

サミット 2024年3月期 第2四半期決算 ～ 増収増益、通期計画は据え置き～

【業績概況】

(百万円、%)

	2022年9月期		2023年9月期		2024年3月期(計画)	
	金額	前期増減比	金額	前期増減比	金額	前期増減比
営業収益	158,972	-3.6	171,334	7.8	344,000	6.6
売上高	152,580	-3.6	163,953	7.5	329,000	6.3
営業利益	2,942	-47.7	3,251	10.5	4,400	-13.0
経常利益	2,908	-49.8	3,173	9.1	3,900	-23.2
当期純利益	2,007	-52.2	2,210	10.1	2,500	-36.2

【既存店売上高、客数、客単価 対前期増減率】

(%)

	2022年9月期	2023年9月期
売上高	-5.5	6.6
客数	-3.8	3.7
客単価	-1.2	2.8

サミットの2024年3月期第2四半期業績は、売上高1639億5300万円(前期比7.5%)、営業利益32億5100万円(10.5%)、経常利益31億7300万円(9.1%)、当期純利益22億1000万円(10.1%)で増収増益となった。なお、売上高は中間期としては過去最高数値となった。

通期計画数値は2023年5月発表の計画数値を据え置きし、売上高3290億円(6.3%増)、営業利益44億円(13.0%減)、経常利益39億円(23.2%減)、当期純利益25億円(36.2%減)とした。

■売上高明細表

生鮮食品計の対前年中間期増減率は7.7%増(青果6.1%増、鮮魚5.2%増、精肉11.4%増)、総菜およびベーカリー計11.1%増(総菜9.6%増、ベーカリー18.1%増)、その他食品計7.6%増(加工食品4.9%増、菓子12.8%増、デイリー9.7%増)、家庭用品及び衣料品他計は0.6%減(家庭用品3.6%増、衣料品8.6%減、その他15.8%減)となった。



サミット株式会社
代表取締役社長 服部 哲也氏

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。弁当類は平心で展開され、弁当の盛り付けに特に力を入れているという。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、豪華に見得るように、品目や色合いなども工夫されている。

米飯



「赤魚の柏漬け弁当」
「季節の彩りはづき弁当」
「季節の味覚御膳」
「豚肉アスパラチーズ弁当」
「厚切り鮭弁当」

アツアツ



「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、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。もう一方では、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。大事なのはベーシッ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。大事なのはベーシッ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。もう一方では、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 99,990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 Windows8.1 以降、Web ブラウザーは Internet Explorer 11、Microsoft Edge（JavaScript 使用 / Cookie 使用）となっております。
- ※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: