

いい暮らし、いいあした。



2025年3月期 決算説明会資料

1. 業績概況

2. グランドデザインと中期計画

3. 年度方針と最近の取り組み

4. 2026年3月期計画

1. 業績概況

2. グランドデザインと中期計画

3. 年度方針と最近の取り組み

4. 2026年3月期計画

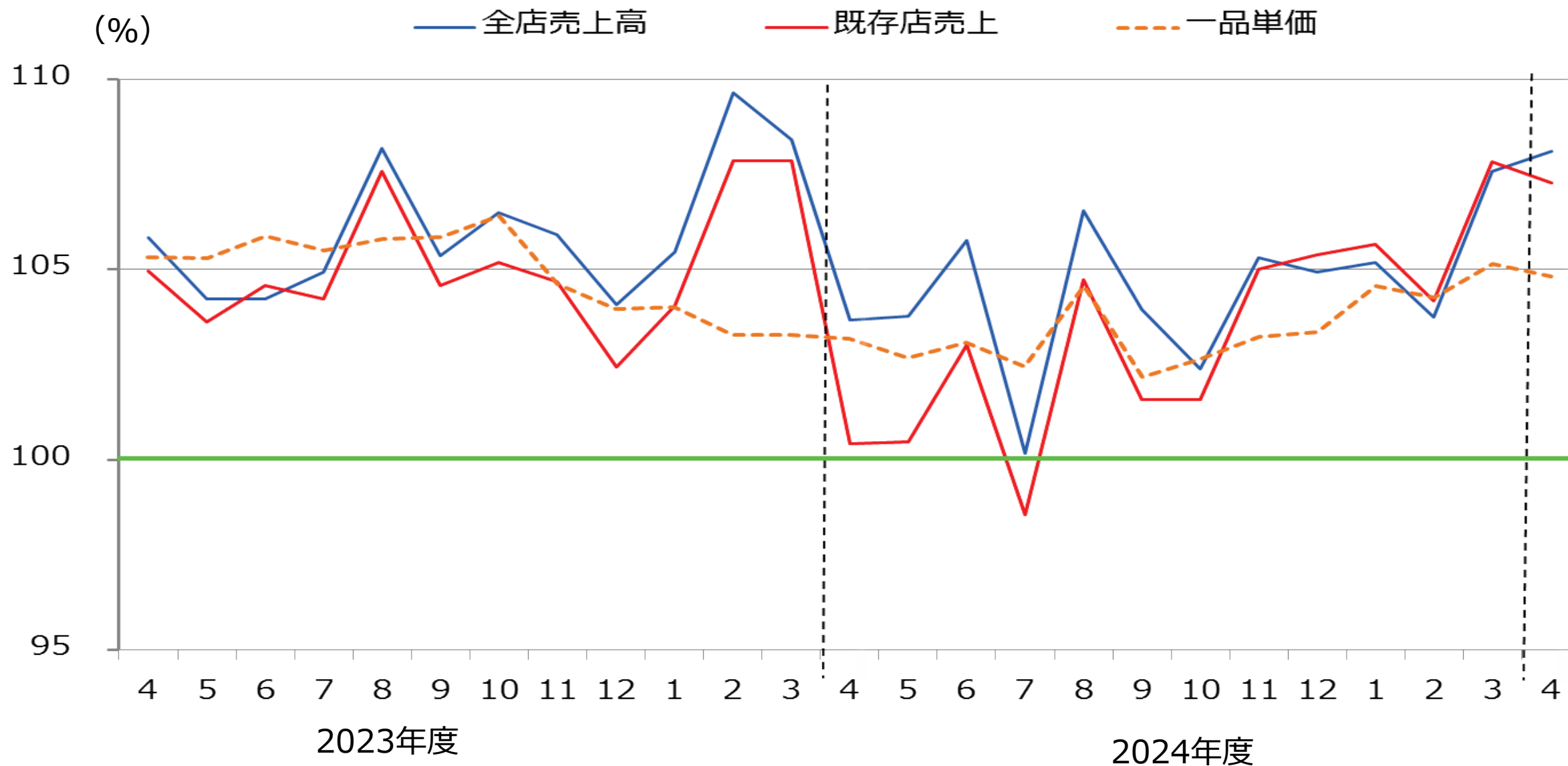
1 (1) 2025年3月期 業績概要



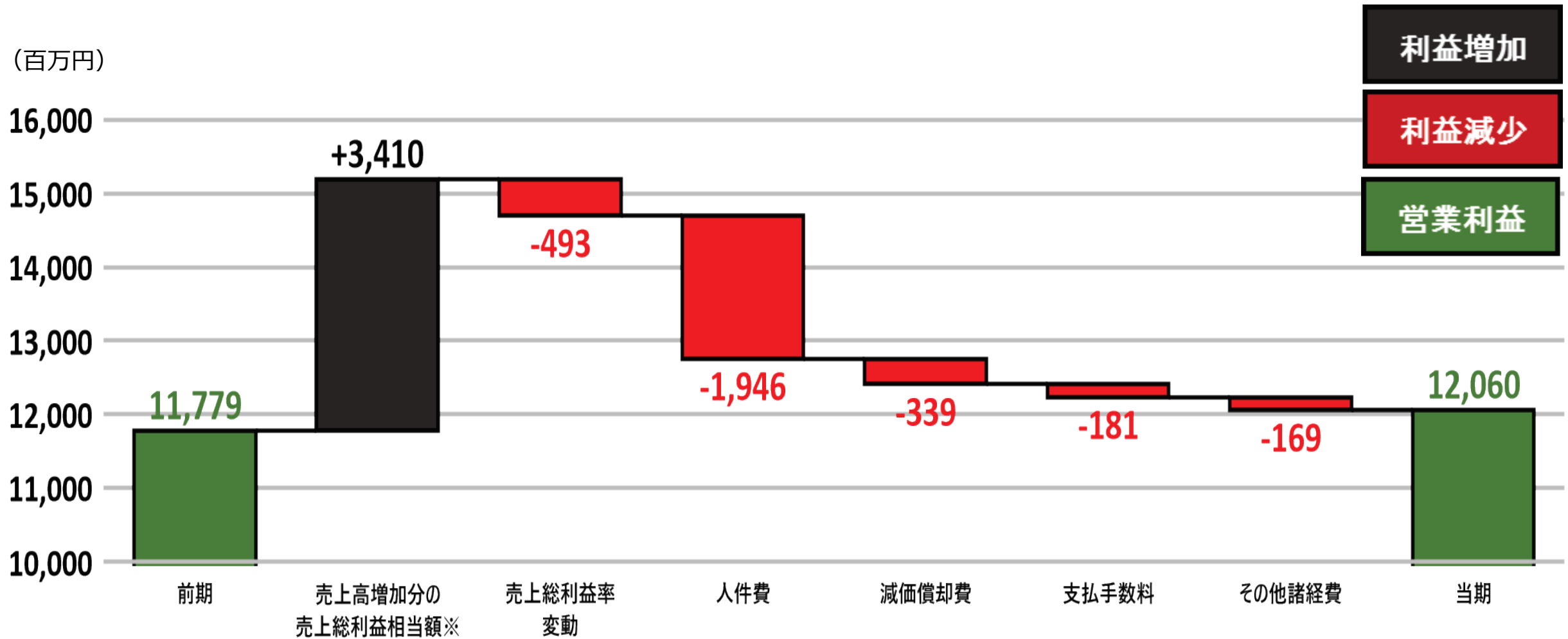
(単位：百万円)

	2024／3	2025／3	増減%	増減額	(単位：百万円)
売上高	270,224	281,870	4.3%	11,646	予想2,800億　既存店+3.2%
売上総利益	79,138 (29.3%)	82,056 (29.1%)	3.7%	2,917	ESLP、インスタマーチャンダイジング、ロス・チャンスロスマネジメント
販売費及び 一般管理費	67,358 (24.9%)	69,995 (24.8%)	3.9%	2,636	前向きな賃上げによる人件費増加 コストカット委員会の取り組み
経常利益	12,332 (4.6%)	12,709 (4.5%)	3.1%	377	予想125億
当期純利益	7,442	9,006	21.0%	1,563	予想75億
ROE/ROA	9.2%/9.7%	10.4%/9.5%			
開店店舗数	4	2	H：呉羽（富山市）、阿賀野（阿賀野市）		
閉店店舗数	2	3	H：土橋　H：六日町（建て替え）H：水原（阿賀野へ移転）		
株式分割	1：4（2024年4月1日）		自社株式の取得　20億円（2025年2月～4月）		

1 (2) 売上高月別前年比



1 (3) 営業利益の増減要因



※ 売上高増加分の売上総利益相当額 = 売上高増加額 × 前年同期の売上総利益率

1 (4) グループ別業績概況

(単位：百万円)

	原信・ナルス			フレッセイ		
	2025/3	増減率	増減額	2025/3	増減率	増減額
売上高	199,809	4.9%	9,314	83,292	3.1%	2,467
売上総利益	57,020 (28.5%)	4.0%	2,189	25,217 (30.3%)	3.0%	731
販売費 及び一般管理費	47,728 (23.8%)	4.6%	2,116	22,389 (26.9%)	1.2%	272
営業利益	9,291 (4.7%)	0.8%	73	2,827 (3.4%)	19.3%	458
経常利益	9,610 (4.8%)	0.7%	64	2,891 (3.5%)	17.0%	421
当期純利益	6,924	6.4%	414	2,009	155.8%	1,223

1 (5) 四半期ごとと業績

(単位：百万円)

	1 Q		2 Q		3 Q		4 Q	
	4－6月	増減率	7－9月	増減率	9－12月	増減率	1－3月	増減率
売上高	66,522	4.3%	71,290	3.6%	73,335	4.1%	70,722	5.3%
売上総利益	19,319 (29.0%)	3.0%	20,819 (29.2%)	3.8%	21,209 (28.9%)	2.1%	20,708 (29.3%)	5.9%
販売費及び 一般管理費	16,663 (25.0%)	4.6%	17,659 (24.8%)	5.9%	17,737 (24.2%)	5.7%	17,934 (25.4%)	△0.2%
営業利益	2,655 (4.0%)	△6.0%	3,160 (4.4%)	△6.6%	3,471 (4.7%)	△13.1%	2,773 (3.9%)	75.7%
経常利益	2,767 (4.2%)	△4.2%	3,170 (4.4%)	△7.9%	3,553 (4.8%)	△12.7%	3,218 (4.6%)	66.5%
当期純利益	1,873	△3.9%	2,124	△7.9%	2,389	△11.0%	2,619	420.2%

1 (6) 出店・改装



2024/11開店 H呉羽

改装 H 黒埼

閉店 H土橋

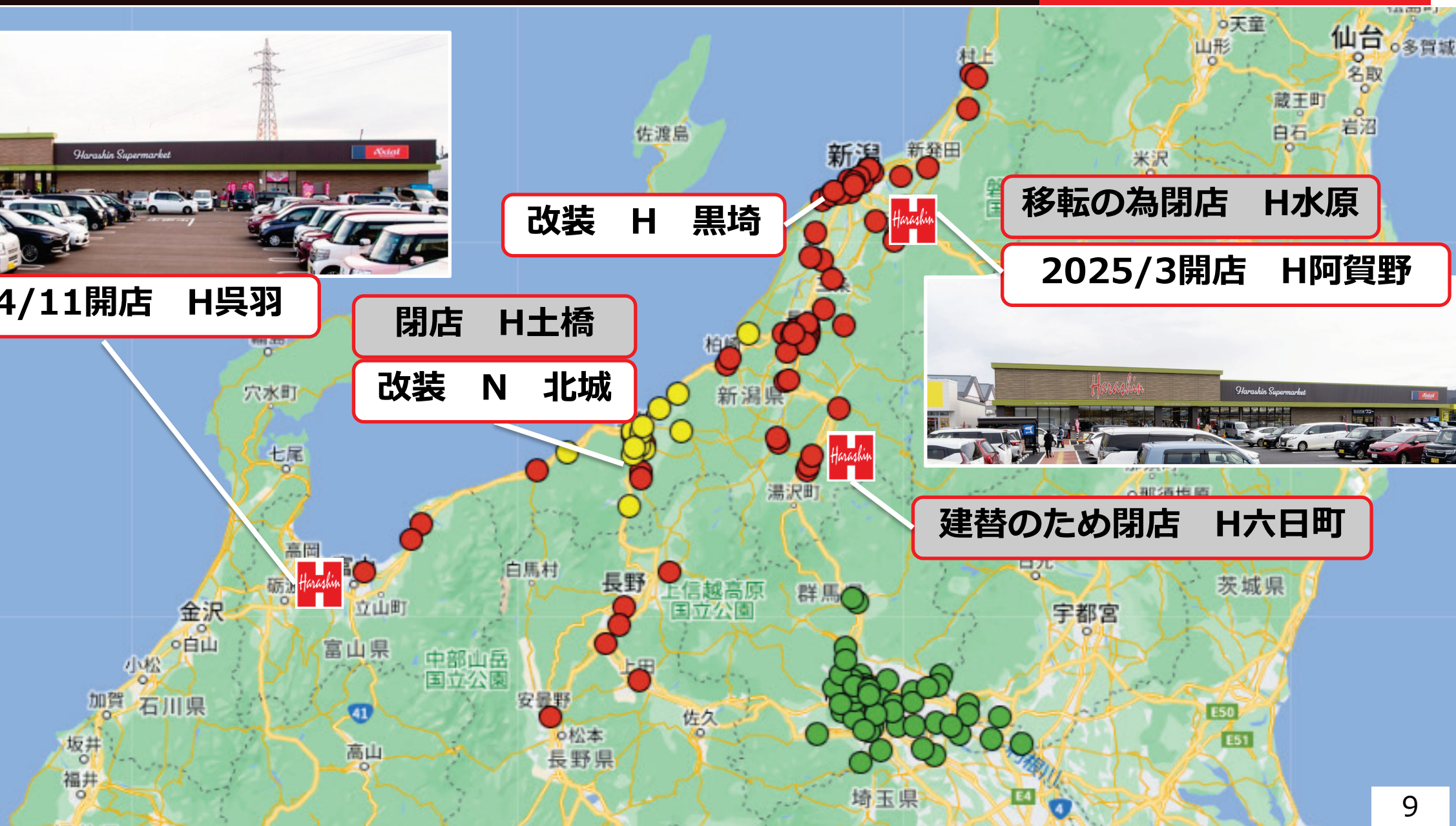
改装 N 北城

移転の為閉店 H水原

2025/3開店 H阿賀野



建替のため閉店 H六日町



1. 業績概況

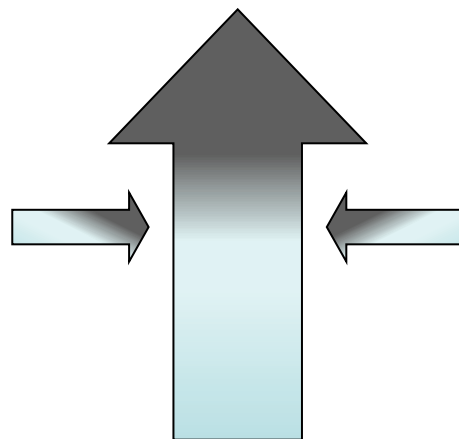
2. グランドデザインと中期計画

3. 年度方針と最近の取り組み

4. 2026年3月期計画

チェーンストアのマスメリットを生み出し
お客様に『**豊かさ**』 『**楽しさ**』 『**便利さ**』
をご提供する。

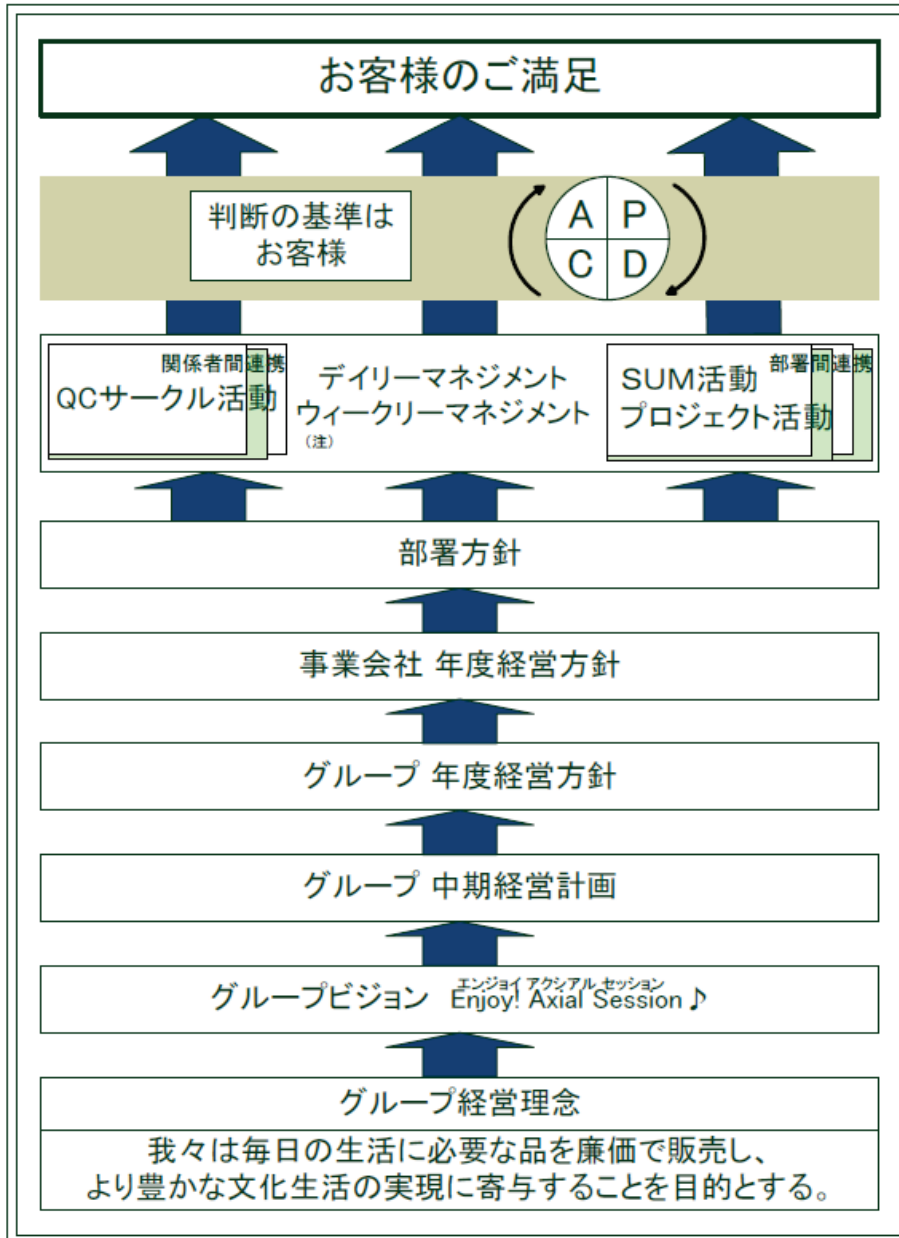
規 模
(スケール)



機 能
(仕組み)

人 材 : 基盤はTQM

2 (1) TQMとVISION、中期経営計画



中期計画（2025年度～2027年度）

年度方針・計画

2 (2) 中期経営計画 (2025~2027)

規模

- ・売上高 3,100億円 経常利益率4.2%
- ・出店 12店舗 130店→2027年度末140店

機能

- ・グループ基盤再整備計画（製造・物流・IT）
（長野エリアセンター設置、前橋製造物流拠点整備開始）
- ・バーティカルMD推進 ・集中仕入強化
- ・PB,オリジナル商品開発推進
- ・ESLP戦略推進 ・省力化（レジ業務の負担軽減）

人材

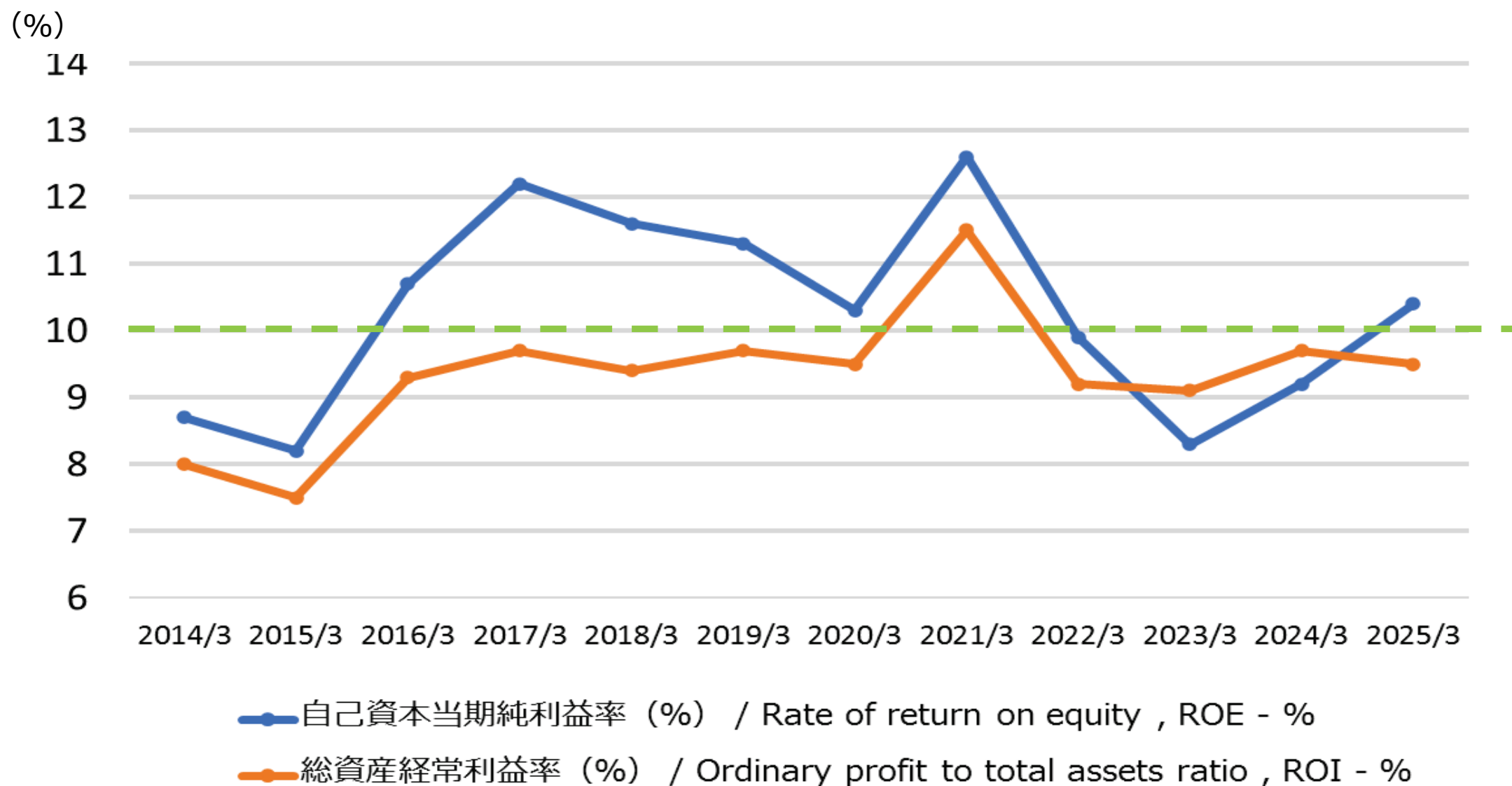
- ・スペシャリストの育成
- ・人事教育システム（教育体系再整備）
- ・やりがいを感じられる風土づくり
- ・働きやすさにつながる環境整備

(単位：百万円)

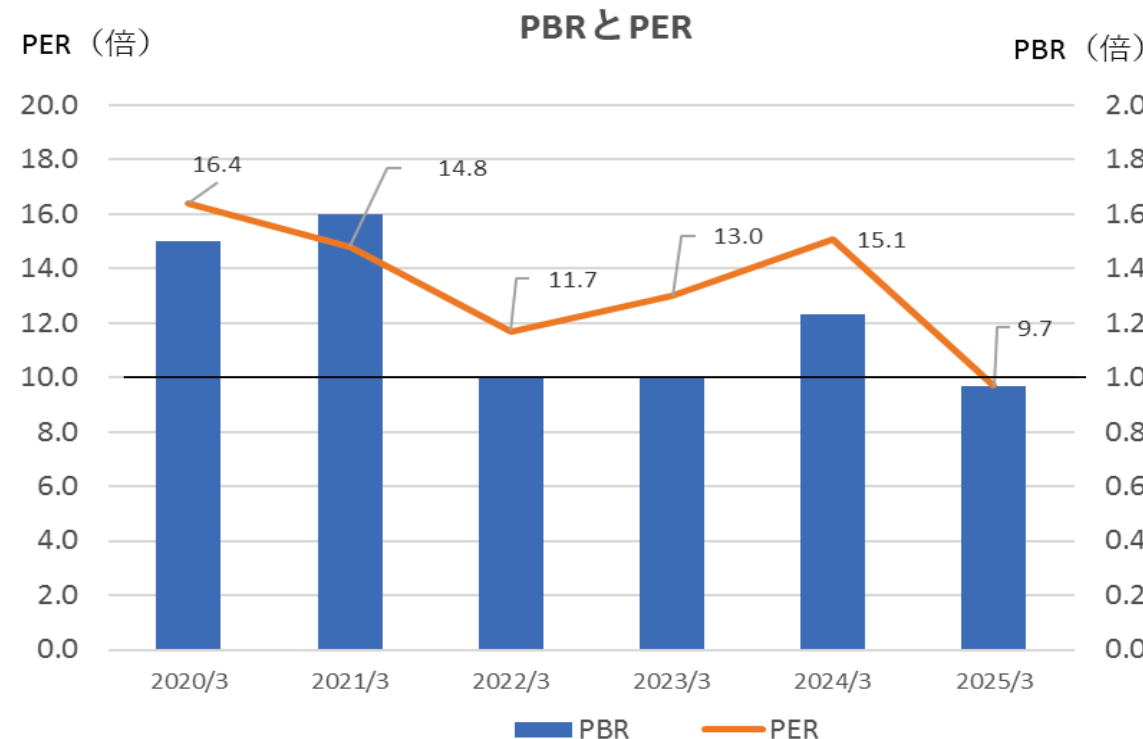
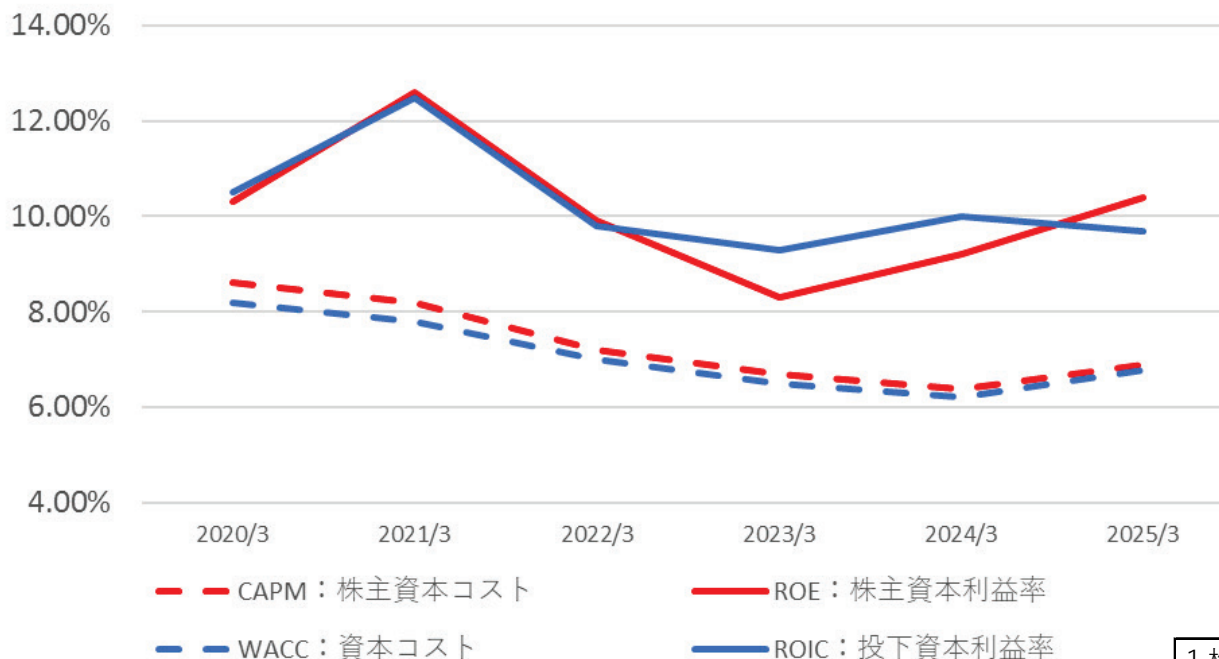
2 (3) 中期経営計画 数値計画

	前期実績	2026/3	2027/3	2028/3	備 考
売上高	281,870	285,000	294,000	310,000	
経常利益率	4.5%	4.4%	4.3%	4.2%	
店舗数	130店	131店	134店	140店	
開店/閉店	2 / 2	2 / 1	3 / 0	7 / 1	
投資額	7,907	10,000	11,700	12,000	
ROA：従来基準	9.5%			9.0%	経常利益/総資産
ROE	10.4%			10.0%	
備 考	・本部移転 ・デリカ工場新設 ・中之島チルドセンター増強	・長野エリアセンター新設 ・Itec移転	・ローリー洋菓子工場等再編 ・前橋製造拠点着工		

2 (4) ROA・ROEの推移



資本コストと収益率



1株当たり利益 (予想ベース)	90.86	80.17	67.34	65.20	74.82	80.17	円
--------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	---

1. 株主資本コストは低下。→主にβ値の低下による。

2. ROEとROICの足踏み→株主資本増加と利益率。
結果：資本コストと収益のマージンが縮小傾向。

1. PBRの低下→株主資本の増加・株価の足踏み。

2. PERの低下→1株利益の上昇に株価が連動しない。
→成長性に対する市場評価が低いと推定。

従来からの方針

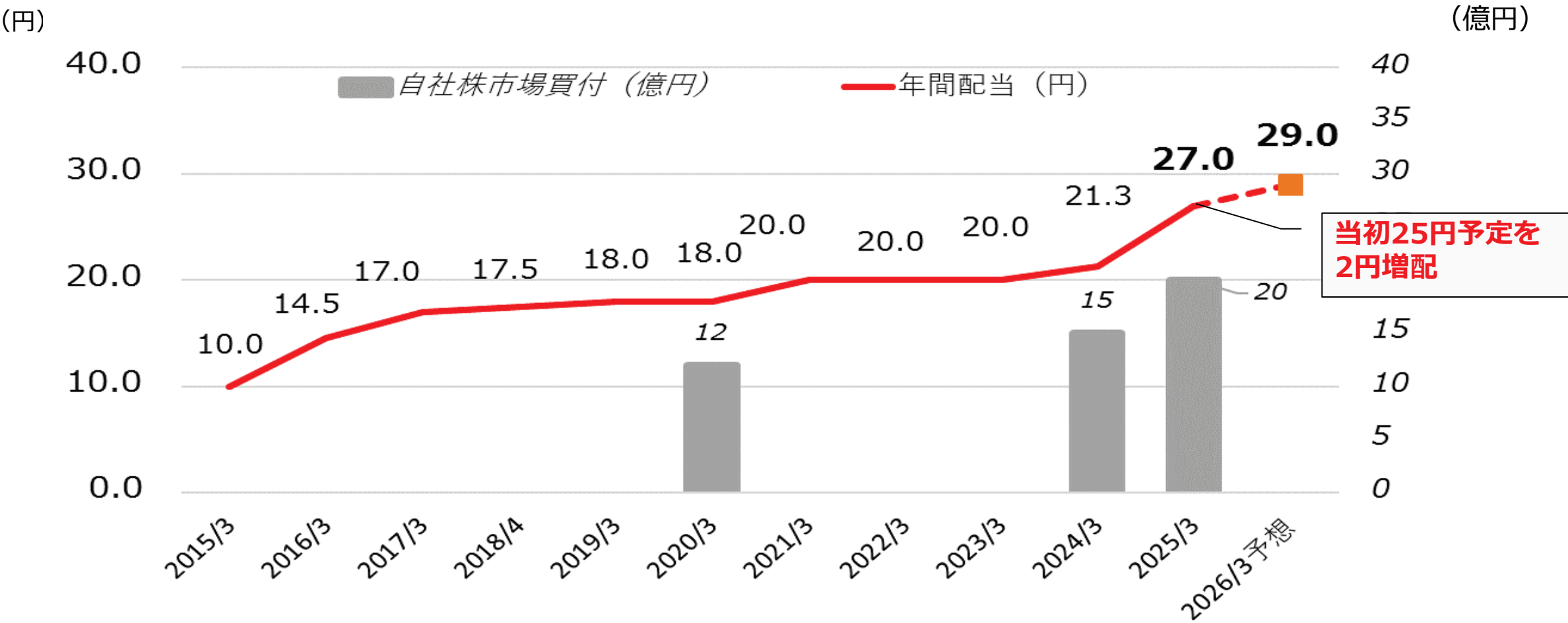
- ✓長期目標 ROA15% (経常利益÷総資産)
- ✓当面の目標 ROA10% ROE10%

前期からの取り組み

1. 自己株式の市場買付 20億円 (2,000千株)
2. 株式分割 1:4 (2024年4月1日)
3. 配当 前期は+5.75円 (27%) 増配 今期も2円増配予定
4. 株主優待 (2024年9月末基準の優待から)
 - ・分割後100株保有株主へも優待拡充
 - ・お買い物割引券を中心に全体的に底上げ

2 (7) 株主還元

1 株当たり配当金の推移（分割後基準）と自社株式市場買付



連結配当性向 (%)	28.3	29.0	27.4	26.9	26.1	26.6	22.3	26.1	29.0	26.0	27.1	31.3
総還元性向 (%)	28.3	29.0	27.5	26.9	26.2	45.3	22.3	26.1	29.0	46.0	35.5	

1. 業績概況

2. グランドデザインと中期経営計画

3. 年度方針と最近の取り組み

4. 2026年3月期計画

3 (1) 前期 年度方針

人口減・高齢化

業種を超えた競争激化

インフレの時代へ・・・売価上昇は理解できるが、、

『おいしさがドまん中大作戦！』

～ うまいよねって言われたい(≧▽≦) ～

商品をはじめとしたあらゆる『品質』を磨いていこう！

3 (2) おいしさ企画化計画

UP DATE

Axial
RETAILING



正三尺玉パイ

長岡まつり大花火大会の正三尺玉をイメージした
とっても大きなパイ。バター入り油脂をふんだんに折り
込んだ生地をカリカリに焼き上げました。コクのある
甘さとサクサク食感。お茶うけに、お子様のおやつに!



ちいバナ

ちいさめバナナ。
だからちようとい。
そして甘くて
クリーミーなんだ。

バナナづくし入りのバナナだけ
おいしいバナナづくし
ちようといバナナづくし
皮をむいて
食べられないとだから
無理して食べられない
いけない...
「ちいバナ」
とつめて甘くてクリーミー
あまのくちが
ちようといバナナ
ホントの食べきりサイズ
そして、おいしんだ。



鉄まぼろ

まぐろは「ぶつ」が旨い!
角切り

天然めばちまぐろの濃厚な旨み!



極薄い

限界の超薄切り造り

限界の超薄切り造り
極薄仕上げで塩味をおさえ旨みをアップ



極薄い

八海山酒かす仕込みの
しっとり、ふんわりした食感のくちどけの良い生地と、
程よい甘さの北海道産小豆の粒あんが、
相性抜群の極薄な味わいのあんばんです。



ちゃんこ鍋

新潟県立海洋高等学校
相撲部監修

糸魚川海洋高校の相撲部の皆さんから
監修頂きました。鶏・昆布・牡蠣の厚みのある
旨味で隠し味は「おろしにんにく」。
学生力士の皆さん絶賛のちゃんこ鍋です。



新潟トンカツ

新潟トンカツとは
県産ナツメ

①豚の旨みと食感が楽しめる!
②ウスターソースとにんにく入りの特製ダレ使用!
③隠し味にカレー粉が入ること!

隠し味は
カレー粉



豚生姜焼

岩下の新生姜
ふたしよがき
使用

岩下の新生姜を使用した生姜焼きです。
こまめにんにくが効いた食感をそぞる味付け



ハラナベ

旨み醤油香る

香りにこだわった醤油をオリジナルブレンド。
旨みを閉じ込める特製からあげ粉と
隠し味に新潟県産ひげニンニク。



**American
アップルパイ**

EAT or ENJOY

アメリカンタイプの練パイ生地です。りんご、
カスタードクリーム、アーモンドクリームを包み、
Americanナッツの定番ピーカンナッツを
香ばしく焼き上げました。
濃厚なカスタードとりんごが相性抜群。

3 (3) 『おいしさがドまん中大作戦』の施策

1. おいしさ企画化計画による商品開発手順の整備
2. 設備の充実 (1) 新本部 ①はらナルキッチン+MDラボ
②プレゼンテーションラボ
③官能評価室 ④撮影室
(2) ローリーデリカセンター (新設) 「おいしさ創造室」設置
3. おいしさを“伝える”を変革
(1) 媒体の活用 (TVCM、SNS)
(2) デザイン講座開催
4. おいしさ体験&考察制度導入
(1) 美食の旅 & PB比べちゃいました
(2) 「オムライス検定」導入 (スペシャリスト認定試験の1科目)

3 (4) 新本部 ～『おいしさがドまん中』の仕掛け

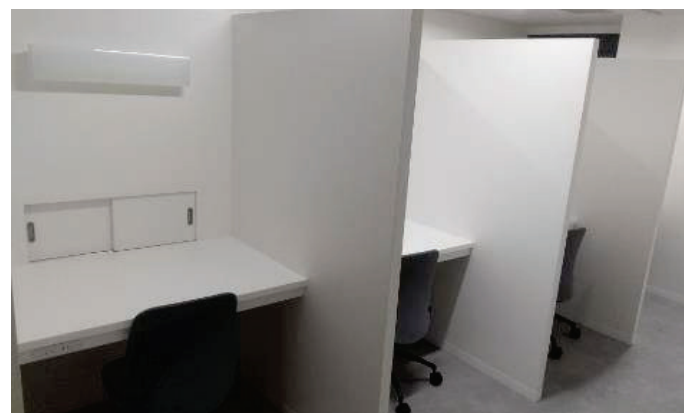


3 (4) 『おいさがドまん中』の仕掛け

はらナルキッチン



官能評価室 官能評価員 制度を新設



撮影室



3 (5) 体験&考察制度『おいしさがドまん中』の仕掛け

美食の旅～自己啓発支援制度

スペシャリスト認定試験



美食体験レポート

レポートは一部内容を省略。店名は伏せています。



訪れたお店の地域
東京都中央区

「銀座のトラットリアで ピッツアランチ」

原信 南万代店
〈ペーカリー部門〉
いしかわ はる き
石川 陽希さん



選んだ理由

銀座にあるお店ながらリーズナブルで本格的なピザが楽しめるという口コミを参考に選びました。ナポリピザ、魚介料理をメインに売り出しており、ナポリやシチリアなどの南イタリアをモチーフにした内装で、家庭的でありつつも本場感のある雰囲気のお店です。

おいしさ
考察ポイント

ピッツアランチ
マルゲリータ



〈サービス〉
お客様のための思いつきの行動が見られ、常に店員同士笑顔でコミュニケーションをとっています。お冷や料理に応じたソースの提供も間髪入れず、



訪れたお店の地域
長野県上高井郡

「長野旅行で小布施の モンブラン有名店へ」

原信 小出東店
〈FES部門〉
えのもと ちはる
榎本 知春さん



選んだ理由

小布施と言えば栗が有名です。モンブランを食べられる店はたくさんありますが、その中で老舗菓子店が経営するカフェへ行ってきました。『朱雀』は、岩松院の天井絵 葛飾北斎作「八方睨み鳳凰図」から名付けられたそうです。

おいしさ
考察ポイント

モンブラン
朱雀セット



〈店 内〉
過去ヘタタイムスリップしたかと思わせる建物と緑豊かな中庭。酒造所の精米蔵を改装し、漆喰の白と木目を基調とした和モ



P B 比べちゃいました
～自己啓発支援制度

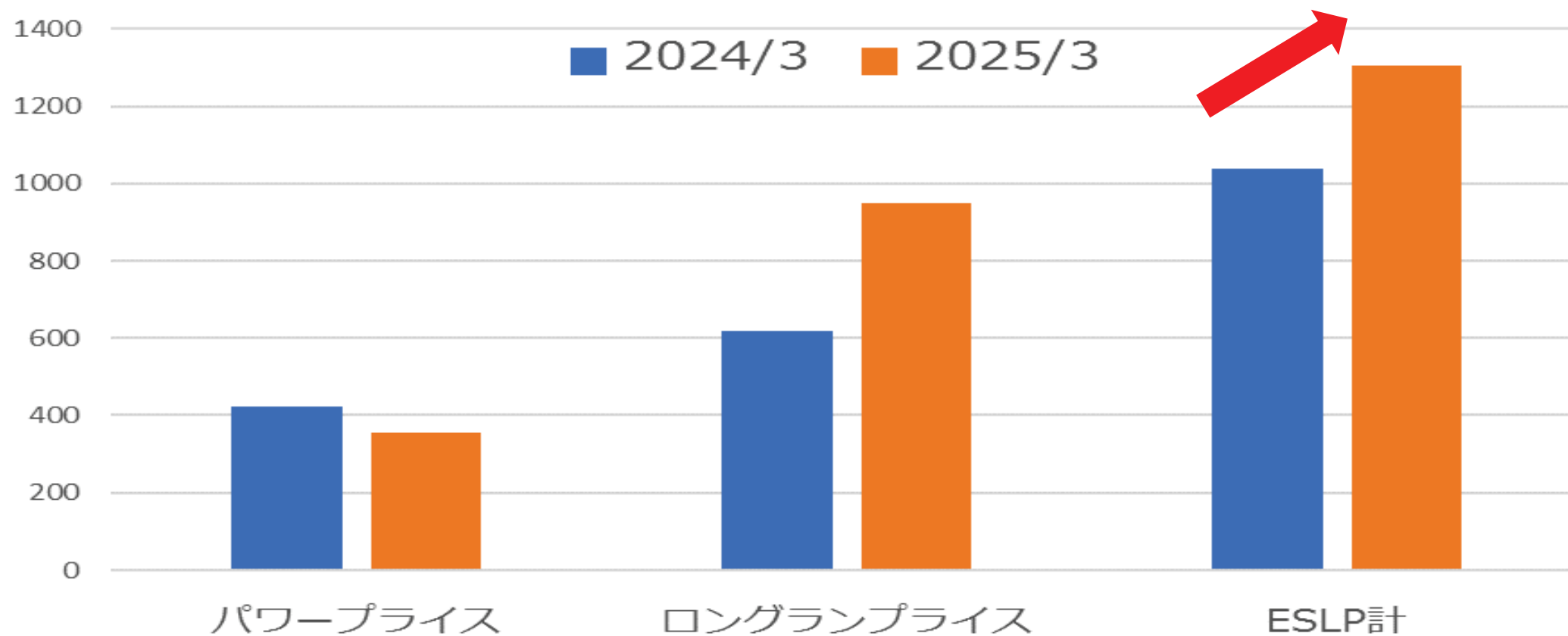
3 (6) プライベートブランド

530品目超の
アクシアルブランド
毎日お買い得価格



3 (7) EDLPの推進

典型的な2種類のEDLP品目数



POWER PRICE
EVERYDAY SAME LOWPRICE

いつでも、安い。

POWER PRICE
EVERYDAY SAME LOWPRICE

パワープライス。

Long Run Price

期間限定プライスダウン

おトクな「今のうち」

3 (8) エシカルMD

事業活動と社会課題対応の一体化



Hana-well

事業と社会性を一体化させることを目指し、エシカル商品ブランドHana-wellを立ち上げました。

5つの軸で社会課題への対応に貢献してまいります。

Earth

地球に優しく環境負荷を低減する商品をご提供します。

Healthy

体に優しく、心に癒しを与えてくれる商品をご提案します。

Local

地域で育まれた自然の恵みや文化の発信と継承に取り組みます。

Diversity

差別のない、笑顔がうまれる社会の実現を支援していきます。

Future

未来に向けた新技術に挑戦する取り組みを応援していきます。



3 (9) 働きやすさ・働きがいの追及へ

賃上げ 2024年度6.5%、2025年度6.0%

有給取得率 原信ナルス 85.7%
フレッセイ 70.8%
(厚労省令和6年就労条件総合調査 平均65.3%)

男性育休取得率92.9% (2024年度原信)
(厚労省令和5年雇用均等基本調査 平均30.1%)

年間休日の増加と連休制度の拡充

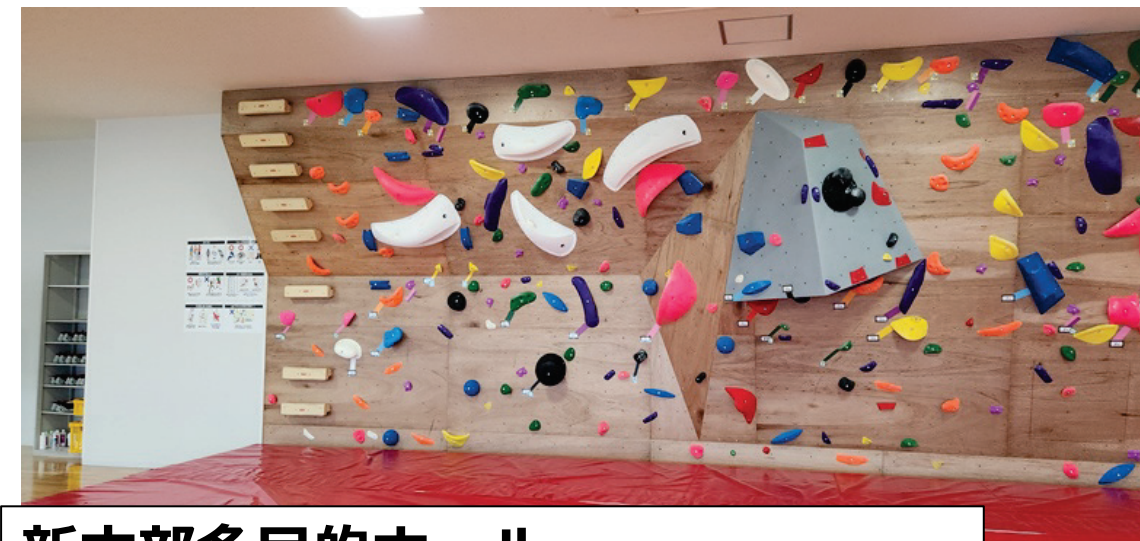
不就労制度の導入
2時間中抜け制度 (家族の送迎などに活用され好評)

フェムケアの取り組み (グループ全事業所対象)

奨学金返済支援制度



着替時間の労働時間算入



新本部多目的ホール

1. 業績概況

2. グランドデザインと中期経営計画

3. 年度方針と最近の取り組み

4. 2026年3月期計画

『もっと おいしさがドまん中大作戦！』 ～ “いかす”アクシアルへ～

インフラを活かす・人材を活かす・イカス！！アクシアル

1. 値上げラッシュ
2. さらなる競争激化
3. 社会環境意識の変化
 - ・社会課題対応への責任
 - ・働きやすさから「働きがい」へ

1. コモディティ（価格対応、ESLP拡大）
2. 差別化
 - ✓ウチにしかない商品
 - ✓ウチにしかないサービス
3. そのための原資、余力づくり
4. 従業員の「働きがい」

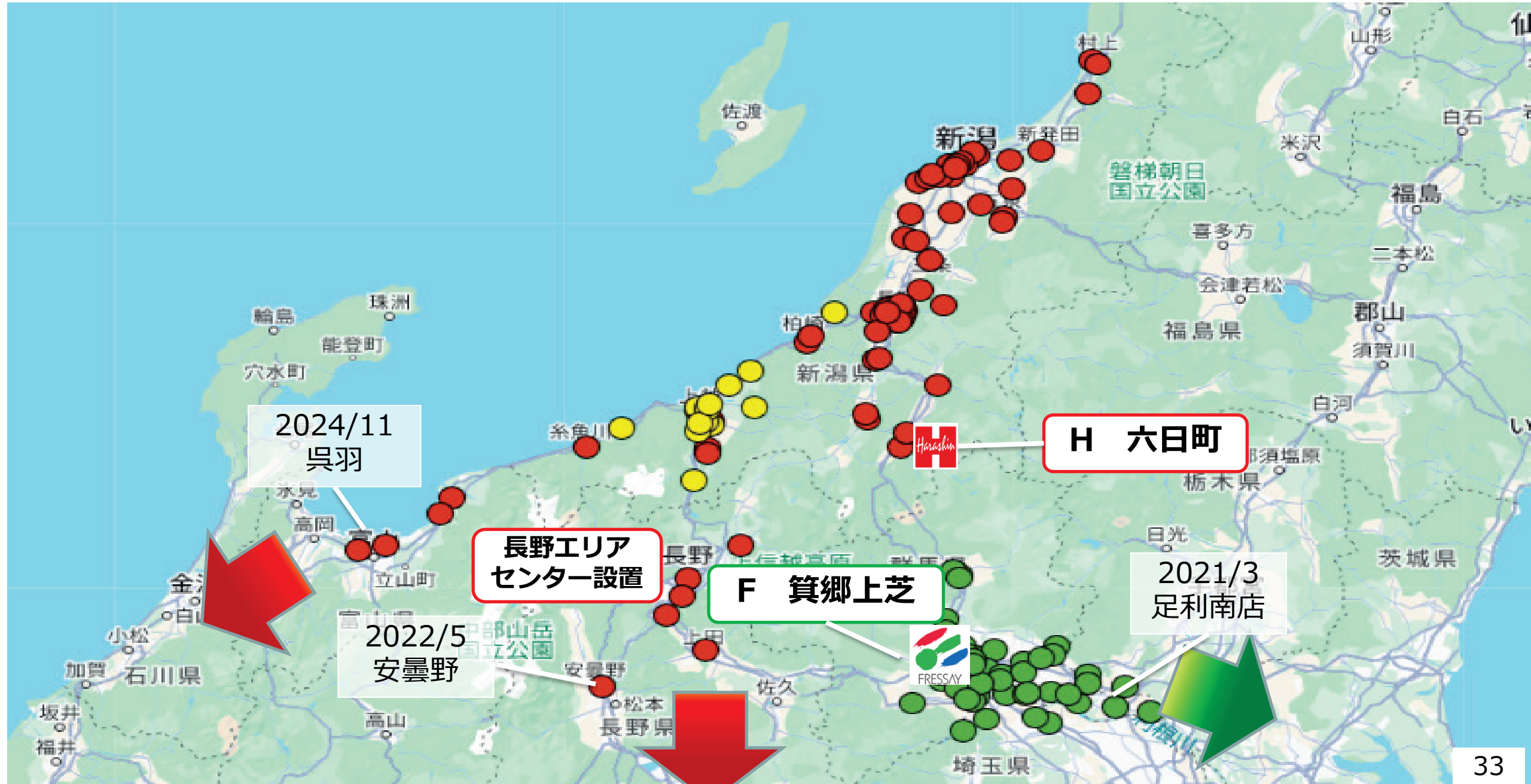
4. (2) 今期業績予想

	連結	増減	グループ別の目安			
			HN	増減	F	増減
売上高	286,000	1.5%	202,000	1.3%	84,000	1.5%
営業利益	11,400	△5.5%	8,900	△4.2%	2,500	△11.6%
経常利益	12,000	△ 5.6%	9,100	△5.3%	2,600	△10.1%
純利益	8,200	△8.9%	6,200	△1.5%	1,900	△5.4%
開店(改装)	2 (4)	0 (+2)	1 (2)	△1 (－)	1 (2)	+1(+2)
1株配当	29円	+2円	設備投資金額100億、減価償却費55億			

売上高 予算値	上期	下期	通期
全 店	2.7%	1.8%	2.2%
既存店	2.9%	0.2%	1.5%

客数単価予算	客 数	客単価
全 店	1.5%	0.8%
客単価内訳	買上点数	一品単価
	△2.2%	3.0%

4 (3) 今期出店予定



いいくらし、いいあした。



ご清聴ありがとうございました