

## 株主の皆様へ

## 第15期第2四半期報告書

2021年4月1日 &gt; 2021年9月30日

## ごあいさつ

当社は2021年10月1日、株式会社マツモトキヨシホールディングスと株式会社ココカラファインが経営統合し、誕生しました。

2019年8月、経営統合に向けた協議開始を合意して以降、両社間で緊密に連携し、経営統合に向けて精力的に協議を進めてまいりました。

その間、新型コロナウイルスという、まったく想定していなかった感染症により、社会・経済が大きな脅威に見舞われましたが、地域医療の一翼を担うドラッグストアとしての役割・使命を考えたときに、今回の経営統合の意義、そしてその必要性を改めて強く認識いたしました。

両社は、株式会社マツキヨココカラ&カンパニーという一つの会社となり、同じ理念・ビジョンを共有し、売上高1兆円・日本全国に3,000店舗超の規模を有する、社会・生活のインフラ企業となりました。

私たちはこの度の経営統合には2つの大きな意義があると考えております。

一つは、ドラッグストアとして最大規模である、3,000店舗を超える店舗網でお客様、地域の皆様にとって「最も身近な日本最大のドラッグストアグループ」になるということです。

しかし、重要なことは、単に規模が大きいということだけではなく、マツモトキヨシグループとココカラファイングループという異なる歴史とブランドを持つドラッグストアチェーンが、それぞれ、これまで培ってきた顧客基盤を最大限に活用しながら、お客様一人おひとりに寄り添ったOne to Oneマーケティングを確立しその期待にお応えすることが、この度の経営統合の大きな価値になるものと考えております。

さらに、もう一つは、ヘルス&ビューティーに関する圧倒的なプレゼンスを獲得し、国内のドラッグストア業界を力強く牽引するということです。ドラッグストアとしての社会的使命である地域包括ケアシステムの構築を推進し、さらには、「美」と「健康」の意識が高まっているアジア地域での事業基盤を確立するため、グローバル展開をより一層加速させてまいります。

このように、私たちは国内No.1ということにとどまらず、すべてのステークホルダーの皆様信頼され支持される「美と健康の分野でアジアNo.1」の企業グループを目指してまいります。

両社はこれまでそれぞれの会社として歩んでまいりましたが、今後は、“美しさと健やかさを、もっと楽しく、身近に”をグループビジョンとし、常にお客様に寄り添う企業として、未来の価値を創造し、サステナブルな社会実現へ貢献してまいります。

## 第15期 第2四半期連結累計期間の業績について

当第2四半期連結累計期間(2021年4月1日～2021年9月30日)におけるわが国経済は、企業収益や設備投資に持ち直しの動きが続いており、雇用・所得環境に底堅さもみられましたが、新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の影響により、景気のテンポが弱まり、厳しい状況で推移いたしました。

ドラッグストア業界におきましても、業種・業態を越えた競合企業の新規出店、商圏拡大に向けた新たなエリアへの侵攻、M&Aによる規模拡大、同質化する異業種との競争、それらが要因となる狭小商圏化など、当社を取り巻く経営環境は厳しい状況が継続しております。

このような環境の中、当社グループは、「ライフライン」「社会インフラ」であるドラッグストアの使命として、お客様と従業員の安心・安全を最優先しながら、多様なお客様に寄り添った対応をより深い次元で実現することに取り組んでおります。当社グループの重点戦略は国内とグローバルに分け設定し、国内戦略として「お客様のライフステージに応じた価値提供」を戦略テーマに3つの重点戦略、①利便性の追求-お客様との繋がりへの深化、②独自性の追求-体験やサービス提供の新化、③専門性の追求-トータルケアの進化と、グローバル戦略として「アジア市場での更なるプレゼンス向上」を戦略テーマに④グローバル事業の更なる拡大を重点戦略として設定しております。また、当社は株式会社ココカラファインとの資本

業務提携契約に基づき、P B (プライベートブランド) 商品を中心とした相互供給、医薬品を含むN B (ナショナルブランド) 商品のマーチャンダイジングの統一などによる早期のシナジー実現に取り組んでおります。

P B 商品につきましては、人気のエナジードリンクの新ラインナップとして、「EXSTRONG RUN&GUN エナジージュミ」と「EXSTRONG NEW SUN KING (ニューサンキング)」を販売するとともに、“matsukiyo LAB”の新ラインとして「サステナブルロカボライン」の展開をスタートしました。また、オーガニックコスメブランド「ARGELAN (アルジェラン)」から「モイストグロー ヘアバーム」とカラーリップスティック「メロウボピー」を、ナリス化粧品との共同開発エイジングケアブランド「THE RETINOTIME (ザ・レチノタイム)」から「ザ・レチノタイム リンクルハンドクリーム」をそれぞれ新商品として発売いたしました。

国内店舗の出退店などに関しましては、当第2四半期連結累計期間において出店38店舗、閉店15店舗、改装29店舗となり、2021年9月末におけるグループ店舗数は1,787店舗となりました。以上の結果、売上高2,770億3百万円(前年同期比3.5%増)、営業利益157億85百万円(同10.9%増)、経常利益167億52百万円(同9.6%増)、親会社株主に帰属する四半期純利益103億5百万円(同7.9%増)となりました。

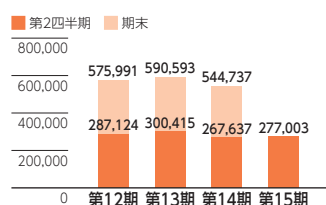


代表取締役社長 松本 清雄

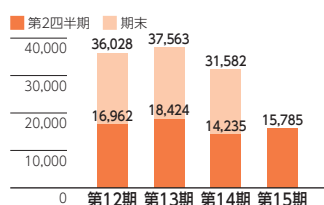
## 第2四半期連結財務ハイライト

「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を当第1四半期連結会計期間の期首から適用しており、前第2四半期連結累計期間及び前連結会計年度に係る主要な経営指標等については、当該会計基準等を遡って適用した後の指標等となっております。

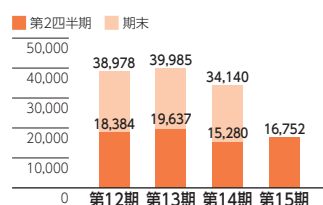
### 売上高 (百万円)



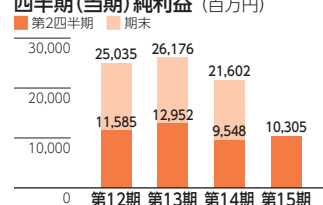
### 営業利益 (百万円)



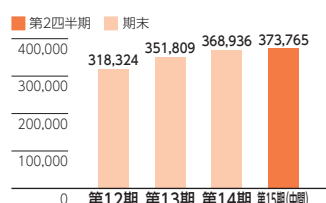
### 経常利益 (百万円)



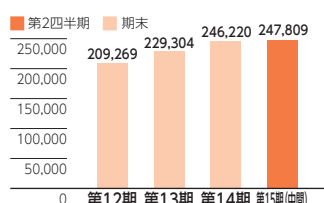
### 親会社株主に帰属する 四半期(当期)純利益 (百万円)



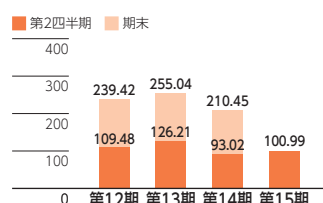
### 総資産 (百万円)



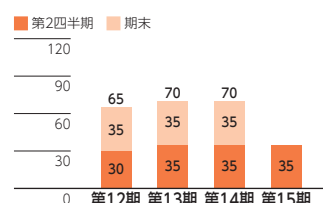
### 純資産 (百万円)



### 1株当たり四半期(当期)純利益 (円)



### 1株当たり配当金 (円)



ご参考:旧株式会社ココカラファインの第2四半期連結業績

売上高1,817億90百万円、営業利益54億39百万円、経常利益64億59百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益6億41百万円

## 経営方針 (中期経営計画)

### グループスローガン

Find your **“!”**  
wow

### グループ理念

未来の常識を創り出し、  
人々の生活を変えていく

### グループ経営目標

2026年3月期

グループ売上高 **1兆5,000億円**

営業利益率 **7.0%**

## 中期的な経営戦略

当社グループは、経営統合によって売上高1兆円、3,000店舗を有する社会・生活のインフラ企業となることで、地域社会の美と健康に最も身近な存在として貢献できるほか、ヘルス&ビューティー分野で圧倒的なプレゼンスを獲得することで、国内ドラッグストア業界を力強く牽引することを目指してまいります。また、ドラッグストアとしての社会的使命である地域包括ケアシステムの構築を推進するとともに、美と健康の意識が高まっているアジア地域における事業基盤を確立し、将来的には「美と健康の分野でアジアNo.1」を目指してまいります。

なお、経営統合によるシナジー効果として、両グループが持つ強みや基盤の更なる融合を図ることで、経営統合後3年目までを目処に、連結ベースで営業利益300億円規模の収益改善効果の達成を見込んでおります。

今後、当社グループは、経営統合によってもたらされる強みを最大限活用することで、更なる収益性改善と規模拡大を図ってまいります。新型コロナウイルス感染症拡大による消費動向の変化、少子高齢化など、常に変化する経営環境に対応し、持続可能な経営を実践していくために、国内戦略(戦略テーマ:お客様のライフステージに応じた価値提供)とグローバル戦略(同:アジア市場での更なるプレゼンス向上)にそれぞれ紐づく4つの重点戦略を設定しております。なお、重点戦略の主な内容は以下のとおりです。

### ① 利便性の追求-お客様との繋がりの深化

当社グループは、お客様の価値観が多様化し、ライフスタイルが変化しつつある社会において、お客様の最も身近な存在として、より深く繋がり、変わりゆくニーズを的確に捉えていくことが必要であると考えております。そのため、全国に展開している3,000を超える店舗網とデジタルを活用したお客様に届ける仕組みづくり、様々な買い物スタイルの提供など、利便性を追求していくことで、お客様により深く寄り添う企業を目指してまいります。

### ② 独自性の追求-体験やサービス提供の新化

当社グループは、激しい競争環境の中で、1億超のお客様接点から蓄積されたデー

タとマーケティング分析力を活かし、お客様の価値観に基づく魅力的な商品・サービスや店舗モデルの開発、広告配信事業の展開など、独自性を追求していくことで、お客様に選ばれ、日々の生活がより楽しさに満ちたものとなっていただけるよう、取り組んでまいります。

### ③ 専門性の追求-トータルケアの進化

当社グループは、少子高齢化が進み、健康長寿社会の実現を目指すわが国においては、様々なお客様のライフステージに応じた質の高いサービスを提供することで、地域社会により大きな安心と喜びを提供していくことが求められていると考えております。そのため、当社の強みを活かし、セルフメディケーションの推進、調剤事業拡大に加え、心と身体の両面でのビュー

ティーケアなど、ヘルス&ビューティーの分野とウェルネスの3つを軸に専門性を追求していくことで、地域包括ケアシステムを支え、すべての人がいつまでも美しく、健康で心豊かな生活を送れるよう取り組んでまいります。

### ④ グローバル事業の更なる拡大

当社グループは、アジアを中心とした新たな進出の開拓や海外店舗展開、越境EC事業の拡大を図るため、海外SNSの活用やグローバル会員獲得によるアプローチ強化、グローバルで活躍する人材と海外で支持される商品の開発などに積極的に取り組むことで、美と健康への意識が高まっているアジア地域での事業規模拡大とプレゼンス向上を目指してまいります。

## 店舗ネットワーク (2021年9月30日現在)

北海道・東北エリア 93 店舗展開	甲信越・北陸エリア 174 店舗展開	関東エリア 983 店舗展開	東海エリア 118 店舗展開	関西エリア 155 店舗展開	中国・四国エリア 66 店舗展開	九州・沖縄エリア 198 店舗展開
----------------------	-----------------------	-------------------	-------------------	-------------------	---------------------	----------------------



株式会社マツキヨココカラ&カンパニー

グループ  
店舗総数 1,787 店舗

※2021年9月30日現在 (旧マツモトキヨシホールディングス) の状況を記載しております。



(本社)千葉県松戸市

全国に 1,024 店舗展開

株式会社 マツキヨ 甲信越販売

(本社)長野県長野市

甲信越・北陸エリアに 174 店舗展開

株式会社 マツキヨ 東日本販売

(本社)宮城県仙台市青葉区

北海道・東北エリア・関東エリアに 174 店舗展開

株式会社 マツキヨ 中四国販売

(本社)岡山県岡山市南区

中国・四国エリア・関西エリアに 79 店舗展開

株式会社 マツキヨ 九州販売

(本社)福岡県福岡市博多区

九州・沖縄エリアを中心に 170 店舗展開

株式会社 マツキヨ ファーマシーズ

(本社)千葉県松戸市

関東エリア・関西エリアに調剤薬局 22 店舗展開



(本社)東京都墨田区

関東エリアに 144 店舗展開

ご参考 株式会社ココカラファイン 全国に 1,512 店舗展開

### 「マツモトキヨシ」の海外展開について

- ①セントラル&マツモトキヨシ リミテッドを通じてタイ王国に30店舗展開しております。
  - ②台湾松本清股份有限公司を通じて台湾に17店舗展開しております。
  - ③マツモトキヨシベトナム ジョイントストック カンパニーを通じてベトナム社会主義共和国に1店舗展開しております。
- ※タイ王国の30店舗、台湾の17店舗及びベトナム社会主義共和国の1店舗は、上記グループ店舗総数に含んでおりません。

## TOPICS

### マテリアリティの見直しに関するお知らせ

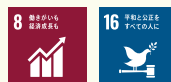
当社グループは、サステナブル経営の実践に向けて、経営統合で一層強化される医療機関との連携やグループビジョンを考慮し、旧株式会社マツモトキヨシホールディングス(当社)の4つのマテリアリティを5つのマテリアリティに見直しをいたしました。

#### <当社グループの成長の基盤となるマテリアリティ>

##### ■ 従業員の成長



##### ■ ガバナンス・コンプライアンスの充実



#### <社会的課題解決と当社成長が両立するマテリアリティ>

##### ■ お客様・地域医療の美と健康を考える



##### ■ 地球の健康を考える



##### ■ 地域生活を支える医療を考える





## レシピオ (RECIPEO)

### ①商品開発コンセプト

株式会社マツキヨココカラ&カンパニー誕生を記念して、共同開発第一号プライベートブランドの敏感肌向けスキンケアシリーズ「レシピオ (RECIPEO)」が登場。「レシピオ」は、かさつき・肌あれをくり返し、くすみ\*2がちな敏感肌・乾燥肌を、なめらかで透明感\*1のある肌にまで導く「うるおう透明感レシピ」をコンセプトに生まれた高保湿スキンケアブランドです。ブランド名には、フリー処方\*3にこだわって開発し、敏感肌のための処方という意味を込めています。

※1 肌がうるおってつやのある状態のこと ※2 乾燥・キメの乱れによる

※3 無香料、無着色、アルコールフリー、パラベンフリー、紫外線吸収剤フリー、マイクロプラスチックフリー、グルテンフリー、ラウリル硫酸フリー、ジブチルヒドロキシトルエン (BHT) フリー

### ②商品開発担当者の想い

昨今、敏感肌・乾燥肌向けスキンケア商品のニーズが増加しています。特に昨年は、新型コロナウイルスにより定着した「マスクをつけたままの生活」が原因の肌トラブルが増えたといった声が目立ちました。これは、これまでご自身でも敏感肌であることに気づいていなかった「隠れ敏感肌層」が顕在化してきたと考えられます。こうした背景を受け、ビューティー&ヘルス領域に強みを持つマツモトキヨシグループとココカラファイングループがこれまでに培った知見とノウハウを集約し、確かな品質で信頼のあるコーセイ様と一緒に乾燥肌・敏感肌に悩むすべての人に向けた新たな選択肢として、RECIPEOを開発しました。ブランド名は敏感肌のための処方箋「Recipe (レシピ)」こだわりのフリー処方「0 (ゼロ)」を合わせ、レシピオ (RECIPEO) としました。

### ③商品のいちおしポイント

- ・ うるおいのもと「アミノ酸\*4」とうるおいをとどめる「セラミド\*5」配合  
敏感肌を健やかな肌に導きます。
- ・ うるおいをサポートする「ヒアルロン酸\*6」配合  
うるおいのヴェールで密封。あれている肌を保護します。
- ・ 角層のくすみ\*2をケアする「透明感ケアアミノ酸\*7」配合  
透明感\*1のある肌にまで導きます。

※4 セリン・グリシン・エクトイン・テアニン・アルギニン・トレオニン・グリセリン (保湿)  
製品により配合成分は異なる

※5 セラミドNG・オリーブスクワラン (エモリエント) ウォッシングフォームを除く

※6 ヒアルロン酸Na・グリセリン (保湿)

※7 アルギニン・トレオニン (保湿) クレンジングオイルジェルを除く

④価格 1,650円～2,200円 ※税込

⑤発売日 2021年11月11日



## matsukiyo LAB サステナブルロカボライン

### ①商品開発コンセプト

当社管理栄養士監修。低糖質ながら美味しく食べられる商品を通じて、生活者のサステナブル (持続可能) なロカボライフを支援する、サステナブルロカボライン。このシリーズに新基準の「ロカボプラス」商品が加わりました。低糖質であるロカボの条件に加えて、食物繊維10g以上やタンパク質10g以上など、5つの条件のうち1つ以上を満たしたものがロカボプラスです。低糖質かつ栄養補給可能なワンランク上のロカボライフの浸透を目指します。

### ②商品開発担当者の想い

低糖質商品=美味しくない、ボリュームが少ない、値段が高いなど、マイナスなイメージを持つお客様も多くいらっしゃるかと思います。しかしこちらのmatsukiyo LAB ロカボプラスシリーズは、美味しく楽しく続けられることを重視し、美味しいと思えるギリギリを狙う「美味しさの最適点」を一品一品追求しました。ダイエット中に食べても罪悪感を感じにくく、低糖質ということをお忘れしてしまうほど、美味しく、ボリュームもあり、満足度が高いシリーズです。ぜひ食べていただきたいと願う商品です。

### ③商品のいちおしポイント

- ・ 嗜好品1食 (1袋) 当たり糖質10g以下。さらにタンパク質や食物繊維含有量など、5つの条件のうち1つ以上の条件を満たしているロカボプラスマークの商品。
- ・ ビスケット、チョコレート、スナックと3カテゴリ12商品を9月11日に発売。  
ロカボプラスマークのついた商品の発売は当社が全国初となりました。
- ・ とにかく美味しさにこだわり、味、ボリュームの満足度の高い商品です。  
また価格も、続けやすいお手頃価格です。

④価格 162円～213円 ※税込

⑤発売日 2021年9月11日



# 会社概要 (2021年10月1日現在)

会社概要

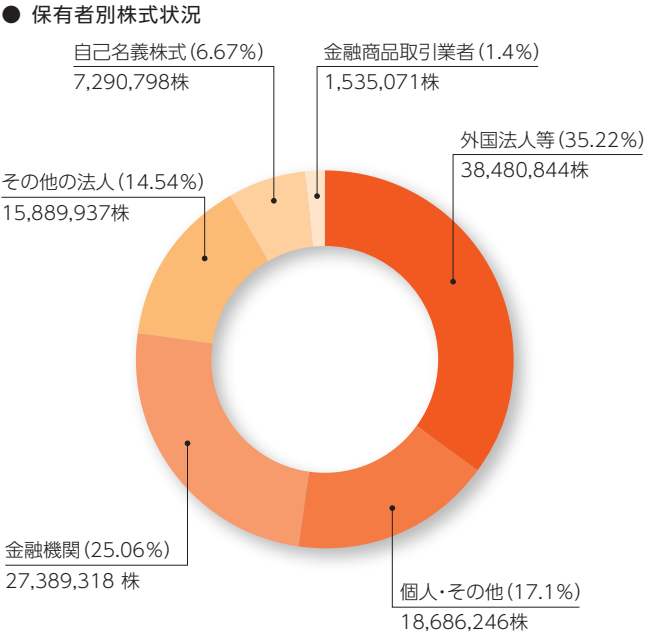
- 名称.....株式会社マツキヨココカラ＆カンパニー  
(旧商号：株式会社マツモトキヨシホールディングス)
- 所在地.....〒113-0034 東京都文京区湯島1丁目8番2号  
MK御茶ノ水ビル
- 電話番号.....03-6845-0005
- 設立.....2007年10月1日
- 資本金.....220億51百万円
- 事業内容.....子会社の管理・統轄及び商品の仕入・販売

# 株式の状況等 (2021年9月30日現在)

株式の状況

- 発行可能株式総数.....420,000,000株
- 発行済株式総数.....109,272,214株
- 株主数.....25,474名
- 大株主(上位10名)

株主名	保有株式数 (単位：株)	持株比率 (単位：%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	11,813,000	10.81
株式会社マツモトキヨシホールディングス	7,290,798	6.67
株式会社千葉銀行	5,115,600	4.68
株式会社南海公産	4,287,176	3.92
JP MORGAN CHASE BANK 380072	3,236,400	2.96
松本 南海雄	2,947,300	2.69
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	2,940,300	2.69
エーザイ株式会社	2,815,000	2.57
JP MORGAN CHASE BANK 385632	2,810,400	2.57
松本 貴志	2,519,680	2.30



役員

代表取締役会長	松本 南海雄	社外取締役	大村 宏夫
代表取締役社長	松本 清雄	社外取締役	木村 恵司
代表取締役副社長	塚本 厚志 (新任)	社外取締役	谷間 真 (新任)
専務取締役	松本 貴志	社外取締役	河合 順子 (新任)
取締役	小部 真吾	社外取締役	沖山 奉子
取締役	石橋 昭男	常勤監査役	本多 寿男
取締役	大田 貴雄	社外監査役	鳥居 明 (新任)
取締役	山本 剛 (新任)	社外監査役	小池 徳子
取締役	渡辺 玲一 (新任)	社外監査役	渡辺 昇一
社外取締役	松下 功夫		

株主メモ

事業年度

4月1日から翌年3月31日まで

定時株主総会

6月中

1単元の株式数

100株

期末配当金  
受領株主確定日

3月31日

中間配当金  
受領株主確定日

9月30日

株主名簿管理人  
特別口座の管理機関

三菱UFJ信託銀行株式会社  
〒100-8212 東京都千代田区丸の内一丁目4番5号

同上連絡先

三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部  
東京都府中市日鋼町1-1  
電話 0120-232-711 (通話料無料)  
郵送先 〒137-8081 新東京郵便局私書箱第29号  
三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部

上場証券取引所

東京証券取引所市場第一部(証券コード3088)

公告の方法

電子公告  
公告掲載URL  
<https://www.pronexus.co.jp/koukoku/3088/3088.html>  
ただし、やむを得ない事由により電子公告による  
公告をすることができない場合は、日本経済新聞  
に掲載いたします。

株主優待について

当社は、株主の皆様へ、日頃よりご愛顧  
いただいております感謝の気持ちを込め  
まして、株主優待として、年2回、当社  
グループの店舗でご利用可能な商品券を  
お送りしております。  
是非とも当社グループの店舗をご利用く  
ださいますようお願いいたします。

株主優待の内容

優待内容:

マツモトキヨシグループ店舗及びココカラファイン  
グループの一部店舗で利用可能な商品券  
※利用可能店舗はHPにてご確認ください。

対 象:

毎年3月末及び9月末現在の当社株主名簿に記載又は  
記録された1単元(100株)以上所有の株主様

贈呈基準:

100株以上500株未満 2,000円分  
500株以上1,000株未満 3,000円分  
1,000株以上 5,000円分

贈呈時期:

毎年以下の時期の発送を予定しております。  
・基準日が9月30日の場合は12月上旬  
・基準日が3月31日の場合は6月下旬

(注) 調剤薬局にて医療機関より処方される処方薬には利用できませんのでご了承ください。