



私達はいつも

株式会社 クリエイト SD ホールディングス

統合報告書 2025



お客様・患者様の近くにいる



『ふれ合い』を大切にします。

地域に根ざした
総合ヘルスケアサポート企業を
目指して



経営理念

私達はいつもお客様・患者様の近くにおいて
『ふれ合い』を大切にします。

時代の流れによって変化することと、変化させてはいけないことがあります。

当社において創業からずっと変わらないものの一つが「経営理念」です。

この経営理念のもと、当社はドラッグストアや調剤薬局、介護関連事業を通じ、
地域社会の皆様の健康と生活を支援する企業として社会に貢献し続けたいと考えています。



薬 CREATE

C O N T E N T S

イントロダクション

Top Message	3
クリエイトSDグループのあゆみ	9
クリエイトSDグループの事業概要	11
クリエイトSDグループの出店戦略	13
クリエイトSDグループのサービス	15

価値創造ストーリー

価値創造プロセス	17
新中期経営計画「Next STAGE 2030」	19

事業を支える基盤

サステナビリティ／マテリアリティ	23
環境保全の取り組み	25
TCFD提言に基づく情報開示	27
社会貢献活動	29
人権方針／人的資本	31
コーポレートガバナンス	35
役員紹介／スキルマトリクス	39

データ

財務・非財務ハイライト	41
財務・非財務データ	43
会社情報・株式情報	45

処方せん受付

編集方針

「統合報告書 2025」は、当社グループの経営理念・企業文化に基づく事業戦略、ビジネスモデルの強み、価値創造プロセス、中期経営計画、そして持続的な成長に向けたサステナビリティへの取り組みについて、ステークホルダーの皆さまにより深くご理解いただくとともに、対話のきっかけとなることを目的として発行いたしました。

編集にあたっては、簡潔でわかりやすい構成を目指し、本報告書に掲載していないその他の情報は当社Webサイトにて開示しています。

【対象期間】

2024年6月1日～2025年5月31日

活動報告については、一部2025年6月以降の情報を含みます。

【発行年月】

2025年10月

【対象範囲】

株式会社クリエイトSDホールディングス及び関連事業会社

【見通しに対する注意事項】

「統合報告書 2025」に記載されている内容は、現在入手可能な情報から得られた当社の判断に基づくもので、リスクや不確実性を含んでいます。今後の経済動向や個人消費、市場需要、税制や諸制度などによるリスクや不確定要素により、実際の業績は当社の見込みとは可能性があることをご承知おきください。

マスコットキャラクターの“ヒッポちゃん”とは

クリエイトSDホールディングスのマスコットキャラクターとして親しまれている“ヒッポちゃん”。

名前の由来は、かばの英語であるHippopotamusに由来しています。創業して間もないころ、創業者が子守りをしながらお店を営んでいるときに、子どもがよく読んでいたのが、「夢を売る」というストーリーのカバをキャラクターにした絵本でした。「お客様にも夢を売り続けていきたい」という創業者の想いを受け、カバをモチーフにしたキャラクターが誕生しました。



Top Message

お客様と地域とともに育む、 私たちらしい進化のかたち

企業文化を軸に、地域と人に寄り添い続ける
総合ヘルスケアサポート企業へ



株式会社クリエイイトSDホールディングス
代表取締役社長 **廣瀬 泰三**

株式会社クリエイイトエス・ディー
代表取締役社長 **瀧屋 幸彦**

統合報告書発行に寄せて

廣瀬 このたび、当社グループとして初めての統合報告書を発行する運びとなりました。これまでも上場企業として財務情報の開示は継続的に行ってきましたが、私たちが何を大切に、どのような価値観のもとで事業を営んでいるのかといった、“定性的な側面”をお伝えする機会は、決して多くはありませんでした。

当社は、創業から50年にわたり、“お客様にとって何が良いか”を第一に考える文化を大切にしながら、地域に根ざした成長を続けてきました。その歩みは、出店数や売上といった数字だけでは語りきれない、日々の現場の行動の積み重ねによって支えられてきたものです。

今回の統合報告書では、そうした「私たちらしさ」を改めてステークホルダーの皆様と共有し、対話のきっかけとしていきたいと考えています。変化の激しい時代だからこそ、企業の根幹にある文化や姿勢が、長期的な信頼につながっていくのではないのでしょうか。

本書を通じて、クリエイトSDグループがどのような考え方に立脚し、どのような未来を描いているのかを、丁寧に伝えたいと思います。

瀧屋 私は店舗現場からキャリアをスタートし、いまま定期的に各地域の店舗を訪問していますが、そのたびに感じるのは、「クリエイトの文化は、現場にこそ息づいている」ということです。店舗スタッフやパートナーさん・アルバイトさん^{*}、薬剤師の皆さんが、それぞれの持ち場で自然と“お客様第一”を体現してくれている。それが、私たちの最大の強みだと感じています。

この文化は、上からの指示によって築かれたものではありません。現場で働く一人ひとりが、「目の前のお客様に、自分は何ができるか」を常に考え、行動に移してきた。その積み重ねが、文化として根づいてきたのだと思います。

こうした価値観は、創業以来、脈々と受け継がれ、地域との信頼関係を育み、従業員一人ひとりの誇りの源にもなっています。

本書では、現場での姿や日々のエピソードも交えながら、私たちが大切にしている“文化”をお伝えしていきたいと考えています。未来に向けてこの文化を次の世代へと受け継ぎながら、より良い地域社会づくりに貢献していく ― その決意を、この報告書に込めています。

^{*} 当社では、パート・アルバイトの皆様を「パートナーさん・アルバイトさん」とお呼びしています。

「お客様が主語」の文化 ― クリエイトのDNA

瀧屋 当社の企業文化を一言で表すなら、それは「お客様が常に主語である」という姿勢です。そしてそれを支えているのが、徹底した現場主義に基づく、日々の実践です。どんな業務においても「それはお客様にとって良いことか？」を判断基準にする。この考え方は、創業以来、脈々と受け継がれてきた行動規範であり、社是である「謙虚」という言葉にも通じています。

この文化は、日々の現場の小さな行動に表れています。たとえば、ゴールデンウィーク中に薬が切れてしまった患者様のために、地域の病院を探して予約まで対応したこと。鍵を側溝に落として困っていたお客様に対して、スタッフが協力して拾い上げたこと。あるいは、お子さまが倒れてしまった際に、薬局とドラッグ部門のスタッフが連携し、嘔吐物の清掃や救急対応まで行ったケースもありました。いずれも、お客様や患者様から本部に「感謝のハガキ」として届けられたエピソードです。

こうした行動はマニュアルに書かれているものではなく、「目の前のお客様のために、今、自分にできることをやろう」という想いが、一人ひとりに自然と根づいているからこそ生まれています。そして、その根底にあるのが、極めて感じの良い応対を大切にしている企業風土です。丁寧であたたかい接客が自然に実践されていることが、当社の大きな強みのひとつだと感じています。

また、私たちはパートナーさんやアルバイトさんを、単なる労働力ではなく、店舗を支えるかけがえのない仲間として接しています。現場では、そうした仲間に対して“さん付け”で呼ぶ文化があり、日々の対話の中に、お互いを尊重する姿勢が表れています。



～社長室宛に届いたお客様からの心温まる感謝の手紙～

発行
2025年
10月

① 初めて配達サービスを利用した際、とても親切に対応していただきました。私は抗がん剤治療中でまともに食事が取れず、みかん缶やゼリー飲料で栄養を補っています。しかしそれらは重く、車もなく体力も落ちていたため、持ち帰るのが困難でした。配達を頼もうとしたが地域外。しかし困っている私を察した店員さんが業者へ連絡してくださり、営業所管内で配達可能と教えてくれました。そのおかげで無事にお願ひでき、ただ一人のために時間を割いてくださったことに、涙が出るほど感謝しています。本当にありがとうございました。
(125小田原矢作店)

② 6年前に引っ越してから、ずっと東久留米前沢店でお世話になりました。私

社長室に届いたお客様・患者様からの心温まる感謝の手紙をまとめ、全従業員に定期的に共有している

Top Message

廣瀬 私が社長に就任した当初、全店舗を回った際に強く印象に残ったのが、店舗の空気感でした。多くの企業では、上位役職者が来店すると店長が迎えに出てくる光景が当たり前かもしれません。しかし、当社では違います。店舗のスタッフは、私が訪れても特別な対応をすることなく、普段通りに業務に集中していました。それは、「本部の人が来たから」と立ち止まるのではなく、常に「お客様を主語にして動いている」ことの表れだと感じました。

一緒に同行した地域のマネージャーが店舗に入ると、まず声をかけに行くのはパートナーさんです。業務の合間に「元気？最近どう？」と自然に言葉を交わす姿を見て、現場には上下関係ではなく、目的を共有する仲間同士の信頼関係が築かれていると実感しました。

パートナーさんは、その地域で暮らし、お客様の顔と声を最もよく知る存在です。店長は数年ごとに異動しますが、パートナーさんは長く同じ店舗で働いてくださる方が多く、まさに店舗の“文化の核”ともいえる存在です。だからこそ、当社では本部よりもお客様を優先する現場が自然に機能しており、これは他社にはない、私たちの強みだと考えています。

地域との共創 ― 信頼でつながる日常

廣瀬 私たちの強みのひとつは、店舗そのものが地域との“接点”になっていることです。お客様との日々のやり取りの中で信頼関係が築かれ、それがやがて地域との共創へとつながっていく。単にものを売る場ではなく、地域の暮らしを支える存在でありたいという思いが、店舗ごとの取り組みに自然と表れています。

たとえば、神奈川県清川村。県内で唯一の村であり、人口

も少ないことから、採算面で見れば出店は決して容易ではありませんでした。けれども、唯一営業していたコンビニが撤退し、買い物の手段を失った住民の皆さんから「クリエイトに来てほしい」という声が寄せられたことを受け、私たちは出店を決断しました。行政とも連携し、建物の整備も含めて協力しながら、店舗を“地域インフラ”として機能させることを目指しています。収益性だけを追求するのではなく、地域に必要とされているかどうかを第一に考えた結果の出店であり、当社にとっても大きな意味のある取り組みです。



清川店オープニングセレモニーの様子



清川村村長と廣瀬社長

瀧屋 地域との信頼関係は、特別な仕掛けではなく、日常の積み重ねによって自然と育まれていきます。特に印象に残っているのが、ある新店オープン時の出来事です。店長が近隣の幼稚園に販促用の“ぬりえ”を持って訪問し、「子どもたちが描いた絵を店内に飾りますよ」と声をかけたところ、多くの園児が参加してくれました。オープン初日には、店内にカラフルな作品がずらりと並び、あたたかな雰囲気になりました。

それに感動した子どもたちは、なんと自分たちの通う幼稚園の中に、“ミニクリエイト”を段ボールで手づくりしてくれたのです。棚や商品、レジや買い物かごまで再現し、「いらっしゃいませ」と店員さんになりきる姿に、店長も深く心を打たれました。後日、店長は感謝状とジュースを持って幼稚園を訪問し、子どもたち一人ひとりにお礼を伝えました。

この話を聞いた本部スタッフが、自主的にこのエピソードを絵本にまとめて社内会議で紹介したところ、大きな反響を呼びました。タイトルは「大きなクリエイトと小さなクリエイト」。現場から生まれたこうした温かな交流は、社内全体に共感の輪を広げ、企業文化の共有にもつながっています。



地域とのふれあいから生まれた絵本



絵本の主人公たち



廣瀬 私たちは災害時を見据え、行政と連携して防災備蓄品の優先供給や、避難所への支援体制づくりなどにも取り組んでいます。単なる販売の場ではなく、地域に暮らす方々の“困ったときに頼れる存在”でありたい — それが私たちの変わらぬ想いです。

「クリエイトがあってよかった」と心から思っていたける存在になるために、これからも地域に寄り添い、共に歩む姿勢を大切にしていきます。

人を育てる力 — 従業員とともに進化する

廣瀬 当社が大切にしている価値観のひとつに、「人を大切にする企業でありたい」という想いがあります。それはお客様に対してだけでなく、従業員一人ひとりに対しても同様です。会社としての成長と、人の成長は決して切り離せるものではありません。

当社では、旧本社ビルを活用し、調剤研修や在宅医療研修、システム操作の習得などを行う総合研修センターを設けています。実際の住居を模した部屋で行う在宅対応の実地研修や、新しい調剤機器を使った操作演習など、現場の実務に即した教育を重視しています。この研修施設も、かつては遊休資産として売却の検討がなされていましたが、しかし、長期的な視点で“人を育てる拠点”として再活用することを決め、いまでは当社の人財力を支える重要な基盤となっています。

龍屋 私には、「現場に育ててもらった」という強い実感があります。だからこそ、いま現場で働いているパートナーさんやアルバイトさんにも、やりがいや誇りを持って働いてほしいと願っています。

お客様にとって最も身近な存在は、まさにパートナーさんやアルバイトさんたちです。長く地域に根ざして働いてくださるからこそ、顔なじみのお客様との信頼関係が生まれ、日常の変化やご要望にも自然に気づくことができる。現場のこうした“感度の高さ”こそが、私たちのブランドを支えていると感じています。

私たち経営陣の役割は、現場で働く従業員がベストのパフォーマンスを発揮できるよう、制度や環境、そして気持ちの面でも支えることにあります。これからも現場の力を信じ、その背中をしっかりと押していきたいと考えています。

廣瀬 今後は、女性店長や女性エリアマネージャーの育成にも、より力を入れていきます。出産や育児といったライフステージの変化にも柔軟に対応できるよう、産休・育休・時短勤務

制度の整備に加え、職場内での相互理解を深める研修なども進めています。制度だけではなく、現場での支え合いや風土づくりが、女性活躍を後押しする大きな鍵になると考えています。

“人を育てる”ということは、短期間で成果を求めるものではありません。長い目で見て、その人が成長し、地域で信頼される存在になっていくことを支えていく。これからも、一人ひとりの挑戦と歩みに寄り添いながら、企業としての成長とともに目指していきます。

進化するビジネスモデルと成長戦略

廣瀬 私たちは創業以来、いわゆる“ドラッグストア”という枠にとどまることなく、常に地域のお客様のニーズに応じて業態を変化させ、事業の幅を広げてきました。現在は「生活・予防・治療・介護」という4つの領域を横断的につなぎ、地域の日常を支える“総合ヘルスケアサポート企業”としての姿を、明確に打ち出しています。

その一環として、食品の取り扱いを強化し、近年では生鮮品にまで領域を広げています。これにより、お菓だけでなく食材や日用品までを一度に購入できる“ワンストップショッピング”の利便性を提供し、特に高齢者や子育て世代のお客様から高く評価されています。ただし、生鮮分野には独自の難しさもあるため、今後は地域のスーパーマーケットとの連携やM & Aを通じて、ノウハウの補完とサービス品質の向上を図っていきます。

また、当社の主要ドミナントエリアである神奈川県ドラッグストアシェアは約4割となっておりますが、調剤事業におけるシェアは約5%程度と十分にカバーできていないと考えています。調剤薬局についても、従来通り自力での出



Top Message

店強化に取り組むとともに、M & Aを含めた拡大戦略を進めていく方針です。ドラッグストア、調剤、介護といった各領域がゆるやかに連携しながら、お客様の生活により深く関わる体制を築くことが、今後の成長において重要なカギになると考えています。

一方で、持続的な成長を支えるためには、業務の効率化も欠かせません。当社では「EDLP(エブリデイ・ロープライス)」という価格戦略を徹底し、チラシやポイントセールなど波のある販促を抑えることで、作業の平準化とローコストオペレーションを実現しています。さらに、店舗ごとの業務量を個別に分析し、人員配置の最適化にも取り組むことで、売上に占める人件費率を抑えながら、スタッフの給与水準を上げることにもつなげています。

瀧屋 テクノロジーの活用についても、私たちは“機械ありき”ではなく、“業務の本質的な改善ありき”という考え方を重視しています。たとえば、セミセルフレジや調剤分包機器、AIによる薬歴作成支援といった技術の導入も、現場のオペレーションを丁寧に見直したうえで進めています。

ITや機械はあくまで手段であり、それによって現場のスタッフや薬剤師が、お客様と向き合う時間をより多く確保できるようにすることが、何よりも大切だと考えています。

廣瀬 こうした取り組みの延長線上に位置づけられるのが、新中期経営計画「Next STAGE 2030」です。売上高6,800億円、経常利益率5%以上、ROE12%以上という数値目標を掲げていますが、これらは単に“数字を追う”ことが目的ではなく、私たちのあるべき姿から逆算して導き出した目標です。

また、プライム市場に上場する企業として、株主や投資家の皆様に対しても、成長性と還元性の両面でしっかりと応えていく責任があります。今後は、地域・お客様への提供価値をさらに高めるとともに、経営の効率性と柔軟性を維持しながら、企業価値のさらなる向上に努めてまいります。

ESG・サステナビリティ経営 — 環境・人・地域との調和を目指して

廣瀬 私たちは、持続可能な地域社会に貢献していくためには、企業としての経済的な成長と同時に、環境への配慮、人材の活躍、多様なステークホルダーとの共生が欠かせないと考えています。その想いを具現化する取り組みが、ESG・サステナビリティ経営です。

直近では2025年6月にESG投資指数である「FTSE

Blossom Japan Sector Relative Index」構成銘柄へ初選定されるなど、サステナビリティに関する各種取り組みを推進するとともに、積極的な情報開示にも取り組んでいます。

環境への配慮については、2001年から継続してISO14001の認証を取得しており、本部はもちろん、店舗ごとに環境基準に即した設計や運用を行っています。当社では、画一的なフォーマットで店舗を展開するのではなく、地域の環境や生活圏に配慮した“一店舗一設計”の考え方で出店しています。

たとえば、住宅地に隣接する場合には、騒音や排気ガスへの配慮として駐車場の位置を工夫したり、物流車両の動線を丁寧に設計したりと、出店前の段階から周辺環境との共生を意識した設計を行っています。

このように手間を惜しまない出店は、効率性だけを追求めるやり方とは異なりますが、結果として地域に根づき、長く愛される店舗につながっていると実感しています。

瀧屋 人的資本の観点では、特に女性従業員の活躍支援を重要なテーマとしています。近年、当社の正社員に占める女性の割合は大きく増加しており、店舗によっては正社員・パートナーさんを含めた従業員の大半が女性というケースも少なくありません。

こうした状況の中で、まず取り組んだのは、働きやすい環境の整備です。古い店舗のトイレを改修して男女別を明確にしたり、物流現場では重い荷物を上段に積まないよう指導を徹底したり、荷崩れ防止用のバーやロックを女性でも扱いやすく改良したりと、現場の声をもとにした細やかな改善を積み重ねてきました。

さらに、出産や育児を経てもキャリアを継続できるよう、産前産後休暇や短時間勤務制度の整備に加え、店舗内での相互理解を促す研修も実施しています。制度だけでなく、働く仲間同士が自然に支え合えるような職場風土の醸成こそが、女性の定着と活躍を後押しする鍵になると考えています。

廣瀬 新中期経営計画「Next STAGE 2030」では、女性の店長・薬局長、さらにはエリアマネージャーへの登用を積極的に進めていく方針を掲げています。薬剤師における女性比率はすでに高い水準にありますが、物販部門や管理職への広がりについては、まさに今、重点的に取り組んでいるところです。

この他、持続的な成長および企業価値の向上のためにはガバナンスの整備が重要であると考えています。2022年2月には、取締役の指名や報酬等に係る評価・決定プロセスの透明性および客観性を確保するため、指名・報酬委員会を設置いたしました。今後も、ステークホルダーの皆様へ信頼され

る企業グループとして、誠実かつ公正な組織づくりに努め、コーポレートガバナンスの強化・充実を図ってまいります。

環境・人・地域 ― それぞれの領域における地道な取り組みの積み重ねこそが、私たちが目指す「地域になくてはならない存在」への道筋であると信じています。持続可能な社会と企業の両立を実現するために、これからも着実に歩みを進めてまいります。

おわりに ― 文化と変化を両立する企業として

瀧屋 私はこれまで、現場の最前線でお客様と接するなかで、企業文化とは“制度”や“ルール”で定められるものではなく、「人の中に息づくもの」だということを実感してきました。当社には、どの店舗にも共通して流れる空気のようなものがあります。それは、「目の前のお客様のために、今、自分にできることをやろう」という、ごく自然な想いと行動です。

こうした文化を支えているのが、当社が一貫して大切にしてきた徹底した現場主義です。日々の現場で一人ひとりが自発的に行動するからこそ、この想いは組織全体に広がり、共有されてきました。

この文化は、創業者の理念を体現してきた多くの従業員によって受け継がれてきました。私自身も、かつて創業者から現場で直接指導を受ける機会があり、その考え方を肌で学んできました。「企業はまっとうでなければならない」「主語は常にお客様であるべき」―そうした言葉は、今でも私の行動指針となっています。

「クリエイトがあってよかった」「この地域にはこのお店が

必要だ」― そう思っただけなのが、私たちの存在意義であり、これからも変わらず大切にしていきたい“クリエイトらしさ”です。

廣瀬 私たちは今、人口構造や暮らし方、価値観、そしてステークホルダーとの関係も含めて、さまざまなものが刻々と変化していく時代に生きています。そうした中で私たちが目指しているのは、「変化にしなやかに対応しながらも、変えてはならないものを守り続ける」企業であることです。

“企業文化を大切にする”とは、過去を守るのではなく、未来に向けて進化させていくことだと私は考えています。新中期経営計画「Next STAGE 2030」では、出店エリアの拡大、M & Aによるシナジー創出、業態の多様化といった新たな挑戦を掲げていますが、これらの根幹には、どの時代においても「お客様が主語である」という文化があります。

私が社長に就任した後、各地域の店舗を回るなかで感じたのは、数字や指標では測ることのできない“現場の力”の確かさでした。お客様を想う行動が、従業員の間で自然と共有されている。それは目標管理やノルマといった仕組みによるものではなく、「自分たちは何のために働いているのか」という共通認識によって支えられているのだと感じました。

この統合報告書は、私たちの経営方針や財務状況に加え、こうした“目に見えにくい価値”も含めて、皆様にお伝えするための第一歩です。

これからも、地域とともに、従業員とともに、そして多様なステークホルダーの皆様とともに歩み続け、「なくてはならない存在」であり続けることをお約束いたします。



クリエイトSDグループのあゆみ

当社グループは、1975年の創業以来、地域に根ざした事業運営とお客様を第一に考える文化を大切にしながら、着実な成長を遂げてまいりました

沿革

1970年代～1980年代

- 1975年** 創業
- 1983年** (有)みどりドラッグストアを設立

1990年代

- 1990年** (株)クリエイトエス・ディーに社名変更
- 1991年** 横浜市緑区に本社移転

2000年代

- 2001年** ISO14001 認証取得
- 2004年** ジャスダック市場に株式公開
- 2005年** 東証二部に上場
- 2007年** 東証一部に上場

1970年代～1980年代

- 1975年** 横浜市緑区(現青葉区)桜台にみどり薬局開業
- 1987年** 横浜市緑区市ケ尾町に2号店オープン

1990年代

- 1994年** 250坪店舗の展開開始(14号店 厚木長谷店)
- 1995年** 東京都へ初出店
- 1998年** 調剤薬局の展開開始

2000年代

- 2002年** 静岡県へ初出店
- 2003年** 埼玉県へ初出店

売上高
(億円)

5,000

4,000

3,000

2,000

1975年 創業当初のみどり薬局



2007年 東証一部に上場



2018年 地域貢献型出店 清川店



1987年 大繁盛した2号店市ケ尾店の開店当時



2017年 ビューティ強化業態「Cremo」展開開始



2019年 自社電子マネー「おさいふHippo」導入



公式スマホアプリ誕生

1,000

1975年
創業

1987年
ドラッグストアを
展開開始

1998年
調剤薬局を
展開開始

2002年
100店舗達成
(調剤併設率4.9%)

1975

1990

2000

売上高 経常利益

2009年 ・(株)クリエイイトSD
ホールディングス設立
・ウェルライフ(株)を
完全子会社化

2010年 (株)サロンデイを
100%子会社として設立
2011年 横浜市青葉区荏田西に本社移転
2013年 (株)ニードラッグを子会社化
2014年 (有)大興商事を子会社化

2020年 百合ヶ丘産業(株)を子会社化

2004年 千葉県へ初出店
2007年 群馬県・茨城県へ初出店

2012年 愛知県へ初出店
2016年 調剤研修センターを開設
2017年 「Cremo」展開開始
2019年 ・神奈川県茅ヶ崎市に自社所有の
物流拠点茅ヶ崎センターを開設
・公式スマホアプリ誕生
・自社電子マネー「おさいふHippo」導入

2024年 千葉県柏市に物流拠点
柏センターを開設
2025年 神奈川県厚木市に自社最大の物流
拠点猿ヶ島センターを開設

2025年 自社最大の物流拠点
猿ヶ島センター



2025年5月期末
総店舗数

831 店舗
(調剤併設率53.0%)



2016年
500 店舗達成
(調剤併設率23.7%)

2009年
300 店舗達成
(調剤併設率9.0%)

2025年5月期
売上高
4,571 億円

経常利益 **234** 億円
経常利益率 **5.1** %

経常利益
(億円)

300

250

200

150

100

50

0
(年)

2010

2020

2025

クリエイトSDグループの事業概要

クリエイトSDグループは、神奈川県を中心にドラッグストア・調剤薬局を展開する株式会社クリエイトエス・ディーを中核の事業会社として、介護付有料老人ホームを運営するウェルライフ株式会社、機能訓練型デイサービスセンターを運営する株式会社サロンデイを加え、地域のお客様の健康を日々の生活から、予防・治療・介護まで支えられる「総合ヘルスケアサポート企業」を目指しております。

ドラッグストア事業

(株)クリエイトエス・ディー
百合ヶ丘産業(株) (スーパーマーケット事業)



調剤薬局事業

(株)クリエイトエス・ディー



介護関連事業

(株)サロンデイ (機能訓練型デイサービス事業)
ウェルライフ(株) (介護付有料老人ホーム事業)



At a glance 一数字で見るクリエイトSDグループ



売上高

457,093 百万円



対前期増減率

+8.2 %



経常利益額

23,414 百万円



経常利益率

5.1 %



総店舗数

831 店舗



内、調剤併設

417 店舗

併設率

53.0 %



グループ従業員数

13,453 人



内、パートナーさん・アルバイトさん
(8時間換算)

8,393 人

ドラッグストア事業

当社グループは、神奈川県を中心とした関東・東海エリアに集中出店し、2025年5月末現在、787店舗のドラッグストアを展開しております。

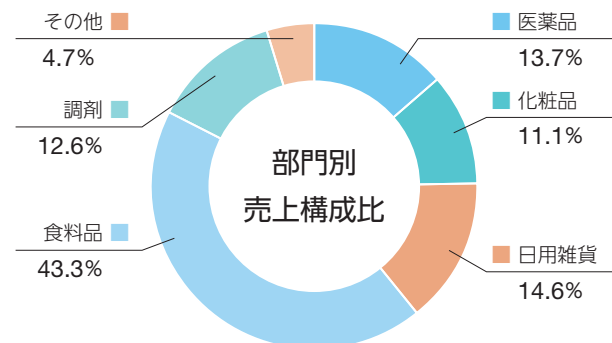
地域の皆様の健康と美を支える身近な拠点として、医薬品・化粧品の品揃えは勿論のこと、日常生活を支える日用雑貨・食料品まで豊富に品揃えすることで、ワンストップ・ショートタイムショッピングを可能とする利便性の高い店舗としてご支持いただいております。小商圏において来店頻度高くご来店いただくため、生鮮食品も含めた食料品の品揃



えを強化するとともに、価格に安心感を持っていただけるよう、いつでも来店いただいてもお求めやすい価格で提供するEDLP(エブリデイ・ロープライス)を推進しております。また、創業当初から、地域のお客様・患者様を第一に考え、お客様目線のサービス・接遇強化に取り組んでまいりました。

今後においても、地域のお客様の健康的な日常生活、豊かな暮らしを支える、気軽に相談できる健康生活インフラとして貢献し続けたいと考えています。

2025年5月期実績



調剤薬局事業

いつものお買い物に加えて処方箋薬もワンストップで受け取ることができるドラッグストア併設型を中心に、医療モール併設型や駅前型など、地域のニーズに合わせた調剤薬局を455店舗(2025年5月末現在)展開しております。2025年5月末現在のドラッグストア併設の調剤薬局店舗数は計417店舗、併設率は53.0%となりました。

医薬分業の進展とともに、ドラッグストア併設の処方箋調剤はお客様にとって身近なものとなってまいりました。薬に関する専門知識は勿論のこと、複数の処方箋に基づく処方薬や市販薬・健康食品との飲み合わせ、お客様一人ひとりに合わせたきめ細やかな薬歴管理や服薬指導など、日常のお買物での接点を踏まえ、健康をトータルサポートいたします。

超高齢社会における在宅医療および訪問服薬のニーズも

含め、なんでも相談できる「かかりつけ薬局」として地域医療に貢献してまいります。



介護関連事業

高齢化が進む中、介護スタッフのもと安心・安全に生活したいという高齢者の方のために介護付有料老人ホーム2施設(2025年5月末現在)を、またいつまでもご自宅で健康に生活したいという方のために、リハビリテーションを専門とする半日型のデイサービスセンター37施設(2025年5月末現在)を運営しております。当社グループの特徴である接遇対応に力を入れ、ご利用者様・ご入居者様の満足度向上および稼働率向上に取り組んでおります。



クリエイトSDグループの出店戦略

地域に根ざしたドミナント戦略・ニーズに合わせた店舗づくりにより、効率的な店舗運営と高い個店競争力の両立を実現しています。

地域に密着した店舗・サービス展開

当社グループは、創業の地である神奈川県を中心に、関東・東海の1都7県で831店舗（2025年5月末現在）を展開しております。

少子高齢化、人口減少局面を迎えている我が国において、人口密度が高く、今後も高齢者人口の増加が見込まれている同エリアに集中出店し、神奈川県ではトップシェアの圧倒的なドミナントを形成しております。ドミナント戦略の主な特徴として、物流面、人材面、販促面など、効率的な店舗運営が可能になることが挙げられます。出店エリアにおける調剤薬局併設率は53.0%（2025年5月末）と、調剤併設型ドラッグストアを中心としながら、既存ドミナントエリアのシェアアップに取り組んでおります。

クリエイトSDグループ店舗網（2025年5月末日現在）



多様な店舗フォーマットによる地域特性に合わせた店舗づくり

店舗展開に当たっては、店舗立地や規模、地形、地域特性にあわせて、店舗サイズやレイアウト、品揃えを柔軟に対応しております。郊外の小商圏をターゲットとした食品強化の大型店舗から、H&Bを強化したショッピングセンターへのテナント出店、クリニックモールを併設した調剤専門薬局等、多様な店舗フォーマットによる出店を推進しております。

厳格な出店基準の元、ドミナントによる効率運営、上述した地域特性に合わせた店舗づくりにより、設立以来42年間において営業不振による中途解約閉店はわずか25店舗と、高い個店競争力と効率的な店舗運営を実現しています。

店舗立地タイプ

	店舗数	構成比	売場面積(参考)
郊外型	631	80.2%	100坪～700坪
SC／インショップ型	88	11.2%	45坪～515坪
駅前・商店街型	50	6.4%	70坪～300坪
市街地型	18	2.3%	55坪～170坪
合計	787	100.0%	—

郊外型



ショッピングセンター型



生鮮テナント複合型



医療モール併設型



市街地型



ビューティケア強化業態「Cremo」



調剤専門薬局



クリエイトSDグループのサービス

創業当初から一貫してお客様第一主義に徹し、お客様目線での様々な取り組み・サービス提供に取り組んでいます。

EDLP(エブリデイ・ロープライス)・利便性を高める豊富な品揃え

当社グループは、特売によるハイ&ローは極力つくらず、いつ来てもお買い求め安い価格で提供する「EDLP(エブリデイ・ロープライス)」施策を基本戦略としております。また、従来のドラッグストアの品揃えに加えて、青果・精肉・惣菜・鮮魚(塩干含む)など生鮮食品の品揃えを強化し、一部大型店舗においては、地場の食品スーパーや、生鮮食品専門店のテナントとして誘致するコンセッションナリー形式を採用するなど、小商圏における利便性向上に取り組んでいます。



また、多様化するお客様のニーズに対応するため、独自開発商品やメーカー様との共同開発商品など、PB商品の新規開発・定期的なリニューアルに取り組んでいます。商品数は約1,000品目におよび、高い品質とお買い得な大容量、リーズナブルな価格設定により、2025年5月期におけるPB商品の売上構成比は9.2%と、当社グループの利益構造の重要な役割を担っています。



調剤薬局併設／訪問服薬指導

日頃のお買物のついでにお薬の受け取りまでできる、ドラッグストアへの調剤薬局併設を推進しております。また、内科や整形外科など複数の医療機関を同時に受診できるよう、駐車場内や隣地等への医療機関誘致にも注力しております。

さらには、超高齢社会における在宅医療や在宅介護のニーズにお応えすべく、薬剤師による訪問服薬を実施し、医師、看護師、ケアマネージャー等の方々と連携しながら患者様の生活全般を支えています。



お薬を介護施設やご自宅にお届けするだけでなく、安心安全かつ効果的に飲みいただけるように薬の専門家である薬剤師がご自宅へお伺いし、お薬の管理をさせていただきます。飲み合わせの確認や残数管理はもとより、お一人ずつお話を伺いし、飲みやすい形状への変更のご提案や、副作用が疑われる症状の発見など、お薬に関する問題点の解決をさせていただきます。



公式アプリ・自社電子マネー「おさいふHippo」

日頃のお買物をより楽しく、よりお得に、より便利に。公式アプリのダウンロード数は300万人を突破いたしました。お得なクーポン配信やアプリ会員限定の各種キャンペーンに加えて、処方せんの事前送信機能を備えております。また、自社電子マネー機能を搭載したポイントカードシステム「おさいふHippo」とも連携し、事前に現金をチャージすることで、キャッシュレス決済によるスムーズなレジ会計が可能です。



極めて感じの良い対応の実践

創業当初よりお客様を第一に考え、行動することを大切にしています。大量の商品やかさばる商品をお買い上げのお客様、ご年配のお客様や妊娠中・お体の不自由なお客様に対し、駐車場までお買い上げ商品をお運びする「キャリアサービス」や、売場に陳列できる商品には限りがある中で、お客様のご要望にできるだけお答えしたい、との思いから生まれた

「商品お取り寄せサービス」など、これらのサービスは元々は一店舗の一スタッフの行動から始まりました。

今後も、当社グループの経営基本方針である“極めて感じの良い対応”を実践し続けながら、新たな取り組み・サービスの拡充に取り組んでまいります。



各種イベントの定期開催

当社が最も大切にしているのは、「目の前にいるお客様・患者様に、自分ができる最大限を尽くすこと」です。子供たちの笑顔を見たいという1人の店長の想いから始まった「お子さまぬりえイベント」は、今では多くの店舗で実施されています。

この他、店舗スタッフが取ってきたカブトムシをお子様にお配りしたり、マスコットキャラクターである“ヒッポちゃん”を店内の様々な箇所に配置し、「ヒッポちゃんを探せ」というイベントを企画したりと、各店舗のスタッフが独自に考えた各種イベントを実施しています。

また、お子さま向けのイベントだけでなく、薬剤師・栄養士による相談会など、各種健康イベントの定期開催もしています。(>>> P.29)



お子さまの作品を店内展示するぬりえイベント

価値創造プロセス

当社グループは、地域の皆様の健康で安心な暮らしを支えることを使命に、「人」と「地域」に寄り添う価値を提供し続けています。ドラッグストアや調剤薬局の展開などを通して、医療、健康、生活支援の分野における社会課題に向き合い、事業活動を通じて持続可能な社会の実現に貢献していきます。

外部環境

社会課題

- 人口減少・少子高齢化
- 原材料費・光熱費等あらゆるコストの上昇
- 医療費削減・適正化
- 気候変動による自然災害増加

価値観の変化

- 価値の多様性
- 消費行動・ライフスタイルの変化

インプット

(経営資本)

(2024年5月末)



財務資本

総資産 **2,164** 億円
純資産 **1,302** 億円



製造資本

総店舗数 **796** 店舗
調剤薬局数 **418** 店舗
(調剤併設率 **50.5%**)

※総店舗数には調剤専門薬局、食品スーパーおよび生鮮食品専門店を含む



人的資本

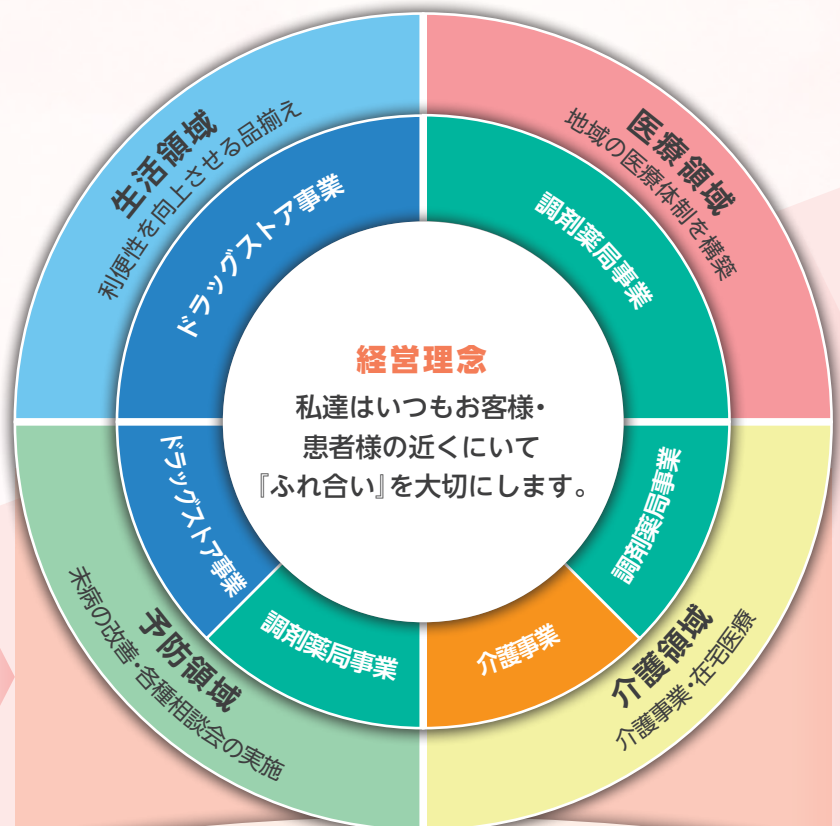
グループ従業員数 **12,715** 人
内、パートナーさん・アルバイトさん **7,918** 人



社会関係資本

会員数 **455.8** 万人
公式アプリDL数 **262** 万ダウンロード

ビジネスモデル(事業活動)



クリエイイトSDホールディングスの強み

1



地域に密着した店舗・サービス展開

≫ P.13

2



多様な店舗フォーマットによる地域特性に合わせた店舗づくり

≫ P.14

3



利便性の高いワンストップ型店舗
お客様目線での各種サービス

≫ P.15

4



地域のかかりつけ薬局、総合ヘルスケアサポートを推進

≫ P.12

持続的な成長へ 価値の還元・再投資

市場環境

- 業種・業態の垣根を超えた競争激化
- 業機法等、法的規制の変化
- 電子商取引(EC)の隆盛

アウトプット (生み出される成果)

(2025年5月末)

財務資本

売上高	4,571億円
経常利益	234億円
当期純利益	156億円
ROE	11.5%
総資産	2,365億円
純資産	1,427億円

製造資本

総店舗数	831店舗
調剤薬局数	455店舗
(調剤併設率)	53.0%

※総店舗数には調剤専門薬局、食品スーパーおよび生鮮食品専門店を含む

人的資本

グループ従業員数	13,453人
内、パートナーさん・アルバイトさん	8,393人

社会関係資本

会員数	478.7万人
公式アプリDL数	322万ダウンロード

新中期経営計画 「Next STAGE 2030」

(2026年5月～2030年5月期)

» P.19

定量目標

売上高	6,800億円
経常利益率	5.0%以上
ROE	12.0%以上

3つの重点戦略

成長戦略



財務戦略



サステナビリティ 経営の推進



マテリアリティ

» P.23



アウトカム (めざす姿)



地域に根ざしてあらゆる
ライフステージに寄り添う
「総合ヘルスケアサポート企業」へ



薬CREATE 処方

新中期経営計画「Next STAGE 2030」

(2026年5月～2030年5月期)

創業から半世紀、当社は地域に根ざした事業運営と、

お客様とともに歩む姿勢を一貫して貫き、

自力による着実な成長を遂げてまいりました。

その歩みは、ドミナント戦略による効率的な運営、高い個店競争力、

そして「人を大切にする」という独自の企業文化に支えられています。

こうして培った強みを礎に、さらなる成長を志向する新たな挑戦

——「Next STAGE 2030」を始動いたします。

2030年5月期 定量目標

売上高 **6,800** 億円

経常利益率 **5.0%** 以上

ROE **12.0%** 以上

新中期経営計画「Next STAGE 2030」では、

「成長戦略」、「財務戦略」、

「サステナビリティ経営の推進」

の3つを重点戦略とし、

将来にわたる発展に繋げる計画としています。

3つの重点戦略



成長戦略

- 出店戦略
- 調剤事業戦略
- 収益体質の強化



財務戦略

- 設備投資計画
- 株主還元方針
- キャッシュアロケーション



サステナビリティ経営の推進

- 働きやすく働きがいのある会社の実現
- 地球環境に配慮した事業活動
- IR強化・非財務情報開示の充実



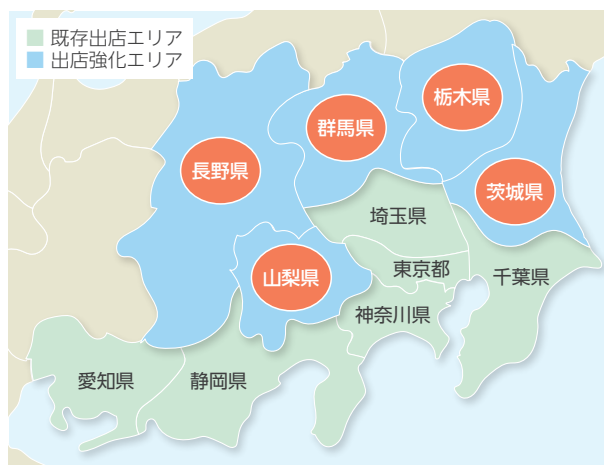
成長戦略

● 出店戦略 ● 調剤事業戦略 ● 収益体質の強化

既存ドミナント深耕を継続しつつ新商勢圏への出店を強化 M & Aの戦略的活用により成長スピード加速

出店戦略 —新商勢圏への進出—

既存ドミナントエリアにおける出店は継続推進しつつ、生鮮を含めた食品の品揃え強化やスクラップ&ビルドによる既存店改装、地域医療との連携、ビューティケア強化業態「Cremo」など、多様な店舗フォーマット・品揃えの工夫により個店競争力のさらなる強化に取り組みます。加えて、既存ドミナントエリアに隣接する周辺5県（北関東、甲信越）へ出店エリアを拡大し、商勢圏を広げていきます。新商勢圏への進出に当たっては、自力による出店だけでなくM & Aの活用も視野に入れています。



持続的な成長に向けM & Aを積極化

2030年5月期の売上高目標、6,800億円の達成および成長スピードのさらなる加速に向けて、自力出店によるオーガニック成長に加えて、M & Aによる規模拡大を積極化いたします。2025年4月には、M & A専任チームを発足し、機動的に取り組みを開始しています。ドラッグストアだけでなく、スーパーマーケットや調剤専門薬局など、業種業態を問わず当社の企業文化・価値観を共有できる、シナジーの創出が期待できる企業との協業であれば柔軟に対応する考えです。

Topics

M & A事例 食品スーパー「ゆりストア」との取り組み

2020年2月に子会社化した(株)百合ヶ丘産業が運営する食品スーパー「ゆりストア」においては、店舗の屋号はそのまま残し、食品スーパーとドラッグストアの複合業態へと業態転換しております。地域のお客様に愛された屋号のままで、地域のお客様により便利に、従来通り安心してお買い物いただける、地域に必要とされるお店づくりに取り組んでいます。



屋号を残し食品スーパー+ドラッグストア複合店に転換





成長戦略

● 出店戦略 ● 調剤事業戦略 ● 収益体質の強化

首都圏における調剤薬局シェアアップと収益体質のさらなる強化

調剤事業戦略

首都圏における調剤薬局の存在感を高めるべく、シェア向上とかかりつけ機能の強化に取り組めます。シェア向上に向けてはM & Aも活用しつつ、現状の調剤売上構成比12%台から20%超の達成を目指します。

また、従来のドラッグストア併設薬局だけでなく、調剤特化の駅前小型店舗への挑戦や、医療機関を誘致したクリニックモールの組成、将来的な外部委託を視野に入れた施設在宅集約型薬局の開発など、新たな業態開発にも取り組み、地域のニーズに応じた薬局展開を推進していきます。



収益体質の強化

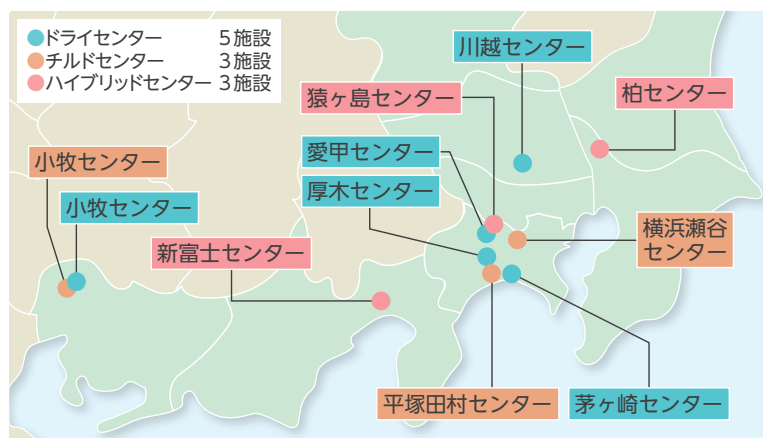
競争が一層激化するドラッグストア業界において、持続的な収益基盤を維持するため、次のような取り組みを通じて、収益性の向上と経営効率の最大化を図ります。

- 地域のニーズに合わせた食品販売の多様化や調剤併設、医療連携の深化
- 店舗形態や商品戦略の見直し・工夫による利益率の改善
- 人員配置の最適化や作業改善、DX・設備導入による業務効率化と生産性向上
- 物流拠点の新設・再配置、常温・チルド商品の共配による配送効率改善、サプライチェーン全体の生産性向上

これらの複合的な施策を組み合わせることで、効率的かつ安定した収益構造を確立し、さらなる成長投資を可能にする経営基盤を整備していきます。



25年2月に新設した「猿ヶ島センター」では常温(ドライ)商品と冷蔵(チルド)商品を同時に配送する(ハイブリッドセンター)



クリエイトSDグループ物流網



財務戦略

- 設備投資計画
- 株主還元方針
- キャッシュアロケーション

積極的な成長投資と株主還元の充実・強化にバランスよく配分

キャッシュアロケーション(資金配分方針)の明確化

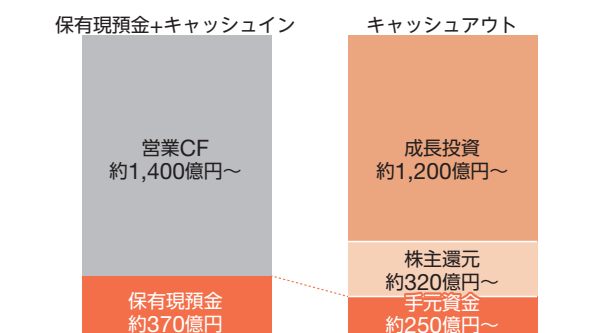
「Next STAGE 2030」の達成に向けては、持続的な成長と安定的な財務体質の双方を確保することが不可欠です。資金の活用にあたっては、営業キャッシュフローと保有現預金の一部を原資とし、積極的な成長投資と、株主還元の一層の充実にバランス良く配分する考え方を重視しています。

新規出店や既存店の改装、物流拠点の新設・再配置、DX 投資、人材育成、M & A などの成長施策に加え、安定的かつ継続的な増配を中心とした株主への利益還元も積極的に行い

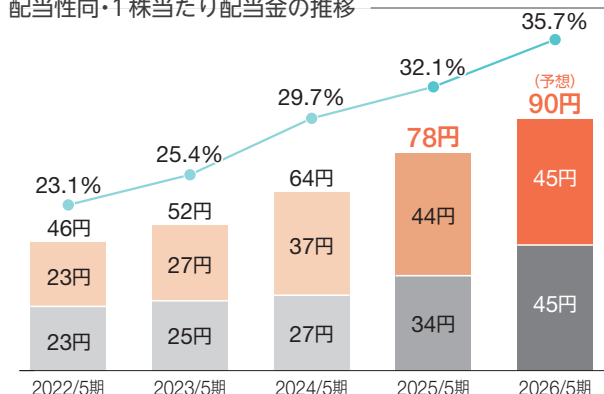
ます。この配分方針により、成長機会を逃さず事業規模と収益力の拡大を図る一方、投資家の皆様に対しては中長期的に安定したリターンを提供し、双方の価値向上を目指します。成長投資に関しては、持続的な成長に向けて、年間200億から300億強の積極投資を計画し、必要に応じて負債の活用も視野にいられています。

積極的な投資活動と適切な還元施策を両輪とする経営を継続し、長期的な視点に立った持続可能な成長基盤を確立していくことが、当社の責務であると考えています。

キャッシュアロケーション(2605期～3005期累計)



配当性向・1株当たり配当金の推移



サステナビリティ経営の推進 >>> P.23

環境・社会・ガバナンスの各項目において取り組みを推進

私たちは、単に店舗を増やし規模を追求するだけでなく、地域や環境、そして共に働く従業員といった多様なステークホルダーに責任を果たしながら成長する「サステナビリティ経営」に力を入れています。

3つの重点戦略

- 働きやすく 働きがいのある会社の実現
- 地球環境に配慮した事業活動
- IR強化・非財務情報開示の充実

サステナビリティ／マテリアリティ

当社グループは、社是である「謙虚」の精神を根幹に据え、持続可能な社会の実現と企業価値の継続的な向上を両立させることを目指し、サステナビリティを重要な経営課題として位置付けています。地域の皆様の健康と生活を支えるライフラインとしての使命を果たすことはもちろん、地球環境への負荷低減や循環型社会の形成、人権尊重やコンプライアンスの徹底など、多面的な課題に真摯に向き合い、誠実かつ公正な事業活動を推進してまいります。

サステナビリティ基本方針

当社グループは、社是である「謙虚」の精神のもと、サステナビリティへの取り組みを重要な経営課題と位置付け、誠実かつ公正な事業活動を通して「持続的な企業価値の向上」と

「持続可能な社会の実現」の両立を目指します。
基本方針は以下のとおりです。

サステナビリティ基本方針

1. 地域の皆様の健康と生活を支えるライフラインとして、信頼・期待され、それに応えられる存在であり続けます。
2. 地球環境を守るため、環境負荷の低減と循環型社会の形成に努めます。
3. 社会から信頼される企業グループとして、誠実かつ公正な組織づくりに努め、人権尊重、ガバナンス・コンプライアンスの強化を推進します。

ステークホルダーエンゲージメント

当社グループは行動規範に基づき、お客様・従業員・取引先・株主・地域社会などあらゆるステークホルダーを重視し

ています。情報開示や意見交換を通じて相互理解を図り、信頼形成を進めています。

ステークホルダー	おもな対話方法・接点	当社グループに対する期待
お客様・患者様	店頭での接客、介護サービス 公式スマホアプリ・SNSの各種配信 ホームページ お客様相談担当へのお問い合わせ 社長室への直通ハガキ	・安心で安全な商品、サービスの提供 ・気軽に相談できて、ほしい商品が揃っている便利なお店 ・日常生活と相談を支援するライフライン、インフラとしての機能
従業員	社内報アプリ・情報共有ツール 各種研修・勉強会 店長会議・薬局長会議 なんでも相談室(内部通報窓口) 評価制度とフィードバック面談	・ずっと働きたいと思える会社の実現 ・安心、安全で女性が働きやすい職場環境 ・人権と個人の尊厳を尊重し、努力した人が報われる働きがいのある職場環境 ・風通しの良い企業風土
地域社会	新規出店・開局 地域活動の参加 自治体との災害時協定 介護施設・個人宅への訪問服薬	・地域との連帯と協調を図り良好な関係を維持、地域の皆様の健康と生活を支援 ・健康ハブステーションとして機能発揮 ・地域医療との連携 ・環境に配慮した事業活動
お取引先	商談ミーティング 営業活動におけるコミュニケーション 商品調達・納入、業務委託	・公正、公平、自由な競争および適切な取引 ・良好で発展的な関係の構築 ・優越的地位の乱用防止
株主・投資家	株主総会 決算説明会 投資家とのIRミーティング ホームページ、ニュースリリース	・企業価値の向上と適正な利益還元 ・適切な情報開示と積極的な対話 ・ガバナンスの充実(独立性、多様性、透明性)



特定した重要課題(マテリアリティ)

領域	重要課題	当社グループの目指す方向性	主な取り組み事例
E 環境 	地球環境に配慮した事業活動   	・温室効果ガス排出量削減 ・資源、エネルギーの効率改善 ・3R視点での廃棄物削減	・ISO14001の全店認証取得継続 …廃棄物削減、資源の効率的使用等 ・空調、照明等のエネルギー効率改善 ・配送効率改善による炭素排出量削減 ・発注精度向上等によるフードロス削減 ・物流センター、店舗屋上での太陽光パネル設置
S 社会 	お客様・患者様の健康、地域医療への貢献    従業員を大切にする働きがいのある会社の実現   	・安心で安全な商品、サービスの提供 ・地域住民の健康と生活を支えるライフライン、医療インフラとして地域医療へ貢献 ・持続性の高い、地域に根ざした出店を継続 ・働きやすく働きがいのある職場環境 ・ダイバーシティ&インクルージョンの推進 ・人財の育成と活躍推進	・調剤併設による専門性強化とワンストップで必需品が揃う利便性の向上 ・在宅医療、介護領域における地域医療への貢献 ・健康相談会等、各種イベント開催 ・閉店の少ない厳格な出店基準に基づく出店 ・災害時協力協定、BCP策定 ・女性が働きやすい作業環境の整備 ・ワークライフバランス視点を踏まえた定期的な個別面談の実施 ・次世代育成支援の取り組み ・健康維持と健康増進の促進、検診率向上 ・特例子会社における雇用創出
G ガバナンス 	誠実かつ公正な事業活動の推進   	・実効性のあるガバナンス体制の強化 ・適切なリスクマネジメントの遂行 ・公正取引およびお取引先様とのパートナーシップの推進 ・社是、経営理念、行動規範に則った企業活動による企業モラルの維持向上	・監査等委員会、指名・報酬委員会設置 ・コンプライアンス委員会設置 ・内部通報制度 ・リスクマネジメント、情報セキュリティの強化 ・社内研修と従業員教育 ・適切な情報開示と積極的な対話

Topics

ESG 投資指数「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」構成銘柄への初選定のお知らせ

このたび当社グループは、「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」の構成銘柄に選定されました。本インデックスは、各セクターで相対的に優れたESG(環境・社会・ガバナンス)対応を達成した企業を対象とし、特に温室効果ガス排出量の多いセクターにおいては、Transition Pathway Initiative (TPI)の経営品質スコアに基づいて気候変動リスクや機会への対応が評価された企業のみが組み入れられる、業種偏りを排したセクター・ニュートラル設計のESG投資指標です。さらに、この指数は年金積立金管理運用独立行政法人

(GPIF)がESGパッシブ運用のベンチマークの一つとして採用しており、投資家にとって重要な意思決定基準とされています。



**FTSE Blossom
Japan Sector
Relative Index**

環境保全の取り組み

当社グループは、持続可能な社会の実現に向け、環境保全を企業の重要な責任の1つと捉え、取り組みや活動を行っています。

ISO14001 の認証取得継続

クリエイトエス・ディーでは、環境に配慮した持続可能な事業運営を実現するため、国際的な環境マネジメントシステム規格であるISO14001の認証を2001年より全店舗・事業所で取得し、現在も継続しています。レジ袋削減、省エネ設備の導入、廃棄物の適切な分別・リサイクル、さらには駐車場での騒音・排ガスへの配慮など、さまざまな側面から環境負荷の低減に努めています。社内ではPDCAサイクルを重視し、継続的な改善体制のもと、全従業員で環境保全に取り組んでいます。



クリエイトエス・ディー 環境方針

1. 環境理念

クリエイトエス・ディーは、すがすがしく、穏やかな、いやされる環境と、未来を拓く企業づくりを進めていきます。

2. 行動指針

- | | |
|--|--|
| <p>(1) 美と健康を増進する企業として、事業活動・製品又は提供するサービスが環境に及ぼす影響を把握し、環境保全活動を通じて社会に貢献します。</p> <p>(2) 「感じの良さ日本一」を環境の側面から追求し、環境パフォーマンス向上のための継続的な改善と環境保護に努め、以下の事項を推進します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 廃棄物の削減(ダンボールのリサイクルなど) ② 資源の効率的利用(電力、紙など) ③ 周辺地域への配慮(駐車場での騒音、排ガスなど) ④ ローコストと働きやすさ向上 | <p>(3) 関連する法規制に加え、当社が同意するその他の要求事項を遵守し、環境管理レベルの向上を図ります。</p> <p>(4) 環境マネジメントシステムを構築し運用するに当たり、環境目標を立てると共に状況変化に応じた見直しを図ります。</p> <p>(5) 本方針を全従業員に周知徹底させます。</p> <p>(6) 一般の人々の要求に対して、本方針を提供します。</p> |
|--|--|

循環型社会の実現に向けた取り組み

■ おくすり(PTP)シートリサイクルの取り組み

2023年10月より、第一三共ヘルスケア株式会社が横浜市限定で実証実験として開始した「おくすり(PTP)シート回収プログラム」にクリエイトエス・ディーは参加しています。クリエイトエス・ディーの5店舗に設置した「おくすりシートくるりんBOX」に入れていただいた使用済みのPTPシートを回収し、日本初の取り組みとして、資源循環に貢献しています。

国内で年間約13,000トンのPTPシートが生産される中で、この取り組みが将来的に拡大していき、全国展開の足掛かりになることを目指しています。



リサイクルボックス



■ プチプチリサイクルの取り組み

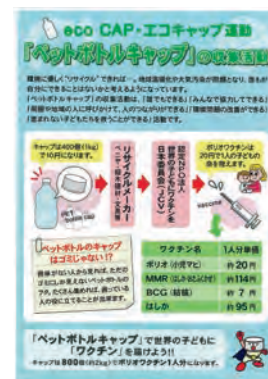
川上産業株式会社およびJリーグ・横浜FCと連携し、2024年3月より横浜市内のクリエイトエス・ディー12店舗に使用済みの気泡緩衝材(プチプチ)の回収ボックスを設置しました。回収した気泡緩衝材を製品の原料として再利用しています。地域と協力してリサイクル循環の仕組みを構築しています。



プチプチ回収ボックス

■ エコキャップ運動

クリエイトエス・ディーでは2006年から、地域の小学校と一緒に始めた回収運動をきっかけとして、従来は捨てられてゴミになる運命だったペットボトルのキャップを、様々な商品のリサイクル原料として活用し、その売却代金を発展途上国の子供たちのワクチン購入資金として寄付する活動にお客様とともに協力しています。2025年5月末現在112店舗において実施しており、寄付金は認定NPO法人「世界の子供たちにワクチンを日本委員会」様において、ポリオワクチンなどの購入資金に充てられています。



エコキャップ運動推進ポスター

🌱 脱炭素社会の実現に向けて

■ ドラッグストア店舗屋上における太陽光パネル設置

CO₂排出量削減の一環として、店舗の屋上に太陽光パネルの設置を積極的に推進しています。2025年5月末時点で45店舗に設置済みであり、2026年5月期にはさらに30店舗に導入を計画しています。

2030年度には売場面積当たりのCO₂排出量を、2014年度比で50%削減する目標を掲げ、省エネ設備の導入とあわせて、脱炭素経営の強化を図っています。



屋上に設置した太陽光パネル

■ 物流効率の改善

物流面でも環境負荷低減に取り組んでいます。

2025年2月には、神奈川県厚木市に自社物流センターとしては最大(地上3階建/延床面積11,068坪/最大180店舗管轄)となる「猿ヶ島センター」を稼働しました。

常温で取り扱う商品のみならずチルド商品、青果、精肉、塩干などの一部の魚、卵、惣菜、弁当の配送も同時に行うことで、配送効率の改善および商品輸送時に発生するCO₂排出量の削減に取り組んでいます。

また、常温の食品、菓子、飲料、酒については、該当店舗の約7割の商品において約1週間分の在庫を物流センターに在庫することができ、有事におけるBCP(事業継続計画)機能も備えています。

今後も店舗網の拡大にあわせて物流拠点の新設および再配置を計画し、サプライチェーンにおける生産性向上とあわせて環境負荷低減にも取り組んでいきます。



自社物流拠点「猿ヶ島センター」

TCFD 提言に基づく情報開示

当社グループは、TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）※¹ 提言への賛同を表明し、サステナビリティ推進委員会を中心として「ガバナンス」「戦略」「リスク管理」「指標と目標」の4項目において情報開示の充実に取り組んでおります。



※¹: G20の要請を受けた金融安定理事会により設置された、気候関連の情報開示および金融機関の対応をどのように行うかを検討するための気候関連財務情報開示タスクフォース。

ガバナンス

多岐にわたる気候関連リスクおよび機会に適切に対応し、グループ全体のサステナビリティを推進するため、代表取締役社長を委員長とするサステナビリティ推進委員会を設置しております。サステナビリティ推進委員会では、気候変動対策を含むサステナビリティに関わる基本方針や各種取り

組みの実行計画策定および進捗確認を行っており、経営企画部が同委員会の事務局を担い関係各部と連携した上で取り組んでおります。また、同委員会における審議・検討内容は随時取締役会に報告し、取締役会においては当該報告内容に関する管理・監督を行っております。

戦略

当社グループは、政策・規制、市場、技術、自然環境の4つの観点から気候関連リスク・機会を特定しています。IPCC／IEAの2℃・4℃シナリオ等を参照し、各リスクの事業への影響度分析を進行中です。また、神奈川県が発行するグリーン

ボンドへの投資実績やドラッグストア店舗屋上への太陽光パネル設置など、脱炭素経営の実現に向けた施策を組み入れ、長期的視点で戦略を構築しています。

分類したリスクと機会

分類			リスク	機会
移行	政策・規制	炭素税の導入	炭素税導入による支出増加 商品の原材料調達・生産コストの増加	店舗での省エネ機器、 太陽光パネル設置による 購入電力の削減
		フロン規制の強化	店舗のノンフロン設備等の導入 によるコスト増加	
		プラスチック規制の強化	代替原材料の調達コスト増加	
	市場	電気価格の高騰	電気価格高騰による支出増加	代替エネルギー導入による 支出減少
	評判	消費者行動 嗜好の変化	環境配慮への遅れによる ブランドイメージ低下・売上減少	環境配慮商品・サービスの 開発によるブランドイメージ向上 と売上増加
物理	急性	異常気象の激甚化	店舗休業、客数低下による売上減少 店舗被災による修繕支出増加 サプライチェーンの途絶による 商品供給停止	防災・備蓄関連商品の売上増加
	慢性	平均気温の上昇	気温上昇に伴う空調関連の支出増加 原材料の生産悪化による調達コスト増加	代替商品の開発による売上増加



🌱 リスク管理

抽出された気候関連リスク(規制強化、電力価格の変動、異常気象等)は、サステナビリティ推進委員会により管理されています。さらに、グループの主要子会社であるクリエイト

エス・ディーでは、ISO14001 認証に基づき、環境面からのリスク管理体制を強化し、PDCA サイクルによる継続的な対応を行っています。

🌱 指標と目標

■ CO₂排出量(Scope1・2)の削減目標

当社グループでは、2030 年度における CO₂ 排出量削減目標を下記の通り設定しております。目標達成に向けて、店舗・物流

センター屋上への太陽光発電設備導入店舗の拡大や、省エネ機器・設備の導入等、各種取り組みを推進してまいります。

(Scope1,2) CO₂ 排出量の削減目標

達成年度	指標と目標
2030 年度	売場面積当たり排出量を 50%削減(2014 年度比)

(Scope1,2) CO₂ 排出量実績

年度		2014 年度	2024 年度
CO ₂ 排出量 [t-CO ₂]		46,129.19	79,257.28
総売場面積[坪]		91,678	178,448
CO ₂ 排出量／坪 [t-CO ₂]		0.503	0.444

社会

社会貢献活動

地域社会の健康と安心を支える企業として、持続可能な社会の実現に向けたさまざまな社会貢献活動に取り組んでいます。今後も多様な分野での支援を通じ、地域に根ざした取り組みを続けていきます。

 地域医療・健康な暮らしへの貢献

■ 薬剤師・栄養士による相談会やイベントの定期開催

地域住民の皆様の健康的な生活・福祉を推進する観点から、薬剤師・栄養士による相談会やイベントを定期的に開催しております。日々の健康のお悩みやご相談は「健康相談会」、お子様の離乳食やミルクのことは「ベビー栄養相談会」、幼少期からのお薬の正しい服用方法・職業体験は「お子様調剤体験」など、老若男女問わず皆様のニーズにお応えすべく、様々なテーマをご用意しております。

自社単体での開催のほか、メーカー様からの協賛を受けての開催や、自治体と連携した出張形式での開催など、地域

住民の皆様の健康な暮らしへ貢献すべく、取り組んでおります。



ベビー栄養相談会の様子



お子様調剤体験会の様子

■ 地域医療との連携／クリニック開業支援

当社グループでは、2025年5月末時点455店舗の調剤薬局を営業しております。ドラッグストアへ調剤薬局を併設するだけでなく、同一建物内や店舗近隣の敷地内に医療機関を誘致し、場合によっては複数科誘致したクリニックモールを形成するなど、地域医療を支える医療拠点の構築およびクリニック開業を希望する先生の開業支援にも取り組んでおります。

生鮮食品から医薬品までなんでも揃うドラッグストア併設の集客力・利便性を強みに、クリニック開業を希望される先生の夢・地域医療への想い・その実現のお手伝いを通じて、

地域医療ひいては持続可能な社会の実現に貢献したいと考えています。

クリニック開業を検討中の先生方へ

開業支援・物件探しをサポートいたします
まずはお気軽にご相談ください

<お問い合わせ>

メール：kaigyo@create-sd.co.jp

開業支援サイトは
こちら



開業支援事例



調剤併設型ドラッグストア店舗2階への誘致



調剤専門薬局併設のクリニックモールを組成



🏠 地域との共生

■ 横浜こどもホスピスプロジェクト

「うみとそらのおうち」活動支援

当社グループは、生命にかかわる病気や障がいを抱える子どもたちが、家族とともに安心して生活し、遊びや学びの時間を過ごせる場所を提供する「横浜こどもホスピスプロジェクト『うみとそらのおうち』」の活動を支援しています。

「うみとそらのおうち」は、病院や自宅とは異なる“もうひとつの家”として、子どもたちが遊びや学び、社会とのつながりを通じて成長できる環境の提供や、家族の精神的なサポートを行なっています。

当社はこの活動を通じて、持続可能な開発目標(SDGs)の理念である「誰一人取り残さない」社会の実現を目指し、地域社会の皆様の健康と生活を支える企業としての取り組みを進めています。



うみとそらのおうち



■ 神奈川県警察本部と連携した交通安全への取り組み

クリエイトエス・ディーは、「安全で安心して暮らせる地域社会の実現」を目指し、交通事故防止に関する活動を積極的に推進しています。その一環として、2022年4月1日、神奈川県警察と「交通事故防止のための連携と協力に関する協定」を締結しました。交通安全啓発の一環として、当社が配布するぬりえに神奈川県警のマスコットキャラクターと当社グループのマスコットキャラクターをコラボレーションさせたぬりえを制作・活用し、子どもたちへの安全意識の浸透を図りました。

今後も「地域に根ざしたドラッグストア」として、子どもから高齢者まで、すべての人が安心・安全に暮らせる地域社会の実現に向けた活動を継続してまいります。



「交通事故防止のための連携と協力に関する協定」締結の様子

🏠 防災への取り組み

クリエイトエス・ディーでは、自然災害やパンデミックなどの緊急事態に備え、BCP(Business Continuity Planning: 事業継続計画)の策定、運用をしています。災害時においても地域社会のライフラインとしての役割を果たすため、以下の目標に基づき対応体制を整備しています。

- お客様、従業員および家族の安全確保、生活基盤確保を最優先に行動する。
- 地域密着型ドラッグストアとして、近隣のお客様がいつものようにお買物ができるように、できる限り営業を継続する、または早期の営業再開を目指すための行動をする。
- 医療提供施設である調剤薬局の機能として、医師の処方箋に基づき、遅滞なくお薬をお渡しできるように、できる限り営業を継続、または早期に開局を目指すための行動をする。

これらの目標を達成するために、全店舗に向けた災害対応マニュアルを整備し、定期的な訓練を実施しています。BCP

に基づく初動対応フローの徹底と従業員教育を通じて、災害時にも安定した店舗・薬局運営を支えています。

また、2025年5月現在、24市10町1村3自治体他と「生活必需物資の供給に関する協定」を締結しており、災害時には被災者支援のための物資提供を行える体制を整えています。今後も、地域社会の一員として、地域住民の皆様の生活を守る存在であり続けることを目指します。



山北町と災害時応援協定を締結したときの様子

人権方針／人的資本

当社グループは、「従業員を大切に作る、働きがいのある会社」の実現を、4つの重要課題(マテリアリティ)の一つとして掲げています。その根底には、すべてのステークホルダーに対する人権尊重の姿勢があり、ジェンダーや国籍、職歴、年齢などの属性にとらわれず、多様な価値観や背景を持つ人材が安心して能力を発揮できる環境づくりを重視しています。

基本的な考え方

多様性の尊重と女性活躍推進を経営の柱に据え、能力・実績に基づく公平な登用、体系的な研修やジョブローテーションによるキャリア形成支援、そして柔軟な勤務制度や福利厚生の実施を通じて、一人ひとりのライフステージや働き方に寄り添っています。また、職場環境の継続的な改善

や身だしなみ基準の見直しなど、個性を尊重しながら働きやすさを高める取り組みも進めています。これらを通じて、従業員の成長意欲と企業価値の双方を持続的に高め、地域社会とともに発展していくことを目指します。

人権の尊重

当社グループは、ステークホルダーすべてに対して人権尊重の姿勢で臨むことを基本としています。

この方針は、当社グループすべての役職員(契約社員・派遣社員含む)に対し、適用されます。また当社グループのサプラ

イチェーン上の企業およびその他のビジネスパートナーに対しても、本方針に基づき、人権を尊重し、侵害しないようにしていただくことを期待して働きかけていきます。

クリエイトSDグループ 人権方針より抜粋 「人権に関する重点課題」

1. 強制労働・児童労働の禁止

クリエイトSDグループ内およびそのサプライチェーンにおける児童労働、強制労働、人身売買を禁止します。

2. 差別の禁止

互いに個人として尊重し合い、民族や人種、宗教や政治的信念、思想信条、性別、出身や家柄、障がい、年齢などを理由とする差別をしません。

3. ハラスメント行為の禁止

性別や職権、地位などを背景にした個人の尊厳を傷つける言動、行動(セクシャルハラスメントやパワーハラスメント)、その他のハラスメント行為を禁止します。

4. 労働安全衛生

安全で衛生的な職場環境整備に努めるとともに、安全衛生と健康を重視した作業基準を進化させ続け、生産性の向上を図ります。

5. 結社の自由と団体交渉権

労働者の結社の自由と団体交渉権を尊重します。

6. 労働時間

従業員が健康・健全な働き方ができるよう、関係法令に基づき労働時間等を適正に管理するとともに、時間外勤務と過剰労働時間を削減します。

7. 賃金

賃金については、関係法令に定められた最低賃金以上を支払うとともに、生活賃金の考え方を支持します。また、職務内容が同じであれば、正社員、契約社員、パートタイムなどの雇用形態に関わらず、同一労働同一賃金の原則に基づき、適正な賃金を支払います。

8. プライバシーの保護

個人のプライバシーを保護する権利を尊重し、職場や業務を通じて知り得た人事情報など個人のプライバシーに関する情報を本人の明確な同意なく開示しません。

9. サプライチェーンにおける人権課題

クリエイトSDグループのみならずサプライチェーンにおける法令遵守や人権保護が重要であるとの認識のもと、責任ある調達を実施します。



人材育成方針

当社グループは、社は「謙虚」に基づき、常に相手（ステークホルダー）を主語に考え、行動することを基本姿勢としています。社会に貢献し、信頼を得ることで持続的な成長が可能になると考えており、その一角を占める従業員に対しても、重要な経営資源である人的資本への投資を積極的に行っています。こうした取り組みは、離職防止による採用コストの低減など、中長期的なローコスト経営にもつながります。また、店舗営業時間や販促施策の決定に際しては、女性をはじめとする従業員の働きやすさを重要な視点として反映しています。

このため、女性の中核人材への登用を積極的に進めるとともに、国籍や新卒・中途の別を問わず、多様な人材を中核ポジションへ登用する方針を掲げています。

また、採用に当たっても、ジェンダー、国籍、職歴、年齢を問わず能力本位で採用し、経験・技能の異なる人材を活用、ジョブローテーションや各種研修を通じて長期的活用を図ります。



人的資本への取り組み

さらなる女性の活躍推進に向けて

主要子会社であるクリエイトエス・ディーでは、社員の48.5%を女性が占め、その多くが薬剤師・栄養士・登録販売者などの専門資格を有しています。店舗や薬局においては、医薬品・化粧品の服薬指導や接客相談、商品管理などの基幹業務を担っており、出産・育児に関する制度的支援の充実により、店長・薬局長を含む役職者に占める女性割合は20.2%となっています。

当社グループは、個々の能力や実績を重視する登用方針のもと、今後も制度面を含めた環境整備を進めるとともに、社内外の研修や勉強会への管理職候補女性の積極的な参加を促すなど、多様な施策を実施します。これにより、さらなる女性の活躍促進と管理職への登用を目指し、明確な目標を設定しています。

女性活躍推進に関する指標 (株式会社クリエイトエス・ディーのみ)

指標	目標達成年度	目標値	実績 (2024年度)
新任店長・薬局長への女性登用比率	2030年度	50%以上	37.5%
役職者に占める女性比率(店長・薬局長含む)	2030年度	30%以上	20.2%

障がい者活躍推進、特例子会社「クリエイトビギン」

クリエイトエス・ディーでは、企業の社会的責任を果たし、地域社会との共生を図るため、2006年12月に障害者雇用促進法に基づき設立した特例子会社(株)クリエイトビギンで障がい者の方々を雇用しています。

クリエイトビギンでは、障がい者スタッフが、障がい者職業生活指導員の資格を有するコーチ(指導員)の支援の下、店舗等の巡回清掃業務・緑化業務、店舗販売支援業務、事務補助業務等の業務を行い、活躍しております。

2025年5月末時点で98名を雇用、クリエイトエス・ディーと合わせた障がい者雇用率は2.92%と法定雇用率(2.5%)を上回っており、今後も特別支援学校、就労支援施設等との良好な関係を継続し、安定的な雇用に取り組んでまいります。



「ヒッポちゃん号」によってクリエイト店舗を巡回

人権方針／人的資本

社員制度

研修制度・キャリア体系

当社では新卒・中途にかかわらず幅広く研修制度を整備しています。また、各地域（神奈川・静岡・愛知・東京・茨城）に研修センターを設置し、年間計画に基づく体系的な育成を実施しています。総合職・薬剤師ともに、新人から管理職まで段階的・体系的な教育プログラムを提供し、医薬品登録販売者資格合格率においては94%超と、スキルアップ支援が制度として機能しています。

入社後のキャリアは、店舗スタッフからスタートし、店長／薬局長／本部スタッフ、エリアマネジャー／課長、ゾーンマネジャー、部長職と段階的に成長できる明確な等級制度とキャリアパスが用意されています。

ライフステージに合わせた柔軟な働き方

当社では、勤務希望に応じて、関東・東海を中心とする出店エリア内を幅広く経験し、将来的に幹部候補を目指す働き方や、出産・育児期間に通勤可能な限定範囲内での働き方、育児・介護に伴う短時間での働き方など、ライフステージに合わせた柔軟な働き方が可能な環境を整えています。

また、配属先が片道90分以上の場合に利用可能な借り上げ社宅制度を整備し、安心してキャリアをスタートできる体制が整っています。

研修制度

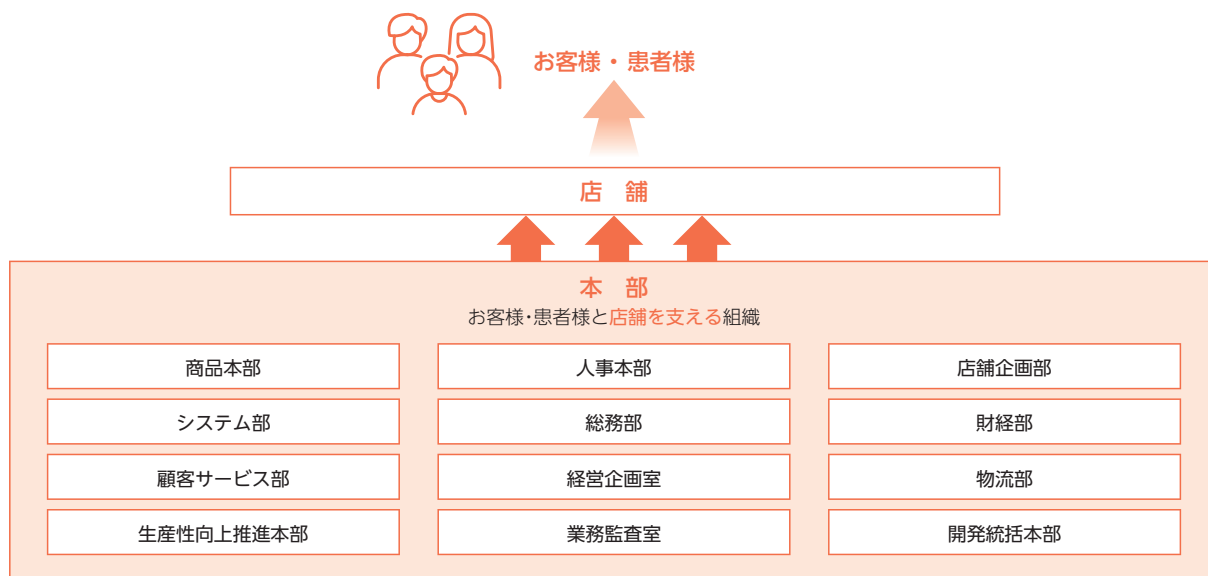
	入社～1年目	若手	中堅	管理職
総合職	● 医薬品登録販売者受験対策勉強会 ● 1年目勉強会	● ヘルス&ビューティ研修 ● ストアマネジメント研修 ● 登録販売者勉強会	● 店長候補者研修 ● 店長力養成研修 ● 店長マネジメント研修	● エリアマネジャー接遇研修
	管理栄養士・栄養士研修 栄養相談のスキルアップや商品知識・売場での健康提案スキル習得のための栄養士社員限定の研修			
	● 栄養士チャレンジマップ ● ベーシック勉強会 健康食品の商品知識を主とした栄養士としてのアドバイス方法の習得 ● ベースアップ勉強会 一次予防、ライフステージ別の相談スキルの習得 など…			
薬剤師	● OTC店舗集中研修 ● OTC医薬品・商品基礎知識研修 ● 調剤研修（調剤着任前・着任後研修）	● 在宅研修 ● 認知症サポーター研修 ● 臨床判断の考え方	● 健康サポート薬局研修 ● かかりつけ・対人業務研修 ● 研修認定薬剤師取得 ● 薬局長力研修 ● 薬局長マネジメント研修	● 専門薬剤師チーム専門・認定取得 ● 無菌調剤研修
M* A	● MA研修 ● ピッキング基礎研修	● エリアMA勉強会 ● 在宅MA動画研修		
※当社では調剤事務スタッフを「メディカルアシスタント(MA)」と呼んでいます				
共通	● 入社時研修 ● 接遇ステップアップ研修 ブラザー&シスター制度 実務研修 習熟チェックリストによる基本業務習得 新入社員サポーター制度 e-learning	● 3年目キャリア研修	● 新任店長・薬局長接遇研修 ● プラザー&シスター研修	● 店舗サポートスタッフ接遇研修 ● 選抜者研修（マネジャー候補者研修）



■ 本部の役割とキャリア

当社の心臓部はお客様・患者様にサービスを直接提供している“店舗”です。当社グループの本部は、その店舗を支える組織として明確に位置づけられ、「本部スタッフ」ではなく

「店舗サポートスタッフ」と呼称しています。これらの部署は、店舗運営の知識と経験を基盤に、より専門的な視点で会社の発展を支える重要な役割を担っています。



■ 業績連動型決算賞与・その他の評価制度

昇給は年1回、賞与は毎年夏期・冬期の年2回支給されます。さらに、2024年5月期末より、直近決算の業績に応じて支給される業績連動型決算賞与制度を導入しております。こ

の他、店舗スタッフの良い取り組み・成果を評価・表彰する「社長賞」「ゾーンマネジャー賞」「調剤運営部賞」等、働く従業員のモチベーションアップ、従業員の努力と成果を適切に評価する制度が整っています。

🏠 福利厚生の実

■ 子育て支援制度

- **産前産後休暇**
産前42日、産後56日の休暇が取得可能。
妊娠中の短時間勤務（5時間／日）制度も実施。
- **育児休業（男女ともに希望者取得率100%）**
男女ともに取得可能で、最大3歳までの育休取得を認めています。
復職後は対象となるお子様が小学3年生の学年末まで、5時間までの短時間勤務が可能です。
- **育児フレキシブル勤務制度**
育児休業中、週1～2日のフレキシブル勤務が可能です。復職に向けたサポートをします。
- **看護・介護休業制度**
家族の看護・介護に対応するための休暇制度や短時間勤務制度も整備されています。

■ 休日・休暇

- **年間休日117～120日、週休2日制**
- **5日連続休暇制度（取得率97%以上）**
- **有給休暇は半日単位で取得可（平均取得日数11日以上）、さらに特別休暇も付与。**



コーポレートガバナンス

コーポレートガバナンス

当社グループは、持続的な企業価値の向上と中長期的な成長の実現には、健全かつ透明性の高い経営体制の構築が不可欠であると考えています。法令遵守と企業倫理の徹底を経営の根幹に据え、取締役会を中心とした実効性の高いガバナンス体制を整備するとともに、株主・投資家をはじめとするステークホルダーとの建設的な対話を通じて、経営の健全性と意思決定の質の向上を図っています。

基本的な考え方

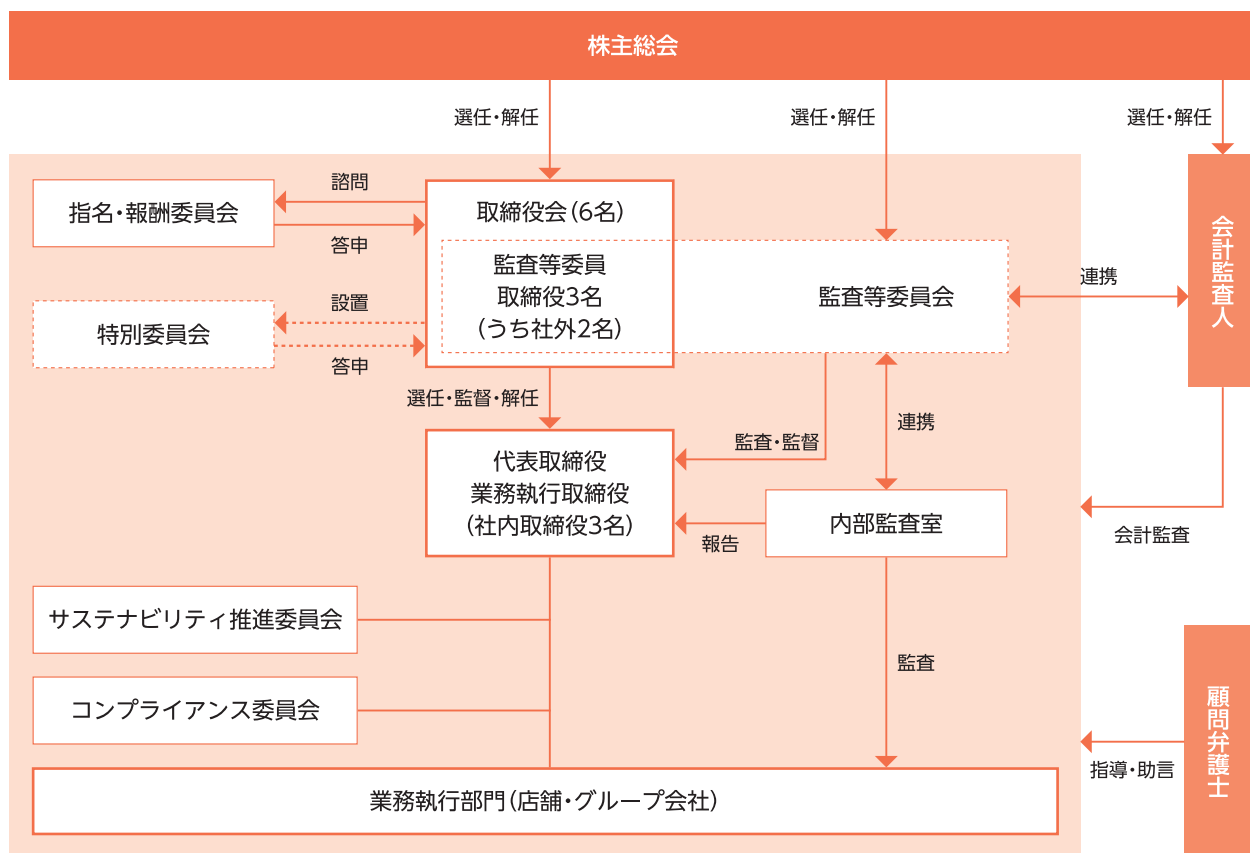
当社グループは、法令遵守と企業倫理の徹底を経営の根幹に据え、変化する社会・経済環境に的確かつ迅速に対応することで、経営の健全性を高め、企業価値の持続的な向上を図るこ

とを重要課題としています。これらの取り組みを通じ、社会からの信頼に応え、中長期的な成長を実現してまいります。

コーポレートガバナンス体制

当社グループは、2015年8月開催の定時株主総会において監査等委員会設置会社へ移行しました。これにより、取締

役会における監督機能を強化するとともに、業務執行の透明性向上を図っています。





取締役会

取締役会

取締役会は取締役6名（うち社外取締役2名）で構成され、計6名により運営しています。

開催回数	19回
概要	取締役6名（うち社外取締役2名）で構成されています。
主な課題 ※1	〈決議〉 土地・建物賃貸借に係る契約締結、土地・建物の購入、店舗出退店・改装案の承認、代表取締役および役付取締役の選定、取締役報酬等の個別配分案、組織の改定、重要人事異動案の承認、規定の変更、予算計画案の承認、定時株主総会の議案および招集案の承認、決算短信案の承認、配当、役員賠償責任保険継続加入の承認等 〈報告〉 グループ会社営業概況報告、土地・建物賃貸借に係る契約、出店計画進捗状況報告、内部統制の運用状況等

※1: 当社取締役は、主要な事業子会社（株）クリエイトエス・ディー取締役会にも参加しており、上記、主な議題には同社の議題も含んでおります

原則として月1回の定時取締役会を開催するほか、必要に応じて臨時取締役会を開き、迅速かつ適切な意思決定を行っています。

取締役会への出席回数

区分	氏名	出席回数	出席率
代表取締役会長	山本 久雄	19回	100.0%
代表取締役社長	廣瀬 泰三	19回	100.0%
取締役	瀧屋 幸彦	19回	100.0%
取締役	馬庭 修一※2	19回	100.0%
取締役	原 幸雄※2 (社外取締役)	19回	100.0%
取締役	安保 洋子 (社外取締役)	19回	100.0%

※ 2025年5月期

各機関・会議体の概要

監査等委員会

常勤監査等委員1名と非常勤監査等委員2名の計3名で構成されています。月1回の定時監査等委員会に加え、必要に応じて臨時監査等委員会を開催し、監査の適時性と効率性を確保しています。非常勤委員2名は、一般株主との間で利益相反が生じるおそれのない独立性を有する社外取締役とし、公平性・透明性を担保しています。

また、定期的に開催される三様監査会議では、監査等委員会、会計監査人、内部監査室の三者間で情報を共有し、連携強化を図っています。

監査等委員会の開催回数および出席回数

区分	氏名	出席回数	出席率
常勤監査等委員	馬庭 修一※2	18回	100%
監査等委員	原 幸雄※2	18回	100%
監査等委員	安保 洋子	18回	100%

※ 2025年5月期

指名・報酬委員会

取締役会の決議により選任された3名以上の委員で構成され、その過半数および委員長は独立社外取締役としています。委員会は年間2回開催され、取締役指名の基本方針や選任・再任等の原案作成、取締役の報酬に関する基本方針および報酬決定のプロセスについて審議・検討を行い、取締役会に答申しました。

指名・報酬委員会への出席回数

区分	氏名	出席回数	出席率
独立社外取締役	原 幸雄※2 (委員長)	2回	100.0%
独立社外取締役	安保 洋子	2回	100.0%
代表取締役社長	廣瀬 泰三	2回	100.0%

※ 2025年5月期

特別委員会

支配株主と少数株主の利益が相反するおそれのある重要取引を行う場合、取締役会決議に先立ち、独立性を有する者で構成される委員会（独立社外取締役2名を含む）を必要に応じて設置します。当該委員会では、取引の必要性・合理性・条件の相当性などを審議・検討し、その結果を取締役に答申します。

サステナビリティ推進委員会

2021年11月に発足した「サステナビリティ推進委員会」は、代表取締役社長を委員長とし経営企画部を事務局として運営されます。気候変動など持続可能性に関わる基本方針や取り組みの実行計画の立案・進捗管理を行い、その内容は定期的に取締役会へ報告されています。

※2: 馬庭 修一、原 幸雄は、2025年5月期の第28回定時株主総会終結の時をもって、任期満了により退任いたしました。

コーポレートガバナンス

取締役会の実効性評価

当社は取締役会の実効性を確保し、実効性をより高めるために、取締役会の構成・運営状況・責務の履行状況およびサポート体制に関するアンケート方式で取締役による自己評価を定期的実施し、その回答内容を集計・分析したうえで、取締役会にてその実効性を評価することとしております。

直近で実施した実効性分析・評価の結果、中長期的な経営課題に対するより充実した議論の必要性等について再認識しながらも、当社取締役会は概ね適切に機能しており、その実効性が確保されていることを確認いたしました。

役員報酬

役員報酬の基本方針

取締役の報酬体系は、中長期的な企業価値を向上させ、収益性および効率性の最大化を目指すとともに、さらなるコーポレートガバナンスの向上を担う優秀な人材を確保することを目的としております。取締役の報酬等は、外部専門機関等の公表資料データ等を用い、同業他社・異業種の報酬水準を踏まえて決定いたします。具体的には、監査等委員である者を除く取締役の報酬等は、定額の月額報酬のほかに、中期的な事業年度の会社業績に基づく業績連動報酬(賞与)により構成します。報酬の一定割合を、短期ではなく中期的な業績に連動させることにより、持続的な成長へ向けたインセンティブとして機能させます。

報酬構成

取締役(監査等委員である者を除く)の報酬は、株主総会で決議された報酬限度額の範囲内で、以下の要素により構成されます。なお、監査等委員である取締役の報酬は、役割と独立性の観点から定額報酬のみとしています。

■ 固定報酬(定額報酬)

年間報酬額を12で除した月額固定の金銭報酬とし、世間水準、当社の従業員の給与等の水準を考慮しながら役位、在任年数、貢献度等を総合的に勘案した上で決定。

■ 業績連動報酬(賞与)

役員持株会制度等により自社株を保有し、株主と同じ視点で会社の持続的な成長を目指しているため、株式報酬等は導入せず、業績連動報酬も金銭報酬(賞与)とします。
連結営業利益等、中期的な事業年度の財務諸表の数値を参考にしながら、役位別に設定した基準額に各取締役の貢献度・職務執行状況を加味して賞与額を決定。

報酬割合の決定

固定報酬と賞与の割合は、指名・報酬委員会において他社事例や当社の業績を参考に審議し、その都度決定しています。

株主総会の決議に関する事項

2015年8月21日開催の第18回定時株主総会において、取締役(監査等委員である者を除く)の報酬等は年額400百万円以内、監査等委員である取締役の報酬等の額は年額40百万円以内とそれぞれ決議しております。なお、当該総会終結時における取締役(監査等委員である者を除く)の員数は6名、監査等委員である取締役の員数は3名です。

役員区分ごとの連結報酬等の総額等

区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額 (百万円)		対象となる 役員の員数 (名)
		固定報酬	業績連動報酬	
取締役 (監査等委員を除く) (社外取締役を除く)	238	169	69	4
取締役 (監査等委員) (社外取締役を除く)	8	8	—	1
取締役 (監査等委員) (社外取締役)	11	11	—	2

※ 2025年5月期



☐ 取締役会と株主の建設的な対話

当社は、株主との建設的な対話を重視し、適時・適切な情報開示と利便性向上に努めています。第28回定時株主総会においては、招集通知は開催日の15日前に発送し、発送日の7日前に当社ホームページへ、発送日の6日前に東証ウェブサイトへその内容を日英同時に掲載し、早期情報開示に努めました。また、電子議決権行使に対応することで、株主の皆様がより円滑に議決権を行使できる環境を整えています。

その他、ウェブサイトの充実や、年2回の「株主通信」の送

付、株主優待希望変更ハガキに意見記入欄を設ける等により、株主総会にご参加いただけない株主様にも積極的に情報開示・意見収集を行っております。

IR活動としては、機関投資家に対し半期ごとに決算説明会を、四半期ごとに個別IRミーティングを実施し、インサイダー情報の管理とフェアディスクロージャーの考え方に留意しつつ、業績・方針に対する説明・対話を行なっております。

☐ リスク管理体制

■ コンプライアンス委員会

当社グループは、法令および社会的規範・倫理を遵守し、上場企業グループとしての社会的責任を果たすため、「行動規範」に基づきコンプライアンス体制を整備しています。コンプライアンス委員会は、当該体制の運用状況を定期的に点検し、課題の早期発見・改善を目的として四半期ごと（年4回）に開催しています。委員長は代表取締役社長が務め、監査等委員を含む取締役、各事業子会社社長および関連部署長で構成されています。

■ 内部通報制度

「内部通報規定」を整備し、各事業会社に匿名で相談可能な『なんでも相談室』を設置しています。通報内容および対応状況はコンプライアンス委員会からの定期報告を受け、確認を

行っています。また、各事業所に窓口連絡先を掲示することで制度の認知度向上を図り、通報者保護に配慮した健全な運用を推進しています。

■ 情報セキュリティ基本方針

当社グループは、事業活動を正常かつ円滑に遂行する上で、情報セキュリティの確保を重要課題の一つと位置付けています。業務上保有する情報資産を保護するため、「情報セキュリティ基本方針」を策定し、方針に基づきセキュリティ施策を推進するとともに、関連規定の定期的な評価・見直しを実施しています。さらに、社内外の最新動向や環境変化に応じて情報セキュリティマネジメントの継続的改善に取り組んでいます。

情報セキュリティ基本方針の基本原則

1. クリエイトSDグループは、本方針および別掲の個人情報保護方針を遵守します。
2. クリエイトSDグループは、情報セキュリティに関連する各種法令・社内規定およびルールを遵守し、情報資産を管理します。
3. クリエイトSDグループは、情報セキュリティ体制を構築し、情報の漏洩や改ざん、不正アクセス等を防止するために対策を実施します。
4. クリエイトSDグループは、情報セキュリティを継続的に確保する為に、従業員教育の徹底、必要な人材の育成・確保、お取引先様への適切な監督等、必要な取り組みを継続的に実施します。
5. クリエイトSDグループは、リスクに応じた対策の実施計画を策定し、継続的に改善するためのプロセス（PDCA）を整備します。

役員紹介／スキルマトリクス

役員一覧

(2025年8月末時点)

代表取締役会長



取締役 (監査等委員) 安保 洋子 社外 独立 取締役会への 出席回数と出席率 (19回／100%)	1982年 4月	日本電気(株)入社	選任理由 民間企業でのシステムエンジニアとしての勤務経験に加え、薬剤師および弁護士として培われた専門性と経験のみならず、他社の監査役として企業経営にも関与されてきた経験と実績を有しており、その独立した立場からガバナンスの維持・強化に貢献していただいております。引き続き同氏の有する専門性、経験、知見および能力を、当社グループの持続的な成長と企業価値向上へ活かしたく、監査等委員である社外取締役候補者に選任しました。
	1983年 5月	薬剤師免許取得	
	1993年 9月	N A S A ジェット推進研究所留学	
	1995年 4月	日本電気(株)宇宙ステーションシステム本部技術課長	
	2007年 3月	東京大学法科大学院修了	
	2010年 1月	弁護士登録／サンライズ法律事務所入所(現任)	
	2014年 12月	(株)smart-FOA社外監査役	
	2019年 6月	一般財団法人(現公益財団法人)全日本剣道連盟監事(現任)	
	2021年 4月	第一東京弁護士会常議員	
	2021年 8月	当社取締役(監査等委員)(現任)	
取締役 (監査等委員) 上田 真 新任 社外 独立	1976年 3月	(株)マルエツ入社	選任理由 小売業に関わる豊富な経験と高い知見を有しており、当社の経営判断・意思決定の過程で、その経験と見識に基づいた助言・提言をいただくとともに、独立した立場からガバナンスの維持・強化に貢献していただけることを期待しております。 その豊富な知識・経験および能力を当社グループの持続的な成長と企業価値向上へ活かしたく、監査等委員である社外取締役候補者に選任しました。
	2007年 5月	同社常務執行役員	
	2011年 5月	同社専務執行役員	
	2013年 4月	同社代表取締役社長	
	2015年 3月	ユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングス(株)代表取締役社長	
	2017年 3月	同社代表取締役会長	
	2019年 3月	(株)マルエツ代表取締役会長	
	2023年 3月	同社取締役相談役	
	2023年 5月	同社相談役	

役員スキルマトリクス

(2025年8月末時点)

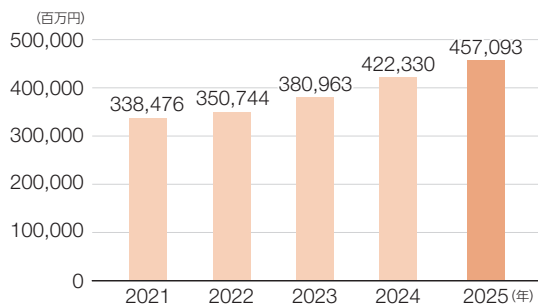
氏名	役職	性別	専門性と経験						
			経営	営業・ マーケ ティング	財務・会計	法務・ リスク管理	人材・労務	ヘルスケア	IT
山本 久雄	代表取締役 会長	男性	●	●				●	
廣瀬 泰三	代表取締役 社長	男性	●	●				●	
瀧屋 幸彦	取締役	男性	●	●			●		
三枝 孝彰	取締役 監査等委員	男性	●		●	●			
安保 洋子	社外取締役 監査等委員	女性				●		●	●
上田 真	社外取締役 監査等委員	男性	●	●			●		

財務・非財務ハイライト

財務ハイライト

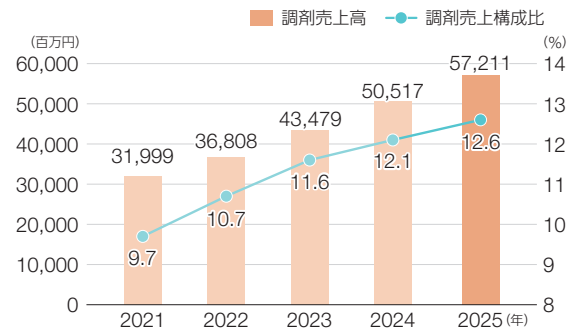
売上高

2025年5月期：**457,093**百万円



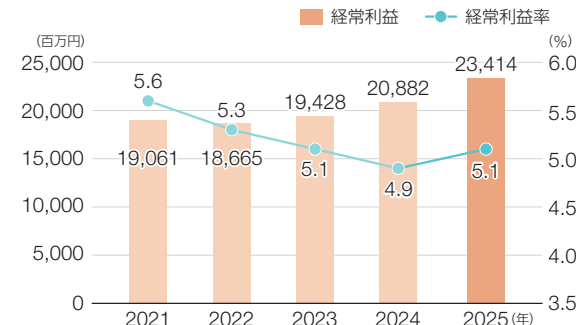
調剤売上高／調剤売上構成比

2025年5月期：**57,211**百万円／**12.6**%



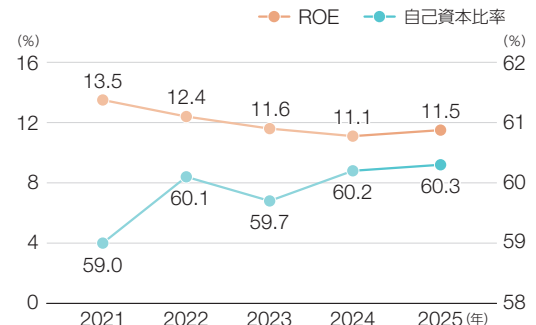
経常利益／経常利益率

2025年5月期：**23,414**百万円／**5.1**%



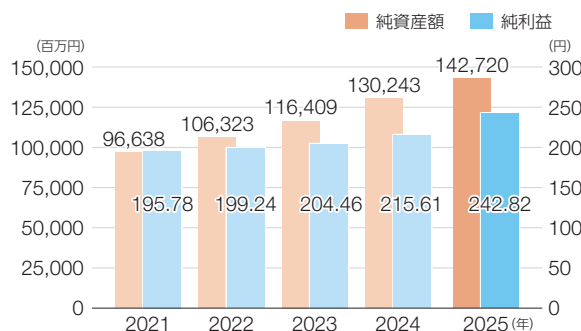
ROE(自己資本利益率)／自己資本比率

2025年5月期：**11.5**%／**60.3**%



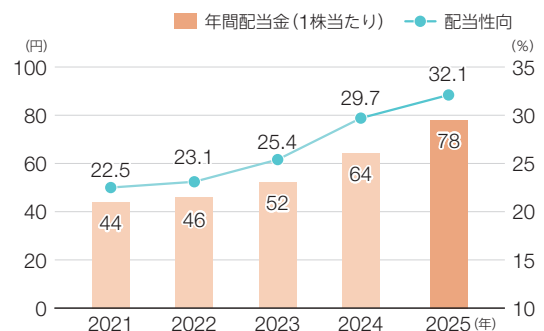
純資産額／純利益額(1株当たり)

2025年5月期：**142,720**百万円／**242.82**円



年間配当金(1株当たり)／配当性向

2025年5月期：**78**円／**32.1**%

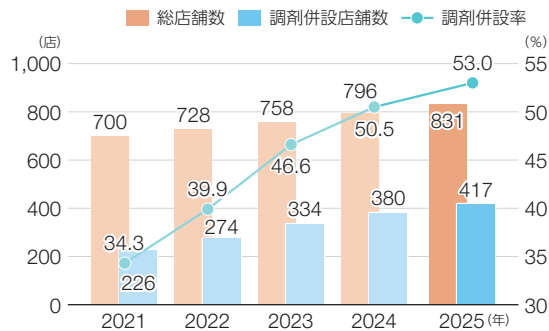




非財務ハイライト

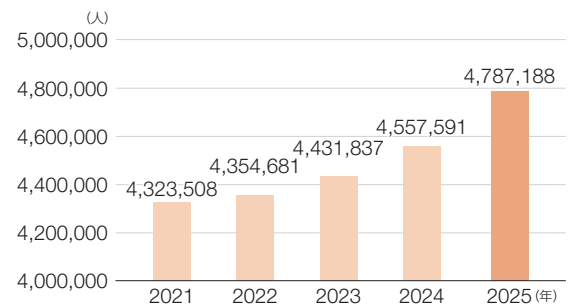
総店舗数／調剤併設店舗数／調剤併設率

2025年5月期：**831店**／**417店**／**53.0%**



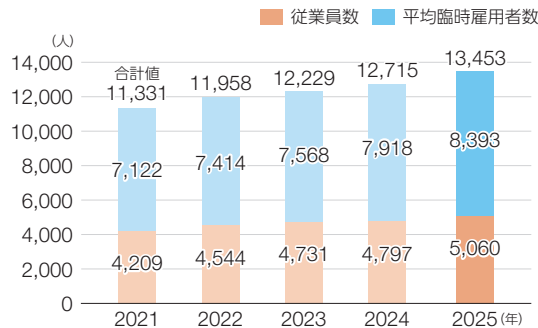
年間稼働会員数

2025年5月期：**4,787,188人**



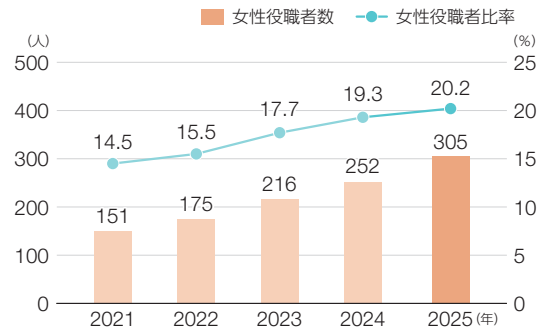
従業員数／平均臨時雇用者数

2025年5月期：**5,060人**／**8,393人**



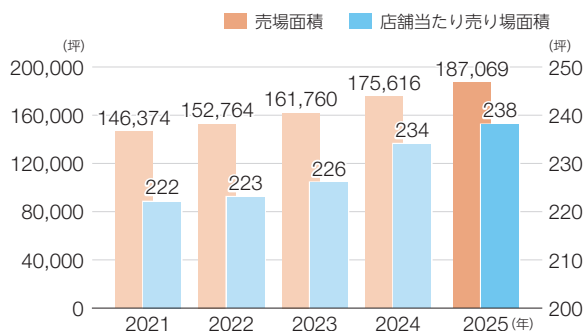
女性役職者数／女性役職者比率

2025年5月期：**305人**／**20.2%**



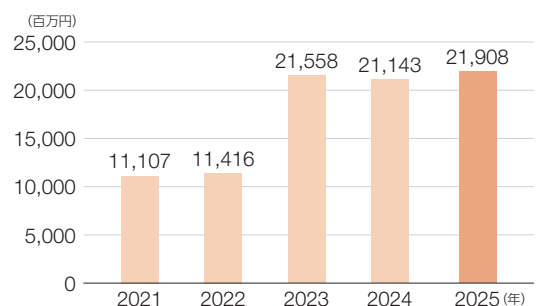
総売場面積／店舗当たり売場面積

2025年5月期：**187,069坪**／**238坪**



設備投資額

2025年5月期：**21,908百万円**



財務・非財務データ

会計年度		2016年5月期	2017年5月期	2018年5月期	2019年5月期
経営成績					
売上高	(百万円)	231,892	247,341	268,161	286,299
売上総利益	(百万円)	63,423	68,149	73,681	78,953
販売費および一般管理費	(百万円)	49,469	53,707	59,819	64,711
減価償却費 (のれん償却を含む)	(百万円)	2,885	2,907	3,200	3,407
営業利益	(百万円)	13,954	14,441	13,861	14,241
営業利益率	(%)	6.0	5.8	5.2	5.0
経常利益	(百万円)	14,314	14,768	14,236	14,623
経常利益率	(%)	6.2	6.0	5.3	5.1
親会社株主に帰属する当期純利益	(百万円)	9,274	10,119	9,540	9,719
事業年度末の財政状態					
総資産	(百万円)	99,334	110,480	121,412	133,315
純資産	(百万円)	53,585	61,901	69,377	76,889
自己資本比率	(%)	53.9	56.0	57.1	57.7
ROE (自己資本利益率)	(%)	18.6	17.5	14.5	13.3
キャッシュ・フロー					
営業活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	11,843	12,878	11,302	13,435
投資活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	△4,282	△10,814	△4,648	△10,656
財務活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	△1,475	△1,896	△2,170	△2,212
1株当たり情報					
当期純利益	(円)	146.71	160.07	150.92	153.75
純資産	(円)	847.61	979.17	1,097.42	1,216.24
年間配当金	(円)	26.7	31.0	34.0	36.0
配当性向	(%)	18.2	19.4	22.5	23.4
非財務データ					
総店舗数	(店)	502	541	595	634
ドラッグストア店舗数	(店)	471	509	559	599
併設調剤薬局数	(店)	111	125	149	173
専門調剤薬局数	(店)	31	32	36	35
調剤併設率	(%)	23.6	24.6	26.7	28.9
従業員数 (パートナーさん・アルバイトさん除く) (人)		2,717	2,997	3,252	3,468
平均臨時雇用者数 (パートナーさん・アルバイトさん) (人)		4,849	5,338	5,813	6,152
女性役職者比率 (店長・薬局長含む) (%)		11.9	11.8	12.5	13.2

※ 2015年12月16日を効力発生日として普通株式1株につき3株の株式分割を行っております ※総店舗数にはスーパーマーケット(1店舗)と生鮮食品専門店(5店舗)を含む
※平均臨時雇用者数(パートナーさん・アルバイトさん)は8時間換算



2020年5月期	2021年5月期	2022年5月期	2023年5月期	2024年5月期	2025年5月期
319,588	338,476	350,744	380,963	422,330	457,093
88,986	93,365	95,578	102,987	110,187	119,220
71,192	74,735	77,402	84,075	89,959	96,594
3,521	3,655	3,822	4,195	4,847	5,436
17,793	18,629	18,176	18,912	20,227	22,625
5.6	5.5	5.2	5.0	4.8	4.9
18,210	19,061	18,665	19,428	20,882	23,414
5.7	5.6	5.3	5.1	4.9	5.1
12,254	12,376	12,595	12,925	13,691	15,685
153,423	163,824	176,910	194,941	216,481	236,561
86,776	96,638	106,323	116,409	130,243	142,720
56.6	59.0	60.1	59.7	60.2	60.3
15.0	13.5	12.4	11.6	11.1	11.5
22,765	11,572	16,101	18,985	21,034	23,625
△10,507	△10,424	△10,808	△20,491	△20,207	△20,700
△3,053	△2,655	△2,908	△3,034	△140	△3,390
193.85	195.78	199.24	204.46	215.61	242.82
1,372.65	1,528.64	1,681.84	1,841.39	2,027.07	2,209.23
40.0	44.0	46.0	52.0	64.0	78.0
20.6	22.5	23.1	25.4	29.7	32.1
664	700	728	758	796	831
625	659	686	717	752	787
196	226	274	334	380	417
34	36	37	36	38	38
31.4	34.3	39.9	46.6	50.5	53.0
3,749	4,209	4,544	4,731	4,797	5,060
6,792	7,122	7,414	7,568	7,918	8,393
13.4	14.5	15.5	17.7	19.3	20.2

会社情報・株式情報

会社概要

(2025年5月31日現在)

会社名	株式会社クリエイイトSDホールディングス CREATE SD HOLDINGS CO., LTD.
本社所在地	神奈川県横浜市青葉区荏田西2丁目3番地2
電話番号	045-914-8241 (代表)
設立	1998年4月13日
資本金	10億円(2025年5月31日現在)
代表者	代表取締役会長 山本 久雄 代表取締役社長 廣瀬 泰三
事業内容	ドラッグストア事業、調剤薬局事業、介護事業およびその関連事業等を行う グループ会社の経営戦略や経営管理など
連結売上高	457,093百万円(2025年5月期)
グループ従業員数	5,060人(パートナーさん・アルバイトさんを除く)
コーポレートサイト	https://www.createsdhd.co.jp/



グループ会社一覧

● 連結子会社

株式会社クリエイイトエス・ディー

設立	1983年5月
資本金	13億574万円
事業内容	ドラッグストア、調剤薬局の経営 医薬品・医療用具・健康食品・化粧品・ベビー用品・日用雑貨・ ペット用品・食料品等の販売
本社所在地	〒225-0014 神奈川県横浜市青葉区荏田西2丁目3番地2

ウェルライフ株式会社

設立	1987年2月
資本金	1億円
事業内容	有料老人ホーム事業等運営
本社所在地	〒121-0053 東京都足立区佐野2丁目16番地1

株式会社サロンディ

設立	2010年6月
資本金	3,500万円
事業内容	機能訓練型デイサービス『サロンディ』の運営 居宅介護支援事業所『薬クリエイイトの介護支援センター』の 運営
本社所在地	〒225-0014 神奈川県横浜市青葉区荏田西2丁目3番地2

百合ヶ丘産業株式会社

設立	1960年4月
資本金	5,000万円
事業内容	総合食品／日用雑貨販売
本社所在地	〒225-0014 神奈川県横浜市青葉区荏田西1丁目9番地10

● 非連結子会社

株式会社クリエイトビギン

設立	2006年12月
資本金	2,000万円
事業内容	店舗等の清掃業務・緑化業務、店舗販売支援業務、事務補助 業務等
本社所在地	〒225-0014 神奈川県横浜市青葉区荏田西2丁目3番地2

株式会社エスタ

設立	2004年11月
資本金	5,000万円
事業内容	PB商品の企画・開発
本社所在地	〒225-0014 神奈川県横浜市青葉区荏田西2丁目3番地2



株式の状況

(2025年5月31日現在)

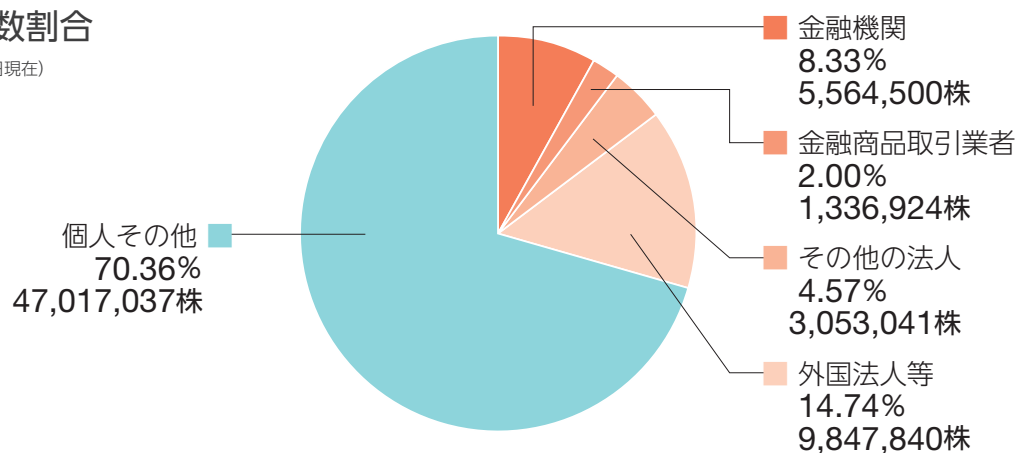
発行可能株式総数	264,000,000株
発行済株式総数	66,819,342株
株主総数	26,936名
決算日	5月31日
上場証券取引所	東京証券取引所 プライム市場
証券コード	3148
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社

大株主（上位10名）

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
山本 洋平	18,534,672	28.69
山本 久雄	13,973,565	21.63
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	4,235,800	6.55
山本 いつ子	3,136,065	4.85
CEP LUX-ORBIS SICAV	2,060,882	3.19
株式会社 PALTAC	1,702,800	2.63
STATE STREET BANK AND TRUST CLIENT OMNIBUS ACCOUNT OM02 505002	1,520,372	2.35
THE NOMURA TRUST AND BANKING CO., LTD. AS THE TRUSTEE OF REPURCHASE AGREEMENT MOTHER FUND	1,269,500	1.96
クリエイトエス・ディー従業員持株会	1,019,000	1.57
上田八木短資株式会社	818,800	1.26

所有株式数割合

(2025年5月31日現在)





株式会社 **クリエイト SD ホールディングス**

〒225-0014 神奈川県横浜市青葉区荏田西2丁目3番地2

TEL 045-914-8241

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

