



2019年3月期 第2四半期

# 決算説明会資料

2018年11月9日

株式会社いなげや  
代表取締役社長  
成瀬直人



## ● 小売事業

### スーパーマーケット事業



いなげや

**141**店舗(+1)  
(惣菜単独店含む)



三浦屋

**11**店舗  
(△1)

### ドラッグストア事業



ウェルパーク

**133**店舗  
(+1)

小売事業  
総店舗数

**285**店舗  
(+1)

2018.9月末時点  
(加)は前期末との増減

## ● 小売支援事業



株式会社 **サンフードジャパン**

(株)サンフードジャパン

食品卸し・商品製造開発



(株)サビア  
コーポレーション

施設管理・警備

INAGEYA  
WING

(株)いなげやウィング

特例子会社（障がい者雇用）

いなげや  
ドリームファーム

(株)いなげや  
ドリームファーム

農業事業

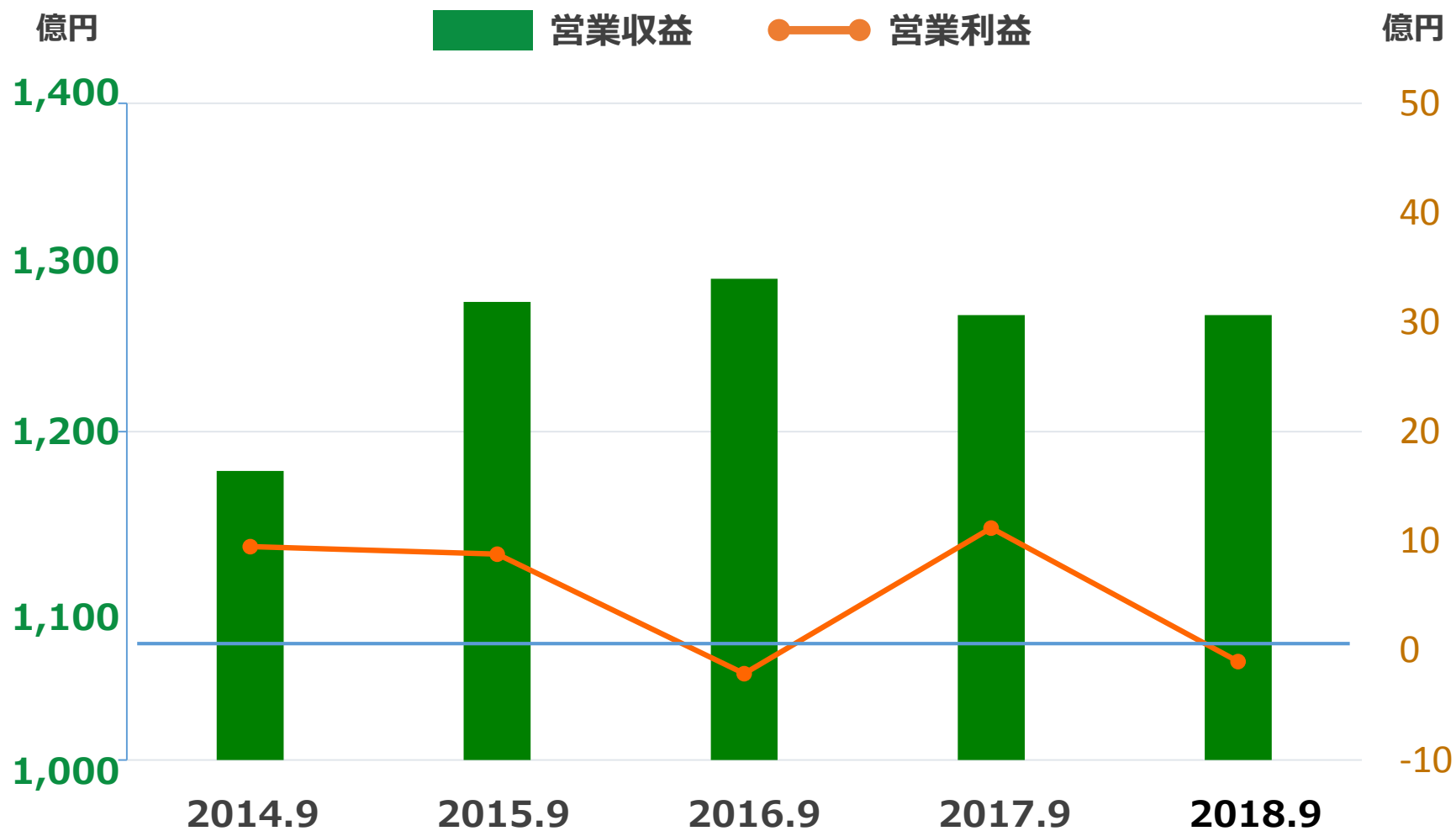
# 1

---

**7 1期 第2四半期**

**連結 決算状況**

	2018年3月期 第2四半期			2019年3月期 第2四半期			増減額 (億円)
	金額 (億円)	売上 高比 (%)	前年比 増減 (%)	金額 (億円)	売上 高比 (%)	前年比 増減 (%)	
<b>営業収益</b>	<b>1,271</b>	<b>-</b>	<b>△1.7</b>	<b>1,264</b>	<b>-</b>	<b>△0.6</b>	<b>△7.5</b>
<b>売上高</b>	<b>1,226</b>	<b>100.0</b>	<b>△1.7</b>	<b>1,220</b>	<b>100.0</b>	<b>△0.5</b>	<b>△6.0</b>
<b>営業利益</b>	<b>11.2</b>	<b>0.9</b>	<b>-</b>	<b>△1.0</b>	<b>△0.1</b>	<b>-</b>	<b>△12.2</b>
<b>経常利益</b>	<b>12.2</b>	<b>1.0</b>	<b>-</b>	<b>0.4</b>	<b>0.0</b>	<b>△96.3</b>	<b>△11.8</b>
親会社株主に帰属する <b>四半期純利益</b>	<b>6.1</b>	<b>0.5</b>	<b>-</b>	<b>△2.6</b>	<b>△0.2</b>	<b>-</b>	<b>△8.8</b>



	2018/3月期 期末		2019/3月期 第2四半期末		増減額 (億円)
	億円	構成比 (%)	億円	構成比 (%)	
流動資産	357	35.5	312	32.3	△44.6
固定資産	649	64.5	654	67.7	4.7
流動負債	335	33.3	311	32.2	△24.6
固定負債	130	13.0	119	12.4	△10.8
純資産	540	53.7	536	55.4	△4.4
総資産	1,007	100.0	967	100.0	△39.9

自己資本比率 54.6% (52.9%)  
前期比 +1.7P

設備投資 (キャッシュフローベース)  
連結合計 24.1億円

## 財務体質は健全性を維持

# 2

---

## 7 1期 第2四半期 セグメント別状況

	スーパーマーケット 事業	ドラッグストア 事業	連結
売上高 (億円)	1,007	209	1,220
増減前年比 (%)	△0.4%	0.5%	△0.5%
増減前年比 (既存店) (%)	△0.9%	△0.4%	△0.8%
売上総利益率 (%)	28.5%	25.9%	28.1%
増減前年比P	0.2P	0.5P	0.3P
営業利益 (億円)	△6.1	3.7	△1.0
増減前年比 (%)	—	△24.7%	—
売上高営業利益率 (%)	△0.6%	1.8%	△0.1%

差異は小売支援事業



**新店** 3店舗 (前年1)

東京都 練馬区 **いなげや練馬関町店**

東京都 西東京市 ブルーミングブルーミー  
**ひばりが丘パルコ店**

東京都 新宿区 **いなげや飯田橋店**

**改装** 13店舗 (前年15)

横浜綱島店、横浜南本宿店 他

**閉店** 3店舗 (前年0)



いなげや練馬関町店 (18.5/26 オープン)



ブルーミングブルーミーひばりが丘パルコ店  
(18.6/29 オープン)



いなげや飯田橋店 (18.7/27 オープン)

	2016.9	2017.9	2018.9
売上高（全店）	100.3%	97.5%	100.0%
売上高（既存店）	98.0%	98.7%	99.2%
客数	99.9%	98.4%	99.1%
一点単価	100.1%	100.1%	100.9%
一人当たり買上点数	100.4%	98.9%	100.1%

- 売上高（全店）は、新店効果はあったが前年並みで着地
- 第2四半期に持ち直しましたが、既存店売上高は微減
- 販促手法の見直しにより、客数は微減
- 商品開発力の強化により、一人当たり買上点数は微増

	2016.9	2017.9	2018.9
荒利高	99.1%	99.8%	100.1%
販売費 (物流費含む)	103.8%	93.3%	106.6%
人件費	103.8%	98.2%	101.6%
管理費	100.4%	95.6%	105.1%
営業利益	— (差額△9.5億円)	— (差額10.8億円)	— (差額△11.7億円)

- PB強化などで荒利率が改善し、荒利高は微増
- 物流費・センター経費増により、販売費は増加
- 労働単価上昇・社会保険負担増加により、人件費は増加
- 猛暑による水道光熱費上昇・新店費用負担増により、管理費は増加



**新店** 3店舗 (前年2)

東京都 府中市

調剤薬局西府駅前店

東京都 西東京市

調剤薬局  
田無芝久保店

東京都 東村山市

ウェルパーク  
東村山東口店

**改装** 7店舗 (前年2)

練馬南大泉店、朝霞三原店 他

**閉店** 2店舗 (前年0)



ウェルパーク 東村山東口店 (18.8/15 オープン)



調剤薬局西府駅前店 (18.5/1 オープン)



調剤薬局田無芝久保店 (18.6/1 オープン)

	2016.9	2017.9	2018.9
売上高（全店）	106.3%	103.2%	100.5%
売上高（既存店）	100.1%	100.5%	99.6%
荒利高	106.6%	103.3%	102.5%
販管費	110.8%	100.8%	104.4%
営業利益	71.2%	132.1%	75.3%

- 売上高（全店）は、新店効果もあり微増で着地
- 競争環境が激化により、既存店売上高は微減
- ビューティーの販売好調により、荒利が増加
- 人手不足による人件費増加・改装費用の増加などで、販管費が増加

# 3

---

## 7 1期 経営方針



お届けサービス

いなげや  
オンラインショップ

移動スーパー  
とくし丸

## 事業目的

地域のお役立ち業として  
お客様の健康で  
豊かな食生活の実現

## 経営目標

ヘルシーリビング  
& ソーシャルマーケットの実現

食と人を通し、地域のお役立ち業として社会貢献し、  
お客様と従業員が健康に歳を重ねて  
人生の喜びや楽しさを感じて頂ける、  
なくてはならない店の実現を図る

いなげやアプリ

環境  
社会貢献活動



三浦屋  
給食食材販売事業

いなげや  
ドリー・ユー・ファーム



# 2018～19年度 中期2カ年経営計画

- 1 商品経営を実現し、快適で楽しい買い物空間、食の空間が提供できる惣菜を柱とした生鮮強化型SMの更なる進化を目指す

商品経営実現に向けた取り組み

- 2 ロジスティクスを活用したトータルオペレーションの構築

ロジスティクス活用の取り組み

- 3 接客サービスの独自化

- 4 おいしさと健康を地域のお客様に提供する「新フォーマット」の開発展開

- 5 コストの正確な把握とコスト構造改革の推進

人件費構造の改革への取り組み

最終年度 数値目標 (2019年度)

グループ連結 売上高 2,660億円

グループ連結 営業利益 41億円



商品経営の具現化（4つのキーワード）

Ready to～ シニア 健康 地産地消

Ready to Eat

…すぐ食べられる

Ready to Heat

…温めれば食べられる

Ready to Cook

…すぐ調理できる

**PBの強化**

…商品の開発強化

**核分類の強化**

…差別化カテゴリーの強化

**既存店活性化**

…最新のMD導入拡大



シニアや健康志向への情報発信



地産地消、いなげやドリームファーム「オクラ」

## ○プライベートブランド(PB)の強化 ……商品の開発強化

食卓応援<sup>®</sup>

syokutaku-ohen

カラダがおかわりしたくなる。

『食卓応援』

国産原料使用

添加物抑え

モニター「味覚・品質」を評価

SELECT

食卓応援 セレクト  
syokutaku-ohen

『食卓応援セレクト』

原料を世界から厳選(セレクト)

トレースの確保

モニター「味覚・品質・価格」を評価

オリジナリティの商品開発、既存品の改廃

商品の魅力向上



食卓応援  
東北産 美味豚



食卓応援セレクト  
インド産 天然むきえび(解凍)



## ● 核分類の強化 … お客様の来店動機となる差別化された売場のこと

カットサラダ・むきえび・切身惣菜・しゃぶしゃぶ・豚味付肉  
キムチ・調理パン・おむすび・無菌米飯・即席スープ 等々

- 約50 の分類を設定
- 鮮度、品揃え向上
- プライベートブランド商品の投入
- 商品特長アピール（販促ツールの活用）

売場の魅力向上



核分類：カットサラダ



核分類：調理パン（カレーパン）

※核分類とは、戦略商品分類を意味する用語

## ● 既存店の店舗改装 ……売場・商品・人の活性化

- 最新のマーチャндаイジングの導入（本部主導）
- 地域特性に合わせたストアプラン（個店主導）
  - ・カードデータの活用
  - ・お客様アンケート(SLUT)の活用
- 冷蔵ケースの入れ替え、省力什器の導入 など



スライド棚の導入



リーチインケース導入・冷凍食品EDLP化



## ● 精肉プロセスセンター (2016年6月～)

- 高度なコールドチェーン体制  
(低温管理された施設)
- 機械化による増産により生産性の向上  
(最新設備導入)

## ● 三浦屋食品センター (2016年8月～)

- 三浦屋全店に惣菜商品を出荷  
… 弁当・おかず・中華・パン・  
スイーツ・和菓子 など
- いなげやへの惣菜商品の供給拡大

## ● 昭島ドライセンター (2017年10月～)

- 入出庫口の自動検品・ライン化  
… 物量増、効率化 など
- 小分け出荷、通路別仕分けなど



精肉プロセスセンター



自動出荷ライン (昭島ドライセンター)

## ● 店舗作業の軽減・効率化への取り組み

- 精肉・鮮魚のインストア作業の削減  
…店舗作業の軽減、人員の再配置
- 小分け出荷 …店舗在庫の削減  
通路別仕分け …作業導線の短縮
- 自動発注支援システム 全店導入へ  
…加工食品、雑貨の発注作業の軽減
- EOB端末の活用拡大  
…ペーパーレス化、情報の共有化推進 など

## ● ロジスティクス 再構築

(2020年度以降)

- 鮮魚プロセスセンター
- 青果・生鮮センター
- 惣菜センター など



センターで通路別仕分け



EOB端末で商品情報を共有化

- **外部環境** 雇用情勢の急激な変化  
最低賃金・社会保障制度
- **内部環境** 既存店売上高の前年割れ  
店舗人員における人手不足



人件費負担の  
上昇圧力

## ● プロジェクトを立ち上げ構造改革に着手

- 店舗オペレーションの見直しによる、効率的なオペレーションの構築
- やめる・減らす・見直す をキーワードに、業務ごとの再確認
- グループ内人財交流を含めた、人員の再配置 など

# 4

---

**7 1期 業績予想**



CF設備投資 リース資産含まず	新店	改装店	その他	合計
スーパーマーケット事業	17	5	23	45
ドラッグストア事業	4	0.5	2	6.5
小売事業計	21	5.5	25	51.5

## 新店投資

いなげや

上期 3 店舗出店済

ウェルパーク

上期 3 店舗出店済  
下期 2 店舗を計画

## 改装投資

いなげや

18 店舗

三浦屋

1 店舗

ウェルパーク

11 店舗

## その他投資

- 情報システム  
消費税率改定  
軽減税率対応  
基幹システム 他
- 物流センター など

売上高		売上高（億円）	前期比増減（%）
	スーパーマーケット事業	2,046	0.5
	ドラッグストア事業	427	3.1
	小売事業計	2,474	1.0

利益率		営業利益率
	スーパーマーケット事業	1.0%
	ドラッグストア事業	2.9%
	小売事業計	1.4%

連結	金額（億円）	前期比増減（%）
営業収益	2,550	0.0
営業利益	30	△16.6
経常利益	32	△16.8
親会社株主に帰属する 当期純利益	5	△56.2

5

---

トピックス

# いなげや 練馬関町店

2018,5/26 (土) オープン 売場面積 610坪  
最新のノウハウをフルラインで揃えたSSM





# 開放感・季節感あふれる青果売場・有機野菜





# 東京ビーフ・黒豚など、こだわりの精肉売場





# 高鮮度の生鮮素材をその場で手作り・生鮮惣菜





# 健康テーマに集合展開（糖質・減塩など）





# 加工食品の豊富な品ぞろえ (スパイス etc.)



# 作り立てをライブ感で演出・惣菜売場





# 手作りパン（100円パン・糖質制限パン）

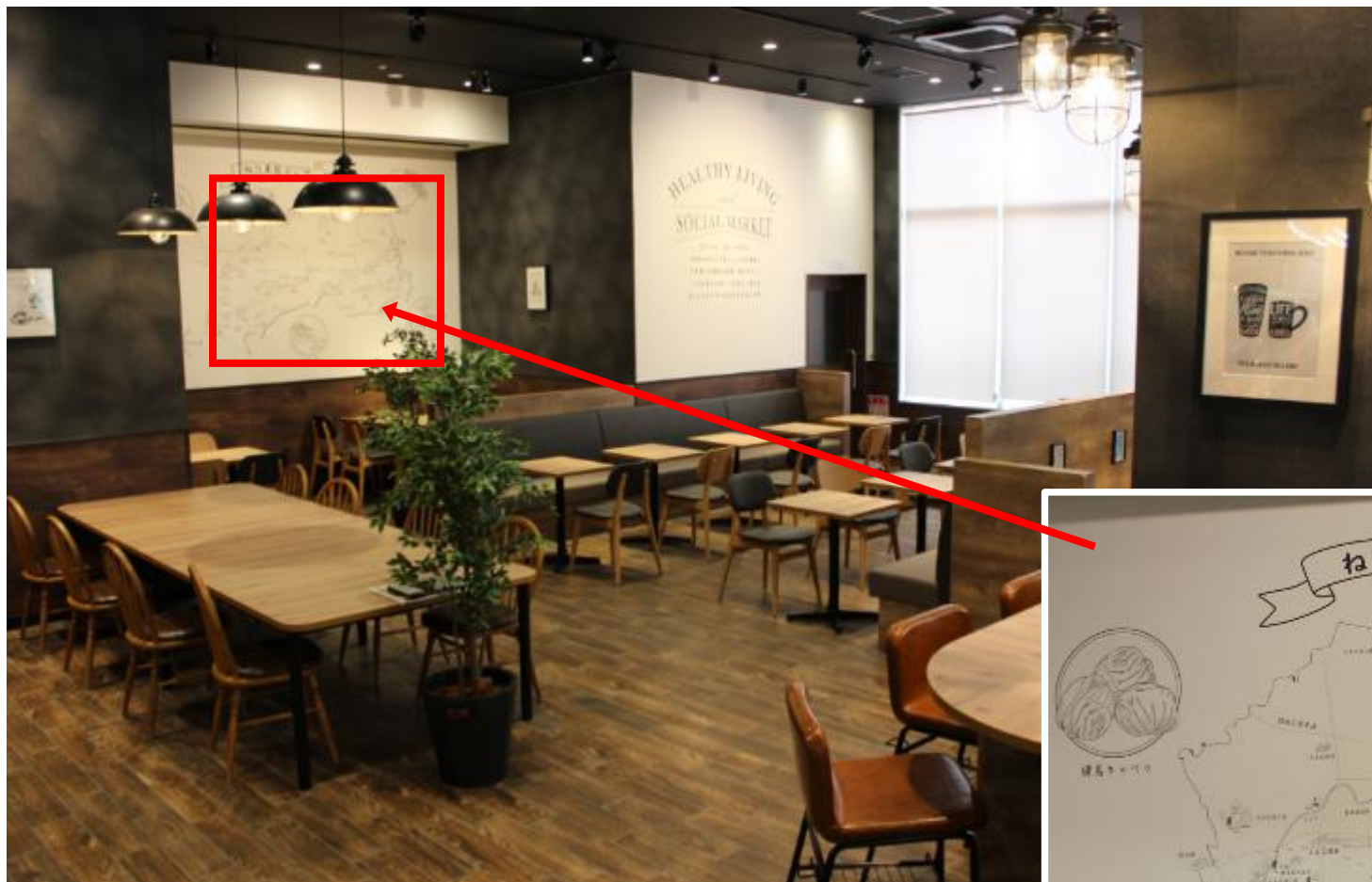




# 冷凍食品 E D L P ・ 地産地消（漬物・納豆）



# カフェスタイルを進化・くつろぎスペース





# 生鮮連動の調理用品・小物売場・エコバッグ



# セミセルフレジ導入・リサイクル活動





# ブルーミングブルーミーひばりが丘パルコ店

2018,6/29 (金) オープン 売場面積 490坪  
駅前商業施設への出店



# いなげや 飯田橋店

2018,7/27 (金) オープン 売場面積 282坪  
山手線内.都心への出店





# 移動スーパーとくし丸

## 開業から1年、買物弱者対策 など



### 目的

- ・買物弱者対策
- ・安全、安心な食を提供
- ・食の楽しさを提供
- ・就労機会の創出
- ・見守り支援

## エリア拡大、販売パートナー増加中

小平・東大和市、八王子市、日野・国立市、武蔵村山市、川崎市 計6台稼働中







## すこやけくの実現

お客様の健康で豊かな暖かい日常生活と より健全な社会の実現に貢献する。

## 商人道の実践

お客様のお喜びを自分自身の喜びとして 感じることができる人間集団。

## いなげやの 3つの造語(大切にしている言葉)

### 1、すこやけく

「健やか」と「希求(けく)」をあわせて  
「すこやかなことをこいねがうこと」を意味します。

### 2、人財

いなげやグループの全従業員は  
会社の財産であるということを意味します。

### 3、考働

自ら考え周りに働きかけながら  
新たな価値を創造してゆくことを意味します。

この資料には、当社現在の計画や業績見通しなどが含まれております。これら将来の計画や予想数値などは、現在入手可能な情報をもとに、当社が計画・予測したものであります。実際の業績などは、今後の様々な条件・要素によりこの計画などとは異なる場合があります、この資料はその実現を確約・保証するものではありません。

## お問い合わせ

(株)いなげや 社長室

担当 押木・奥田

Tel 042-537-5031

Fax 042-537-5070