



21年度全社業績（EBITDA）は予算を約2億超過し、過去最高益となりました！

◇ 2021年度業績について ◇

年間	業績（新基準）				コメント	
	項目/予算比	売上	売上総利益	営業利益		EBITDA
全社	98.3%	97.5%	118.6%	110.0%	売上予算には未達も、経営方針に基づいた各事業部の施策遂行や販管費コントロールなどが営業利益、EBITDAに寄与し利益の拡大に繋がりました。	
SM	98.9%	97.8%	109.0%	108.8%	コロナによる環境変化や競合店などによる苦戦もある中、差益向上や時間管理の施策が奏功しました。	
百貨店	96.6%	98.2%	110.0%	110.8%	新宿店は21年5月オープンのごロッサリーの影響もあり堅調に推移。一方全体としてはインバウンドの未回復、客数苦戦など厳しい商況が続く中でも利益確保することができました。	
外販	営業	96.3%	93.4%	83.6%	83.6%	目標には届きませんでしたが経営方針にも掲げる強化事業として新規開拓など販路拡大が進みました。
	製造	88.2%	※1	※1	※1	船橋畜産PCは軌道にのり堅調に推移。今後水産PCの改善や立飛工場製造商品のブラッシュアップを図ります。
	ベンダー	※2	※2	89.2%	89.2%	コロナ禍で苦戦が続いていますが人流増加によりプラス基調となり前年を上回りました。

数値は業績連動賞と支給後確定値より算出※1 予算がマイナスのため算出なし ※2 会計新基準においてはベンダー売上・売上総利益計については計上されません。

中期経営計画の最終年度である21年度は売上・売上総利益は予算に対して未達となりましたが、利益の最大化にむけ高差益であるPB商品・戦略商品の販売拡大やロス管理などによる差益向上、販管費コントロール（人件費適正化・経費適正化）による収益構造改革を行ってきました。「チャレンジ・スピード・実行力・徹底力」の合言葉のもと、販売力、展開力、商品開発力、オペレーション改革、仕入れ構造改革、経費コントロール、新規顧客開拓など、各現場において様々な改革を推進、実行したことで黒字化が定着しました。⇒22年度経営目標もEBITDA20億の予算を掲げこれまでの取り組みをさらに推し進め、販路拡大や企業価値の向上にむけ取り組んでまいります。

3月実施のイベント・取り組み紹介

ひなまつり



寿司：前年比119%/惣菜商品：前年比129%

統一したレベルに向け展開コンテスト実施！

第1位：白金高輪店 第2位：武蔵境店 第3位：藤沢店

空弁



キャビンアテンダントによる接客も実施！
お客様から好評いただき期間中の米飯売上
前年比149%と大きく伸長！

おうち呑み 応援セール

28日～31日の
全店売上実績
2700万！
1位笹塚
(284万)

配送品の一部を所沢センターで行い店舗業務軽減や
受注増の効果がありました。



旬ピラ



鯖、しらす、アスパラ、白えびごはん御膳など
旬の商品を量販体制で売り込み！
旬にスポットをあてた長尺ピラの効果もあり売上伸長！

◇ 2022年度 経営方針について ◇



要チェック
うさ～！

SM・百貨店

～ 新規出店へ向けた取り組みの推進 ～

- ①既存店のブラッシュアップ
 - ・QSCの徹底
 - ・売上総利益の拡大
 - ・販管費のコントロール
- ②顧客接点の拡大
 - ・EC拡大
 - ・新しいお客さまサービスの進化
 - ・接客レベルの向上
 - ・小型店舗フォーマット開発

商品部

～ 競争力(独自性+高差益)のある品揃えの実現 ～

- ①新規PB商品の開発
- ②既存PB商品のリニューアル
- ③戦略商品のブラッシュアップ
- ④海外直輸入の拡大
- ⑤自社工場製品の開発

外販・営業

～ 下請け企業からの脱却

個から「チーム」へ ～

- ①「THE FOOD」、PB商品を他社に売り込む
- ②得意先チャネルの拡大
- ③マーケティング力、チーム力の強化

外販・製造

～ 当たり前をやり抜き

EBITDA±0(コストセンター) ～

- ①商品原価の改善
- ②生産効率の改善
- ③労働生産性の改善

ベンダー

～ 営業利益4億円復帰

へ向けたプロセスの推進 ～

- ①最大利益を獲得できる条件での契約更新
- ②自動販売機設置場所の拡大

後方部門

<品質管理部>

- ・テナントの衛生管理
- ・HACCP等の食品衛生基準の維持

<人事部>

- ・適正要員比率の策定(人件費の適正化)
- ・教育体系の整備

<経理>

- ・電子発注の推進

<総務部>

- ・下請法の適正な運用
- ・サステナブルの取り組み

<システム>

- ・新しいPOSシステムの計画
- ・サーバー更新、データセンター移転

気になる!

組合からの質問に対して会社から回答して頂きました!

質問

昨年度と同様 EBITDA 予算 20 億円となっています。
事業部によって予算前年差に差があるように感じていますが、設定された上でのポイントを教えてください

基本的には前年度をベースに、考えられる与件等を踏まえながら各部門長やりとりをし、予算・KPI の組み立てをおこなっています。今年度、出店等が予定されていない中で売上高・EBITDA を確保していくために事業部ごとに設定した KPI を達成させていくことが必要です。

店舗は、コロナの影響だけでなく競合店による影響が大きいと想定していますが、既存店でのこれまでの取り組みをブラッシュアップさせ目標に対してキャッチアップしていきます。

外販については、まだまだ伸びしろがあると感じています。予算設定においても、新規販路拡大を想定した KPI の設定をおこなっており、また工場設備への投資も計画しています。

4/4(月)に方針説明会が実施され、その様子は会社 e-ラーニングサイトから視聴が可能です。

※社員は下記からログインし視聴できます。
※エルダー社員・時間給者については所属ごとで確認し視聴を行って下さい。

URL : <https://im-food.hito-learning.com/>

ID : ia 従業員番号 (8 桁)
PASS : 自身で設定したパスワード
(初期設定は 1 2 3 4 5 6 7 8)



◇ ネットスーパー(宅配)の取り組みについて ◇

3月22日よりデリバリーアプリ【menu】においてクイーンズ伊勢丹の商品取り扱いが始まりました。

(※現在は小石川店 白金高輪店 杉並桃井店 石神井公園店 のみ対応)

コロナ禍での生活様式やニーズの多様性・高齢化等の影響などにより、宅配サービスを望む声が増えております。

【クイーンズ伊勢丹ネットショップ】と共に、より多くのお客さまへクイーンズ伊勢丹の商品を店頭以外でもご利用いただけるよう、menu 株式会社のサービスと連携したネットスーパーをスタートしました。

menu のサービス対応地域であることに加え、顧客層や、駅前・ロードサイド型店舗など立地による検証も目的に現在対応の4店舗で取組みをスタートしています。

買い物に行きたいが雨で外出しにくい方や自宅からの注文を見込んでいます。

スタートして1か月、店舗により売上の好不調の差はありますが、

今後は売上点数アップや、利用顧客の増加を目指し、売上アップとサービスの向上を目指していきます。



スマートフォンからクイーンズ伊勢丹の商品を注文できます!

◇ 雨宮社長からのメッセージ ◇

- 21年度の業績については、過去最高益を更新し、EBITDA22億を見込んでいます。達成できたのは全従業員の日々の取組みの成果です。本当にありがとうございました。
- これまで学んできた運営能力・生産性を高める取り組み・マルチジョブの推進といった店舗オペレーションが浸透し、自社工場の活用、製造能力が向上してきたことも過去最高益の達成出来た要因です。また、SV・トレーナーの教育も進み、働き方に変化が現れ、従業員の意識が変わってきたと感じています。ロス削減も更に意識が高まり、店舗・工場の各所で取組みが進みました。
- 数字の面ではPB商品の比率が高まったことがポイントです。少し前は約7%程度だった比率が21年度は18.7%でした。差益の高いPB商品を開発し、販売していただいたことがEBITDA予算達成に大きく貢献しています。
- 売上を上げることも必要ですが、最も重要なのはEBITDAをどう向上させるのか、ということです。売上がダウントレンドだとしたら、差益・販管費で更にはできないかを考える。こうして、どのようにEBITDAを確保するか、利益をどのようにして生み出すかを考える力をより高めていくことが必要です。
- 先日発表があった通り、エムアイフーズスタイルは三越伊勢丹ホールディングスの100%子会社として新たにスタートを切ります。これまで4年間の取組みと結果が、対外的にも高く評価されていると捉えています。

しかし、グループに戻ったからといって、決して楽なわけではなく、自分達の力をつけて更なる成長が求められています。グループ方針にある「好感度上質」戦略、この実現に向けてエムアイフーズスタイルは期待をされています。私たちにとっての「上質」とは、「価格を上回る価値」だと私は考えています。商品だけでなく接客の質も含め、22年度は磨き上げていきます。今年度も引き続き、目標達成に向けて取り組んでいきましょう。

◇ 編集後記 ◇

- 5月3日~13日まで、メンバーズ VOICE を開催してきました。お忙しい中、多くの方にご出席・動画視聴をいただいています。ご参加ありがとうございました。
- 今回は賞与の件に加え、先日発表された自社資本の買い戻しについても意見の吸い上げを行ってきました。受け止め方・ご意見は様々ですが、「株主がどう変わろうと、大切なのは自社のメンバーや経営の取組み」というご意見を複数いただいたことが特に印象的でした。メンバー一人ひとりが、経営方針に沿って施策を進めてきたことで、21年度も過去最高益を更新し、成長できたと捉えています。一方で、「利益を確保するための、現場の実態も見たい」という声も頂いており、より働き方の取組み推進の必要性も感じています。皆さまから VOICE でいただいた声は、5月17日の労使協議会で賞与要求と共に会社に伝えてまいります。今回の6月賞与要求についての支部大会・労使協議会報告は、近日臨時号でお知らせいたします。

質問・相談など
スマホから簡単に
お問合せいただけます

職場で困っていることがある

制度のことでちょっと聞きたいことがある

エムアイフーズスタイル専用