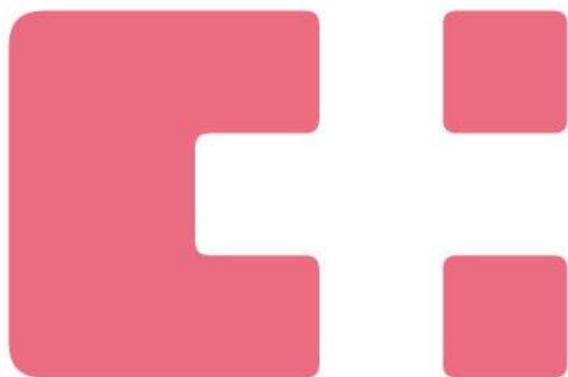


2014年3月期 決算説明会



ココカラファイン

ココロ、カラダ、ゲンキ。

2014年 5月16日
(証券コード: 3098)

2014年3月期 決算概要

3

業績ハイライト

経常利益 前年同期比較

計画比較(P/L)

前年同期比較(P/L)

売上高伸長率推移

商品分類別売上構成

出退店実績・計画

経常利益比較(計画比)

経常利益比較(前期比)

連結貸借対照表

連結キャッシュフロー計算書

事業報告

18

販売子会社統合〔総括〕

・販売子会社統合の進捗

・販売子会社統合の総括と課題

2015年3月期 重点施策

・重点施策Ⅰ〔ドラッグストア事業強化〕

・重点施策Ⅱ〔調剤事業強化〕

・重点施策Ⅲ〔出店とM&Aによる事業拡大〕

中期経営計画

2015年3月期 見通し

15

連結業績の予想

連結通期売上高・経常利益の推移と予想

IRコンタクト

2014年3月期 決算概要

【2013年4月1日】

6社の販売子会社（株）セイジョー、セガミメディクス（株）、（株）ジップドラッグ、（株）ライフオート、（株）スズラン薬局、（有）メディカルインデックス）を統合し、（株）ココカラファインヘルスケアを設立いたしました。

【1Q・2Q】

- ・ 2Qには、販売子会社統合に伴い、店舗運営システム・ポイントカードシステム・販売促進体制・勤怠システム等を一新し、「子会社別管理運営体制」から「全社一括管理運営体制」へと、大きく転換いたしました。
- ・ しかしながら、この体制変更は、組織連携不十分による混乱、販売促進の精度低下、顧客への情報浸透度低下を招き、既存店は客数減による売上減及び売上総利益率低下を引き起こしました。

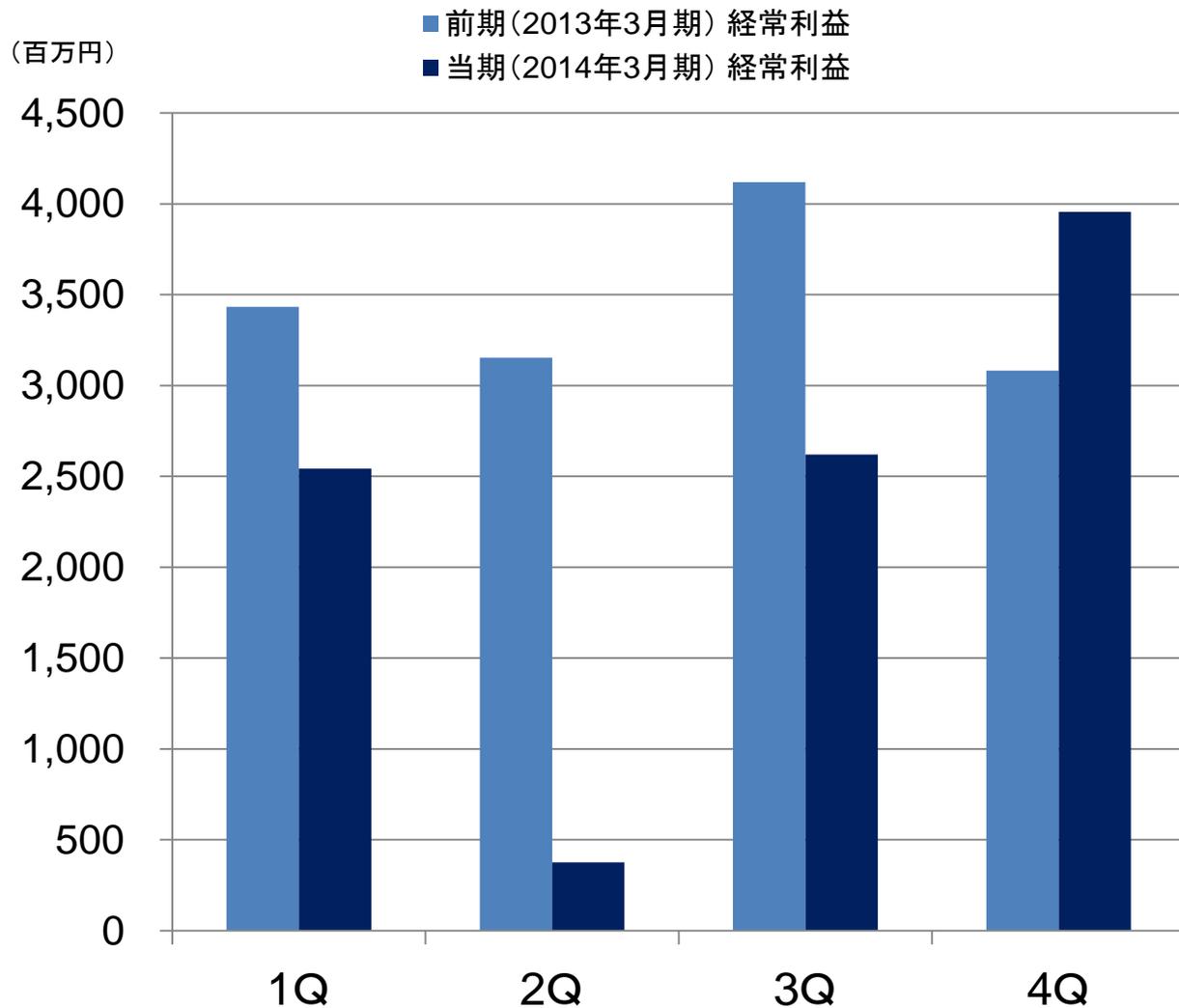
【3Q・4Q】

- ・ 組織的混乱は解消し、売上総利益率コントロールにより、徐々に利益体質へ改善することができ、また消費税増税前特需効果もあり、業績改善。
- ・ 山口県を中心にドラッグストアをチェーン展開する（株）岩崎宏健堂の株式を取得、子会社化し、連結業績に寄与しました。

【まとめ】

- ・ 2Qの業績悪化を踏まえて、3Q・4Qには利益体質に向けた改善を図ることができました。ただし、客数減対策及び生産性向上に向けた取り組みについて、成果が十分ではなく課題を残す結果となりました。
- ・ 店舗数は、新規出店 58店舗、（株）岩崎宏健堂の子会社化による店舗増 62店舗、退店 29店舗を行い、1,352店舗（内調剤取扱 227店舗）となりました。

経常利益 前年同期比較



(単位:百万円)

	2013年3月期	2014年3月期
1Q	3,433	2,542
2Q	3,154	376
3Q	4,120	2,621
4Q	3,082	3,956
累計	13,789	9,495

計画比較(P/L)

(単位:百万円)

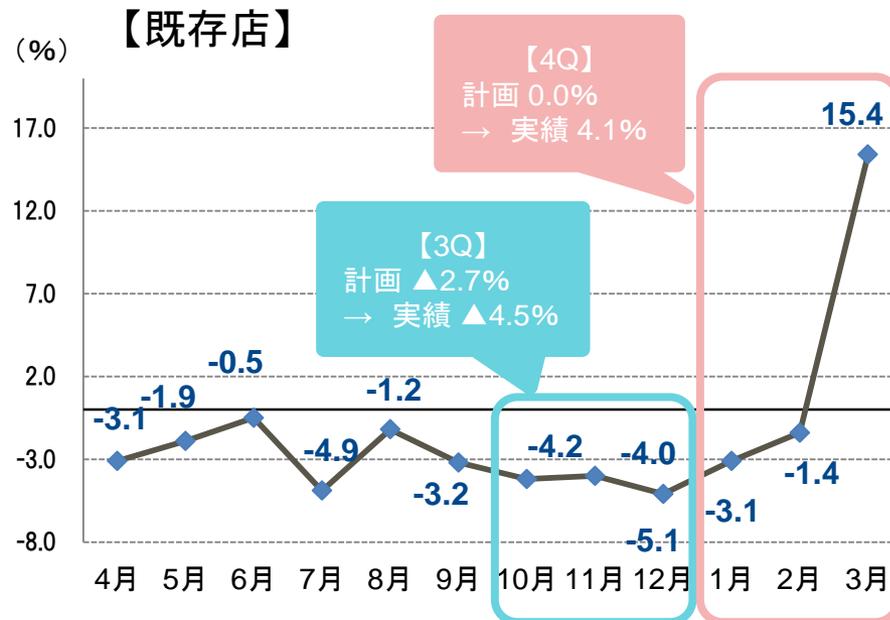
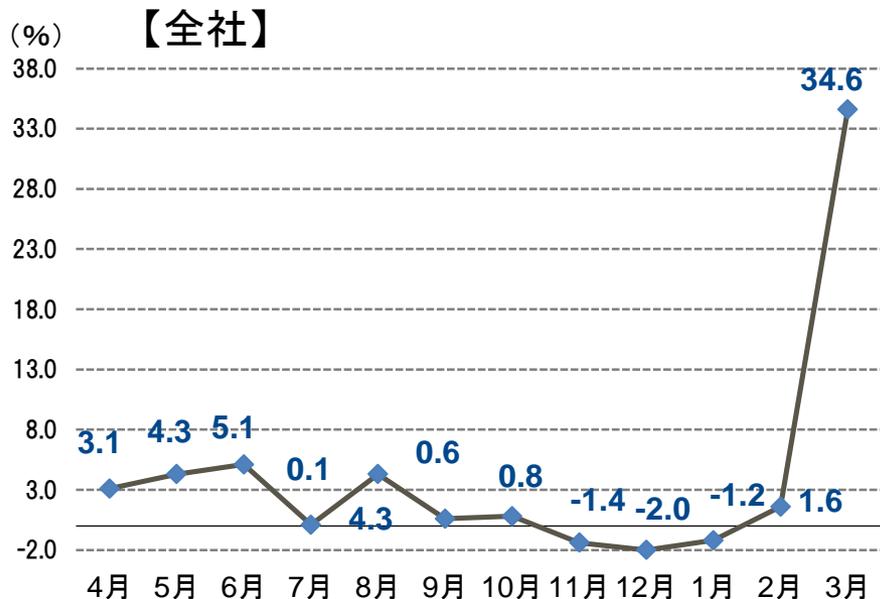
	2014年3月期 計画	2014年3月期 実績	計画差異	計画比 (%)	計画比増減要因
売上高	348,000 (100%)	349,337 (100%)	1,337	100.4	◇ 既存店増収率 下期計画▲1.4% → 実績 ▲0.3%
ドラッグ・調剤	316,600	318,091	1,491	100.5	◇ 出店 通期計画 60店 → 実績 58店
卸・介護 他	31,400	31,246	▲154	99.5	◇ 退店 通期計画 28店 → 実績 29店
売上総利益	88,300 (25.4%)	90,601 (25.9%)	2,301	102.6	◇ 売上総利益率 ・上期実績 25.2% (1Q 26.0%、2Q 24.4%) ・下期計画 25.5% → 実績 26.6% (3Q 26.3%、4Q 26.9%)
販売管理費	82,400 (23.7%)	83,162 (23.8%)	762	100.9	◇ 生産性UP施策の遅れ +650百万円
営業利益	5,900 (1.7%)	7,438 (2.1%)	1,538	126.1	
経常利益	8,000 (2.3%)	9,495 (2.7%)	1,495	118.7	
当期純利益	4,200 (1.2%)	3,598 (1.0%)	▲602	85.7	◇ 減損損失 2,350百万円 (内、子会社のれん減損損失等 980百万円)

前年同期比較(P/L)

(単位:百万円)

	2013年3月期 実績	2014年3月期 実績	増減	前期比 (%)	前期比増減要因
売上高	335,886 (100%)	349,337 (100%)	13,451	104.0	◇ 既存店増収率 ▲1.4% ◇ 出店:58店、退店:29店
ドラッグ・調剤	299,994	318,091	18,097	106.0	※ 2013年11月に子会社化した(株)岩崎宏健堂の 売上増(1月~3月)
卸・介護 他	35,892	31,246	▲4,646	87.1	※ 2012年11月の(株)コダマ子会社化により 卸→小売(4月~10月)
売上総利益	86,494 (25.8%)	90,601 (25.9%)	4,107	104.7	◇ 売上総利益率 ※ ドラッグ既存店 前期27.0% → 当期26.6% ◇ 売上総利益 ※ コダマ旧ポイントカード処理負担増 ▲700百万円
販売管理費	76,451 (22.8%)	83,162 (23.8%)	6,711	108.8	◇ 販売子会社統合に関する一時経費 前期下期 +500百万円 → 当期上期 +660百万円
営業利益	10,043 (3.0%)	7,438 (2.1%)	▲2,605	74.1	
経常利益	13,789 (4.1%)	9,495 (2.7%)	▲4,294	68.9	◇ 営業外収益 ※ 負ののれん消滅 ▲1,167百万円
当期純利益	7,855 (2.3%)	3,598 (1.0%)	▲4,257	45.8	◇ 減損損失 +2,350百万円 ※ 内、子会社のれん減損損失等 980百万円

(会計方針の変更を反映した遡及適用後の数値を記載しております。)



全社

- 4月～10月：旧コダマ分加算(子会社化により2012年11月より卸売 → 小売へ)
- 1月～：子会社化した(株)岩崎宏健堂 分加算
- 新規出店 58店舗、退店 29店舗

既存店

- 上期：販売子会社統合を考慮、一部販促を抑制
- 下期：上期の業績を考慮し、売上総利益率確保に軸足をおいた営業施策の展開
- 11月～：旧コダマ店舗が既存店に反映
- 2月～3月：消費税増税前特需

既存店(累計) 売上高: 1.4%減 客数: 4.7%減 客単価: 2.2%増

	2013年3月期 実績			2014年3月期 実績		
	売上高(百万円)	構成比	前期比	売上高(百万円)	構成比	前期比
医 薬 品	92,979	31.0	105.8	99,255	31.2	106.7
う ち 調 剤	39,671	13.2	109.0	44,261	13.9	111.6
化 粧 品	89,812	29.9	104.8	95,275	30.0	106.1
健 康 食 品	9,940	3.3	104.4	10,075	3.2	101.4
衛 生 品	37,309	12.4	108.6	40,054	12.6	107.4
日 用 雑 貨	42,334	14.1	106.4	44,873	14.1	106.0
食 品	27,616	9.2	108.3	28,560	9.0	103.4
全 店 計	299,994	100.0	106.1	318,091	100.0	106.0
卸 ・ 介 護 他	35,892	-	91.6	31,246	-	87.1
全 社 計	335,886	-	104.3	349,337	-	104.0

- (医薬品) 風邪薬・花粉症関連の不振があったものの堅調な調剤がカバー
- (化粧品) 美白関連の売上鈍化を消費税増税前特需がカバー
- (健康食品) ヒット商品により好調だった前年実績の反動を消費税増税前特需がカバー
- (食品) 販売子会社統合の影響で、集客商材の供給体制に不備があり苦戦
- (卸・介護) 主要取引先であった(株)コダマの子会社化に伴い卸売上は減少

	期首	2014年3月期 累計実績				2015年3月期 計画		
		出店	退店	他	期末	出店	退店	期末
ココカラファイン	1,261	58	29	62※1	1,352	43	24	1,371
ココカラファインヘルスケア	1,261	58	29	-	1,290	43	24	1,309
ドラッグストア	1,161	50	27	▲5※2	1,179	42	24	1,197
※調剤専門店	100	8	2	+5※2	111	1	0	112
岩崎宏健堂	-	-	-	62	62	0	0	62
(内調剤取扱店舗数)	221	13	7	-	227	6	1	232

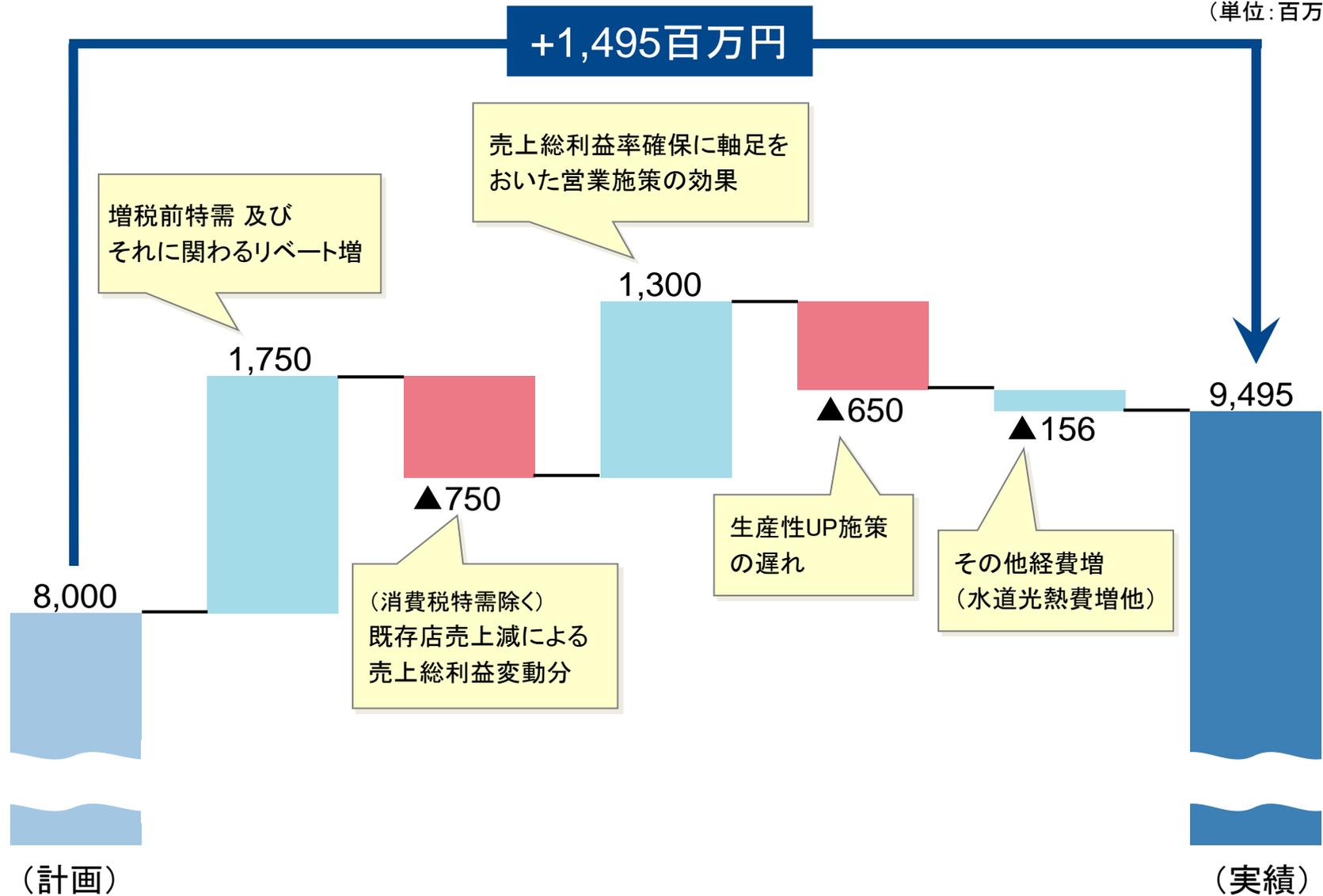
(※1) 岩崎宏健堂の62店舗 (※2) ドラッグ & 調剤の併設店5店舗が調剤専門店で業態変更

	2014年3月期 実績	2015年3月期 計画
設備投資(百万円)	9,994	7,000
合計(百万円)	8,310	8,884
当期純利益(百万円)	3,598	4,700
減価償却(百万円)	4,113	3,800
のれん及び負ののれん償却(百万円)	599	384

※ 2014年3月期の設備投資実績は、子会社化した岩崎宏健堂の固定資産等 3,528百万円を含んでいます

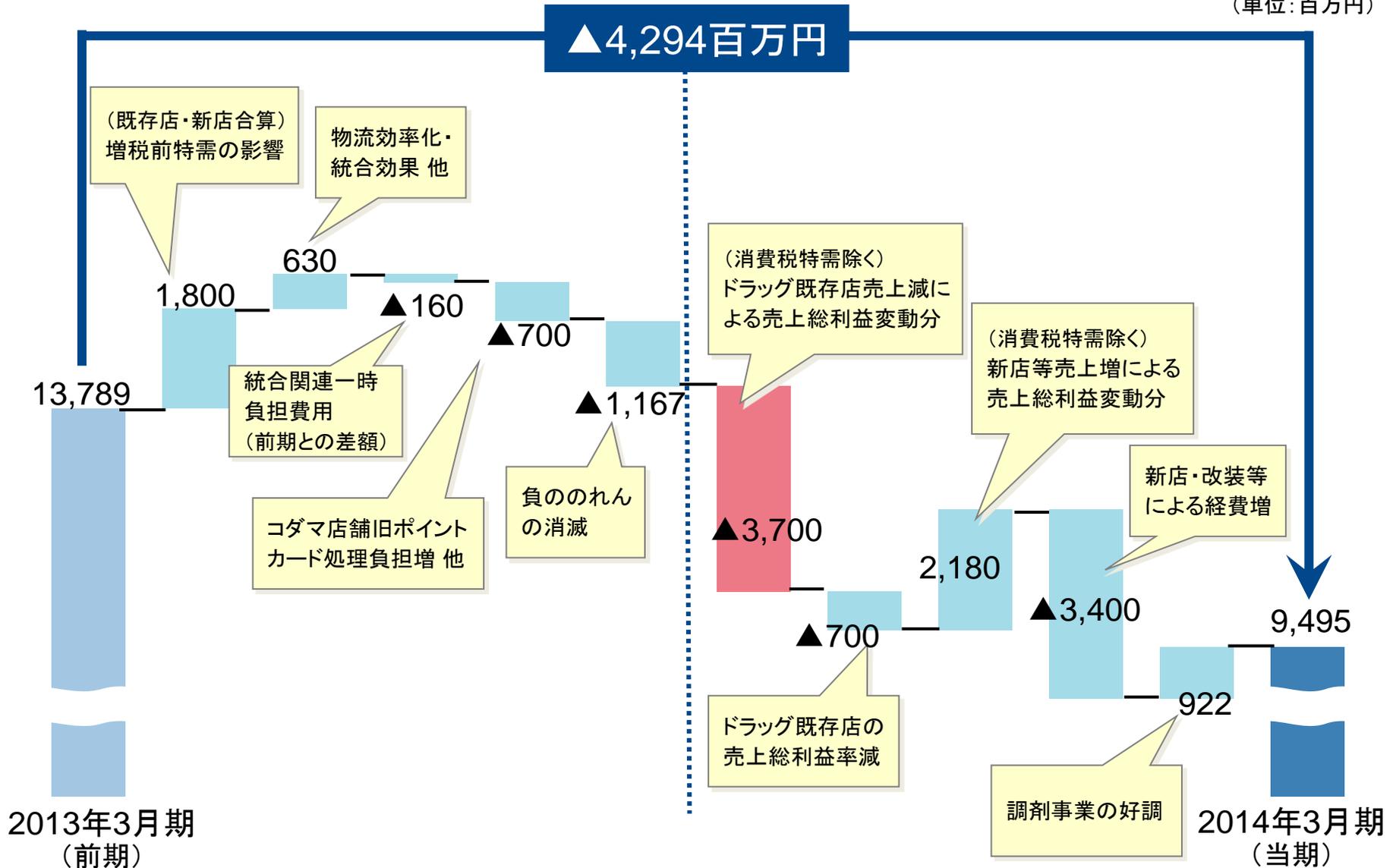
経常利益比較(計画比)

(単位:百万円)

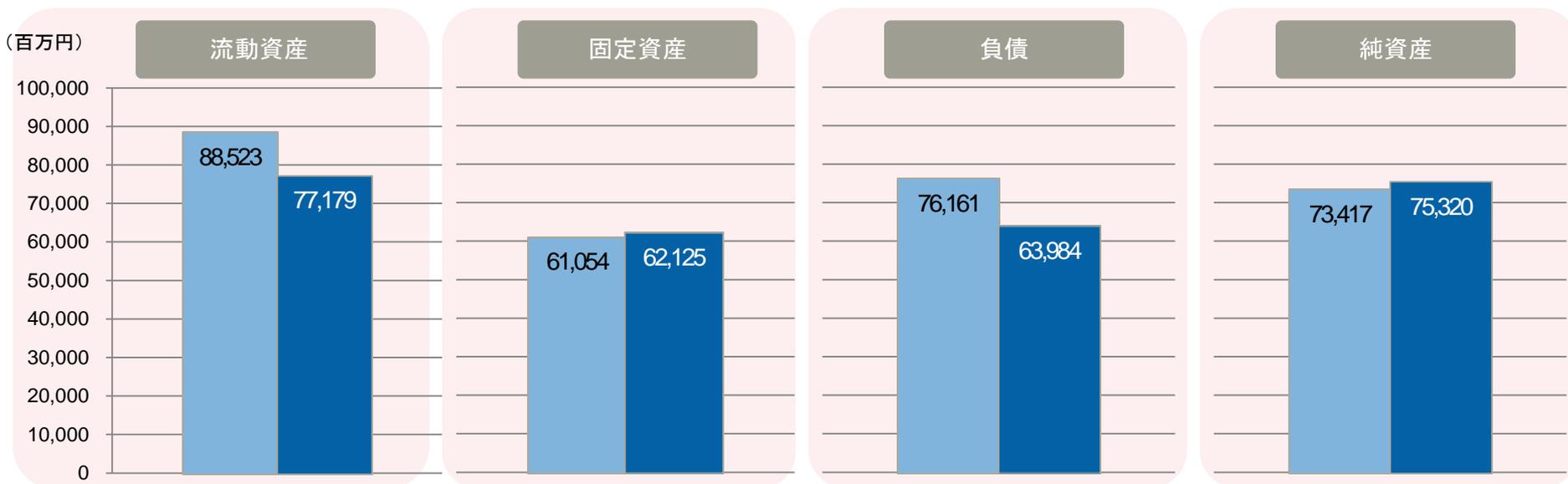


経常利益比較(前期比)

(単位:百万円)



■ 2013年3月末 ■ 2014年3月末



2013年3月期末との比較

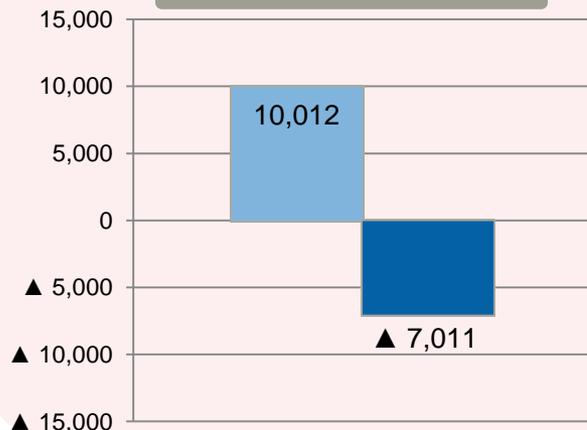
(単位: 百万円)

流動資産	▲ 11,344	固定資産	+1,071	負債	▲ 12,177	純資産	+1,903
※期末日の休日影響		有形固定資産	▲ 84	※期末日の休日影響		利益剰余金	+ 2,088
現金及び預金	▲ 16,155	無形固定資産	▲ 856	流動負債	▲ 13,103		
たな卸資産	+2,145	投資その他の資産	+2,010	固定負債	+927		

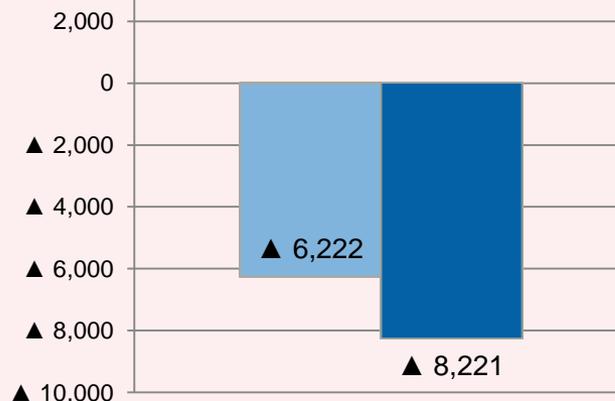
■ 2013年3月期 ■ 2014年3月期

(百万円)

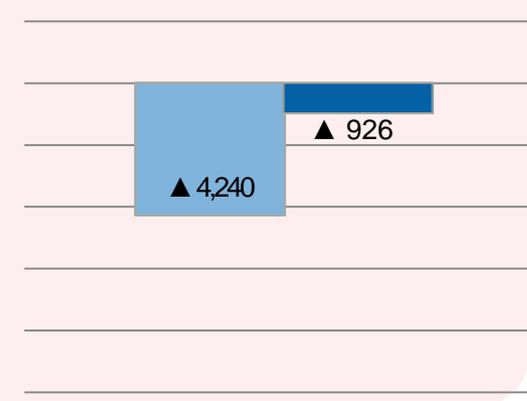
営業キャッシュフロー



投資キャッシュフロー



財務キャッシュフロー



2014年3月期の主な状況

(単位: 百万円)

営業キャッシュフロー

税金等調整前当期純利益	6,987
減価償却費及びその他の償却費	4,113
仕入債務の増減額 (▲は減少)	▲ 15,850
法人税等の支払額	▲ 4,773

投資キャッシュフロー

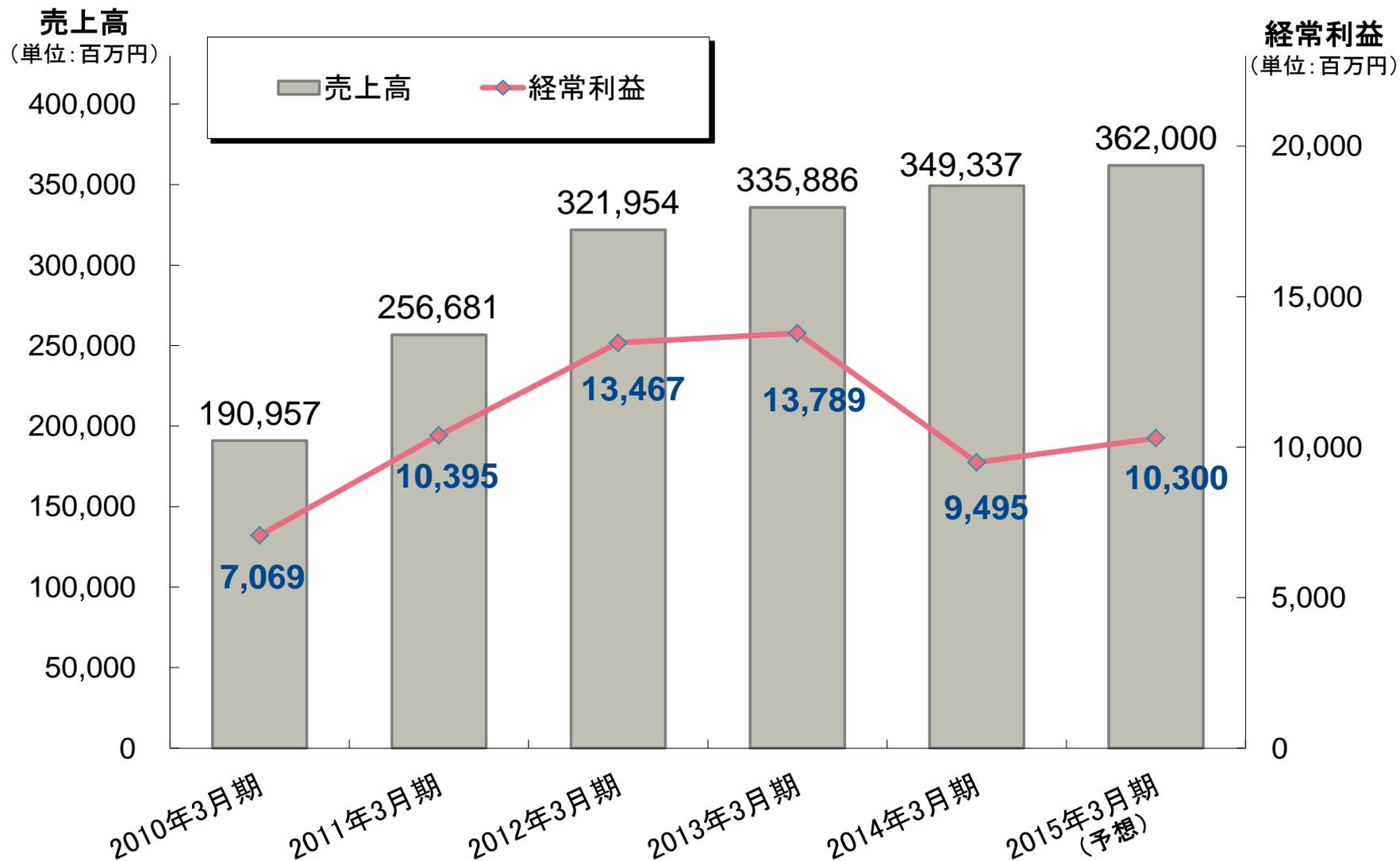
有形固定資産の取得による支出	▲ 3,337
無形固定資産の取得による支出	▲ 1,277
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	▲ 2,697

財務キャッシュフロー

短期借入金の増減額 (▲は減少)	2,580
長期借入金の返済による支出	▲ 1,440
配当金の支払額	▲ 1,527

2015年3月期 見通し

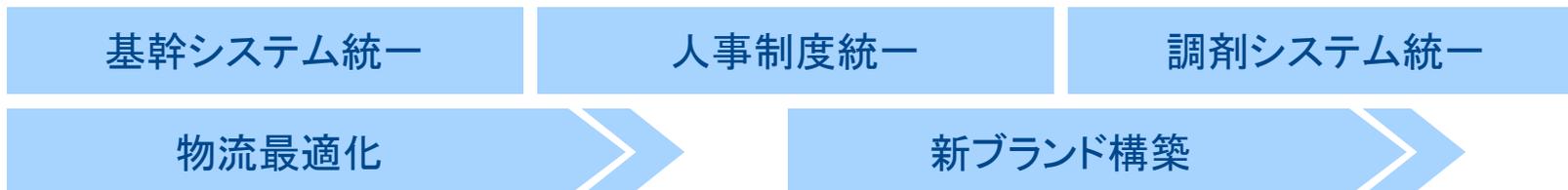
	上期					通期				
	2014年3月期 実績		2015年3月期 予想			2014年3月期 実績		2015年3月期 予想		
	実績 (百万円)	構成比 (%)	予想 (百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)	実績 (百万円)	構成比 (%)	予想 (百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)
売上高	172,234	100.0	181,000	100.0	105.1	349,337	100.0	362,000	100.0	103.6
ドラッグ・調剤	156,777	91.0	164,300	90.8	104.8	318,091	91.1	329,100	90.9	103.5
卸・介護他	15,457	9.0	16,700	9.2	108.0	31,246	8.9	32,900	9.1	105.3
売上総利益	43,435	25.2	46,400	25.6	106.8	90,601	25.9	95,000	26.2	104.9
販売管理費	41,573	24.1	43,400	24.0	104.4	83,162	23.8	87,000	24.0	104.6
営業利益	1,861	1.1	3,000	1.7	161.1	7,438	2.1	8,000	2.2	107.5
経常利益	2,917	1.7	4,200	2.3	143.9	9,495	2.7	10,300	2.8	108.5
純利益	1,123	0.7	2,100	1.2	186.9	3,598	1.0	4,700	1.3	130.6



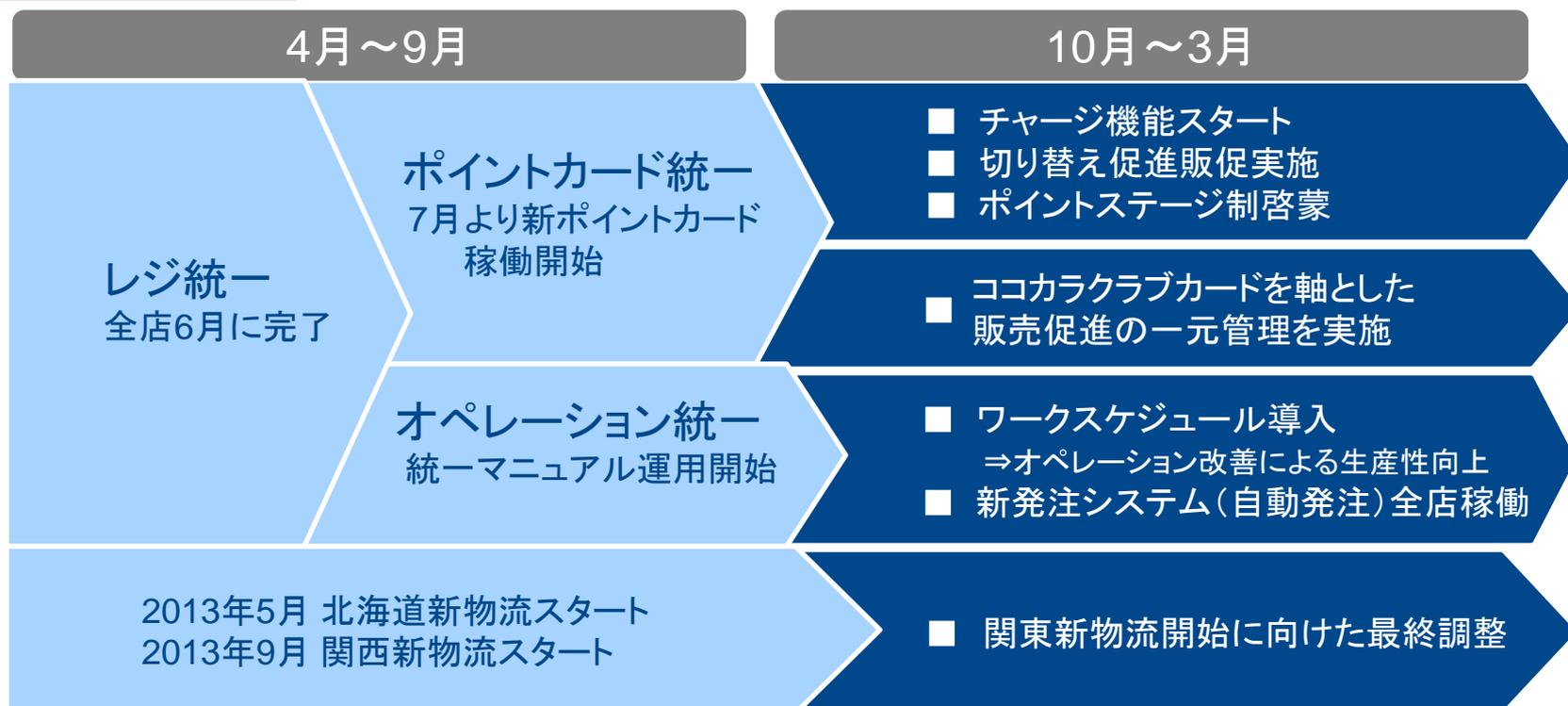
事業報告

販売子会社統合〔総括〕

2013年 3月期



2014年 3月期



上期課題

クラスター軸店舗
区分と販促のズレ

新販促体制構築に
よる一部混乱

新ポイントカードを軸
とした全社統一販促
立ち上げの遅れ

営業ラインのコミュ
ケーション不足によ
る指示徹底度低下

下期取り組み状況

アンマッチ店舗を個別に微調整

- ・販促の統括管理強化
- ・売上総利益率コントロール施策

- ・ステージ制の浸透
- ・販促コンテンツの多様化を推進

- ・情報統制の明確化
- ・ワークスケジュール導入

次期課題

クラスター・地域運営の
再構築

地域に密着した
マーチャンダイジング
(商品・販促)

クラブカードを中心とし
た統一販促の浸透

人時生産性UPを
中心とした更なる
効率化運営

2015年3月期 重点施策

I. ドラッグストア事業強化

II. 調剤事業強化

III. 出店とM&Aによる事業拡大

重点施策

I. ドラッグストア事業強化

- ・ 地域密着化の推進
- ・ 商品戦略
- ・ 顧客戦略
- ・ ブランド育成戦略
- ・ 効率化戦略

組織改編によるエリア対応強化

業態別に3事業本部体制で運営していたドラッグストア事業本部を一本化し、
エリア軸、業態軸、商品軸での最適化を図る

ドラッグストア事業本部を一本化

東日本

東海

近畿

西日本

調剤
カンパニー

クラスターマーチャンダイザー

都市型／商店街型／住宅地型／郊外型

それぞれに標準店舗を設定し、MDやレイアウト、オペレーションの最適化モデルを構築

販促

全店共通販促とエリア単位の販促

全店共通販促

エリア販促

エリア販促

エリア販促

エリア販促

商品仕入

全店共通取扱商品の一括仕入と
地域密着型のきめ細やかな品揃え

全店共通取扱商品の本社一括仕入れ

地区バイヤー

地区バイヤー

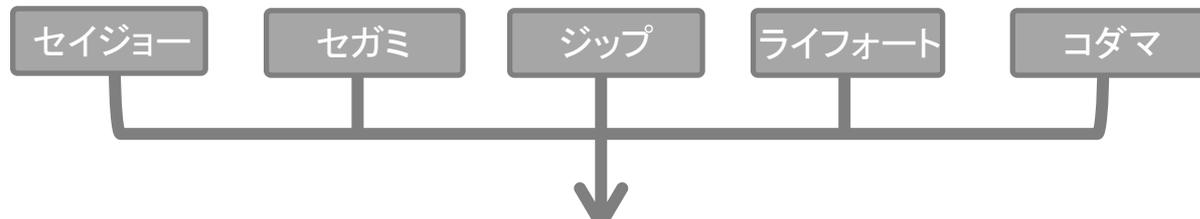
地区バイヤー

地区バイヤー

組織改編によるエリア対応強化

～2013年3月

それぞれの子会社で独自の商品・販促施策を展開



2014年3月期

販売子会社統合により商品・販促施策を業態軸で一本化



2015年3月期

全社統一施策を軸に、商品・販促施策をエリアごとに最適化

東日本

東海

西日本

近畿

本部から各エリアへ
要員配置を一部見直し

各エリアに駐在する担当者数

21名 ▶ 38名

■ 地区バイヤー

食品や日用品等、地域特性への対応が不可欠な商品の品揃え

■ エリア販促

- ・地域密着型のイベントや売場プロモーションなどの販促企画
- ・エリア売価の最適化

地域最適化の促進

PB商品強化

プレゼンテーション力活用のための付加価値型PB商品強化



(株)ココカラファイン ネクストによる新技術や新素材を活用した自社企画開発商品

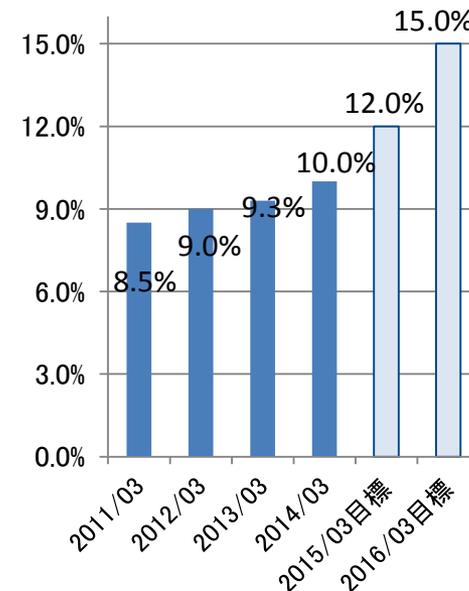


NBメーカーとの共同企画開発PB

全エリア共通の汎用型PB商品拡充

商品の統廃合と新規導入による
全エリア・全業態共通の汎用型PB商品の更なる強化

PB比率推移



TOPIC

2014/03 VIVCOスキンケアラインナップ拡充

付加価値型ヘルス&ビューティケア商品の企画・開発を行う(株)ココカラファイン ネクストを通じ、年間16万本以上販売されているヒットブランド「VIVCO」から、スキンケアライン4品目を新発売



カスタマーリレーション戦略の推進

会員向けプログラムの拡充によるロイヤルカスタマーの最大化

ココカラクラブカード



特徴① ステージ制ポイント

月間・年間累計購買金額に応じ、ポイント付与率が変動

ステージ	翌月(年) ポイント付与率	月間購買金額	年間購買金額
ブロンズ	2倍	5,000円以上	50,000円以上
シルバー	3倍	10,000円以上	100,000円以上
ゴールド	5倍	20,000円以上	200,000円以上

特徴② プリペイド機能

VISA加盟店で使用できるプリペイド機能付き

2014年3月期
稼働会員数 760万人
ロイヤルカスタマー 119万人

2016年3月期
稼働会員数 1,100万人
ロイヤルカスタマー 160万人

会員向けプログラムの拡充

■ 会員限定サイト cocokara CLUB

- ・ コミュニティ・サークル
- ・ 家族制度

家族で購入した金額の合計が
ステージアップの対象金額に反映
(ココカラクラブサイトで登録)

- ココカラ通信
- ECとの連携

※ココカラファイン定義 〈稼働会員数〉... 直近1年間で購買実績のある会員数 〈ロイヤルカスタマー〉... 年間購買額 50,000円以上の会員

新ブランドの認知度向上と差別化の推進

店舗サイン

新店および内装基準を満たす改装店舗で新ブランドを適用
エリアごとにブランド切り替えを実施

2014年3月末

166店舗



2015年3月末
(計画)

350店舗超

店内サイン等

既存店を含む全店で、店内サイン・ウォーターサーバーを設置

新ブランド出店

2013年3月期

47店舗

2014年3月期

50店舗

2015年3月期
(計画)

43店舗

看板変更

2013年3月期

6店舗

2014年3月期

61店舗

2015年3月期
(計画)

150店舗



生産性向上の推進

付加価値向上

- ・人財育成部の創設
- ・人財活用会社(株)ココカラファインアソシエ)の活用



プレゼンテーション(販売)力強化



医療分野での新たなサービス提案

業務効率化

- ・バックオフィス機能の一本化
- ・ワークスケジュールの浸透
- ・自動発注システムの本格稼働

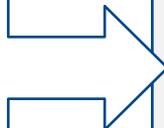


人件費の適正化

物流改善

関東物流を再構築、在庫預託型物流センターを開設予定

千葉センター
埼玉センター
東京センター
静岡センター



2014/06

神奈川在庫預託型センター

2014/09

埼玉在庫預託型センター

在庫預託型物流センターの活用

- ・週7配送
- ・在庫の適正化



効率的な店舗運営

重点施策

Ⅱ. 調剤事業強化

- ・ 診療報酬改定の影響と対策
- ・ 地域密着型かかりつけ薬局の推進

影響① 後発医薬品調剤体制加算

算定要件変更による
算定可能店舗数の減少

後発医薬品 調剤数量割合	点数
22%以上	5点
30%以上	15点
35%以上	19点

※後発医薬品 調剤数量割合	点数
55%以上	18点
65%以上	22点

※後発医薬品のある先発医薬品および後発
医薬品を合算した規格単位数量ベース

当期の取り組み

ジェネリック医薬品取組強化

- ・現50%超店舗を55%超体制へ

影響② 薬歴管理指導料

お薬手帳の算定要件厳格化に
よる算定可能点数の減少

改定前	点数
手帳有	41点
手帳無し (シール対応等)	

改定後	点数
手帳有	41点
手帳無し	34点

お薬手帳取り組み強化

- ・持参率を向上
- ・服薬状況・残薬状況の確認徹底

影響③ 基準調剤加算

算定要件変更による
算定可能店舗数の減少

改定前	点数
基準調剤加算1	10点
基準調剤加算2	30点

改定後	点数
近隣薬局と連携、24時間調剤並びに 在宅への体制整備等	12点
自局単独で、24時間調剤並びに在宅 への体制整備等	36点

在宅調剤の取組強化

薬剤師の勤務シフト見直しと管理体制強化

影響④ 薬価改定

薬価差益額の減少

前期利益水準を
確保できる体制へ

在宅調剤強化

- ・新規施設開拓
- ・拠点の稼働率の向上

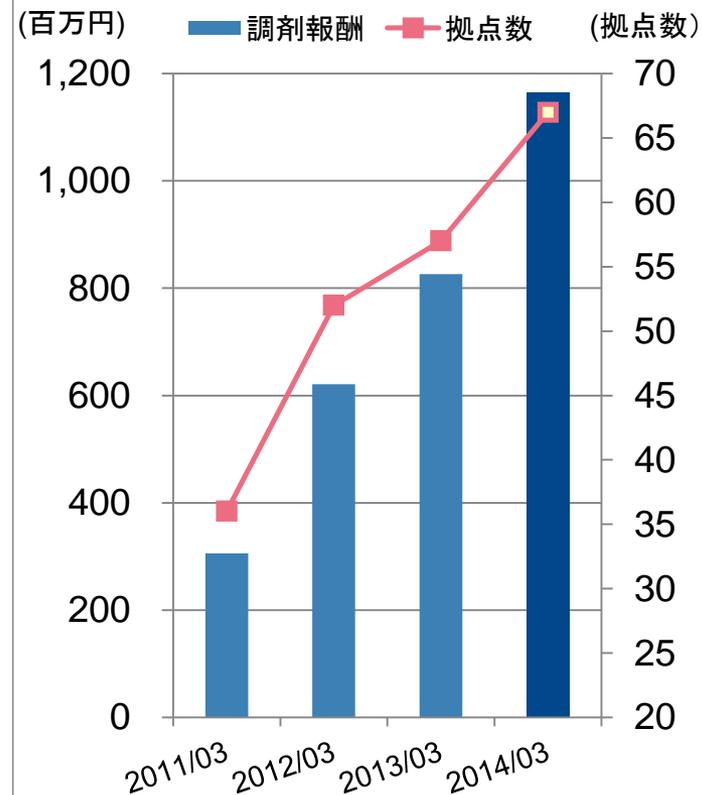
地域密着型のかかりつけ薬局

- ・新たな医療関連サービスへの取り組み
- ・調剤薬局における物販機能の拡充
- ・物販事業と連携し健康関連セミナー開催

安心・安全な体制づくり

全店に導入した新基幹システムを活用し
業務標準化・安全性向上を推進

在宅調剤(調剤報酬額・拠点数)推移



重点施策

Ⅲ. 出店とM&Aによる事業拡大

出店とM&Aによる事業拡大



2013年11月(株)岩崎宏健堂 を子会社化

売上 : 174億円 (2013年2月期)
店舗数 : 62店舗
(山口県 55店舗、広島県 7店舗)



2013年8月 (株)光慈堂を子会社化

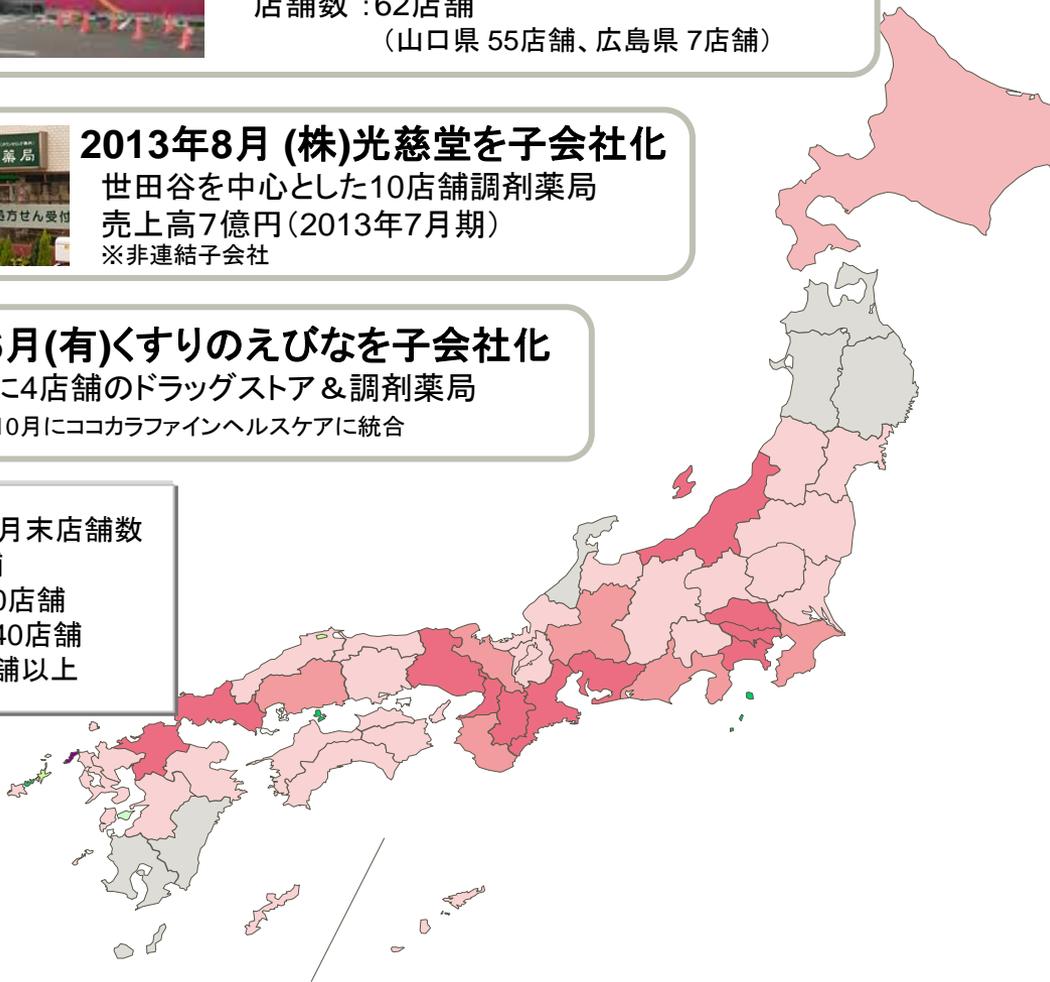
世田谷を中心とした10店舗調剤薬局
売上高7億円 (2013年7月期)
※非連結子会社

2013年6月(有)くすりのえびなを子会社化

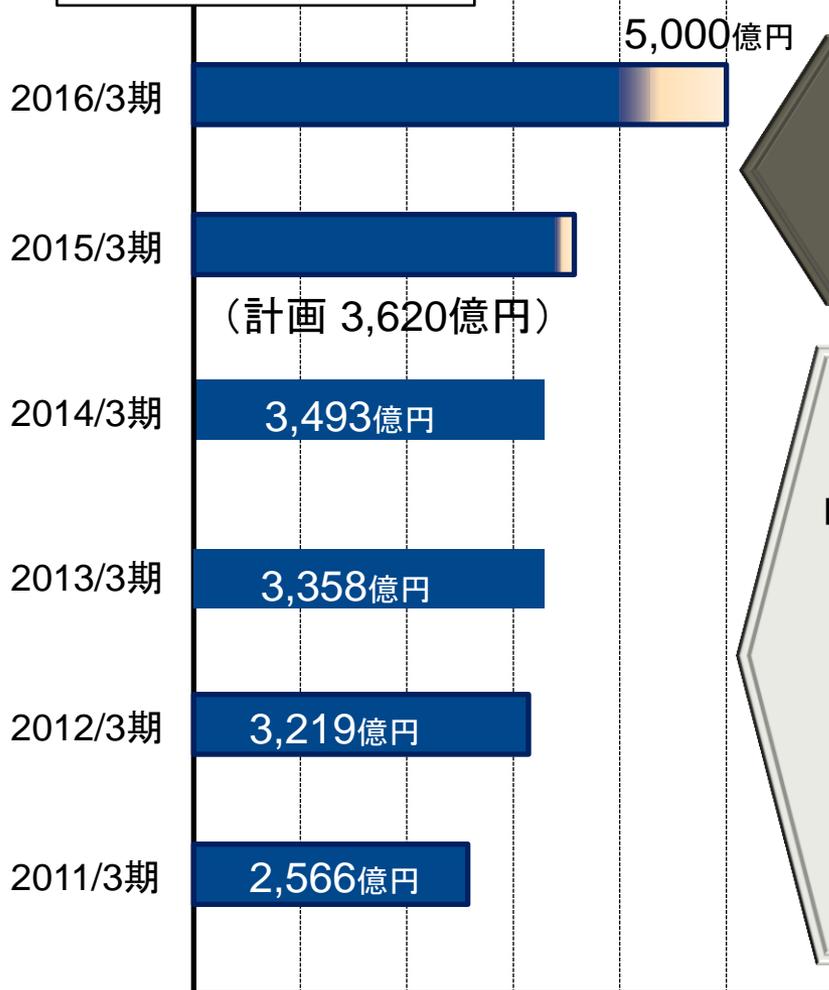
北海道に4店舗のドラッグストア&調剤薬局
※2013年10月にココカラファインヘルスケアに統合

※2014年3月末店舗数

- … 0店舗
- … 1~20店舗
- … 21~40店舗
- … 41店舗以上



店舗数			
北海道	31	大阪	155
青森	0	京都	34
岩手	0	兵庫	102
宮城	2	奈良	42
秋田	0	滋賀	11
山形	1	和歌山	27
福島	3	関西	371
北海道・東北	37	岡山	11
新潟	76	広島	29
長野	3	山口	78
山梨	3	鳥取	14
東京	241	島根	3
神奈川	58	中国	135
埼玉	53	徳島	4
千葉	21	香川	7
茨城	3	愛媛	5
栃木	6	高知	3
群馬	1	四国	19
関東・甲信越	465	福岡	58
静岡	40	佐賀	2
愛知	105	長崎	19
岐阜	21	熊本	7
三重	58	大分	5
富山	3	宮崎	0
石川	0	鹿児島	0
福井	2	沖縄	5
東海・北陸	229	九州・沖縄	96
合計			1,352



■ 2016年3月期

売上高	5,000億円
経常利益	200億円
PB比率	15%

- 2013年4月 販売子会社統合実施
- M&Aの推進
 - § 2013年11月 (株)岩崎宏健堂を子会社化
 - § 2013年 8月 (株)光慈堂を子会社化
 - § 2013年 6月 (有)くすりのえびなを子会社化
 - § 2012年11月 (株)コダマを子会社化
 - § 2012年 9月 (株)ABCドラッグから事業譲受
 - § 2012年 5月 新規海外小売事業スタート(上海)
 - § 2012年 4月 介護事業を(株)ファインケアに集約
 - § 2011年12月 (有)リハワークスを子会社化(介護事業)
 - § 2011年10月 (株)スズラン薬局を子会社化(ドラッグ & 調剤)
 - § 2011年 8月 (有)メディカルインデックスを子会社化(調剤)

お問い合わせ
株式会社 ココカラファイン
IR・広報部
TEL: 045-548-5937
FAX: 045-470-3684
<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を負いません。