

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**

2019年3月期決算説明会

2019年5月29日

## イベント概要

---

<b>【企業名】</b>	大木ヘルスケアホールディングス株式会社		
<b>【イベント種類】</b>	決算説明会		
<b>【イベント名】</b>	2019年3月期決算説明会		
<b>【決算期】</b>	2019年度 通期		
<b>【日程】</b>	2019年5月29日		
<b>【ページ数】</b>	29		
<b>【時間】</b>	11:00 - 11:55 (合計：55分、登壇：35分、質疑応答：20分)		
<b>【開催場所】</b>	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)		
<b>【会場面積】</b>			
<b>【出席人数】</b>			
<b>【登壇者】</b>	3名		
	代表取締役会長	松井 秀夫 (以下、松井 秀夫)	
	代表取締役社長	松井 秀正 (以下、松井 秀正)	
	取締役	宮本 正博 (以下、宮本)	

---

### サポート

日本	03-4405-3160	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

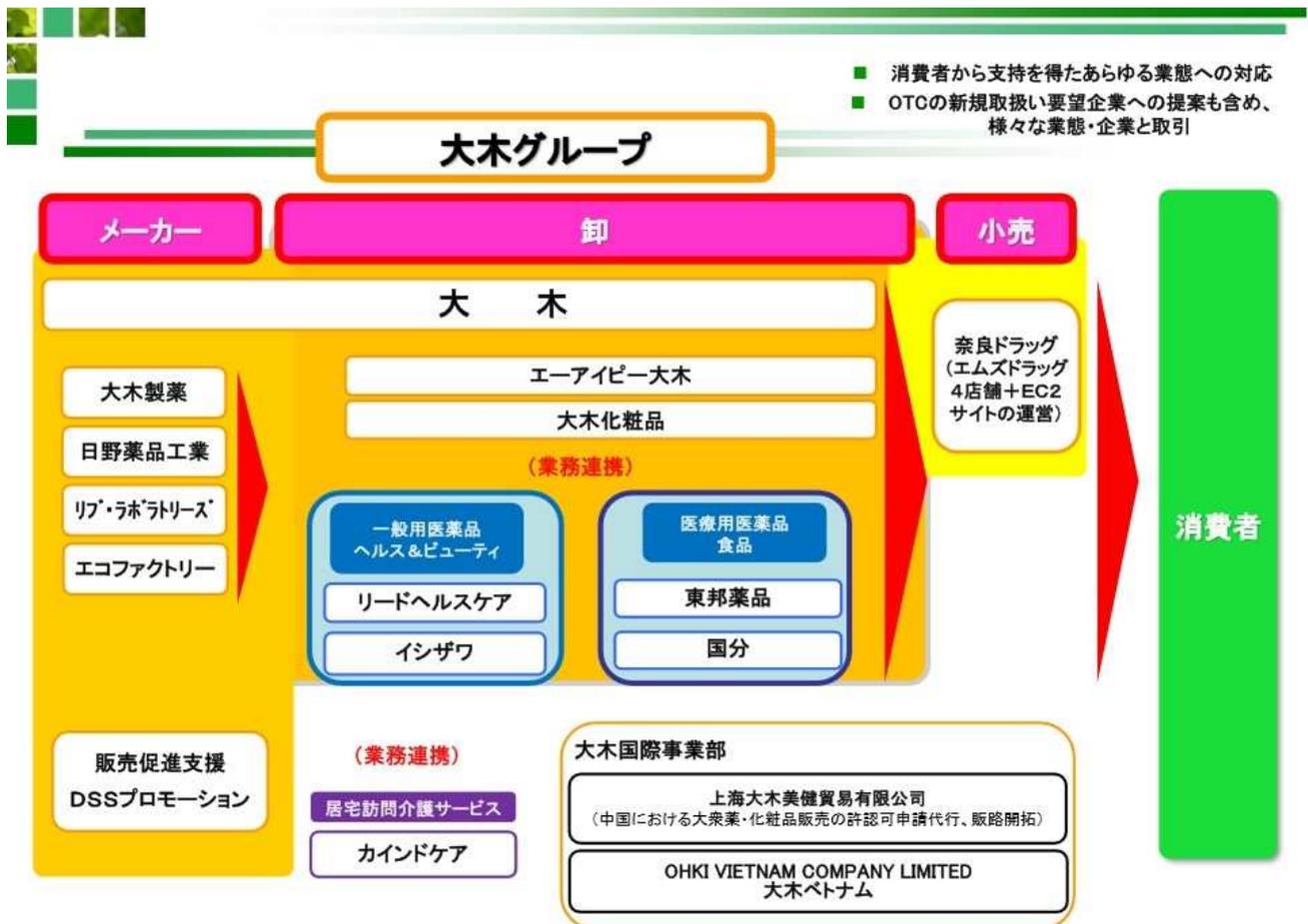
## 登壇

**司会**：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 2019 年 3 月期決算説明会を開催いたします。まず最初に、会社からお迎えしている 4 名の方をご紹介申し上げます。代表取締役会長、松井秀夫様。代表取締役社長、松井秀正様。取締役、宮本正博様。統括管理本部、大関滋広様。

本日は代表取締役社長松井様からご説明いただくことになっておりますが、ご説明が終わりましたら質疑応答のお時間を設けていただきます。

それでは、松井様よろしくお願いたします。

**松井秀正**：本日はお忙しい中、弊社 2019 年度 3 月期決算説明会にお越しいただきましてありがとうございます。まず、私から約 30 分間、前期の決算の説明をさせていただきます。そのあと質疑応答に移らせていただきたいと思います。質問がある方は説明後に時間をとりますのでよろしくお願いたします。



では、改めて当社の概要・特徴について説明をさせていただきます。当社は大木グループヘルスケアホールディングスという名前がついており、ヘルスケアを中心とした卸売業を中核とした

### サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

企業群になります。通常、卸売業という部分は得てして物流のイメージがあると思いますが、当社、大木グループの中核として、株式会社大木、卸の中でもメーカーの部分もあるというのが特徴になっております。

ヘルスケアの製品群をメーカーさんから流通するだけではなくて、自社で開発をする、自社でコントロールをしていくのが弊社の強みになっています。また、グループ会社として製薬会社2社、健康食品、化粧品の製造会社、また環境衛生の日用品の会社を持っています。また、当グループとしてとして医薬品のイメージが強いですが、OTC、健康食品、化粧品等を扱っている株式会社大木の他に、コンタクトレンズもしくはメガネのフレーム等を扱っているエアアイピー大木、また化粧品に特化した大木化粧品、イシザワ、いわゆる色ものであったり化粧雑貨等を扱っている卸を傘下に置いています。

また小売業として奈良に、若干店舗数でありますけれども、テスト店としてエムズドラッグを4店舗運営しております。また後ほど説明をしますけれども、前期から販促支援のDSSプロモーションを稼働させております。業務提携先には、一般用医薬品のリードヘルスケアさん、また業界を大きくするために医療用薬品の東邦薬品さん、食品卸の大手である国分さんとも業務提供させていただいております。株式会社大木を中核としてメーカー部門、あとは補完をするカテゴリーの卸を持って事業を運営しているところであります。

また、国際事業部を立ち上げて傘下に上海大木、また大木ベトナムを置いてます。上海とベトナムに関してはいわゆる現地で許認可取得を中心としたビジネスの種まきをしている状況です。業務提携先として、訪問介護のセンターでありますカインドケアさんと連携をしながら、ドラッグストアにおける介護ビジネスのアドバイザーもやっています。

---

#### サポート

日本	03-4405-3160	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



## 大木グループとは

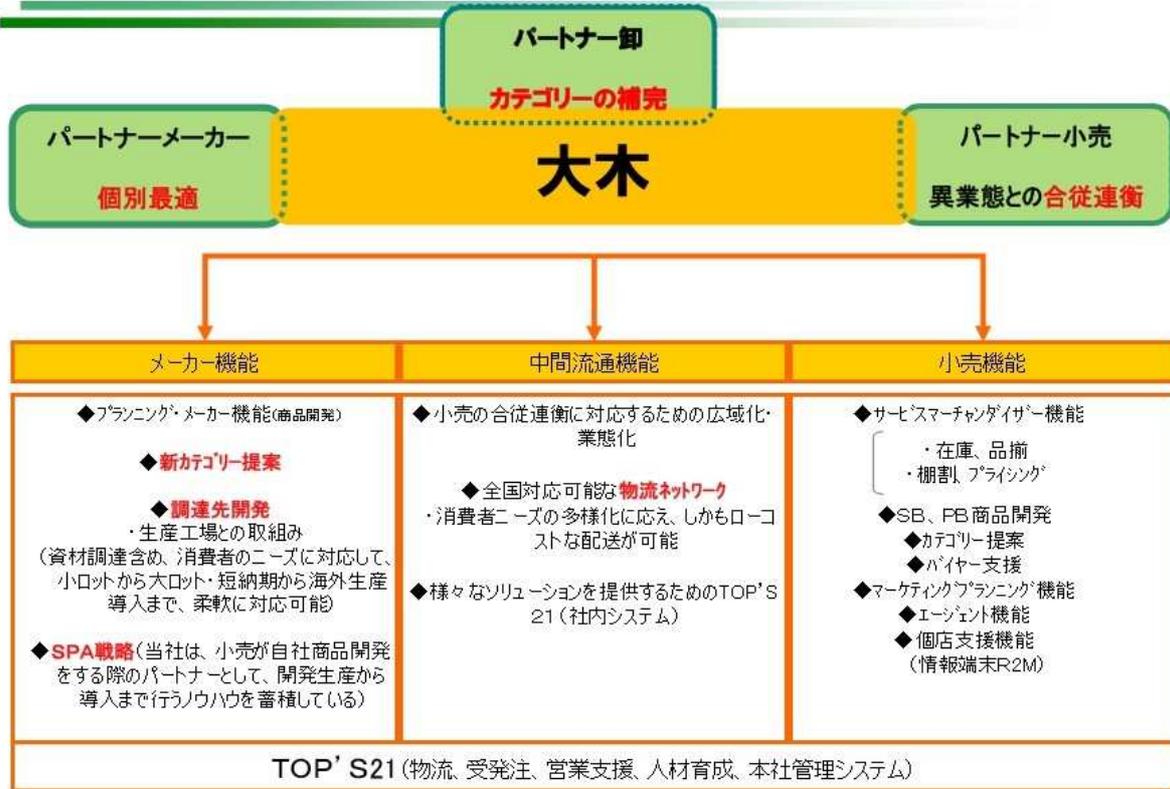


物流以外のメーカー部門、小売部門、またお取引としてヘルスケアを中心とした幅広い業態を扱っているのが当社の運営になります。また扱いアイテムですけれども、いわゆる医薬品だけではなく、業務提携先の協力も得て、ドラッグストアもしくはヘルスケアを扱う店舗に関して、食品、日用品、化粧品、介護、衛生まで含めて、流通グループとしてフルで揃う体制を整えております。

### サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375  
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

# 消費者満足に応えることが当社のビジネスモデル



4

また、中核の卸売業の大木の中にメーカーサポート機能として、商品開発また商品調達を行っています。この中間流通機能部分が皆さんよくイメージする卸売業ですけれども、もう一つ小売業のサポートとしてマーチャンダイジング機能、ストアブランド、プライベートブランドの開発受託もやっています。通常の卸売業の外側の小売サポートとメーカーサポートが当社の強みになっております。

商品開発の柱を二つ話をさせていただきますと、一つはメーカー機能のサポート部分で、大手のメーカーを中心として新規ヘルスケアに進出するためのビジネスサポートがここの中心になります。また、ストアブランド、プライベートブランドの部分に関しては、今回大きくは触れませんが、大手ドラッグストアを中心として中堅のドラッグストアまで、例えば、袋物のサプリメントだとか、ペットボトルのお茶だとか、何かプライベートブランドを開発したいときに、当社に基本的には全て丸投げをしていただければ、商品パッケージから、開発から、製造管理まで全部一括でやらせていただくというのがストアブランド、プライベートブランド開発受託になっています。

ドラッグストアさんの大手から中堅企業まで、ストアブランド、プライベートブランドを開発させていただきます。

## サポート

日本 03-4405-3160 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

# 事業所・主要物流センター



当社として北海道から沖縄まで事業所と物流センターを設置しております。決算書上でいくと、システム投資、物流投資があまり表面上、当社は見えませんが、ドラッグストアビジネスやヘルスケアビジネスの拡大に対応するために、例えば3カ月、4カ月で新しいセンターを立ち上げたり、改廃をしたりが可能な仕組みになっています。そのため大型投資という部分ではなくて、通常の経費の中で物流センターの立ち上げ、立ち下げ、改廃ができるようになっています。決算書上、物流投資はほとんど見えませんが、前期も随時センターの開設・改廃をしていますし、また今期もこの隙間を埋めていく形で物流センターの開発をしていきます。

小規模センター、大規模センターの組み合わせをすることによって、災害等で1センターが使いにくくなったとしても、周りのセンターから物流サポートをして補完をする形で災害対策を進めております。まだ少し隙間が空いている部分は取引の拡大とともに埋めていく形になります。

## サポート

日本 03-4405-3160 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

## 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  
出所:富士経済「一般用医薬品市場総合分析(2011～2018年)」を基に弊社で作成

6

こちらが当社の主要なカテゴリーであります OTC、一般用医薬品の市場がこの折れ線グラフになっています。2000 年以前から縮小し、2005 年ぐらいで下げ止まって、スイッチ OTC が進むとともに少しずつ上がっている。なかなか市場が拡大をしていない中で、当社に関しては順調に売上業績を伸ばさせていただいております。

### サポート

日本 03-4405-3160 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

# 決算の概要

単位:百万円

	2017年3月期				2018年3月期				2019年3月期					
	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	売上比率	前年比	金額	売上比率	前年比
売上高	220,003		222,343		237,176		239,532		256,055		107.96	258,482		107.91
売上総利益	20,551	9.34	21,994	9.89	22,724	9.58	24,248	10.12	24,268	9.48	106.79	25,899	10.02	106.81
販管費	19,382	8.81	20,695	9.31	20,659	8.71	21,904	9.14	22,450	8.77	108.67	23,863	9.23	108.94
営業利益	1,169	0.53	1,299	0.58	2,065	0.87	2,344	0.98	1,818	0.71	88.04	2,036	0.79	86.86
経常利益	2,105	0.96	2,209	0.99	3,029	1.28	3,295	1.38	2,910	1.14	96.07	3,124	1.21	94.81
当期利益	1,041	0.47	760	0.34	2,167	0.91	2,313	0.97	1,954	0.76	90.17	2,050	0.79	88.63

8

こちらからが前期の決算の説明になります。通常は前期と前々期の比較だけですが、2017年、前々々期も載せさせていただいております。結果として、2019年度に関して大木単体として2,560億、売上が前同107.96%。連結でいくと2,584億8,200万。前同でいくと107.91%である程度の売上は確保させていただきましたけれども、営業利益ベースで18億1,800万、前年対比として88.04%、連結で20億3,600万、前同として86.86%。結果増収減益で終了しました。

この後ろに2017年が載っている部分は、単年度では減益になりましたが、売上に関してはほぼ3カ年計画の進捗どおり。営業利益、経常利益に関しては、2017年度営業利益が11億6,900万、18年度が20億6,500万、19年度が18億1,800万で、でこぼこはありますが3カ年当初の経常利益1%を目標は達成しました。

修正として今期に関しては、営業利益1%を目標にして進めていこうと思っております。株主の皆さんにはご心配をおかけしますが、粛々と事業を行って、また利益に関しても安定的に営業利益1%を出せる体制を整えていこうと思っております。

## サポート

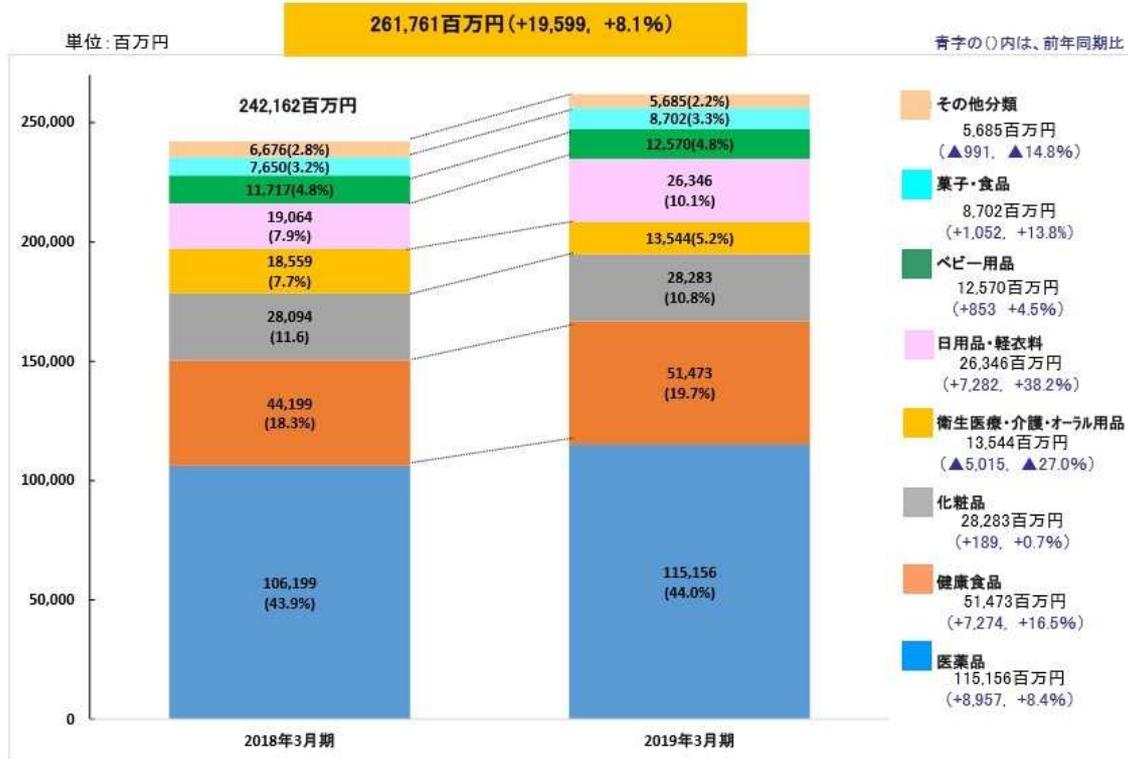
日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

 **SCRIPTS**  
Asia's Meetings, Globally

8

# 商品別売上高(単体)

◆ 医薬品・健康食品・日用品・軽衣料が大幅に増加し、増収に貢献。



9

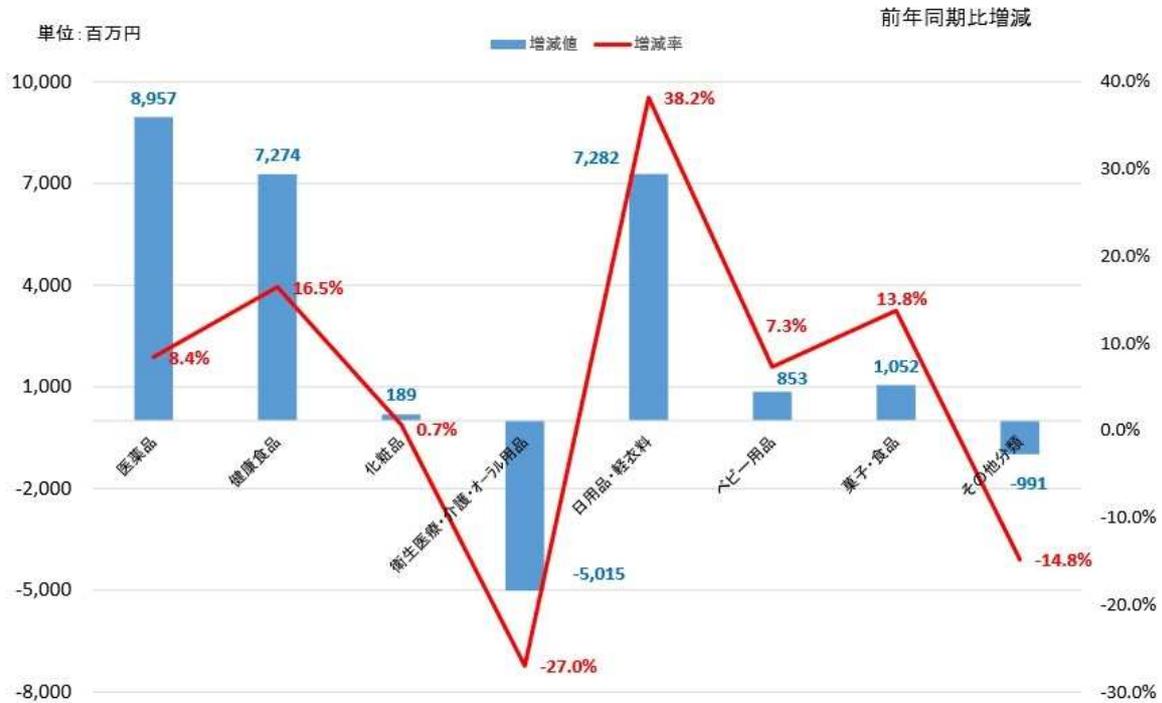
これが商品別売上高になります。比較的まんべんなく伸びている状況です。医薬品が44%、健康食品が20%。今回、衛生医療・介護・オーラルと、日用品・軽衣料の入り繰りがあったので少し数字がずれていますけれども、衛生医療、日用品・軽衣料で15%。化粧品で10%になっています。当社の捉えるヘルスケアはいわゆる一般用医薬品だけではなくて、その周辺にある化粧品、健康食品、衛生、日用品も含めて幅広くヘルスケアを扱わせていただいております。

## サポート

日本 03-4405-3160 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

# 商品別売上高(単体)

◆ 健康食品・日用品・軽衣料が大幅に増加し、増収に貢献。



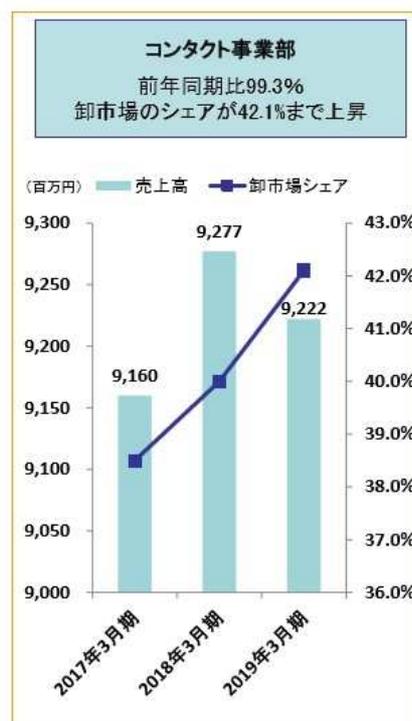
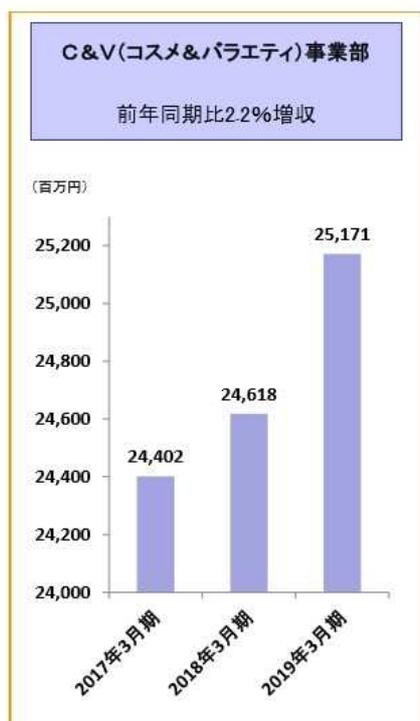
10

今まで衛生医療・介護・オーラルだった一部を、日用品・軽衣料に移したため、でこぼこはありますが、ほぼ全てのカテゴリーで伸ばさせていただいている現状になります。

## サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375  
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasiasia.com

## 新規事業部の売上状況



11

当社として通常のカテゴリーというよりは事業部制を置いて、その事業部ごとに進捗を追っている形になります。専任を置いて、それぞれのカテゴリーの新規の市場開拓をしていく形をとっております。

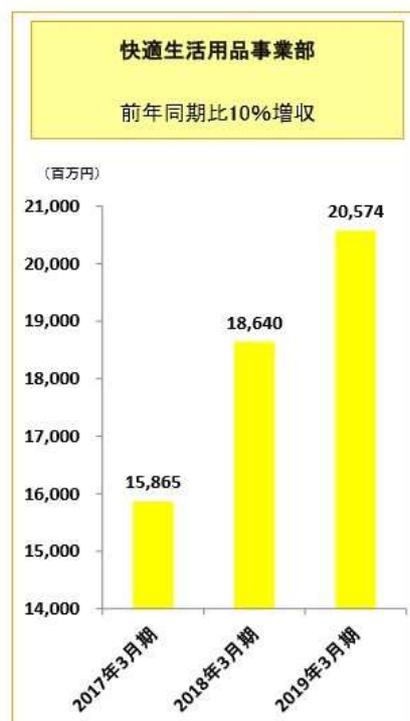
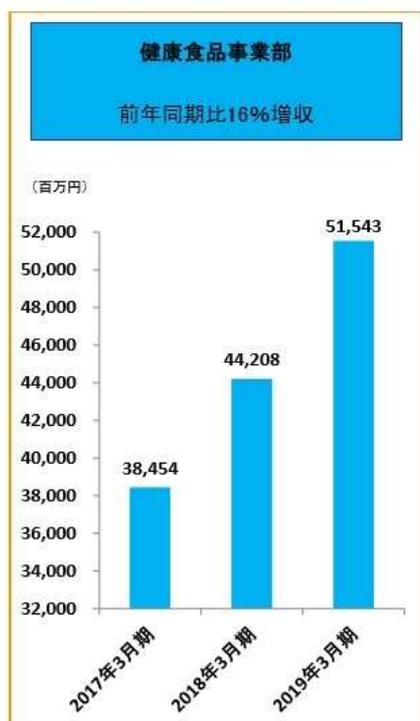
おかげさまで、C&V（コスメ & バラエティ）事業部は順調に売上を伸ばさせていただいております。コンタクト事業部は、コンタクトケア用品が扱いの主になっております。市場がシュリンクをしている中で、一般用のドラッグストアで通常売っている一般用のコンタクトケア用品の市場に関しては、当社が40%を超えるところまでシェアを握ることができました。しかし、コンタクト事業部はコンタクトケア用品事業部ではないので、今コンタクトレンズをドラッグストアを中心に今まで扱っていなかった店頭へ許認可も含めて提案をさせていただいている。また、補聴器も店頭への展開を進めているところであります。

おかげさまでコンタクトレンズに関しては当社扱いで、2500店を越えてきているところであります。一般の方々がコンタクトレンズといえばドラッグストアで買えるという状況を当社が中心となって作っていくのがコンタクト事業部の使命でもあります。

### サポート

日本 03-4405-3160 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



12

続きまして健康食品事業部は、前年同期比16%の増収になっております。今健康食品を扱いたい、もしくはチャレンジしたいメーカーさんが増えていますので、そのサポート部分を中心としてこの増収を確保しています。また、快適生活用品事業部というのが少し分かりにくいですが、日用品から家電から含めて、健康や快適な生活という部分で、今までのカテゴリーにはまらないものは全て快適生活用品事業部という形で捉えて、ドラッグストアに提案させていただいております。

前期まで快適生活用品事業部としても伸ばしていますが、今期はこの中から園芸ともう一つペットという事業部を、独立させ改めて力を入れていこうと思っています。

### サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

# 当社特徴の商品開発・提案力



## 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)

13

これが、当社の商品開発と提案力という部分の数字になります。競合さんがいろいろありますので少し大雑把な数字になっていますけれども、商品開発、提案力という部分で赤線がメーカーさんの取り組み商品の数になります。こちらがメーカーさんとの取り組み商品と、もう一つは企業さんのストアブランド、プライベートブランドも含めた当社開発品の数字がこの数字になっています。順調に上がってきており、30%を目標にもう少しというところまでできています。

## サポート

日本 03-4405-3160 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

	2017年3月期		2018年3月期		2019年3月期		前年比	
	金額	売上高比	金額	売上高比	金額	売上高比	金額	率
売上高	220,003		237,176		256,055		18,879	7.96%
販管費及び一般管理費	19,382	8.81%	20,659	8.71%	22,450	8.77%	1,791	8.67%
人件費	2,410	1.10%	2,487	1.05%	2,582	1.01%	95	3.82%
センターフィー	7,018	3.19%	7,602	3.21%	8,303	3.24%	701	9.22%
物流費	4,290	1.95%	4,530	1.91%	4,916	1.92%	386	8.52%
販促費(割戻金)	2,922	1.33%	3,003	1.27%	3,308	1.29%	305	10.16%
その他	2,742	1.25%	3,037	1.28%	3,341	1.30%	304	10.01%

14

こちらが販管費の説明になります。売上は順調に伸びていますが、利益の部分で大きく影響があったのがセンターフィーの増加です。また物流費、販促費が経費増の中心となっています。センターフィーに関して当社としては社内経費として処理をしています。

得意先さんが物流センターを運営するコストを卸が一部負担をさせていただいている。今までは大手集約でセンターフィーが伸びていた部分が、前期に関しては、大手のドラッグストアさんを中心とした自社のセンターの運営コストが上がっており、その協力により影響がでている。もう一つ販促費。こちらも小売さんに対しての値引き部分でありますので、小売さんの合従連衡は、当社としてはかなり厳しい状況にあります。それを先ほどの商品開発等で補完をしていく形で進めていっております。

メーカーとの協力体制として、大手さんを中心としてドラッグ市場にチャレンジをしたい、もしくはヘルスケア市場にチャレンジをしたい会社さんとの取り組みを今進めているところでもあります。皆さんの関係している会社さんがヘルスケアにチャレンジしたいということがあれば、是非当社に連絡をいただければ企業価値の拡大に当社も一端を担わせていただきたいと思いますのでよろしくお願いします。

### サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

 **SCRIPTS**  
Asia's Meetings, Globally

14

# 子会社 大木製薬 インバウンド対応新製品

## パパーブランドへの新製品投入



大木製薬として、インバウンドの対応商品を改めて発売をしました。もともとパパーゼリーがインバウンドで売っていますが、どうしても製造の関係で数量が作れない部分がありました。新たな製造ラインの確保、ももの葉ローション、肝油、チュアブルのタイプの子供用ビタミンを新発売し、今までこの1品に頼っていた部分をラインナップ追加することによって売上げを増やしていこうと考えています。

これに関しては椿山荘で KOL、インフルエンサーの方々への発表会であったり、これは中国の BAZAAR という雑誌に当社の記事を掲載をしていただいたり、直接中国で販売するわけではないですが、中国の方、もしくは海外の方が日本でお土産需要として、またはインターネットを通じて安心して買っていただくための情報発信をしています。今期に関してはこの拡大を私も期待をしているところです。

### サポート

日本 03-4405-3160 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



## 奈良ドラッグ再編

### FamilyMart **エムズドラッグ**



奈良県で初のファミリーマートとドラッグストア・調剤薬局との一体型店舗

2018年7月  
「ファミリーマート+エムズドラッグ学園大和店」リニューアルオープン

2019年2月  
「ファミリーマート+大和高田店」リニューアルオープン

該当期中、不採算店舗3店舗閉鎖

また、奈良ドラッグで、前期、大きな再編を行いました。7店舗しかないところで不採算店舗を3店舗閉鎖をしています。また、ファミリーマートさんと組み、奈良でドラッグストアとの一体型店舗を初出店、去年の7月に郊外型の調剤一体型の地元密着店舗のモデル店、2月に通常のコンビニに医薬品をOTCを置いたパターンで、2店舗の開店をしています。またECサイトを運営していますので、調剤併設も含めて実質店舗を4店舗とECサイトを2サイトで、今期黒字を目指します。

#### サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

# DSSプロモーション



DSS プロモーション、今までドラッグストアで商品を育てていく、もしくは新しい商品を発売するときテレビのCMに頼るか、もしくは従業員さんがお客さんに説明をするカウンセリングのどちらかでした。

今までテレビCMだけだった部分を、各企業さんも会員向けの動画配信、または店頭での動画配信を進めていますので、当社としてまず自社の推奨品を中心とした動画作成を行っていきます。店頭やチラシにQRコードを使い、お客さんが興味のある商品に対して従業員さんに聞く、もしくはテレビで見る、インターネットを探すといいだけではなくて、携帯さえあればすぐ説明にアクセスできるような環境を整えておこうという部分で、DSS プロモーションのデジスタを立ち上げました。

こちらに関しては、今までの新商品の流れが変わるんじゃないかという部分で期待しています。こちらは、1個1個の売上というよりは、デジスタのプロモーションを使った新商品の拡大に主眼を置いていますので、こちらドラッグさんと取り組みをしながら、またメーカーさんと取り組みをしながら進めていきます。

## サポート

日本 03-4405-3160 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

	2018年3月期末		2019年3月期末		前期末比	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
<b>資産の部</b>						
流動資産	76,893	80.3%	82,681	82.3%	5,788	7.5%
現金及び預金	4,960	5.2%	5,973	6.0%	1,012	20.4%
受取手形及び売掛金	50,285	52.5%	53,914	53.7%	3,628	7.2%
たな卸資産	15,660	16.3%	16,595	16.5%	935	6.0%
未収入金	5,886	6.1%	6,022	6.0%	135	2.3%
貸倒引当金	▲32		▲12		20	▲62.5%
固定資産	18,857	19.7%	17,730	17.7%	▲1,127	▲6.0%
有形固定資産	6,249	6.5%	6,253	6.2%	3	0.0%
無形固定資産	108	0.1%	85	0.1%	▲23	▲21.3%
投資その他の資産合計	12,499	13.1%	11,392	11.4%	▲1,107	▲8.9%
<b>資産合計</b>	<b>95,750</b>	<b>100.0%</b>	<b>100,412</b>	<b>100.0%</b>	<b>4,661</b>	<b>4.9%</b>
<b>負債の部</b>						
流動負債	75,890	79.3%	79,987	79.7%	4,097	5.4%
支払手形及び買掛金、電子記録債務	65,215	68.1%	70,271	70.0%	5,056	7.8%
短期借入金	6,683	7.0%	5,695	5.7%	▲989	▲14.8%
固定負債	3,194	3.3%	2,881	2.9%	▲313	▲9.8%
長期借入金	444	0.5%	423	0.4%	▲21	▲4.7%
<b>負債合計</b>	<b>79,084</b>	<b>82.6%</b>	<b>82,868</b>	<b>82.5%</b>	<b>3,783</b>	<b>4.8%</b>
<b>純資産の部</b>						
資本金	2,486	2.6%	2,486	2.5%	-	-
株主資本合計	11,788	12.3%	13,600	13.5%	1,812	15.4%
その他包括利益累計額	4,866	5.1%	3,904	3.9%	▲962	▲19.8%
<b>純資産合計</b>	<b>16,666</b>	<b>17.4%</b>	<b>17,543</b>	<b>17.5%</b>	<b>877</b>	<b>5.3%</b>
<b>負債純資産合計</b>	<b>95,750</b>	<b>100.0%</b>	<b>100,412</b>	<b>100.0%</b>	<b>4,661</b>	<b>4.9%</b>

18

## サポート

日本 03-4405-3160 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

	2018年3月期	2019年3月期	前年同期比	
	金額	金額	増減額	増減率
営業CF	5,593	2,730	▲2,863	-
投資CF	▲1,473	▲459	1,014	-
財務CF	▲1,654	▲1,259	395	-
期末現金残高	4,940	5,953	1,013	20.5%

	2018年3月期	2019年3月期	前年同期比	
	金額	金額	増減額	増減率
設備投資	340	421	81	23.8%
減価償却費	366	371	5	1.3%

19

貸借対照表またキャッシュフローに関しては、ほぼほぼ上昇分なのでこぼこはありますけれども、問題なく、資金繰りに関しても安定しております。

### サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375  
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

## 剰余金の配当に関するお知らせ

### 1. 配当の内容

	決定額	直近の配当予想 (平成31年2月4日公表)	前期実績 (平成30年3月期)
基準日	平成31年3月31日	平成31年3月31日	平成30年3月31日
1株当たり配当金	18円 普通配当：18円	—	17円 普通配当：14円 記念配当：3円
配当金総額	252百万円	—	238百万円
効力発生日	令和元年6月6日	—	平成30年6月15日
配当原資	利益剰余金	—	利益剰余金

最後に配当について、前期普通配当14円プラス記念配当3円で17円の配当をさせていただきました。今期17円をベースにして1円増配で18円の配当とさせていただきます。

ご清聴ありがとうございました。

### サポート

日本 03-4405-3160 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：**ご説明ありがとうございました。それでは質疑応答に入りたいと思います。なお、この決算説明会は質疑応答部分を含めまして、全文を書き起こして公開する予定です。従って、ご質問の際、会社名氏名を名乗られ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を省略していただいで結構です。

それではご質問がある方は挙手をしていただければと思います。

**オオニシ：**東洋経済のオオニシです。何点かあるので、できれば一問一答でお願いします。大きい目標としては営業利益1%目標ということで、終わった期は残念ながら未達成だったんですが、その要因分析と今期は2,660億の売上に対して1%だと26億円ということで、非常に大幅な増益になってしまっているんですが、そこらへんの自信というか、例えば経費をもうちょっとコントロールできるとか、もしその1%を達成できるとすれば、どんなことで前期はできなかったのが今期はできるのか。その点をまず聞かせていただければと思います。

**松井秀正：**営業利益の1%は3カ年の目標で立てていた部分で、今期最終年度になりますので、今期達成という部分を目指しております。どう達成するか、一つは先ほどいったように、30%までMD品といわれる商品開発、また新規カテゴリーのチャレンジをされるメーカーさんとの取り組みを進めていく形が一つあります。

もう一つ。経費削減に関して、システム化や小人化で経費削減を進めます。もう一つは、先ほどセンターフィーの話、販促費の話がありましたが、どうしても今、合従連衡をしている中で、卸売業に一旦しわ寄せがきてしまっている状況があります。こちらはメーカーさんと話をしながら、商品のリニューアルや取り組みを行い、利益という部分を改めて確保していく方向性で進めていきます。

**オオニシ：**今いった話とも絡むんですが、ずっとおっしゃっているのは自社開発品、川上のメーカーさん、それから川下の小売さん、このあたりとタイアップをしながらいわゆる自社開発をすることによって、これを増やすことによって基本的にはいろいろ合従連衡の中で粗利益とか、コストを抑えられるんだらうから、そこをはねのけるのが大きな戦略だったと思うんです。それで実際に、この資料の中でマーチャンダイジングの売上だとか、アイテム数、順調に伸ばされているんですが、終わった期で恐らく売上対比でいくと2割ぐらい、2割を超えて伸びてはいるんですけど、社長がおっしゃっていた3割にはまだ10%、1割も上げないといけない。

すごく伸びてはいるんだけど、目標がすごく高いので3割まで持つていくのは結構至難じゃないかと思うんですが、前期の成果をどんなふうに捉えられているか。十分やったと、伸ばしたという評価なのか、やっぱり課題がいくらかあって、まだ社長の目から見ると細いという部分があるのか。今期、どのぐらいまで持つていこうとしているのか。もっと加速するよとかということがあればちょっとそのあたりの目標数値みたいなものを含めて、今期の見通しを聞かせてもらえればと思います。

---

### サポート

日本 03-4405-3160 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



**松井秀正**：私としてはまだまだやらなければいけないと思っています。一つは、企業さんのストアブランド、プライベートブランドの部分に関して、そのカテゴリ内での一定割合を持つまで進めていることが大切だと考えます。

こちらに関して、まだまだ取り組みが進んでいない、もっと取り組みをしたい企業さんがあります。濃淡がありますので。やっとプライベートブランド、ストアブランドの一括受託を大木がしているんだという部分で、各メーカーさんや各企業さんが認識をしていただきつつあると。ある程度の市場に、企業さんに認知をしていただいている部分がありますので、営業マンがその分追いついて開発のスピードを上げて、ストアブランド、プライベートブランドの受託は進めていこうと思っています。なので目標としては当初の目標どおり 30%を目指していこうと考えています。

もう1年ぐらいかかるとは思いますけども、会社としては今期中に、社内としては今期中に進めていくぐらいの気持ちを持っています。そうはいつても、あまり過度に進めすぎると粗利益だとかいろんな部分でマイナスの影響が出てきますので、中身が伴った開発を中心として進めていこうと考えています。またメーカーさんに関して、今まで株式会社大木、もしくは大木ヘルスケアという部分が、OTCの企業さんは認識をしていただいていると自負していますが、やっと大手の食品メーカーさんに少したどり着きはじめたかなというのが現状です。ヘルスケアの商品を開発する、もしくは育成をするには大木と組まざるを得ない、もしくは大木がいい、一番いいとなるためにも、様々な業種のメーカーさんとの取り組み商品をアクセル踏んでいこうと思っています。やっと健康食品事業部のアクセルが踏みはじめられたのかなと考えています。

**オオニシ**：最後、3点目なんですが、一応種まきということでそんなにこの中計の中で大きく見込んでいないと思うんですけど海外、上海とベトナムでしたっけ、着手して、さっきの施策の中では日本のインバウンド需要を取り込むみたいないろいろな取り組みをしていると思うんですが、このあたりでもう少し売上とか出てくるのも、これも中計というよりは次のポスト中計、こちらに具体的にはなっていくますか。大きな需要はあると思います。

**松井秀正**：海外対応売上がすごく捉えにくくなっているのが現状です。今、上海大木とベトナムという部分は現地の許認可取得の売上なのでかなり先になると思います。その代わり、特に中国ですけれども、越境 EC が今までグレーゾーンだった部分がある程度クリアな形で商売になっていきますので、越境 EC の対応は国際事業部の売上として計上しています。今まであったインバウンドの中で、店頭売りに関しては通常の営業の売上の中に入っている。もう一つ、去年の夏ぐらいからどちらかというマイナスに働いている越境 EC の中の業者売りも、今、営業の中に入っているんですけども。業者売りの部分を国際事業部だったり企業さんと取り組んでいく、国際として海外売上のチャネルを複数持っていて、こっちのチャネルが薄くなったら次のチャネルに移っていく形で、トータルでいくとプラスになるような形で海外売上のトータルとして対応している状況です。

**オオニシ**：話を聞いて思ったんですけど、結局、国内の事業の売上が上がっているけどというものも含めて、最終的に海外に流れている、上がっている御社の売上はどのくらいなんですか。

**松井秀正**：これは正直分からないところです。もともと家庭薬といわれるものに関しては数十年前から、大体1割から15%ぐらいまでは海外へのお土産需要がありました。それがインバウンドの部分でアイテムによって200%、300%になっているのであれですけども、トータルでいくと企業さんのお店の中での土産需要も含めるとちょっと捉えにくいところです。でも、10%以上はあるだろうなと考えています。その中で、先ほどの中国のインバウンド対応のパパーゼリー自体は日本の店

---

#### サポート

日本 03-4405-3160 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



頭を中心として売っています。海外プロモーションを中心にして、ほとんど日本でプロモーションをかけていませんが、新商品が日本の店頭でかなり売れてきている。パパーゼリーに関してかなりの部分が海外需要ではないかなと考えています。

今まではどちらかというとインバウンドは大木グループとして積極的に対応していませんでしたが、日本のお客様、日本の生活者だけではなくて、海外の生活者の方々に対してもヘルスケアや役立ちを伝えていこうと考えています。

**司会**：ありがとうございます。他に。

**ナカイ**：東海東京のナカイですけど何点かあります。まず1点が、ちょっとしつこいんですけどセンターフィーですけれども、センターフィーの比率が売上に対してコンマ4上がっていて、伸びも売上より上がっていますね。そもそも営業利益が御社の4倍あるんですけど、センターフィーも一巡したかなと思ったんですけど、今センターフィーを要求する側はどんな感じで要求をされていて、大体、額が増えるんでしょうけど比率は頭打ちと見ていいんでしょうか。

**松井秀正**：こちらに関しては、一つはドライバー不足、また人件費ですね。人が確保できない部分で小売さんが委託をしているセンター委託をしている業者さんから小売さんに対して値上げの要請が来て、それを小売さんが受けている状況です。比率としてまだ上がっていくんじゃないかなと。小売さんからは卸に対して、センターフィーの値上げを、コストが運営できないので値上げをさせてほしいというお願いがあります。それに対応して、卸としても一部対応させていただいている。実際のところは比率が上がっていくというのはたぶん引き続きあることだと考えています。

**ナカイ**：人手不足で、働き方改革で、どの業種もみんなそうで足りないじゃないですか。それを御社にセンターフィーという形で押しつけてくるわけですか。

**松井秀正**：お願いをされているという状況です。

**ナカイ**：御社としては受けざるを得ないということですかね。分かりました。それから、不勉強ですみません。コンタクトの話と補聴器の話があったんですけど、新基準の売上で、シェアが急速に上がっていますよね。で、額が減っている。これはどういうことなんですか。

**松井秀正**：ご存知のとおりワンデーコンタクト、今まで一月だとか1週間のコンタクトレンズを使っていたと思うんですけども、市場の大部分が、特に若い人たちがワンデーコンタクトになって、ケア用品自体を使わなくなってきているのが大きいところです。コンタクトケア用品の市場が前同でいくと、大体毎年下がっている状況の中で、当社としてはレッドオーシャンもある程度のところまで行きついているので競争相手がいなくなってきていると。特に流通としては当社が一括で受けられる、もしくはメーカーとしてもある程度当社に一括で取り組みができるんじゃないかということまでできているところです。

**ナカイ**：レッドオーシャンというか残存者メリットが出てきたということですか。

**松井秀正**：そうですね。

**ナカイ**：分かりました。一番最後にご説明があったところでよく分からなかったんですけど、メーカーさんを回っていますと、ロートさんとか、小林さんとか、当然インバウンドなり越境ECなりをやっている、そこを強化されて。インバウンドもECも中国から嫌がらせを受けていろいろ窓口を広げているじゃないですか。それと御社の関係は、むしろそういうことができないメーカーさん

---

#### サポート

日本 03-4405-3160 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



のものを御社が代替してやる。そんなイメージなんですか。そういうメーカーさんと競合するわけですか。

**松井秀正**：基本的に、メーカーさんと連携をさせていただきながらやっています。今回は大木製薬の取組を紹介させていただきましたが、ブロガーさんを各メーカーさんに紹介をさせていただいて、店頭の上は当社を通しての上上になりますので、大手のメーカーさんも含めての連携になります。

**ナカイ**：分かりました。ありがとうございます。

**司会**：ありがとうございました。他にご質問がある方はいらっしゃいますでしょうか。

**サトウ**：ヘルスビジネスマガジン社のサトウです。ありがとうございました。一つご質問があるんですけども。ドラッグの食品売り場を見ていますと、価値というより価格が先行しているように思えます。その中で、先ほど社長がおっしゃられた高齢者対応食品それと他にも健康にいいとされる一般食品がたくさんあるんですけども、その価値を壊さないためにドラッグストアに対して大木さんはどのようなご提案をこれからしていくかお聞かせください。

**松井秀正**：これは難しい、大木単体だけではないんですけども、私として JACDS、ドラッグストアショーを運営しているチェーンドラッグストア協会等に働きかけをして、今までメーカーさんに特に食品メーカーさんにドラッグストアさんと取り組みをしましょうといっても、大体食品メーカーさんは安売りされて商品の価値を壊されるからという部分で跳ね返されていたんですけども、ドラッグストアショーの中に機能価値の訴求をできる提案コーナーを作ったり、ドラッグストアのオーナーと話をしながら、今まで価格訴求はもちろん大事ですけども、ドラッグストアは医薬品、健康食品を含めて、商品育成という部分が強さのもう一つなので、食品メーカーさんに対しても商品育成という部分のドラッグストアの強みを理解してもらおうという話をさせていただいております。

いわゆる健康食品売り場に関しては、月に何個売れるかが商品の評価、もしくはその商品が1回買っていただいたお客さんにリピートしていただけるかが重要な指標になりますので、育成商品、特に食品の育成商品だとか新しい商品に関しては、通常の食品じゃない評価基準をドラッグの店頭の方もしくはバイヤーさんとも共有をしながら進めていっているのが現状になります。

**司会**：ありがとうございました。他にいらっしゃいますでしょうか。終了時間も迫ってきましたので、これをもちまして会社説明会を終了いたします。本日は皆様、お疲れ様でした。ご説明ありがとうございました。

[了]

---

## 脚注

1. 音声不明瞭な箇所については[音声不明瞭]と記載

---

## サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.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	03-4405-3160	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