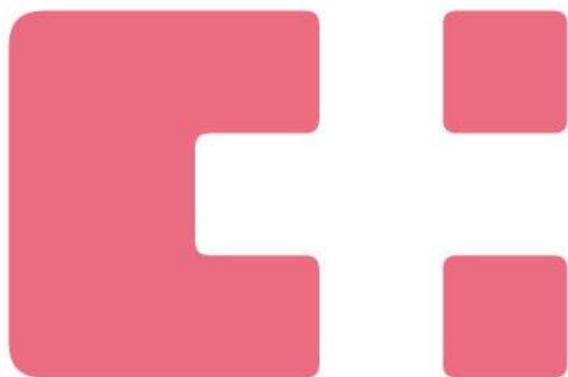


2016年3月期 第2四半期 決算説明会



ココカラファイン

ココロ、カラダ、ゲンキ。

2015年 11月27日
(証券コード:3098)

2016年3月期 第2四半期決算概要 3

業績ハイライト

計画比較(P/L) 8月26日修正計画比

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(前期比)

連結貸借対照表

連結キャッシュフロー計算書

重点施策の進捗状況 13

既存店の活性化

PB戦略

調剤戦略

2016年3月期 見通し 18

連結業績の予想

通期連結売上高・経常利益の推移と計画

経営方針 21

経営理念の実現に向けて

コーポレートスローガン:「おもてなしNo.1」になる

経営戦略

□事業別戦略:ドラッグストア事業

□事業別戦略:調剤事業

□事業別戦略:その他事業

□顧客戦略

□人財戦略

□ブランド戦略

中期計画

IRコンタクト 37

【ご参考】報道関係者向けTOPICS 39

店舗改装情報

新店情報

人財活用会社

2016年3月期 第2四半期決算概要

【ドラッグストア事業】

- ・ 重点施策の進捗に伴い好調に推移、期中(8月26日)に業績予想を上方修正

〔重点施策〕 ①店舗改装を中心とした既存店の活性化策

②夏物商材・新製品等の導入施策

③インバウンド(訪日外国人)向けの販売促進策

- ・ 前期に消費増税後の反動減があったため、当期は売上高前期比を押し上げ
- ・ 事業運営における経費の効率化も順調に進捗し、経費率を押し下げ

【調剤事業】

- ・ 引き続き堅調な推移の中、新C型肝炎治療薬の寄与により、売上高を押し上げ

【介護事業】

- ・ 介護報酬改定に対応し、専門性を高め、介護度の高い利用者様の受け入れを強化したことで、業績低減要因を抑制

【出退店状況】

- ・ 出店9店舗、退店31店舗を行い、9月末店舗数は1,319店舗(内調剤取扱 233店舗)
- ・ 既存店活性化を目的に41店舗を改装し、店舗の新陳代謝を促進

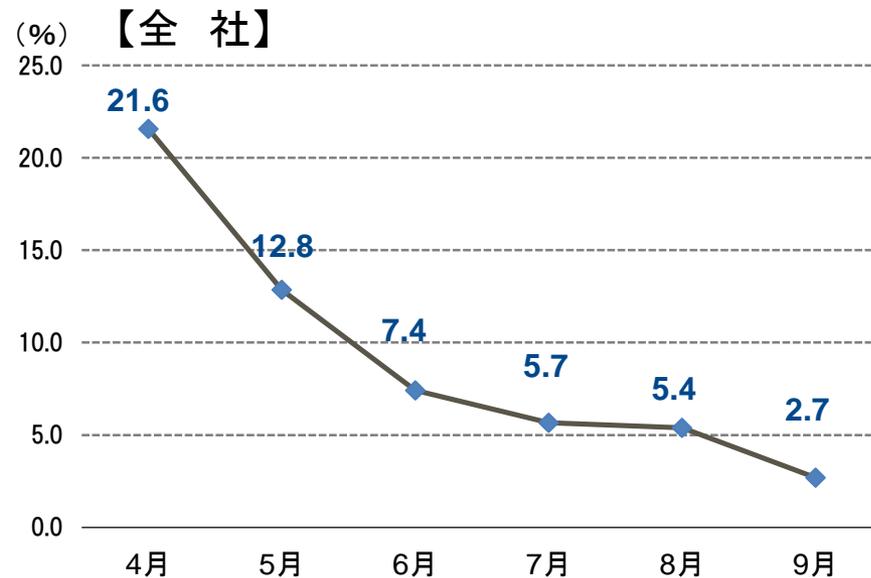
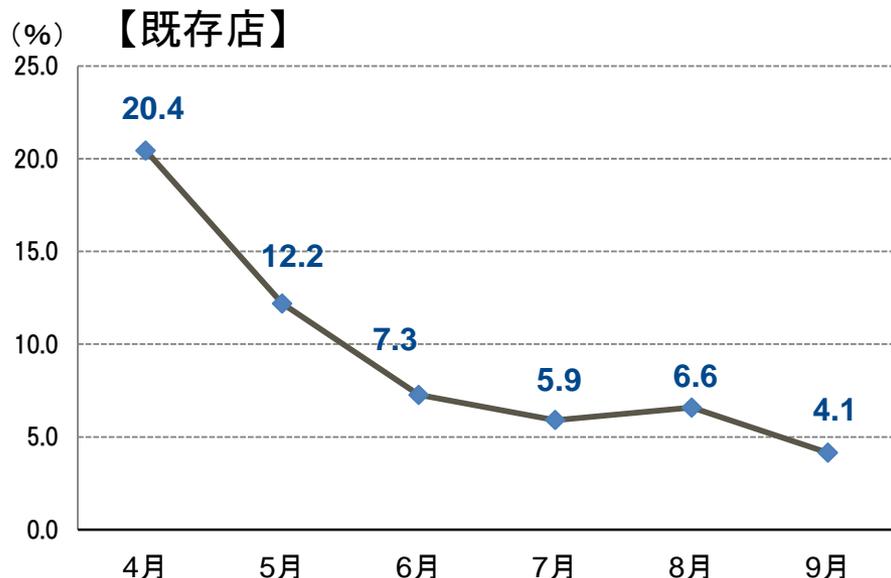
(単位:百万円)

	2016年3月期 第2四半期 修正計画	2016年3月期 第2四半期 実績	計画差異	計画比 (%)	計画比増減要因
売上高	187,000 (100.0%)	186,798 (100.0%)	▲202	99.9	◇ 既存店増収率 計画+9.6% → 実績+9.1% ・9月:台風、記録的な大雨など 悪天候による客数減 ・9月:気温変化による季節商材の 失速
ドラッグストア・調剤	170,377	170,154	▲223	99.9	
卸売・介護	16,622	16,644	+22	100.1	
売上総利益	48,000 (25.7%)	47,949 (25.7%)	▲51	99.9	◇ 売上減によるボリューム要因
販売管理費	42,500 (22.7%)	42,587 (22.8%)	+87	100.2	
営業利益	5,500 (2.9%)	5,362 (2.9%)	▲138	97.5	
経常利益	6,500 (3.5%)	6,570 (3.5%)	+70	101.1	◇ 営業外収益の変動要因
親会社株主に帰属する 四半期純利益	3,200 (1.7%)	3,790 (2.0%)	+590	118.4	◇ 特別損失の減少、法人税等変動

前年同期比較(P/L)

(単位:百万円)

	2015年3月期 第2四半期 実績	2016年3月期 第2四半期 実績	増減	前期比 (%)	前期比増減要因
売上高	171,458 (100.0%)	186,798 (100.0%)	+15,340	108.9	◇ 既存店増収率 9.1% ・店舗改装を中心とした既存店の活性化策 ・夏物商材・新製品等の導入施策 ・インバウンド向けの販売促進策 ・前期における消費税増税の影響 ◇ 岩崎宏健堂の決算期変更(2月→3月)により、同社1か月分の売上増 ◇ 出店:9店、退店:31店
ドラッグストア・調剤	156,060	170,154	+14,094	109.0	
卸売・介護	15,398	16,644	+1,246	108.1	
売上総利益	43,269 (25.2%)	47,949 (25.7%)	+4,680	110.8	◇ 利益率:前期25.2%→当期25.7% ・付加価値品売上が順調に推移 ・売価・品揃え標準化
販売管理費	42,255 (24.6%)	42,587 (22.8%)	+332	100.8	◇ 販管費;前期比+332百万円 ・岩崎宏健堂の決算期変更(2月→3月)により、同社1か月分の経費増 ◇ 販管費率:前期24.6%→当期22.8% ・間接部門の効率化等
営業利益	1,014 (0.6%)	5,362 (2.9%)	+4,348	528.8	
経常利益	2,093 (1.2%)	6,570 (3.5%)	+4,477	313.8	
親会社株主に帰属する 四半期純利益	960 (0.6%)	3,790 (2.0%)	+2,830	394.7	◇ 法人税等税率:前期50.5%→当期39.8%



既存店(累計) 売上高: 9.1%増 客数: 2.7%増 客単価: 6.5%増

※ 客数・客単価: 調剤を除く、小売のみの実績

既存店

- 4・5月: 前期における消費税増税反動減の影響
- 4・5月: 夏物商材・新製品等の導入施策
- 店舗改装を中心とした既存店の活性化策
- インバウンド(訪日外国人)向けの販売促進策
- 9月: 台風など悪天候による客数減、気温変化による季節商材の失速、前期 Deng 熱特需の反動減

全社

- 4月: 岩崎宏健堂の決算期変更(2月→3月)により、同社1か月分の業績が寄与

	2015年3月期 第2四半期実績			2016年3月期 第2四半期実績		
	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	48,741	31.2	101.4	51,683	30.4	106.0
うち 調 剤	22,135	14.2	103.1	23,883	14.0	107.9
化 粧 品	45,325	29.0	95.5	50,539	29.7	111.5
健 康 食 品	5,020	3.2	100.4	6,018	3.5	119.9
衛 生 品	18,584	11.9	99.3	20,520	12.1	110.4
日 用 雑 貨	23,089	14.8	99.9	24,276	14.3	105.1
食 品	15,301	9.8	106.1	17,118	10.1	111.9
全 店 計	156,060	100.0	99.5	170,154	100.0	109.0
卸 売	14,311	-	98.5	15,519	-	108.4
小 計	170,371	-	99.5	185,673	-	109.0
介 護 事 業	1,087	-	117.9	1,125	-	103.5
全 社 計	171,458	-	99.5	186,798	-	108.9

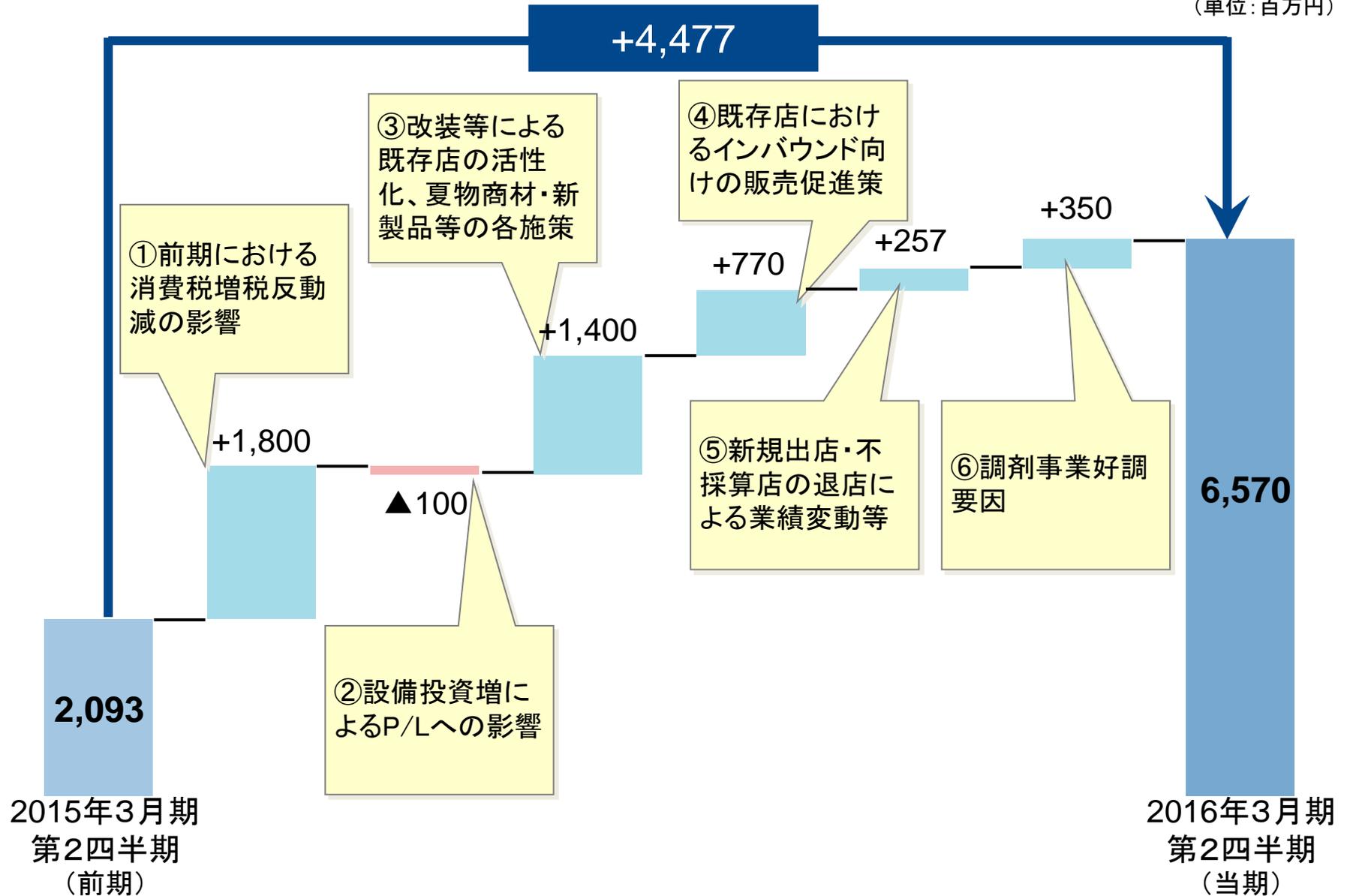
- (医薬品) 高付加価値目薬の好調、前期 Deng 熱特需の反動減
(調剤)新C型肝炎治療薬の寄与
- (化粧品) 夏物商材・新商品の好調
- (健康食品) スムージー等のヒット商品の好調継続
- (食品) 改装等による食品取り扱い店舗数・取り扱い品目数増加

	期首	2016年3月期 第2四半期実績				2016年3月期 通期計画			
		出店	退店	業態変更	第2四半期末	出店	退店	業態変更	通期末
ココカラファイン	1,341	+9	▲31	-	1,319	+29	▲30	-	1,340
(内、調剤取扱店舗数)	234	+1	▲2	-	233	+6	▲3	-	237
ココカラファインヘルスケア	1,283	+9	▲31	-	1,261	+28	▲30	-	1,281
ドラッグストア	1,161	+9	▲30	▲5	1,135	+24	▲29	▲4	1,152
調剤専門店	122	-	▲1	+5	126	+4	▲1	+4	129
岩崎宏健堂	58	-	-	-	58	+1	-	-	59

	2016年3月期 第2四半期実績	2016年3月期 通期 計画(8/26発表予想)
設備投資(百万円)	2,738	6,100
合計(百万円)	5,672	8,785
当期純利益(百万円)	3,790	5,000
減価償却(百万円)	1,671	3,400
のれん償却(百万円)	211	385

経常利益比較(前期比)

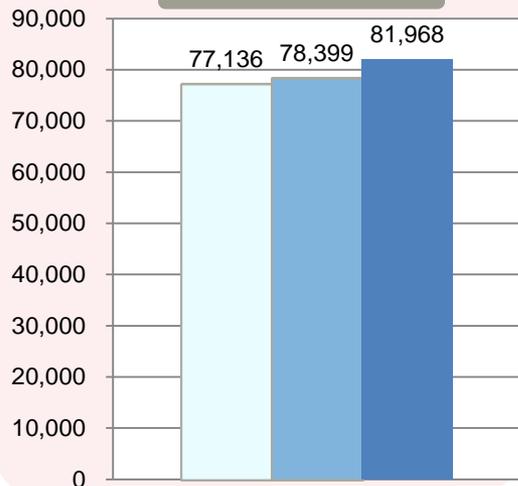
(単位:百万円)



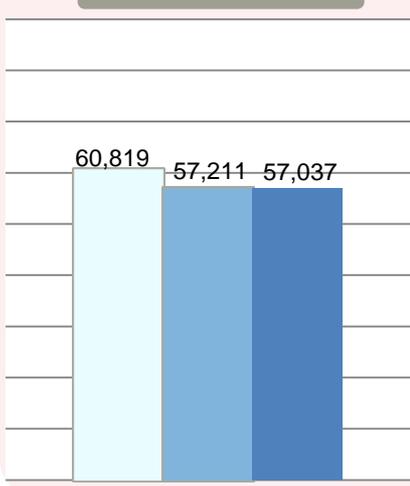
■ 2014年9月末
 ■ 2015年3月末
 ■ 2015年9月末

(百万円)

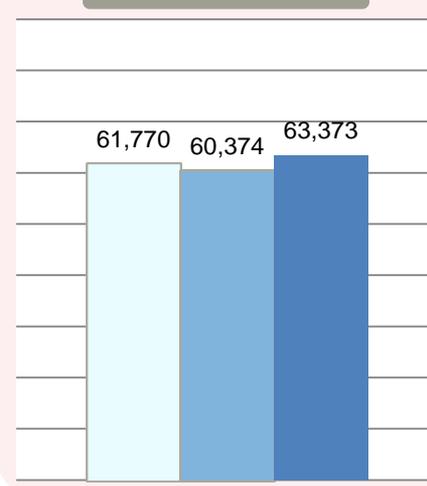
流動資産



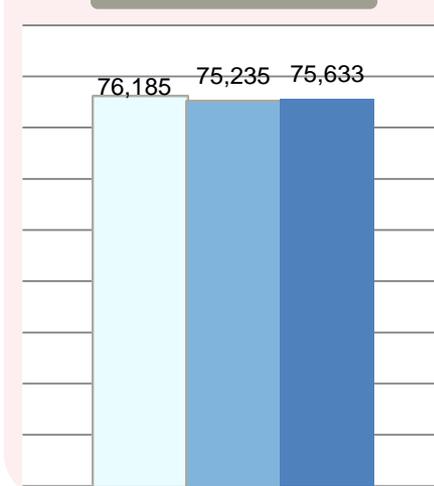
固定資産



負債



純資産



2015年3月期末との比較

(単位: 百万円)

流動資産	+3,569
現金及び預金	+4,619
売掛金	+1,145
たな卸資産	▲1,704

固定資産	▲174
有形固定資産	+712
無形固定資産	▲308
投資その他の資産	▲577

負債	+2,998
流動負債	+2,617
固定負債	+381

純資産	+397
株主資本	+437
その他の包括利益累計額	▲39

■ 2014年3月期第2四半期
 ■ 2015年3月期第2四半期
 ■ 2016年3月期第2四半期



(2013年3月31日が休日であったことの影響が、2014年3月期の実績に出ております)

2016年3月期第2四半期の主な状況

(単位: 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	
税金等調整前当期純利益	6,301	有形固定資産の取得による支出	▲ 1,636	短期借入金の増減額 (▲は減少)	▲ 300
売上債権の増減額 (▲は増加)	▲ 1,145	無形固定資産の取得による支出	▲ 99	自己株式の取得による支出	▲ 2,600
たな卸資産の増減額 (▲は増加)	1,704				
仕入債務の増減額 (▲は減少)	698			現金及び現金同等物の増減額 (▲は減少)	4,619

重点施策の進捗状況

店舗改装

店舗改装を加速

店舗改装関連部門の増員により改装を加速
プロタイプ店舗の水平展開を推進

(2015年3月期)

(2016年3月期予定)

40店舗

70店舗

第2四半期
改装実施店舗

41店舗

都市型店舗

専門性追求

化粧品 品揃え強化



郊外型店舗

利便性向上

食品 品揃え強化



店舗運営の標準化

全店共通の品揃えと売価コントロール

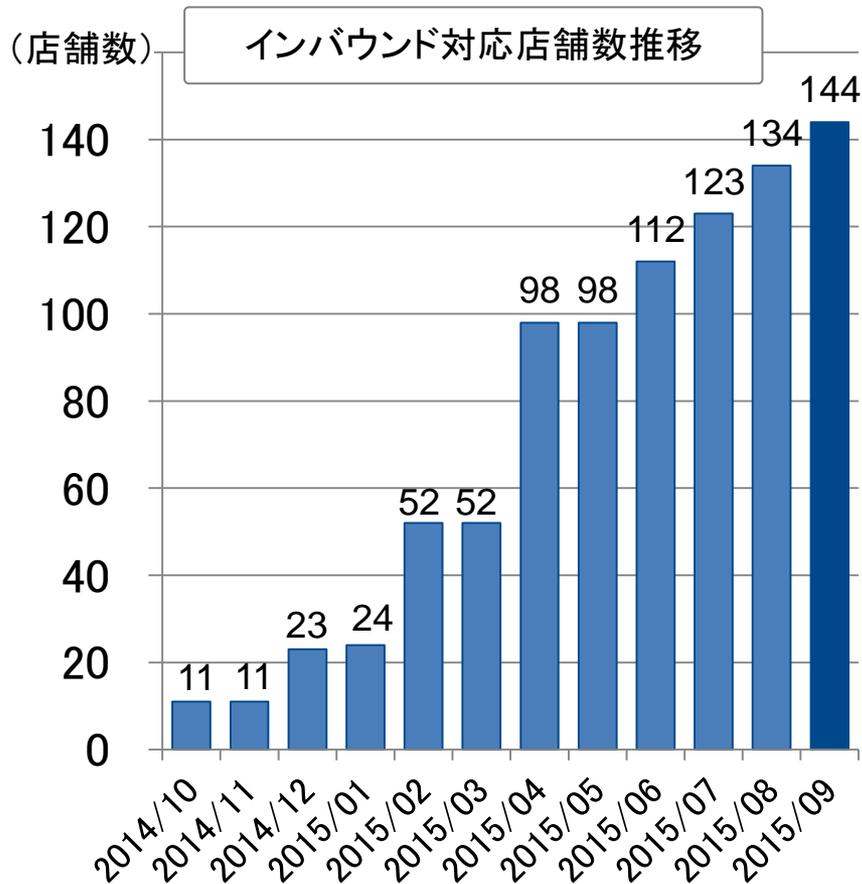
全店取り扱い商品

- ・ 品揃えの標準化
- ・ 重点品目の標準化

売価コントロール

- ・ 基準売価の標準化

インバウンド対応



(2014年10月) **11** 店舗

(2015年3月) **52** 店舗

(2015年9月) **144** 店舗

TOPICS

インバウンド対応特化店をオープン

国際通り店



2015/08/02 OPEN
 沖縄県でいちばんの
 繁華街、訪日観光客
 も数多く訪れる国際
 通りに出店

ハウステンボス店



2015/08/22 OPEN
 テーマパーク「ハウ
 ステンボス」内、東南
 アジアからの観光客
 が宿泊するホテルの
 近隣に出店

PB商品取り組み強化

付加価値型PBへの取り組み

ターゲット、コンセプトを明確化し、商品開発を加速

3月発売新商品

ディアパーフェクト

神奈川大学がもつ特許技術を
活用した界面活性剤不使用の
日焼け止め(1,850円/税抜)

3月～9月で約7万個販売の大ヒット



汎用型PBへの取り組み

ココカラファインブランドを日販1万個の商品へ

4月発売新商品

CF 富士清水

ココカラファインロゴを使用した
ミネラルウォーター

4月～9月で50万本以上の売上実績



(ご参考) PB新商品

	品目数	主な商品
4月	24	ミネラルウォーター、 歯ブラシ
5月	9	VIVCO 美容液
6月	25	(ヘアケア) ココプリンセスシリーズ
7月	4	メンズボディソープ
8月	18	ウェットティッシュ、 メイク落とし
9月	10	不織布マスク

調剤事業への取り組み

事業規模の拡大と更なる品質の向上

調剤報酬は前年同期比で7.9%増

総拠点数 233

(調剤専門:126 ドラッグストア併設:107)

うち月間1000枚以上
処方箋応需店舗数 178店舗

(2015年9月末時点)

調剤報酬 (2016年3月期第2四半期)
238億円

調剤事業売上構成比 (2016年3月期第2四半期)
※介護・卸売除く 14.0%

在宅調剤の取り組み

2015年9月
115拠点

2016年3月期目標
200拠点

調剤薬局での物販機能拡充

2015年4月～9月
対前年比121.1%

2016年3月期目標
対前年比120%

ジェネリック医薬品の更なる使用促進

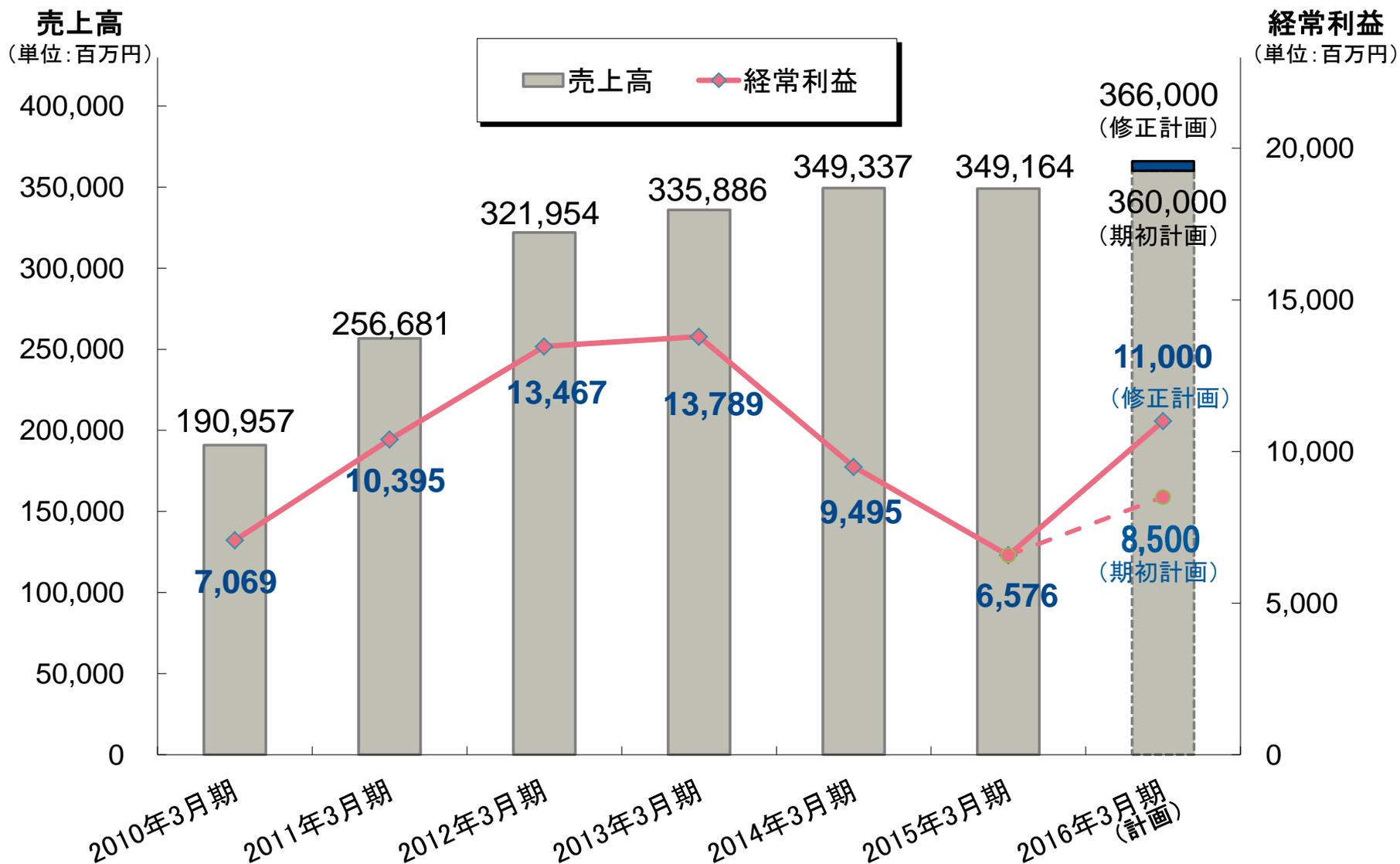
2015年9月
GE比率 55.9%

2016年3月期目標
GE比率 65.0%

新C型肝炎治療薬 5月にソバルディ、9月にハーボニーが処方開始、業績に寄与

2016年3月期 見通し

	当期上期実績 百万円 (構成比)	通期予想					下期				
		前期実績		当期			前期実績		上期実績との差異		
		百万円 (構成比)	前期比	百万円 (構成比)	前期比	増減額	百万円 (構成比)	前期比	百万円 (構成比)	前期比	増減額
売上高	186,798 (100%)	349,164 (100%)	100.0	366,000 (100%)	104.8	+16,836	177,706 (100%)	100.3	179,202 (100%)	100.8	+1,496
ドラッグストア・調剤	170,154	317,969	99.9	333,377	104.8	+15,408	161,909	100.4	163,223	100.8	+1,314
卸売・介護	16,644	31,195	99.8	32,622	104.6	+1,427	15,797	100.1	15,978	101.1	+181
売上総利益	47,949 (25.7%)	88,778 (25.4%)	98.0	93,500 (25.5%)	105.3	+4,722	45,509 (25.6%)	96.5	45,551 (25.4%)	100.1	+42
販売管理費	42,587 (22.8%)	84,408 (24.2%)	101.5	84,700 (23.1%)	100.3	+292	42,153 (23.7%)	101.4	42,113 (23.5%)	99.9	▲40
営業利益	5,362 (2.9%)	4,369 (1.3%)	58.7	8,800 (2.4%)	201.4	+4,431	3,355 (1.9%)	60.2	3,438 (1.9%)	102.5	+83
経常利益	6,570 (3.5%)	6,576 (1.9%)	69.3	11,000 (3.0%)	167.3	+4,424	4,483 (2.5%)	68.2	4,430 (2.5%)	98.8	▲53
親会社株主に 帰属する当期純 利益	3,790 (2.0%)	1,658 (0.5%)	46.1	5,000 (1.4%)	301.6	+3,342	698 (0.4%)	28.2	1,210 (0.7%)	173.4	+512



経営方針

経営理念

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

コーポレートスローガン

「おもてなしNo.1」になる

ミッション(社会的使命)

地域における
ヘルスケアネットワークを構築する

社会に必要とされる
優れた人財を育成する

経営戦略

事業別戦略

ドラッグストア
事業

調剤事業

その他事業

顧客戦略

人財戦略

ブランド戦略

計数計画

P/L、B/S、C/F

投資計画

資本政策

コーポレートスローガン

「おもてなしNo.1」になる

『いつでも・どこでも・どなたでもココカラファイン』



情報ネットワーク

専門家に
健康相談ができて安心

ナレッジコミュニティ
(サイト)

FAQ

調剤

処方箋送信サービス
(アプリ)

アプリの処方箋送信サービス
を使って、待たずにお薬をもらえた

今日絶対買いたい
取り置きしてもらおう

商品取り置きサービス
(アプリ)

店舗

ちょうど気になっていた
新商品の情報が届いた!

個客販促

メール

お客様

SNS

健康情報

「朝食を食べられない人への
アドバイス」試してみよう!

医薬品が
いつでも購入できて便利

ネットで注文店舗で受け取り

EC

気になっていた商品の
割引クーポン!

クーポン(アプリ)

アプリ

店舗

商品動画

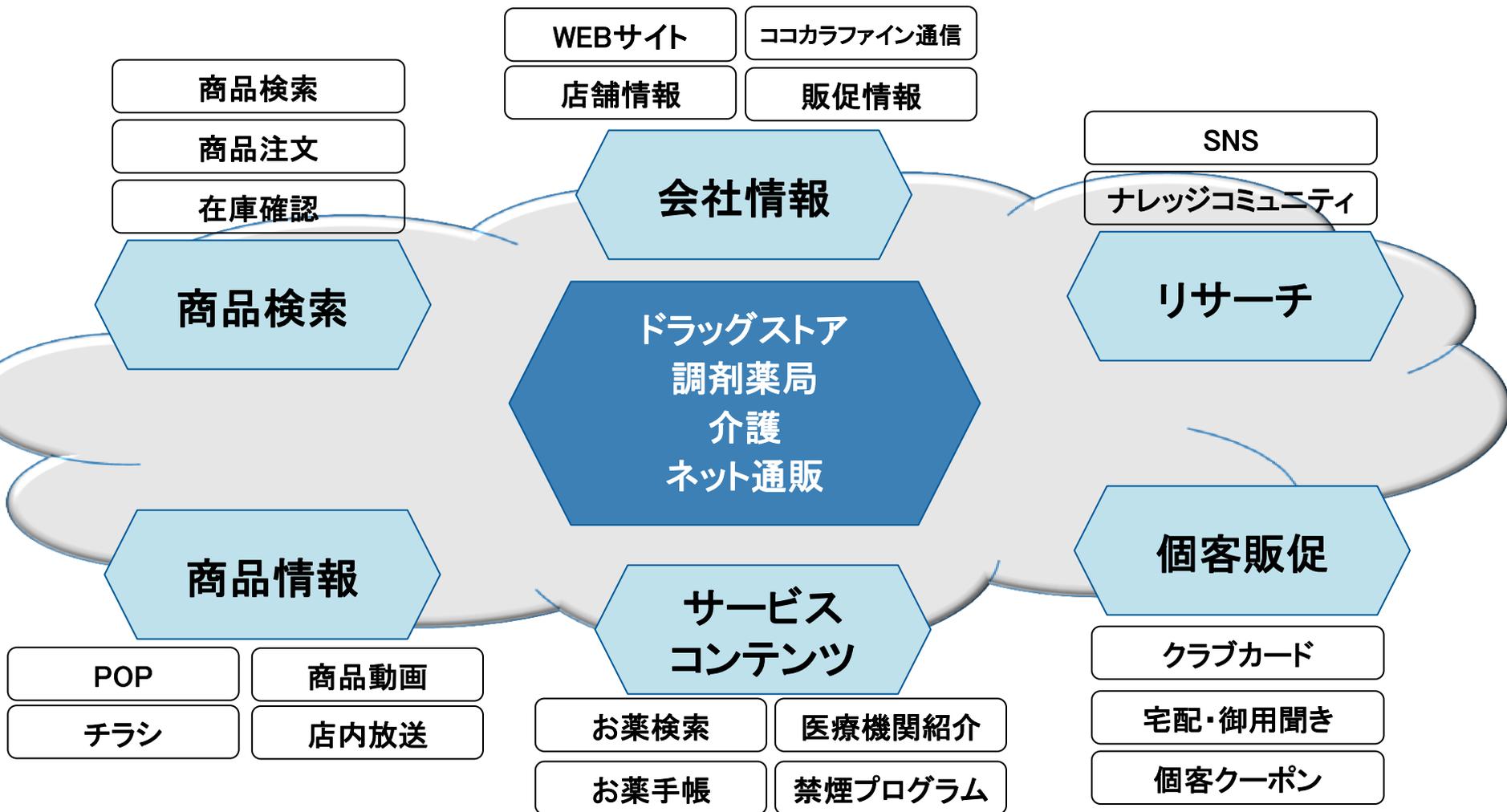
詳しい商品情報の
動画がわかりやすい!

サイト

商品検索

どっちの商品が私に合うか
すぐ調べられるんだ

「いつでも・どこでも・どなたでもココカラファイン」を実現するためのコミュニケーションプラットフォームの構築



経営戦略

事業別戦略

ドラッグストア事業

調剤事業

その他事業

顧客戦略

人財戦略

ブランド戦略

既存店の活性化

市場分析と「お客様の声」分析による改善活動の推進

店舗におけるサービスの向上

地域密着化の推進

クラスター別
基本フォーマットの確立

店舗改装による水平展開

One to Oneマーケティングの実現

商品開発

売り方開発

業務・サービスの標準化、物流改善による効率化

物流改善

新規顧客の創造と
既存顧客の
満足度向上

薬局機能の充実と生産性の向上

健康サポート薬局の推進

- ・ 地域における連携強化、在宅調剤への取り組み強化
- ・ 24時間対応の検討
- ・ 検体測定室などの新たな健康関連サービスを提供
- ・ 情報提供力の高度化

調剤事業における生産性の向上

システム、オペレーション統一による患者様へのサービスの高度化と効率化を推進

事業拡大にむけた取り組み

薬剤師採用・教育を強化し、
出店・併設化を加速

調剤取扱店舗数



各事業の連携強化によるシナジーの創出

介護事業

- ・ ヘルスケアネットワークの構築
- ・ 事業運営の効率化による生産性の向上
 - ・ 専門性を高め、介護度の高い利用者の受け入れ強化
 - ・ エリアドミナントの深耕(在宅)

EC事業

- ・ グループ既存顧客の利便性向上
 - ・ 多事業におけるECの活用(店頭、自宅、施設入居者、訪問介護)
- ・ 事業黒字化に向けた取り組み
 - ・ 取扱品目の拡充
 - ・ BtoBを含めた新たな事業モデル構築

商品開発事業

- ・ 付加価値商品の開発を加速
- ・ 新たな商品供給先の開拓

人財活用事業

- ・ 雇用創出事業と位置づけ
- ・ 新規ビジネスモデルの構築を推進

海外事業

- ・ 中国、ロシア、タイ、台湾における
- ・ 既存(小売・卸売)事業の拡大

コミュニケーションプラットフォームのコンテンツ整備・拡充

お客様視点での商品情報

在庫情報

形状などの商品特性

使用方法・シーンのビジュアル化

新たなタッチポイントの開発・整理

アプリ開発

SNS

WEB媒体の統合

お客様の利便性向上

新たなコンテンツや多様なタッチポイントの融合により欲しい情報へ簡単にアクセスできる環境整備

One to Oneマーケティング

情報ネットワークの活用によりお客様へカスタマイゼーションされたサービスを提供

社会に必要とされる優れた人財を育成する

人財育成

リーダーシップ教育の強化

- ・ 求めるリーダー像に向けた育成
- ・ 教育体系の発展・深化
- ・ キャリア開発サポート

従業員満足の上

魅力的な職場づくり

- ・ 事業特性に合わせた人事制度の最適化
- ・ 公正な評価・処遇
- ・ 職場環境の改善

ダイバーシティ

多様なプロフェッショナル人財の育成・活躍

- ・ 女性が活躍できる企業
- ・ グローバル人財の採用・育成
- ・ 障がい者採用、柔軟な勤務体系

ヘルスケアネットワークで活躍する人財

薬剤師、登録販売者をはじめとする7,800名超の有資格者

ヘルスケアネットワークの仕組みを構築する人財

スタッフ部門の人財を充実

ココカラファインブランドの育成

認知度向上施策

- ・ 新店・改装店、商品へのココカラファインブランド適用による認知度向上
- ・ 新たに追加するタッチポイントを含めたオウンドメディア活用



『いつでも・どこでも・どなたでもココカラファイン』の実現

ヘルスケアネットワークの構築

ドラッグストア事業における 地域密着化の推進

- ・ 顧客ニーズの高い商品の品揃え
- ・ 販売促進策の最適化

地域医療への貢献

- ・ かかりつけ薬局としての取り組み
- ・ 在宅調剤の推進

「おもてなしBasic」の完全実施

お客様が必要な時に必要なだけ アクセスできる環境づくり

- ・ 適正な在庫管理
- ・ 快適な買物環境整備
- ・ 適正な価値、価格の提供
- ・ オペレーションの標準化
- ・ 改装による標準店の水平展開

「おもてなしPresentation」の推進

お客様ひとりひとりのご要望、 生活習慣や体質に合った サービスの提供

- ・ きめ細やかな対応・接遇
- ・ One to One マーケティング

新たな素材や技術を活用した 付加価値型商品の開発、提案

中期計画

2016年3月期を初年度とする5年間の計画

2015年3月期

売上高	3,491億円
経常利益(率)	65億円(1.9%)
ROA(経常利益)	4.8%
ROE(当期利益)	2.2%

2020年3月期

売上高	4,200億円
経常利益(率)	220億円(5.2%)

目標とする経営指標

ROA(経常利益)	10%以上
ROE(当期利益)	10%以上

	2015年3月期
売上高	3,491億円
売上総利益率	25.4%
販売管理費率	24.2%
経常利益(率)	65億円(1.9%)

(売上高) **20%UP**
 (売上総利益率) **+1.1%**
 (販売管理費率) **▲2.3%**

	2020年3月期
売上高	4,200億円
経常利益	220億円(5.2%)

主な前提条件

ドラッグストア事業

- ・ クラスター別基本フォーマットの確立
- ・ 店舗改装による既存店の活性化
- ・ ドミナントの深耕
- ・ インバウンド対応

既存店増収率
(年平均)

+1.6%

出店数
(累計)

100店舗

【売上高】

(2015年3月期)

約**2,700**億円

(2020年3月期)

約**3,130**億円

調剤事業

- ・ 薬剤師採用強化
- ・ 拠点数の拡大
- ・ 在宅調剤の推進
- ・ 薬局機能の追加

拠点数
(累計)

+50拠点

【売上高】

(2015年3月期)

約**460**億円

(2020年3月期)

約**610**億円

「いつでも・どこでも・どなたでもココカラファイン」
実現による購買チャネルの拡大

- ・ 個客販促(アプリ、クーポン、会員向け販売)
- ・ 当社に来店のないお客様へのWeb販促
- ・ アウトレット販売

など

【売上高】(累計)

+100億円

販売管理費の圧縮

- ・ 業務標準化、効率化の推進
- ・ 適正人員への調整

【販売管理費率】

(2015年3月期)

24.2%

(2020年3月期)

21.9%

資本政策の基本方針

当社は、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を目指した経営改革の推進、および資本の効率化を通じ、ステークホルダーの皆様の利益や地域社会の発展に寄与することを基本方針といたします。

その実現のため、経営指標に自己資本当期純利益率(ROE)と総資産経常利益率(ROA)を定め、効率経営を目指してまいります。具体的には、中期的にROE10%以上、ROA10%以上を実現すべく利益体質の強化、経営資源の有効活用を推進してまいります。

株主還元

当社は、事業活動を通じて得た利益を株主の皆様へ還元すると共に、将来の経営環境や事業計画に基づいた設備投資や、海外事業、M&A、トータルヘルスケア分野への成長投資に資金を投下し、キャッシュフローを増大させることにより、中長期的な企業価値と株主価値の向上を図ることを基本方針といたします。

その実現のため、総還元性向、DOEを勘案し、業績に連動した利益還元を行いつつ、安定的な配当を目指してまいります。なお、市場環境や、資本効率、自己資本比率を勘案し、自己株式の取得につきましても選択肢として機動的に検討してまいります。

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は負いません。

【ご参考】報道関係者向けTOPICS

伊豆高原店

2015/05 改装実施



<店舗概要>

店名:ココカラファイン伊豆高原店

所在地:静岡県伊東市

伊豆半島の相模湾側を南北に走る東伊豆道路沿い

郊外型店舗のモデル店として、
お客様の利便性向上を目的とした改装を実施

- ・デイリーニーズの高い「食品」の品揃え強化
- ・お客様がお買物しやすいよう通路幅を広くするなど導線の見直し



浦和パルコ店

2015/09 改装実施



<店舗概要>

店名:ココカラファイン浦和パルコ店

所在地:埼玉県さいたま市浦和区

浦和駅前にある総合商業施設「浦和パルコ」の地下1階

都市型店舗のモデル店として、
「魅力ある売場づくり」を意識した改装を実施

- ・化粧品の品揃えを充実し、専門性向上
- ・話題の商品や新製品を目立たせる陳列



国際通り店

2015/08/02 OPEN



＜店舗概要＞

店名:ココカラファイン国際通り店

所在地:沖縄県那覇市

沖縄県でいちばんの繁華街、海外からの観光客も多く訪れる国際通りに出店

- ・化粧品やサプリメントに加え、お土産なども品揃え
- ・近隣の宿泊施設との連携や、外国語対応ができるスタッフの配置などインバウンド向けの様々な取り組みを実施



ハウステンボス店

2015/08/22 OPEN



<店舗概要>

店名:ココカラファインハウステンボス店

所在地:長崎県佐世保市

海外からの観光客も多いテーマパーク「ハウステンボス」内ホテルエリアに出店

- ・海外の方に人気の高い化粧品やサプリメントなどの品揃えはもちろん、トラベルグッズの取り扱いも充実させた店舗でホテルを利用される東南アジアからの観光客が多く来店
- ・多言語を使用したPOP等による外国人旅行者にとって「わかりやすい」売場づくり



子会社ココカラファイン ソレイユ



- ・障がい者の雇用拡大と活用を目的に設立したココカラファイン ソレイユが2015年4月20日に「障害者の雇用の促進等に関する法律」に基づく特例子会社の認定を取得
- ・外部業者に委託していた事務作業や店舗清掃をグループ内で行い、グループ全体の業務効率化、経費削減を図る

子会社ココカラファイン アソシエ

- ・定年再雇用者などの多様な働き方を支援し、店舗業務を受託することで人財活用と共に店舗の業務効率化を図る
- ・品出しや期限チェック等の店舗サポート業務に加え、定年を迎えた薬剤師・登録販売者などのベテラン資格者をアソシエで再雇用し、店舗派遣業務を開始