



2030年 地域No.1の健康ステーションを目指して

2030年のありたい姿

2025年2月期 第2四半期決算説明会

2024年10月7日

ウエルシアホールディングス株式会社

1. 2025年2月期 第2四半期 業績概要	3
▶ 総括	4
▶ 取組み	5
▶ 業績 前年同期比・計画比	9
▶ 業績 前年同期比期間	10
▶ 業績 会社別	11
▶ 既存店月次売上高伸長率（国内）	12
▶ 品目別売上高	13
▶ 品目別売上総利益率	14
▶ 販売費及び一般管理費	15
▶ 調剤部門実績	16
▶ 従業員数の状況	18
▶ 出退店の状況	19
2. 2025年2月期 業績予想	20
▶ 通期業績予想	21
▶ 出退店計画	23
▶ 配当予想	24
3. グループ経営方針	25

1. 業績概要

- 2024年3月15日付で、エクステンジを株式取得により完全子会社化いたしました。
- 2024年6月3日付で、とをしや薬局を株式取得により完全子会社化いたしました。

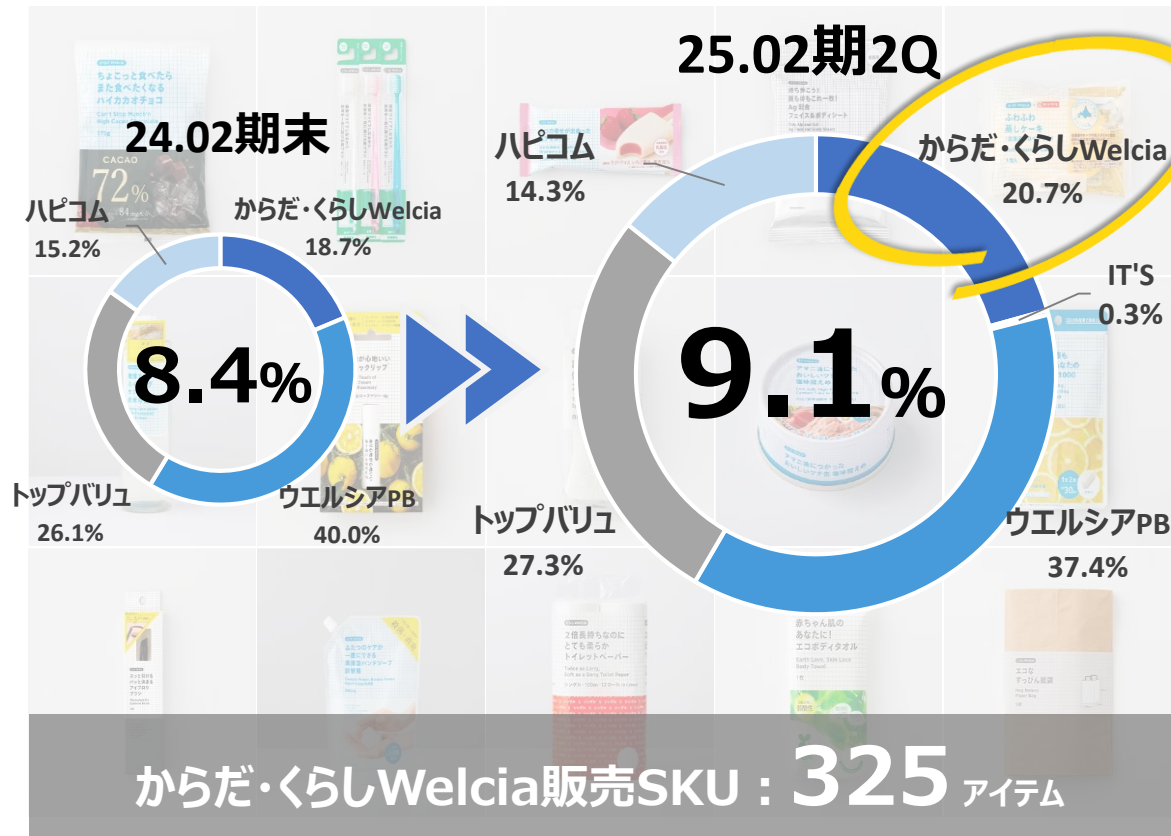
- 調剤売上は順調に伸長。物販はたばこの販売終了の影響、ポイントサービス変更で低調に推移。販管費は人材への積極的な投資により人件費が増加するなどし、増収減益。
- 今期施策を継続するも上期の業績を勘案し、通期業績予想を修正。

(単位:百万円/%)

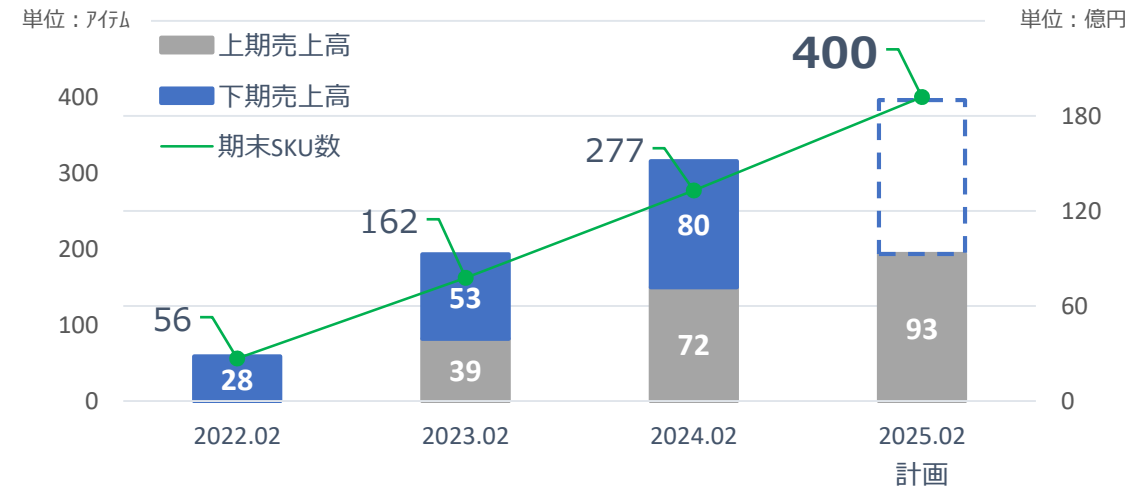
	実績	計画	差異	計画比	前年同期比
売上高	630,585	644,300	▲ 13,714	97.9	103.2
うち調剤売上高	136,818	137,130	▲ 311	99.8	108.4
営業利益	18,882	26,700	▲ 7,817	70.7	76.3
経常利益	20,902	28,600	▲ 7,697	73.1	78.0
親会社株主に帰属する中間純利益	11,716	16,000	▲ 4,283	73.2	72.2

- PB売上高は、前期比**114%**と伸長継続。（売上高前期比：からだ・くらしWelcia129%、トップバリュ118%）
- 特にアイテム数拡大により「**からだ・くらしWelcia**」が伸長。新ブランド「**IT'S**」も順調。

P B物販売上高構成比



からだ・くらしWelcia



- 2021年6月から「からだ・くらしWelcia」を販売開始。
- 当期末の販売SKU 330アイテム（当初計画） ➔ **400** アイテム開発へ。

調剤事業のDX取組み（地域No.1の健康ステーションに向けて）

- 2024年7月23日より、ウエルシア薬局**1,920**店舗にて「**Amazon ファーマシー**」を導入。
- 医療分野において電子化が徐々に進む中、お客様の**これからのニーズ拡大**を見据えオンラインサービスの活用を推進。

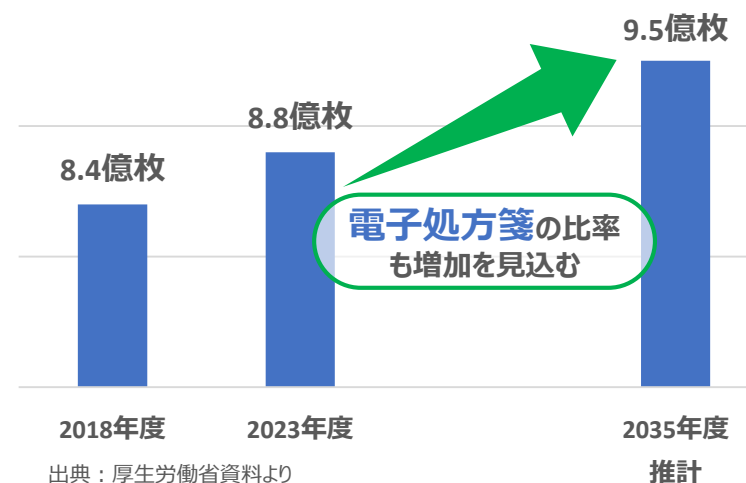
Amazon ファーマシー



- Amazonユーザーからの処方箋受付により、顧客接点が拡大。
- 処方薬は店舗受取も選択可能。
➔ 当社店舗で、物販への送客につながる。

これからの処方箋

「参考」将来の処方箋枚数推移



➤ 政府要請により、2024年以降公的病院を中心に電子処方箋導入拡大予定。

出典：厚生労働省資料より

- 国の進める医療DXの中で、電子処方箋は今後拡大を見込む。

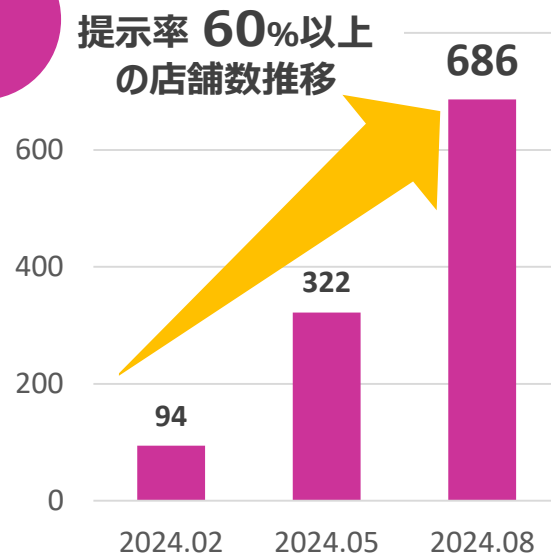
今期の取組み進捗（WAON POINTサービス）

- ウェルシアメンバーWAON POINTカード登録者数は、約**910**万人に。（ウェルシアメンバーは、約**1,270**万人）
- お客様に、店舗でのお声がけ、クーポン施策などWAON POINTカードの利用メリットを伝えWAON POINTカード提示率を上げていく中で、IDデータによる施策実施。

店舗での取組み状況

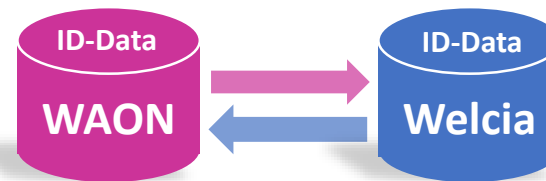
2024年8月WAON
提示率目標：60%

- 8月の提示率実績は約**51%**と目標に届かず
- 一方で店舗の取組み効果は着実に出ており、提示率**60%**以上の店舗数は**7**倍以上増加



グループシナジー活用

Welciaとイオングループでの
データ活用がスタート



許諾を得たウェルシアメンバーIDと
WAON-IDを連携・管理

イオン生活圏からの送客例①

- 既存のイオングループ顧客に対するDM送付・メディア広告配信 *対象者合計**300**万人以上
- 店舗の商圏にいる非利用者へのアプローチ

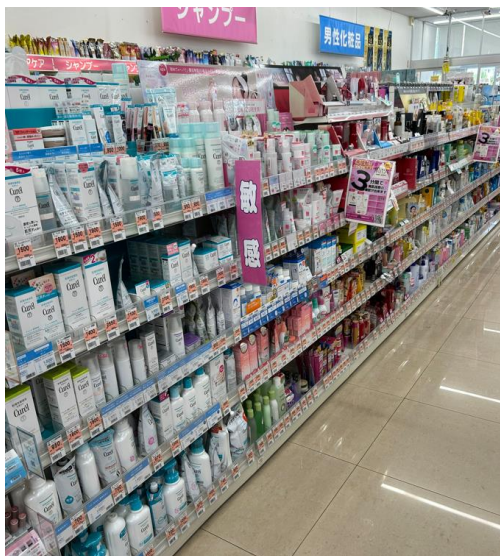
イオン生活圏からの送客例②

- イオングループ企業との相互送客実験開始
- 両社店舗でのお買い物で経済圏の活性化を図りグループ他社への拡大へ

今期の取組み進捗（売場フォーマット）

- H&BC定番売場変更（嵩上げ什器施工＋棚替え）を10月までに約**900**店舗で完了予定。
- 新店・全面改装店舗においては、今期プロモーション売場と定番売場の見直しを実施中。

売場変更（H&BC定番什器嵩上げ）



標準店舗の
セルフ化粧品カテゴリ
取扱いアイテム数

約**180**SKU
UP!!

- セルフ化粧品カテゴリの
8月既存店伸長率+**3.9%**
- 市場の拡大に合わせて定番強化

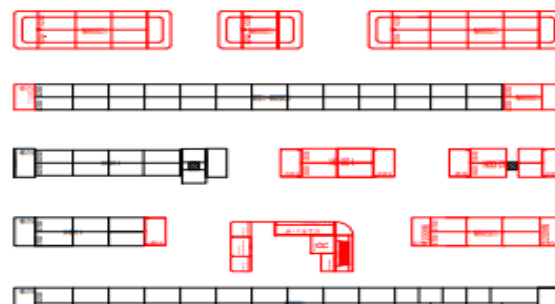
新店・全面改装のレイアウト変更

新レイアウト（化粧品）



※赤い部分はプロモーション売場

旧レイアウト（化粧品）



- プロモーション売場の
比率を下げ、定番棚拡大。
- 上期全面改装
実績39店舗（計画81店舗）

業績 前年同期比・計画比

- たばこ販売終了、ポイントサービスの変更で売上が低調に推移。
- 販管費は、人材への積極的な投資により人件費が増加するなど増収減益。
- 中間純利益は、税制改正（外形標準課税）の影響で法人税等が11億増加。

(単位:百万円/%)

	前年同期実績		計画		実績			
		構成比		構成比		構成比	前年同期比	計画比
売上高	611,017	100.0	644,300	100.0	630,585	100.0	103.2	97.9
売上総利益	185,792	30.4	198,500	30.8	189,645	30.1	102.1	95.5
販売費及び一般管理費	161,057	26.4	171,800	26.7	170,763	27.1	106.0	99.4
営業利益	24,735	4.0	26,700	4.1	18,882	3.0	76.3	70.7
経常利益	26,797	4.4	28,600	4.4	20,902	3.3	78.0	73.1
親会社株主に帰属する 中間純利益	16,233	2.7	16,000	2.5	11,716	1.9	72.2	73.2
E B I T D A	36,607	6.0	38,428	6.0	30,839	4.9	84.2	80.3

※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

業績 前年同期比期間



(単位:百万円/%)

上段：金額 下段：構成比	1Q			2Q			3Q			4Q		
	実績	増減	前年同期比	実績	増減	前年同期比	実績	増減	前年同期比	実績	増減	前年同期比
売上高	304,734	6,467	102.2	325,850	13,100	104.2						
	100.0		100.0	100.0		100.0						
売上総利益	89,009	1,200	101.4	100,635	2,652	102.7						
	29.2		29.4	30.9		31.3						
販売費及び一般管理費	83,511	3,084	103.8	87,251	6,621	108.2						
	27.4		26.9	26.8		25.8						
営業利益	5,497	▲ 1,883	74.5	13,384	▲ 3,969	77.1						
	1.8		2.5	4.1		5.5						
経常利益	6,534	▲ 1,990	76.6	14,368	▲ 3,904	78.6						
	2.1		2.9	4.4		5.8						
親会社株主に帰属する四半期純利益	2,824	▲ 2,301	55.1	8,892	▲ 2,215	80.1						
	0.9		1.7	2.7		3.6						
主 出 来 事	【2024年】 3月 エクスチェンジを完全子会社化 4月 薬価改定 5月 「WAON POINT」中心のサービスへ移行			【2024年】 6月 とをしや薬局を完全子会社化 調剤報酬改定 7月 梅雨明け遅れ 8月 南海トラフ地震臨時情報発表 薬価改定後の交渉妥結			【2024年】 9月 ウェルパークを完全子会社化 10月 ウェルシアパートナーズを完全子会社化 (旧東電パートナーズ)			【2024-2025年】		
	【2023年】 3月 「WAON POINT」サービス導入 4月 薬価改定 5月 新型コロナウイルス5類感染症移行			【2023年】 7月 猛暑で季節品好調 8月 薬価改定後の交渉妥結			【2023年】 9月 異例の暑さ続く 10月 コロナ治療薬の全額公費負担終了			【2023-2024年】 1月 令和6年能登半島地震		

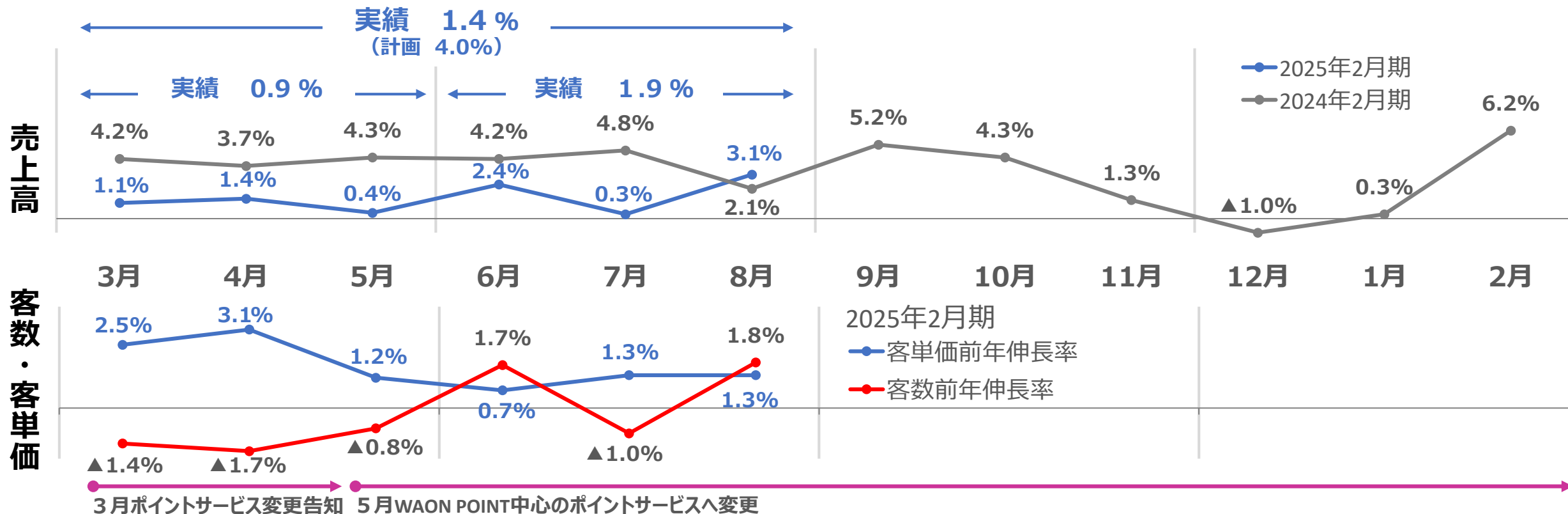
- ウエルシア薬局は、たばこ及び関連購買の減少、ポイントサービス変更の影響等により増収減益。
- コクミンは、都市部の人流増加により売上・粗利の伸長継続し、増収増益。
- プレひまわりは、商品政策変更により売上総利益率は改善。
前年11月のポイントサービスの切替えによる会員移行期の影響で減収。

(単位:百万円/%)

上段:金額 下段:構成比	ウエルシアHD (連結)		ウエルシア薬局		コクミン		プレひまわり		丸大サクラ芍薬局		シミズ薬品	
		前年 同期比		前年 同期比		前年 同期比		前年 同期比		前年 同期比		前年 同期比
売上高	630,585	103.2	526,197	103.0	24,366	105.6	22,841	90.7	16,655	103.0	14,618	107.3
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
売上総利益	189,645	102.1	159,551	101.7	7,828	108.3	5,889	91.7	4,429	101.2	4,337	104.9
	30.1	30.4	30.3	30.7	32.1	31.3	25.8	25.5	26.6	27.1	29.7	30.3
販売費及び 一般管理費	170,763	106.0	140,331	105.3	7,396	106.8	6,362	102.2	3,872	107.3	3,698	110.9
	27.1	26.4	26.6	26.1	30.3	30.0	27.9	24.7	23.3	22.4	25.3	24.4
営業利益	18,882	76.3	19,219	81.2	431	143.2	▲ 473	–	556	72.5	638	79.9
	3.0	4.0	3.7	4.6	1.8	1.3	–	0.8	3.3	4.7	4.4	5.9
経常利益	20,902	78.0	21,267	82.8	533	150.8	▲ 314	–	578	71.0	682	79.2
	3.3	4.4	4.0	5.0	2.2	1.5	–	1.6	3.5	5.0	4.7	6.3
親会社株主に 帰属する 中間純利益	11,716	72.2	12,306	76.2	519	140.3	▲ 220	–	537	104.7	445	77.1
	1.9	2.7	2.3	3.2	2.1	1.6	–	1.0	3.2	3.2	3.0	4.2

既存店月次売上高伸長率（国内）

- 上期既存店伸長率内訳：物販実績0.1%（計画2.8%） 調剤実績6.6%（計画8.3%）



当期	前月	前々月	うるう年
花粉関連不調	健康食品不調	風邪関連需要増加（セルフケア意識高まり）	うるう年
猛暑で季節品好調	地震等の災害備蓄需要増加	人流回復に伴いコロナ感染者増加	
		猛暑で季節品好調	残暑・暖冬により季節品の伸び鈍化

品目別売上高

- 物販では、医薬品はマスクや3月の花粉関連商品の前年反動減などが影響。化粧品はセルフ化粧品需要が増加し伸長。食品は、客数対策のチラシ販促商品などが伸長。
- 調剤は、併設推進による処方箋枚数増加などの影響により108.4%と伸長。

(単位:百万円/%)

上段:金額 下段:構成比		ウエルシアHD(連結)		ウエルシア薬局		コクミン		プレひまわり		丸大サクラ4薬局		シミズ薬品	
			前年同期比		前年同期比		前年同期比		前年同期比		前年同期比		前年同期比
物販	医薬品	115,602	97.6	94,919	97.6	6,129	101.3	4,076	85.0	3,225	98.6	3,001	99.8
		18.3	19.4	18.0	19.0	25.2	26.2	17.8	19.1	19.4	20.2	20.5	22.1
	化粧品	101,370	103.7	78,771	103.8	6,682	110.1	4,007	90.6	2,545	102.6	2,491	107.7
		16.1	16.0	15.0	14.9	27.4	26.3	17.5	17.6	15.3	15.3	17.0	17.0
	家庭用貨	85,867	104.4	72,979	104.9	1,773	112.8	3,446	87.0	2,807	103.6	2,276	107.3
	13.6	13.5	13.9	13.6	7.3	6.8	15.1	15.7	16.9	16.8	15.6	15.6	
食	品	146,474	106.4	125,534	106.6	1,462	138.1	7,251	92.4	4,823	106.1	3,412	115.0
		23.2	22.5	23.9	23.1	6.0	4.6	31.7	31.2	29.0	28.1	23.3	21.8
そ	の	43,963	91.7	33,922	89.1	693	88.2	2,560	87.5	1,715	97.0	851	98.2
	他	7.0	7.8	6.4	7.4	2.8	3.4	11.3	11.5	10.2	11.0	5.9	6.3
物	販	493,277	101.9	406,127	101.9	16,741	107.8	21,342	89.1	15,117	102.3	12,033	106.7
	計	78.2	79.2	77.2	78.0	68.7	67.3	93.4	95.1	90.8	91.4	82.3	82.8
調	剤	136,818	108.4	119,723	107.2	7,611	101.1	1,449	123.2	1,519	110.5	2,575	110.3
		21.7	20.7	22.8	21.9	31.2	32.6	6.3	4.7	9.1	8.5	17.6	17.1
小	計	630,096	103.2	525,850	103.1	24,353	105.6	22,792	90.7	16,636	103.0	14,608	107.3
		99.9	99.9	100.0	99.9	99.9	99.9	99.7	99.8	99.9	99.9	99.9	99.9
手	数	489	68.3	346	61.3	13	126.3	49	94.5	19	91.4	10	76.4
	料	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1	0.1	0.3	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1
合	計	630,585	103.2	526,197	103.0	24,366	105.6	22,841	90.7	16,655	103.0	14,618	107.3
		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

品目別売上総利益率

- 医薬品はマスクや花粉関連商材の反動減等による。
食品の低下は、客数対策のチラシ販促強化による影響。
- 調剤は、薬価改定を受け低下。※2024年は、6月技術料の改定

(単位:%)

		ウエルシアHD (連結)		ウエルシア薬局		コクミン		プレひまわり		丸大サクラ薬局		シミズ薬品	
			前年 同期増減		前年 同期増減		前年 同期増減		前年 同期増減		前年 同期増減		前年 同期増減
小	医薬品	40.2	▲ 0.2	40.3	▲ 0.3	41.0	2.8	40.9	▲ 0.8	39.9	▲ 0.2	39.9	▲ 0.5
	化粧品	33.2	▲ 0.1	33.4	0.0	31.8	1.3	31.5	▲ 1.9	32.2	▲ 0.2	33.9	0.3
	家庭用貨	28.8	0.0	29.0	▲ 0.1	30.4	1.5	26.3	1.3	25.6	▲ 0.3	28.1	▲ 0.3
	食品	18.5	▲ 0.6	18.7	▲ 0.8	24.2	2.9	15.7	1.7	16.3	▲ 0.6	18.1	▲ 1.1
	その他	14.6	▲ 0.4	13.7	▲ 0.6	26.5	▲ 1.5	14.2	▲ 0.1	13.0	▲ 0.3	12.8	▲ 1.5
	物販計	28.0	▲ 0.4	28.0	▲ 0.5	34.1	1.5	25.0	0.0	25.4	▲ 0.5	28.3	▲ 0.9
	調剤	37.2	▲ 0.5	37.9	▲ 0.5	27.6	▲ 1.1	34.6	1.4	38.1	▲ 0.7	35.7	0.0
	小計	30.0	▲ 0.3	30.3	▲ 0.4	32.1	0.8	25.6	0.2	26.5	▲ 0.5	29.6	▲ 0.7
	手数料収入	100.0	—	100.0	—	100.0	—	100.0	—	100.0	—	100.0	—
	合計	30.1	▲ 0.3	30.3	▲ 0.4	32.1	0.8	25.8	0.3	26.6	▲ 0.5	29.7	▲ 0.6

販売費及び一般管理費

- 広告費は、ポイントサービス移行などの販促費用により増加。
- 水道光熱費は、イオングループ電力一括調達などの取組みにより前年を下回る。（前期比97.5%）

（単位：百万円／％）

上段：金額 下段：構成比	ウエルシアHD（連結）		ウエルシア薬局		コクミン		プレひまわり		丸大サクラ井薬局		シミズ薬品	
		前年同期比		前年同期比		前年同期比		前年同期比		前年同期比		前年同期比
人件費	89,112	106.2	74,307	105.9	3,350	103.3	3,000	100.1	2,113	106.8	2,039	109.3
	14.1	13.7	14.1	13.7	13.7	14.1	13.1	11.9	12.7	12.2	14.0	13.7
広告費	3,472	123.5	2,386	127.2	106	99.5	219	145.9	119	101.4	61	122.7
	0.6	0.5	0.5	0.4	0.4	0.5	1.0	0.6	0.7	0.7	0.4	0.4
賃借料	28,905	103.0	23,368	102.5	2,290	109.0	1,124	100.3	446	102.1	643	107.8
	4.6	4.6	4.4	4.5	9.4	9.1	4.9	4.5	2.7	2.7	4.4	4.4
その他	49,272	106.4	40,268	104.8	1,649	111.7	2,019	103.2	1,192	111.1	953	116.1
	7.8	7.6	7.6	7.5	6.8	6.3	8.9	7.7	7.2	6.8	6.5	5.9
合計	170,763	106.0	140,331	105.3	7,396	106.8	6,362	102.2	3,872	107.3	3,698	110.9
	27.1	26.4	26.6	26.1	30.3	30.0	27.9	24.7	23.3	22.4	25.3	24.4

- 売上高は、併設推進による処方箋枚数増加等により伸長。
- 薬価改定の影響を受け売上総利益率は低下。
- 調剤併設店舗数：2,225（計画2,228） 調剤併設率：79.3%（計画78.5%）

	2022年2月期 2Q		2023年2月期 2Q		2024年2月期 2Q		2025年2月期 2Q	
		前年同期比 前年同期増減		前年同期比 前年同期増減		前年同期比 前年同期増減		前年同期比 前年同期増減
調剤売上高 (百万円)	97,680	116.2%	110,203	112.8%	126,268	114.6%	136,818	108.4%
処方箋枚数 (千枚)	9,373	122.8%	10,557	112.6%	12,285	116.4%	13,220	107.6%
処方箋単価 (円)	10,421	94.7%	10,439	100.2%	10,278	98.5%	10,349	100.7%
売上総利益率 (%)	39.4	1.3	38.4	▲ 1.0	37.7	▲ 0.7	37.2	▲ 0.5
調剤併設店舗数 (店)	1,742	236	1,943	201	2,070	127	2,225	155
調剤併設率 (%)	78.0	6.6	73.5	▲ 4.5	75.5	2.0	79.3	3.8
主な報酬改定等	✓ 毎年薬価改定に		✓ 300店舗以上のチェーンストアの調剤基本料の改定		✓ 地域支援体制加算の経過措置終了		✓ 薬価改定4月 ✓ 技術料改定6月	

* 調剤併設率は、化粧品専門店を除いて算出しております。
* 2023年2月期の期首から、「収益認識に関する会計基準」を適用しております。

- 各社ウエルシアモデルの推進により、調剤併設店舗数は今期70店舗増加（併設率79.3%）

	ウエルシアHD (連結)		ウエルシア薬局		コクミン		プレひまわり		丸大サクラ井薬局		シミズ薬品	
	'24年2月期 2Q	'25年2月期 2Q	'24年2月期 2Q	'25年2月期 2Q	'24年2月期 2Q	'25年2月期 2Q	'24年2月期 2Q	'25年2月期 2Q	'24年2月期 2Q	'25年2月期 2Q	'24年2月期 2Q	'25年2月期 2Q
調剤売上高 (百万円)	126,268	136,818	111,665	119,723	7,530	7,611	1,176	1,449	1,374	1,519	2,334	2,575
処方箋枚数 (千枚)	12,285	13,220	11,175	11,866	429	441	103	131	157	164	221	247
処方箋単価 (円)	10,278	10,349	9,992	10,089	17,553	17,247	11,388	11,053	8,705	9,234	10,530	10,425
調剤併設店舗数 (店)	2,070	2,225	1,852	1,947	54	68	26	33	42	48	46	50
調剤併設率 (%)	75.5	79.3	85.4	88.0	34.4	43.3	19.4	24.8	42.4	46.6	65.7	69.4

* 調剤併設率は、化粧品専門店を除いて算出しております。

従業員数の状況

- 2024年4月 新卒入社 816名（薬剤師 448名、総合職・調剤事務 368名）

	2024年2月期				2025年2月期			
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末
従業員数 (人)	15,648	15,494	15,355	15,286	16,068	16,196		
臨時従業員数 (8H換算人数,人)	25,541	26,423	26,597	26,413	26,700	27,555		

* 臨時従業員数（8時間換算）は、1Q～3Qは各四半期、期末は通期の期中平均です。

薬剤師数 (在籍人数,人)	8,151	8,150	8,128	8,184	8,484	8,586		
1店舗当薬剤師数 (人)	2.99	2.97	2.95	2.96	3.06	3.06		
登録販売者数 (在籍人数,人)	18,546	18,444	18,296	19,237	19,239	19,315		
1店舗当登録販売者数 (人)	6.79	6.73	6.65	6.96	6.94	6.88		

* 薬剤師数・登録販売者数及び1店舗当薬剤師数・1店舗当登録販売者数は、化粧品専門店を除いて算出しております。

出退店の状況

		2024年 2月末	子会社化または 事業譲渡に よる増減	合併による 増減	出店		閉店		2024年 8月末
					計画	実績	計画	実績	
会社別	ウエルシア薬局	2,199	—	—	28	26	4	4	2,221
	コクミン	158	—	—	6	3	7	4	157
	ププレひまわり	133	—	—	2	2	2	2	133
	丸大サクラ中薬局	102	—	—	5	4	4	3	103
	シミズ薬品	71	—	—	2	1	—	—	72
	クスリのマルエ	57	—	—	1	1	1	1	57
	ふく薬品	25	—	—	—	—	1	2	23
	よどや	25	—	—	—	1	—	—	26
	フレンチ	2	—	—	—	—	—	—	2
	とをしや薬局	—	21	—	—	—	—	—	21
	M A S A Y A	40	—	—	3	3	3	3	40
国内	2,812	21	—	47	41	22	19	2,855	
海外	13	—	—	—	—	1	1	12	
連結	2,825	21	—	47	41	23	20	2,867	
地域別	北海道	7	—	—	—	—	—	—	7
	東北	201	—	—	6	5	4	4	202
	関東	1,213	—	—	21	18	9	5	1,226
	中部	563	21	—	7	9	1	1	592
	近畿	526	—	—	9	4	1	1	529
	中国	172	—	—	2	2	5	5	169
	四国	75	—	—	—	1	—	—	76
	九州・沖縄	55	—	—	2	2	2	3	54
国内	2,812	21	—	47	41	22	19	2,855	

2. 2025年2月期 業績予想

- 2024年10月7日に、同年4月8日公表の通期業績予想を修正いたしました。
- 当期M&Aについては、以下の通り。
 - 2024年3月15日付で、エクスチエンジを株式取得により完全子会社化いたしました。
 - 2024年6月3日付で、とをしや薬局を株式取得により完全子会社化し、同年9月1日付で、当社の連結子会社のウエルシア薬局を存続会社として、とをしや薬局を吸収合併いたしました。
 - 2024年9月2日付で、ウエルパークを株式取得により完全子会社化いたしました。
 - 2024年10月1日付で、ウエルシアパートナーズ（旧東電パートナーズ）を株式取得により完全子会社化いたしました。

2025年2月期 通期業績予想

- 上期の業績を勘案し、通期業績予想を修正
- 当初計画に含まれないM&Aを反映（エクステンジ、とをしや薬局、ウエルパーク）

(単位:百万円/%)

	当初（2024年4月8日公表）		今回の修正計画（2024年10月7日公表）					
	通期業績予想	構成比	通期業績予想	構成比	前回差	通期前年比	上期前年比	下期前年比
売上高	1,287,000	100.0	1,295,000	100.0	8,000	106.4	103.2	109.6
（うち調剤売上高）	278,500	21.6	282,300	21.8	3,800	109.9	108.4	111.4
売上総利益	398,200	30.9	392,500	30.3	▲5,700	106.1	102.1	110.1
販売費及び一般管理費	351,200	27.2	358,500	27.7	7,300	109.7	106.0	113.2
営業利益	47,000	3.7	34,000	2.6	▲13,000	78.6	76.3	81.7
経常利益	51,000	4.0	38,000	2.9	▲13,000	79.6	78.0	81.6
親会社株主に帰属する当期純利益	27,000	2.1	19,000	1.5	▲8,000	71.8	72.2	71.3

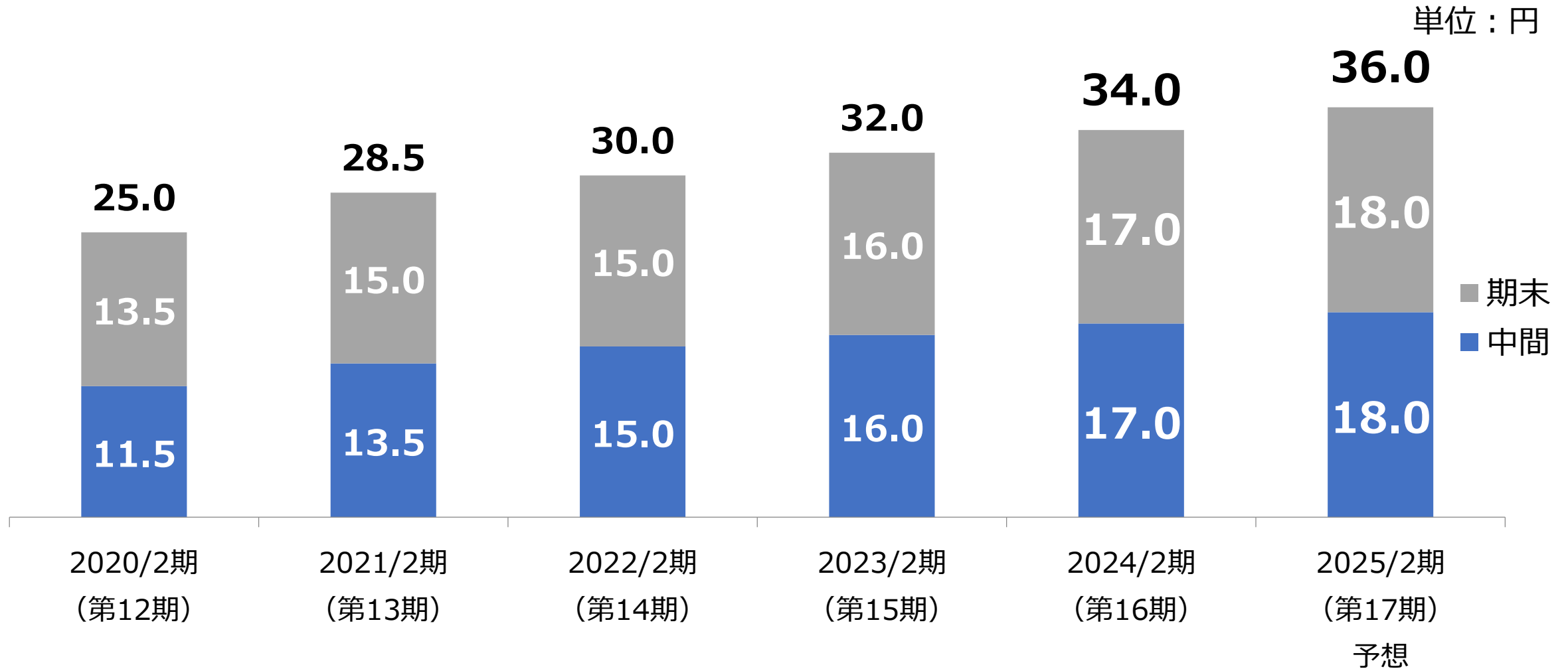
(単位:百万円/%)

	上半期 (実績)			下半期			通期		
	金額	構成比	前期比	金額	構成比	前期比	金額	構成比	前期比
売上高	630,585	100.0	103.2	664,415	100.0	109.6	1,295,000	100.0	106.4
(うち調剤売上高)	136,818	21.7	108.4	145,482	21.9	111.4	282,300	21.8	109.9
売上総利益	189,645	30.1	102.1	202,855	30.5	110.1	392,500	30.3	106.1
販売費及び一般管理費	170,763	27.1	106.0	187,737	28.2	113.2	358,500	27.7	109.7
営業利益	18,882	3.0	76.3	15,118	2.3	81.7	34,000	2.6	78.6
経常利益	20,902	3.3	78.0	17,098	2.6	81.6	38,000	2.9	79.6
親会社株主に帰属する当期純利益	11,716	1.9	72.2	7,284	1.1	71.3	19,000	1.5	71.8
既存店伸長率	1.4			2.2			1.8		

出退店計画

		期首	子会社化または 事業譲渡による増減	合併による 増減	出店	閉店	期末
会社別	ウエルシア薬局	2,199	—	21	65	19	2,266
	コクミン	158	—	—	11	10	159
	ププレひまわり	133	—	—	3	2	134
	丸大サクラ中薬局	102	—	—	8	4	106
	シミズ薬品	71	—	—	5	0	76
	クスリのマルエ	57	—	—	3	3	57
	ふく薬品	25	—	—	0	1	24
	よどや	25	—	—	1	0	26
	フレンチ	2	—	—	0	0	2
	ウエルパーク	0	145	—	2	1	146
	とをしや薬局	0	21	▲21	—	—	—
	M A S A Y A	40	—	—	6	3	43
国内	2,812	166	0	104	43	3,039	
海外	13	—	—	0	1	12	
連 結	2,825	166	0	104	44	3,051	
地域別	北海道	7	—	—	0	0	7
	東北	201	—	—	10	5	206
	関東	1,213	145	—	47	18	1,387
	中部	563	21	—	15	9	590
	近畿	526	—	—	23	3	546
	中国	172	—	—	5	5	172
	四国	75	—	—	1	1	75
	九州・沖縄	55	—	—	3	2	56
国内	2,812	166	0	104	43	3,039	
調剤併設店		2,155	50	—	156	4	2,357
調剤併設率		78.0%					78.9%

- 一株当たり配当金は、当初の予定通り変更なし。





グループ経営方針

～ウエルシア 2.0～



ウエルシア 2.0

- 1 これまでの成長戦略
- 2 規模を利益に転換
- 3 新たな戦略方針
- 4 企業理念のプリンシプル化

4大方針



高速出店

2015年2月
987店2024年9月
3,007店

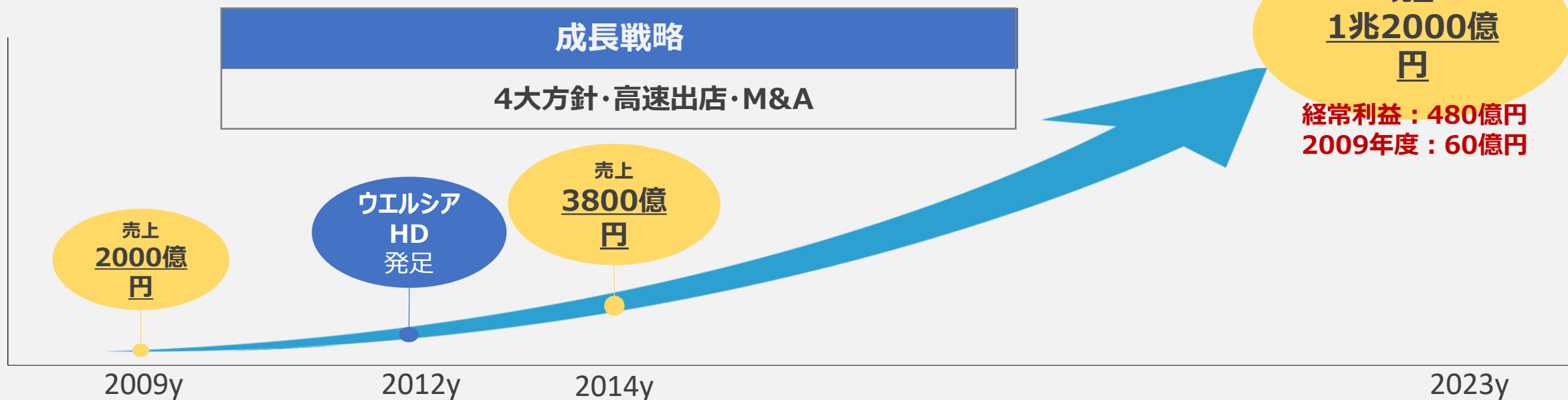
10年間で約3倍の店舗数に成長

M&A

タキヤ	シミズ薬品	CFS
丸大サクラエ	MASAYA	金光薬品
よどや	マルエ	プレひまわり
コクミン	ふく薬品	とをしや、他

M&Aで10年間で3,000億円の売上増、
1,000店超の店舗増

15年の売上成長



(従来)

(今後)

4大方針	調剤併設	<ul style="list-style-type: none"> グループ調剤併設率の目標80% 	弾力化	<ul style="list-style-type: none"> 地域需要に合わせた展開、効率化を追求
	深夜営業	<ul style="list-style-type: none"> 24時まで営業、24時間営業 	弾力化	<ul style="list-style-type: none"> 地域特性に合わせた営業時間
	カウンセリング	<ul style="list-style-type: none"> 各店舗にビューティアドバイザーを設置 	弾力化	<ul style="list-style-type: none"> 強化店舗とセルフ店舗の区分け
	介護	<ul style="list-style-type: none"> 一部のグループ会社で推進、在宅調剤 	強化	<ul style="list-style-type: none"> 居宅介護支援事業所の併設を水平展開
高速出店	<ul style="list-style-type: none"> 年間100店舗以上の出店、出店エリアは全都道府県を対象 	見直し	<ul style="list-style-type: none"> ドミナントエリアへの集中（出店・改装） 事業回復性の難しい店舗の整理 	
M&A	<ul style="list-style-type: none"> エリアの補完性が高い会社へ出資 事業の親和性が高い会社へ出資 	見直し	<ul style="list-style-type: none"> 新規M&Aは原則中止 グループ会社へのPMIを推進 	
DX	—	新規	<ul style="list-style-type: none"> DX思考による業務効率化の追求 新たなビジネスモデルへのチャレンジ 	



戦略の概要

プロダクト戦略

- 多様化する顧客ニーズに対応した商品を開発し、地域特性に合った品揃えを準備する

メディカルケア戦略

- ヘルスケアデータを活用し移り変わるライフスタイルに応えることで、お客さまとの接点を絶やさない

リージョン戦略

- 各エリアの状況を可視化することで、各地域に適した改装と出店を集中的に行う

DX

- 顧客データ基盤を集約したハブ機能として、プロダクト・メディカルケア・リージョン戦略を支える

地域No.1の健康ステーション実現

- 経営の中心にデータを据え、デジタル技術を活用して各戦略を実行する
- DXチームを社長直下に新設し、データドリブン経営を全社的に推進する

DX



プロダクト 戦略

- 顧客志向分析にもとづく**商品開発**
- ひとり一人に最適化した販促実施（**1to1マーケティング**）
- データ資産とメディアを活用した**リテールメディア事業**の拡大

メディカルケア 戦略

- デジタル技術を活用した**ヘルスケアエコシステムの構築**
- PHR（パーソナルヘルスレコード）の基づいた**ヘルスケアサービス**の提供
- 調剤業務のデジタル化による**薬剤師の生産性向上**

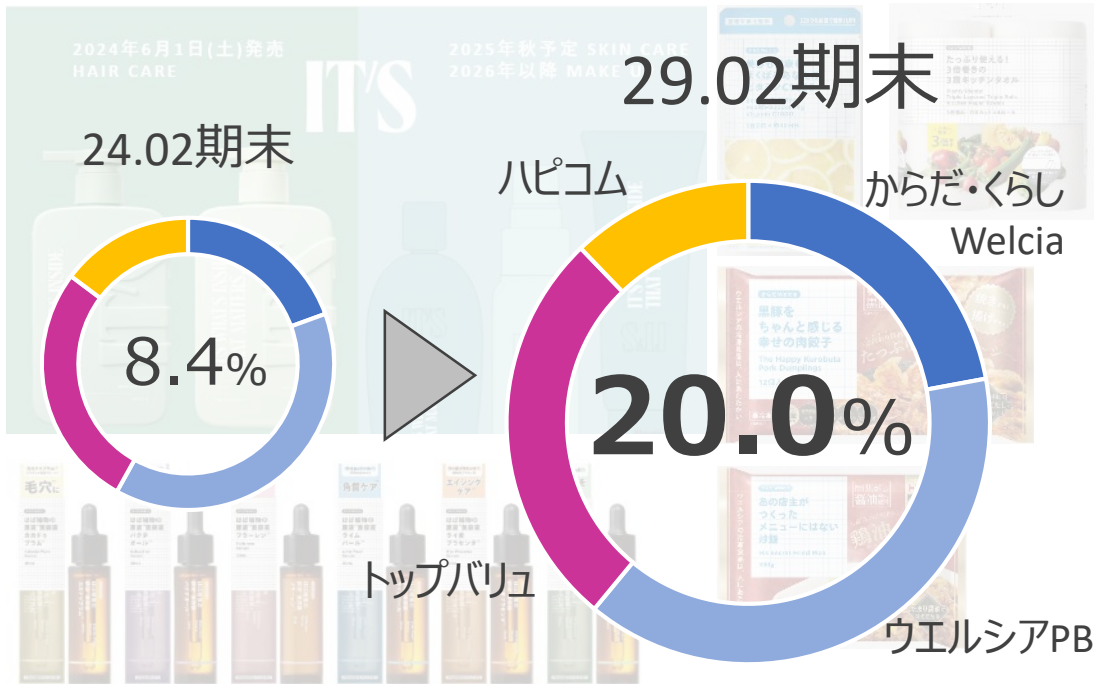
リージョン 戦略

- エリア・店舗の経営状況を集約・可視化（**店舗カルテ**）
- 経験主義から脱却した**新規出店・店舗レイアウト**決定
- 地理的・時間的メッシュ分析に基づく**価格設定**

プロダクト戦略（PB開発の倍速・粗利率向上）

- 29年2月期までにPB物販売上構成比を20%以上に引き上げ
- 物販粗利率を31%超に引き上げ（24年2月期：28.3%）

P B物販売上構成比の引上げ



物販粗利率 **31%超** まで引き上げ

具体的な施策

ブランド施策

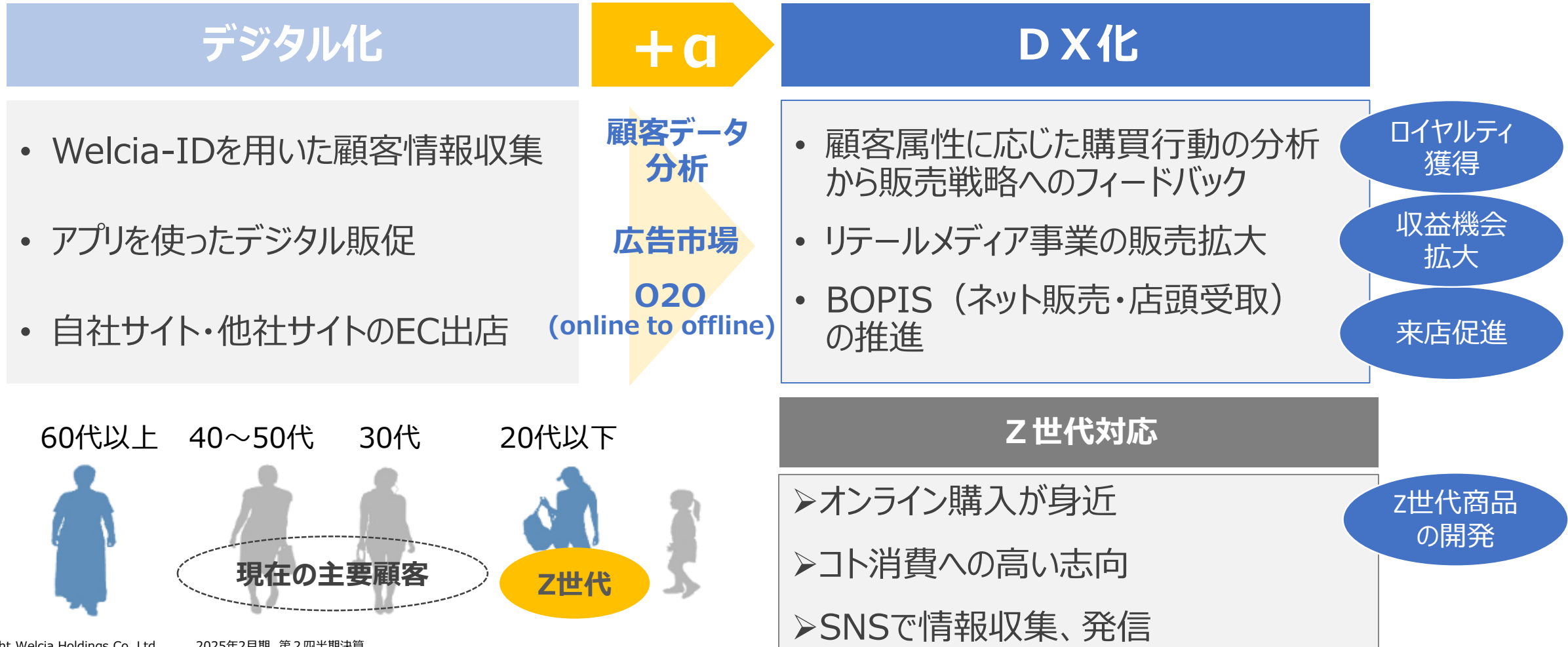
- からだ・くらしWelcia 商品開発の**倍速**
277SKU（24.02期）⇒ **1000SKU**（29.02期）
- ウエルシアPBの刷新
ターゲットブランド販売強化、リブランディング

体制整備

- 売場マーチャンダイザーの新設
カテゴリ横断のMD運営
- 開発組織の整備
開発要員増員、会議体・連携体制整備

プロダクト戦略（デジタル・マーケティングのDX化）

- デジタル技術に、データ分析・市場開拓・チャネル戦略を掛け合わせ、DX化を推進
- 20年後の主要顧客であるZ世代に対応した商品・手法を検討



メディカルケア戦略（ヘルスケアエコシステムの構築）

- ヘルスケアにおけるエコシステムを構築し、様々な経済圏と連携
- ヘルスケア×購買データを活用したサービスの展開やデータを活用した新たな事業を創出

ヘルスケアエコシステム構想



メディカルケア戦略（サービスのラインロビング）

- 専門家（管理栄養士・薬剤師・ケアマネージャー）によるプライマリケアチームを組成
- ヘルスケアデータを活用しお客様のライフスタイルに応じたヘルスケアサービスを提供

美と健康に特化したサービスのラインロビング

1 プライマリケアの拠点に

病院に行く前に気軽に健康相談ができ、必要ならば医療につながるサービスを構築

検査 × カウンセリング × 健保・行政・保険会社連携

2 専門家によるカウンセリング

対面やWebで未病・予防・治療・介護をトータルサポート、保健事業展開による顧客の獲得

カウンセリング × 健保・行政・保険会社連携

3 物販連携(ショールーミング)

高付加価値商品の対面販売やスタートアップの開発商品の展開など新たなユーザーニーズ対応

ショールーミング(お試し) × メーカー/スタートアップ

4 先進的な検査を可能に

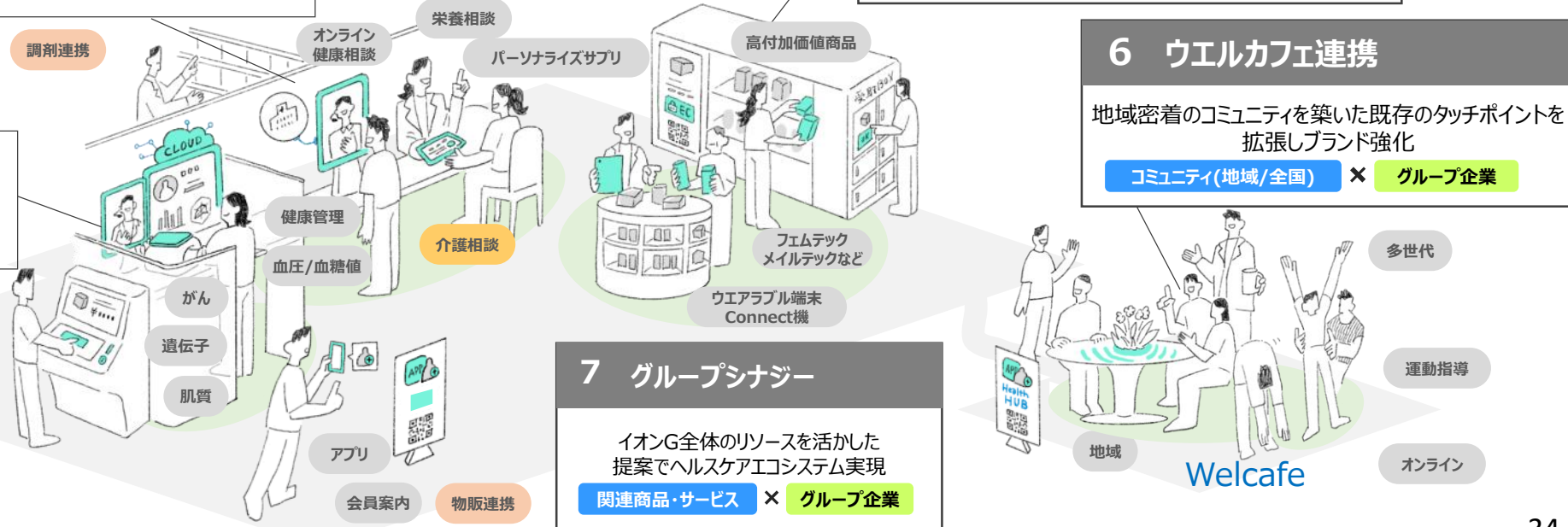
最新の検査や健康測定ができ、バイタルデータを活用したパーソナルレコメンドを推進

検査 × 健康チェック/リフレッシュ × IT系パートナー

5 美容との相互送客

バイタルデータを美容部門と連携しデータの相互活用ビジネスの促進

カウンセリング × IT系パートナー



6 ウェルカフェ連携

地域密着のコミュニティを築いた既存のタッチポイントを拡張しブランド強化

コミュニティ(地域/全国) × グループ企業

7 グループシナジー

イオンG全体のリソースを活かした提案でヘルスケアエコシステム実現

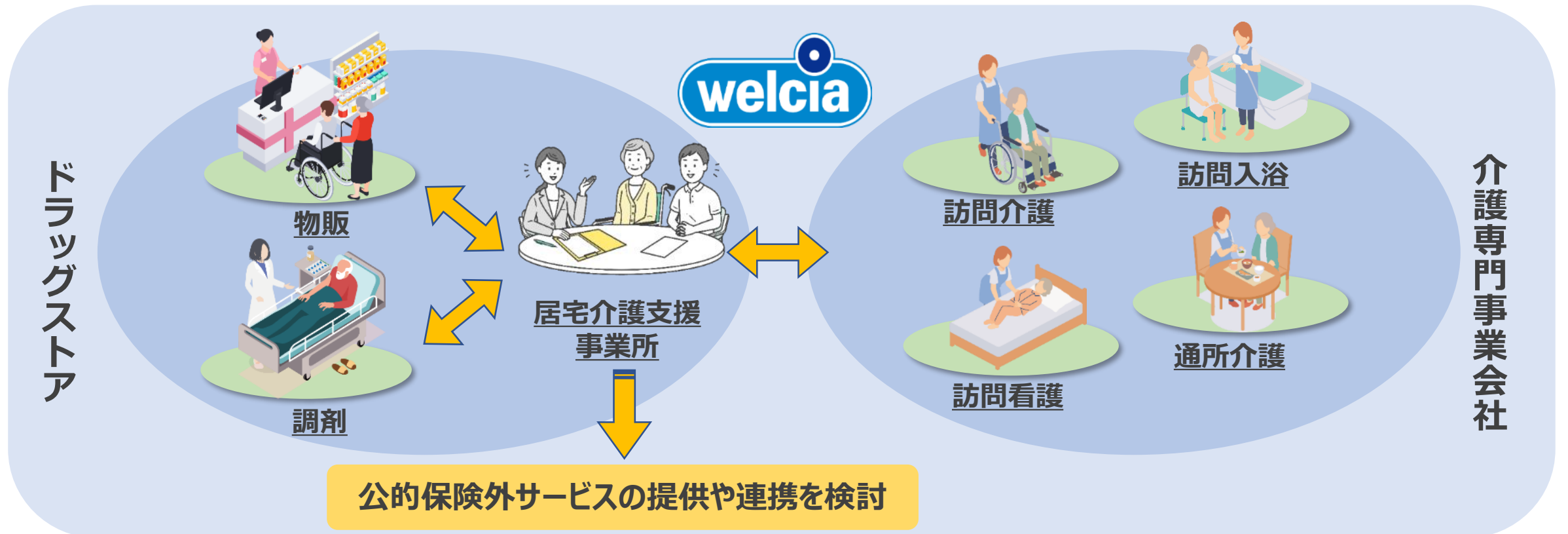
関連商品・サービス × グループ企業



メディカルケア戦略（介護市場の獲得）

- 居宅介護支援事業所を店舗へ併設し、介護専門事業会社とシナジー効果を創出
- ニーズの高まりが予想される公的保険外サービスの提供や外部連携を検討

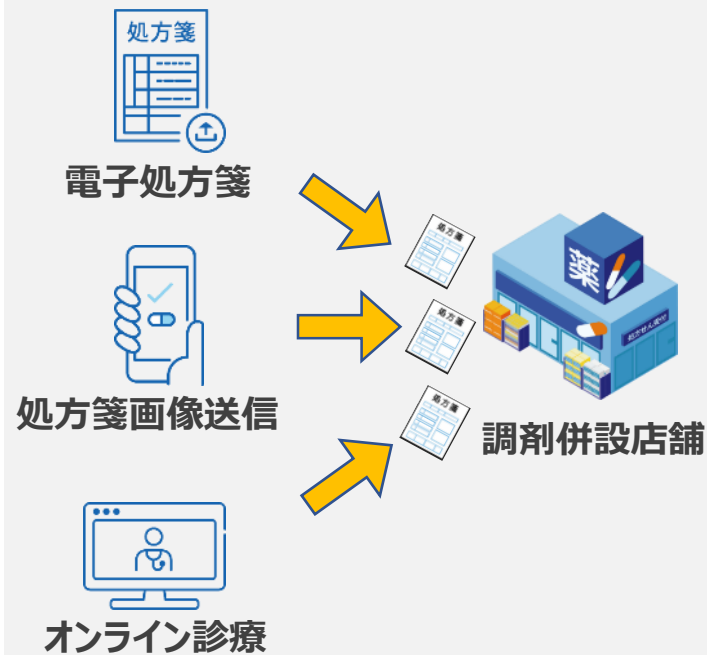
ドラッグストア×居宅介護支援事業所



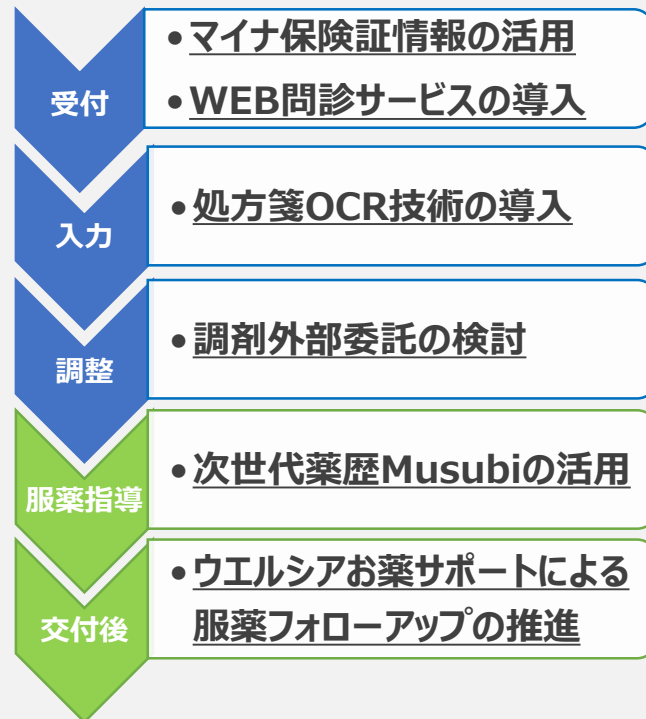
- 面の強みを活かし、デジタル経由の処方箋を獲得を強化しつつ、調剤業務のDX化を推進
- 薬剤師の生産性を向上し、対人業務の強化に繋げる

調剤DX戦略

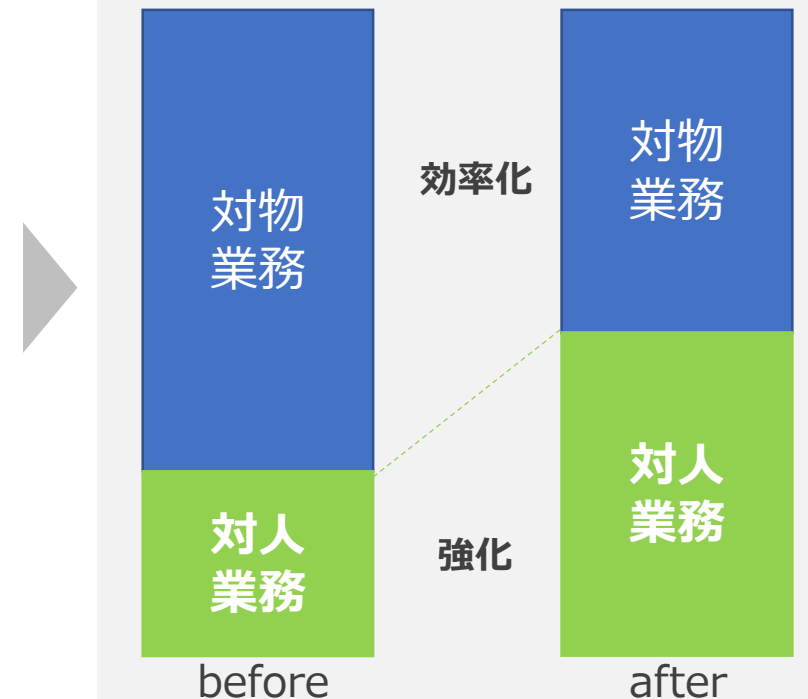
デジタル経由の処方箋獲得

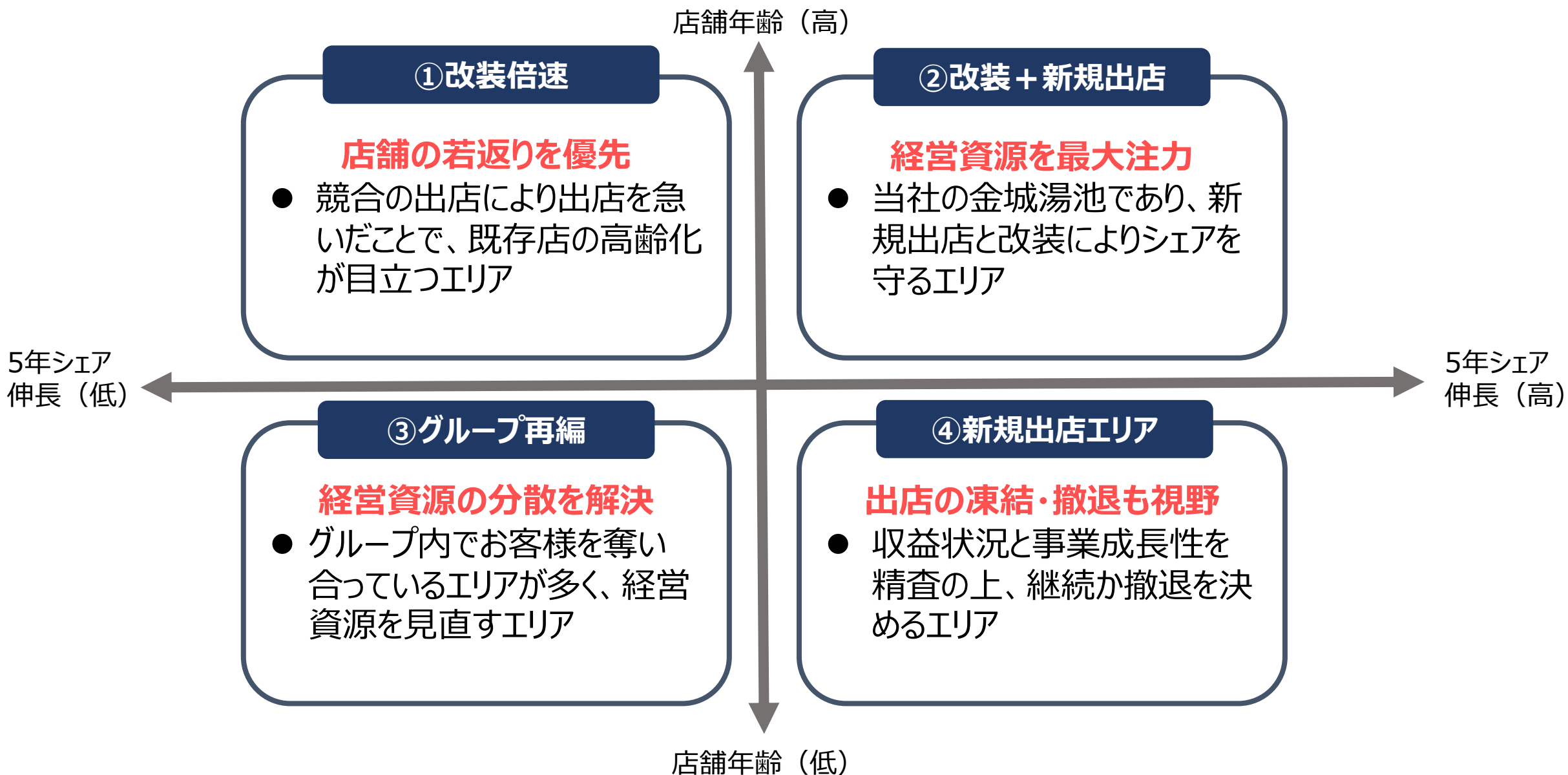


調剤業務のDX化



薬剤師の生産性向上





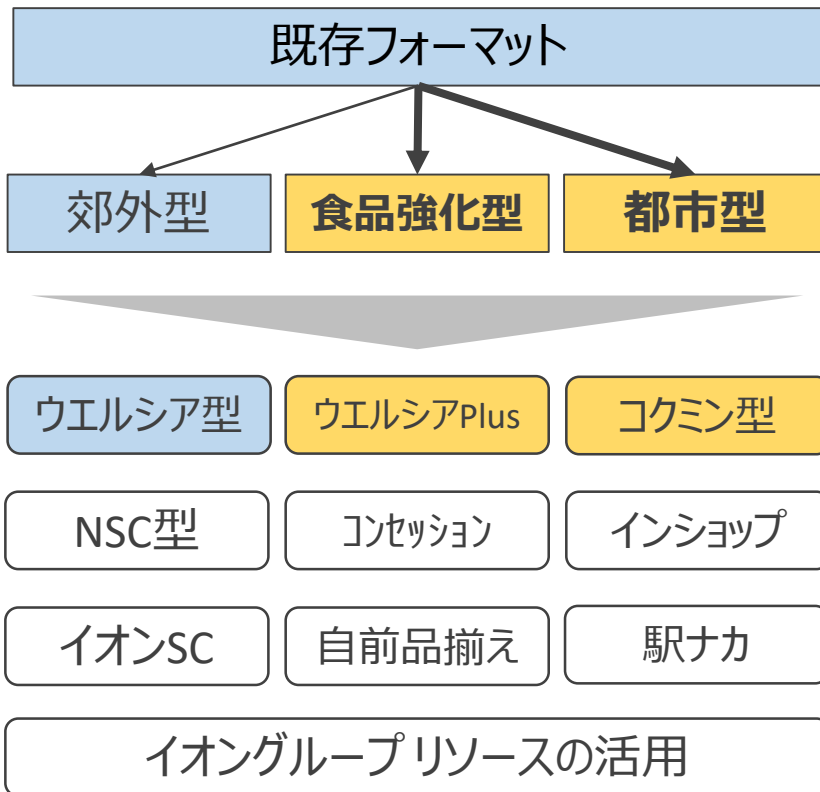
リージョン戦略（店舗フォーマットの確立）

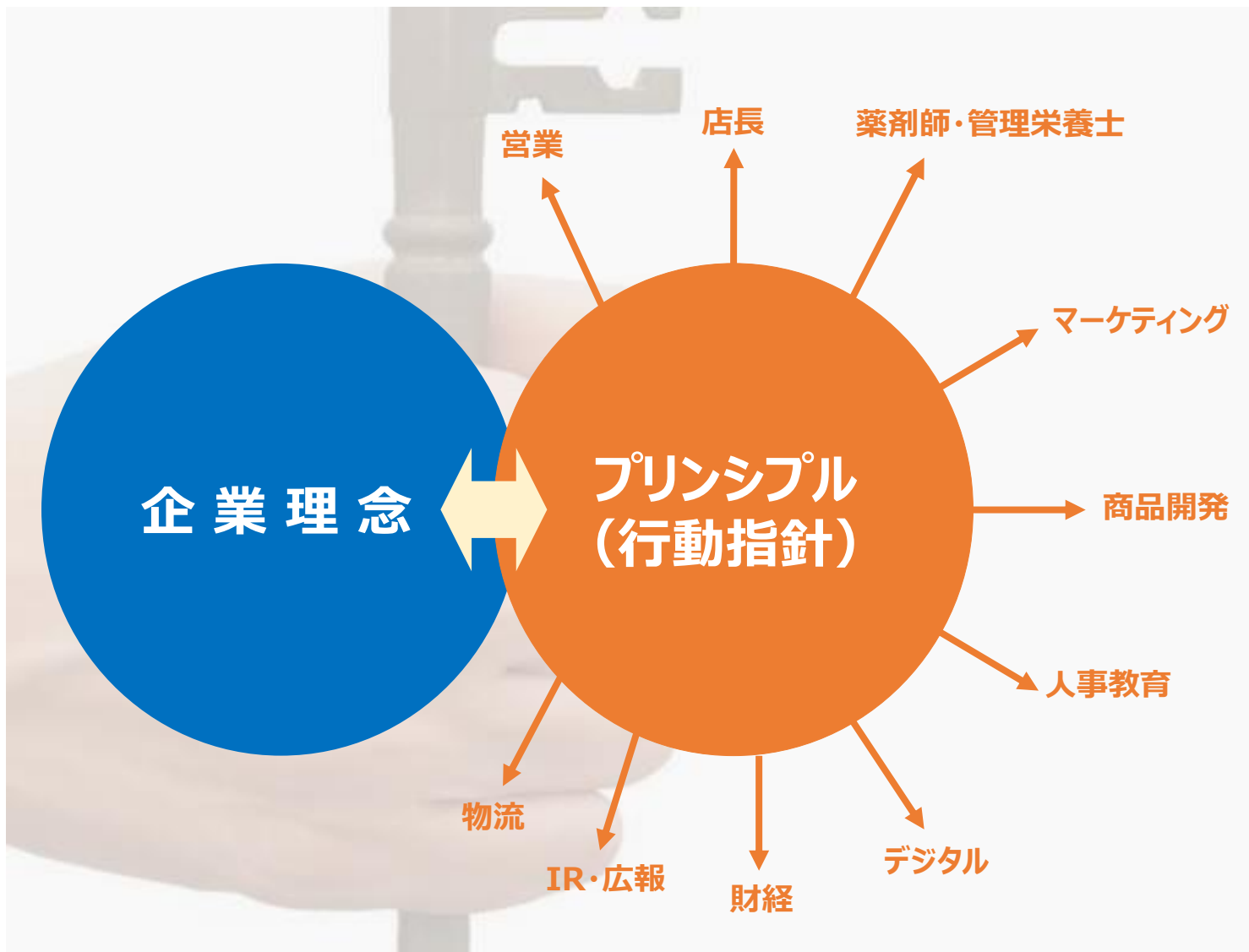
- エリア戦略・個店採算性を見直し収益力を再強化。地域に応じた、お客様に必要とされる店舗づくりへ
- 既存フォーマットに加え、都市型・食品強化型店舗フォーマットの確立

フォーマットの確立

従来型

新型





プリンシプル浸透に向けた教育

As is

- OJT (先輩による後輩指導)
- 実践を通じた伝承 (暗黙知)
- 管理監督者による修得度の把握

To be

- 集合・全体研修 (全社的な指導)
- 言語化されたスキル (形式知)
- 社内共有データによる人材把握

ひとりひとりの ありたい姿をサポートする 「Welcia」

ウエルシアに相談しよ♪

日々の心身の健康は、毎日のメンテナンスがとっても大切！

自分らしくあるために、食事や美容、そして健康に関する悩み事はまとめて相談したい。

ウエルシアはそんなひとりひとりのお客様の想いに応えたい、お客様とのつながりを通じて、地域全体の健康につながっていく、そんなお店でありたいと思う。

私たちは、本気で「地域No.1の健康ステーション」を目指しています。

<グループスローガン> : 変わる、変える、未来のウエルシア

当資料は、投資家の皆様にウエルシアホールディングス株式会社への理解を深めていただくことを目的として、経営や財務に関する情報を提供するものです。また、以下の点をご了解の上、ご覧ください。

- 本資料に含まれる業績については、監査法人による会計監査を受けておりません。
- 業績見通し等は作成時点において、当社が予測する範囲内で作成したものです。
- 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。
- 投資に関する決定は投資家ご自身のご判断において行われるようお願いいたします。
- 掲載内容について細心の注意を払っておりますが、不可抗力によって情報に誤りを生ずる可能性もございますので、ご注意下さい。