

2022年6月期 第2四半期 決算説明資料



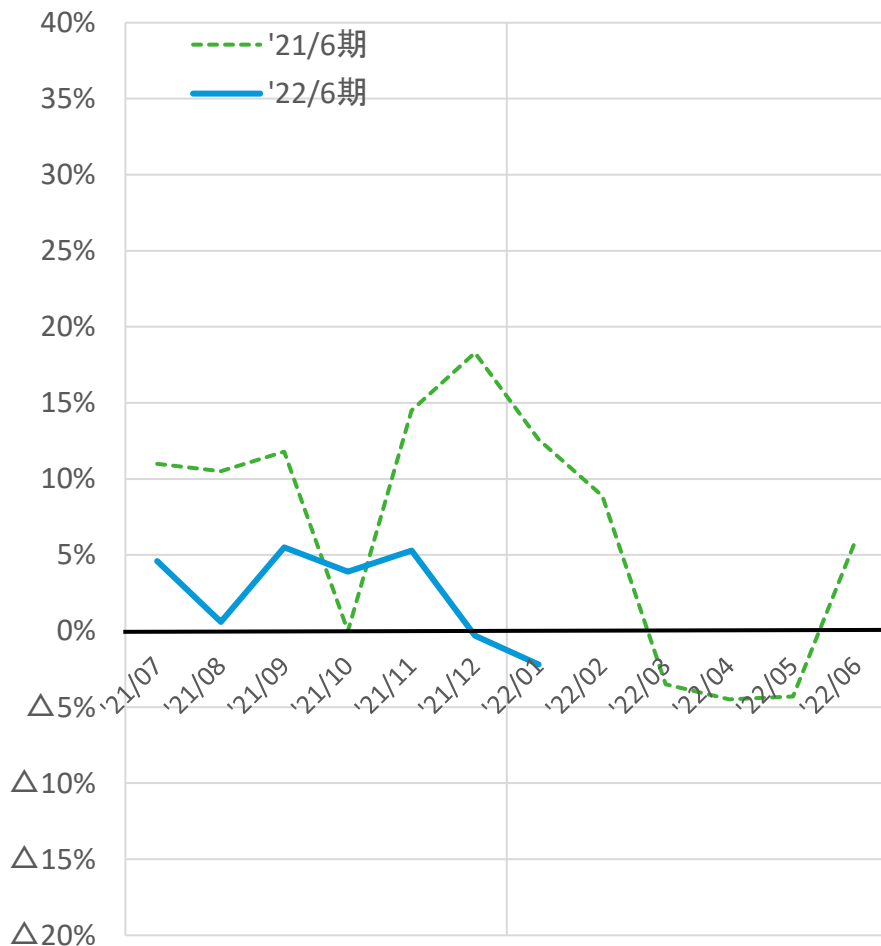
Genky DrugStores株式会社
(東証一部 9267)

2022年1月

1. 22年6月期 第2四半期 実績振り返り

2. 戦略

既存店売上高 前年対比推移



[1Q] 既存店 +3.5% (全社 +13.1%)

[2Q] 既存店 +2.9% (全社 +10.8%)

[2Q] 既存店の内訳は

R店 +4.9%

大型店 Δ0.5%

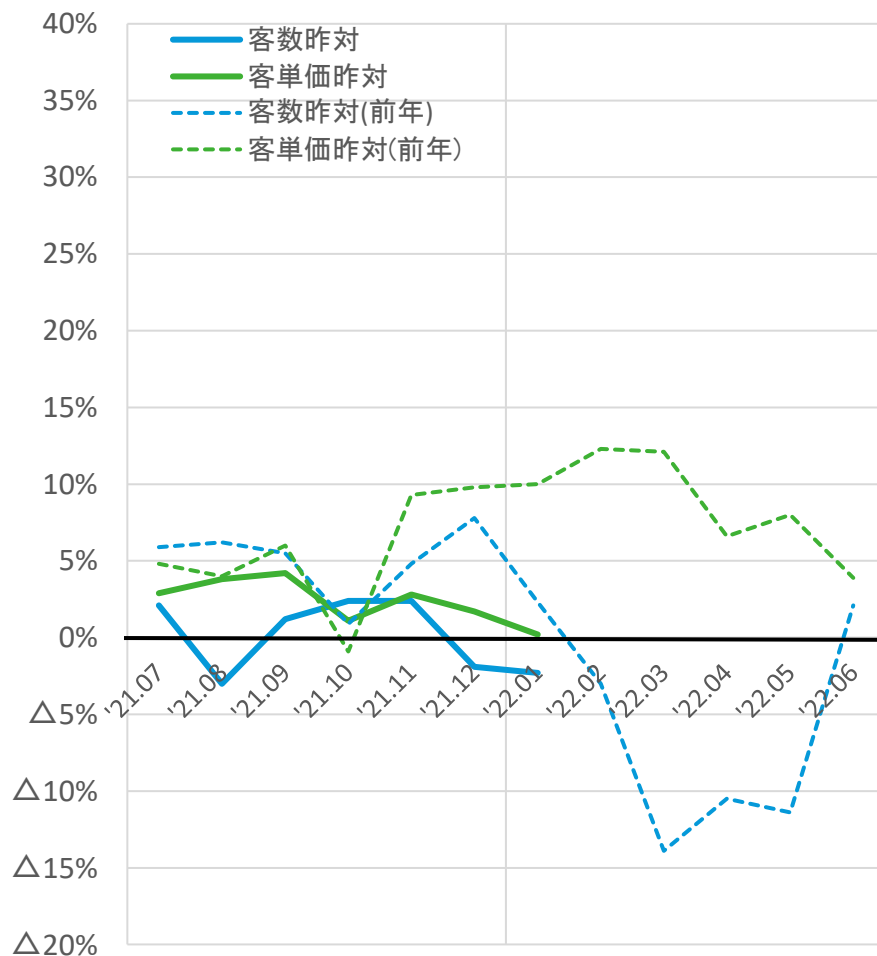
引き続き、完全標準化店舗

「レギュラー店(R店)」が

既存店昨対を牽引している。

※注 2022.6期の数値は、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等適用後の数値であり、前年についても簡易的に遡及適用しております。

客数・客単価 前年対比推移(既存店)



[1Q] 客数 +0.1% 客単価 +3.6%

[2Q] 客数 +1.0% 客単価 +1.8%

客単価の内訳は

一点単価 +0.0% (198円→198円)

買上げ点数 +1.8% (10.1個→10.3個)

※注 2022.6期の数値は、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等適用後の数値であり、前年についても簡易的に遡及適用しております。

2022年6月期 第2四半期累計期間 前年比



(単位:百万円)

	2021.6期 第2四半期 累計期間		2022.6期 第2四半期 累計期間		前年比	
	金額	売上比率	金額	売上比率		率差
売上高	69,117	100.0%	76,241	100.0%	－	－
荒利益高	14,886	21.5%	15,183	19.9%	－	－
販管費	11,655	16.9%	12,261	16.1%	－	－
営業利益	3,230	4.7%	2,921	3.8%	－	－
経常利益	3,422	5.0%	3,126	4.1%	－	－
四半期純利益	2,436	3.5%	2,132	2.8%	－	－
新規出店	11店		9店			
大型店→R店改装	－		14店(+休業中 1店)			
(退店)	1店		0店			

売上高 : ディスカウント戦略、新規出店により増収
 荒利益高 : 引き続きディスカウント戦略の深耕によって荒利益率の引き下げ
 販管費 : ポイント販促・チラシ抑制は継続、新入社員の積極的採用と大型店のテコ入れ

※注 2022.6期の各数値は、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用しているため、前会計期間との比較等は記載しておりません。

2022年6月期 第2四半期 会計期間 前年比



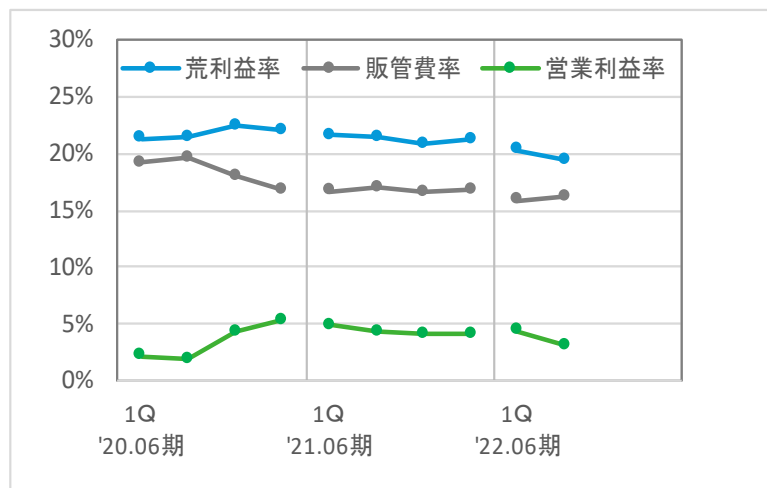
(単位:百万円)

	2021.6期 第2四半期 会計期間		2022.6期 第2四半期 会計期間		前年比	
	金額	売上比率	金額	売上比率		率差
売上高	34,041	100.0%	37,122	100.0%	－	－
荒利益高	7,306	21.5%	7,237	19.5%	－	－
販管費	5,796	17.0%	6,054	16.3%	－	－
営業利益	1,509	4.4%	1,183	3.2%	－	－
経常利益	1,620	4.8%	1,275	3.4%	－	－
四半期純利益	1,148	3.4%	900	2.4%	－	－
新規出店	7店		6店			
大型店→R店改装	－		11店 (+休業中 1店)			
(退店)	1店		0店			

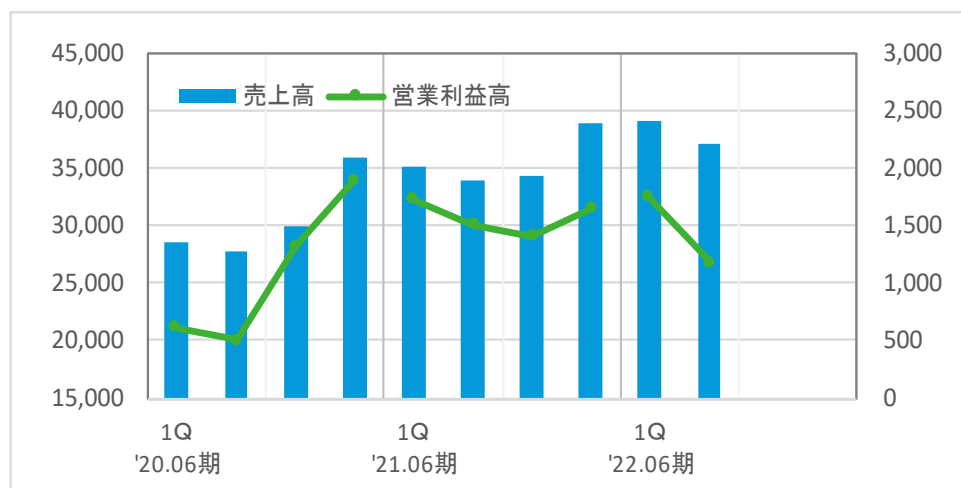
売上高 : ディスカウント戦略、新規出店により増収
 荒利益高 : 引き続きディスカウント戦略の深耕によって荒利益率の引き下げ
 販管費 : ポイント販促・チラシ抑制は継続、新入社員の積極的採用と大型店のテコ入れ

※注 2022.6期の各数値は、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用しているため、前会計期間との比較等は記載しておりません。

四半期会計期間 連結業績推移



(単位:百万円)



(単位:百万円)

(単位:百万円)

	'20.06期					'21.06期					'22.06期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
売上高	28,505	27,825	29,872	36,020	122,223	35,075	34,041	34,333	38,925	142,376	39,118	37,122			
売上昨対(Q)	+7.3%	+9.8%	+22.1%	+31.0%	+17.6%	+23.0%	+22.3%	+14.9%	+8.1%	+16.5%					
荒利益率	21.3%	21.5%	22.4%	22.1%	21.9%	21.6%	21.5%	20.9%	21.2%	21.3%	20.3%	19.5%			
販管費率	19.2%	19.7%	18.0%	16.8%	18.3%	16.7%	17.0%	16.7%	16.9%	16.9%	15.9%	16.3%			
営業利益高	613	507	1,322	1,898	4,341	1,721	1,509	1,415	1,648	6,294	1,738	1,183			
営業利益昨対(Q)	-47.1%	-38.9%	+47.5%	+63.8%	+7.3%	+180.6%	+197.8%	+7.0%	-13.2%	+45.0%					
営業利益率	2.2%	1.8%	4.4%	5.3%	3.6%	4.9%	4.4%	4.1%	4.2%	4.4%	4.4%	3.2%			

※注 2022.6期の各数値は、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用しているため、前会計期間との比較等は一部記載しておりません。

ゲンキーの取り組む社会課題



【経営理念】

われわれは、熱意を持って
日本国の 国家と国民に信頼される
チェーンストアを創り、
地域の人々の生活向上に貢献します。



チェーンストアの事業拡大こそが、
地域の生活インフラとしての
社会貢献を実現する。

【社会課題の解決】



1 貧困をなくそう

- ディスカウントビジネスの追求
- 低価格PBの拡充



3 すべての人に健康と福祉を

- 「FOOD&DRUG」フォーマットを展開
- 新型コロナワクチンの職域接種



11 住み続けられるまちづくりを

- 自治体と連携し、
災害時の物資調達の協定締結

コーポレート・ガバナンス



テーマ	取組み
取締役会の独立性の確保	社外取締役 2名を設置。 1年内を目標に、全取締役の3分の1以上の任命を計画。
指名委員会・報酬委員会の設置	2021年1月20日に、任意の指名委員会・報酬委員会を設置。 独立社外取締役を長とし、取締役の指名及び報酬等に関する手続きの公正性・透明性・客観性を強化。
開示と対話	IR担当部署によって株主等との対話を促進し、 ステークホルダーと連携を図る。 プライム基準に従い、気候変動や英文開示などを充実。
ダイバーシティ	中核人材(管理職)のうち、50%がスカウト採用・中途採用者。 ※物流・IT・店舗開発・PB開発等 各自のスキルや経験生かしたスペシャリスト集団を目指す。

コーポレート・ガバナンスの推進に取り組み、
経済的・社会的な企業価値の創造を続ける。

1. 22年6月期 第2四半期 実績振り返り

2. 戦略

高速多店舗出店への武器



完全標準化 ローコスト店舗
『レギュラー店』
‘22/1月現在 279/352店舗 (79%)

コンセプトは
「近所で生活費が節約できるお店」



レギュラー店(1) 高速多店舗出店の実現



特徴

- 生活必需品に特化した品揃えで
高来店頻度の実現
- レイアウト、オペレーション、品揃えなど
徹底標準化でローコスト経営の実現



7,000人商圈でも集客と収益を確保できる店



食品構成比の低い(=必要商圈人口の多い)競合他社との
立地争いに優位、出店数確保の強力なドライバー

レギュラー店(2) 安定した収益性の維持

後方補充
ウォークイン冷蔵庫



特徴

- 足元商圈の繰り返し来店による、少ない競争相手の中での安定収益モデル
- 売上予測課（店舗開発と別ライン）による、高い精度の収益予測と社内牽制機能
- 完全本部主導の店舗オペレーションによる業界トップの『従業員1人当たり売場面積』で人件費増加を抑制、採用難に対応

作業計画書

作業計画書		店舗番号と店名		作業員名と人数	
店名	作業員	店舗番号	作業員名	人数	作業時間
1	後方補充	1001	後方補充	1人	10:00~12:00
2	後方補充	1002	後方補充	1人	10:00~12:00
3	PD	1003	PD	1人	10:00~12:00

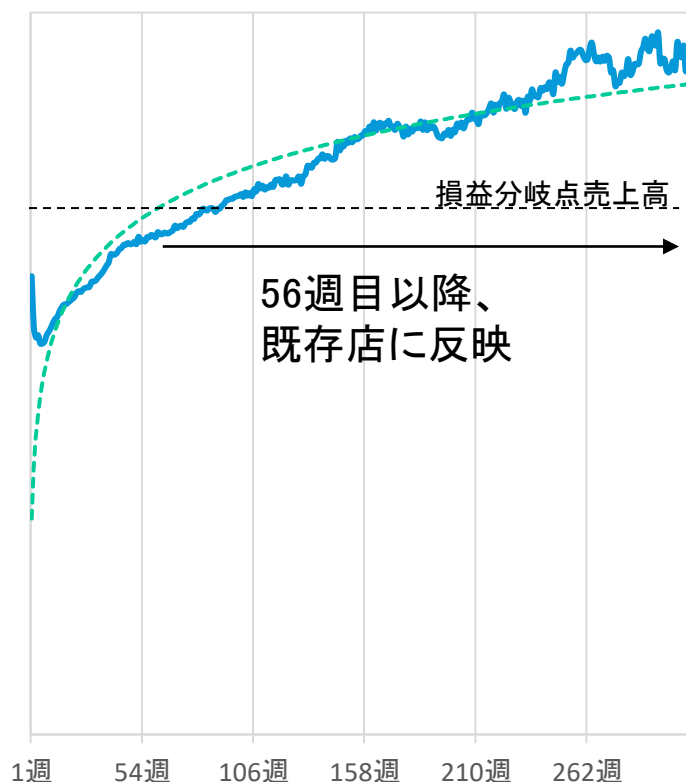
作業項目	作業内容	作業時間
1001	後方補充	10:00~12:00
1002	後方補充	10:00~12:00
1003	PD	10:00~12:00



為替の影響やインバウンドの増減などの影響が無く、
売上や収益性の安定化、想定外のコスト変動が少ない

レギュラー店(3) 収益への早期寄与

1店舗あたりの平均週次売上



特徴

OPENから3年以上、
1店あたり平均売上高は上昇。
(初年度が最も伸び率が高い。)

→2年目以降のレギュラー店が
営業利益への貢献と、既存店昨対を牽引

※R店 (220店)平均 OPEN週を『0週目』に統一して平均値を算出。
後半になるほどサンプル数が少なくなるため変動幅が大きい

ディスカウント戦略



- 2019年8月10日から、食品を中心とした強力なディスカウント(価格切り下げ)を実施。
- 2020年5月から、日替り特売を抑制し、EDLPのさらなる追求 → “毎日が特売”
- チラシの折込頻度を毎週→隔週→3週間と減らし、浮いた経費はディスカウントの原資へ

目的

厳しいオーバーストア環境の中で
お客様のディスティネーションストアになるために、
ゲンキーの強み・特徴を明確に位置づける。

ディスカウントビジネスの追求によって
地域の人々の暮らしを豊かにする事が、
チェーンストアであるゲンキーの使命である。

※ 2022年1月18 時点の価格。
現状とは異なる場合がございます

ローコスト経営を支える 自前主義

(1) 店舗開発	不動産ディベロッパーを介さない自社開発によって、 立地の標準化と不動産費の圧縮 を実現
(2) プライベート ブランド	仕様、デザインから保管管理、配送まで自社で行い、 圧倒的な低価格 で節約志向に対応
(3) 物流	3PLに頼らない自社運営で 業界最低の物流費比率 を維持
(4) 生鮮食品	弁当・惣菜・精肉の自社プロセスセンター を稼働。

ディスカウントを追求する為には、**安く売り続ける仕組み**を作らなければならない。
 ローコスト経営の根幹として自前主義を貫き、
業界最大の一人あたり売場面積 30坪・業界最低の坪当たり経費高 20万円/坪・年

自前化(1) 店舗開発部

【店舗開発部】 高速出店体制の強化	【売上予測課】 出店後の収益確保
● 1人2店舗/年 の物件確保必達、組織教育と人員体制の強化 ● 滋賀/北陸/東海3部の5部体制で、より現地に入り込んだソーシング（現在<u>50名</u>、1年後に<u>100名体制</u>へ） ● 現地の不動産業者と連携し、情報収集を強化（自前出店は継続）	● 需要予測アプリと自社のノウハウをMIXし、より精度の高い予測値の確立→<u>予測システムを自前化</u>へ ● ポイントカードを利用した来店調査で商圈範囲設定の精度強化 ● 社長による現地最終確認方式により、さらに厳しい基準へ

自前化によるコスト圧縮とあわせて、
 店舗開発部と売上予測課が別組織系で牽制を効かせることで、
確実に売れる立地に高速で出店する→売場面積を無限大に拡大

自前化(2) プライベートブランド

おすすめしたい理由があります **毎日の暮らしを全力応援!**
 ジンキーのオリジナル商品

うどんの本場、香川でうまれた
コシが自慢のうどんです
 (便利なら食入りだから必要な時に必要な分だけ)

うどん 200g×5食入 **177円** (税込191円)
 本場さめきうどん

うどん 200g×5食入 **177円** (税込191円)
 本場さめき細うどん

1食あたり約13円
 うどんスープ 6食入 **98円** (税込105円)
 わが家の美味しさ

肉厚シャキシャキ!
 肉厚キャベツ 200g×5食入 **198円** (税込213円)
 三層キャベツ

冬の運動時の水分補給にピッタリ
 アスリートに人気のスポーツドリンク **98円** (税込105円)
 リニューアル

なめらかなくちどきを
お楽しみください
 スイーツキャラメル 150g **198円** (税込213円)
 なめらかなショコラ
 生チョコは立て
 ホワイト 128g

電子レンジ加熱ですぐに
食べられるふっくらご飯です
 わが家の美味しさ
 ふっくらごはん
 パック 180g×3個/パック **198円** (税込213円)
 100%

低価格と高収益のバランスを取ったMD計画

- 顧客の節約志向に強い訴求力
- ナショナルブランドのディスカウント原資として、さらなる低価格へ還元
- 買上げ点数の向上に寄与

20年以上取り組み続けてきた低価格PB
 →ディスカウント企業としてのブランド確立

おすすめしたい理由があります **毎日の暮らしを全力応援!**
 ジンキーのオリジナル商品

風邪薬は症状のタイプに合わせたものを
 せき中程に作用し
 せきを素早く鎮めます
カゼチームプロ 24カプセル入 **980円** (税込1,078円)
 風邪の初期症状に
 軽快配合のかぜ薬
カゼチームプロ 顆粒 12包入 **980円** (税込1,078円)

つらい肩こり・腰痛に
 1日1回の服用で効きます
ビタミンB1・B6・B12 製剤 ビタミンE配合
新 ネオビタミンEX (クニヒロ)
 アルコール 140錠入 **1,780円** (税込1,958円)
 270錠入 **2,780円** (税込3,058円)

飲んでよかった! **リポルタミン3000!**
 つらい疲れにこの一本!
 この効き目でこの価格!
 飲みやすいのも続けられる
 ヒケツです!
リポルタミン3000 100錠×10本入 **798円** (税込877円)

フォロー募集中!

プライベートブランドの
 商品情報をInstagramで
 配信しています

QRコードから簡単アクセス

GENKY_OFFICIAL

※ 2022年1月 時点の価格。現状とは取り扱いが異なる場合がございます

自前化(3)-1 物流 今後の計画



- 2019年6月
岐阜県に、ドライ・チルド・プロセスセンター 『岐阜安八RPDC』稼働
(投資総額 65億円 / 延床面積 13,000坪)
- 2020年4月
福井県の物流センター『福井丸岡TC』の増床 + チルドセンター稼働
- 2023年4月(予定)
富山県小矢部に、第二RPDCを建設予定
(延床面積 約11,000坪、投資予定額 60億円 (いずれも仮))
- 2024年以降
愛知県内に、第三RPDCを建設予定
(延床面積、投資予定額 未定)

2019年稼働

岐阜安八
RPDC
(PC & DC + TC)

2023年予定

富山小矢部
RPDC
(PC & DC + TC)

2024年以降

愛知
RPDC
(PC & DC + TC)

2023年予定

滋賀 TC
(TC)

福井丸岡TC
(TC)

- 自前化による物流コスト改善
- 自社物流体制強化により高速出店を支える作業システム改革
- 物流センター自動化の推進

自前化(3)-2 物流 カテゴリ納品の取り組み

現状



洋日配



和日配



店舗の一次仕分け



- カテゴリー納品を実施することで、店舗品出し時の一次仕分けを効率化
- 岐阜安八RPDCチルドでカテゴリー納品を確立、他センターへ水平展開

- ・ 自前物流により、店舗の作業を改善
(チルド商品のカテゴリー納品で、品出し時間15%圧縮)
- ・ これらのノウハウを改善、標準化
→ドライ商品の「通路別納品」へ横展開

自前化(4)-1 生鮮食品の取り組み

特徴

- 自社プロセスセンター等による
店舗での加工作業なし
- 本部での在庫管理により
店舗発注作業なし
- 本部主導でマニュアル化された鮮度管理システム
+スーパーバイザーの店舗ラウンドによる対面教育



※ 2021年6月9 時点の価格。
現状とは異なる場合がございます

『店舗作業・店舗判断』による高コスト化を防ぎ、
本部主導で標準化された鮮度・在庫管理を実現

自前化(4)-2 生鮮食品 プロセスセンター



2019年9月、岐阜県において
おにぎり・弁当・惣菜・精肉を製造加工する
 プロセスセンターを稼働
 →運営子会社「富士パール食品株式会社」を
 設立

目的

- 内製化による収益性の向上
 →低価格 & 鮮度向上でバリューアップ、
 さらなる競争力強化
- コンセSSIONナリー(テナント型)では
 実現できない価格帯で、集客の要に

自前主義によるFOOD & DRUG を更に追求
SMに匹敵する生鮮食品の鮮度・品質へ

※ 2021年7月20時点の価格。

人材開発(1) スペシャリスト採用

- スペシャリスト採用とは
 - 将来の幹部候補として、小売業に変革をもたらす力を持つ人材を採用
 - 戦略本部にて強みを活かすフィールドを提供
 - 教育費の傾斜配分により、チェーンストア理論とビジネス知識の両立

- 採用実績

2017年卒	1人	名古屋大学
2019年卒	13人	大阪大学、名古屋大学など
2020年卒	20人	東京大学、京都大学など
2021年卒	30人	東京大学、東京工業大学など

(例) 東京大学出身者 → マーケティング部 売上予測課
 大阪大学出身者 → 商品本部 バイヤー
 京都大学出身者 → IT本部 システムエンジニア

人材開発(2) ゲンキー大学の教育体制



- MBA取得派遣

他業界と戦える人材を育成するため、

社内選抜を行い、ハイレベルなビジネス知識を得られる環境に毎年数名を派遣。

【派遣先】 早稲田大学、グロービス経営大学院、法政大学、福井大学 等

- スカウト採用

スペシャリスト採用で入社した社員を、社外からスカウトした人員の下に配置。

新たなノウハウの内製化と多様な能力開発を目的とする。

- オンライン教育

1000店舗体制に向けて、オンラインでの教育ツールを整備。

個店ごとの能力に頼ることなく、教育レベルの全店標準化を目指す。

目指すは 1万店舗チェーンストア企業への挑戦

チェーンストア理論の原理原則に従い、
完全標準化と単純化を徹底し、
年間1千店舗 高速で出店できる体制を構築していく。

－ご注意－

本資料に記載されている予想数値は、当社が現在において入手可能な情報、及び将来の業績に影響を与える不確実な要因に基づく仮定を前提としています。

また、プレゼンテーションの際の説明には、将来の見通し・判断・計画あるいは戦略が含まれています。これら将来予測による記載及び発言は不確定要素を含んでいることから、実際の業績は、今後様々な要因によって異なる結果となる可能性があります。

【問い合わせ先】

Genky DrugStores 株式会社 IR広報室

E-mail : genky-ir@genky.co.jp

TEL : 0776-67-5240 (ゲンキー株式会社 代表)