

2023年3月期第2四半期 決算説明



関西フードマーケット

I . 2023年3月期第2四半期 実績

II . 2023年3月期 通期見通し

III . イズミヤ・阪急オアシス合併

I - 1. 連結業績



関西フードマーケット

- ▶ 新型コロナウイルス感染症の影響の緩和に伴い、外出機会が増加し、内食需要減退
- ▶ 売上減による粗利減により営業利益は予想を下回る

(単位：億円)	金額	金額		対予想
		1Q	2Q	
総額売上高	1,921	945	976	96.0%
売上高	1,849	910	940	96.3%
営業利益	18	5	13	▲12
経常利益	15	4	11	▲13
特別利益 特別損失	0 0			
親会社株主に 帰属する四半期純利益	8			

I - 2. 会社別業績



関西フードマーケット

- ▶ コロナ禍で拡大した巣ごもり需要の反動影響大きく各社既存店売上高は前年を割り込む
- ▶ 光熱費上昇などコスト増加要因があるも、コスト削減を進め販管費は抑制

(単位：億円)	総額売上高			売上総利益		その他収入		販管費		営業利益		
	金額	対前年 (既存店)	対予想	金額	対前年	金額	対前年	金額	対前年	金額	対前年	対予想
イズミヤ	679	98.3% (94.9%)	97.6%	176	▲5	47	▲7	218	▲1	4.4	▲10.8	▲4.6
阪急オアシス	519	92.6% (91.0%)	93.7%	144	▲11	36	+0	176	▲3	4.4	▲7.2	▲2.6
関西スーパー ※1	629	96.5% (96.5%)	96.7%	168	▲5	10	+0	167	▲4	11.2	▲1.8	▲2.8

※1 関西スーパーマーケットとKSPの連結数値
注. 個別業績は収益認識基準適用前

Ⅱ - 1 . 2023年3月期通期見通し

- ▶ 前年4Qのみ連結の関西スーパーの通年寄与による増収増益を見込む
- ▶ 当期利益は、前年に負ののれん55億円を計上したため減益

(単位：億円)	1Q・2Q実績	3Q・4Q予想	通期	
	金額	金額	金額	対前年
総額売上高	1,921	1,979	3,900	+925
売上高	1,849	1,901	3,750	+907
営業利益	18	47	65	+7
経常利益	15	44	59	+9
親会社株主に 帰属する当期純利益	8	15	23	▲61

Ⅱ - 2. 会社別見通し



関西フードマーケット

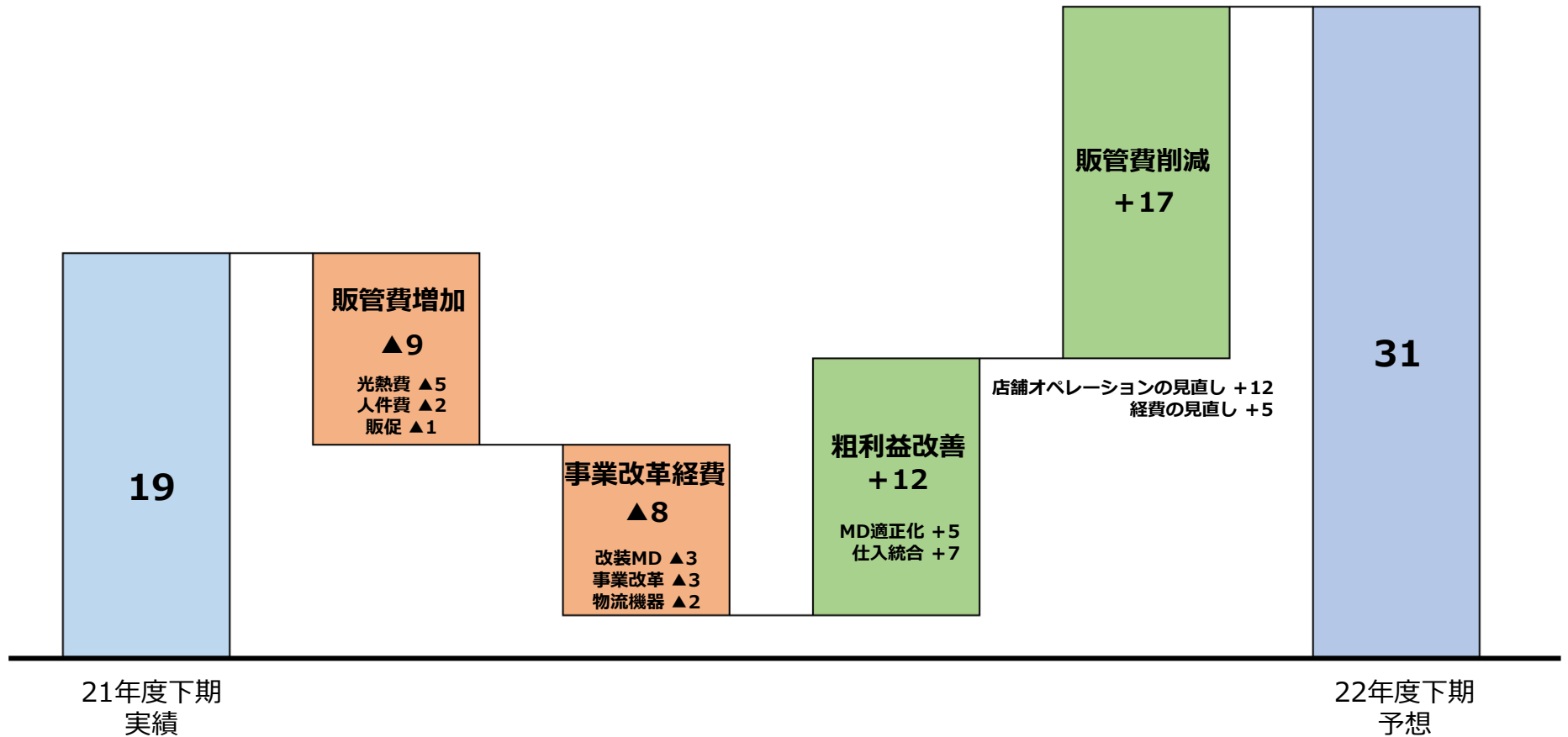
- ▶ 3Q・4Qは既存店売上高は前年実績を上回る水準を計画
- ▶ 光熱費や人件費などコスト増加要因があるも、MD見直しによる粗利率の改善・店舗運営効率化を進め、3Q・4Qでの増益を見込む

(単位：億円)		1Q・2Q実績		3Q・4Q予想		通期予想	
		金額	対前年	金額	対前年	金額	対前年
イズミヤ	総額売上高	726	97.4%	750	100.4%	1,476	98.9%
	営業利益	4	▲11	19	+9	24	▲2
阪急オアシス	総額売上高	556	93.1%	581	102.0%	1,137	97.4%
	営業利益	4	▲7	12	+3	16	▲4
関西スーパー	総額売上高	639	96.6%	648	100.2%	1,287	98.3%
	営業利益	11	▲2	17	+2	28	+1

注. 個別業績は収益認識基準適用前 売上高はその他営業収入を含む
 関西スーパーは関西スーパーマーケットとKSPの連結数値
 各社前年実績に対する前年比、前年差を記載

Ⅱ－３．イズミヤ・阪急オアシス下期利益増減要因

- ▶ 光熱費高騰により販管費増加と事業改革経費が利益を押し下げ
- ▶ 粗利益改善と販管費削減が下期営業利益を29億円押し上げ

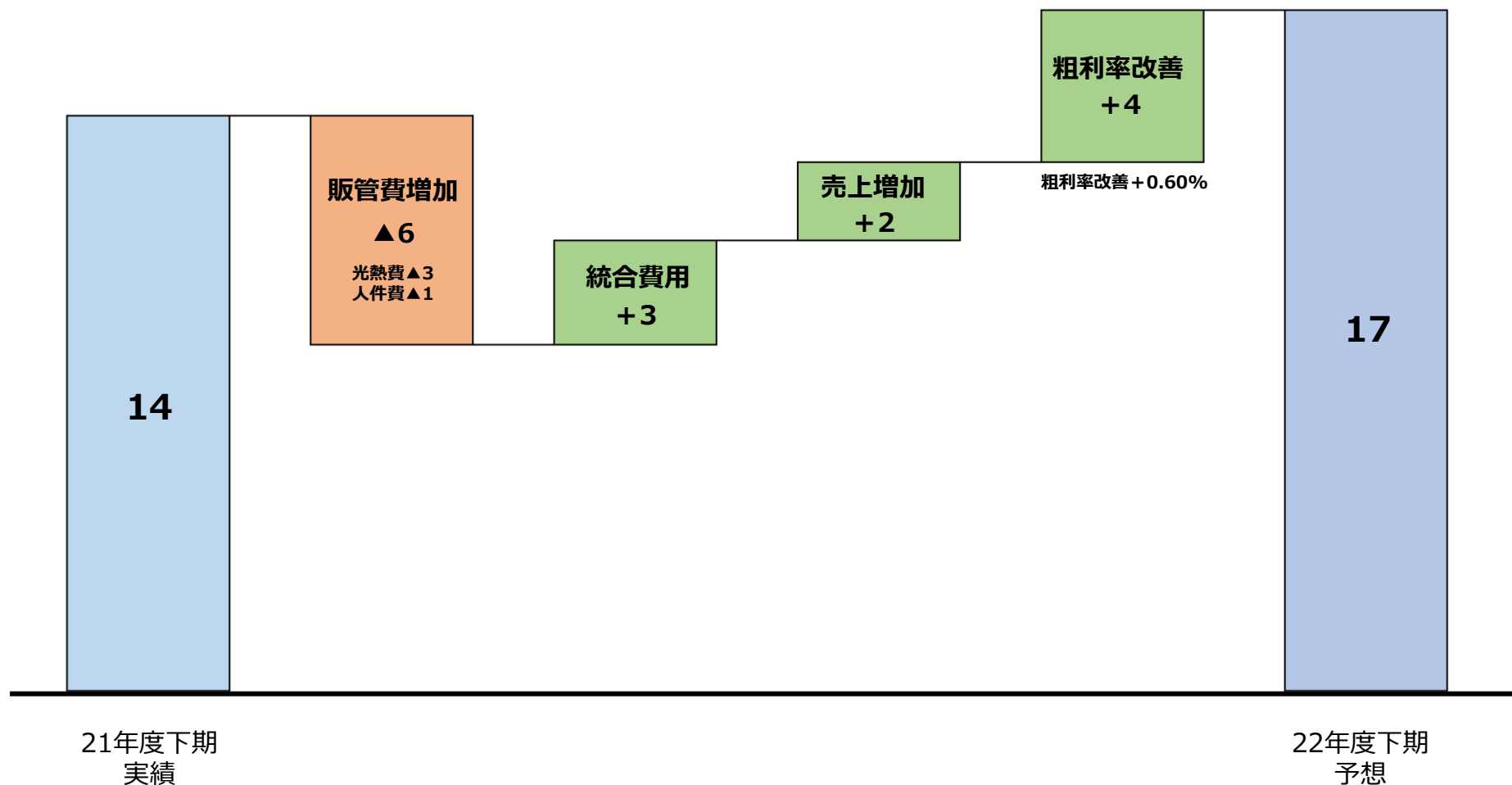


Ⅱ-3. 関西スーパーマーケット下期利益増減要因



関西フードマーケット

- ▶ 光熱費高騰による販管費増加が利益を押し下げ
- ▶ 改装効果で粗利率改善と売上が増加し、増益



Ⅲ. イズミヤ・阪急オアシス合併

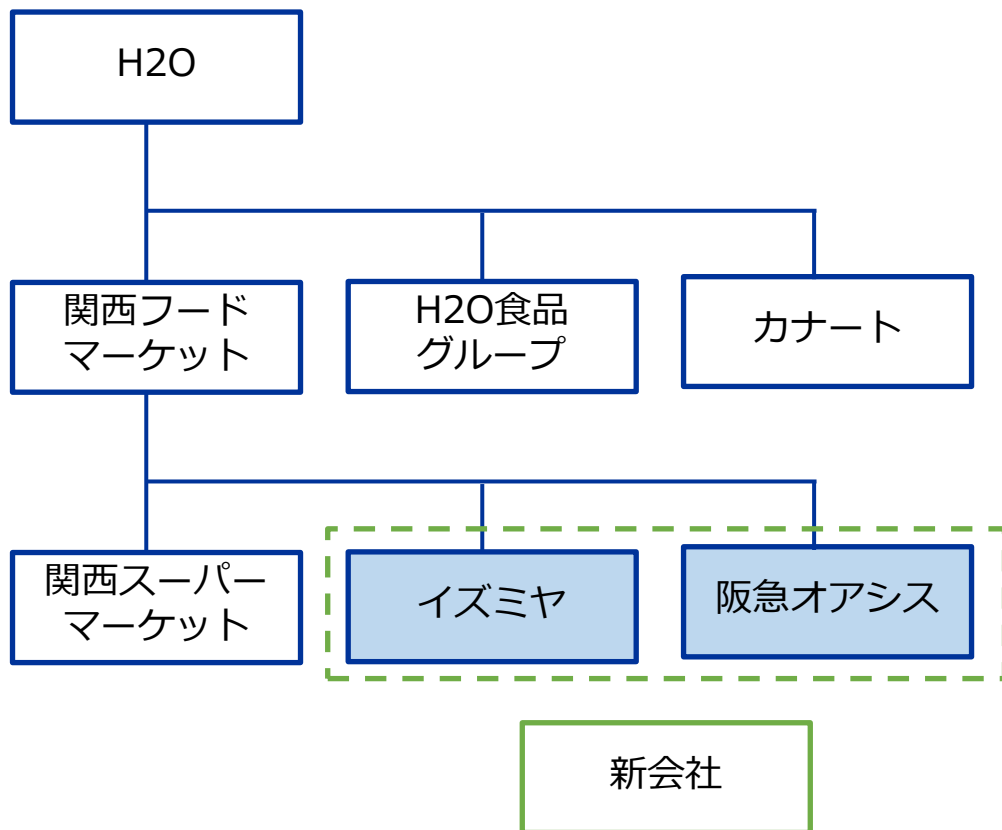
- ▶2022年まではイズミヤ・阪急オアシス統合のため、組織・仕組みを整備・共通化
- ▶2023年の合併後は一つの会社として運営

	～2022年
	統合への準備
組織・運営	<ul style="list-style-type: none">● SM戦略機能をH2O食品Gに集約● 予算管理、経費科目の共通化
店舗	<ul style="list-style-type: none">● 店舗フォーマットプラン導入● チェーンオペレーション導入● 店舗運営基準、ルールの共通化
商品	<ul style="list-style-type: none">● 営業計画、商品施策の共通化● 店舗フォーマット別商品MD修正● 営業計画、MDの共通化
システム	<ul style="list-style-type: none">● 2社システム平行運営



2023年～
合併
一つの会社化

「一つの会社」として、さらに経営の意思決定の迅速化とさらなる経営の効率化



■統合効果

- ①ガバナンス、意思決定
・組織の一元化
- ②人事の一元化
・要員の適正配置他
- ③店舗運営の一元化
・エリア単位での運営
- ④管理業務の合理化
・健保、給与計算等の
実務作業削減



関西フードマーケット

本資料に記載された情報については、資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではなく、今後予告なしに変更されることがあります。

万が一、この情報に基づいて被ったいかなる損害に関しても、当社及び情報提供者は一切の責任を負いませんので、ご承知おき下さい。

また、本資料の著作権は全て当社に帰属し、著作権法に定める私的利用の範囲を超えて無断で、複製・転載等することを禁じます。