

第76期 2024年3月期 第2四半期

決算説明会資料

練馬中村南店
(11月10日オープン)



2023年11月17日

株式会社いなげや
代表取締役社長
本杉 吉員

○連結P/L(2023年3月期)

	修正前 (億円)	修正後 (億円)	差異 (億円)
営業収益	2,485	2,485	—
営業利益	18	18	—
経常利益	21	21	—
税引前当期利益	6	6	—
(法人税等調整額)	12	22	9
当期純損失	△11	△21	△9

○連結B/S(2023年3月期)

	修正前 (億円)	修正後 (億円)	差異 (億円)
総資産	984	974	△9
繰延税金資産	26	16	△9
総負債	424	424	—
純資産	559	549	△9
うち利益剰余金	338	329	△9

- ・繰延税金資産の計上額が26億円 → 16億円に
- ・法人税等調整額が9億円増加したことに伴い、当期純損失が9億円増加

○小売事業

スーパーマーケット事業



新店0 閉店0
133店舗 (±0)

ドラッグストア事業



新店0 閉店1
142店舗 (-1)

小売事業
総店舗数
275店舗
(-1)(注)

(注) 2023年9月末時点
(カッコ)は前期末との増減


○小売支援事業




(株)サンフードジャパン
食品卸し・惣菜製造



(株)サビアコーポレーション
施設管理・警備



(株)いなげやウイング
特例子会社(障がい者雇用)



(株)いなげやドリームファーム
農業事業

➤ 客数増が数値改善に寄与

- ・客数前年比 102.2% (連結、既存店)
- ・販促施策が奏功 (曜日セール・分類割引・ポイントセール等)

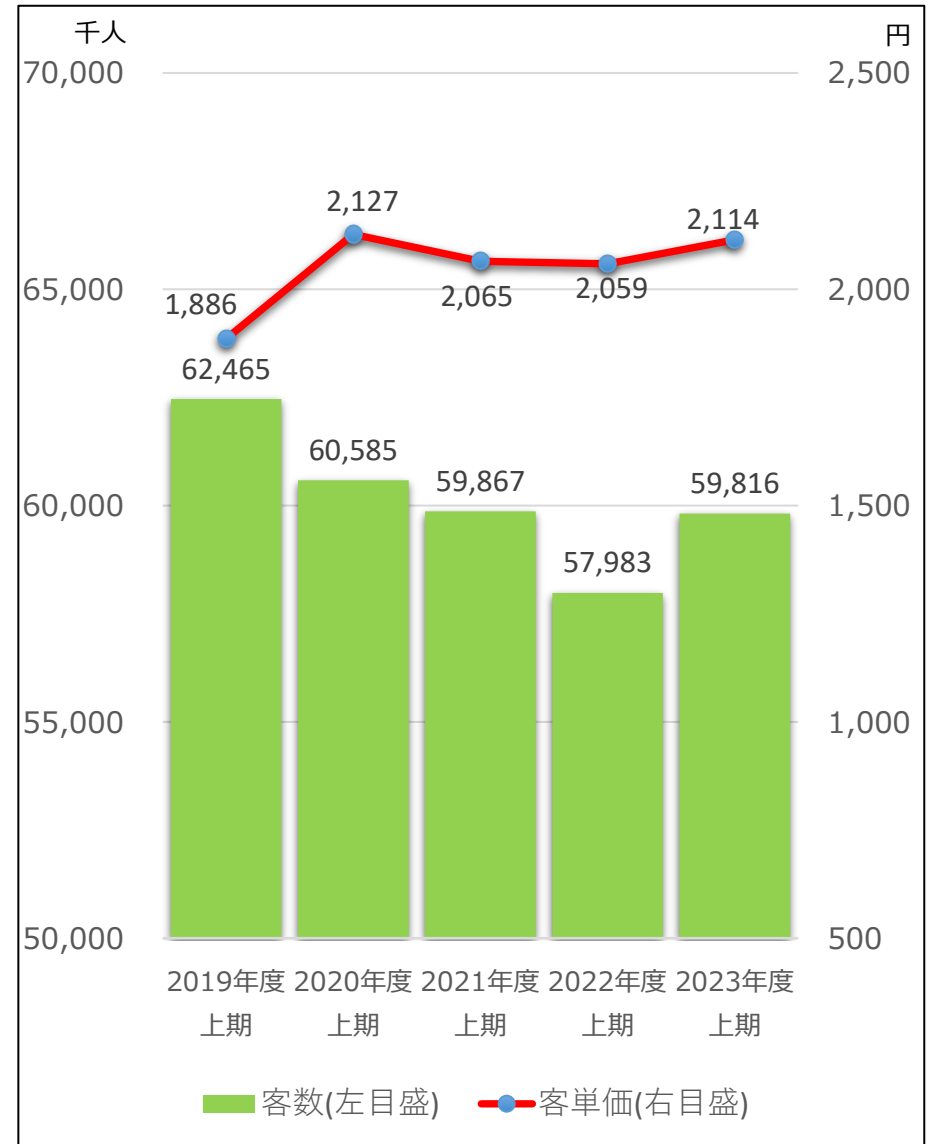
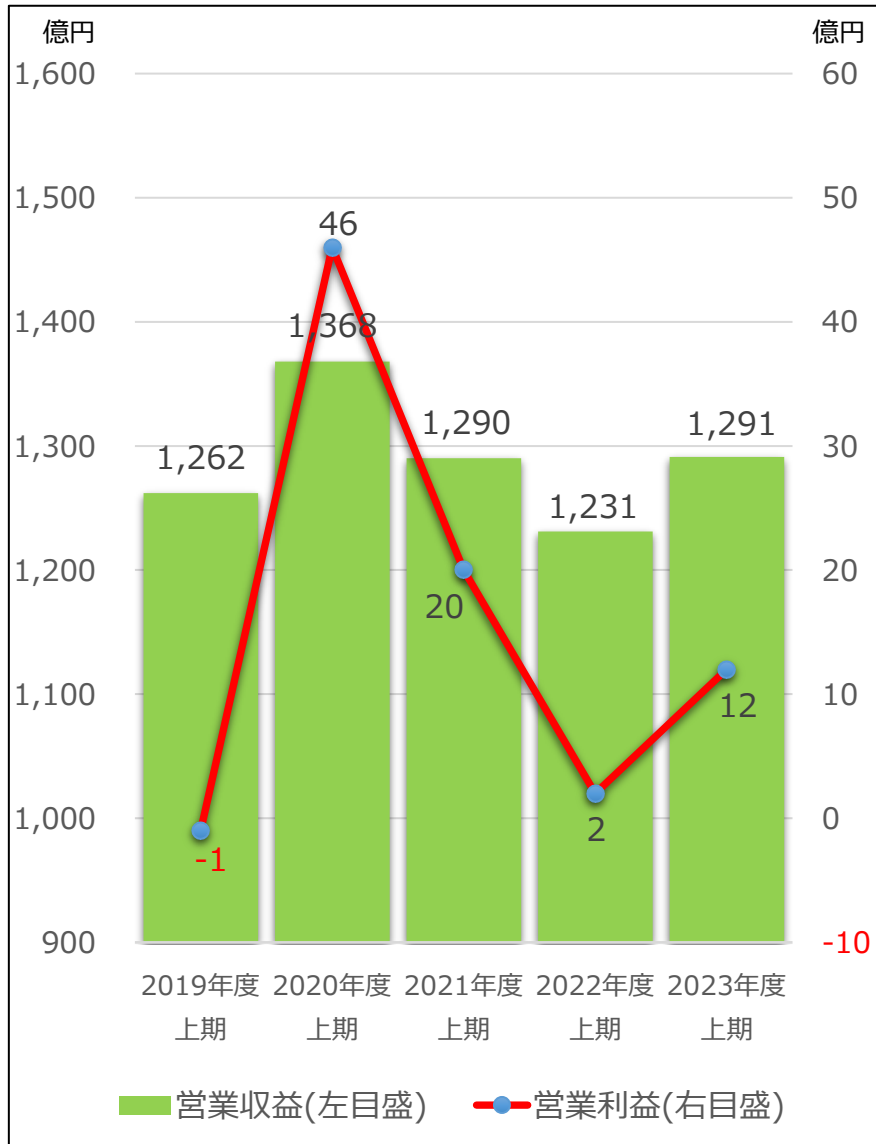
➤ スーパーマーケット事業の改善

- ・販管費率の改善($\Delta 1.4P$)

	当期2Q累計 (億円)	前期2Q累計 (億円)	前期比 (%)	増減 (億円)
営業収益	1,291	1,231	104.9	60
営業利益	12	2	560.5	10
経常利益	14	3	407.9	10
親会社株主に帰属する 四半期純利益	7	1	738.5	6

	当期2Q末 (億円)	前年度末 (億円)	増減額 (億円)	キャッシュ・フローの状況 (億円)
純資産 (自己資本比率)	557 (54.4%)	549 (55.2%)	8 (△0.8P)	営業C F 39
				投資C F △ 18
				財務C F △ 17
総資産	1,002	974	27	現金・現金同等物 期末残高 213

○2019年からの時系列推移



○いなげやグループサステナビリティ方針

いなげやグループは、1900年の創業から続くお客様からのご愛顧を誇りとし、社是・経営理念・グループビジョンに基づき、持続可能（サステナブル）な経営の促進を図ります。お客様満足と従業員満足を追求しながら、この先も地域のお役に立つ永続的な企業として、より健全で持続的な社会の実現に貢献します。

	マテリアリティ（重要課題）	約束
成長戦略	①事業競争力の創造	成長し続けます 新たな競争力を創造し続け、地域のお客様に安全・安心で質の高い商品とサービスを提供し、お客様満足を追求します。
	②地域社会との共栄	地域のお役に立ちます 地域のお役立ち業として、事業活動を通じて地域の困りごとの解消に寄与することで、地域社会とともに発展します。
	③パートナーシップの推進	力を合わせます グループの総合力を強化するとともに、お取引先様との連携を促進することで、力を合わせて課題解決に取り組めます。
ESG戦略	④グループの成長と共に未来に繋がる人財の育成	人を大切にします 一人ひとりの個性や価値観を尊重し、お互いの力を最大限に活かせるように、多様な人財が活躍できる環境を整え、従業員満足を追求します。
	⑤持続的な環境負荷の軽減	地球の環境を守ります これからも人々が安心して暮らせるように、事業活動を通じた気候変動への対応や資源の効率的な利用に取組み、地球環境保全に努めます。
	⑥強固なガバナンス体制の構築	安心・安全を確立します 法令や社会規範を遵守し、公正かつ透明性の高い事業活動をおこなうとともに、リスク管理強化に向けたガバナンス体制を構築します。

ドミナント戦略

- ・【新規出店】3年で、スーパーマーケット事業5店舗・ドラッグストア事業20店舗
- ・【フォーマット】スーパーマーケット事業は基準に基づき出店、ドラッグストア事業は新フォーマット構築
- ・【重点エリア】練馬～三多摩、横浜～川崎
- ・【400～500坪】生鮮・惣菜強化型スーパーマーケット
- ・【既存店活性化】店舗改装の推進

商品戦略

- ・お客様の来店動機になる商品開発
- ・生鮮の産直フェア
- ・生鮮惣菜の開発、差別化（鮮魚・精肉）・・・サンフードジャパンとの共同開発
- ・PB開発（改廃・差別化）・・・PB売上構成比 8.5%へ

デジタル戦略

- ・POSレジ刷新（セミセルフレジ・セルフレジ導入）
- ・電子棚札刷新（ローコストオペレーション）
- ・アプリ販促拡大（来店動機拡大）
- ・マーケティング精度の向上

新規事業戦略

- ・ラストワンマイルへの対応（移動スーパー「とくし丸」、お届けサービス）
- ・販売チャネルの多様化（ネットスーパー、EC）
- ・グループ資源の活用（サテライト配送）

○ 既存店活性化 (店舗改装)

10店舗実施

→ 既存店売上前年比 105.1%

スーパーマーケット事業

14店舗実施(調剤新規併設 1 店舗含む)

→ 既存店売上前年比 104.7%

ドラッグストア事業



花小金井駅前店



ina21町田成瀬台店



日野神明店



○カード戦略・販促計画強化

・曜日セールスの浸透

9月 September

いなげやのお買得情報

Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
毎週大曜日 牛乳の日 毎日20%OFF （1000円以上）	毎週火曜日 食パンの日 毎日20%OFF （1000円以上）	Web限定 お買い得商品は LINEミニアプリで お知らせ！ おともちぎ情報は こちらから	1 毎週日は食パンの日	2 毎週日は食パンの日	3 米 10倍セール 毎週 3割引 パン、 パンケース 3割引	4 毎週日は食パンの日
4 ジャム・はちみつ 2割引 即席スープ 2割引	5 毎週日は食パンの日	6 毎週日は食パンの日	7 毎週日は食パンの日	8 毎週日は食パンの日	9 北海道産 お肉 10倍セール 北海道産 お肉 10倍セール	10 北海道産 お肉 10倍セール 北海道産 お肉 10倍セール
98円均一SALE						
11 毎週日は食パンの日	12 毎週日は食パンの日	13 毎週日は食パンの日	14 毎週日は食パンの日	15 米 10倍セール 毎週 3割引	16 米 10倍セール 毎週 3割引	17 さんみち餅 さんみち餅 3割引
98円均一SALE						
18 敬老の日 お肉 2割引 お肉 2割引 お肉 2割引	19 敬老の日 お肉 2割引 お肉 2割引 お肉 2割引	20 敬老の日 お肉 2割引 お肉 2割引 お肉 2割引	21 敬老の日 お肉 2割引 お肉 2割引 お肉 2割引	22 敬老の日 お肉 2割引 お肉 2割引 お肉 2割引	23 秋分の日 お肉 2割引 お肉 2割引 お肉 2割引	24 秋分の日 お肉 2割引 お肉 2割引 お肉 2割引
98円均一SALE						
25 海苔・ふりかけ 2割引	26 Web特！ お肉 2割引	27 Web特！ お肉 2割引	28 Web特！ お肉 2割引	29 Web特！ お肉 2割引	30 Web特！ お肉 2割引	31 Web特！ お肉 2割引
98円均一SALE						

※実施日の変更や実施が中止となる場合もございます。
※一部対象外の商品がございます。

表示期間：～9/30

・LINE連携強化



・チラシ企画、ポイントセール



- ・割引きクーポン配信
- ・dポイントとの
共同販促



→ 客数前年比 102.2% (連結、既存店)

○商品戦略 (いなげや独自商品)



【惣菜】美味豚入パリッと中華春巻



- ・精肉部門との連携
- ・8/2販売開始
- 売上第1位
(8~10月/中華総菜)



【鮮魚】鮮魚鮭



【ベーカリー】なめらかスイーツポテト



【惣菜】国産さつま芋のクリームブリュレ

→ 来店動機の創出 (再来店の促進)

○お客様との『接点』の強化

- ・クイックコマース事業(5店舗 / OniGO:2店舗、Wolt:3店舗)
- ・ネットスーパー事業 (11店舗 / 6店舗拡大)
- ・とくし丸事業 (23台 / 2台増車)



- ・EC事業
→ Yahoo!との取り組みをスタート
(売上前年比130.8%)



○調剤事業強化

- ・物販店舗への併設推進
- ・調剤事業の
売上前年比
113.6%



→ 地域のお困りごとの解消 (買い物の利便性向上)

【重要課題③】パートナーシップの推進

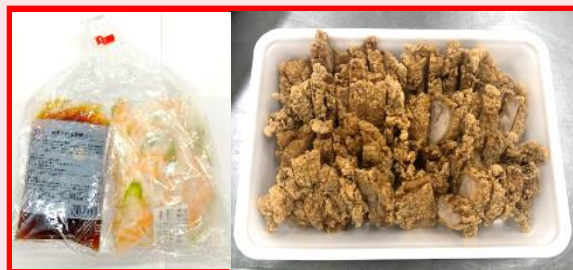
- ◎グループ会社の経営資源を使って、商品開発や物流・商流の効率化を推進
- ◎グループシナジーを活かした人財育成や、お取引先様との共同企画を実施

○サンフードジャパン

- ・いなげやとの共同開発(33品目)
→ キット化による均一化・省力化
内製化による原価低減



舞茸炊込みご飯の栄養バランス弁当



鶏もも肉の南蛮弁当

○いなげやドリームファーム

- ・地産地消の推進
- ・青果担当者の農業研修
- ・お客様とお子様による収穫体験



	当期2Q累計		前期2Q 累計	要因
	実績 (億円)	前期比	実績 (億円)	
売上高	1,005	104.9%	958	販促施策による客数増に加え、客単価上昇により増収
営業総利益	325	103.7%	313	売上総利益率が低下したものの、売上高の伸長で増益
販管費	317	100.5%	316	人件費が増加、電気使用量や販促費の削減、運送費の見直しにより販管費率△1.4P
営業利益	7	—	△2	売上高の増加と販管費の抑制により増益、黒字化

	当期2Q累計		前期2Q 累計	要因
	実績 (億円)	前期比	実績 (億円)	
売上高	230	105.9%	217	調剤が2ケタの伸びを示し売上を牽引 ビューティー部門も好調により、増収
営業総利益	67	105.5%	64	売上総利益率が低下したものの、 売上高の伸長で増益
販管費	63	104.0%	61	センター移転や人件費増加に伴い、 販管費増
営業利益	4	135.5%	3	売上高の増加により増益

○いなげや

- ・セミセルフレジ、セルフレジの導入拡大
→ レジ待ちストレスの軽減
多様化した決済手段への対応
- ・トップバリュの導入拡大
→ アイテム数は前期末の約2倍に
- ・「2024年問題」への対策
→ 首都圏SM物流研究会への新規加入



○ウェルパーク

- ・新センターへの移行
→ 店舗作業軽減と
EC事業の収益スキーム確立
→ 収益力向上



○上期施策の継続・強化

<いなげや>

- ・独自商品の開発、リニューアル
- ・既存店活性化
- ・販促施策
- ・経費削減
- ・お困りごとの解消
… ネットスーパー事業(+7店舗)、
とくし丸事業(+4台)、クイックコマース事業



<ウェルパーク>

- ・既存店活性化
- ・経費削減
- ・お困りごとの解消
… 物販店舗への調剤薬局併設
ネットスーパー事業

設備投資 (キャッシュフローベース) リース資産含まず	新店 (億円)	改装店 (億円)	その他 (億円)	合計 (億円)
スーパーマーケット事業	11	5	37	53
ドラッグストア事業	5	1	2	8
小売事業計	16	6	39	61

新店・改装店投資

いなげや 新店1店舗、改装19店舗

ウェルパーク 新店4店舗、改装24店舗

その他投資

- 各店投資（設備更新、環境対応等）
- 情報システム（新POS導入等）

連結	金額 (億円)	前期比増減	増減 (億円)
営業収益	2,526	1.6%	40
営業利益	15	△21.0%	△ 3
経常利益	15	△29.5%	△ 6
親会社株主に帰属する 当期純利益	1	—	22

売上高	売上高 (億円)	前期比増減	増減 (億円)
スーパーマーケット事業	1,953	0.9%	19
ドラッグストア事業	462	5.8%	26
小売事業計	2,415	1.8%	45

○基本合意の概要

●第1段階：イオンとの資本関係を強化

- ◎ 2023年10月、イオンが公開買い付け(TOB)開始
- ◎ 2023年11月を目途に、
 - ・イオンがいなげや株の51%を取得
 - ・イオンの連結子会社となる予定

●第2段階：U.S.M.Hとの経営統合

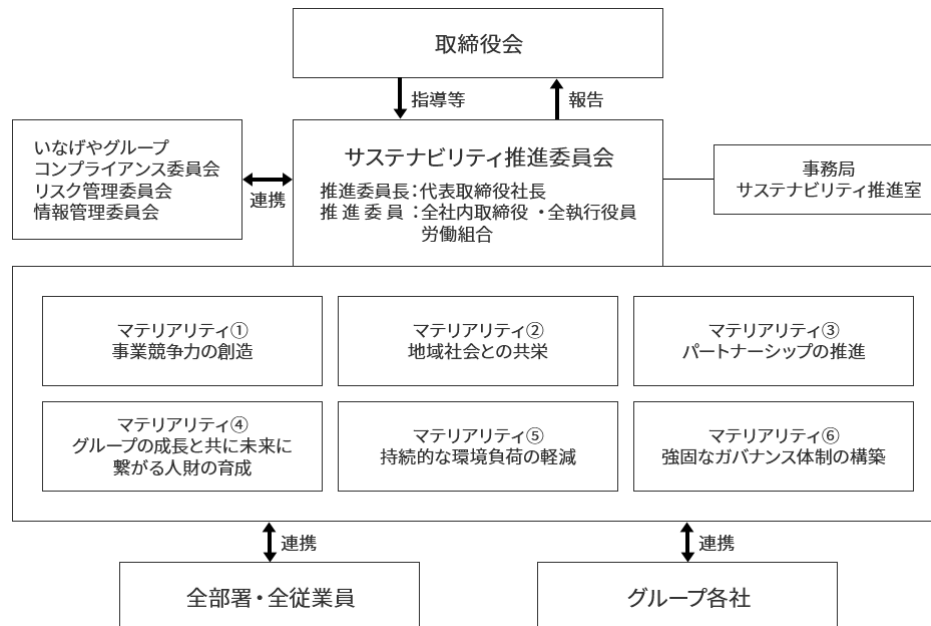
- ◎ 2024年11月を目途に、
 - ・U.S.M.Hとの経営統合
 - ・U.S.M.Hの完全子会社となる予定

サステナビリティ推進体制について

- ・代表取締役を委員長とする `サステナビリティ推進委員会`、
- ・委員は、全社内取締役、全執行役員、労働組合のメンバーで構成
- ・いなげやグループ コンプライアンス委員会やグループ各社とも連携
- ・マテリアリティ(重要課題)の解決に向けて、更に3つの分科会を立ち上げて重点的に取り組む
 `食品ロス`、 `健康経営`、 `環境`、



いなげやグループ全体でサステナビリティの推進を図る



【重要課題④】

グループの成長と共に未来に繋がる人財の育成

働きやすい職場環境の整備

育休取得の推進

- ・取得制度の理解促進
- ・取得事例の情報共有



男性育休取得率100%達成

※2023年9月現在

健康経営の推進

BMI適正外・血圧高値者ゼロに向けて

- ・特定保健指導の強化
- ・血圧計の設置(グループ全事業所)



特定保健の強化



社内報より



【重要課題⑤】持続的な環境負荷の軽減

資源の効率的な利用

食品ロス削減対策

- ・廃棄物の発生抑制への取り組み
- ・適正発注・適正在庫への取り組み
- ・家庭由来の食品ロスへの取り組み



廃棄ロス額 前年比 83.1%(2023年4~9月)

気候変動への対応

- ・冷蔵設備の入替(フロン対策)
- ・太陽光発電設備の設置拡大



設置店舗数 9 ⇒ 18事業所へ(今期計画)



てまえどりPOP



【重要課題⑥】強固なガバナンス体制の構築

コンプライアンス意識の向上 対象者の拡大

- ・研修対象をパート従業員へ拡大
(いなげや約8,600名)
- ・全4単元(1単元30分) WEBによる視聴
↓
受講者率 96%以上 (2023年4~9月)

【パワーハラスメントに該当する6つの類型】



①身体的攻撃	殴る、蹴る、物を投げつける等
②精神的攻撃	侮辱、大声で・繰り返し・長時間叱責
③人間関係	隔離・仲間外し・無視
④過大な要求	業務上明らかに遂行不可能な量・質の仕事を強制、強要する
⑤過小な要求	業務上の合理性なく能力や経験とかけ離れた程度の低い仕事を命じる
⑥個の侵害	私的なことに過度に立ち入ること

研修資料より





すこやけくの森 環境保全活動



「盲導犬育成募金」寄付累計額 1 億円突破



埼玉トラスト活動 環境保全活動



フードドライブ活動

地域のお役立ち業として社会に貢献する

株式会社いなげや

<https://www.inageya.co.jp/>



この資料には、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。