

需要創造型の新しい中間流通業を目指す

大木ヘルスケアホールディングス



大木ヘルスケアホールディングス株式会社

2023 年 3 月期決算説明会

2023 年 5 月 24 日

イベント概要

[企業名]	大木ヘルスケアホールディングス株式会社		
[企業 ID]	3417		
[イベント言語]	JPN		
[イベント種類]	決算説明会		
[イベント名]	2023 年 3 月期決算説明会		
[決算期]	2023 年度 通期		
[日程]	2023 年 5 月 24 日		
[ページ数]	29		
[時間]	13:30 – 14:25 (合計：55 分、登壇：42 分、質疑応答：13 分)		
[開催場所]	103-0026 東京都中央区日本橋兜町 3-3 兜町平和ビル 3 階 第 3 セミナールーム (日本証券アナリスト協会主催)		
[会場面積]	145 m ²		
[出席人数]	20 名		
[登壇者]	3 名 代表取締役社長 松井 秀正 (以下、松井) 株式会社大木 経営企画室長 山岡 研一 (以下、山岡)		

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



株式会社大木 経理部副部長

大関 滋広（以下、大関）

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com



登壇

司会：それでは定刻となりましたので、ただ今から、大木ヘルスケアホールディングス株式会社様の2023年3月期決算説明会を開催いたします。

先ず、代表取締役社長の松井様からご説明いただき、その後、質疑応答の時間を取らせていただいております。どうぞよろしくお願いいたします。

松井：本日、お忙しい中お集まりいただきまして、ありがとうございます。

私から30分ほど説明させていただいた後に、質問がある方は挙手いただいて私が回答させていただければと思いますので、よろしくお願いします。

大木の精神

大木の精神

われらは
常に社会への役立ちを考え
組織を通じて何かをしたい人
足跡を残したい人の集いである
われらは
常に研鑽に努め
意欲ある意識と行動を通じて
存分に能力を発揮できる
組織作りをする

2

私のプレゼンテーションには、必ずこの大木の精神を入れております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

IR にふさわしいかどうかはあると思いますが、当社の成り立ち、当社の事業モデルを、この大木の精神が表しております。

社会への役立ちを事業モデルに落とし込み、継続的に収益を上げていくこと、とご認識いただければと思います。

自分たちの事業をやっている中で、それが社会の役に立つ、お客様の役に立つ、もしくは自分たちが良いことをしている、と自信を持って行動することが当社の成り立ちの一番大事な所ですし、その一人ひとりが良心をもって、やっていく中で、一人でできないことを組織で実現する、実現できる組織として大木が成り立っている、という形が当社のビジネスになります。



3

当社グループは、株式会社大木が中核になっています。

ヘルスケアの卸売業が中核となって、その周辺に、小売業、メーカー様のサポート業務と自社商品を担う大木製薬を始めとする企業群、コンタクト関連を扱う専門卸のエーアイピー大木、化粧品を扱う大木化粧品とイシザワでグループを形成しております。

サポート

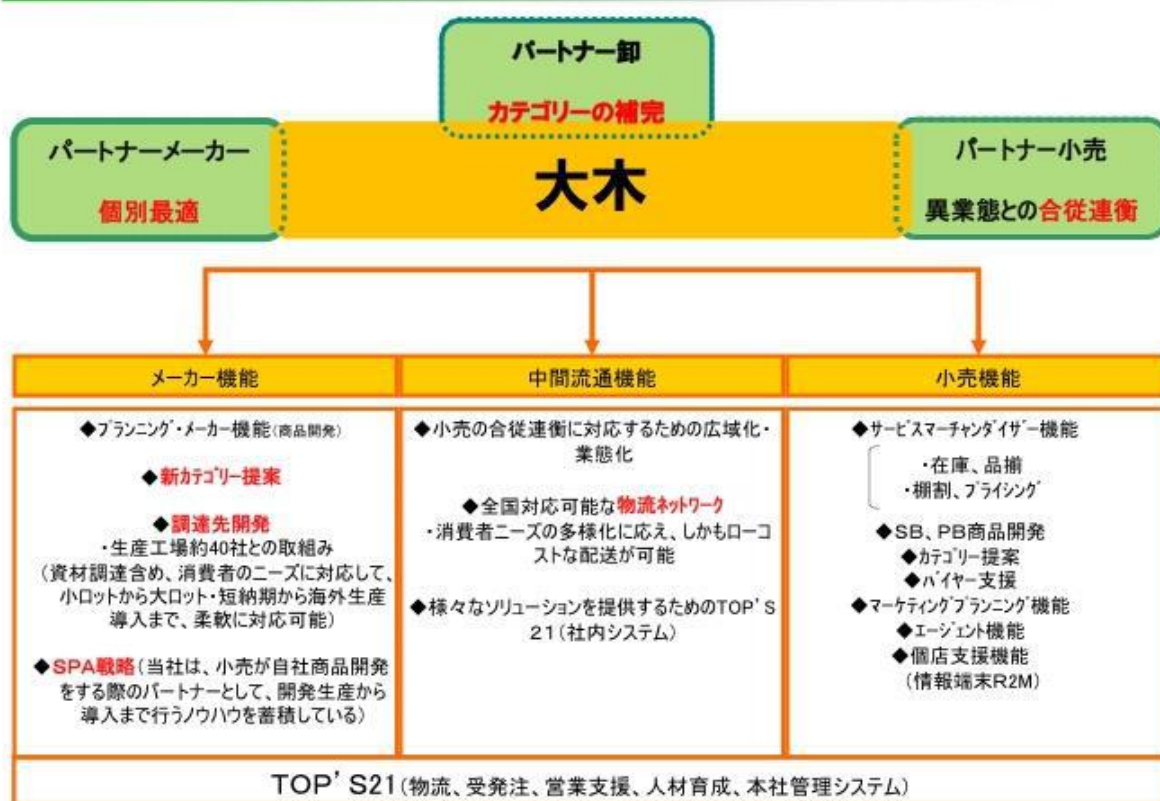
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

収益化が難しかった子会社も、でこぼこはありますが、収益モデルの確立と収益に対する認識を高めて、黒字化が達成できるようになってきた前期となりました。

海外との取引は、上海大木、大木ベトナムがありますが、実ビジネスというよりは、サポート業務や情報収集を進めています。また、ここには記載しておりませんが、大木製薬の商品を中心とした流通で、中国のパートナーと連携をしながら、アリババ・ヘルス、京東ヘルス等に商品供給しております。

これが、普通の卸売業と当社の違いが出ている所です。

消費者満足に応えることが当社のビジネスモデル



4

通常の卸売業、どれだけ安く効率的に物を届けるか、もしくは商談をするか、が中間流通機能であり、当社は他の卸さんと比べて特段に安いコストで精度高く運営していますが、メーカーサポート機能と小売サポート機能が当社のちょっと変わった所だと思っています。

具体的に言いますと、メーカー様に対するサポート機能とコーディネート機能は、ヘルスケア事業にチャレンジしたい異業種のいろいろな会社様に対して、流通施策や流通コントロール、もしくは商品開発のサポートを行います。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

具体的な社名を挙げますと、金融業の SBI さんによる健康食品と医薬品の事業に対するサポート、富士フィルムさんによる健康食品事業の流通は、当社が担当しております。この機能を推し進めてきてもう長いのですが、SBI さん、富士フィルムさん、また化粧品の企画開発会社の発掘・育成等の実績が上がってきています。

また、小売業様に対するサポート、コーディネート業務は、棚割りや店頭活動サポートはもちろん行っておりますが、SB（ストア・ブランド）、PB（プライベート・ブランド）の開発サポートが、当社の得意とする分野だと思っています。

ここには、SB、PB と書いていますが、私は、SPB という名称を社内で浸透させています。

ストア・フィロソフィ・ブランドです。SB、PB と聞くと、NB（ナショナル・ブランド）を模倣した安物やニセモノのイメージをもたれると思います。そのようなイメージとは一線を画して、小売企業様の競争力となる店舗哲学や経営哲学であるストア・フィロソフィを体現する商品の開発サポートをしています。

具体的には、マツキヨココカラさんのエナジードリンクやプロテイン、コストコさんのマスクなどが実例になります。

小売企業様の企業戦略の中の商品軸の戦力となるヘルスケア商品の開発をサポートさせていただいていることが当社の強みになっています。

サポート

日本	050-5212-7790	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com



大木グループの扱いカテゴリー



5

当社の扱いカテゴリーは、業務提携を含めて、フルラインで商品を扱っています。

現状は、ドラッグストアだけではなく、ヘルスケアのカテゴリーを扱うあらゆる小売業様のサポートをさせていただいております。

たとえば、大手 GMS さんとのヘルスケアの取り組みが進行しています。あるいは、アマゾンさん、ドンキホーテさん、コストコさんのヘルスケア商品は、いろいろサポートさせていただきます。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

ロジスティック網



141期開設
通期 '22年4月～' 23年3月

企業専用 西関東DC
企業専用 橋本DC

140期開設
通期 '21年4月～' 22年3月

企業専用 福島DC
企業専用 新産FDC
企業専用 宮城白石DC
企業専用 海老名FDC

139期開設
通期 '20年4月～' 21年3月

企業専用 北関東DC
企業専用 吉川DC
企業専用 神奈川DC
企業専用 大阪DC
企業専用 九州DC
企業専用 太田DC
企業専用 板倉DC
企業専用 広島DC

138期開設
通期 '19年4月～' 20年3月

宮城黒川D
岡山FDC
弘前FDC
南九州FDC
八千代DC

6

これは、当社のロジスティック網になります。

当社は卸売業なので、物流拠点もしくは物流投資が、事業評価のひとつになるのですが、当社に関しては、バランスシートに出てくる物流投資は、ほとんどありません。しかしながら、ここに記載の通り、每期センターを開設しております。

当社の考え方は、中小規模センターを通常のオペレーションコストの範囲内で改廃する、すなわち、中小規模センターを必要な時に、作る、潰す、移管する、というものです。

そのために、中央のコントロールセンターの強化やシステム化は進めていますし、この精度を上げていこうと現状も動いています。

この考え方は、卸売業というのは、あくまでも小売企業様のサポートである、ということがベースになります。小売企業様の出店、閉店、合従連衡は、卸売業のコントロール対象外にあります。

さらに、先ほど言ったように、新しい業態や小売企業様との取り組みや、新しい取り組みで急激に商品や物量が増えることもあります。このように、自社で大規模センターを10年スパンで立ち上

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

げるよりも、中小規模センターをその時々状況に合わせて開設、廃止していくことにより、柔軟性と機動性を確保できます。ここには新設のセンターを記載していますが、既存センターの移管や変更などの物流の効率化を常に行っています。

物流業界では、BCP や 2024 年問題がありますが、これらの観点からも、中小規模センターの複数運用の優位性が出てくると考えています。

BCP 観点からは、東日本大震災や異常気象による自然災害のような有事の際に、1 センターもしくは複数センターが機能しなくなったとしても、中小規模のセンターが日本全国にありますので、品揃えの近い周辺のセンターでサポートが可能であり、事業に支障がないようにカバーする体制です。仮に、大規模センターが機能しなくなると、他センターでフォローすることは難しいです。

2024 年問題の観点では、大規模センターは、1 回あたりのトラックの配車は多数となり、必要人員も多数となります。中小規模センターは、1 回あたりのトラック必要台数、必要人数を減らすことにより、安定的な稼働が実現できると考えています。

2024 年問題に対しては、この中小規模センターを活かした上で、他の卸さん、メーカーさん、得意先様、複数の物流業者さんなどとパートナーシップを組み、トラックの共用などを進めています。

前期から、業界で問題になってきているトラックの待機時間にも対応しています。物流センターの荷下ろしのための入口が少なく、すごい時間を待たなければいけない。当社の場合は、中小規模センターなので待機時間は元々短めなのですが、事前予約の仕組みを入れ、トラックドライバーさんに物流センターの荷下ろしの状況がオープンに分かるような仕組みを導入しています。

また、人件費は高くなっていますが、物流経費は下げています。これは、物流センターの担当社員の頑張りによる所が大きく、効率的な配送のため作業を仕組み化し、改善を進めています。

物流倉庫の効率的運用では、必要な機材投資は進めており、前期からテスト運用を始め、今期と来期にかけて、物流センターの更なる効率化と庫内の土地の効率的活用も進めていこうと考えています。

また、発注システムを前期に入れ替えました。今まで人のノウハウに頼っていたところを、前期にデータで見える化しております。このデータを活用して精度を上げていくことが今期のチャレンジです。省人化については、前期から作業の自動化の機械を入れています。自動化の結果は出ていませんが、今期からさらに進めていく所であります。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



一般(OTC)医薬品市場における当社ポジション

OTC医薬品市場と大木の売上高の推移



※大木売上高は、年度(各年4月～3月)数値、一般用医薬品は暦年数値

※2021年より収益認識に関する会計基準を適用

出所: 富士経済「一般用医薬品市場総合分析(2011～2022年)」を基に弊社で作成

7

当社のポジションですが、今はヘルスケア卸で、純粋な OTC 医薬品卸ではなくなってきているのですが、OTC 医薬品市場と当社はかなり相関の高い所ではあります。

OTC 医薬品市場は、2002 年以前は伸びていたのですが、医薬品から医薬部外品への変更や、ドリンクのカテゴリー変更等、市場規模が下がってきており、ずっと横ばいになっていました。

このガクンと落ちているところはコロナの影響で、この少し前からインバウンドが始まってきているのですが、インバウンドの影響と外出自粛で大きく減っています。

当社の売上がずっと伸びているのは、医薬品卸からヘルスケア卸に進化していった結果だと思っています。

2021 年に売上が減少しています。これは収益認識基準変更の影響で、従来はコストとしてカウントしていたセンターフィーとリベートを値引き処理したため、140 億円減っていますが、実際は、増収です。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

連続増収をあまり気にしていなかったのですが、2002 年以前も増収が続いておりますので、少なくとも 20 期以上の増収ができていると考えています。

元々の OTC 医薬品カテゴリーから、新しいヘルスケアカテゴリーにチャレンジしていることに一定の評価をいただいているのかなと思っています。

当社特徴の商品開発力



MDとは？

・MDは、大木企画商品マーチャンダイジング戦略商品

・SB(ストア・ブランド)、PB(プライベート・ブランド)は、小売店が独自のブランド(商標)で販売する商品 ⇔ NB(ナショナルブランド)
・NBメーカーとの協同企画商品(MD5)

8

これは、当社の商品開発力、メーカー様と小売様に対する商品開発サポートを示す売上になります。

2021 年の減少は、マスクの影響です。

小売企業様のプライベートブランドのマスクやナショナルブランドのマスクの取り扱いで、当社が一定の力を発揮していましたが、ここで一時的に減っていますが、前期からまた伸びています。

マスクや感染症対策は減ってきていますが、他のカテゴリーの商品開発が進み、売上を確保しています。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

アイテム数に関しては、感染症対策の商品群が大きかった影響もあって減っていますが、当社の開発力に評価をいただいている、取り組みが増えています。

決算の概要

単位:百万円

	2022年3月期				2023年3月期				対前同比					
	大木		連結		大木		連結		大木			連結		
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	前年比	率	金額	前年比	率
売上高	276,207		278,162		301,946		304,445		25,739	109.32	9.32	26,282	109.45	9.45
売上総利益	12,621	4.57	13,725	4.93	14,255	4.72	15,882	5.22	1,633	112.94	0.15	2,156	115.72	0.28
販管費	11,625	4.21	13,093	4.71	12,246	4.06	13,822	4.54	621	105.35	-0.15	729	105.57	-0.17
営業利益	996	0.36	631	0.23	2,008	0.67	2,059	0.68	1,012	201.62	0.31	1,427	325.94	0.45
経常利益	2,024	0.73	1,583	0.57	3,123	1.03	3,153	1.04	1,099	154.32	0.30	1,569	199.13	0.47
当期利益	1,355	0.49	972	0.35	2,161	0.72	2,182	0.72	805	159.42	0.23	1,209	224.38	0.37

- ◆ 有力ドラッグストアチェーンとの取引強化、取扱いカテゴリーの拡大、異業態との取引開拓、MD商品の開発・供給等により増収増益となった。

10

決算の数字になります。

2023年3月期は、大木単体でも3,000億円を超えることができました。連結でも、この数年で一番高い伸び率になり、2桁に近い成長をすることができました。

売上総利益については、皆さんからすると5%は低いと認識をされると思うのですが、前年から0.15%の改善をしています。

販管費は、0.15%改善することができました。他の卸さんと比較すると、かなり低い率ですが、低い販管費の中で、先ほど言った複数の機能を小売企業様やメーカー様に提供する精度の高いビジネスができていると自負しており、当社の競争力の源泉になっています。

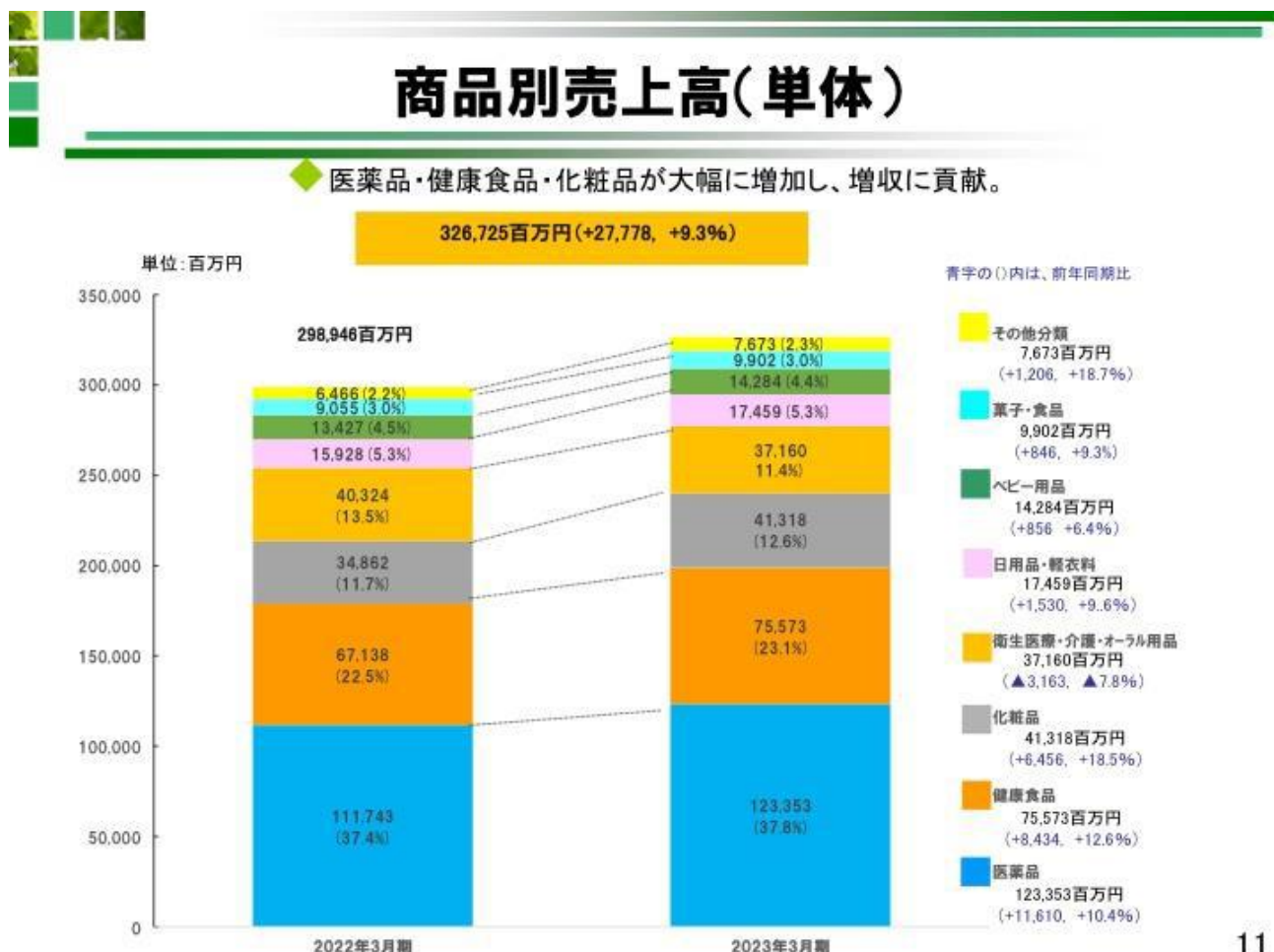
サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com



営業利益 0.67%については、私の中期目標として、先行投資を確保しながら営業利益 1%を進めていこうと考えており、まだまだ足りませんが、前期の第 4 四半期は近い数字ができており、これからさらに進めていこうと思っています。

経常利益は過去最高になりますが、営業利益と当期純利益は過去最高とはいかなかったのが、前期の決算のまとめになります。



ここから、商品別の説明をさせていただきます。

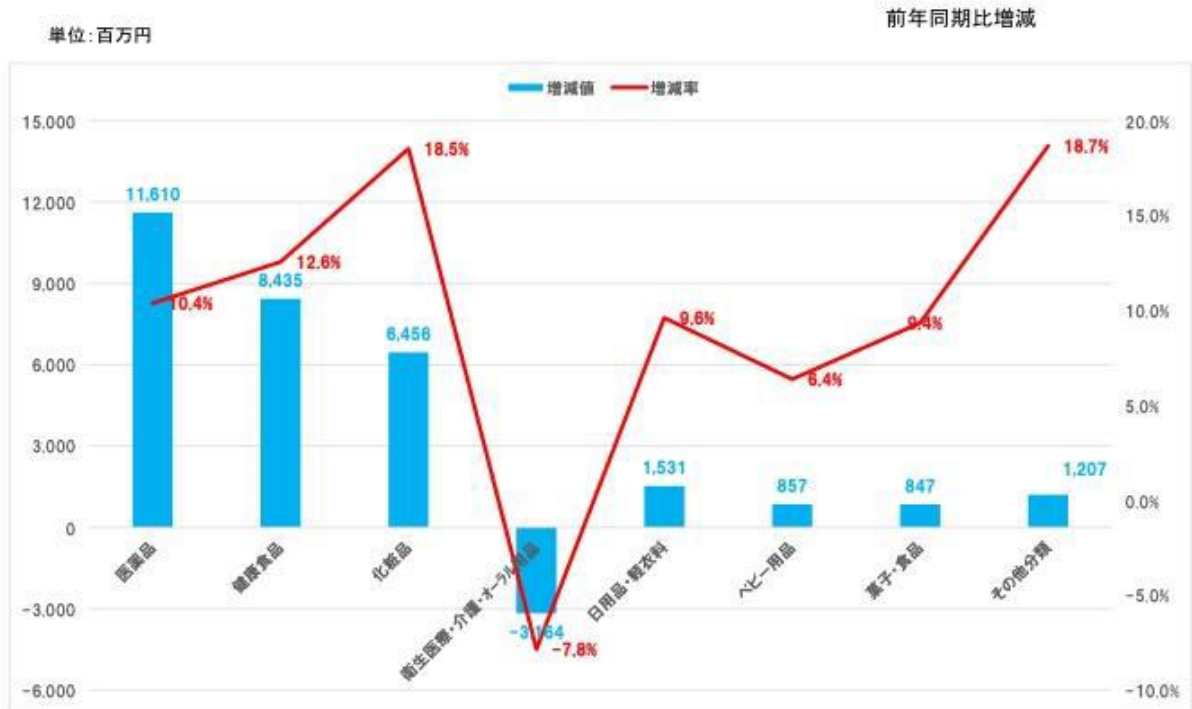
比較的、まんべんなく伸びております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

商品別売上高(単体)

◆ 医薬品・健康食品・化粧品が大幅に増加し、増収に貢献。



12

感染症対策商品やマスクは、前期、前々期と比べても、割っている状況であります。

マスクは、前期末から今期初めを見ると、前年同期比で 90%前後です。枚数ベースではもっと減っていますが、マスクのバリエーションが多くなり、高付加価値型も増え、1枚当たりの単価が高くなったこともあって、90%ぐらいで済んでいます。その中で商品アイテム変更や過去の在庫の処理をしています。

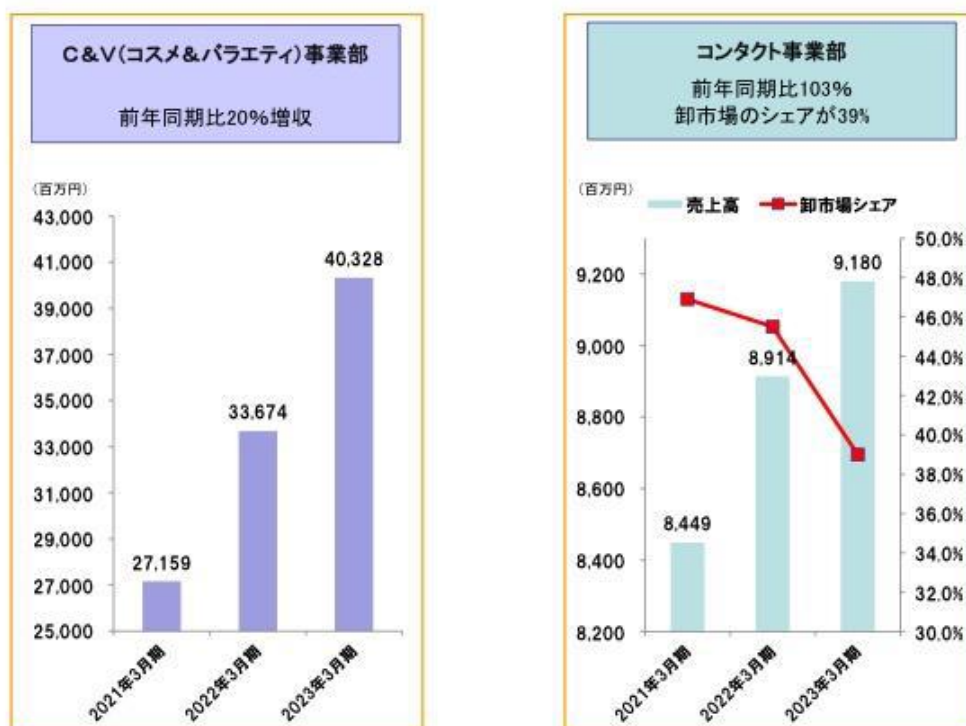
医薬品の増加には、二つの要因があります。一つはコロナ感染症拡大時に病院に行けずにドラッグストア・薬局で対応された方々に対する売上です。もう一つは、年末から年明けにかけて戻ってきているインバウンドの影響です。通期では 10%増ですが、直近では、さらに高い数値になっています。

コロナ感染症が 5 類になったことで、風邪薬はさらに高水準で推移しております。インバウンドに関しては、7 月から 10 月にかけて日本政府も中国人旅行者を受け入れる体制を整えていますので、さらに期待される所です。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

新規事業部の売上状況



13

コスメ&バラエティ事業部は、おかげさまで前年対比 120%となりました。

一部インバウンドが入っていますが、メーカーさんとのコラボレーションが大きく数字に表れてきています。さらに伸ばしていける仕掛けや種は蒔いているので、引き続きメーカーさん向けコーディネートは進めていこうと思っています。

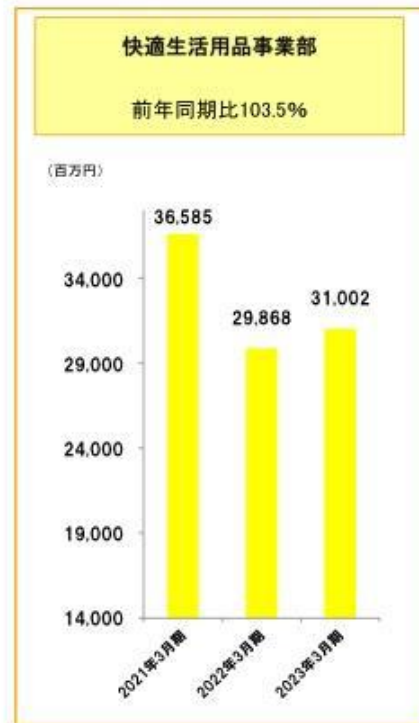
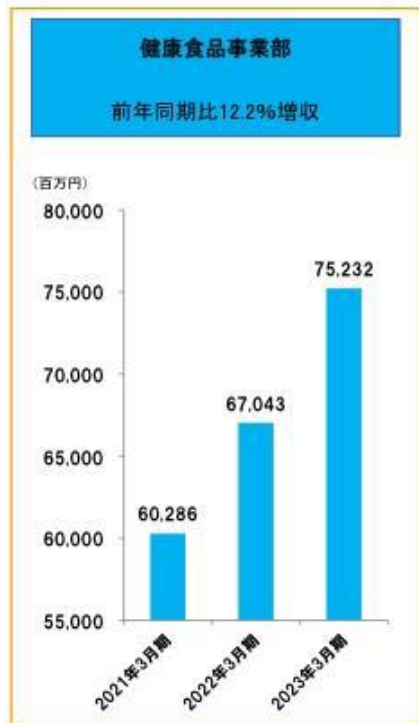
コンタクト事業部は、卸シェアが少し落ちていますが、売上は伸びております。

ワンデー化もあって、コンタクトケア用品を使わなくなっている状況のなか、コンタクトレンズ自体、補聴器・集音器という新しいカテゴリーを、ドラッグ店頭、また、GMS さんや流通の店舗に当社がプロデュースして、お届けしている所です。まだ額が小さいですが、種まきを進めております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

新規事業部の伸張



14

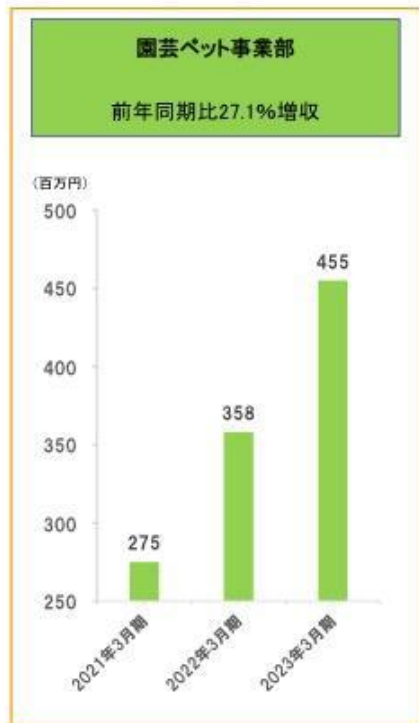
健康食品事業部も、比較的順調に伸びています。これも、インバウンドの影響がありますが、それ以上に、メーカーさん向けのコーディネート、サポート業務、もしくは商品開発によって、店頭展開していく等の種まきをした結果、伸びています。

快適生活用品事業部は、日用品だとかいろいろなものがあるのですが、この減少はマスクです。感染症対策商品群が入っている影響です。今日、皆さんにお渡しする商品のほとんどはこの快適生活用品事業部の商品です。特に、歯ブラシは、歯茎のマッサージができる、すごく気持ちの良いモフモフの歯ブラシですが、高評価をいただいております、かなり大きな売上になっています。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

新規事業部の伸張



15

園芸ペット事業部は、伸びてはいるのですが、なかなか思ったように市場が広がらない事業部です。

ドラッグストア市場における園芸は、癒しの観葉植物や除草剤、もしくは土や園芸用品です。

ペット用品に関しては、ペットのヘルスケアです。動物薬や動物用サプリメントは、農水省さんとの関係も作りながら、5年とか10年のスパンで考えています。

健康食品のように、ペットのヘルスケア用品や、園芸用品で、グローバルに通用するような商品を開発していきたいですが、その前段階で、市場を作っているところですので、少し長い目で見ていただければなと思っています。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

販管費について(株)大木

単位:百万円

区分/期	2022年3月期		2023年3月期		前年比	
	金額	売上比	金額	売上比	金額	率
売上高	276,207		301,946		25,739	9.32%
販管費合計	11,625	4.21%	12,247	4.06%	621	5.34%
人件費	2,734	0.99%	2,796	0.93%	62	2.27%
物流費	5,220	1.89%	5,586	1.85%	366	7.01%
その他	3,671	1.33%	3,865	1.28%	194	5.28%

◆ 販管費率が4.21%から4.06%となった。

16

こちらは、販管費になります。先ほども話しましたが、販管費を 0.15%下げることができました。

物流費は、作業効率化です。もちろん、パートさんも社員も含めて、1人当たりの給料は上がって
いっていますが、総人時を減らすこと、作業の効率化や省人化によって、人件費と物流費を減らす
ことができました。

ここは、社員の頑張りが一番大きい所であります。その社員の頑張りに報いる仕組みを、さらに進
めていこうと考えています。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



収益認識会計基準の適用について(株大木)

区分／期	2203期		2303期		前年比	
	金額	売上比	金額	売上比	金額	率
売上高	276,207		301,946		25,739	9.32%
うち						
センターフィー	▲10,804	▲3.91%	▲11,639	▲3.85%	▲835	7.73%
販促費(割戻金)	▲4,418	▲1.60%	▲4,920	▲1.62%	▲502	11.4%

- ◆ 収益認識会計基準の適用により、販売リベート・センターフィーは売上の控除項目となった。
- ◆ 売上の前年比+9.3%に対して、割戻金は前年比11%の伸び

17

これは、先ほど言いました収益認識基準の変更です。

センターフィー、小売企業様のセンター運営コストを流通やメーカー様が負担しているものですが、前期の比率が下がり、改善しているように見えますが、これはセンターフィーが掛からないアイテムが増えたことが要因になります。センターフィーが掛からないアイテムとは、先ほど言った小売企業様のプライベートブランド開発受託しているものが代表になります。

2024 年問題もあって、センターフィーがかなり引き上げられる可能性があります。卸売業として受けられる部分は受けざるを得ないのですが、当社の利益構造からしても、ほとんど余地がありませんので、小売企業様とメーカー様と協業しながら、コスト配分を適正にしていこうと考えています。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

貸借対照表の状況(連結)

単位: 百万円

	2022年3月期		2023年3月期		前期末比	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
資産の部						
流動資産合計	97,675	85.7%	104,717	85.5%	7,042	7.2%
現金及び預金	2,774	2.4%	3,240	2.6%	466	16.8%
受取手形及び売掛金	62,051	54.5%	66,394	54.2%	4,343	7.0%
未収入金	6,601	5.8%	7,305	6.0%	703	10.70%
たな卸資産	22,192	19.5%	23,755	19.4%	1,562	7.0%
貸倒引当金(短期)	▲ 11	▲0.0%	▲14	▲0.0%	▲3	27.3%
固定資産合計	16,279	14.3%	17,822	14.5%	1,543	9.5%
有形固定資産合計	5,852	5.1%	5,716	4.7%	▲136	▲2.3%
無形固定資産合計	114	0.1%	169	0.1%	55	48.2%
投資その他の資産合計	10,311	9.1%	11,936	9.7%	1,624	15.8%
資産合計	113,954	100.0%	122,539	100.0%	8,585	7.5%
負債の部						
流動負債合計	89,615	78.6%	94,367	77.0%	4,752	5.3%
支払手形及び買掛金、電子記録債務	72,873	64.0%	78,125	63.8%	5,252	7.2%
短期借入金	7,180	6.3%	6,617	5.4%	▲562	▲7.8%
固定負債合計	2,246	2.0%	3,899	3.2%	1,653	73.6%
長期借入金	300	0.3%	1,845	1.5%	1,545	515.2%
負債合計	91,861	80.6%	98,267	80.2%	6,406	7.0%
純資産の部						
資本金	2,487	2.2%	2,487	2.0%	0	0.0%
株主資本合計	18,411	16.2%	20,303	16.6%	1,892	10.3%
その他包括利益累計額	3,536	3.1%	3,821	3.1%	285	8.1%
純資産合計	22,092	19.4%	24,271	19.8%	2,178	9.9%
負債、純資産合計	113,954	100.0%	122,539	100.0%	8,585	7.5%

18

貸借対照表です。私の方から説明をするポイントは2点。

棚卸資産が、前期に引き続き比較的高い水準になっています。前期、前々期は、コロナ特需に対応して備蓄をする商品群が原因でしたが、そこは適正化をもう既に進めていっています。

今、増えている在庫は、インバウンド対応商品群です。当社の特徴として、ロングテール商品群が多いことと、インバウンドの売れ筋商品は、安くて、どちらかというとコストパフォーマンスが高い商品でしたが、これから売るべきもの、もしくは売れていくボリュームゾーンは、日本人にとっては買いたいけどちょっと手が届きにくい高品質・高価格帯へと変化しつつあります。所得水準の向上もあって、そのようなものが動き始めています。今まで売っていたものとは、異なるものが実は売れ始めているということもあって、インバウンド対応も意識して、少しロングテールのものを厚めにしております。

もう一つは、短期金利が非常に低かったため、かなり短期に偏った資金調達をしていたのですが、長期の割合を増やしています。今後の金利上昇に備えて、長期に振る部分と、債権流動化をさらに進めていこうと考えています。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

キャッシュフロー(連結)

単位:百万円

	2022年3月期	2023年3月期	前年同期比	
	金額	金額	増減額	増減率
営業CF	1,310	96	▲1,213	▲92.6%
投資CF	68	▲291	▲359	—
財務CF	▲1,403	681	2,084	—
期末現金残高	2,754	3,240	486	17.6%

	2023年3月期	2022年3月期	前年同期比	
	金額	金額	増減額	増減率
設備投資	145	320	175	120.7%
減価償却費	382	375	▲6	▲1.7%

19

キャッシュフローは、特段のコメントはありません。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

剰余金の配当に関するお知らせ



2023年3月31日

各 様

会社名: ヘルシアカタゴリーデザインズの株式会社
代表者名: 代表取締役社長 佐藤 孝広
〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1
〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1
TEL: 03-6362-1111

剰余金の配当に関するお知らせ

当社は、定款第49条（剰余金の配当等の決定権限）の定めにより、第2023年度第2回定例会において、下記の通り2023年3月31日を基準日とする剰余金の配当を行うことを決議いたしましたので、お知らせいたします。

案

1. 配当の内容

	決定期	算出の配当手続 (2023年3月31日現在)	配当基準 (2023年3月31日現在)
基準日	2023年3月31日	2023年3月31日	2023年3月31日
1株当たり配当金	2円	—	2円
配当金総額	304百万円	—	2023年3月31日
配当金支払期	2023年6月8日	—	2023年6月8日
配当形態	現金配当	—	現金配当

2. 理由

当社は、安定配当を継続する事を基本とし、業績並びに今後の事業展開等を勘案して、配当を行う方針としております。本決算の「決算短信」に記載のとおり、2023年3月期の業績は、前年度比で増収・増益となりました。従いまして、2023年3月期の配当につきましては、増収・増益の状況に鑑み、1円増配とし、1株当たり2円00銭の配当を実施する事を決定いたしました。

(印) 主

3. 理由

当社は、安定配当を継続する事を基本とし、業績並びに今後の事業展開等を勘案して、配当を行う方針としております。本決算の「決算短信」に記載のとおり、2023年3月期の業績は、前年度比で増収・増益となりました。従いまして、2023年3月期の配当につきましては、増収・増益の状況に鑑み、1円増配とし、1株当たり2円00銭の配当を実施する事を決定いたしました。

(印) 主

20

こちらは、最後の資料になりますが、1円ではありますが増配をさせていただいております。

もっと配当した方が良いのではないかと、たくさんの株主さんにお叱りを受けているのですが、安定的に中長期で増配を進めていく方針であり、財務健全性や自己資本比率を改善していくためにも、内部留保を少し高めに持たせていただいております。

最後になりますが、当社として、今後、ヘルスケアカテゴリーにおいて、いろいろなコーディネート業を進めていきたいと考えています。卸売業は、売買がメインになってしまうこともあって、売買以外の業務を進めるために、今期に会社を二つ立ち上げています。

一つは、LAUGHBASE という会社です。皆さんも、フェムケアという言葉聞いたことがあると思うのですが、実はドラッグストアには、既にフェムケア対応商品がたくさんあります。それもエビデンスがしっかりしている商品、たとえば生理痛薬、更年期障害の薬、生理用品等、女性関係の商品群がたくさんあるのですけども、それらが、お客様に、生活者に、適切な情報とともに届いていないのではないか、という問題意識があります。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



また、フェムケアカテゴリーに、いろいろな企業さんが参入したいと考えた時に、ドラッグストアを中心とする流通へのアクセスポイントがないという問題もあります。

そのような問題意識のもと、LAUGHBASE がフェムケアの情報発信と市場へのアクセスを担うプラットフォームになることを目指して、会社を立ち上げております。

もう一つは、オーイズミさんとのジョイントベンチャーを立ち上げました。オーイズミさんは、パチスロ機械の製造をしている会社さんですが、子会社に、化粧品のオンライン、EC 販売と商品開発を行うメーカーを持っています。

オンラインにノウハウを持つオーイズミさんと、オフライン、一般流通、一般店頭に強みを持つ当社が、ジョイントベンチャーを立ち上げることによって、新しいヘルスケアの市場を開拓できるのではないかと考えております。

引き続き、今までの卸売業の枠を超えて、各プレーヤーのサポート、コーディネート業を進めていきたいと思っています。

特に、一般店頭にアクセスをしたい、ヘルスケアにチャレンジしたい企業さんがいらっしゃれば、当社にご紹介いただければ、結構嬉しいことも申し上げますが、実現のお手伝いをさせていただければと思っていますし、その体制構築と人材投資を引き続き続けていきますので、よろしくお願いします。

では、ちょっと時間をオーバーしてしまいましたが、私のほうは以上になります。

司会：ありがとうございました。

サポート

日本	050-5212-7790	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com

質疑応答

司会 [M]：それでは、質疑応答に入らせていただきます。ご質問される方は、挙手をお願いいたします。なお、この IR ミーティングは、質疑応答部分も含め、全文を書き起こして公開する予定です。したがって、会社名、氏名を名乗っていただいた場合は、そのまま公開されます。もし匿名を希望される場合は、氏名は省略していただいて結構です。それでは、どうぞよろしくお願いいたします。

質問者 [Q]：インバウンド向けの売上に関してなのですが、インバウンド向けの売上額ないしは売上比率は、コロナ前でどのくらいだったかを教えてください。

松井 [A]：インバウンドの数字がすごく読みにくい状況になっています。元々、店頭の売上が中心のインバウンド需要と、越境 EC と言われる、いわゆる並行輸出のインバウンドと、二つあるのですが、並行輸出は、コロナ前と比べてそれほど大きく変わりありません。店頭に関しては、コロナの影響なのか、インバウンドの影響なのか、正直言うと、具体的な数字が確認できていません。

直近の店頭では、健康食品・医薬品・化粧品含めて、前年比 120%から 130%になっています。コロナとインバウンドの割合が、カテゴリーアイテムごとにバラバラなので、特に風邪薬は、日本の方も使っているし、中国も含めて海外の方も買っているということなので、難しい所です。

あと店頭は、店頭で商品がなくなってしまっていることもあって、130%ぐらいの頭打ちになっている状況です。

質問者 [Q]：ありがとうございます。ざっくりで結構ですが、全社売上の数%ぐらいなのか、10%以上超えているとか、20%ぐらいありそうなのか、この辺りのイメージはありませんでしょうか。

松井 [A]：現状でいくと、10%内外という認識です。これはコロナ前も、大体 10%から 20%ぐらいがインバウンドの売上の影響だった水準に、少し戻ってきているかなと感じています。

質問者 [Q]：ありがとうございます。あと、もしできれば、ウイルオフの売上ですけども、直近のリリースで大体 10 数億円ぐらいという数字が、売上が出ていると思うのですが、これはピーク時どのぐらいあったかということと、これも下げ止まっているのか、もう少し慎重に見た方がいいのか、差し支えない範囲でお願いします。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



松井 [A]：ピーク時と比べると、かなり落ち込んでいます。マスクに関しては9割と申し上げましたが、たとえば喉の殺菌剤とか、いわゆる感染症対策商品群に関しては、落ち込みがもう少し大きいです。ウイルオフに関しては、正直、下げ止まっています。

質問者 [Q]：ピーク時どのくらいだったかは伺えますでしょうか。

松井 [A]：すみません。また、ちょっと確認をした上で、回答させていただければと思います。

後ほど、ピーク時売上高は2020年度の18億円と回答しています。

質問者 [Q]：あと一点、よろしいでしょうか。前期は業績が順調に回復したというふうに拝見したのですが、帳合獲得のために、帳合を獲得すれば売上が増えるけれども一般的には粗利率が一時的に下がるのが日経卸さんの状況で確認できていると思うのですが、御社にとって前期、そういった影響はどのような状況だったかについて教えてください。以上です。

松井 [A]：ちょっと答えにくい所ではありますが、帳合獲得はほとんどしていない中での、売上増になります。当社は独立採算制で、かなり利益意識を高めており、安い価格提示で帳合を他から取ってきて売上を伸ばすのではなくて、既に取りをしている先との関係強化と、先ほど言った新しい商品群の提供による売上増になります。帳合を取って利益率が下がる影響はありません。

質問者 [Q]：その辺りは、条件を出さなくても、特定先に対するインストアシェアは低下していないという理解でよろしいでしょうか。

松井 [A]：一部、インストアシェアが落ちている企業もあります。帳合は取ってはいないですが、取られていますので、そうなります。卸売業として、一定のシェア、特にカテゴリーごとの一定のシェアは、必要だと思っていますので、そこはかなり意識をして進めて行っています。

質問者 [Q]：それでもこれだけ高い成長を示すことができたというのが、前期の状況ということですね。

松井 [A]：安易に帳合を取っていく訳ではなくて、カテゴリーの中での取り組みや、商品の強化、もしくは新商品の提案で売上を伸ばした、とご理解いただければと思います。

質問者 [M]：大変よく分かりました。ありがとうございます。

司会 [M]：ありがとうございます。続いてご質問どうぞ。

イトウ [Q]：東洋経済新報社のイトウでございます。本日はありがとうございました。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



まず一点目ですが、今の少しお話しでもありましたが、この粗利と販管費の比率の所で、ここが軽くだいぶ良くなったことで、営業利益率もかなり改善していると思うのですが、このちょっと要因が、先ほどいろいろ物流の効率化とかお話しありましたが、それにしてもかなり良くなっている所で、もう少し要因を具体的に教えていただけますでしょうか。

松井 [A]：一番大きいのは、現場の利益認識を高めたことです。卸売業なので、売ることが中心になっていましたが、卸売業を行っていく上でのコストを、現場のセールス一人ひとりが認識できるような仕組みにして、その仕組みの精度を上げていったことが、結果として表れてきているかなと思っています。もう既に数年前からずっとやっていることでありますが、精度が上がってきて、それが結果に表れてきたと考えています。

イトウ [Q]：人件費の比率とかも、賃上げをしている一方で下がっているということは、つまり従業員の数とかも減っているという認識でよろしいですか。

松井 [A]：従業員数は、売上対比でいくと、変わらない水準です。物流は、作業効率化を進めることによって、総人時を減らして総額を維持しているということです。

イトウ [Q]：もう一つ、先ほど粗利の所は、先ほどおっしゃっていた特に新しい帳合とかがなかった、特に下がることもなく、売上増による粗利が結果的に上がったということですかね。

松井 [A]：新しい帳合がそれほど大きくない中でも、既存の値下げ圧力は引き続きあって、それに対処しながら、提案型の商品や、取組商品の比率が上がっていったことが大きいと思っています。また、不採算の商品群に関して、かなり厳しくチェックしています。

イトウ [Q]：分かりました。ありがとうございます。すみません、もう一点だけ。

LAUGHBASE の所で、市場創出を図っていくこと、具体的にどんなことをこれから、まだお考えがなかなか進んでいない所もあるかもしれませんが、ちょっと具体的に教えていただけますでしょうか。

松井 [A]：フェムケア分野は、中小もベンチャーも含めて、チャレンジをしようという企業が多いのですが、ドラッグ店頭との接点がないのが現状だと思っています。そういうところを、卸売業としてサポートし、直接つながるまでのコーディネート、窓口として機能を発揮できたらと思っています。

直近では、チェーンドラッグストア協会が実施をしているドラッグストアショーが予定されているのですが、その中のフェムケアのブースの監修を一部やらせていただいたり、新しいプレーヤーとドラッグストアをつなぐ窓口としての機能を強化していこうと思っています。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



イトウ [Q]：普段、御社がやっていらっしゃる卸業とはまた少し別に、イベントとかも行うという意味で、新しく会社をということですか。

松井 [A]：そうですね。どうしても卸売業は売買が一番中心になってしまうのですが、ドラッグストアショーのような、サポート業であったり、コンサルティング業だったり、そのような活動の収益化を進めていくために、新しい会社を立ち上げました。

イトウ [M]：よく分かりました。ありがとうございます。

司会 [M]：ありがとうございます。他にご質問どうぞ。よろしいですか。特にないようでございます。会社様から、もし何か追加事項ございましたら。いかがでしょう。

松井 [M]：本日はお忙しい中お越しいただきまして、ありがとうございます。

改めて、卸売業がグローバル事業ではないので分かりにくい中で、さらに大木は、卸売業プラスアルファみたいな会社なので、少し分かりにくくなっていると思うのですが、できるだけ皆さんに、大木のビジネスモデルを理解していただくように私も努力をしています。

現状の株価がPBR0.5を切っていますし、事業モデルも含めて、皆さんに伝えていく社長の努力不足だと強く思っていますので、引き続き皆さん、ご協力をよろしくお願いをします。

本日はどうもありがとうございました。

司会 [M]：ありがとうございました。

以上をもちまして、本日の説明会を終了いたします。どうもありがとうございました。

[了]

脚注

1. 音声不明瞭な箇所に付いては[音声不明瞭]と記載
2. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、当社は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。さらに、利用者が当社から直接又は間接に本サービスに関する情報を得た場合であっても、当社は利用者に対し本規約において規定されている内容を超えて如何なる保証も行うものではありません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用してはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて会員自身の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者自身が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による本規約に基づく利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して会員が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。

サポート

日本	050-5212-7790	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com

