



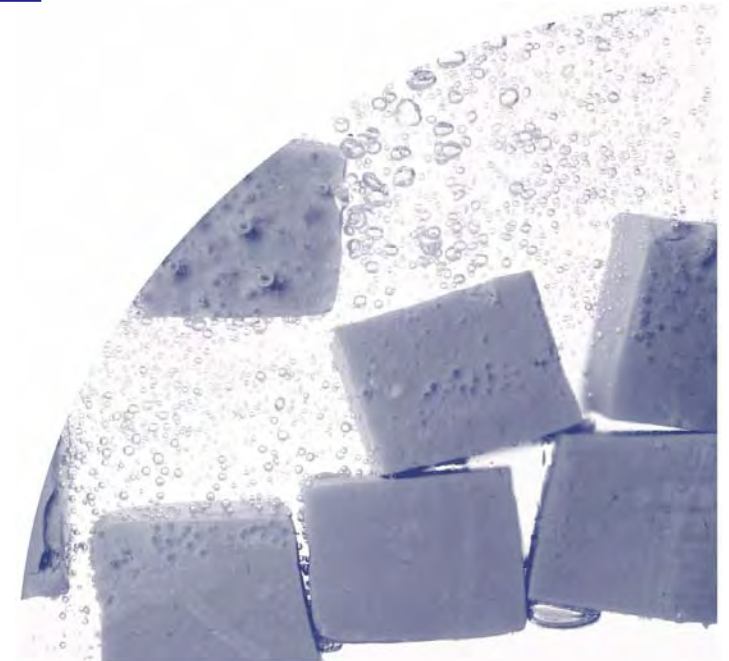
2022年9月期第2四半期

決算説明資料

2022年5月11日

株式会社篠崎屋 2926

<https://www.shinozakiya.com>



損益計算書

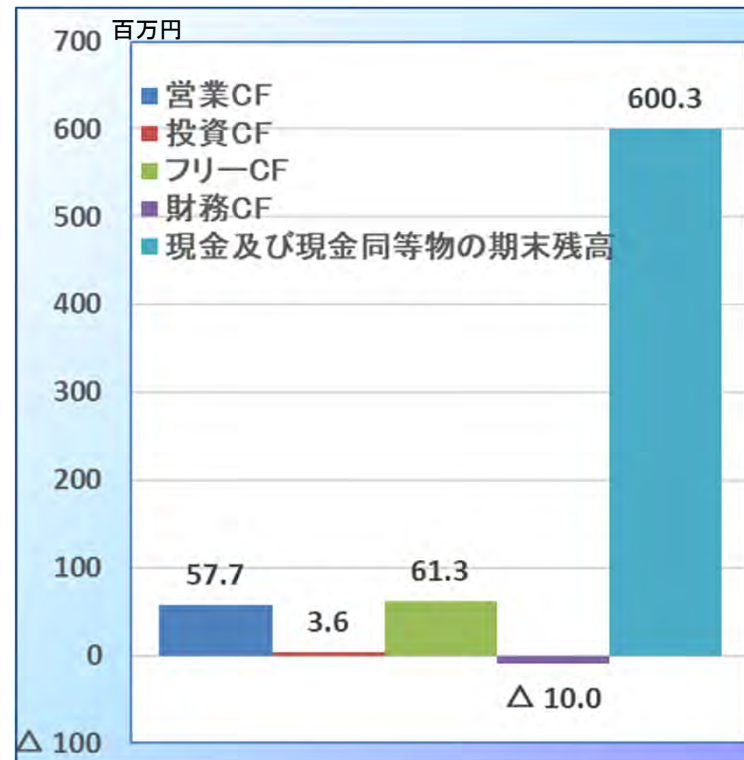
単位：千円	21年3月期	構成比	22年3月期	構成比	前年同期比
売上高	1,538,170	100.0%	1,467,458	100.0%	95.4%
小売事業	1,388,845	90.3%	1,302,286	88.7%	93.8%
その他事業	149,324	9.7%	165,171	11.3%	110.6%
売上原価	1,008,943	65.6%	977,588	66.6%	96.9%
売上総利益	529,226	34.4%	489,869	33.4%	92.6%
販管費	478,218	31.1%	483,633	33.0%	101.1%
営業利益	51,007	3.3%	6,235	0.4%	12.2%
営業外収益	466	0.0%	278	0.0%	59.7%
営業外費用	251	0.0%	182	0.0%	72.6%
経常利益	51,222	3.3%	6,331	0.4%	12.4%
特別利益	-	-	-	-	-
特別損失	1,432	0.1%	7,808	0.5%	545.2%
四半期純利益	34,050	2.2%	△ 10,166	△ 0.7%	-

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	21年9月期	22年3月期	増減額
流動資産	697	751	54
現金及び預金	548	600	52
売掛金	66	73	7
棚卸資産	38	42	4
固定資産	794	779	△ 15
有形固定資産	646	633	△ 13
無形固定資産	2	5	3
投資その他の資産	145	140	△ 5
資産合計	1,491	1,531	40
流動負債	296	355	59
買掛金	170	220	50
未払金	46	56	10
固定負債	39	29	△ 10
純資産	1,156	1,146	△ 10
負債純資産合計	1,491	1,531	40

キャッシュフロー計算書

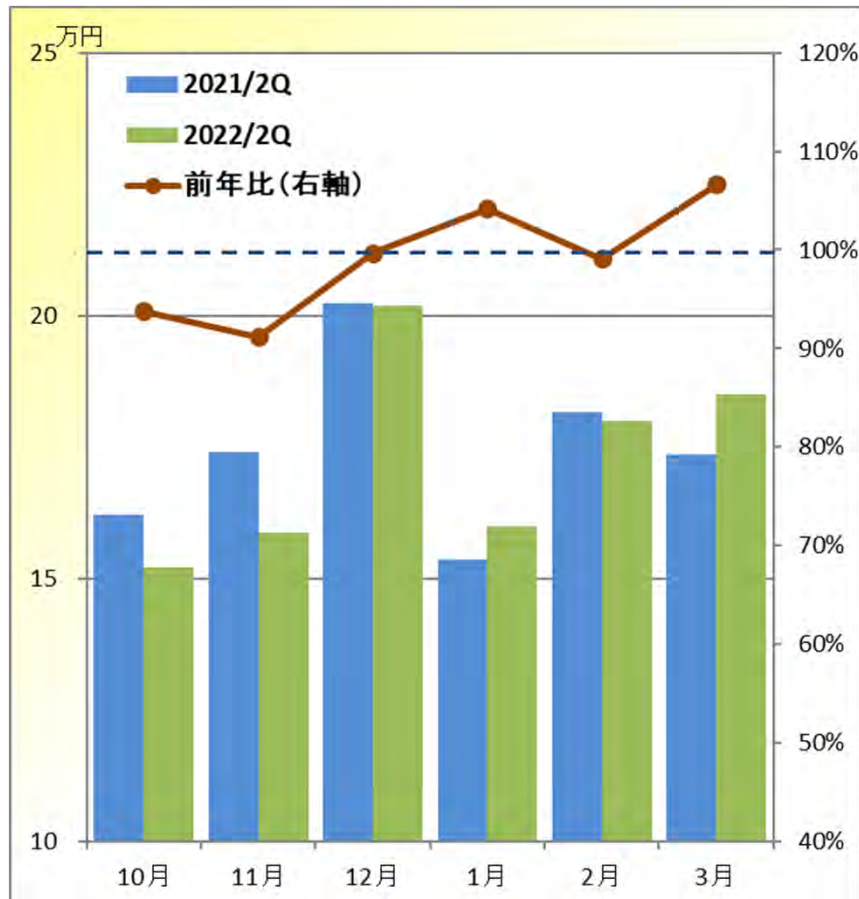


- 建物等の減価償却に伴い有形固定資産減少
- 借入金の返済に伴い固定負債の減少
- ⇒ 詳細につきましては第2四半期決算短信をご参照下さい

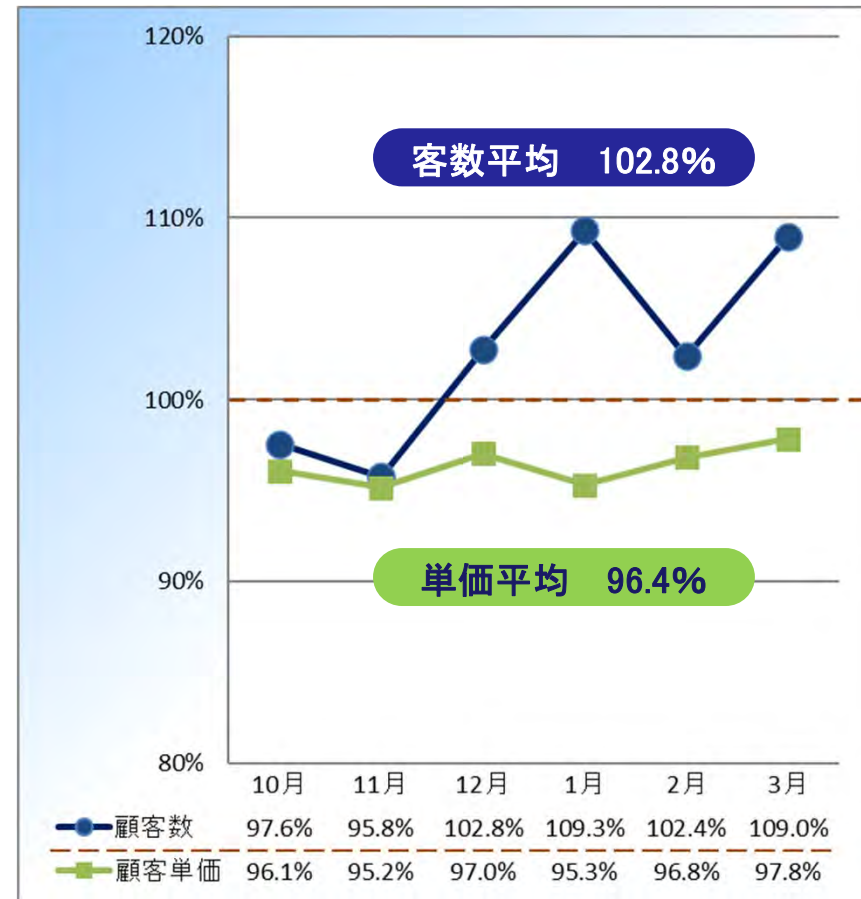
直営店舗の実績

1店舗平均売上高は17.5万円→17.3万円(前年比99.1%)
 ⇒2Q以降は朝市等のイベント効果が浸透し顧客数前年比106.7%
 ⇒結果2Q以降の売上高前年比は103.2%と増加傾向へ

1店舗平均売上高推移



顧客数・顧客単価の前年比推移



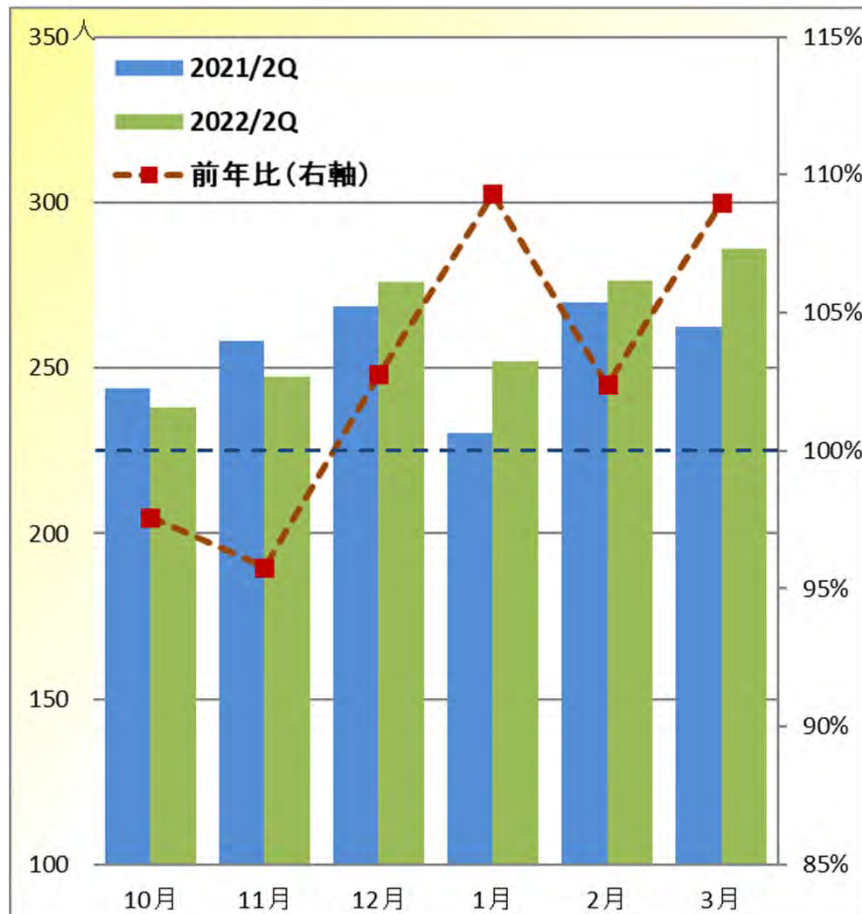
顧客数の結果

1店舗1日平均256人→263人(102.7%)

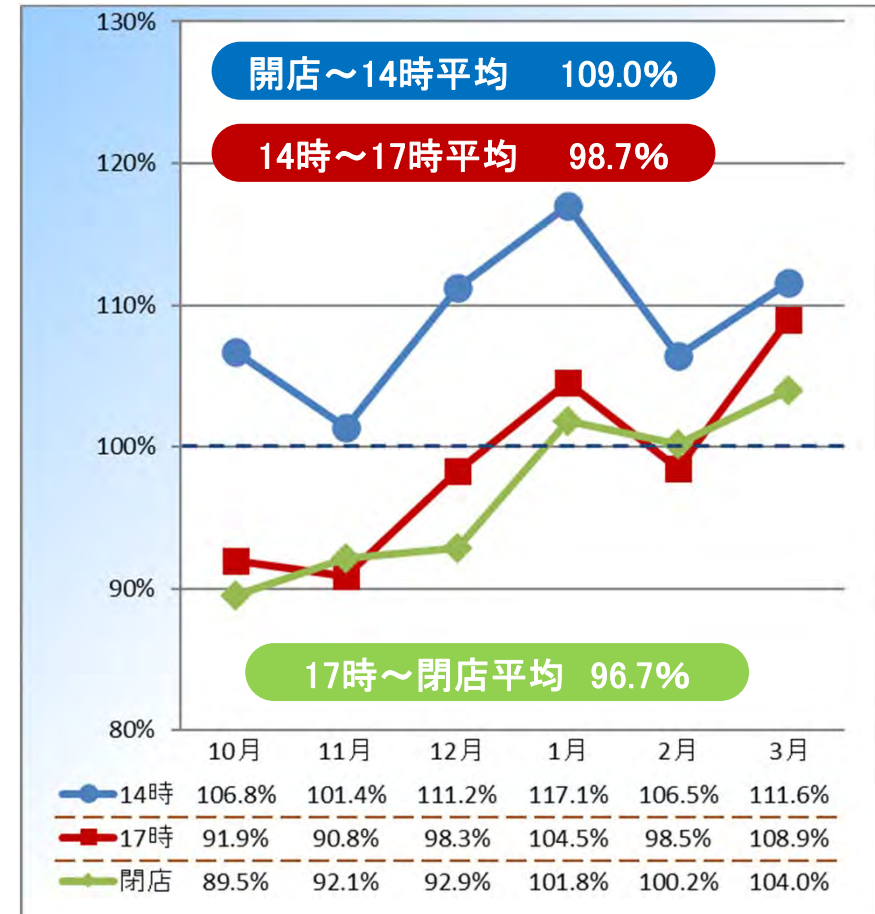
⇒ 開店～14時は朝市(開店～12時迄)・店頭販売手法の見直し

⇒ 14時以降に関しては2月より夕食用の健康弁当強化

1店舗平均顧客数の推移 (単位:人)



時間帯別1店舗顧客数前年比推移

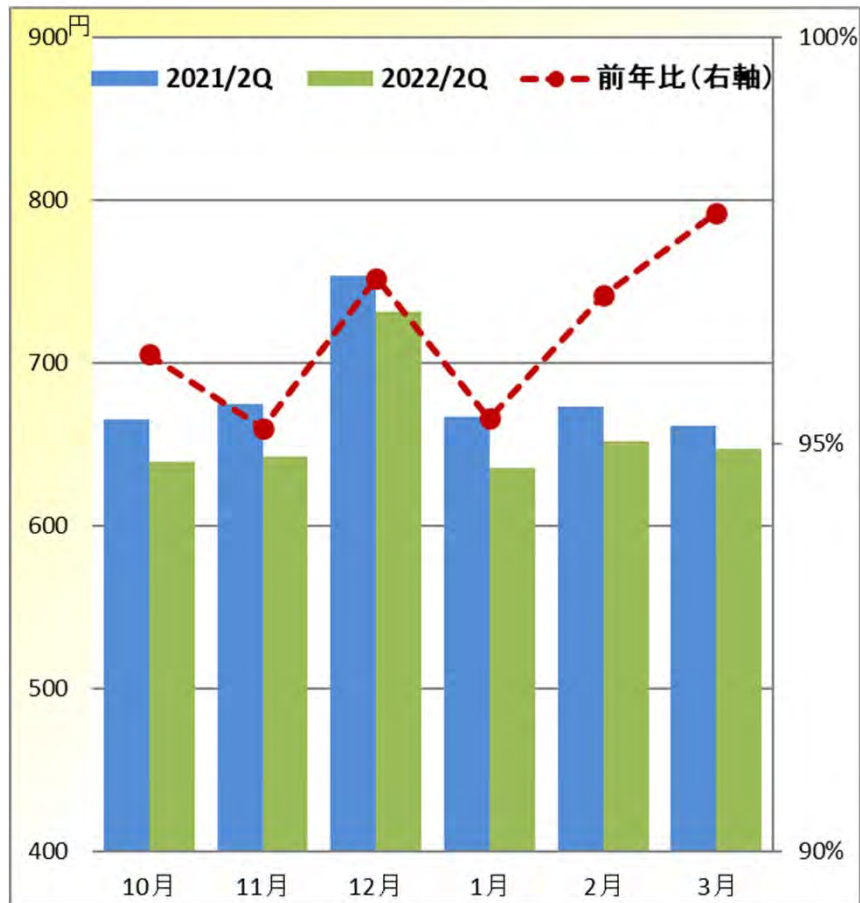


顧客単価の結果

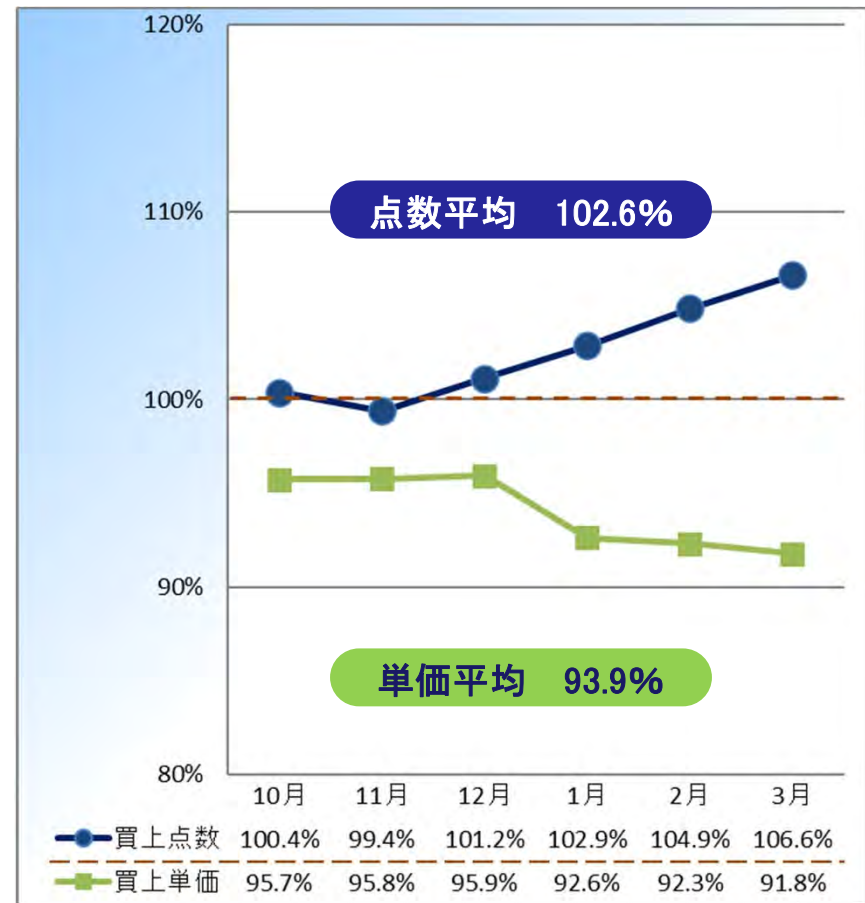
顧客単価は683円→658円(96.4%)

⇒朝市等のイベント効果浸透で買上点数は3.43個→3.52個(前年比102.6%)、
一方で買上単価は199円→187円(前年比93.9%)

顧客単価の推移



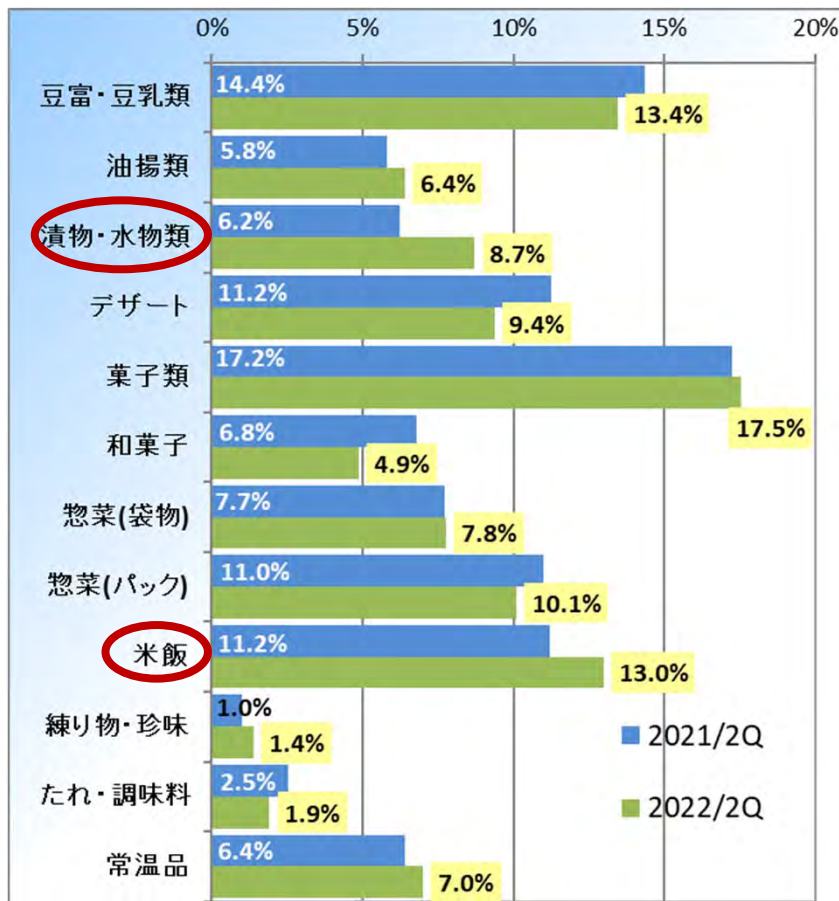
買上単価・買上点数前年比推移



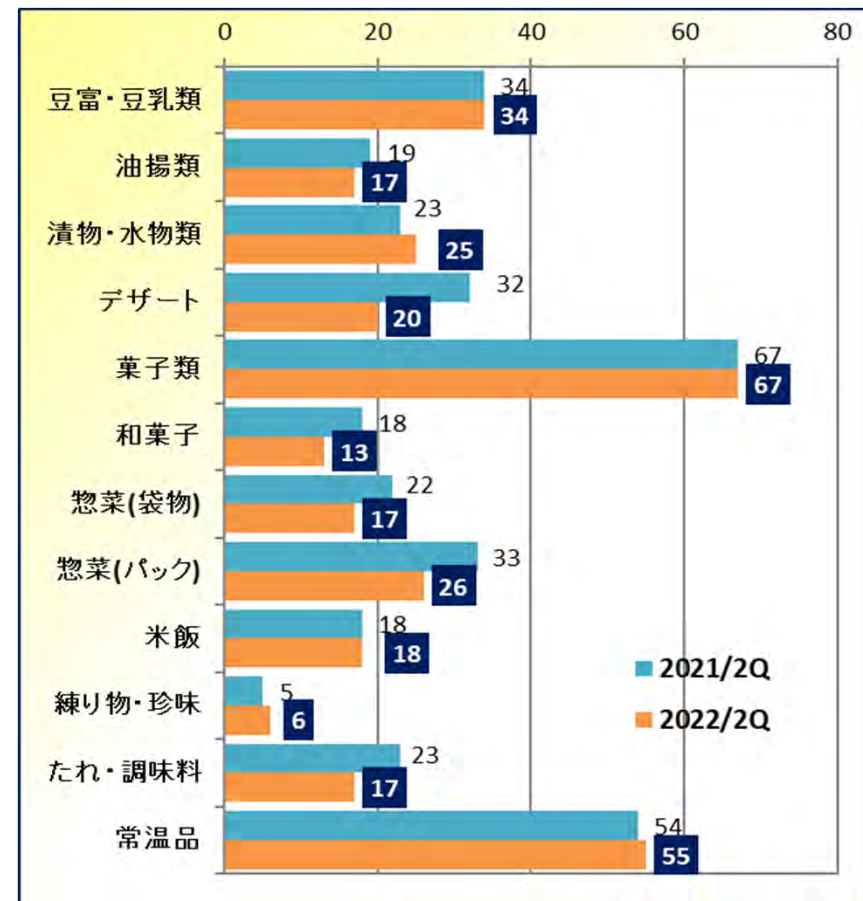
販売手法の見直しによるカテゴリーの結果

- 「朝市」等での店頭販売強化によるカテゴリー変化
- ⇒ 既存弁当から健康弁当の導入により米飯類の売上増加
 - ⇒ 店頭販売による既存商品の漬物・水物類売上増加

カテゴリー別売上高構成比



カテゴリー別アイテム数前年比較

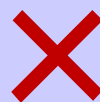


2022年9月期の取組み

コロナ禍においては臨機応変な取組みで対応する

三代目茂蔵『健康ブランド向上』をテーマに
商品開発力と販売力の強化へ

豆腐・豆乳・おからに加えて
健康を深堀する
新たな素材による
商品開発力



店舗数減少でも
売上を確保するための
販売力

健康ブランド向上による新たな成長期への準備

三代目茂蔵の商品開発

商品開発の現状

健康イメージのある豆腐、豆乳、おからを素材に加えて菓子類、デザート類、総菜類等を開発
⇒ 商品カテゴリーを増やして売上拡大

今期から注力している商品開発

『健康ブランド向上』をテーマ

- ◎白米＋雑穀 ⇒ 雑穀米
⇒ 健康弁当、いなり、太巻き、おにぎり
- ◎小麦粉＋ふすま ⇒ 全粒粉 ⇒ 麺類、パン類、菓子類
- ◎食物繊維の多い素材 ⇒ 素材そのもので開発 ⇒ 菓子類

雑穀米飯の販売強化で健康ブランド向上へ

雑穀米を使用した商品開発

出所:総菜白書2021年版

米飯を強化することが
ブランド向上への近道

カテゴリー別 市場規模	2019年		2020年		
	市場規模	構成比	市場規模	構成比	前年比
米飯類	4兆7.123億円	45.7%	4兆2,396億円	43.2%	90.0%
調理パン	5.523億円	5.4%	4,916億円	5.0%	89.0%
調理麺	6.877億円	6.7%	7,998億円	8.1%	116.3%
一般惣菜	3兆5,565億円	34.5%	3兆4,490億円	35.1%	97.0%
袋物惣菜	8.109億円	7.9%	8,396億円	8.6%	103.5%
合計	10兆3,200億円	100.0%	9兆8,195億円	100.0%	95.2%

雑穀米を使用した商品開発



血糖値の上昇を緩やかに

健康おはぎ

もち麦
食物繊維が
腸内環境を
整える

おから入り
つぶ餡
おからの
イソフラボン
肌の調子を
整える
小豆の
カリウムは
むくみ防止に

黒米
血管を保護
胃や髪のを
健康に保つ

雑穀米は、白米に比べ
食後の血糖値の上昇が
緩やかになると言われています。



すし飯を雑穀ごはん！『健康太巻き』

食後の血糖値上昇を緩やかにし、腸の健康をサポートする働きがある食物繊維。雑穀にはそんな食物繊維が白米に比べて多く含まれます。

元気で健康的な食生活に注目して、雑穀ごはんのお弁当『健康弁当』を作りました。特選雑穀をベースに、さらに味と食感の良さを追求したオリジナルブレンドの雑穀ごはん。

そして、この健康的で美味しい雑穀ごはんをもっと多くの人に。もっと手軽に食べてもらいたく作ったのが『健康太巻き』です！

人気商品「根菜とんこの太巻き」でもおなじみの「雑穀・お・ごほう」産根・油揚げの醤油系」を具材に使用しました。

栄養成分表示(100gあたり)
エネルギー: 662kcal
タンパク質: 6.8g
脂質: 10.3g
炭水化物: 24.4g
食塩相当量: 10.9g
(この表示値は、目安です。)

健康太巻き(根菜巻き)
8巻 360円(税別)

『美味しく食べて健康に』
お昼ごはんにも、晩ごはんにもオススメです。

雑穀ごはん

白米・大豆・黒米・押麦・小豆
ひえ・もちきび・もちあわ
キヌア・アマランサス

おかず

ぶり大葉フライ・厚揚げ煮
豆乳玉子焼き・うの花
にんじん・ブロッコリー

栄養成分表示(1食あたり)
エネルギー: 662kcal
タンパク質: 24.4g
脂質: 29.0g
炭水化物: 75.4g
食塩相当量: 3.0g
(この表示値は、目安です。)

雑穀ごはん

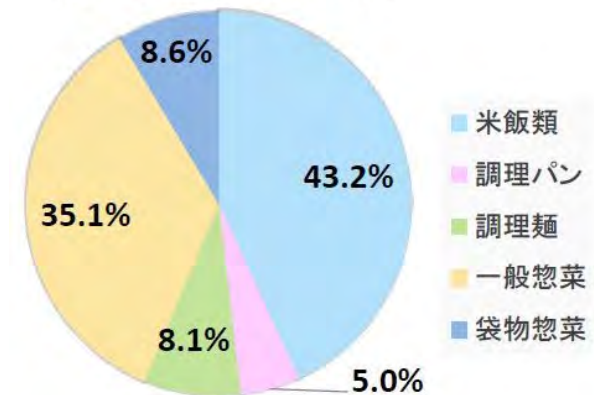
白米・大豆・黒米・押麦・小豆
ひえ・もちきび・もちあわ
キヌア・アマランサス

おかず NEW!

赤魚の天ぷら・厚揚げ煮
豆乳玉子焼き・うの花
にんじん・ブロッコリー

栄養成分表示(1食あたり)
エネルギー: 608kcal
タンパク質: 27.2g
脂質: 25.3g
炭水化物: 69.1g
食塩相当量: 2.9g
(この表示値は、目安です。)

カテゴリー別構成比(2020年)



出所:総菜白書2021年版

健康ブランド向上を目指す商品開発

管理栄養士とコラボし商品開発



全粒粉・素材そのものを使用した商品開発



三代目茂蔵の販売戦略

今迄は店舗数の増加による売上拡大

- ◎全カテゴリーを扱う店舗は増やさず、既存店の効率性を追求
 - ⇒ 健康ブランドの認知度が向上すれば、
先ずは**健康米飯専門店**の展開を目指す
- ◎将来的に既存店は冷ケース内の取扱いアイテムを
健康総菜中心へ
 - ⇒ 冷ケース1本当たりの買上単価増加による売上拡大
- ◎ネットショップを強化
 - ⇒ 明日届くの実現による使い勝手の向上
将来的には**時間指定の実現**に向け取組む

雑穀に特化した弁当類でニッチ市場での存在感を

- ◎一般的に健康商品はケ(日常)ではなくハレの価格帯が多い
 - ⇒茂蔵では**ハレの中でのケを実現**し茂蔵の健康ブランドを向上
(米を制する者が一番強い、例えば崎陽軒のシウマイ弁当)

店舗数減少分をネットショップで強化

「茂蔵タウン」から『茂蔵健康堂』にリニューアル

- ◎既存商品に加えてネット限定商品を取り扱う
 - ⇒ 茂蔵全商品を扱うことで売上拡大を目指す
- ◎配達強化によりリアル店舗との使い勝手を向上
 - ⇒ 明日届くの実現による使い勝手向上
 - ⇒ 将来的には時間指定の実現に向け取り組む

茂蔵タウンは、茂蔵健康堂にリニューアルしました!

茂蔵健康堂

どうふまるごと 豆乳菓子 ダイエット 雑穀 セット商品 黒トリュフ

ストア内ランキング

- 黒豆 2,758円
- おからと豆乳のダイエット用クッキー【特大】1kg 2,300円
- 無糖豆乳 10本セット (1000ml×10本) 2,538円
- 大豆の油肉3層焼21個セット 2,730円
- 黒トリュフアレンジ 260円

ストアのおすすめ商品

- 50杯分 送料無料 3,800円
- 豆乳 1kg 2kg 1,600円
- 豆乳 1kg 2kg 1,200円

友だち募集中!
三代目茂蔵 公式LINEアカウント

QRコードから友だち登録
割引情報など、お得な情報を
定期的に配信いたします!

明日届く!
14時までに注文すると 翌日商品が届きます!

三代目茂蔵【公式】
@308qmvqt

ネットショップ 探用情報 新商品情報
店舗情報 Twitter YouTube

2022年9月期 通期業績について

天候・景気動向・コロナ禍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 : <https://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2022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

	株主数	株式数	株式数分布比率
個人・その他	6,930	11,787,614	81.65%
金融機関	1	61,700	0.43%
その他法人	37	1,049,600	7.27%
外国法人等	36	125,678	0.87%
証券会社	17	1,133,208	7.85%
自己株式	1	278,800	1.93%
合計	7,022	14,436,600	100.00%

(2022年3月末日現在)

大株主情報

株主名	持株数	議決権比率
樽見 茂	3,029,900	21.40%
篠崎屋取引先持株会	433,200	3.05%
(株)鈴木物産	373,000	2.63%
(株)ハギワラ	350,000	2.47%
篠崎屋役員持株会	317,400	2.24%
(株)SBI証券	303,400	2.14%
樽見 登美子	289,000	2.04%
JPモルガン証券(株)	287,300	2.02%
(株)篠崎屋	278,800	—
楽天証券(株)	204,200	1.44%

