

2024年3月期 決算説明資料

2024年5月13日



(東証プライム:8283)

CONTENTS

1.	2024年3月期 決算概要	3
2.	2025年3月期 業績予想	20
3.	APPENDIX	24

CONTENTS

1.	2024年3月期 決算概要	3
2.	2025年3月期 業績予想	20
3.	APPENDIX	24

売上高

1兆**1,519**億円

前期比増減

+478億円 (+**4.3%**)

計画比増減

+99億円 (+**0.9%**)

営業利益

271億円

前期比増減

+27億円 (+**11.0%**)

計画比増減

+6億円 (+**2.5%**)

【前期比】売上高・営業利益ともに過去最高を更新

- 脱コロナに伴う外出関連商材の需要拡大に加え、新規商材の取扱強化など売上拡大施策が奏功
- 売上拡大に伴う売上総利益の増加に加え、変動費の抑制や固定費吸収効果により販管費率が低下

【計画比】売上高・営業利益ともに計画を上回る

- 訪日客数の増加に伴うインバウンド需要の拡大
- センターフィ率の上昇等により売上総利益は計画を下回るも、増収効果や改善取り組み等により、販管費が想定を下回る

• 売上高、営業利益以下の各段階利益で計画を上回る

単位：億円 / (対売比)	2024年3月期 期初計画	2024年3月期 実績	差異	差異率
売上高	11,420	11,519	+99	+0.9%
売上総利益	865 (7.57)	863 (7.50)	△1 (△0.07)	△0.2%
販管費	600 (5.25)	591 (5.14)	△8 (△0.11)	△1.4%
営業利益	265 (2.32)	271 (2.36)	+6 (+0.04)	+2.5%
経常利益	295 (2.58)	305 (2.65)	+10 (+0.07)	+3.5%
当期純利益	203 (1.78)	206 (1.79)	+3 (+0.01)	+1.7%

売上高

- 外出増加に伴う化粧品、医薬品の販売増加
- 訪日客消費の拡大

売上総利益

- センターフィ率の増加等により額・率ともに計画を下回る

販管費

- 売上拡大に伴う固定費吸収効果
- 生産性の向上
- 電気代等が想定を下回る

- 売上高、営業利益、経常利益は過去最高を更新

単位：億円/（対売比）	2023年3月期 実績	2024年3月期 実績	増減	増減率
売上高	11,041	11,519	+478	+4.3%
売上総利益	823 (7.46)	863 (7.50)	+39 (+0.04)	+4.8%
販管費	579 (5.25)	591 (5.14)	+12 (△0.11)	+2.2%
営業利益	244 (2.22)	271 (2.36)	+27 (+0.14)	+11.0%
経常利益	274 (2.49)	305 (2.65)	+31 (+0.16)	+11.3%
当期純利益	192 (1.74)	206 (1.79)	+13 (+0.05)	+7.2%

- 売上総利益率は低下も、増収に伴う売上総利益額の拡大や販管費率の改善により営業利益は前年を上回る

単位：億円/（対売比）	2023年3月期 実績	2024年3月期 実績	増減	増減率
売上高	11,038	11,519	+481	+4.4%
売上総利益	835 (7.57)	863 (7.50)	+27 (△0.07)	+3.3%
販管費	576 (5.23)	591 (5.14)	+14 (△0.09)	+2.6%
営業利益	258 (2.35)	271 (2.36)	+12 (+0.01)	+5.0%

(前期 栃木物流センター新設に伴う影響 通期累計：売上総利益_+11億円 販管費_△2億円 営業利益_+14億円)

- 売上高は前年を上回るも、営業利益は前年を下回る

単位：億円 /（対売比）	1Q			2Q			3Q			4Q		
	2023年3月期	2024年3月期	増減	2023年3月期	2024年3月期	増減	2023年3月期	2024年3月期	増減	2023年3月期	2024年3月期	増減
売上高	2,762	2,935	+172 [+6.3%]	2,786	2,899	+112 [+4.0%]	2,932	2,996	+63 [+2.2%]	2,559	2,689	+129 [+5.1%]
売上総利益	207 (7.53)	217 (7.39)	+9 (△0.14)	202 (7.26)	216 (7.46)	+13 (+0.20)	219 (7.49)	230 (7.69)	+10 (+0.20)	193 (7.58)	199 (7.43)	+5 (△0.15)
販管費	142 (5.17)	147 (5.02)	+4 (△0.15)	147 (5.31)	148 (5.12)	+0 (△0.19)	148 (5.05)	148 (4.96)	+0 (△0.09)	140 (5.48)	147 (5.49)	+7 (+0.01)
営業利益	65 (2.36)	69 (2.38)	+4 (+0.02)	54 (1.95)	67 (2.34)	+13 (+0.39)	71 (2.44)	81 (2.74)	+10 (+0.30)	53 (2.09)	52 (1.94)	△1 (△0.15)
経常利益	73 (2.66)	78 (2.67)	+5 (+0.01)	61 (2.20)	77 (2.68)	+16 (+0.48)	79 (2.71)	90 (3.02)	+11 (+0.31)	60 (2.35)	58 (2.19)	△1 (△0.16)
当期純利益	50 (1.83)	55 (1.88)	+4 (+0.05)	42 (1.52)	53 (1.85)	+11 (+0.33)	54 (1.86)	62 (2.09)	+7 (+0.23)	44 (1.76)	34 (1.30)	△10 (△0.46)

- 売上総利益率の低下、販管費の増加により営業利益は前年を下回る

単位：億円 /（対売比）	1Q			2Q			3Q			4Q		
	2023年3月期	2024年3月期	増減	2023年3月期	2024年3月期	増減	2023年3月期	2024年3月期	増減	2023年3月期	2024年3月期	増減
売上高	2,762	2,935	+172 [+6.3%]	2,786	2,899	+112 [+4.0%]	2,932	2,996	+63 [+2.2%]	2,556	2,689	+132 [+5.2%]
売上総利益	208 (7.55)	217 (7.39)	+8 (△0.16)	207 (7.43)	216 (7.46)	+9 (+0.03)	223 (7.64)	230 (7.69)	+6 (+0.05)	196 (7.67)	199 (7.43)	+3 (△0.24)
販管費	142 (5.17)	147 (5.02)	+4 (△0.15)	145 (5.23)	148 (5.12)	+2 (△0.11)	147 (5.04)	148 (4.96)	+0 (△0.08)	140 (5.50)	147 (5.49)	+7 (△0.01)
営業利益	65 (2.38)	69 (2.38)	+4 (+0.00)	61 (2.20)	67 (2.34)	+6 (+0.14)	76 (2.60)	81 (2.74)	+5 (+0.14)	55 (2.18)	52 (1.94)	△3 (△0.24)

（前期 栃木物流センター新設に伴う影響 1-3月：売上総利益_+2億円 販管費_+0.2億円 営業利益_+2億円）

➤ プラス要因
 ➤ マイナス要因

2024年3月期

1Q

2Q

3Q

4Q

脱コロナ

• 外出増加に伴う化粧品・医薬品の需要拡大（メイクアップ・ドリンク等）

• インバウンド需要回復（化粧品・医薬品）

• 衛生関連商材の需要減少（マスク・消毒液） 3Q以降、需要減少幅は縮小傾向

• OTC抗原検査キットの前期特需の反動減 3Q比で減少幅は縮小

物価高騰

• 物価高騰に伴う節約志向 特に日用品の販売数量に影響 選別消費が定着
 • 高付加価値品は堅調 単価上昇率は徐々に緩やかに

気 候

• 高気温で夏物好調

• 暖冬によりカイロが苦戦

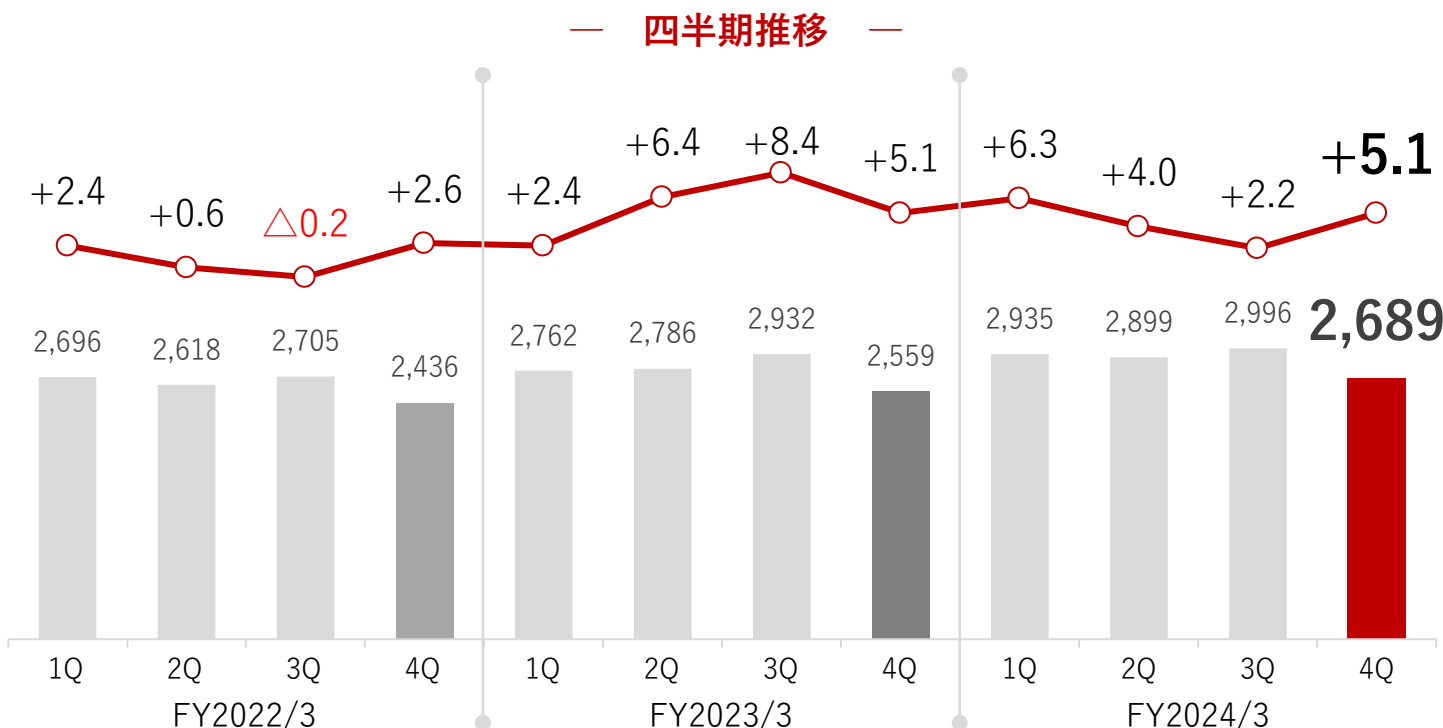
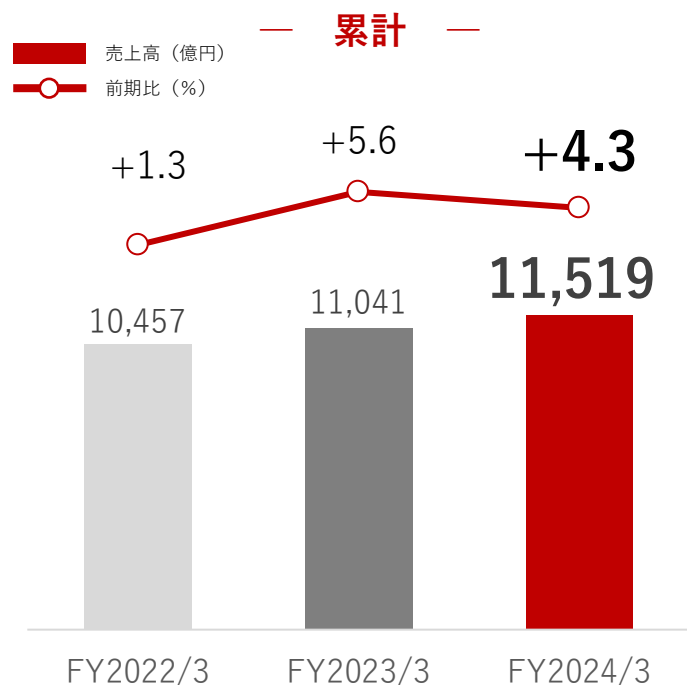
• 3月低気温により夏物商材苦戦

2024年3月期 前期比 売上高

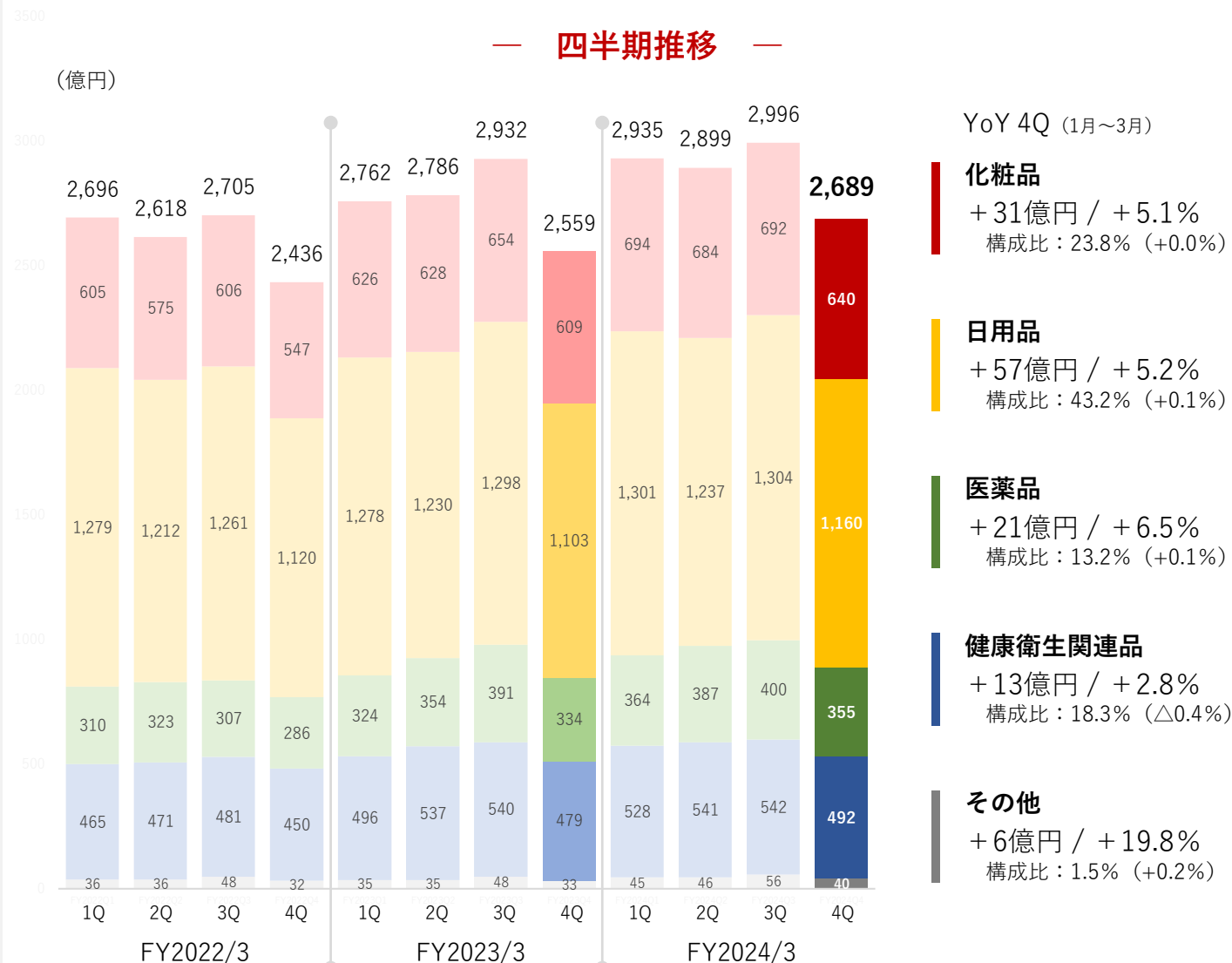
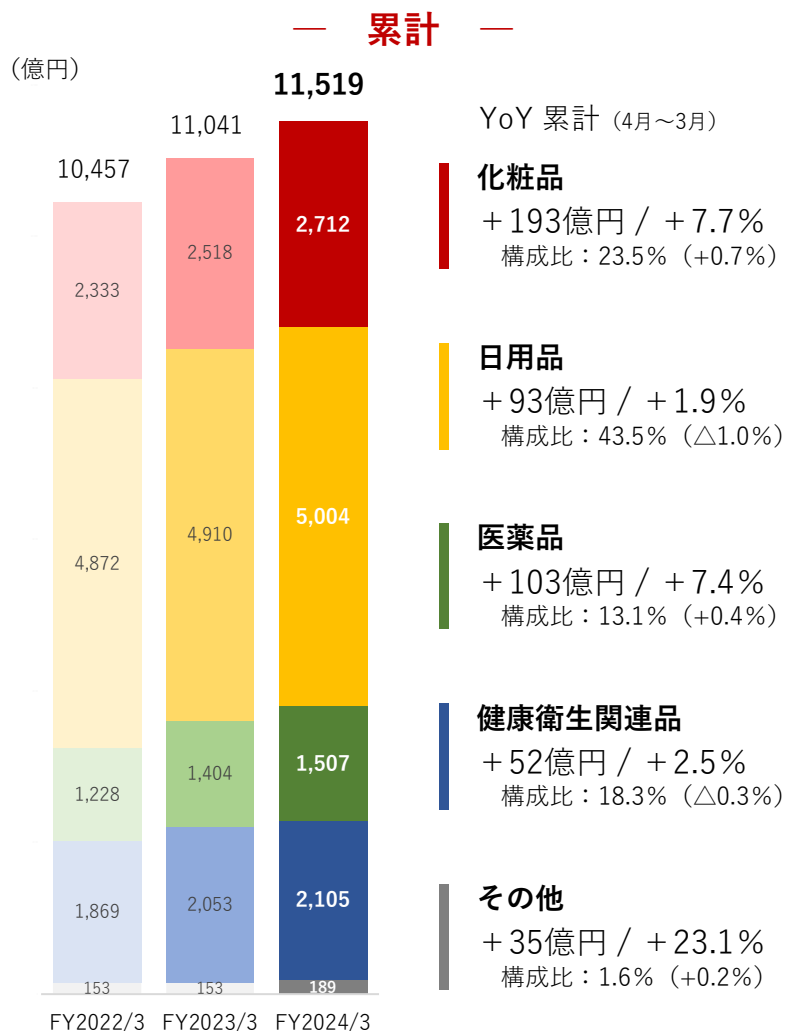
- 通期** 脱コロナに伴う外出増加や生活者ニーズの多様化など、環境変化を捉えた売上拡大施策が奏功したことで前年を上回る (YoY+478億円、+4.3%)

(主な要因) 増収：新規商品の調達強化 / 外出関連商材の需要拡大 / 訪日客消費の拡大 / 猛暑・残暑の影響もありシーズン化粧品や飲料の需要拡大 / 栃木物流センター稼働に伴う取扱量拡大 / 値上げや高付加価値品の拡売に伴う単価上昇
減収：コロナ関連商材の需要縮小

- 4Q** 営業日数が前年より1日多かったこともプラスに影響し前年を上回る (YoY+129億円、+5.1%)

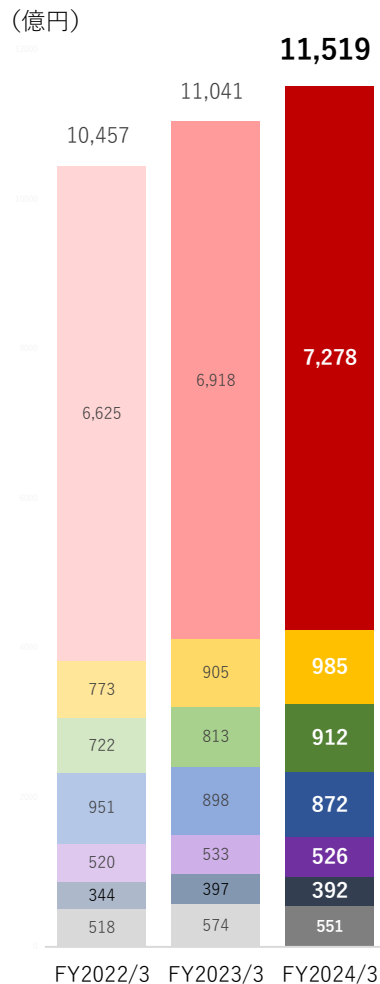


2024年3月期 前期比 商品分類別売上高



2024年3月期 前期比 販売先業態別売上高

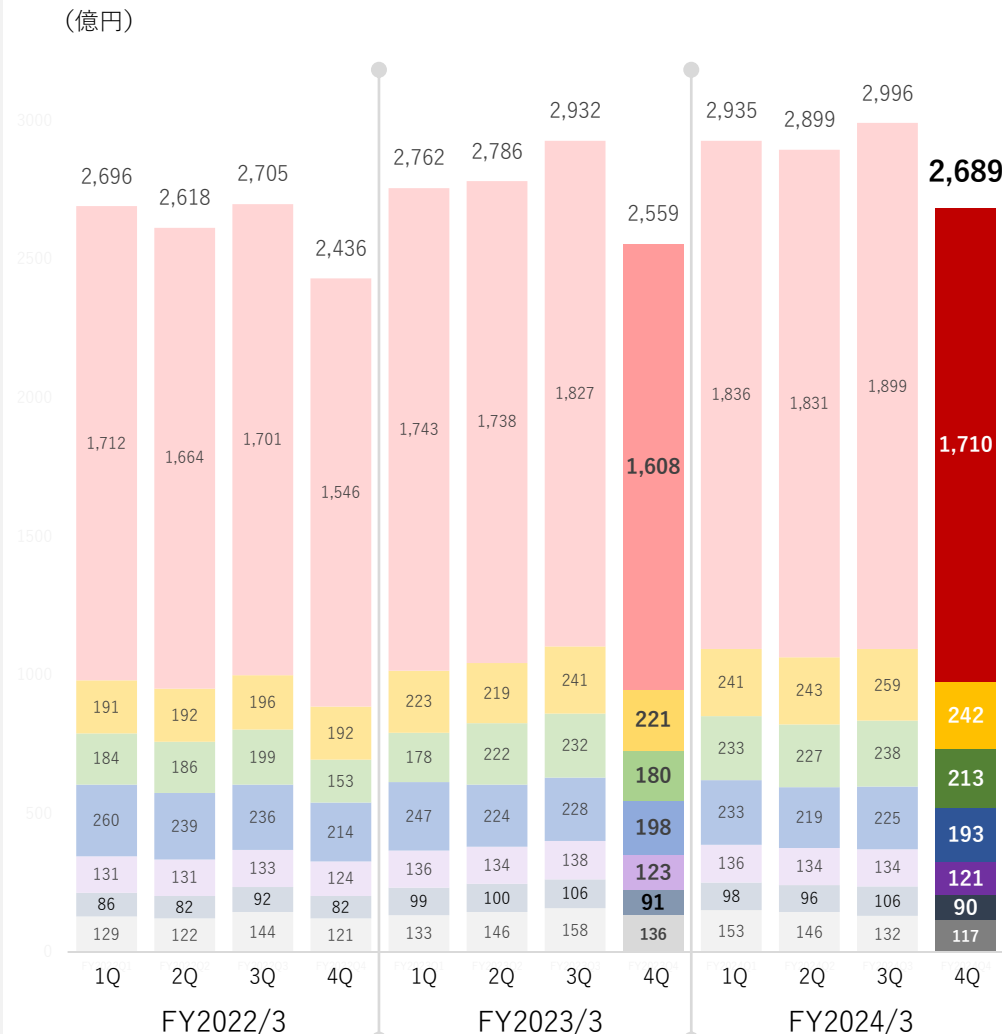
— 累計 —



YoY 累計 (4月~3月)

- ドラッグストア**
+360億円 / +5.2%
構成比: 63.1% (+5.2%)
- ディスカウントストア**
+80億円 / +8.9%
構成比: 8.6% (+0.4%)
- コンビニエンスストア**
+98億円 / +12.1%
構成比: 7.9% (+0.5%)
- ホームセンター**
△25億円 / △2.9%
構成比: 7.6% (△0.5%)
- スーパーマーケット**
△6億円 / △1.3%
構成比: 4.6% (△0.2%)
- GMS***
△4億円 / △1.2%
構成比: 3.4% (△0.2%)
- その他**
△23億円 / △4.1%
構成比: 4.8% (△0.4%)

— 四半期推移 —



YoY 4Q (1月~3月)

- ドラッグストア**
+102億円 / +6.3%
構成比: 63.6% (+0.7%)
- ディスカウントストア**
+20億円 / +9.5%
構成比: 9.0% (+0.4%)
- コンビニエンスストア**
+32億円 / +18.3%
構成比: 7.9% (+0.9%)
- ホームセンター**
△4億円 / △2.5%
構成比: 7.2% (△0.6%)
- スーパーマーケット**
△2億円 / △2.0%
構成比: 4.5% (△0.3%)
- GMS***
△0億円 / △0.7%
構成比: 3.4% (△0.2%)
- その他**
△18億円 / △13.4%
構成比: 4.4% (△0.9%)

* GMSはゼネラルマーチャンダイジングストアの略

2024年3月期 前期比 売上総利益

通期

- 物価高騰や商品分類構成の変化等による影響はあるも、売上拡大を軸とした獲得リベートの増加等により額・率ともに前年を上回る (YoY+39億円、対売比+0.04%)

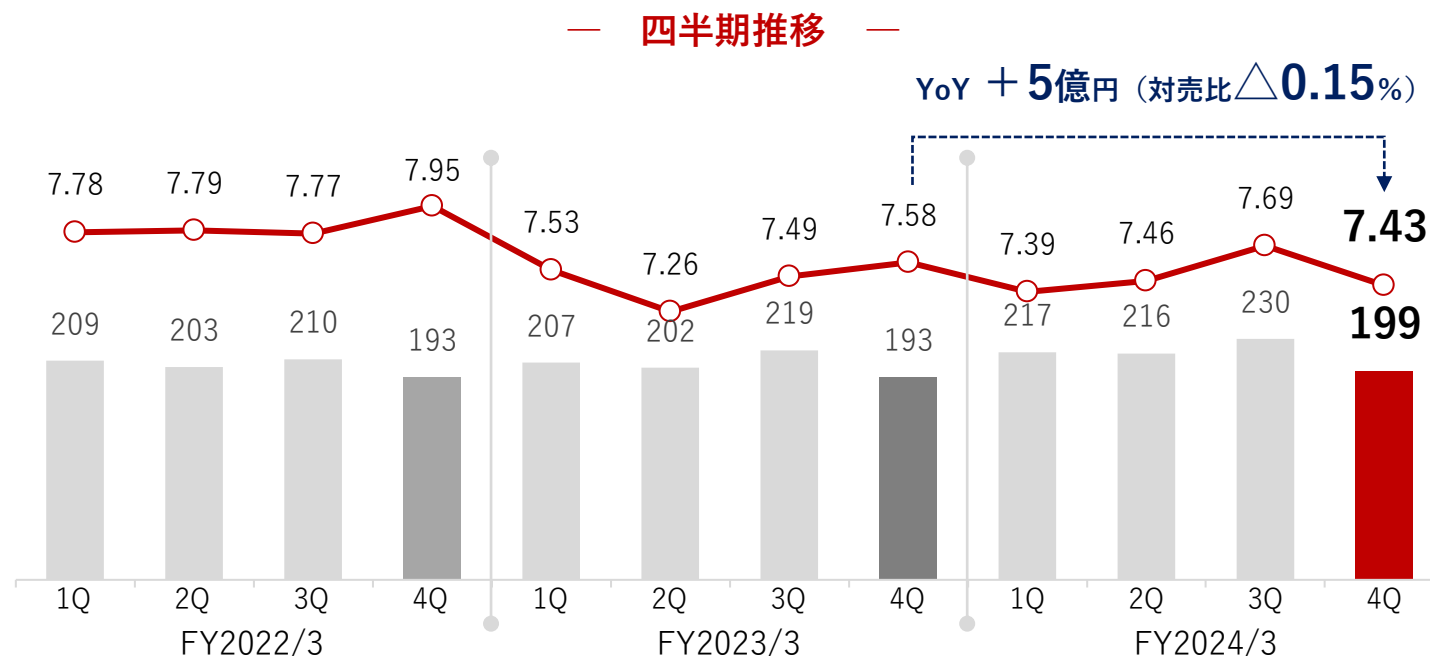
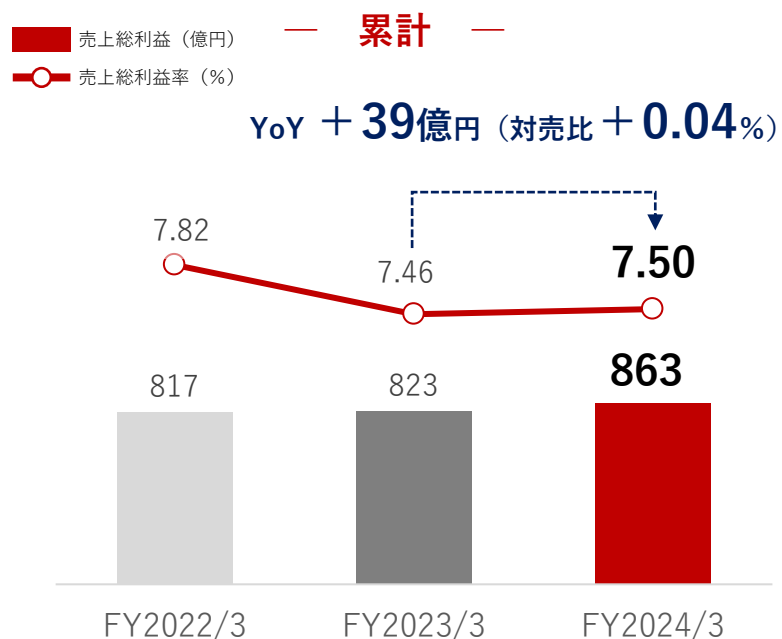
(主な要因) 改善：売上拡大に伴う獲得リベートの拡大 /

前期に発生した栃木物流センター新設に伴う一過性費用の消失 (通期累計：11億円 4Q (1-3月) 2億円)

低下：比較的粗利率の高い衛生用品の需要減少の影響 / センターフィの増加 (センターフィ発生企業の売上増・燃料費高騰等)

4Q

- 増収に伴い額は増加も、率は前年を下回る (YoY+5億円、対売比△0.15%)
卸売市場における価格競争の激化



2024年3月期 前期比 販管費

通期 人財投資により額は増加も、改善取り組みや固定費吸収効果により販管費率は大幅に改善
(YoY+12億円、対売比△0.11%)

(主な要因) 増加：人財投資（人財確保、賃金引上げ）

改善：臨時雇用者の単価上昇はあるも、庫内活動全般の改善に取り組み、率上昇を抑制 / 配送改善取り組み

前期に発生した栃木物流センター新設に伴う一過性費用の消失（通期累計：△2億円 4Q（1-3月）+0.2億円）

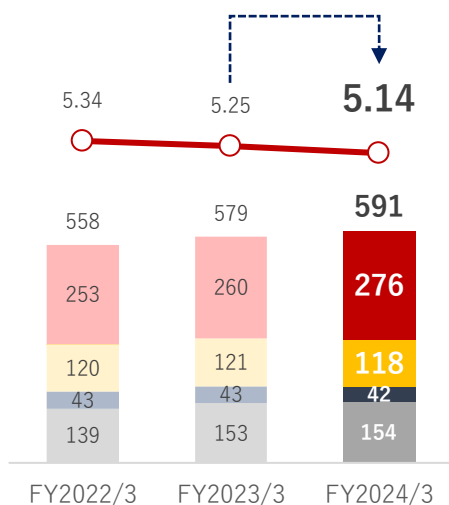
4Q 人件費の増加により、額・率ともに前年を上回る（YoY+7億円、対売比+0.01%）

（計画を上回る業績を踏まえ従業員賞与を増額）

○ 販管費率 (%)
(億円)

— 累計 —

YoY + 12億円 (対売比△0.11%)



YoY 累計 (4月~3月)

人件費
+15億円 (+0.04%)

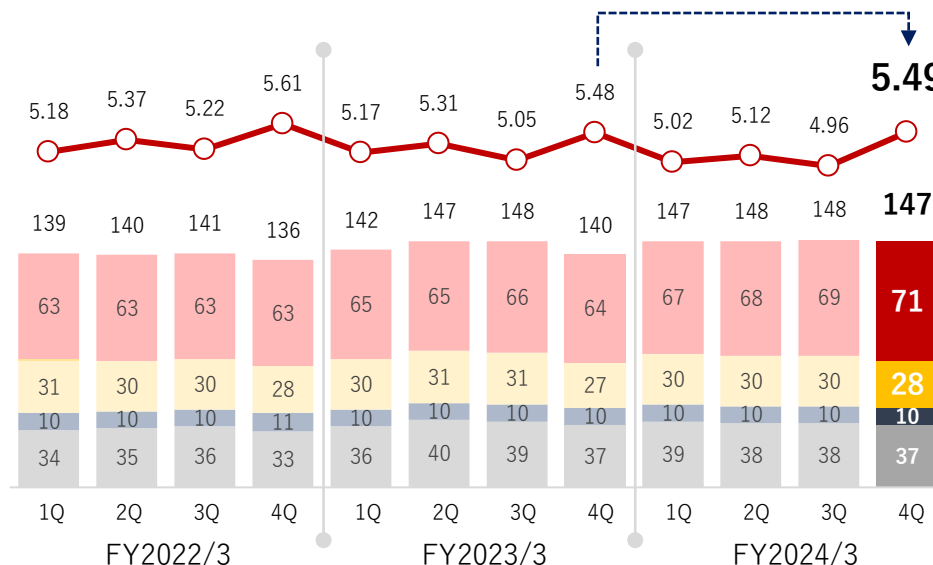
配送費
△2億円 (△0.07%)

減価償却費
△1億円 (△0.03%)

その他
+1億円 (△0.05%)

— 四半期推移 —

YoY + 7億円 (対売比+0.01%)



YoY 4Q (1月~3月)

人件費
+7億円 (+0.14%)

配送費
+0億円 (△0.04%)

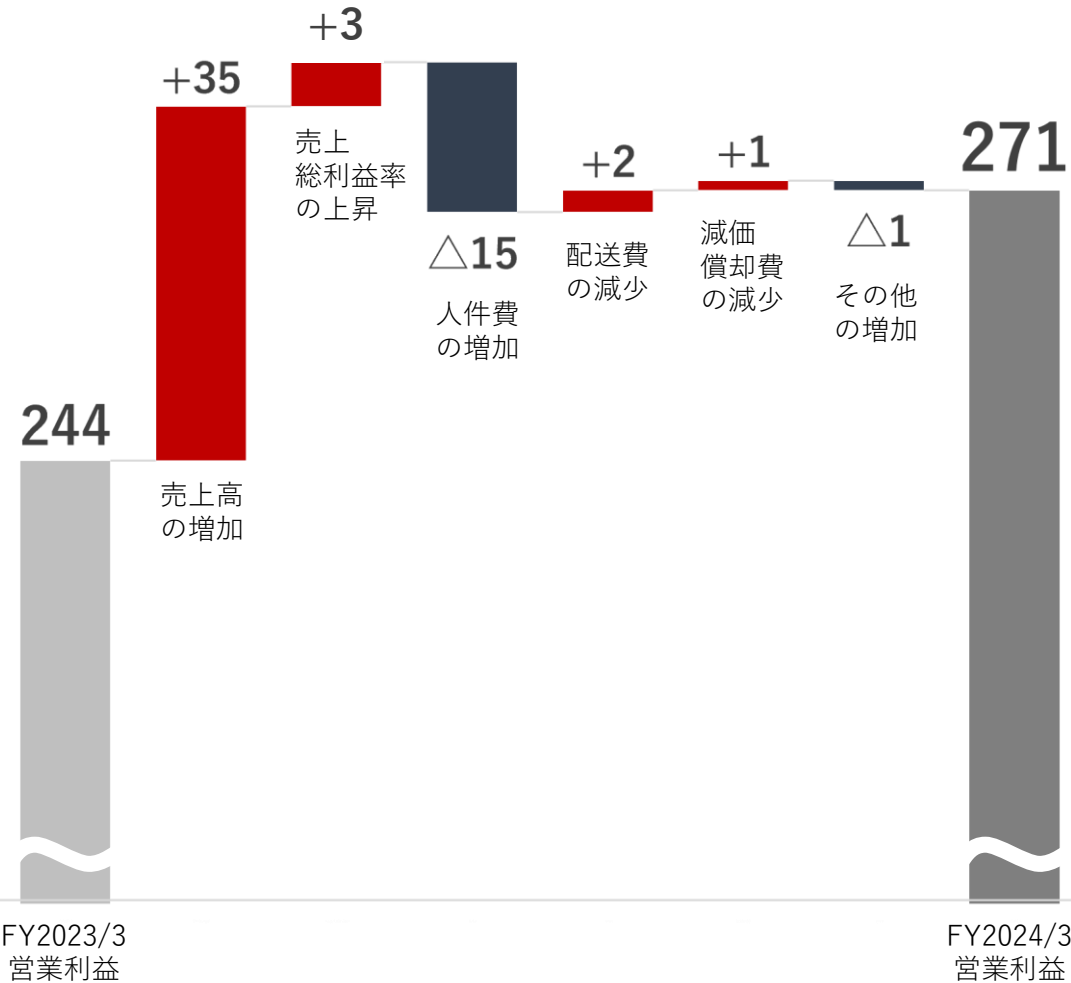
減価償却費
△0億円 (△0.04%)

その他
+0億円 (△0.05%)

2024年3月期 前期比 営業利益

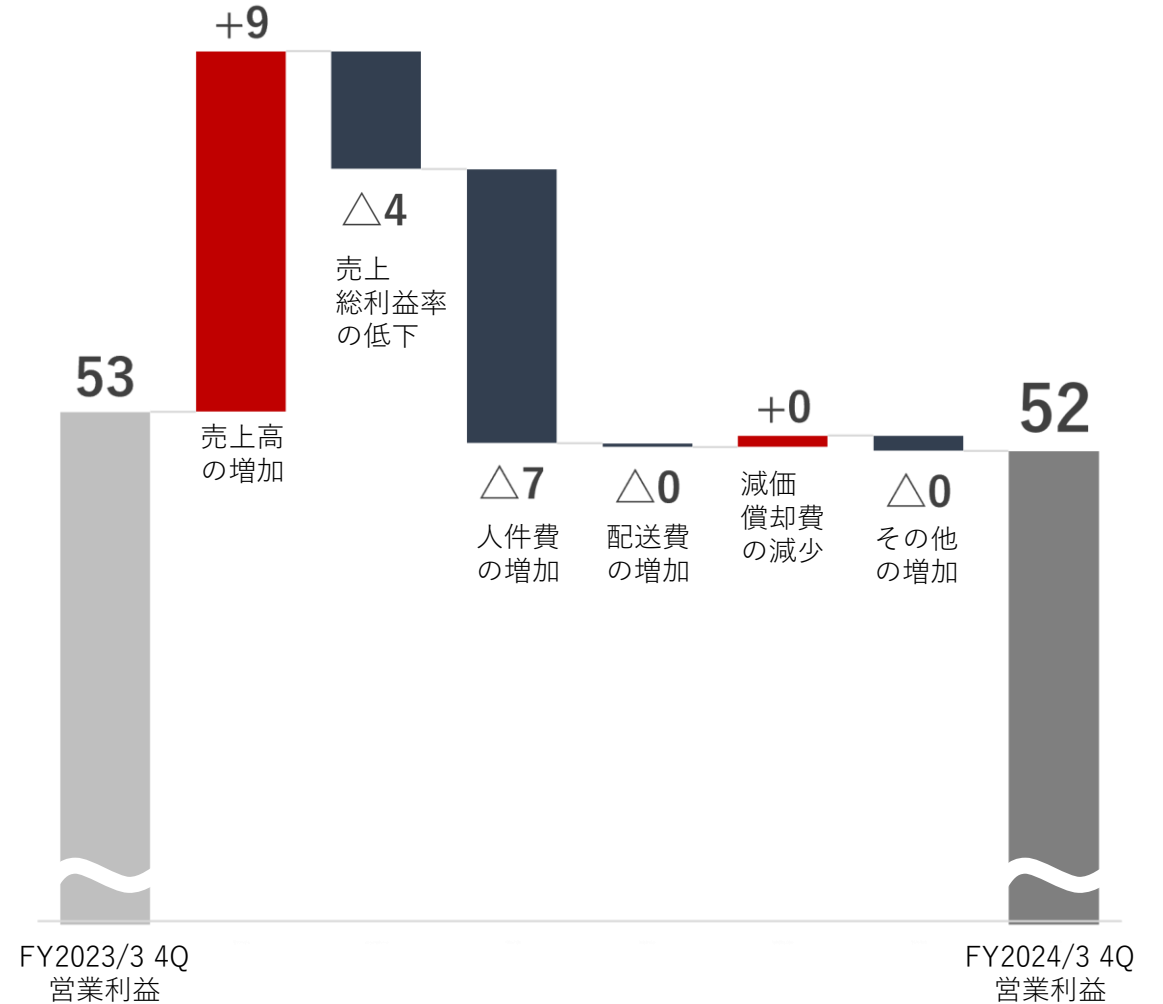
(単位：億円)

— 累計 (4-3月) —



(単位：億円)

— 4Q (1-3月) —



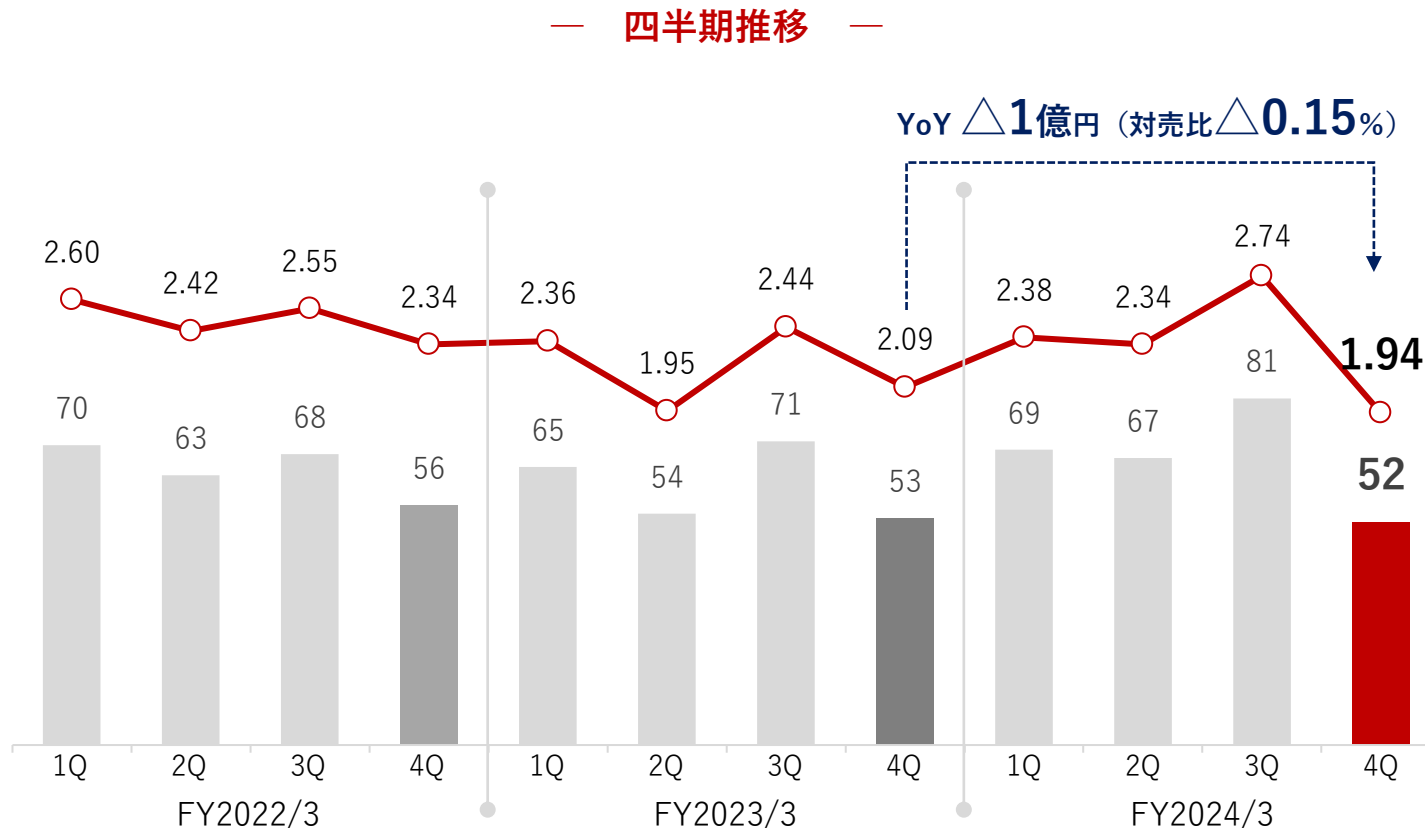
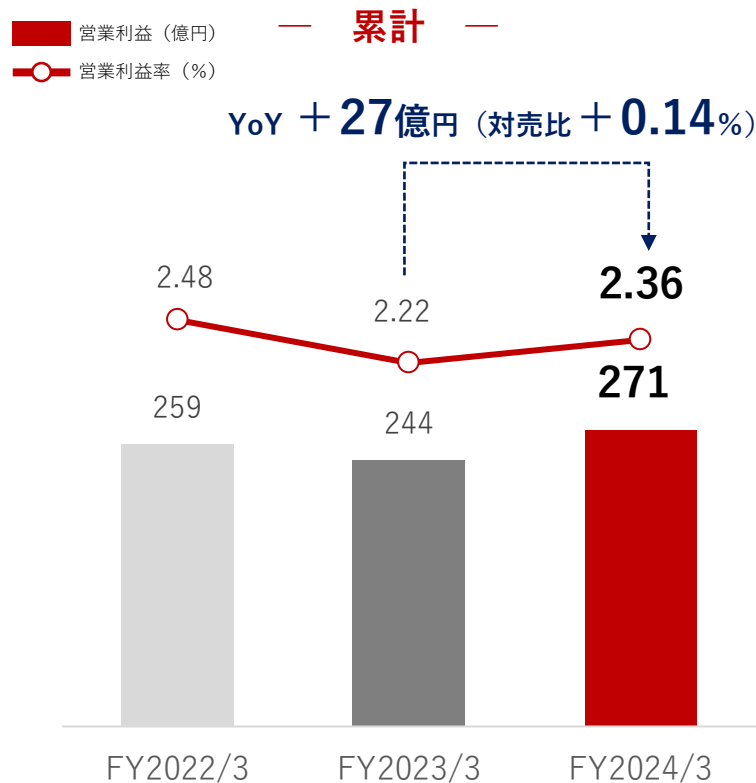
2024年3月期 前期比 営業利益

通期

- 売上総利益の増加や販管費率の低下により、額・率ともに前年を上回る (YoY+27億円、対売比+0.14%)

4Q

- 売上総利益率の低下や人件費の増加により額・率ともに前年を下回る (YoY△1億円、対売比△0.15%)



2024年3月期 前期比 営業外損益／特別損益の状況

単位：億円	2023年3月期	2024年3月期	増減
営業外収益	30.1	34.3	+4.1
情報提供料収入*	18.3	18.7	+0.3
受取配当金	3.8	4.4	+0.6
その他	7.9	11.0	+3.1
営業外費用	0.4	0.5	+0.1
支払利息	0.0	0.0	△0.0
不動産賃貸費用	0.3	0.3	+0.0
その他	0.0	0.2	+0.1
特別利益	5.0	1.4	△3.6
受取保険金	4.9	-	△4.9
投資有価証券売却益	-	1.4	+1.4
特別損失	1.0	12.8	+11.8
災害損失関連費用	0.2	6.4	+6.2
減損損失	-	6.3	+6.3

* 小売業様への販売実績を、契約に基づき一部メーカー様へ提供して得た収入で、売上高により変動する傾向あり

営業外損益

前期比増減 **+4.0**億円

特別損益

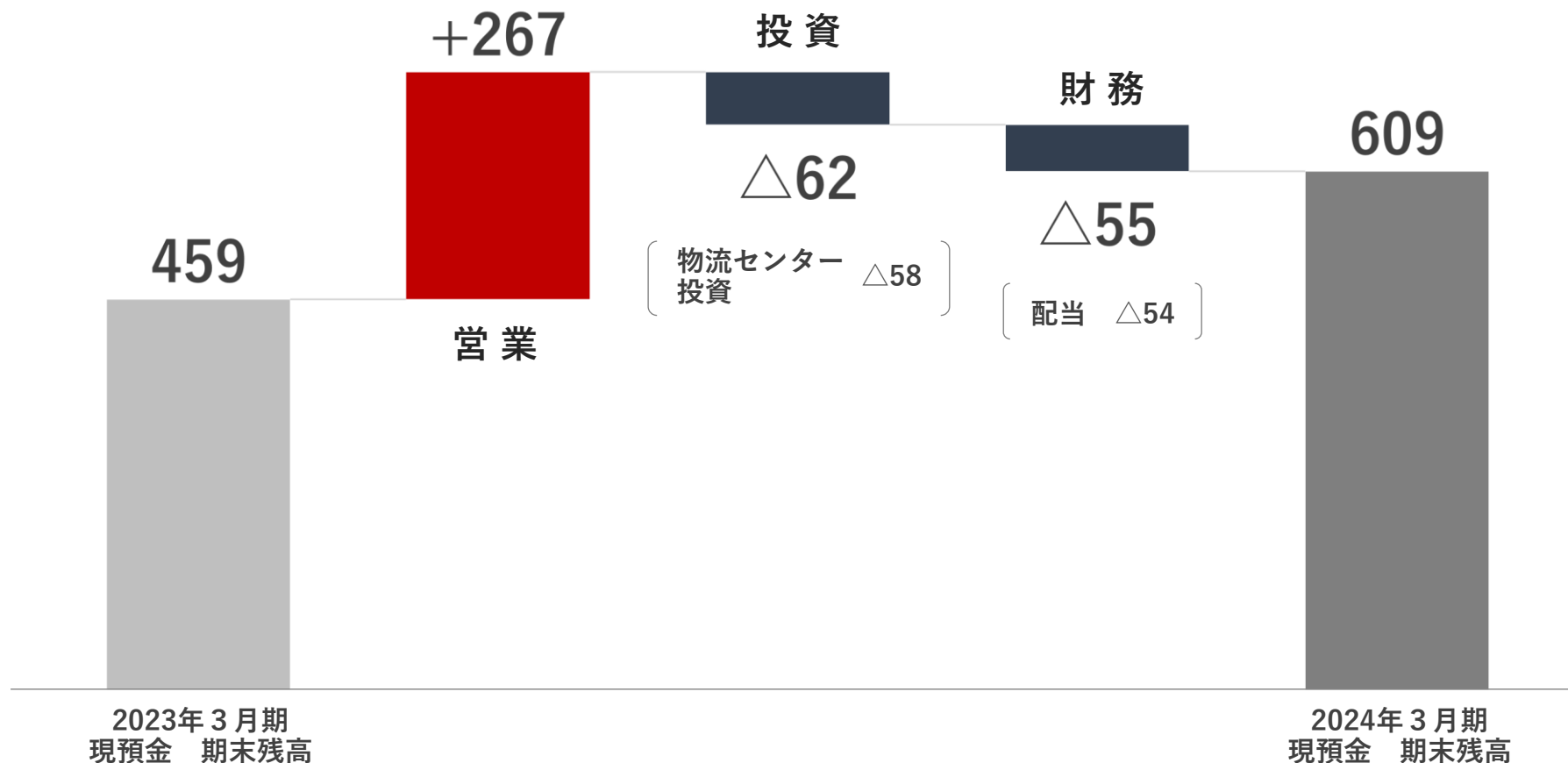
前期比増減 **△15.5**億円

(主な増減要因)

- 2022年3月に発生した福島県沖地震に関する受取保険金を前期の特別利益に計上
- 2024年1月に発生した能登半島地震に関する費用、及び、九州に所有する土地の減損損失を今期の特別損失に計上

- 増収増益により営業キャッシュフローが増加

(単位：億円)



CONTENTS

1.	2024年3月期 決算概要	3
2.	2025年3月期 業績予想	20
3.	APPENDIX	24

- 物価高騰や人手不足に伴う物流費の高騰など厳しい事業環境は継続すると予想
- 2025年3月期は、長期ビジョン実現に向けた新中計「構造改革による変革基盤の構築」の初年度新たな価値創造に向けた原資獲得に向け、着実な売上・利益の拡大を狙う

単位：億円 / (対売比)	2024年3月期 実績	2025年3月期 計画	増減	増減率
売上高	11,519	11,900	+380	+3.3%
売上総利益	863 (7.50)	887 (7.45)	+23 (△0.05)	+2.7%
販管費	591 (5.14)	607 (5.10)	+15 (△0.04)	+2.6%
営業利益	271 (2.36)	280 (2.35)	+8 (△0.01)	+3.0%
経常利益	305 (2.65)	317 (2.66)	+11 (+0.01)	+3.8%
当期純利益	206 (1.79)	220 (1.85)	+13 (+0.06)	+6.6%
1株当たり純利益 (円)	328.40	350.06	+21.66	+6.6%

売上高

- 多様化する生活者ニーズに対応した新規商材の取扱強化
- 当社機能を活かした迅速かつ効果的な販促提案強化

売上総利益

- センターフィ率等の上昇
(物価高騰・配送費上昇等が影響)
- 食品物流受託開始に伴う初期費用
(年間2.2億円)

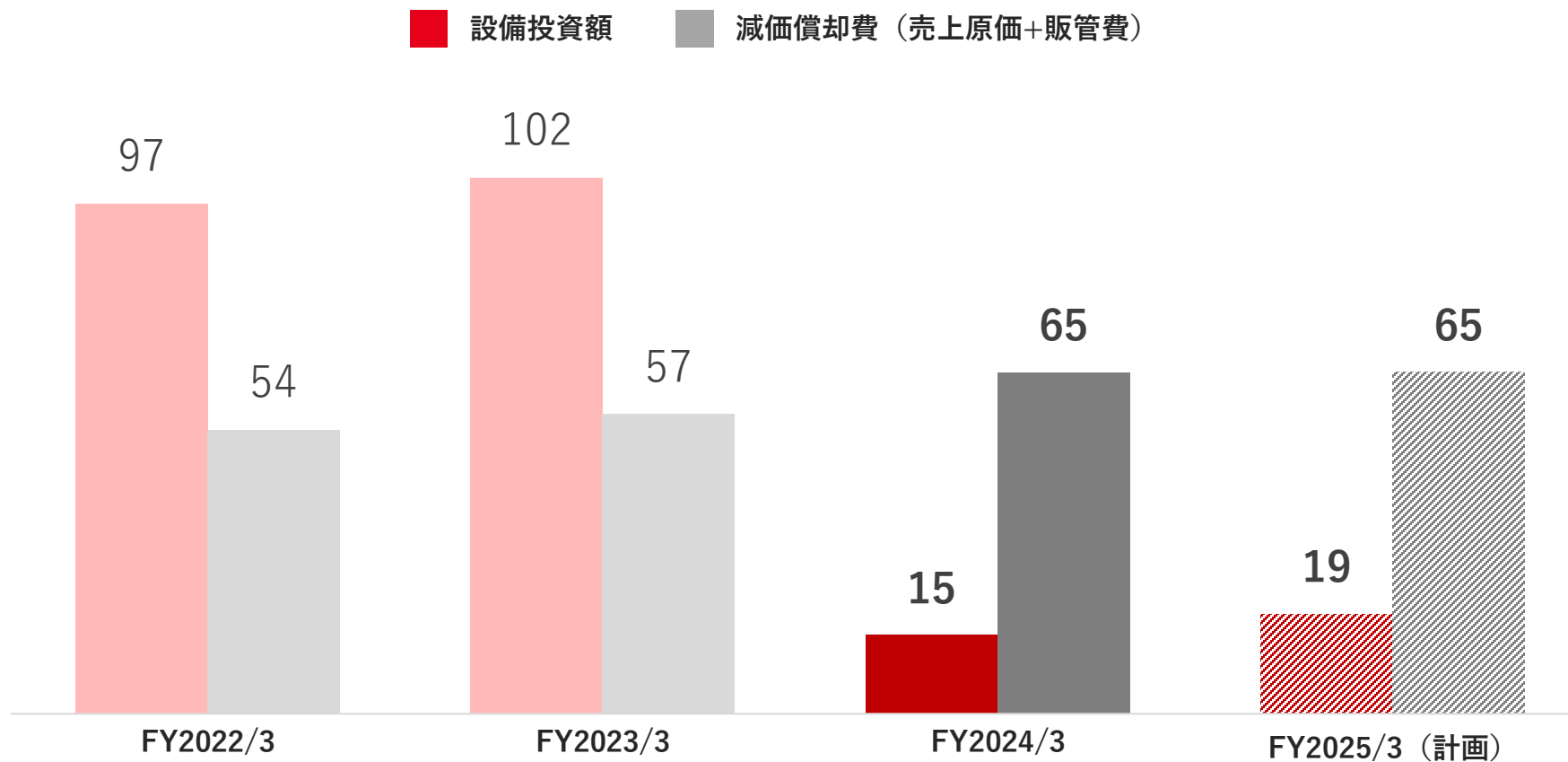
販管費

- 売上拡大に伴う固定費吸収効果
- 人財投資 (人財確保、賃金上昇)
- 配送費単価の上昇

2025年3月期 設備投資額・減価償却費の見込み

- 2025年3月期の設備投資額の見込みは19億円
- 新物流モデルを導入予定の物流センター（貝塚）の建設開始（3-4年後）までは少額となる見込み

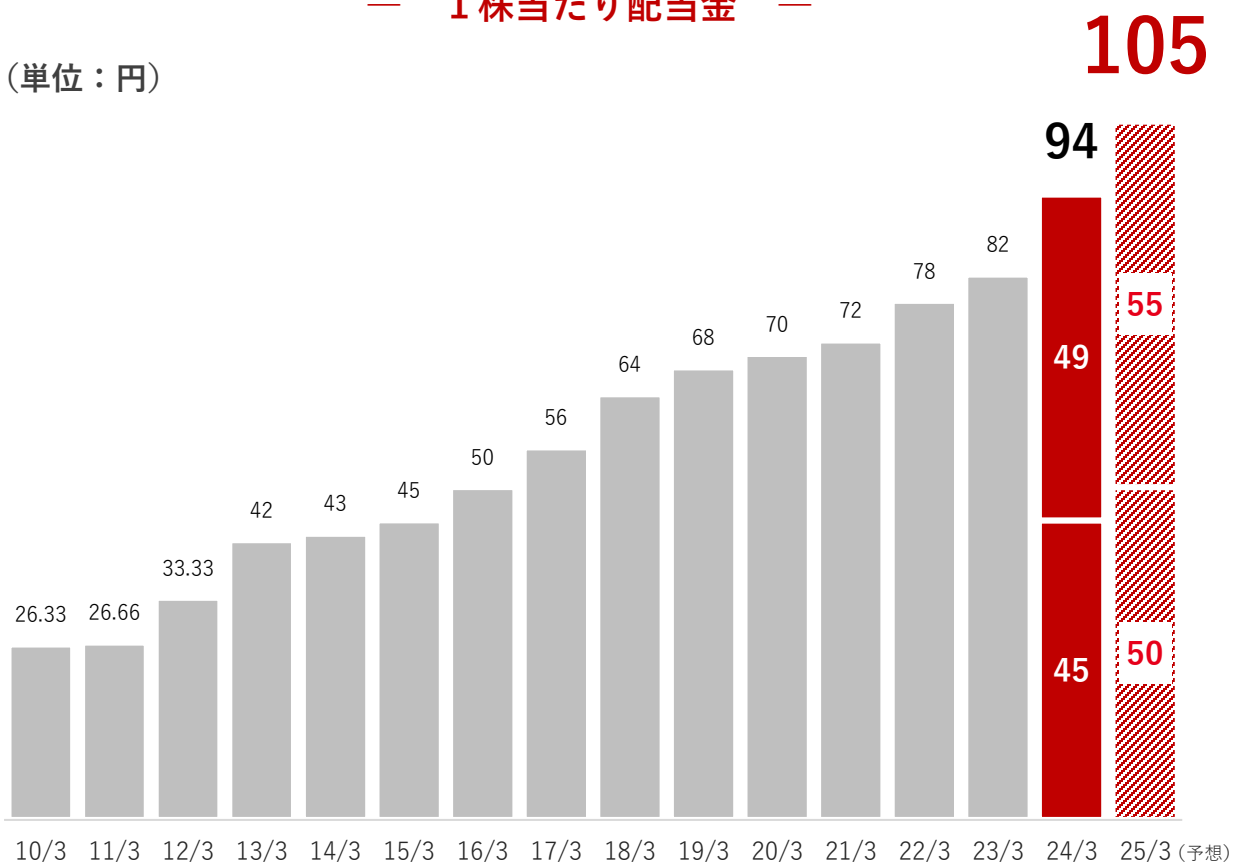
(単位：億円)



● 利益成長以上の増配を継続

— 1株当たり配当金 —

(単位：円)



上場以来

15期連続増配 (予想含む)

2024年3月期 **12**円増配

2025年3月期 **11**円増配 (予定)

CONTENTS

1.	2024年3月期 決算概要	3
2.	2025年3月期 業績予想	20
3.	APPENDIX	24

2024年3月期 商品分類別売上高（四半期推移）

単位：億円	FY2024/3									
	通期	前期比	1Q	前期比	2Q	前期比	3Q	前期比	4Q	前期比
売上高	11,519	+478 [+4.3%]	2,935	+172 [+6.3%]	2,899	+112 [+4.0%]	2,996	+63 [+2.2%]	2,689	+129 [+5.1%]
化粧品	2,712	+193 [+7.7%]	694	+67 [+10.7%]	684	+56 [+9.0%]	692	+38 [+5.9%]	640	+31 [+5.1%]
日用品	5,004	+93 [+1.9%]	1,301	+23 [+1.8%]	1,237	+7 [+0.6%]	1,304	+5 [+0.5%]	1,160	+57 [+5.2%]
医薬品	1,507	+103 [+7.4%]	364	+39 [+12.2%]	387	+33 [+9.4%]	400	+8 [+2.2%]	355	+21 [+6.5%]
健康・衛生関連品	2,105	+52 [+2.5%]	528	+32 [+6.6%]	541	+4 [+0.8%]	542	+2 [+0.4%]	492	+13 [+2.8%]
その他	189	+35 [+23.1%]	45	+10 [+28.0%]	46	+10 [+30.4%]	56	+7 [+16.2%]	40	+6 [+19.8%]

2024年3月期 販売先業態別売上高（四半期推移）

単位：億円	FY2024/3									
	通期	前期比	1Q	前期比	2Q	前期比	3Q	前期比	4Q	前期比
売上高	11,519	+478 [+4.3%]	2,935	+172 [+6.3%]	2,899	+112 [+4.0%]	2,996	+63 [+2.2%]	2,689	+129 [+5.1%]
ドラッグストア	7,278	+360 [+5.2%]	1,836	+92 [+5.3%]	1,831	+92 [+5.3%]	1,899	+72 [+4.0%]	1,710	+102 [+6.3%]
ディスカウントストア	985	+80 [+8.9%]	241	+17 [+8.1%]	243	+23 [+10.7%]	259	+18 [+7.5%]	242	+20 [+9.5%]
コンビニエンスストア	912	+98 [+12.1%]	233	+55 [+30.8%]	227	+4 [+2.0%]	238	+5 [+2.5%]	213	+32 [+18.3%]
ホームセンター	872	△25 [△2.9%]	233	△13 [△5.4%]	219	△4 [△2.0%]	225	△3 [△1.4%]	193	△4 [△2.5%]
スーパーマーケット	526	△6 [△1.3%]	136	+0 [+0.6%]	134	△0 [△0.5%]	134	△4 [△3.4%]	121	△2 [△2.0%]
GMS*	392	△4 [△1.2%]	98	△0 [△0.5%]	96	△3 [△3.5%]	106	△0 [△0.0%]	90	△0 [△0.7%]
その他	551	△23 [△4.1%]	153	+19 [+14.8%]	146	+0 [+0.3%]	132	△25 [△16.0%]	117	△18 [△13.4%]

* GMSはゼネラルマーチャダイジングストアの略

2025年3月期 業績予想 上期・下期

単位：億円 /（対売比）	FY2025/3計画								
	通期	対前期		上期	対前期		下期	対前期	
		増減	増減率		増減	増減率		増減	増減率
売上高	11,900	+380	+3.3%	6,040	+205	+3.5%	5,860	+174	+3.1%
売上総利益	887 (7.45)	+23 (△0.05)	+2.7%	444 (7.35)	+10 (△0.08)	+2.5%	443 (7.56)	+12 (△0.01)	+3.0%
販管費	607 (5.10)	+15 (△0.04)	+2.6%	305 (5.05)	+9 (△0.02)	+3.2%	302 (5.15)	+5 (△0.06)	+1.9%
営業利益	280 (2.35)	+8 (△0.01)	+3.0%	139 (2.30)	+1 (△0.06)	+1.0%	141 (2.41)	+6 (+0.05)	+5.2%
経常利益	317 (2.66)	+11 (+0.01)	+3.8%	161 (2.67)	+4 (△0.01)	+3.1%	156 (2.66)	+6 (+0.03)	+4.5%
当期純利益	220 (1.85)	+13 (+0.06)	+6.6%	112 (1.85)	+3 (△0.02)	+2.8%	108 (1.84)	+10 (+0.13)	+10.8%

将来見通しに関する注意事項

本書において提供される資料並びに情報は、本書の作成時点における予測等を基礎として記載されています。これらの記述のためには、一定の前提（仮定）を使用しています。これらの記述または前提（仮定）には、将来における既知または未知のリスク及び不確実性が内在し、将来において不正確であることが判明したり、将来実現しない可能性があります。

新しい情報、将来の出来事もしくはその他の事項により、見通し情報に更新もしくは改正が望ましい場合であっても、当社は、それを行う意図を有するものではなく、義務を負うものではありません。