2024年2月期　第3四半期
決算説明資料

株式会社薬王堂ホールディングス

(東証プライム 7679)

2024年1月15日

アジェンダ

1. FY2024 3Q業績 P.2～P.14
2. FY2024 通期計画 P.15～P.17
3. Appendix P.18～P.23

アジェンダ

1. FY2024 3Q業績 P.2～P.14
2. FY2024 通期計画 P.15～P.17
3. Appendix P.18～P.23

FY2024 3Q決算のポイント

FY2023より続く物価高、コスト高など厳しい環境の中、

引き続き政策の徹底と組織基盤の強化で基礎体力が向上

▶ **売場コンディションの向上**

継続した売場と販促の固定化で、オペレーションが安定し売場コンディションが向上

その結果、店舗ではやるべきことに集中でき、既存店売上高の好調に繋がった

▶ **人時コントロール精度の向上**

継続した売場と販促の固定化も寄与して、毎月の人時が安定してきた

▶ **経費の見込み精度の向上**

厳しいコスト環境において組織を横断しての経費見込み精度が向上した

業績ハイライト

- **既存店売上高前期比　108.1%**
  （計画　106.3%）

- **粗利率　21.6%**
  （計画　21.8%　前期　21.9%）

- **販売管理費比率　17.2%**
  （計画　17.5%　前期　17.7%）

- **営業利益高前期比　115.5%**
  （計画　111.9%）

経常利益高前期比　115.9%
（計画　111.9%）

純利益高前期比　112.7%
（計画　107.5%）

連結損益計算書

（単位：百万円）

	FY2023 3Q累計	FY2024 3Q累計	増減率（%）	増減	FY2024 通期計画	計画進捗率（%）
売上高	96,802	106,857	10.4	10,054	139,100	76.8
売上総利益 売上総利益率（%）	21,172 21.9	23,083 21.6	9.0	1,910	30,300 21.8	76.2
販売管理費 販管費率（%）	17,137 17.7	18,423 17.2	7.5	1,285	24,900 17.9	74.0
営業利益 営業利益率（%）	4,034 4.2	4,659 4.4	15.5	625	5,400 3.9	86.3
経常利益 経常利益率（%）	4,306 4.4	4,992 4.7	15.9	686	5,800 4.2	86.1
親会社株主に帰属する 四半期純利益 純利益率（%）	2,974 3.1	3,351 3.1	12.7	337	3,700 2.7	90.6

連結貸借対照表

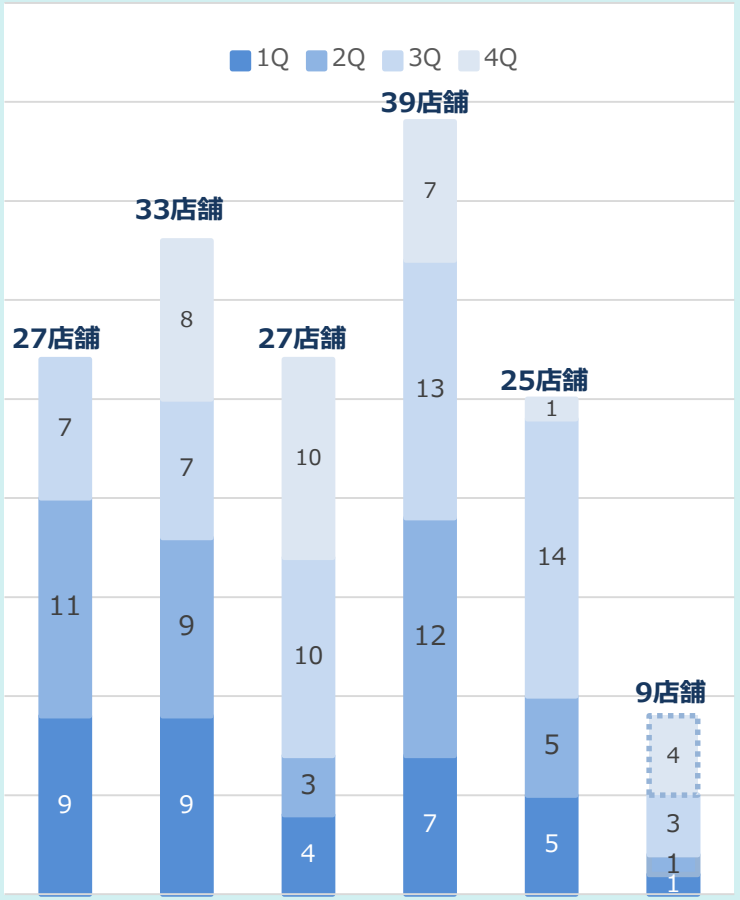
（単位：百万円）

	FY2023 期末	FY2024 3Q	増減	主な項目
流動資産	30,419	34,517	4,098	現預金 ＋ 496 商品 ＋3,300
固定資産	37,290	37,357	66	建物及び構築物 △673
資産合計	67,709	71,874	4,164	
流動負債	23,247	25,816	2,569	買掛金 +2,850
固定負債	14,522	13,203	△1,319	長期借入金 △1,767
純資産合計	29,939	32,855	2,915	
負債・純資産合計	67,709	71,874	4,164	

出店

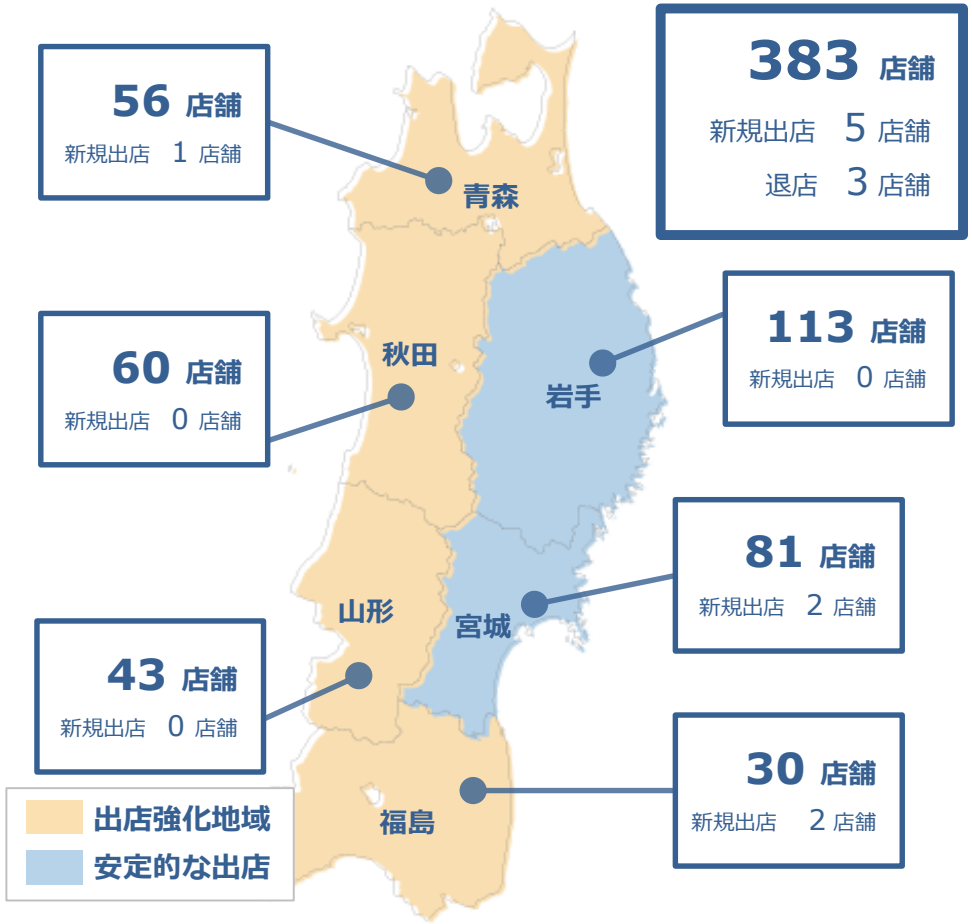
- 前期24店舗に対して、当期は5店舗を出店

年度別　出店数



	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024
退店	1	1	3	2	2	3

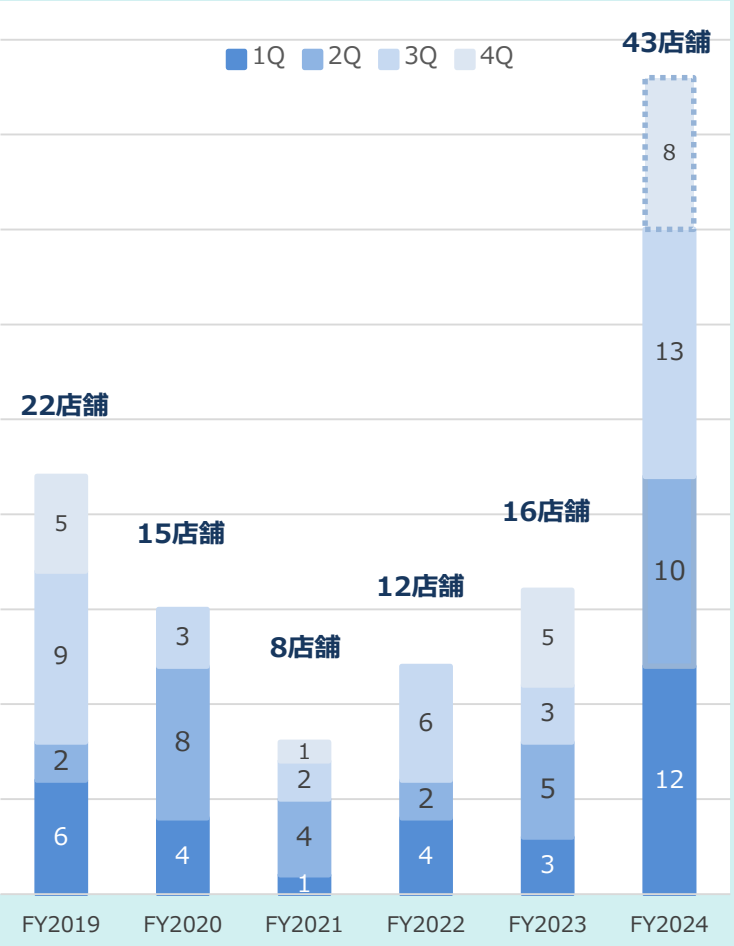
県別　出店実績（3Q現在）



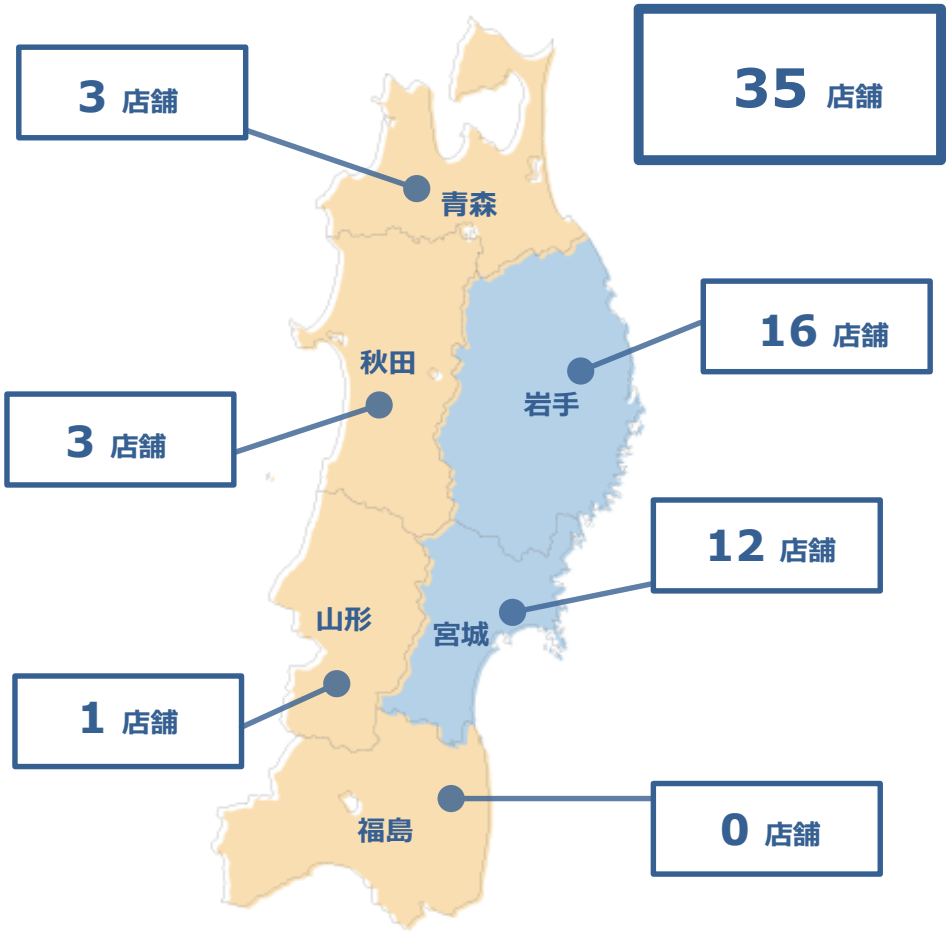
改装

- 前期11店舗に対して、当期は35店舗の改装を実施

年度別　改装店舗数



県別　改装実績（3Q現在）

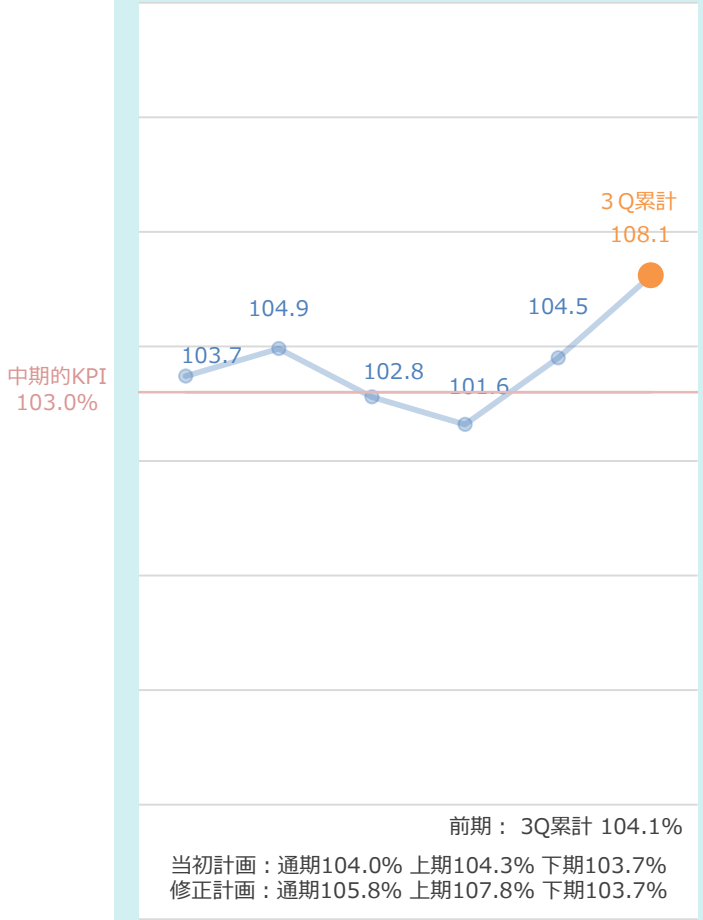


既存店 売上高

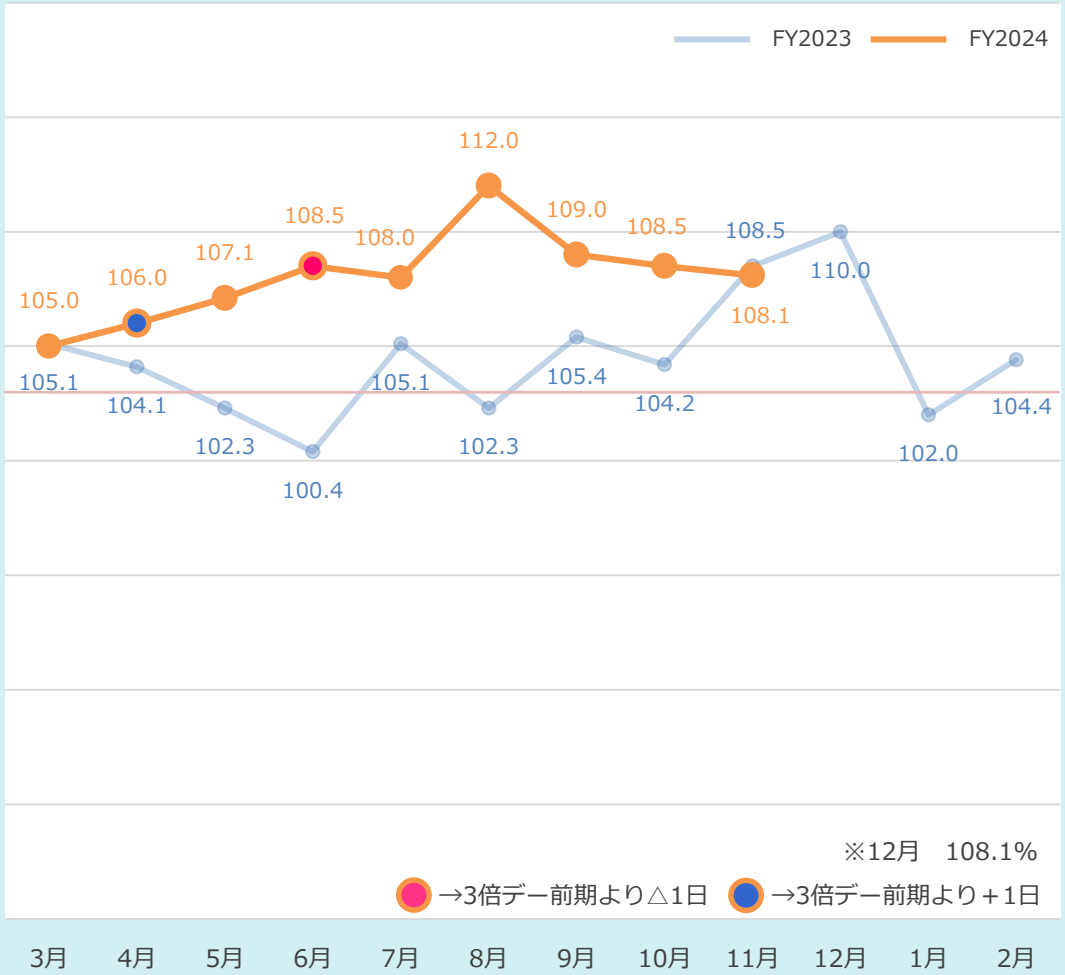
- 3Q累計が108.1%と好調
- 前期から取り組んでいる売場と販促の固定化による売場コンディション向上により、既存店売上高は高い水準で推移

（単位：%）

年度別　売上高



月別　売上高

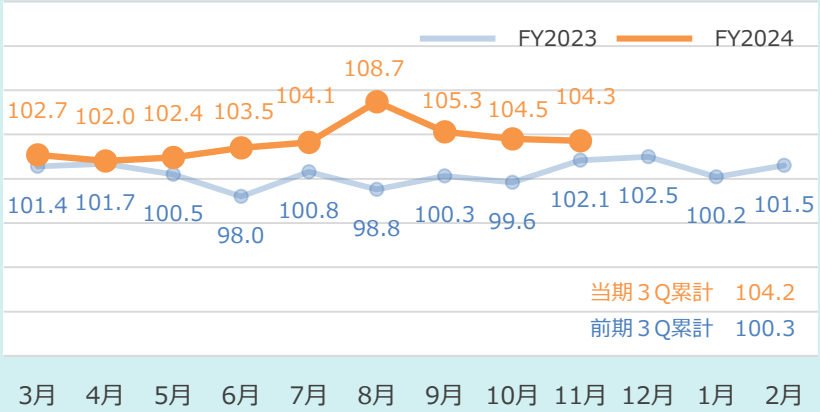


既存店 客数・客単価・点単価・１人当たり買上点数

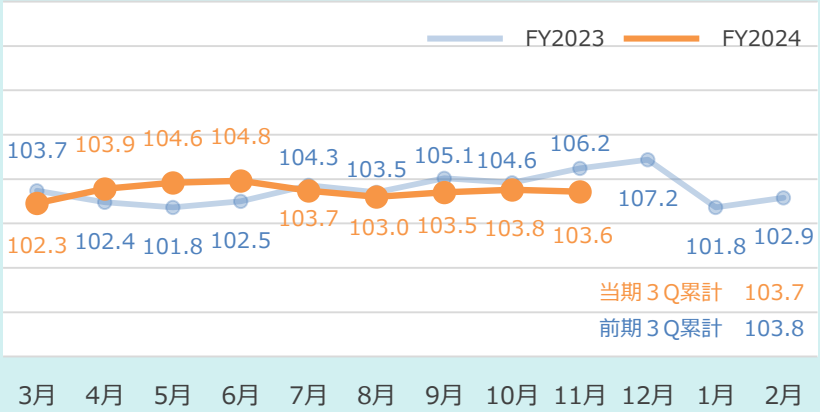
- 客数は継続して好調に推移、売上に大きく貢献

（単位：%）

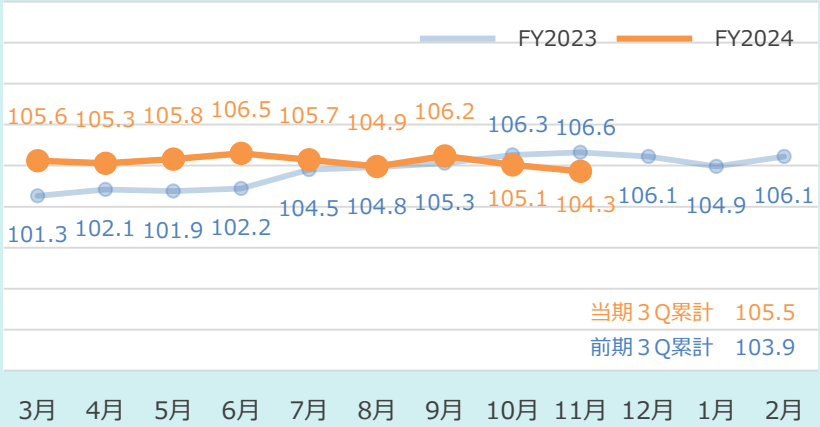
客数



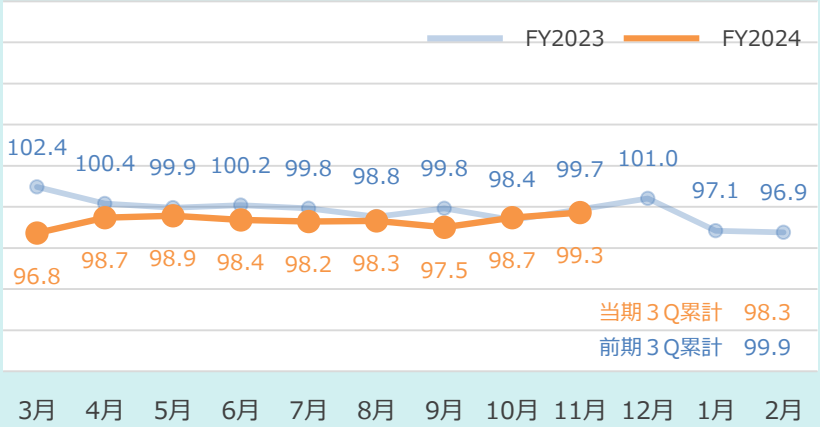
客単価



点単価



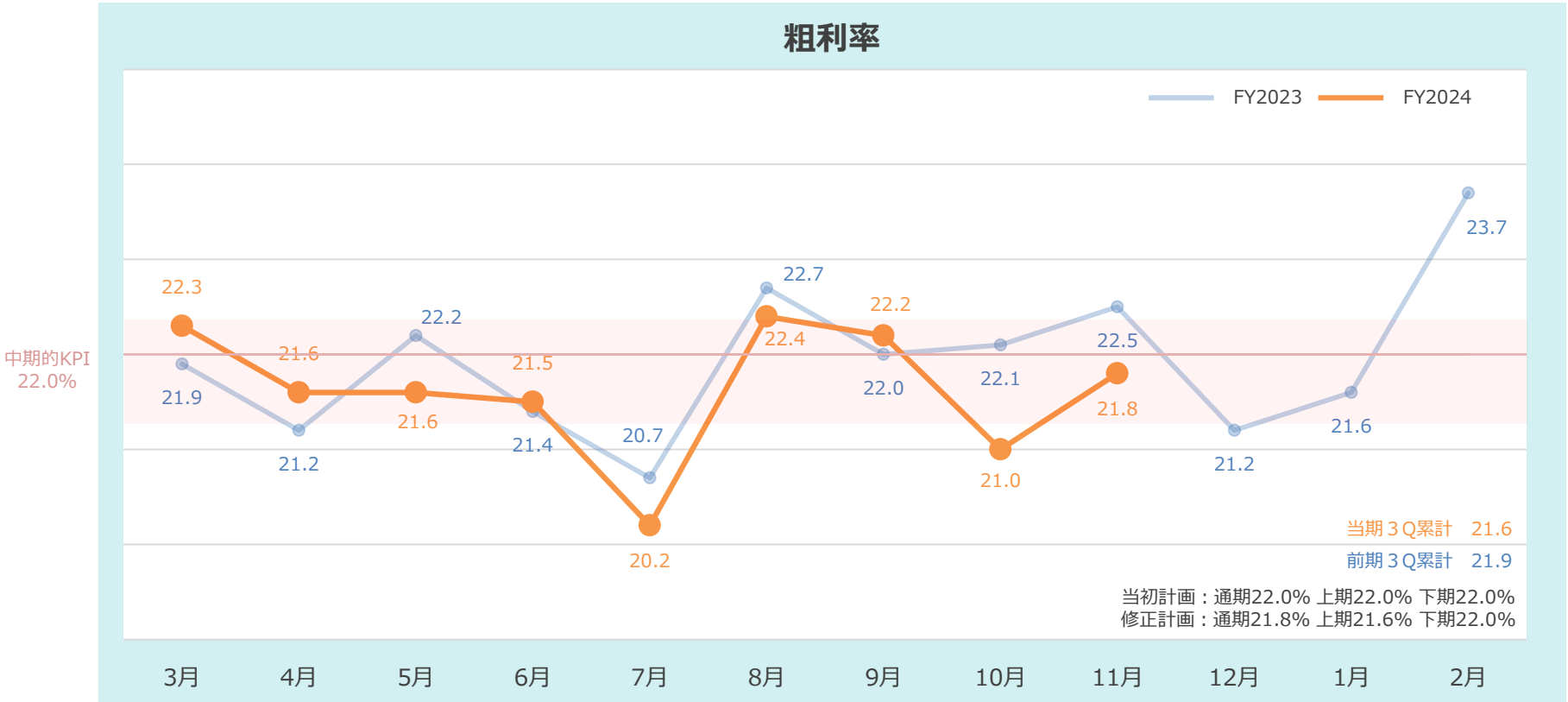
1人当たり買上点数



粗利率

- 前期3Q累計21.9%に対して、当期3Q累計は21.6%で着地

（単位：%）



	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
FY2024			評価減戻り △0.5pt		例年のトレンドで粗利率低下			値上げ +0.4pt	値上げ 評価減戻り ±0 pt			
FY2023			値上げ +0.2pt		例年のトレンドで粗利率低下	値上げ +0.2pt		値上げ +0.8 pt	値上げ 評価減戻り +0.3pt			値上げ +0.8pt
前年差			△0.7pt			△0.2pt		△0.4pt	△0.3pt			

セグメント別状況

- 前期伸び悩んだホームが回復しフードとともに売上を牽引

（単位：百万円）

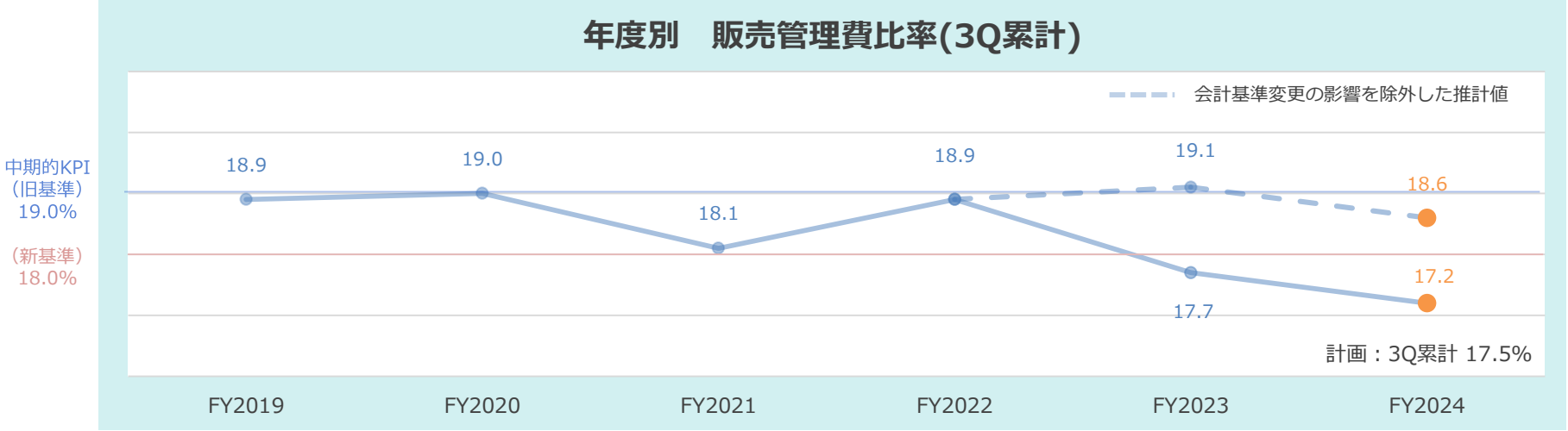
項目	FY2023　3Q累計				FY2024　3Q累計			
	売上高	増減率(%)	構成比(%)	粗利率(%)	売上高	増減率(%)	構成比(%)	粗利率(%)
ヘルス	19,329	-	20.0	32.6	19,433	0.5	18.2	33.2
ビューティ	13,499	-	14.0	29.5	14,445	7.0	13.5	30.1
ホーム	20,048	-	20.7	20.2	22,710	13.3	21.3	19.9
フード	43,762	-	45.3	15.4	50,084	14.4	47.0	15.4
合計	96,639	-	100.0	21.8	106,674	10.4	100.0	21.6

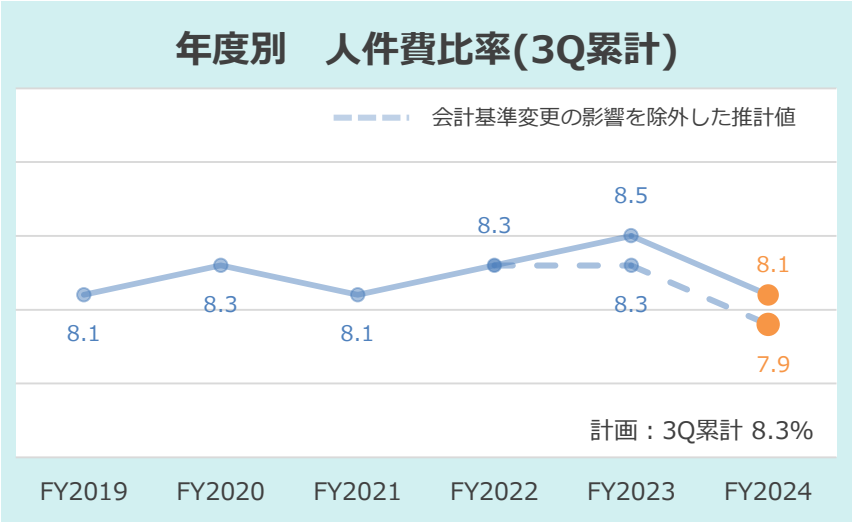
（注）「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年３月31日）等を前第１四半期連結会計期間の期首より適用しており、2023年２月期第３四半期に係る各数値については、当該会計基準を適用した後の数値となっております。このため対前年同四半期増減率は記載しておりません。

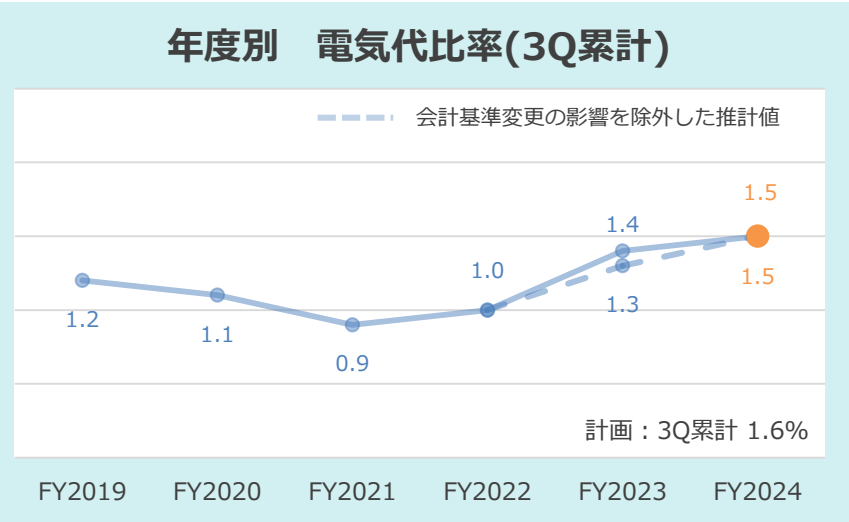
販売管理費比率

- 好調な売上高により販管費比率が計画を下回る
- 電気代は想定していたよりアップ幅が小さく、計画を下回る
- 人件費は前年に実施した店舗オペレーション効率化の効果が継続され、計画を下回る

（単位：%）







KPI達成のためのアクションプランと進捗

KPI	中長期目標	FY2024目標(修正後)	3Q累計	課題	対策	進捗
既存店売上高前期比	103.0%	105.8%	108.1%	消費者の購買行動の変化による客数減	・ESLP※強化 ・改装によるエリアドミナントと既存店強化 ・ホームとフードの強化による客数への貢献 ・販促と売場の連動	・ESLP※構成比 前期3Q 28.6% → 当期3Q 29.4% ・ホームとフードの強化 前期比　ホーム113.3% フード114.5%
粗利率	22.0%	21.8%	21.6%	競合激化の中でも22.0%前後を維持	・定番棚割の精度向上 ・半期単位でメーカーと戦略的合意 ・プライベートブランドの新規開発/リニューアル ・販促と売場の連動	前期21.9% → 当期21.6%
販売管理費比率	18.0%	17.9%	17.2%	コスト高への対応 ・電気代高騰 ・人件費上昇	・月単位、週単位でより精度の高い人時コントロール ・店舗オペレーション安定化などによる作業負担軽減	・前期より取り組む店舗オペレーション効率化により人時が下がった
内部統制の強化	-	-	-	・取締役会、リスク管理委員会、コンプライアンス委員会の機能強化 ・取締役会において投資家との対話の重要性を確認	・監査等委員会設置 ・監査等委員との定期的な面談 ・IR資料の充実	・監査等委員との面談を実施（当期2回） ・監査等委員会設置会社へ移行（ガバナンス強化と業務執行の迅速化）

※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

アジェンダ

1. FY2024 3Q業績 P.2～P.14

2. **FY2024 通期計画 P.15～P.17**

3. Appendix P.18～P.23

FY2024 通期計画

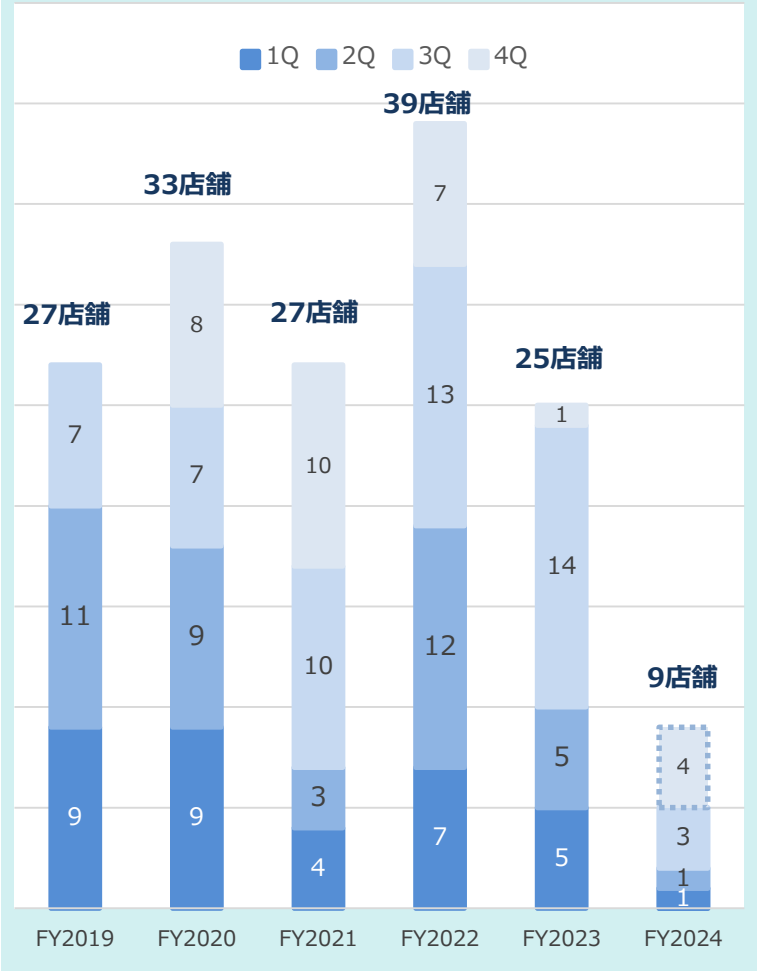
（単位：百万円）

	FY2023 通期実績	FY2024 通期計画 （修正後）	増減率 （%）
売上高	128,791	139,100	8.0
売上総利益 売上総利益率（%）	28,247 21.9	30,300 21.8	7.3
販売管理費 販売管理費比率（%）	23,587 18.3	24,900 17.9	5.6
営業利益 営業利益率（%）	4,660 3.6	5,400 3.9	15.9
経常利益 経常利益率（%）	5,017 3.9	5,800 4.2	15.6
親会社株主に帰属する **当期純利益** 純利益率（%）	3,240 2.5	3,700 2.7	14.2

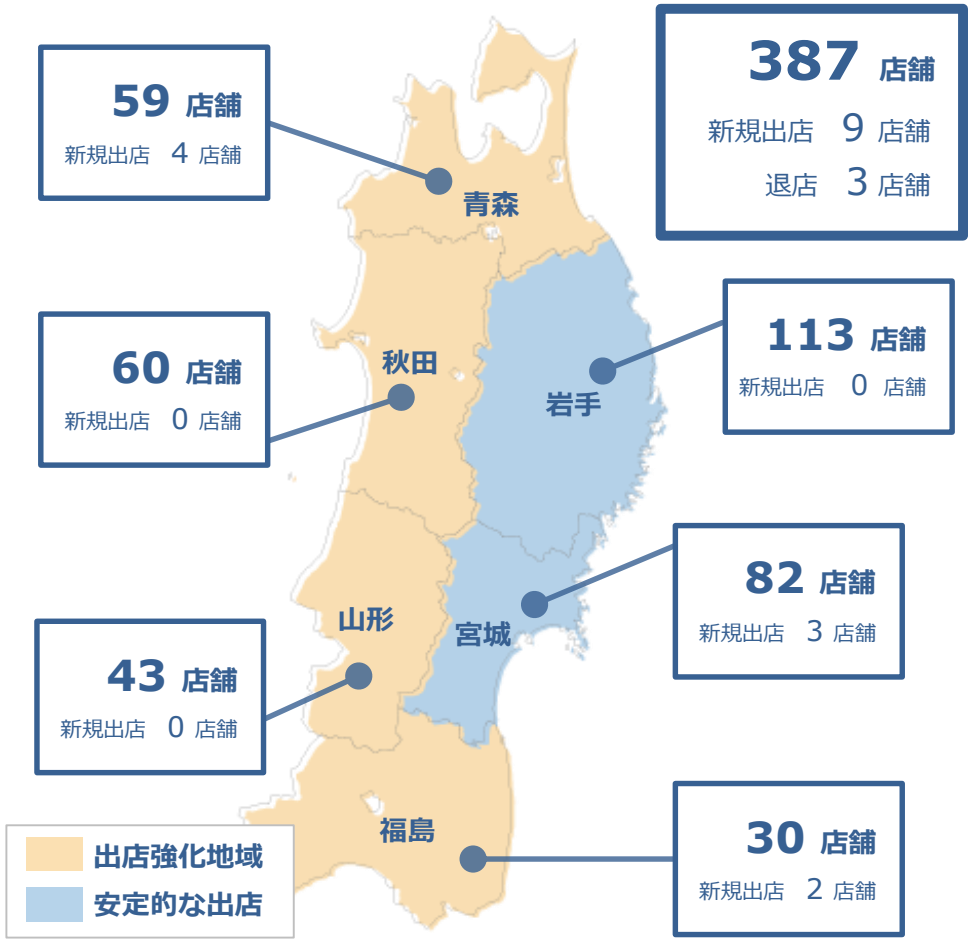
出店計画

- 建築の遅れから、通期の出店を15店舗から9店舗へ修正

年度別　出店数



県別　出店計画



アジェンダ

1. FY2024 3Q業績 P.2～P.14

2. FY2024 通期計画 P.15～P.17

3. Appendix P.18～P.23

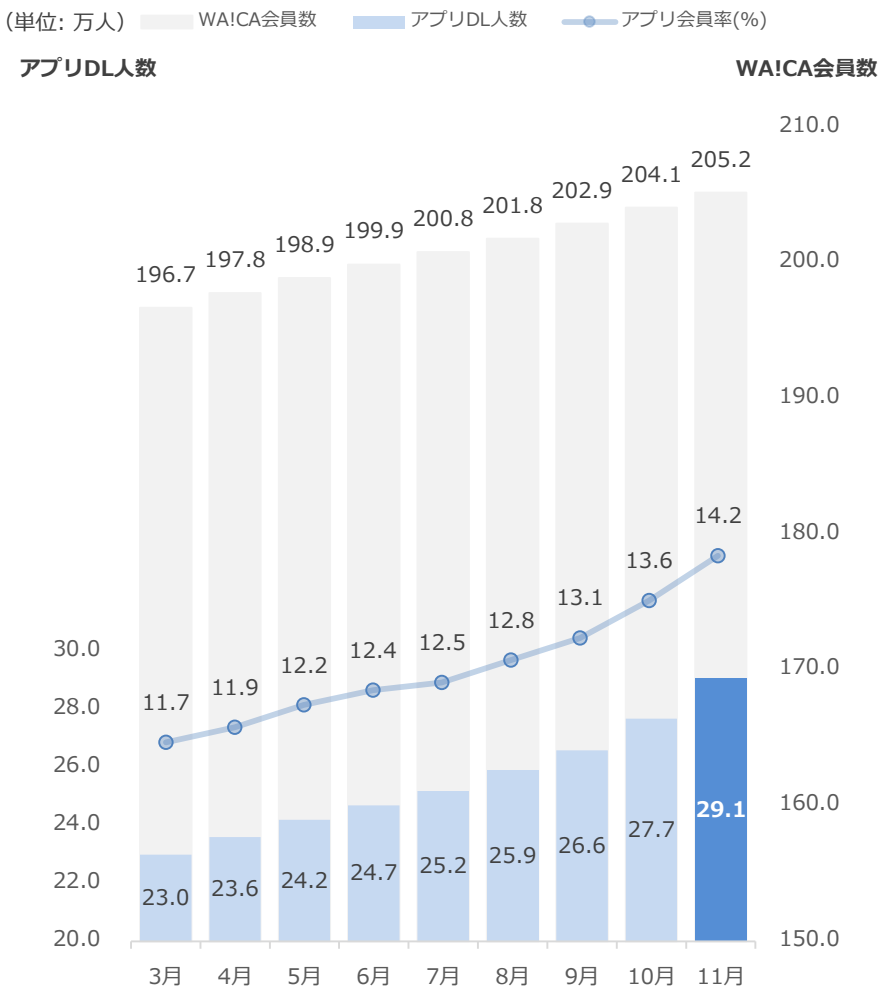
1）薬王堂公式アプリユーザーの拡大

- WA!CA会員に占めるアプリ会員率が毎月伸長
- アプリクーポンの充実がダウンロード数増加に寄与

薬王堂公式アプリの特徴

・One to Oneマーケティングが可能なクーポン機能搭載
・健康チェック・歩数計・肌診断の実装
・クイックコマースの連携
・検査キットECサイトの連携

（累積）WA!CA会員数とアプリDL人数



2）クイックコマースの利用状況

- サービスクオリティの向上（商品情報・売価・在庫の精度アップ）に注力し、クイックコマースの進化・普及に備える

店頭受取

Pick and

ラストワンマイル

Pick and × 河北新報

Pick and × Wolt

デリバリーサービスプラットフォームに出店

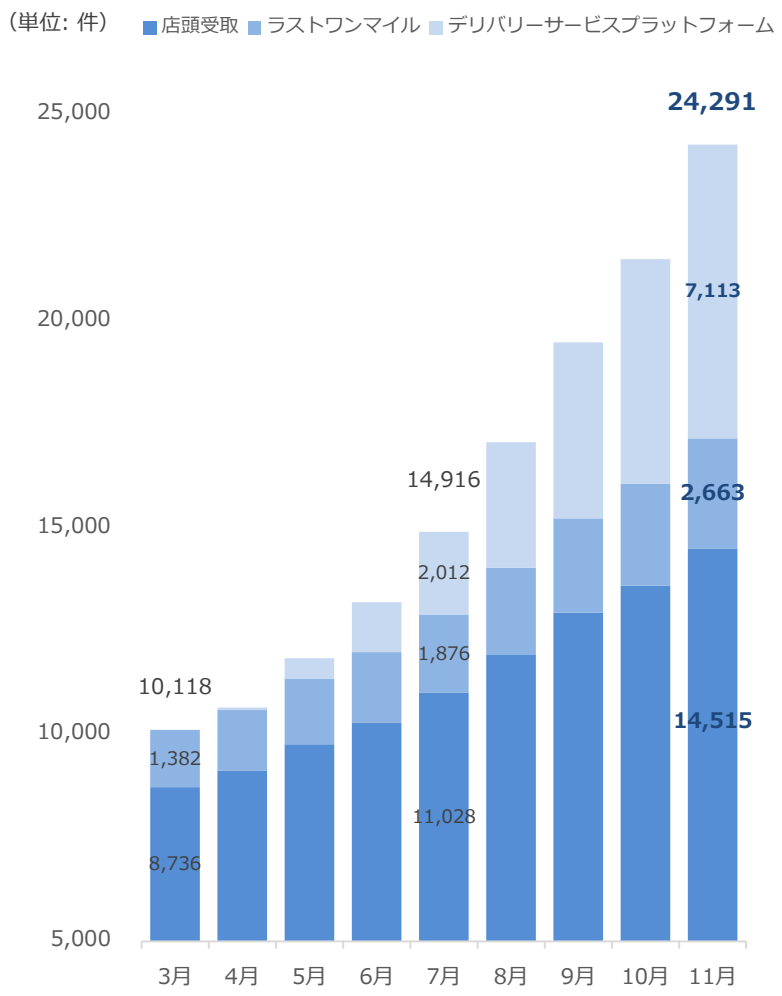
Demaecan

2023年4月11日より開始

Wolt

2023年5月17日より開始

（累積）利用件数



3）肌診断ユーザー拡大のため、レコメンドエンジンの精度向上

- UX/UIを向上させ、肌診断ユーザーの拡大を狙う
- AIレコメンドエンジンの精度向上と他分野への横展開に向け研究中

novera

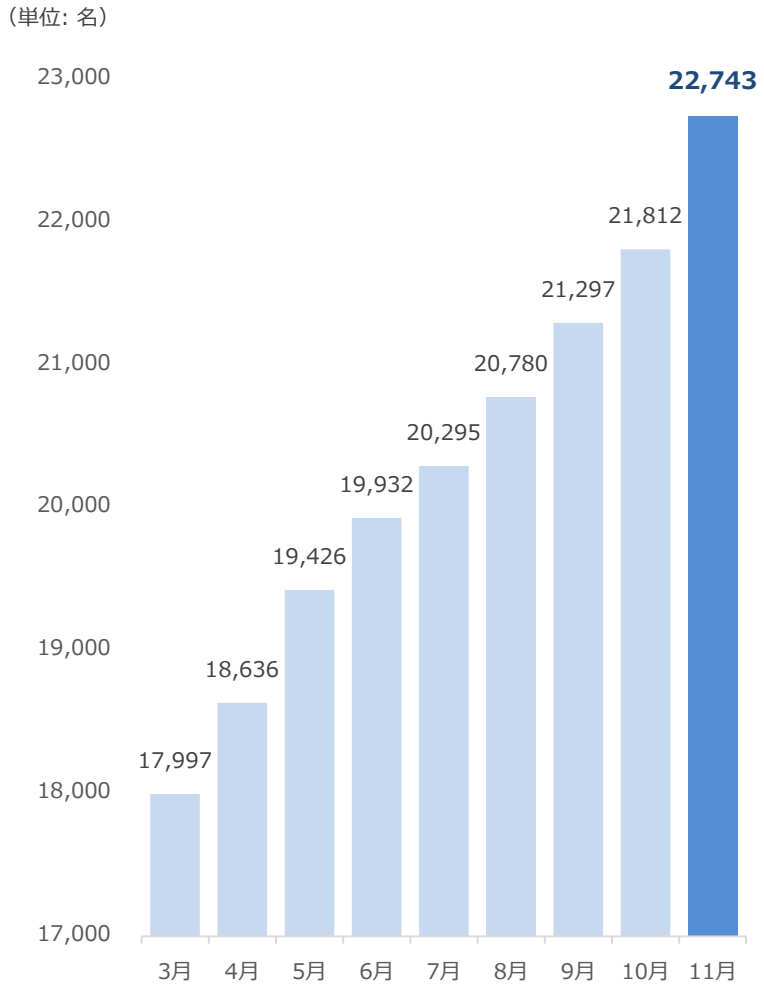
肌診断の特徴

・美容部員の知見を学習したAI肌診断

・肌質が似ている人が購入している化粧品をおすすめ

→美容のプロに直接アドバイスをもらっているような体験が可能

（累積）UU数



4）健康チェック実施者数の拡大

- 2022年4月以降、20ヶ月連続 月間実施者数4,000人以上達成中
- 更なる新規ユーザーの獲得のため、検査項目の追加を検討

CELLSPECT

健康チェックの特徴

・店頭で簡単チェック

・アプリで撮影すると結果がすぐ分かる

＜測定項目＞
・総コレステロール・中性脂肪・血糖
・亜鉛・アルブミン・マグネシウム
・おくちの酸性度・ヘモグロビン

（累積）健康チェック実施者数

5）東北の未利用資源を使ったスキンケア商品の共同開発と販売

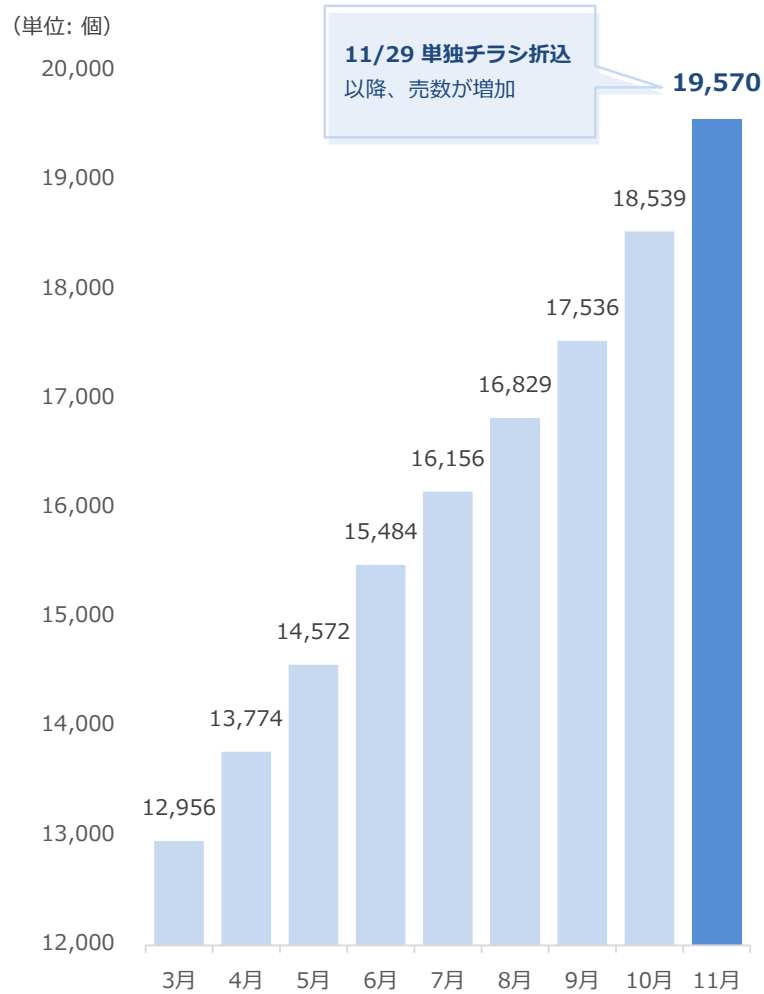
- 環境と素肌に優しいサステナブルなスキンケア商品を地元（東北）で開発販売
- 東北から環境への想いを繋ぐ地元の輪を実現　※地元の原料・地元で製造・地元で販売・地元で利用

and OHU

アンオフ

開発の原点は、地元×環境×モノづくり

（累計）and OHU販売数



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。