

2019年3月期 IR資料

いい暮らし、いいあした。

Axial
RETAILING

ご説明する内容

1. 業績の概要
2. アクシアルのめざすもの
3. 原信ナルスの店舗フォーマット
4. トピックス

1. 業績概要

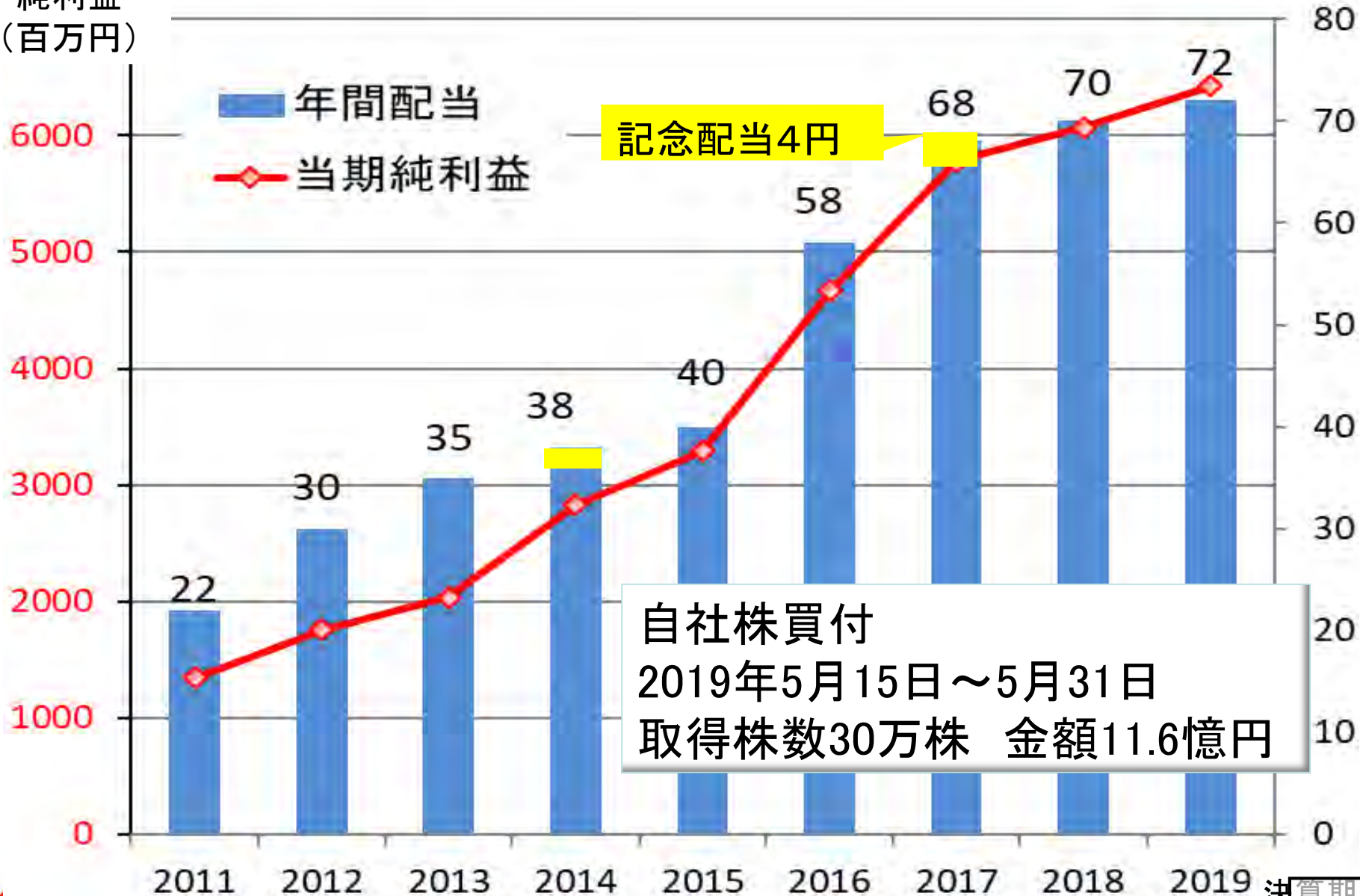
(単位:百万円)

項目	2018/3期	2019/3期	増減率	備考
売上高	232,810	235,347	+1.1%	新店3、閉店3、既存店+0.3%
売上総利益	66,150 (28.4%)	67,313 (28.6%)	+1.8%	必要荒利益確保の取り組み グループメリット創出 F物流センター安定寄与
販管費	57,082 (24.5%)	57,790 (24.6%)	+1.2%	F物流センター軌道化 統合効果(コストカット329百万) 除雪費減少(109百万)
営業利益	9,068	9,523	+5.0%	予想91億円
経常利益	9,205 (4.0%)	9,698 (4.1%)	+5.4%	予想92億円
当期純利益	6,070	6,427	+5.9%	予想60億円
1株当たり配当	70円	72円	+2円	予想70円、8期連続増配
ROA	9.4%	9.7%	+0.3%	経常利益/総資産(平均)
開店店舗数	3	3		新店:H小出東(魚沼市)、F笠懸(みどり市) H城岡(長岡市)
閉店店舗数	2	3		閉店:H小出東、F新桐生(桐生市)・F鳥山(太田市)

配当推移

1株当たり年
間配当(円)

純利益
(百万円)



自社株買付
2019年5月15日～5月31日
取得株数30万株 金額11.6億円

前期新店



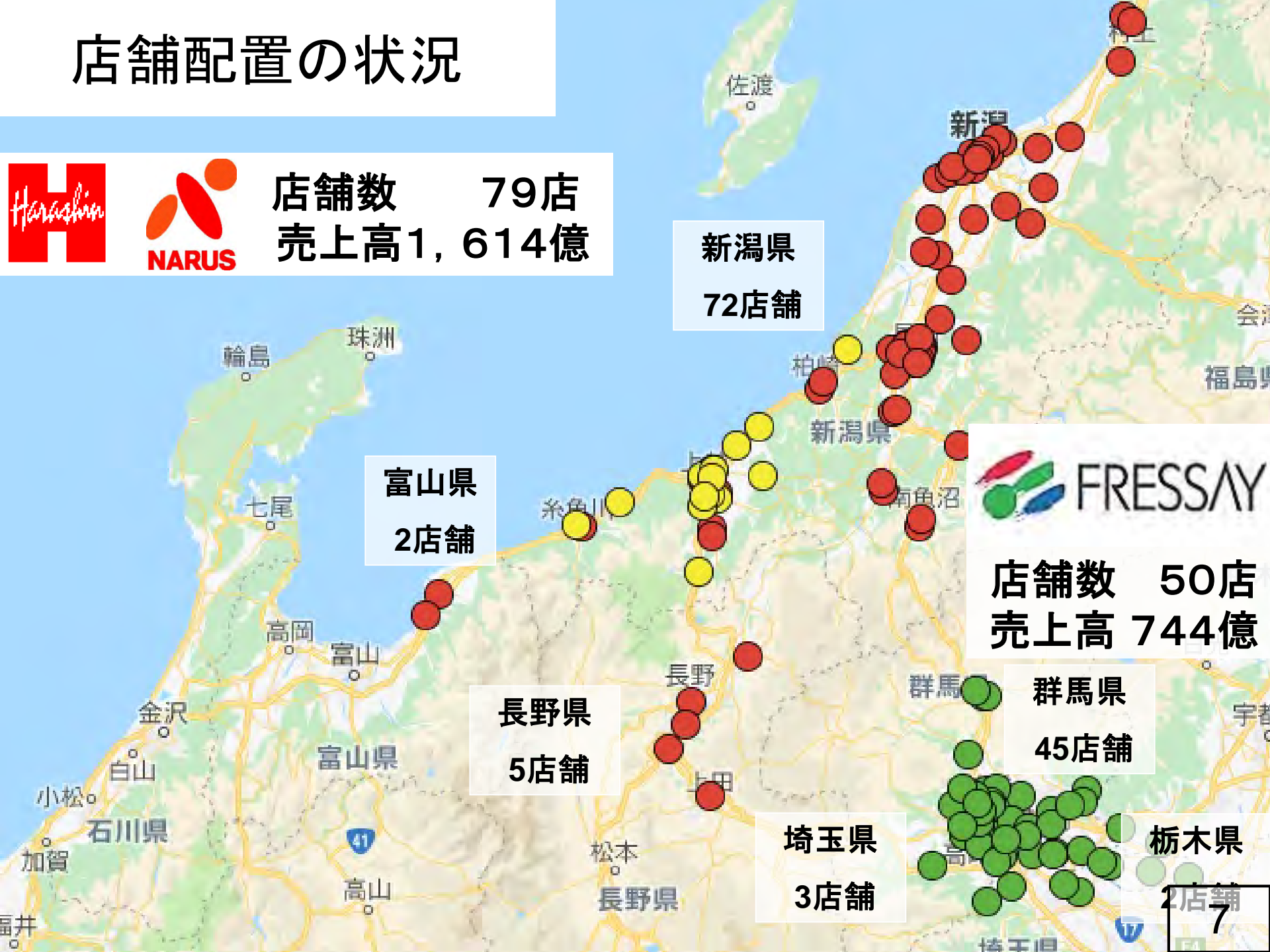
前期改装



店舗配置の状況



店舗数 79店
売上高 1,614億



新潟県
72店舗

富山県
2店舗

長野県
5店舗

埼玉県
3店舗

群馬県
45店舗

栃木県
2店舗



店舗数 50店
売上高 744億

食品スーパー売上高ランキング(公開企業)

(単位:百万円)

1	東京	ライフコーポレーション	698,693	14	福岡	マックスバリュ九州	177,499
2	東京	U.S.M.H	694,323	15	北海道	マックスバリュ北海道	129,281
3	岐阜	バロー HD	565,931	16	岡山	ハローズ	127,323
4	北海道	アークス	512,246	17	兵庫	関西スーパーマーケット	123,649
5	埼玉	ヤオコー	435,085	18	東京	エコス	121,142
6	広島	マックスバリュ西日本	274,937	19	山形	ヤマザワ	110,688
7	和歌山	オークワ	265,116	20	愛知	アオキスーパー	106,214
8	東京	いなげや	251,655	21	埼玉	マミーマート	105,351
9	新潟	アクシアル リテイリング	235,347	22	秋田	マックスバリュ東北	103,265
10	山口	リテールパートナーズ	229,066	23	愛知	ヤマナカ	97,051
11	静岡	マックスバリュ東海	227,795	24	富山	アルビス	82,215
12	埼玉	ベルク	225,523	25	北海道	北雄ラッキー	41,132
13	愛知	マックスバリュ中部	178,543	26	香川	マルヨシセンター	40,115

食品スーパー経常利益ランキング（公開企業）

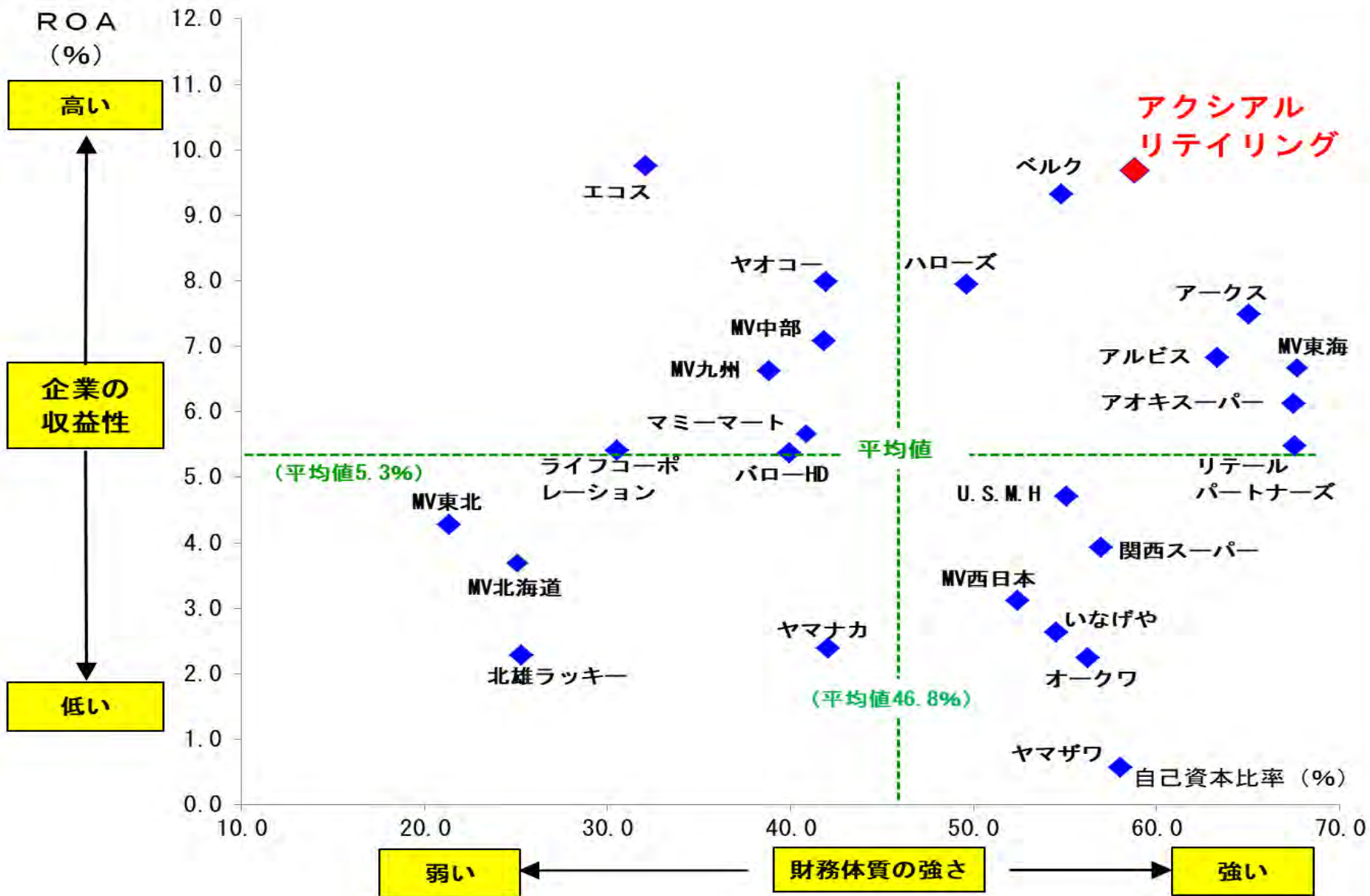
経常利益高 ランキング（百万円）

1	埼玉	ヤオコー	17,488
2	北海道	アークス	16,405
3	岐阜	バロー HD	16,091
4	東京	ライフコーポレーション	12,831
5	東京	U.S.M.H	12,253
6	埼玉	ベルク	10,370
7	新潟	アクシアル リテイリング	9,698
8	山口	リテールパートナーズ	5,574
9	岡山	ハローズ	4,937
10	静岡	マックスバリュ東海	4,877
11	東京	エコス	4,030
12	愛知	マックスバリュ中部	3,394
13	埼玉	マミーマート	3,223

経常利益率 ランキング（％）

1	埼玉	ベルク	4.6
2	新潟	アクシアル リテイリング	4.1
3	埼玉	ヤオコー	4.0
4	岡山	ハローズ	3.9
5	富山	アルビス	3.7
6	東京	エコス	3.3
7	北海道	アークス	3.2
8	埼玉	マミーマート	3.1
9	岐阜	バロー HD	2.8
10	山口	リテールパートナーズ	2.4
11	静岡	マックスバリュ東海	2.1
12	愛知	マックスバリュ中部	1.9
13	兵庫	関西スーパーマーケット	1.9

食品スーパーマーケットのROAと自己資本比率



参考：グループ別の業績推移

(単位：百万円、増減率は%)

	原信ナルス			フレッセイ		
	2019/3期	増減率	増減額	2019/3期	増減率	増減額
売上高 (既存店)	161,452	+1.1% (+0.3%)	+1,820	74,474	+0.8% (+0.3%)	+617
売上総利益	45,162 (28.0%)	+1.8%	+804	22,267 (29.9%)	+1.4%	+305
販管費	38,123 (23.6%)	+1.5%	+569	19,929 (26.8%)	+0.9%	+171
営業利益	7,039 (4.4%)	+3.4%	+234	2,338 (3.1%)	+6.1%	+134
経常利益	7,167 (4.4%)	+3.7%	+256	2,378 (3.2%)	+7.1%	+158
純利益	4,905 (3.0%)	+3.8%	+180	1,525 (2.0%)	+1.6%	+24

参考: フレッセイ 経常利益の推移

経常利益高(百万円)

経常利益率

前橋物流センター



経営統合5年 ～主な取り組み

1. 基盤整備

①TQMの推進

②情報システムの統合

③物流センター整備（前橋物流センター設置）

2. 商品政策

①合同商談

②大手メーカー帳合の統一

③PBの共有化

3. その他

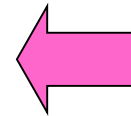
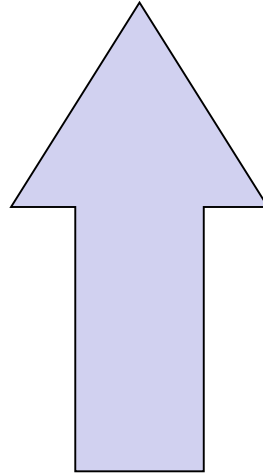
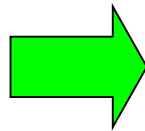
①経費の見直し

②組織の最適化

2. アクシアルのめざすもの

チェーンストアによって
お客様の毎日の生活に
豊かさ、楽しさ、便利さを提供する

規模
(スケール)



機能
(仕組み)

人材: **基盤はTQM**

TOPIX TQM



<ビジョン>

2009年版 Advanced Regional Chain

ローカルチェーンから優良な広域チェーンへ

I 日本一のサービス

II 200店舗構想

III 信頼構築

新たなビジョン策定へ

イノベーション推進部を新設

中期経営計画(2019～2021)

1. 出店政策 ～標準フォーマットの確立
 - ・地域を絞って集中的に出店する戦略の深耕
 - ・一定のスクラップ&ビルド(再配置)、改装の実施
2. 商品政策～原信ナルス、フレッセイ、それぞれの進化
 - ・新たなMDの深耕と定着
 - ・ESLPの推進 (消費税増税対応)
3. 店舗オペレーション
 - ・生鮮部門の作業割当、人員配置再編
4. 物流全体最適
 - ・PC・コミッサリ一体体制の軌道化と機能拡張
5. ネットSM等の再構築

中期経営計画(2019～2021)

数値目標

	2019年度	2020年度	2021年度
売上高	2,390億	2,450億	2,520億
経常利益率	4.0%	4.0%	4.1%
開店店舗数	3	4	4
閉店店舗数	3	2	1
期末店舗数	129店舗	131店舗	134店舗
設備投資額	46億	66億	61億

ロジスティックス戦略

ローリープロセスセンター新設



中之島DC
2013年10月設置



上越チルドセンター
2008年7月設置



群馬県
フレッセイ前橋物流センター
2016年10月稼働



- ・店内作業の削減 & 付加価値商品造りの支援
- ・コールドチェーンの実現
- ・グループ全体への供給によるマスメリット創出



3. 原信ナルスの店舗フォーマット

NC

普通のSMから「提案型」へ転換



NC II

- ①新しいMD
- ②アカ抜けた売り場
- ③生産性の高い店舗



NC II⁺

セントラルマーケット
河渡店、小出東店



NCNet

ネットスーパー
PRO



NCex

エクスプレスマーケット
旭岡店

NC

普通のSMから「提案型」へ転換

NC II

- ①新しいMD
- ②アカ抜けた売り場
- ③生産性の高い店舗

NC II⁺(セントラルマーケット)



365 Sidedish

365 サイドディッシュ



NC II+(セントラルマーケット)



MDコンセプト

ナチュラルチーズ



ロースト
ビーフ

ピクルス
マリネ

毎日の食卓を彩る

おつまみ・前菜

—提案&情報発信—



生ハム
サラミ

ドライフ
ルーツ
ナッツ



ワイン



NC

普通のSMから「提案型」へ転換

NC II

- ①新しいMD
- ②アカ抜けた売り場
- ③生産性の高い店舗

NC Net (ネット)

選べる2つのお届けサービス! 原信より便利な@原信

早くて便利なお届けサービス

品揃え豊富で大満足。
業者の方の仕入にも!

原信ネットスーパー

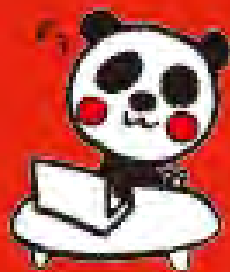
<http://www.honjin.com/retail/>

03-7777-0001

スタンダード

Standard

ネットでパツとお買い物



当日
ご注文

当日
配達

今までの会員IDでそのままご利用いただけます。

原信ネットスーパー

<http://www.honjin.com/retail/pro/>

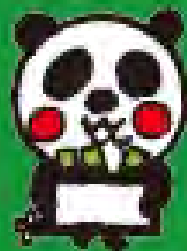
03-7777-0001

プロ

新サービス!

PRO

まとめ買いでお買物時間を節約
※一般のお客様もご利用いただけます



前日
ご注文

翌日
配達

新規会員登録が必要になります。

NC

普通のSMから「提案型」へ転換

NC II

- ①新しいMD
- ②アカ抜けた売り場
- ③生産性の高い店舗

NC **ex** (**e**xpress market)

(1) NC II、NC II +

品揃えの拡充は強みであり、弱点

多店舗出店：小商圈化、軽装備、高生産性

(2) 一方、これからのSMに必要な機能は？

× 小型化

(3) エクスプレスマーケットのコンセプト

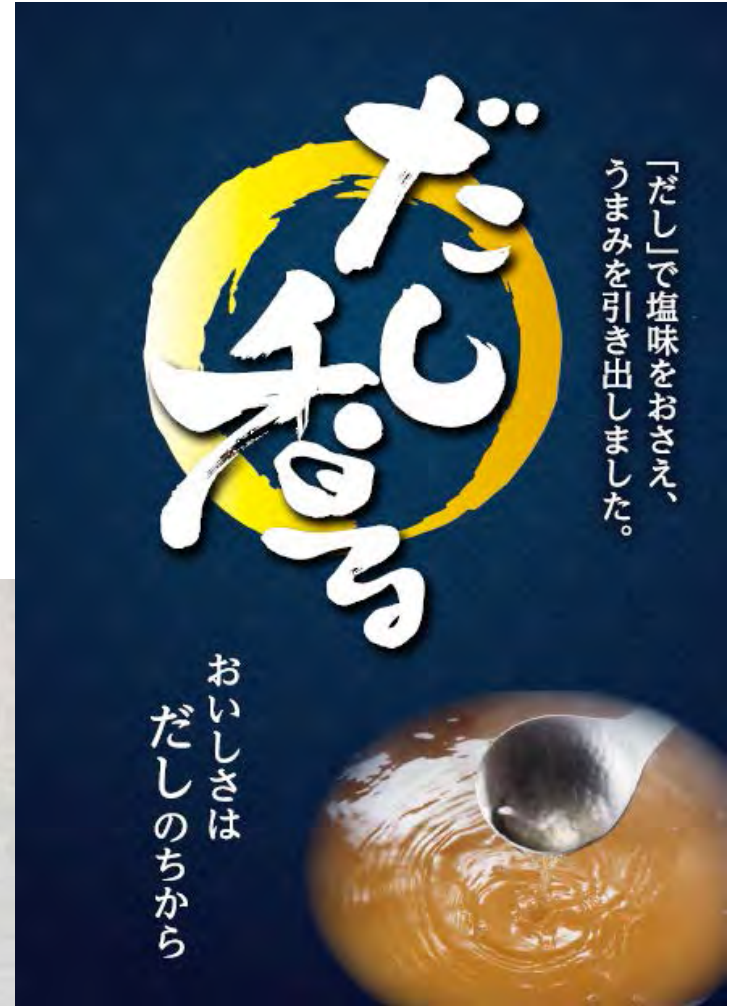
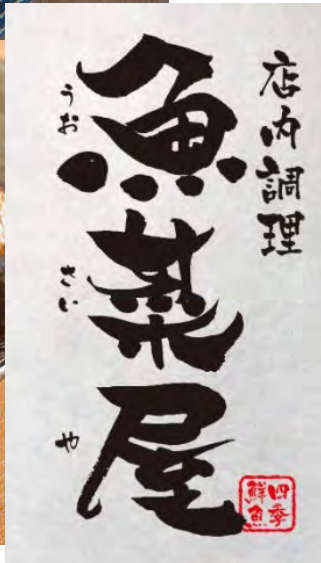
簡便

快適

生産性

4. トピックス(原信ナルスの商品)

365 x 3 salad life



“サラダ”で健康、簡単便利

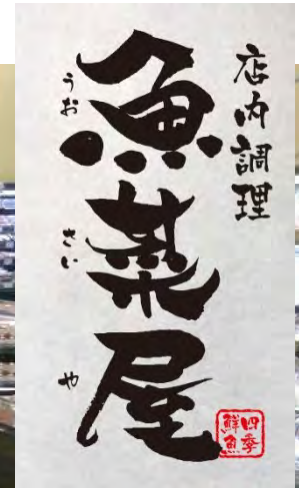
365^{x3} salad life

オレンジとナッツのパワーサラダ

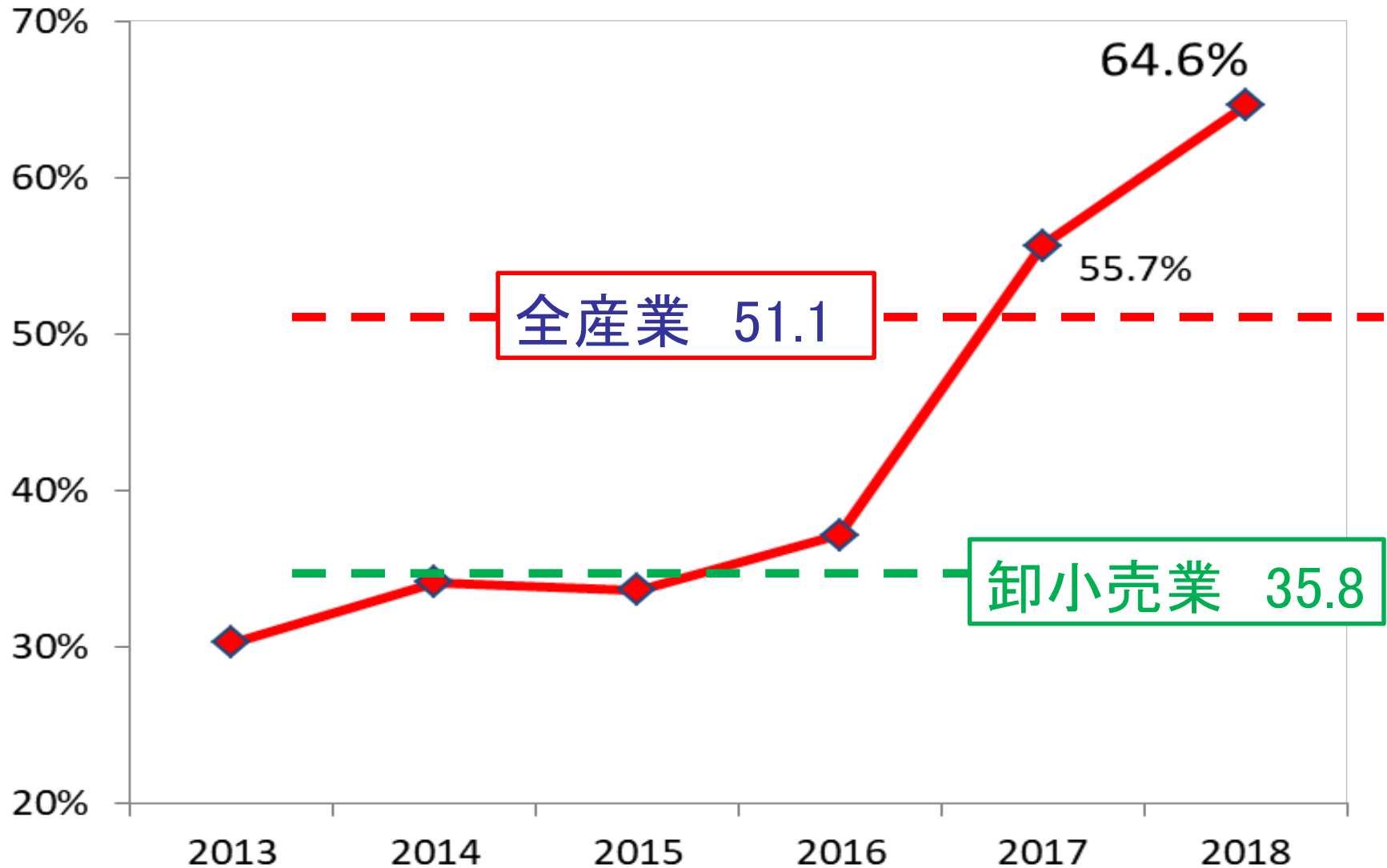


バジルチキンと根菜のグリルサラダ

『魚菜屋』 “調理魚”で健康、簡単便利



有給休暇取得率(原信ナルス)



今期業績予想

(金額単位:百万円)

項目	連結	増減率	グループ別の目安			
			HN	増減率	F	増減率
売上高	237,000	+0.7%	162,000	+03%	75,000	+0.7%
営業利益	8,400	△11.8%	6,141	△12.8%	2,052	△12.3%
経常利益	8,500	△12.4%	6,244	△12.9%	2,077	△12.7%
純利益	5,600	△12.9%	4,200	△14.4%	1,400	△8.2%
開店	3		2		1	
1株配当	72円	—	設備投資計画額46億、減価償却費44億			

予測前提	2019年3月期 実績			2020年3月期 予想		
	(上期)	(下期)	(通期)	(上期)	(下期)	(通期)
全店	+2.5%	△0.1%	+1.2%	+0.2%	+1.3%	+0.7%
既存店	+1.2%	△0.6%	+0.3%	△1.4%	△0.8%	△1.1%

1品単価100.0 点数100.5 →客単価100.5



いい暮らし、いいあした。

Axial
RETAILING