

SUNSTAR



Creating our Future Together

2024
サンスターループ報告書

2024年1月～12月

Sunstar Together

サンスターの歴史に刻む新たな章

「1932年、祖父の金田邦夫が日本で会社を創設した時から、サンスターの物語は始まりました。『常に人々の健康の増進と生活文化の向上に奉仕する』という、シンプルでありながら深い意味を持つ社是のもと、世代を超えて、常に技術や卓越性に磨きをかけ、たゆまぬ改善を続けることで、日本を起点にグローバルな企業へと成長を遂げてきました。2024年夏、私たちは次の100年を見据えてサンスターの経営陣を再編し、新たな時代に突入するという大きな決断を下しました。」

次の時代に向けて成長を加速するため、サンスターは新たな変革の道に踏み出し、サンスターグループ全体を統括する新しい取締役会を設置しました。サンスターの目標は、経営を担うリーダーの権限強化と従業員のエンゲージメント向上を通じて連携を強化し、世代を超えて受け継がれてきた揺るぎない精神や信念に基づく一体感を生み出すことです。



KUNIO KANEDA
1911 - 1962
FOUNDER

創業者
金田邦夫

サンスターの社是



これは新たな章の始まりであり、私たちはサンスターの伝統を大切にしながら未来へと目を向けます。創業家として、サンスター独自の事業哲学と特別な企業文化を守るという役割に変わりはありません。私たちは、組織が伝統とコアバリュー（卓越性、健全性、未来志向）を守りながら発展し、繁栄し続けられるよう、これからも全力を注いでまいります。

変化とは、チャンスと課題の両方をもたらすものです。変化は、不確実性を生むこともあります。イノベーションや進歩の新たな扉を開く鍵にもなります。歴史が示すように、変化を受け入れた先にこそ成功があるのです。サンスターはひとつのチームとして結束し、互いに支え合い、決意を持って前進することにより、この変革を成功できると確信しています。私たちは社員と一体となって、この変革を成功させるべく全力で取り組んでいます。

私たちは、ステークホルダーの皆様と共に次のステージに踏み出しています。社員、お客様、パートナーを含むすべてのステークホルダーの皆様の変わらぬご支援に心より感謝申し上げます。皆様の信頼と協力が、さらに明るい未来を切り開く原動力となっています。

金田 真弓
取締役

経営基本方針

- ・ 消費者志向に徹する
- ・ 技術、品質、コストを究める
- ・ 健全な経営体質をつくる
- ・ 国際的な視野で未来を見つめる
- ・ 人材を鍛え、育てる
- ・ 全員一体の経営を進める

サンスター人の行動規範・8精神

- ・ 使命感と勇気をもって行動する
- ・ 姿を正し、言葉を正し、心を正す
- ・ 自己研鑽につとめ知性と教養を高める
- ・ 進取の気風をもち、創造力を養う
- ・ 協調、協和により総合力を発揮する
- ・ 信頼し、信頼される人になる
- ・ 心と体の健康を増進する
- ・ 感謝の気持ちをもち、人の恩に報いる



目次

概要

Sunstar Together	2-3
目次	5
取締役会メッセージ	6-7
サンスターの全体像	8-9

事業

サンスターグループ業績	10-11
Consumer Business(消費財事業)	12-17
Industrial Business(生産財事業)	18-21

サステナビリティ

持続可能な未来のためにサンスターが果たす役割	22-23
環境	24-25
社会	26-27
ガバナンス	28-30

人々がより健康で、 より良い人生を送れるよう 支援する

「常に人々の健康の増進と生活文化の向上に奉仕する」という当社の社是は、半世紀以上前に定められたものです。

世界が進化を遂げる中で、私たちの使命は現在もなお大切な意味を持ち続けています。2024年、私たちは誇るべき伝統を持つ真のグローバル企業としての可能性を開花させるための新たな取り組みに着手しました。

Sunstar Togetherは、先人たちの知恵と努力を礎として未来を形作るための取り組みであり、「常に人々の健康の増進と生活文化の向上に奉仕する」というグループ共通の目標が原動力になっています。

取締役会メッセージ

“我々はこの企業を築き上げてきた人々の革新、勇気、そして情熱を称えながら、その唯一無二の伝統を受け継ぎ、さらに明るい未来へと会社を導いていくことができると信じています”

約90年間、サンスターは常に人々の健康の増進と生活文化の向上に奉仕し続けてきました。サンスターの消費財事業と生産財事業は世界各地で、科学とイノベーションの力を活用して人々の生活の質の向上に寄与しています。

2024年、私たちはSunstar Togetherという変革プロジェクトを始動しました。先人たちの成功を礎に、真のグローバル企業として可能性を解き放つことにより、新たな成長期に向けて当社のありたい姿を目指す意欲的なイニシアチブです。

2024年の最優先事項は、リーダーシップの強化と、**3つの戦略の柱(成長の促進、効率性の向上、能力の強化)に沿って組織の足並みを揃える**ことです。

その達成のため、8月に新たに**エグゼクティブコミッティ**を設立しました。このエグゼクティブコミッティは、サンスターの経営を担う最上位のシニアリーダーで構成され、事業の推進と、業績向上に加えて、部門やグローバルでの連携の強化を進めます。加えて11月には、2つの事業部門と7つのグローバル機能を軸とするマトリクス構造を採用した新たな**グローバル経営**への移行を発表しました。こうした改革を実行に移すことが

2025年の重要な優先事項となります。

消費財事業部門では、オーラルケアに関する新たなグローバル成長戦略が動き始めています。サンスターは、知見を活かしたイノベーションを通じて、またテクノロジーの力を活用することによって、GUM®を世界的なブランドへと押し上げることを目指しています。

生産財事業部門では、接着剤・シーリング剤、バイクや自動車向けの金属加工部品、室内空気質改善などの分野で成長を続け、製品の質や顧客との関係性において卓越性を維持することを目指しています。

2024年は、米州、欧州および日本で売上を伸ばしました。特に、当社売上の59%を占める消費財事業の売上増加が顕著でした。課題は残るものの、これから訪れるチャンスに胸が高鳴っています。サンスターの現在と未来の成功に向けて尽力し、貢献している社員の皆様に感謝申し上げます。

1. 成長の促進



グローバルに事業を拡大し、イノベーションを促進する

2. 効率性の向上



業務を合理化し、集中力と卓越性を向上させる

3. 能力の強化



権限が与えられ、説明責任を果たし、協動的で、革新的な文化を育む

サンスターの 全体像

日本のパイオニアから真のグローバル企業へ

サンスターの歩みは1932年、起業家精神と壮大な夢から始まりました。

スイスに本部を置く現在は、21カ国で事業を展開するグローバルな組織となり、100以上の市場で製品を販売し、約4,000名の社員を擁しています。

サンスターのグローバル経営は、消費財事業と生産財事業の2つの事業部門で構成されています。これを7つのグローバル機能が支えることで、世界各地との円滑な連携が可能になります。

グローバルな未来を形作る

サンスターは次なる成長期を迎えつつあり、共通のグローバル戦略によって消費財事業と生産財事業の部門間連携を強化しています。新たなグローバル経営モデルを導入し、真摯な経営陣のもと、イノベーションへのコミットメントを掲げるサンスターは、世界中の人々の生活を向上させるべく、自らの可能性を最大限に解き放とうとしています。

海外進出

金田邦夫の長男である金田博夫は、日本を超え、サンスターを世界へと進出させました。さらに現在もGUM®ブランドの核となっている、口腔と全身の健康の関連性を提唱しました。1980年代、サンスターは海外進出を加速させ、バイク用部品、接着剤、シーリング材の新たな生産・販売拠点を米国とタイに設立しました。John O. Butler Companyの買収後、1989年に日本市場でGUM®を発売し、オーラルケア分野におけるサンスターの国際的な存在感が高まりました。また、1980年代には健康食品・ウェルネス事業に参入。日本に社員の健康増進のための福利厚生施設“サンスター心身健康道場”を設立し、その知見を基に健康道場ブランドの野菜飲料販売を開始しました。1990年代には、アジアや欧州で事業を拡大し続け、イノベーションや生活文化を牽引するサンスターの地位は確固たるものとなりました。

日本：イノベーションの伝統

サンスターの創業期は、起業家精神と多角化の歩みに彩られていました。1932年、創業者の金田邦夫は、持ち運び可能な金属チューブ入りのパンク修理用ゴム糊の販売を始めたことにより、自転車用部品市場のリーダーとしての地位を築きました。1946年、粉ハミガキが主流だった時代に、サンスターとして初めてのハミガキ製品となる、使いやすいチューブ入りの練りハミガキ「サンスター」を発売しました。「太陽(サン)が昇る朝と、星(スター)が現れる夜に歯をみがこう」という現代的なオーラルケア習慣を提案し、その製品名が後に社名の由来となりました。1950年代には自転車用ギヤクランクの製造に挑み、1960年代にはヘアケア市場への参入など事業をさらに拡大しました。この時期を通じて、サンスターはオーラルケアをはじめとする消費財分野、ならびに自動車関連事業などの生産財分野において、強固な基盤を築き、将来の成長と革新に向けた礎を築いてきました。

消費財事業

サンスター製品



オーラルケア／オーラルビューティ

オーラルケア

- ・ハブラシ
- ・ハミガキ
- ・歯間清掃具
- ・液体ハミガキ・洗口液

オーラルビューティ

- ・ハブラシ
- ・ハミガキ
- ・洗口液
- ・マウススプレー
- ・電動ハブラシ

ビューティ

ビューティ

- ・クレンジング
- ・洗顔
- ・スキンローション
- ・セラム
- ・フェイシャルクリーム
- ・日焼け止め
- ・美容サプリメント
- ・ヘアケア

ヘルスケア

健康食品・飲料

- ・野菜・果汁飲料
- ・玄米
- ・栄養補助食品

従業員の割合 **60%**

- ・マーケティング&新製品開発
- ・品質保証・薬事
- ・研究開発
- ・サプライチェーン
- ・調達
- ・営業

世界

19

カ国に拠点

6

カ所の製造拠点:
日本、米国、ドイツ、中国

ブランド別売上構成比率

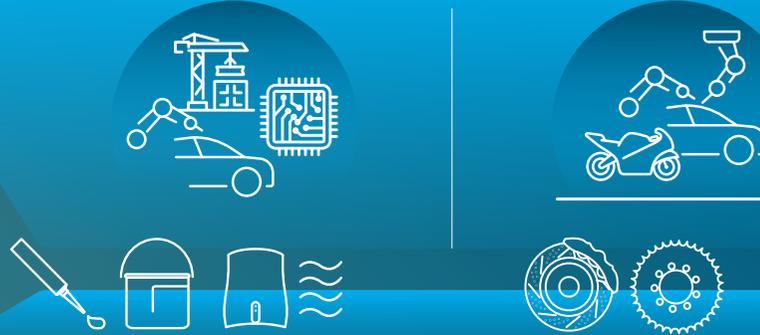


エリア別売上構成比率



生産財事業

サンスター製品



ケミカル

接着剤・シーリング材

- ・自動車用
- ・建築用
- ・電子部品用
- ・室内空気改善

マテリアルコア

バイク用スプロケット、ディスクローター、自動車用部品

従業員の割合 **40%**

- ・マーケティング&新製品開発
- ・品質保証・薬事
- ・研究開発
- ・サプライチェーン
- ・調達
- ・営業

世界

8

カ国に拠点

14

カ所の製造拠点:
シンガポール、日本、タイ、インドネシア、中国、米国、ドイツ

分野別売上構成比率



エリア別売上構成比率



サンスター グループ業績

今年度のサンスターグループの売上は、実際の為替レートでは前年度の10億6,600万スイスフランから10億3,600万スイスフランに減少しましたが、為替の影響を除くと、売上は3%の増加となりました。

事業別に見ると、消費財事業部門では継続的な製品イノベーションと効果的な広販促活動が奏功し売上が増加しました。また、生産財事業部門もトーヨーポリマー株式会社の買収により売上を伸ばしました。

エリア別には、米州、欧州、日本で売上が伸長しました。全世界の営業利益は、営業費用を抑えられたことにより増加しました。

本レポートに記載の財務情報は、国際財務報告基準(IFRS)に準拠しています。

為替の影響を除くグループ全体売上高



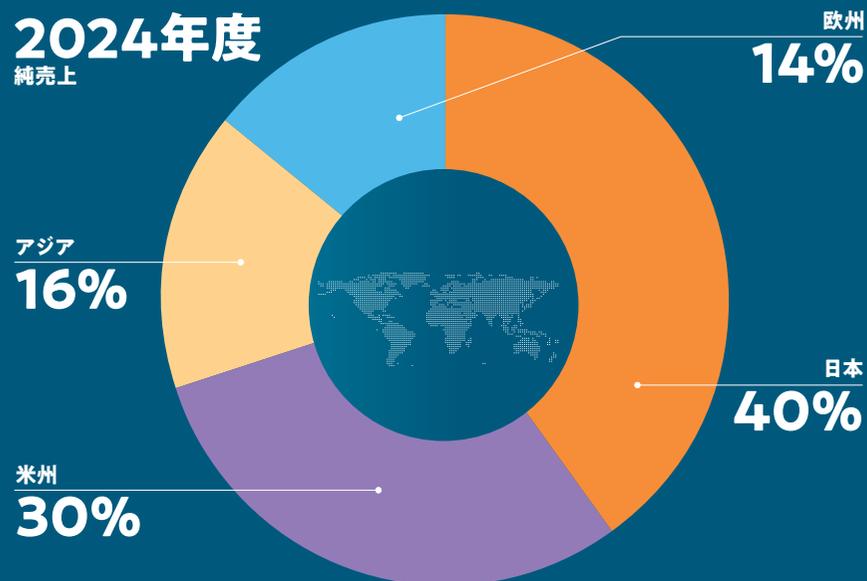
重要指標

(実績ベース)



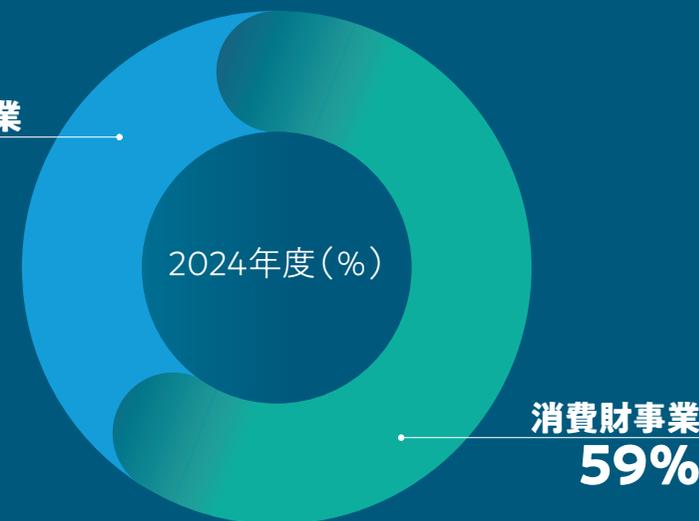
エリア別売上構成比率 (%)

2024年度
純売上



事業別売上比率 (%)

生産財事業
41%



Consumer Business

消費財事業



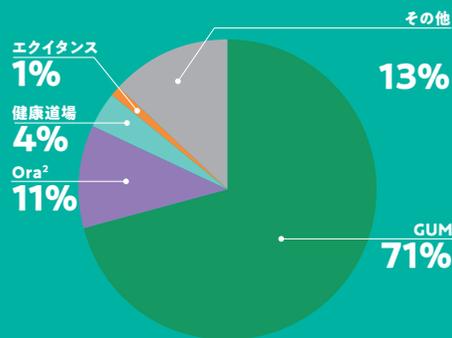
消費財事業

純売上(百万スイスフラン)



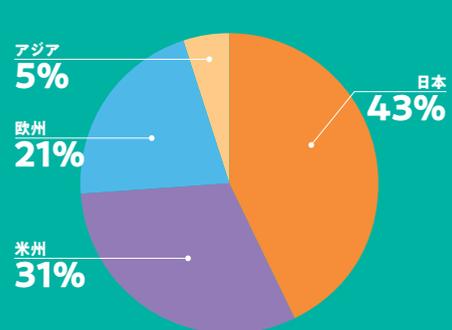
消費財事業

ブランド別売上構成比率(%)



消費財事業

エリア別売上構成比率(%)



口腔と全身の健康に 貢献する

サンスターの消費財事業は、オーラルケアを主軸として、業界トップクラスの幅広い製品バリエーションを展開しています。

サンスターのブランド展開には、お口の健康、ビューティ、そして全身の健康に対する当社のコミットメントが反映されています。



サンスターのグローバルオーラルヘルスブランド。人々が幸せで健やかな人生を過ごせるよう、口腔衛生習慣を取り入れることを促進しています。



日本及びアジアで販売するオーラルビューティケアブランド



EQUITANCE

日本で展開するプレミアムスキンケアブランド



KENKODOJO

日本で展開する健康食品・飲料ブランド

2024年の業績と今後の展望

2024年は消費財事業にとって重要な年となりました。全世界でオーラルケア事業の拡大に力を入れたほか、日本およびアジアではヘルス&ビューティ製品を強化しました。

2024年の主な成果

GUM®ブランド体験の強化 – デジタルマーケティングの知見を活かし35のウェブサイトと幅広いソーシャルチャンネルに拡大し、オンライン上での存在感を世界的に高めることに成功しました。これにより、世界中の消費者と歯科専門家のつながりを強化すると同時に、より安定した魅力的なブランド体験を提供できました。

D2C製品(消費者に直接販売する製品)の拡充 – GUM® Playbrushの発売に伴い、より多くの欧州市場で直販機能を拡充しました。また、日本ではクラブサンスターの規模を拡大しています。サンスターでは、独自のECプラットフォームや消費者メンバーシッププログラムからデータを収集することにより、データの統合・分析を強化し、知見を深めています。これにより、消費者への理解が深まり、より一人ひとりに合わせたエンゲージメントが可能となります。

歯間ケア分野でトップに – 米州と欧州で展開したオムニチャネルキャンペーンを通じて認知度アップと普及拡大を図り、歯間ケア分野における地位を強固なものとししました。

環境への取り組み

サーキュラーエコノミー(資源循環経済)への継続的な取り組みとして、石油由来プラスチックの使用を段階的に縮小し、植物由来の代替資源であるバイオマスプラスチックに切り替えると同時に、プラスチック廃棄物の削減に努めています。

日本およびアジア: 洗口液ボトルでバイオマスプラスチックの使用を拡大したほか、ハブラシおよび歯間ブラシのハンドルにバイオマスプラスチックを採用しました。

欧州: 新たに環境に優しいハブラシの販売を開始しました。この製品の包装にはプラスチックを使用せず、セルロース製の透明窓を採用。また、100%バイオ由来でISCC認証取得済み(マスバランス方式)のハンドルを使用しています。

グローバル: 原材料選定の見直しや消費者へのリサイクル方法の提示によってリサイクル可能率を高め、サーキュラーエコノミーに貢献する製品や包装を増やしています。



事業拡大と イノベーションの強化



オーラルケア事業の世界的拡大を加速させると同時に、引き続きブランドリーダーシップ、イノベーション、デジタルトランスフォーメーションへの取り組みを進めます。

「お口の健康を起点とした全身の健康増進」を軸に、GUM®を世界的トップブランドに押し上げます。

ソフトウェア技術イノベーションと消費者志向のソリューションを統合した専門的な機能を構築し、コネクテッド・オーラルヘルス機能を強化しています。これにより、消費者や口腔ケア専門家に対して一人ひとりに合わせたサービスと教育を提供し、お口の健康を継続的に改善することを目指しています。

アジアや日本ではOra²の市場拡大を推進。「オーラルビューティ」を提案し、差別化を図っています。

消費者志向かつデータに基づいた知見を活用し、イノベーションを促進しています。お口の健康とWell-beingの向上という当社の使命を果たすため、影響力のある拡張可能な革新的ソリューションの開発に取り組んでいます。

1988年から健康道場ブランドを通じて日本の健康食品事業に注力し、成長とイノベーションを推進し続けています。2024年、ANDFASTING(アンドファスティング)の発売により健康食品事業における新たな一歩を踏み出しました。

食べてもファスティングができる擬似ファスティング(FMD®)の考え方や米国の最先端栄養学を取り入れたこの新ブランドは、当社の健康食品事業を拡大させるとともに、最先端の栄養ソリューションを提供します。



エリア別概況

日本・アジアのオーラルケア事業

重要なパートナーシップを通じた成長

中国において、現地パートナーシップの強化とブランド認知拡大を目的としたGUM® 250 Doctors Teamイニシアチブが開始されました。

ベトナムで開催された第15回アジア太平洋歯周病学会2024に参加。専門家との取り組みを強化しました。

オーラルケア分野における地位向上

アジアでオーラトゥープレミアム ステインクリアペーストをリニューアル発売し、売上が前年比で12%増加しました。

日本では、ガム・プラスシリーズのハミガキで12%、デンタルリンスで29%の売上増を達成しました。

サステナビリティ関連の実績

日本でGUM®ブランドの啓発キャンペーンを実施。自然災害発生時のお口の健康を守る取り組みにより、その社会的影響力を拡大しました。

日本のGUM®およびOra²ブランドにおいて、バイオマスプラスチックを使用した液体ハミガキ、洗口液および歯間清掃具を新たに4品目発売しました。

Ora²は日本国内の市販ハブラシで初めてバイオマスプラマーク (BPマーク) を取得しました。



第15回アジア太平洋歯周病学会2024



災害時のオーラルケアの重要性を訴えるGUM®啓発キャンペーン

米州のオーラルケア事業

歯科専門家とのエンゲージメントを強化

第23回GUM® | RDH Award of Distinctionプログラムには、米国やカナダから110を超える応募が寄せられました。歯科業界におけるサンスターの取り組みが広く評価されています。

ブラジルでは、中南米最大の歯科会議であるCIOSPに出展し、専門家向けの販売で過去最高の売上を達成しました。

アルゼンチンでは、歯科専門家向けのGUM®アプリを導入し、エンゲージメント向上を実現しました

カナダでは、歯科専門家向けにGUM® B2B Professional オンラインストアを開設しました。現在、お客様の利用率は95%に達しています。

GUM®が存在感のあるブランドとしての地位を確立

オムニチャネルでのブランドキャンペーンを通じてブランド認知を拡大。米国で3億超、カナダで9,000万超のインプレッションを獲得し、歯間清掃具のシェア(+2.9ポイント)および家庭への普及率(+0.6ポイント)拡大につながりました。

同地域では10品目を超える新製品を発売し、ハブラシ、歯間清掃具、ハミガキ、デンタルリンスなどのラインナップを強化・拡充しました。

市場の拡大

中南米では、子ども向け製品のラインナップを拡充し、子ども向けカテゴリにおける重要なライセンスを更新しました。

カナダでは、最大の医薬品小売業者への販路確保と、国内第2位の規模のDental Service Organization (歯科サービス組織) とのパートナーシップ締結により、小売市場での存在感が拡大しました。



専門家向けイベント、ブラジル

欧州のオーラルケア事業

GUM®が存在感のあるブランドとしての地位を確立し、歯間ケア製品の利用を促進

フランスおよびイタリアにおいてGUM® Interdental Accelerationキャンペーンを展開し、ブランドの認知を大幅に拡大させるとともに、歯間清掃具の使用率を向上させました(例:イタリアで28%増加)。Rituals Engine(sunstargum.com)では、一人ひとりに合ったオーラルケア習慣を提案しています。

GUM® SOFT PICKS PROの売上は10%の増加を記録し、歯間ケアカテゴリトップのシェアを強固なものとししました。



GUM®歯間ケア促進キャンペーン
「Clean Between」

製品ラインナップの刷新・拡充、EC強化による売上拡大

GUM® PROハブラシのラインナップをリニューアルし、10%の売上増となりました。

フランスとイタリアでは、GUM® Easy-CleanハブラシおよびGUM® Playbrushを発売し、製品ラインナップを拡充しました。

Amazonでの売上は2023年比で27%増加しており、EC販売が勢いを増しています。



欧州でのGUM® Playbrush®(スマートハブラシ)発売

サステナビリティ関連の実績

欧州では、リサイクル率70%以上の包装を用いた製品が地域売上の85%を占め、サーキュラーエコノミーの目標達成に貢献しています。

また、GUM® CLASSICハブラシのラインナップをリニューアルしました。ISCC(国際持続可能性カーボン認証)認証取得済みの原材料から作られたハンドルに加え、プラスチックフリー包装を採用し、ブラッシング効果とサステナビリティを融合させています。

欧州における業界の枠を超えたワークショップClimate Freskを初めて開催し、サステナビリティに沿った連携を強化しました。



Climate Freskワークショップ、エトワ(スイス)

日本のヘルス&ビューティ事業

新たな製品カテゴリの展開とブランドの売上拡大

日本では、擬似ファスティング(FMD®)の考え方を取り入れた新しい機能性バーANDFASTING(アンドファスティング)を発売し、ヘルス&ウェルネス製品のラインナップを拡充しました。

ANDFASTINGは日経の2025年ヒット予測で5位に入り、画期的な製品として日本市場で地位を固めています。

健康道場®ブランドでは、革新的で既存の枠にとらわれないマーケティング戦略とコミュニケーション戦略を導入し、お客様とのエンゲージメント強化および顧客生涯価値(LTV)向上に努めています。



ANDFASTING新発売(日本)



Industrial Business

生產財事業

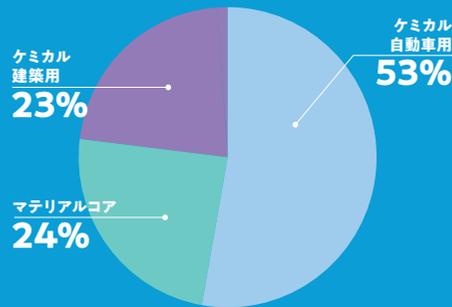
生産財事業

純売上(百万スイスフラン)



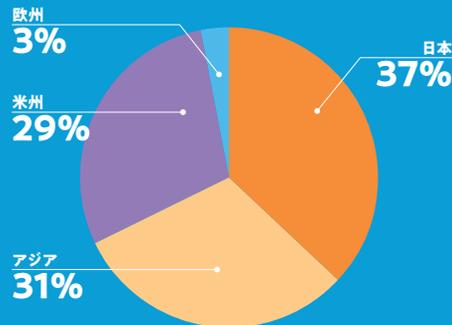
生産財事業

分野別売上構成比率 (%)



生産財事業

エリア別売上構成比率 (%)



付加価値の高い 生産財ソリューションを提供

生産財事業はケミカル部門とマテリアルコア部門の2つに分かれています。サンスターは、世界中のモビリティ、建設、電子機器分野において卓越したソリューションを提供することを目指しています。

ケミカル部門 接着剤およびシーリング材の製造・販売を行っています。全世界の自動車業界や、日本および中国の建設業界で事業を展開しています。また、電子部品用材料など、新たな分野の事業開拓も進めています。

マテリアルコア部門 金属部品の製造・販売を専門として、幅広い製造部品を全世界のお客様に供給しています。バイク用ブレーキディスクやスプロケット、船舶用リングギヤ、さまざまな自動車用部品などを取り扱っています。

生産財事業ブランド

ケミカル

- 自動車用
- 電子部品用
- 建築用
- 室内空気改善

マテリアルコア

- バイク用部品
- 船外機用リングギヤ
- 自動車用部品

PENGUIN

QAIS



2024年の取り組み

2024年は、中長期的な企業価値の向上を見据え、戦略的なM&Aおよび事業ポートフォリオの見直しを積極的に推進しました。

ケミカル事業においては、建築内装分野のトップメーカーを新たにグループに迎え入れ、同分野における製品ラインアップの強化および市場競争力の向上を図りました。

一方で、欧米市場における**二輪車部品のアフターマーケット(AM)事業**を譲渡し、OEM事業への経営資源の集中を進めることで、より効率的かつ収益性の高い事業構造への転換を実現しています。

また、**自動車用接着剤事業**においては、顧客ニーズや市場特性の近い欧州および米州における開発体制の連携を強化するため、マネジメント体制の再編を実施しました。これにより、グローバルな製品開発力と市場対応力をさらに高め、より大きな顧客価値の創出につながるものと考えております。

生産財事業のさらなる競争力の強化と継続的な成長を目指し、以下のことに取り組みます。

ケミカル事業

建築用シリコン系シーリング材のラインナップを中国を拠点に**開発・拡充**し、その他の国に段階的に展開します。

販売力を強化し、欧州・米州・中国の自動車メーカー向け事業を拡大します。

自動車の電子部品用製品に注力し、**新しい電子材料事業を発展**させます。

メキシコに化学工場を新設します。また、**米国に新しい研究開発センター**を設立し、オハイオ州スプリングボロのCoE(Center of Excellence)活動を強化します。

マテリアルコア事業

昨年、レース用途向けに開発に成功した鉄製の環境対応ブレーキディスクについては、今後の量産化を見据え、開発を本格的に拡大してまいります。あわせて、同ディスクに最適化されたブレーキパッドの開発にも取り組み、環境性能と制動性能の両立を目指します。さらに、金属加工技術の高度化・深化を進めることで、既存の二輪・四輪部品ビジネスの競争力を強化するとともに、これらに加えて新たな事業領域へのチャレンジにも取り組み、持続可能な成長を追求してまいります。



ケミカル事業

製品ラインナップの強化とパートナーシップの拡大

日本と中国において、自動車内装向けの水性接着剤およびUV硬化FIGP(塗布型発砲ガスケット)を開発しました。

トーヨーポリマー株式会社を統合し、接着剤製品のラインナップを強化しました。

ケミカル事業におけるサステナビリティの推進

自動車メーカーと共同でカーボンニュートラル化に寄与する製品の開発に着手しました。



マテリアルコア

コア事業の強化と市場拡大の推進

欧州では、アフターマーケット事業を売却し、二輪車事業における当社の強みに集中するための事業再編を行いました。また、グローバル規模では、二輪車セグメントにとどまらず、四輪車やその他の多様なカテゴリーへの事業拡大を戦略的に推進しています。

サステナビリティの推進

製造工程のCO₂排出量を50%削減する環境負荷の低いブレーキディスクを開発しました。

使用時の粉塵発生を約15%低減するブレーキパッドを導入しました。

これらの環境負荷の低いブレーキディスクとブレーキパッドを装備したバイクが、第45回鈴鹿8時間耐久ロードレースで8位の入賞を果たしました。



サステナビリティ



持続可能な未来のために サンスターが果たす役割

サンスターは、環境・社会・ガバナンスからなるサステナビリティ活動が、地球の未来と私たちの長期的な事業の発展に不可欠であると認識しています。私たちは、ステークホルダーとの対話や共創をもとに消費財事業と生産財事業の強みを活かした事業創造によって持続可能な未来の構築を目指しています。

サンスターは事業活動を通じて、以下の国連SDGsの目標に貢献しています。



*SDGs (Sustainable Development Goals=持続可能な開発目標): 国連が2030年に向けて、経済・環境・社会のバランスが取れた持続可能な世界の実現を目指して加盟国と宣言した17の目標。

環境への取り組み

環境は、サンスターのサステナビリティへの取り組みにおける中心的な要素です。サンスターは持続可能な原材料やエネルギーの選定、より効率的な資源の使用により、環境負荷の低減に努めています。植物由来の原材料やリサイクル材の使用から100%再生可能エネルギー化の達成に至るまで、当社は持続性に寄与する活動を行っています。また、より高いレベルで説明責任を果たし、本質的な脱炭素を進めるため、サプライチェーン全体でのCO₂排出量算定の取り組みも拡大しています。

中長期環境目標

パリ協定やSDGsをはじめとした、サステナビリティに関する世界的な取り組みに沿って以下の目標に注力しています。

- 持続可能な原材料・資源効率** – 植物由来／リサイクルプラスチック、リサイクル／リユース可能な包装設計、FSC[®]認証紙、RSPO認証パーム油の使用によりサーキュラーエコノミーを推進します。
- エネルギー使用量および排出量削減** – 工場・事業所における使用電力の100%再生可能エネルギー化を達成し、CO₂排出量を2020年度比で85%削減(Scope 1+2)します。
- 水の保全** – 生産量当たりの水使用量を2020年度比で20%削減し、責任ある資源管理を徹底します。

サステナビリティ

環境

社会

ガバナンス

サンスターグループ中長期環境目標と進捗

	2021年 達成度	2022年 達成度	2023年 達成度	2030年 目標
容器・包装材のプラスチック: 植物由来／リサイクルプラスティック使用比率向上 	5%	6%	14%	50%
使い終わった容器・包装材: リサイクル／リユース可能な材料比率向上 	73%	68%	75%	100%
容器・包装材に使う紙: FSC [®] 等の森林認証紙比率向上 	53%	70%	71%	100%
製品に使うパーム油: RSPO等の持続可能認証比率向上 	9%	14%	25%	100%
自社工場・事業所で使う電力: 再生可能電力(CO ₂ フリー電力)比率向上 	26%	27%	24%	100%
自社工場を使う水: 生産量当たりの水使用量削減 	1%	9%	-23%	-20%
自社工場で排出するCO₂: 総排出量削減(Scope 1+2) 	-22%	-21%	-13%	-85%

2024年 新たな環境への取り組み



洗口液、ハブラシ、歯間ブラシでバイオマスプラスチックの使用を拡大

詳しくは本レポートの14ページをご覧ください。



紙を使用したハブラシの包装とバイオマスプラスチック製ハンドルの採用

詳しくは本レポートの14ページをご覧ください。



天然由来成分を99%使用し、よりシンプルで軽量の包装材を使用したGUM® BIOマウスリンスが、2023-2024年の「Victoires de la Beauté」を受賞(Organic & Virtuous部門)。



環境に配慮したブレーキ:生産時のCO₂排出量を50%削減し、使用時の粉塵を15%抑制

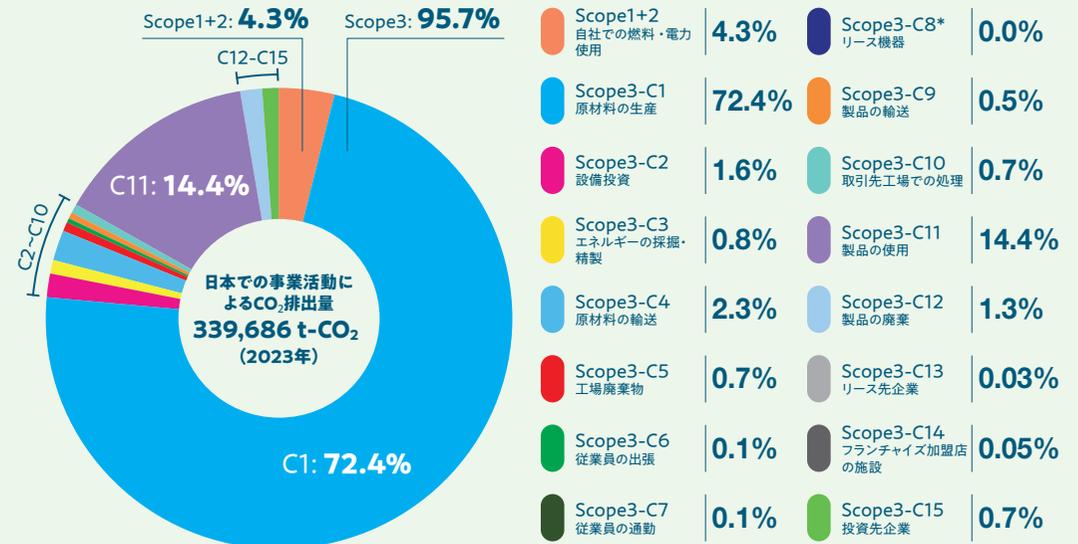
詳しくは本レポートの21ページをご覧ください。

サプライチェーン全体のCO₂排出量の算定

意義ある炭素削減を推進するため、直接的な事業活動(Scope 1および2)だけでなく、サプライチェーンの物流といったバリューチェーン全体における間接的な排出(Scope 3)にまで排出量の算定範囲を拡大しました。

このライフサイクル全体を網羅したアプローチにより、削減機会の特定が可能となります。あわせて、サステナビリティ目標を見直し、説明責任を向上させることができます。

より持続可能なビジネスモデルの実現に向けて、サンスターの包括的なCO₂削減戦略にすべての地域が寄与できるよう、報告の対象を全世界に段階的に拡大していきます。



*リース機器の排出量についてはScope 1+2で算出しているため、C8では算出しておりません。

成長と革新の文化を築く

サステナビリティ

環境

社会

ガバナンス

サンスターは、社員こそが成功の土台であると考えています。サンスターの伝統は、先人たちの努力と功績によって培われてきました。活気にあふれ、包摂性と協調性を備えた企業文化のもとで全員が共に成長し、学び、成功できる環境を育むことにより、今ある伝統をさらに発展させていきます。

将来を見据えた社員中心の枠組み

サンスターは働きやすい職場であり続けるために、社員を中心とした枠組みである「SUNSTARグローバル人事方針」を2023年に決めました。これは以下の4つの柱に基づいています。

- **従業員の成長支援** – 継続的な学習および専門的能力の開発、公正性と透明性の高い評価を通じて卓越性を高めます。
- **生産的で充実した職場づくり** – 従業員が成長し、自信を持って発言できる、安全で魅力的な職場環境を整えます。
- **健康的なライフスタイルの促進** – サンスターのコアバリューに基づく健康維持の取り組みを全世界で実施し、従業員の心身のWell-being向上を支援します。
- **多様で公平な雇用機会** – 多様な背景を尊重し、公平な待遇を徹底することにより、公平性とインクルージョンを促進します。

組織構造の強化

2024年、部門を超えた連携を強化するマトリクス構造のもと、サンスターを一体化する新たなグローバル経営モデルの導入計画を発表しました。この変革に伴い、7つのグローバル機能と2つの事業部門が設置されました。これによりグローバルな連携が強化され、経営合理化を実現します。

SUNSTARグローバル人事方針

人事のありたい姿

働きがいと働きやすさの高い活気あふれた職場をつくる

多様な価値観を認め合い、変化に合わせて進化し続ける集団をつくる

人事の使命

個人と組織のWell-beingの向上

競争力の高い自律型Professional集団への変革支援

多様な個が融合するTeamwork経営推進

人事の戦略

エンゲージメントの強化 – 「働きやすさ」と「働きがい」の追求によるエンゲージメントの最大化を図る

組織と個人の能力向上 – 自律型キャリア形成を支援し、従業員一人ひとりの専門性と組織の成長を実現する

変革の推進 – 多様な個のポテンシャルを引き出すとともに、後継者育成計画を通じて事業戦略に連動した人財マネジメントを徹底する

人材育成へのグローバルな取り組み



グローバル四賞

グローバル四賞は、サンスターが毎年実施している社員表彰制度であり、アカウントビリティ、コラボレーション、イノベーションという当社のコアバリューを体現した社員を表彰するものです。この取り組みはサンスターの過去のリーダーからインスピレーションを得て実施しており、社内で成功を共有し、大きな貢献をした人物にスポットライトを当てています。2024年4月に、大阪のオフィスで2020年から2024年の受賞者34名を表彰しました。



多様な視点を受け入れる 職場づくり

サンスターは、多様性を尊重することが成功につながると考えています。豊かな企業文化は、相互尊重、多様な視点、包摂的な環境を基礎として築かれます。サンスターでは、職場でのワークショップや学習セッションを通じて自己認識や理解、チームワークの向上を促進しています。



飛躍と成長

サンスターは、社員が継続的に学習を行い、専門性を向上できる取り組みを行っています。また、全職場でさまざまな健康維持の取り組みを実施し、社員の健康増進とWell-beingの向上を支援しています。



サンスターサミット

サンスターサミットは、毎年開催されるグローバル規模のビジネストラנסフォーメーションイベントで、昨年は600名を超える社員が外部の専門家や業界のリーダー、同業他社から知見を得ました。この取り組みにより、知識の共有、戦略的思考、イノベーションを進めるためのインスピレーションを促進しています。



ガバナンスへの取り組み

サステナビリティ

環境

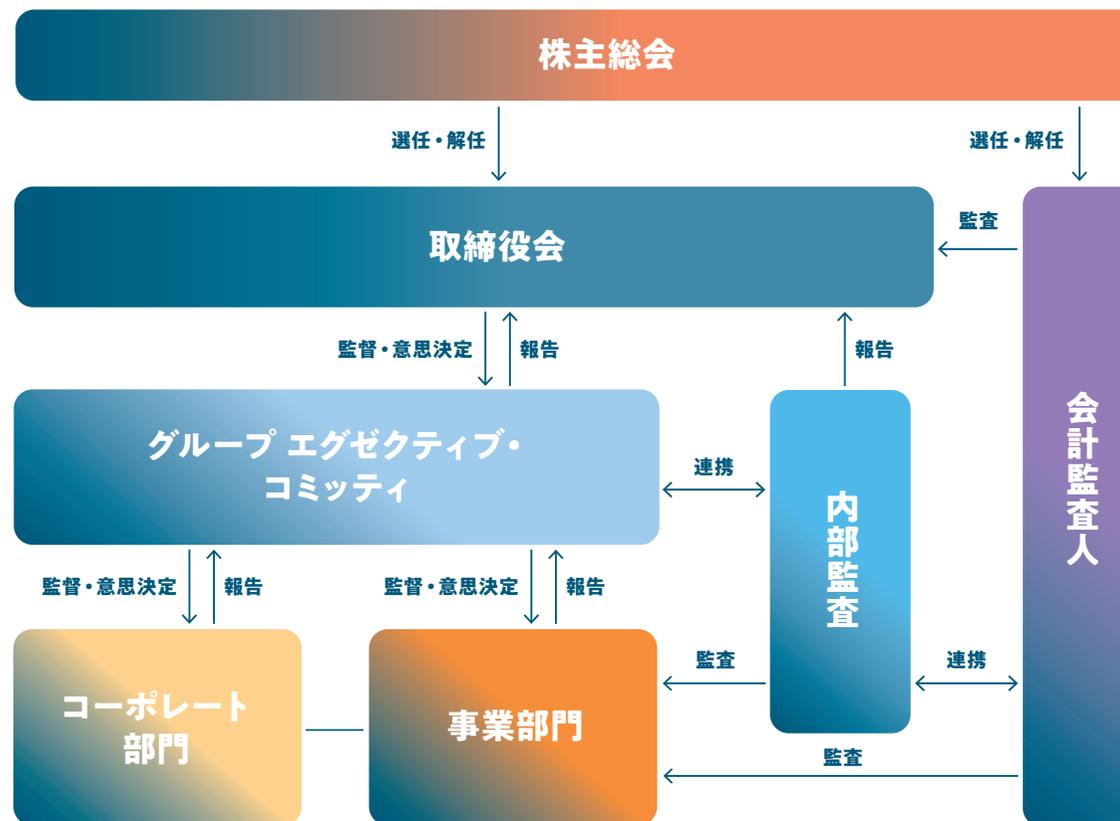
社会

ガバナンス

サンスターでは、社是とビジョンに基づき、最高水準のガバナンスと事業運営を目指しています。コーポレートガバナンスの枠組みにより透明性の高い意思決定、報告、情報共有を徹底し、倫理的リーダーシップおよび持続可能な事業運営への取り組みを強化しています。

堅固なガバナンス体制

サンスターのガバナンスに関する原則および手順は、グループ経営マニュアルなどの重要な基本文書に記載されています。これらの原則については、常にベストプラクティスに即した内容となるよう、ガバナンス・リスク・コンプライアンス部門による定期的な見直しや改訂を行っています。



経営陣

取締役会

当社のグローバル取締役会は、サンスターの戦略的方向性の決定、および「常に人々の健康の増進と生活文化の向上に奉仕する」という使命の遂行を担っています。



Michel Pettigrew

取締役会会長

Pettigrew氏は、2024年に取締役会会長に就任しました。45年以上にわたるビジネス経験を有し、製薬企業のFerringグループでは長年にわたりCOOを務めました。また、23年にわたり、Bristol-Myers Squibbで上級幹部の役職を歴任されました。現在は、IRRAS Holdingsやファミリー企業であるHovioneの社外取締役を務めています。



Marcel Schmid

取締役会副会長

Schmid氏は、2025年に取締役に就任しました。上場・非上場企業におけるコーポレート・ガバナンスおよび財務の分野で、30年以上の経験を有し、UBSインベストメント・バンキングおよびDKSHにて、上級管理職を歴任しました。スイス・ローザンヌのIMDビジネススクールにてMBAを取得しています。現在は、スイス・香港ビジネス協会の会長を務めるほか、チューリッヒ大学ヨーロッパ研究所の「ファミリーガバナンスおよびファミリーオフィス・エクセレンス・プログラム」のアドバイザーボードメンバーの一員です。



金田 真弓

取締役

金田真弓氏は2025年に取締役に就任しました。金田博夫氏の長女であり、1991年にサンスターへ入社。スイスでのグローバル本社設立をはじめ、様々なプロジェクトを主導してきました。2005年よりサンスター財団の理事を務め、2021年からはハーバード大学歯科医学部の理事も務めています。1999年にはイタリアのSDAボッコーニ大学ビジネススクールにてMBAを取得しました。

グループエグゼクティブ・コミッティ

エグゼクティブ・コミッティはサンスターの経営を担う最上位のシニアリーダーで構成されており、各分野の専門知識を融合し、業績の向上と優れた事業運営を推進しています。

鵜飼 正樹

生産財事業、グローバル

柴田 公生

消費財事業、日本&アジアエリア

Ken Hong

消費財事業、米州エリア

Marco Bruscaini

消費財事業、欧州エリア

Christine Truillet

消費財事業、マーケティング

Isabelle Botticelli

消費財事業、生産・SCM

Jennifer Jianwen Zhu

消費財事業、R&D

René Bujard

人事&コーポレートコミュニケーション

Wieland Noetzold

ガバナンス・リスク・コンプライアンス

岡本 雄二

ファイナンス、IT

Andrew Thorson

グループ法務責任者

リスクマネジメント

強固なリスク管理戦略による積極的なリスク軽減

サンスターのリスク管理手法は、経営の強靱性向上を目的とした積極的なリスク軽減戦略に基づいています。また、リスク管理部門は、事業における最重要リスクの特定・軽減に重要な役割を果たしています。

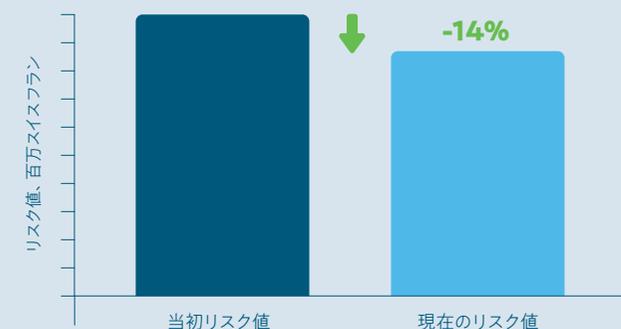
サンスターのリスク管理の取り組みは、主に3つの原則に重点を置いています。

リスクの定量化 – 財務KPIやリスク属性の高度な分析を通じてリスクを定量化・集約し、地域およびグローバルレベルでの潜在的なリスクの全体像を可視化します。

継続的な状況把握と分析 – 予測されたリスクと実際に発生した事案を比較することにより、リスク予測の精度を高め、戦略を強化しています。

リスク軽減ワークショップ – 経営陣が定期的に訓練を実施し、予防的リスク管理に取り組んでいます。

リスク管理の取り組み後3年間で
グローバルでのリスクが低下







SUNSTAR

Sunstar SA

Route de Pallatex 11
1163 Etoy, Switzerland
www.sunstar.com

 @sunstar_global