

# 2022年3月期 決算説明



エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社

I . 2022年3月期 実績

II . 2023年3月期 通期見通し

III . 中期経営計画進捗

1. 連結業績
2. セグメント別業績
3. 百貨店事業
4. 食品事業
5. 特別利益・特別損失
6. 設備投資

# I - 1. 連結業績

- ▶ 年度を通じて新型コロナの影響を受けるも百貨店事業中心に対前年売上伸長  
4Qには関西スーパーマーケットの新規連結も寄与し、連結合計で増収増益
- ▶ 総額売上高、営業利益、経常利益は2月発表予想を上回る
- ▶ 固定資産・有価証券売却益、負ののれんの計上により、当期利益は大幅伸長  
一部店舗等における店舗等閉鎖損失や減損損失の計上により発表予想を下回る

(単位：億円)	1 - 3Q		4Q		通期		
	実績	対前年	実績	対前年	実績	対前年	対予想 (2月発表)
総額売上高	5,671	102.8% +156	2,210	117.8% +333	7,881	106.6% +489	100.4% +31
売上高	3,713	-	1,471	-	5,184	-	+34
営業利益	7	+17	0	+35	7	+52	+17
経常利益	20	+21	3	+31	23	+53	+18
特別利益 特別損失	226 88	/	45 50	/	270 138	/	/
親会社株主に 帰属する当期純利益	129	+210	▲31	+136	99	+347	▲11

# I - 2. セグメント別業績

- ▶ 百貨店事業は3Qおよび3月の売上回復、継続的な経費抑制が寄与し、通期で営業黒字化
- ▶ 食品事業は巣ごもり需要の継続と4Qからの関西スーパー新規連結により増収増益
- ▶ 商業施設事業は、旧イズミヤGMSのSC化進展とホテル（大井開発）の稼働率改善・合理化により、増益となり黒字転換

(単位：億円)	総額売上高			営業利益		
	金額	対前年	対予想 (2月発表)	金額	対前年	対予想 (2月発表)
百貨店	3,851	110.7%	100.3%	9	+28	+7
食品	3,272 関西スーパー事業 +315	111.8%	100.6%	53 関西スーパー事業 +14	+12	+3
商業施設	429	65.9%	98.6%	4	+11	+4
その他	329	97.9%	101.9%	▲34	▲19	+2
連結調整				▲25	+18	+1
合計	7,881	106.6%	100.4%	7	+52	+17

※ 今期よりセグメント変更（前年実績は組み換え済み）  
 ※ 関西スーパー事業：旧関西スーパーマーケット連結（KSP含む）

# I - 3. 百貨店事業

- ▶ コロナ感染拡大が落ち着いた時期の売上回復に伴い通期で営業黒字転換
- ▶ 4Qではオミクロン株の急速な拡大が売上を押し下げるも、ピークアウト後（3月）の売上回復により、3Qに続いて営業黒字化
- ▶ 家賃減免額の縮小、営業再開に伴う宣伝費・販売手数料増加等による販管費増加
- ▶ 売上はほぼ予想通りに推移する一方、経費を抑制し、営業利益が想定を上回る

※ コロナ特損への振り替え額は38億円（前年度は43億円）

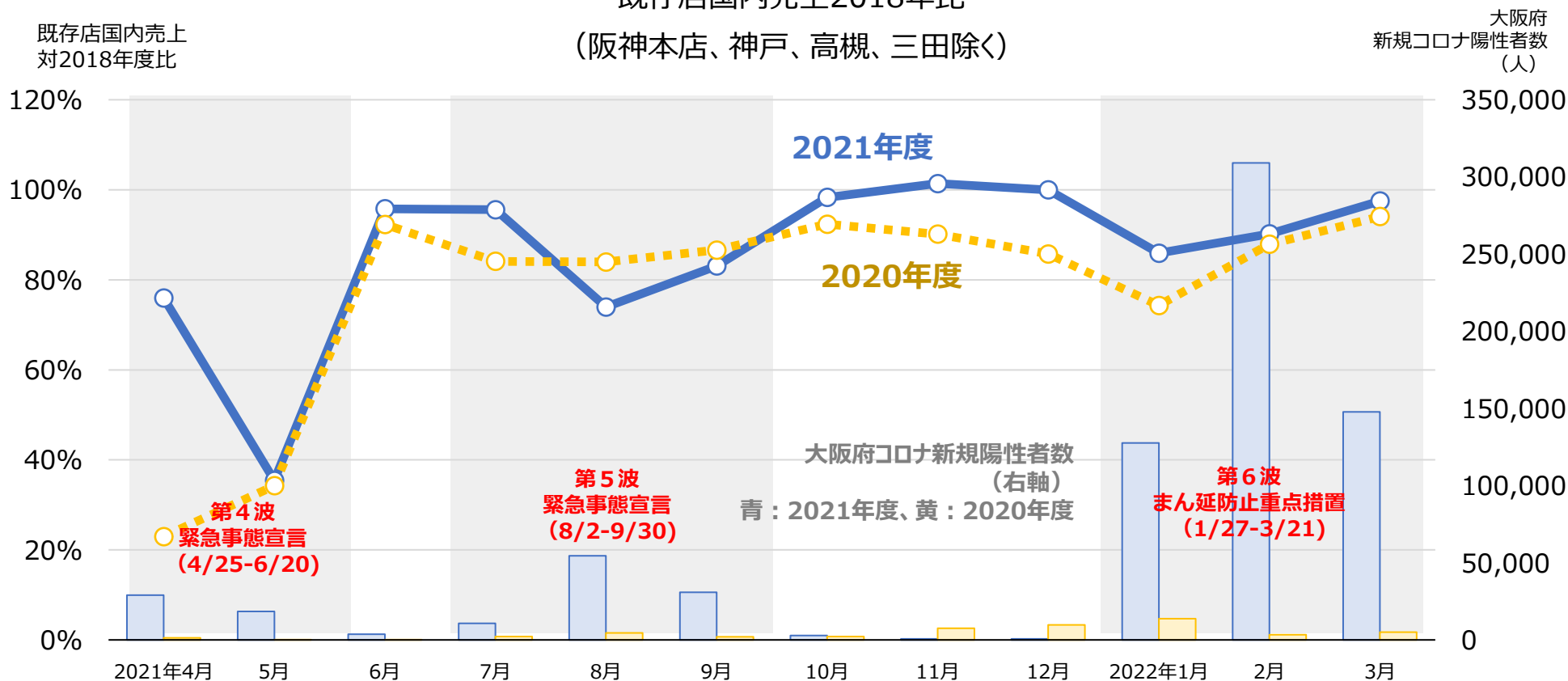
## 阪急阪神百貨店

(単位：億円)	1 - 3Q		4Q		通期		
	実績	対前年	実績	対前年	実績	対前年	対予想
総額売上高	2,806	111.8% +297	1,017	107.7% +73	3,822	110.7% +370	100.1% +5
売上総利益	639	+62	225	+18	864	+80	/
総利益率	22.76%	▲0.22%	22.16%	+0.18%	22.60%	▲0.11%	
その他収入	23	+2	8	+0	31	+2	
販管費	652	+45	232	+7	884	+52	
営業利益	10	+19	1	+11	11	+29	

# I - 3. 百貨店事業

- ▶ コロナ感染第4波（4月～5月）、第5波（7月～9月）、第6波（1月～3月）に伴う休業、営業制約による売上押し下げ
- ▶ 感染拡大が落ち着きを見せる時期の国内売上はコロナ前・増税前の2018年度と同水準で推移
- ▶ 22年4月は外出機会増加も寄与し、3月からさらに改善

既存店国内売上2018年比  
(阪神本店、神戸、高槻、三田除く)



- ▶ 食品スーパー：増収増益  
 <イズミヤ> 増収減益 SMが堅調に推移。  
 スーパーセンター食品部門の移管に伴う収益悪化
- <阪急オアシス> 減収増益 益率改善（価格政策見直しや惣菜伸長）により増益
- <関西スーパー> 新規連結 改装店舗が好調で既存店売り上げは前年上回る（4Qのみ連結）
- ▶ 食品製造（阪急デリカアイなど）は、食品スーパーでの惣菜需要の高まりを受け、利益回復

(単位：億円)	売上高		営業利益	
		前年比		前年差
食品スーパー	3,152	111.9%	58	+11
既存3社	2,837	100.7%	44	▲3
関西スーパー事業※	315	—	14	—
食品製造	339	98.0%	▲5	+4

※22年1月の関西スーパーマーケット（現・関西フードマーケット）  
 +22年2月・3月の関西スーパーマーケット+1~3月のKSP実績



# I - 5. 特別利益・特別損失

- ▶ 中計における資産効率向上取り組みとして、不動産・株式の売却を推進
- ▶ 関西スーパーマーケットとの経営統合に伴う  
負ののれん発生益34億円、2016年度取得の株式評価損18億円
- ▶ 減損損失は大規模な物件の計上はなく、前年度に対して大幅減少

	主な項目	金額	主な内容
特別利益	固定資産売却益	136億円	賃貸不動産（中津） 47億円 賃貸不動産（大淀） 39億円
	投資有価証券売却益	65億円	政策保有株式売却 （東宝、金融機関等）
	負ののれん発生益	34億円	関西スーパーマーケットとの 経営統合（確定のれん）
	助成金収入	30億円 (対前年+3)	雇用調整助成金 16億円 休業協力金 14億円
特別損失	新型コロナウイルス 感染症による損失	43億円 (対前年▲11)	阪急阪神百貨店 38億円
	店舗閉鎖損失	25億円	セルシー建て替え H2O商業開発
	減損損失	19億円	H2O商業開発 阪急ベーカリー
	段階取得に係る差損	18億円	2016年度取得の関西スーパー マーケット株式評価損

# I - 6 . 設備投資

- ▶ 中期経営計画に則り、通常の更新投資を抑制し、優先順位の高いプロジェクトへ積極投資
- ▶ 店舗・営業施設…阪神本店建替工事、SM店舗出店・改装
- ▶ IT/DX投資… POS、情報基盤刷新、次世代IT構想などDXに向けたIT基盤整備。一部は翌期以降へ。

(単位：億円)	金額	計画比	主な実施項目 ※計画との差異要因
百貨店	156	▲27	阪神梅田本店建替工事 131億円 ※百貨店のIT投資実施時期のずれ 18億円
食品	38	▲10	阪急オアシス新規出店、イズミヤ店舗改装 ※投資内容精査による削減
商業施設	18	▲8	H2O商業開発 旧イズミヤGMSのSC化推進 ※投資内容精査による削減
その他	40	▲3	H2Oリテイリング グループ全体のIT/DX投資 ※IT投資実施時期のずれ 7億
合計	252	▲48	

※調整額反映後

## Ⅱ. 2023年3月期通期見通しー連結業績

- ▶ 阪神本店グランドオープン、関西スーパーマーケット連結により総額売上高は大幅増加
- ▶ 百貨店事業、食品事業を中心に増益計画
- ▶ 株式・不動産の売却が21年度よりも減少するため、当期利益は減益を見込む

(単位：億円)	1・2Q		3・4Q		通期	
	予想	対前年	予想	対前年	予想	対前年
総額売上高	4,740	137.8% +1,299	5,260	118.5% +819	10,000	126.9% +2,119
売上高	3,200	135.0%	3,400	120.8%	6,600	127.3%
営業利益	▲10	+41	90	+31	80	+72
経常利益	▲15	+27	85	+19	70	+46
親会社株主に 帰属する当期純利益	0	▲81	80	+62	80	▲19

## Ⅱ. 2023年3月期通期見通し—セグメント別業績

- ▶ 百貨店事業は、国内売上の回復と阪神本店グランドオープンの寄与を見込む
- ▶ 食品事業は、関西スーパー連結効果の通期での寄与に加えて、イズミヤの増益を計画
- ▶ 商業施設事業は、H2O商業開発の売上規模縮小による減収も、ホテルの稼働率改善による増益計画

(単位：億円)	総額売上高		営業利益	
	金額	対前年	金額	対前年
百貨店	4,840	125.7%	60	+51
食品	4,323	132.1%	82	+28
	関西スーパー +999		関西スーパー +18	
商業施設	391	91.2%	5	+1
その他	446	135.3%	▲38	▲4
連結調整			▲29	▲4
合計	10,000	126.9%	80	+72

## Ⅱ．2023年3月期通期見通しー設備投資

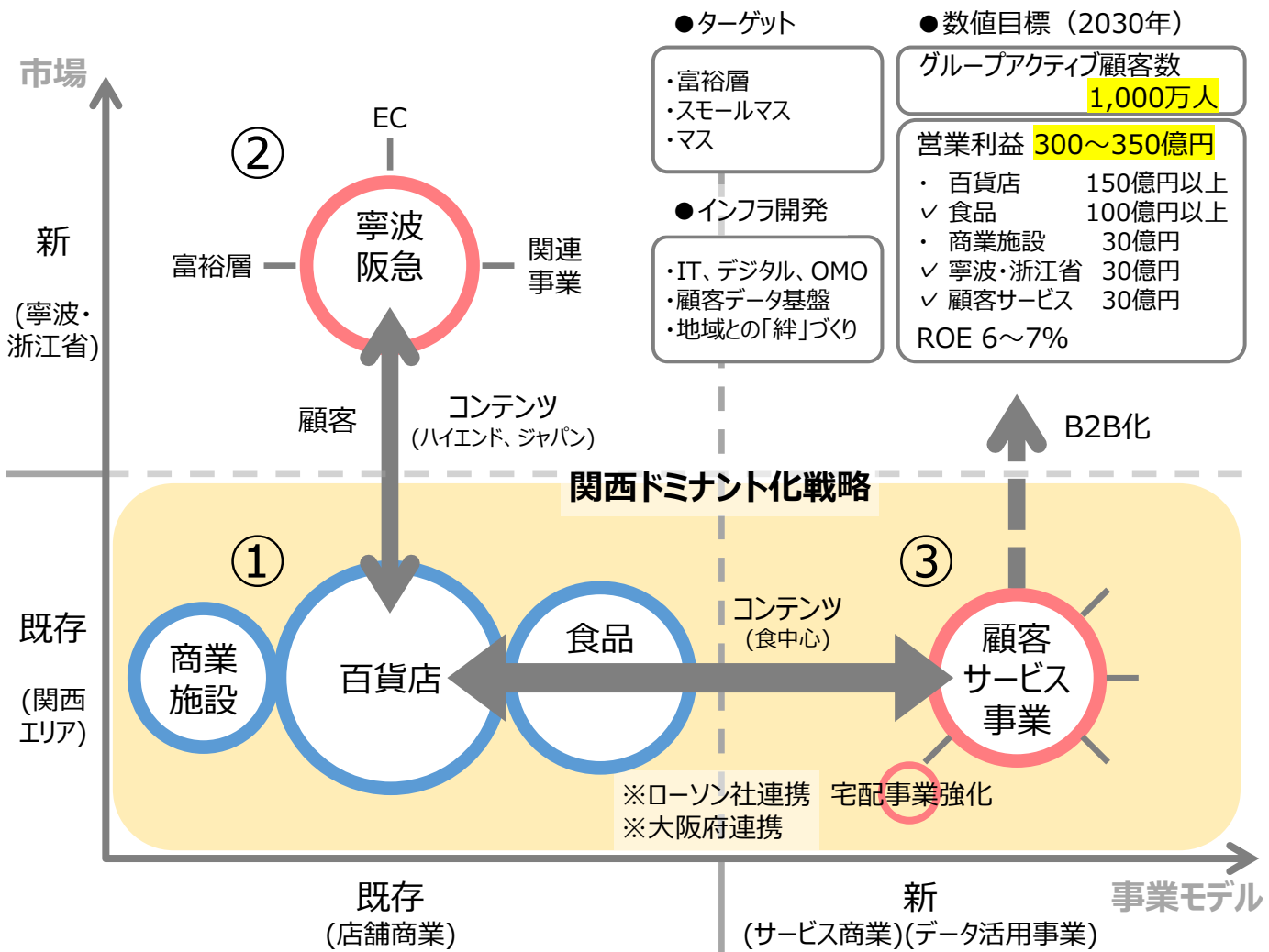
- ▶ 引き続き中期経営計画に則り、通常の更新投資は抑制し、優先順位の高いプロジェクトへ積極投資
- ▶ 店舗・営業施設…神戸阪急・高槻阪急リモデル、百貨店新物流センター取得、SM改装
- ▶ IT/DX投資… 基盤構築に加えて、OMO、ワーク環境整備への投資など推進

(単位：億円)	金額	主な項目
百貨店	127	神戸阪急リモデル 56億円・高槻阪急リモデル 8億円、 阪神本店建替改装 18億円
食品	64	各社改装・修繕 (イズミヤ16億円、阪急オアシス18億円、関西スーパー17億円)
商業施設	21	H2O商業開発 SC改装・設備更新など
その他	208	物流センター土地・建物（21年度稼働済み、22年度取得予定） 64億円 グループ全体のIT/DX投資（基盤構築、ワーク環境整備等） 110億円
合計	420	

- 1．長期事業構想2030、中期経営計画の位置づけ
- 2．中期経営計画 2021振り返り
- 3．食品事業の「第2の柱」化
- 4．進捗と重点取り組み
- 5．顧客サービス事業への取り組み
- 6．サステナビリティ経営の推進
- 7．まとめ

**グループが目指すビジネスモデル ▶ 「コミュニケーションリテイラー」**  
 (顧客とのダイレクトな接点開発と継続的な関係深化 ⇒ ビジネス化)

〈 取り組み方針 〉



① 既存事業の再建・磨き上げ

- ・百貨店事業の再建
- ・食品事業の「第2の柱」化

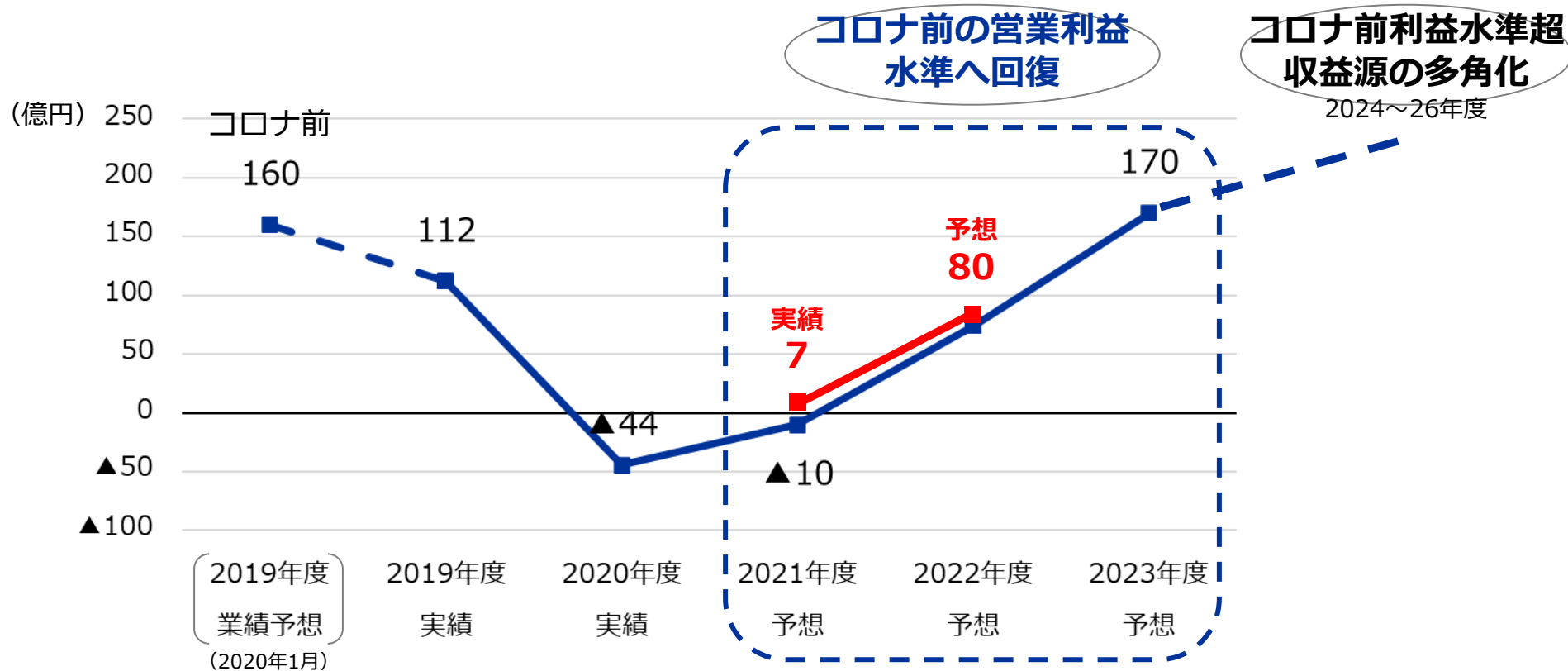
② 新市場への展開

- ・寧波阪急事業確立
- ・寧波・浙江省事業展開 (富裕層、EC) (阪急うめだ本店連携)

③ 新事業モデルへの挑戦

- (1) 関西エリア×オンライン軸×サービス事業化
- ・サービスコンテンツ開発 ⇒ IT・デジタル活用
  - ・リアル店舗連携
  - ・アライアンスによるネットワークづくり
- (2) 顧客データのプラットフォーム化と活用による B2B ビジネス展開

# Ⅲ - 1. 長期事業構想2030における中期経営計画の位置づけ



## 2021-23年度の重点取り組み

- 百貨店事業の再建 ➡ コスト構造改革 + OMOスタイルの確立
- 食品事業の「第2の柱」化 ➡ SM事業の再構築 + 製造事業との一体的運営 + アライアンスによる事業力強化
- 将来の成長のための事業開発着手 ➡ 寧波阪急一番店化と関連ビジネス開発  
➡ オンラインを軸にした顧客サービス事業の立ち上げ・拡張
- 基盤となるIT・デジタル化の推進



## Ⅲ－２．中期経営計画 2021振り返り

(単位：億円)		2021年度 予想	2021年度 実績		2021年度 予想	2021年度 実績
百貨店事業	総額売上高	3,900	3,851	営業利益	▲10	7
	営業利益	5	9			
食品事業	総額売上高	2,970	3,272	経常利益	▲20	23
	営業利益	45	53			
商業施設事業	総額売上高	400	429	ROE	2.2%	4.2%
	営業利益	▲5	4			
その他事業	総額売上高	380	329	ROIC	▲0.2%	0.1%
	営業利益	▲30	▲34			
合計	総額売上高	7,650	7,881			
	営業利益	▲10	7			

- 各事業でコスト効率化により基礎固め、事業整理や資産売却の遂行
- 関西スーパーマーケットの子会社化やイズミヤ・オアシスの業務統合および事業改革推進による食品事業の収益拡大
- これらを支えにIT基盤整備や成長のための先行投資（IT/DX・百貨店改装）を実施・継続
- 新型コロナのピークアウトに伴い百貨店事業の収益改善が進む

## 阪神本店

『毎日が幸せになる百貨店』

- ・「食の阪神」魅力最大化
- ・スモールマスマーケットをとらえた共感型コンテンツ開発
- ・リアルとデジタルを融合したOMOスタイルのモデル店舗  
顧客とともにコンテンツの魅力を  
発見・発信・コミュニケーション・ショッピング化する  
ファンコミュニティ型百貨店



- 2022年4月6日グランドオープン  
食品・飲食による集客力発揮  
入店客数2.6倍、売上2.4倍（前年比）
- 食品フロアの集客をドライブに  
共感型コンテンツの継続実施により  
ファン顧客の地道な拡大  
中層衣料雑貨フロアの  
認知・買いまわり強化が課題
- オフィスフロアの入居開始に伴う  
人流増加期待

## 寧波阪急

百貨店の強みとSCの強みを併せ持つ中国初の  
体験型“デパートメントモール”

- 4つの柱
- ①ハイエンド&高感度ファッション
  - ②上質で楽しい食スタイル
  - ③体験とエンターテインメント
  - ④ジャパンコンテンツ



- 開業1年目で中期目標の売上30億元を  
大きく上回る
- ラグジュアリー・食品・飲食や  
イベントプロモーションが若い新富裕層  
から想定を超える高い支持
- 地域（浙東・浙南地区）一番店を目指し  
さらなる改善計画を検討

## 関西スーパーマーケットの子会社化や イズミヤ・オアシスの業務統合および事業改革推進による食品事業の収益拡大

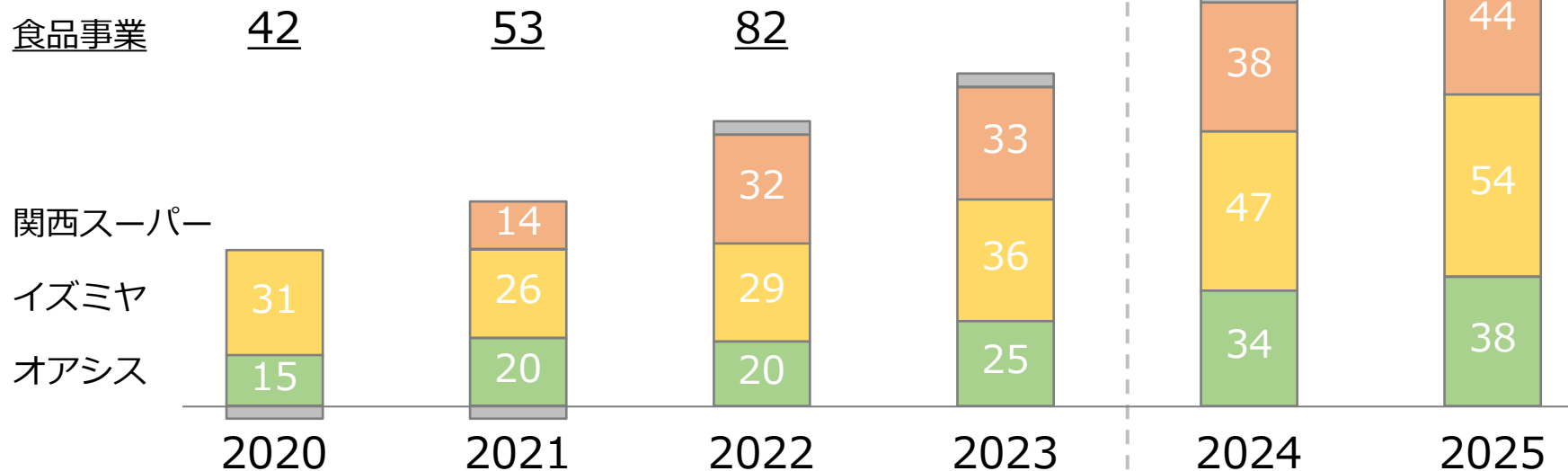
### 基盤づくり

食品事業全体での一体的運営  
SM事業の標準化と運営力再構築を  
全社プロジェクトで強かに推進  
商圈に応じた店舗フォーマットへの転換

### 3社シナジー実現

店舗、商品・マーケティング  
セントラルキッチン・プロセスセンター  
物流、システム、組織・運営

営業利益（億円）



**営業利益100億  
前倒し達成の見通し**

## ▶ 食品事業全体での一体的運営を契機に SM事業の営業力・運営力改革を全社プロジェクトにて強力に推進中

- 店舗フォーマット別にパイロット店舗を設定し  
効率的な店舗運営オペレーション＋営業計画・商品政策・販売促進改革の实地検証  
⇒ 全店への導入
- グループSM事業の一体化を推進、戦略機能を集約  
⇒ 本社（人事・経理等）・本部（MD・販促等）機能の一元化、サポート部門の設置、エリア別運営へ  
基幹システム統合、機能の完全統合
- グループ製造会社の役割を再設定  
⇒ グループSPA機能の強化、SMの競争力強化に対しての製造機能のサポート

## ▶ IT・デジタルを活用した新しい価値の提供と効率化

- LINEミニアプリ拡大による顧客とのコミュニケーション強化 ⇒ 顧客数・接触頻度の拡大
- セミセルフレジの導入推進、AIカート実証実験 ⇒ 蓄積データ・課題の検証

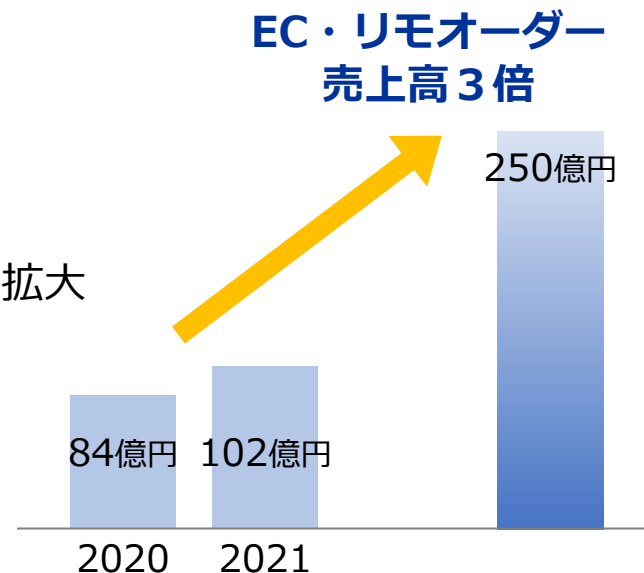
## ▶ アライアンスによる事業力強化

- (株)万代との包括業務提携基本合意 ⇒ 当面の商品調達や販売促進を中心に継続協議
- (株)ローソンとの包括業務提携 ⇒ 惣菜領域でローソン店舗への商品供給の検討

## ▶ 関西スーパー含めたシナジー実現に向けて取り組みスタート

## ▶ OMOスタイルの確立

- 独自コンテンツの開発には一定の成果  
GOOD FOR THE FUTURE、PLATFARM MARKET、各店地域マルシェなど  
⇒ 顧客との継続的な関係構築
- Webカタログ掲載コンテンツ増、EC・リモオーダーの利用拡大  
⇒ 教育など支援体制強化、取引先の巻き込み
- 顧客起点でのメディア再編計画  
⇒ デジタル上の顧客動線設計、メディアの整備



## ▶ 新 物流センター開設

- 物流センター機能を集約  
⇒ 2022年夏頃に移転完了、物流効率や在庫オペレーションを大幅改善

## ▶ コスト構造改革

- 業務の見直し・内製化による業務委託・人材派遣など外部経費の削減  
活動方針の再定義による宣伝費・出張費・時間外手当などの見直しが進む
  - デジタル・データを活用した従来業務の集約と省人化、RPA化の進捗率40%
- ➔ 2021年度実績 計画比▲23億円 ※2020年度比▲26億円、2019年度比▲88億円  
(コロナ特損・休業影響・売上変動費・特殊与件などを除いた実質)

## 神戸阪急

都市型駅前百貨店としての魅力を高めるとともに、地元で活躍するヒトやモノ、企業と一緒に取り組むことにより、神戸阪急独自の魅力を持つ店舗へ

- ・都市型百貨店として期待されるハレ型の品揃え強化と拡充、および今日的な時代感を捉えた高感度コンテポラリー化
- ・独自性のある地域密着ライフスタイル型「神戸スタイル」ワールドの新設
- ・新しい発見、驚きなどの楽しさ提案の強化

時期：2022年夏から段階的にオープンし、2023年秋頃グランドオープン（予定） 投資：80億円

## 高槻阪急

高槻暮らしを「おしゃれ」で「楽しく」「便利に」を提案するデパートメントモールへ

～2023年秋に「高槻阪急スクエア」に屋号を変更し、郊外の暮らしに必要な専門店と百貨店の強みを活かしたコンテンツを組み合わせた業態ミックスによる効率的な店舗運営を行い、安定的な収益基盤の確立を目指す～

- ・高槻のマーケットに即した3つのスタイルワールドを新たに構築
- ・郊外での暮らしに必要な生活インフラ専門店や大型専門店の拡充
- ・催事やイベントを中心に楽しさの提案や、地域に根差した取り組み、そして百貨店カテゴリーとして競争力のある領域の強化

時期：2022年春から段階的にオープンし、2023年秋頃グランドオープン（予定） 投資：23億円

## ▶ 経理業務のデジタル化、電子決裁の推進

－リモートワーク可能な事業継続性を確保した環境整備－

- 情報伝達の省力化、伝票削減 ⇒ 各事業会社への本格展開（7月 百貨店）
- 決裁書・申請書等の社内ワークフローをすべてをデジタル化、電子契約の導入

## ▶ 本社オフィス移転を契機に価値創造型ワークスタイルへの変革に着手（2022年8月）

－価値創造－

- 業務に応じた働き方の実現と偶発的なコミュニケーションを促進する環境整備
- 部門や会社を越えた共創を促すコラボレーションエリア  
ライブラリーやカフェカウンターの設置、社内イベントの開催

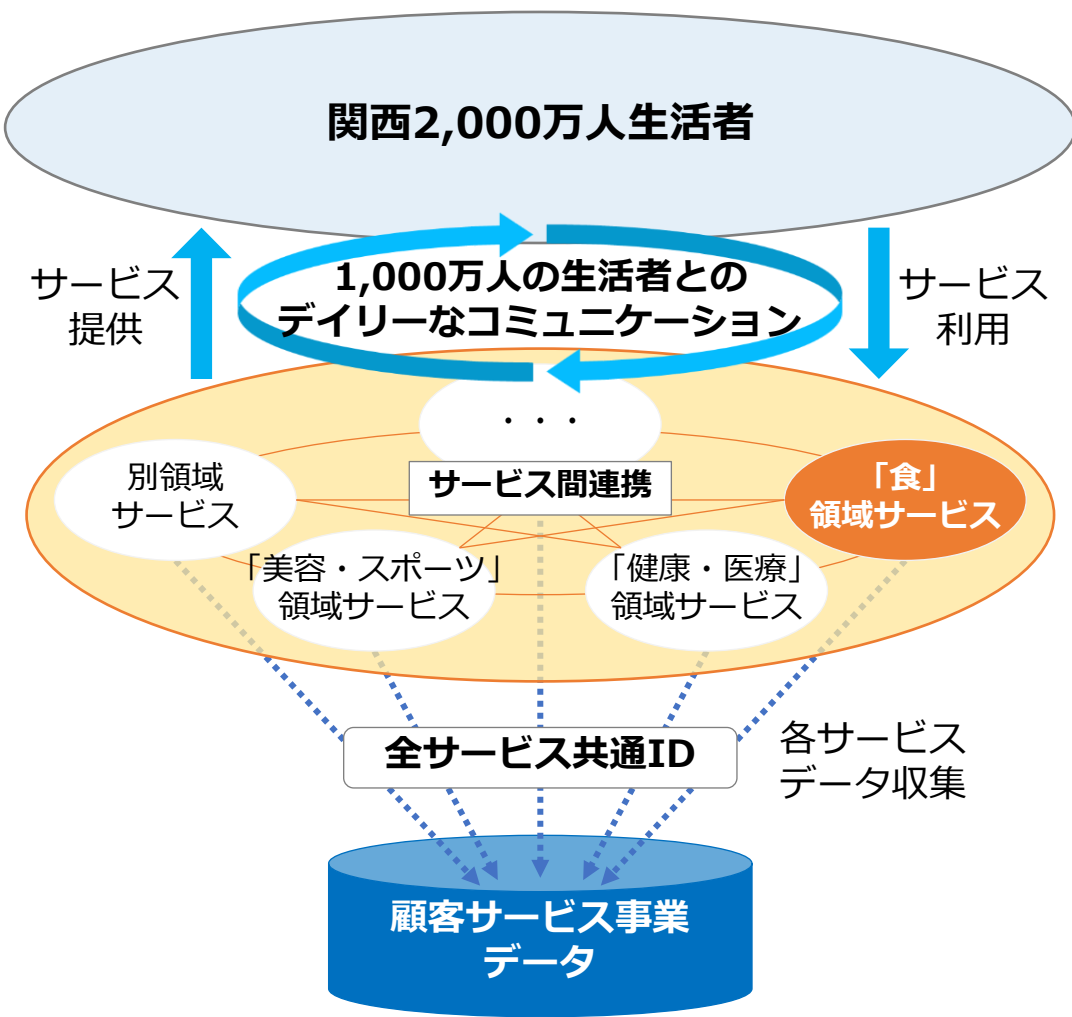
－業務効率化－

- オフィス機能の活用をシームレスに実現  
顔認証による入室、会議室予約、ホテリング、ゲスト受付、ビーコンによる位置情報把握
- ペーパーレス化の徹底、クラウドPBXの導入（固定電話の廃止）
- リモートワーク推進、デバイス・ネットワーク・セキュリティ整備

➔ 梅田エリアのオフィス集約により面積40%削減

# Ⅲ - 5. 顧客サービス事業への取り組み

より多くの生活者と関係を構築するために、複数領域の魅力的なスマホアプリサービスを開発  
各サービスを相互に連携させることで、当社・ユーザー双方にメリットを生み出す



生活者ニーズが大きいこと、  
当社グループの情報・知見を活用しやすいことから  
**最初の取り組みとして「食」領域を選定**

**コンセプト「関西のあらゆる美味しいを楽しむ」**

**「食」領域サービスをオンラインで多角的に展開**

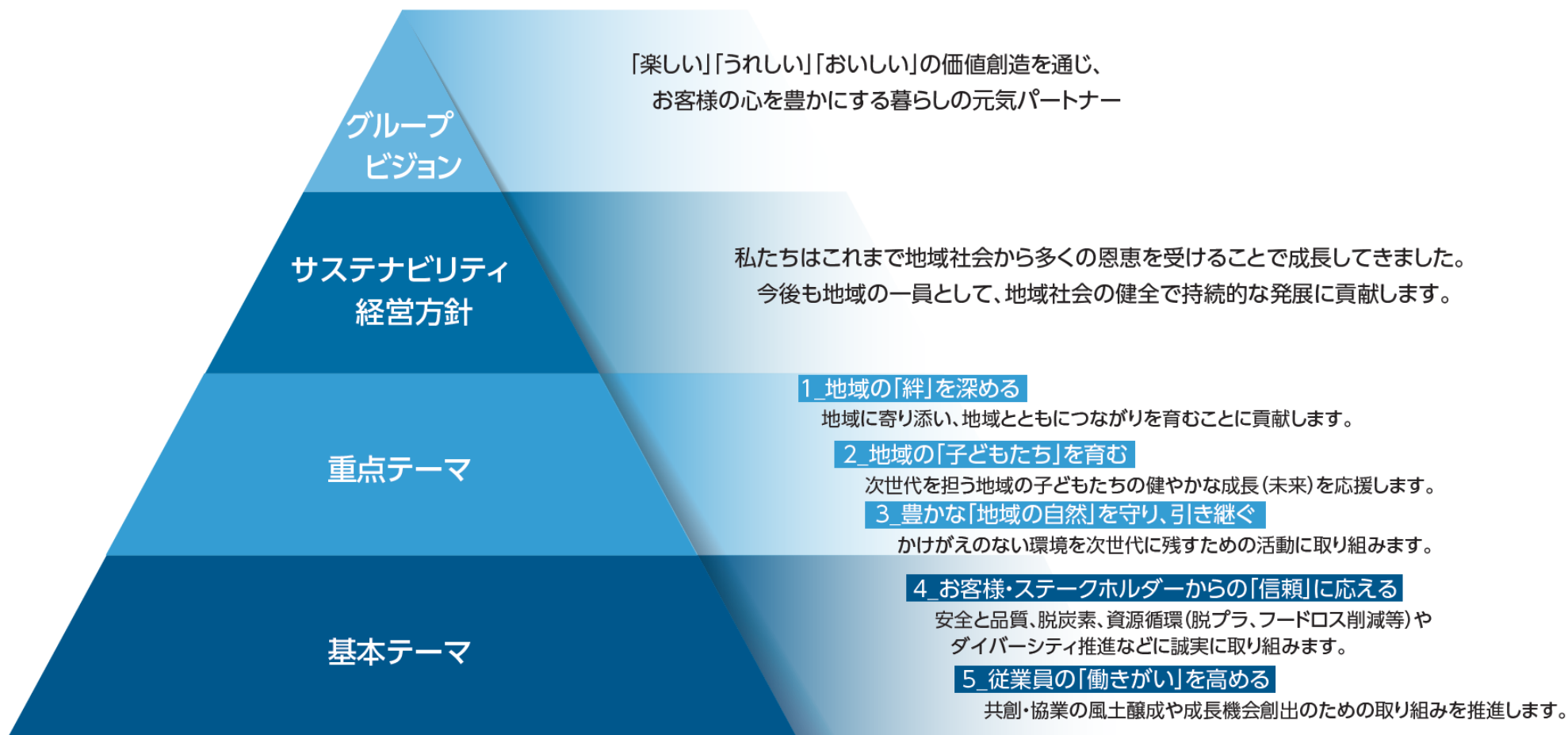
特にニーズが大きいと想定するテーマについて  
**第一弾のトライアルを2022年度内にスタート**

ニーズに応えるあらゆる機能をシームレスに連携し  
既存サービスにない競争力を生み出す



2021年4月よりグループの重要課題（マテリアリティ）を特定し取り組みを推進

- 地域社会への貢献を軸とする3つの重点テーマ
- ステークホルダーとの信頼関係構築に重要な2つの基本テーマ



## ▶ 中長期目標の公表（2021年11月 統合レポート）

- 主要店舗における消費電力の再生可能エネルギーへの切り替え  
温室効果ガス排出量削減率 2030年30%削減（2019年度比）※2013年度比48%削減相当  
2050年ネットゼロ
- 食品廃棄物の削減  
食品リサイクル率 2030年70%（2023年60%）
- プラスチック使用削減、ダイバーシティ推進について目標値設定予定（2022年11月）

## ▶ 情報開示

- 気候関連課題に対する認識や組織体制、気候関連の機会やリスク、温室効果ガス排出量、排出削減に向けた取り組みの開示

### ➔ CDP2021「B」獲得（2022年3月）

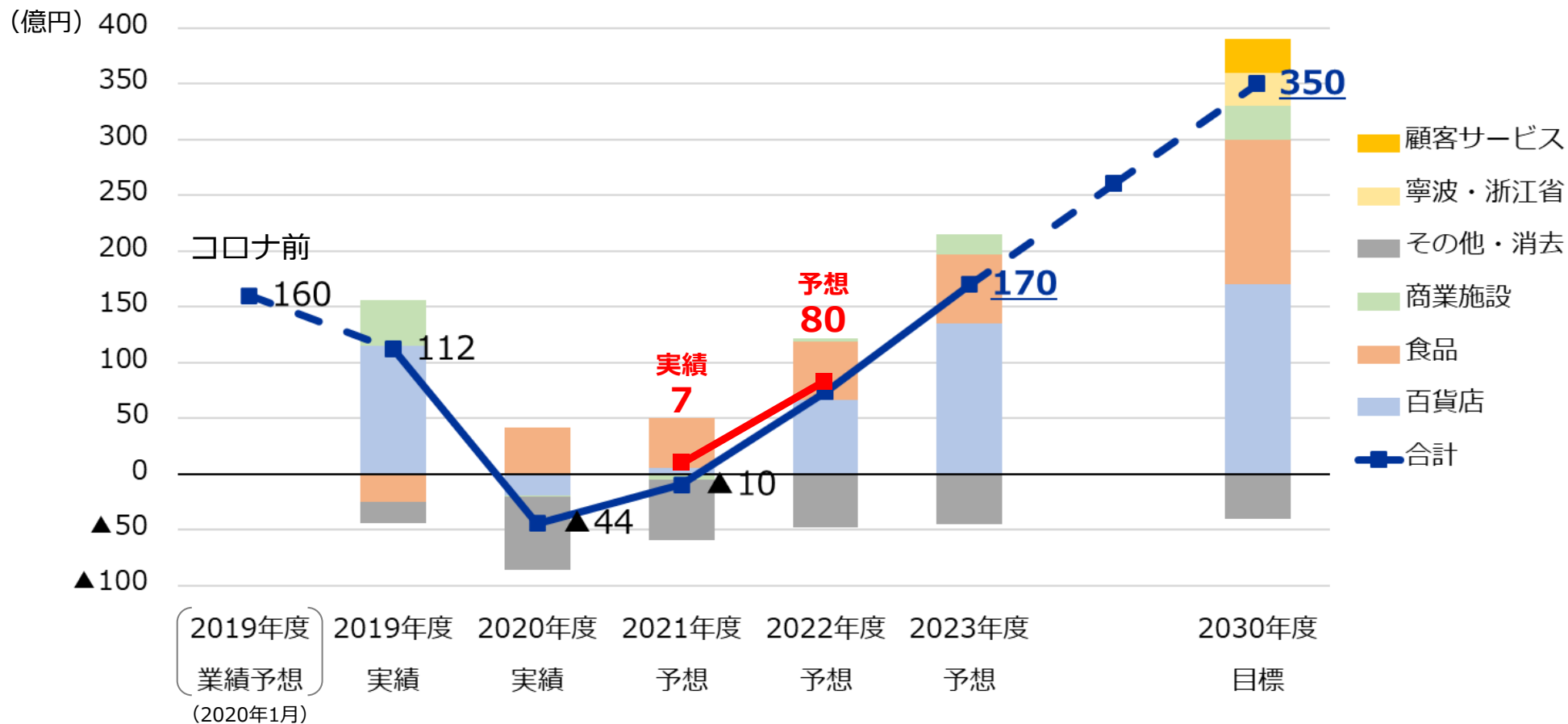
- TCFD対応、全体開示の予定（2022年11月）

## ▶ 地域貢献活動の事例

- 公園活性化事業への取り組み－千里中央公園における事業受託決定
- 地域住民や事業者等と連携した取り組み  
イズミヤ天下茶屋店 花壇、高槻阪急「プチルポ」、オアシス 食のスタートアップ支援 など
- グループ横断で活動に参画できる機会づくり－ボランティア休暇導入（百貨店）

# Ⅲ - 7. まとめ

- ▶ 2023年度に コロナ前の営業利益水準へ回復
- ▶ 2030年度に 営業利益300~350億円を目指す



▶ 長期事業構想2030に基づく中期経営計画の達成とサステナビリティ経営の推進による企業価値の向上を目指す

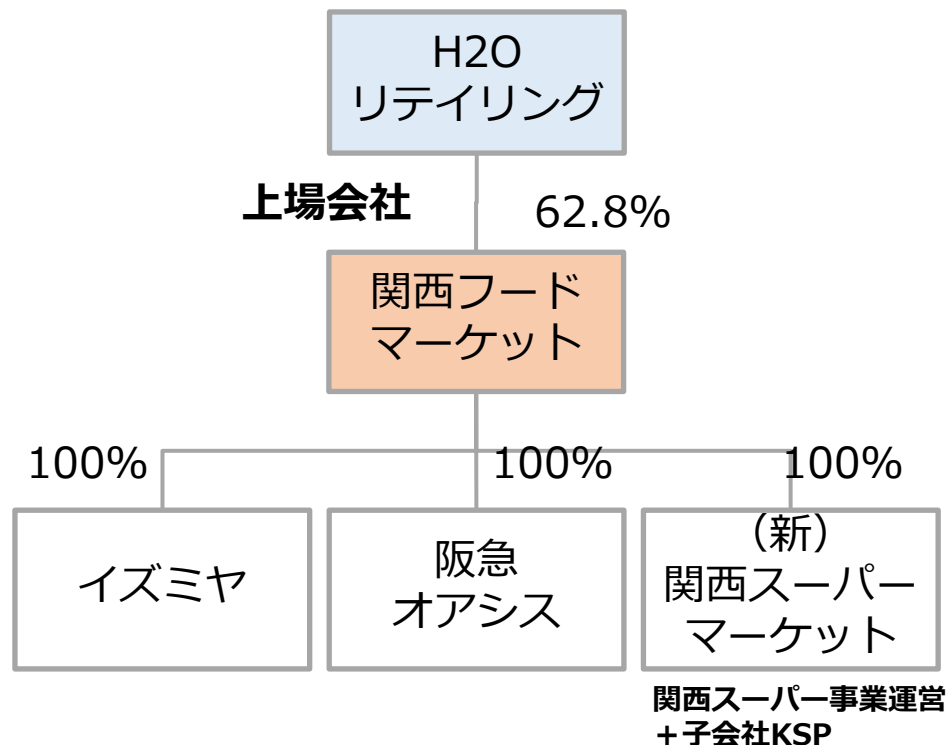
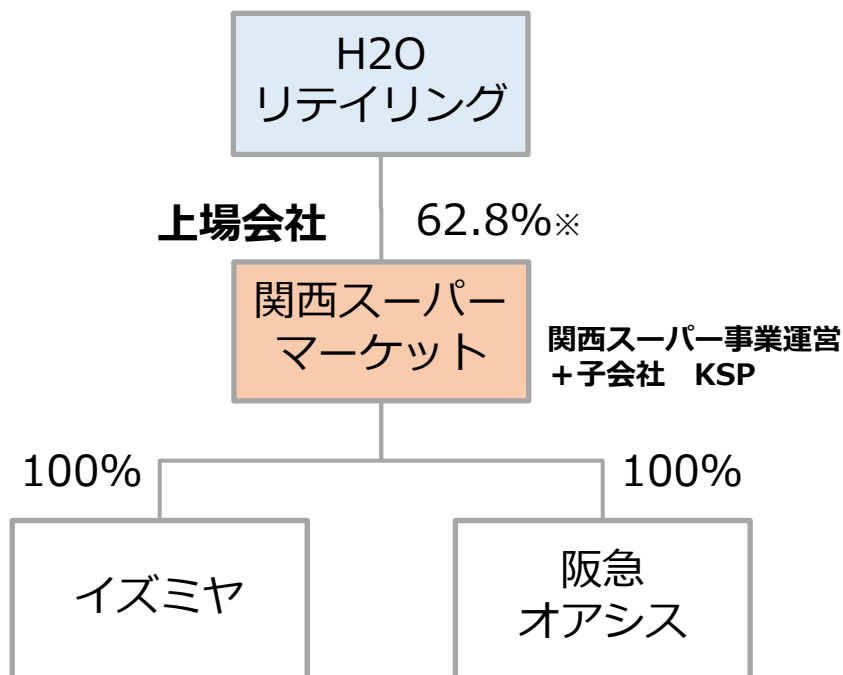
# (参考) 関西スーパーマーケットとの経営統合スキーム

2021年12月15日

関西スーパーマーケット株式と  
イズミヤ・阪急オアシスの株式交換

2022年2月1日

吸収分割によりイズミヤ、阪急オアシス、  
新・関西スーパーマーケットを  
完全子会社とする中間持株会社体制に

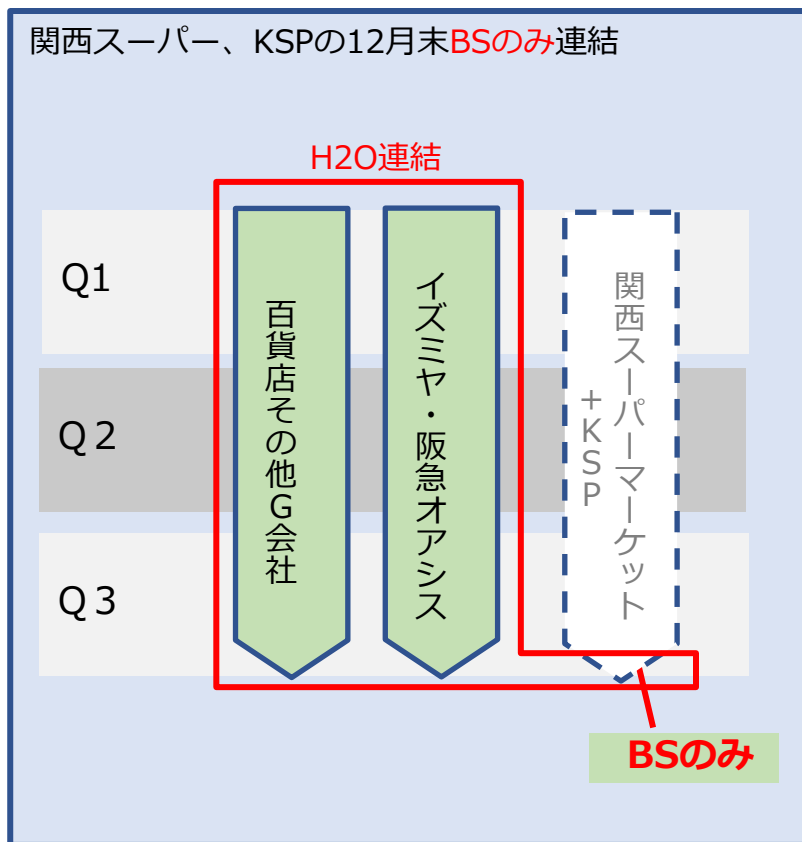


※株式交換に伴う反対株主からの買取請求を受けた関西フードマーケットの自己株式の増加により、統合時点のH2Oの議決権比率は62.8%

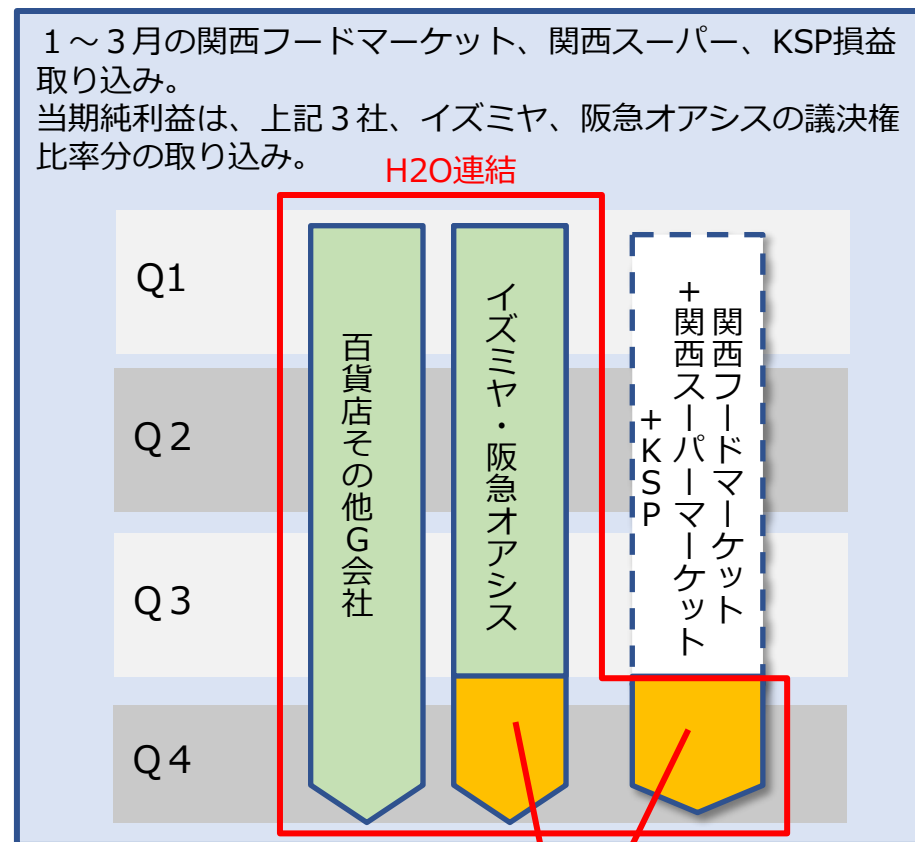
# (参考) H2Oリテイリングの連結業績対象範囲

第3四半期の連結業績に関西スーパーマーケット、KSPなどの業績は含まれず、期末時点のBSのみ連結対象。  
第4四半期の連結業績には、1～3月の関西フードマーケット、関西スーパーマーケット、KSPの3社業績が新たに反映。親会社株主に帰属する当期純利益へは、1～3月の関西フードマーケット及びその子会社の当期純利益の議決権比率分（4Q時点では62.8%）の反映。

## 3Q



## 4Q



当期純利益は、  
議決権比率（4Q時点：62.8%）分のみ取り込み

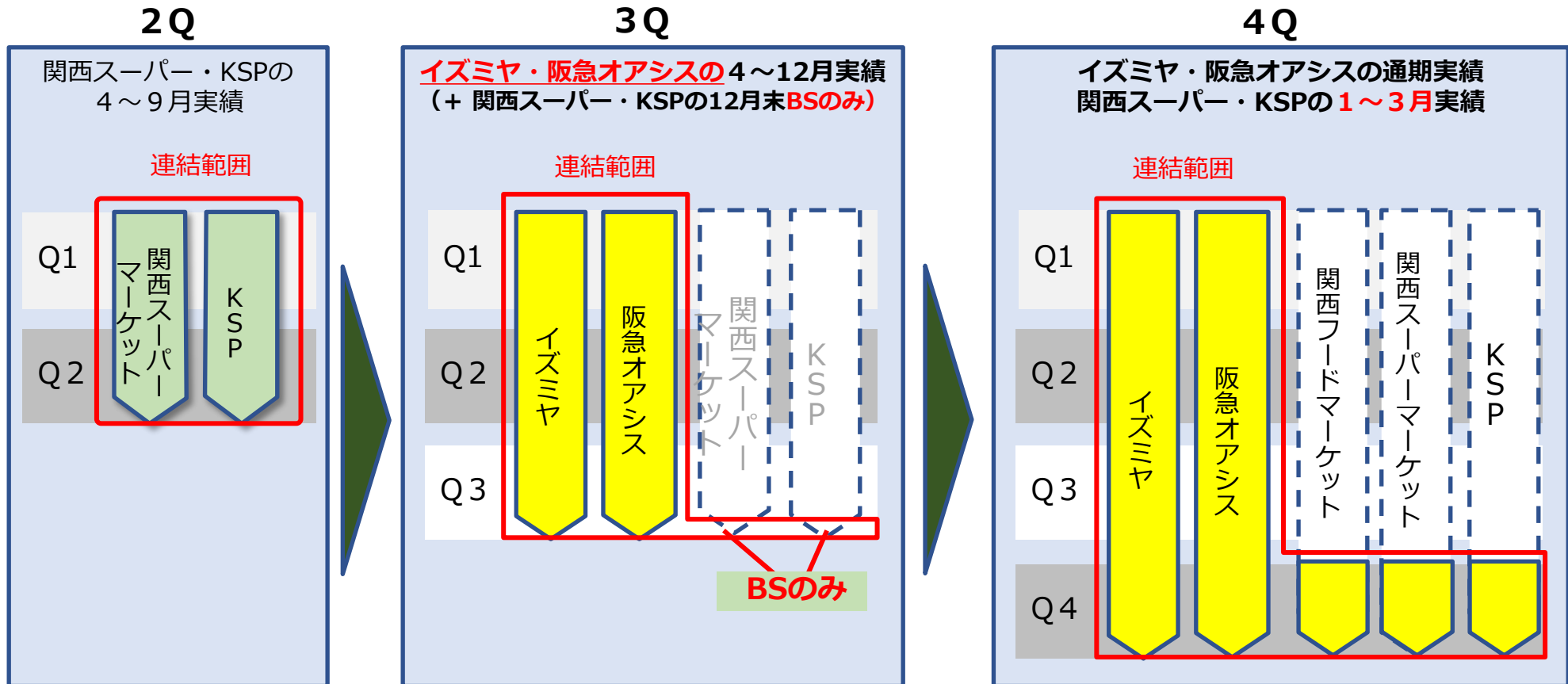
※各決算期末日時点の商号で記載。

# (参考) 関西フードマーケットの連結業績対象範囲

第2四半期までは、関西スーパーマーケットとKSPの2社からなる連結業績を開示。

第3四半期の連結業績は、イズミヤと阪急オアシスの4～12月の業績が反映。関西スーパーマーケットとKSPの業績は含まれておらず、期末時点のBSのみ反映。

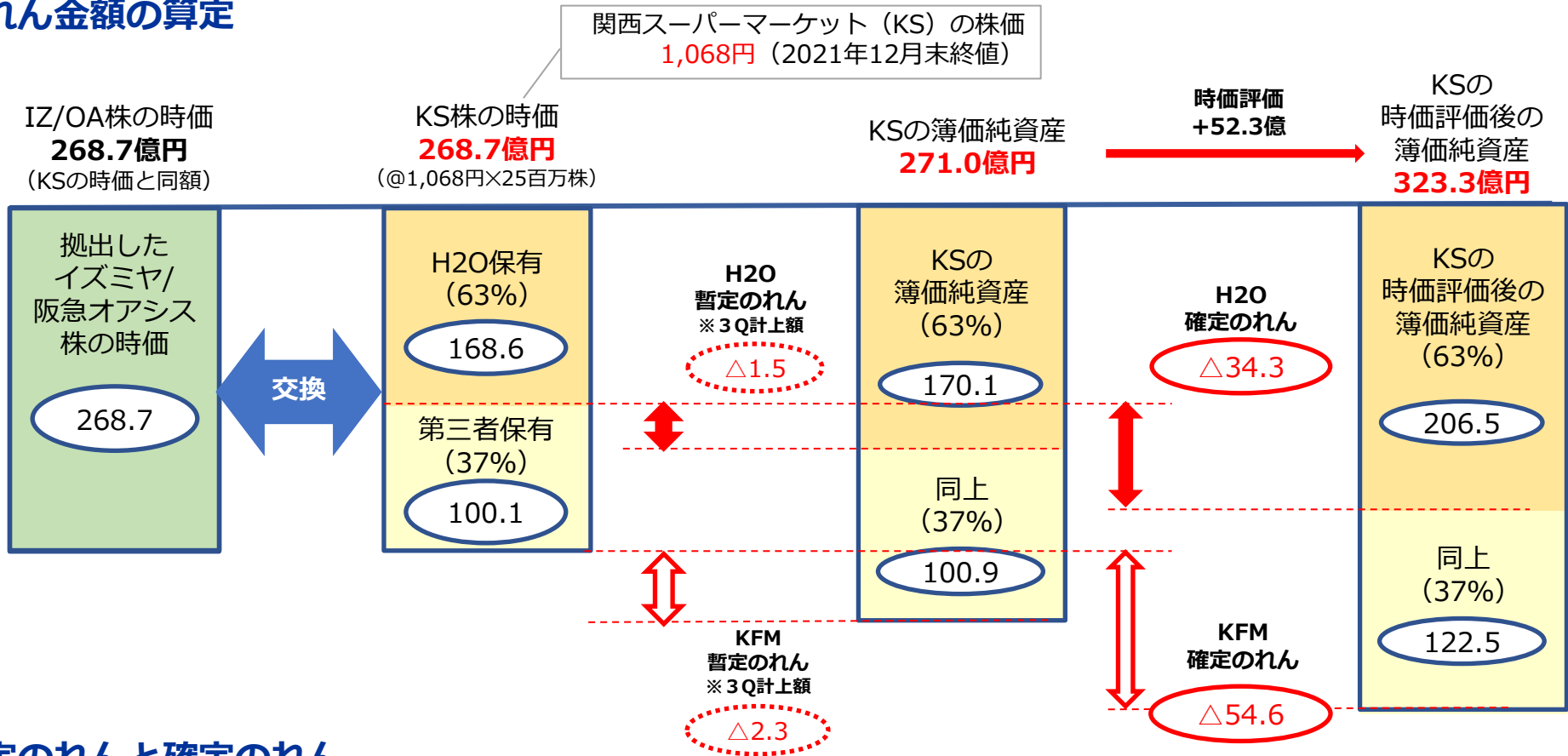
第4四半期の連結業績は、イズミヤと阪急オアシスの通期実績および関西フードマーケット、関西スーパーマーケット、KSPの1～3月実績が連結範囲に含まれる。



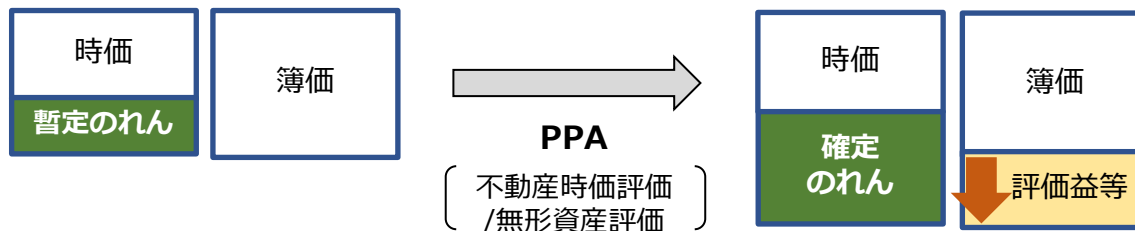
※各決算期末日時点の商号で記載。

# (参考) 関西スーパーマーケット経営統合ののれんの算定

## のれん金額の算定



## 暫定ののれんと確定のれん



・PPAの結果、評価益等により簿価が変動したため、**暫定ののれんの額を修正**

※Purchase Price Allocation

# (参考) 関西フードマーケット連結業績

- ▶ 内食需要継続によりSM店舗が堅調に推移し、売上高は各社想定通り
- ▶ 各社販管費は予想に対して抑制し、イズミヤ、阪急オアシスは営業利益が通期予想を上回る

(単位：億円)		1-3Q 実績		4Q 実績		通期実績		
		金額	対前年	金額	対前年	金額	対前年	対予想
イズミヤ	売上高	1,134	102.8%	358	104.4%	1,492	103.2%	100.2%
	営業利益	23	▲7	3	+2	26	▲5	+2
阪急オアシス	売上高	894	99.5%	272	97.5%	1,167	99.0%	99.8%
	営業利益	17	+0	3	+5	20	+5	+1
関西スーパー ※1	売上高	993	100.0%	315	99.8%	315	99.8%	99.2%
	営業利益	12	▲14	14	+13	14	+13	▲0
KFM・連結修正 (2~3月)	営業利益	連結対象外		連結対象		4Qのみ		
		—		▲2	—	▲2	—	+3
合計	総額売上高	2,028	—	946	—	2,975	—	100.0%
	営業利益	40		18		58		+5

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

※1. 関西スーパー：4~1月の旧・関西スーパーマーケット+2・3月の現・関西スーパーマーケット (KSP含む)



# (参考) 関西フードマーケット通期見通し

- ▶ イズミヤは売上増加と販管費削減により増益、阪急オアシスは前年並みを見込む
- ▶ 関西スーパーは粗利改善により増益

(単位：億円)		1・2Q 予想		3・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	売上高	747	100.3%	755	101.0%	1,502	100.7%
	営業利益	9	▲6	20	+10	29	+3
阪急オアシス	売上高	592	99.1%	591	103.7%	1,183	101.3%
	営業利益	7	▲5	13	+4	20	▲0
関西スーパー ※1	売上高	661	99.9%	654	101.1%	1,315	100.5%
	営業利益	14	+2	18	+4	32	+6
KFM・連結修正	営業利益	0	—	▲1	—	▲1	+1
合計 ※2	総額売上高	2,000	99.8%	2,000	101.8%	4,000	100.8%
	営業利益	30	▲9	50	+18	80	+10

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  
 ※1. 関西スーパー：関西スーパーマーケットとKSPの連結数値  
 ※2. 各社前年実績に対する前年比、前年差を記載

# (参考) 関西フードマーケット各社個別業績 (1~4Q)

(単位：億円)	イズミヤ		阪急オアシス		関西スーパー ※	
	通期	対前年 (既存店比)	通期	対前年 (既存店比)	通期	対前年 (既存店比)
売上高	1,390	104.5% (97.3%)	1,095	98.9% (99.5%)	1,288	99.9% (100.1%)
売上総利益	366	+15	303	+4	305	▲9
総利益率	26.35%	▲0.05%	27.67%	+0.69%	23.71%	▲0.65%
その他収入	102	▲14	71	+0	20	+0
販管費	443	+6	354	▲0	299	▲7
営業利益	26	▲5	20	+5	26	▲1

注. 収益認識基準適用前

※関西スーパー：4~1月の旧・関西スーパーマーケット+2・3月の現・関西スーパーマーケット (KSP含む)



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。