

2025年2月期 中間期 決算説明資料 株式会社オークワ (8217)



2024年10月2日

説明者：代表取締役社長 大桑弘嗣

単位：百万円、%

| | 2023/8 | 2024/8 | 期初公表 | 前期比 | 公表比 |
|---------------------|---------|---------|---------|-------|------|
| 営業収益 | 121,520 | 122,558 | 126,500 | 100.9 | 96.9 |
| 営業利益 | 706 | 246 | 1,050 | 34.9 | 23.5 |
| 経常利益 | 819 | 313 | 1,100 | 38.2 | 28.5 |
| 親会社株主に帰属する 中間純利益 | 399 | 87 | 500 | 21.8 | 17.4 |
| 1株当たり 中間純利益（円） | 9.10 | 2.01 | — | — | — |

・本資料の端数処理：百万円未満は切り捨て、前期比・公表比等は四捨五入。

| 単位：百万円、% | 2023/8 | 2024/8 | 前期比 |
|---------------------|---------|---------|-------|
| オークワ | 120,801 | 121,803 | 100.8 |
| オークフーズ | 656 | 688 | 104.9 |
| リテールバック オフィスサポート | 152 | 157 | 103.0 |
| サンライズ | 2,337 | 2,452 | 104.9 |
| 連結調整 | △2,427 | △2,542 | — |
| 連結合計 | 121,520 | 122,558 | 100.9 |

・本資料の端数処理：百万円未満は切り捨て、前期比・公表比等は四捨五入。

連結：企業別経常利益



| 単位：百万円、% | 2023/8 | 2024/8 | 前期比 |
|---------------------|--------|--------|-------|
| オークワ | 711 | 259 | 36.5 |
| オークフーズ | 32 | 46 | 143.6 |
| リテールバック オフィスサポート | 31 | 24 | 77.4 |
| サンライズ | 37 | 11 | 30.8 |
| 連結調整 | △37 | △32 | — |
| 持分損益 | 42 | 2 | 6.6 |
| 連結合計 | 819 | 313 | 38.2 |

・本資料の端数処理：百万円未満は切り捨て、前期比・公表比等は四捨五入。

| | 2022/8 | 2023/8 | 2024/8 |
|--------------------|----------|----------|----------|
| 営業収益営業利益率 (%) | 0.85 | 0.58 | 0.20 |
| 営業収益経常利益率 (%) | 0.98 | 0.67 | 0.26 |
| 自己資本中間純利益率 (ROE,%) | 0.81 | 0.51 | 0.11 |
| 総資産経常利益率 (ROA,%) | 0.89 | 0.61 | 0.24 |
| 1株当たり中間純利益 (EPS,円) | 14.48 | 9.10 | 2.01 |
| 1株当たり配当金 (DPS,円) | 13 | 13 | 13 |
| 1株当たり純資産 (BPS,円) | 1,778.52 | 1,765.56 | 1,807.22 |
| 配当性向 (DPS÷EPS,%) | 89.79 | 142.89 | 647.09 |
| 自己資本比率 (%) | 59.13 | 57.12 | 57.42 |
| DEレシオ (倍) | 0.23 | 0.28 | 0.25 |
| ネットDEレシオ (倍) | 0.05 | 0.05 | 0.08 |

| 単位：百万円 | 2023/8 | 2024/8 | 増減額 |
|----------------------|--------|--------|--------|
| 現金及び現金同等物 の期首残高 | 15,386 | 16,182 | 796 |
| 営業活動によるCF | 7,011 | 4,372 | △2,638 |
| 投資活動によるCF | △5,084 | △3,997 | 1,087 |
| 財務活動によるCF | 268 | △4,396 | △4,665 |
| 現金及び現金同等物の 中間期末残高 | 17,581 | 12,161 | △5,419 |

・本資料の端数処理：百万円未満は切り捨て、前期比・公表比等は四捨五入。

単体：営業成績



単位：百万円、%

| | 2023/8 | 2024/8 | 期初公表 | 前期比 | 公表比 |
|-------|---------|---------|---------|-------|------|
| 営業収益 | 120,801 | 121,803 | 126,000 | 100.8 | 96.7 |
| 直営売上高 | 117,721 | 118,452 | — | 100.6 | — |
| 荒利益額 | 32,607 | 32,441 | — | 99.5 | — |
| 荒利益率 | 27.7 | 27.4 | — | — | — |
| 販売管理費 | 36,529 | 37,039 | — | 101.4 | — |
| 営業利益 | 609 | 172 | 1,000 | 28.4 | 17.3 |
| 経常利益 | 711 | 259 | 1,100 | 36.5 | 23.6 |
| 中間純利益 | 335 | 62 | 500 | 18.7 | 12.5 |

・荒利益率の増減は、小数点第2位に四捨五入した前期と当期の荒利益率の差異を商品分類毎に算出しています。丸め処理による誤差が生じる場合があります。

・直営売上高、荒利益額、荒利益率は、「収益認識による会計基準」適用前の数値です。

单体：既存店売上高状況

既存店前期比 (%)

売上高

客数

客単価

買上点数

一点単価

第1四半期

100.4

99.2

101.2

98.6

102.6

第2四半期

100.1

100.1

100.0

98.1

101.9

第2四半期累計

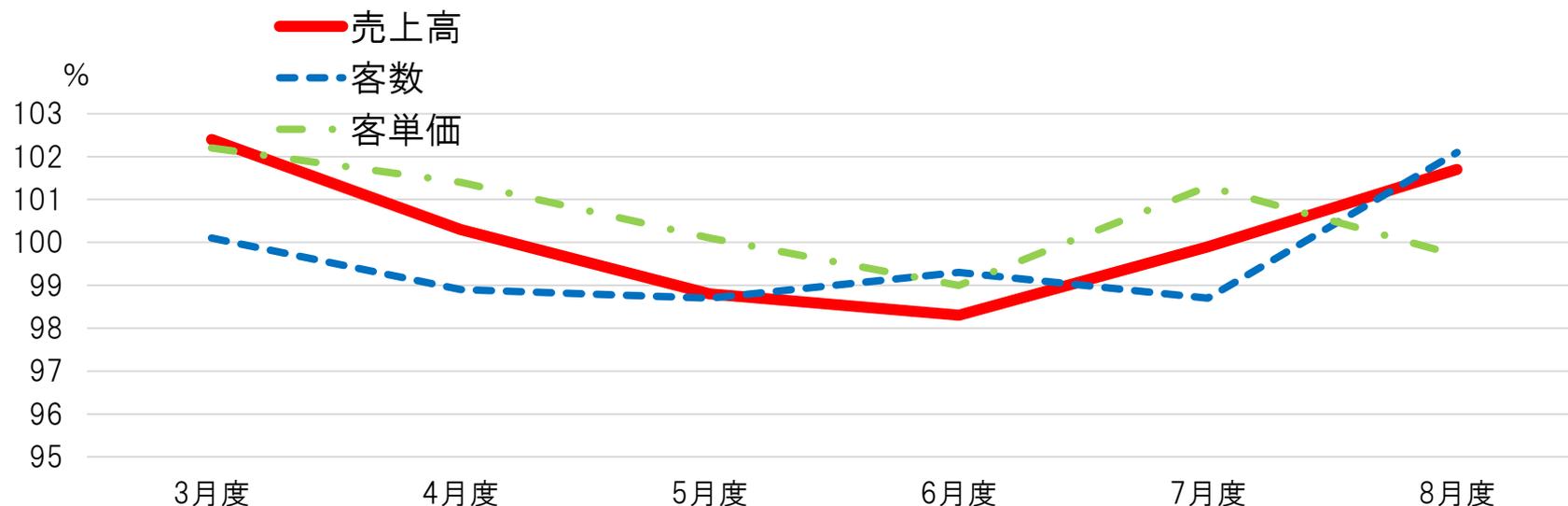
100.2

99.7

100.6

98.4

102.2

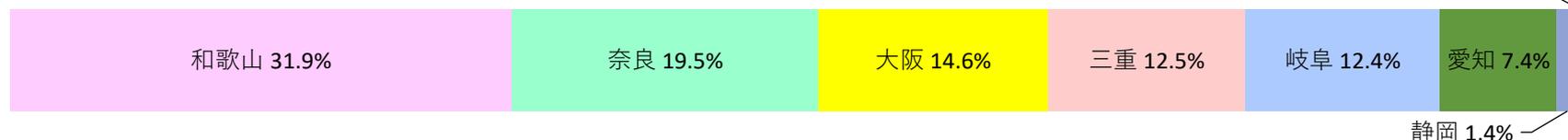


単体：地域別売上高



| 単位：百万円、% | 2023/8 | 2024/8 | 前期比 | 既存店前期比 |
|----------|---------|---------|-------|--------|
| 和歌山県 | 37,573 | 37,815 | 100.6 | 100.6 |
| 奈良県 | 23,209 | 23,060 | 99.4 | 98.4 |
| 大阪府 | 17,215 | 17,307 | 100.5 | 99.6 |
| 兵庫県 | 316 | 308 | 97.4 | 97.4 |
| (近畿圏) | 78,314 | 78,491 | 100.2 | 99.7 |
| 三重県 | 14,679 | 14,845 | 101.1 | 101.1 |
| 岐阜県 | 14,484 | 14,678 | 101.3 | 101.3 |
| 愛知県 | 8,592 | 8,782 | 102.2 | 100.7 |
| 静岡県 | 1,569 | 1,620 | 103.2 | 103.2 |
| (東海圏) | 39,325 | 39,926 | 101.5 | 101.2 |
| 合計 | 117,721 | 118,452 | 100.6 | 100.2 |

2025年2月期2Q累計 地域別売上高構成比



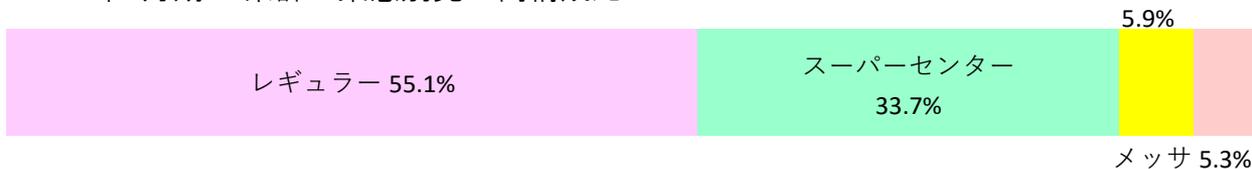
・「収益認識による会計基準」適用前の数値です。

単体：業態別売上高



| 単位：百万円、% | 2023/8 | 2024/8 | 前期比 | 既存店前期比 |
|----------|---------|---------|-------|--------|
| SC | 4,742 | 4,810 | 101.4 | 101.4 |
| SSM | 55,518 | 56,068 | 99.8 | 99.8 |
| SM | 4,340 | 4,390 | 101.2 | 101.2 |
| レギュラー | 64,601 | 65,269 | 100.0 | 100.0 |
| スーパーセンター | 39,263 | 39,891 | 101.6 | 100.4 |
| プライスカット | 7,784 | 7,033 | 98.5 | 98.5 |
| メッサ | 5,990 | 6,224 | 103.9 | 103.9 |
| 合計 | 117,721 | 118,452 | 100.6 | 100.2 |

2025年2月期2Q累計 業態別売上高構成比



SC: ショッピングセンター
SSM: スーパースーパーマーケット (1,000㎡以上)
SM: スーパーマーケット (1,000㎡未満)
スーパーセンター: ワンフロア・ワンストップショッピング
プライスカット: ディスカウント
メッサ: 高質スーパー (メッサ4店舗+パレマルシェ3店舗)
・「収益認識による会計基準」適用前の数値です。

単体：部門別売上高



| 単位：百万円、% | 2023/8 | 2024/8 | 前期比 | 既存店前期比 |
|----------|---------|---------|-------|--------|
| 生鮮食品 | 49,554 | 49,694 | 100.3 | 99.8 |
| 加工食品 | 51,478 | 51,933 | 100.9 | 100.6 |
| 食料品 | 101,033 | 101,627 | 100.6 | 100.2 |
| 住居関連用品 | 13,119 | 13,257 | 101.1 | 100.8 |
| 衣料品 | 3,568 | 3,567 | 100.0 | 99.1 |
| 合計 | 117,721 | 118,452 | 100.6 | 100.2 |

2025年2月期2Q累計 部門別売上高構成比

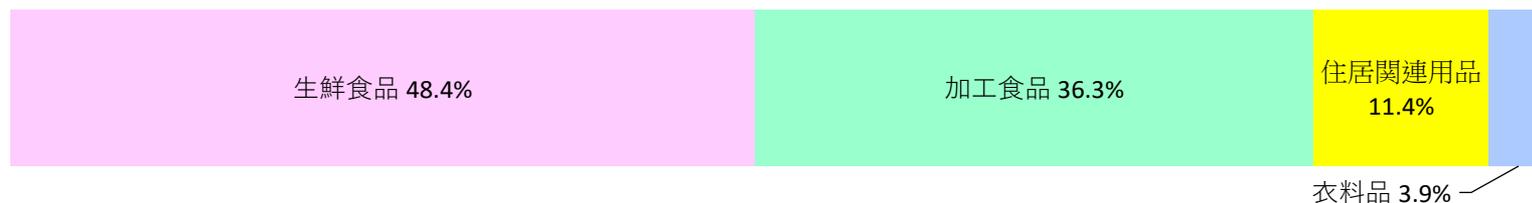


生鮮食品は、農産・畜産・水産・惣菜・インスタアベーカーリーの合計。

単体：部門別荒利益率

| 単位：百万円、% | 2023/8 | 2024/8 | 前期比 |
|----------|--------|--------|------|
| 生鮮食品 | 32.1 | 31.6 | △0.5 |
| 加工食品 | 22.8 | 22.7 | △0.1 |
| 食料品 | 27.4 | 27.0 | △0.4 |
| 住居関連用品 | 28.2 | 28.0 | △0.2 |
| 衣料品 | 35.1 | 35.6 | +0.5 |
| 合計 | 27.7 | 27.4 | △0.3 |

2025年2月期2Q累計 部門別荒利益額構成比



生鮮食品は、農産・畜産・水産・惣菜・インスタベーカーリーの合計。

単体：販売管理費



| 単位：百万円、% | 2023/8 | 2024/8 | 前期比 | 売上高比 | 売上高比 (2023/8) |
|----------|---------|---------|-------|-------|------------------|
| 売上高 | 114,808 | 115,566 | 100.7 | 100.0 | 100.0 |
| 販売費 | 1,030 | 991 | 96.2 | 0.9 | 0.9 |
| 人件費 | 16,038 | 16,595 | 103.5 | 14.4 | 14.0 |
| 賃借料 | 3,742 | 3,694 | 98.7 | 3.2 | 3.3 |
| 減価償却費 | 3,046 | 3,054 | 100.3 | 2.6 | 2.7 |
| 水道光熱費 | 2,477 | 2,504 | 101.1 | 2.2 | 2.2 |
| その他一般管理費 | 10,193 | 10,198 | 100.0 | 8.8 | 8.9 |
| 販売管理費合計 | 36,529 | 37,039 | 101.4 | 32.1 | 31.8 |

2025年2月期2Q 販売管理費 金額構成比



単位：百万円、%

| | 2023/8 | 2024/8 | 前期比 |
|-------|--------|--------|-------|
| 新設 | 1,502 | 3,265 | 217.3 |
| 既存店他 | 1,980 | 2,034 | 102.7 |
| システム | 372 | 768 | 206.5 |
| 工事ベース | 3,855 | 6,068 | 157.4 |

主な内訳

新設 新規出店投資

既存店他 既存店舗への改装投資

システム投資 本社システムの更新・レジのリプレイス等

単体：店舗分布



(2024/8/20時点)



地域別
合計

| | | | | | |
|-------|---------|----|----|---------|-----|
| 和歌山県 | 31 | 7 | 8 | 3 | 49 |
| 奈良県 | 22 | 5 | 5 | 1 | 33 |
| 大阪府 | 17 | 2 | 1 | — | 20 |
| 兵庫県 | — | — | 1 | — | 1 |
| (近畿圏) | 70 | 14 | 15 | 4 | 103 |
| 三重県 | 14 | 3 | 5 | — | 22 |
| 岐阜県 | 4 (PM1) | 10 | — | 1 (PM1) | 15 |
| 愛知県 | 8 (PM3) | 2 | — | 2 (PM2) | 12 |
| 静岡県 | 1 (PM1) | 1 | — | — | 2 |
| (東海圏) | 27 | 16 | 5 | 3 | 51 |
| 業態別合計 | 97 | 30 | 20 | 7 | 154 |

PM:パレマルシェ

上期取組

自己株式の取得（2024年4月3日から8月20日までの実績）

取得した株式の総数 **1,533,300株**

株式の取得価額の総額 **1,426,336,500円**

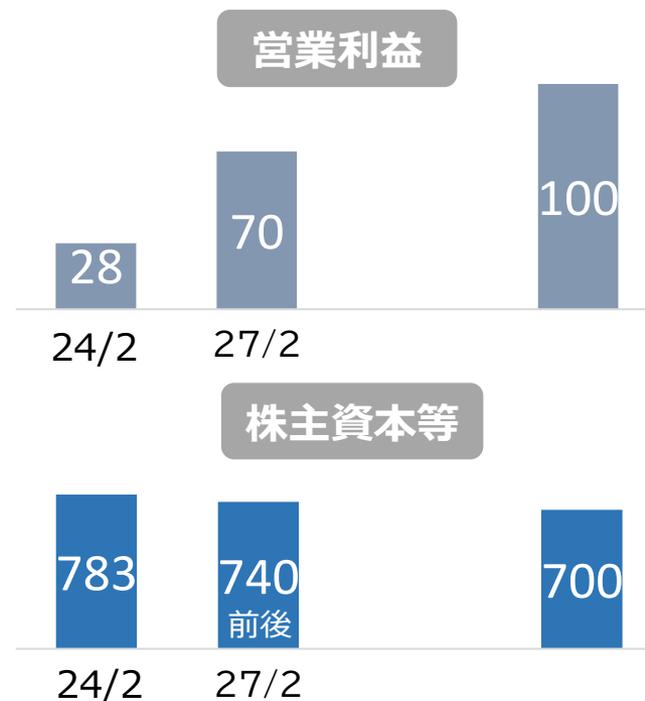
- 2024年4月からの1年内での取得株式の総数を220万株、取得価額の総額は、20億円を上限に設定。

本中期経営計画最終年度まで

自己株式の取得

累積40億円目途

目指す収益・資本構造(億円)



新規出店：2店舗

7/4 SuC知多店（愛知県）

➤ 愛知県下12店舗目。SuC業態としては、30店舗目の出店。

7/26 西大和店（奈良県）

➤ 奈良県下33店舗目。SSM業態としては、82店舗目の出店。



⇒マーケット規模の大きいエリアへの出店に加え、

商品施策、価格政策が功奏し、どちらも売上は計画以上に推移

店舗改装

4/19 紀伊長島店（三重県）

昨年7月に鮮魚品揃えの見直し後、
売上は堅調に推移。

更なる売上拡大が見込めると判断し、

リーチインショーケースの導入に加えて各売場の見直しを実施。



人口減少が進むエリアではある
が、「地域社会との共生」を
コンセプトに、売場を再活性化。

（上期実績）

売上昨対106.1%

オークワブランド

発売開始から5年目に突入

食品内構成比13% (+1.1%)



(上期実績)
食品内構成比 27.5%

本中期経営計画目標
40%

くらしモア

「いつも、ずっと、そばに」がコンセプト

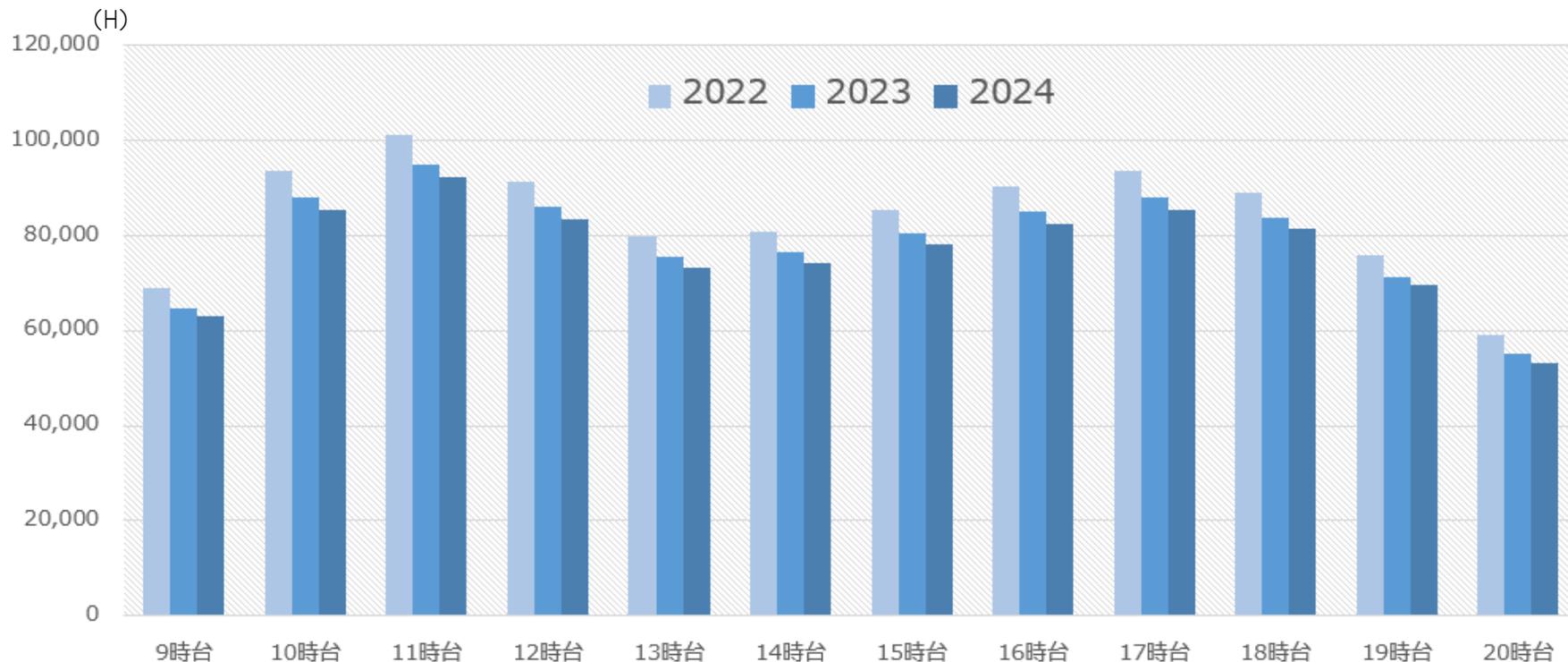
食品内構成比14.5% (+0.5%)



レジ配置人員の適正化

客数・買上点数予測に基づいたレジ配置人員の適正化に向けた取組を継続し、
上期のレジの稼働時間を約27,000時間削減。

製造・品出し等に業務を置き換えることで、労働生産性の向上にも寄与。



「人材ビジョン」・「人事戦略」の実行

| 人材ビジョン | 従業員誰もが、仕事を通じて自己実現し、 個人の能力を十分に発揮できる会社 | |
|--------|---|------------------|
| 人事戦略 | 自律的なキャリアの形成 | ・人材確保・ダイバーシティの推進 |
| | | ・従業員のキャリア自律の実現 |
| | | ・役割に応じた適正な処遇の実現 |
| | 挑戦を促す組織風土改革 | ・自ら考え・行動する組織風土 |
| | | ・働きがいの向上 |
| | | ・仕事と生活の調和の実現 |

研修・教育施策



- ・経営幹部育成研修
- ・次世代リーダー育成研修
- ・女性活躍推進研修
- ・理念研修 など

制度改革及びダイバーシティ推進



- ・シニア社員制度の改定
- ・身だしなみ基準の緩和
- ・外国人実習生の活躍
- ・パートタイマー働き方改革など

人事DX及び

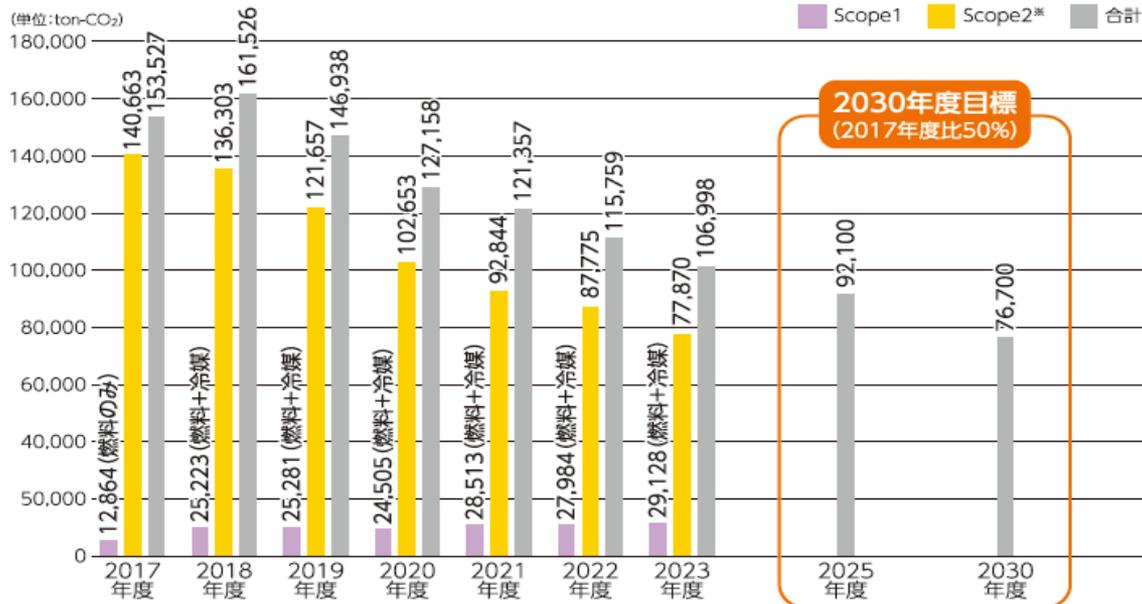


- ### ワークライフバランス推進
- ・タレントマネジメント強化
⇒人事システムの更新
(第3Q稼働)
 - ・働き方改革への着手
⇒勤怠システムの更新
(25年度稼働)

オンサイトPPA・オフサイトPPAの新規導入

| | 2024年度 | | 2025年度計画 | |
|-----------|---------------|---------------------|-----------|---------------------|
| | 拠点 | 年間調達 | 拠点 | 年間調達 |
| オンサイトPPA | オーデリカファクトリー安八 | 720,000kWh | SuC知多店 | 492,000kWh |
| | 東海食品センター | 1,550,000kWh | 富田林旭ヶ丘店 | 250,000kWh |
| オフサイトPPA | 関西エリア | 4,560,000kWh | 関西エリア | 4,081,000kWh |
| | 東海エリア | 2,445,000kWh | 東海・甲信越エリア | 3,382,000kWh |
| 合計 | | 9,275,000kWh | | 8,205,000kWh |

GHG (Scope1,2) 排出量実績



2030年度末目標
2017年度比 50%削減



オフサイトPPA 長野県拠点

役員体制再編



⇒意思決定の質向上、ダイバーシティの推進、バランスの取れたリスク評価

既存店の売上指標

(期初計画) ※達成イメージ



(上期実績)



⇒集客力の向上、買上点数の増加に向けた取組に、下期より一層注力が必要

下期経営政策

単位：百万円、%

期初公表

9/26修正

| 連結 | 2025/2 | 前期比 | 2025/2 | 前期比 |
|--------|---------|-------|---------|-------|
| 営業収益 | 259,000 | 104.7 | 254,000 | 102.7 |
| 営業利益 | 3,500 | 121.2 | 2,450 | 84.8 |
| 経常利益 | 3,550 | 114.6 | 2,500 | 80.7 |
| 当期純利益※ | 1,200 | 120.0 | 550 | 55.0 |

※当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益

単位：百万円

期初公表

9/26修正

| 単体 | 2025/2 | 前期比 | 2025/2 | 前期比 |
|--------|---------|-------|---------|-------|
| 営業収益 | 258,000 | 104.9 | 252,600 | 102.7 |
| 営業利益 | 3,400 | 124.9 | 2,300 | 84.5 |
| 経常利益 | 3,500 | 117.0 | 2,400 | 80.3 |
| 当期純利益※ | 1,200 | 121.0 | 550 | 55.5 |

既存店の売上指標

(下期計画) ※達成イメージ



⇒上期実績は、客数99.7% 買上点数98.4%の実績

下期計画達成には、

- ・客数 +1.3%
- ・買上点数+1.6%

が必要であるため、次頁以降の施策に注力する。

SuC業態の再構築

（上期の取組）

農産・日配カテゴリーの荒利率を下げ、価格訴求で集客増加



⇒上期で9店舗実施

うち、7店舗にて

約3.0% 売上が伸長



（下期の取組）

①住居衣料部門の売上構成比拡大

②生鮮部門の集客部門化 をプラスし、新たなSuC業態を早期に確立する

5.0% の伸長達成へ

PRC業態の再構築

(PRC田辺下万呂)

2023年9月22日改装オープン

2/21~8/20 実績

昨年対比 108.9%

(PRC海山)

2023年11月23日改装オープン

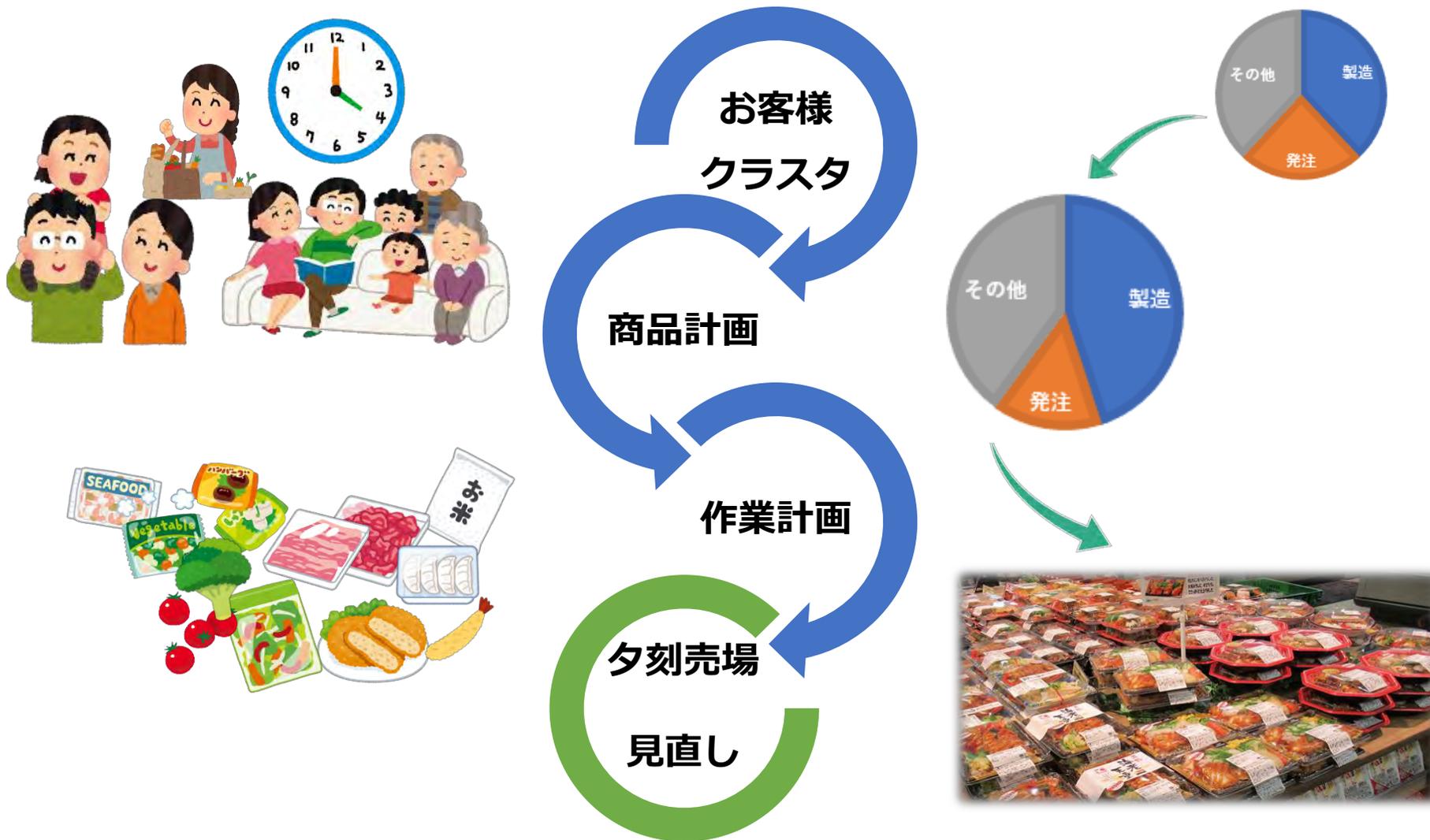
2/21~8/20 実績

昨年対比 106.7%

⇒**昨年の改装実施後も**

売上伸長を継続

タイムMDの強化（夕刻売場の見直し）



「無印良品」商品取り扱い開始

<目的>

- ①レジ横プロモコーナーの活性化
- ②新規カテゴリー導入による売上の創出
- ③新規顧客の来店動機の創出

**売上シェア率
目標 1.0%以上**

| <店舗名> | <オープン日> |
|---------|---------|
| 岸和田八田店 | 8月30日 |
| 泉佐野松風台店 | 9月6日 |
| 六十谷店 | 9月13日 |
| 海南野上店 | 9月20日 |
| 箕島店 | 9月27日 |



65周年生活応援価格



65周年の感謝を込めて
OKUWA
65th Anniversary
おかげさまで
オークワは
創立65周年

65周年
生活応援価格

食料品・住居用品など
店内約1000品目を

1どど~んと!
値下げ

第3弾
9月1日(日)~
11月30日(土)

65周年企画として、食料品、住居用品などを値下げして販売。

(上半期販売実績)

アイテム数：約3,000品目

販売実績：約7,000百万円

下半期も、品目を入れ替えながら、販売を継続する。

プロセスセンターの活用

8月21日より、紀南エリア5店舗において水産部門のセンター化に向けた取組を開始。

年間損益改善額目標を、約3,800千円/店とし、人時効率の改善を図る。

早期にスキームを確立させ、次年度以降の供給店舗拡大につなげる。

オーデリカファクトリーの有効活用



①取扱高、製造高のアップ

新商品、スイーツの開発

②値入改善

チルドと米飯の構成比の見直し

③年間売上1億円商品の開発

14品目が達成見込み（昨年度+6品）

⇒上期の荒利益額押上効果

約70,000千円

(① + ② + ③)

中期経営計画目標
荒利益押上げ効果5億円超

オークワスイーツ部



ちょっとお茶しよ菓



「JFS-B」規格認証を取得

和歌山食品工場（麺部門）にて、
国際食品安全規格である「JFS-B」
認証を取得。

（認証取得日）2024年8月22日



製造小売業としての強みを、
今後の取組にも活用していく。



JFS-B適合証明書

株式会社オークワ 和歌山食品工場

一般財団法人 食品安全マネジメント協会 JFS監査及び適合証明プログラム文書により、下記について、JFS-B規格Ver.3.0に適合していることを証明します。

記

| | |
|-------------|------------------|
| JFS登録番号 | JFS-B24002988-00 |
| 適合組織名(サイト名) | 株式会社オークワ 和歌山食品工場 |
| 所在地 | 和歌山県和歌山市吐前1047-1 |
| 製品(群) | 麺(生めん、ゆでめん) |
| セクター | C II |
| 初回適合証明日 | 2024年8月22日 |
| 判定日 | 2024年8月22日 |
| 適合証明の期限 | 2027年8月21日 |

代表監査員 坂井 盛
判定会議代表者 寺岡 雄志
2024年8月22日



アース環境サービス株式会社

104-0053 東京都中央区晴海四丁目7番4号
CROSS DOCK HARUMI 3A

取締役 上席執行役員
営業本部長 原 任行
HARA YOSHIYUKI

新オークワアプリリリース

7月1日に新オークワアプリをリリースし、会員登録者数は、15万人を突破。（8/25時点）アプリを普及させることで、One to One マーケティングの効果がより一層期待できる。



iPhone用



Android用



今日から**アプリがオーカード**
モバイルオーカード会員スタートガイド

アプリで
オーカード電子マネー
支払い
ができる

アプリで
ポイント
が貯まる

オークワアプリのキャラクター

オーカードアプリ画面のスクリーンショット

| ゴールド会員 | |
|----------|---------|
| 電子マネー残高 | 50,000円 |
| ポイント残高 | 12,500P |
| 未当予定ポイント | 500P |

新オークワアプリの機能拡充

会員登録



電子マネー決済



買い物履歴確認



| | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 次年度 |
|---------------------|----|-----|-----|-----|----|----|-----|
| スマホレジ機能 (シヨピモレジ) | → | | | | | | |
| オーカードプラス クレジット決済 | | | | | | | → |

スマホレジ機能は9月1日にリリース

新オークワアプリによる客数アップ

- ・今年度のアプリ会員の登録目標数は、年内にも達成の見込み
- ・新規アプリ会員の来店率は、90%以上（上期実績）
- ・アプリからのキャンペーン施策で、既存会員の利用促進と新規会員の獲得強化

新アプリアイコン 新オークワアプリ 誕生記念特別企画

キャンペーン期間 7/1(月)→8/31(土)

新オークワアプリ 登録キャンペーン

期間中、新オークワアプリに
オークカード番号を登録された方に

今日から
アプリから
オークカード

100

オークカードポイント プレゼント!!

新オークワアプリを
ダウンロード

お気に入り店舗設定後、
オークカード番号を登録

オークカードをお持ちでない方は
オークカードを作成する必要が
あります。
アプリからモバイルオークカードを
作成できるようになりましたので
ご利用ください。

応募方法

App Store Google Play

店舗限定企画
お得クーポン

実施日 12月20日(水)

ご利用は実施日1回限り

200円値引

1個のお買上げ価格* 合計2,500円(税別)
以上でご利用いただけます。
(使用回数・残数の表記はございません。)

バーコードをご提示ください。

画面の明るさを最大にしてご利用ください。

2500000000003

2600052004025

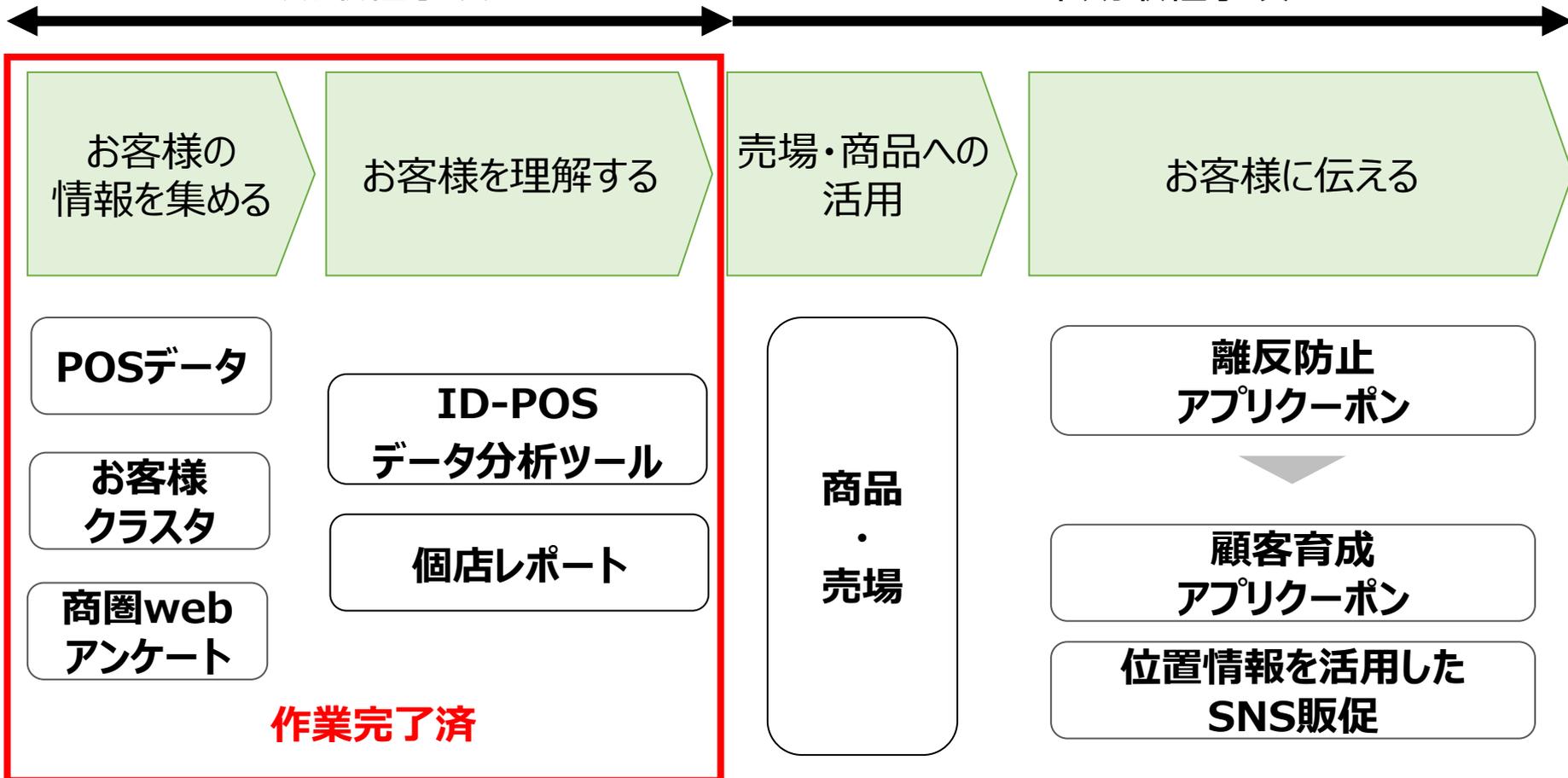
*すべての割引・値引企画との併用は一切できません。
*酒類、たばこなど一部割引対象外商品がございます。

下期目標
客数1.0%UP

「お客様起点のマーケティング」活動の流れ

上期取組事項

下期取組事項



下期の取組

- ・商圏の潜在ニーズに沿った商品棚割りの作成
- ・チラシ掲載アイテムへの活用
- ・「攻める人物像」「磨き上げる人物像」の設定



下期目標
売上1.0%UP

生産性向上に向けた取組①

標準作業時間の再設定



製造計画システムの運用

店舗作業が一連でつながる新システム



生産性向上に向けた取組②

目的と運用イメージの共有

人と機械の分業で効率を最大化する

能力差の解消

付加価値作業
への転換

重複作業の
排除

管理・計画の
高度化

⇒「人の行動改革」×「生産性の向上」で、

総労働時間10%削減へ

| 開店予定 | 店名 | 府県 | 業態（直営売場面積） |
|------|---------|-----|------------|
| 12月 | 富田林旭ヶ丘店 | 大阪府 | SSM 2,486㎡ |

（富田林旭ヶ丘店）

- 大阪府下21店舗目。SSM業態としては、83店舗目の出店。
- 大阪府東南部のドミナント強化と、近畿エリアの配送効率の向上を図る。



「ANDDELICA谷町店」オープン

9月18日大阪府中央区にデリカ&ベーカリー専門店「ANDDELICA谷町店」をオープン。ビジネス街の昼食需要や、夕刻の即食需要をメインターゲットに設定。

ほっとする、やさしい味わいを
楽しめるお店ができました。

and DELICA
ANDDELICA
デリカ&ベーカリーショップ
アンドデリカ谷町店 2024.

住所 大阪府中央区谷町3丁目6番4号
営業時間 あさ8時～よる8時まで(土日定休日)

あさ8時
9.18 (wed.) OPEN!

The banner features a collage of food items including a burger, a bowl of soup, a plate of dumplings, a bowl of ramen, a loaf of bread, and a salad. The text is in a mix of black, orange, and white colors on a light background.

⇒「複合型店」「デリカ専門店」「おむすび専門店」の3パターンでの出店が可能
今回の出店を契機に、早期に水平展開を進めます。

統合報告書発行

当社として初めて統合報告書を作成し、9月25日に公開。

財務情報に加えて、非財務情報に対する取組を掲載。



03 価値を生み出す戦略

| | |
|----------------------------|----|
| 過去中計の振り返りと新中計の位置づけ | 16 |
| 新中計の全体像 | 17 |
| マーケティング戦略 お客様起点的マーケティング | 18 |
| 店舗戦略 各店ごとの戦略強化と生産性向上 | 19 |
| 商品戦略 バイヤー改革に伴うOKUWAブランドの構築 | 20 |
| 資本政策・財務戦略 | 21 |
| 人的資本戦略 | 22 |



04 価値創造を支えるマテリアリティの取り組み

| | |
|--------------------|----|
| サステナビリティ推進体制 | 24 |
| マテリアリティとサステナブル経営 | 25 |
| 環境マネジメント | 26 |
| 社会 | 30 |
| コーポレートガバナンス | 35 |
| 役員紹介 | 39 |
| リスクマネジメント・コンプライアンス | 40 |



<https://www.okuwa.net/eco/report.html>



変わらぬ想いで、
変わり続けるスーパーマーケット