

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。

$$\text{PBR} \quad 0.76\text{倍} \quad = \quad \text{ROE} \quad 6.7\% \quad \times \quad \text{PER} \quad 11.9\text{倍}$$

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

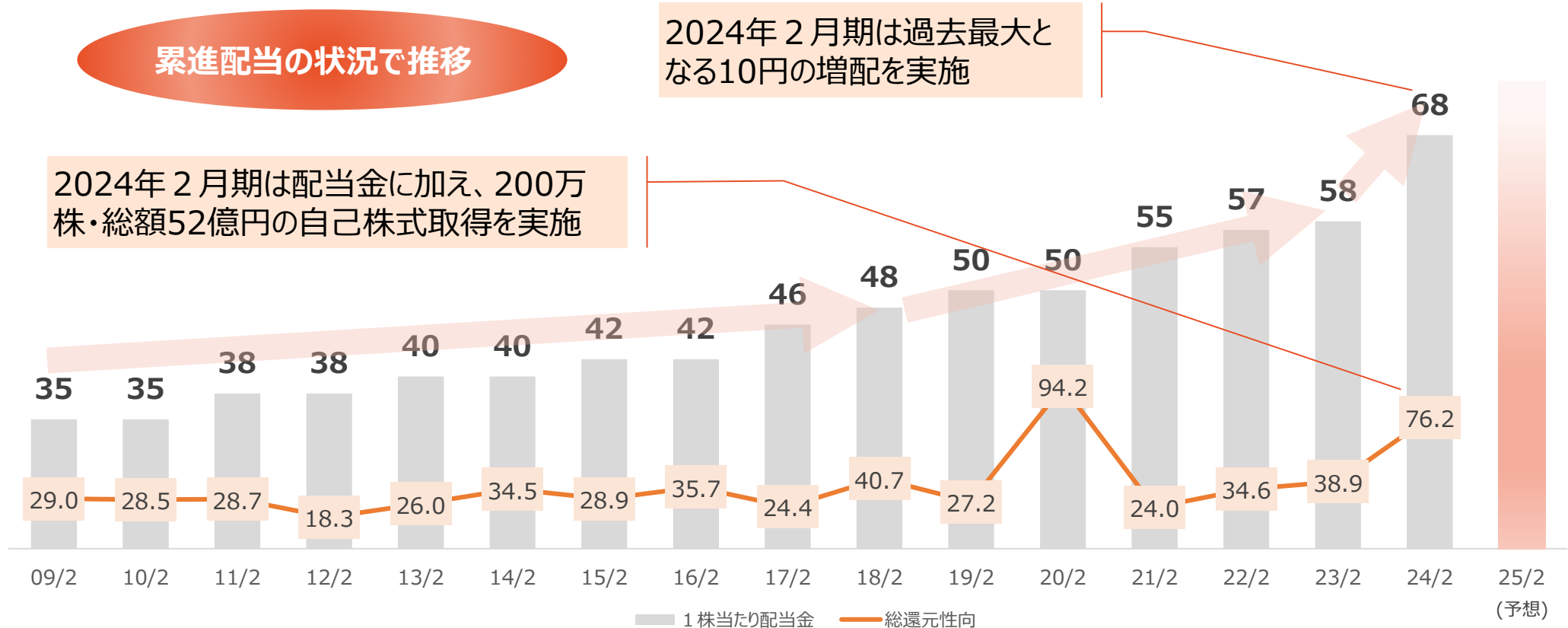
* PBRは2024年8月末の時価総額÷2024年8月末の純資産、ROEは2024年2月期の当期純利益÷2024年2月期の期初・期末純資産の平均、PERは2024年8月末の時価総額÷2024年2月期の当期純利益 で算出しております。

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

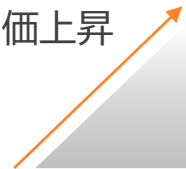


◀ 1973年オープン
大丸スーパー(現アークス)西岡店
※西友月寒店と競合

オイルショック
発生

原油価格
高騰

物価上昇



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**



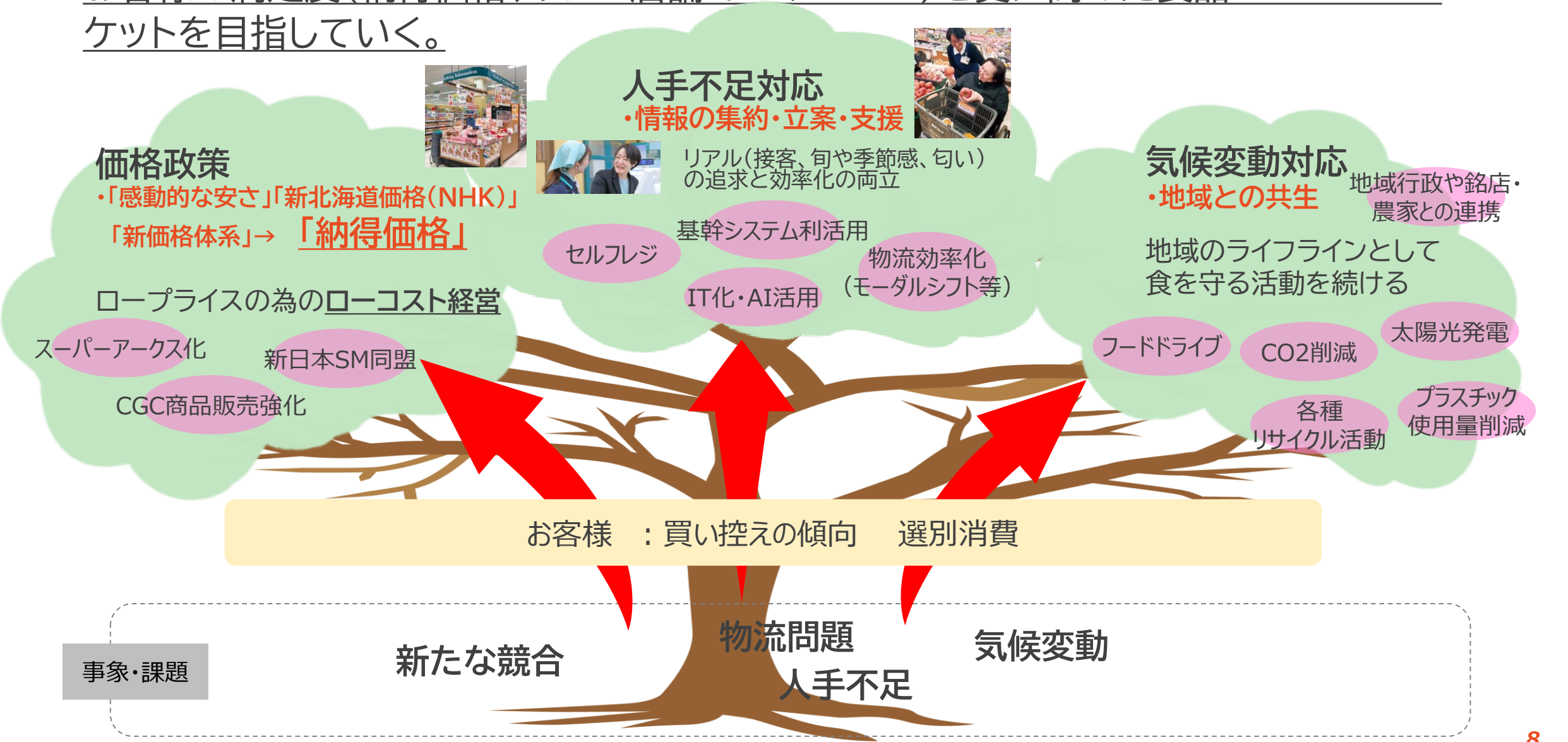
先行きへの
不安感



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

