

## 業績の概況

当期におけるわが国経済は、大手企業や一部の業種において、景気回復の兆しが見え始めました。しかしながら多くの業種においてはまだまだデフレ不況下にあり、業種間格差や企業間格差が明確となっています。戦後最悪の失業率はわずかに回復したもののリストラは今後も進んで行くものと思われまます。

配置薬業界においては、配置用医薬品の生産額が年々減少傾向となり製造業は、生産効率の向上を図るため製造品目の絞り込みや大手医薬品メーカーとの業務提携にその活路を見出そうとしています。一方、販売業においては、健康増進と生活習慣病予防を目的とした保健機能食品や健康補助食品などの販売にメーカー共々取り組んでいます。

こうした厳しい経営環境の中で、当社は大手医薬品メーカーからの受注の拡大と消費者家庭への流通の拡大に努力致しましたが、売上高は103億3,162万円余（前年比94.2%）となりました。これは、交換薬を返品として処理する制度に変更したためであります。その交換返品金額は5億7,405万円余であり、売上高は、同額減少いたしております。従来の方法では、売上高は109億567万円余（前期比99.4%）となります。

収益面につきましては、部門別予算制度の周知徹底を図りましたが、売上げが目標に達成できなかったことや滑川工場の設備投資ならびに製造経費が収益を圧迫し、経常利益は9,513万円余（前期比29.0%）、当期利益は1億4,240万円余（前期比69.4%）となりました。

当社の営業推進部（配置卸部門）におきましては、分かりやすい販売制度への改革を行い、お客様の利便性と利益還元制度を実施いたしました。配置販売業者の仕入れの減少に伴い、売上高は53億3,662万円余（前期比80.3%）となりました。

医専事業部（医薬品受託製造部門）におきましては、新規受託および品目拡大による受注量拡大に努めた結果、売上高は12億4,629万円余（前期比127.2%）となりました。

薬専事業部（一般医薬品受託製造部門）におきましては、新製品の提案や新規顧客の獲得に努めましたが、売上高は3億4,452万円余（前期比88.5%）となりました。

直販事業部（配置直販部門）におきましては、懸帳の購入、新懸けの実施により、市場の拡大を図るとともに、健康補助食品などの販売の強化に努めた結果、売上高は17億980万円余（前期比112.8%）となりました。

ヘルスケア事業部（OTC向け部門）におきましては、ドラッグチェーンへの展開やドラッグ流通に対応した販売体制の整備に努めた結果、売上高は13億3,833万円余（前期比102.5%）となりました。

健康日本21推進部（健康クラブ会員、通信販売、健康保険、資料館運営など）におきましては、会員の入会、通信販売でのキャンペーン、資料館の開館日の大幅な増加などの積極的な施策を実施した結果、売上高は2億4,721万円余となりました。

## 部門別売上高

部 門	売 上 高
営 業 推 進 部	5,336,625千円
医 専 事 業 部	1,246,293
薬 専 事 業 部	344,521
ヘルスケア事業部	1,338,336
直 販 事 業 部	1,709,806
健康日本21推進部	247,215
そ の 他	108,824
合 計	10,331,620

## 業績の推移

区 分	平成14年度 (第89期)	平成15年度 (第90期) 今期
売 上 高	10,967,584千円	10,331,620千円
当 期 純 利 益	205,135千円	142,402千円
1株当り当期純利益	19.78円	13.75円
総 資 産	14,033,941千円	15,073,437千円

注) 1株当りの当期純利益は、第88期まで期中平均発行済株式総数により算出しておりますが、第89期から自己株式数を控除した期中平均発行済株式総数によって算出しております。

## 今後の対応

わが国の経済は、回復基調にはあるものの先行きに対しては予断を許さない状況とされます。業界においては、更なるコストダウンと設備投資を余儀なくされ、企業間での協調と競争が一層進み、業界の再編成が進むものと思われま

す。当社は、常の投資家の方々には魅力ある企業の構築を、従業員にとっては自己の能力の向上と家族の生活の安定を、消費者の皆様には健やかな健康増進のための高品質で有効な製品とサービスの提供、そしてお取引先とのしっかりとしたパートナーシップが図れる企業を目指してまいります。

製造面においては、液剤と丸剤と錠剤に特化した製造メーカーとして、滑川工場の本格的な生産増強体制に努めてまいります。また今年3月より本社工場の改造により錠剤、丸剤の設備の拡充を行い、生産能力の向上と品質強化に務め、より多くの方々に安定して製品を提供してまいります。

また、販売面では従前の営業6部門（営業推進部、医専事業部、薬専事業部、直販事業部、ヘルスケア事業部、健康日本21推進部）を事業の独自性と市場拡大およびサービス向上のため、分社化や営業の移管を行いました。医専事業部と薬専事業部は協力体制を図るため、これを一つにして医薬事業部と致しました。直販事業部は業態に合った組織を構築するために分割分社化を行い「廣貫堂薬品販売株式会社」として本年4月1日よりスタートいたしました。ヘルスケア事業部は製販を分離し、流通チャネルの拡大を図るため「日本薬剤株式会社」に事業を移管いたしました。健康日本21推進部は消費者の視点に立った営業活動とサービスの向上を図るため、「廣貫堂メディフーズ株式会社」に事業の移管を図りました。また、当社の関連会社であった「廣貫堂産業株式会社」との連携の強化を図るため株式の半数以上を取得し、子会社化致しました。よって本社は2営業部門となり、グループ会社として4社を持つホールディングカンパニーとして更なる飛躍および事業責任の明確化と自立を図ってまいります。

開発面においては、開発技術本部内に薬事グループを新設し、改正薬事法や規制緩和に対応した薬事行政窓口として業務の統一を図る。また、消費者および販売会社、グループ会社が求める新製品を商品開発グループが企画提案するために流通別の担当者を配し、常に製品開発に努力してまいります。

管理面においては、企画部門の強化を図るため総合企画グループを事業支援本部内に新設すると共に営業本部内には営業企画室を設け、生産、販売、開発の企画の連携強化と同時に経営計画の確実な実行と経営品質の向上を図ってまいります。また、経理グループを財務グループと改称し財務管理と管理会計の充実を図ります。事務センターと物流センターを業務の効率化を目指して事務センターに統合いたします。多様化する事業展開に対応するため、関連事業開発グループを新設し、グループ経営におけるアウトソーシング事業の見直しと人材の有効活用を図ってまいります。

事業戦略といたしましては、9つの年度経営課題を設定し、プロジェクトチームを構成し年度単位にその改善のために取り組んでまいります。

廣貫堂グループの経営を円滑にそして有効に機能させるために、本社より取締役および監査役を派遣させ、グループでの課題を認識し解決を図ると共に「グループ経営会議」において、グループの方針や情報の共有化を図ってまいります。

以上のように新しいグループ経営の体制によって、より多くの方々に廣貫堂ブランドをご愛用いただき信頼を確固たるものにしてまいります。また、本社およびグループ企業は、その使命を明確にし権限の委譲による迅速で適確な経営に務めてまいります。

皆様には、今後とも格別のご理解とご支援を賜りますようお願い申し上げます。

以上

参考資料) 株式会社廣貫堂 組織図(別紙)

株式会社 広貫堂 組織図

H16.5.20

