

テナント事業

- ・スーパーマーケットを中心に、百貨店や駅ナカなどへ出店
- ・東海地方を中心に関東、関西に店舗展開
- ・地域や周辺環境に合わせ、柔軟な対応ができるよう様々な業態やブランドを展開

【出店先】

■スーパーマーケット	244 店舗
ユニー(アピタ・ピアゴ)、MEGAドン・キホーテUNY等	227 店舗
その他(アオキスーパー、オオゼキ等)	17 店舗
■百貨店・駅ナカ・駅ビル等	31 店舗
百貨店	12 店舗
駅ナカ・駅ビル	16 店舗
その他(商業施設等)	3 店舗
■外食店舗	3 店舗
寿司御殿	3 店舗



MEGA ドン・キホーテUNY 中里店



eashion ラゾーナ川崎店

外販事業

- ・東海地方を中心に関東、関西等に15工場を配置
- ・コンビニエンスストアへ納品する弁当・おにぎり・パスタ等を製造
- ・鉄道会社が運営するコンビニエンスストアへ納品する弁当・おにぎり等を製造
- ・地域の生活協同組合から、主に夕食宅配弁当の製造を受託

【納品先】

■コンビニエンスストア	
ファミリーマート	9,277 店舗
自販機型無人コンビニ(ASD)	1,764 台
■鉄道系コンビニエンスストア	
NewDays、KIOSK(JR東日本リテールネット)	618 店舗
■宅配関連	
コープデリ、おおさかパルコープ、コープあいち 等	全7カ所の生活協同組合



コンビニエンスストア



NewDays

2019年2月期 決算概況

■ 決算期の変更について

- 2018年6月21日開催の第48回定時株主総会において、定款を一部変更し、決算期を3月から2月に変更
- 決算期変更の経過期間となる第49期事業年度は、2018年4月1日から2019年2月28日までの11ヵ月決算
- 本資料の前提として、前事業年度(2018年3月期)は12ヵ月実績、当事業年度(2019年2月期)は11ヵ月実績
そのため、前期比の記載はなし
- 次期(2020年2月期)は、2019年3月1日から2020年2月29日までの12ヵ月

	第1四半期			第2四半期			第3四半期			第4四半期		
■ 2018年3月期 (2017年4月1日～2018年3月31日/12ヵ月)	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
■ 2019年2月期 (2018年4月1日～2019年2月28日/11ヵ月)	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	
■ 2020年2月期 (2019年3月1日～2020年2月29日/12ヵ月)	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月

業績の状況

(単位:百万円)

	2018年3月期		2019年2月期	
	実績	構成比 (%)	実績	構成比 (%)
売上高	90,233	100.0	82,432	100.0
テナント事業	44,030	48.8	40,388	49.0
外販事業	46,203	51.2	42,043	51.0
営業利益または 損失(△)	△1,167	—	585	0.7
経常利益または 損失(△)	△1,062	—	680	0.8
当期純損失(△)	△932	—	△843	—

(注)売上高は各事業のセグメント間の内部売上高を除いて表示しております。

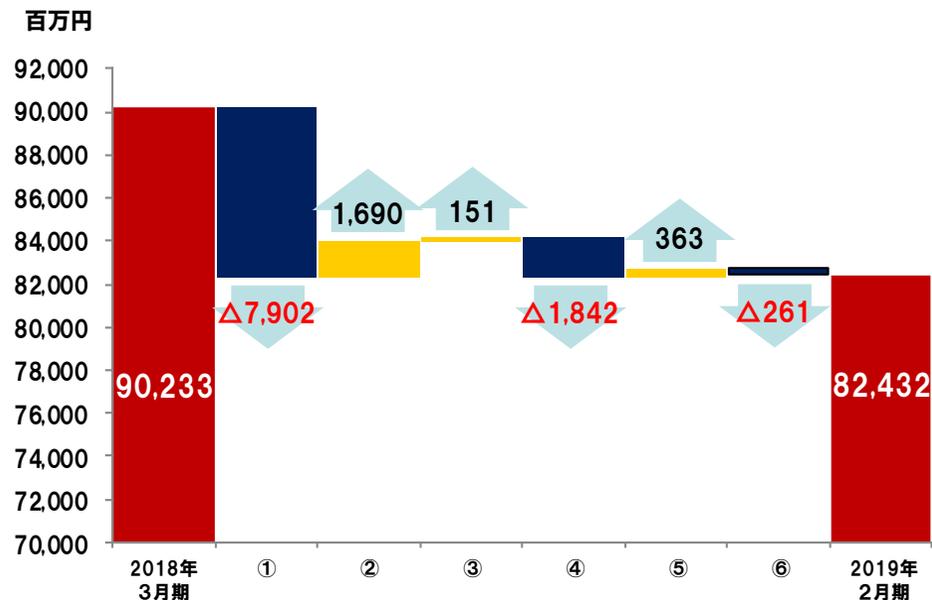
セグメント別の業績の状況

(単位:百万円)

		2018年3月期		2019年2月期	
		実績	構成比 (%)	実績	構成比 (%)
テナント事業	売上高	44,030	100.0	40,388	100.0
	ユニー店舗	36,659	83.3	33,459	82.8
	その他店舗	7,370	16.7	6,928	17.2
	セグメント利益	1,710	3.8	1,144	2.8
外販事業	売上高	46,203	100.0	42,043	100.0
	ファミリーマート	41,849	90.6	38,323	91.2
	鉄道系コンビニ	2,050	4.4	1,878	4.5
	宅配	2,022	4.4	1,782	4.2
	その他	281	0.6	60	0.1
	セグメント損失(△)	△2,878	-	△558	-

売上高と利益の増減要因

【売上高】



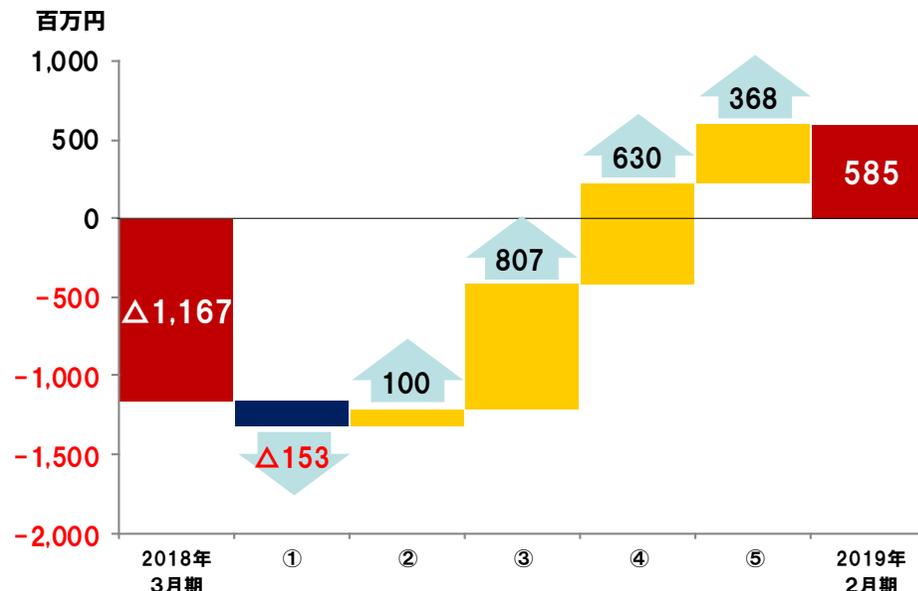
2018年3月期 90,233 百万円

①11ヵ月決算に伴う売上減少※	△7,902 百万円
②テナント 新設店舗による売上増加	1,690 百万円
③テナント 既存店舗による売上増加	151 百万円
④テナント 閉店および一時閉店による売上減少	△1,842 百万円
⑤外販 コンビニエンスストア部門の売上増加	363 百万円
⑥外販 その他部門の売上減少	△261 百万円

2019年2月期 82,432 百万円

増減額 △7,801 百万円

【営業利益】



2018年3月期 △1,167 百万円

①11ヵ月決算に伴う利益減少※	△153 百万円
②売上高の増加	100 百万円
③仕入高の減少	807 百万円
④人件費の減少	630 百万円
⑤その他経費の減少	368 百万円

2019年2月期 585 百万円

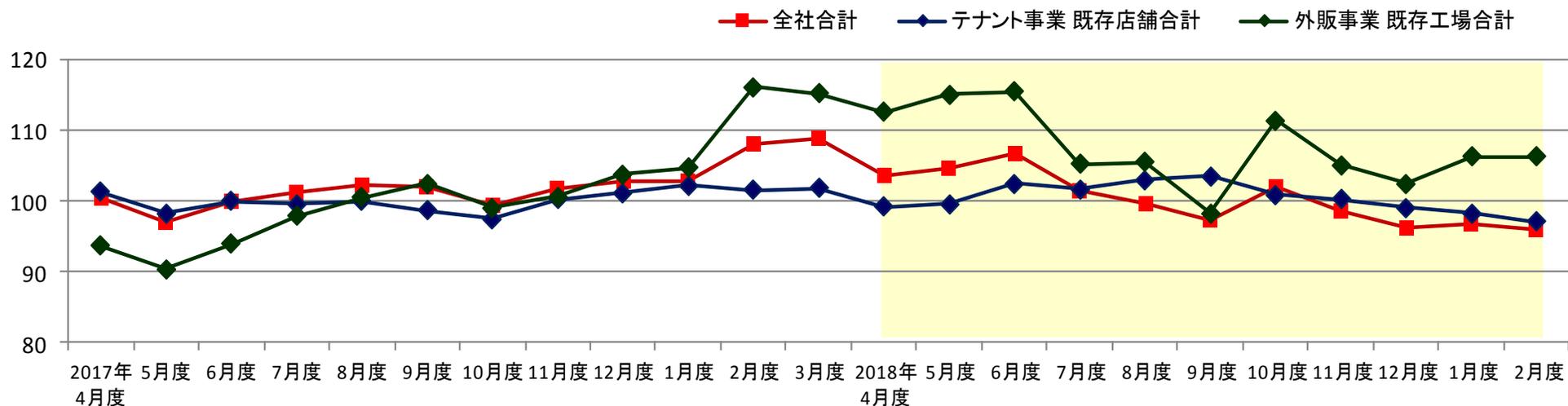
増減額 1,753 百万円

※ 売上高、営業利益ともに前年との増減要因を示すための参考値として、①において2018年3月度単月の実績をそれぞれ控除しております。

月次売上高 前年比

		2019年2月期												
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	上期累計	10月	11月	12月	1月	2月	通期累計
全社合計		103.6	104.6	106.6	101.5	99.6	97.2	102.0	102.1	98.5	96.1	96.7	95.9	-
テナント事業	合計	98.1	98.4	101.4	100.8	102.7	104.0	100.9	101.2	99.9	98.3	98.3	96.6	-
	既存合計	99.1	99.6	102.5	101.7	103.0	103.5	101.6	100.8	100.2	99.0	98.3	97.0	-
	ユニー店舗	99.1	99.5	102.4	102.0	103.1	103.9	101.7	100.3	100.0	98.9	98.2	96.9	-
	その他店舗	99.4	100.3	103.0	100.0	102.6	101.1	101.0	103.3	101.1	99.5	98.6	97.5	-
外販事業	合計	109.0	110.9	111.8	102.2	96.5	91.3	103.1	102.9	97.3	93.6	94.9	95.2	-
	既存合計	112.5	115.1	115.4	105.2	105.5	98.3	108.4	111.3	105.1	102.4	106.3	106.2	-
	ファミリーマート	110.4	112.8	114.2	102.3	97.3	90.7	104.1	103.6	97.1	94.0	95.9	95.9	-
	その他	96.2	95.1	91.7	100.8	88.7	97.5	94.4	97.0	99.1	89.5	85.3	88.0	-

(注) 1.既存店舗の区分は、開店月より14ヵ月経過した店舗と定義しております。
 2.上表の累計数値は、会計上の修正額を含めて計算しております。なお、通期累計は11ヵ月決算のため記載しておりません。



貸借対照表、キャッシュ・フローの状況

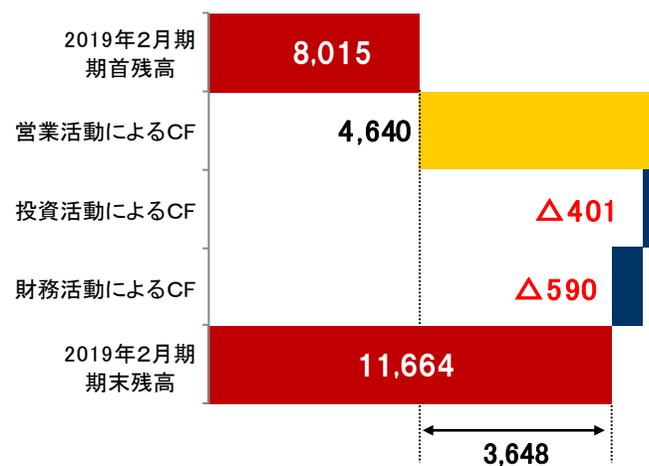
(単位:百万円)

	2018年3月期	2019年2月期	増減
流動資産	18,884	18,057	△827
現金及び預金	8,015	11,664	3,648
売掛金	10,137	5,694	△4,443
たな卸資産	479	453	△25
その他	251	244	△7
固定資産	15,462	13,329	△2,132
有形固定資産	13,233	11,302	△1,930
無形固定資産	94	110	16
投資その他の資産	2,134	1,915	△219
資産合計	34,346	31,386	△2,960
流動負債	9,323	7,951	△1,372
固定負債	211	196	△15
負債合計	9,535	8,147	△1,388
純資産合計	24,810	23,238	△1,571
負債・純資産合計	34,346	31,386	△2,960
自己資本比率(%)	72.2	74.0	1.8

(単位:百万円)

	2018年3月期	2019年2月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	△3,039	4,640
投資活動によるキャッシュ・フロー	△187	△401
財務活動によるキャッシュ・フロー	△598	△590
現金及び現金同等物の増減額	△3,825	3,648
現金及び現金同等物の期首残高	11,841	8,015
現金及び現金同等物の期末残高	8,015	11,664

(単位:百万円)



設備投資

(単位:百万円)

	2018年3月期	2019年2月期	
	実績	実績	主な設備投資の内容
テナント事業	169	201	新設5店舗、改装9店舗および店舗設備等の更新等
外販事業	1,744	271	生産設備の更新および増強等
その他	131	203	設備の更新等
合計	2,045	676	

テナント事業 店舗概要			2018年3月期	2019年2月期					
業態	ブランド	期末店舗数	出店	閉店	業態転換(出店)	業態転換(閉店)	改装	期末店舗数	
ユニー店舗	総合惣菜	Kanemi	196		6	3	7	7	186
	寿司専門	寿司御殿	32		1				31
	洋風惣菜	K-STAGE(ケイステージ)	10						10
その他店舗	総合惣菜	Kanemi	10	1	1				10
		e'z mart(イーズマート)	4				1		4
		ease deli(イーズデリ)	4						4
	寿司専門	寿司御殿	1						1
	洋風惣菜	eashion(イーション)	30	1	2			1	29
	外食	寿司御殿	3						3
合計			290	2	10	3	7	9	278

※ 「業態転換」は、「アピタ」「ピアゴ」から、ドン・キホーテとユニーのダブルネーム店舗への業態転換に伴う一時閉店や再出店の店舗を表します。
「閉店」には、ディベロッパの改装および自社改装に伴う一時閉店店舗を含みます。

設備投資：テナント事業(出店・閉店・改装の内容)

出店	日付	業態	店舗名	区分	所在地
	9/28	総合	ららぽーとみなとアクルス店	スーパーマーケット	名古屋市港区
11/29	洋風	eashionラゾーナ川崎店	商業施設	川崎市幸区	

一時閉店 業態転換に伴う 業態転換および再出店	日付	業態	店舗名	ディベロッパー	所在地
	2/21	総合	ドン・キホーテUNY 可児店	ピアゴ可児店(1/3閉店)	岐阜県可児市
	2/28	総合	MEGAドン・キホーテUNY 中里店	ピアゴ中里店(1/6閉店)	静岡県富士市
	2/28	総合	MEGAドン・キホーテUNY 近江八幡店	ピアゴ近江八幡店(1/6閉店)	滋賀県 近江八幡市

業態転換に伴う一時閉店	日付	業態	店舗名(オープン日)	所在地
	1/27	総合	伝法寺店(3/27) → MEGAドン・キホーテUNY	愛知県一宮市
	2/3	総合	今崎店(4/23) → MEGAドン・キホーテUNY	滋賀県東近江市
	2/3	総合	富士中央店(4/23) → ドン・キホーテUNY	静岡県富士市
2/24	総合	気噴店(4/30予定) → MEGAドン・キホーテUNY	愛知県春日井市	

自社改装に伴う一時閉店 ディベロッパーの改装	日付	業態	店舗名(オープン日)	所在地
	6/30	洋風	eashionシャポー市川店(2019年6月予定)	千葉県市川市
	8/26	洋風	eashionラゾーナ川崎店(11/29)	川崎市幸区
	2/20	寿司	寿司御殿アピタ稲沢店(3/15) 洋風惣菜店舗「K-STAGE」へ	愛知県稲沢市

閉店	日付	業態	店舗名	所在地
	9/9	総合	アピタ田富店	山梨県中央市
	9/30	総合	飯田駅前店	長野県飯田市
	11/18	総合	水口店	滋賀県甲賀市
	11/25	総合	鶉店	岐阜県岐阜市
	1/20	総合	多度店	三重県桑名市
1/27	総合	アピタ飛騨高山店	岐阜県高山市	
2/18	総合	岩藤店	愛知県日進市	

改装	日付	業態	店舗名	所在地
	4/19	総合	アピタ松任店	石川県白山市
	4/23	総合	イーズマート枚方T-SITE店	大阪府枚方市
	6/1	洋風	eashion阪神梅田店	大阪市北区
	7/13	総合	東刈谷店	愛知県刈谷市
	10/12	総合	アピタ双葉店	山梨県甲斐市
	10/26	総合	萱場店	名古屋市千種区
	11/15	総合	アピタ伊東店	静岡県伊東市
	11/29	総合	アピタ名古屋北店	名古屋市北区
	12/7	総合	アピタ名古屋空港店	愛知県西春日井郡

2020年2月期 業績見通し

(単位:百万円)

	2017年 3月期	2018年 3月期	2019年 2月期	2020年2月期 計画
売上高	88,258	90,233	82,432	86,274
営業利益または損失(△)	498	△1,167	585	1,264
経常利益または損失(△)	582	△1,062	680	1,300
当期純利益または純損失(△)	△514	△932	△843	750
テナント事業				
売上高	44,768	44,030	40,388	43,395
セグメント利益	1,639	1,710	1,144	1,353
外販事業				
売上高	43,490	46,203	42,043	42,878
セグメント利益または損失(△)	△1,133	△2,878	△558	△88

2020年2月期 設備投資計画

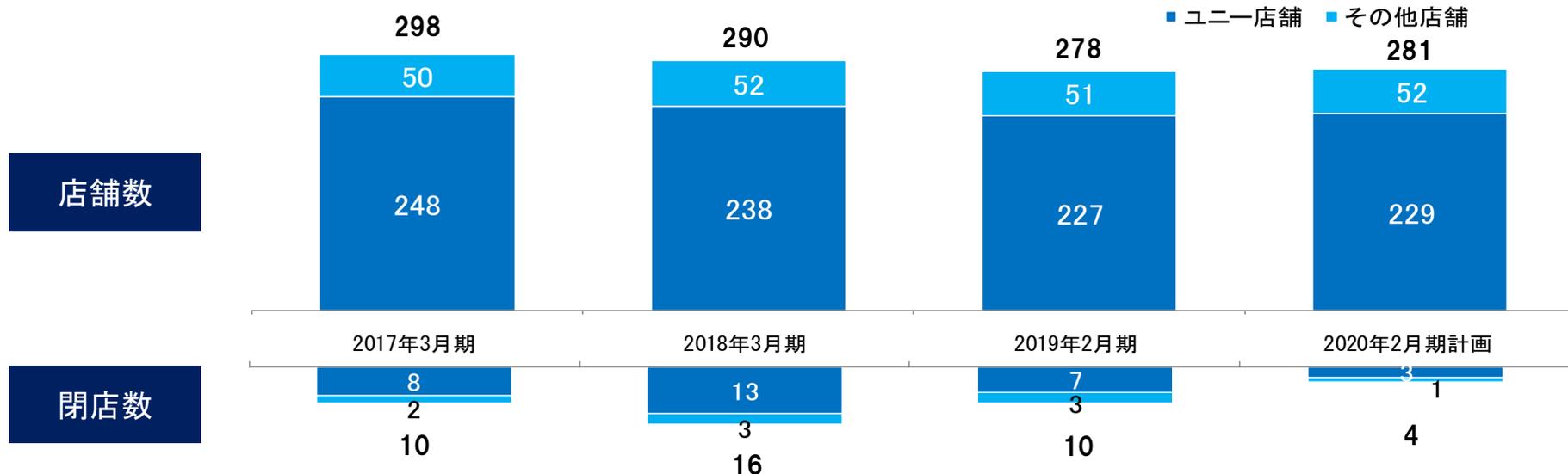
(単位:百万円)

	2019年2月期	2020年2月期 計画	
	実績	計画	主な設備投資の内容
テナント事業	201	168	店舗の新設、改装および店舗設備等の更新等
外販事業	271	507	生産設備の更新および増強等
その他	203	28	設備の更新等
合計	676	704	

テナント事業 店舗計画			2019年2月期	2020年2月期 計画					
業態	ブランド	期末店舗数	出店	閉店	業態転換(出店)	業態転換(閉店)	改装	期末店舗数	
ユニー店舗	総合惣菜 Kanemi	186		3	22	18		187	
	寿司専門 寿司御殿	31						31	
	洋風惣菜 K-STAGE(ケイステージ)	10	1					11	
その他店舗	総合惣菜 Kanemi	10	1					11	
	総合惣菜 e'z mart(イーズマート)	4		1				3	
	総合惣菜 ease deli(イーズデリ)	4						4	
	寿司専門 寿司御殿	1						1	
	洋風惣菜 eashon(イーション)	29	1					30	
	外食 寿司御殿	3						3	
合計			278	3	4	22	18	0	281

※ 「業態転換」は、「アピタ」「ピアゴ」から、ドン・キホーテとユニーのダブルネーム店舗への業態転換に伴う一時閉店や再出店の店舗を表します。

テナント店舗の状況



業態	ブランド	2017年3月期						2018年3月期						2019年2月期						2020年2月期 計画						
		出店	閉店	業態 転換 (出)	業態 転換 (閉)	改装	期末 店舗数	出店	閉店	業態 転換 (出)	業態 転換 (閉)	改装	期末 店舗数	出店	閉店	業態 転換 (出)	業態 転換 (閉)	改装	期末 店舗数	出店	閉店	業態 転換 (出)	業態 転換 (閉)	改装	期末 店舗数	
ユニー店舗	総合惣菜	Kanemi	2	8			6	205	3	12	6	6	1	196		6	3	7	7	186		3	22	18		187
	寿司専門	寿司御殿					33		1				32		1				31						31	
	洋風惣菜	K-STAGE					10						10						10		1				11	
その他店舗	総合惣菜	Kanemi					9	1					10	1	1				10	1					11	
	総合惣菜	e'z mart	1				5		1				4					1	4		1				3	
	総合惣菜	ease deli					4						4						4						4	
	寿司専門	寿司御殿					0	1					1						1						1	
	洋風惣菜	eashion	3	2			3	29	3	2			30	1	2				29	1					30	
外食	寿司御殿					1	3					3						3						3		
合計			6	10	0	0	12	298	8	16	6	6	1	290	2	10	3	7	9	278	3	4	22	18	0	281

※ 「業態転換」は、「アビタ」「ピアゴ」から、ドン・キホーテとユニーのダブルネーム店舗への業態転換に伴う一時閉店や再出店の店舗を表し、上記グラフ「閉店数」には含めておりません。

**2019年2月期
業績総括および今後の見通し**

○ テナント事業

- **新規出店5店舗、改装9店舗、閉店17店舗**(ディベロッパーの改装および自社改装に伴う一時閉店および再出店を含む)
 - ・ ドン・キホーテとユニーのダブルネーム業態転換店舗として3店舗をオープン
- **業態転換店舗のビジネスモデルの確立**
 - ・ 売場構成や品揃え、量目など店舗環境に応じた商品政策および運営の遂行
- **既存店舗のさらなるレベルアップ**
 - ・ 単品管理データを活用し販売傾向の分析 ⇒ 各店舗の売場構成や販売計画を見直し、売れ筋商品の販売を強化

○ 外販事業

- **売上高の確保および利益面の改善**
 - ・ 津工場(3月末)、三田工場(7月末)の閉鎖 ⇒ 拠点集約に伴う生産性の向上
 - ・ 10月より(株)ファミリーマートが展開する自販機型無人コンビニ(ASD)への納品開始(埼玉工場、横浜工場製造)
 - ・ 生産体制の均一化および省人化による製造効率の向上と、在庫管理およびロス対策による荒利率の改善
 - ・ 内製化を推進し、テナント店舗向け商品のメニュー改廃や納品アイテム数の増加に取り組み、一つの納品先として確立
- **継続的な品質の向上**
 - ・ 安心・安全で美味しい商品づくり ⇒ 製造管理体制の継続した強化およびルールの周知徹底、再教育

○ テナント事業

- 新規出店の推進

- ・ 株式会社ドン・キホーテが運営する『MEGA ドン・キホーテ』への出店(4/25 MEGA ドン・キホーテ水口店(滋賀県甲賀市)に初出店)
- ・ 引き続き、関東圏を中心とした駅ナカ、駅ビル、その他商業施設への出店に向けたアプローチ

- 続々と予定される業態転換店舗のビジネスモデルの確立と浸透

- ・ 既存の業態転換店舗での経験を基に今後の展開に対応 ⇒ 来店客層の変化など店舗環境に応じた商品政策および店舗運営

- 50年間の感謝と今後の成長に繋げるチャレンジ

- ・ ディベロッパーや業態に応じた『創業50周年記念セール』の企画 ⇒ 売場の活性化および販売力の強化

- 既存店舗のさらなるレベルアップ

- ・ 定番商品のブラッシュアップと販売強化の継続

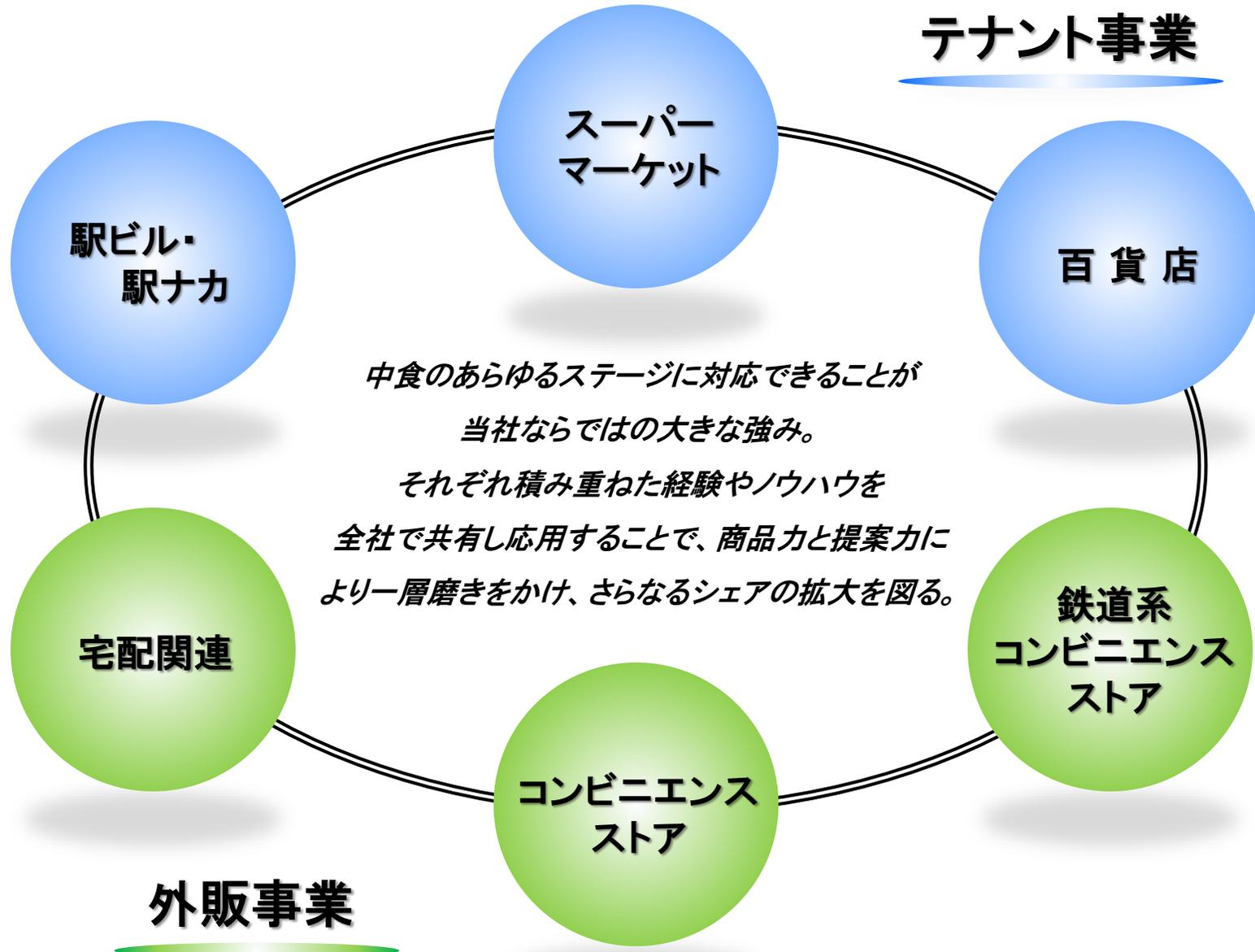
○ 外販事業

- 売上高の増加および利益面の改善

- ・ 営業活動の推進による納品量の増加および新規納品先の獲得(4月より新たに『大阪よどがわ市民生協』への夕食宅配納品開始)
- ・ 労務費、原材料荒利の管理の精度向上による適正なコスト構造の確立
- ・ 不採算工場である秋田工場(秋田県秋田市)の閉鎖(6月末予定)

- 継続的な品質の向上

- ・ 安心・安全で美味しい商品づくり ⇒ 製造管理体制のさらなる強化およびルールの周知徹底、再教育



ご参考: 中食市場について

国内の中食(惣菜)市場規模は10兆円超

中食市場は、これまで少子高齢化や核家族の進行、女性の社会進出などによるライフスタイルの変化により規模を拡大。

一方、成長性が見込まれるため、中食ベンダー・食品メーカー・SM等の参入増加により、競争環境が厳しさを増している。

当社は、この国内の中食市場内におけるシェアの拡大を図り、企業価値の向上を目指す。

求められているもの

日常性

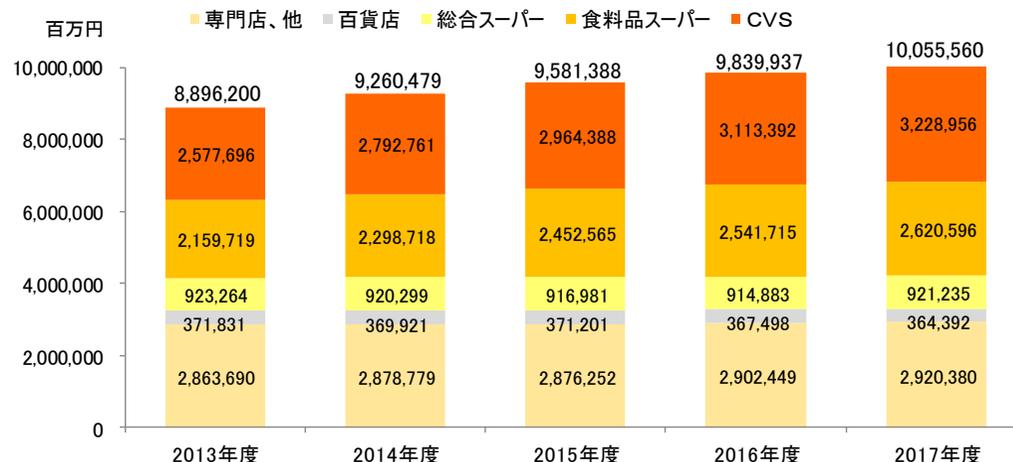
- 安心安全 → 品質管理、衛生管理
- おいしさ → 地域の自然の恵み(地産地消)
季節の恵み
鮮度
カロリーや栄養コントロール
- 手軽さ → 簡単調理
価格・ボリューム

非日常性

- 高付加価値商品 → デザイン性・ブランド力等
珍しい食材・高級食材
豊富なメニュー

【参考資料: 惣菜市場規模】

出所: 社団法人日本惣菜協会 2018年版惣菜白書



※ 専門店: 惣菜専門店(惣菜販売店、持ち帰り弁当店、仕出し弁当店、給食業者、駅弁売店、寿司販売店、おにぎり販売店、調理パン小売業(サンドイッチ、ハンバーガー等)、ピザ小売業(持ち帰り)など)、イートインコーナー併設惣菜店、受注後調理型惣菜店など

【参考資料: 年間の1世帯当たりの品目別支出平均金額(総世帯)】

出所: 総務省統計データ
(品目分類)第10表 年間収入五分位階級別1世帯当たり 品目別支出金額及び購入頻度(総世帯)

