

ドラッグストアの未来、始まる

セガミメディクス株式会社と株式会社セイジョーの2社は
平成20年4月1日に経営統合いたしました。



2009年3月期 第2四半期決算説明会

2008年11月26日

株式会社 ココカラファイン ホールディングス™
(証券コード:3098)

目次

第2四半期決算の概要

3

ハイライト

第2四半期売上高・経常利益の推移

第2四半期決算概要(P/L)計画対比

同一会計処理による前期比較(P/L)

第2四半期決算概要(P/L)前年同期比較

売上高増加率

商品分類別売上高

商品分類別売上構成比

貸借対照表(B/S)

キャッシュフロー計算書

今期の取組み

18

2009年3月期上期施策

統合仕入機能の本格稼働

ナレッジの共有(MD機能)

ナレッジの共有(サービス機能)

管理機能の協働

各事業会社の取組み

24

セガミメディクス営業施策Ⅰ～Ⅲ

セイジョー営業施策Ⅰ～Ⅲ

通期の見通し

14

通期売上高・経常利益の推移

連結予想損益計算書

出店計画

経営戦略

31

中期経営ビジョン・事業ビジョン

中期重点計画

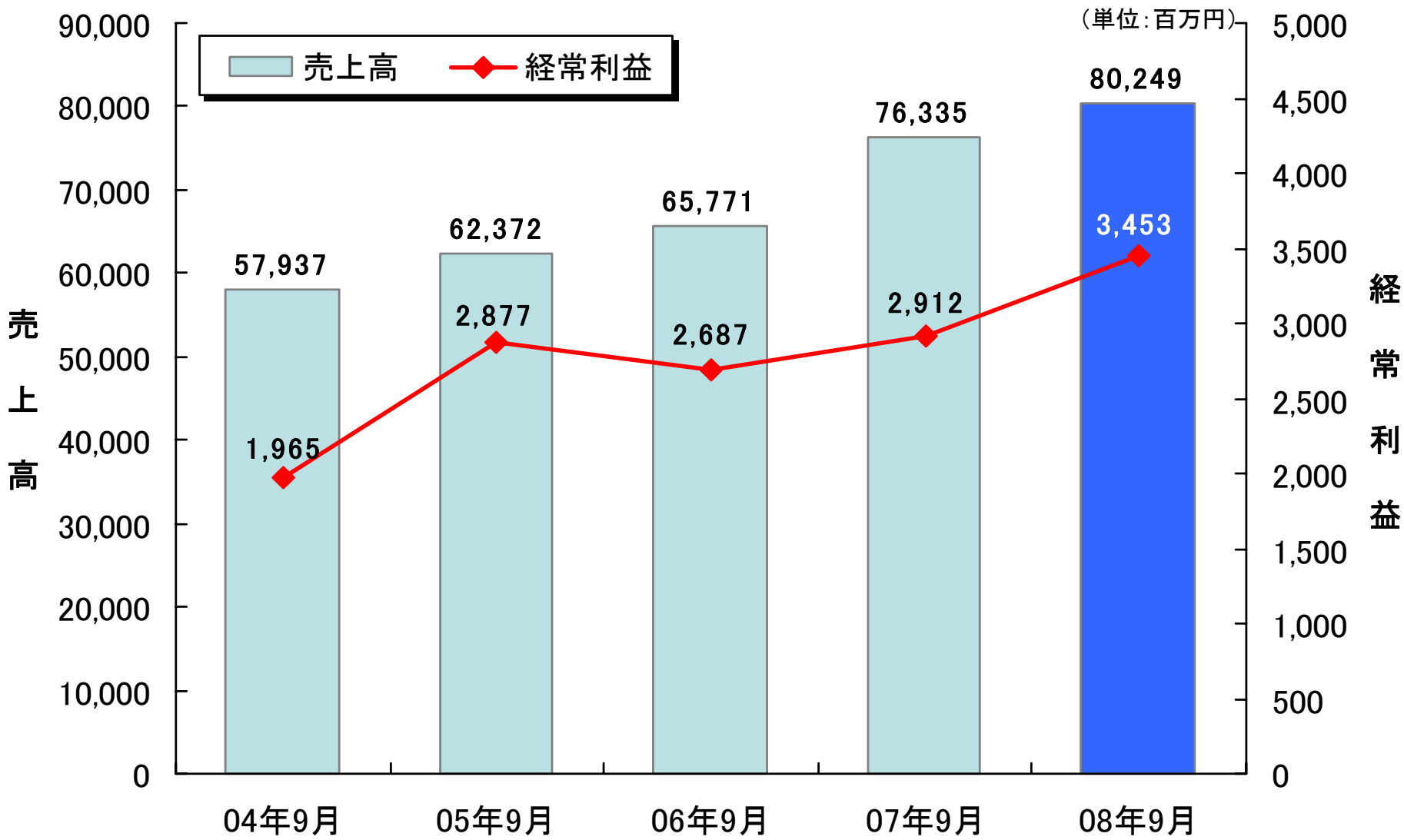
長期目標

第2四半期決算の概要

2008年9月第2四半期のハイライト

- ❑ 統合後の活動実績として、商品施策運営の統一を行うため、セガミメディクス・セイジョー両事業会社の仕入部門をココカラファインHDへ一本化した運営を開始し、商品販売戦略の強化を推進しております。
- ❑ 営業部門においては、店舗運営・販売促進・売場提案・売価決定の手法を中心に、営業ナレッジ(ノウハウや知識)を組織的に共有し、営業力強化を図っております。
- ❑ 管理部門については、会計システムを統一化したほか、人事評価・給与体系・教育等多岐にわたる人事関連制度の統一化を目指し、また次世代に向けた情報システムの高度化を推進しております。
- ❑ 店舗につきましては、23店舗を新規出店、不採算店17店舗を閉鎖するなどスクラップアンドビルドを行った結果、当該四半期末/店舗数は632店舗(うち調剤取扱111店舗)となりました。
- ❑ 各事業会社の取組みとして、セガミメディクスはドラッグイレブンとの業務提携により、商品仕入に関する情報交換・共同実施、PB商品の相互供給等を開始しました。またセイジョーは、化粧品専門店やヘルスケアの観点から食を取り扱うオーガニック&ドラッグの店舗をオープンする等、新業態の開発に取り組みました。
- ❑ 結果、売上高は80,249百万円、営業利益は1,799百万円、経常利益は3,453百万円、純利益は1,921百万円となりました。

第2四半期売上高・経常利益の推移



※ 07年9月までの数値は、セガミ・セイジョーの実績を単純合算したものです。
セイジョーは、便宜上ココカラファインの決算と同時期の数値を算出して使用しております。

第2四半期決算概要(P/L)計画対比

(単位:百万円)

	第2四半期 累計実績 (08/9)	第2四半期 累計計画 (08/9)	計画 差異	計画比 (%)	要因
売上高	80,249 (100%)	81,000 (100%)	▲751	99.1	・個人消費の陰り ・天候不順
売上総利益	22,793 (28.4%)	23,380 (28.9%)	▲587	97.5	・売上高ボリューム要因: ▲220 ・レト要因(消費低迷に対応する 売価下落): ▲140 ・営業外収益への移行: ▲230
営業利益	1,799 (2.2%)	2,510 (3.1%)	▲711	71.7	消費低迷等に対応するための 店舗活性による経費増: ▲120
経常利益	3,453 (4.3%)	3,930 (4.9%)	▲477	87.9	売上原価→営業外収益への 移行: +230
四半期純利益	1,921 (2.4%)	2,140 (2.6%)	▲219	89.8	・会計基準統一 (過年度ポイント引当): ▲63 ・その他

同一会計処理による前年比較(P/L)

(単位:百万円)

	第2四半期 累計実績 (現会計処理) (構成比)	会計処理 変更分調整 (概算)		前年対比用 今期実績 (前年会計処理・概算) (構成比)	前年 実績 (構成比)	増減 (前期比)
売上高	80,249 (100%)	—		80,249 (100%)	76,335 (100%)	3,914 (105.1%)
売上総利益	22,793 (28.4%)	260	仕入割引 →営業外収益へ	23,053 (28.7%)	21,581 (28.3%)	1,472 (106.8%)
販管費	20,993 (26.2%)	▲135	受入電算手数料 →営業外収益へ	20,858 (26.0%)	19,251 (25.2%)	1,607 (108.3%)
営業利益	1,799 (2.2%)	396		2,195 (2.7%)	2,330 (3.1%)	▲135 (94.2%)
営業外損益	1,654 (2.1%)	▲396		1,258 (1.6%)	581 (0.8%)	677 (216.5%)
経常利益	3,453 (4.3%)	0		3,453 (4.3%)	2,912 (3.8%)	541 (118.6%)

※ 前年実績は、セガミ・セイジョーの実績を単純合算したものです。
セイジョーは、便宜上ココカラファインの決算と同時期の数値を算出して使用しております。

第2四半期決算概要(P/L)前年同期比較

(単位:百万円)

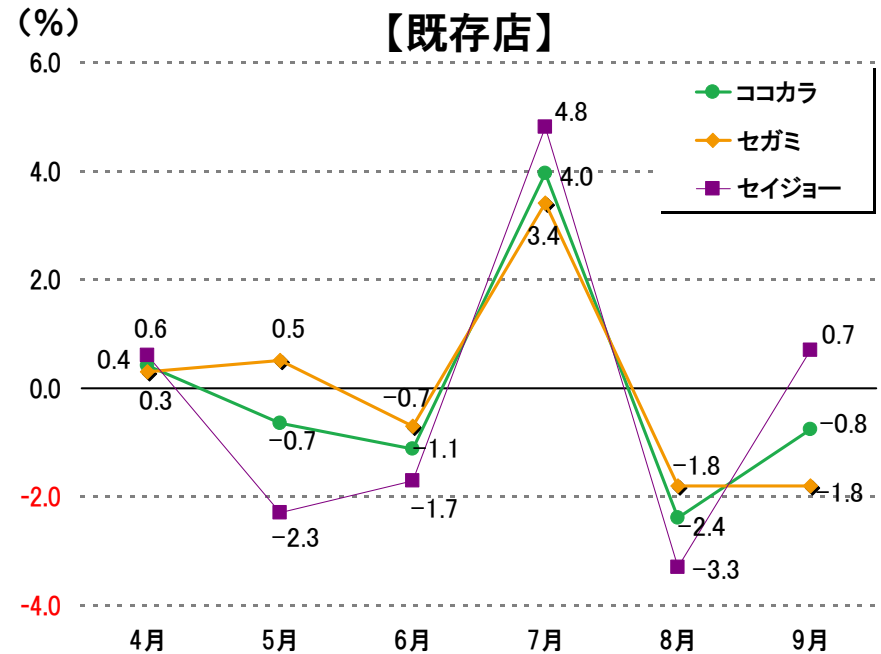
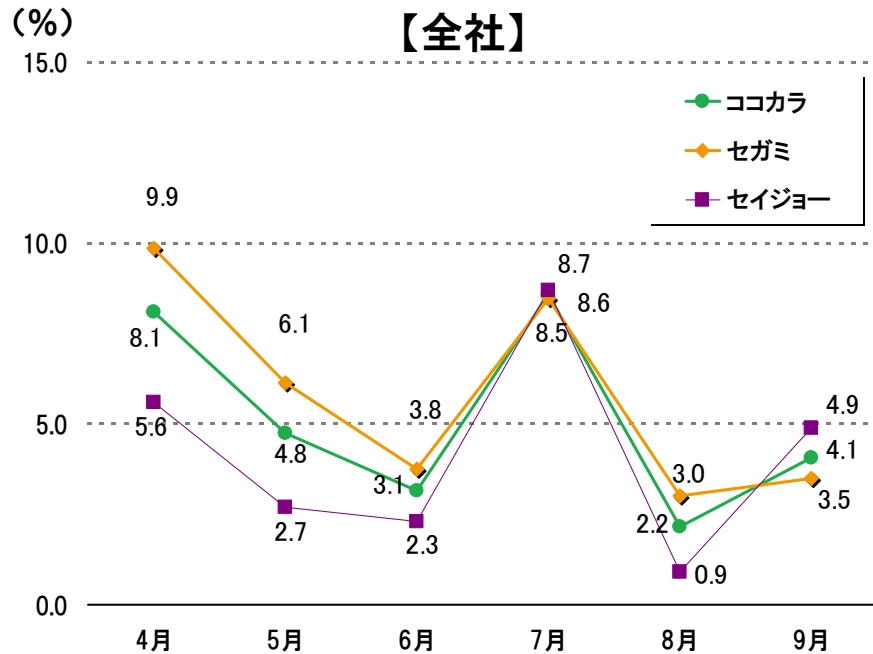
	前年対比用 今期実績 (08/9) ※1	前年実績 (07/9) ※2	増減	前年比 (%)	要因
売上高	80,249 (100%)	76,335 (100%)	3,914	105.1	・既存店売上 前期比▲0.1% ・新規出店 23店舗 ・店舗閉鎖 17店舗
売上総利益	23,053 (28.7%)	21,581 (28.3%)	1,472	106.8	・統合シナジー効果 ・消費低迷に対応する売価下落
営業利益	2,195 (2.7%)	2,330 (3.1%)	▲135	94.2	・ホールディング設立による経費増等
経常利益	3,453 (4.3%)	2,912 (3.8%)	541	118.6	・負ののれん償却 ・統合シナジー効果
四半期純利益	1,921 (2.4%)	1,415 (1.9%)	506	135.8	—

※1) 今期実績は、前頁で算出している「今期実績(前年会計処理・概算)」の数値を使用しております。

※2) 前年実績は、セガミ・セイジョーの実績を単純合算したものです。

セイジョーは、便宜上ココカラファインの決算と同時期の数値を算出して使用しております。

売上高増加率



- 既存店(期間計) 売上高:0.1%減 客数:3.6%減 客単価:3.7%増
- 5月・6月は天候不順による売上不振、7月は5月・6月分も含めた夏物季節商材を中心に売上増となりました。8月・9月は急激な気温低下やリーマンショックに端を発した消費低迷により、マイナス基調となりました。
- 両事業会社で既存店活性化を目的に、新組織(セガミ:営業改革チーム、セイジョー:店舗活性部)を設置し、消費低迷時における店舗運営戦略の推進・コスト構造改革、商品力強化を図っております。

商品分類別売上高

	第2四半期累計実績(08/9)			前年実績(07/9)		
	(百万円)	構成比	前期比	(百万円)	構成比	前期比
医 薬 品	24,625	31.2	105.8	23,275	30.9	116.0
調 剤 売 上	8,284	10.5	113.3	7,309	9.7	125.7
O T C 医 薬 品	16,341	20.7	102.4	15,965	21.2	112.1
化 粧 品	26,522	33.7	106.0	25,018	33.2	114.4
日 用 生 活 商 品	13,736	17.4	103.1	13,327	17.7	115.0
そ の 他	13,933	17.7	102.2	13,639	18.1	117.7
(うち健康食品)	3,833	4.9	100.4	3,815	5.1	97.2
売 上 高 合 計	78,817	100.0	104.7	75,260	100.0	115.6

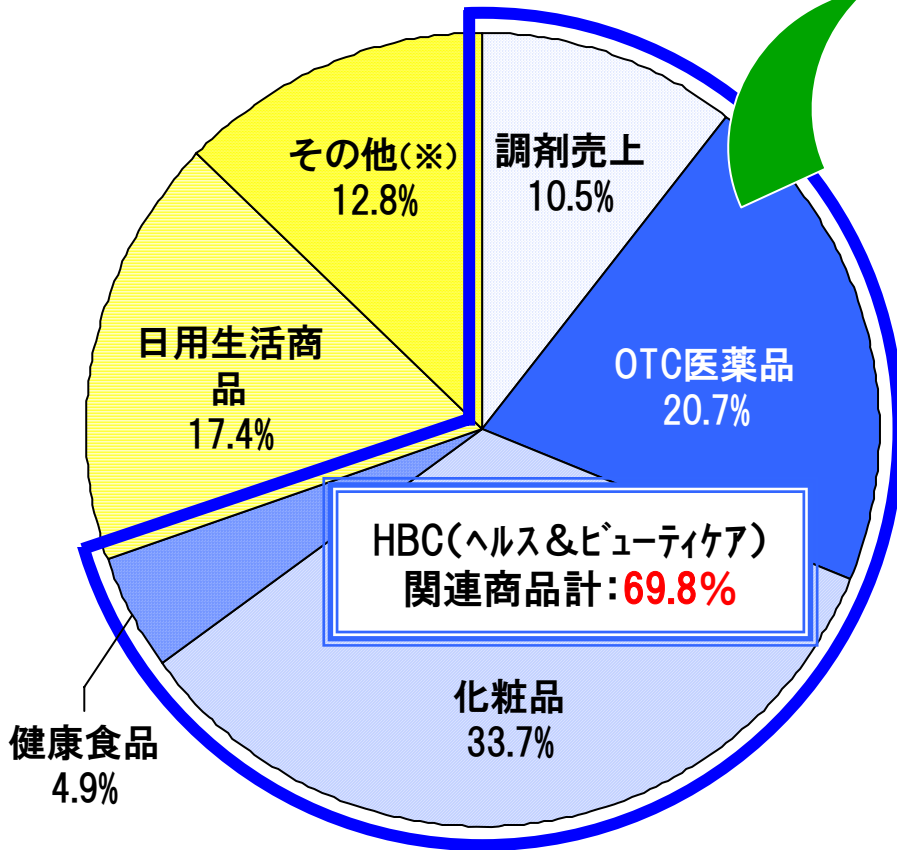
※1) 前年実績は、セガミ・セイジョーの実績を単純合算したものです。セイジョーは、便宜上ココカラファインの決算と同時期の数値を算出して使用しております。

※2) 卸・介護の実績は除いております。

- ジェネリック対応・面分業推進、服薬指導の質的向上を図ったこと等により、調剤売上高は好調を維持しております。
- 戦略的商品である、医薬品・化粧品・健康食品の売上構成比69.8%となり、カウンセリング販売力強化の結果が得られました。

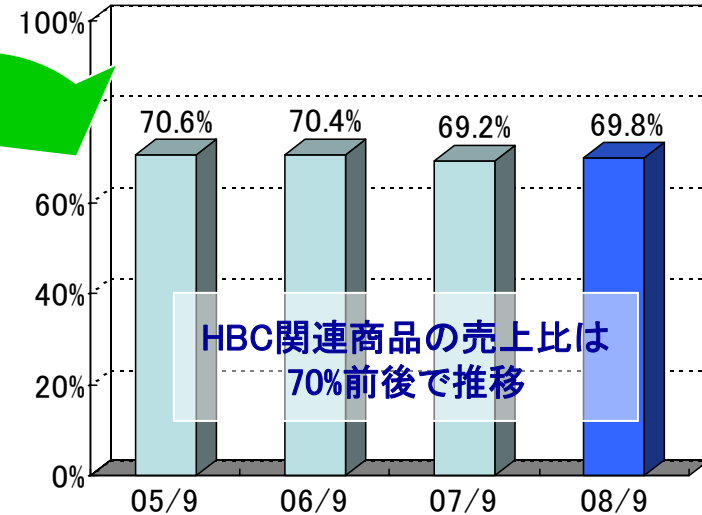
商品分類別売上構成比

08/9 商品売上構成比

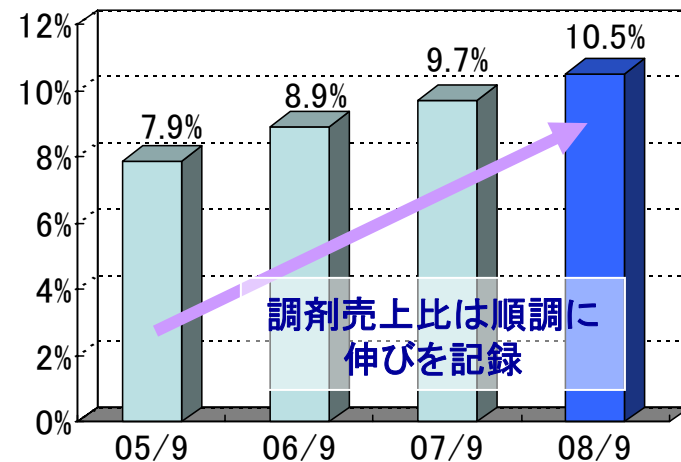


(※)「その他」には健康食品を含んでおりません。

HBC関連商品売上構成比率推移




調剤構成比率推移



貸借対照表(B/S)

	第2四半期(08/9)	
	(百万円)	構成比
流動資産	38,573	51.9
固定資産	35,754	48.1
有形固定資産	18,257	24.6
無形固定資産	1,691	2.3
その他	15,805	21.3
資産合計	74,327	100.0

流動負債	25,232	33.9
固定負債	8,217	11.1
負債合計	33,449	45.0
純資産合計	40,877	55.0
負債純資産合計	74,327	100.0

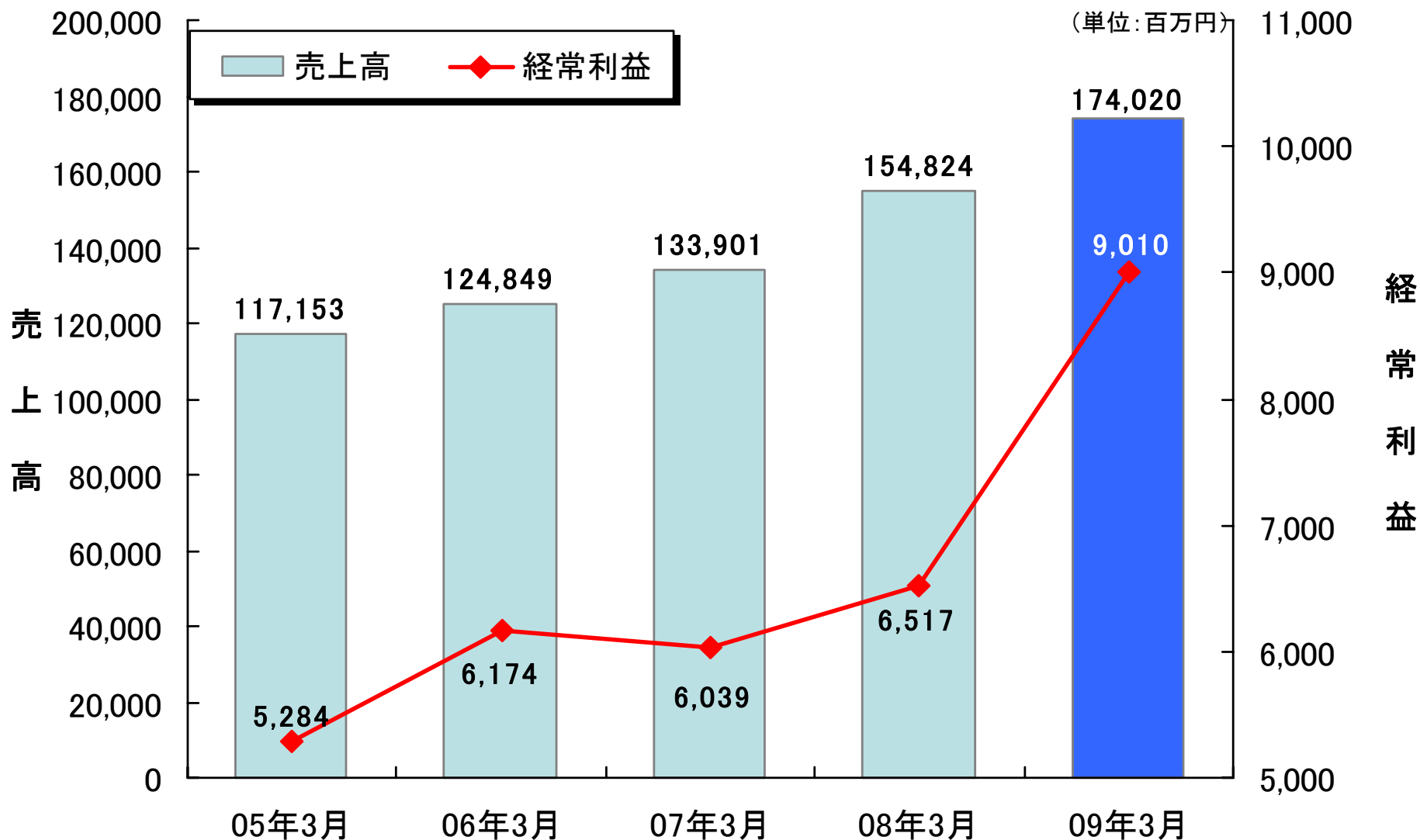
 第2四半期末
 自己資本比率55.0%

キャッシュフロー計算書

	第2四半期(08/9) (百万円)
営業活動によるキャッシュフロー	54
投資活動によるキャッシュフロー	▲1,342
財務活動によるキャッシュフロー	▲184
現金及び現金同等物の期首残高	3,097
株式移転による現金及び現金同等物の増加額	7,620
現金及び現金同等物の増減額	▲1,472
現金及び現金同等物の期末残高	9,245

通期の見通し

通期売上高・経常利益の推移



※ 07年9月までの数値は、セガミ・セイジョーの実績を単純合算したものです。

セイジョーは、便宜上ココカラファインの決算と同時期の数値を算出して使用しております。

(ココカラファイン連結計画)

連結予想損益計算書

	2008年3月期			
	上期実績(07/9)		通期実績(08/3)	
	(百万円)	構成比	(百万円)	構成比
売上高	76,335	100.0	154,824	100.0
営業利益	2,330	3.1	5,234	3.4
経常利益	2,912	3.8	6,517	4.2
当期利益	1,415	1.9	3,123	2.0

	2009年3月期					
	上期実績(08/9)			通期予想(09/3)		
	(百万円)	構成比	前期比	(百万円)	構成比	前期比
売上高	80,249	100.0	105.1	174,020	100.0	112.4
営業利益	1,799	2.2	77.2	6,140	3.5	117.3
経常利益	3,453	4.3	118.6	9,010	5.2	138.3
当期利益	1,921	2.4	135.7	4,930	2.8	157.9

※ 前年実績は、セガミ・セイジョーの実績を単純合算したものです。
 セイジョーは、便宜上ココカラファインの決算と同時期の数値を算出して使用しております。

2009年3月期 出店計画

	期首	上期実績			通期計画		
		出店	退店	9月末	出店	退店	期末
セガミメディクス	355	13	12	356	40	15	380
セイジョー	271	10	5	276	25	5	291
ココカラファイン	626	23	17	632	65	20	671

今期の取組み

2009年3月期上期施策

■仕入統合機能の本格稼働

■ナレッジの共有[MD機能]

■ナレッジの共有[サービス]

■管理機能の協働

統合仕入機能の本格稼働

4月より、統合シナジーの最大化を計る為に、仕入・調達機能をホールディングスに集約

■ 商流を一本化することで統合のスケールメリットを最大化

ココカラファイン商品本部に商談機能を集約し、商流を一本化することで、グループのバイイングパワーを発揮。事業会社はココカラファインの商談、仕入を受けて商品施策を実行。



ナレッジの共有[MD機能]

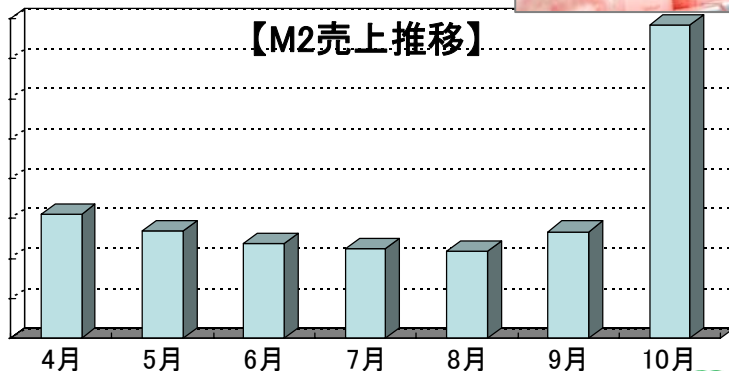
HDで立案した統一商品施策の実行と事業会社の独自施策成功例の共有

1. 推奨商品の統一

- 上期に推奨品統一の調整を完了。商品推奨力の高い2社の推奨品を統一して注力。単品販売力の更なる強化を推進中。

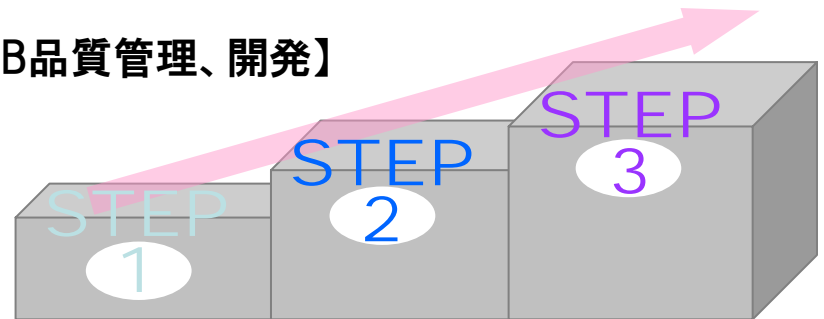
(例)M2化粧品の相互展開

M2化粧水を9月より相互展開。販売の相乗効果が出ております。



2. 共通PBの開発

【PB品質管理、開発】



製品立案会議

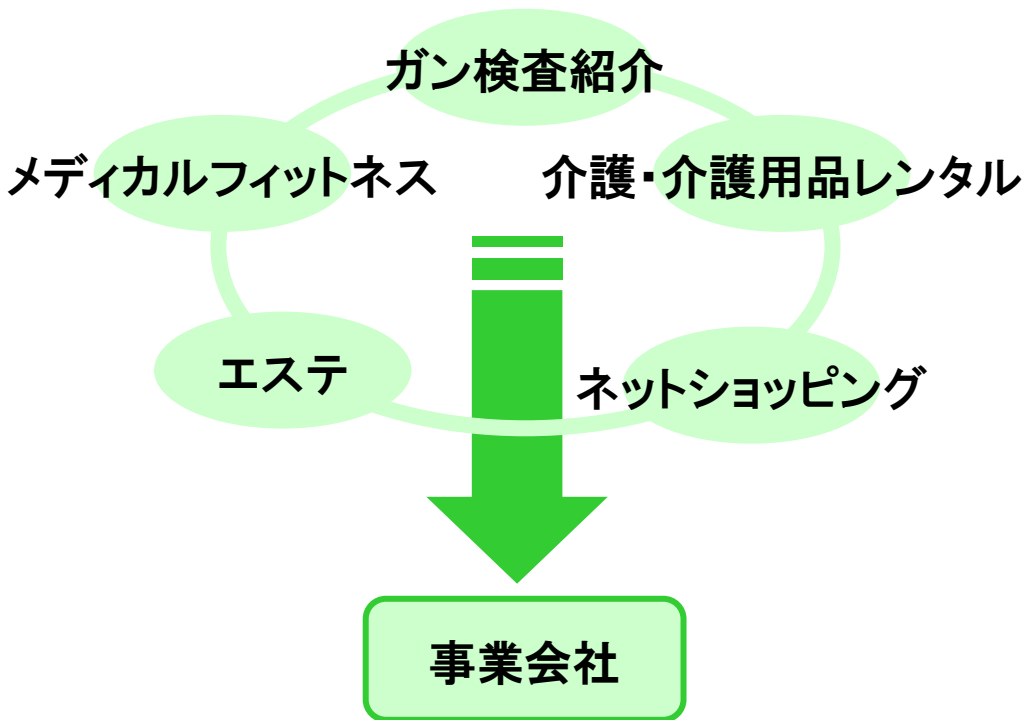
検討委員会

品質管理委員会

- PBの品質管理委員会を設置。企画立案したPB商品が、商品の質・レベルを確保、かつスムーズに店頭反映される体制作りを実施。
- 現在、HD全体で5.1%であるPBの販売比率を8.0%へ引き上げる計画。

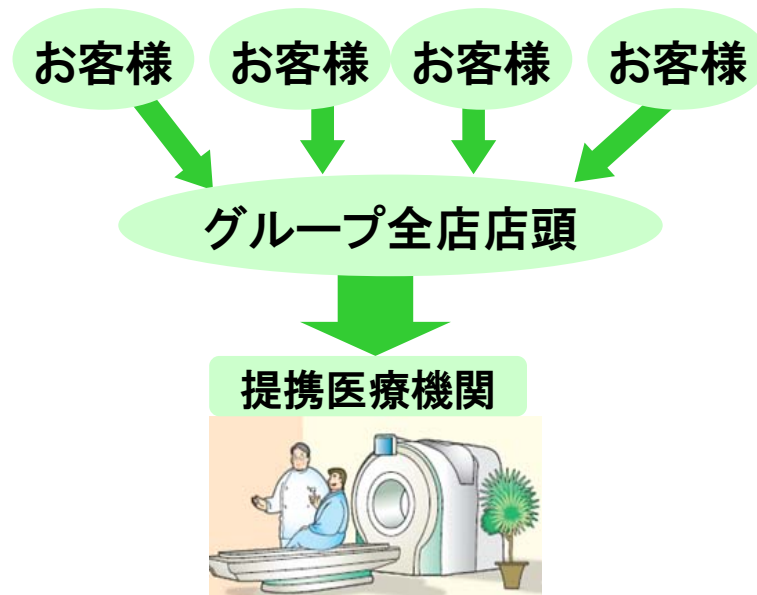
ナレッジの共有[サービス機能]

3. 事業会社開発のサービスを共有



各事業会社で企画・試行された新規サービス機能は、事業化された段階でそのノウハウ・展開をグループ内でシェアします。

(例)PET/CT紹介事業の展開



セガミメディクスで試行されたPET/CT (高度がん検診の紹介サービス)は、上期においてグループ内でシェアされ、セイジョーでの展開を開始。

管理機能の協働

管理機能の協働化推進を図り、経営効率の向上を目指す

1. 会計システム統合による・・・

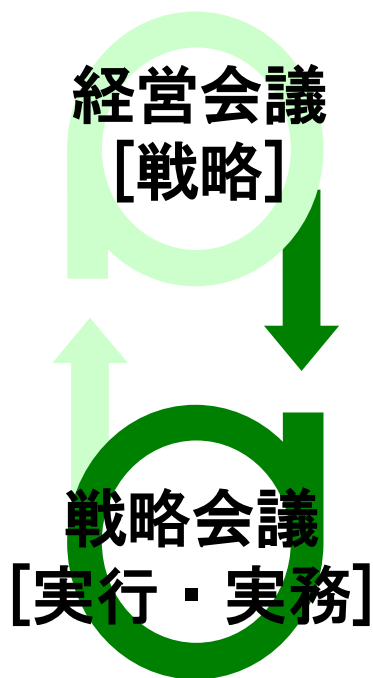
- 4月より会計システムを統一。連結業務の効率化を行うと同時に事業会社の経営管理を高精度で実行できる体制に。

2. 購買単価の引き下げ

- 各事業会社の施設・設備・備品系の購買単価を棚卸しし、使用統一も含めて比較検討して購買単価引き下げのプロジェクトに手。

3. 全部門間での情報交換、検討の実施

【グループ会議】



- グループ戦略を企画・立案するグループ経営会議の実行推進機能として、5月より、HDと各事業会社の営業・管理実務担当者を集合させ、実レベルでの戦略・統合推進や課題抽出・改善を行う「グループ戦略会議」を設置。実効性のある施策をスピードを上げて検討、実施中。

各事業会社の取組み

セガミメディクス施策 I <新規取組>

■ドラッグイレブンとの業務提携

- 商品仕入に関する情報交換・共同実施
- PB商品の相互供給
- 共同販促
- 調剤システムの共有化

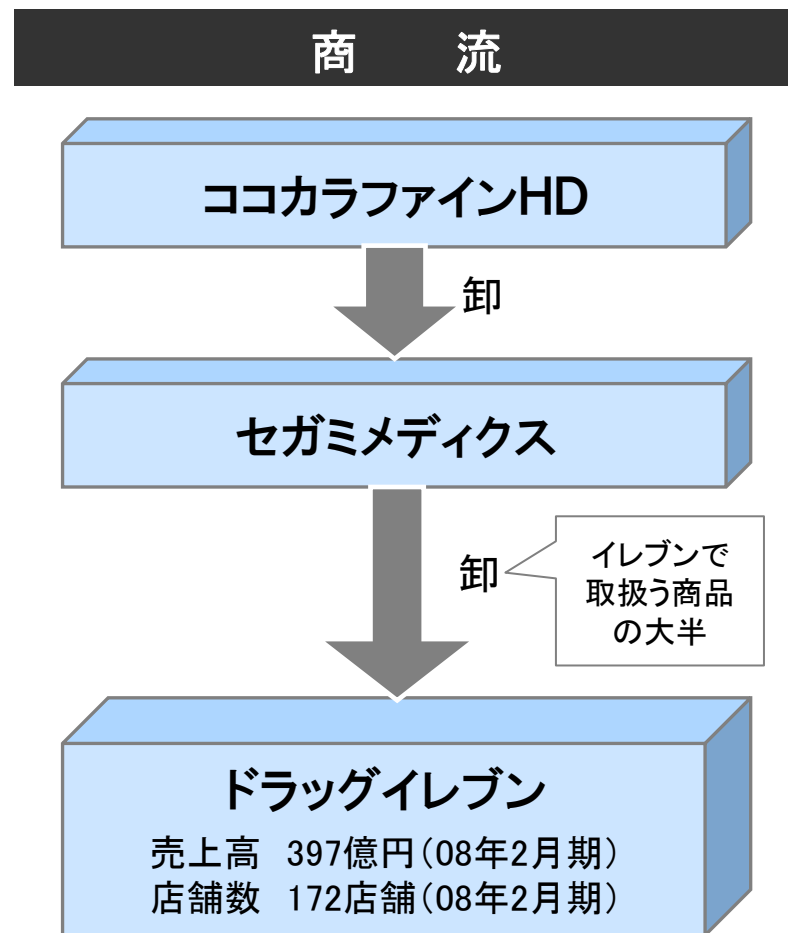
1. 新規事業戦略

卸事業拡大による仕入コストダウン

2. エリア戦略

店舗ネットワークを活用し、九州エリア
マーケットの共同開拓

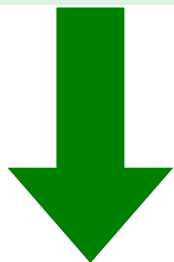
- i) デジタルサイネージ共同導入
- ii) 共同消費者キャンペーン
- iii) PET/CT紹介業務共同推進(案)



セガミメディクス施策Ⅱ <課題への取組>

■ 子会社 國廣薬品改革

2007年5月國廣薬品買収



競合店との差別化推進

セガミ専門性強化

- 店舗管理システムの統一化
- 社員教育の強化
- 店舗力強化(レイアウト変更・改装)
- 商品力増強
- 新規出店(08/8/8美東店)

現在店舗数 山口県内16店舗
(うち調剤取扱5店舗)

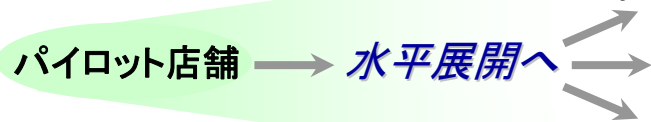


セガミメディクス施策Ⅲ <店舗活性>

■ 既存店の活性化

在庫適正化自動発注体制の確立

(TOPシステム・・・Theoretical OrderPoint System)



- 納品サイクルの合理的見直し
- 商品アイテム数の適正化
- 自動発注システム運用強化

作業効率UP

欠品削減
在庫適正化

営業改革チームを新設

品出作業時間 **25.5% 減**

(パイロット店6月対9月)

品切数 **48.1% 減**

(パイロット店6月対9月)

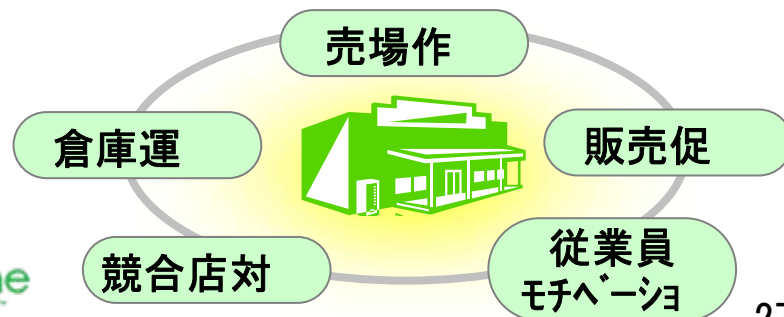
リモデルの推進

- 店舗タイプを3タイプに分類、現在94店舗にて課題抽出し、対策検討・推進

- Aタイプ・・・黒字店舗でさらなる上昇が見込める店舗
- Bタイプ・・・売上ダウン基調店舗
- Cタイプ・・・赤字店で、建て直しが見込める店舗

店舗活性プロジェクト

【店舗フォロー体制】



セイジョー施策 I <新規取組>

■ 新規フォーマット開発

セイジョーマザーズ



- ヘルスケアの延長線に『食』を捉え、安心安全とナチュラルをコンセプトにしたオーガニックフード&ドラッグをオープン。

化粧品専門店<ビーケアセイジョー>



- 化粧品特化型のドラッグとして開発したビーケアタイプをさらに専門性を高めて化粧品専門店としてのビーケアセイジョーをオープン。

セイジョー施策Ⅱ <課題への取組>

■ 介護事業

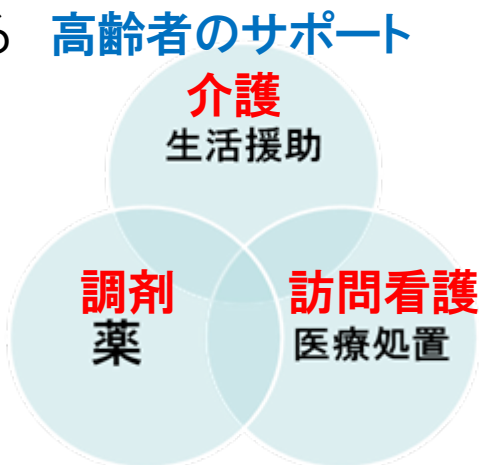
コア事業であるドラッグ事業とのシナジーに注力するための資源配分

訪問看護への参画

高齢者の生活を支えるためには、三つのバランスが取れたサポートが重要。

この連携は経営効率・サービスの質の両面から不可欠である。

- '08.6多摩センターに訪問看護ステーション開設
 - '08.7薬剤師ケアマネージャーによる居宅介護支援事務所を同施設内に開設
- ⇒上記2施設の稼働により多摩市、稲城市、町田市の3市をカバー。月間約200枚(単価約14000円)の処方箋を応需。

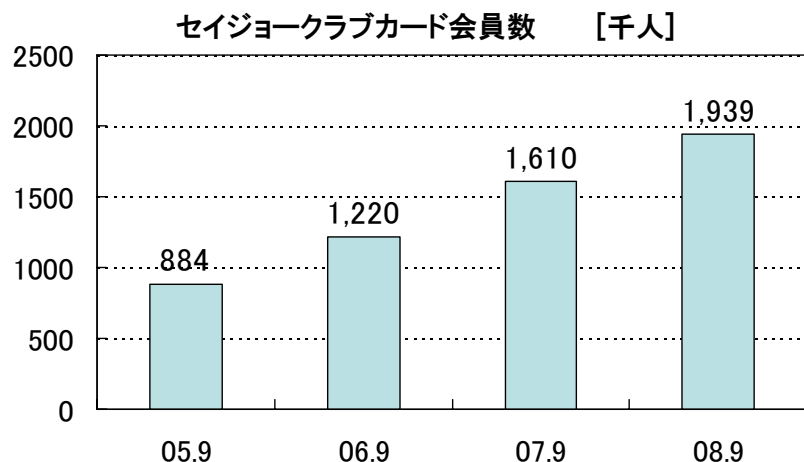


不採算部門の整理

- 狭山ショートステイ閉鎖
2006年介護保険制度の改正の影響から、事業継続が厳しい狭山ショートステイを10月で閉鎖。
- 医療福祉学院事業
3校あった学院を1校に絞り込み、来年の介護保険制度改正内容を確認した上で学院事業の継続を検討する。

セイジョー施策Ⅲ＜店舗活性＞

■ CRM



- 9月末現在実会員数194万人
- 上位顧客への情報誌「セイジョー通信」の発行送付部数を20万人から38万人へ増刷。さらなる囲い込み戦略を実施。

■ リモデルの推進

- 店舗活性部を新設。レイアウト研究や什器開発を行うとともに、年間60店舗の改装を企画・実行することで既存店の活性化を推進。

[改装実施店舗]

上福岡店、ときわ台店、神楽坂店の全面改装を含む12店舗の改装リニューアルを実施。下期は店舗活性部を中心に30店舗の改装を計画。

経営戦略

中期経営ビジョン・事業ビジョン

中期経営ビジョン

1. 日本一**質の高い**企業に相応しい**企業体質構築**
2. ココカラファインの**コーポレートブランド**確立
3. **高成長**を実現する**グループ運営体制の構築**
4. 社会から**信頼**される**人材の育成**
5. 業態間競争に勝ち抜く**収益力の強化**

中期事業ビジョン

1. **ヘルス&ビューティケア**と**調剤事業**の**強化・拡充**
2. **プライマリ・ケア**の一翼を担う**機能充実**
3. ドラッグストア事業をコアに**シナジー効果の高い健康関連事業**への**拡大**
4. 健康ニーズに対応するため、積極的な**M&A**、**アライアンス**を実施
5. 国内外の**最適立地**への**拡大**

中期重点計画

1. フリースタANDING型店舗の強化・拡充
2. 調剤事業の拡充...売上200億円
3. 医療モール形成...10箇所
4. 健康関連新事業開発...5事業
5. ドラッグ事業とリンクした介護事業のビジネスモデル化
6. M&Aの実現...10案件
7. 海外進出の事業化調査

長期目標

2013年3月期 目標

1,000店舗
売上高 2,500億円
経常利益 150億円

- ・小売業のグローバル化への対応
 - ・医療の地域密着化
- を実現することにより、高収益ビジネスモデルを確立する

現在

お問い合わせ
ココカラファイン ホールディングス
経営企画室
TEL: 06-6267-8129
FAX: 06-6267-0583
<http://www.cocokarafine.co.jp/>

本資料につきましては、株主・投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。本資料における、将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。また、将来における当社の業績が現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用下さい。

業界等に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。

本資料は、株主・投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、株主・投資家の皆様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任は負いません。