

2026年4月期決算説明会 質疑応答

質問者 1

Q)

- ・ ファーマシー事業の27/4期計画について、さくら薬局グループの通年寄与やPMIの効果はどの程度見込んでいるか。
- ・ 資料 P.25 で説明があったように門前薬局等立地依存減算の影響について、オーガニック出店やM&Aの実施難易度の変化について改めて伺いたい。
- ・ 27/4期計画について、売上総利益率を対前期▲0.6ptで計画しているが、調剤報酬改定や人件費増加の影響なのか。

A)

- ・ さくら薬局グループは26/4期9か月分の寄与、27/4期12か月分(+3ヶ月)寄与となる。
- ・ これまでも調剤薬局業界はM&Aが活発に行われてきたが、2026年度の調剤報酬改定を受けて、さらに活発になることは考えられる。
- ・ 売上総利益率の低下は調剤報酬改定の影響は当然あるが、当社はその影響を十分に吸収していける運営力があると考えている。また、27/4期は平均6.5%の給与水準の引き上げを実施した影響もある。(訂正：マーカー部分)

Q)

- ・ リテール事業について、26/5月のFrancfrancの業績が良く、6月がいまいちだという話があったが、SKU数やMD見直しに着手し始めて現状ではどのような変化があったか。
- ・ また26/4期は暑さの影響でフレハンディファンの売上が好調だったが、27/4期はこのハードルをどのように超えていくのか。
- ・ 27/4期計画でFrancfranc既存店の売上成長率はどの程度で見込まれているか。

A)

- ・ 資料 P.33 で説明したFrancfrancの構造改革の効果は27/4期下半期から出ると想定している。
- ・ 26/4期は一部在庫が欠品し、機会ロスが生じた。27/4期は機会ロスがないように発注数の調整を実施しているため、前期を超えていくと考えている。
- ・ 既存店は前期比105%を想定している。(訂正：マーカー部分)

Q)

- ・ 資料 P.23 で説明があった調剤報酬改定について、調剤管理料は処方日数が27日と28日で大きく点数が異なるが、コントロールできるようなものか。
- ・ また、かかりつけ薬剤師指導料等が廃止された分のマイナス影響は吸収できるものか。

A)

- ・ 弊社は他社と比較して平均処方日数が30日を超えており影響は少ないと考えている。また、その他の加算の影響についても応需する処方箋枚数を増加させる等に対応していく。

Q)

- ・ 調剤薬局市場における集約再編について、今後どのような変化があるとお考えか。
- ・ 資料 P.35 の中長期ビジョン再構築で 34/4 期目標 EBITDA margin 10.0%としているが、これはファーマシー事業でも同等と捉えているのか、それともそれ以上を目指しているのか。

A)

- ・ 弊社は調剤薬局業界の中で逆風もあったが規模を拡大して、効率化をすることで収益力を確保してきた。規模を拡大することで AI 等の大きな投資もでき、それが効率化につながる。医薬品在庫確保等で地域の薬剤師会との協力体制を構築することや、がん専門薬剤師の育成等で薬剤師の質向上を図り、企業の在り方として同業他社と圧倒的な差をつけ、患者様に選ばれる薬局を運営していく。
- ・ 34/4 期については正直どうなるかは想像できないが、会社として目指す目標を設定している。

質問者 2

Q)

- ・ 他社では薬価差益が下がっていると話を聞くが、貴社の状況はどうか。
- ・ ファーマシー事業の 27/4 期計画について、次世代薬歴の導入店舗拡大等で効率化されることを踏まえると、保守的な計画となっているのか。

A)

- ・ 薬価差益はピーク時から確実に下がっており、現実的な計画としている。この先も厳しい交渉になることを踏まえ効率化やリテール事業の成長等、会社の総合力で対応していく。

Q)

- ・ リテール事業について、26/4 期の Francfranc の客数は IP コラボの中止等で落ち込んでいたが、各種取り組みを始めている中で 27/4 期計画の達成確度を高くするための補足をお願いしたい。

A)

- ・ 26/4 期は在庫廃棄を回避するために SKU 数を減らし、結果として機会ロスを引き起こした。せっかく来店してもらっても商品がないという状況はあってはならない。27/4 期はこのような機会ロスはないように新商品の開発や在庫調整をしている。同時に経費の削減も実施する。

Q)

- ・ 資料 P.25 のオーガニック出店ターゲットについて、貴社以外は積極的ではないということは、ターゲットの全てを出店しようと思えばできるものなのか。
- ・ M&A のターゲットの優先順位は大手となるのか。

A)

- ・ 2026 年度の調剤報酬改定を受け、業界的に積極的に出店するという環境ではなくなった。そのため弊社では効率化を図り 1 店舗あたりの収益力を高め、このような業界環境下でもオーガニック出店ができる体制を整えている。他社の状況は回答しかねる。
- ・ M&A の基準ははっきりしており、1 店舗あたりの売上規模が 2 億円、EV/EBITDA 倍率が 7 倍以下。そのため必ずしも大手の 100 店舗規模とかでなく、1 店舗であっても M&A は実施する。

質問者 3

Q)

- ・ M&A を進めていく中で「ここまでは安全だ」という基準が貴社内であれば紹介してもらいたい。

A)

- ・ 具体的に紹介できる基準はないが、現状は多少の余裕があるという認識でいる。年間約 200 億円の返済を実施しており、ネットデットが約 1,200 億円とすると、3 年で半分にするることができることを考えると、今後もレバレッジを十分に効かせることができる。ただ、現状の金利上昇局面を踏まえると、1,000 億円、2,000 億円の投資はかなり精査をしなければならない。

Q)

- ・ リテール事業について、27/4 期の利益計画は 26/4 期と全く同じとなっているが、売上高は増加しているため利益率は低下している。また、利益額よりも資産が増加している状況のため、回転率が悪くなっている。今後の回転率や資産効率の考え方を伺いたい。

A)

- ・ 27/4 期利益目標についてはご指摘の通りであり、弊社内でもそのことを認識している。社内ではさらに上の利益を目指すための目標を定め、利益率をどのように上げようか試行錯誤しながら取り組んでいる。

以上