

---

# 2024 年 3 月期 第 3 四半期 決算説明資料

---



2024 年 1 月 31 日

---

# 2024年3月期 第3四半期 決算概要

---

## 売上高・利益ともに前期を上回る

利益の拡大は前期に発生したセンター新設に伴う一過性費用の影響もあり

単位：億円 / (対売比)	2023年3月期 3Q累計実績	2024年3月期 3Q累計実績	増減	増減率
売上高	8,481	8,830	+348	+4.1%
売上総利益	630 (7.43)	663 (7.52)	+33 (+0.09)	+5.4%
販管費	438 (5.17)	444 (5.03)	+5 (△0.14)	+1.2%
営業利益	191 (2.25)	219 (2.49)	+28 (+0.24)	+15.0%
経常利益	214 (2.52)	246 (2.79)	+32 (+0.27)	+15.2%
四半期純利益	147 (1.74)	171 (1.94)	+23 (+0.20)	+16.2%

## 売上総利益率は低下も、増収に伴う売上総利益額の拡大や 販管費率の改善により営業利益は前期を上回る

単位：億円 / (対売比)	2023年3月期 3Q累計 実績	2024年3月期 3Q累計 実績	増減	増減率
売上高	8,481	8,830	+348	+4.1%
売上総利益	639 (7.54)	663 (7.52)	+24 (△0.02)	+3.8%
販管費	436 (5.15)	444 (5.03)	+7 (△0.12)	+1.8%
営業利益	203 (2.40)	219 (2.49)	+16 (+0.09)	+8.1%

(前期 栃木物流センター新設に伴う影響 3Q累計：売上総利益\_+9億円 販管費\_△2億円 営業利益\_+12億円)

# 前期比 要因分析（第3四半期 累計）



売上高

8,830億円

前期比増減

+348億円

増減率

+4.1%

**コロナ関連商材の需要は減少も、外出増加の追い風を背景に売上拡大施策の効果を発揮**

- 小売業様、メーカー様との連携・協働による取組強化
- 多様化する生活者ニーズを満たす新規商品の調達強化
- コロナ関連商材の需要は減少も、外出増加に伴う外出関連商材の需要拡大（メイクアップ・ドリンク剤等）
- 外出増に加え猛暑・残暑の影響もありシーズン化粧品や飲料の需要拡大
- 訪日客数の増加に伴うインバウンド関連商材の需要拡大
- 栃木物流センター稼働に伴う取扱量拡大
- 値上げや高付加価値商品の拡売に伴う単価上昇

売上総利益

663億円 対売上比率  
7.52%

前期比増減

+33億円（対売上比率：+0.09%）

**物価高騰や商品販売構成の変化等による影響を受けるも、売上拡大を軸に売上総利益額を拡大**

- 比較的粗利の高いマスクなど衛生用品の需要減少の影響
- センターフィの増加（センターフィ発生企業の売上増加・燃料費高騰など）
- 前期に発生した栃木物流センター新設に伴う一過性費用の影響（+9億円）
- 売上拡大による獲得リピートの拡大

販管費

444億円 対売上比率  
5.03%

前期比増減

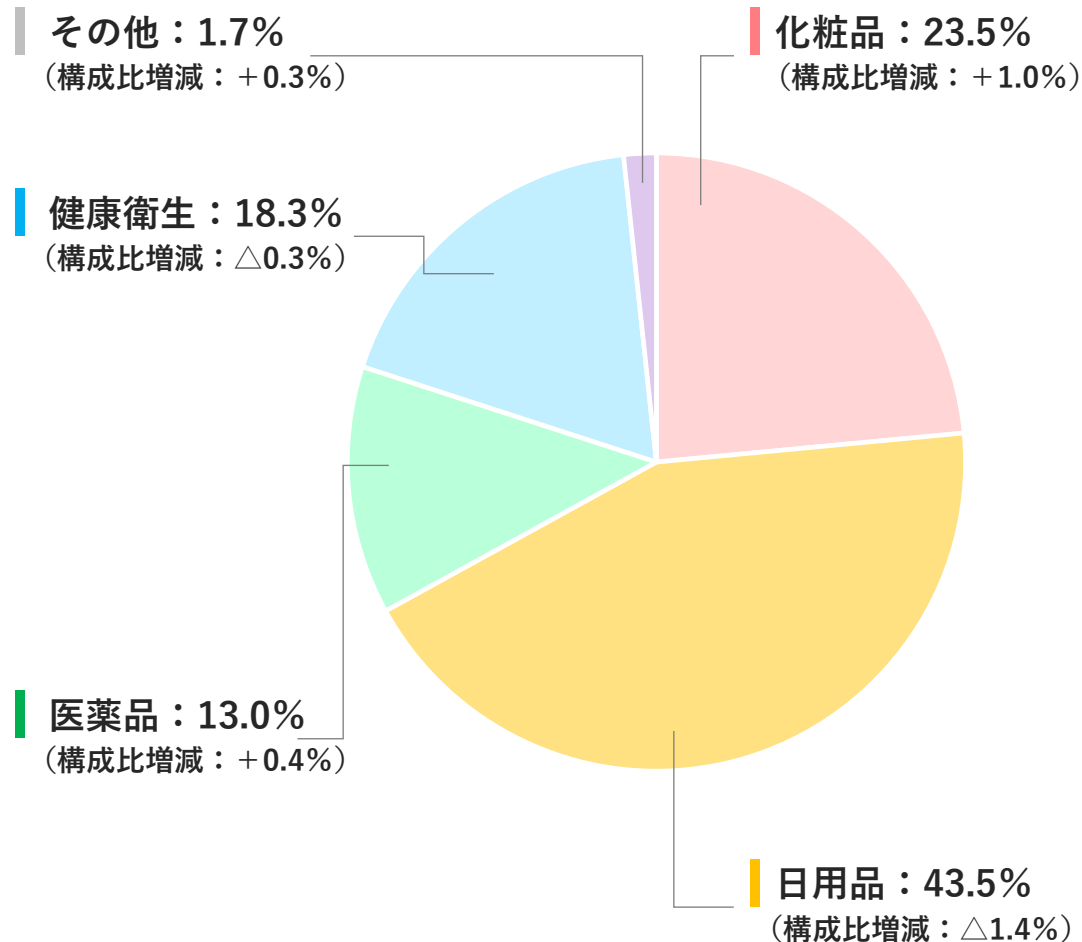
+5億円（対売上比率：△0.14%）

ローコスト物流を活かした売上拡大・改善取り組みにより、販管費率は大幅に改善  
前期に発生した栃木物流センター新設に伴う一過性費用の影響もあり

- 人件費の増加 +8億円（+0.00%）
  - ⇒ 中長期での成長に向けた人財投資（人財の確保、賃金の引上げなど）
  - ⇒ 臨時雇用者の単価上昇および派遣比率の上昇はあるも  
庫内活動全般の改善に取り組み、率上昇を抑制
- 配送改善の推進（中計の重点課題） △2億円（△0.08%）
  - ⇒ 配送単価上昇の環境下において、出荷拠点見直しによる配送距離短縮  
ホワイト物流への対応など改善に取り組む
- 前期 栃木物流センター新設に伴う一過性費用の影響 △2億円（△0.03%）

# 商品分類別売上高（第3四半期累計）

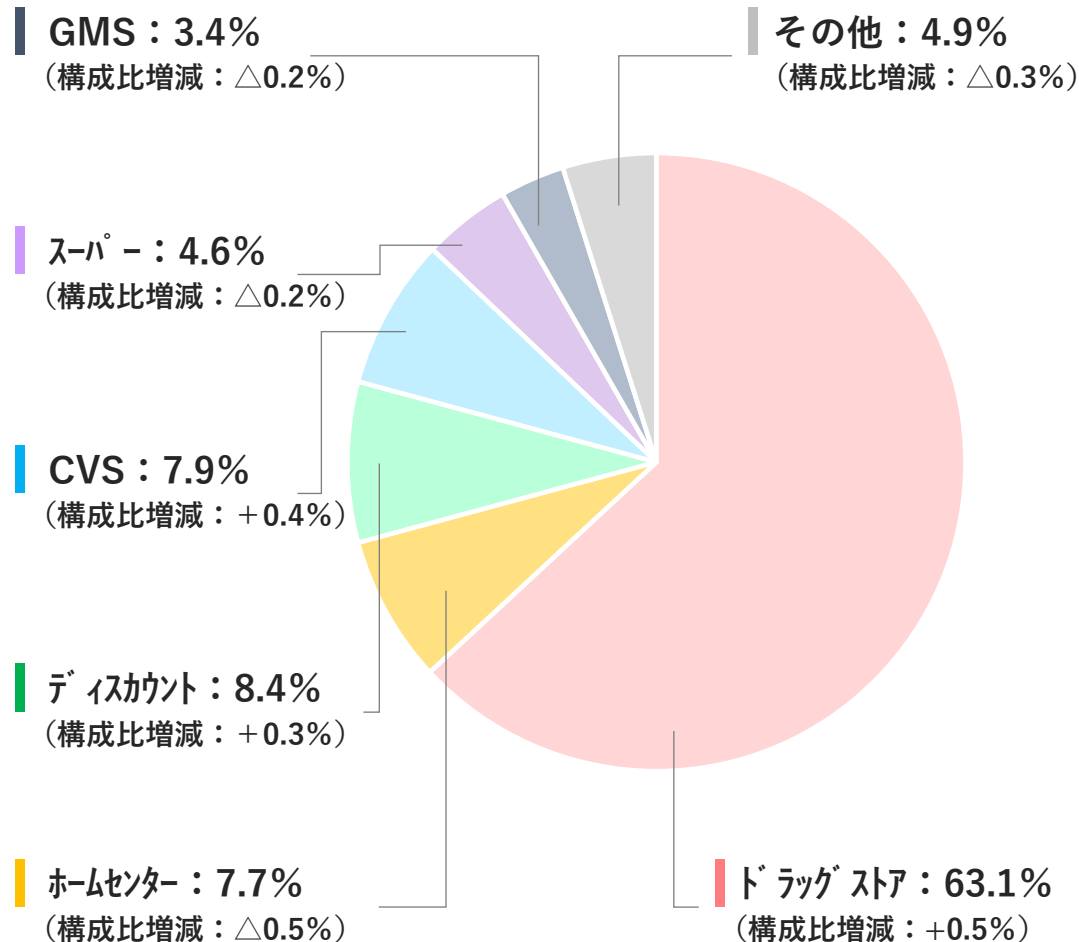
売上構成比



単位：億円	2023年 3月期 3Q	2024年 3月期 3Q	増減	増減率
売上高	8,481	8,830	+348	+4.1%
化粧品	1,909	2,072	+162	+8.5%
日用品	3,807	3,843	+36	+1.0%
医薬品	1,070	1,152	+81	+7.6%
健康・衛生関連品	1,573	1,612	+38	+2.5%
その他	120	149	+28	+24.0%

# 販売先業態別売上高（第3四半期累計）

売上構成比



単位：億円	2023年 3月期 3Q	2024年 3月期 3Q	増減	増減率
売上高	8,481	8,830	+348	+4.1%
ドラッグストア	5,310	5,568	+258	+4.9%
ホームセンター	699	678	△21	△3.0%
ディスカウント	684	743	+59	+8.7%
CVS	633	699	+65	+10.3%
スーパー	409	405	△4	△1.1%
GMS	306	302	△4	△1.3%
その他	438	433	△5	△1.2%



---

# 第 3 四半期（10-12月）の状況

---

## 売上高・利益ともに前期を上回る

販管費率の改善に加え、前期 栃木物流センター新設に伴う一過性費用も影響

単位：億円 /（対売比）	1Q			2Q			3Q		
	2023/3	2024/3	増減	2023/3	2024/3	増減	2023/3	2024/3	増減
売上高	2,762	2,935	+172 [+6.3%]	2,786	2,899	+112 [+4.0%]	2,932	2,996	+63 [+2.2%]
売上総利益	207 (7.53)	217 (7.39)	+9 (△0.14)	202 (7.26)	216 (7.46)	+13 (+0.20)	219 (7.49)	230 (7.69)	+10 (+0.20)
販管費	142 (5.17)	147 (5.02)	+4 (△0.15)	147 (5.31)	148 (5.12)	+0 (△0.19)	148 (5.05)	148 (4.96)	+0 (△0.09)
営業利益	65 (2.36)	69 (2.38)	+4 (+0.02)	54 (1.95)	67 (2.34)	+13 (+0.39)	71 (2.44)	81 (2.74)	+10 (+0.30)
経常利益	73 (2.66)	78 (2.67)	+5 (+0.01)	61 (2.20)	77 (2.68)	+16 (+0.48)	79 (2.71)	90 (3.02)	+11 (+0.31)
四半期純利益	50 (1.83)	55 (1.88)	+4 (+0.05)	42 (1.52)	53 (1.85)	+11 (+0.33)	54 (1.86)	62 (2.09)	+7 (+0.23)

## 売上総利益率・販管費率の改善により前期を上回る営業利益を計上

単位：億円 /（対売比）	1Q			2Q			3Q		
	2023/3	2024/3	増減	2023/3	2024/3	増減	2023/3	2024/3	増減
売上高	2,762	2,935	+172 [+6.3%]	2,786	2,899	+112 [+4.0%]	2,932	2,996	+63 [+2.2%]
売上総利益	208 (7.55)	217 (7.39)	+8 (△0.16)	207 (7.43)	216 (7.46)	+9 (+0.03)	223 (7.64)	230 (7.69)	+6 (+0.05)
販管費	142 (5.17)	147 (5.02)	+4 (△0.15)	145 (5.23)	148 (5.12)	+2 (△0.11)	147 (5.04)	148 (4.96)	+0 (△0.08)
営業利益	65 (2.38)	69 (2.38)	+4 (+0.00)	61 (2.20)	67 (2.34)	+6 (+0.14)	76 (2.60)	81 (2.74)	+5 (+0.14)

（前期 栃木物流センター新設に伴う影響 10-12月：売上総利益\_+4億円 販管費\_△0.2億円 営業利益\_+4億円）

## 脱コロナが加速し、外出増加に伴う需要拡大が継続

感染対策商材の需要減少幅は縮小 節約志向は継続

- ✓ 外出増加による外出関連商材の需要拡大（メイクアップ・ドリンク剤等）が継続
- ✓ 感染関連商材（マスク・消毒）の需要減少幅は縮小（インフルエンザ流行の影響など）
- ✓ 物価上昇に伴う生活者の節約志向は継続も、高付加価値品は堅調  
消費は二極化傾向へ（低価格商品 ⇄ 高付加価値品）
- ✓ 冬物商材は暖冬の影響によりカイロは苦戦も  
外出増の影響により、化粧品（リップ・ハンド）などが好調
- ✓ インバウンド商材の動きが徐々に活発化（化粧品・医薬品）

売上高

2,996億円

前期比増減

+63億円

増減率

+2.2%

## コロナ関連商材の需要は減少も、外出関連商材の需要拡大は継続

- ・ 小売業様、メーカー様との連携・協働による取組強化
- ・ 多様化する生活者ニーズを満たす新規商品の調達強化
- ・ コロナ関連商材の需要は減少、特に前期に需要が拡大したOTC抗原検査キットが大幅減
- ・ 外出増加に伴い外出関連商材（化粧品・医薬品）が伸長
- ・ 季節商材は暖冬により、カイロが苦戦も外出増加の追い風を受けリップなど（化粧品）が伸長
- ・ インバウンド関連商材の需要拡大
- ・ 栃木物流センター稼働に伴う取扱量拡大
- ・ 値上げや高付加価値商品の拡売に伴う単価上昇

売上総利益

230億円 対売上比率 7.69%

前期比増減

+10億円（対売上比率：+0.20%）

## 商品販売構成の変化による影響を受けるも、前期一過性費用の影響や売上拡大を軸とした粗利改善が奏功

- ・ 比較的粗利の高いマスク・OTC抗原検査キットなどコロナ関連商材の需要減少の影響
- ・ センターフィの増加（センターフィ発生企業の売上増加・燃料費高騰など）
- ・ 前期に発生した栃木物流センター新設に伴う一過性費用の影響（+4億円）
- ・ 売上拡大による獲得リベートの拡大

販管費

148億円 対売上比率  
4.96%

前期比増減

+0億円（対売上比率：△0.09%）

人財投資に伴い人件費は増加も、売上拡大・改善取り組みにより販管費率は改善  
前期に発生した栃木物流センター新設に伴う一過性費用の影響もあり

- 人件費の増加 + 2億円（+ 0.04%）
  - ⇒ 中長期での成長に向けた人財投資（人財の確保、賃金の引上げなど）
  - ⇒ 臨時雇用者の単価上昇および派遣比率の上昇はあるも  
庫内活動全般の改善に取り組み、率上昇を抑制
- 配送改善の推進（中計の重点課題） △1億円（△0.07%）
  - ⇒ 配送単価上昇の環境下において、出荷拠点見直しによる配送距離短縮  
ホワイト物流への対応など改善に取り組む
- 前期 栃木物流センター新設に伴う一過性費用の影響 △0億円（△0.01%）

---

# 持続的成長に向けた取り組み

---

## 発・着荷主連携による仕入に伴う商品輸送の効率化

～ 令和5年度 グリーン物流優良事業者表彰にて最高位である国土交通大臣表彰を共同受賞 ～

### 取組内容 (ユニリーバ・ジャパン様、鈴与株式会社様との協働取り組み)

発注調整システムを活用した**発注コントロール**により  
メーカー様工場からの**直送仕入**および  
**トレーラ輸送による一括輸送への切り替え**を実現

**車両台数の削減**および**積替え作業の削減**、  
**輸送距離の短縮**を実現

⇒ **ドライバー様の負担軽減**および  
**CO2排出量の削減に貢献**

### <取り組みイメージ>

**【従来】**  
メーカー様倉庫  
(札幌) から仕入  
⇒ トラック輸送で  
少量多頻度の輸送



### 輸送経路の変化

従来 →  
変更後 →

**【変更後】**  
メーカー様工場  
(相模原) から**直送仕入**  
⇒ **トレーラ輸送で**  
**一括輸送**

## 物流の2024年問題に対応した持続可能な物流網の構築を推進



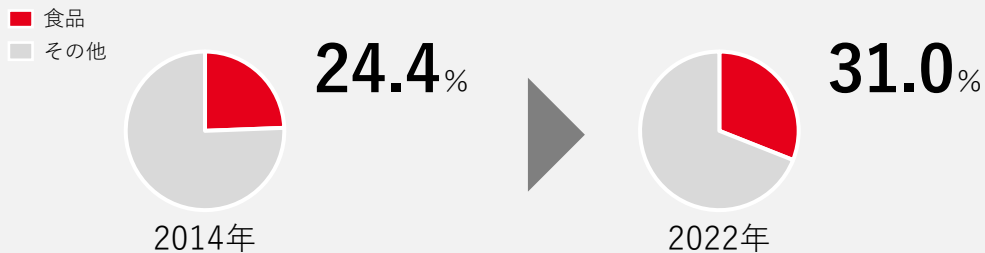
## 小売業様の食品廃棄ロスの削減に挑戦

～ 「AI自動発注」を導入した店舗発注システムのサービス提供を開始～

### 課題認識

当社売上の6割を占める  
ドラッグストアの食品取扱量が拡大  
同時に、**食品廃棄ロスの削減が課題に**

ドラッグストアにおける食品販売構成比の変化



グラフは商業動態統計調査「ドラッグストア商品別販売額等」データをもとに当社で独自に作成

### 取組内容

小売業様の基幹システムと連携し  
商品毎に異なる販売量の波動をAIが分析  
最適な発注量を導出し自動発注

店舗担当者の業務負担軽減および

食品廃棄ロス金額 **10%**削減

発注精度の向上に取り組む

食品分野における社会課題の解決を目指す

「令和6年能登半島地震」により、  
大型物流センター2拠点が被災し、出荷不能となっておりますが、  
1月15日から建物・設備の安全を確認しながら順次出荷を再開し、  
1月26日に被災前の通常出荷体制に復旧しております。

**被災した2拠点の出荷停止期間中は、  
近隣センターからの代替出荷により、  
商品供給を継続いたしました。**

**今回の経験を更なるBCP強化に反映し  
生活必需品の安定供給に努めてまいります。**

【被災拠点】

・ RDC北陸 ・ RDC新潟

【代替出荷拠点】

東北・関東・中部・近畿・中国の  
各エリアの物流センター



---

# 2024 年 3 月期 業績予想

---

## 期初開示計画に変更はなし

「令和6年能登半島地震」による業績への影響を算定中のため

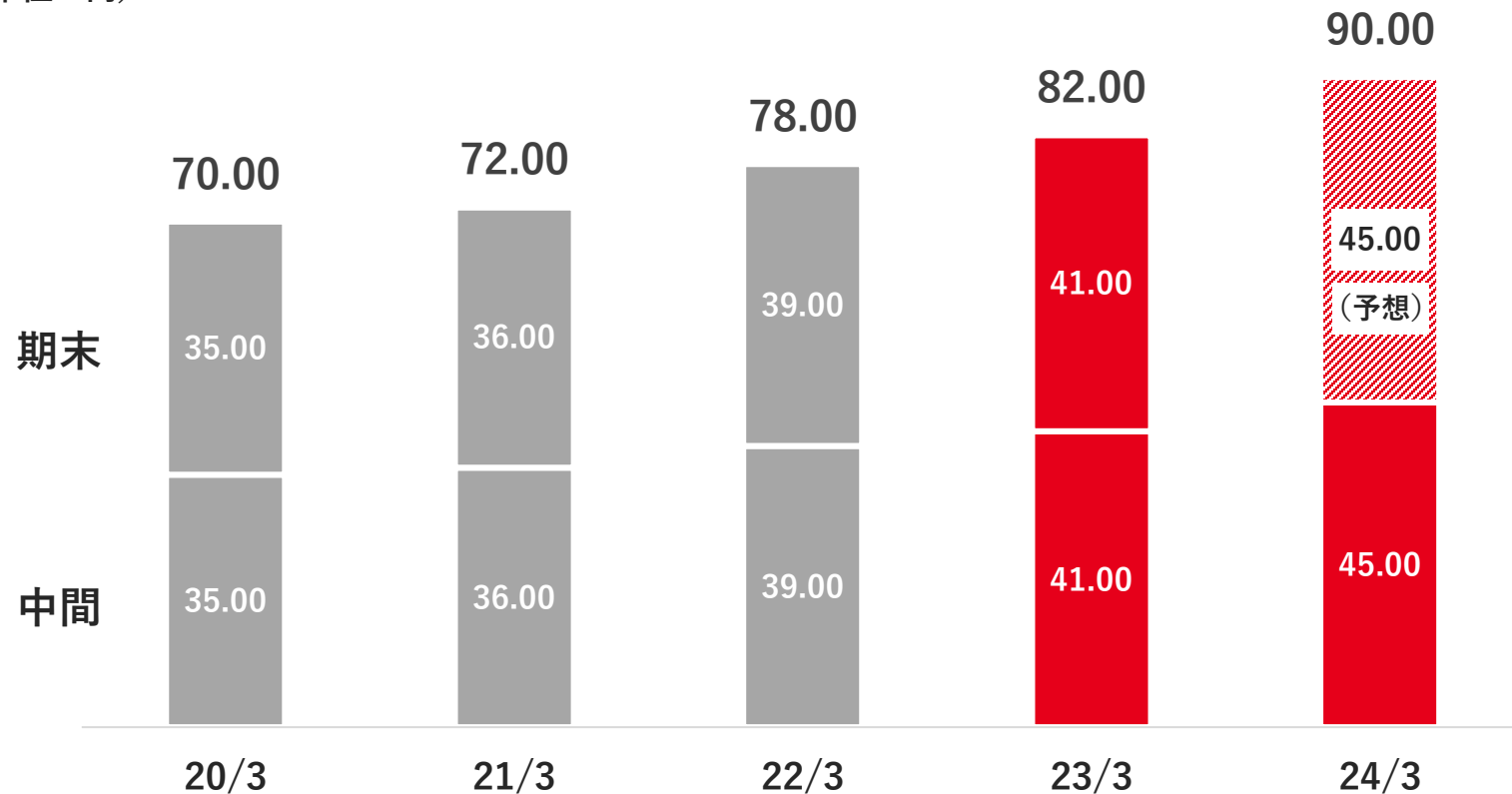
単位：億円 / (対売比)	2023年3月期 実績	2024年3月期 計画*	増減	増減率
売上高	11,041	11,420	+378	+3.4%
売上総利益	823 (7.46)	865 (7.57)	+41 (+0.11)	+5.0%
販管費	579 (5.25)	600 (5.25)	+20 (+0.00)	+3.6%
営業利益	244 (2.22)	265 (2.32)	+20 (+0.10)	+8.3%
経常利益	274 (2.49)	295 (2.58)	+20 (+0.10)	+7.5%
当期純利益	192 (1.74)	203 (1.78)	+10 (+0.03)	+5.4%
1株当たり純利益 (円)	306.33	323.01	+16.68	+5.4%

\* 2021年5月12日に開示しております中期経営計画目標数値から変更しております。

## 増配幅を拡大させ株主還元の充実を図る

1株当たり配当金

(単位：円)



2023年3月期 **4円** 増配  
 2024年3月期 **8円** 増配 (予定)

上場以来

**14期連続** 増配 (予想含む)

中計期間 (3か年) の総還元性向  
 : **32.5%**

---

# 補足資料

---

# 商品分類別売上高（四半期推移）

単位：億円	1Q		2Q		3Q	
	2024/3	前期比	2024/3	前期比	2024/3	前期比
売上高	2,935	+172 [+6.3%]	2,899	+112 [+4.0%]	2,996	+63 [+2.2%]
化粧品	694	+67 [+10.7%]	684	+56 [+9.0%]	692	+38 [+5.9%]
日用品	1,301	+23 [+1.8%]	1,237	+7 [+0.6%]	1,304	+5 [+0.5%]
医薬品	364	+39 [+12.2%]	387	+33 [+9.4%]	400	+8 [+2.2%]
健康・衛生関連品	528	+32 [+6.6%]	541	+4 [+0.8%]	542	+2 [+0.4%]
その他	45	+10 [+28.0%]	46	+10 [+30.4%]	56	+7 [+16.2%]

# 販売先業態別売上高（四半期推移）

単位：億円	1Q		2Q		3Q	
	2024/3	前期比	2024/3	前期比	2024/3	前期比
売上高	2,935	+172 [+6.3%]	2,899	+112 [+4.0%]	2,996	+63 [+2.2%]
ドラッグストア	1,836	+92 [+5.3%]	1,831	+92 [+5.3%]	1,899	+72 [+4.0%]
ホームセンター	233	△13 [△5.4%]	219	△4 [△2.0%]	225	△3 [△1.4%]
ディスカウント	241	+17 [+8.1%]	243	+23 [+10.7%]	259	+18 [+7.5%]
C V S	233	+55 [+30.8%]	227	+4 [+2.0%]	238	+5 [+2.5%]
スーパー	136	+0 [+0.6%]	134	△0 [△0.5%]	134	△4 [△3.4%]
G M S	98	△0 [△0.5%]	96	△3 [△3.5%]	106	△0 [△0.0%]
その他	153	+19 [+14.8%]	146	+0 [+0.3%]	132	△25 [△16.0%]



## 将来見通しに関する注意事項

本書において提供される資料並びに情報は、本書の作成時点における予測等を基礎として記載されています。これらの記述のためには、一定の前提（仮定）を使用しています。これらの記述または前提（仮定）には、将来における既知または未知のリスク及び不確実性が内在し、将来において不正確であることが判明したり、将来実現しない可能性があります。

新しい情報、将来の出来事もしくはその他の事項により、見通し情報に更新もしくは改正が望ましい場合であっても、当社は、それを行う意図を有するものではなく、義務を負うものではありません。