



2018年9月期 第2四半期決算説明

2018年4月26日

株式会社篠崎屋 2926
<http://www.shinozakiya.com>



損益計算書

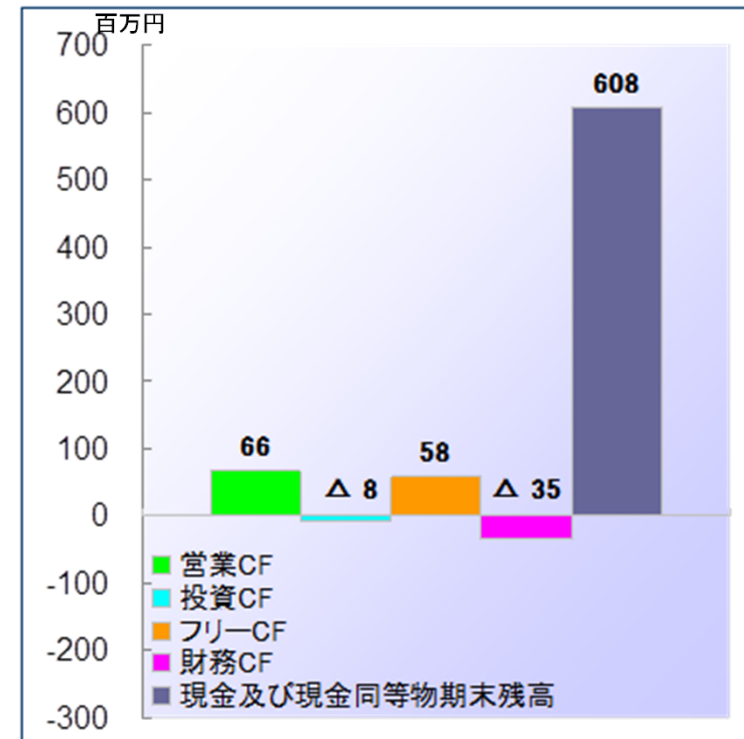
単位：千円	17年3月期	構成比	18年3月期	構成比	前年同期比
売上高	2,177,332	100.0%	2,084,356	100.0%	95.7%
小売事業	1,805,928	82.9%	1,776,631	85.2%	98.4%
その他事業	371,403	17.1%	307,724	14.8%	82.9%
売上原価	1,542,894	70.9%	1,473,214	70.7%	95.5%
売上総利益	634,437	29.1%	611,141	29.3%	96.3%
販管費	562,961	25.9%	581,135	27.9%	103.2%
営業利益	71,475	3.3%	30,006	1.4%	42.0%
営業外収益	1,098	0.1%	1,042	0.0%	94.9%
営業外費用	59	0.0%	11	0.0%	18.6%
経常利益	72,514	3.3%	31,038	1.5%	42.8%
特別利益	1,500	0.1%	1,525	0.1%	101.7%
特別損失	1,404	0.1%	1,878	0.1%	133.8%
当期純利益	54,719	2.5%	17,579	0.8%	32.1%

貸借対照表及びキャッシュフロー計算書

貸借対照表

単位: 百万円	17年9期	18年3期	増減額
流動資産	839	852	13
現金及び預金	584	607	23
売掛金	124	122	△ 2
棚卸資産	89	88	△ 1
固定資産	970	960	△ 10
有形固定資産	704	699	△ 5
無形固定資産	15	13	△ 2
投資その他の資産	250	248	△ 2
資産合計	1,810	1,813	3
流動負債	582	603	21
買掛金	366	407	41
未払金	126	121	△ 5
固定負債	1	1	0
純資産	1,226	1,208	△ 18
負債純資産合計	1,810	1,813	3

キャッシュフロー計算書



- 商品戦略に伴い買掛金の増加
- 利益計上に伴い純資産および営業CFの増加
- 投資CFは、既存店舗のリニューアルに伴い資産増加
- 財務CFは、配当金の支払いが要因

2018年9月期の取組み経過

販売手法の強化

人材の育成強化

茂蔵のブランド向上による顧客数増加を目指す

⇒ 想定していた結果がでない

【原因】

- ・販売手法の見直し(店頭より店内陳列強化)による認知度不足
- ・人材のレベルにばらつきがあり全店舗での共有化不足

商品開発の強化

- ・戦略的カテゴリーを強化することによる顧客数・単価の増加を目指すも、客数は減少

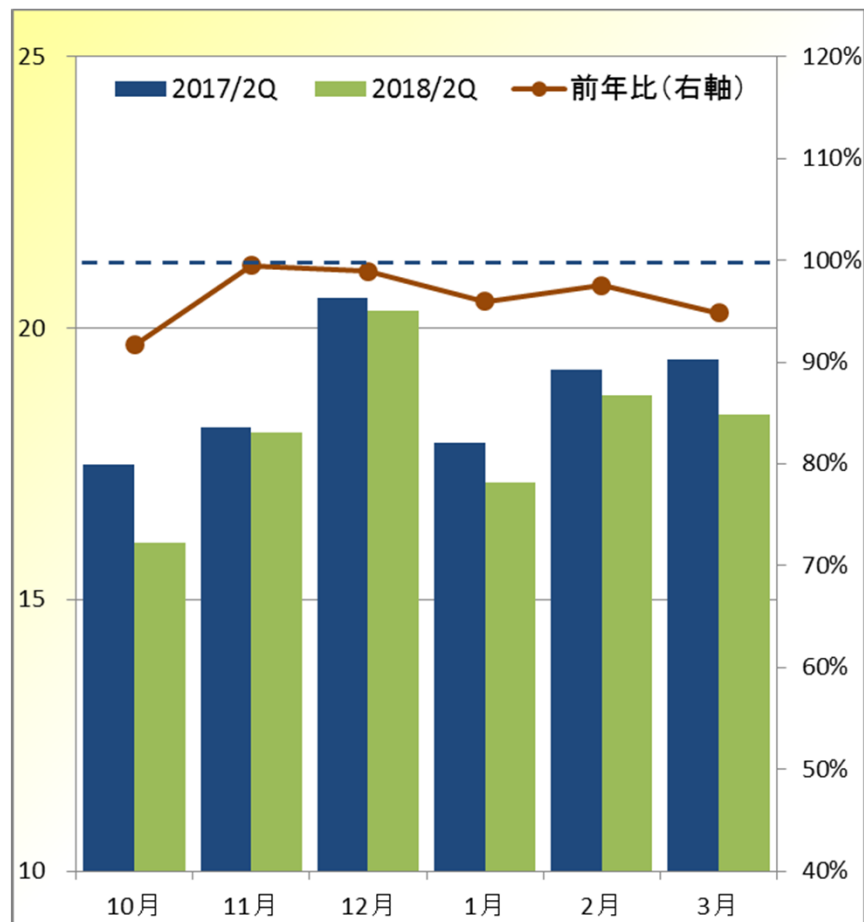
【原因】

- ・オリジナル商品開発強化の遅れ ⇒ 顧客数の減少
- ・お買い得商品の販売強化 ⇒ 買上単価増加・点数横ばい

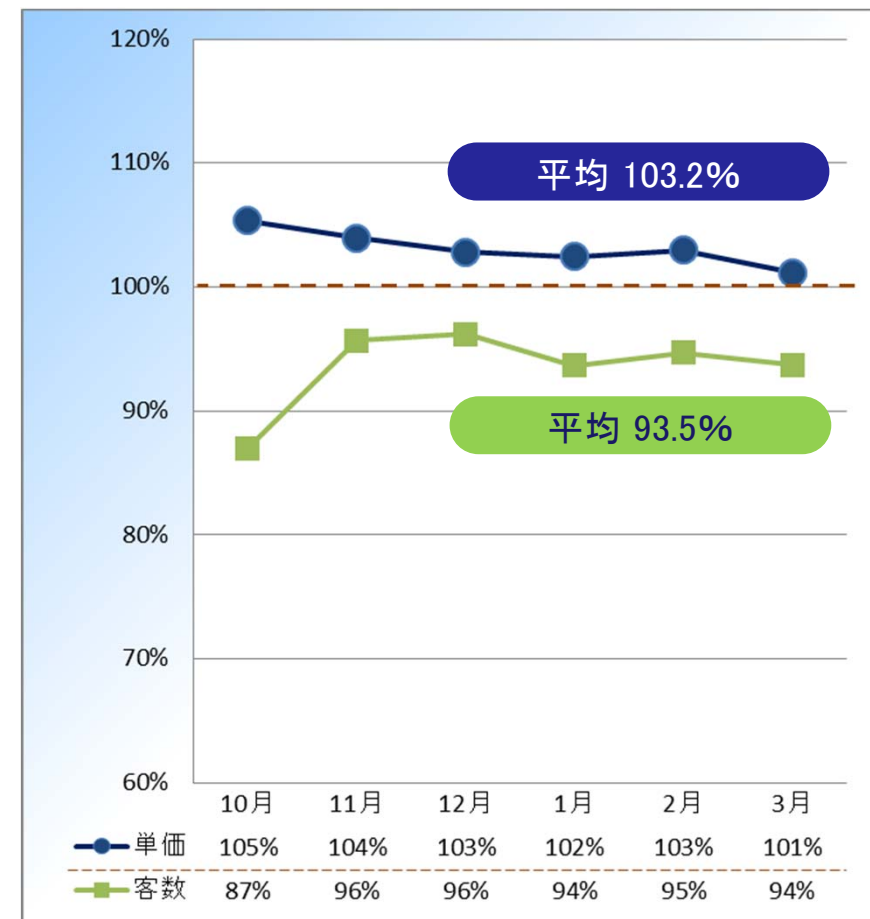
直営店舗の実績

1店舗平均売上高は18.8万円→18.1万円(前年比96.5%)

1店舗平均売上高推移 (単位:万円)



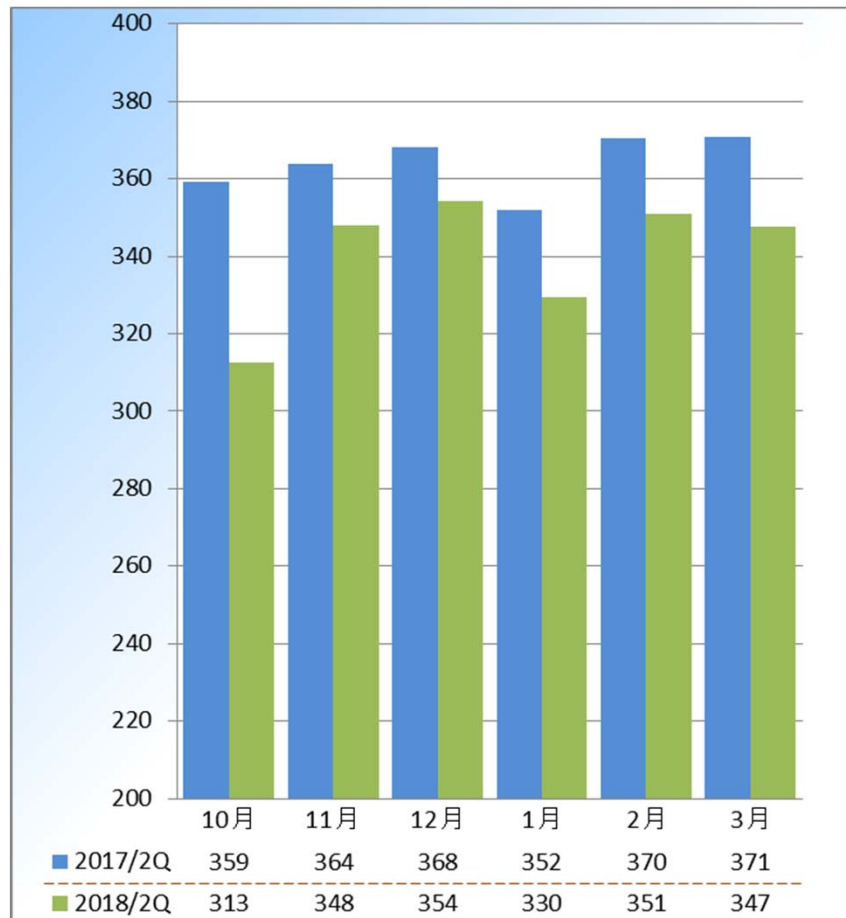
顧客数・顧客単価の前年比推移



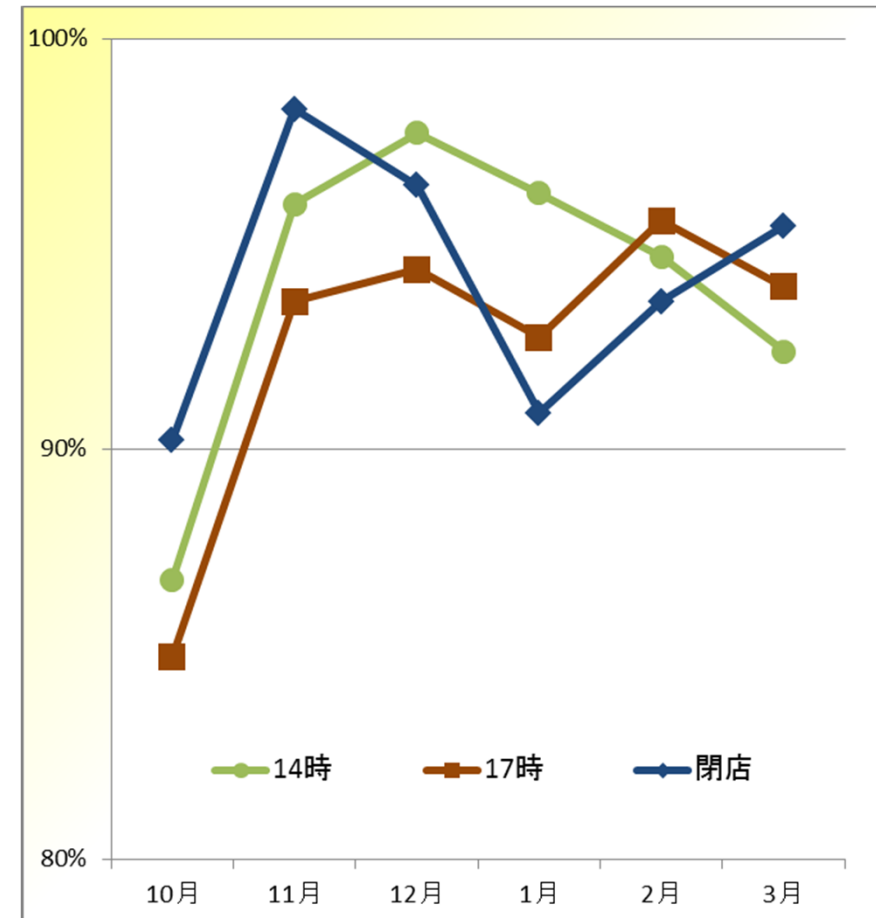
顧客数の結果

1店舗平均364人→340人(93.5%)
⇒販売方法、商品戦略の立て直しが課題

1店舗平均顧客数の推移 (単位:人)



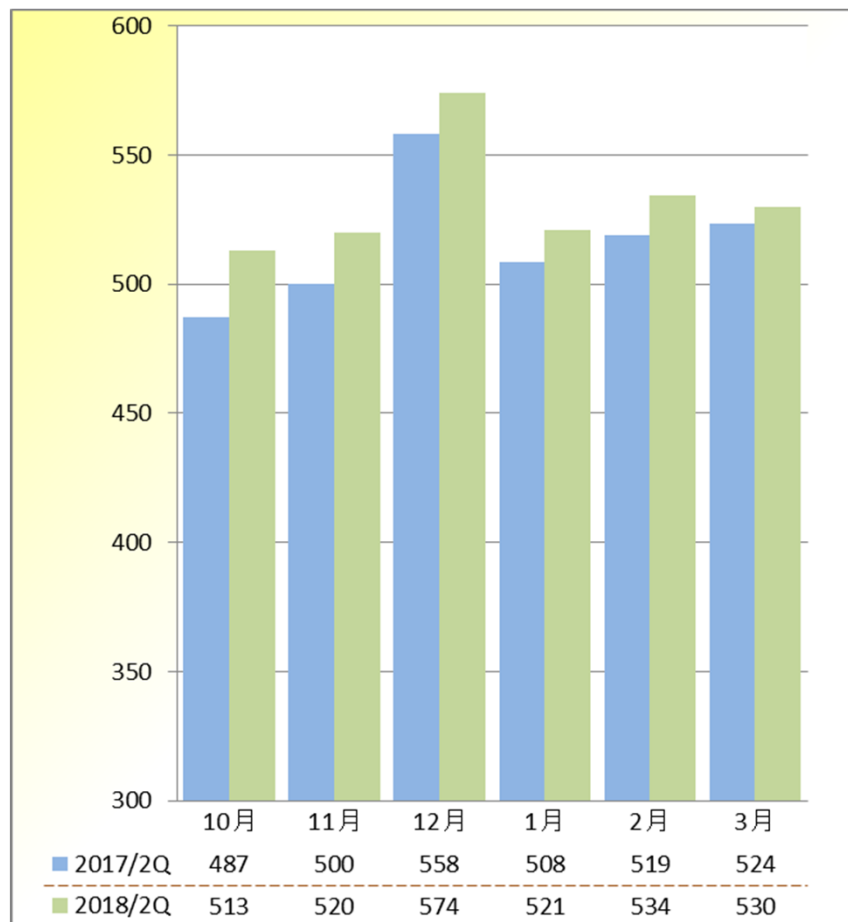
時間帯別顧客数前年比 (単位:%)



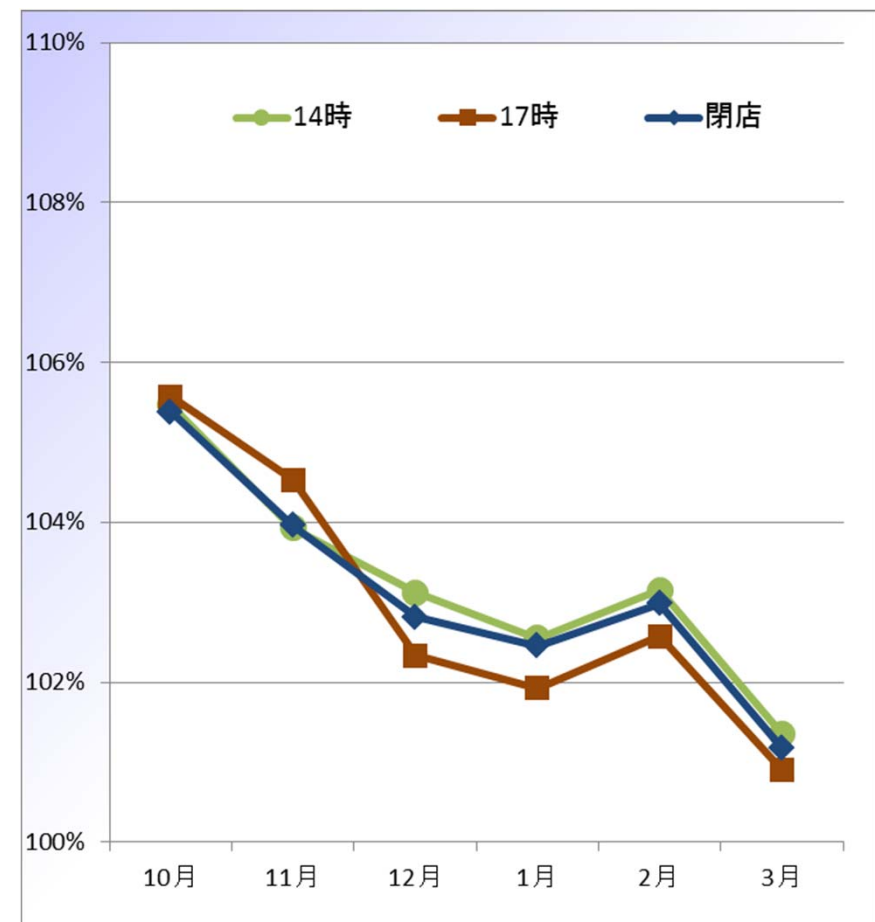
顧客単価の結果

顧客単価は516円→533円(103.2%)と前年同期を上回る
⇒ 戦略的カテゴリーによる商品施策

顧客単価の推移 (単位:円)



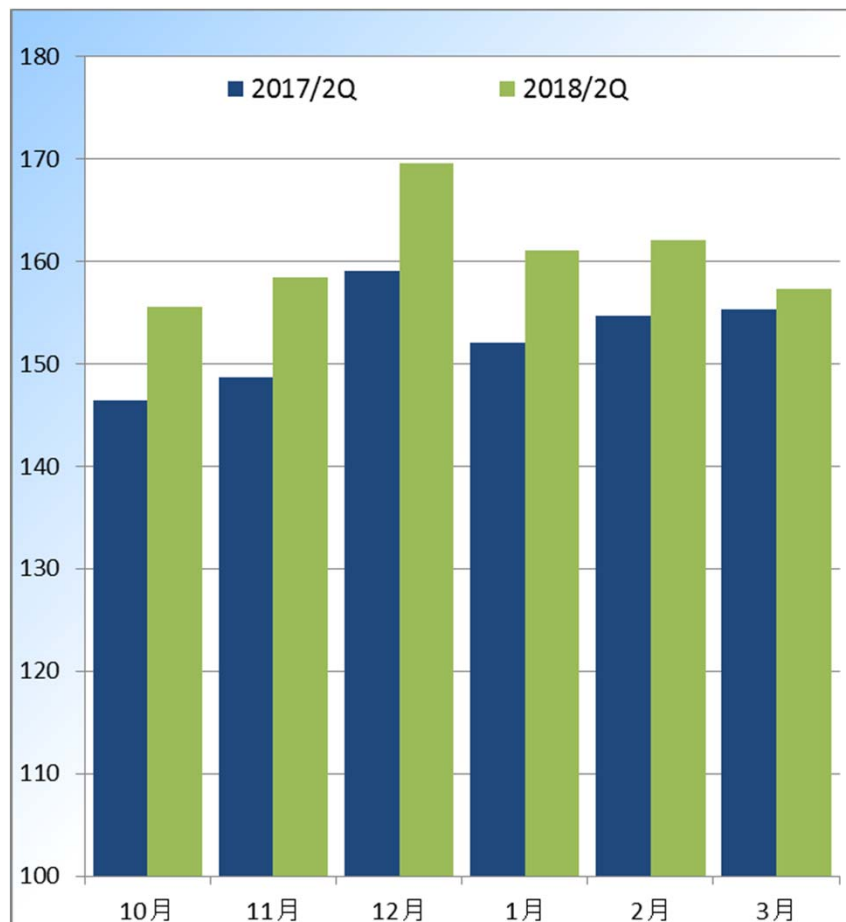
時間帯別顧客単価前年比 (単位:%)



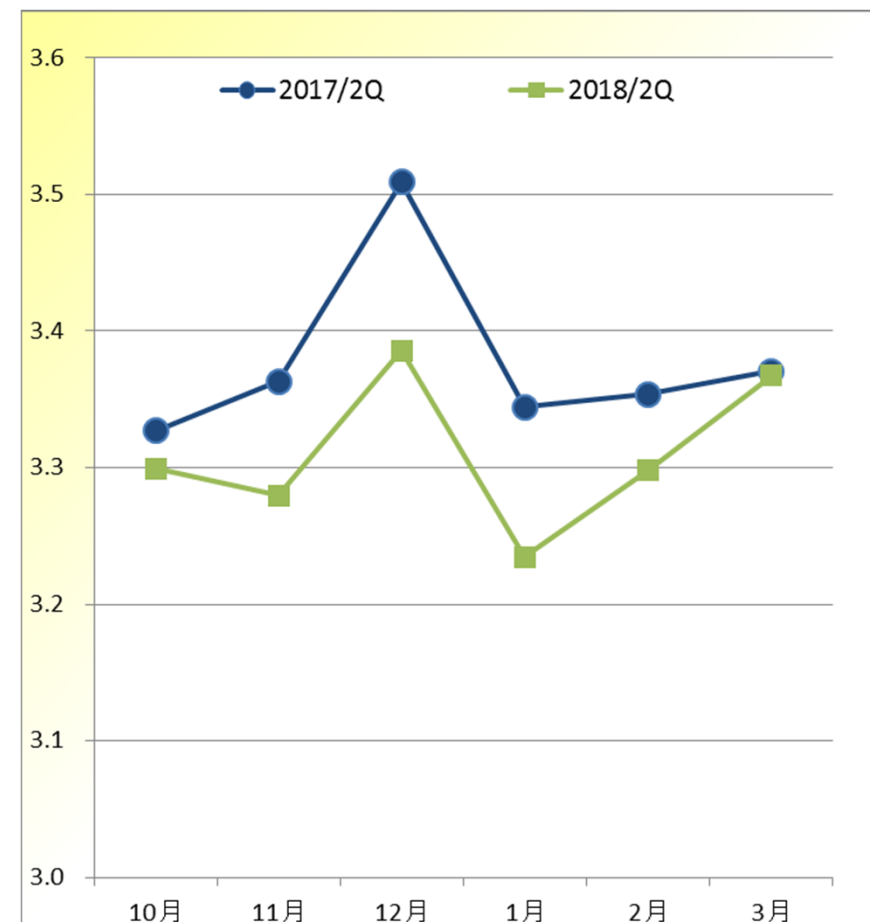
買上単価・点数の推移

買上単価は153円→161円(前期比105.2%)
買上点数は3.38個→3.31個(前期比98.0%)

買上単価の推移 (単位:円)



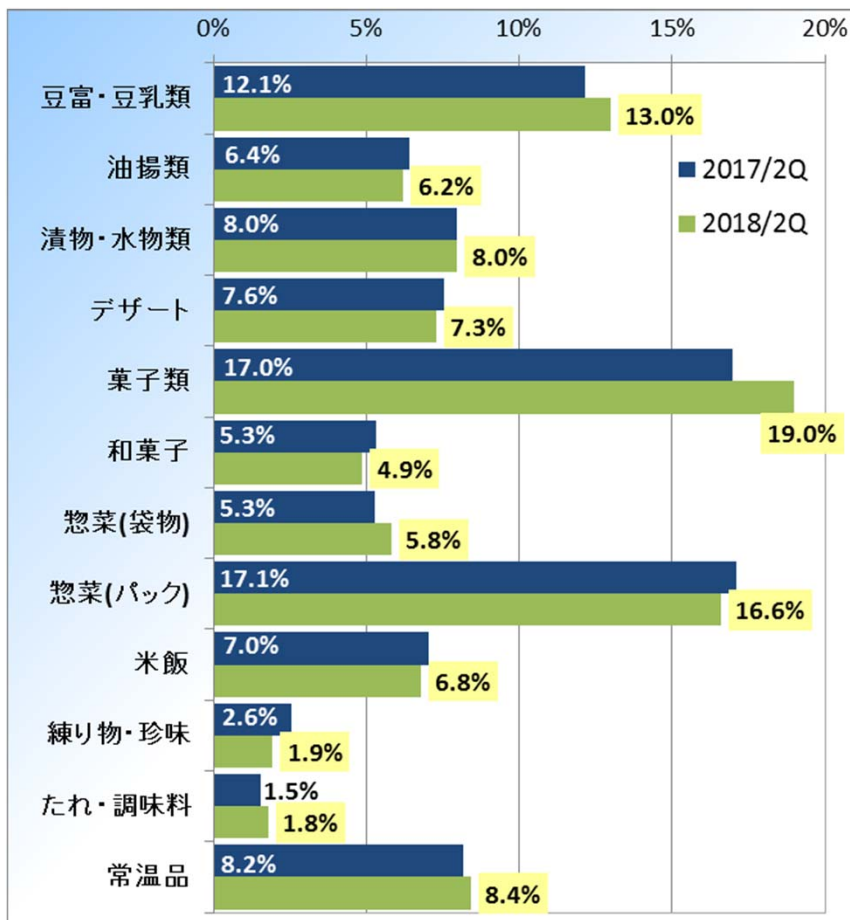
買上点数の推移 (単位:個)



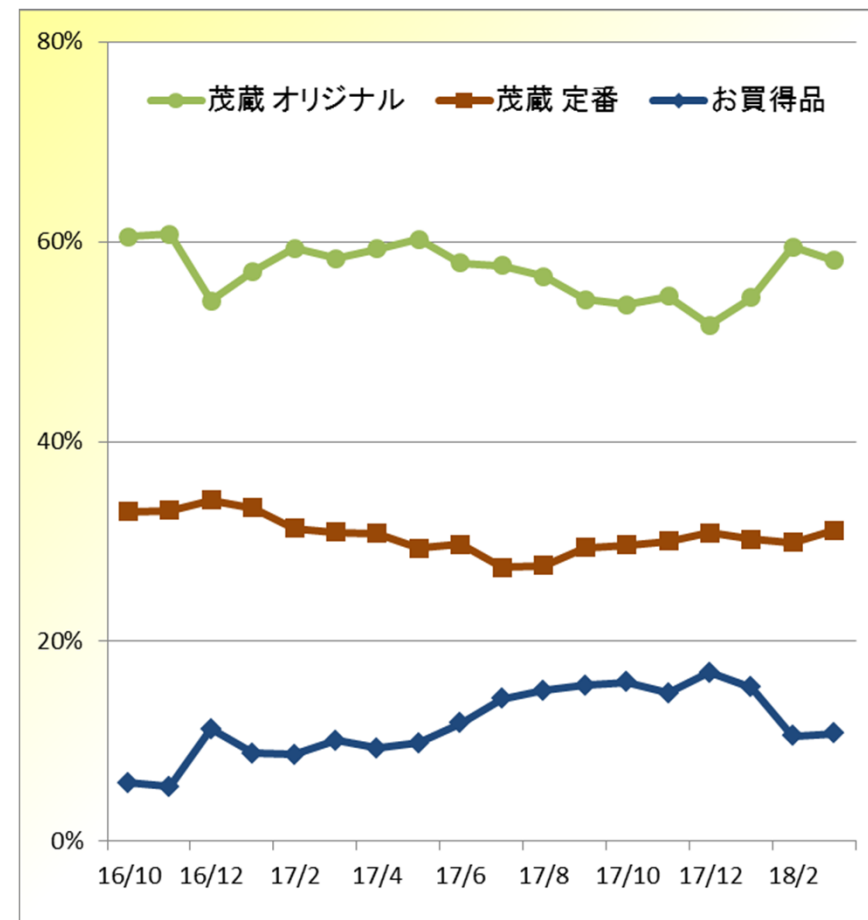
カテゴリーの戦略化による結果

「茂蔵オリジナル」、「茂蔵定番」、「本日のお買得品」の
カテゴリーを効果的に使った商品開発

カテゴリー別売上高構成比 (単位: %)



戦略的カテゴリー構成比 (単位: %)



店舗リニューアル

「茂蔵オリジナル商品」の認知度向上を目指し
⇒ とうふの老舗ブランドへ店舗リニューアルを順次実施

杉田店



北千住店



弘明寺店



10/12オープン
光が丘IMA店



リニューアル



2018年9月期3Q以降の取組み

販売手法の強化

人材の育成強化

茂蔵のブランド向上による顧客数増加を目指す

⇒ 想定していた結果がでない

【原因】

- ・販売手法の見直し(店頭より店内陳列強化)による認知度不足
- ・人材のレベルにばらつきがあり全店舗での共有化不足

・店舗の大幅リニューアルの推進

⇒ 優先順位を付けて毎月2店舗程度で実施予定

⇒ 他の既存店については、成功事例の共有化を推進

・研修会等の頻度を増やす

⇒ エリア別に研修会を実施し、回数・参加比率を増やす

⇒ 既存店舗の竹ノ塚店を研修センターへ改装予定

→ OJTの頻度を増やし、情報の共有化を強化

2018年9月期3Q以降の取組み

商品開発の強化

- ・戦略的カテゴリーを強化することによる顧客数・単価の増加を目指すも、客数は減少

【原因】

- ・オリジナル商品開発強化の遅れ ⇒ 顧客数の減少
- ・お買い得商品の販売強化 ⇒ 買上単価増加・点数横ばい

- ・豆腐・豆乳・おからを使った「茂蔵オリジナル商品」を更に強化
- ・毎月のイベントによる集客強化



2018年9月期3Q以降の取組み

様々なイベントを毎月実施！！！！

- ・付加価値の高い商品を提供
 - ⇒ お買い得品等の原材料を使用
 - ⇒ 顧客単価上昇
- ・今後も更に高付加価値商品を提供
 - ⇒ 顧客数の増加を目指す

やわらか牛タンシチューは
好評価で毎月数量限定販売へ



2018年9月期 通期業績について

天候・景気動向等の外部要因の予測が困難なため、
現時点では開示いたしません。
情報開示につきましては、
月次ベースで店舗等の情報を開示します。

お問合せ先

【担当者】

取締役管理グループ長
兼経営企画部長兼IR室長

矢立 実

TEL : 048・970・4949

FAX : 048・970・4889

E-Mail : ir@shinozakiya.com

URL : <http://www.shinozakiya.com/>

本資料は、当社の企業説明に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。また、本資料は2018年3月末現在の財務データに基づいて作成されております。本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証し又は約束するものではなく、また今後、予告なしに変更されることがあります。

株式の状況

(2018年3月末日現在)

	株主数	株式数	株式数分布比率
個人・その他	7,418	12,499,917	86.58%
金融機関	1	99,000	0.69%
その他法人	41	1,023,300	7.09%
外国法人等	21	263,778	1.83%
証券会社	14	271,805	1.88%
自己株式	1	278,800	1.93%
合計	7,496	14,436,600	100.00%

大株主情報

株主名	持株数	議決権比率
樽見 茂	3,029,900	20.99%
(株)鈴木物産	373,000	2.58%
(株)ハギワラ	350,000	2.42%
篠崎屋役員持株会	298,300	2.07%
樽見 登美子	289,000	2.00%
(株)篠崎屋	278,800	1.93%
喜多村 靖郎	278,100	1.93%
篠崎屋取引先持株会	267,700	1.85%
樽見 浩	261,300	1.81%
ビーエヌワイエム エスエーエヌバイ	130,154	0.90%

