

投資家向け会社説明会

株式会社薬王堂

(東証一部 3385)

2019年7月22日

1. 会社紹介
2. 2020年2月期 第1四半期業績
3. 2020年2月期 業績見通し
4. 中期経営計画
5. 取り組み進捗
6. 株主還元

会社紹介

会社紹介



会社概要

社名： 株式会社 薬王堂
本社： 岩手県紫波郡矢巾町広宮沢3-426
売上： 918億円（2019年2月期）
店舗数： 265店舗
従業員数： 正社員 703人
 臨時社員 1853人 ※8時間換算



沿革

1978年 創業
2005年 ジャスダック株式上場
2013年 東京証券取引所第二部株式上場
2014年 東京証券取引所第一部指定



ドラッグストア業界の現状と将来の可能性

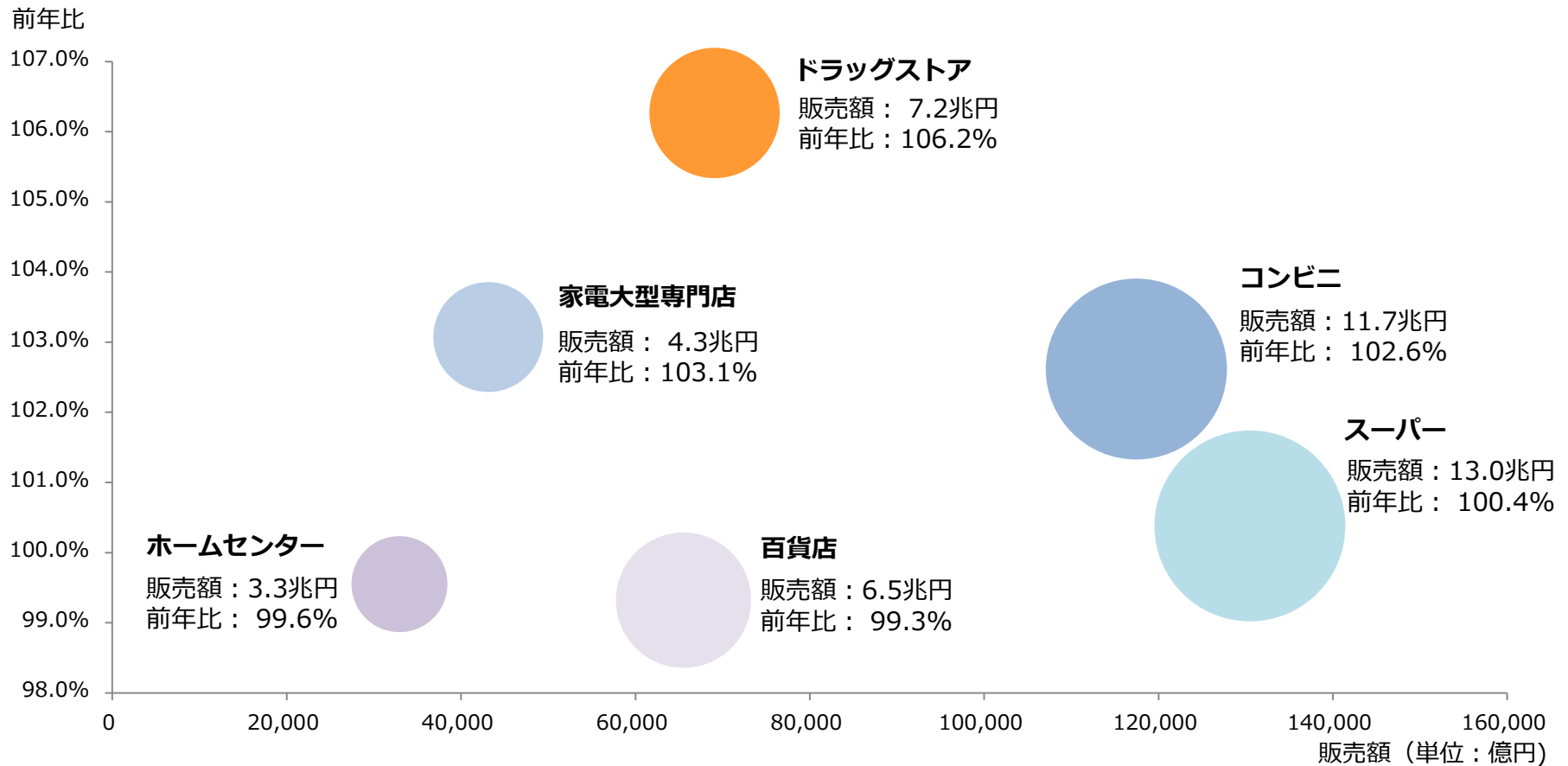
ドラッグストア業界市場規模拡大の可能性

※日本チェーンドラッグストア協会調べ（2018年）

現在：7.2兆円



将来：10.0兆円

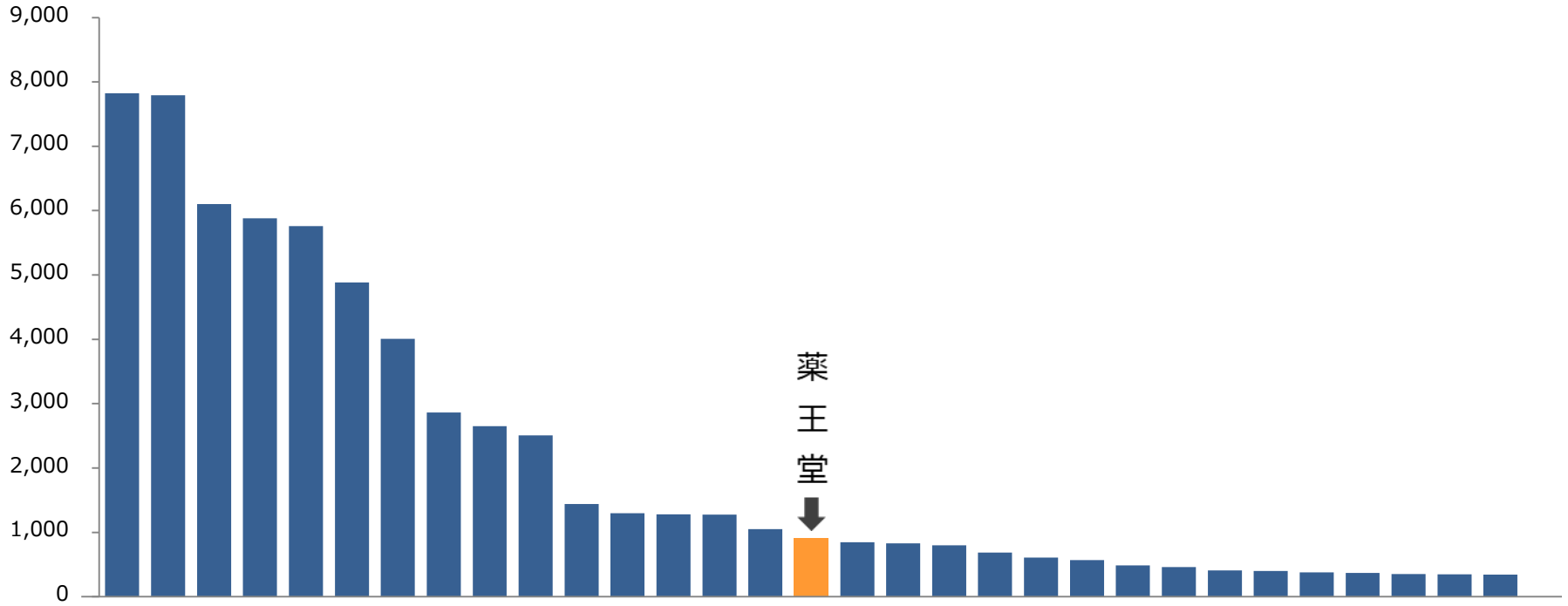


ドラッグストア業界での薬王堂の立ち位置

薬王堂の現状と可能性

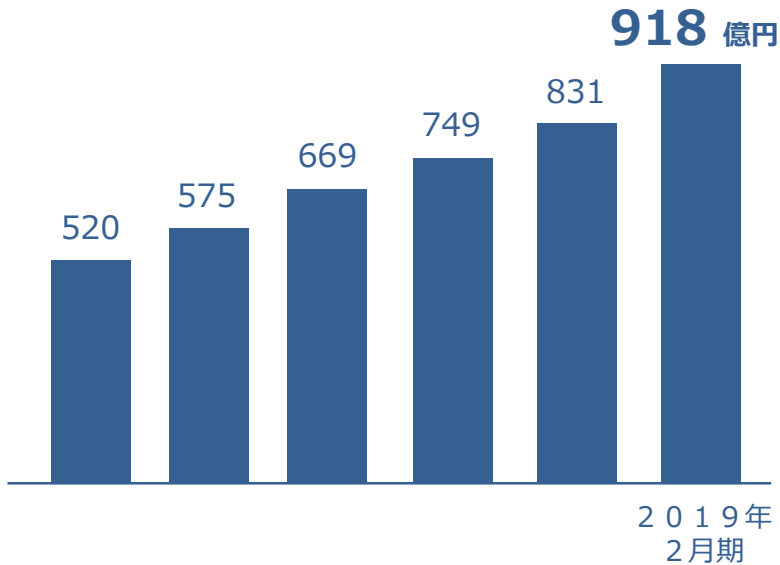
- 規模はまだまだ小さいが、**順位が上がっている**
- 新店の増加数と**既存店好調**が要因
- 東北の企業でBEST20に**唯一のランクイン**

(単位:億円)



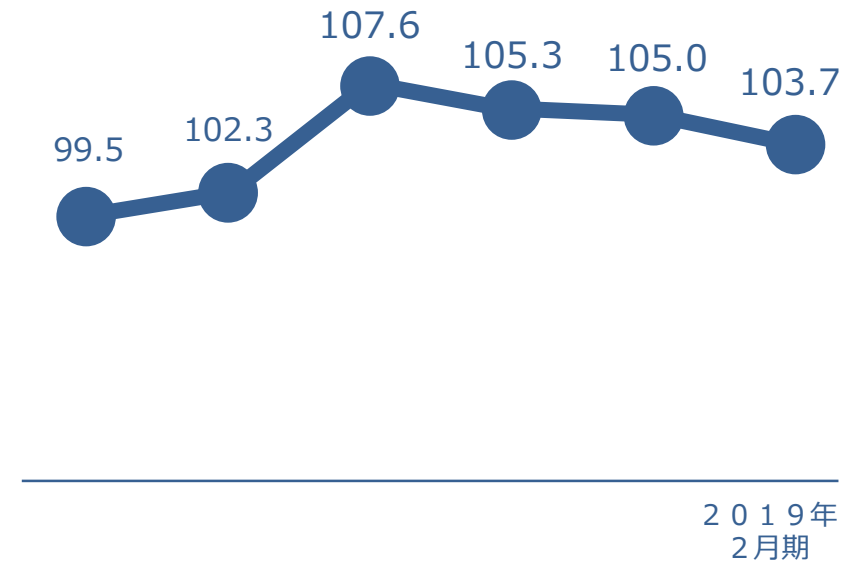
業績トピックス①

■ 38期連続増収・10期連続増益

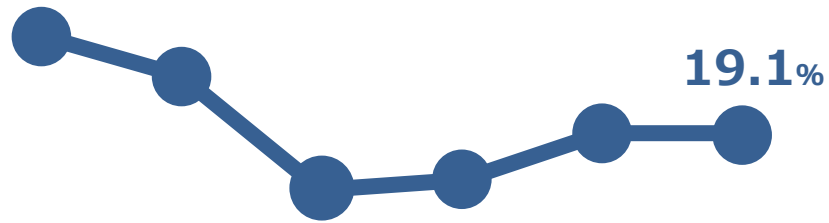


■ 直近4年既存店103～107%

※年累計



■ 業界トップクラスの販管費比率



2019年
2月期

■ 店舗作業の60%を徹底して効率化



発注



補充



売場変更



レジ

小商圏バラエティ型コンビニエンスドラッグストア

小 商 圏： 商圏人口7000人

バ ラ エ テ ィ： 生活に密着した商品の品揃え

コンビニエンス： 入りやすくて、停めやすい、買い物しやすい、出やすい



小商圏バラエティ型コンビニエンスドラッグストア

広い通路



シンプルな売場



広い駐車場

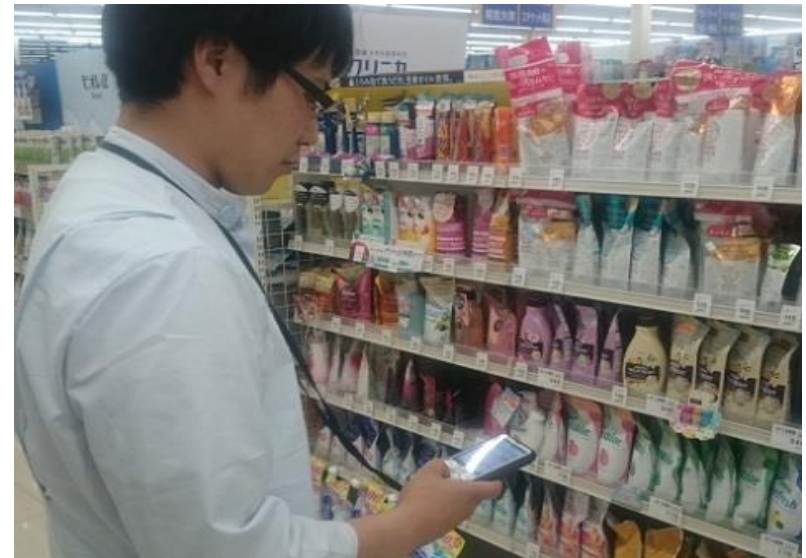


生活に必要な商品の品揃え



Business Model

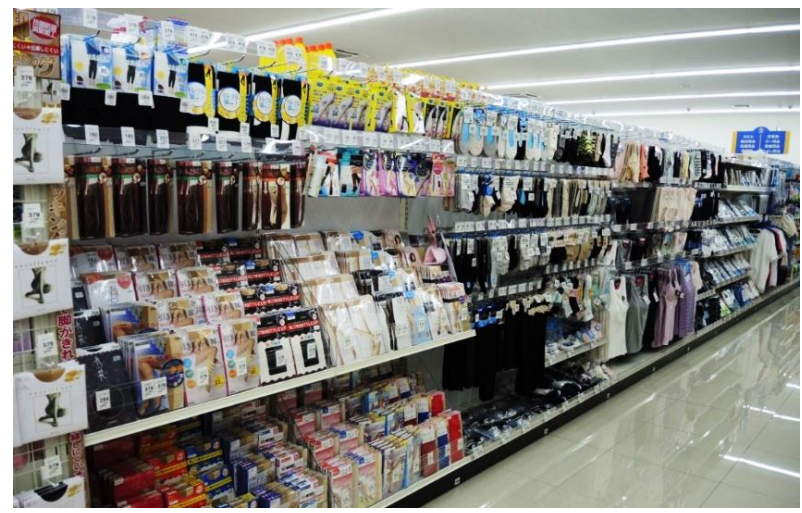
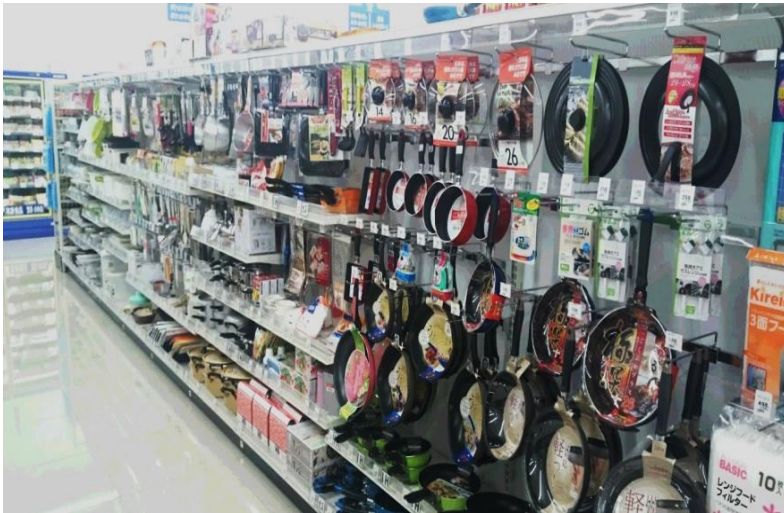
Business Modelを支える物流と仕組みに業界最大級に注力



こだわり (通路が広い&シンプルな売場)



こだわり（生活に必要な商品の品揃え）



こだわり（激得：毎日安くて、お得）

ESLP (Everyday Same Low Price)

安 さ： 低価格

期 間： 6カ月～1年

売 場： 専用POP、フェイスアップ



こだわり（セルフサービス）

お客様の欲しい商品を、欲しい時に、欲しい数だけ販売

レイアウト： 通路を広く

陳列： 売れ筋商品のフェイスアップ

接客： 医薬品・化粧品はライトカウンセリング



店舗のMedia化（デジタルサイネージ）



- 2017年3月導入
- 6台/店舗導入
- お客様に商品の良さを伝えるため
- 従業員・メーカー様担当者出演
- 投稿動画テイスト
- 身近に感じるテイストの動画
- 毎月20本前後の動画コンテンツ作成
- 公式アプリとの連動によりお客様の趣味・嗜好性・問題課題を把握
- 遠隔操作でコンテンツの出し分けや時間指定配信も可能

発注作業軽減と発注精度向上のための自動発注

発注



昔 手動発注

売場で商品の一つ一つ確認しながら
仕入れを行っていました。

発注時間 **7~8時間** / 1日

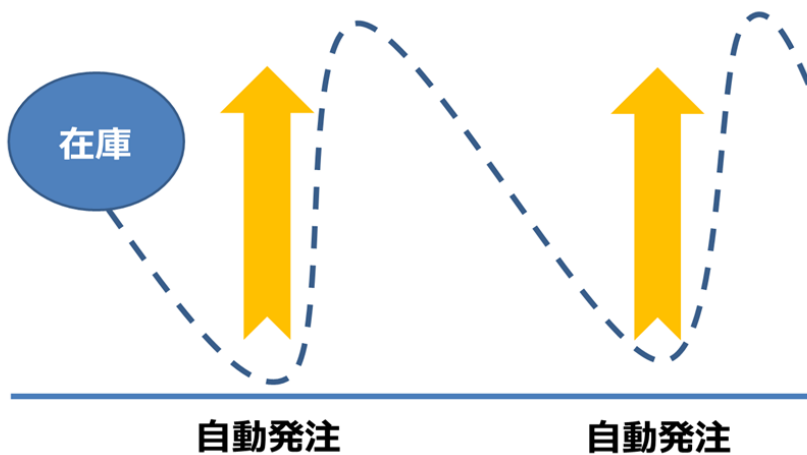
改革①



今 自動発注

商品が売れるとシステムにより
自動で仕入れが行われます。

発注時間 **30~60分** / 1日



補充作業を効率化するカテゴリー納品

補充 (入荷した商品を売場に陳列すること)



昔 部門別納品
商品が分けられずに入荷していました。
並べるのに効率が悪く時間がかかりました。

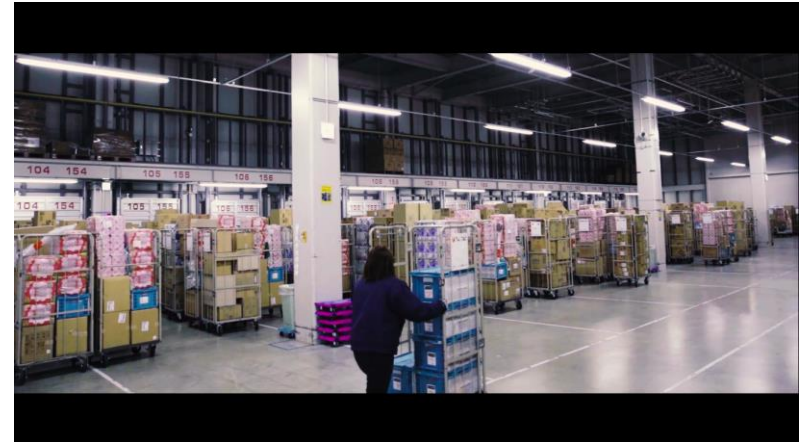
補充時間 **6~7** 時間 / 1日

改革②



今 カテゴリー納品
売場ごとに商品が分けされた状態で
入荷します。効率良く短時間で商品を
並べることが出来ます。

補充時間 **3~4** 時間 / 1日



早朝補充のアウトソーシングによる店舗作業軽減



POP設置作業軽減のための激得

¥ プライス (POP)



昔 短期特売期間

値下げ期間が1~3ヵ月間だったため、
値札の貼り替えが頻繁で大変でした。

改革③



今 長期特売期間

とても安い価格で6~12ヶ月間継続
できるようになり、値札の貼り替えが
少ないです。

POP 貼り替え作業 **15%** 削減



自動釣銭機導入による精算作業負担の軽減



レジ作業

手動



¥

¥

¥

昔 従来型レジ

金銭のやりとりを従業員が行っていました。
閉店後の精算も手間がかかっていました。

改革④

自動

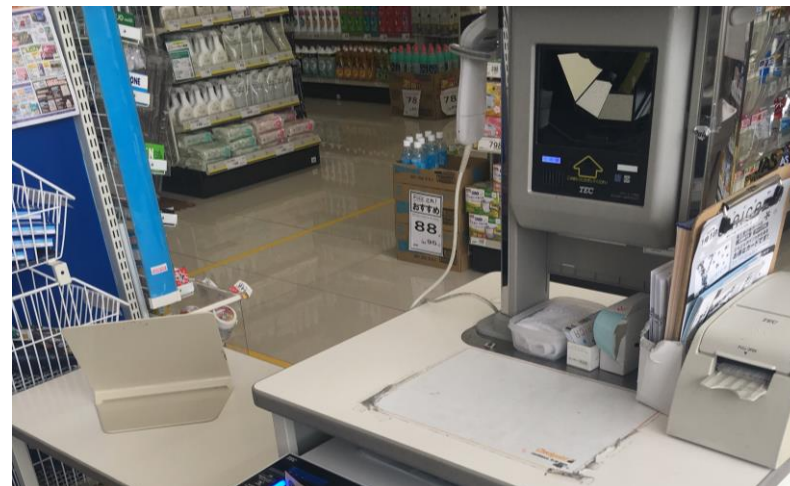


¥

¥

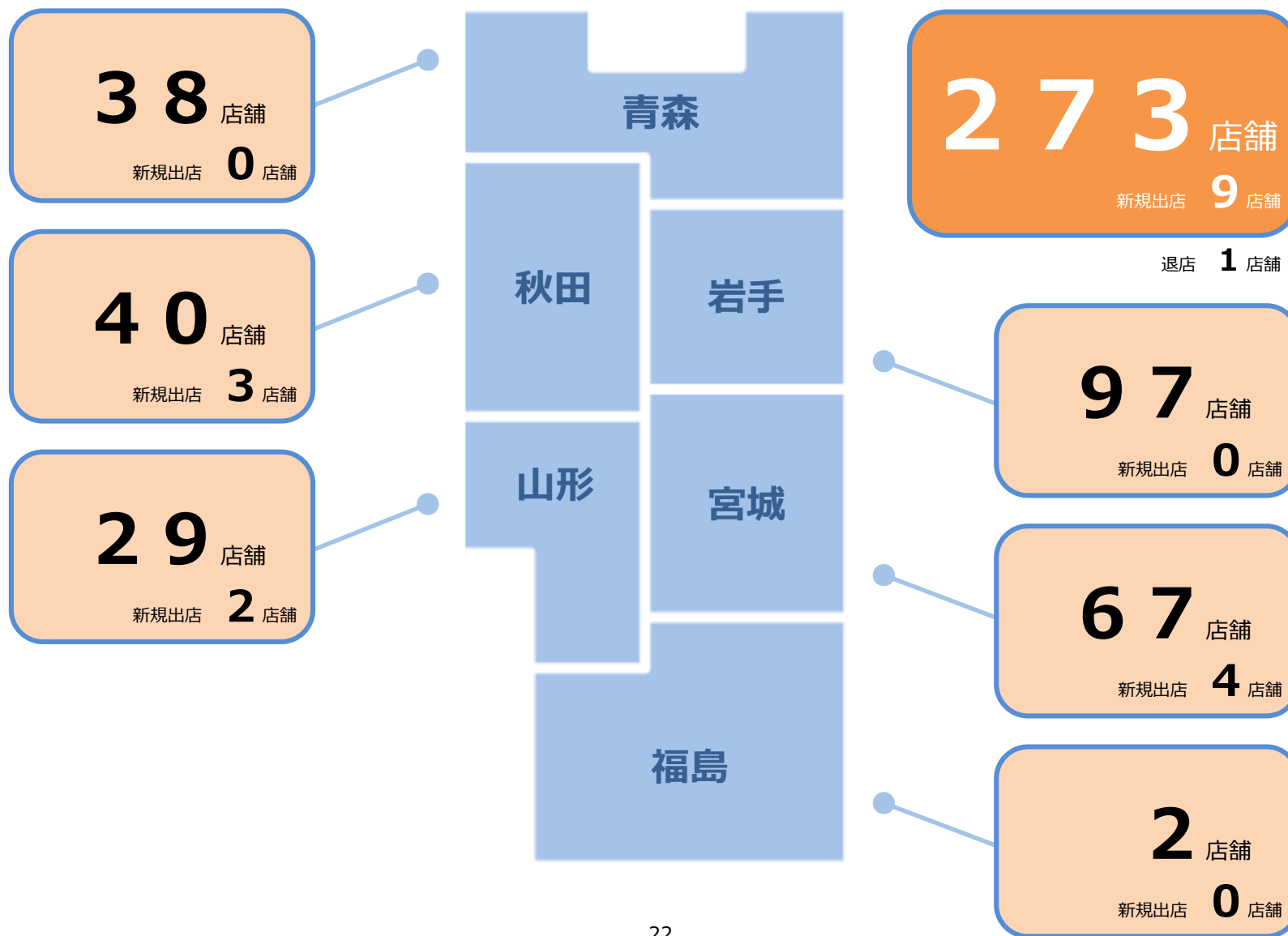
今 自動釣銭機レジ

自動で金銭を読み込み計算してくれます。
お客様の対応や閉店後の精算がスピーディです。



2020年2月期
第1四半期業績

出店実績



売上高は継続して伸長

(前期比109.7%)

粗利率は前期どおり

(前期23.0%→当期23.0%)

販売管理費比率は上昇

(前期18.9%→当期19.2%)

営業利益は前期超え

(前期比101.8%、営業利益率 前期4.1%→当期3.8%)

経常利益は前期超え

(前期比103.0%、経常利益率 前期4.4%→当期4.2%)

損益計算書要旨



(単位：百万円)

項目	2019年2月期 1Q累計	2020年2月期 1Q累計	増減	増減率 (%)
売上高	22,140	24,290	2,150	9.7
売上総利益 売上総利益率 (%)	5,094 23.0	5,579 23.0	485	9.5
販売管理費 販管費比率 (%)	4,195 18.9	4,664 19.2	468	11.2
営業利益 営業利益率 (%)	899 4.1	915 3.8	16	1.8
経常利益 経常利益率 (%)	984 4.4	1,013 4.2	29	3.0
親会社株主に帰属する 四半期純利益 純利益率 (%)	691 3.1	703 2.9	12	1.8

新規出店寄与

(前期9店舗→当期9店舗)

既存店売上高は前期超え

(前期比102.8%)

ESLP推進による客数・点数の増加

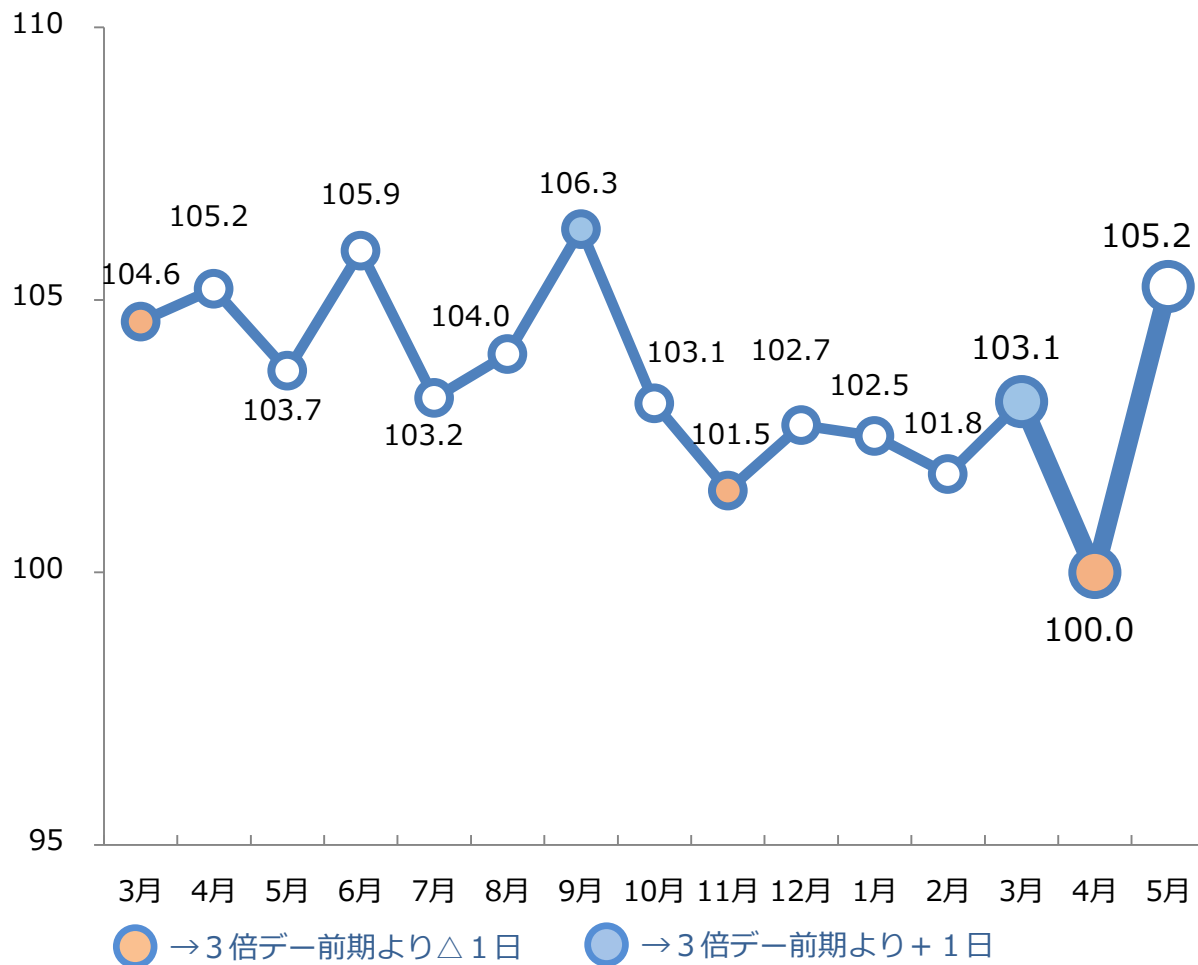
(既存店客数：前期比102.9%、 既存店一人当たり買上点数：前期比101.3%)

人件費、ペイメント手数料等の増加

(時給アップ+2.5百万円、ペイメント手数料+1.4百万円)

既存店 売上高前期比

■ 売上高前期比 (%)

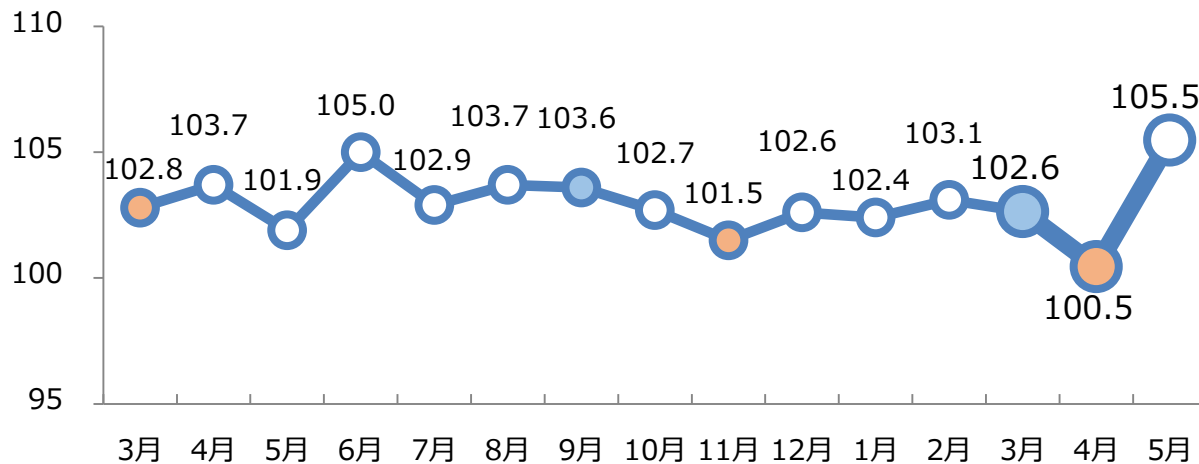


既存店 売上高前期比
(1Q累計)
102.8%

※6月実績 104.6%
(3倍デー前期より+1日)

既存店 客数・点数前期比

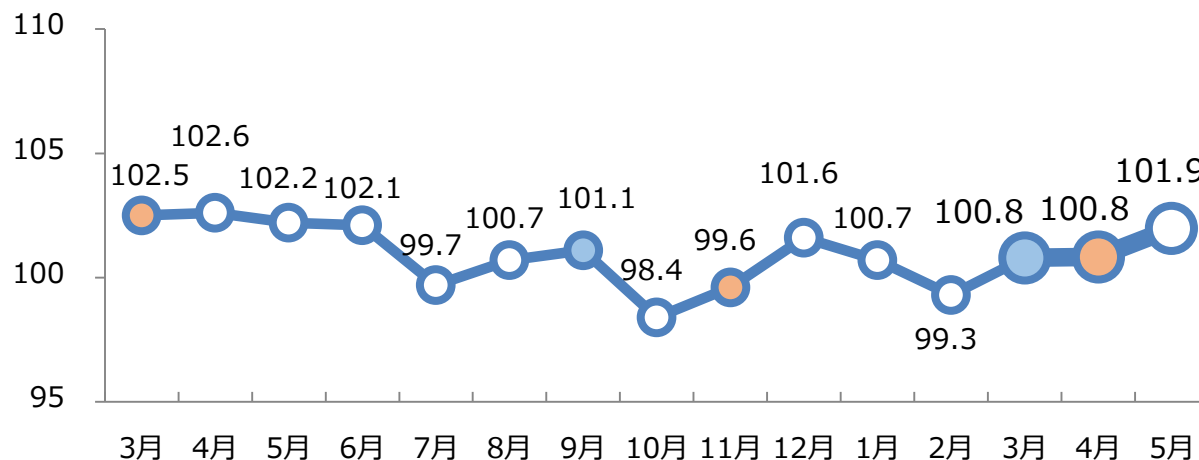
■ 客数前期比 (%)



既存店 客数前期比
(1Q累計)

102.9%

■ 一人当たり買上点数前期比 (%)



既存店 一人当たり点数前期比
(1Q累計)

101.3%

セグメント別状況

(単位：百万円)

項目	2019年2月期 1Q累計			2020年2月期 1Q累計			
	売上高	構成比 (%)	粗利率 (%)	売上高	構成比 (%)	粗利率 (%)	増減率 (%)
ヘルス	4,880	22.0	32.8	5,092	21.0	33.6	4.3
ビューティ	3,687	16.7	28.6	4,003	16.5	29.1	8.6
ホーム	4,231	19.1	19.9	4,750	19.6	19.2	12.3
フード	9,340	42.2	17.1	10,396	42.9	17.2	11.3
合計	22,140	100.0	23.0	24,242	100.0	23.0	9.5

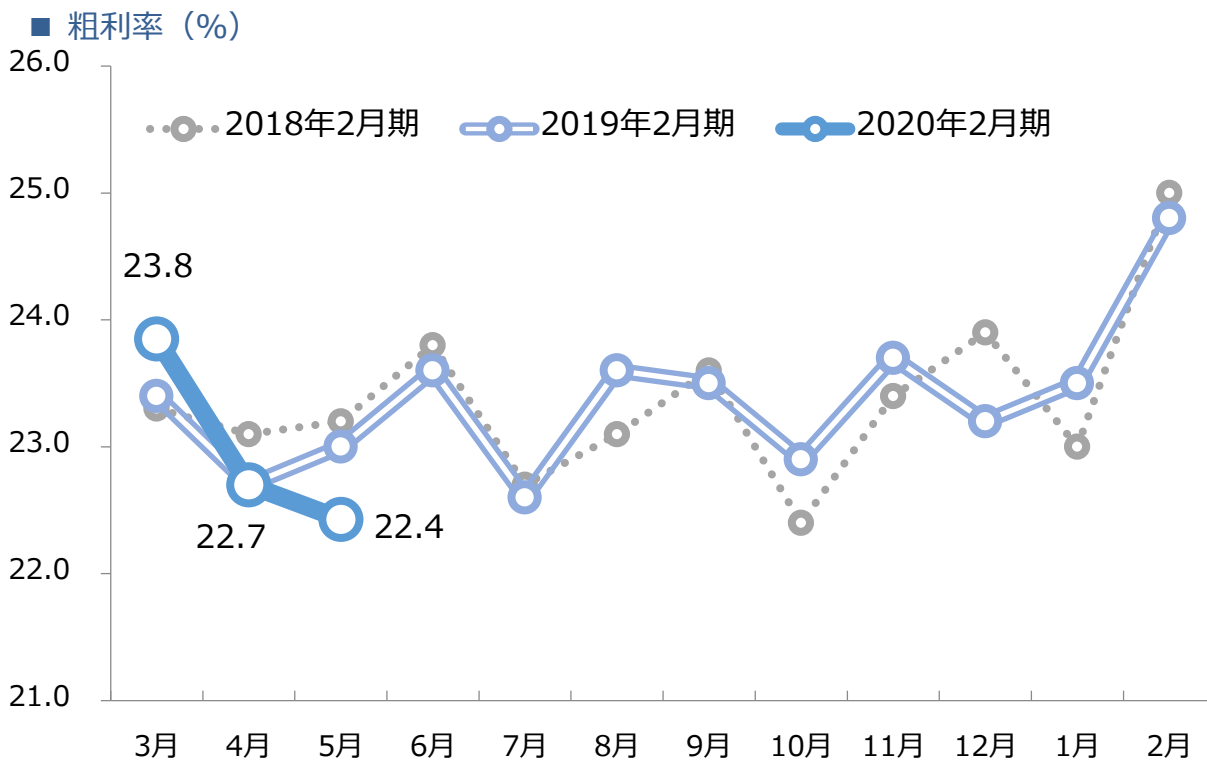
ホーム売上高前期比

112.3%

フード売上高前期比

111.3%

粗利率



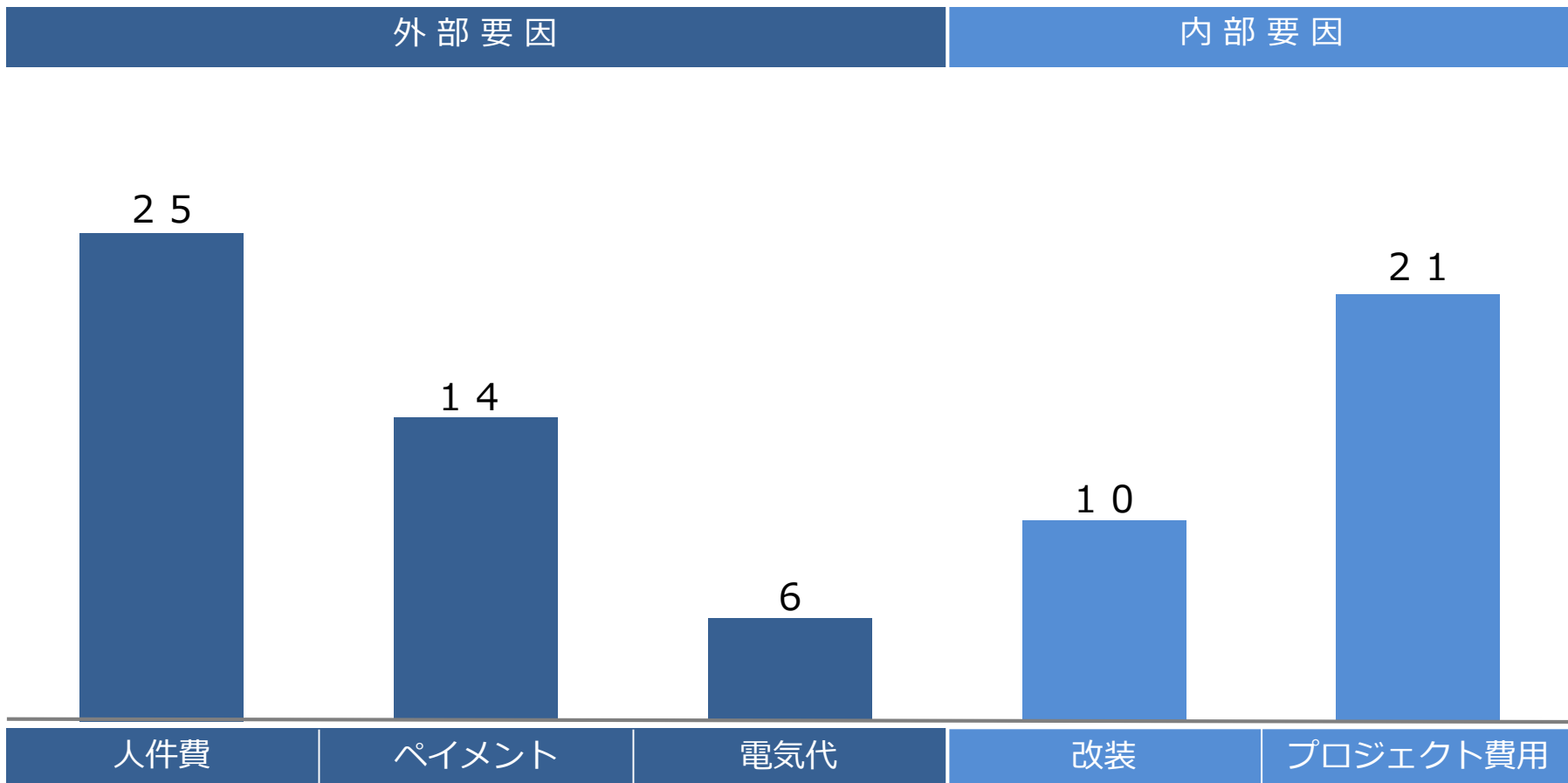
粗利率 (1Q累計)
23.0 %

粗利率 (%)	2018年2月期	2019年2月期	2020年2月期
1Q	23.2	23.0	23.0
通期	23.4	23.4	※ 23.4

※2020年2月期業績予想

主な経費増加要因

(単位：百万円)



主な経費増加額計 **76** 百万円

TCR活動による経費削減 **44** 百万円

2020年2月期
業績見通し

損益計算書要旨

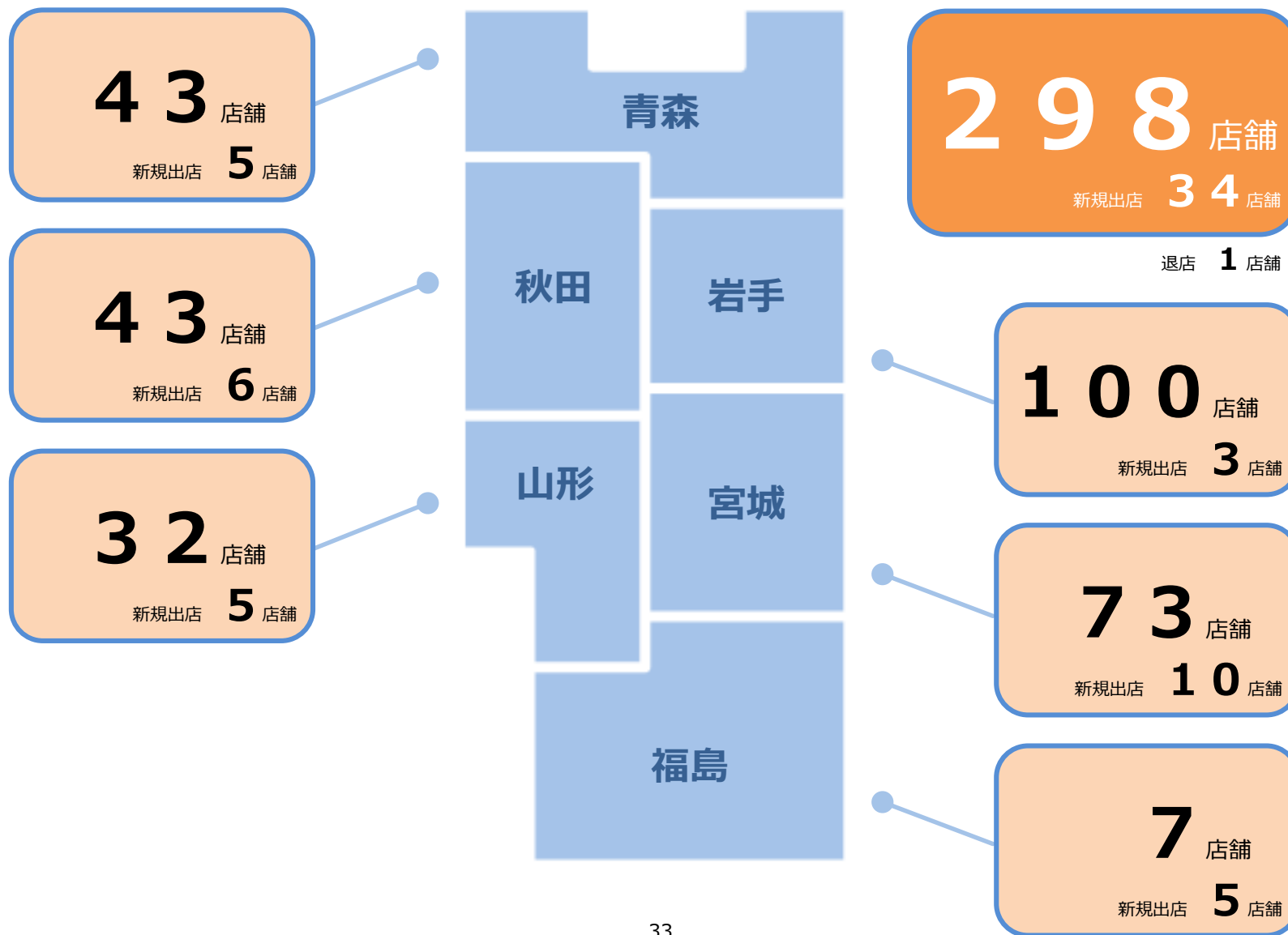


(単位：百万円)

項目	2019年2月期	2020年2月期	増減	増減率 (%)
売上高	91,810	101,700	9,889	10.8
売上総利益 売上総利益率 (%)	21,447 23.4	23,761 23.4	2,313	10.8
販売管理費 販管費比率 (%)	17,560 19.1	19,690 19.4	2,129	12.1
営業利益 営業利益率 (%)	3,886 4.2	4,071 4.0	184	4.7
経常利益 経常利益率 (%)	4,238 4.6	4,438 4.4	199	4.7
親会社株主に帰属する 当期純利益 純利益率 (%)	2,945 3.2	3,090 3.0	144	4.9

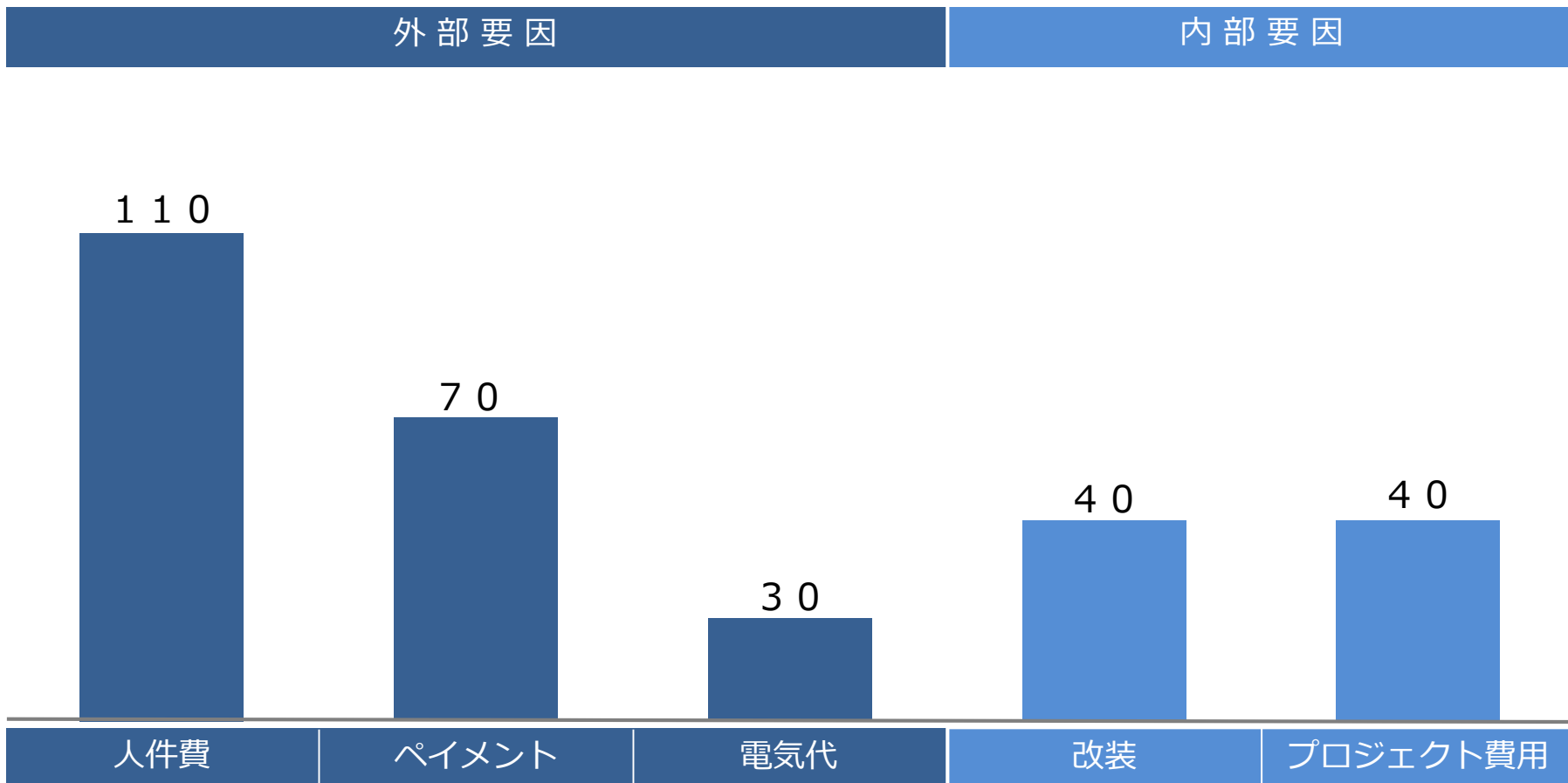
既存店売上高 前期比 (前提) 通期：103.7% 上期：103.8% 下期：103.6%

出店計画



主な経費増加要因

(単位：百万円)

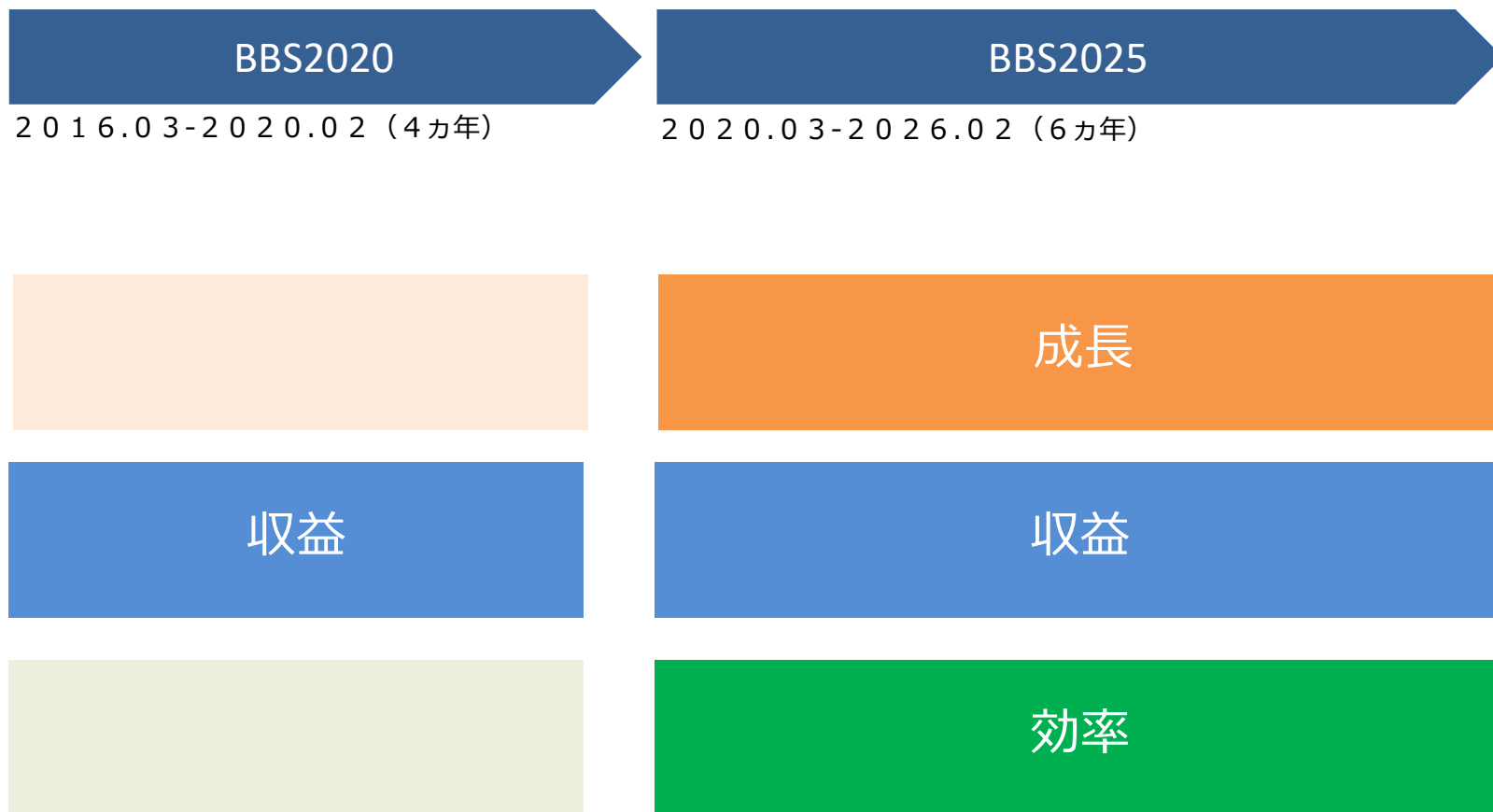


主な経費増加額計 **290**百万円

TCR活動による経費削減 **160**百万円

中期経営計画

BBS2025 (方向性)



BBS: Basic Business Strategy

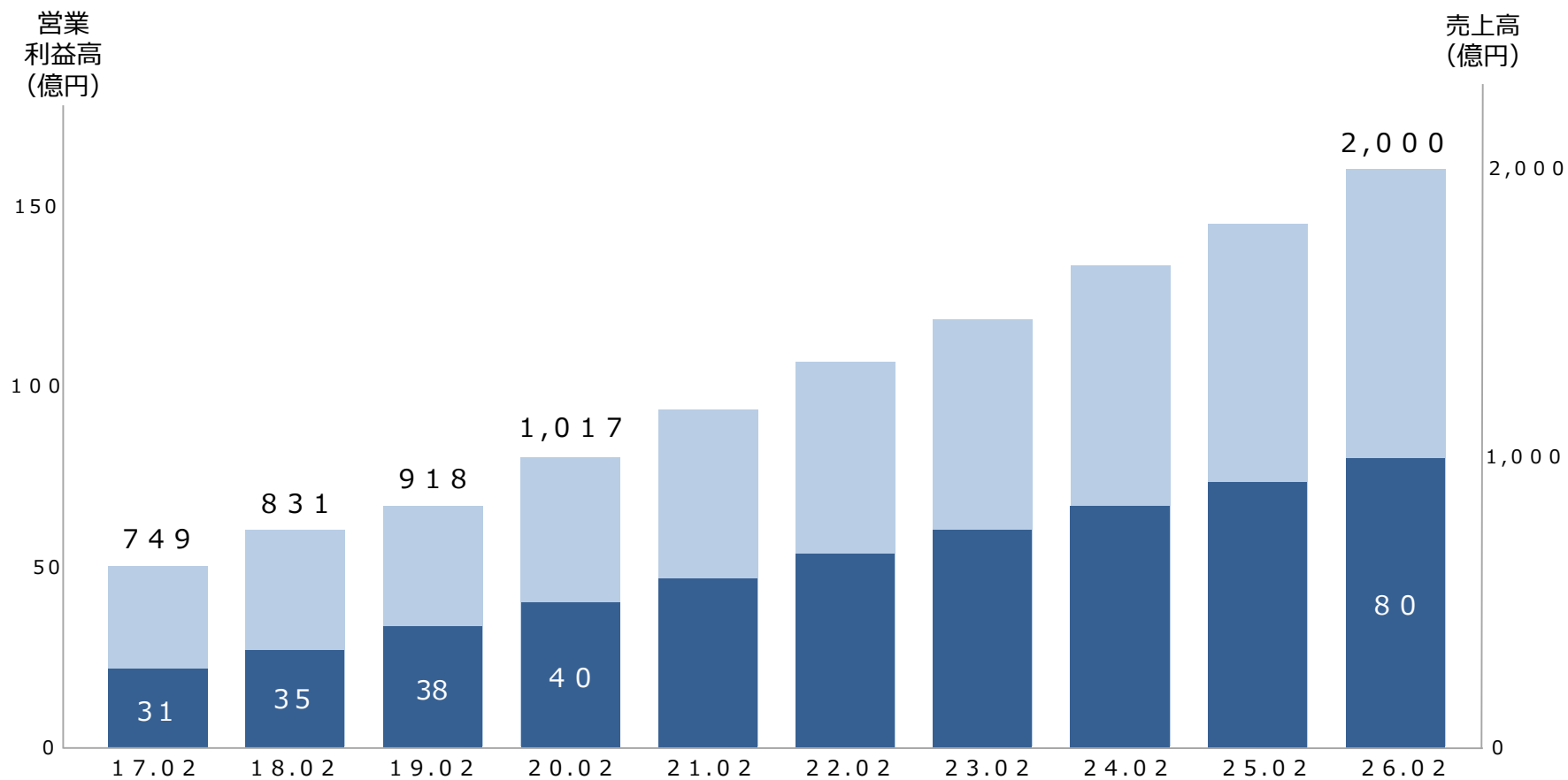
BBS2025 (数值目标)

BBS2020

2016.03-2020.02 (4カ年)

BBS2025

2020.03-2026.02 (6カ年)



BBS2025（注力する取り組み）

Core

1. 出店加速・新ドミナント戦略
2. ESLP・ESLC
3. 新物流構想の実現



NEXT

1. PB商品の役割の明確化と販売方法の確立
2. リアル店舗にデジタルを融合



Challenge

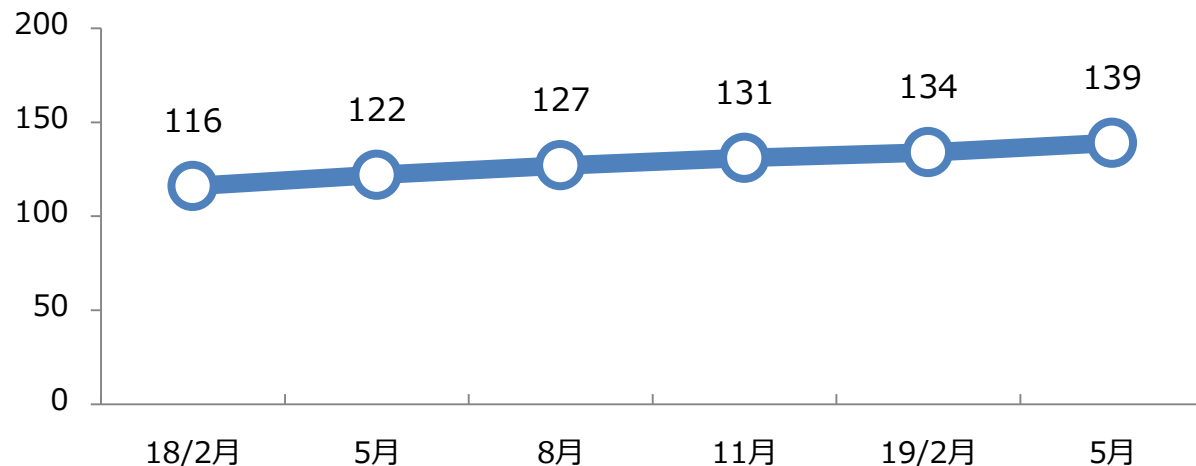
1. パートナーとの新ビジネス協創

取り組み進捗

取り組み

- WA!CA
- 薬王堂公式アプリ・歩いてマイル
- セルスペクト社とのセルフ健康チェック
- AI 無人レジ実証実験

■ 会員数 (万人)

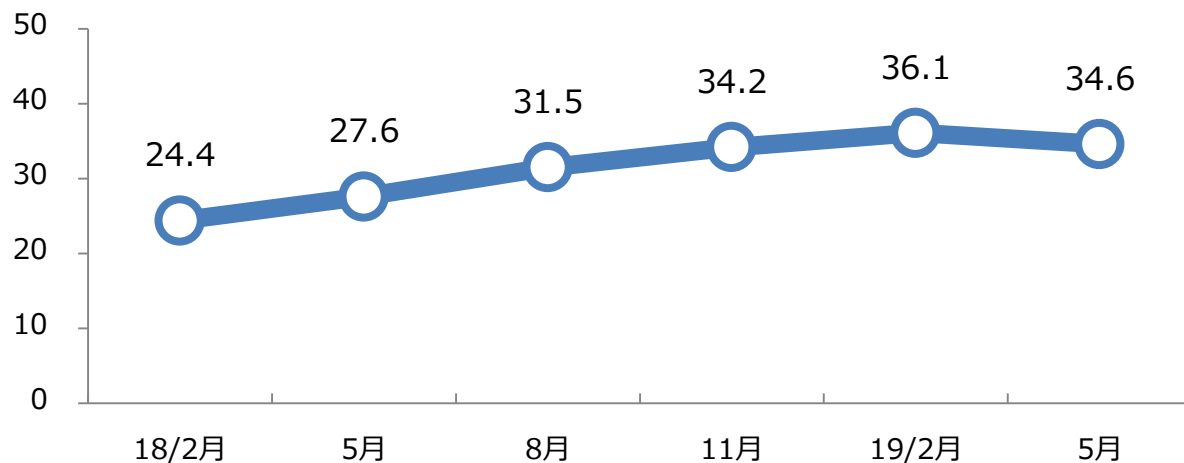


WA!CA会員数

139 万人

※前期比 1.14%

■ 電子マネー決済率 (%)



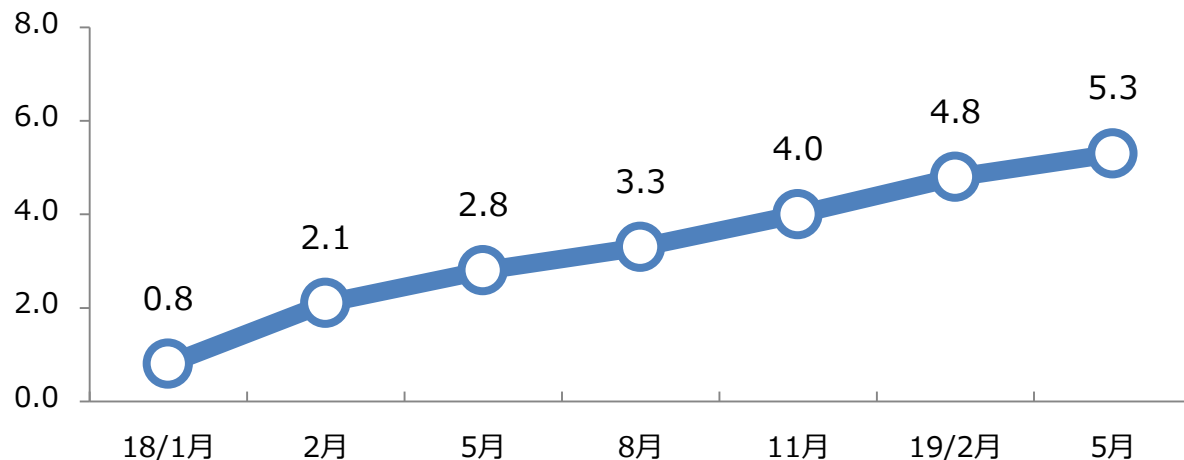
WA!CA電子マネー決済率

34.6 %

※前期比 +7.0ポイント

公式アプリ・歩いてマイル

■ 公式アプリ ダウンロード数 (万人)

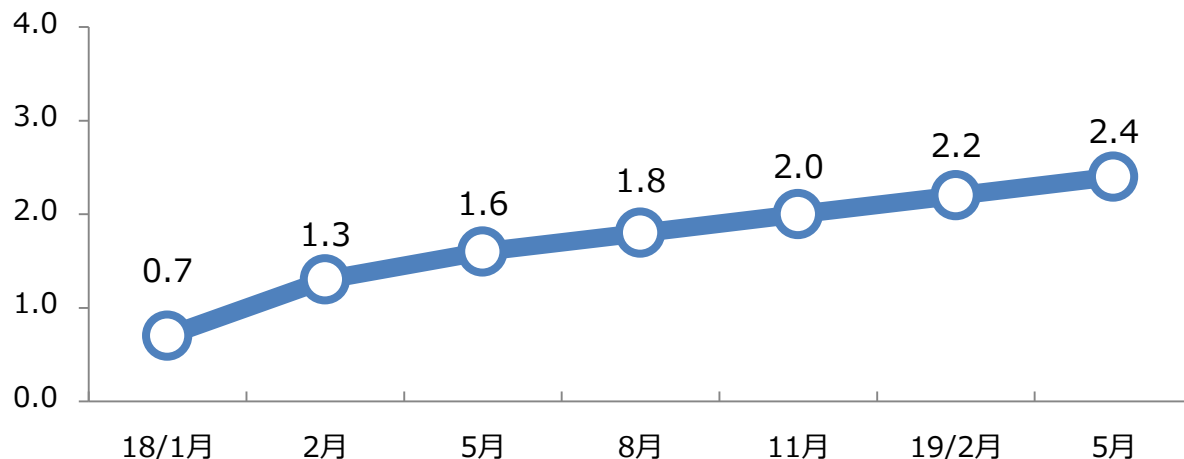


公式アプリ ダウンロード数

5.3 万人

※前期比189%

■ 歩いてマイル ダウンロード数 (万人)



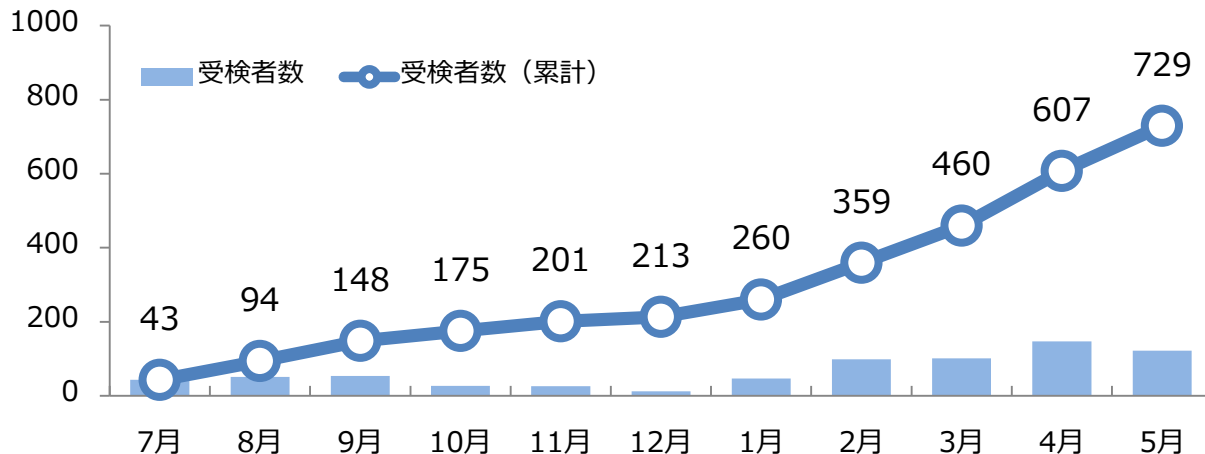
歩いてマイル ダウンロード数

2.4 万人

※前期比150%

セルフ健康チェック

■ 血液チェック 受検者数 (人)

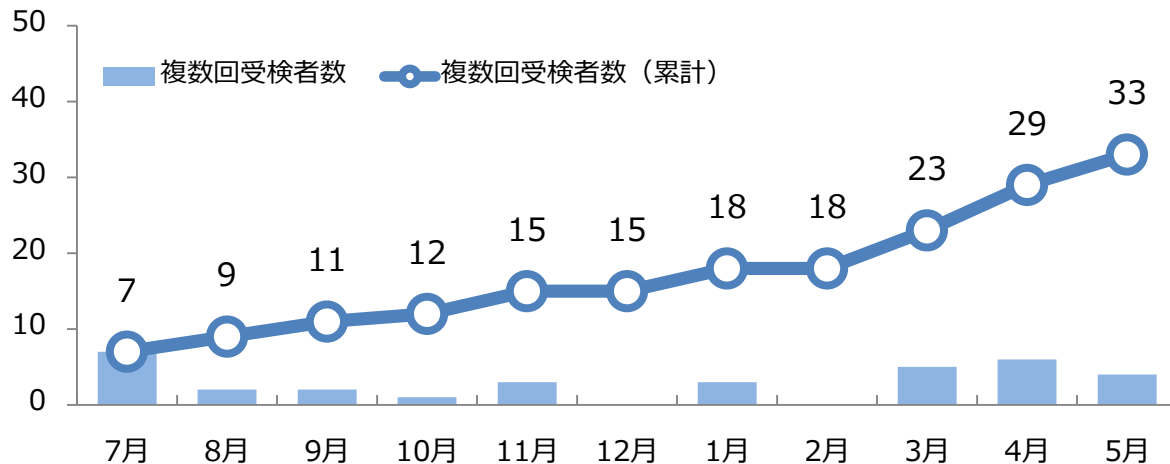


血液チェック 受検者数

729 人

※WA!CAデータ連携624人

■ 血液チェック 複数回受検者数 (人)



血液チェック 複数回受検者数

33 人

AI無人レジ実証実験 (商品学習中)



※実稼働時期は未定



仙台泉館店

仙台駅より12km
車で30分

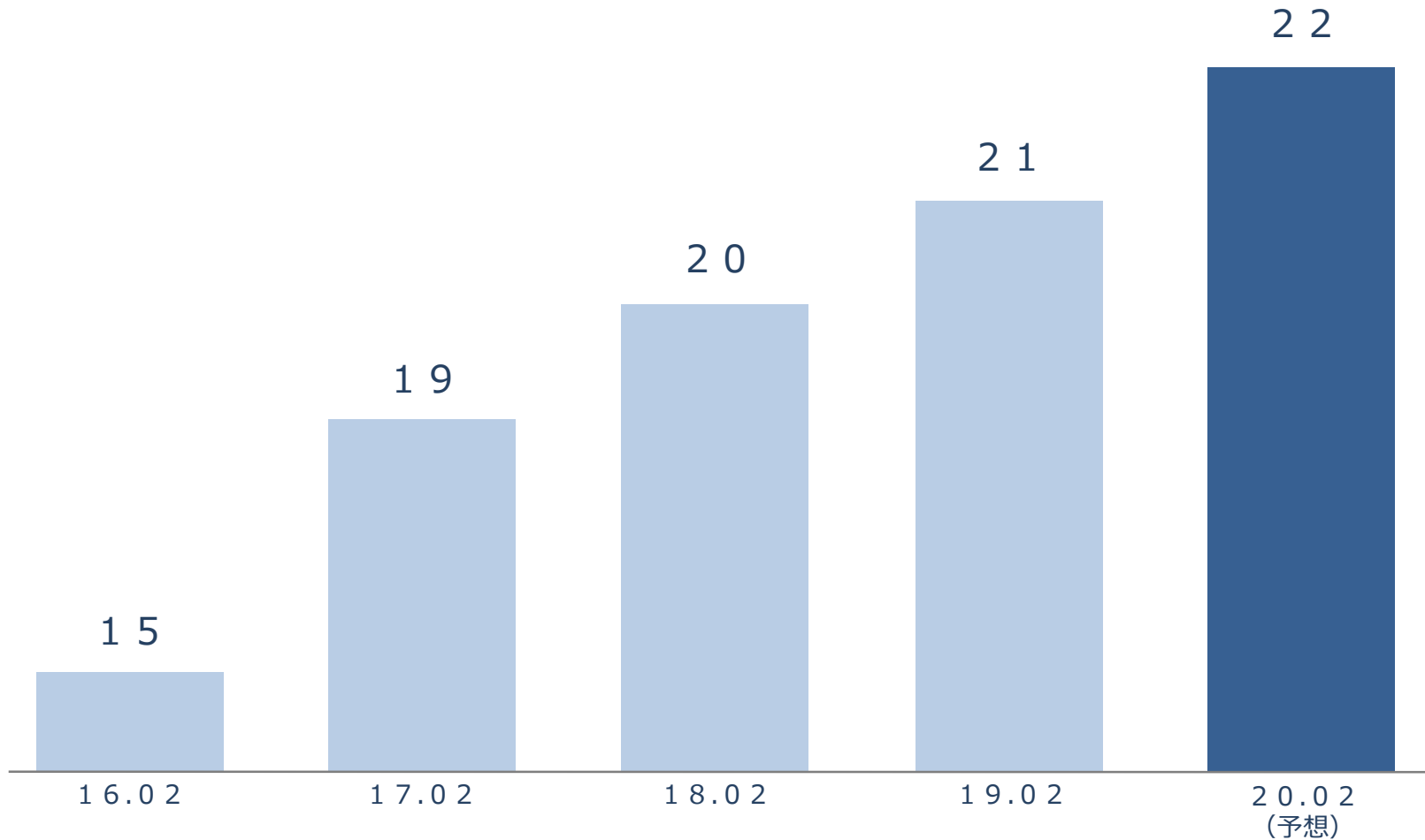


[Sc]
STANDARD COGNITION

 PALTAC

株主還元

1株あたり配当金



当社は2016年12月1日付けで普通株式1株につき3株の割合で株式分割をおこなっております。
2017年2月期以前のデータは遡及修正した数値を記載しております。

1. 対象となる株主

毎年2月末現在の株主名簿に記載された1単元（100株）以上保有されている株主様

2. 優待の内容

当社プリペイドカード「WA!CA」の電子マネーもしくはお米のいずれかを贈呈致します

① 「WA!CA」の電子マネー

- ・ 100株以上1,000株未満 → 2,000円分
- ・ 1,000株以上3,000株未満 → 3,000円分
- ・ 3,000株以上 → 5,000円分



もしくは

② お米

- ・ 100株以上1,000株未満 → 3kg
- ・ 1,000株以上3,000株未満 → 5kg
- ・ 3,000株以上 → 10kg



※お米の画像はイメージです。

岩手県産「ひとめぼれ」宮城県産「ひとめぼれ」
青森県産「つがるロマン」秋田県産「あきたこまち」
山形県産「つや姫」福島県産「こしひかり」
より選択できます。

【問い合わせ先】

株式会社 薬王堂

経営企画部

TEL 019-697-8480 FAX 019-697-2635

本資料は、PDF形式で当社ウェブサイトの「IR情報」→「IR資料室」→「個人投資家向け説明会資料」
に掲載しています。

2019年7月22日（月）9：00掲載

<https://www.yakuodo.co.jp/ir/investor.html>

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。