

## 2026年3月期 決算説明会 要約

開催日：2026年5月20日（水）15:30～16:30

出席者：代表取締役社長 松井 / 株式会社大木 財務経理部長 大関 / 司会進行 業務本部長 山岡

---

### 1. 当社グループの事業概要と大木の精神

大木ヘルスケアホールディングス・グループは、ヘルスケア・カテゴリーに特化した卸売事業を中核として、メーカー様へのサポート、小売企業様へのご提案と店頭づくりのご支援、フェムケアやCBDのような新しいカテゴリーに関する情報発信など、多角的な機能を提供する子会社群を有しています。このように、グループ各社が多種多様な事業を行っているため、グループ全体の求心力を高めるべく、共通の理念である「社会への役立ち、すなわち社会貢献」を原点に置き、グループ各社がその使命を果たすことを前提に事業を推進しています。

当社グループの主な機能・事業は以下の通りです。

#### ① 卸売事業（コア事業）

ヘルスケア・カテゴリーに特化した少量多品種の中間流通に特化しています。

医薬品・健康食品・化粧品・オーラルケアなど幅広いカテゴリーをカバーし、ドラッグストア、ディスカウントストア、スーパー、ホームセンター、コンビニエンスストア、調剤薬局など、あらゆる地域のあらゆる業態の企業様へ対応しています。

超ローコストオペレーションを強みとし、業界最低水準のコストで安定的な物流サービスを提供しています。

#### ② メーカーサポート機能

新しい素材・新しい商品の流通チャネル開拓、新しい市場を形成する支援など、異業種や新規のメーカー様がヘルスケア市場へ参入するチャレンジを包括的にサポートしています。

#### ③ 小売業サポート機能

各小売企業様の経営理念や独自に有する競争力を体現するSPB（ストア・フィロソフィブランド）の企画・開発支援を行っています。

単なる低価格品ではなく、企業ごとのブランディング戦略に沿って、付加価値をプラスして、市場全体を拡大させる商品開発により、差別化の強化に貢献しています。

因みに、前期のSPB取扱売上は、MD（マーチャндаイジング）商品として表示していますが、852億円（18,943アイテム）に達しています。

大木がメーカーになろうとしているという声もありますが、そのような意図はありませんし、メーカー様であっても、これだけのアイテム数をコントロールすることはできないことから明らかです。

#### ④ 新規機能や新しい提携事業

- **店頭プロモーション・販促支援**： ASP 社様との事業提携により、人材派遣・イベント運営・店頭立ち上げ支援を強化しております。
  - **流通加工品・販促什器作成・バンドル企画品対応**： ADTANK 社との事業提携により、小売企業様の要望にコスト競争力をもって応える納品体制を構築しようとしています。
  - **女性の健康情報発信**： LAUGHBASE 社等を通じて、フェムケア（女性向けヘルスケア情報）を発信する取り組みを行っています。
  - **CBD（カンナビジオール）市場形成支援**： 資本業務提携しているワンインチ社が情報発信に専念すると共に、一般社団法人カンナビジオール安全安心協議会にも入会し、CBD 商品を安全・安心に流通できる環境を整備する取り組みと、ヘルスケア業界やメーカー様・小売企業様向けに CBD 市場レポートを定期提供する予定です。
- 

## 2. 物流ネットワーク

全国複数の物流センターを、小売企業様の出店動向に合わせて機動的に立ち上げ、立ち下げ（閉鎖）する「小型分散物流センターの機動的運営」を実施しています。

物流センターへの投資は資産計上ではなくオペレーションコストの中で費用処理しており、常時最適なセンター配置を維持しています。

物流コスト上昇への対応として、以下の取り組みを推進しています。

- 荷積み替え・オリコン組立等の機械化・自動化
  - 入荷予約システム導入によるトラック待機時間の短縮（平均 30 分以内）
  - 出荷予測モデルの構築・AI 活用による自動発注システムの高度化
- 

## 3. 2026 年 3 月期 決算概要

増収も大幅な減益となりました。減益の主な要因は以下の通りです。

### ① 小売業様との取引条件変化

大手小売企業様の合従連衡によるバイイングパワーの高まりを背景に、センターフィー・リベートが上昇しました。一部商品の条件変更時の一時的な負担も大きく影響しています。

### ② 物流・人件費コストの上昇

特に物流委託先様のコストが上昇しており、安定的な取引関係の維持のため、一定のコスト上昇を受け入れながら、委託先との協業を通じて、コスト削減活動を並行して進めています。

### ③ 先行投資・一時費用の発生

前期から継続する先行投資（前期対比 10 億円強の増加）に加え、本社への営業拠点集約にともなう一時費用、大木製薬における商品評価損（棚卸評価）等が利益を押し下げました。

利益改善も進んでおりますが、これらの一時的要因は大きく、カバーするには至りませんでした。

### 売上構成の変化

医薬品（売上比率 37%）に加え、**健康食品・化粧品・オーラルケア**の伸びが顕著です。

特に高付加価値型オーラルケア（マウスウォッシュ等）の成長が貢献しており、ヘルスケア・カテゴリー全体での安定した売上成長が続いています。

### キャッシュフロー

大幅に改善しておりますが、まだ営業キャッシュフローが赤字となっております。

これは、売上増加に伴う売掛債権の増加、欠品対策や前倒し調達による在庫増加、取適法による買入サイトの短縮などによるものです。

今後、出荷予測システムによる在庫削減や SPB 商品の取引条件の見直しを含め、営業キャッシュフロー改善策を進めています。

---

## 4. 配当方針

2026 年 3 月期の配当は、1 株当たり **30 円**（前期比 4 円増配）とします。

配当性向は約 30%となりますが、一時的要因による減益の影響を踏まえ、株主の皆様への安定した還元を優先しました。今後も配当性向を意識しながら、長期的な安定した増配を目指します。

---

## 5. 中期経営計画

2025 年 4 月～2028 年 3 月を対象とした中期目標として、**年商 4,000 億円・営業利益 40 億円**を掲げ、引き続き進めてまいります。

今期（2027 年 3 月期）の業績予想については、外部環境の不透明感もあり現時点での公表は控えておりますが、中期計画の達成に向けた各施策を着実に推進します。

---

## 6. 質疑応答（主要項目）

**Q：ホームセンター等の異業態のヘルスケアニーズにどのように対応しているか？**

**A：コストコ、アマゾン、ドン・キホーテ等との取り組み実績があります。**

米国では、スーパーマーケットが調剤を取り込みワンストップ化する流れが顕著となっておりますが、いずれ日本にでも同様の取り組みが行われる可能性は高く、各社の経営レベルとも議論しながら OTC 薬品の導入と棚作りの支援を行っています。

**Q：健康食品・化粧品・オーラルケアの伸び要因は？**

A：特定商品の単品ヒットというよりも、ヘルスケア・カテゴリーを総合的に取り扱うことができる卸としての評価が高まった結果です。

オーラルケアは高付加価値型（マウスウォッシュ中心）が牽引しています。

**Q：今後特に注力するサブカテゴリーは？**

A：ヘルスケアの全サブカテゴリーが対象です。

現時点で急拡大する商品は少ないものの、5～10年後の成長を見据えて、その候補を複数持っております。また、全サブカテゴリーを対象としているため、チャレンジしたい企業様のあらゆる商品を歓迎するスタンスです。

**Q：大手小売業様の統合による取引条件変更の影響は？**

A：具体的な数値は非開示ですが、一時的に大きなマイナスインパクトがありました。

今後も合従連衡やそれに伴う条件変更が続く可能性があるなか、当社はローコスト運営と独自機能（メーカーサポート・SPB 開発）で生き残る体制づくりを進めています。

**Q：利益確保に向けた戦略は？**

A：ヘルスケアに特化したローコスト卸として競争力を高めながら、SPB 商品を中心とするカテゴリーコントロール機能（852 億円規模）を拡大し、メーカー様へのサポート、小売企業様への付加価値機能を強化します。

プライベートブランド比率向上を志向する小売企業様のニーズに応え、単なる廉価版 PB ではなく、独自の競争力とブランド力を持つ商品開発支援を推進します。

---

本資料は決算説明会の音声内容を要約したものです。詳細については決算短信および決算説明資料をあわせてご参照ください。

# 2026年3月期決算説明資料

大木ヘルスケアホールディングス株式会社（証券コード3417）



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 HD**

**2026年5月20日**

**代表取締役社長 松井秀正**

# 大木の精神

## 大木の精神

われらは

常に社会の後立ちを考え

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

存分に能力を發揮できる

組織作りをする



# 大木グループ企業

## 大木ヘルスケアホールディングス

大木

大木製薬

日野薬品工業

リブ・ラボラトリーズ

エコファクトリー

ウィル

エーアイピー大木

大木化粧品

イシザワ

奈良ドラッグ

上海大木

大木ベトナム

大木オーバーシーズ

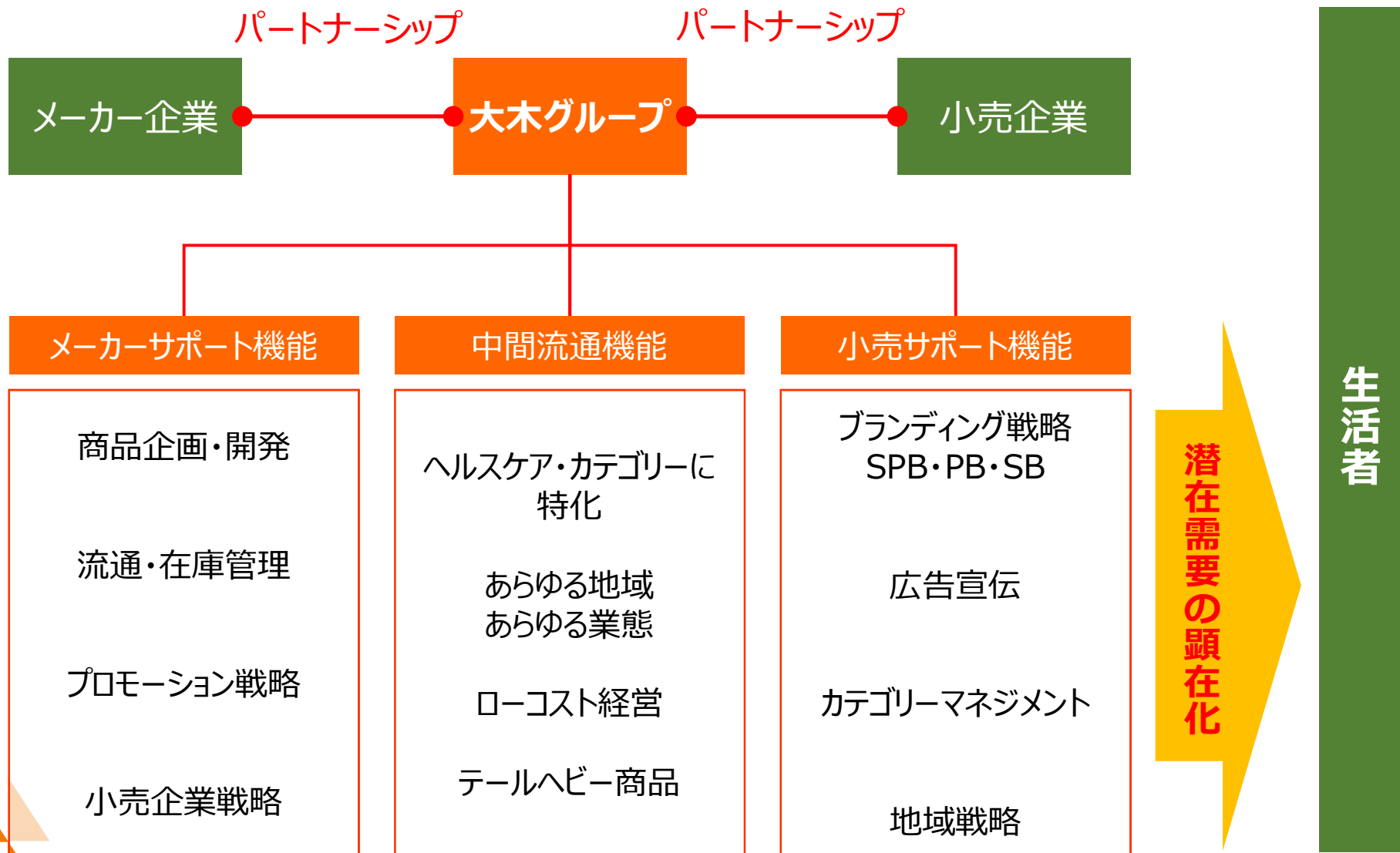
ラフベース

戦略投資企業

# 大木グループの概要

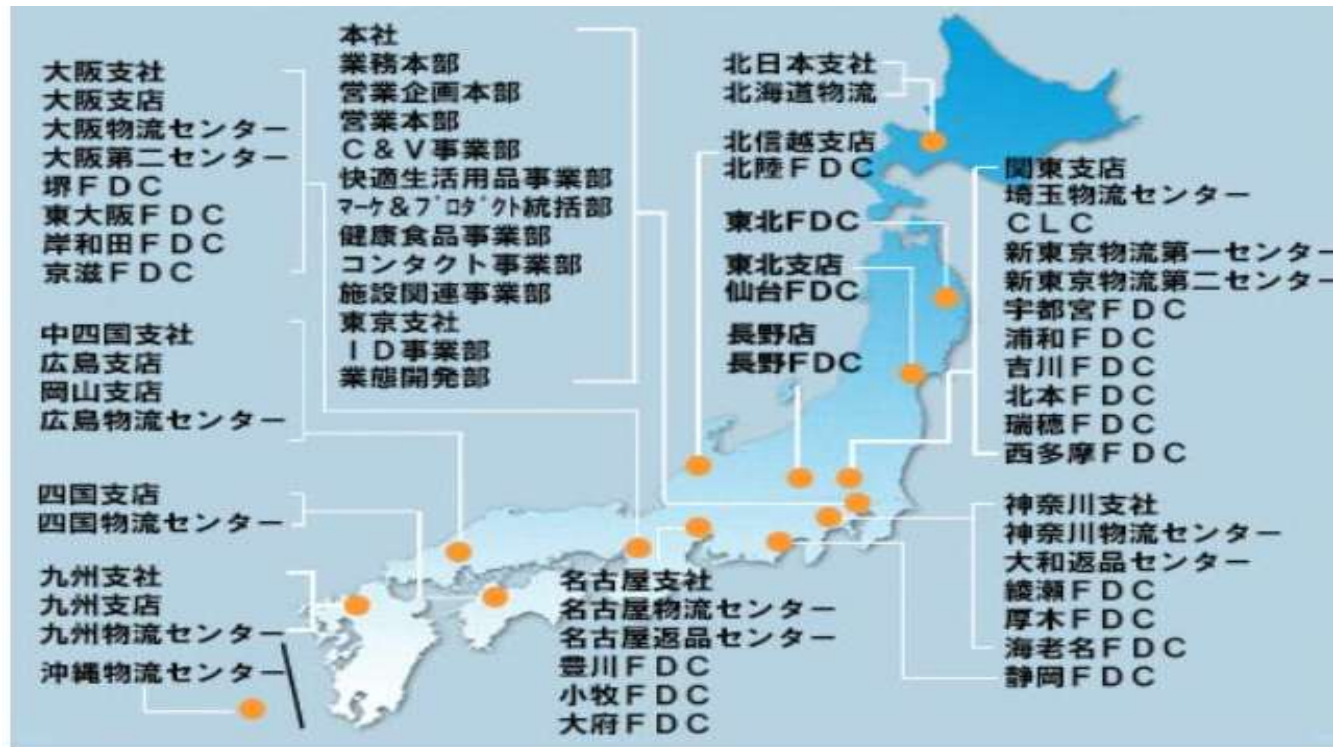


# 大木グループのビジネスモデル



# 大木のロジスティック・ネットワーク

独自のノウハウで、多品種・少量・多頻度を可能とする物流システムを構築



柔軟に改廃を実施

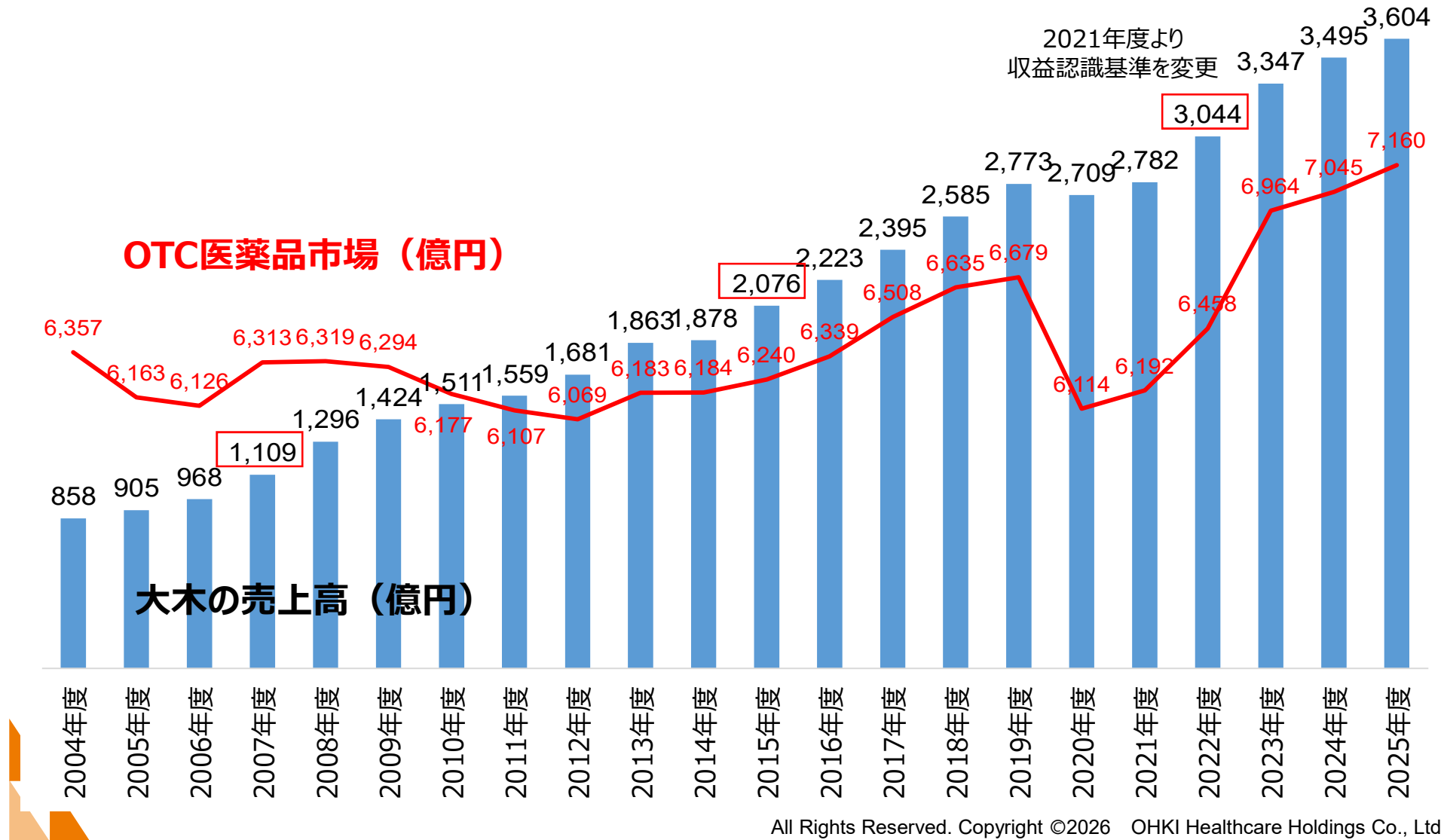
144期 (2026/3期)  
 猿ヶ島 FDC 開設  
 静岡 FDC / 静岡返品閉鎖  
 伊勢崎 FDC 開設  
 埼玉 FDC 開設  
 福岡宇美 FDC 開設

143期 (2025/3期)  
 秦野 FDC 開設  
 常総 DC 開設 (専用)  
 名古屋 FDC 開設  
 名古屋物流閉鎖  
 岡山 DC 開設 (専用)

主要な投資内容  
 パレットチェンジャー/オリコン組立機の導入  
 入荷 EDI / 入荷予約システムの導入  
 レンタルパレットの導入  
 出荷予測モデルの構築

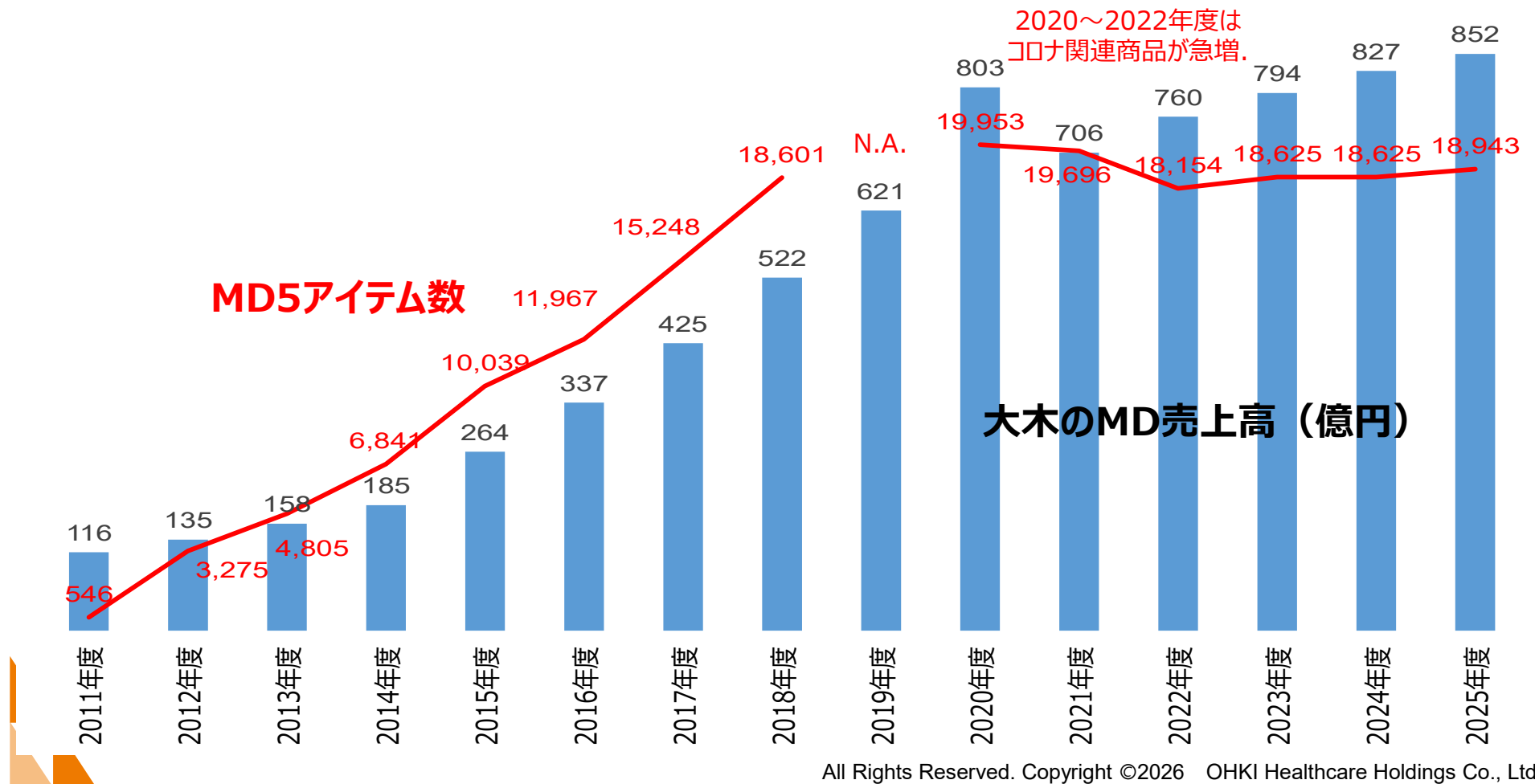


# OTC医薬品市場における大木のポジション



# 大木の商品開発力

- MD : 大木が企画するマーチャダイジング戦略商品  
 SB、PB : 小売店が独自のブランド（商標）で販売する商品  
 MD5 : NB（ナショナル・ブランド）メーカーとの共同企画商品



# 小売企業のPB開発をコーディネート

ヘルスケア商品は、開発リスクがあるうえに、流通コントロールが難しく、

生活者のヘルスケアニーズが100%充足されることはない

小売企業と製造メーカーの直接契約は難しい

単なるNBの廉価版では、値引きした分だけ市場がシュリンクする

**SPBは新しい顧客を生み出し、市場を拡大させる**

## SPB（ストア・フィロソフィ・ブランド）とは？

小売企業には、競争力の源泉となる企業哲学があり、当社は小売企業とメーカーをコーディネートし、その企業哲学を反映した商品開発を行い、ブランディングを実現します



# 流通チャネル戦略サポートを推進

ヘルスケア市場が寡占化、成熟化、硬直化しており、  
新しい商品、新しいカテゴリーが生まれにくくなっている

## 流通チャネル戦略を策定し、新しいチャレンジをサポート

新しい商品、新しい成分、新しい素材を上市したいとき・・・  
どの業態？ どのように情報発信？ 都市型？リージョナル？

**あらゆる業態との取引とヘルスケア流通を熟知する当社が  
適切な戦略を立案し、実行をコーディネート**



# 異業種のヘルスケアニーズが高まっている

11

薬機法の改正もあり、  
ディスカウンター、ホームセンター、スーパー、コンビニなど、

**それぞれの店頭でのヘルスケア商材の  
活躍機会を創造するニーズが増えています**



## 2026年3月期 決算概要

(百万円)	2025年3月期				2026年3月期				前同比			
	単体		連結		単体		連結		単体		連結	
	金額	比率	金額	比率	金額	比率	金額	比率	金額	比率	金額	比率
売上高	347,213		349,453		358,485		360,358		+11,272	103%	+10,905	103%
売上総利益	17,278	4.98%	18,510	5.30%	16,936	4.72%	17,619	4.89%	▲342	98%	▲891	95%
販管費	14,713	4.24%	15,742	4.50%	15,618	4.36%	16,899	4.69%	+905	106%	+1,157	107%
営業利益	2,565	0.74%	2,768	0.79%	1,318	0.37%	719	0.20%	▲1,247	51%	▲2,049	26%
経常利益	3,801	1.09%	3,991	1.14%	2,601	0.73%	1,964	0.55%	▲1,200	68%	▲2,027	49%
当期利益	2,653	0.76%	2,639	0.76%	2,088	0.58%	1,339	0.37%	▲565	79%	▲1,300	51%

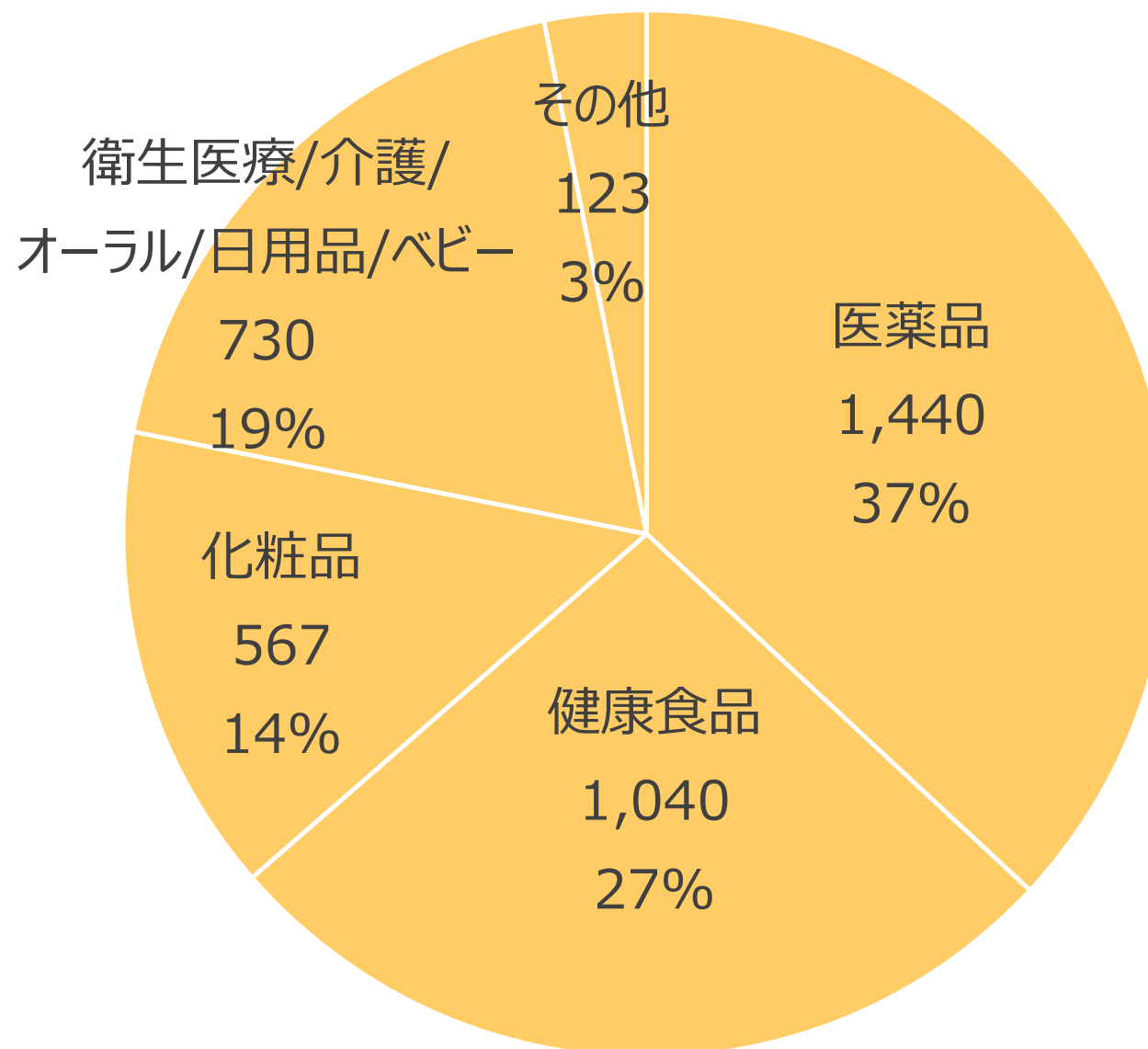
## 減益要因

項目	金額	主たる内容
取引条件の悪化 価格転嫁の遅れ	▲9億円	センターフィー・リベートの増加 値上げ商品の価格転嫁の遅れ
人件費や物流コストの増加	▲8億円	賃上げや委託物流コストの上昇
電子化・システム化の投資	▲2億円	受発注効率化、営業業務効率化、 ネットワーク・データベース・基幹システム の見直し、AI・DX研修など
本社コストの増加	▲2億円	各部門と子会社の本社への集約
子会社減損処理	▲7億円	大木製薬の在庫処理 ラフベース・ワンインチの減損処理

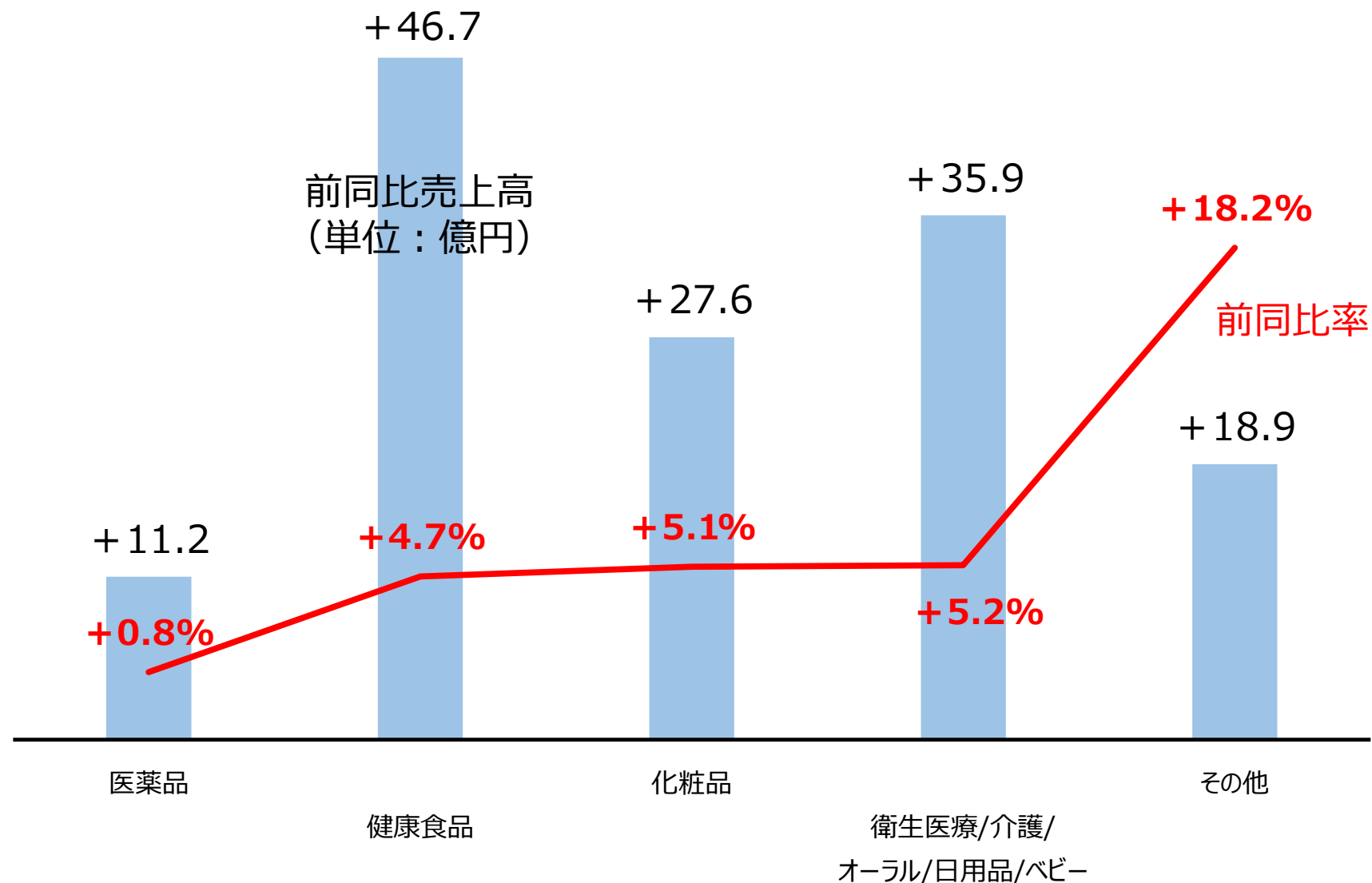
# 先行投資

項目	主たる内容
ヒトに対する投資	賃上げ、米国視察研修、AI・DX研修、福利厚生拡充 等
システムに対する投資	業務効率化、ネットワーク・データベース・基幹システムの見直し 等
ロジに対する投資	センター改廃、ロジ業務の効率化投資、欠品対策の在庫積み増し、出荷予測開発 等
投資・出資等	子会社の商品開発に伴う処理、出資先の事業転換、販促・物流への新規投資 等
合計	約12億円

# カテゴリー別売上高（単体）



# 商品別売上高の前同比（単体）



## 販管費（単体）

単位：百万円	2025年3月期		2026年3月期		前同比	
	金額	比率	金額	比率	金額	増減率
センターフィー	▲13,063	▲3.76%	▲13,754	▲3.84%	▲691	+5.29%
リベート	▲6,098	▲1.76%	▲6,261	▲1.75%	▲163	+2.67%
売上高	347,213		358,484		+11,271	+3.25%
販管費	14,713	4.24%	15,618	4.36%	+905	+6.15%
人件費	4,474	1.29%	4,578	1.28%	+109	+2.44%
物流費	7,146	2.06%	7,846	2.19%	+700	+9.80%
その他	3,093	0.89%	3,194	0.89%	+96	+3.10%

# 貸借対照表（連結）

単位：百万円	2025年3月期		2026年3月期		前同比	
現預金	2,880	2.1%	2,213	1.5%	▲667	▲23.2%
売掛債権	72,467	52.0%	75,641	51.0%	+3,174	+4.4%
棚卸資産	28,796	20.7%	32,684	22.0%	+3,888	+13.5%
その他	11,765	8.4%	12,298	8.3%	+533	+4.5%
流動資産	115,908	83.2%	122,836	82.8%	+6,928	+6.0%
有形固定資産	8,069	5.8%	8,999	6.1%	+930	+11.5%
無形固定資産	254	0.2%	254	0.2%	+0	+0.0%
投資等その他	15,085	10.8%	16,285	11.0%	+1,200	+8.0%
固定資産	23,410	16.8%	25,539	17.2%	+2,129	+9.1%
資産合計	139,339	100.0%	148,393	100.0%	+9,054	+6.5%
買入債務	81,704	58.6%	84,568	57.0%	+2,864	+3.5%
短期借入金	11,086	8.0%	13,096	8.8%	+2,010	+18.1%
その他	9,198	6.6%	9,870	6.7%	+672	+7.3%
流動負債	101,988	73.2%	107,534	72.5%	+5,546	+5.4%
社債/長期借入金	3,087	2.2%	2,527	1.7%	▲560	▲18.1%
その他	3,208	2.3%	4,165	2.8%	+957	+29.8%
固定負債	6,295	4.5%	6,692	4.5%	+397	+6.3%
負債合計	108,284	77.7%	114,227	77.0%	+5,943	+5.5%
資本金	2,486	1.8%	2,486	1.7%	+0	+0.0%
株主資本	24,370	17.5%	25,355	17.1%	+985	+4.0%
その他包括利益	6,619	4.8%	8,806	5.9%	+2,187	+33.0%
純資産合計	31,055	22.3%	34,166	23.0%	+3,111	+10.0%



## キャッシュフロー（連結）

単位：百万円	2025年3月期	2026年3月期	前年同期比
営業キャッシュフロー	▲9,184	▲1,415	+7,769
投資キャッシュフロー	▲3,132	▲671	+2,461
フリー・キャッシュフロー	▲12,316	▲2,086	+10,230
財務キャッシュフロー	+6,888	+1,420	▲5,468
期末現金残高	2,880	2,213	▲667

# 配当に関するお知らせ

## 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機関）の定めにより、本日開催の取締役会において、下記のとおり2026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。

### 記

#### 1. 配当の内容

	決定額	直近の配当予想 (2026年2月5日公表)	前期実績 (2025年3月期)
基準日	2026年3月31日	2026年3月31日	2025年3月31日
1株当たり配当金	30円	28円	26円
配当金総額	409百万円	—	354百万円
効力発生日	2026年6月4日	—	2025年6月5日
配当原資	利益剰余金	—	利益剰余金

# 中期経営計画について

**期間 3年間（2025年4月～2028年3月）**

**計画 連結売上高4,000億円・連結営業利益40億円**

## 【直近10年間の連結業績推移】

単位：百万円	2017/3期	2018/3期	2019/3期	2020/3期	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期	2025/3期	2026/3期
売上高	222,343 7.1%	239,532 7.7%	258,482 7.9%	277,260 7.3%	270,927 -2.3%	278,163 2.7%	304,445 9.4%	334,661 9.9%	349,452 4.4%	360,358 3.1%
営業利益	1,299 0.58%	2,344 0.98%	2,036 0.79%	2,240 0.81%	2,946 1.09%	632 0.23%	2,059 0.68%	2,043 0.61%	2,768 0.79%	719 0.20%
経常利益	2,209 0.99%	3,296 1.38%	3,124 1.21%	3,204 1.16%	4,043 1.49%	1,584 0.57%	3,154 1.04%	3,260 0.97%	3,991 1.14%	1,964 0.55%
当期純利益	760 0.34%	2,313 0.97%	2,050 0.79%	2,366 0.85%	2,751 1.02%	972 0.35%	2,182 0.72%	2,210 0.66%	2,639 0.76%	1,339 0.37%

# お問い合わせ先

## 大木ヘルスケアホールディングス株式会社 IR・広報担当

Tel : 03-6892-0710 E-Mail : [gyoumu@ohki-net.co.jp](mailto:gyoumu@ohki-net.co.jp)

本資料は、株主・投資家などの皆さまに当社の経営方針、計画、財務状況などの情報をご理解いただくことを目的としており、当社の株式の購入、売却など、投資を勧誘するものではありません。

本資料の情報・資料の掲載には注意を払っておりますが、掲載された情報の内容が正確であるか、更新時期が適切かどうかなどについて一切保証するものではありません。また、掲載された情報またはその誤りやデータのダウンロードなど、本資料に関連して生じた損害または障害などに関しては、その理由の如何に関わらず、当社は一切責任を負うものではありません。

本資料に掲載されている、当社の現在の計画、見通し、戦略などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績などに関する見通しであり、これらは、現在入手可能な情報をもとにした当社の経営陣の判断に基づいており、リスクや不確定な要因を含んでいます。実際の業績は、経済情勢、業界における競争状況などさまざまな要因により、これら業績などに関する見通しとは大きく異なることがあり得ます。

以上のことをご理解いただき、投資に関する決定をされる場合には、当社が発行する有価証券報告書などの資料をご覧ください。また、ご自身の判断で行われるようお願い致します。将来予想に関連する記述については、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。予想と異なる結果になることがある点を認識されたうえで、ご利用ください。