取締役執行役員 生産担当
2024年10月 取締役執行役員 CMC／生産担当 (現任)



取締役 執行役員
事業開発／海外事業担当

富田 裕

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12月 取締役執行役員 事業開発担当
2024年10月 取締役執行役員
事業開発／海外事業担当 (現任)



取締役 執行役員
営業統括／マーケティング担当

会田 和彦

1992年 4月 当社入社
2024年12月 取締役執行役員 営業統括／
マーケティング担当 (現任)



取締役 常務執行役員
研究開発統括

川島 一剛

1984年 4月 田辺製薬株式会社
(現田辺三菱製薬株式会社) 入社
2024年 4月 当社入社
2024年12月 取締役常務執行役員 研究開発統括 (現任)



社外取締役

渡辺 章博

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
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 (現任)
2024年 6月 株式会社JERA社外取締役 (現任)



社外取締役

土屋 裕

1975年 4月 エーザイ株式会社入社
2017年 6月 同社取締役
2024年 4月 当社取締役 (現任)



社外取締役

大石 佳能子

1983年 4月 日本生命保険相互会社入社
2000年 6月 株式会社メディヴァ設立
同社代表取締役社長 (現任)
2000年 7月 株式会社西南メディヴァ
(現株式会社シーズ・ワン)
設立同社代表取締役社長 (現任)
2015年 6月 江崎グロコ株式会社社外取締役 (現任)
2016年 3月 株式会社資生堂社外取締役 (現任)
2021年 4月 アルファフュージョン株式会社
社外取締役 (現任)
2024年 8月 当社取締役 (現任)



監査役

西岡 浩一

1991年 4月 株式会社栗本鐵工所入社
2001年11月 当社入社
2020年 6月 執行役員 管理担当
2024年12月 監査役 (現任)

執行役員 (2024年12月時点)

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
診断薬・医療機器事業部長

川崎 靖博

執行役員
営業担当

佐藤 義彦

執行役員
管理担当

北川 誠

11カ年サマリー

(単位：百万円)

	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	2024年9月
会計年度：											
売上高	69,367	73,538	76,722	86,902	85,209	89,171	88,954	96,754	95,390	96,184	98,368
営業利益	6,256	7,682	7,424	14,731	10,631	12,347	12,333	21,942	16,431	6,227	13,553
経常利益	6,202	7,151	7,483	14,577	10,284	12,433	10,721	21,112	15,035	6,967	12,990
親会社株主に帰属する当期純利益	3,639	3,288	2,272	8,463	2,976	12,737	6,318	14,902	7,972	3,866	10,443
会計年度末：											
純資産	93,878	96,592	99,984	108,985	110,478	120,217	127,825	142,857	152,495	156,720	166,408
総資産	124,750	134,484	137,554	145,096	143,286	142,908	151,394	164,257	177,219	181,451	185,515
I株当たりの金額(円)：											
I株当たり純資産額	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	21,612.82
I株当たり当期純利益	476.44	429.85	297.00	1,106.30	389.09	1,664.83	825.81	1,947.92	1,042.12	505.43	1,365.00
キャッシュ・フロー：											
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,641	10,117	10,433	11,923	11,385	11,573	20,042	18,063	16,651	△ 1,732	14,504
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 8,980	△ 7,906	△ 15,554	△ 10,824	△ 13,595	△ 11,706	△ 4,817	△ 4,591	△ 7,597	△ 8,029	△ 4,815
財務活動によるキャッシュ・フロー	10,687	2,600	△ 3,024	△ 583	△ 681	△ 10,245	△ 686	△ 570	△ 589	△ 617	△ 217
財務指標等：											
自己資本比率(%)	70.7	68.9	69.7	72.1	77.1	84.1	83.7	86.3	85.5	85.8	89.1
自己資本利益率(%)	4.1	3.6	2.4	8.4	2.8	11.0	5.1	11.1	5.4	2.5	6.5
従業員数(人)	1,526	1,588	1,716	1,838	1,930	2,093	2,150	2,181	2,213	2,241	2,244

(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.43)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、当該会計基準等を選り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)

	2023年9月	2024年9月
(資産の部)		
流動資産	123,348	128,221
現金及び預金	59,063	68,095
受取手形及び売掛金	31,524	30,143
商品及び製品	17,092	14,146
仕掛品	6,301	5,867
原材料及び貯蔵品	6,370	7,801
未取還付法人税等	403	58
その他	2,592	2,107
固定資産	58,103	57,293
有形固定資産	28,148	28,600
建物及び構築物	16,558	19,687
機械装置及び運搬具	4,125	4,778
工具、器具及び備品	1,337	1,647
土地	2,145	2,194
建設仮勘定	3,982	293
無形固定資産	6,366	4,940
ソフトウェア	2,279	1,886
のれん	10	—
販売権	3,116	2,377
その他	960	677
投資その他の資産	23,588	23,752
投資有価証券	9,899	8,886
関係会社長期貸付金	98	—
退職給付に係る資産	6,857	8,532
繰延税金資産	5,185	5,141
その他	1,547	1,192
資産合計	181,451	185,515
(負債の部)		
流動負債	23,268	18,310
支払手形及び買掛金	7,184	4,057
短期借入金	200	200
未払金	9,552	6,975
未払法人税等	456	281
賞与引当金	3,710	3,646
災害損失引当金	—	31
その他	2,165	3,118
固定負債	1,461	796
繰延税金負債	63	61
役員退職慰労引当金	1,019	270
資産除去債務	198	254
その他	180	209
負債合計	24,730	19,106
(純資産の部)		
株主資本	152,830	163,139
資本金	382	382
資本剰余金	4,251	4,251
利益剰余金	148,196	158,505
その他の包括利益累計額	2,853	2,213
その他有価証券評価差額金	298	261
繰延ヘッジ損益	95	55
為替換算調整勘定	2,459	1,896
非支配株主持分	1,036	1,054
純資産合計	156,720	166,408
負債純資産合計	181,451	185,515

* 前年度監査対象外

連結損益計算書

(単位：百万円)

	2023年9月	2024年9月
売上高	96,184	98,368
売上原価	35,614	38,501
売上総利益	60,570	59,867
販売費及び一般管理費	54,342	46,314
営業利益	6,227	13,553
営業外収益	2,971	346
受取利息	15	13
受取配当金	17	20
受取補償金	1	2
受取賃貸料	27	28
受取保険金	59	41
業務受託料	89	78
投資有価証券評価益	2,626	—
為替差益	—	69
その他	134	90
営業外費用	2,231	909
支払利息	10	6
支払手数料	8	8
持分法による投資損失	1,994	523
投資有価証券評価損	—	351
為替差損	205	—
その他	12	18
経常利益	6,967	12,990
特別利益	15	394
持分変動利益	15	—
投資有価証券売却益	0	—
投資有価証券受贈益	—	394
特別損失	763	1,441
固定資産除売却損	58	29
役員退職慰労金	—	238
投資有価証券評価損	459	15
関係会社清算損	—	581
減損損失	244	311
災害による損失	—	264
その他	—	0
税金等調整前当期純利益	6,219	11,942
法人税、住民税及び事業税	2,631	1,445
法人税等調整額	△ 254	37
法人税等合計	2,377	1,483
当期純利益	3,841	10,459
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(△)	△ 25	16
親会社株主に帰属する当期純利益	3,866	10,443

* 前年度監査対象外

連結株主資本等変動計算書

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

2024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	148,196	152,830
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			10,443	10,443
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)				－
当期変動額合計	－	－	10,309	10,309
当期末残高	382	4,251	158,505	163,139

	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	298	95	2,459	2,853	1,036	156,720
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				－		10,443
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	△ 36	△ 40	△ 562	△ 639	18	△ 621
当期変動額合計	△ 36	△ 40	△ 562	△ 639	18	9,687
当期末残高	261	55	1,896	2,213	1,054	166,408

* 前年度監査対象外

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	2023年9月	2024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	6,219	11,942
減価償却費	5,068	5,253
減損損失	244	311
のれん償却額	65	10
持分変動利益	△ 15	－
賞与引当金の増減額(△は減少)	△ 33	△ 63
役員退職慰労引当金の増減額(△は減少)	△ 56	△ 748
受取利息及び受取配当金	△ 32	△ 34
支払利息	10	6
持分法による投資損益(△は益)	1,994	523
投資有価証券評価損益(△は益)	△ 2,166	367
固定資産除売却損益(△は益)	1	24
関係会社清算損	－	60
投資有価証券受贈益	－	△ 394
売上債権の増減額(△は増加)	△ 1,335	1,381
たな卸資産の増減額(△は増加)	△ 5,578	1,943
仕入債務の増減額(△は減少)	2,024	△ 3,119
その他流動資産の増減額(△は増加)	△ 478	411
その他流動負債の増減額(△は減少)	1,828	△ 481
その他	△ 2,897	△ 1,656
小計	4,864	15,739
利息及び配当金の受取額	31	26
利息の支払額	△ 11	△ 5
法人税等の支払額又は還付額(△は支払)	△ 6,617	△ 1,255
営業活動によるキャッシュ・フロー	△ 1,732	14,504
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	△ 5,717	△ 4,957
無形固定資産の取得による支出	△ 1,044	△ 445
定期預金の増減額(△は増加)	164	554
投資有価証券の取得による支出	△ 1,584	△ 22
関係会社株式の取得による支出	△ 346	△ 74
その他	500	129
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 8,029	△ 4,815
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	△ 392	－
配当金の支払額	△ 133	△ 133
その他	△ 90	△ 83
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 617	△ 217
現金及び現金同等物に係る換算差額	51	109
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△ 10,327	9,580
現金及び現金同等物の期首残高	68,741	58,414
現金及び現金同等物の期末残高	58,414	67,995

* 監査対象外

経営成績

2024年9月期の実績

マルホグループの主たる事業領域である日本国内の医療用医薬品の市場は、抗悪性腫瘍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
領域であるばね・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983億68百万円(前期比
2.3%増)となりました。また、営業利益は135億53百万円
(同117.6%増)、経常利益は129億90百万円(同86.4%増)
となりました。親会社株主に帰属する当期純利益は104億
43百万円(同170.1%増)となりました。

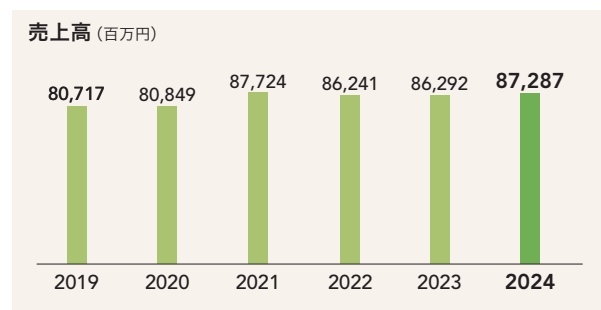
医薬品事業(主に医療用医薬品の製造・販売)の分析

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」	新たな治療方法の 提供	増
尋常性ざ瘡治療剤「ペビオ」	新たな剤形となる 乳剤性ローション剤 を提供	増

2025年9月期の見通し

アトピー性皮膚炎、ざ瘡、乾癬、ヘルペス、多汗症を主力
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、薬価改定や長期収載品
の選定療養等による売上高の減少を最小限に留め、今後
の成長基盤を築いていきます。

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」をはじめとする新製品群の早期市場浸透を図る
ことで、売上高941 億58百万円(前期比4.3%減)を見込んで
います。

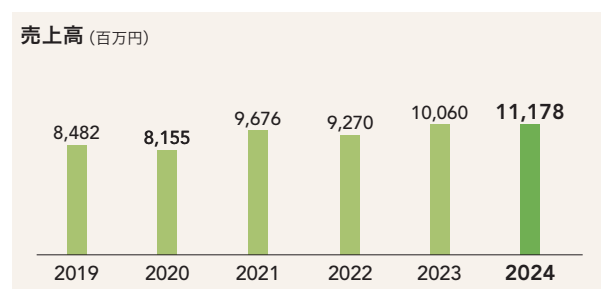


売上高 **872億87**百万円(前期比1.2%増)
セグメント利益 **135億24**百万円(同112.2%増)

其他事業の分析

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111 億78百万円(前期比11.1%増)、セグメント利益
は5百万円(前年は1 億67百万円のセグメント損失)となりました。

2025年9月期は、ばね事業におけるアジア拠点の基盤強化・原価
改善、医療機器事業におけるアセンブリー案件の立上げ、ステント
量産技術構築や機械事業における重点商品の拡販等により、売上
110 億87百万円、営業利益4 億96百万円を見込んでいます。



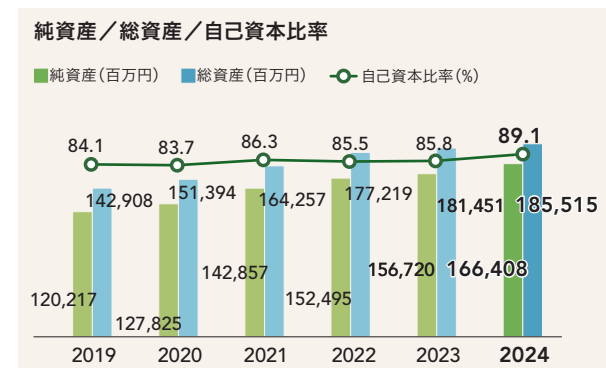
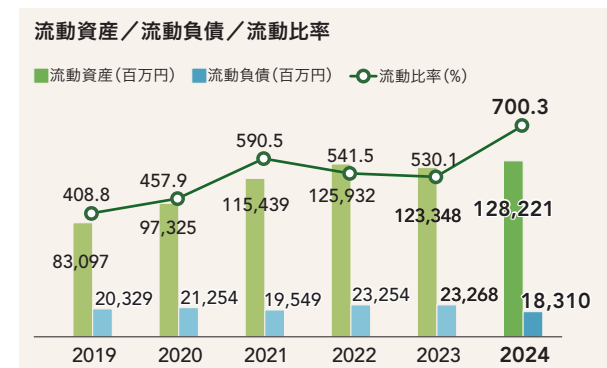
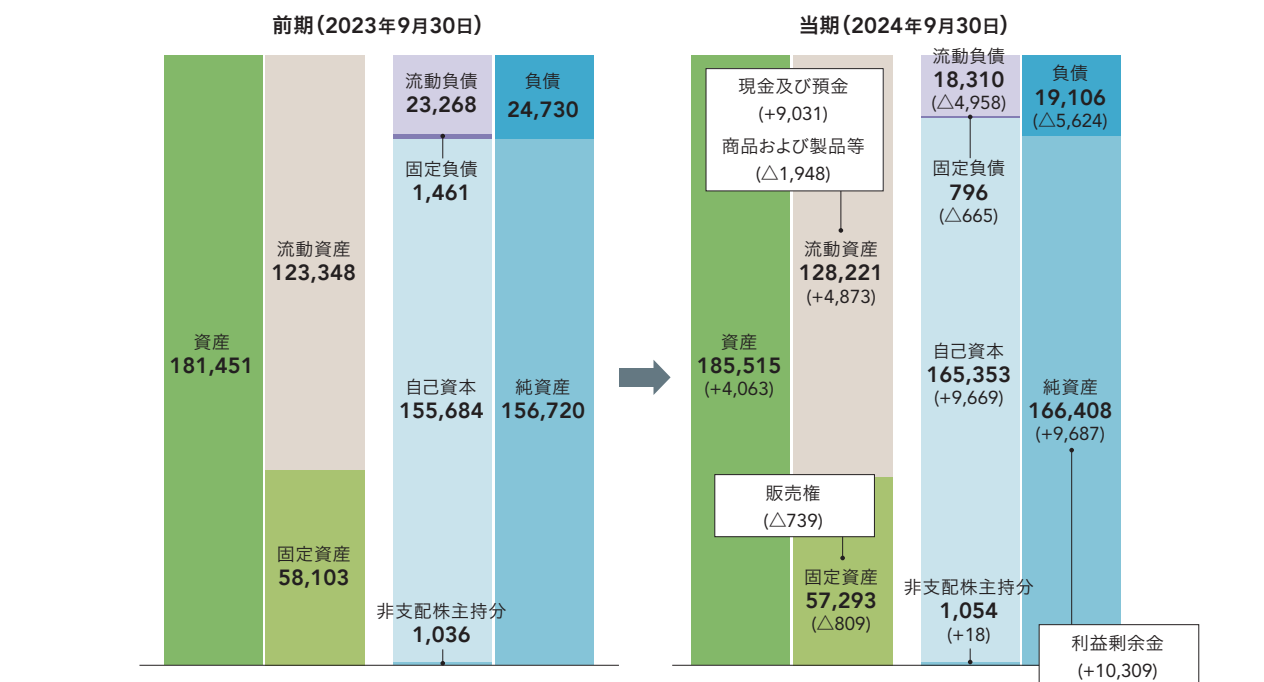
売上高 **111億78**百万円(前期比11.1%増)
セグメント利益 **5**百万円(同1 億67百万円の損失)

財政状態

2024年9月期末の総資産は前期末比40億64百万円増加
し、1,855 億15百万円となりました。流動資産は、主に現金
及び預金の増加90億31 百万円、商品及び製品等の減少
19億48百万円によって、48億73百万円の増加となりました。

固定資産は主に販売権の減少7 億39百万円により、8 億
9百万円の減少となりました。負債は、前期末比56億24 百
万円減少し、191 億6百万円となりました。流動負債の減少
49億58百万円、固定負債の減少6 億65百万円によるもの
です。純資産は、主に利益剰余金の増加103 億9百万円
により前期末比96億87百万円増加し、1,664 億8百万円と
なりました。

連結貸借対照表の概要(百万円)



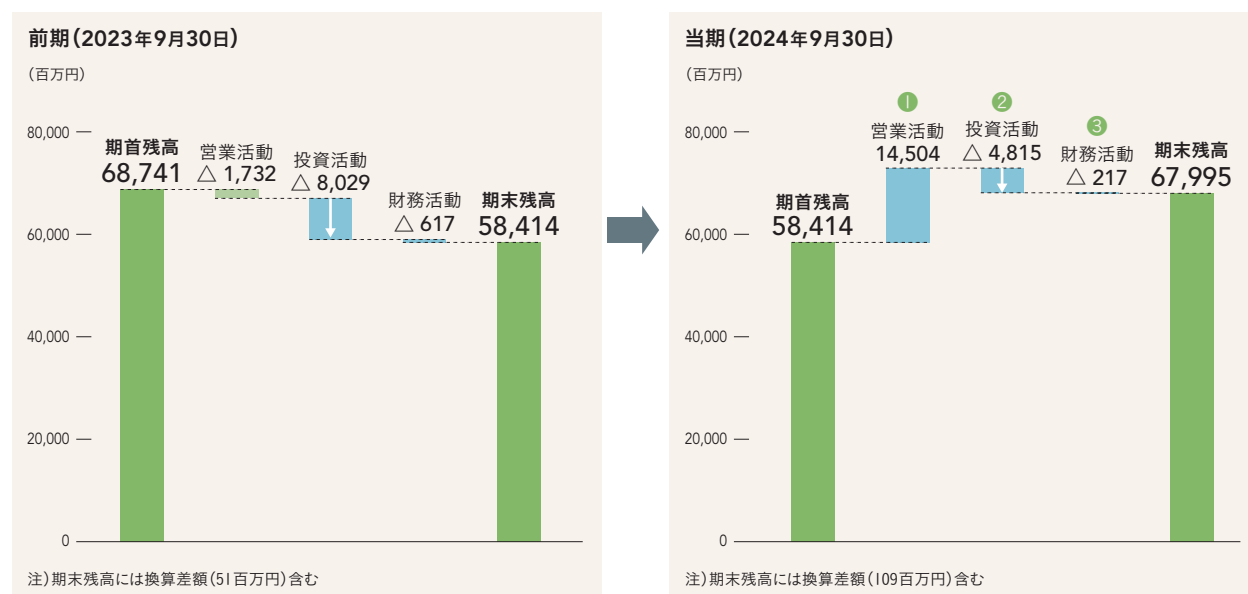
キャッシュ・フロー

2024年9月期末における現金及び現金同等物の残高は、679億95百万円(前期末比16.4%増)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、2024年9月には格付の方向性が「ポジティブ」から「安定的」に変更されました。

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、税金等調整前当期純利益119億円42百万円と減価償却費52億53百万円の他、法人税の支払による減少等により、145億4百万円(前期は17億32百万円の喪失)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54億2百万円支出したことなどにより、48億15百万円(前期比40%減)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、2億17百万円(前期比64.8%減)となりました。

投資

投資判断

持続的な成長と売上高の最大化を目指し、メリハリの利いた投資戦略を推進します。財務状況の定期的なモニタリングと業務効率化を通じて、将来の投資原資を確保することを目指します。

ベンチャー企業への出資や技術革新に取り組み続けることで、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の経験値獲得などの成果が表れてきています。これらの投資判断については、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。同時に、いかなる状況においても確かな品質かつ安定的な製品供給を行う体制を構築することや、サステナビリティへの取り組みなど社会的責任を果たすことを企業の責務と位置づけ、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。

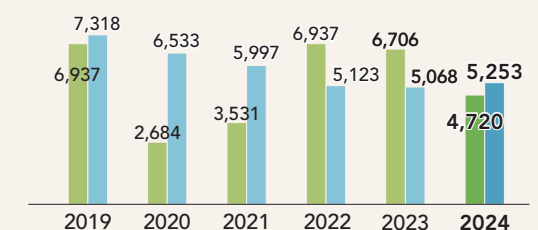
2024年9月期の設備投資額の総額は47億20百万円となりました。医薬品事業においては、設備投資額の総額は41億25百万円となりました。

主な内容は彦根工場の製造設備の取得、京都R&Dセンターの実験機器の取得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。

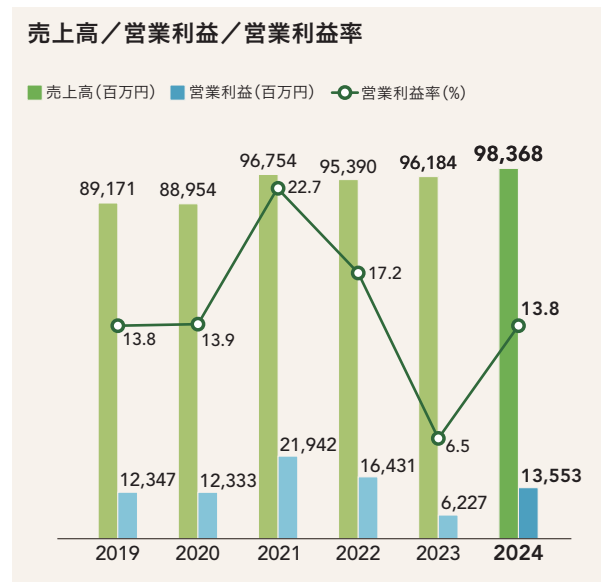
その他の事業においては、5億95百万円の設備投資を実施しました。主な内容は、マルホ発條工業株式会社グループの新棟建設によるものです。

設備投資額／減価償却費

■ 設備投資額(百万円) ■ 減価償却費(百万円)



財務ハイライト (連結) 2024年9月期



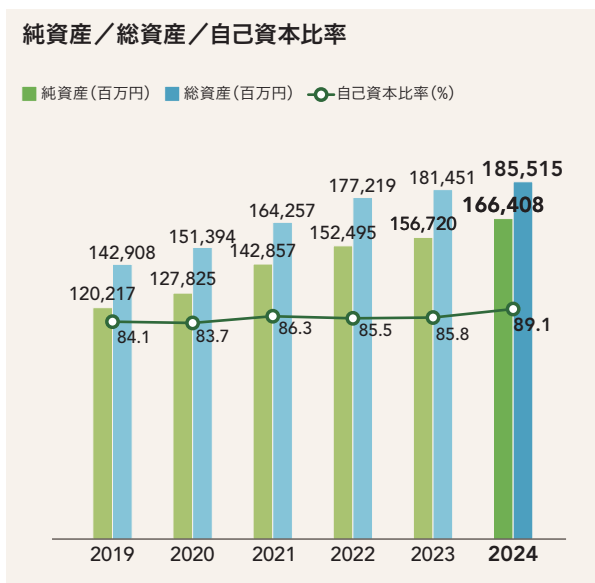
2024年9月期の売上高は、983億68百万円(前期比2.3%増)、営業利益は135億53百万円(同117.6%増)となり、対前年実績は増収増益となりました。薬価改定などのマイナス要因がある中、新製品群の伸長や不採算品再算定などで売上高を伸ばしたとともに、大型投資がなかったことで利益増加となりました。



2024年9月期は、成長路線回帰に向けた積極的な投資活動を行いながらも売上伸長や販管費抑制を行い、104億43百万円(前期比170.1%増)となりました。



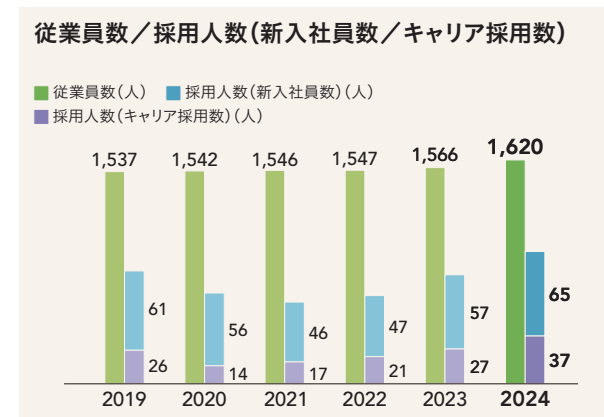
研究開発活動において、2024年9月期はヒト化抗ヒトIL-31受容体Aモノクローナル抗体「ミチーガ皮下注用バイアル」の上市や、「アメナメビル(一般名)」のASEAN10カ国への導出を果たしました。新たな製品の創出や導入に向け、国内外の企業や大学と連携をさらに強めます。また優先順位を明確化のうえ、価値向上に向けて積極的にリソースを投入しながら開発計画を推進します。
*マルホの医療機器事業およびセルフケア事業等も含んでいます。



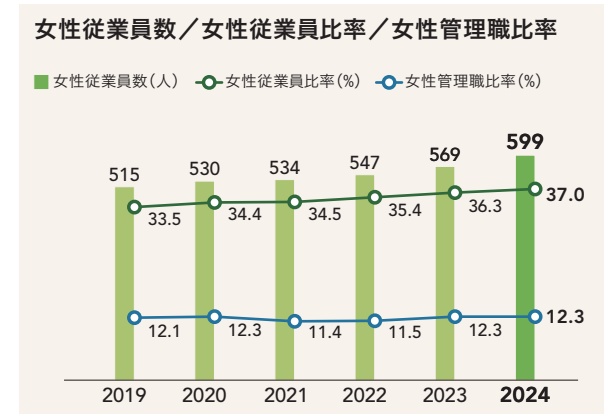
2024年9月期末の総資産は前期末比40億63百万円増加し、1,855億15百万円となりました。流動資産は、おもに現金及び預金の増加90億31百万円、商品及び製品の減少等19億48百万円によって、48億73百万円の増加となりました。固定資産はおもに販売権の減少7億39百万円により、8億9百万円の減少となりました。負債は、前期末比56億24百万円減少し、191億6百万円となりました。流動負債の減少49億58百万円、固定負債の減少6億65百万円によるものです。純資産は、おもに利益剰余金の増加103億9百万円により前期末比96億87百万円増加し、1,664億8百万円となりました。

非財務ハイライト (単体) 2024年9月期

人材

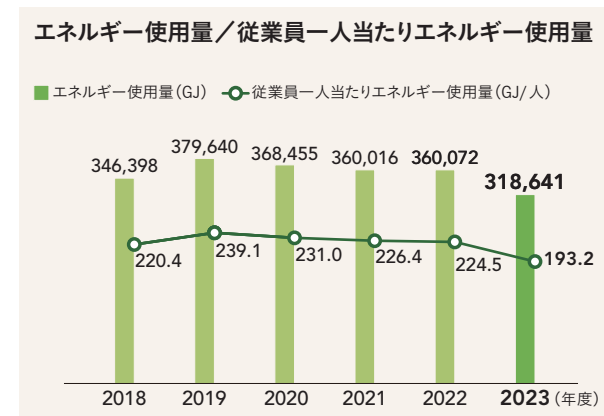


従業員数、採用人数ともに増加しています。採用については、ミッションの実現に必要なさまざまなチャレンジに取り組むために、積極的に人材を確保しています。

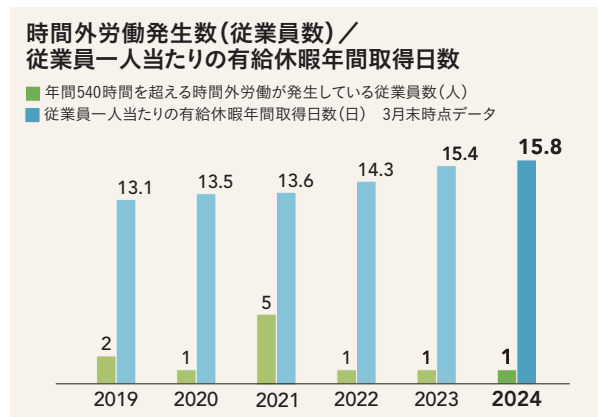


女性従業員比率は年々増加し、2024年9月期は37.0%となりました。女性管理職比率は2027年9月までに15%以上にすることを目標に掲げています。

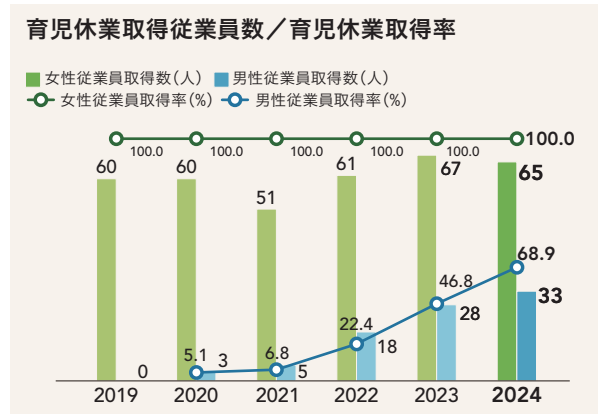
環境



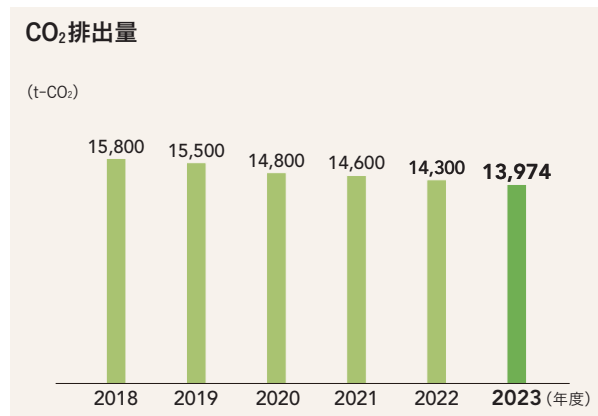
2023年度は、各施設において空調設備や照明設備の効率化、また従業員の省エネ意識向上により、エネルギー使用量を大きく削減しました。



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しています。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。



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年度は、13,974t(前年度比2.3%減)となりました。

多面的な活動で皮膚の悩みに寄り添う

マルホは、主に医薬品の提供に加え、皮膚疾患を抱える患者さんへの疾患情報等の提供や、小・中・高校生、さらには大学生を対象に皮膚の健康に関する理解を深める活動を行っています。

10月

製品

スキンケア化粧品「iniks(イニクス)」より
敏感肌用バーム状クリーム フェイス&リップ用
「センシティブ シールドバリア オイルクリーム」を
新発売



11月

社会との関わり

あなたの「笑顔」にまつわるエピソード募集
「あなたが笑顔になる瞬間」調査結果を発表



1月

提携

AOBiome, LLC開発 アトピー性皮膚炎の新規治療剤について
日本国内でのライセンス契約を締結

2月

設立

中国における現地法人
玛路弘医药科技(北京)有限公司
(英語名: Maruho Pharmaceutical Technology
(Beijing) Co., Ltd.) を設立

3月

製品

スキンケア化粧品「iniks(イニクス)」より
“ニキビ予防”と“角栓毛穴”にアプローチ
酵素洗顔パウダー
「ACモイストウォッシュパウダー」と
オールインワン保湿液
「ACモイストCコンディショナー」を新発売



社会との関わり

治験の流れを紹介するウェブサイト
「臨床試験(治験)について」を公開

社会との関わり

「第61回 宣伝会議賞 中高生部門」への協賛
「皮ふのことで悩む友達を笑顔にするアイデア」を
募集し、約2,000通の応募より協賛企業賞を決定



6月

製品

アトピー性皮膚炎のかゆみ(小児)・
結節性痒疹に対する抗体医薬品
「ミチーガ皮下注用
バイアル」を新発売



提携

抗ヘルペスウイルス剤「アメナメビル(一般名)」について
ASEAN10カ国への導出ライセンス契約を締結

社会との関わり

マルホが実施している臨床試験の検索サイト
「Search My Trial for maruho」を公開



社会との関わり

結節性痒疹の総合情報サイト
「結節性痒疹について」を公開



社会との関わり

口唇ヘルペスでお悩みの
患者さんに向けた管理アプリ
「Myヘルペス」を提供開始

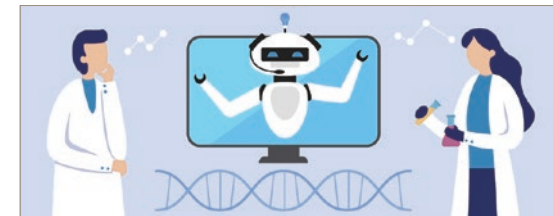


提携

Sibel Health, Inc.開発 かゆみに対する新たなデジタル診断・
治療機器について
グローバルライセンス契約を締結

社会との関わり

製剤設計用デジタルプラットフォーム開発を目的とした
共同研究体制
「理論製剤設計学(マルホ)共同研究講座」を開設



社会との関わり

「第62回 宣伝会議賞 中高生部門」への協賛
「あなた(自分)が皮ふを大切にしたいくなる
キャッチフレーズ」を募集

社会との関わり

読売新聞大阪本社新聞のちから事務局と協力
「同志社大学 サイエンスコミュニケーター
養成副専攻」の教育プログラムを実施

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

私たちマルホ発條工業株式会社は、より良い方法を常に検討し、匠の技術も取り込みながら、その時々ベストを尽くすことで安心・安全・確かな品質の製品を世に送り出し、お客さまのご要望にお応えしてきました。

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ることのできる場と考え、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ある製品提供を行っていきます。

マルホ発條工業株式会社 代表取締役社長 岩瀬 邦宏



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、戦後の不安定な経済環境の中、医薬品事業を継続するための資金創出の役割を担いました。その後、1954年にマルホ発條工業として京都の地に分社独立し、ばね・機械・医療機器部品事業を軸に、金属精密加工技術を強みとする京都企業として発展しました。現在、京都市内に本社を構え、国内1社と海外7社の子会社を擁し、グローバルに挑戦しています。

マルホ発條工業は、創業して以来、マルホと70有余年にわたって緊密な協業関係のもと、マルホとは異なる特有のドメインで事業展開し、マルホグループの持続的な成長を可能とする経営の一翼を担っています。2017年11月にはマルホの完全子会社になり、独立性を維持しつつも、グループ全体の発展を基本原則に、会社間の人材交流を活発に行いながら、主に医療機器の分野において連携しています。

マルホ発條工業株式会社 （2024年9月現在）	
設立	1954年
従業員数	480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 Hatsujiyo (Thailand) Co. Ltd.（ばね事業/タイ） Maruho Hatsujiyo Asia Pte. Ltd.（ばね事業/シンガポール） Pt. Maruho Hatsujiyo Batam（ばね事業/インドネシア）
アメリカ	Maruho Hatsujiyo Innovations, Inc.（北米地域統括会社） Maruho Machinery Solutions, Inc.（機械事業） Relucent Metals Solutions, Inc.（医療機器部品事業、金属） Relucent Plastics Solutions, Inc.（医療機器部品事業、樹脂）

2024年9月期の各事業の主な取り組み

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……液剤充填機の開発、販売 ● 北米事業……プリスター包装機Eagle LP（標準機）を核とした事業拡大
医療機器部品事業	● 主力事業強化……トルクコイルを中心とした新規主要顧客へのビジネス展開 ● 新規事業……ステント事業の拡充 ● 北米事業……日米連携強化



2024年9月期の評価

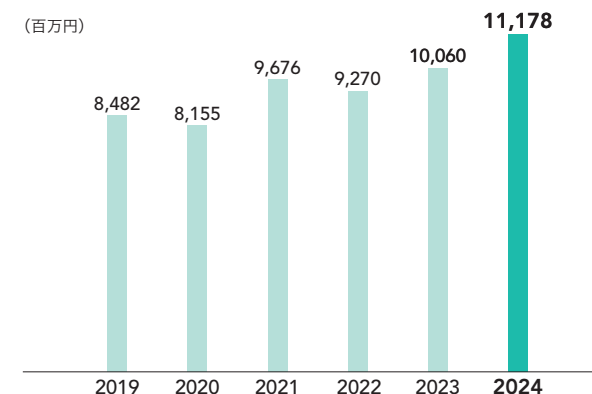
2024年9月期は、マルホ発條工業における第4次中期計画で定めた「発條グループ内の連携強化によりお客さまのご要望を的確に把握、技術に裏付けされた製品開発を実践し、グローバル売上高125億円の達成」に向けて挑戦する初年度で、「技術を磨き、事業を創る」を実践してきました。

国内で新製品開発への挑戦、コア技術展開への挑戦、標準化で生産性改善への挑戦等を推進することで製品の付加価値を高めるとともに、海外子会社に対しては国内での取り組みを展開すべく日本より営業・技術支援を行い海外事業の拡大を推進してきました。

また、機械事業のさらなる拡大に向け亀岡工場敷地内に新棟を建設し、2024年9月より本格稼働しました。

業績については、マルホ発條工業グループ合計で売上高111億78百万円（前期比11%増）でした。

マルホ発條工業グループ合計売上高



2025年9月期の取り組み

2024年9月期に取り組んださまざまな挑戦を2025年9月期には「グループ力の結集」によりさらに推進し、全従業員が自分事として活動し事業ごとに次のステップに向けたさまざまな施策を推し進めます。

2025年9月期は基本方針として「プロセスを共有し衆知を集め創意工夫を行う」を掲げ、スピード感を持った情報展開によりリアルタイムな進捗管理を行い、課題の見える化、下位の者の意見を上位が活かす下意上“活”による職場環境の活性化を図っていきます。また、気付きの言える化・聴ける化を推し進めることで従業員間・部門間でのコミュニケーションを高め、社内外の衆知を集めて、2026年9月期には第4次中期計画最終年度としてグローバル売上高125億円の達成を目指します。

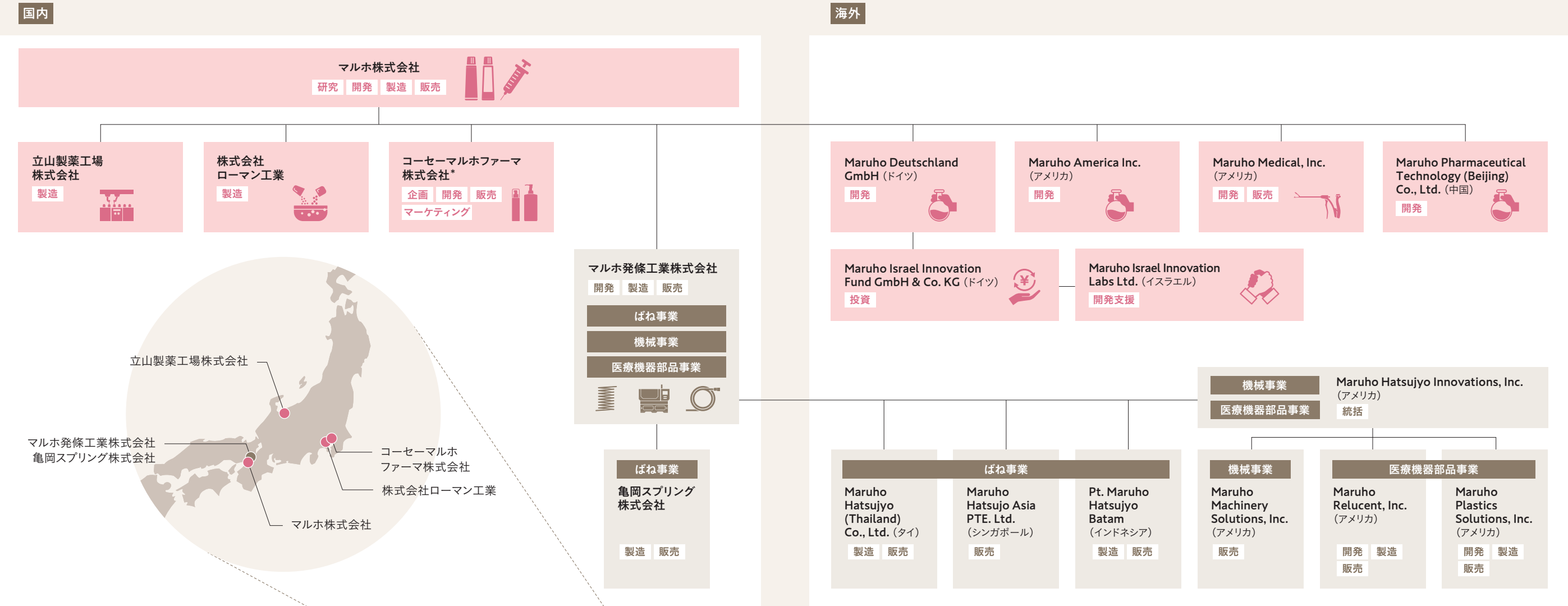
ダイバーシティへの取り組み

マルホ発條工業は、誰もが、希望や能力に応じて、職業を通じた社会参加ができる「共生社会」実現の理念に共感し、ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョンを推進しています。

その取り組みの一つが、2024年1月に導入した不妊治療と仕事の両立支援のための不妊治療休暇制度です。これらの取り組みが認められ、2024年10月に京都府の製造業で初めて「プラチナくるみんプラス」の認証を受けました。この施策は少子・高齢化対策にもつながるため、担当を決め啓発・普及に努めています。2021年5月からスタートした女性活躍推進プロジェクトの成果として2024年11月には「えるぼし☆みつぼし」の認証を受けました。2024年4月からは人材育成プロジェクトをスタートし、多様性を重視した経営を牽引するマネージャーの育成に注力しています。

マルホグループ一覽

赤：医薬品事業 茶：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 (2024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	2,244名(連結 ^{*1}) / 1,620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 (2024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 (2,372千株/ 31.01%) 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 (1,376千株/ 17.99%)

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/>



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

