

chapter

03

アステナグループの成長戦略
Astena Group's Growth Strategy

中長期ビジョン

Astena2030 “Diversify for Tomorrow.”

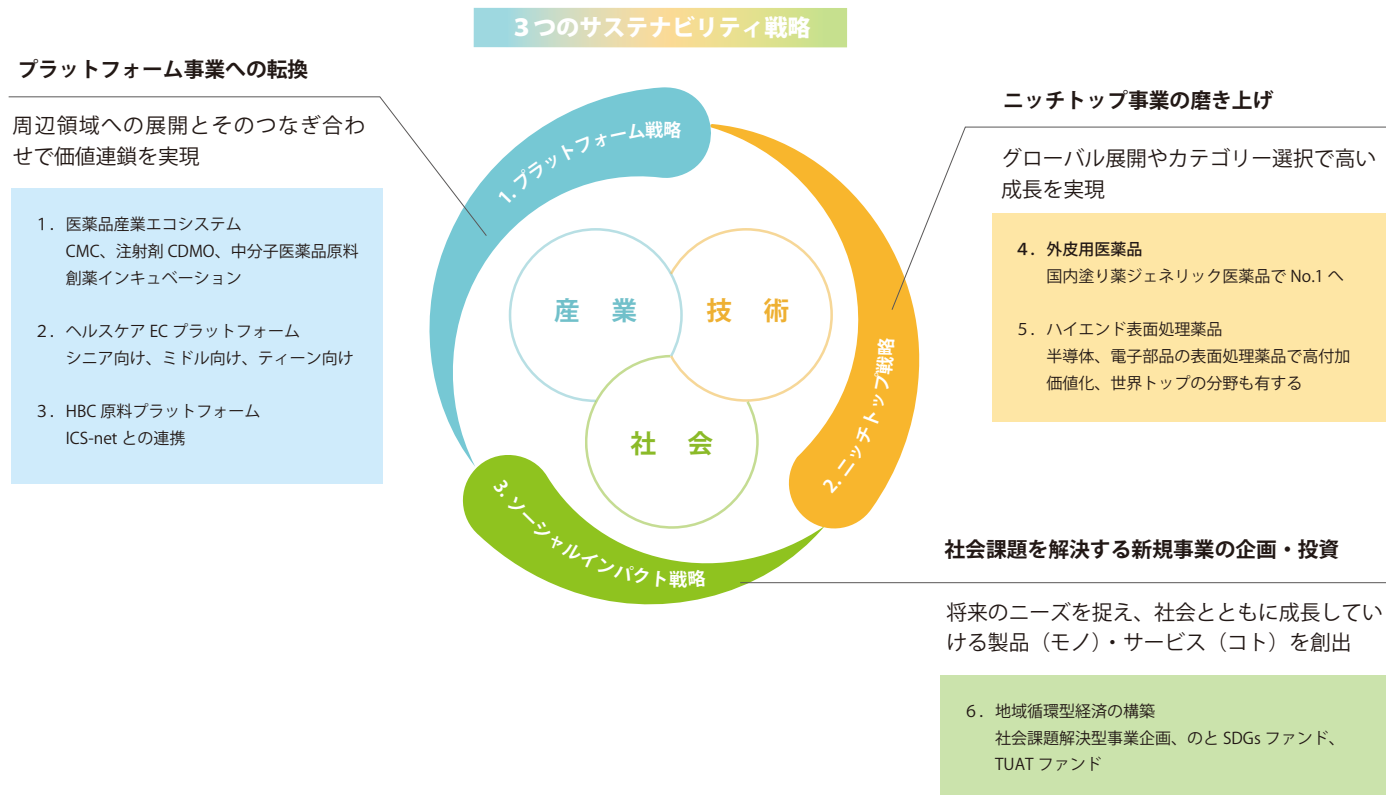
■ アステナグループ中長期ビジョン策定の背景

当社グループは 2016 年 1 月発表の中長期ビジョン「Vision “i-111”」の実現へ向けて各種施策に取り組んでまいりました。その結果、2020 年 11 月期までの期間において、スペラファーマの完全子会社化や岩城製薬佐倉工場の譲受けなど、一定の取り組みの成果が出てまいりました。

そのような状況のなか、当社グループは 2021 年 6 月に持株会社体制となり、また 2021 年は「Vision“i-111”」の中間年にあたることから、新たに対象期間を 2030 年までとした中長期ビジョンである「Astena 2030 “Diversify for Tomorrow.”」を策定いたしました。

■ 3つのサステナビリティ戦略と6つのビジネスモデル

事業戦略の構築にあたっては、2021 年 1 月発表の「3つのサステナビリティ戦略」を継続いたします。また、3つのサステナビリティ戦略を実現させる「6つのビジネスモデル」を定義いたします。



■ 3 カ年連結計画

前期の 3 カ年連結計画を承継しております。2022 年 11 期から収益認識会計基準等の適用により、見かけの売上高が減少いたしましたが、営業利益計画に変更はありません。

2026 年には、営業利益 30 億、自己資本当期利益率（ROE）7.4% を目指します。

（単位：百万円）

	2023 年 11 月期 実績	2026 年 11 月期 目標	目標期間の年平均成長率
売上高	51,984	64,000	6.9%
営業利益	1,127	3,000	61.5%
ROE	4.2%	7.4%	—

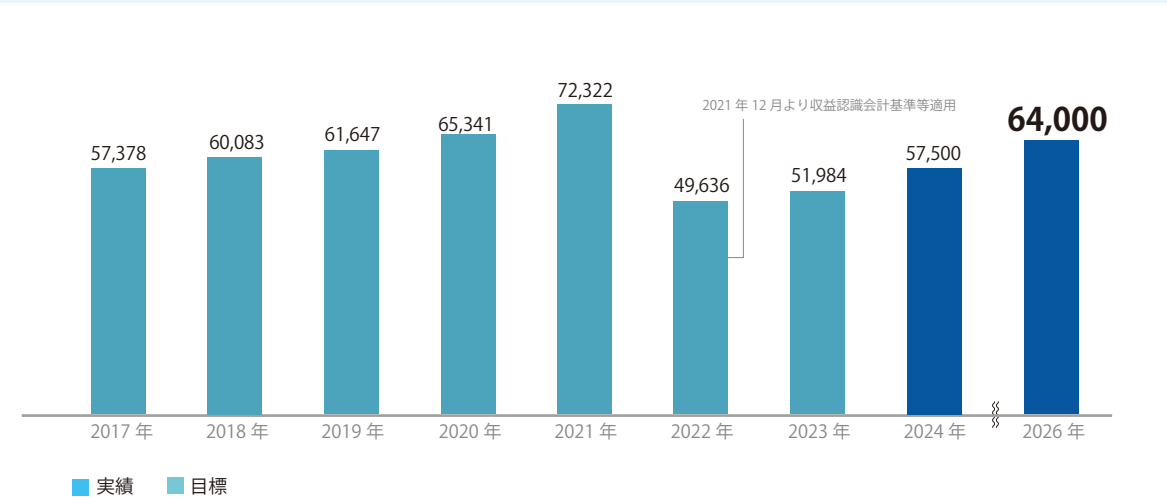
2030 年定量目標

連結売上高：1,300 億円以上※ 自己資本当期純利益率 (ROE)：13.0%以上

※収益認識会計基準等適用前

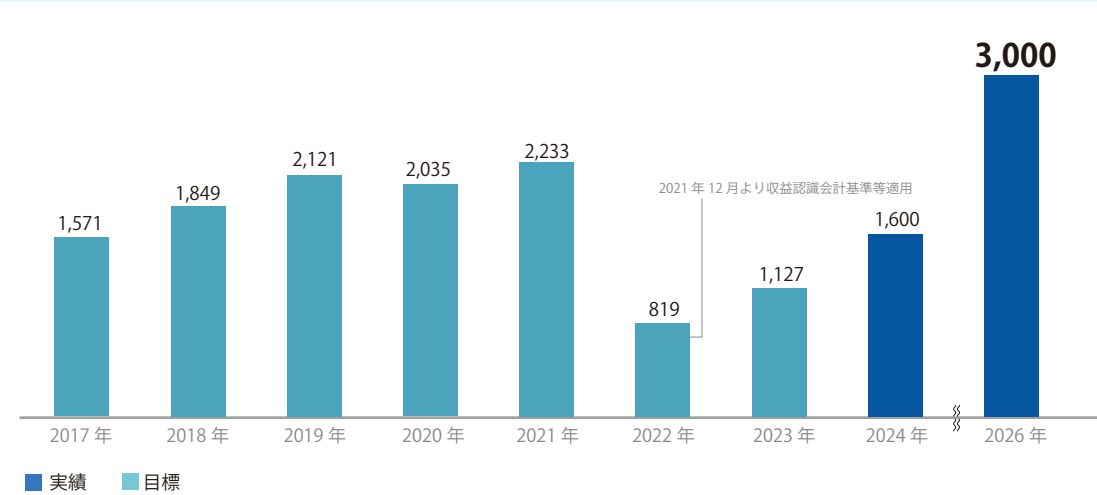
連結売上高

（単位：百万円）



営業利益

（単位：百万円）



ファインケミカル事業

Fine Chemical

事業概要

CMC※事業、CDMO※事業、調達プラットフォーム事業の3事業を柱とし、原材料調達からCMC研究開発、商用原薬生産から商用製剤製造まで、医薬品開発・製造の幅広いバリューチェーンでサービスを提供しております。

※CMC：Chemistry, Manufacturing and Control

※CDMO：Contract Development & Manufacturing Organization

関連会社

スペラファーマ

国内有数の統合型 CMC 研究開発受託企業であり、医薬品の研究開発から商用化まで、あらゆるステージでハイレベルなCMCソリューションを創出しております。



スペラネクス

製造機能としてジェネリック原薬の自社品製造から新薬用原薬や中間体、開発品および化成品の受託製造を行っております。また、販売機能として自社品に加え国内外の医薬品原薬や各種原料・中間体、添加物などの商品を提供しております。



JITSUBO

ペプチド医薬品に特化した研究開発企業です。環境に優しく高品質・低コストで製造できる独自の合成技術 Molecular Hiving™法を活用し、化粧品から医薬品原薬にいたる幅広いペプチド原薬の製造への採用が進んでおります。



岩城製薬佐倉工場

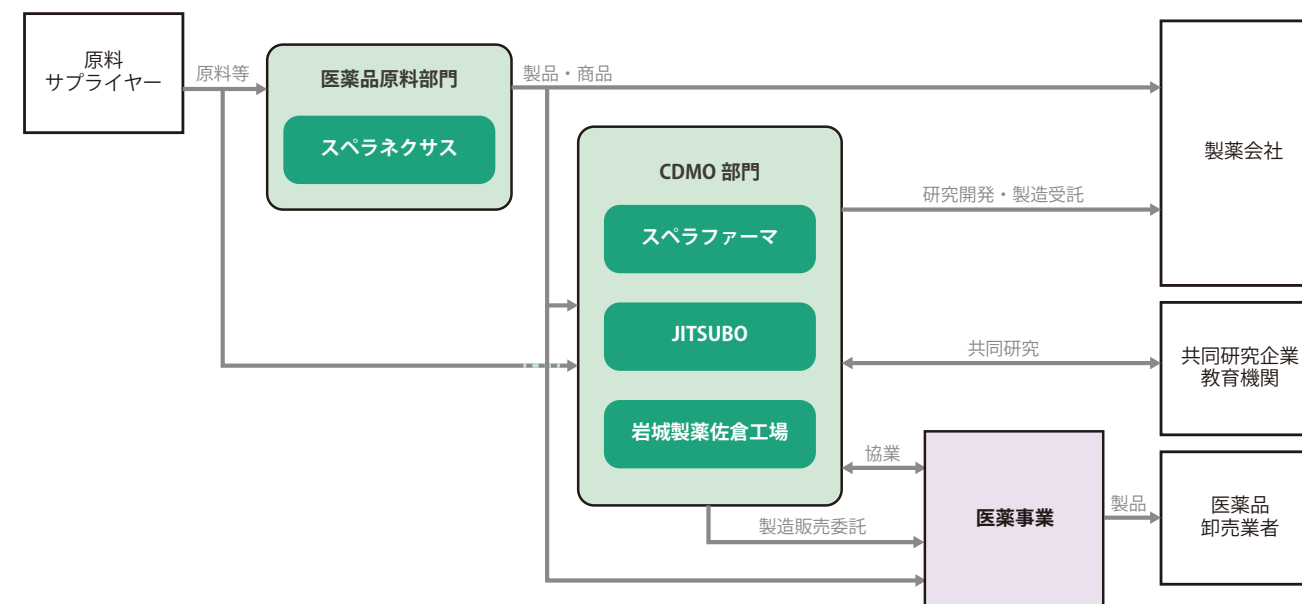
生産可能な剤型として、注射剤（日米欧3極PIC/S GMP、カテゴリー5相当の封じ込め管理に対応）、固形剤、外皮用剤であり、受託製造に関しては治験薬から商用生産にいたるまでの生産能力と生産技術を有しております。



当事業の強み

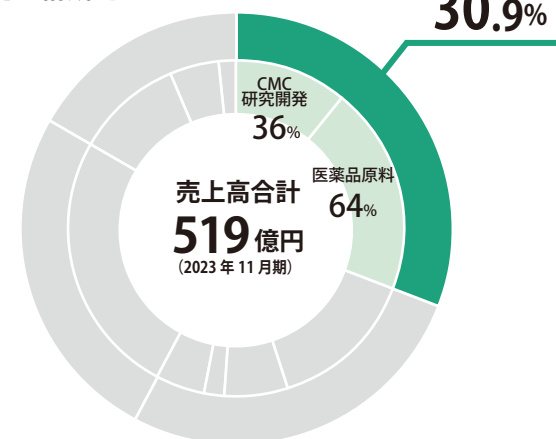
- 日本トップクラスの CMC
- 「ペプチド医薬品の虎」を支える Molecular Hiving™法
- 国内大半の医薬品製造販売業とのビジネスコンタクト
- 新薬製造にも耐えうる注射剤・半固形剤・固形剤の製造受託

ビジネスモデル



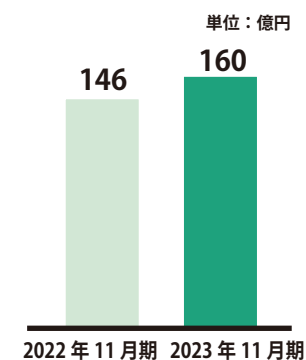
2023 年 11 月期実績※

売上構成比



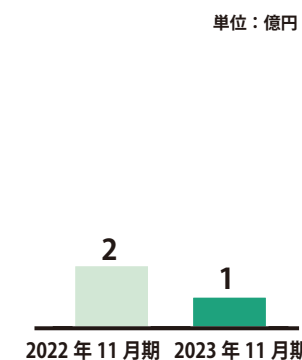
売上高

160 億 55 百万円
(前年同期比 9.7%増)



営業利益

1 億 59 百万円
(前年同期比 35.6%減)



※セグメント変更前のため、岩城製薬佐倉工場を含みません。

スペラファーマ株式会社
代表取締役社長

岩城 慶太郎

1. 2023年11月期を振り返って

参入市場における大きな環境変化はなく、また当事業の事業戦略に大きな変更はありませんでした。

医薬品原料部門においては、引き続き医薬品原料や新薬メーカー向け中間体の販売に注力するとともに、高薬理活性原薬の開発製造受託案件の獲得を目指した活動をいたしました。医薬品市場は過去数年にわたり様々な環境変化がありましたが、それらへの対応が奏功し好調な業績を維持することにつながりました。製造部門においてはオペレーション効率の5%以上の改善を実現し、販売部門においては原料・燃料価格の高騰や為替の変動に対応した価格転嫁を進めることで粗利益率を維持することができました。また、新薬メーカー向けの医薬中間体の販売は順調に進んでおります。期中に稼働した高薬理活性原薬製造設備の開発製造受託案件の獲得体制が整いました。

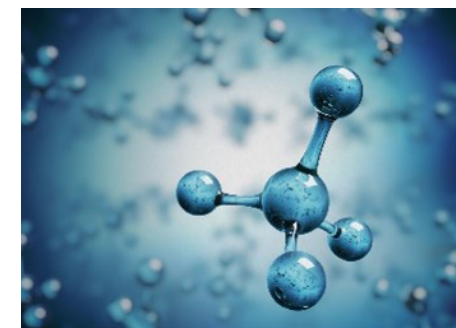
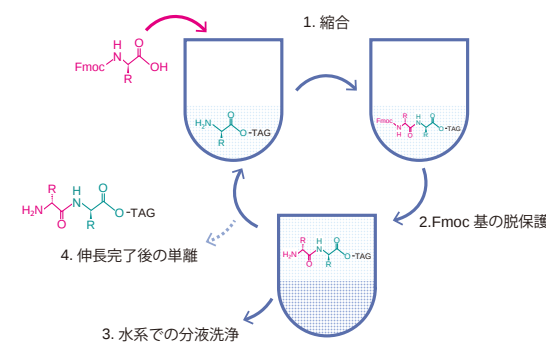


CDMO 部門においては、顧客構成の一部変更に対応するため、大手新薬メーカーやベンチャー企業への営業活動を強化し、受託案件の利益率向上、治験薬製造オペレーションの効率化と、専門的研究人財の人員増を通じた受託キャパシティの拡大を図りました。前期と比して大きく顧客構成が変化したことによる事業体制の変更に時間を要しましたが、期中に行った種々の経営改革は一定の成果を上げるにいたりました。CMC 開発受託および治験薬製造の時間効率が前期比5%向上し、付加価値の可視化により受注案件の単価は前期比5%以上向上いたしました。また、営業活動の強化により重点顧客の売上高は前期に比して30%増加いたしました。また、医薬事業の岩城製薬とジェネリック医薬品の共同開発を行うほか、岩城製薬佐倉工場の高薬理活性注射剤製造設備立ち上げに関するコンサルティング業務などを通じて、グループ間の技術ハブ機能としての役割も確立させることができました。

また、ペプチド医薬品の領域で大きな世界シェアを持つグローバルメカファーマ Novo Nordisk A/S と、糖尿病・肥満および関連疾患分野において Molecular Hiving™ 法の独占的使用および製造ライセンス契約を締結いたしました。この契約締結により、JITSUBO の特許技術である Molecular Hiving™ 法がペプチドや核酸などの中分子合成において優位性があることを世界に知らしめることができたと考えております。また、Molecular Hiving™ 法での中分子を合成する際の基幹原料である Tag を製造・販売する体制も整いました。

JITSUBO リリース文書

https://www.jitsubo.com/wordpress/wp-content/uploads/2023/06/PressRelease_JP_JITSUBO_20230615.pdf



2. 今期に注力する取り組み

当社事業は、今期から岩城製薬佐倉工場がスペラファーマの完全子会社となることを機に、事業体制の強化を図ります。これにより、当事業を構成する事業会社はスペラファーマ、スペラネクス、JITSUBO、岩城製薬佐倉工場の4社体制となりました。これらの事業会社はいずれも、医薬品の研究開発および製造販売を行うお客様に対して、製商品やサービスを提供する企業です。

今期は、以下の取り組みに注力し、株主価値の最大化を目指してまいります。

◆事業会社間の機能・役割の整理

当社グループの4社には一部機能や役割の重複が見られます。例えば、治験原薬の製造はスペラファーマとスペラネクスの間で、治験薬（溶液注射剤）の製造はスペラファーマと岩城製薬佐倉工場間で重複しております。これらの重複を整理し、各社が互いに連携することで、医薬品製造販売会社であるお客様に対して、より幅広く高品質なサービスを提供できると考えております。この取り組みは、効率的な運営を実現し、競争力を強化することに寄与するものです。



◆「シームレス」な品質管理基準の運用

各事業会社が連携を深めて協働するにあたり、運用される品質管理基準はお客様から見て信頼に値するものでなければなりません。当社グループでは、スペラファーマ、スペラネクス、岩城製薬佐倉工場および医薬事業の岩城製薬を加えたグループGMP委員会を定期的に開催し、これらの活動を通して「シームレス」な品質管理基準の運用を目指してまいります。この統一された基準により、お客様の信頼を更に深め、品質面での差別化を図ります。



◆事業会社間の人財流動性向上のための取り組み

当社グループの4社に所属する人財は多様性に富んでおり、その力を最大限に発揮するためには、人財の流動性を高めることが重要です。しかしながら、現状の制度や規定はこれを十分にサポートしていないため、これらの統合に向けた取り組みに力を入れてまいります。また、人財育成の一環として、今期から「タレント育成プログラム」を開始し、各社から選抜された約20名の社員が事業の相互理解と戦略構築に向けた討議を通して研鑽を積む予定となっております。このプログラムにより、将来のリーダーを育成し、企業の持続的成長を支える基盤を強化いたします。

3. 中長期経営計画の達成に向けて

当事業は中期的な目標達成に向けて、モダリティ（医薬品の基盤技術の方法・手段）の拡充とキャパシティ（受託可能な製造量・案件数）の拡大による売上成長が必要な段階であり、これらの活動を継続して行っており、今後も引き続き行っていく予定です。

◆モダリティの拡充

当事業の事業会社のうちスペラファーマとスペラネクスは元来、低分子医薬品のための開発・製造を行ってまいりました。そのようななか、ペプチド医薬品の製法開発に特許技術を持つJITSUBOのアステナグループ入りと連携を通して、スペラファーマではペプチド医薬品および核酸医薬品の開発が始まり、スペラネクスではJITSUBOの特許技術であるMolecular Hiving™法での中分子を合成する際の基幹原料であるTagの製造が始まりました。このようにJITSUBOのグループ入りは、スペラファーマとスペラネクスが持つ基盤技術および既存リソースを活かした創薬モダリティを拡充することに大きな意義があります。

岩城製薬佐倉工場はアステナグループ入りした当初は、主として半固形剤とアレルゲン剤を受託製造する会社でした。そのようななか、同社はスペラファーマと連携することにより高薬理活性注射剤製造設備の設備投資を終え、製造受託の応需体制を確保するとともに、固形剤製造設備の設備投資も予定しております。これにより、岩城製薬佐倉工場は半固形剤とアレルゲン剤に加え、高薬理活性注射剤と固形剤の製剤モダリティを獲得する予定です。このように、当事業の各事業会社が連携することによるモダリティの拡充により、各事業会社の売上成長を実現することができると考えております。

◆キャパシティの拡大

当事業の事業会社におけるキャパシティには2つのタイプがあります。主として医薬品の開発受託を営むスペラファーマおよびJITSUBOにおいては専門的能力を有する人財の数と能力が受託キャパシティであり、主として医薬品の製造販売と製造受託を営むスペラネクスと岩城製薬佐倉工場においては医薬品製造設備および製造人員の生産能力と効率が製造キャパシティとなります。

スペラファーマでは2023年11月期より専門的能力を有する人財採用を強化し、またしばらく停止していた新卒採用活動も再開いたしました。当期以降も専門的人財採用を継続して行うとともに、開発受託業務の更なる効率化を通して、開発受託キャパシティの拡大を図ります。岩城製薬佐倉工場では今後、注射剤・半固形剤・固形剤・アレルゲン剤の製造を行う予定ですが、まずは最も製造量の多い半固形剤の交代勤務化による製造量の拡大を企図しております。このように、当事業の各事業会社が人財および設備に対する投資を行うことによるキャパシティの拡大により、当事業では今後とも売上成長を企図してまいります。



HBC・食品事業

Health & Beauty Care, Food

事業概要

HBC とは、「Health & Beauty Care」の略称です。化粧品原料・食品原料の販売、化粧品・健康食品の販売と導入支援、研究用試薬・体外診断用医薬品・医療機器の販売と導入支援を中心とした事業を展開しております。

関連会社

イワキ

食品原料、機能性食品原料、化粧品原料の販売および OEM 受託製造などを行う BtoB ビジネス、また、通販化粧品の企画販売および各種自社取扱商品の EC を展開するダイレクトマーケティングビジネス、大きく 2 つの機能を持つアステナグループの中核企業です。



アプロス

化粧品通信販売会社として、現在は自社ブランド「cellfuture（セルフューチャー）」をメインに事業を展開しております。スキンケア 26 品目、メイクアップ 20 品目超の商品でテレビ・web・雑誌・新聞などのマス媒体にて販売活動を展開しております。



マルマン H&B

ブラセンタやプロポリスなどの「健康食品」、禁煙パイポなどの「生活雑貨」、オリジナル化粧品ブランド「Pureal（ピュレア）」など身近な商品群を通じ、人々の健やかで快適な生活の実現に向き合うことを実践しております。



アインズラボ

お客様の薬事・物流部門に代わり許認可業務を行う化粧品輸入をはじめ、化粧品分析・広告表現適法チェックなど、化粧品ビジネスをワンストップで幅広くサポートし、当社独自のスキームにより、品質・コスト両面に優れた化粧品関連ビジネスでの「最適解」を見つけ出します。



ボーエン化成 ※持分法適用会社

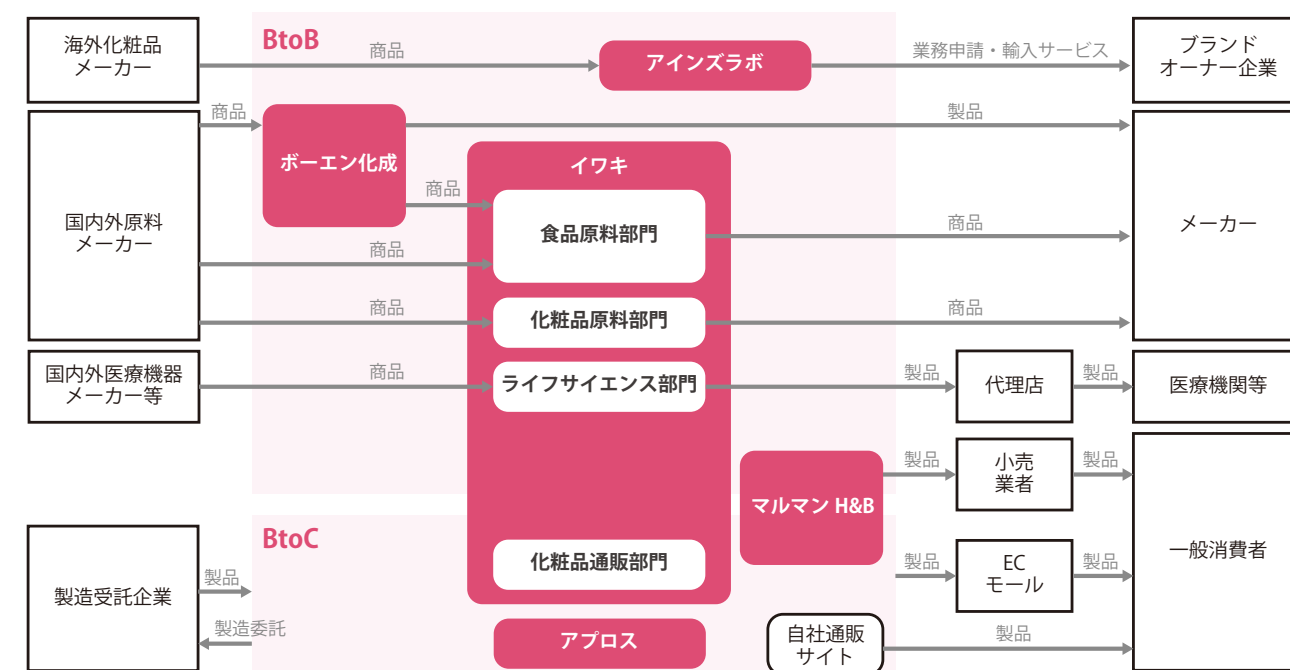
チキン、ビーフ、ポークなどの粉末とペースト天然調味料、果汁パウダーといった幅広い食品原料を製造販売しております。



当事業の強み

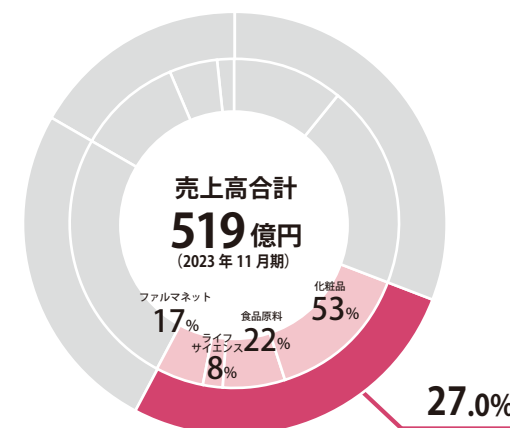
- 業界トップクラスの独自性ある原料品揃え
- 幅の広い情報 / 商材を扱うヘルスケア BtoB プラットフォーム
- 特定顧客セグメントに強く響く BtoC プラットフォーム

ビジネスモデル



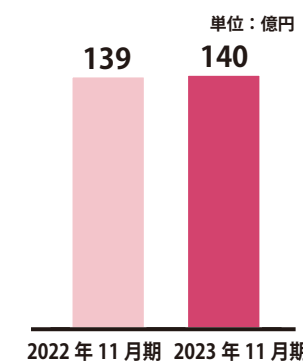
2023 年 11 月期実績

売上構成比



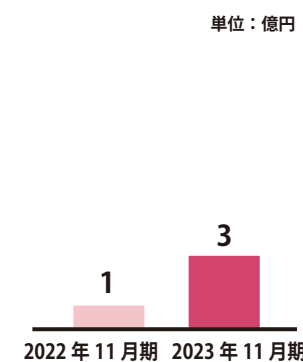
売上高

140 億 59 百万円
(前年同期比 0.6%増)



営業利益

3 億 24 百万円
(前年同期比 129.4%増)





イワキ株式会社
代表取締役会長
門倉 稔

1. 2023年11月期を振り返って

◆取り巻く環境

HBC・食品事業を取り巻く環境は、食品原料・機能性食品原料市場では、国内市場の成熟化、原材料価格の高騰、消費者の節約志向による低価格帯へのシフト等により、市場が縮小するなど、厳しい市場環境が続きました。化粧品原料市場、化粧品通販市場では、新型コロナウイルス感染症の影響が縮小し、社会活動の正常化が進み、外出機会の増加による既存顧客のレスポンスが回復してきました。

◆継続した事業構造改革

HBC・食品事業は、持株会社化以前の3年前より、事業構造改革に取り組んできました。この改革は、事業の持続可能な成長と競争力の強化を目指し、多岐にわたる施策を展開してきました。まず、BtoB事業とBtoC事業、それぞれについて機能強化を行い、各事業の特性に応じた戦略を明確化し、より効果的な市場アプローチを実現いたしました。特にプロモーション力の強化に取り組み、デジタルマーケティングやSNSを活用した情報発信を強化することで、ブランド認知度の向上を図りました。更に、祖業であった一般用医薬品を主体とした卸売分野からの完全撤退を決断し、経営資源を新たな成長分野に集中させました。この転換に加え、化粧品の輸入・製造販売支援や化粧品ビジネス

コンサルティング業務などの新機能を追加し、事業ポートフォリオの再編を進めてきました。これらの取り組みにより、HBC・食品事業は市場環境の変化に柔軟に対応しつつ、恒常的な利益体質への転換を果たすとともに、今後の更なる事業の成長、グループシナジーを発揮する基礎を構築することができたと考えております。

◆各事業の成果

食品原料部門については、消費者の高まる食への健康ニーズに対し、一般食品・機能性食品両方の原料を有する独自性を活かし、一般加工食品向け機能性食品原料の取り引きが伸びてきました。また、一般加工食品・機能性食品の原料検索プラットフォームである「i-Platto（アイプラット）」の提供を下期より開始し、「知る」「探す」「管理する」の3つの機能により多様化する顧客ニーズに迅速かつ的確に対応する機能を強化し、品揃えの「量」を「質」に転換してプラットフォーム戦略を推進いたしました。



化粧品原料部門については、国内市場の回復に伴う需要増加に加えて、企画・インサイドセールスの機能強化による新規案件の獲得もあり、売上は伸びてきました。ファルマネット部門については、祖業であった一般用医薬品を主体とした卸売分野からの撤退を行う一方で、アフターコロナでのインバウンド需要の回復により、売上高・営業利益とも当初計画を上回って推移いたしました。化粧品通販部門については、アプロスにおいては、既存顧客のレスポンスの改善の兆しが見えましたが、売上高は低調に推移いたしました。しかしながら、ターゲットを絞った効果的な販売促進施策により、今後の売上高の回復と収益改善が見込まれる成果が得られました。マルマンH&Bにおいては、自社企画の健康食品や化粧品、輸入化粧品の販売が堅調に推移いたしました。特に自社企画化粧品であるフェイスマスク「Pureal（ピュレア）」はSNS、インフルエンサーによるプロモーション施策が奏功、また、韓国からの輸入化粧品ブランド「Torriden（トリデン）」は日本でも韓国でも様々な賞を受賞し、ともにヒット商品になるなど、利益を大きく牽引いたしました。アインズラボにおいては、主要顧客の集まる東京地区での営業を強化した結果、受注が前年を上回り堅調に推移、今後の売上に期待が見込まれました。また、顧客からのニーズが高かった機能性食品の企画への対応を開始するなど、グループシナジーを発揮いたしました。



Pureal ホームページ

<https://www.purealcosme.com/>



Torriden ホームページ

<https://www.torriden.jp/>



2. 今期に注力する取り組み

◆今期の各市場の状況

食品原料・機能性食品原料市場は、国内市場の成熟化、原材料価格の高止まり、円安傾向の継続、消費者の節約志向による低価格帯へのシフト、また各種規制の強化による健康食品市場や機能性表示食品市場の縮小懸念など、厳しい市場環境が続くと予想されます。化粧品原料市場は、新型コロナウイルス感染症の影響が縮小し、社会活動の正常化が進むことから、国内市場は緩やかに回復すると予想されます。しかしながら、中国経済の減速や、原材料調達不安定化など、依然として不透明な状況が続くことも予想されます。化粧品通販市場は、新型コロナウイルス感染症の影響が縮小し、外出機会の増加による既存顧客のレスポンスが回復すると予想されます。

◆各事業における施策

食品原料部門については、一般加工食品向け機能性食品原料拡販の取り組みとして、食品原料検索プラットフォームである「i-Platto（アイプラット）」の提供などにより、多様化する顧客ニーズに迅速かつ的確に対応ができる体制を構築してまいります。また、プラットフォームとして顧客の業務効率化に寄与する取り組みを進めてまいります。

化粧品原料部門については、市場におけるプレゼンス向上に向けた自社品比率の向上、特許申請など知財戦略による独自性の確立と積極的な営業展開、企画開発・インサイドセールスの機能強化を進め、新規案件の獲得にも取り組んでまいります。化粧品通販部門については、アプロスにおいては、既存ブランドの更なる需要掘り起こしに加え、マーケット重視の新規ブランドを立ち上げ、化粧品から健康食品、雑貨への展開も進めてまいります。また、グループ間の他ブランドとのクロス施策を通しグループシナジー創出を目指します。マルマン H&B においては、「PAIPO（パイポ）」のリブランディング、「Pureal（ピュレア）」の認知拡大による売上の最大化、および「Torriden（トリデン）」のような海外ヒット商品の新アイテム販売と成長を加速させてまいります。また、成長に向けた事業基盤の変革にも着手、モール事業での売上最大化、海外向けオリジナル商品の輸出拡大にも取り組んでまいります。アインズラボにおいては、既存事業の伸長とともに、グループ内での国産化粧品 OEM、輸入商品の取り扱い拡大、化粧品原料、機能性食品等の既存顧客への展開、医療機器輸入等を進め、グループシナジーの強化を進めてまいります。



アロマティック PAIPO ホームページ
<https://store.maruman-healthcare.com/lp?u=aroma-stick-paipo>



Apros life store ホームページ
<https://apros-online.jp/>



3. 中長期経営計画の達成に向けて

HBC・食品事業は「Life & Health Care 領域におけるプラットフォーマー」を 2030 年までの中長期ビジョンに掲げ、既存事業の「深化」と新規事業での「進化」に取り組み、顧客の課題解決を通して「必ず選ばれる」存在になるための活動を行っております。「深化」と「進化」を継続しながら、「基盤力（ステークホルダーの第一選択肢となる魅力的・強力なプラットフォームの形成）」「求心力（ステークホルダーを呼び込み巻き込む力、中心となりえる存在）」の実装・強化に努めてまいります。事業を「BtoB（各種原料取引を主体としたビジネス）」と「BtoC（商品企画および販売・ダイレクトマーケティング・EC を主体としたビジネス）」に分け、それぞれが市場課題の解決に向けて事業内の機能を強化してまいります。

◆BtoB における課題解決

「基盤力」「求心力」の実装・強化に向け、BtoB では「人的投資」を進めております。その一環として、食品業界の取引先における煩雑さや顧客の「困った」を解決することを目的の一つとして、顧客に一堂に会していただけるプラットフォームの「i-Platto（アイプラット）」のサービスを 2023 年 6 月に開始、機能強化（課題解決）を実装いたしました。現在行われている取引先のなかで、可能な部分はデジタル化を行い、当事業が本来の得意とする「提案力」に人的リソースを振り分けるなど、顧客が本当に「困っていること」の解決を通して、「基盤力」「求心力」の実装・強化を進めてまいります。

◆BtoC の強化

「基盤力」「求心力」の実装・強化に向け、BtoC では「ビジネス投資」を進めております。当事業には、20 年来化粧品の通販（ダイレクトマーケティング）事業を行っているアプロスのプラットフォームがあります。これを活かして、マルマン H&B の EC 部門（機能性食品・パイポ・化粧品、その他雑貨）やイワキの敏感肌用美容液「潤静（うるしず）」事業のほか、グループ間での顧客リストを活用した商品企画や既存商品の顧客層の拡充に努めてまいります。既存ブランドにとらわれず、経営資源である顧客リストを活かし、新規ブランドの立ち上げや他ブランドとのクロス施策も進めてまいります。また、オフラインビジネスとの連携（OMO= Online Merges with Offline）を行い、顧客に対して最適な「プラットフォーム＝取引先の場」を提供していきたいと考えております。



医薬事業

Medical



事業概要

医薬品や化粧品の開発・製造・販売を行っております。

医薬品は、軟膏やクリーム・ローションなどの半固形製剤の開発・製造・販売や錠剤・散剤など固形剤の製造・販売を行っております。化粧品は、美容施術の前後にも使用していただける医療機関専売化粧品「ナビジョン DR」ブランドを展開しております。

関連会社

岩城製薬

1931 年の創業以来、医薬品を中心に開発・製造・販売をしております。特に近年は医療用の皮膚外用剤に強みを持ち、国内では一番の品揃えにより高い市場占有率を有しております。また、蒲田工場内に研究部門と製造部門を有し、全国に MR を配置しており、皮膚外用剤においては製剤設計から生産・販売までのバリューチェーンを有しております。化粧品では、美容皮膚研究に基づいた医療機関専売化粧品を展開しております。「信頼される、塗り薬とスキンケアのリーディングカンパニー」をビジョンとして掲げ、皆様の皮膚の健康に貢献することを目指しております。



NEW TOPIC!

コーポレートブランディング動画のご紹介

およそ 90 年にわたる岩城製薬の会社紹介動画を制作いたしました！

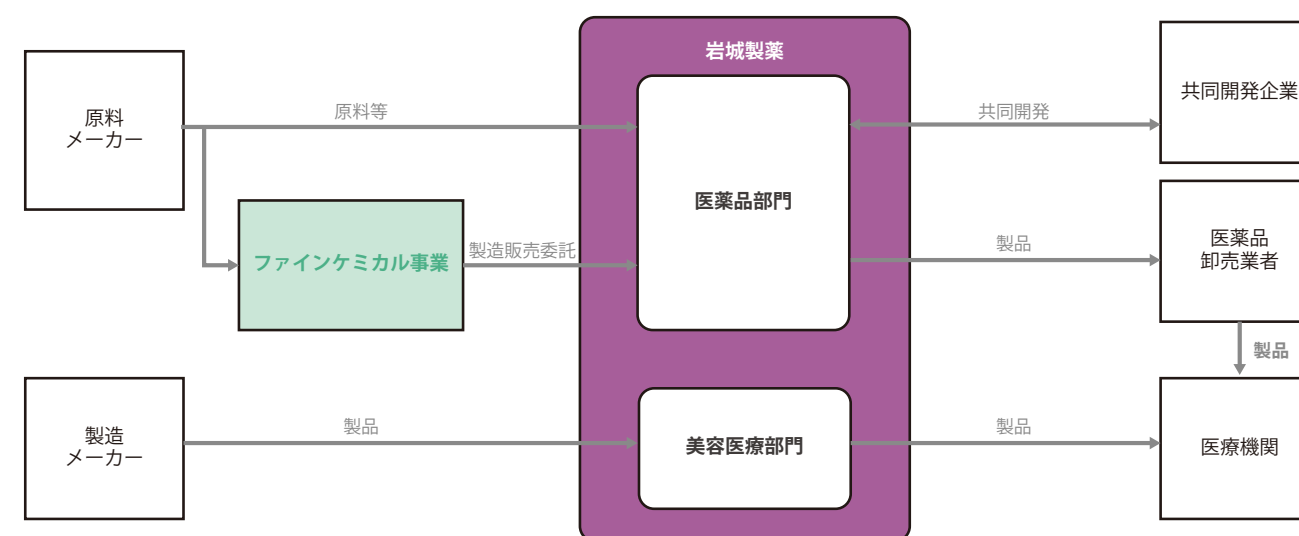
<https://www.astena-hd.com/business/medical.html>



当事業の強み

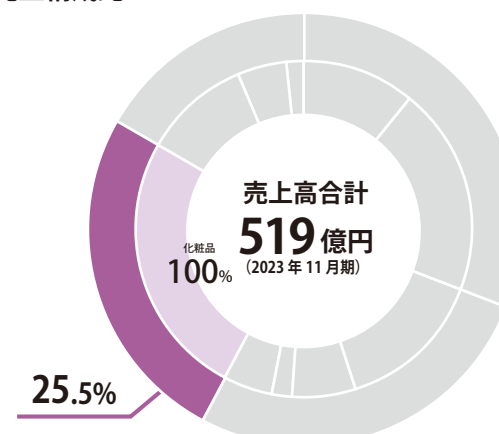
- 皮膚科領域の半固形製剤に 特化したニッチトップメーカー
- 高い皮膚科カバレッジ
- 稀少な半固形製剤の製剤開発技術
- 美容医療領域でのプレゼンス

ビジネスモデル



2023 年 11 月期実績※

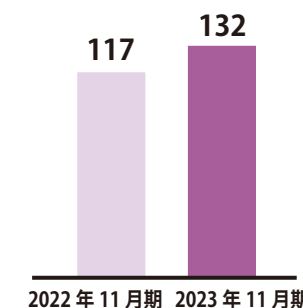
売上構成比



売上高

132 億 59 百万円
(前年同期比 12.8%増)

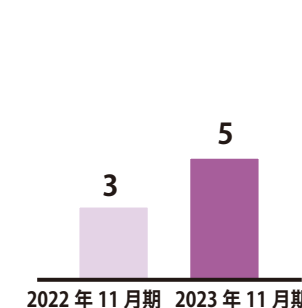
単位：億円



営業利益

5 億 73 百万円
(前年同期比 46.1%増)

単位：億円



※セグメント変更前のため、岩城製薬佐倉工場を含みます。



岩城製薬株式会社
代表取締役社長
西村 泰輔

いたしました。2023年8月にはNAVISON DRブランドからメーク落としの新製品メーククレンジングクリーミージェルを発売いたしました。

医療用医薬品部門の営業活動では、ルリコナゾール軟膏・クリーム¹の発売に合わせ営業支援ツールを本格運用し、ターゲットを明確にすることで効率的な営業活動を展開いたしました。また、日本農薬²によるサポートや学会出展などマーケティング施策を実行し、発売1年で50%を超えるシェアの獲得に成功いたしました。また、Key Account Managementを行い、主要卸およびチェーン薬局本部への採用・推奨獲得活動を展開し、岩城製薬ではこれまで取り組んでいなかった販売チャネルを創出いたしました。



美容医療部門では、営業体制を一元化し効率的な営業体制を構築いたしました。キャンペーン活動を有効に活用し、学会展示では医薬品営業とのコラボを行うとともに、クリニックスタッフ向けの講習会であるStudy NAVIやSNSを活用した積極的な情報発信を行い、NAVISON DRブランドの知名度拡大に勤めました。その結果、美容医療の年間売上高が10億円を超えました。



NAVISON DR

NAVISON DR ホームページ

<https://navision.iwakiseiyaku.co.jp/>



研究開発では、³キノファーマとの尋常性疣贅^{じんじょうせいゆうぜい}を適応症とした軟膏剤を開発し、2023年5月よりフェーズII臨床試験を開始いたしました。また、2023年12月に、先行して日本での特許を取得いたしました。

組織強化策として、2023年2月と8月にエンゲージメント調査を行いました。コロナの影響もあり、全社的にコミュニケーションが不足していることを把握いたしました。その対応として幹部のコミュニケーション能力向上に努め、定期的な部下との1：1ミーティングの実施やコーチングによるOJT指導を強化いたしました。また、2023年11月期に制定したコーポレートビジョン「信頼される、塗り薬とスキンケアのリーディングカンパニー」の浸透を図るため、組織横断のプロジェクトを組成し活動いたしました。

1. 2023年11月期を振り返って

医薬事業における市場環境は、医療用医薬品では毎年薬価改定の影響が売上にインパクトを与える一方、MR数やオフィスの削減、流通ルートの合理化などで利益を確保する動きが進みました。ジェネリック医薬品では、同業他社の再建に伴う品目整理や業務停止による供給不足、品質基準の厳格化に伴う自主回収などにより出荷制限が相次ぎ、信頼回復への道のりは遠い状況でした。一方、美容医療では、市場がコロナ禍前のレベルに戻り、コロナ禍明けに伴う景気回復に伴って市場拡大が進みました。

このような環境の下、岩城製薬では2022年12月に日本農薬²からライセンスを受け開発を行ってきたルリコナゾール軟膏・クリームを発売いたしました。想定を大幅に上回る注文を受け供給リスクが生じたものの、蒲田工場をはじめ全社一丸となって安定供給に取り組みました。一方、同業他社の不祥事に伴う需要増により、第1四半期末は多くの製品で出荷調整を行わざるを得ませんでした。2023年5月には、マキサカルシトール軟膏の参考品への品質試験で製品中に含まれる類縁物質が承認規格に不適合という結果となり、またアルクロメタゾンプロピオン酸エステル軟膏で、今後承認規格から逸脱する可能性がある製品を確認したことから、それぞれ自主回収を行いました。2023年7月に帝人ファーマ⁴からボンアルファ[®]・ボンアルファ[®]ハイの5品目を承継し、売上や営業利益に貢献

2. 今期に注力する取り組み

医薬事業の中核となるジェネリック医薬品では、品質に対する信頼回復や安定供給への取り組みが求められています。一方で、原料供給の問題により販売停止を余儀なくされるケースも出てきております。原材料価格やエネルギーコストの上昇による収益減少の圧力も引き続き継続しており、市場環境は厳しさを増す状況となっております。

このような市場環境の下、岩城製薬は昨年同様に皮膚科にフォーカスした販売活動を継続してまいります。医薬品製造においては、品質最優先を掲げるコンプライアンス経営方針を堅持し、高品質な製品を安定的に供給する責任を果たしてまいります。また、他社中止品の需要にも最大限の供給努力を行って対応してまいります。

医療用医薬品部門の営業活動では、2022 年 12 月に発売したルリコナゾール軟膏・クリームの一層の拡大を図るとともに、ミッションとして「アドヒアランス向上・皮膚真菌症治療への貢献」を掲げ、処方元となる皮膚科医のみならず、看護師や薬剤師も重視した営業マーケティング施策を実践いたします。具体例として、「完治を目指した足白癬治療 ～外用抗真菌薬の効果を最大限引き出すために～」というタイトルで、埼玉医科大学教授の常深祐一郎先生を演者とした Web セミナーを開催いたしました。また、日本皮膚科学会総会をはじめ、関係学会で企業展示を行い啓発活動に努めます。併せてステロイド外用剤の主力品であるデルモゾール G[®]、ジフルブレドナード、サレックス[®]の拡販も行っております。皮膚外用剤の品揃え No.1 メーカーとして、医療機関のニーズにあった外用剤を提供してまいります。また、昨年に続き Key Account Management として主要卸およびチェーン薬局本部への採用・推奨獲得活動を展開し、主力品の拡大を試みます。

2024 年 4 月の薬価改定では、不採算品再算定に 10 成分、基礎的医薬品に 1 成分が指定され、今期収益への寄与が期待されます。他方、一部製品については先発品を超える薬価となり、医療機関におけるジェネリック医薬品使用促進の経済的メリットが無くなるため、該当品目の販売量は減少することが予想されます。

美容医療部門では、引き続き医療機関専売化粧品である NAVISION DR ブランドの知名度の拡大を図ります。日本皮膚科学会総会や日本美容皮膚科学会総会・学術大会での企業展示に加え、昨年は東京で行ったクリニックスタッフ向けの講習会である Study NAVI が好評であったことから、東京に加え大阪と福岡で開催を予定しております。

研究開発では、尋常性疣贅^{じんじょうせいゆうぜい}を適応症とした軟膏剤の第Ⅱ相臨床試験が 2024 年 7 月中に終了する見込みです。その結果により、パートナーである(株)キノファーマとその後の開発方針を決定していく予定です。また、新しい技術や知見を取入れるため、アカデミアとの協業を開始いたします。

組織強化策では、継続してエンゲージメント調査を行い、組織における課題を明確にし、エンゲージメント強化の対応を図ります。



3. 中長期経営計画の達成に向けて

医薬事業では、ニッチトップ戦略のもと以下を目指しております。

- ・皮膚外用剤品の品揃えならびに供給量トップ
- ・皮膚科領域での長期収載品の承継や新薬共同開発、提携等による事業基盤の強化・拡大

これらに加え、「信頼される、塗り薬とスキンケアのリーディングカンパニー」というビジョンを実現し、中長期的な経営戦略を確実に遂行していくために、以下の項目について重点課題として取り組み、成長性を高め企業価値の向上に努めてまいります。

◆高品質な医薬品を安定供給する取り組み

コンプライアンス経営方針のもと、毎月の岩城製薬 GMP 委員会の開催ならびに四半期毎のアステナグループ GMP 委員会への参加を軸に、蒲田工場の従業員へ継続した GMP 教育を通じて Quality Culture の醸成を行ってまいります。また、ロジスティックスを担う SCM 部が中心となり、営業からの市場情報を共有することにより、需要の急増など市場の情報をいち早く捉え、対応できるような体制を築いてまいります。また、蒲田工場においては予防保全を行い、突発的な故障を回避することにより操業を安定させ、市場の安定ニーズを満たしてまいります。

◆需要に対応するための医薬品製造キャパシティの確保

設備効率を高め原価を低減するため、蒲田工場ではこれまで高い稼働率を保ってきました。そのため、同業他社の業務停止や販売中止、自主回収などで需要が急増すると、対応することが難しくなっております。これまで以上のキャパシティを獲得するため、効率化投資を行ってまいります。また、他社のキャパシティも積極的に活用し、安定供給を果たしてまいります。

◆岩城製薬の認知度向上

岩城製薬は皮膚科専門医にはある程度の認知度があるものの、他科の医師や看護師には認知度が高いとは言えません。しっかりと情報提供活動を行っている製薬会社として認知されることは信頼につながることから、岩城製薬の認知度向上策として通常の営業活動や Key OL 対応に加え、皮膚科関連学会を中心に積極的に展示出展を進めてまいります。また、今期からは皮膚科疾患の啓発活動を開始し、医療従事者向けの Web セミナーを継続して開催しております。また、美容医療においても継続して講習会や SNS による情報発信を行い、岩城製薬および NAVISION DR ブランドの認知度向上を図ってまいります。

◆成長機会の取込み

売上高や営業利益を伸ばすためには成長機会の取込みが不可欠です。自社の研究開発を進めていくことはもちろんのこと、共同開発や長期収載品の承継、事業提携といった成長機会を探索し、自社に取り込むことで、事業基盤の強化・拡大を図ってまいります。



化学品事業

Industrial Chemicals

事業概要

表面処理薬品の先端を目指して、プリント基板・電子部品・半導体・自動車の4セグメントを中心に研究開発や新しい製造方法の開発に注力しております。また、プリント基板製造に欠かせない装置を製造販売し、薬品と装置の総合的なソリューションを提供いたします。

関連会社

メルテックス

高付加価値の表面処理薬品の提供を行い、お客様のご要望にお応えし、あるいは独自に次世代に要求される特性を考え研究開発に取り組んでおります。当社は香港、中国（天津・深圳）、台湾、韓国、タイにグループ会社を持ち、グローバルにサービスを提供し、「お客様の不・用事を解決することを通じて社会に貢献する」を理念とし開発に取り組んでおります。



東海メルテックス

東海メルテックスはアルカリエッチング液の製造・回収・リサイクルを行う環境配慮型の薬品製造工場です。ここで造られる高品質の硫酸銅は半導体用途を含め市場で高い評価を得ております。



東京化工機

東京化工機は、機械装置メーカーとして、プリント配線板製造装置やフラットパネル全般の表面処理装置の設計、製造および販売をしております。今まで培ってきた現像・エッチング・剥離・洗浄・各工程前処理・乾燥機等のトータル工程処理技術を駆使して、ニーズにお応えする努力を続けております。



Meltex Asia (Thailand)

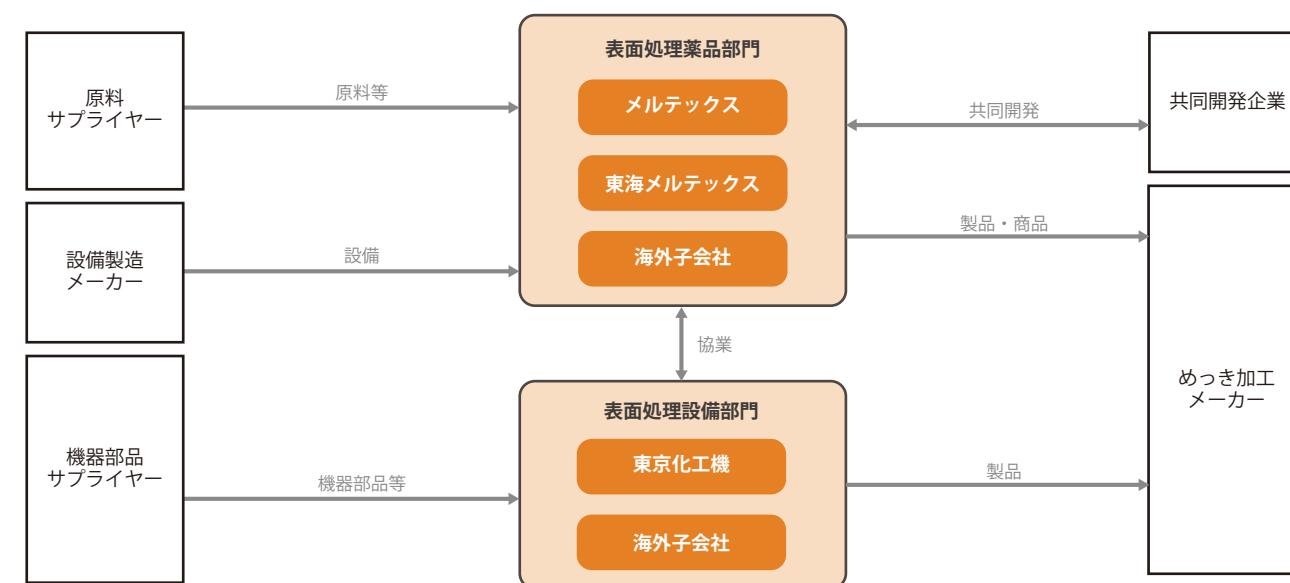
メルテックスがタイに持つ薬品製造会社です。グローバル品質の製造も達成し、BCPの観点から製造品目を徐々に増やしております。当社はタイ国内やアセアン諸国向けだけでなく、中国や韓国、そして日本にも薬品を提供しております。



当事業の強み

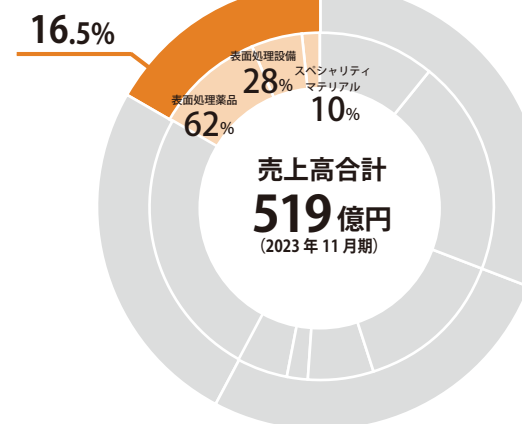
- エレクトロニクス業界におけるハイエンド表面処理薬品に特化したニッチトップメーカー
- 半導体・電子部品領域で高い市場シェア
- 主としてアジア諸国に広いカバレッジ
- 日本設計・日本および中国生産で安定した品質
- 高品質、高精細なエッチングマシンメーカー

ビジネスモデル



2023年11月期実績

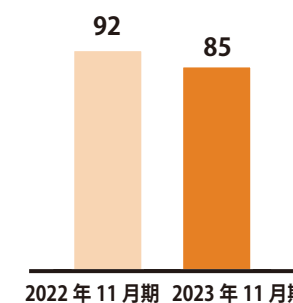
売上構成比



売上高

85億93百万円
(前年同期比7.4%減)

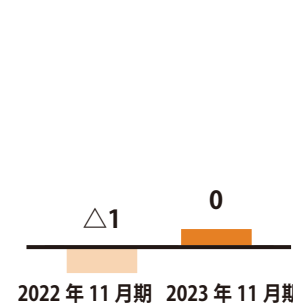
単位：億円



営業利益

74百万円

単位：億円





メルテックス株式会社
代表取締役社長
藤原 誠

新製品を開発し、お客様の次世代製品に対応できるよう努めております。電子部品市場への主製品は、MLCC（積層セラミックコンデンサ）向けのすずめっき薬品ですが、日本国内だけでなくアジア各国で使用されており、更に新規顧客開拓に成功したことで大きく貢献することとなりました。半導体市場では、パワー半導体向けに製品提供を行っております。パワー半導体はエネルギーの効率向上、いわゆる電力消費量低減のために急成長しており、自動車、データセンター、鉄道など用途は多岐にわたります。AIの普及などでデータ容量が拡大しており、省エネに貢献するパワー半導体はますます需要が大きくなっております。また、高純度硫酸銅は今後需要が拡大する半導体市場向けに増産体制を整えました。半導体メモリーの在庫調整も徐々に収束に近づき、今後の需要拡大が予想されます。

表面処理設備部門は、増設により延べ床面積が倍増いたしました。表面処理薬品市場はここ数年非常に厳しい状況が続いておりますが、プリント基板メーカーは引き続き設備投資を行っております。この投資需要に対応すべく、いち早く生産能力を向上したことで、受注の伸長につながっております。2024年および2025年の受注は既に多く確保しており、現在は2026年の納入案件中心に活動を行っております。



東京化工機上海工場 新工場へ移転



敷地面積が約2倍となった工場内

1. 2023年11月期を振り返って

エレクトロニクス市場は、2023年も厳しい状況が続いたしました。新型コロナウイルスはほぼ収束に向かったものの、今後の経済への不安から世界中でスマートフォンやパソコンの買い替え需要が低調に推移いたしました。加えてコロナ禍での物流リスク対応のための在庫積み上げが、予想を超えて調整に時間がかかったことも市場低迷の要因となっております。このような市場環境のなか、エレクトロニクス市場を主として製品およびサービスを提供している化学品事業は売上高が前年同期比92%と厳しい結果となりました。しかしながら、表面処理薬品部門では、価格の見直しにより原料価格高騰分を吸収し、またコスト削減に取り組むなど収益改善に努めました。また、表面処理設備部門では、工場増設による受注増に加え、付加価値の高い製品展開も図れたことにより営業利益を確保することができました。

表面処理薬品部門はプリント基板、電子部品、半導体および自動車市場に製品を提供しております。プリント基板市場へは、面内均一性を向上した新製品を紹介することができました。既に大手ユーザーからの認定をいただいております。新製造設備導入とともにご使用いただける予定です。また、半導体パッケージ基板向けに微細配線のエッチング液も常に



2. 今期に注力する取り組み

表面処理薬品部門は、今期も厳しいエレクトロニクス市場環境が継続しております。特にプリント基板市場の回復は見ておらず、お客様の生産ラインの稼働率もまだ上がってきておりません。対して電子部品市場はやや底を脱した模様で、特に MLCC（積層セラミックコンデンサ）向けのすずめっき薬品の出荷は増えてきております。また、半導体市場は低迷している状態ですが、お客様からの需要予測では他の市場より前向きな数値をいただいております。自動車市場は技術の変革期ともいえる状況で、新たな用途に対する開発案件に向けて取り組んでまいります。

表面処理設備部門は、引き続き好調が続いております。当事業は主にプリント基板製造に使用される装置ですが、表面処理薬品部門に先んじて設備投資が行われており、配線の細線化への準備がなされていることが分かります。この需要に応えるべく前期までに工場拡張を行っており、今期は更に業績を伸ばす計画です。

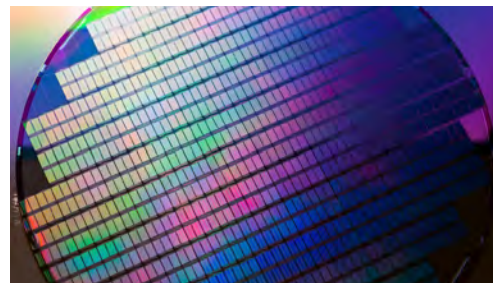
このような厳しい市場環境のなかで、今期はより迅速な製品開発を行い、よりきめ細やかなサービスの提供ができるよう組織の再編を行っております。具体的には営業スタッフの拡充、開発部門での開発案件の精査、人的資本の強化および開発テーマの選択と集中になります。今期予定している市場に紹介できる製品は前期を大幅に上回るものとなる予定です。

特に半導体パッケージ基板は非常に速いスピードで細線化や高精度化が進んでおり、当事業が得意とするシード層エッチング液に対する要求も大きくなっており、お客様の開発速度にお応えできるよう人員も増やして対応してまいります。

また、前期より取り組んでおりますめっき設備メーカーとの共同開発による新たな 12 インチウエハ用のめっき装置が完成予定で、めっき薬品とめっき装置によるトータルソリューションでの提案を進めております。

製造装置だけでなく、お客様が使用する生産ラインでのめっき薬品の条件管理のための分析装置も今期市場投入いたします。

現在は厳しい市場環境ではありますが、5G 対応および今後の 6G への開発案件、EV を含めたパワー半導体の成長に向けた開発案件、より精度の高く生産性に優れた電子部品向け薬品など、今後ますます高度化するお客様の要求にお応えできるよう今期も更に開発を進めてまいります。そして、お客様へのサポート力を向上し、トータルソリューションの提供者として「技術革新を支える最も信頼されるパートナー」と認めていただけるよう努力してまいります。



3. 中長期経営計画の達成に向けて

当事業は、アステナグループにおけるニッチトップ戦略の主要事業に位置付けられ、ステークホルダーの皆様からは高い成長が期待されております。確実に成果をあげられるよう推進してまいります。

プリント基板市場では、ハイエンドパッケージ基板向けシード層エッチング液の製品開発を継続して行うことにより、お客様の次世代製品に対応できるよう努めてまいります。パッケージ基板の配線はますます細線化しており、エッチングには多くの要求をいただき、表面処理薬品部門の役割は非常に大きいと考えております。特に伝送損失を低減するためには、回路表面はより平滑であることが求められます。エッチングと相反するこのニーズを達成するため、開発を進めております。また、この用途は表面処理設備部門の持つスプレイ技術との組み合わせで、より精度の高い回路形成が達成できると確信し、共同で技術の確立に努めてまいります。

高品質の回路形成のためには、回路形成過程で使用されるドライフィルムを綺麗に剥離することが必要です。この用途向けにはより安全性の高い組成を有する薬品（剥離液）を提供できるよう開発を進めております。ここでも装置事業の得意とするスプレイ装置との組み合わせでお客様のニーズにお応えできる技術確立を目指します。

また、硫酸銅めっき添加剤では引き続き面内均一性を追求し、多岐にわたる基板仕様のニーズにお応えできるよう製品開発に努めてまいります。

電子部品市場では、中性すずめっき薬品が MLCC（積層セラミックコンデンサ）市場で高く評価されております。日本国内はもとより、韓国、中国、そして台湾でも新規顧客で採用になり、また、既存のお客様の増設ラインでも採用が決まっております。現在、中心はすずめっき薬品になりますが、その下地になるニッケルめっき薬品の開発も行っております。コネクタ市場向けに新技術導入も果たし、今後多岐にわたる製品の市場展開を計画しております。

パワー半導体市場は今後ますます成長する市場ですので表面処理薬品部門では今後も開発に大きく注力してまいります。現在、装置メーカーとの協働で 12 インチウエハ対応の装置および薬品開発を行っております。近い将来本装置を市場導入する予定です。装置と薬品双方からの技術追及により面内均一性の高い、そして従来技術的優位性のある表面平滑性を維持した技術提供ができるよう努めてまいります。パワー半導体市場は 2030 年には 2020 年比で倍増するというデータも紹介されており、市場成長を上回る成長を計画しております。

また、台湾、米国および日本国内の半導体メーカーは、日本国内で多くの設備投資を行っております。当事業ではこの投資による成長にお応えできるよう 2022 年にクリーンルーム工場を新設いたしました。要求される半導体の品質にお応えできるよう準備いたしました。現在稼働率も増えており今後この増産体制が事業成長に大きく貢献すると確信しております。



ソーシャルインパクト事業

Social Impact

事業概要

社会的な課題の解決を目指す事業を展開しております。特に地域社会とともに事業を創り上げる地域共創型の事業に力を入れております。能登半島の最先端に位置する石川県珠洲市に拠点を置き、地域の皆様とともに、1次産業、エネルギー、ツーリズム、人材、教育の領域における地域共創事業を展開し、循環型地域経済の構築に貢献いたします。

関連会社

アステナミネルヴァ

社会課題解決型の事業を新規立案、運営する会社として、2021年12月にスタートいたしました。グループ会社である「のとSDGsファンド」が投資する事業とシナジーを創出し、1次産業領域、エネルギー領域、人材領域、教育領域を中心とした事業を展開しております。



イシカワズカン

人材事業を行うため、2022年12月にアステナミネルヴァの子会社となった人材サービス会社です。石川県内で働く若者を増やすことを目指して、石川県内の企業と連携し石川県の人材マーケットの更なる活性化を目指しております。



AMトレーディング

地域資源の開発と販売を行う会社です。ソーシャルインパクト事業の販社として機能し、ヘルスケアブランド「NAIA」の販売等を行っております。



PIXTURE

東京農工大学と共同で、循環型畜産業の研究開発、サービス開発を行う会社です。



当事業の強み

- 自治体や地域社会との協力関係
- 地域経済との連携
- 社会課題解決ビジネスの企画力
- 自社事業とファンドを通じた投資事業の組み合わせ

ビジネスモデル



活動内容

■ヘルスケア事業

ナチュラルヘルスケアブランド「NAIA」の立ち上げ
能登ラフマ茶を販売開始

■循環型農業・畜産業

投資先アグリテック実装の特別栽培米の販売開始
日本酒「桃花鳥」の販売開始

■人材事業

イシカワズカンで石川県内向け福利厚生サービスリリース

■自治体事業

「ふるさとNOW」の導入施設80件



アステナミネルヴァ株式会社
代表取締役社長

清水 雅楽乃

1. 2023年11月期を振り返って

2023年11月期は、ソーシャルインパクト事業を開始して2年目の年となります。当事業は、2021年6月から、アステナホールディングスの本社機能の一部を石川県珠洲市に移転したところから開始いたしました。当初半年は、アステナホールディングスの新規事業推進室としてスタートし、半年後の2021年12月に、イワキ総合研究所の商号変更により、アステナミネルヴァを創業し事業を開始いたしました。アステナグループの既存事業とは異なる分野で始めた事業ですが、前期の活動を通じて、ソーシャルインパクト事業が目指すところ、進める事業の輪郭が見えてきました。

当事業が事業拠点を設けている石川県珠洲市は、事業を行う上での地理的・経済的な環境は非常に不利なエリアです。能登半島の最北端に位置し、移動等のコストが大きく、降雪被害など自然災害にも見舞われます。そして、少子高齢化、過疎化が大きく進んでおります。原風景が残った美しい自然、数百年継承された伝統技術、集落をコアにした共助共同体の在り方、都心部に人が集中している一極集中現象とは対照的に地方に存在する豊かな資源と人々のつながりが、当事業の基盤となっております。

2023年11月期における当事業の活動は、地域資源を活用したヘルスケア商品の開発を行うヘルスケア事業と、循環型農業の推進に焦点を当てました。ヘルスケア事業は、奥能登で生まれる素材から人々の暮らし、健康、美容に貢

献する製品開発を行いました。この事業は、当事業が進める循環型農業や森林事業の出口として、事業同士の相乗効果を目指します。循環型農業では、環境に配慮した農法を取り入れ、生産された農産物をヘルスケア製品の原材料として活用してまいります。そしてこの事業は、アステナグループの既存事業のケイパビリティの活用、シナジーの創出を見据えております。既存の技術やノウハウを活かしながら、新たな市場への進出を図ることで、アステナグループ全体の成長を促進しております。例えば、医薬品開発で培った品質管理技術や、生産プロセスの効率化手法をヘルスケア製品の開発に応用しております。また、アステナグループ内での連携を強化し、各事業間での情報共有やリソースの相互利用を進めております。これにより、各事業が独立して成果を出すだけでなく、連携することで更に高い付加価値を生み出すことが可能となると考えております。循環型農業の一環として、石川県珠洲市で栽培した中国原産のハーブ「ラフマ」を使用した「ラフマ茶」の販売を開始いたしました。国産ラフマの商用栽培および販売は、国内で初めての事例となります。ラフマは、中国西北方に分布する植物で、ルチンやフラボノイド、ミネラル、繊維質を豊富に含みます。現地ではラフマ茶として飲まれるだけでなく、漢方薬の原料にも使用されております。日本では、中国から輸入したラフマから抽出した成分を配合した睡眠サプリが広く流通



しております。当事業のラフマ茶は商品開発を2年かけて行い、ほのかな甘みと芳ばしい香りを感じながら、すっきりと飲める味になっているのが特徴となります。この事業は、地域の自然資源を利用し、健康志向の高まる消費者ニーズに応えるものです。



また、地元産の酒米を用い、100年以上の歴史を持つ地元酒蔵で醸造した日本酒「桃花鳥」をリリースいたしました。この酒米の生産過程では、農薬や化学肥料を使用せず、除草には除草ロボットのアイガモロボを活用することで、環境負荷の低減と省力化の両立に努めました。この取り組みは、地域資源の持続可能な活用と地域文化の継承に寄与しております。

2. 今期注力する取り組み

今期は、2024年1月1日に発生した令和6年能登半島地震の影響を大きく受けております。ヘルスケア事業として、今期ははじめにリリース予定だったナチュラルヘルスケアブランド「NAIA」は、大幅な販売遅延となりました。物流ルートが一次的に使用できなくなったことと、原材料調達先である生産者への支援が必要な状況になったことが主な要因です。販売は遅延いたしました。が、「NAIA」の販売拡大に注力いたします。このブランドは、環境に優しく、品質にこだわった製品を提供し、奥能登の豊かな自然資源と伝統技術を活かしております。世界的に拡大しているナチュラルスキンケア・ヘルスケア市場への貢献を目指し、この成長分野での機会を追求しております。「NAIA」製品群には、奥能登産酒粕を用いた保湿特化フェイスマスク、炭焼き職人による菊炭を含む洗顔フォーム、そして能登ヒバ使用のスプレーから始まり、随時ラインナップを拡充いたします。これらは、天然保湿因子豊富な酒粕や、能登ヒバの抗菌性を利用し、健康と美しさをサポートいたします。更に今後は、農産物から生み出される米ぬかや、天然塩などに拡大してまいります。奥能登の自然・文化と、ヘルスケアに関するアステナグループの長年の知見とネットワークの組み合わせにより、高品質製品の開発から販売を実現いたします。これにより、消費者の健康と環境配慮のニーズに応え、地域の持続可能な発展を促進いたします。



NAIA 公式ホームページ

 <https://naia-astena.jp>

NAIA Brand History

 <https://www.youtube.com/watch?v=St2Km8YR6Ek&t=188s>

また、循環型農業において当事業のパートナーである生産者は地震による大きな打撃を受けましたが、協力して復興を進めております。米穀事業は作付け面積の削減を余儀なくされましたが、2年目となる今期もアグリテックを活用した特別栽培米の推進を進めます。ラフマ事業も、栽培地の液化化などの影響を受けておりますが、昨年の3～4倍の生産量を目指して推進しております。面積を拡大するとともに、ブランド化を行い、国産ラフマの産地形成を目指しております。

現地決済型ふるさと納税「ふるさと NOW」も引き続き導入自治体・施設の拡大に努めます。ゴルフ場を中心とした施設にご好評をいただいておりますが、安定収益化に向けて更なる導入施設の拡大を進めてまいります。

3. 中期経営計画の達成に向けて

当社は、循環型農業、森林、ヘルスケアの3つの分野を中核として、人々の健康と幸せな生活に貢献する付加価値の高い商品の創出を目指しております。これらの分野で生み出される全ての商品やサービスは、環境への配慮と地域社会との共創による持続可能なビジネスモデルの構築を基本方針としております。特に、ヘルスケア事業はその中心となる分野です。

1年目である前々期は、ソーシャルインパクト事業のコンセプトをゼロから磨き上げる段階でした。前期には、ヘルスケアに特化した素材の可能性を探り、今期は販売拡大に向けた準備を進めております。この取り組みは、来期以降の事業拡大に向けた非常に重要な布石となります。

当事業は、単に利益を追求するだけでなく、地域社会に対しても積極的なソーシャルインパクトをもたらす事業の拡大に努めます。ヘルスケアブランド「NAIA」を核に、事業基盤をしっかりと構築し、奥能登が長年にわたり守り続けてきた神秘的な素材を用いた製品を、国内だけに留まらず、早期に海外市場にも積極的に展開してまいります。これにより、国内市場が限定されるなかでも、より多くの消費者に当事業の製品を届けることができます。

地域の魅力を重要視し、その価値を広く発信することは、当事業の重要な使命の一つです。地域とそこで生まれる天然由来成分を大切に、その独自性を活かした製品開発を通じて、地域社会との共創を推進いたします。これにより、地域経済の活性化にも寄与し、企業の地域への根付きを一層深めます。更に、環境に配慮した農業の推進は、国内市場のみならず、海外への展開も視野に入れております。これらの取り組みを通じて、当事業は地球環境への影響を最小限に抑えつつ、高品質な食品を供給することで、世界中の人々の健康と幸福に寄与いたします。

当事業の事業構築プロセスは、地域社会との密な連携をその基盤としております。この連携は、人財育成においても大きな役割を果たしております。実際の業務を通じて地域社会の様々なステークホルダーと協働することで、社員は多様な視点とスキルを身につけ、成長を遂げることができます。

当事業では優秀な若手社員に対し、ダイナミックな人財登用を実施しております。例えば、当事業の事業会社であるPIXTUREは、畜産業のイノベーションを目指しており、TUATファンドからの投資を受けております。2024年4月付けで、当事業の若手社員を代表取締役役に抜擢いたしました。これは、新しい挑戦と責任を若手に委ねることで、彼らの能力を最大限に引き出し、同時に事業の革新を促進する試みです。

アステナグループが創業以来培った、人々の健康、皮膚領域への知見、ヘルスケア原料への知見を最大限活かし、今後の拡大に向けた強固な基盤を築いてまいります。企業の持続可能な成長と地域社会への貢献を実現するためには、優秀な人財の確保と育成が不可欠です。当事業では、次世代を担う若い新規事業人財の育成に力を入れており、東京都のみならず石川県においても積極的に採用活動を行っております。地方での人財採用により、地域経済の活性化にも寄与し、企業の地域への根付きを一層深めます。これらの取り組みを通じて、当事業は中期経営計画の達成を目指します。奥能登の豊かな自然と文化を活かした商品開発を行うことで、消費者の健康と環境配慮のニーズに応え、地域の持続可能な発展を促進いたします。

