

サンドラッグ 20年3月期

DS事業の収益改善で増収増益 駆け込み需要とコロナ特需で 既存店は1.5%増

サンドラッグ(貞方宏司社長)の20年3月期連結決算は、既存店が前年をクリアしたことに加え、ディスカウストア事業(ダイレックス)の収益改善で、経常段階で増収増益となった。売上高は5.1%増の6177億6900万円、営業利益は3.9%増の366億0400万円、経常利益は3.8%増の371億5900万円である。当期純利益は減損損失21億円余りを計上したことで、1.0%減の233億9200万円となった。

既存店前年比は客数の1.439倍、1000万円減の177億5400万1.5%増、客単価は円、ペーパーが0.3%増、の78億7900万円、その他が6.3%増の25.0%となった。販管費比率は0.1P増の19.1%で、営業利益率は0.1P減の5.9%となった。部門別の売上高は医薬品が4.9%増の1312億2700万円、消耗雑貨が7.5%増の800億3600万円、化粧品が2.1%増の281億0700万円、当期純利益が5.7%増となった。

事業別でドラッグストアは売上高が4.0%増の4274億9900万円、営業利益が0.8%増の276億4200万円、経常利益が0.7%増の281億0700万円、第2四半期累計で2.0%増とプラスに転じた。その反動と暖冬の影響で

10月から年明けの1月まで水面下で推移したが、新型コロナウイルスの特需で2月は15.1%増となり、通期で前年をクリアした。

売上総利益率は横ばいの27.1%だった。販管費比率は新店・改装店の費用増で0.2P増の20.6%となり、営業利益率は0.2P減の6.5%となった。当期はFC4店を含む33店を新設、95店を活性化する一方、27店を閉鎖した。3月末の店舗数は6店増の876店となった。

2ヶタ増収ながら荒利率低下で微増益
利幅の小さい商品群が伸長、
今期も微増益の見通し

薬王堂ホールディングス(西郷辰弘社長)の20年2月期連結決算は既存店が堅調に推移し2ヶタ増収となったものの、荒利率の低下で微増益となった。売上高は11.1%増の1020億1700万円、営業利益は0.7%増の39億1400万円、経常利益は1.4%増の42億9500万円、当期純利益は6.0%増の31億2200万円である。

最終段階では受取保険金1億4100万円を計上し、伸び率が高まった。既存店前年比は4.9%増だった。消費増税の影響が現れた年明けの前の駆け込み需要で19年9月は18.6%増、10月はその反動で3.6%減となったが、11月に2.1%増とプラスに転じた。

新規コロナウイルスの売上が2ヶタ増で売上構成比が拡大する一方、HBCの構成比が低下したことで低下した。部門別の売上高はヘル



が16.4%増の59億3900万円の増収2ヶタ増益となった。既存店前年比は客数0.6%増、客単価1.6%増の2.1%増だった。第1四半期業と同じだが、9月の駆け込み需要は19.8%増、期間(19年4~6月)は

ドラッグストア事業が1.2%増とドラッグストア事業の伸びを下回った。21年3月期の連結業績は新型コロナウイルスの影響が期を通じて継続することを前提に、売上高6266億円(1.4%増)、営業利益333億円(9.0%減)、経常利益338億円(9.0%減)、当期純利益226億円(4.6%減)を見込む。

1,3-BG市場にも天然由来の波

ジェノマティカ社との連携強化へ

ダイセル

オーガニック・ナチュラル化粧品市場の成長拡大とともに、石油系・合成原料を使用しないフリー処方を採用するブランドやアイテムが増えている。フリー処方は「安心・安全」を保障するものとして、製品の付加価値やブランドイメージの向上につながっている。また、近年はサステナビリティをテーマに、化粧品に用いる原料の選定の際に製造・供給過程における環境への影響を重視する傾向が見られる。

化学メーカーのダイセルは、1,3-BGの製造・販売を行う中、迎えるサステナブル時代へ

の対応として、米国・カリフォルニア州に本社を置くジェノマティカ社が開発した植物由来の1,3-BG「Brontide」(ブロンタイト)の国内供給を2017年より開始している。

1,3-BGは、化粧品の保湿基剤や植物性の抽出剤として用いられる成分で、安全性の高さに加え、抗菌性、感度改善といった副次的な機能を持つことから、様々な化粧品に用いられている。

ジェノマティカ社は、カリフォルニア州に本社を置くバイオテ

クノロジー分野の大学発ベンチャーで、発酵技術によりサトウキビやトウモロコシなどの糖から化粧品グレードの1,3-BGを製造する技術を開発した。ジェノマティカ社の最大の強みはプロセス研究による膨大なサンプル数と発酵環境をコントロールするノウハウだ。

その発酵をベースとしたバイオ技術は、世界の化粧品市場調査を行っているICIS社が革新的な化学技術・製品を表彰するイノベーションアワードを受賞するなど高い評価を

得ており、パートナー企業に迎え製品開発を進める企業は増えている。

ダイセルは、自然志向への対応策としていち早くジェノマティカ社と提携し、天然由来の1,3-BG「Brontide」の取り扱いを開始した。

販売からわずか2年だが、「欧米での受注は増えており、加えて国内・アジア各国からの問い合わせも増え続けている」と同社は話す。

1,3-BG市場は、中国・アジアを中心に世界的に増大している。そうした中、天然由来の1,3-BGはそれ以上の伸長率を需要が拡大しているという。同社は今年より、「Brontide」の独占販売権をアジア太平洋地域に広げてマーケティング展開していく。

天然由来の保湿剤の開発に成功しているメーカーはまだ数社だが、参入企業の増加により市場拡大が予想される。

「1,3-BGは、安全性の高さなどに加え、成分特有のさらっとした感触に納得して用いられてきた経緯も

ある。化粧品にとって感触は重要な要素であり、天然由来への切り替えのタイミングで、『Brontide』に興味を持っていただけにようマーケティングしていく」

ダイセルは、1,3-BG市場で唯一、完全無臭化に成功しており、1,3-BG市場で世界シェア2位を誇る。天然由来1,3-BG市場においても、無臭化など品質向上に向けてジェノマティカ社との連携を強化し、アジアを中心に世界でのプレゼンス向上を図っていく。

21年2月期の連結業績は売上高1103億円(8.1%増)、営業利益39億1500万円(100万円増)、経常利益43億1500万円(0.4%増)、当期純利益31億2700万円(0.1%増)としている。