

ウエルシアホールディングス株式会社

2025年2月期第3四半期 決算説明会 質疑応答（要旨）

2025年1月8日

【2025年2月期業績について】

Q：第3四半期売上高は計画比でビハインドとなっている中で、具体的にどのような取組で販管費コントロールができたのか。また、営業利益前年比では、第3四半期で底打ちとなり、第4四半期に向けても販管費コントロールで計画に近い水準の利益達成ができるのか。

A：第3四半期については、上期から継続している客数対策としての販促強化や粗利改善施策も実施している。売上高は計画未達となっているものの、粗利については販促強化の中身も見直しながら実行したことで、計画水準で着地できた。また販管費では、その半分を占める人件費コントロールや売上が厳しい中でその他の経費でも見直しを進めた。第4四半期でも同様に取組みを継続し、計画達成できるよう努めていく。

Q：第3四半期期間では、広告費の伸びは抑制されており、販促も内容見直しにより結果として粗利率のコントロールができてきているのか、そして、そのトレンドは第4四半期も継続できるのか。

A：上期から継続している販促強化については、費用対効果の視点から随時見直しを行っているが、広告費としては、上期でポイントサービスの中心をWAON POINTに切り替えており、そこでの費用が一旦落ち着き平常になってきている事が要因となる。その為、この後もトレンドは継続するとみている。

Q：第3四半期は、ほぼ計画水準での着地となっているが、利益面では前年よりも大きく減っており、売上高における課題は残っていると思う。今後、売上高をどうやって改善させていくのか。

A：今期進めている、売場の見直しなど随時中身をブラッシュアップすることを継続して、さらに質を上げていきたいと考えている。WAON POINTについては、高い提示率の店舗は客数も増えている実績がある。今期の取組みを徹底していく事が重要だと考えている。

また、これまで当社は価格を強く打ちだしていく事はなかったが、継続するインフレの状況下においては、集客する部分と利益をとる部分のメリハリをつけて取組みを進めていく。

今後も必要な対策や取組みを実施することで、売上を上げていきたいと考えている。

【今期取組み等について】

Q：WAON POINT 提示率について、第2四半期決算時から第3四半期にかけて大きく上がっている印象がない。ポイント切り替えはうまくいっているのか。

A：WAON POINT 提示率については、計画よりも遅れているのは事実。ただ、店舗によっては高い提示率の店舗も増えており、それらの好事例など水平展開し取組みを進めている。

客数に対する提示率は、12月で56%程度であるが、売上関与率はそれ以上の実績となっている。また、イオン側の協力による、WAON POINT 未利用者に対するキャンペーンなども実施している。今後に期待してもらいたい。

Q：PB が好調となっているが、その要因は何か。

A：PB については、主に当社独自の PB である「からだ Welcia・くらし Welcia」、イオングループの PB であるトップバリュや医薬品 PB のハピコムがある。

特に好調なのは、からだ Welcia・くらし Welcia であり、このブランドの特徴としては、価格よりも価値を訴求している。次に好調なのはトップバリュであり、昨今の物価高の中で価格の優位性が高いこともあり、お客様に支持されている。

Q：ドラッグストア業界では、食品強化により売上高を伸ばす戦略をとっている企業もあるが、ウエルシアとしてはどうか。

A：当社もこれまで様々な実験を行っている。九州では、イオン九州との合併会社により食品強化型の業態を展開し、イオンタウン幕張西店では、当社独自の仕入れにより食品強化をするなど取組んでいる。コンセや直接仕入れなどいくつかのパターンを持っている。

当社もエリアによっては、食品強化をしていく必要があると考えている。現在のインフレにより、食品などを低価格で販売できる小売業にお客様が集中しているのは事実。

その為、引き続きエリアや立地によって食品強化を行っていく。

Q：決算説明会資料の中で、ハックドラッグ BIOKA 店が掲載されている。

これまでにない若年層向けのユニークな店舗という事だが、この店舗を出店した意味は。

A：ウエルシアでは、今までビジネスモデルがはっきりしていたという事もあり、同じ様な店づくりをしてきたが、逆にそれが足かせとなり、新しいタイプの店づくりができていなかったのは反省点となる。

BIOKA 店については、近くに大型で売上の高い既存店があるが、若い人材の意見を尊重してこれまでと違う店づくりを行った。まだ実験段階であり、今月より調剤も併設し中身も随時見直しながら取組んでいく。

【来期以降について】

Q：上期決算時に、今後もある程度の投資はしていくとの説明があったが、その部分の考え方に変わりはないか。

A：投資については、上期決算時に説明した新方針で示した通り、まず生産性の向上の為に必要な部分がある。本日の資料にもあったように、店舗の業務改善のための投資等、効率化を進めるうえでのデジタル投資をしていく。今後も、中長期的な賃上げによる単価増を見据えた中で、生産性の観点から必要な投資をしていく事に変わりはない。

加えて店舗の改装投資については、今期これまで 68 店舗の全面改装を実施しているが、既存店の活性化の為に来期に向けては強化していき、既存店売上高の改善をしていきたい。

Q：上期決算時に新規 M&A は原則中止という説明があったが、来期に向けて売上・利益をどのように伸ばしていくのか。特に、既存店の底上げはどうやっていくのか。

A：来期に向けて計画を策定中であり、具体的な数値は現段階ではお示しできないが、既存店を底上げしていく事は当然必要となる。

また、物販では地域 No.1 の健康ステーションを見据えタバコ販売終了をしている中で、H&BC を伸ばしていく必要があり、医薬品、健康食品などしっかりと販売していきたい。同時に調剤も推進する。

さらに改装や WAON POINT の推進など取組みを継続することが、既存店を底上げしていく為の基本となると考えている。

【ツルハHDとの統合について】

Q：ツルハHDとの統合については、2025 年末を目途に調整に入っているという報道が出ている。またこれまで、できる限り早い段階で統合を進めていきたいと説明しているが、障壁となるようなことはないか。

A：ツルハHDとの統合については、独禁法のクリアランス取得がまだできていない。その為、大きな進捗はないという事になる。

当初の発表では、遅くとも 2027 年末までとしているが、できる限り早い段階でという認識は 3 社で共有している。また、当社として現段階で何か障壁があるとは考えていない。

【その他】

Q：ドラッグストア業界でも DX の波があるが、ウエルシアのDX戦略は。

A：新たにウエルシア HD に DX 推進部を組織している。そこで、CRM、生産性向上などのストアオペレーション、またバックオフィスの効率化など DX の中長期的なグランドデザインを策定中となる。

人材面では、グループ会社のエクスチェンジ社、ウエルシア薬局の情報システム本部、調剤・営業のノウハウを結集させ進めている。まずは、店舗の生産性向上からスタートさせ、バックオフィスや CRM などを進めていきたい。

Q：今年、調剤において一包化の外部委託が認められると報道があったが、それに対してウエルシアでは準備を行っているのか。

A：調剤における一包化の外部委託について報道等されているが、元々は政府主導の下、大阪の一部で特例的に実験をしていたものと認識している。一包化の作業は、薬剤師の負担がかかっているのは事実になる。

特に、在宅調剤では一包化が必要とされており、この取組みがうまくいけば効率化につながると考えている。当社としても必要があれば検討していく。

以上