

企業理念体系図

明日の『あたりまえ』を創り続ける

大きく変化する時代だからこそ、今日の暮らしの『あたりまえ』に心を尽くし、明日の笑顔へ寄り添い続けます。

Mission
ミッション

全てのステークホルダーに
最も信頼される存在で
あり続けること

行動指針

基本的理念

誠実

信用

貢献

当社グループは、創業以来受け継いできた「誠実」「信用」「貢献」の精神を礎に、日々の判断や行動の拠り所として行動指針を定めています。この指針は、事業活動のあらゆる場面において、何を大切に、どのように行動するべきかを示す共通の基準です。私たち全員が共通の価値観を胸に、信頼される存在であり続けることを目指しています。



行動指針の
詳細はこちら

不変の精神を、次なる100年の動力へ。

110年を超える歴史の中で受け継がれてきた「誠実」「信用」「貢献」の精神。私たちはこの揺るぎないDNAを核に据えつつ、激変する時代において自律的な組織経営へと進化を遂げるべく、企業理念体系を刷新しました。

新たに策定したパーパスに込めたのは、次なる100年もステークホルダー一人ひとりの「明日の『あたりまえ』を創り続ける」という、皆様への新しい約束です。全従業員がこの想いを分かち合い、皆様とともに豊かな未来を描いていく。そんな希望に満ちた挑戦を、ここからスタートさせます。

企業理念策定プロセス

STEP 01 2025年1月 刷新プロジェクト発足

グループの未来を担う「アステナトップマネジメント育成プログラム」のメンバーを中心にプロジェクトを始動。ホールディングスと事業会社の垣根を越え、次世代の経営視点から「アステナの実存意義」を議論しました。

STEP 02 2025年6月 パーパス策定

創業の精神を現代の視点で掘り下げ、社会と個人の現実により寄り添うアステナ独自の価値を言語化。グループ全社が目指すべき指針として、「明日の『あたりまえ』を創り続ける」をパーパスとして導き出しました。

STEP 03 2025年12月 行動指針の策定による理念体系の整備

パーパスを具体的な行動へとつなげるため、行動指針を策定。これにより、創業の精神から日々の実践までが一本の筋でつながる新たな理念体系の枠組みが整い、組織一丸となって体現するフェーズへ移行しました。

これまでの歩み

当社グループは、1914年の創業以来、「誠実」「信用」「貢献」という基本的理念のもと、100年以上にわたり事業を通じて社会に価値を提供し、お客様との信頼関係を築いてきました。時代の変化に応じて挑戦と進化を重ねてきたこれまでの歩みを振り返るとともに、次の100年に向けた未来への想いをご紹介します。

次の100年に向けて

当社グループはこれからも、ステークホルダーの皆様と誠実に向き合いながら社会課題の解決に取り組み続けます。その想いを体現するのが、「明日の『あたりまえ』を創り続ける」というパーパスです。このパーパスのもと、挑戦を絶やさず、100年後も一人ひとりの日常に寄り添う存在でありたいと願っています。

1914—

信頼関係の構築

岩城市太郎商店薬種問屋を日本橋本町で創業。「誠実」「信用」「貢献」を信条として、多くのお客様・お取引先との関係を築く。

- 1914 ▶ 岩城市太郎商店薬種問屋として創業
- 1933 ▶ 岩城製薬所蒲田工場設立
- 1941 ▶ 法人組織として「株式会社岩城商店」に改称
- 1948 ▶ 岩城製薬所を「岩城製薬株式会社」に改称
▶ 岩城市太郎 社長就任



創業者 岩城市太郎
(明治23年～昭和37年)

1950—

品揃えの拡大

戦地から帰国した2代目社長・岩城謙太郎のイニシアチブのもと、戦後復興需要に応えるため国外メーカーとの仕入れ取引を拡大。

- 1950 ▶ 輸入医薬品原料取扱開始
- 1951 ▶ 化学品取扱開始
- 1959 ▶ 食品原料取扱開始
- 1962 ▶ 岩城謙太郎 社長就任
- 1963 ▶ 「イワキ株式会社」へ改称
▶ 東京証券取引所第二部へ上場



創業50周年記念祝賀会

1965—

多角化の推進

医薬品の問屋商社業を基本ビジネスとしながら、化粧品・機能性食品・化学品などの産業へ多角化。

- 1965 ▶ ポーエン化成へ資本参加
▶ 食品原料の製造開始
- 1981 ▶ 機能性食品取扱開始
- 1986 ▶ ジャパンメタルフィニッシングを「メルテックス株式会社」へ改称
- 1989 ▶ イワキ 本社ビル竣工



現在の本社ビル

1992—

社会的責任を果たす企業へ

東京証券取引所第一部に指定され、上場会社としての規範や社会的責任を果たす体制を構築。

- 1994 ▶ 岩城謙太郎 会長就任、岩城修 社長就任
- 2000 ▶ アプロス設立、化粧品製造販売開始
- 2005 ▶ 東京証券取引所第一部指定
- 2011 ▶ メルテックスグループ会社化
- 2012 ▶ メルテックスアジアタイランド設立、海外生産開始
- 2014 ▶ 創業100周年
- 2017 ▶ 岩城修 会長就任、岩城慶太郎 社長就任
- 2020 ▶ スペラファーマ、岩城製薬佐倉工場、マルマンH&Bグループ会社化
▶ スペラネクス設立



創業100周年感謝の会

2021—

サステナビリティの推進

2021年6月の持株会社体制への移行を機に、イワキ株式会社からアステナホールディングス株式会社へ社名を変更。産業・技術・社会のサステナビリティを高めることを基本戦略とする企業集団となる。

- 2021 ▶ 旧イワキを「アステナホールディングス株式会社」へ商号変更、持株会社化
▶ 本社機能一部を石川県珠洲市に移転
▶ イワキ総合研究所を「アステナミネルヴァ株式会社」へ商号変更
▶ JITSUBOグループ会社化
▶ アステナハートフル設立 ▶ のとSDGsファンドへ出資
- 2022 ▶ 東京証券取引所プライム市場へ移行
▶ アインズラボグループ会社化 ▶ PICTURE設立
- 2023 ▶ NAI A設立 ▶ TUATファンドへ出資
- 2024 ▶ 瀬戸口智 社長就任
- 2025 ▶ 創業111周年 ▶ パーパス策定 ▶ 行動指針策定
▶ 池田物産グループグループ会社化



代表取締役社長 瀬戸口智

アステナグループの5つの事業領域

2020 2021 2022 2023 2024 2025

スぺラファーマ グループ会社化
受託開発機能の強化(CMC)
岩城製薬佐倉工場 グループ会社化
CDMO事業の強化

JITSUBO グループ会社化
中分子へ領域拡大

高薬理活性原薬の製造設備稼働
注射剤、固形剤、半固形剤の多様な剤形製造強化

ファインケミカル事業

創業知見と高度な製造技術を融合。医薬品の原材料調達から開発・製造までを一貫して支援するCDMO※事業。

P.31 // ※CDMO=Contract Development & Manufacturing Organization

スぺラファーマ株式会社
スぺラネクス株式会社
JITSUBO株式会社
岩城製薬佐倉工場株式会社

マルマンH&B グループ会社化
豊富な販路による事業拡大

アインズラボ グループ会社化
プラットフォームの拡充

池田物産グループ グループ会社化
化粧品原料分野の機能強化

HBC※・食品事業

化粧品や健康食品の原料卸から自社ブランド展開まで、独自の目利き力と広範な販路で健やかな暮らしを支える。

P.33 // ※HBC=Health & Beauty Care

イワキ株式会社
アブロス株式会社
マルマンH&B株式会社
株式会社アインズラボ
池田物産株式会社
ポーエン化成株式会社 など

スキンケアブランド
「NAVISION(ナビジョン)」の
ブランドホルダー機能の
移管を受ける

皮膚疾患薬
「ボンアルファ®」
などを承継

スキンケアブランド
「Illsera(イルセラ)」を
承継

製造設備キャパシティの拡大
熊谷工場新製造棟
(SAKURA TOWER) 設立

半導体テクニカルセンター九州の開設
技術開発力強化による価値創出

医薬事業

皮膚科領域に特化したニッチトップメーカー。長年培った製剤技術と品質信頼で、安心な医療アクセスに貢献する。更に、美容医療領域においても複数のブランドを展開する。

P.35 //

岩城製薬株式会社

化学品事業

表面処理薬品の先端を目指し研究開発や製造を行い、プリント基板製造に欠かせない装置を製造販売する。

P.37 //

メルテックス株式会社
東京化工機株式会社
東海メルテックス株式会社
Meltex Asia (Thailand) Co., LTD. など

アステナミネルヴァ設立
のとSDGsファンドへ出資

NAIA設立(旧AMトレーディング)
地域資源を活かした事業展開
ヘルスケアブランドの販売開始

ソーシャルインパクト事業

地域社会と協力関係を築き、地域資源の発掘と社会課題の解決を目指す地域共創型の事業。

P.39 //

アステナミネルヴァ株式会社
株式会社NAIA
株式会社PIXTURE
奥能登SDGs投資事業有限責任組合
(のとSDGsファンド)

明日の『あたりまえ』を創り続ける

おいしくて健康な食生活

● 食品原料 HBC・食品事業

お菓子や健康食品などあらゆる食品の「もと」で、豊かな食生活に貢献します。



スマートで快適な社会

● エレクトロニクス産業用 化学薬品・設備 化学品事業

スマホや家電、自動車等の電子部品製造に欠かせない薬品や設備を提供します。



● 自動車部品用薬品 化学品事業

自動車部品に美観と耐食性を与える薬品で、過酷な環境下でも部品を守ります。



健康に寄り添う医療

● ルリコナゾール クリーム 1%「イワキ」 医薬事業

水虫やカンジダなどの原因菌を殺菌し、真菌の成長を抑えて皮膚感染症を治療する塗り薬。肌の健康を支えます。



● 研究開発、製造受託による サービス提供 ファインケミカル事業

高度な技術で薬の開発や製造を支援し、製薬会社とともに、より効果的な治療薬を迅速に患者様へ届けます。



● 医薬品原料 ファインケミカル事業

グローバルな調達網で高品質な原料を安定供給し、製薬プロセスを支えます。



前向きな気持ちで1日を

● ピュレア クリアエッセンス エッセシャルトナー HBC・食品事業

高保湿化粧水で、うるおいに満ちた透明感のある肌へ導きます。



● シルキーカバー

HBC・食品事業

毛穴や小じわを自然にカバーし、テカりを抑える化粧下地。1日中なめらかな肌をキープします。



● プラセンタ20,000

HBC・食品事業

たっぷりのプラセンタと10種類の美容成分を凝縮した美容サプリで、内側から調子を整えます。



1日の終わりに癒しのケアを

● NAVISION DR フォーカスアイプログラム

医薬事業

1,800本のヒアルロン酸針パッチと濃密美容液で、目もとに潤いとハリを与えます。



● 能登ヒババスソルト

ソーシャルインパクト事業

能登の海水から作った天然塩とヒバ精油を配合したバスソルト。森の香りで心身を癒やします。



At a Glance

創業

1914年



創業者 岩城市太郎
(明治23年～昭和37年)

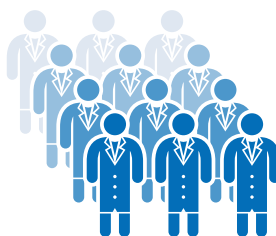
従業員数

1,543名

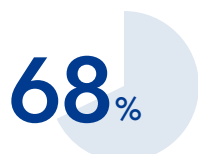
61%
男性39%
女性

研究員

約 400名



育児休業取得率



男性



女性

有給休暇取得率



主要拠点数



製造拠点数

12カ所

連結子会社数

27社

連結売上高

627億円

事業別
売上高構成

営業利益

30億円

ソーシャルインパクト
0.6億円ファインケミカル
223億円HBC・食品
181億円化学品
97億円医薬
124億円

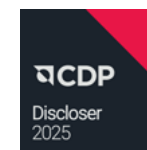
外部評価



2025年、当社は東京都が実施する「TOKYOババ産業促進企業」登録制度において、ゴールドに認定されました。ゴールドは、過年度の男性従業員の育児休業取得率が100%の場合に付与されるものです。



当社は、経済産業省と日本健康会議が実施する健康経営優良法人認定制度において「健康経営優良法人(大規模法人部門)」に認定されました。2022年より5年連続で認定されています。



当社グループは、国際非営利団体CDPが実施する気候変動に関する調査に回答しています。2025年は「B-」の評価を獲得しました。

発行に当たって

本統合報告書は、ステークホルダーの皆様との対話を通じて、当社グループの価値創造ストーリーへの理解を深めていただくことを目的に発行しています。本年は、企業理念体系の継続的な見直しを軸に、パーパスを起点とした価値創造モデルの体系化や、付加価値適正分配などの経営フレームワークの構築を進めています。本統合報告書では、その考え方を重点的にご紹介するとともに、グループ全体が一つの方向を向いて前進する姿を、財務・非財務の両面からお伝えします。

統合報告書2026のポイント

Point 1 企業理念体系の刷新



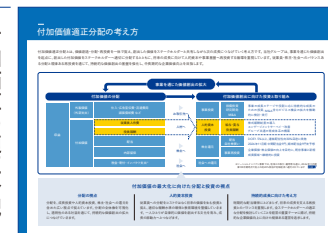
パーパスを起点に行動指針の策定を経て、企業理念体系を刷新。従業員自らの言葉で紡いだ存在意義を基本的理念と一本の筋でつなげ、行動の拠り所として整理しました。

Point 2 価値創造モデルの体系化



6つの経営資本をインプットに、アウトカム・インパクトまでの流れを整理。各事業が共通のパーパスを軸に連動する構造を可視化し、グループの目指す姿を共有します。

Point 3 付加価値の適正分配



付加価値を各ステークホルダーへ適正に分配し、人的資本や事業基盤への再投資として循環させる独自の取り組みを、中長期的な価値創造をモニタリングするための仕組みとして位置づけます。

Contents

イントロダクション

- 01 企業理念体系図
- 02 これまでの歩み
- 03 アステナグループの5つの事業領域
- 04 明日の『あたりまえ』を創り続ける
- 05 At a Glance
- 06 発行に当たって／Contents

Chapter 01 未来へつなぐ、価値創造の考え方

- 08 トップメッセージ
- 13 付加価値適正分配の考え方
- 15 パーパス策定プロジェクト座談会

Chapter 02 価値創造ストーリー

- 18 価値創造モデル
- 19 外部環境認識
- 20 価値創造の基盤
- 21 価値創出活動と提供価値
- 22 アウトカムとインパクト
- 23 「インポートコスメチーム」が切り拓く、ブランド戦略
- 25 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けて
- 26 中長期ビジョンと中期経営計画
- 27 中期経営計画の進捗と展望

Chapter 03 事業戦略

- 29 アステナグループの事業戦略
- 30 セグメント別概況
- 31 ファインケミカル事業
- 33 HBC・食品事業
- 35 医薬事業
- 37 化学品事業
- 39 ソーシャルインパクト事業

Chapter 04 価値創造基盤とマテリアリティ

- 42 サステナビリティマネジメント
- 45 アステナグループのマテリアリティ
- 46 製造資本
- 48 知的資本
- 52 人的資本
- 57 社会関係資本
- 59 自然資本
- 62 社外取締役座談会
- 66 役員一覧
- 70 コーポレート・ガバナンス
- 77 コンプライアンス・リスクマネジメント
- 78 情報セキュリティ

Chapter 05 データセクション

- 80 財務ハイライト
- 81 非財務ハイライト
- 82 会社概要／ネットワーク
- 83 株式の状況
- 84 編集方針・開示情報の位置づけ
- 85 用語集