

# 株式会社 ヤマザワ

## 2024年2月期 中間決算説明会

代表取締役社長  
古山 利昭

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、多分に不確定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。

<b>1. ヤマザワ・グループ</b>		
(1) グループ概要	…	3
(2) ヤマザワグループ 店舗出店立地	…	4
<b>2. 業績概況 2024年2月期 中間</b>		
(1) 《連結》業績	…	6 ~ 7
(2) 《単体》業績	…	9 ~ 16
<b>3. 下期の施策方針</b>	…	18
<b>4. 業績概況 2024年2月期 通期見通し</b>		
(1) 《連結》通期見通し	…	20
(2) 《単体》通期見通し	…	22
<b>5. 経営戦略方針</b>		
(1) “チャレンジ100”	…	24 ~ 26
(2) 出店 他、設備投資概要	…	28 ~ 29
(3) 株主還元	…	31
(4) 中期経営計画進捗	…	33

# 1. ヤマザワ・グループ

## (1) グループ概要

## (2) ヤマザワグループ 店舗出店立地

# 1.(1) ヤマザワグループ概要



スーパーマーケット事業

ヤマザワ

70店舗

ドラッグストア・調剤

ヤマザワ薬品

69店舗

日配・総菜商品製造

サンコー食品

日配工場：  
牛乳・豆腐・納豆・麺類

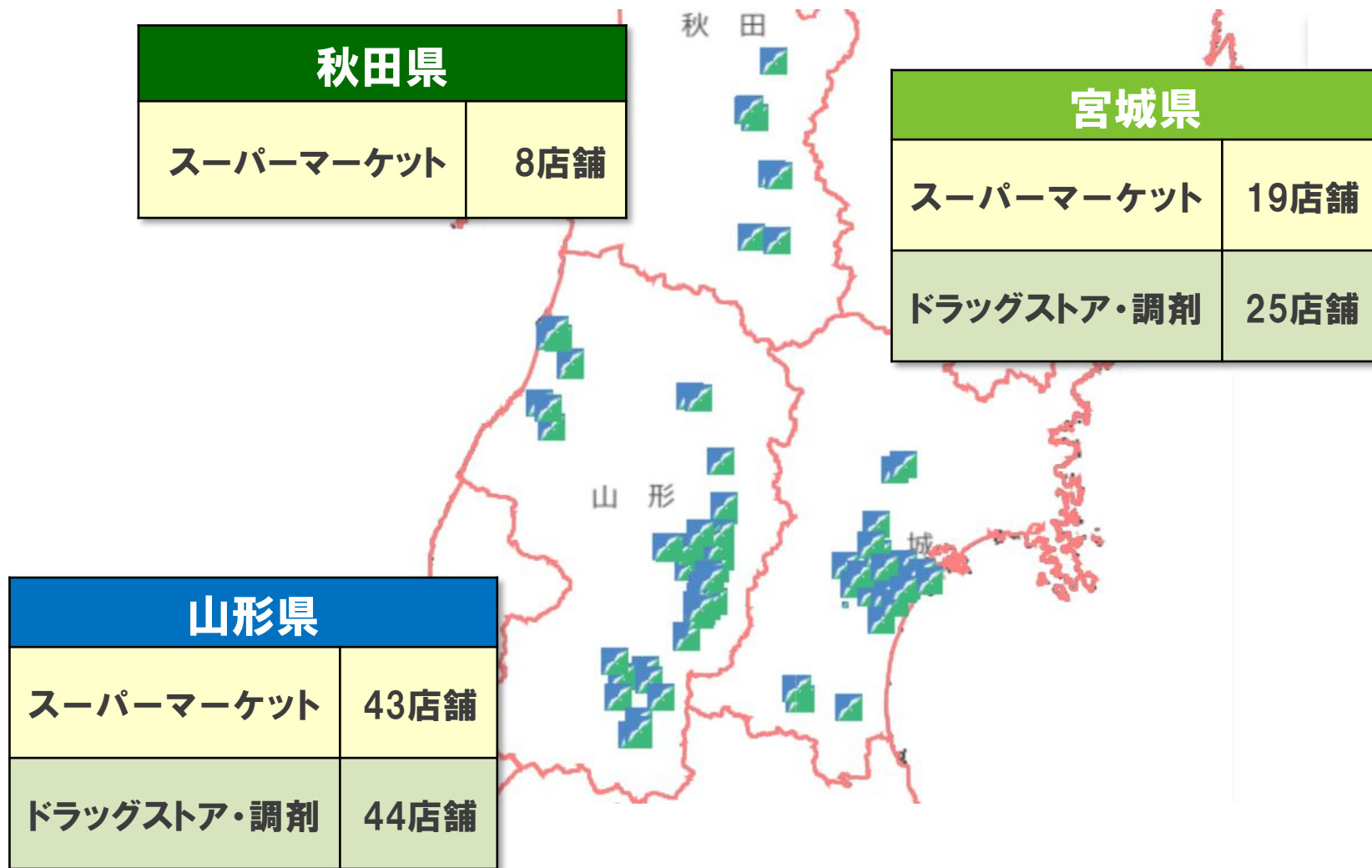
総菜工場：  
弁当・寿司・おにぎり・サラダ



株式会社ヤマザワ

非連結子会社  
(株)ヤマザワ保険サービス

# 1. (2) ヤマザワグループ 店舗出店立地



## 2. 業績概況 2024年2月期 中間

(1) 《連結》業績

(2) 《単体》業績

## 2.(1) 《連結》業績概況 2024年2月期 中間

前年同期

2024年2月期  
中間

前年同期比  
% 差

50,309	営業収益	50,650	100.7 %	+341
13,696	売上総利益	14,068	102.7 %	+372
13,012	販売管理費	13,536	104.0 %	+524
683	営業利益	532	77.9 %	△151
726	経常利益	570	78.5 %	△156
433	純利益	1,024	236.2 %	+591

(単位:百万円)

## 【連結財政状態】

前期末		2024年2月期 中間	構成比	前期末比 %	差
54,259	総資産	<b>56,031</b>	103.3 %	103.3 %	+1,772
28,636	純資産	<b>29,532</b>	52.7 %	103.1 %	+896

(単位:百万円)

## 1. 財政状況

- (1) ROE (自己資本当期利益率)  
3.5% (+2.0%)
- (2) ROA (総資産経常利益率)  
1.0% (Δ0.3%)
- (3) 自己資本比率  
52.7% (Δ0.1%)

## 【連結キャッシュフローの状況】

	実績	前年同期比 %	差
営業活動によるキャッシュ・フロー	<b>3,075</b>	137.0 %	+829
投資活動によるキャッシュ・フロー	<b>Δ1,803</b>	79.8 %	+455
財務活動によるキャッシュ・フロー	<b>Δ177</b>	36.8 %	+305

(単位:百万円)

## 2. キャッシュフロー関連

- (1) 現金及び現金同等物  
期末残高  
6,022百万 (+1,094)
- (2) 設備投資額  
2,073百万 (Δ260)
- (3) 減価償却費  
1,504百万 (+167)



## 2. 業績概況 2024年2月期 中間

(1) 《連結》業績

(2) 《単体》業績

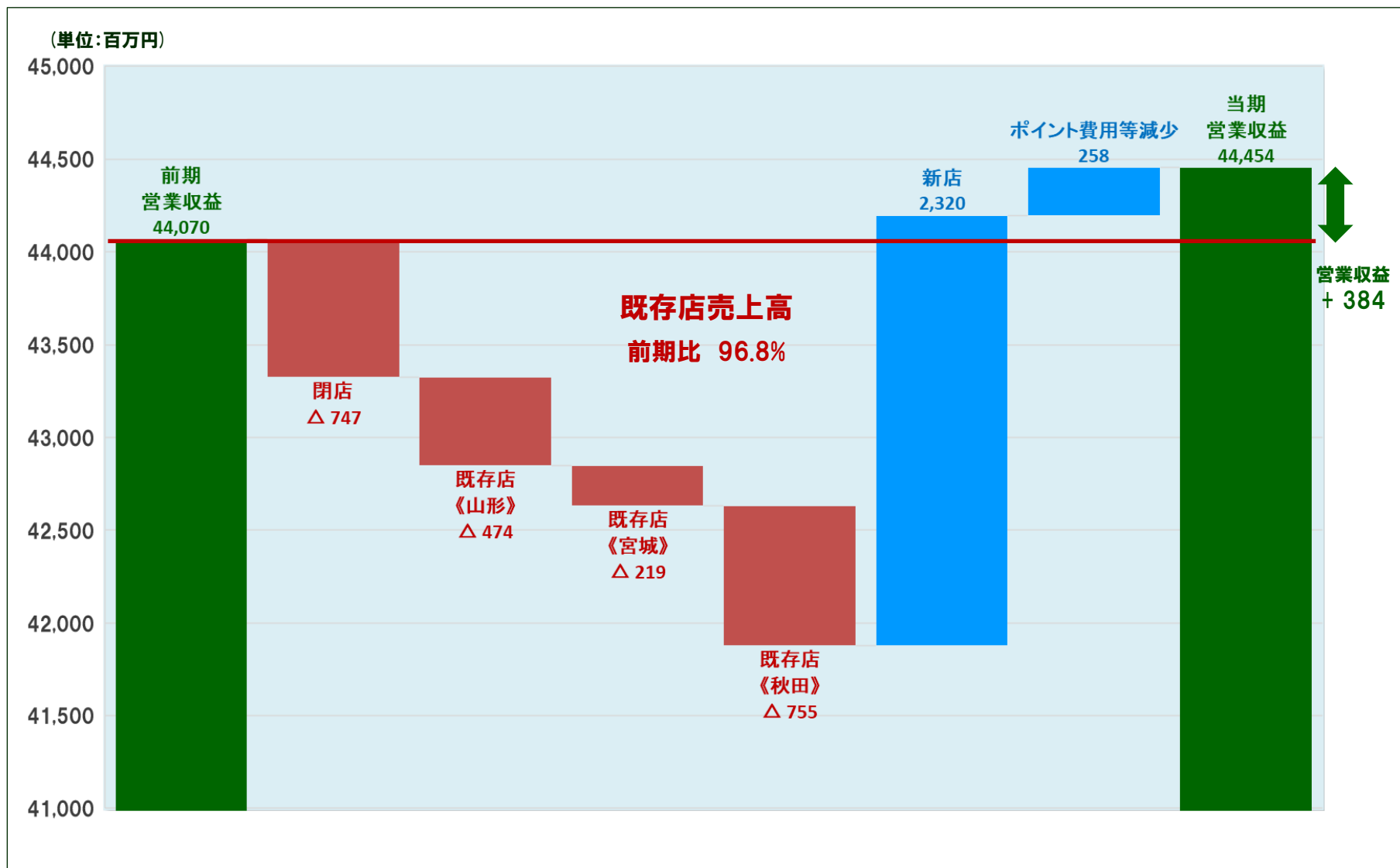
## 2. (2) 《単体》業績概況 2024年2月期 中間

前年同期		2024年2月期 中間	前年同期比 %	差
44,070	営業収益	44,454	100.9 %	+384
11,879	売上総利益	12,192	102.6 %	+313
11,299	販売管理費	11,780	104.3 %	+481
579	営業利益	412	71.2 %	△167
602	経常利益	428	71.1 %	△174

(単位:百万円)

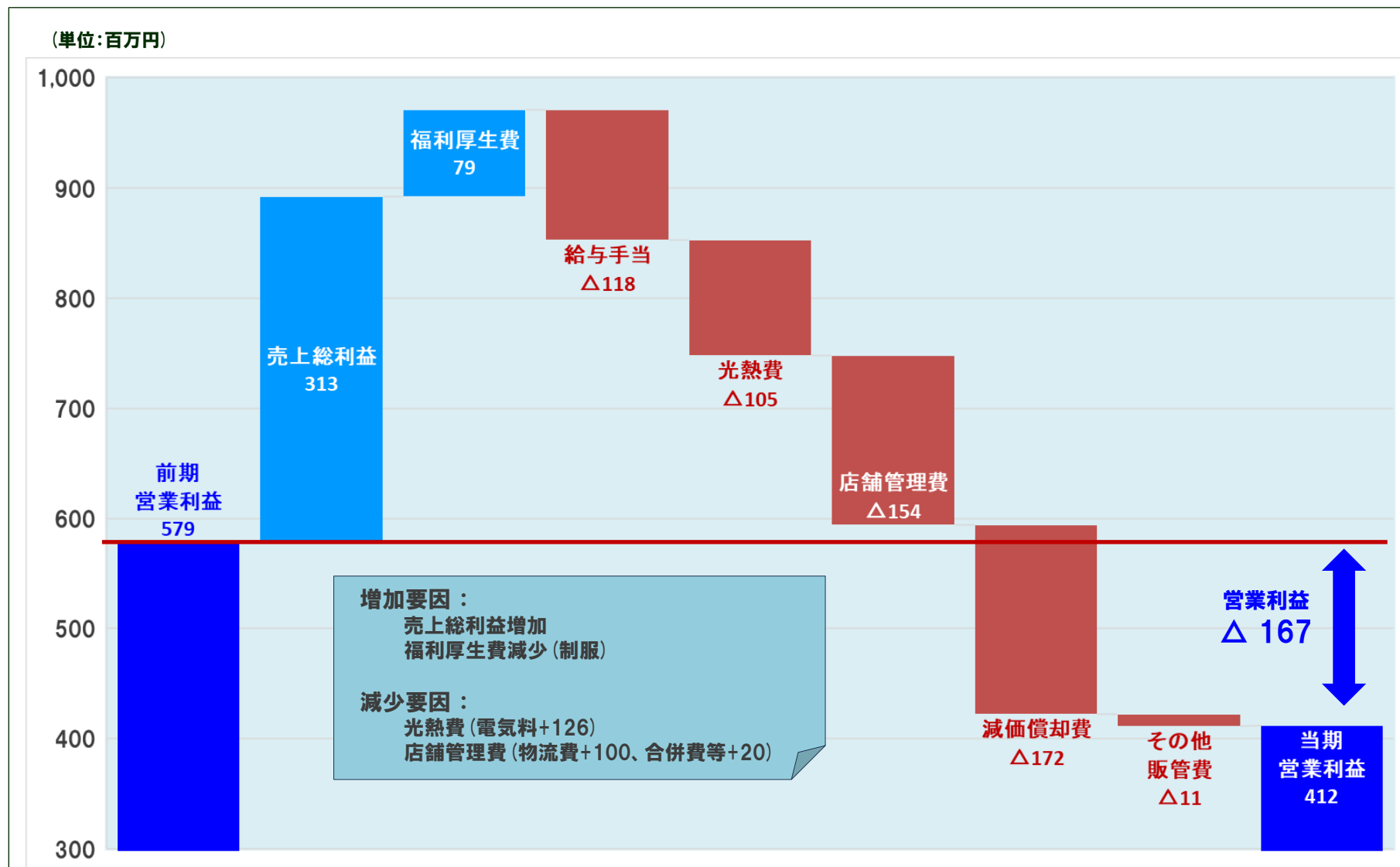
※前年数値はよねやを含んでおります。

## 2. (2) 《单体》 営業収益 増減要因



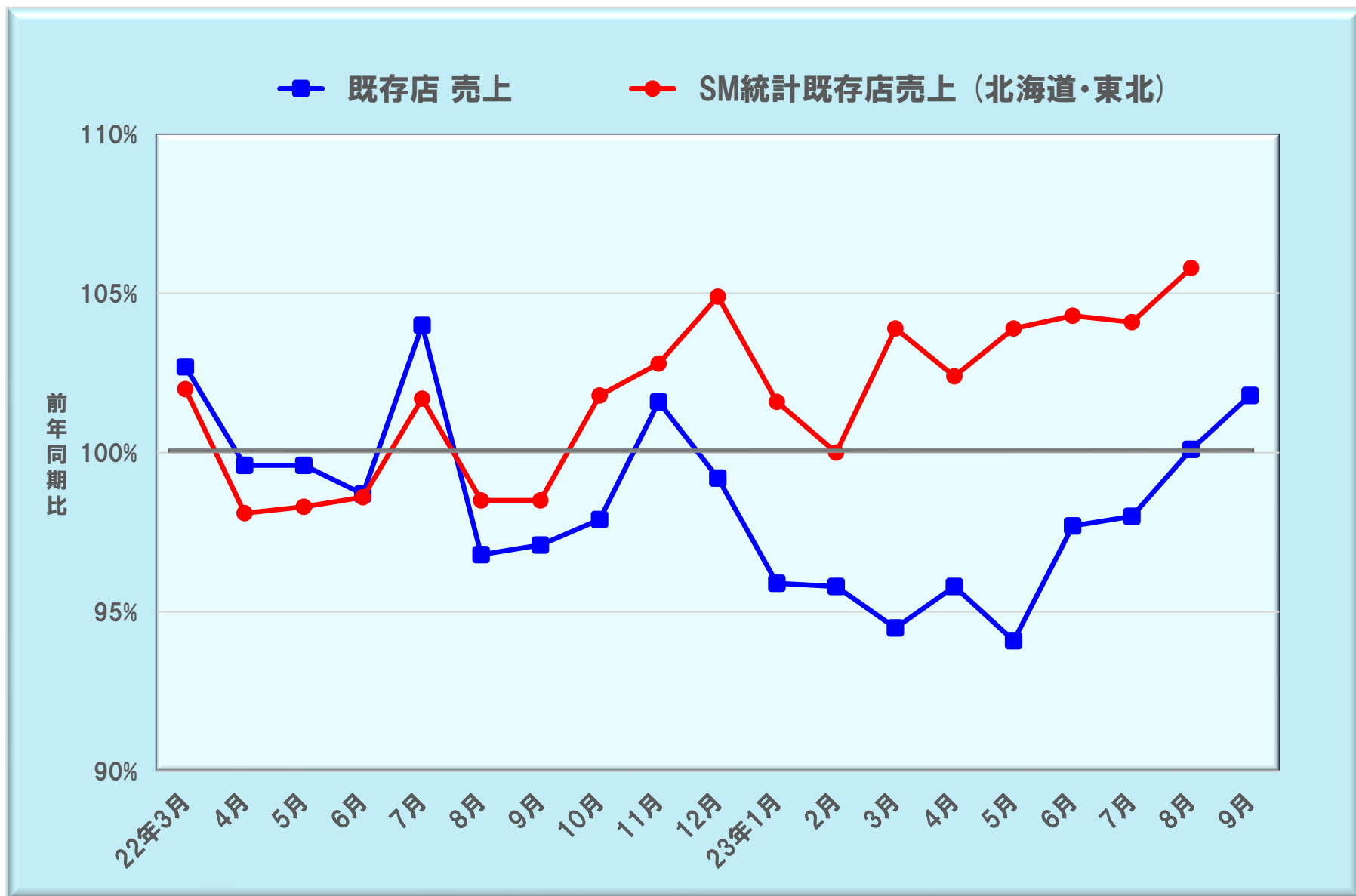
※当社管理会計データより

## 2. (2) 《单体》 営業利益 増減要因

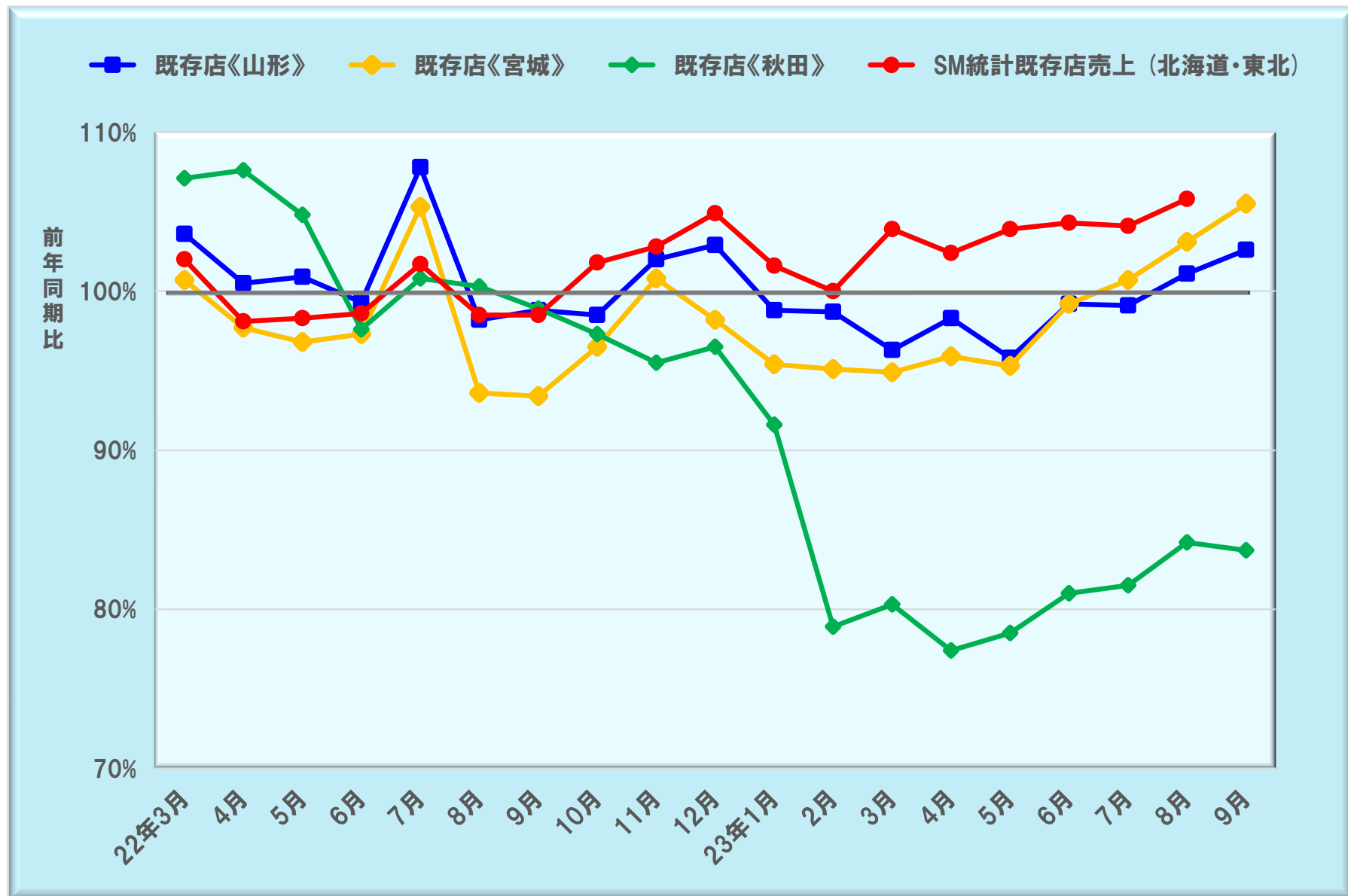


※当社管理会計データより

## 2. (2) 《单体》既存店売上高 月次推移



## 2. (2) 《单体》既存店売上高 (地区別) 月次推移



## 2.(2) 《単体》既存店 売上高 内訳 (前年同期比)

前期	売上高	2024年2月期
100.2 %	中間	96.8 %
94.0 %	1Q	94.8 %
99.0 %	2Q	98.7 %

前期	客数	2024年2月期
97.7 %	中間	97.0 %
101.2 %	1Q	94.6 %
99.8 %	2Q	99.4 %

前期	客単価	2024年2月期
102.6 %	中間	99.9 %
102.3 %	1Q	100.3 %
103.1 %	2Q	99.5 %

前期	買上点数	2024年2月期	前期	一品単価	2024年2月期
98.2 %	中間	95.3 %	104.5 %	中間	104.7 %
97.9 %	1Q	95.3 %	104.4 %	1Q	105.2 %
98.5 %	2Q	95.4 %	104.6 %	2Q	104.2 %

### 【生鮮・グロサリー主要指標 実績】

売上高前年比	1Q	2Q	中間
全 部 門	94.8 %	98.7 %	96.8 %
生 鮮 食 品	95.1 %	97.7 %	96.4 %
グロサリー	94.9 %	100.3 %	97.6 %

荒利率前期差	1Q	2Q	中間
全 部 門	▲ 0.1 %	▲ 0.3 %	▲ 0.2 %
生 鮮 食 品	▲ 0.3 %	+ 0.0 %	▲ 0.1 %
グロサリー	+ 0.1 %	▲ 0.6 %	▲ 0.2 %

#### 1. 即食・簡便商材

- ・惣菜部門 +2.8%
- ・焼魚 +23.7%
- ・冷凍食品 +1.3%

#### 2. 単価上昇

- ・生鮮食品 +3.0%
- ・グロサリー +6.4%

#### 3. 猛暑の影響

- ・飲料 +6.4%
- ・アイス +3.3%

※当社管理会計データより



- ◆ **前期9月より実施したポイント付与額変更により一部顧客の離反が生じ、今期 第1四半期まで響いた**  
(変更点 : 1点 = 200円 → 300円)  
**※ポイント費用負担の抑制効果は3億2,200万円**
- ◆ **今期3月に実施した秋田地区子会社(よねや商事)の吸収合併、及び「ヤマザワ」への営業統合に際し、秋田の地域特性や消費者性向、購買行動を見誤り、秋田地区において大きく顧客離れを起こした**
- ◆ **加えて、第1四半期は、全社的に強気の価格政策(値上転嫁の姿勢や通常プライシング)が顧客に受け入れられず、大きく来客数を減らした**
- ◆ **第2四半期、この立て直しとして《グロサリー販促》《マーケティング分析を活用した販売企画》他を実施した結果、(山形、宮城は)顧客の回復に繋がった。**
- ◆ **併せて、第2四半期より、経営体制を一新すると共に営業戦略を見直し、(秋田を含め)全社を挙げ様々な営業強化策を講じている**

# 3. 下期の施策方針

◆ **推進体制の定着による更なる営業強化**

◆ **惣菜強化**

日配・惣菜子会社によるデリカセンター工場新設

◆ **秋田ブロック立て直し**

◆ **店舗活性化強化**

◆ **生産性向上による収益貢献**

## 4. 業績概況 2024年2月期 通期

(1) 《連結》通期見通し

(2) 《単体》通期見通し

## 【連結業績見通し】

第1四半期時  
中間見通し

上 期

下 期

通 期

52,000	50,650	営業収益	52,349	103,000
	100.7	前期比	106.5	103.6
	+341	前期差	+3,201	+ 3,542
400	532	営業利益	117	650
	77.9	前期比	433.2	91.5
	△151	前期差	+90	△60
450	570	経常利益	130	700
	78.5	前期比	64.0	75.4
	△156	前期差	△73	△229
80	1,024	当期純利益	△625	400
	236.2	前期比	-	194.4
	+591	前期差	△397	+193

## 1.営業利益の増減要因

① 2023年2月期通期	710
② 売上総利益増加	1,580
③ 販売管理費増加	1,640
④ 2024年2月期通期 (①+②-③)	650

(単位:百万円, %)

(単位:百万円)

## 4. 業績概況 2024年2月期 通期

(1) 《連結》通期見通し

(2) 《単体》通期見通し

## 【単体業績見通し】

上 期		下 期	通 期
44,454	営業収益	46,546	91,000
100.9	前期比	108.0	104.4
+384	前期差	+3,462	+ 3,846
412	営業利益	438	850
71.1	前期比	-	166.1
△168	前期差	+506	+ 338
428	経常利益	432	860
71.1	前期比	545.3	126.3
△174	前期差	+ 353	+ 179

(単位:百万円, %)

※前年数値はよねやを含んでおります。

※前期比:比較対象のいずれかがマイナス、または対比が1000を超える場合は“-”で表記しています。

# 5. 経営戦略方針

(1) “チャレンジ100”

(2) 出店 他設備投資概要

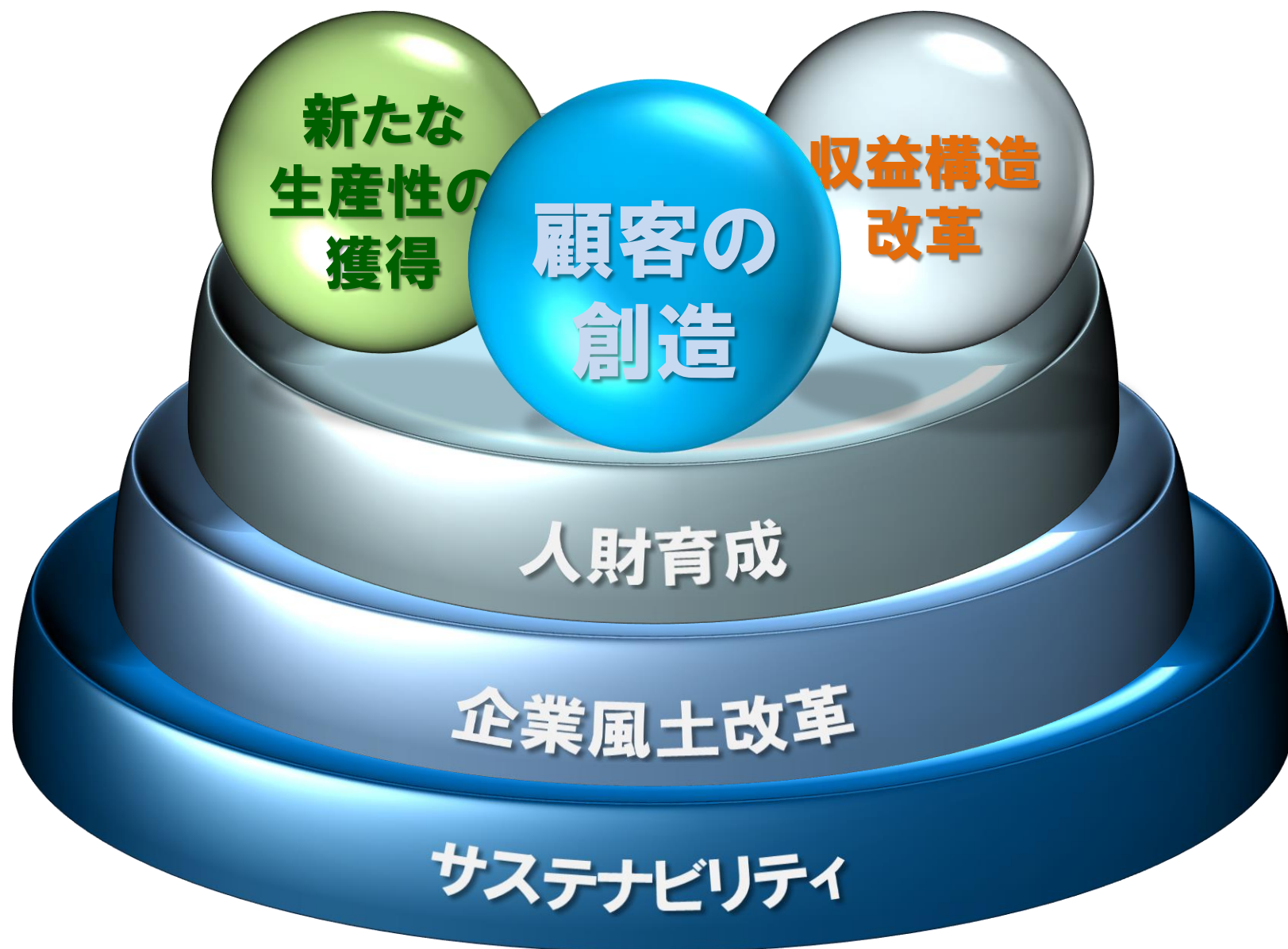
(3) 株主還元

(4) 中期経営計画進捗



# 地域に愛される 健康元気な100年企業へ







# 5. 経営戦略方針

(1) “チャレンジ100”

**(2) 出店 他、設備投資概要**

(3) 株主還元

(4) 中期経営計画進捗

## 5.(2) 出店 他、設備投資概要

### 【新店】

さくらんぼ東根店

2023年10月12日 開店



### 【改装】

宮町店

2023年下期予定

### 【改装】

上山店

2023年下期予定

### 【改装】

荒井店

2023年下期予定

### 【改装】

茂庭店

2023年9月15日開店



# 5. (2) 出店 他、設備投資概要

2023年2月期 実績

2024年2月期 (予定)

69店舗 SM  
69店舗 ドラッグ



71店舗  
70店舗

実績

計画

見込

SM	3 店舗	2,642
ドラッグ	2 店舗	
SM	4 店舗	1,067
ドラッグ	3 店舗	
デリカセンター		3,193
空調更新		
IT投資等		

新店

改装

合計

SM	2 店舗	2,000	2,000
ドラッグ	1 店舗		
SM	2 店舗	400	300 SM 4店舗
デリカセンター		2,000	2,000
空調更新			
IT投資等			

6,902

4,400

4,300

(単位:百万円)

# 5. 経営戦略方針

(1) “チャレンジ100”

(2) 出店 他設備投資概要

**(3) 株主還元**

(4) 中期経営計画進捗

## ・ 2024年2月期 年間27円見込み

引き続き、安定配当の方針。前期同様の配当見込み

2021年 2月期	2022年 2月期 実績	2023年 2月期		2024年 2月期 中間 (予想)
13.5	13.5	13.5	中間配当金	13.5
13.5	13.5	13.5	期末配当金	-
27.0	27.0	27.0	年間配当金	-
33.5	80.0	142.2	配当性向	14.2



# 5. 経営戦略方針

(1) “チャレンジ100”

(2) 出店 他設備投資概要

(3) 株主還元

(4) 中期経営計画進捗

## 【2023年2月期～2025年2月期計数実績・予測】

2023年2月期			2024年2月期		2025年2月期
計画	実績		計画	見通し	計画
102,500	99,400	営業収益	105,000	103,000	115,000
1,100	900	経常利益	1,300	700	1,650
1.0	0.9	経常利益率	1.2	0.6	1.4

(単位:百万円, %)

1. 2023年2月期：物価・光熱費高止まりの影響が続き、計画を下回る
2. 設備投資 ・ ・ **既存店活性化に軸足を置く**
  - (1) 既存店の**活性化改装**及び老朽化**設備更新**に充当
  - (2) サンコーデリカセンター・基幹システム更新

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

財務・経営企画部

kanri@yamazawa.co.jp

# APPENDIX

以下ご参考

## 《連結》

## 《単体》

(単位:百万円, %)

2023年2月期末		2024年2月期中間	
構成比		構成比	
12,996	24.0	14,309	25.5
5,352	9.9	6,442	11.5
4,148	7.7	4,355	7.8
41,262	76.1	41,722	74.5
35,767	65.9	35,390	63.2
<b>54,259</b>	100.0	<b>56,031</b>	100.0
<b>流動資産</b>			
現金預金			
商品製品			
<b>固定資産</b>			
有形固定資産			
<b>資産合計</b>			
<b>流動負債</b>			
買掛金			
<b>固定負債</b>			
<b>負債合計</b>			
<b>純資産</b>			
有利子負債			

2023年2月期末		2024年2月期中間	
構成比		構成比	
11,654	22.8	10,933	21.5
4,395	8.6	5,480	10.8
2,350	4.6	2,502	4.9
39,408	77.2	39,804	78.4
32,971	64.6	32,387	63.8
<b>51,063</b>	100.0	<b>50,738</b>	100.0
<b>流動資産</b>			
現金預金			
商品製品			
<b>固定資産</b>			
有形固定資産			
<b>資産合計</b>			
<b>流動負債</b>			
買掛金			
<b>固定負債</b>			
<b>負債合計</b>			
<b>純資産</b>			
有利子負債			

自己資本比率:52.7%(前年差  $\Delta$ 0.1%)

自己資本比率:52.5%(前年差 +1.9%)

## 《連結》

## 《単体》

(単位:百万円, %)

2023年2月		中間期	2024年2月期		
実績	売比		実績	売比	前期比
50,309	100.0	営業収益	50,650	100.0	100.7
36,612	72.8	売上原価	36,581	72.2	99.9
13,696	27.2	売上総利益	14,068	27.8	102.7
13,012	25.9	販売費 一般管理費	13,536	26.7	104.0
683	1.4	営業利益	532	1.1	78.0
50	0.1	営業外収益	59	0.1	118.0
7	0.0	営業外費用	21	0.1	300.0
726	1.5	経常利益	570	1.1	78.5
433	0.9	当期純利益	1,024	2.0	236.4

2023年2月		中間期	2024年2月期		
実績	売比		実績	売比	前期比
44,070	100.0	営業収益	44,454	100.0	100.9
32,190	73.1	売上原価	32,261	72.6	100.2
11,878	27.0	売上総利益	12,192	27.4	102.7
11,299	25.6	販売費 一般管理費	11,780	26.5	104.3
579	1.3	営業利益	412	0.9	71.0
29	0.1	営業外収益	37	0.1	127.6
6	0.0	営業外費用	21	0.0	350.0
602	1.3	経常利益	428	0.9	71.1

## 2024年2月期 中間 店舗数 70店舗 (前年同期比 山形県+2店舗 秋田県△1店舗 計+1店舗)

	2022年2月期 中間			2023年2月期 中間			2024年2月期 中間		
	出店	退店	総店数	出店	退店	店数	出店	退店	店数
山形県	1	0	42	0	1	41	3	1	43
宮城県	1	2	19	0	0	19	0	0	19
秋田県	-	-	-	0	1	9	1	2	8

山形県	売上高 前期比	29,572 98.7	29,266 98.9	30,386 103.8
宮城県	売上高 前期比	12,393 89.4	12,330 99.5	12,112 98.2
秋田県	売上高 前期比	4,803 -	4,430 92.2	3,654 82.4
全 店	売上高 前期比	46,768 -	46,026 98.4	46,152 100.2

※当社管理会計データより

(単位:百万円,%)

(単位:百万円)

No	社名	VC	店舗	食品販売高	シェア%	増減%
1	ヤマザワ	ニチリウ	42	53,378	23.6	△ 1.2
2	イオン東北	イオン	31	45,592	20.1	+ 0.7
3	ヨークベニマル	7&i	22	44,488	19.6	+ 1.5
4	おーばん	CGC	14	17,205	7.6	+ 0.3
5	生協(共立社)		10	15,724	6.9	△ 0.3
6	主婦の店鶴岡	CGC	8	6,397	2.8	△ 0.5
7	オーシャンシステム		10	6,310	2.8	+ 2.8
8	ト一屋	CGC	7	5,763	2.5	△ 0.2
9	ウメヤ	CGC	6	5,070	2.2	△ 0.2
10	たかき		4	4,601	2.0	± 0.0
	その他		36	22,052	9.9	△ 0.3
	計		190	226,580	100.0	

人口	1,031,444	△2.3%	食品市場規模	3,601億	△1.6%
世帯数	414,160	△1.4%	内スーパー食品販売高	2,266億	5.2%



(単位:百万円)

No	社名	VC	店舗	食品販売高	シェア%	増減%
1	ヨークベニマル	7&i	63	111,451	23.5	+ 2.7
2	みやぎ生協		49	83,431	17.6	△ 0.6
3	イオン東北	イオン	28	46,330	9.8	+ 1.4
4	(株)ウジエスーパー	CGC	30	32,709	6.9	△ 0.3
5	マックスバリュ南東北	イオン	20	31,246	6.6	△ 0.4
6	ヤマザワ	ニチリウ	19	22,292	4.7	△ 0.2
7	(株)西友	CGC	18	19,950	4.2	△ 0.1
8	フレスコ	CGC	12	15,718	3.3	+ 0.1
9	イトーチェーン	CGC	10	12,789	2.7	△ 0.2
10	(株)マルニ		5	11,459	2.4	± 0.0
	その他		96	86,494	18.3	△ 2.4
	計		350	473,869	100.0	

人口	2,233,374	△1.5%	食品市場規模	8,718億	0.4%
世帯数	1,015,307	△0.8%	内スーパー食品販売高	4,739億	3.9%

(単位:百万円)

No	社名	VC	店舗	食品販売高	シェア%	増減%
1	イオン東北	イオン	46	54,194	23.5	+ 1.9
2	伊徳	CGC	22	44,772	19.4	+ 0.8
3	タカヤナギ	CGC	15	24,025	10.4	+ 0.6
4	ナイス		11	16,910	7.3	± 0.0
5	イオンSC	イオン	6	10,175	4.4	△ 3.4
6	中央市場	AJS	8	10,051	4.4	+ 0.1
7	コープあきた		2	9,563	4.1	± 0.0
8	よねや		8	8,028	3.5	△ 0.5
9	マルエーうちや		6	7,558	3.3	+ 0.2
10	バザール		5	7,429	3.2	± 0.0
	その他		39	38,327	16.5	+ 0.3
	計		168	231,032	100.0	

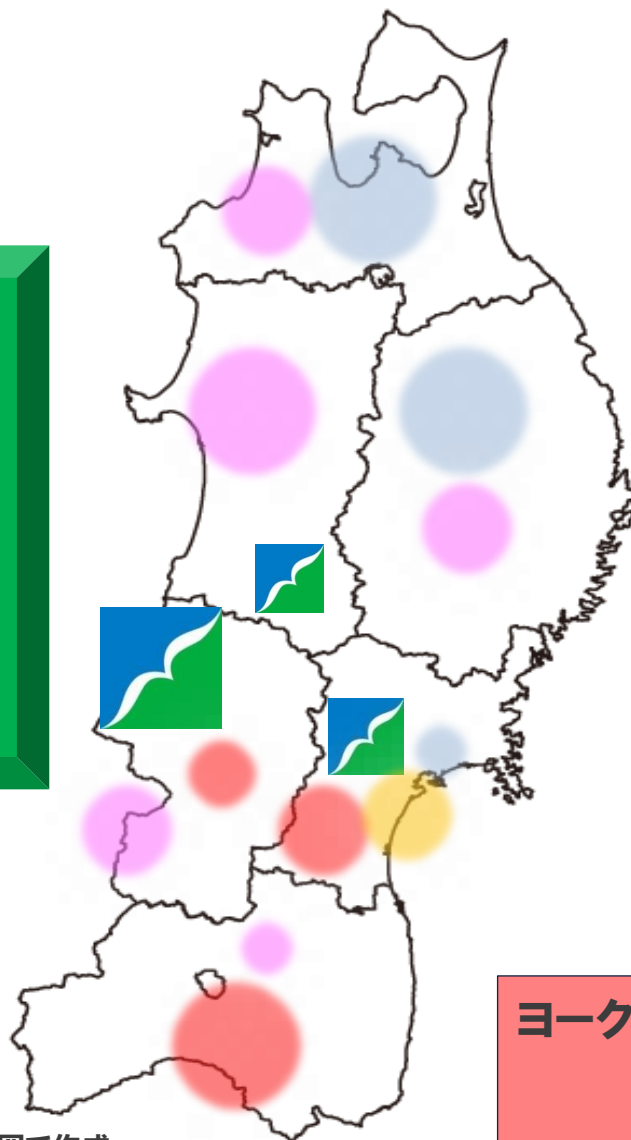
人口(人)	936,509	△2.1%	食品市場規模	3,455億	△0.8%
世帯数	421,600	△0.9%	内スーパー食品販売高	2,310億	△1.2%

# 東北地区 主要スーパーマーケット社 (各社店舗数)



**ヤマザワ**  
70

山形 43  
宮城 19  
秋田 8



## アークスグループ

ユニバース 57

青森 37  
岩手 19  
秋田 1

ベルジョイス 58

岩手 50  
青森 1  
宮城 7

イトーチェーン 9

## イオングループ 160

青森 30  
岩手 15  
秋田 46  
宮城 28  
山形 31  
福島 10

## みやぎ生協 48

宮城 48

## ヨークベニマル 245

宮城 63  
山形 22  
福島 79

※2023年8月末時点で収集できる範囲で作成

# ヤマザワ ブランドコンセプト

- ① 美味しさ
- ② 地元 (産地)
- ③ 健康
- ④ 便利 (環境)

## 価格訴求



今いちばんの野菜や果物が勢揃い



### お客様のお買い求め易さを追求

## 価値訴求



### ヤマザワ ブランドコンセプト

- ① 美味しさ
- ② 地元（産地）
- ③ 健康
- ④ 便利（環境）



# 価値訴求

1日の野菜摂取目標量は350gとされています

## 野菜350g運動

野菜あと約70g足りないと言われています

ヤマザワは健康課題をふまえて野菜摂取の増加を推進しています。

### ヤマザワ ブランドコンセプト

- ① 美味しさ
- ② 地元(産地)
- ③ 健康
- ④ 便利(環境)



# 業務改善

## サンコー食品 「デリカセンター」 新工場竣工

- 【機能の拡充】  
惣菜調理に加え、鮮魚部門の  
PC機能拡充
- 【商品拡充】  
従前の惣菜商品の進化・改善  
和洋菓子・デザート類注力

AI自動発注システム

コスト削減委員会

業務改善提案制度

新基幹システム  
更新準備



## 女性活躍推進

## 環境対応



現場の女性の声を聞く会  
～レディースプロジェクト～が発足しました！

### 1. 目的

私たちのお客様の大半は、女性です。私たちのプロジェクトでは、現場で活躍する女性の声に耳を傾け、消費者として、『お客様目線』『女性目線』で営業の改善点について検討し、積極的な提案をして参ります。



## レディースプロジェクト 発足

## 太陽光パネル設置 2店舗⇒9店舗へ

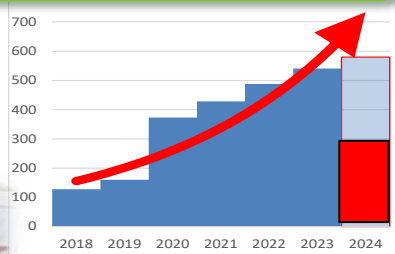
## 改善活動

### ◆ QC活動

2024年2月期上期

取組み完了件数

288件



### ◆ オペレーション

- ・カリカリクロックムツシュの品質向上
- ・レジ操作ミスの低減
- ・カットフルーツ技術習得
- ・RE値の向上

### ◆ 売上高チャレンジ

- ・まぐろの週間売上高向上
- ・焼魚の月間売上高向上
- ・デリカ分類の売上高UP
- ・16時以降の売上高UP

### ◆ 本部

- ・新グループウェアの利用率向上
- ・配送事務作業の効率化
- ・商品部起因の売価ミス撲滅