

ヤオコー

2024年3月期第2四半期決算

【連結業績】

(百万円、%)

	2023年3月期第2四半期		2024年3月期第2四半期		2024年3月期(通期計画)	
	実績	前期比	実績	前期比	実績	前期比
営業収益	279,856	103.9	304,957	109.0	574,000	101.7
営業利益	15,965	92.5	19,447	121.8	26,300	100.2
経常利益	15,730	92.5	19,358	123.1	25,600	100.0
当期純利益	10,759	94.3	13,680	127.1	16,000	101.0

【単体業績】

(百万円、%)

	2023年3月期第2四半期		2024年3月期第2四半期		2024年3月期(通期計画)	
	実績	前期比	実績	前期比	実績	前期比
営業収益	242,176	102.8	263,831	108.9	495,000	101.5
営業利益	14,211	89.7	17,420	122.6	23,000	100.7
経常利益	13,983	89.0	17,226	123.2	22,500	100.4
当期純利益	9,611	89.1	12,147	126.4	14,400	100.8

【ヤオコー既存店売上高、客数、客単価、点数PI値・一品単価対前期比】(%)

	2022年3月期第2四半期		2023年3月期第2四半期	
売上高	99.7		107.0	
客数	98.9		102.9	
客単価	100.8		103.9	
点数PI値・一品単価	98.4	102.4	98.0	106.0

ヤオコーの2024年3月期第2四半期決算は、営業収益3049億5700万円(9.0%増)、営業利益194億4700万円(21.8%増)、経常利益193億5800万円(23.1%増)、当期純利益136億8000万円(27.1%増)と大幅な増収増益を達成。

営業利益の増減要因としては、既存店売上高昨年比が伸長したことに伴い、営業総利益が大きく伸びたことが大きな要因。

販管費については、人件費は賃上げ等に伴い増加。昨年大幅に増加した電気代を含む水道光熱費については、推定を下回っており、影響は軽微となった。

キャッシュフローについては、営業キャッシュフローが約184億円となり、この営業キャッシュフローで投資をまかない、さらに借入金の一部返済も進んでいる状況であり、全体的に財務面での健全化も進んできている。

■既存店売上の状況

既存店売上高昨年比は107%と大きく伸長したことが、最終利益の伸びにも繋がっている。大きくは、商品値上げ等で一品単価が106.0%となったことが、売上増加に大きく寄与。買上点数は98.0%と減少したが、客単価で103.9%となり、さらに、販促施策等がプラスに寄与し、客数が102.9%と伸長していることも既存店売上高を押し上げる要因となっている。

ヤオコー既存店売上高昨年比および日本SM協会(JSA)平均値推移との比較では、同社既存店売



株式会社ヤオコー
代表取締役社長
川野 澄人氏

つづきは【正規版】にお申し込みください。

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
台で展開され、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
目や色合いなど工夫され
ている。

米飯



「赤魚の粕漬弁当」
「季節の彩りほろき弁当」
「季節の味覚鍋」
「豚肉アスパラチーズ弁当」

アツライ



「厚切り鮭弁当」
「温惣菜」

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
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、月を追うこ
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、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」オープンの写真。ヤオコー進化を象徴する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:
請求先	請求書送付先 担当者 部署・ 役職・氏名		連絡先	E-mail:
				TEL:
				FAX: