

## ウエルシアホールディングス株式会社

### 2025年2月期第2四半期 決算説明会 質疑応答（要旨）

2024年10月7日

#### 【2025年2月期 通期業績予想の修正について】

Q：今回の修正計画に関しては、保守的なのか。例えば、1Q時点では今期の取組みについては、下期以降に効果として見えてくるとの想定だったが、その部分でのポジティブな変化は反映されているのか。

A：当初計画では、今期取組みについて下期から効果が出るとの想定を置いていたが、それらについてまだ少し時間がかかっている状況。その為、既存店の伸長率、粗利率の改善計画には少し届かないという判断のもと修正を行った。

また、修正計画については過度に保守的という事ではない。

修正計画の中には、今期取組み効果や業績が厳しい中で実施した追加施策も加味している。

#### 【WAON POINT について】

Q：WAON POINT 中心のポイントサービスに5月から変更している中で、店舗での取組みにより会員獲得は進んでいるが、提示率はなかなか伸びない。

モール等と違い、小商圏では集客が弱いという事もあるかと思うが、ポイントサービス変更を判断して良かったのか。

A：WAON POINT 提示率目標は、8月 60%、今期末 70%としているが、現時点での提示率は53%程で計画よりも低い状況。

今回のポイントサービス変更については、我々の判断で導入を決定し目標を立ててお店と共に取組みを進めている。

現状うまくいっていない理由の一つとして、当社とイオンでのポイントサービスに違いがあり、それらがお客様に理解されていないという事があると考えている。

例えば WAON POINT は、当社ではクレジット払いを始めとするキャッシュレス決済や現金払いでもポイントが貯まるが、イオンでは内容が異なる。こういった部分も含めて、お客様に便利なポイントサービスという事を理解してもらい、普及させていきたい。

#### 【来期以降の状況について】

Q：業績では、昨年の下期から厳しい状況が続き、この下期から2巡目に入っていく。

成長に対する踊り場という表現をしているが、来期上期についても今期の状況が続くのか。

A：新たな経営方針の中でも触れているが、今後は例えばデジタル投資、店舗活性化の為の改装、赤字店舗の閉店やリロケーションなどを含めて、来期にかけて実施していきたいと考えており、来期計画はこれから組み立てていくが、その辺も織り込んでいく。

来期中での改善という事では、現時点ではまだ時間がかかると考えており、来期の下期以降と想定している。

来期計画を開示する際に、改めて詳細な組み立てについて説明させていただきたい。

### 【新たな経営方針】

Q：新たな経営方針では、グループ会社の PMI の推進を進めていくとの説明があったが、以前より経費率が高い会社だという声もあるウエルシア薬局を含めて、抜本的に見直す必要があるのではないか。

A：まさにウエルシア薬局こそ店舗の生産性が見直しが必要という認識をしている。ご指摘いただいた販管費の高さは、当社の課題である。今後戦略の中で DX を進めていくが、顧客データの活用だけでなく、店舗の作業目線での DX もかなり進めていきたい。

賃上げにより人件費が伸びている中で、いかに生産性を高めカバーしていくかが肝となる。

Q：今後の戦略面での大きなポイントが DX 経営という事だったと思うが、例えばデータ活用については、今までも進めていたのではないか。業界の中でも遅れていたという事か。

また、システム開発やデジタル人材採用を積極的に進めた場合、新たにコスト増になるのではないか。

A：今までも顧客データに基づいた、販促などは実施していた。只、本当の意味での 1to1 マーケティングと言うものには至っていなかったという認識。正直なところ、競合他社に比べ進んではおらず、むしろ遅れているのではないかと考えている。その為、ここでしっかりとねじを巻いて進めていく。

デジタル人材については、当社の子会社にエクステンジ社があり、同社の人材やその繋がりを活用しながら、新たな DX 人材獲得という事も可能と考えている。また、それを含めた DX 投資については、下期から経費増になるという事は現段階ではない。

Q：今後の店舗フォーマットについて、メインとなる郊外型の現状の課題と今後の改善点は。

A：郊外型店舗については、メインとなるのは 250 坪程度の店舗だが、一部古い 150 坪程度の店舗も存在している。それらは、競争力もなくなりつつあり、リプレイスによる大型化や既にドミナント形成されているエリアでは、他の店舗と品揃えを変えていく事など変化をつける必要がある。事業会社でも既にそういった取組みを進めている企業もある。

また、一番の課題としては店舗フォーマットではなく店舗の生産性であり、デジタルの力を活用して今後改革を進めていく。

Q：スライド 38P にて、既存の郊外型に加え、都市型・食品強化型フォーマットの確立という事が書かれている。現在イオン九州との取組みもあるが、ウエルシア薬局の店舗で、生鮮食品の導入を進めていくという事か。他社を見ると食品強化により、粗利率が低下している企業もあるが、その辺ではどう考えているのか。

A：すべての店舗に生鮮食品を導入していくという事ではない。

人口減少の著しいエリア、競合と戦うために導入が必要な店舗もある。ご指摘の通り、食品強化だけを進めるとコストもかかり、粗利率も低下していくため、必要な店舗にバランスを見ながら導入していくという事を考えている。

以上