

PREMIER
FINANCIAL



PREMIER ANTI-AGING

*Corporate Report
2024*

Slogan

Forever vivid

人の^{とき}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 プレミアアンチエイジンググループの沿革
- 4 ブランド紹介

| Section 2 マネジメント |

- 6 トップメッセージ
- 8 価値創造プロセス

| Section 3 サステナビリティ |

- 10 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
- 12 地球環境保全への貢献
- 14 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

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、スキンケア事業を中心に展開してきました。2022年にはヘアケア事業、2023年にはインナーケア事業、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- スキンケア事業

2010

- 「デュオ ザ クレンジングバーム」を通信販売にて発売



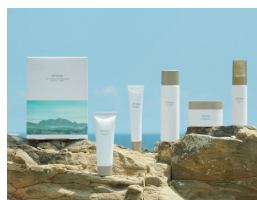
2019

- 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



2020

- 敏感肌向けブランド「sitrana(シトラナ)」発売



2010

- 「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

- バ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

2015

- ミスワールド オフィシャルスポンサー

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
- ミスユニバース メインスポンサー

2019

- TGC AUDITION 2020 スペシャルパートナー
- 「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

- 「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

2023- リカバリー事業

2023- インナーケア事業

2022- ヘアケア事業

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



- CBDをキー成分としたブランド
「Ko(コー)」発売

2022

- スキンケアブランド
「Reinca(レインカ)」発売



2023

- インナーケアブランド
「SINTO(シントー)」発売



2023

- (株)ベネクス連結子会社化
リカバリー事業の展開



- ビタミンスキンケアブランド
「C+mania(シーマニア)」発売



2021

- 蓓安美(上海)化粧品有限公司設立

2021

- 「デュオ ザ クレンジングバーム」
シリーズ累計出荷個数 3,000万個突破

2022

- 「デュオ ザ クレンジングバーム」
シリーズ累計出荷個数 4,000万個突破
- 「カナデル」オールインワン美容液
シリーズ累計出荷個数 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

- (株)ベネクスを連結子会社化



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850万個突破

ブランド紹介

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。

PREMIER ANTI-AGING

プレミアアンチエイジング 展開ブランド



DUO (デュオ)

肌や身体にとって自然である優しい原料(=自然)を採用しながら、皮膚科学に基づいた先端科学(=科学)を掛け合わせることで、効果性の高い商品を開発することを方針とし、「肌を土台から養うこと」をブランドコンセプトとしたエイジングケアブランドです。



CANADEL (カナデル)

「いつまでも美しさを追求し、私らしい私を奏で、人生を謳歌する」をコンセプトに、肌悩みが変化する大人世代に向けた高機能エイジングケアブランドです。忙しい毎日を前向きに生きる現代女性のライフスタイルを考えた商品を提案します。



sitrana (シトラナ)

こだわりのアンチポリューション機能により、肌あれを引き起こす乾燥や大気汚染、汚れなどによる外的刺激から肌を守り、オリジナル配合のシカ成分※により、ダメージを受けた肌を整え、未来のなりたい肌へと導く「ファーストエイジングケア」ブランドです。

※植物の「ツボクサ」から抽出される成分のこと



SINTO (シントー)

先進の「リポソーム技術」を採用し、高配合・高吸収・高浸透で高い体感性を追求した、エイジングを楽しむ大人に向けたサプリメントを展開するブランドです。体感こそサプリメントの本質であるとの考えから、医療現場と同様のDDS技術を採用しました。



C⁺mania (シーマニア)

厳選したビタミンCと+αの足し算美容で、高純度×高浸透×高濃度にこだわったビタミンスキンケアブランドです。「マニアックにビタミンCを楽しむ」をコンセプトに、ビタミンCのもつ力を最大限に発揮すべく、速攻性の高いスキンケア商品の提案を目指します。



Reinca (レインカ)

「SKIN & SENSE」をコンセプトに、先進皮膚研究から生まれた肌の細胞ケア※と、身体感覚の心地よさを追求した五感ケアを提唱しています。独自の歯髄幹細胞培養上清液「ENGYステムS」をコア成分としたブランドです。

※ヒト歯髄細胞順化培養液(整肌成分)によるスキンケア



 clayence (クレイエンス)


クレイの力と先進のサイエンスを融合し、髪と地肌をケアしながら白髪カラーを叶えるクレイSPA発想のヘアケアブランドです。選びぬいたクレイや美容成分だけでなく、こだわりの心安らぐ香り、面倒なヘアケアの時間を贅沢なスパタイムに変えていきます。



 DUO men (デュオメン)

デュオブランドのコンセプトはそのままに、男性ならではの肌ダメージの実態に着目したメンズスキンケアブランドです。忙しい毎日を通ずる男性が日々のスキンケアを続けられるよう、簡単ステップでも、しっかり効果が実感できるスキンケアを提案します。



 KOR (コー)

人の有するエンド・カンナビノイド・システム (ECS) とサーカディアンリズムに着目した、CBD (カンナビジオール) をキー成分としたブランドです。日々のリズムをサポートし、健やかな心身の維持を目指します。



ベネクス
展開ブランド



 VENEX (ベネクス)

「人間が本来持っている自己回復力を最大限に発揮させること」をコンセプトとした、休養時専用ウェアのブランドです。独自開発の特殊繊維「PHT (Platinum Harmonized Technology)」と、体を締め付けないノンコンプレッションデザインにより、身に着けるだけで上質な休養をサポートします。



Forever vivid
人の時間を、解き放つ。

日本をはじめ世界において健康寿命が伸び、「人生100年時代」が定着してきている昨今、人々が長い人生を生きていくには、年齢にとらわれずに生きること、年齢に縛られない考えをもつことがとても大事だとあらためて感じています。今後ますます「年齢」に対する意味合いが変わっていく中で、誰もが何歳になっても知的好奇心を働かせ新たなことにチャレンジし、いきいきと生きることができる、そんな世の中を実現していきたいというビジョンを掲げ、私は2009年にプレミアアンチエイジングを創業しました。

以来、「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、ヘアケア、インナーケア、そして2023年1月にはM&Aによりベネクス社を買収しリカバリーと、事業を拡大してきました。社名の「アンチエイジング」という言葉には、広い概念を含んでおり、美容に限らず、健康、医療、食事、ライフスタイルなどあらゆるカテゴリーにおいて、Uniqueな感性と思考によって生み出した商品やサービスを提供し、すべての人を年齢から解き放つ、アンチエイジングカンパニーを目指しています。

2023年9月には、会社の規模や企業としてのフェーズが変化していく中で、あらためて当社の存在意義や長期的に目指す姿を見直し、新たにコーポレート・アイデンティティを制定しました。“もっと人の可能性を広げたい”という願いを込めた「人の時間を、解き放つ。」という理念はそのままに、一人ひとりが輝き、より一層持続可能な社会を実現したいという想いを込め、「Forever vivid」を新たなスローガンとして掲げました。

パーパスでは、創業時から大切にしてきた「Uniqueな価値」を具体的に示しました。

Unique(他にはない、唯一無二の、私たちならではの)な感性や思考によって生み出した製品やサービスを通して、すべての人を年齢から解き放ち、いきいきと生きることができる新しい価値を社会に生み出していく。創業時からの想いを受け継ぎながらも、この先の未来の社会における私たちの存在意義として、パーパスを策定しました。

当社を取り巻く事業環境は、今後も厳しさが増すとともに、変化のスピードも加速していくものと捉えておりますが、新しいコーポレート・アイデンティティを軸に、これまで以上に当社の強みの源泉である「Uniqueな価値」の提供に徹的にこだわってまいります。そして、今後ますますアンチエイジングがより私たちの生活に身近になり、市場がこれまで以上に拡大していく中で、アンチエイジング分野全般の課題解決を担うUniqueなブランドが集うプラットフォームへの進化に向けて邁進していく所存です。

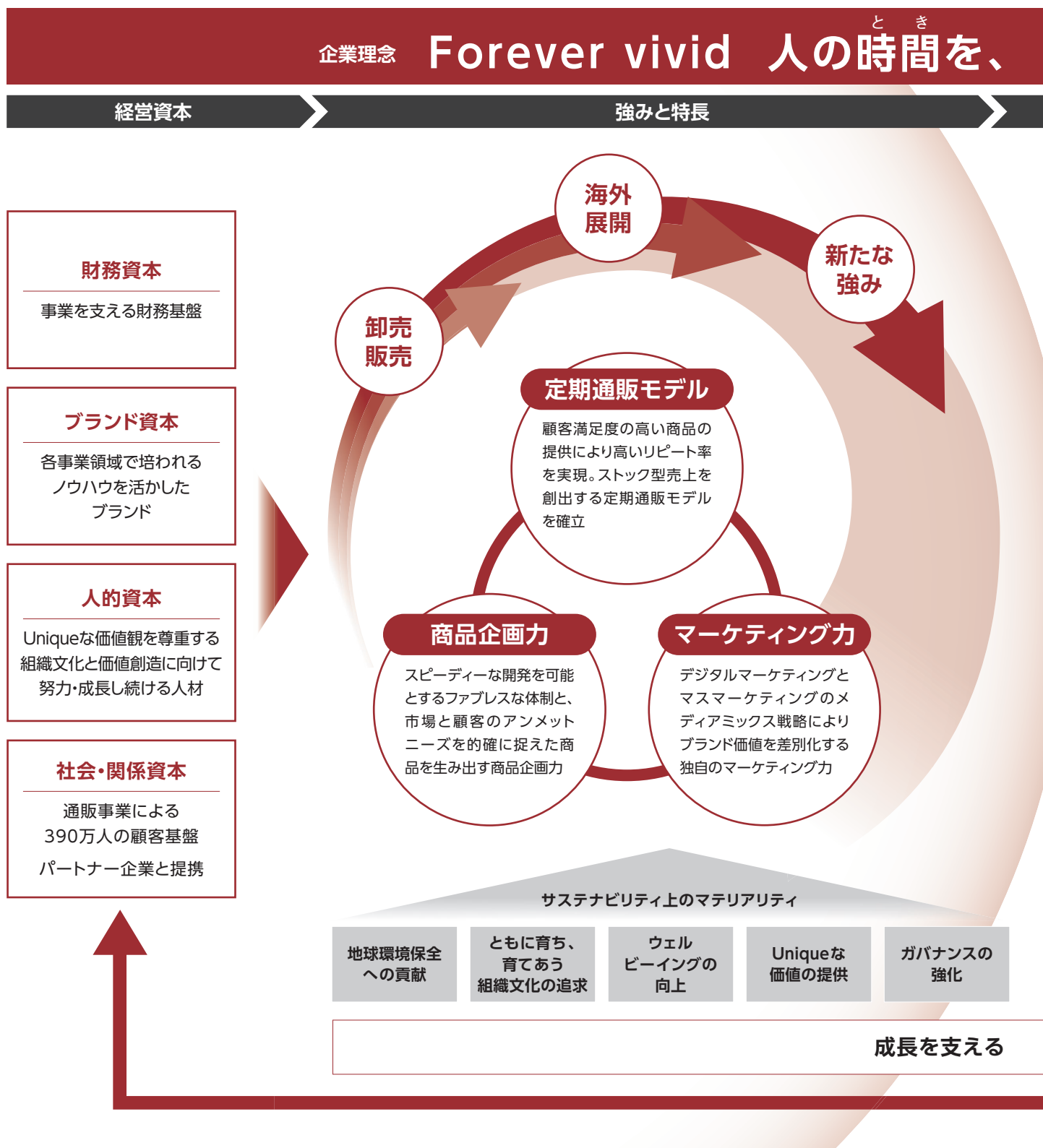
お客様やお取引先様、株主・投資家の皆様、社員など、あらゆるステークホルダーの皆様と誠実に向き合い、No.1のアンチエイジングカンパニーへと前進してまいります。これまでのご愛顧にあらためて御礼を申し上げますとともに、今後とも、皆様のご理解とご支援を賜り、当社の新たな挑戦にもご期待いただきますよう、どうぞよろしくお願い申し上げます。

代表取締役社長



価値創造プロセス

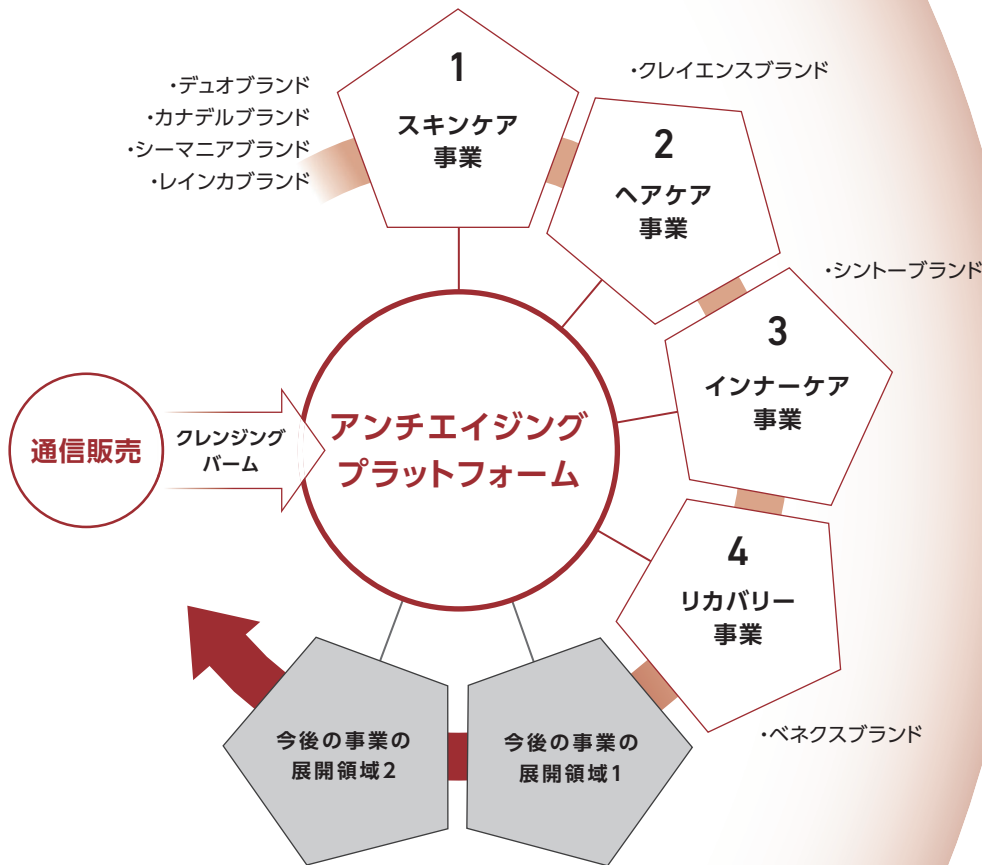
当社グループは、「Forever vivid 人の時間を、^{とき}解き放つ。Untether time.」という企業理念のもと、アンチエイジングを軸とした事業を展開しています。Uniqueな感性と思考によって生み出した商品やサービスの提供を通じて、すべての人を年齢という概念から解き放つ、新しい価値を創出してまいります。



解き放つ。Untether time.

事業領域

提供価値



経済価値

アンチエイジング
事業基盤の拡充

持続的な成長

社会価値

アンチエイジング
がもたらす豊かさ
の追求



企業基盤

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

ステークホルダーにとっての重要度、当社グループの事業にとっての重要度の2つの観点から、優先して取り組むべき課題を抽出し、5つのマテリアリティを設定しました。

STEP1 社会課題の抽出

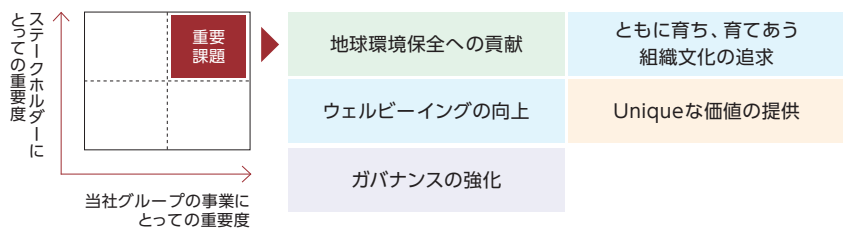
当社グループのお客様、お取引先様、社員、株主・投資家様など社内外のステークホルダーからの期待や要請を分析の上、SASBスタンダードやS&Pグローバル・レーティングをはじめESG評価機関の情報等を参考とし、検討すべき社会課題を整理しました。

STEP2 マテリアリティ分析の実施 (課題の評価)

整理した社会課題の中から、当社グループのマテリアリティ候補を抽出し、①ステークホルダーにとっての重要度と、②当社グループの事業にとっての重要度の2つの観点からマテリアリティ分析を実施しました。

STEP3 マテリアリティの特定

マテリアリティ分析の結果を社内の各部署と討議のうえ、特に優先度の高いマテリアリティ候補を9つ選定しました。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、5つのマテリアリティに再構成しました。



STEP4 マテリアリティの取り組み方針の策定

5つのマテリアリティについての今後の取り組み方針を決定しました。これらのマテリアリティ及び取り組み方針について、サステナビリティ推進委員会での審議を経て、取締役会にて承認されました。

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。

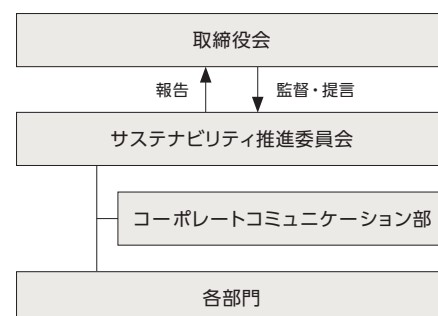
マテリアリティごとに目標を設定して具体的な取り組みを進めることで、持続可能な社会の実現に向けた貢献と企業価値の向上を果たしてまいります。

テーマ	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
アンチエイジングがもたらす豊かさの追求	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*	100%	毎年
		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
	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
			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
	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
	Uniqueな価値の提供	プレミアム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者数	新規取得者30人以上	2027年7月期
				アンチエイジングを促進する制度の拡充	左記の実施	2027年7月期
			アンチエイジングを促進する社会活動への参加	継続実施	毎年	
	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	
成長を支える企業基盤	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	受講率	100%	毎年
		情報セキュリティ及びプライバシーの保護				

*対象は化粧品の化粧箱とする

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。サステナビリティに関する各課題はサステナビリティ推進委員会が中心となり、特定したマテリアリティと目標について、関連部署をはじめ全社で取り組みを進めています。



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

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認定制度による表彰を4年連続受賞

一部商品の化粧箱において、用紙、インキ、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。当社は、地球環境へ
の負荷低減への熱心な取り組みを評され、2020年からGP環境大賞・
準大賞を含めて4年連続で受賞しています。



「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

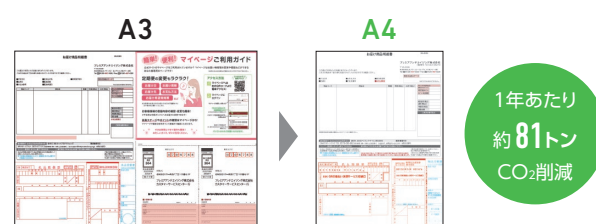
コンパクト便やメール便でのお届け

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。



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。



原料における取り組み

サステナブルな原料の活用

利用先の少ない原料の成分を有効活用することによるフードロス廃棄物削減や、環境保全や地域貢献を考えた成分を採用することを進めています。「デュオメン」では未利用資源のヒエヌカから抽出したオイルに着目し、原料として採用しています。



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。

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。

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

当社グループは創業以来、「Uniqueな価値」を提供することで、何気ない日常を豊かにし、誰もがいつでも輝ける新しい未来に変えていくことにこだわり続けています。今後も「Uniqueな価値」を提供し続けていくためには、なによりも

それを支える社員一人ひとりの個性(Uniqueさ)及び、能力の発揮・成長が欠かせない重要な要素と捉え、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と位置付けています。

求める人材像

組織として個を活かし、成長に繋げる仕組みの整備や運用の統一性はもちろんのこと、ともに働く仲間が同じ価値観を共有できるカルチャーの醸成は欠かせない要素と捉えています。プロミスには、社員一人ひとりがこうあってほしいという指針を示しており、これら3つのプロミスを体現することができる人材を求めています。限界を設けることなく挑戦し続けるという意味で「No limits」、常に新しいことをやっということう意味で「Never boring」、お客様や社会をはじめとするステークホルダーや仲間同士、そして自分自身に誠実であり続けようという「Always true」の体現を積み重ねていく。3つのプロミスには、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が込められており、ともに成長し続ける姿を目指しています。

Promises

No limits

プロフェッショナルとして、自らの壁を超え成長し続ける。
Be a professional, pushing your boundaries and seeking growth.

Never boring

決まりきった方法を疑い、新たな驚きと発想を生み出す。
Question the status quo and welcome surprising new ideas.

Always true

自分に、仲間に、社会に、妥協なく誠実に向き合う。
Be sincere and honest with everyone—including yourself.

人材戦略

当社グループが大切にしている価値観をもった人材を育成していくため、人材マネジメントの方針となる人材戦略を設けています。

人材戦略

1. プレミアアンチエイジングの目指すべき姿(パーパス、経営方針)について社員の理解・共感・体現を促す
2. 社員一人ひとりがプロフェッショナルとして、専門領域における能力を伸長し、最大限に発揮できるよう支援する
3. 社員のオーナーシップを醸成しながら、創発と協働を促す
4. チャレンジ・成長し続ける人材を公正に評価・処遇する
5. 社員にとって透明性・納得性のある人事制度とし、モチベーションを高める

社員エンゲージメントに対する考え

社員の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6月から全社員を対象にサーベイを開始しました。3ヶ月ごとに継続的に実施し、各指標の変化や社員からの声を基に取り組むべき課題を抽出、経営層で

共有・議論を行い、具体的な施策へと落とし込んでいます。これらの取り組みを通じて、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)を目指します。

社員エンゲージメント向上を目指した様々な取り組み

Purpose/Promise浸透プロジェクト

有志の社員で結成されたプロジェクトが中心となり、Purpose/Promiseの社内浸透活動を推進しています。制定の背景や、それぞれの言葉に込めた思いなどをカルチャーブックとしてまとめたり、社内の様々なイベントや活動を通して、パーパスやプロミスの社内浸透活動を行っています。

毎週月曜の朝配信

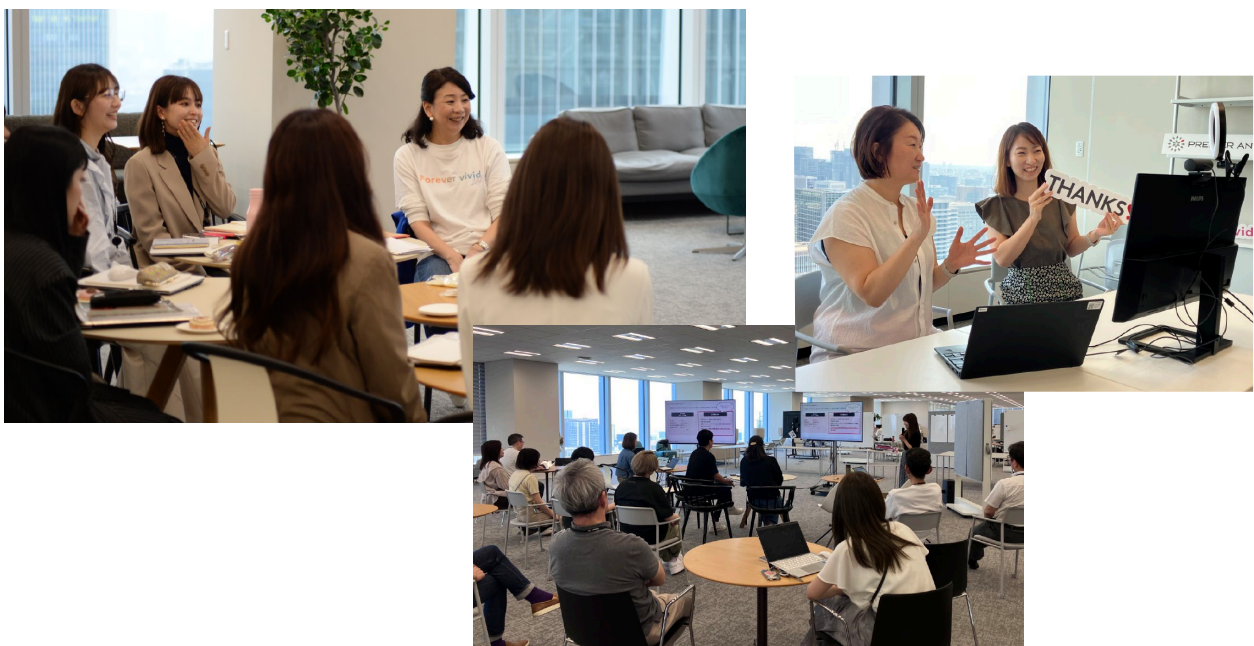
毎週月曜日の朝に、様々な部門の取り組みを紹介する全社配信を実施しています。新商品リリースの裏側からブランド周年やアワード受賞のお祝い、全社横断プロジェクトの呼びかけなど、社内のあらゆる出来事を取り扱いながら、個性あふれる発信で、社員と情報のつながりを強化しています。

社員同士のコミュニケーション促進

社員からの声をもとに、社員同士のつながりの機会づくりを積極的に行っています。国際女性デーには、「幸せに働く」をテーマに語り合う場を設定し、お互いの理解を深めました。また、ハッピーアワー(懇親会)を定期開催し、部門を超えたコミュニケーションの場も設けています。

UNIPAL Storiesの発信

プレミアアンチエイジングで働く社員を「UNIPAL(ユニパル)」と呼んでいます。日常や様々な活動から生まれるUNIPALのストーリーを通して、一人ひとりがいきいきと働くカルチャーを社内外へ発信し、多くの方に当社のことをより知っていただきたいと考えています。



育成環境のさらなる充実

社員の成長と組織力の最大化を目的に、研修や資格支援制度を導入しています。役割に応じて求められるスキルを学ぶ階層別研修をはじめ、主体的に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。

また、ともに育ち、育てあい、強く成長し続ける集団であるために、社員の自律を促す取り組みの一環として「UNIPAL

Academy」という学び合いの場を新たに開始しました。「UNIPAL Academy」では、主に社員が講師を務め、お互いのプロフェッショナルな知識を共有するスタイルを取っています。多様なバックグラウンドを持つ社員がいるからこそ実現できる、唯一無二の学びの場となっています。

階層	階層別研修	共通研修	資格取得支援	UNIPAL Academy	キャリア支援
マネジメント層	管理職研修 ・人事制度 ・マネジメント研修 ・1on1 ・労務管理研修 etc.	・コンプライアンス ・情報セキュリティ ・インサイダー ・サステナビリティ ・メンタルヘルス ・ハラスメント etc.	部門ごとに必要となるスキルを習得するための資格支援を実施 <支援内容> ・教材費 ・受験料 ・奨励金（一部） ※合格が条件	社員同士で専門知識やスキルを共有し、学びあう場	・社内異動制度 ・キャリア支援 ワークショップ ・社内アイデア公募
メンバー層	外部研修会社提供のメニューに参加 ・マーケティング ・ロジカルシンキング ・OJT指導者 新卒新入社員研修				

ダイバーシティ&インクルージョンの取り組み

当社グループは、様々な価値観を尊重し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取り組んでいます。

当社社員の女性比率は59%*で、女性活躍推進に関する取り組みが優良な企業として「えるぼし」の3つ星に認定され

ています。今後も、多様な労働条件の整備や仕事と家庭の両立支援など、だれもが働きやすい職場環境の整備を進め、女性活躍推進に限らず、シニアや外国人の採用も進めていきます。



*プレミアアンチエイジング(株)単体の2023年7月末時点

働き方への取り組み

フレックスタイム制・リモート勤務

マンスリーフレックスやコアタイム制度、リモート勤務により、多様な働き方への対応を進めています。

長時間労働の抑制

定期的なモニタリングを含めたマネジメント力強化、社員の積極的な採用とともに業務の効率化を図ることにより長時間労働を抑制しています。月間平均残業時間は13時間*です。

有給休暇の取得促進

社員がしっかりと休んでリフレッシュし、より高い創造性を発揮できるよう行動計画を設定し、有給休暇の促進を図っています。社員の有給休暇取得率は70.3%*です。

子育て・介護支援への取り組み

社員の子育てや介護を支援する休暇・休業制度やリモート勤務の活用で、短時間勤務ではなく、フルタイム勤務を選択できるなど、働き方の選択肢を広げています。女性社員の産休・育休取得率は100%*で、復職率も100%*となっています。

*プレミアアンチエイジング(株)単体での正社員における2022年8月～2023年7月の実績

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*	20名／35.7%
社員平均年齢	39.5歳
平均勤続年数	2年3ヶ月
非正規社員の比率	20名／8.4%
障がい者雇用率	2名／約1%
シニア社員(60歳以上)	6名／約3%

プレミアアンチエイジング(株)単体の2023年7月末時点 ※シニアマネージャーより上位の役職

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。

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。

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

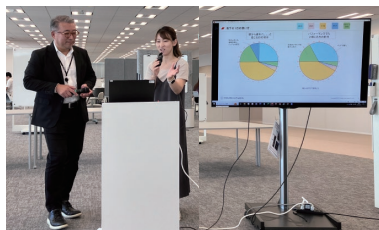
代表取締役社長を健康経営の責任者とし、経営的な視点から全体の健康経営を推進しています。健康経営推進責任者が健康経営推進事務局となり、安全衛生委員会、産業医・保健師と連携して、社員の自主的な健康への取り組みを行えるよう各種情報発信・施策展開を行っています。



心身の健康の実現にむけた取り組み

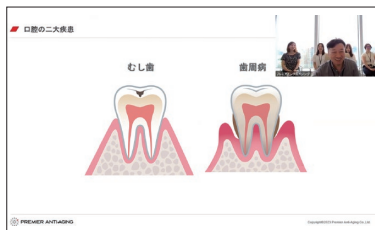
休養学セミナー

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とした休養学セミナーを定期的で開催しています。



歯の健康習慣のオンラインセミナー

独自の健康アンケートの結果をもとに、安全衛生委員会のメンバーが中心となって社員の健康課題の解決につながる取り組みを実施しています。



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した活動へ費用補助を行うなど、社員主体の様々な健康につながる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



お客様満足の向上を目指して

カスタマーサービスセンターでの取り組み

これまでにない「Uniqueな価値」を生み出し、さらなる変革を遂げていく、このような企業カルチャーこそが、当社の成長力の根源です。当社では、お客様一人ひとりの豊かさを追求するために、柔軟な発想力を持って、お客様の満たされていないニーズに応える製品・サービスを提供するとともに、ご愛用を続けていただけるブランドの育成を目指しています。

お客様満足向上に向けて

私たちが、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、肌も心も美しくなれ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。



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。また、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、肌環境の変化も踏まえた、Uniqueな商品開発に速やかに取り組んでいます。

お客様の声から 商品を継続的に改善

お客様の声

- よく上蓋を落したり、中蓋がくっついて開けにくいので容器を改良してほしい
- 片手で開けて使えるような容器だといいのに
- スパチュラが容器から取り出しにくい

容器と蓋を
一体化



スパチュラを
外付け



環境変化への対応と お客様の声に応える商品開発

お客様の声

- 年々暑さが厳しくなり、スキンケアはもっとさっぱり仕上げたい
- クレンジング力がありながらも、肌に負担をかけずにメイクを落としたい
- メイクを落としたいときに、手軽にサッと落としたい

ラインナップ
を充実



ジュレローション クレンジングウォーター

社員へのアンチエイジングの浸透

社会にアンチエイジングを広めていくには、まずは私たち社員自らが美容や健康などアンチエイジングへの理解を深め、体現者となることが大切だと考えています。

社員が毎週月曜の朝配信で、自ら実践しているアンチエイジングの取り組みを社内に共有。次週の発表者を紹介

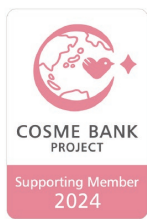
するリレー形式で、アンチエイジングの輪を広げる活動を行っています。

また、受験料やテキスト代等を補助する資格支援制度を活用して、化粧品検定や毛髪診断士などの資格を取得し、アンチエイジングの知識を深める社員も多くいます。

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はできない方へ、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。



被災者へ商品を無償提供

能登半島地震による被災者へ、緊急災害対応アライアンス「SEMA」(事務局:LINEヤフー株式会社)を通じて商品を無償提供しました。今後も各機関の要請に応じて、可能な限り支援を継続していきます。



サプライチェーンマネジメント

プレミアアンチエイジングは、2024年7月に調達方針を策定しました。これからもサプライヤーの皆様とともに、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

プレミアアンチエイジングは、「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。」というパーパスのもと、サプライヤー様とともに、安心で安全な唯一無二の商品の提供ができるよう努めています。私たちは、それを実現するため、調達方針として3つの約束を推進します。

1. サプライヤー様との共存共栄を大切に、ともに事業を安定的に拡大させ、ともに成長し、Uniqueな価値を生み出してみたい。
2. 法令遵守、情報管理及び地球環境・人権・労働安全に配慮した「調達」を築いてまいります。
3. 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続けます。

調達方針の詳細については、Webサイトをご覧ください。

<https://www.p-antiaging.co.jp/ja/sustainability/procurement.html>

コーポレート・ガバナンス

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。そのために、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により、効率的な経営を行ってまいります。

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、株主・投資家の皆様と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。

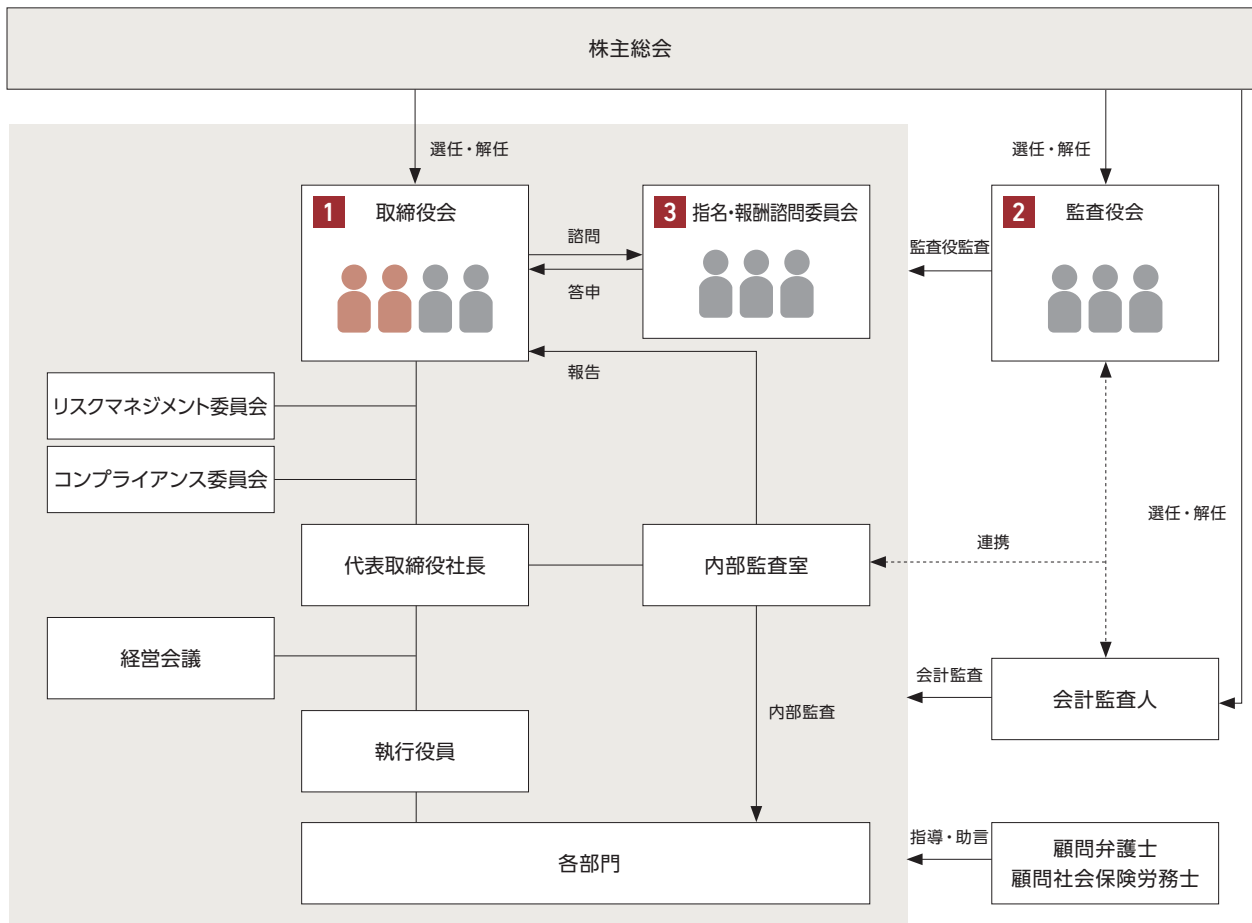
コーポレート・ガバナンス体制の概要

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 (うち、社外取締役)	4名(2名)
監査役の数 (うち、社外監査役)	3名(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
独立役員の数	5名
監査法人	EY新日本有限責任監査法人

コーポレート・ガバナンス強化の取り組み

2019年	内部統制システム構築に関する基本方針決議
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

コーポレート・ガバナンス体制図 (2024年6月30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、審議の上、決定しています。加えて、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を明確化するとともに、部門ごとに業績目標を明確化し、その進捗を毎月1回開催する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およ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、当社の良好なコーポレート・ガバナンス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、監査役および執行役員の指名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、監査役の指名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している方を社外役員として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。

監査役の報酬額についても、指名・報酬諮問委員会にて検討を行い、監査役会の同意を経て、個人別の報酬額を取締役に答申の上、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。

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、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については確保されていると認識しています。一方で、いくつかの課題もあげられており、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ています。

内部管理体制

当社グループは、今後も事業の拡大を図るにあたり、継続的に社員が増加していく中で、事業をより効率的かつ安定的に運用していくためには、内部管理体制の強化を通じた業務の標準化と効率化が重要であると認識しております。この課題に対処するため、会社の規模や成長に合わせて、適宜、業務プロセスや内部統制の実効性を高めるための環境を整備し、コーポレート・ガバナンスを充実していくことにより、内部管理体制及び業務運営の最適化に取り組んでまいります。

アンズ意識をもって、法令、定款、社内規程等に則った職務執行を行っています。

コンプライアンス委員会

コンプライアンス委員会は、取締役、執行役員、経営企画担当本部長、法務担当本部長、品質保証担当本部長等により構成され、原則として四半期に1回開催しています。

コーポレート本部担当役員が委員長となり、コンプライアンスにおける基本方針や計画及び体制の策定に関する事項等について報告及び協議を行っています。

リスクマネジメント

当社グループは、事業環境の変化に対応しながら持続的な成長を達成していくため、企業活動に伴う様々なリスクについては、各部署においてリスクの分析や予防対策の検討などを進め、それぞれの担当取締役が対応部署を通じ、必要に応じて規程、研修、マニュアルの制定・配付等を行う体制となっています。また法務上の問題については、弁護士及び社会保険労務士と顧問契約を締結し、必要に応じて指導、及び助言等を受け、適切な対処を行える体制となっています。

情報セキュリティ

当社グループでは、主力の通信販売事業などにおいてお客様の個人情報を保有しています。このような個人情報や経営、事業、研究などに関する重要な情報の漏洩・紛失を防止することは、企業としての責任であり、持続的な成長においても必要不可欠です。「情報取扱管理規定」などの規定やルールの整備、システムの管理体制の強化、定期的な従業員に対する教育や訓練を実施し、情報セキュリティ管理を徹底しています。

リスクマネジメント委員会

リスクマネジメント委員会は、取締役、執行役員等により構成され、原則として四半期に1回開催しています。コーポレート本部担当役員が委員長となり、リスクマネジメントにおける基本方針や計画及び体制の策定に関する事項等について報告及び協議を行います。

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お客様に安心してご利用いただくために、商品やサービスに厳しい自主基準を設けて品質管理を徹底しています。安全性については、使用原料が基準に則しているかの確認に加え、パッチテスト等の皮膚安全性に関する試験をくり返し行うことにより、安全性を保証しています。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。

コンプライアンス

当社グループは、「コンプライアンス規程」「プレミアムアンチエイジング行動規範」に基づき、全役職員がコンプライ

役員一覧

(2024年6月30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
岩川 聖史

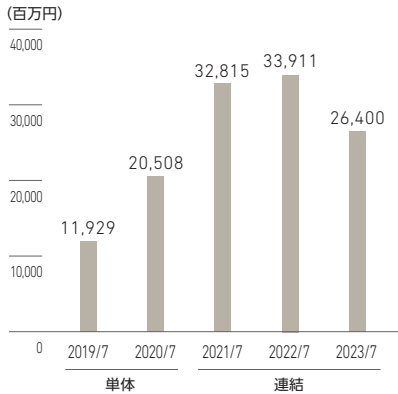


執行役員
上原 祐香

財務ハイライト

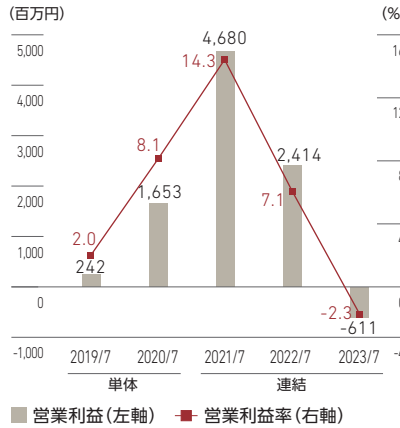
2021年7月期より連結財務諸表を作成しています。2020年7月期まではプレミアアンチエイジング株式会社単体の数値を掲載しています。

売上高



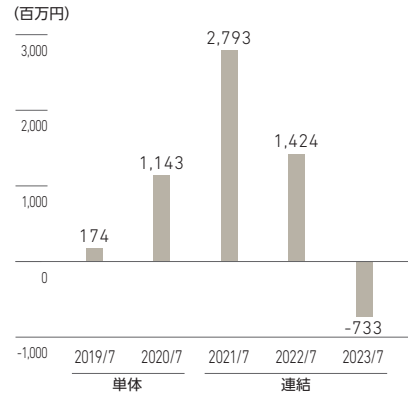
※ 売上高には、消費税等は含まれていません。

営業利益 / 営業利益率

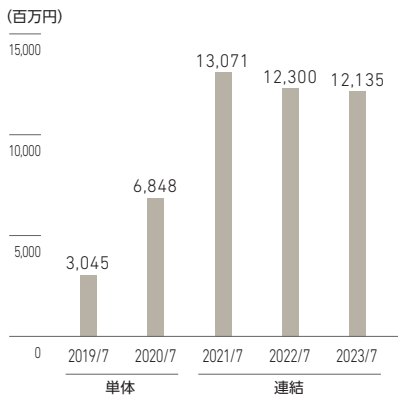


■ 営業利益 (左軸) ■ 営業利益率 (右軸)

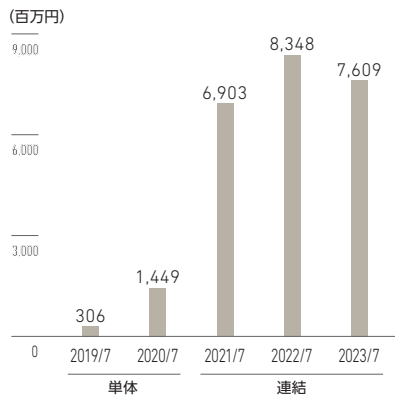
親会社株主に帰属する当期純利益



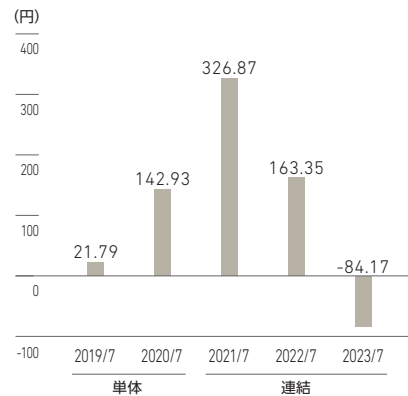
総資産



純資産

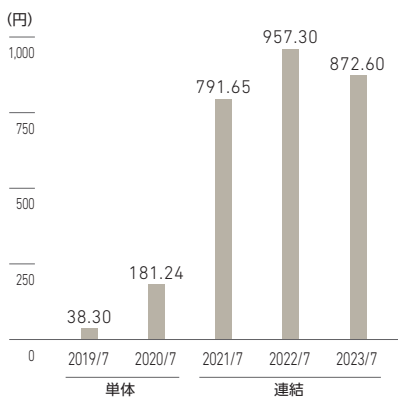


1株当たり当期純利益



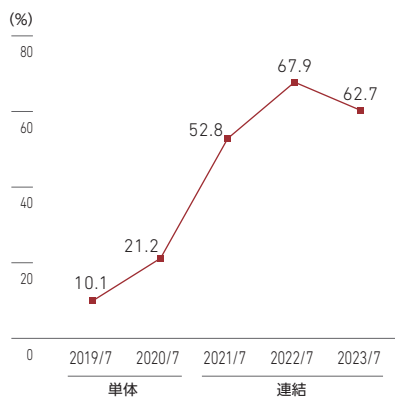
※2018年10月1日付で普通株式1株につき1,000株の株式分割及び、2020年8月29日付で普通株式1株につき20株の株式分割を行っています。2018年7月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して算定しています。

1株当たり純資産

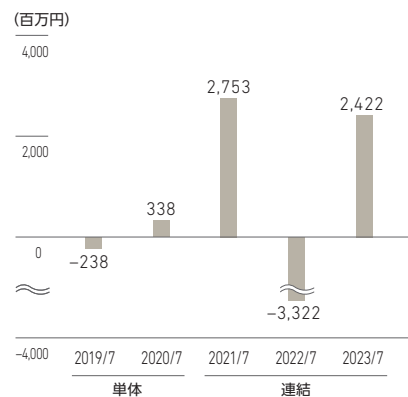


※2018年10月1日付で普通株式1株につき1,000株の株式分割及び、2020年8月29日付で普通株式1株につき20株の株式分割を行っています。2018年7月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して算定しています。

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 虎ノ門ヒルズステーションタワー34階
設立	2009年12月
資本金	1,351百万円
従業員数	252名(連結)(2023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1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	6,725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
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	177,000	2.03
大木 壘	74,400	0.85
株式会社日本カストディ銀行(年金持金口)	70,700	0.81
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	66,300	0.76
株式会社SBI証券	59,208	0.68
伊藤 弘人	47,500	0.54
モルガン・スタンレーMUFG証券株式会社	42,376	0.49
JPモルガン証券株式会社	33,020	0.38

(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。



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