

株式会社ツルハホールディングス

株式会社ツルハホールディングス

2021年5月期第2四半期決算説明会

2020年12月15日

イベント概要

[企業名]	株式会社ツルハホールディングス		
[企業 ID]	3391		
[イベント言語]	JPN		
[イベント種類]	決算説明会		
[イベント名]	2021 年度 5 月期第 2 四半期決算説明会		
[決算期]	2021 年度 第 2 四半期		
[日程]	2020 年 12 月 15 日		
[ページ数]	33		
[時間]	15:30 - 16:32 (合計 : 62 分、登壇 : 24 分、質疑応答 : 38 分)		
[開催場所]	インターネット配信		
[会場面積]			
[出席人数]			
[登壇者]	3 名		
	代表取締役社長	鶴羽 順	(以下、鶴羽)
	執行役員 管理本部長	村上 誠	(以下、村上)
	経理部 IR グループリーダー	山崎 拓也	(以下、山崎)
[アナリスト名]*	みずほ証券	高橋 俊雄	
	ゴールドマン・サックス証券	河野 祥	
	いちよし経済研究所	柳平 孝	
	USB 証券	高柳 満	
	JP モルガン証券	村田 大郎	

*質疑応答の中で発言をしたアナリストの中で、SCRIPTS Asia が特定出来たものに限る

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



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



登壇

山崎：それではお時間となりましたので、これより株式会社ツルハホールディングス、2021年5月期、第2四半期決算説明会を開催させていただきます。

本日の出席者をご紹介します。代表取締役社長の鶴羽順でございます。

鶴羽：鶴羽です。よろしくお願いいたします。

山崎：執行役員管理本部長の村上誠でございます。

村上：村上でございます。よろしくお願いいたします。

山崎：私、経理部 IR グループリーダーの山崎拓也でございます。本日の司会進行も併せて担当させていただきます。よろしくお願いいたします。

本日の説明会では決算説明会資料を画面共有しながら、ご説明させていただきます。また、当社ホームページに決算説明会資料、決算補足資料、決算短信を掲載しておりますので、併せてご覧ください。

本日の進行ですが、初めに村上より業績概要について、続いて鶴羽より当期の取り組みと方針についてご説明申し上げます。その後、質疑応答に移らせていただきます。質疑応答は Zoom の手を挙げる機能を利用し、指名された方に音声でご質問いただく形式とさせていただきます。

それでは、これより決算説明へ移らせていただきます。よろしくお願いいたします。

村上：あらためまして、管理本部長の村上でございます。本日は、よろしくお願い申し上げます。

それでは私より、業績概要についてご説明申し上げます。ご配布しております決算説明会資料に沿ってご説明申し上げます。

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



増収増益を維持

2021年5月期第2四半期累計

売上高

4,534 億円 (前年比+8.9%)

営業利益高

279 億円 (前年比+17.8%)

ドラッグイレブンの3か月分の実績を含む (6/1~8/31)

事業概況

- ・前期消費増税前の駆け込み需要の反動減
- ・新型コロナウイルス関連需要が継続も、徐々に伸びは鈍化
- ・人件費を中心に販管費の伸び抑制

トピックス

- ・JR九州ドラッグイレブンの業務統合推進
- ・「くらしリズム」ブランドの育成と高付加価値品の展開
- ・精肉・青果の導入拡大

Copyright © TSURUHA HOLDINGS INC.

3

3 ページをご覧ください。まずは、第2四半期累計決算の概要についてご説明申し上げます。

なお、この数値には今年5月にグループ入りしました JR 九州ドラッグイレブンの6月1日から8月31日の3か月間の実績を含んでおります。

売上高 4,534 億円、営業利益 279 億円を着地いたしました。前年比、計画比とも非常に好調な結果であったと考えております。

主な要因として、新型コロナウイルス関連需要が継続したこと、また前期実施された消費増税、駆け込み需要の反動が想定より軽微であったことが挙げられます。これらに加えて、人件費を中心に販管費をコントロールできたことが営業利益の伸長に寄与いたしました。

また JR 九州ドラッグイレブンの業務統合、当社のプライベートブランドである、くらしリズムの展開、加えて今期導入を拡大している精肉・青果販売については、いずれも順調に進捗しております。

それでは、詳細を次ページ以降にてご説明申し上げます。

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

2021年5月期 第2四半期累計 **ドラッグイレブンの3か月分の実績を含む (6/1~8/31)** (百万円 / %)

	前年同期実績		計画		当期実績			
		構成比		構成比		構成比	前年比	計画比
売上高	416,466	100.0	424,400	100.0	453,492	100.0	108.9	106.9
売上総利益	119,614	28.6	123,750	29.2	131,633	29.0	110.0	106.4
販売費・一般管理費	95,850	23.0	102,200	24.1	103,634	22.9	108.1	101.4
営業利益	23,764	5.7	21,550	5.1	27,998	6.2	117.8	129.9
経常利益	24,440	5.9	22,193	5.2	28,330	6.2	115.9	127.7
株式会社主に帰属する当期純利益	15,554	3.7	13,480	3.2	16,587	3.7	106.6	123.1

4 ページをご覧ください。ご覧の実績は、ドラッグイレブンを含んだ連結業績となります。

ドラッグイレブン単体の業績は資料の 20 ページに記載しておりますので、後ほどご参照ください。

【参考】ドラッグイレブン除く業績

2021年5月期 第2四半期累計 (百万円 / %)

	前年同期実績		計画		当期実績			
		構成比		構成比		構成比	前年比	計画比
売上高	416,466	100.0	424,400	100.0	440,546	100.0	105.8	103.8
売上総利益	119,614	28.6	123,750	29.2	128,071	29.1	107.1	103.5
販売費・一般管理費	95,850	23.0	102,200	24.1	100,157	22.7	104.5	98.0
営業利益	23,764	5.7	21,550	5.1	27,913	6.3	117.5	129.5
経常利益	24,440	5.9	22,193	5.2	28,251	6.4	115.6	127.3

売上高

- ・ 既存店前年比 上期+3.4%
- ・ 新型コロナ関連商品の需要増

売上総利益

- ・ 医薬品・化粧品などの季節商材が苦戦
- ・ 調剤・日用雑貨の粗利率向上

販売費・一般管理費

- ・ 人件費のコントロール・販促抑制などによる販管費率改善

前年比、計画比については、ドラッグイレブンの数値を除いた 6 社の実績でご説明申し上げます。次ページの 5 ページをご覧ください。

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



ドラッグイレブンを除く業績となります。売上高、前年比 105.8%、計画比 103.8%。売上総利益、前年比 107.1%、計画比 103.5%。販売管理費、前年比 104.5%、計画比 98.0%。営業利益、前年比 117.5%、計画比 129.5%。経常利益、前年比 115.6%、計画比 127.3%となりました。

売上高については既存店前年比がプラス 3.4%と、新型コロナ関連商材の需要継続等により伸びました。また、売上総利益は医薬品・化粧品など季節商材は苦戦したものの、調剤・日用雑貨の粗利率向上により、前年比、計画比ともにクリアいたしました。販売費・一般管理費については人件費のコントロール・販促抑制などにより、販管費率が改善しております。

四半期業績推移

2021年5月期 第2四半期決算報告書
株式会社ツルハホールディングス

当期

	前1四半期			前2四半期		
	実額	前年比	前年比	実額	前年比	前年比
売上高	224,623	100.0	107.6	228,669	108.0	119.2
売上総利益	65,076	29.0	108.8	66,556	29.1	115.8
販売費・一般管理費	49,913	22.2	105.8	53,720	23.5	109.6
営業利益	15,162	6.8	120.1	12,835	5.6	115.2
経常利益	15,328	6.8	119.1	13,001	5.7	112.4
親会社株主に帰属する 当期純利益	9,137	4.1	104.7	7,450	3.3	199.1

【参考】ドラッグイレブン除く業績

	当四半期		
	実額	前年比	前年比
売上高	215,923	100.0	104.0
売上総利益	62,995	29.2	105.4
販売費・一般管理費	50,244	23.3	103.3
営業利益	12,751	5.9	114.5
経常利益	12,923	6.0	111.7

前期

	前1四半期			前2四半期			前3四半期			前4四半期		
	実額	前年比	前年比	実額	前年比	前年比	実額	前年比	前年比	実額	前年比	前年比
売上高	208,805	100.0	109.3	207,661	106.0	108.2	209,142	100.0	102.7	215,427	100.0	110.0
売上総利益	59,620	28.6	111.1	59,793	28.6	109.8	61,098	29.2	105.3	63,548	29.5	110.6
販売費・一般管理費	47,197	22.6	110.9	48,653	23.4	107.7	48,334	23.1	102.8	55,064	25.6	116.6
営業利益	12,623	6.1	111.8	11,140	5.4	120.0	12,764	6.1	116.0	8,484	3.9	82.8
経常利益	12,868	6.2	110.5	11,571	5.6	118.6	12,965	6.2	115.2	8,892	4.1	83.5
親会社株主に帰属する 当期純利益	8,727	4.2	120.8	6,827	3.3	119.4	7,748	3.7	119.1	4,596	2.1	85.5

Copyright © TSURUHA HOLDINGS INC.

6

次ページの 6 ページをご覧ください。四半期の業績推移となります。

ご覧のとおり第2四半期はドラッグイレブンを連結した関係で、売上高他、前年対比で高い伸びを示しておりますが、資料右上に記載しておりますドラッグイレブンを除く業績では、第1四半期に比べ第2四半期は前年の消費増税駆け込み需要の反動およびコロナ需要が少し落ち着いてきたことから、前年対比の伸びが鈍化しております。

サポート

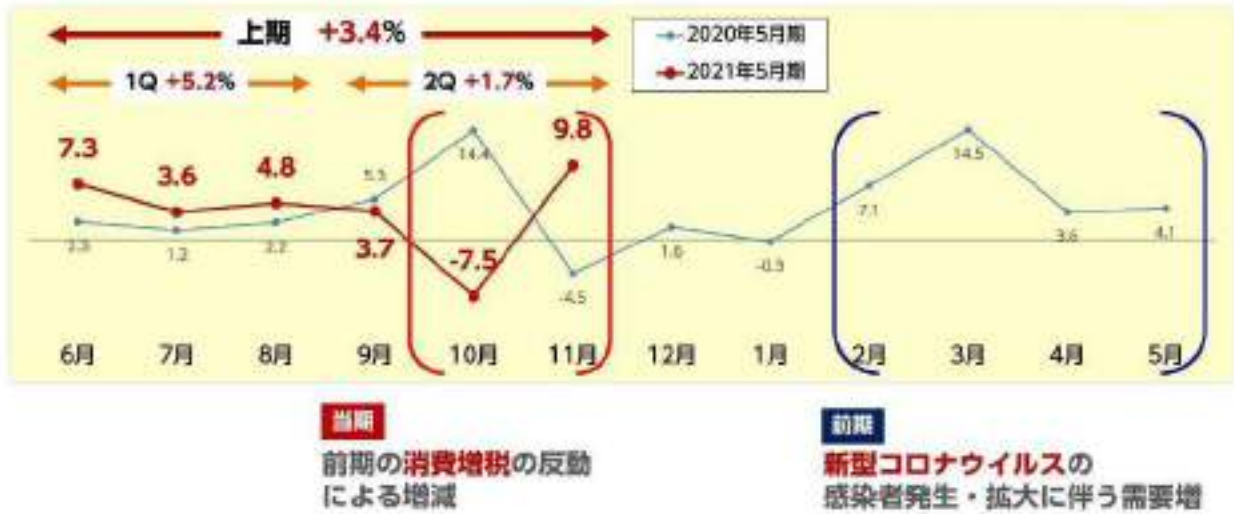
日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com



既存店売上高（13か月経過店舗）月次推移

2021年5月期 第2四半期決算説明会資料
株式会社ツルハホールディングス

※ドラッグイレブン除く



Copyright: TSURUHA HOLDINGS INC.

7

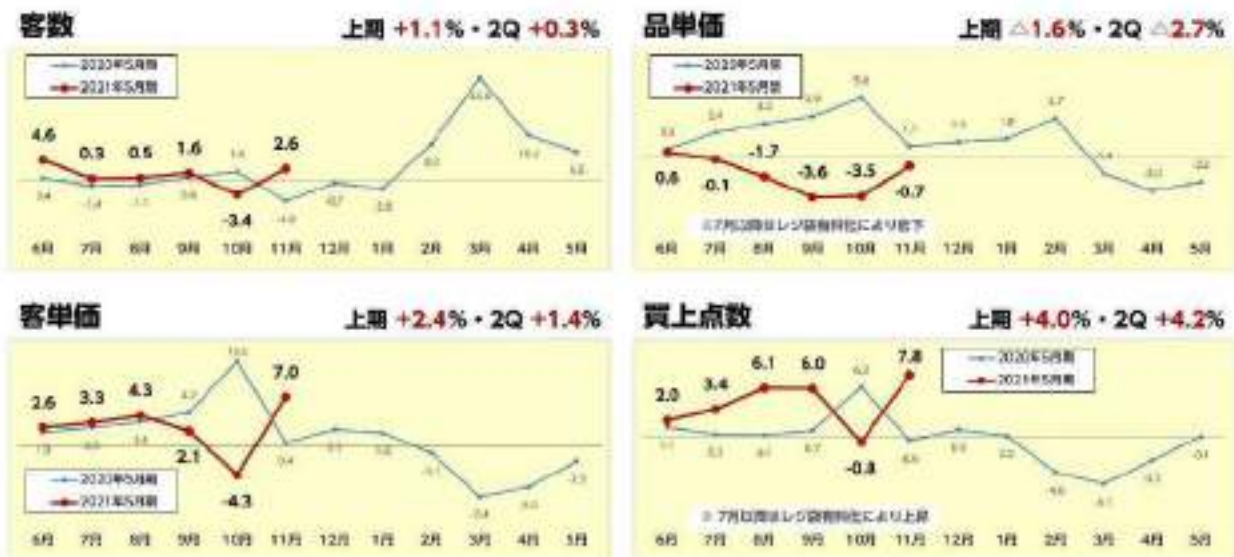
次ページ、7ページをご覧ください。既存店売上高の月次の推移です。なお、ドラッグイレブンは除いた数値となっております。青色が前年、赤色が今年の数値を示しております。

第2四半期累計でプラス3.4%、通期での計画値はプラス0.3%としておりましたので、堅調な結果となったと考えております。先ほどご説明したとおり、第2四半期は前年の消費増税の反動による増減要因が大きくなっております。

既存店売上高（13か月経過店舗）詳細

※ドラッグイレブン除く

2021年5月期 第2四半期決算説明会資料
株式会社ツルハホールディングス



Copyright: TSURUHA HOLDINGS INC.

8

次ページ、8ページをご覧ください。既存店売上高の詳細です。

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



コロナの影響に伴う来店回数の増加による客数増、また買上点数の増加による客単価増によって、既存店の売上高が伸長いたしました。

なお、7月1日よりレジ袋が有料化されました。この影響は品単価に対して約1%、買上点数に対して約2%から3%となります。

出店・閉店状況

2021年5月期 第2四半期決算説明会資料
株式会社ツルハホールディングス

地域別状況

	2020年 店舗数	2021年5月期					2021年5月期 店舗数
		開店	閉店	子会社化	増減	増減率	
北海道	404	10	8	-	+2	406	
東北	506	16	1	-	+15	521	
関東甲信越	473	18	8	3	+13	486	
中部・関西	233	7	5	-	+2	235	
中国	300	5	3	1	+3	303	
四国	211	7	6	-	+1	212	
九州・沖縄	23	2	8	202	+196	219	
国内計	2,150	65	39	206	+232	2,382	
<small>(注)増減率 48.9%</small>							
海外(タイ)	22	2	2	-	0	22	

事業会社別状況

	2020年 店舗数	2021年5月期					2021年5月期 店舗数
		開店	閉店	子会社化	増減	増減率	
ツルハ	1,253	39	18	-	+21	1,274	
くすりの橋太郎	230	10	6	-	+4	234	
T G N	286	4	5	-	+1	285	
レディ薬局	228	5	5	-	0	228	
密林堂薬局	84	3	-	-	+3	87	
B & D	68	1	-	-	+1	69	
ドラッグイレブン	-	3	5	206	+204	204	
TGMD (EC本部)	1	-	-	-	0	1	
国内計	2,150	65	39	206	+232	2,382	

Copyright © TSURUHA HOLDINGS INC.

9

次ページ、9ページをお願いいたします。出店・閉店状況です。

第2四半期累計で開店65店舗、閉店39店舗、ドラッグイレブンの子会社化による店舗増206店舗で、国内のグループ店舗数が2,382店舗となりました。

またタイについては開店2店舗、閉店2店舗で、総数22店舗となっております。

ドラッグイレブンを除いた出店・閉店についてはコロナの影響はありましたが、ほぼ当初の計画どおりの進捗となっております。

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@scriptsasia.com



地域別売上高

(%)

	当期売上高 構成比	既存売上高 前年同期比		
		2021年 5月期 上期	2019年 5月期 前期	2020年 5月期 前期
北海道	17.7	101.7	103.8	103.1
東北	20.2	101.8	104.3	104.5
関東甲信越	17.1	100.7	104.0	101.9
中部・関西	18.3	96.9	101.3	99.2
中国	15.0	102.6	107.1	108.3
四国	8.1	101.7	104.2	105.7
九州	3.6	106.6	123.6	112.8
合計	100.0	101.5	104.2	103.4

会社別売上高

(%)

	既存売上高 前年同期比		
	2019年 5月期 前期	2020年 3月期 前期	2021年 5月期 上期
ツルハ	101.5	103.0	102.3
くすりの福太郎	99.2	103.1	98.5
T G N	102.3	108.2	108.0
レディ薬局	102.7	104.3	107.1
杏林堂薬局		104.8	103.7
B & D			103.6
合計	101.5	104.2	103.4

Copyright TSURUHA HOLDINGS INC.

10

次ページ、10ページをご覧ください。地域別、会社別の売上概況です。これについても、ドラッグイレブンを除く数値となります。

地域別では、インバウンド減少の影響を大きく受けた中部・関西地区の苦戦、また駅前立地、オフィス街立地店舗の多い関東甲信越地域が苦戦を強いられました。一方、巣ごもり需要等の追い風のあった郊外店、住宅立地の店舗の多い地域では、好調な数値となりました。

また会社別ではコロナのマイナス影響の大きかったくすりの福太郎が苦戦いたしました。

商品群別実績（連結）

2021年5月期 第2四半期累計

※通信販売を含む (百万円 / %)

	売上高	前年比		売上総利益率		
		前年比	構成比	前年比	前年比	
商品	医薬品	92,975	102.1	20.5	42.5	+1.0
	調剤	43,926	104.8	9.7	39.9	+2.9
	OTC	49,049	99.9	10.8	44.8	-0.5
	化粧品	64,583	90.8	14.2	33.3	+0.3
	日用雑貨	130,352	113.9	28.8	27.1	+2.2
	食品	104,880	111.1	23.1	14.5	-1.6
	その他	58,744	134.8	13.0	32.5	+1.1
商品合計	451,536	108.9	99.6	28.9	+0.3	
合計	453,492	108.9	100.0	29.0	+0.3	

Copyright TSURUHA HOLDINGS INC.

11

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



次ページ、11 ページをご覧ください。商品群別の実績となります。

ドラッグイレブンを含んだ連結の数字はご覧のとおりです。詳細につきましては、ドラッグイレブンを除いた数値でご説明申し上げます。

【参考】ドラッグイレブン除く商品群別実績

2021年5月期 第2四半期決算説明会資料
株式会社ツルハホールディングス

2021年5月期 第2四半期累計

※通信販売を含む (百万円 / %)

商品	品名	売上高		売上総利益率		
		前年同	増減率	前年同	増減率	
商品	医薬品	90,559	99.5	20.6	42.6	+1.1
	調剤	43,339	103.4	9.9	39.9	+2.9
	O T C	47,220	96.1	10.7	45.1	-0.2
	化粧品	62,594	88.0	14.2	33.4	+0.4
	日用雑貨	126,232	110.3	28.7	27.4	+2.5
	食品	104,171	110.3	23.6	14.5	△1.6
	その他	55,079	126.4	12.5	32.6	+1.2
	商品合計	438,636	105.8	99.6	29.0	+0.4
合	計	440,546	105.8	100.0	29.1	+0.4

医薬品

- ・調剤の粗利率上昇 (-P13)
- ・かぜ薬など季節商材の不振

日用雑貨

- ・メーカー・卸極との施策 (JBP) による粗利押し上げ

食品

- ・競合店対策などによる影響

商品群「その他」の内訳 (百万円 / %)

商品	売上高 + FOSベース		
	前年同	増減率	
健康食品	15,832	104.7	3.6
医療用品・介護	28,679	165.3	6.5
育児用品	10,315	95.8	2.4

Copyright © TSURUHA HOLDINGS INC.

12

次ページ、12 ページをご覧ください。医薬品についてはかぜ薬など季節品が不振でしたが、調剤については、徐々に売上高が昨対比で戻ってきております。

化粧品に関しては、引き続きコロナの影響で苦戦を強いられている状況です。

一方、日用雑貨、食品については巣ごもり需要の継続により、売上が好調でした。

その他につきましては、マスクが含まれております医療用品の売上がカテゴリ全体の伸びを牽引いたしました。

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@scriptasia.com



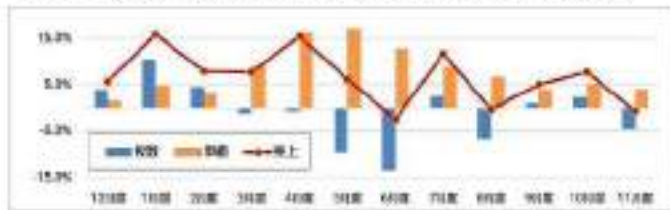
連結実績

	上期 累計			前期2四半期	
	前年同期実績	当期末実績	前年比	実績	前年比
調剤売上高 (百万円)	41,926	43,926	104.8	22,835	106.7
粗利率 (%)	37.0	39.9	+2.9	42.2	+5.4
処方箋枚数 (千枚)	4,179	4,118	98.5	2,179	103.1
単価 (円)	10,031	10,665	106.3	10,478	103.5

【参考】ドラッグイレブン除く実績

	上期累計		前期2四半期	
	実績	前年比	実績	前年比
調剤売上高 (百万円)	43,339	103.4	22,248	104.0
粗利率 (%)	39.9	+2.9	42.2	+5.4
処方箋枚数 (千枚)	4,042	99.7	2,102	99.5
単価 (円)	10,722	106.9	10,580	104.5

【参考】直近1年間の調剤売上・処方箋枚数・単価推移（イレブン除く）



薬価改定後の交渉妥結により
第2四半期は粗利率が上昇（一過性要因）

- ・ 枚数減少・単価上昇の傾向は徐々に緩和
- ・ 服薬指導などの対人業務を強化
- ・ 後発医薬品の使用推進

次ページ、13 ページをご覧ください。調剤部門の実績となります。

左下の表をご覧ください。ご覧のとおり第1四半期で落ち込んだ売上も第2四半期に入り、徐々に回復している状況でございます。

また、売上総利益については薬価改定後の交渉が妥結したことにより、第2四半期は粗利率が上昇いたしました。

プライベートブランド販売実績 ※ドラッグイレブン除く

PB区分別実績

	売上高			売上構成比 ※対 調剤除く医薬売上		売上粗利率	
	前期	当期	前年比	実績	前年増減	実績	前年増減
くらしリズム シリーズ	4,001	11,065	236.4	2.8	+1.6	46.4	△2.2
エムズワン・ メディスワン	12,431	9,453	76.0	2.4	△0.9	41.2	△3.1
小 計	17,113	20,518	119.9	5.2	+0.6	44.0	△1.4
専売品・ 企業製薬品	11,599	11,070	95.4	2.8	△0.3	45.2	△1.2
合 計	28,712	31,589	110.0	8.0	+0.3	44.4	△1.4

SKU数

	SKU数			合計
	くらしリズム+エムズワン・ メディスワン	専売品・ 企業製薬品	合計	
医薬品	77	55	623	755
食品	40	193	383	526
医療用品	184	112	118	414
育児用品	3	5	15	23
化粧品	70	8	170	248
日用品	268	71	327	666
計	642	354	1,636	2,632

売上高

- ・ くらしリズム+エムズワン
合算目標 週期400億円に
対し順調な進捗

粗利率

- ・ マスクの粗利率低下
- ・ かぜ薬・ドリンクなどの
季節品が不振

SKU数

- ・ 期初から140SKU増
- ・ くらしリズム週間目標
700SKUへ好調に推移

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



次ページ、14 ページをご覧ください。プライベートブランドの販売実績となります。この数値も、ドラッグイレブンは除いております。

第2 四半期累計のプライベートブランド合計売上高は 315 億円で、前期比 110%、売上構成比は 8% となりました。

マスクの粗利率低下と、かぜ薬・ドリンクなどが不振であったことから、粗利率は 1.4% のマイナスとなりましたが、売上高はコロナ関連商材の伸長により、好調に推移いたしました。

また新ブランドである、くらしリズムの新規商品投入も順調に推移しており、通期目標達成へ順調な進捗状況です。

販売費および一般管理費

2021年5月期 第2四半期決算発表資料
株式会社ツルハホールディングス

連結実績 ※ドラッグイレブン含む

(百万円 / %)

		2019年		2020年		2021年	
		5月期	前年比	5月期	前年比	5月期	前年比
人件費	金額	44,496	131.0	48,643	109.3	53,133	109.2
	売上比	11.6	+0.6	11.7	+0.1	11.7	0.0
販売促進費	金額	2,723	155.8	2,907	106.8	2,803	96.4
	売上比	0.7	+0.1	0.7	0.0	0.6	-0.1
地代家賃等	金額	20,098	116.0	22,027	109.6	23,423	106.3
	売上比	5.2	-0.4	5.3	+0.1	5.2	-0.1
その他経費	金額	20,411	129.3	22,271	109.1	24,273	109.0
	売上比	5.4	+0.2	5.3	-0.1	5.4	+0.1
販売費・ 一般管理費	金額	87,729	127.5	95,850	109.3	103,634	108.1
	売上比	22.9	+0.5	23.0	+0.1	22.9	-0.1

人件費

- ・ 労働時間の適正化、時間外手当の削減など**良好なコントロール**

販売促進費

- ・ 販促・イベント**減少**による未消化
- ・ 1Q末のポイント残高が消化され**ポイント引当費用**は例年並みの水準で着地

Copyright © TSURUHA HOLDINGS INC.

15

次ページ、15 ページをご覧ください。販売費および一般管理費の実績です。これについては、ドラッグイレブンの数値を含んだものとなります。

第2 四半期も第1 四半期に続き、計画値を下回る費用となりました。これは労働時間の適正化による人件費のコントロールと、コロナの影響による販促・イベントの減少が要因となります。

以上で、私からのご説明を終了いたします。当期の取り組みと方針については、鶴羽社長よりご説明いただきます。

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



2021年5月期 計画 修正計画

売上高 **9,200** 億円 (前年比+9.4%) 営業利益高 **490** 億円 (前年比+8.9%)
※ JR九州ドラッグイレブンの実績11.5か月分を含む (20.6.1~21.5.15)

- JR九州ドラッグイレブンの子会社化
- プライベートブランド「くらしリズム」の展開
- スマートフォンアプリの活用・デジタル推進
- システム導入による人時管理の適正化
- 精肉・青果の委託販売取扱い拡大

Copyright © TSURUHA HOLDINGS K.K.

17

鶴羽：ここからは鶴羽より、当期の取り組みと方針についてご説明させていただきます。よろしくお願いいたします。

それでは17ページになります。2021年5月期の計画は、ご覧のとおり修正させていただきます。

当初の発表では売上高8,600億円、営業利益高452億円でしたが、売上高9,200億円、営業利益高490億円と修正させていただきます。

修正の理由は5月28日付で子会社化しました、JR九州ドラッグイレブン株式会社の2020年6月1日から2021年5月15日までの11.5か月分の業績を連結することが一つ目の理由になります。

二つ目は、当社の上期業績が好調に推移したことを鑑みて修正をいたしました。下期もこの計画を達成すべく、主に実行すべき項目は記載の事項になります。この後に、各項目を説明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



2021年5月期計画（上期・下期）

2021年5月期 第2四半期決算説明会資料
株式会社ツルハホールディングス

(百万円 / %)

	上期実績			下期計画			当期計画		
		増減比	前年比		増減比	前年比		増減比	前年比
売上高	453,492	100.0	108.9	466,508	100.0	109.9	920,000	100.0	109.4
売上総利益	131,633	29.0	110.0	135,367	29.0	108.6	267,000	29.0	109.3
営業利益	103,634	22.9	108.1	114,366	24.5	110.6	218,000	23.7	109.4
営業利益	27,998	6.2	117.8	21,002	4.5	98.8	49,000	5.3	108.9
経常利益	28,330	6.2	115.9	20,070	4.3	91.8	48,400	5.3	104.5
経常利益に相当する 経常利益	16,587	3.7	105.6	10,413	2.2	84.4	27,000	2.9	96.8

Copyright TSURUHA HOLDINGS INC.

18

18 ページ、ご覧ください。修正した計画の上期と下期の内訳になります。

修正の結果、通期で売上高前年比は 109.4%、営業利益高 108.9%になります。

2021年5月期 出店計画

2021年5月期 第2四半期決算説明会資料
株式会社ツルハホールディングス

地域別出店計画（連結）

	2020年 出店数	2021年5月期					累計出店数
		新店	閉店	増減数	増減率	期末出店数	
北海道	404	21	11	-	+10	414	
東北	506	29	3	-	+26	532	
関東甲信越	473	36	8	3	+31	504	
中部・関西	233	19	11	-	+8	241	
中国	300	14	3	1	+12	312	
四国	211	10	8	-	+2	213	
九州・沖縄	23	7	11	202	+198	221	
国内計	2,150	136	55	205	+287	2,437	
(注) 新規 42店舗							
海外（タイ国）	22	2	2	-	0	22	

会社別出店計画（連結）

	2020年 出店数	2021年5月期					累計出店数
		新店	閉店	増減数	増減率	期末出店数	
ツルハ	1,253	84	27	-	+57	1,310	
くすりの若太郎	230	15	5	-	+10	240	
T G N	286	15	6	-	+9	295	
レデイ薬局	228	8	7	-	+1	229	
百林堂薬局	84	5	1	-	+4	88	
B & D	68	3	1	-	+2	70	
ドラッグイレブン	-	6	8	206	+204	204	
TGMD（EC本部）	1	-	-	-	0	1	
国内計	2,150	136	55	205	+287	2,437	

Copyright TSURUHA HOLDINGS INC.

19

次、19 ページお願いします。出店計画になります。

計画について変更等はございませんが、今回からドラッグイレブンの数字を加えております。当初の出店 130 店舗から 136 店舗、閉店は 47 店舗から 55 店舗となっております。

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@scriptsasia.com



ドラッグイレブン子会社による 204 店舗増加分も加えまして、2021 年 5 月期の期末店舗数は 2,437 店舗になる予定でございます。

当期の取り組み

2021年5月期 第2四半期決算説明会資料
株式会社ツルハホールディングス

JR九州ドラッグイレブン(株)の子会社化

スケールメリットを生かした
統合シナジーの最大化と収益性向上



仕入条件の改善

9月から**共同仕入れ**開始

間接部門を中心とした**業務統合**

効率化・コスト低減

プライベートブランド商品の導入

10月から順次開始

既存店の底上げ・活性化

不採算店舗の**スクラップ&ビルド**の推進

ドラッグイレブン業績
(当四半期連結対象：6/1-8/31)

	実績	前年比
売上高	12,946	100.0
売上総利益	3,575	27.6
営業総利益	3,335	25.8
営業利益	240	1.9

Copyright © TSURUHA HOLDINGS INC.

20

次、20 ページお願いします。

この今期グループ入りしましたドラッグイレブンにつきましては、早期にシナジーを発揮するため、実務レベルで現在統合作業を進めております。9月16日より共同の仕入れがスタートいたしました。仕入れ条件の改善が今後見込まれる予定でございます。

また、その他、調剤部門、店舗開発部門、またシステム部門や管理部門等でも統合が進んでおりますので、こちらでも効率化とコスト低減が見込まれる予定です。

プライベートブランド商品の導入も既に始まっておりまして、当社ブランドのくらしリズムも既に300SKUを超える商品が導入をされております。

また、ドラッグイレブンの課題であります既存店の底上げ・活性化をするべく、スクラップ&ビルドと改装の推進を今後行っていきます。現在、店舗の精査とスケジュールを作成中でございます。今期末、または来期に向けて、スピードを上げて実施をしていきたいと考えております。

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@scriptsasias.com



「くらしリズム」を中心としたPB展開

SKU数拡大による「くらしリズム」ブランドの育成と 専売品を含めた高付加価値品の展開

メーカー共同開発商品の展開

グループのスケールメリットに加え
提案力・販売力の強さを背景とした
高品質PBの開発・全店展開



ファンケルとの共同開発商品「セラアクア」(10/1発売)

管理栄養士との連携

食品のPB商品開発に管理栄養士が参加し
管理栄養士の活動・取り組みとの
シナジー創出を図る



ツルハグループの
管理栄養士おすすめ
ナッツシリーズ
(10月発売)

Copyright © TSURUHA HOLDINGS INC.

21

21 ページをお願いします。プライベートブランド商品についてです。

グループ共通のプライベートブランド商品のくらしリズムは当初計画どおり期中に 200SKU 増加の、今期末 700SKU に向けて開発が進んでおります。

10 月には、ファンケルと共同開発をしましたセラアクアという商品を発売しました。高品質で、差別化になる付加価値商品でございます。

また、現在グループで活動を強化しております管理栄養士監修の商品の第 1 弾、管理栄養士おすすめナッツシリーズを発売しております。今後もこのようにヘルスやビューティーのカテゴリーで差別化できる商品を開発していきたいと考えております。

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@scriptsasias.com



アプリの活用推進とデジタル戦略

1to1マーケティングの実現に向けた基盤の構築・ 接客・カウンセリング力を生かすデジタルツールの活用

スマートフォンアプリの利用促進

ダウンロード数 約**190**万件
アプリ特典・機能の強化を通じた
さらなる**ユーザー拡大**

「夢クーポン」予約機能の追加
購買履歴に基づくおすすめ
クーポンをアプリで選択
→店頭端末で一括印刷し利用



新しい**カウンセリング活動**の推進

肌測定、タッチアップに代わる
非接触型カウンセリング

タブレット端末等を使った
カウンセリング
(レディ薬局事例)



Copyright: TSURUHA HOLDINGS INC.

22

22 ページお願いいたします。こちらはスマートフォンのアプリとデジタル推進についてです。

要となります自社アプリのダウンロードを現在推進しております。今期末の目標としまして、現在カード会員様、約1,100万人からの移行と、さらに新規会員も含めまして、400万人の会員様にアプリをダウンロードしていただく目標を掲げております。

直近では、200万ダウンロードされております。少し遅れておりますが、期末までには何とか達成できるものと考えております。

まずは、このお客様と接点になるアプリを活用できる状態を早急に作りまして、それと並行して、個々のお客様のニーズに合った精度の高いマーケティングを実現できる体制を今後構築してまいります。

また、コロナ禍による接客方法の変化にも対応していきます。特に化粧品の接客などでは、非接触の対応もできるように、デジタルなどを活用した方法を何種類か実験で取り入れております。今後も幅広い対応策を準備していきたいと考えております。

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@scriptsasias.com



精肉・青果の 展開拡大

既存店の改装と
新店への導入

当四半期末 **660店**
(期中+**300店**)

委託販売によるラインロビングで
作業を増やさず**来店頻度**を向上



人時管理の 適正化

労働時間・残業時間の
管理強化

システム導入による
可視化・効率化

シフト作成支援システムの活用
10月 ツルハ調剤店舗に導入
ーツルハ全店に導入完了
他の事業会社への導入
(来期以降)

オリコン顧客満足度ランキング

ツルハ
ドラッグ **総合1位**

「会員サービス・特典」
「利用のしやすさ」で
特に高評価を頂きました

くすりの
福太郎 **関東地区1位**

杏林堂 **東海地区1位**

ウォンツ **中国・四国地区
2位**

Copyright TSURUHA HOLDINGS INC.

23

23 ページお願いいたします。その他の取り組みといたしまして、精肉・青果の取扱店舗を増やしております。

導入店舗は300店舗増えまして、現在660店舗になりました。コロナの影響もありまして、お客様のワンストップショッピングのニーズの高まりもありまして、導入店舗では売上客数の伸長に寄与をしております。

人件費の適正のため、シフト作成支援システムの導入を進めておりますが、現在は株式会社ツルハの調剤薬局にも10月に導入が完了しました。これによって、ツルハほぼ全店で導入が完了したことになります。

残業代の適正化やパートタイマーの労働時間など、一定の効果が始まっております。今後も勉強会の実施や現場の意見も聞きながら、運用の最適化のアップデートを継続的に行ってまいります。また、今期末には他の事業会社への導入も進めていく予定でございます。

また、オリコン顧客満足度ランキングがございまして、こちら記載のとおりツルハグループの各社が高い評価をいただきました。これはほんの一例でございまして、業界ではさまざまな顧客満足評価が行われております。数多くの審査の結果を真摯に受け止めまして、接客対応の教育を中心に、お客様に選んでいただける店舗運営を、グループを挙げて取り組んでまいります。

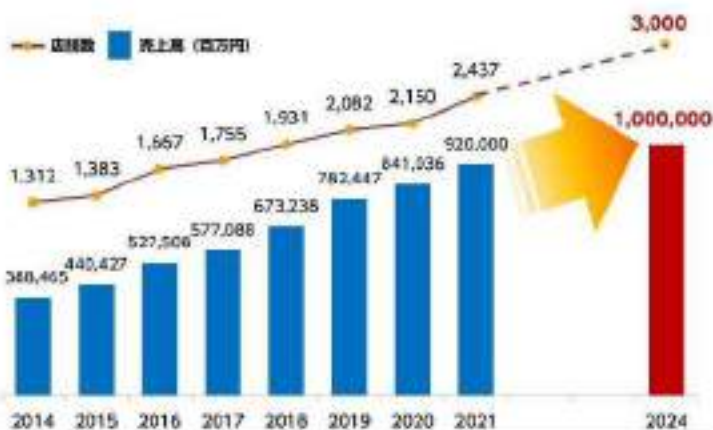
サポート

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



**2024年5月期
中期目標**

店舗数 **3,000** 店舗 売上高 **1兆円**



- 専門性・利便性の追求
- ドミナントエリア戦略に基づく店舗展開
- PB商品の展開拡大・商品力向上
- グループの組織力・収益力強化

Copyright: TSURUHA HOLDINGS INC.

24

次、24 ページお願いいたします。

こちらはいつも出している中期目標になりますが、2024年5月期、売上高1兆円、店舗数3,000店舗。こちらは変わらず、この目標に向かって頑張っていきます。

当社の事業とSDGs

ツルハグループ 経営理念

お客様に笑顔に寄り添いお役に立てよう。
日本を明るくツルハグループがやる。
「ツルハグループこそ最高のドラッグストアだ」
「また来よう、みんなに教えてあげよう。」
お客様に誇りに思ってもらえるドラッグストアにならう。
また他業の方々に
「あのドラッグストアはすごい！」
「あのドラッグストアがほしい！」
と自慢と誇りをもって推薦してもらえよう。
ドラッグストアにならう。
そんなことが、当社の使命と目的を生み出し、
お客様と従業員一人一人の笑顔が溢れる、
豊かさと、未来を保障し、社会へ貢献できる
おたごみ店である。

地域の生活を守るライフラインとして、健康な暮らしをお手伝いするとともに、雇用や経済活動の場を提供し、社会に貢献する



個別の取り組み

レジ袋有料化・販売収益の寄付

約3,000万円を
日本ユニセフ協会へ寄付



ピンクリボン活動への支援

くらしリズム
リリナトイレットロールの
売上金の一部を寄付



車いすの寄贈

2000年以降 毎年実施
累計 2,850台



Copyright: TSURUHA HOLDINGS INC.

25

25 ページお願いいたします。最後に SDGs の取り組みになりますが、われわれの経営理念の実現を目指すことで貢献することも非常に多くあるとは考えております。

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@scriptsasia.com



具体的な直近の事例といたしましては、こちらに記載されていますようにレジ袋の有料化を開始しまして、その販売額の3,000万円を日本ユニセフへ寄付をいたしました。

他にもいろいろございますが、ピンクリボン活動の支援や、長年継続させていただいております車いすの寄贈、こういったものをここに載せさせていただきました。

今後も地域の生活を守るライフラインとしての役割を果たして、企業としても社会に貢献できるように努めてまいります。今後もよろしくお願いいたします。

以上で、ご説明を終わらせていただきます。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@scriptsasia.com



質疑応答

山崎：それでは、質疑応答に移らせていただきます。

質疑応答は、Zoomの手を挙げる機能を利用いたします。既に手を挙げていただいていますので、今解除いたします。お待たせいたしました、お願いいたします。

高橋：みずほ証券の高橋でございます。詳細なご説明、ありがとうございました。ちょっと大きな質問を二つと、あと、いつものように細かい確認を一つさせていただければと思いますので、最初に質問を申し上げてまいりますね。

まず、1点目ですが、先ほどJR九州のお話いただいて、共同調達もスタートされているということで、3カ月前も同じようなご質問、この回でも出たかと思うんですが。その後、3カ月やられてみて、あらためてその強みだったり、弱みだったり、あるいは既存店を底上げするためにスクラップ&ビルドを加速されるということなんですが、どういう形のスクラップ&ビルドをするとバリューアップができると考えてらっしゃるかを、ぜひ教えていただければというのが一つ目のご質問です。

二つ目ですけれども、今回の上期、かなりいい決算だったと思うんですが、もちろんトップラインが伸びたのもあると思いますし、経費もしっかりコントロールされていると思うんですが。ちょっと細かくなって恐縮なんですけど、それぞれの子会社、業績の数値出していただいているので、数字はちゃんと見れば分かるんですが、マネジメントされる立場からご覧になって、頑張った会社、頑張っていない会社、あるいは売上がよかったとか、経費がもうちょっととか、その上期のもう少し評価をしていただきたいということなんですけど。

うまくいった部分、あるいはもう少しここら辺はできたのではないかとこの部分がありましたら、子会社別でも結構ですし、あるいは売上、販管費というレベルでも結構ですので、もう少し詳細をご説明いただければというのが二つ目です。

最後、三つ目なんですけど、ちょっと細かいデータのご質問なので、恐らく山崎さんに答えていただけるのが簡単かと思うんですが。一つ目は、いつもご質問させていただいている地域別の営業利益率を教えていただきたいということと。

それから今回、通期の計画の中で特損を下期にかなり計上されるということで、当期利益は計画修正されていないと思うんですが、この背景を教えていただきたいということと。

多くてすみません、次で最後です。下期にJR九州ドラッグイレブンの8.5カ月分が乗っかってくると思うんですが、B&Dのときは、確かサードクォーターに5.5カ月分が乗って、第4四半期は3カ月だったと思うんですが、今回もそういうパターンになるのか。それとも、まだ決まっていなければ決まっていなくて結構なんですけど、もし決まっていたら教えてください。すみません、盛りだくさんになってしまいましたが、以上よろしくお願ひします。

山崎：ありがとうございます。

鶴羽：それでは1番目の質問、鶴羽よりお答えいたします。

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@scriptsasias.com



ドラッグイレブンについてのご質問でしたが、ドラッグイレブンの強みと考えておりますのは、小型店ではありますが、ヘルス&ビューティーに特化した販売力を持っている企業だと認識しております。

今後、スクラップ&ビルドに関しましては、当然今、インバウンド、赤字店舗の閉店の整理を行っておりますが、今後は福岡、鹿児島、沖縄がイレブンのシェアが高いところがございますから、そちらの県を中心に、今現在ある程度利益が出ているお店で、なおかつスクラップ&ビルド、改装によって、さらなる伸びるお店を今、ピックアップしております。優先順位を今現在決めておりますので、それに基づいて今期の終わりぐらいからスケジュールを立てて、店舗の可能な限り大型化をしていきたい。

郊外店舗はスクラップ&ビルドが可能であれば、250坪から300坪の店舗に、うちのグループの店舗に合わせていきたい。そこで、イレブンがまだあまりやっていません食品の導入を、グループの総力を集めまして改装していきたいと、こういったスケジュールを組んでおります。

2点目のご質問は、上期の反省というか、振り返ってという質問だったと思いますが、事業会社ごとに、もちろんインバウンドがなくなって大きく影響を受けたのは株式会社ツルハでありますし、また都市型、駅前立地や調剤の影響を受けたのが、くすりの福太郎。もちろん、ドラッグイレブンも町中のお店が多いので、業績には影響しております。その他の企業は比較的食品を伴った郊外店を持っている企業が多かったので、業績は大体良かったです。

ただ一つ反省というか、もう少し取り組めなかったのは、やはりコロナ禍によって化粧品の売上が市場的にも非常に落ちていると。われわれはカウンセリングを強化している企業ですので、他社よりは特定ブランドとかを持っていることによって落ち込みは少なかったとは言え、われわれの強みであるところは大きなところですから。下期、化粧品はまだ向かい風の状態ですが、われわれのカウンセリングの強みをさらに発揮して下期は少しでも取り返しにいきたいと、こう考えております。

三つ目の質問は山崎から。

山崎：先に地域別の営業利益のご質問だと思うので、こちらデータだけ、まず私から。

まず、会社別から申し上げます。まず、ツルハは上期の累計で申し上げます。前期6.5%、当期が6.8%。くすりの福太郎の前期上期4.4%、当期上期が4.0%。TGN、ツルハグループドラッグ&ファーマシー西日本は前期8.3%、当期9.6%。レデイ薬局、前期6.4%、当期7.0%。杏林堂薬局、前期2.8%、当期4.6%。B&D、前期3.9%、当期4.0%。ドラッグイレブンは当期の数字で6月から8月の3カ月になります、1.9%という営業利益率です。

また、ツルハの地域別、こちらは新店抜きの数字となります。店舗段階の数字です。北海道地区、前期8.2%、当期9.2%。東北、前期6.5%、当期6.8%。関東甲信越、前期4.3%、当期5.8%。中部・関西、前期1.2%、当期がマイナス5.6%という営業利益率となっております。以上です。

村上：続きまして、ご質問いただきましたドラッグイレブンの連結時期についてなんですけども。これはまだ決定しておりませんが、恐らくお話があったとおり、B&Dと同じようなケースをこの時点では想定しております。

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@scriptsasia.com



B&D のケースで申し上げますと、次の第3クォーターのときに3カ月、最後の決算のときに5.5と。で、合計11.5というケースになりますので、一応これをベンチマークにして、ここを会計消化等を進めていきたいと思っております。

もう1点のご質問をいただきました最終利益ですね、純利益についてなんですけども。これは主に営業利益ですね、今回修正させていただきましたが、主な理由としてはインバウンド、非常に見込みが厳しいということで、そういう店舗については閉店、もしくは休業していく方向でございます。これに伴う違約金と、これは営業外費用に計上されますけれども、それから閉店した場合、これは減損するものですね。これは純利益にヒットするというものが主な理由で、今回は純利益については据え置きという形にさせていただきました。以上、説明となります。

高橋：すみません、盛りだくさんの質問で。ありがとうございました。

山崎：ありがとうございます。続いてお一方いらっしゃいますので、よろしくお願いいたします。

河野：ゴールドマンの河野です。お世話になっております。私からも、ちょっといくつかあるんですが、まとめたほうがよろしいですね。

一つ目が今回の通期計画の修正で、どこか資料に書いてあるかもしれないんですけど、ドラッグイレブンの織り込みがどれぐらいで、あとドラッグイレブンを除く部分に関しては、基本どうやって期初の計画に比べて変わっているかを整理いただきたいのが一つ目です。

二つ目が調剤部門の主に粗利率の改善のところなんですけど、処方箋も長期化して、技術料の部分が下がっていて、特に御社って他社に比べても、くすりの福太郎とかで門前が多い割には、すごく大幅改善しているように見えるんですけど、なぜこういう大幅な改善になったかを教えてくださいというのが二つ目です。

最後、三つ目。一時、杏林堂に関しては改善ペースが遅いんじゃないかというところから、かなり改善が見えてきたと思うんですけど。杏林堂の経営の質、特に経費のコントロールを含めて、確か一昨年ぐらいから結構強化されていたかと思うんですけど。杏林堂で何が起きているかをお教えいただけますでしょうか。以上3点です。

山崎：ありがとうございます。

鶴羽：鶴羽よりご回答申し上げます。最初の質問の、修正予算のイレブンの織り込みはどれぐらいだということですが、ちょっと個別での開示になりますので、少し詳しくは避けさせていただきますが、大体11.5カ月分ぐらいですので、460億から470億円ぐらいの売上で見込んでいるのが、計算すれば大体分かると思います。

また営業利益はのれん等も引かれますので、この修正予算のイレブンの営業利益の寄与に関しては、さほど影響はないという認識でよろしいかと思えます。

従ってイレブン抜きで考えますと、下期のイレブン抜きの予算は、実質前年比は売上は約101.7%、前年比ですね。営業利益でイレブン抜きで大体103%から104%ぐらいの間で認識していただければと思います。

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@scriptsasia.com



次に、調剤の粗利が高いということなのですが、これは先ほど村上からもご説明ありましたが、もちろん後発医薬品の推進とか、現場の努力等もありますが、今期に限っては薬価改定の交渉妥結により、粗利率が一過性の要因で非常に大きく上がっているのが一番の要因でございます。

三点目の杏林堂の回復に関しましてはご質問にあったとおり、おっしゃるとおりで経費のコントロールが効いてきたのと、やはりシナジーが一巡、二巡しまして、仕入れ統合やリベートの効果がさらに少し、1年目より二巡して出てきたと。こういったところでございます。

先ほども申しましたように、特にこのコロナによっては、ワンストップショッピングの杏林堂の強みがさらに活きたのが追い風になったと思います。以上、ご回答申し上げます。

河野：すみません、調剤のところの一過性がという話で、交渉の妥結は通常いつもある話なんですけど。交渉の妥結タイミングって、以前はまとめて第4とかでやっていたのを半期ベースに変えたんですって。ごめんなさい、ちょっとど忘れしちゃったんですけど。この一過性とおっしゃったのか。

村上：私、村上より付け加えてご説明申し上げます。例年、薬価改定もあるでしょうし、これも毎年ということになってきたんですけれども。通常4月1日に改定しますので、そこから暫定の価格で調達をしながら交渉を続けると。これはベンダーさんごとにやります。それで妥結次第ということで、われわれの期でいくと大体例年8月15日で、ある程度第1四半期のところで妥結、1回目の。それから11月15日と、第2回目が一応上半期で大体妥結するのが例年の交渉だったんですけれども。

今年についてはコロナの影響もありまして、ちょっと交渉がなかなか進まなかったということで。11月15日に一括して妥結したということになります。ですから第1四半期ではなくて、第2四半期にその妥結したものが訴求されて、ドンと粗利に乗ってきたということでございます。

そういう意味で、先ほど鶴羽社長から申し上げたニュアンスは当然この薬価の水準が下期も続きますので、それについては継続するんですけど、第2四半期に集中して薬価改定の影響が出たというご理解でいいと思います。よろしいでしょうか。

河野：ありがとうございます。ちょっとごめんなさい、追加でもいいですか。鶴羽社長にお聞きしたいんですけど。

ドラッグストア全体にとって、コロナって押し上げの部分も大きかったと言われているかと思うんですけど。そんな中ちょっと気は早いんですが、来期に向けてどうやって収益をつくっていくかというところは、今もしお考えがあれば教えていただけますか。

鶴羽：本当にコロナがいつまで続くかは非常に不透明ですので、そこは分かりません。ただ、今習慣づいたものは今後も継続していくのではないかなと思っております。

例えば生活用品や日用品、当然マスクなどの衛生用品、こういったものは可能な限り近場の、家の近くのドラッグストアで買おうというニーズが非常に今強まっていると。遠くに出掛けないと、近場で済ませるという傾向ですね。そういったことでドラッグストアは今回、消費者にとって非常に便利な存在だったのではないかなと考えております。

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@scriptsasia.com



あとはワンストップショッピングのニーズが高まる、要は今、ドラッグストアに食品も置いている企業が多いです。われわれも先ほど発表したように、本当にわずかな品ぞろえですけど、精肉・青果等も置いております。こういったニーズに対応していくべきだと考えております。

あともう一つは、セルフメディケーション化がさらに進むのではないかなと。やはり自分の健康をさらに自分で守るというような認識が消費者の中に強くなると思いますので、そういったことにドラッグストアとしてお役に立てることができるんじゃないかなと。

あとは細かいことを言いますと、もちろんまとめ買いの対応とか、大容量の商品の対応とか、そういったものもございしますが、主には近くのドラッグストアで、便利であって、ワンストップショッピングができて、または健康相談等ができると、こういったところがドラッグストアの求められるところだと思っております。以上です。

河野：ありがとうございました。

山崎：ありがとうございます。まだお時間ございますが、続いてご質問いかがでしょうか。それでは、お願いいたします。

柳平：いちよし経済研究所の柳平でございます。どうも、よろしくお願いいたします。簡単に数字の確認ではありますが、3点ほどお願いしたいんですけども。

1点目は既存店の前提で、修正後の計画で下期と通期の前提をお願いするというのが1点目です。

2点目は同様に逆算すると、今期特損のご想定、大体20億円ぐらいの規模かなと手計算しているんですが、それぐらいの理解でよろしいですかというのが2点目です。

3点目は下期の営業利益、先ほど鶴羽社長のお話ですと、イレブンを除くベースで3%から4%ぐらいの増益想定ということなので、逆算するとイレブンののれん込みですと大体10億円強ぐらいへこむ形で織り込まれているのかという計算になると思うんですけども、一応そういう見方でよろしいかどうかという確認をお願いします。以上でございます。

山崎：ありがとうございます。

鶴羽：上期が先ほど説明があったように3.4%で、下期の既存店は修正によってほぼ0.7%ぐらいです。1%切るぐらいで下期は修正は見ております。それによって、通期が大体2%ぐらいの計算になります。すみません。

2番目の特損、20億円については。

村上：私、村上からご回答申し上げます。個別の数値は、これは開示しておりませんが、計画値でいくと、合計でいくと、われわれは閉店に伴うものですね、原状回復、これは営業利益、それから解約等ペナルティーですね、これは営業外費用ということでOKですね。先ほどお話がありました減損、最後純利益にヒットする金額になりますけれども、その金額よりは若干少ない数字だという見込みで考えております。

プラス、ご記憶のある方もあると思いますけれども、昨年純利益については所得拡大税制、これは2年間分の恩恵を受けた純利益となっておりましたので、そういう意味では昨対比で見るとプラ

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



すが少ないと見えますけれども、それを除いたところを見るとプラスの推移をたどっているということでございます。

ちょっと個別の20億円がどうかという数字に関してはご回答が難しいですけども、それよりは若干少ない数字をわれわれとしては計画しているということでございます。

鶴羽：3番目の質問にご回答します。すみません、私、多分さっき間違えて言ったと思いますが、ちょっと修正いたします。

イレブン抜きの修正予算後ですが、営業利益はイレブン抜きで、さっき104%とかで言ったと思いますが、これは全然間違っていて、約98%を前年に対して見ております。なのでイレブンの差額はほとんど見ていないという形になります。申し訳ございませんでした。

柳平：分かりました。どうもありがとうございました。

山崎：ありがとうございます。続いて、ご質問いかがでしょうか。ありがとうございます。よろしく願いいたします。

高柳：UBS証券、高柳と申します。二つ補足でお願いいたします。

まず一つ目が今ご説明いただいた修正計画なんですけれども、下期、営業利益1%減で、その前年、コロナ感謝金30億円などもあることを踏まえれば、かなり低ハードルだと思うんですけれども。前回の下期計画から27億円ぐらい減らしていると思うんですけれども、それは特殊な状況というよりも、足元の環境を保守的に見ているということで引き下げられているのか、その御社としてのスタンスを伺えればと思います。

二つ目なんですけれども、子会社の動向についてお伺いしたくてですね。入力の間違いがなければ、恐らくB&Dってセカンドクォーターに大きく減益していて、福太郎は若干ご説明があったと思うんですけれども、ファーストクォーターの増益に反して、セカンドクォーターは減益になったと思います。それぞれ、これはどういった要因で業績が少し弱含んでいるのか。増税反動などもあったと思いますが、あらためてそれぞれに対してお伺いできればと思います。お願いいたします。

山崎：ありがとうございます。

鶴羽：それでは1番目の質問、鶴羽よりご回答申し上げます。

下期の修正の理由ですが、もともとこの予算を作成するとき、われわれは3月、4月ぐらいに作りますが、非常にコロナの先が読めなくて、少し例年より下期に偏った予算を實際立てておりました。あと、前年はまだ2月までインバウンドもありましたし、3月、4月、5月に関しましてはチラシ等も何もやらなくてもお客様が非常に押し寄せた時期でございますので。確かに、おっしゃるとおり30億円の感謝金の影響もありますが、その裏返しは非常に大きいものではないかと思い、修正をさせていただきました。

二つ目のご質問ですが、B&Dの第2クォーターの落ち込みは、売上の高いお店を2店舗ぐらい改装していました。B&Dの店舗年齢が10年を超える古いお店が非常に多いものですから、通常のツルハのお店みたいな改装は3日、4日で終わるんですけど、変な話、半月とか1カ月閉めっぱなしのお店とかもございましたので、そこで少し数字が大きく影響していることになります。以上です。

高柳：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@scriptasia.com



鶴羽：ありがとうございます。

山崎：続いてご質問をいただいております。よろしくお願いいたします。

村田：JP モルガン証券の村田でございます。いつも大変お世話になっております。ご説明ありがとうございました。ちょっと補足で、計画と実績のところ二、三確認だけなんですけども。

一つ目が粗利益率のところの考え方で、ちょっと私、ご説明を聞き漏らしたかもしれないんですけども。下期の計画、前年比でちょっと下がるような計画になっているんですけども、理由があるのかどうか、保守的に見られているだけなのかというところが1点目です。下期の粗利益率ですね。

二つ目が販管費についてなんですけれども。まず実績のところの内訳を見ると、その他という部分が結構増えていまして、これは何か特に理由がございましたら、教えていただければというのと。

あと、同じく販管費の内訳の下期の計画を見ると、販促費がまた相当伸びるようなご計画になっていると思うんですけども、この辺ももし何か方針とか考え方とかあったら、教えていただければと思います。粗利益率と販管費について、補足でお願いいたします。

山崎：ありがとうございます。

鶴羽：それでは、最初の粗利益率についてのご質問、鶴羽よりご回答申し上げます。

そうですね、修正前の粗利率の計画が下期に関しては29.6%で発表をしていたと思います。今回、修正しまして、粗利率が29%という計画ですので、おっしゃるとおり0.6%ほど落ちるだろうという計画でございます。こちらの落ちる理由に関しましては、一番は、この下期に関しましては、総合風邪薬、風邪薬による粗利率ダウンが夏場も影響しましたが、下期もこれが大きく影響するのではないかと考えております。

風邪薬は今、市場が60%、70%がずっと続いております。冬場になりますと、われわれは医薬品の構成比で風邪薬だけで10%を超える、11%ぐらいあるんですが、その大きなカテゴリーが、売上が減ると粗利がかなり大きなダウンをすると。風邪薬の中でも細かいことを言うと、イブプロフェンという成分が入っているのがコロナに駄目なんじゃないかとか。そういう噂もあって、高粗利商品の落ち込みもあるということで、ダブルパンチが効いているということです。

あとはマスクなどの医療用品の粗利が非常に下がってきている。原料高騰によりまして原価が上がっていますので、マスクの粗利がかなり、特に前年に比べるとPBはもう10%ぐらい落ちているという形になりますので、その影響が大きいと。

あと、いろいろ食品の粗利率の低下とか、昨年と比べてそういった影響もございますが、そういったことで下期に関しましては、粗利は少し苦戦するのではないかとという形で、下げた計画となりました。

2番目の販管費のその他、いいですか。

村上：私からご説明申し上げます。基本的には、これは販管費については上期も下期も例年どおりの伸びを想定して計画を立てております。個別のところ、すみません、すぐ数値出てこないんですけども、トータルとしては前年対比、上期と同じような計画を立てています。

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@scriptsasia.com



また個別のミーティング等で詳細が分かりましたら、ご説明申し上げますので、すみません。説明はここでは以上となります。

山崎：すみません。ちょっとご質問の確認だったんですが、上期実績のその他経費の伸びのお話でしたか。

村田：そうです。実績のところは、その他というところ。

鶴羽：上期のその他だと、消耗品とか。一番上期で特徴的に伸びましたのは、コロナに対する現場での対応ということで。従業員のマスクの配布とかもそうですし、消毒アルコールを店舗に設置したり、あとは飛沫防止のシートとか、こういうアクリルボードみたいなのを購入したりとか、そういったところの経費、今までにない経費はそれなりにかかりました。恐らくそこが一番例年にはない伸びをしていると思います。

村田：なるほど。分かりました。1個補足なんですけど、下期の粗利で、風邪薬が厳しいというお話があったんですけども、これはちなみに、花粉症関係とかは例年並みみたいな、そんなイメージの前提なんですか。

鶴羽：はい。花粉はですね、いろいろ今、予想が分かれているところはあるんですけど、マスクをしているんで花粉が駄目なんじゃないかという方もいるんですが、実際花粉の飛ぶ量はそれなりに多いと聞いております。ですので鼻炎のメーカーとかは、今年に対してはこの2020年の春よりはいいんじゃないかという予想が最近のトレンドというか、直近ではそういう話を割と聞きます。例年並みか、ちょっとそれ以上ぐらいたと見込んでおります。

村田：なるほど。分かりました。ありがとうございました。

山崎：ありがとうございます。申し訳ございません。お時間がちょうど来ておりますので、こちらで質疑応答を終了とさせていただきます。

なお本ウェビナー終了後に、今回の説明会に関するアンケート画面が表示されます。皆様からのご意見を今後の参考にさせていただきたいと思っておりますので、よろしく願いいたします。

以上をもちまして、株式会社ツルハホールディングス、2021年5月期、第2四半期決算説明会を終了いたします。ありがとうございました。

鶴羽：ありがとうございました。

村上：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@scriptsasia.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

