

2022年2月期

(2021年2月21日～2022年2月20日)



決算説明資料

・ 2021年度業績結果（総括）	P2
・ 2021年度業績結果（連結）	P3～15
・ 2021年度業績結果（単体）	P16～23
・ 2022年度計画	P24～28
・ 課題認識と主な取組み	P29～45
・ 配当と自己株消却	P46
・ 補足資料（連結）	P47～50
・ 補足資料（単体）	P51～56
・ 補足資料（業績予想）	P57～62

平和堂は、4月4日よりプライム市場に移行

株式会社 平和堂
決算発表2022年4月5日

■ 決算総括

➤ 連結 増収増益

- 【営業収益】 増収（2期連続増） 過去最高
- 【営業利益】 増益（2期連続増） 過去二番目
- 【経常利益】 増益（2期連続増） 過去最高
- 【当期純利益】 増益（2期連続増） 過去最高

※当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益

➤ 単体 減収増益

- 【営業収益】 減収（9期ぶり減転） 過去二番目
(前期過去最高)
- 【営業利益】 増益（2期連続増） 過去最高
- 【経常利益】 増益（2期連続増） 過去最高
- 【当期純利益】 増益（2期連続増） 過去最高

業績結果(連結)

■ 連結経営成績 2022年2月期（年間）

増収増益

- **収益面** 国内食品小売業は、引き続き「巣ごもり消費」により堅調であったことに加え、前期に苦戦した中国百貨店事業・国内飲食事業・国内衣料品小売事業の一定の回復により増収
- **利益面** 連結子会社の営業収益改善による利益回復及び経費見直しによる損益分岐点の低下 人件費においては生産性改善による人件費抑制と前期の特別感謝金・賞与支給反動により増益

（単位：百万円、％）

	2020/2	2021/2	2022/2		
	実績	実績	実績	前期比	前期差
営業収益	433,641	439,326	439,740	100.1	414
営業利益	10,463	14,037	15,362	109.4	1,325
経常利益	11,380	15,053	16,952	112.6	1,898
親会社株主に 帰属する当期純利益	6,101	9,724	10,647	109.5	922

■ 連結業績概況 2022年2月期 四半期推移

- 第1四半期 前期の日本国内・中国活動自粛の反動影響
- 第2・3四半期 緊急事態宣言による営業制限により低調
- 第4四半期 変異株拡大による「巣ごもり消費」の高まり

(単位：百万円、%)

		第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期
営業収益	実績	104,911	111,049	106,746	117,032
	前期比	103.8	99.8	98.3	98.8
営業利益	実績	2,896	4,157	2,809	5,498
	前期比	187.9	97.4	83.9	112.7
経常利益	実績	3,243	4,416	3,173	6,118
	前期比	187.2	94.1	89.4	120.5
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	実績	2,038	3,110	2,121	3,376
	前期比	550.6	89.5	85.3	99.6

■ 連結 主要会社別業績 営業収益

(単位：百万円、%)

	2020/2	2021/2	2022/2		
	実績	実績	実績	前期比	前期差
(株)平和堂	374,841	389,765	388,461	99.7	△1,303
連結子会社計	104,895	99,948	101,992	102.0	2,043
平和堂(中国)	27,867	23,129	24,461	105.8	1,332
(株)ベストーネ	26,076	31,083	31,796	102.3	712
(株)ナショナルメンテナンス	8,814	9,069	9,153	100.9	84
(株)ファイブスター	11,101	8,014	8,265	103.1	251
(株)丸善	6,751	6,900	6,629	96.1	△270
(株)ダイレクトショップ°	6,561	6,840	6,044	88.4	△796
(株)エール	6,320	6,517	6,761	103.7	243
(株)シーオーエム	2,870	3,100	3,310	106.8	210
富山フューチャー開発(株)	2,302	2,480	2,711	109.3	231
(株)ヤナゲン	2,433	889	937	105.3	47

■ 連結 主要会社別業績 経常利益

(単位：百万円、%)

	2020/2	2021/2	2022/2		
	実績	実績	実績	前期比	前期差
(株)平和堂	10,909	15,071	15,179	100.7	108
連結子会社計	1,700	1,109	2,255	203.3	1,146
平和堂(中国)	1,326	816	1,127	138.1	311
(株)ベストーネ	4	176	459	260.7	283
(株)ナショナルメンテナンス	330	331	369	111.3	37
(株)ファイブスター	229	△407	△300	—	106
(株)丸善	△42	51	34	67.4	△16
(株)ダイレクトショップ°	△238	△115	△182	—	△67
(株)エール	△35	△30	132	—	163
(株)シーオーエム	138	260	288	110.8	28
富山フューチャー開発(株)	△295	△169	42	—	211
(株)ヤナゲン	115	200	214	106.9	13

■ 連結設備投資状況

- 単体「新設店舗」は、スーパー業態、前期3店舗、今期1店舗
- 単体「改装」は前期コロナ禍により延期した反動
- 単体「IT」はDX推進（HOPウォレット導入、生産性改善のシステム・機器導入）
- 連結子会社は、前期、外壁塗装、修繕等が増加

(単位：百万円)

			2020/2	2021/2	2022/2	
			実績	実績	実績	前期差
連結			21,569	12,278	9,336	△2,942
単体			11,305	10,530	8,876	△1,654
	新設店舗		2,617	4,424	472	△3,952
	既存 店舗	改装	2,308	1,212	2,217	1,005
		修繕	1,876	1,750	1,870	120
	その他	IT	1,284	2,072	2,489	417
		その他	3,220	1,072	1,496	424
連結子会社			10,264	1,748	792	△956

■ 連結投資内容(設備投資関連)

新店投資



フレンドマート草津大路店（滋賀県）（4月2日）



CoCoRoPlus
平和堂SC外出店 3.4店舗目
イオンタウン千種
（愛知県5月28日）
テラッソ姫路
（兵庫県10月30日）



ダイレクトショップ
エニタイムフィットネス
2店舗出店



シーオーエム
ケンタッキー・フライド・チキン 2店舗出店
サーティワンアイスクリーム 1店舗出店

■ 連結投資内容(店舗改装投資関連)

改装投資

- 食品改装については2014年度から2021年度まで、計画的に実施し、延べ107店舗の改装を実施 堅調な食品業績の主要因となっている
- 2021年度以降は、**第2ステップ**として、**衣料品住居関連品・テナント・コミュニティーゾーン**といったショッピングセンター全体の付加価値を高める改装を進める

アル・プラザ鶴見 衣住改装



アル・プラザ武生 食品大改装＋ 地域サロン おとなReスペース 設置



- 従来の碁盤の目のレイアウトから曲線を多用した通路設定に変更
天井の意匠含め感度の高い売場へ。書店テナントと文具売り場コラボ

■ 連結投資内容（IT関連投資）

◆AI需要予測発注 日配品全店導入

- 発注業務生産性向上
- 発注業務時間90%削減を目標



◆HOPウォレット利用開始

HOP WALLET
いつでもチャージ、いつもスムーズ。
スマホでHOPマネーをチャージ！
お支払いもできる便利なアプリ

アプリでできる スマホでチャージ

ご本人様名義の銀行口座（滋賀銀行）かクレジットカード（HOP-VISAカード）をご登録いただくと、アプリでHOPマネーチャージができます。
※銀行口座からはオートチャージもできます。
※ただいま銀行口座振替チャージには滋賀銀行、クレジットチャージにはHOP-VISAカードがご利用いただけます。
※店頭設置のチャージ機にて現金チャージも可能です。



アプリでできる スマホでお支払い

アプリに表示されるバーコードをレジにてご提示いただくと、アプリでHOPマネー決済ができます。
※平和堂直営レジでのご利用が可能です。
※アプリご提示で現金でのお支払いも可能です。



アプリでできる スマホで残高確認

ホーム画面でいつでもどこでも残高確認ができます。
※MyHOPにも毎回のログインが不要です。

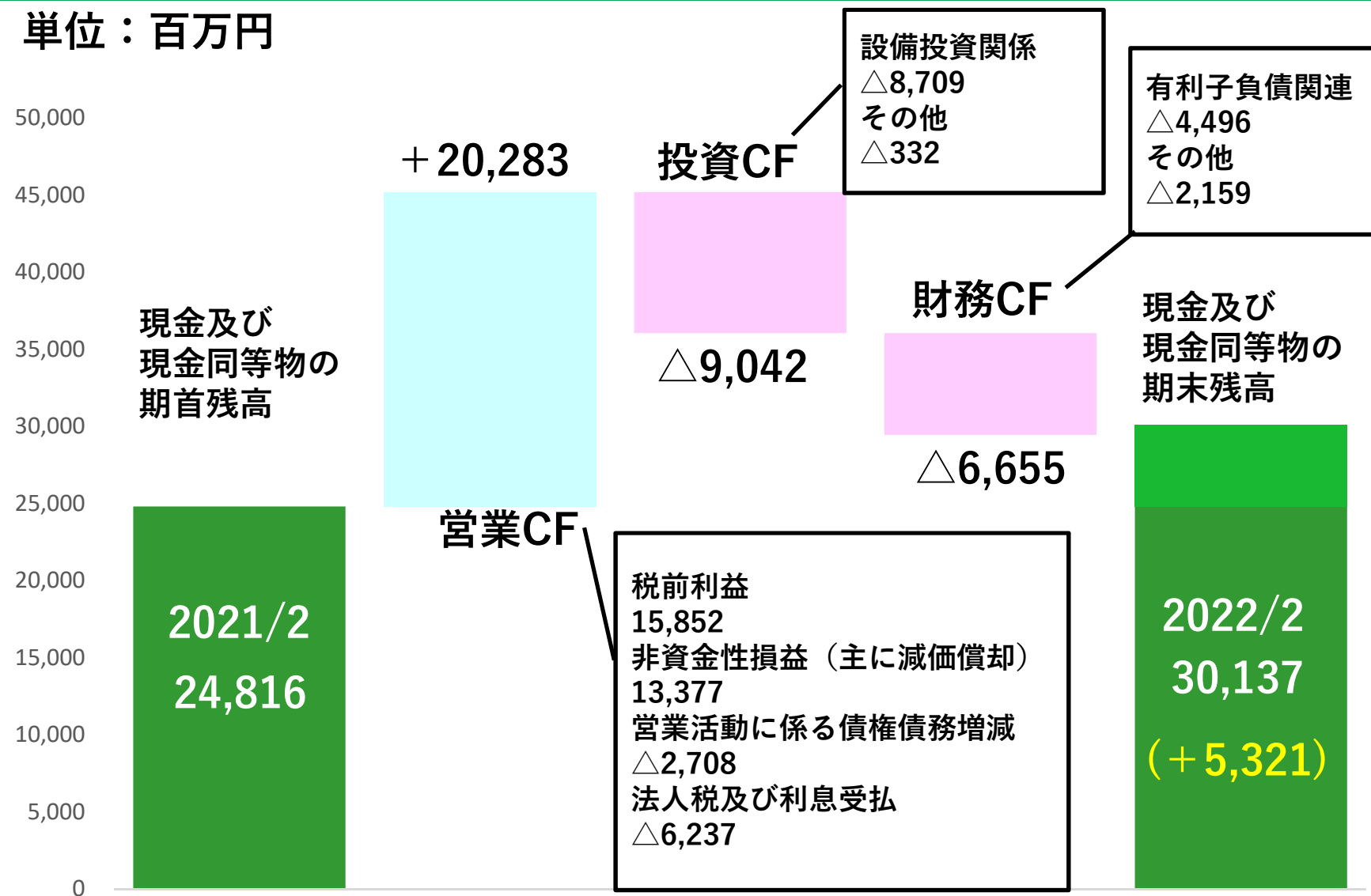


今後、

- レジでの決済時間短縮
- 販促手段の多様化
- チャージ手段拡大 * 滋賀銀行、HOPVISAからのチャージでスタート

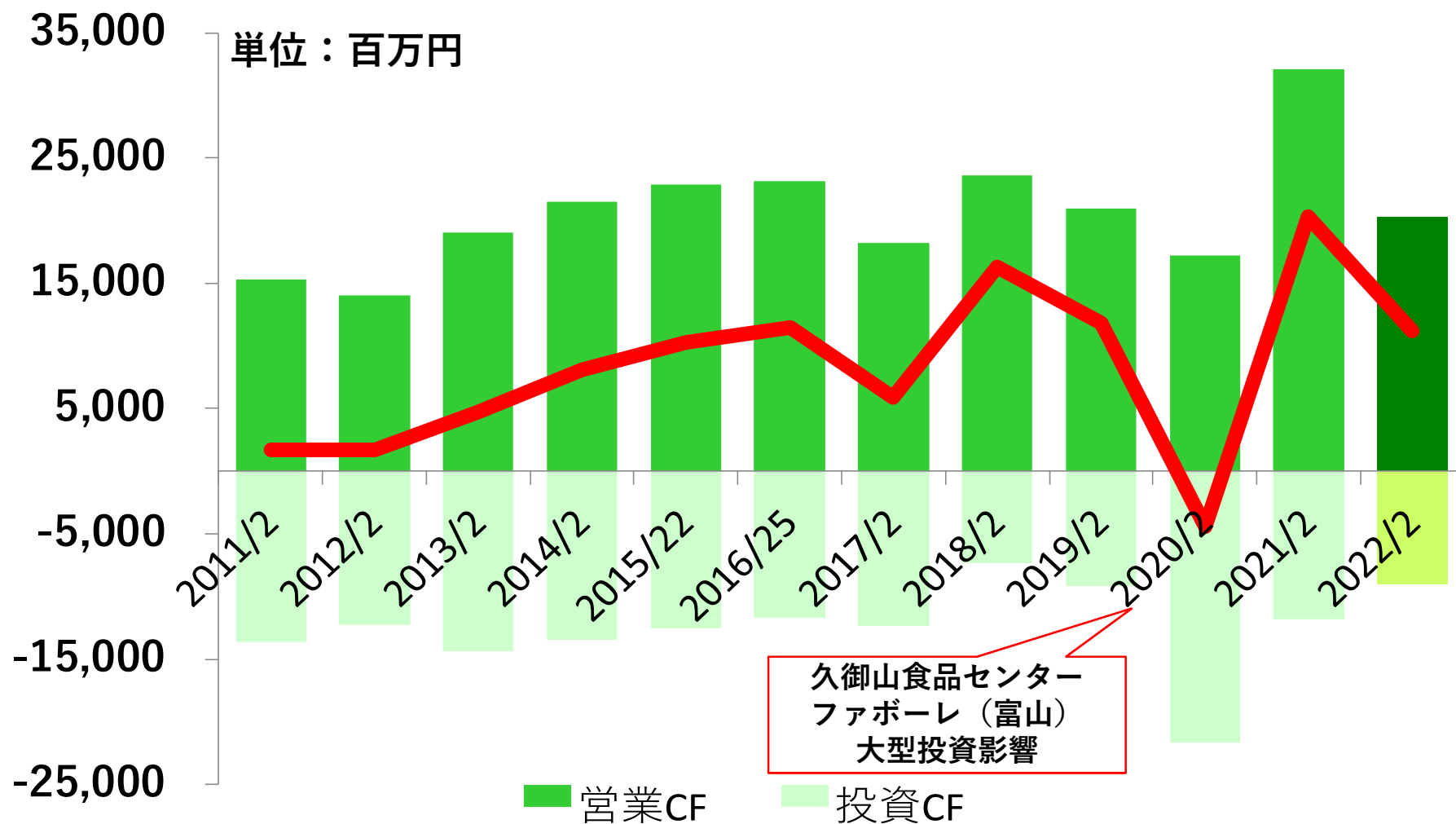
連結キャッシュフロー

単位：百万円



■ 連結フリーキャッシュフローの推移

- 前期に引き続き高い利益水準によりフリーCFは高い水準
- 2023年2月期、2024年2月期と続く大規模投資に備える



■ 連結経営指標

(単位：円、%)

	2020/2	2021/2	2022/2
営業収益営業利益率	2.4	3.2	3.5
営業収益経常利益率	2.6	3.4	3.9
自己資本当期純利益率(ROE)	3.9	6.0	6.2
総資産経常利益率(ROA)	3.9	5.1	5.7
1株当たり当期純利益(EPS)	116.32	185.41	203.00
1株当たり配当金(DPS)	35	38	42
配当性向(DPS ÷ EPS)	30.1	20.5	20.7
1株当たり純資産(BPS)	3,011.81	3,156.74	3,340.18
自己資本	157,968	165,567	175,188
自己資本比率	53.2	55.6	58.5
有利子負債比率	29.6	21.0	17.3
ネット有利子負債比率	15.3	3.8	△2.6

有利子負債比率 = 有利子負債 ÷ 自己資本 ネット有利子負債比率 = (有利子負債 - 現金・預金) ÷ 自己資本

■ 連結 会社別コロナ関連 特別利益

(単位：百万円、%)

	2022/2
	実績
連結合計	1,139
平和堂	513
(株)ファイブスター	443
(株)ユーイング	68
(株)エール	38
(株)シーオーエム	36
(株)ダイレクトショップ	34
舞鶴流通産業(株)	3
富山フューチャー開発(株)	2

- 新型コロナウイルス感染症による緊急事態宣言発出に伴う、休業要請・営業時間短縮要請に応じたことによる行政からの協力金は、特別利益として計上
- コロナ関連特別損失は、22百万円(前期213百万円)
- コロナにより失われた営業収益は、2,200百万円(単体1,780百万円)

業績結果(単体)

■ 単体経営成績 2022年2月期 (年間)

減収増益

- 前期に引き続き「巣ごもり」により食品は堅調な業績 緊急事態宣言発出による、休業要請・時短営業の影響として△1,780百万円
- 販売管理費は、前期に発生した特別感謝金・特別賞与関連経費（1,660百万円）の反動により前期を下回る
- 特別利益は、時短協力金として513百万円計上

(単位：百万円、%)

	2020/2	2021/2	2022/2		
	実績	実績	実績	前期比	前期差
営業収益	374,841	389,765	388,461	99.7	△1,303
営業利益	9,604	13,558	13,816	101.9	258
経常利益	10,909	15,071	15,179	100.7	108
当期純利益	8,216	9,486	9,965	105.0	479

■ 単体業績概況 2022年2月期 四半期推移

- 第4四半期は、前期の特別賞与支給反動により大幅増益

(単位：百万円、%)

		第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期
営業収益	実績	91,648	98,413	95,495	102,904
	前期比	100.7	99.4	99.5	99.2
営業利益	実績	2,442	3,753	2,742	4,877
	前期比	99.4	88.3	92.7	125.3
経常利益	実績	3,080	3,917	3,026	5,155
	前期比	86.5	86.5	99.5	130.7
四半期 純利益	実績	2,058	2,706	2,207	2,992
	前期比	86.1	82.2	112.4	163.0

■ 単体 商品別売上高

- 前期に引き続き「巣ごもり消費」が年間を通じて発生するも前期を上回ることは無かった
- 衣料品はコロナ下においても一定の需要が回復した

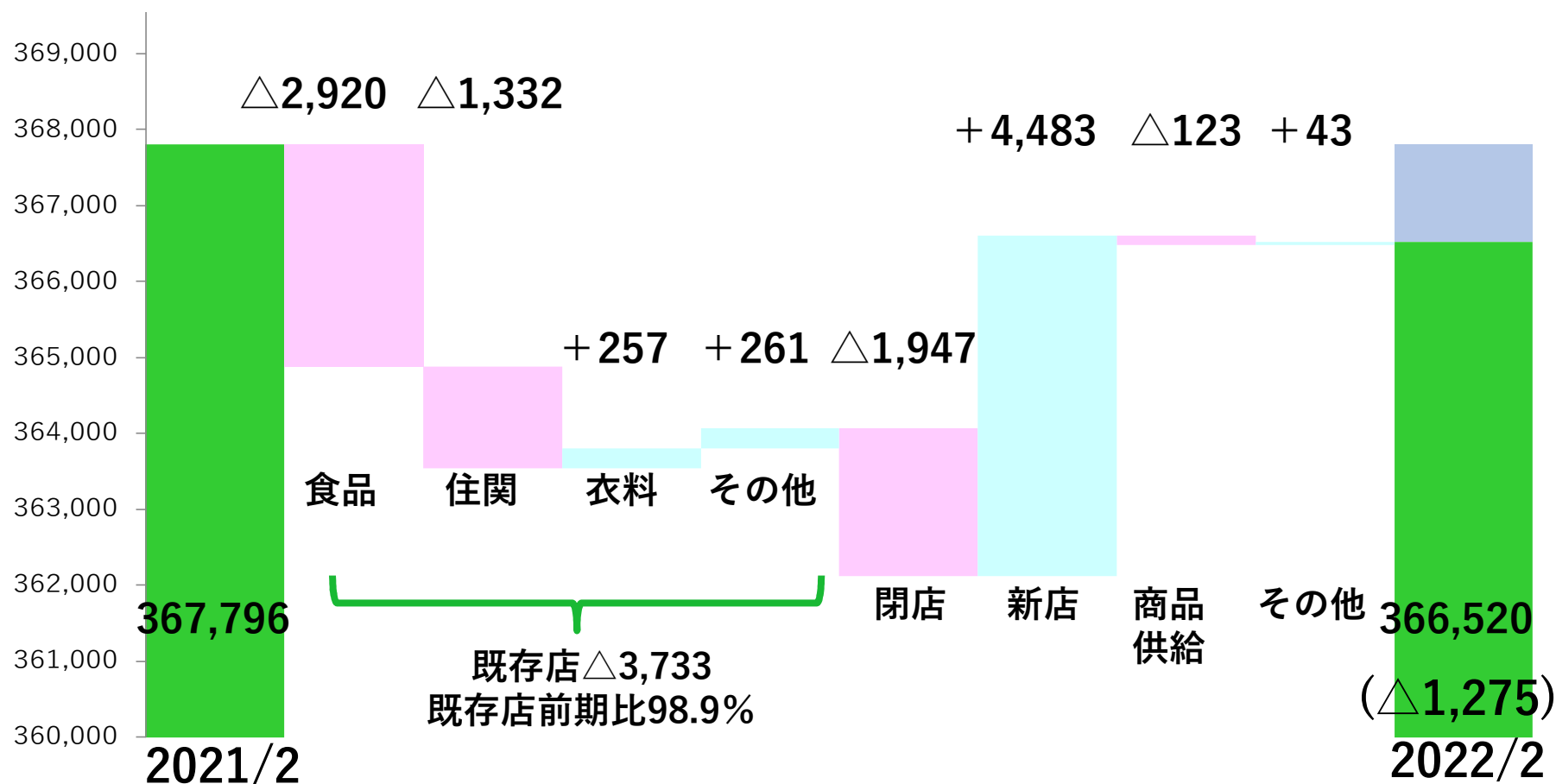
(単位：百万円、%)

	2020/2	2021/2	2022/2			既存店 前期比
	実績	実績	実績	構成比	前期比	
合計	352,198	367,796	366,520	100.0	99.7	98.9
食料品	268,239	288,853	287,984	78.6	99.7	99.0
生鮮食品	124,358	134,843	134,667	36.7	99.9	99.0
一般食品	143,880	154,009	153,316	41.8	99.6	98.9
衣料品	30,035	23,754	24,198	6.6	101.9	101.1
住居関連品	36,562	37,792	36,727	10.0	97.2	96.4
商品供給	8,533	8,835	8,713	2.4	98.6	—
その他	8,827	8,562	8,897	2.4	103.9	—

■ 単体売上高 減少要因

- 前期に引き続きコロナ下による「巣ごもり消費」は堅調に推移するも、前期を上回することは難しく、衣料品は営業縮小の影響により期待を下

回った
単位：百万円



■ 単体 業績概況 2022年2月期 販売管理費

- 人件費：既存店舗では生産性改善により抑制、前期特別感謝金360百万円、期末特別賞与1,300百万円支給反動
- 賃借料：営業外収入との両建取消廃止影響444百万円
- 水道光熱費：年度後半は燃料調整費急上昇

(単位：百万円、%)

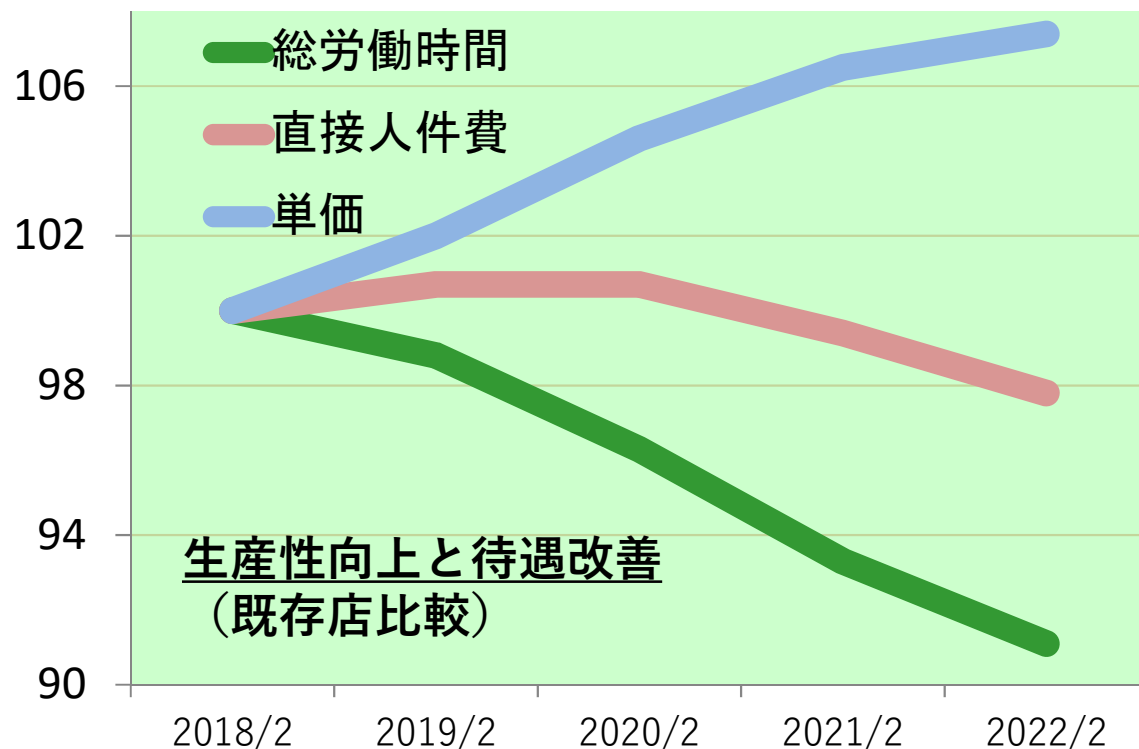
	2020/2	2021/2	2022/2		
	実績	実績	実績	前期比	前期差
販売管理費	107,754	107,200	106,605	99.4	△595
広告宣伝費	4,207	2,509	2,687	107.1	178
販売促進費	4,598	5,169	4,941	95.6	△227
人件費	51,120	52,936	51,251	96.8	△1,685
賃借料	11,836	11,207	11,862	105.8	654
減価償却費	8,680	8,873	9,259	104.4	386
水道光熱費	4,733	4,337	4,272	98.5	△64
その他	22,577	22,166	22,329	100.7	162

■ 単体 生産性向上対策と個人の成長

- 2019/2期より生産性向上の取組みを活発化。**待遇改善**（人件費単価UP, 福利厚生制度向上）と**筋肉質経営を両立**させる

2022/2期実績 2018/2期比 総労働時間91.1%、単価107.4%、人件費97.8%

- 教育研修・コンプライアンス学習等、**e-learning**により、誰でも自分のスマホでも参加可能



e-learning

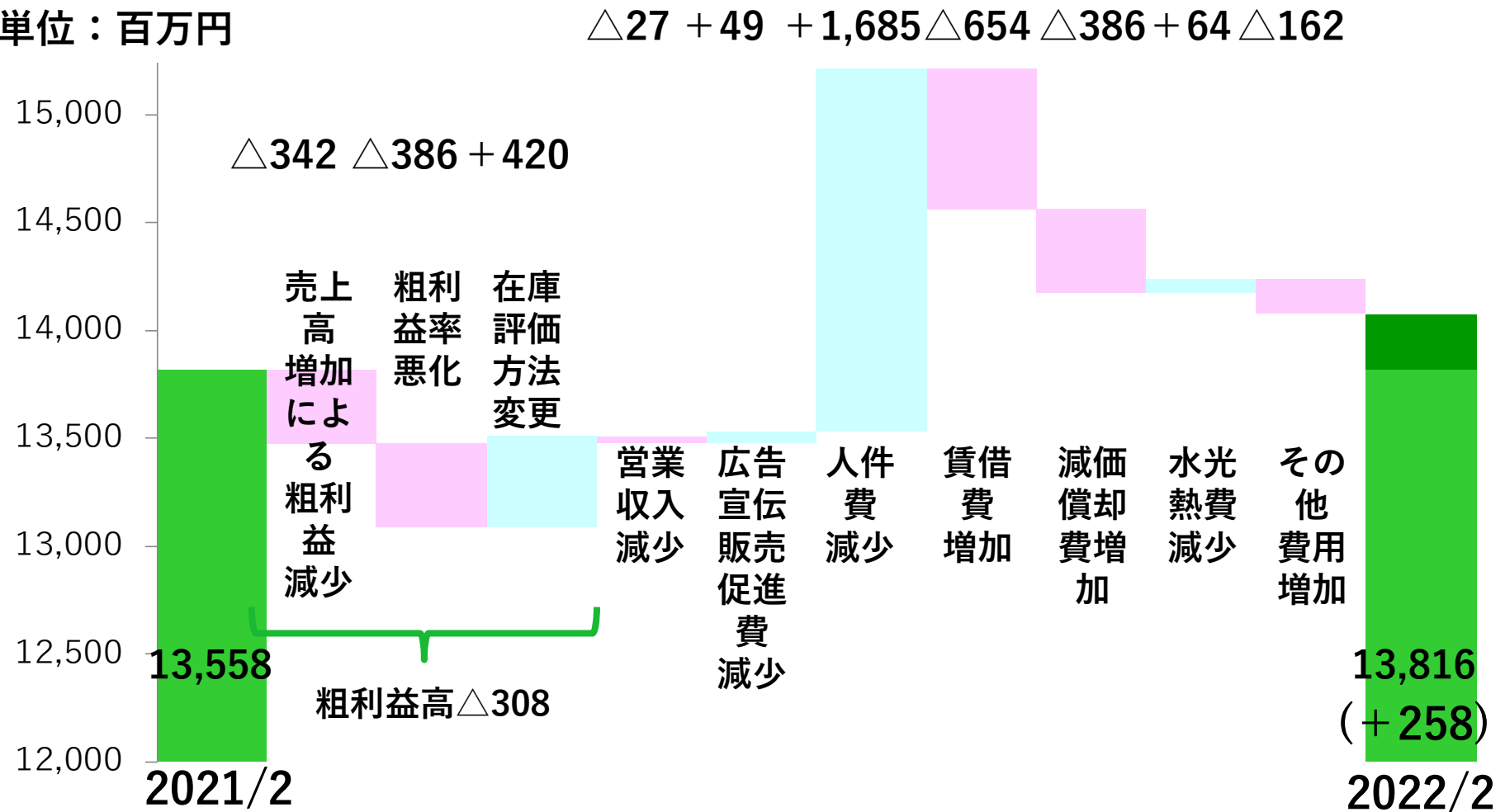
現在のコンテンツ数
(2022年1月現在)

①お知らせ、説明	5	2	
②階層別	1	5	4
③講座、昇格試験	1	3	1
④売場別、課別	5	6	8
⑤入社教育		2	9
計	9	3	4

■ 単体営業利益 増加要因

- 人件費は、前期の特別感謝金・特別賞与（1,660百万円）支給反動と既存店舗の生産性改善による作業人員削減

単位：百万円



2023年2月期の計画

■ 2023年2月期 業績予想

- 2023年2月期からは、**新収益認識基準**を適用することで営業収益については、**連結では37,000百万円、単体では25,000百万円の減額影響**
- 新型コロナウイルス感染症については、一定の影響が継続すると想定
- 原油高騰により、**光熱費**は、連結では1,200百万円、単体では1,000百万円増加する見込み
- 単体は、**投資の増加**により、一時費用・減価償却費が1,100百万円増加

予想値は新収益認識基準を表記 前期比・差は新旧比較 (前期比)は旧旧比較 単位：百万円、%

	連結				単体			
	予想値	前期差	前期比	(前期比)	予想値	前期差	前期比	(前期比)
営業収益	409,000	△30,741	93.0	101.4	372,000	△16,462	95.8	102.2
営業利益	14,100	△1,263	91.8	91.8	11,700	△2,117	84.7	84.7
経常利益	15,900	△1,052	93.8	93.8	13,500	△1,680	88.9	88.9
親会社株主に帰属する当期純利益/ 当期純利益	9,300	△1,347	87.3	87.3	8,100	△1,866	81.3	81.3

2023年2月期連結設備投資計画

- 改装投資は、食品改装に加え、テナント導入を含めた衣料・住関連売場魅力と坪効率向上、コミュニティゾーン機能強化を推進し、全館の魅力向上を目指す
- その他については、2024年2月期稼働の新デリカセンターの先行投資
(単位：百万円)

				2022/2	2023/2	
				実績	計画	計画前期差
連結				9,336	20,450	11,114
単体	新設店舗			472	987	515
	既存店舗	改装		2,217	5,059	2,842
		修繕		1,870	2,226	356
	その他	I T		2,489	4,681	2,192
		他		1,496	5,324	3,828
	連結子会社			792	2,173	1,381

■ 連結投資主要内容

新店投資



ビバホーム一宮店(3月1日)
初年度売上高目標22.5億円



ココス富山飯野店

海座 2店舗



ファイブスター3店舗出店

改装投資

全館の魅力向上・・・
店舗により、改装段階を
踏む場合と一度に改装する
店舗あり。

- ◆衣食住全館改装 4 店舗
- ◆食品大改装 5 店舗
(含む子会社エール峰山)
- ◆食品小改装 5 店舗
- ◆衣住改装 5 店舗

システム投資

- ◆AI発注部門拡大
・生鮮への導入
- ◆HOPマネー機能
拡充
- ◆新レジ導入開始
・レジ時間短縮
・販促機能強化
・衣住レジ刷新等
- ◆ネットスーパー



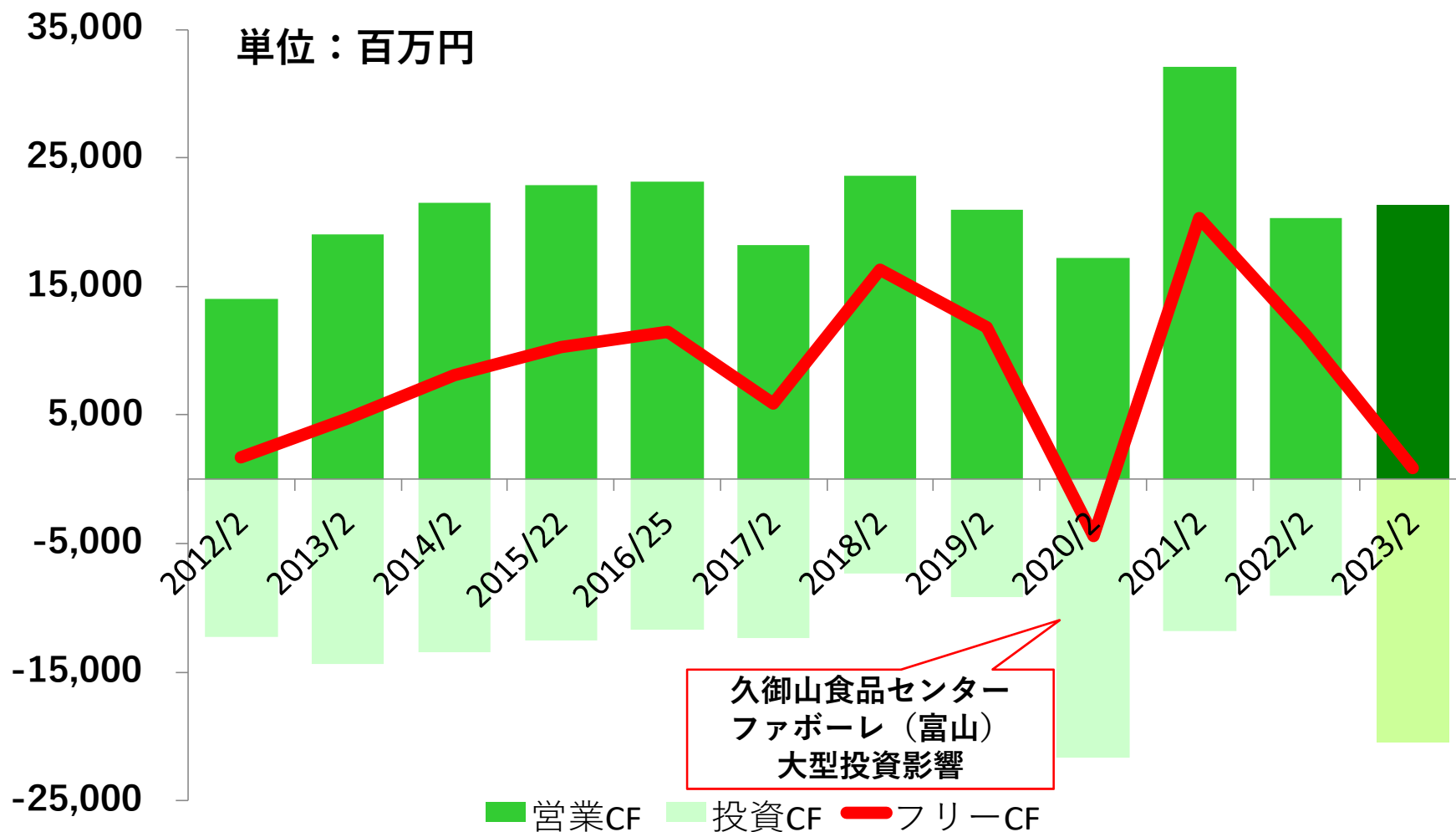
その他投資



新デリカセンター
2023年5月期稼働

■ 連結フリーキャッシュフローの推移

- 前期に引き続き高い利益水準によりフリーCFは高い水準
- 2023年2月期、2024年2月期と続く大規模投資に備える



課題認識と主な取組み

■ 中長期ビジョン

「地域密着のライフスタイル総合（創造）企業」を目指す。

小売業中心とした既存の事業の更なる成長だけでなく、地域の生活全般に目を向け、地域に根差した新しい事業の創出を推進し、平和堂の持続的成長を実現する。地域と共にこれからの地域社会を創造していく（地域共創）

前提は、「**地域の健康**」
＝人が健康で地域社会が健康であること

地域社会の健康とは、地域活動や地域経済が活性化されている状態。行政、地元企業、地域住民等との連携・連動を取りながら、**地域経済が好循環することを目指す。**

重点テーマ

「健康・子育て・高齢者」



■ 主な取組み

これらの課題認識、取組みを進めていく中で、現行ビジネスの強化、進化、新たなチャレンジを進める

(1) 顧客満足度向上・ロイヤルカスタマー拡大

① 魅力ある店づくり

◆商品・サービスの魅力の向上

ブランド強化（プライベートブランドE-WA商品の拡大、
くらしモア強化、地元商品拡大、地場商材活用）

◆食品改装から全館改装へ

直営・テナントの**総合的魅力向上**と

コミュニティゾーン（買い物以外の楽しみ）機能強化

エリアの中核店舗の魅力向上と

エリア内店舗とのコラボレーション強化

◆エリア内食品シェア向上

食品売場強化（生鮮＋頻度品価格）＋全館の魅力向上

■ 主な取組み E-WAブランドの強化

一般食品から生鮮、衣料品、住居関連品へ拡大

こだわる暮らしをカタチに。

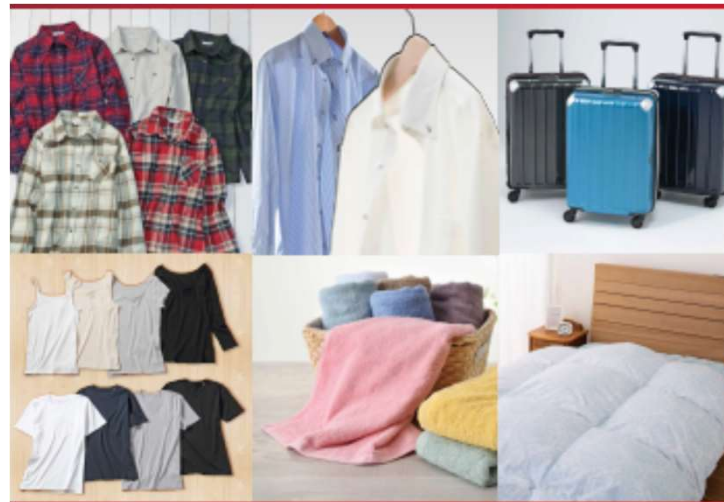
お客様の「こんな商品あったらいいわ!」の
ご要望にお応えする平和堂こだわりブランドです。
各地から厳選して取り寄せた商品や、
独自に開発した商品で、
お客様の生活を応援いたします!!



平和堂こだわりブランド「E-WA!」



環境配慮型商品「エコE-WA!」





こだわりの
生鮮食品が加わり
ラインナップが
さらに充実!

新 E-WA! はじまる。

イーワ

こだわる暮らしをカタチに。

お客様の「こんな商品あったらいいわ!」のご要望に
お応えする平和堂こだわりブランドです。
各地から厳選して取り寄せた商品や、独自に開発した
商品で、お客様の生活を応援いたします!!



環境配慮型
エコE-WA!

■ 主な取組み E-WA商品開発の強化



人気商品の広がり

一口サイズ（プチ）



季節商品展開（期間限定）



9~10月（マロン）

2月バレンタイン（チョコ）



11~12月（あまおう）



3~4月（抹茶）

新たな味（期間限定）



2021年6月



■ 主な取組み 地場商材の多様な商品化

自然がおいしい、心がうれしい。



やっぱり地のものがええなあ



しかむすび Presented by HEIWADO

滋賀地酒 ほろ酔い 全国逸品めぐり vol.2 伝説のかんぱち “アカバナ”

滋賀県 近江高島の地酒 “萩乃露”

小浜水産 小浜秀則さん

福井弥平商店 福井彰一さん

イラスト 松浦すみれ

旅行のことなら平和堂旅行センター

平和堂旅行センター

ホーム

地元の観光地紹介

気軽に旅気分を味わえる、地元の名所をご紹介します。

HEIWADO このツアーはスマホから予約できます→

平和堂のまちあるきツアー じもとりっぷ

じもと 歩こう! 宇治

～石目で抹茶づくり体験と宇治の世界遺産めぐり～

実施日 2021年 12月2日(木) 2022年 3月11日(金)

コースのポイント 宇治での抹茶作り体験と宇治の歴史を一緒に学びます。平等院では鳳凰の内部を見学します。

予定行程 歩行距離: 約4km

JR平道駅(9:45) → 宇治橋 → 宇治神社 → 福寿園に抹茶作り体験 → 福寿園茶屋(昼食) → 平等院 → 表参道 → JR平道駅(10:30頃)

参加人数: 10名程度(最少参加人数: 5名)

参加費: 5,900円(税込)

【旅行企画実施】

■ 主な取組み 地域連携

平和堂ファームの取組み

E-WA!滋賀県産いちごのチューハイ12/15発売

- ・形が悪いだけで出荷ができないお困り事を解決
＜地域生産者様、JAレーク滋賀様、普及所様、加工食品課と連携＞



きっかけは「平和堂ファーム」からの相談でした。

一生懸命作っても、形や色づきの悪いいちごができることもある。

おいしくきれいないちごができて、コロナ禍で行き先をなくす事もある。

滋賀県産いちごを、滋賀県の農業を、もっともっと盛り上げたい。

そんな想いに賛同頂いた生産者7団体からいちごを集め、この商品が誕生しました。

■ 主な取組み 地域サロン開設

地域住民の世代を超えた交流を促進（2021年11月19日AP武生）

趣味で地域住民との交流を促進



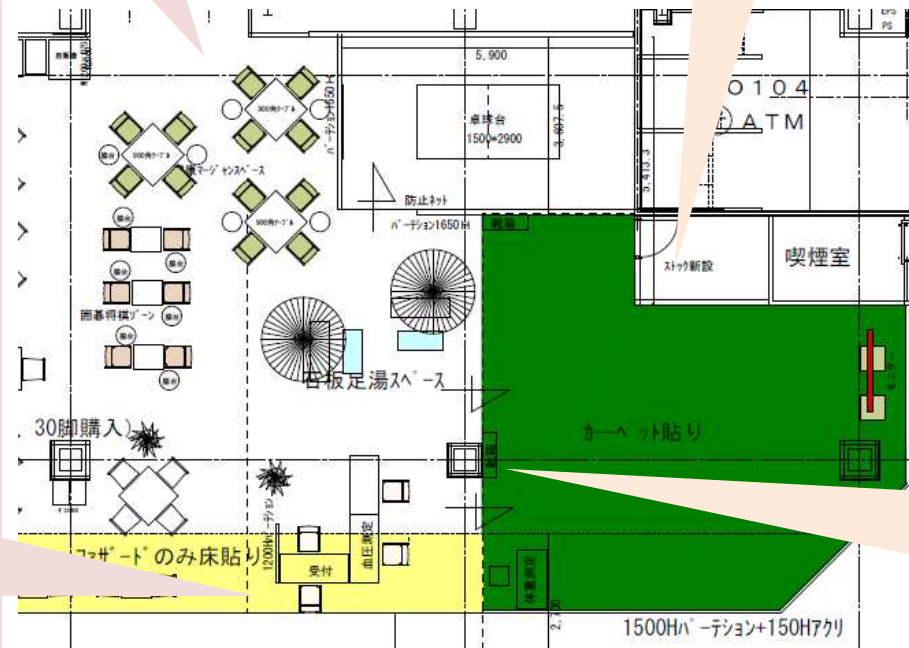
体操で交流



イベントで交流



【チェックカウンター】
いつでも気軽に健康を
チェック



【コンシェルジュ】
地域サロンの運営と売
場でお客様へ向かう接
客を実施



■ 主な取組み 暮らしのサポート、サービス拡大

◆平和堂ホーム・サポートサービス(2010年~)

お買い物代行サービス暮らしの
お困りごとお手伝い
離れてお暮しのご家族に連絡
滋賀県世帯100%カバー
20年福井・岐阜進出

◆移動販売

(2021年6月~)

滋賀県甲賀市でサービス開始



<インターネット活用サービス>

◆オンラインショップ (サービス中断中)

2021年2月より中元歳暮から化粧品等へ拡大
21年12月中断 22年5月から再開 (まず御中元)

◆オンラインイベント (2021年度3回開催)

滋賀の地酒と全国逸品めぐり

◆ネットスーパー (2022年第4四半期~)

サービス開始準備中



■ 主な取組み

顧客満足度向上・ロイヤルカスタマー拡大

②継続的会員拡大

- ◆HOPカード会員 **4 1 0 万人** (2018年比 107%)
- ◆モバイル会員 **1 0 6 万人** (2018年比 181%)
- ◆らぶきっず会員 **2 6 万人** (2018年比 234%)

③決済手段 利便性向上

- ◆HOPマネー決済拡大 **4 5 %** (2018年比 400%)
- ◆2022年2月HOPウォレット (スマホ決済) 導入
(チャージ対象：滋賀銀行・HOPVISAからスタート)

④情報発信強化

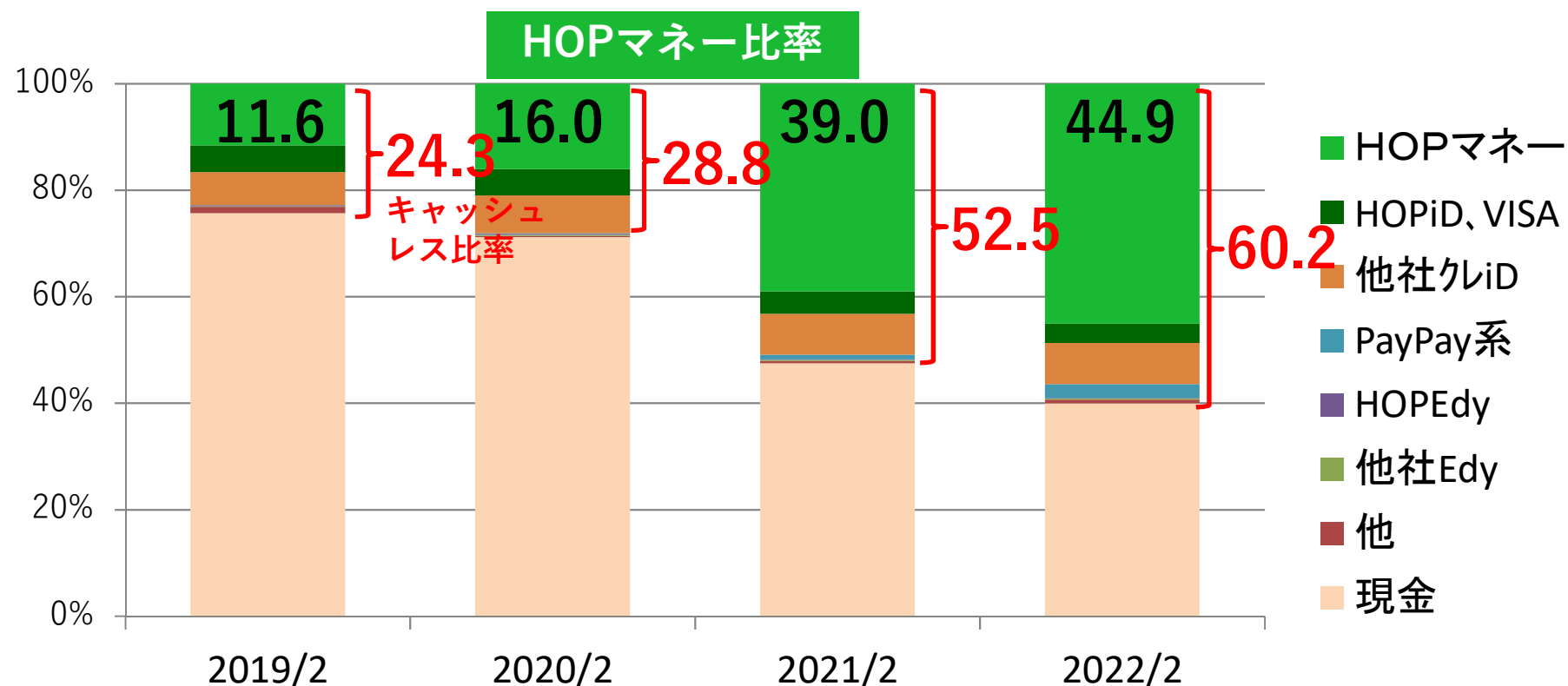
- ◆オンライン発信強化 (インスタ、YouTube)
インスタフォロワー数 全社 **7.9 万人**(店舗、商品部等)

⑤顧客データ分析

- ◆ロイヤルカスタマーの育成、ONEtoONE販促の推進

■ 単体 キャッシュレス決済比率状況顧客

- 2016年から「HOPマネー」サービスを開始
- 当初の決済比率は5%程度に留まる
- 「HOPマネー」利用には、現金支払より「HOPポイント」の付与率を上乗せすることで利用率は大幅に上昇
- 今後更に、サービス拡大、利便性を向上させる



■ 顧客分析

◆ロイヤルカスタマーの拡大 ONEtoONE販促の推進

- 顧客の嗜好に合わせた商品提案で、より満足度の高い購買体験を実現し、ロイヤルカスタマーを拡大する

クラスター分析によるONEtoONE販促

- i 似ている購買行動の顧客をまとめる(セグメント)
- ii 購買実績よりランク分け
- iii 上位ランクにあって下位ランクにない商品群
⇒購買嗜好が似ている為、買って頂ける可能性は高いと想定、モバイルでのアプローチを実施。

現在個店で試験的に実施。平均HIT率 10% ⇒今後30%へ

(2) 店舗展開

① エリア内食品シェア向上

食品売場強化（生鮮＋頻度品価格対応）＋全館の魅力向上

＊食品改装については2014年度から2021年度まで、延べ107店舗の改装を計画的に実施。更に新MDを継続的に追加。

② 新たな取組み

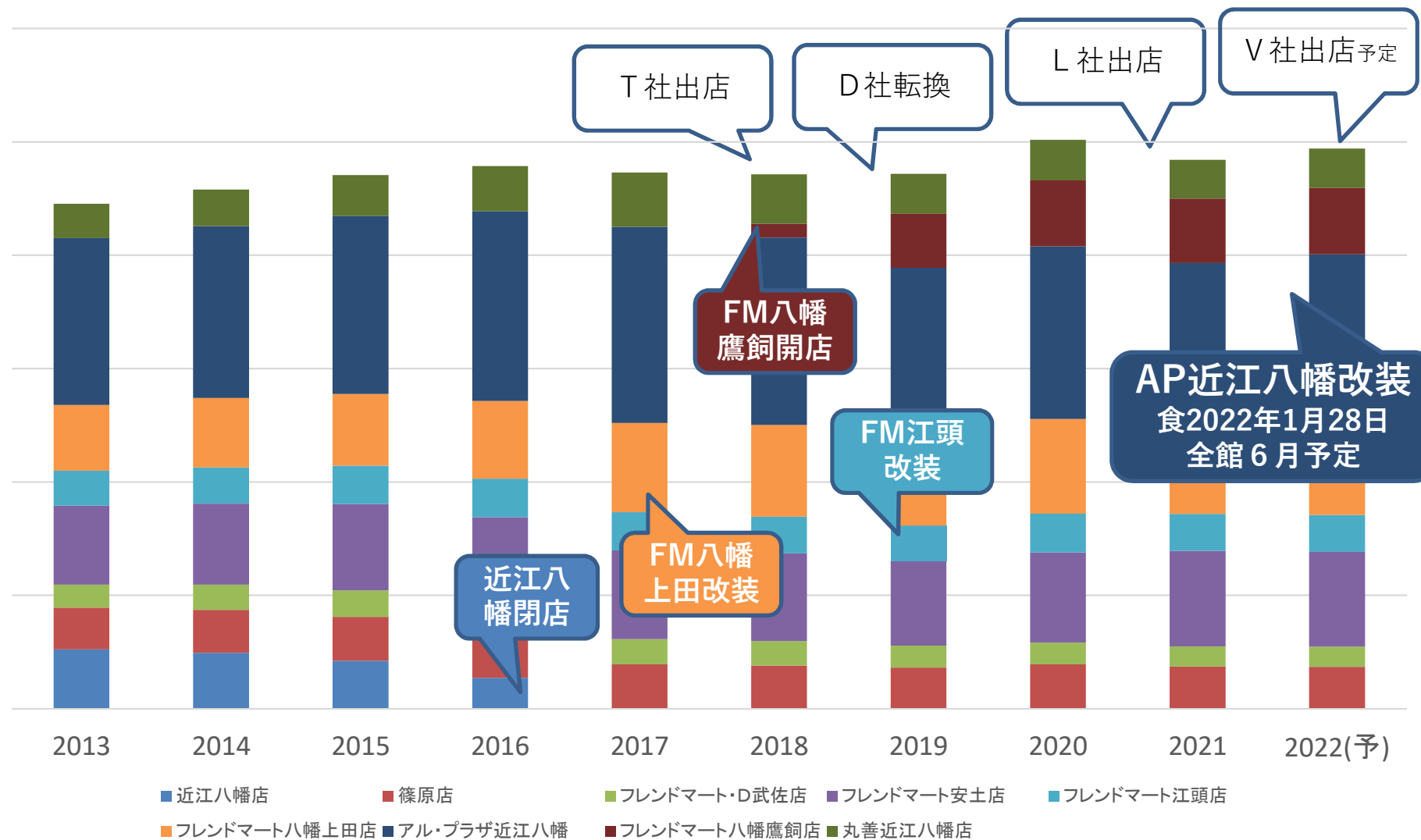
300坪人口密集エリア型モデルの構築

都市型、ローカル型小規模店舗開発

ショップの外部出店拡大（事例・・・CoCoRoPlus）

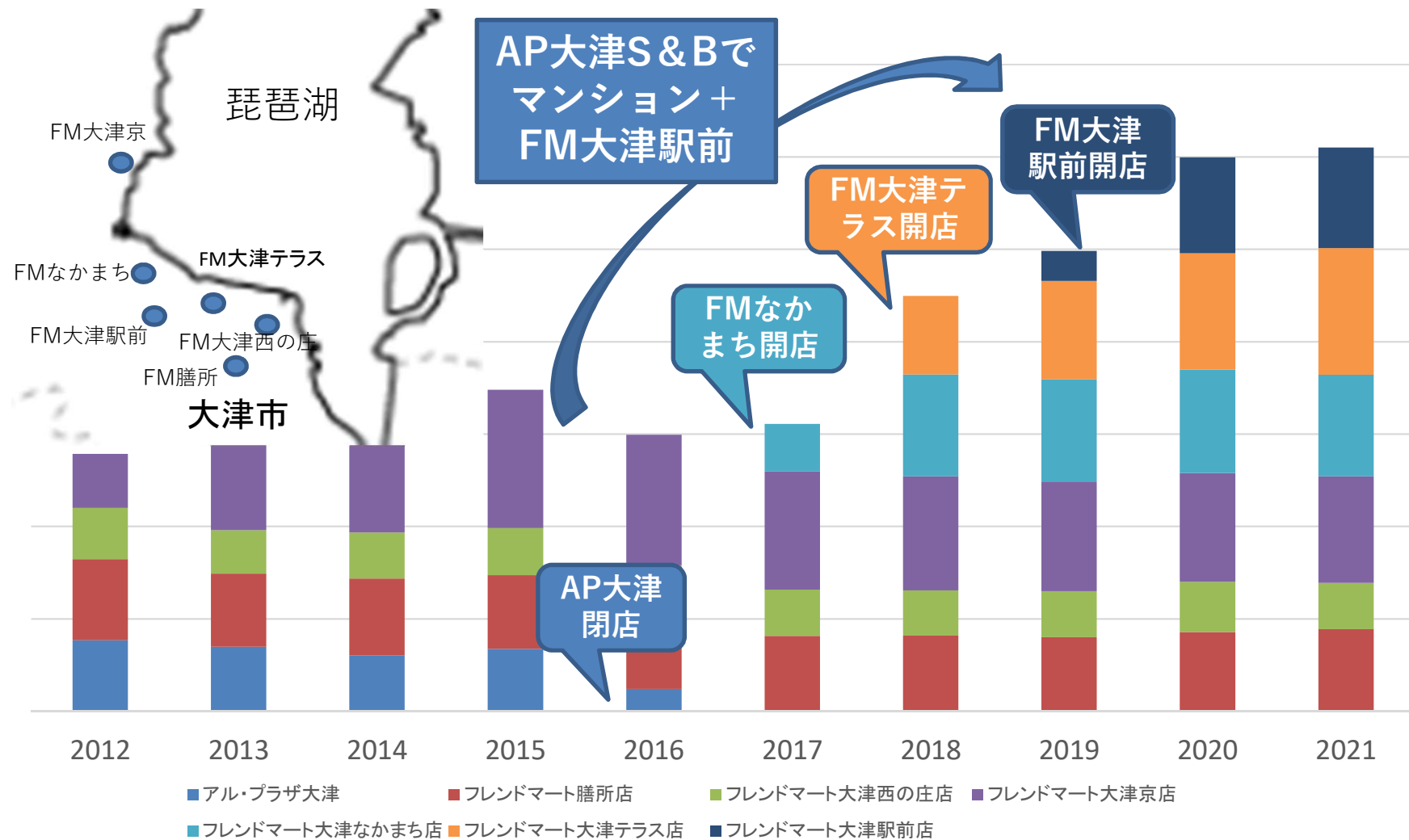
エリアシェア 事例) 近江八幡エリア

➤ デイスカウント型スーパー増に対してシェアアップ



■ エリアシェア 事例) 大津中心部エリア

➤ 新規出店・建替え (S&B) により売上高・シェアは倍増



■ 新規フォーマットの検討

- 都市型300坪店舗の売上レベルのばらつきを無くし、安定的に一定レベルの業績が出せる店舗に進化させ、出店の可能性を広げる
- 2011年開店の大阪市西淀川千舟店でチャレンジ中 22年2月改装



- 人口密集エリア・過疎エリア・ドミナントエリアにおいても、利益性が担保できる、**小規模店舗**の2023年2月期の開店を目指す

平和堂ショッピングセンター外出店

CoCoRo Plus
COSME & VARIETY STORE

美や健康に関心の高い20～30歳代の女性
を中心に人気のコスメ、雑貨ショップ
平和堂グループ内23店舗展開

MOMOテラス（京都市）

2017年7月21日Open



イオンタウン
千種（名古屋市）



2021年5月28日Open

エアポートウォーク名古屋（西春日井郡）

テラッソ姫路（姫路市）

ららぽーと和泉
（和泉市）



2020年3月19日Open



2021年10月30日Open



2022年3月18日Open

■ 配当について

- 2022年2月期の業績を踏まえ、期末4円増配し23円とする（年間42円）
- 2023年2月期は42円を予想
- 2022年4月20日 自己株式6百万株(発行済株式総数の10.25%)を消却予定

※当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益

	2020/2	2021/2	2022/2	2023/2
当期純利益(百万円)	6,101	9,724	10,647	9,300
配当金(百万円)	1,835	1,993	2,202	2,202
1株当配当金(円)	35	38	42	42
決算日株価(円)	1,859	2,089	1,975	-
純資産(百万円)	160,075	167,616	177,337	-
配当性向(%)	30.1	20.5	20.1	23.7
配当金利回り(%)	1.88	1.82	2.13	-

補足資料 連結

■ 連結 主要会社別業績 営業収益増減要因

(単位：百万円)

	2022/2		増減要因
	実績	前期差	
連結子会社計	101,992	2,043	
平和堂(中国)	24,461	1,332	前期に続きコロナ禍による行動制限 為替影響10.8%2,386百万円押上
(株)ベストオーネ	31,796	712	前期久御山食品センター4月からの本格稼働とデリカ好調
(株)ナショナルメンテナンス	9,153	84	大型工事スポット受注、コロナ関連業務
(株)ファイブスター	8,265	251	前期コロナ禍による営業縮小、休業反動
(株)丸善	6,629	△270	前期の「巣ごもり消費」特需反動
(株)ダイレクトショップ	6,044	△796	前期の「巣ごもり消費」による書籍販売好調反動
(株)エール	6,761	243	前期衣料品の需要消滅の反動
(株)シーオーエム	3,310	210	前期同様テイクアウト需要の高まり
富山フューチャー開発(株)	2,711	231	前期コロナ禍による休業発生の反動
(株)ヤナゲン	937	47	閉店した百貨店事業の内外販事業の再強化

連結 主要会社別業績 経常利益増減要因

(単位：百万円)

	2022/2		増減要因
	実績	前期差	
連結子会社計	2,255	1,146	
平和堂(中国)	1,127	311	コロナ禍からの回復による反動増
(株)ベストオーネ	459	283	前期稼働直後による人件費増加反動　デリカ売場好調
(株)ナショナルメンテナンス	369	37	コロナ関連業務の受注増、不採算案件の減少
(株)ファイブスター	△300	106	前期の休業反動と人件費の見直し
(株)丸善	34	△16	減収に伴う利益減少
(株)ダイレクトショップ	△182	△67	コロナ禍によるフィットネス事業の苦戦
(株)エール	132	163	前期改装による臨時費反動と衣料品の粗利益高増加
(株)シーオーエム	288	28	生産性改善と赤字店舗閉鎖
富山フューチャー開発(株)	42	211	営業収益増加に伴う利益増加
(株)ヤナゲン	214	13	不動産事業に集中しているため大幅な利益変動が無い

■ 連結 業績概況 2022年2月期 販売管理費

- 人件費：単体特別感謝金・賞与(1,660百万円)支給反動、ベストーネ派遣労務費△228
- 賃借料：単体情報処理手数料+444(営業外収益との両建取消廃止)
- 減価償却費：単体投資増加

(単位：百万円、%)

	2020/2	2021/2	2022/2		
	実績	実績	実績	前期比	前期差
販売管理費	137,702	135,189	134,748	99.7	△441
広告宣伝費	5,434	3,382	3,592	106.2	210
販売促進費	5,899	6,305	6,175	97.9	△129
人件費	71,321	72,607	70,790	97.5	△1,817
賃借料	13,345	12,729	13,470	105.8	740
減価償却費	11,360	11,584	11,839	102.2	255
水道光熱費	6,438	5,894	5,894	100.0	0
その他	23,901	22,685	22,985	101.3	299

補足資料 単体

環境変化と営業への影響概略

2021
年度

3月

4月

5月

6月

7月

8月

9月

10月

11月

12月

1月

2月

コロナ関連

緊急事態宣言
時短営業
衣住フロア閉鎖

まん延防止
飲食等一部営業時間
等制限

デルタ株等
拡大減速

オミクロン株
急速拡大

ワクチン接種拡大

気候等

7月高温～
8月長雨低温

10月～12月まで
高気温

12月末
彦根
雪害

業績への 主な影響

式典、春の学需
等、制限下であ
るものの前年よ
り動きあり

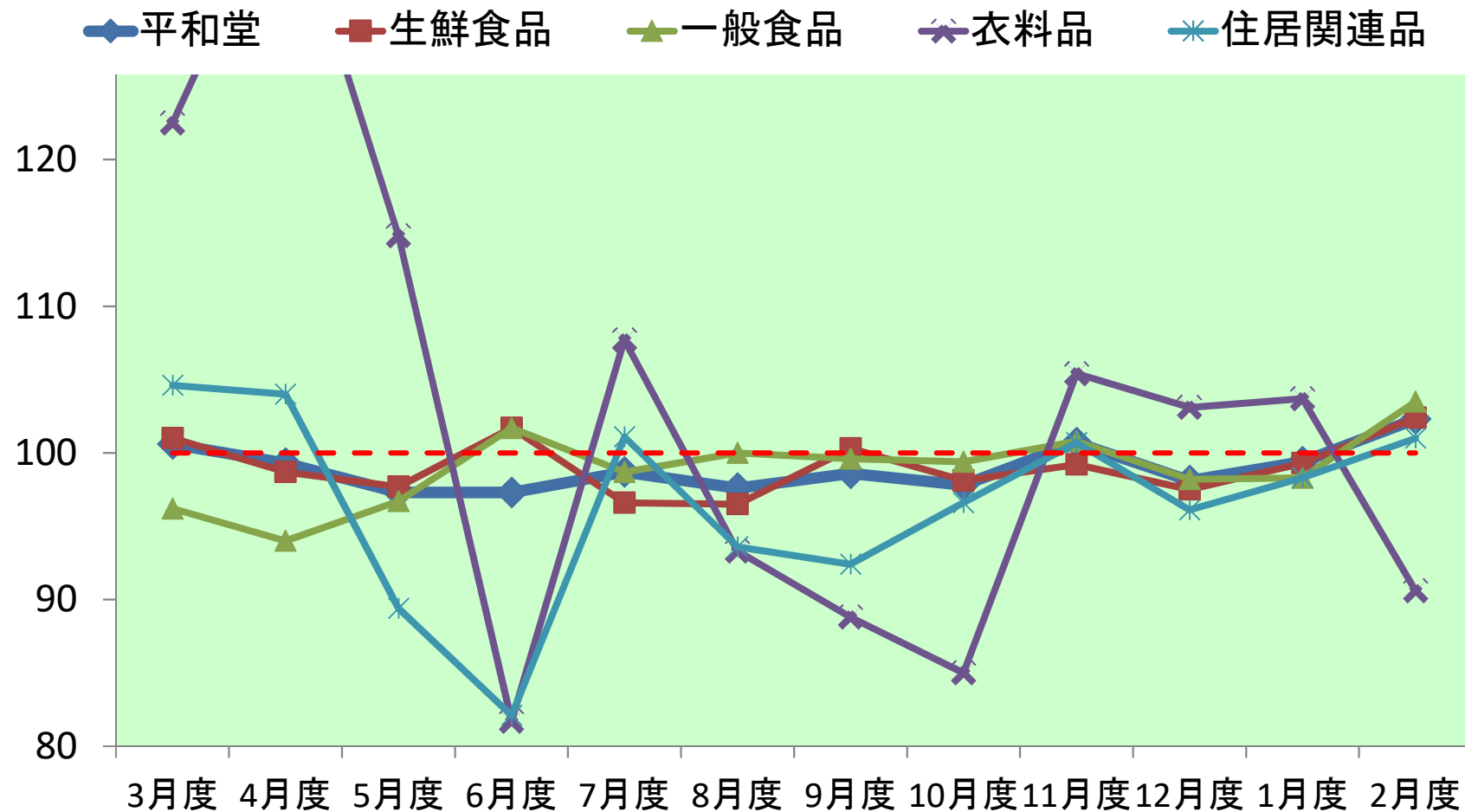
緊急事態宣言期間、衣料関
連大ブレーキ。まん延防止
期間、夏物、8月に入り長
雨低温で動き鈍い 精肉鮮
魚相場高

人の移動が増え、
国内遠距離旅行増
加。年末年始帰郷
も進んだ。一方で
気温が高く秋冬の
販売のずれ

年明け、感染
拡大で環境激
変し、巣ごも
り需要増。

■ 単体 売上高 商品部別月別既存店前期比

- 5.6月度の営業自粛要請、9.10月度の緊急事態宣言により非食品は影響を大きく受けた



■ 単体 既存店の客数・客単価前期比

- 客数は休業・営業時間短縮の影響により低下(客数閏年影響△0.3%押下) 客単価は前期に引き続き高い水準

(単位：%)

		2020/2	2021/2	2022/2
店 計	売上高	98.8	103.3	98.9
	客数	98.6	97.0	98.1
	客単価	100.3	106.5	100.8
	買上点数	100.7	106.7	99.8
	一品単価	99.6	99.8	100.9

食 品	売上高	99.4	106.4	99.0
	客数	99.1	98.2	99.0
	客単価	100.4	108.3	100.0
	買上点数	100.1	107.5	99.2
	一品単価	100.3	100.8	100.8

■ 単体 地域別売上高既存店前期比

- 全体として、衣住構成比が高い地域での伸びは高くなった また食品については、青果相場が前期と比較し低めに推移したことと精肉鮮魚が仕入れ価格高騰で値頃から乖離したこともマイナス要因
- 富山は前期にファボーレ（大型ショッピングセンター）が、コロナ禍により一か月の休業期間が発生した反動
- 愛知県・京阪神は、休業要請・営業時間短縮要請により客足が減少した影響

(単位：%)

	2021/2	2022/2		2021/2	2022/2		2021/2	2022/2
全社計	103.3	98.9				滋賀県	104.2	99.4
東海	104.4	98.2	北陸	97.0	101.4	京阪神	104.4	97.7
岐阜県	101.9	100.2	福井県	98.1	100.2	京都府	104.8	98.0
愛知県	105.4	97.3	石川県	99.0	99.2	大阪府	105.7	97.5
			富山県	89.0	111.9	兵庫県	96.4	97.6

■ 単体 商品別粗利益率

- 生鮮食品は、精肉鮮魚の仕入価格上昇により値入率が悪化
- 一般食品は、前期と比較し定番比率が低下したことで低下
- 前期に発生した在庫原価評価方法の変更により、粗利高としては420百万円の上昇 率としては全社で0.1%、衣料品で+1.3%、住居関連品は+0.3%押上影響

(単位：%)

		2020/2	2021/2	2022/2	
		実績	実績	実績	前期差
合計		26.9	26.9	26.9	0.0
	食料品	27.2	27.5	27.4	△0.2
	生鮮食品	28.1	28.5	28.3	△0.2
	一般食品	26.4	26.7	26.6	△0.1
	衣料品	35.9	33.6	35.9	2.3
	住居関連品	27.4	27.4	27.4	0.0
	その他	5.2	5.0	4.9	0.0

補足資料 業績予想

■ 2022年2月期 業績予想

➤ 営業収益

- 国内小売事業（単体、丸善、エール）は、「巣ごもり消費」は2022年2月期と比較し弱まるものの、食品については内食習慣が継続することが予測されるため前期に近い業績となる想定 単体は、販促を強化することで営業収益を伸ばす
- 平和堂(中国)有限公司は、新収益認識基準による営業収益が大きく減少するが、旧基準比較でも競合環境の厳しさから前年を下回る想定 為替影響は3.4%押し上げる
- 国内外食事業の(株)ファイブスターは、コロナ下によるマイナス影響を大きく受けたため、2023年2月期は2022年2月期より20%程度の伸長を想定
- (株)ベストーネは、国内小売業の業績に比例した、営業収益を予想し、前期並みとなる見込み

■ 2022年2月期 業績予想

➤ 経常利益

- 国内小売事業（単体、丸善、エール）は、丸善、エールは営業収益同様2022年2月期並みを想定する 単体は、今後の成長のための投資・光熱費上昇の影響が大きく減益となる見込み
- 平和堂(中国)有限公司は、利益性の悪い店舗の閉店を予定しており利益面ではプラスに転じる
- 国内外食事業の(株)ファイブスターは、2022年2月期に長期化したコロナ下の影響で減損が発生しており、2023年2月期は大幅な営業収益増もあり大きく増益となる想定
- (株)ベストーネは、2022年2月期に新デリカセンター稼働に向けて既存設備の減損を計上したため、当期純利益は大幅に増加する見込み

■ 2023年2月期 業績予想 上半期

- 2023年2月期からは、新収益認識基準が導入されたことで営業収益については、連結では18,000百万円、単体では12,000百万円の減額影響
- 新型コロナウイルス感染症については、一定の影響が継続すると想定する

予想値は新収益認識基準を表記 前期比・差は新旧比較 (前期比)は旧旧比較 単位：百万円、%

	連結				単体			
	予想値	前期差	前期比	(前期比)	予想値	前期差	前期比	(前期比)
営業収益	202,000	△13,961	93.5	101.9	183,000	△7,061	96.3	102.6
営業利益	6,100	△955	86.5	86.5	5,200	△996	83.9	83.9
経常利益	7,300	△360	95.3	95.3	6,600	△398	94.3	94.3
親会社株主に帰属する 四半期純利益/ 四半期純利益	4,000	△1,149	77.7	77.7	3,700	△1,066	77.6	77.6

■ 単体 既存店 売上目標 前期比

- 年間を通じて、新型コロナウイルス感染症の影響は継続すると想定するが、2022年2月期に発生した休業要請・時間短縮要請は発生しない前提
- 第2四半期の伸びが高いのは、前期に休業・時間短縮が発生した反動を見込む
- 年間を通して前期比が高いのは、販売促進費用をかけて集客を目指しているため 経済状況が不安定な中では、消費意欲低迷に備えて広告宣伝費・販売促進費を確保している

(単位：%)

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期
四半期	101.5	102.4	101.6	99.6
半期	101.9		100.6	
3Q 累計	101.8			
通期	101.2			

■ 単体 2022年3月度商品別売上高 (旧基準)

- 「巣ごもり消費」は引き続き堅調であることと、ポイント販促を強化したことで、食品は好調に推移
- 衣料品・住居関連品は前期同月度と営業状況は変わりがなく前年並みに推移した

(単位：百万円、%)

3 月度 単月業績	2020	2021	2022			既存店 前期比	
	実績	実績	実績	構成比	前期比		
合計	27,291	27,797	28,264	100.0	101.7	101.8	
食料品	21,510	21,458	21,900	77.5	102.1	102.1	
	生鮮食品	9,737	9,987	10,304	36.5	103.2	103.0
	一般食品	11,773	11,471	11,596	41.0	101.1	101.2
	衣料品	1,535	1,905	1,851	6.5	97.1	97.1
住居関連品	2,817	2,980	2,975	10.5	99.8	99.7	
商品供給	700	683	666	2.4	97.6	—	
その他	728	770	872	3.1	113.0	112.9	



株式会社平和堂