

セミナー



セミナー
セミナー資料販売
過去のセミナー
ダイレクトメールのご登録

[▲講座・セミナー一覧へ戻る](#)

大手チェーンの損益構造・生産性分析と直近・来期に向けた展開 ～聯合チェーンも含めたGMS、SMへの理解力を深め、担当チェーンへの提案力を高める～

セミナーは終了いたしました。
多数のご参加ありがとうございました。

メーカー、卸売業各社におかれましては、主要小売業に対する来期営業計画を詰める時期がおりのことと存じます。その際に必要なと考えられる基礎情報をご提供するため、セミナーを開催させて頂きます。

第1講では、GMS・DS大手6社、SM大手6社について、弊研究所が蓄積してきたチェーンの決算数値などの時系列データを整理し、それぞれの損益構造、生産性およびその変化について検討し、各チェーンの強み、弱みなどを明らかにします。

第2講ではGMS、SM計33社の本年度第2四半期の決算のポイント、そして各業態の主要チェーンについて、直近の展開を整理してご報告します。

最後にまとめとして、アマン'をまじめとするEC勢の動向なども視野に入れつつ、2018年を展望し、メーカー、卸売業にとっての小売業に向けた提案のポイントを追加検討致します。

データ、情報を整え、鋭意ご報告申し上げますので、ぜひご参加をご検討下さい。

開催日時	2017年11月9日(木) 13:00～17:00
開催場所	アルカディア市ヶ谷 東京都千代田区九段北4-2-25(市ヶ谷駅徒歩2分)
参加費	1名様 税抜35,000円(税込37,800円)
参加対象	・メーカー、卸売業の大手GMS、SMチェーン 営業担当部門および関連部門の管理職、担当者の方々 ・小売業、物流業、情報システム会社などの方々 ※上記以外の業種の場合、お申込みをお受けできない場合がございます。予めご了承ください

プログラム

【第1講】 GMS・DS大手6社、SM大手6社の5年間時系列データによる収益構造、損益構造、生産性基礎数値の検討と比較

13:00-14:30

報告者：(公財)流通経済研究所 理事／拓殖大学 教授 根本重之

●概要とねらい

チェーン小売業の経営状況を理解するためには、まず損益計算書の第1行目に来る営業収益の中身がどうなっているかをよく理解することが不可欠です。直営売上高のほかにテナントの売上高、関連会社への卸売上高、テナントからの家賃や物流センターフィーなどのその他営業収益などがかなり大きくなっている企業があるからです。

また直営売上高や粗利率は、食品、住居関連、衣料に分けた数字も多くのチェーンが公表していますので、それらも見ておきたいと思えます。

そのうえで、期中平均の売場面積、従業員数を用い、各社のオペレーション構造を見るうえで重要な単位面積当たり生産性指標、従業員一人当たり生産性指標を算出して、各社の強さや弱点を検討します。

例示をすると、以下のようなことに対して答えを出すのが本講座の狙いです。

- イオンR、Mは、増増収の決算発表をする場合が多いが、直営売上高は劇まずでかなり減少しているのはなぜなのか
- ユニーのリストは進んでいると見てよいのか
- ドンキは、基本的な数字で見ると、他のGMSとどんな点が違うのか
- イズミの売上総利益率、販売管理費率はなぜそんなに低くなるのか
- ライフは、力をつけてきていると見てよいのか
- アークス、ヨークベニマル、ヤオコーは、損益構造や生産性で見てどこが強いのか
- ハローが苦しいのは、数字がどう見えるのか
- サミットの強みは本物か など

もちろん数字だけで見えることは限界がありますが、数字をしっかりと見ておく、ベースの自信がついてきます。本講座では、チェーンの損益や生産性に関する数値の見方を学んで頂くこともできるように致します。

●対象チェーンと検討期間

●対象チェーン

- GMS・DS: イオンリテール、イトーヨーカ堂、ユニー、ドンキホーテHD、イズミ、平和堂
- SM: ライフ、アークス、ヨークベニマル、ヤオコー、ハロー、サミット
- ※報告時間の制約から、一部のチェーンについては、資料のみのご提供とする場合があります。
- ※USMHは、直近年度の状況のみ他社と比較検討します。

●検討期間: 各チェーンとも2012～2016年度の5期

●ご報告内容/検討するデータ

●チェーン小売業の損益データ、生産性指標の見方

●損益関連データ

- 営業収益の中身:直営売上高(食品、衣料、住居部門別)、テナント売上高、その他の営業収入など
- 売上原価と売上総利益率
- 食品、衣料、住居部門別の商品粗利率
- 営業総利益、販売管理費、営業利益

●店舗関連データ

- 店舗数(出店数、閉店数)
- 総売場面積、同直営売場面積、同1店平均売場面積、1店平均直営売場面積
- 従業員数、一人当たり売場面積、一人当たり直営売場面積
- ※売場面積、従業員数に関するデータは、生産性を計算するため、いずれも期中平均値を表示、ご提供します。

●既存店売上高前年比、客数前年比、客単価前年比

●生産性指標

- 単位面積当たり生産性:㎡当たり売上高、同直営売上高、同売上総利益、同販管費、同営業利益
- 人的生産性:一人当たり売上高、同直営売上高、同売上総利益、同販管費、同営業利益

【第2講】

GMS・DS、SM主要チェーンの最近の展開と今後の展望

14:45-16:30 (途中1回休憩をとりま)

報告者：(公財)流通経済研究所 主任研究員 後藤亜希子

●概要とねらい

GMS・DS、SM第2四半期決算概要とともに、各業態の主要チェーンについて、上期の動向、直近の展開、中期的な取り組みを整理し、今後の各チェーンへの営業計画を立てるための基礎情報をご提供します。

<ご報告内容>

●GMS・DS、SM(2月期決算チェーン)計33社の第2四半期決算のポイント

●GMS・DS10社: イオンリテール、イトーヨーカ堂、ユニー、イズミ、平和堂、フジ、イオン九州、イオン北海道、MrMax、Olympicグループ

-営業収益、売上高、営業収入、売上・営業総利益、販売管理費、営業利益～当期利益、前期比増減率、対営業収益比構成比、既存店売上高/客数/客単価前年比

●SM23社: USMH、ライフ、アークス、ヨークベニマル、MV(西日本、オクワ、MV(東海、リテールパートナーズ、ベルク、サンエー、MV(中部、MV(九州、MV(北海道、エコス、ヤマザワ、ハローズ、MV(東北、アオキスーパー、東武ストア、天満屋ストア、スーパーリビュー、北越ラッキーマ、マルヨシセンター

-営業収益、売上高、営業収入、売上・営業総利益、販売管理費、営業利益～当期利益、前期比増減率、対営業収益比構成比、既存店売上高/客数/客単価前年比

●各業態主要チェーンの展開のポイント

●GMS・DS

- イオンR:GMS改革、地域力強化への権限委譲、トップリジュ売上2年連続減少と今期2期に渡る値下げ、惣菜試食販売、スーパー内直営外食展開 など
- IY:GMS構造改革、不採算店の大量閉店、部門横断組織による議論、地域との相次ぐ提携、東海地方初のSC「プライムツリー赤池」など
- ユニー:不採算店の大量閉店、ドンキホーテとの提携による「アピタ」「ピアゴ」の立て直し、ドンキHDとの協業を目的とした「UFDプロジェクト」設置、新型SM出店 など
- ドンキホーテHD:28期連続増収増益達成、ユニー閉店跡地への出店、地域細分化、食品強化 など

●SM

- USMH:今期7000億円台へ、新PB、初の中期計画での取り組み…大量出店・改装、4つの改革(商品、ICT・コスト削減・物流) など
- ライフ:首都圏での拡大と近畿圏の強化、21年度400店・8000億円目指した取り組み…積極出店、小型店、「Ponta」「dポイント」導入 など
- アークス:1兆円規模のCSAIP社のシステム導入でグループ8社のシステム統合、業務・組織改革、エリア拡大への意欲 など
- ヨークベニマル:出店ペースアップ、過去最大の改装、食品強化、イートイン強化、地域シェアアップ など
- ヤオコー:今期29期連続増収増益・連結4000億円へ、ミールソリューションの進化、都市型小型店出店、出店見据えた基礎強化、新本社移転 など
- ハロー:グループ全体での新たなSM業態開発の試み、SM事業たてなおし…改装強化、EDLP業態拡大 など
- サミット:17-19年度中期計画「創革2019」での取り組み…集客、オリジナリティ発揮、接客、ファンづくり、都心部への出店 など

【まとめ】

主要小売業に対する来期計画立案に向けて

16:30-17:00

報告者：(公財)流通経済研究所 理事／拓殖大学 教授 根本重之

●小売業態の基本的な変化

●2018年の展望 など

※プログラムの一部に変更が生ずる可能性があります。

1名様 税抜35,000円(税込37,800円)

お問い合わせ先

公益財団法人 流通経済研究所 (担当:中田・後藤)
〒102-0074 東京都千代田区九段南4-8-21 山崎ビル
TEL:03-5213-4533 FAX:03-5276-5457

[▲講座・セミナー一覧へ戻る](#)