

2025年6月期 決算説明資料



Genky DrugStores株式会社
(Code number: 9267, 東証プライム市場)

2025.07

blank page

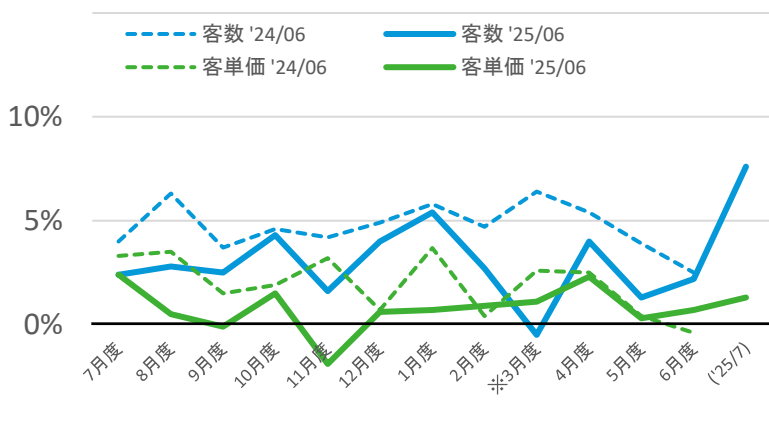
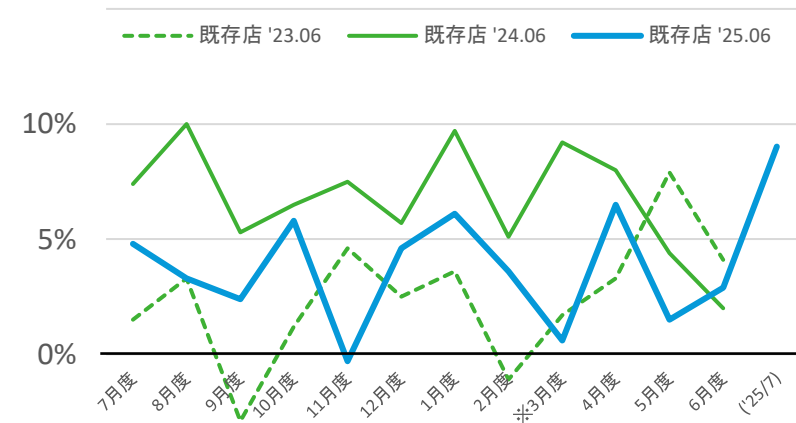
売上高・客数・客単価 前年対比推移

(4Q)

日配品・グロサリーなどの食品中心に集客を促し、昨対を牽引。

仕入価格高騰に伴う店頭売価上昇で、一点単価が4.0%上昇。

そのためお客様の節約志向は強く、買上げ点数は△2.8%(△0.3個)であったが、EDLP浸透で既存店客数昨対は+3.6%と堅調に推移。



	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
全店	6.8%	8.0%	9.0%	10.6%	8.6%
既存店	3.5%	3.3%	3.5%	3.6%	3.5%
客数	2.6%	3.3%	2.5%	2.5%	2.7%
客単価	0.9%	0.0%	0.9%	1.1%	0.8%
一点単価	2.2%	1.8%	3.8%	4.0%	2.9%
買上点数	-1.3%	-1.7%	-2.7%	-2.8%	-2.1%

※ 2025年3月度(3Q)は、前年同月が閏年のため、営業日が1日少ない影響を受けております。

2025年6月期 4Q会計期間 前年比



売上高	新規出店は計画通り、既存店昨対も堅調に推移。計画対比 +100Mで着地。
荒利益高	計画は20.6%と想定していたが、PB伸長や物流損益の改善によって、計画を0.2pt上回り、計画対比 +140Mで着地。
販管費	人件費・租税公課が計画を若干超過し、販管費全体で計画対比 +50M。 一人当たり人件費の上昇は、店舗オペレーションコントロールで適切に抑制。
4Q営業利益は、計画対比 +90Mで着地、通期では100億円の営業利益予想に届かなかった。しかし、高速出店の中で価格競争力を維持しながら、荒利益率、経費率も適切な範囲でコントロールを実現できており、長期的な成長に対して問題はない。	

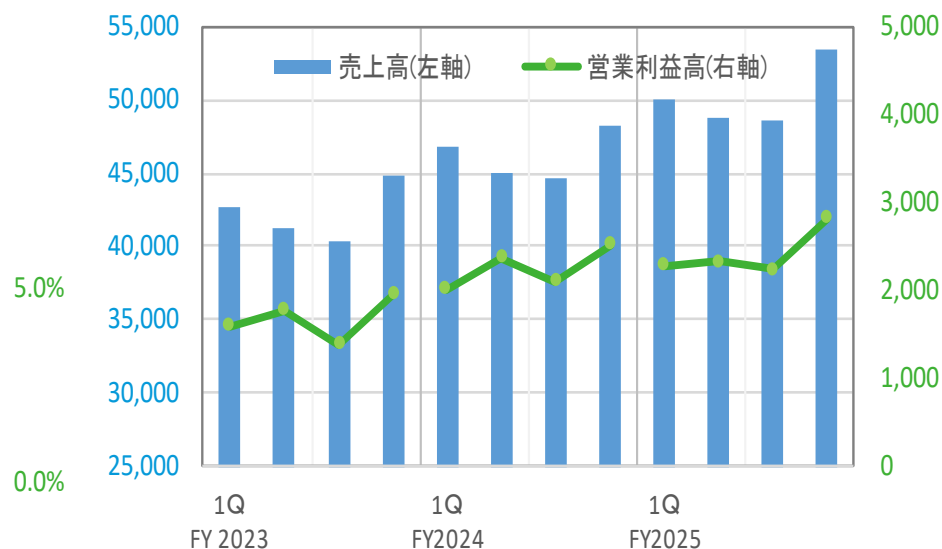
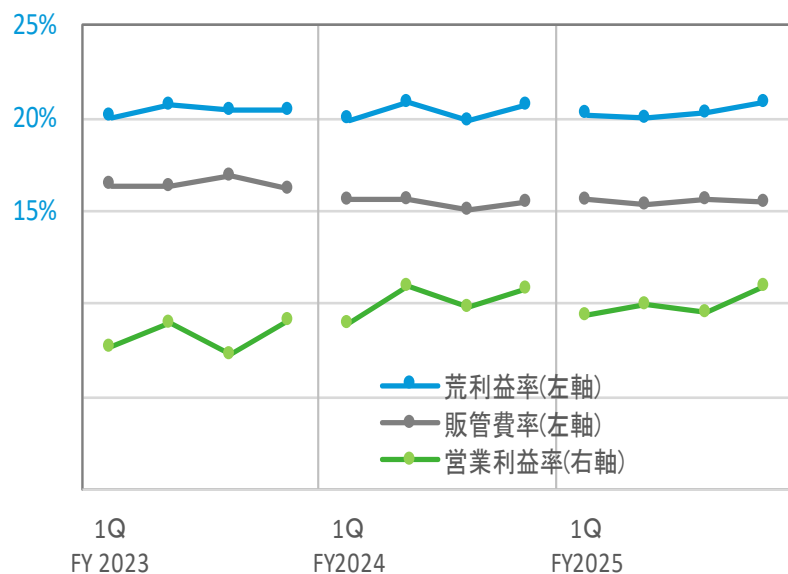
(単位:百万円)

	24/6期 4Q 会計		25/6期 4Q 会計		YoY change	
	金額	売上比率	金額	売上比率		差率
売上高	48,272	-	53,403	-	+5,130 +10.6%	-
荒利益高	9,982	20.7%	11,115	20.8%	+1,132 +11.3%	+0.1pt
販管費	7,461	15.5%	8,296	15.5%	+834 +11.2%	+0.1pt
営業利益	2,520	5.2%	2,818	5.3%	+298 +11.8%	+0.1pt
経常利益	2,579	5.3%	2,853	5.3%	+273 +10.6%	△0.0pt
四半期純利益	1,868	3.9%	2,193	4.1%	+324 +17.4%	+0.2pt
新規出店	21		29			
閉店	1(大型店)		2(大型店)			
大型店等→R店改装	0		1			

(単位:百万円)

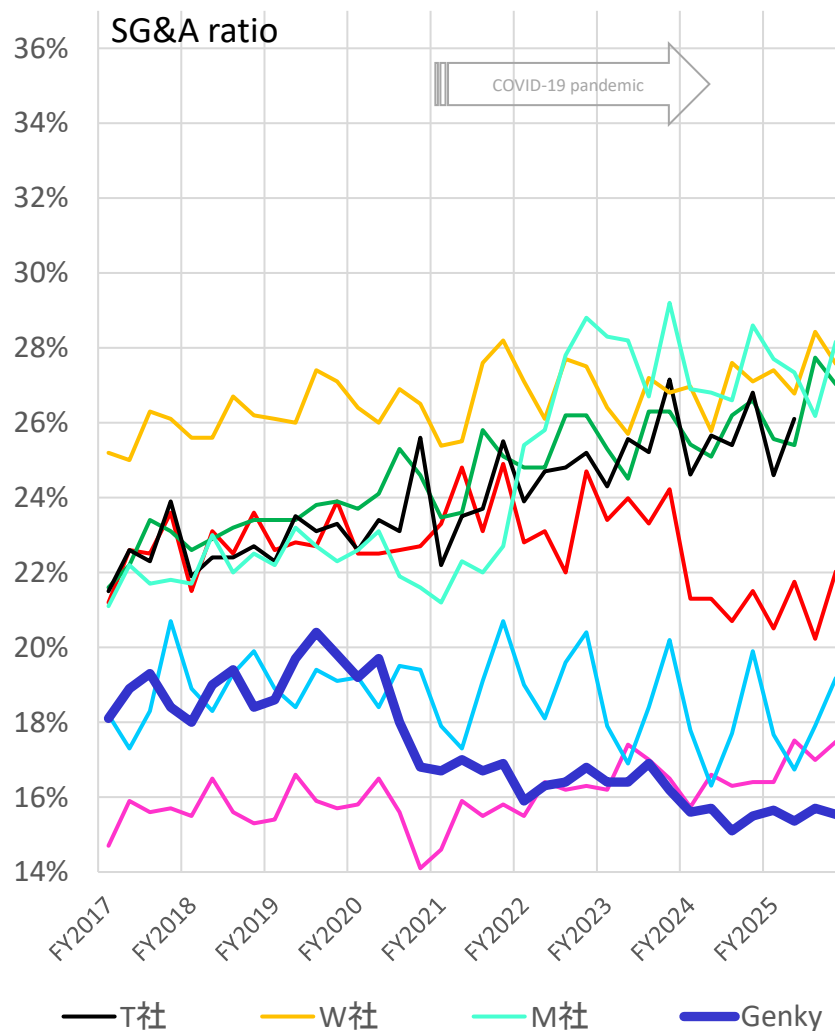
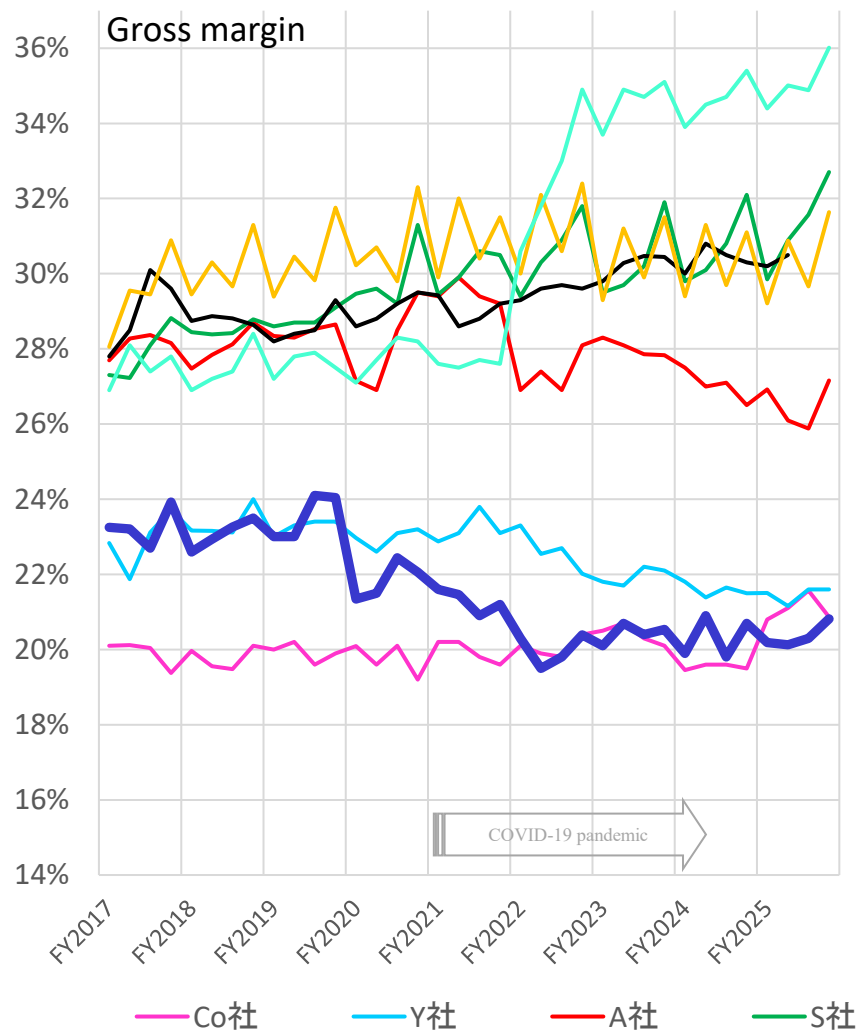
	24/6期 通期		25/6期 通期		YoY change	
	金額	売上比率	金額	売上比率		差率
売上高	184,860	-	200,786	-	+15,926 +8.6%	-
荒利益高	37,620	20.4%	40,889	20.4%	+3,269 +8.7%	+0.0pt
販管費	28,605	15.5%	31,231	15.6%	+2,625 +9.2%	+0.1pt
営業利益	9,015	4.9%	9,658	4.8%	+643 +7.1%	△0.1pt
経常利益	9,268	5.0%	9,899	4.9%	+630 +6.8%	△0.1pt
当期純利益	6,324	3.4%	7,066	3.5%	+741 +11.7%	+0.1pt
新規出店	31		54			
閉店	7(大型店)		7(大型店)			
大型店等→R店改装	3		1			

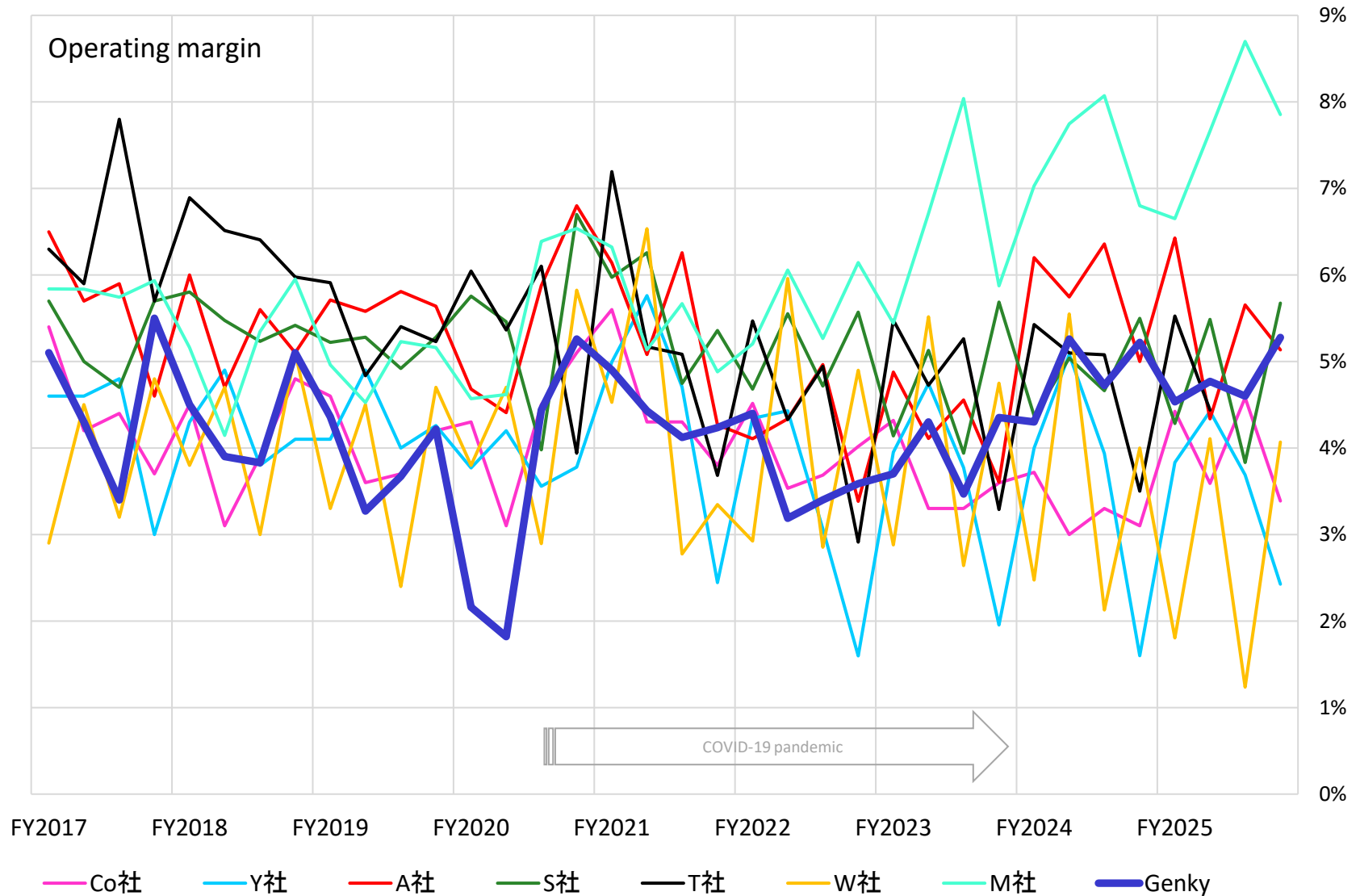
四半期会計期間 連結業績推移



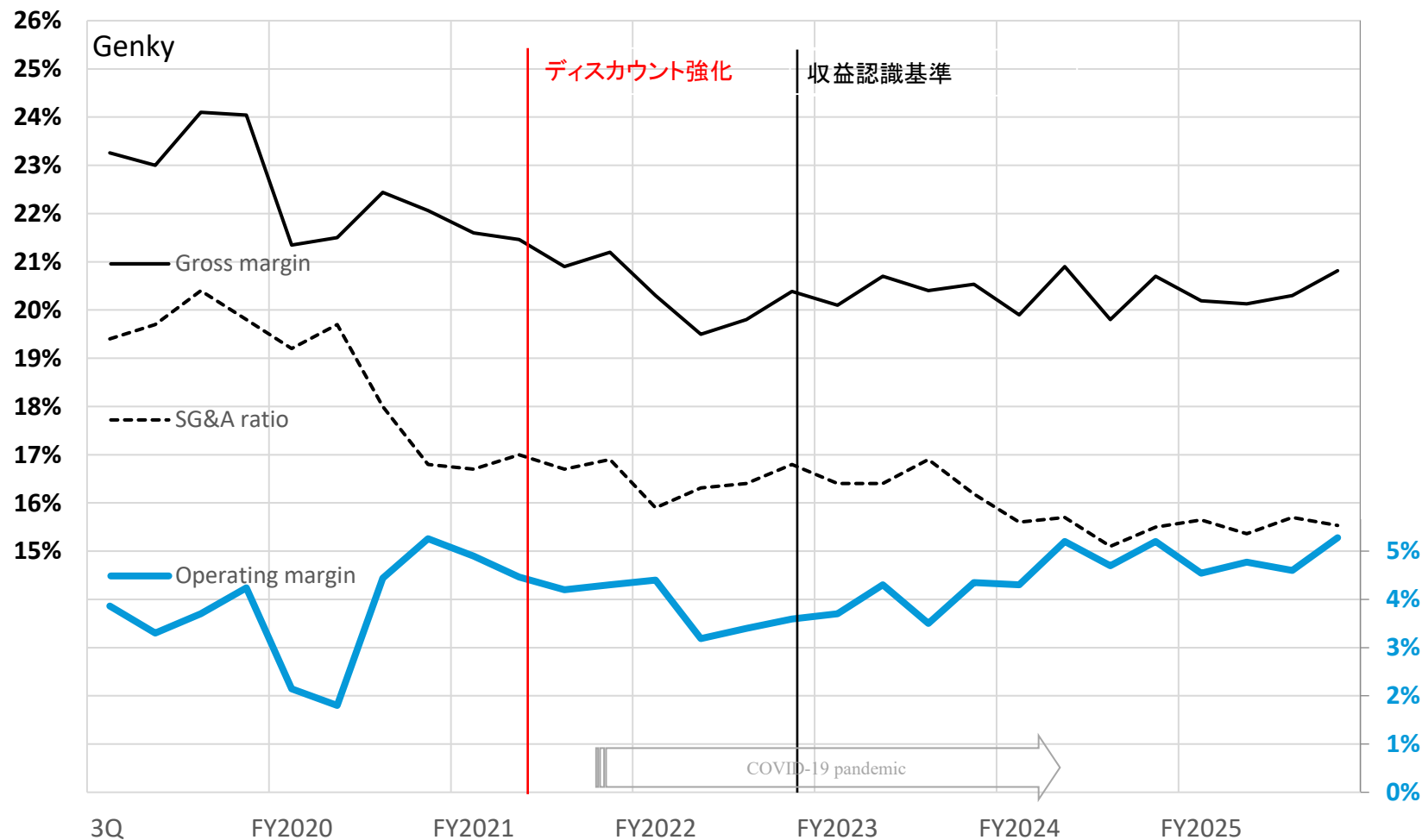
(million Yen)

	FY 2023					FY2024					FY2025				
	1Q	2Q	3Q	4Q	FY	1Q	2Q	3Q	4Q	FY	1Q	2Q	3Q	4Q	FY
売上高	42,613	41,260	40,331	44,854	169,059	46,871	45,095	44,619	48,272	184,860	50,050	48,708	48,624	53,403	200,786
売上高昨対	+8.9%	+11.1%	+10.4%	+9.7%	+9.3%	+10.0%	+9.3%	+10.6%	+7.6%	+9.3%	+6.8%	+8.0%	+9.0%	+10.6%	+8.6%
荒利益率	20.1%	20.7%	20.4%	20.5%	20.4%	19.9%	20.9%	19.8%	20.7%	20.4%	20.2%	20.1%	20.3%	20.8%	20.4%
販管費率	16.4%	16.4%	16.9%	16.2%	16.5%	15.6%	15.7%	15.1%	15.5%	15.5%	15.6%	15.4%	15.7%	15.5%	15.6%
営業利益高	1,584	1,779	1,393	1,951	6,709	2,015	2,371	2,107	2,520	9,015	2,272	2,323	2,243	2,818	9,658
営業利益率	3.7%	4.3%	3.5%	4.4%	4.0%	4.3%	5.3%	4.7%	5.2%	4.9%	4.5%	4.8%	4.6%	5.3%	4.8%





荒利益率・販管費率・営業利益率 四半期推移



※2020年6月期の当社数値は、福井県マスク購入あっせん販売の売上を除いております

※2022年6月期以降の当社数値は、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用しております。

坪当たり経費高を20万円で維持しながら、EDLP戦略によって坪当たり売上高(＝荒利益高)を押し上げることによって、坪当たり営業利益高を向上させる。(結果として経費率は下がる)

項目	単位	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025				
							1Q	2Q	3Q	4Q	FY
坪当たり売上高	千円/坪・年	1,107	1,169	1,135	1,180	1,275	1,324	1,295	1,305	1,350	1,315
坪当たり荒利益高	千円/坪・年	242	249	227	241	259	267	261	265	281	268
坪当たり販管費	千円/坪・年	203	197	186	197	197	207	199	205	210	205
坪当たり営業利益高	千円/坪・年	39	52	42	44	62	60	62	60	71	63
従業員一人当たり売場面積	坪/人	32.3	30.5	31.4	33.6	34.2	34.4	36.6	39.1	36.0	36.6
総資産回転率	回	1.6	1.6	1.6	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	1.8	1.7
ROA	%	5.9	7.6	6.5	7.0	8.4	7.9	8.5	8.1	9.6	8.2
ROE	%	10.4	16.2	12.9	12.4	14.5	13.4	14.7	13.8	18.5	14.2
自己資本比率	%	33.3	35.4	37.3	38.4	40.9	40.8	41.4	40.1	41.8	41.8
利潤分配率	%	16.3	20.8	18.3	19.4	24.0	22.5	23.7	22.7	25.4	23.6

※2020年6月期の当社数値は、福井県マスク購入あっせん販売の売上を除いております

※2022年6月期以降の当社数値は、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用しております。

(単位:百万円)

	' 25/06期 実績		' 26/06期 予想		YoY change	
	金額	売上比率	金額	売上比率		率差
売上高	200,786	—	221,840	—	+21,053 +10.5%	※既存店昨対 +3.6%
荒利益高	40,889	20.4%	45,260	20.4%	+4,370 +10.7%	±0.0pt
販管費	31,231	15.6%	34,760	15.7%	+3,529 +11.3%	+0.1pt
営業利益	9,658	4.8%	10,500	4.7%	+841 +8.7%	△0.1pt
経常利益	9,899	4.9%	10,700	4.8%	+800 +8.1%	△0.1pt
当期純利益	7,066	3.5%	7,500	3.4%	+433 +6.1%	△0.1pt
EPS	232.5 円		246.7 円		+14.2円	—
新規出店	54		66			
閉店	7 (大型店)		3 (大型店)			
大型店→R店改装	1		7			

Financial Results and Forecasts



(百万円)

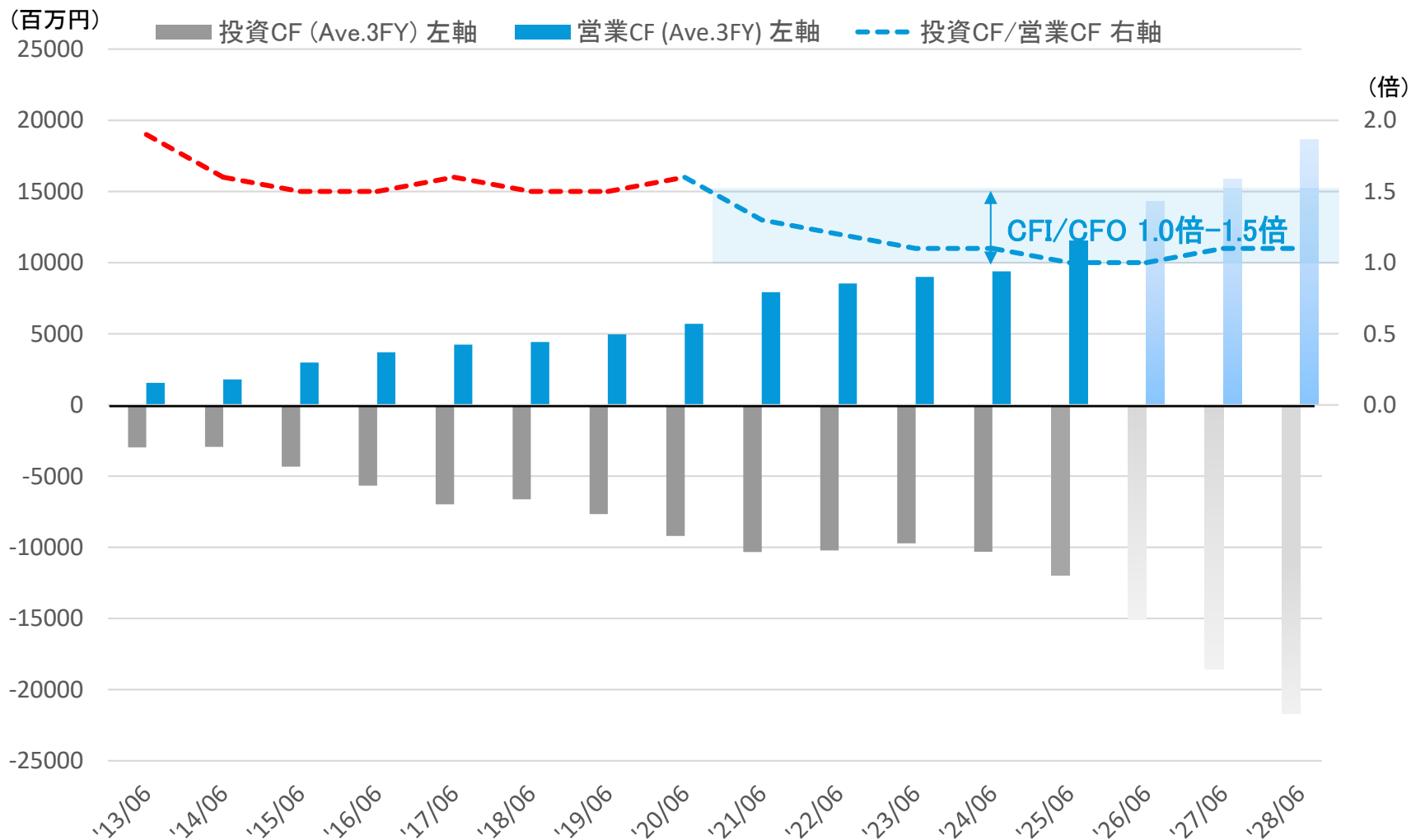
	'21/06期		'22/06期		'23/06期		'24/06期		'25/06期		'26/06期 (予想)	
出店	46		43		30		31		54		66	
閉店	1		0		7		7		7		3	
改装 (大型店→R店)	1		21		3		3		1		7	
RPDC(物流センター)	－		－		1		－		－		28/6期に1棟予定	
TC(物流センター)	－		－		－		－		－		1	
売上高	142,376	15.2%	154,640	8.6%	169,059	+9.3%	184,860	+9.3%	200,786	+8.6%	221,840	+10.5%
荒利益	30,289	+13.4%	30,954	+2.2%	34,553	+11.6%	37,620	+8.9%	40,889	+8.7%	45,260	+10.7%
	21.3%		20.0%		20.4%		20.4%		20.4%		20.4%	
販管費	23,995	+7.3%	25,279	+5.4%	27,844	+10.1%	28,605	+2.7%	31,231	+9.2%	34,760	+11.3%
	16.9%		16.3%		16.5%		15.5%		15.6%		15.7%	
営業利益	6,295	+45.0%	5,675	△9.8%	6,709	+18.2%	9,015	+34.4%	9,658	+7.1%	10,500	+8.7%
	4.4%		3.7%		4.0%		4.9%		4.8%		4.7%	
純利益(注)	4,832	+75.4%	4,420	△8.5%	4,764	+7.8%	6,324	+32.7%	7,066	+11.7%	7,500	+6.1%
	3.4%		2.9%		2.8%		3.4%		3.5%		3.4%	
CAPEX	8,829		10,588		9,736		10,631		15,618		19,000	
EPS(円)(注)	159		146		157		208		233		247	
ROE (％)	16.2		12.9		12.4		14.5		14.2		14.2	

(注) 当社は、2024年6月21日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っております。過年度において当該株式分割が行われたと仮定し、EPSを算定しております。

キャッシュフロー・コントロール

投資CFのうち95%は、新規店舗及び新規物流センターという「成長投資」であり、EPS成長につながっている
引き続き、営業CFに対し新規投資CFは1倍以上の積極姿勢で、金融機関からの借入を中心に、
レバレッジをきかせた成長投資を継続させていく

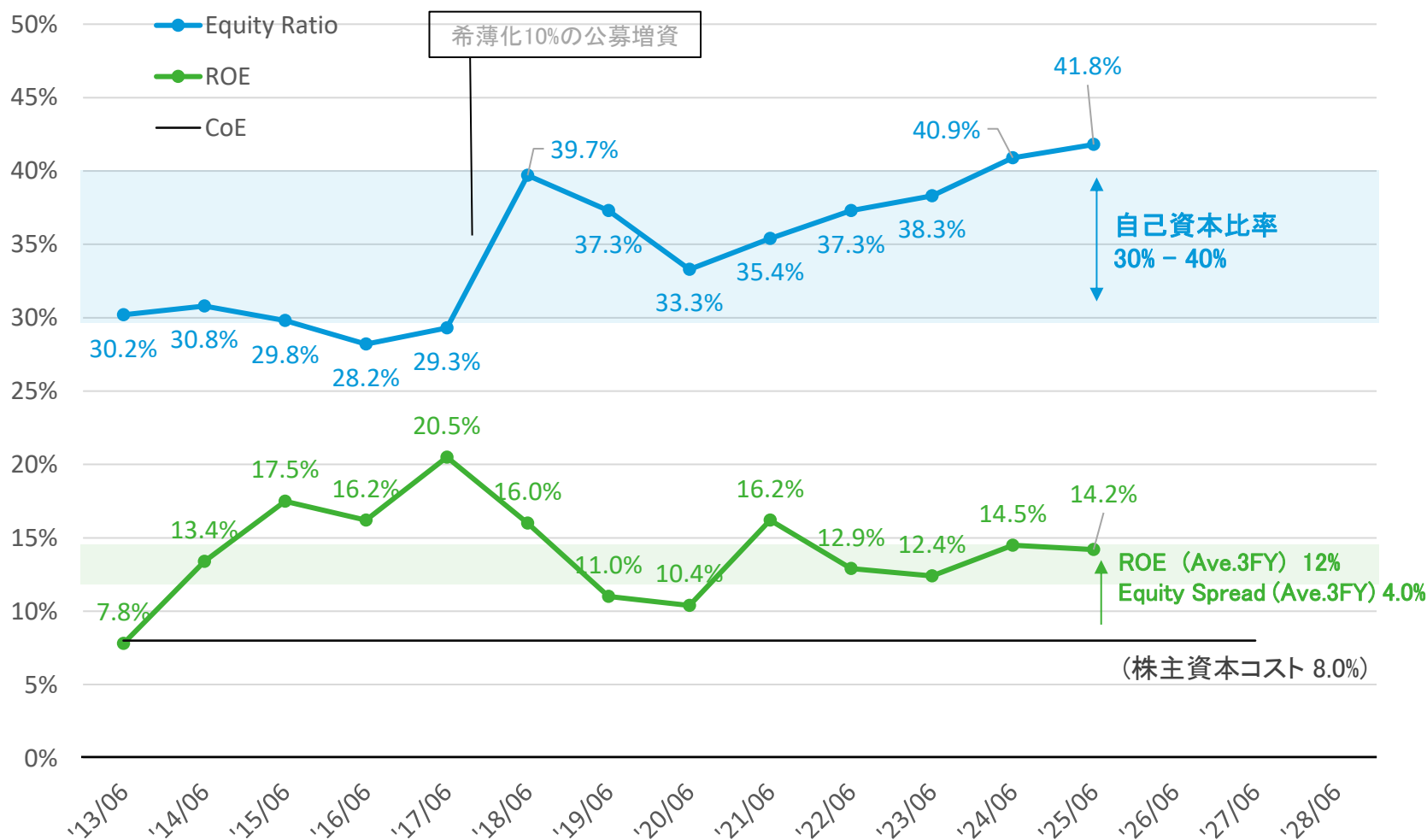
→単純計算上のFCFはマイナスとなるが、投資CF/営業CFを1.5倍以下でコントロールし、自己資本比率を過度に毀損させない



ROEと自己資本比率と資本コスト

継続的かつ、レバレッジを効かせた成長投資により、ROEは12%以上をキープしており、株主資本コスト(注)を上回る投資効率を継続している
自己資本比率は30%-40%程度を適切なバランスとして維持し、積極的な出店によってEPS成長を継続する。

(現在は、2028年の新規物流センター投資で減少することを見越した自己資本比率水準で維持)

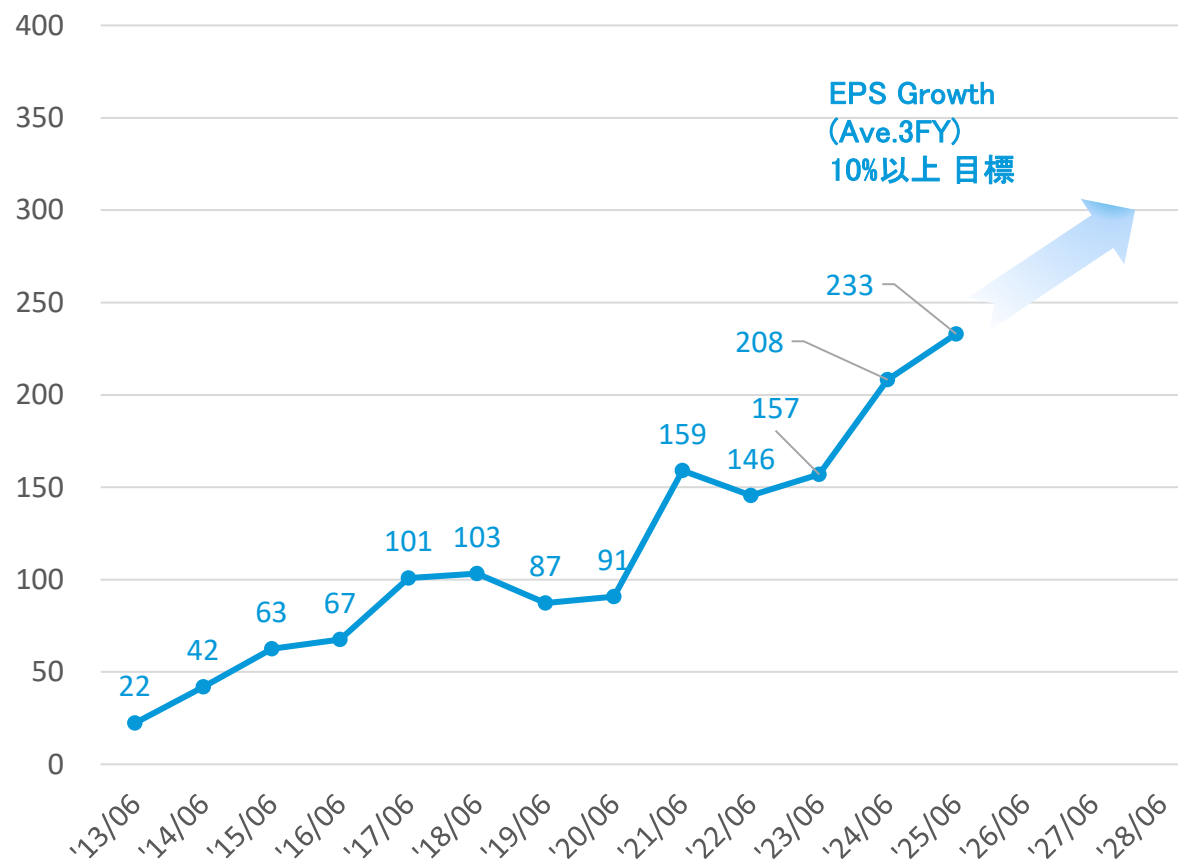


(注) 当社における株主資本コストについては、保守的に考え8%と仮定しております。

EPSは持続的に10%以上の成長を続ける

直近10年間のEPS成長率(CAGR)は12.8%であり、当社のビジネスモデルが顧客に受け入れられている証拠である

今後もディスカунティングビジネスを通じ、地域の顧客に貢献をすることで、10%以上のEPS成長率を続けていく



－ご注意－

本資料に記載されている予想数値は、当社が現在において入手可能な情報、及び将来の業績に影響を与える不確実な要因に基づく仮定を前提としています。

また、プレゼンテーションの際の説明には、将来の見通し・判断・計画あるいは戦略が含まれています。これら将来予測による記載及び発言は不確定要素を含んでいることから、実際の業績は、今後様々な要因によって異なる結果となる可能性があります。

【問い合わせ先】

Genky DrugStores 株式会社 IR広報室

E-mail : genky-ir@genky.co.jp

みんせつ 取材カレンダー <https://app.msetsu.com/interviews/1uEoNAeI>

TEL : 0776-67-5240 (ゲンキー株式会社 代表)



<https://youtube.com/shorts/cAgJsvJ8kwE?feature=share>



2026年6月期 経営戦略



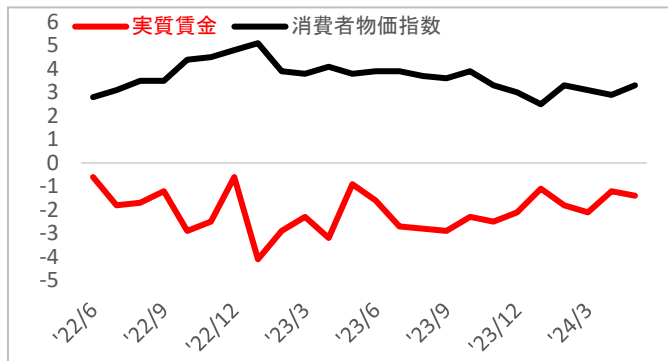
Genky DrugStores株式会社
(Code number: 9267, 東証プライム市場)

2025.07

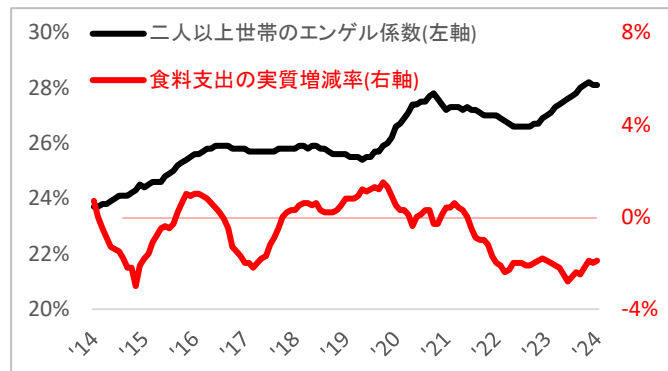
マクロ環境・ ドラッグストア業界状況

- ・物価上昇により、消費者の節約志向は加速している。
- ・都心は賃上げが進む一方、地方は賃上げが物価高に追いつかず、生活がより困窮。

伸びない実質賃金と止まらない物価高



消費者の強い節約志向



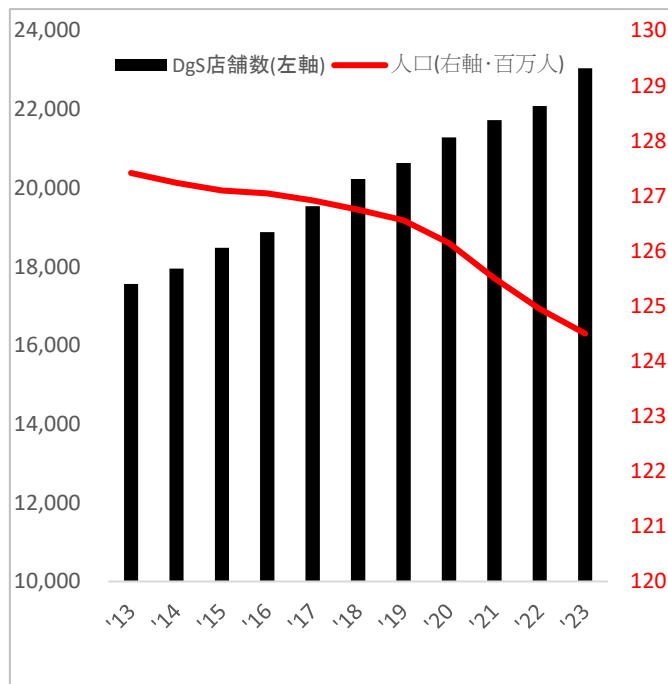
地方の賃金が上がらない

	2024年 平均年収	増加率 (対2020年)
東京都	471万円	+6.1%

愛知県	418万円	+4.0%
滋賀県	415万円	+3.6%
岐阜県	400万円	+3.8%
福井県	395万円	+2.9%
石川県	394万円	+2.9%

- ・店舗数増加と人口減で、ドラッグストア1店舗あたり人口は、減少の一途。
→各社、その中でどう持続的な成長モデルを構築するか模索している。

オーバーストアズ & 人口減少

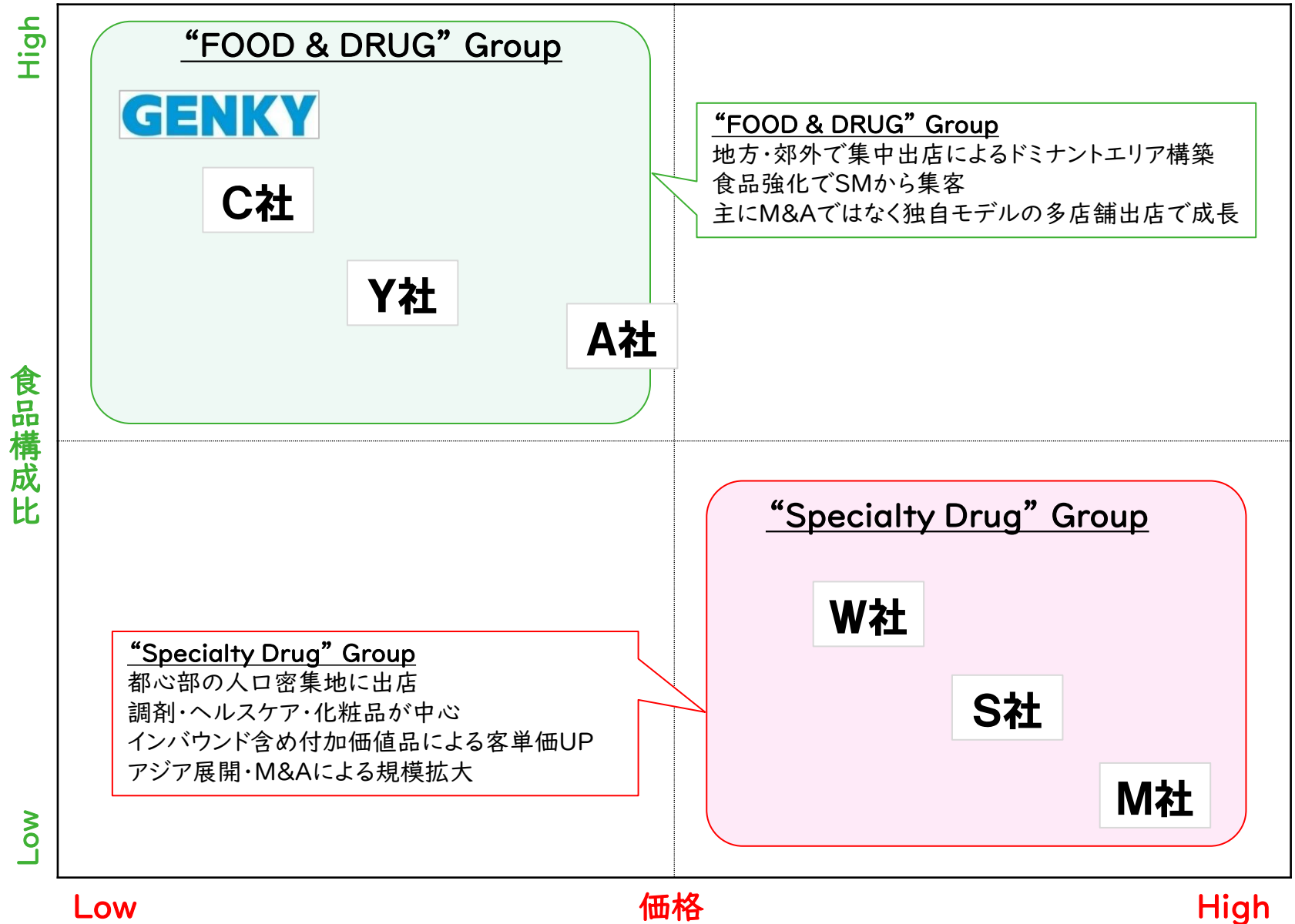


出典:経済産業省 商業動態統計調査 長期時系列データ
総務省統計局 統計データ 人口推計

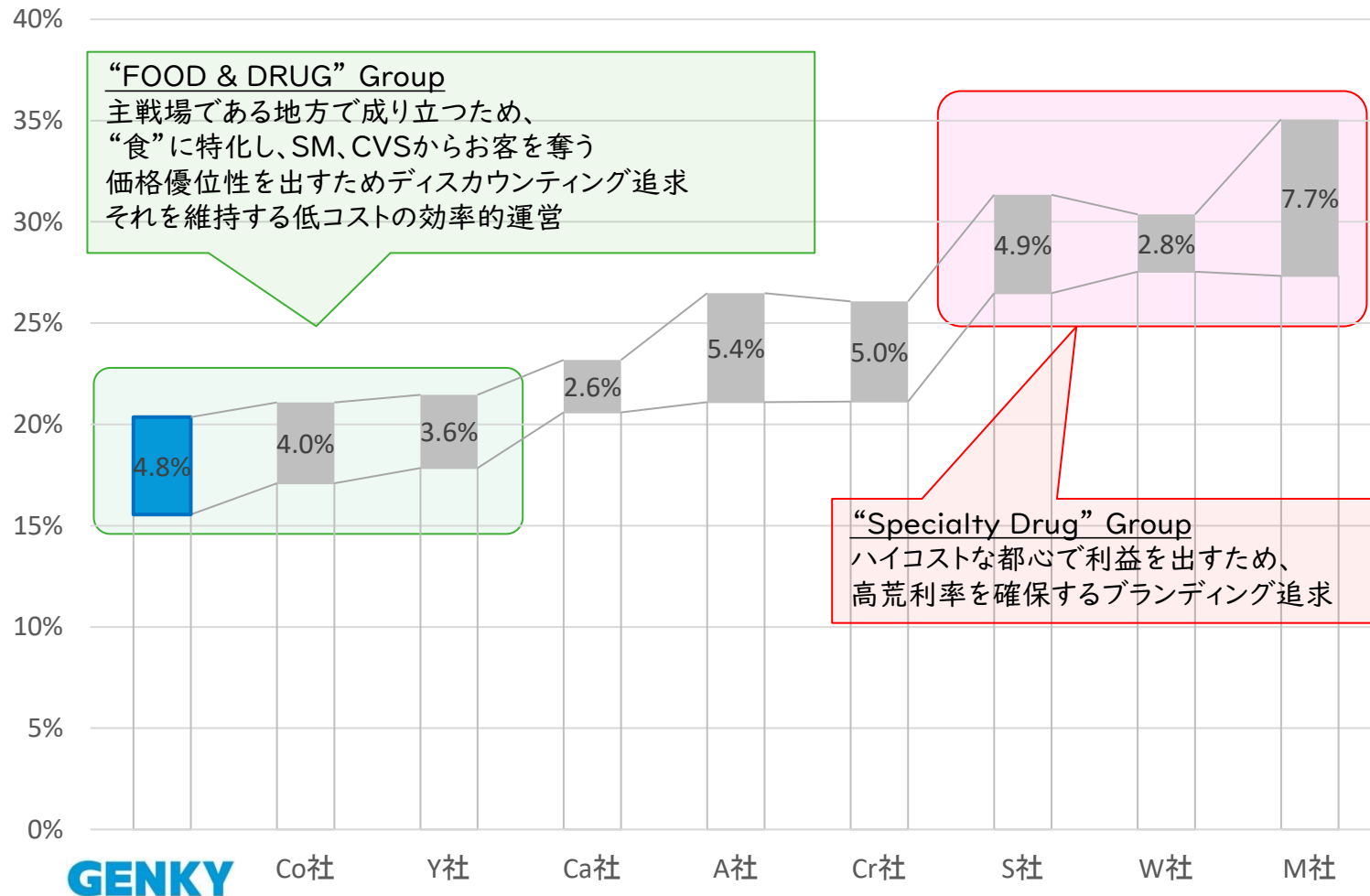
DgS 1店あたり人口は6,000人以下

	DgS 店舗数	県別総人口 (千人)	DgS1店あたり 人口(人)
福井県	188	744	3,957
石川県	276	1,109	4,018
岐阜県	458	1,931	4,216
滋賀県	257	1,407	5,475
愛知県	1,281	7,477	5,837

出典:経済産業省 商業動態統計調査 統計表一覧 時系列データ
総務省統計局 統計データ 人口推計

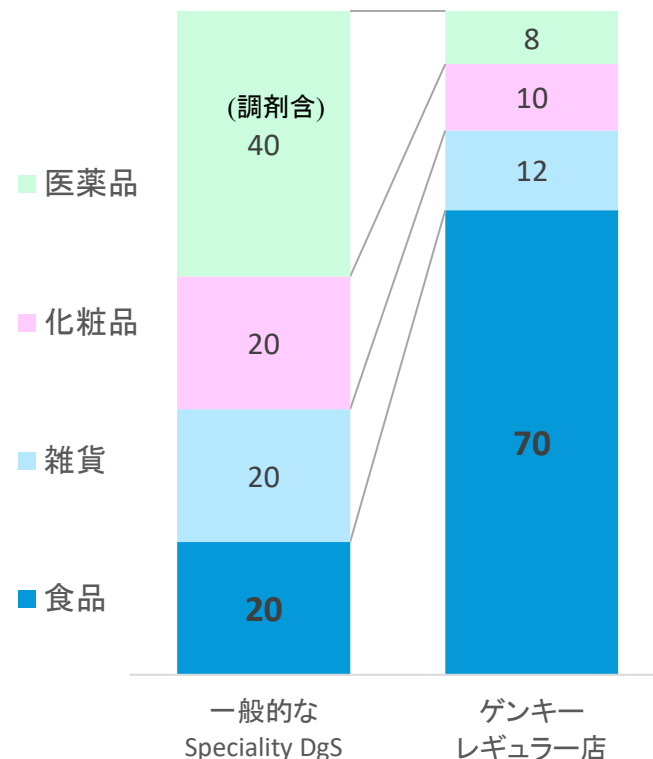


グラフの上辺が荒利益率、下辺が販管費率、その幅が営業利益率

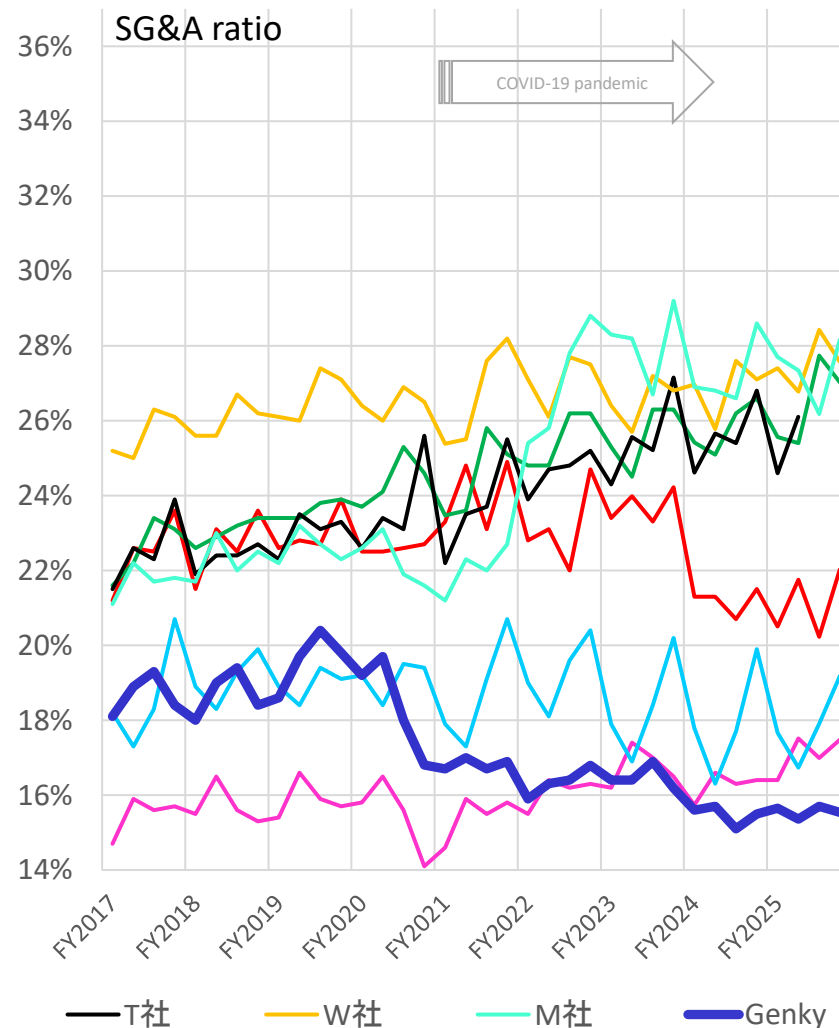
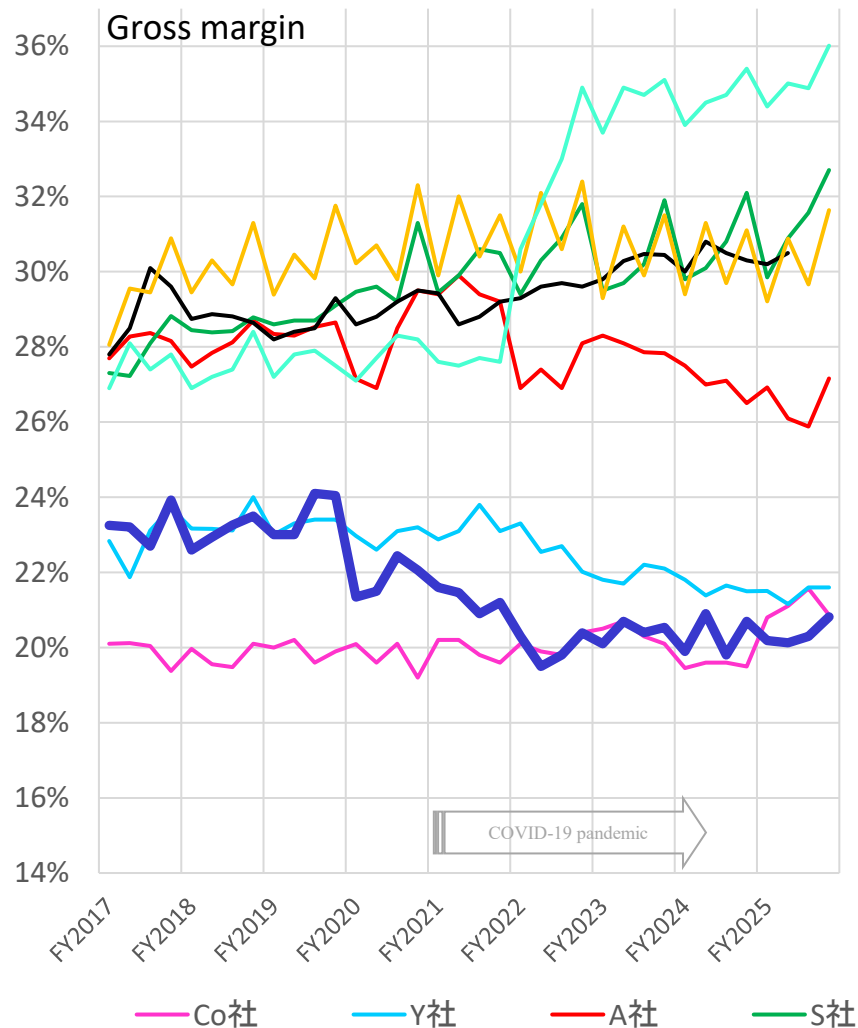


Genkyの戦略

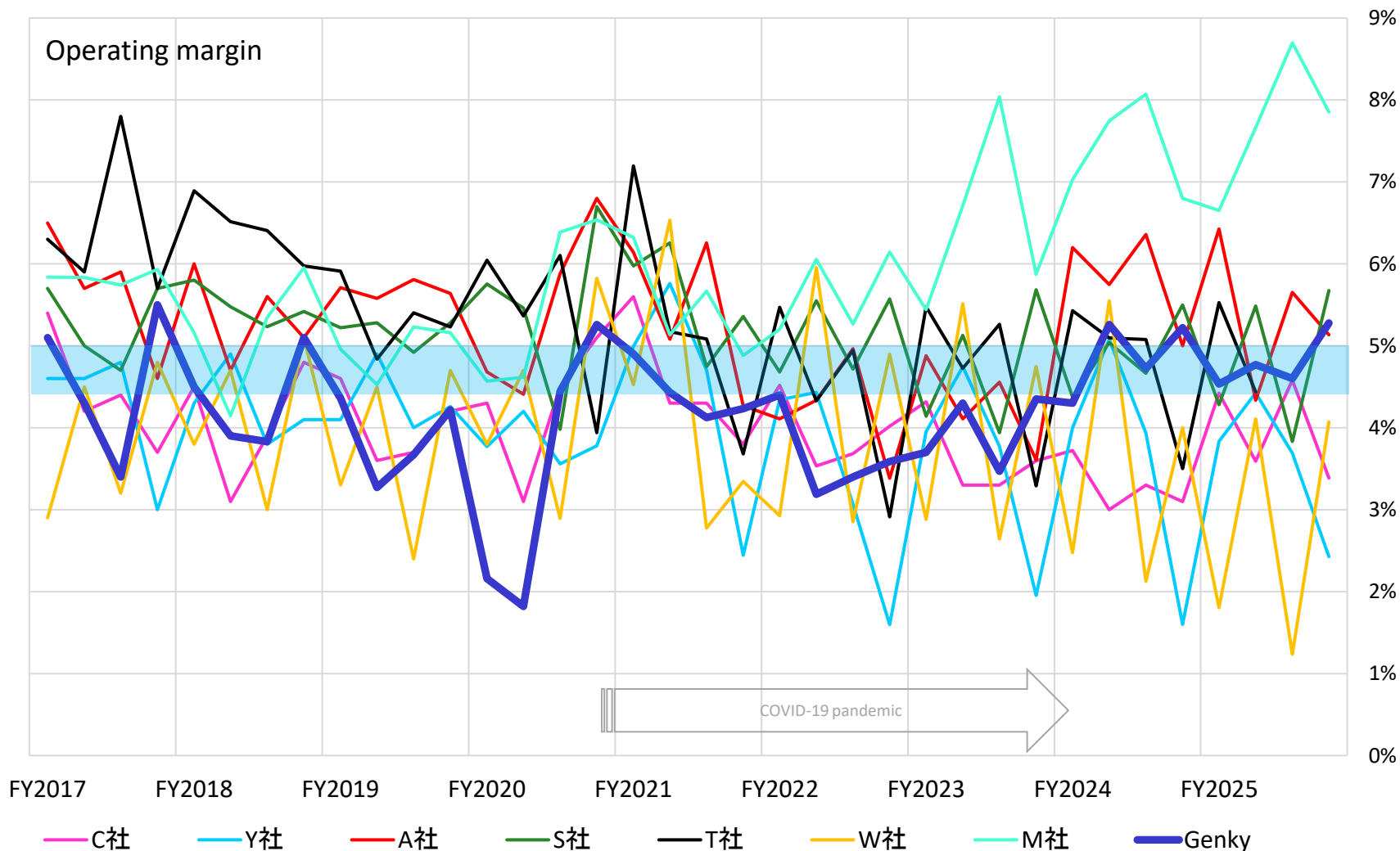
	一般的な スペシャルティ ドラッグストア	Genky
出店地域	都心部	地方・田舎
食品構成比	10～30%	70%(業界最高値)
食品カバー領域	飲料 加工食品、冷凍食品	左記に加え 日配・野菜・果物 精肉・弁当・惣菜
調剤薬局	あり	全店なし
インバウンド	あり	全店なし
売場面積	300㎡～800㎡	1,000㎡ (300坪)
必要商圈人口	15,000～20,000人	7,000人
特徴	カウンセリング 調剤ヘルスケア 高粗利・高付加価値	標準店舗 ローコスト セルフサービス 低価格 高来店頻度



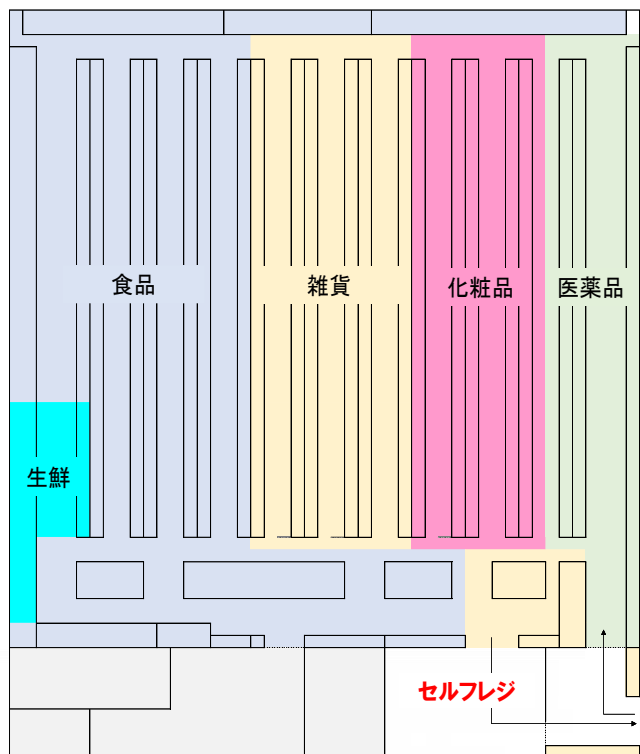
他社が荒利を上げて経費増の帳尻を合わせる中、Genkyは業界最低の「低荒利率」を追求。
それを支える、仕組みとしての「最低経費率」により、安定した収益性の確保
さらに、荒利益率・経費率のいずれも、他社に比べ安定したコントロールが実現できている



Genkyは今後も出店を加速させながら、**営業利益率 4.5%–5.0%を維持する**



1. ローコストオペレーション
2. マーチャンダイジング
3. 高速多店舗出店



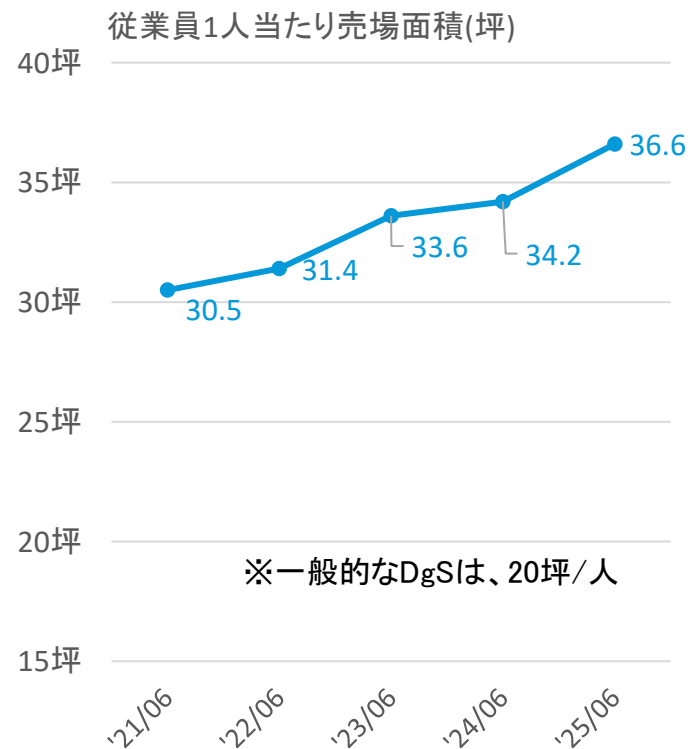
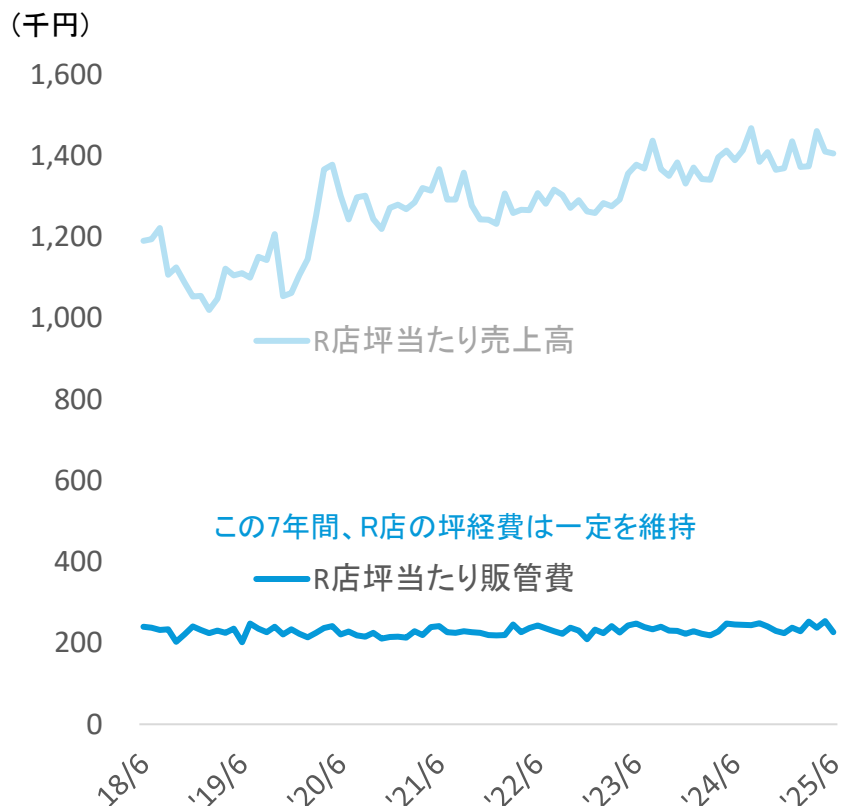
完全標準化 ローコスト店舗
『レギュラー店』

‘24/7月現在 441/480店舗 (92%)



売れなくても儲かる仕組みを作るのがチェーンストア。
人口減少・オーバーストアによる極小商圈化の中、
低い損益分岐点売上高比率を追求、長期的な残存者利益を狙う

完全本部主導の店舗オペレーションによる、
業界トップの『従業員一人当たり売場面積』で
人件費増加を抑制 + 採用難に対応



安く売り続ける「仕組み」として、販促や過剰な接客をヤメル・ヘラス
店舗業務を本部や物流センターにマトメル
→店舗では徹底したセルフサービスで、単純化したオペレーションを追求

- 全店セルフレジ
- 日替わり特売なし
- チラシ販促なし
- SNS販促なし
- 自社アプリなし
- 過剰な接客なし
- インバウンド・免税対応なし
- 調剤薬局なし
- EC、宅配なし

- カテゴリ納品(同一通路ごとにまとめた納品体制)による、店舗の品出し効率化
- 納品頻度の削減で、品出し作業の集中化
- 本部一括の商品発注、単品在庫管理で店舗作業なし
- 店舗スタッフのレイバースケジュールを本部で一括作成

- 標準店舗(レギュラー店)による道具・動作・手順の統一
- これにより現場対応、個別判断を排除し、従業員の習熟を求めない。

(1) 店舗開発	不動産ディベロッパーを介さない自社開発によって、 立地の標準化と不動産費の圧縮 を実現
(2) プライベート ブランド商品	仕様、デザインから保管管理、配送まで自社で行い、 圧倒的な低価格 で節約志向に対応
(3) 物流	3PLに頼らない自社運営で 業界最低の物流費比率 を維持
(4) 生鮮食品	弁当・惣菜・精肉の自社プロセスセンター を運営。

「物流を制するものは小売を制する」

①2024年問題への対策

②店舗の生産性向上と業界トップレベルのロジスティクスコスト実現

物流とITの自前化メリットを最大限に活かし、サプライチェーン全体の改革を推し進める。

川上
(メーカー・ベンダー)

川中
(物流センター)

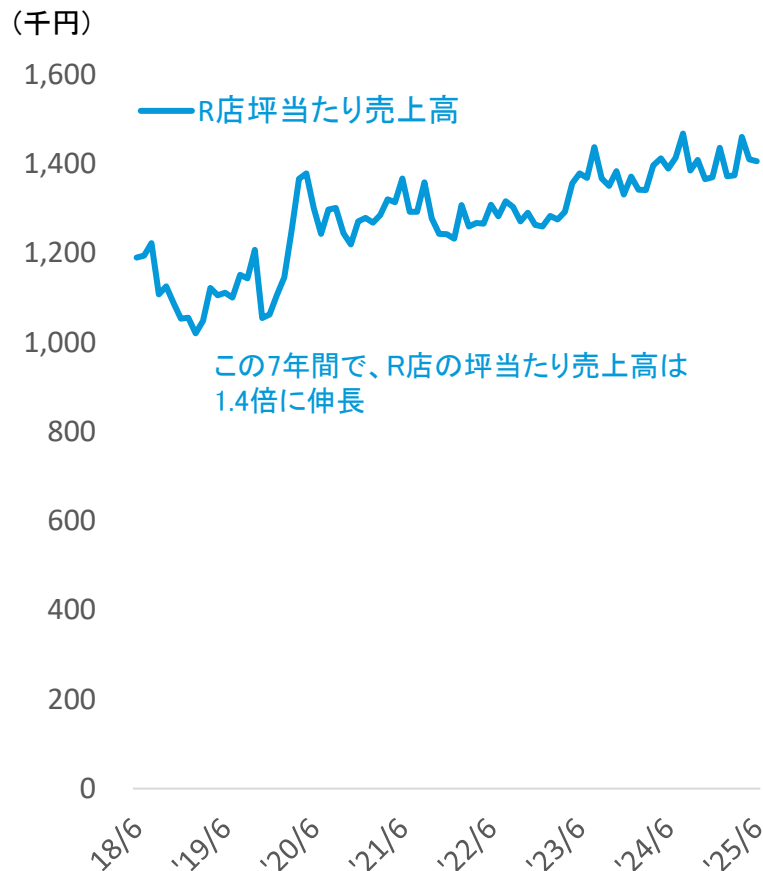
川下
(店舗)

具 体 策	・発注納品のリードタイム再構築 ・発注納品サイクルの再構築 頻度削減で負担軽減 ・青果のセンター待機時間を削減 ・店舗配送帰り便による集荷	・幹線便の積載率向上 ・幹線便24時間稼働による往復便活用 ・チルド便2温度帯配送 ・複数DCの在庫最適化 ・出荷作業の生産性見える化、表彰制度 ・リードタイム再構築による物量平準化	・カテゴリー納品のブラッシュアップ ・店舗納品頻度の削減 ・物量のならし平準化
シ ス テ ム	・トラックバース予約システム ・コンテナデバン管理システム	・幹線便予測システム ・ゲンキーロジシステム (WEBオープンプラットフォームシステム) ・ロジスティクス効率把握システム	・店舗配送ルート最適化システム

1. ローコストオペレーション
2. マーチャндаイジング
3. 高速多店舗出店

EDLPは一時的な集客や販促の道具ではない。

ディスカунティングの追求によって地域の人々の暮らしを豊かにする事が、
チェーンストアであるゲンキーの使命である。



- 2019年8月10日から、食品を中心とした強力なディスカウントを実施。
- 2020年5月から、日替りによるハイ&ローと決別し、EDLPのさらなる追求。
- チラシの折込頻度を隔週→月1回→四半期へ。
浮いた経費はディスカウントの原資。

目的

より、お客様の立場に立った店舗となるため、
店頭売価の信用を構築する。

青果・果物



精肉



お弁当・お惣菜



冷凍食品



いずれもスーパーマーケットより10%以上低い価格で強い集客力

- 節約志向の高まりで客数の伸び悩むコンビニエンスストアからランチ需要を奪い、コンビニキラーとしての位置づけを強化

ゲンキー 食品 謹製

サンドイッチ

いろいろ選べる 全7種類

コスバ抜群！ランチタイムに♪

※写真はイメージです。

節約ごはん

500円

これだけ買える！

組み合わせ例 ▶▶

寿司 199円 (税込 214円)	弁当 229円 (税込 247円)	丼物 199円 (税込 214円)	麺類 149円 (税込 160円)
コロッケ 99円 (税込 106円) + 緑茶 48円 (税込 51円)	サンドイッチ 99円 (税込 106円) + 天然水 48円 (税込 51円)	おにぎり 99円 (税込 106円) + 烏龍茶 48円 (税込 51円)	(海鮮なし) おにぎり 89円 (税込 96円) + 烏龍茶 48円 (税込 51円)

節約ごはん

500円

これだけ買える！

組み合わせ例 ▶▶

寿司 199円 (税込 214円)	弁当 229円 (税込 247円)	丼物 199円 (税込 214円)	麺類 149円 (税込 160円)
コロッケ 99円 (税込 106円) + 緑茶 48円 (税込 51円)	サンドイッチ 99円 (税込 106円) + 天然水 48円 (税込 51円)	おにぎり 99円 (税込 106円) + 烏龍茶 48円 (税込 51円)	(海鮮なし) おにぎり 89円 (税込 96円) + 烏龍茶 48円 (税込 51円)

※2024年9月時点の価格であり、現在とは異なる場合がございます

北海道産小麦100%使用



NEW

そのままで、料理にも

いつものご飯やおにぎりに！



北海道産小麦 100% 使用
手延べのごとし滑らか



島原手延素麺
250g

198円
(税込 213円)

わが家の美味しさ
国産さばみそ煮・水煮
150g



158円
(税込 170円)

そのめいつゆや様々な料理に



見布
だし汁
1000ml

わが家の美味しさ
昆布つゆ 1000ml

168円
(税込 181円)

わが家の美味しさ
国産さばみそ煮・水煮
150g



果より味にこだわった
白桃缶
150g

果より味にこだわった
黄桃缶
150g

果より味にこだわった
みかん缶
150g

99円
(税込 106円)

わが家の美味しさ
混ぜわかめご飯
23g



88円
(税込 95円)

わが家の美味しさ
混ぜわかめご飯
23g



88円
(税込 95円)

お菓子

158円ゼリー&プリント



こんにゃくゼリー
12個入



こんにゃくゼリー
12個入



こんにゃくゼリー
12個入



マンゴープリン
15本入



スティックゼリー
10個入

158円

(税込 170円)

お酒・飲料



QUITTO
ホワイトサワー
96円



QUITTO
うめサワー
96円



QUITTO
レモンティー
96円

88円

(税込 96円)



舞鶴紅茶
500ml



ストロベリー
レモンティー
500ml

58円

(税込 62円)



麦のひかり
30%OFF



麦のひかり
30%OFF

598円

(税込 657円)

虫さされに

虫さされのかゆみに

アレルギー成分
アロキソール配合

**かゆみ
虫さされ**

スミツとクールは
実用タイプ

あきさ 虫さされのかゆみ・虫咬に

ヒトトップS

20g

虫さされ
しっしん
かぶれ

アルコール 医薬品

ヒトトップS 20g

リトスベールα 50ml

各 **298円**
(税込 327円)

スミツとクール感
素早くかゆみを
鎮める

貼るタイプのかゆみ止め

あきさ **かゆみ・虫さされに!**

貼る! かゆみ止め

かゆみ止めパッチC

◎除菌配合
◎かきむしりを防ぐ

40枚入

アルコール 医薬品

かゆみ止めパッチC

40枚入

348円
(税込 382円)

キャンブ・ピクニックに
スプレータイプの虫よけ

大容量! 300ml

**虫よけ
スプレー**

虫よけ
スプレー
300ml

498円
(税込 547円)

掃除に使いやすい キューブタイプ

G-PRICE
メラミンスポンジ
お使用 30個入

ミニサイズ **128円**
(税込 140円)

レギュラー **198円**
(税込 217円)

全粒粉で
汚れが落ちる
ミニサイズ
キューブタイプ

水だけで
汚れが落ちる
レギュラー
キューブタイプ

お使用 **30個入**

梅雨の洗濯に

生乾きのニオイ
強力消臭!

G-PRICE
液体洗剤
室内干しEX
1.6kg

398円
(税込 437円)

2倍
液体洗剤
室内干しEX

Ag+ 抗菌 消臭

1.6kg

1200ml
柔軟剤
室内干しEX

Ag+ 抗菌 消臭

1200ml

G-PRICE
柔軟剤
室内干しEX
1200ml

298円
(税込 327円)

収納に便利なバンド付き

G-PRICE
フロントガラス用 サンシェード

Sサイズ
横130cm×縦90cm

298円
(税込 327円)

Mサイズ
横145cm×縦72cm

398円
(税込 437円)

こすらず
短時間でキレイ

G-PRICE
バスタブクリーナー
量イオン 800ml

248円
(税込 272円)

泡が密着!

バスタブ
クリーナー

バスタブクリーナー
量イオン 800ml

248円
(税込 272円)

カビの臭いまで浸透して分解

カビの臭いまで浸透して分解

G-PRICE
カビトリ
スプレー
400g

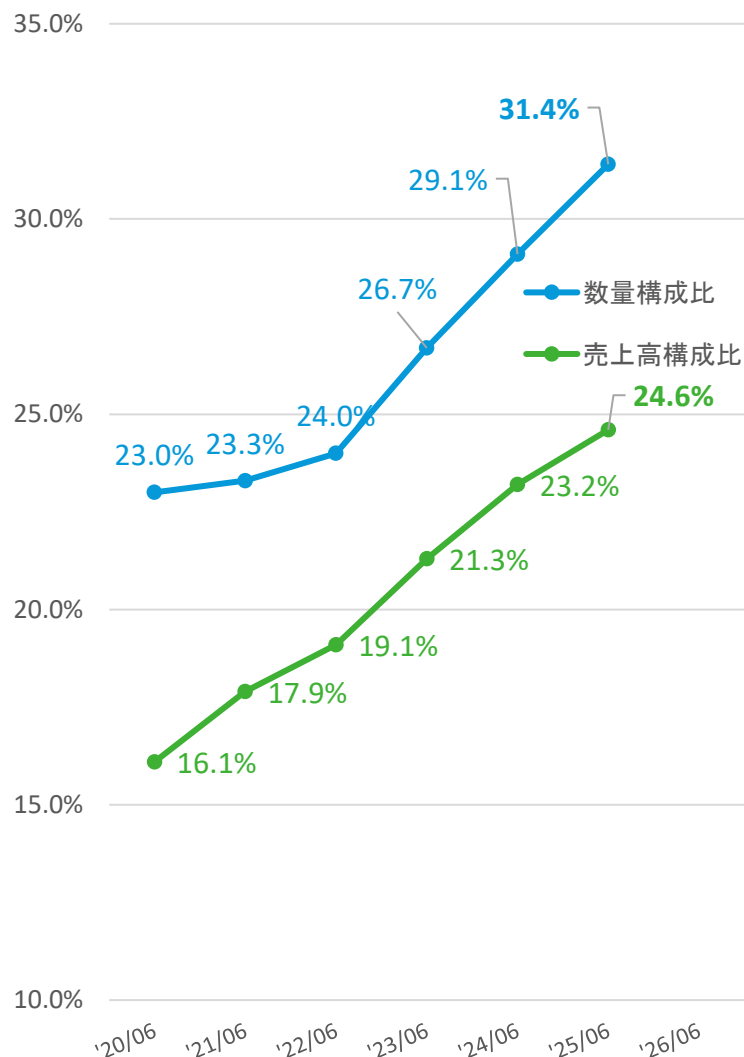
198円
(税込 217円)

128円
(税込 140円)



店頭では、ナショナルブランド品と
比較陳列することで、価格優位性を際立たせ、
お客様のスイッチング購買を促す





※グラフの数値は、年間平均構成比になります

20年以上取り組み続けてきた低価格PB
→物価上昇の中で、強力な安さイメージを確立

低価格と高利益率が特徴

- 顧客の節約志向に強い訴求力
- 食品構成比の上昇に伴う
荒利益率低下へのカウンター

1. ローコストオペレーション
2. マーチャンダイジング
3. 高速多店舗出店

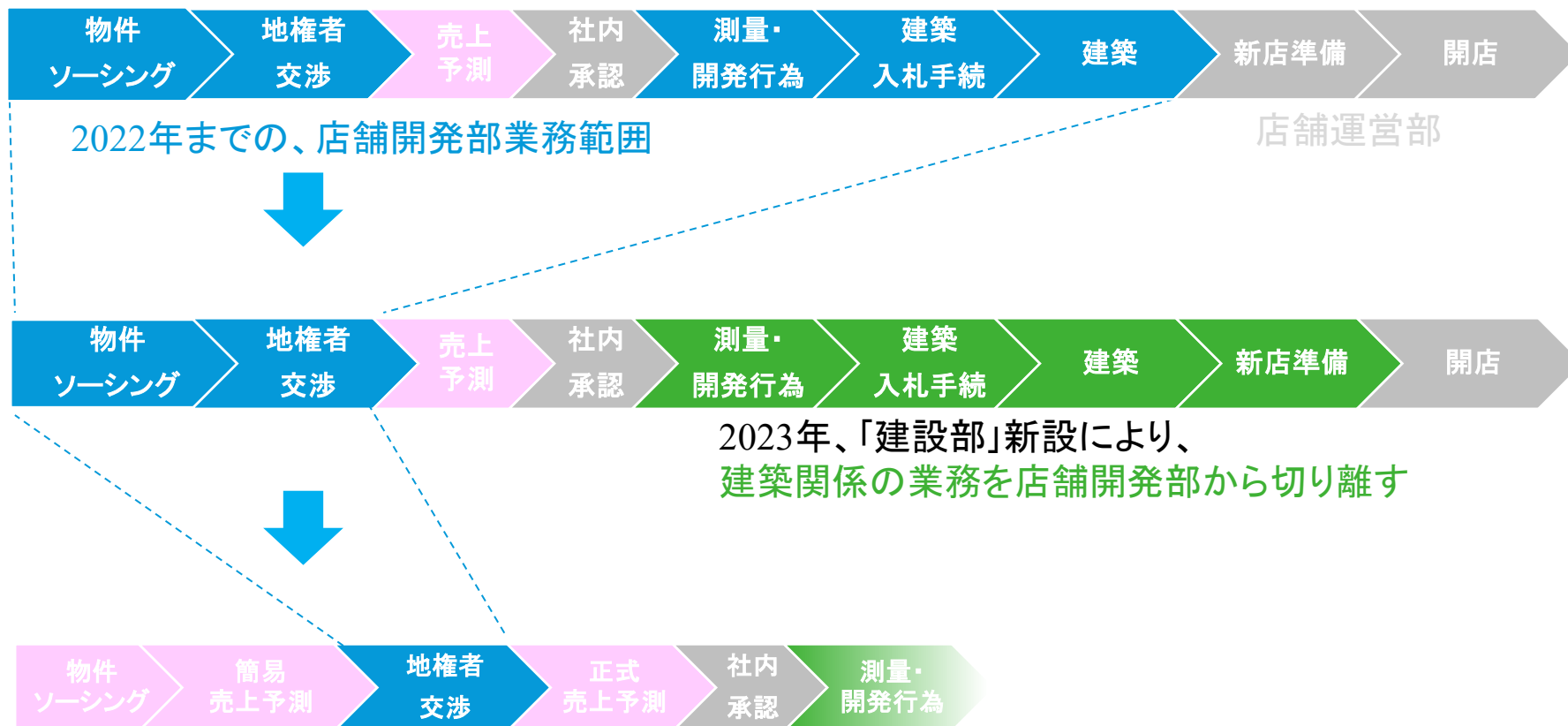
Genkyにとって、出店こそが最大の成長エンジン。過度に戦線を広げすぎず、ドミナントエリアを着実に構築し、安定した収益性を保ちながら高速成長を実現する。

- レギュラー店という単一モデルに限定した出店
- 単純オペレーションにより、1店舗あたり10名で運営。人材不足に対抗
- これまで週3店以上の同時出店を自社ノウハウとして確立した。→150店/年 出店体制は構築済
- 店舗開発人員 業界最大クラスの100名体制
- 土地成約に対するインセンティブプラン
- 半年ごとの店舗開発部メンバー入替
- 建設部による自前建築体制により、出店コストの増加に対抗
- 店舗開発部から、物件候補地を調査する役割を切り離し「商圈調査部」を新設。

既存の売上予測課と統合し、店舗開発部員は、出店可能候補地に限定された物件の交渉に集中

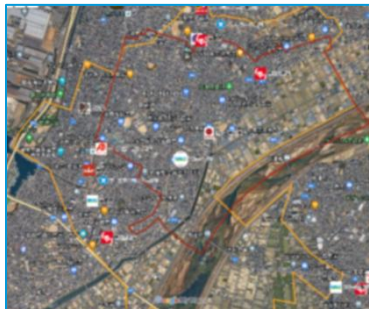
- 簡易的売上予測システムの新規開発で、事前に物件候補地を絞り込み

青色が、「店舗開発部」の業務分掌。段階的に業務範囲を狭め、業務を集中。



店舗開発部と別組織の「商圈調査部」が、独自分析で出店可否をあらかじめ簡易判断
 →**確実に売れる立地**に絞って、地権者に出店交渉を行う

競合店・道路・地形



メッシュ別人口

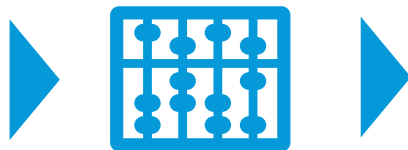


過去事例からの立地評価

立地評価項目 (00-6からまでの算点方式)

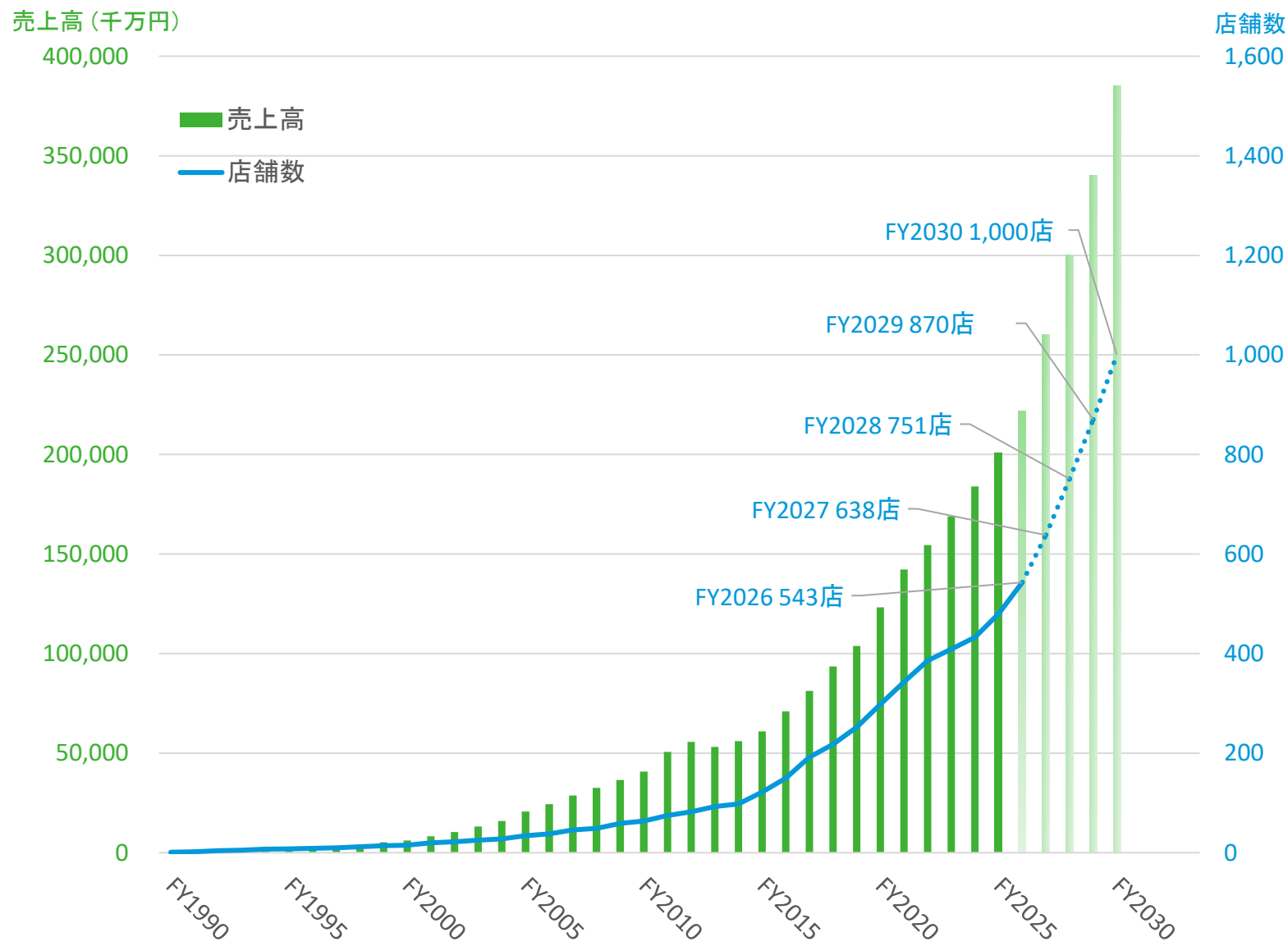
カテゴリー	評価項目	算点	評価
アクセス性 (最大4)	主要道路に接している	4	優
	主要道路から徒歩5分以内	3	良
	主要道路から徒歩10分以内	2	可
	主要道路から徒歩15分以上	1	劣
駅近性 (最大2)	駅まで徒歩5分以内	2	優
	駅まで徒歩10分以上	1	可
近接性 (最大2)	競合店が密集している	2	優
	競合店が分散している	1	可
0	立地評価	0	劣

Genky独自の
売上予測アルゴリズム



13ヶ月後の売上予測結果

GENKY Y2008 概算表			
郵便区別	愛知県		
エリア	知多地域		
市町村別	東海市		
商圏人口	5,457人		
世帯数	2,272世帯		
1人当り消費支出額	25,791円		
商圏内総需要	140,773千円		
最大売上予測(月間)	33,821千円		
成長率	0.68961		
12-15ヶ月予測(月間)	37,116千円		
食品業比率	74.8%		
商圏内シェア	38.2%		
商圏内世帯別人口比率(学生除く)	78.8%		
市町村世帯別人口比率	1.01 8%		
駅	0		
駅	50		
駅	0		
駅	0		
駅	60		
TO DO			
現状商圏内売上	売上予測点	影響額	
GENKY Y2008 概算表	0	33,821,236	0
バスターミナル	23,588,357	15,188,183	-8,390,174
GENKY Y2008 概算表	13,572,437	8,898,206	-4,774,232
GENKY Y2008 概算表	13,898,200	8,708,523	-5,189,676
イオンアースエース東海店	11,388,352	7,081,883	-4,306,469
イオンアースエース東海店	9,421,070	5,775,832	-3,645,237
ファミリーマート東海店	8,472,153	5,532,883	-2,939,269
コスモス東海東海店	8,187,384	5,501,814	-2,685,569
イオンアースエース東海店	8,434,831	5,462,858	-2,971,973
FamilyMart東海東海店	8,829,881	5,462,870	-3,367,011
スズキフラッグ東海店	5,033,233	2,806,352	-2,226,881
にぎわい広場アース東海東海店	4,443,181	2,758,295	-1,684,886
イオンスーパーマーケット東海店	4,084,740	2,649,287	-1,435,453
スズキ東海東海店	3,829,827	2,315,811	-1,514,016
イオンスタイル東海店	3,476,642	2,138,777	-1,337,865
サンフラッグ東海店	3,116,837	1,832,173	-1,284,664
ペイシアースエース東海店	2,648,740	1,674,278	-974,461
W・d・m東海店	2,378,588	1,425,007	-953,581
DCMカニ東海店	2,220,839	1,290,453	-930,386
GENKY Y2008 概算表	1,894,881	1,082,188	-712,693
スズキフラッグ東海店	834,488	558,181	-276,307
イオンアースエース東海店	850,317	488,588	-361,729



まだ、5県しか出店していない。
将来的な出店余地は42都道府県にある。

2025年6月時点

福井県	88 stores
石川県	67 stores
岐阜県	138 stores
愛知県	157 stores
<u>滋賀県</u>	<u>30 stores</u>
合計	480 stores



- 自前化による**物流コスト改善**
- 自社物流体制強化により、高速出店を支える作業システムの改革
- 標準化された複数RPDCを統括管理する、物流システムを構築

岐阜安八RPDC



富山小矢部RPDC



滋賀甲良TC(イメージ)



- 2019年6月
岐阜県に、1棟目の中核センター『岐阜安八RPDC^(注)』稼働
(延床面積 13,000坪、投資総額 65億円)
- 2023年7月
富山県小矢部市に、2棟目の中核センター『富山小矢部RPDC』建設
(延床面積 約11,500坪、投資総額 55億円)
- **2026年5月(予定)**
滋賀県甲良町に、物流拠点としてTCを建設予定
(延床面積 約3,300坪、投資予定額 25億円)
- **2028年12月(予定)**
愛知県内に、3棟目のRPDCを建設予定
(延床面積、投資予定額 100億円強)

注:RPDCとはリージョナル・プロセス・ディストリビューションセンターの略で、
ゲンキーにおける、物流及び食品加工の主要拠点となる施設の呼称です。

持続可能な企業成長に寄与する人材を育てるため、
人事本部が採用から初期教育・生涯教育までを網羅的に管掌することにより、
 一貫性のある人材戦略を構築



概要	ゲンキーの理念に共感し、 未来を共創できる 人材の採用	現場で活躍できるための 統一プログラム	次世代幹部候補者の 特別プログラム	幹部候補者の 特別実践プログラム
具体策	・国内外の優秀人材獲得 ・幹部候補生の特別採用 25年 23名入社 (東京大学、名古屋大学、 早稲田大学など)	・20週新人教育カリキュラム ・eラーニングの動画学習 ・登録販売者 資格取得支援 ・部署別教育カリキュラム	・各階層別研修 ・社外セミナー派遣 ・選抜者特別研修	・実践での貢献(要職配置) ・譲渡制限付き 株式報酬制度(RS)導入

目指すは2040年、1万店舗チェーンストア企業への挑戦

チェーンストア理論の原理原則に従い、
完全標準化と単純化を徹底し、
毎年1千店舗 高速で出店できる体制を構築する。

