



2024年2月期 第2四半期

(2023年2月21日～2023年8月20日)

決算説明資料

株式会社平和堂

決算説明会

2023年9月28日・29日

目次

- 2024年2月期第2四半期業績結果（総括） P3
- 2024年2月期第2四半期業績結果（連結） P4~12
- 2024年2月期第2四半期業績結果（単体） P13~16
- 2024年2月期下期計画 P17~24
- ビジョン・成長戦略 P25~31

- 補足資料（連結） P32~36
- 補足資料（単体） P37~44
- 補足資料（業績予想） P45~48

■ 決算総括

2023年9月22日修正数値公表通り

➤ 連結 増収増益

		<u>期初予想値比</u>	<u>前期比</u>
• 【営業収益】	増収	101.0%	102.3%
• 【営業利益】	増益	220.2%	132.3%
• 【経常利益】	増益	192.1%	124.2%
• 【四半期純利益】	増益	206.5%	138.5%

※当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益

➤ 単体 増収増益

		<u>期初予想値比</u>	<u>前期比</u>
• 【営業収益】	増収	101.0%	102.6%
• 【営業利益】	増益	187.1%	122.0%
• 【経常利益】	増益	165.8%	103.7%
• 【四半期純利益】	増益	161.5%	110.8%

業績結果(連結)

■ 連結経営成績 2024年2月期 第2四半期

増収増益

- **収益面** 人の動きの活発化・物価上昇により**国内小売業、外食事業は増収**。一方、不採算店舗・事業の縮小を進めた会社は減収。
- **利益面** 光熱費上昇、成長投資による一時費用、減価償却費増加の一方で、販促費の効率運用、生産性改善による人件費の抑制、不採算店舗・事業縮小を進めた会社の経費減少により増益。

(単位：百万円、%)	2022/8	2023/8		
	実績	実績	前期比	前期差
営業収益	203,210	207,960	102.3	4,750
営業利益	4,825	6,386	132.3	1,560
経常利益	5,567	6,916	124.2	1,349
親会社株主に 帰属する四半期純利益	2,982	4,129	138.5	1,147

■ 連結 主要会社別業績 営業収益

(単位：百万円、%)	2022/8	2023/8		
	実績	実績	前期比	前期差
(株)平和堂	181,058	185,785	102.6	4,726
連結子会社計	42,978	44,577	103.7	1,598
(株)ベストオーネ	16,065	17,670	110.0	1,605
(株)ファイブスター	4,633	5,608	121.0	974
(株)ナショナルメンテナンス	4,446	4,361	98.1	△85
平和堂(中国)	4,800	4,150	86.5	△650
(株)エール	3,188	3,346	104.9	157
(株)丸善	3,166	2,877	90.9	△288
(株)ダイレクトショップ	2,552	2,227	87.3	△324
(株)シー・オー・エム	1,546	1,743	112.7	196
富山フューチャー開発(株)	1,347	1,363	101.2	15
(株)ヤナゲン	431	455	105.5	23

■ 連結 主要会社別業績 経常利益

(単位：百万円、%)	2022/8	2023/8		
	実績	実績	前期比	前期差
(株)平和堂	6,078	6,301	103.7	223
連結子会社計	613	1,181	192.4	567
(株)ベストオーネ	139	△40	—	△180
(株)ファイブスター	△53	207	—	261
(株)ナショナルメンテナンス	184	178	96.8	△5
平和堂(中国)	187	455	242.7	267
(株)エール	20	70	342.1	49
(株)丸善	△11	△18	—	△6
(株)ダイレクトショップ	△141	△115	—	25
(株)シー・オー・エム	98	116	117.9	17
富山フューチャー開発(株)	50	130	258.3	79
(株)ヤナゲン	110	119	108.4	9

■ 連結設備投資状況

- 単体「新設店舗」は、下期および翌期出店店舗の支払分の一部
- 単体「改装」は、AP草津(964百万円)と下期ビバシティ分の一部
- 単体「IT」は、新POSレジ導入(987百万)、発注端末更新(203百万円)
- 単体「その他」新デリカセンター(2,643百万円 単体総額5,750百万円)
- 連結「子会社」ベストオーネ（新デリカセンター2,789百万円）（単位：百万円）

		2022/8		2023/8	
		実績	実績	実績	前期差
連結		7,675	11,420	3,745	
単体		6,905	7,898	993	
新設店舗		913	1,042	129	
既存店舗	改装	1,690	1,722	32	
	修繕	1,113	773	△340	
その他	IT	620	1,380	760	
	その他	2,569	2,981	412	
連結子会社		770	3,522	2,752	

2024年2月期 第2四半期 主な投資内容

◆デリカセンター 2023年5月31日稼働

総投資額 グループ計8,659百万円(単体5,750百万円・ベストーネ2,909百万円)



	現デリカセンター	新デリカセンター
延床面積	2層 1,550坪	2層 3,549坪(約2.3倍)
出荷量	2021年度64,000パック/日	初年度128,000パック/日

■お米の甘みを引き出す「釜炊き」



■新規取り組み「カットキャベツ」



■新規取り組み「ベーカリー」



■野菜残さを堆肥化原料として再利用



弁当、おにぎり大きく伸長
 カットキャベツ粗利向上、ベーカリー全店展開
 店舗MHの活用向上、環境への取組み

2024年2月期 第2四半期 主な投資内容

- 2021年度以降は、食品売場改装に加え、衣料品住居関連品直営売場面積の適正化・テナント導入・コミュニティゾーンといったショッピングセンターの付加価値を高める改装を推進



◆AP草津改装

2023年4月24日グランドオープン
総投資額 964百万円



Gong cha開店

AP草津 改装後、全年代伸長 (特に10~20代)

客数昨比	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	合計
店計	108.7	111.0	103.8	100.5	108.7	105.2	109.2	114.2	106.3

◆新POSレジ更新中

- 2022年9月設置開始
2024年2月までに全店更新予定
- 総投資額 5,126百万円
- レジ業務約40%弱削減



■ 連結キャッシュフロー計算書

単位：百万円

45,000
40,000
35,000
30,000
25,000
20,000
15,000
10,000
5,000
0

現金及び
現金同等物の
期首残高

2023/2
25,096

営業CF
+ 16,742

税引等調整前利益
6,456
非資金性損益（主に減価償却）
6,350
営業活動に係る債権債務増減
5,494
法人税及び利息受払
△1,558

△7,726
投資CF

設備投資関係
△10,609
その他
2,882

△1,065
財務CF

有利子負債返済等
359
その他
（主に配当）
△1,424

現金及び
現金同等物の
期末残高

(+ 8,014)
2023/8
33,111

■ 連結経営指標

- 投資効率を高め、数値の改善に取り組む
- 2023年2月期から2025年2月期の3年は成長投資を優先

(単位：円、%)

	2022/8	2023/8
営業収益営業利益率	2.4	3.1
営業収益経常利益率	2.7	3.3
自己資本比率	59.0	59.1
自己資本四半期純利益率(ROE)	1.7	2.3
総資産経常利益率(ROA)	1.9	2.3
1株当たり四半期純利益(EPS)	56.87	78.74
1株当たり純資産(BPS)	3400.0	3505.4
有利子負債比率	15.6	15.1
ネット有利子負債比率	△5.3	△4.9

有利子負債比率 = 有利子負債 ÷ 自己資本 ネット有利子負債比率 = (有利子負債 - 現金・預金) ÷ 自己資本

業績結果(単体)

■ 単体経営成績 2024年2月期 第2四半期

増収増益

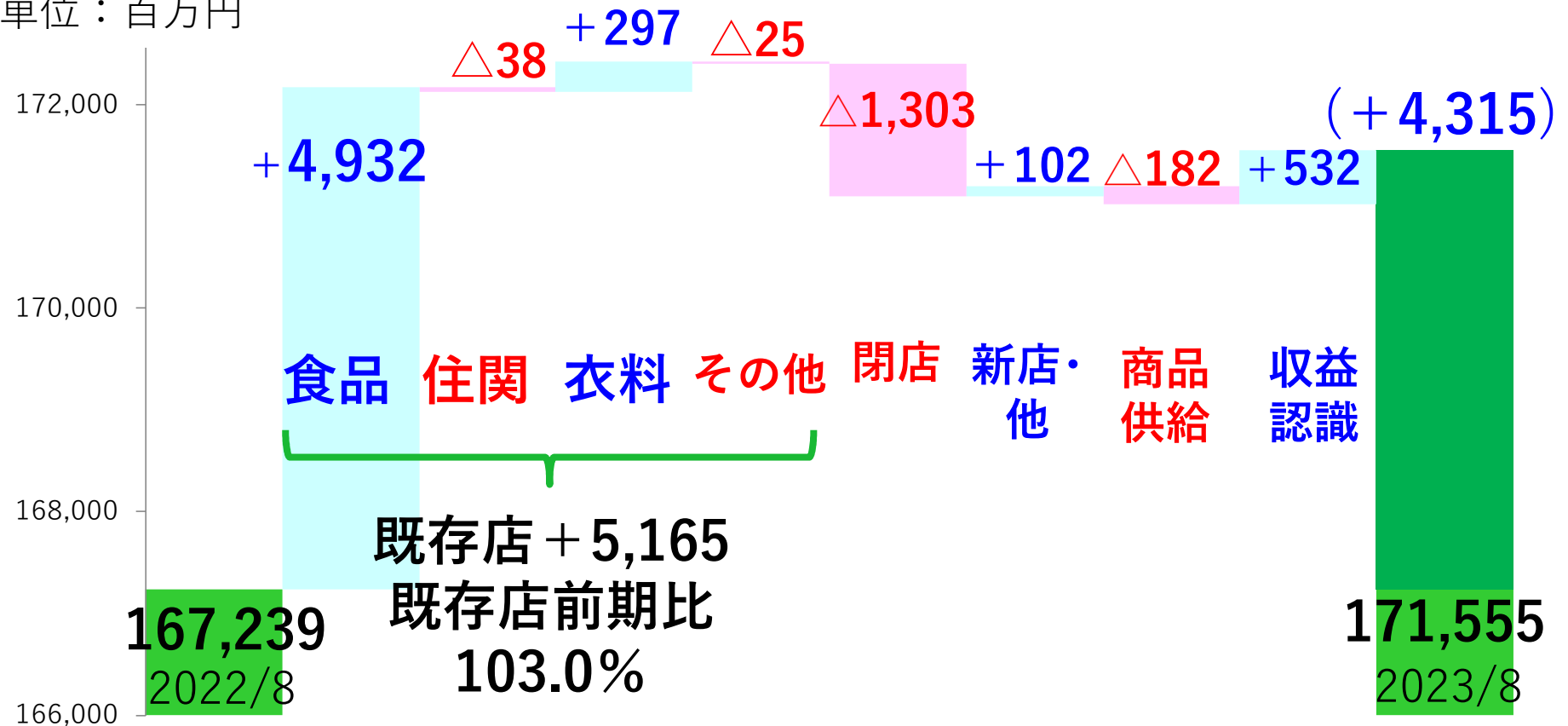
- **収益面** 人の動きの活発化により、衣料品、テナント収入、旅行需要の回復 一般食品は一品単価上昇により伸長 総菜部門は伸長する「中食需要」に伴い好調を維持
- **利益面** 光熱費上昇、成長投資による一時費用、減価償却費が増加したものの、販促費の効率運用、生産性改善による人件費抑制により増益

(単位：百万円、%)	2022/8		2023/8	
	実績	実績	前期比	前期差
営業収益	181,058	185,785	102.6	4,726
営業利益	4,447	5,425	122.0	978
経常利益	6,078	6,301	103.7	223
四半期純利益	3,644	4,037	110.8	393

■ 単体売上高 増減要因

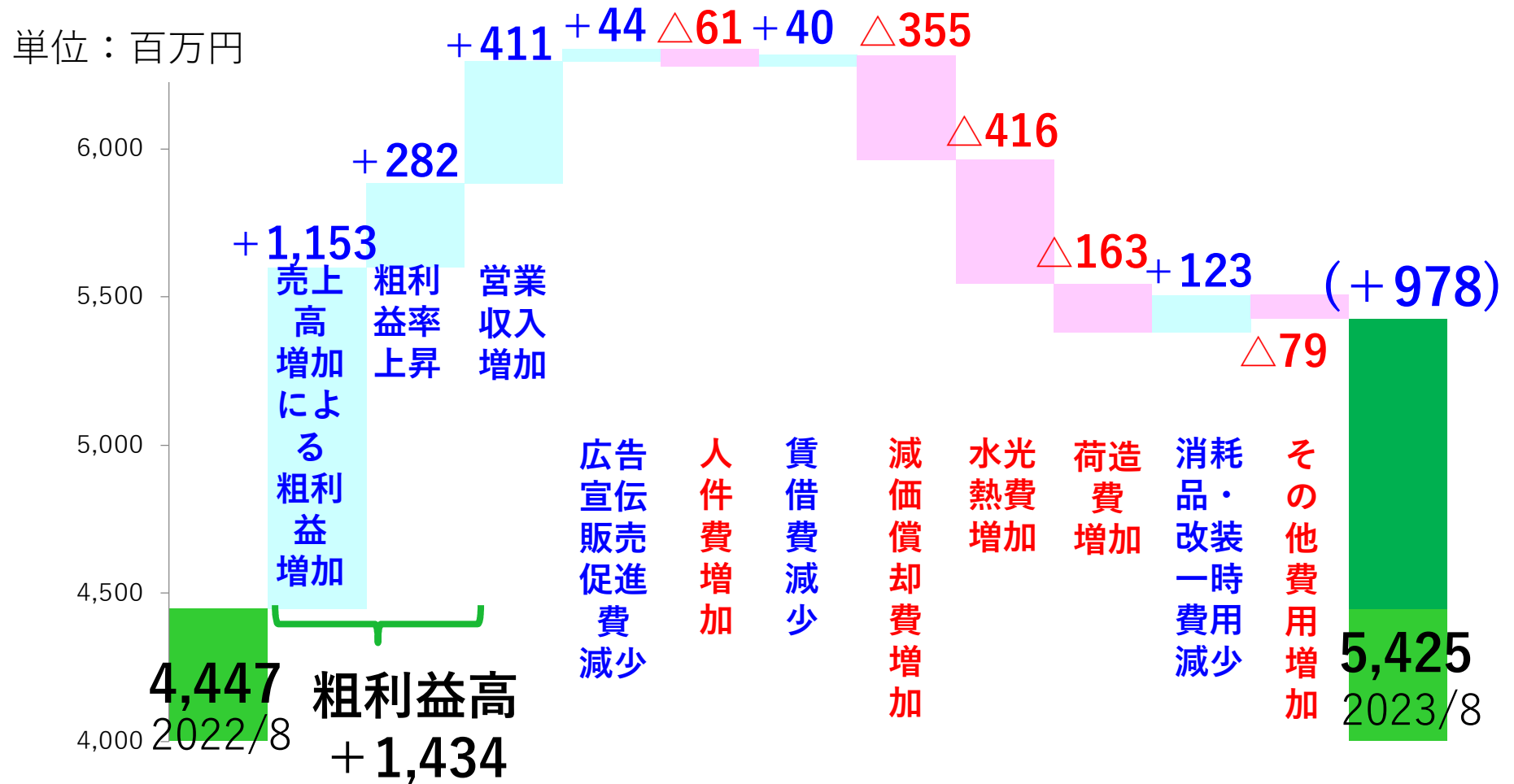
- 閉店は、2022年8月閉店の甲西中央店と建替えのために2023年5月閉店の守山店・FM長浜祇園店
- 収益認識増加は、前期と比較しポイント販促と商品供給が減少したため

単位：百万円



■ 単体営業利益 増減要因

- 荷造費増加は、売上高増加による物量増加と比例、営業収入の内物流収入も増加



2024年2月期 下期計画

2024年2月期 連結設備投資計画

- 単体「新設店舗」は、下期2店舗と翌期出店店舗の支払分の一部
- 単体「改装」は、ビバシティ・FM開発店・APベル・AP加賀
- 単体「IT」は、新POSレジ導入(総投資5,126百万)が下期に完了

(単位：百万円)

		2023/2		2024/2	
		実績	上期実績	下期計画	年間見込
連結		17,529	11,420	13,435	24,855
単体		15,592	7,898	12,443	20,341
新設店舗		947	1,042	5,287	6,329
既存 店舗	改装	3,898	1,722	2,759	4,481
	修繕	2,080	773	773	1,546
その 他	IT	4,014	1,380	3,162	4,542
	他	4,653	2,981	462	3,443
連結子会社		1,937	3,522	992	4,514

■ 連結投資内容 (旗艦店舗への大型投資)

◆ ビバシティ彦根

- 2023年下期改装オープン 総投資額 2,903百万円
- 旗艦店舗に相応しいプレミアム感があり、暮らしを彩る「食」「衣料」「雑貨」を中心にしたライフスタイル提案売場に再編
- 人と人のつながりや人とコトが出会い、三世代が集う地域交流の場



■ 新店投資（小規模店舗・SM出店・CoCoRoPlus）

◆フレンドマートスマート「茨木サニータウン店」

小商圈小規模店舗 新規出店 SM150坪スタイル
茨木北部エリアのドミナント深耕、AP茨木の補完



◆平和堂「元塩店」（名古屋市南区元塩）

SMテナント出店（450坪）
DCM（カーマホームセンター）との取組



◆CoCoRoPlus「阪急池田駅」出店

外部出店10店舗目



■ HOP戦略 会員拡大とデータ分析

◆ HOP-VISAカードリニューアルし カード会員拡大

10月1日運用開始

- 平和堂の外でのVISA購買でHOPポイントが貯まる、流通量を拡大
- 消費行動解析やマーケティングの高度化
- カード事業から、金融収益の獲得



◆ HOP WALLETとゆうちょ銀行連携

9月1日運用開始

- ゆうちょ銀行からチャージ可能に
- 今後さらに広がるキャッシュレス社会に対応するとともに、HOPカード会員様をはじめ、お客様のお支払方法の多様化と利便性の向上、サービスの拡充を目指す



◆ 滋賀大と三井住友カードと平和堂 データ分析連携協定締結

- 顧客データ分析や需要予測の高度化を実現し、顧客へのサービス向上や在庫の最適化といった小売事業の課題解決



魅力ある商品 PB拡大 E-WA！（衣食住）

衣住のE-WA商品開発推進
 衣料・・・上期137.7%伸
 住居関連・・・上期132%伸



魅力ある商品 PB拡大 くらしモア拡大

ニチリウ くらしモア 価格凍結宣言 (生活防衛)



「くらしモア」宣言

- 1 価格の約束
お得を実感し、納得できるお買い物でいつも満足を届ける「くらしモア」。
- 2 信頼の約束
誰にでも使いやすく安全な製品でずっと安心を届ける「くらしモア」。
- 3 進歩の約束
時代やニーズの変化に応え欲しい気持ちのそばにある「くらしモア」。

日本流通産業株式会社 (通称ニチリウ) 加盟18社

(株) エコス、(株) オークワ、
(株) 近商ストア
(株) クリエイトエス・ディー
コープこうべ、コープさっぽろ
(株) さえきセルバHD
サツドラHD (株)、(株) さとう
(株) サニーマート、(株) サンエー
(株) 仁科百貨店、富士シティオ (株)
(株) 平和堂、(株) ヤマザワ
ユーコープ、両備HD (株)
(株) ライフコーポレーション

	凍結期間		凍結品目 昨比	くらしモア 全体昨比
第一弾	22年	10/1~11/30	106.2	102.3
第二弾	23年	1/31~3/31	111.5	106.7
第三弾	23年	6/1~7/31	125.6	120.0
第四弾	23年	9/1~10/31 (途中)	114.1	108.8

2024年2月期 通期 業績予想

- 2023年9月22日に業績予想変更を開示
- 年初想定していた電力費の見込を実勢の推移から見立て直す
- 営業収益は、上期業績から下期見込を上方修正
- 単体の大型投資は、計画通り進捗 年初想定よりも費用ではなく資産計上する比率が高く、販売管理費の見込を修正

(単位：百万円、%)

	連結			単体		
	予想値	前期比	前期差	予想値	前期比	前期差
営業収益	427,000	102.7	11,324	382,000	102.9	10,717
営業利益	13,000	115.3	1,720	10,900	109.6	957
経常利益	14,100	107.9	1,030	12,100	98.3	△211
親会社株主に帰属する当期純利益/ 当期純利益	8,300	110.4	783	7,400	89.8	△840

平和堂グループの ビジョン・成長戦略

中長期ビジョン 地域共創

平和堂ならではの 地域密着ライフスタイル総合(創造)企業



「地域の健康」

- ◆人の健康
- ◆地域社会の健康
(地域活動や地域経済が活性化されている状態)

地域の健康

平和堂成長のターゲット

健康

「平和堂健康ラボ」を立ち上げ、健康の研究と重点取組みの実践への橋渡しをする体制を構築(正しい知識と食、生活習慣等生活全般での連動した取組みの構築)する

子育て

平和堂「らぶきっず」の未来像を描き、全社的な取組み(子育て支援含む)として具体化する

高齢者

健康寿命≒平均寿命を目指し、生涯元気であるための様々な取組みを進める

★行動基準となるサステナビリティの推進と事業基盤となるDXの推進

サステナビリティ・ビジョン

5つの重要課題

◆「地域の健康」の実現

- ・健康、子育て、高齢者
- ・地域商品、地域活動、コミュニティ

◆廃棄物の削減と資源循環の推進



◆脱炭素社会の実現

- ・建物屋上、駐車場ではカーポートタイプの太陽光発電設備を設置
- ・42店舗に6kW EV普通充電器設置へ

◆安全・安心で持続可能な商品の調達

- ・商品調達基本方針を策定し、安全・安心な商品を継続して提供

◆多様な人材の活躍

- ・男性育児休業取得率100%達成
- ・タレントマネジメントシステムの導入

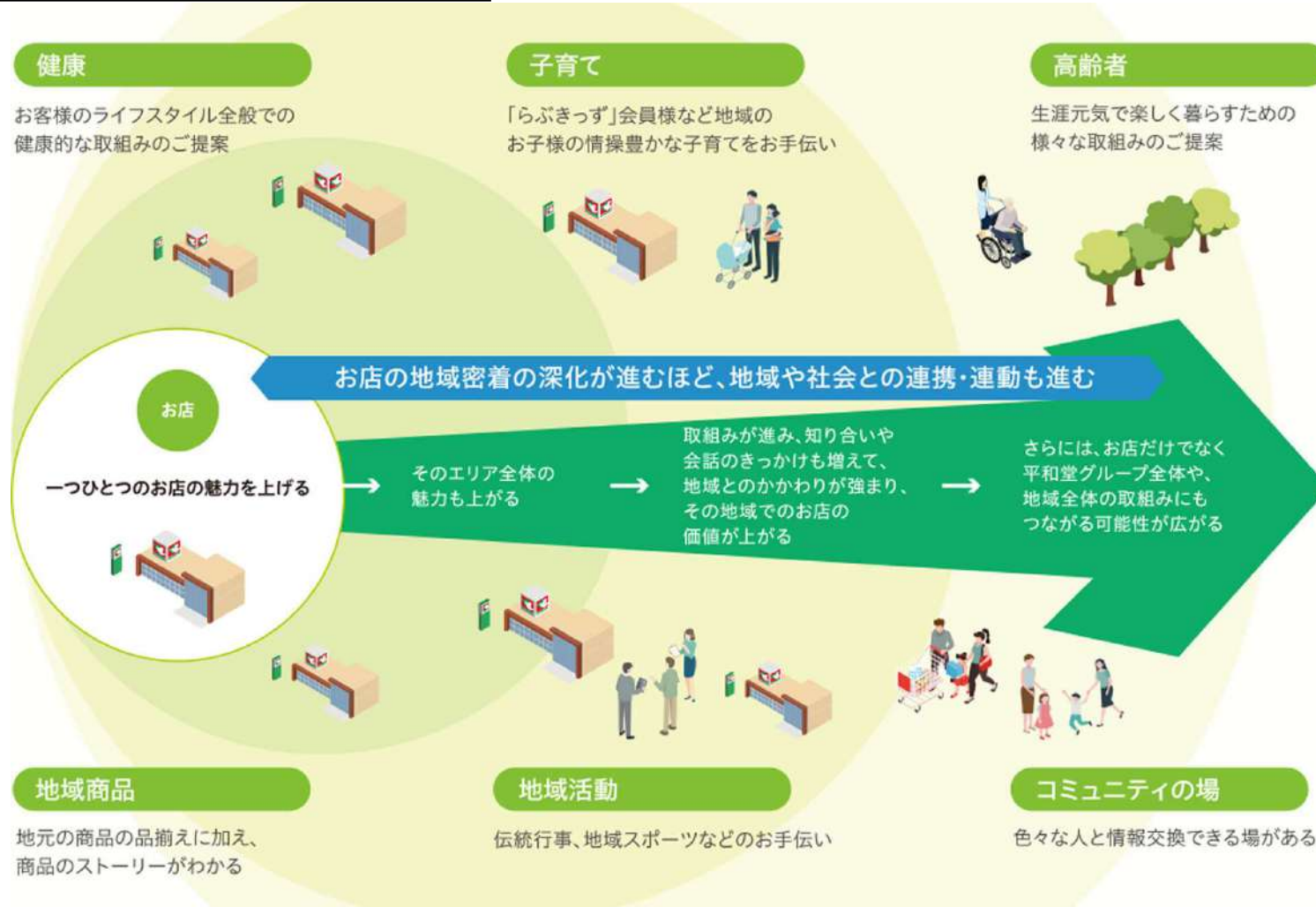


新デリカセンター野菜残渣を平和堂ファームで堆肥化原料として再利用



サステナビリティ・ビジョン 地域共創

◆5つの重要課題 「地域の健康」の実現



■ 地域共創 サステナビリティ・ビジョン

◆ 「地域の健康」の実現

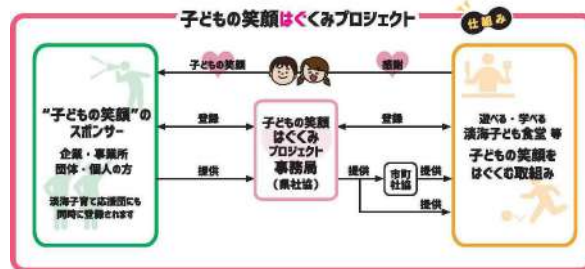
● 健康

健康習慣を身につけるための啓発活動



● 子育て

お子様の豊かな心を醸成することを目的とし、これまで多くの体験イベントなどの活動を実施



地域共創 サステナビリティ・ビジョン

◆「地域の健康」の実現

- 高齢者** 生涯元気で楽しく暮らす
 ホーム・サポートサービス
 合計33店舗のサービス体制
認知症サポーター育成
 9,970人取得

- 地域商品**
 地産地消の促進や、地域が誇る優れた
 特産品の素晴らしさを知ってもらう



■ 地域共創 サステナビリティ・ビジョン

◆ 「地域の健康」の実現

● 地域活動



びわ湖の日



審査・判定の結果、以下の内容で、貴農場がJGAPの認証を取得したことを証明いたします。

認証農場
株式会社平和堂（平和堂ファーム）

平和堂ファームJGAP認証



じもとりっぶ

● コミュニティの場

お買い物以外の目的で地域住民が集い、繋がり、生活が豊かになるきっかけを得る場 《地域サロン～みんなの広場～》



学生



育児



高齢者

補足資料 連結

■ 連結業績概況 2024年2月期 四半期推移

- 新型コロナウイルス感染症の位置づけが5月8日から「5類感染症」に移行したことによる人流の活性化と前期10月からの値上げによる営業収益上昇の効果が上期を通して発生した

(単位：百万円、%)

		第1四半期	第2四半期	累計
営業収益	実績	100,905	107,055	207,960
	前期比	102.2	102.5	102.3
営業利益	実績	2,595	3,791	6,386
	前期比	137.7	128.9	132.3
経常利益	実績	2,915	4,001	6,916
	前期比	132.4	118.9	124.2
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	実績	1,572	2,557	4,129
	前期比	130.7	143.7	138.5

■ 連結 主要会社別業績 営業収益増減要因

(単位：百万円)

	2023/8		増減要因
	実績	前期差	
連結子会社計	44,577	1,598	
(株)ベストーネ	17,670	1,605	新デリカセンター稼働と久御山食品センター供給店舗拡大
(株)ファイブスター	5,608	974	人流活性化による客数回復、海座新店が寄与
(株)ナショナルメンテナンス	4,361	△85	施設保安部の前期大型工事スポット受注反動
平和堂(中国)	4,150	△650	不採算店舗であった前期の東塘店、今期株洲店(6/30閉店) 営業縮小
(株)エール	3,346	157	前期に実施した改装店舗の効果と堅調な食品業績
(株)丸善	2,877	△288	不採算の近江八幡店閉店による
(株)ダイレクトショップ	2,227	△324	不採算のTSUTAYA事業の閉店縮小により減収
(株)シー・オー・エム	1,743	196	KFCは堅調に推移、新店も押上
富山フューチャー開発(株)	1,363	15	行動制限緩和により客数増加
(株)ヤナゲン	455	23	外販事業の受注成功

■ 連結 主要会社別業績 経常利益増減要因

(単位：百万円)

	2023/8		増減要因
	実績	前期差	
連結子会社計	1,181	567	
(株)ベストーネ	△40	△180	新デリカセンター稼働による一時費用発生
(株)ファイブスター	207	261	営業費用は増加したが、人流活性化による営業収益回復が大きい
(株)ナショナルメンテナンス	178	△5	減収に加え、人件費が増加
平和堂(中国)	455	267	不採算店舗であった前期の東塘店により営業費用が大きく削減
(株)エール	70	49	前期に実施した改装店舗一時費用発生の反動と好調な営業収益
(株)丸善	△18	△6	不採算店舗は閉店し、営業費用の削減は進んだが既存店舗の業績が伸び悩む
(株)ダイレクトショップ	△115	25	不採算のTSUTAYA事業の閉店縮小により費用が削減でき赤字幅は縮小
(株)シー・オー・エム	116	17	KFCは堅調に推移、新店が好調に推移したことで、営業費用の増加を吸収
富山フューチャー開発(株)	130	79	人流活性化による増収と、不採算の温浴事業を閉鎖で営業費用が減少
(株)ヤナゲン	119	9	外販事業の受注成功

■ 連結 2024年2月期 第2四半期 販売管理費

- 人件費：各社単価は上昇するも生産性改善により抑制
- 水道光熱費：国内各社とも大幅に増加も年初想定は下回る
(単位：百万円、%)

	2022/8	2023/8		
	実績	実績	前期比	前期差
販売管理費	68,082	69,125	101.5	1,042
広告宣伝費	1,586	1,386	87.4	△199
販売促進費	399	567	142.0	167
人件費	35,472	35,456	100.0	△15
賃借料	6,931	6,693	96.6	△238
減価償却費	5,442	5,897	108.4	454
水道光熱費	3,664	4,133	112.8	468
荷造費	5,528	5,635	101.9	106
消耗品・改装一時費用	1,848	1,864	100.9	15
その他	7,206	7,489	103.9	283

補足資料 単体

■ 単体業績概況 2024年2月期四半期推移

- 上期を通して、人の動きの活性化と物価上昇により好調に推移
- 第1四半期が経常利益以下で減益となっているのは、連結子会社である中国からの配当金が減少したため（連結では消去）

(単位：百万円、%)

		第1四半期	第2四半期	累計
営業収益	実績	89,907	95,878	185,785
	前期比	102.5	102.8	102.6
営業利益	実績	2,096	3,329	5,425
	前期比	121.3	122.4	122.0
経常利益	実績	2,849	3,452	6,301
	前期比	93.8	113.6	103.7
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	実績	1,773	2,264	4,037
	前期比	86.0	143.2	110.8

■ 単体 商品別売上高 ※収益認識基準適用前比較

- 生鮮食品は、総菜が業績を牽引、精肉は戦略的に値入率を落とし、お客様の低価格志向への対応を進めたことで前年実績を上回った 青果は相場が前年より低く推移したことで前年を下回った
- 一般食品は値上により単価が上昇し好業績
- 衣料品は、行動制限撤廃に伴い需要が回復

(単位：百万円、%)

	2022/8		2023/8			既存店 前期比
	実績	構成比	実績	構成比	前期比	
合計	180,093	100.0	183,876	100.0	102.1	103.0
食料品	141,552	78.6	145,333	79.0	102.7	103.5
生鮮食品	65,849	36.6	67,074	36.5	101.9	102.7
一般食品	75,702	42.0	78,259	42.6	103.4	104.2
衣料品	12,353	6.9	12,599	6.9	102.0	102.4
住居関連品	17,413	9.7	17,392	9.5	99.9	99.8
商品供給	4,344	2.4	4,162	2.3	95.8	—
その他	4,429	2.5	4,387	2.4	99.0	—

■ 単体 2024年2月期 第2四半期 販売管理費

- 減価償却費：前期からの改装・新POS導入・新デリカセンター稼働のため
 - 水道光熱費：燃料調整費が上昇したが、年初想定より下回り、また使用量も前期比93.8%と抑えられた
- (単位：百万円、%)

	2022/8	2023/8		
	実績	実績	前期比	前期差
販売管理費	54,078	54,946	101.6	867
広告宣伝費	1,207	1,001	82.9	△206
販売促進費	225	387	171.8	162
人件費	25,723	25,784	100.2	61
賃借料	6,104	6,064	99.3	△40
減価償却費	4,217	4,572	108.4	355
水道光熱費	2,577	2,994	116.2	416
荷造費	5,382	5,545	103.0	163
消耗品・改装一時費用	1,470	1,347	91.6	△123
その他	7,169	7,249	101.1	79

■ 単体 既存店の客数・客単価前期比

- 精肉の価格強化による支持向上と前期からの改装効果
- 一品単価は物価上昇率に応じて上昇

(単位：%)

		2022/8	2023/8
店 計	売上高	100.6	103.0
	客数	99.1	100.2
	客単価	101.5	102.8
	買上点数	98.6	98.6
	一品単価	103.0	104.3

食 品	売上高	99.8	103.5
	客数	99.2	101.2
	客単価	100.6	102.2
	買上点数	98.4	97.7
	一品単価	102.3	104.6

■ 単体 地域別売上高既存店前期比 ※収益認識基準適用前比較

- 滋賀は、前期から当期にかけての改装効果と競合店舗（自社・他社）閉店による客数増加
- 食品構成比が高い店舗ほど、食品の業績に比例して伸びが高い

(単位：%)

	2022/8	2023/8		2022/8	2023/8		2022/8	2023/8
全社計	100.7	103.0				滋賀県	100.5	104.1
東海	99.8	100.6	北陸	98.7	101.8	京阪神	102.0	102.8
岐阜県	99.9	100.2	福井県	97.6	101.0	京都府	101.9	103.3
愛知県	99.8	100.7	石川県	97.7	101.2	大阪府	102.1	102.1
			富山県	104.0	105.3	兵庫県	102.1	103.9

■ 単体 商品別粗利益率 ※収益認識基準適用前比較

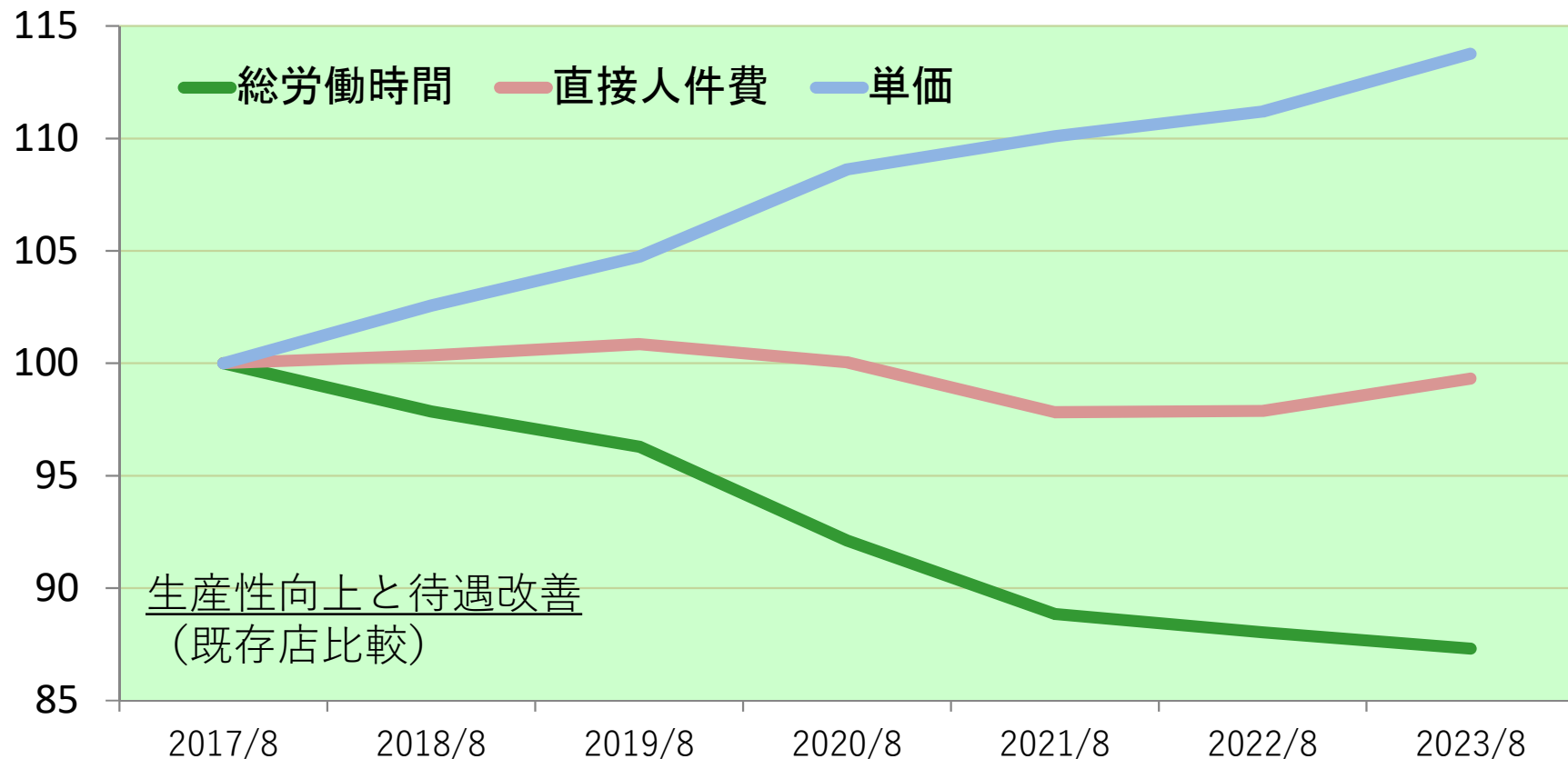
- 生鮮食品は、精肉課は価格戦略により創造率が低下したが、高値入率の総菜の構成比が上昇していることで一定程度相殺
- 一般食品は、仕入価格上昇による売価見直しにより粗利益率を維持
- 衣料品は、販売の回復と在庫内容の改善により改善

(単位：%)

	2022/8		2023/8	
	実績	実績	実績	前期差
合計	26.8	26.8	26.8	0.0
食料品	27.2	27.1	27.1	△0.1
生鮮食品	27.8	27.7	27.7	△0.2
一般食品	26.6	26.6	26.6	0.0
衣料品	37.0	37.4	37.4	0.4
住居関連品	27.4	27.7	27.7	0.2
その他	4.5	4.9	4.9	0.4

■ 単体 生産性向上対策

- 2019/2期より生産性向上の取組みを活発化
- 待遇改善（人件費単価UP）と筋肉質経営を両立させる
- 人件費単価は、毎年2%程度上昇しており、当期は政府主導の大幅な賃上を実現したうえで人件費は抑制できている



補足資料 業績予想

■ 2024年2月期 下期 業績予想

- **国内小売事業（単体、丸善、エール）**は、食料品は値上による節約志向の高まりがある一方で、一品単価上昇により堅調な業績を上期同様に期待する。光熱費上昇は年初想定ほど上がらないと考え、現時点の燃料調整費の状況で再計算した単体での投資による一時費用は、前期と比較し大きいものの、年初の想定より資産計上の割合が高くなると見直した。その状況であっても単体下期は減益と予想するが、業績が上振れする可能性もある
- **平和堂(中国)有限公司**は、不採算店舗の株洲店を6月末で閉店したことから五一広場店のみの営業となり安定した利益を確保できる
- **国内外食事業の(株)ファイブスター**は、上期に続き人流活性化により、業績は大きく改善する見込み
- **(株)ベストーネ**は、増収となる見込み。新デリカセンター稼働による減価償却費は増加するものの、単体総菜・精肉の販売量増加に伴い増益となる見込み

■ 単体 既存店 売上目標 前期比

- 生鮮食品は、総菜は、新デリカセンター稼働効果も発揮し、引き続き業績の牽引が予測される 精肉は、競合他社との価格訴求の重要売場と認識し戦略的に強化していく
- 一般食品は、前期10月に大幅に値上げ要請があったものの、その後継続した価格見直しにより、引き続き一品単価上昇による売上増加が見込まれる

(単位：%)

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期
四半期	102.4 ⇒ 102.7	102.4 ⇒ 103.3	101.6 ⇒ 103.4	101.1 ⇒ 102.9
半期	102.4 ⇒ 103.0		101.4 ⇒ 103.2	
3Q 累計	102.1 ⇒ 103.1			
通期	101.8 ⇒ 103.1			

※細字は期初想定 太字は実績 赤字は修正後想定

■ 単体 2023年9月度商品別売上高

※収益認識基準適用前 社内管理数値

- 2022年9月度と比較し高気温に推移し、一品単価が上昇していることで食品は好調に推移した
- 衣料品住居関連品については、秋物需要は低いものの、外出需要を取り込んだ部門は伸長した

商品供給除く (単位：百万円、%)

9月度 単月業績	2021	2022	2023		既存店 前期比	
	実績	実績	実績	構成比		前期比
合計	29,245	28,413	29,064	100.0	102.3	103.0
食料品	24,387	23,557	24,280	83.5	103.1	103.9
生鮮食品	11,547	11,132	11,412	39.3	102.5	103.3
一般食品	12,840	12,425	12,869	44.3	103.6	104.5
衣料品	1,420	1,447	1,469	5.1	101.5	102.1
住居関連品	2,777	2,751	2,653	9.1	96.4	96.1
その他	660	657	662	2.3	100.7	101.1

■ 注意事項

- 本資料は情報の提供を目的とし、本資料による何らかの行動を勧誘するものではありません。本資料（業績計画を含む）は、現時点で入手可能な信頼できる情報に基づいて当社が作成したものです。リスクや不確実性を含んでいます。当社はその正確性・完全性に関する責任を負いません。
- ご利用に際しては、ご自身の判断にてお願いいたします。本資料に記載されている見通しや目標数値等に全面的に依存して投資判断を下すことによって生じるいかなる損失に関しても、当社は責任を負いません。
- この資料の著作権は株式会社平和堂に帰属します。いかなる理由によっても、当社に許可無く資料を複製・配布することをかたく禁じます。



株式会社平和堂