

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

2024年5月期 第1四半期決算説明会

2023年9月20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]	2024 年 5 月期 第 1 四半期決算説明会		
[決算期]	2024 年度 第 1 四半期		
[日程]	2023 年 9 月 20 日		
[ページ数]	29		
[時間]	15:30 – 16:23 (合計：53 分、登壇：22 分、質疑応答：31 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		
	代表取締役社長執行役員	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)

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@scriptasia.com



[アナリスト名]*	みずほ証券	高橋 俊雄
	野村証券	山岡 久紘
	いちよし経済研究所	柳平 孝

*質疑応答の中で発言をしたアナリスト、または質問が代読され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	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



登壇

山崎：それでは定刻となりましたので、これより説明会を開始させていただきます。

本日は株式会社ツルハホールディングス、2024年5月期第1四半期決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。

はじめに、本日の出席者をご紹介します。代表取締役社長、鶴羽順でございます。

鶴羽：鶴羽でございます。よろしくお願いいたします。

山崎：執行役員管理本部長、村上誠でございます。

村上：村上です。よろしくお願いいたします。

山崎：進行は私、経理部 IR グループリーダーの山崎拓也でございます。よろしくお願いいたします。

なお、前回まで決算補足資料を作成、公表しておりましたが、今回から作成を中止しております。連結財務諸表の詳細については決算短信、会社別、商品群別などの分析、また設備投資、減価償却費等については決算説明会資料、出店状況および期中の出退店については、当社ホームページの店舗稼働状況、ならびに開示済みの月次営業速報等に記載がございますので、ご参照いただきたく存じます。

本日の進行につきましては、最初に村上より決算概況について、続いて鶴羽より、当期および中期経営計画の進捗についてご説明させていただきます、その後、質疑応答とさせていただきます。

それでは説明に移らせていただきます。よろしくお願いいたします。

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



決算ハイライト

増収増益を維持

2024年5月期第1四半期

売上高 **2,598** 億円
(前年比+6.8%)

営業利益高 **141** 億円
(前年比+5.9%)

事業概況

- 既存店売上前年比は回復傾向
- 食品販売好調などで粗利率**0.2ポイント**改善
- 水道光熱費の増加継続により販管費率は**0.3ポイント**上昇

村上：それでは、2024年5月期第1四半期の業績概要についてご説明申し上げます。よろしくお願いいたします。

説明会資料の3ページをご覧ください。決算のハイライトでございます。

売上高 2,598 億円、前年対比 6.8%増。営業利益 141 億円、前年対比 5.9%増と、ほぼ計画どおりの結果となりました。

事業概要でございますが、人流の回復、季節品の好調などにより既存店売上、前年対比が回復基調にございます。また食品を中心に、適正売価設定による粗利率の改善が見られました。一方で増加率は前年比で低下してきておりますが、水道光熱費を中心に高止まりが続いており、販管費を圧迫してきております。

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

2024年5月期 第1四半期業績

(百万円 / %)

	前年1Q実績		当期実績		
		構成比		構成比	前年比
売上高	243,181	100.0	259,827	100.0	106.8
売上総利益	72,374	29.8	78,068	30.0	107.9
販売管理費	59,057	24.3	63,964	24.6	108.3
営業利益	13,317	5.5	14,103	5.4	105.9
経常利益	13,357	5.5	14,200	5.5	106.3
親会社株主に帰属する四半期純利益	7,501	3.1	8,269	3.1	110.2

・売上高

- 既存店（13か月経過店）前年比実績+3.5%

・売上総利益

- 食品、OTC医薬品及び化粧品の粗利率改善により売上総利益率は前年同期比+0.2%

・販管費

- 人件費、地代家賃等は抑制できたが、水道光熱費の増加により販管費率は前年比+0.3%

続きまして、前年対比の数値詳細となります。4ページをご覧ください。

売上高、前年比 106.8%、売上総利益、前年比 107.9%。販売管理費、前年比 108.3%、営業利益、前年比 105.9%。経常利益、前年比 106.3%、純利益、前年比 110.2%の結果となりました。

まず売上につきましては、マスクなどのコロナ商材の落ち込みなどを、季節品商材の販売好調や化粧品の回復、および食品販売の好調継続により、既存店売上が伸長いたしました。

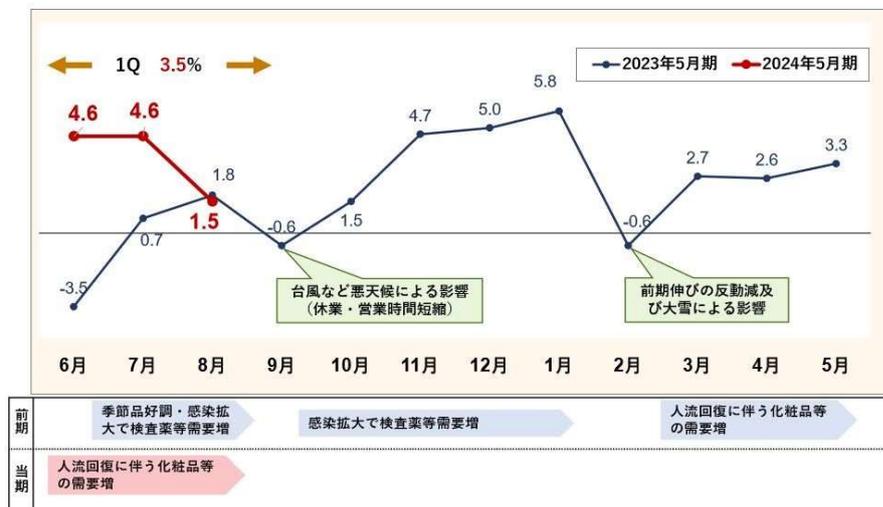
また粗利につきましては、OTC 医薬品や化粧品に加え、食品の粗利率改善により、粗利額、率とも上昇しております。

販管費につきましては、人件費、地代家賃を中心にコントロールができましたが、水光熱費が前期比で 127%と依然高い水準で推移しております。

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@scriptsasias.com

売上高前年比推移（13か月経過店舗）



会社別既存店売上高

	既存店売上高前年比	
	前期	当期
ツルハ	99.1	103.8
くすりの福太郎	101.6	103.8
T G N	102.4	103.0
レデイ薬局	99.0	101.4
杏林堂薬局	100.6	105.1
B & D	95.9	97.5
ドラッグイレブン	95.5	105.4
連 結	99.7	103.5

次に、13カ月既存店の売上高、前年比の推移でございます。5ページをご覧ください。

第1四半期累計でプラス3.5%と、ほぼ計画どおりの結果となっております。

8月度は前年伸びの反動、および台風等、天候不順の影響で1.5%増にとどまりましたが、6月度、7月度は堅調な結果となっております。

客数は回復傾向、品単価は商品値上げの影響で上昇、一方販売点数はマイナスという、前期の下期からの傾向が続いております。

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

商品群別実績（当期累計）

当期実績

(百万円 / %)

		売上高		売上総利益率		
		前年比	構成比		前年増減	
商品	医薬品	57,771	110.0	22.2	40.9	+0.0
	調剤	29,841	112.1	11.5	34.4	△1.1
	O T C	27,929	107.8	10.7	47.9	+1.5
	化粧品	38,078	109.4	14.8	32.7	+0.2
	日用雑貨	68,576	103.0	26.4	29.0	△0.2
	食品	65,659	111.8	25.3	17.4	+1.8
	その他	28,446	96.8	10.9	34.8	△0.5
	商品合計	258,533	106.8	99.5	29.9	+0.3
	合計	259,827	106.8	100.0	30.0	+0.2

・ 医薬品

【調剤】

処方箋枚数 2,889千枚（前年比112.7%）
単価 10,326円（同99.5%）

薬価改定、診療報酬改定より粗利率低下

【OTC】

検査キットは前年の反動減があったが
風邪薬等が好調継続

・ 化粧品

脱マスクにより回復傾向

・ 日用雑貨

巣籠り需要の減少

・ 食品

物価上昇のなか値ごろ感で需要を取り込み

・ その他

マスク需要の減少

続きまして、商品群別の実績でございます。6 ページをご覧ください。

まずは調剤ですが、処方箋枚数が増加し、売上は継続して伸長しております。粗利率につきましては、調剤報酬改定、薬価改定の影響で前年比 1.1%減少いたしました。

OTC につきましては、抗原検査キットの反動減はありますが、総合感冒薬、咳止め薬等の販売が引き続き好調で、売上前年対比で堅調な状況でございます。

化粧品に関しては、人流回復により売上は回復傾向にあり、コロナ前の水準を超える売上高となりました。

日用雑貨についてはプライベートブランド商品の伸びは堅調でございますが、カテゴリーとしては巣籠り需要が一服したことで、やや伸び率が鈍化しております。

食品に関しましては、酒類など飲料カテゴリー、日配、生鮮等の販売増、また値上げの影響で前年比 111%と高い伸びを維持しております。

その他につきましては、マスクの販売減少の影響で前年を割る水準となっております。

サポート

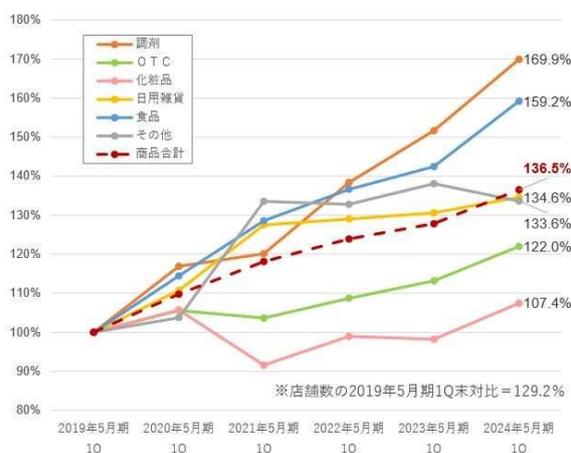
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

商品群別売上高推移（第1四半期：6～8月度）

売上高推移（百万円）



2019年5月期1Qを100%とした推移



次、7ページをご覧ください。続いて商品群別の売上の推移でございます。コロナ前の2019年5月期第1四半期との比較を、カテゴリーごとに行っております。

カテゴリー平均でございますが、右の図の赤の点線で示しております。2019年5月期第1四半期との比較で136.5%となっておりますが、この数値と比較して調剤、食品が高い伸びを示しております。また日用雑貨、その他のカテゴリーがほぼ平均。コロナ禍で落ち込んだOTC、化粧品は回復傾向にございますが、他のカテゴリーと比較するとまだ伸びしろがあると見ております。

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

販売費・一般管理費

(百万円 / %)

		前年実績		当期実績	
			前年比		前年比
人件費	金額	29,478	101.4	31,537	107.0
	売上比	12.1	△0.2	12.1	0.0
販売促進費	金額	989	108.2	1,201	121.4
	売上比	0.4	0.0	0.5	+0.1
地代家賃等	金額	13,092	105.6	13,489	103.0
	売上比	5.4	+0.1	5.2	△0.2
水道光熱費	金額	2,996	143.9	3,814	127.3
	売上比	1.2	+0.3	1.5	+0.3
減価償却費	金額	3,699	113.5	4,020	108.7
	売上比	1.5	+0.1	1.5	0.0
その他経費	金額	8,802	103.4	9,901	112.5
	売上比	3.6	0.0	3.8	+0.2
販売費・一般管理費	金額	59,057	105.0	63,964	108.3
	売上比	24.3	+0.4	24.6	+0.3

- **人件費**
 - ・ 人件費コントロールにより売上比は前年と変わらず
- **地代家賃**
 - ・ 自社建て切り替えにより売上比は前年比△0.2%
- **水道光熱費**
 - ・ 電気代の値上げにより売上比は前年比+0.3%
- **その他経費**
 - ・ 支払手数料の売上比は前年比+0.2%

続きまして、販売費、一般管理費でございます。8ページをご覧ください。

まず人件費でございますが、賃上げの影響もあり前年対比 100%となっておりますが、ほぼ計画値に収まっております。適切なコントロールができていると考えております。売上高人件費率も前年と同水準の 12.1%で、生産性の向上が人件費の上昇を抑えた結果となっております。

販促費についてはチラシ販促の強化等により、前年対比 121.4%の伸びとなっております。地代家賃につきましては前年比 103%と、自社建ての増加が寄与し、伸び率を抑制できております。

今回の説明から、その他の経費を減価償却費、水道光熱費、その他経費に分けて開示しております。水道光熱費は前年比 127.3%と上昇幅はやや鈍化したしましたが、引き続き高い水準の伸びとなっております。減価償却費は前年比 108.7%と、出店増加によるものでございます。その他の経費ですが前年比 112.5%と、キャッシュレス手数料の増加等が要因となっております。

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

出店・閉店状況

会社別

	前期末	当期					当期末
		開店	閉店	子会社化等	純増		
ツルハ	1,416	14	20	1	△5	1,411	
くすりの福太郎	234	3	1	-	+2	236	
TGN	339	7	2	-	+5	344	
レデイ薬局	244	4	4	-	-	244	
杏林堂薬局	96	-	-	-	-	96	
B&D	77	1	-	-	+1	78	
ドラッグイレブン	183	1	5	-	△4	179	
国内計	2,589	30	32	1	△1	2,588	

- ・スクラップ&ビルドによる閉店 **5店舗**
- ・既存店の改装 **59店舗**

地域別

	前期末	当期					当期末
		開店	閉店	子会社化等	純増		
北海道	425	2	2	1	+1	426	
東北	593	7	6	-	+1	594	
関東甲信越	529	6	8	-	△2	527	
中部・関西	258	3	4	-	△1	257	
中国	345	7	3	-	+4	349	
四国	226	3	4	-	△1	225	
九州・沖縄	213	2	5	-	△3	210	
国内計	2,589	30	32	1	△1	2,588	
(その他 FC店舗 7店舗)							
海外(タイ)	18	-	1	-	△1	17	

※当期首よりEC店舗・FC店舗等の店舗数のカウント基準を見直したため、期首店舗数は前期末店舗数と一部差異がございます。

次ページをご覧ください。会社別、地域別の出店、閉店の状況でございますが、後ほど鶴羽社長よりご説明いたしますので、割愛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@scriptasia.com

バランスシートの状況

(百万円)				
	2023年5月期 1 Q (2022年8月15日)	2023年5月期 (2023年5月15日)	2024年5月期 1 Q (2023年8月15日)	増減 (前期末比)
資産	520,531	539,830	535,171	△4,659
流動資産	277,818	285,289	272,516	△12,773
現金及び預金	80,473	79,050	63,257	△15,793
商品	134,288	140,652	141,033	381
その他	63,057	65,587	68,226	2,639
固定資産	242,712	254,541	262,655	8,114
有形	95,479	108,620	113,015	4,395
無形	37,658	35,010	34,179	△831
投資その他	109,574	110,910	115,460	4,550
負債	229,684	235,686	238,213	2,527
有利子負債	54,849	54,884	53,338	△1,546
その他	174,835	180,802	184,875	4,073
純資産	290,846	304,144	296,957	△7,187

- **現金及び預金**
 - イレブン株式追加取得△117億円
- **商品**
 - 前期末比、ほぼ横ばい
 - なお前年同期比では、出店その他の要因により、+67億円
- **有形固定資産**
 - 出店拡大、および店舗物件の自社取得化により増加
- **投資その他資産**
 - 投資有価証券時価評価+44億円
- **純資産**
 - イレブン株式追加取得△117億円
 - その他有価証券評価差額金+30億円

続いて、バランスシートの状況でございます。次ページをご覧ください。10 ページとなります。前回より説明会資料にバランスシート、キャッシュフローの状況を掲載しております。

これは昨年公表いたしました新中期経営計画の中で、資本効率、キャッシュアロケーションの方針を明示したことが背景となっております。なお、バランスシートにつきましては四半期ごと、キャッシュフローについては半期ごとに説明会資料で状況の説明を行う予定でございます。

個別の内容でございますが、総資産は前期末比で 46 億円減少し、5,351 億円となりました。これは本年 5 月末に実施いたしました、当社子会社でありますドラッグイレブン株式 49%の追加取得、117 億円が主な要因となります。棚卸資産、有形固定資産につきましては、出退店による増減によるものです。その他につきましては、記載のとおりとなります。

これで、私からの説明は終わります。なお、これまで説明会資料、および補足資料でご説明しております会社別実績、地域別業況、前年対比伸び率、設備投資、売り場面積のデータにつきましては、18 ページ以降の Appendix に掲載しておりますので、ご参照いただければと存じます。

続いて、中期経営計画と当期の取り組みについて、鶴羽社長よりご説明申し上げます。ご清聴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

新中期経営計画 重点戦略

店舗戦略	<ul style="list-style-type: none">■ 2025年5月期 グループ全体で2,750店舗1. 出店済み地域（40都道府県）の更なるドミナント強化及び調剤併設店舗出店2. 出店速度を抑制、精度を高め出店する既存店の収益力改善を図る	PB戦略	<ul style="list-style-type: none">■ 2025年5月期 P B 商品売上構成比12%■ シリーズラインナップ強化■ 大手メーカーとの共同商品開発推進（ダブルチョップ^{※1}）
調剤戦略	<ul style="list-style-type: none">■ 現在の調剤売上高約1,000億円を2025年5月期に1,400億円へ■ 店舗併設を中心とした出店を強化し、現在の店舗数760店を1,170店へと計画■ 予想される改定に対しては、薬局機能向上による各種加算と応需枚数アップにより対応	DX戦略	<ul style="list-style-type: none">■ 各部門社内システムの刷新による、次世代基盤の構築デジタルマーケティングの深耕による顧客エンゲージメントの強化EC、調剤オンラインなどのライフスタイル・社会変化への素早いキャッチアップ
		財務戦略	<ul style="list-style-type: none">■ 成長投資を継続しつつ、収益性及び資本効率の改善を図る2025年5月期営業利益率5% ROE10%、2029年5月期営業利益率6% ROE12%を目指す■ 株主還元は、2023年5月期～2025年5月期 配当性向50%～70%を目途に実施

※1 …… 大手メーカーと共同で開発するストアブランド商品

Copyright TSURUHA HOLDINGS INC.

ツルハホールディングス

2024年5月期
第1四半期決算

12

鶴羽：それでは、ここからは中期経営計画と当期の取り組みについて、私、鶴羽よりご報告させていただきます。

12 ページになります。こちらは中期経営計画の重点戦略の内容となっております。

店舗戦略、調剤戦略、プライベートブランド商品の戦略、DX 戦略、財務戦略。以上、五つを中計の重点戦略として掲げております。

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

SCRIPTS
Asia's Meetings, Globally

重点戦略と当期の取り組み ～店舗戦略

店舗戦略

■2025年5月期 グループ全体で2,750店舗

1. 出店済み地域（40都道府県）の更なるドミナント強化及び調剤併設店舗出店
2. 出店速度を抑制、出店精度を高め既存店の収益力改善を図る

・第1四半期は計画を上回る出店、閉店はほぼ計画通り

- ・ 出店30店舗（計画24店舗）、閉店32店舗（計画33店舗）

通期 会社別出店計画

	期首店舗数	開店	閉店	純増	期末店舗数
ツルハ	1,416	58	40	+18	1,434
くすりの福太郎	234	6	3	+3	237
TGN	339	28	5	+23	362
レデイ薬局	244	12	5	+7	251
杏林堂薬局	96	5	-	+5	101
B&D	77	5	1	+4	81
ドラッグイレブン	183	12	10	+2	185
国内計	2,589	126	64	+62	2,651

通期 地域別出店計画

	期首店舗数	開店	閉店	純増	期末店舗数
北海道	425	12	7	+5	430
東北	593	32	19	+13	606
関東甲信越	529	15	12	+3	532
中部・関西	258	16	5	+11	269
中国	345	27	6	+21	366
四国	226	6	5	+1	227
九州・沖縄	213	18	10	+8	221
国内計	2,589	126	64	+62	2,651

※当期首よりEC店舗・FC店舗等の店舗数のカウント基準を見直したため、期首店舗数は前期末店舗数と一部差異がございます。

13 ページをお願いいたします。こちら店舗戦略といたしまして、出店の話になりますが、今期は126 店舗の出店の計画でございます。

第1 四半期終了時点で出店計画 24 店舗、これに対しまして実績が 30 店舗と、計画を上回っております。閉店計画につきましては 33 店舗の計画でしたが、実績は 32 店舗ということで、ほぼ計画どおりの実績でございます。

店舗数の拡大も重要と捉えておりますが、この中計では出店基準の見直しをいたしまして、収益性の改善の優先課題として取り組んでいます。また前期から、コストの抑制を目的に自社物件を増やしております。今期は出店数の約半数、自社物件の予定をしております。

また第1 四半期の閉店は 32 店舗でしたが、そのうちスクラップ&ビルドによるものが5 店舗ございます。スクラップ&ビルドは売り場面積の拡大、そして品ぞろえの充実が可能になりますので、確実に実績の向上が見込めます。地域シェアアップの有効的な手段として、積極的にスクラップ&ビルドも行ってまいります。

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

重点戦略と当期の取り組み ～調剤戦略

調剤戦略

- 調剤売上高を2025年5月期に1,400億円へ
- 店舗併設を中心とした出店を強化し、店舗数を1,170店へと計画
- 予想される改定に対しては、薬局機能向上による各種加算と応需枚数アップにより対応

・調剤薬局の新規出店

- ・通期計画 103店舗
- ・店舗への併設を中心に推進

・オンラインを活用した処方箋枚数の確保

- ・処方箋送信・予約などによる利便性強化
- ・オンライン服薬指導への対応

調剤店舗数の状況（実績）

	前期末	開局	子会社化等	閉局	当四半期末	（内訳）	
						併設	専門
ツルハ	383	5	1	3	386	345	41
くすりの福太郎	136	4	—	1	139	71	68
TGN	128	4	—	1	131	106	25
レデイ薬局	64	3	—	2	65	41	24
杏林堂薬局	78	1	—	—	79	65	14
B&D	34	2	—	—	36	26	10
ドラッグイレブン	27	1	—	—	28	18	10
国内計	850	20	1	7	864	672	192

14 ページになります。調剤戦略です。

調剤の開局は第1四半期計画 18 店舗に対しまして、実績 20 店舗でした。これにより、調剤の店舗数はグループで 864 店舗となります。総店舗数に対する調剤店舗の比率は 33%となりました。

今期の開局の計画は 103 店舗、計画しております。出店地域をドミナント可能地域に極力絞りまして、それに伴う人員を投入できるように調整してまいります。

処方箋枚数に関しましては、第1四半期も 112.7%と引き続き 2 桁増を確保できております。この水準を維持して、中計目標の 1,400 億円、こちらはだいぶ見えてきたと感じております。

今後もオンライン服薬指導サービスの導入も行っておりますし、また処方箋送信予約もグループで取り組んでおります。こういったものの活用で、処方箋枚数の獲得を今後もしていきたいと考えております。

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

重点戦略と当期の取り組み ～PB戦略

PB戦略

- 2025年5月期 P B 商品売上構成比12%
- シリーズラインナップ強化
- 大手メーカーとの共同商品開発推進

・新規商品開発の再加速

- ・食品のPB商品開発
- ・くらしリズムブランドのSKU拡大

・既存商品の育成・販売促進

- ・PB開発本部から店舗への情報発信強化

<第1四半期概況>

- ・全PB粗利率42.2%（前年同期比△1.0ポイント）
- ・くらしリズム粗利率46.8%（前年同期比△1.6ポイント）
- ・SKU数減少、マスクの売上剥落に対し既存商品の売上増により売上構成比は前年並み水準を確保

当期実績（POS実績）

	売上高		売上 構成比	売上 構成比	SKU数	
	前期比	構成比			当期末	前期末比 増減
医薬品	5,511	104.7	25.4	19.7	662	△22
化粧品	1,141	104.2	5.3	3.0	254	△14
日用雑貨	7,054	108.6	32.5	10.3	756	△21
食品	3,409	114.2	15.7	5.2	869	△100
その他	4,561	95.6	21.0	16.0	561	△15
計	21,677	105.2	100.0	9.5	3,102	△172
うちくらしリズム	12,184	110.5		5.3	911	+1

15 ページ、こちらは PB 商品の戦略になります。

PB の売上構成比は第 1 四半期終了時点で 9.5%です。売上前年比は PB 全体で 105.2%、当社グループのブランドでありますくらしリズムでは 110.5%の進捗でございます。

PB 全体の SKU 数、こちら減少しておりますが、これに関しましては値上げによる PB としての収益性が落ちた商品の改廃、または各グループの事業会社で昔から取り扱っていたローカルブランド品を当社グループのくらしリズムなどに集約して、廃番にした影響などもございまして、SKU 数は減少しております。しかし売上は伸ばすことができっておりますので、既存品の 1 品当たりの売上が伸びたこととなります。

今期は PB の売上比率を 10.3%、売上高 929 億円を計画しております。今後、高機能差別化商品、または価格戦略品の開発、環境配慮型商品、大手メーカー共同開発、または食品の留め型および専売品の開発をより進めまして、新商品でも売上の上乗せをしていきたいと考えております。

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

重点戦略と当期の取り組み ～DX戦略

DX 戦略

- 各部門社内システムの刷新による、次世代基盤の構築
- デジタルマーケティングの深耕による顧客エンゲージメントの強化
- EC、調剤オンラインなどのライフスタイル・社会変化への素早いキャッチアップ

・デジタルマーケティングのさらなる効率化

- ・自動化ツールの活用による施策の高度化・効率化

・自社キャッシュレス決済

「HAPPAY (ハッピー)」

- ・来店頻度の向上、デジタル販促の接点増加
- ・銀行チャージ対応先の拡大



総顧客接点数 ※デジタル・アナログ合算

2022年5月 4,410万人 ▶ 2023年8月 **5,010**万人

16 ページ、こちらは DX 戦略になります。

アプリの会員数の獲得は順調に進んでおります。第1四半期時点のダウンロード数は、現在820万人までできました。今期はダウンロード数の目標を920万ダウンロードとしております。

顧客データの蓄積は順調に進捗しております。これからは、これをいかに効率化、効率的に、または効果的に活用するフェーズに入っていると考えております。マーケティング施策の強化によりまして、収益性の改善につなげていくために、ターゲットを絞った効果的な販促施策の自動化を開始いたしました。

このMAツールの導入によりまして、企画立案、施策の実行、効果検証のサイクルを今までよりも高速化しまして、施策回数を増やすことができます。また今まで工数がかかり過ぎてなかなかできなかった施策も可能になりますので、ターゲットを絞った効果的な販促をお客様にお届けできるようにしたいと考えております。

また自社キャッシュレス決済のHAPPAY、こちらは6月の27日に導入いたしました。3か月ほど経ちましたが、こちらはアプリに追加して支払、ポイント、またクーポンなどの販促が一つのアプリで完結することを利便性の向上としてやっております。

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

こちら初年度のHAPPAYの売上の目標といたしまして、全体の5.6%ほどの構成比を目指しておりますが、今現在はまだまだ1%未満で、進捗が予定より遅れております。現在、遅れを取り戻すべく施策を作り直して、この第2四半期から巻き返しをしていきたいと考えております。

2024年5月期 通期計画

通期

(百万円 / %)

	23年5月期		24年5月期通期		
	実績	構成比	業績予想	構成比	前年比
売上高	970,079	100.0	1,033,000	100.0	106.5
売上総利益	293,361	30.2	315,800	30.6	107.6
販売費・ 一般管理費	247,789	25.5	268,600	26.0	108.4
営業利益	45,572	4.7	47,200	4.6	103.6
経常利益	45,689	4.7	47,387	4.6	103.7
親会社株主に 帰属する 当期純利益	25,258	2.6	25,898	2.5	102.5

・既存店売上高前提

・ 13か月経過店舗 通期+3.1 (上期+2.9 / 下期+3.4)

上期

(百万円 / %)

	23年5月期上期		24年5月期上期計画		
	実績	構成比	業績予想	構成比	前年比
売上高	484,106	100.0	514,000	100.0	106.2
売上総利益	145,339	30.0	156,900	30.5	108.0
販売費・ 一般管理費	120,638	24.9	132,400	25.8	109.7
営業利益	24,700	5.1	24,500	4.8	99.2
経常利益	24,820	5.1	24,642	4.8	99.3
親会社株主に 帰属する 当期純利益	14,631	3.0	14,314	2.8	97.8

下期

	23年5月期下期		24年5月期下期計画		
	実績	構成比	業績予想	構成比	前年比
売上高	485,972	100.0	519,000	100.0	106.8
売上総利益	148,022	30.5	158,900	30.6	107.3
販売費・ 一般管理費	127,150	26.2	136,200	26.2	107.1
営業利益	20,872	4.3	22,700	4.4	108.8
経常利益	20,869	4.3	22,745	4.4	109.0
親会社株主に 帰属する 当期純利益	10,627	2.2	11,584	2.2	109.0

17ページをお願いいたします。こちら最後になりますが、今期2024年5月期の通期目標を掲載させていただきます。上期と下期の内訳も記載しておりますので、ご参照いただければと思います。

以上、鶴羽よりご説明させていただきました。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@scriptsasia.com

質疑応答

山崎 [M]：それでは、ここから質疑応答に移らせていただきます。

では高橋様、お願いいたします。

高橋 [Q]：みずほ証券の高橋でございます。ご説明ありがとうございました。大きく分けて三つ、教えていただきたいのですが。

一つ目は、株主総会が終わってからの鶴羽社長にお話をお伺いするのが、今回初めてですので、せっかくなので今回の株主総会、会社提案全て承認されたかと思っておりますので、改めてこの新体制で臨まれるところに対する抱負であるとか。

あるいは特にこの間、特にこの1年間以上ですか、株式市場とかなり密にコミュニケーションをとっていただいて、われわれも大変ありがたく思っているのですが、こういった株式市場との対話について、今後どのようにお考えになっているかといった辺り、お考えをお聞かせいただければと思います。

鶴羽 [A]：それでは、鶴羽よりご回答申し上げます。ご質問ありがとうございました。

8月10日に株主総会がございまして、会社側のかかわる議案が承認可決されました。多くの株様のご賛同をいただきまして、取締役一同、私も含めて身が引き締まる思いでございます。

今後もこの総会に向けてもそうですし、いろいろな株様と会話、対話をさせていただいた際に、いろいろご意見等も頂戴いたしましたので、それを踏まえましてより一層、コーポレートガバナンスの強化のために、さまざまな検討もしてまいります。また、今後とも株様との対話は引き続き行っていきたいと。こう考える次第でございます。以上です。

高橋 [Q]：ありがとうございました。二つ目も多分、社長にお伺いしたほうがいいかなと思うのですが、先ほど出退店のところで出店が足元、計画をかなり上振れて推移されているということだったのですが、質問二つに枝分かれしてしまって申し訳ないんですけども。

一つは上振れている背景です。先ほど基準を厳しくされたというお話の中で、一方でしっかりと出店ができているということなので、どのような状況が起こっているのかと、それから通期を見据えてこの上振れている状況がどのように推移するのか。

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



要は上振れたままいくのか、それとも通期のどこかで調整が入ると考えておいたほうがいいのか。この通期の出店についてもお考えをお聞かせいただければと思います。よろしくお願いします。

鶴羽 [A]：ありがとうございます。第1四半期は計画に対して少し上振れている経過で、多少順調に出店できたと思います。ただ正直、前期から少しずれ込んでいる部分もありますので、年間を通してはこの上振れが続くわけではなく、ほぼ計画どおりの出店はできるものだとは思っておりますが、大きく今のまま上振れるようなかたちではございません。計画どおり、きっちりやっていくというご回答になります。

高橋 [Q]：分かりました、ありがとうございます。最後3点目、ちょっと細かい質問なので、もしかすると村上さんにお伺いしたほうがいいかなと思うのですが。

補足データのところで地域別の利益率、ご開示いただいているかと思うのですが、地域別にいろいろな動きがあって、特に東北と四国だけが営業利益率が大きく落ちているのが、ちょっと目についてしまったので。何か特段の背景があるようでしたら、教えていただければと思います。

ファーストクォーターってぶれやすいので、特にそんな大きな影響はないよということであればそれで大丈夫なのですが、背景等あればぜひ教えてください。

村上 [A]：村上からご回答申し上げます。ご質問ありがとうございます。

補足資料の最後のところに掲載している内容でございますけれども、まず東北、四国、特に東北については昨年からのいろいろ競合対策等を含めて、既存店の売上高、それから収益性の悪化で、いろいろ投資家様からもご指摘いただいたと承知しております。

現場レベルでいろいろ施策を行っていて、既存店の回復だとか粗利率の向上等、売価設定の細かいことをいろいろ繰り返しながら、ある程度効果が出始めている状況でございますけれども。

一つは特に販管費の上昇が、特に東北地区においては電気代が、全国の中でも東北電力様の値上げ幅が非常に大きいこともございまして、その部分がいろいろ営業的な改善よりもコストがやや上回った。その結果、収益性が下がったということでございます。

四国につきましては構造的には同じようなことですが、やや売上、粗利が少し苦戦したなど見ております。それを上回る、東北ほどではございませんが電気代を中心に販管費が上昇したことで、第2クォーターにかけて特にレデイ薬局がここが主戦場ですけれども。売上、それから粗利をわれわれの計画値に持っていくべく、いろいろ今施策を打っているということでございます。以上、ご回答申し上げます。

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@scriptasia.com



高橋 [M]：よく分かりました。ありがとうございます。

山崎 [M]：ありがとうございます。続いてご質問いただいておりますので、続けさせていただきます。

井田 [Q]：日本経済新聞の井田と申します。よろしくお願いたします。

まず決算のところで、ちょっと細かいところで恐縮なのですが、先ほどの質問にも関連して、会社別の補足資料のところでは、

会社別の実績でお伺いしたいのですが、先ほども四国の話であればレデイ薬局とかがそうなのかなと思うんですけども、各社で見ると例えばツルハグループドラッグ&ファーマシー西日本ですとか、あと杏林堂ですとか B&D とか。特に杏林堂、B&D、レデイ薬局はかなり営業利益以下、利益がかなり落ちていると思うのですが。

地域に限らず、この各会社別でも利益が大きく下がっている会社があるところの要因は、どう分析されているのでしょうか。まず一つ目、お願いたします。

鶴羽 [A]：ご質問ありがとうございます。今、四国の話はレデイ薬局の話がありましたので、先ほど村上がお話ししたとおりです。

広島の方、ツルハグループドラッグ&ファーマシー西日本、TGN のほうは売上、粗利は比較的堅調に推移しているのですが、こちらはちょっと人件費のほう、いわゆる勤務の人件費の 1 分単位の人件費の数え方になりましたので、そういった影響もありまして、少し経費がかさんだかなというところはございます。ただ、売上、粗利に関しては順調に推移していると判断しております。

杏林堂に関しては昨年の 8 月に非常に静岡県、また浜松を中心とする自治体のキャッシュレスの還元キャンペーン等がありまして、非常にその前年の裏返しが大いのも一つ、大きな要因となっております。

B&D に関しましては、粗利率は全般的には改善されているのですが、少しトップラインが伸び悩んでいますので、こちらは古い店舗が結構まだあるので、今後改装やスクラップ&ビルドが必要な状態ということが、ここ数年続いている環境となっております。以上、ご回答申し上げます。

井田 [Q]：ありがとうございます。あともう 3 点だけ、ご質問させていただきます。

先ほど社長のご説明でもあった HAPPAY の件なんですけれども、第 1 四半期、若干進捗が遅れているということで、第 2 四半期に向けて巻き直していくということでしたが、具体的に HAPPAY

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



のテコ入れ策、現状でどういったものを考えられているのか。社長にお伺いしてもよろしいでしょうか。

鶴羽 [A]：やはりお客様にそれなりのお得感、還元がないとなかなか今、いろいろな魅力的なキャッシュレスがお客様のもとにありますので、少し販促が今まで大人しかったという反省もございませぬので、とにかくお客様にまずは1回使ってもらうきっかけの販促を今、練っております。

第2四半期の早い時期で、少しずつ実践していきたいと考えております。以上です。

井田 [Q]：ありがとうございます。足元の決算からちょっと離れた質問で恐縮なのですが、3点目です。

先般の株主総会に関連してもかなり話題に上がりましたが、今後のM&Aについて。社長は積極的な姿勢は現在も変わっていないかと思うんですけれども、現時点で今期ないしは来期等で具体的にM&Aをされる。社名は伺えないとしてもこういったところをやっていくという、具体的な方針が現状であるのか。

また、筆頭株主のイオンさんは株主総会の前の段階で、業界再編も含めたところでツルハと協議していくというリリースも出されていましたが、総会が終わってからそうした筆頭株主さんとの協議が進んでいるのかどうか。また、筆頭株主さんとの関係性についても、現時点での社長のお考えを伺えないでしょうか。お願いします。

鶴羽 [A]：M&Aに関しましては毎回お話ししているとおり、当社は積極的にやってきた会社だと自負しておりますので、今後もM&Aに関して積極的に検討していく姿勢は変わりません。あくまでも相手あってのことですので、今後も良いお話があれば積極的に検討していくことになります。

もちろん、ご報告する段階になりましたらルールに従ってご報告はいたしますが、今日時点でご報告する内容はございません。

イオンさんに関しましては、資本業務提携をもともと95年から結んでいますので、あらゆるいろいろな協議は、以前からいろいろなお話はしておりますが、特に具体的な提案を現在受けているということではございません。以上、ご回答申し上げます。

井田 [Q]：ありがとうございます。最後に1点だけ、来年に控えている調剤報酬の改定についてもお伺いします。

現時点ではまだ業界の聞き取りとか、政府のほうで改定のあり方等を議論する、まだ初期段階かと思うんですけれども、既に今年の4月から移行期間も終わって、調剤報酬が引き下げられている影

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



響も出ているかと思うのですが、改めて今期 2024 年 5 月期における、先の調剤報酬改定における収益に対する影響がどれほど出ると見込んでいらっしゃるのかと、来年の調剤報酬改定に対して、例えばツルハのお考えとして、どういう改定のあり方であるべきなのか。

直近では比較的、店舗数が多いところの調剤報酬が引き下げられている背景もありますので、調剤の店舗数が多いチェーンの、社長として次の改定についてどういうご意見を持っているのか、所感を伺ってもよろしいでしょうか。お願いします。

鶴羽 [A]：調剤の改定等につきましては、当社も今期は調剤の粗利率で 1%ほど、率が低下する見込みで計画を組んでおります。

来年以降の改定に関してはまだ具体的な精査は正直できておりませんが、いずれにしても今後調剤の粗利率は低下していく傾向がございますので。われわれは調剤の店舗数、先ほども申しましたようにまだ 3 割程度しか併設がございませんので、当社としてはまず店舗数は拡大して、処方箋枚数を獲得していくところを基本的な軸として考えております。

報酬改定の内容で、今ご指摘のあった 300 店以上の企業に対しての減額とかは当然、企業の大きさや店舗数で判断するものではないと思っておりますので、次回どういう改定かは分かりませんが、そこに対して疑問はもちろん持っております。以上です。

井田 [M]：ありがとうございます。

山崎 [M]：ありがとうございます。

続いてご質問いただいておりますので、どうぞ、お願いいたします。

松尾 [Q]：お世話になっております。SMBC 日興証券の松尾です。ありがとうございます。

私からはちょっと細かいんですけども、振り返りをカテゴリー別でまずいただきたいのですが。

まず商材別の食品の粗利率の改善について、具体的にどのようなファーストクォーターで取り組みを行って、改善に寄与されたのか。まず補足いただいてもよろしいでしょうか。お願いします。

鶴羽 [A]：ご質問ありがとうございます。ご質問のとおり、食品の粗利率がだいたい第 1 四半期は改善されて、寄与いたしました。

この値上げがある中で、価格の移行を適切な状態で移行できたところと、あとはもともと値上げとは関係なく、無駄な安売りというか、そういった値付けのバラバラ感をグループの商品調達のほう

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



で、しっかりと事業会社の食品の価格もコントロールして是正できたところが、一番の大きな効果だと思っています。

またこういった一連の値上げによって、スーパーマーケットさんからドラッグストア等に、お客様が比較的食品が安いドラッグストアに流れてきているのも、売上にも寄与した傾向だと思っています。以上です。

松尾 [Q]：ありがとうございます。二つ目は先ほどご質問のあった調剤なんですけれども。

これは薬価改定、診療報酬改定とまとめていらっしゃるのですが。どちらのほうの影響が大きかったのか。おそらく地域支援体制加算の話とかあると思いますし、また併設率を上げていくことでスケールもある程度、利いてくるフェーズにあると思うんですけれども、それによる押し上げ効果はどの程度、今期だけじゃなく来期以降も期待してよいのか。補足いただければと思います。お願いします。

村上 [A]：ご質問ありがとうございます。村上からご回答申し上げます。

今の比率については年度ごとの報酬改定の内容、それから薬価改定の内容によりますので一概に申し上げられませんが、今年われわれが予算を立てている前提で申し上げますと、大体半々ぐらいで粗利に効いてきているかなと考えています。

ただしご承知のとおり、薬価改定につきましては卸さんとの薬価改定の交渉等の妥結が例年9月、10月ぐらいにということですので、この結果次第によっても数字が変わることとなります。以上、ご回答申し上げます。よろしいでしょうか。

松尾 [Q]：ありがとうございます。あと最後に1点、細かいんですけども、先ほどHAPPAYの販促をテコ入れするといいますか、普及していきたいというお話ですけども、これによるコストアップは気にしないでよろしいでしょうか。最後です、お願いします。

鶴羽 [A]：ありがとうございます。やはり販促ですから多少コストもかけることもあるかもしれませんが、そもそもこれは支払手数料のコストの抑制で、そういった側面も大きな施策ですので。少し一時的に販促はかけますが、HAPPAYが増えることにより結果、支払手数料が減ることですので、業績に大きく寄与するような販促額は見込んでおりません。以上、ご回答申し上げます。

松尾 [M]：どうもありがとうございました。以上です、失礼いたします。

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

山崎 [M]：ありがとうございました。続いて、ご質問いただいております。どうぞお話しください。

山岡 [Q]：野村証券の山岡と申します。よろしく申し上げます。

まず粗利率のご評価について、改めてお伺いできればと思うんですけども。

例えば、17 ページに通期のご計画の上期下期という分割を出していただいております中で、上期で見ると粗利率 0.5%ポイントの改善のご計画で、このファーストクォーターですと商品別のところ等を含めて見て 0.2%ポイントの改善だと思うので。

この上期の 0.5 に対して 0.2、数字だけ見ると若干、何が売れるかの影響はあると思うんですけども、この辺り、どうわれわれは捉えておけばよいのか。ご計画に対してというところも含めて、少しご解説いただいてもよろしいでしょうか。

鶴羽 [M]：上期の粗利に対してですか。

山岡 [Q]：そうです。上期の粗利率のご計画が 0.5%ポイント改善のご計画になっておるかと思うんですけども、17 ページのところ等におきまして。

鶴羽 [M]：30.5 ですね。

山岡 [Q]：そうです。去年が 30.0 で今年が 30.5 でした、細かいのですが、このファーストクォーターの改善幅でいうと 0.2%ポイントの改善だと思いますので、若干やや 0.5 に対してはビハインドに見えなくもないかなという趣旨での質問です。

鶴羽 [A]：ありがとうございます。やはり今、中計でやっております重点戦略としております PB と、あと調剤の粗利率が低下とはいつつも、総業績で全体の粗利率は上がりますので、そこの二つを強化していくのと同時に、やはり化粧品の回復、あとは総合感冒薬がまだ非常に 2 桁増で売れていますので、そこの取り組み。

一方でマスクとか検査薬は落ち気味ですけども、当初予定していた数値よりも落ちた割には踏ん張っていますので、そこの兼ね合いでなんとか 30.5 ぐらいはいけるんじゃないかという見込みで計画を組んでおります。

山岡 [Q]：特に何か改善幅として物足りないとか、そういうわけではないという理解でよろしいですか。

鶴羽 [A]：そうですね。今現在はそう思っております。

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@scriptasia.com

山岡 [M]：分かりました、ありがとうございます。

村上 [A]：村上ですけれども補足させていただきますと、第1クォーターの当社のある程度、計画線の粗利率だどご理解いただければいいと思います。

山岡 [Q]：分かりました、大丈夫です。ありがとうございます。あともう1点、販売動向についても少しだけなのですが。

地域ごとの既存店の販売動向の数字も Appendix にも出していただいております、大きな差異はないと思うのですが、一方で競合他社さんの販売動向等を見ていると、比較的強めの既存店が多い会社さんもあったりですとか、業界全体の中で今の御社の販売の動向は、どう今捉えていらっしゃるのか。改めてお伺いしてもよろしいでしょうか。

鶴羽 [A]：ありがとうございます。他企業はいろいろな商品構成比の違いもありますし、インバウンドがあったりなかったりで、一概に比較は難しい部分もありますが、当社は食品はある程度伸びていますし、調剤も比較的順調に伸びていると。

日用雑貨も市場並みですので、化粧品が109%と非常に回復傾向にあることは間違いないのですが、当社としてはもう少し化粧品の回復は、まだまだ伸びしろがあると考えておりますので。

他企業というよりは市場動向に比べて、もう少し化粧品に関しては第2四半期以降も伸びしろはあるんじゃないかと考えております。以上、ご回答申し上げます。

山岡 [Q]：今のところで補足なのですが、これから先ほど、トップラインをより伸ばしていくための施策で考えますと、こういったところを進めていかれるかたちなんでしょうか。

鶴羽 [A]：今申しましたように、やはり化粧品のコロナ前の水準にまだ戻っていませんので、そこに戻るぐらいの施策を強化していくと。主にこういったことを考えております。

山岡 [M]：分かりました、私からは以上で大丈夫です。ありがとうございます。

山崎 [M]：ありがとうございます。もう一方、質問をいただいております。どうぞ。

柳平 [Q]：いちよし経済研究所の柳平です。よろしくお願いたします。3点お願いしたいんですけども。

1点目は御社の売上と営業利益、ご計画に対してどんな感じか。手計算すると売上で大体16億円ぐらい上振れて、営業利益で9億円ぐらい上振れたかなと試算できるんですけども、これは当たらずとも遠からずなのか、全然違うのか。その辺はいかがでしょうか。

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



鶴羽 [A]：ありがとうございます。第1四半期のわれわれの計画に対しては、ざっくりいいますと売上と粗利に関してはほぼ計画どおりとなっています。営業利益に関しましては若干、計画より上振れていることとなります。大まかですけれども、以上ご回答申し上げます。

柳平 [Q]：僕が今言ったような数字で理解してよろしいですか。営業利益で8億円から9億円ぐらいい上振れたかなと、一応計算はできるんですけれども。どうでしょう。

鶴羽 [A]：大体近いところです。

柳平 [Q]：ありがとうございます。2点目はPBで、大手メーカーとの共同商品とかを開発推進とあるのですが、これは既に店頭に並んでいる商品が出てきているのか、あるいはこれから進めるといことなのか。既にあるというんだったら、どういう商品なのかをコメントをお願いします。

鶴羽 [A]：今並んでいる商品では、医薬品で例えば第一三共さんのルル、風邪薬の。こちらをわれわれのブランドでルルという名前を付けて、開発していただいたのを販売しております。

あとはアース製薬さんの芳香剤とか、あとはファンケルさんがつくってくれたわれわれの基礎化粧品とか、こういった既に並んでいるものもありますし、販売が好調な商品もございます。

柳平 [Q]：ありがとうございます。最後三つ目、DXのところ、顧客データの活用で、データ分析のシステムを導入されたというコメントがあったと思うんですけれども、こういったものを入れられて、あとその活用的人员体制とかチームというか、どんな感じで人員体制を組んでいるのか。コメントをお願いします。

鶴羽 [A]：今までデータがバラバラにあったのを、一つのデータのプラットフォームに集約できたところまでは昨年、ある程度まとめられたんですけれども。

そのデータを使ってアプリのお客様を中心にどういう販促を効果的に飛ばしていくかは、人の手を使って1個1個準備していたわけなのですが、これを自動化するシステム。いわゆるマーケティングオートメーション、MAツールというらしいですけれども、そういったものを導入いたしました。

稼働したのはつい最近なんですけれども、それによって今まで人が何時間も何日もかけていたのをある程度、早い段階で回せるようになると。効果検証も比較的スムーズにできると。それによって、協賛していただけるメーカーさんとかのレスポンスも良くなるだろうということを開始し始めたばかりです。人数的にはまだ、当社でそれに携わっているのは10数名になります。以上、ご回答申し上げます。

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



柳平 [M]：ありがとうございました。以上です。

山崎 [M]：ありがとうございました。そのほか、ご質問いかがでしょうか。ではご質問ないので、こちらで質疑応答を終了させていただきます。ありがとうございます。

では以上をもちまして、株式会社ツルハホールディングス、2024年5月期第1四半期決算説明会を終了させていただきます。本日はご参加いただき、誠にありがとうございました。

鶴羽 [M]：ありがとうございました。

村上 [M]：ありがとうございました。

[了]

脚注

1. 音声が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@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、SCRIPTS Asia 株式会社（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

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をしてはなりません。

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、すべて利用者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利用者が被った損害、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