

決算説明資料

2023年2月期 第3四半期

株式会社薬王堂ホールディングス

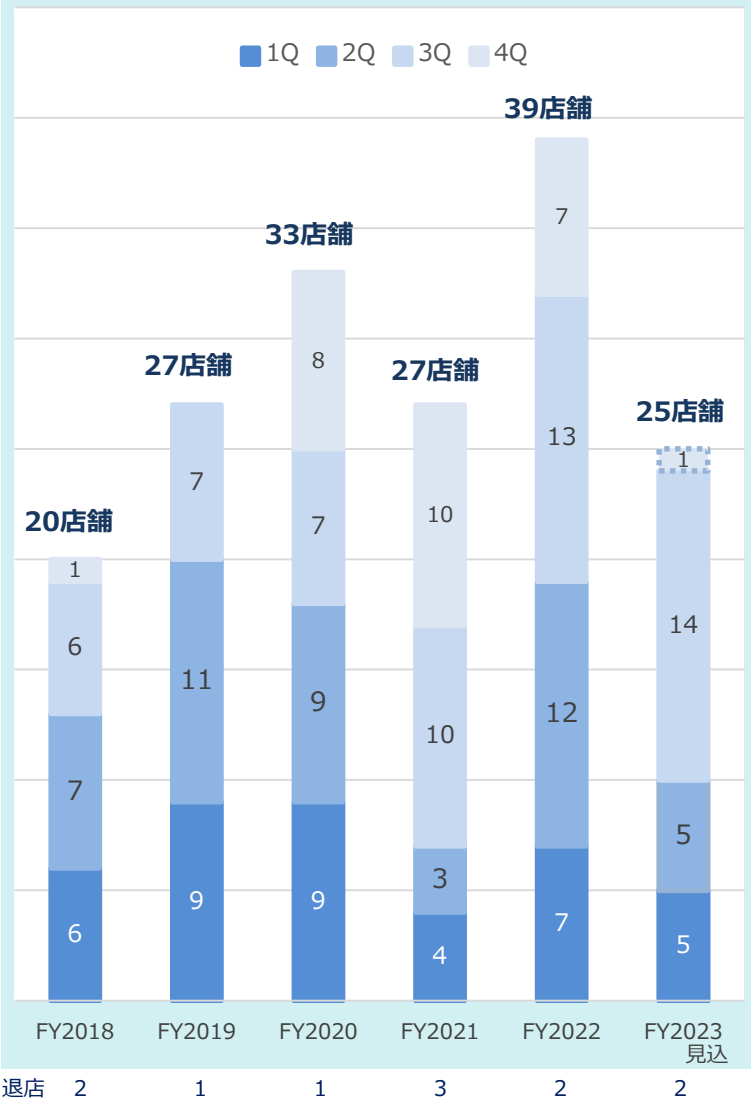
(東証プライム 7679)

2023年1月16日

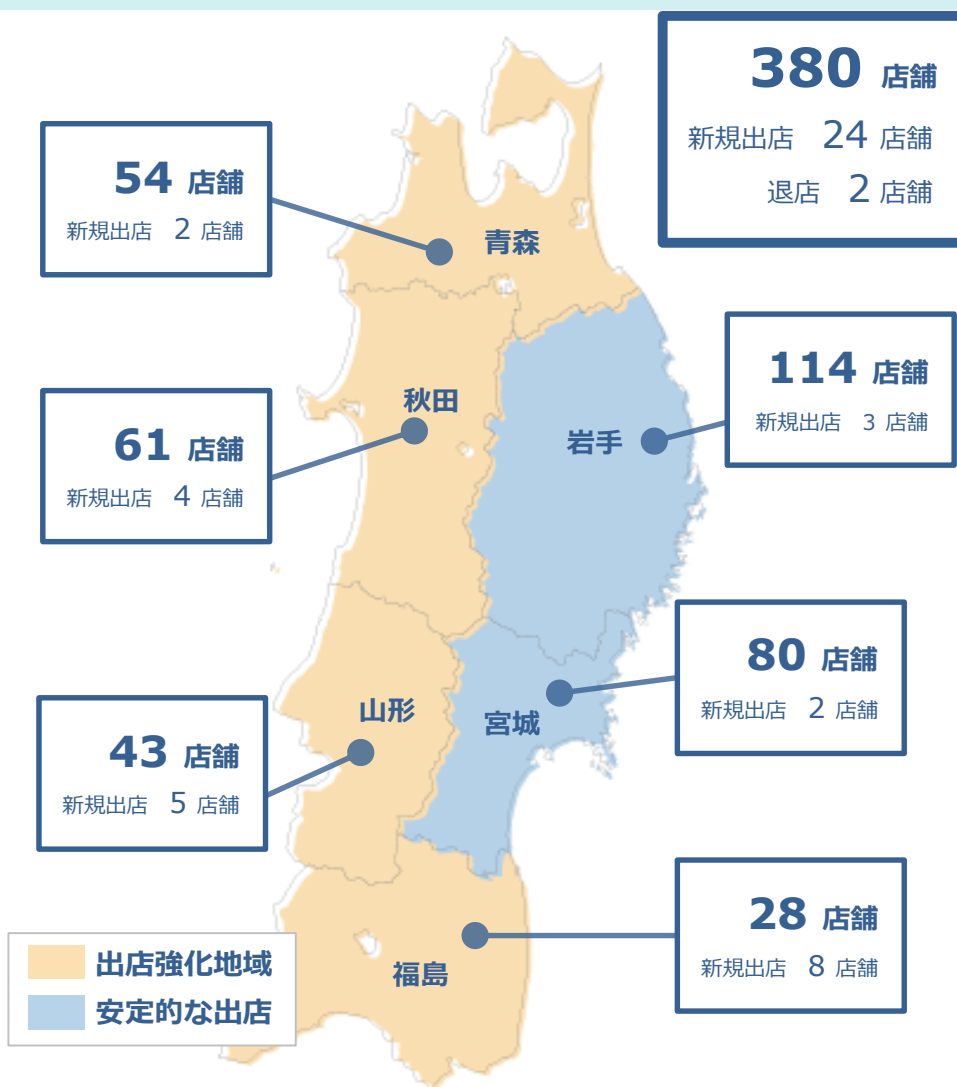
- | | |
|------------------|-----------|
| 1. FY2023 3Q業績 | P.2~P.13 |
| 2. アクションプランの進捗状況 | P.14~P.16 |
| 3. FY2023 通期計画 | P.17~P.20 |
| 4. 注力分野の説明 | P.21~P.28 |
- ~ビッグデータ事業及びインキュベーションの取り組みについて~

- | | |
|---|------------------|
| 1. FY2023 3Q業績 | P.2~P.13 |
| 2. アクションプランの進捗状況 | P.14~P.16 |
| 3. FY2023 通期計画 | P.17~P.20 |
| 4. 注力分野の説明
~ビッグデータ事業及びインキュベーションの取り組みについて~ | P.21~P.28 |

年度別 出店数



県別 出店状況 (3Q現在)



既存店売上高は計画を上回る

前期比 104.1% (計画101.9%)

粗利率は前期、計画ともに上回る

当期 23.1% (前期 22.9% 計画22.8%)

販売管理費比率は前期より上昇したが、計画は下回る

当期 19.1% (前期 18.9% 計画19.4%)

営業利益高、経常利益高、純利益高は計画を上回る

営業利益高前期比113.1% (計画93.2%)、経常利益高前期比112.3% (計画93.2%)
純利益高前期比106.1% (計画90.7%)

連結損益計算書

(収益認識に関する会計基準適用後での比較)



(単位：百万円)

	FY2022 3Q実績 (適用前)	FY2023 3Q実績 (適用後)	増減率 (%)	増減	FY2023 通期計画 (適用後)	計画 進捗率 (%)
売上高	90,077	96,802	-	6,724	125,700	77.0
売上総利益 売上総利益率 (%)	20,582 22.9	21,172 21.9	-	589	27,179 21.6	77.9
販売管理費 販管费率 (%)	17,022 18.9	17,137 17.7	-	115	23,083 18.4	74.2
営業利益 営業利益率 (%)	3,560 4.0	4,034 4.2	-	474	4,095 3.3	98.5
経常利益 経常利益率 (%)	3,828 4.3	4,306 4.4	-	477	4,426 3.5	97.3
親会社株主に帰属する 四半期純利益 純利益率 (%)	2,796 3.1	2,974 3.1	-	177	3,080 2.5	96.6

(注) 「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を第1四半期連結会計期間の期首より適用しており、2023年2月期第3四半期に係る各数値については、当該会計基準を適用した後の数値となっております。このため対前年同四半期増減率は記載しておりません。

連結損益計算書

(収益認識に関する会計基準適用前での比較)



(単位：百万円)

	FY2022 3Q実績 (適用前)	FY2023 3Q実績 (適用前)	増減率 (%)	増減	FY2023 通期計画 (適用前)	計画 進捗率 (%)
売上高	90,077	99,488	10.4	9,410	129,000	77.1
売上総利益 売上総利益率 (%)	20,582 22.9	22,986 23.1	11.7	2,403	29,670 23.0	77.5
販売管理費 販管费率 (%)	17,022 18.9	18,958 19.1	11.4	1,936	25,450 19.7	74.5
営業利益 営業利益率 (%)	3,560 4.0	4,027 4.0	13.1	467	4,219 3.3	95.5
経常利益 経常利益率 (%)	3,828 4.3	4,298 4.3	12.3	470	4,550 3.5	94.5
親会社株主に帰属する 四半期純利益 純利益率 (%)	2,796 3.1	2,966 3.0	6.1	170	3,204 2.5	92.6

連結貸借対照表



(単位：百万円)

	FY2022 4Q	FY2023 3Q	増減	主な 増減要因
流動資産	26,626	31,263	4,636	現預金+1,767 商品 +2,300
固定資産	35,670	37,608	1,938	有形固定資産+1,986 ※新店による増加 (当期3Q累計24店出店)
資産合計	62,297	68,871	6,574	
流動負債	20,490	24,052	3,562	買掛金+2,689
固定負債	14,272	15,139	867	
純資産合計	27,534	29,680	2,145	利益剰余金+2,461
負債・純資産合計	62,297	68,871	6,574	

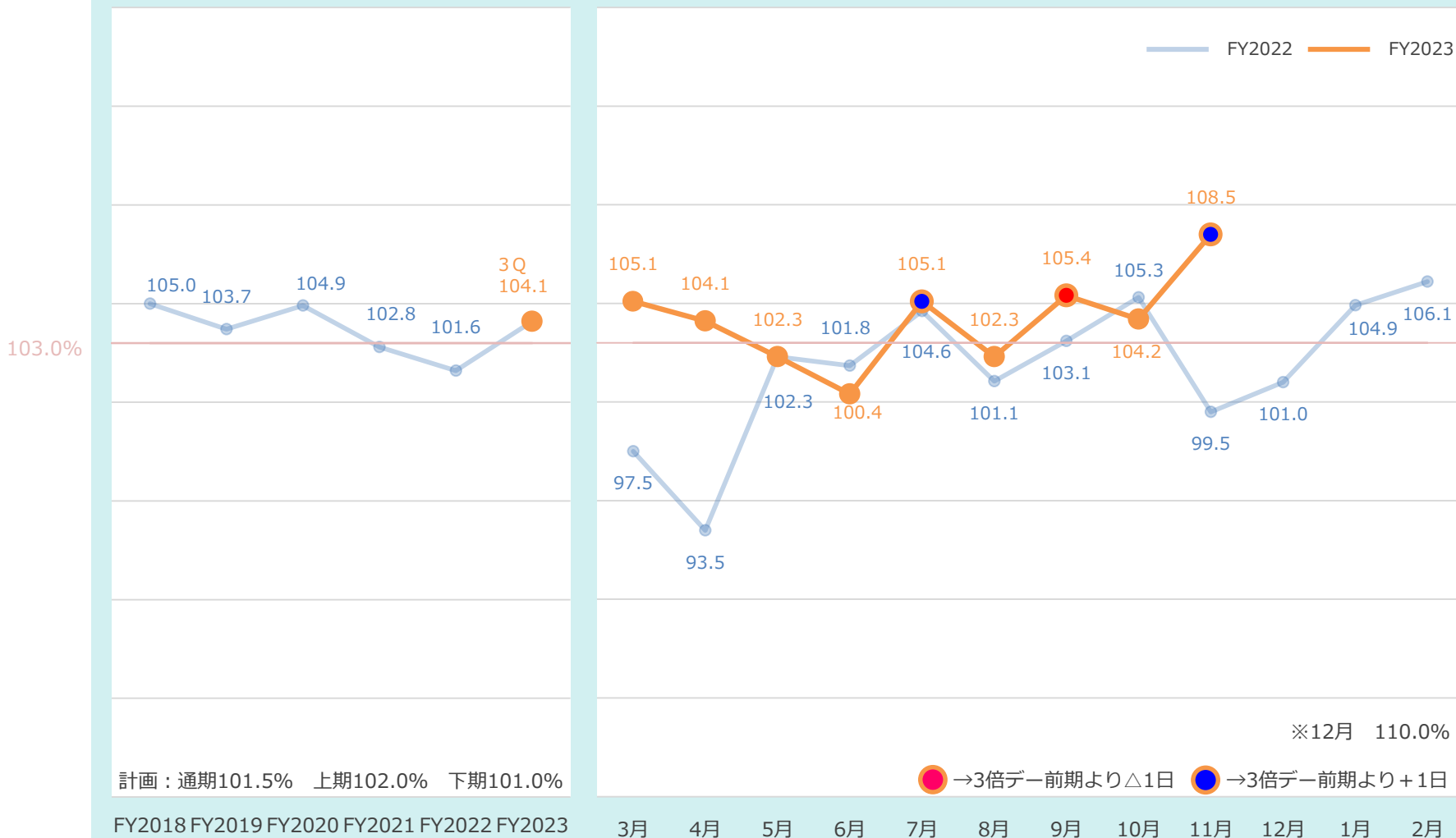
既存店 売上高

物価高による消費マインド低迷が続く中、
既存店売上高が好調に推移し計画を上回る

(単位：%)

年度別 売上高

月別 売上高

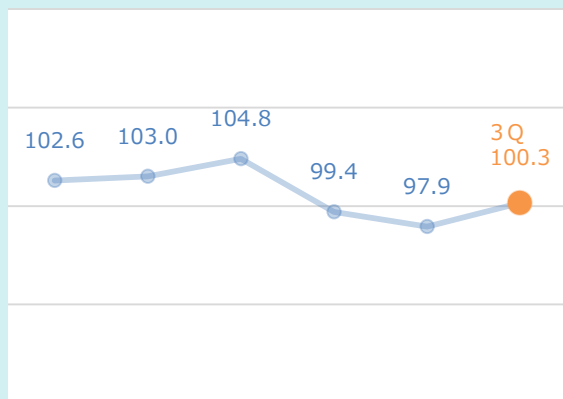


既存店 客数・客単価

客数は100%前後に落ち着いていたが直近で回復
物価高による商品値上げで客単価が上昇

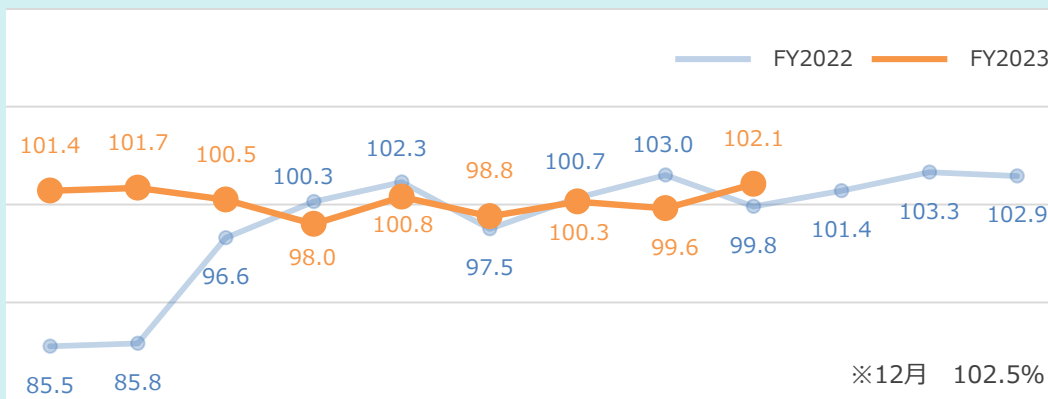
(単位：%)

年度別 客数



FY2018 FY2019 FY2020 FY2021 FY2022 FY2023

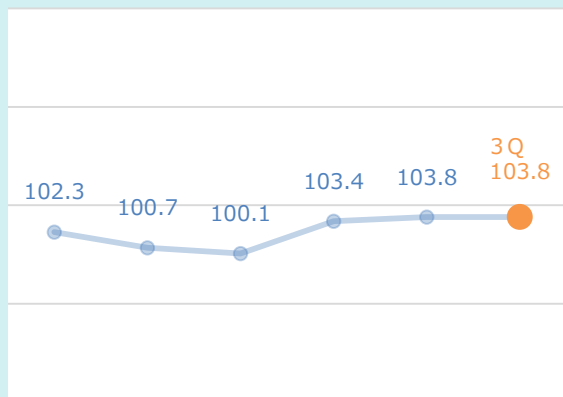
月別 客数



※12月 102.5%

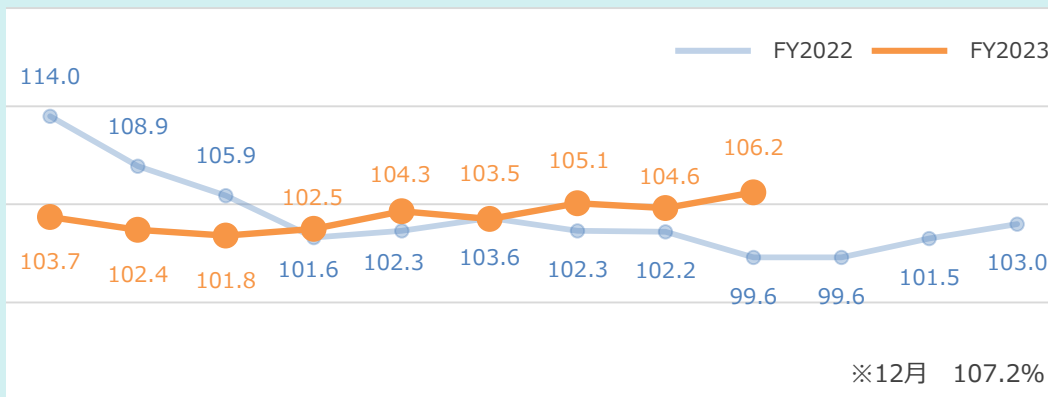
3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月

年度別 客単価



FY2018 FY2019 FY2020 FY2021 FY2022 FY2023

月別 客単価



※12月 107.2%

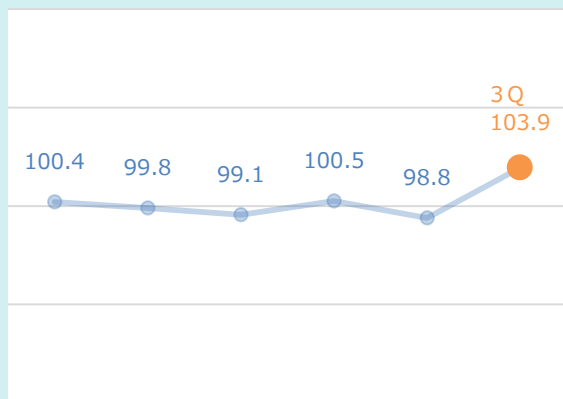
3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月

既存店 点単価・1人当たり買上点数

物価高による商品値上げで点単価が上昇
1人当たり買上点数は100%前後に落ち着く

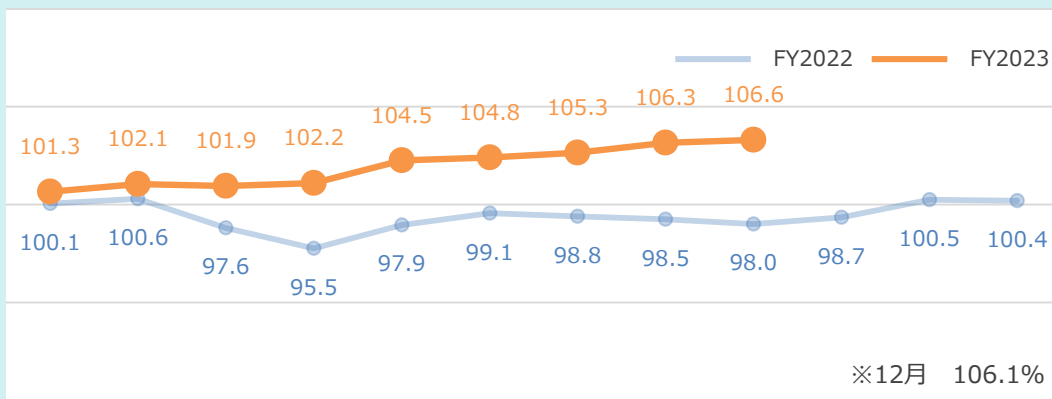
(単位：%)

年度別 点単価



FY2018 FY2019 FY2020 FY2021 FY2022 FY2023

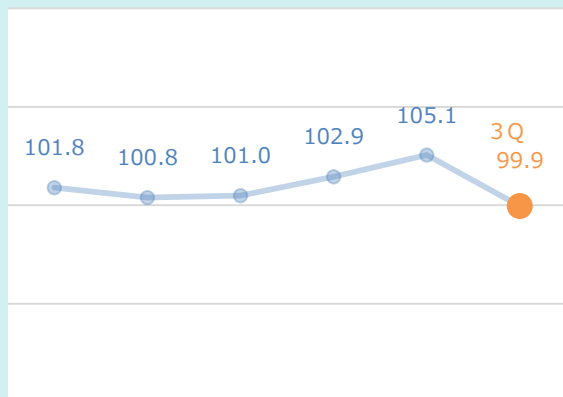
月別 点単価



※12月 106.1%

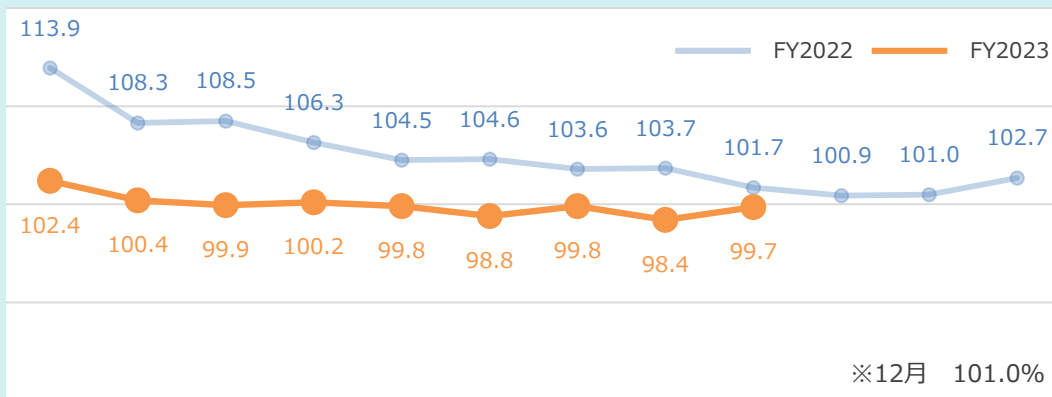
3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月

年度別1人当たり買上点数



FY2018 FY2019 FY2020 FY2021 FY2022 FY2023

月別 1人当たり買上点数



※12月 101.0%

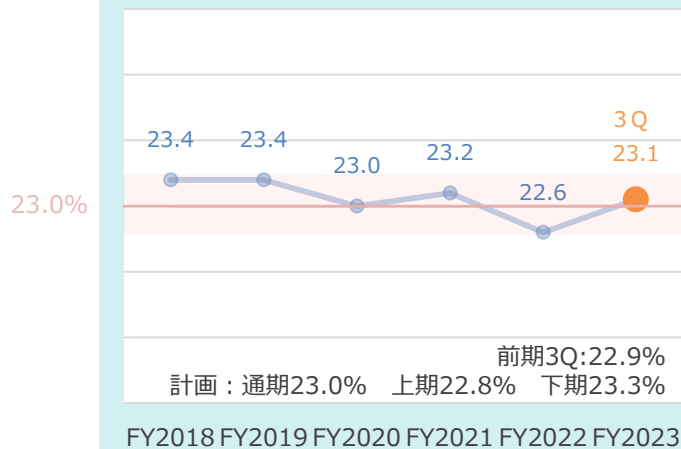
3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月

粗利率とセグメント別売上高構成比

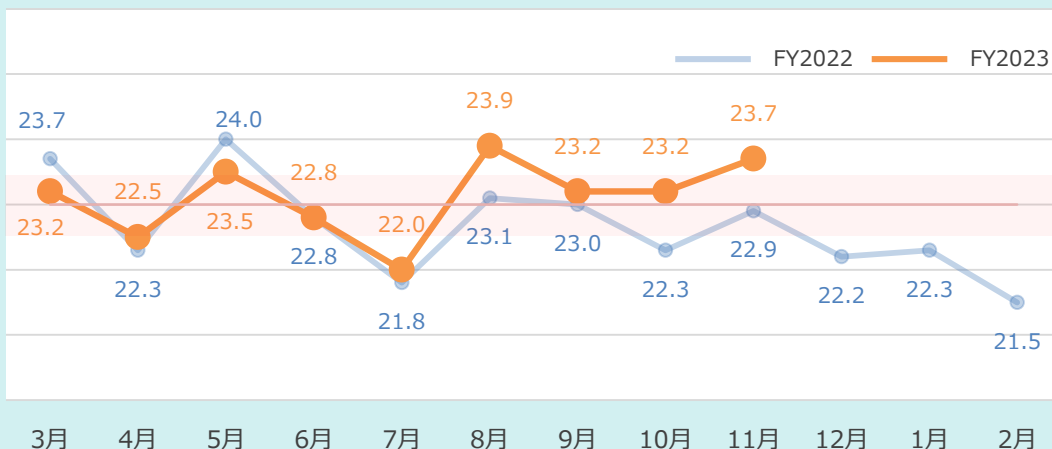
粗利率は安定して推移し前期、計画ともに上回る

(単位：%)

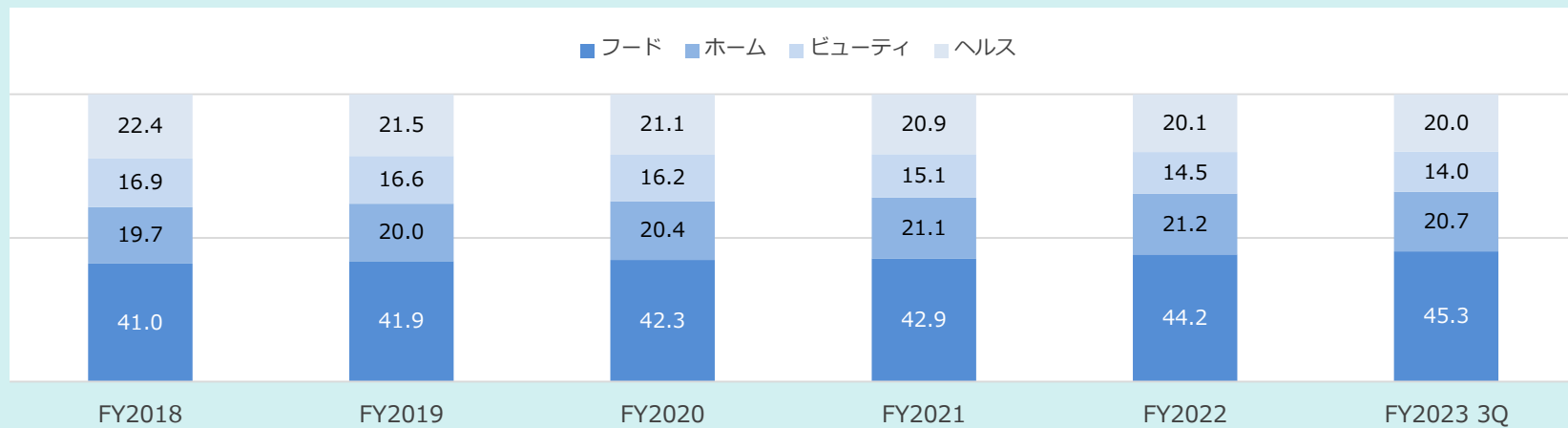
年度別 粗利率



月別 粗利率



年度別 セグメント別売上高構成比



セグメント別状況

ヘルスは抗原検査キットや総合感冒薬の売上が拡大
フードは戦略的な販売強化により売上が拡大

(単位：百万円)

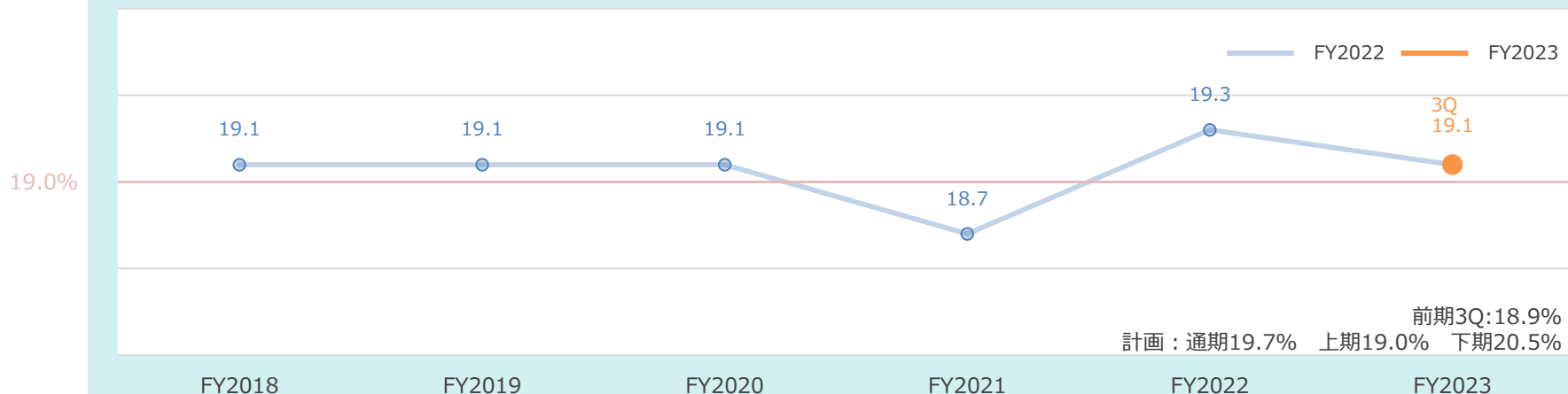
項目	FY2022 3Q			FY2023 3Q			
	売上高	構成比 (%)	粗利率 (%)	売上高	増減率 (%)	構成比 (%)	粗利率 (%)
ヘルス	18,113	20.1	33.1	19,866	9.7	20.0	33.7
ビューティ	13,039	14.5	30.3	13,874	6.4	14.0	30.6
ホーム	19,047	21.2	20.8	20,605	8.2	20.7	21.4
フード	39,718	44.2	16.4	44,978	13.2	45.3	16.8
合計	89,919	100.0	22.7	99,325	10.5	100.0	23.0

販売管理費比率

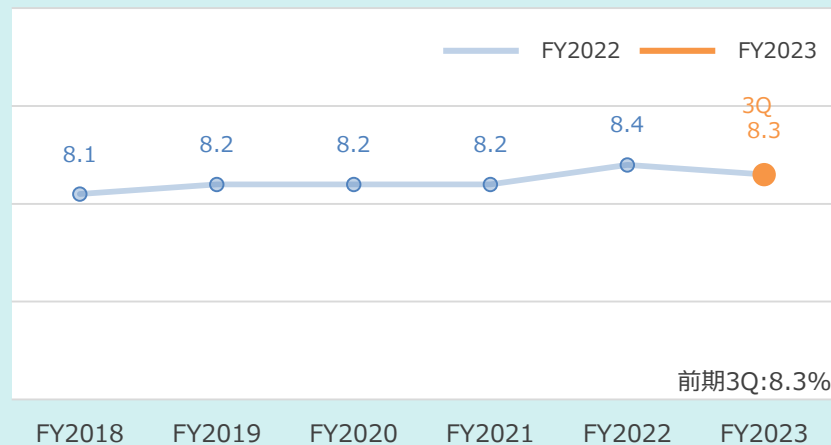
販売管理費比率は前期より上昇したが、計画は下回る
人時削減、LED・調光機能利用で電力使用量を抑制

(単位：%)

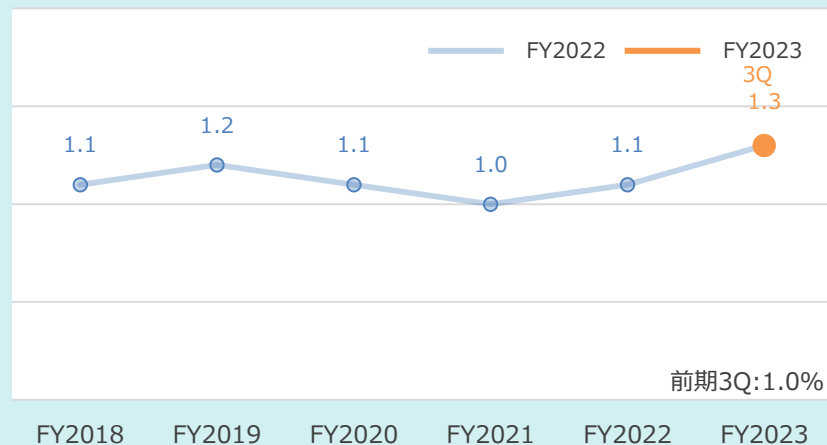
年度別 販売管理費比率



年度別 人件費比率



年度別 電気代比率



- | | |
|-------------------------|------------------|
| 1. FY2023 3Q業績 | P.2~P.13 |
| 2. アクションプランの進捗状況 | P.14~P.16 |
| 3. FY2023 通期計画 | P.17~P.20 |
| 4. 注力分野の説明 | P.21~P.28 |
- ~ビッグデータ事業及びインキュベーションの取り組みについて~

東北でのエリアシェア拡大のためのKPI

既存店 103.0%

粗利率 23.0%

販売管理費比率 19.0%

ドミナント出店

ESLP*

ローコスト
オペレーション

人材

KPI達成のためのアクションプランと進捗

KPI	中長期目標	FY2023目標	3Q実績	課題	対策	進捗
既存店売上高 前年比	103.0%	101.5%	104.1%	コロナの影響でスーパーマーケットでの買い物が優勢となり一時的な客数減	<ul style="list-style-type: none"> ESLP※強化 日用品や食品の強化 販促と売り場の連動 	<ul style="list-style-type: none"> ESLP※構成比 前期28.0% → 当期28.6% 日用品と食品の強化 前年比 日用品108.0% 食品 114.2%
粗利率	23.0%	23.0%	23.1%	競合激化の中でも23.0%前後を維持	<ul style="list-style-type: none"> 定番棚割の精度向上 半期単位でメーカーと戦略的合意 販促と売り場の連動 	前期 22.9% → 当期 23.1%
販売管理費 比率	19.0%	19.7%	19.1%	<ul style="list-style-type: none"> コロナ後の社会を見据え戦略的ベースアップによる人材の囲い込み 物流コストアップ 	<ul style="list-style-type: none"> DX化による店舗オペレーションの効率化 食品と非食品物流網の再整備 	<ul style="list-style-type: none"> コミュニケーションツールの活用範囲拡大 青森、八戸エリアにおいて食品と非食品の配送統合
内部統制の 強化	-	-	-	取締役会において投資家との対話の重要性を確認	<ul style="list-style-type: none"> IR資料の充実 中期計画策定中 監査役との定期的な面談 各種勉強会を社外取締役と開催 	<ul style="list-style-type: none"> 監査役との面談を実施(当期4回) 社外取締役との勉強会を実施(当期5回)

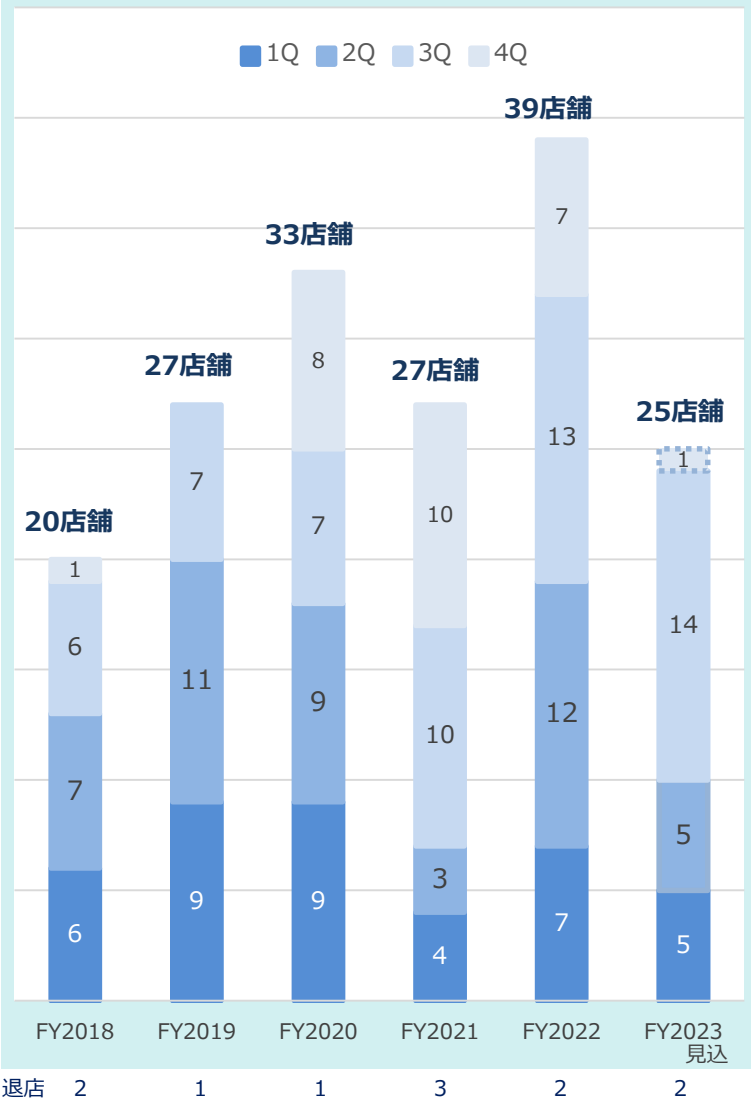
「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用前での比較

※ESLP=6ヶ月以上、いつでも同じ安い価格で商品をお客様へ提供することを弊社ではESLP (Everyday Same Low Price) としている

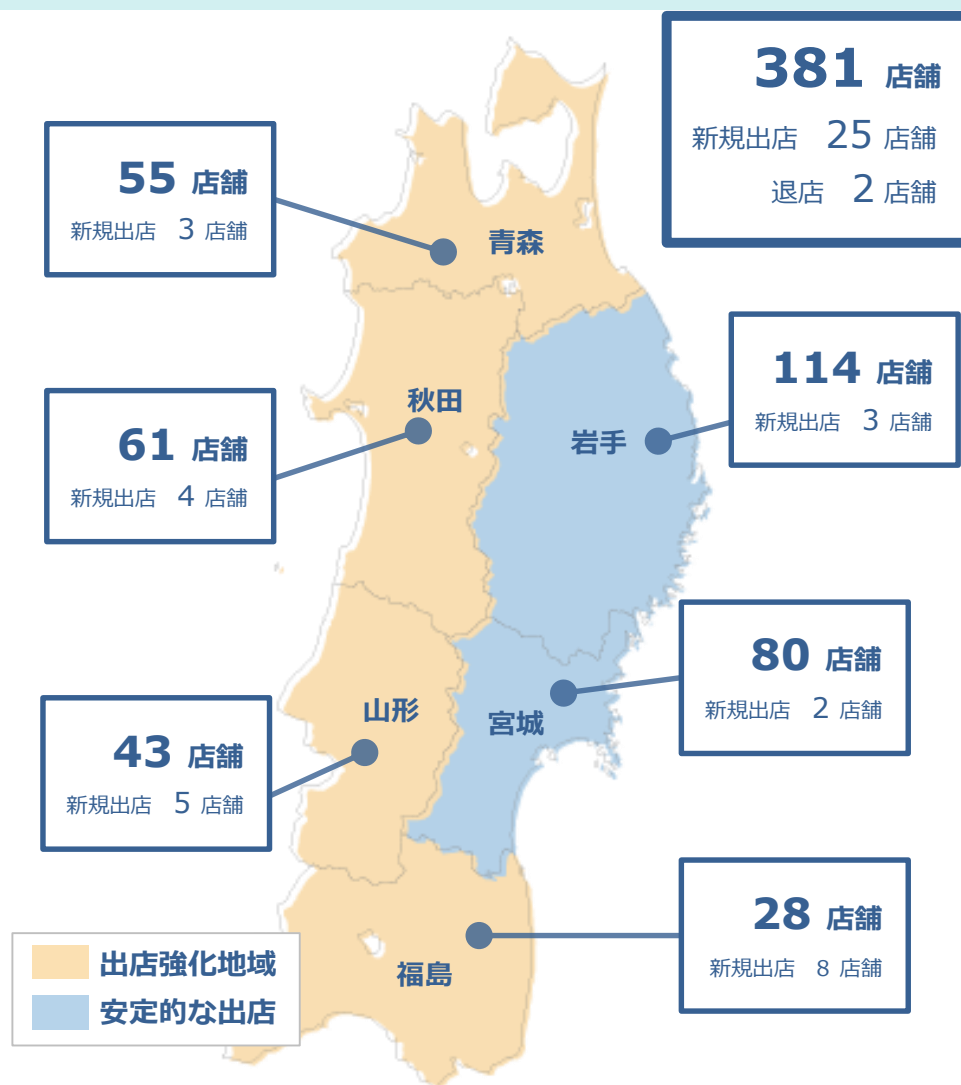
- | | |
|-----------------------|------------------|
| 1. FY2023 3Q業績 | P.2~P.13 |
| 2. アクションプランの進捗状況 | P.14~P.16 |
| 3. FY2023 通期計画 | P.17~P.20 |
| 4. 注力分野の説明 | P.21~P.28 |
- ~ビッグデータ事業及びインキュベーションの取り組みについて~

出店計画

年度別 出店数



県別 出店計画



▼ 当初計画から変更なし

(単位：百万円)

	FY2022 通期実績 (適用前)	FY2023 通期計画 (適用後)	増減率 (%)
売上高	120,310	125,700	-
売上総利益 売上総利益率 (%)	27,238 22.6	27,179 21.6	-
販売管理費 販売管理費比率 (%)	23,195 19.3	23,083 18.4	-
営業利益 営業利益率 (%)	4,043 3.4	4,095 3.3	-
経常利益 経常利益率 (%)	4,394 3.7	4,426 3.5	-
親会社株主に帰属する 当期純利益 純利益率 (%)	2,964 2.5	3,080 2.5	-

(注) 2023年2月期の期首より、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用するため、当該基準に基づいた予想となっており、このため当該基準適用前の実績値に対する増減率は記載していません。

▼ 当初計画から変更なし

(単位：百万円)

	FY2022 通期実績 (適用前)	FY2023 通期計画 (適用前)	増減率 (%)
売上高	120,310	129,000	7.2
売上総利益 売上総利益率 (%)	27,238 22.6	29,670 23.0	8.9
販売管理費 販売管理費比率 (%)	23,195 19.3	25,450 19.7	9.7
営業利益 営業利益率 (%)	4,043 3.4	4,219 3.3	4.4
経常利益 経常利益率 (%)	4,394 3.7	4,550 3.5	3.6
親会社株主に帰属する 当期純利益 純利益率 (%)	2,964 2.5	3,204 2.5	8.1

- | | |
|---|------------------|
| 1. FY2023 3Q業績 | P.2~P.13 |
| 2. アクションプランの進捗状況 | P.14~P.16 |
| 3. FY2023 通期計画 | P.17~P.20 |
| 4. 注力分野の説明
~ビッグデータ事業及びインキュベーションの取り組みについて~ | P.21~P.28 |

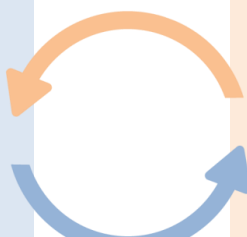
薬王堂HD

東北から世界の健康をデザインする

薬王堂

地域の皆様の
美と健康と豊かな暮らしに貢献する

送客

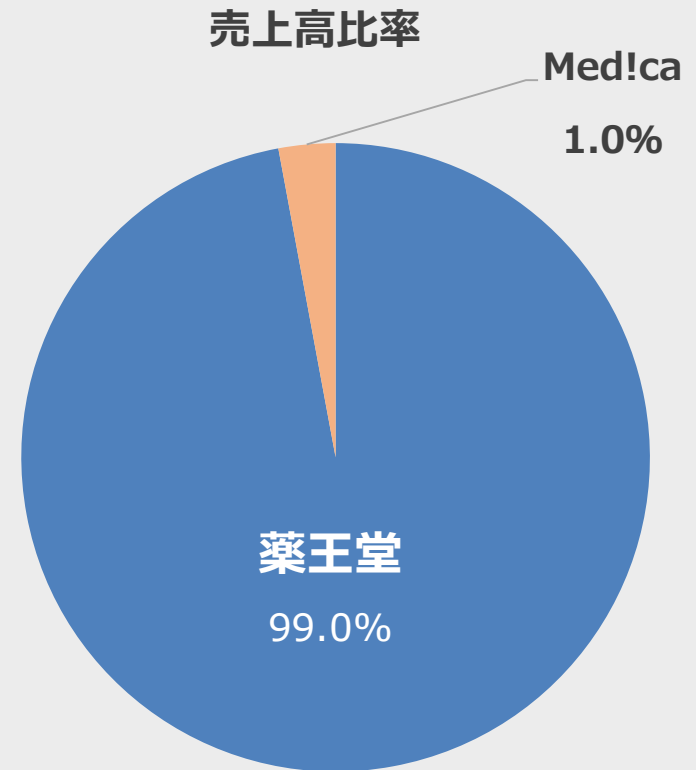
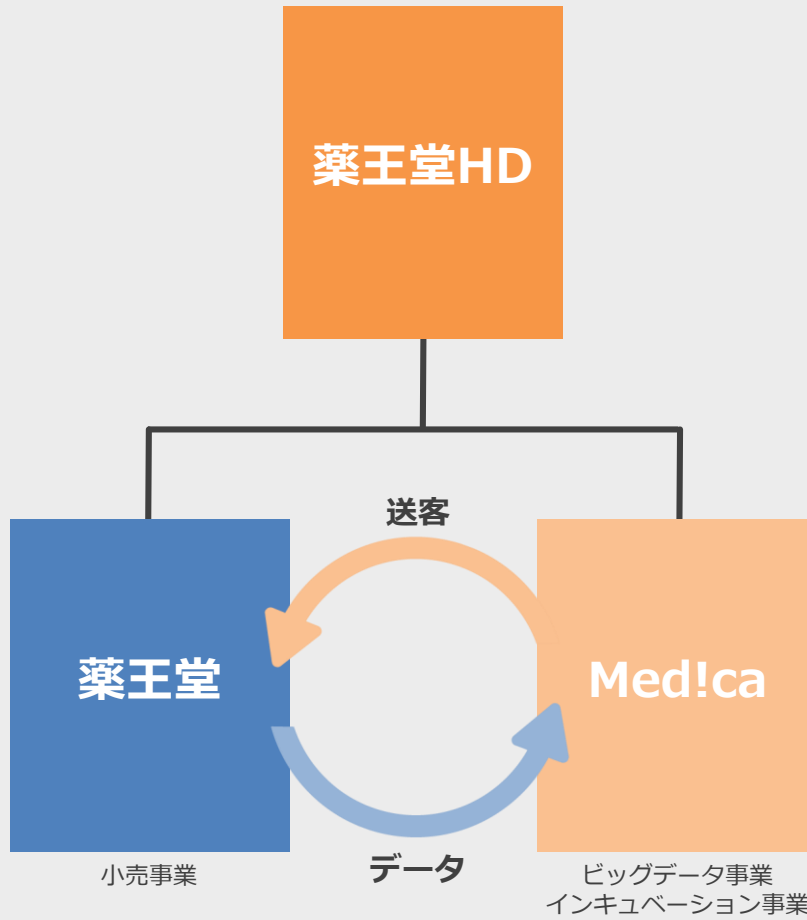


データ

Med!ca

異業種とのコラボレーションを通じた
ビッグデータ結合により
社会課題の解決を行う

～リアル店舗のメディア化を目指す～



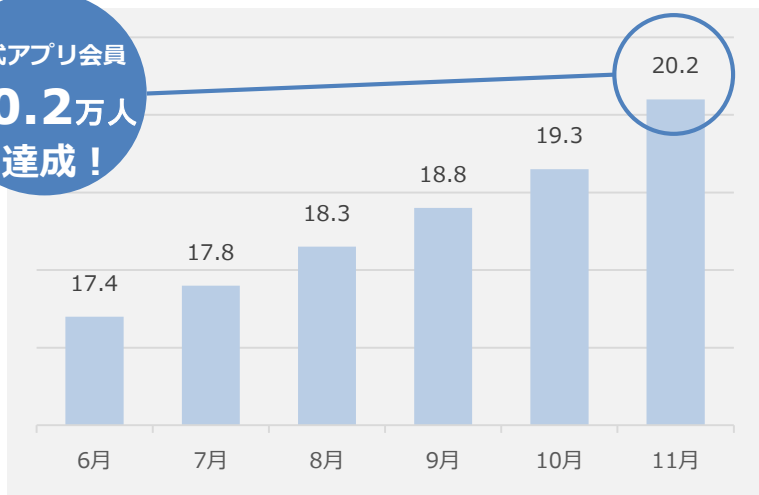
リアル店舗のメディア化について

“売ること”が全てだった店舗が、情報伝達を行う手段、すなわちメディア機能を有する場所に置き換わることを弊社では店舗のメディア化と呼んでいます

1) 薬王堂公式アプリユーザーの拡大

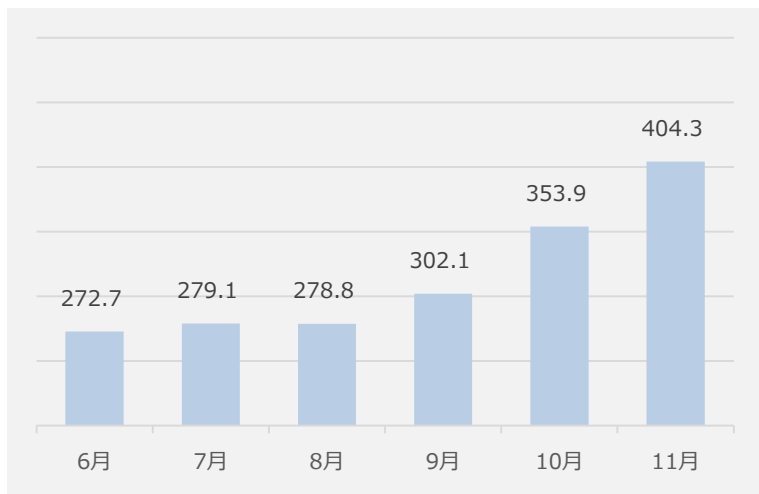
DL数 (累積)

公式アプリ会員
20.2万人
達成!



(単位: 万人)

PV数 (単月)



(単位: 万人)

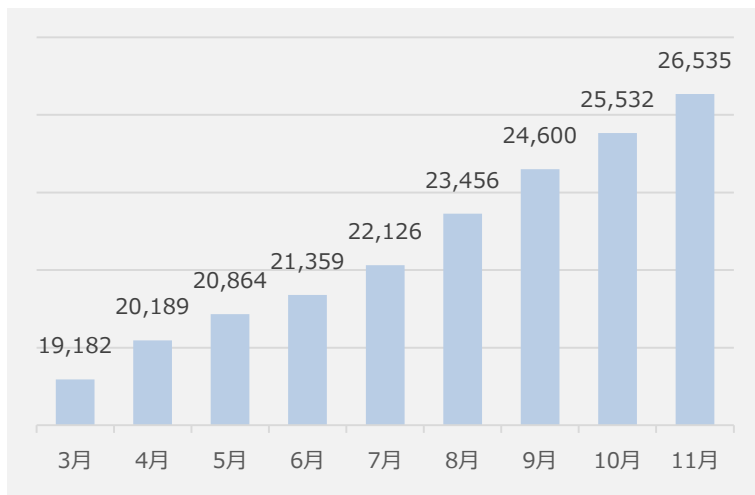
アプリ販促強化が
ダウンロード数増加に寄与



2) P!ck andユーザーの拡大

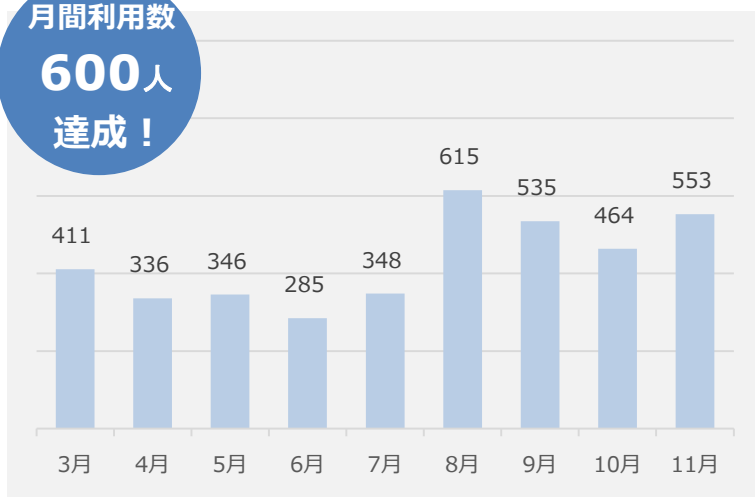
P!ck and

DL数 (累積)



(単位: 人)

利用件数 (単月)



(単位: 人)

月間利用数

600人
達成!

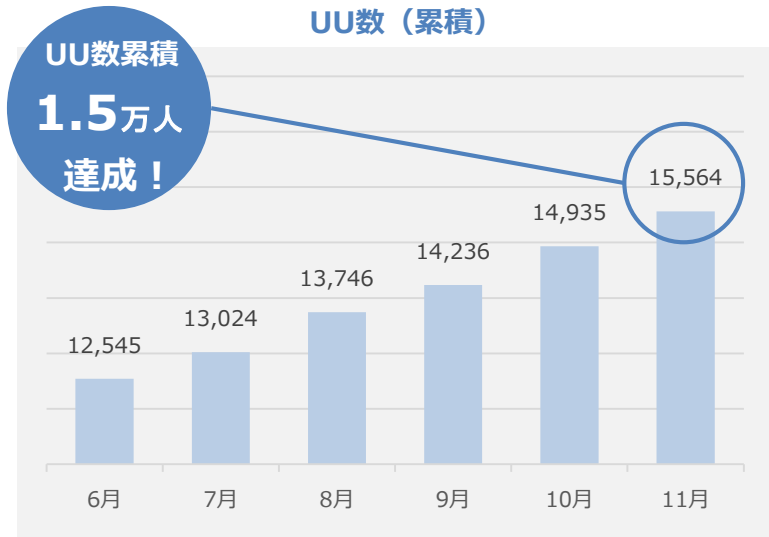
- 2022年2月1日宮城県エリア1店舗、
2022年8月30日岩手県盛岡エリア8店舗
でラストワンマイル配送開始
- 2022年10月4日宮城県エリア4店舗、
2022年11月29日岩手県盛岡エリア19店舗
にラストワンマイル配送店舗拡大



薬王堂の店内商品 [約2万品目] を
“最短1時間”で配達!

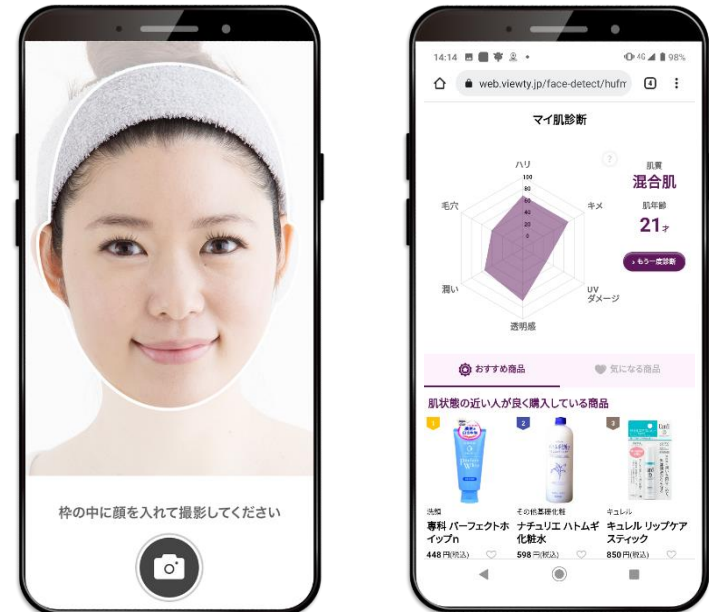
3) 肌診断ユーザーの拡大とレコメンドエンジンの精度向上

novera



(単位: 人)

2021年8月26日
薬王堂アプリに肌診断機能を追加

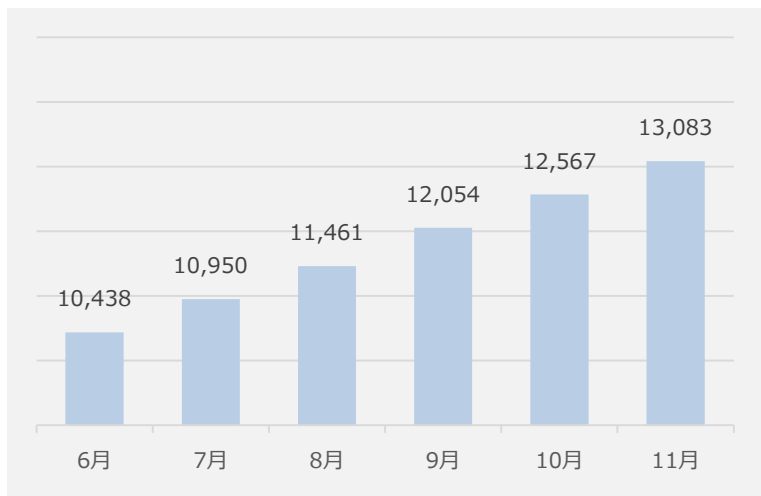


(単位: 人)

4) 健康チェック実施者数とKOMPASUアプリユーザーの拡大

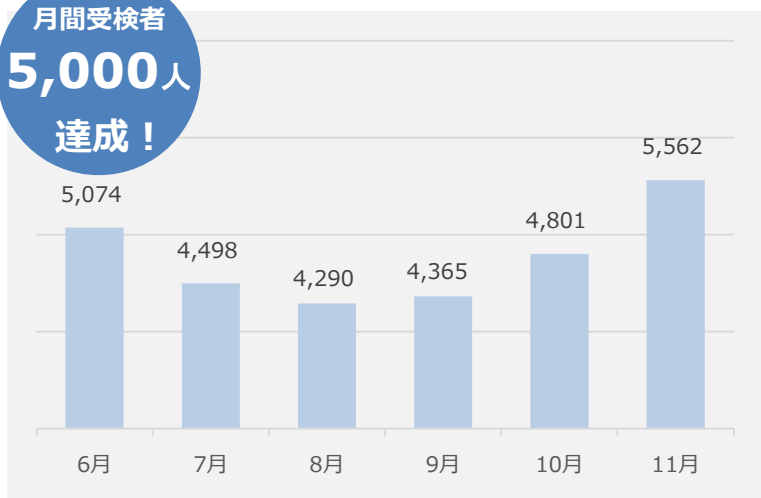


DL数 (累積)



(単位: 人)

健康CK数 (単月)



(単位: 人)

月間受検者
5,000人
達成!

2021年8月26日 健康チェックアプリKOMPASUリリース



5) SDGs関連商品の共同開発と販売



アンオフ

環境に配慮したモノづくりから誕生した
東北生まれのスキンケア

未利用の豊かな資源から、素肌と環境にやさしい製品を。

環境を想う 地元の輪と共に。

2022年12月25日

累計販売数

10,000個
突破



※and OHU (アンオフ) とは

株式会社ファームステーションと共同開発した、東北の自然素材や副産物などの未利用資源をアップサイクルした素肌と環境にやさしいスキンケア商品です。

薬王堂ホールディングス New Vision

東北から世界の健康をデザインする

【問い合わせ先】

株式会社 薬王堂ホールディングス

経営戦略部

TEL 019-621-5027 FAX 019-621-5028

本資料には、当社の業績見通し等の将来に関する記述が含まれています。これらの記述は、当社が現在入手している情報を基とした判断と仮定を前提としたものであり、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。