2027年6月期 経営戦略

Genky DrugStores株式会社

（Code number: 9267, 東証プライム市場）

2026.07

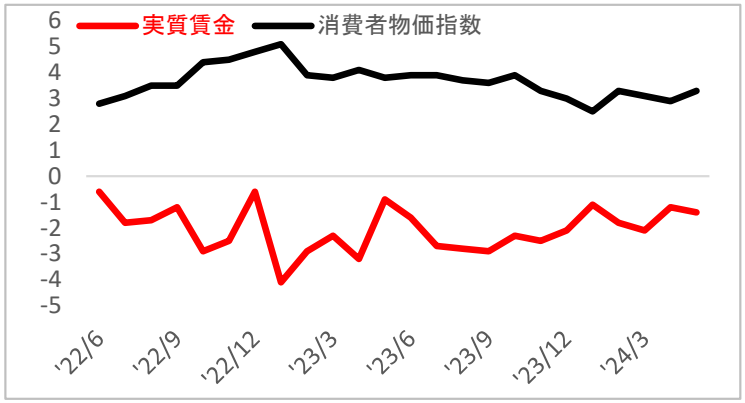
マクロ環境・
ドラッグストア業界状況

マクロ環境：消費マインド

・物価上昇により、消費者の節約志向は加速している。

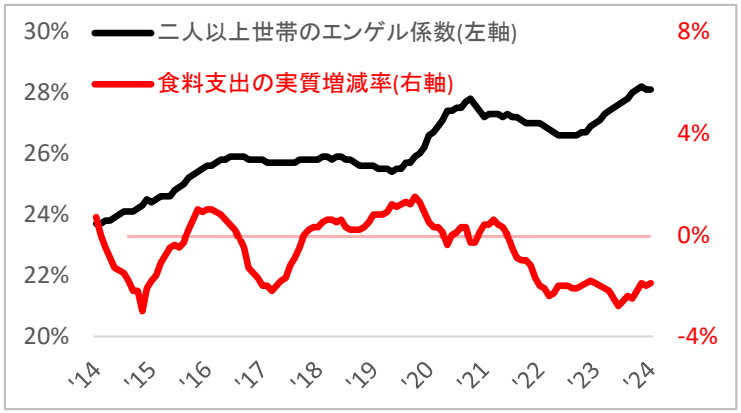
・都心は賃上げが進む一方、地方は賃上げが物価高に追いつかず、生活がより困窮。

伸びない実質賃金と止まらない物価高



出典:厚生労働省 毎月勤労統計調査

消費者の強い節約志向



出典:総務省統計局家計調査（家計収支編） 時系列データ（二人以上の世帯）より12ヶ月間移動平均

地方の賃金が上がらない

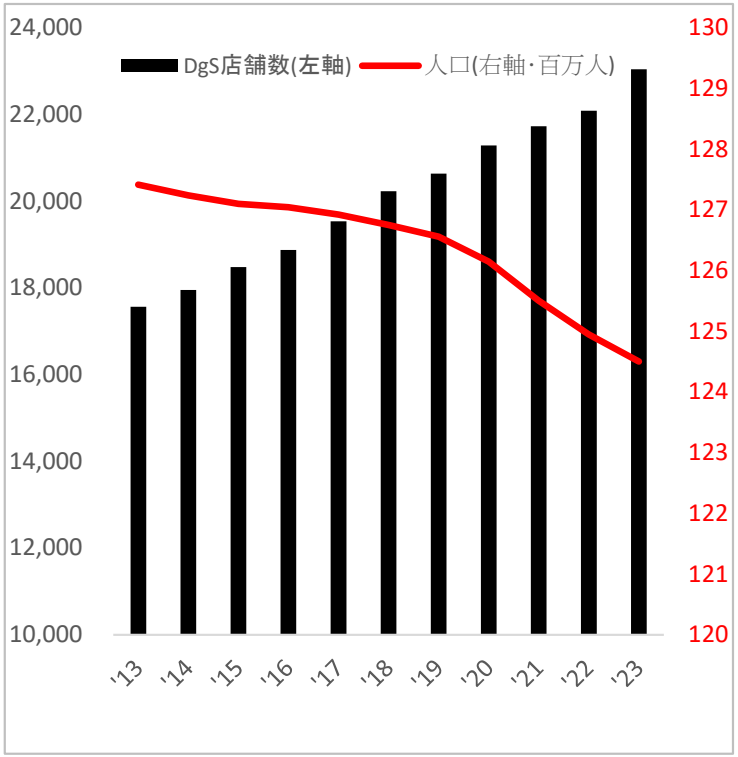
	2024年 平均年収	増加率 （対2020年）
東京都	471万円	+6.1%
愛知県	418万円	+4.0%
滋賀県	415万円	+3.6%
岐阜県	400万円	+3.8%
福井県	395万円	+2.9%
石川県	394万円	+2.9%

出所 「転職サービスdoda平均年収ランキング（47都道府県・地方別の年収情報）【最新版】」https://doda.jp/guide/heikin/area/
平均年収ランキング2020（47都道府県・地方別の年収情報）

マクロ環境：人口減少

・店舗数増加と人口減で、ドラッグストア1店舗あたり人口は、減少の一途。
　→各社、その中でどう持続的な成長モデルを構築するか模索している。

オーバーストアズ ＆ 人口減少



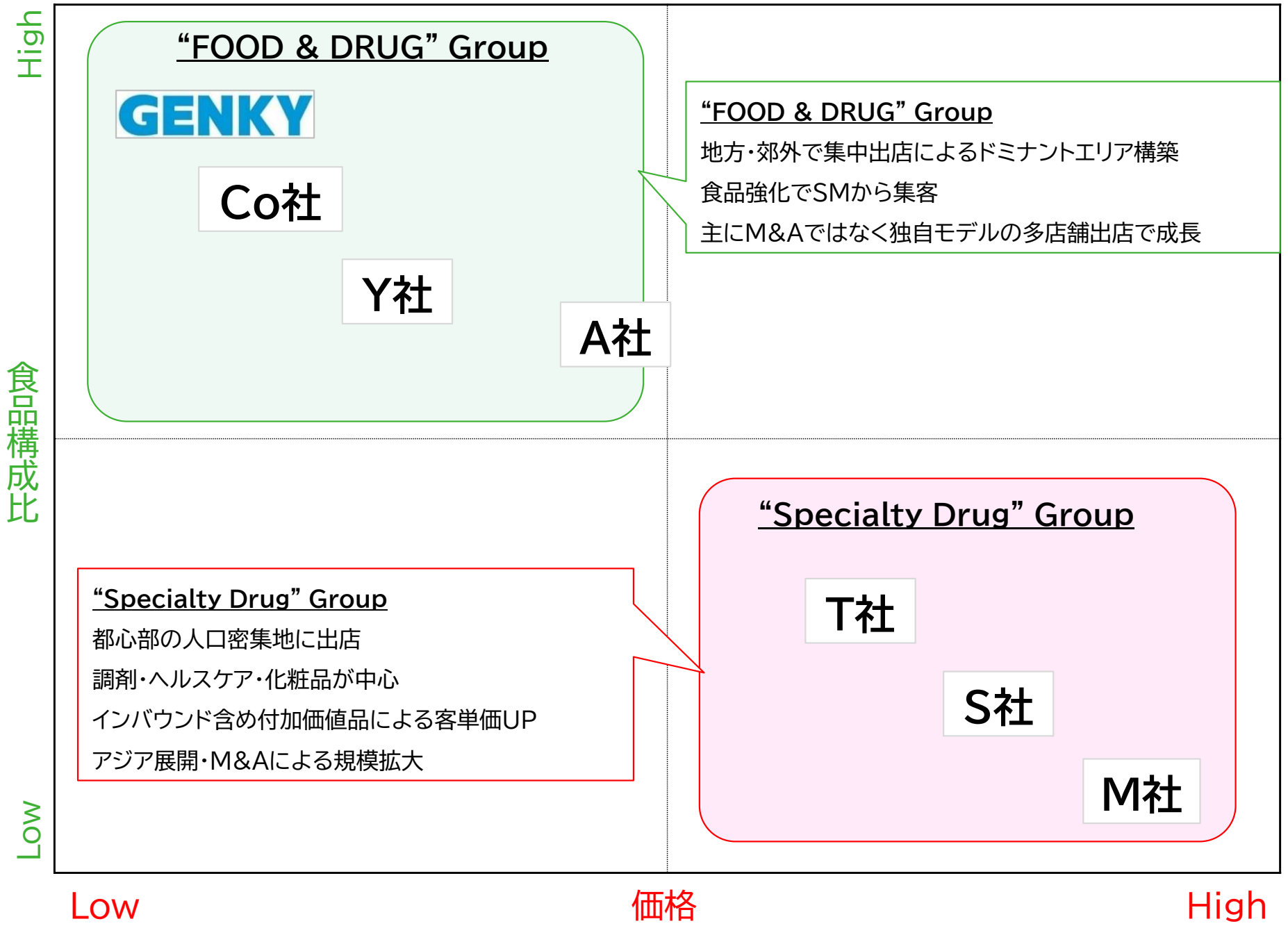
出典:経済産業省 商業動態統計調査 長期時系列データ
総務省統計局 統計データ 人口推計

DgS 1店あたり人口は6,000人以下

	DgS 店舗数	県別総人口（千人）	DgS1店あたり人口（人）
福井県	188	744	3,957
石川県	276	1,109	4,018
岐阜県	458	1,931	4,216
滋賀県	257	1,407	5,475
愛知県	1,281	7,477	5,837

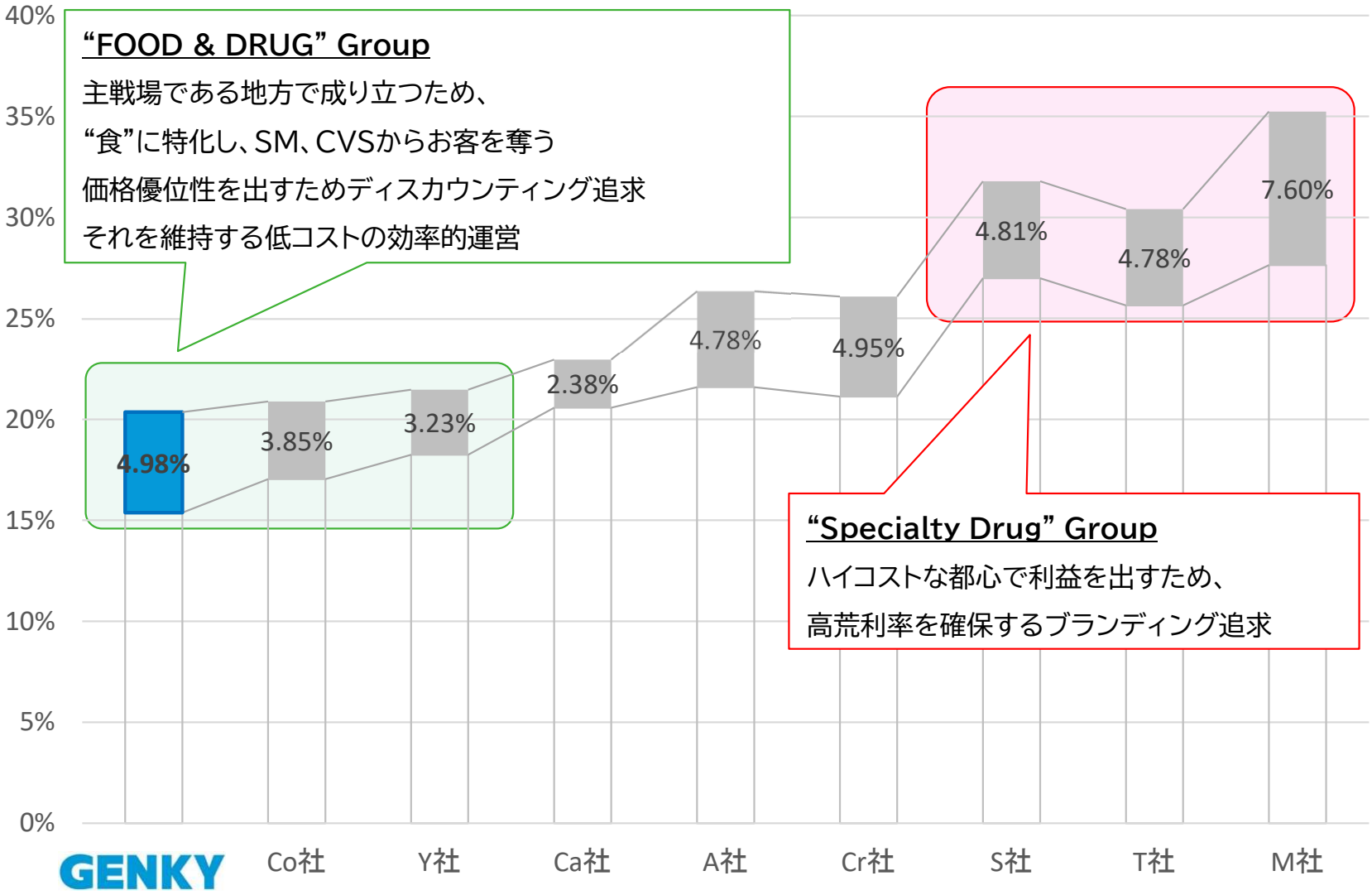
出典:経済産業省 商業動態統計調査 統計表一覧 時系列データ
総務省統計局 統計データ 人口推計

業界環境：ドラッグストア業界のポジションが2極化



業界環境：各グループの「稼ぎ方」の違い

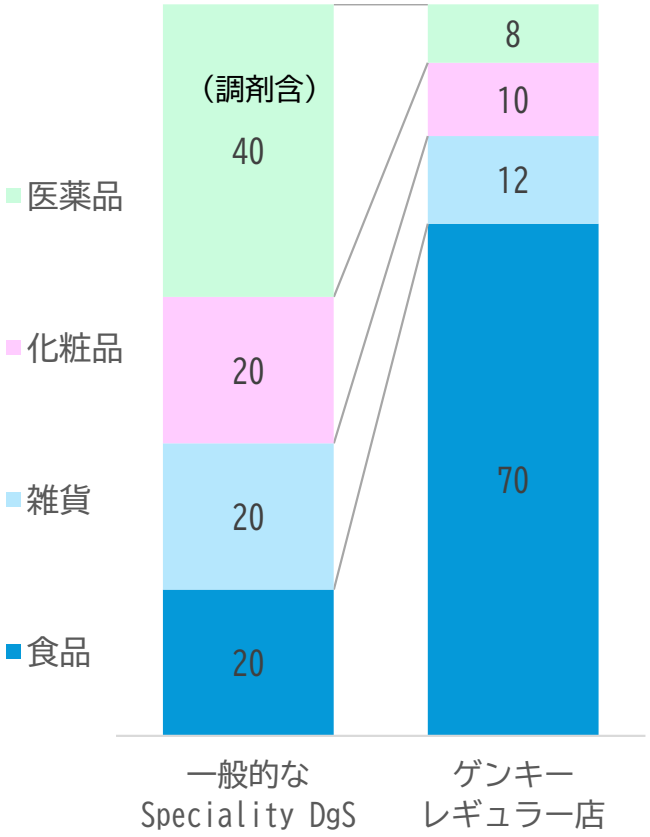
グラフの上辺が荒利益率、下辺が販管費率、その幅が営業利益率



ゲンキーの戦略

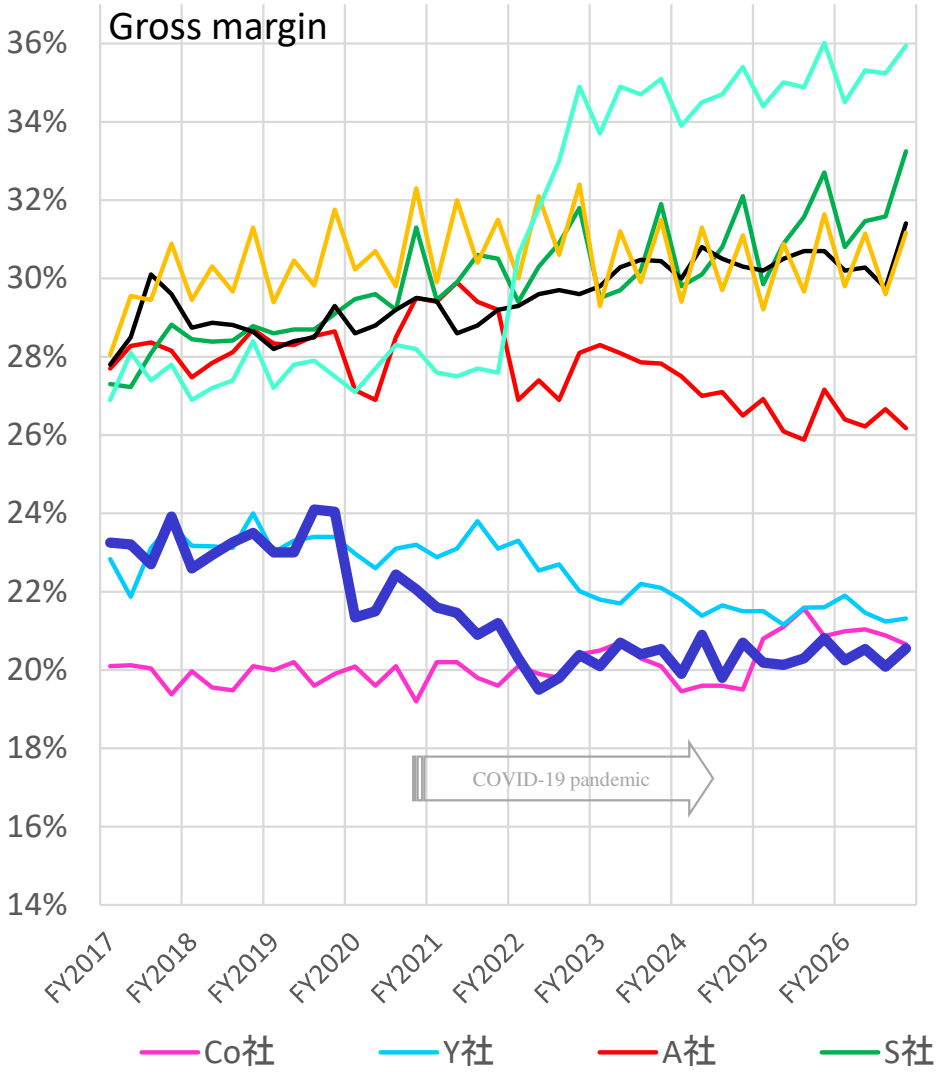
ゲンキーの特徴

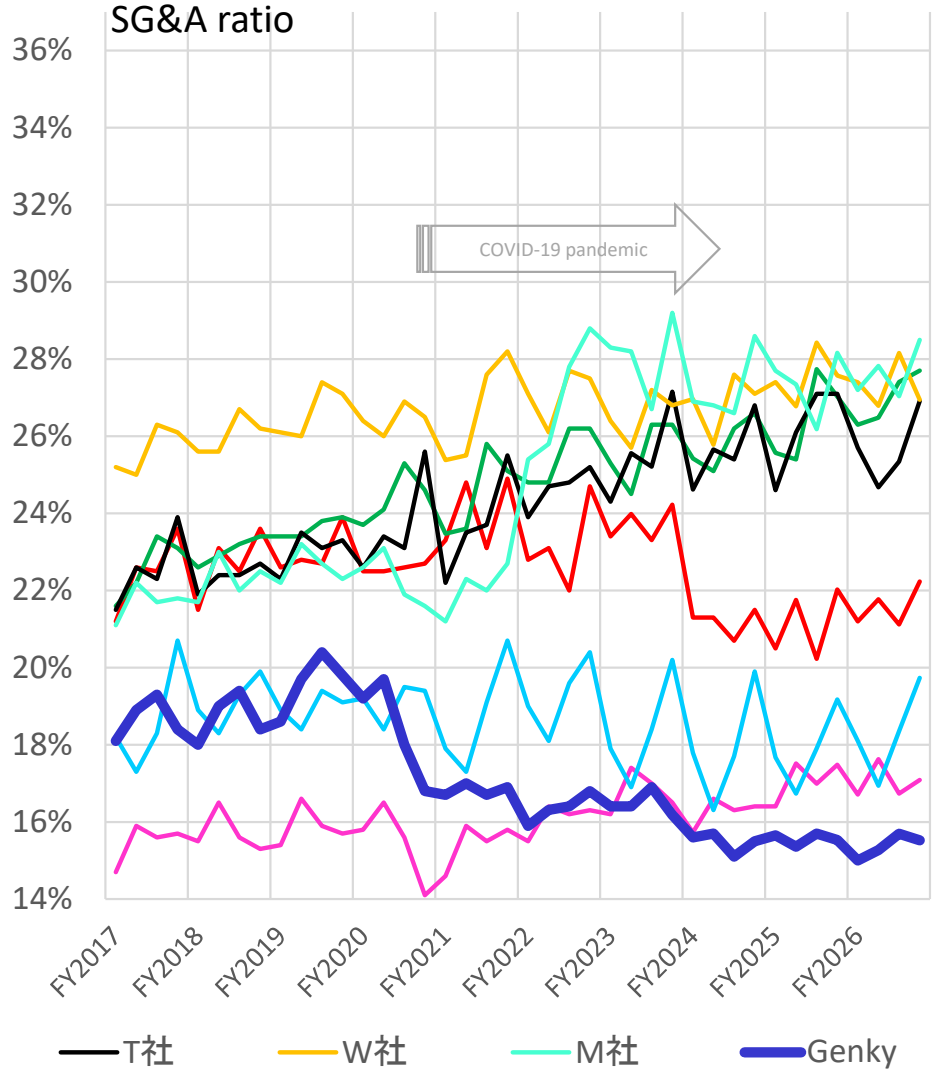
	一般的な スペシャリティ ドラッグストア	ゲンキー
出店地域	都心部	地方・田舎
食品構成比	10～30%	70%（業界最高値）
食品カバー領域	飲料 加工食品、冷凍食品	左記に加え 日配・野菜・果物 精肉・弁当・惣菜
調剤薬局	あり	全店なし
インバウンド	あり	全店なし
売場面積	300㎡～800㎡	1,000㎡（300坪）
必要商圏人口	15,000～20,000人	5,000人（業界最小）
特徴	カウンセリング 調剤 ヘルスケア 高粗利・高付加価値	標準店舗 ローコスト セルフサービス 低価格 高来店頻度



DgS各社　荒利益率・販管費率　四半期推移

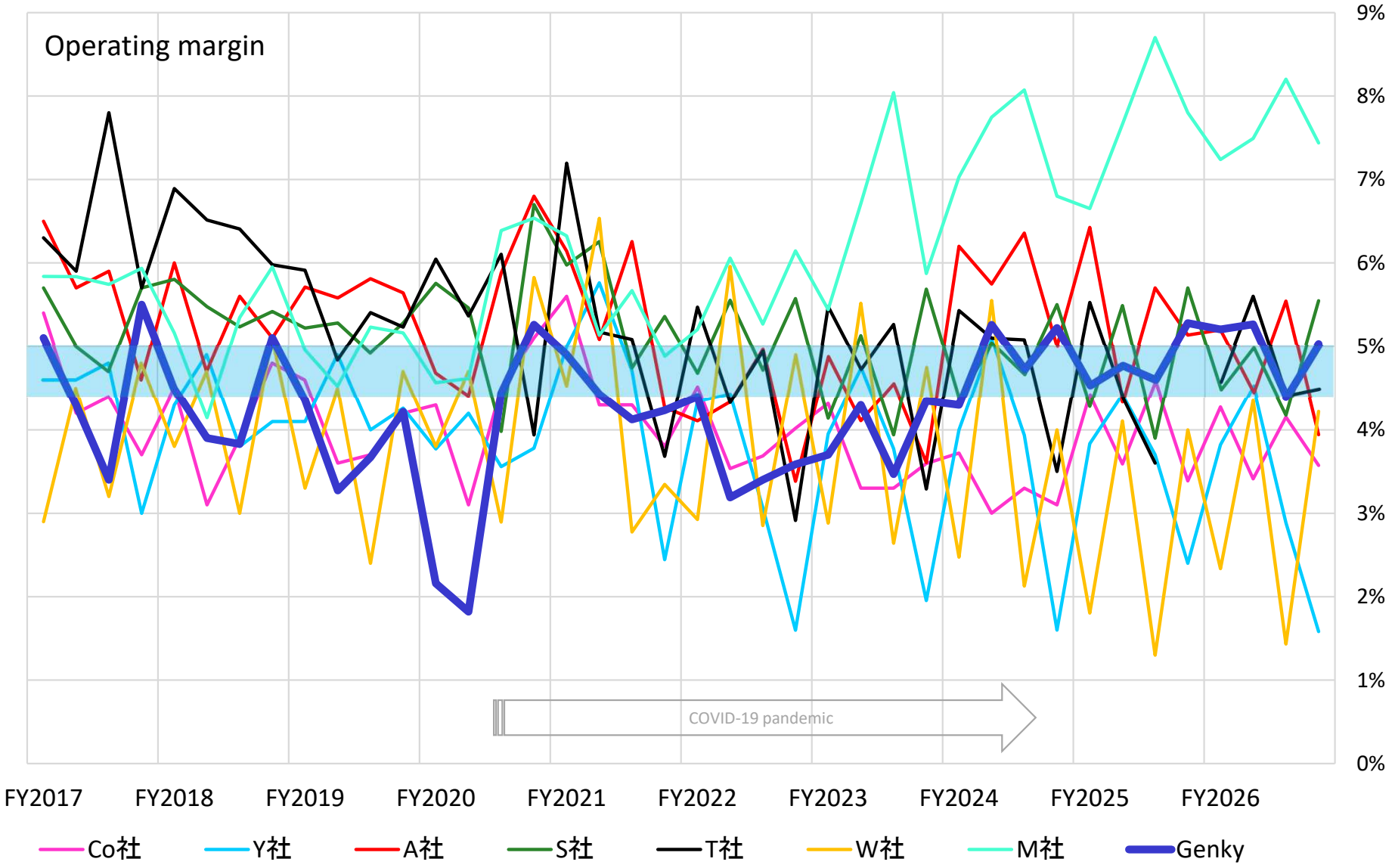
他社が荒利を上げて経費増の帳尻を合わせる中、ゲンキーは業界最低の「低荒利率」を追求。
それを支える、仕組みとしての「最低経費率」により、安定した収益性の確保
さらに、荒利益率・経費率のいずれも、他社に比べ安定したコントロールが実現できている





DgS各社　営業利益率　四半期推移

ゲンキーは今後も出店を加速させながら、営業利益率 4.5%-5.0%を維持する

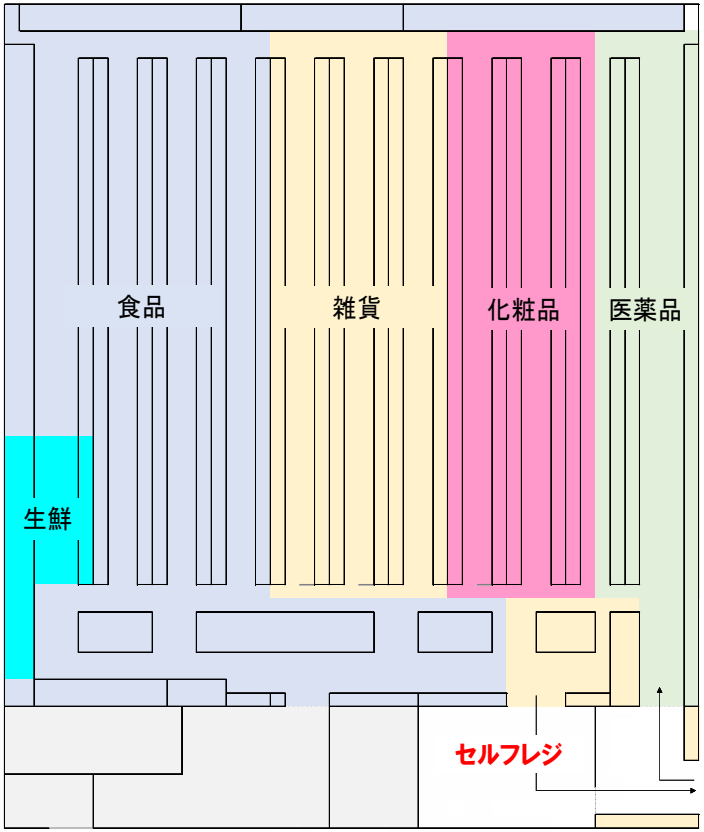


1. ローコストオペレーション

2. マーチャンダイジング

3. 高速多店舗出店

LCO お客様に最大の価値を提供できるゲンキーの店舗



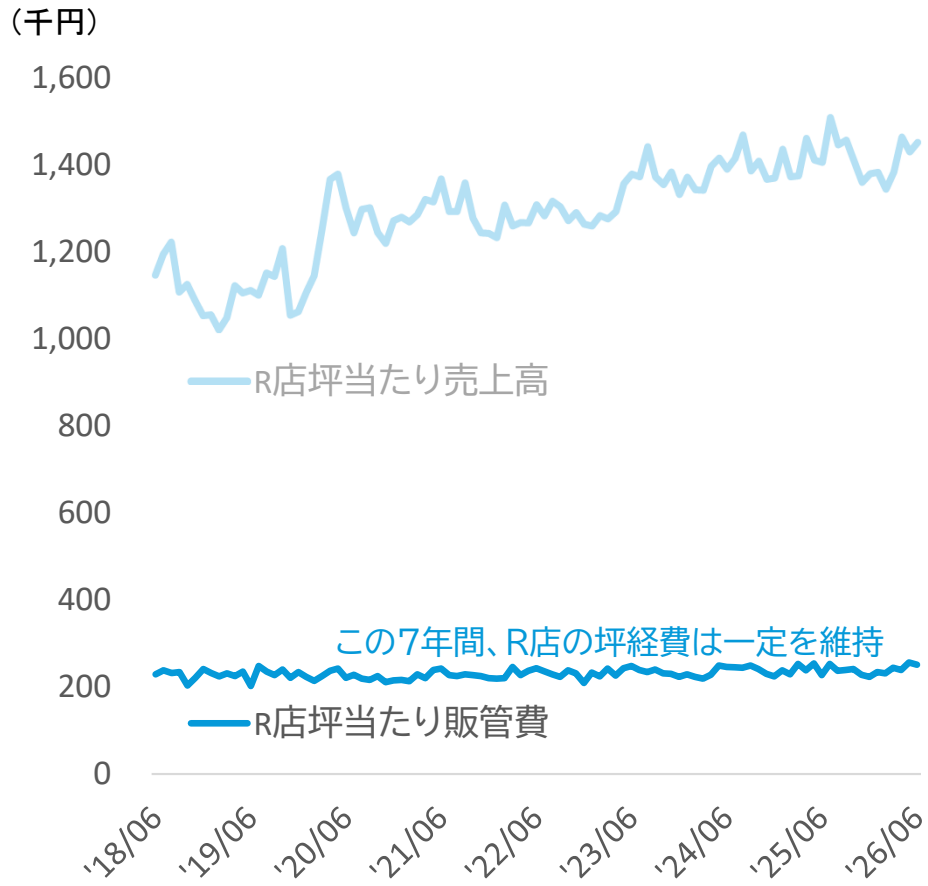
完全標準化 ローコスト店舗
『レギュラー店』

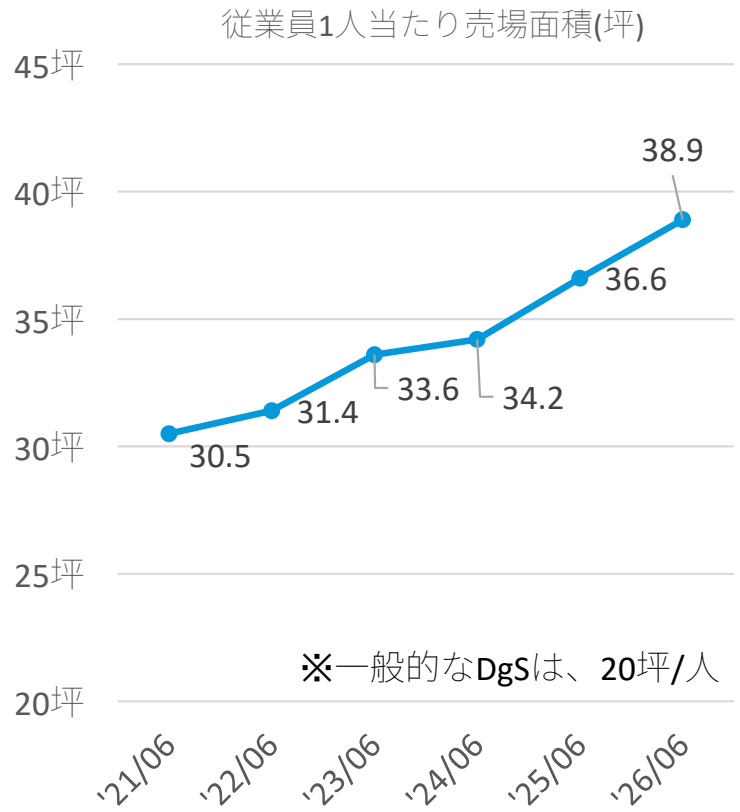
‘26/7月現在　511/535店舗（96%）

LCO EDLC(エブリデイ ローコスト)文化

売れなくても儲かる仕組みを作るのがチェーンストア。
人口減少・オーバーストアによる極小商圏化の中、
低い損益分岐点売上高比率を追求、長期的な残存者利益を狙う

完全本部主導の店舗オペレーションによる、
業界トップの『従業員一人当たり売場面積』で
人件費増加を抑制 ＋ 採用難に対応





LCO ヤメル・ヘラス・マトメル で店舗業務の効率化を追求

安く売り続ける「仕組み」として、販促や過剰な接客をヤメル・ヘラス
店舗業務を本部や物流センターにマトメル
→店舗では徹底したセルフサービスで、単純化したオペレーションを追求

- 全店セルフレジ
- 日替わり特売なし
- チラシ販促なし
- SNS販促なし
- 自社アプリなし
- 過剰な接客なし
- インバウンド・免税対応なし
- 調剤薬局なし
- EC、宅配なし

- カテゴリ納品（同一通路ごとにまとまった納品体制）による、店舗の品出し効率化
- 納品頻度の削減で、品出し作業の集中化
- 本部一括の商品発注、単品在庫管理で店舗作業なし
- 店舗スタッフのレイバースケジュールを本部で一括作成

- 標準店舗（レギュラー店）による道具・動作・手順の統一
- これにより現場対応、個別判断を排除し、従業員の習熟を求めない。

自前主義

重要な分野は徹底して自前化。他社が追随できないローコストの根幹を担う。

(1) 店舗開発	不動産ディベロッパーを介さない自社開発によって、 立地の標準化と不動産費の圧縮を実現
(2) プライベート ブランド商品	仕様、デザインから保管管理、配送まで自社で行い、 圧倒的な低価格で節約志向に対応
(3) 物流	3PLに頼らない自社運営で 業界最低の物流費比率を維持
(4) 生鮮食品	弁当・惣菜・精肉の自社プロセスセンターを運営。
(5) システム	システム専門部署を東京に配置し、人員を拡充中。 基幹システム、物流、在庫管理、レジ周りなど順次内製化

物流 SCM改革

「物流を制するものは小売を制する」
店舗の生産性向上と業界トップレベルのロジスティクスコスト実現
物流とITの自前化メリットを最大限に活かし、サプライチェーン全体の改革を推し進める。

	川上（メーカー・ベンダー）	川中（物流センター）	川下（店舗）
具体策	・発注納品のリードタイム再構築 ・発注納品サイクルの再構築 頻度削減で負担軽減 ・青果のセンター待機時間を削減 ・店舗配送帰り便による集荷	・幹線便の積載率向上 ・幹線便24時間稼働による往復便活用 ・チルド便2温度帯配送 ・複数DCの在庫最適化 ・出荷作業の生産性見える化、表彰制度 ・リードタイム再構築による物量平準化	・カテゴリー納品の ブラッシュアップ ・店舗納品頻度の削減 ・物量のならし平準化
システム	・トラックバース予約システム ・コンテナデバン管理システム	・幹線便予測システム ・ゲンキーロジシステム （WEBオープンプラットフォーム） ・ロジスティクス効率把握システム	・店舗配送ルート最適化システム

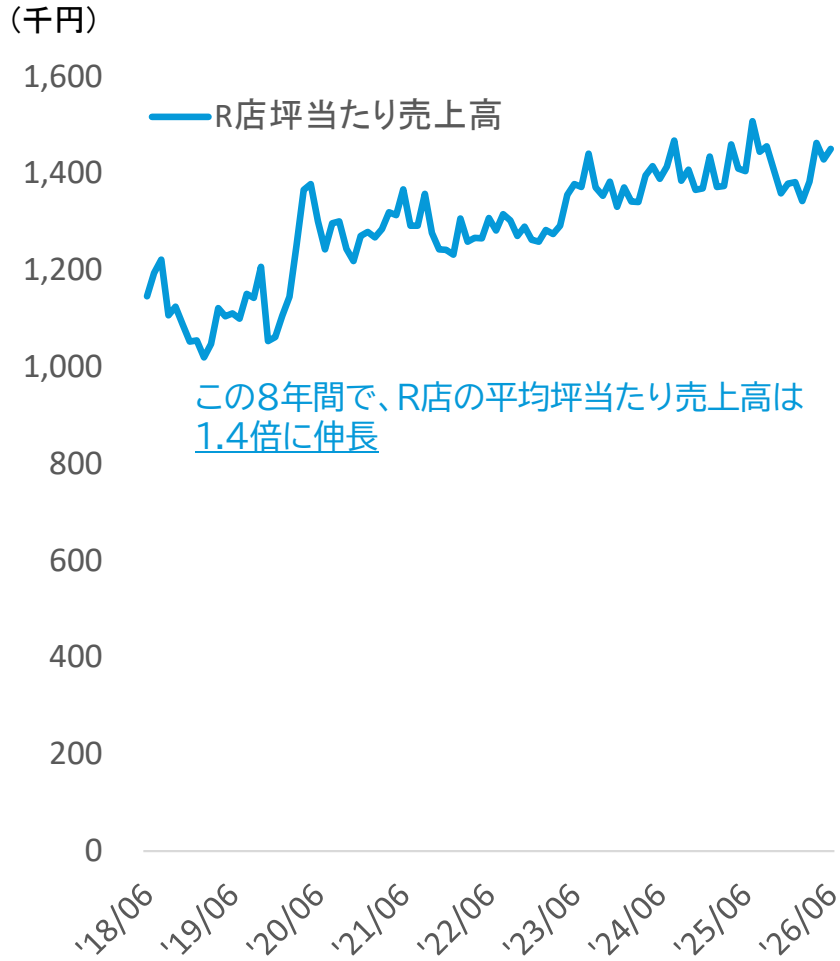
1. ローコストオペレーション

2. マーチャンダイジング

3. 高速多店舗出店

EDLP(エブリデイ ロープライス)文化

EDLPは一時的な集客や販促の道具ではない。
ディスカウンティングの追求によって地域の人々の暮らしを豊かにする事が、
チェーンストアであるゲンキーの使命である。



- 2019年8月10日から、食品を中心とした強力なディスカウントを実施。
- 2020年5月から、日替りによるハイ&ローと決別し、EDLPのさらなる追求。
- チラシの折込頻度を隔週→月1回→四半期へ。浮いた経費はディスカウントの原資。

目的
より、お客様の立場に立った店舗となるため、
店頭売価の信用を構築する。

MD 生鮮食品やお惣菜の強化で来店頻度・買上げ点数の向上

いずれも、スーパーマーケットより10%以上低い価格で、強い集客力を持つ。

青果・果物

精肉

冷凍食品

MD お買い得デリカでコンビニエンスストアからの集客強化

節約志向の高まりで、客数の伸び悩むコンビニエンスストアからランチ需要を奪い、
コンビニキラーとしての位置づけを強化

サンドイッチ、99円～199円

おにぎり、79円、99円

お弁当・巻き寿司 199円～299円

※いずれも税抜価格。2026年6月時点の価格であり、現在とは異なる場合がございます

※写真は全てイメージです。

冷凍食品

NEW

＼ ゲンキーオリジナル商品 ／

新商品特集

イチオシ新商品が続々登場中！是非一度お試しください。

食品&飲料

食べ応えある大串焼き鳥！

レンジでかんたん

冷凍
わが家の美味しさ
大串炭火焼き鳥
ももたれ・もも塩
皮たれ・皮塩　5本入
各**398円**（税込 429 円）

食べやすいサイズにカット済

冷凍
わが家の美味しさ
ひとくちカットブロッコリー
200g
148円（税込 159 円）

大粒サイズで料理が映える！

おさかな三昧　冷凍
大粒むきえび　130g　**348円**（税込 375 円）

ピザ・グラタン・トーストなど料理にたっぷり使える！

フレッシュテーブル
のび〜るモッツァレラチーズ
200g
298円（税込 321 円）

＼ ごはんのおともに ／

国産白菜使用

わが家の美味しさ
国産白菜キムチ　300g　**178円**（税込 192 円）

たっぷり大容量！

わが家の美味しさ
たっぷり入ったしそつぶれ梅
320g　**198円**（税込 213 円）

ニオイの元を洗浄&除菌

洗濯槽の黒カビ・ニオイスッキリ！

G-PRICE
洗たく槽クリーナー
(粉末)250g
(液体)550mℓ
各**178円**（税込 195 円）

まな板の除菌・消臭に

G-PRICE
キッチンブリーチ　600mℓ
68円（税込 74 円）

トイレの汚れスッキリ清潔に

G-PRICE
除菌トイレブリーチ
500g
128円（税込 140 円）

G-PRICE 流せる
トイレクリーナー
厚手大判タイプ　20枚入
198円（税込 217 円）

お風呂場の黒カビ対策に

G-PRICE
カビトリスプレー
400g
198円（税込 217 円）

特大サイズ！

G-PRICE
お風呂の洗剤
防カビプラス
詰替　820mℓ
198円（税込 217 円）

排水口のヌメリを除去

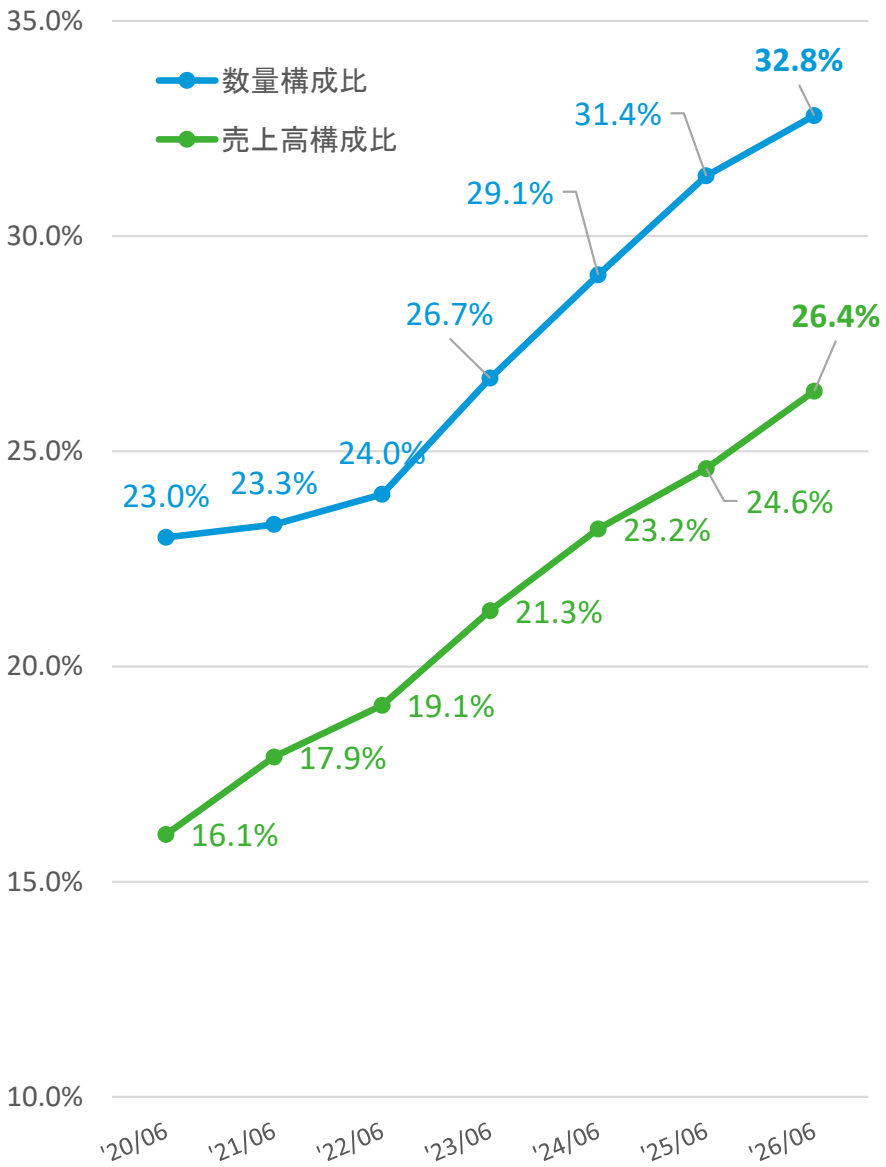
G-PRICE
超粘度
バイブクリーナー
EX　400mℓ
178円（税込 195 円）

G-PRICE
強力洗浄タブレット
(12錠入)・小粒(48錠入)
各**198円**（税込 217 円）

プライベートブランド　スイッチングPB

店頭では、ナショナルブランド品の隣で
比較陳列することで、価格優位性を際立たせ、
お客様のスイッチング購買を促す

MD PB構成比は業界トップ



※グラフの数値は、年間平均構成比になります

20年以上取り組み続けてきた低価格PB

→物価上昇の中で、強力な安さイメージを確立

低価格と高利益率が特徴

- 顧客の節約志向に強い訴求力
- 食品構成比の上昇に伴う
  荒利益率低下へのカウンター

3つの取組み

キーワードは「レベル統一」

3つの取組は独立した施策ではなく、来店頻度と買上点数の両輪を強化し、

小商圏を深堀りする（必要商圏人口5,000→3,000人）ことで、出店余地の拡大につなげる

一体の取組みである。

① 青果コールドチェーンPJ

目的:米国レベルの青果鮮度へ。SM代替フォーマットとして来店頻度増加

② 中食核売場PJ

目的:来店頻度を高め、小商圏を深堀りし、店舗あたり必要商圏人口を減らす。

③ 100均改革PJ

目的:来店客数と買上点数の増加。

生活消耗品満載ストアにふさわしい非食品売場の構築

3つの取組み　①青果コールドチェーンPJ

米国レベルの青果鮮度へ進化。ただの品揃えや安さだけではお客様に価値を提供できない。
近隣スーパーよりも高い鮮度を仕組みで継続し、来店頻度を向上させる。

短期 （1年）	‘26/7、産地直送の取組、段階的に開始 （キャベツ、ピーマン、レタスを順次 鮮度到達日数 3日短縮 狙い: 価格維持で鮮度アップ→バリュー向上
中期 （3年）	産地カレンダー・入荷品質基準の厳格化 廃棄ロス削減、回転日数1割改善 狙い: 品質基準外品の水際排除、原価率改善
長期 （5-10年）	コールドチェーン完成、高鮮度売場を維持 狙い: 来店頻度の増加でSM代替フォーマットへ

3つの取組み　②中食核売場PJ

高齢化・女性の社会進出と行った時流を捉え、今まで以上に来店頻度を高める小商圏深堀り。
これによって店舗あたりの必要商圏人口を減らし、出店余地を拡大させる。

短期 （1年）	ベーカリーPC製造・おにぎり値下げ・ 中食売場再編 狙い：各カテゴリの既存店昨対（部門別）＋10%
中期 （3年）	愛知岡崎RPDCで、パン/カット野菜を内製化 狙い：各カテゴリの販売数を10%以上伸長、ゲンキーの核売場へ成長させる。
長期 （5-10年）	中食構成比15%へ 来店頻度向上で必要商圏人口5,000人→3,000人 狙い: 小商圏モデルのさらなる深耕

3つの取組み　③100均改革PJ

ありきたりなドラッグストア雑貨売場からの脱却。生活消耗品満載ストアにふさわしい
便利な生活雑貨売場を再構築し、荒利益率を維持しながら来店頻度と買上点数を増やす。

短期 （1年）	実験店舗で棚割設計、SKU決定 調達ルートのソーシング 狙い: グランドデザインの設定
中期 （3年）	対象カテゴリ拡大とPB化の深耕 狙い：買上点数+1、客数+5%（対象カテゴリ） 荒利益率維持
長期 （5-10年）	さらに買上点数向上、100均から顧客を奪い、来店頻度向上 狙い：買上点数+3、客数+10%（対象カテゴリ）

1. ローコストオペレーション

2. マーチャンダイジング

3. 高速多店舗出店

出店数の拡大施策

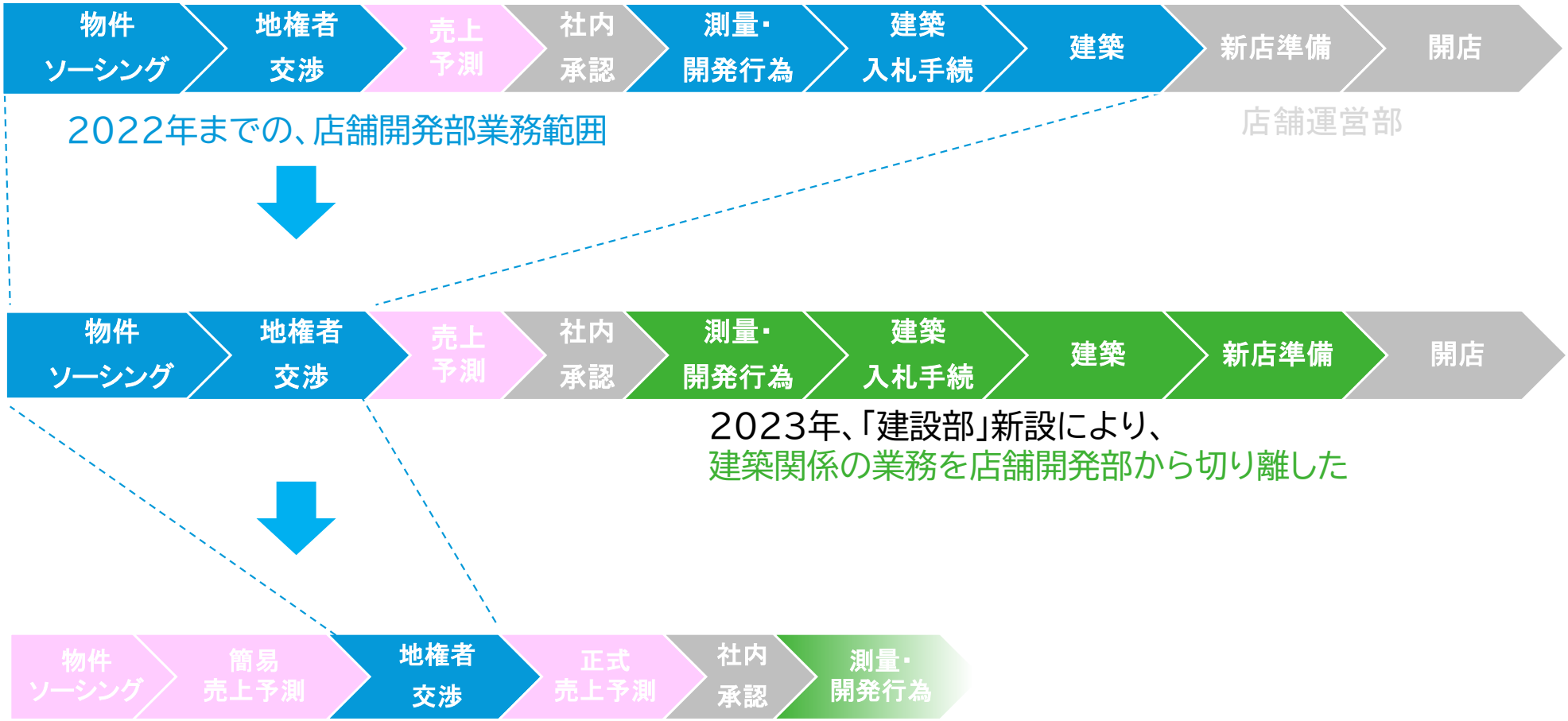
ゲンキーにとって、出店こそが最大の成長エンジン。過度に戦線を広げすぎず、
ドミナントエリアを着実に構築し、安定した収益性を保ちながら高速成長を実現する。

- レギュラー店という単一モデルに限定した出店
- 単純オペレーションにより、1店舗あたり10名で運営。人材不足に対抗
- これまで週3店以上の同時出店を自社ノウハウとして確立した。→150店/年 出店体制は構築済
- 店舗開発人員　業界最大クラスの100名体制
- 土地成約に対するインセンティブプラン
- 半年ごとの店舗開発部メンバー入替
- 建設部による自前建築体制により、出店コストの増加に対抗
- 店舗開発部から、物件候補地を調査する役割を切り離し「商圏調査部」を新設。

  既存の売上予測課と統合し、店舗開発部員は、出店可能候補地に限定された物件の交渉に集中
- 簡易的売上予測システムの新規開発で、事前に物件候補地を絞り込み

出店　店舗開発部の業務範囲を集中、成約数をUPさせてきた

青色が、「店舗開発部」の業務分掌。段階的に業務範囲を狭め、業務を集中させてきた。



2025年、「商圏調査部」が、物件ソーシングと簡易売上予測を事前に実施することで、
出店確度の高い物件候補地に集中して交渉することが可能となった

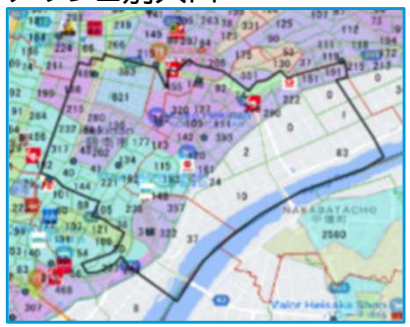
商圏調査部による出店事前評価

店舗開発部と別組織の「商圏調査部」が、独自分析で出店可否をあらかじめ簡易判断

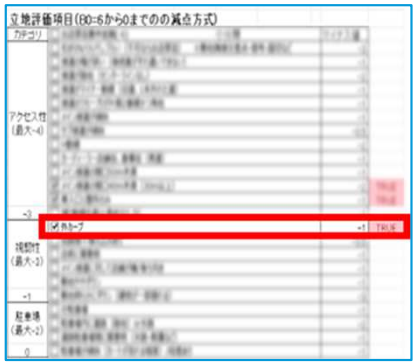
→確実に売れる立地に絞って、地権者に出店交渉を行う

競合店・道路・地形

メッシュ別人口



過去事例からの立地評価



ゲンキー独自の
売上予測アルゴリズム

13ヶ月後の売上予測結果

出店　総勢 100名以上による出店強化体制

属人的な用地確保や、無計画な膨張とは一線を画す、「仕組み」を確立してきた。

引き続き、持続的な出店プロセスを構築し、確実に売れる場所に出店を続ける 。

商圏調査部
25名

- 出店可能物件の
  ソーシング
- 人口や競合状況から
  売上高予測

店舗開発部
77名　24チーム

- 地権者様から
  土地をお借りする交渉
- 適切な賃料設定

建設部
15名

- 建設工程コントロール
- 建築費の抑制
- 建築の標準化

	現状	余地	最終
愛知県	185	267	452
滋賀県	40	74	114
石川県	73	41	114
岐阜県	144	23	167
福井県	92	13	105
5県合計	534	418	952

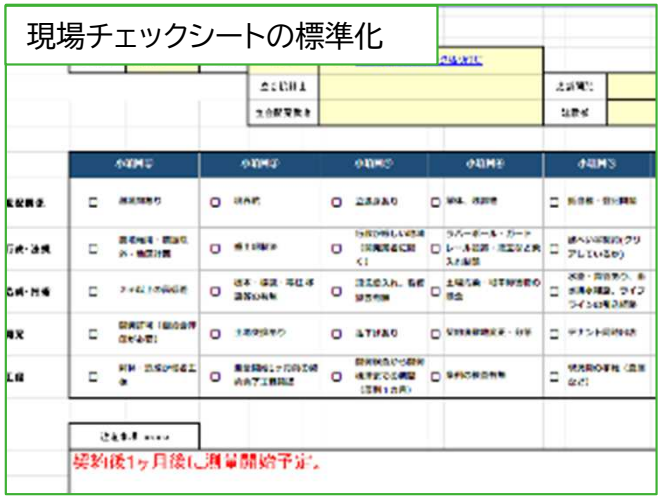
今期:40名増員
まずは8月に20名追加

工期遅延対策強化

出店　建設部による開店遅延対策強化

商圏調査部・店舗開発部によって出店確度を高めた物件について、
建設部が、「遅延なく開店まで運ぶ」最終工程を担っている。
開店遅延を防ぐため、仕組みとして対策を強化する。

現場チェックシートの標準化



システムで全店舗の工程管理・自動アラート

対策

1　工程の前倒し・現場集合チェック

関係者の現地確認を着手前に集約し、追加工事・手戻りの発生源を上流で除去。

2　逆算での週次工程の可視化

開店日から逆算した工程を物件単位で週次管理し、遅延を早期に検知。

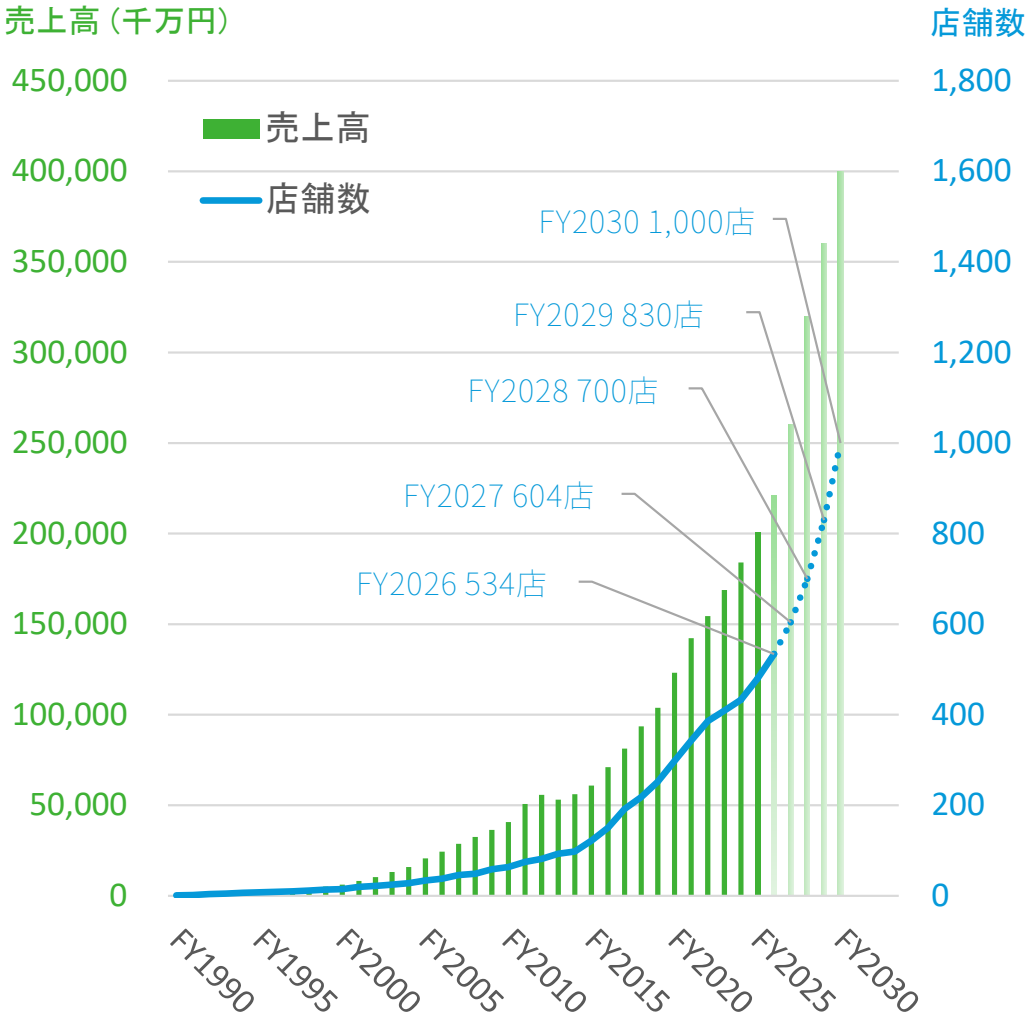
3　システムによる自動牽制

進捗をシステムで共有し、期日前アラートで関係者全員へ自動的に履行を促す。

売上高・店舗数推移

まだ、5つの県しか出店していない。

将来的な出店余地は42都道府県にある。



2026年7月時点

福井県	93 stores
石川県	72 stores
岐阜県	146 stores
愛知県	184 stores
滋賀県	40 stores
合計	535 stores

Source : https://www.google.com/maps/

物流 物流 店舗網を支える 県ごとミドルサイズRPDC

- 自前化による物流コスト改善
- 自社物流体制強化により、高速出店を支える作業システムの改革
- 標準化された複数RPDCを統括管理する、物流システムを構築

岐阜安八RPDC

- 2019年6月
  岐阜県に、1棟目の中核センター 『岐阜安八RPDC（注）』稼働
  （延床面積 13,000坪、投資総額 65億円）

富山小矢部RPDC

- 2023年7月
  富山県小矢部市に、2棟目の中核センター『富山小矢部RPDC』建設
  （延床面積 約11,500坪、投資総額 55億円）

滋賀甲良TC

- 2026年5月
  滋賀県甲良町に、物流拠点としてTCを建設
  （延床面積 約3,300坪、投資予定額 25億円 ）

予）愛知岡崎RPDC

- 2028年12月（予定）
  愛知岡崎市に、3棟目のRPDCを建設予定
  （延床面積24,000坪、投資予定額 150億円強 過去最大規模 ）

注:RPDCとはリージョナル・プロセス・ディストリビューションセンターの略で、
ゲンキーにおける、物流及び食品加工の主要拠点となる施設の呼称です。

人材　高速出店を支える人的資本

持続可能な企業成長に寄与する人材を育てるため、
人事本部が採用から初期教育・生涯教育までを網羅的に管掌することにより、
一貫性のある人材戦略を構築

概要	ゲンキーの理念に共感し、 未来を共創できる 人材の採用	現場で活躍できるための 統一プログラム	次世代幹部候補者の 特別プログラム	幹部候補者の 特別実践プログラム
具体策	・国内外の優秀人材獲得 ・幹部候補生の特別採用 25年　23名入社 （東京大学、名古屋大学、早稲田大学など）	・20週新人教育カリキュラム ・eラーニングの動画学習 ・登録販売者 資格取得支援 ・部署別教育カリキュラム	・各階層別研修 ・社外セミナー派遣 ・選抜者特別研修	・実践での貢献（要職配置） ・譲渡制限付き 株式報酬制度（RS）導入

目指すは2040年、1万店舗チェーンストア企業への挑戦

チェーンストア理論の原理原則に従い、
完全標準化と単純化を徹底し、
毎年1千店舗 高速で出店できる体制を構築する。

日本リテイリングセンター提供
（ ペガサスビル 6階 壁面写真 ）

－ご注意－
本資料に記載されている予想数値は、当社が現在において入手可能な情報、及び将来の業績に影響を与える不確実な要因に基づく仮定を前提としています。
また、プレゼンテーションの際の説明には、将来の見通し・判断・計画あるいは戦略が含まれています。これら将来予測による記載及び発言は不確定要素を含んでいることから、実際の業績は、今後様々な要因によって異なる結果となる可能性があります。

【問い合わせ先】

Genky DrugStores 株式会社　IR広報室
E-mail : genky-ir@genky.co.jp

みんせつ 取材カレンダー
https://app.msetsu.com/interviews/1uEoNAeI
TEL : 0776-67-5240（ゲンキー株式会社 代表）