

アニュアルレポート 2009

～和 訳～

“HAPPINESS MADE CONVENIENT!!”

ーコンビニのある幸せ！！ー



【目 次】	ページ番号	
	アニュアルレポート	和訳
●●巻頭特集	P. 2～P. 7	P. 1～P. 4
・サークルKサンクスの今日、そして明日	P. 2～P. 5	P. 1～P. 3
・“コンビニのある幸せ!!” ～4つの価値創造～	P. 6～P. 7	P. 4
●●社長メッセージ ～株主・投資家のみなさまへ	P. 8～P.12	P. 5～P. 8
●●サークルKサンクスの価値創造	P.13～P.23	P. 9～P.15
・顧客価値創造	P.14～P.15	P. 9～P.10
・商品価値創造	P.16～P.19	P.11～P.13
・店舗機能価値創造	P.20	P.14
・基盤価値創造	P.21	P.15
・福岡県に出店開始	P.22	P.16
・2011年2月期には再び増益基調へ ～“修正3ヵ年計画”～	P.23	P.17
●●コーポレートガバナンス	P.24～P.26	P.18～P.20
・コーポレート・ガバナンスの基本方針と施策の状況	P.24～P.25	P.18～P.19
・内部統制システムへの取り組み	P.25～P.26	P.20
●●企業としての社会的責任の取り組み	P.27～P.28	P.21～P.22
・環境の取り組み	P.27	P.21
・社会貢献活動の取り組み	P.28	P.22
●●経営者による経営成績と財政状態の分析	P.30～P.43	P.23～P.35

※「経営者による経営成績と財政状態の分析」のマーク  は「投資家ガイドブック 2009年」を現しており、該当ページではさらに詳細な情報をご覧いただけます。



株式会社 サークルKサンクス

巻頭特集

サークルKサンクスの今日、そして明日

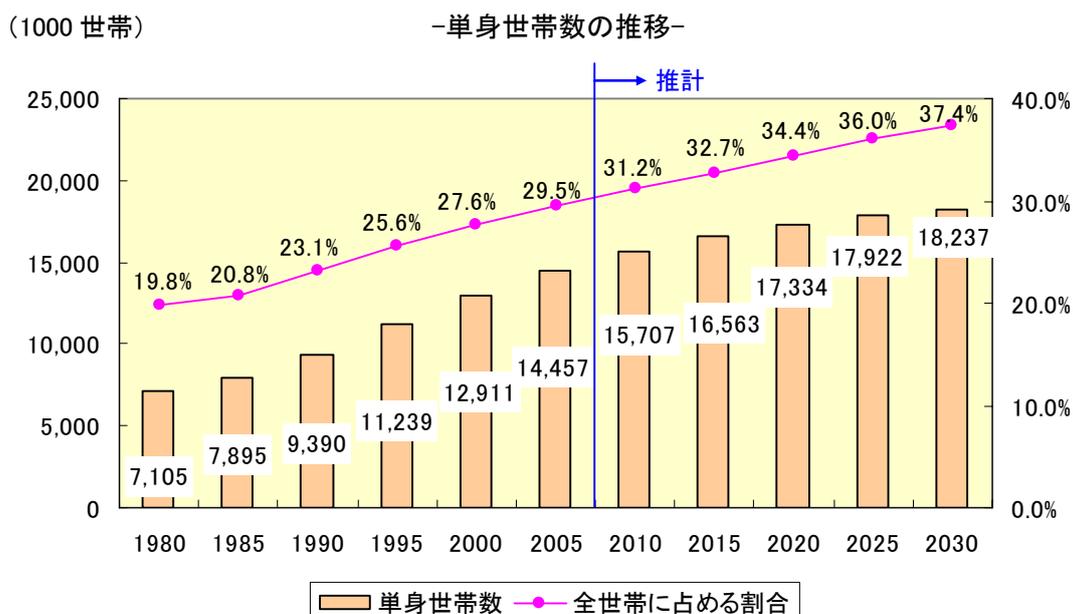
日本にコンビニエンスストアが誕生して 35 年。お客様のライフスタイルや社会の変化に対応し、コンビニエンスストアもまた変化を続けてきました。サークルKサンクスは、これからも時代のニーズに対応し、進化するコンビニエンスストアであり続けます。

Perspective - 観点 - (アニュアルレポート P.2~P.3)

● 社会構造の変化により、食のスタイルが変化

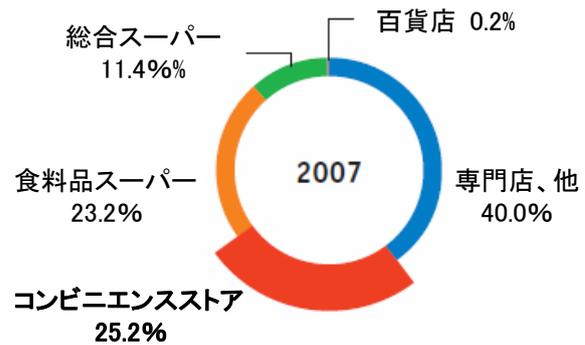
かつての日本では、大家族の下、家庭で作って食べる食事形態である「内食」が主流でした。しかし、今日の日本では、高齢化社会の進展や単身世帯の増加、そして女性の社会進出などに伴う社会構造やライフスタイルの変化により、飲食店などで食べる食事形態である「外食」や調理済みの食品を購入し、持ち帰って食べる食事形態、いわゆる「中食」の需要が増加し、食の消費動向が大きく変化しています。

単身世帯数は増加の一途を辿っており、2010年には全世帯数の3割に達する見込みです。また、急速に進展する高齢化にあって、今後高齢者の単身世帯が大きく増加するものと予測されています。単身世帯の増加や働く女性の増加を背景に、調理時間の節約、食事作りの面倒さ、不経済さなどの理由により、これまでの内食志向から食の外部化志向が高くなっています。1970年代より市場規模を拡大してきた外食産業は、1990年代後半から縮小傾向となり、代わって台頭したのがコンビニエンスストアのお弁当やスーパー・百貨店の惣菜に代表される「中食」市場です。

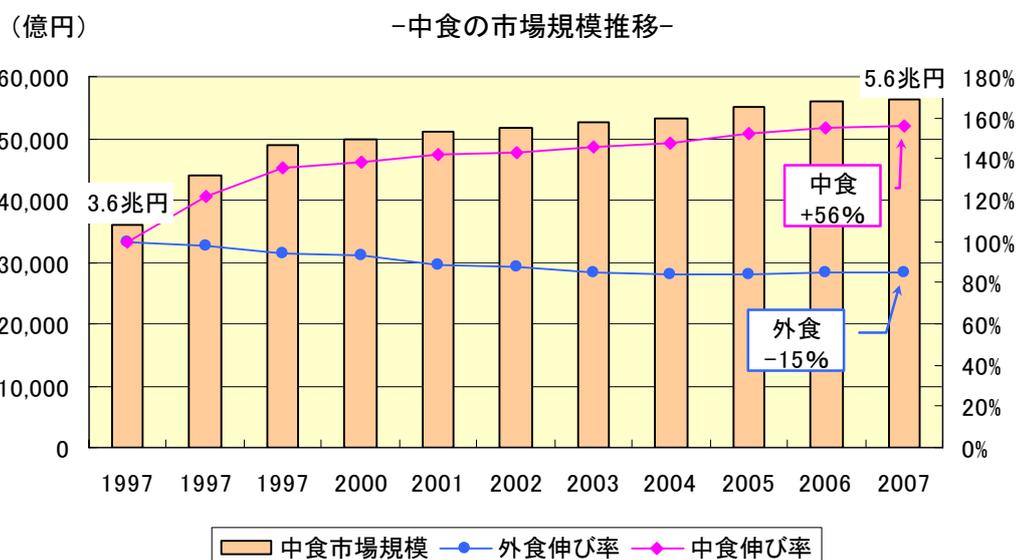


出所: 国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計」より、サークルKサンクス作成

中食の市場規模は年々拡大しており、2007年には5兆6400億円に上りました。また、2007年には10年前と比べ、外食市場が15%減少している一方で中食市場は56%増加しています。コンビニエンスストア各社ではファーストフードの取組みを強化していることもあり、中食市場におけるシェアは全体の1/4を占めるまでになっています。



出所：(社)惣菜協会より、サークルKサンクス作成



出所：(財)外食産業総合調査研究センターより、サークルKサンクス作成
(注)伸び率は1997年を100として指数化

Prospects - 見通し - (アニュアルレポート P.4)

● 「身近なお店」コンビニエンスストアのチャンス拡大！

遠方まで買い物に出掛けるのが困難な高齢者や、家事や買い物を簡単に済ませたい単身・共働き世帯などの増加を背景に、消費者のコンビニエンスストアの利用法は多様化しています。生活拠点に一番近い街の「身近なお店」として、年中無休 24 時間営業で商品とサービスをご提供するコンビニエンスストアは、その利便性に加えて、お客様ニーズを捉えた価値あるサービスによって、事業機会を広げていくことが可能です。

Potential - 将来性 - (アニュアルレポート P.4~P.5)

● 進化を続けるコンビニエンスストアであるために

ニーズが高まる「中食」では、おいしく、魅力的なファーストフードの商品開発に注力しています。ただ単においしいだけでなく、保存料、合成着色料は使用せず、安心・安全にも配慮しているほか、「THINK BODY」シリーズでは、高まる健康志向のお客様のニーズにもお応えしています。また、おいしさを追求し、素材や製法にもこだわった当社の看板商品や揚げたてのおいしさをご提供するフライヤーの導入、焼きたてパンなどの立地対応型の品揃え強化など、おいしく、魅力的な商品の開発はとどまることはありません。

店頭でのサービスも日々進化しています。24 時間いつでもお支払い可能な料金収納代行サービスをはじめ、インターネットの通信販売で購入した商品の店頭受取サービス、ATM サービス、新たに導入したマルチコピー機ではデジタルカメラのプリントも店頭で出来るようになりました。また、現在導入を進めているカルワザステーションでは、スポーツ振興くじやコンサートチケットの購入をはじめ、今後のコンビニエンスストアの可能性を広げるような魅力的なコンテンツを順次導入してまいります。



HAPPINESS MADE CONVENIENT !!

(アニュアルレポート P.6~P.7)

サークルKサンクスは拡大路線に走るのではなく、国内店舗の基盤固めを最優先とし、個店ごとの「質」の向上に取り組むことで、変化する時代のニーズに対応しています。当期は4つの価値創造改革に向けて、様々な取組みにチャレンジしてまいります。

顧客価値創造

「お客様にもっと愛されるお店」を目指し、当期も引き続き「夢WAKU²プロジェクト」の推進でお客様満足度向上に取り組むほか、加盟店支援をさらに強化することで加盟店とのより強固なパートナーシップを築いてまいります。



商品価値創造

今期は、3大ブランド商品において新機軸の商品開発にチャレンジいたします。また、社会情勢やライフスタイルの変化に対応するため、割安価格のお弁当の発売や揚げたてのおいしさをご提供するフライヤーの導入推進、立地対応型商品の品揃え強化にも取り組んでまいります。



Constant Pursuit of Value “価値の持続的 pursuit”

店舗機能価値創造

お客様のさらなる利便性向上を実現するため、当社は2008年2月期から大型のシステム・サービス機器への投資を実施してまいりました。当期に全店（一部店舗を除く）への導入が完了する店頭情報端末「カルワザステーション」では魅力的なコンテンツを順次投入するほか、北陸へもATMサービスを拡大してまいります。



基盤価値創造

利益追求体質の強化に向け、「無駄カイゼンプロジェクト」において引き続き費用対効果の追及に取り組むほか、当期は新たに購買コストの削減にも着手いたします。また、既存店の契約更新においてもフランチャイズ契約を統一してまいります。



株主・投資家のみなさまへ

(アニュアルレポート P.8～P.12)



サークルKサンクスは、今年で合併5周年を迎えます。この間、コンビニエンスストアを取り巻く環境やお客様のニーズは大きく変化してきました。大きな時代のうねりの中、今後も様々な挑戦と変革を続け、サークルKサンクスの新たな価値を創造してまいります。

代表取締役社長 中村 元彦

● 2008 年度を振り返って

当期は、「挑戦と役割」を経営方針とし、「Change」のキーワードのもと、新店のフランチャイズ契約の統一をはじめ、当社の第3の看板商品となるパスタの新ブランド「rubetta」の立ち上げ、新システムや新サービス機器への大型投資、「夢WAKU²プロジェクト」においてのお客様満足度を高める取り組み推進など、様々な挑戦と変革(Change)を実践することが出来ました。私は社長に就任した際、フランチャイズ契約の統一と看板商品を作り上げることを目標としていましたが、これまで蒔いてきた種が、少しずつ実となりつつある手応えを感じられる1年となりました。

売上面では、taspo(タスポ)カード対応の成人識別たばこ自動販売機の導入による追い風はありましたが、主力商品の強化により当社の三大ブランドであるオリジナルデザート「Cherie Dolce」、オリジナルパン「おいしいパン生活」、パスタの新ブランド「rubetta」の好調も収益改善に寄与しました。この結果、当期の既存店前年比は単体ベースで+4.1%と前期の-1.8%より大幅に改善し、連結チェーン全店売上高は前期を378億円上回る9,402億円となりました。当初計画では、大型投資に関わる費用の増加で減益を見込んでいましたが、売上の好調と費用対効果の徹底による経費削減により、増収増益を達成することが出来ました。

● 「3カ年計画」を修正しました

3カ年計画の初年度にあたる2009年2月期は、前述の通り増益を達成し、2008年4月に発表の当初3カ年計画を大幅に上回る結果となりました。これらを踏まえ、2年目以降の計画を修正いたしました。2年目にあたる2010年2月期は、大型投資に関わる費用の増加が本格化することから、当初の3カ年計画通り減益計画を余儀なくされますが、最終年度である2011年2月期には再び増益基調の回復を目指してまいります。

修正3ヵ年計画

(単位: 店、百万円)

	実績	修正計画	
	2009/2期	2010/2期	2011/2期
出店	312	319	330
閉店	287	280	291
期末店舗数	5,263	5,302	5,341
既存店前年比	+4.1%	+0.5%	+0.5%
値入率	28.11%	28.01%	28.07%
チェーン全店売上高	940,232	960,110	983,880
営業総収入	213,398	212,120	221,880
営業利益	23,010	20,470	20,920
経常利益	22,566	19,200	19,270
当期純利益	9,435	9,100	9,190

(注) 既存店前年比と値入率は「単体ベース」

● **引き続き厳しい経営環境の中、ピンチをチャンスに！**

2008 年秋以降の世界的な金融危機に伴い急速に悪化した国内景気にも、輸出や生産で一部改善の兆しが現れ始めているものの、雇用情勢の悪化により個人消費の冷え込みは今後も続くものと予想しています。また、小売や外食各社による低価格競争の過熱も予想され、業態を超えた競争は一層激化していくことでしょう。しかし、私たちコンビニエンスストア業界は、元々不況に強い業種です。消費の落ち込みは否めませんが、その落ち込んだ消費の中での的確にお客様のニーズをつかみ、スピードを持って対応していくこそがピンチ脱出の鍵であると考えています。一方、これまで厳しい状況であった加盟候補者の獲得や店舗スタッフ不足などにとっては、優秀な人材を確保する絶好のチャンスです。ピンチを嘆くのではなく、チャンスの芽を確実に捉え、この厳しい現状を打破してまいります。

● **2009 年度の経営方針は「挑戦と行動」**

2009 年度の経営方針を「挑戦と行動」としました。私はこの経営方針に、「常に新しいことを提案し、新しいコンビニエンスストアを作っていこう、それを全社員が具体的に行動し達成していこう」という思いを込めました。また、収益構造や社会構造が変化する中、常に新しいことに挑戦し続けなければ、勝ち残っていくことは出来ません。経営方針のキーワード「変える・捨てる」のもと、過去のやり方やしがらみを捨て、いかに新しいやり方に変えていくことが出来るか。今期は、強い意志を持って意識改革を図り、利益追求体質を強化してまいります。

● **持続的な成長を目指して、価値創造にチャレンジ！**

厳しい時代だからこそ、私は最近「お客様あつての商売、加盟店あつての本部」という小売業として、またフランチャイズビジネスとしての原点に今一度立ち返る必要があるのではないかと強く感じています。お客様のニーズに徹底的に応え、愛される店舗になるために何をすべきか。顧客価値実現を目指し、今期は加盟店へのバックアップも強化してまいります。お客様満足の向上に向けては、引き続き「夢WAKU²プロジェクト」を通じて、本部と加盟店オーナー・スタッフが一丸となって様々な取り組みを推進してまいります。また、今期より「加盟店ヘルパー制度」を導入し、

子会社を通じて加盟店への人材派遣サービスを開始するほか、新たに「共済会」を立ち上げ、加盟店の福利厚生を充実させていく計画です。

商品価値向上に向けては、攻めのマーチャダイジングのもと、ここ数年主力商品の強化に取り組んでまいりましたが、3大ブランド「Cherie Dolce」、「rubetta」、「おいしいパン生活」は、当社の看板商品として着実に成果をあげております。これらの商品は、他チェーンとの差別化を図るために今後も徹底強化を継続いたします。また、新たな売上作りとして、計画を前倒しにして前期よりフライヤーの導入を開始しました。今期さらに導入を進め、2010年度までには2000店へ導入を拡大する計画です。私は、フライヤーの導入は単にカウンターフーズの強化に止まらず、将来的には高齢者対策として惣菜強化に活用出来るのではないかと考えています。

景気悪化の中、少しでも安いものを買いたいお客様ニーズにこれまで以上にお応えしていくことも、今期は重要なポイントになります。そこで、500円価値のお弁当を380円でご提供する「元気応援弁当」を販売するほか、低価格のオリジナル飲料の開発、ユニグループのシナジーを発揮したグループプライベート商品の導入を推進しています。同時に高品質、高付加価値商品も取り揃えることで、二極化するお客様のニーズにお応えしてまいります。また、新しいコンビニエンスストア作りに向けては、淹れたてコーヒーや焼きたてパン、フレッシュジュースの販売など、立地の特性にマッチしたパッケージ商品の導入、新たな販売方法にも積極的にチャレンジする考えです。



焼きたてパン

立地の特性にマッチした商品として、毎日店内で焼き上げたパンを販売しています。



元気応援弁当

お客様の低価格志向の高まりに対応するため、500円価値のお弁当を380円の割安価格でご提供する「元気応援弁当」

2007年度の新POSレジ導入を皮切りに、2008年度には新ストアコミュニケーションサーバーやマルチコピー機、カルワザステーションの導入、将来のサービスビジネスに向けた光ブロードバンド敷設、「バンクタイム」ATMサービスの地域拡大と矢継ぎ早にお客様の利便性向上に向け、店舗機能の価値を高める投資を行ってまいりました。投資家の方々からは、「減益してまで、本当に必要な投資なのか？」とのご質問をいただきました。しかし、競争激化の中で当社が生き残るため、また新しいコンビニエンスストアを確立するためには不可欠な投資なのです。今後、ますます競争が厳しくなるサービスビジネスを強化すべく、今期新たに「情報サービス本部」を新設いたしました。多大な投資を確実に成果に結びつけていこう、カルワザステーションを基点に新たなコンテンツを拡大するほか、通販ビジネスなど新たな可能性を追求する計画です。

攻めの経営の一環として前述のような大型投資を実施する一方、コンビニエンスストア・フランチャイズビジネスの高コスト化、収益構造の変化に対応するため、あらゆる投資・費用支出に関してその効果検証や無駄撲滅を徹底した「守り」としてのローコスト経営にも取り組んでおります。前期より「無駄改善プロジェクト」を立ち上げ、コストに対する全社的な意識改革や費用対効果の追及を行った結果、様々なコスト削減に繋がり、前期の利益を押し



し上げる一因にもなりました。今期からは、電子入札の導入などによる物品やサービスの購買コストの削減にも取り組み、さらなる無駄の削減に取り組んでまいります。また、新店のフランチャイズ契約統一に続いて、2009年7月からは既存店の契約更新でも統一契約がスタートします。今後さらなる業務効率および経営効率の向上を見込んでおります。これらの取り組みを通じて利益追求体質の強化を図り、当社の確固たる基盤価値を確立してまいります。

● 事業エリアを拡大

2009年7月に福岡県への店舗展開を開始しました。当社は後発での出店になりますが、だからこそこれまでのコンビニエンスストアに縛られない、後発ならではの様々なチャレンジを開店時から積極的に行う考えです。今後、早期に店舗のドミナント構築を図り、鹿児島県・熊本県に出店しているエリアフランチャイザーである南九州サンクス株式会社とともに、今後5年間に九州全体で300店体制を目指してまいります。

● 決めたことを徹底してやり抜く企業風土に！

「夢WAKU²プロジェクト」においては、2009年5月に「聞く耳部会」を新たに設置しました。お客様と最前線で接している加盟店やスーパーバイザーからの様々な意見、要望が私たち経営陣に必ず伝達される仕組みによって、スピーディーな業務の改善・変革に繋げる計画です。また、社員からは改善要望だけでなく、新規事業や新しいコンビニエンスストアに繋がるような提案も募っていきます。当社が成長を続けるためには、傍観者は必要ありません。自らが考え、行動する。決めたことは徹底してやり抜く、全員参加でチャレンジし続ける企業風土を築いてまいります。

厳しい環境下においても常に新しいことに「挑戦」し、過去のやり方・しがらみを捨て、変革することを恐れず、全社一丸となってさらなる業績の向上を目指してまいる所存です。株主、投資家の皆様におかれましては、変わりゆく当社へご理解をいただき、今後とも変わらぬご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

2009年7月
代表取締役社長 中村 元彦

特集

サークルKサンクスの価値創造

(アニュアルレポート P.13~P.21)

コンビニエンスストアを取り巻く環境が大きく変化
中、持続的な成長を目指し、当社は4つの価値創造に
チャレンジしてまいります



顧客価値創造

(アニュアルレポート P.14~P.15)

競争が激化するコンビニエンスストア業界において、距離の近さや 24 時間営業などかつての優位性だけでは競争に勝ち残ることは出来ません。気持ちの良い接客はもちろん、欲しい時に欲しい商品が十分に品揃えされ、清掃が行き届いた店舗。そんなお客様に選ばれる店舗を目指し、今期も引き続きお客様満足向上に向けた取り組みを実践するほか、これまで以上に加盟店支援を強化することで顧客価値の最大化を目指してまいります。

「夢WAKU²プロジェクト」を推進

当社は、前期より「お客様にもっと愛されるお店」を目指し、本部と加盟店オーナー・スタッフがー丸となってお客様満足度の向上に取り組む「夢WAKU²プロジェクト」を推進しています。前上期には、「お客様満足向上フォーラム」を全国 36ヶ所で 49 回開催し、お客様満足度を高めるためのビジョンの共有を図りました。また、前下期には全国の加盟店スタッフを対象に、当社では初めての「フレンドリーコンクール」を開催し、お客様と最前線で接するスタッフのモチベーション向上を目指しました。これらの取り組みの結果、当社固有の評価基準であるお客様満足評点やフレンドリー項目が 2007 年度に比べ改善し、着実に成果が上がってきております。

今期も引き続き、前回は上回る規模で「お客様満足向上フォーラム」を開催し、本部と加盟店がともにお客様満足向上に向けて「目指すべき姿」を共有してまいります。また、「フレンドリーコンクール」も実施し、スタッフの人材育成に繋げることで、これまで以上により良い接客サービスのご提供を目指す考えです。

「お客様にもっと愛されるお店」を目指し、今期も前期を上回る規模でお客様満足向上フォーラムを開催します。



また、「夢WAKU²プロジェクト」を進化させるため、2009年5月より「聞く耳部会」を新たに設置しました。この「聞く耳部会」には2つの取り組みがあります。一つは、最前線でお客様と接点を持つ加盟店からの意見や要望を経営陣に伝達される仕組みにより、スピーディーな業務改善に繋がっていきます。もう一つは、当社の将来の事業拡大に繋がるような新たな提案や新しいコンビニエンスストア作りに向けてのアイデアを社員から募っていくものです。これらの取り組みを通して、様々な意見や要望を確実に経営トップに届け、良い意見や提案を実行に結びつけてまいります。

加盟店とのパートナーシップをより強固に！

「お客様にもっと愛されるお店」の実現に向けて、今期は加盟店への支援をさらに強化してまいります。まず、2009年1月に設立した株式会社リテイルスタッフを通じて、加盟店オーナーの慶弔、緊急時の休日取得、人手不足時に人材派遣サービスを行う「加盟店ヘルパー制度」を7月より導入いたしました。また、これまで双方のチェーンにあった共済会を11月に「サークルKサンクス共済会」として統合し、加盟店オーナーの福利厚生制度や各種保険制度をより一層充実させる計画です。厳しい経営環境だからこそ、加盟店との共存共栄を本部が体現することで、信頼関係を構築し、加盟店にとって魅力あるチェーンを目指してまいります。



オーナー、スタッフが笑顔でお客様をお迎え出来るよう、今期当社は加盟店支援を強化しています。





商品価値創造

(アニュアルレポート P.16~P.19)

他チェーンとの差別化を図る3大ブランド商品のさらなる強化はもちろん、新たな売上を創出するためのフライヤーの導入、二極化するお客様のニーズに応えるリーズナブル価格の商品やプライベートブランド商品の拡充。商品価値の向上を目指し、攻めのマーチャンダイジングにチャレンジし続けてまいります。

サークルKサンクスの強みとなる主力商品を徹底強化

当社は、他チェーンとの差別化を図る主力商品の強化に取り組んでおります。素材や製法にもこだわり、ゼロから商品を開発し直すことでおいしさを追求し、またブランドを立ち上げお客様への訴求にも注力してまいりました。2007年5月に誕生したオリジナルパン「おいしいパン生活」を皮切りに、2007年11月にはオリジナルデザート「Cherie Dolce」を立ち上げ、2008年10月にはオリジナルパスタ「rubetta」が誕生しました。これら3大ブランドは、前期においてもお客様のご支持を獲得し、売上は好調に推移しました。当社は、この3大ブランド商品を看板商品と位置づけ、今期も徹底的に育成強化をしてまいります。

今期はこれらのブランド商品において、新機軸の商品開発にチャレンジしております。「おいしいパン生活」では、市場で人気の高いドーナツを拡充し、「Cherie Dolce」では素材や製法にもこだわった本格派の和風デザートを新たなラインナップとして展開しています。また、「rubetta」では夏に向けて冷製パスタシリーズを発売しました。新たな商品展開でさらなるお客様のご支持、新たなファン獲得に繋げ、売上の向上を目指してまいります。

2009/2期実績	 PBデザート 「Cherie Dolce」 (2007年11月～)	 パスタ 「rubetta」 (2008年10月～)	 PBパン 「おいしいパン生活」 (2007年5月～)
店あたり売上前年比	125%	122%	103%

また、今期は惣菜カテゴリーの強化にも取り組んでいます。健康志向に伴う野菜へのニーズの高まりに加え、生活防衛意識による外食から中食傾向へとニーズが変化する中、市場で伸長している野菜サラダをターゲットとし、5月にサラダを全面リニューアルいたしました。今回のリニューアルでは、これまでのコンビニエンスストアにはなかった新しいスタイルのサラダ

これまでのコンビニエンスストアにはなかった新しいスタイルの野菜サラダが誕生しました。



ふるふるスタイル「カラフルサラダ」(¥230)
 食べる直前に振るだけで、色とりどりの野菜とドレッシングが混ざり、手軽に食べられるサラダです。

の開発に挑戦しました。

食べる直前に振るだけで召し上がれるように野菜とドレッシングとなる味付き寒天を層状にした「ふるふるスタイル」と、主食と主菜、野菜が一度にバランスよく摂取できる「まぜまぜスタイル」を品揃えし、おいしいだけでなく、コンビニエンスストアならではの「忙しい時でも手軽に食べられる」ニーズを実現した商品が誕生しました。



オリジナルデザート
Cherie Dolce



オリジナルパスタ
rubetta



素材や製法にもこだわり、おいしさを追及した当社の看板商品です。今期は新機軸の商品開発にも挑戦しています。他チェーンとの差別化を図る商品として、今後も育成を強化してまいります。



オリジナルパン
おいしいパン生活



新たな売上作りにチャレンジ

当社では、個店の置かれている立地や環境によって、基本の品揃えではカバーしきれないお客様の特徴的なニーズに対応するため、立地対応型の品揃え強化に取り組んでいます。

前下期より、立地対応型品揃えとして「フライヤー」の導入を開始しました。2009年7月までに約840店まで導入が進んでいますが、新たな売上作りとして、今後2011年2月期末には2000店にまで導入を拡大する計画です。売上好調が続くフライドチキンなどの蓄肉系アイテムだけでなく、今後はスイーツ系のアイテムも取り入れて差別化を図っていくほか、将来的には揚げ物などの惣菜にもチャレンジしていく考えです。

また、前期には立地対応型商品を「パッケージ」として、コーヒーや焼きたてパン、フレッシュジュース、輸入菓子などの実験を行いました。これらパッケージ商品の展開によって、新しい客層の獲得や客単価アップなどの成果が確認出来たことから、今期は立地特性を見極めながら導入を推進してまいります。中でもコーヒーマシーンは、オフィス立地やロードサイド立地の店舗を中心に約 850 台導入する計画です。また、パスタ・カレー、和菓子などについても来期以降の導入に向けて、今期 60 店程度で実験を推進してまいります。

立地対応型商品の展開は、新たな売上獲得に繋がるとともに、これからの新しいコンビニエンスストアの品揃えを模索するためにも、引き続きチャレンジしてまいります。

新たなコンビニエンスストア作りに向けて、立地の特性にマッチした商品の品揃えや新たな販売方法に積極的に取り組んでいます。



二極化するお客様ニーズへの取り組み

景気低迷が続く中、生活防衛意識の高まりから、お客様は低価格へのニーズを強めています。当社は安易な安売り合戦には追随しないものの、今期は一部の商品で低価格商品の展開にチャレンジいたします。一方で、高品質・高付加価値の物品に対するニーズも根強くあるのが現状です。当社は、お手頃・低価格商品と高品質・高付加価値商品の品揃えバランスにより、こうした消費の二極化への対応を図ってまいります。

消費低迷や外食など他業種との価格競争のあおりを受けて、売上が伸び悩んでいる弁当類の挺入れ策として、500 円価値の弁当を 380 円の割安価格でご提供する「元気応援弁当」を 4 月から 6 ヶ月間の期間限定で展開しています。その一方で、高品質・高付加価値の弁当を併せて販売することで、米飯トータルの発注、販売強化に繋げる計画です。

また、ユニグループとしての調達力、開発力などのシナジーを活かしたグループ共通のプライベートブランド商品として、価格訴求型の「e-price」と高付加価値型の「+KACHIAL(カチアル)」の導入を拡大します。今期は、この 2 ブランドに加え、当社単独のプライベートブランド商品も含めた 335 アイテムで、販売目標 300 億円を目指してまいります。

2009 年 6 月、医薬品販売の実験を開始

2009年6月1日からの「改正薬事法」の全面施行により、登録販売者がいればコンビニエンスストアにおいても、大衆薬の約9割を販売することができるようになりました。これを受けて当社は、直営店1店において風邪薬、胃腸薬、栄養ドリンクなど第二類と第三類に分類される大衆薬約200種類の医薬品の販売を開始しました。お客様の医薬品へのニーズは高く、直営店での販売を通じて今後の医薬品展開の可能性を検討してまいります。



店舗機能価値創造

(アニュアルレポート P.20)

コンビニエンスストアはただ単に物販を販売する商店から、様々なサービス機能を付加したことで社会のインフラとしての確固たる地位を築きました。サークルKサンクスは、進化し続けるコンビニエンスストアであり続けるため、またさらなるお客様の利便性向上を実現するため、これからも店舗機能価値を高めてまいります。

店舗情報端末「カルワザステーション」の導入で新しい可能性が広がります！

当社は、将来の売上や利益の拡大を目指し、2008年2月期よりシステム・サービス関連の大型投資を行ってまいりました。2009年2月期には、新ストアコミュニケーションサーバーやマルチコピー機を全店へ導入したほか、店頭情報端末「カルワザステーション」の導入も開始しました。また、次世代のサービスに向けた光ブロードバンドも敷設し、今後のサービスの可能性を確立する店舗インフラが整いました。

特に「カルワザステーション」の導入は、店舗スタッフのオペレーション軽減を実現するほか、これまで対応出来なかった多様なサービスの展開が可能となります。2009年3月からは、スポーツ振興くじ「toto」「BIG」の取扱いが始まりましたが、今後も魅力的なコンテンツを順次展開してまいります。

今後ますます競争が厳しくなることが予想されるこれらのサービスを強化するため、今期の組織変更において「情報サービス本部」を新設しました。これにより、「カルワザステーション」を基点とし、通販ビジネスなども含めた新しい可能性を求めて、様々な挑戦をこれまで以上に進めてまいります。



カルワザステーションは、2009年8月までに全店への導入が完了する計画です。今後のコンビニエンスストアの可能性を広げるような、魅力的なコンテンツを順次導入してまいります。

「バンクタイム ATM」の展開地域拡大

当社は、2009年2月期末現在、「ゼロバンク ATM」と「バンクタイム ATM」サービスを2府19県の3,958店舗で展開しております。2009年5月より、石川県と福井県でも「バンクタイム ATM」の設置を開始しました。また、2009年秋以降には、富山県の店舗でもサービス開始の予定です。これにより、今期末には約4,300店でATMが導入され、導入率は約7割となります。コンビニエンスストアへのATM設置のニーズは高く、未展開地域においては地元の有力地銀と連携を図りながら、早期の「バンクタイム ATM」サービスの展開を目指してまいります。



経営基盤価値創造

(アニュアルレポート P.21)

収益構造や社会情勢が変化する中、コストに対する全社的な意識改革による費用対効果の追及や、経営効率を高める取り組みを通して、利益追求体質の強化を図り、当社の確固たる経営基盤価値の確立を目指してまいります。

「無駄カイゼンプロジェクト」の推進でコスト削減にチャレンジ

当社では「無駄カイゼンプロジェクト」を立ち上げ、コストに対する全社的な意識改革や費用対効果の追求により、無駄の削減に徹底的に取り組んでいます。同プロジェクトは、無駄の削減を目指す「ムダサク部会」と購買単価の引下げを目指す「購買部会」で構成されています。

前下期から、「ムダサク部会」を部単位で設置し、「止める」「減らす」「変える」の3つの観点から業務効率の改善や無駄削減意識の徹底に取り組んでいます。また、今期からは「購買部会」において、電子入札の導入などにより、比較的大きな購買を行っている6部署を対象に社員の引越しや貸与携帯電話、建設資材など多岐に渡る品目で購買コストの削減を目指してまいります。

フランチャイズ契約の統一で経営効率を高めてまいります

2004年の合併以降、当社ではあらゆる部門の業務統合を推進してまいりましたが、フランチャイズ契約だけはサークルKとサンクスで異なっていました。2008年11月、新店におけるフランチャイズ契約の統一が実現いたしました。また、2009年7月には既存店の契約更新においても統一契約がスタートしております。これにより、数年後には店舗開発担当者やスーパーバイザーまでが両ブランドを担当出来る体制が実現し、さらなる経営効率の向上が図れる見込みです。

フランチャイズ契約の統一により、さらなる経営効率の向上を図ってまいります。



福岡県に出店開始

(アニュアルレポート P.22)

当社は2009年7月、福岡県への店舗展開を開始しました。福岡県は、2011年に九州新幹線が全線開通する予定で、将来有望なエリアです。今後5年間で福岡県には100店舗を出店し、既にエリアフランチャイザーが出店している鹿児島県と熊本県を含めた九州全域で300店舗体制を目指してまいります。

当社は、福岡県においては後発での出店となりますが、後発ならではの様々なチャレンジを実践する計画です。1号店では、イトインコーナーを設置したほか、焼きたてパンやコーヒーサーバー、カレーやフルーツジュースなど前述の立地対応型「パッケージ」商品を展開することで、他チェーンとの差別化を図った品揃えを実現しました。今後も立地特性にマッチした品揃えを推進してまいります。



福岡県は、総人口が500万人を超える九州で最も人口が多い県です。九州新幹線の全線開通も予定されているなど、市場として期待が持てるエリアです。



福岡県1号店の「サンクス福岡天神2丁目店」は、九州最大のビジネス街に位置しています。



社長の中村も参加し、オープンセレモニーが行われました。



レジ前に設置された立地対応型商品のメニューボード

2011年2月期には再び増益基調へ

(アニュアルレポート P.23)

2008年4月、当社は2009年2月期を基点とする「3カ年計画」を発表しました。当初の3カ年計画では、新システム・サービス機器導入に伴う関連費用の増加により、2009年2月期は減益を見込んでおりました。しかし、taspoカード対応の成人識別たばこ自動販売機の導入に伴うたばこの売上伸長や客数の増加に加え、主力オリジナル商品の好調、また費用対効果の徹底によるコストの削減効果もあって、2009年2月期の業績は当初の3カ年計画を大幅に上回る結果となりました。これらを踏まえ、2010年2月期以降の計画を修正いたしました。

2010年2月期は、大型システム投資に関わる費用の増加が本格化するほか、当初計画では織り込んでいなかったフライヤー導入など新商品、新サービスへの追加投資も加わることから、当初の計画通り、2010年2月期は減益となる見込みです。しかし、最終年度の2011年2月期には、投資に関わる費用の減少と営業力強化や利益体質への変革に取り組むことで増益基調の回復を目指してまいります。

修正3カ年計画

(単位: 店、百万円)

	実績	修正計画	
	2009/2期	2010/2期	2011/2期
出店	312	319	330
閉店	287	280	291
期末店舗数	5,263	5,302	5,341
既存店前年比	+4.1%	+0.5%	+0.5%
値入率	28.11%	28.01%	28.07%
チェーン全店売上高	940,232	960,110	983,880
営業総収入	213,398	212,120	221,880
営業利益	23,010	20,470	20,920
経常利益	22,566	19,200	19,270
当期純利益	9,435	9,100	9,190

(注) 既存店前年比と値入率は「単体ベース」

連結設備投資計画

(単位: 百万円)

	実績	修正計画	
	2009/2期	2010/2期	2011/2期
新店投資	12,641	13,010	13,490
既存店投資	2,953	2,350	2,680
システム関連投資	10,547	5,160	4,630
本部関連投資	215	710	710
設備投資計(1)	26,358	21,230	21,510
リース対応分(2)	10,949	9,340	5,540
総投資額(1)+(2)	37,307	30,570	27,050
当初計画の総投資額	42,800	29,030	26,970

コーポレートガバナンス

(アニュアルレポート P.24~P.26)

コーポレート・ガバナンスの基本方針

当社は、株主との関係を中心に、加盟店、お客様、地域社会、取引先、従業員など当社を取り巻くすべての人・組織をいずれも重要なステークホルダーと位置付けております。積極的な情報開示により各ステークホルダーとの良好な関係を築くとともに、あらゆる企業活動において法令を遵守し、リスク管理体制およびコンプライアンス管理体制を含めた透明性の高い内部統制システムを整備・確立することを通じてコーポレート・ガバナンスの充実を図り、企業価値のさらなる向上に努めたいと考えております。

コーポレート・ガバナンス体制およびその施策の実施状況

●取締役会(原則月1回)

代表取締役社長が議長となり、全取締役と全監査役が出席し、法令で定められた事項や経営に関する重要事項を決定するとともに、当社の業務執行状況を監督する機関です。2008年度は臨時取締役会を含め16回開催しました。なお、取締役の使命と責任を明確にするため、取締役の任期は1年としています。

●経営会議(原則月2回)

代表取締役社長が議長となり、取締役と監査役、執行役員から構成され、2008年度の開催は24回におよびました。本会議では、経営上の課題に対して十分に協議を行い、取締役会における経営上の意思決定の補完および業務執行状況の監督を行っています。

●監査役会(原則月1回)

監査役監査は、社外監査役2名を含む4名の監査役を配置することで充実した監査体制とし、監査役は、取締役会を始めとする社内の重要会議に出席することにより会社の経営計画、コンプライアンスやリスク管理全般などに関する報告を受け、公正な立場から意見陳述するとともに取締役、執行役員の職務執行を厳正に監査しております。なお、2008年度は臨時監査役会を含め14回開催しました。

内部統制委員会(原則2ヶ月に1回)

代表取締役社長を委員長に、取締役と監査役および執行役員で構成され、2008年度6回開催しました。同委員会では、内部統制・環境統括室から定期的に内部統制システムの整備、運用に関する報告を受け、全社的な進捗管理および危機管理を行っています。

社外取締役と社外監査役の活動状況

取締役 佐々木孝治氏は、2008年度中に開催された定時取締役会12回のうち8回に出席し、小売業界の動向・グループの現況などの大局的見地からの発言を適宜行いました。

監査役 桂川明氏は、2008年度中に開催された定時取締役会12回のうち9回、監査役会14回のうち11回に出席し、主に税理士としての専門的見地からの発言を適宜行いました。また、監査役 都築義明氏は2008年度中に開催された定時取締役会と監査役会すべてに出席し、主に財務及び会計に関する専門的見地からの発言を適宜行いました。

内部統制システムへの取り組み

当社は、経営理念および行動指針を実践し、会社業務の適正かつ効率的な執行と財務報告の信頼性を確保するための内部統制システムの充実に取り組んでいます。

「内部統制委員会」において、全社的な進捗管理および危機管理を行っているほか、内部統制・環境統括室においては全社的な内部統制およびコンプライアンスの取り組みを横断的に統括し、社内管理体制強化のための具体策に取り組んでおります。

リスクマネジメント

当社は、事業活動に関する様々なリスクに的確に対応するため、リスクマネジメント態勢を強化しています。このリスクマネジメント態勢を通して、経営理念および組織全体の目標達成に向けた貢献を阻害するリスクの把握を行い、また当該所管部において継続的にリスクを監視するとともに、未然防止および発生時の最小化、改善策を講じております。当社ではその基準となる「リスク管理規程」を策定し、これに基づいて全社的なリスクと部門業務リスクにおけるマネジメントの効率化および最適化を継続的に見直ししながら、事業目標を実現するための業務改善活動を行っています。

コンプライアンス

当社は、法令遵守はもちろんのこと、社内規程の遵守、関係官庁の指導や企業倫理、社会道徳に照らし、ステークホルダーからの信頼性や企業価値向上のため、コンプライアンス規程を整備、充実させています。また、コンプライアンスに対する意識の向上と理解促進を図るため、eラーニングによる全社員向け教育を実施し、啓蒙活動にも力を入れています。

このほか、法律、企業倫理違反や社会道徳の欠如に対する社内通報制度として、社内通報窓口「ESコール」を設置し、運用しています。さらに、当社との委託先食品工場には、「CSコール」窓口を設置して食品の安全と安心についての情報を得られるように監視しております。

なお、反社会的勢力との関係を遮断するためには、警察、弁護士等の外部機関との連携強化を図るとともに、それらの不当要求につながる手口とその対策を取締役および従業員に周知、徹底しています。

財務報告に係る内部統制

当社では、2010年2月期より財務報告に係る内部統制の評価及び報告のための協議及び決定機関として、社長直轄の「財務報告内部統制委員会」を設置いたしました。当委員会では、経理財務管掌取締役を委員長として、財務報告に係る内部統制に関する重要な事項を迅速に処理し、金融商品取引法が求める財務報告の信頼性を確保してまいります。

企業の社会的責任の取組み

(Annualレポート P.27~P.28)

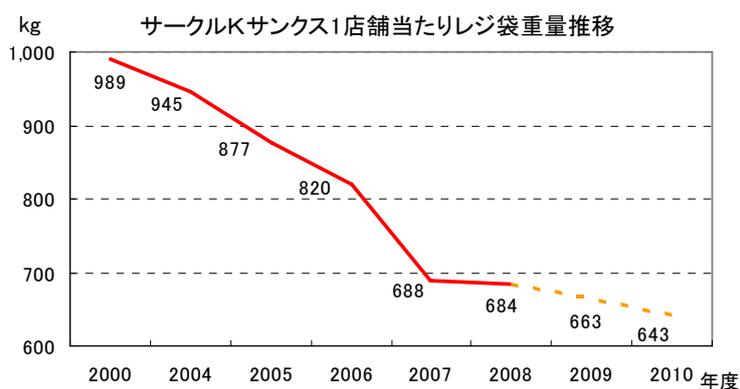
当社は、経営理念「わたしたちは、社会に信頼され、成長し続ける企業をめざします」を基盤として、全国 6000 店を超えるサークルKとサンクスの店舗網を通じ、地域との結びつきを活かした環境、社会貢献活動に継続的に取り組んでいます。

環境活動への取組み

● レジ袋削減を推進

容器包装廃棄物の3R「リデュース」、「リユース」、「リサイクル」の推進に向け、レジ袋の削減に取り組んでいます。当社は、日本フランチャイズチェーン協会加盟各社と連携して、2010年度までに2000年度対比1店舗当たりの重量で35%削減を目標に掲げています。2003年と2005年にはレジ袋の薄肉化を実施、また2007年にはレジ袋を小型化したほか、店頭でのお客様へのお声掛け、オリジナルマイバッグの無償配布などで確実に成果が出てきています。2008年度は、taspo(タスポ)カード対応の成人識別たばこ自動販売機の導入により、客数が前年度比4.1%増加しましたが、これらの取組みにより、2008年度のレジ袋削減の目標重量を達成することが出来ました。

また、2008年度に店舗ユニフォームを一新した際の旧ユニフォームは、マイバッグ約32万枚にリサイクルし、2009年5月にお客様へ無償配布しました。ユニフォームをリサイクルして完結するだけでなく、マイバックとしてお客様に還元する試みは、コンビニエンスストア業界で初めての試みとなりました。



旧ユニフォームをリサイクルし、約32万枚のマイバッグを作りました。

● カーボンオフセット活動を推進

2008年12月から、当社の会員クラブ「カルワザクラブ」のポイントで二酸化炭素排出権と交換出来るサービスを開始しました。お客様に気軽にカーボンオフセット活動に参加出来る仕組みをご提供し、京都議定書で定められた温室効果ガス削減目標達成に貢献してまいります。

社会貢献への取組み

多くのお客様との接点となるコンビニエンスストアとしてのインフラを活用し、サークルケイとサンクスの全店舗での店頭募金活動に加え、人道支援を目的として、企業活動から得られる利益の一部をNPOへ寄託し、その活動を支援しています。

●店頭での募金活動

通例の寄託先に加え、当期も地震など突発的な災害による被災地への義援金寄託を行いました。

2008年度の店頭募金活動

実施期間	募金寄託先	募金額
2008年4月～7月	全国盲導犬施設連合会「全国盲導犬普及キャンペーン」	31,020,292 円
2008年8月～11月	社団法人国土緑化推進機構「緑の募金」	21,631,718 円
2008年12月～2009年3月	財団法人日本ユニセフ協会「ユニセフ募金」	26,649,115 円
合計		79,301,125 円

2008年度の大規模災害時の緊急支援活動

実施期間	支援先および支援概要
2008年6月	平成20年岩手・宮城内陸地震 ・店頭募金総額: 2,033,243 円 ・救援物資
2008年5月～6月	中国 四川省大地震 ・ユニグループ店舗にて店頭募金総額: 47,895,020 円

●NPOへの支援活動

特定非営利活動法人 ファミリーハウス

小児がんなど難病と闘う子供達とその家族のために宿泊施設を提供し、経済的、精神的負担を軽減のために活動しています。

特定非営利活動法人 学校をつくる会（JHP）

カンボジアを中心に学校建設や修復のボランティア活動を展開しています。

当社は2004年2月期より、カンボジアでの学校建設事業を支援しており、2009年2月には6校目の“みんなの夢学校”「スワイロミエット中学校」が開校しました。



当社の支援により建設された6つの学校で、約3,600名の子供たちが勉強に励んでいます。



当社の学校建設支援に対し、カンボジア教育省大臣イム・ソティ氏より贈呈された感謝状

経営者による経営成績と財政状態の分析（2009年2月28日現在）

（アニュアルレポート P.31～P.43）

（注）「経営者による経営成績と財政状態の分析」のうち、アニュアルレポート P.31～P.36 の「店舗の状況」は**単体ベース**で記述しています。

事業環境（アニュアルレポート P.31）

2009年2月期における日本経済は、2008年秋からの金融危機・信用不安を契機とした世界的な景気の減速や円高を背景に輸出が極度に落ち込み、2008年10月～12月期の実質GDP成長率が戦後二番目の大幅な減少率となるなど、景気悪化のスピード、深さは予想を大きく上回るものとなりました。また、企業収益の低迷に伴う雇用調整や人件費抑制の動きは家計所得にも波及し、個人消費も低迷しました。

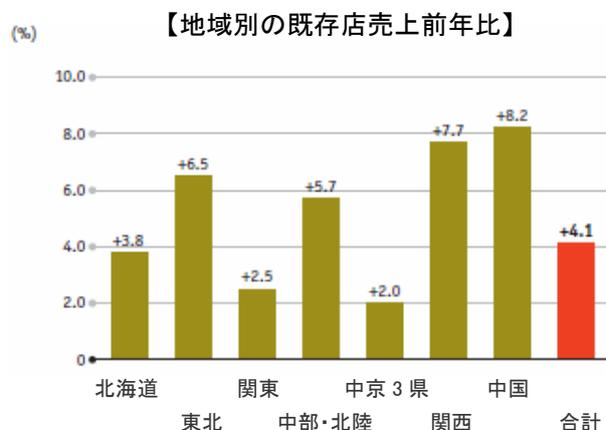
小売業界においては、ガソリンや原材料価格の下落により商品価格の上昇に歯止めがかかる中、消費者は景況感の悪化や将来不安から生活防衛意識を高め、「低価格志向」を一層強めております。このような中、衣料品、住関連などの非食品や高額品などの売上は伸び悩んだ一方で、消費者の中食・内食回帰や猛暑など天候要因に恵まれたことから食品の売上は堅調に推移しました。特に、コンビニエンスストア業界においては、7月の猛暑により夏物商材が伸長したことに加え、taspo（タスポ）カード対応の成人識別たばこ自動販売機の導入（以下、taspo（タスポ）カードの影響）（注）に伴い、たばこおよび関連商品の売上が増加し、大幅な収益改善につながりました。

（注）未成年者の喫煙防止対策の一環として、2008年3月より「taspo」カード対応の「成人識別たばこ自動販売機」が導入されました。自動販売機でたばこを購入する際には、「taspo」カードが必要になることから、同カードを持たない喫煙者のコンビニエンスストア店頭でのたばこ購入が増加しました。

店舗の状況（アニュアルレポート P.31～P.36）

〔売上高と既存店売上前年比〕（アニュアルレポート P.31）

当期は、5月からのtaspo（タスポ）カードの影響に伴うたばこの売上増加とともに客数が増加に転じ、缶コーヒーなどいわゆる「ついで買い」商品の売上伸長に加えて、パスタ、デザート、パンなど当社の主力オリジナル商品の販売好調が寄与したことで、既存店売上前年比は4.1%増と大幅に増加しました。このうち、taspo（タスポ）カードの影響は+4.9%あり、これを差し引いた実質ベースでは-0.8%となるものの、当社の既存店売上前年比の基調は確実に改善しております。この結果、加盟店を含むチェーン全店売上高は、前期を3.6%上回る8,908億5千7百万円となりました。



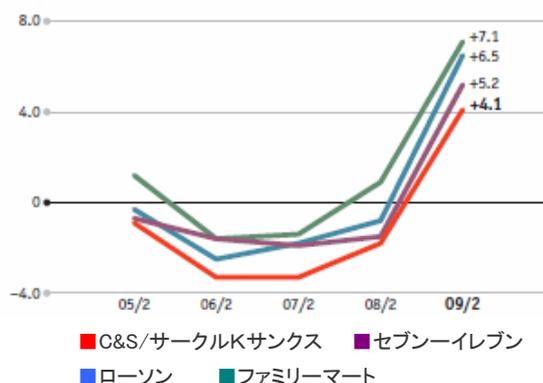
次期2010年2月期の見通しですが、世界的な需要減退の中で企業の収益力が低下し、設備

投資の抑制や雇用調整による人件費削減の動きはさらに拡大するものと思われます。また、家計所得の低迷により個人消費の回復が遅れ、景気後退局面の長期化も懸念されます。コンビニエンスストア業界においては、大手チェーンによる中小チェーンの再編・淘汰が進む中、外食やドラッグストアなど業種業態を超えた競争は依然にも増して激化し、厳しい経営環境が続くものと予想しております。

このような状況の中、次期も当社の主力オリジナル商品のさらなる育成に加え、消費低迷・デフレといった社会情勢に対応し、高品質の弁当を割安価格でご提供する取り組みも展開してまいります。また、当期に導入が完了した店舗情報システムを有効活用して発注の精度向上を図るほか、現在導入を進めている店頭マルチメディア端末でも様々なコンテンツを追加し、客数向上を目指す計画です。これに加え、taspo(タスポ)カードの影響+1.1%を折り込み、通期の既存店売上前年比は+0.5%を見込んでおります。また加盟店を含むチェーン全店売上高は当期比1.8%増加の9,070億7千万円となる見込みです。

当期のコンビニエンスストア業界の既存店売上前年比は、taspo(タスポ)カードの影響に伴う客数やたばこの売上増加、加えてついで買い需要の拡大などにより、全社が大幅に伸長する結果となりました。

【コンビニ各社の既存店売上前年比の推移】



【平均日販と客数・客単価】(アニュアルレポート P. 32~P. 33)

2008年3月から順次導入が開始されたtaspo(タスポ)カード対応の成人識別たばこ自動販売機の導入に伴い、当期の客数は増加に転じ、客数前年比は+4.0%と大幅に伸長しました。一方、客単価は前期比フラットとなりました。この結果、平均日販は全店で27,000円、既存店で20,000円前期を上回りました。

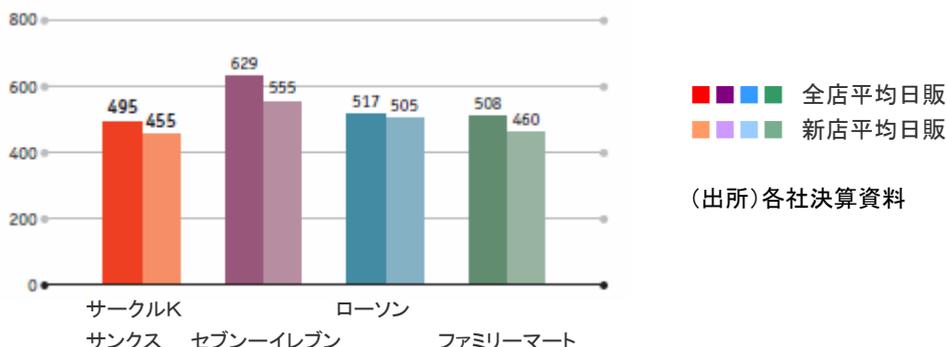
しかし、景気減速が鮮明となった第4四半期に入ると、特に客単価前年比においてマイナス幅が拡大しました。消費者の生活防衛意識は強く、買上点数の減少が見られるようになってきております。

【平均日販・平均客数・平均客単価の推移】

(単位:円・人)

	2007/2		2008/2		2009/2	
	前期比	前期比	前期比	前期比		
既存店平均日販	476,000	-3.3%	472,000	-1.8%	498,000	+4.1%
既存店平均客数	811	-2.8%	806	-1.8%	849	+4.0%
既存店平均客単価	586	-0.7%	586	0.0%	587	0.0%
全店平均日販	470,000	-2.5%	468,000	-0.4%	495,000	+5.8%
新店平均日販	394,000	-7.1%	409,000	3.8%	455,000	+11.2%

【コンビニ各社の全店平均日販と新店平均日販】（単位：店）



(出所)各社決算資料

【出店・閉店と期末店舗数】（アニュアルレポート P. 33～P. 34）

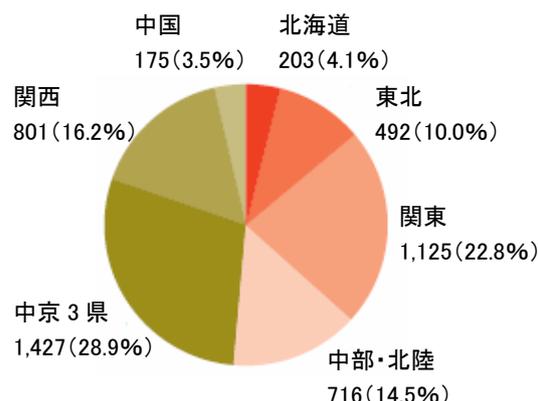
当期も地域別の出店戦略のもと、「質」を重視した出店を行いました。また、2008年に新設した「オーナーリロケート制度」などでリロケートの促進に努めた結果、リロケート新店は過去最高の120店にのぼり、新店日販向上に寄与しました。この結果、新店日販は前期比4万6千円と大幅に改善し、45万5千円と「質」向上の成果を挙げることが出来ました。

出店数は計画を15店下回る、265店となりました。特に東京などの首都圏においては、他チェーンはもとより、他業態をも含め物件とオーナー候補者の両面で厳しい競合状態が続いており、計画の未達が大きくなりました。加盟候補者の確保は、東京・大阪など大都市圏を中心に厳しい状況です。しかし、加盟候補者の育成、確保のために2006年9月よりスタートさせたベンチャー社員制度では、当期に29名が独立を果たしております。一方、閉店は前期に実施した不採算店の処理にも目処がついたことから、前期を204店下回る255店を閉店しました。この結果、当期末のサークルKサンクスの店舗数は10店純増し、4,939店となりました。

【出店・閉店の推移】（単位：店）

	2007/2	2008/2	2009/2
出店	307	284	265
閉店	357	459	255
うち、リロケート	103	98	120
純増(減)数	-50	-175	+10
期末店舗数	5,104	4,929	4,939

【地域別店舗数】（単位：店）



タイプ別店舗数の推移では、当期もAタイプ契約店舗が減少し、Cタイプ契約店舗が増加しました。Aタイプに適した立地の確保は年々難しくなっていますが、当社ではAタイプ契約による出店強化に取り組み、当期は14店のAタイプ契約店を出店しました。一方、ビルイン立地などを中心にCタイプ契約での出店は増加しており、出店全体の9割に及んでいます。また、前期より削減を進めている自営店は、当期に93店を閉店したほか、ベンチャー社員制度や2008年5月よりスタートしたオペレーション社員制度の活用によってFC化を推進し、前期末比42店減少させることが出来ました。

【タイプ別店舗数】 (単位：店)

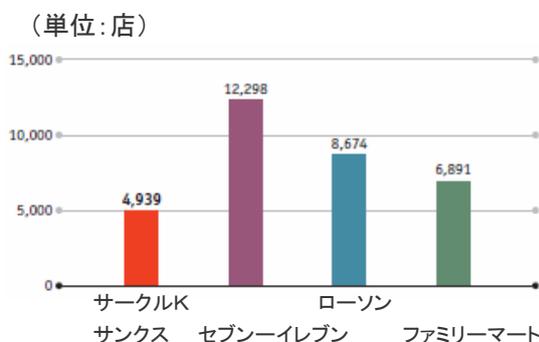
	2007/2	2008/2	2009/2
Aタイプ	1,689	1,498	1,322
構成比	32.8%	29.3%	26.8%
Eタイプ	586	543	482
構成比	11.4%	10.6%	9.8%
Cタイプ	2,350	2,465	2,575
構成比	45.6%	48.3%	52.2%
自営店	529	598	550
構成比	10.3%	11.7%	11.2%

(Eタイプ)
AタイプとCタイプの中間にあたる契約で、ロイヤルティ率は平均で約44%。サンクス固有の契約タイプで、リロケートなど一部の例外を除き2004年9月をもって廃止となりました。

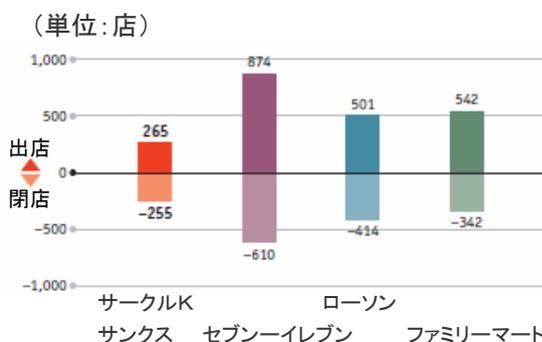
次期も地域別の出店戦略によるドミナントの再構築を図り、「質」重視の出店を継続してまいります。特に収益エリアである関東と中京での出店を強化し、新店日販の向上を目指す計画です。また、「量」の確保では、期首時点での契約残数が151件あることに加え、ベンチャー社員制度によるFC独立45名を見込んでおり、質を備えた加盟候補者の確保に寄与するものと思われます。加えて、次期より福岡県への出店を開始することから、リロケート出店110店を含む290店を出店する計画です。一方、270店を閉店することから20店純増し、2010年2月期末店舗数は4,959店となる見込みです。

2009年2月期は、前期に店舗純減となった当社も店舗純増に転じ、コンビニエンスストア各社が店舗純増となりました。

【2008/2期コンビニ各社の期末店舗数】



【2008/2期コンビニ各社の出店・閉店】



注：コンビニ各社の期末店舗数は、国内のみであり、連結子会社店舗数は含んでいません。

出所：各社決算資料

【商品の状況と値入率】(アニュアルレポート P. 35~P. 36)

当社は主力商品の育成と強化に取り組んでおりますが、当期はこれらの商品が順調に売上を伸ばし、売上の向上に寄与する結果となりました。特に生鮮食品であるオリジナルデザート「Cherie Dolce」とオリジナルパン「おいしいパン生活」は、ブランド誕生から2年目を迎えた当期も売上は堅調に推移しました。

ファーストフードは、2008年10月新たにブランドを立ち上げたパスタ「rubetta」の売上が好調だったことから、調理麺の売上は前年を上回りました。しかし、弁当などの米飯類は上期まではガソリン高や原材料価格の高騰の影響もあり、消費者が外食より中食の傾向を強めたことで売

上は改善傾向にありましたが、秋以降の景気減速に伴い中食から内食へとさらに消費者の生活防衛意識が強まったこともあり、売上は伸び悩みました。この結果、ファーストフードの売上高前期比は-3.2%となりました。

加工食品は、オリジナル菓子やプライベートブランドの高付加価値カップ麺などが好調でしたが、ソフトドリンク、酒全般が伸び悩んだことから売上高は前期を 2.0%下回りました。

非食品は、taspo(タスポ)カード対応の成人識別たばこ自動販売機の導入に伴い、たばこの売上高が前期比 29.8%と大きく伸長した寄与で、売上前期比は 16.8%となりました。しかし、100円ショップやドラッグストアなどでの値引き販売の影響で、雑貨や化粧品、日用品が当期も伸び悩んだほか、Web の影響による休刊や廃刊などにより雑誌類の売上も振るいませんでした。

サービスは、前期に比べ大型作品が少なかった映画チケットやプロ野球チケット、ライブチケットが伸び悩んだ影響が大きく、売上前期比は-3.9%となりました。

以上の結果、全商品の売上は前期を 3.6%上回りました。

【カテゴリー別売上と値入の推移】

	2007/2				2008/2				2009/2			
	売上		値入率		売上		値入率		売上		値入率	
	前期比	構成比	前期比	前期比	前期比	構成比	前期比	前期比	前期比	構成比	前期比	
ファーストフード	-4.9%	20.0%	35.7%	+0.4%	-4.0%	19.5%	36.0%	+0.3%	-3.2%	18.2%	36.2%	+0.2%
生鮮食品	-0.4%	12.8%	33.7%	+0.2%	+2.2%	13.3%	34.2%	+0.5%	0.0%	12.8%	34.4%	+0.2%
加工食品	-4.1%	31.7%	35.6%	+0.2%	-2.6%	31.3%	36.0%	+0.4%	-2.0%	29.6%	36.5%	+0.5%
非食品	+0.3%	30.2%	18.5%	-0.7%	-1.8%	30.1%	18.2%	-0.3%	+16.8%	34.0%	16.6%	-1.6%
サービス	-10.1%	5.3%	7.7%	0.0%	+7.8%	5.8%	6.7%	-1.0%	-3.9%	5.4%	6.4%	-0.3%
合計	-2.9%	100.0%	28.97%	-0.08%	-1.5%	100.0%	28.99%	+0.02%	+3.6%	100.0%	28.11%	-0.88%

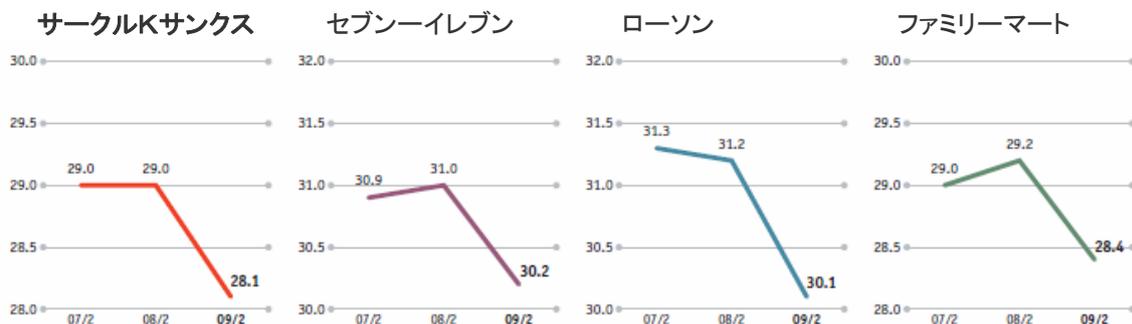
ファーストフード：米飯、調理パン、調理麺、惣菜、カウンターFF
 生鮮食品：牛乳・チルド飲料、菓子パン、デザート、生鮮・加工食品、食パン
 加工食品：酒類、ソフトドリンク、菓子、ラーメン、アイスクリーム、乾物等
 非食品：雑誌・新聞、タバコ、化粧品、ほか雑貨類等
 サービス：チケット、切手、宅配便、受付業務等

値入の状況は、各カテゴリーごとには改善したものの、値入の低いたばこの売上が大きく伸長したことから、当期の平均値入率は 28.11%と前期より 0.88 ポイント悪化しました。しかしながら、taspo(タスポ)カードの影響が値入率を-1.0%程度押し下げており、この影響を除いた実質ベースでは前期に比べ 0.14 ポイント改善しております。

次期の値入率は、taspo(タスポ)カードの影響-0.21%を織り込み 28.01%、前期比で 0.10 ポイント悪化するものと見込んでいます。

【各コンビニチェーンの値入率(荒利益率)の推移】

(%)



出所:各社決算資料

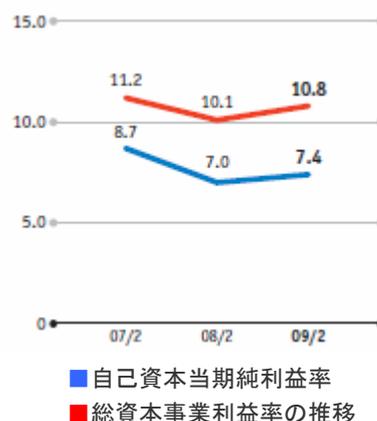
連結経営成績 (アニュアルレポート P. 36~P. 38)

当社の営業総収入は、加盟店からの収入とエリアフランチャイザーからの収入、自営店売上高、その他の営業収入から構成されています。当期は売上の好調により、加盟店からの収入は1,038億1千8百万円と前期比2.4%増加しました。また、連結子会社の株式会社99イチバの売上高が前期比76.0%、株式会社ゼロネットワークスの営業収入が前期比12.7%とそれぞれ増加したことで、自営店売上高は前期比5.6%増加の976億3千7百万円となりました。この結果、営業総収入は2,133億9千8百万円と前期比3.4%増加しました。

販売費及び一般管理費は、新システムや新サービスへの大型投資に伴う費用が増加しましたが、費用対効果の徹底による経費削減の結果、1,152億7千6百万円と前期比0.5%の増加にとどまりました。主な増減要因は次の通りです。新システム導入で減価償却費が前期比17.2%増加したほか、設備リース料は旧ストアコミュニケーションサーバー等のリース契約満了で減少しましたが、Cタイプ出店の増加やリロケート推進などで賃借料が増加し、賃借料・設備リース料は前期を1.9%上回りました。一方、販売促進キャンペーンの実施方法の変更や販促協賛金の受入増加などにより広告・販促費が前期比17.8%減少したほか、自営店数の減少により人件費が前期比0.6%減少しました。この結果、営業利益は前期比9.1%増加し、230億1千万円となりました。

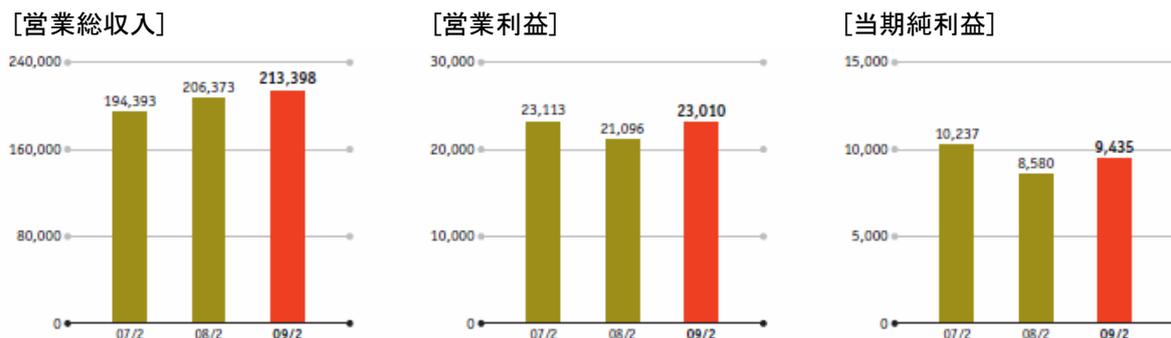
前期に実施した大量閉店で不採算店の整理に目処がついたことから、当期の閉店は前期を201店下回りました。このため、閉店に関わる費用である固定資産処分損は前期比45.8%、解約損害金・リース解約損は前期比43.6%とそれぞれ大きく減少しました。一方、固定資産の減損損失は32億2千6百万円と前期比18.8%増加しました。この結果、税金等調整前当期純利益は前期比17.8%増加の179億5千6百万円、当期純利益は前期比10.0%増加の94億3千5百万円となりました。なお、1株当たり当期純利益は112.65円でした。

【自己資本当期純利益率(ROE)と総資本事業利益率(ROA)の推移】



次期2010年2月期の見通しですが、営業総収入は自営店数の減少に伴う自営店売上高の減少で、前期比0.6%減少の2,121億2千万円となる見込みです。また、次期は新システムや新サービス投資に関わる費用の増加が本格化することから、販管費は前期比4.2%増加を見込んでおります。この結果、営業利益は前期比11.0%減少の204億7千万円、当期純利益は前期比3.6%減少の91億円となる見込みです。

【連結経営成績の推移】（単位：百万円）



連結子会社の状況（アニュアルレポート P.38～P.39）

当期の連結子会社は、エリアフランチャイザー4社とATM運用業務の受託事業を営む株式会社ゼロネットワークス、生鮮ミニスーパーの株式会社99イチバの合計6社です。

エリアフランチャイザー4社合計では、taspo(タスポ)カード対応の成人識別たばこ自動販売機の導入に伴うたばこの売上増加寄与により、売上高は前期比7.6%増加し、これによって営業利益は黒字に転じました。ゼロネットワークスは、当期に鹿児島県・熊本県、四国4県、茨城県、栃木県でも「ATM」の設置を開始したことで、2009年2月期末の設置台数は前期末より986台増加し、3,463台となりました。前期までにATM設置を完了した地域においては認知度も高く、利用件数が順調に推移したことに加え、販管費が計画を下回ったことから、営業利益は2億8千8百万円と計画を約4億円上回りました。一方、99イチバは上期の新店日販が悪化したことから、下期に出店数、利益計画を下方修正し、収益体質の改善に取り組みましたが、営業利益は5億2千1百万円の損失となりました。

次期の見通しですが、エリアフランチャイザー4社でも新システム投資に伴う費用増加が次期も続くため、営業利益は-3千7百万円を見込んでいます。ゼロネットワークスは、北陸でのATM設置を計画していることから、広告宣伝活動の強化で販管費が増加するものの、営業利益は1億4千8百万円となる見込みです。また、99イチバは次期も出店ペースを押さえ、利益体質改善を図ってまいります。なお、次期より、店舗への人材派遣業務を行う株式会社リテイルスタッフが連結子会社となります。

【連結子会社の業績】

(単位: 店、百万円)

	2009/2			2010/2 (予想)			
	エリア 4 社	ゼロネット ワークス	99 イチバ	エリア 4 社	ゼロネット ワークス	99 イチバ	リテイル スタッフ
出店	19	-	28	20	-	9	-
閉店	13	-	19	7	-	3	-
期末店舗数	263	-	61	276	-	67	-
売上高	39,681	-	9,693	41,848	-	11,190	-
営業総収入	8,660	5,382	9,700	8,156	5,711	11,190	1,600
営業利益	82	288	-521	-37	148	-227	14

ご参考: 当社の連結子会社は下記リストの通りです。2010/2期より株式会社リテイルスタッフが連結子会社となり、当社の連結子会社は7社となります。

- サンクス青森(株)(エリア会社)
- サンクス西埼玉(株)(エリア会社)
- (株)サンクス北関東(エリア会社)
- サンクス西四国(株)(エリア会社)
- (株)ゼロネットワークス(ATM 運用業務の受託事業)
- (株)99 イチバ(99 円主体のミニスーパーの店舗経営)
- (株)リテイルスタッフ(人材派遣業務)

連結財政状態 (アニュアルレポート P. 39~P. 40)

流動資産は前期末より19億1千6百万円減少し、923億2千8百万円となりました。短期有価証券が31億円増加しましたが、現金及び預金が38億4千6百万円減少し、また電子マネー「Edy」の取扱い減少に伴う未収入金が21億2千1百万円減少したことによるものです。

有形固定資産は前期末比22億1千8百万円増加し、495億7千3百万円となりました。新店のうち、当社が店舗を用意するCタイプの出店が9割以上を占めていることで、建物及び構築物が39億4千3百万円増加したほか、主に既存店の機能改善等への投資で器具及び備品が14億8千3百万円増加したためです。

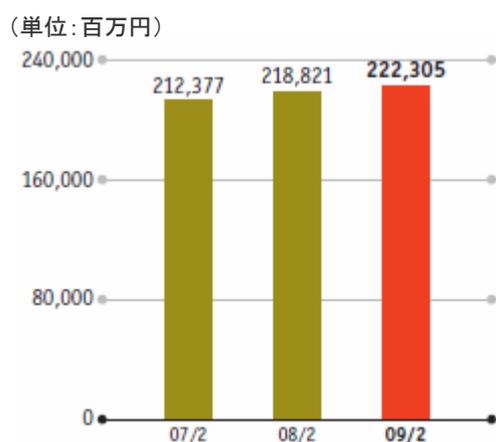
投資その他の資産は前期末より31億8千2百万円増加し、804億4百万円となりました。当期に導入した新ストアコミュニケーションサーバーや店頭情報端末「カルワザステーション」などに対応するためのソフトウェア開発により、ソフトウェアが37億5千万円増加したほか、関係会社長期貸付金が3億2千4百万円増加したことによるものです。

流動負債は前期末比13億5千9百万円減少し、770億9千2百万円となりました。前年2月の閏年に対し、当期の2月は1日少なかったことで買掛金が18億7百万円減少したほか、公共料金等の料金収納代行サービスや電子マネー「Edy」カードへのチャージなどの預り金が17億円減少しました。一方、未払い法人税は11億7千万円増加しました。

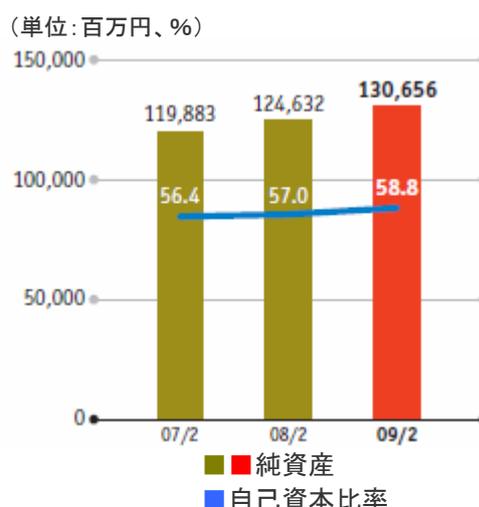
固定負債は前期末比11億8千1百万円減少し、145億5千7百万円となりました。これは主に退職年金拠出額の増加に伴い退職給付引当金が3億3千4百万円減少したためです。

これらの結果、純資産は60億2千4百万円増加し、1,306億5千6百万円となりました。配当金33億5千万円を支出したものの、当期純利益94億3千5百万円の積み上げにより、利益剰余金が前期末比60億8千5百万円増加したためです。なお、自己資本比率は58.8%、1株当たり純資産は1,559.97円となりました。

【総資産の推移】



【純資産と自己資本比率の推移】



設備投資 (アニュアルレポート P. 40)

当期は、新ストアコミュニケーションサーバーや光ファイバーの敷設、店舗情報端末「カルワザステーション」などの導入が本格化したことに伴い、システム投資額は105億4千7百万と前期を61億4千5百万円上回りました。この結果、リース対応分を含めた総投資額は前期比26億1千万円増加の373億7百万円となりました。

次期は、「カルワザステーション」の導入が上期まで続きますが、システム投資は当期に比べ半減することから、総設備投資額は当期を67億3千7百万円下回る305億7千万円を計画しています。

【設備投資の状況】

(単位:百万円)

	2007/2	2008/2	2009/2	2010/2(予)
新店投資	14,990	12,894	12,641	13,010
既存店投資	2,339	2,668	2,953	2,350
システム関連投資	2,392	4,402	10,547	5,160
本部関連投資	1,498	741	215	710
設備投資計 (1)	21,219	20,705	26,358	21,230
リース対応分 (2)	6,021	13,992	10,949	9,340
総投資額 (1)+(2)	27,240	34,697	37,307	30,570
減価償却費および償却費	6,694	6,804	7,887	10,470

(注)設備投資額は、有形固定資産、無形固定資産、長期前払費用および敷金保証金における増加額であり、経理処理している投資額は含んでおりません。

連結キャッシュ・フロー (アニュアルレポート P. 40)

営業活動によるキャッシュ・フローは、前期に比べ12億6千4百万円増加し、225億2千6百万円の収入超過となりました。売上の好調により、税金等調整前当期純利益は27億1千6百万円増加しました。また、主に電子マネー「Edy」の取扱い減少に伴い営業債権の減少が18億1千9百万円増加した一方、公共料金の収納に伴う預り金が47億3千5百万円減少したことによるものです。

投資活動によるキャッシュ・フローは、前期に比べ69億4千1百万円支出が増加し、227億3千2百万円の支出超過となりました。これは主に、新規出店や既存店の機能改善などに伴う有形固定資産の取得による支出が21億4千7百万円増加したほか、新ストアコミュニケーションサーバーや店頭情報端末「カルワザステーション」の導入に対応するためのソフトウェア開発等により長期投資・その他資産の取得による支出が50億7千6百万円増加したためです。

なお、営業活動によるキャッシュ・フローから、投資活動によるキャッシュ・フローを差し引いたフリーキャッシュ・フローは-2億6百万円と前期比56億7千7百万円減少しました。

財務活動によるキャッシュ・フローは、配当金の支払が33億5千1百万円、閉店に伴う預り保証金の返済による支出が12億5千3百万円あったことで、前期比5億2千8百万円減少し、36億4千万円の支出超過となりました。

以上の結果、現金及び現金同等物の期末残高は、前期末に比べて38億4千6百万円減少し、629億1千7百万円となりました。

株主還元について（アニュアルレポート P.41）

当社は、株主に対する利益還元について配当政策を最も重視しております。将来の事業成長を維持するのに必要な経営基盤を強化するための内部留保を充実させながら、利益成長に応じて株主の皆様へ利益還元を行うことを基本方針としています。具体的には安定配当の維持を第一に考え、連結配当性向30%以上を目処に中期的な収益環境、設備投資計画および財政状態を見極めながら株主還元を実施してまいります。

当期は、中間と期末配当金ともに一株当たり20円とし、年間配当金は40円となりました。また、配当性向は35.5%、純資産配当率は2.6%でした。

なお、内部留保資金につきましては店舗システム関連投資に備えることに加え、新店の開発や既存店の活性化、新規商品の什器設備などの投資に充てる予定です。

今後の見通し（アニュアルレポート P.41）

次期においても世界的な経済の減速により、景気情勢は一段と悪化し、企業の業績不振により所得減少懸念や雇用不安から、これまで以上に消費の冷え込みが予測されます。

このような中当社は、強い意思と意識改革によって過去のやり方を「変える・捨てる」ことを基本方針とし、常に新しいことに「挑戦」し、具体的な「行動」をすることにより、お客様満足度や加盟店満足度の高いチェーンを築いてまいります。

当社の看板商品である三大ブランドのさらなる育成を行い、他チェーンとの差別化を図るほか、「フライヤー」の導入を加速し、2011年2月期までに約2000店へ導入する見込みです。また、ユニークグループのシナジーを発揮したグループPB商品として、高付加価値型「+KACHIAL(カチアル)」や価格訴求型「e-price」の導入を拡大します。さらに、消費低迷・デフレといった社会情勢に対応し、500円価値の弁当を割安価格で半年間継続的に投入し、低価格志向のお客様のニーズにお応えすると同時に、米飯トータルの発注・販売強化に繋げる計画です。サービス面では、導入を進めている「カルワザステーション」で2009年3月よりスポーツ振興くじ「toto」の取り扱いが始まっており、今後も魅力あるコンテンツを投入してまいります。このほか、慶弔や人手不足時に加盟店への人材派遣を行う「加盟店ヘルパー制度」を2009年7月より開始することに加え、加盟店オーナーの福利厚生や各種保険制度の拡充を行い、加盟店支援策の強化を図ります。また、店舗の採算性を最優先した出店を継続するとともに、店舗数純増を堅持してまいります。さらに今夏を目処に福岡県への出店を開始し、早期に店舗ドミナント構築を図る計画です。一方、収益構

造の変化に対応するため、「無駄カイゼンプロジェクト」においてコストに対する全社的な意識改革や費用対効果の追求により、無駄の削減に徹底的に取り組んでまいります。

当期より本格化した大型のシステム投資に関わる費用の増加で、次期は減益計画となっておりますが、営業力の強化や利益体質への変革に努め、2011年2月期には増益基調回復を目指してまいります。

エリアフランチャイザー（アニュアルレポート P.42）

当社は本社直轄とエリアフランチャイザーによるトータルでの店舗展開を行っています。このエリアフランチャイザーとは、地元有力企業と合併会社であるエリアフランチャイザーを設立し、当社からのノウハウ提供、指導を受けて特定地域内でフランチャイズ事業を行うものです。当社は開発や運営、会計の指導をはじめ、商品、情報システム等の供給を行い、その対価としてエリアライセンスフィーを受領しています。また、商品政策や店舗ネットワークに関しては、エリアフランチャイザーを含むグループで最大限のスケールメリットの享受を図っています。

エリアフランチャイザーの経営については独自性を尊重しつつ、グループの視点で投資採算を見極め、必要に応じて人や資金を投入して支援しています。今後もエリアフランチャイザー各社との連携をさらに深めつつ経営指導を強化し、グループとしての相乗効果を発揮する考えです。

2009年2月末現在、エリアフランチャイザーは合わせて13社、店舗数は1,227店、出店地域は20都道府県に及んでいます。エリアフランチャイザーの売上高は、前期を6.0%上回る2,043億4千5百万円となりました。

【エリア各社の状況】〈2009年2月28日現在〉

（単位：店、百万円）

エリア会社名	出資比率	契約日	2008/2		売上高	前期比	エリア ライセンス フィー
			期末店舗数	前期比			
サンクス青森(株)*	100.0%	1994. 3. 1	64	+1	9,289	+6.5%	
サンクス西埼玉(株)*	100.0%	1987. 2.28	80	+5	12,443	+8.0%	
(株)サンクス北関東*	100.0%	1997. 3.12	36	+1	5,416	+10.9%	
サンクス西四国(株)*	100.0%	1992. 8.27	83	-1	12,532	+6.7%	
サークルK四国(株)	35.0%	1996. 5.14	152	+4	25,518	+10.8%	
サンクス東埼玉(株)	19.0%	1988. 7.19	67	+1	9,854	+4.5%	
サンクス東海(株)	19.0%	1989. 9. 6	103	+2	16,712	+7.7%	
サンクス京阪名(株)	19.0%	1989.10.26	99	-3	17,574	+0.7%	
(株)サンクスアト`アソシエイツ東四国	19.0%	1995. 1.12	134	-4	20,574	+4.2%	
(株)サンクス・ホクリア	19.0%	1995. 1.24	93	+5	16,429	+5.5%	
(株)サンクスアト`アソシエイツ富山	19.0%	1996. 7. 2	78	-4	13,801	+1.7%	
南九州サンクス(株)	19.0%	1998. 8.21	103	+7	15,449	+11.0%	
(株)シー・ヴィ・エス・ベイエリア	2.4%	1997. 1.14	135	+3	28,748	+4.3%	
合計			1,227	+17	204,345	+6.0%	3,101

*印は連結子会社

事業等のリスク（アニュアルレポート P.42～P.43）

当社は、「リスク管理規程」において会社、組織全体の目標貢献を阻害する全社的リスクとして、(1)財務報告の信頼性、(2)事業活動に関わる法令基準等の遵守、(3)事業活動における主要リスクの3つを定めています。2009年2月末現在、事業活動における主要リスクとして、当社は下記の5項目を主なリスクと認識しています。事態発生の回避に努めるとともに発生した場合は迅速な対応に努めますが、予期せぬ事態が発生した場合、当社グループの業績および財政状況に影響を及ぼす可能性があります。

①食品の安全性について

食に対する安全性を第一に考え、おにぎり、お弁当などの主力商品において、保存料や合成着色料を撤廃し、安心して買い求めいただける商品をお客様にご提供し続けるよう商品開発を進めています。また、店舗での食品検査などを実施し、検査管理体制によって食品の安全性を確立しております。しかしながら、食品業界を取り巻く最近の環境は、BSE、鳥インフルエンザ、遺伝子組替食品など様々な問題が発生しています。当社グループでは、そのようなリスクを事前に察知し、顕在化する前に対処するよう取り組んでいますが、予期せぬ事態が発生した場合、当社グループの業績および財政状況に影響を及ぼす可能性があります。

②情報システムのリスクについて

フランチャイズ事業に伴う加盟店情報、販促キャンペーンや電子マネーEdyを搭載した会員カード「KARUWAZA CLUB カード」での商品販売などに伴うお客様等の個人情報を持しています。これらの重要な情報の紛失、改ざん等を防止するため、当社グループはシステムを含め情報管理に対して適切なセキュリティ対策を実施しています。しかしながら、災害、不正アクセス、コンピューターウイルスの感染など予測の範囲を超える出来事により、内部情報の漏洩などのリスクがあります。このような事態が発生した場合、営業活動等に支障をきたす可能性があります。

③訴訟のリスクについて

食品の安全性、公正な取引、環境保護等に関する法規制の適用および行政の許認可を受けて事業を行っております。事業を遂行する上で、各種法令を遵守し、また、役員および従業員がコンプライアンスを理解し、実践していくため、内部統制・環境統括室を設けて内部管理体制の充実に努めています。しかしながら、予期せぬ法規制等の変更、行政の運営方法の変更などにより、新たな費用の発生や事業を遂行する上で訴訟提起されるリスクを抱えており、それらの結果によっては、当社グループの業績および財政状況に影響を及ぼす可能性があります。

④エリアフランチャイザー経営悪化のリスクについて

当社は、エリアフランチャイズによる店舗展開を許諾しております。エリアフランチャイザーの経営については、地域毎の独自性を尊重しつつ、当社グループとしての相乗効果と各地域での展開による業績等の採算性を見極めていますが、消費環境の変化や競争の激化さらには所得・地域格差が拡大傾向にある中、地域によっては、業績等の悪化が懸念されます。そのため、当社としては、必要に応じて人的支援や資金援助を行なっていく方針ですが、不測の事態が発生した場合、当社グループの業績および財政状況に影響を及ぼす可能性があります。

⑤災害等による変動

当社グループは、地震や台風などの自然災害、テロ行為、対企業犯罪を災害と定め、これら災害時の地域のライフラインとしての社会的役割を担うものと考えております。しかしながら、突発的に発生する災害や不慮の事故等の影響で、物流の停止による機会損失の可能性があります。また、天候不順などの自然環境により当社グループの業績および財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

以上