

## ヤオコー「2021年3月期決算」 ～2022年3月期は、連結増収減益、単体増収増益～

### 【連結】

(百万円、%)

	2020年3月期		2021年3月期		2022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	460,476	105.8	507,862	110.3	508,600	100.1
営業利益	19,882	111.1	22,458	113.0	22,300	99.3
経常利益	19,629	112.2	22,211	113.2	21,800	98.1
当期純利益	12,458	105.6	14,593	117.1	14,200	97.3

### 【単体】

(百万円、%)

	2020年3月期		2021年3月期		2022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	401,358	105.3	442,126	110.2	442,700	100.1
営業利益	17,754	110.6	19,719	111.1	20,000	101.4
経常利益	17,829	111.5	19,791	111.0	19,800	100.0
当期純利益	11,574	103.9	13,315	115.0	13,350	100.3

### 【既存店売上高・客数・客単価 前期比】

(%)

	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期
売上高	101.3	103.0	109.1
客数	99.1	100.2	91.1
客単価	102.2	102.8	118.7

ヤオコーの2021年3月期決算連結業績は、新型コロナウイルスによる巣ごもり需要により既存店売上が大きく伸長したことにより、増収増益。営業収益507,862百万円(前期比110.3%)、営業利益22,458百万円(113.0%)、経常利益22,211百万円(113.2%)、当期純利益14,593百万円(117.1%)。

また、単体では32期連続の増収増益を達成。営業収益442,126百万円(110.2%)、営業利益19,719百万円(111.1%)、経常利益19,791百万円(111.0%)、当期利益13,315百万円(115.0%)。

既存店売上高前期比は109.1%、客数91.1%、客単価118.7%。客単価の内訳は買上点数115.0%、一品単価103.2%。客数は減ったものの、買上点数の大幅な増加と客単価増となり、既存店売上高前期比は伸長。客数は、ベーカリーでのバラ販売中止によりベーカリー専用レジを閉鎖し、中央レジの利用としたため大きく減少。ベーカリーレジ

を閉鎖したことによる客数減は約8%と試算している。一品単価の上昇は、バラ販売中止によりパック販売等にしたことなどが影響。

販管費は、コロナ禍でのチラシの自粛等による広告宣伝費の削減や電気料単価が低下したため水道光熱費が減少した。

### ■部門別売上、粗利益率

部門別売上は、家庭内手作り需要が高まったため生鮮部門が伸長し、売上構成比が35.1%にまで上がった(前期構成比34.6%)。一方、デリカ構成比は13.1%と下がった(同13.5%)。

粗利益率は、合計で0.45%減少。主には生鮮を中心とした価格対応を実施したためであり、グロッサリーにおいては、特売比率が下がったことにより一時的に粗利益率が改善している。

なお、第4Qでの粗利率低下は、主に利用客への・・・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」  
「季節の彩りほろつき弁当」  
「季節の味覚おつまみ」  
「豚肉アスパラチーズ弁当」  
「厚切り鮭弁当」

アツライ



「あゆの塩焼」

「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、開業式に出席した大高善興社長（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。大事なことはベシク商品でリピーターをしっかりと作っていくこと。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  
我々の商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。大事なことはベシク商品でリピーターをしっかりと作っていくこと。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: E-mail:
請求先	請求書送付先 担当者 部署・ 役職・氏名		連絡先	TEL: FAX: