

いい暮らし、いいあした。

*Axial*  
RETAILING

*Axial*  
RETAILING

---

# 2016年3月期 2Q IR資料

いい暮らし、いいあした。

***Axial***  
RETAILING

# ご説明する内容

1. 業績の概要など
2. 経営の体系
3. 商品政策
4. ロジスティクス
5. 配当政策

# 1. 2Q業績概要

(単位:百万円)

項目	2014/9期	2015/9期	増減率	
売上高	104,907	111,141	+5.9%	前期増税影響の反動 生鮮相場の下支えあり
売上総利益	28,209 (26.9%)	30,254 (27.2%)	+7.3%	経営統合効果 DC軌道化効果、ロス削減
販管費	25,128 (24.0%)	25,680 (23.1%)	+2.2%	経費削減効果(統合効果) 光熱費減少、改装無し
営業利益	3,080	4,574	+48.5%	会社予測 3,200
経常利益	3,103	4,611	+48.6%	" 3,200
純利益	1,868	3,012	+61.2%	" 1,900
1株当配当(円)	<b>15</b>	<b>15</b>	-	
既存店伸率	+0.6%	+2.6%	新店 H:女池(新潟県新潟市)、 F:榛東新井(群馬県北群馬郡)	
開店店舗数	2	2		
閉店店舗数	2	0		

# 参考：グループ別業績概要

(単位：百万円)

	原信ナルス			フレッセイ		
	2015/9期	増減率	増減額	2015/9期	増減率	増減額
売上高	76,019	+7.5%	+5,335	35,235	+2.3%	+781
売上総利益	20,551 (27.0%)	+8.4%	+1,594	9,680 (27.5%)	+4.3%	+398
販管費	17,104 (22.5%)	+4.4%	+720	8,589 (24.4%)	△1.7%	△150
営業利益	3,446 (4.5%)	+33.9%	+873	1,090 (3.1%)	+101.5%	+549
経常利益	3,471 (4.6%)	+34.0%	+880	1,084 (3.1%)	+106.0%	+557
純利益	2,320 (3.1%)	+44.1%	+710	708 (2.0%)	+130.8%	+401

# 今期予想

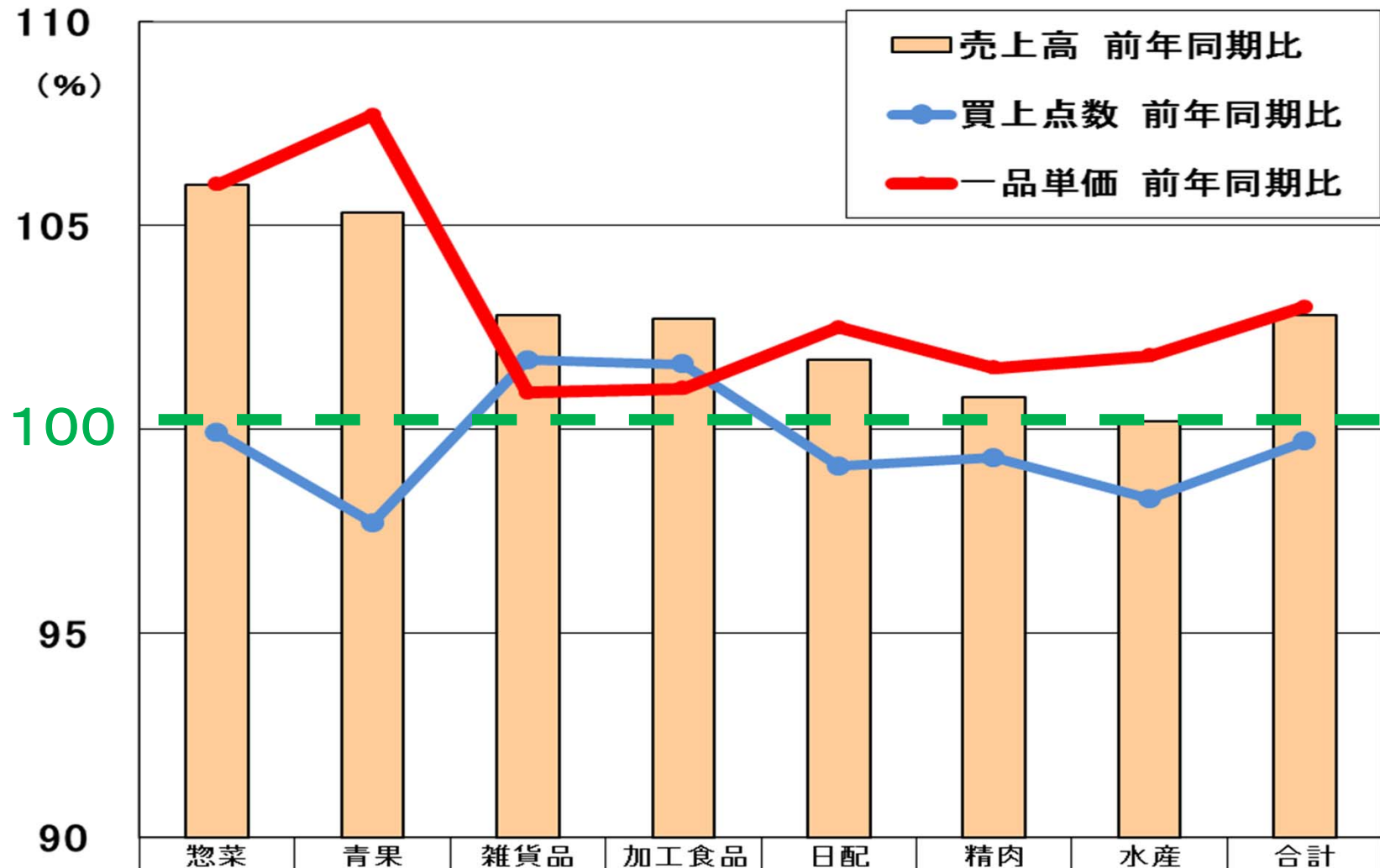
(金額単位:百万円)

項目	金額	増減率	3Q		4Q	
			予想	増減率	予想	増減率
売上高	218,000	+2.5%	56,500	+1.5%	53,500	+2.8%
営業利益	6,800	+2.0%	2,100	△0.9%	126	△91.8%
経常利益	6,900	+1.8%	2,100	△1.6%	189	△86.9%
純利益	3,800	+15.3%	1,270	△0.4%	△482	—
開店・閉店	開店3店	閉店0	開店 1	閉店 0	開店 0	閉店 0
1株当配当	48円	+8円	4Qを中心に、修繕、備品、LED化など 14億を追加実施の予定			

当期 投資計画額50億、減価償却36億

予測前提	実績			予測			
	1Q	2Q	半期	3Q	4Q	半期	通期
全店	+7.3%	+5.2%	+6.2%	+1.7%	+2.5%	+2.1%	+4.1%
既存店	+3.7%	+1.6%	+2.6%	△0.5%	+0.3%	△0.4%	+1.1%

# 部門別前年同期比(原信ナルス、既存店、上半期)



■ 売上高 前年同期比	106.0	105.3	102.8	102.7	101.7	100.8	100.2	102.8
■ 買上点数 前年同期比	99.9	97.7	101.7	101.6	99.1	99.3	98.3	99.7
■ 一品単価 前年同期比	106.0	107.7	100.9	101.0	102.5	101.5	101.8	103.0

# 出店・閉店

2015/3(前)期新店

2016/3(今)期開店

2016/3(今)期改装

H 荒川(11月)

H 女池(9月)

H 五十嵐東(12月)

H CENTRAL MARKET  
川崎店(10月)

N 南高田(10月)

H 篠ノ井東(9月)

新潟県

NARUS

F 沼田恩田(10月)

F 榛東新井(9月)

F 新町(5月)

F 佐野(11月)





# 店舗配置の状況 (売上は前期、店数は2Q末)



店舗数 76店  
売上高1,434億

新潟県  
69店舗

富山県  
2店舗

長野県  
5店舗

埼玉県  
3店舗

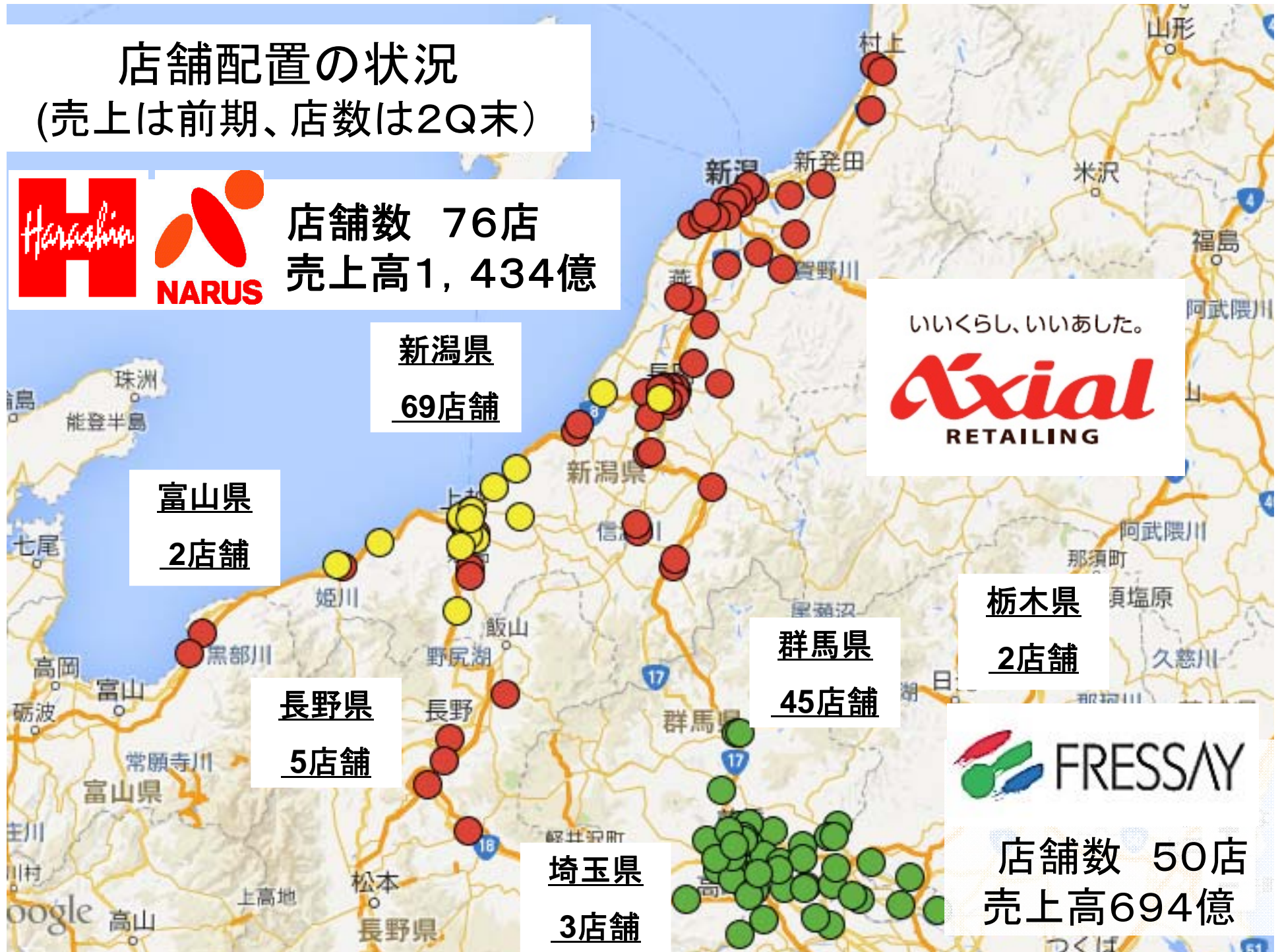
群馬県  
45店舗

栃木県  
2店舗

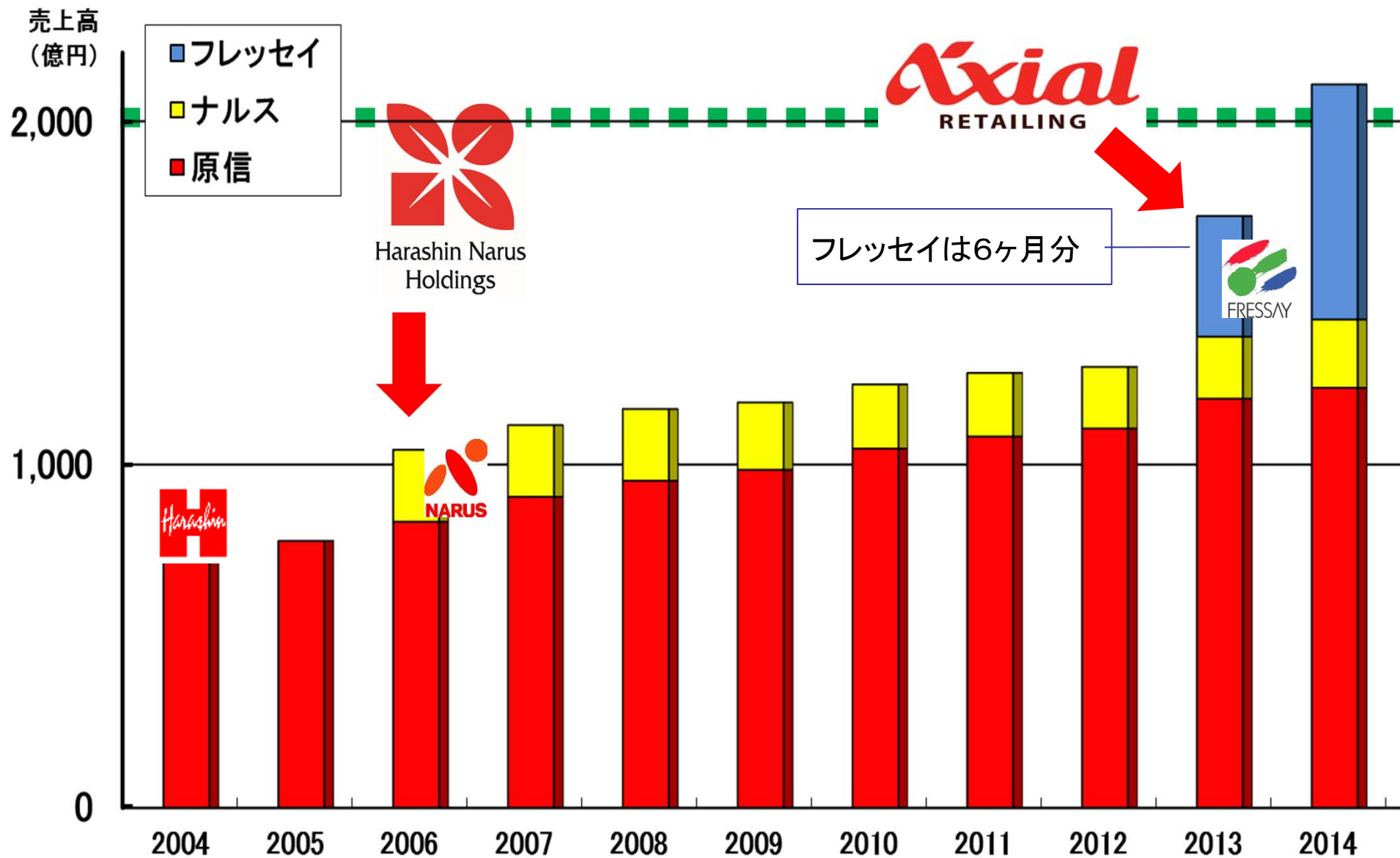


店舗数 50店  
売上高694億

いいくらし、いいあした。



# 売上高推移



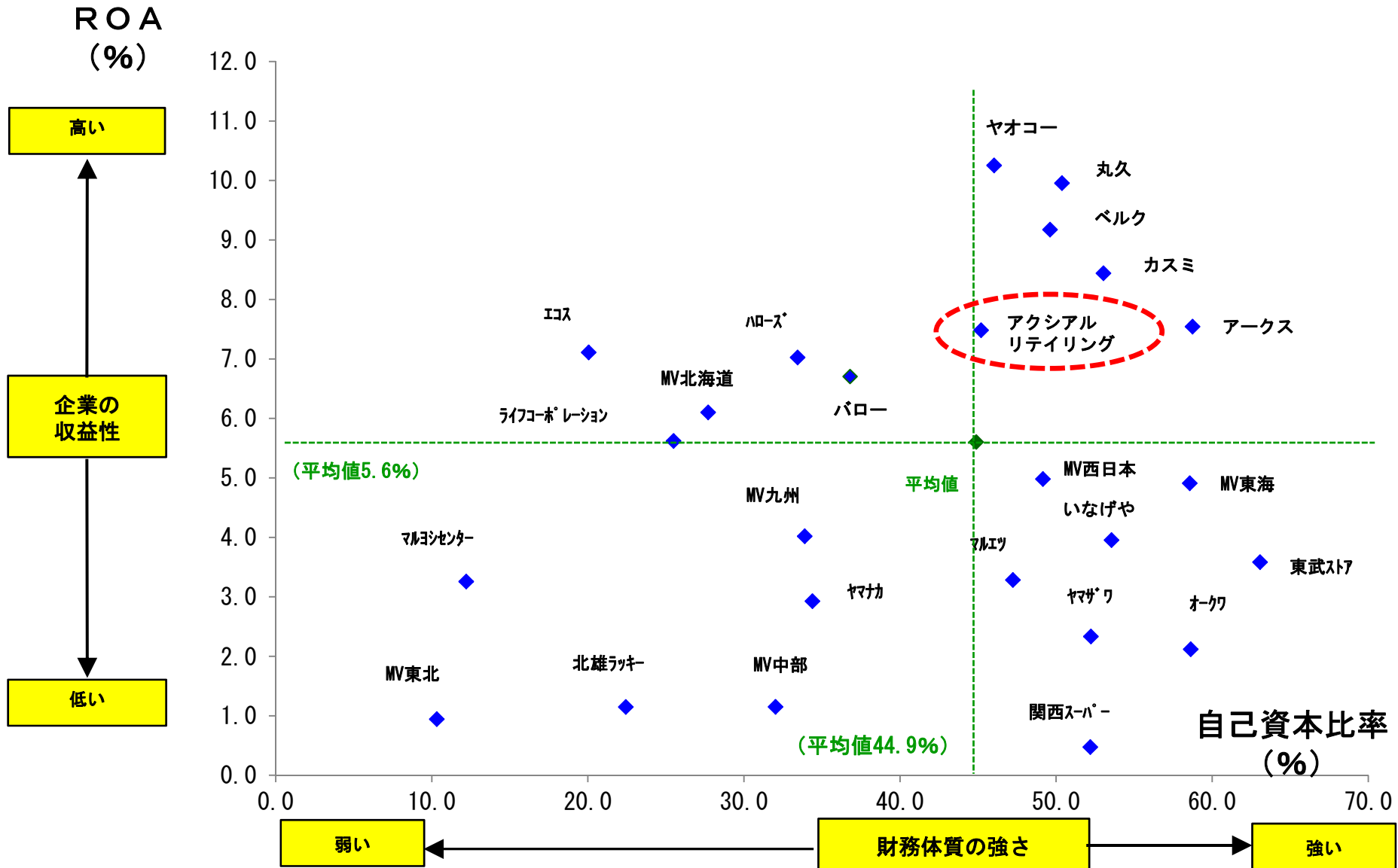
# 全国 食品スーパー 売上高ランキング

(金額単位:百万円)

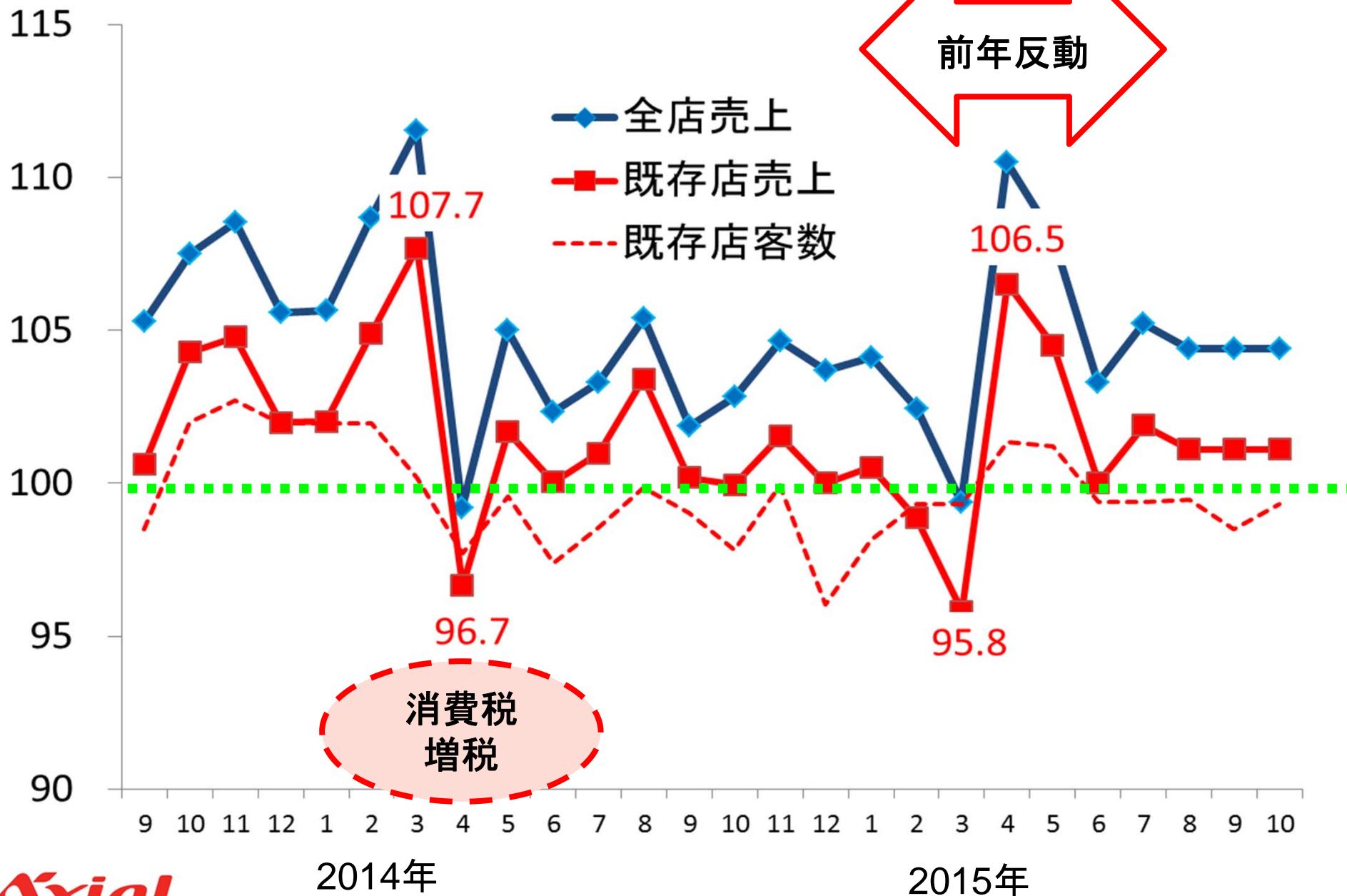
1	東京	U. S. M. H	647,100	15	東京	東急ストア	206,367
2	東京	ライフコーポレーション	585,769	16	東京	いなげや	193,112
3	北海道	アークス	470,310	17	香川	マルナカ	173,959
4	福島	ヨークベニマル	390,492	18	愛知	マックスバリュ中部	163,294
5	岐阜	バロー	333,306	19	埼玉	ベルク	161,444
6	大阪	万代	296,384	20	神奈川	三和	153,100
7	埼玉	ヤオコー	295,882	21	福岡	マックスバリュ九州	143,608
8	東京	オーケー	282,240	22	福岡	サンリブ	139,370
9	群馬	ベイシア	280,081	23	東京	ヨークマート	133,137
10	広島	マックスバリュ西日本	269,101	24	鹿児島	タイヨー	125,406
11	和歌山	オークワ	269,028	25	岡山	大黒天物産	125,037
12	東京	サミット	245,573	26	兵庫	関西スーパーマーケット	115,108
13		<b>アクシアルリテイリング</b>	<b>212,611</b>	27	岡山	山陽マルナカ	114,683
14	静岡	マックスバリュ東海	206,615	28	秋田	マックスバリュ東北	110,968

# 主要SMのROAと自己資本比率

(出所：「いちよし経済研究所」様作成)



# 売上高前年比の動向



## 2. 経営の体系

いい暮らし、いいあした。

**Axial**  
RETAILING

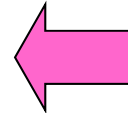
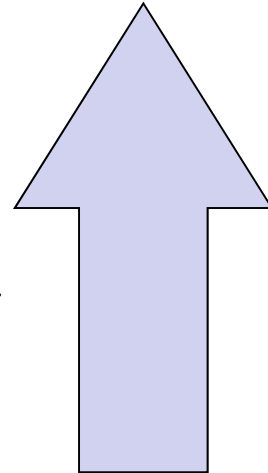
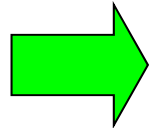
### グループ経営理念

我々は  
毎日の生活に必要な品を  
廉価で販売し、  
より豊かな文化生活の実現に  
寄与することを目的とする。

# 経営理念の実現

お客様へチェーンストアの  
「ご利益」を提供する

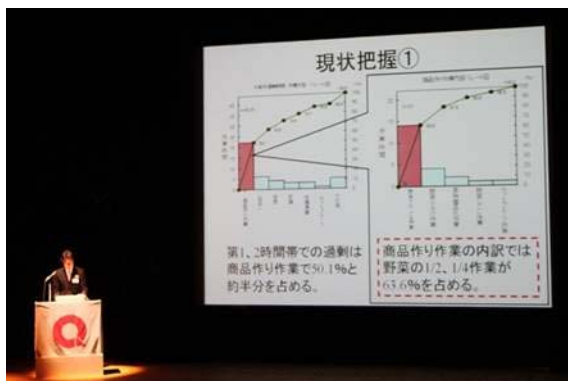
規模



機能

人材: 基盤はTQM

# QCサークル活動受賞実績



第1回QCサークル活動優良企業・事業所表彰受賞（2013年11月）

11年5月	第5278回 新潟大会	川崎店	グロサリー	梅漬け調味料の売上高向上 ＜石川馨 受賞＞	県知事賞
12年5月	第5376回 新潟大会	近江店	ベーカリー	揚げパン分類の製造不良個数を減らそう ＜石川馨奨励賞 受賞＞	県知事賞 会場特別賞
13年5月	第5478回 新潟大会	新通店	水産	生鮮売場9時のスタンダードレベル実現 ＜石川馨奨励賞 受賞＞	新潟県知事賞 会場特別賞
14年7月	第5600回 全国大会	上越インター 店	ベーカリー	バターの規格外を減らそう	優秀賞 会場特別賞
14年10月	第5639回 新潟大会	小出東	惣菜	恵方巻販売本数10,000本にチャレンジ！ ＜石川馨奨励賞 受賞内定＞	QCサークル 感動賞
15年6月	第8回事務・販 売・サービス部 門全日本選抜	近江店	ベーカリー	「お客様の笑顔のために～ブーランジェ・オウミ から始まる成長ストーリー～」	金賞
15年7月	第5610回 全国大会	新津店	ベーカリー	手包みチーズフォンデュの製造不良を削減し よう	QCサークル 感動賞
15年10月	第5738回 新潟大会	新通店	FES	レジのイライラをなくそう ～商品登録エラー回数の削減	新潟県知事賞 会場特別賞



## グループビジョン

# Advanced Regional Chain

アドバンスド リージョナル チェーン

## TQMによる実現主要項目

I 日本一のサービス

II SSM200店舗

III 信頼構築 ←

企業風土づくり

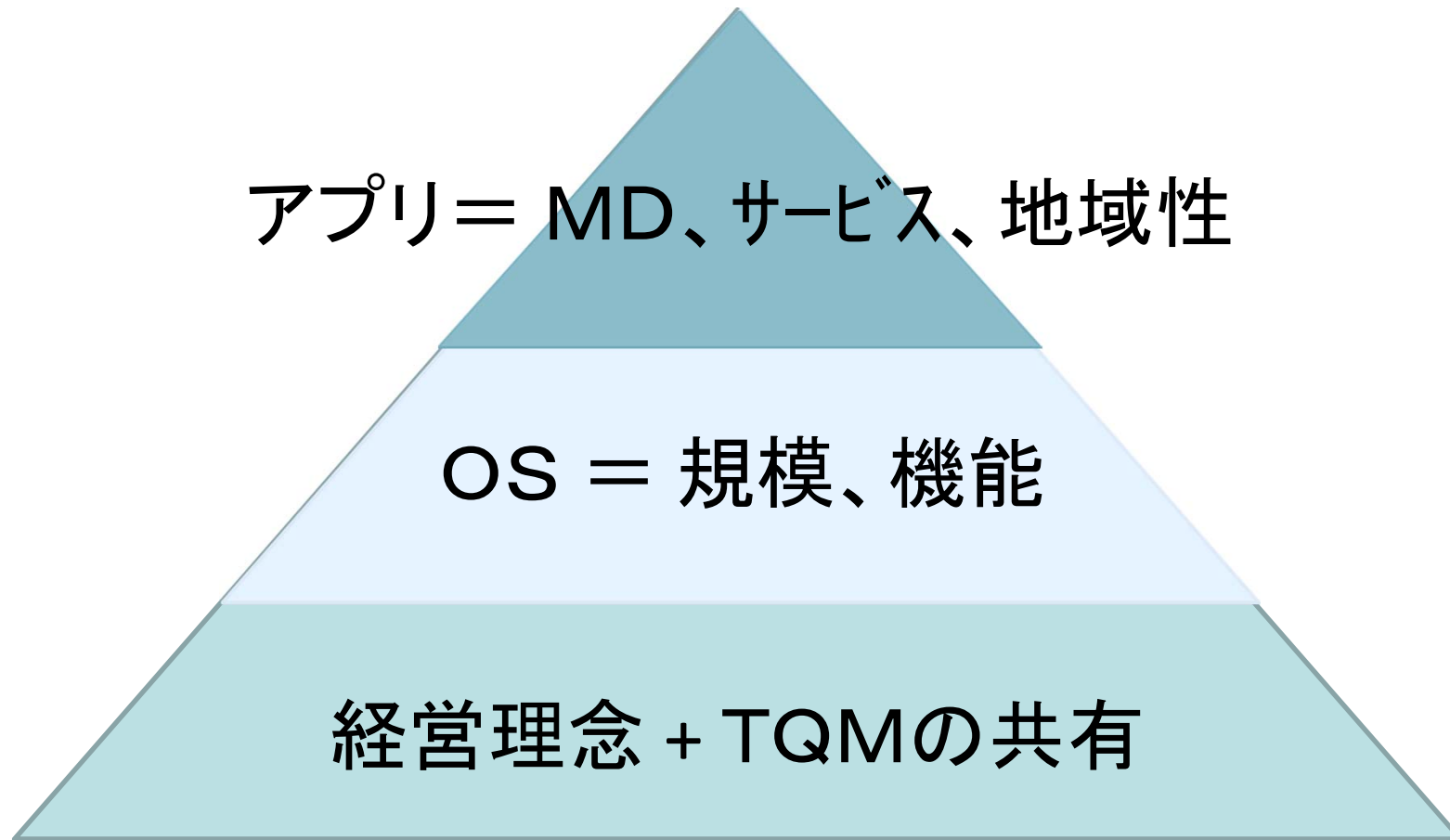
1. 生涯設計
2. 企業市民
3. 安定経営
4. 公正取引

# 中期経営計画(2015～2017)

出店政策	・ドミナントエリアの深耕
商品政策	・原信ナルス:ニューコンセプトの進化 ・フレッセイ:新しいMD政策の確立
店舗 オペレーション	・時間帯別の最適売場を実現する人員配置、作業 ・DC(在庫保管型センター)、自動発注の活用
ロジスティクス 全体最適	・フレッセイ新センターの開設 (2016年第3四半期予定) ・製造子会社ローリーの機能拡充
情報システム 基盤整備	・基幹システム共有化 ・管理会計などマネジメント系システム統一

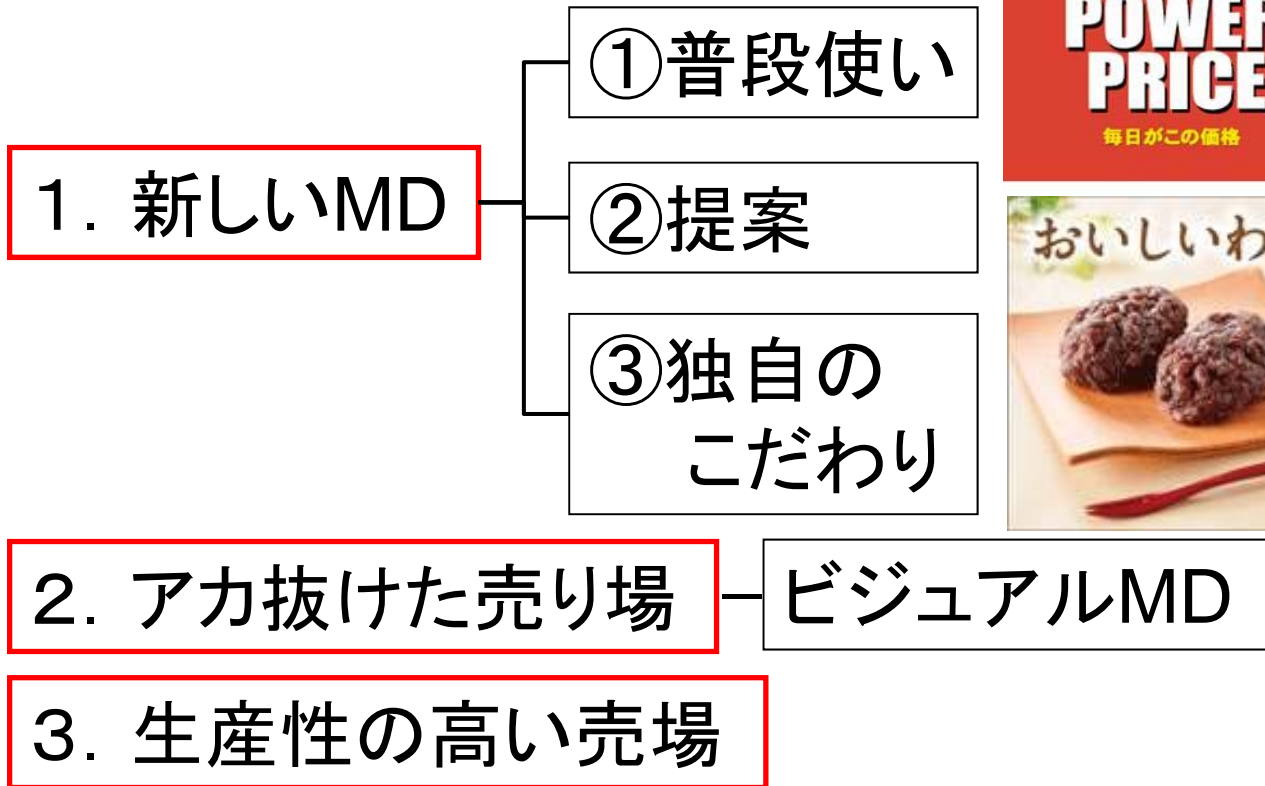
数値目標	2015年度	2016年度	2017年度	3ヶ年計
売上高	2,180億	2,257億	2,290億	投資150億
店舗数	127店舗	128店舗	130店舗	開店 13 閉店 7

# 経営統合のイメージ



### 3. 営業方針:ニューコンセプトⅡ

毎日の食生活に  
豊かさ、楽しさ、便利さを  
ご提案するスーパーマーケット



おいしく仕入れ  
おいしく作って  
おいしさ伝える



楽しさ溢れる お買い物体験をご提供  
今後のMD方針策定のための「たたき台」

- ①時短MD
- ②専門店化・ショップ化
- ③本物、本格
- ④統一ブランドの育成
- ⑤「食卓シーン」のくくりへ
- ⑥「普段使い」低価格、お手ごろ感
- ⑦サービス機能の強化

# 原信 セントラルマーケット 川崎店

ライブ感の演出

Harashin  
CENTRAL MARKET



# 原信 セントラルマーケット 川崎店

## 専門店・SHOP化

# Harashin

CENTRAL MARKET



# 原信 セントラルマーケット 川崎店

## サラダプロジェクト



毎日が楽しくなるサラダライフを提案します。



部門のくくりから、食卓シーンのくくりへ



# 原信 セントラルマーケット 川崎店

## 統一ブランド育成

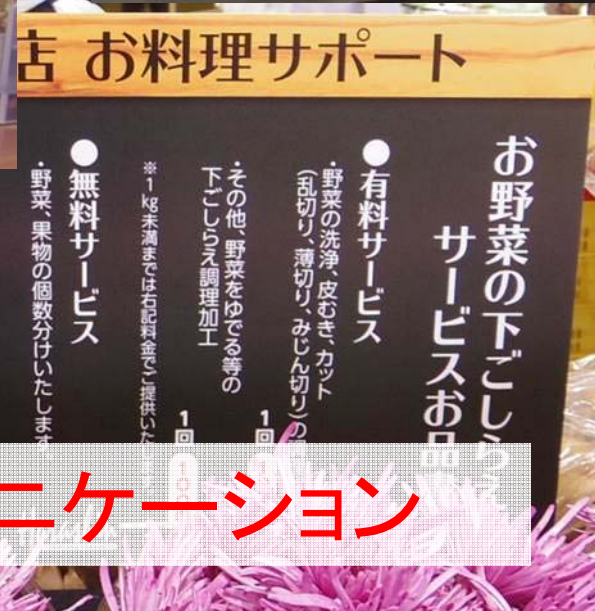
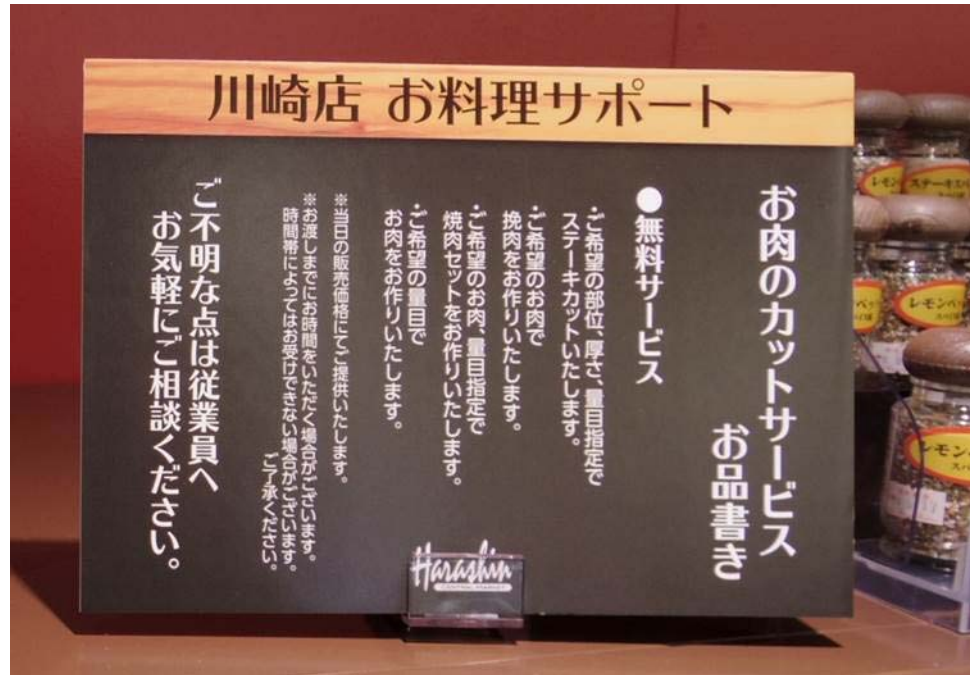
# Harashin

CENTRAL MARKET



# 原信 セントラルマーケット 川崎店

Harashin  
CENTRAL MARKET



お客様とのコミュニケーション

# 4. ロジスティクス

## DC(在庫保管型センター)について

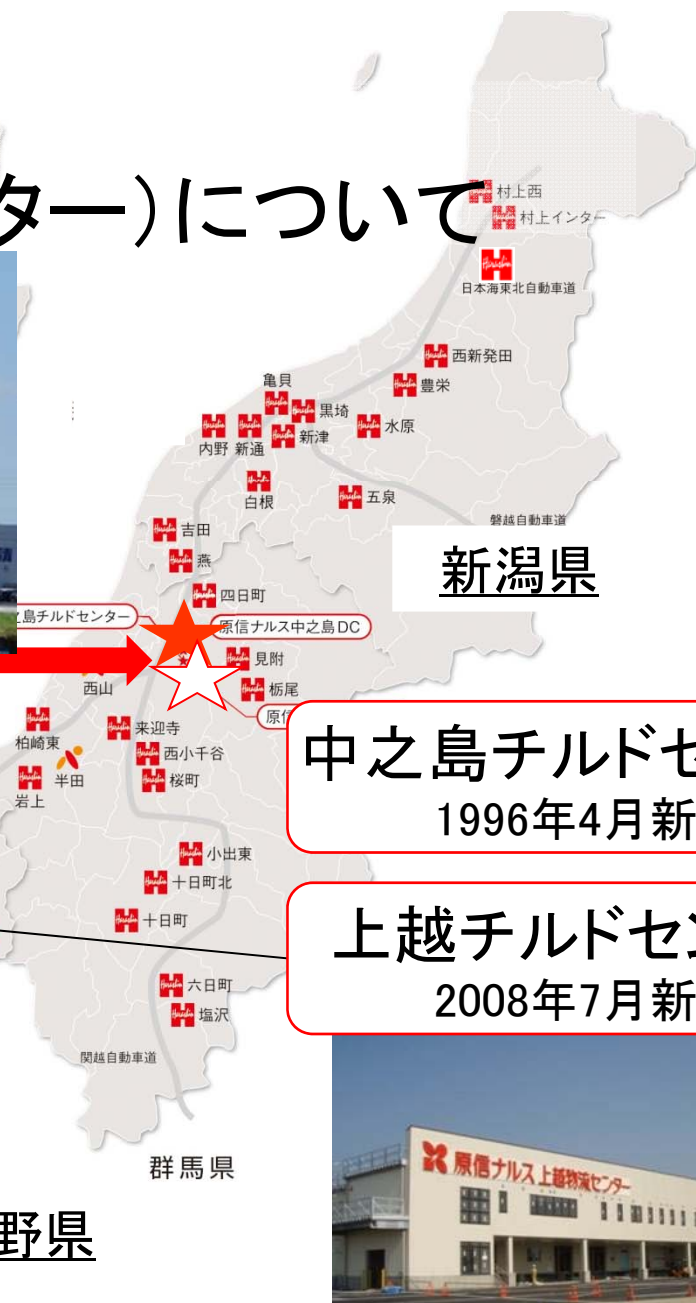


**中之島DC**  
2013年10月新設



富山県

長野県



新潟県

**中之島チルドセンター**  
1996年4月新設

**上越チルドセンター**  
2008年7月新設



# DC稼働以降の3ステップ

2013年10月

## DC(在庫保管型センター)新設



お取引先の効率改善、タイムリーな納品体制(毎日納品化)実現  
⇒店舗作業量の平準化と、品切れ防止によるお客様満足度向上

2013年12月

## 棚割管理システム導入

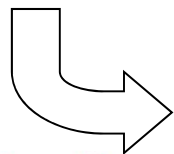


全店の棚割管理レベルを統一 ⇒品揃えの欠落防止とともに、  
毎日納品を活用した補充作業効率(頻度)改善

2014年2月導入開始、2014年3月原信全店稼働 2015年度上半期にナルス全店導入

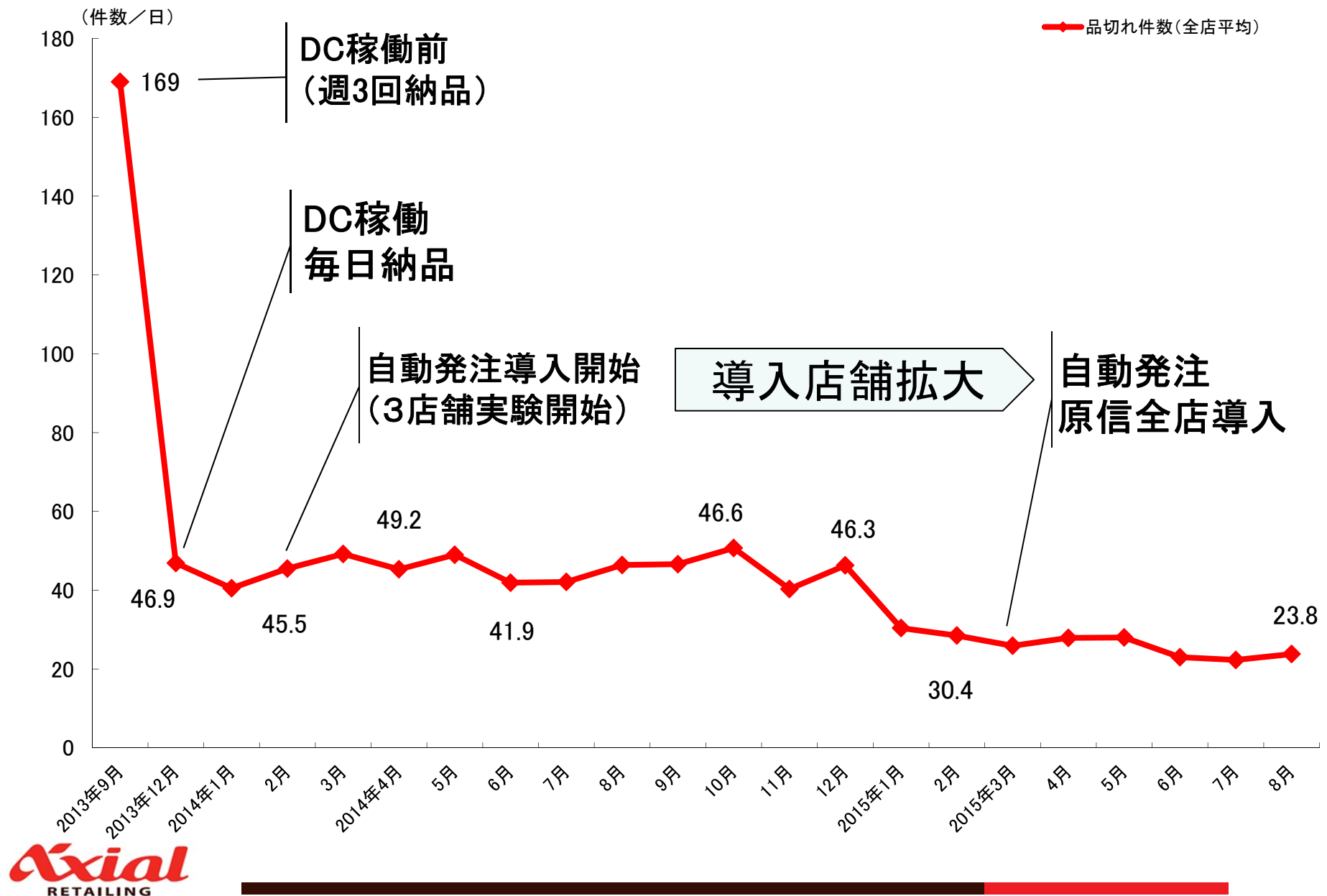
## 自動発注システム稼働

店舗の発注作業削減、物量(店舗作業量)平準化、補充頻度削減、  
在庫適正化による店舗生産性の改善

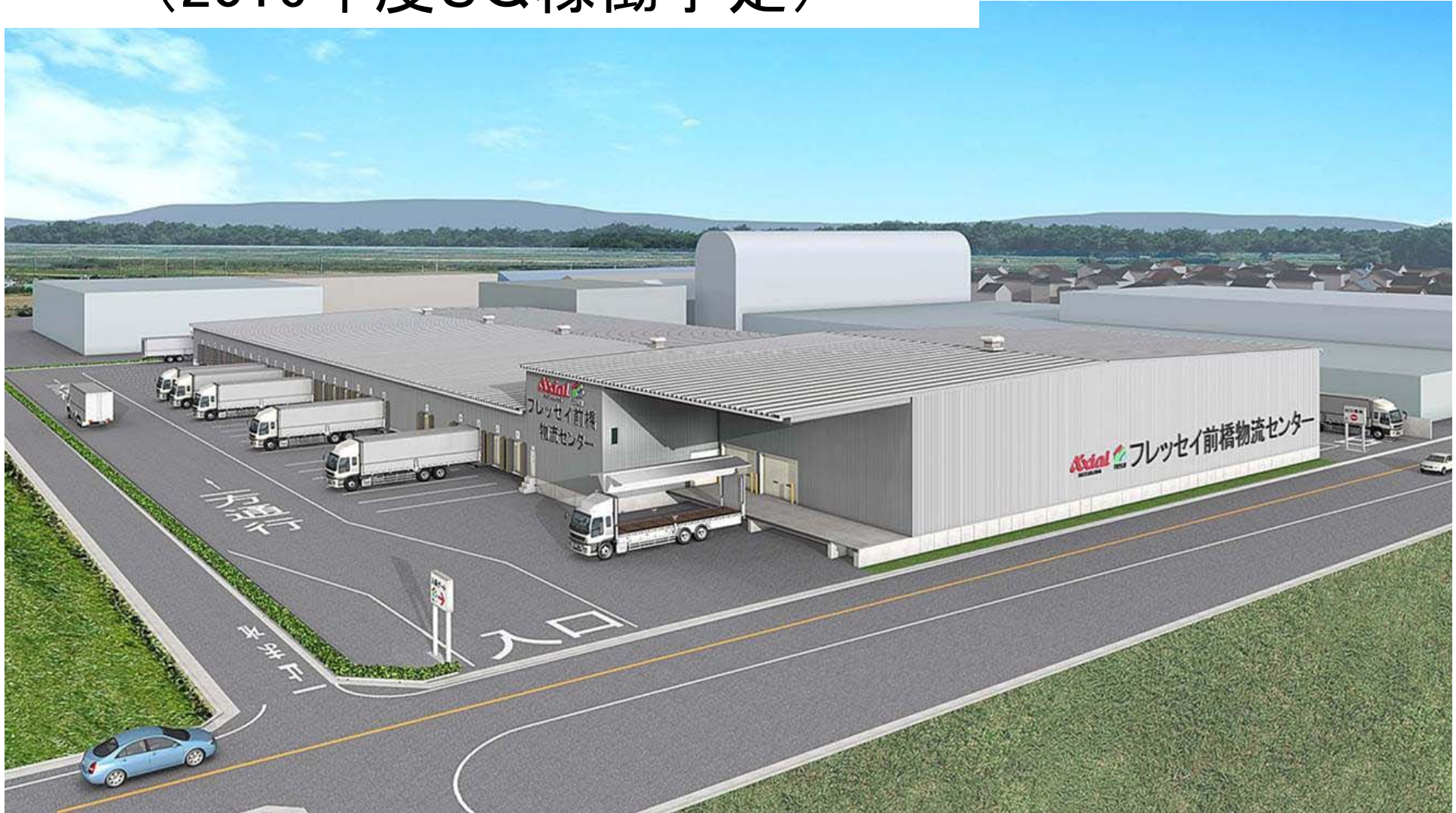


# お客様満足度向上と生産性の向上

# DC稼働、自動発注による効果（品切れ商品数）

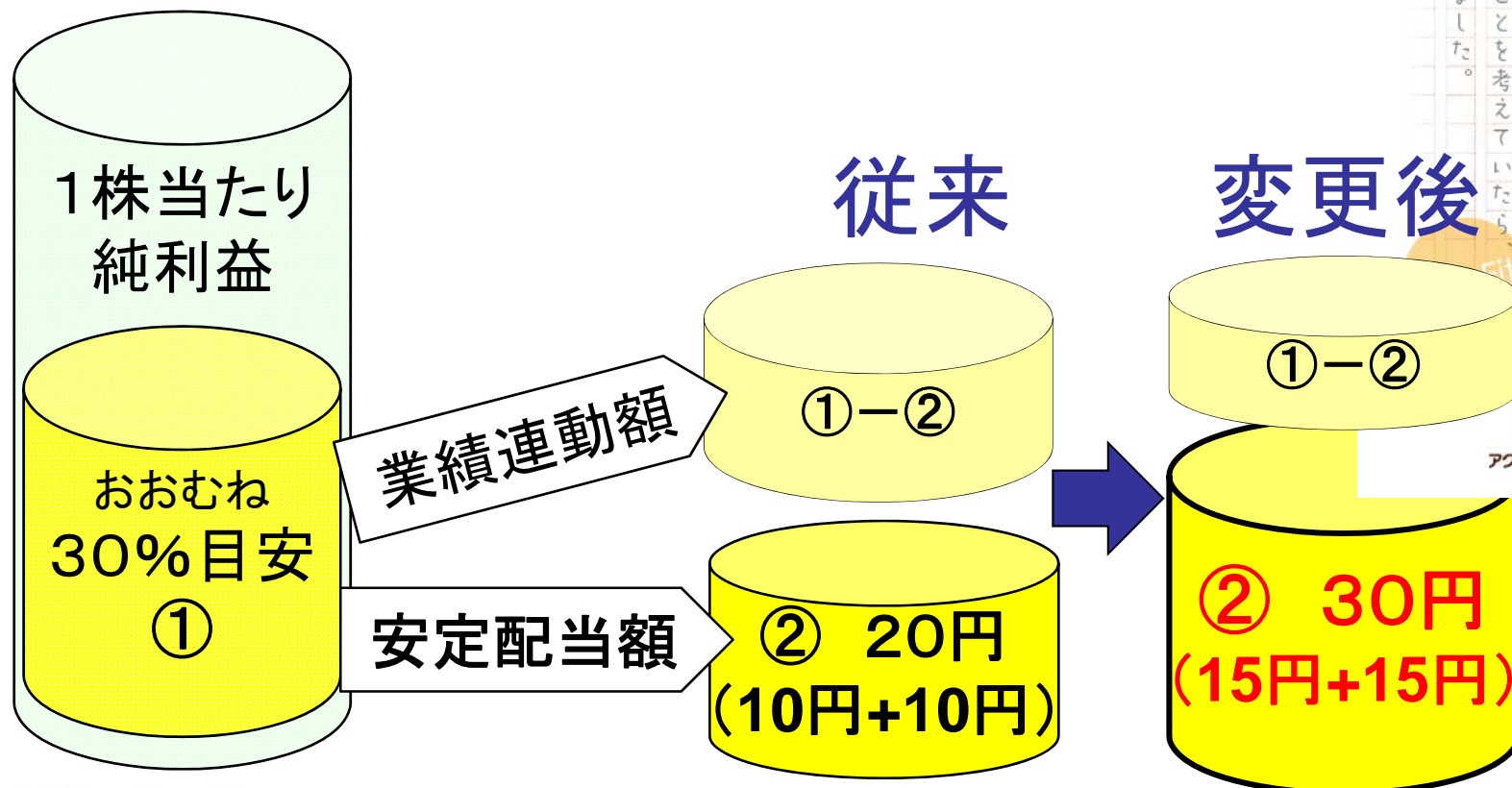


# フレッセイ前橋物流センター計画 (2016年度3Q稼働予定)



## 5. 配当政策(2014年度から変更)

1. 安定部分を15円+15円の年間30円に格上げ  
(従来は10円+10円の、年間20円)
2. 配当性向 30% 「目安」であることの明確化





いい暮らし、いいあした。

**Axial**  
RETAILING

**Axial**  
RETAILING