

# 事業計画及び 成長可能性に関する事項

Mission(存在意義・使命)

自国の未来に希望を創る

Vision(目指す姿・状態)

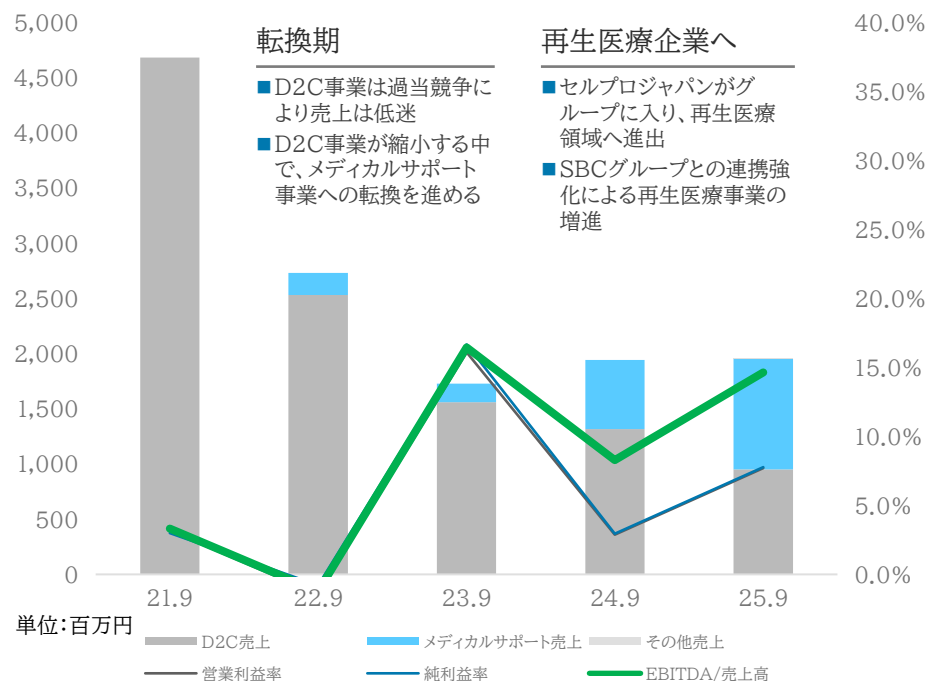
ヒ ト

細胞＝人類の可能性を最大限に引き出し  
悩める人に選択肢を提供する



上場来、売上高は漸減傾向の中、事業構成の主軸をD2C事業からメディカルサポート事業へと転換を図り成長を加速させたことで、利益は増益トレンドに移行。

## 業績推移



- 売上高は22年以降、着実に増加。利益は、合併に伴うDDコストや経営管理体制構築コスト等で変動はあったものの、25年は大幅に増加。
- なお、EBITDAベースでは、YoY179.7%の成長を達成。

## 2026年9月期 業績予想

### 上場来最高益を計画

売上高 **2,345百万円** +19.6% ↑

営業利益 **304百万円** +101.5% ↑

SBCメディカルグループとの資本業務提携によるシナジー分は含まれていない

## Waqoo At a Glance 2025年9月期

提携医院数

**685院**

YoY 153.9%

従業員数

**93人**

YoY 108.1%

特許登録件数

**1件**

YoY 33.3%

EBITDA

**275百万円**

YoY 179.7%

年間受託加工件数

**7,653件**

YoY 141.7%

一人あたり営業利益

**1,623千円**

YoY 248.7%

## ハイライトトピックス

**1** 資本業務提携      **SBCメディカルグループによるTOBに応じ、資本業務提携**

**2** 事業成長      **血液由来加工サービスの累計受託件数は2万件突破を視野**

**3** 設備投資      **需要拡大に対応し、新たな血液加工センターを増設**

**4** 設備投資      **特定細胞培養加工施設「CELLPRO Medical CPC」を新設**

**5** 特許戦略      **出願(2件)、登録(1件)を実現し、強固な特許ポートフォリオの構築を推進**

SBCメディカルグループによる公開買い付けは、実質的な資本業務提携。  
当社は、引き続き上場を維持し、相互シナジーを最大化させ、企業価値向上を目指す。

## Product

Waqooグループ

美容・再生医療アイテムの  
開発・製造・販売

医薬部外品

原料等

化粧品

再生医療製品

メディカルサポート

医薬品

○ 既存事業  
○ 将来事業



## Channel

SBCメディカルグループ(株)

実証データの集積・ニーズの把握、  
流通チャネルとして全店舗展開

■ SBCクリニックネットワーク

■ 医療専門家ネットワーク

■ 顧客体験の機会

■ 顧客接点データ

■ 未承認品の承認取得  
に向けた

店舗数:258店舗



- 1 会社概要
- 2 特徴・強み
- 3 業績ハイライト
- 4 成長戦略
- 5 市場環境
- 6 リスク情報
- 7 参考情報



## 企業概要 / 沿革

## 企業概要

会社名 株式会社Waqoo

設立 2005年12月2日

資本金 5,456万円

代表者 代表取締役社長 佐俣文平

本社 東京都世田谷区上馬2-14-1

事業内容 1. メディカルサポート事業  
2. D2C事業

従業員数 93名(2025年9月末時点/産休・育休者含)  
(連結)



## 沿革

- 2005/12 ● 東京都文京区に設立、コマース事業を開始
- 2007/4 ● 代表取締役社長 井上裕基(現会長) 就任
- 2014/4 ● 化粧品「HADA NATUREクレンジング」の販売を開始
- 2015/10 ● 株式会社Waqooに商号変更
- 2021/6 ● 東京証券取引所マザーズ市場(現 グロース)に株式を上場
- 2022/8 ● SBCメディカルグループ株式会社と業務提携契約を締結
- 2023/6 ● 薬用炭酸ヘッドスパ育毛剤「sodatel(ソダテル)」の販売を開始
- 2023/11 ● セルプロジャパン株式会社との株式交換契約を締結
- 2023/12 ● 代表取締役社長 佐俣文平 就任
- 2025/12 ● SBCメディカルグループ株式会社による当社株式に対する公開買い付けの実施により、SBCメディカルグループ株式会社の子会社となる

## 代表者プロフィール

### プロフィール

代表取締役社長

Bumpei Samata

佐俣 文平



2012 京都大学大学院医学研究科医科学専攻(修士課程)修了

2014 日本学術振興会特別研究員

2017 京都大学大学院医学研究科医科学専攻(博士課程)修了

2019 京都大学iPS細胞研究所 非常勤研究員(現任)

セルプロジャパン株式会社設立 代表取締役就任(現任)

2023 株式会社Waqoo 代表取締役就任(現任)

### 主な資格

1. 日本再生医療学会(代議員)
2. 日本再生医療学会臨床培養士制度(上級培養士)

### 主な業績

Purification of functional human ES/iPSC-derived midbrain dopaminergic progenitors using LRTM1. Nat Commun. 7:13097 (2016)

他9報

### メッセージ

日本の再生医療を世界へ届けたいという強い想いの下、セルプロジャパン株式会社を設立し、2023年に株式会社Waqooの代表取締役社長に就任いたしました。

自ら、研究者と経営者の二刀流で、再生医療の発展に向けた様々な挑戦をしております。ご支援のほど、よろしくお願い申し上げます。



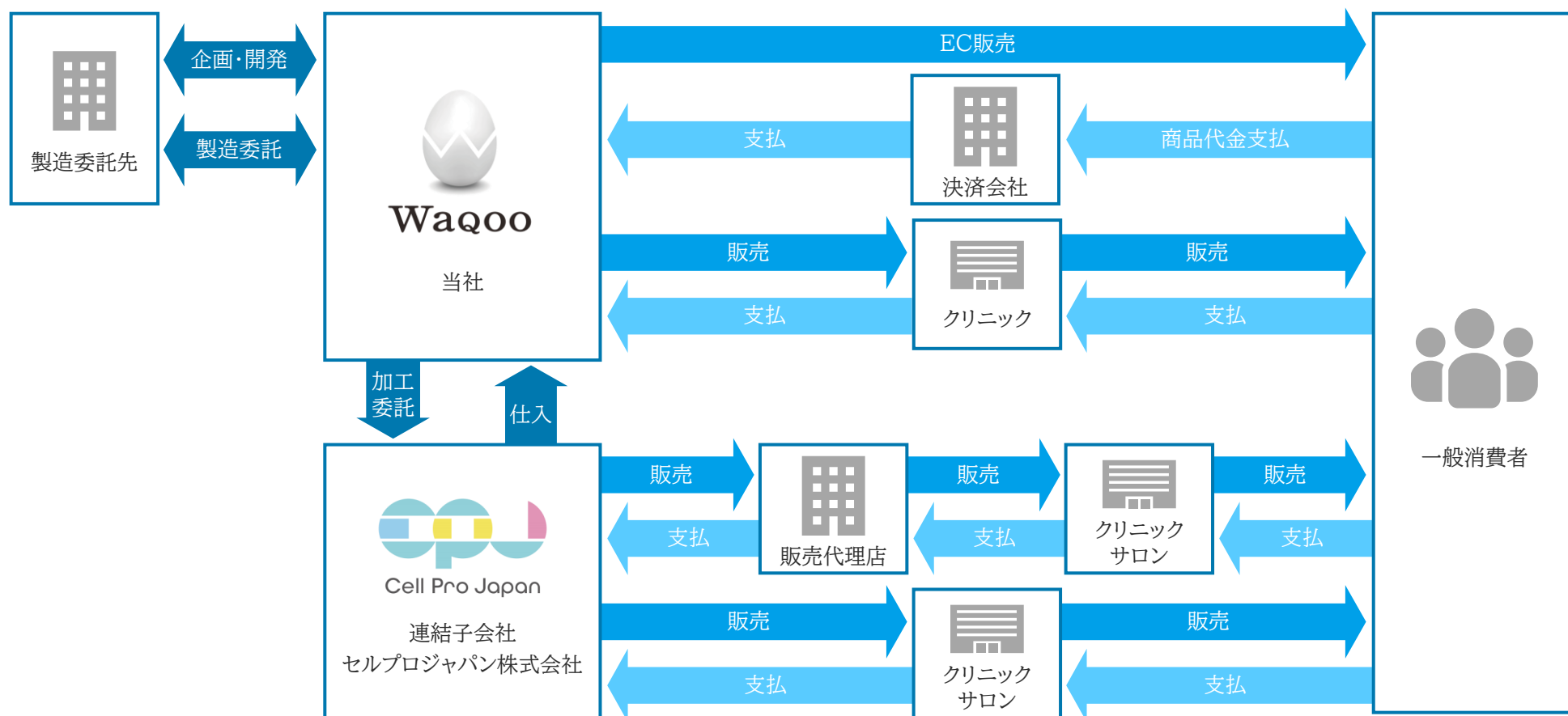
## 現状展開している事業領域

具体的なソリューションとして提供し得るプロダクトは以下の6つの領域。セルプロジャパンが加わったことで、再生医療をテーマにした、より大きく広がるマーケットへの展開が可能に。



## 当社グループの事業系統図

一般消費者へのサブスクリプション型EC販売を中心に、製造委託先と共同で製品企画・開発を展開。血液由来加工サービスは、連結子会社セルプロジャパン社と製販一体にて展開する一方、原料等を販売代理店やクリニック・サロンを介して販売し、一般消費者へと流通。



## メディカルサポート事業のサービス・製品ラインナップ

血液由来加工サービス(PDF-FD※<sup>1</sup>)を中心に、原料販売においても展開を強化。

### 血液由来加工サービス



※2

### 原料販売



※1 Plasma Derived Factor-Freeze Dry

※2 画像はイメージ

## 商品数・展開領域の拡大計画

既存の展開領域における血液由来加工サービス(PDF-FD)の提携医院数は、いずれも堅調に推移。  
幹細胞上清液を使った化粧品を取り扱う美容サロン数も安定的に増加。

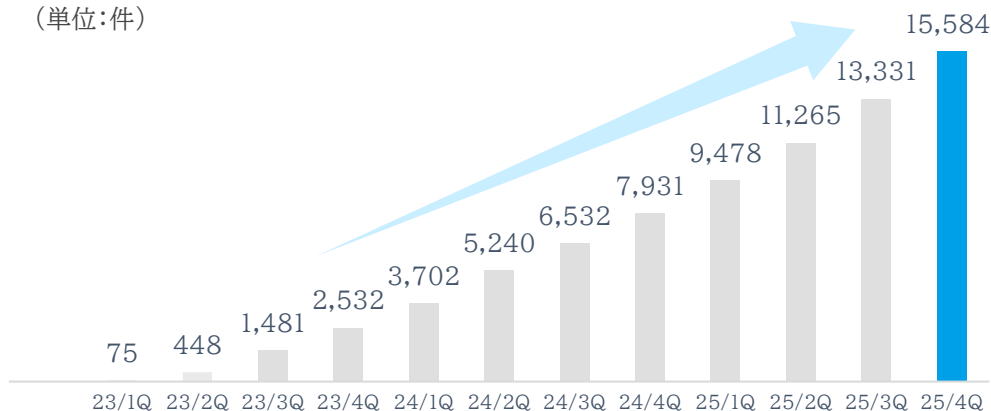
		商品数の拡大					
展開領域の拡大	整形外科	商品 PDF-FD 606院 49院 UP	幹細胞上清液 47院 43院 UP	プレミアムPDF-FD 34院 34院 UP	再生医療サービス 展開準備中		
	AGA	商品 PDF-FD 59院 6院 UP	幹細胞上清液 13院 2院 UP	プレミアムPDF-FD 近日展開予定			
	美容	商品 PDF-FD 11院 11院 UP	幹細胞上清液 407院 123院 UP	プレミアムPDF-FD 展開準備中	再生医療サービス 展開準備中		
	婦人科	商品 PDF-FD 12院 4院 UP		プレミアムPDF-FD 展開準備中			

## 血液由来加工サービス(PDF-FD) 重要KPI進捗推移

2025年9月期 第4四半期累計期間における加工受託件数(累計)は15,584件となり、提携医院数(累計)は685院、と極めて順調に伸長。

## 加工受託件数の推移(累計)

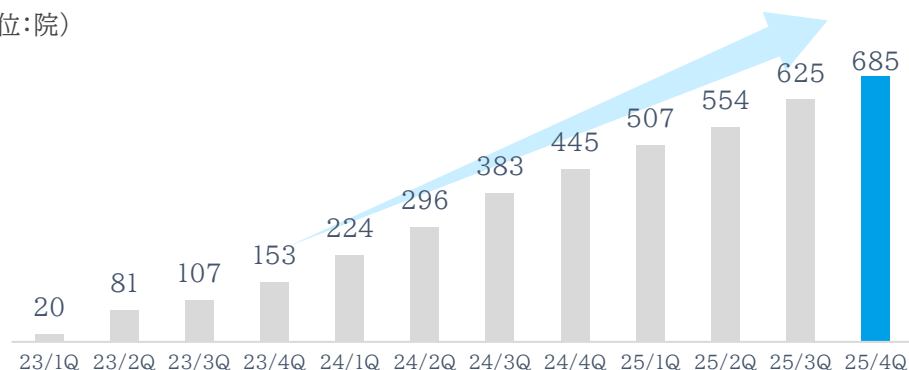
(単位:件)



合計15,584件  
(前年比: +7,653件)

## 提携医院数の推移(累計)

(単位:院)



合計685院  
(前年比: +240院)

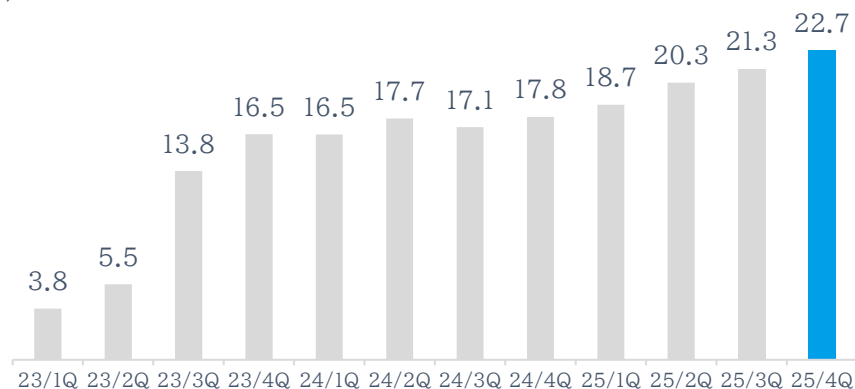


## 血液由来加工サービス(PDF-FD) 重要KPI進捗推移

2025年9月期第4四半期累計期間における1院あたり平均加工受託数は22.7件となり、過去最高値を更新。年間稼働率は、引き続き、64.6%と高水準を維持。

## 1院あたり平均加工受託件数(累計)

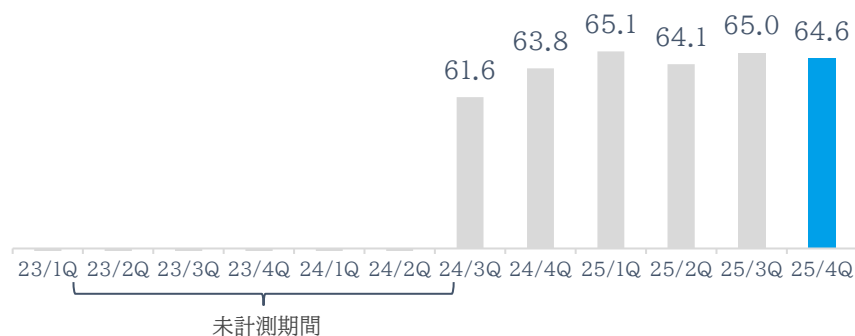
(単位:件)



平均 **22.7** 件  
(当第4四半期実績)

## 年間稼働率の推移

(単位:%)



年間稼働率※ : **64.6** %  
(当第4四半期実績)

※2024年10月～2025年9月の対象期間中に1件以上の発注のあった提携医院の比率として算出。

## D2C事業の商品ラインナップ

商品ラインナップとして、ヘアケア商品から炭酸スキンケア商品まで幅広く展開。

### ヘアケア



薬用  
炭酸ヘッドスパ育毛剤



炭酸ヘッドスパ  
シャンプー



トリートメント

### 炭酸クレンジング



炭酸クレンジング



炭酸ホットクレンジング



炭酸ホワイトクレンジング



リッチモイストクレンジング

### 炭酸洗顔料



炭酸美白洗顔フォーム



炭酸洗顔フォーム

### 炭酸美容液



炭酸美白美容液



リンクルセラム

### オールインワンゲル



プレミアムモイストゲル

### 化粧下地



メイクアップベース

- 1 会社概要
- 2 特徴・強み
- 3 業績ハイライト
- 4 成長戦略
- 5 市場環境
- 6 リスク情報
- 7 参考情報



## SBC湘南美容クリニックとの連携強化

セルプロジャパンが加わったことで、より大きなマーケットである再生医療のソリューションを含んだ6つのプロダクトを、美容医療業界トップシェアを誇るSBC湘南美容クリニックに対して提供。

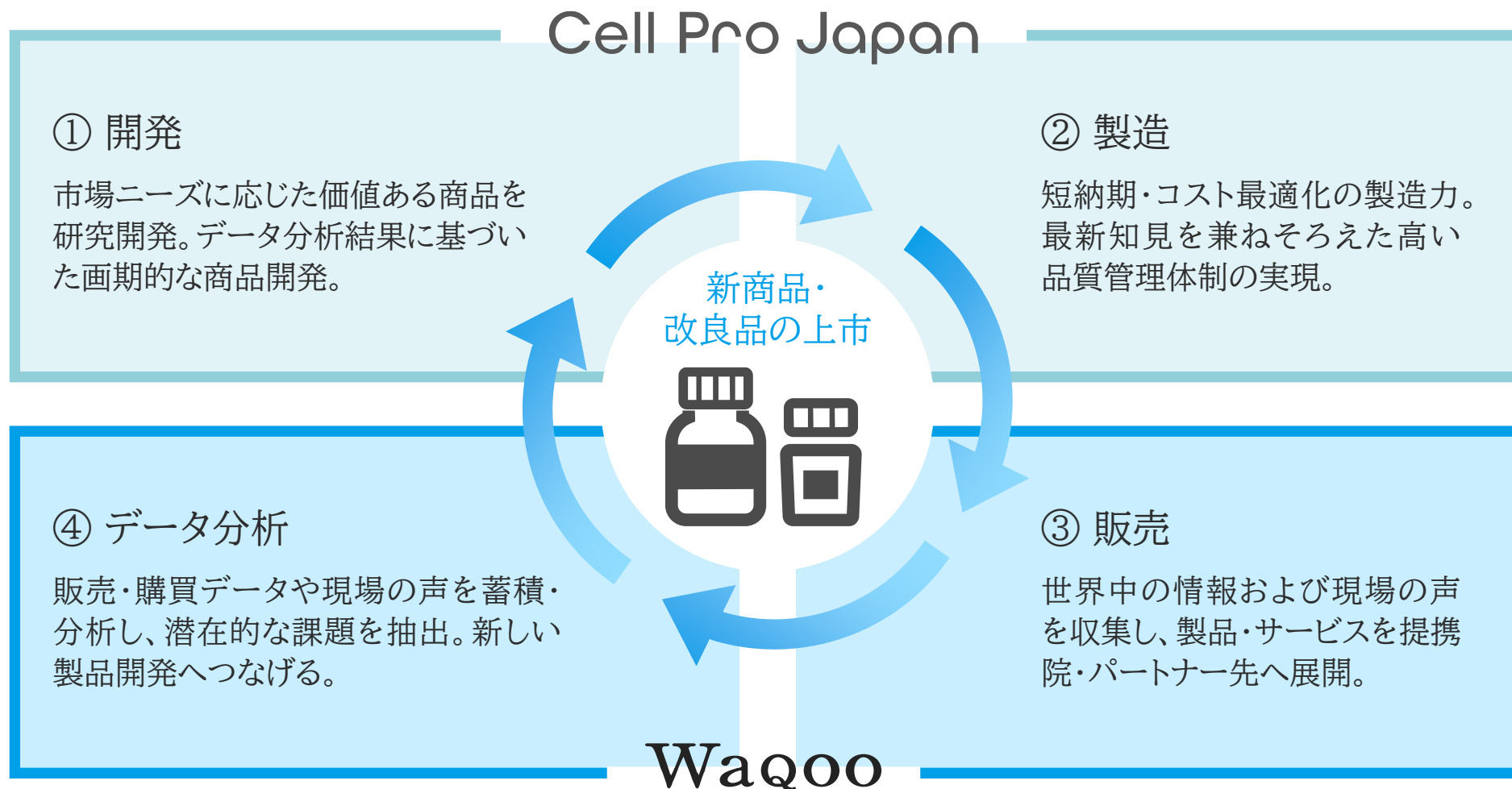


サービス等  
の提供



## 製販一体による付加価値向上①

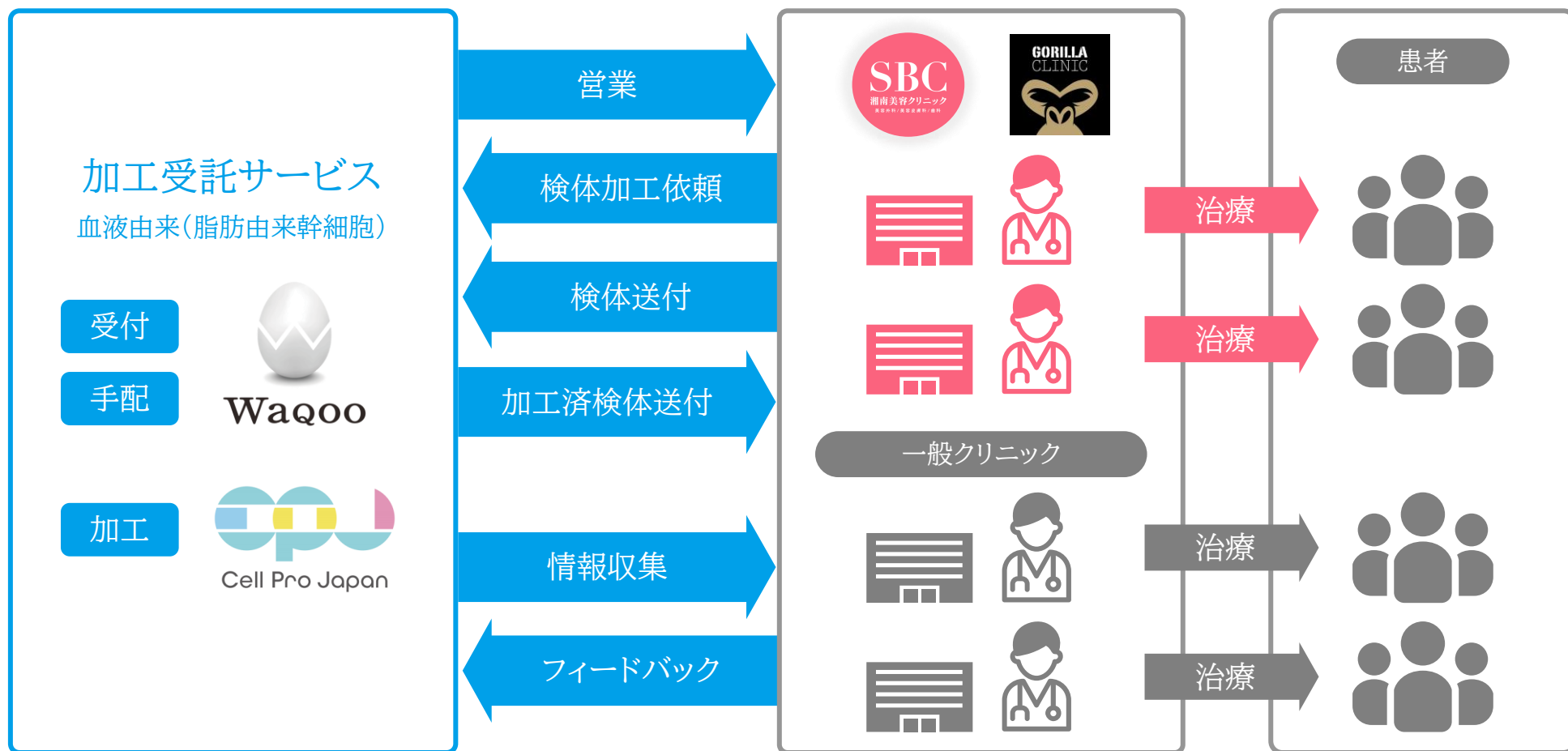
製販一体となることで、製品・サービスの開発・製造・販売・データ分析の高速PDCA化が行われ、迅速な新商品・改良品の上市体制を実現。





## 製販一体による付加価値向上②

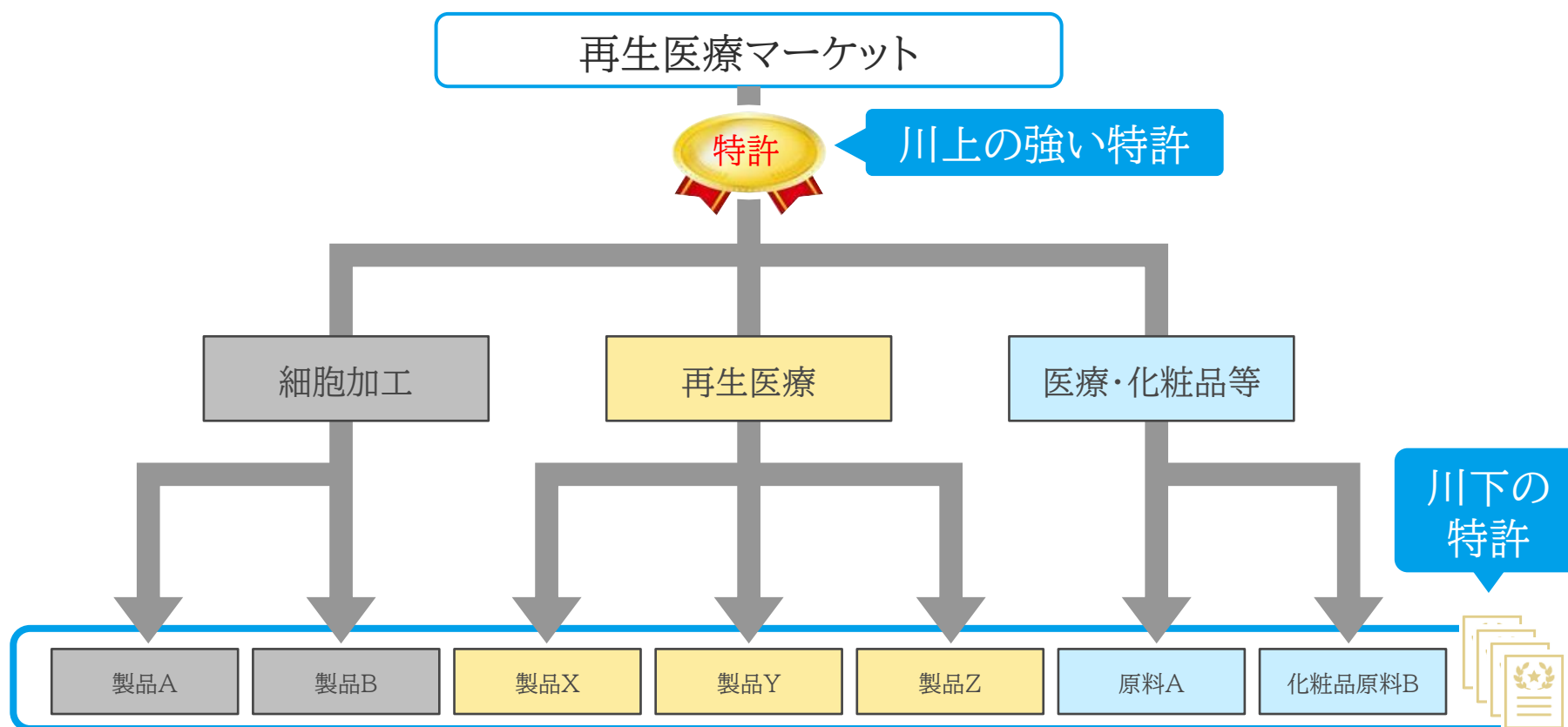
血液由来加工の受託サービスを展開する当社とセルプロジャパンが保有する製造技術・ノウハウを一気通貫にする製販一体モデルを形成。PDCAサイクルの高速化により、取引先と患者へ更なる付加価値を提供。



## 競争優位の確保 「技術＝ディープテック」の特許戦略

再生医療マーケットの課題を根本的に解決する川上の強い特許※の取得を目指しつつ、川下の特許にて製品ごとの競争優位性を中長期で確保。



## 特許取得ポリシーのイメージ図



## 血液由来加工サービスにおける技術と特許

血液由来加工サービスのバリューチェーン全体において、独自加工及びノウハウにおける技術の強みを保有。複数特許の取得を目指す。



血液由来加工サービス PDF-FD療法	技術の強み	有効性	安全性 安定性	特許申請状況
遠心分離				
上層回収	 ① 血漿分画の使用によるターゲット成分の確保	✓	✓	
抽出	 ② 無添加加工による安全性の追求		✓	
	 ③ 独自加工による成分濃度の向上	✓	✓	2024/11 特許取得 2025/3 特許出願 2025/7 特許出願
製剤化	 ④ 独自ノウハウによる凍結乾燥化	✓	✓	
品質管理	 ⑤ 安全性を重視した品質管理体制の構築		✓ ✓	

## 上清液における技術と特許

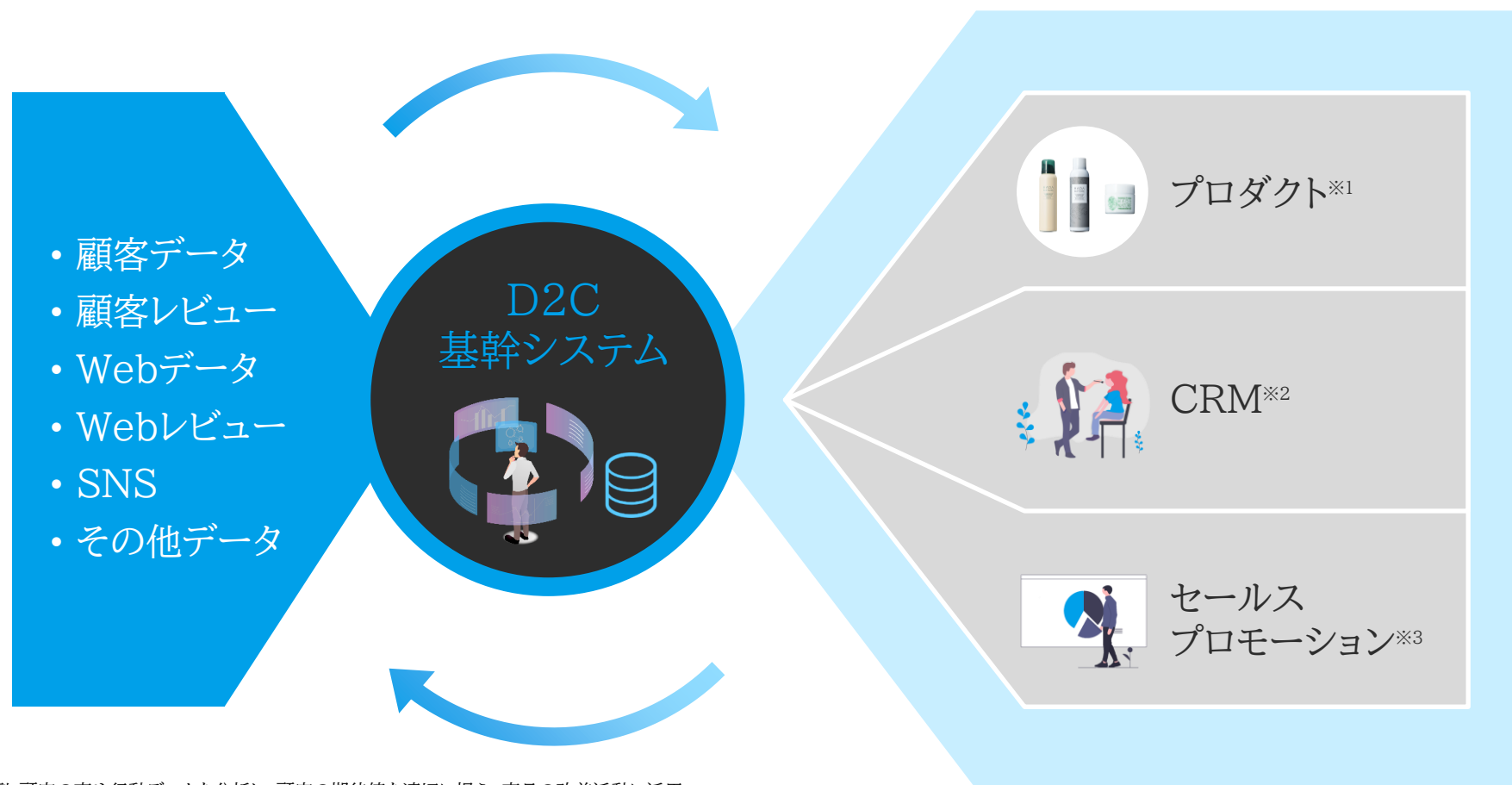
上清液のバリューチェーン全体で技術の強み及び独自のノウハウを保有。  
ブランディングに寄与する技術は特許化を図ることで重層的な技術の強みを構築。



上清液	技術の強み	有効性	安全性 安定性	特許申請状況
原料調達・ 細胞単離	① 独自の原料調達経路を保有 (希少性高い原料調達を実現)		✓	
培養	② 独自の幹細胞単離技術を確立 	✓	✓	
	③ 独自の増殖培養技術による 成分濃度及び安全性の向上 	✓	✓	2022/8 出願済み
抽出	④ 独自の抽出技術による 成分濃度及び安全性の向上 	✓	✓ ✓	2025/7 特許取得 2024/4 特許取得
製剤化	⑤ 独自ノウハウによる凍結乾燥化 	✓	✓	2023/5 出願済み
品質管理	⑥ 安全性を重視した品質管理体制の構築 		✓ ✓	

## 当社独自のD2C基幹システムでデータを活用、付加価値を創出

長年のECの実績を元に当社独自のD2C基幹システムを開発・構築。様々なデータを取得し統合データベースに格納することにより高付加価値なオリジナルの美容健康ブランドを企画、開発※<sup>1</sup>。顧客に最大限の満足を提供(CRM)※<sup>2</sup>し、セールスプロモーションの効率化も実現※<sup>3</sup>。



※<sup>1</sup> 例:顧客の声や行動データを分析し、顧客の期待値を適切に捉え、商品の改善活動に活用

※<sup>2</sup> 例:顧客の購買データや解約時期などから、適切なタイミングで適切な内容のメッセージを送る事により、顧客満足を高める

※<sup>3</sup> 例:LTVを含めた広告効果を分析し、LTVの高い顧客群を特定。類似ユーザへの広告出稿による、プロモーション効果の最大化



- 1 会社概要
- 2 特徴・強み
- 3 業績ハイライト
- 4 成長戦略
- 5 市場環境
- 6 リスク情報
- 7 参考情報



## 2025年9月期 業績ハイライト



(単位:百万円)

2024年9月期(実績)

2025年9月期(実績)

## 売上高

D2C事業

1,316

952

メディカルサポート事業

627

999

## 営業利益

D2C事業

385

294

メディカルサポート事業

64

216

調整額

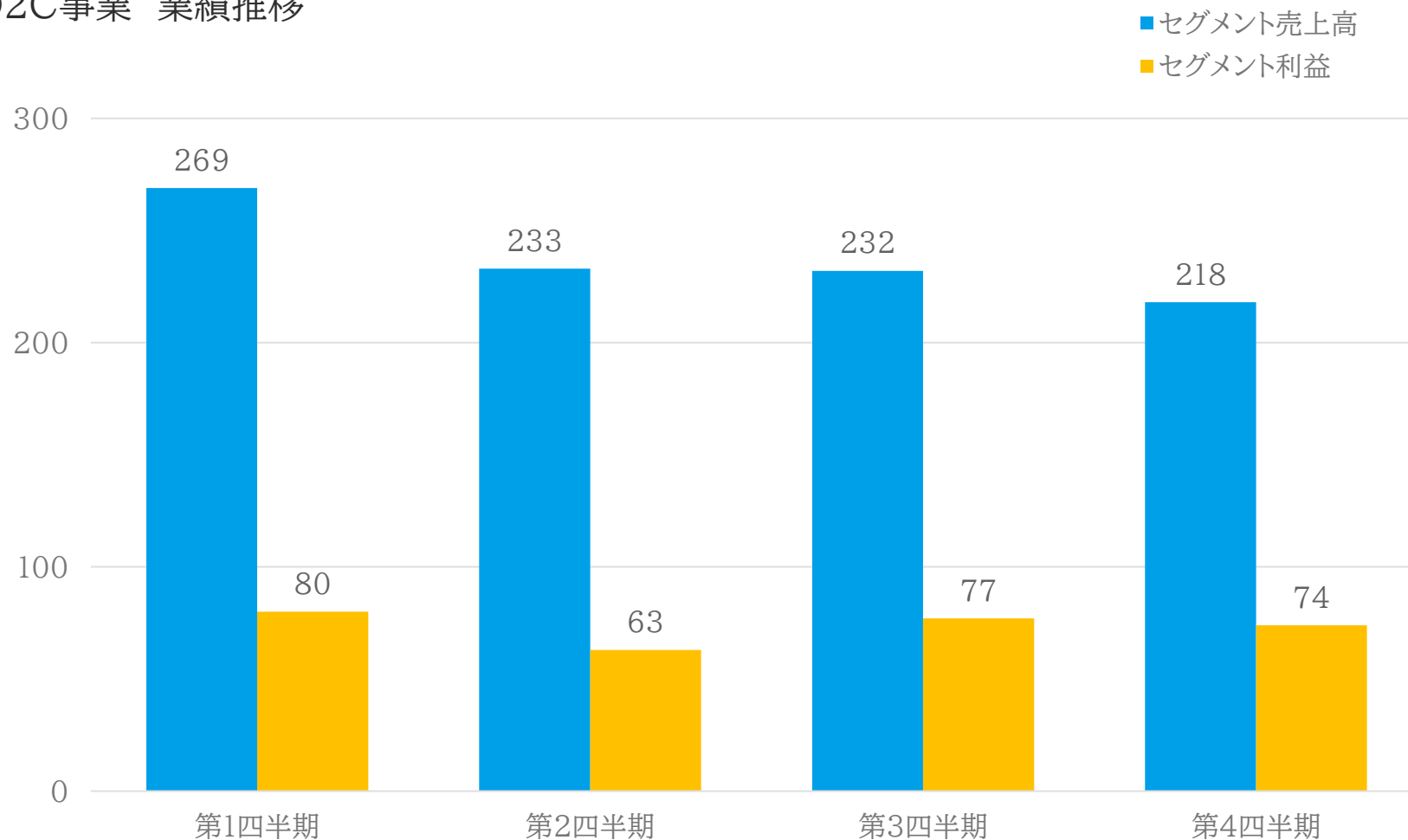
△393

△332

## 2025年9月期 D2C事業の業績

広告投資を抑制したことにより、売上高は漸減傾向にあるものの、安定した利益体質化を実現。

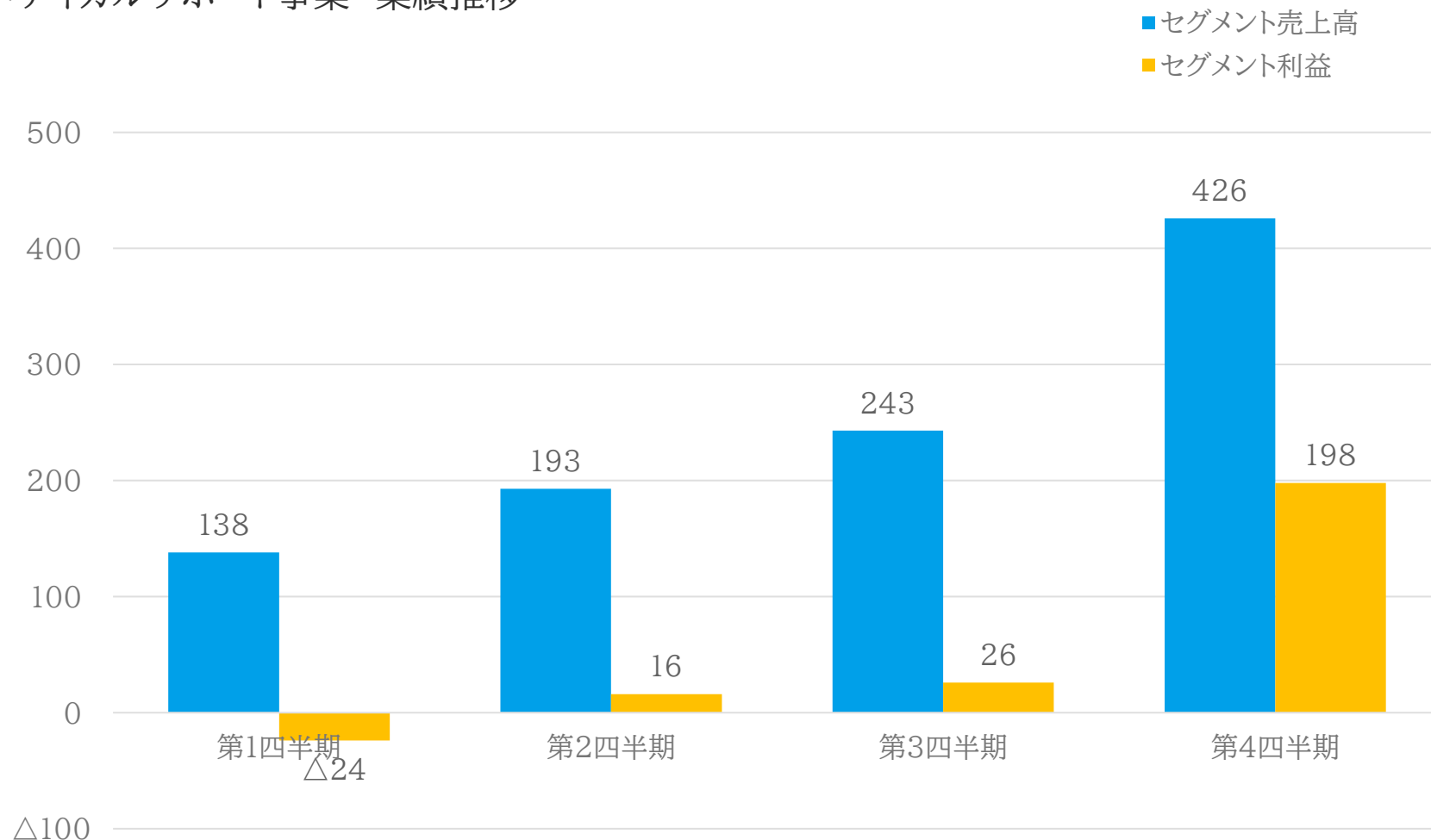
## D2C事業 業績推移



## 2025年9月期 メディカルサポート事業の業績

セグメントの売上高及び利益は、毎四半期、堅調に推移し、第4四半期は昨年同様の実績を達成。

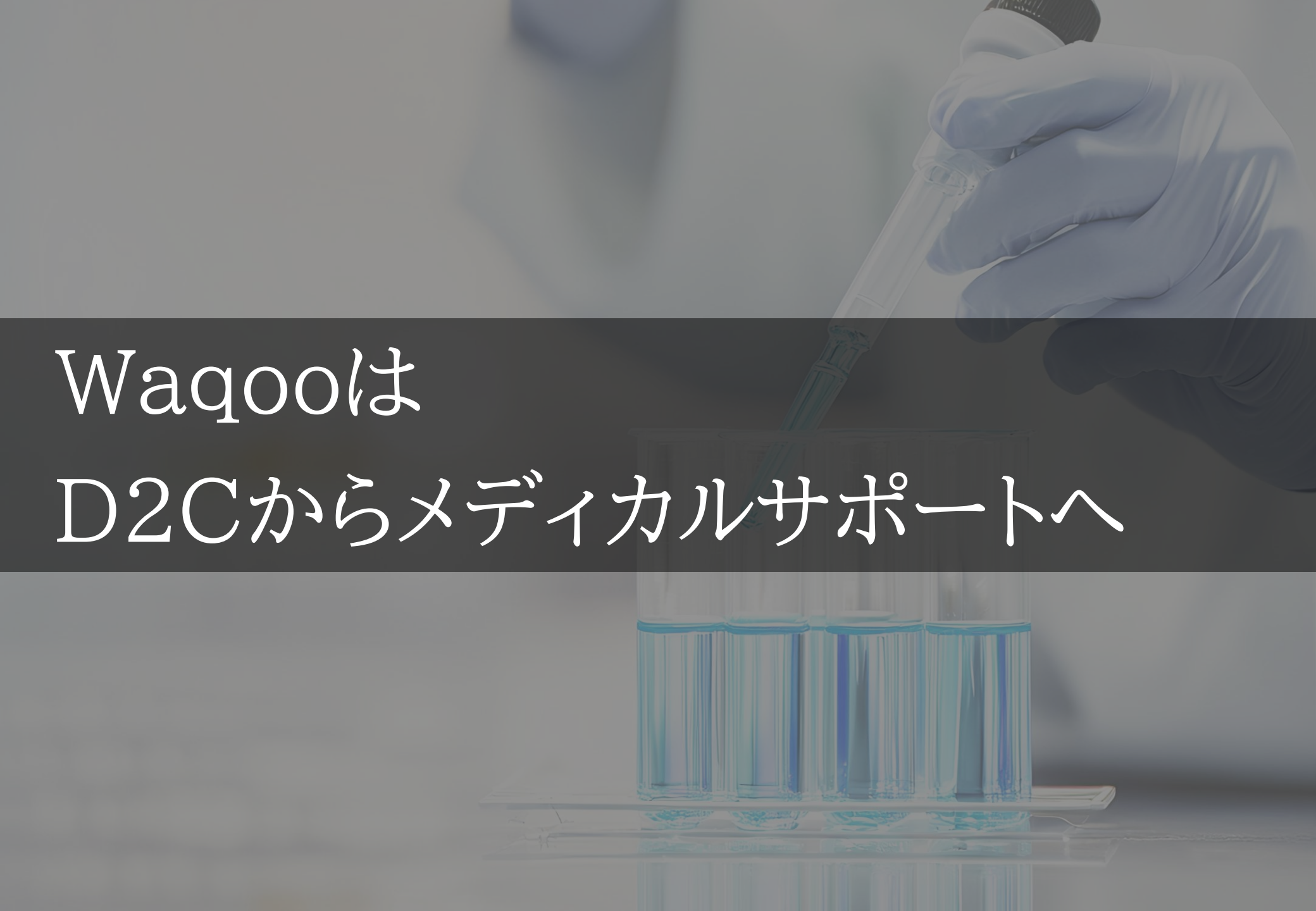
## — メディカルサポート事業 業績推移



- 1 会社概要
- 2 特徴・強み
- 3 業績ハイライト
- 4 成長戦略
- 5 市場環境
- 6 リスク情報
- 7 参考情報





A background image showing a gloved hand using a pipette to add liquid to test tubes in a rack. The image is semi-transparent, allowing the text to be overlaid.

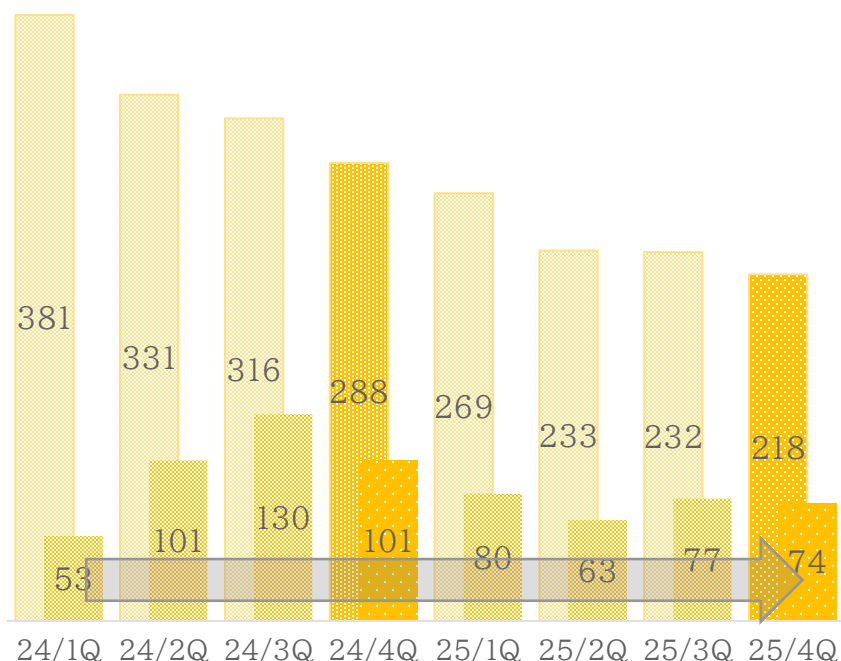
Waqooは  
D2Cからメディカルサポートへ

## WaqooはD2Cからメディカルサポートへ：成長投資戦略

D2C事業は収益性を保ちつつ無駄の無い“筋肉質”な事業運営を目指す。一方で、メディカルサポート事業に経営資源を集中投下することで、グループ全体の収益力の向上を目指す。

## D2C事業

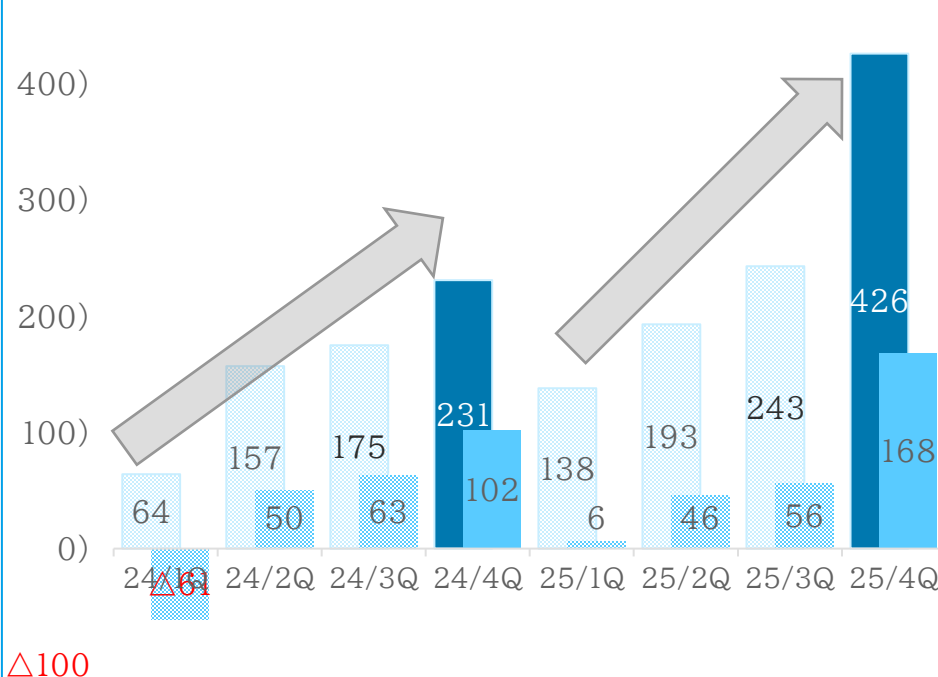
(単位:百万円) セグメント売上高 セグメント利益



広告投資抑制により売上は漸減傾向にあるものの、安定した利益体質化を実現

## メディカルサポート事業

(単位:百万円) セグメント売上高 セグメント利益

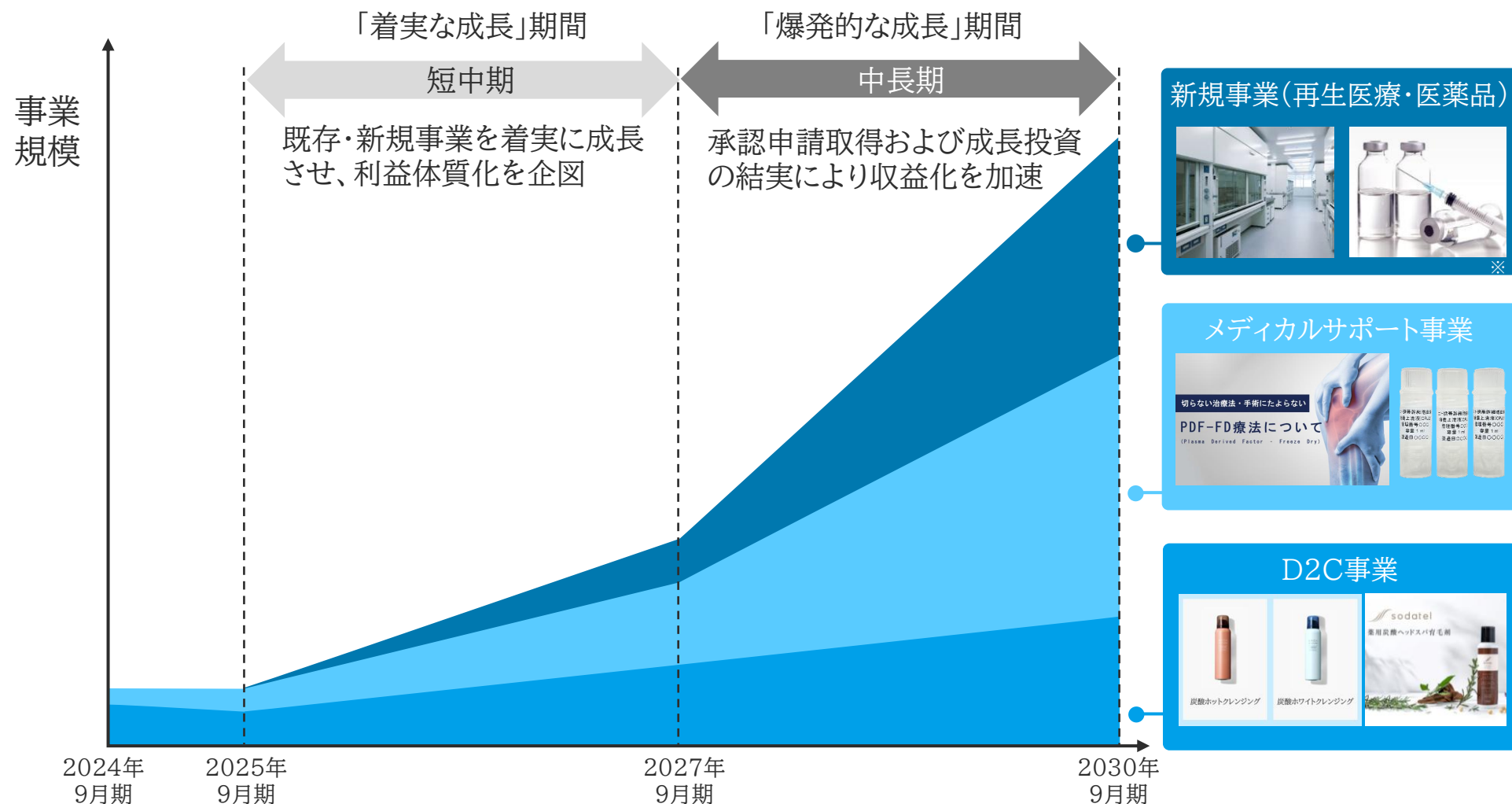


売上・利益、共に着実に積み増しており、今後もこの傾向が続く見込み

(※) セグメント利益は、のれん償却費を除く

## 将来の成長イメージ

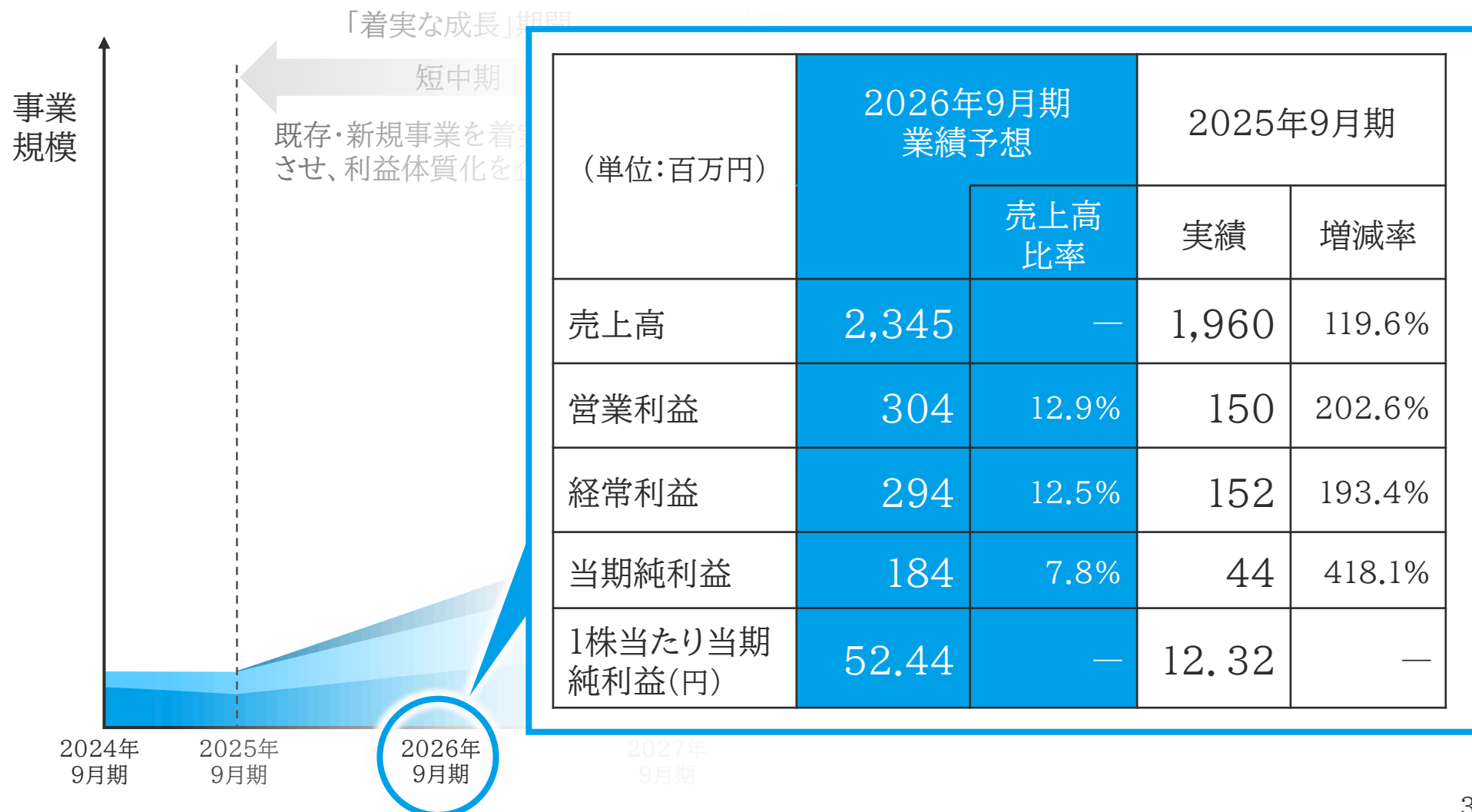
短中期的には既存事業を中心に段階的な「着実な成長」を目指し、中長期的には細胞培養技術をフル活用し「爆発的な成長」に繋げる。



## 2026年9月期 連結業績予想

既存事業の確実かつ安定的な成長を基盤とした、増収増益を計画。

また、中長期的な成長に向けた一步を踏み出すべく、新たな取り組み等に積極的に着手予定。



## メディカルサポート事業の成長戦略

再生医療技術を活かし、既存市場に存在しない唯一無二の商品改良と新商品の上市を実施するとともに、展開領域の大幅な拡大を図る。また、CPCの新設により、再生医療関連サービスの提供を成長戦略の軸とする。

### 新商品及び改良品の上市



※

- 従来ない市場を創造する新商品
- 医師のVOC(Voice of Customer)を活用した改良品

### 展開領域の拡大



- 整形外科(関節症治療)
- 皮膚科・形成外科(AGA治療)
- その他

### CPCの活用



新規事業

※

- 安全かつ高品質な細胞の生産
- 有効性に特化した細胞サービスの提供
- サービス価格の適正化による需要創出



## 新規事業の成長戦略

既存取引先への医薬品・医療機器の卸売販売の参入・展開を図るとともに、弊社商品・サービスの海外進出を検討する。

### 新規事業(1) 医薬品・医療機器の卸売販売事業への参入および展開



※

- 必要となる業許可を順次取得予定
- 既存取引医療機関へのクロスセル
- 新規医療機関への営業強化

### 新規事業(2) 海外進出の検討



- 再生医療、医薬品、原料の輸出
- 東南アジアを中心に進出検討



## 今後の事業イメージ

2025年9月期より「細胞培養のプラットフォーム」構築を目指す。各商品の性能アップデートおよび高付加価値商品の展開による圧倒的な競争優位性および高収益なビジネスモデルを確立する。

**Waqoo**

**海外事業**

**医薬部外品**

**化粧品**

**メディカル  
サポート**

**原料等**

**再生医療**

**医薬品**

**卸売販売事業**


株式公開買付けを通じた資本業務提携により、成長戦略を加速

**SBCメディカルグループとの新たな資本業務提携により、  
持続的な成長基盤を構築**

**SBC**  
Medical Group Holdings, Inc.

×

  
**Waqoo**

## SBCメディカルグループとのシナジーについて

- 1 製品企画・開発における協業
- 2 販売チャネルの拡大とクロスチャネル戦略
- 3 メディカルサポート事業の強化・提携医院ネットワーク拡大
- 4 マーケティング効率・顧客管理(CRM)領域での協業による収益性改善
- 5 再生医療・将来技術領域での共同研究及び商品・メニュー開発
- 6 SBCグループのクリニックネットワークを生かした販路拡大
- 7 未承認医薬品・未承認医療機器の共同研究及び開発
- 8 コスト競争力の強化

## 代表者の知識・スキルについて

当社代表の佐俣文平は、再生医療領域に関して広い知識を有し、「細胞培養プラットフォーム」を構成する各要素の開発実績やスキルを有する。

代表取締役社長

佐俣 文平



<https://x.com/BumpeiSamata>

### — 学術論文

#### 【細胞治療】

- 大脳皮質神経細胞を純化するためのL1CAMマーカー同定に関する研究 (DOI: 10.3389/fncel.2020.00031)
- ドパミン神経細胞を純化するためのLRTM1マーカー同定に関する研究 (DOI: 10.1038/ncomms13097)
- ドパミン神経細胞を純化するためのCORINマーカー同定に関する研究 (DOI: 10.1016/j.stemcr.2014.01.013)

#### 【移植細胞の機能強化】

- 障害後の脳内成分を利用することで細胞移植治療効果を向上させる研究 (DOI: 10.1093/stcltm/szae066)
- 細胞移植治療に既存薬を併用することで移植細胞の機能が向上する研究 (DOI: 10.1002/jnr.24668)
- 細胞移植治療に既存薬を併用することで移植細胞の機能が向上する研究 (DOI: 10.3389/fncel.2013.00011)
- 運動後の脳内環境が移植細胞の機能向上に寄与する研究 (DOI: 10.3233/JPD-191755)
- 細胞移植にホルモン薬を併用することで移植細胞の機能向上に寄与する研究 (DOI: 10.1016/j.stemcr.2016.02.008)

### — 特許権等知的財産権の取得(申請含む)

- 幹細胞培養上清液およびその製造方法 特願2024-107235
- 幹細胞培養上清液およびその製造方法 特願2022-130872 (特許第7520397号)
- 細胞の培養上清を生産する方法 特願2023-207564 (特許第7468955号)
- 新規ドーパミン産生神経前駆細胞の誘導方法 特願2021-131135 (特許第7282304号)
- 新規ドーパミン産生神経前駆細胞の誘導方法 特願2019-085612 (特許第6933843号)
- 新規ドーパミン産生神経前駆細胞の誘導方法 特願2015-535520 (特許第6558580号)



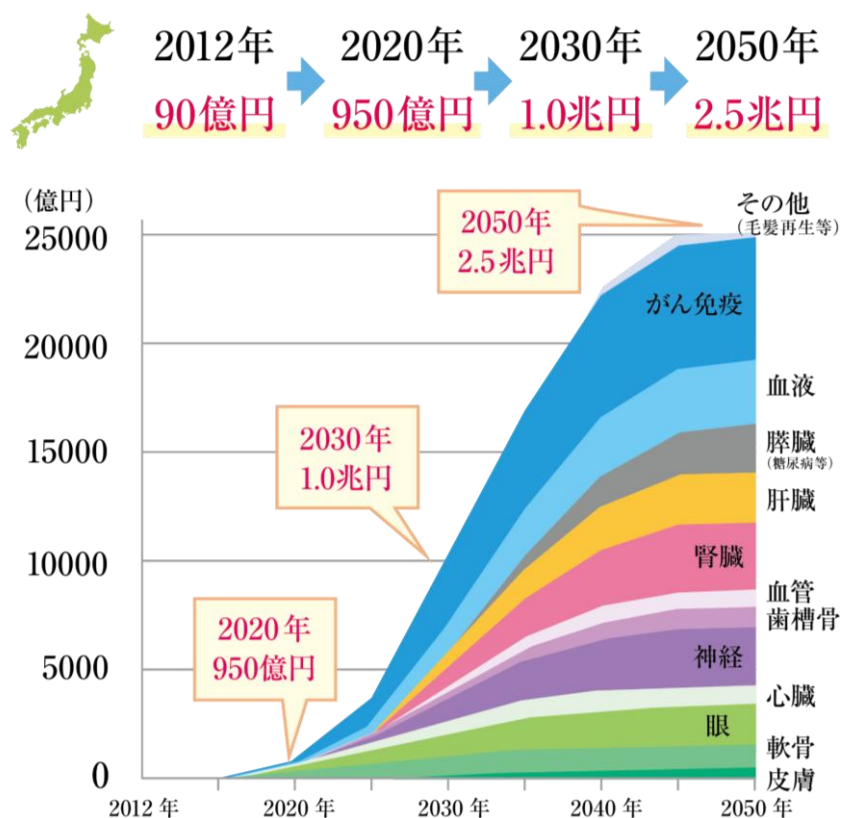
- 1 会社概要
- 2 特徴・強み
- 3 業績ハイライト
- 4 成長戦略
- 5 市場環境
- 6 リスク情報
- 7 参考情報



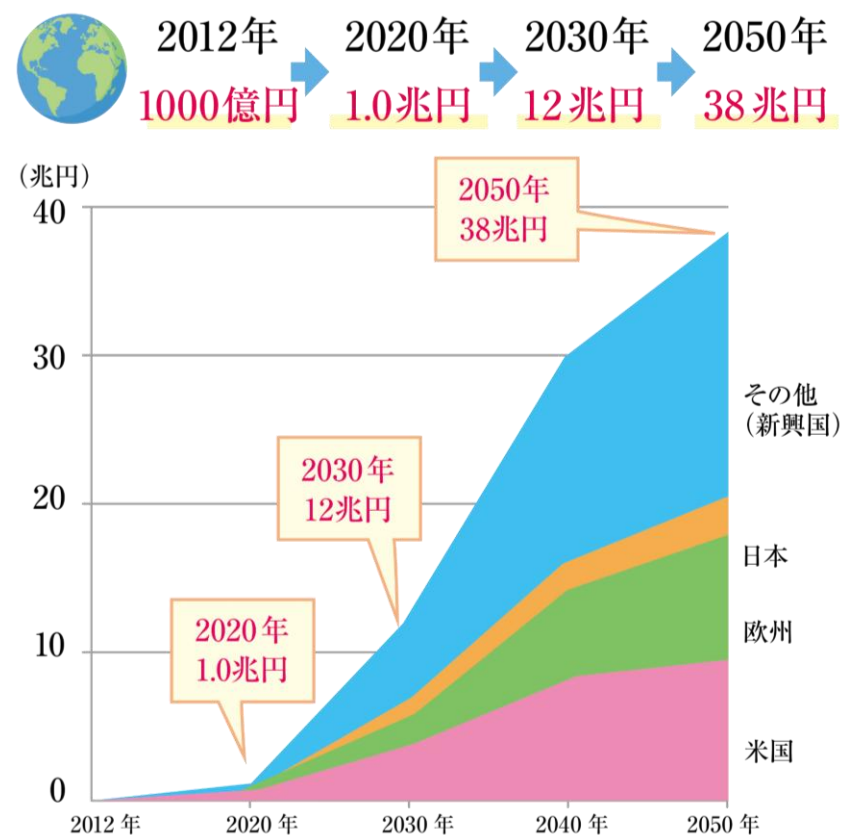
## 再生医療領域の市場規模

国内市場は、2050年時点で2.5兆円(CAGR:11.52%)、世界市場は、同年度時点で38兆円(CAGR:12.89%)と予測※。

## 再生医療の将来市場規模予測(国内)



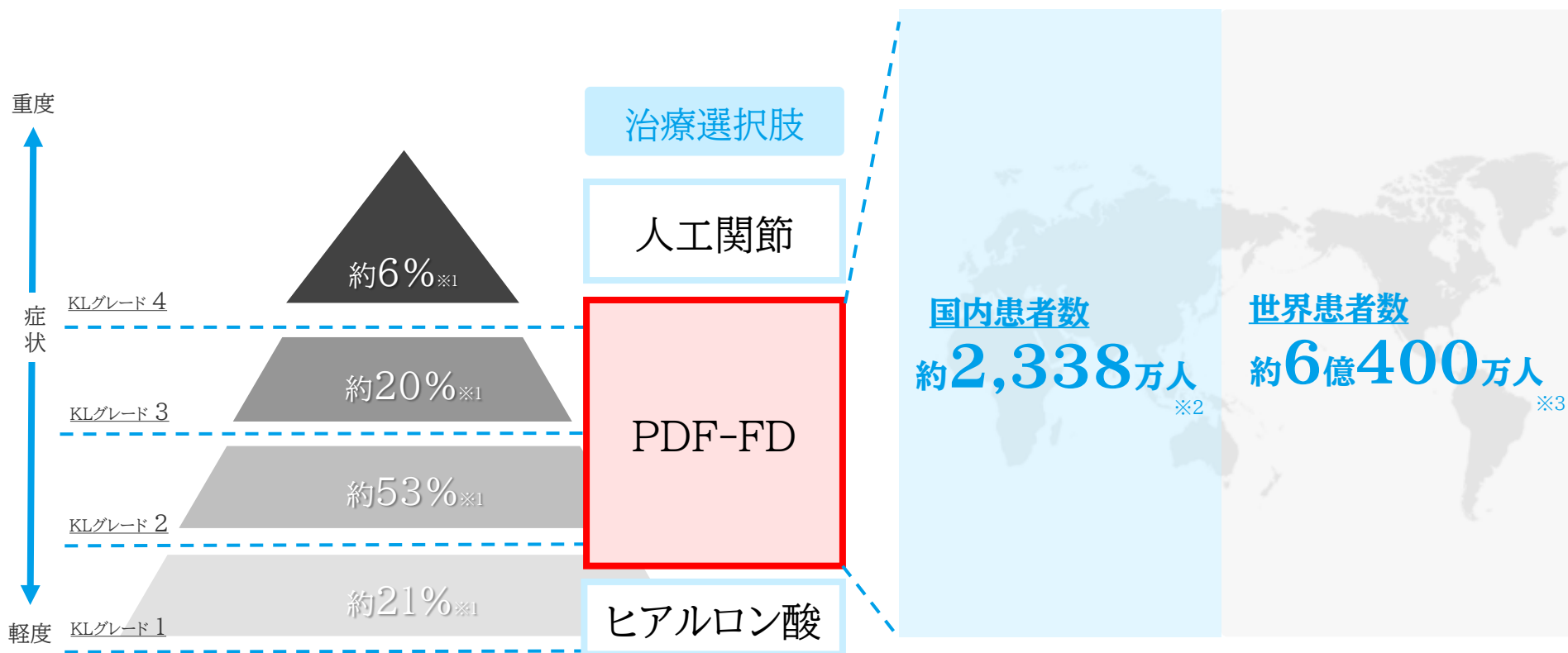
## 再生医療の将来市場規模予測(世界)





## 血液由来加工サービス「PDF-FD」における変形性膝関節症の市場ポテンシャル

「PDF-FD」は、軽度から中等度(KL=2-3)の変形性膝関節症患者(全体の約73%※1)を主対象とした、既存治療では十分に満たされていないアンメットメディカルニーズへの新たな治療選択肢。



※1 <出典元> Yoshimura et al., *J Bone Miner Metab.* 2009/Felson et al., *Arthritis Rheum.* 1987に基づき独自試算

※2 国内推定患者数(KL=2-3)は、ROAD研究による40歳以上のKL≥2推定患者数2,530万人に、KL≥2に占めるKL=2-3の構成比  $(53\%+20\%)/(53\%+20\%+6\%)=73/79$  を乗じて算出

※3 世界KL=2-3推定患者数は、Cui et al., *Osteoarthritis and Cartilage*, 2020 による40歳以上のKL≥2推定患者数6.54億人に、同上の構成比  $73/79$  を乗じて算出

※4 上記は、KLグレード別割合を国内外で共通と仮定して按分した推計値。実際のグレード分布は地域や調査により差異があり得ます

## 『PDF-FD』・AGA領域の市場概況

国内でのAGA(脱毛症)は成人男性の約25%である1,500万人が発症しているとされ、発症率は年齢と共に上昇。なお、世界的には毛髪再生の市場規模は、今後拡大すると見込まれる。

## AGA(国内)

AGAは額の生え際や頭頂部の頭髮が軟毛化・細く短くなり、進むと額の生え際が後退して、頭頂部の頭髮が薄く、やがては抜け落ちてしまう症状。

薄毛に悩む成人男性数  
約1,500万人(4人に1人)

※出典元:アデランス「薄毛に関する意識調査2020」

2020～2021年におけるAGA治療件数  
約2,573件

※出典元:DPC対象病院・準備病院・出来高算定病院の合計治療実績

## — 従来のAGA対処方法

薬物治療

・処方薬  
・一般医薬品

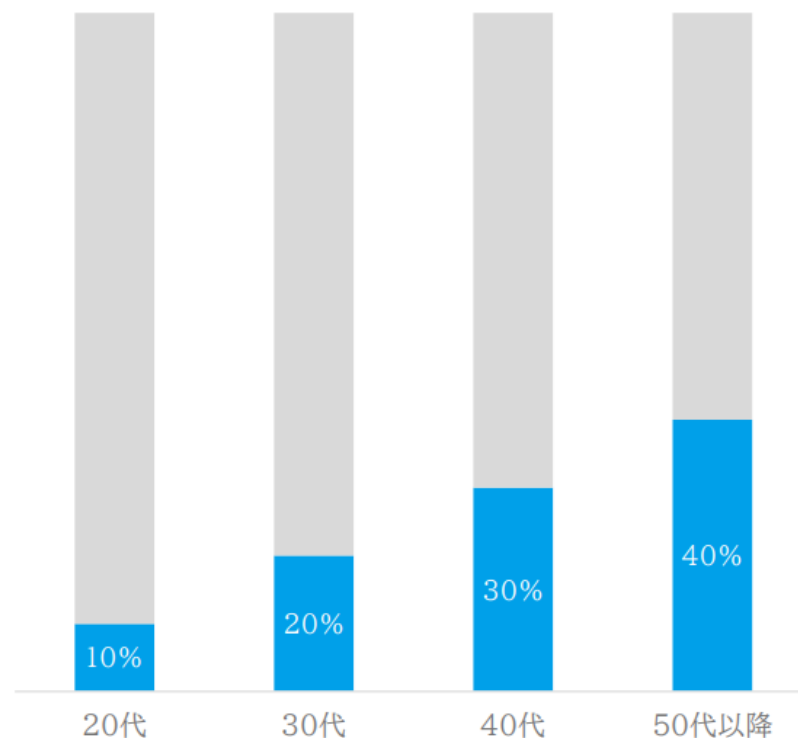
外科治療

・自毛移植  
(植毛)

整容対処

・カツラ

## — AGA発症率

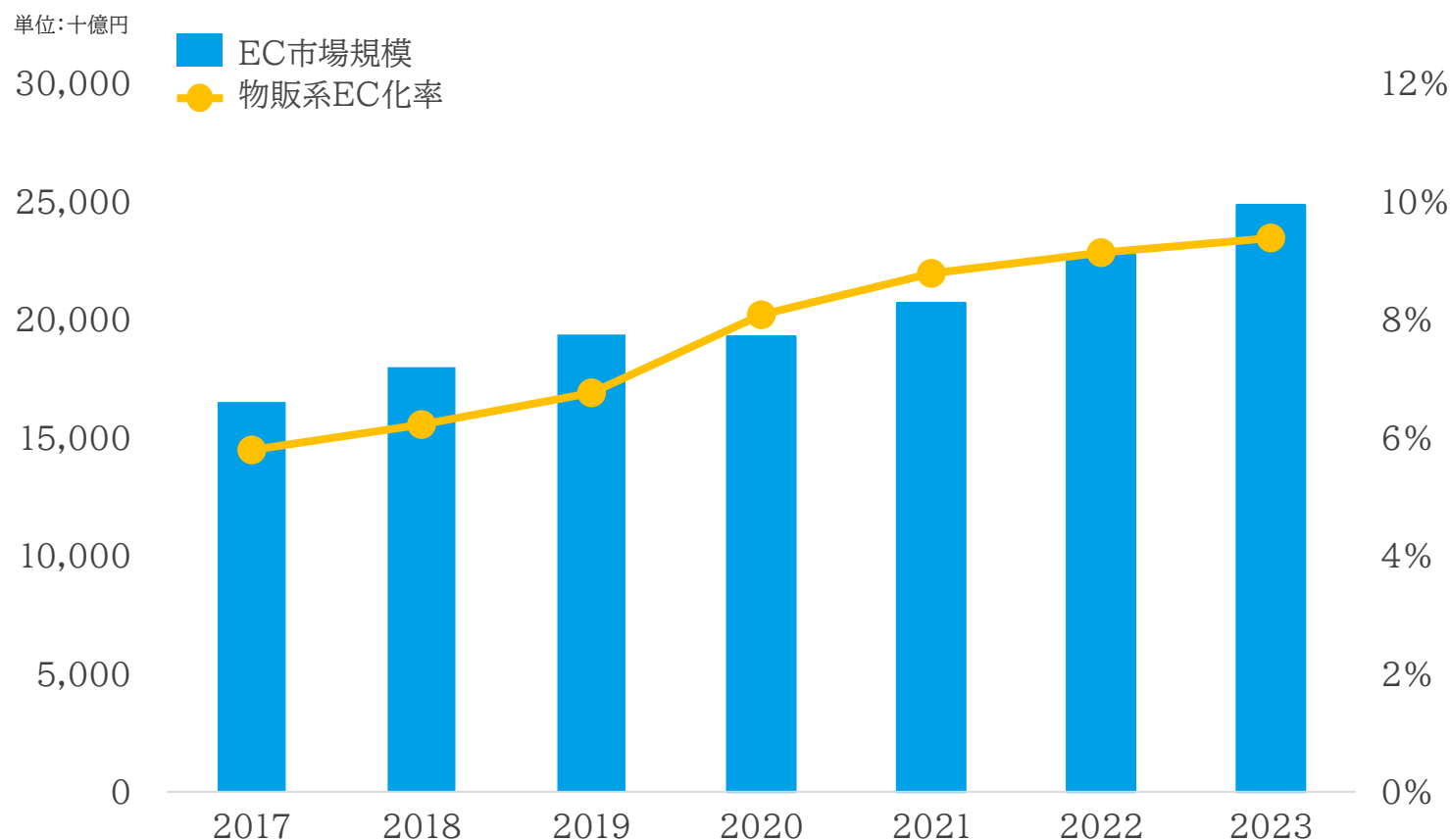


※出典元:東和薬品「抜け毛・薄毛が気になる方へ-AGAを知ろう-」

## BtoC EC市場規模

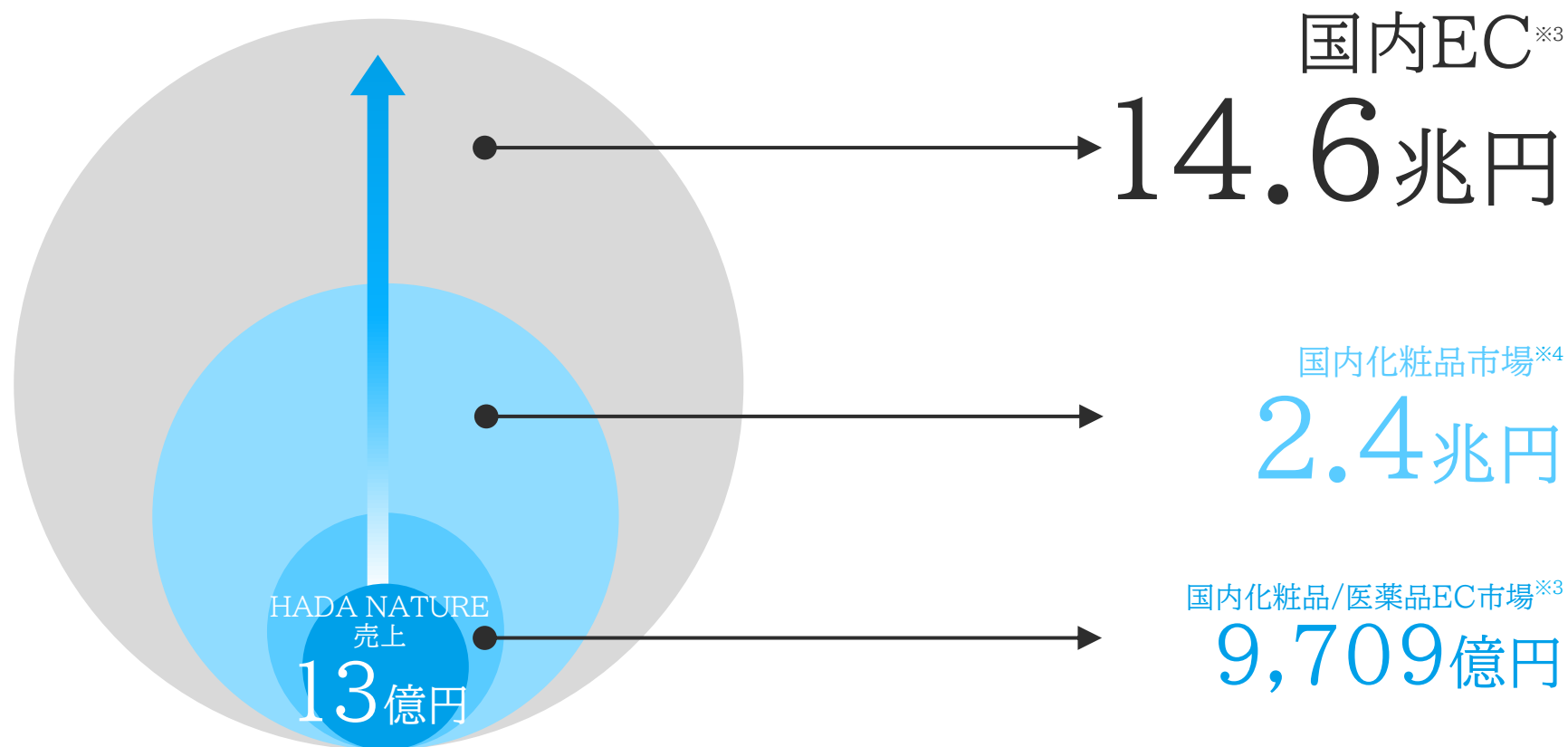
国内のBtoC EC市場規模・物販系EC化率は上昇の一途をたどっており、今後もその傾向は続くものと想定。

### 国内BtoC EC市場※



## 『HADA NATURE』のTAM(展開可能性がある市場規模)

スキンケア/ヘアケアプロダクトから他ジャンルD2Cへ。デジタルを基軸とし、O2O※1・OMO※2・メディアミクスで市場を捉え、展開可能な市場は大きいものと目算。



※1 「Online to Offline」の略称。ネットで情報を知った顧客が、実店舗に足を運んでくれるように誘導する販売戦略を指す

※2 「Online Merges with Offline」の略称。顧客体験の最大化を目指しオンラインとオフラインの垣根を超えて購買意欲を創り出そうとするマーケティングの考え方を指す

※3 経済産業省 商務情報政策局 情報経済課「令和5年度 電子商取引に関する市場調査報告書」より抜粋

※4 株式会社矢野経済研究所「化粧品市場に関する調査を実施(2023年)」より抜粋

- 1 会社概要
- 2 特徴・強み
- 3 業績ハイライト
- 4 成長戦略
- 5 市場環境
- 6 リスク情報
- 7 参考情報



## 事業リスクと対応方針

発生可能性と影響度合いを勘案し、各種リスクに対しての対応方針を講じることで、リスクを発生させない・発生した際に素早く対応できる体制を構築。

カテゴリ	リスク	リスク概要	特定 時期	発生 可能性	影響度	対応方針
事業に 関連する リスク	血液加工サービス等について	今後、新しいサービスや治療法・創薬等の開発がなされ、当社の血液加工サービスの低迷	無	中	大	アジャイルでの商品開発など、市場の声を反映した開発・改良に取り組む
	研究開発について	今後の研究方法や具体的な事業推進の内容によっては、現状よりも多額の研究開発費を投入する可能性	無	中	大	研究テーマの選定および進捗管理を適切に行うとともに、段階的な投資判断を行うことでリスク低減に努める
	製造物責任について	血液加工受託サービスおよび製品において、品質不良や欠陥等が発生した場合、健康被害や損害賠償請求に発展	無	低	大	厳格な品質管理体制の構築・運用を徹底するとともに、製造物責任保険への加入等により、万一の事態に備えたリスク低減策を講じています
環境に 起因する リスク	厳しい法的規制と将来の変化	医薬品やインターネット上の事業展開に関連する各種法律・法規制の変更、予測できない法規制の新設等による事業活動の制限	無	低	大	複数の専門弁護士による充実したチェック体制の下で、コンプライアンスとCSRに基づく倫理的行動を徹底する
その他 重要な リスク	訴訟の発生	役職員の法令違反等の有無にかかわらず、ユーザや取引先、第三者との間で予期せぬトラブルが発生し、訴訟に発展	無	中	大	リスク・コンプライアンス規程を制定し、役職員に対して当該規程を遵守させることで法令違反等の発生リスクの低減に努める
	関連当事者取引の杜撰な管理	グループ会社を含み事業上の合理性のない取引が行われたり、取引価格を恣意的に調整することによる、不適切な収益認識の発生	無	高	大	取引の合理性や取引価格の妥当性の検証を含めて、当社の取締役会で十分に審議して決議した上で実施する



- 1 会社概要
- 2 特徴・強み
- 3 業績ハイライト
- 4 成長戦略
- 5 市場環境
- 6 リスク情報
- 7 参考情報



## 『SDGs』への取り組み:概要

女性活躍、雇用創出、産学連携、リサイクルの取り組みなど、当社のSDGs活動を推進。

5 ジェンダー平等を  
実現しよう

## ①女性の活躍促進※1

女性の育児理由での  
時短勤務率

20.0%

女性の当社入社後の  
産休・育休取得率

26.7%

18歳未満の子供をもつ  
女性従業員比率

63.3%

8 働きがいも  
経済成長も

## ③地方創生

20の協力会社と  
のべ12都道府県に  
雇用を創出

9 産業と技術革新の  
基盤をつくろう

## ②産学連携

8つの大学で開発に取り組んだ6つ  
の有効成分を『HADA NATURE』  
の商品に採用。  
京都大学iPS細胞研究所とセルプロ  
ジャパンが共同研究契約を締結。

12 つくる責任  
つかう責任15 陸の豊かさも  
守ろう

## ④リサイクル

配送用段ボールの  
再生紙利用率※2

95%以上



エアゾール缶※3のリサイクル率※4

89.4～96.6%

※1 2025年9月末時点に在籍する女性従業員60名に対する割合

※2 全国段ボール工業組合連合会ウェブサイト参照

※3 HADA NATURE炭酸製品は全てエアゾール缶を使用

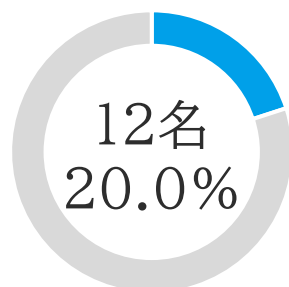
※4 一般社団法人 日本エアゾール協会、令和2年8月6日「エアゾール缶リサイクル率について」を参照

## 『SDGs』への取り組み:①女性の活躍促進

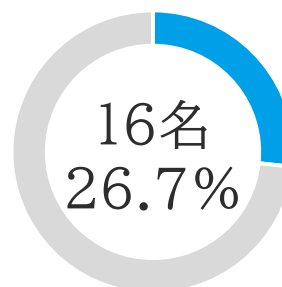
従業員・女性の働きやすい環境とカルチャーが、当社の競争力の源泉。

—— 女性従業員 2025年9月末時点に在籍する女性従業員60名に対する割合

育児理由での時短勤務者

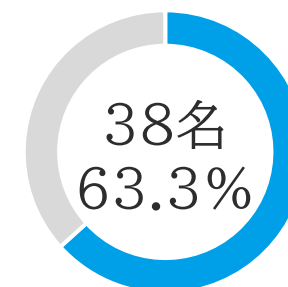


当社入社後の産休・育休取得者



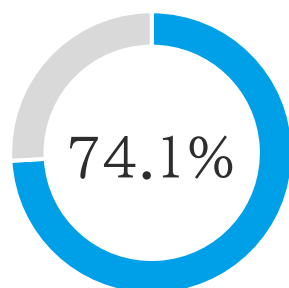
内2回以上の取得者:7名 / 11.6%

子育て(18歳未満)中の従業員



—— 全従業員 2025年9月末時点に在籍する従業員93名に対する割合

従業員の有給消化率※



※ 有給消化率は、付与された有給休暇を付与後2年以内に使い切ることを指す。また、「従業員」は管理職未満、産休・育休中の社員を除く。

## 『SDGs』への取り組み:②産学連携

8つの大学で開発に取り組んだ6つの有効成分を『HADA NATURE』の商品に採用。  
 京都大学iPS細胞研究所とセルプロジャパンが共同研究契約を締結。

### 白金ナノコロイド



東京大学

### 三重らせんコラーゲン



東京工業大学



北海道大学

### 菜の花エキス



京都薬科大学

### ATコラーゲン



奈良先端科学技術  
大学院大学

### 環状リゾホスファチジン酸Na

特許取得成分



お茶の水女子大学

### ナールスゲン



大阪市立大学



京都大学

京都大学 iPS 細胞研究所とセルプロジャパン株式会社が

共同研究契約を締結

～認知症をはじめとする神経疾患に対する新規治療法の開発を目指す～

当社の 100%子会社であるセルプロジャパン株式会社(本社: 神奈川県横浜市、代表取締役社長: 佐藤文平、以下、「セルプロジャパン」と)と国立大学法人京都大学 iPS 細胞研究所(本部: 京都市左京区、所長: 高橋淳、以下「CiRA」)は、神経疾患における脳内の機能改善を目的として、「ヒト幹細胞由来生理活性物質の特性を活かした新規治療法」の開発を目指すための基盤技術構築に関する共同研究契約を締結したことを、下記の通りお知らせいたします。

記

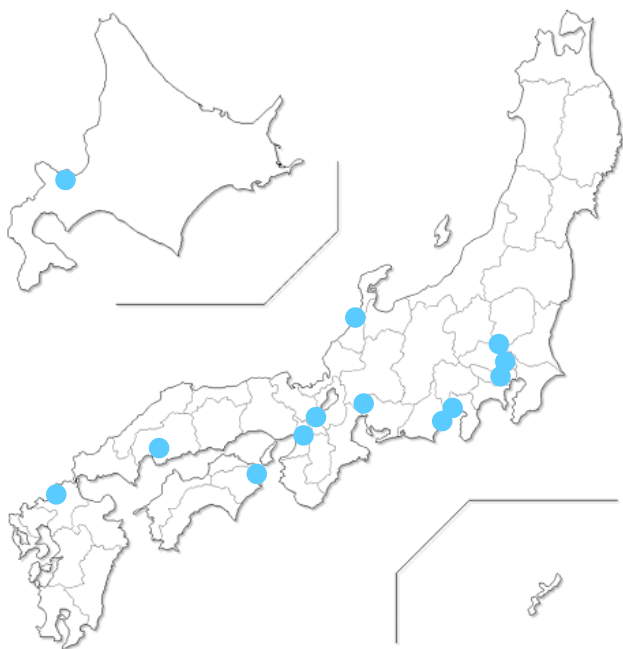


京都大学

## 『SDGs』への取り組み:③地方創生 ④リサイクル

20の協力会社経由で、のべ12都道府県に雇用を創出。

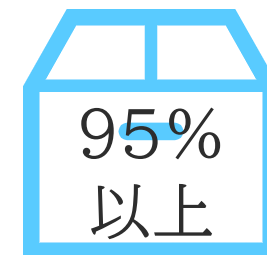
## —— 協力会社拠点一覧



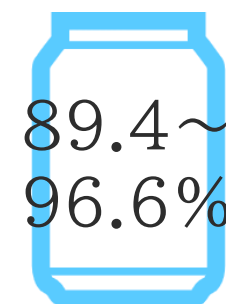
環境に配慮し、リサイクルできる缶や梱包資材の利活用を推進。

## —— リサイクル実績

配送段ボールの  
再生紙利用率<sup>※1</sup>



エアゾール缶<sup>※2</sup>  
のリサイクル率<sup>※3</sup>



※1 全国段ボール工業組合連合会ウェブサイトを参照

※2 HADA NATURE炭酸製品は全てエアゾール缶を使用

※3 一般社団法人 日本エアゾール協会、令和2年8月6日「エアゾール缶リサイクル率について」を参照



## 免責事項

本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、当社以外に関する情報は公開情報等から引用したものであり、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザの嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。

## 今後の開示

当資料のアップデートは、2026年12月に開示を行う予定です。