

2016年度 ユニー上期決算

ユニーGHD連結		単位: 億円	
	2015年度 第2Q累計実績	2016年度 第2Q累計実績	前期比/前期差
営業収益	5,107	5,093	99.7%
総合小売事業	3,893	3,857	99.1%
コンビニエンスストア事業	770	824	107.0%
専門店事業	272	245	90.2%
金融サービス事業	97	98	101.8%
その他	272	257	94.8%
連結調整	-199	-191	8
営業利益	103	73	71.5%
総合小売事業	24	24	100.4%
コンビニエンスストア事業	49	57	116.6%
専門店事業	0.2	5	5
金融サービス事業	21	-19	-41
その他	8	6	83.3%
連結調整	-0.3	-0.5	-0.1
経常利益	102	62	60.5%
特別損失	91	1,138	1,046
ユニー	18	560	541
サークルKサンクス	64	472	407
当期純利益	-2	-912	-910

ユニー単体		単位: 億円	
	2015年度 第2Q累計実績	2016年度 第2Q累計実績	前期比/前期差
営業収益	3,703	3,664	98.9%
売上総利益	824	765	92.8%
販売費及び一般管理費	996	952	95.6%
営業利益	28	18	63.9%
経常利益	23	11	50.8%
当期純利益	12	-543	-555

部門実績		単位: 億円			
	2015年度 第2Q累計 売上実績	2016年度第2Q累計実績			
		売上実績	既存店前年比	荒利率	前年同期差
衣料品	490	480	99.0%	31.4%	-5.2%
住関品	504	488	99.8%	22.8%	-4.9%
食料品	2,451	2,440	99.1%	20.3%	+0.2%
合計	3,502	3,458	98.9%	22.1%	-1.4%

“攻め”の成長戦略

■既存店投資拡大による店舗活性化

- ①直営惣菜の強化
 - ・17/2期:「惣菜元年」直営惣菜を 改装店舗に導入
 - ・肉惣菜 (3店舗) 魚惣菜(14店舗)ベーカリー(2店舗) フルーツデザート(6店舗) 導入済
- ②衣料・住関の「ライフスタイル提案・五十貨店化」
 - ・ライフスタイル提案売場を5店舗(衣)・7店舗(住) 導入済
 - ・五十貨店化は衣料、住関ともに順次導入中
- ③直営坪数の適正化
 - ・直営坪数見直しとテナント誘致によるSC活性化
 - ・アピタ2店舗(島田 戸塚)改装済
 - ・ピアゴ3店舗(中村 各務原 長久手南)改装済

■新規事業によるテナント自社開発

- ・“コト”消費に対応した新規事業の立ち上げ
- ・4/1新電力「スマ電」の取り扱い開始
- ・4/21ベーカリー事業1号店をピアゴ久保田店に出店
- ・9/27カルチャーセンター事業1号店をアピタ稲沢店に出店

■ニューコンセプトスーパーマーケットの開発

- ・コンセプト: 少人数、ローコストでオペレーションできる店舗
- ・担当執行役員を配置し店舗フォーマット開発中

“守り”の成長戦略

■不採算店舗の閉店

- ・今期から19/2期までの3年間で36店舗閉店予定

■不採算事業の整理

- ①ホームセンター事業からの撤退(ユーホーム)
 - ・全11店舗の内、8店をDCMカーマへ譲渡、3店は閉店
- ②書店事業の縮小(夢屋書店)
 - ・全57店舗の内、37店をテナント化、20店を住関部へ移管
- ③株さが美に対する公開買付けへ応募
- ④株)パレモに対する公開買付けへ応募
- ⑤GMS事業の構造改革に伴う衣料・住関商品の売価見直し

特別損失(ユニーGHD)

2017年2月期 第2四半期累計実績	ユニー単体		サークルKサンクス単体	
		前年同期差		前年同期差
特別損失	560	+541	472	+407
固定資産処分損	6	+2	15	+14
減損損失	544	+530	323	+259
その他	8	+7	134	+133

下期取り組み

“攻め”の成長戦略

■既存店投資拡大による店舗活性化の推進 (アピタ7店舗 ピアゴ10店舗を改装予定)

①標準型アピタ・ピアゴの改装成功モデルの構築

- ・直営売場の坪数最適化とテナント誘致による更なる収益化
- ・衣料・住関のパワーカテゴリー強化による差別化を実現
- ・他業種との協業による新たな来店動機を創出できる売場

②新たな直営コンテンツへの取り組み

(収益化と来店動機の創出)

- ・直営ベーカリー・直営惣菜の多店舗展開で荒利益確保
- ・カルチャーセンター事業の展開開始
- ・SCに親和性の高いサービスの展開開始

■新業態への取り組み

NCSM(ニューコンセプトスーパーマーケット)部署
設立による新たな収益化モデルの構築

- ・2017年度中に実験店舗出店予定

“守り”の成長戦略

■不採算店舗の閉店

- ・アピタ1店舗 ピアゴ6店舗

下期の取り組み

■ユニーの強みを生かし新たな総合小売業への挑戦 強み

- ①経済成長・人口増加が見込まれる中部・関東圏にドミナント化されたリアル店舗網
- ②中部圏での「高い信頼性」と「ロイヤルカスタマー」の存在
- ③筋肉体質となった事業体と、新HDグループ会社との連携

■ビジョン:『新生活創造小売業』を目指す。

下期の取組方針

- ①常に新鮮でたのしい生活を提案する次世代型業態へ変革
- ②既存店活性化と新SM店舗の開発推進でニーズへ対応
- ③不採算店舗閉店と不採算事業の整理を断行

■ユニーの強みを生かした新たな総合小売業へ挑戦 Action(行動)

- ・部門を越えた顧客への生活提案型の売場作りを目指す

- ・リアル店舗の強みを生かしたサービスの拡充と来店動機を高める新規事業の展開
- ・ロイヤルカスタマーの購買情報を活用し、個店特性に合わせた地域密着の店作り

新たな総合小売業の目指す姿

