



生活のプラットフォームになる ～専門総合店舗の実現～

統合報告書 2022





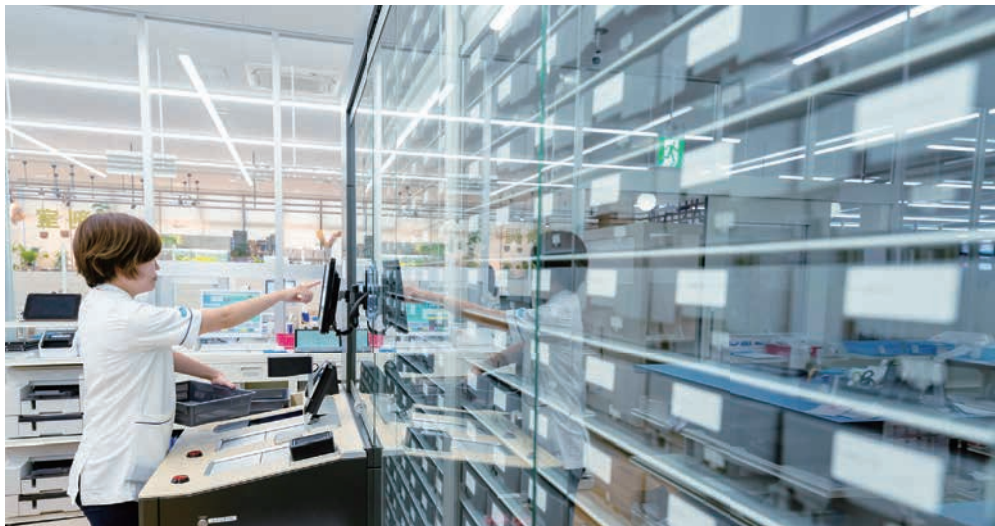
ヘルスケア売場の強化

健康維持・増進を支える無料測定コーナーを設置し、
地域包括ケアの要に

これからのドラッグストアの形を求めて

当社グループは、「生活のプラットフォームになる」ことをビジョンとして掲げ、
地域の皆様のお困りごとにお応えしてきました。

長寿命化、健康への意識の高まり、生活スタイルの多様化など、地域の暮らしが大きく変わるなかでも
生活のプラットフォームであるために、私たちは一歩先のドラッグストアのあるべき姿を追求し続けています。



薬剤師の業務効率向上

調剤ロボットで業務効率化し、もっと患者様に向き合う
頼れる「かかりつけ薬剤師」がいるドラッグストアに



地域コミュニティの活性化

地域交流の場を提供し、地域に根差した存在に



高付加価値なPBの開発

高付加価値な商品を豊富に取り揃え、「毎日」に欠かせない買い物スポットに

カウンセリング強化

最適なカウンセリングで、一人ひとりのニーズにお応えするドラッグストアに



企業価値のさらなる向上へ 不断の変革を続ける

「生活のプラットフォーム」として 地域の皆様に寄り添う

当社グループの企業理念「お客様の豊かな社会生活と健康な暮らしを提供します」は、2008年にグローウェルホールディングス株式会社(2012年ウエルシアホールディングスに改称)を設立した時に制定したものです。

この企業理念のもと、「生活のプラットフォームになる」というビジョンを掲げ、お客様のニーズに応じて商品群を拡充するとともに、積極的な出店やM&Aによって事業規模を拡大してきました。おかげさまで当社グループは、2022年2月期に業界初となる売上高1兆円を達成することができましたが、地域のお客様に寄り添い、地域のお困りごとに応じていくという我々の存在意義が変わることはありません。

社訓「差別化を以て戦わずして勝つ」が 結実したウエルシアモデル

そして今、当社グループが目指しているのは、「専門性」と「利便性」を両立した「専門総合店舗」です。「専門性」は、薬剤師、登録販売者、ビューティアドバイザー、管理栄養士などの専門知識を活かしたカウンセリング、

商品、サービスの提供を意味しています。「利便性」は、調剤併設店舗や24時間営業店舗の拡大など、お客様がいつでも利用できる地域インフラ機能の追求です。

その実現に向けて構築したのが、「調剤併設」「カウンセリング営業」「深夜営業」「介護」の4つの軸からなる「ウエルシアモデル」です。ウエルシアモデルを象徴する言葉として、「差別化を以て戦わずして勝つ」という社訓があります。これは、当社グループの礎を築いた故・鈴木孝之名誉会長の言葉です。鈴木名誉会長は、付加価値が高い調剤併設型ドラッグストアを模索してきました。厳しい競争環境を勝ち抜くために差別化を徹底的に追求する。その結実がウエルシアモデルなのです。

変化を恐れることなく 持続的な成長を目指す

ただし、我々はウエルシアモデルにも固執することはありません。5年後、10年後の当社グループの姿を現時点で明示することはできませんが、社会変化を見据えながらウエルシアモデルの軸を加える、入れ替えるなどの進化なくして、さらなる成長は望めないと考えています。

加えて、当社グループが持続的に成長していくには、

企業理念

お客様の豊かな社会生活と健康な暮らしを提供します

ビジョン(目指すべき姿)

生活のプラットフォームになる ～専門総合店舗の実現～

経済的価値と併せた社会的価値の追求が不可欠であることから、2021年11月に「サステナビリティ基本方針」を策定しました。新たに定めた方針もありますが、多くはこれまでの取り組みを明文化したものです。企業経営においてESGやサステナビリティの観点も再認識しながら、当社グループのさらなる企業価値向上に邁進してまいります。

多様なステークホルダーと 協調しながら新たな価値創造を

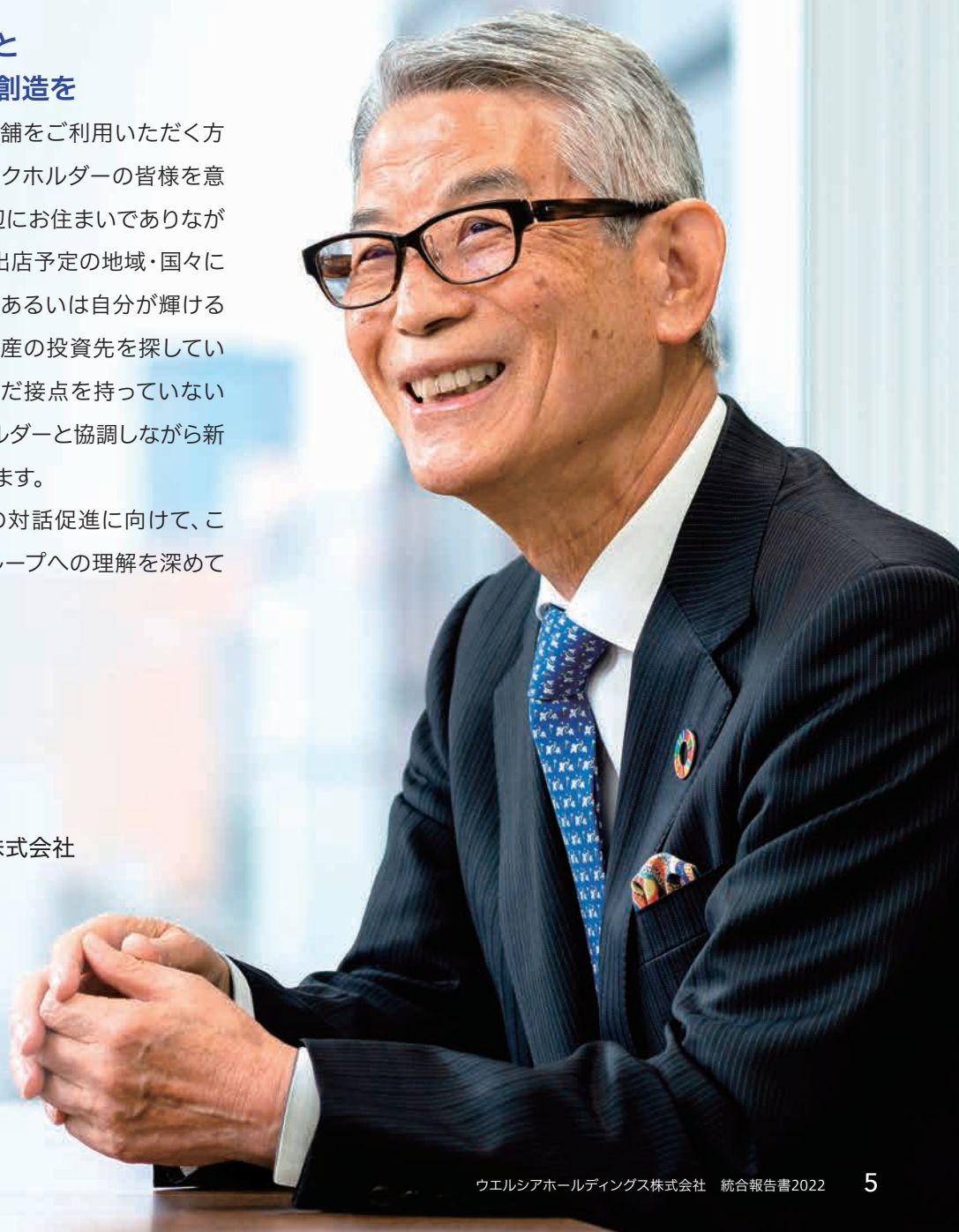
企業理念の「お客様」とは、店舗をご利用いただくだけでなく無限に広がるステークホルダーの皆様を意味しています。それは、店舗周辺にお住まいでありながら来店されたことがない方や、出店予定の地域・国々にお住まいの方かもしれません。あるいは自分が輝ける場所を求めている方、大切な資産の投資先を探している方かもしれません。我々がまだ接点を持っていない方々も含め、多様なステークホルダーと協調しながら新たな価値創造に挑戦してまいります。

ステークホルダーの皆様との対話促進に向けて、この統合報告書を通じて当社グループへの理解を深めて

いただければ幸いです。今後とも当社グループにご期待いただき、ご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

ウエルシアホールディングス株式会社
代表取締役会長

池野 隆光



統合報告書 2022 INDEX

Philosophy & Overview

これからのドラッグストアの形を求めて	2
会長メッセージ	4
目次	6
価値創造の歩み	8
At a Glance	10
価値創造プロセス	12

Our Vision & Policy

ウエルシアのサステナビリティ	16
マテリアリティ特定プロセス	18
マテリアリティー一覧	20

Our Strategy

社長メッセージ	22
中期計画の概要と進捗	27
財務・非財務ハイライト	30

ウエルシアのESG

環境	32
社会	36
コーポレートガバナンス	38

Data etc.

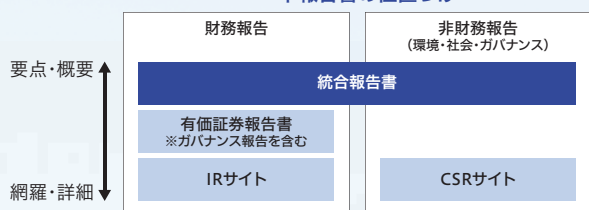
11年間サマリー	46
会社情報／株式情報	48



編集方針

本報告書は、当社グループの価値や強み、また中長期的な戦略や取り組みを、投資家をはじめとしたステークホルダーの皆様にお伝えし、建設的な対話に活用することを目的としています。また、編集にあたっては、重要度の高い内容に絞り、簡潔で分かりやすい構成を目指しました。本報告書に掲載していないIR情報、CSR関連情報などはWebサイトで開示しています。

本報告書の位置づけ



報告対象期間

2022年2月期(2021年3月-2022年2月)の活動を中心に報告し、一部当期間の前後の活動も掲載しています。なお、組織・役職名は2022年5月24日現在のものを記載しています。

対象範囲

財務情報はウエルシアホールディングス株式会社の連結ベースの情報に、また非財務情報は主にウエルシア薬局株式会社単体の情報に基づいています。

見通しに関する注意事項

本報告書に記載されている内容は、現在入手可能な情報から得られた当社の判断に基づくもので、リスクや不確実性を含んでいます。記載の業績見通し等とは異なる結果を生じ得るリスクを含んでおりますことをご承知ください。



価値創造の歩み

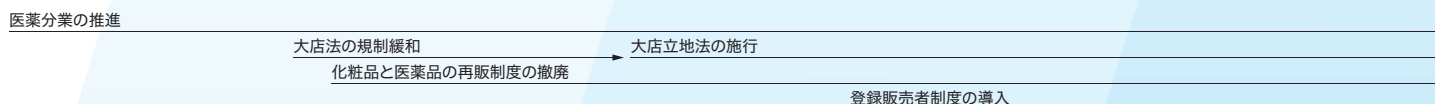
社会環境の変化を見据え、時代に先駆けウエルシアモデルを構築

ウエルシアグループは社会環境の変化を見据え、業容を拡大してきました。
これからも、地域の暮らしに寄り添う思いは変わらずに、持続的な成長を目指してまいります。

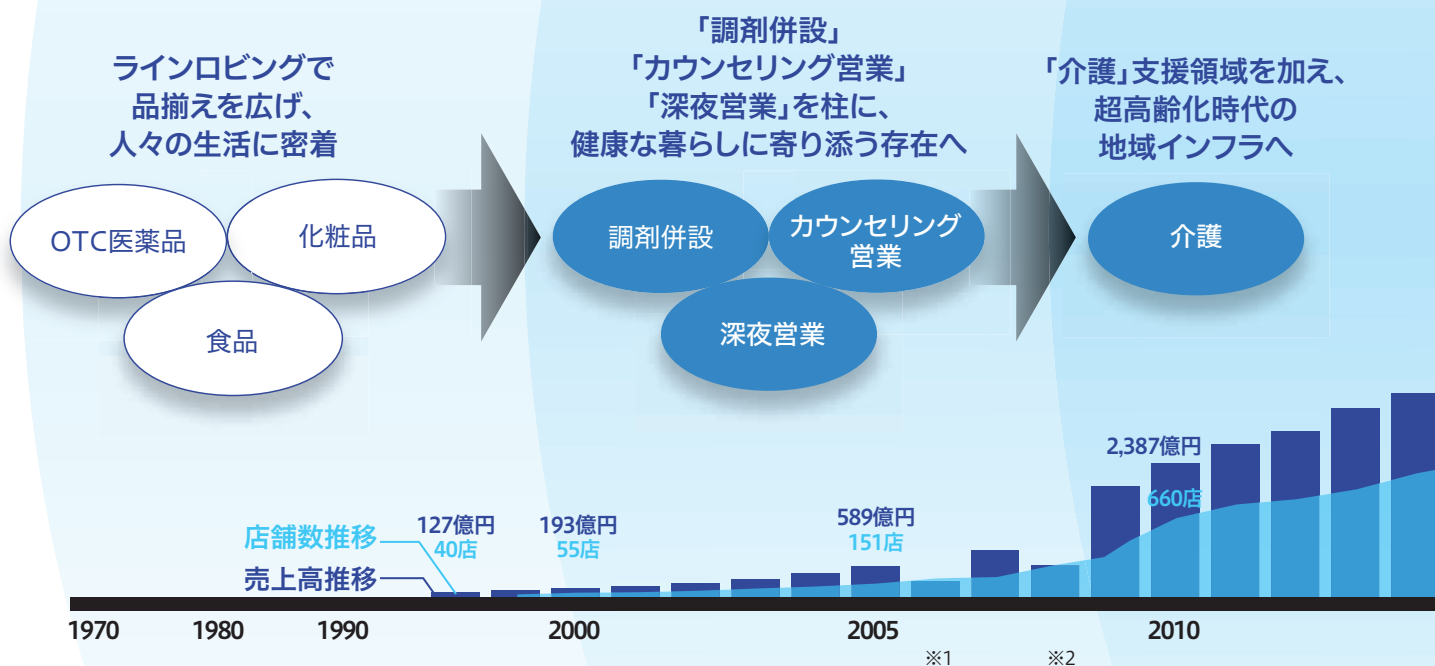
社会環境の変化



国内ドラッグストア業界での主な規制



売上推移と価値創造



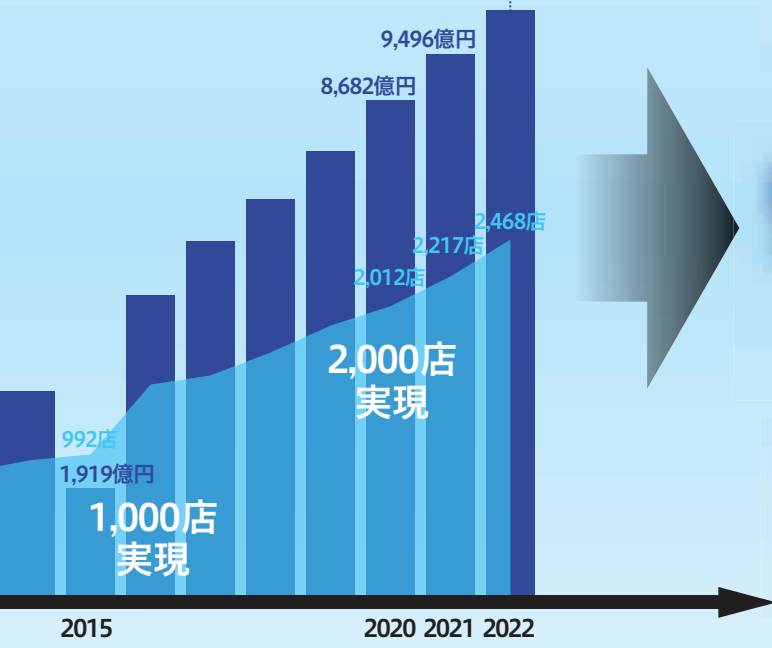
主な動きとM&A



コロナウイルス感染症の拡大

※厚労省：社会インフラを取り巻く経済社会の状況より

1兆259億円



2,000店
実現

1,000店
実現

2015
※3

2020 2021 2022

※1 2006年2月期は、決算期変更により6ヵ月決算
※2 2008年2月期は、決算期変更により6ヵ月決算
※3 2015年2月期は、決算期変更により6ヵ月決算

調剤併設



カウンセリング
営業



暮らし・地域を支える
「ウエルシアモデル」を構築

深夜営業



介護



東京証券取引所第一部へ指定
「ウエルシアホールディングス」へ社名変更

2014
「イオン」による連結子会社化
2016
化粧品専門店「B.B.ON」設立

2020
「ホームセンターみつわ」
(福井)資本業務提携

2022
東京証券取引所
プライム市場へ移行

2015
「タキヤ」(兵庫)
「シミズ薬品(ダックス)」
(京都)
「CFSコーポレーション
(ハックドラッグ)」
(神奈川)

2017
「丸大サクラマ薬局
(ハッピードラッグ)」(青森)
2018
「一本堂」(東京)
化粧品専門店「MASAYA」(岡山)
2019
「金光薬品」(岡山)

2020
「よどや」(高知)
「クスリのマルエ」(群馬)
調剤専業「ネオファルマー」
「サミット」(愛媛)

2021
「プレひまわり」(広島)

2022
「コクミン」(大阪)

拡大が続く市場において ウエルシアグループのスケールと専門性を活かして成長へ

市場の成長性

10兆円規模に向けて
拡大し続ける市場で

ドラッグストアの市場規模

10兆円 (2025年)

ドラッグストア業界の寡占状況
上位10社で

71% (2020年)

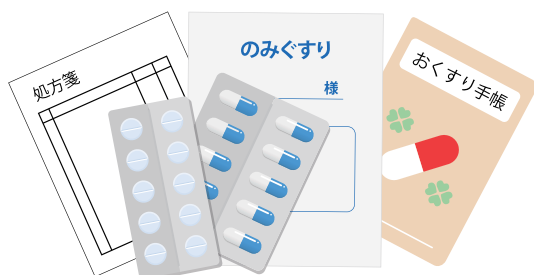


調剤の市場規模

8兆円 (2025年)

調剤業界の寡占状況
上位10社で

20% (2020年)



スケール

培ってきた総合力と
スケールとともに

売上高

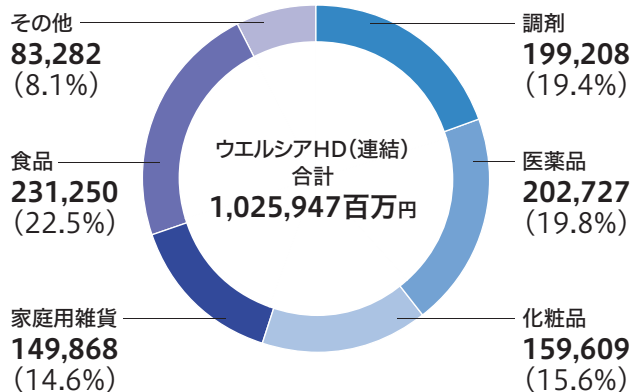
1兆259億円

対前期売上高増減率

8.0%増



商品別売上高



来店客数

3,000万人

ウエルシアメンバー数

231万人

処方箋受付枚数

1,889万枚



専門性

多様なプロフェッショナル人材の専門性を活かして

2022年2月28日現在

従業員数

56,761人

(正社員・臨時従業員人数)

薬剤師数

6,799人

ライフリー・カウンセラー
資格取得者数

2022年2月期 新規取得者

876名

(累計 6,198名)

化粧品担当者数

2,521人

登録販売者数

16,667人



店舗展開エリア

40都府県、2,457店 (海外店舗11店を除く)

深夜営業店舗数

1,776店舗

調剤併設店舗数

1,839店舗

在宅医療にかかる薬剤管理
および服薬指導の実施店舗数

737店舗

土曜開局店舗数

248店舗

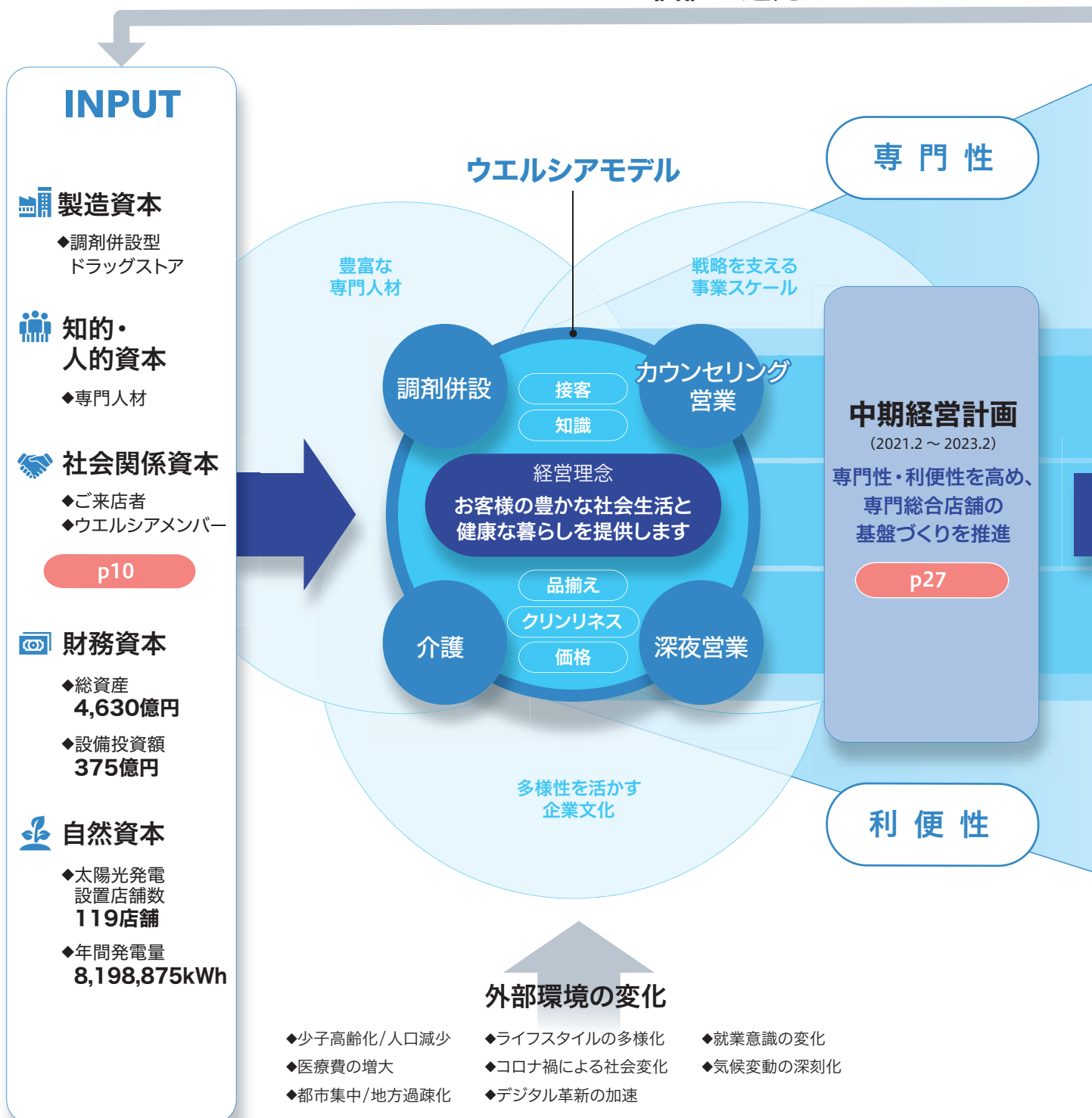


価値創造プロセス

ウエルシアモデルを磨き上げ、地域の生活プラットフォームへ

時代の要請に応えるウエルシアモデルを磨き上げることで競争優位性を確立し、地域の生活を支えるドラッグストアとして新たな価値を創造します。

価値の還元



OUTPUT



地域医療構想の
実現



最適なカウンセ
リングの提供



高付加価値な
PBの開発



対面／オンライン
の選択肢を持った
サービス提供



イオングループとの
連携による
商品ラインナップ
の拡充



地域特性に応じた
サービス提供

あらゆる人に
便利・快適を

人権方針

商品・サービス
方針

環境方針

マテリアリティ

p18

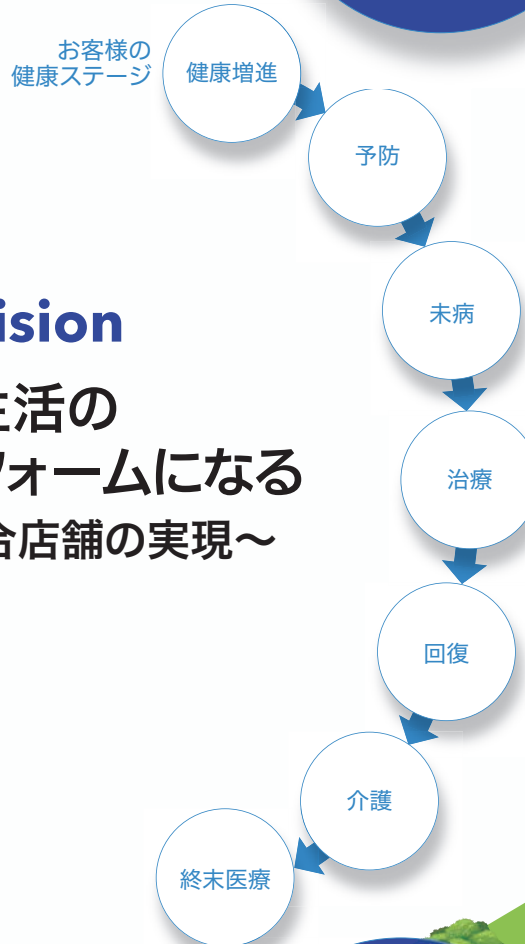




日々の暮らしに
健康と美容を

活気と活力のある
地域社会

誰もが働きがいを感じられる社会



Vision
生活の
プラットフォームになる
～専門総合店舗の実現～

OUTCOME

脱炭素社会への
貢献

“かかりつけ”で
医療に安心を

人生100年時代の
豊かさ・幸せを

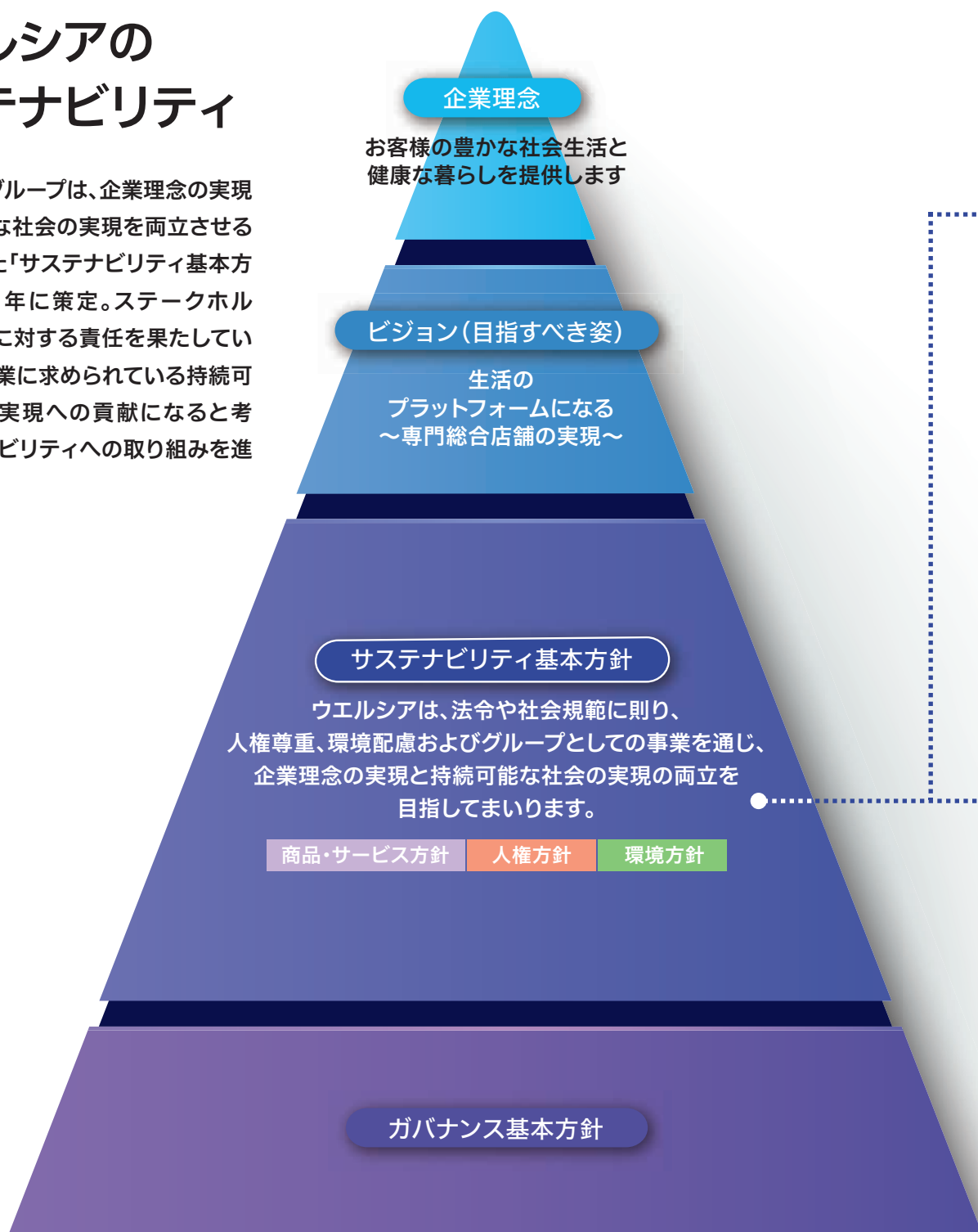


Our Vision & Policy

ウエルシアグループは、サステナビリティに関する方針を策定するとともに、マテリアリティを特定しました。今後、これらに基づきサステナビリティへの取り組みを行っていきます。

ウエルシアのサステナビリティ

ウエルシアグループは、企業理念の実現と持続可能な社会の実現を両立させることを掲げた「サステナビリティ基本方針」を2021年に策定。ステークホルダーの皆様に対する責任を果たしていくことが、企業に求められている持続可能な社会の実現への貢献になると考え、サステナビリティへの取り組みを進めています。



サステナビリティ基本方針

価値観に基づき、
本業で取り組むべき
方向性

商品・サービス方針

「人権」及び「環境」を重視するという価値観のもと、
本業である商品・サービスを通じていかに企業理念の実現と
持続可能な社会を実現していくかを示した方向性

1. ウェルシアモデルの進化・成長による地域インフラ機能の向上
2. カウンセリング力の向上
3. 商品開発・商品調達におけるコンセプト
4. サプライチェーン上の人権配慮
5. 「だれひとり取り残さないまち」実現への貢献

重きを置く価値観

人権方針

人権尊重が企業理念の実現と持続可能な社会の実現にとって
最も重要との価値観を示した方針

1. 企業文化としての多様性の尊重
2. 人的資本を重視した経営
3. 人権デュー・ディリジェンス体制の整備
4. 人権侵害に対する救済メカニズムの整備
5. 第三者認証の取得

環境方針

地球環境を現状から大きく変えずに維持していくことが、
企業理念の実現と持続可能な社会の実現にとって、
重要との価値観を示した方針

1. 脱炭素社会の実現に向けた取り組み
2. 循環型社会の実現に向けた取り組み
3. 自然共生社会の実現に向けた取り組み
4. TCFDの提言する気候変動への対応
5. エシカル消費の推進
6. 環境保全に関する役員・従業員への教育

マテリアリティ特定プロセス

ウエルシアグループは、基本方針を起点に当社グループが本業として現在取り組んでいる事業や今後注力していこうという分野を紐づけながらマテリアリティを特定しました。

Step ① 課題のリストアップ

ウエルシアグループは、国内外の株主、機関投資家等のステークホルダーの皆様との日頃のコミュニケーションを通じて、ステークホルダーの皆様が当社グループに何を求めているか、特にESGやサステナビリティの観点から求めている事項(温室効果ガス削減対策費用、従業員教育への投資額等)を洗い出し、そのうえで集約した結果、「人権」「環境」の2つが重視すべき価値と判断しました。

一方、当社グループは、各事業部門の業務がESGやサステナビリティの観点から社会にポジティブな価値を提供していることを確認しています。これらを踏まえ「サステナビリティ基本方針」(以下、基本方針)の実現に向けて、当社グループが重きを置く価値観と本業を通じて取り組むべき方向性を結び付け、26個の取り組み課題(マテリアリティ)をリストアップしました。

重視するイニシアチブ

Sustainable Development Goals



2001年に策定されたミレニアム開発目標(MDGs)の後継として、2015年9月の国連サミットで加盟国の全会一致で採択された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標です。17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の「誰一人取り残さない(leave no one behind)」ことを誓っています。

Step ② 課題の抽出と重要度評価

ウエルシアグループは、リストアップした26個のマテリアリティについて本業としての取り組みを進めるうえでの優先順位を整理しました。基本方針では、企業理念の実現と持続可能な社会の実現の両立を目指すとしていることからダブルマテリアリティの考え方を取り入れ、投資額、費用対効果、社会的課題を解決した際の影響度

マテリアリティマトリックス



Step 3 妥当性確認、特定

を考慮し、ウエイト付けやその妥当性評価を適宜、取締役会に報告し、社外取締役からの意見も踏まえ、調整しました。その結果、以下のマトリックスの右上の象限に位置する15のマテリアリティを優先順位の高いマテリアリティとして特定しました。

-人権方針 ●.....商品・サービス方針
-環境方針 ●.....ガバナンス方針

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 新たな技術を活用したDXの推進 ● 人口動態・社会変化のニーズへの対応 | <ul style="list-style-type: none"> ● スキルアップ・キャリア教育による人的資本の充実 ● 差別化戦略としてのビジネスモデルの進化による地域インフラ機能の向上 ● 地域やサプライチェーンと協働したエシカル消費 ● グループ全体の事業継続マネジメントの実践 |
| <ul style="list-style-type: none"> ● サプライチェーンにおける人権の尊重 ● お客様、患者様の声の活用 ● 再エネ・省エネの推進 ● 返品および商品ロスの削減 ● プラスチック使用量の削減 | <ul style="list-style-type: none"> ● ワークライフバランスの支援 ● 働き方に合わせた活躍の場の提供や労働時間管理 ● 新PBの開発 ● 積極的な出店 |
| <ul style="list-style-type: none"> ● 従業員の健康増進 ● 新たなコミュニケーション戦略の構築 | <ul style="list-style-type: none"> ● 新たな事業機会の発掘と新業態開発 ● 多様な視点での取締役会の運営 |

高

当社グループにおいて、マテリアリティに向けた取り組みは全て本業に紐づいていることから、業務目標として進捗を管理しています。加えて、目標達成の阻害要因としてリスクの状況もリスク管理委員会で把握し、取締役会に報告されます。一方で、代表取締役社長が委員長となっているサステナビリティ委員会でマテリアリティの取り組み状況を確認し、社会的課題として影響度とともに、その結果は取締役会に報告されます。このように取締役会がマテリアリティの取り組みを重層的に管理するガバナンス体制が整備されており、その旨を「ガバナンス基本方針」に示しています。



取締役会の様子



監査役会の様子

マテリアリティー一覧

ウエルシアグループは、マテリアリティーに関する取り組みに対して、リスクを踏まえた目標を掲げ、取締役会が監視するマネジメントシステムのなかで進捗させています。

方針	マテリアリティー	当社の事業における目標
人権方針	ワークライフバランス	ESと労働生産性の両立
	多様で柔軟な働き方	ESと労働生産性の両立
	スキルアップ・キャリア教育	経営戦略に即した人的資本の充実
商品・サービス方針	デジタルトランスフォーメーション(DX)	DX推進による新たな価値の創造
	新しい商品・サービスの開発	高付加価値な新PBの開発
	ビジネスモデルの進化(カウンセリング含む)	差別化戦略としてのビジネスモデルの進化による地域インフラ機能の向上
	サプライチェーンにおける人権の尊重	サプライチェーンにおける人権の尊重
	生活インフラとしての存在価値の向上	積極的な出店
	社会問題が与える企業活動への影響	人口動態・社会変化のニーズの事業戦略への対応
環境方針	脱炭素社会の実現	再エネ・省エネの推進
	循環型社会の実現	返品および商品ロスの削減
	自然共生社会の実現	プラスチック使用量の削減
	エシカル消費の実現	地域やサプライチェーンと協働したエシカル消費の浸透

代表的な取り組み例	リスク
<ul style="list-style-type: none"> ●多様な働き方への環境整備 (→P37) ●健康経営の促進 (→P37) 	人事制度と評価制度との不整合
<ul style="list-style-type: none"> ●多様な働き方への環境整備 (→P37) 	リテンション施策と労働生産性との不整合
<ul style="list-style-type: none"> ●スキルアップ・キャリア教育による人的資本の充実 (→P37) 	経営環境の変化と必要とする人材確保のタイミングのずれ
	代替品・サービスの脅威
<ul style="list-style-type: none"> ●環境配慮素材を使用した商品開発 (→P35) 	PB製品に関するサプライチェーン上の問題発生
<ul style="list-style-type: none"> ●地域インフラとしての機能向上 	代替品・サービスの脅威
<ul style="list-style-type: none"> ●サプライチェーンにおける人権配慮 	サプライチェーン上での問題発生
	不採算店舗の発生
<ul style="list-style-type: none"> ●デジタルツールを活用した移動販売の実施 (→ P36) 	リソース投入タイミングのずれや投入ボリューム不足による目標未達
<ul style="list-style-type: none"> ●省エネ設備の積極導入 (→P33) ●太陽光発電の活用 (→P33) ●化石燃料の消費削減 (→P34) 	インフレ進行による対応コストの想定以上の高騰
<ul style="list-style-type: none"> ●廃棄ロスおよび返品削減 (→ P35) ●量り売りの促進 (→ P35) 	インフレ進行による対応コストの想定以上の高騰
<ul style="list-style-type: none"> ●レジ袋の削減・カトラリー素材の転換 (→P34) ●ペットボトルの回収 (→P34) ●プラスチック容器の有効活用 (→P35) 	インフレ進行による対応コストの想定以上の高騰
<ul style="list-style-type: none"> ●環境配慮素材を使用した商品開発 (→ P35) ●エシカル消費を通じた地域貢献 (→ P36) 	地域パートナーと当社との間の意識の不協和

Our Strategy

ウエルシアグループは、地域のお困りごとに応える「専門総合店舗」の実現を目指して、店舗全体の専門性を高めるとともに、各店舗のサービスレベルの向上を図っていきます。

社長メッセージ

**中期経営計画を完遂し、
専門総合店舗として
さらなる進化を目指します**

ウエルシアホールディングス株式会社
代表取締役社長

松本 忠久



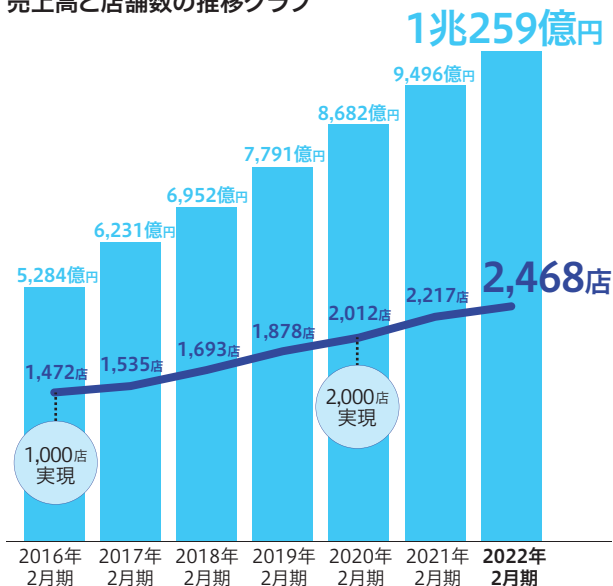
2022年2月期の評価

Q 2022年2月期を振り返り、
どのように評価されますか？

A 目標として掲げてきた
ドラッグストア業界初となる
売上高1兆円を達成しました。

2022年2月期は、依然として続くコロナ禍において、上期は緊急事態宣言の発出や期間延長に伴い、衛生用品や食品を大量にまとめて買うお客様が多くいらっしゃいました。一方、下期は必要な商品だけを買うという日常的な購買行動に戻る傾向が見られました。総じて申し上げますと、上期は好調、下期はやや低調という流れだったと認識していますが、従来から進めている調剤併設店の増設に伴う処方箋受付枚数の増加などが起因して2022年2月期の売上高は期初計画を上回る1兆259億47百万円となり、ドラッグストア業界初となる売上高1兆円を達成しました。また、営業利益は430億18百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は264億53百万円となりました。

売上高と店舗数の推移グラフ



また、2021年12月、中四国大手のドラッグストアを展開する株式会社プレひまわり(132店舗)が当社グループに合流し、当期末における当社グループの店舗数は2,468店舗となりました。前期の株式会社よどや、株式会社クスリのマルエに続き、スケールアップを企図した継続的なM&Aが、成長エンジンとして着実に機能しています。

2023年2月期については、新型コロナウイルス感染症拡大の影響やインフレ懸念など、先行き不透明な状況が続くことが見込まれますが、売上高は1兆1,100億円、営業利益は470億円、親会社株主に帰属する当期純利益は284億円と、増収増益を予想しています。

Q 売上高1兆円企業としての抱負を
聞かせてください。

A 社会からの期待に応えるべく、
企業ブランドの確立、
サステナビリティ経営に取り組みます。

売上高1兆円の達成については、私個人としてはグループが拡大する中での通過点という感覚です。しかしながら、ここまでの規模に到達できたのは、お客様のおかげであることはもちろん、従業員一人ひとりの努力の結晶でもあり、素直に喜びたいと思います。いずれにしても、「1兆円企業」となって実感したことは、あらゆる面で社会から高い水準が求められる、言い換えればそれだけ期待されるということです。今後は、より1兆円企業にふさわしい姿となるべく、確固たる「ブランド」を確立していかなければならないと感じています。

私は、ブランディングとは「ステークホルダーへの約束を果たすこと」だと考えています。「ステークホルダーへの約束」とは、例えば「生活のプラットフォーム」としてお客様のお困りごとに応えること、価値ある商品をお届けすること、従業員が活き活きと働ける場所を提供する

社長メッセージ

こと、公平かつ人権に配慮した調達をすること、社会・環境課題の解決に貢献すること、すなわち当社グループが事業を通じて皆様に提供する価値そのものです。これらの約束を果たしていくことが、当社グループのブランド価値向上につながるものと確信しています。

現在推進している中期経営計画の施策もサステナビリティ経営も、全てはそのためです。企業としての成長と、サステナビリティは両輪です。そもそもドラッグストアチェーンという当社グループの業態は公共性・社会性が高く、本業を通じて企業理念「お客様の豊かな社会生活と健康的な暮らしを提供します」を実現することは、自ずと持続可能な社会づくりにつながります。こうした考えのもと、2023年3月期から本格的にサステナビリティ経営に注力していきます。

中期経営計画の進捗

Q 中期経営計画2年目の進捗や成果をお聞かせください。

A 支社体制で浮き彫りとなった2年目の課題を踏まえ、3年目は体制の最適化を図ります。

現在取り組んでいる中期経営計画では、ウエルシアモデルの磨き上げによって、地域のお困りごとに応える「専門総合店舗」の実現を目指しています。とりわけ今後においては、店舗全体の専門性を高めるとともに、各店舗のサービスレベルの向上が差別化の決め手になると私は考えています。こうした背景のもと、中期経営計画の始動時に、店舗管理のあり方を大きく変え、全国5支社の支社体制としました。より多くの権限を支社に委譲することで、エリアごとの意思決定の迅速化と地域に密着した店舗づくりを狙いとしています。具体的には裁量を「本部：支社（現場）=6:4」として現場判断の比率を上げ、

地域・店舗に応じたサービスレベル向上を目指します。そして、1人のエリアマネージャーが管理する店舗を15に減らし、マネジメントを細分化することで営業・調剤・化粧品を三位一体で強化していくという方針です。

しかし、この体制が本格始動した2022年2月期、いくつかの問題が浮上りました。まず、本部と支社の役割が完全に整理しきれておらず、両者の重複や不明瞭な部分が出てきたということです。加えて店舗管理を細分化したこともあり、本社や支社からの指示・指摘がこれまでより仔細にわたり、かつ数も増えてしまいました。その結果、店舗側が作業に追われてしまい、サービスレベル向上に支障をきたす可能性が出てきたのです。そこで、3年目となる2023年2月期は、最前線にいる店長が、最適な店舗づくり・サービスを考えられる時間を確保できるよう、本部と支社の役割分担も見据えながら最適なマネジメント規模を追求します。

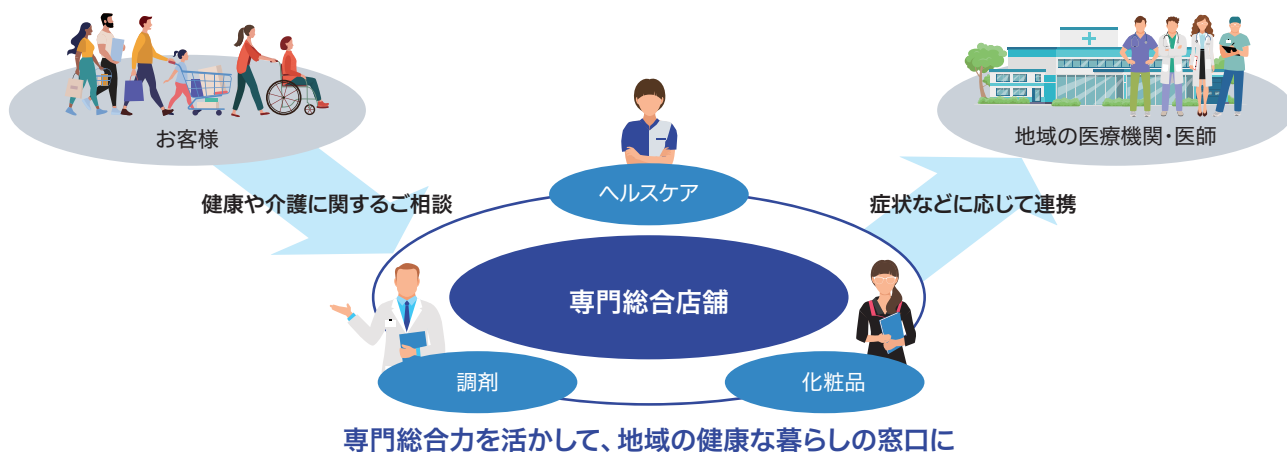
一方、専門性をより高めることを意図した「営業・調剤・化粧品」の三位一体での強化についても、中期経営計画のもと2022年2月期にさまざまな施策を打ち出しました。まず、「調剤」の基本方針は、調剤併設店舗の拡大です。2022年3月末時点でウエルシア薬局の調剤併設率は84.1%（ウエルシアHDでは76.2%）まで高まっていますが、目指すは100%です。「ウエルシアには必ず調剤がある」と思っていただけになることが、お客様への約束であるという強い思いを持っています。また、これからの薬剤師に求められるのは、健康や介護に関する知識と経験を持ち、お客様や患者様の相談に応じるとともに地域の医療機関や医師とも連携する「ヘルスケアの担い手」です。こうした地域の「かかりつけ薬剤師」をより増やしていくために、薬剤師には、より専門性を高めるための知識・スキル、コミュニケーション力を習得するための教育に注力するとともに、従来の調剤業務の機械化・自動化を進め、業務効率化を図っています。

「営業(ヘルスケア)」については、カウンセリング力の強化に向けて、店長がヘルスケア売場の責任者となり、従業員の教育を推進しています。また、お客様の症例に応じて、薬などの情報を参照できる端末を導入し、活用していく計画を推進しています。

「化粧品」については、タブレット端末を活用してカ

ウンセリングや販促・情報提供を行う新しい取り組みを開始し、お客様とワンツーンでの関係性を強化しています。また、化粧品販売のカギを握るビューティアドバイザーについては、パート社員の育成や待遇面の改善に取り組むほか、新たに高卒採用を開始し、戦力としての厚みを増していきます。

ウエルシアが描く今後のプラットフォーム像



◎ そのほか、中期経営計画に添って推進した施策を聞かせてください。

▲ 立地特性に応じた店舗開発およびPB商品の拡充を推進しています。

2022年2月期に取り組んだのが、立地特性に適した店舗モデルの開発・出店です。ウエルシアの特長の1つが、医薬品、化粧品、家庭用雑貨、食品という商品構成のバランスが良いことですが、これも立地によっては変える必要があります。例えば、郊外型の大型店舗で軸となるのは食料品です。この1年、イオングループと連携しながら「食」の切り口でさまざまな店舗形態を試してきました。また、都市型店舗については、いかに都市ならではの化粧品ニーズに応えるかが焦点となります。そこで、化粧品に圧倒的な強みをもつ株式会社コクミン

(2022年6月に子会社化予定)のノウハウを活用し、店舗開発を進めていく予定です。

また、商品開発については、2021年6月から新PB「からだWelcia」「暮らしWelcia」を展開しています。かつてのPB商品のように安価をバリューとするのではなく、お客様に新しい驚きや感動を与えられるような商品づくりを目指しています。また、商品開発の基準にSDGsを用いるなど、環境・社会課題の解決への貢献も重視しています。開発目標の200品目に対して、2022年2月末現在で56品目ですので、2023年3月期はこれまで以上にスピード感をもって取り組みます。一方で、スピードだけを求めるのではなく、お客様がリピーターとなっただけのような商品づくりに妥協せず取り組みます。また、現場で得たユーザーのニーズやお困りごとをPB

社長メッセージ

開発につなげていく仕組みも構築していきたいと考えています。

PBにおけるイオングループとのシナジーを強化するため、2022年3月、イオンのPB「トップバリュ(TOPVALU)」の専任者を設置しました。既に多くの商品アイテムを展開するイオンのPB商品を取り扱えることは当社の強みです。今後、当社PBとイオンのPBを総合的に扱い、スピーディーにラインナップを揃えていきます。

今後の中長期戦略の方向性

○ 現在の中期経営計画を終えた後、次なる戦略の方向性についてお聞かせください。

○ **大きな柱は、「専門総合店舗」の実現に向けたヘルスケア分野の強化です。**

今後の戦略の方向性として申し上げられるのは、「専門総合店舗」の実現に向けた取り組みを加速させるということです。その柱の1つが、より包括的なサービスの提供です。2021年10月にオープンしたウエルシアイオンタウン幕張西店では、血圧や骨強度、血管年齢などをお客様が自由に測定できるよう、入口に測定器を並べました。そのデータをもとに、常駐する管理栄養士が栄養や健康に関するご相談に乗り、より専門知識が必要な場合には薬剤師とつながり、さらに未病・治療に向けて地域の医師とも連携します。この先進的な仕組みを他店舗にすぐ展開できるわけではありませんが、「専門総合店舗」の実現を目指すなら、いずれそのレベルまで到達すべきだと思っています。

加えて、お客様のロイヤリティ向上施策も進めています。お客様の属性とお買い物情報に関連付けた最適な販促に向けて、「ウエルシアメンバー」の運用を開始しました。また、そのためには、購買手段を自由に選べる

環境づくりが重要です。店舗で買う、オンラインで買う、店舗で受け取りだけする…など、お客様の選択肢を広げるために、埼玉県川口市と大阪府寝屋川市にECセンターを立ち上げました。専門総合店舗とECを融合させることで、お客様の健康、生活、買い物を支える——まさに「生活のプラットフォーム」として地域のインフラ機能を担うための体制を構築していきます。



イオンタウン幕張西店 店舗外観

サステナビリティへの取り組み

○ 「サステナビリティ経営」の推進に向けた取り組みについて、お聞かせください。

○ **基本方針および26個のマテリアリティを策定し、推進体制を整えました。**

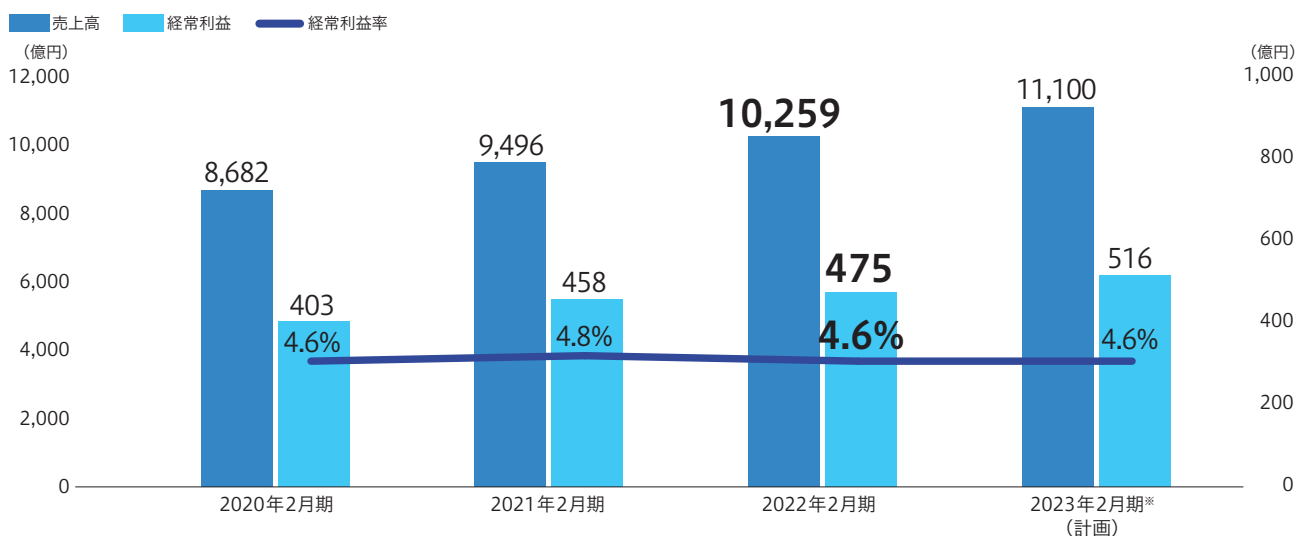
冒頭でもお話ししましたように、戦略を進めていくうえで欠かせないサステナビリティへの取り組みを強化すべく、2021年11月に「サステナビリティ基本方針」を策定しました。「商品・サービス方針」「人権方針」「環境方針」の3つから構成され、企業理念実現と持続的な社会の実現の両立を目指しています(→P.16)。また、経営およびサステナビリティへの取り組みの基盤となるコーポレートガバナンスについても「ガバナンス基本方針」を定めました。同時に、少数株主の立場に立った透明性の高いガバナンス体制を確保すべく、2022年5月の

中期経営計画の概要と進捗

2023年2月期定量目標*

売上高 1兆1,100億円

経常利益率 4.6%



	2020年2月期	2021年2月期	2022年2月期		2023年2月期*
	実績	実績	計画	実績	計画
売上高	8,682億円	9,496億円	1兆50億円	1兆259億円	1兆1,100億円
経常利益	403億円	458億円	467億円	475億円	516億円

*2023年2月期の期首より、「収益認識に関する会計基準」を適用しております

重点取り組み事項

新規出店

積極出店を継続

- ① 新規出店 毎期120店舗前後
- ② 立地特性に合わせた店舗モデル(郊外型・都市小型)を出店
- ③ 大都市近郊ドミナントを推進

調剤部門

地域連携と対人業務の強化

- ① 医療機関等との連携と調剤併設の推進(併設率80%以上)
- ② 在宅(調剤)への取り組み
- ③ システム化および機械化

商品

店舗モデル特性や地域に合わせたMDの構築

- ① 店舗モデル別(郊外型・都市小型)MDのブラッシュアップ
- ② 地域別MDの細分化
- ③ ストーリー性(健康、環境配慮など)のあるPB商品開発
- ④ モバイルデジタル販促の推進

店舗

店舗業務効率化に向けた取り組みの徹底と収益力改善

- ① エリア運営の強化(営業、調剤、化粧品)
- ② 店舗業務標準化(ワークスケジュール管理、自動発注など)
- ③ 不採算店舗対策の実行

IT・物流

店舗業務効率化のためのシステム開発

- ① 多様な営業政策への対応とM&Aに対応したシステム設計
- ② 店舗業務効率化の推進(新型レジ、伝票レス化など)
- ③ 店舗網拡大への対応とコスト最適化

人事・教育

従業員が仕事にやりがいを感じ、会社と共に成長できる環境を整える

- ① 働き方改革
(正社員の総労働時間の縮減(1割)、勤務区分の追加など)
- ② 個々に合わせた教育機会の提供(eラーニング)

社長メッセージ

株主総会を経て、取締役会における独立社外取締役の割合を過半数としました。

さらに、「サステナビリティ基本方針」「ガバナンス基本方針」の各方針と関連のある社会課題の克服、そこで本業を通じてすべきことを踏まえ、26個のマテリアリティと、それに基づく取り組みの目標を設定しました(→P.18)。なお、各マテリアリティのKPIについては、来期以降に開示させていただく予定です。

もちろん、これらを定めるだけでは意味がなく、これから策定するKPIも活用してPDCAサイクルを回し、継続的に改善する必要があります。そのために、取締役会の下部組織としてサステナビリティ委員会を設置し、私が委員長に就任しました。新たな推進体制のもと、サステナビリティの観点でもしっかりとガバナンスを効かせていきます。ただし、私をはじめとする経営層が推進するだけでは意味がありません。従業員一人ひとりがサステナビリティに関する意識を高め「自分ごと」として取り組んでいけるよう、尽力していきます。

Q 特に重視しているイシューは何でしょうか。

A 人権デュー・ディリジェンスへの対応を、早急に進めていきます。

「商品・サービス方針」に盛り込んだ「人権デュー・ディリジェンス体制の整備」が極めて重要だと考えています。当社が取り扱う商品は約2万品目、PB商品も扱いますからメーカーとしての責任もあります。そして、取引先数は約500社に上り、サプライチェーンは世界中に広がっています。これまでも、サプライチェーンにおける人権問題には配慮してきましたが、昨今求められる人権デュー・ディリジェンスへの対応を早急に進めていきます。

また、環境面においては、ドラッグストアで取り扱いが多いプラスチック容器の回収・リサイクルや、店舗で

のCO₂削減、廃棄物排出量の削減などに注力します。

Q 人材への取り組みについては、いかがでしょうか？

A ダイバーシティを推進するとともに、若い人材にもチャンスのある組織づくりを目指します。

これまでにお話ししたように、人材育成・教育に引き続き力を入れるとともに、女性がさらに活躍できる環境の整備、女性幹部社員の育成もしっかり行っていきます。また、個人的には若い人にもどんどんチャンスを与えるべきだと思っています。場を与えると、人は変わります。私自身も海外グループ会社などを経て、現在5社目の社長を務めていますが、さまざまな機会をいただいたことで今があると実感しています。若い人が責任あるポジションにつける組織をつくっていきます。

株主・投資家の皆様へのメッセージ

Q 最後に、2023年2月期に向けた抱負をお聞かせください。

A 中期経営計画を仕上げ、さらなる企業価値の向上を目指します。

2023年2月期は中期経営計画の最終年度です。これまでの取り組みを、完成形として練り上げていきます。そして、「専門総合店舗」のさらなる進化を図るとともに、海外での事業の進展も視野に入れ、今後の戦略を慎重かつ大胆に実行していきます。

加えて、中長期的視点でサステナビリティへの取り組みも強化し、持続可能な社会づくりとさらなる企業価値向上に努めてまいります。ステークホルダーの皆様におかれましては、変わらぬご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。



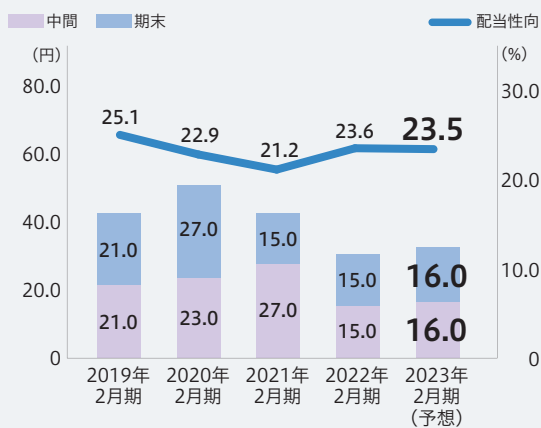
— 配当性向20%以上を目安として、安定配当を実施します。

配当については、成長投資のための資金確保と安定的な配当を継続することを基本方針とし、配当性向20%以上を目安としています。

2022年2月期の1株当たり年間配当金は30

円(中間配当金15円、期末配当金15円)を実施しました。2023年2月期におきましては、2円増配となる1株当たり年間配当金32円(中間配当金16円、期末配当金16円)を予定しています。

1株あたりの配当額・配当性向



(注) 2020年9月1日付で普通株式1株につき2株の株式分割を行っております。1株当たり配当額は、実際の金額を記載しております

株主総利回り(TSR)

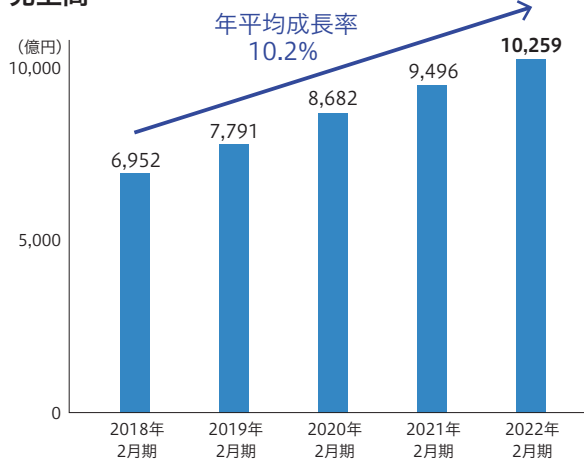


(注) TSRは、2017年2月期末を起点として計算しています

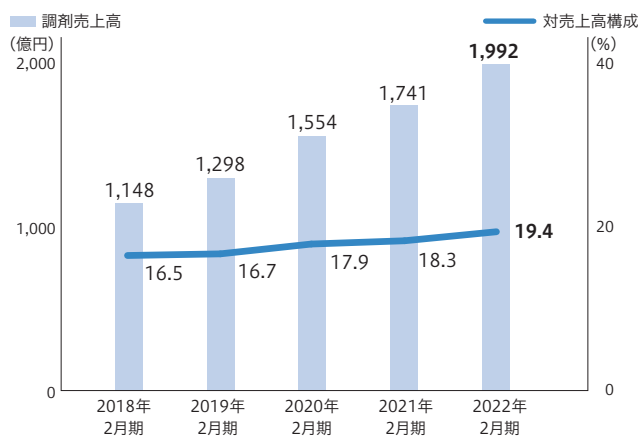
財務・非財務ハイライト

財務情報

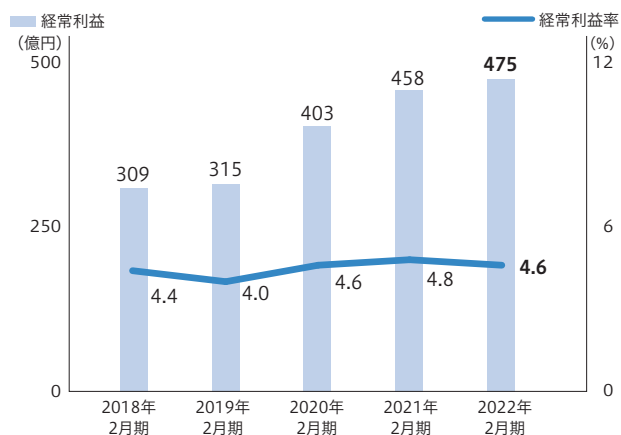
売上高



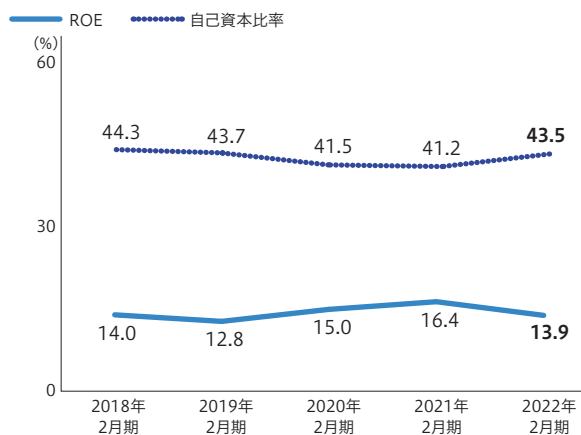
調剤売上高/対売上高構成比



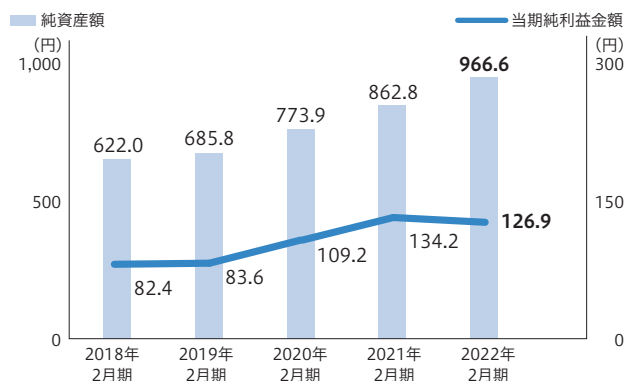
経常利益/経常利益率



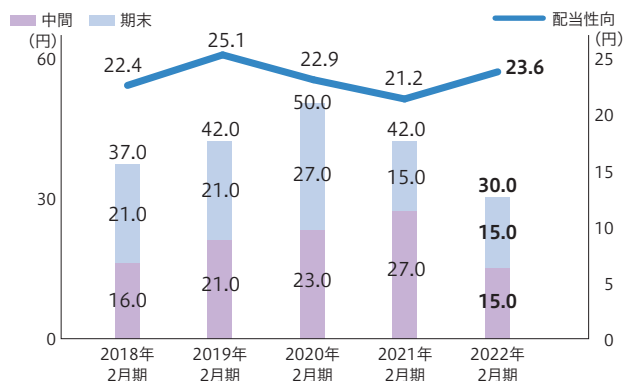
ROE/自己資本比率



1株当たり純資産額/1株当たり当期純利益金額



1株あたりの配当額・配当性向

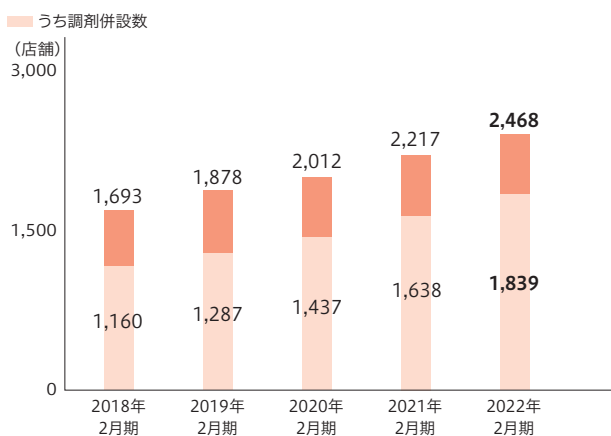


(注) 2020年9月1日付で普通株式1株につき2株の株式分割を実施。過年度を遡及して計算

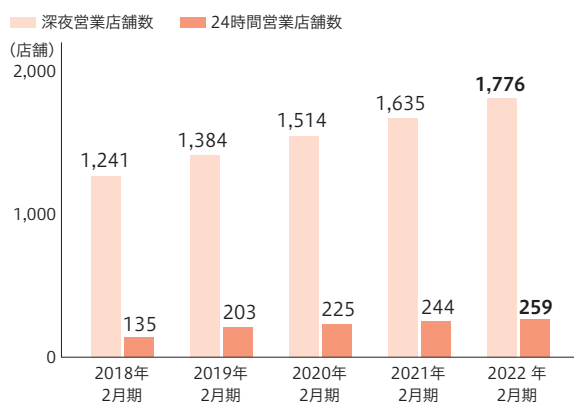
(注) 2020年9月1日付で普通株式1株につき2株の株式分割を行っております。1株当たり配当額は、実際の金額を記載しております

非財務情報

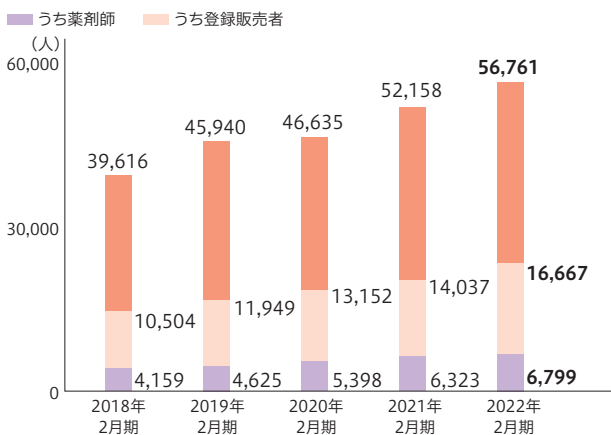
期末店舗数(うち調剤併設店数)



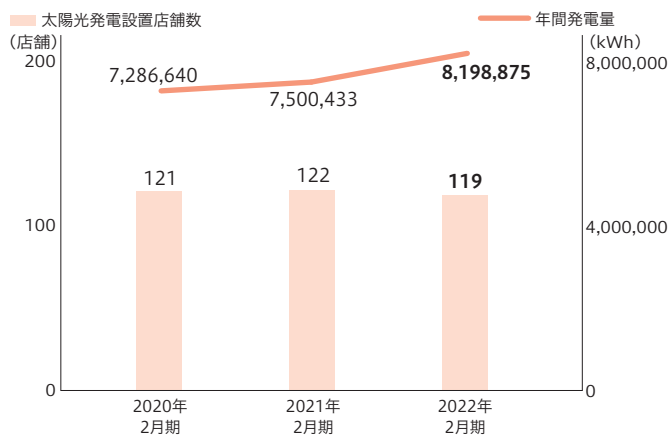
深夜営業店舗数/24時間営業店舗数



従業員数(うち薬剤師/登録販売者)

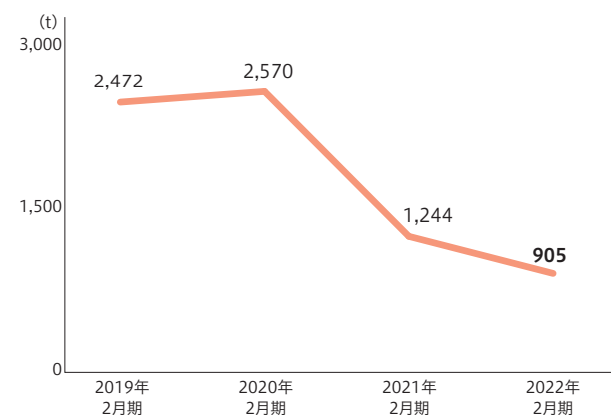


太陽光発電設置店舗数/年間発電量

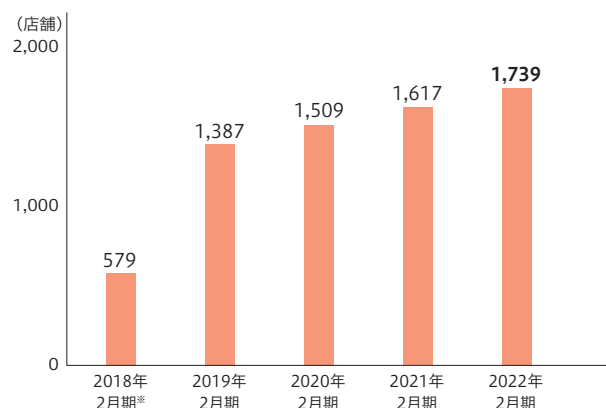


(注) 薬剤師・登録販売者の人数は、化粧品専門店(MASAYA、COLOR STUDIO、NARCIS)分を除いております。

レジ袋配布重量



オストメイト配慮型トイレ設置店舗数



※2018年2月期(3月15日まで)はウエルシア薬局のみ

ウエルシアのESG

ウエルシアグループは、地域の皆様に寄り添う「生活のプラットフォーム」として、多様なステークホルダーと協調しながら、新たな価値創出に取り組んでいます。

ウエルシアのESG | 環境

気候変動問題への対応



当社はイオングループの一員として、「イオン脱炭素ビジョン2050」に基づき、省エネ・創エネの両面から店舗で排出する温室効果ガス(以下CO₂等)を総量でゼロにする取り組みを、グループを挙げて進めています。

	中間目標	達成目標
イオン脱炭素ビジョン2050 (2021年改訂)	2030年までに、店舗使用電力の50%を再生可能エネルギーに切り替え	2040年までに店舗で排出するCO ₂ 等を総量でゼロ

この目標は、パリ協定が求める水準と整合した目標であるとして、SBT (Science-Based Targets) イニシアチブ*の認定を受けています。

※温室効果ガスの増加による問題を解決するため、CDP (旧カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト)、国連グローバル・コンパクト(UNGC)、世界資源研究所(WRI)、世界自然保護基金(WWF)が設立した共同イニシアチブ。

気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)が提言する開示に必要とされる基本4項目に関する当社の取り組み状況

当社は環境問題への対応が企業理念の実現と持続可能な社会の実現に不可欠と考え、脱炭素社会・資源循環型社会・自然共生社会の具現化に向けて取り組んできました。温室効果ガス排出削減に取り組むとともに、TCFDが提言するシナリオ分析について、イオングループとして設定したシナリオを踏まえ、同提言が開示にあたり必要とする4項目に関し、以下の通り、取り組んでいます。

(1)ガバナンス

2021年11月に社長を委員長とするサステナビリティ委員会を設立し、環境関連を含むマテリアリティへの取り組みを開始しました。取り組みに関する進捗は上記委員会を通じ、取締役会が監督する体制になっています。

(2)戦略

イオングループのシナリオ分析を踏まえつつ、当社としての長期的な事業戦略とリンクさせ、環境課題への対応を含むマテリアリティを設定しました。

このマテリアリティは、「4℃上昇の世界」においても事業継続の可能性を視野に入れつつ、長期的には「2℃(1.5℃) 上昇の世界」の実現を目指しています。

(3)リスク管理

各マテリアリティにはそれぞれに伴うリスクが特定されており、マテリアリティの目標達成に向けた取り組みを通じ、サステナビリティ委員会の下で管理されています。

また、それぞれのリスクに関しては、グループリスク管理委員会が別途その状況を管理しています。そして、両委員会からの報告を通じ、取締役会が全体のリスク管理を行う体制になっています。

(4)指標と目標

マテリアリティにはそれぞれの目標達成の進捗を把握するためのKPIを設定しています。

温室効果ガス(GHG)に関しては、2022年2月期時点ではScope1～3に基づく算出を行っていません。2023年2月期以降は前期の数値をもとに、当社独自のScope1および2のGHG排出量を算定する予定です。

シナリオ分析に基づき特定されたリスク

項目とインパクト評価

イオングループのシナリオ分析には、「移行リスク」と「物理リスク」というTCFD提言に沿った独自のリスク

項目が6つあり、項目ごとに当事業へのインパクトを評価しています。6つのリスク項目と当社のマテリアリティの関連性についてはP.20をご覧ください。

インパクト評価					
リスク項目		店舗操業	商品調達	現在の政策の延長上にある4°Cの世界における財務インパクト	明確な脱炭素の意思を持った2°C (1.5°C) 上昇の世界における財務インパクト
移行 リスク	(1) 炭素の価格付け リスクの種類/政策・法規制	○ 該当	○ 該当	小	大
	(2) 省エネ規制・ 代替フロン規制 リスクの種類/政策・法規制	○ 該当	— 該当しない	小	大
	(3) エネルギー価格 (電力価格) リスクの種類/市場	○ 該当	○ 該当	大	小
	(4) 食品・原材料の 需給バランス リスクの種類/市場・技術	— 該当しない	○ 該当	大	小～中
	(5) お客様の変化 リスクの種類/市場・評判	○ 該当	○ 該当	大	小
物理 リスク	(6) 異常気象による被害 リスクの種類/急性・慢性	○ 該当	○ 該当	大	小～中

省エネ設備の積極導入

電気使用量およびCO₂排出量の削減に向けて、2012年からLED照明の導入を開始し、2020年には全店舗に完備しました。さらに、省電力タイプの冷蔵冷凍ショーケースや照明光反射率の高い床材の採用などにより、1店舗あたりのCO₂排出量の削減を図っています。

集計期間	2018/4～ 2019/3	2019/4～ 2020/3	2020/4～ 2021/3
期末店舗数	1,660	1,757*	1,899
CO ₂ 総排出量(ト)	191,482	194,278	213,331

※期末1,800店舗だが旧一本堂43店舗は除外

太陽光発電の活用

当社グループは郊外に多くの平屋型大型店舗を有するという特性を活かし、屋上設置による太陽光発電に取り組んでいます。発電した電力を自家消費することで、CO₂削減につなげていきます。



太陽光発電パネルを設置した店舗

	2020/2	2021/2	2022/2
年間発電量(kWh)	7,286,640	7,500,433	8,198,875
設置店舗数	121	122	119

化石燃料の消費削減

当社グループは、社有車を772台保有しています(2022年2月期末)。このうちハイブリッド車が250台、ガソリン・軽油車が274台です。今後ハイブリッド車の割合を高めつつ化石燃料の消費削減を図ります。

2023年2月期は国内の一部地域において、共同配送の試験実施を計画しています。

	2021/2	2022/2
総保有台数	704	772
うちハイブリッド車	242 (34.3%)	250 (32.4%)

商品・資材における 環境負荷低減



レジ袋の削減・カトラリー素材の転換

当社グループは、2020年4月からレジ袋の有料提供を開始しました。有料化前は1店舗・1ヶ月あたり120kg配布していたレジ袋は、2022年2月末では30kgほどとなり、大きな抑制効果となっています。また、プラスチック製カトラリー類(フォークやスプーン)は、2022年4月から木製に切り替え、プラスチックの削減を図っています。

	2019/2	2020/2	2021/2	2022/2
期末店舗数	1,660	1,800	1,899	2,023
レジ袋(kg)	2,472,349	2,569,621	1,243,728	905,513
プラカトラリー(kg)	-	12,246	11,136	11,536

ペットボトルの回収

国内における使用済みペットボトルは、回収後の用途を指定せずに売却されることが多いため、ペットボトルからペットボトルへ再生される(ボトルtoボトル)割合は低く、多くが食品トレーや衣類などの他の製品に再生されています。こうしたペットボトル以外にリサイクルされた製品は、その後繰り返して再生することは困難となります。当社はプラスチックが循環し続ける社会を目指し、確実にペットボトルへの再生に活用するリサイクルモデルを確立することで「ボトルtoボトル」の社会インフラの拡充を目指します。店舗から物流センターまでの収集を商品配荷の帰り便トラックを活用して効率化することで、回収～運搬～再生に関わるコストを可能な限り抑えて飲料メーカーに受け渡すなど、将来的な取り組みの拡大も見据え推進しています。

1) コカ・コーラ ボトラーズジャパン株式会社

- ・2021年7月から本格開始(実績2022年1月まで)
- ・回収重量3,990kg、回収店舗52店舗(栃木県)
- ・2022年2月から回収店舗を茨城県内約100店舗へ拡大

2) キリンホールディングス株式会社・キリンビバレッジ株式会社

- ・2022年6月から実証実験開始
- ・回収店舗190店舗(埼玉県)



ペットボトル回収ボックス

廃棄ロスおよび返品削減

適正な発注量や在庫量の維持、お取引先様との共同によるサプライチェーンの効率化に取り組んでいます。さらなる在庫管理の向上、物流波動の安定化および店舗作業の軽減に向けて2020年2月期下期より導入した「自動発注システム」などを活用し、廃棄ロス率や返品率の削減に努めています。

	2020/2	2021/2	2022/2
食品廃棄ロス率(%)	0.77	0.66	0.73
返品率(%)	1.70	1.71	1.74

量り売りの促進

当社の一部店舗では、生活用品メーカーの花王株式会社と協働し「つめかえ」用製品の内容物のみを量り売りするコーナーを設けています。もともと環境に配慮したつめかえ製品を中身だけ量り売りにすることで、廃棄される容器のさらなる削減を目指すとともに、「つめかえ」や「量り売り」という環境にやさしい消費スタイルの普及を図っていきます。

設置店舗：

ウエルシア イオンタウン幕張西店
(千葉県千葉市、2021年10月21日～)

ハックドラッグ美しが丘店
(神奈川県横浜市、2021年9月30日～)

環境配慮素材を使用した商品開発

当社のプライベートブランド(PB)「からだWelcia」「くらしWelcia」は、2022年2月までに発売した56品中53品(95%)で、環境配慮素材※を使用しています。2023年2月期までに200SKUの販売を目指しています。



※FSC認証紙、バイオマスインキ、バイオマス素材(商品本体や外装)、リサイクルPET

例)「誰も傷つけないスポンジ」では、スポンジ3層目に植物由来原料を使用し、パッケージインキにも一部植物由来原料を使用

プラスチック容器の有効活用

使用済みプラスチック容器をリサイクルした「高耐久アスファルト用改質剤(ニュートラック5000)」を、店舗駐車場に採用しました。店舗物流効率化のためトラックの大型化を図るうえで、店舗駐車場へのダメージが懸念されていましたが、この改質剤を使用することでアスファルトの高耐久化が図れるとともにドラッグストアで扱うプラスチック容器を回収して有効活用するという環境への配慮も両立させることができます。

採用店舗

2020年3月～2021年2月 施工1店舗
(藤沢用田店)

2021年3月～2022年2月 施工2店舗
(東村山久米川112丁目店、藤枝田沼店)



ニュートラック5000を採用したウエルシア藤沢用田店

お客様へのサービス向上

当社グループは、地域のお客様に寄り添い、地域のお困りごとに応えていくことこそ、企業理念の実現への近道であると考えています。そのため、日々、お客様に提供するサービスの向上を図っています。

デジタルツールを活用した移動販売の実施

少子高齢化による急速な人口減少、ニーズの変化に対応すべく、過疎地域の「買い物困難」を解消するため、デジタルツールを活用した移動販売を実施しています。静岡県島田市では、高齢化が進む中山間地区を対象に2022年5月から移動販売車両を本格運用開始。1日4～



中山間地区でも通信が入る、ビデオ通話やキャッシュレス決済等にも対応した移動販売うえたん号

島田市長
染谷 絹代



島田市は、高齢化率31.7%で、約3割が高齢者のみで暮らすなど高齢化が進んでいる街です。こうした街でも安心して住み続けていただきたい——行政としてはこの想いをもってプッシュ型で支援をお届けしているなか、想いを一にするビジョンを掲げるウエルシアさんと取り組みの一つが「うえたん号」です。うえたん号が到着する前に近隣の皆さんが集まり井戸端会議をするなど、多くの方が到着を待ち望む存在になりつつあります。今後は、うえたん号を市役所とつないで行政相談ができるようにするなど、うえたん号を活用した行政サービスを強化し、単にモノを売る移動販売車という枠組みを超え、地域の暮らしに欠かせない安心して住み続けられるサービスをウエルシアさんと協力し提供していきたいと考えています。

5か所の地区を巡回し、生活必需品を販売しています。

買い物や健康相談を通じたリアル店舗とのコミュニケーションから地域のつながりを創造し、安心して快適なまちづくりの実現に貢献していきます。

店舗・商品を通じた地域貢献

地域の皆様と共に成長してきたウエルシアグループ。地域社会に貢献する「かかりつけ薬局」として、店舗や事業を通じて社会の求める価値を提供するとともに、地域の皆様の健康で豊かな生活を支える活動に取り組んでいます。

エシカル消費を通じた地域貢献

医食同源プロジェクトとして、地域ごとの特産物を活用した新商品の開発を行っています。2022年2月期は、高知北川村のゆず、石巻の鯖、島田の抹茶等を使った商品を上市し、地域経済の活性化に貢献しました。



(左上/左下) 石巻の鯖を使ったサバ缶とグリーンカレー
(右上) 島田の抹茶を使ったアイスバー
(右下) 高知北川村のゆずを使ったサワー

人的資本を重視した経営の実践

当社グループは、人材こそ企業理念の実現と持続可能な社会の実現にとって最も重要と考えています。そのため、一人ひとりが能力を最大限発揮できるよう、人権尊重はもとより、多様性や健康に配慮するとともに、スキル向上支援を行っています。

多様な働き方への環境整備

新型コロナウイルス感染症拡大を受けて、本社などのオフィス勤務者を中心に、テレワークやサテライトオフィスの活用を促進しています。

今後も働き方改革の一環として、働く場所や時間の制限を受けずに活躍できる環境を整えるとともに、ペーパーレスや手続きの簡素化など、全社的な業務の効率化を図っていきます。

健康経営の促進

当社は、2021年に「ウエルシアグループ 健康経営宣言」を発出し、健康経営責任者を任命するとともに、産業医や安全衛生委員会を中心に社員の健康をサポートする体制を整備しました。さらに具体的な取り組みとして、新型コロナウイルスの感染対策、インフルエンザ予防接種費用の会社補助、保健師の雇い入れ、健康相談窓口の設置、ワークライフバランスの推進、禁煙サポートプログラム等の各施策を実施。こうした取り組みが評価され、2022年3月には、経済産業省と日本健康会議が共同選出する「健康経営優良法人2022（大規模法人部門）」に認定されました。



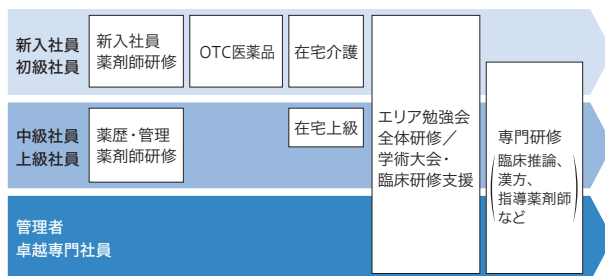
「健康経営優良法人」は、「従業員の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に取り組んでいる法人」を認定する制度

スキルアップ・キャリア教育による人的資本の充実

薬の専門知識を持ったスタッフが揃うドラッグストアとして、優れた人材を育成するための教育研修制度を充実させています。入社時より、社会人としてのマナー等を身に付ける基礎教育にとどまらず、薬剤師やビューティ担当者など、自分が目指すスキルを身に付けるための専門教育も充実させています。各店舗に配属以降も、社員スキルの継続的な向上のため OJT による指導に加え、全社的に統一された教育研修体系による人材育成を徹底し、あらゆるスタッフのスキルアップを目指しています。

また、ウエルシアグループとして持続可能な成長を目指すため、店長や次長など現場のリーダーとなる人材はもちろん、将来の経営を担う人材の育成にも注力しており、2021年2月期より50歳未満の現職役員が参加する「経営人財育成研修」も開始しました。さらに、中長期的な視野に基づいて社員教育への投資も積極的に行っています。

薬剤師育成のカリキュラム



2022年5月 調剤研修センター（ウエルシアアカデミー）を開設

基本的な考え方

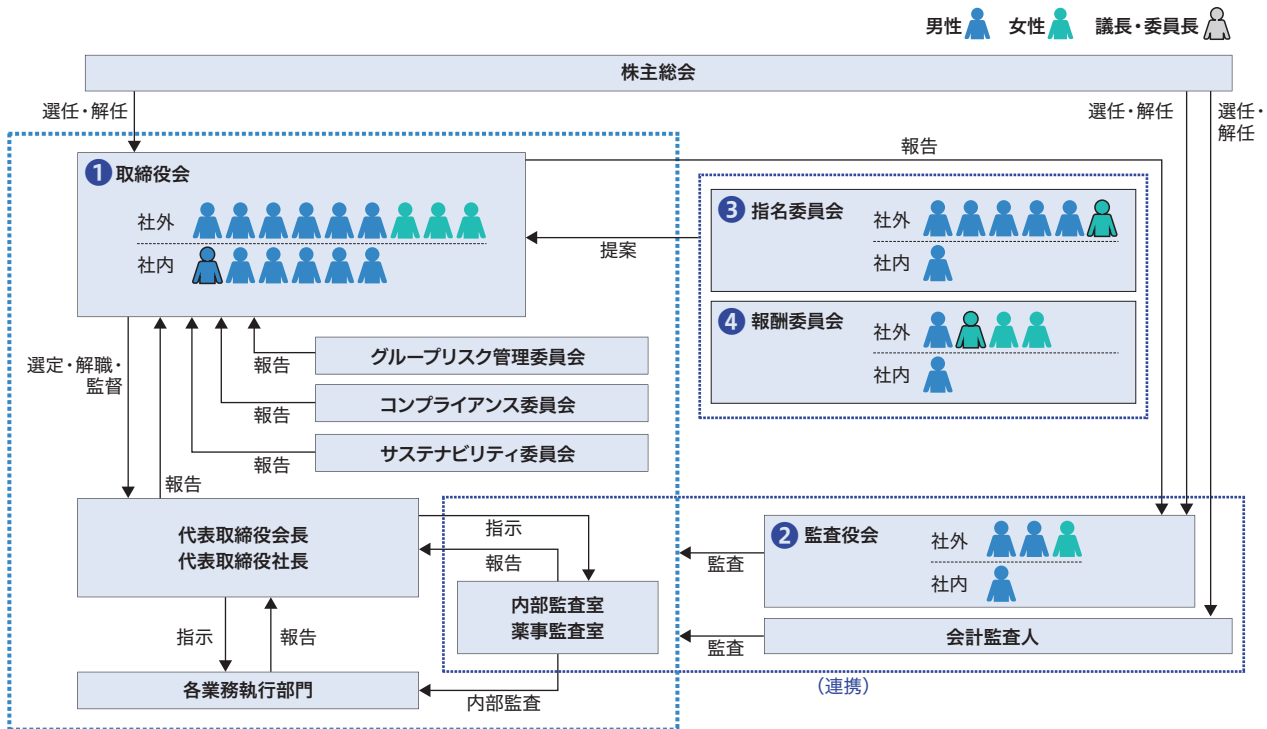
当社グループは、激しく変化する経営環境下において、コンプライアンスを重視した透明性の高い迅速な意思決定を行い、弾力的に対応できる組織体制を構築しています。また、当社グループに関わる全てのステークホルダーから信頼される企業グループを目指し、コーポレートガバナンスの向上に継続的に取り組み、企業価値の最大化に努めています。

当社の機関設計は、企業統治の体制として監査役会設置会社を採用し、より公正な監査を実施できる体制を構築しています。そして「意思決定機能」と「業務遂行機能」を分離し、意思決定の迅速化と責任の明確化を図るために執行役員制度を導入しています。

さらに、支配的株主を有する上場子会社である当社は、2021年6月の東証による改訂コーポレートガバナンス・コード(以下、改訂CGC)の公表を受け、2022年4月からの新市場区分におけるプライム市場上場会社に求められるガバナンス体制の整備を進め、独立社外取締役を過半数としました。今後は、このガバナンス体制の下、少数株主の皆様の立場に立って、透明性の高いガバナンス運営に努めていきます。

なお、当社の社外取締役および社外監査役に対する独立性の判断基準は、東証が定める独立性基準に準拠した「社外役員の独立性判断基準」として、有価証券報告書に記載しています。

コーポレートガバナンス体制



① 取締役会

取締役会は、業務執行に関する重要事項を決定するとともに取締役の職務の執行を監督しています。

前述の通り、改訂CGCの要請に対応し、2022年5月の第14期(2022年2月期) 定時株主総会において、3名の新任取締役を迎え入れることにより、取締役会における

独立社外取締役の員数が過半数となりました。この体制により、支配株主を有する上場会社として透明性の高いガバナンス体制が強化されるとともに、今まで以上に透明・公正かつ迅速・果敢な意思決定が可能になったと考えます。

今回新任された独立社外取締役をはじめ当社の取締役は、業務執行について専門能力・知見を有する社内出身の取締役と、多様なステークホルダーや地域社会の視点から成長戦略やコーポレートガバナンスの確保について意見を述べることができる独立性を有する複数の社外取締役により構成されています。また、取扱商品および顧客層から女性の価値観や発想が重要であると認識し、女性の取締役の選任に努めています。

② 監査役会

監査役会は、現在4名の監査役で構成され、うち3名が社外監査役であり、かつ東証が定める独立役員に該当します。取締役会が担う監督機能が会社の持続的成長と中長期的な企業価値向上を促し、収益力および資本効率等の改善を図るべく適切に発揮されているかを監視するとともに、その監督機能の一部を担っています。取締役の職務執行全般にわたって監査を行い、月1回開催される監査役会で実施内容などを共有しています。

主に常勤監査役が中心となり、当社の監査法人から会計監査の実施状況について報告を受ける他、会計監査人との意見交換を実施し、お互いの問題意識の共有を図ることで、それぞれの監査活動に活かしています。また、常勤監査役は内部監査室・薬事監査室から定期的に内部監査の計画・実施状況・結果について報告を受け、意見交換等の連携を行うことで、お互いの監査活動を効果的かつ効率的に進めています。また、監査役会にはこうした活動を補助するための選任スタッフも配置しています。

なお、社外取締役および社外監査役の連携強化、情報

共有および社外役員の独立性の担保を目的として、「社外役員連絡会」を設置しています。

③ 指名委員会

独立役員を主要メンバーとする指名委員会を設置し、役員候補者の選任案や経営陣幹部の選解任について審議・提案しています。今般、取締役会に独立社外取締役が増員されたことを受けて、本委員会においても同様に独立社外取締役の員数を過半数としました。この体制は、改訂CGCが求めるものであり、今後はこの体制を活かして役員候補者の選任等について今まで以上に深い議論を実施し、取締役会に対して提案を行っていきます。

取締役および監査役の選任基準は次のとおりです。

- ① 人望・品格に優れた高い倫理観を有し、遵法精神に富んでいること。
- ② 経営に参画しうる資質・経験・実務実績を有すること。
- ③ 極めて高度な専門知識・技術・技能を有すること。
- ④ 幅広い知識と広い視野および高い見識を有すること。
- ⑤ 経営計画達成のため長期的視野に立ち役職員を指導育成するとともに、前例や慣習にとらわれることなく業務や組織風土を変革できること。

取締役候補者の選任手続きは、知識・経験・能力などを総合的に勘案し、指名委員会が提案した選任案を取締役会において決議し、取締役候補者の選任議案を株主総会に付議しています。

2022年2月期は計2回にわたり指名委員会を開催し、前述のガバナンス体制を構成する取締役の選任案について審議を重ね、その審議結果について取締役会に提案しました。

④ 報酬委員会

報酬決定プロセスの透明性・客観性を確保する観点から、独立役員を主要メンバーとする報酬委員会を設置し、役員報酬案について審議し、取締役会に提案します。報酬委員会についても、改訂CGCの要請に対応し、委員会の独立社外取締役の員数を過半数にしました。

取締役の報酬等の内容に係る決定は、報酬決定プロセスの透明性・客観性を確保するため、独立役員である社外取締役および社外監査役を委員の過半数とし議長を社外取締役とする任意の「報酬委員会」において、1) 持続的な企業価値向上への十分なインセンティブが働くものであること 2) 優秀な経営人材確保に資するものであること 3) 当社の企業規模と事業領域において適正な水準であることの主に3つの視点から、報酬制度および報酬案の妥当性を審議し、その結果を取締役会に答申することとしております。

また本委員会は年2回(3月・4月)開催することを基本としています。2022年2月期においては3回開催し、対象となる取締役の評価や報酬水準の妥当性等について審議し、その審議結果について取締役会へ提案を行いました。

なお、監査役の報酬については、株主総会で決議された額の範囲内で、監査役の協議によって決定しています。

サステナビリティ委員会

当社グループは2021年11月にサステナビリティ基本方針を策定し、その方針に基づいて、26個のマテリアリティを特定しました。同時に代表取締役社長を委員長とするサステナビリティ委員会を設置し、各マテリアリティの課題解決に向け、当社グループ各部署の取り組み状況をモニタリングした結果を、取締役会に年2回報告する体制になっています。

サステナビリティ委員会にはサステナビリティ推進会議という下部組織があり、同推進会議は各マテリアリ

ティに紐づく取り組み目標を所管する部署の担当役員レベルによって構成されています。各マテリアリティに紐づく取り組みは、各所管部署の通常業務として行われるものであり(→P.20)、当社グループが本業によってサステナビリティに取り組んでいることを示すものです。

グループリスク管理委員会

当社グループのリスク管理体制は、グループリスク管理委員会を設置し、グループの全体的なリスク管理の推進、情報共有やリスク評価を実践しています。当社グループでは期初にリスクユニバース兼用のリスク対応計画を策定し、計画に挙げられた各リスクに対する活動の状況について、委員会を通じてモニタリングし、定期的に取り締めに報告する体制になっています。

サステナビリティ委員会がモニタリングしている各マテリアリティに紐づく取り組み目標は、本業としての取り組み目標でもあり、それぞれの目標には目標達成の阻害要因としてのリスクがそれぞれ特定されていますが、これらのリスクの状況をグループリスク管理委員会でモニタリングする仕組みによって、重層的なモニタリング体制を構築しています。

こうしたサステナビリティへの取り組み体制およびリスク管理体制を通じて、目標達成の蓋然性を上げ、マテリアリティの課題克服に少しでも近づくことで、さらには持続的な社会と当社グループの企業理念の実現を目指していきます。

コンプライアンス委員会

コンプライアンスに関しては、コンプライアンス委員会を設置し、グループの全体的な内部統制、法令遵守体制の維持および向上に努めています。また、当社グループ内で横断的なコンプライアンス体制を構築し、医薬品や食品、酒類など、業務上関係する法令諸規則の改正などに対しても計画的かつ効率的な準備・対応を図っています。

当社グループの内部通報制度はコンプライアンス委員会の責任のもと運営しており、内部通報を行った従業員等が不利益を被らないよう規程で定めるとともに、委員会の下部組織であるコンプライアンスホットラインが厳格に運用しています。また、通報実績については、毎月、コンプライアンス委員会を通じて取締役会に報告されます。

取締役会の実効性評価

「取締役会の実効性についての分析・評価」について

取締役会は、その構成、運営体制、攻めのガバナンス、守りのガバナンス、社外取締役および社外監査役に対する支援体制、指名・報酬委員会等について、その実効性に関する自己評価アンケートを毎年1回実施しています。その結果に基づき、取締役会の実効性について分析・評価、また実効性改善のための運用の見直しを行っています。

アンケートの分析および評価を行った結果、2022年2月期の取締役会については、スキルマトリックスに沿って、その役割・責務を実効的に果たすための知識・経験・能力を全体としてバランス良く備え、多様性と適正規模を両立した形で構成されており、経営基本方針、戦略および重要な業務執行にかかる決定・監督機能が改善されてきていること、審議についての意見交換の時間や機会が充実してきていること、社外取締役および社外監査役に対する支援体制が改善されていることから、取締役会の責務・役割を概ね果たしていると評価しました。

今後の課題として、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に向けて、

- ① 多角的な視点で新たな事業機会を探るための議論の深化
- ② グループ全体を含む内部統制やリスク管理体制の継続強化

について取り組んでいきます。

取締役および監査役の報酬等体系

報酬制度は、固定報酬である「基本報酬」と変動報酬である「業績連動賞与(金銭)」および「業績連動株式報酬」から構成されております。取締役の個人別の「基本報酬」は、役員報酬諮問委員会(2022年5月より報酬委員会に変更)において役位別の個別金額を審議し、その内容を取締役会へ答申するものとしており、2021年5月24日開催の取締役会にて決議いたしました。

「業績連動賞与(金銭)」および「業績連動株式報酬」は、中長期的な業績向上と企業価値の増大への貢献意欲を高めることを目的として、中期経営計画をKPIとして、当社グループ(連結)の売上高、経常利益、経常利益率および親会社株主に帰属する当期純利益の業績評価と連動し決定しております。

また、取締役の個人別の報酬等の内容についての決定に関する方針については、取締役会の諮問機関である報酬委員会における審議を経て決定しております。

当事業年度に係る個人別の報酬等の内容が当該方針に沿うものであると取締役会が判断した理由は、取締役の個人別の報酬等の内容の決定に当たり、報酬委員会が原案について決定方針との整合性を含めた多角的な検討を行っており、取締役会も基本的にその答申を尊重しているためであります。

なお、2022年5月24日開催の第14回定時株主総会において、取締役の金銭報酬は業績連動賞与を含む年額400百万円以内(対象となる取締役は11名。うち社外取締役分として年額60百万円以内(対象となる社外取締役は6名))と決議をいただいております。

「業績連動賞与(金銭)」および「業績連動型株式報酬」は中長期的な業績向上と企業価値の増大への貢献意欲を高めることを目的とした報酬制度であり、当社の中期経営計画達成に向け、グループ全体(連結)の売上高、経常利益、経常利益率、親会社株主に帰属する当期純利益およびROEを業績指標としております。

監査役の報酬体系は、固定報酬である「基本報酬」のみによって構成されております。監査役の報酬限度額は、2009年11月27日開催の第1回定時株主総会において年額42百万円以内(対象となる監査役は3名)と決議をいただいております。

報酬の種類		対 象		
		業務執行取締役	社外取締役等の業務執行を行わない取締役	監査役
固定報酬	基本報酬	●	●	●
業績連動報酬	業績連動賞与(金銭)	●		
	業績連動型株式報酬	●		

サクセッションプラン

当社のサクセッションプランは、「一般社員から幹部社員への登用に向けたプラン」および「幹部社員から執行役・取締役への登用に向けたプラン」の大きく2つのプランから構成されています。前者は教育研修の所管部、後者は人事の所管部署が中心となり運用されています。

今後は、社外取締役等からの外部知見を反映させ、それぞれのプランの実効性の向上を図っていきます。

事業継続マネジメント(Business Continuity Management)

当社グループは、自然災害など緊急事態に遭遇した場合、事業資産の損害を最小限にとどめつつ、中核事業の継続あるいは早期復旧を可能にするため、平常時に行うべき活動や、緊急時における方法・手段などを規程化しています。また、イオングループの一員として、定期

的にイオングループ横断の訓練を行い、有事に備える体制を整えています。

当社グループは自らの社会インフラ機能を自覚し、有事の際にその機能を発揮できるよう、「グループ全体の事業継続マネジメントの実践」をマテリアリティの一つとしました。喫緊の課題として、新たに当社グループに加わった会社でもすぐにBCMが実践できるよう、体制整備に努めることが重要であると考えています。

少数株主の保護

イオン株式会社は、当社の議決権の50.57%を保有する親会社です。当社はイオングループのPB商品の供給を受けており、当社の仕入額に占める同社グループとの取引金額の割合は約3%です。同社との取引については、少数株主に不利益を与えないよう、一般的な取引条件と同様であることを基準とするとともに、取引の妥当性について取締役会で判断しています。

一方、当社は自らの経営方針に基づいた事業運営を実行しており、上場会社として親会社等からの独立性は十分に確保されています。

政策保有株式

当社は、政策保有株式について原則として保有しないことを方針としています。政策保有株式を保有する場合は、個別の政策保有株式について、毎年、取締役会で保有の適否を精査し、検証しています。なお、同業他社の情報を得るため等の目的で保有している上場株式に係る議決権の行使にあたっては、議案について当社グループおよび当該発行会社の中長期的な企業価値の向上に資するものか否かを総合的に勘案した上で賛否を判断し、議決権を行使するものとしています。

役員一覧

取締役



代表取締役会長
池野 隆光



代表取締役社長
松本 忠久



取締役副社長
中村 壽一



取締役
柴崎 孝宗



取締役
岡田 元也



独立社外取締役
成田 由加里



独立社外取締役
中井 智子



独立社外取締役
石塚 邦雄



独立社外取締役
永田 正



独立社外取締役
野沢 勝則



独立社外取締役
堀江 重郎

監査役



常勤監査役
宮本 俊男



独立社外監査役
加々美 博久



独立社外監査役
杉山 敦子



独立社外監査役
藤井 隆

取締役・監査役一覧

再/新	氏名	性別	満年齢	就任年数	独立性	現在の当社における地位・担当			上場企業の兼務社数	2022年2月期取締役会出席率	2022年2月期取締役会出席回数
						委員会		地位			
						指名	報酬				
再任	池野 隆光	男性	78歳	13年	—	委員		代表取締役会長	0社	100%	17回中/17回出席
再任	松本 忠久	男性	63歳	13年	—		委員	代表取締役社長	0社	100%	17回中/17回出席
再任	中村 壽一	男性	67歳	7年	—			取締役副社長	0社	100%	17回中/17回出席
新任	柴崎 孝宗	男性	50歳	0年	—			取締役	0社	—	—
再任	岡田 元也	男性	70歳	7年	—			取締役	3社	100%	17回中/17回出席
再任	成田 由加里	女性	57歳	7年	独立役員		委員長	社外取締役	0社	100%	17回中/17回出席
再任	中井 智子	女性	49歳	3年	独立役員	委員長	委員	社外取締役	0社	100%	17回中/17回出席
再任	石塚 邦雄	男性	72歳	1年	独立役員	委員		社外取締役	1社	92%	12回中/11回出席 [※]
新任	永田 正	男性	70歳	0年	独立役員	委員		社外取締役	0社	—	—
新任	野沢 勝則	男性	63歳	0年	独立役員		委員	社外取締役	1社	—	—
新任	堀江 重郎	男性	61歳	0年	独立役員	委員		社外取締役	0社	—	—
再任	宮本 俊男	男性	72歳	7年	—			常勤監査役	0社	100%	17回中/17回出席
再任	加々美 博久	男性	67歳	9年	独立役員	委員		社外監査役	1社	100%	17回中/17回出席
再任	杉山 敦子	女性	47歳	5年	独立役員		委員	社外監査役	1社	100%	17回中/17回出席
新任	藤井 隆	男性	67歳	0年	独立役員	委員		社外監査役	0社	—	—

※石塚邦雄氏は、社外取締役就任後に開催された取締役会13回のうち12回に出席

執行役員一覧

氏名	地位	担当または主な職務
青木 昌弘	執行役員	事業推進担当 兼 IR担当
安倍 崇	執行役員	情報システム担当
畑 和彦	執行役員	商品担当
石田 伸二	執行役員	ドラッグ事業担当
網本 伸之	執行役員	新業態開発担当
高橋 康司	執行役員	人事総務・リスク管理担当

2022年5月24日現在

	専門性									
	企業経営	営業/ マーケティング	商品企画	新規事業/ M&A	法律/ リスク マネジメント	財務/会計	国際性	ESG	DX/ICT	労務/人事/ 人材開発
	●	●	●					●		
	●	●	●				●			
				●	●					●
				●		●				
	●						●	●		
						●		●		
					●			●		●
	●	●	●							
	●							●		
		●		●		●	●			
					●		●			
					●			●		
					●			●		
						●		●		
		●	●			●				

2022年5月24日現在

	専門性									
	企業経営	営業/ マーケティング	商品企画	新規事業/ M&A	法律/ リスク マネジメント	財務/会計	国際性	ESG	DX/ICT	労務/人事/ 人材開発
				●		●				
		●							●	
		●	●							
	●	●	●							
		●	●							
					●					●

11 年間サマリー

	2012/8	2013/8	2014/8	2015/2 ^{※1}
経営成績(単位:百万円)				
売上高	293,378	334,393	360,797	191,991
売上総利益	86,456	99,059	107,424	57,393
販売費及び一般管理費	74,967	86,451	93,216	51,394
営業利益	11,488	12,607	14,207	5,999
経常利益	12,292	13,811	14,973	6,611
親会社株主に帰属する当期純利益	5,899	7,669	7,835	3,596
1株当たり当期純利益(円) ^{※2}	39.92	51.67	47.63	20.43
潜在株式調整後1株当たり当期純利益金額 ^{※2}	—	—	47.63	20.42
自己資本当期利益率(ROE)	15.2%	17.1%	13.4%	5.1%
財政状態(各事業年度末)(単位:百万円)				
純資産額	42,792	50,276	70,809	74,225
総資産額	110,960	139,399	165,355	165,828
1株当たり純資産額(円) ^{※2}	279.99	325.92	404.44	419.46
自己資本比率	37.3%	34.7%	41.4%	44.5%
総資産経常利益率(ROA)	5.32%	5.51%	4.74%	2.17%
キャッシュフロー(単位:百万円)				
営業活動によるキャッシュ・フロー	7,924	30,447	16,519	3,944
投資活動によるキャッシュ・フロー	△10,683	△11,306	△15,183	△14,788
財務活動によるキャッシュ・フロー	△451	△9,107	6,409	△6,025
現金及び現金同等物期末残高	7,794	18,144	25,889	9,036
株式情報				
株主数(名)	6,120	5,863	5,143	5,602
発行済株式総数(株)	18,496,167	18,574,343	21,171,343	44,047,906
店舗・従業員				
期末店舗数(店)	764	874	951	992
期末売場面積(m ²)	—	—	—	—
期中平均売場面積(m ²)	—	—	—	—
従業員数(名) ^{※3}	10,348	11,756	12,569	13,532
薬剤師人数(名) ^{※4}	1,969	2,022	2,082	2,095
登録販売者人数(名) ^{※4}	3,338	4,027	4,626	5,133

※1 2015年2月期は、決算期変更により6ヵ月決算

※2 2020年9月1日付で普通株式1株につき2株の株式分割を実施。過年度を遡及して計算

※3 臨時従業員数は8時間換算

※4 薬剤師・登録販売者の人数および1店舗当たり人数は、化粧品専門店(MASAYA、COLOR STUDIO、NARCIS)分を除いております。

2016/2	2017/2	2018/2	2019/2	2020/2	2021/2	2022/2
528,402	623,163	695,268	779,148	868,280	949,652	1,025,947
149,910	183,815	209,948	236,659	267,454	296,044	320,944
131,150	159,736	181,121	207,614	229,652	253,070	277,925
18,759	24,078	28,826	29,045	37,801	42,974	43,018
20,377	25,723	30,923	31,500	40,348	45,800	47,590
9,527	14,451	17,166	17,423	22,802	27,999	26,453
48.87	69.46	82.49	83.63	109.24	134.23	126.99
48.82	69.39	82.39	83.54	109.13	134.10	126.88
10.7%	13.2%	14.0%	12.8%	15.0%	16.4%	13.9%
103,779	116,233	130,482	143,948	162,418	180,351	207,886
227,005	247,026	292,238	327,426	390,006	435,685	463,048
498.31	556.88	622.06	685.88	773.95	862.82	966.66
45.6%	46.9%	44.3%	43.7%	41.5%	41.2%	43.5%
4.2%	5.85%	5.87%	5.32%	5.85%	6.43%	5.71%
15,031	33,303	35,902	34,872	70,156	46,396	16,228
△4,853	△18,034	△36,726	△23,955	△27,459	△16,147	△37,088
△10,018	△12,897	△1,249	△7,348	△22,241	△16,970	△7,282
13,245	15,613	13,585	17,152	37,599	50,937	22,837
11,147	14,399	21,656	29,417	22,937	46,982	57,122
52,408,679	52,408,679	104,817,358	104,816,838	209,633,676	209,633,676	209,499,776
1,472	1,535	1,693	1,878	2,012	2,217	2,468
—	—	1,200,669	1,306,932	1,396,726	1,541,681	1,781,753
—	—	1,161,883	1,257,992	1,365,023	1,501,261	1,742,134
19,267	20,963	24,252	27,937	30,552	34,740	37,774
3,266	3,754	4,159	4,625	5,398	6,323	6,799
7,928	8,776	10,504	11,949	13,152	14,037	16,667

会社情報

会社概要 (2022年2月28日現在)

会社名	ウエルシアホールディングス株式会社(英訳名: WELCIA HOLDINGS CO., LTD.)
設立	2008年9月1日
資本金	77億36百万円
事業内容	調剤併設型ドラッグストアチェーンの運営を行う子会社およびグループ会社の経営管理など
本社所在地	〒101-0021 東京都千代田区外神田二丁目2番15号
ホームページ	https://www.welcia.co.jp
電話番号	03-5207-5878 (代表)
グループ従業員数	56,761名(パート社員・アルバイトを含む)

グループ会社一覧 (2022年6月1日現在)

● 連結子会社

ウエルシア薬局株式会社

設立	1974年4月
資本金	1億円
事業内容	調剤併設型ドラッグストアチェーン展開
本社所在地	〒101-0021 東京都千代田区外神田二丁目2番15号

シミズ薬品株式会社

設立	1947年11月
資本金	4,800万円
事業内容	ドラッグストア経営 (医薬品・化粧品・日用雑貨などの小売業)
本社所在地	〒600-8871 京都府京都市下京区西七条北東野町113番地

株式会社丸大サクラ薬局

設立	1972年10月
資本金	2,990万円
事業内容	ドラッグストアおよび調剤薬局の経営
本社所在地	〒038-0031 青森県青森市大字三内字玉作2番地72

株式会社よどや

設立	1981年4月
資本金	5,000万円
事業内容	医薬品、健康食品、化粧品、介護用品、ベビー用品、 日用雑貨、食品、菓子、酒・ビール類などの販売
本社所在地	〒781-8104 高知県高知市高須1-5-30

株式会社クスリのマルエ

設立	1973年4月
資本金	4,800万円
事業内容	ドラッグストア店舗展開・調剤薬局のチェーン展開・ 託児学習施設事業・その他ウェルネス事業
本社所在地	〒371-0021 群馬県前橋市樋越町83

株式会社プレひまわり

設立	1984年11月
資本金	4,900万円
事業内容	調剤併設・エステサロン併設ドラッグストア運営
本社所在地	〒721-0958 広島県福山市西新涯町2丁目10番11号

株式会社コクミン

設立	1935年4月5日
資本金	9,118万円
事業内容	ドラッグストアおよび調剤薬局の経営
本社所在地	〒559-0007 大阪府大阪市住之江区粉浜西一丁目12番48号

株式会社 MASAYA

設立	1958年6月
資本金	1,000万円
事業内容	化粧品専門店
本社所在地	〒700-0822 岡山県岡山市北区表町二丁目6番56号

ウエルシア介護サービス株式会社

設立	1971年4月
資本金	1億円
事業内容	介護事業全般
本社所在地	〒305-0061 茨城県つくば市稲荷前8番地1 布川ビル2階

Welcia-BHG (Singapore) Pte. Ltd.

設立	2017年3月
資本金	2,000万シンガポールドル
事業内容	シンガポール国内でのドラッグストア経営
本社所在地	73 Bukit Timah Rd, #06-01 Rex House, Singapore 229832

● 非連結子会社

ウエルシアオアシス株式会社

設立	2011年3月
資本金	1,000万円
事業内容	店舗支援(陳列・補充・調剤OTC医薬品販売サポート・ 清掃)、植栽整備、書類・備品搬出入、 障がい者雇用管理・相談
本社所在地	〒337-0051 埼玉県さいたま市見沼区東大宮4-48-5

ウエルシアリテールソリューション株式会社

設立	2016年11月
資本金	1,000万円
事業内容	メーカー企業向けマーケティング支援事業
本社所在地	〒101-0021 東京都千代田区外神田二丁目2番15号

株式情報

(2022年2月28日現在)

株式の状況

発行可能株式総数	494,947,200株
発行済株式数(自己株式12,658株を除く)	209,621,018株
株主数	57,122名

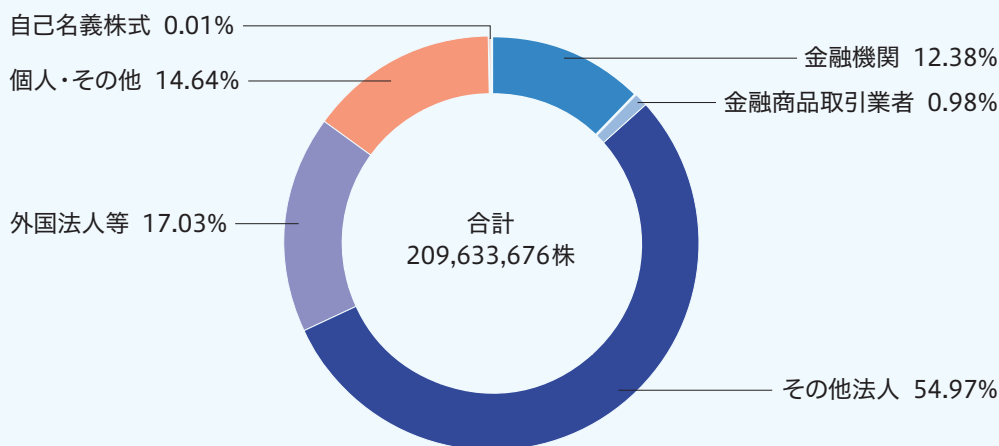
大株主

	所有株式数 (千株)	発行済株式総数に対する 所有株式数の割合(%)
イオン株式会社	105,940	50.54
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	14,736	7.03
ウエルシアホールディングス従業員持株会	3,445	1.64
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	3,434	1.64
株式会社ツルハ	3,352	1.60
STATE STREET BANK WEST CLIENT - TREATY 505234	2,548	1.22
BNYM AS AGT/CLTS NON TREATY JASDEC	1,950	0.93
JP MORGAN CHASE BANK 385635	1,699	0.81
株式会社イシダ	1,616	0.77
株式会社埼玉りそな銀行	1,417	0.68

(注) 持株比率は、自己株式12,658株を控除して計算しています。

なお、自己株式には従業員持株 ESOP 信託が保有する624,800株および役員報酬 BIP 信託が保有する440,442株を含めていません。

所有者別株式分布状況





ウエルシアホールディングス株式会社

〒101-0021 東京都千代田区外神田二丁目2番15号

<https://www.welcia.co.jp>