

2024年4月8日

【2024年2月期実績】

Q：2024年2月期の物販粗利は前期比で0.1%低下。WAON POINT 会員獲得のための販促強化が粗利低下に影響したとされたが、通期影響は？

A：WAON POINT サービスは、前年3月スタートで、会員が急激に増えた上に、Tポイントとのダブルポイントで1Qに影響が出た。
2Q以降は提示率の伸びも大きくなり（1Q末36%→4Q末43%）、通期への影響度は減少した。

【2025年2月計画】

Q：今期の粗利改善計画についての考え方は？

A：2025年2月期は、コロナの完全収束、調剤報酬改定の影響では、技術料・薬価の影響をトータルするとほぼフラットであること、前期とは環境が変化する。前期にPB拡販やカウンセリングを強化した成果を、今期出していきたい。販促は適宜見直しをかけ、粗利を改善していく。

Q：今期の既存店売上高伸長率計画のうち物販2.7%としているが、1,000店舗以上のたばこ販売取りやめの影響、ポイントプログラムの変更の効果の見方は？

A：たばこは前期に約400店舗取り扱いを中止、今期も加速する計画も織り込んでいる。
ポイントプログラム変更による会員獲得のプラス効果も織り込んでいる。

Q：改装による品ぞろえ強化の内容は？

A：品ぞろえは特殊なものや売り方ではなく、日常使いのものの品ぞろえが必要。各カテゴリで、もう少し深い品ぞろえを考えている。

Q：前期3Qからは販促強化していたが、今期も継続するのか。

A：化粧品ポイント施策は継続する。
チラシ等の販促は中身を見直し、物価高の影響等を考慮し、食品や日用雑貨など、ポイントを絞り販促を考えている。

Q：インバウンド需要が増加しているが、コクミン以外にウエルシア薬局店舗でインバウンド需要を見込む都市部への出店はあるか。

A：インバウンド専門店の出店は考えていない。

【WAON POINT】

**Q：WAON POINT について、提示率を指標としているが、2024年2月期の提示率は？
前期取組みの成果はいつ見えてくるのか？**

A：前期末のWAON POINT 提示率は40%程度。

今期は施策を集中させるため、5月から WAON POINT 中心のポイントプログラムへ変更する。お客様の理解促進のため、販促経費をかける必要があると考えており、切り替えフェーズを経て、効果は今期後半から発現を期待、提示率 70%まで向上させたい。また、会員データ蓄積とともにマーケティング活用すべく、社内の体制も強化した。

Q：WAON POINT 提示率が上がらず、活用されていない。ポイントプログラム変更以外に、打ち手はあるか。また、粗利改善の要素になるか？

A：提示率は当初想定より若干遅れていると認識している。

ポイントプログラム変更により、2つのポイントカードに分散していたボーナスポイントを WAON POINT 中心とすること等で、より効果的な施策を行っていく。

将来的にはグループシナジーが出るようデータ活用を進め、粗利も増加されると考える。

【資本業務提携】

Q：ツルハ HD との経営統合協議が、今期計画や戦略に影響しているか。

A：具体的な事項は独禁法のクリアランスを経てからとなるため、現時点では織り込んでいない。

Q：ツルハ HD との経営統合協議の発表から、ここまでの進捗について。また狙いやシナジーは？

A：現時点でお話できることはないが、今後お互いの目指す方向や考え方の一致により、分厚くなった資源を効率よく活用できることが考えられる。

Q：経営統合で PB 統合も視野に入ると、商品開発のスローダウンが想定される。PB による粗利改善が弱まるのではないか。

A：今期計画に経営統合は織り込んでいない。

前期の PB 粗利改善は少し遅れていたと評価しているが、からだ・くらし Welcia ブランドの SKU は増加しており、お客様の評価も得ていると認識、CM などにも注力しているため、粗利は今後プラスを見込む。

Q：これまでツルハ HD、ウエルシア HD の M&A は、規模の異なる企業を M&A することで、帳合統合のメリットがあったが、大手は既にある程度の仕入れ条件が出ており、スケールメリットが出るのかという疑問がある。考えられるシナジーは？

A：今後の協議事項となるが、両社で得意なカテゴリが各々ある。ツルハは家庭雑貨、ウエルシアは調剤が得意分野。こうした部分はシナジーを出せると考える。

以上