

2019年2月期 決算説明会



マックスバリュ中部株式会社

2019年4月10日

I. 決算ハイライト

II. 2019年度主要施策

III. 2019年度業績予想

営業収益は増収(11期連続)
営業利益減益、経常利益・当期利益は増益

(単位：百万円)

科目	2018年度			
	実績	売上比	昨年比	公表比
営業収益	178,543	102.6%	100.1%	99.2%
売上高	174,067	100.0%	100.1%	-
営業利益	3,137	1.8%	91.4%	91.4%
経常利益	3,394	2.0%	108.5%	97.5%
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,806	1.0%	105.5%	102.6%

**新規出店3店舗
大型改装含む改装を17店舗で実施**

(百万円)

投資内訳	投資金額	年間増収見込み
新店(国内3店舗)	1,007	3,500
新店(中国2店舗)	410	1,500
改装(17店舗)	985	1,900
デリカ食品(株)	46	
その他(LED、システム、土地等)	426	
合 計	2,875	6,900

※年間増収見込み金額は1年間営業したと仮定しています。

新規出店



店舗名	所在地	開店月
国内		
ザ・ビッグ エクスプレス楠店	名古屋市北区	2018年7月
ザ・ビッグ エクスプレス南陽店	名古屋市港区	2018年10月
マックスバリュ大津月輪店	滋賀県大津市	2018年10月
中国		
マックスバリュ城市生活広場店	江蘇省蘇州市	2018年4月
マックスバリュ尹山湖店	江蘇省蘇州市	2018年12月





10百万円以上の改装は売上トレンド改善

投資金額	店舗数	改装2ヶ月前 売上昨年比	改装後2ヶ月以降 累計売上昨年比
10百万円以下	6店舗	99.8%	99.1%
~50百万円以下	3店舗	101.7%	104.4%
50百万円超	8店舗	99.1%	103.9%
改装店合計	17店舗	99.5%	103.3%

2018年度重点取り組み総括



重点取り組み	目標数値	結果
新規出店	昨年売上高+17億円	売上高+11億円(▲6億円)
既存店改装	昨年売上高+9億円	売上高+5億円(▲4億円)
商品力の強化	食品内生鮮売上 構成比 40%	39.8%(▲0.2ポイント) (昨年差+0.4ポイント) ※2018年度より集計基準変更。
販売力の強化 (火曜・日曜)	火曜日客単価:102% 日曜日客単価:102% ※(既存店 特別販促要因を除く)	火曜日客単価:101.5% 日曜日客単価:102.2%
デジタル化	ネットスーパー3店舗開店 売上高昨年比157.3%	ネットスーパー3店舗開店 売上昨年比117.2%



新規出店、改装の取り組み



簡便・即食・健康などのお客さまの嗜好に合わせた品揃え
商品化技術、厨房機器を進化し、「おいしい」をご提供



おいしい商品化、厨房機器の進化

健康志向への品揃え対応



新規商品開発による商品力の強化



こだわりのおいしい商品化



お客さまモニターによる新規商品評価



簡便な骨取りの切り身



ハンバーグ用のミンチの開発

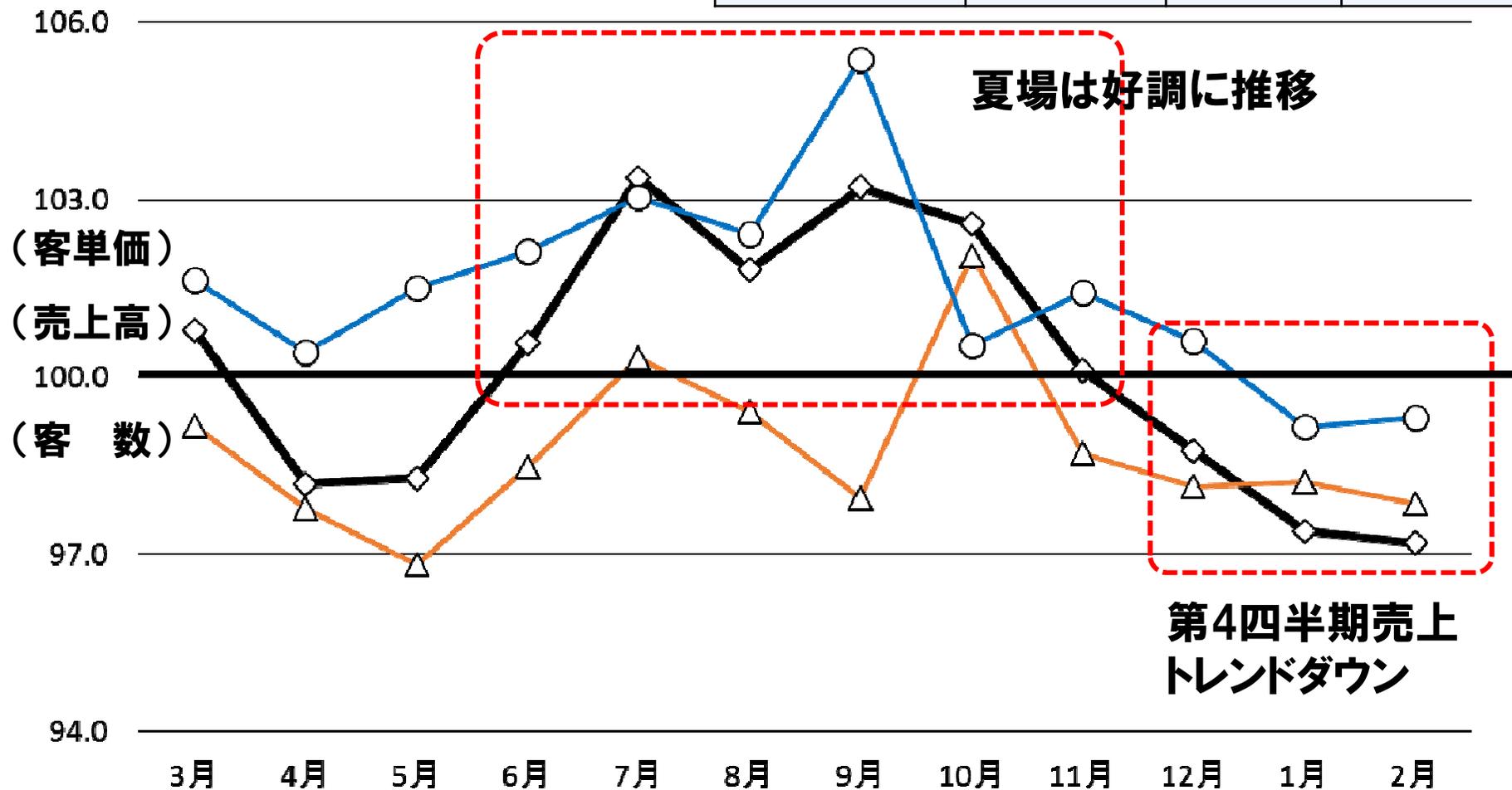
既存店売上高・客数・客単価(昨年比)の推移



■ 既存店売上高
7ヶ月昨年クリア

(%)

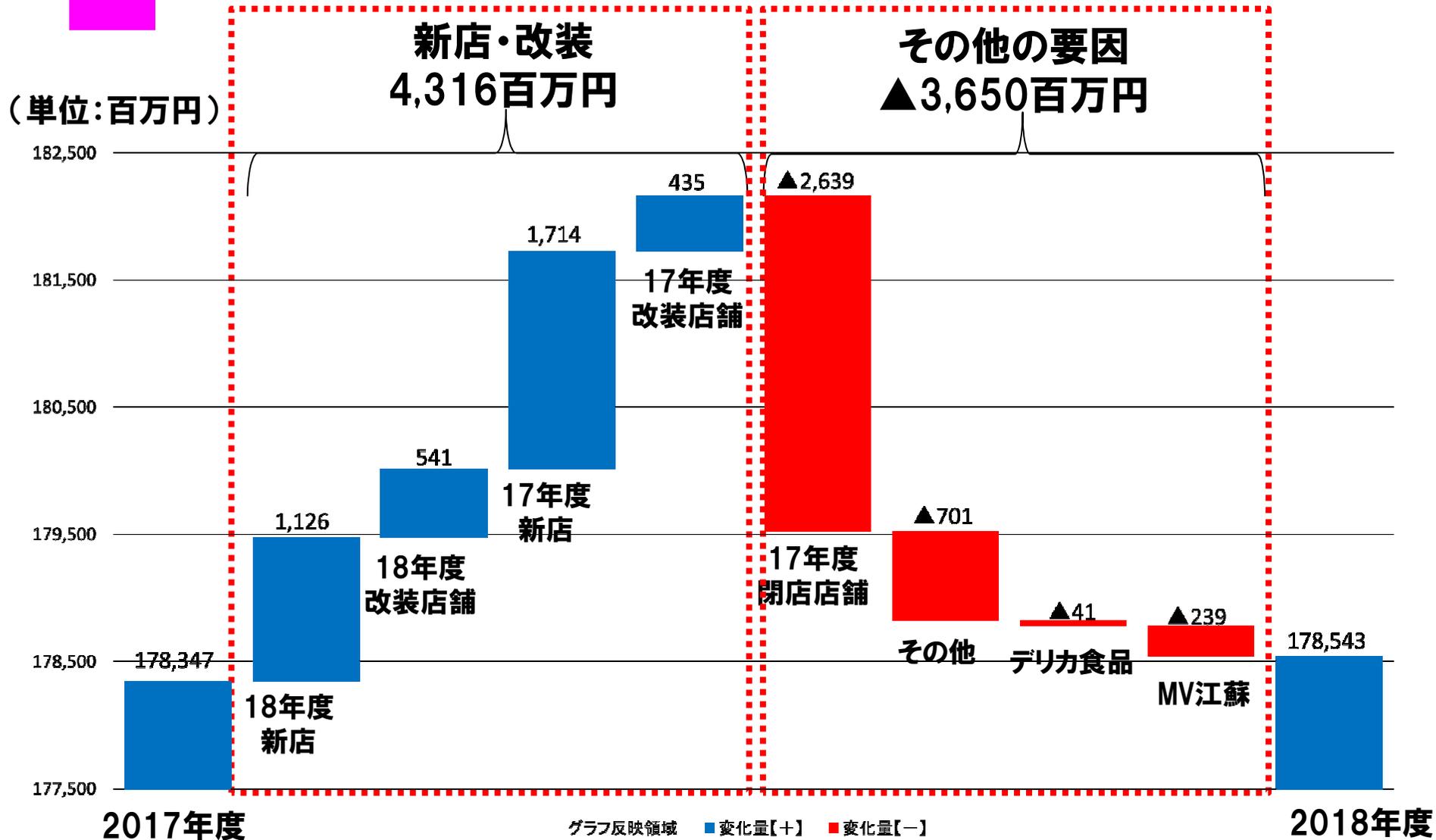
	売上高	客数	客単価
上期	100.5%	98.7%	101.9%
年間	100.2%	98.8%	101.5%



営業収益の増減要因(連結)



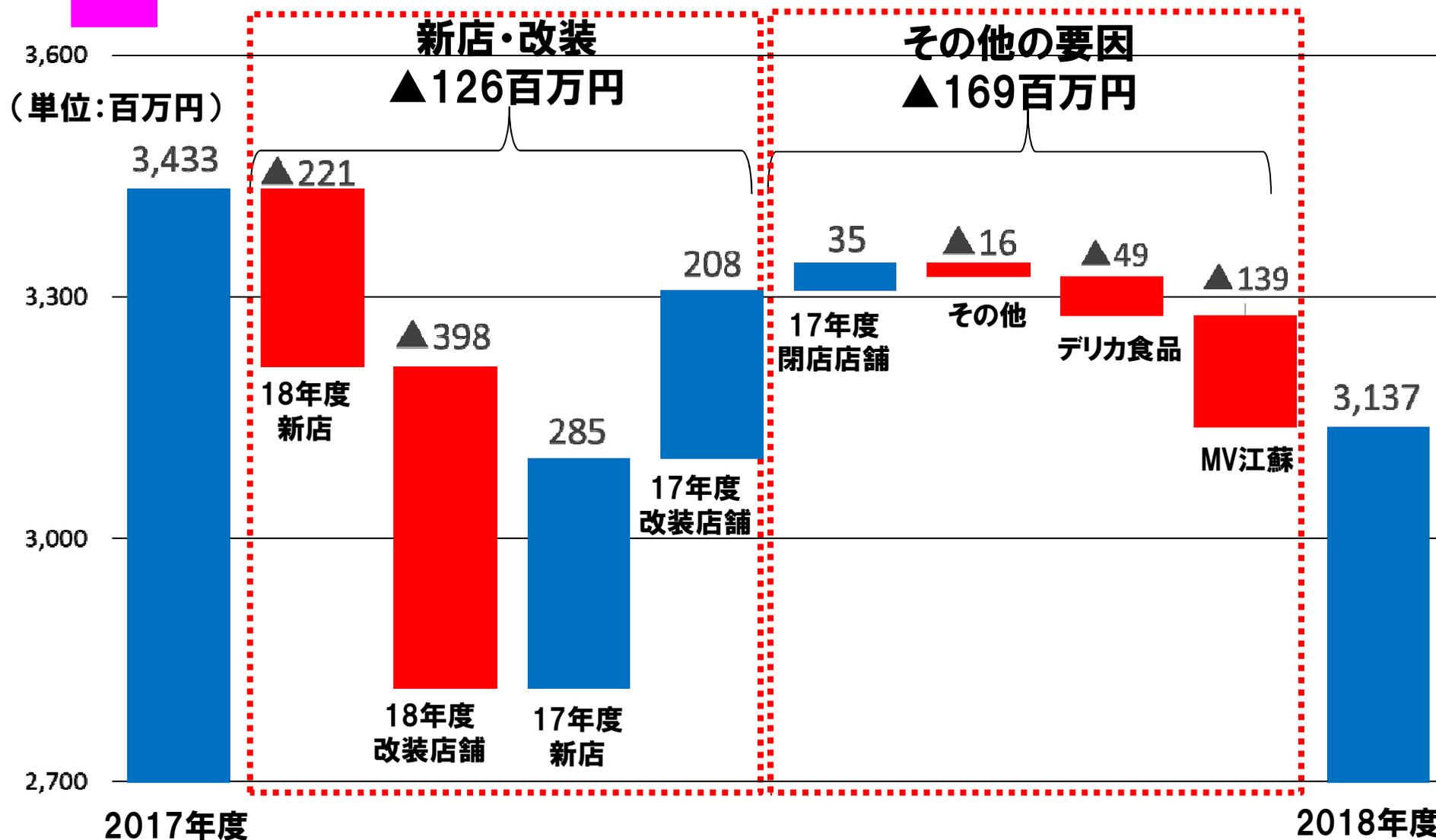
新規出店、既存店の改装が牽引し増収達成



営業利益の増減要因(連結)



改装投資による一時経費増加により減益

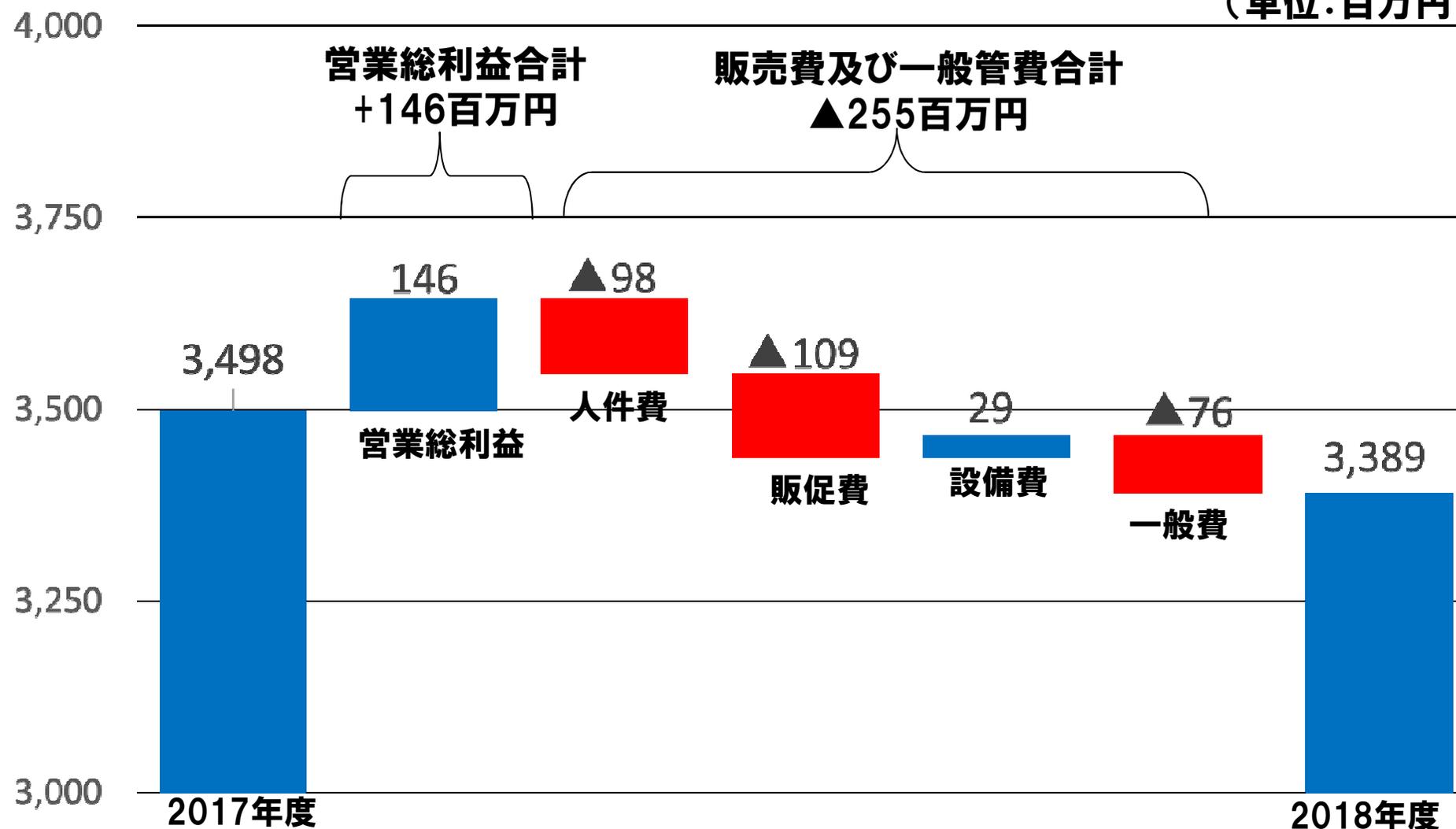


営業利益の増減要因(個別)



営業総利益の伸びよりも経費の伸びが上回り減益

(単位:百万円)



I. 決算ハイライト

II. 2019年度主要施策

III. 2019年度業績予想



新モデルを実験、検証し、次の成長へつなげる

新規出店計画

4月下旬 マックスバリュ森孝東店

下期 2店舗(予定)

改装

マックスバリュ上野小田店(3月)実施

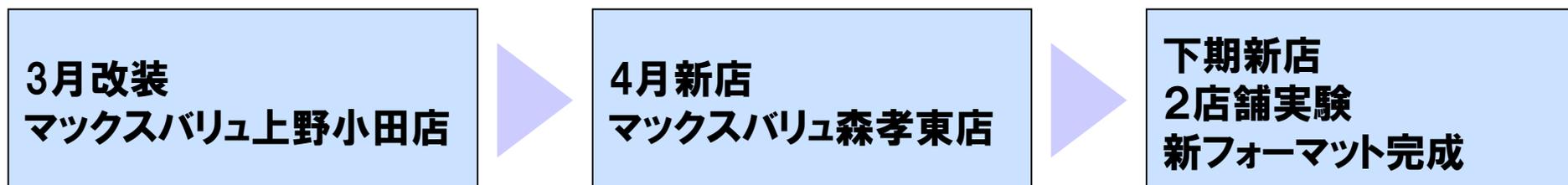




次世代の成長エンジンとなる新フォーマットの構築

フォーマット	コンセプト	想定売上高	標準面積
ファン・トゥ・ショップ	<ul style="list-style-type: none"> ・お客さまへの食提案、お買い物の楽しさを提供し、食卓を想起させる店舗 ・ちゃんとごはんの取り組みでお客さまの食をサポート 	18億円～20億円	2,000㎡

今後の展開予定



五感を刺激し、食卓が想起される店舗作り

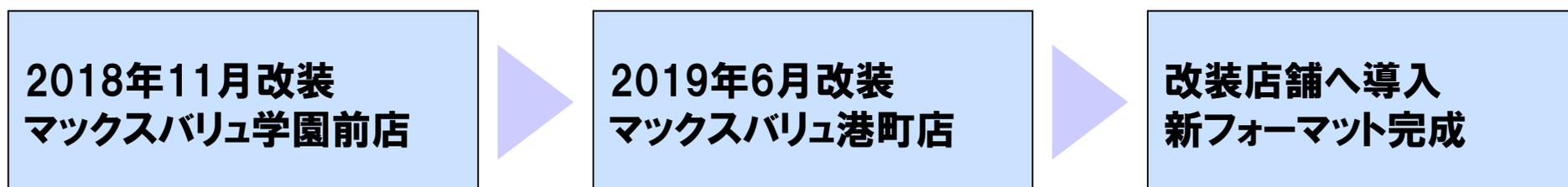




次世代の成長エンジンとなる新フォーマットの構築

フォーマット	コンセプト	想定売上	標準面積
生鮮強化型	<ul style="list-style-type: none"> ・特定カテゴリーの品揃えに特化し、特に生鮮食品のディスプレイネーション化 ・ステープルは嗜好性の高いカテゴリーの品揃えに特化し、定番商品の価格訴求 	18億円～20億円	2,500㎡

今後の展開予定





生鮮ディステーション



1個から箱売りまで対応



バラ販売の価格訴求



買物カートの変更

当社のブランド「ちゃんとごはん」商品の開発 お客さま、地域との参加型企画を実施



■ちゃんとごはんとは？

- ・バランス良い食事をちゃんと3食食べることがを推進し、お客さまの健康な生活を応援。
- ・健康でいるからこそ感じる事ができる「おいしい」という喜びをお届けすること。



料理提案



大学コラボちゃんとごはん弁当



料理教室



調理方法



生産性改善と人手不足への対応

1. レジの効率化

お支払いセルフレジの導入

→最大通常レジの1.5倍の通過効率



お支払いセルフレジの導入予定

	現状導入店舗	年間計画
お支払いセルフレジ	14店舗	7店舗

2. 新発注システムの部門拡大

「セミオート発注システム」の水平展開

重点発注の単品管理精度の向上

物流への投資による商品力の強化と店舗作業効率化



I. 決算ハイライト

II. 2019年度主要施策

III. 2019年度業績予想

2020年2月期第2四半期累計連結業績予想



	連結業績見通し
	第2四半期累計期間
営業収益	87,000百万円
営業利益	1,310百万円
経常利益	1,350百万円
親会社株主に帰属する 当期純利益	600百万円
1株当たり当期純利益	19.05円

※マックスバリュ東海株式会社と2019年9月1日を効力発生日とする合併を予定しているため、通期の業績見通しは記載しておりません。また、2019年6月1日を効力発生日としてイオンビッグ株式会社にディスカウントストア事業の会社分割を予定しているため、昨年比は記載しておりません。



本資料に記載されている業績見通し、事業計画、目標等の将来に関する事項は、当社が本資料作成時点で入手可能な情報に基づき、一定の仮定をおいたもの、もしくは判断した見込みであります。

これらの仮定及び判断については、潜在的风险や不確実性を含んでおり、実際の業績または展開が異なる可能性があります。