



代表取締役社長

梶川 勇次

今期の営業概況及び業績

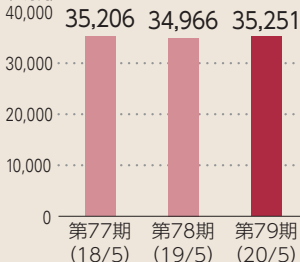
株主の皆様には、平素より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。また、この度の新型コロナウイルスによる影響を受けられた方々、令和2年7月豪雨による被害を受けられた方々に謹んでお見舞い申し上げますと共に、医療関係者の皆様や様々な場所で社会を支えてくださっている方々に、心より敬意と感謝の意を表します。

当社もこの難局に従業員一丸となって立ち向かい、どんな時にも地域の皆様に安定した商品を生供給し、これまで以上に企業価値の向上に努めてまいります。

連結決算ハイライト

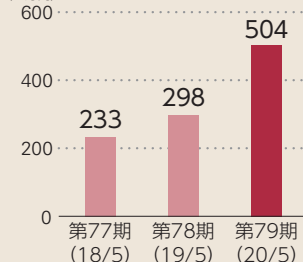
営業収益

(百万円)



営業利益

(百万円)

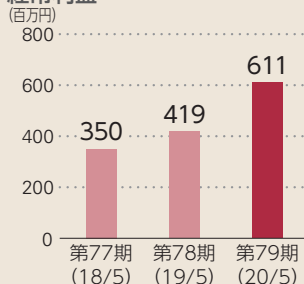


今期は、業種や業態を越えた激しい販売競争が続く中、冷夏の影響で苦戦したスタートとなり、続いて10月の消費税増税を迎えました。食品については軽減税率で8%のままでしたが、日用品・衣料品・酒類などが10%に増税され、レジなどのシステム変更のための経費を上期に計上いたしました。

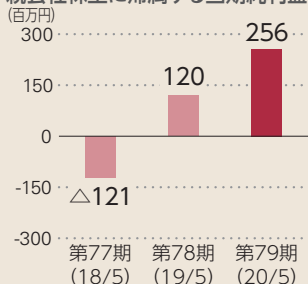
10月から実施されたキャッシュレス払いの5%ポイント還元については、当社は参加対象にならなかったため、ポイント還元に代わる販売促進を行いました。これまでの生活応援割引券に加え、使用可能日を拡大した10%割引券を発行して好評を得ました。さらに現金払いを選ばれる方には、お買い上げ金額に応じてスタンプを押印し、商品券に交換できるスタンプラリーを実施いたしました。12月は順調でしたが、1月は暖冬のため季節品が苦戦いたしました。2月以降は新型コロナウイルスの感染対策に追われましたが、従業員の努力により商品を概ね滞りなく供給でき、売上アップにつながることができました。

以上の結果、今期の業績(連結)は営業収益352億51百万円(前年同期比0.8%増)、営業利益は5億4百万円(同69.1%増)、経常利益は6億11百万円(同45.8%増)となりました。なお、親会社株主に帰属する当期純利益は減損損失計上及び東郷店閉店による店舗閉鎖損失計上により2億56百万円(同113.3%増)となりました。

経常利益



親会社株主に帰属する当期純利益



コロナの影響で進む“内食化” 品揃えの充実で家庭の食卓を支えていく

今期を振り返る時、新型コロナウイルス(以下コロナと略称)の影響に触れない訳にはまいりません。愛知県は早い時期から感染者が出ていたので、マスクやトイレットペーパーなどの欠品も2月末から発生していました。3月からは本格的なコロナの渦に巻き込まれ、学校の休校の影響も受けました。お子さんだけでなく、テレワークに切り替えて在宅されるご家族も増え、昼食の準備も必要になり、家庭での食費が増加しました。

売れ筋商品は時期によって変化しました。自粛期間のスタート時は、昼食や備蓄のためのカップラーメン、パスタ等の乾麺類、冷凍食品でしたが、緊急事態宣言が出てからはお子さんと一緒に家で料理するご家庭も増え、お菓子やパン作りの材料として粉類の売れ行きが伸び、供給が追いつかず欠品になることもありました。ステイホームで、家庭での調理の時間は確実に増加しました。そのため、だしや香辛料などの調味料の売れ行きもアップしました。

4月には愛知県独自の緊急事態宣言が発出され、外食の自粛が始まると、内食(外食に対し、家で食べること)がさらに進みました。在宅時間が長くなってくると、ウイルスやストレスへの抵抗力を強めるためにも、様々な食材が売れるようになります。競合のコンビニやドラッグストアに比べ、特に生鮮食品の安定的な供給と品揃えは維持出来たかと思います。

外出自粛や、お買い物パターンの変化でレジ通過人数は少し減りましたが、客単価は逆に上がったのが特徴的でした。また、従業員の迅速な対応、仕入れの努力もあり、トータルの売上は前年度に比べアップしました。ただ、一部商品で安定した供給が出来なかったことを大変心苦しく思っております。

コロナが収束しても、この内食化の流れはすぐには元に戻らないと思われます。家庭での調理の機会が増え、品質への

こだわりが高まる中、その期待に応えるべく、商品の一層の充実と管理の徹底を図ってまいります。

また、衣料品は外出自粛により、アウター商品の販売に影響がりましたが、生活に密着した実用商品を拡充することで対応しております。

徹底した感染予防に努め、 お客様と従業員をリスクから守る

コロナ禍にあっては、感染予防対策は何よりも重要な課題でした。感染リスクの中、営業することへの危機感を従業員全員で共有し、「売場で感染者を出さない」という思いで、出来る限りのコロナ対策を早めに実施いたしました。

具体的には、従業員のマスク着用や体調チェック、店舗内の消毒や換気、レジでのビニールカーテン設置、総菜の試食・バラ売り禁止など、お客様と従業員の健康と安全確保に努めました。

“密”を避けるため、タイムサービスや木曜市など、お客様が混雑するサービスを一部取りやめ、5月にはチラシ折込や、恒例の期末大抽選会も中止させていただきました。

従業員の中にはお子さんの学校の休校で出勤が続けるのが困難な方もいるかと懸念しましたが、幸いにも離職者はありませんでした。各自が「地域の“食”を支えるために前線に立っている」という使命感をもち、そんな“エッセンシャルワーカー”を各家庭、地域で助け合っていたいただいたお陰だと感謝しております。その感謝の気持ちとして、従業員はもちろんのこと、パート、学生アルバイトにまで臨時手当を支給いたしました。

収束に向かうと思われた感染が再び拡大傾向を見せている今夏、感染予防対策は引き続き最優先事項です。モニターに顔を近づけるだけで体温が測定できる検温器を各店舗に導入し、従業員の健康チェックをさらに厳重にいたしました。



使命を果たし続けるために、 たゆまぬ改革・改善を図る

コロナ禍に、スーパーマーケットは、人が生きていく上で欠かせない“食”を支えている、という社会的な存在価値があることをあらためて認識いたしました。今後とも、どんな時にも安全・安心な商品をお届けし続けるのが当社の使命だと、強く肝に銘じました。

その使命を果たし続けるためにも、継続的に店舗や売場、商品の見直しに積極的に対処し、経営の効率化と収益の改善を図っていかなくてはなりません。

旅行も控えなくてはいけない状況下、地方の食を楽しんでもらう意味でも、すでに好評をいただいている、駅弁祭りに加えて新たな企画として、豪雨で被害を受けた九州への支援の気持ちをこめた九州フェア、北海道や東北のフェアも実施しました。もちろん、地産地消はこれまでどおり力を入れてまいります。地元産の生鮮食品については、とくに店頭でしっかり販売拡大し、さらに地元食品メーカーとの連携も引き続き大切にしてまいります。

一昨年度からの課題である企業風土の改革については、従業員の声を聞くというスタンスは定着し、監査法人による

社員へのアンケートも実施しております。リスク・コンプライアンス委員会を定期的を開催し、会計部門の研修も予定しております。働き方改革にも引き続き取り組んでおります。コロナの影響で思うように進まなかった面もありますが、会社のさらなる発展に向けて従業員一丸となり、困難に立ち向かう結束力は高まったと実感しております。

ドミナントエリア戦略を確立した 梶川志郎氏の功績を偲ぶ

最後に、今年5月に急逝した梶川志郎相談役の功績について、あらためて触れさせてください。現在、岡崎市に本社・食品加工センターを置き、愛知県下に36店舗を展開し、地域に根差したスーパーマーケットとして拡大してまいりましたが、そのドミナント展開の方向性を確立したのは、19年間社長としてトップを走り続けた志郎氏でした。お客様に常に新鮮な店舗空間を提供するために、新規出店によるエリア拡大、既存店の改装、レイアウトの見直しはもちろんのこと、スクラップ&ビルドにも積極的に取り組んでおりました。

時代の変化への対応力に優れ、商品の品質へのこだわりはもちろん、品揃え・サービスにも常に工夫を凝らしておりました。また、お客様への「おもてなしの心」を大切に、マナー教育にも力を注ぎ、その教育は今も全従業員に浸透しております。「現場に目を向けなくてはいけない」と常に率先して売場に出向いていた志郎氏は、亡くなる4日前まで店舗廻りをしておりました。その精神を引継ぎ、現状のドミニーの体制を維持しながら、さらなる拡大に向けて精進していく所存でございます。ここに謹んで故人が生前に賜りましたご厚意に感謝申し上げます。

国内外の経済活動の先行きは未だ不透明で、今後も厳しい状況は継続すると思われませんが、引き続き、ご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。