

いい暮らし、いいあした。



**2026年3月期
決算説明会資料**

< 目 次 >

1. 業績概況
2. グランドデザインと中期計画
3. 年度方針と取り組み
4. 2027年3月期計画

1. 2026年3月期は売上から税前利益まで過去最高

* 最終利益は税額控除額減少で微減益

2. インフレ下でも品質重視の政策 + 価格競争へも真正面から対応

3. 2027年3月期は成長準備の年度

①製造小売機能の強化

②2027年度以降の出店増加へ準備

4. 株主還元の強化（累進配当導入 + 株主優待の長期保有優遇）

1. 業績概況

2. グランドデザインと中期計画

3. 年度方針と最近の取り組み

4. 2027年3月期計画

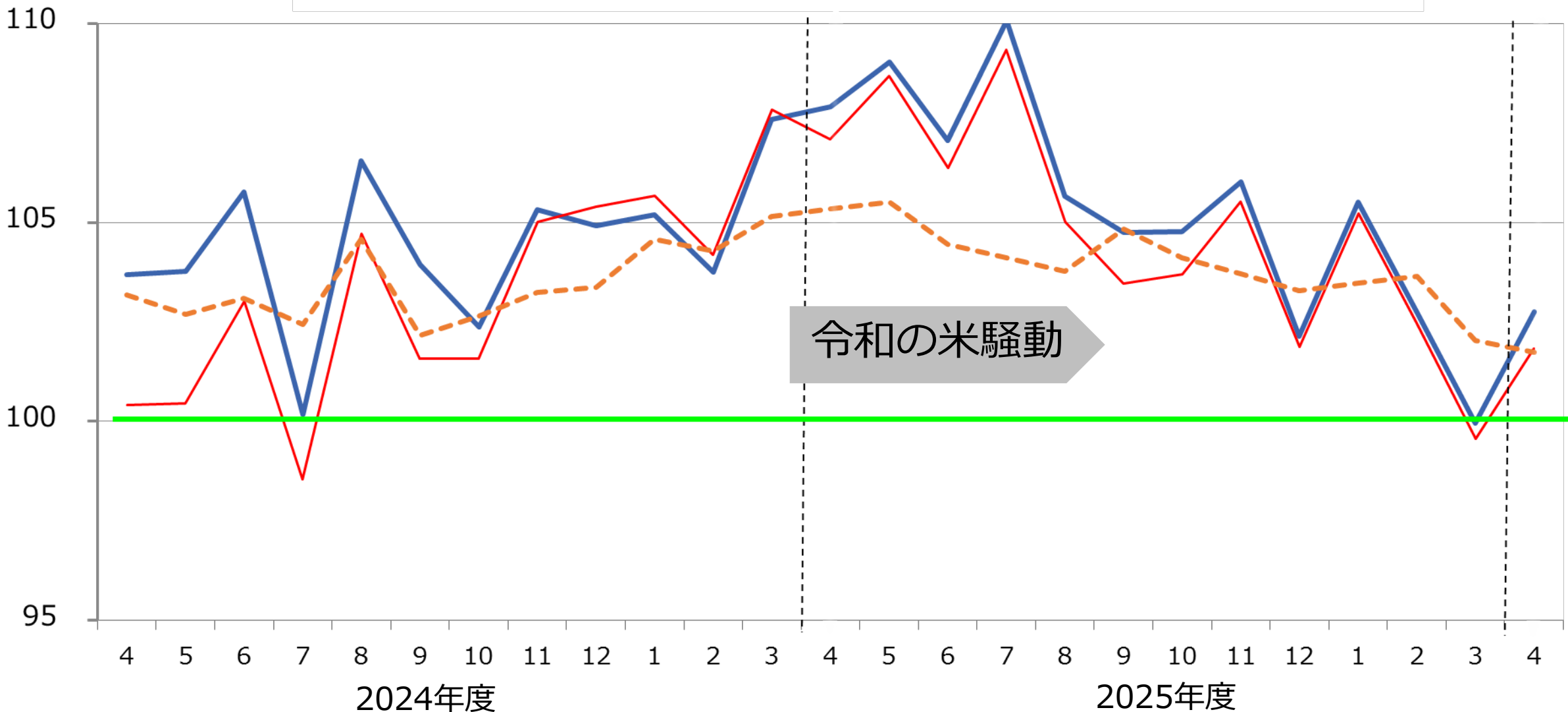
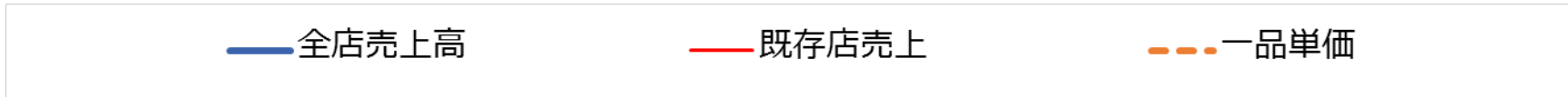
1 (1) 業績概要

(単位：百万円)

	2025/3	2026/3	増減%	
売上高	281,870	295,536	4.8%	過去最高 予想2,860億 既存店+4.7%
売上総利益	82,056 (29.1%)	84,510 (28.6%)	3.0%	低価格戦略 (ESLP)、インスタアマー チャンダイジング、ロス・チャンスロス マネジメント、AI活用
販売費及び 一般管理費	69,995 (24.8%)	72,324 (24.5%)	3.3%	前向きな賃上げによる人件費増加 コストカット委員会の取り組み
経常利益	12,709 (4.5%)	12,799 (4.3%)	0.7%	過去最高 予想120億
当期純利益	9,006	8,803	△ 2.3%	予想82億(法人税特別控除額減少影響)
ROE/ROA	10.4%/9.5%	9.5%/9.2%		
開店店舗数	2	1	H：六日町（南魚沼市）	
閉店店舗数	3	0	改装：H：美沢（長岡市） F：富塚（伊勢崎市）、連取（伊勢崎市）	
自社株市場買付	12億（2025年2月から開始した取得枠20億のうちの当期取得分）			

1 (2) 売上高月別前年比

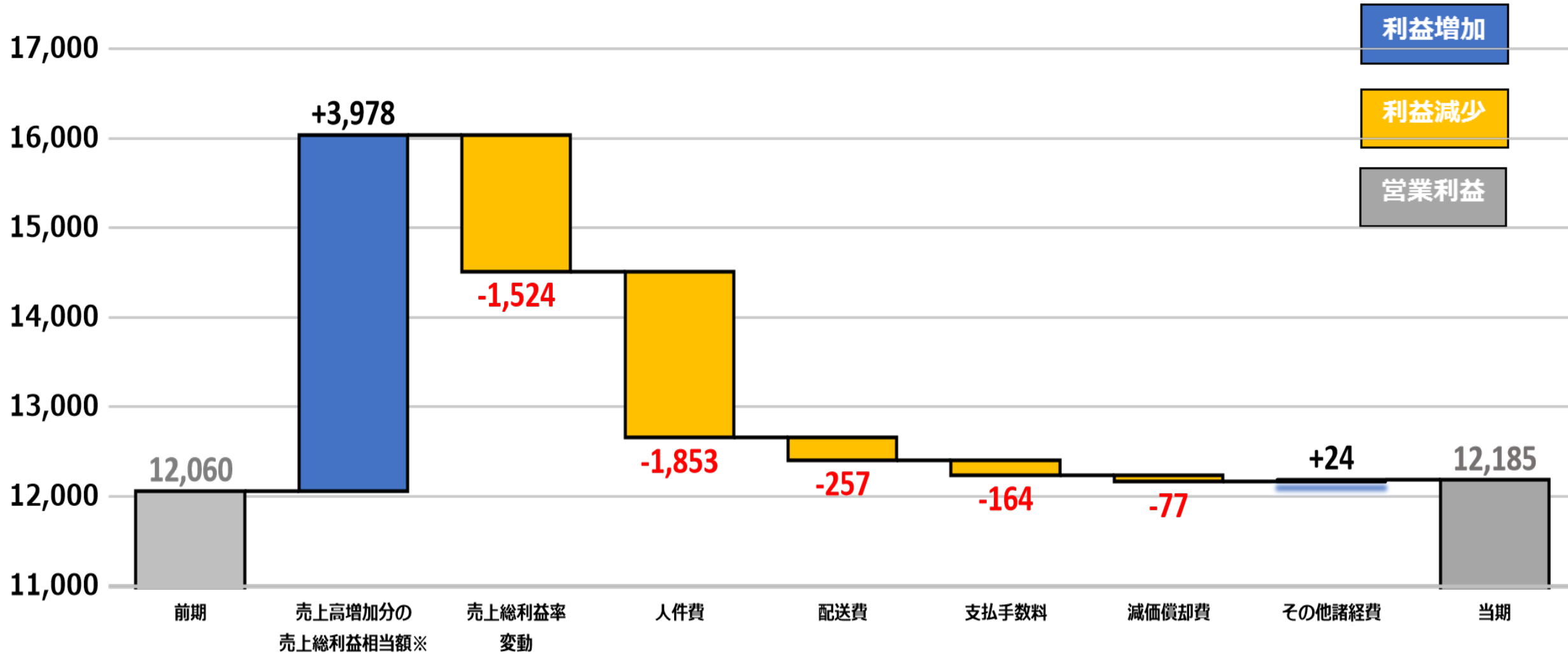
(%)



令和の米騒動

1 (3) 営業利益の増減要因



(単位：百万円)



※ 売上高増加分の売上総利益相当額 = 売上高増加額 × 前年同期の売上総利益率

1 (4) グループ別業績概況

(単位：百万円)

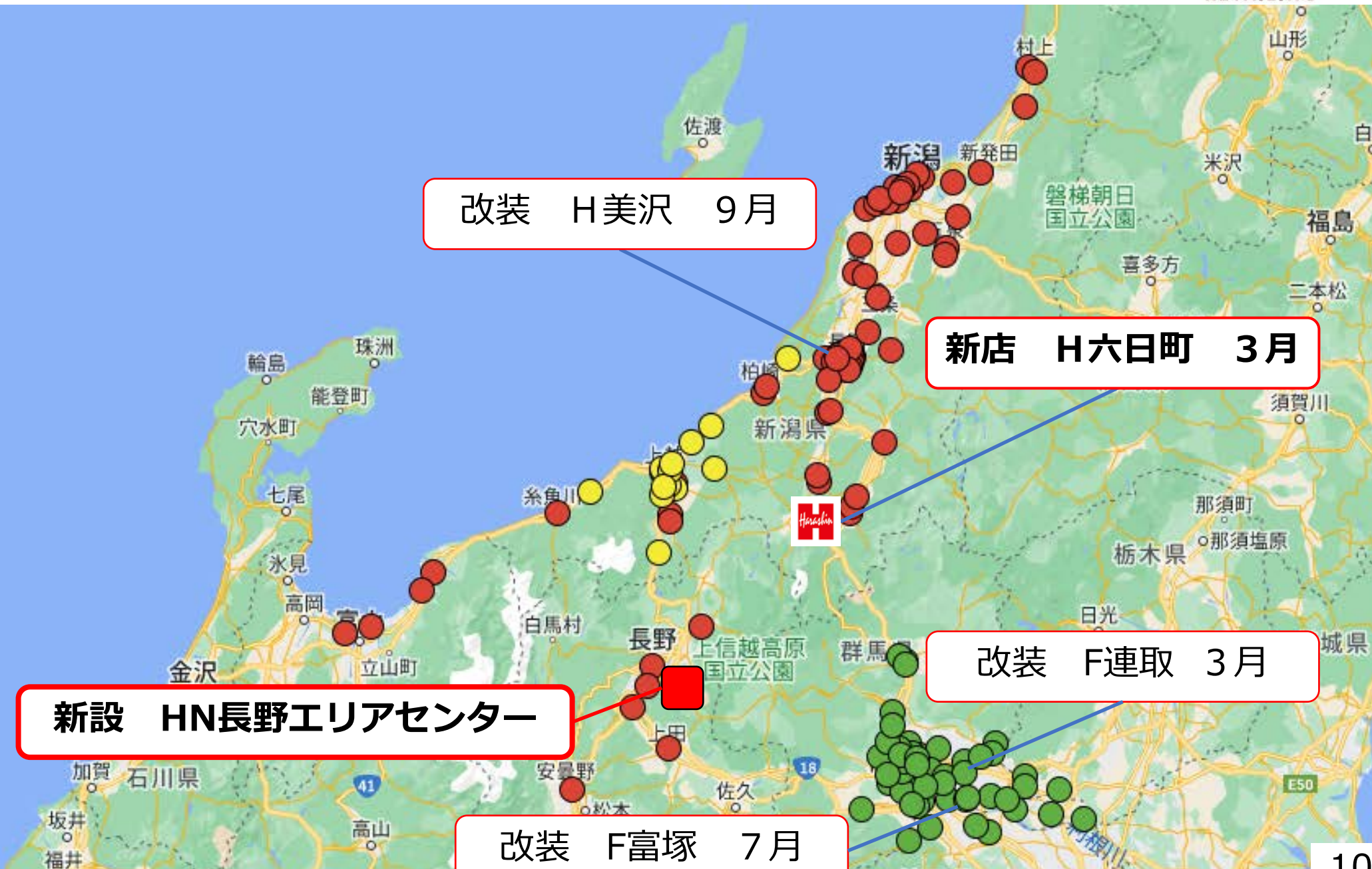
	 原信・ナルス			 フレッセイ		
	2026/3	増減率	増減額	2026/3	増減率	増減額
売上高	211,665	5.9%	11,856	85,410	2.5%	2,118
売上総利益	59,233 (28.0%)	3.9%	2,213	25,417 (29.8%)	0.8%	200
販売費 及び一般管理費	49,760 (23.5%)	4.3%	2,031	22,715 (26.6%)	1.5%	325
営業利益	9,473 (4.5%)	2.0%	181	2,702 (3.2%)	△4.4%	△125
経常利益	9,758 (4.6%)	1.5%	147	2,824 (3.3%)	△2.3%	△67
純利益	6,877	△0.7%	△47	1,860	△7.4%	△149

1 (5) 四半期ごとと業績

(単位：百万円)

	1 Q		2 Q		3 Q		4 Q	
	4-6月	増減率	7-9月	増減率	9-12月	増減率	1-3月	増減率
売上高	71,244	7.1%	75,474	5.9%	76,227	3.9%	72,591	2.6%
売上総利益	20,264 (28.4%)	4.9%	21,542 (28.5%)	3.5%	22,072 (29.0%)	4.1%	20,631 (28.4%)	△0.4%
販売費及び 一般管理費	17,514 (24.5%)	5.1%	18,405 (24.3%)	4.2%	17,827 (23.4%)	0.5%	18,576 (25.6%)	3.6%
営業利益	2,749 (3.9%)	3.6%	3,136 (4.2%)	△0.7%	4,245 (5.6%)	22.3%	2,054 (2.8%)	△25.9%
経常利益	2,835 (4.0%)	2.5%	3,191 (4.2%)	0.6%	4,358 (5.7%)	22.6%	2,414 (3.3%)	△25.0%
純利益	1,919	2.5%	2,134	0.5%	2,952	23.6%	1,796	△31.4%

1 (6) 新店・改装



1. 業績概況

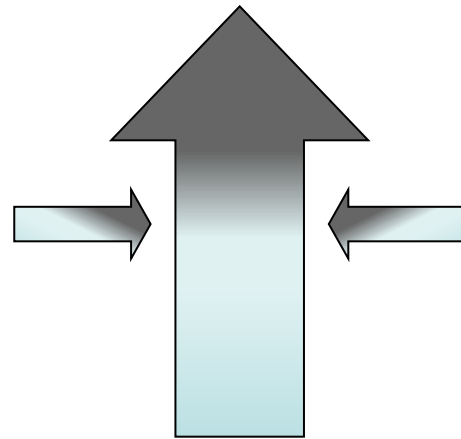
2. グランドデザインと中期計画

3. 年度方針と最近の取り組み

4. 2027年3月期計画

チェーンストアのマスマリットを生み出し
お客様に『豊かさ』 『楽しさ』 『便利さ』
をご提供する。

規 模
(スケール)



機 能
(仕組み)

人 材：基盤はTQM

2 (1) 中期経営計画

数値は目標であり当期の会社予想とは一致しません



(単位：百万円)

	前期実績	2027/3	2028/3	2029/3	備考
売上高	295,536	317,000	317,000	338,000	
経常利益率	4.0%	4.0%	4.0%	4.0%	
店舗数	144店	144店	144店	144店	
開店/閉店	1 / 0	1 / 1	<u>7 / 1</u>	<u>8 / 1</u>	出店計16店
投資額	4,548	7,200	13,300	18,700	3年計 39,200百万
ROA	9.2%	9.0%	9.0%	9.0%	経常利益/総資産 (現行基準)
ROE	9.5%	9.0%	9.0%	9.0%	

**多店舗出店に向け、
“製造小売機能”強化と
成長準備の年**

2 (2) 中期経営計画 (2026~2028)

規模

- ・売上高 3,380億円 経常利益率4.0%
- ・出店 16店舗 131店 → **2028年度末144店**
- ・新商勢圏への出店促進 ・新フォーマット開発

機能

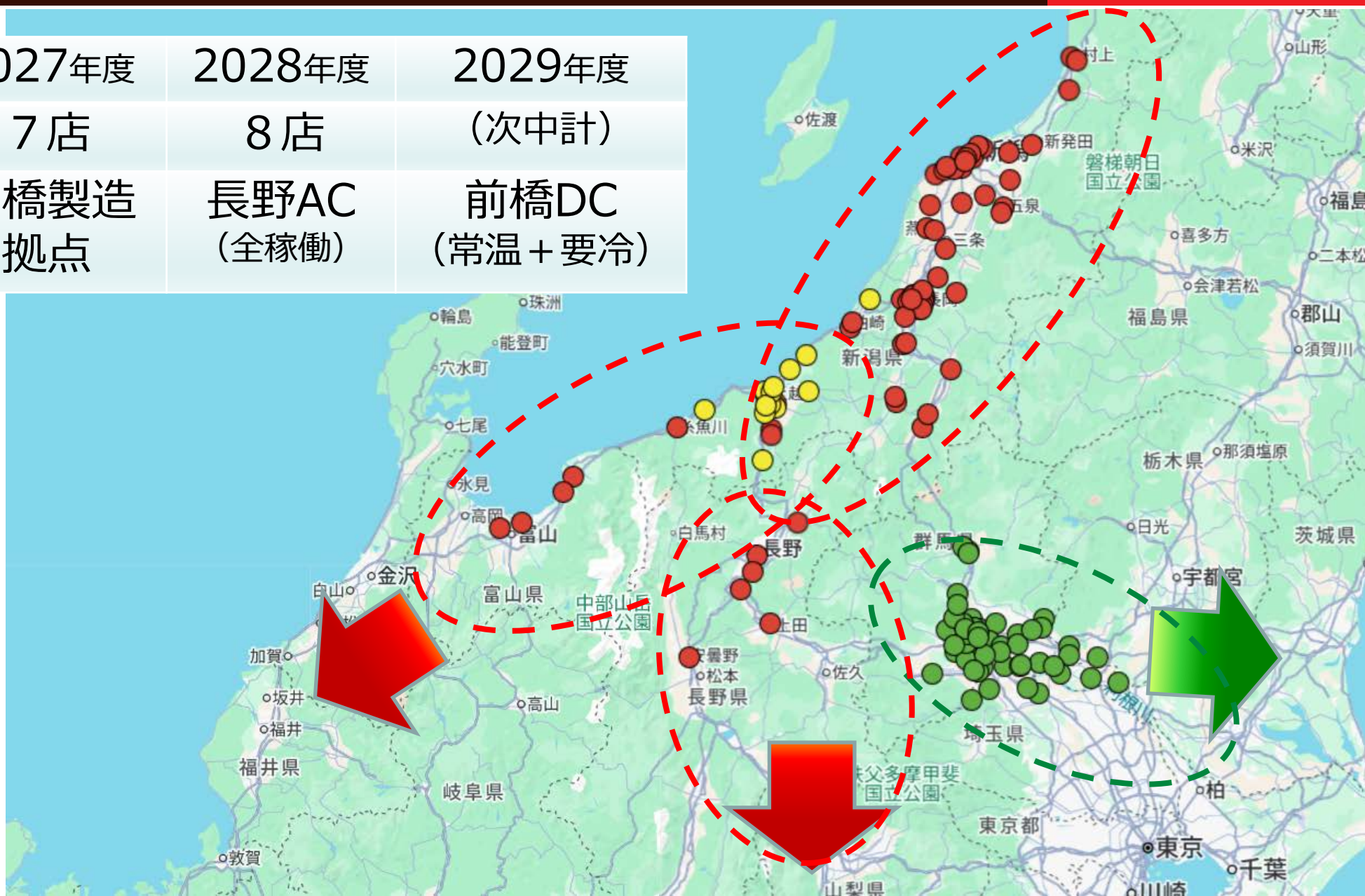
- ・ **製造小売機能の強化** (差別化 + ESLP戦略推進)
- ・ 製造工場機能強化
- ・ 直輸入拡大
- ・ バーティカルMD推進
- ・ 長野エリアセンター全稼働 + 前橋DC新設 (非冷 + 要冷も)
- ・ DX、ITによる省力化と生成AIの応用推進

人材

- ・ スペシャリストの育成、獲得
- ・ 採用活動の強化 ・ 教育体系再整備
- ・ やりがいを感じられる風土づくり
- ・ 働きやすさにつながる環境整備 ・ 技能実習生の拡大

2 (3) 2027年以降の成長に向けて (規模)

	2027年度	2028年度	2029年度
出店数	7店	8店	(次中計)
機能	前橋製造拠点	長野AC (全稼働)	前橋DC (常温+要冷)



2 (4) 2027年以降の成長に向けて (機能)

① 直輸入拡大

Cucina Calore

イタリア産
完熟カットトマト

イタリア産 トマト100% 使用

食塩不使用

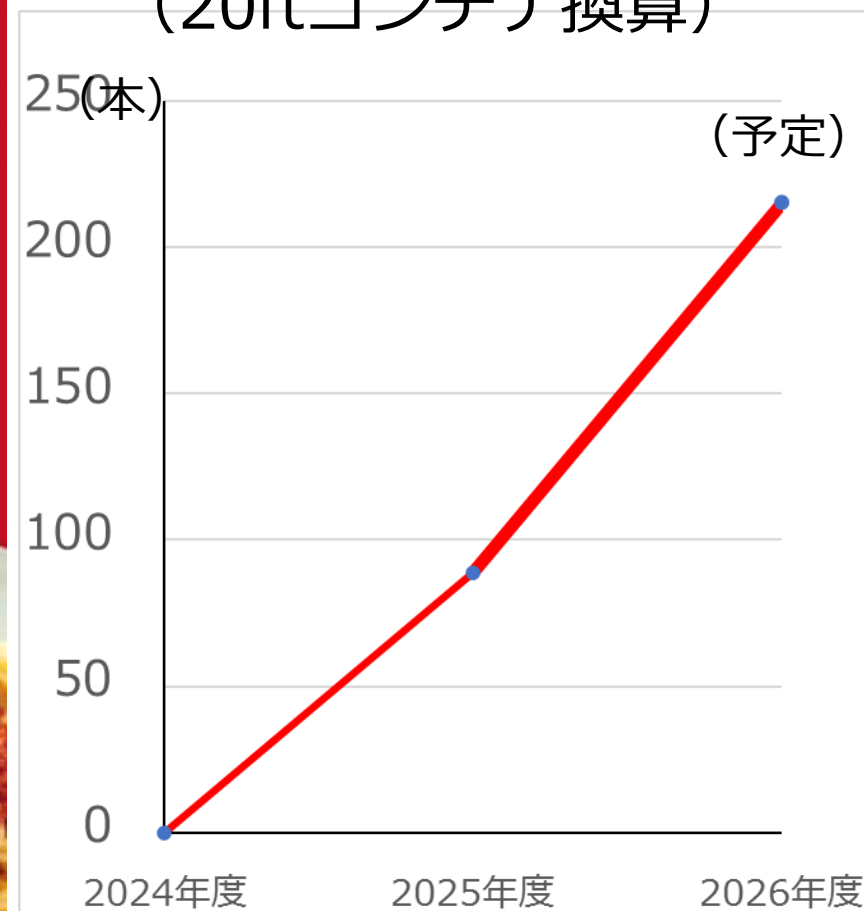
イタリアの太陽をたくさん浴びて育った完熟トマトを100%使用。開けやすいパッケージで、便利でエコなテトラパック入りです。パスタソースやミネストローネ、カレーなどの煮込み料理におすすめです。

ARMANDO SPAGHETTI

アルマンド
イタリア産
スパゲッティ

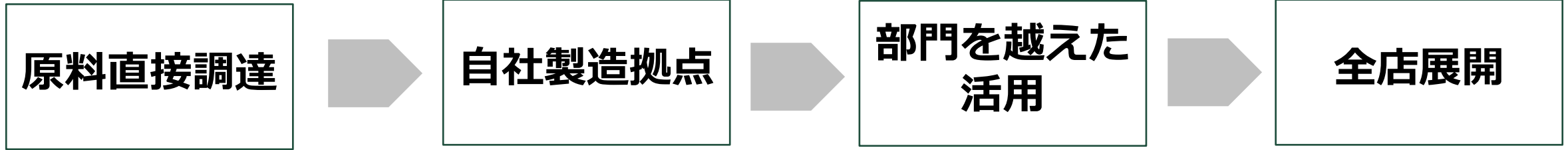
イタリアで栽培された小麦100%使用。コシのある小麦風味豊かな本場イタリアのスパゲッティ。

直輸入量 (20ftコンテナ換算)



2 (5) 2027年以降の成長に向けて (機能)

② 製造小売機能の強化



◎ 内製化で中間マーヅンをカット → 荒利率を改善 (輸入冷凍エビの事例)



2 (6) 2027年以降の成長に向けて (機能)

③ 段階的インフラ投資計画

～2025年度

- ・商品開発体制の整備
- ・マネジメントレベルの向上
- ・グループ間連携の強化

2026年度

2028年度

2029年度

成長準備の年

新製造拠点

新DC (物流拠点)

次フェーズに向けた準備

- ・人材の確保 (採用活動強化)
- ・アシスタントパートナー育成
- ・出店加速の体制整備計画

惣菜・デリカ等の集中製造

- ・高荒利カテゴリーの内製化
- ・店舗バックヤード作業の軽量化

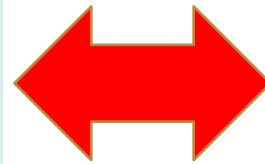
常温物量の一括処理
(要冷商品在庫対応も)

- ・グループ全体のDC整備
- ・要冷、冷凍在庫
- ・物流のパンク回避
- ・配送効率の改善

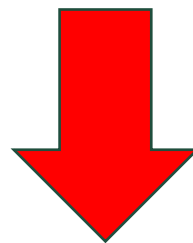
出店加速を支える人材確保・育成戦略

人材確保・育成 (採用)

- ・ 働きやすさ改善
(賃上げ、休暇制度の拡充等)
- ・ パートナーによるチーフ育成
- ・ 外国人材の活用拡大



連動



店舗作業の軽量化 (インフラ連動)

新製造拠点の活用

半製品供給で店舗作業削減

⇒ より高付加価値商品の提供

専門技術をシンプルに

ベテラン依存の調理工程を単純化
より技術が必要なところへ注力

◎ 採用対象を大幅拡大 → 出店加速を支える人材プール

2 (8) 2027年以降の成長に向けて (資金)

区分	分類	項目	金額 (百万円)	
IN	営業キャッシュフロー	税引き後利益	28,021	
		減価償却費	17,500	
		計	45,521	
OUT	設備投資	新店・改装投資	24,770	
		基盤投資・その他 (IT・製造・物流等基盤)	14,430	
		計	39,200	
	配当	1株当たり年間29円で試算	7,700	今期の配当水準で試算
その他	戦略的投資		5,000	M&A自社株買いなど
		計	51,900	
			△6,379	前期末で資金余力確保

2 (9) 2027年以降の成長に向けて

2026年度 ～ 成長準備の年 ～

①規模 出店加速の準備

②機能 製造小売機能の強化
(段階的インフラ投資)

- ・ 直輸入拡大
- ・ 製造拠点新設準備
- ・ 新DC設置準備
- ・ 長野AC機能拡大
- ・ **DX、AI活用**

③人材 採用拡大・育成教育

1. 前期業績概況

2. グランドデザインと中期経営計画

3. 年度方針と最近の取り組み

4. 2027年3月期計画

3 (1) 前期方針

『もっと おいしさがドまん中大作戦！』
 ～ “いかす”アクシアルへ ～

インフラを活かす・人材を活かす・イカス！！アクシアル

- 1. 値上げラッシュ
- 2. さらなる競争激化
- 3. 社会環境意識の変化
 - ・ 社会課題対応への責任
 - ・ 働きやすさから「働きがい」へ

- 1. コモディティ（価格対応、ESLP拡大）
- 2. 差別化
 - ✓ウチにしかない商品
 - ✓ウチにしかないサービス
- 3. そのための原資、余力づくり
- 4. 従業員の「働きがい」

3 (2) おいしさ企画化計画

THE MEN
溢れる UMAMI 感
肉 Meet ch a
Hara Naru

メンチカツ

原信ナルスオリジナル
特製だれで仕上げた

불고기
プルコギ

厳選したプルコギ用のお肉を果実のさわやかさ、はちみつのがさが引き立つ原信ナルスオリジナルの特製だれで仕上げました。

こだわりの製法で創り上げた
絶品カステラ
濃厚しっとり
手造りかすてら

自社開発の絶品かすてらです。
アガペーロップを使用したコクのある飽きのこない甘さと素材の生地中の空気比重を探究し続けてしっとりとしたくちどけとふんわりした食感が実現しました。



**もちり
生ドーナツ**

生クリーム配合のコクと旨味のふんわり、もちりドーナツです

魚屋の
生つまみ
えび・いかミックス

しみ出す鶏の旨み、えびの食感に加え、いかの弾力。なめらかな口どけ、生姜香る、歯ごたえのある生仕立て。鍋や味噌汁、煮物にも。

ひんや

とろける、脂の甘み
垂涎の玉響

**とろける、脂の甘み
垂涎の玉響**

とろろ

新潟 唐揚げ
カレー

とろろ

北海道
男爵芋の
かろろ

とろろと食感の新感覚コロコロ

贅沢
**フレンチ
アップルパイ**

TAIRTE AUX POMMES FRANÇAISE

3 (3) もっとおいしさがドまん中大作戦！

自社制作CM・SNS



ユーチューブ

インスタグラム





Pont de Peinture

ポン・デ・パンチュール



3 (5) エシカルMD



事業と社会性を一体化させることを目指し、エシカル商品ブランド Hana-well を立ち上げました。
5つの軸で社会課題への対応に貢献してまいります。

Earth

地球に優しく環境負荷を低減する商品をご提供します。

Healthy

体に優しく、心に癒しを与えてくれる商品をご提案します。

Local

地域で育まれた自然の恵みや文化の発信と継承に取り組みます。

Diversity

差別のない、笑顔がうまれる社会の実現を支援していきます。

Future

未来に向けた新技術に挑戦する取り組みを応援していきます。



3 (6) ECの進化 アプリ リニューアル



- 56万DL
- 会員登録機能搭載 30万ユーザー登録

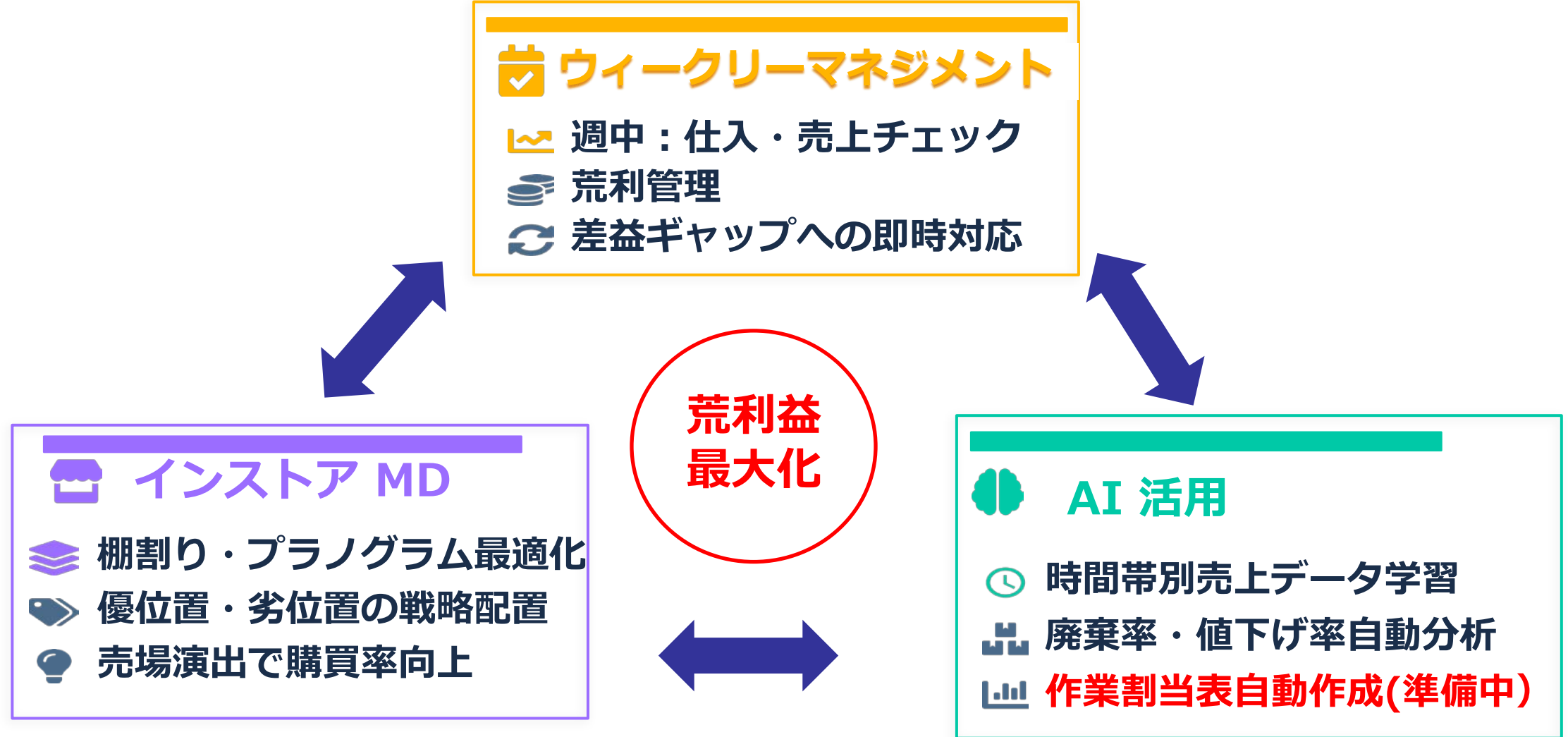


アプリをポータル（起点）にもっと便利に

オンラインショップも近日リニューアル

- サブスク導入
- 地元商品の掲載
- ギフト需要取り込み

3 (7) ウィークリーマネジメントへのAI活用イメージ



週次PDCAサイクルと「固有技術×AI」で利益最大化


3 (8) DX、AI活用


●商品情報管理のDX推進 BY一人当たり180分/週 削減

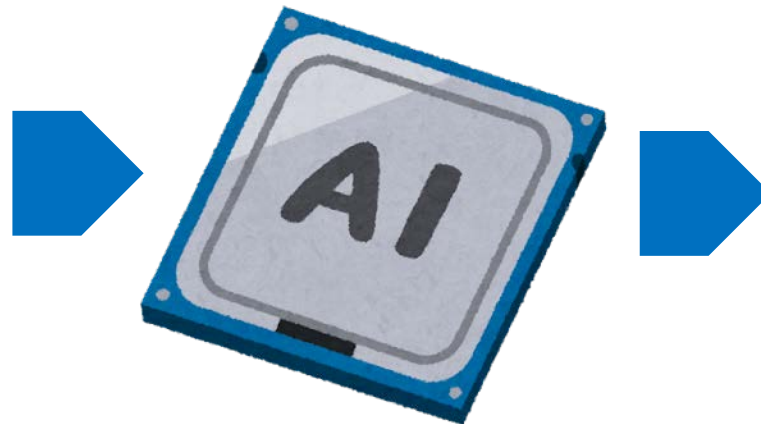
●売上向上とロス削減

INPUT DATA

 時間帯別売上データ

 廃棄データ

 値下データ



OUTPUT

 製造数レコメンド

 ロス分析レポート

 発注反映

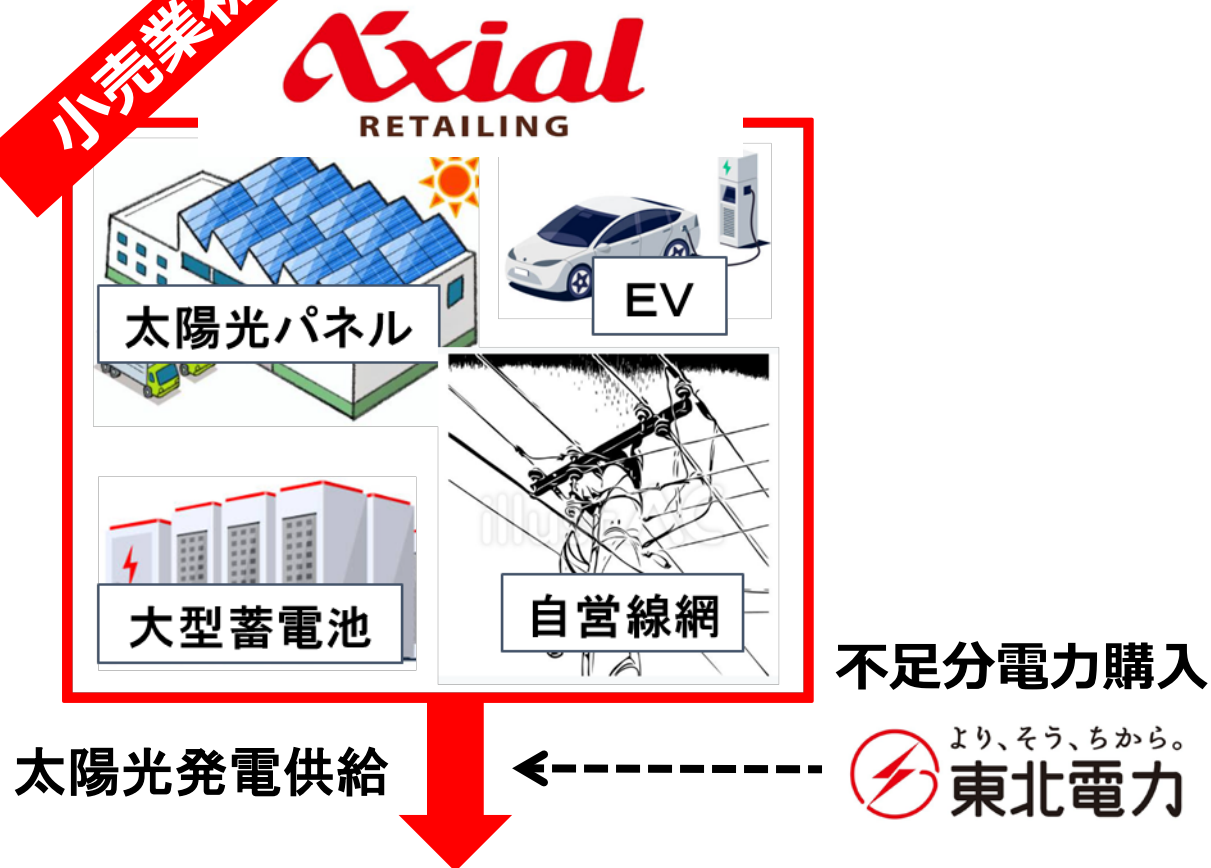
3 (9) ZEB認証とマイグログリッド

小売業初



ZEB認証
(国内SM初の白根と阿賀野)

小売業初



当社グループ4箇所+近隣の3社へ

太陽光パネル設置店舗数
2121年度 17 → 現在 65 店舗・事業所

1. 業績概況

2. グランドデザインと中期経営計画

3. 年度方針と最近の取り組み

4. 2027年3月期計画

4 (1) 今期 年度方針

『まだまだ おいしさがドまん中大作戦！』
 ～ 磨こう！ 売る力！ 稼ぐ力！～

1. “おいしさがドまん中”をもっと磨く

- ・ PB・オリジナル商品の開発推進
- ・ 商品・原材料の直輸入拡大
- ・ 新MDの店舗拡大チャレンジ
- ・ ローリー（製造工場）の商品供給拡大

2. 成長原資の創出

- ・ 集中仕入れの強化
- ・ 売上・荒利最大化の取り組み推進
- ・ 長野AC軌道化と完全稼働準備
- ・ EC機能の拡張と活用推進

3. 成長戦略のさらなる推進

- ・ 新商勢圏開拓
- ・ 店舗の人員構成最適化
- ・ 新フォーマット開発
- ・ 製造・物流拠点の整備と効率改善

4. 人材確保と人材育成

- ・ 採用活動の強化
- ・ 採用につながる職場環境の整備
- ・ グループ教育システムの再構築

製造小売機能強化と成長準備の年

4 (2) 今期業績予想

	連結	増減	グループ別の目安			
			HN	増減	F	増減
売上高	300,000	1.5%	214,500	1.3%	85,500	0.1%
営業利益	11,700	△4.0%	9,300	△1.8%	2,400	△11.2%
経常利益	12,000	△ 6.2%	9,500	△2.6%	2,500	△11.5%
純利益	8,000	△9.1%	6,400	△6.9%	1,600	△14.0%
開店(改装)	1 (3)	－ (－)	1 (2)	－ (1)	0 (1)	－(△1)
1株配当	29円	－円	設備投資金額65億、減価償却費56億			

売上高 予算値	上期	下期	通期
全 店	1.6%	1.3%	1.5%
既存店	0.3%	1.0%	0.7%

客数単価予算	客 数	客単価
全 店	△1.5%	3.0%
客単価内訳	買上点数	一品単価
	0.7%	2.3%

4 (3) 資本コストや株価を意識した経営

従来からの方針

- ✓長期目標 ROA15% (経常利益÷総資産)
- ✓中期の目標 ROA10% ROE10%

最近2年間の取り組み

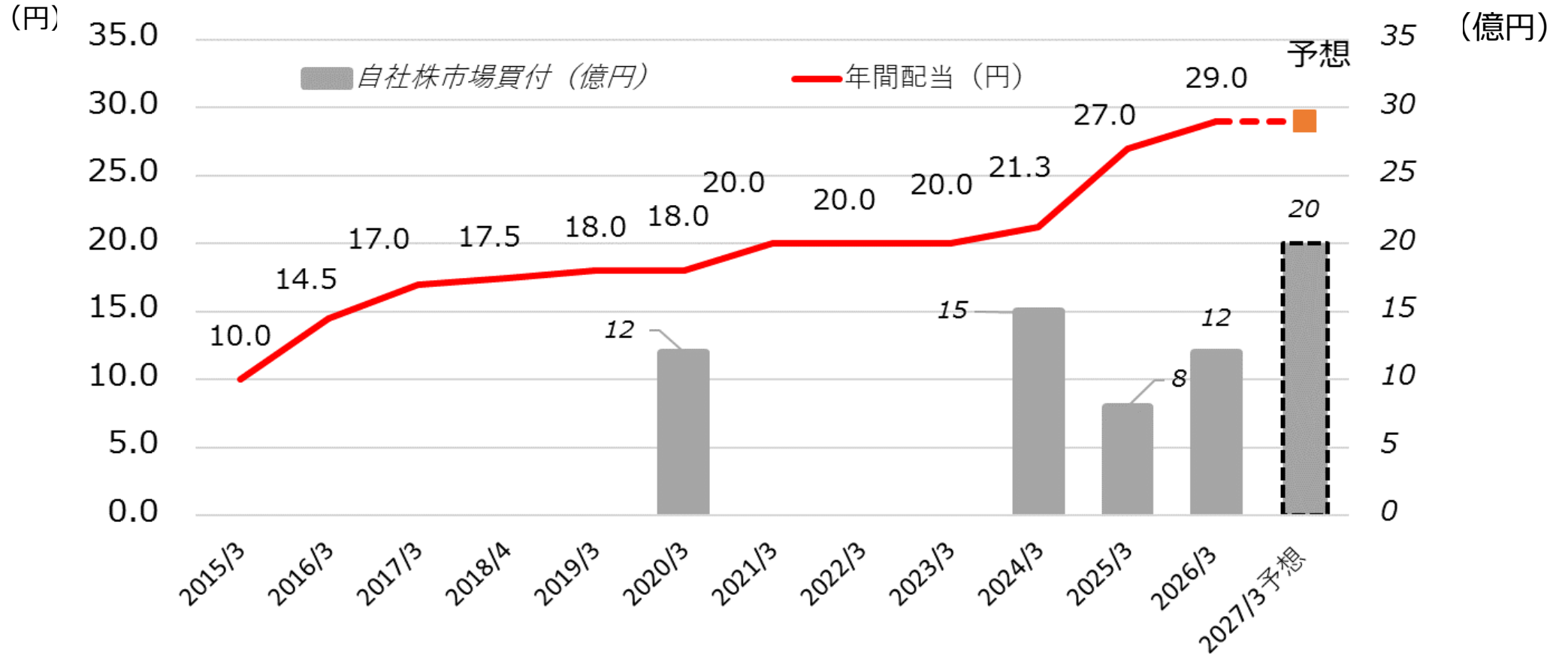
1. 自己株式の市場買付 15億円 + 20億円 + 20億円
2. 株式分割 1:4 (2024年4月1日)
3. 配当政策 5年間の累進配当の導入
4. 株主優待 長期継続保有への優遇を開始

(「お買物優待券」選択で100株保有の場合、
→ 1年継続保有なら2倍、3年で3倍)

※2026年9月末基準の優待から

4 (4) 株主還元

1 株当たり配当金の推移（分割後基準）と自社株式市場買付



配当性向(%)	28.3	29.0	27.4	26.9	26.1	26.6	22.3	22.3	26.1	29.0	26.0	27.1	29.2	32.1
総還元性向(%)	28.3	29.0	27.5	26.9	26.2	45.3	22.3	22.3	26.1	29.0	46.0	35.5	43.2	

いい暮らし、いいあした。

Axial
RETAILING

ご清聴ありがとうございました