



プレミアアンチエイジング株式会社
コーポレート・レポート

2025

Corporate Report

PREMIER ANTI-AGING

Slogan

Forever vivid 

とき
人の時間を、解き放つ。
Untether time.

Purpose

**Uniqueな感性と思考で生み出した製品やサービスで、
すべての人を年齢から解き放ち、新たな価値観で輝かせる。**

Create original products and services of unique value that untether people from their age and brighten their lives.

CONTENTS

| Section 1 インタロダクション |

- 2 トップメッセージ
- 4 プレミアアンチエイジンググループの沿革
- 6 主要ブランド

| Section 2 マネジメント |

- 8 価値創造プロセス

| Section 3 サステナビリティ |

- 10 取締役メッセージ
- 12 プレミアアンチエイジンググループのサステナビリティ
- 14 地球環境保全への貢献
- 16 とともに育ち、育てあう組織文化の追求
- 17 ウェルビーイングの向上
- 18 Uniqueな価値の提供

| Section 4 ガバナンス |

- 20 コーポレート・ガバナンス
- 23 役員一覧

| Section 5 財務・会社情報 |

- 24 財務ハイライト
- 25 会社概要・株式の状況



代表取締役社長

松浦 清

当社は2024年12月に創業15周年を迎えることができました。これもひとえに、平素より格別のご支援を頂いているステークホルダーの皆さまのおかげです。あらためて心より感謝申し上げます。

振り返りますと、「人生100年時代」という言葉は、2009年の創業からこの15年で広く浸透し、その概念も着実に定着してまいりました。今後、ますます「年齢」に対する意味合いが変わっていく中、年齢に捉われず好奇心を持って様々なチャレンジをしながら、楽しくポジティブにいられることが大切だと、あらためて実感しております。

創業時に社名に掲げようと決めた「アンチエイジング」というこの言葉は今では、より我々の生活に身近になり、アンチエイジング関連市場は大きく拡大してきました。当社も、

「DUO(デュオ)」というブランドを出発点に、これまでスキンケアやヘアケア、インナーケアのアンチエイジング事業、そして2023年1月には株式会社ベネクスが当社グループに加わりリカバリー事業への参入と、事業を拡大してまいりました。

そして、今後は、これまで以上にアンチエイジング関連市場は拡大していくと確信しています。これからも当社は、創業時からの強みの源泉である「Uniqueな価値」にこだわりぬき、こうした「人生100年時代」に求められるナンバーワンのアンチエイジングカンパニーを目指してまいります。

こうした中、当社の出発点である「DUO(デュオ)」は、2025年2月にブランド誕生から15周年を迎えました。これを機に、「ザ クレンジングバーム」シリーズは、1月から順次

リニューアルを行っております。同シリーズは、高いクレンジング機能と優れたスキンケア機能を同時に叶える商品として誕生し、昨年2月にはシリーズ累計出荷個数5,000万個を突破し、5年連続クレンジング売上No.1*を獲得いたしました。これまでブランド誕生時の処方を大切に、多くのお客様から長きにわたりご支持をいただき成長してまいりましたが、昨今のライフスタイル、気候変動などに伴う環境の変化によりお客様の肌を取り巻く環境が大きく変化する中、クレンジングバームのパイオニアとして、ブランド誕生の原点に立ち戻り、「落とすだけではないスキンケア効果」にこだわり、処方をパワーアップし、リニューアルいたします。

2025年は、この「ザ クレンジングバーム」シリーズのリニューアルを皮切りに、ブランド・チャネルにおいて、新商品・新ブランドの投入など、様々な戦略、施策を進めてまいります。

当社を取り巻く事業環境は、引き続き大きく急速に変化するものと捉えていますが、15年前にクレンジング市場に変化を起こしたように、社会に新たなプラットフォームを創造する「ゲーム・チェンジャー」であり続けられるよう、私は、志を共にする社員と、覚悟を持って全力で取り組んでまいります。

ステークホルダーの皆さまにおかれましては、当社の目指す「アンチエイジングの力ですべての人を年齢から解放し、誰もが、いつでも、いつまでも輝ける未来」にご期待いただき、引き続きのご支援を賜れますと幸いです。どうぞよろしくお願い申し上げます。

* TPCマーケティングリサーチ株式会社によるクレンジングブランド別シェアランキング調査(2019年4月～2024年3月/調査時期:2024年4月)

プレミアアンチエイジンググループの沿革

2009年の創業以来、「アンチエイジング」の力ですべての人を年齢から解放し、誰もが、いつでも、いつまでも輝ける未来の実現を目指しています。これまで市場とお客様の潜在的なニーズを捉え、デジタル×マスのメディアミックス戦略により、アンチエイジング事業としてスキンケアを中心に展開してきました。2022年にはヘアケア、2023年にはインナーケア、そしてリカバリー事業へと領域を拡大し、今後もアンチエイジングカンパニーへの変革を進めてまいります。

プレミア
アンチエイジング
株式会社設立
2009

2010- アンチエイジング事業：スキンケア

2010

- 「デュオ ザ クレンジングバーム」を通信販売にて発売



- 「デュオ ザ クレンジングバーム」モンドセレクション金賞受賞
- 「デュオ ザ クレンジングバーム」日本最大のコスメ・美容クチコミサイトのその他クレンジング部門で第1位受賞（その後、10年連続で首位をキープ）

2011

- パラエティストアを筆頭とした小売店への販売を開始

2012

- 取扱小売店舗数 1,000店突破

2016

- 「デュオ ザ クレンジングバーム」シリーズ累計出荷個数 100万個突破

2018

- 取扱小売店舗数 5,000店突破
- 「デュオ」初となるTVCMを放映開始

2019

- 大人のエイジングケアブランド「CANADEL (カナデル)」発売



- 「DUO (デュオ)」ブランドリニューアル
- 「デュオ ザ クレンジングバーム」シリーズ累計出荷個数 1,000万個突破

2020

- 敏感肌向けブランド「sitrana (シトラナ)」発売



- 「カナデル」初となるTVCMを放映開始
- 東京証券取引所マザーズに上場

2021

- 蓓安美(上海)化粧品有限公司設立

2022- ヘアケア

2022

- ヘアケアブランド「clayence (クレイエンス)」発売



- メンズスキンケアブランド「DUO MEN (デュオメン)」発売



- スキンケアブランド「Reinca (レインカ)」発売



- 「カナデル」オールインワン美容液シリーズ累計出荷個数 500万個突破
- 「クレイエンス」初となるTVCMを放映開始
- 取扱小売店舗数 18,000店突破

2023- リカバリー事業

2023- インナーケア

2023

- インナーケアブランド「SINTO (シントー)」発売



- (株)ベネクス連結子会社化
リカバリー事業の展開



- サステナビリティ基本方針の制定及びマテリアリティの特定
- 新CIの制定



- ビタミンスキンケアブランド「C+mania (シーマニア)」発売



2024

- 「デュオ ザ クレンジングバーム」5年連続クレンジング売上No.1を獲得*
*TPC マーケティングリサーチ株調べによるブランド別クレンジングに関する調査(調査対象期間:2019年4月~2024年3月/調査時期:2024年4月)
- 「デュオ ザ クレンジングバーム」シリーズ累計出荷個数5,000万個突破
- 「カナデル」オールインワン美容液シリーズ累計出荷個数900万個突破
- 「デュオ ザ クレンジングバーム」シリーズを中国一般市場で販売開始

2025

- 「デュオ ザ クレンジングバーム」シリーズ15周年リニューアル新発売



主要ブランド

当社グループはアンチエイジングを軸に、スキンケア、ヘアケア、インナーケア、リカバリーウェアなどの複数のブランドを展開しています。創業時より注力している主力の通信販売に加え、全国のバラエティストアを皮切りに販路を拡大した卸売販売、現在、推進中の海外展開等、複数のチャンネルで販売しています。

DUO デュオ



落とすことから始めるエイジングケア^{※1}

肌が本来持つ素肌力に着目し、肌にとっての自然と、科学に基づいた先端技術の2つを融合したエイジングケア^{※1}ブランド

デュオは、おかげさまで多くのお客さまに長くご支持をいただき、2025年2月でブランド誕生から15周年を迎えました。ブランド誕生の原点である「お客様の悩みに寄り添い、肌印象が変わっていく楽しさを届けたい」という想いに立ち戻り、更なる進化に挑戦しています。

デュオ ザ クレンジングバームシリーズ15周年リニューアル新発売

99%の方が使用感に満足^{※2}と回答いただいた「とろける癒しのテクスチャー」といったデュオ独自の特徴はそのままに、「スキンケア効果」「肌の大切なうるおい持続力」「癒しの香り」「美しさに有用な精油の配合」などが進化し、2025年1月より順次発売しています。



デュオ ザ クレンジングバーム シリーズ

※1 年齢に応じたお手入れのこと ※2 「とろける癒しのテクスチャー」について、DUO ザ クレンジングバームシリーズに関するメールアンケートを実施し大変満足、満足、やや満足の合計から算出(n=1,153) 調査期間:2023年10月20日~10月23日/対象者:2023年4月以降のDUOクレンジングバーム購入者の会員様(女性)(プレミアムアンチエイジング株式会社調べ)

CANADEL カナデル



エイジングケア[※]を、もっと身近に、もっと確かに

確かなエビデンスに支えられた、こだわりの成分で、素肌に生き方に、次々と驚きのアプローチを仕掛けていく大人の女性のための高機能エイジングケア[※]ブランド

忙しい現代女性の時短ニーズに着目し、オールインワン美容液を中心にブランドを展開しています。2024年9月にオールインワン美容液シリーズの累計出荷個数は900万個を超え、多くのお客さまにご愛用をいただいています。

2025年4月 チューニングローションが新登場

お客様の声にお応えし、オールインワンシリーズでの肌悩みケアでより確かな手応えを得ていただくため、洗顔後の1stステップとして、あえて化粧水を使って「チューニング=調整」するステップを開発。薬用チューニングローションとして新たにラインナップに加わります。



カナデル チューニングローション【医薬部外品】

※ 年齢に応じたお手入れのこと

clayence クレイエンス



クレイSPA発想で、強く美しい髪と地肌を育む

クレイ^{※1}とサイエンスのチカラを掛け合わせた『ザ クレイSPAメソッド』で女性たちを髪と地肌の悩みから解放する髪のエイジングケア^{※2}ブランド

年齢を重ねても、美しい髪をキープしヘアスタイルを自由に楽しんでいただきたいという想いから2022年3月にブランドが誕生。カラーを楽しみながら髪と地肌の美しさを育む「カラーケアシリーズ」と、ボリュームや頭皮悩みケアの「スカルプケアシリーズ」を展開しています。

2024年10月にカラートリートメントの新品「ローズブラウン」を発売

クレイSPA カラートリートメントから、モカブラウン・キャラメルブラウン・アッシュブラウンに加え、新品「ローズブラウン」を2024年10月に発売しました。クレイエンスは2025年1月現在で約1万1,000店舗で展開、ご好評をいただいております。



クレイエンス クレイSPAカラートリートメント 新品「ローズブラウン」

※1 クレイ及び熟成土抽出エキス含む ※2 年齢に応じたお手入れのこと

VENEX ベネクス



着て休む、ただそれだけ。上質な休養をサポート

「ヒトが本来持つ自己回復力を最大限に発揮させること」を目的に、世界で初めてリカバリーウェアを開発したブランド

「VENEXリカバリーウェア」は2010年2月に世界初^{*}の休養専用ウェアとして発売をスタート。昨今話題のリカバリーウェアはこの「ベネクス」から生まれ、今年で発売15年を迎えます。繊維1本1本にナノプラチナなどの鉱物を練り込んで開発した独自素材「PHT繊維」が心身の緊張をやわらげリラックスしやすい環境を整えます。

リカバリーソリューションの拡充と、「休養」を通じた社会への貢献

2024年11月にマッサージジェルと入浴剤の「VITALISE」シリーズを発売。2024年9月には「Recovery Lab 日本橋」もオープンし、実際に手に取っていただける機会づくりをはじめ、アスリートへの休養学講座開催や、玉川学園と包括連携協定を結ぶなどパフォーマンス向上のための「休養」に関する取り組みも積極的に推進しています。

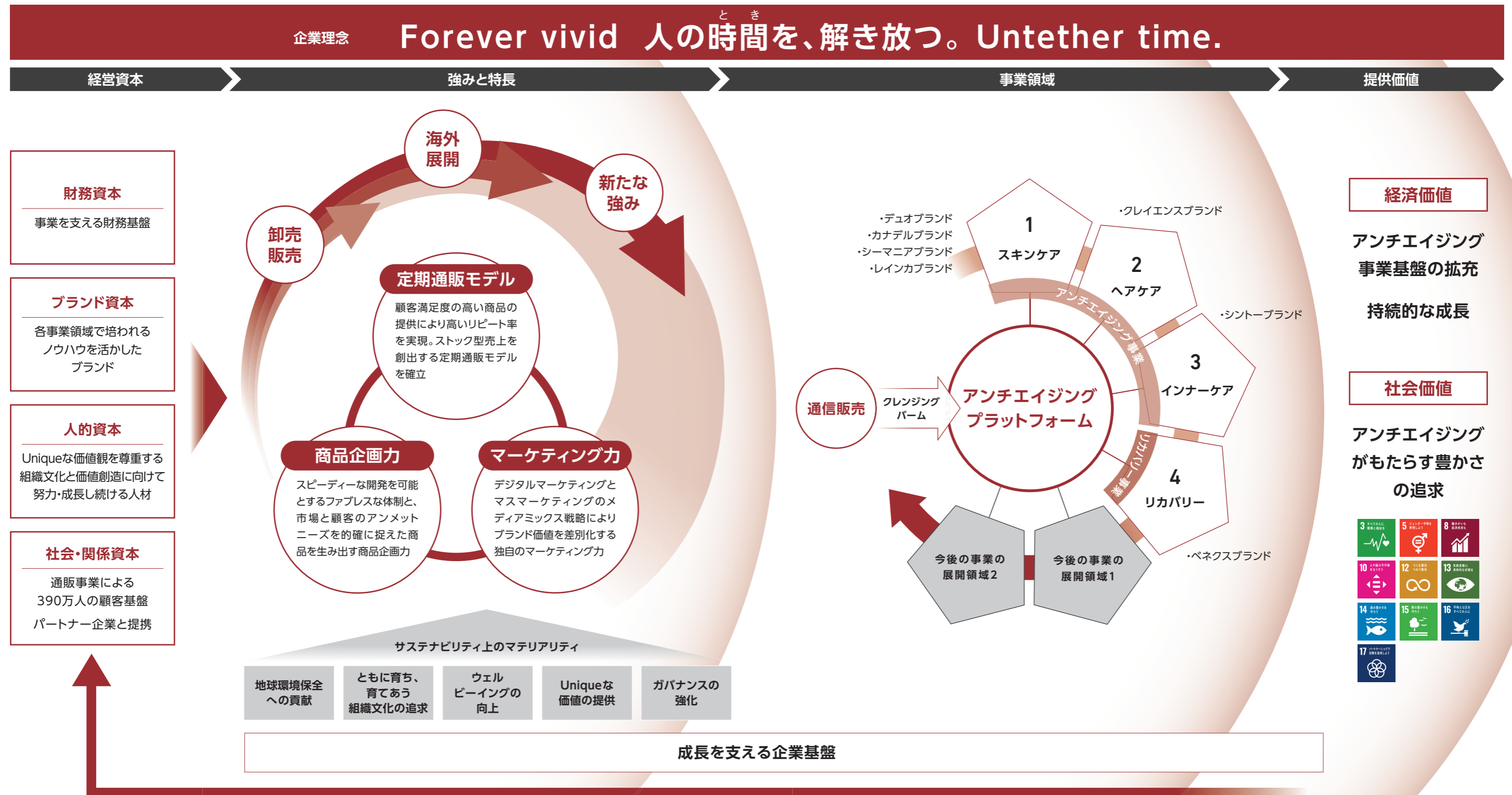


ベネクス VITALISE シリーズ

※ ISPO AWARD YEARBOOK 2013, Jun Yan Hu氏(医学博士)コメントより

価値創造プロセス

当社グループは、「Forever vivid 人の時間を、^{とき}解き放つ。Untether time.」という企業理念のもと、アンチエイジングを軸とした事業を展開しています。Uniqueな感性と思考によって生み出した商品やサービスの提供を通じて、すべての人を年齢という概念から解き放つ、新しい価値を創出してまいります。



取締役メッセージ

プレミアアンチエイジンググループの サステナビリティ

取締役常務執行役員CFO
伊藤 洋一郎



Q:「サステナビリティ基本方針」及び「マテリアリティ」についての考えをお聞かせください。

当社グループは「人の時間(とき)を、解き放つ。」という企業理念のもと、サステナビリティ活動を推進しています。「人生100年時代」と言われますが、我々は、老若男女問わず誰もが年齢に捉われずに輝ける世界を実現することに貢献したい、と考えています。そして誰もがいつでも輝ける世界の実現には、人、社会、地球が持続可能であることが大前提となることから、サステナビリティ活動に社を挙げ取り組んでいます。

当社は23年4月に「サステナビリティ基本方針」を制定し、「マテリアリティ(重要課題)」を特定しました。その際には

当社の企業理念を軸に社内で議論を重ね、アンチエイジングカンパニーとして社会に貢献したいという想いのもと「アンチエイジングがもたらす豊かさの追求」をテーマに据えました。また、当社や当社の役職員が個々に成長してこそ我々の想いが実現できることから「成長を支える企業基盤」についても取り組むべきテーマとしました。そして23年9月には、5つのマテリアリティごとに目標を設定しています。具体的な取り組みを推進し目標を達成していくことで、我々自身が成長し、誰もが輝ける世界を目指し、持続可能な人、社会、地球の実現に貢献したいと考えています。

Q:23年9月にコーポレート・アイデンティティを新たに制定し、プロミスとして社員への指針も示されていますが、あらためて人的資本経営への取り組みを教えてください。

当社の企業理念の実現に向けては、社員一人ひとりが、我々が創業以来こだわってきた「Unique=唯一無二の我々らしさ」や個性を発揮し成長することが、欠くことのできない重要な要素だと考えています。また、変化や競争が厳しい環境下において、人材が価値創造・競争優位の源泉であることに疑いはありません。

23年9月には社員一人ひとりが「Uniqueな価値にこだわ

りぬく」ことが大切であるという当社の意思を込めたパーパス・プロミスを新たに決めました。企業理念の実現には、全社員が同じ方向を向き、一人ひとりが個を強め成長することが重要です。そのために、共通の価値観や共有できるカルチャーの醸成は欠かせない要素と考え、有志の社員から成るプロジェクトチームが中心となってパーパス・プロミスの浸透活動を行い、会社と社員自身の目指す方向を一致さ

せていくプロセスに取り組んでいます。また、「No limits」、「Never boring」、「Always true」という3つのプロミスを全社員が体現することを目指し、プロジェクトチームで議論を重ね、社員向けのカルチャーブックも作成してもらいました。プロミスをより具体的に社員の行動レベルに落とし込み「自分たちはプロミスをどう捉え、大切に、どう実践していくのか」がまとまっています。私自身も折に触れ、カルチャーブックを読み返しています。当社は急成長を遂げた後、成長し続けることの難しさを経験し、現在様々な試練に直面しながらも、それらを乗り越えるために全社員がプロミスを体現しながら奮闘しています。このプロミスと共に、現在の試練を乗り越え、我々の企業理念の実現に少しでも近づきたいと考えています。



Q:今後の課題や展望についてはどのように考えていらっしゃいますか?

マテリアリティにおいて定めた目標を着実にかつスピード感を持ち達成していくことを目指しています。例えば、「社員のアンチエイジングに関する資格の保有個数」については、当初の目標を早期に達成することができました。こちらをマテリアリティに掲げたのは、会社としてアンチエイジングカンパニーを目指す上で、商品の企画・開発や営業、薬事に携わる社員のみならず、全社員がアンチエイジングに関する知識を習得し、深めることが重要と考えたからです。当初の目標である30個の資格取得を早々に達成したことから、現在は当該資格取得数を2倍以上の75個とし、その達成に向けて全社を挙げて取り組んでいます。

また当社を取り巻く環境は日々変化し、我々が向き合う

また、当社が持続的に成長していくためには、社員一人ひとりがより能力を発揮し、モチベーションを高めて仕事に取り組むことが必要という考えのもと、現在人材戦略を更新し、能力のある人材はもちろん、若手、女性がより活躍できる組織となるよう、人事制度の改革にも着手しています。マテリアリティの一つに「ともに育ち、育てあう組織文化の追求」を掲げ、社員一人ひとりが自律的なパフォーマンスを発揮し、仕事を通じてともに育ち、育てあい、強く成長し続けるための環境整備にも取り組んでいます。社内公募により異動を実現する制度も導入し、社員が自らの意思でキャリアを選択、挑戦する風土の醸成も進んでいると感じています。

その他にも、様々な価値観を尊重しだれもが活躍できる組織づくりを目指し、ダイバーシティ&インクルージョンに継続して取り組んでおり、育児や介護等との両立支援の充実に向け、「コアタイムの短縮」や「産育休ハンドブックの作成」等を行いました。

これらの取り組みによって将来に向けて強固な人材基盤を構築していきたいと考えています。



べき社会課題も変わります。世の中の動きや流れにアンテナを張り、変わりゆく社会課題を認知し、解決に向けた我々なりの新しい取り組みにも常にチャレンジしていきたいと考えています。24年7月にはサプライヤー様とともに安心で安全な唯一無二のUniqueな商品の提供ができるよう、調達方針を定めました。サプライヤー様との共存共栄を大切に、適正なプロセスで生産した商品の提供を通じて、品質の安心・安全の担保及び商品の安定的な供給を探索します。

このようにマテリアリティの目標を着実に達成していくと同時に、新たな社会課題にも意識を向け「Uniqueな価値」の創造を通じて、社会貢献に努めていきたいと考えています。

プレミアアンチエイジンググループのサステナビリティ

「Forever vivid 人の時間を、^{とき}解き放つ。Untether time.」という企業理念のもと、当社グループは、人、社会、地球のすべてが持続可能であることに貢献していきます。「社会的価値」と「経済的価値」の両立を目指す、持続可能なサステナビリティ活動を推進しています。

サステナビリティ基本方針

～Uniqueな人生を実現する～

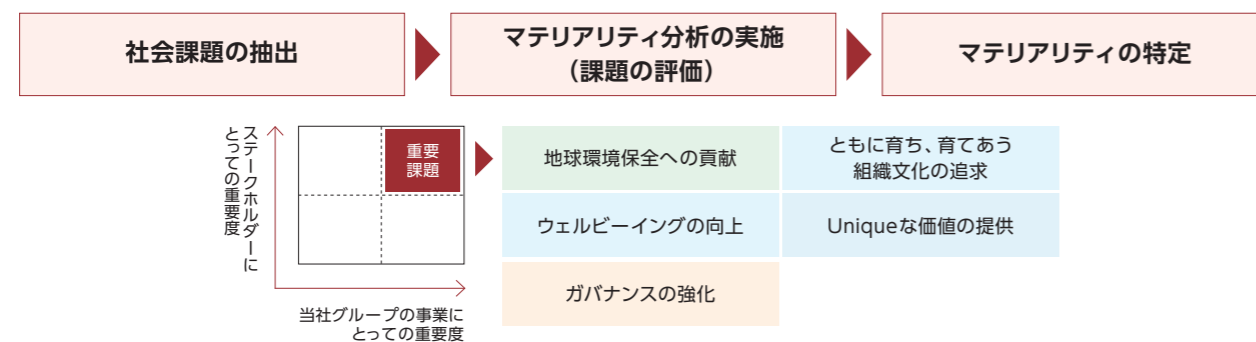
Enabling unique pathways through life

「人の時間を、^{とき}解き放つ。」人生100年時代を迎えた世界で、年齢や性別に対する先入観から解放され、自分に自信を持つ“アンチエイジング”という価値観のもと、一人ひとりが好奇心を持って新たなことにチャレンジできる世界を目指します。

そのために、型にはまらない柔軟な発想力を発揮し、世の中を変えうるUniqueな価値を提供することで、様々な社会課題にステークホルダーとともに向き合い、いつでも、いつまでも輝ける持続可能な社会の実現に貢献します。

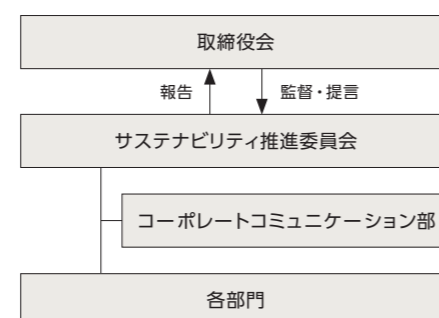
マテリアリティの特定プロセス

当社グループ及びステークホルダーにとって重要度の高い対応すべき社会課題をESGの観点から評価し、その結果を社内の各部署と討議の上、特に優先度の高いマテリアリティ候補9つを選定しました。これら9つを「アンチエイジングがもたらす豊かさの追求」「成長を支える企業基盤」という2つの軸から再構成し、取締役会の決議を経て、2023年4月に、5つのマテリアリティとして特定しました。



サステナビリティの推進体制

ESGの各領域でサステナビリティ活動をより強化するため、2022年8月にサステナビリティ推進委員会を設置しました。サステナビリティ推進委員会は、3カ月に1回以上、主に重要課題の各指標に対する取り組み事項、および、目標値の進捗状況のモニタリングを行い、定期的に取り締役に報告しています。具体的な取り組みについては、サステナビリティ推進委員会が中心となり、関連部署をはじめ全社で対応を進めています。



マテリアリティと目標

当社グループでは、社会環境の変化がもたらす社会課題を捉え、持続的な成長を実現する上で重要と考える事項を、環境・社会・ガバナンスの各領域においてマテリアリティとして特定しました。

マテリアリティごとに目標を設定して具体的な取り組みを進めることで、持続可能な社会の実現に向けた貢献と企業価値の向上を果たしてまいります。

アンチエイジングがもたらす豊かさの追求

マテリアリティ	重点項目	取り組み事項	KPI/目標	目標値	達成年度	2024年7月期実績
地球環境保全への貢献	資源循環・サーキュラーエコノミーへの貢献	環境配慮紙の使用	環境配慮紙使用率 ^{*1}	100%	毎年	100%
	脱炭素社会への取り組み・貢献	CO ₂ 排出量削減	Scope1・2の削減率	50%削減(2023年7月期比)	2027年7月期	削減に向けた取り組みを実施 ^{*2}
ともに育ち、育てあう組織文化の追求	価値創造に向けて努力・成長し続ける人材づくり	社員エンゲージメントの向上	エンゲージメントスコア	10%向上(2023年7月期比)	2027年7月期	4.7%向上(2023年7月期比)
		育ち、育てあう組織に向けた育成環境の更なる充実	研修体系の見直しとそれに応じた研修コンテンツの拡充	左記の実施	毎年	見直し・拡充を推進
ウェルビーイングの向上	心身の健康の実現	社員への健康支援の推進	健康経営の認証取得	継続選定	毎年	健康経営優良法人2024認定
Uniqueな価値の提供	プレミアアンチエイジングらしさの追求	社員へのアンチエイジングの浸透	アンチエイジングに関する資格の保有個数	新規取得資格数75個以上	2027年7月期	新規取得資格数31個
		アンチエイジングを促進する社会活動への参加	アンチエイジングを促進する社会活動への参加	左記の実施	2027年7月期	検討中
	サプライヤーとの協働	サステナビリティの要素を取り入れた調達方針の策定	調達方針の策定	調達方針の開示	2024年7月期	開示完了

^{*1} 対象は化粧品化粧箱とする ^{*2} 事務所移転・店舗増加に伴い目標値を再検討中

成長を支える企業基盤

マテリアリティ	重点項目	取り組み事項	KPI/目標	目標値	達成年度	2024年7月期実績
ガバナンスの強化	コーポレートガバナンス体制の整備・強化	コーポレートガバナンスに係る開示の充実・透明性向上	左記を検討・推進	—	—	—
	コンプライアンス・リスクマネジメントの徹底	コンプライアンスや情報セキュリティ研修の受講率 ^{*3}	受講率	100%	毎年	コンプライアンス研修 99% ^{*4} 情報セキュリティ研修 100%
	情報セキュリティ及びプライバシーの保護	情報セキュリティ及びプライバシーの保護	受講率	100%	毎年	コンプライアンス研修 99% ^{*4} 情報セキュリティ研修 100%

^{*3} 業務委託・派遣社員除く ^{*4} ただし、未受講者向けに延長期間を設け100%受講

地球環境保全への貢献

取り組み方針

私たちは、商品のライフサイクル全体で、CO₂排出量削減や資源の有効活用に取り組み、気候変動や、廃棄物汚染といったグローバル課題に対処することで、持続可能で豊かな地球環境の実現に貢献します。

関連するSDGs



容器における取り組み

「カナデル」のレフィル(つけかえ用)商品

これまで使い切ると容器ごと廃棄する必要のあった「カナデル」のオールインワンは、レフィルの使用により約70%^{*}のプラスチック使用量を削減しました。また、レフィルを使用することにより、使用済みの本体容器の廃棄処理に伴うCO₂排出量を、1個あたり0.23kg削減することができ、地球環境の保全につながります。

^{*}既存の商品(本体、キャップ、中フタ、スパチュラ)とレフィル容器のプラスチック使用量による比較算出



※燃焼廃棄した場合に発生するCO₂排出量

クレンジングバームの内ぶたを廃止

「デュオ ザクレンジングバーム」^{*}において、内ぶたを廃止しても商品の安全性が担保できるよう、気密性を高めた容器に改良しました。内ぶたをなくすことにより、プラスチックの使用量や廃棄物を削減しました。

^{*}「デュオ ザクレンジングバーム ホットa」を除く

マイクロプラスチックビーズへの対応

当社は、水生生物や食物連鎖による人体への影響が懸念されるマイクロプラスチックビーズを使用していません。今後も環境に配慮した商品開発を進めていきます。

包装における取り組み

FSC[®]認証紙を使用

FSC[®]認証とは、適切に管理されていると認められた森林から生産された木材や、その他リスクの低い木材を使用した製品にFSCラベルを付け、認証製品として販売できる制度です。紙パッケージを使用する全ブランド^{*}と配送箱において、FSC[®]認証紙を使用しています。

^{*}化粧品化粧箱に限る



GP(グリーンプリンティング)認定工場を使用

一部商品の化粧箱において、用紙、インキ、印刷、製本、表面加工工程で環境配慮基準を満たしたGP認定工場を採用しています。調達者として、サプライチェーンを通じたSDGsの実現に取り組んでいます。



「水なし印刷」の採用

一部商品の化粧箱において、印刷時に有害な原液を排出しない「水なし平版方式」という技術を使い、その方式で印刷された印刷物を採用しています。このことにより、有害物質の使用量や排出量の低減に貢献しています。



配送における取り組み

コンパクト便やメール便でのお届け

通信販売でご注文いただいた商品は、大半をコンパクト便やメール便でお届けしています。コンパクト便は余計な梱包資材を使うことなく、また一度にたくさんの量を運送できるメリットがあります。メール便は自宅のポストにお届けするため、不在時でも荷物を受け取れ、再配達不要です。これらにより、配送時のCO₂排出量の削減に貢献しています。



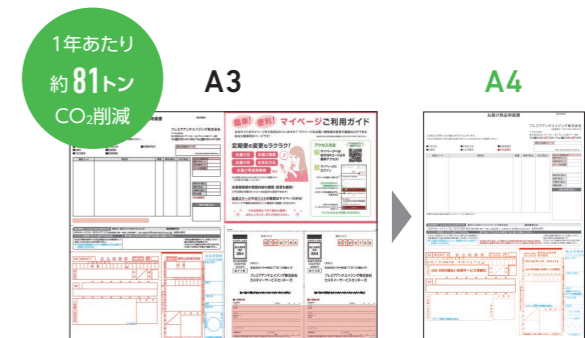
「送料無料表示」を見直し、「送料当社負担」に切り替え

消費者庁が推奨する「物流の2024年問題と送料無料表示の見直し」に対応し、2024年12月より当社公式オンラインショップを中心に「送料無料」の表示を見直し、「送料

当社負担」へと切り替えました。物流や送料に対するお客様理解に取り組み、サステナブルな物流の実現を推進しています。

納品書のコンパクト化

通信販売でご注文いただいた商品のお届け時に同梱する納品書のサイズを、A3からA4にサイズダウンしました。これにより1年間で約81トンのCO₂削減を可能にし、併せて印刷コストも削減しています。



オフィスでの取り組み

再生可能エネルギーの利用

本社は入居ビルが提供する再生可能エネルギー由来の電力を利用するとともに、LED照明や高性能フィルタ設置の空調機を導入するなど、エネルギー効率へも配慮したオフィスづくりを推進しています。

空調の最適化による取り組み

本社では、社員の勤務時間に合わせ空調の使用エリアを制限する等、社員が快適に過ごせるオフィス環境を維持しながら、無駄な使用を減らすことでCO₂排出量も低減されるよう取り組みを行っています。

ペーパーレスの促進

来客用および社内用すべてのミーティングスペースにモニターを設置することで、紙での資料配布を抑止しています。このことにより、紙の使用量は2023年11月の移転前と比較し、約35%の削減を実現しました。

また、稟議や経費精算、勤怠管理等のクラウド化の実現により、ペーパーレスを推し進めています。



ともに育ち、育てあう組織文化の追求

取り組み方針

私たちは、社員一人ひとりが自律的なパフォーマンスを発揮し、仕事を通じてともに育ち、育てあい、強く成長し続ける集団になっていくための環境を整備していきます。

関連するSDGs



人的資本経営への取り組み

社員エンゲージメントに対する考え

社員エンゲージメントを経営における重要指標のひとつに位置付け、2022年からサーベイを開始しました。3ヶ月ごとに実施し、各指標の変化や社員からの声をもとに課題を抽出、経営層で共有・議論し、具体的な施策に落とし込んでいます。2027年7月期までにエンゲージメントスコアの10%向上(2023年7月期比)を目指しており、2024年7月期で4.7%向上しています。

エンゲージメント向上を目指した取り組み

毎週月曜の朝配信

2024年10月で100回目を迎え、社員と情報のつながりを強化し続けています。

オープンオフィス

社員のご家族をオフィスに招き、体験等を通じて仕事の理解や社員との交流を深めました。

自ら学び、挑戦できる育成環境

研修・資格支援の充実

社員の成長と組織力の最大化を目的に階層別研修を行っており、特に組織力向上に向けマネジメント層向けの研修を強化しています。また専門力強化を目指す社員には、資格取得の補助も行っています。

社員がともに学び合う場づくり

社員の自律を促す取り組みとして、主に社員が講師を務めプロフェッショナルな知識を共有しあうUNIPAL Academyという学び合いの場があります。IPOを担当したIRチームの社員より「新規上場の難しさと上場する価値」をテーマとしたセミナーや、韓国で現地調査を行った社員から「韓国コスメ&美容トレンドレポート」と題した報告会を行う等、多様なテーマで開催をしています。



多様な人材が活躍する働く環境の整備

フレックスタイム制やリモート勤務を可能としているほか、業務効率化による長時間労働の抑制等で、柔軟に働ける環境を整備しています。また、育児や介護等との両立支援の充実を図っており、個人の状況に合わせた多様な働き方への対応を進めています。

人材多様性に関するデータ

女性管理職数および女性管理職比率*	21名/36.8%
社員平均年齢	40.2歳
平均勤続年数	2年9ヶ月
非正規社員の比率	33名/14.9%
障がい者雇用率	1名/約1%
シニア社員(60歳以上)	8名/約4%

プレミアアンチエイジング(株)単体の2024年7月末時点
*チームリーダー以上の役職

平均残業時間	有休取得率	産休・育休取得率
12時間	74.7%	100% 復職率も100% *女性社員の取得率

*プレミアアンチエイジング(株)単体の正社員における2023年8月～2024年7月の実績

ウェルビーイングの向上

取り組み方針

私たちは、当社グループ社員、また当社に関わるすべての皆様の心身の健康の維持と管理およびワークライフバランスの実現に努めます。

関連するSDGs



健康経営の推進

社員の価値創造を支える基盤として心身ともに健やかに働くことのできる環境が大切であると考え、当社では2022年8月に健康経営宣言を策定しました。健康経営宣言に基づく各種施策の推進を通じ、一人ひとりが個性と能力を発揮する社会文化と新たな常識の創造を実現していきます。

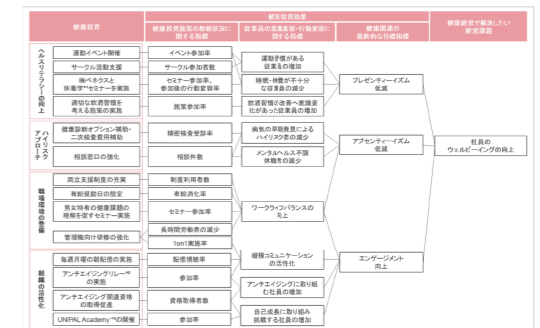
戦略マップの策定

健康経営によって解決したい経営課題から健康投資の取り組みまでを示した戦略マップを、2024年に策定し、公開しました。戦略マップにもとづき、施策の効果分析や検証を行い、効果的な健康経営を推進していきます。

健康経営宣言

すべての人が、健やかで美しく輝く人生の実現へ

プレミアアンチエイジンググループは、アンチエイジング事業のパイオニアとして、社員とその家族、世の中すべての人が年齢にとらわれずいつまでも、健やかで美しく輝けるための取り組みを推進します。



戦略マップの詳細については、Webサイトをご覧ください。
<https://www.p-antiaging.co.jp/ja/sustainability/society.html>

行動指針

- ・Uniqueな感性と思考を生み出すために必要な、心と体が健康でウェルビーイングとなる環境の提供をすべての社員とその家族に約束します。
- ・社員とその家族だけではなく、当社に関わるすべての皆さまにも美しく健やかで輝けるための取り組みを展開してまいります。

健康経営の推進体制

代表取締役社長を健康経営の責任者とし、経営的な視点から全体の健康経営を推進しています。健康経営推進責任者が健康経営推進事務局となり、安全衛生委員会、産業医・保健師と連携して、社員の自主的な健康への取り組みを行えるよう各種情報発信・施策展開を行っています。



心身の健康の実現にむけた取り組み

休養学セミナーの開催

連結子会社である(株)ベネクスと協力し、生産性向上をテーマにセミナーを開催。その後、休養士2級を取得する社員もあり、社員の休養への意識が高まりました。

社員主体の活動への支援

健康増進と社員同士のつながりの促進を目的とする活動への費用補助や、活動を社内ポータルに掲載するなど、社員主体の様々な活動を支援しています。



Uniqueな価値の提供

取り組み方針

私たちは、お客様一人ひとりの豊かさを追求するために、型にはまらない柔軟な発想力を持って、サプライヤーの皆様と一体となって、お客様の満たされていないニーズに応える製品・サービスを提供し続けます。

関連するSDGs



お客様満足の上を目指して

カスタマーサービスセンターでの取り組み

お客様対応をするうえで心がけていることは「正しい美容知識を広め、肌も心も美しくなる時間を提供すること」。お客様に肌や美容の知識をお伝えしたり、お肌悩みをお聞きしたり、またお肌悩み以外のお話も伺うことで、お客様が充実したと感じていただける時間を提供することに努めています。

公式通販サイトでの取り組み

当社の公式通販サイトでは、2024年11月に会員ステージ・ポイントプログラムをリニューアルしました。お客様からのご要望が多かった定期便にもポイント利用を可能としたほか、すべてのお客様をポイント取得の対象とする等、より多くのお客様にお買い物をお楽しみいただけるよう見直しています。

オンライン上でお客様と繋がる仕組みづくり

2024年5月からファンの交流場所として「プレミアムアンチエイジング ステーション」という、コミュニティの運営を開始しました。お客様がいつでも誰でも集まれて、一方通行ではない密なコミュニケーションが取れる場を作りたいとの思いから発足しました。コンテンツによる情報発信だけでなく、お客様参加型の商品モニターやアンケートなど、様々な企画でお客様と活発なコミュニケーションをとれるよう積極的に取り組んでいます。

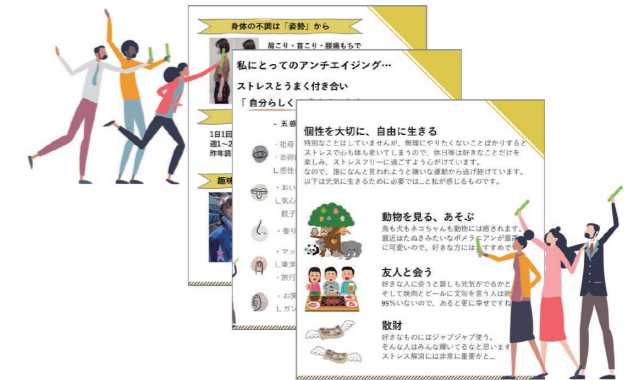


社員へのアンチエイジングの浸透

アンチエイジングに関する取り組みの活性化

アンチエイジングを通じた価値を社会へ提供し続けるには、社員自らがアンチエイジングへの理解を深め、体現者となるのが大切だと考えています。

毎週の朝配信では、アンチエイジングとして取り組んでいることを社員がリレー形式で発信する「アンチエイジングリレー」を継続しており、より多くの社員へ取り組みの輪を広げています。



社会貢献活動

コスメバンクプロジェクトへの協賛

経済的事情などから化粧品を手にできない方へ、製品を無償でお届けする「コスメバンク プロジェクト」に、2022年から継続して参加しています。また、社員が協賛商品にオリジナルシールを貼付する活動も実施しています。



サプライヤーの皆様と共に

サプライチェーンマネジメント

当社は2024年7月に調達方針を策定し、コーポレートサイトに公開しました。今後は調達方針の認知向上、および、ヒアリング調査の実施に取り組む予定です。これからもサプライヤーの皆様と共に、社会課題の解決に取り組むサステナブルな調達を推進していきます。

調達方針は、Webサイトをご覧ください。
<https://www.p-antiaging.co.jp/ja/sustainability/procurement.html>

お客様の声を取り入れた商品開発

日々寄せられるお客様のご意見や疑問などの声を分析し、商品の改善やサービスの向上に努めています。お客様とのコミュニケーションを通じてお悩みやご不便をくみ取り、Uniqueな商品開発に速やかに取り組んでいます。

オールインワンシリーズ購入者の
60%以上^{*1}が化粧水も
使用していると回答。

- ・エイジングサイン^{*2}を誘発する、隠れ炎症を摘み取る化粧水を開発
- ・オールインワン使用前の1stステップとしてご提案



カナデル チューニングローション
【医薬部外品】

^{*1} CANADEL新規購入者様にWEBメールアンケート調査を実施(n=1734) 調査期間:2022年4月28日~2024年9月30日(プレミアムアンチエイジング株式会社調べ)
^{*2} 乾燥によるハリ、ツヤのなさ

「Uniqueな価値」を生み出す社内ラボ

創業以来大切にしてきた「Uniqueな価値の提供」にこだわるための設備として「基礎研究」と「商品開発」の一体化に加え、異業種との技術交流や社内の「ひらめき」が集結する創造のハブとして、社内ラボを併設しています。社会のトレンドやお客様のニーズに応える、独自素材、独自技術、独自処方などを研究し、スピード感をもって具現化できるよう取り組んでいます。

また、大学や企業と共同研究に取り組み、認められたその有効性を新たな商品に活用するなど、これまでは

ないエイジングケアの価値創出に取り組んでいます。今後も確かなエビデンスをもって、有効性や安全性に優れたブランド価値創出を行っていきます。



コーポレート・ガバナンス



社外取締役
(取締役会議長)
(指名・報酬諮問委員会委員長)
福本 拓元

取締役会の議長となって感じる変化

より健全で効果的な体制へと進化したと感じています。特に、取締役会前に社内取締役から事前説明を行って頂くことで、議長である私自身が、議案・報告事項について疑問がなく、社内の状況をより理解した状態で取締役会を運営できる様になりました。その結果、取締役会の議論の充実、活発化が進んでいると思います。

また議長の変更と同時に取締役会の運営体制が見直され、各事業の責任者から直接、業務執行報告を実施してもらうようになりました。これにより、各事業の状況がより理解でき、経営の透明性が向上していると感じます。今後も議論の質をさらに高める工夫を続けていくことが、持続的なガバナンス強化に繋がると考えています。

コーポレート・ガバナンスの基本的な考え方

当社は、企業の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上において、経営の健全性、透明性及びコンプライアンス意識を高めていくことが重要であると考えています。そのため、コーポレート・ガバナンス体制の充実を図りながら、経営環境の変化に柔軟に対応できる組織体制を構築することで効率的な経営を行っています。また、株主・投資家の皆様に透明性及び公平性を基本に迅速な情報提供を行うとともに建設的な対話を通じて、誠意をもって説明責任を果たしていきます。

企業価値向上に向けた取締役会の役割について

取締役会の役割は、経営が正しい方向に向かっているかを、正に「取り締まる」ことにありますが、執行側のやろうとしていることを適切に判断することができ、取締機能としての機能を果たしているかが、実効性の鍵を握ると考えます。

ただ本質的には、私は、上場企業の取締役の責務とは、株主や社員をはじめとするステークホルダーの期待に応えていくことであり、その期待は単なる現状維持ではなく、持続的な成長と捉えています。

単なる守りではなく、経営が適切な攻めの一手を打っているか、そのリスク管理も含めて総合的に正しい道を歩んでいるかを判断することで、企業の持続的な成長を支えていくことができると考えています。

議長としての今後の抱負

取締役会は当社の最高意思決定機関なので、議長として、株価や売上・利益を含めた短期目線の業績管理はもちろんですが、5年後、10年後のビジョンを描き未来を示すことも重要と考えています。執行側の皆さんと連携しながら、ガバナンスをしっかり働かせつつも、監督機能にとどまらず、ステークホルダーに当社の未来を示していけるような運営を行っていきます。

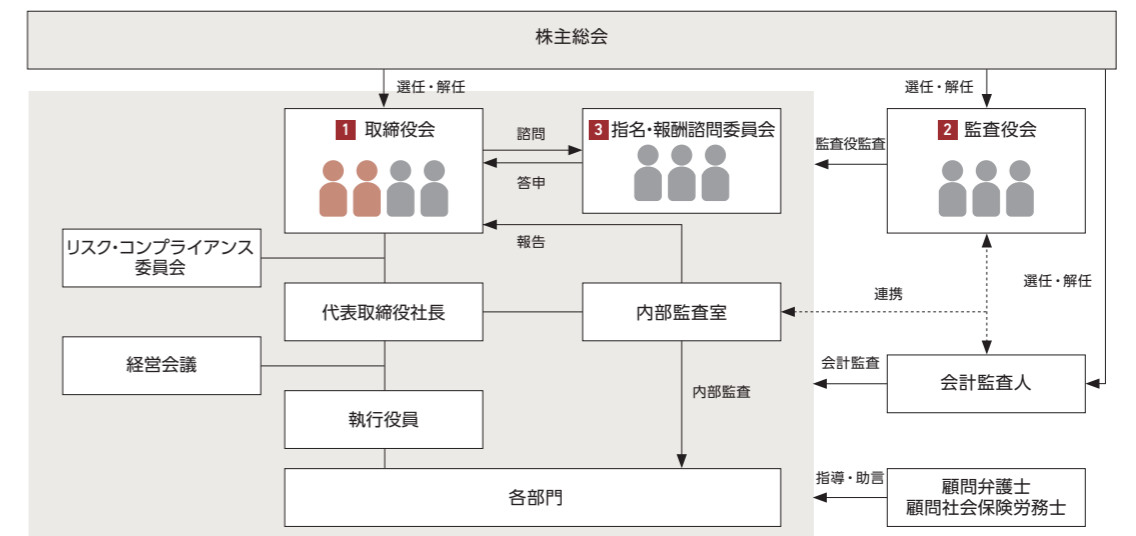
コーポレート・ガバナンス強化の取り組み

2021年	指名・報酬諮問委員会設置／執行役員制度の導入
2022年	取締役の任期の短縮化
2023年	非業務執行役員連絡会設置／取締役会の実効性評価／社外取締役を取締役会議長に選任

コーポレート・ガバナンス体制の概要

主な項目	内容
組織形態	取締役会・監査役会設置会社
取締役の人数	4名(うち、社外取締役2名)
監査役的人数	3名(うち、社外監査役3名)
取締役の任期	1年
任意の委員会	指名・報酬諮問委員会
独立役員的人数	5名
監査法人	EY新日本有限責任監査法人

コーポレート・ガバナンス体制図 (2025年1月31日現在)



1 取締役会

当社の取締役会は、社外取締役2名を含む取締役4名で構成され、当社の事業運営に関する重要事項、法令で定められた事項に関する意思決定を行っています。社外取締役が議長となり、毎月1回の定時取締役会の開催に加え、必要に応じて臨時取締役会をその都度開催しています。職務権限規程において決裁権限を明確化し、重要な意思決定については取締役会において、審議し決定しています。取締役会は経営基本方針及び年度計画を定め、当社として達成すべき目標に加え、部門ごとに業績目標を明確化し、進捗を定時取締役会に報告させ、業務執行を監督しています。

また、取締役会には全ての監査役が出席し、取締役の業務執行の状況を監視できる体制となっています。社外取締役は他業界からも招聘し、より広い視野に基づいた経営意思決定と社外からの経営監視を可能とする体制となっています。

2 監査役会

当社は、ガバナンス強化の観点から、単独で権限行使ができる独任制及び常勤監査役の設置義務のある、監査役会設置会社を採用しています。常勤監査役1名及び非常勤監査役2名で構成されており、3名全員が社外監査役です。当社は、専門的知識や長期にわたる諸経験を持ち、当社の経営をその広く深い見地から監視、監督できる人材を監査役として選任しています。監査役は、その高い独立性及び専門的な見地から、客観的かつ適切な監査を行うことにより、

当社の良質な企業統治体制の構築に貢献しています。

各監査役は、監査役会にて定めた監査計画、監査の方針、業務分担などに従い、取締役の業務執行の適法性について監査しています。定例の監査役会は、常勤監査役が議長となり原則として毎月1回開催され、相互に職務の状況について報告を行うことにより監査業務の認識を共有化しています。

3 指名・報酬諮問委員会

当社は、独立社外役員が過半を占める指名・報酬諮問委員会を設置しています。指名・報酬諮問委員会は、取締役会からの諮問に応じて、取締役、監査役及び執行役員の名指及び報酬等に関する事項について審議を行い、取締役会に答申を行います。なお、監査役の名指及び報酬等に関する事項については、監査役会の同意を得て、取締役会に答申を行います。

社外役員の選任方針及び独立性に関する基準

当社は、会社法に定める社外役員の要件及び東京証券取引所の独立役員制度における独立性基準に従い、独立性の要件を満たす方を社外役員に選任する方針としています。

役員報酬

取締役の個別の報酬額については指名・報酬諮問委員会にて検討を行うものとし、取締役会は、指名・報酬諮問委員会の答申内容を尊重し、当該答申で示された範囲内で取締役の個人別の報酬等の内容を決定することとしています。

取締役の基本報酬は、月額固定報酬とし、株主総会で決議された報酬限度額の範囲内で、役職の別及び社内取締役、社外取締役の別に定めた基準報酬に会社業績及び個人別戦略目標の達成度を反映した業績報酬を加算して決定しています。但し、業績報酬は非業務執行取締役には加算しません。取締役の株式報酬は、企業価値の継続的な向上を図るインセンティブとして機能するとともに株主の皆様と価値を共有するため、株式累積投資制度を用いて、毎月、業務執行取締役に対して支給するものとしています。株式報酬は、株主総会の決議により定められた報酬限度額の範囲内で決定することとしています。また、当社の中長期的な業績及び企業価値の向上に対する取締役の貢献意欲を高め、株価変動のメリットとリスクを株主の皆様とより一層共有することを目的として、上記の取締役の報酬限度額とは別枠で、社外取締役を除く取締役に新株予約権を発行しています。

内部統制システム

リスクマネジメント

当社グループは、当社グループに影響を及ぼす可能性があるリスクを明確にし、当該リスクの顕在化を防ぐとともに、仮に顕在化した際も影響を最小限に抑える対策を講じています。また「リスクマネジメント規程」を定めるとともに、リスク・コンプライアンス委員会にて、各部門でのリスクの分析及び管理状況をモニタリングし、必要に応じ指導監督を行っています。

コンプライアンス

当社グループでは、取締役会にて定めた「コンプライアンス規程」に基づき、全社員が、法令、定款及び社会規範等を遵守した行動をとるための行動規範を定め、コンプライアンスの徹底を図っています。また、リスク・コンプライアンス委員会にて、コンプライアンスの実践状況をモニタリングするとともに、必要に応じて指導監督を行っております。

情報セキュリティ

当社グループでは、通信販売事業等において取得したお客様の個人情報や経営、事業、研究等に関する重要な情

報の漏洩・紛失を防ぐため、「情報取扱管理規程」などの規程やルールの整備、システムの管理体制の強化を行っています。また、定期的な従業員に対する教育や訓練を実施し、情報管理を徹底しています。

取締役会の実効性評価

取締役会の実効性について全取締役・監査役を対象にアンケートを実施し、分析・議論・評価を行いました。アンケート内容及び分析は外部機関の助言を受けています。アンケートの回答からは、昨年課題として認識した事項の改善が確認され、おおむね肯定的な評価が得られており、取締役会全体の実効性は確保されていると認識しています。一方で、取締役会機能の更なる向上や議論の活性化について課題を共有しており、十分な検討を行った上で迅速に対応し、取締役会の機能を高める取り組みを継続的に進めます。

報の漏洩・紛失を防ぐため、「情報取扱管理規程」などの規程やルールの整備、システムの管理体制の強化を行っています。また、定期的な従業員に対する教育や訓練を実施し、情報管理を徹底しています。

品質管理

当社グループは、肌やからだにとって本当によいものを安心してご使用いただくために厳しい自主基準を設けて品質管理を徹底しています。使用原料が基準に則しているかの確認に加え、皮膚安全性に関する試験を繰り返し行うことで安全性を確保しています。また、商品開発から生産、物流、発売後の各段階において継続的な品質保証活動を実践し、全ての商品の安全・安心を追求しています。

内部監査体制

社長直轄の組織として内部監査室を設置し、業務執行から独立し客観的な視点で内部監査を行っており、内部統制システムの構築・運用状況等を確認しています。内部監査計画は社長の承認により決定され、内部監査室長は、内部監査の結果について取締役会にも報告を行っています。

役員一覧

(2025年1月31日現在)

取締役



代表取締役社長
松浦 清



取締役常務執行役員CFO
伊藤 洋一郎



取締役【社外】【独立】
福本 拓元



取締役【社外】【独立】
堺 咲子

監査役



常勤監査役【社外】【独立】
石原 基康



監査役【社外】【独立】
井出 彰



監査役【社外】【独立】
近藤 陽介

執行役員



執行役員
上村 敬吾



執行役員
上原 祐香



執行役員
野田 雅裕



執行役員
羽原 実利

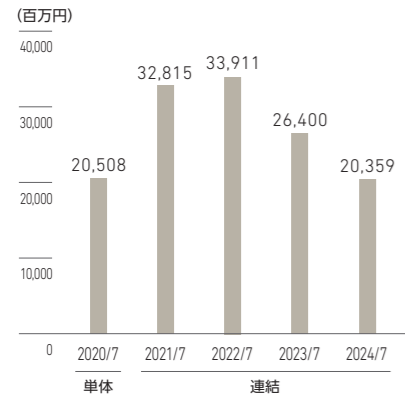


執行役員
棕林 裕貴

財務ハイライト

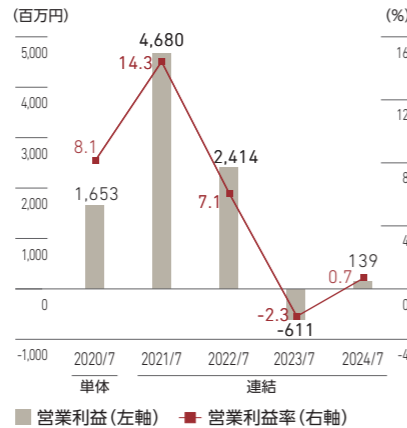
2021年7月期より連結財務諸表を作成しています。2020年7月期まではプレミアアンチエイジング株式会社単体の数値を掲載しています。

売上高

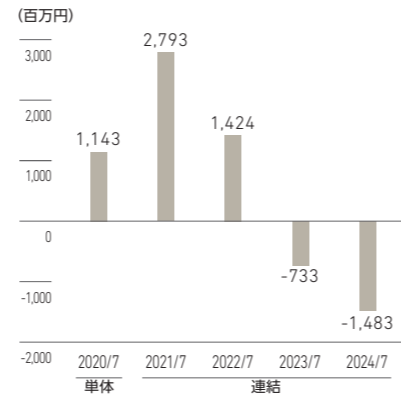


※ 売上高には、消費税等は含まれていません。

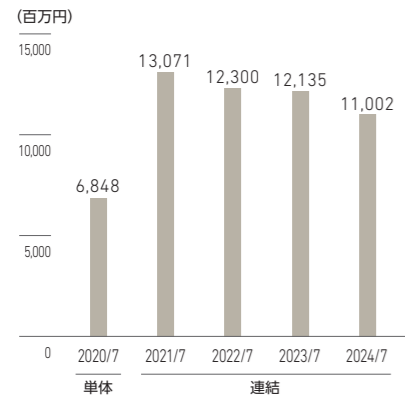
営業利益／営業利益率



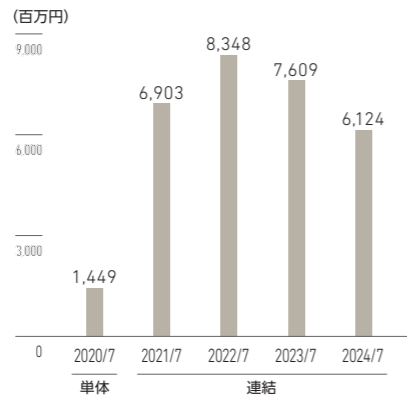
親会社株主に帰属する当期純利益



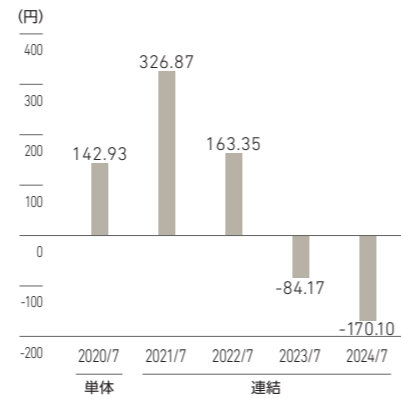
総資産



純資産

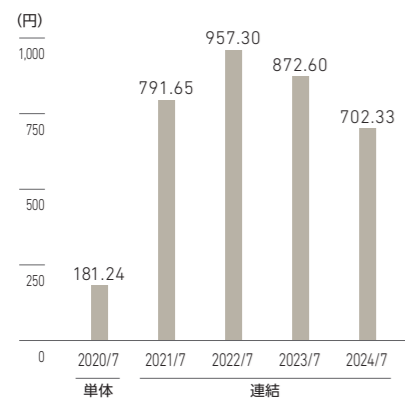


1株当たり当期純利益



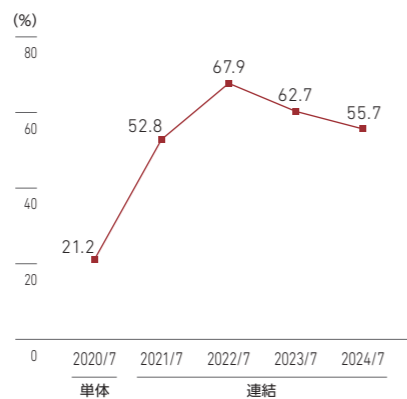
※2020年8月29日付で普通株式1株につき20株の株式分割を行っています。2020年7月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して算定しています。

1株当たり純資産

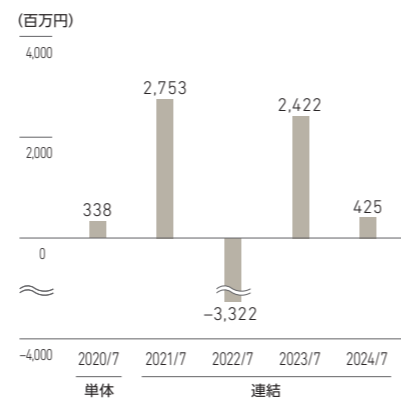


※2020年8月29日付で普通株式1株につき20株の株式分割を行っています。2020年7月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して算定しています。

自己資本比率



営業活動によるキャッシュ・フロー



会社概要

商号	プレミアアンチエイジング株式会社 Premier Anti-Aging Co., Ltd.
本社	〒105-5534 東京都港区虎ノ門2-6-1
設立	2009年12月
資本金	1,351百万円(2024年7月31日現在)
従業員数	229名(連結)(2024年7月31日現在)
事業内容	化粧品・健康食品及びリカバリーウェアの企画、開発、輸出入、通信販売、卸及び小売業務
関係会社	株式会社ベネクス 蓓安美(上海)化粧品有限公司
加盟団体	公益社団法人 日本通信販売協会 化粧品公正取引協議会 東京化粧品工業会

株式の状況

(2024年7月31日現在)

発行可能株式総数	32,000,000株
発行済株式総数	8,720,534株
株主数	9,798名
上場金融商品取引所	東京証券取引所グロース市場
証券コード	4934
株主名簿管理人	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社

大株主の状況

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
プレミアマネジメント株式会社	3,978,000	45.62
松浦 清	1,877,400	21.53
大木 壘	81,000	0.93
伊藤 弘人	47,500	0.54
BNYM SA/NV FOR BNYM FOR BNYM GCM CLIENT ACCTS M ILM FE	40,760	0.47
BCSL CLIENT RE BBPLC NYBR	32,300	0.37
越智 恵美	31,500	0.36
横野 浩二	28,600	0.33
兒嶋 伸二	26,200	0.30
プレミアアンチエイジング従業員持株会	23,744	0.27

(注)プレミアマネジメント株式会社は、当社代表取締役松浦清の資産管理会社です。



**PREMIER
ANTI-AGING**

<https://www.p-antiaging.co.jp/>