

# 株式会社 ヤマザワ

## 2025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. **業績概況** 2025年2月期 中間
  - (1) 《連結》業績 … 3 ~ 4
  - (2) 《単体》業績 … 6 ~ 13
  
2. **業績見通し** 2025年2月期 通期見通しの修正について
  - (1) 《連結》通期見通し … 15 ~ 16
  - (2) 《単体》通期見通し … 18
  
3. **経営戦略方針**
  - (1) “チャレンジ100” … 20 ~ 24
  - (2) 改装 他、設備投資概要 … 26
  - (3) 株主還元 … 28
  - (4) 中期経営計画進捗 … 30

# 1. 業績概況 2025年2月期 中間

(1) 《連結》業績

(2) 《単体》業績

# 1.(1) 《連結》業績概況 2025年2月期 中間

前年同期		2025年2月期 中間	前年同期比 %	差
50,650	営業収益	50,958	100.6 %	+308
14,068	売上総利益	14,062	99.9 %	△6
13,536	販売管理費	14,745	108.9 %	+1,209
532	営業利益	△682	-	△1,214
570	経常利益	△275	-	△845
1,024	純利益	△1,056	-	△2,080

(単位:百万円)

※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。

## 【連結財政状態】

前期末		2025年2月期 中間	構成比	前期末比 %	差
58,186	総資産	<b>58,335</b>	100.0 %	100.2 %	+149
28,859	純資産	<b>27,651</b>	47.4 %	95.8 %	△1,208

(単位:百万円)

## 1. 財政状況

- (1) ROE (自己資本当期利益率)  
△3.8% ( △7.3% )
- (2) ROA (総資産経常利益率)  
△0.5% ( △1.5% )
- (3) 自己資本比率  
47.4% ( △2.2% )

## 【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>4,047</b>	131.6 %	+971
投資活動によるキャッシュ・フロー	<b>△1,207</b>	66.9 %	+596
財務活動によるキャッシュ・フロー	<b>△2,343</b>	-	△2,166

(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 (期中増減額)  
6,109百万 (+496)
- (2) 設備投資額  
1,069百万 (△462)
- (3) 減価償却費  
1,728百万 (+224)

※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。

# 1. 業績概況 2025年2月期 中間

(1) 《連結》業績

(2) 《単体》業績

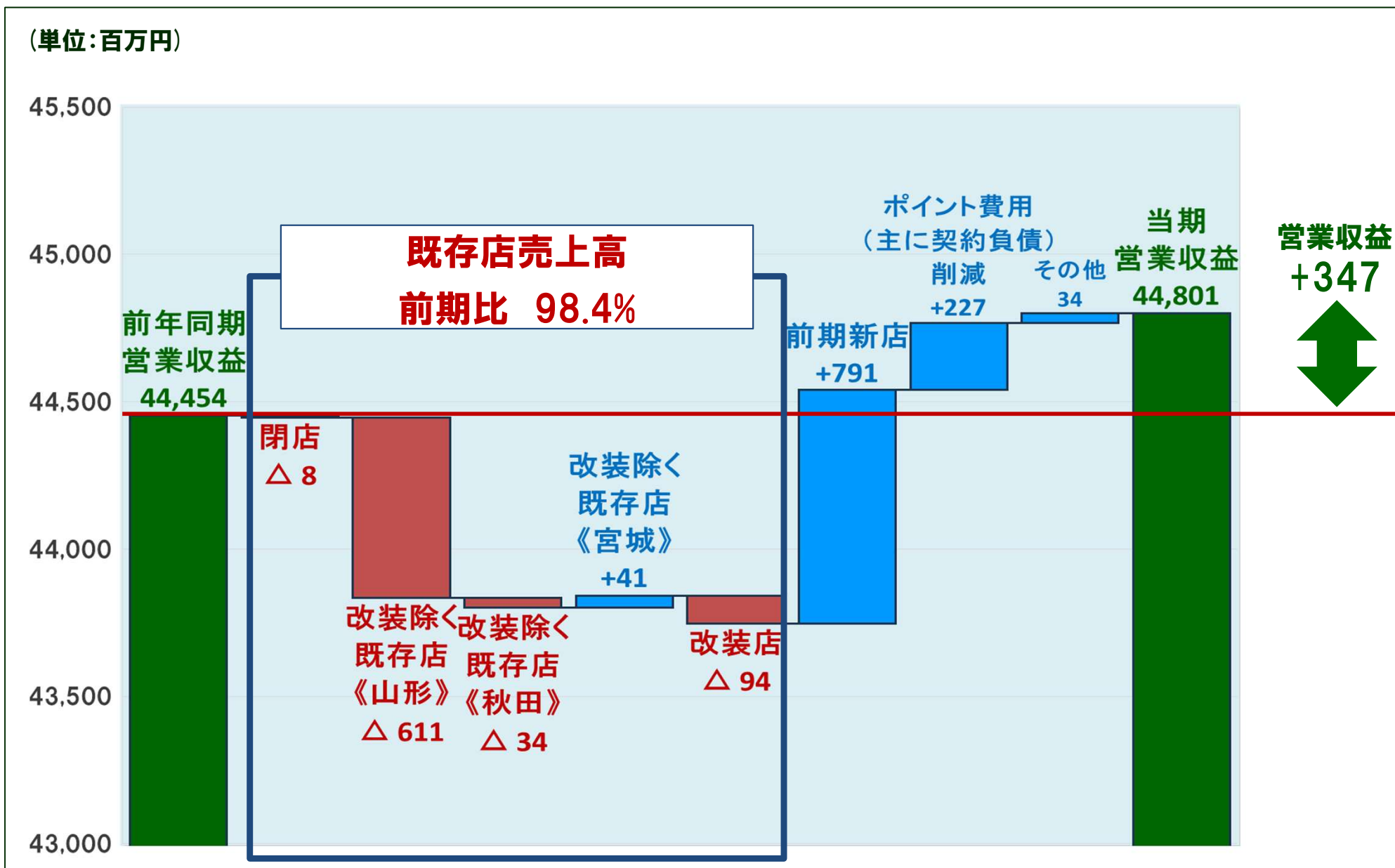
# 1.(2) 《単体》業績概況 2025年2月期 中間

前年同期		2025年2月期 中間	前年同期比 %	差
44,454	営業収益	44,801	100.7 %	+347
12,192	売上総利益	12,414	101.8 %	+222
11,780	販売管理費	12,808	108.7 %	+1,028
412	営業利益	△394	-	△806
428	経常利益	△157	-	△585

(単位:百万円)

※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。

# 1.(2) 《单体》 営業収益 増減要因

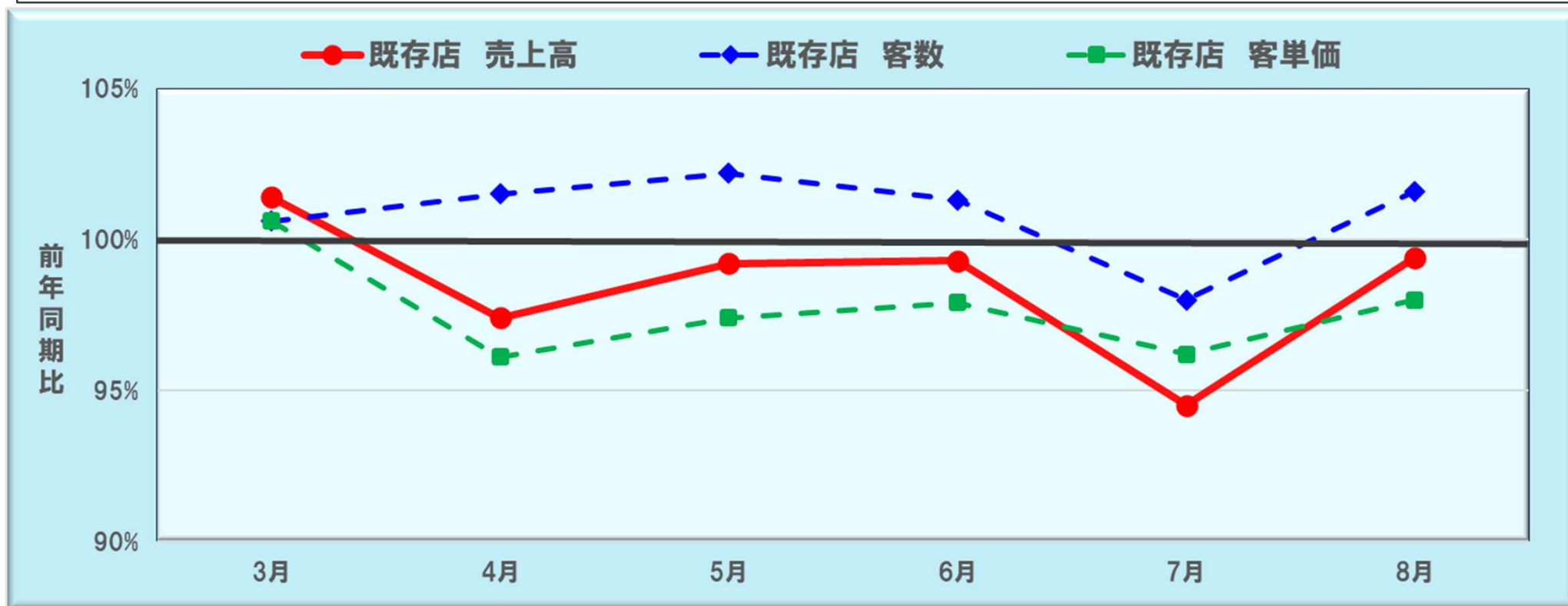


※当社管理会計データより



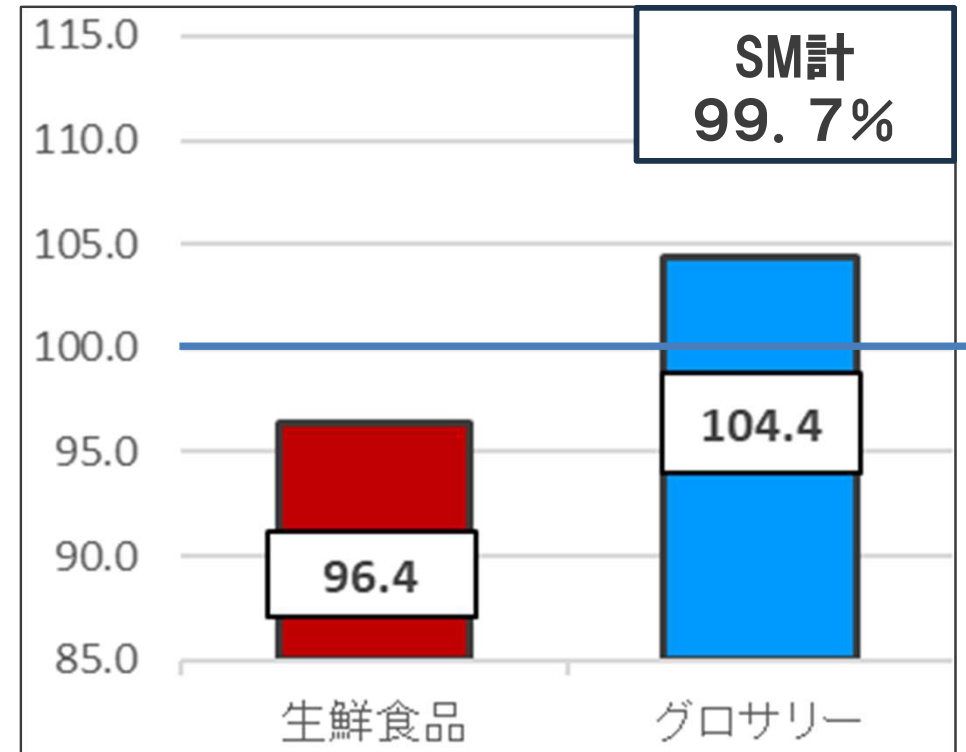
# 1.(2) 《单体》既存店売上高 月次推移

既存店前期比	売上高	客数	客単価	買上点数	一品単価
	中間	98.4 %	100.8 %	97.7 %	96.2 %
1Q	99.3 %	101.4 %	98.0 %	96.4 %	101.7 %
2Q	97.7 %	100.3 %	97.4 %	95.9 %	101.5 %



## 【生鮮・グロサリー売上高 前期比】 【商品別 荒利益高前期比】

売上高前年比	1 Q	2 Q	中間
全 部 門	99.3 %	97.7 %	98.4 %
生 鮮 食 品	99.6 %	99.2 %	99.4 %
グロサリー	99.4 %	96.6 %	97.8 %



※当社管理会計データより

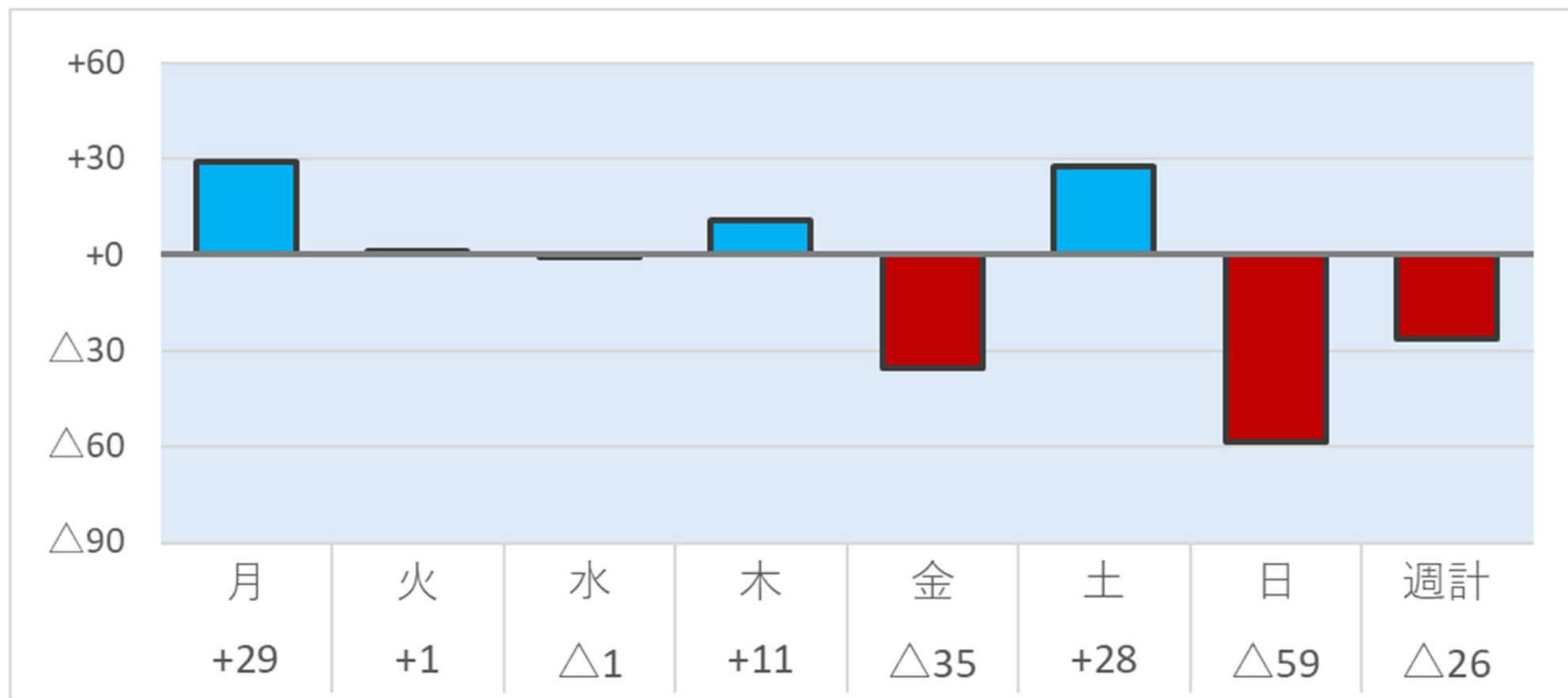
※ベーカリー・フードサービスを除く主要部門で作成しています。

# 1.(2) 《単体》改装 概要

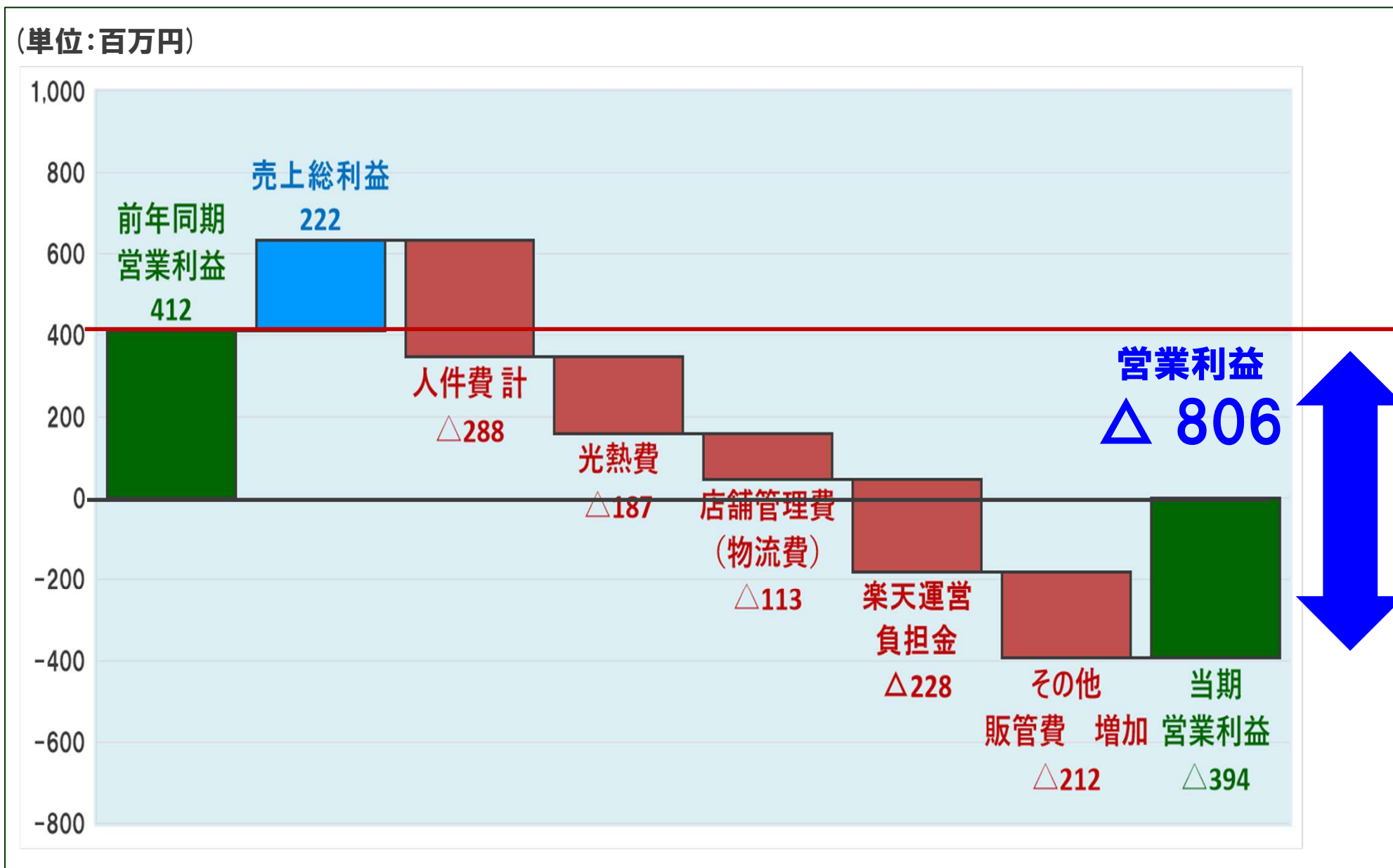
開店月	店名	地域	コンセプト
3月	多賀城店	宮城県多賀城市	青果・惣菜・日配売場拡大 鮮魚寿司新設 フルセルフレジ拡大
4月	富の中店	山形県山形市	売場・品揃え見直し フルセルフレジ拡大
5月	田子店	宮城県仙台市	冷ケース更新 最新フォーマット導入による売上アップ フルセルフレジ拡大
6月	住吉台店	宮城県仙台市	売場・品揃え見直し(惣菜・日配強化) 冷凍ケース(リーチイン)設置 フルセルフレジ拡大
7月	長井店	山形県長井市	惣菜・日配の売場拡大 冷凍ケース(リーチイン)増設

## 【既存店 曜日別売上高の変化】

(百万円)



# 1.(2) 《单体》 営業利益 増減要因



※当社管理会計データより

## ◆ 売上高:

増収ながら計画は未達

- ① 前期新店の売上高不足
- ② 旧ポイント倍付日の売上減少に対する他曜日の伸長不足
- ③ 集客強化により客数は確保も物価高・ポイント10倍セール廃止による買上点数の低下

## ◆ 売上総利益:

- ① 価格戦略強化に伴う値入高減少
- ② 見切による値下高増加

## ◆ 販売管理費:

- ① 人件費、光熱費の想定以上の上昇

## 2. 2025年2月期 業績見通しの修正について

(1) 《連結》 通期見通し

(2) 《単体》 通期見通し

## 2. (1)《連結》2025年2月期 業績見通し【修正】

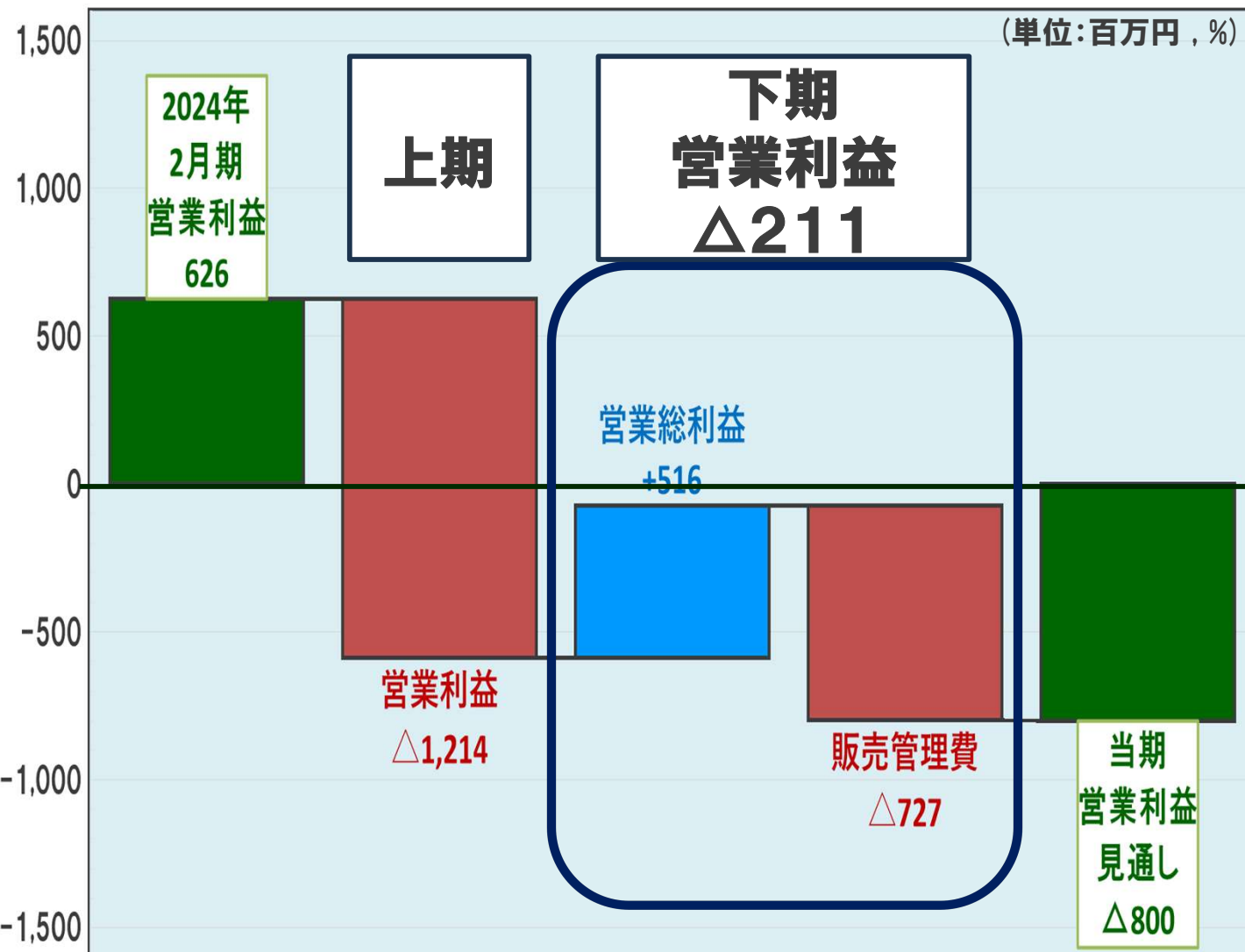
	上期実績	下期見通し	通期見通し 修正	通期見通し 修正前
<b>営業収益</b>	50,958	50,542	101,500	102,700
前期比	100.6	98.6	99.6	
前期差	+308	△699	△391	
<b>営業利益</b>	△682	△118	△800	450
前期比	-	-	-	
前期差	△1,214	△211	△1,426	
<b>経常利益</b>	△275	△225	△500	650
前期比	-	-	-	
前期差	△845	△332	△1,178	
<b>当期純利益</b>	△1,056	△644	△1,700	120
前期比	-	112.3	-	
前期差	△2,080	△71	△2,152	

(単位:百万円, %)



## 【営業利益】 当期下期と前期下期との比較

売上総利益高改善・販売管理費抑制によるマイナス幅抑制を図る



### 1. 営業利益の増減要因

① 2024年2月期 営業利益	626
② 営業総利益	510
③ 販売管理費増加	1936
④ 2025年2月期通期 (①+②-③)	△800

## 2. 2025年2月期 業績見通しの修正について

(1) 《連結》 通期見通し

(2) 《単体》 通期見通し

### 【単体業績見通し】

	上期実績	下期見通し	通期見通し 修正	通期見通し 修正前
<b>営業収益</b>	44,801	45,199	90,000	90,000
前期比	100.7	100.1	100.4	
前期差	+347	+84	+ 431	
<b>営業利益</b>	△394	54	△340	580
前期比	-	-	-	
前期差	△806	△285	△1,091	
<b>経常利益</b>	△157	△13	△170	750
前期比	-	-	-	
前期差	△585	△350	△935	

(単位:百万円, %)

※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。

# 3. 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

## 顧客の創造【ブランディング】

**「ブランド戦略室」を新設し、  
マーケティングへの取組みを強化**

### 惣菜

### 「オリジナリティ創造」

#### ◎「お米まわり」を見直す

原材料表示	アピール
国産米	山形県産 ひとめぼれ 宮城県産 ひとめぼれ 秋田県産 あきたこまち

- 「地元食材の活用」
- 「県民が慣れ親しんだお米」  
当社年間売上「68億円」  
(米飯・寿司・精米・パックご飯・餅)
- 「地元の生産者を応援」

## 新たな生産性の獲得 【自動化】

**AI自動発注 導入**  
**発注精度向上 発注時間短縮**



**セルフレジ 全店導入**  
・3ヵ年計画の2年目  
・接客部門  
**人件費△10%**

## 新たな生産性の獲得・サステナビリティ 【見切り業務のDXとフードロス削減の取組み】

- ①目的:従業員の値下業務の廃止とフードロス削減
- ②対象:消費期限の短い総菜類
- ③内容:計量プリンターシールをデジタルサイネージ・電子棚札表示に切替え、値下げ価格の表示と売価変更の自動化を図る  
実証実験
- ④概要:BIPROGY株式会社様の取組みに参加。  
弊社は実証フィールド(ヤマザワ寒河江西店)を提供。



※弊社およびBIPROGY株式会社様 共同ニュースリリースより

## サステナビリティ

区分	マテリアリティ	主な取り組みテーマ
地域の健康元気を応援	安心・安全の追求	衛生管理・サプライチェーン管理
	健康で豊かなくらしの実現	食を通じた健康元気への貢献
	地域活性化の支援	地域振興活動の参画、推進
住み続けるための環境保全	循環型社会の実現	・食品廃棄物の削減 ・プラスチックの使用量削減
	脱炭素の取組の推進	・温室効果ガス排出量の実績管理
従業員が輝く組織づくり	生き生きと働く場の提供	・ワークライフバランスの推進 ・社員の健康維持、促進
	成長支援	・階級別教育体系の強化 ・新人事制度



## サステナビリティ 物流問題への取組み 【東北物流みらい研究会への参加】

- ①目的:人口減少の大きい東北エリアでの物流を取り巻く課題の共有と改善の推進
- ②概要:東北エリアで事業を展開する小売業・物流業各社が参加。「2024年問題」「脱炭素」、その他持続可能な物流構築に向けて、物流課題の共有と協業に向けた具体的施策の議論を重ねてきた。  
2024年10月20日、『東北物流みらい研究会』を発足し課題解決に向けて企業横断型の仕組みを構築。
- ③今後の方向性(具体的施策)
  - ・荷主としてのトラックドライバーの待遇改善
  - ・共働物流の実施に向けた協議

# 3. 経営戦略方針

(1) “チャレンジ100”

**(2) 改装 他、設備投資概要**

(3) 株主還元

(4) 中期経営計画進捗

### 3.(2) 改装 他、設備投資概要

2024年2月期 実績			2025年2月期 (予定)			
		71店舗	SM			70店舗
		69店舗	ドラッグ	➔		70店舗
		実績				計画
SM	2店舗	2,113	新店	ドラッグ	1店舗	30
ドラッグ	1店舗					
SM	5店舗	293	改装	SM	7店舗	950
デリカセンター		1,911	合計	空調更新		650
空調更新						
IT投資等						
		4,317				1,630
						見込
						30
						880 SM6店舗
						650
						1,560

(単位:百万円)

# 3. 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

## ・ 2025年2月期 年間27円の見込み

引き続き、安定配当の方針。前期同様の配当見込み

2022年 2月期	2023年 2月期 実績	2024年 2月期		2025年 2月期 (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	13.5
27.0	27.0	27.0	年間配当金	27.0

※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。

# 3. 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

### 3.(4) 中期経営計画 進捗

#### 【第3次中期経営計画2023年2月期～2025年2月期計数実績・見通し】(単位:百万円, %)

2023年2月期		2024年2月期			2025年2月期	
計画	実績	計画	実績		計画	見通し修正
102,500	99,400	105,000	101,891	営業収益	107,500	101,500
1,100	900	1,300	678	経常利益	1,650	△500
1.0	0.9	1.2	0.6	経常利益率	1.4	—

#### 【第4次中期経営計画 2026年2月期～2028年2月期】

- ①人口・労働人口推計から見る環境変化
  - ・人口減少によるマーケットの縮小 ・労働人口減少
- ②短期的課題
  - ・収益力の強化 ・店舗、商品、販売戦略の見直し
  - ・マーケット分析と顧客開拓 ・新たな生産性獲得
- ③長期的課題
  - ・人口、労働人口減少対策 ・物流改革 ・グループシナジー最大化のための各社連携
  - ・ポートフォリオ見直し

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, %)

2024年2月期末		2025年2月期	
構成比		構成比	
14,099	24.2	流動資産	15,294 26.2
6,033	10.4	現金預金	6,529 11.2
4,376	7.5	商品製品	4,520 7.8
44,086	75.8	固定資産	43,041 73.8
37,658	64.7	有形固定資産	37,158 63.7
<b>58,186</b>	100.0	<b>資産合計</b>	<b>58,335</b> 100.0
20,386	35.0	流動負債	22,182 38.0
6,766	11.6	買掛金	9,194 15.8
8,939	15.4	固定負債	8,502 14.6
<b>29,326</b>	50.4	<b>負債合計</b>	<b>30,684</b> 52.6
<b>28,859</b>	49.6	<b>純資産</b>	<b>27,651</b> 47.4
12,653	21.8	有利子負債	10,689 18.3

2024年2月期末		2025年2月期	
構成比		構成比	
10,755	20.8	流動資産	11,928 23.0
5,295	10.2	現金預金	5,285 10.2
2,440	4.7	商品製品	2,602 5.0
40,956	79.2	固定資産	39,951 77.0
32,512	62.9	有形固定資産	32,220 62.1
<b>51,712</b>	100.0	<b>資産合計</b>	<b>51,880</b> 100.0
18,549	35.9	流動負債	20,105 38.8
5,395	10.4	買掛金	7,731 14.9
6,812	13.2	固定負債	6,461 12.5
<b>25,362</b>	49.0	<b>負債合計</b>	<b>26,567</b> 51.2
<b>26,349</b>	51.0	<b>純資産</b>	<b>25,313</b> 48.8
12,653	24.5	有利子負債	10,689 20.6

自己資本比率:47.4%(前年差 △2.2%)

自己資本比率:48.8%(前年差 △2.2%)

## 《連結》

## 《単体》

(単位:百万円, %)

2024年2月期		中間期	2025年2月期		
実績	売比		実績	売比	前期比
50,650	100.0	営業収益	50,958	100.0	100.6
36,581	72.2	売上原価	36,895	72.4	100.9
14,068	27.8	売上総利益	14,062	27.6	100.0
13,536	26.7	販売費 一般管理費	14,745	28.9	108.9
532	1.1	営業利益	△682	-	-
59	0.1	営業外収益	438	0.9	742.4
21	0.0	営業外費用	30	0.1	142.9
570	1.1	経常利益	△275	-	-
1,024	2.0	当期純利益	△1,056	-	-

2024年2月期		中間期	2025年2月期		
実績	売比		実績	売比	前期比
44,454	100.0	営業収益	44,801	100.0	100.8
32,261	72.6	売上原価	32,387	72.3	100.4
12,192	27.4	売上総利益	12,414	27.7	101.8
11,780	26.5	販売費 一般管理費	12,808	28.6	108.7
412	0.9	営業利益	△394	-	-
37	0.1	営業外収益	263	0.6	710.8
21	0.0	営業外費用	27	0.1	128.6
428	1.0	経常利益	△157	-	-

## 2023年2月期 中間

## 2024年2月期 中間

## 2025年2月期 中間

	出店	退店	期末店数
山形県	0	1	41
宮城県	0	0	19
秋田県	0	1	9

	出店	退店	期末店数
山形県	3	1	43
宮城県	0	0	19
秋田県	0	2	8

	出店	退店	期末店数
山形県	1	0	44
宮城県	0	0	19
秋田県	0	1	7

山形県	売上高 前期比	29,266 98.9
宮城県	売上高 前期比	12,330 99.4
秋田県	売上高 前期比	4,430 92.2
全 店	売上高 前期比	45,539 97.3

山形県	売上高 前期比	30,386 103.8
宮城県	売上高 前期比	12,112 98.2
秋田県	売上高 前期比	3,654 82.4
全 店	売上高 前期比	46,152 100.2

山形県	売上高 前期比	30,498 100.3
宮城県	売上高 前期比	12,127 100.1
秋田県	売上高 前期比	3,613 98.8
全 店	売上高 前期比	46,237 100.1

※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	44	52,573	22.7	△ 0.9
2	イオン東北	イオン	31	48,981	21.1	+ 1.0
3	ヨークベニマル	7&i	22	45,019	19.3	△ 0.3
4	おーばん	CGC	20	23,758	10.2	+ 2.6
5	生協(共立社)		10	15,729	6.8	△ 0.1
6	オーシャンシステム		10	7,001	3.0	+ 0.2
7	主婦の店	CGC	8	6,345	2.7	△ 0.1
8	ト一屋	CGC	7	5,850	2.5	± 0.0
9	たかき		4	4,591	2.0	± 0.0
10	本間物産		7	4,462	1.9	△ 0.3
	その他		29	18,360	7.9	△ 1.8
	計		193	232,669	100.0	

人口	1,027,509	△0.4%	食品市場規模	3,907億	+8.4%
世帯数	422,118	+1.9%	内スーパー食品販売高	2,327億	+2.7%

(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	65	119,157	24.0	+ 0.5
2	みやぎ生協		49	87,661	17.6	± 0.0
3	イオン東北	イオン	28	56,344	11.3	+ 1.5
4	(株)ウジエスーパー	CGC	29	35,899	7.2	+ 0.3
5	マックスバリュ南東北	イオン	20	31,239	6.3	△ 0.3
6	ヤマザワ	ニチリウ	19	20,909	4.2	△ 0.5
7	(株)西友	CGC	18	18,970	3.8	△ 0.4
8	フレスコ	CGC	12	16,711	3.4	+ 0.1
9	イトーチェーン	CGC	9	13,031	2.6	△ 0.1
10	(株)マルニ		5	11,009	2.2	△ 0.2
	その他		95	85,951	17.3	△ 1.0
	計		349	496,881	100.0	

人口	2,242,389	+0.4%	食品市場規模	9,381億	+7.6%
世帯数	1,044,637	+2.8%	内スーパー食品販売高	4,969億	+4.8%

(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	53,940	22.9	△ 0.6
2	伊徳	CGC	22	46,996	20.0	+ 0.8
3	タカヤナギ	CGC	15	25,596	10.5	+ 0.5
4	ナイス		11	17,613	7.5	+ 0.2
5	イオンSC	イオン	6	10,233	4.3	△ 0.1
6	中央市場	AJS	8	9,981	4.2	△ 0.2
7	コープあきた		2	9,700	4.1	± 0.0
8	バザール		5	7,790	3.3	± 0.0
9	マルエーうちや		6	7,762	3.3	± 0.0
10	アマノ		3	7,018	3.0	± 0.0
	その他		47	38,716	16.5	± 0.0
	計		171	235,345	100.0	

人口(人)	924,620	△1.2%	食品市場規模	3,700億	+7.0%
世帯数	424,568	+0.7%	内スーパー食品販売高	2,353億	+1.8%