

いい暮らし、いいあした。

Axial
RETAILING

ご説明する内容

1. 2Q業績の概要
2. 消費税増税・キャッシュレス還元対策
3. 原信ナルスの営業政策
4. 業績予想

1. 業績概要

(単位:百万円)

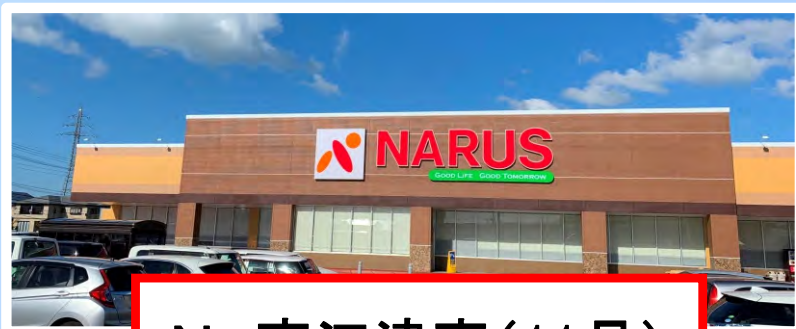
項目	2018/9	2019/9	増減率	備考
売上高	118,405	118,664	+0.2%	既存店△0.6%
売上総利益	33,633 (28.4%)	33,671 (28.4%)	+0.1%	前年6.7月の猛暑反動があるも 前年同期の総利益率は維持
販管費	28,969 (24.5%)	29,104 (24.5%)	+0.5%	パートナー6時間勤務増加で法 定福利費増加 増税対応関連費用
営業利益	4,664	4,566	△2.1%	予想47億円
経常利益	4,741 (4.0%)	4,696 (4.0%)	△0.9%	予想48億円
四半期純利益	3,120	3,110	△0.3%	予想32億円
開店店舗数	1	0	新店:無し	
閉店店舗数	1	1	閉店:旧、N直江津東 改装:H岩上(柏崎市) F片貝(前橋市)	

参考：グループ別の業績推移

(単位：百万円)

	原信ナルス			フレッセイ		
	2019/9	増減率	増減額	2019/9	増減率	増減額
売上高 (既存店)	81,936	+1.1% (△0.3%)	+878	37,144	△1.1% (△1.7%)	△410
売上総利益	22,709 (27.7%)	+1.0%	+215	11,050 (29.7%)	△1.3%	△142
販管費	19,211 (23.4%)	+0.8%	+153	10,009 (26.9%)	△0.2%	△19
営業利益	3,498 (4.3%)	+1.8%	+61	1,040 (2.8%)	△10.6%	△123
経常利益	3,621 (4.4%)	+3.5%	+123	1,050 (2.8%)	△10.6%	△124
四半期 純利益	2,448 (3.0%)	+4.4%	+103	695 (1.9%)	△7.8%	△59

2019年度 新店・改装



N 直江津東(11月)



H 改装:岩上(7月)



H下飯野(10月)



F 有馬(11月)

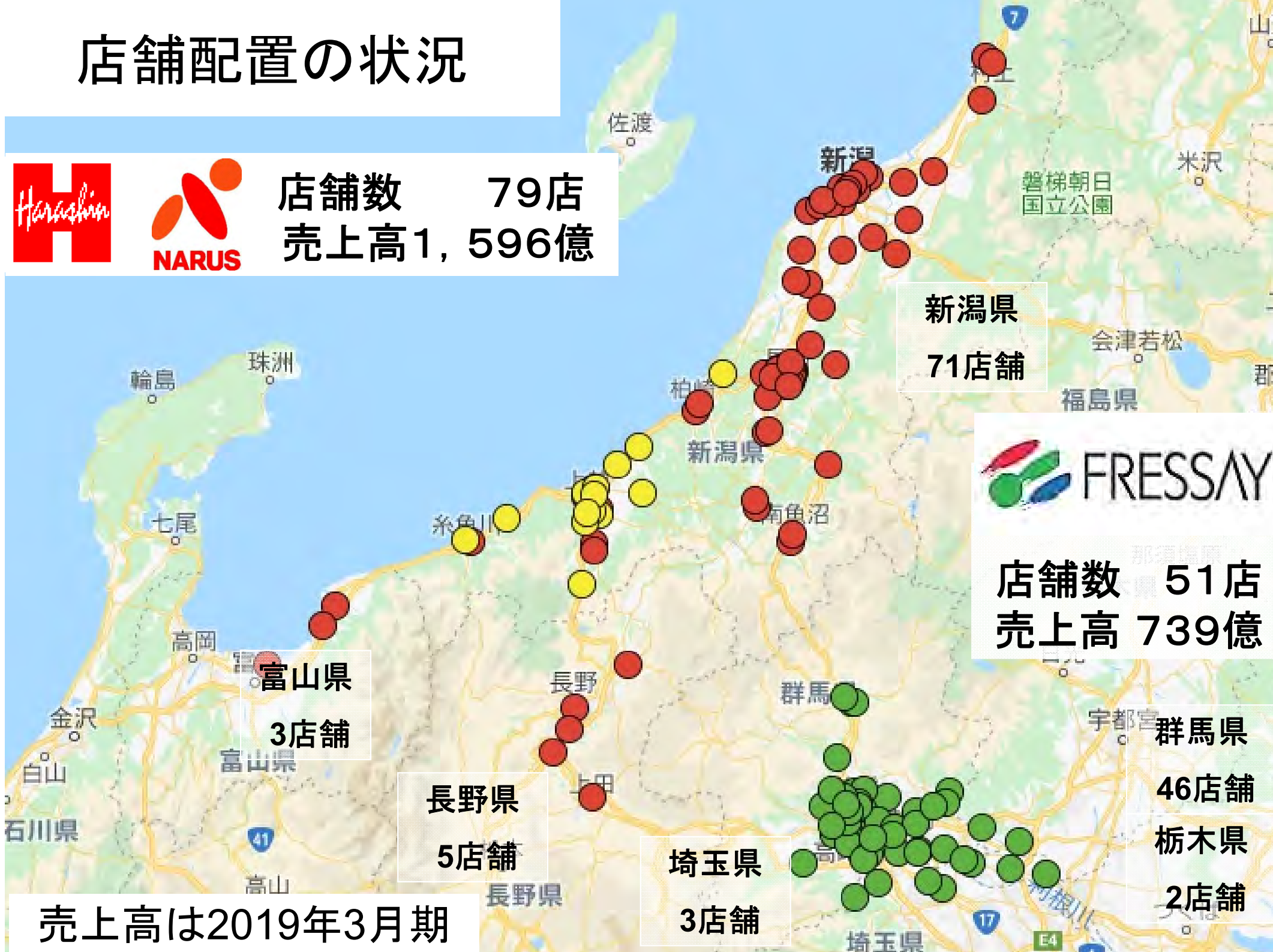


F 改装:片貝(7月)

店舗配置の状況



店舗数 79店
売上高 1,596億



新潟県
71店舗



店舗数 51店
売上高 739億

富山県
3店舗

長野県
5店舗

埼玉県
3店舗

群馬県
46店舗
栃木県
2店舗

売上高は2019年3月期

食品スーパー売上高ランキング（公開企業）

（単位：百万円）

1	東京	ライフコーポレーション	698,693	14	福岡	マックスバリュ九州	177,499
2	東京	U.S.M.H	694,323	15	北海道	マックスバリュ北海道	129,281
3	岐阜	バロー HD	565,931	16	岡山	ハローズ	127,323
4	北海道	アークス	512,246	17	兵庫	関西スーパーマーケット	123,649
5	埼玉	ヤオコー	435,085	18	東京	エコス	121,142
6	広島	マックスバリュ西日本	274,937	19	山形	ヤマザワ	110,688
7	和歌山	オークワ	265,116	20	愛知	アオキスーパー	106,214
8	東京	いなげや	251,655	21	埼玉	マミーマート	105,351
9	新潟	アクシアル リテイリング	235,347	22	秋田	マックスバリュ東北	103,265
10	山口	リテールパートナーズ	229,066	23	愛知	ヤマナカ	97,051
11	静岡	マックスバリュ東海	227,795	24	富山	アルビス	82,215
12	埼玉	ベルク	225,523	25	北海道	北雄ラッキー	41,132
13	愛知	マックスバリュ中部	178,543	26	香川	マルヨシセンター	40,115

食品スーパー経常利益ランキング（公開企業）

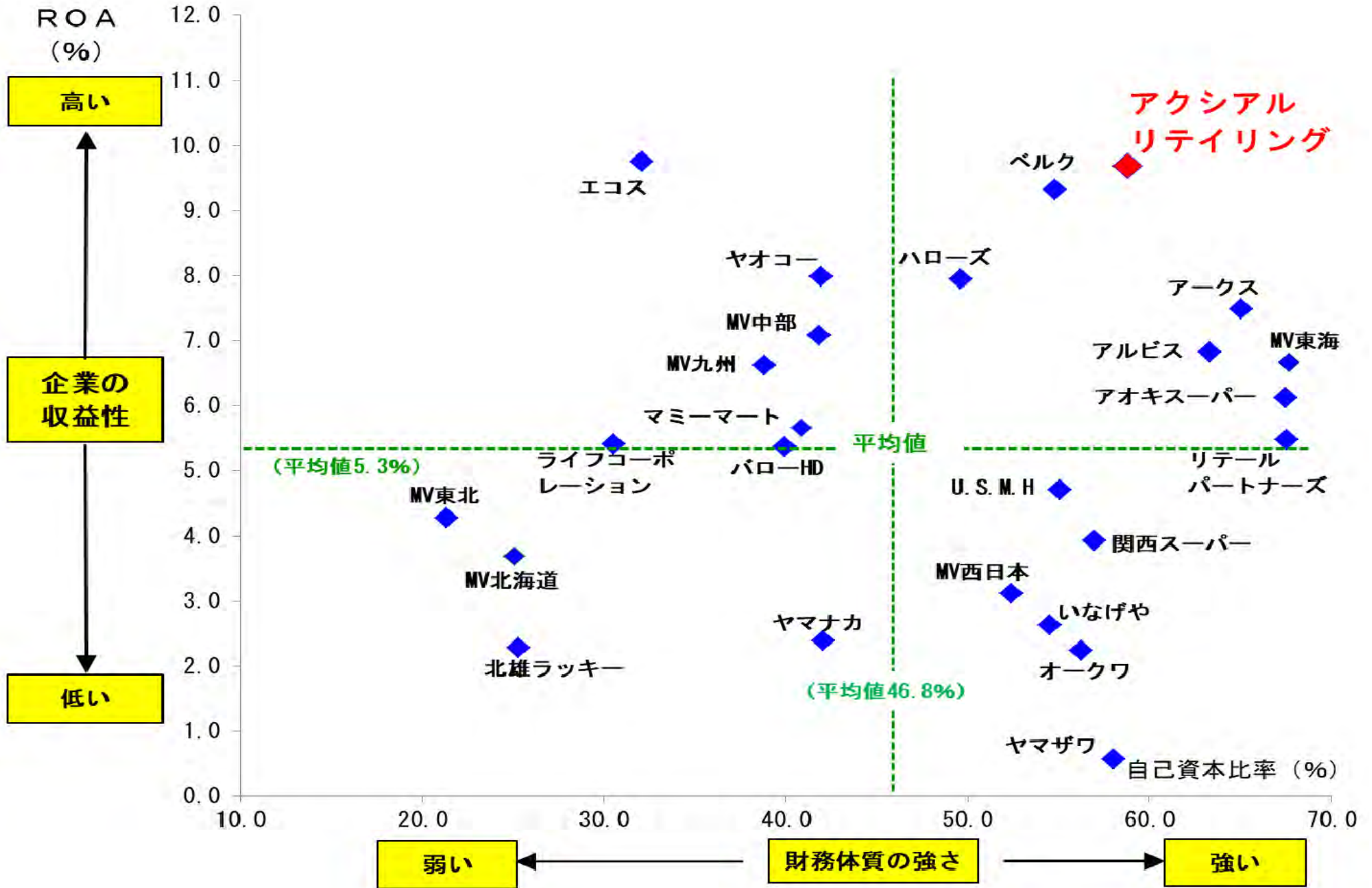
経常利益高 ランキング（百万円）

経常利益率 ランキング（％）

1	埼玉	ヤオコー	17,488
2	北海道	アークス	16,405
3	岐阜	バロー HD	16,091
4	東京	ライフコーポレーション	12,831
5	東京	U.S.M.H	12,253
6	埼玉	ベルク	10,370
7	新潟	アクシアル リテイリング	9,698
8	山口	リテールパートナーズ	5,574
9	岡山	ハローズ	4,937
10	静岡	マックスバリュ東海	4,877
11	東京	エコス	4,030
12	愛知	マックスバリュ中部	3,394
13	埼玉	マミーマート	3,223

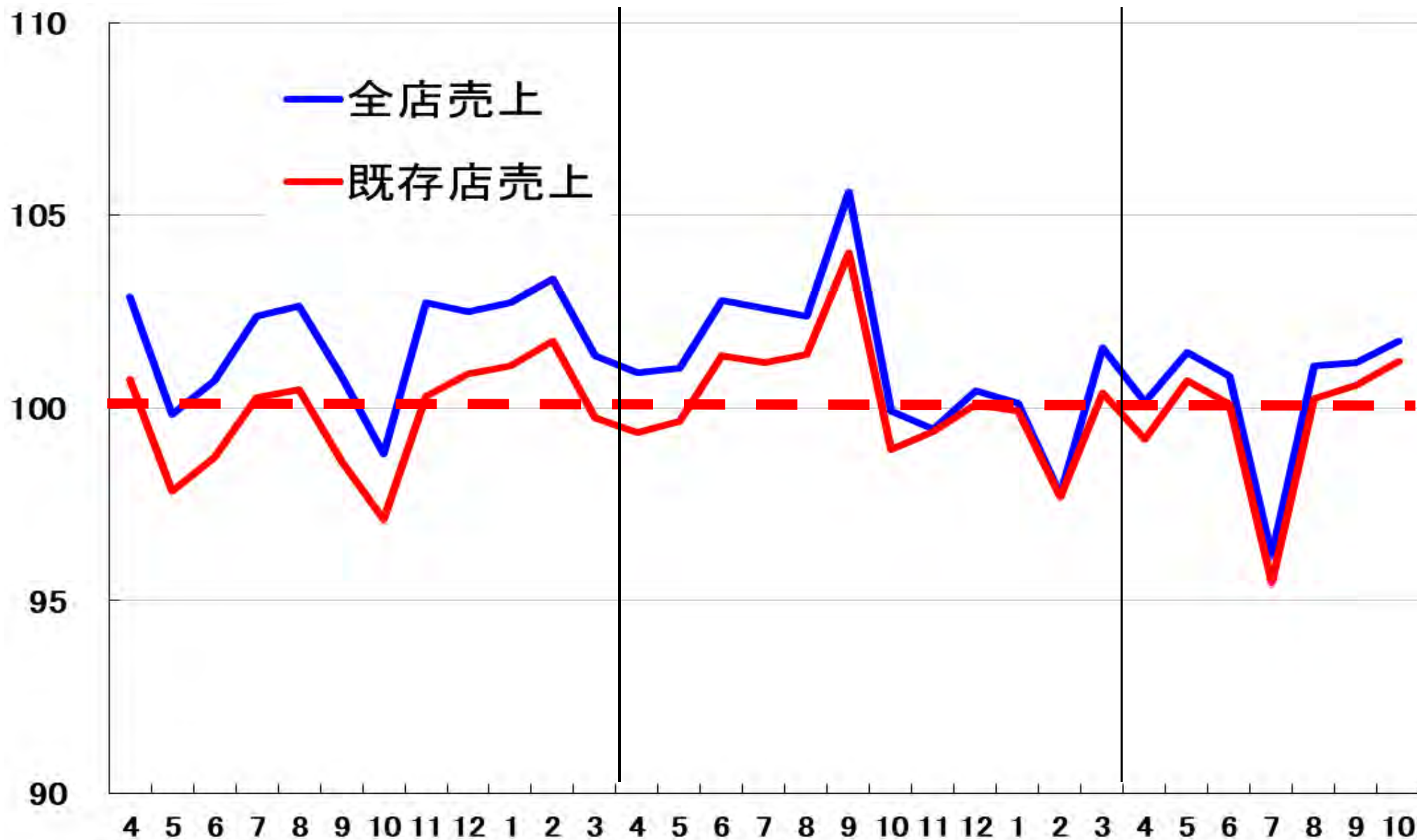
1	埼玉	ベルク	4.6
2	新潟	アクシアル リテイリング	4.1
3	埼玉	ヤオコー	4.0
4	岡山	ハローズ	3.9
5	富山	アルビス	3.7
6	東京	エコス	3.3
7	北海道	アークス	3.2
8	埼玉	マミーマート	3.1
9	岐阜	バロー HD	2.8
10	山口	リテールパートナーズ	2.4
11	静岡	マックスバリュ東海	2.1
12	愛知	マックスバリュ中部	1.9
13	兵庫	関西スーパーマーケット	1.9

食品スーパーマーケットのROAと自己資本比率



売上高前年比の動向

前年比 (%)



2. 消費税増税・キャッシュレス還元対策

混乱 と 競争激化

<対応方針>

- ① アクシアルの良さを伝える
- ② 商品とサービスの磨き込み
- ③ 新時代への挑戦

消費税増税・キャッシュレス還元

POWER PRICE
EVERYDAY SAME LOWPRICE

いつでも、安い。
パワープライス。



いまだけ。
増量
SALE

たくさん入って、お買い得。

Long Run Price

期間限定スライスダウン

おトクな「今のうち」

A large red arrow pointing downwards, indicating a price reduction or discount.

いっくらし、いっあした。 axial A

北海道産生乳原料の
バターミルク仕込みで
濃厚なコクを
生み出しました。

カカオ香る
ミルクココア

バターミルク仕立て

おいしい飲み方は
練る!

milk cocoa

※イラストはイメージです。



いっくらし、いっあした。 axial A

甘みたっぶりフルーティーな
トマト熟
ケチャップ
TOMATO KETCHUP

着色料
保存料
化学調味料
不使用

完熟トマト約12個分の
おいしさがギュツ!

・甘味、酸味、旨みのバランスがとれたトマトを厳選。
・フルーティーな味付けで、お料理にも良く合います。
・りんご酢が甘味を引き立てます。



いっくらし、いっあした。 axial A

そのまま電子レンジで!

チルド 6個入

大粒肉焼売

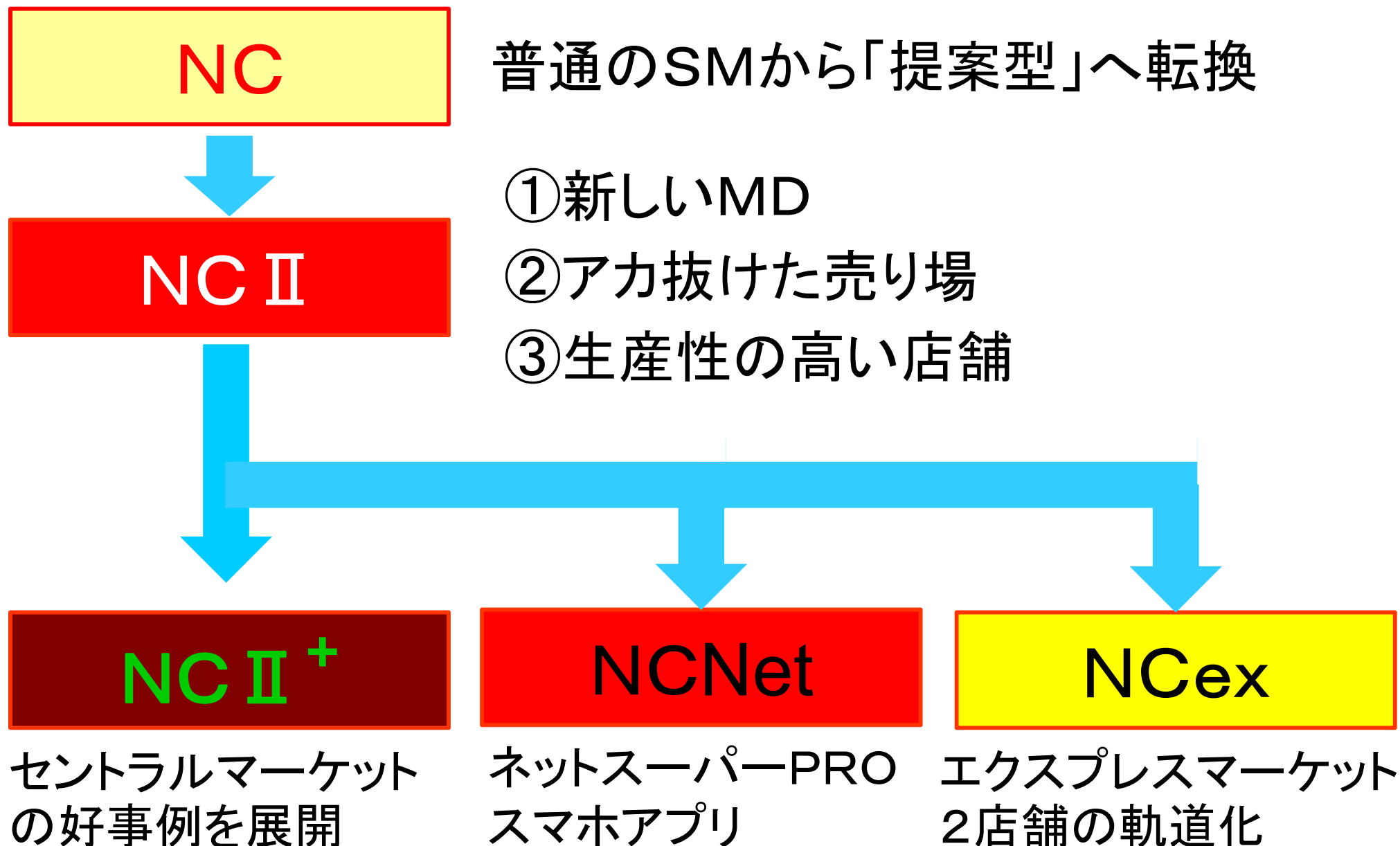
500Wで2分40秒 加熱して
600Wで2分20秒 ください。

・肉の旨味と玉ねぎの甘味が「じゅわっと」広がる焼売。
・国産肉と国産野菜のみを使用しました。
・濃厚な旨みと玉ねぎの甘味が重なり
力強く優しい味わい。

OK



3. 原信ナルスの営業政策





NC II +
セントラルマーケットの良さの水平展開



365 Sidedish

365 サイドディッシュ



NC II+ (セントラルマーケット)

販売好調！

「クリスピーベイクドチーズ」全店展開開始



NC

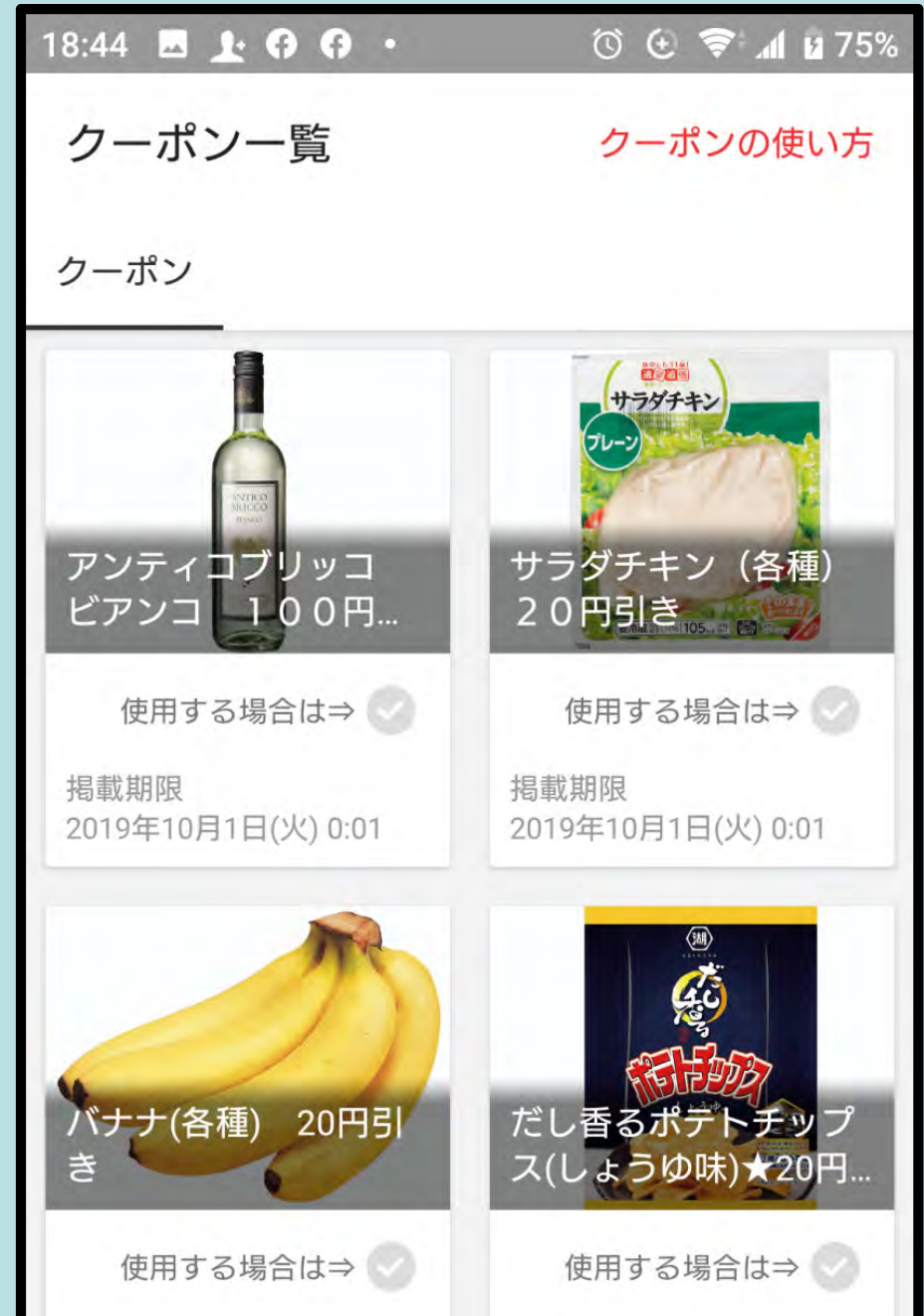
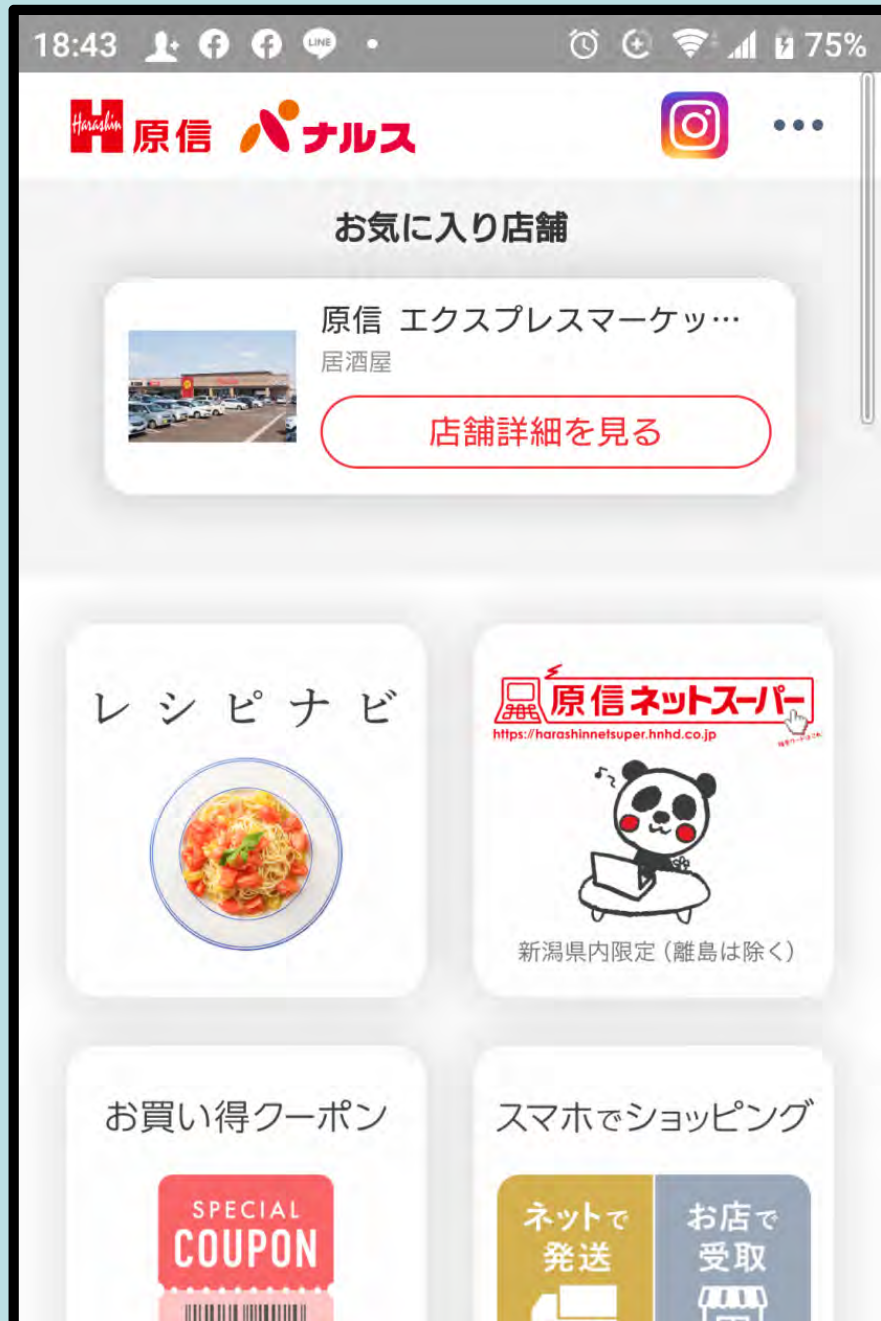
普通のSMから「提案型」へ転換

NC II

- ①新しいMD
- ②アカ抜けた売り場
- ③生産性の高い店舗

NC Net (ネット)

10月 原信ナルス アプリスタート！



選べる2つのお届けサービス! 原信より便利な@原信

早くて便利なお届けサービス

品揃え豊富で大満足。
業者の方の仕入にも!



スタンダード

Standard

ネットでバツとお買い物



当日
ご注文

当日
配達

今までの会員IDでそのままご利用いただけます。

プロ

新サービス!

PRO

まとめ買いでお買物時間を節約
※一般のお客様もご利用いただけます



前日
ご注文

翌日
配達

新規会員登録が必要になります。

NC

普通のSMから「提案型」へ転換

NC II

- ①新しいMD
- ②アカ抜けた売り場
- ③生産性の高い店舗

NC ex (express market)

(1) NC II、NC II +

品揃えの拡充は強みであり、弱点

多店舗出店：小商圈化、軽装備、高生産性

(2) 一方、これからのSMに必要な機能は？

× 小型化

(3) エクスプレスマーケットのコンセプト

簡便

快適

生産性



簡便

快適

生産性

高齢化＋女性の社会進出

＝『健康』『簡単・便利』

365 × 3 salad life



“サラダ”で健康、簡単便利

365 × 3 salad life



『魚菜屋』 “調理魚”で健康、簡単便利



だし香るシリーズ (全85SKUへ拡充)



新潟煮物盛合せ
おいしいわけ
◆かつお節、いわし煮干し、昆布だしで風味豊か。
◆新潟名物の車麩、福島の油揚げ使用。



オクラのお浸し
おいしいわけ
◆枝崎産かつおだしと日高産昆布だしを使用。
◆薄口しょうゆを使用し、すっきりとした仕上げ。



あさりと生姜の炊き込みご飯弁当
おいしいわけ
◆醤油と煮干しの合わせだしを使用。
◆あさりと生姜の風味が染みこむ炊き込みごはん。



かき揚げうどん
国産小麦使用
おいしいわけ
◆「だし」はかつお、昆布、さば、いわしを使用し、風味豊か。
◆つるつとした麺とかき揚げの旨みが「だし」と合わる。



かき揚げそば
石臼挽きそば粉で風味豊か
おいしいわけ
◆「だし」はかつお、昆布、さば、いわしを使用し、風味豊か。
◆しなやかな麺とかき揚げの旨みが「だし」と合わる。



竹の子土佐煮
おいしいわけ
◆だしはかつお節と昆布だしを使用。
◆丁寧に炭汁復した竹の子を食感を失くさず時間を吟味し煮上げました。



カレーうどん
おいしいわけ
◆国産小麦使用。
◆かつお節とそうだろから抽出した合わせだしとスパイシーなカレーソースが麺に絡み合う。



さつまいもの炊き込みご飯弁当
おいしいわけ
◆醤油と煮干しの合わせだしを使用。
◆深みのある味わいに仕上げました。



7種具材のおでん
おいしいわけ
◆2種のかつお節と昆布、椎茸のだしで風味豊か。



海鮮茶碗蒸し
おいしいわけ
◆鰹、鱈、昆布の合わせだしに椎茸だしを加え口当たり滑らか。



にしんと車麩の煮物
おいしいわけ
◆かつお節、いわし煮干し、昆布だしで風味豊か。
◆揚げのたしんを使用。
◆新潟名産の4重巻車麩を使用。



大粒ふろふたの焼
ふわふわ食感。とろりクリーミー。
◆野菜の旨みとだし香る風味がひろがります。



か明太
おいしいわけ
◆厚揚げの香りと明太の旨みを使用。
◆だしは香辛子明太子と和えました。
◆ゆず果汁を加え爽やかな味わいになりました。



かぶ漬
おいしいわけ
◆漬物のだしで仕上げた漬物の旨味。
◆内臓でシャキシャキとした食感めがめ。
◆旨みを逃さない加熱冷却製法。



しめじ焼
おいしいわけ
◆干しエビを使用した濃縮だしを使用。
◆塩麴の塩分を抑え海苔のうま味成分を加えました。
◆ごはんのおともにも、お弁当にも最適です。



新潟仕上げ
おいしいわけ
◆かつお節、昆布、椎茸、煮干し、梅あごの旨みだしが広がります。
◆パリパリ、つるつる食感の風味豊かなうなぎせんべいです。



ぽん酢
昆布とかつお節の香る、酸味まろやかで魚肉料理、野菜をさっぱりいただきます。



みそ漬
焼酎煮かつお節使用
「だし」で塩味をおさえ、うまみを引き出しました。



かぶ漬
おいしいわけ
◆新潟産漬物でも、漬物からつゆの旨み、さらさらとした食感、かつお節使用
◆だしは塩味をおいしく調整し、旨みを引き出します。



6種具材の野菜炊合せ
◆旬の野菜の旨みとだし香る風味が染みこむ炊き込みごはん。
◆野菜の旨みとだし香る風味が染みこむ炊き込みごはん。



里芋煮
おいしいわけ
◆炊き込みごはんの旨みとだし香る風味が染みこむ炊き込みごはん。
◆里芋の旨みとだし香る風味が染みこむ炊き込みごはん。



肉じゃが
おいしいわけ
◆炊き込みごはんの旨みとだし香る風味が染みこむ炊き込みごはん。
◆肉じゃがの旨みとだし香る風味が染みこむ炊き込みごはん。

だし香るシリーズ (全85SKUへ拡充)



スマートミール ☆☆☆(三つ星)認証



野菜たっぷり 生姜焼き弁当



栄養バランスを考えて
「ちゃんと」食べたい女性や
中高年男性におすすめです。



原信の生姜焼き弁当はスマートミールの
「ちゃんと」の基準に適合しています。

	白米	雑穀米
エネルギー	544kcal	553kcal
たんぱく質	19.0g	19.2g
脂質	17.8g	17.9g
飽和脂肪酸	6.3g	6.3g
炭水化物	73.5g	75.2g
食塩相当量	2.1g	2.1g

「スマートミール」とは…

一食の中で、主食・主菜・副菜が揃い、野菜がたっぷり、食塩の取り過ぎにも配慮した健康的な食事のことです。

複数の学協会からなる「健康な食事・食環境」コンソーシアムが審査・認証を行なっています。

スマートミールの詳細はこちら→



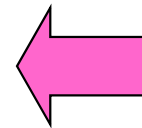
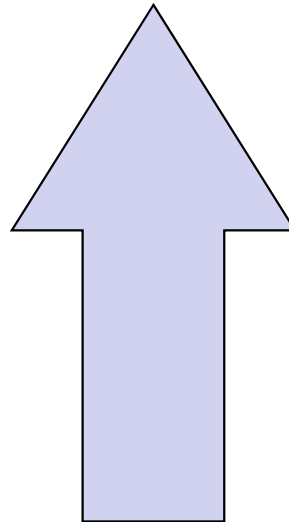
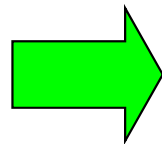
◆スマートミール1食当たり基準

	食品等	「ちゃんと」の基準 400~650kcal未満	「しっかり」の基準 650~850kcal
主食	飯、めん類、パン	飯の場合 150~180gが目安	飯の場合 170~220gが目安
主菜	魚、肉、卵、大豆製品	60~120gが目安	90~150gが目安
副菜	野菜、きのこ、いも、海藻	140g以上	140g以上
食塩	飯、めん類、パン	3.0g未満	3.5g未満

4. アクシアルのめざすもの

チェーンストアによって
お客様の毎日の生活に
豊かさ、楽しさ、便利さを提供する

規模
(スケール)



機能
(仕組み)

人材: 基盤はTQM

<ビジョン>

2009年版 Advanced Regional Chain

ローカルチェーンから優良な広域チェーンへ

I 日本一のサービス

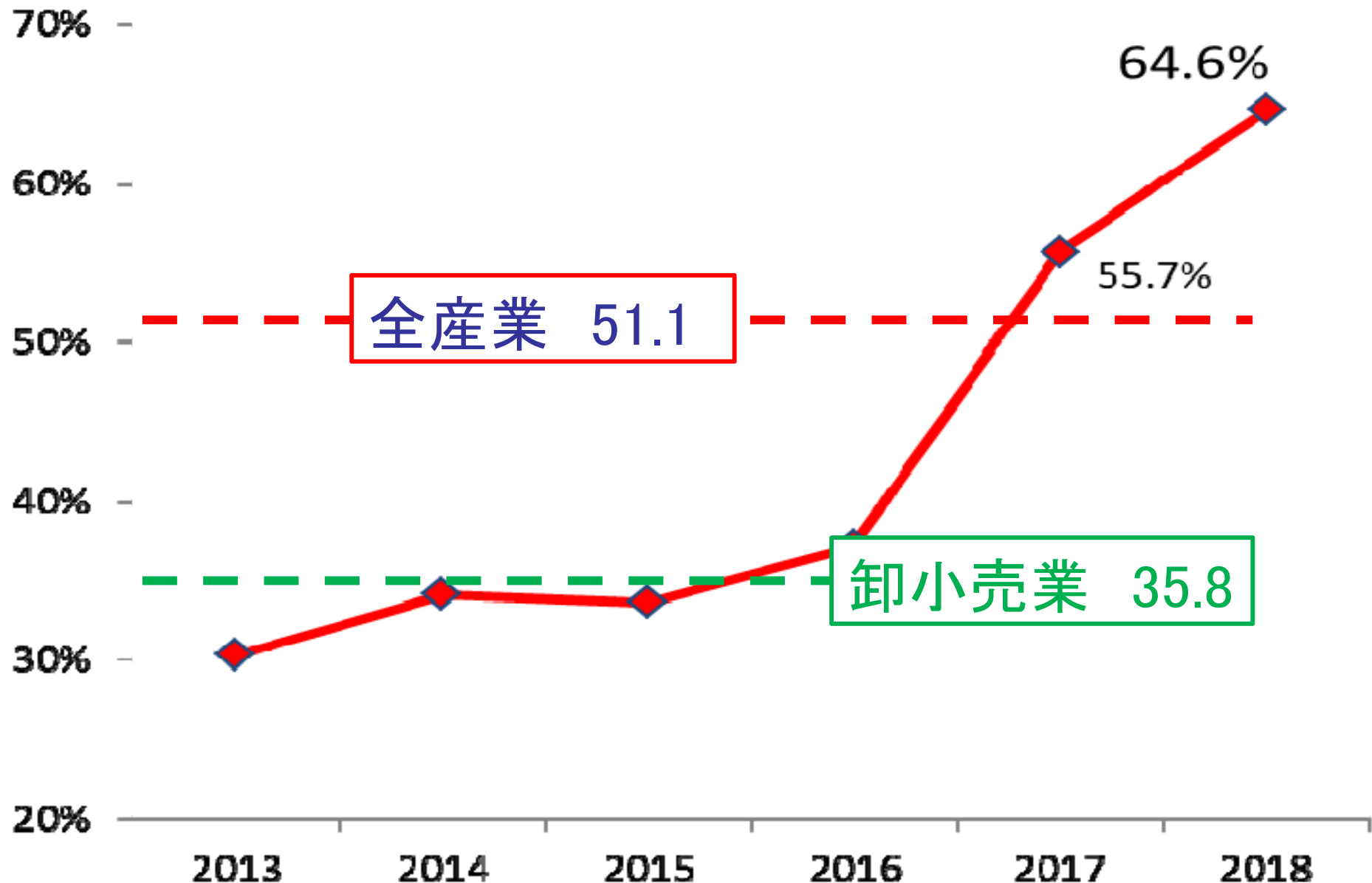
II 200店舗構想

III 信頼構築

新たなビジョン策定へ

イノベーション推進部を新設

有給休暇取得率(原信ナルス)



中期経営計画(2019~2021)

1. 出店政策 ~標準フォーマットの確立
 - ・地域を絞って集中的に出店する戦略の深耕
 - ・一定のスクラップ&ビルド(再配置)、改装の実施
2. 商品政策~原信ナルス、フレッセイ、それぞれの進化
 - ・新たなMDの深耕と定着
 - ・ESLPの推進 (消費増税対応)
3. 店舗オペレーション
 - ・生鮮部門の作業割当、人員配置再編
4. 物流全体最適
 - ・PC・コミッサリー体制の軌道化と機能拡張
5. ネットSM等の再構築

中期経営計画(2019~2021)

数値目標

	2019年度	2020年度	2021年度
売上高	2,390億	2,450億	2,520億
経常利益率	4.0%	4.0%	4.1%
開店店舗数	3	4	4
閉店店舗数	3	2	1
期末店舗数	129店舗	131店舗	134店舗
設備投資額	46億	66億	61億

当期業績予想

(単位:百万円)

項目	連結	増減率	グループ別の目安			
			HN	増減率	F	増減率
売上高	237,000	+0.7%	162,000	+0.3%	75,000	+0.7%
営業利益	8,400	△11.8%	6,141	△12.8%	2,052	△12.2%
経常利益	8,500	△12.4%	6,244	△12.9%	2,053	△13.7%
純利益	5,600	△12.9%	4,200	△14.4%	1,400	△8.2%
開店	3		2		1	
1株配当	72円	—	設備投資計画額50億、減価償却費44億			

予測前提	2019年3月期 実績			2020年3月期 予想		
	(上期)	(下期)	(通期)	(上期)	(下期)	(通期)
全店	+2.5%	△0.1%	+1.2%	+0.1%	+0.4%	+0.2%
既存店	+1.1%	△0.6%	+0.3%	△0.6%	△1.0%	△0.8%

1品単価100.0 点数100.5 →客単価100.5



いい暮らし、いいあした。

Axial
RETAILING