

●株主優待制度について

毎年3月31日現在の株主様に、ココカラファイン、セイジョー、セガミメディクス、ジップドラッグ、ライフオート、スズラン薬局、コダマ、クスリ岩崎チェーンの各店舗でご利用いただけるお買物優待券を以下の基準により贈呈いたします。

保有株式数	100株以上 500株未満	500株以上 1,000株未満	1,000株以上
優待内容	お買物優待券 2,000円分	お買物優待券 3,000円分	お買物優待券 5,000円分

なお、株主様のご希望により、「お買物優待券」の全部と引き換えに同額の「ギフトカタログ」への交換をいたします。

●ご利用方法

当社グループ会社の店舗において、商品の購入代金のお支払いとして、現金との併用または優待券のみのご利用ができます。ただし、調剤診療・介護関連に関わるお支払いおよび、酒・タバコ等一部商品にはご利用できません。

※本券の有効期限は平成28年5月31日までです。



●株主メモ

事業年度	毎年4月1日から3月31日まで
定時株主総会	毎年6月開催
配当金受領株主確定日	毎年3月31日(期末配当)、毎年9月30日(中間配当)
株主名簿管理人 特別口座の口座管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社
同連絡先	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 TEL 0120-232-711(通話料無料) 特別口座に記録された株式に関する各種お手続き用紙のご請求は、次の三菱UFJ信託銀行株式会社への電話およびインターネットでも24時間承っております。 フリーダイヤル 0120-244-479 (本店証券代行部) フリーダイヤル 0120-684-479 (大阪証券代行部) <URL> http://www.tr.mufj.jp/daikou/
公告方法	当社の公告は電子公告により行います。ただし、電子公告によることができない事故その他やむを得ない事由が生じたときは日本経済新聞に公告いたします。
単元株式数	100株

●ホームページのご案内

IRページでは株主・投資家の皆さま向けの情報として、決算発表資料等を適時掲載しております。スマートフォンやタブレット端末にも対応した設計としておりますので、是非ご覧ください。



<http://www.cocokarafine.co.jp/>

みちのく未来基金への寄付金について

当社グループの各店舗でご利用いただき「お買物優待券」を集計し、総額の10%を当社から公益財団法人「みちのく未来基金」に寄付いたしました。また、一部の株主様からはお持ちの「お買物優待券」の全額を寄付いただきまして、心より御礼申し上げます。平成26年4月～平成27年3月までの寄付金額は、1,560,650円となりました。当社は、基金の趣旨に賛同し微力ながら協力してまいります。

※「みちのく未来基金」とは、東日本大震災において被災し、両親またはどちらかの親を亡くされた子供たちの進学を支援するための奨学基金です。

1. 株主様の住所変更、買取請求その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問合せください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
2. 特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、左記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問合せください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店にてもお取次ぎいたします。

Corporate Philosophy

人々のココロとカラダの健康を追求し、
地域社会に貢献する。

第7期 報告書

2014年4月1日から2015年3月31日まで

2015 Business Report

株式会社ココカラファイン

〒222-0033 神奈川県横浜市港北区新横浜3丁目17番6号 Tel.045-548-5929



環境保全のため、
FSC®認証紙と
植物油インキを使用して
印刷しています。

ココカラファイン
ココロ、カラダ、ゲンキ。



証券コード：3098

ヘルスケアネットワークを構築し 変化するお客様のニーズにお応えします



代表取締役社長 塚本 厚志

Q 当期(2015年3月期)の業績についてお聞かせください。

当期は、前期に行った子会社統合をより進展させ、ドラッグストア運営体制を強化し、地域密着化、店舗運営の効率化など、経営改革を推進しました。しかしながら、台風・大雨等の天候不順による消費低迷、冷夏による季節商材の不振、消費税増税前特需の反動減が長期化するなどの外部要因の

影響や、物流効率化施策の一部遅延・コスト増も重なり、前期比減収・減益という反省点が残る期になりました。下期に入り、風邪薬等季節品の不振もあり、それに対応するため繁忙期を前に販売促進強化を図った結果、10月以降の既存店売上高は前期比プラスに転じ、2~3月の増税前特需の反動を最小限に抑えることができております。

ドラッグストア事業については、品揃え・販売促進活動などのマーチャンダイジングや、店舗運営におけるマネジメントの一部を中央集権型から地域密着型にシフトしたことが良い結果に結びつきました。出店店舗数25店舗(合併した非連結子会社株式会社光慈堂10店舗含む)につきましては、好立地店舗用地の確保が困難になり、かつ、投資回収のハードルを上げ慎重に行った結果、前期よりも出店数は減少しております。次期についても、引き続き確実に収益化できる29店舗の出店を計画しており、会社全体の成長を牽引できるよう見極めた出店を行ってまいります。一方当社は多くのM&Aにより店舗展開してきましたので、店舗の立地特性も多種多様にあり、そんな中で顧客ニーズに合わず収益力が低下した店舗36店舗を退店いたしました。引き続き既存店の活性化とスクラップ&ビルドを同時に行い新陳代謝を促進していく予定です。

当社は、お客様の利便性や買物の楽しみをさらに提供するためには、EC事業と連動した新しいサービス等を提供する必要性を痛感しており、その新たなサービスを通じてEコマースの分野でも「おもてなしNo.1」を確立していきたいと

考えております。また、当社は子会社である株式会社ココカラファインOECを通じて通販事業を早くから手掛けており、他企業との協働も検討しておりました。そこで本年2月に日本郵便株式会社と連携し、日本郵便株式会社の通販サイト上でドラッグ商材の取り扱いを提供することを決めました(P.6 Topics参照)。ゆくゆくは当社の1,300を超える店舗とオンラインショップ、また日本郵便株式会社の24,000超の拠点との相乗効果も視野に入れ、良い協働にしていきたいと思っております。

調剤事業については、薬価改定・診療報酬改定に対応する施策を計画通り推進することができ、業績は引き続き堅調に推移いたしました。

介護事業については、現在投資をしながら事業拡大をしている段階のため、事業全体では損失が見られるものの、新規施設を除く既存施設・サービスについては収益化が進み、黒字化しております。

Q 事業戦略(ドラッグストア・調剤・介護事業の取り組み)についてお聞かせください。

先に申し上げた地域密着化の推進をより高度化するため、店舗活性部門の増員や地域別の対応ができるよう組織改編も行いました。地域ごとに商況が異なるため、本部だけで考えた販売促進策ではどうしても合わない部分も出てきます。地域の特性を考慮して、より機動的に対応ができる体制を整えております。

また、お客様の行動範囲が高齢化とともに狭まってくる傾向がありますので、特に重点を置いているのは、食品カテゴリーを強化するなど、地域のお客様の「ワンストップショッピング」実現に向けた取り組みを強めていくことです。それぞれの立地特性やお客様の構成に合わせた販売促進策を実施し、より地域に根差した店舗を作り上げていきます。そのためにも、改装店舗数を当期40店舗から次期計画70店舗に

More Information 1 既存店の活性化

● 店舗運営の標準化

地域コントロール
地区バイヤー活用による集客強化 食品カテゴリー強化 住宅地、郊外型クラスターを中心に食品カテゴリーを強化 シニア対応 健康食品 ディスカウント対応力強化 エリア・店舗を選定し対応

セントラルコントロール
全店共通の品揃えと売価コントロール 全店取り扱い商品 ▶ 品揃えの標準化 ▶ 重点品目の選定・浸透 売価コントロール 基準売価の浸透

● 店舗改装

店舗改装を加速
店舗改装関連部門を増員し 店舗改装を加速 プロトタイプ店舗の水平展開を推進 (2015年3月期) 40 店舗 → (2016年3月期) 70 店舗

Top Interview

増加し、既存店の活性化を行います。

“ココカラファインブランド”を店舗に掲げ始めて3年目となり、多くのお客様に浸透してきております。今後の改装店でもブランドを前面に出し、次期においてはココカラファイン看板の店舗が500店舗超となる計画をしていますので、認知度は日増しに高まっていくと考えています。

ココカラファインブランドを育成していく中で、PB商品もさらに開発を進めていきたいと考えております。品質を第一に、各カテゴリーにおいて特徴ある商材を開発していきます。2015年の春に販売をスタートした、ココカラファインのロゴが入った界面活性剤ゼロの日焼け止め『ディアパーフェクト』(P.7 Topics参照)は多くのお客様からご好評を得ております。高品質で特徴ある商品を開発していけば、お客様のサービス向上に結びつくと考えています。

一方で昨今のインバウンド対応においても「おもてなし

No.1]になるというコーポレートスローガンのもと、単に免税品を安く販売するだけでなく、日本のファーマシーやドラッグストアの良さを海外のお客様にもお伝えしていくことを重視しています。

当社が目指しているのは、お客様が医薬品を通じて病気を治す「cure」というニーズ、体調が悪い未病の方を整え、病気を予防する「care」というニーズ、そしてもっと元気でいたい、若さを維持したい、美しくありたい「fine」というニーズをワンストップで解決できる場を提供することです。そこで、「care」「fine」を担うドラッグストア事業の成長戦略を考えるならば、必然的に「cure」を担う調剤の併設化となります。当社は薬剤師が約2,000名所属するスペシャリスト集団ですので、社会のインフラとして、当社が担うべき役割も大きいと感じています。そのためには、お客様自身が自覚されていないヘルスケアのニーズを、薬剤師が現場のコミュニ

ケーションで感じ取れるかどうか非常に重要です。医師や看護師や登録販売者と連携しながら、お客様の「cure」「care」「fine」のお手伝いをする。具体的には、サプリメントや介護関係の医療用具などのヘルスケアを提案することもあるでしょう。また地域の支援センターや在宅介護などの橋渡しとなる存在になるために様々な分野との交流や、専門知識の習得なども必要となります。当社ではこうした連携を「ヘルスケアネットワーク」と呼んでいます。ココカラファインが健康増進に役立つアドバイスをサプリメントから医薬品までトータルに行うことができる「地域のかかりつけ薬局」になることで、「ヘルスケアネットワーク」を構築していきたいと考えております。これは拠点も含めてお客様に貢献できる店づくりをすることも含まれますし、今後はお客様のご自宅へ薬剤師が訪問する事業まで視野に入れていかねばならないと考えております。

介護事業についてはまだ規模は小さいですが、当社ではホーム型から在宅型まで、幅広い事業展開をしております。現在は急増する認知症・糖尿病の対策や脳梗塞後のリハビリなどを、なるべく早期の段階でケアするお手伝いをする「リハビリ特化型デイサービス」が堅調です。この分野の需要は、今後ますます増加するのではないかと考えております。

Q 経営戦略(効率化等の取り組み)についてお聞かせください。

販社統合の進捗状況は、次期中に概ねワン・カンパニーに仕上がる計画です。そして硬直化せず激しい環境変化に対応できる組織にしていくために、これまでの5本部制から2本部制にし、意思決定の迅速化と効率化を図っています。ただ、一つの思想や考えでまとまることだけが決して良いのではなく、グループ内の多様性が大切だと考えています。

組織運営のプロセスにおいては多様性を維持しながらも、決定事項については一つの方向へ全社をあげてエネルギーを注ぐことができる体制づくりが重要で、次期はようやくその形でスタートできると感じています。

Q 中期経営計画について、および株主の皆様へメッセージをお願いします。

当初2016年3月期において売上高5,000億円、経常利益200億円を計画していましたが、消費環境の変化や販社統合の影響により、後ろ倒しになっているのが実情です。新たな中長期的な事業計画については現在策定中です。ドラッグストア・調剤事業においては、引き続き収益基盤を増強していきます。既に販社統合を終えて事業規模を拡大しており、チェーンストアオペレーションの高度化や地域密着化の推進に踏み出しています。今後、次第にその効果が現れてくると見込んでおります。

事業運営体制強化と企業品質向上については、情報システムや人事制度を統一しましたが、中期的には物流等の効率化を含め、さらに経営効率を高めてまいります。

地域医療との連携強化についても、引き続きドラッグストアや調剤薬局、介護事業、医師、訪問看護ステーション等が相互に連携しながら、「ヘルスケアネットワーク」を構築していきます。当社では、地域医療連携のモデルケースとして「狭山モデル」を開発しましたが、今後これをさらに進化させ、全てを集約したタイプの「ココカラファインモール」の開発も手掛けていきたいと考えています。ドラッグストアへの調剤薬局併設はもちろんのこと、医師が常駐し、健康に配慮したメニューのあるレストランがあるといった大型ヘルスケア施設です。健康の維持・増進に関心の高い高齢者が急増していますので、こうした方々が人や社会とつながり、いつま

More Information 2 ブランド育成戦略

ブランド育成

ココカラファインブランドの認知度を高めるとともにブランドロイヤルティを形成するための取り組みを推進



認知度向上施策

新店および改装店舗でココカラファインブランドを適用エリア単位でブランド切り替えを実施



Top Interview

でも楽しさや生きがいを持てるコミュニティとしての拠点づくりを推進していきたいと考えております。

事業領域の拡大については、ネット通販事業と商品企画開発をそれぞれ子会社化し、取り組みを強化してきましたが、さらにコア事業とのシナジーを創出できる新規事業を積極的に進めてまいります。海外展開については、中国、ロシア、タイ、ベトナム、台湾まで事業エリアが広がっておりますが、ひとつひとつの事業の成長性や収益性を評価した上で進展させていきたいと考えております。

直近の業績に関しては、皆様のご期待に沿う結果を出すことができませんでしたが、既に課題を抽出して着実に手を打っております。次期につきましては、計画達成に向けて堅実に取り組んでおりますので、株主の皆様におかれましては、引き続きご支援いただけますようお願い申し上げます。



トピックス Topics

●日本郵便株式会社との取り組み

当社と日本郵便株式会社は、お客様の健康と地域社会への貢献を目指し、医薬品等の通販事業を連携して行うことといたしました。そのためにまず、2015年2月から、日本郵便の通販サイト「郵便局のネットショップ」上に、ドラッグストア専用ページを開設し、運用を開始いたしました。

日本全国47都道府県に24,000超の拠点をもち、幅広い利用者からの厚い信頼のある企業との包括的な取り組みを通じて、事業拡大や認知度向上を図りながら、お客様の健康と地域社会への貢献を目指してまいります。

ドラッグストア専用ページの取扱商品は、医薬品、医薬部外品、健康食品、化粧品、日用品等、約7,000アイテムです。これらの商品を安心・安全に利用していただけるよう、

- ①お客様の症状に合った薬を症状別に選びやすいコンテンツ
- ②お客様の体質や生活に合った薬であるかを確認できる問診チェック機能
- ③常駐薬剤師が土・日・祝日に関わらずお客様個別のご相談に対応できる体制

以上の3点を整えて、サイトを運営しております。

決済手段として、ゆうちょ即時振替サービス^(※)、クレジットカード、コンビニ前払い、pay-easy、代引きが利用できます。

^(※)「ゆうちょ即時振替サービス」とは、パソコンやスマートフォンよりゆうちょ銀行の総合口座から直接決済する方法です。本専用ページでご注文の商品はゆうパックで配達いたしますが、今後、郵便局受け取りも実施する予定です。今後もお客様の生活支援を追求し続け、受け取り場所、取扱商品を拡大してまいります。



WEBサイト「郵便局のネットショップ」はこちら
<http://www.shop.post.japanpost.jp/>

More Information 3 中期戦略の総括と今後

中期経営計画

(2010年9月公表) 2016年3月期 売上高 5,000億円、経常利益 200億円

事業戦略	実績	今後の課題・展開
ドラッグストア事業と調剤事業の収益基盤増強	●販売子会社の統合 ●事業規模の拡大	●チェーンストアオペレーションの高度化 ●地域密着化の推進
事業運営体制強化と企業品質の向上	●システム、人事制度等の統一	●企業品質および経営効率の向上 ●物流の最適化
地域医療との連携強化	●調剤、在宅調剤規模拡大 ●狭山モデルの開発	●ヘルスケアネットワークの構築(医療連携、アライアンス) ●拠点づくりの加速
事業領域の拡大	●子会社化による取り組み強化(ネット通販事業)(商品企画開発)	●コア事業とのシナジー創出
東アジア事業開発	●事業展開エリアの拡大(タイ・ベトナム・台湾) ●中国事業旗艦店の黒字化	●中国ストア事業の黒字化 ●他地域への輸出入事業を進展

●PB新商品のご紹介

当社では、日常生活商品の廉価型PBのみならず、今までにない新しい価値を追求した高機能PBも研究・開発しています。この度は高機能PBとして、日焼け止め「DEARPERFECT(ディアパーフェクト)」シリーズを2015年3月に発売しました。美容液のように潤う「ディアパーフェクト プレミアムUVエッセンスジェル」と、7つのフリー処方を実現した「ディアパーフェクト プレミアムUVミルク」全2品です。界面活性剤を使わない神奈川大学の特許技術「三相乳化技術」によって、高い耐水性と肌への優しさ、快適な使い心地を併せ持ち、国内最高レベルのUVカット力

(SPF50+/PA++++)が持続します。べたつきや圧迫感もなく、みずみずしい潤いを肌を与えながら紫外線をしっかりカットします。また、日常生活商品として、ココシエルティッシュ、ココカラファイン富士清水(500ml)を発売しています。このようなココカラファインのロゴマーク(Cコロ)のついたPB商品を増やし、今後ココカラファインのブランドの育成につなげていきたいと考えています。



●地域密着型のかかりつけ薬局をめざして

当社の社会的使命である「地域におけるヘルスケアネットワークを構築する」へ向け、調剤事業部の取組みとして、検体測定室の設置と、スタッフへの糖尿病サポーター研修を開始しました。

検体測定室の設置

現在、1年以上健康診断を受診していない方は3,000万人以上と言われております。理由は様々かと思いますが、普段健康診断の受診機会がない方へ、身近な場所で短時間に行える血液検査の機会を提供することで、病気の早期発見・早期治療につなげたいと考えております。検体測定室を薬局の機能と位置付け、今後は健康管理の一つの方法として定着すべく、認知活動および健康に関するサービスを充実させていきます。

現在、ココカラファインの検体測定室は、2015年3月末時点で21店舗に設置されています。調剤事業部では検体測定室だけでなく、地域の皆さまの健康維持に貢献する薬局の使命を実現すべく地域に根差した健康イベント実施などを計画しております。



●検体測定の流れ
ご自身で指先から血液を採取することで検査をします。薬剤師が説明をしながら検査結果が出るまで30分ほどで終了し、検査結果はその場でお伝えします。ココカラファインで現在できる検査は、生活習慣病である糖尿病や高脂血症などの指標にもなる、「血糖値」、「HbA1c」、そして「脂質類」(HDLコレステロール、LDLコレステロール、中性脂肪が一度に分かります)の3検査です。

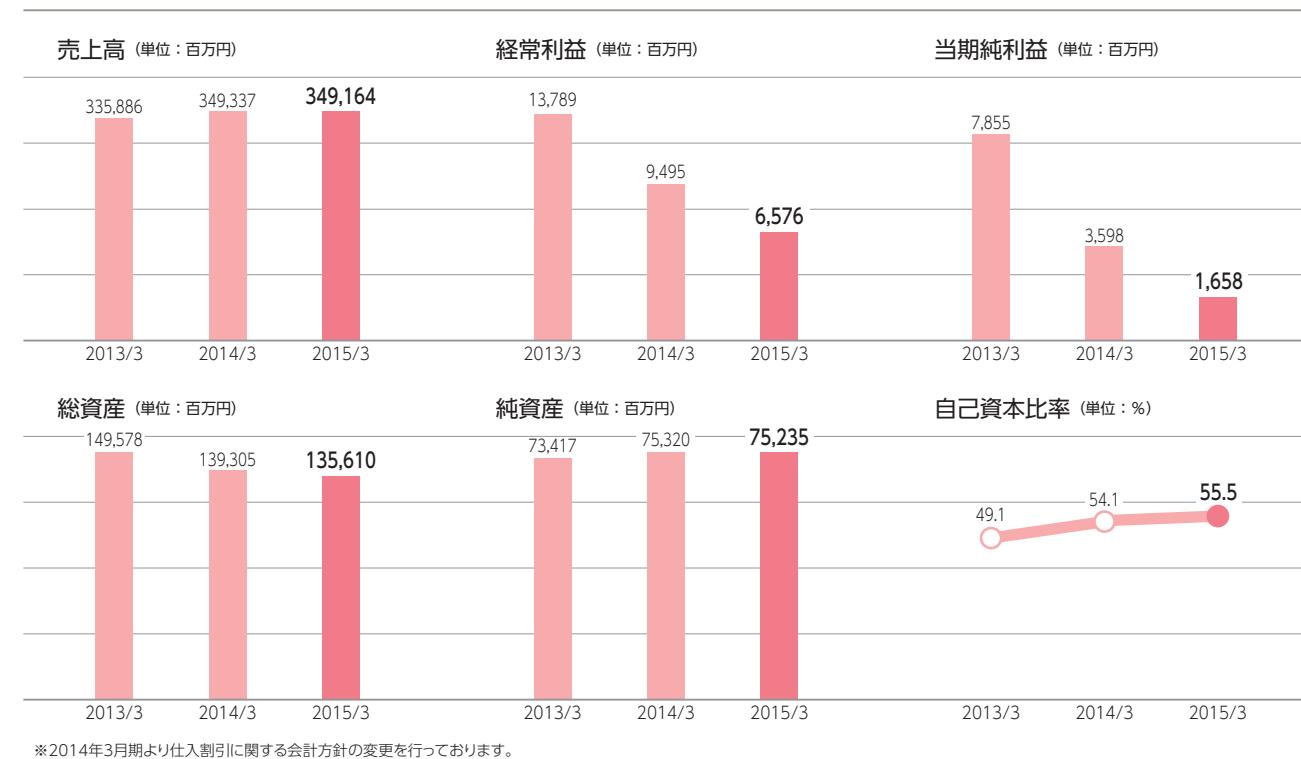
糖尿病サポーター研修

生活習慣病の中でも患者数の多い糖尿病患者・予備軍に対する「糖尿病サポーター」を育成するため、研修会をスタートさせました。

糖尿病に関する知識の豊富なサポーターを育成し、糖尿病のお悩みを持つお客様・患者様一人ひとりに寄りそった的確なアドバイスができるお店を創り、来店されるお客様・患者様へのお手伝いを通して社会へ貢献してまいります。

●糖尿病サポーターとは？
専門知識を持って、糖尿病の方の治療をお手伝いするスタッフのことです。糖尿病治療には非薬物療法(食事療法、運動療法)の支援が不可欠です。今後は年間を通じて研修を行い、薬剤師だけでなく、管理栄養士や、希望する一般スタッフなど、地域の健康を支えるサポーターを増やしていく計画です。

連結財務データ Consolidated Financial Data



●その他主要な財務データ

(単位: 百万円)	第5期 (2013年3月期)	第6期 (2014年3月期)	第7期 (2015年3月期)
流動資産	88,523	77,179	78,399
固定資産	61,054	62,125	57,211
流動負債	70,638	57,535	54,904
固定負債	5,522	6,449	5,470

(単位: 百万円)	第5期 (2013年3月期)	第6期 (2014年3月期)	第7期 (2015年3月期)
営業活動によるキャッシュ・フロー	10,012	△7,011	7,165
投資活動によるキャッシュ・フロー	△6,222	△8,221	△2,241
財務活動によるキャッシュ・フロー	△4,240	△926	△6,827
現金及び現金同等物の期末残高	24,217	8,061	6,164

● 会社概要

(2015年4月1日現在)

名称	株式会社ココカラファイン		
事業内容	ドラッグストアチェーンの運営等を行う子会社およびグループ会社の経営計画・管理ならびにそれに付随する業務		
本社所在地	〒222-0033 横浜市港北区新横浜3丁目17番6号 イノテックビル		
設立日	2008年4月1日		
資本金	10億円		
関係会社	<p>株式会社ココカラファイン ヘルスケア</p> <p>株式会社ファインケア</p> <p>株式会社ココカラファインOEC</p> <p>株式会社岩崎宏健堂</p> <p>株式会社ココカラファイン アソシエ</p> <p>株式会社ココカラファイン ソレイユ</p> <p>可開嘉来(上海)商貿有限公司</p> <p>株式会社ココカラファイン ネクスト</p>		

● 役員

(2015年6月25日現在)

代表取締役社長	塚本 厚志	常勤監査役	古松 泰造
取締役副社長	石橋 一郎	監査役(社外)	大谷 泰弘
取締役副社長	柴田 透	監査役(社外)	鳥居 明
取締役	橋爪 薫		
取締役(社外)	北山 真		

● 株式情報

(2015年3月31日現在)

発行可能株式総数	100,000,000株
発行済株式の総数	25,472,485株
株主数	7,443名

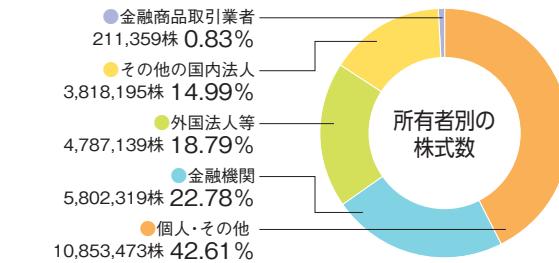
(注)株主数・株式数には自己株式(1名/335,003株)を含んでおります。

大株主

大株主名	持株数(株)	持株比率(%)
齊藤 正人	1,759,248	7.00
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (管理信託口・79208)	1,683,240	6.70
ココカラファイン従業員持株会	1,230,330	4.89
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	926,300	3.68
セガミ不動産株式会社	861,520	3.43
石橋 一郎	712,600	2.83
第一三共ヘルスケア株式会社	605,017	2.41
ゴールドマン・サックス・アンド・カンパニーレギュラーアカウント	499,690	1.99
ザバンク オブ ニューヨーク ジャスディックトリートリー アカUNT	452,200	1.80
株式会社三菱東京UFJ銀行	446,848	1.78

(注)持株比率は自己株式(335,003株)を控除して計算しております。

株式分布状況



(注)「個人・その他」の株式数・持株比率には自己株式(335,003株)を含んでおります。

(2015年3月31日現在)

日本全国幅広い地域をカバーし、それぞれの地域特性に応じた店舗展開を推進しております。「ココカラファイン」ブランドの出店も順調に推移しており、ブランド認知に向けた施策を今後も続けてまいります。

● 店舗数の推移

