

2019年11月7日

# 2020年3月期 第2四半期 決算説明資料

 **日本調剤株式会社**  
(東証一部 / 証券コード 3341)

# 目次

**I. 連結決算ハイライト**

**II. 日本調剤の事業戦略**

**III. 参考資料**

# I .連結決算ハイライト

---

# 連結 損益計算書

全ての事業セグメントで前年同期比増収増益を実現。バランス感のある業容拡大・収益力強化。

売上高はC型肝炎薬を除くベースで二桁増収（11.4%）、営業利益は2.5倍を超える増益。連結売上高、連結営業利益ともに期初計画を達成。

(単位：百万円)	18/3 2Q実績	19/3 2Q実績	20/3 2Q計画	20/3 2Q実績	前年同期比 増減額	前年同期比 %	計画比 %
売上高	118,149	118,694	129,872	130,297	11,603	109.8%	100.3%
売上原価	96,648	99,267	108,384	107,858	8,591	108.7%	99.5%
売上総利益	21,500	19,427	21,488	22,439	3,011	115.5%	104.4%
対売上比 (%)	18.2%	16.4%	16.5%	17.2%	—	—	—
販売管理費	16,611	17,880	18,625	18,373	492	102.8%	98.6%
対売上比 (%)	14.1%	15.1%	14.3%	14.1%	—	—	—
消費税等	6,096	6,499	5,837	6,890	391	106.0%	118.0%
研究開発費	1,575	1,289	1,779	1,372	83	106.5%	77.1%
営業利益	4,888	1,547	2,862	4,066	2,518	262.8%	142.0%
対売上比 (%)	4.1%	1.3%	2.2%	3.1%	—	—	—
経常利益	4,635	1,265	2,789	4,001	2,735	316.2%	143.5%
対売上比 (%)	3.9%	1.1%	2.1%	3.1%	—	—	—
親会社株主に帰属する四半期純利益	2,805	744	1,444	2,094	1,349	281.2%	145.0%
対売上比 (%)	2.4%	0.6%	1.1%	1.6%	—	—	—
1株あたり 四半期純利益 (円)	175.42	46.77	96.35	139.71	92.94	298.7%	145.0%

# 連結 貸借対照表

医薬品製造販売事業の設備投資がピークアウトしたことにより、長期借入金が増加。自己資本比率は23.9%に改善。固定資産売却により固定資産が約8億円減少。売上高が拡大する中、総資産はほぼ横ばい。資産効率改善。

(単位：百万円)	19/3 2Q末	19/3 期末	20/3 2Q末	前期末比 増減額	前期末比 %
流動資産	79,717	80,132	81,586	1,454	101.8%
固定資産	103,572	98,545	97,748	△797	99.2%
有形固定資産	73,538	69,806	69,212	△593	99.1%
無形固定資産	18,155	16,906	16,669	△236	98.6%
投資その他	11,879	11,833	11,865	32	100.3%
資産合計	183,289	178,677	179,334	656	100.4%
流動負債	73,798	69,100	67,680	△1,419	97.9%
固定負債	68,710	68,504	68,849	345	100.5%
負債合計	142,508	137,604	136,530	△1,074	99.2%
純資産合計	40,781	41,073	42,804	1,731	104.2%
自己資本	40,780	41,068	42,799	1,730	104.2%
自己資本比率	22.2%	23.0%	23.9%	—	—

有利子負債は、前期末比**約65億円減少**

# 連結 キャッシュ・フロー計算書

営業活動によるキャッシュ・フローは税金等調整前四半期純利益の増加、及び、棚卸資産の増加幅の縮小などにより、前年同期比約59億円の改善。他方、投資活動によるキャッシュ・フローは、医薬品製造販売事業における投資がピークアウトしたことなどにより、前年同期比横ばい。結果、フリー・キャッシュ・フローは74億円から133億円に増加。財務活動によるキャッシュ・フローは、マイナス基調を継続（69億円の支出）。

(単位：百万円)	18/3 2Q	19/3 2Q	20/3 2Q	前年同期比 増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	11,367	3,936	9,866	5,929
税金等調整前四半期純利益	4,885	1,417	3,745	2,328
減価償却費	2,463	2,968	3,036	67
のれん償却額	646	718	730	12
売上債権の増減額（△は増加）	387	2,187	342	△1,845
たな卸資産の増減額（△は増加）	△2,697	△5,994	△2,281	3,713
仕入債務の増減額（△は減少）	4,517	4,774	5,889	1,115
投資活動によるキャッシュ・フロー	△5,299	△3,535	△3,506	28
有形固定資産の取得による支出	△4,527	△3,074	△2,797	276
事業譲受による支出	△126	△314	△603	△289
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	△948	△761	—	761
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,024	△5,550	△6,944	△1,393
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	5,044	△5,149	△584	4,565
現金及び現金同等物の期首残高	21,200	28,464	29,749	1,284
現金及び現金同等物の期末残高	26,244	23,315	29,165	5,850

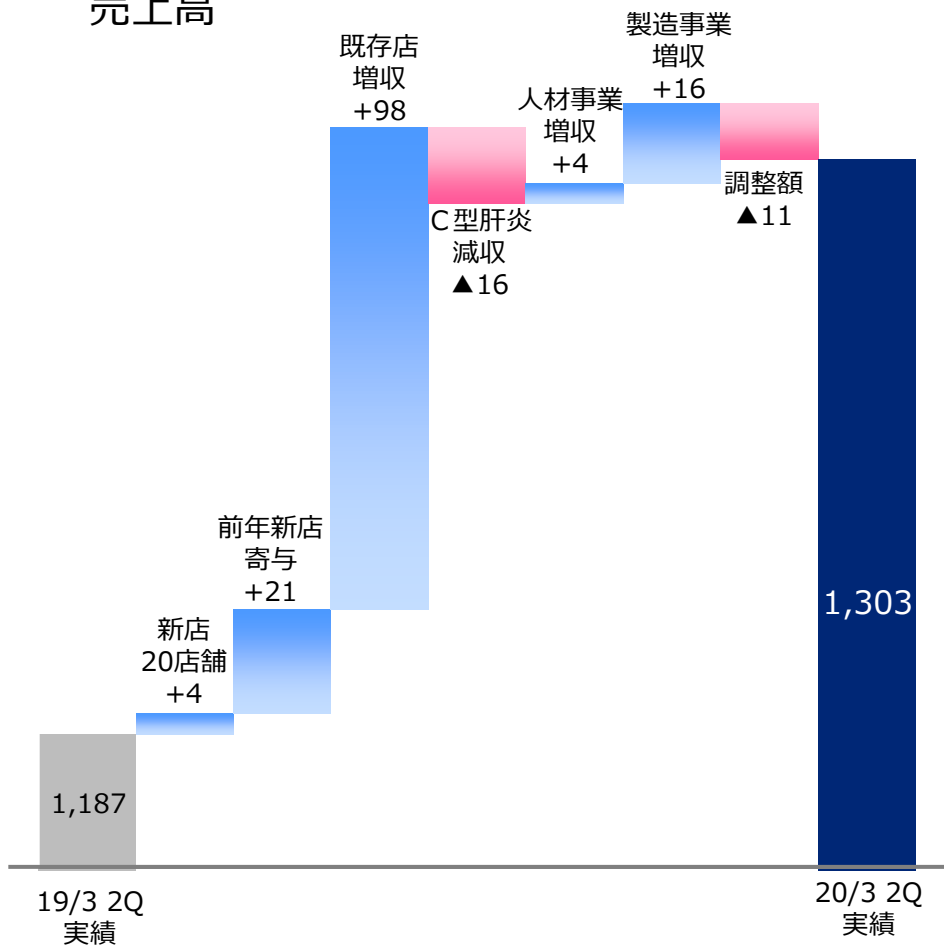
# 〔参考資料〕連結 前年同期比増減要因（売上高・営業利益）

売上高は、調剤薬局におけるC型肝炎薬の減少要因があったものの、既存店を中心に、新店、前年新店含めて増収、並びに、医薬品製造販売事業、医療従事者派遣・紹介事業の増収により、連結ベースで増収。

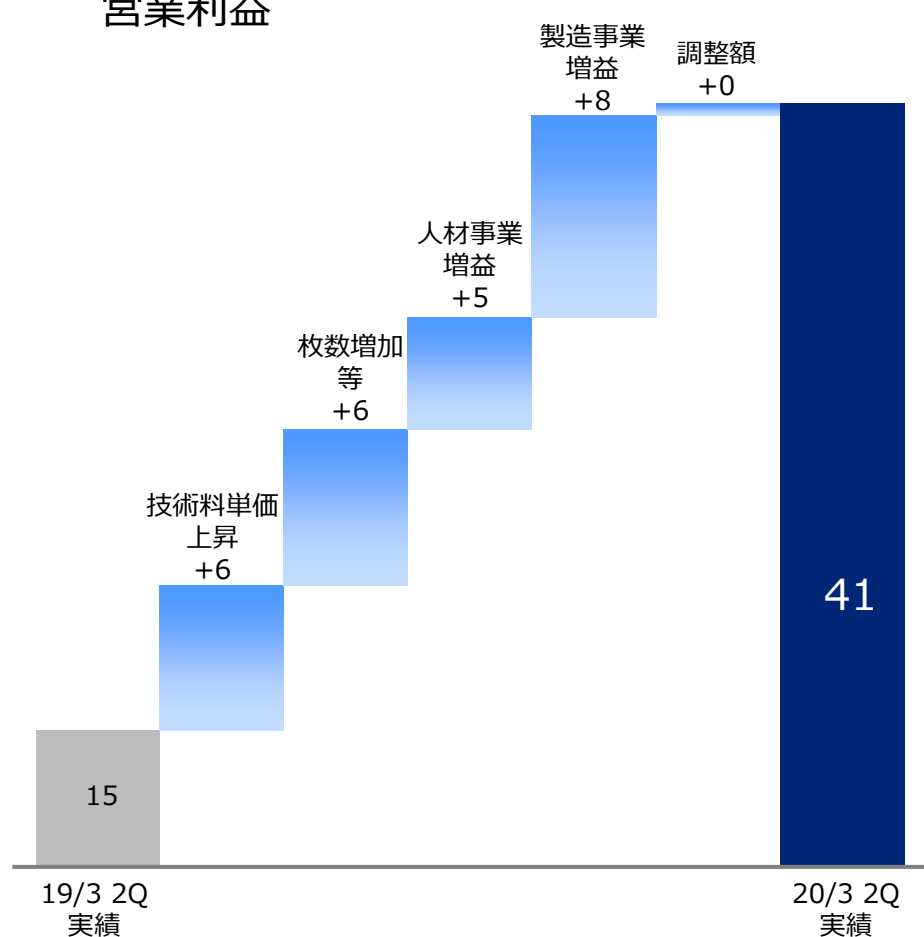
営業利益は、各事業セグメントともに増収による増益効果と経費削減効果により前年同期比増益を実現。

（単位：億円、単位未満四捨五入）

## 売上高



## 営業利益



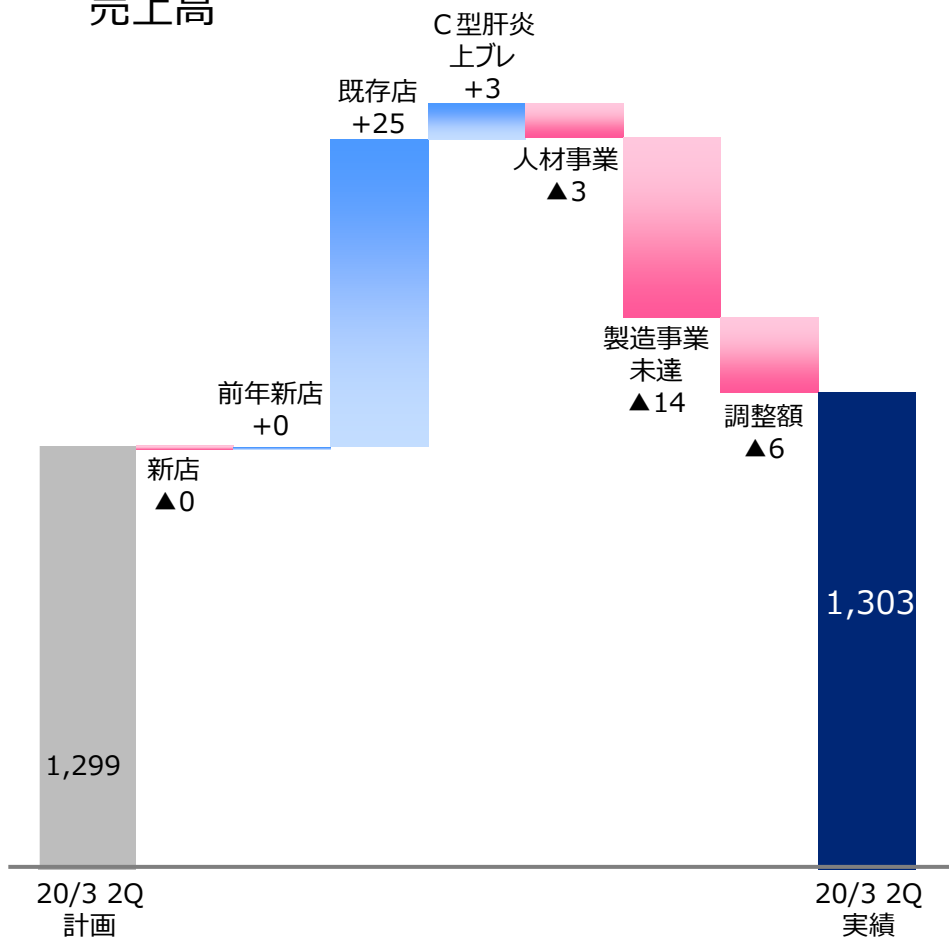
# 〔参考資料〕連結 計画比増減要因（売上高・営業利益）

売上高は、医薬品製造販売事業と医療従事者派遣紹介事業の計画未達を、調剤薬局事業が補い期初計画を達成。調剤薬局事業における既存店の伸展が計画達成に寄与。

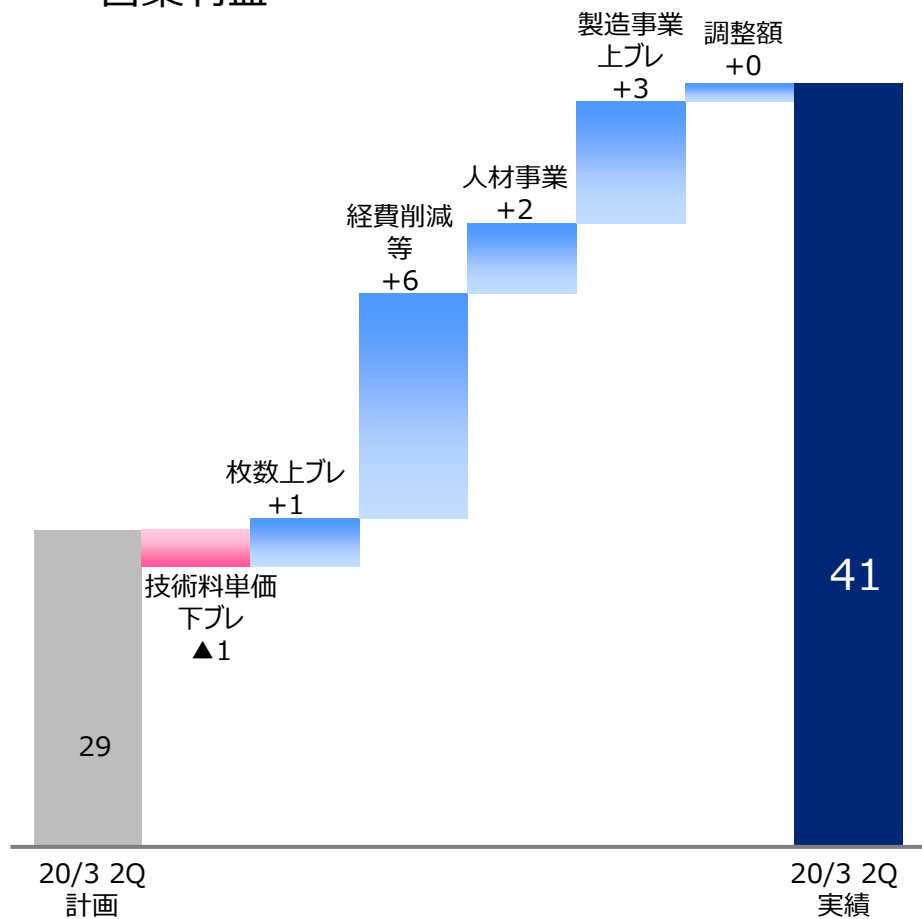
営業利益は、全ての事業セグメントにおいて期初計画を超えて進捗。

（単位：億円、単位未満四捨五入）

## 売上高



## 営業利益





## Ⅱ. 日本調剤の事業戦略

---

# これからの日本調剤の事業戦略

これからの  
日本調剤の事業戦略



より深掘りして！



よりスピーディーに！



業界再編への  
アプローチ

時間を買う  
M & Aへの積極的な取り組み

あらゆる可能性を排除しない！

従来からの基本方針の延長線上に！

## 事業の深掘り

連結

収益構造の多層化

製造 + 人材を50%に！ 調剤薬局の収益性低下を補完

医薬品製造販売事業

収益性を重視した売上増加

他社にはない独自の成長モデル

調剤薬局事業

患者のための薬局ビジョンの深掘り

医療サービスの質と効率性の深掘り

医療従事者派遣・紹介事業

医師事業の収益化と成長力

報酬体系に左右されにくい  
出店戦略（自力出店主体）

3大都市圏中心の出店

ハイブリッド型店舗の増強

既存店の深掘り

人事制度・研修制度の充実

高品質の医療サービスの提供

医療サービスにおける効率性の追求

出店戦略

調剤薬局の機能分化  
への対応

人材面での好循環サイクル

かかりつけ薬剤師

電子お薬手帳

在宅医療

オンライン服薬指導

連携4項目

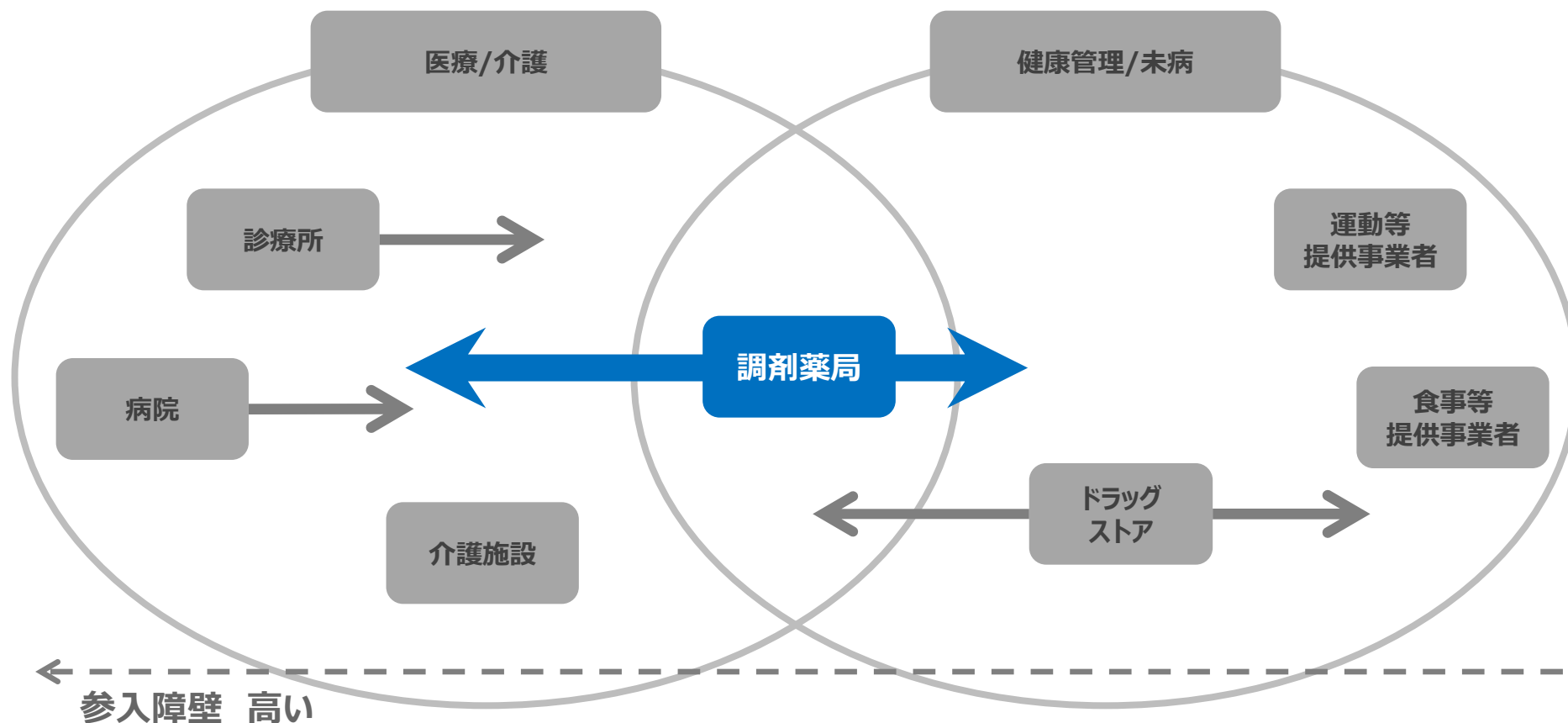
ジェネリック医薬品の  
使用促進

【店舗構成の目標】  
門前：ハイブリッド型  
50%：50%

好循環サイクルの第2ステージへ！

# 日本調剤が目指す薬局（ポジショニング）

調剤薬局は医療/介護/健康管理/未病市場のハブ



**日本調剤は医療の深堀りをしつつ、未病分野へ展開**

# 調剤薬局事業 損益計算書

売上高は、前年同期比10.6%と二桁増収（除くC型肝炎薬では12.6%の増収）、期初計画を達成。利益面では、過去最高の新卒薬剤師採用などによる費用の増加を、処方箋枚数の増加と処方箋単価の上昇を要因とした増収による増益効果で吸収し、前年同期比大幅な増益を実現。期初計画についても大幅超過。

(単位：百万円)	18/3 2Q実績	19/3 2Q実績	20/3 2Q計画	20/3 2Q実績	前年同期比 増減額	前年同期比 %	計画比 %
売上高	100,011	101,054	109,021	111,763	10,709	110.6%	102.5%
売上原価	84,007	86,856	94,039	95,609	8,753	110.1%	101.7%
売上総利益	16,003	14,197	14,981	16,153	1,955	113.8%	107.8%
対売上比	16.0%	14.0%	13.7%	14.5%	—	—	—
販売管理費	10,386	10,999	11,212	11,745	745	106.8%	104.8%
対売上比	10.4%	10.9%	10.3%	10.5%	—	—	—
営業利益	5,617	3,197	3,769	4,408	1,210	137.8%	116.9%
対売上比	5.6%	3.2%	3.5%	3.9%	—	—	—
期末店舗数(店舗)※1	569	596	615	611	15	102.5%	99.3%
1店舗あたり売上高※2	176	171	179	184	13	108.0%	103.1%

※1 期末店舗数は物販店舗を含む ※2 1店舗あたり売上高：調剤セグメント売上高/期中平均店舗数

## 前年同期比増減要因

### ◆売上高

- ① バランスのよい新規出店や既存店強化などによる処方箋枚数の増加（売上増）
- ② 高額医薬品の処方増加などによる処方箋単価の上昇（売上増）

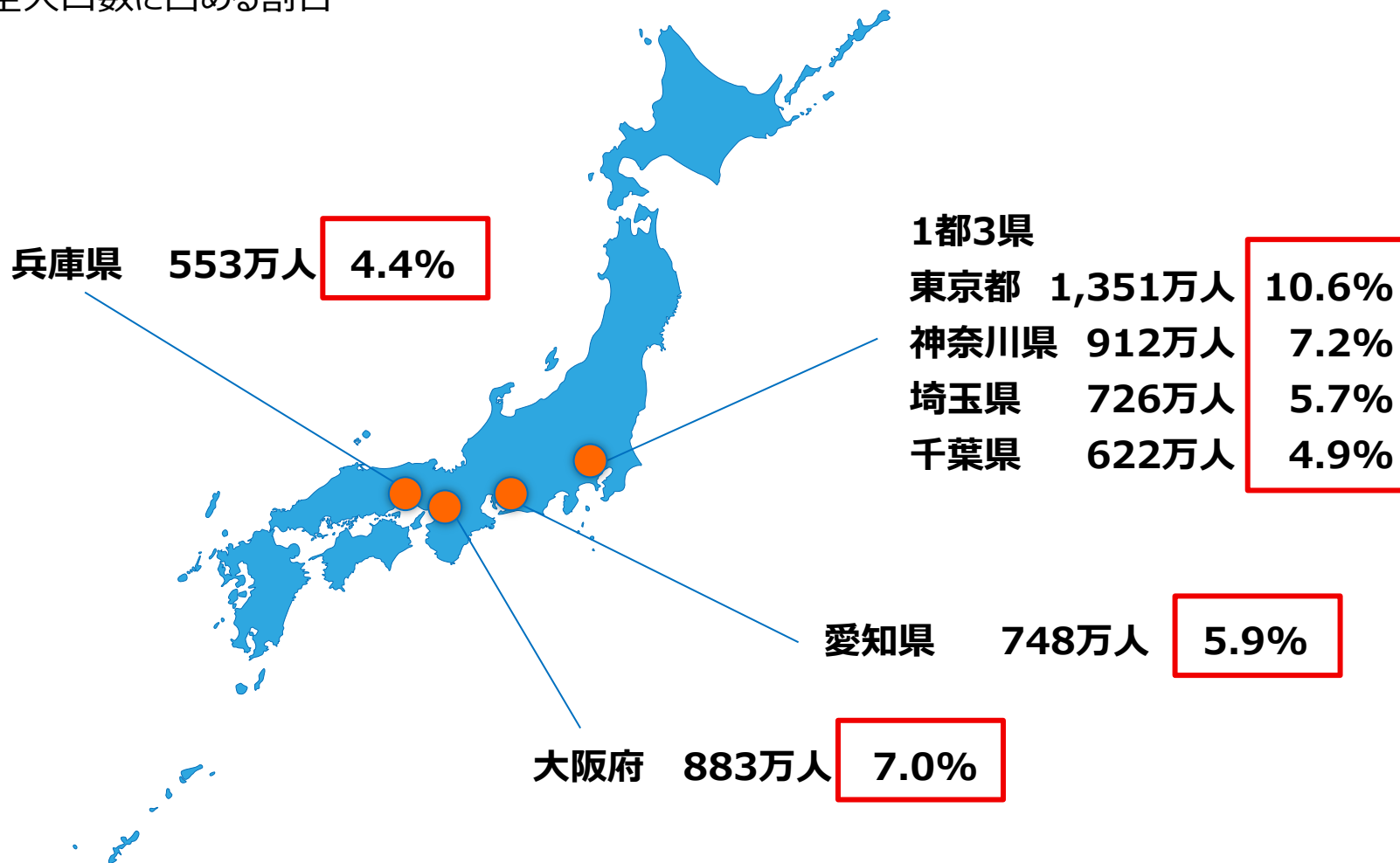
### ◆営業利益

- ① 処方箋枚数の増加、及び、処方箋単価の上昇などの増収による増益（利益増）
- ② 各種経費の見直しを継続的に進めたことによる費用圧縮効果（利益増）

# 出店環境認識①

人口数が多く、且つ、人口減少率が低い1都3県、大阪府、愛知県、兵庫県への出店力が成長のカギ。  
これらの地域において出店を強化できるかが重要な要素。

## 人口数と全人口数に占める割合



※総務省統計局 2015年国勢調査 都道府県・市町村別統計表

### 調剤薬局市場

- 医薬分業の伸び鈍化
- 収益性悪化（小規模店舗、小規模チェーン）
- 薬剤師採用の二極化
- ドラッグストアの攻勢
- 人口減少による患者数減少

### 出店環境の認識

- 敷地内案件は確実に増加するも、各種条件は高騰傾向
- 自力出店は全体的に減少傾向

### M&Aの認識

〈売り手〉

後継者不足、薬価差の縮小、薬剤師確保困難

〈買い手〉

チェーン減算や効率化余地の減少による小規模薬局買収の敬遠、  
自社出店力の減少によりM&A意欲はまだ旺盛だが、条件は高騰傾向

**➡店舗タイプのバランスがとれた自力出店力と店舗規模を重視したメリハリの効いたM&Aが成長戦略のカギ**

# 出店戦略 自力出店による効果

人口集積エリアでの自力出店を積極化したことで、前期を上回るペースで推移。一部地域では患者数減少が進んでおり、人口動態と病院の方向性を見極め出店。M&Aは、あらゆる可能性を排除せず出店を積極化。

## 出店数

	14/3	15/3	16/3	17/3	18/3	19/3	19/9月末	19/11月時点
出店	37	29	27	42	36	32	20 ※	31
自力出店	33	28	22	21	23	26	16	25
M&A	4	1	5	21	13	6	4	6
閉店	9	12	11	12	8	19	7	8
期末店舗数	494	511	527	557	585	598	611	621

(物販店舗1店舗を含む)

※物販店舗から調剤薬局への業態変更1店舗を含む

## 出店期別 前年同期比 (19/3 2Q)

	調剤売上高	処方箋枚数	処方箋単価
既存店	109.3%	101.7%	107.5%
前年出店	389.9%	475.3%	82.0%
全店	110.6%	104.1%	106.2%

## 処方箋枚数と処方箋単価 (19/3 2Q)

処方箋枚数 7,219千枚  
処方箋単価 15,239円

# 出店戦略 店舗ポートフォリオのバランスを重視した出店

門前薬局、ハイブリッド型薬局をバランスよく出店することで、改定の影響を受けにくい店舗ポートフォリオへ。医療モールに近いハイブリッド型薬局の出店を加速。関東エリアなど人口集積エリアでは自力出店が伸長。

## 出店数（店舗タイプ別）

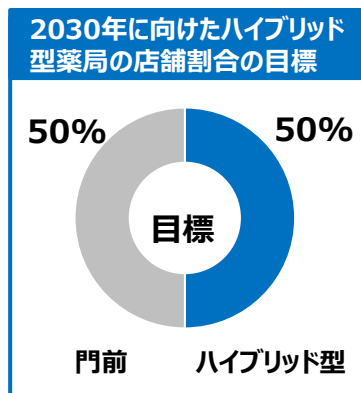
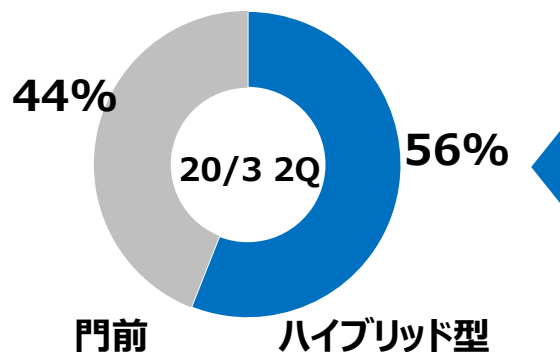
	19/3	19/9月末	19/11月時点
出店	32	20	31
門前 (敷地内)	16 (3)	8 (4)	13 (5)
ハイブリッド型	16	12	18
閉店	19	7	8
期末店舗数	598	611	621

※物販店舗1店舗を含む、移転による敷地内出店を含む

## 出店エリア

地域	出店数 20/3 2Q	期末店舗数 20/3 2Q
北海道	0	43
東北	2	45
関東	9	301
甲信越	0	23
東海	2	53
関西・北陸	4	69
中国・四国	2	39
九州・沖縄	1	38
合計	20	611

## 1都3県における店舗割合



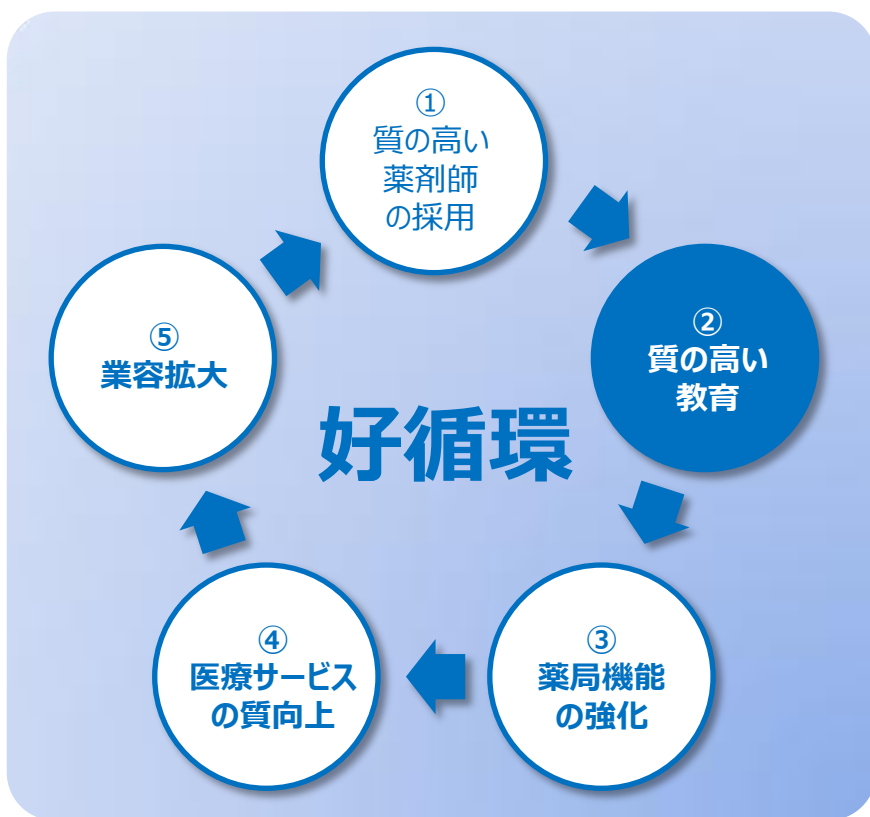
**関東への出店数は、全体の45%**



# 好循環サイクルの実現

薬剤師の新卒採用は質も量も確保でき、より質の高い人材の採用へ移行。研修制度や処遇制度の充実などにより専門性の高い薬剤師が増加。今後、薬剤師に求められる対人業務への準備を進めている。

## 人材の好循環サイクルは第2ステージへ



今期、採用基準の引き上げを実施。採用数の確保にとどまらず、質の向上を実現

**内定者数が好調に推移**  
**離職率も確実に低下**

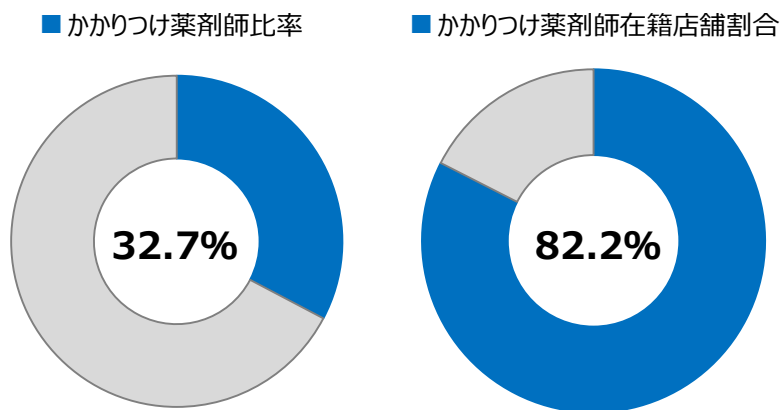
薬剤師ステージ制度が開始（2018年4月）され、専門性の高い薬剤師教育制度や処遇制度が充実。社員の定着率が向上。

Value Based Health Care (VBHC) の考え方にに基づき、患者さまへ付加価値の高い医療サービスを提供する体制へ移行

# かかりつけ薬剤師・薬局、在宅医療への取り組み

かかりつけ薬剤師・薬局への取り組みを継続することで、患者さまへの質の高い医療サービスの提供を目指す。  
在宅医療の依頼は増加しており、今後も積極的に取り組みを継続。

## ■ かかりつけ薬剤師・薬局 (2019年10月11日時点 新卒採用含む)

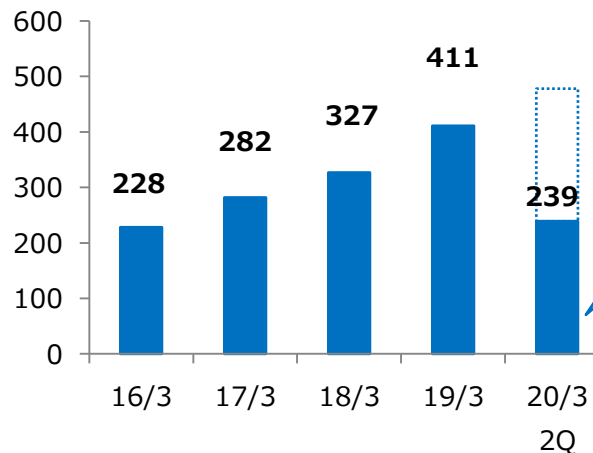


### ■ 1店舗あたりのかかりつけ薬剤師数

1.6名

## ■ 質の高い在宅医療の推進

### ■ 1店舗あたりの在宅医療実施件数



在宅医療  
実施店舗割合  
**94.5%**  
年間1件以上実施店舗

### 地域連携薬局 (案)

- ・在宅訪問の実施
- ・麻薬調剤・無菌調剤の対応
- ・一定の研修を受けた薬剤師の配置
- ・入退院時に患者の服薬情報を入院施設と共有
- ・患者のプライバシーに配慮した構造設備

厚生労働省ホームページ 第198回国会(常会)提出法律案より抜粋

※かかりつけ薬剤師比率 = かかりつけ薬剤師数 / 全薬剤師数

# 【参考資料】主要3項目の状況

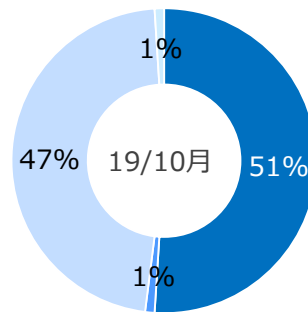
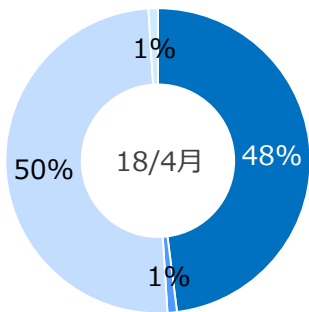
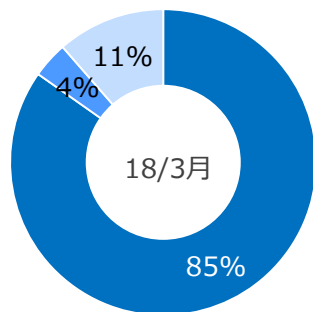
※新規店舗を含む全店舗を集計対象としております。

「患者のための薬局ビジョン」実現に向け各種取り組みを強化。

後発医薬品調剤体制加算2、3の店舗割合：86%(18/3月)→65%(18/4月)→87%(19/10月)

## 調剤基本料

- 基本料1 (41点)
- 基本料2 (25点)
- 基本料3 (20点)

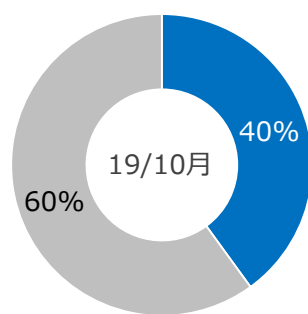
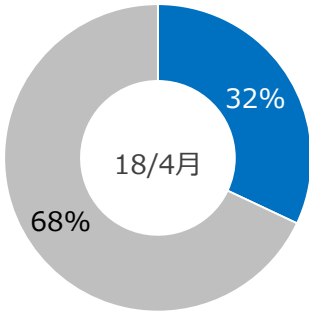
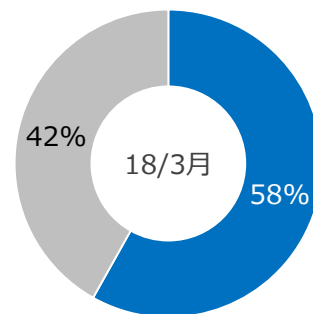


- 基本料1 (41点)
- 基本料2 (25点)
- 基本料3-口 (15点)
- 特別基本料 (10点)

## 基準調剤加算

### ↓ 地域支援体制加算

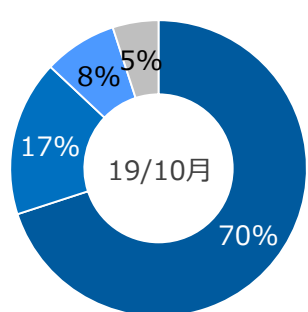
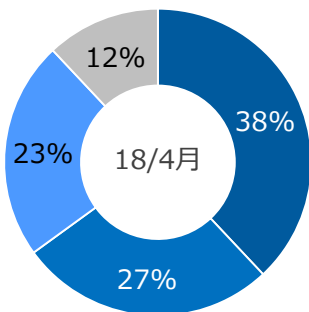
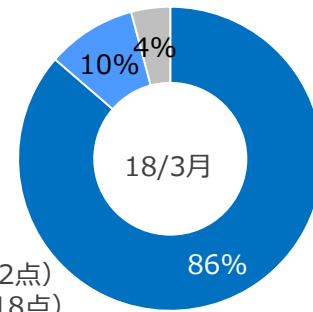
- 加算あり (32点)
- 加算なし



- 加算あり (35点)
- 加算なし

## 後発医薬品調剤体制加算

- 加算2 75%以上 (22点)
- 加算1 65%-75% (18点)
- 加算なし



- 加算3 85%以上 (26点)
- 加算2 80%-85% (22点)
- 加算1 75%-80% (18点)
- 加算なし

# 医薬品製造販売事業 損益計算書

売上高は、内部販売・外部販売ともに伸展し、全体では前年同期比8.3%の増収を実現。

利益面は、採算性を重視した販売戦略等により、売上総利益が前年同期比13.8%増加。営業利益は前年同期比3倍を超える大幅な増益。

(単位：百万円)	18/3 2Q実績	19/3 2Q実績	20/3 2Q計画	20/3 2Q実績	前年同期比 増減額	前年同期比 %	計画比 %
売上高	19,213	19,431	22,480	21,040	1,609	108.3%	93.6%
売上原価	15,965	16,444	18,732	17,643	1,198	107.3%	94.2%
売上総利益	3,248	2,986	3,748	3,397	410	113.8%	90.7%
対売上比	16.9%	15.4%	16.7%	16.1%	—	—	—
販売管理費	2,609	2,642	2,921	2,242	△400	84.9%	76.8%
対売上比	13.6%	13.6%	13.0%	10.7%	—	—	—
営業利益	638	344	826	1,155	811	335.7%	139.7%
対売上比	3.3%	1.8%	3.7%	5.5%	—	—	—

## 前年同期比増減要因

### ◆売上高

- ①内部販売：調剤薬局事業における数量ベース伸展、及び新規出店効果（売上増）
- ②外部販売：受託・導出など新たな販売チャネルへの取り組み強化（売上増）

### ◆営業利益

- ①増収と流通改善ガイドラインに基づいた採算性重視の販売戦略による売上総利益率の改善（利益増）

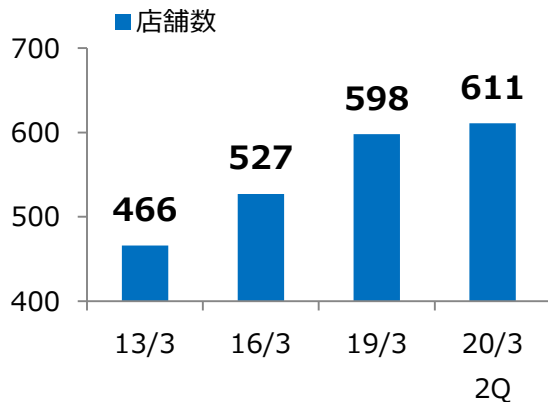
# 他社にはない独自のビジネスモデルの深化

新規出店による店舗数増加などにより調剤薬局事業を拡大させ、調剤薬局事業の拡大が、医薬品製造販売事業の拡大に連動する他社にはないビジネスモデルの深化。調剤薬局事業におけるジェネリック医薬品の数量ベース使用割合が引き続き上昇。

## 調剤薬局事業の拡大

### 調剤薬局事業

#### 店舗数増加



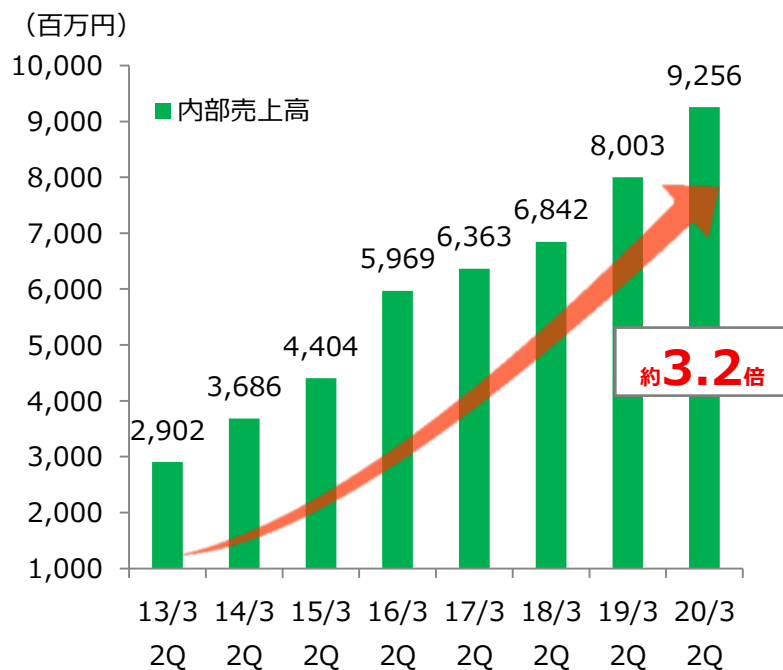
#### ジェネリック医薬品の使用量増加

ジェネリック医薬品  
数量ベース使用割合 **88.1%**  
(2020年3月期9月末)

## 医薬品製造販売事業の拡大

### 医薬品製造販売事業

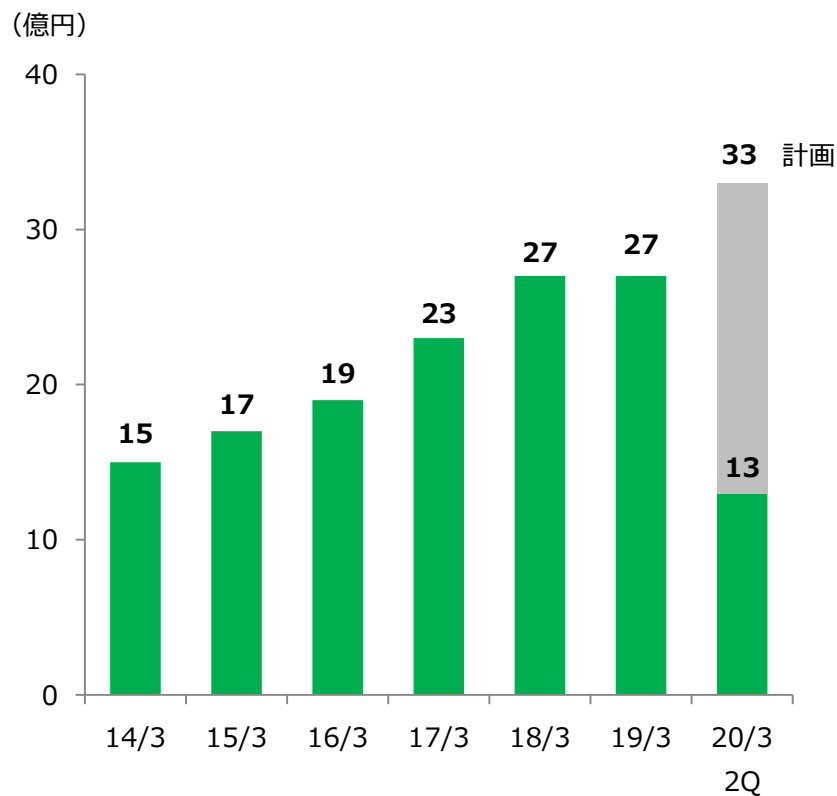
#### 内部売上高増加



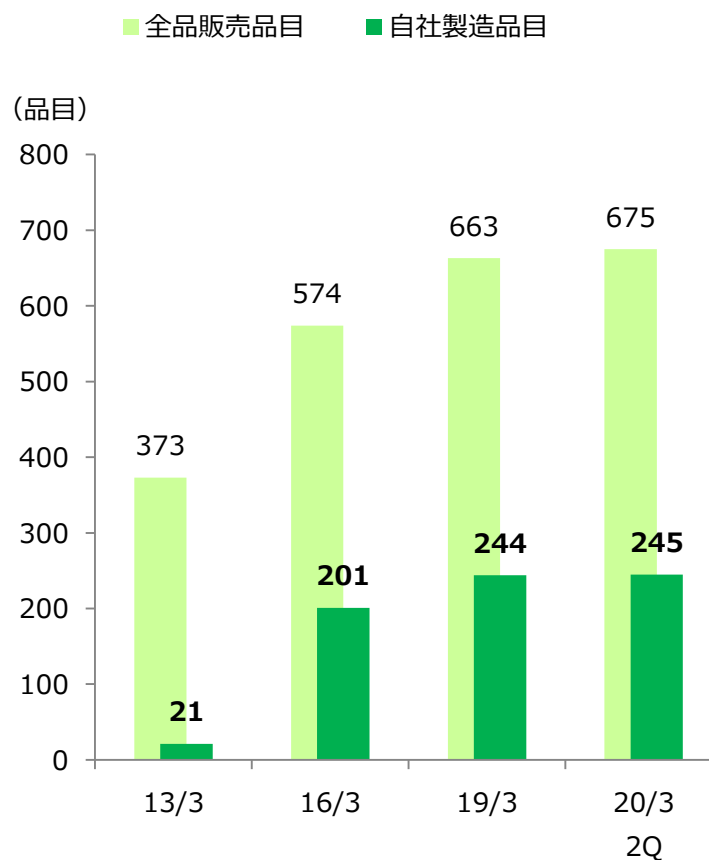
# 収益力強化：自社製造品目の増強

上期は特許切れ品目が少なく、併せて製品ラインナップの見直しなどにより自社製造品目数はほぼ横ばい。優先順位をつけ内製化することで、自社製造品目への切り替えによる売上総利益の改善を進める。

## ■ 研究開発費 (連結ベース)



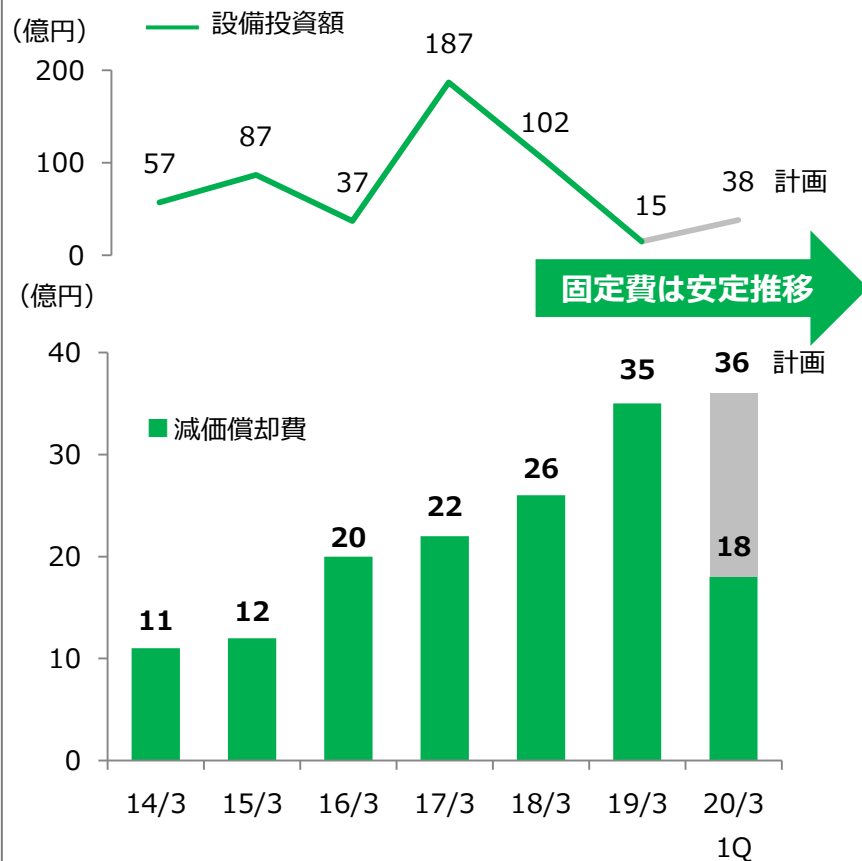
## ■ 販売品目数



# 収益力強化：受託製造の活用

つくば第二工場完成により設備投資がピークアウト。つくば第二工場完成後に受託品・導出品の製造を開始し、17品目を新規獲得。前期の収益性重視の販売を継続しつつ、受託品・導出品の製造を含めた販売数量の増加、収益性のバランスを取りつつ、売上高増加を図る。

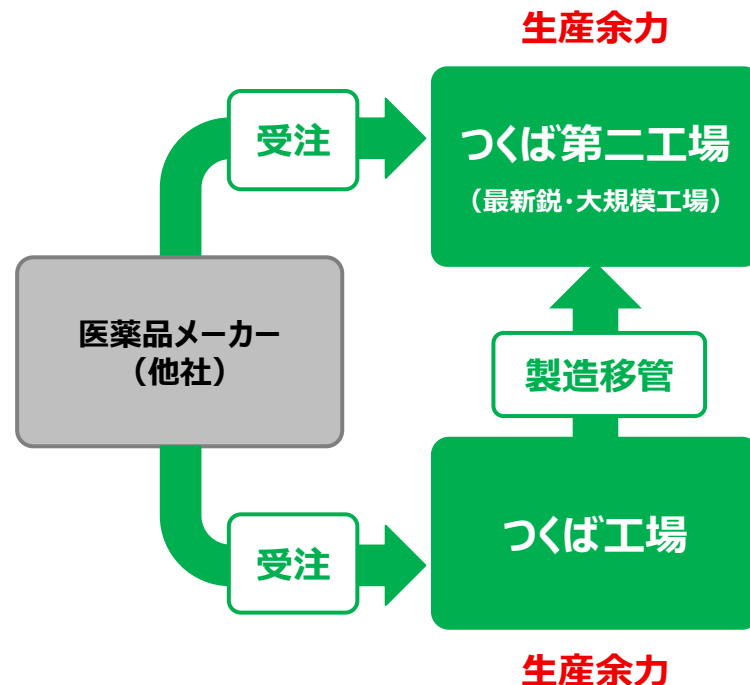
## ■ 設備投資額と減価償却費



## ■ 受託品・導出品製造 (2018年3月～2019年9月)

つくば第二工場完成後

**17** 品目を新規獲得



# 医療従事者派遣・紹介事業 損益計算書

売上高は、薬剤師紹介事業、医師紹介事業が着実に伸展したことにより、前年同期比6.7%の増収、派遣需要の減少を紹介で補ったが期初計画は未達となった。利益面では、医師紹介事業が前期に実施した投資の回収期間に移行し好調に推移したことから増益となり、期初計画を大幅に超過。**第二四半期累計期間の営業利益は、同期間の過去最高益を更新**

(単位：百万円)	18/3 2Q実績	19/3 2Q実績	20/3 2Q計画	20/3 2Q実績	前年同期比 増減額	前年同期比 %	計画比 %
売上高	5,993	6,351	7,041	6,775	423	106.7%	96.2%
売上原価	3,634	3,969	4,263	3,871	△98	97.5%	90.8%
売上総利益	2,359	2,382	2,778	2,903	521	121.9%	104.5%
対売上比	39.4%	37.5%	39.5%	42.9%	—	—	—
販売管理費	1,346	1,751	1,888	1,821	70	104.0%	96.4%
対売上比	22.5%	27.6%	26.8%	26.9%	—	—	—
営業利益	1,012	630	889	1,082	451	171.6%	121.7%
対売上比	16.9%	9.9%	12.6%	16.0%	—	—	—

## 前年同期比増減要因

### ◆売上高

- ①薬剤師派遣から薬剤師紹介事業へのシフトをが進行（売上増）
- ②医師紹介事業が拡大、前期実施した拠点整備・人員増加等の効果発揮（売上増）

### ◆営業利益

- ①増収による増益効果（利益増）
- ②先行投資が終わり回収期間へ移行。追加投資はなく、販管費比率が低下。（利益増）

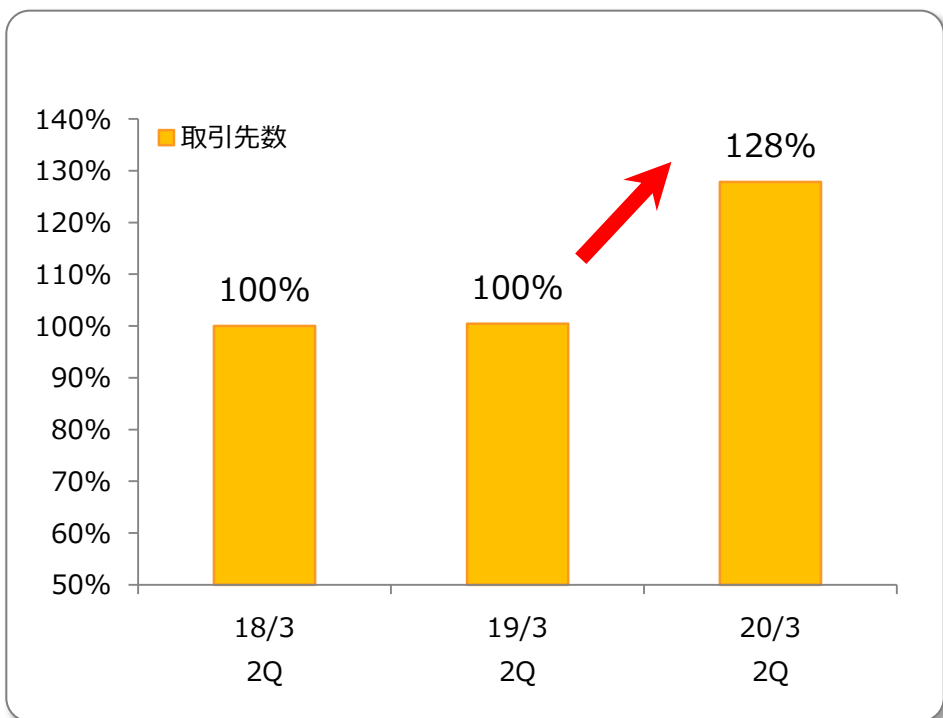


# 薬剤師紹介事業が拡大

薬剤師の紹介需要が高まることを見越し、前期に増員した営業社員が戦力化。紹介取引先数を増加させ、成約数増加に取り組むことで、紹介事業が拡大。派遣事業の安定性を基盤に、収益性・成長性が高い紹介事業を拡大。

## 薬剤師の紹介取引先数

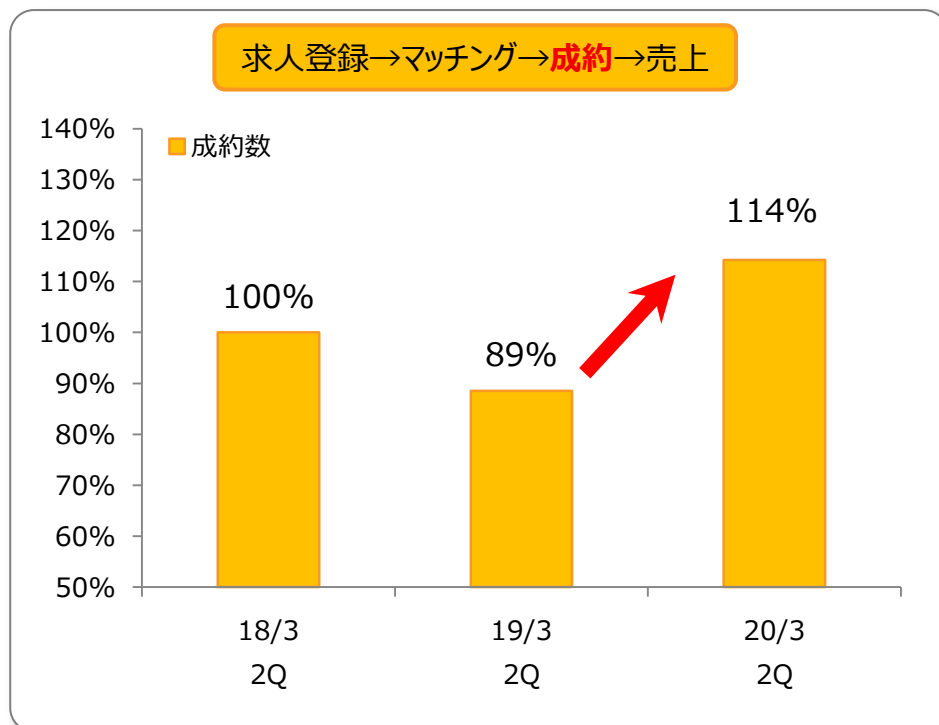
18/3期2Q累計の取引先数を100%とした取引先数の推移



▶ 営業力強化により薬剤師紹介事業の取引先が拡大。収益・売上成長に寄与。

## 人材紹介成約数

18/3期2Q累計の成約数を100%とした成約数の推移



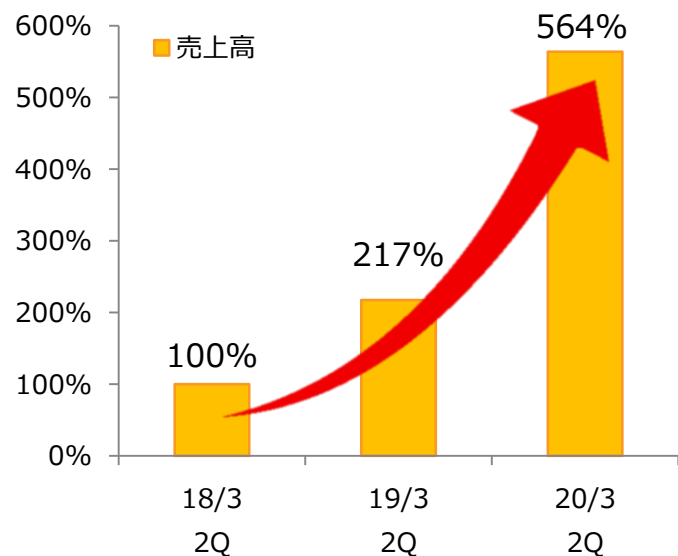
▶ 売上高の先行指標である成約数がV字回復し、増加傾向。

# 医師事業の急拡大と利益への貢献

医師事業で昨年実施した拠点増加・営業社員増員の効果が、売上高増加に寄与。取引先数、並びに、売上の先行指数である成約数が増加し、増益への貢献度が向上。その他、登録販売者、看護師などの取り扱い分野拡大に着手。

## 医師事業の拡大

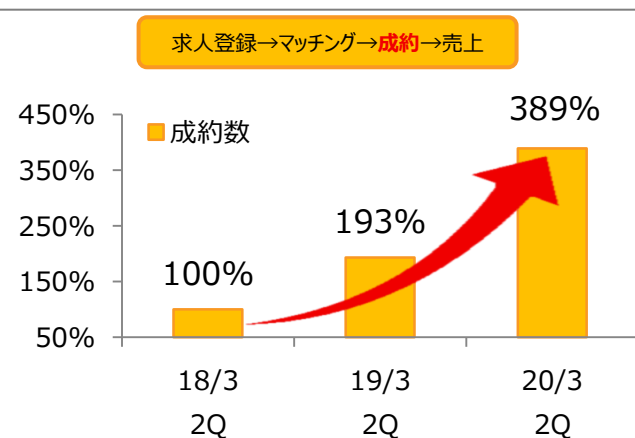
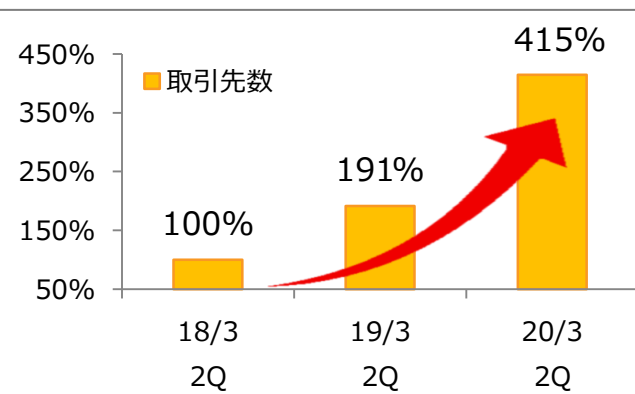
18/3期2Q累計の売上高を100%とした売上高の推移



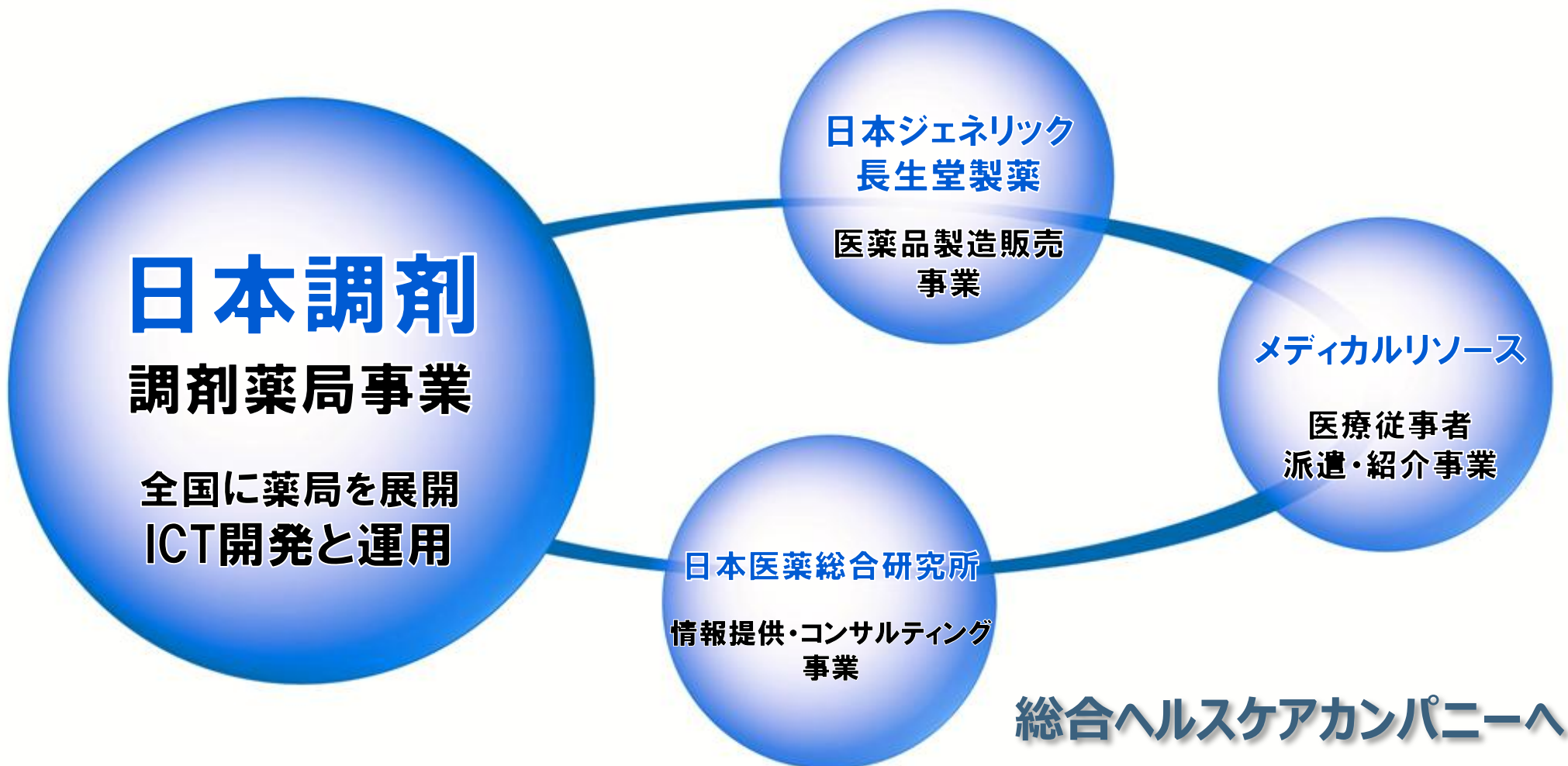
▶ 医師事業が順調に拡大。20/3期2Qの売上高増に貢献。

## 成約数・取引先数

18/3期2Q累計の成約数・取引先数を100%とした成約数・取引先数の推移



医薬品業界のみならず医療界、そして日本の社会にとって必要不可欠な会社となる



## III. 參考資料

---

## 日本調剤初のPB商品「日本調剤の青汁」を新発売

2019年5月24日

[https://www.nicho.co.jp/corporate/newsrelease/20190524\\_nr1/](https://www.nicho.co.jp/corporate/newsrelease/20190524_nr1/)

## たった1杯で、23種の健康素材・成分が手軽に摂れる 日本調剤初のPB商品「日本調剤の青汁」を新発売



### 【製品概要】

商品名：日本調剤の青汁

内容量：3g×30包

希望小売価格：3,000円（税抜）

### 【「日本調剤の青汁」 3つの特長】

#### 1. 23種類の健康素材※を手軽に摂れる

5種（大麦若葉・ケール・長命草・桑の葉・ヨモギ）の青汁素材に加え、ビタミンB・Cや最近注目を集めているプロテオグリカン・MCTパウダーなどの23種の健康素材を使用。健康維持におすすめの栄養機能食品です。

※健康素材：ビタミンB1、ビタミンB2、ビタミンB6、ビタミンC、葉酸、銅、活きた酵素、CoQ10、米糖発酵物、ハトムギ、黒大豆、ブロッコリースプラウト、乳酸菌100億個（ラブレ菌、フェカリス菌、ピフィズ菌）、難消化性デキストリン、グアーガム酵素分解物、フィッシュコラーゲン、プロテオグリカン、貝カルシウム、HMBCa、MCTパウダー、大豆レシチン。

#### 2. 安心の原材料

5種の青汁素材は、国産・農薬不使用栽培のものを使用。人工甘味料不使用で、毎日安心して飲み続けていただけます。

#### 3. 抜群の飲みやすさ

はちみつレモン風味のスッキリとした味わいに仕上げました。1杯あたり10kcalと低カロリーなので、カロリーを気にせずにおいしくお飲みいただけます。

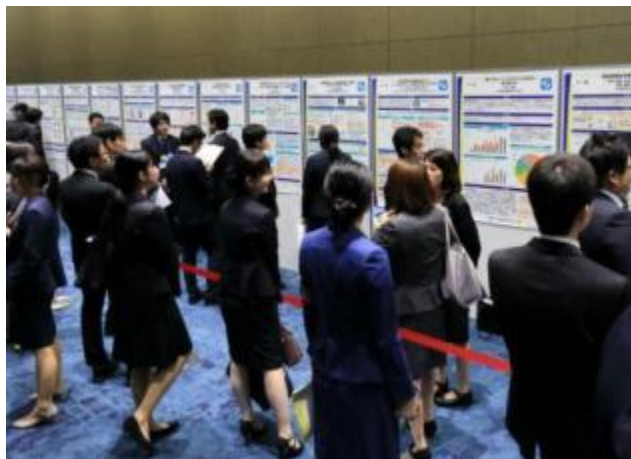
日本調剤では、全国の店舗で管理栄養士の配置を進め、病気になる前の「予防」から健康づくりの支援に注力しており、お客さまの栄養管理の相談・アドバイスといった食生活からできる健康管理についてお気軽にご相談いただける体制を整えております。今までも薬局にお越しになるお客さまから非常に評判が高かった製品が青汁だったこともあり、この度、日本調剤オリジナルの青汁を開発いたしました。

# 「第4回日本調剤グループ学術大会 全国大会」を開催

2019年9月8日

[https://www.nicho.co.jp/corporate/newsrelease/20190718\\_nr1/](https://www.nicho.co.jp/corporate/newsrelease/20190718_nr1/)

## 患者さまや社会に貢献できる薬局を目指して 「第4回日本調剤グループ学術大会 全国大会」を開催



<日本調剤グループ学術大会の様子>

当社では、医療人としての専門性と発表スキルを高めることを目的に、社員が学会での演題発表や論文投稿を積極的に行うというチャレンジを、業界随一と言われる充実した教育・研修機会の後押ししています。その薬局スタッフが日ごろの努力の成果を学術大会で発表することが、患者さまや社会への貢献につながると考え、2016年から全社規模の学術大会を開催し、2017年からは社外公開形式で実施しています。

4回目となる今年のテーマは「医療をささえる薬局のカタチ ～社会に必要とされる薬局とは～」とし、6月に行われた全国9ブロックでの「地区大会」を経て選出された優秀な全10演題を、「全国大会」で発表しました。また、各地で発表された演題をより多くご紹介するために、全20演題のポスター発表も行いました。

なお、隣接する別会場では、店舗での接客ロールプレイをステージ上で再現する「JP-CSアワード2019 第3回ロールプレイ大賞」を同時開催しました。

# 全国の「健康チェックステーション」60店舗で禁煙啓蒙イベントを開催

2019年5月31日

[https://www.nicho.co.jp/corporate/newsrelease/20190507\\_nr2/](https://www.nicho.co.jp/corporate/newsrelease/20190507_nr2/)

## 5月31日は「世界禁煙デー」 全国の「健康チェックステーション」60店舗で禁煙啓蒙イベントを開催

### 【実施概要】

1. 世界禁煙デーのポスター掲示
2. 禁煙啓蒙チラシ・リーフレットの配布
3. 禁煙啓蒙セミナーの実施
4. 肺活量や肺年齢を測定するイベントの開催

世界禁煙デーは、WHO（世界保健機関）が1987年に制定した記念日です。禁煙を推進するため、毎年5月31日を「世界禁煙デー」と定めており、日本では1992年から5月31日から6月6日までの1週間を「禁煙週間」としています。今年度は、「2020年、受動喫煙のない社会を目指して～たばこの煙から子ども達をまもろう～」をテーマに、禁煙および受動喫煙防止の普及啓発活動が行われました。

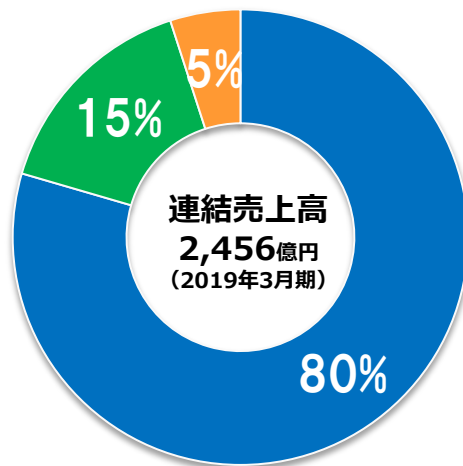
今回、日本調剤では地域の方々の健康づくり支援の一環として禁煙を推進するため、「健康チェックステーション」を併設している全国約60店舗（※一部店舗を除く）で、2019年5月から、禁煙デーの啓蒙ポスター・リーフレットの掲示・配布を行うほか、禁煙啓蒙セミナー・イベントを実施しました。

# 会社概要

商号	日本調剤株式会社
設立	1980年3月
本社	東京都千代田区丸の内一丁目9番1号 Grantウキョウノースタワー37階 03-6810-0800（代表）
代表者	三津原 庸介
資本金	39億5,302万円
発行済 株式総数 <small>（自己株式を含む）</small>	16,024,000株
決算期	3月
証券コード	3341
事業内容 <small>※グループ連結</small>	保険調剤薬局チェーンの経営 ジェネリック医薬品等の製造・販売 医療従事者の派遣・紹介事業 情報提供・コンサルティング事業 等
従業員数	5,110名（'19/3月末） <small>※パートを含む、グループ連結、パートは8時間換算</small>
店舗数	調剤薬局 611店舗 うち、物販店舗 1店舗（'19/9月末）

## 売上高の構成比率

- 調剤薬局事業
- 医薬品製造販売事業
- 医療従事者派遣・紹介事業



2030年に向けた成長イメージ

1兆円企業へ

調剤薬局事業

調剤薬局の  
リーディングカンパニー

店舗当たり売上

No.1

医薬品製造販売事業

フルライン  
ジェネリックメーカー

他社にはないビジネスモデル

Only 1

医療従事者派遣・紹介事業

医療分野に特化した  
人材サービスカンパニー

薬剤師の派遣

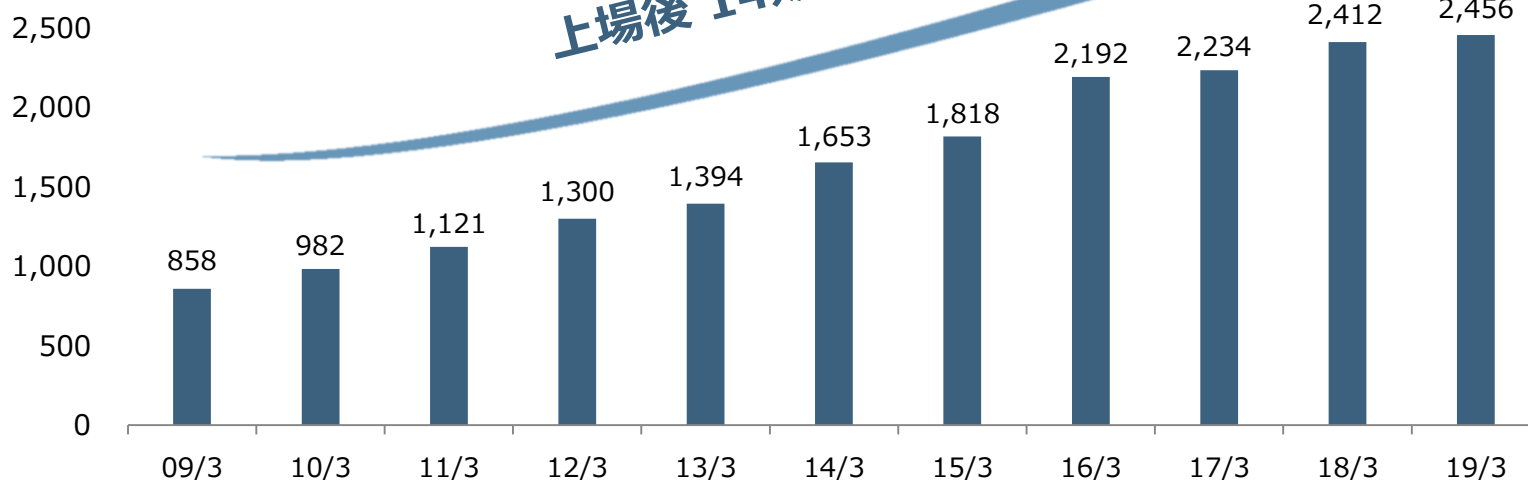
No.1



# 連結売上高・連結営業利益の推移

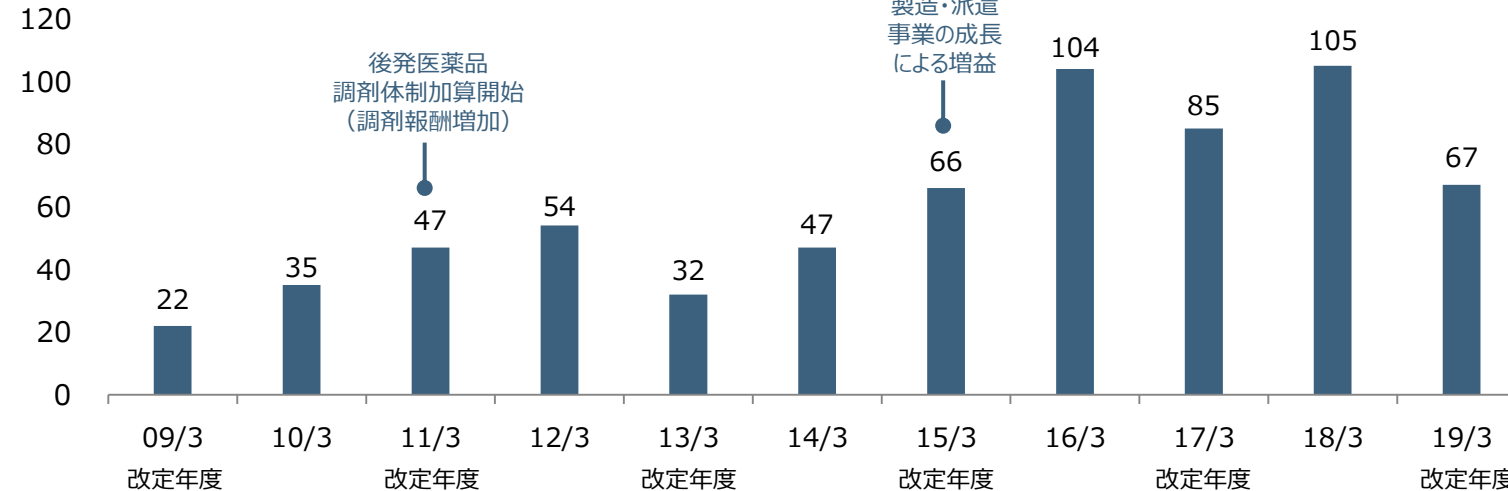
## ■ 連結売上高推移

(億円)



## ■ 連結営業利益推移

(億円)



# 注意事項

本資料に掲載されている日本調剤株式会社及び同社子会社の業績目標、計画、事業展開等に関しましては、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成されたものであり、事業等のリスクや不確実な要因によっては、大きく変化する可能性があります。またその達成を当社として約束する趣旨のものではありません。実際の業績は様々な要因によって予想数値と異なる場合がありますことをご承知おきください。また、本資料は投資勧誘のために作成されたものではありません。投資を行う際には、投資家ご自身の判断で行うようお願い申し上げます。

## 【IRお問い合わせ先】

### 日本調剤株式会社

〒100-6737

東京都千代田区丸の内一丁目9番1号

グラントウキョウノースタワー37階

Tel : 03-6810-0800 (代表)  
E-Mail : ir-info@nicho.co.jp  
IR専用ページ : <https://www.nicho.co.jp/corporate/ir/>  
担当 : 経営企画部 IR担当まで