

ベルク (9974)

2026/08/14

埼玉県を中心に展開するスーパーマーケット



出典:ベルク



時代の変化に合わせ変化するもの

- ▶ 豊かな食生活を提供する「お客様に支持される店」づくりの取り組みを推進する



ゆるぎない経営基盤は堅持する

- ▶ チェーンストア理論に基づく「標準化」の徹底を推進することで、生産性を高める
- ▶ 店舗・設備、什器備品を統一し、最適な作業方法を全社で徹底する
- ▶ 人時売上高管理により、効率的なオペレーション体制を構築

- ▶ 本社主導型経営による店舗運営



×



「標準化」の考え方

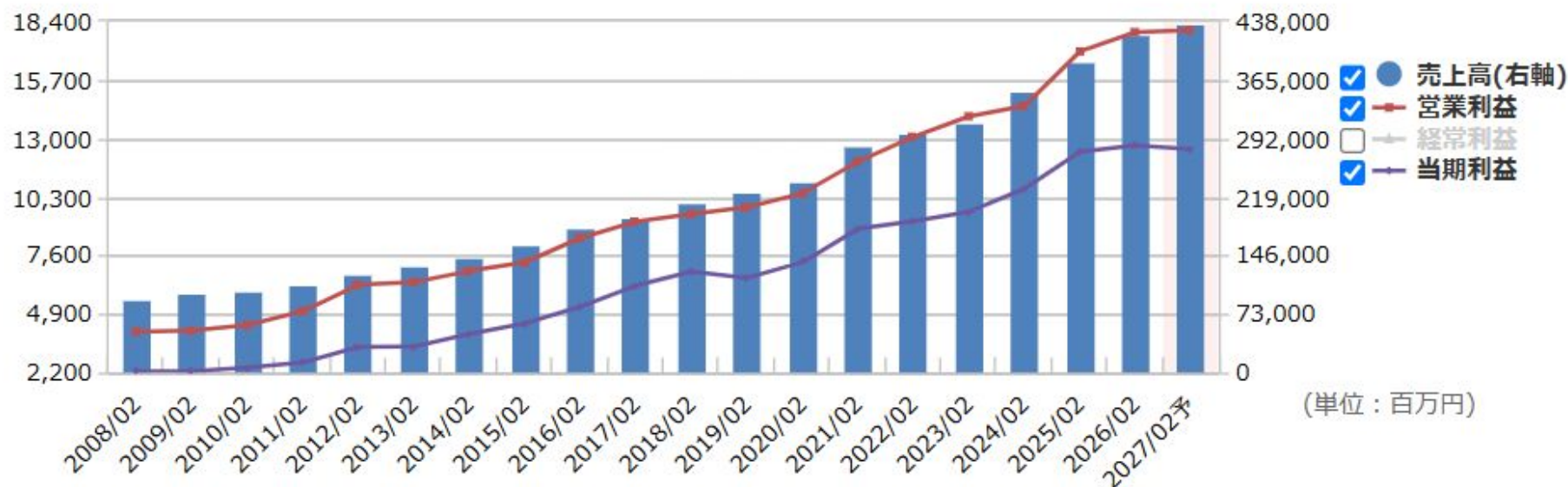
<https://recruit.belc.jp/employment/special/standard.html>

通期業績推移

業績 前期比 指数 利益率 変動要因

全期間▼

詳細: ☐



同業他社比較

企業	営業利益率	FY2022→直近の営業利益CAGR	PER	PBR
<u>ブルーゾーンホールディングス</u>	4.16%	9.9%	15.1倍	1.79倍
<u>ベルク</u>	4.02%	7.4%	11.2倍	1.13倍
<u>コスモス薬品</u>	3.82%	9.0%	16.1倍	1.82倍
<u>ライフ</u>	2.43%	0.1%	12.3倍	1.43倍

インフレ対応力

ベルク	(単位：百万円・%)			
	売上比	実 績	前年比	前年増減
営業収益	—	423,432	109.2	+35,652
売上総利益	26.9	111,974	108.6	+8,893
営業利益	4.3	17,900	105.2	+889
経常利益	4.4	18,168	104.5	+780
親会社株主に帰属する 当期純利益	3.0	12,681	102.4	+295

出典：[2026年2月期 決算説明資料](#)

(1) ヤオコー 決算概要



(単位：百万円、%)			
	25/3期 実績	26/3期 実績	前期比
営 業 収 益	590,022	637,361	108.0
営 業 利 益	27,339	29,339	107.3
経 常 利 益	26,708	28,791	107.8
当 期 純 利 益	16,713	19,044	113.9

出典：[2026年3月期 決算説明資料](#)

連結経営成績 2027年2月期（第68期）第1四半期



通期での増収増益達成を目指す

- ▶ 売上・客数の伸びが経費の伸び率を下回り、増収減益の結果に
- ▶ 売上高確保が今後の課題、5月下旬より大型セールを実施継続予定

	売上比	実績	前年比	(単位：百万円・%) 前年増減
営業収益	—	107,750	103.9	+4,038
売上総利益	25.8	27,313	104.1	+1,075
営業利益	3.1	3,302	85.0	Δ583
経常利益	3.2	3,426	85.9	Δ564
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2.2	2,294	84.0	Δ436

既存店の売上関連指標



月次推移（既存店売上高前年比）

- ▶ 前年度のハードルが高く、伸び率は鈍化傾向に
- ▶ お米の対前年同期比較での売上高減少、競合与件が大きく影響、今後は攻めの政策へ



6月: 97.3
7月: 100.1

※ 既存店は開店13ヵ月以上の店舗、閉店した店舗は翌月より除く
※ 「収益認識に関する会計基準」を適用前の数値にて前年比較

出典: [2027年2月期 第1四半期決算説明資料](#)

ヤオコー(ブルーゾーンHD)は好調を維持

2027年3月期 第1四半期 ブルーゾーンホールディングス 決算参考資料

1. 連結実績

(金額：百万円、比率：%)

	2027/3月期 1Q	
	実績	前期比
営業収益	223,079	115.1
営業利益	11,635	110.1
経常利益	11,375	109.2
親会社に帰属する 四半期純利益	7,734	108.2

※当社は、2025年10月1日に単独株式移転により(株)ヤオコーの完全親会社として設立されました。

連結業績の前期比は、(株)ヤオコー2026年3月期第1四半期連結累計期間（2025年4月1日～2025年6月30日）と比較しております。

出典：[ブルーゾーンHD 2027年3月期 第1四半期決算参考資料](#)

ベルク型とヤオコー型

論点	ヤオコー／ブルーゾーン HD	ベルク
基本戦略	価値提案と価格訴求の両立	低コスト構造で価格を守る
仕入れ高への対応	商品ミックス・惣菜・生鮮で一部を吸収	物流・調達・標準化で吸収
顧客への訴求	「少し高くても、食卓の満足度が高い」	「日常品を安心して安く買える」
利益率への影響	価値訴求が機能すれば守りやすい	原価急騰局面では圧迫されやすい
強み	客単価・粗利・来店目的を作れる	客数・価格信頼・人時生産性を作れる
弱み	商品力維持のための人材・売場コスト	値上げ局面で粗利率を譲りやすい

中期経営計画



計画

2030年2月期末における目標数値

- ▶ 売上高 : 5,000億円以上
- ▶ 経常利益率 : 4.5%
- ▶ 店舗数 : 180店舗以上
- ▶ 男性育休取得率 : 100.0%
- ▶ 女性管理職比率 : 10.0%

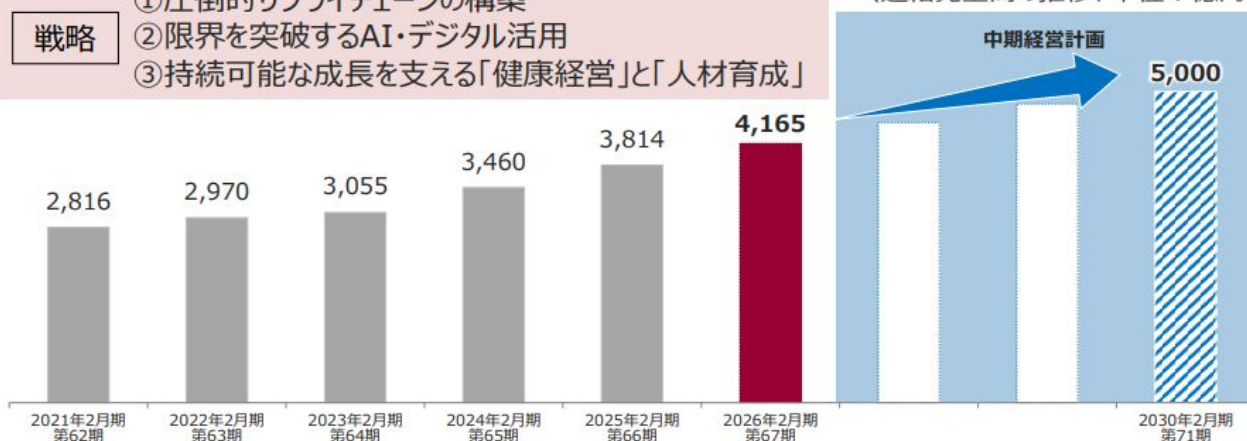
	2026年2月期 第67期	2030年2月期 第71期
売上高	4,165 億円	5,000 億円
経常利益率	4.4 %	4.5 %
店舗数	151 店舗	180 店舗
ROA	8.6 %	7.5 %

2026年4月10日「中期経営計画の更新に関するお知らせ」を開示いたしました。

戦略

- ① 圧倒的サプライチェーンの構築
- ② 限界を突破するAI・デジタル活用
- ③ 持続可能な成長を支える「健康経営」と「人材育成」

(連結売上高の推移、単位：億円)



※ 2023年2月期の期首より、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準29号)等を適用しております。

戦略

商品戦略（PB商品）

商品開発力強化による他社との差別化

- ▶ 自社PB「くらしにベルク kurabelc」が他社との差別化に貢献
- ▶ 2026年2月期通期累計 総販売商品数：1,394点（前年同期差+241点）
売上高構成比：9.8%（前年同期差+0.6%）
- ▶ 次期は「量」から「質」への転換を図り、PB商品の価値を上げていく



※ 総販売商品数は終売商品も含む



論点

- インフレ時代に「EDLP戦略」は有効か？
- ベルクは「ヤオコー型」を目指すのか？
 - 「クルベ」戦略の行方
 - PB商品の進化
- 標準化 vs 個店経営
- 経営計画は保守的ではないか？
- ヤオコー(ブルーゾーン)のほうがやっぱり良くないか？

参考：惣菜の利益率が高い（ヤオコー）

3. (株)ヤオコー 商品部別売上高と売上総利益率の状況

（金額：百万円、比率：%）

	売上高		売上総利益率	
	実績	構成比	実績	昨年差
生 鮮 部	50,809	32.1	25.54	1.65
グ ロ ッ サ リ ー 部	83,326	52.6	22.47	△0.69
デ リ カ 事 業 部	24,177	15.3	47.11	0.68
合 計	158,313	100.0	27.22	0.31