



HitoMile Co., Ltd.

株式会社ひとまいる

旧社名：株式会社カカヤスグループ、2025年7月1日付で社名変更。

2026年3月期 通期
決算説明会

証券コード：7686
2026年5月18日

目次

1. 2026年3月期 通期 サマリー
2. 2026年3月期 通期 決算概要
3. セグメント別業績
4. 事業再編の進捗
5. 投資計画の進捗
6. 既存事業の重点施策
7. サステナビリティ
8. 連結業績予想
9. 配当予想
10. 新セグメントの変更について

1. 2026年3月期 通期 サマリー

連結業績：既存事業の安定推移で、前年同期比、増収増益決算

- ✓ 主力の飲食店向け売上が、年間を通じた新規顧客獲得により堅調に伸長し、全体の売上が牽引
- ✓ 値上げやPB商品の販売拡大により、営業利益が増加
- ✓ 業績予想修正の発表（法人税等調整額の計上による上方修正）

(単位：百万円)

	売上高	営業利益	純利益
業績	139,837	1,971	1,175
前年同期比	+4.0%	+10.7%	+119.0%

事業再編の進捗

- ✓ **プラットフォーム構築**：再編対応の組織力強化（ひとまるSpirits浸透プロジェクト）
- ✓ **有償配送(他人物配送)による収益力強化**：飲食チェーンの配送業務の受託、食品卸の配送受託
※本日発表のグループ中期経営計画の更新版にて事業再編の詳細を記載しております

2(1). 2026年3月期 通期 決算概要 — 連結損益計算書

	2025年3月期	2026年3月期	(単位：百万円) 前年同期比		<影響要因>
			増減額	増減率	
売上高	134,514	139,837	+5,322	+4.0%	➤ 売上高は、飲食店向けの好調により増加
売上総利益	31,065 23.1%	34,007 24.3%	+2,942	+9.5%	➤ 売上総利益率は、1.2ポイント上昇 うち0.3ポイントは、値上げやPB商品の販売拡大による改善。0.9ポイントは、会社分割によるコスト計上区分の変更による
販売費及び一般管理費	29,283 21.8%	32,035 22.9%	+2,752	+9.4%	➤ 販売費及び一般管理費は、次のページを参照
営業利益	1,781 1.3%	1,971 1.4%	+189	+10.7%	
経常利益	1,815 1.3%	1,943 1.4%	+128	+7.1%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	536 0.4%	1,175 0.8%	+638	+119.0%	
EBITDA	2,638	2,940	+301	+11.4%	
EPS (円)	18.89	43.05	+24	+127.9%	

2(2). 2026年3月期 通期 決算概要 – 販売費及び一般管理費

(単位：百万円)

	2025年3月期	2026年3月期	前年同期比		<影響要因>
			増減額	増減率	
人件費	17,548	17,812	+264	+1.5%	
給与及び賞与、各種手当	17,168	17,400	+232	+1.4%	
採用費	380	411	+31	+8.2%	
広告・販促費	703	516	▲187	▲26.6%	
広告宣伝費	216	267	+51	+23.6%	➤ ポップアップストア施策や広告動画作成によるコストの増加
販売促進費	487	249	▲238	▲48.9%	➤ 前期瓶ビール販促施策、新規店販促費用の削減による減少
その他費用	11,031	13,705	+2,674	+24.2%	
業務委託費	2,572	3,015	+443	+17.2%	➤ 再編に伴うシステム開発を進めることによる開発にかかる業務委託費の増加
配送費	897	2,638	+1,741	+194.1%	➤ グループ全体で最繁忙需要への対応の為、個人事業主活用に伴う増加
減価償却費・リース料	1,615	1,683	+68	+4.2%	
賃借料	2,992	3,119	+127	+4.2%	➤ 再編に伴う平和島センター増床による増加
その他	2,953	3,248	+295	+10.0%	➤ 主として店舗計画修繕に伴う修繕費の増加
販売費及び一般管理費	29,283	32,035	+2,752	+9.4%	

2 (3). 2026年3月期 通期 決算概要 — 営業利益以下

(単位：百万円)

	2025年3月期	2026年3月期	前年同期比		<影響要因>
			増減額	増減率	
営業利益	1,781	1,971	+189	+10.7%	
営業外収益	148	130	▲18	▲12.2%	
営業外費用	114	157	+43	+37.7%	
経常利益	1,815	1,943	+128	+7.1%	
特別利益	0	50	+50	—	➤ 社宅物件の売却益
特別損失	616	676	+60	+9.7%	➤ 固定資産減損損失の計上 カクヤスの拠点における減損
税引前利益	1,199	1,318	+118	+9.9%	
法人税等	663	142	▲520	▲78.5%	➤ 税効果会計による影響
親会社株主に帰属する 当期純利益	536	1,175	+638	+119.0%	

2(4). 2026年3月期 通期 決算概要 — 連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2025年 3月末	2026年 3月末	増減額		2025年 3月末	2026年 3月末	増減額
流動資産	22,248	21,973	▲274	負債合計	31,829	33,364	+1,535
現金及び預金	2,837	2,936	+99	仕入債務	17,721	16,921	▲800
売上債権	10,390	10,719	+329	有利子負債	9,190	10,554	+1,364
商品	6,247	5,677	▲569	短期借入金	6,021	4,877	▲1,143
未収入金	1,515	1,340	▲174	長期借入金	3,081	5,311	+2,229
その他	1,258	1,300	+41	リース債務	87	365	+278
固定資産	13,811	16,392	+2,581	その他負債	4,917	5,888	+970
有形固定資産	7,848	7,995	+146	純資産合計	4,230	5,002	+772
無形固定資産	2,523	3,241	+718	株主資本	4,081	4,839	+758
投資その他の資産	3,438	5,155	+1,716	その他包括利益累計額	148	154	+5
資産合計	36,059	38,366	+2,307	負債・純資産合計	36,059	38,366	+2,307
				自己資本比率	11.7%	13.0%	

- ▶ 商品/仕入債務 : 前期のメーカー値上げ前における仮需対応、在庫積み増しの反動で減少
- ▶ 無形固定資産 : DX推進・ソフトウェア開発により、ソフトウェア仮勘定が増加
- ▶ 投資その他の資産 : ミクリード社の株式取得による関係会社株式及び、繰延税金資産が増加
- ▶ 借入金 : 短期から長期への振り替え、ミクリード社の株式取得により長期借入金の増加

2 (5). 2026年3月期 通期決算概要 – 連結キャッシュフロー計算書

	2025年3月期	2026年3月期	増減額	
営業活動によるキャッシュフロー	2,585	2,604	+19	
税金等調整前純利益	1,199	1,318	+119	
減価償却費、のれん償却費	1,055	1,116	+61	
減損損失	611	654	+43	
売上債権の増減額	▲547	▲329	+218	
棚卸資産の増減額	▲591	570	+1,161	➤ メーカー値上げ前における商品積み増しの反動による増加
仕入債務の増減額	1,759	▲797	▲2,556	➤ メーカー値上げ前における前期末の仕入増加の反動による減少
その他	▲901	72	+973	
投資活動によるキャッシュフロー	▲3,002	▲3,197	▲195	
固定資産の取得による支出	▲2,531	▲2,326	+205	
関連会社株式の取得による支出	▲156	▲882	▲726	➤ ミクリード社の株式取得
その他	▲315	11	+326	
財務活動によるキャッシュフロー	74	643	+569	
現金及び現金同等物の期首残高	3,151	2,809	▲342	
現金及び現金同等物の増減	▲341	50	+391	
現金及び現金同等物の期末残高	2,809	2,859	+50	

<影響要因>

3 (1). セグメント別業績

	2025年3月期	2026年3月期	(単位：百万円)	
			前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上高	134,514	139,837	+5,322	+4.0%
時間帯配達事業	78,986	82,939	+3,953	+5.0%
ルート配達事業	38,385	41,014	+2,628	+6.8%
店頭販売事業	15,526	14,104	▲1,422	▲9.2%
その他	1,615	1,779	+163	+10.1%
営業利益	1,781	1,971	+189	+10.7%
時間帯配達事業	1,646	1,604	—	—
ルート配達事業	857	482	—	—
店頭販売事業	644	905	—	—
その他	171	285	—	—
調整額	▲1,538	▲1,307	—	—

当期は配達能力の強化に伴う人財配置や共通化を推進しており、以下の理由から、セグメント別の営業利益前年対比は、単純比較が困難であるため、非表示としております。

【時間帯配達セグメント】

- ・店頭販売セグメントから人員異動によるコスト増
- ・構造改革に係る戦略投資によるコスト増

【ルート配達セグメント】

- ・正社員のドライバー増強、センター移転によるコスト増
- ・物価高に伴う原状回復費用の見積もり変更によるコスト増

【店頭販売セグメント】

- ・時間帯配達セグメントへ人員異動によるコスト減
- ・不採算店舗の整理による利益改善

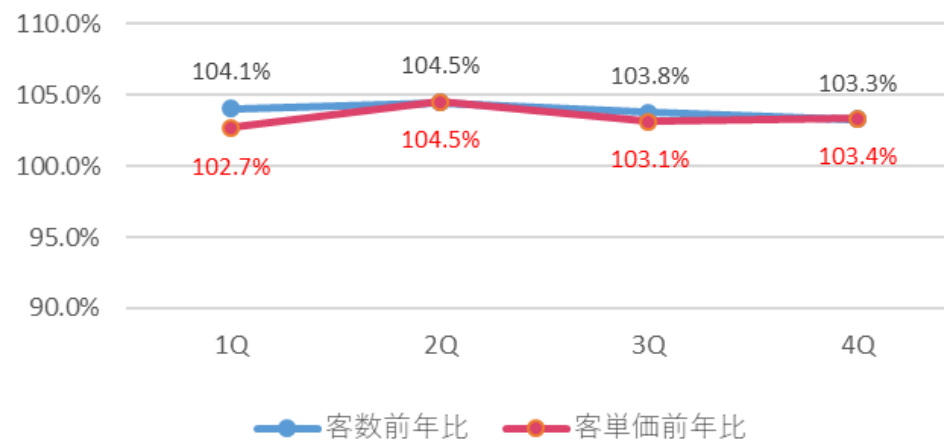
3(2). セグメント別業績 — 時間帯配達事業

	2025年3月期	2026年3月期	(単位：百万円)	
			前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上高	78,986	82,939	+3,953	+5.0%
営業利益	1,646	1,604	—	—
営業利益率	2.1%	1.9%	—	—

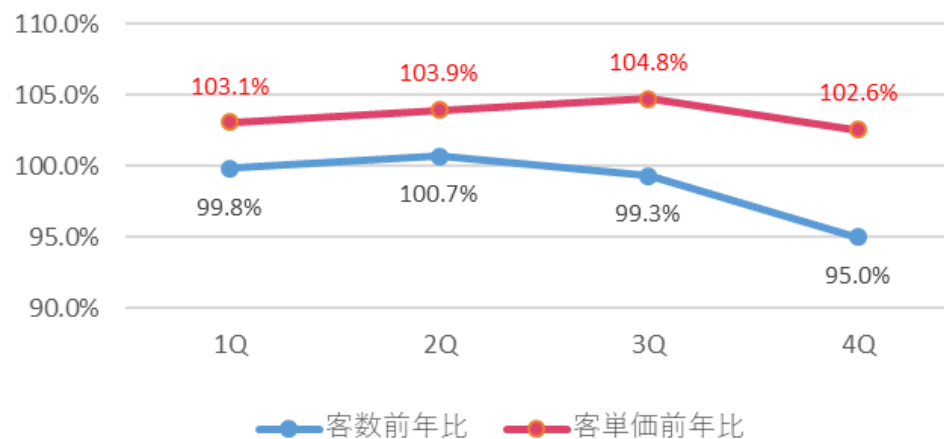
通期の動向：

- 個人飲食店の新規顧客獲得は引き続き堅調であり、客数・客単価は安定的に推移しております。
- 宅配は4Qにおいて、前年の値上げ前仮需の反動から客数が前年を大きく下回る結果となりました。エリア別に前年からの伸長に差があり、対象を明確とした効率の良いマーケティング手法(ポップアップストアによる認知と会員登録者の獲得等)の継続を来期以降の課題としております。

個人飲食店 客数・客単価 前年比推移



宅配 客数・客単価 前年比推移



3 (3). セグメント別業績 – ルート配達事業

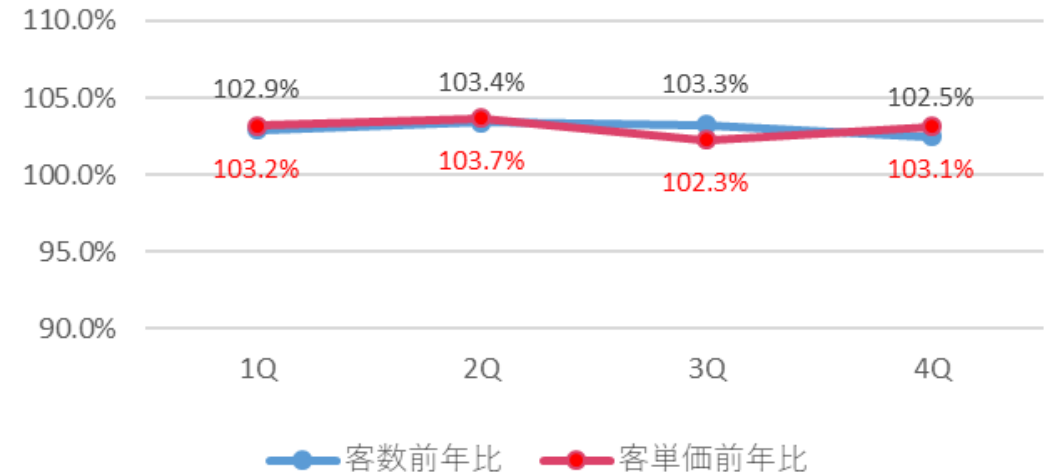
(単位：百万円)

	2025年3月期	2026年3月期	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	38,385	41,014	+2,628	+6.8%
営業利益	857	482	—	—
営業利益率	2.2%	1.2%	—	—

通期の動向：

- 大手飲食チェーン向けの業績は、継続して安定的に推移しております。
- 4Qにおいては小宴会需要の高まりにより、チェーン取引先の客単価が上昇しております。

ルート配達事業 客数・客単価 前年比推移



3(4). セグメント別業績 — 店頭販売事業

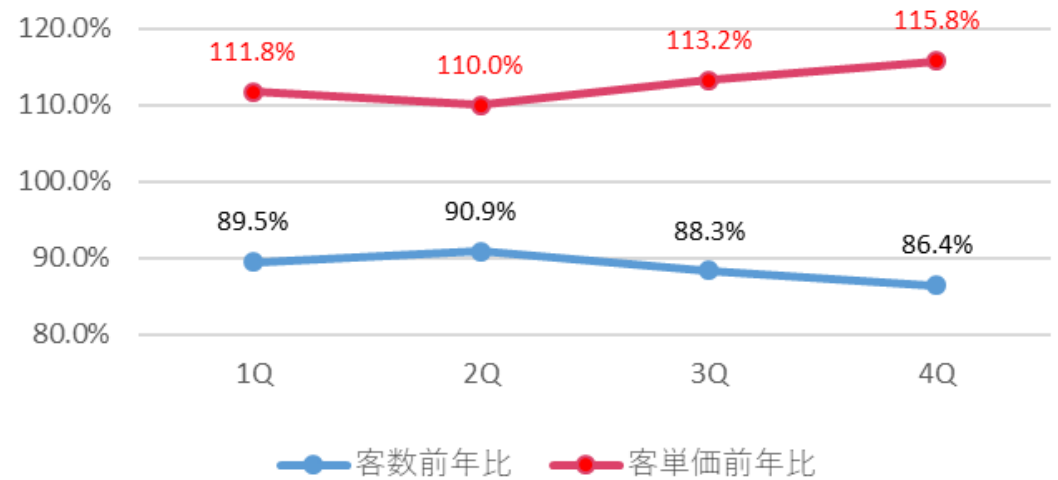
(単位：百万円)

	2025年3月期	2026年3月期	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	15,526	14,104	▲1,422	▲9.2%
営業利益	644	905	—	—
営業利益率	4.1%	6.4%	—	—

通期の動向：

- 客数は、店舗網再構築による店舗の減少と4Qでは仮需の反動が影響しております。
- 客単価は、メーカー値上げとジャパニーズウイスキーをはじめとする高単価商品が販売好調であったことにより前年比で上昇しております。

店頭販売事業 客数・客単価 前年比推移



4. 事業再編の進捗

TOPICS	当期までの進捗	2027年3月期の予定
プラットフォーム構築 受注・請求業務・マーケティング機能を他社にも提供	<ul style="list-style-type: none">再編対応の組織力強化（ひとまいるSpirits～行動指針～の浸透活動）飲食店用の自社商品受注サイトは順調に稼働基幹システム・サブシステムの設計、要件定義、開発、データ移管、テスト運用	<ul style="list-style-type: none">マーケットプレイスの稼働開始（toB向け、toC向け共に3Q開始予定）出店企業の募集
有償配送による収益力強化 自社配送網を活かし他社商品を配送	<ul style="list-style-type: none">カクヤス取引先である飲食チェーンのセントラルキッチンから個店への配送業務の受託食品卸の配送受託(野菜配送のPOC)電子点呼システム導入など体制構築	<ul style="list-style-type: none">平和島における大型の冷凍冷蔵設備の稼働、飲食チェーン食材管理と配送業務の受託を2Qより開始予定マーケットプレイスのセラー商材の配送受託
商材カテゴリーの拡大 酒類以外の商品を販売拡大	<ul style="list-style-type: none">ミクリード社の飲食店食材の提案と人材交流飲食店用資材や商品カテゴリーの拡充飲食店用乳製品の取り扱い開始	<ul style="list-style-type: none">食材の専任営業部隊を設置し、飲食店向け営業を開始

5. 投資計画の進捗

システムを中心とした事業再編に伴うコストは、通期計画の900百万円に対して約440百万円の費用発生となり、その他基幹システム等を含めた計画では、1,300百万円の計画に対して約800百万円の費用発生となりました。要因として、一部システムが当期稼働から来期稼働にずれ込むため、当期の減価償却費などが計画より減少しております。

TOPICS	計画内容	進捗
システム開発	<ul style="list-style-type: none">▪ ビジネス環境の変化に対応する基幹システムへの刷新▪ サブシステムの刷新・開発	<ul style="list-style-type: none">▪ 事業を継続しながらシステム開発を進行しているため、現行基幹システムと新システムとの「データ連携基盤」を構築▪ データ連携基盤をハブにして、システム開発を進めているが『基幹システムの一部』、『家庭向け受注サイト・マーケットプレイス』、『配送センター倉庫管理システム』などが、来期にずれ込む
配送網構築	<ul style="list-style-type: none">▪ 平和島センター増床分から拠点を経由しラストワンマイル配送▪ 3温度帯管理	<ul style="list-style-type: none">▪ 事業再編を見据えた拠点の再編を来期に向けて計画▪ 平和島に大型の冷凍冷蔵設備の設置 酒類・飲料・ドライ品・資材などに加え、生鮮食品の取り扱いが可能に

6. 既存事業の重点施策

個人飲食店の強化

- 個人飲食店の新規顧客を獲得し、当期期間における客数の前年比は約3.9%増加と順調な推移。
- 4月に、「すすきの」をはじめとする一大歓楽街を擁する札幌エリアに進出。

DX推進

- 第2四半期期間で自動発注のテスト稼働を行い、倉庫の在庫削減の効果が見られた。来期の本格導入に向けてテストを継続実施。
- 刷新した飲食店用受注サイトにより、セールスの作業工数削減に繋がっている。
- 来期1Qの稼働開始に向け、WMSの導入を進行中。

PB商品拡大

- 通期のPB商品売上は前年比19.7%増し、全体売上に占める割合は4%で推移。
- PB商品「Kprice」から「カクマス」へのリブランディングの実施に加え、toBをターゲットとした商品の開発を進める。

店頭販売の再構築

- 店舗を配送拠点としての面と併せて、地域に適した店頭販売の在り方を模索し拠点の所在や運営の見直しを進める。

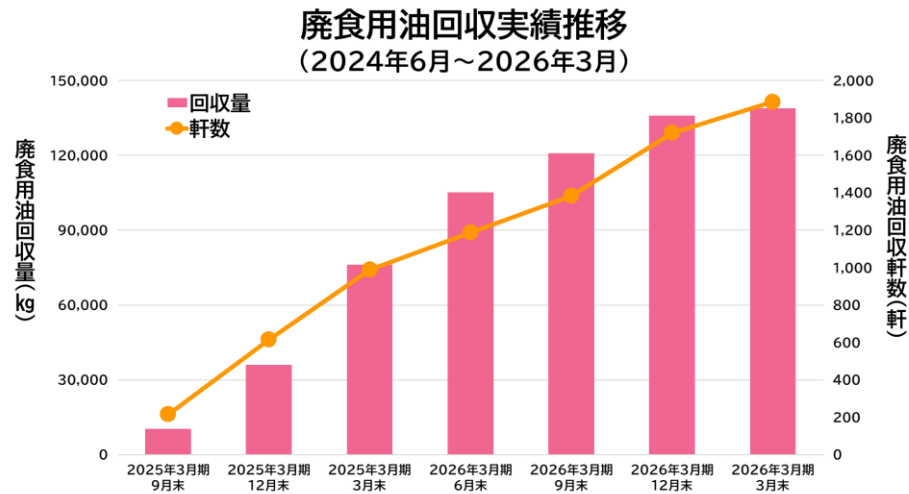
7. サステナビリティ



環境

廃食用油回収

- バヤシTVコラボ動画など、訴求を強化。
- 回収量は引き続き順調に推移し、2024年6月～2026年3月の回収実績は 623トン。



再生可能エネルギー由来電力への切り替え

- 2025年4月～首都圏141拠点、2026年5月～関西・九州の18拠点を切り替え。年間約3,000トンの削減を見込む。

コーポレートブランディング

コーポレートメッセージを新たに策定

あなたの「ほしい」へ、まっすぐに。



- グループの中核ブランド「なんでも酒やカクヤス」に込めてきた、「お客様のご要望に“なんでも”応えたい」という想い。その原点を受け継ぎ、すべてのステークホルダーの皆さまのご要望にまっすぐ真摯に向き合う当社グループの姿勢を、本メッセージに込めた。

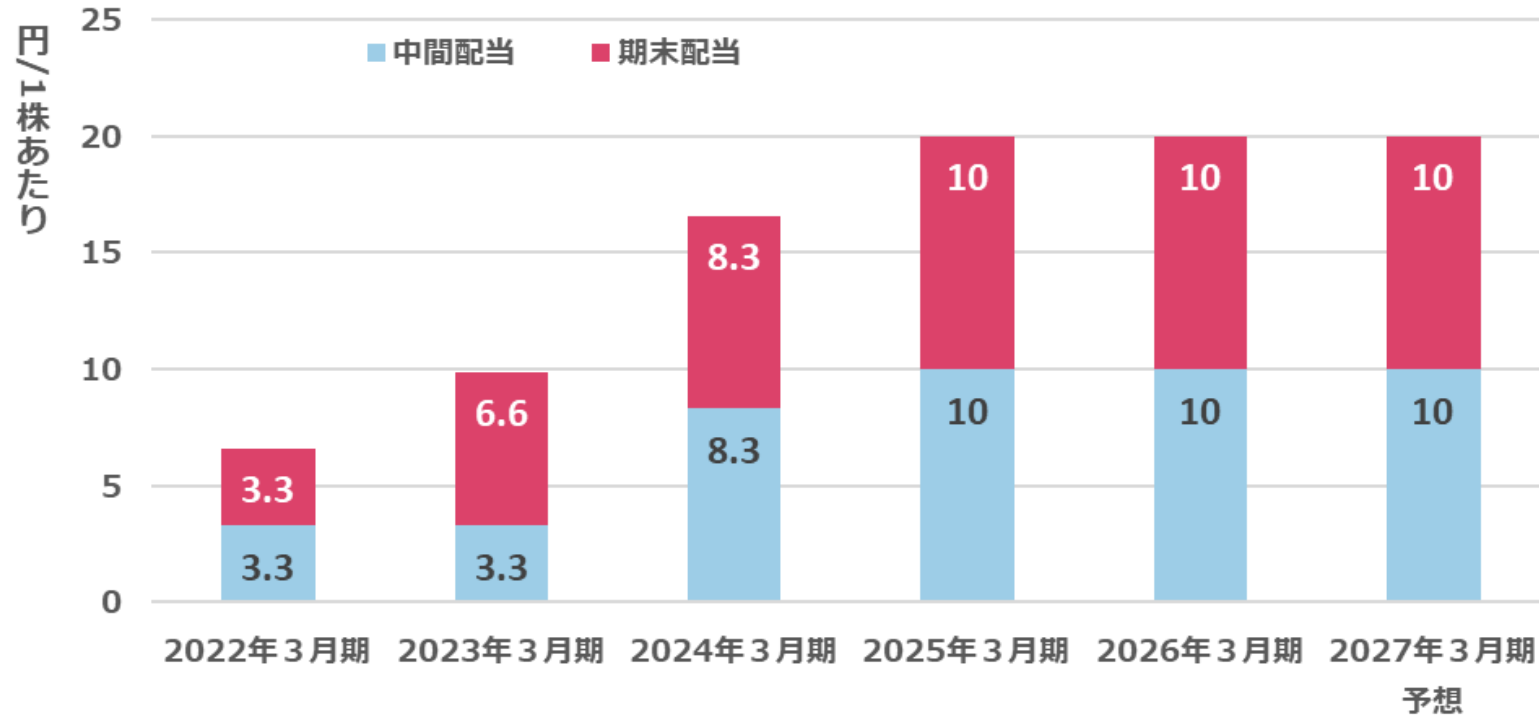
8. 2027年度3月期 連結業績予想

(単位：百万円)

	2026年3月期	2027年3月期	増減額	増減率
売上高	139,837	145,000	+5,163	+3.7%
営業利益	1,971 1.4%	2,100 1.4%	+129	+6.5%
経常利益	1,943 1.4%	1,950 1.3%	+7	+0.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,175 0.8%	650 0.4%	▲525	▲44.7%
1株当たり当期純利益(円)	43.05	22.17	▲20.88	▲48.5%

※2026年3月期における親会社に帰属する当期純利益は、税効果会計の適用に伴う法人税等調整額（益）計上の影響が含まれております。

9. 2027年3月期 配当予想



当社グループは、経営成績に応じた安定的かつ持続的な株主還元を基本方針としております。
配当政策については、累進配当を基本としております。

なお、2027年3月期業績予想は前年並みを見込んでいることから、配当につきましては現状を維持する方針といたします。

2027年3月期配当金（予想）		
中間	期末	年間
10	10	20

(円/1株あたり)

10. 新セグメントについて

事業再編による収益構造の大規模な変化を迎える中で、物流を軸としたプラットフォームを構築し、事業化することと、それらを活用するセラー（販売）事業を経営の基盤と捉え、2027年3月期より2セグメントへ変更し、適正な資本投下を判断してまいります

現 行	旧報告セグメント	内容
	時間帯配達事業	小型出荷倉庫（SS：サテライトステーション）等から個人飲食店や一般消費者、一般法人向けに時間帯で配達する事業
	ルート配達事業	配送センターから全国飲食チェーン、ホテル・レストラン等へのルート配達する事業
	店頭販売事業	一般消費者向けの店頭での販売をする事業
	その他	E C事業、他酒類販売者への卸等
新	新報告セグメント	内容
	セラー事業	飲食店や一般消費者、一般法人向けに自社商品を販売する事業、E C事業、他酒類販売者への卸等
	プラットフォーム事業	マーケットプレイスの運営及び他社商品の流通を担う事業

グループ中期経営計画

[TRANSFORMATION PLAN 2028]

(2026年3月期～2028年3月期)

2026年5月更新版

酒類販売

「成人人口の減少×成人一人当たり酒類消費量の減少」により、厳しい事業環境
➡ 酒類販売のみを事業の軸とせず、事業再編により販売カテゴリを拡大

物流

「物流の2024年問題」により、トラックドライバーの人材不足が顕著化
物流の維持が社会課題となる
➡ ビジネスチャンスと捉え、トラックドライバーに依存しない配達網による有償配送

**持続的な成長の為には、
当社の強みをさらに強固とするための再編が求められている**

グループ中期経営計画 [TRANSFORMATION PLAN 2028] (サマリ)



当社の戦略の背骨は、「地域の人々の暮らしのどんな小さな願いも叶えたい」という想いのもと、

【非効率の上の効率化の追求】(※Appendix参照)を実現すること。

磨き上げた営業力を武器に、顧客ニーズを追求した配送力・商品力・サービス力を強化し、事業拡大を狙います。

1

事業再編による 成長戦略

プラットフォーム化による成長

1. 自社成長、M&A、アライアンスによる商材の拡大
2. 外部商材の配達による収益力強化

2

既存事業の 成長戦略

カクヤモデルを磨き上げ、残存者利益を獲得

1. デジタル技術の活用・DXによる効率化
2. エリアの拡張・拡大による成長
3. 店頭販売の再構築

3

サステナビリティ

1. 人的資本に対する取り組み
2. 6つのマテリアリティを継続して推進
3. 今後の成長の種まき

1

事業再編による成長戦略（プラットフォームの構築）

「物流」を軸とし、受注・配達・請求決済までの一連のサービスを外部企業へも提供。社内商品だけでなく、外部アライアンス先の商品も提供する販売プラットフォームを形成し、一般消費者に様々な商品をお届けすることで、顧客満足度を向上させ、事業拡大する計画です。

プラットフォームの構築

受注・請求業務・マーケティング機能を他社にも提供

- 自社商材カテゴリの拡大**
食材や調味料の取扱いを開始
- M&Aやアライアンスによる商材カテゴリの拡大**
更なる顧客の獲得や顧客満足度の向上
- 他人物配送による収益力強化**
自社配送網を他人物配送(有償配送)へ拡大

将来

他社には真似ができない
多品種を取り扱う
地域特化型の物流

顧客のニーズに合った
“お届け”

現在

東京23区等において、酒類を中心とした商品を即配や1時間枠で配達することで、ラストワンマイルの物流を実現

事業再編による成長

既存事業（酒類販売）の成長

1 事業再編による「サービスの変化」

現在

酒の販売会社である
カクヤスのプラットフォーム
販促から受注～配達～決済

販促・受注

配達

請求・決済

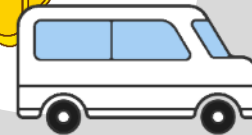
飲食店
一般家庭

EC
お電話

ビール
日本酒



瓶ビール1ケースですね！



請求書
クレジット



再編後

- ✓ 酒だけでなく、食材など
全く違うカテゴリ商品
- ✓ アライアンス企業にも
機能を提供
- ✓ グループ外の企業の荷物を
配達することも行う

販促・受注

配達

請求・決済

飲食店
一般家庭

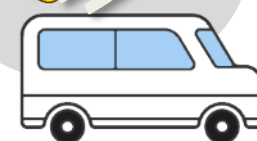
EC
お電話

ビール
日本酒

豚肉
ネギ



瓶ビール1ケースと
ネギ3本ですね！



請求書
クレジット



他人物配送（有償配送）

荷主
企業



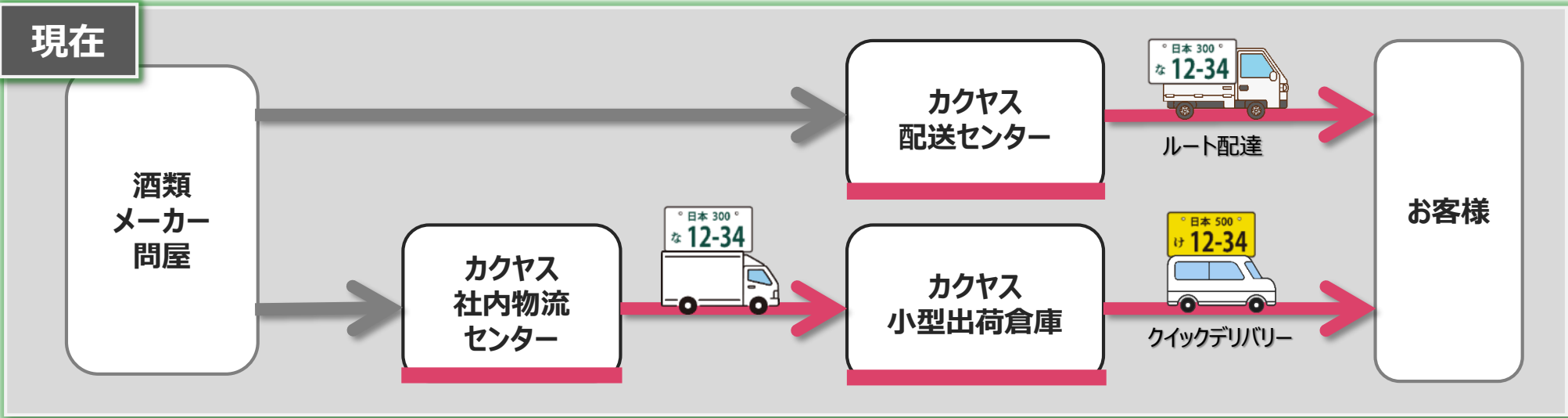
荷主様のお荷物



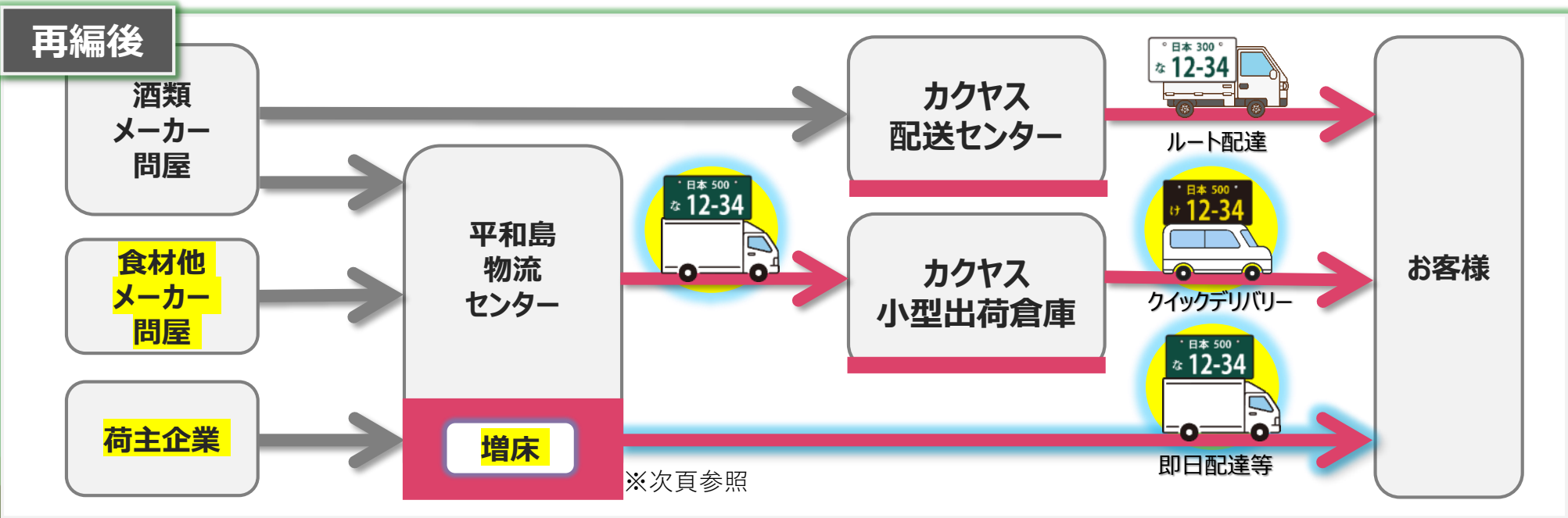
飲食店
オフィス・家庭
へお届け

1

事業再編による「サービスの変化」



- ✓ ルート配達
- ✓ 翌日配達
- ✓ ラストワンマイル配達を実現
- ✓ **1時間枠での配達**



- ✓ 既存拠点は30%程度の配送余力があり、これを最大活用
- ✓ ラストワンマイルで **他人物配送を実現**
- ✓ 一時間枠配達に加え **当日中配達も実現可能**

1

事業再編による「サービスの変化」

平和島の物流センターを7,000坪に増床。2026年5月に冷蔵/冷凍/パーシャル設備を設置。

💡 大田区の倉庫で納品業者様の在庫を一括管理!

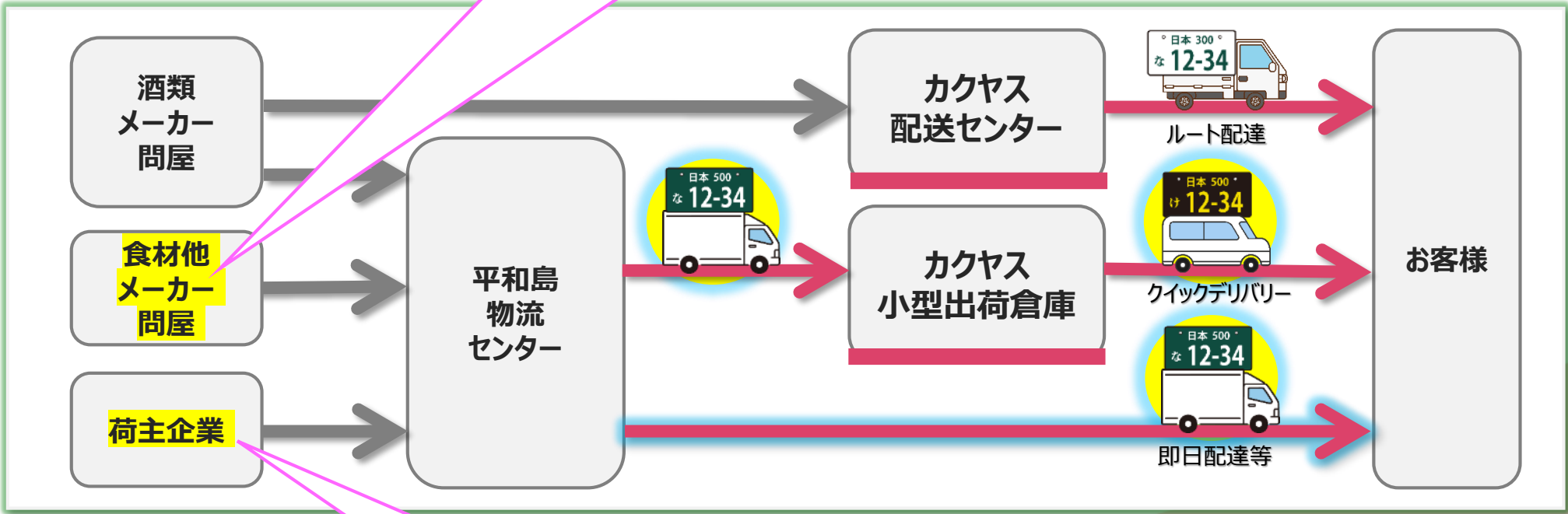


- ✓ 飲食店様へのお届けはお任せください!
- ✓ 商業施設への納品も慣れているから安心です。

1

事業再編による「サービスの変化」

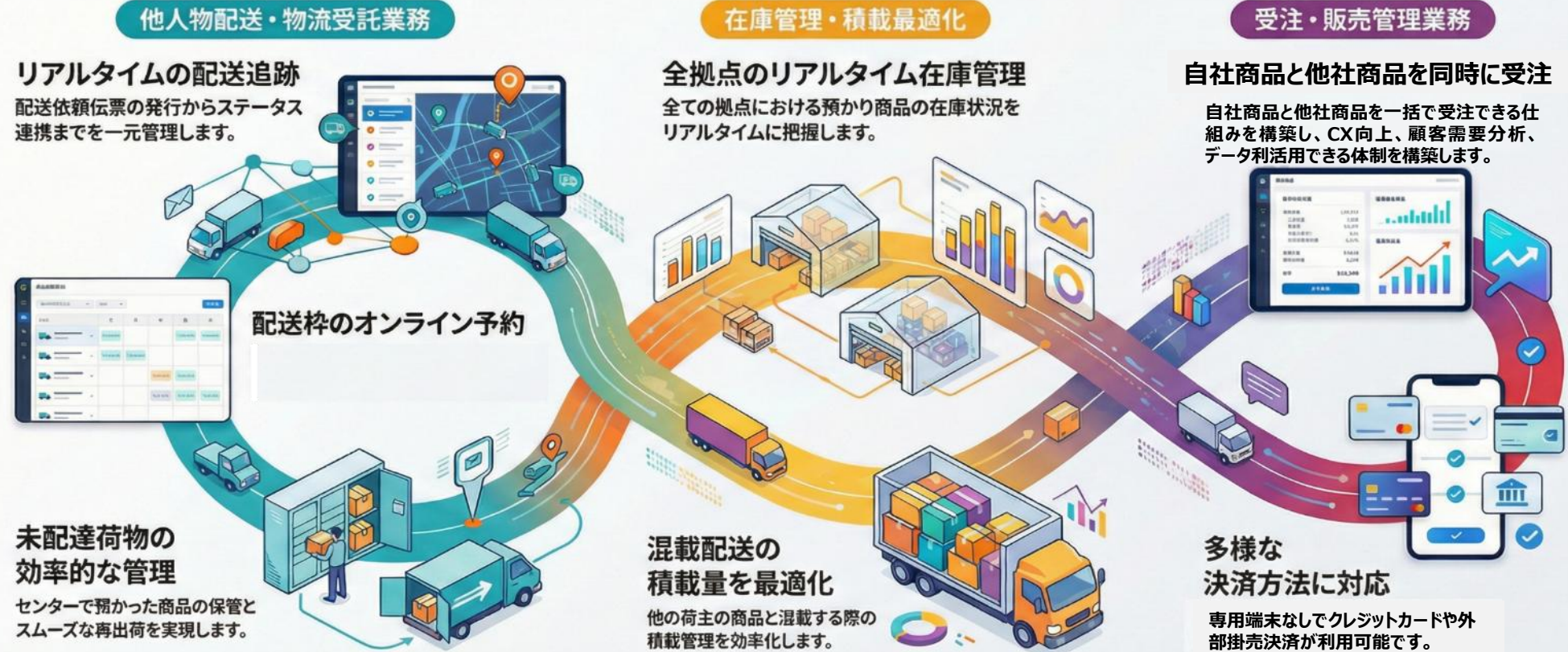
【ターゲット】 飲食店等への納品にお困りのメーカーや問屋
【勝ち筋】 「物流の2024年問題」によりドライバー確保が滞っている企業や、当社顧客への販売を期待する企業の商材を仕入れたり、配送したりすることで、クロスセルすることで取引単価を引き上げるとともに、物流効率を向上させる。物流サービスを軸に、売れ筋を理解し、当社グループの取引商材拡張を狙う。



【ターゲット】 飲食店チェーンのセントラルキッチン
【勝ち筋】 これまで3PLを使って自社加工品を自社店舗に配送していた飲食店企業様が、配送費上昇や他社の配送品質に不満を抱き始めることが増えている。また、飲食店企業様の商品（常温・冷凍etc）を当社一般顧客向けに販売することで取引強化を狙う。

自社商品だけでなく、他社商品もあわせた、受注～発送～請求を一括で運用・管理でき、3温度帯管理もできる世の中になくはないシステムを開発中。

統合型物流・販売管理プラットフォームの全体像



既存事業（酒類販売事業）の成長戦略



同業企業の配達力は低下（物流の2024年問題）。
お客様のご要望にきめ細かく対応できるカクヤモデルをさらに磨き込み、残存者利益獲得を狙う。

デジタル技術の活用・DXによる効率化

当社開発のアプリやWEB注文サイトの改善による注文獲得力の向上。
DXを進め、配達効率や本部業務の効率化を図り、コスト低減と収益力向上を目指す。

エリアの拡張・拡大による成長

進出エリアである関西エリアや九州エリアの成長余地は大きい。
政令指定都市（札幌・仙台・名古屋・広島etc）への進出検討。

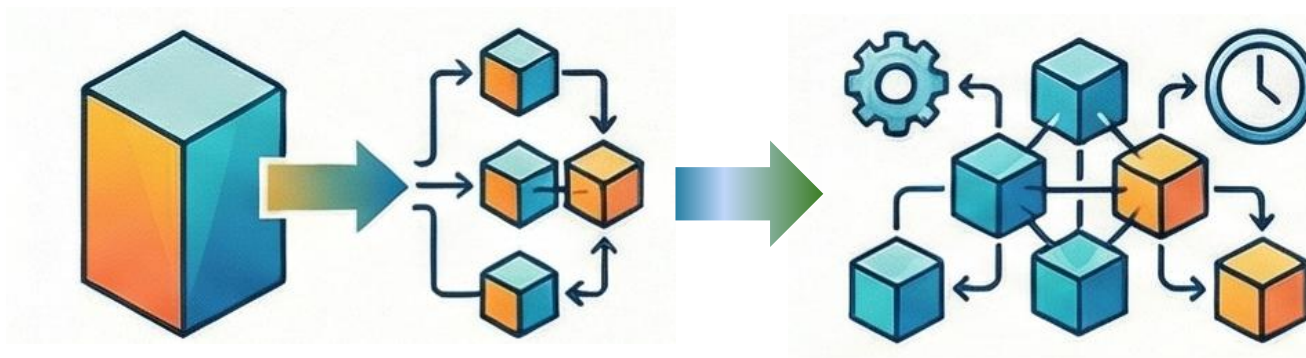
店頭販売の再構築

地域や周辺環境、店舗規模、商品SKUなどを考慮した戦略。
専門性の高い店舗、品揃えがある店舗、お客様の使い勝手の良い店舗等の顧客ニーズに応じた売り場づくり。

当社の基幹システムは、オンプレミスで機能の継ぎ足しを行ってきておりましたが、P27「事業再編に合わせたシステム設計構築」に記載のあるシステム設計を進めるにあたり、基幹システムをクラウド化。

クラウド化されたパーツに付帯システムの開発、DX化のシステムを開発。

基幹システムに付随しないデジタル技術も並行して活用し、DXを推進します。



エリアの拡張・拡大による成長

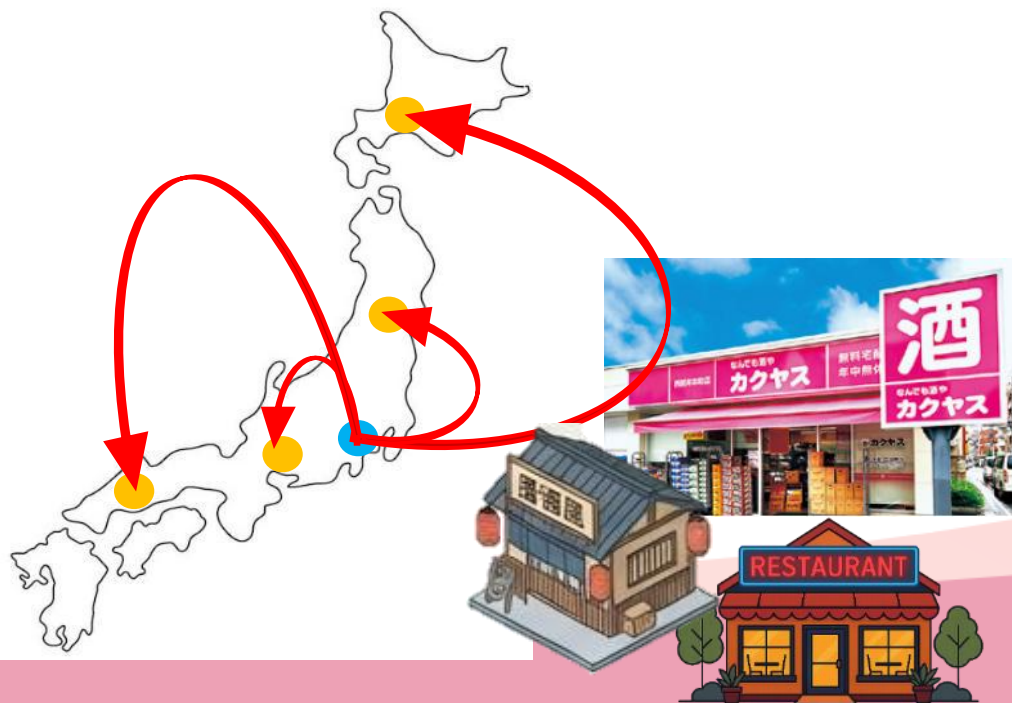


事業エリアを拡大するにあたり、当社の既存の取引先様が「札幌」「仙台」「名古屋」「広島」に進出する際に、当社も同様に進出することで、安定した取引高をもって進出を果たします。

進出後は、既存の取引先様から紹介を受けたり、自社でのエリアの開拓も実行。

全国チェーンの飲食店やナイト業態との取引を軸に、新規獲得にも注力していきます。

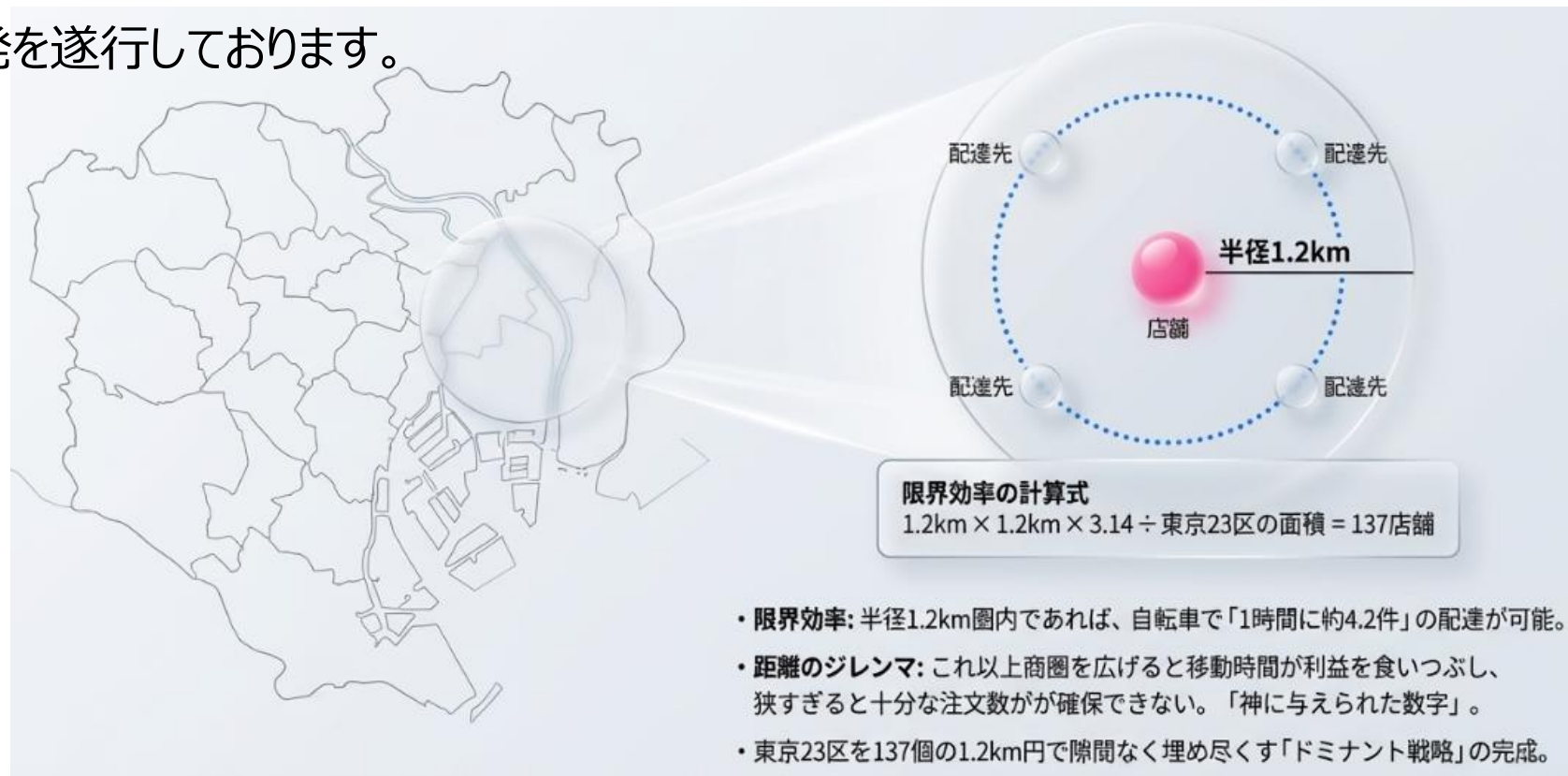
※「札幌」は2026年4月に進出済み



また、地元の酒類販売業を行う同業他社に対し、M&Aを視野に入れ、拡大を狙います。

当社はこれまで、半径1.2kmごとに配送拠点を設置。

物流拠点ありきの店舗開発を遂行しております。



店頭販売は、この物流拠点にある「在庫」を、ついでに一般消費者に販売するスキームであったため、再構築に当たっては、周辺環境に合わせた商品構成にするお店づくりを行う一方で、店頭を小型倉庫へ切替えたり、店舗面積が広い郊外店舗をプチセンター化することも進めてまいります。





1. 客単価の向上：商材拡大と「ワンストップ提供」

酒類単体の提供から、「事業・生活インフラ」への進化。

飲食店様が営業するにあたり、サプライチェーンの欠かせない存在となること。

飲食店様の機会ロスが最小となるよう、お酒だけでなく、原材料が足りなくなったら、すぐにお届けできる存在へ昇華してまいります。

また、一般消費者に対しても、重いものをお届けするだけでなく、「牛乳がなくなった」、「卵がなくなった」ときに、

最短1時間でお届けが出来る生活インフラへとなることを目指します。



1

2

プラットフォーム事業による既存事業への影響

1. 客単価の向上：「1時間枠」が生み出す相乗効果

一般的に、東京23区における再配達率は、10%超。

当社の再配達率は1%未満と他社と比較して低いのは、受取時間が1時間で設定されていることによるお客様の拘束時間が短いことが要因と考えております。

置き配などの普及により、一般的に、再配達率は低下に向かっていますが、自宅前の置き配が難しい冷蔵品や冷凍品は、受取が難しいままです。

当社の1時間枠のお届けサービスは、**冷蔵品や冷凍品の受取における課題解決**に非常に有効であり、顧客ニーズが高いサービスになると考えております。



1

2

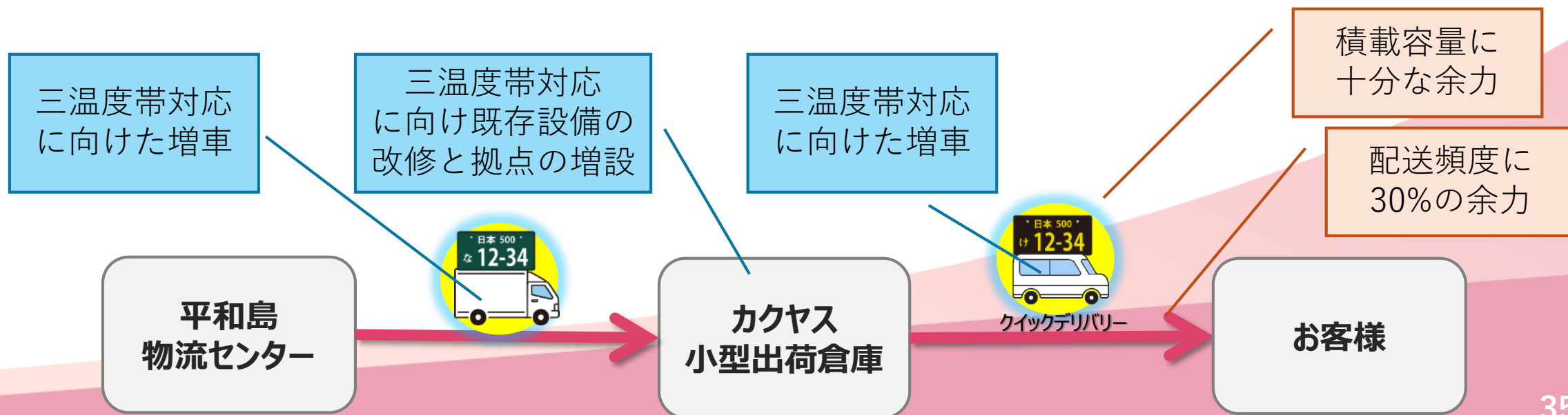
プラットフォーム事業による既存事業への影響

2. 配送効率の向上：非稼働時間と余白のマネタイズ

既存の物流網においては、ラストワンマイルにおける小型倉庫からの出荷に積載効率・頻度共に余剰があります。自社商品を拡大するとともに、他社商品にもこの便を活用いただくサービスを展開します。

半径1.2km圏内をグルグル回っているクイックデリバリーにおいて、すぐ隣に配達する密度があがれば効率は上がると考えております。

一方で、これまでの投資で十分な設備が整っていない「三温度帯対応」への投資についても順次実施致します。



3. 新規獲得率の上昇：圧倒的な利便性と「新市場開拓」

事業・生活インフラとなることで、圧倒的な利便性が構築されれば、他社への競争力が更に磨かれることとなり、**新規獲得率も向上**すると考えております。

また、これまで「酒類」を中心として提供していた飲食店や、酒屋として利用されていた一般顧客だけでなく、食事提供やカフェなどの飲食店やお酒を飲まない消費者に対してもサービスを提供し、新規市場を開拓します。

既存の顧客に酒類以外の商品を販売し、クロスセルを狙う。
また、酒類とは縁遠い顧客に対しても販売できるよう、新規市場開拓を狙う。

新市場①
[酒類以外]
食事中心の飲食店
& お酒を飲まない層

従来の顧客基盤
飲食店&お酒を飲む一般消費者

新市場②
[有償配送]
他社商品の配送

他社の商品を他社の顧客だけでなく、当社の既存顧客（新市場①を含む）にも配送。
同時に、他社の顧客に対し、当社の商品を販売するクロスセルも狙う。



離反率の減少：多品種の商材を日々配送、「途切れないインフラ」

事業・生活インフラとなり、圧倒的な利便性が構築されれば、他社へのスイッチングコストは相当高くなるものと考えております。また、同業他社が当社と同様の配送網を構築する参入障壁も相当高くなるのではないかと考えております。



人財に対する想い

お届けサービスを支え、地域の人々の願いを叶えるのが、当社の人財です。
人財の獲得と定着に全力で取り組み、一人ひとりの成長を支援し、サービスを磨くことが、持続的な企業価値の向上へ繋がると考えております。

人事戦略の価値創造プロセス

重点課題

人財育成

自ら考え行動する「自律型人財」を育成し、次世代リーダーを創出する。

DE&I推進

現場を支えてきたDNAを継承しながら、性別・時間・体力の壁を取り払い、多様な人財が誇りを持って活躍できる基盤を作る。

エンゲージメント

「ひとまいるらしさ」への共感を軸に、組織への帰属意識と貢献意欲を高め、働きがいのある組織を醸成する。

重点施策

自律的なキャリア形成支援と
チャレンジ機会の拡充

キャリア形成支援
パフォーマンス(業務遂行)能力向上
チャレンジ機会拡充

次世代経営人財の計画的育成

次世代経営人財プール
後継者の計画的育成

多様な働き方を可能にする
柔軟な制度の整備

勤務形態の選択肢拡充
障がい者の活躍推進
ライフイベントとの両立
多様性を支える組織文化醸成

ウェルビーイングの向上と
組織内コミュニケーションの強化


賞賛文化醸成
社内コミュニケーション強化
健康経営施策の深化

HRテクノロジーを活用した
人財情報の可視化と戦略的活用

人事データベース構築
人財ポートフォリオの構築
労働生産性向上


 “個”の
能力向上

人的資本の最大化


 “組織”の
強化

企業価値の向上

人財への還元

処遇改善・育成投資の拡大

採用力・定着力の向上

「働きたい企業」としての
競争力強化

組織ケイパビリティの
さらなる強化

事業の拡大・生産性向上

地域信頼の拡大

ひとまいるの想いの実現

6つのマテリアリティを継続して推進



環境



酒・飲食文化と社会問題



コミュニティ



サプライチェーンマネジメント



人財



ガバナンス

2WAY型サービスを活かした取り組みの推進

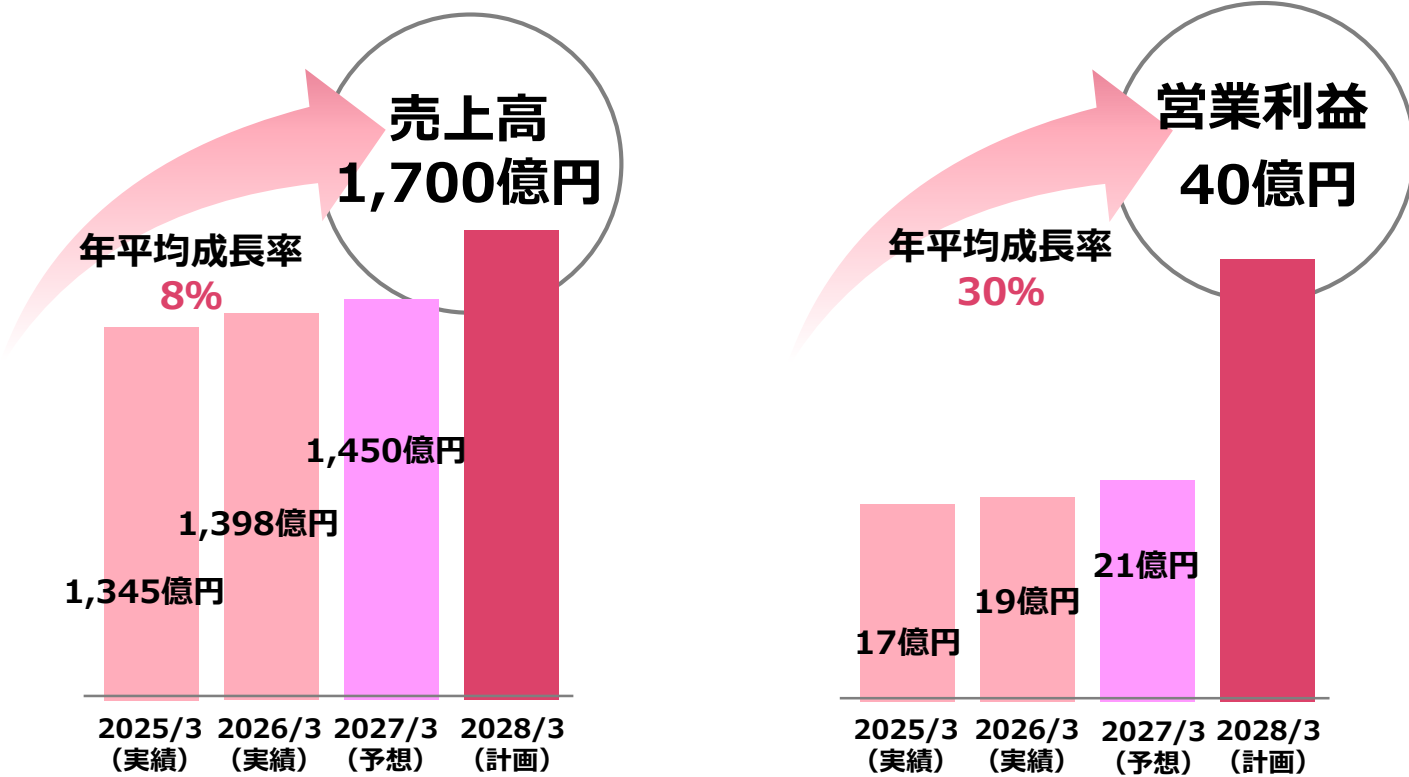
酒・飲食業界の発展への貢献

- 産学連携での研究（筑波大学との共同研究の取組）
- 酒蔵等の生産者への支援・提携（梅乃宿への出資）
- 飲食店におけるインバウンド対応や酒蔵等のアウトバウンド支援

連結数値目標① 全体



本計画の3年間は基盤構築の期間。5年後の2030年3月期には**2,300億円企業**へと大きく飛躍を狙います。

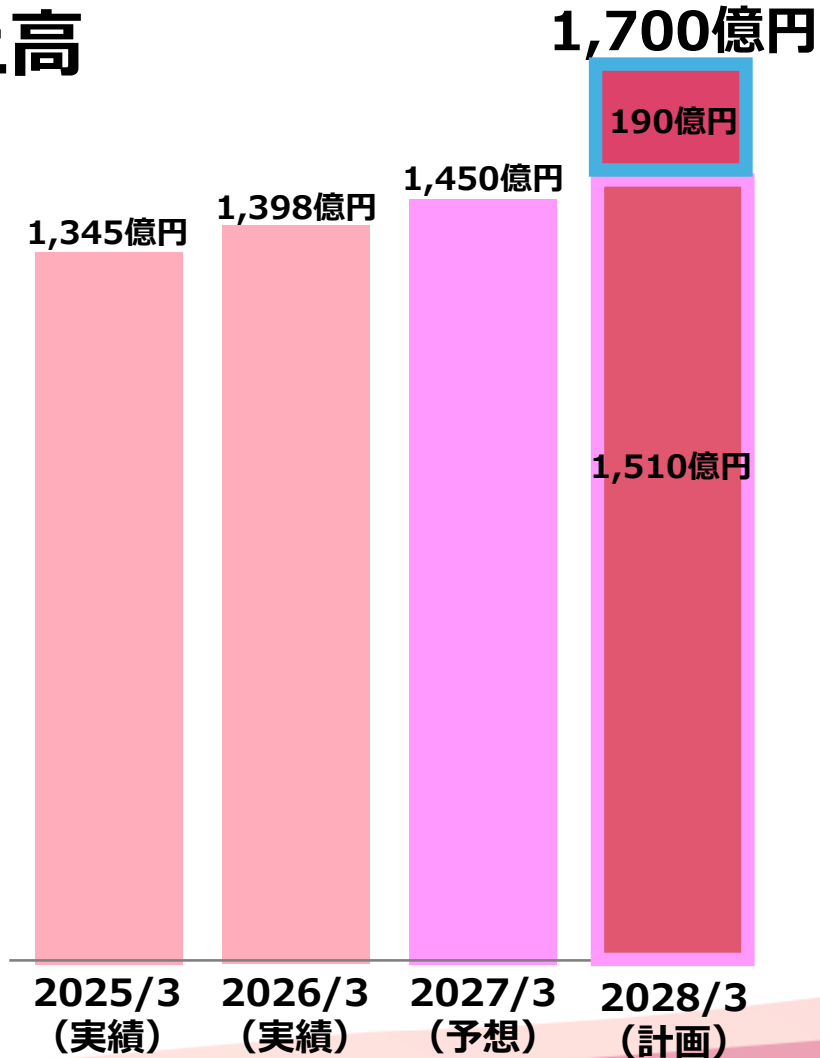


設備投資計画
3カ年 35億円

配当方針
累進配当
事業の成長の過程においては累進配当

2028年3月期においては、新リース会計基準の適用年度となるため、ROEや自己資本比率等の経営指標の目標設定を見送っております。新リース会計基準適用後の影響額が見込めた段階でこのような経営指標については検討してまいります。在庫の軽減などBSの圧縮や自己資本比率など、改善に取り組んでまいります。

売上高



食材などの販売

- ・食材販売チームを社内で構築

当社取引先45,000軒×20%×1店舗年間取引ave100万円=90億円

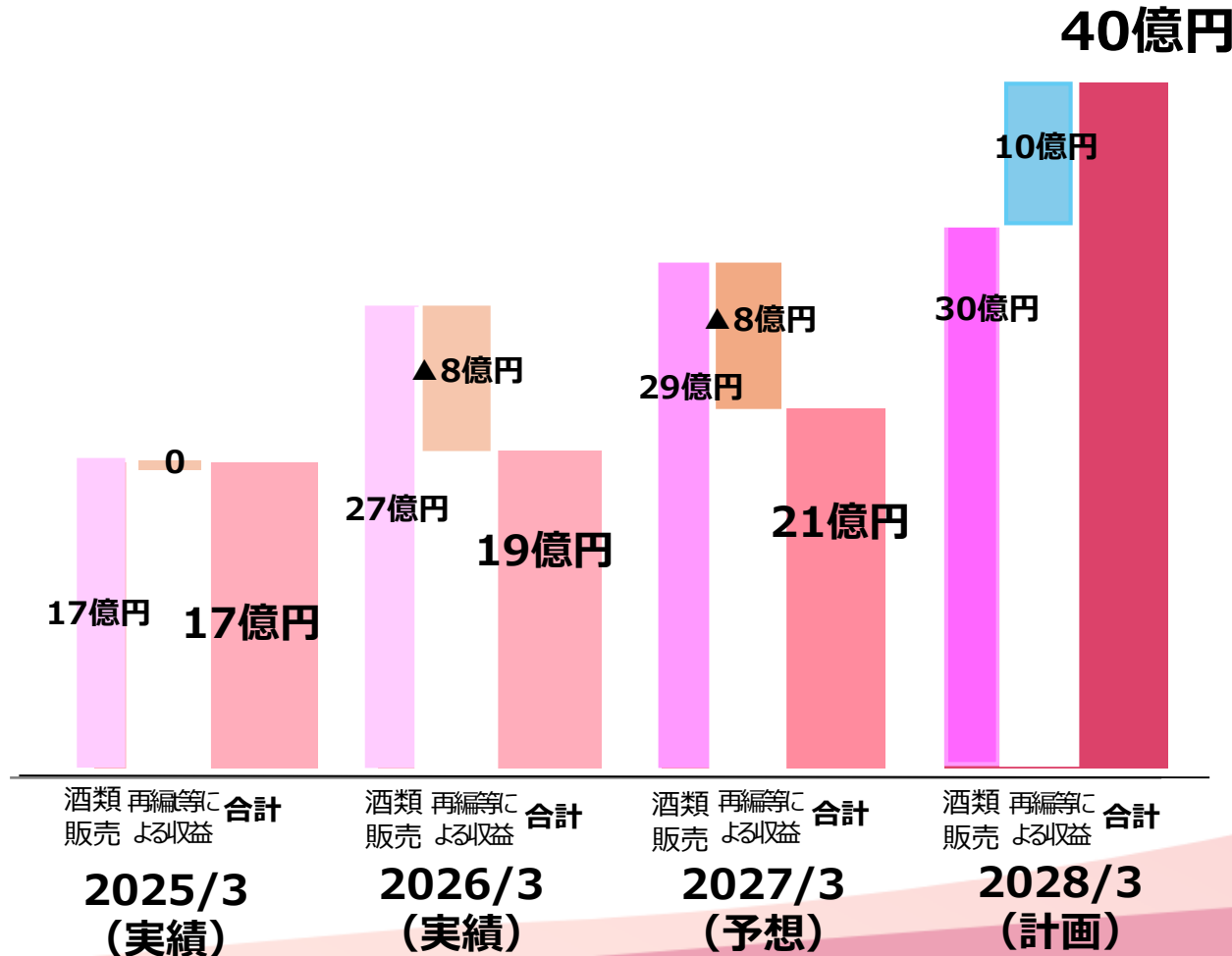
- ・食材卸企業をM&A

M&A対象企業の総額規模 100億円

酒類販売におけるCAGR 3.9%

- ・首都圏は未開拓エリアを開拓、新たな配送スキームの構築
- ・関西・九州においては積極的に拠点を設置し、営業開拓を進める
- ・札幌/仙台/名古屋/広島への進出

営業利益



・2025年3月期は、人員の採用強化により人件費が膨れたものの、2026年3月期以降は正常化

・2026年3月期以降は再編に伴うコストが2期連続で発生
2028年3月期で売上につながり利益化、配送コストを主に効率化されることで増益幅は大きくなる

当社は今日至るまで、「お客様のご要望に『なんでも』応えたい」という強い想いで事業を進めてきました。お客様のご要望に応える際に、お客様のお役に立てるためならば例え大きな利益が見込めなくても、Win-Winの関係が強固に構築できるという判断で事業を進めてまいりました。

その結果が、例えば、『毛細血管』の様に張り巡らせた物流網です。お客様の商品がなくなった際にすぐ届けられるように追求した結果、1時間ですぐ配達できる物流網が構築され、競争優位性が生まれました。当社が現在、他社を凌ぐ粗利率を維持できているのは、「顧客にとっての利便さ」の追求が今も昔も変わらず追求しているためであり、当社の根幹の経営スタンスとも言えます。

一見、収益性の悪い（非効率な）サービスであっても、求めていただけるお客様がいて、最終的に数字が整うようにサービスに工夫を凝らす（効率化の追求）ことができるのが当社の最大の強みとも言え、競争優位性を構築する源泉と考えております。

あなたの「ほしい」へ、まっすぐに。



ひとまいる

ひとまいるグループ

地域の人々の暮らしの
どんな小さな願いも叶えたい

一歩先の便利さで、心弾むひとときをお届けします

<個別面談のお申込み先>
株式会社ひとまいる IR担当
ir@hitomile.co.jp

・会社名
・ご氏名
・ご希望日時
をご記載のうえ、ご連絡ください。

あなたの「ほしい」へ、まっすぐに。



ひとまいる

ひとまいるグループ

地域の人々の暮らしの
どんな小さな願いも叶えたい

一歩先の便利さで、心弾むひとときをお届けします

注意事項

本資料は当社についての情報提供を目的とするものであり、当社株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定はご自身の判断において行っていただくようお願いいたします。

資料の内容については、現在入手可能な情報から構成しておりますが、これらの内容はリスクや不確実性を含んでおり、将来における実際の業績は、様々な影響によって予想とは大きく異なる可能性があります。