

ヤオコー 2019年3月期第2四半期決算 ～ 増収増益、既存店客数減 ～

【連結業績】

(百万円、%)

	2018年3月期第2四半期		2019年3月期第2四半期		2019年3月期(計画)	
	金額	前期比	金額	前期比	金額	前期比
営業収益	203,795	—	215,889	—	430,000	103.6
営業利益	10,051	—	10,845	—	17,300	101.9
経常利益	9,860	—	10,641	—	16,900	102.2
当期純利益	6,680	—	6,947	—	11,100	100.9

【単体業績】

(百万円、%)

	2018年3月期第2四半期		2019年3月期第2四半期		2019年3月期(計画)	
	金額	前期比	金額	前期比	金額	前期比
営業収益	178,449	105.1	189,556	106.2	378,000	103.9
営業利益	9,014	102.3	9,878	109.6	15,600	102.5
経常利益	8,836	101.8	9,790	110.8	15,500	103.2
当期純利益	6,128	104.7	6,537	106.7	10,400	100.9

【単体既存店売上高、客数、客単価、一品単価、買上点数】

(%)

	2018年3月期第2四半期	2019年3月期第2四半期	2019年3月期(計画)
売上高	102.2	102.8	101.0
客数	100.9	99.2	
客単価	101.2	103.6	
一品単価	99.8	101.1	
買上点数	101.4	102.4	

【業績概況】

ヤオコーは2019年3月期第2四半期決算を発表。連結業績は、既存店売上の伸長が継続し増収増益、単体業績も増収増益となった。なお、通期業績予想は、売上高既存店昨年比101.0%を想定し、増収増益を計画する。

■売上概況

昨年10月は曜日まわりや天候与件などが影響し、既存店昨年比を下回ったものの、11月以降は既存店昨年比を上回って推移。JSA((一社)日本スーパーマーケット協会)公表の統計値を2～3%上回って推移している。

部門では、惣菜PI値が102.4%と好調に推移。特に焼鳥など、リニューアル商品の売上が大きく伸長している。

買上点数の伸長が客単価を押し上げ売上の伸びを牽



▲株式会社ヤオコー 代表取締役社長 川野澄人氏

引したが、客数は既存店昨年比を下回った。ヤングファミリーの来店回数が減っており、同業他社を含め、使い分けの傾向が強まっていると分析している。

(続きは正規版にお申し込み下さい)

Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

惣菜



惣菜売場でのポイントは弁当。弁当類は平たいで展開され、弁当の盛り付けに特力を入れていくという。百貨店の商品の盛り付けを目指し、ボリュームを出しつつ、豪華に見せるように、品目や色合いなども工夫されている。

米飯



「赤魚の粕漬弁当」
「季節の彩りはっつき弁当」
「季節の味覚お粥」
「豚肉アスパラチーズ弁当」
「厚切り鮭弁当」



惣菜

“鮮度感”のある情報を：

ヨークベニマル矢野目店オープン当日、ヨークベニマルの大高善興社長（代表取締役社長 兼 COO、セブン&アイ HLD. 取締役）は震災後1年の東北エリア、自社について次のようにコメントした。

■3.11以降の変化
東北エリアを見ていると、3.11大震災以降の購買行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという節約志向にある。もう一方で、同じ買い物をするのであれば、商品を吟味して安全・安心など、価値のあるものを買うというニーズが一段と高まっており、大きく二極化してきたといえる。どっちつかずの商品やサービスは消え行く傾向にあるようだ。自分達のターゲットとコンセプトを明確にし、お客様を創造してい

も好調なセブンイレブンのマネジメント力などをもっと学ぶべきであると思っている。

■セブンプレミアム商品について
セブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、コンセプトが必要。これからはカテゴリー毎に「コア」商品を作らなくては生き残れない。セブンプレミアムシリーズに関してはリピーターが増えており、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うごとに増えている。価格は安くはないが支持は高い。大事なのはベシクな商品でリピーターをしっかり作っていくこと。珍しいものを作るより、基本の商品で多くの支持を集めていくことが大切。

■SMにとってのPB
我々の販売の最大のプライベートブランドは野菜であり、鮮魚であり、精肉であり、デリカテッセンである。そこにデiyリーや加工、セブンプレミアムセブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、コンセプトが必要。これからはカテゴリー毎に「コア」商品を作らなくては生き残れない。セブンプレミアムシリーズに関してはリピーターが増えており、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うごとに増えている。価格は安くはないが支持は高い。大事なのはベシクな商品でリピーターをしっかり作っていくこと。珍しいものを作るより、基本の商品で多くの支持を集めていくことが大切。
東北エリアを見ていると、3.11大震災以降の購買行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという節約志向にある。もう一方で、同じ買い物をするのであれば、商品を吟味して安全



「ヤオコー川越的場店」オープン
ヤオコー進化を象徴 新フラッグシップ店

◀▲上記記事は過去掲載記事例です。

■『Food Navigation』とは・・・

スーパーマーケットの新店をはじめ、コンビニや一部外食など、惣菜を中心に生鮮部門などもレポートする Web 閲覧媒体です。特に惣菜においては、各バイヤーのコメントなど鮮度感のある情報を提供しております。

■年間サービス利用料金

年間サービス利用料：90,900円+税（税込 98,172円） ※こちらは小売業様価格となります。

■ご利用にあたって

- ※当サービス利用申込企業様は当サービス「利用規約」を承諾したものとします。
- ※当サービスでは、会員様が安全にご利用頂けるよう暗号化ファイル（FinalCode システム）での提供をしております。FinalCode の動作環境としては、OS は Windows7 以降、Web ブラウザーは Internet Explorer 10、11、Microsoft Edge となっております。※ JavaScript 使用 ※ Cookie 使用。
- ※また、当サービスは契約企業内のみでの利用となっており、営業手段としての利用は禁止しております。

《 入 会 申 込 書 》

株式会社フードナビゲーションジャパン 担当：小池 宛

FAX. 048-424-5547 TEL. 048-424-5546
携帯：090-2545-4724
E-mail：info@foodnavigation.com

申込日： 年 月 日（ 年 月より利用開始）

『Food Navigation』利用規約を承諾し、年間利用に申し込みます。 ※左空欄にチェックを入れて下さい。

配信先担当者	企業名	〒	連絡先	TEL:
	住所 部署 役職 氏名		情報配信先	FAX:
請求先	請求書送付先 担当者 部署・ 役職・氏名		連絡先	TEL:
				FAX: