

2016年3月期 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
2. 経営の体系
3. 商品政策
4. ロジスティクス
5. 今期の業績予想

1. 業績概要

(単位:百万円)

項目	2015/3期	2016/3期	増減率	備考
売上高	212,611	223,709	+5.2%	新店、既存店堅調、惣菜好調
(既存店伸率)	(△0.0%)	(+2.3%)		
売上総利益	57,860 (27.2%)	61,344 (27.4%)	+6.0%	統合効果、ウィークリーマネジメント(HN,Fともに改善)
販管費	51,195 (24.1%)	52,800 (23.6%)	+3.1%	統合効果、光熱費減少、生産性改善
営業利益	6,665	8,543	+28.2%	予想68億円
経常利益	6,780 (3.2%)	8,634 (3.9%)	+27.4%	予想69億円
当期純利益	3,296	4,664	+41.5%	予想38億円 減損損失11億計上
1株当配当	40	58	+18	予想 48円(配当性向29%)
ROA	7.5%	9.3%	+1.8%	経常利益/総資産(平均)
開店店舗数	5	3		新店:H女池(新潟市)、F榛東新井(北群馬郡)、 F沼田恩田(沼田市) 改装:H川崎、F佐野、H五泉、H錦町
閉店店舗数	2	0		

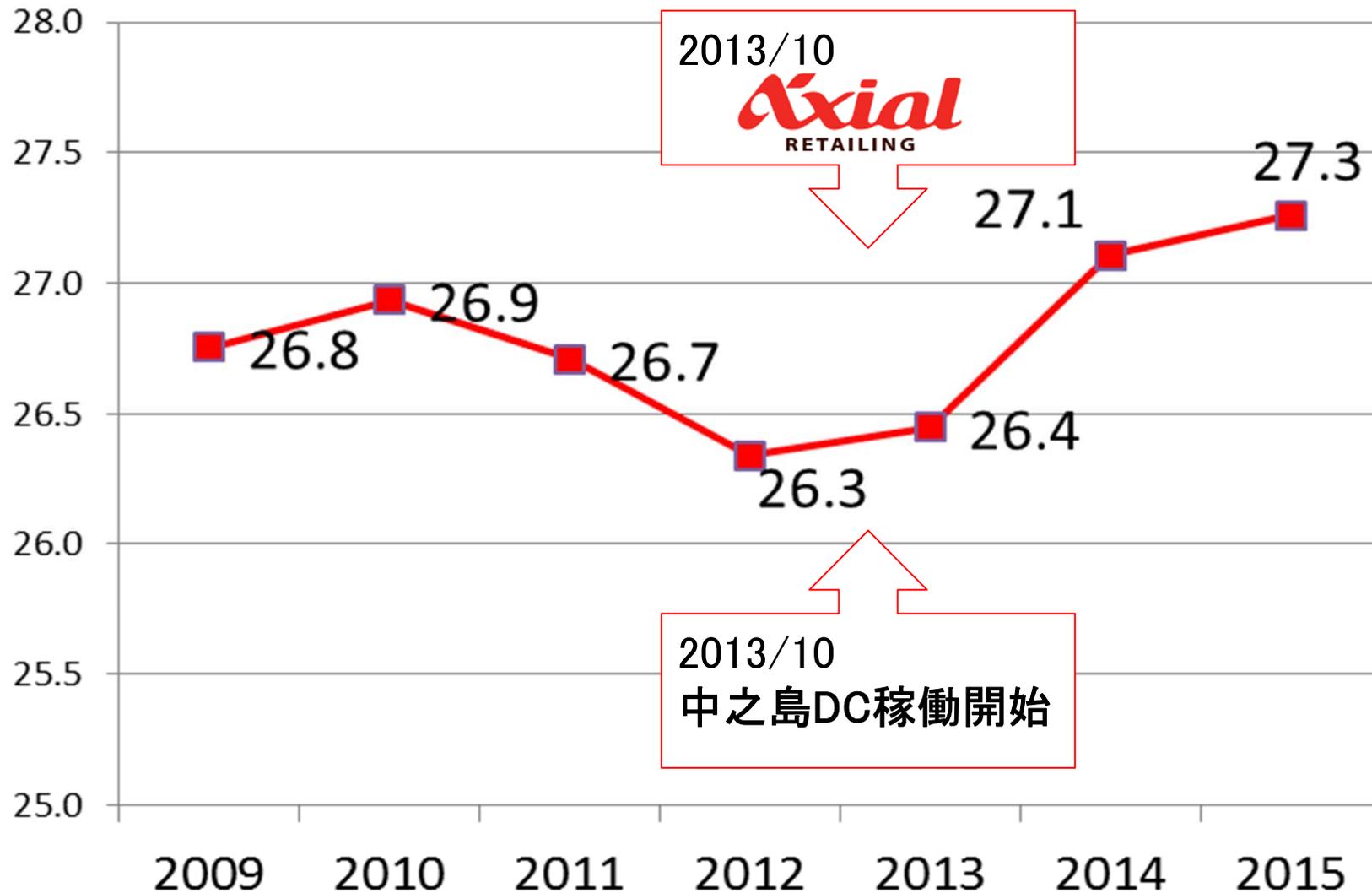
参考：グループ別の業績推移

(単位：百万円、増減率は%)

	原信・ナルス				フレッセイ			
	'14/3	'15/3	2016/3	増減率	'14/3*	'15/3	2016/3	増減率
売上高	137,279	143,446	152,904	+6.6	35,208	69,472	71,411	+2.8
(既存店伸率)	+2.2%	+0.3%	+3.0%		+3.4%	△0.5%	+1.0%	
売上総利益	36,306 (26.4%)	38,883 (27.1%)	41,682 (27.3%)	+7.2	9,637 (27.4%)	18,947 (27.3%)	19,708 (27.6%)	+4.0
販管費	31,608 (23.0%)	33,866 (23.6%)	35,167 (23.0%)	+3.8	8,667 (24.6%)	17,320 (25.0%)	17,752 (24.9%)	+2.5
営業利益	4,697 (3.4%)	5,017 (3.5%)	6,515 (4.3%)	+29.9	970 (2.8%)	1,626 (2.3%)	1,955 (2.7%)	+20.2
経常利益	4,900 (3.6%)	5,112 (3.6%)	6,585 (4.3%)	+28.8	964 (2.7%)	1,606 (2.3%)	1,943 (2.7%)	+21.0
当期純利益	2,597 (1.9%)	2,960 (2.1%)	3,571 (2.3%)	+20.6	329 (0.9%)	361 (0.5%)	1,119 (1.6%)	+210

*フレッセイの2014/3期は統合後の6ヶ月(2013/10~2014/3)

参考：売上総利益率の推移(原信ナルス)



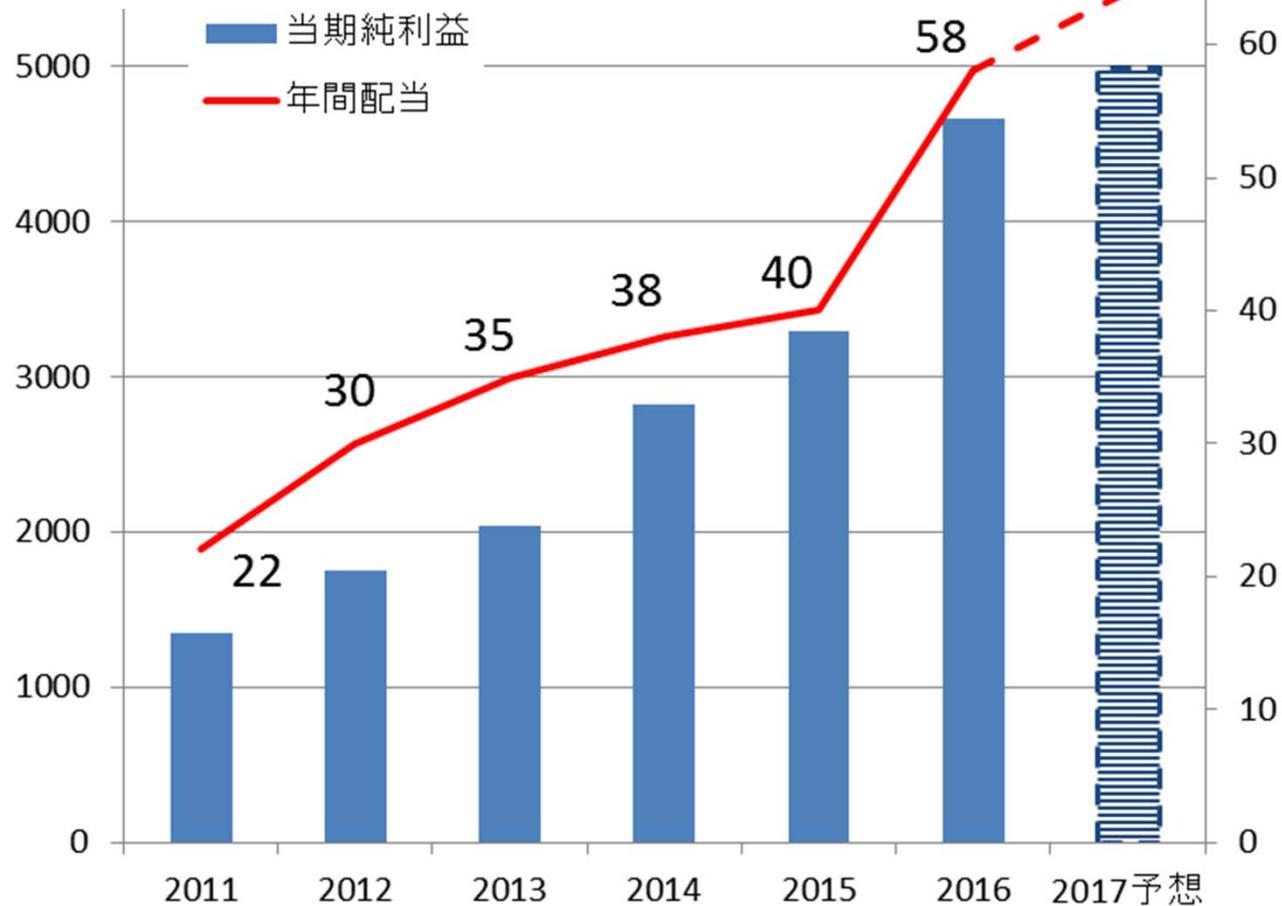
DC稼働・統合効果(合同商談など)・PB推進(共有化)

配当推移

配当性向 30% 目安

1株当たり
年間配当
(円)

純利益
(百万円)



100株
から始める
|株|式|購|入|
のご案内

みつけた。そんなことを考えていたら、カシコイ主婦にやりたいたいよ。

Just Fit!

Axial
RETAILING
アクリアル リテイリング株式会社

前期新店

H 女池 (9月)



新潟県

群馬県

F 沼田恩田 (10月)



F 榛東新井 (9月)



FRESSAY

FRESSAY

前期改装

H 錦町(3月)

H CENTRAL MARKET
川崎店(10月)



新潟県

H 五泉(2月)

群馬県

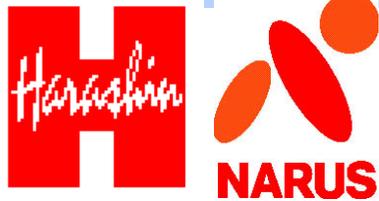
F 佐野(11月)



店舗配置の状況

いい暮らし、いいあした。

Axial
RETAILING



店舗数 76店
売上高1,529億

新潟県
69店舗

富山県
2店舗

長野県
5店舗

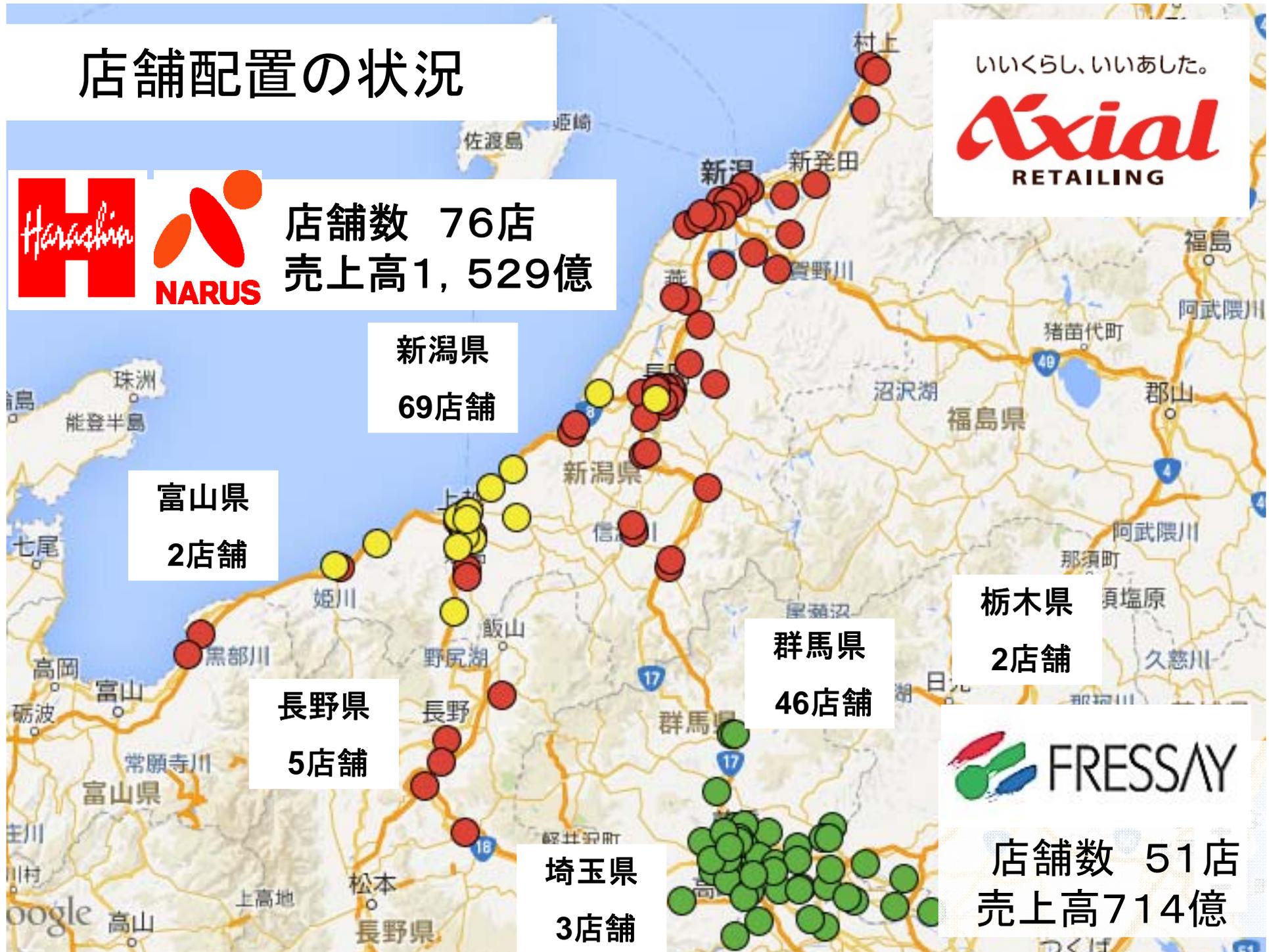
埼玉県
3店舗

群馬県
46店舗

栃木県
2店舗



店舗数 51店
売上高714億

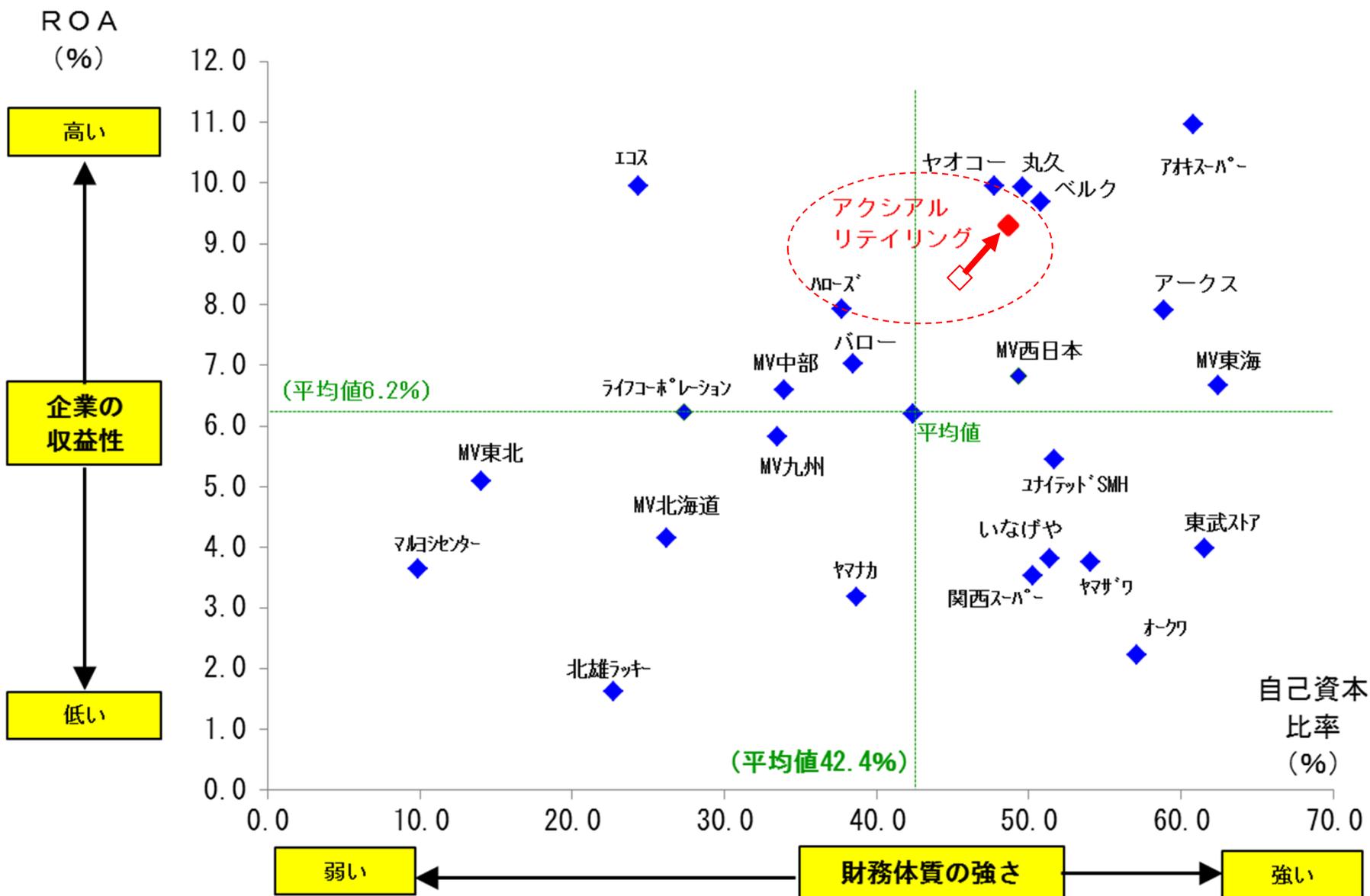


食品スーパー(公開企業) 売上高ランキング

(金額単位:百万円)

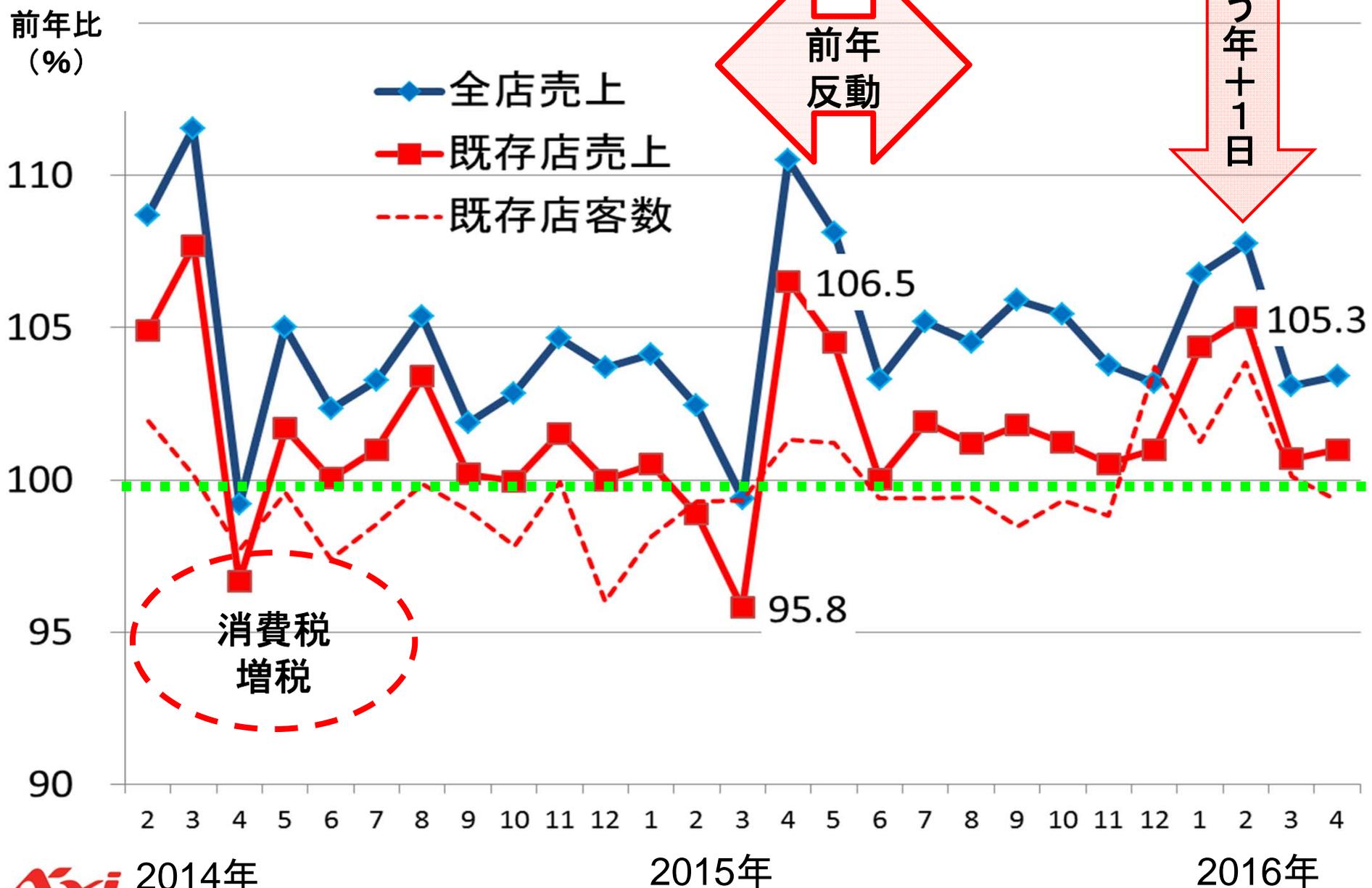
1	東京	ユナイテッドSMH	649,539	13	福岡	マックスバリュ九州	159,125
2	東京	ライフコーポレーション	612,458	14	兵庫	関西スーパーマーケット	118,089
3	北海道	アークス	501,905	15	東京	エコス	114,675
4	岐阜	バロー	479,934	16	山形	ヤマザワ	114,266
5	埼玉	ヤオコー	307,354	17	山口	丸久	113,880
6	広島	マックスバリュ西日本	269,813	18	秋田	マックスバリュ東北	110,292
7	和歌山	オークワ	259,403	19	北海道	マックスバリュ北海道	108,141
8	東京	いなげや	248,571	20	岡山	ハローズ	103,260
9	新潟	アクシアル リテイリング	223,709	21	愛知	アオキスーパー	100,110
10	静岡	マックスバリュ東海	215,307	22	愛知	ヤマナカ	95,240
11	埼玉	ベルク	178,639	23	東京	東武ストア	83,185
12	愛知	マックスバリュ中部	169,398	24	北海道	北雄ラッキー	43,560
13	福岡	マックスバリュ九州	159,125	25	香川	マルヨシセンター	41,058

主要SMのROAと自己資本比率



「いちよし経済研究所」様作成の図表をアップデート

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

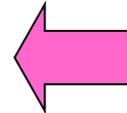
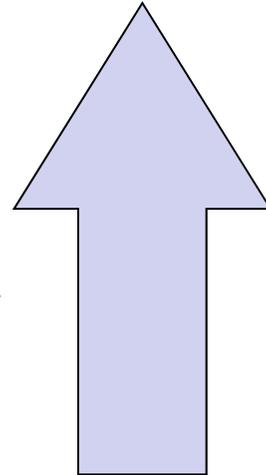
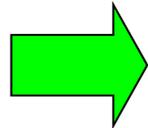
グループ経営理念

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

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(2016～2018)

出店政策	・地域を絞って集中的に出店する戦略の深耕
商品政策	・原信ナルス、フレッセイ、それぞれの進化 ・PBなど共有化の推進
店舗 オペレーション	・ローコストオペレーションの構築 ・在庫保管型センター、自動発注の活用
物流全体最適	・フレッセイ新センターの開設 ・グループでの全体最適 ・加工工場機能の拡充

数値目標	2016年度	2017年度	2018年度	3ヶ年計
売上高	2,270億	2,330億	2,410億	投資 204億 開店 15 閉店 7
店舗数	129店舗	131店舗	135店舗	
経常利益率	3.8%	3.9%	4.0%	

グループ経営のイメージ

アプリ = MD、サービス、地域性

OS = 規模、機能

経営理念 + TQMの共有

A社



<個性>

- ・ブランドや販社
- ・スタイル
- ・サービス

B社

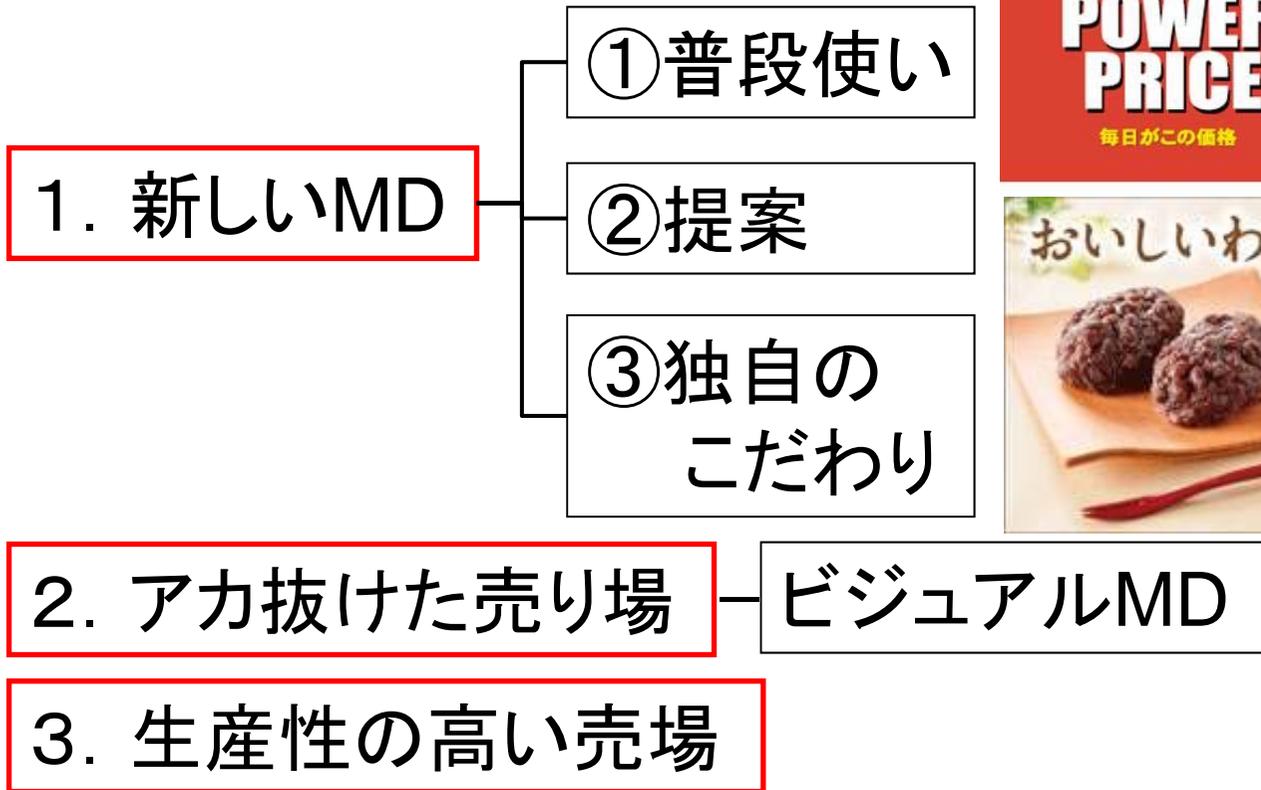


<連携と共有>

- ・車台や部品
- ・生産工場
- ・研究機関

3. 営業方針: 原信ナルス ニューコンセプト II

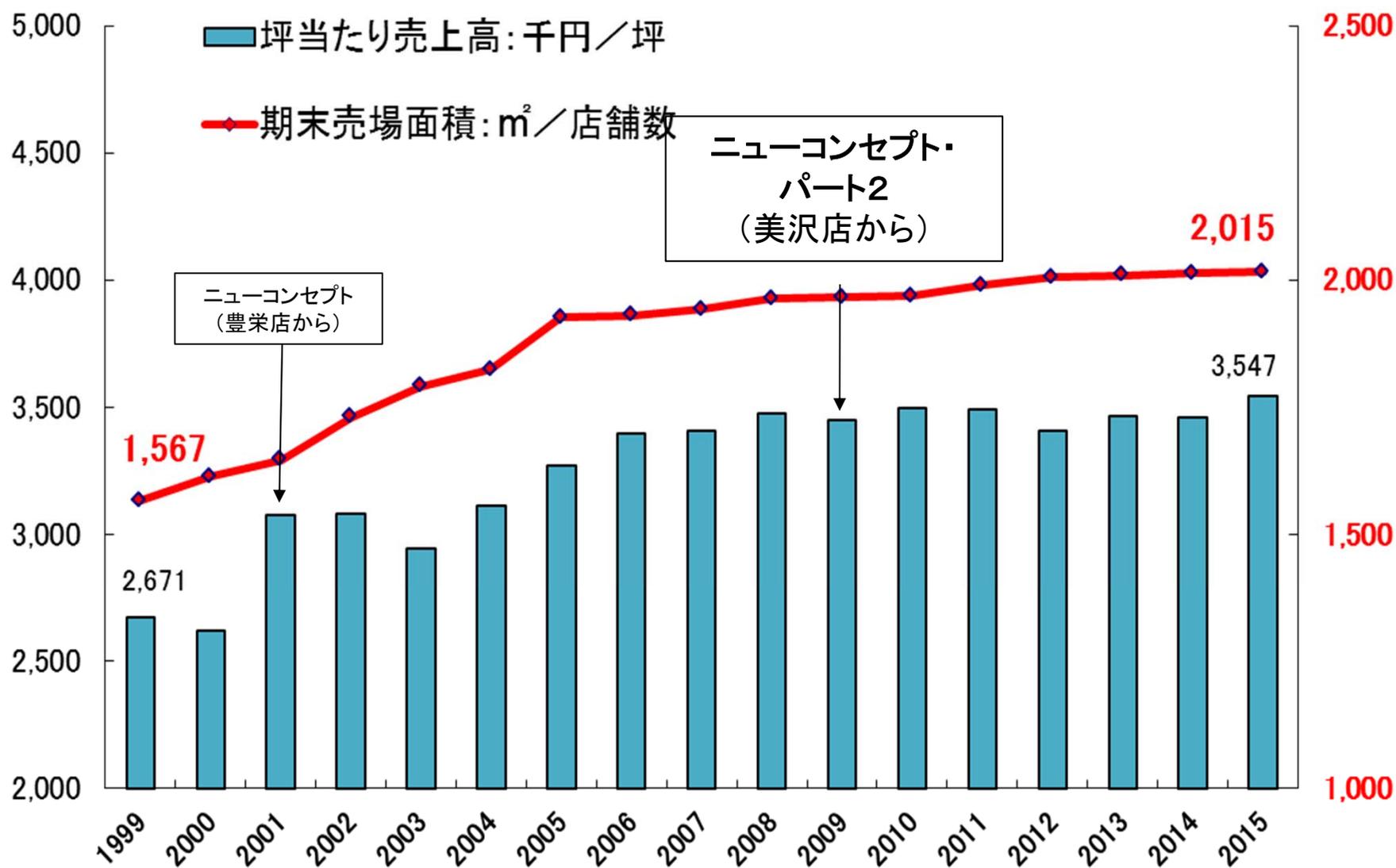
毎日の食生活に
豊かさ、楽しさ、便利さを
ご提案するスーパーマーケット



おいしく仕入れ
おいしく作って
おいしさ伝える



参考：坪当たり売上高と店舗平均面積の推移（原信）



楽しさ溢れる お買い物体験をご提供
今後の方針策定のための「たたき台」

- ①豊かさ、美味しさ、楽しさ、便利さ
のさらなる追求
- ②「食卓シーン」のくくりへ
- ③サラダの強化

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

Harashin
CENTRAL MARKET

毎日が楽しくなるサラダライフを提案します。



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



4. ロジスティクス

(1) 原信ナルス中之島DC(在庫保管型センター)



中之島DC
2013年10月新設



中之島チルドセンター
1996年4月設置

上越チルドセンター
2008年7月設置

富山県

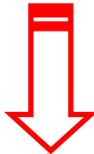
長野県



DC稼働以降の3ステップ

2013年10月

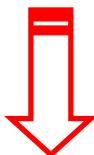
① 在庫保管型センター(DC)新設



お取引先の効率改善、タイムリーな店舗納品(毎日納品化)
⇒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

② 棚割管理システム導入

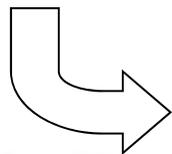


全店の棚割管理レベルを統一
⇒品揃えの欠落防止と、自動発注導入の基盤整備

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

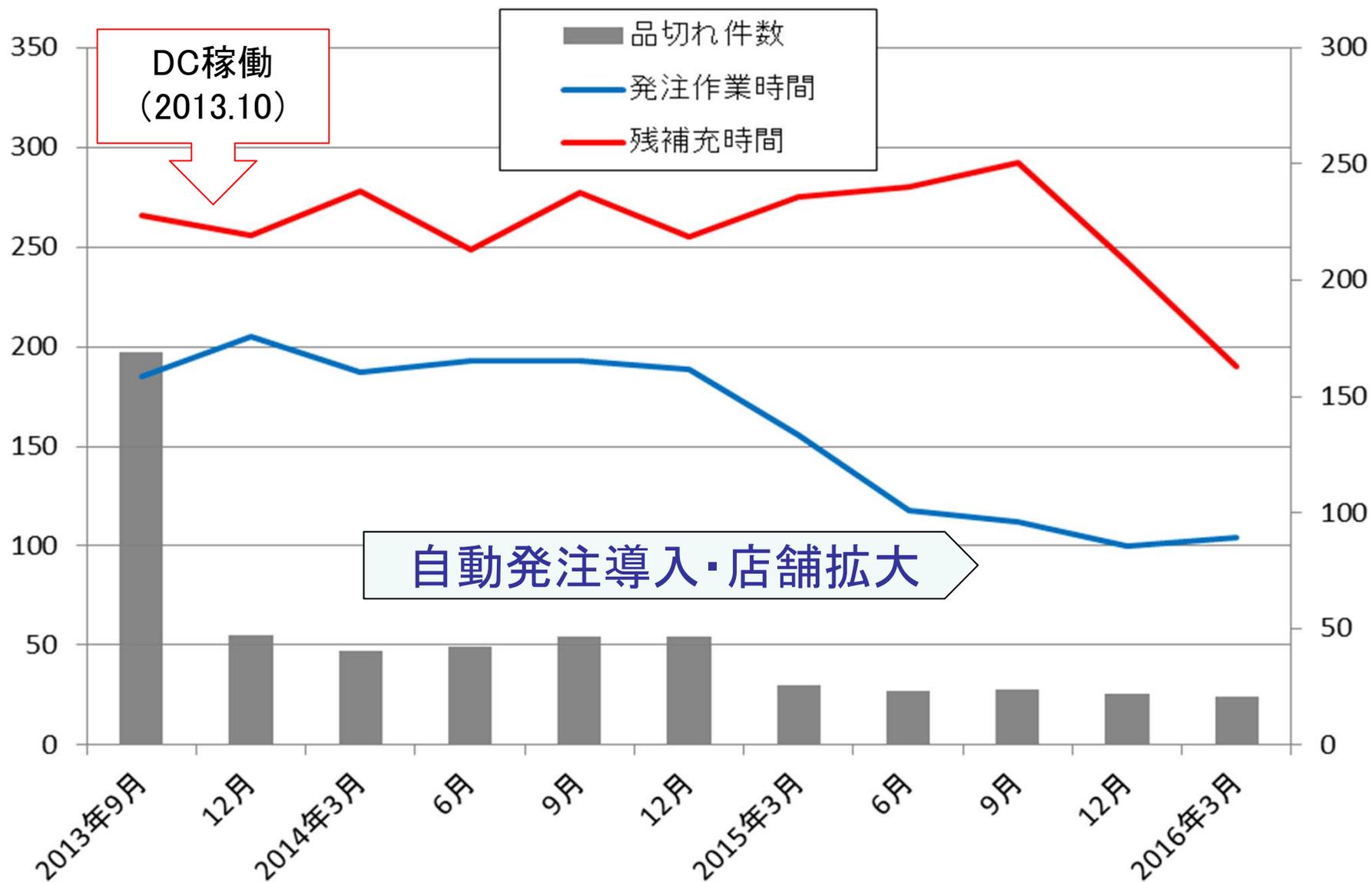
③ 自動発注システム稼働

店舗の発注作業削減、物量(店舗作業量)平準化
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と自動発注による効果(品切れアイテム数・作業時間)



(2) フレッセイ前橋物流センター(10月稼働予定)



住所 : 群馬県前橋市力丸町
稼働日 : 2016年10月稼働開始予定
対象店舗 : フレッセイ全店舗
取扱部門 : グロサリー、生鮮、日配、惣菜等
運用形態 : 通過型(TC)、一部在庫スペース
延床面積 : 7,964㎡(2,409坪)
総投資額 : 約27億(土地含む)

産地・メーカー・問屋

既存センター（冷蔵）

外部青果センター集

外部委託（卸）センター

前橋物流センター

店舗直納

ルートフォロー

廃止

適時・定時・適温
+ 作業性配慮

フレッシュ店舗

5. 今期業績予想

(金額単位:百万円)

項目	連結	増減率	グループ別の目安			
			HN	増減率	F	増減率
売上高	227,000	+1.5%	155,209	+1.5%	72,458	+1.5%
営業利益	8,700	+1.8%	6,795	+4.3%	1,835	△6.2%
経常利益	8,700	+1.8%	6,846	+3.9%	1,789	△8.0%
純利益	5,000	+7.2%	3,882	+8.7%	1,019	△9.0%
開店	4		3		1	
1株当配当	64円	+6円	* 投資計画額77億、減価償却費37億			

予測前提	2016年3月期 実績			2017年3月期 予想		
	(上期)	(下期)	(通期)	(上期)	(下期)	(通期)
全店	+6.2%	+4.9%	+5.5%	+1.7%	+1.0%	+1.4%
既存店	+2.6%	+2.1%	+2.3%	△0.4%	△0.5%	△0.5%
1品単価99.8 点数100.3 →客単価100.1						



いい暮らし、いいあした。

Axial
RETAILING

Axial
RETAILING