

2019年5月期 第2四半期

決算説明会

 **SATUDORA HOLDINGS**

2019年1月22日 代表取締役社長 富山 浩樹

トピックス

1. 北海道胆振東部地震

- ・「元気です北海道」キャンペーン
- ・社内ワークショップ、BCPの制定

2. 関連会社・子会社設立

- ・株式会社リージョナルマーケティング琉球
- ・株式会社シーラクス

3. 本社新設

決算概要

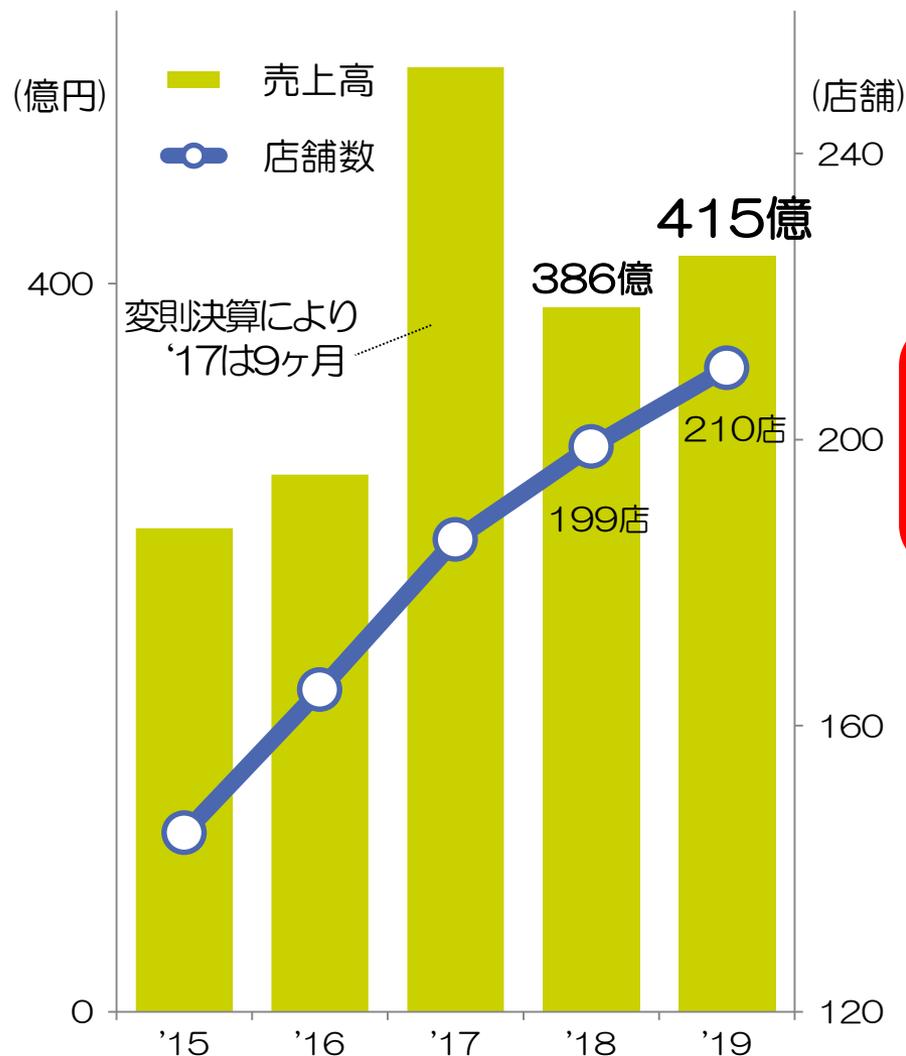
連結業績サマリー

(単位：百万円)

	'18 - 第2四半期 -	'19 - 第2四半期 -	増減	増減率
売上高	38,698	41,543	+ 2,845	+ 7.4%
売上総利益 (売上総利益率)	9,055 (23.4%)	9,943 (23.9%)	+ 887 (+0.5P)	+ 9.8% -
販管費 (販管費比率)	8,850 (22.9%)	9,711 (23.4%)	+ 860 (+0.5P)	+ 9.7% -
営業利益 (営業利益率)	204 (0.5%)	232 (0.6%)	+ 27 (+0.1P)	+ 13.5% -
経常利益 (経常利益率)	209 (0.5%)	265 (0.6%)	+ 55 (+0.1P)	+ 26.4% -
親会社株主に帰属する 当期純利益 (純利益率)	82 (0.2%)	51 (0.1%)	△ 31 (△0.1P)	△ 37.6% -

決算詳細

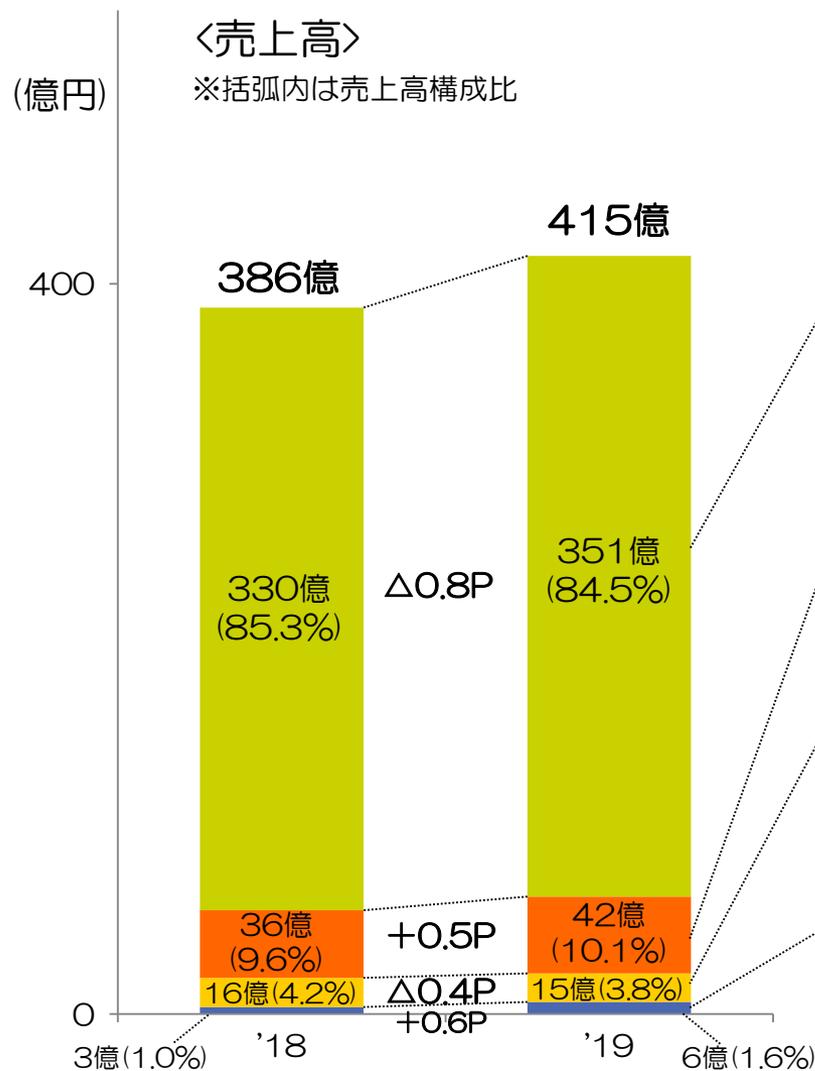
売上高 (及び店舗数)



増収

- 増収 (+28億)
積極出店とインバウンドフォーマットが好調に推移
- 積極出店で店舗数は純増 (純増11店舗)
北海道内 … +10店舗
北海道外 … +1店舗
(※店舗数の純増減は12ヶ月間)

売上高 (業態別)



インバウンドフォーマットは、
売上高構成比10.1%へ伸長

ドラッグストア (OTC)

〈対前期 Δ 0.8P〉

店舗数：176店舗 (純増8店舗)

※北海道くらし百貨店含む

インバウンドフォーマット

〈対前期+0.5P〉

店舗数：25店舗 (純増4店舗)

調剤

〈対前期 Δ 0.4P〉

店舗数：9店舗 (純減1店舗)

OTC併設調剤：10店舗 (純増減なし)

その他

〈対前期+0.6P〉

子会社の売上高が増加

(※上記店舗数の純増減は12ヶ月間)

売上高 (月別)

既存店累計

102.4%

「サツ安超プライス」が好評により
ドラッグストア既存店が好調に推移

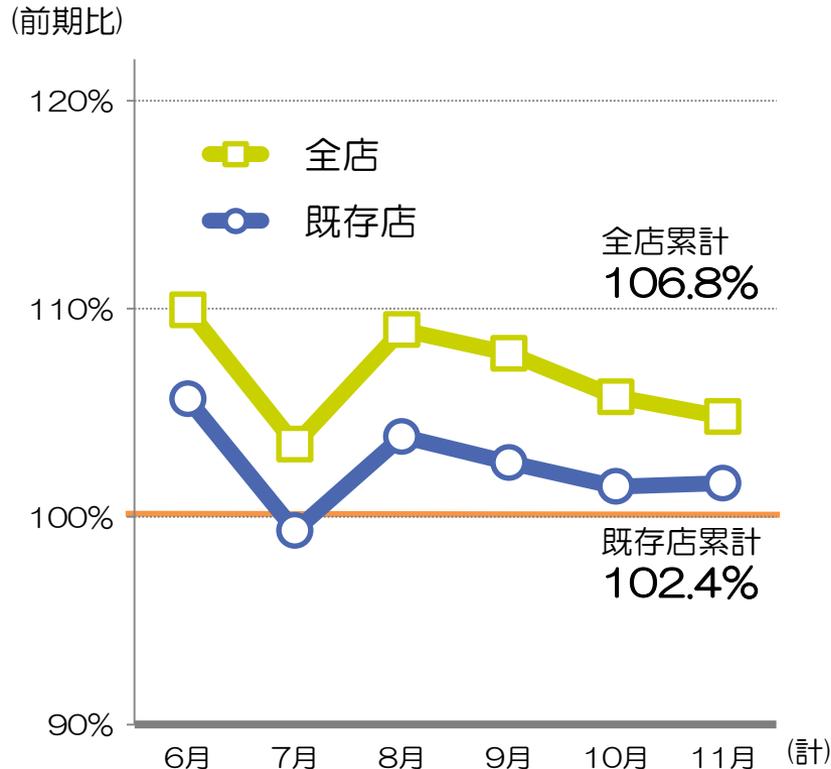
※特記事項※

【7月】

- ・西日本豪雨の影響により既存店は前期を下回った

【9月以降】

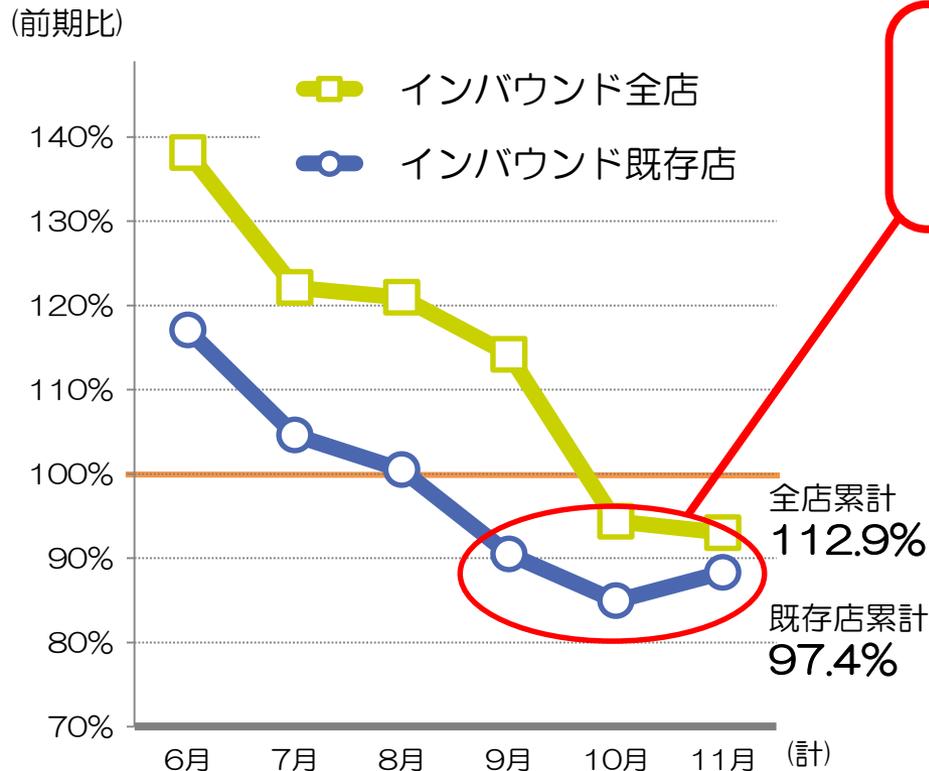
- ・ドラッグストアは好調であった一方、北海道胆振東部地震などの影響によりインバウンドフォーマットが苦戦し、伸長が鈍化（※詳細は次ページ）



店舗数 純増減	6月	7月	8月	9月	10月	11月	(計)
	0	+2	0	+4	+1	+1	+8

(※当社は15日締めにつき、月の範囲は16日～15日となります。例えば、6月は5月16日～6月15日となります。)

北海道胆振東部地震の影響 (インバウンドフォーマットの前期比推移)



震災月から3ヶ月連続で
既存店は前期を下回った

▽震災後3ヶ月間

• 既存店前期比

売上高 87.9%
客数 96.2%
客単価 91.4%

• 国/地域別

客単価の高い中国からの
観光客減少が主要因

中国人の
既存店客数 90.2%

※国慶節含む10月度は84.7%

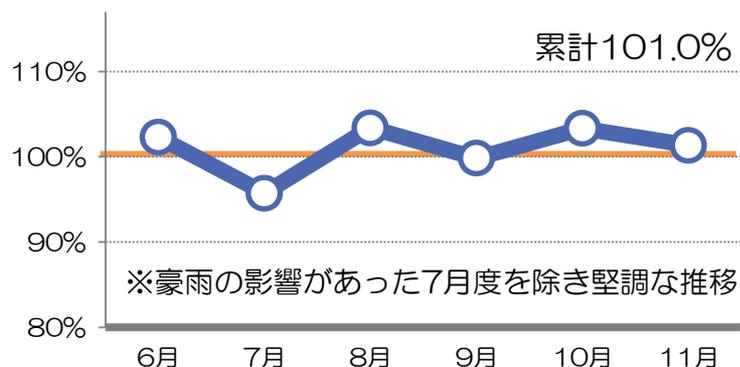
店舗数 純増減	6月	7月	8月	9月	10月	11月	(計)
	0	+1	0	+1	0	+1	+3

(※当社は15日締めにつき、月の範囲は16日～15日となります。例えば、6月は5月16日～6月15日となります。)

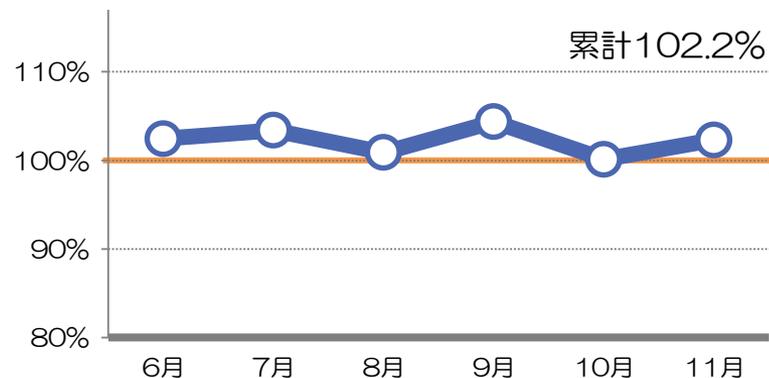
客数・客単価

◇ドラッグストア既存店前期比 (※インバウンドフォーマット含まず)

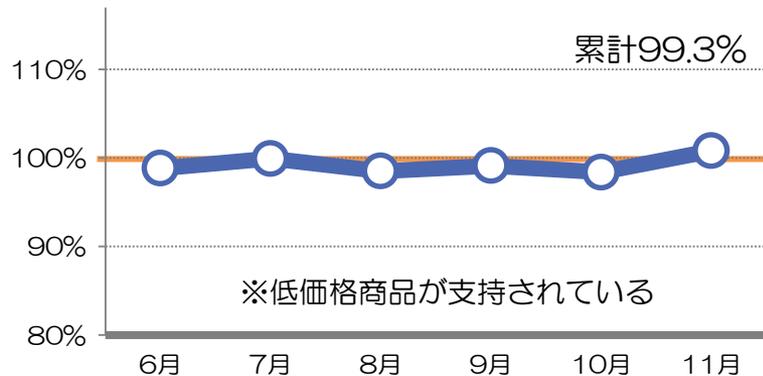
〈客数〉



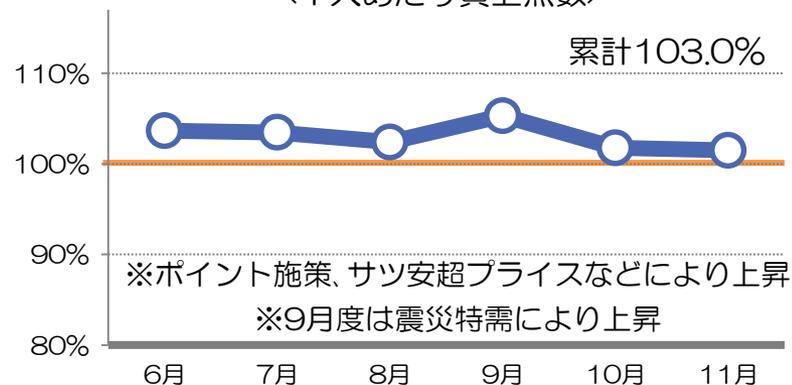
〈客単価〉



〈買上商品単価〉

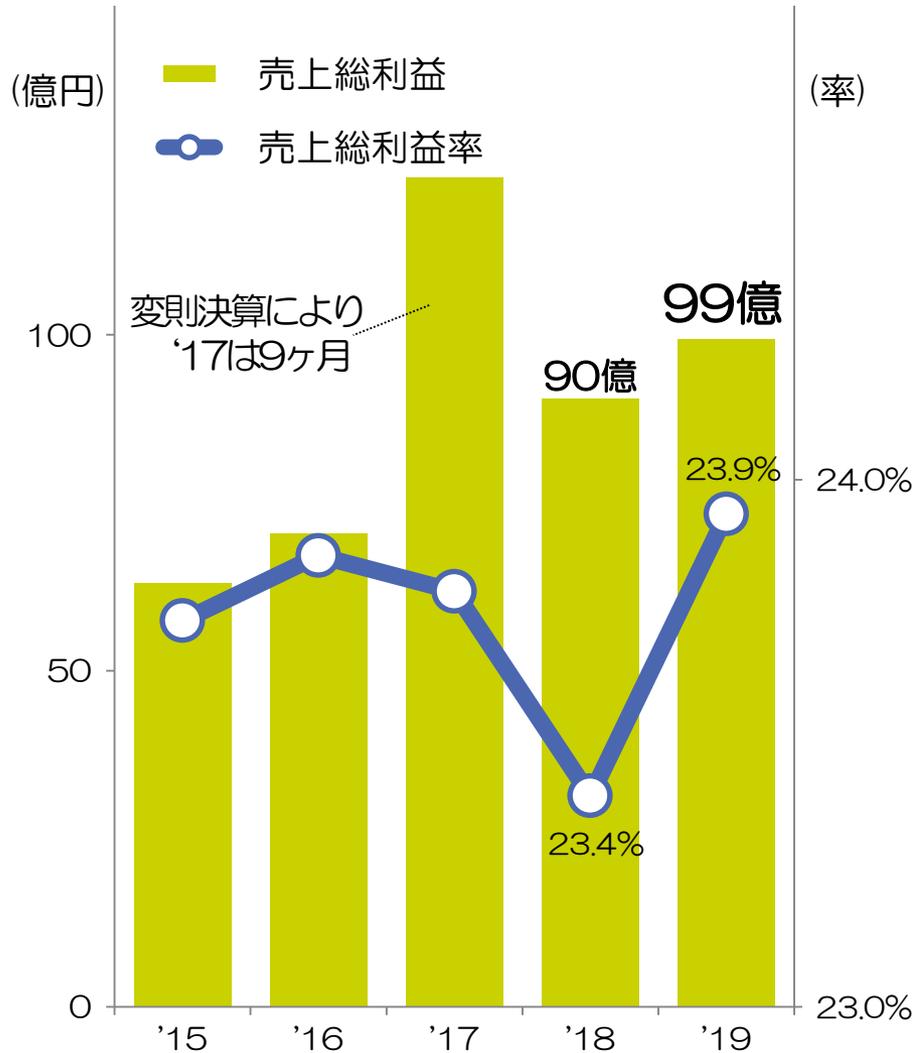


〈1人あたり買上点数〉



(※当社は15日締めにつき、月の範囲は16日～15日となります。例えば、6月は5月16日～6月15日となります。)

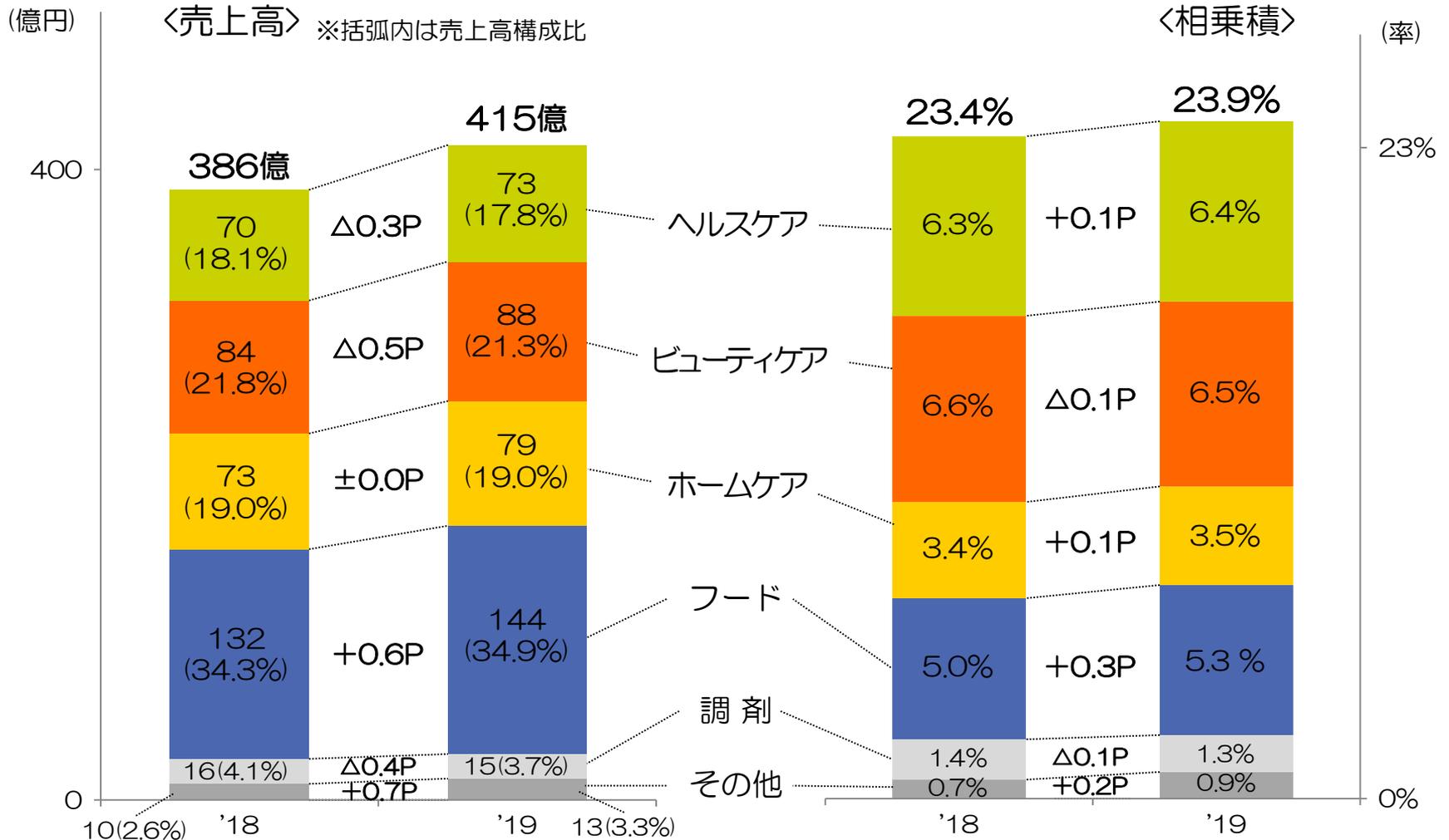
売上総利益



増益

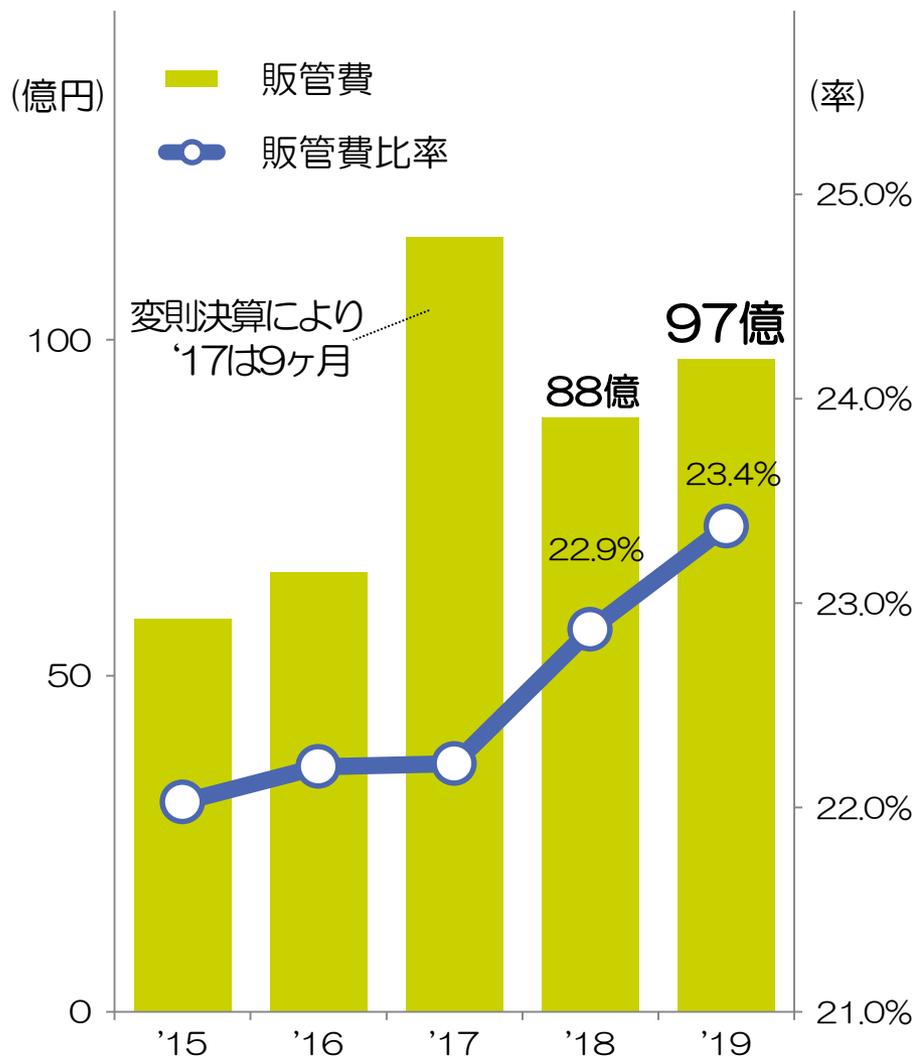
売上総利益率は
対前期+0.5Pの23.9%

商品分類別構成



フードは価格見直しなどの商品政策により0.3P上昇

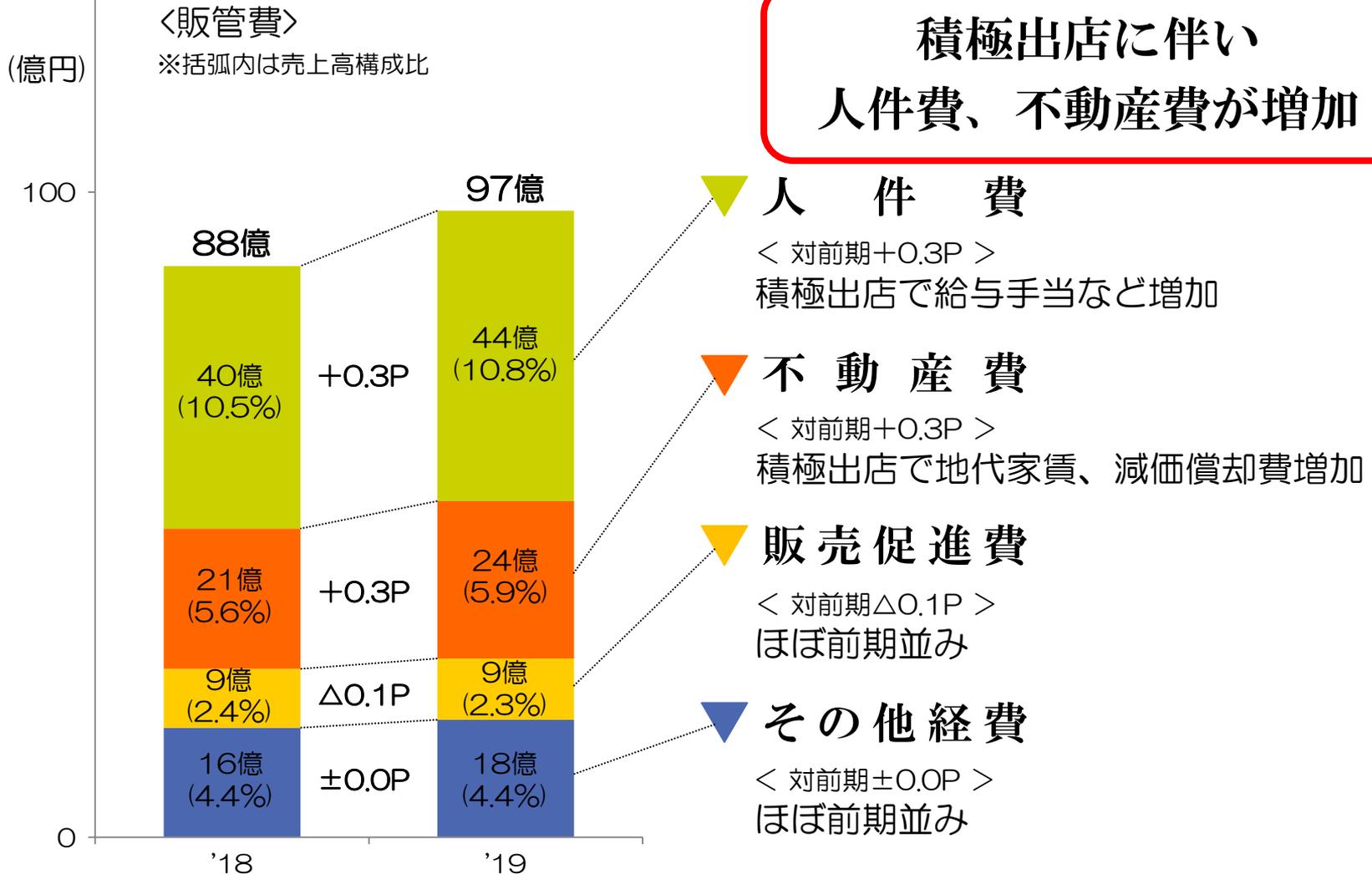
販管費



増加

販管費比率は
対前期+0.5Pの23.4%

販管費内訳



業績予想

業績予想 (通期)

(単位：百万円)

	'19 - 第2四半期実績 -	'19 - 通期予想 -
売上高	41,543	86,000
営業利益 (営業利益率)	232 (0.6%)	600 (0.7%)
経常利益 (経常利益率)	265 (0.6%)	600 (0.7%)
当期純利益 (当期純利益率)	51 (0.1%)	200 (0.2%)
1株当たり配当	-	28円

成長戦略

【中期経営計画】

対象期間：2017年5月期～2021年5月期

目標数値【ビジョン2020】

連結売上高：1,000億円

連結経常利益：30億円

ROE：10%以上

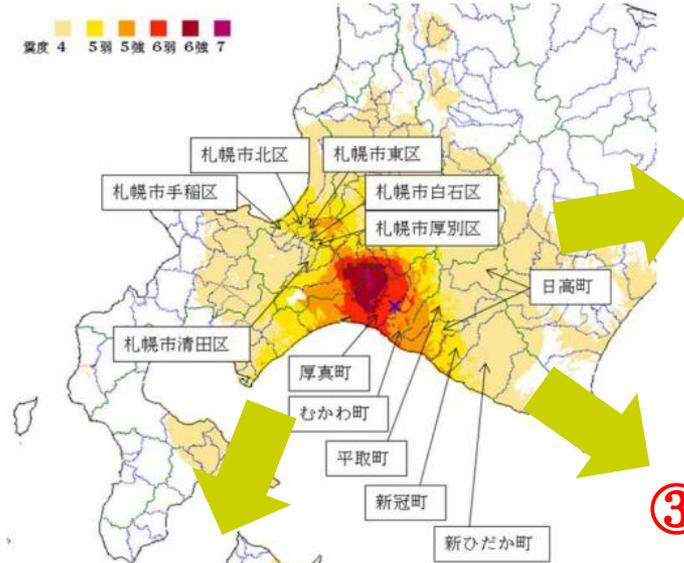
【アジェンダ】

- ➡ ① 北海道胆振東部地震の影響
- ② サツドラグループの現状
 - ・ 中期経営計画と戦略の振り返り
 - ・ 成長戦略と組織戦略の進捗とトピックス

< 北海道胆振東部地震 (2018/9/6) の発生 >

○推計震度分布図

震度 4 5弱 5強 6弱 6強 7



①地震による直接の被害

地震の概要

検知時刻：9月6日03時08分

(最初に地震を検知した時刻)

発生時刻：9月6日03時07分

(地震が発生した時刻)

マグニチュード：6.7(暫定値)

場所および深さ：胆振(いぶり)地方中東部、深さ37km(暫定値)

発震機構：東北東-西南西方向に圧力軸を持つ逆断層型(速報)

震度：【最大震度7】北海道厚真町(あつまちょう)で震度7、北海道安平町(あびらちょう)、北海道むかわ町(むかわちょう)で震度6強、北海道千歳市(ちとせし)、北海道日高町(ひだかちょう)、北海道平取町(びらとりちょう)で震度6弱を観測したほか、北海道から中部地方の一部にかけて震度5強～1を観測しました。

※平成30年9月6日17時30分気象庁発表資料より抜粋

③自粛/風評による被害 (観光等)

②ブラックアウトによる被害

2018-11-02
日本初の“ブラックアウト”、その時一体何が起きたのか

電力 安全・防災 北海道胆振東部地震

いいね! シェア ツイート フォックマーク 0 レポート 記事のリンク

■観光被害等

平成30年9月15日公表

1. キャンセルの状況【観光被害対策連絡会調】

	キャンセル数	影響額
宿泊施設	942千人泊	11,725百万円
観光・体験施設	69千人	250百万円
フェリー・遊覧船	22千人	40百万円
観光バス	4千台	374百万円

【観光被害対策連絡会構成員】
北海道ホテル旅館業連絡協議会、北海道バス協会、北海道地区レンタカー協会連合会、北海道索道協会、北海道ゴルフ場支配人会、北海道旅客船協会、北海道体験観光推進協議会、北海道観光振興機構、北海道

2. 観光消費影響額の推計【北海道経済部観光局】

宿泊施設のキャンセル数をもとに、交通費や飲食・土産物消費などを含めた、観光消費の影響額を推計すると約292億円となる

※平成30年9月21日 公益社団法人 北海道観光振興機構発表資料より抜粋

< 北海道胆振東部地震 (2018/9/6) の影響 >

■ ドラッグストア事業

- ・ 発生翌日（9月7日）道内店舗の約半数の92店舗が開店
 - ・ 9月8日にはほぼ全店で通常営業
- 店舗の商品や設備の一部に品質劣化や破損・損傷等の損害が発生し、特別損失107百万円を計上

■ インバウンド事業

- ・ 市場全体が前年同月比でマイナスを記録したように、当社道内インバウンド店舗についても免税客数は低調に推移。
- ただし2Q累計では売上前年比を上回っており、現状は地震の影響も小さくなり回復基調で推移

■ 地域マーケティング事業

- ・ E Z O C A提携店からのシステム使用料の減少、外国人旅行客の減少によるモバイル決済高の低下による影響があったものの、前年と比してE Z O C A提携店舗数やモバイル決済対応店舗数が増加していることから、特筆すべき大きな影響は受けていない

< 「元気です北海道」キャンペーンによる復興アピール >

元気です 北海道

We are GENKI Hokkaido 

・賛同者個人のSNSでの発信

#元気です北海道
#元気です○○



・賛同企業の募集



・メディアへの掲載

北海道地震2週間 若手経営者が「元気です北海道」キャンペーン、道外へ復興アピール

2018/9/20(木) 6:20配信



北海道胆振（いぶり）東部地震から9月20日で2週間がたちました。地震の影響で宿泊キャンセルが相次ぐなど、北海道の主要産業である観光への悪影響が懸念される中、「元気です北海道」とSNSで発信するキャンペーンを道内の若手経営者らが始めました。東日本大震災の被災地の一つ、宮城県発で観光などの振興を呼び掛けるメッセージも拡散しており、北海道復興に向けた支援の輪が広がっています。

元気です
北海道

「元気です北海道」のロゴ（「元気です北海道」フェイスブックより）

【画像】「NO MORE 自棄」のロゴ

地域ごとの「元気」もアピール

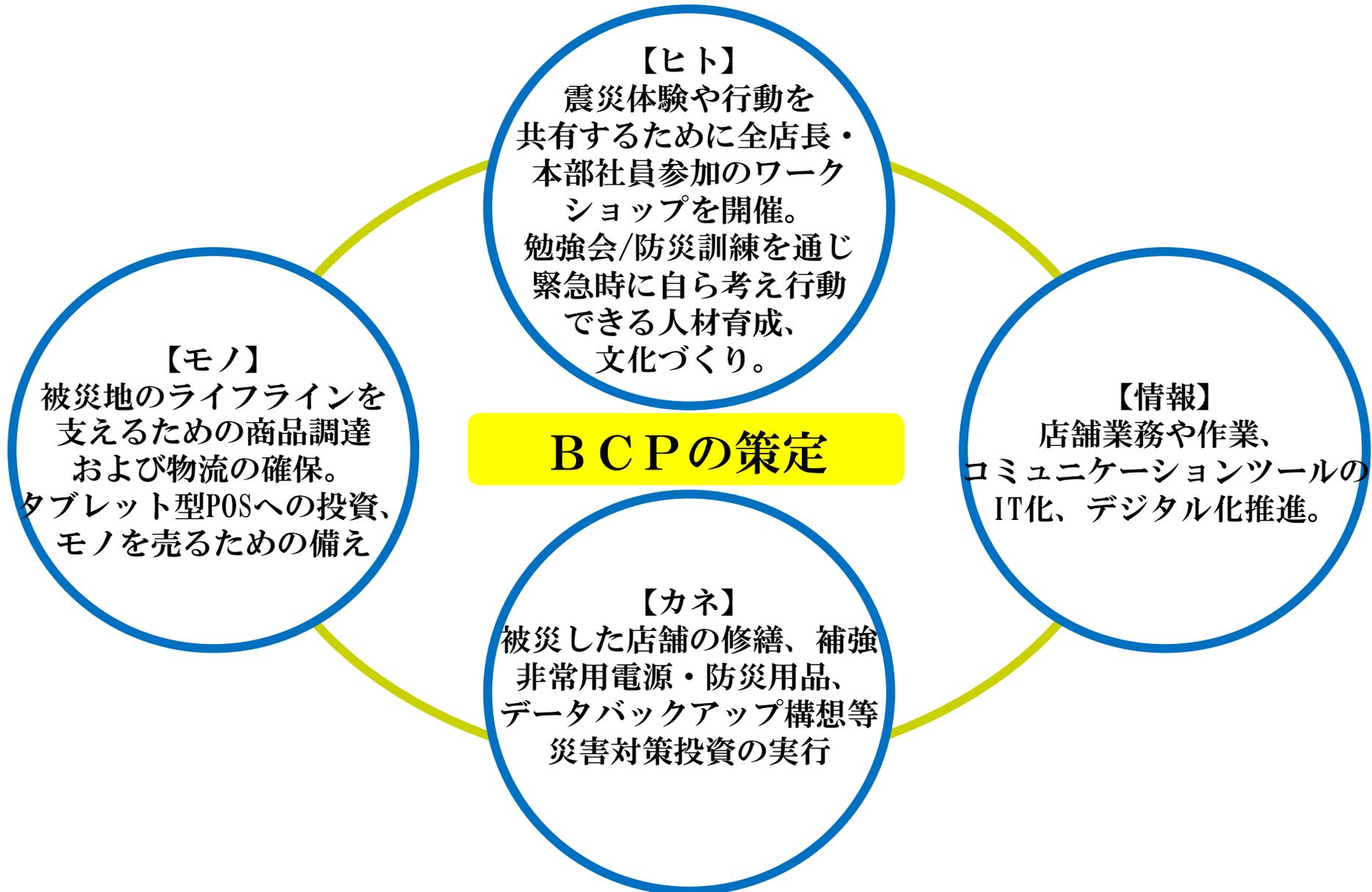
北海道庁などのまとめによると、地震のあった9月6日から15日までに、道内のホテルや旅館などの宿泊施設で延べ94万2000人の予約キャンセルが出ている他、テーマパークなどの観光施設で6万9000人、フェリーや遊覧船で2万2000人、観光バスで4000台のキャンセルが出ています。宿泊施設のキャンセル数を元に交通費や飲食費などを含めた観光消費への影響額を推計すると、15日現在で約292億円に上ります。

・観光庁の正式なキャンペーンに採用



「元気です 北海道／Welcome! HOKKAIDO, Japan.」

＜本震災からの学びと今後の取組み＞



【アジェンダ】

① 北海道胆振東部地震の影響

② サツドラグループの現状

- ➡ ・中期経営計画と戦略の振り返り
- ・成長戦略と組織戦略の進捗とトピックス

【中期経営計画】

対象期間：2017年5月期～2021年5月期

テーマ：「北海道の深堀りと次の成長への基盤づくり」

【成長戦略】

- ① 強固なリージョナル・チェーンストアづくり
- ② リージョナル・プラットフォームづくり
- ③ アジアン・グローバルへの発信
- ④ デジタルトランスフォーメーションの推進
(今期より追加)

【組織戦略】

- ① 活躍しつづける人材育成
- ② 多様性のある組織づくり

【中期経営計画テーマ】

「北海道の深掘りと次の成長への基盤づくり」

北海道の深掘り

第1創業期からここまで大きく育ててきた
ドラッグストア事業と地域マーケティング事業を、
北海道と言うフィールドは変えずに、さらに進化させること

次の成長への基盤づくり

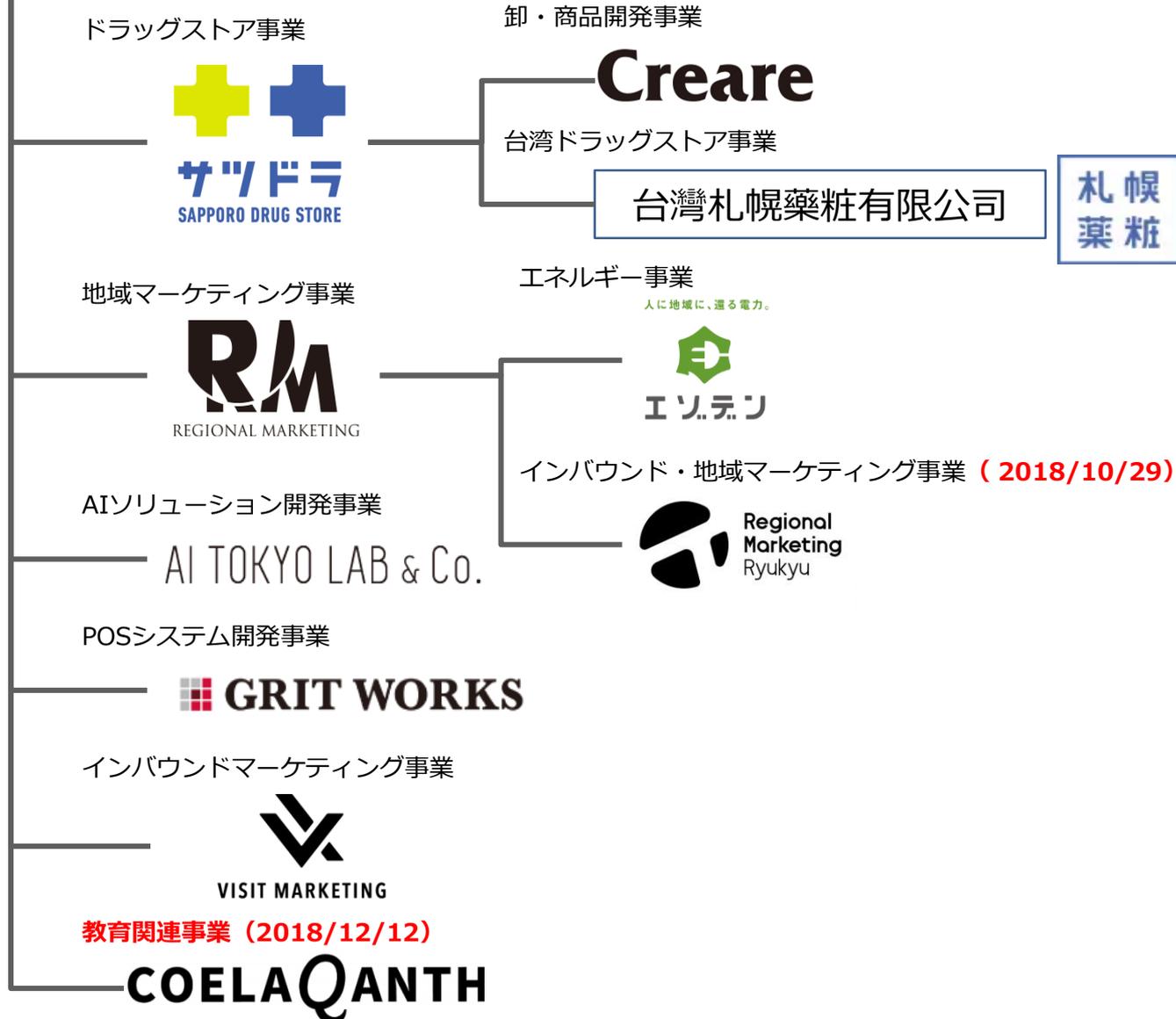
第2創業期では、上記に加え、
そこで培ったノウハウをテコに日本全国・アジアに向け、
事業を大きく展開させるための準備を行うこと

コンセプト

リテール×マーケティング

サツドラグループ概要

++ SATUDORA HOLDINGS



＜サツドラグループが狙うマーケット＞

北海道における既存ドラッグストア事業だけでは、いずれ頭打ち。
道内での実績をもって道内でのサービス領域拡大や、
日本全国の他都府県への事業展開、
海外も含めた成長市場への早期参入によるシェア獲得を目指す



※ここでは中国、台湾、香港、韓国、タイ、マレーシア、ベトナムを指す

対象事業	ドラッグストア事業(OTC)	海外事業戦略
	調剤事業	
	ドラッグストア事業 (インバウンド)	
	地域マーケティング事業	
	インバウンドマーケティング事業	
	AIソリューション開発事業	
	POSシステム開発事業	
	北海道くらし百貨店事業	
	教育関連事業	

＜サツドラグループの成長イメージ＞

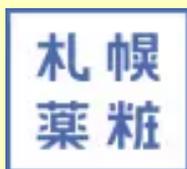
チェーンストアの強みや資産を活かしながら新たな分野に進出
グループ全体での成長を目指す

++ SATUDORA HOLDINGS

リテール

プラットフォーム

チェーンストア



北海道くらし百貨店
北海道と、暮らそう。



REGIONAL MARKETING



VISIT MARKETING

ソフトウェア/ソリューション開発

サツドラ資産の活用

- 店舗資産
- データ資産
- ノウハウ

AI TOKYO LAB & Co.

GRIT WORKS

【アジェンダ】

① 北海道胆振東部地震の影響

② サツドラグループの現状

- ・ 中期経営計画と戦略の振り返り

- ➡ 成長戦略と組織戦略の進捗とトピックス

【成長戦略】

- 
- ① 強固なリージョナル・チェーンストアづくり
 - ② リージョナル・プラットフォームづくり
 - ③ アジアン・グローバルへの発信
 - ④ デジタルトランスフォーメーションの推進

【組織戦略】

- ① 活躍しつづける人材育成
- ② 多様性のある組織づくり

<店舗コンセプト>



小商圏における
収益モデル店舗確立

品揃え強化

(冷凍食品・アパレル・日用消耗品)

核商品づくり

(自社開発商品など)

H & B

を核とした
「生活便利ストア」



お客さまのより近くへ！

<店舗数の状況>

		'18 -期末-	'19 -第2四半期末-	増減
	道内店舗数 (うちインバウンド店舗数)	186 (17)	192 (19)	+6 (+2)
	道外店舗数 (うちインバウンド店舗数)	5 (5)	6 (6)	+1 (+1)
	海外店舗数	3	4	+1
	調剤薬局数	9	9	±0
 <small>北海道くらし百貨店 北海道と、暮らしを。</small>	北海道くらし百貨店	2	3	+1
	合計 (うちインバウンド店舗数)	205 (22)	214 (25)	+9 (+3)

< 2019年5月期出店計画数および2Q実績 >

21店舗の出店計画に対し12店舗の実績

フォーマット	計画数	2Q累計 実績
ドラッグストア	11	6
インバウンド	5	4
北海道くらし百貨店	1	1
調剤薬局	0	0
海外(台湾)	4	1
合計	21	12

＜サツドラフェスの開催＞

2018年12月1日、2日つどーむで開催

2日間で20,000人を超えるお客さまがご来場。

サツドラとお取引先メーカー様が「北海道の『いつも』を楽しく！」というビジョンを共有した体験・体感型のイベント。



超体験メーカーブース
ヘルス&ビューティ、デイリーなメーカー約100社が出演！各メーカーの最良の実験体験や診察、測定、セミナー、ゲームなど楽しみながら超体験できるゾーン！

ブース一覧

元気キッズ大集合！
子ども体験コーナー
お仕事体験など子どもが主役のゾーン！各コーナーによって、開催時間・終了時間が異なります。各コーナーでご確認ください。
【参加条件】4歳以上のお子様(小学生以下)

- 採用体験
- アナウンサー体験
- ユーチューバー体験
- ラジオDJ体験
- レジ打ち体験
- メイク体験



ステージゲスト

12.1 sat 多彩なゲストで会場を盛り上げます。

GUEST 東尾理子
ステージトーク
【時間】13:30～14:00
【提供】(株)ビーバイイー
女子プロゴルファーでもあり、3児の母でもある東尾理子さんのスペシャルトーク。

12.2 sun

GUEST 絵本作家 そら
読み聞かせステージ
【時間】①10:30～11:00
②12:45～13:15
絵本作家 そら&ノーザンライツ・オーケストラによる、キッズの生演奏を交えた、絵本の読み聞かせ音楽会。

GUEST 盛合でえすけ
ライブステージ
【時間】12:00～12:30
ピン芸人、ライブ、お祭・ラジオ等で活躍中！

GUEST アップダウン 竹森巧・阿部浩貴
ライブ (特別)
ステージ 13:15～13:45
北海道出身、Jリーグのよしもとなどの劇場を中心に活動中。

GUEST じゅんいちダビッドソン
ステージトーク
【時間】①11:40～12:00
②14:00～14:20
あのサッカー選手ネタでお馴染みのじゅんいちダビッドソンがサツドラFESにやってくる！

GUEST ヒロ青山
モノマネ (特別)
ステージ 12:30～13:00
札幌市出身、ものまねライブやイベントに多数出演。

GUEST 映画「ピリギル」モデル 小林さやか
ステージトーク
【時間】①11:00～11:30
②14:30～15:00
ピリギルのモデルでもあり札幌新聞高校にてインターンをするなど多岐に渡り活躍中。



<12/14 新店舗ブランド「CREATE（クレーアール）」の出店 >

ライフスタイル提案型とバラエティ型ストアをミックスし、
駅チカ・マチナカなどのエリアへ出店する新しいコンセプトの店舗、
クレーアールミネ大宮店がオープン。
カラダの内側と外側の両方からキレイになるための
健康食品や化粧品が主な品揃え。



<12/13東雁来11条店、12/20千歳店「サツドラICHIBA」出店>

ドラッグストアと食品スーパーが融合した店舗。
取り扱うのは青果/鮮魚/惣菜/精肉で、
3社がコンセッションナリ方式で出店。



<作業システム改革>



セミセルフレジの導入

- ・効果が見込める店舗へ随時導入を開始（現5店舗）

① 会計時間短縮

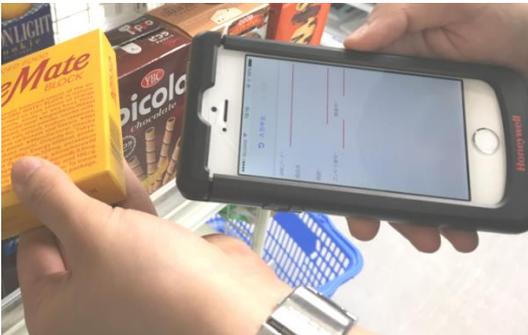
→ お客さま1人あたり20秒（27%）の短縮

② 応援レジの稼働率低下

→ 1店舗あたり応援レジ稼働率4.0%減
（28人時/月の削減）

③ EZOポイント・dポイント利用率の向上

→ ポイント利用の画面を実装



iPod端末を導入

- ・商品の期限チェックの基盤を構築し、作業工数を大幅削減

→ 1店舗あたり70人時/月の削減

→ 全店導入を実現

<現在取り組み中の作業システム改革>

売上を下げることなくストアコンディションを維持し、ローコストでオペレーションできる作業システムを追及

① SKU削減

② POP依頼の廃止

③ 補充メンテナンスガイドライン

④ 発信情報の集約

⑤ 自動発注変更

⑥ 新期限チェックシステム

⑦ 発注サイクル、納品体系改革

作業の手数を減らすために10%削減目標

店舗対応ではなく本部主導で送り込みを実施

クオリティ基準の設定

本部→店舗指示配信方法の統制

売上基準型から在庫基準型への実験運用

完了

納品（スケジュール/形態）の効率化

【成長戦略】

- 
- ① 強固なリージョナル・チェーンストアづくり
 - ② リージョナル・プラットフォームづくり
 - ③ アジアン・グローバルへの発信
 - ④ デジタルトランスフォーメーションの推進

【組織戦略】

- ① 活躍しつづける人材育成
- ② 多様性のある組織づくり

〈地域マーケティング事業〉

道内の2世帯に1世帯、道民の3人に1人が所有する
共通ポイントカードへと成長

会員数

2018年12月31日現在

173万人超



提携企業 / 店舗数

2018年12月31日現在

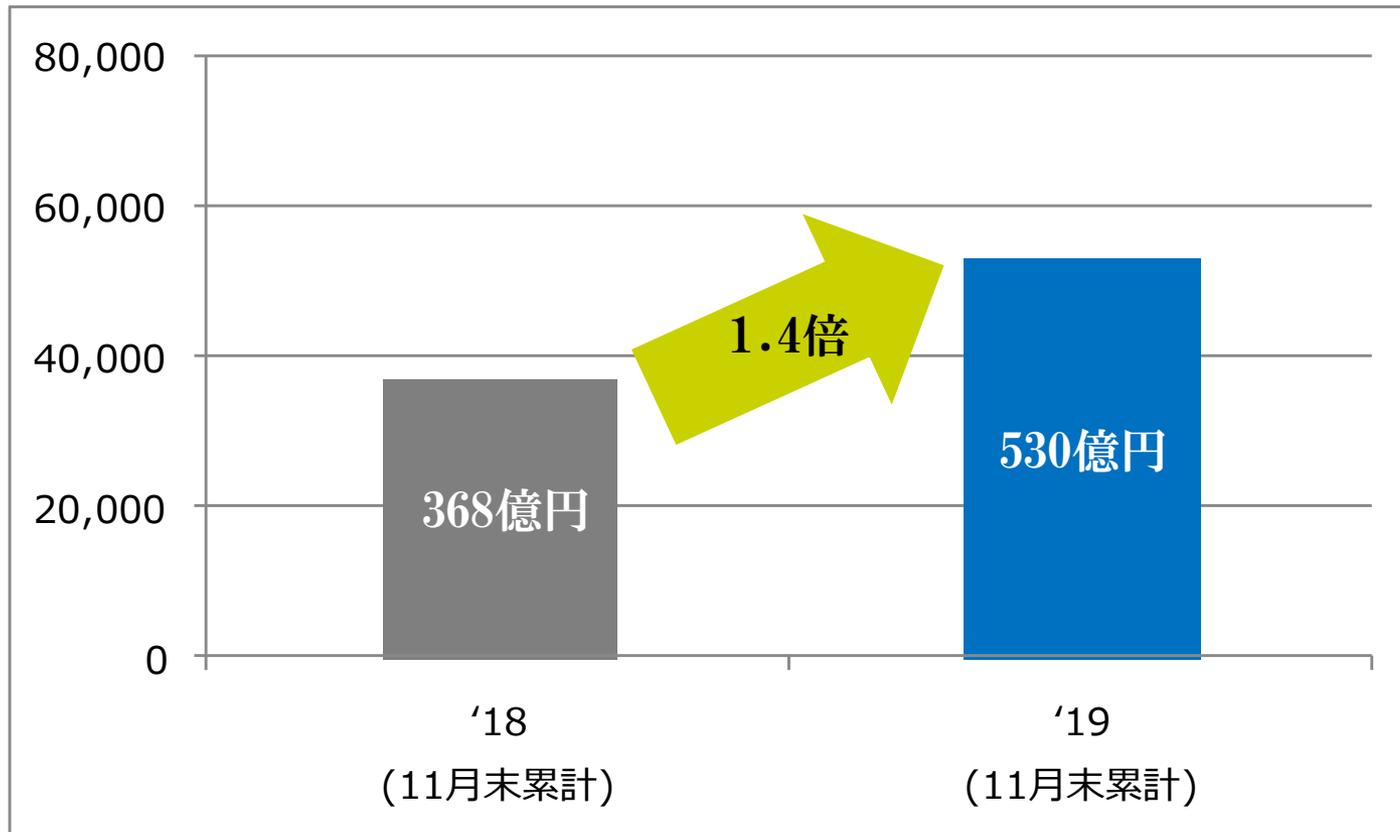
121社 **692**店舗



地域有力企業が加盟

<EZOCA関与売上>

今期はJ A K様、ホクレン商事様が通年で寄与し順調に関与売上が拡大
通年では800億円（前期比1.4倍）の関与売上を見込む。



<どさんこしまんちゅプロジェクト発足>

単なる地域間の連携に留まらず、両者が持つポテンシャルを活かし
社会問題を解決する「日本の地域創生モデル」の構築を目指す



プロジェクト会員企業/賛助会員

強固な地域経済基盤

市民生活におけるテクノロジー実装

1 地域連携

3 IT

観光立国の先進地域

人生100年時代の生き方/働き方

2 観光

4 人材

日本の地域創生モデルの構築

5 物流

地域物流網の構築

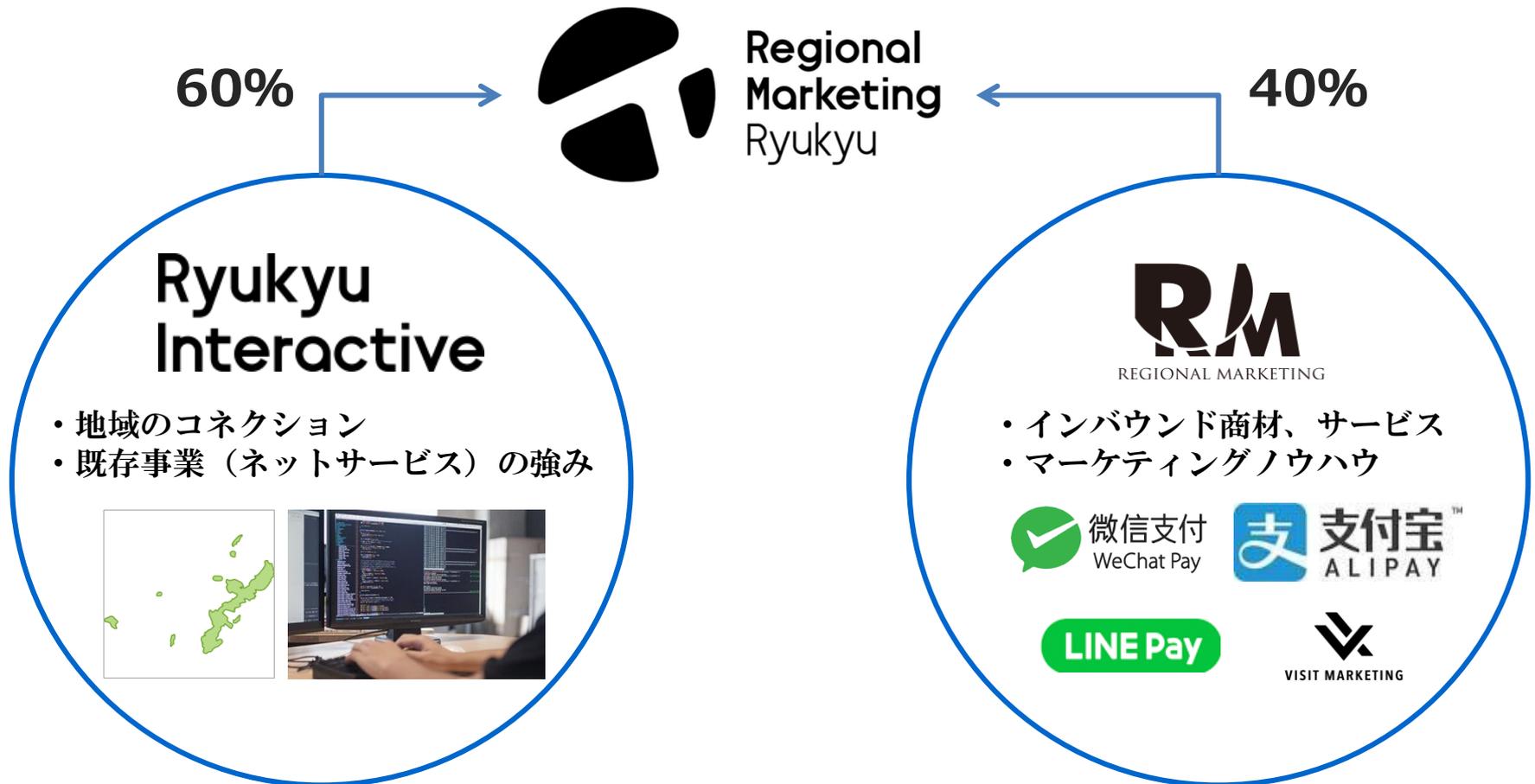
<沖縄フェアin北海道（サツドラ）の開催>

サツドラ全道148店舗で沖縄フェアを開催（9/19～10/17）
北海道初上陸の商品などを取扱うことでの顧客満足に貢献



<10/29 リージョナルマーケティング琉球の設立>

RMで培ったモバイル決済の営業から導入、マーケティング支援までのノウハウを拡大
琉球インタラクティブ社と合弁会社を設立し沖縄での地域マーケティング事業を開始



<8/1 北海道くらし百貨店 新千歳空港店オープン>

新千歳空港出発ゲート内にオープン！
道産食材を使用した、こだわりのオリジナル和スイーツも提供。
札幌ノルベサ、沖縄国際通りに続き3店舗目



とうふクリームティラミス



白玉ジェラート

<12/12 教育関連事業「株式会社シーラクス」子会社化>



【教育事業の目的】

さまざまな社会問題、社会背景の中
「教育」は今後社会基盤を支えるもっとも重要なインフラとなる

EdTech (エドテック)
教育 (Education) × テクノロジー (Technology)

教育事業を立ち上げることで日本の将来を支える人材を創り、
将来のグループ人材の確保と地域創生を実現する

< 教育事業5本の柱（事業内容） >

大きく5事業を柱とする。

事業基盤となるスクール系事業とその基盤（人材）を活用する事業を想定
（まずは2019年4月より小学生向けプログラミング教室を札幌で開校予定）



【成長戦略】

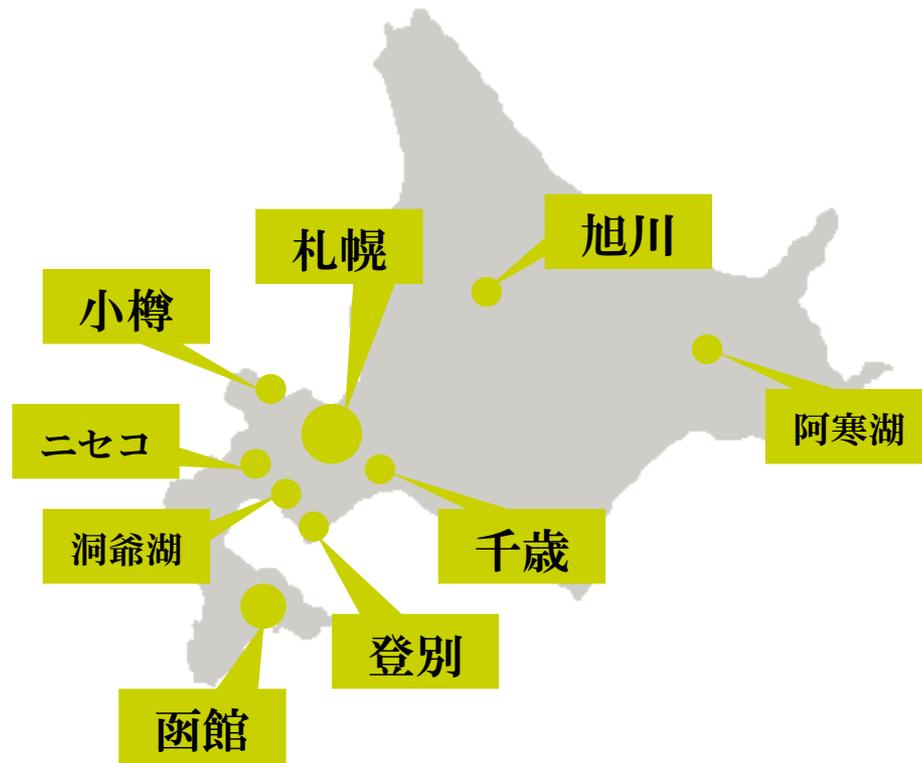
- ① 強固なリージョナル・チェーンストアづくり
- ② リージョナル・プラットフォームづくり
- ➡ ③ **アジアン・グローバルへの発信**
- ④ デジタルトランスフォーメーションの推進

【組織戦略】

- ① 活躍しつづける人材育成
- ② 多様性のある組織づくり

<インバウンドフォーマットの出店加速>

■ 北海道内：19店舗



■ 道外出店：6店舗

上野/京都/福岡/沖縄（3店舗）



■ 海外出店：4店舗（台湾）



※店舗数は2018年11月15日時点

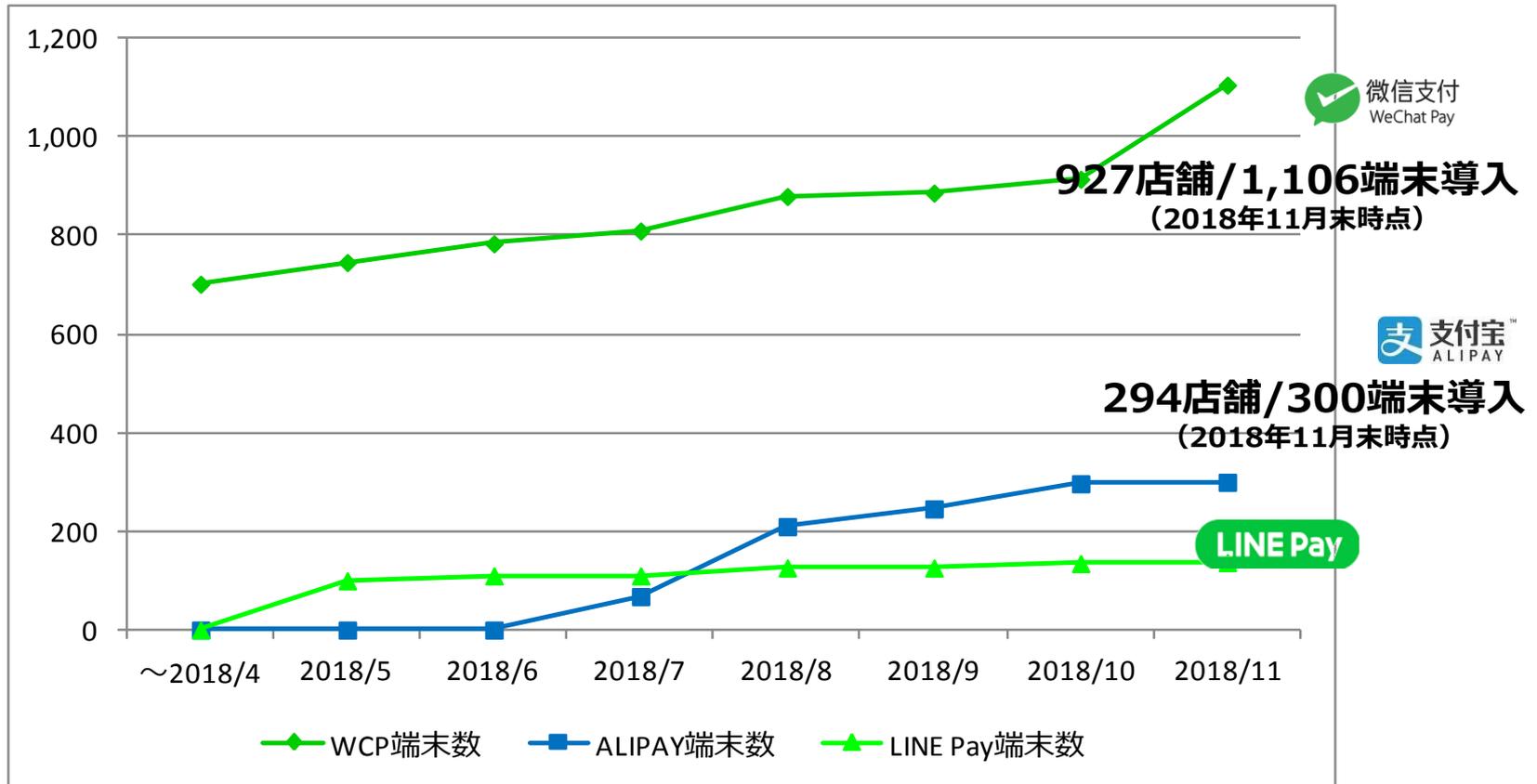
< 道内モバイル決済経済圏の確立 >

北海道内の中国人旅行客向けモバイル決済「WeChat Pay」に加え、
北海道企業初 ALIPAY（アリペイ）とパートナー契約締結し、
「ALIPAY」の取扱いも可能に。
道内モバイル決済経済圏の確立に向け拡大中



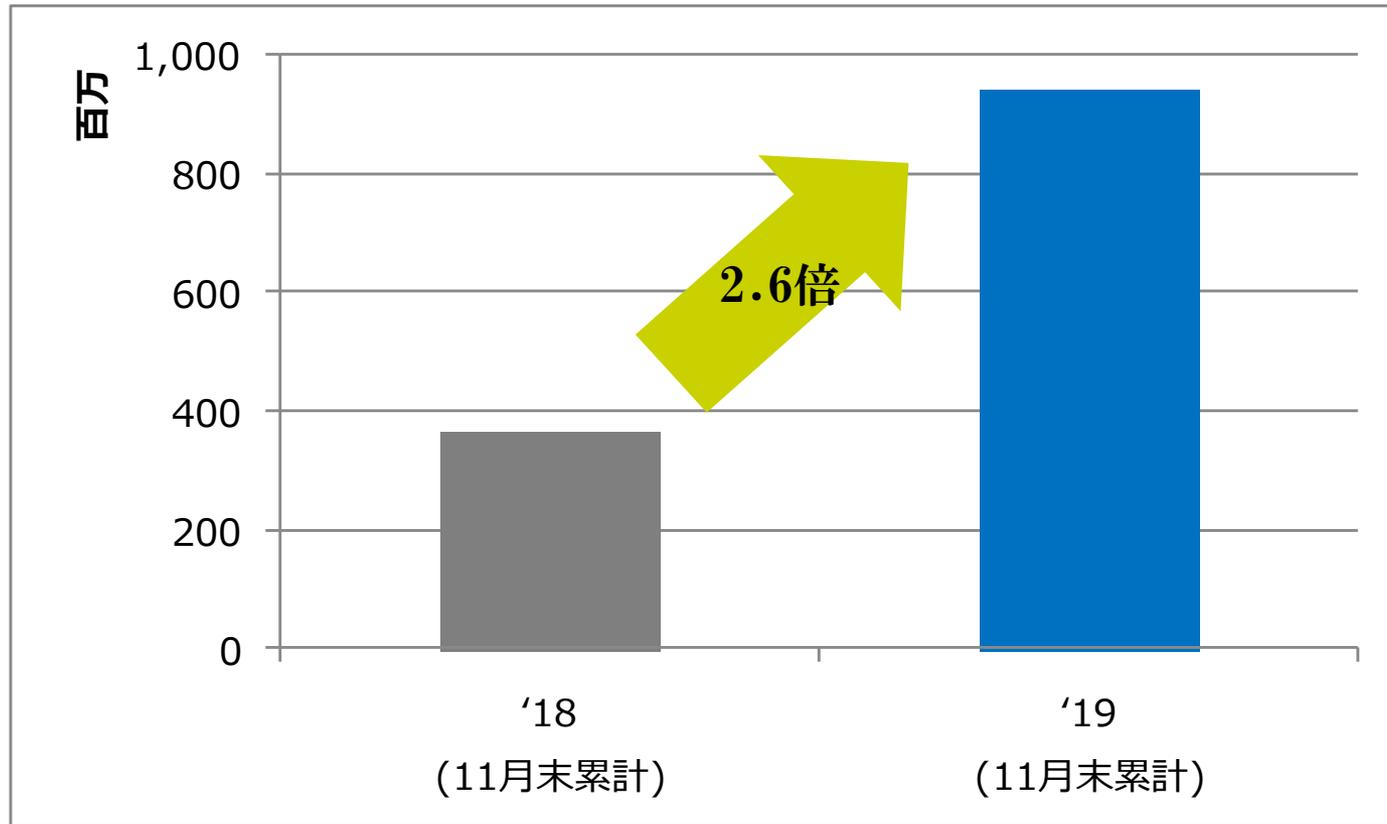
< モバイル決済端末の拡大 >

今年はQR決済元年と言われ、国内プレイヤーも積極参入。
 競合も増えつつあるが先行者利益で「面」を押さえつつ、
 今後はマーケティング機能を強化していくことでさらなる差別化を図る



＜モバイル決済関与売上の拡大＞

取扱ブランドの拡大による店舗数・拠点数の増加に伴い、
累計関与売上は7ヶ月実績前期比で2.6倍に伸長。



< 「WeChat Pay」 交通機関（バス）に決済システム提供 >

訪日外国人観光客の交通利便性向上のための「チケット購入システム」

今後は電車・船舶などへ提供視野に

北海道 登別・洞爺湖2地区 「道南バス」と実証実験開始



バス停やバス車内に掲示した
チケット購入用QRを
お客様がWeChatアプリでスキャン

例)大人2名 子ども1名



人数分の乗車券を
チケット購入システムで
WeChat Pay決済



支払完了画面を
運転手が降車時に確認し下車

<インバウンド対応の推進（toB）>

2017年9月に設立したVISIT MARKETINGが
インバウンドマーケティング取扱商材の拡充を図ることで、
企業・観光地・地方自治体からの案件を受託し、着実に取引規模を拡大。



POCKETALK



【成長戦略】

- ① 強固なリージョナル・チェーンストアづくり
- ② リージョナル・プラットフォームづくり
- ③ アジアン・グローバルへの発信
- ➡ ④ デジタルトランスフォーメーションの推進

【組織戦略】

- ① 活躍しつづける人材育成
- ② 多様性のある組織づくり

＜様々なデータの収集と利活用の推進＞

カメラをはじめ、様々な方法で店舗のデータ化および連携を進め、そのデータの利活用を通じて店舗の売上向上、業務効率化を図っていく（店舗のWeb化/メディア化を進める）



AIカメラ



AI TOKYO LAB & Co.

RealtimePOS



GRIT WORKS

基幹データ



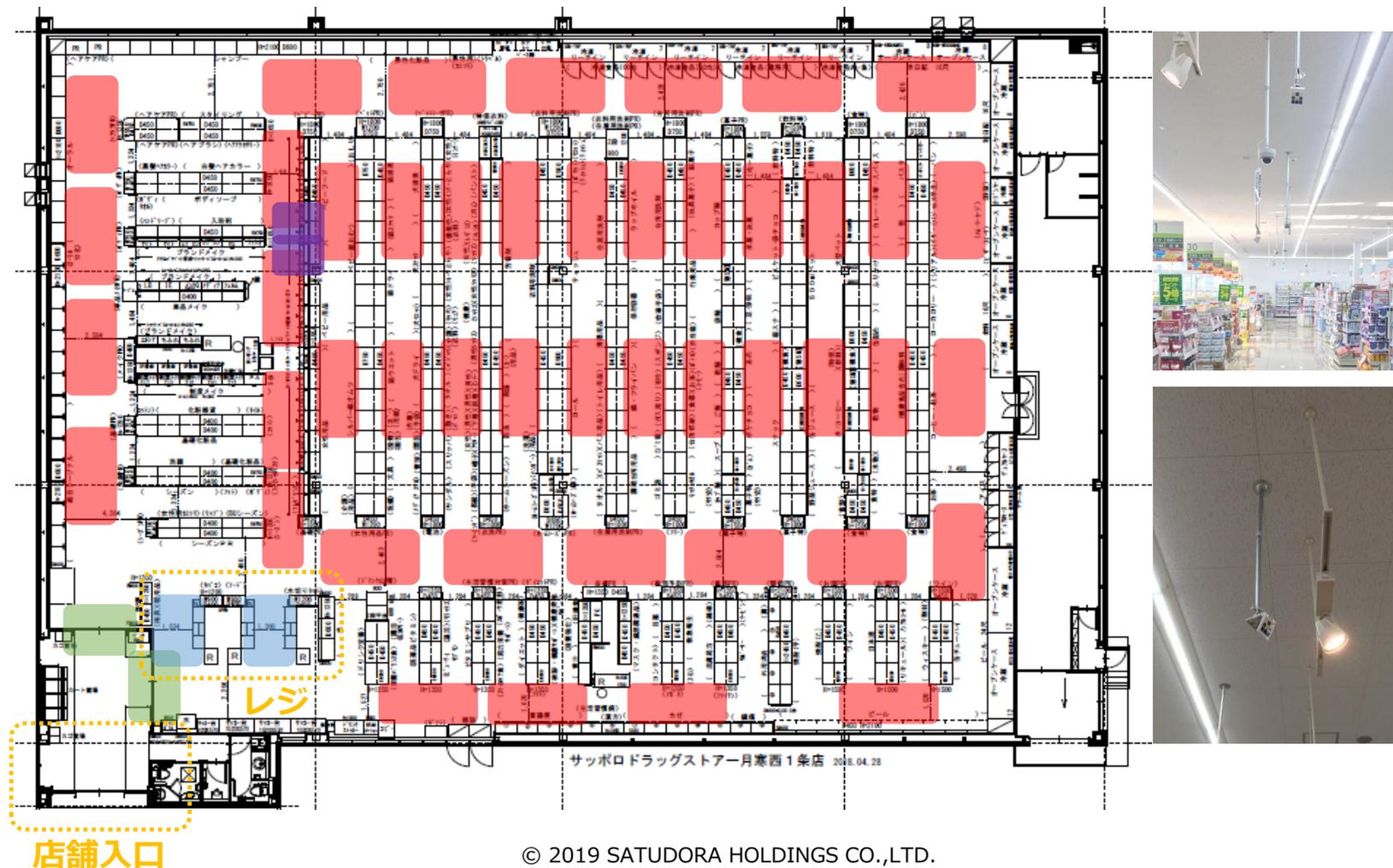
サツドラ
SAPPORO DRUG STORE

顧客データ



< AIカメラの導入を開始 >

月寒西1条店を実験店に52台のAIカメラを導入
通路幅あたりのカメラ設置台数は導入済みの他業種/他店舗と比べても最大規模

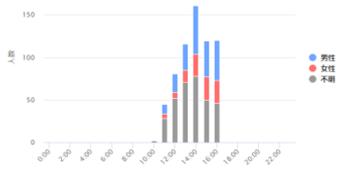


＜AIカメラによる顧客行動分析＞

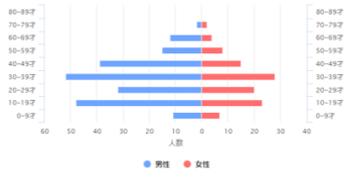
カメラごとの来客行動や複数カメラのデータ統合により顧客行動の分析が可能に
将来的にはPOSデータとの統合、棚前行動の定量化をおこなう

カメラごと

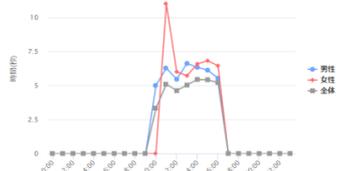
人数カウントの時間推移



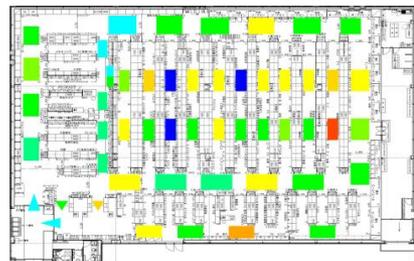
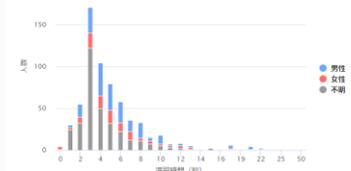
男女別年齢構成



時間帯ごとの滞留時間



滞留時間の傾向



ヒートマップ
(複数カメラの統合)

店舗入口



商品売場



レジ

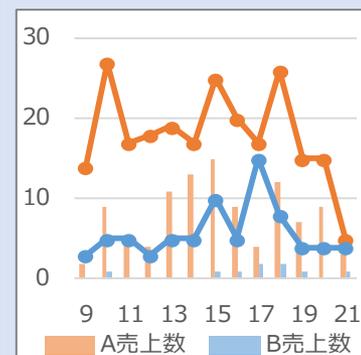


商品接触(棚前行動)

※将来的に実現

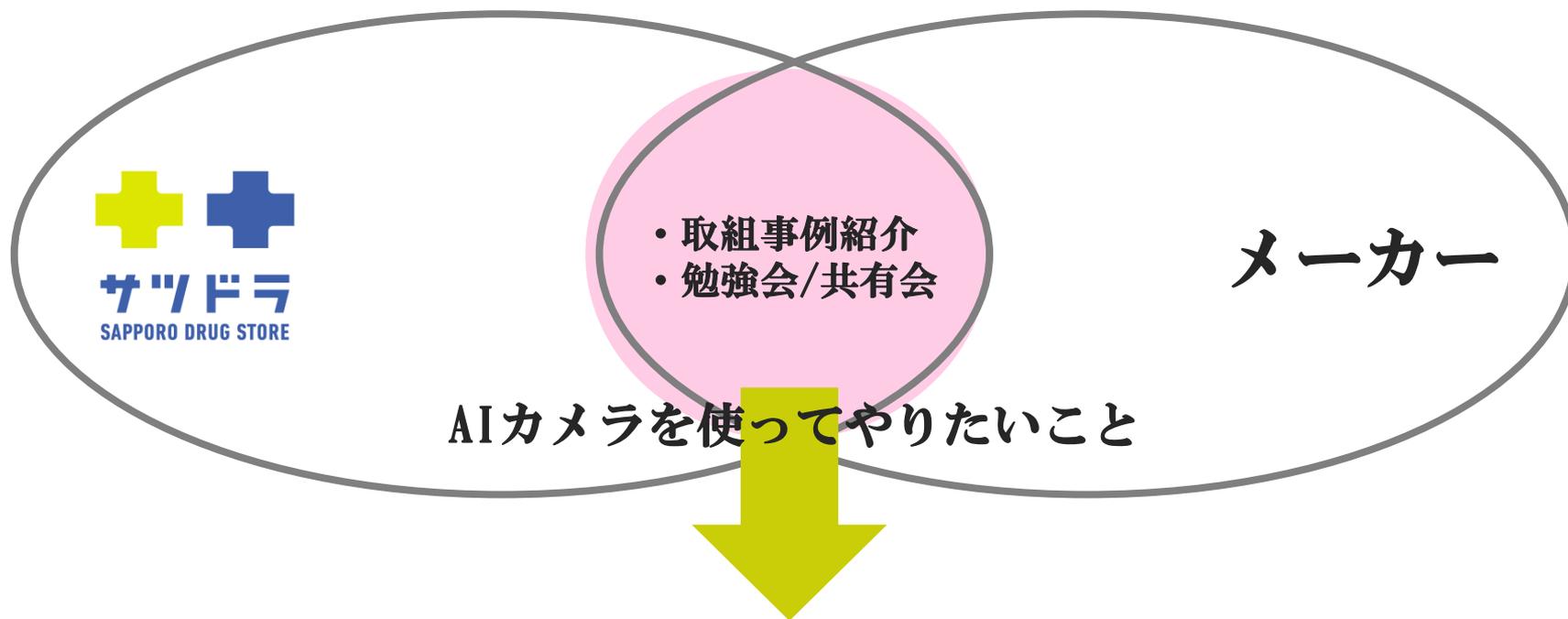


POSデータ統合



<メーカー共同マーケティング企画「SATUDORA AI LAB」>

取引先メーカーと一緒にサツドラ店舗を介したAIの活用・技術開発を通じ、各社のマーケティング機能向上、ノウハウ取得を図るプロジェクトを始動



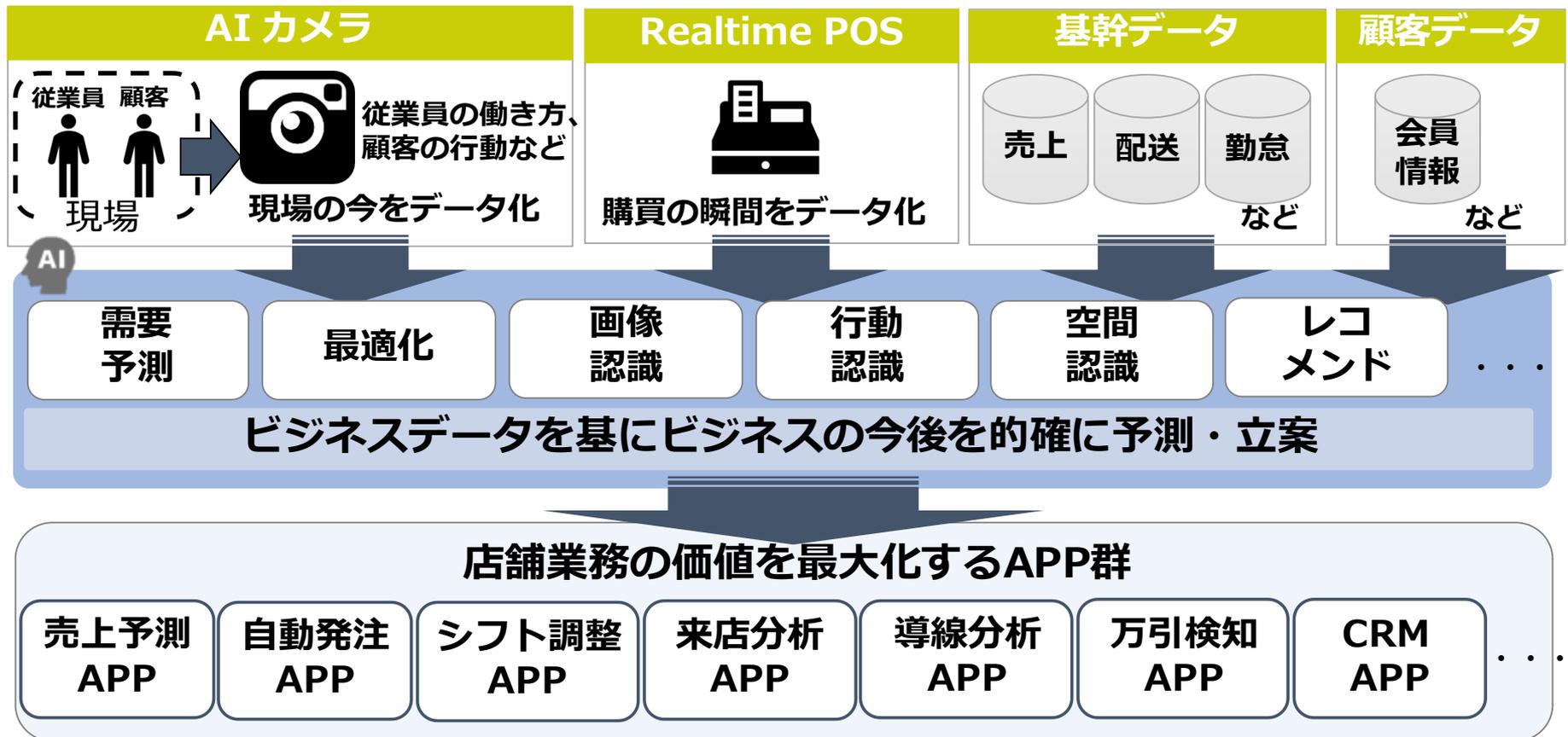
お互いにやりたいことを「SATUDORA AI LAB」の中で募集/実施

※「同一商品/複数売場展開の実態の見える化」「顧客の行動分析（購買行動/販促効果）」

※現在13社のメーカー・卸が参画

＜AI TOKYO LABのAIソリューション（SaaS）開発＞

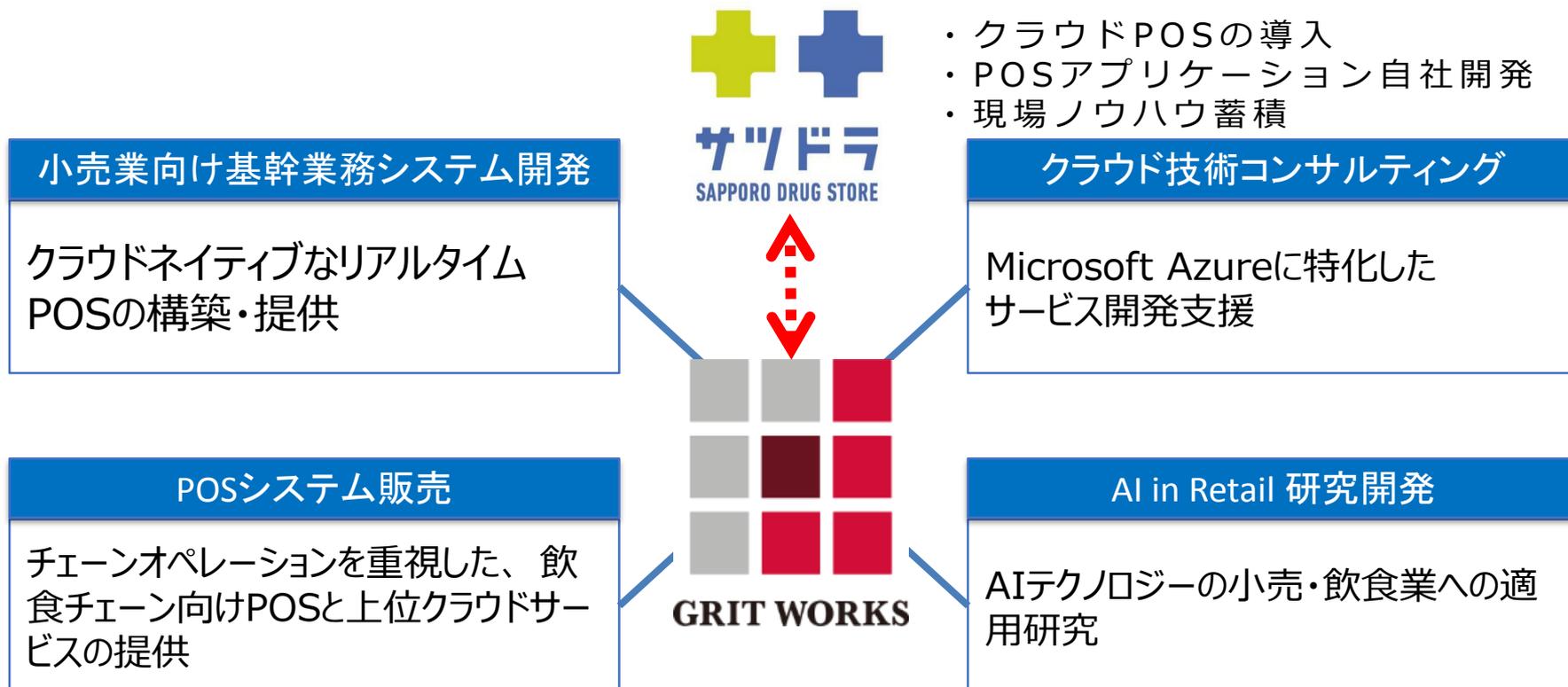
次世代のチェーンストア、リテールに対し「大幅な労働生産性向上」と「新しい顧客体験の提供」をSaaS型にて支援（現在開発中のものも含む）



<リアルタイムクラウドPOSの拡販>



サツドラ以外の手チェーンストアへのクラウドPOS導入を開始
ホームセンター・グッデイ（九州北部中心に65店舗）と
全国に450店舗超を展開する飲食チェーン店への導入が決定



【成長戦略】

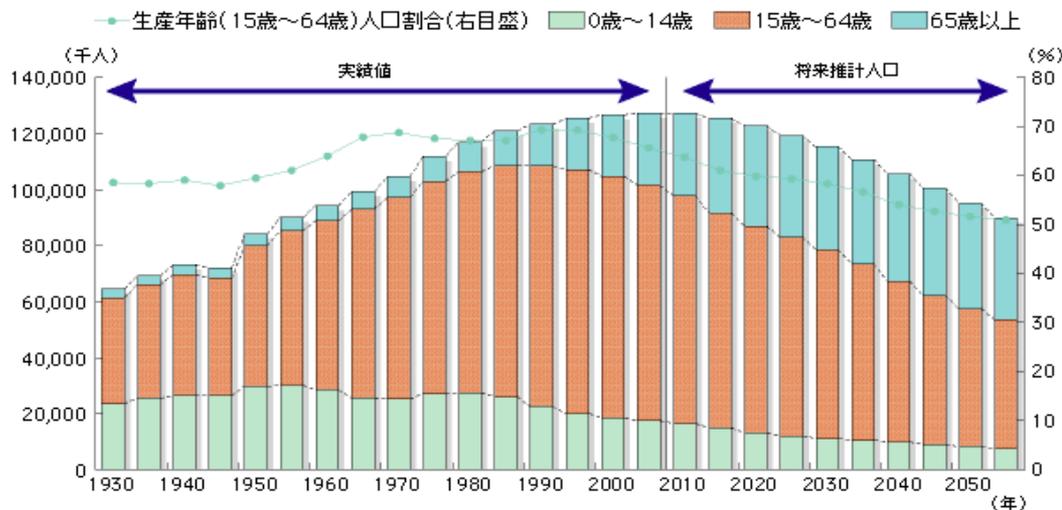
- ① 強固なリージョナル・チェーンストアづくり
- ② リージョナル・プラットフォームづくり
- ③ アジアン・グローバルへの発信
- ④ デジタルトランスフォーメーションの推進

【組織戦略】

- 
- ① 活躍しつづける人材育成
 - ② 多様性のある組織づくり

企業⇔人の関係性に変化が現れている

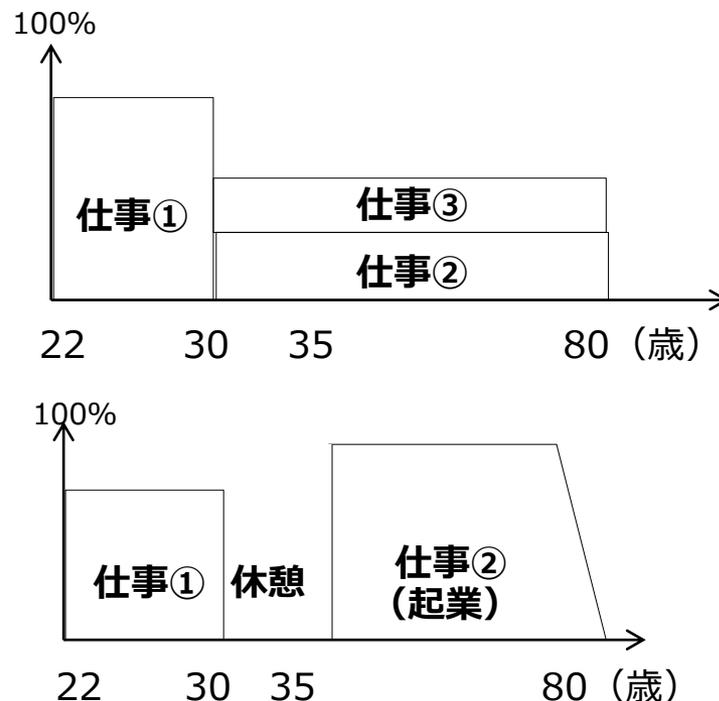
日本は構造的な慢性労働力不足



資料：総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(2006年12月推計)」
 (注) 将来推計人口は、出生中位(死亡中位)推計による。

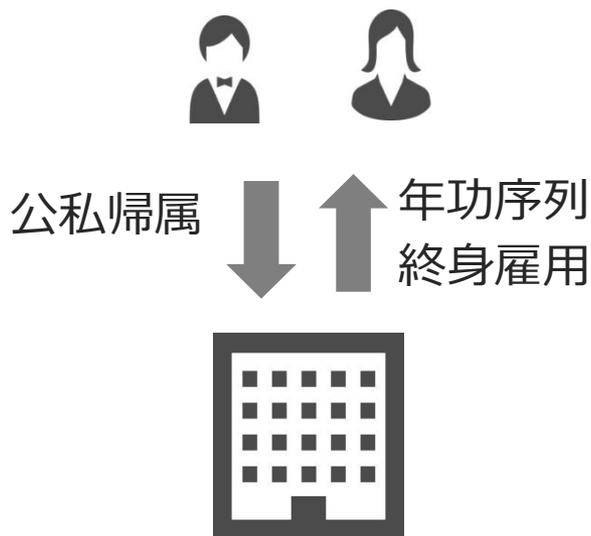
<http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/h20/h20/html/k2110000.html>

人生100年時代。 長時間→長期間労働へ



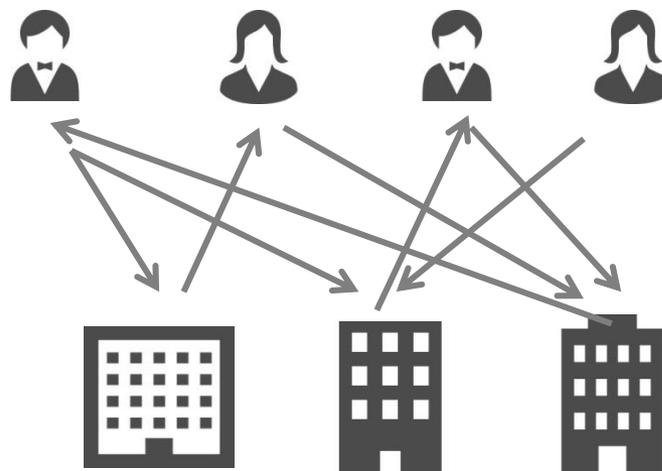
企業⇔人は「相互拘束」 → 「相互選択」へ
企業も従業員も互いから選ばれ続ける
存在になっているか

従来の日本型雇用



これからの雇用

複数のキャリア、知識を掛け合わせないと
80歳迄の長期間充実したキャリアを送れない



多様性のある労働力（質・量）を確保しないと非連続な成長を果たせない

<サツドラジョブスタイル スタート>

多様な働き方の促進を加速、制度拡充

さまざまなバックグラウンド、経験を持った優秀な人材を確保

Change!
the work style

SATUDORA JOB STYLE 2017

うまれる、ひろがる、つながる、
サツドラの新しい働き方。

- ・平行キャリアなどの「オープンイノベーション制度」
- ・自己申告書などの「チャレンジJOB制度」
- ・男性育児休暇制などの「女性活躍推進制度」
- ・副業兼業制度、在宅ワークなどの「働き方の多様性促進」
- ・雇用区分変更の自由度をアップ「カエル制度」
- ・退職者の復帰を承認する「Welcome Back制度」
- ・エントリー、入社時期の幅を広げる「えらべる制度」



Welcome Back制度



カエル制度



フレンド社員制度

「札幌市ワーク・ライフ・バランス plus」

ステップ3 「先進取組企業」に認証

STEP3の要件の1つである、法の規定を上回る取組みとして、
小学3年生までの子と同居・養育する従業員に対し、1日最大2時間までの勤務時間短縮
この取組みが評価され認証に至る

札幌市ワーク・ライフ・バランス plus 企業認証書 ステップ3 先進取組企業



WORK-LIFE
BALANCE+
札幌市ワーク・ライフ・バランス plus

株式会社サッポロドラッグストアー
代表取締役社長 富山 浩樹 様

貴社は、ワーク・ライフ・バランス（仕事と生活の調和）及び女性の活躍を実現するため、さまざまな取組を推進し、法の規定を上回る制度を策定しましたので「先進取組企業」として認証します。

認証番号 札幌市WLBplus企業第92号
認証年月日 平成30年 8月 2日

札幌市長 秋元克広

<給与即日払いサービス「Payme（ペイミー）」導入>

株式会社ペイミーが提供しているフィンテックを活用した給与即日払いサービスで、給与日を待たずに働いた分の給与を受け取れるようにするサービス。利用者は働いた分の給与を申請すれば、指定した口座に自動で振り込まれる仕組み。



The graphic features a yellow background with the word "Payme" in a large, black, stylized font. Above the "e" in "Payme" is the Japanese text "ペイミー". Below the logo, the text reads: "働いた分のお給料を欲しい時に受け取れる、給与即日払いサービスです。" (You can receive your salary for the work you've done whenever you want, it's a salary daily payment service.)

Below the text, there are three illustrations:

- On the left, a worker in a white shirt and yellow cap looks thoughtful, surrounded by icons for an airplane, a truck, a pair of glasses, and a stack of boxes. Below this is the text "急な出費でも…" (Even for sudden expenses…).
- In the center, a hand holds a smartphone displaying a payment confirmation screen with a checkmark and the amount "¥10,000". Below this is the text "金額を入力して申請！" (Enter the amount and apply!).
- On the right, the same worker is smiling and holding a coin, with three radiating lines next to it. Below this is the text "最短で 即日 着金！" (Receive money as soon as possible, today!).

- ① 活躍しつづける人材育成
- ② 多様性のある組織づくり

<サツドラ本社及びインキュベーションオフィスの新設>

職場環境の充実や業務効率化を目指すだけでなく、
**社内外の多様な人材・優秀な人材が集い交流し、
新しい付加価値を創造する場**
として、サツドラグループの企業価値向上を目指す

【3階】
サツドラグループ本社
(2020年8月)

- ・従業員増加、働き方改革に合わせたオフィス機能装備
- ・グループ集約による迅速な意思決定とシナジー創出

【2階】
インキュベーションオフィス
(2020年8月)

- ・シェアオフィス/コワーキングスペースの提供
- ・語学、プログラミング教室の開催
- ・多種多様な人種が集い、ビジネス・人材を輩出
- ・SIIの活性化、グループ従業員の成長促進・追及

【1階】
サツドラ北8条店・調剤薬局
(2020年5月)

- ・リアル店舗×AI/ITを具現化する実験店舗
- ・スマートストアの実現
- ・「サツドラ」の追求

＜サツドラグループの成長イメージ＞

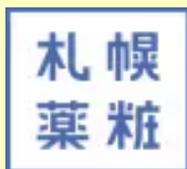
チェーンストアの強みや資産を活かしながら新たな分野に進出
グループ全体での成長を目指す

++ SATUDORA HOLDINGS

リテール

プラットフォーム

チェーンストア



北海道くらし百貨店
北海道と、暮らそう。



REGIONAL MARKETING



VISIT MARKETING

ソフトウェア/ソリューション開発

サツドラ資産の活用

- 店舗資産
- データ資産
- ノウハウ

AI TOKYO LAB & Co.

 GRIT WORKS

今は第2創業期 次の成長に向けて

ご清聴ありがとうございました。

I R 担当者のご案内

役職： 常務取締役管理担当 役職： C I 室 広報・C S R 担当マネジャー
氏名： 高野 徹朗 氏名： 安田 稔

TEL (011) - 771 - 8511 FAX (011) - 772 - 7574

MAIL : skouhou@satsudora.jp

本資料につきましては、株主・投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。
本資料における、将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではなく、
将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用ください。
また、業界等に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、
完全性を保証するものではありません。
本資料は、株主・投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、株主・投資家の皆様ご自身のご判断においてご利用される
ことを前提にご提示させていただくものであり、当社は一切の責任を負いません。