



平成27年5月15日

各 位

会 社 名 株式会社中京医薬品
代表者名 代表取締役社長 山田 正行
(JASDAQ・コード4558)
問合せ先 専務取締役 辻村 誠
電話番号 0569-29-0202

平成 28 年 3 月期～平成 29 年 3 月期

中期経営計画「企業価値向上に向けて、事業の成長、経営管理、
変化対応力を高め、強い企業体質を作る」策定のお知らせ

当社は、平成 28 年 3 月期～平成 29 年 3 月期までの 2 ヶ年の中期経営計画「企業価値向上に向けて、事業の成長、経営管理、変化対応力を高め、強い企業体質を作る」を策定いたしましたので、概要をお知らせいたします。

1. 前中期経営計画（平成 26 年 3 月期～平成 27 年 3 月期）の総括

(1) 前中期経営計画の（平成26年3月期～平成27年3月期）の主な施策

小売部門においては都心市場の開発強化の一環として神奈川県に川崎営業所の開設を行い、商品においてはモンドセレクションの最高金賞、金賞の受賞による商品ブランドの向上、フロントラインの強化としてお客様サポート・品質保証室によるお客様からのダイレクトコールによるマーケティング強化や定期的な健康幸せ便り等による企業活動、お客様の声の紹介などにより適切な情報、サービスを提供して事業の拡充を図りました。

卸売部門においては特に「クイックシールド」の関連商品について平成26年3月期に新規取引先の拡大や商品ブランド向上のために積極的に広告宣伝投資を行い、取引先や取扱店舗の拡大と「クイックシールド エアーマスク」の一般市場への認知を高めブランドの定着を図りました。

売水事業部門においてはOne-Way方式の導入による全国展開への体制を整え小売部門との協働によりお客様の増加と販売の拡充を図りました。また、平成26年3月期に代理店・F Cの新規取引先の拡大や商品ブランド向上のために広告宣伝投資を行い、さらに、平成27年3月期には三重県鈴鹿市に水の安定供給と製造効率の向上のために鈴鹿プラントおよび鈴鹿ショッップを完成させました。

しかしながら、前事業年度（平成 27 年 3 月期）においては消費税増税による反動や除菌消臭剤関連商品における旧パッケージの関連商品及び資材の廃棄、また一部の商品について簿価の切下げ（評価減）などにより損失を計上することとなりました。業績の詳細については次の通りです。

(2) 前々事業年度（平成 26 年 3 月期）の業績の総括

前々事業年度における売上高は6,717百万円（前期比3.5%増）、営業利益は197百万円（前期比31.8%増）、経常利益は209百万円（前期比43.5%増）、当期純利益は130百万円（前期比25.3%増）となりました。

- ① 家庭医薬品等販売事業（小売部門・卸売部門）におきましては、小売部門においては、一人当たりの生産性が向上し、品目別においても医療品やドリンク等の販売が増加し前期同期比で増収となりました。卸売部門においては、前期下期より販売を開始し、大手量販店やドラッグストア等に幅広く投入されました「クイックシールド エアーマスク」に加え、新たに「クイックシールド ルーム」「クイックシールド ポケット」を開発し、商品のラインアップ向上に取り組みました。また成長戦略に向けて新規取引先の拡大や商品ブランド向上のための広告宣伝などの先行投資を積極的に取り組みました。その結果、売上高は6,166百万円（前期同期比2.6%増）、セグメント利益210百万円（前期同期比43.2%増）となりました。
- ② 売水事業部門におきましては、昨今の健康志向ブームによる飲料水へのこだわりと、拡大するミネラルウォーター宅配市場の成長の波に乗り、早期に中核事業の1つとして確立することを目標としております。またOne-Way方式の導入により営業エリアが拡大され小売部門の顧客への拡販も積極的に取り組みました。その結果、売上高は545百万円（前期同期比14.2%増）、セグメント損失13百万円（前期同期はセグメント利益2百万円）となりました。

(3) 前事業年度（平成 27 年 3 月期）の業績の総括

前事業年度における業績は、営業活動によるキャッシュ・フローの創出（資金の増加）、家庭医薬品等販売事業の小売部門及び売水事業部門のセグメント利益を確保したものの、消費税増税による反動や家庭医薬品等販売事業の卸売部門の除菌消臭剤関連商品における旧パッケージの関連商品及び資材の廃棄、また一部の商品について簿価の切下げ（評価減）をしたことなどにより損失を計上することとなりました。その結果、売上高は6,018百万円（前年同期比10.4%減）、営業損失は267百万円（前期同期は営業利益197百万円）、経常損失は253百万円（前期同期は経常利益209百万円）、当期純損失は182百万円（前期同期は当期純利益130百万円）となりました。

- ① 家庭医薬品等販売事業（小売部門・卸売部門）におきましては、小売部門においては、消費税増税による消費の反動が影響し減収したものの、セグメント利益を計上するにいたりました。卸売部門においては、一般流通部門での売上高が653百万円減少いたしました。また、利益面においては、旧パッケージの除菌消臭剤関連商品及び資材を73百万円廃棄し、また当該関連商品の従来における販売実績を基に平成27年4月以降の販売計画を見直した結果、一部の商品について258百万円簿価の切下げ（評価減）を計上したため減収、セグメント損失となりました。その結果、売上高は5,455百万円（前期同期比11.5%減）、セグメント損失285百万円（前期同期はセグメント利益210百万円）となりました。
- ② 売水事業部門におきましては、昨今の健康志向ブームによる飲料水へのこだわりと、拡大するミネラルウォーター宅配市場の成長の波に乗り、早期に中核事業の1つとして確立することを目標としております。またOne-Way方式により営業エリアが拡大され顧客への拡販も積極的に取り組みました。その結果、売上高は558百万円（前期同期比2.4%増）、セグメント利益18百万円（前期同期はセグメント損失13百万円）となりました。

（単位：百万円）

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
平成26年3月期	6,717	197	209	130
平成27年3月期	6,018	△267	△253	△182

（単位：百万円）

事業セグメント		報告セグメント				その他 (注)1	合計
		家庭医薬品等販売事業		売水事業部門	計		
		小売部門	卸売部門				
平成26年3月期	売上高	4,685	1,481	545	6,712	5	6,717
	利益	284	△73	△13	197	-	197
平成27年3月期	売上高	4,642	813	558	6,014	4	6,018
	利益	171	△457	18	△267	-	△267

(注) 1. 「その他」の区分は、報告セグメントに含んでいない事業セグメントであり、保険事業部門等を含んでおります。

2. セグメント利益又は損失の合計額は、損益計算書の営業利益または損失と一致しております。

2. 中期経営計画（平成 28 年 3 月期～平成 29 年 3 月期）

(1) 企業ビジョン

ふれあい業の進化を目指し続ける。

創業以来、「置き薬」による日本の伝統的な【先用後利】という思想のもとに、お客様の【トータルライフ・ケア】のための商品、情報、サービスの提供を通じ、お客様へのホスピタリティ（心のこもったおもてなし）を大切にする、【ふれあい業】を進化させ続ける企業を目指します。

(2) 経営戦略

お客様エンゲージメント（お客様との「ふれあい」の推進）を深め、パートナー・コラボレーション（取組先との連携）を強め、社員エンパワーメント（社員の自律性と行動力の向上）の基に、当社にしか提供できないお客様価値を創発する、当社独自の事業活動と能力を作り出し、優れた収益とコストの構造を構築する。

① お客様エンゲージメントへの挑戦 【お客様との「ふれあい」の推進】

お客様からの企業（コーポレートブランド）、社員、商品（ブランド）への満足・誠実から一歩踏み込んだ、愛着、結びつき、絆の深化による共有・参画を推進します。

② パートナー・コラボレーションへの挑戦 【取組先との連携の強化】

取組先の充実と緊密な連携を図ります。

業務提携を進め事業力の向上を図ります。

自社機能能力の強化とアウトソーシング先との連携を基に事業能力の拡大を図ります。

③ 社員エンパワーメントへの挑戦 【社員の自律性と行動力の向上】

自ら考えて、行動し、企業目的、目標にチャレンジする気概ある社員集団を目指します。それを正しく評価する体制を常に創り出していきます。

(3) 事業数値目標（平成 29 年 3 月期）

売上高	6 6 億 0 千万円
営業利益	3 億 3 千万円
経常利益	3 億 4 千万円
営業キャッシュ・フロー	3 億 0 千万円
営業利益率	5 %
ROE	7 %

(4) 基本方針

中京医薬品の持続的成長と企業価値の向上のため
事業の成長、経営管理、変化対応力を高め、強い企業体質を作る

私たちは企業の持続可能な成長と豊かさを実現するために、売上のみならず利益、キャッシュ・フローをも重視する、バランスある事業運営、企業風土を構築する体質改革・転換期と位置づけ組織改編、事業効率及び財務基盤の強化を進めてきました。

その結果、前期からの資産の整理や有効活用、全社的な在庫・経費の低減、生産性の向上、営業キャッシュ・フローの黒字化など一定の成果を得ることが出来ました。しかしながら、企業の持続的成長と企業価値の向上のためには、更なる安定した事業基盤の強化と事業領域の拡大が必要不可欠であり、お客様への「トータルライフ・ケア」を目指して成長戦略と事業改革を更に推し進める必要があります。

一方、当社を取り巻く事業環境は健康志向、高齢化社会による成長市場により、ドラッグストア等多くの企業の積極的な市場参入を促し、特に健康食品、化粧品・家庭用品市場においては通信販売企業をはじめ、メーカー、流通系企業等が地域戦略と ONE TO ONE マーケティングのスキル、Web や SNS プロモーションの多様な販売促進広告、商品・サービス価値の向上などから市場競争が激化しています。また、お客様も情報の高度化、スピード化の中で健康意識の高揚から安全、安心意識の定着はもとより、商品、サービスに対する知識、要望も多様化し、企業、商品の選別が厳しさを増してきています。

更に市場・社会環境は将来にわたる少子高齢化、若年層労働力の不足、女性とアクティブシニアの社会進出の推進、後期高齢者の増加など確実に社会変化が進んでいます。また、国の対応も女性やシニア労働力の積極的推進、消費者保護強化、社会保障や国の財源確保など各種法改正が実施されていきます。

このような事業環境の中、当社が持続的成長を目指していくためには、創意、熱意、誠意をもって三方良しの精神・共通善【みんなが幸せに生きるために、みんなにとって善いもの】による、よい商品 よいサービスの提供とお客様視点の経営を徹底し、“ふれあい業”の進化を重要施策としていきます。それには、①全社員の総力を掲げマーケティング活動による事業能力を高め、②お客様への適切な情報・サービスの提供及びマーケット・インによる商品開発を推進し、③当社独自のフロントライン（お客様との多様な接点）の強化を一層進めていきます。また、「全社経営意識と経営指標」を重視して、市場・社会、法制度等の「変化対応力」を向上させ、強い企業体質を構築していきます。更に他企業との事業提携や経営資源の相乗効果も視野に入れ企業価値向上のため邁進してまいります。

(5) 基本戦略

① 事業領域の拡充（革新）：成長戦略投資

- ・ 各事業領域の協働と相乗効果による、お客様の「トータルライフ・ケア」のための多角的・多面的な商品・サービスの提供を行なう事業力（販売力、機動力、企画力）の向上を図る。
- ・ お客様との価値創造の為に多様なお客様との接点の拡充によるフロントラインの強化を図る。
- ・ 事業提携を進めて相互の経営基盤を生かした新事業領域を拡大させる。
- ・ マーケティング力の強化によるプロモーションの充実を図る。
- ・ Webやメール・SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）等による販売を強化する。

② 事業基盤の強化、コア事業の向上

- ・ お客様および販売チャネルの拡充に重点を置く。
- ・ お客様に喜ばれる高品質の商品をお取引先と連携し開発する。
- ・ 商品管理・物流の効率向上を図り、お客様の期待に応える商品提供を行う。

③ 仕組・制度の見直しと保有資産の活用

- ・ 階層別の社員教育体系の見直し、シニアおよび女性の活用と登用を図る。
- ・ 新たな事業評価制度を確立する。
- ・ 保有資産の有効活用を行う。

④ 理念に則した事業活動と業務提携の推進

- ・ 提携先との経営資源と事業領域の相乗効果を図り、企業価値を高める。

⑤ 経営基盤の強化

- ・ コンプライアンス（法令順守）とガバナンス（企業統治）を強化する。
- ・ 持続的成長と企業価値向上のため、全社員に企業理念・中京ウエイの浸透、共有を進める。
- ・ 売上高のみならず利益、キャッシュ・フローも重視したバランスある事業経営、財務基盤の強化、向上を行う。

⑥ 社会的責務・使命の取り組み強化

- ・ 「きずなASSIST：世界の子供たちに健康と教育を」を更に推進し、地域・社会にも積極的に貢献する。

(6) 事業領域の拡充と事業基盤の強化、コア事業の向上

① ヘルス・ケア事業

- ・ 既存営業所の拡充・新規出店の推進
- ・ 新規顧客の開発専門部隊の構築
- ・ 全営業社員による新規顧客拡大
- ・ 配置薬の販売強化

② アクアマジック事業

- ・ 代理店、取次店の強化
- ・ 新型サーバーの企画開発
- ・ アウトバウンドテレマーケティングによるコールセンター構築
- ・ プラント、ショップ毎の収益改善、体質の強化
- ・ 業務内容の見直しと改善
- ・ 「解約（離脱）」顧客の削減と品質向上

③ ライフ・ケア事業

- ・ 商品開発の強化
- ・ OEM事業の強化
- ・ エリア別営業体制の確立
- ・ 商品、資材在庫の適正化

④ 営業開発事業

- ・ 更なる成長を目指して事業の拡大、拡充にチャレンジし続ける。
- ・ ヘルス・ケア事業、アクアマジック事業、ライフ・ケア事業と連携し事業開発、顧客開拓のイノベーションを図る。

※ 事業数値目標は、発表日現在において当社が入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は今後の事業環境、経済状況の変化等さまざまな要因により目標と異なる可能性があります。

※ 本資料は、投資者に対する情報提供を目的として事業計画等を記載しており、投資勧誘を目的としたものではありません。当社の事業計画に対する評価及び投資に対する決定は、投資者ご自身の判断において行われるようお願いいたします。

※ 中期経営計画については当社の企業情報サイト <http://chukyoiyakuhin.biz/>のIR情報のIRライブラリーに開示しています。

以上