2025年５月13日

各　位

会 社 名 株式会社中京医薬品
代表者名 代表取締役社長 米津 秀二
（東証スタンダード市場・コード4558）
問合せ先　取締役 飯 田　　亨
電話番号 0569-29-0202

中期経営計画策定に関するお知らせ

当社は、2025 年５月 13 日開催の取締役会におきまして、中期経営計画「より愛され、より親しまれる企業を目指して（2025 年４月～2028 年３月）」を策定いたしましたので、下記のとおり、お知らせいたします。

記

Ⅰ．前中期経営計画（2022 年４月～2025 年３月）における取り組み

前中期経営計画では、「健康づくり、幸福づくり、人づくり」の企業理念を基に、「より愛され、より親しまれる企業を目指して」を長期ビジョンに掲げ、お客さまの健康と豊かな生活を支えるための商品や情報・サービスを多角的・多面的に提供する「トータルライフ・ケア」を引き続き推進してまいりました。

世界的に猛威を振るった新型コロナウイルス（COVID-19）は感染の拡大と収束を繰り返しながら、感染力と重篤性が弱まり５類感染症へ移行するなどして社会経済活動の正常化が進み、抑えられていた消費や投資が回復基調となり景気の持ち直しが見られました。一方で、長期化するウクライナ紛争や中東情勢の悪化、世界的なインフレ急拡大とそれに伴う各国中央銀行の金融引き締め政策や為替変動による世界経済の下振れ懸念が続いています。国内においては雇用環境の改善や所得の向上、インバウンド消費の拡大等を背景に緩やかな回復基調に推移してしますが、反面、円高による原材料・エネルギー価格の高騰、気候変動等による食料品を含む物価高、人手不足による人件費上昇など先行きの不透明感が増しています。さらにインフレリスクに伴う消費者の購買意欲の懸念など景気の先行きは依然として予断を許さない状況が続いています。

このような状況に対し、当社ならではの「ふれあい業」による人と人との絆によるヒューマンネットワークを広げ、お客さまや市場に継続的に評価をいただくことに努め、収益力と企業体質の強化を図ってまいりました。

＜家庭医薬品等販売事業小売部門（ヘルス・ケア事業）＞

藤枝営業所、沼津営業所、伊東営業所、浜松西営業所を新規出店しました。引き続き、顧客営業権（のれん）を購入し、新規顧客が約２万軒増加いたしました。さらに、仕入・原料コスト等の増加に対応すべく販売価格等の改定を実施し利益率の改善に努め、販売面では生産性向上の為に社員教育やプロモーター制の見直し、既存顧客への付加価値向上や救急箱、

ドリンクや置き食など、様々な形態による新規顧客開拓に取り組みました。人財育成(※注記)では営業社員教育やプロモーター制の強化、女性営業社員研修の推進や事業環境の整備を取り組みました。また、更なる商品開発の推進とマーケティング強化を図るため、名古屋市内に拠点を開設し、事業環境の整備に取り組みました。その結果、当社ならではの「ふれあい業」の強みを活かし、昨今の健康意識の高まりや感染しにくい身体づくりなど、お客さまに合った商品やサービス等の提案に努めました。

※注記:当社は「社員」を財産と考えていて「人材」ではなく「人財」という言葉を用いています。

＜家庭医薬品等販売事業卸売部門（ライフ・ケア事業）＞

他企業のストアＰＢ（プライベートブランド)の獲得、拡大に努め、海外向けに健康食品の新たな市場を開拓し堅調に業績が推移しました。当社ＰＢ商品である「色移り防止シート」「クレンジングタオル」「ワンダークロス」を市場投入し販売強化に努めました。また、ＥＣ事業(インターネット通信販売事業)にも注力して安定的な収益基盤の構築を図りました。

＜売水事業部門（アクアマジック事業）＞

東三河エリアを中心に新規顧客の増加を促進するため営業強化と催事を中心に活動を行いました。除菌衛生関連商品である消毒用アルコール製剤や新型コロナ検査キットも継続して販売しました。製造部門では、ＯＥＭ委託による他社の企業ブランド商品の製造も堅調に推移しました。物流・資材コスト等の増加に対応すべく販売価格の改定を実施し利益率の改善に努めました。近年の夏場の猛暑等も相まって水（12Ｌボトル）の売上は堅調に推移し、さらにサイドメニューとして水関連商品の「経口補水パウダー」などのラインアップを増やしました。スマホ・Ｗｅｂの専用アプリにて商品紹介やポイント付与などを既存顧客へ定期的にアプローチを行う事により利用客の増加を図っています。また、市場拡大しつつある浄水型サーバーも視野に入れ、新たな市場へのチャレンジも開始しました。

＜ＩＴシステム投資＞

ＩＴシステム投資により業務効率や勤務形態の改善を図ると共に、営業サポートや教育、コミュニケーションツール等を強化し生産性向上に努め、ＡＩの研修や活用調査など行いました。さらに、リモートワークやＷｅｂ会議などの積極的な運用、サイバーセキュリティ対策の強化についても取り組みました。

＜資本政策＞

前事業年度における新株予約権の発行による資金調達から、顧客営業権の購入に伴う成長戦略投資の使途として活用いたしました。今後も成長戦略投資と設備投資に活用していく予定です。また自己資本を充実させ持続的な企業成長投資を行ってまいります。

＜ＥＳＧ・ＳＤＧｓ＞

一環として「健康経営」にも取り組み、評価としては2025年３月に６年連続「健康経営優良法人2025（大規模法人）」の認定を受けました。さらに、スポーツ庁が認定する「スポーツエールカンパニー2025」にも５年連続認定となり同庁から「ブロンズ認定」を受けました。同庁主催の「Sport in Life コンソーシアム」にも加盟しています。なお、健康経営の目的や体制、取り組みの詳細につきましては、当社ホームページ（https://chukyoiyakuhin.co.jp）の「サステナビリティ」の「健康経営の取り組み」をご参照ください。また、国際社会貢献活動（きずなＡＳＳ

ＩＳＴ）を1994年から継続して取り組んでおり、アジア保健研修所（ＡＨＩ）や日本国際飢餓対策機構を始め各財団法人や非営利活動法人と共に社会貢献活動を行っております。地域社会におきましても、フードバンクへの食品の寄贈や大規模自然災害時には被災地への支援物資の発送や各自治体との間ではアクアマジックのミネラルウォーターの供給を行う協定を結んでおります。

＜人財の定着と育成＞

積極的な採用活動はもとより、2023年４月より奨学金返還支援制度を導入いたしました。また、人財育成の促進及びリテンション(人財の定着・維持)を重要テーマした新人事制度を2024年４月より導入いたしました。パフォーマンスの高さに応じた適正な処遇の実現を図ります。

＜ガバナンス＞

2022年４月より東京証券取引所の新市場区分の「スタンダード市場」に移行し、コーポレートガバナンス・コードへの対応も見据えたガバナンス強化を図りました。その一環として指名・報酬諮問委員会の設置・開催と取締役会への答申を行いました。

このような状況下、2025 年を起点とします新中期経営計画におきましては、成長戦略をさらに推し進め、基盤事業の選択と集中による収益性の向上に努めることで、計画目標の達成に向けて邁進いたします。

Ⅱ．前中期経営計画の「事業数値目標」の達成状況及びその理由

（単位：百万円）

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	営業利益率	ＲＯＥ
2023 年３月期	5,692	59	79	14	1.0%	0.5%
2024 年３月期	6,124	128	147	△27	2.1%	△2.5%
2025 年３月期	6,306	106	117	45	1.7%	1.8%
事業数値目標	6,000	180	200	－	3.0%	2.5%

2023年３月期におきましては、新型コロナウイルス感染症の流行禍に対し当社は厳重な対策と管理統制を実施した上で事業活動を継続し、事業稼働率の維持に努めました。

家庭医薬品等販売事業小売部門（ヘルス・ケア事業）におきましては、４箇所の新規出店と顧客営業権を購入し、新規顧客を２万軒増加しました。

家庭医薬品等販売事業卸売部門（ライフ・ケア事業）におきましては、新商品を市場投入し販売強化に努めました。また、他企業のＯＥＭ(プライベートブランド)や海外向けに健康食品の新たな市場を開拓し堅調に推移しました。

売水事業部門（アクアマジック事業）におきましては、特に東三河エリアを中心に新規顧客の増加を促進するため営業強化と催事を中心に活動を行いました。除菌衛生関連商品である消毒用アルコール製剤や新型コロナ検査キットも継続して販売してまいりました。製造部門では、ＯＥＭ委託による他社の企業ブランド商品の製造も堅調に推移しました。

一方、急激な円安や物価の上昇、営業権の償却や経済環境の正常化に伴う人手不足の対応等により経費が増加し、販売価格等の改定などを行うも効果が表れるのにタイムラグがあり利益

を圧迫しました。

2024年３月期におきましては、新型コロナウイルス感染症の感染力と重篤性が弱まり５類感染症へ移行するなど社会経済活動の正常化が進むなか、お客さまや市場に継続的に評価をいただくことに努め、収益力と企業体質の強化を図ってまいりました。

家庭医薬品等販売事業小売部門（ヘルス・ケア事業）におきましては、仕入・原料コスト等の増加に対応すべく販売価格等の改定を実施し利益率の改善に努めました。販売面では生産性向上の為の社員教育やプロモーター制の見直し、既存顧客への付加価値向上や救急箱、ドリンク、置き食など、様々な形態での新規顧客開拓に取り組みました。

家庭医薬品等販売事業卸売部門（ライフ・ケア事業）におきましては、他企業のストアＰＢ(プライベートブランド)の獲得、拡大に努めました。また、ＥＣ事業(インターネット通信販売事業)にも注力して安定的な収益基盤の構築を図りました。

売水事業部門（アクアマジック事業）におきましては、販売価格等の改定が定着し、利益率の改善に繋がりました。夏季の猛暑や季節外れの高温が続き、水（12Ｌボトル）の売上は堅調に推移しました。Ｗｅｂ・アプリなどでも商品やサービスを紹介し、お客さまの利用増加を図りました。また、市場拡大しつつある浄水型サーバーも視野に入れ、新たな市場へのチャレンジも開始しました。

一方、収束の見通しが立たない円安や物価の上昇、営業権（のれん）の償却や人手不足を対応するための費用等が増加し、利益を圧迫しました。さらに、「エアーマスクシリーズ」の関連商品、資材、及び製造の備品等の評価見直し等による特別損失が127百万円発生しました。

2025年３月期におきましては、他国の紛争の長期化や円高による原材料・エネルギー価格の高騰、気候変動等による食料品を含む物価高、人手不足による人件費上昇など先行きの不透明感が増すなか、ヒューマンネットワークを広げ、お客さまや市場に継続的に評価をいただくことに努め、収益力と企業体質の強化を図ってまいりました。

家庭医薬品等販売事業小売部門（ヘルス・ケア事業）におきましては、新商品や付加価値を高めたリニューアル商品の投入による販売価格等の改定を実施し、利益率の改善に努めました。販売面では生産性向上の為、商品群やサービス形態によるカテゴリー別のアクションプランの実施により既存顧客への付加価値向上や販売効率の向上、更に新規顧客開拓の進展に繋がりました。

家庭医薬品等販売事業卸売部門（ライフ・ケア事業）におきましては、他企業のストアＰＢ（プライベートブランド）の拡大やクロスセルの実施により販売の拡大に努めました。また、安定的な収益基盤の構築のため、ＥＣ事業(インターネット通信販売事業)にも注力して受注も順調に推移しました。

売水事業部門（アクアマジック事業）におきましては、販売価格の改定が定着し、利益率の改善に繋がりました。夏季の猛暑や季節外れの高温が続き水（12Lボトル）の受注が急増し売上が堅調に増加しました。抗菌カートリッジの交換による販売や水関連商品等のサイドメニューによるクロスセルなどの強化に取り組みました。また、市場が拡大しつつある浄水型サーバーも取り入れ、新たな市場へのチャレンジも開始しました。

その結果、前中期経営計画の「事業数値目標」に対し、売上高は6,306百万円（達成率

105.1%）となりました。営業利益は、原材料や物流コストなど燃料費の高騰も影響し、106百万円（達成率58.9%）、経常利益は117百万円（達成率58.5%）となりました。また、営業利益率は1.7%、ＲＯＥは1.8%となりました。

Ⅲ．中期経営計画（2025年４月～2028年３月）策定について

当社は「健康づくり、幸福づくり、人づくり」の企業理念を基に、「より愛され、より親しまれる企業を目指して」を長期ビジョンに掲げ、お客さまの健康と豊かな生活を支えるための商品や情報・サービスを多角的・多面的に提供する「トータルライフ・ケア」を引き続き推進してまいります。

本中期経営計画は、当社を取り巻く厳しい経営環境、少子高齢化に伴う人手不足、法制度や市場環境の変化に対応し、既存事業の拡大と安定基盤の構築、新たな事業や新規顧客の開拓への取組みを骨子とした方針・目標を策定いたしました。

１．長期ビジョン

より愛され、より親しまれる企業を目指して

２．経営の基本方針

・明るい未来創造のために、人と社会に寄り添い温かいふれあい業を進化させます。

・新事業や既存事業の変革によって、健康・安心・安全な暮らしを目指します。

・お客さまに喜ばれる商品や情報・サービスの開発による新しい価値創造を行います。

３．経営戦略

「トータルライフ・ケア」

お客さまの健康と豊かな生活を支えるための商品や情報・サービスを多角的・多面的に提供していきます。そのために、すべてのお客さまにお役に立てるように、様々な商品やサービスを提供していきます。

４．人財育成計画

人財育成の促進及びリテンション（人財の定着・維持）を重要テーマした新人事制度の導入によるパフォーマンスの高さに応じた適正な処遇の実現を図ります。お客さまとの「ふれあい」を深め、きめ細かな接客が顧客満足や顧客評価につながる社員を育成します。さらに採用の強化と多面的施策の実施、次世代リーダーや階層別スキルアップ教育、能動的な組織環境の構築を行っていきます。

５．健康経営

従業員の健康管理を経営課題ととらえ改善に取り組みます。企業理念に基づき、従業員への健康投資を行う事は、従業員の活力向上や生産性の向上等の組織の活性をもたらし、業績や従業員満足度の向上に繋げてまいります。

６．社会的責務・使命の取組み強化

国際社会貢献活動（きずなＡＳＳＩＳＴ：世界の子供たちに健康と教育を）をＡＨＩや各対策機構を始め各財団法人や非営利活動法人と共に引き続き推進してまいります。フードバンクや大規模災害の被災地への支援、供給を行い、地域・社会にも積極的に貢献していきます。

７．重要施策

＜家庭医薬品等販売事業小売部門（ヘルス・ケア事業）＞

・組織風土の改革

環境づくりとマネジメントの向上ならびに販売プロセスの変革による業績の向上

・生産性、収益性の向上

行動量と効率化の追求および顧客主導販売の向上と販促支援の強化

・既存顧客への付加価値向上

新商品、スポット商材による販売展開や事業カテゴリーの拡大・拡充と戦略強化

・新規顧客の創造

組織連携による新規顧客開拓の促進と機動性のあるサテライトオフィスの開設

・エンゲージメントの構築

１ｏｎ１面談の仕組化、組織連携による採用強化、各層別教育体系の構築

＜家庭医薬品等販売事業卸売部門（ライフ・ケア事業）＞

・ＰＢ商品の企画・開発・販売による収益性の向上

・企画、ＯＥＭ提案による新規直口座の獲得による新規取引先の獲得

・長年培った飲料事業のノウハウ「強み」を活かした複数の商品提案

・新規事業の一環であるＥＣ事業の拡大

・マーチャンダイジングに適合する人財教育の推進や積極的な人財採用

＜売水事業部門（アクアマジック事業）＞

・プッシュ型とプル型の戦略的活用による新規顧客開拓強化

・サービスと品質の改善による既存顧客の持続的価値創造と顧客ロイヤルティーの向上

・新たなビジネスパートナー（代理店・取次店）の開拓と既存店の営業支援

・ＳＮＳ、Ｗｅｂ、アプリ等の媒体による広告や販売支援の強化

・新型サーバー等によるバリエーションの拡充

・異業種チャネルを活用し新規商品提案と新規顧客開拓の促進

・新規ＯＥＭ製造受注先の拡充

・プラント（製造工場）のリニューアルと生産効率の向上

＜次なる成長に向けた投資＞

・ヘルス・ケア事業の顧客増加と営業エリアの拡大

・アクアマジック事業の新規顧客開拓と販売エリアの拡大

・本社屋および半田ウォーターショップの建替

＜ＥＳＧを意識したＳＤＧｓの取り組み＞

・事業活動を通して健康と環境に優しく持続可能な未来への貢献

・健康経営による健康づくりの推進と福利厚生制度の向上

・働きがいのある職場環境と差別や不正の無い企業風土を構築

・地域・国際社会への具体的な支援と交流による社会貢献活動

８．事業数値目標　　（2028年３月期）

売上高	6,700百万円
営業利益	180百万円
経常利益	190百万円
営業利益率	2.7％
ＲＯＥ	3.9％

※　事業数値目標は、発表日現在におきまして当社が入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は今後の事業環境、経済状況の変化等さまざまな要因により目標と異なる可能性があります。

※　中期経営計画については当社の企業情報サイトhttps://chukyoiyakuhin.co.jpのIR情報のIRライブラリーに開示しています。

以上