



株式会社 ヤマザワ

2021年2月期 第2四半期

決算説明会

証券コード: 9993

本資料で記述しております業績予想並びに将来予想は、現時点で入手可能な情報に基づいて算定しておりますが、需要動向などの業況の変化、物価変動等、多分に不確実要素を含んでおります。そのため、実際の業績は、様々な要因の変化により業績予想と乖離することもありますので、ご承知おきいただきますようお願いいたします。

1. 株式会社ヤマザワ グループ概要

- グループ紹介 .. 3

2. 2021年2月期 上期 決算概況

- 2021年2月期 上期 決算ハイライト .. 5 ~ 11
- 単体 業績分析 .. 12 ~ 18
- 出店・閉店・店舗数 .. 19 ~ 23

3. 通期の見通し

- 通期業績見通し、株主還元政策 .. 25 ~ 26

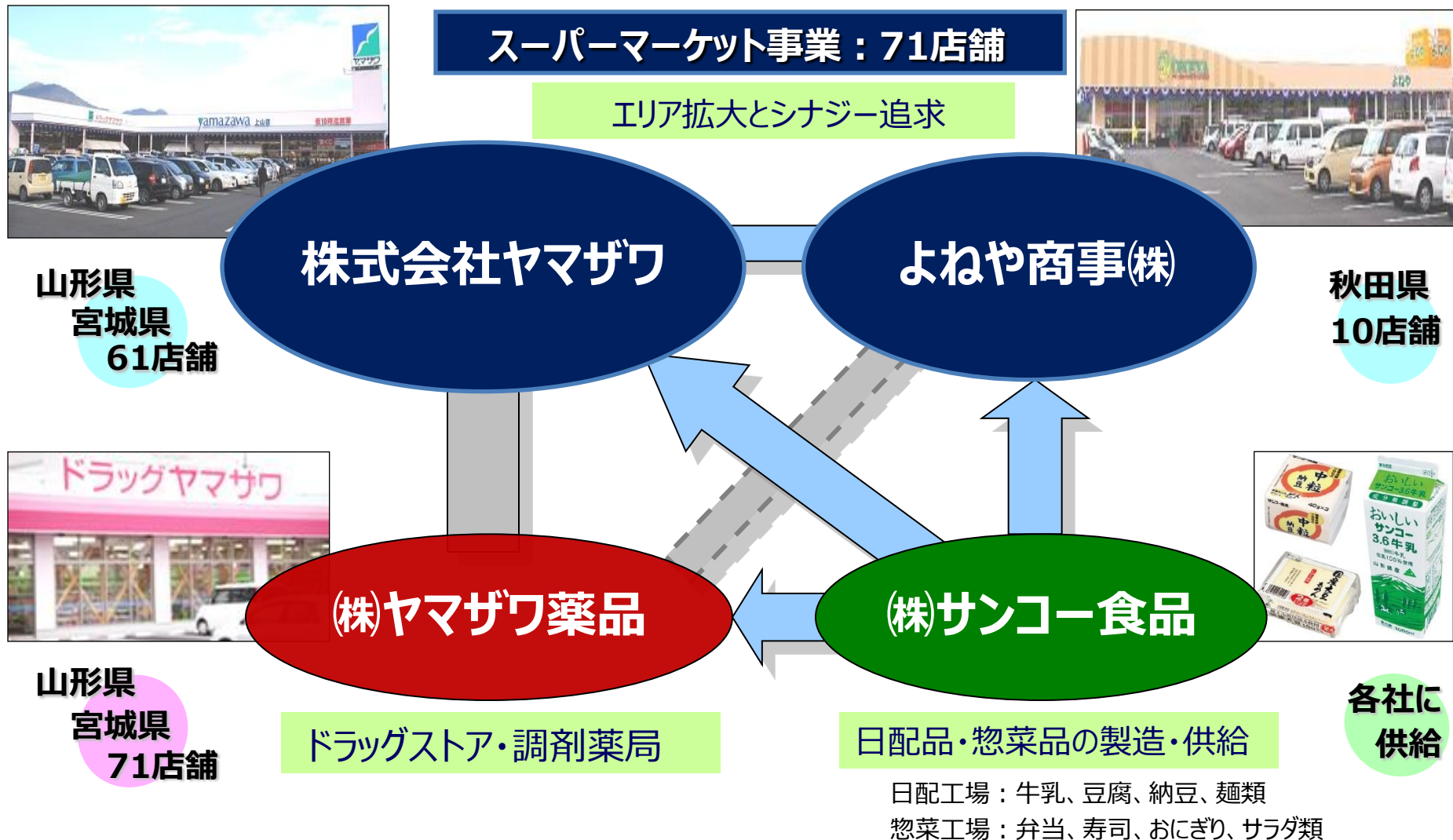
4. 2021年2月期下期 考え方

- 考え方、売上・利益対策 .. 28 ~ 30
- 新規事業 .. 31
- 販売管理費予測 .. 32

5. 中期経営計画 関連報告 (2020年2月期～2022年2月期)

- 計数実績と見通し .. 34

1. 株式会社 ヤマザワ グループ 概要



※非連結子会社 (株)ヤマザワ保険サービス

※店舗数・・・2020年8月末時点での状況

2. 2021年2月期 上期 決算概況

外部環境

新型コロナウイルス

- ◆人口減少、高齢化
- ◆節約志向の高まり、消費の両極化
- ◆業種・業態を超えた競合激化

内部環境

消費増税対策
消耗戦

キャッシュレス還元
6月で終了

- ◆人手不足、採用難
- ◆仕入れ価格の上昇
- ◆設備費・物流費・人件費上昇

◆ 新型コロナが経営に与える影響は、未知数

経済活動の冷え込み
(自粛・巣ごもり)

消費行動の変化

スーパーマーケット = ライフライン

店 舗

- 店舗の**負担**増
- **供給不足**懸念
- 感染者発生時
客数減・休業

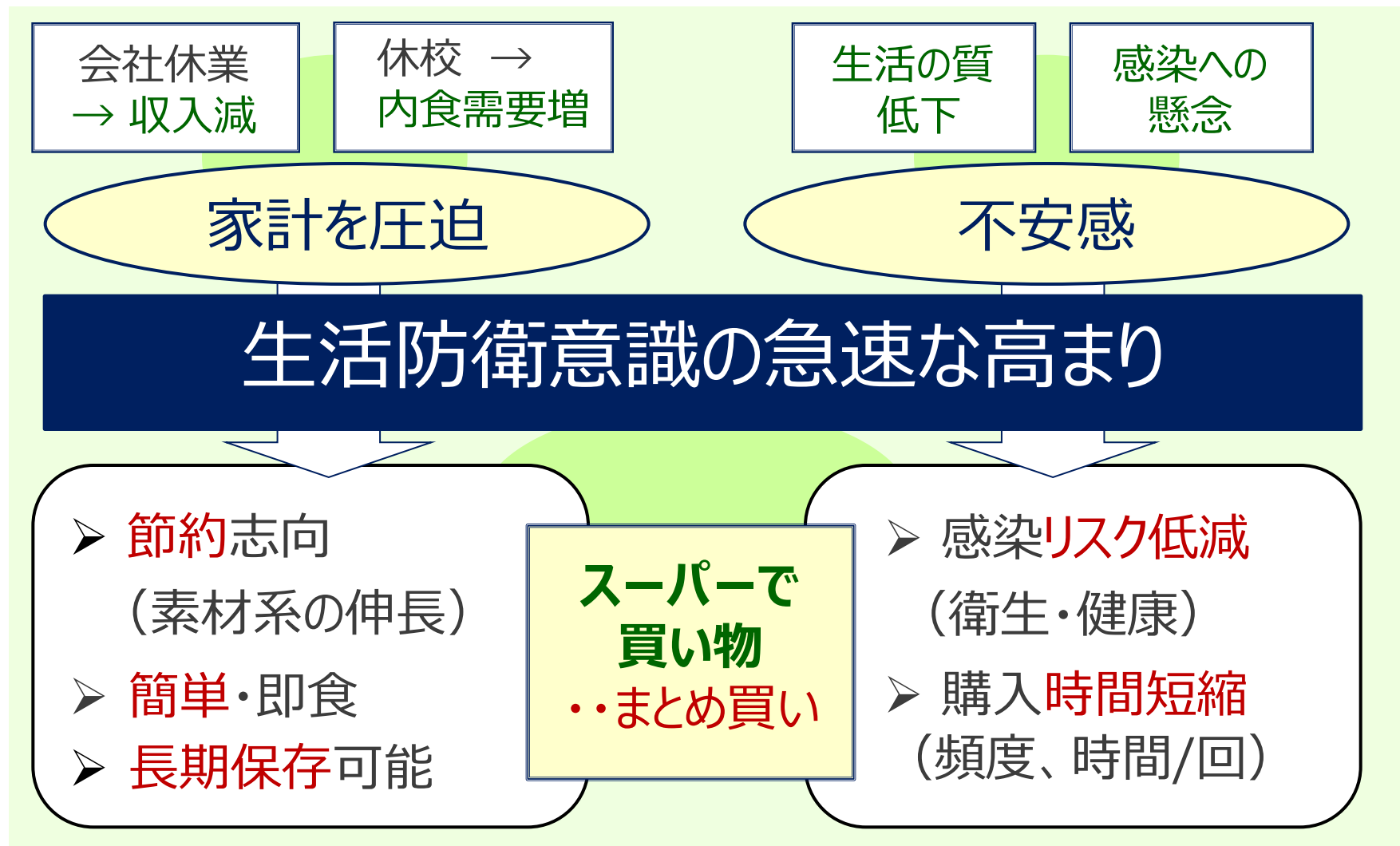
**不安感・
リスク内在**

お 客 様

- **まとめ買い・備蓄**
- 感染発生地域
周辺店舗への
来店減

お客様のニーズ

◆ 生活防衛意識の高まり、まとめ買い傾向



【連結業績】

(単位：百万円，％)

連 結	2020年2月期上期		2021年2月期上期		
	実 績	売 比	実 績	売 比	前 比
営 業 収 益	54,923	-	57,683	-	105.0
売 上 原 価	39,942	72.7	41,133	71.3	103.0
売上総利益	14,981	27.3	16,550	28.7	110.5
販売管理費	14,737	26.8	15,072	26.1	102.3
営 業 利 益	244	0.4	1,477	2.6	604.5
経 常 利 益	255	0.5	1,488	2.6	582.3
当期純利益	72	0.1	837	1.5	1,156.6

- ◇ 設備投資額 2,697百万 (+1,116) 減価償却費 1,215百万 (+36)
- ◇ 〔新店〕SM2 (内建替1)、ドラッグ2 〔閉店〕SM4、ドラッグ4
- ◇ 特需による収益増、販促見直し・在庫削減により利益増。
- ◇ 閉店店舗の撤去費用として、特別損失計上 282百万

【連結業績（各社別）】

（単位：百万円，％）

連 結	2020年2月期上期			2021年2月期上期		
	実 績	売 比	前 比	実 績	売 比	前 比
営 業 収 益	54,923	-	98.3	57,683	-	105.0
ヤマザワ	43,602	-	98.3	45,879	-	105.3
よねや商事	5,109	-	97.7	5,170	-	101.2
ヤマザワ薬品	6,693	-	98.9	7,122	-	106.4
経 常 利 益	255	0.5	113.7	1,488	2.6	582.3
ヤマザワ	149	0.3	114.7	1,324	2.9	887.4
よねや商事	43	0.9	51.5	△75	-	-
ヤマザワ薬品	△0	-	-	111	1.6	-
当 期 純 利 益	72	0.1	71.6	837	1.5	1,156.6
ヤマザワ	7	-	11.9	716	1.6	9,196.2
よねや商事	27	0.5	49.6	△50	-	-
ヤマザワ薬品	△3	-	-	87	1.2	-

【各社別の状況】

ヤマザワ

- 新店1（山形） / 改装2 / 閉店4
- [既存店] 売上 106.5% / 売上総利益 114.0%
- コロナ特需および平日底上げ対策により増収
- 増益傾向⇒老朽化設備の更新積極化。

よねや商事

- 新店1：大曲中央店 よねや10店舗目
- [既存店] 売上 97.1% / 売上総利益 96.9%
- 厳しい競合状況、帰省自粛・イベント中止影響大
- 新店関連費用が利益を圧迫。

ヤマザワ薬品

- 新店2（山形1/宮城1） / 閉店4
- 売上：[OTC] 104.6% [調剤] 96.4%
- [既存店] 売上 101.8% / 売上総利益 130.9%
- OTC収益増 + 調剤利益増により増益

【単体業績】

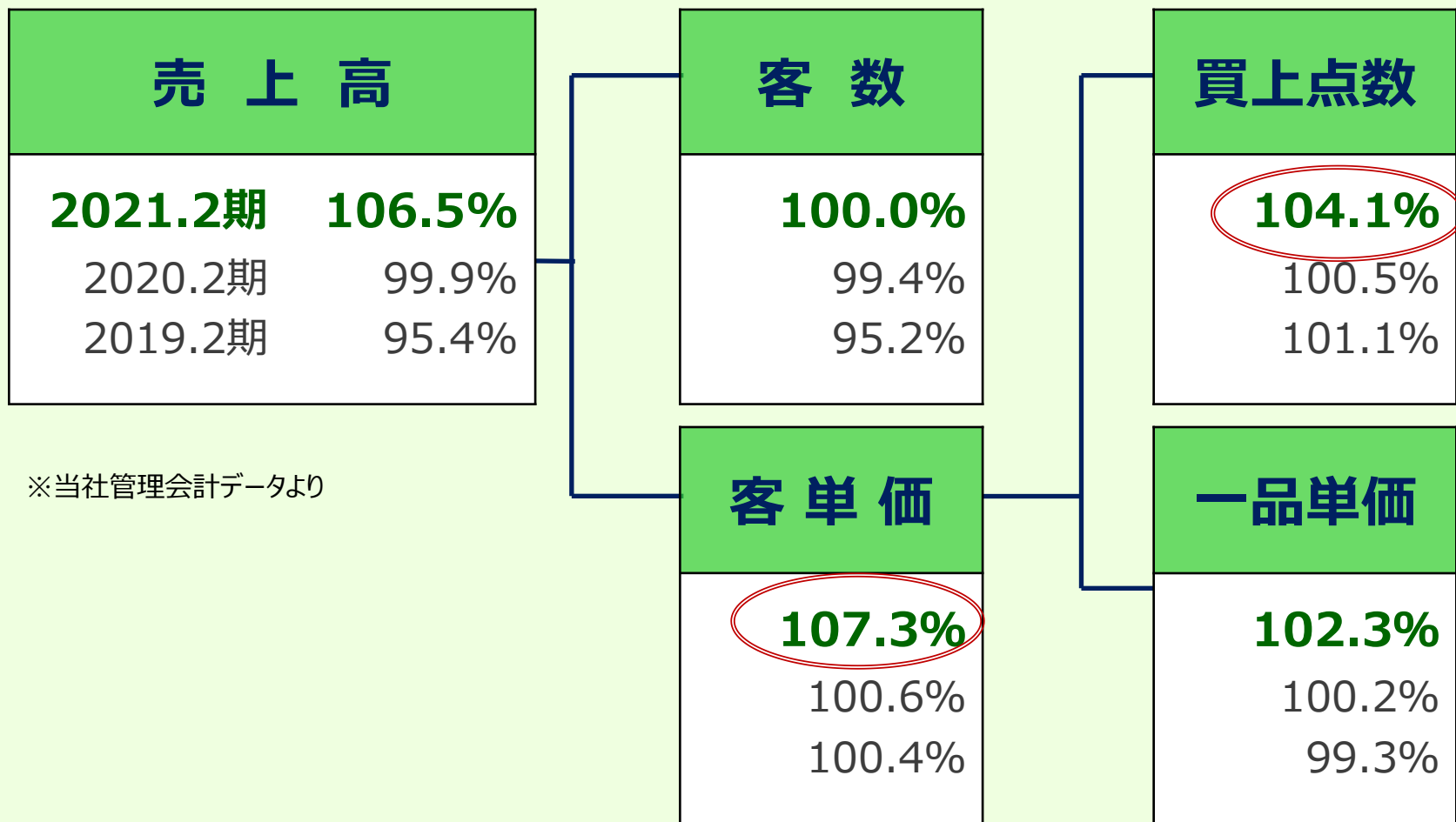
(単位：百万円，％)

単 体	2020年2月期上期		2021年2月期上期		
	実 績	売 比	実 績	売 比	前 比
売 上 高	41,582	-	43,805	-	105.3
売 上 原 価	31,701	76.2	32,637	74.5	103.0
売上総利益	9,881	23.8	11,167	25.5	113.0
販売管理費	11,755	28.3	11,914	27.2	101.3
営 業 利 益	145	0.3	1,326	3.0	914.9
経 常 利 益	149	0.4	1,324	3.0	887.4
当期純利益	7	0.0	716	1.6	9,196.2

- ◇ 設備投資額 1,977百万 (+866) 減価償却費 1,008百万 (+11)
- ◇ 新店 1 (建替) ・ 閉店 4 ・ 改装 2。店舗数△2店
- ◇ 特需による収益増、販促見直し・在庫削減により利益増。
- ◇ 閉店店舗の撤去費用として、特別損失計上 282百万

◆ 客数横ばい。買上点数上昇⇒客単価上昇が寄与

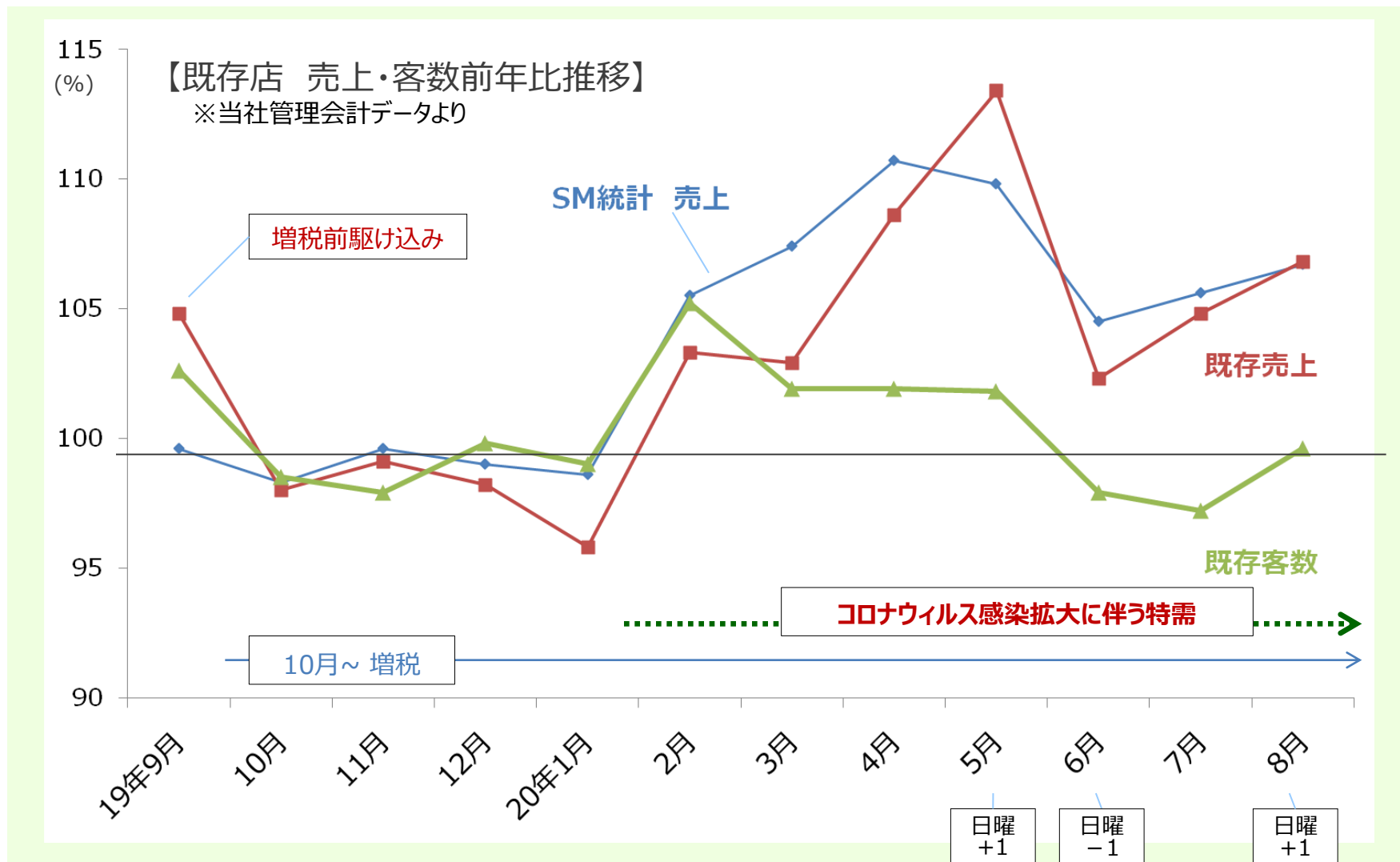
【上期累計実績】



※当社管理会計データより

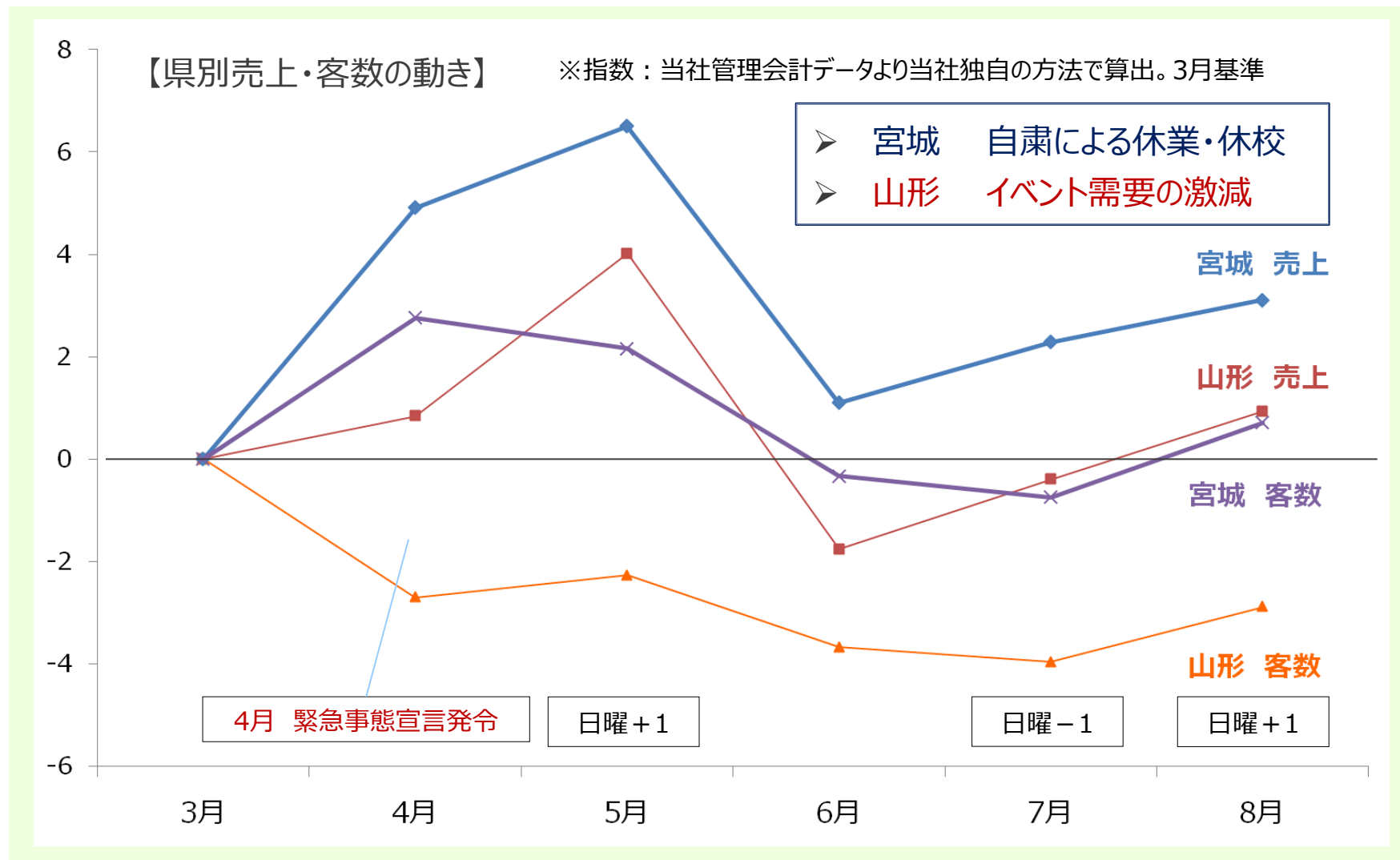
【単体】既存店 売上・客数の動向

◆ 客単価増が売上増に寄与



【単体】既存店 県別推移

◆ 宮城の好調が牽引



【単体】商品別 主要指標

◆ イベント時不調も、生鮮・グロサリーともに伸長

【生鮮・グロサリー主要指標 上期累計実績】 ※当社管理会計データより (単位：%)

	売上高 前期比	荒利高 前年比	荒利率 前年差	販促値下 前年差	見切値下 廃棄計 前年差
生 鮮 計	106.2	111.1	1.3	△0.8	△0.9
グロサリー計	105.8	109.2	0.8	△8.1	0.1
全 部 門 計	105.3	110.3	1.1	△4.9	△0.2

※表記載の「荒利率」は、仕入れ割り戻しを控除した数値

- **生鮮食品**
 - － 青果・精肉・鮮魚牽引。素材系伸長→内食化反映
 - － イベント需要（GW、お盆、地域の祭り・花火大会等）
- **グロサリー**
 - 弱みあるも、通常品需要増が下支え
 - － 日替わり中心 ⇒ 全体的なお得感

【単体】コロナ禍の分類別状況

◆「節約」「内食化」「感染回避」第1四半期顕著

	好 調	不 調
傾 向	➢ 出費の節約ができるもの ➢ 調理時間の短縮ができるもの ➢ 買い置き可能品（第2四半期弱め） ➢ 内食化・帰省自粛の影響 ➢ 使用により感染回避が見込まれるもの	➢ 外出時に指数の上がる商品 ➢ イベント時に指数の高い商品
食 品	➢ 素材系・・・青果・鮮魚・精肉 ➢ 簡便商品・・・麺・粉類・カット野菜・調理品・レンジアップ商品 ➢ 家飲み需要・・・チューハイ系・スピリッツ・チーズ ➢ 帰省自粛の影響・・・産直ギフト	➢ 惣菜・・・バラ販売品・オードブル ➢ ビール類 ➢ ガム・タブレット・子供菓子 ➢ 店頭購入のギフト類 ➢ 外食
非食品	➢ 衛生用品・・・マスク・消毒関連・ハンドソープ ➢ 清掃関連・・・漂白剤・住居洗剤 ➢ 台所関連（内食化の影響）	➢ 化粧品・頭髮品 ➢ 衣料品 ➢ 行楽関連商品 ➢ 店頭購入のギフト類

【単体】 販売管理費の状況

◆ 設備費・販売費増加も荒利高増加で補う

【販売管理費 上期累計実績】

(単位：百万円，%)

	2020年2月期上期			2021年2月期上期		
	実 績	売 比	前 比	実 績	売 比	前 比
販 売 費	1,320	3.2	94.4	1,348	3.1	102.2
人 件 費	5,397	13.0	98.1	5,374	12.3	99.6
設 備 費	4,334	10.4	95.8	4,497	10.3	103.8
管 理 費	703	1.7	98.2	693	1.6	98.6
販 管 費 計	11,755	28.3	96.8	11,914	27.2	101.3

※当社管理会計データより

(荒利高前年比：105.3%)

◆ 光熱費大幅減、ポイント費用・営繕関連費用増

【販売管理費増減】

(単位：百万円)

主要な科目		前年差	要 因
販売費 +28	販促関連	△78	▶ チラシ運用見直し、店舗閉店の影響 ▶ お盆抽選会の中止（感染回避対策）
	ポイント	+124	▶ 平日・金曜の底上げ
人件費 -22	給 与	△10	▶ パート社員減少→アルバイト増、店舗閉店の影響
	賞 与	△10	▶ 業績連動
設備費 +162	家 賃	+10	▶ 新店分増（前期9月以降実施分）
	光 熱 費	△116	▶ 燃料価格下落反映。 ▶ 春先の気温上昇・一部LED化による使用量減。
	減価償却費	+11	▶ 新店、改装 + 既存設備更新優先
	修 繕 費	+66	▶ 改装 + 既存設備更新優先
	消耗品費	+138	▶ 法対応（クレジット関連端末交換）

※当社管理会計データより。前年差の合計は、科目合計と一致しない。

◆ 新規出店：4店、改装：ヤマザワ2店

新規出店

➤ **スーパーマーケット事業：2店舗 山形1/秋田1**

よねや大曲中央店 (秋田県大仙市) 2020年3月

ヤマザワ鶴岡茅原店 (山形県鶴岡市) 2020年5月

➤ **ドラッグストア事業：2店舗 山形1/宮城1**

ドラッグ鶴岡茅原店 (山形県鶴岡市) 2020年5月

調剤吉成店 (宮城県仙台市) 2020年6月

改装

➤ **スーパーマーケット事業：2店舗 山形2**

ヤマザワ鶴岡店 (山形県鶴岡市) 2020年4月

ヤマザワ成沢店 (山形県山形市) 2020年8月

新規出店①

◆【よねや新店舗】大曲中央店（秋田県大仙市）

〔店舗概要〕

- 売場面積 320坪
- 延床面積 528坪
- 敷地面積 1,120坪
- 駐車台数 60台

3/26オープン

※各種イベントは自粛の上開店



よねや 10店舗目



オープンキッチン



ベーカリー売場



米飯の充実

新規出店②

◆【ヤマザワ新店舗】鶴岡茅原店（山形県鶴岡市）

〔店舗概要〕

- 売場面積 522坪
- 延床面積 904坪
- 敷地面積 9,442坪
- 駐車台数 455台

5/21 旧鶴岡宝田店からの**移転・建替**

※各種イベントは自粛の上開店



ドラッグ・ホームセンター併設



地場野菜・地元商品強化



新規取扱「平田牧場」



ベーカリー新設

閉店 上期の状況

◆ 経営効率化および建替のため、8店舗閉店実施

閉店

➤ ヤマザワ : 4店舗 山形2/宮城2※

鶴岡宝田店	(山形県鶴岡市)	2020年5月 (建替)
泉ヶ丘店	(宮城県仙台市)	2020年6月
高砂店	(宮城県仙台市)	2020年7月
谷地店	(山形県河北町)	2020年8月 (建替)

※8月31日閉店の「愛島店」(宮城県名取市)を除く

➤ ヤマザワ薬品 : 4店舗 山形3/宮城1

鶴岡宝田店	(山形県鶴岡市)	2020年5月 (建替)
鶴岡店	(山形県鶴岡市)	2020年7月
愛島店	(宮城県名取市)	2020年7月
谷地店	(山形県河北町)	2020年8月 (建替)

◆[新規] SM2/ドラッグ2 [閉店] SM4/ドラッグ4

セグメント/地域			山 形			宮 城			秋 田			合 計		
S M 事 業			41 			20 			10 			71 (△2)		
新店	閉店	改装	1	2	2	0	2	0	1	0	0	2	4	2
ドラッグ事業			51 			20 			—			71 (△2)		
新店	閉店	改装	1	3	0	1	1	0				2	4	0
地 域 別 合 計			92 			40 			10 			142 (△4)		
新店	閉店	改装	2	5	2	1	3	0	1	0	0	4	8	2

1. 2020年8月末時点の状況。括弧内は、前期末からの増減。
2. 8月末日閉店の「ヤマザワ愛島店」を含む稼働店舗数

3. 通期の見通し

2021年2月期 通期連結業績見通し

単位：百万円 %

連 結	2020年2月期 実績 〔SM73店舗 ドラッグ73店舗〕			2021年2月期 予想 〔SM70店舗 ドラッグ72店舗〕			
	上 期	下 期	通 期	上 期	下 期	通 期	前 比
営 業 収 益	54,923	54,786	109,709	57,683	55,317	113,000	103.0
営 業 利 益	244	383	627	1,477	223	1,700	271.0
経 常 利 益	255	443	698	1,488	312	1,800	257.7
当期純利益	72	△292	△220	837	△137	700	－

コロナ収束不透明・・・店舗閉店、テナント撤退等リスクへの懸念、経営への影響未知数

- **売 上**
 - － **スーパーマーケット事業**： 新店3（上期2、下期1）、閉店6
 - － ヤマザワ既存店下期 売上107%、荒利108%で計画。
 - － **ドラッグストア事業**： 新店3（上期2、下期1）、閉店4
- **営業利益**
 - － 利益：年末およびイベント需要減を既存店活性化でカバー。
 - － 経費：設備費増予測。既存店へ積極的に投資。
 - － 投資：今期50億予定（新店・改装30億、その他修繕投資20億）
- **当期純利益**
 - － 閉店分の除却損計上を想定

株主還元政策

2021年2月期 中間配当金 13.5円見込み

2021年2月期 年間配当金 27円予想

1株当り 配当金推移	2017年 2月期 実績	2018年 2月期 実績	2019年 2月期 実績	2020年 2月期 実績	2021年 2月期 予想
中間配当金	16.5	16.5	16.5	13.5	13.5
期末配当金	16.5	16.5	13.5	13.5	13.5
年間配当金	33.0	33.0	30.0	27.0	27.0
配当性向	26.4	92.3	—	—	42.0

4. 2021年2月期 下期 考え方

◆ 厳しい収益状況の中、増益に向けて

外部環境

- コロナ対策の変化
 - 行動対策 ⇒ 経済拡大対策
- 消費行動
 - 内食・低価格+適時・適量
 - 感染回避の基本行動継続
 - 帰省自粛・イベント中止

内部環境

- 客数への影響
 - 来店頻度減、外出機会増
- 客単価への影響
 - 特需の一服。買上点数低下
 - イベント関連需要低下
- 店舗数減

規制緩和後も続く制約の中で、安定的利益確保

- **既存店荒利高確保と在庫削減・経費圧縮で増益目指す**
- 既存店活性化により収益維持。下期売上107%、荒利108%
 - ヤマザワのファンづくり = 毎日の売場の重要性：品揃え、魅力
 - 客数低下抑制と客単価増（買上点数増と付加価値）

◆ お客様の支持獲得 + 効率的運営 = 強い店づくり

➤ 平日の底上げ策

- **平日・金曜の対応継続**
 - ・ 金曜効果 > 日曜影響。特に宮城

➤ 買上点数向上、利益対策

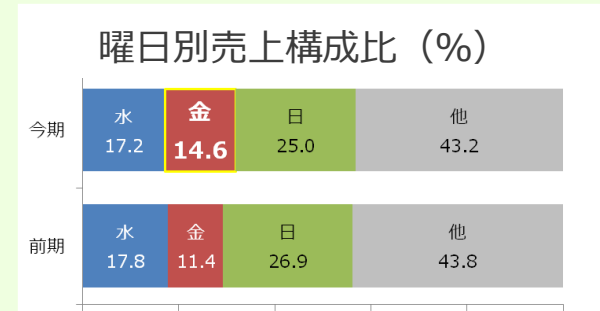
- **安さの打ちだし・常時の買いやすさ** ⇒ 「スペシャルプライス」
 - ・ ポイントに次ぐ競争手段。下期品目増（200品 ⇒ 300品）

➤ お客様への価値提供（品揃え・買いやすさ）

- 目的別商品展開（部門横断）： 新店実績あり ⇒ 既存店へ
- 付加価値：生鮮素材（地元の食材）による惣菜商品化

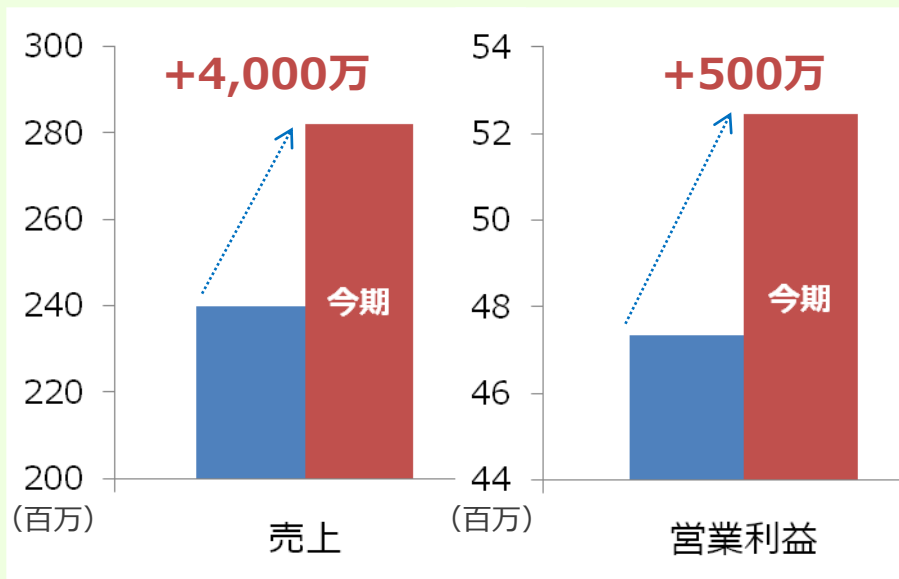
➤ 荒利改善と業務効率化 **売上総利益 下期+3億（既存店+8億）**

- 日替商品の価格・販売方法見直し ⇒ **極端な荒利低下回避**
- **欠品の防止**（全社改善活動） ⇒ **機会ロス削減**
- 在庫の適正化 **今期5億削減** ⇒ 後方作業の**負担軽減**



◆ 産直・地元商品ギフト強化 新規取り組みでプラス

【パンフレット予約商品実績（3月～9月）】



－ コロナ禍で伸び顕著

- － 帰省自粛の影響・露出拡大で大幅伸長
- － 新規取り組み
・芋煮セット・新米ギフト等
- － ホームページと連動
・予約増加に貢献



芋煮セット：
前年の7倍



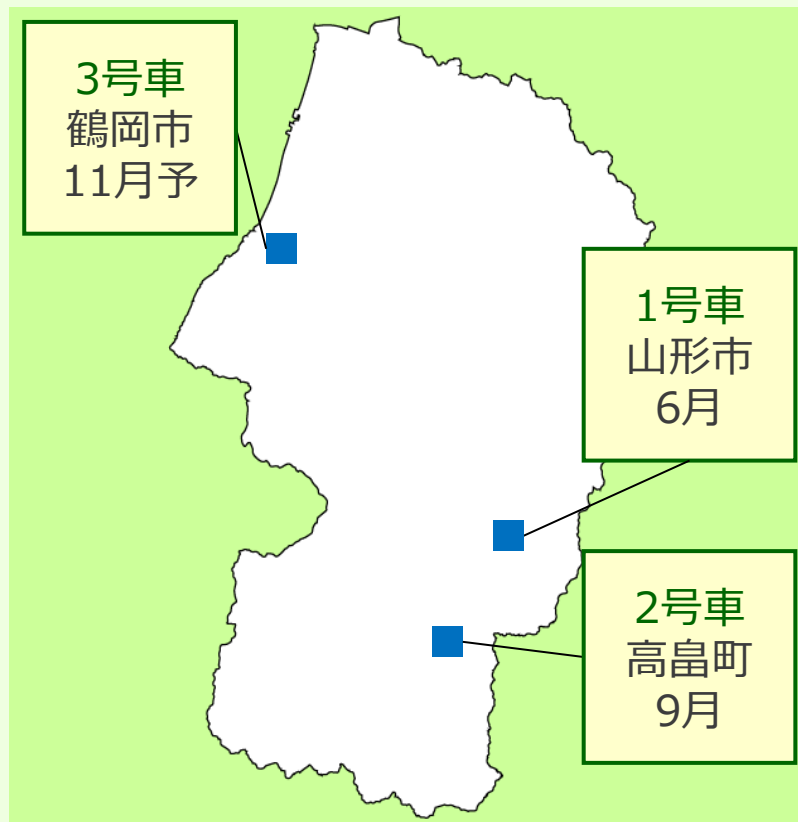
新米：
新規取り組み

下期：売上 + 5,000万 営業利益 + 600万

◆「とくし丸」事業 6月より山形県内で開始



- 取扱品目：
400種類
1,100点
- 週6日稼働



「買物困難地域」への支援 新たな需要開拓

◆ 既存店活性化。修繕費・償却費増は荒利で吸収

【販売管理費 下期予測】 102% (+3億)

(単位：百万)

主要な科目		増 減	要 因
販売費	販 促 関 連	± 0	➢ チラシ紙面縮小、店舗閉店影響 ➢ 抽選会の中止（感染回避対策）
	ポ イ ン ト		➢ 平日・金曜の底上げ策継続
人件費	給 与	± 0	➢ 店舗閉店影響 + 既存店の売上連動分
設備費 +300	減 価 償 却 費	+200	➢ 新店1（建替）、改装1 ➢ 新店、改装 + 既存設備更新優先
	修 繕 費		➢ 店の環境整備の為の投資。空調・照明等
	消 耗 品 費	+100	➢ 法対応（クレジット関連端末交換）

5. 中期経営計画 関連報告

(2020年2月期～2022年2月期)

計数実績と見通し

【中期経営計画 計数・予測】

	2020年2月期		2021年2月期		2022年 2月期
	当初計画	実績	当初計画	予想	当初計画
営業収益	110,000	109,709	112,000	113,000	115,000
経常利益	700	698	1,120	1,800	1,650
経常利益率	0.6	0.6	1.0	1.6	1.4
S M 店舗数	74	73	75	70	77
(ヤマザワ店舗数)	65	64	65	60	67
S M 出店数	2	1	4	3	3
S M 閉店数	2	2	3	6	2

- 不採算店舗の閉店を進めたこととコロナ特需の反動で、2022年2月期の収益・利益は当初計画を下回る見通し。
- 来期増収・増益へのハードル高いが、経常利益率目標は達成可能
- 引き続き、老朽化設備の更新を含めた既存店の活性化に注力

ご清聴ありがとうございました

お問い合わせ

株式会社 ヤマザワ

経営企画室

kanri@yamazawa.co.jp

参 考 資 料

2021年2月期 上期 損益管理表

単位：百万円、%

連 結	2020年2月期上期		2021年2月期上期		
	実 績	売 比	実 績	売 比	前 比
営 業 収 益	54,923	-	57,683	-	105.0
売 上 原 価	39,942	72.7	41,133	71.3	103.0
売 上 総 利 益	14,981	27.3	16,550	28.7	110.5
販 売 費 及 び 一 般 管 理 費	14,737	26.8	15,072	26.1	102.3
営 業 利 益	244	0.4	1,477	2.6	604.5
営 業 外 収 益	33	0.0	45	0.1	134.4
営 業 外 費 用	22	0.0	34	0.1	151.9
経 常 利 益	255	0.5	1,488	2.6	582.3
当 期 純 利 益	72	0.1	837	1.5	1,156.6

2021年2月期 上期 損益管理表

単位：百万円、%

単 体	2020年2月期上期		2021年2月期上期		
	実 績	売 比	実 績	売 比	前 比
売 上 高	41,582	-	43,805	-	105.3
売 上 原 価	31,701	76.2	32,637	74.5	103.0
売 上 総 利 益	9,881	23.8	11,167	25.5	113.0
販 売 費 及 び 一 般 管 理 費	11,755	28.3	11,914	27.2	101.3
営 業 利 益	145	0.3	1,326	3.0	914.9
営 業 外 収 益	23	0.1	23	0.1	100.5
営 業 外 費 用	19	0.0	25	0.1	133.2
経 常 利 益	149	0.4	1,324	3.0	887.4
当 期 純 利 益	7	0.0	716	1.6	9,196.2

2021年2月期 上期 貸借対照表

自己資本比率：56.6%（前年差 +1.4%）

単位：百万円、%

連 結		2020年2月期上期		2021年2月期上期	
		実 績	構成比	実 績	構成比
流 動 資 産		14,748	28.5	13,530	26.5
	現 金 預 金	8,203	15.8	7,150	14.1
	商 品 製 品	4,379	8.5	3,862	7.6
固 定 資 産		37,070	71.5	37,509	73.5
	有形固定資産	31,646	61.1	32,179	63.0
資 産 合 計		51,819	100.0	51,040	100.0
流 動 負 債		19,121	36.9	18,210	35.7
	支 払 債 務	9,311	18.0	7,974	15.6
固 定 負 債		4,101	7.9	3,963	7.7
純 資 産		28,596	55.2	28,866	56.6
有 利 子 負 債		3,910	7.5	3,905	7.7

2021年2月期 上期 貸借対照表

自己資本比率：62.7%（前年差 +2.0%）

単位：百万円、%

単 体		2020年2月期上期		2021年2月期上期	
		実 績	構成比	実 績	構成比
流 動 資 産		8,981	20.7	8,017	18.9
	現 金 預 金	5,573	12.9	4,661	11.0
	商 品 製 品	2,150	5.0	1,874	4.4
固 定 資 産		34,308	79.3	34,464	81.1
	有形固定資産	27,861	64.4	28,272	66.6
資 産 合 計		43,290	100.0	42,482	100.0
流 動 負 債		14,477	33.4	13,743	32.3
	支 払 債 務	6,929	16.0	5,855	13.8
固 定 負 債		2,542	5.9	2,116	5.0
純 資 産		26,270	60.7	26,621	62.7
有 利 子 負 債		1,845	4.3	1,435	3.4

単体 : 県別売上・店舗数推移

新 店 1 / 閉 店 4 / 改 装 2

		2019年2月期上期			2020年2月期上期			2021年2月期上期		
		出店	退店	店数	出店	退店	店数	出店	退店	店数
山形県	店舗数	1	1	43	0	1	42	1	2	41
	売上高	28,861	前比 97.2		28,763	前比 99.7		29,939	前比 104.1	
宮城県	店舗数	0	0	24	0	0	22	0	2	20
	売上高	13,486	前比 94.8		12,818	前比 95.0		13,865	前比 108.2	
合 計	店舗数	1	1	67	0	1	64	1	4	61
	売上高	42,347	前比 96.5		41,582	前比 98.2		43,805	前比 105.3	

※2020年8月末時点の状況。

No	社 名	VC	店舗数	食品販売高	シェア	前年比
1	ヤマザワ	ニチリウ	42	50,577	24.8	0.0
2	ヨークベニマル	7&i	22	37,269	18.3	0.1
3	イオン東北	イオン	24	23,610	11.6	-0.3
4	イオンリテール	イオン	7	17,228	8.5	0.1
5	おーばん	CGC	12	15,776	7.7	0.2
6	生協（共立社）		10	14,536	7.1	0.0
7	主婦の店鶴岡	CGC	8	7,509	3.7	-0.2
8	トー屋	CGC	8	5,763	2.8	0.0
9	うめや	CGC	6	5,006	2.5	0.0
10	本間物産(株)		7	4,822	2.4	0.0
	その他		40	21,534	10.6	0.1
	計		184	203,628	100.0	-
人口（人）	1,082,296	-1.2%	食品市場規模	3,515億	7.3%	
世帯数	417,088	0.4%	内スーパー-食品販売高	2,036億	-0.4%	

No	社 名	VC	店舗	食品販売高	シェア	前年比
1	ヨークベニマル	7&i	60	90,396	21.2	-0.4
2	みやぎ生協		51	77,385	18.2	-0.2
3	ウジエスーパー	CGC	31	33,141	7.8	0.0
4	イオンリテール	イオン	12	28,714	6.7	-0.1
5	マックスバリュ南東北	イオン	18	28,076	6.6	0.2
6	(同)西友		18	23,380	5.5	0.0
7	ヤマザワ	ニチリウ	22	23,049	5.4	-0.2
8	イオンSC	イオン	6	16,200	3.8	0.0
9	フレスコ	CGC	10	11,699	2.7	0.1
10	イトーチェーン	CGC	9	11,390	2.7	-0.1
	その他		97	82,229	19.4	-0.3
	計		334	425,659	100.0	

人口（人）	2,303,098	-0.5%	食品市場規模	8,532億	6.3%
世帯数	1,006,676	0.9%	内スーパー食品販売高	4,257億	0.8%

単位：百万円、%

No	社 名	VC	店舗	食品販売高	シェア	前年比
1	伊 徳	CGC	22	40,568	18.1	0.2
2	イ オ ン 東 北	イオン	38	37,318	16.6	-0.7
3	タ カ ヤ ナ ギ	CGC	15	21,550	9.6	0.2
4	イ オ ン S C	イオン	6	17,580	7.8	-0.1
5	ナ イ ス		10	15,575	6.9	0.5
6	イ オ ン リ テ ー ル	イオン	7	13,419	6.0	0.0
7	中 央 市 場	AJS	8	10,925	4.9	-0.2
8	よ ね や 商 事		9	9,458	4.2	0.0
9	コ ー プ あ き た		2	8,445	3.8	0.1
10	バ ザ ー ル		5	7,125	3.2	0.0
	そ の 他		38	42,598	18.9	0.0
	計		160	224,560	100.0	

人口（人）	985,416	-1.5%	食 品 市 場 規 模	3,229億	-4.6%
世 帯 数	425,547	-0.1%	内スーパー-食品販売高	2,246億	0.3%

東北 主要S M 店舗数

ヤマザワ 64



山形 42

宮城 22

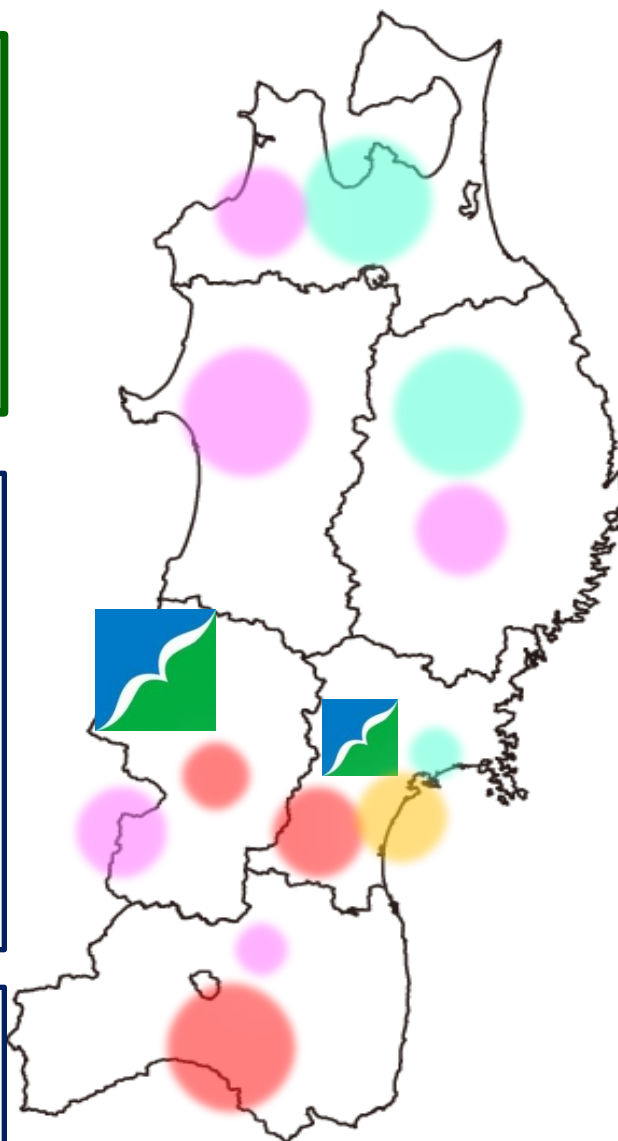
ヨークベニマル 232

山形 22

宮城 60

福島 78

みやぎ生協 51



アークス

ユニバース 58

青森 38

岩手 19

秋田 1

ベルジョイス 58

岩手 50

青森 1

宮城 7

イオン系

(MV各社、スーパー
センター含む)

青森 31 岩手 21

秋田 51 宮城 37

山形 31 福島 17