

ARCLANDS

アー克蘭ズ株式会社

東証プライム [証券コード:9842] 2024年4月12日

2023年度通期

決算説明資料

売上高

連結売上高 3,106億円 前期比:99.1% 予想比:100.2%

住関連

- 消費マインド低下の影響大きく、下期は暖冬で季節商材も苦戦
- 客単価は前期以上で推移する一方、客数の苦戦が続き2.8%減収

外食事業

- 主力のかつやを中心に既存店が好調に推移
- 客数、客単価共に伸長し9.8%増収、初の売上500億円を突破

経常利益

連結経常利益 165億円 前期比:86.5% 予想比:103.7%

住関連

- 円安の影響大きく上期の売上総利益率が苦戦も下期は回復傾向
- コスト抑制に注力し計画内運用したものの21.5%減益

外食事業

- 売上総利益率は食材の高騰で苦戦も売上高で大幅にカバー
- 人件費を中心にコスト増も6.3%増益

※住関連には事業セグメントにおける、小売事業、卸売事業、不動産事業を含みます

※2024年1月12日に通期連結業績予想を修正しております

連結損益計算書 累計期間



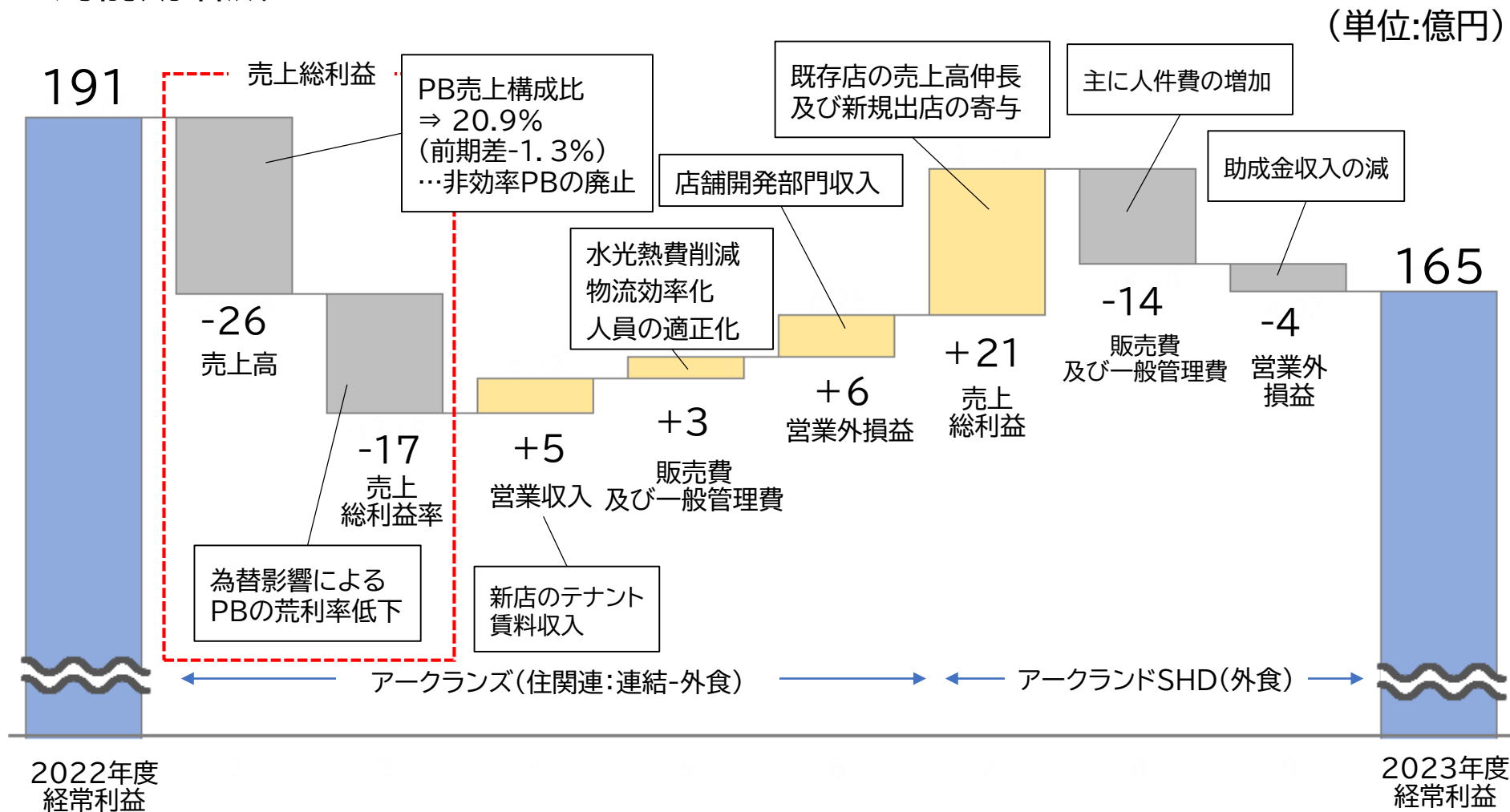
(単位:億円・%)

	2023年度									
	連結実績	売上比	前期比	前期差額	参考					
					アークランズ※1 (住関連:連結-外食)			アークランドSHD (外食)		
実績	前期比	前期差額	実績	前期比	前期差額	実績	前期比	前期差額		
売上高	3,106	100.0	99.1	-27	2,589	97.2	-74	517	109.8	46
売上総利益	1,154	37.2	98.1 (-0.4)	-22	895	95.3 (-0.7)	-43	259	109.1 (-0.3)	21
営業収入	142	4.6	103.7	5	142	103.7	5	-	-	-
営業総利益	1,297	41.8	98.7	-17	1,037	96.4	-38	259	109.1	21
販売費及び 一般管理費	1,136	36.6	101.0	10	933	99.7	-3	202	107.5	14
営業利益	161	5.2	85.2	-27	104	74.6	-35	56	115.3	7
経常利益	165	5.3	86.5	-25	107	78.5	-29	58	106.3	3
親会社株主に 帰属する当期純利益	※291	2.9	94.4	-5	56	85.4	-9	34	114.6	4

※1：アークランズ（住関連）には事業セグメントにおける、小売事業、卸売事業、不動産事業を含みます。

※2：固定資産売却益（約37億円）

■ 対前期増減



セグメント別 営業収益(売上高+営業収入)及び営業利益

(単位:億円・%)

	2022年度		2023年度		前期比	
	営業収益	営業利益	営業収益	営業利益	営業収益	営業利益
小売事業	2,608	102	2,538	59	97.3	58.1
卸売事業	53	2	49	3	91.5	132.4
外食事業	471	49	518	57	109.8	115.3
不動産事業	129	34	133	39	103.0	115.2
その他※	8	0	9	0	112.3	264.4
連結	3,272	189	3,249	161	99.3	85.2

※ その他:フィットネス事業

小売事業 品目別売上高

(単位:億円・%)

	2023年度								
	連結			ムサシ等※1			ビバホーム等※1		
	売上高	前期比	構成比	売上高	前期比	構成比	売上高	前期比	構成比
ホームセンター部門 合計	2,436	97.3	100.0	578	96.8	100.0	1,717	97.1	100.0
DIY関連商品	855	96.1	35.1	165	94.6	28.7	549	95.3	32.0
家庭用品	794	94.8	32.6	177	95.3	30.7	616	94.7	35.9
カー・レジャー用品	249	103.1	10.2	77	100.2	13.4	171	104.4	10.0
ペット・園芸用品	535	100.5	22.0	156	99.6	27.0	379	100.8	22.1
その他※2	1	91.3	0.1	1	91.3	0.2	-	-	-
その他小売部門※3	96	96.7		72	99.3		17	85.8	

※1 ムサシ等:旧アーランドサカモト(株)の店舗等合計、ビバホーム等:旧(株)ビバホームの店舗等合計

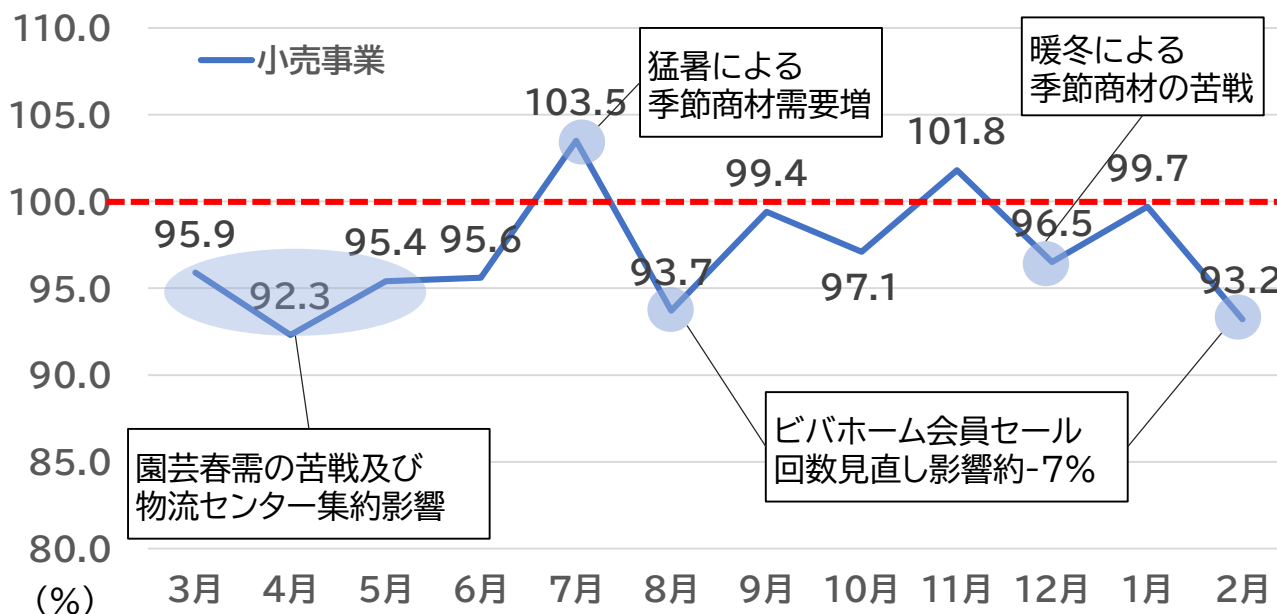
※2 その他:FCロイヤリティ等

※3 その他小売部門:食品館、アート&クラフト専門店、インターネット事業、海外店舗

※ ホームセンターの組織再編に伴い当期及び前期について、小売事業における一部の商品群の分類を変更した金額で比較しています

上期の苦戦とセール回数の見直し影響があったものの下期は回復傾向

■ 既存店 売上高前年同月比推移



2023年度	上期	下期	通期
	96.1	97.8	97.0

■ エリア別

	HC既存店 店舗数	既存店 前期比
総計	143	97.0
北海道	8	96.7
東北	17	92.6
関東	58	98.1
甲信越	19	97.1
北陸	8	96.2
東海	11	97.3
近畿	13	94.8
九州	9	98.4

※ ホームセンターのほか、アークオアシス、NICO PET、ムサシプロ、住DEPOT、ビバホームプロ、ムサシ食品館、キャンプギア等の専門店も含む実績

【住関連】小売事業店舗数

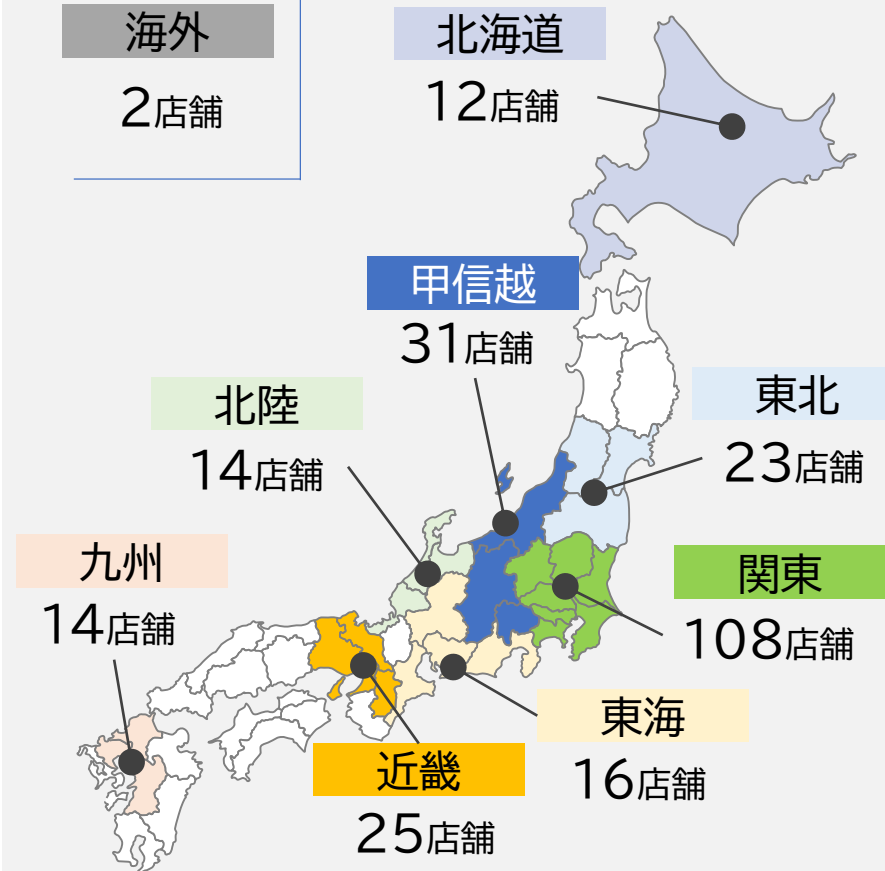
	2022 年度末	増減	2023 年度末
ホームセンター	144	-1	143
ムサシ	38	+1	39
ビバホーム	106	-2	104
プロショップ	5	+1	6
NICO PET	11	3	14
専門店・他	83	-1	82
合計	243	+2	245



小売事業
店舗数

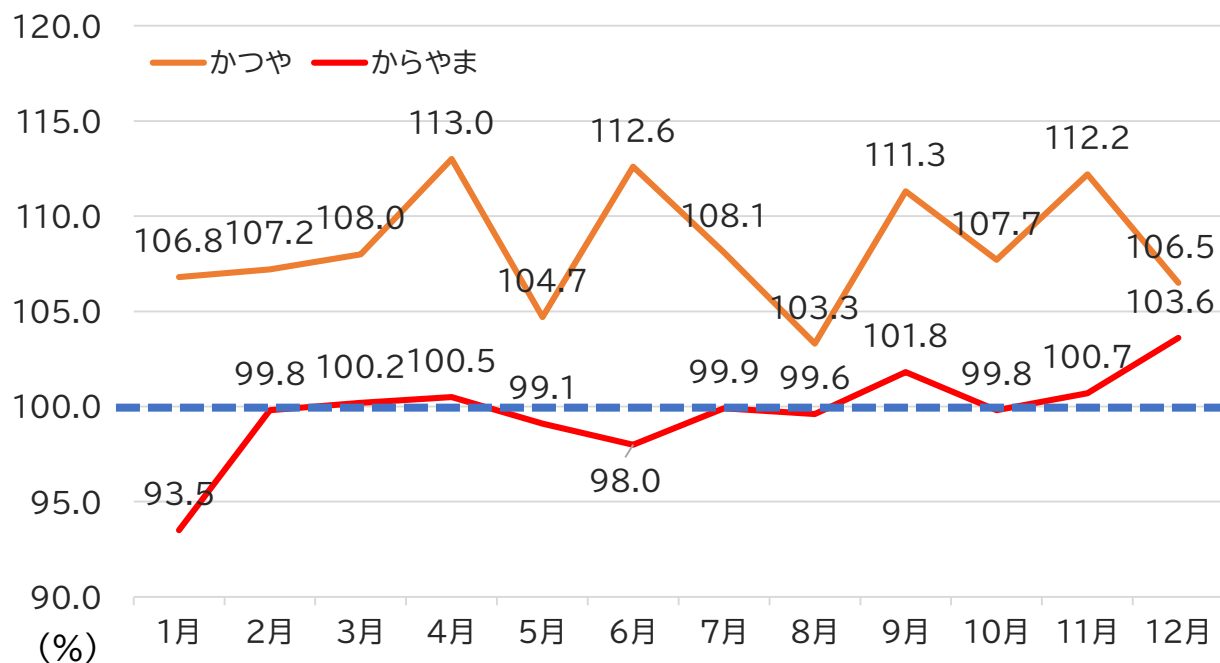
245 店舗

海外
2店舗



コロナの「5 類」移行により、外食需要は回復傾向

■ 既存店 売上高前年同月比推移



		上期	下期	通期
2023年度	かつや	108.6	108.0	108.3
	からやま	98.5	100.9	99.8

■ フェアメニュー・キャンペーン



かつや
14回のフェアメニュー、2回のキャンペーンを実施。



からやま・からあげ縁
12回のフェアメニュー、3回のキャンペーンを実施。グランドメニューを改定。

外食事業店舗数

単位:店

		2022年度末 (22年12月末)	出店	退店	2023年度末 (23年12月末)
かつや	国内	450	24	2	472
	海外	75	5	7	73
かつや 計		525	29	9	545
からやま	国内	126	6	8	124
	海外	11	3	2	12
縁	国内	45	1	9	37
からやま・縁 計		182	10	19	173
その他 計		58	8	7	59
全店 合計		765	47	35	777

連結貸借対照表

単位:億円	2022年度末	2023年度末	増減	主な増減要因
流動資産	927	854	-72	
現金及び預金	238	183	-55	反対株主買取請求
商品及び製品	539	528	-10	長期滞留商品の廃棄
固定資産	2,692	2,652	-39	
有形固定資産	1,979	1,946	-33	既存店資産取得:+42、新店:+45 土地建物売却:-40、減価償却:-84、減損-20
無形固定資産	341	324	-17	のれん償却:-15、商標権償却:-4
資産合計	3,619	3,507	-112	
流動負債	1,087	969	-117	
買掛金及び電子記録債務	348	308	-39	
短期借入金	401	340	-61	返済等
1年内返済長期借入金	100	100	0	
固定負債	1,366	1,370	3	
長期借入金	795	848	53	新店投資、既存店資産取得投資等
リース債務	281	236	-45	既存店資産取得による減少:-36
負債合計	2,453	2,339	-114	
非支配株主持分	114	5	-109	アークランド SHDの完全子会社化による減少
純資産合計	1,165	1,168	2	
負債純資産合計	3,619	3,507	-112	

(単位:億円)

	2022年度	2023年度	増減	当期実績の主な内訳
営業活動による キャッシュ・フロー	204	167	-37	営業利益:161 減価償却費、のれん償却費:122 仕入債務の増減:-37 支払利息、法人税等:-73
投資活動による キャッシュ・フロー	-131	-69	61	有形固定資産の取得による支出:-146 有形固定資産の売却による収入:81
財務活動による キャッシュ・フロー	-139	-153	-14	短期借入金の増減:-61 長期借入金の増減:54 リース債務の返済:-16 自己株式の取得:-26 自己株式の取得(子会社):-83 配当金の支払額:-16
現金及び現金同等物 の増減額	-65	-55	10	
現金及び現金同等物 の期末残高	238	183	-55	
フリーキャッシュ・フロー	73	98	24	

2024年度業績予想と取組

売上高:3,150億円(+1.4%)、経常利益:190億円(+14.5%)

単位:億円、%	2024年度 通期							
					上期		下期	
	予想	売上比	前期比	前期増減	予想	前期比	予想	前期比
売上高	3,150	100.0	101.4	43	1,574	99.4	1,576	103.4
売上総利益	1,204	38.2	104.3 (1.1)	49	599	102.8	604	105.8
営業収入	152	4.9	107.4	10	74	104.6	78	110.3
営業総利益	1,356	43.1	104.6	59	673	103.0	683	106.3
販売費及び 一般管理費	1,171	37.2	103.2	35	569	100.7	602	105.6
営業利益	185	5.9	114.8	23	104	117.2	81	111.9
経常利益	190	6.0	114.5	24	102	113.1	88	116.1
親会社株主に帰属する 当期純利益	120	3.8	131.5	28	65	92.7	55	260.1

※減価償却費+のれん償却費：126億円、投資額149億円（住関連：128億円、外食事業21億円）

「住関連」セグメントの今期取組について

Super
VIVAHOME
ホームセンター・スーパービバホーム

スーパーセンタームサシ
MUSASHI

スーパーセンタームサシ
MUSASHI

ARCLANDS

住関連（小売・卸売・不動産）業績予想

売上高:2,605億円(+ 0.6 %※既存店±0.0%)、経常利益:130億円(+21.1%)

単位:億円、%	2024年度 通期							
					上期		下期	
	予想	売上比	前期比	前期増減	予想	前期比	予想	前期比
売上高	2,605	100.0	100.6	15	1,316	98.6	1,288	102.8
売上総利益	927	35.6	103.6 (1.0)	32	469	102.4	458	104.9
営業収入	152	5.9	107.4	10	74	104.6	78	110.3
営業総利益	1,080	41.5	104.2	43	543	102.7	536	105.7
販売費及び 一般管理費	954	36.6	102.2	20	466	100.3	487	104.2
営業利益	126	4.9	121.3	22	76	120.2	49	123.0
経常利益	130	5.0	121.1	22	74	114.7	55	130.8
親会社株主に帰属する 当期純利益	84	3.2	147.7	27	47	89.4	36	1,029.2

※減価償却費+のれん償却費：119億円、投資額128億円（内、新店：89億円）

24年3月 基幹システム統合完了による小売事業の更なるシナジー

- ① 品揃え改善:ベスト1品の取組
- ② 新規出店・既存店改装推進
- ③ 物流効率化
- ④ デジタルを活用した利便性向上

重複機能を排除し競争力と効率を向上

1品のスケールを拡大

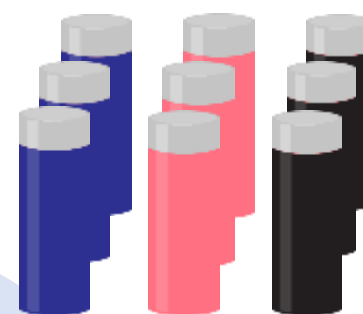


ムサシ・ビバの
帳合・品揃えの統合

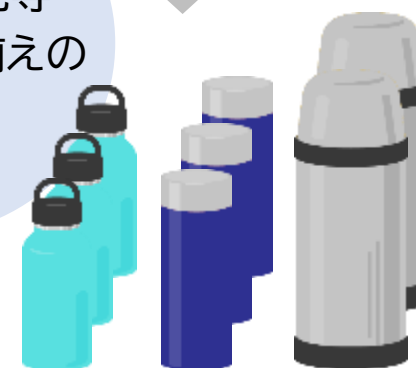
仕入れ条件の
改善



品揃えの深堀



サイズ・機能等
本質的な品揃えの
深耕



開発組織の立ち上げ⇒今期22.7%に拡大

新製品例：キッチン、バス・ランドリー、インテリアの新生活トータル提案



ベスト1品に基づいた品揃えとサービス強化のモデルづくり



スーパーセンタームサシ長岡



スーパービバホーム湘南平塚

	店名(仮称)	所在地	売場面積
上期	ムサシプロ松本店	長野県	約540坪
	スーパーセンタームサシ長岡店 ※移転増床	新潟県	約6,900坪
下期	スーパービバホーム湘南平塚店	神奈川県	約6,600坪

- ① 気持ちの良い買い物環境の実現
- ② 重点カテゴリーの売場強化の推進
- ③ 1店舗1店舗の状況に合わせて実行

5Sの強化

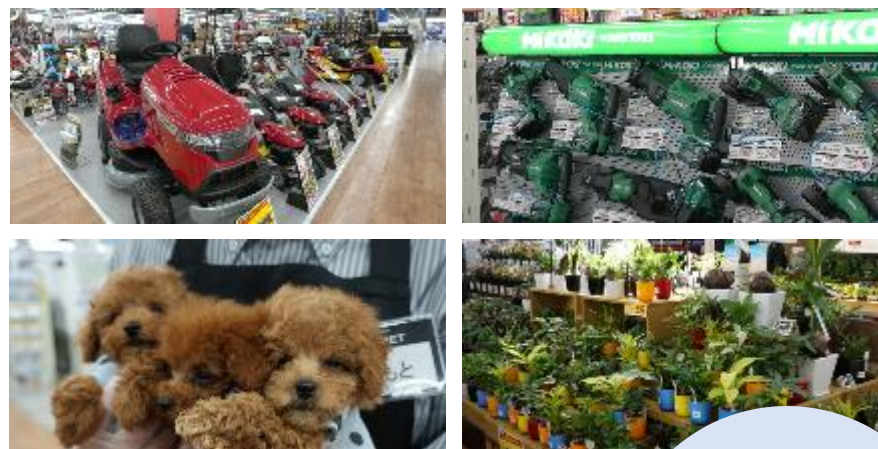


通路および視認性の改善
手に取りやすい陳列
ストレスフリーな環境づくり

標準ルール
と教育
・
管理徹底

※5S(整理、整頓、清掃、清潔、しつけ)

中・大型店改装



ペット、大型機械、ハードウェア
グリーンを重点としたテコ入れ
2024年度 8店舗実施を予定

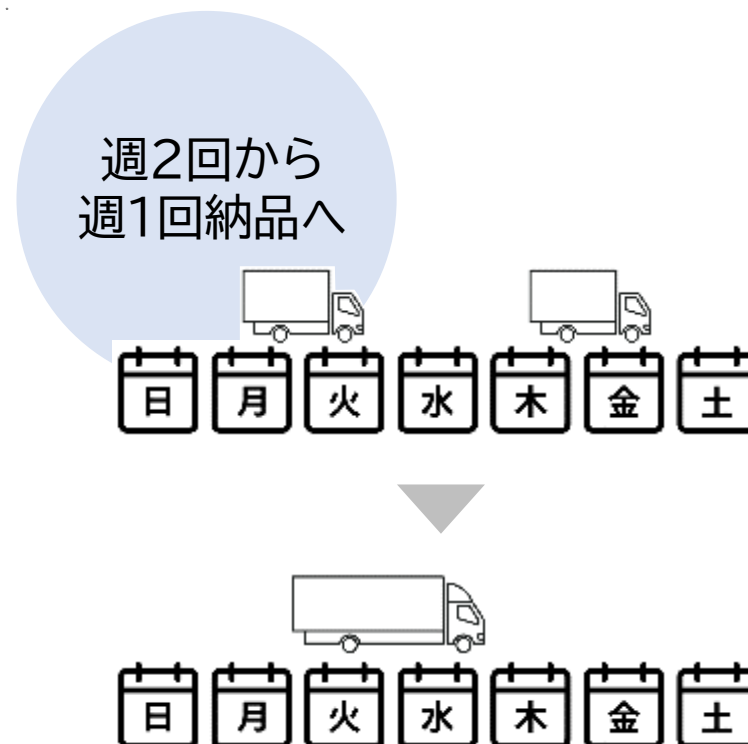
前期実施店は
10~20%改善

さらなるシナジーと効率化推進

近いセンターから配送



納品回数の見直し



店舗と顧客をつなぐデジタル支援強化で利便性を向上

ECサイトの強化

店舗を補完する
品揃え拡大



リピート率向上

会員獲得



デジタルマーケティング

1to1
プロモーション



単位:店

	2023 年度末	出店	退店	2024 年度末予定
ホームセンター	143	2	2	143
ムサシ	39	1	1	39
ビバホーム	104	1	1	104
プロショップ	6	1	0	7
NICO PET	14	2	0	16
専門店・他	82	3	0	85
合計	245	8	2	251

外食事業の今期取組について



ARCLANDS

売上高:545億円(+5.2%)、経常利益:60億円(+2.3%)

単位：億円、%	2024年度 通期（1~12月）							
					上期（1~6月）		下期（7~12月）	
	予想	売上比	前期比	前期増減	予想	前期比	予想	前期比
売上高	545	100.0	105.2	27	257	104.2	287	106.2
売上総利益	276	50.7	106.4 (0.6)	16	129	104.1	146	108.6
販売費及び 一般管理費	217	39.9	107.4	15	102	102.8	115	111.9
営業利益	58	10.7	103.0	1	27	109.4	31	98.0
経常利益	60	11.0	102.3	1	27	109.1	32	97.2
親会社株主に帰属する 当期純利益	36	6.6	104.7	1	17	103.5	18	105.8

※減価償却費+のれん償却費：7億円、投資額：21億円（主に新規出店費用）

成長にも揺るがない組織づくり

1. 業態モデルの構築
2. 出店店舗数最大化の土壌づくり
3. DX化による店舗利便性向上
4. 将来への種まき
5. 働きたい会社・制度づくり

出店拡大に向けた組織力の強化 と 未来に向けたスタンダードの確立

1. QSCAの磨き上げと
徹底力・粘着性の強い組織力
2. 利便性向上による
リピーターからロイヤルユーザーへ
3. 次世代型かつや
旗艦店作りと新たな出店の可能性



かつやスタンダードのさらなるブラッシュアップ

圧倒的な商品力

食材・調理行程
の磨き上げ



魅力あるフェアメニュー開発 キャンペーンの実施

年間フェア
14回
キャンペーン
2回



会計、注文時DX化によるお客様の利便性向上

会計、注文のDX化



テーブルオーダー
タブレット



テイクアウト
オーダー機



テイクアウト
呼び出しモニター

待ちストレス
軽減

かつやアプリ検証

待ち時間
電話予約の
ストレス軽減



川崎裾ヶ谷店・千葉末広店・京成船橋店 限定

かつやアプリ 無料ダウンロード!



※Apple、Appleのロゴは、非独占的にその権利の所有権に属するApple Inc.の登録商標です。App Storeは、Apple Inc.のサービスマークです。©Google PlayはGoogle LLCの登録商標です。©「iPhone」の商標は日本国内においてアイホン株式会社の特許ライセンスに基づき使用されています。

店舗数最大化・出店可能性の追求

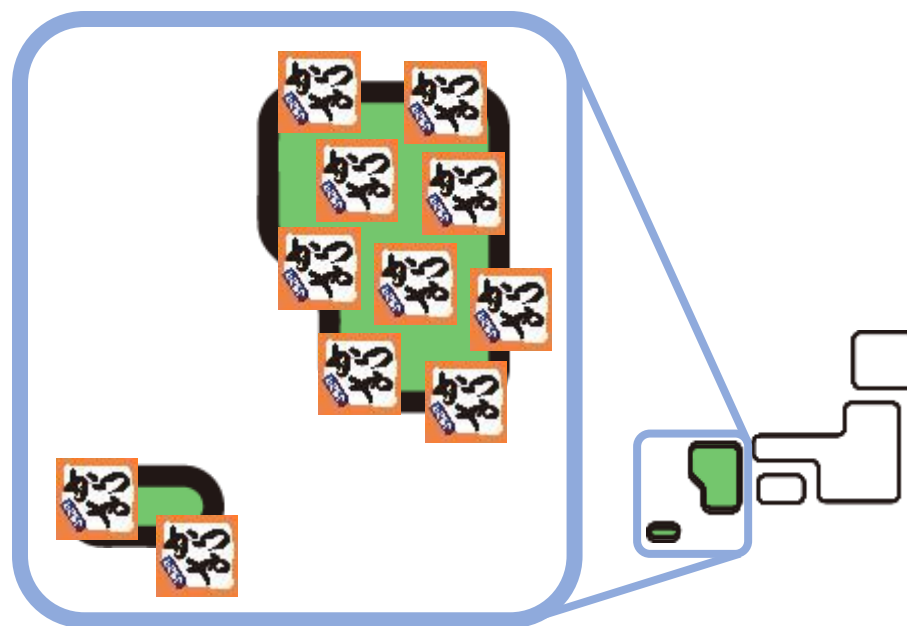
新型かつやのリリース

新モデル・ドライブスルー型の検証



かつや全国展開

九州エリア強化・沖縄への出店





事業モデルの再構築

新からやまへモデルチェンジ

魅力あるメニュー開発・仕組みの再構築で新からやまへ

グランドメニュー刷新
やきとり▶しょうが焼き

惣菜の拡充

味の追求・お店仕込み



■ マンゴツリー

原点回帰、本物の味を追求



■ 新業態

多店舗展開可能なモデルの確立



■ 冷凍食品事業

生産性向上による中食需要対応



- ①既存工場:ライン、設備の見直し
- ②新工場建設に向けた準備

■ 海外事業

既存店の強化・新規国への出店検討

6カ国88店舗



韓国



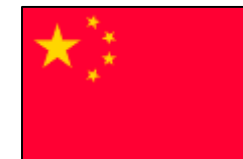
タイ



香港



台湾



中国



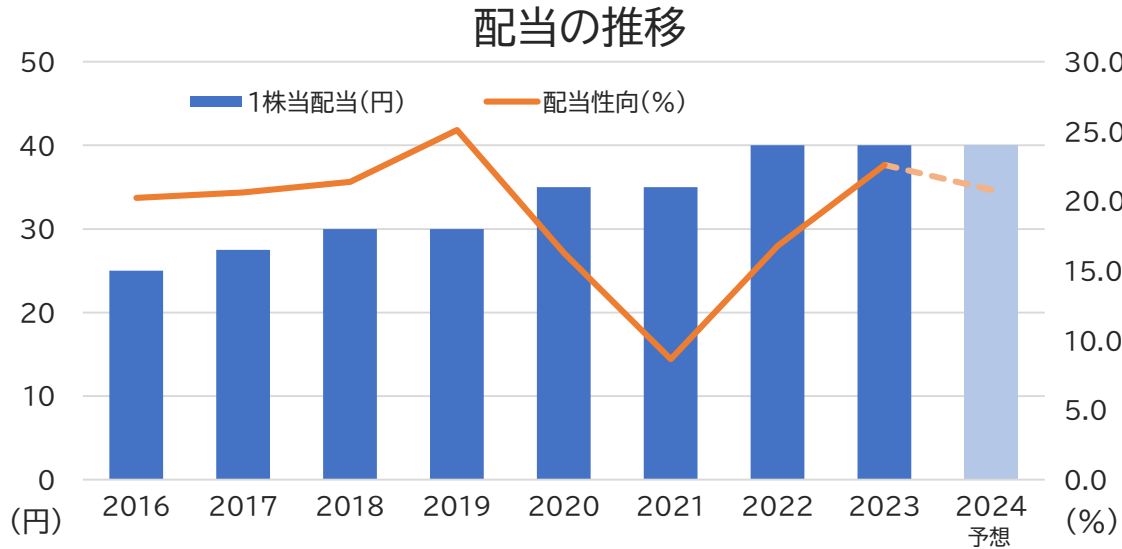
フィリピン



単位:店

		2023年度末 (23年12月末)	出店	退店	2024年度末 (24年12月末)
かつや	国内	472	28	2	498
	海外	73	11	5	79
かつや 計		545	39	7	577
からやま	国内	124	4	6	122
	海外	12	3	1	14
からやま・縁 計		173	12	9	176
その他 計		59	15	1	73
全店 合計		777	66	17	826

利益の成長に合わせて安定的に配当を継続



■ 当面の考え方

安定配当を継続しつつ
新店投資及び財務の改善を優先

■ 当期配当予想

	上期	下期
1株当たり配当金	20円	20円

■ 24年2月末より株主優待制度を導入



当社グループ店舗で
利用できる優待券

- 長期保有目的の個人株主増加
- 当社グループのファン拡大
- グループ間送客

24年2月末株主数は前期比約9倍に増加

事業の成長こそが株価向上策の本筋であるべき

●当期純利益の伸長

コア事業の利益拡大とグループ会社間シナジーの創出
【住関連】ムサシ、ビバホームシナジーの最大化
【外食事業】コアブランドの積極出店と新業態の確立

●財務戦略

次なる大規模M&Aに備えた財務改善
【短期】新規出店投資＋有利子負債の改善
【中長期】大規模M&Aの継続検討

●株主還元

減配なき安定配当の継続を目指す
利益成長とともに配当拡大

●IR情報の充実

情報開示強化(外食事業・資本コスト・サステナブル)

資本コスト

株主資本コスト		ROE
3.8～4.6%	<	8.2%
WACC		ROIC
1.8～2.2%	<	4.2%

PBR

2022年度末		2023年度末
0.56倍	⇒	0.90倍

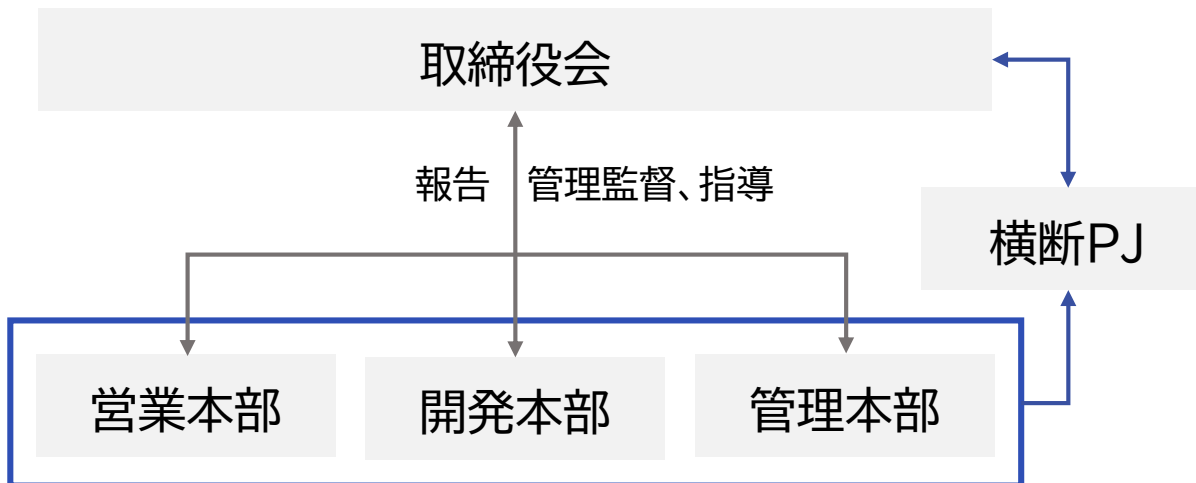
サステナビリティ関連情報

■ 基本方針

当社はサステナビリティの取組を事業活動及び企業価値向上における重要な課題であると考えております。

当社のコア事業であるホームセンター事業は地域社会におけるインフラ同等の役割であると認識し、事業活動を通じて①地域社会への貢献②持続可能な商品サービスの提供③エネルギー効率の最適化④社会的責任と透明性⑤人的資本の強化を重点課題として当社の事業活動が社会や環境に与える影響を最小化し、長期的な企業価値向上を目指します。

■ 体制図



営業本部、開発本部、管理本部の3本部に加え、緊急性の高い課題については各本部の横断プロジェクトを設置し課題に取り組みます。

取締役会は重要な課題について報告を受け進捗の管理監督、指導を行います。

リスク		機会
消費者行動	<u>需要の減少</u> <ul style="list-style-type: none"> ● 悪天候による外出機会の減少 ● 長期的な気温変動による季節商品の需要減少 ● 自然災害による購買意欲の減少 	<u>デジタルを活用したエンゲージメントの強化</u> <ul style="list-style-type: none"> ● オンライン販売チャネルの拡大 ● デジタルマーケティングやソーシャルメディアの活用
	<u>需要の変化</u> <ul style="list-style-type: none"> ● 気候変動による生活環境が変化がもたらす消費者嗜好の変化、エコフレンドリーな商品へのシフト 	<u>季節商品の多様化と新商品の開発</u> <ul style="list-style-type: none"> ● 商品ラインナップの多様化や新商品の開発、四季を問わない使用が可能な商品の開発
		<u>CSR活動の強化と地域貢献</u> <ul style="list-style-type: none"> ● 災害復興支援や地域社会へ活動を通じた信頼向上
サプライチェーン	<u>輸送インフラへの影響</u> <ul style="list-style-type: none"> ● 異常気象や自然災害による、商品輸送の遅れ、在庫供給に支障をきたす可能性 	<u>予測分析と在庫管理の最適化</u> <ul style="list-style-type: none"> ● 需要予測の精度を高め、リードタイムを短縮するために予測分析技術を活用し、在庫レベルを適切に調整
	<u>生産コスト・管理コスト上昇</u> <ul style="list-style-type: none"> ● 原材料の供給不足や輸送の遅延等による生産コストおよび在庫管理コスト上昇 	<u>ロジスティクスの最適化と運輸手段の多様化</u> <ul style="list-style-type: none"> ● 複数の運輸手段を活用し、ロジスティクスネットワークを最適化 ● 緊急時の代替ルート、輸送手段の確保
エネルギー	<u>エネルギーコストの上昇</u> <ul style="list-style-type: none"> ● 気候変動に伴うエネルギー供給の不安定さやエネルギー価格の上昇 ● 店舗の環境維持、商品保管に係る冷房や暖房稼働増加による水道光熱費の上昇 	<u>エネルギー効率の改善と再生可能エネルギーの導入</u> <ul style="list-style-type: none"> ● 省エネルギー設備の導入、施設の断熱改善等の効率改善及び太陽光発電パネルの設置等再生可能エネルギー設備の導入によるエネルギー供給源の多様化
法規制	<u>法規制の変化</u> <ul style="list-style-type: none"> ● 温室効果ガスの排出規制の厳格化や、再生可能エネルギーの利用促進 	
設備	<u>インフラ供給の影響</u> <ul style="list-style-type: none"> ● 自然災害により、電力、水、ガス等のインフラが絶たれる可能性 	<u>事業継続設備の導入</u> <ul style="list-style-type: none"> ● 停電時、断水時の営業を継続できる自家発電設備や給水設備の導入

店舗LED照明



ホームセンターの全店舗にLED照明を採用しています。照明に使われる電力量を約30%抑制する効果がありCO2の排出削減に貢献しています。

太陽光パネル



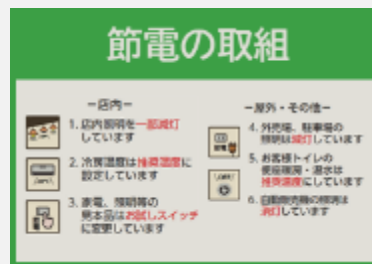
太陽光パネルによる発電で店舗の電力の一部を補います。ホームセンター及び外食事業の店舗に太陽光パネル導入を進めています。

デマンド監視・コントロール



デマンド監視及びコントロールシステムを活用し日々の電力使用量の把握と制御を行い電力の最少化に努めています。

節電の取組



店舗及び事業所において、冷暖房の設定管理等の運用ルールを定め管理徹底する節電の取組を行っています。

物流効率化



センター通過量の拡大、センター・店舗距離短縮、納品回数の見直しを行い物流に係る排ガスの削減に貢献します。

社有車の削減



社有車の使用状況について事業所別にモニタリングし定期的な台数の見直しを行っています。過剰に所有しないことで不要不急の外出を抑制し、温暖化ガス排出の削減に貢献します。

廃パレットの再利用



商品配送の為に使用している廃プラスチックパレットを再生サイクル用チップに再資源化するため、グループ全体で年間40t超の廃プラスチックパレットを回収しています。

プロショップにおけるリユース販売



プロショップでは工具のリユース販売を行っています。
点検やメンテナンスを施した上で、再び市場に提供することで資源の浪費を抑え、廃棄物の削減に貢献します。

延長保証サービス



「長く大切に使うこと」をコンセプトに対象商品購入後サービスに加入すると、メーカー保証が終了した後も、メーカー保証同等の保証を受けることができる延長保証サービスをホームセンター全店舗で行っています。

デジタルシフトの取組



販促活動において紙媒体からデジタル媒体へのシフトを積極的に進めています。
製作・印刷・配布に伴うCO2排出や廃棄物の削減に貢献します。

環境にやさしい用紙の採用



POP用の用紙として石灰石を主原料としたシート(LIMEX)を採用しています。
プラスチック使用量、温室効果ガス排出量の削減に貢献します。

無水トイレ



店舗および事業所において水を使用しない無水トイレを導入しています。
排泄物を分解し、臭いを抑える特殊な処理方法を用いて、水資源の浪費を防ぎます。

安心・安全の店舗



ホームセンター店舗は「地域の防災拠点」であるべきと考え、非常用発電設備と非常用給水設備を備えた店舗づくりを進めています。
停電時には資材の提供及びスマートホン等の充電サービスを行い、断水時には飲料水の提供及びトイレの利用開放を行います。

災害防止協定の締結



店舗が所在する地域自治体との協体制強化を目的に、積極的に災害防止協定を結んでいます。
非常時に災害物資や避難場所を提供します。

エコの啓蒙活動



環境プロジェクト「チームエコ」の考えに賛同し、協賛を行っています。
緑化活動、清掃活動を行うイベントを開催し、エコの大切さを広めることに貢献しています。

奨学支援活動



経済的理由により進学が困難な学業優秀な人材に対して奨学金支援を行い、将来それぞれの分野で活躍できる人材の育成を目指します。

障がい者支援



本社所在地である三条市(新潟県)による福祉基金及び福祉活動サポート交付金事業の設置に協力し、障がいのある方の社会参加活動及び、自立支援活動に対する費用の助成を行っています。

基本方針

ダイバーシティを尊重し社員が働きやすい環境を整えることで多様な優秀人材を確保し、創造性・革新性の向上を目指します

2023年度末
連結従業員数(人)

セグメント	正規雇用労働者	パート・有期労働者	合計
合計	3,476	9,538	13,014
小売事業	2,763	7,076	9,839
卸売事業	40	100	140
外食事業	523	2,295	2,818
不動産事業	39	19	58
その他	24	32	56
全社(共通)	87	16	103

※パート・有期労働者は1日8時間換算

2023年度
女性の活躍推進に係る情報

項目	実績
管理職に占める女性労働者の割合	2.3%
男性の育児休暇取得率	23.1%
男女の賃金の差異 全労働者	50.2%
正規雇用労働者	73.0%
パート・有期労働者	94.5%

※アークランズ株式会社単体を対象としております

職種変更制度



結婚、介護、キャリアアップなど、個人のライフプランに合わせて柔軟に勤務地を選択できる職種変更制度を設けています。

教育訓練・研修制度



休職復帰後のキャリア形成を支援する研修、通信教育を充実しています。入社後の定期研修に加えて、通信教育を活用して資格取得を含む様々なスキルアップを支援します。

正社員再雇用・正社員登用強化



結婚、育児、介護等を理由にやむを得ず離職をした方の再雇用を促進しています。また、時給社員からの正社員登用を積極的に行っています。

半日有給休暇制度



家族の看護や、通院などのちょっとした私事都合に合わせて半日単位で有給休暇を使用することができます。

育児短時間勤務制度



心身共に大きく発達する小学校6年までの育児期間で、1日あたりの終業時間を6時間に短縮する短時間勤務を選択することができます。

子の看護休暇



小学校就学の始期に達するまでの子を養育する従業員に対し賞与や有休算定に影響しない休暇(無給)の付与します。

くらし、満たす。こころ、満たす。

ARCLANDS

本資料は、企業情報の提供のために作成されたものであり、当社の発行する株式その他の有価証券への勧誘を構成するものではありません。

本資料に記載されております、将来の業績見通しに関する事項については、開示時点において当社が入手している情報に基づくほか、将来の予測を行うために一定の前提を用いており、様々なリスクや不確定性・不確実性を含んでおります。

従いまして、現実の業績の数値、結果等は、今後の事業運営や経済情勢の変化等の様々な要因により、開示情報に含まれる将来の見通しとは異なる可能性があることをご承知おきください。

参考資料 2023年度四半期別データ

連結損益計算書(四半期別)



(単位:億円・%)

	第1四半期			第2四半期			第2四半期 累計期間		
	実績	売上比	前期比	実績	売上比	前期比	実績	売上比	前年同期比
売上高	781	100.0	98.4	800	100.0	99.6	1,582	100.0	99.0
売上総利益	289	37.0	95.7	293	36.7	97.4	583	36.8	96.5
営業収入	35	4.5	106.2	35	4.5	105.8	71	4.5	106.0
営業総利益	324	41.5	96.8	329	41.2	98.2	654	41.3	97.5
販売費及び一般管理費	282	36.1	102.1	282	35.3	102.6	565	35.7	102.3
営業利益	42	5.4	71.6	46	5.8	78.1	88	5.6	74.9
経常利益	42	5.5	68.3	47	5.9	78.0	90	5.7	73.1
親会社株主に 帰属する当期(四半期)純利益	43	5.6	111.7	26	3.3	75.5	70	4.4	94.7

	第3四半期			第4四半期			通期		
	実績	売上比	前期比	実績	売上比	前期比	実績	売上比	前期比
売上高	773	100.0	100.3	750	100.0	98.2	3,106	100.0	99.1
売上総利益	286	37.0	98.7	285	38.1	100.9	1,154	37.2	98.1
営業収入	35	4.6	100.3	35	4.8	102.8	142	4.6	103.7
営業総利益	321	41.6	98.9	321	42.8	101.1	1,297	41.8	98.7
販売費及び一般管理費	288	37.3	100.4	282	37.6	98.9	1,136	36.6	101.0
営業利益	33	4.3	87.5	39	5.2	120.2	161	5.2	85.2
経常利益	34	4.4	87.1	41	5.5	142.7	165	5.3	86.5
親会社株主に 帰属する当期(四半期)純利益	20	2.6	102.5	1	0.1	34.9	91	2.9	94.4

住関連※損益計算書(四半期別)



※:住関連事業(アークランズ単体、アークホーム(リフォーム)、海外子会社(台湾)及び連結消去)

(単位:億円・%)

	第1四半期			第2四半期			第2四半期 累計期間		
	実績	売上比	前期比	実績	売上比	前期比	実績	売上比	前期比
売上高	659	100.0	96.1	676	100.0	97.8	1,335	100.0	97.0
売上総利益	227	34.5	92.6	230	34.1	94.4	458	34.3	93.5
営業収入	35	5.3	106.2	35	5.3	105.8	71	5.3	106.0
営業総利益	262	39.9	94.2	266	39.4	95.8	529	39.6	95.0
販売費及び一般管理費	233	35.4	100.5	232	34.3	100.7	465	34.9	100.6
営業利益	29	4.5	63.1	34	5.1	72.1	63	4.8	67.6
経常利益	30	4.6	63.3	34	5.1	73.5	64	4.8	68.4
親会社株主に 帰属する当期(四半期)純利益	35	5.4	120.7	17	2.6	66.4	53	4.0	95.0

	第3四半期			第4四半期			通期		
	実績	売上比	前期比	実績	売上比	前期比	実績	売上比	前期比
売上高	642	100.0	98.8	610	100.0	96.1	2,589	100.0	97.2
売上総利益	220	34.3	96.0	216	35.5	98.7	895	34.6	95.3
営業収入	35	5.5	100.3	35	5.9	102.8	142	5.5	103.7
営業総利益	255	39.8	96.6	252	41.4	99.3	1,037	40.1	96.4
販売費及び一般管理費	238	37.0	99.7	229	37.7	97.8	933	36.1	99.7
営業利益	17	2.7	68.1	22	3.7	117.0	104	4.0	74.6
経常利益	17	2.8	68.1	24	4.0	156.9	107	4.1	78.5
親会社株主に 帰属する当期(四半期)純利益	9	1.5	81.6	-6	-	-	56	2.2	85.4

外食事業(アークランドサービスHD)損益計算書(四半期別)



(単位:億円・%)

	第1四半期			第2四半期			第2四半期 累計期間		
	実績	売上比	前期比	実績	売上比	前期比	実績	売上比	前期比
売上高	122	100.0	112.7	124	100.0	110.1	247	100.0	111.4
売上総利益	61	50.2	109.3	63	50.7	110.0	124	50.4	109.7
営業収入	-	-	-	-	-	-	-	-	-
営業総利益	61	50.2	109.3	63	50.7	110.0	124	50.4	109.7
販売費及び一般管理費	49	40.1	110.3	50	40.7	112.4	99	40.4	111.3
営業利益	12	10.1	105.7	12	10.0	101.4	24	10.0	103.5
経常利益	12	10.4	83.9	12	10.3	93.4	25	10.3	88.4
親会社株主に 帰属する当期(四半期)純利益	8	6.7	84.5	8	6.9	105.2	16	6.8	93.9

	第3四半期			第4四半期			通期		
	実績	売上比	前期比	実績	売上比	前期比	実績	売上比	前期比
売上高	130	100.0	108.5	140	100.0	108.4	517	100.0	109.8
売上総利益	65	50.4	108.8	68	49.2	108.4	259	50.1	109.1
営業収入	-	-	-	-	-	-	-	-	-
営業総利益	65	50.4	108.8	68	49.2	108.4	259	50.1	109.1
販売費及び一般管理費	50	38.4	103.9	52	37.5	104.1	202	39.1	107.5
営業利益	15	12.0	128.3	16	11.7	124.9	56	11.0	115.3
経常利益	16	12.3	126.2	16	12.1	126.0	58	11.3	106.3
親会社株主に 帰属する当期(四半期)純利益	10	7.9	136.0	7	5.2	159.7	34	6.6	114.6

セグメント別 営業収益(売上高+営業収入)及び営業利益 (四半期別)



(単位:億円・%)

	第1四半期				第2四半期				第2四半期累計期間			
	実績		前期比		実績		前期比		実績		前期比	
	営業 収益	営業 利益	営業 収益	営業 利益	営業 収益	営業 利益	営業 収益	営業 利益	営業 収益	営業 利益	営業 収益	営業 利益
小売事業	646	20	96.4	54.3	663	23	97.6	62.6	1,309	43	97.0	58.5
卸売事業	13	0	86.2	9.7	12	0	108.6	19.9	25	0	96.0	12.6
外食事業	122	12	112.7	105.7	124	12	110.1	101.4	247	24	111.4	103.5
不動産事業	32	9	104.6	113.0	33	10	105.2	111.6	66	19	104.9	112.2
その他※	2	0	111.9	121.0	2	0	115.2	241.7	4	0	113.5	169.4
連結	817	42	98.7	71.6	836	46	99.8	78.1	1,653	88	99.3	74.9

	第3四半期				第4四半期				通期			
	実績		前期比		実績		前期比		実績		前期比	
	営業 収益	営業 利益	営業 収益	営業 利益	営業 収益	営業 利益	営業 収益	営業 利益	営業 収益	営業 利益	営業 収益	営業 利益
小売事業	629	5	99.1	30.6	599	10	96.3	96.4	2,538	59	97.3	58.1
卸売事業	12	1	87.0	3,505.7	10	1	87.2	-	49	3	91.5	132.4
外食事業	130	15	108.5	128.2	140	16	108.4	124.9	518	57	109.8	115.3
不動産事業	33	9	99.9	115.6	33	10	102.5	120.9	133	39	103.0	115.2
その他※	2	0	113.2	206.9	2	0	109.3	-	9	0	112.3	264.4
連結	808	33	100.3	87.5	786	39	98.4	120.2	3,249	161	99.3	85.2

※その他：フィットネス事業

四半期別 小売事業 品目別売上高

(単位:億円・%)

	第1四半期			第2四半期			第2四半期累計期間		
	売上高	前期比	構成比	売上高	前期比	構成比	売上高	前期比	構成比
ホームセンター部門合計	620	96.3	100.0	637	97.7	100.0	1,257	97.0	100.0
DIY関連商品	220	95.1	35.5	216	95.6	33.9	436	95.4	34.8
家庭用品	183	90.9	29.6	211	97.8	33.2	395	94.5	31.4
カー・レジャー用品	54	100.2	8.7	75	103.4	11.9	130	102.0	10.3
ペット・園芸用品	161	103.8	26.1	133	97.7	20.9	294	101.0	23.4
その他※1	0	73.8	0.1	0	97.9	0.1	0	84.7	0.1
その他小売部門※2	24	96.2		24	95.4		48	95.8	

	第3四半期			第4四半期			通期		
	売上高	前年同期比	構成比	売上高	前年同期比	構成比	売上高	前年同期比	構成比
ホームセンター部門合計	604	98.6	100.0	574	96.6	100.0	2,436	97.3	100.0
DIY関連商品	220	94.9	36.3	198	99.3	34.5	855	96.1	35.1
家庭用品	195	97.7	32.3	204	93.0	35.5	794	94.8	32.6
カー・レジャー用品	57	104.0	9.5	61	104.5	10.8	249	103.1	10.2
ペット・園芸用品	131	104.3	21.8	109	95.0	19.1	535	100.5	22.0
その他※1	0	100.4	0.1	0	97.3	0.1	1	91.3	0.1
その他小売部門※2	23	111.3		23	86.8		96	96.7	

※1 その他:FCロイヤリティ等

※2 その他小売部門:食品館、アート&クラフト専門店、インターネット事業、海外店舗

※ ホームセンターの組織再編に伴い当期及び前期について、小売事業における一部の商品群の分類を変更した金額で比較しています