



2025年2月期 第2四半期(中間期)決算
決算説明資料



2024年10月16日

株式会社 アークス 代表取締役会長・CEO 横山 清

2025年2月期 第2四半期(中間期) 決算について

1. 2025年2月期 第2四半期(中間期)決算概要
2. 2025年2月期 通期予想
3. 資本コストや株価を意識した経営に向けて
4. 株主還元・配当政策について

株式会社アークス
取締役副会長・CFO 古川 公一

1. 2025年2月期 第2四半期(中間期)決算概要

売上高は中間期としては過去最高水準を計上。総利益率の前年割れにより、販管費の対前年増加額をカバーするに至らず、増収減益となりました。

| (億円) | 1Q | 前年差 前年比 | 2Q | 前年差 前年比 | 中間期(累計) | 前年差 前年比 |
|----------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| 売上高 | 1,488 | 59 104.1% | 1,539 | 46 103.1% | 3,027 | 105 103.6% |
| 売上総利益 | 373 | 11 103.1% | 381 | 10 102.7% | 754 | 21 102.9% |
| 売上総利益率 | 25.1% | ▲0.2% | 24.8% | ▲0.1% | 24.9% | ▲0.2% |
| 販管費 | 334 | 12 103.9% | 348 | 17 105.0% | 683 | 29 104.5% |
| 売上高販管費率 | 22.5% | 0.0% | 22.7% | 0.5% | 22.6% | 0.2% |
| 営業利益 | 38 | ▲1 97.2% | 32 | ▲7 83.3% | 71 | ▲8 90.3% |
| 売上高営業利益率 | 2.6% | ▲0.2% | 2.1% | ▲0.5% | 2.4% | ▲0.3% |
| 経常利益 | 42 | ▲2 95.7% | 37 | ▲6 85.2% | 79 | ▲8 90.5% |
| 売上高経常利益率 | 2.9% | ▲0.2% | 2.4% | ▲0.5% | 2.6% | ▲0.4% |
| 純利益 | 26 | ▲3 88.6% | 23 | ▲5 83.7% | 49 | ▲8 86.2% |
| 売上高純利益率 | 1.8% | ▲0.3% | 1.5% | ▲0.4% | 1.7% | ▲0.3% |

売上高：

物価高・節約志向の環境下、既存店客単価が伸長（前年比+3.4%）し、同客数も前年から若干の減少（同▲0.4%）で抑えた結果、売上高は堅調に推移した。

売上総利益：

卵の反動増や米の在庫不足等もあり、卵・米を中心とした一般食品の総利益率は対前年で改善した一方、食肉や水産、デリカにおいて、原材料費やセンター運営費が高騰、価格競争のなかで利益率確保が難しい状況下、生鮮部門の総利益率は対前年で低下。結果、全体の総利益率が前年から0.2pt低下、売上総利益は前年から21億円の増加に留まった。

販管費：

人件費増加を主因に対前年で29億円の増加（人件費+16億円、ポイント経費+1.2億円、減価償却費+3.4億円、修繕費・清掃衛生費+3.2億円等）となったものの、予算内(予算差▲4.7億円、予算比99.3%)に収めており、経費コントロールは効いている。

2. 2025年2月期 通期予想

前年・予算対比未達分を埋めるべく、各種施策に取り組んでまいります。

| (億円) | 通期 期初予算 | 中間実績① | 前年差 | 下期 期初予算② | 前年差 | 中間実績+ 下期期初予算 (①+②) | 前年差 |
|--------|------------|-------|-------|-------------|------|--------------------------|-------|
| 売上高 | 6,130 | 3,027 | 105 | 3,070 | 76 | 6,097 | 182 |
| 売上総利益 | 1,553 | 754 | 21 | 783 | 22 | 1,537 | 44 |
| 売上総利益率 | 25.3% | 24.9% | ▲0.2% | 25.5% | 0.1% | 25.2% | ▲0.0% |
| 販管費 | 1,380 | 683 | 29 | 692 | 20 | 1,375 | 49 |
| 営業利益 | 173 | 71 | ▲ 8 | 91 | 2 | 162 | ▲ 6 |
| 経常利益 | 188 | 79 | ▲ 8 | 98 | 2 | 177 | ▲ 6 |
| 純利益 | 116 | 49 | ▲ 8 | 57 | ▲ 3 | 106 | ▲ 11 |

- ① 北海道・東北の各エリアで調達先の見直し・統合を図り、仕入原価を低減
- ② 新アークスアプリによるキャンペーン実施やクーポン配信等のプッシュ販促を実施
- ③ 北海道名産品などの各種ギフトを全国配送する「アークス市場」をスタート
- ④ 好事例のグループ内横展開による収益改善
- ⑤ 改装・修繕に関する優先度を再精査し、規模・実施時期を見直し
- ⑥ 国の電気料金支援再開に伴う燃料費調整単価の引き下げ

■ 下期の取り組み及びその利益貢献効果(対予算)の見込について

| | 施策 | 効果試算 | 施策 | 効果試算 |
|-------------|---------------------|-------|-------------|---------------|
| 総利益増加 | ①商流統一 | 4億円 | ③ギフトEC（新規） | 0.5億円 |
| | ②販促強化（アークスアプリ刷新） | 0.5億円 | ④低調事業会社の底上げ | 3.5億円 |
| 販管費抑制 | ⑤改装・修繕のスケジュールコントロール | 2.5億円 | ⑥国の電気料金支援 | 1.8億円 |
| 効果合計 | | | | 12.8億円 |

▶ 通期予算必達に向けてグループ全体で取り組んでまいります

3. 資本コストや株価を意識した経営に向けて

成長投資(特にM&A)による利益水準の向上を最優先に、バランスシートの効率性を追求することで、ROE8.0%以上及びPER向上の実現を目指してまいります。

$$\begin{matrix} \text{PBR} \\ 0.76\text{倍} \end{matrix} = \begin{matrix} \text{ROE} \\ 6.7\% \end{matrix} \times \begin{matrix} \text{PER} \\ 11.9\text{倍} \end{matrix}$$

ROE8.0%以上の実現、PERの向上により、
PBR1倍以上を目指してまいります

1

当期純利益水準の
向上に向けて

1. 成長投資

- 積極的なM&A（業界再編加速を好機として、守りのM&Aから攻めのM&Aへ）
- 新店・改装（新規出店に加え、従来以上に積極的な改装の推進）

2. 事業会社の収益向上

- ホールディングスの営業支援機能の強化
 - 事業会社間の業績格差改善（好事例の横展開徹底）
 - グループシナジーの更なる追及（データ共有による商品力の強化、商流統一 等）

2

資本政策
(株主還元)

積極的な株主還元

- 当期純利益増加の取り組みを最優先として取り組みつつ、配当性向の向上や、自己株式の取得等、従来以上に積極的な株主還元実施

北海道・北東北を中心に食品販売を引き続き牽引していく

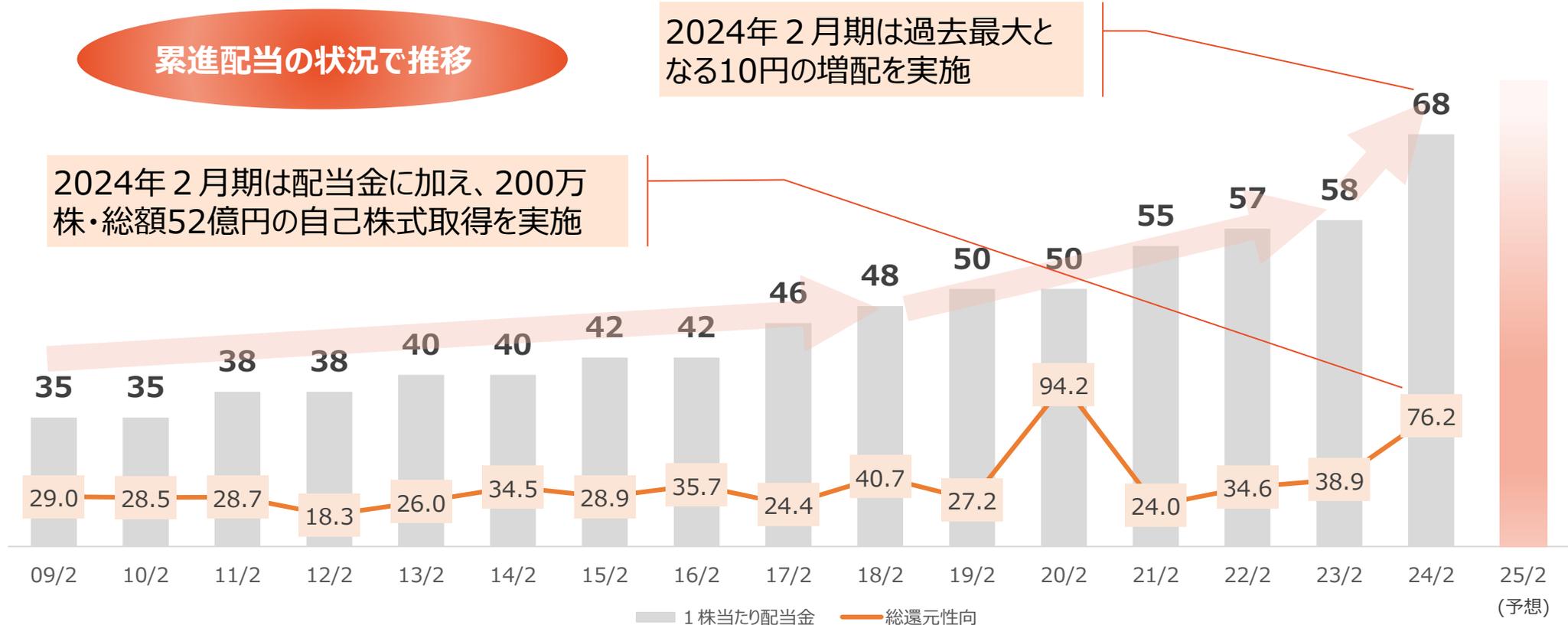
* PBRは2024年8月末の時価総額÷2024年8月末の純資産、ROEは2024年2月期の当期純利益÷2024年2月期の期初・期末純資産の平均、PERは2024年8月末の時価総額÷2024年2月期の当期純利益 で算出しております。

4. 株主還元・配当政策について

堅調な業績に支えられ、安定的な増配を実現し、直近の1株当たり配当額は15期前（2009年2月期）と比較して約2倍に増加。今後については、業績をベースにしつつ、マーケットの期待に応えるべく、従来以上に積極的な株主還元を進めてまいります。

■ 1株当たり配当金・総還元性向推移

(円、%)



アークスグループの 取り組み

1. 混沌とする食品小売業界
2. 創発的思考で競争環境の激変に挑む
3. 「スーパーアークス」業態の拡大

株式会社アークス
代表取締役会長・CEO 横山 清

1. 混沌とする食品小売業界

北海道・東北の食品小売業界は変革期を迎えている。

第1次 流通戦争

- 1970年代～
北海道へ業界大手企業が進出、大手に対抗する地場スーパーの戦いが始まる

| オープン年月 | 北海道進出1号店 |
|----------|-------------|
| 1967年10月 | 長崎屋札幌店 |
| 1973年10月 | 西友月寒店 |
| 1973年11月 | ダイエー札幌店 |
| 1975年4月 | イトーヨーカドー帯広店 |
| 1979年7月 | ニチイ藻岩店 |
| 2000年9月 | ジャスコ釧路店 |



◀ 1973年オープン
大丸スーパー(現アークス)西岡店
※西友月寒店と競合



第2次 流通戦争

- 2024年～
北海道・東北へ進出してきた業界大手企業が次々と撤退、**新興勢力が進出**。地場スーパーの戦いは次のフェーズへ

- 海外経済の減速懸念や金融資本市場の変動
- 物価上昇の継続や実質賃金の先行き不透明



現状の不透明感



- **気候変動**に伴う災害の激甚化・頻発化
- 日本の人口減少、それに伴う**労働力の減少**



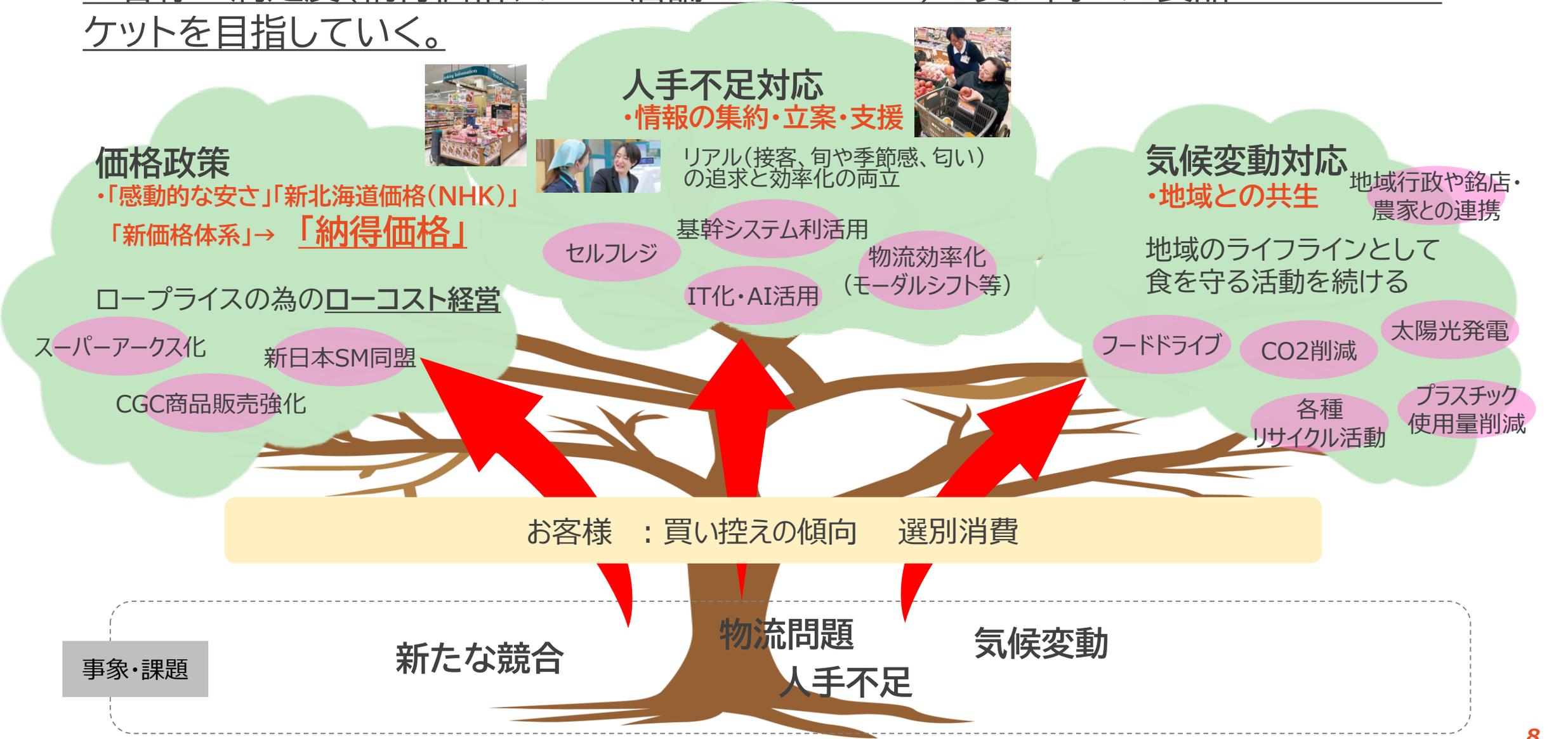
先行きへの不安感



お客様の**節約志向**や**選別消費**の傾向の更なる高まり

2. 創発的思考で競争環境の激変に挑む

お客様の満足度(納得価格、リアル店舗でのサービス)を更に高めた食品スーパーマーケットを目指していく。



3. 「スーパーアークス」業態の拡大

ビッグハウスの「一物三価」「感動的な安さ」を踏襲しつつ、お客様のニーズの変化に対応すべく、「スーパーアークス」への業態転換を推し進めている。

ビッグハウス: 品数を絞ってコストを圧縮し低価格を実現



お客様のニーズが変化

ビッグハウスとは似て非なるものを作ろう

スーパーアークス:

価格
容量
品揃え } 3つのバランスをとり、高い来店頻度を実現する

スーパーアークス誕生



新店、スクラップ&ビルドを中心としてスーパーアークスを出店

2006年
スーパーアークス菊水店(ラルズ)] **新店**
スーパーアークス北24条店(ラルズ)

2007年
スーパーアークス中島店(旧ホームストア) **新店**
スーパーアークス港町店(道南ラルズ) **新店**

2008年
スーパーアークス大曲店(ラルズ) **新店**

スーパーアークス拡大

ビッグハウスをはじめ、各種業態をスーパーアークスに改装。

2019年
スーパーアークス鳥取大通店(福原) **S&B**
スーパーアークス山鼻店(ラルズ)
ラルズmartからの業態変更 東北初のスーパーアークス

2020年
スーパーアークス矢巾店(ベルジョイス)
ビッグハウスからの業態変更

2023年
スーパーアークス白石店(ラルズ)
ビッグハウスからの業態変更 宮城県初のスーパーアークス

2024年
スーパーアークス築館店(ベルジョイス)
ビッグハウスからの業態変更

スーパーアークス
総店舗数 **65店舗**
北海道 56店舗
東北 9店舗

※ビッグハウス: 28店舗

ご清聴ありがとうございました



ARCS GROUP

