

第74期 2022年3月期

決算説明会資料

2022年 5月11日

株式会社いなげや
代表取締役社長
本杉 吉員



・小売事業



・小売支援事業



注：株式会社三浦屋は、2021年8月1日に株式譲渡いたしましたので、上記の他8店舗が減少しております。

➤ 2022年3月期連結決算

- ・前期(2021年3月期)は、新型コロナウイルスの感染拡大による「巣ごもり需要」の影響を受けて増収増益となりましたが、今期は反動により減収減益となりました。
- ・新型コロナウイルス対応に重点が置かれたことで、施策に遅滞が生じてお客様の生活様式の変化に対応できなかったことも要因となりました。

➤ 2023年3月期業績

- ・生鮮3品+惣菜を中心に商品力の向上を進めて、売場で具現化いたします。
また、既存のお客様の利便性向上と新規のお客様の開拓に向け、EC事業を強化いたします。

➤ いなげやグループ中期3カ年経営計画

- ・中期3カ年経営計画の実現に向けて策定した施策を着実に実行いたします。

I	2022年3月期連結決算	P. 4
II	2023年3月期業績	P.11
III	いなげやグループ中期3カ年経営計画	P.15

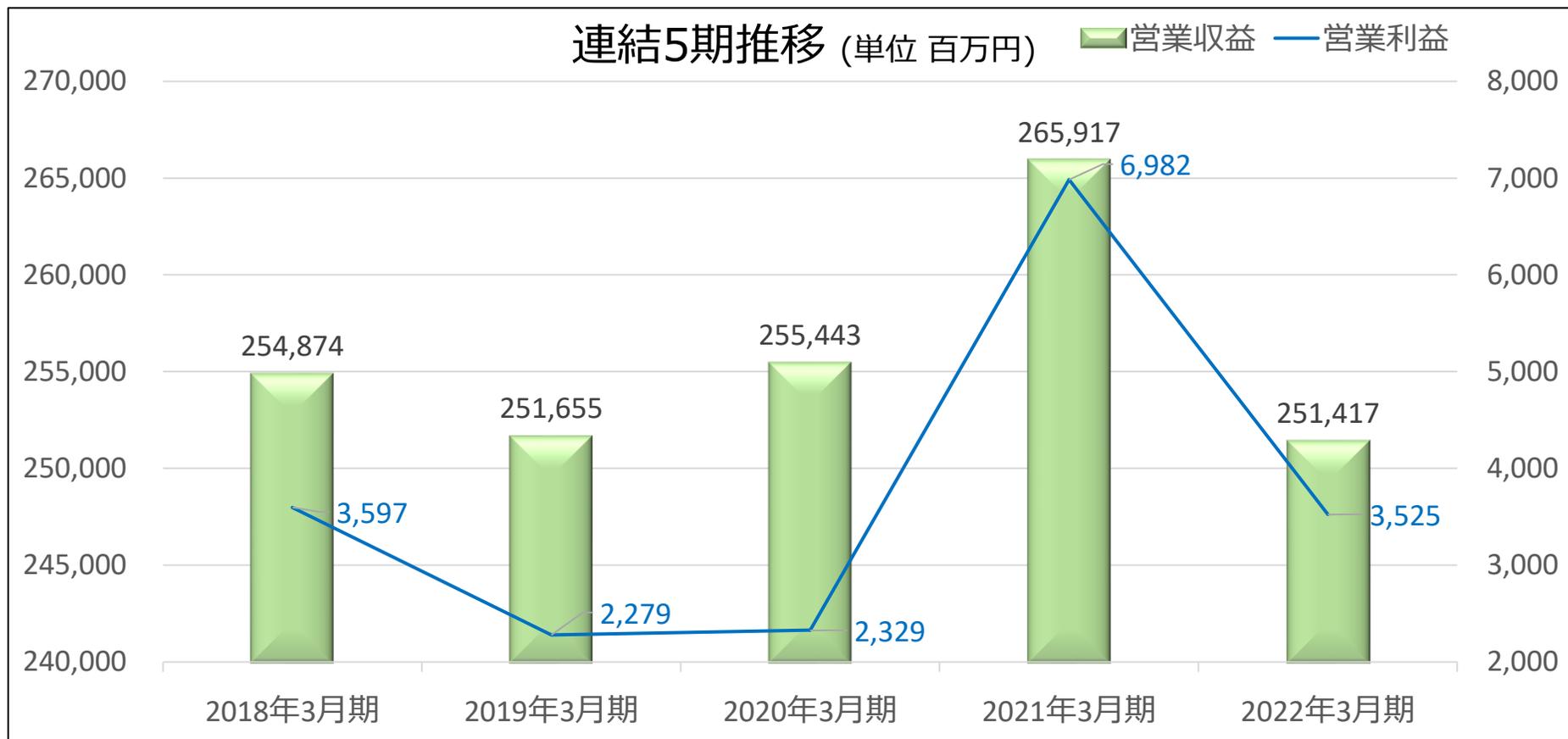
連結経営成績



(単位:百万円)

	2021年3月期	2022年3月期	前期比	増減	2022年3月期 計画数値	計画比
営業収益	265,917	251,417	94.5%	△ 14,499	260,000	96.7%
営業利益	6,982	3,525	50.5%	△ 3,456	4,000	88.1%
経常利益	7,290	3,880	53.2%	△ 3,409	4,200	92.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,124	2,399	58.2%	△ 1,725	2,000	120.0%

	前期末	当期末	増減額	キャッシュ・フローの状況	
純資産	55,533	56,886	1,353	営業CF	2,638
(自己資本比率)	55.0%	56.4%	1.4%	投資CF	△ 1,603
総資産	99,064	98,698	△ 365	財務CF	625
				現金・現金同等物	20,696
				期中増減額	1,660



種別	期間			日数
第1回緊急事態宣言	2020年04月07日	～	2020年05月25日	48
第2回緊急事態宣言	2021年01月08日	～	2021年03月21日	72
第3回緊急事態宣言	2021年04月25日	～	2021年06月20日	56
第1回まん延防止等重点措置	2021年06月21日	～	2021年07月11日	20
第4回緊急事態宣言	2021年07月12日	～	2021年09月30日	80
第2回まん延防止等重点措置	2022年01月21日	～	2022年03月21日	59

事業別実績 スーパーマーケット事業 (いなげや)



(単位:百万円)

	2021年3月期	2022年3月期		参考	要因
	実績	実績	前期比	2020年3月期比	
売上高	203,739	194,617	95.5%	100.8%	客数前期並みも客単価△2.1%と巣ごもり需要の反動が大きく減収。
営業総利益	67,836	64,371	94.9%	100.3%	客数確保に向けて価格対応を進めた結果、荒利率が低下。
販管費	62,564	62,228	99.5%	98.6%	経費削減に努めるも賃金単価・エネルギー価格の上昇などを要因に削減効果が縮小。
営業利益	5,272	2,142	40.6%	211.0%	売上高が伸び悩む中で、荒利率の低下と販管費が前期並みに止まり減益。

注: セグメント別の業績は、売上高にて表記しております。

新店

1店舗

(前年度1店舗)

国分寺東恋ヶ窪店 2021年12月16日開店

改装

11店舗

(前年度8店舗)

小平回田店 松伏店
あきる野北伊奈店 八王子中野店
練馬上石神井南店 むさし村山店

閉店

2店舗

(前年度3店舗)

三鷹下連雀店 松戸新田店



新店 国分寺東恋ヶ窪店



改装 練馬上石神井南店

(単位:百万円)

	2021年3月期	2022年3月期		参考 2020年3月期比	要因
	実績	実績	前期比		
売上高	43,358	42,638	98.3%	98.7%	受診の通常化により調剤6.2%増加も、 外出控えの継続による客数3.4%減少。
営業総利益	12,661	12,434	98.2%	99.7%	前期伸長した感染症対策商品の反動減も、 ヘルスケア、調剤の収益改善で補えず。
販管費	11,613	11,434	98.5%	98.9%	自動発注を全店導入、作業割当改革推進 による生産性向上で抑制。
営業利益	1,047	1,000	95.5%	110.6%	荒利率改善に加えて販管費コントロールを 進めるも、売上減少の影響が大きく減益。

注: セグメント別の業績は、売上高にて表記しております。

新店

6店舗 (前年度 4店舗)

八王子中野山王店	2021年 7月21日開店
福生加美平店	2021年 7月30日開店
八王子八日町店	2021年10月27日開店
楽ちんネットスーパーwelパーク.jp 羽村物流センター店	2021年11月19日開店
中葛西店	2022年 1月26日開店
荒川町屋店	2022年 2月23日開店

新店 (調剤薬局)

1店舗 (前年度 0店舗)

高田馬場駅前店	2022年 3月01日開店
---------	---------------

改装 (ゾーニング含む)

20店舗 (前年度15店舗)

東葛西店	東日暮里一丁目店
桜新町店	薬局小平回田店
小平回田店	他15店舗

閉店

2店舗 (前年度 5店舗)



新店 八王子八日町店



新店 中葛西店

I 2022年3月期連結決算 P. 4

II 2023年3月期業績 P.11

III いなげやグループ中期3カ年経営計画 P.15

2023年3月期 通期 設備投資計画



(単位:百万円)

2023年3月期 計画	新店	改装	その他	合計
スーパーマーケット	1,400	1,000	2,200	4,600
ドラッグストア	700	100	200	1,000
合計	2,100	1,100	2,400	5,600

新店は、スーパーマーケット 1店舗、ドラッグストア 7店舗を計画。

参考

(単位:百万円)

2022年3月期 実績	新店	改装	その他	合計
スーパーマーケット	880	308	1,366	2,555
ドラッグストア	369	39	20	427
合計	1,249	347	1,386	2,982

2023年3月期 通期 小売事業 計画



(単位:百万円)

事業	売上高		前期差	前期比
	2022年3月期	2023年3月期 (計画)		
スーパーマーケット	194,617	197,110	2,493	101.3%
ドラッグストア	42,638	44,647	2,009	104.7%
合計	237,255	241,757	4,502	101.9%

事業	営業利益		前期差	前期比
	2022年3月期	2023年3月期 (計画)		
スーパーマーケット	2,142	2,600	458	121.4%
ドラッグストア	1,000	1,000	0	100.0%
合計	3,142	3,600	458	114.6%

注: セグメント別の業績は、売上高にて表記しております。

(単位:百万円)

勘定科目	2022年3月期	2023年3月期 (予測)	前期差	前期比
営業収益	251,417	252,000	583	100.2%
営業利益	3,525	3,600	75	102.1%
経常利益	3,880	3,900	20	100.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,399	1,700	△ 700	70.8%

注 2022年3月21日に「まん延防止等重点措置」が解除されましたが、新型コロナウイルスの感染は収束していない状況にあります。新たな変異株による感染拡大、資源高、ウクライナ侵攻の影響など急激な変化が生じる可能性のある環境下となっております。業績予測は、現時点における情報を基に算出しておりますので、変動する可能性があります。

I	2022年3月期連結決算	P. 4
II	2023年3月期業績	P.11
III	いなげやグループ中期3カ年経営計画	P.15

グループの組織力と収益力の強化

□グループ経営資源の効果的・効率的な活用に向けたグループ一体経営への転換

⇒ 連結子会社すべてを含めた企業グループ全体としての価値を高めることを目標とする経営

1. スーパーマーケット事業

- ・既存店の再構築による安定した事業基盤の確立
- ・聖域なき経費削減による高コスト体質からの脱却

2. ドラッグストア事業

- ・出店地域での商圈シェアの拡大
- ・競争力のある価格を提供できる仕組みの構築

3. 商流・物流の再構築

- ・センター機能の最適化と店舗作業の最適化による全社の生産性の向上
- ・グループ小売事業と仕入の集約を視野に入れた原価低減策への取り組み
- ・サテライトを活用した商品供給の模索

4. 新たな競争力の創造

- ・グループ資源を活用した新フォーマットの開発と出店
- ・EC市場における規模の拡大

6. グループガバナンス体制の確立

- ・4つの手法を用いたガバナンスの再構築

5. いなげやグループの成長を支える人財の育成

- ・働き方改革の推進 (働き甲斐ある環境への改善)
- ・グループの人財交流を通じた人財教育
- ・ダイバーシティの推進・接客力の向上と定着



関係会社の支援強化

スーパーマーケットの核となる生鮮3品と惣菜で「圧倒的な売場づくり」を進めております。
客層の拡大に向けて「ファミリー・ヤング」に対応した商品・品揃えを導入しております。

青果



ファミリーヤング層の購買頻度が高い商品の品揃えを最大化し、お求めやすい価格で提供



旬の野菜・果物を最適な産地から調達するとともに、産地開拓を進めプライベートブランドでお求めやすい価格で提供

鮮魚



PB商品「生アランティックサーモン」を使ったお寿司・惣菜の開発



ファミリーヤング層の購買頻度が高い商品開発を強化を進め、国産完全養殖サーモンを導入予定（持続可能な資源）



いなげやの冷凍マグロ味に差が出る魚体200kg以上のマグロを使用し、業界では手間がかかり過ぎ、敬遠されがちな温塩水解凍に拘って美味しさを提供

地元市場から直接仕入れて当日に店頭販売（一部店舗）

精肉



ファミリーヤング層の購買頻度が高い**ボリュームパック**の展開強化
商品の利便性を追求し、様々な素材の**味付商品**を展開



精肉の素材を活用した商品をサンフードジャパンと共同開発
国産鶏むね肉を使用した**グリルチキン・サラダチキン**を発売

お客様へ『安心・美味しさ・品質』をお届けするため、主力となる
産地と継続的な取り組みを行っております。
さらに新たな産地開発による商品の提供も進めております。

惣菜



鶏三昧(鶏唐揚)の商品強化
からあげグランプリ **第12回 金賞 第13回 最高金賞**
アジアコーナーの設置
新たなカテゴリーとして**アジア惣菜8アイテム**を開発・展開



生鮮の素材を活用した商品開発
鮮魚の**生アトランティックサーモン**を使用した寿司
鮮魚の**霧島流水うなぎ**を使用した弁当
精肉の**桜姫鶏**を使用したローストチキン

PB 人気商品 (2022年3月期 販売額上位)



美味豚



さくらいろたまご



エナジーバナナ

PB 新商品 (2022年3月期 販売額上位)



生姜と合わせだしの若鶏もも塩唐揚



北海道の極小粒大豆をあじわう納豆



北海道の大地で採れた大豆をぎゅっと搾ってかためた絹豆腐

250アイテム (2022年3月末) ➡ 計画 +25アイテム (2023年3月末)

サテライトの運用

取り扱いのないカテゴリーの補完による品揃えの改善・お客様満足の上昇を目的としてサテライトの運用を開始いたしました。

2021年4月に荒川西日暮里店から入谷店・ウェルパーク東日暮里一丁目店にインスタアベカリーのサテライト運用実験を開始し、ご好評いただいております。



運用地域・店舗の拡大

練馬区 1店舗
2021年11月開始

西東京市 1店舗
2022年 2月開始

運用地域・取り扱いカテゴリーを拡大し、お客様満足の改善と店舗の活性化を図ります。

新店の取組み

2021年12月16日に国分寺東恋ヶ窪店が開店いたしました。

ストアコンセプト『笑顔の接客、鮮度感、豊富感、溢れる「お客様の欲しい」がある地域一番店』

競争環境が厳しい地域への出店となるため、『**価格訴求**』と『**ローコストオペレーション**』にチャレンジ。

生鮮3品+惣菜の売上高 構成比52.5%、ファミリー・ヤングに支持されるお店の具現化を図ります。

青果



鮮魚 (寿司)



精肉



惣菜



新型電子棚札



セミセルフレジ



小売支援事業からの商品供給により売場の活性化を図ります。

サンフードジャパン

製造工場



鶏肉惣菜の一次加工



黄金プリン



価値ある商品の提供とスーパーマーケット事業の作業改善を支援しております。

いなげやドリームファーム

農場



かぶ (加工した浅漬)



さつまいも



地産地消を推進し、地の利を活かした高鮮度の商品を提供しております。

EC事業は、2007年6月の「Yahoo!ショッピング」を皮切りに「楽天」「Amazonジャパン」と主要なECモールに相次いで出店し、新規顧客の開拓を進めております。

2013年には、ネット店舗とリアル店舗の融合を目指して自社のオンラインサイトも立ち上げております。

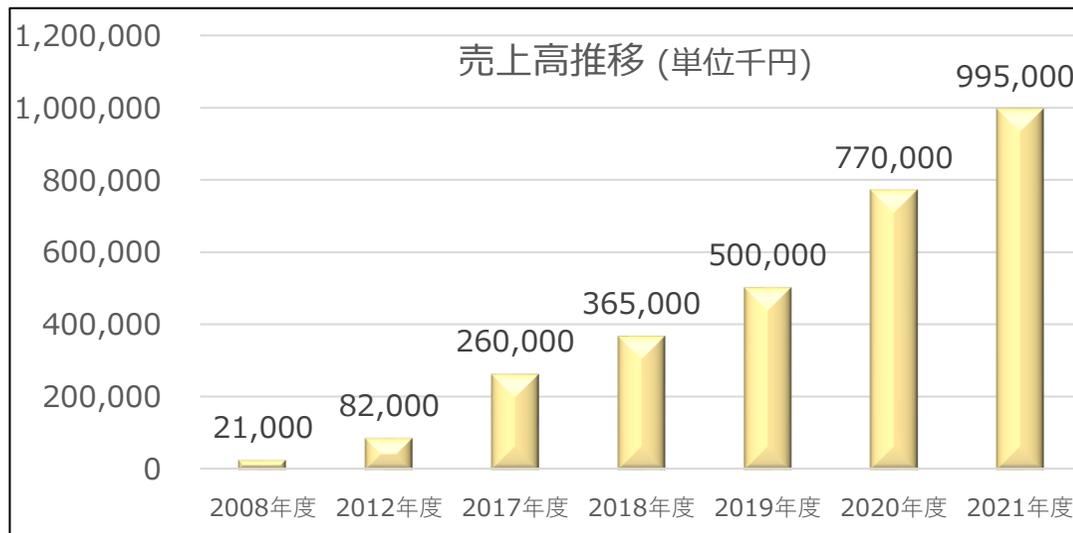
			モール	出店時期
			Yahoo!ショッピング (注)	2007年06月
			楽天	2018年02月
	自社サイト	出店時期	PayPayモール (注)	2019年10月
	オンラインショップ	2013年06月	Amazon ジャパン	2021年02月

注 2019年10月Yahoo!ショッピングよりPayPayモール移行

いなげや オンラインショップ

ネットでも

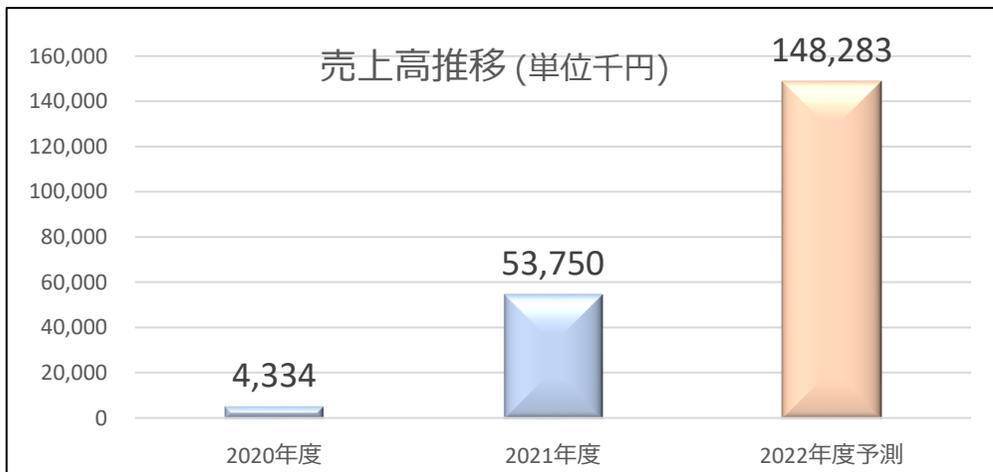
いなげやの
ポイントが
貯まる 使える



ネットスーパー事業は、2020年より一部店舗で展開を開始しております。
 前期に楽天グループが運営する「Rakuten 全国スーパー」への出店契約を締結いたしました。
 経営資源である店舗にネットスーパーの販売チャネル機能を追加して地域の需要を掘り起こし、
 利便性の向上と新たな顧客開拓を推進いたします。

Rakuten 全国スーパー

あなたの身近なスーパーが
 ネットで便利に・おトクに
 楽天ポイントも貯まる



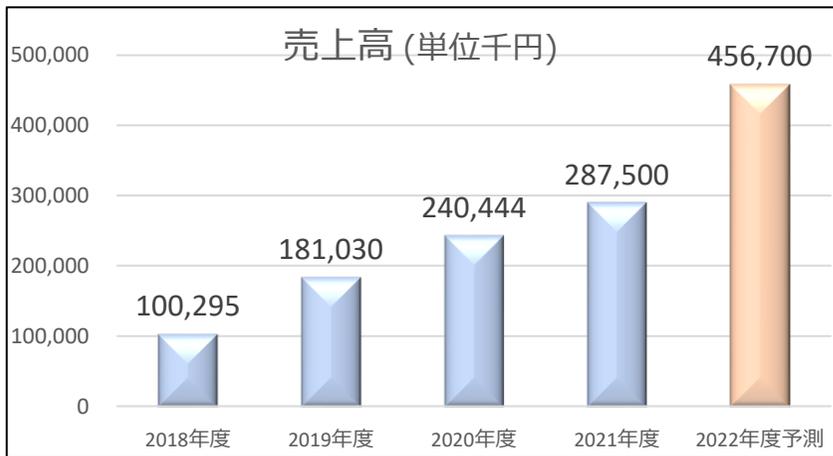
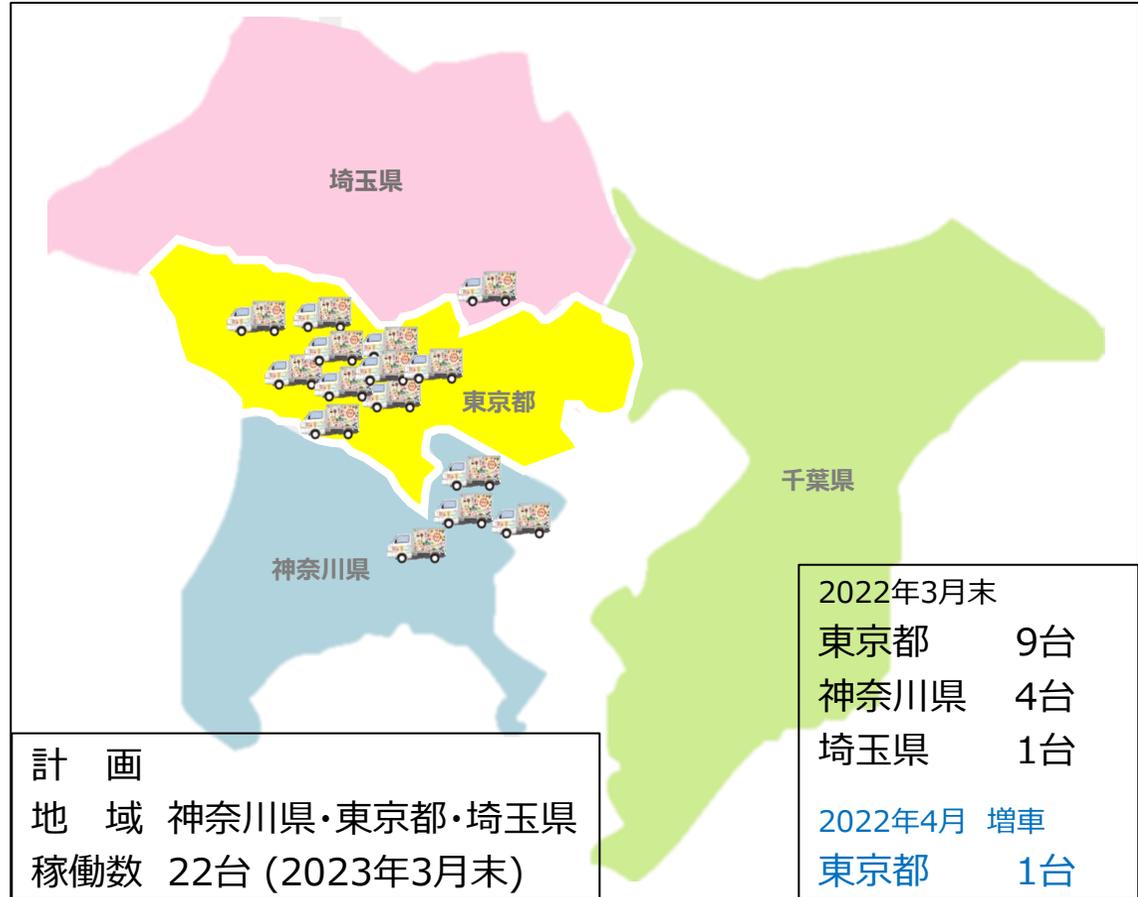
楽天全国スーパーとは

全国のスーパーマーケット事業者向けネットスーパー運営プラットフォームとなります。
 ネットスーパー用システムの提供に加えて、集客や販促活動の支援などを一気通貫で提供しております。
 既に実績のある「楽天西友ネットスーパー」のシステムが提供され顧客向けウェブサイト運営に加えて、本部や店舗での出荷業務などにも一括対応しております。

計 画	内 容
開 始	2022年6月予定
店舗数	7店舗 (2023年3月末)

2017年に「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」を掲げて1号車を稼働させております。

現在、「地域のお役立ち業」の一環として増車を進めております。



継続的な成長のためのチェーンストア経営の再構築

1. グループのドミナントエリアへの積極出店
2. 地域のお客様の利便性を高める「食品強化」及びラインロビングと改装で既存店活性化
3. RPDCAに基づく52週MDの徹底及び柔軟迅速な変化対応と地域に支持される価格力で顧客満足度向上
4. タイプ別オペレーションの展開拡大とともに自動発注導入による作業割当改革を推進
5. 地域の「健康で豊かな毎日のお役立ち」ができる専門家の育成を推進
6. 薬局とドラッグストアの連携を深めてお客様の健康をサポートする「ヘルス強化」を推進

調剤薬局 高田馬場駅前店



荒川町屋店



食品強化の売場



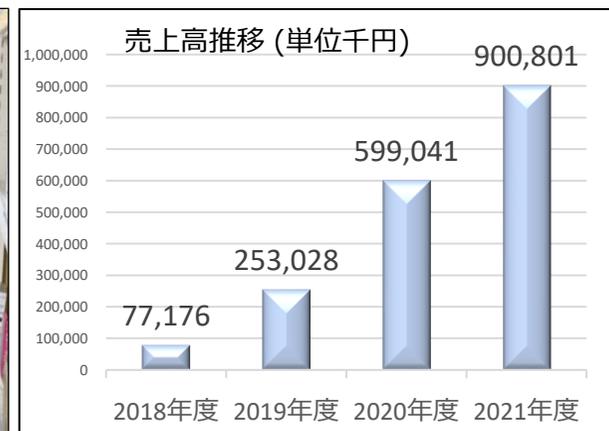
商品知識の教育強化



ヘルスケアの強化



新たにネット販売事業を強化に向けて、羽村物流センター内に店舗を開設いたしました。



社会に貢献できる未来ある人財の育成に取り組んでいます

“すこやけく創造塾”

…全従業員対象の教育・研修体系を構築

“いなげやグループコンプライアンス委員会”

…周知徹底・啓蒙活動を通じて、健全な企業体系を構築

「健康経営優良法人2022」認定

…食と健康に関する様々な事業活動を通じて健康経営を推進
地域すべての皆様の健康づくりにも貢献へ

健康経営宣言

「いなげやグループは販売を通じ広く世の中に奉仕し会社の発展と従業員の幸せを常に一致せしむる事をもって社是とする」という社是のもと、会社の発展と従業員の幸せを、常に追求してまいりました。従業員の幸せの根源をなす「健康」こそ、仕事に従事する本人やそのご家族にとって大切なものであり、会社にとっても貴重な財産であります。従業員が心身共に健康であり続け、いきいきと活躍し、持てる力を最大限に発揮することが、お客様のお喜びに繋がり、更に会社の発展へと繋がります。食と健康に関する様々な事業活動を通じて、「健康経営」を推進し、地域の全ての人々の健康づくりに貢献してまいります。

代表取締役社長 本杉 吉員



事業活動によるCO2削減に向けて再生エネルギーの創出及び使用を推進しております。



FIT制度 再生エネルギーの固定価格買取制度 ⇒ 発電された電力は、一般電気事業者に売電

- ①小平小川橋店 ②武蔵村山プロセスセンター

自家消費 (株)VPP Japanと需給契約 ⇒ 発電された電力は、設置店舗で消費

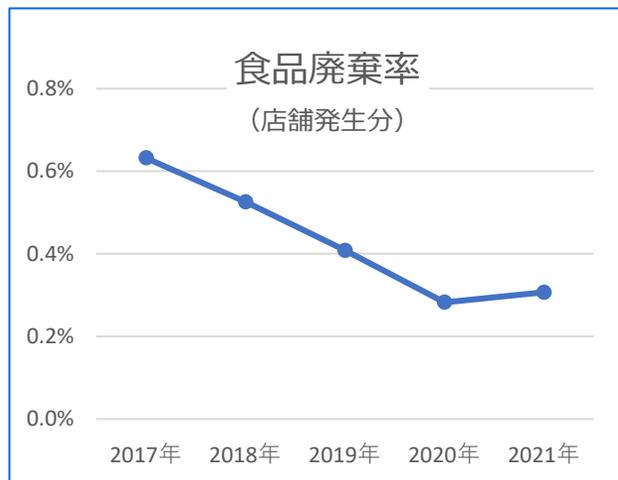
- ③調布仙川店 ④ 八王子中野店 ⑤練馬南大泉店

2022年度は、新たに4施設に設置を計画しております。

(単位 kwh)

	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
設置数	2	5	5	5
発電量	633,354	629,846	1,131,189	1,134,415

限りある資源を大切にするため、フードロスの削減に取り組んでいます。



2017年度比で食品廃棄は半減



食品残渣を飼料にリサイクル



子ども食堂へフードドライブ

発生抑制の取組み

商品構成の見直し …販売不振商品・重複商品の排除、総アイテム数の削減
販売計画の精度向上 …計画発注の拡大、売場展開・数量計画の精度向上 など

食品リサイクルの推進

発生した食品残渣をリサイクル …飼料化、肥料化、バイオエネルギー化へ

フードドライブへの取組み

余剰食品の活用 …子ども食堂や社会福祉協議会などに食材を提供

限りある資源を大切にするため、使い捨てプラスチックの削減に取り組んでいます。



無償提供のスプーンなどのプラスチック使用量を抑制

・・・バイオマスプラスチック40%配合の代替素材、紙製・木製などに順次変更

2022年度は、対象となるプラスチック60%削減(重量換算)を計画



第13回からあげグランプリ®東日本スーパー惣菜部門

「東北産むね肉の鶏だし塩唐揚」 最高金賞受賞



コク
鹿児島県産
鶏だし
鶏からスープ、
チキンエキスのうちの
80%です。

甘味
北海道産
**おろし
玉ねぎ**

旨
淡路島の
藻塩



いなげや全店で販売中

一般社団法人日本唐揚協会主催の第13回からあげグランプリ®が、2022年4月13日(水)に開催されました。東日本スーパー惣菜部門にて当社の「東北産むね肉の鶏だし塩唐揚」が、**最高金賞**を受賞いたしました。

からあげグランプリ®とは 唐揚が一番好きで唐揚げを食べると幸せになれる 人たちによって組織され、“カラアゲニスト”の育成に注力し、“からあげを 通じて世界平和を担う団体、一般社団法人日本唐揚協会による日本で一番うまい唐揚げ店を決めるべく、2010年より開催している人気投票企画。

いなげやの社名は、創業者の猿渡波蔵の出生地を統治していた稲毛三郎重成候にあやかりました。重成候が、領民とともに領地を繁栄させましたように店舗の所在する地域のお客様と共に歩んでまいります。

株式会社 いなげや

地域のお役立ち企業へ

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

