
2024年3月期上期 決算説明

2023年11月14日



- **2024年3月期上期 決算概要**
- **2024年3月期 通期計画**
- **今後の経営課題と中期経営計画**

2024年3月期上期 決算概要



2024年3月期上期 実績

売上高
3,717億円
前年同期比 **109.6%**

営業利益
206億円
前年同期比 **111.3%**

出店数
31店
前年同期比 **106.9%**

■ **売上高** ⇒ 新規出店・(株)大屋子会社化・繁華街店舗の免税・化粧品需要回復

■ **営業利益** ⇒ 売上総利益の改善などにより計画を上回り2桁の伸び率

■ **新規出店** ⇒ 通期計画 グループ120店舗達成へ

連結損益計算書の状況

(単位：百万円)

	2023年3月期上期		2024年3月期上期					
	実績	構成比	実績	構成比	前年同期比	対計画比	計画	構成比
売上高	339,223	100.0%	371,707	100.0%	109.6%	101.0%	368,200	100.0%
売上総利益	82,196	24.2%	92,949	25.0%	113.1%	101.4%	91,700	24.9%
販管費	63,685	18.8%	72,340	19.5%	113.6%	99.1%	73,000	19.8%
人件費	27,810	8.2%	31,138	8.4%	112.0%	98.5%	31,610	8.6%
販売費	1,898	0.6%	2,041	0.5%	107.5%	92.4%	2,210	0.6%
管理費	33,976	10.0%	39,160	10.5%	115.3%	100.0%	39,180	10.6%
営業利益	18,511	5.5%	20,609	5.5%	111.3%	110.2%	18,700	5.1%
経常利益	18,769	5.5%	20,953	5.6%	111.6%	110.3%	19,000	5.2%
当期純利益	12,722	3.8%	14,054	3.8%	110.5%	107.3%	13,100	3.6%

概況

- 売上高 : 新規出店・繁華街店舗のインバウンド・化粧品需要回復等により増収
- 売上総利益 : 風邪薬・インバウンド・化粧品需要回復等により0.8pt回復
- 販管費 : 前期より上昇したものの、計画を▲0.3pt下回る

事業別損益計算書の状況

(単位：百万円)

ドラッグストア事業	2023年3月期上期		2024年3月期上期					
	実績	構成比	実績	構成比	前年同期比	対計画比	計画	
							構成比	構成比
売上高	219,953	100.0%	242,793	100.0%	110.4%	100.3%	242,000	100.0%
売上総利益	57,221	26.0%	65,911	27.1%	115.2%	101.4%	65,000	26.9%
販管費	45,415	20.6%	52,848	21.8%	116.4%	99.5%	53,100	21.9%
営業利益	11,806	5.4%	13,063	5.4%	110.6%	109.8%	11,900	4.9%
経常利益	12,043	5.5%	13,375	5.5%	111.1%	109.6%	12,200	5.0%

概況

- 売上総利益：風邪薬・インバウンド・化粧品需要の増加により1.1pt改善
 - 大屋除く営業利益率:5.7% 経常利益率:5.8%
- 大屋連結による影響：売上総利益影響:+0.1pt 販管費影響:+0.5pt

(単位：百万円)

ディスカウントストア事業	2023年3月期上期		2024年3月期上期					
	実績	構成比	実績	構成比	前年同期比	対計画比	計画	
							構成比	構成比
売上高	143,931	100.0%	155,031	100.0%	107.7%	101.6%	152,600	100.0%
売上総利益	25,068	17.4%	27,182	17.5%	108.4%	100.3%	27,100	17.8%
販管費	18,363	12.8%	19,636	12.7%	106.9%	96.7%	20,300	13.3%
営業利益	6,705	4.7%	7,546	4.9%	112.5%	111.0%	6,800	4.5%
経常利益	6,726	4.7%	7,577	4.9%	112.7%	111.4%	6,800	4.5%

概況

- 販管費：人件費 売上が計画を上回り▲0.1pt
管理費 光熱費が使用量・単価共に90%を下回る（既存店）計画対比▲0.4pt

■ 通期計画 グループ120店舗達成へ

	2023年3月期上期		2023年3月期		2024年3月期上期			
	出店	店舗数	出店	店舗数	出店	閉店	純増	店舗数
ドラッグストア事業	18	958	65	1,016	21	2	+19	1035
ディスカウントストア事業	11	344	33	364	10	5	+5	369
合計	29	1,302	98	1,380	31	7	+24	1,404

【エリア別】	2023年3月期上期		2023年3月期		2024年3月期上期			
	出店	店舗数	出店	店舗数	出店	閉店	純増	店舗数
北海道・東北	2	126	10	160	2	0	+2	162
関東	7	430	21	433	6	1	+5	438
信越・北陸	0	85	5	90	3	0	+3	93
東海	3	92	6	95	1	0	+1	96
近畿	4	141	20	156	6	1	+5	161
中国・四国	7	165	20	174	8	1	+7	181
九州・沖縄	6	263	16	272	5	4	+1	273

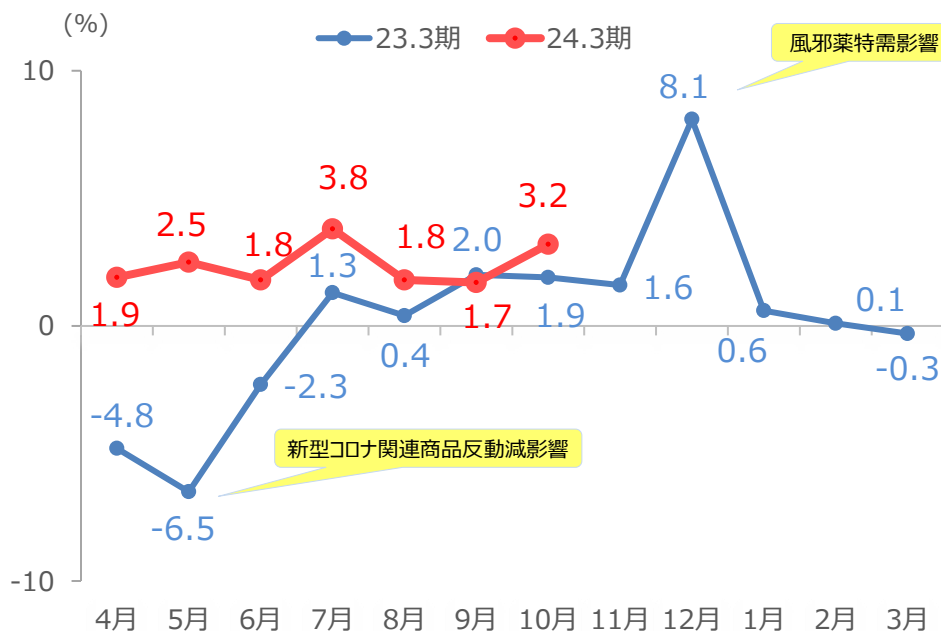
グループ全体

- ・ 出店：→ 31店舗 ⇒ 計画対比△3店舗（建築協議等により下期に3店舗開店時期のズレ）
- ・ 閉店：→ 7店舗 ⇒ 建替3店舗・集約1店舗・火災による閉店2店舗

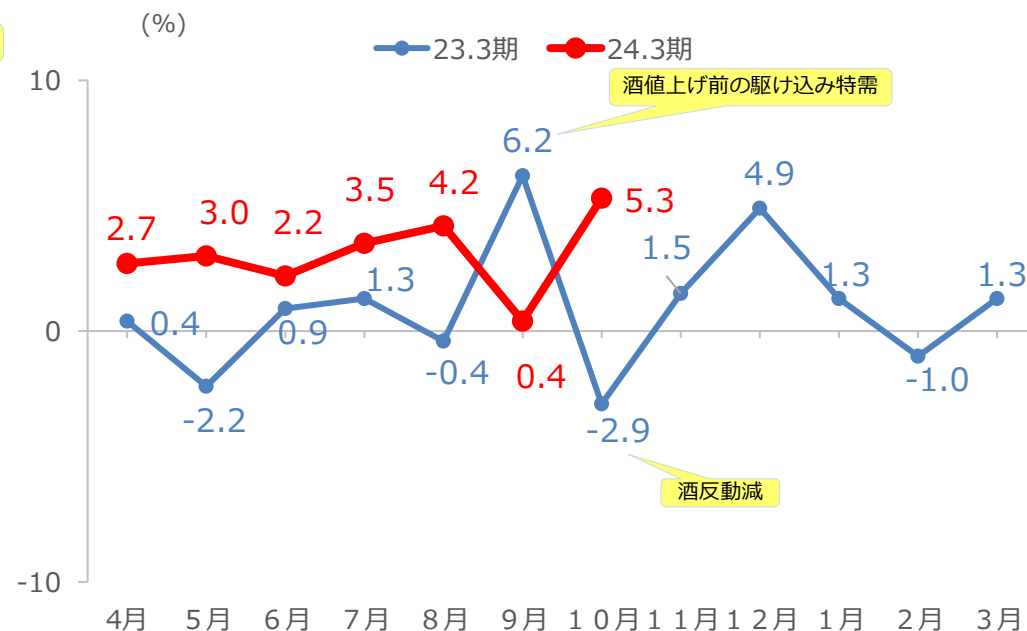
■ グループ既存店実績 ⇒ 上期 : +2.4

事業別既存店売上高前年同月比較

ドラッグストア事業



ディスカウントストア事業



ドラッグストア既存店の傾向

上期実績 : +2.3

- ・ 繁華街のインバウンド・メイク等化粧品需要の回復
- ・ 駅前・郊外共に風邪薬がコロナ禍前水準まで回復
- ・ マスク等新型コロナ感染症対策商品の需要減少

ディスカウントストア既存店の傾向

上期実績 : +2.7

- ・ ペット用品・食料品等好調に推移
- ・ ドラッグ事業同様に風邪薬がコロナ禍前水準まで回復
- ・ マスク等新型コロナ感染症対策商品の需要減少

(単位：百万円)

ドラッグストア事業	2023年3月期上期		2024年3月期上期		
	実績	構成比	実績	構成比	前年同期比
ヘルスケア	65,176	29.6%	68,824	28.3%	105.6%
ホームケア	47,717	21.7%	50,555	20.8%	105.9%
ビューティケア	67,496	30.7%	72,068	29.7%	106.8%
フーズ	30,449	13.8%	40,709	16.8%	133.7%
その他	9,114	4.1%	10,635	4.4%	116.7%
合計	219,953	100.0%	242,793	100.0%	110.4%

■ フーズ⇒① (株) 大屋子会社化による影響 (大屋除く:113%)

概況

②郊外新店の食品強化店舗の影響が前年同期比を9pt押し上げた (単位：百万円)

ディスカウントストア事業	2023年3月期上期		2024年3月期上期		
	実績	構成比	実績	構成比	前年同期比
ヘルス&ビューティー	31,172	21.7%	32,792	21.2%	105.2%
フーズ	95,769	66.5%	104,188	67.2%	108.8%
グロッサリー・日配・冷食	69,820	48.5%	76,157	49.1%	109.1%
お酒	25,948	18.0%	28,031	18.1%	108.0%
その他	16,988	11.8%	18,051	11.6%	106.3%
合計	143,931	100.0%	155,031	100.0%	107.7%

概況

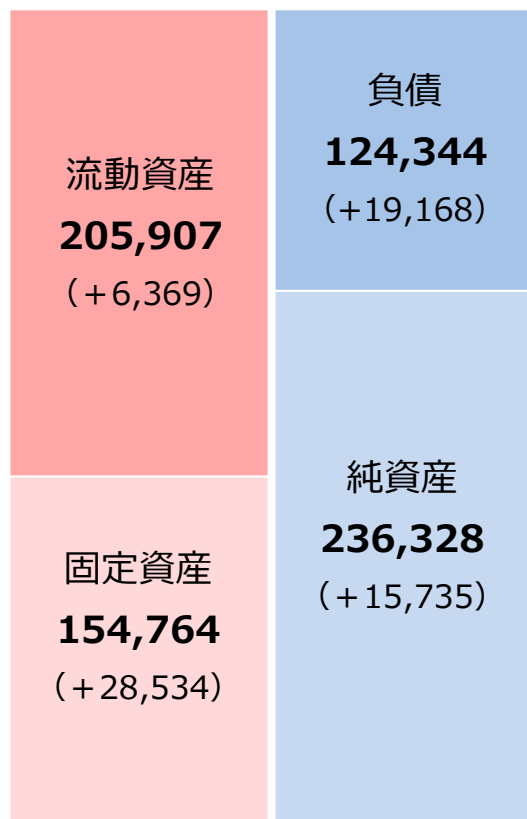
■ ヘルス&ビューティー⇒マスク等新型コロナ感染症対策商品の売上減少影響▲1.8pt

2023年3月期

(単位：百万円)

総資産：**360,672**

【自己資本比率：65.5%】

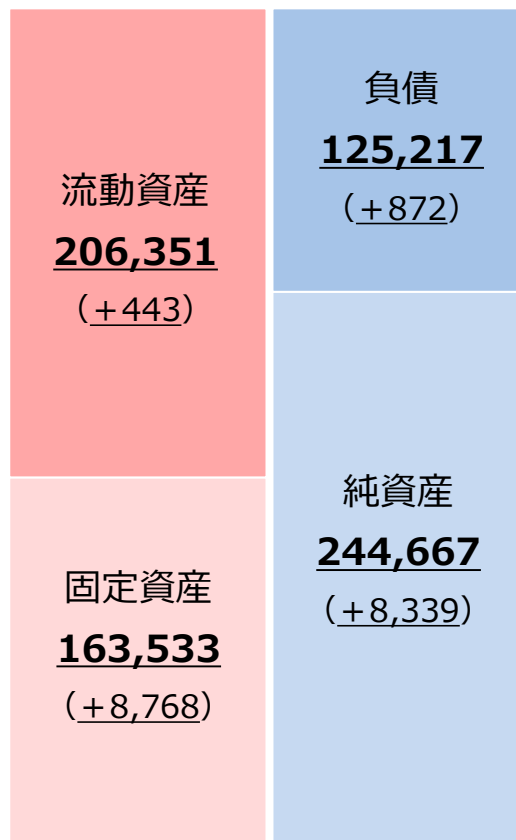


2024年3月期上期

(単位：百万円)

総資産：**369,884**

【自己資本比率：66.1%】



流動資産

(単位：百万円)

+443

現金及び預金

▲4,066

売掛金

+574

商品

+3,468

その他

+466

固定資産

+8,768

有形固定資産

+8,453

無形固定資産

+211

投資その他の資産

+103

流動負債

+736

買掛金

+1,224

契約負債

+378

その他

▲866

固定負債

+136

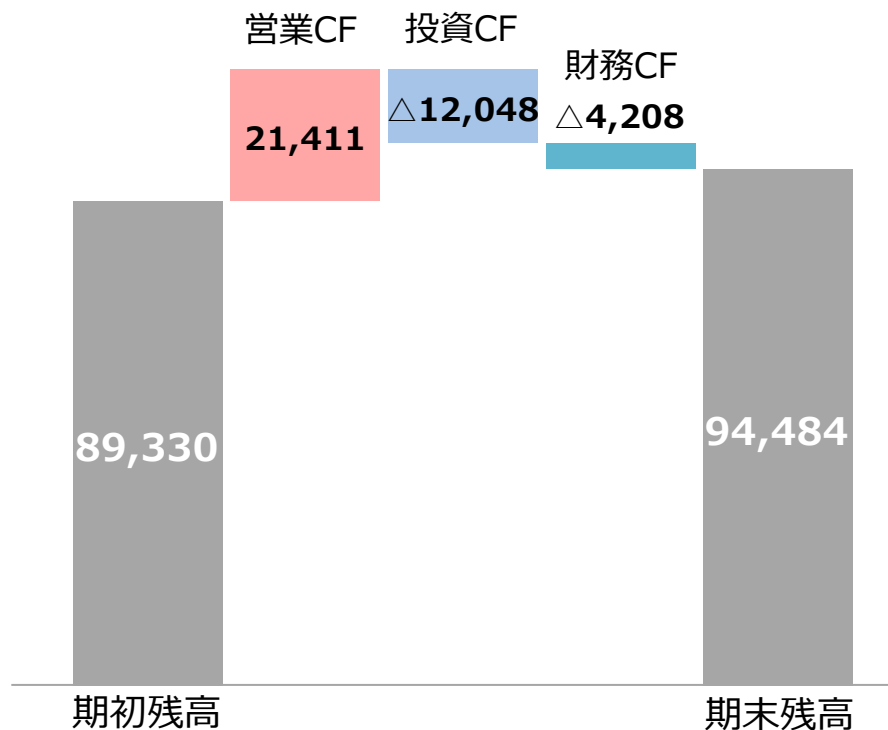
株主資本

+8,320

※ () 内は前期比

2023年3月期上期

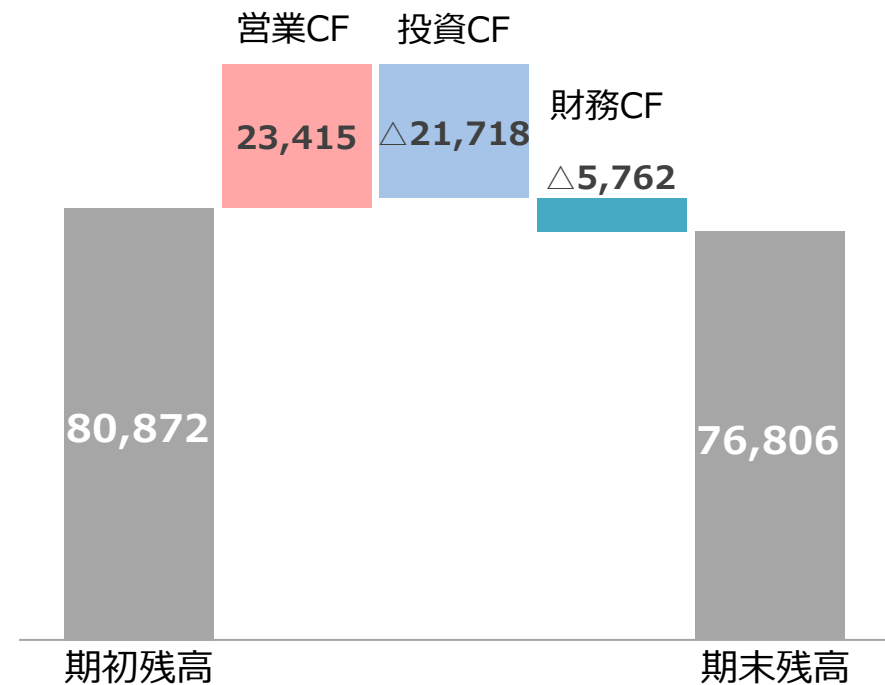
(単位：百万円)



■ 設備投資	10,226
■ 減価償却費	5,433

2024年3月期上期

(単位：百万円)



■ 設備投資	15,306
■ 減価償却費	6,932

2024年3月期 通期計画



■ 通期計画：上期の業績動向を踏まえ上方修正

(単位：百万円)

	連結			ドラッグストア事業			ディスカウントストア事業		
	計画	構成比	前期比	計画	構成比	前期比	計画	構成比	前期比
売上高	747,000	100.0%	108.2%	488,100	100.0%	108.1%	312,400	100.0%	108.3%
売上総利益	189,300	25.3%	110.1%	133,800	27.4%	110.7%	55,900	17.9%	108.9%
販管費	149,000	19.9%	110.8%	108,500	22.2%	111.6%	40,900	13.1%	109.0%
営業利益	40,300	5.4%	107.6%	25,300	5.2%	106.9%	15,000	4.8%	108.8%
経常利益	40,900	5.5%	107.3%	25,800	5.3%	106.3%	15,100	4.8%	109.0%
当期純利益	27,200	3.6%	105.8%	17,200	3.5%	105.1%	10,000	3.2%	107.0%

■ 1株当たり当期純利益：232円57銭 ■ 設備投資：36,000百万円 ■ 減価償却費：14,900百万円 ■ 配当金：114円（中間57円・期末57円）

前提条件

■ グループ既存店 売上高計画前期比

通期：計画+1.7 ⇒【上期実績：+2.4 下期：+1.1】

● ドラッグストア事業

通期：計画+1.5 ⇒【上期実績：+2.3 下期：+0.8】

● ディスカウントストア事業

通期：計画+2.0 ⇒【上期実績：+2.7 下期：+1.4】

■ 出店：120店舗

・ドラッグストア事業：85 ・ディスカウントストア事業：35

■ 改装：104店舗

・ドラッグストア事業：89 ・ディスカウントストア事業：15

■ 退店：15店舗

・ドラッグストア事業：10 ・ディスカウントストア事業：5

今後の経営課題と中期経営計画



連結売上高1兆円をめざす

2026年3月期 数値目標

売上高
1兆円

営業利益
600億円
営業利益率 **6.0%**

店舗数
1,750店

事業戦略

出店

M&A

EC事業
強化

調剤事業
強化

経営基盤強化

デジタル推進

生産性向上

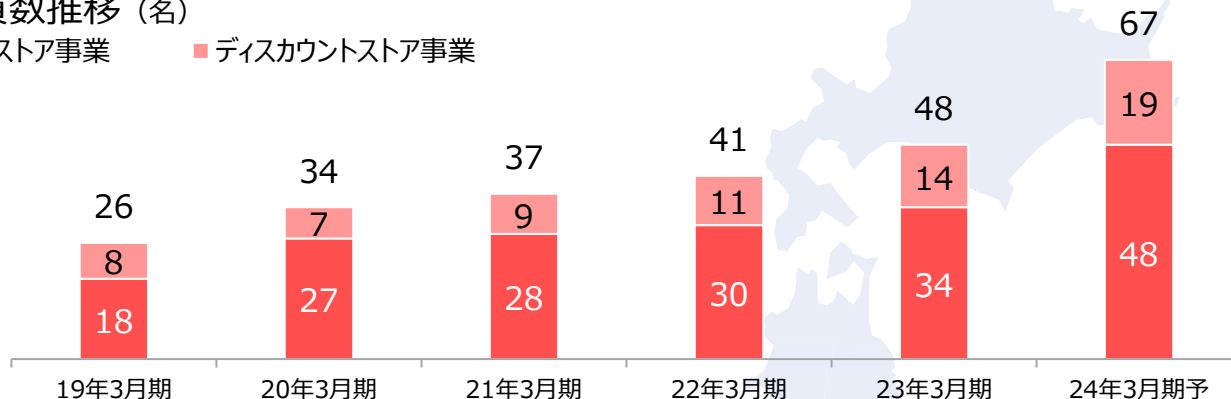
サステナブル経営

■ 出店数拡大へ

人 員

◆ 開発人員数推移 (名)

■ ドラッグストア事業 ■ ディスカウントストア事業

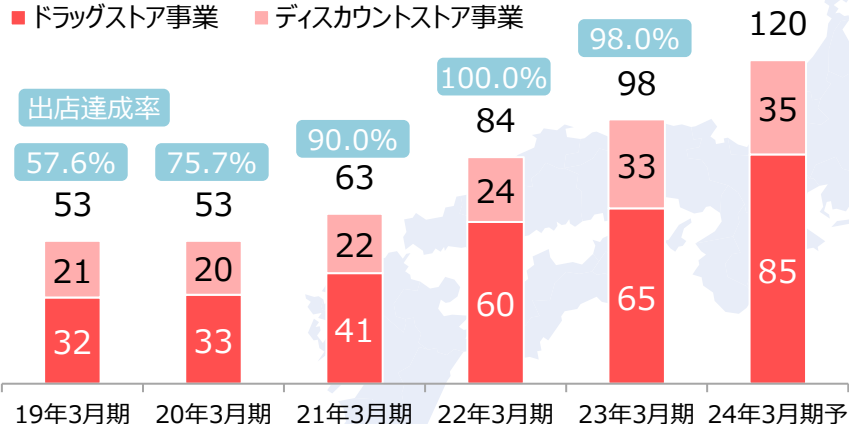


計画的な人員増員により出店数も順調に増加

店 舗

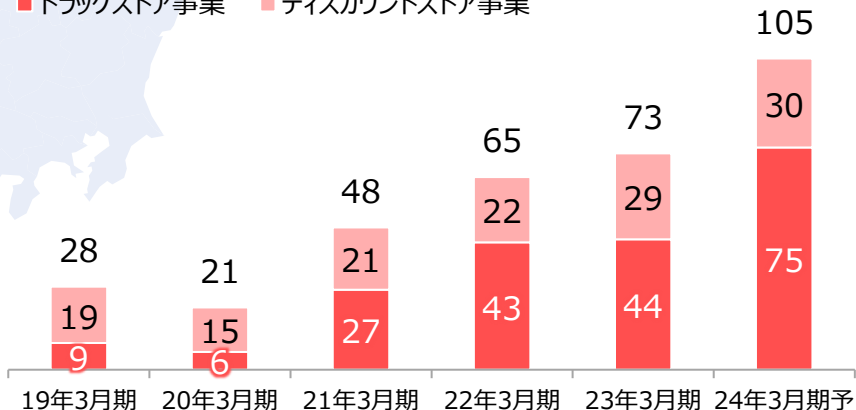
◆ 出店店舗数・達成率推移 (店)

■ ドラッグストア事業 ■ ディスカウントストア事業



◆ 店舗純増数推移 (店)

■ ドラッグストア事業 ■ ディスカウントストア事業



出店基準も維持し店舗純増数も確実に増加

■ ECサイト、仕組みリニューアルに伴う顧客満足度、利便性の向上と効率化達成

EC斬新
OMO戦略

2023年3月23日: ECサイトとお客様サイトを統合し、リテールメディア化

- サイトデザイン斬新によるお客様の利便性の向上
(在庫の確認、薬の錠形までフィルターがかけられる便利な検索機能など)
- CRM導入によりお客様とのコミュニケーション強化
- 多言語化対応サイト
- 楽天ペイやd払いなど、新たな決済の追加
- 店舗とオンラインの購買履歴確認



※Sundrug Online Store

EC基盤リニューアルによる変革

顧客体験の
向上

- 当日発送・日付指定サービス開始
- 1to1マーケティングによる顧客体験の提供
- 法人のお客様専用サイト立上げ
- 「おせち」や「冷凍食品」の取り扱い開始
- 予約や定期購入販売の追加
- お問い合わせ返答速度の大幅短縮
- WEBやアプリ上での薬剤師とのコミュニケーション



※法人向けサイト

生産性向上

- D C 一体型拠点追加による物流効率化向上
- 拠点分散による配送コスト削減(8月22日中京一宮センター開設)
- 需要予測による適正在庫、コスト最適化
- グローバル基準による商品登録自動化
- 情報一元化や自動化ツールの導入によるマーケティング施策

■ 地域社会に向けた調剤需要に対する取り組み

2024年3月期 上期 累計店舗数
単独店舗：29店舗
併設店舗：133店舗

調剤実績 2024年3月期 上期

【調剤売上】 67億35百万円 前年同期比：122.2%
【処方箋枚数】 661,689枚 前年同期比：119.9%
【処方箋単価】 8,487円/枚 前年同期比：101.9%

開局実績 2024年3月期 上期

単独 1店舗・併設 15店舗 開局

2024年3月期
単独 2店舗・併設 39店舗 開局計画

調剤店舗出店拡大への取り組み

- 併設店舗を中心とした出店の加速
併設率：12.9%→23.3% (2026年度目標)
- 地方出店
- 近隣医療機関との連携強化

次期報酬改定への対応（薬局機能向上）

- 多職種との連携
→薬剤管理・服薬指導の強化
- かかりつけ薬剤師の育成
- 在宅の拡大
→医療・介護とのシームレスな関係の構築

地域支援体制加算の算定店舗数の拡大

■ オペレーションのさらなる効率化への取り組み

電子棚札導入

粗利額 +1.0%・人件費 ▲3.5%

- 2023年3月末：100店舗導入（累計120店舗）
- 2024年3月期：上期120店舗導入済。下期30店舗導入計画
- 設備投資：総合計250億円程度の見込み

導入効果

- ・店舗での特売などのショーカード設置等作業削減
- ・タイムリーな表示変更と価格反映による効率化
- ・販促表示等の効率化



自動発注の範囲拡大

粗利額+0.1%・人件費 ▲0.4%

- 特売商品の自動発注対応
 - ・ 2023年3月期：サンドラッグ全店運用開始
 - ・ 2023年6月：プラス全店運用開始
 - ・ 2023年10月：ダイレックス・星光堂テスト運用開始
 - ・ 2024年3月：ダイレックス・星光堂 全店運用開始予定

⇒発注作業時間の削減

⇒適正発注の精度向上 欠品の改善

- カテゴリー納品と納品回数の削減
 - ⇒店舗規模に応じた納品回数の変更
 - ※対象店舗数：203店舗

■ 発注時間の短縮 作業時間 ▲45.0%

■ 欠品率の改善 欠品率 ▲33.0%
(0.85%→0.57%)

■ 仕分け作業 作業時間 ▲10.5%

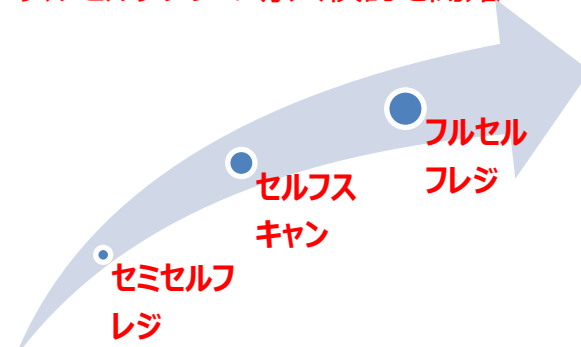
■ オペレーションのさらなる効率化への取り組み

セルフスキャンシステム

人件費 ▲0.9%・削減額 ▲5.5億円/年

- スマートフォンアプリで顧客利便性と生産性向上の両立
⇒ お客様のレジ待ち時間短縮・レジでの商品登録時間短縮
- 2023年9月より東府中店にてテスト運用開始。

さらなるレジ業務の効率化へ向けて、フルセルフレジの導入検討を開始



賞味期限管理システム導入

人件費 ▲0.3%・削減額 ▲1.7億円/年

- 賞味期限ペーパー管理運用の変更 ⇒ タブレットorハンディターミナル管理 ⇒ 賞味期限管理時間の削減・作業精度向上
- 2024年3月期 下期テスト導入開始
- 2025年3月期 全店導入計画



■ KPIによる進捗管理、お取引先様との連携、ESGデータの開示充実を図り、サステナブル経営を推進

重要課題（マテリアリティ）		取り組みの具体例
E	環境経営の推進 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 太陽光発電の導入 ■ ノンフロン冷蔵・冷凍ケースの導入 ■ 空調調和設備導入 ■ 環境配慮型プライベートブランド商品の開発推進 ■ 食品廃棄物の削減推進、廃棄物リサイクル化 ■ GHG排出量（SCOPE1.2.3）算定
S	コンプライアンス経営の推進 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ホワイト物流の推進⇒2022年11月自主行動宣言賛同表明 ■ パートナーシップ構築宣言（2023年5月） ■ お取引に関するアンケート実施
	働き甲斐のある職場環境の整備 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 女性活躍推進 ■ 障がい者雇用の促進 ■ ワークライフバランスの充実のための取り組み ■ 健康経営推進
	健康で豊かな生活への貢献 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 認知症サポーターの育成 ■ 自治体や地域包括センターとの連携 ■ 買い物困難者に対するドローン配送実験への参画
G	ガバナンス経営の推進 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 統合報告書発行 ■ ステークホルダーとの対話の推進

■ 環境経営の推進⇒太陽光発電の導入、空調調和設備導入、ノンフロン冷蔵・冷凍ケース導入

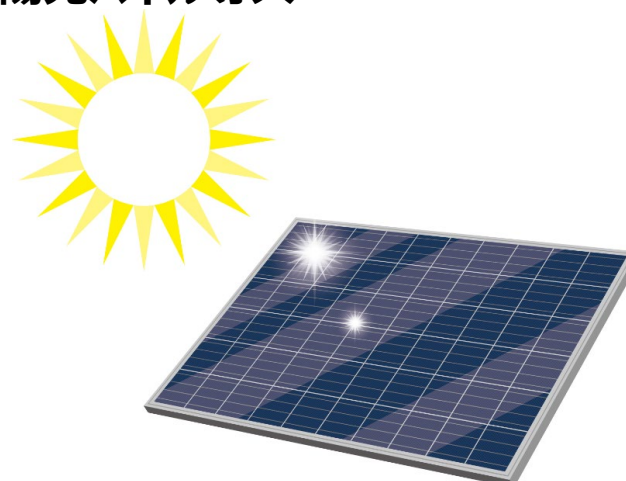


KPI 床面積あたりのCO₂排出量 グループ50%削減（2030年度、2013年度比）

環境に関する基本的な考え方

「地球環境の保全」と「生物多様性の保護」が人間生活の基礎であり事業活動の原資であることを基本に「環境経営」を重点課題（マテリアリティ）の一つに設定し経営に統合して戦略的に推進しています。「環境経営」を実践するにあたっては、さまざまな取り組みにおける行動の基準として環境方針、環境自主行動計画を定め、全ての事業分野において、自ら責任を持ち、さまざまなステークホルダーと協働しながら、事業活動を通じた環境課題の解決に取り組んでいます。

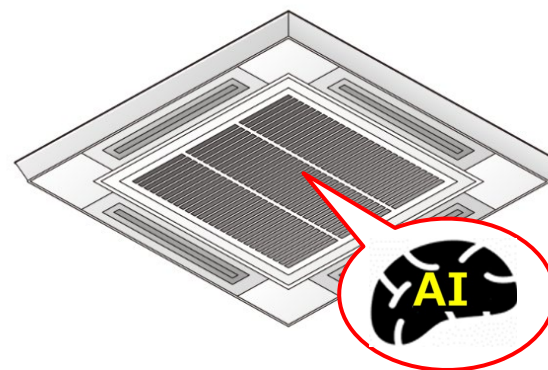
● 太陽光パネル導入



2023年9月現在導入店舗数

設備	店舗数
太陽光発電パネル	49
ノンフロン冷蔵・冷凍ケース	111
空調調和設備	95
※グループ合計	

● 空調調和設備(エネルギーセイバー導入)



エアコン室内機の温度センサーをAI化し、室外機の運転を最適化することで、室温を快適に保ち、温度の上がりすぎや下がりすぎを抑える事で省エネします。

■ 環境経営の推進

⇒食品廃棄物の削減推進、廃棄物のリサイクル化



廃棄物をリサイクル化し、CO2排出量削減を目指す

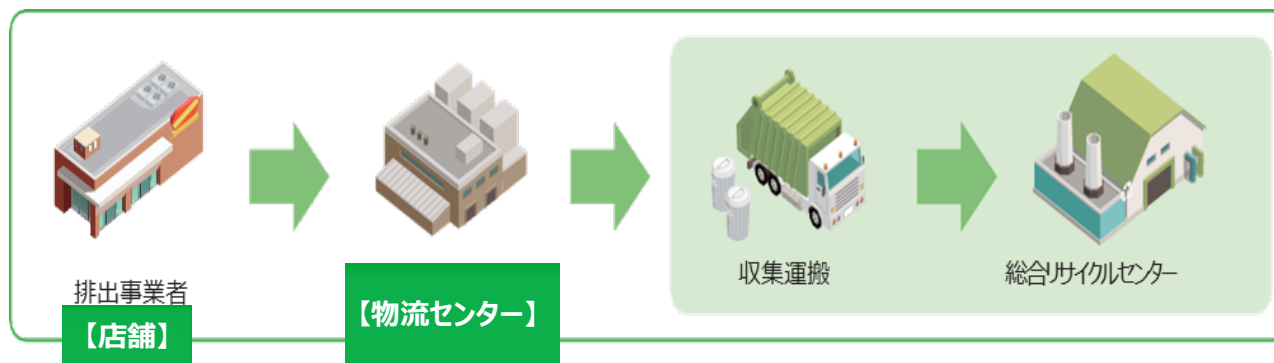
廃棄物リサイクル化

サンドラッグでは扱う商品の特性上、ダンボールや緩衝材などプラスチック廃棄物が多く発生します。現在ダンボールの多くはリサイクル処理をしていますが、その他の廃棄物に関しては店舗段階で細分化し可能な限り、資源リサイクル化を進め、地球環境に優しい経営を推進していきます。

取り組み内容

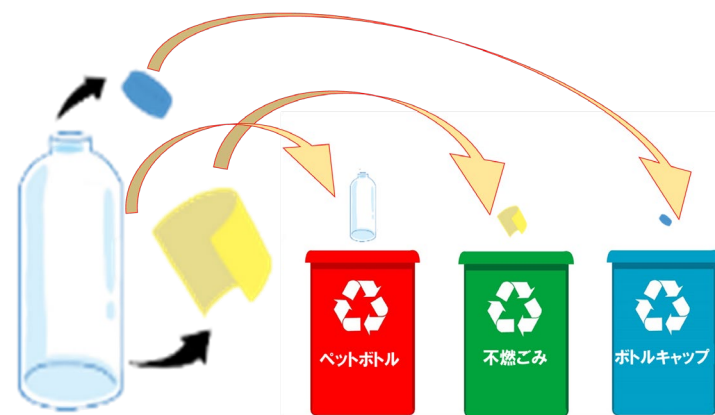
- ① 環境問題、当社の取り組みを社内教育
- ② 分別の徹底

【廃棄物リサイクル化】

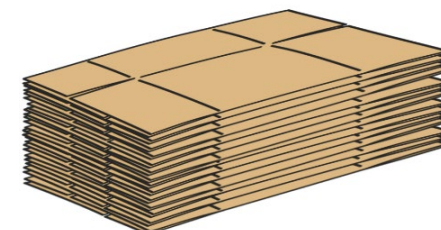


【分別の徹底】

ペットボトル



ダンボール



■ 環境経営の推進

⇒食品廃棄物の削減推進、廃棄物リサイクル化



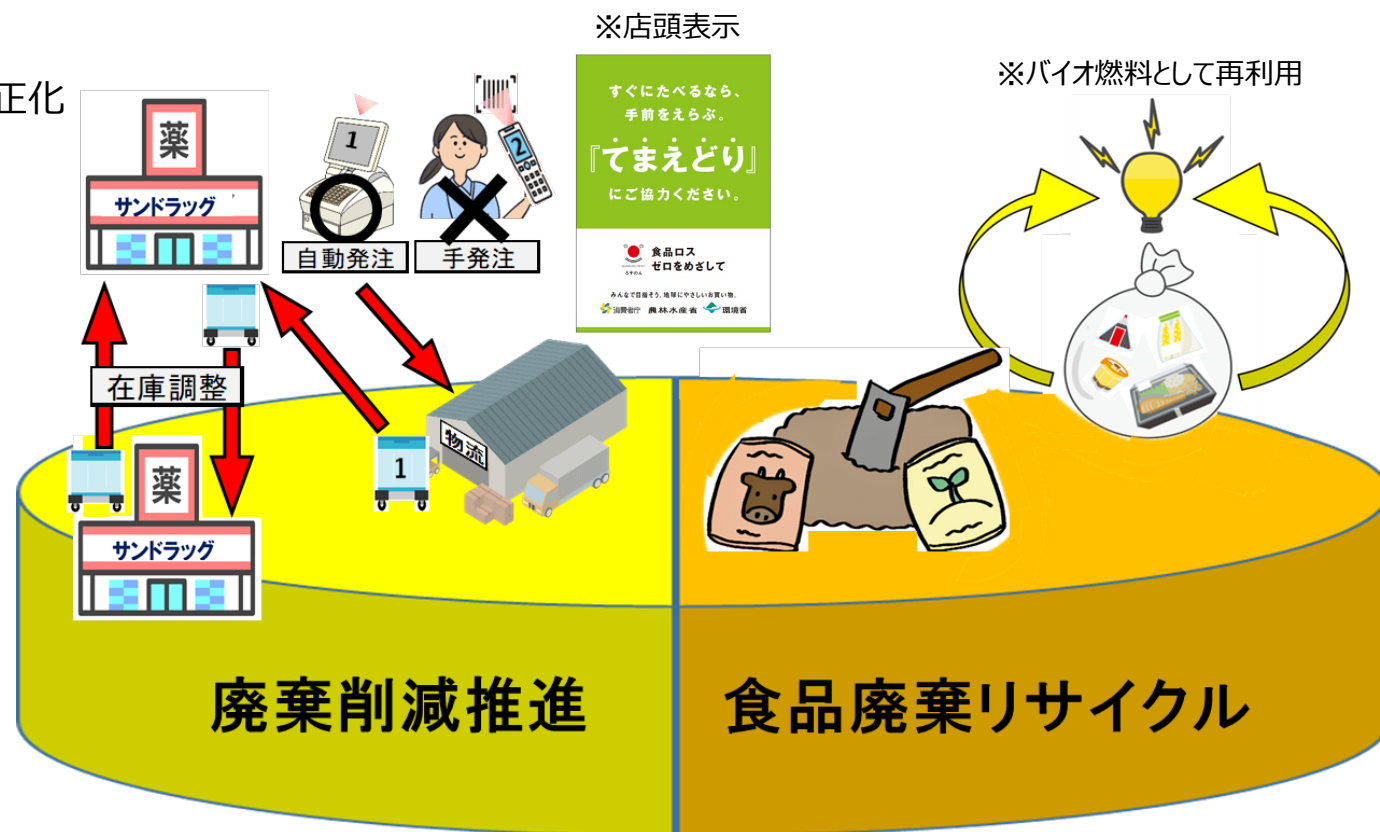
1. 食品ロス率（発生原単位＝売上）を50%削減（2018年度比）
2. 食品廃棄のリサイクル率100%を目指す

取り組み内容

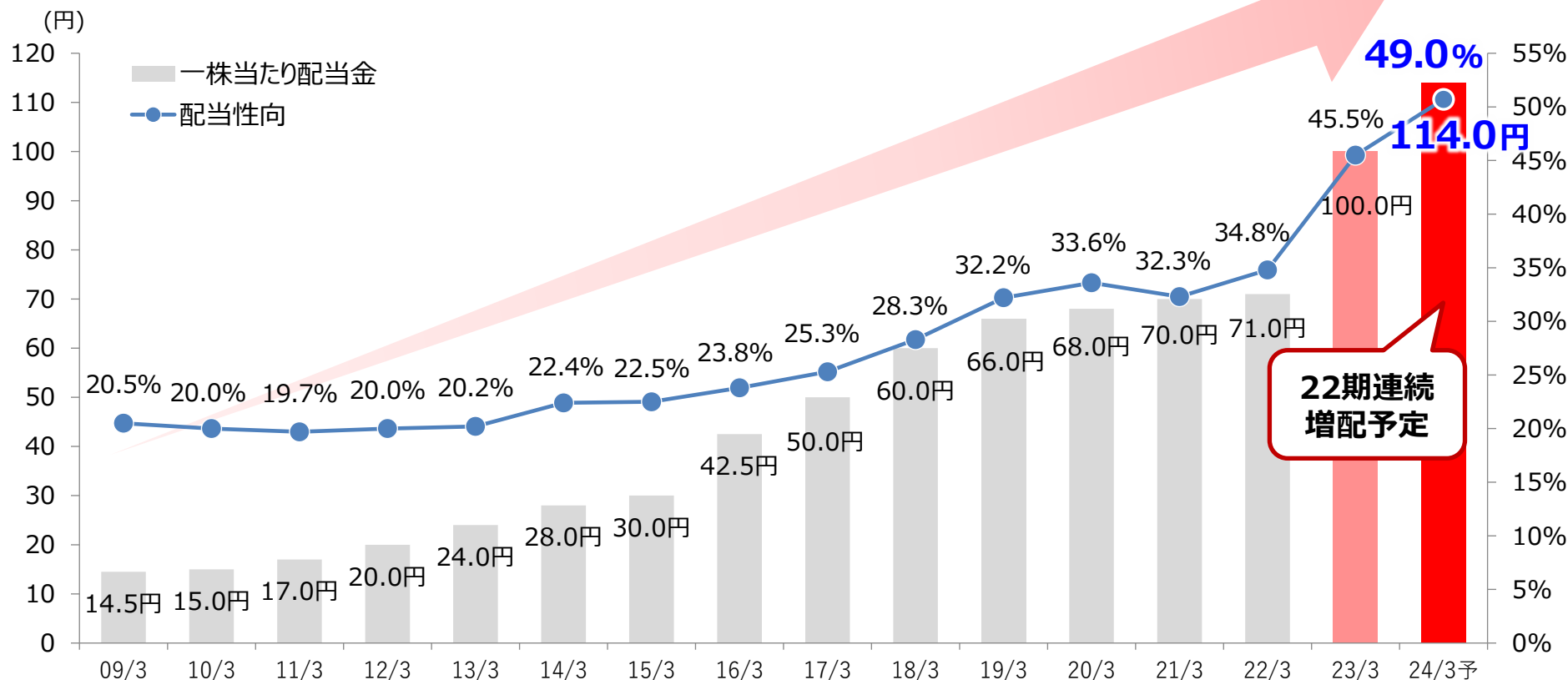
- ① 自動発注による発注量の適正化
- ② 特売商品への自動発注拡大
- ③ 店舗間移動による販売促進
- ④ 「てまえどり」促進活動
- ⑤ 食品廃棄リサイクル化

食品廃棄リサイクル化

店舗で出た食品廃棄を、
バイオ燃料として再利用する
取り組みを進めております。



■ 前期末21期連続増配を実施。 今期22期連続増配に向けて年間配当額「114円」を予定



(注) 2017年4月1日付で普通株式1株につき2株の株式分割を行っております。
2009年3月期の期首に当社該当株式分割が行われたと仮定して「1株当たり」を算定しております。

資本配分については、新規出店、既存店改装、デジタル推進、M&A、株主還元（配当性向50%目安）など、事業成長につながる積極投資と株主還元策を検討しながら、持続的な企業価値向上をめざした経営判断と戦略遂行に務めてまいります。



お問い合わせ先

株式会社サンドラッグ 管理部

【住所】 〒183-0005 東京都府中市若松町1丁目38番地の1

【TEL】 042-369-6211

この資料には、当社の現在の計画や業績見通しなどが含まれております。それら将来の計画や予想数値などは、現在入手可能な情報をもとに、当社が計画・予測したものであります。実際の業績などは、今後の様々な条件・要素によりこの計画などとは異なる場合があります、この資料はその実現を確約したり、保証するものではありません。