

ユニー・ファミリーマートホールディングス 2019年2月期第1四半期決算電話会議 質疑応答要旨

決算説明会の主な質疑応答のテキストです。

内容については、ご理解いただきやすいよう部分的に加筆・修正しています。

・日 時:2018年7月12日(木)15:30~16:30

・用 語:HD=ユニー・ファミリーマートホールディングス、FM=ファミリーマート、
CKS=サークルK・サンクス、CVS=コンビニエンスストア、GMS=総合小売

① 【HD全体】

Q:経営統合以降、進めてきた構造改革の進捗について。

A:GMS事業においては、当第1四半期にユニー香港及びモリエを売却し、一連の低採算事業の整理に目途がついた。ユニーにおいても、不採算店舗の閉鎖が今期で一段落するとともに、不良在庫を処分し、新鮮な売場を構築することで、衣料品・住居関連品の既存店売上は好調に推移している。

また、FMにおいても、旧CKS看板の不採算店舗の閉鎖を進めるとともに、ブランド転換後の日商は転換前比110%伸長し、50万円を超える成果を得られている。CVS・GMS両事業共に基礎体力の向上を実感している。

Q:金融・EC周辺事業の進捗について。

A:年内に決定できるよう検討を重ねている。

Q:Tポイントは今後どうしていく考えか。

A:金融サービス含め、社内で議論している。

② 【CVSセグメント】

Q:CVS事業における利益の計画対比について。

A:数字は差し控えるが、社内の計画を超過している。日商、差益率が若干伸び悩んだものの、ブランド転換店が利益貢献したほか、直営店閉鎖による費用の削減や本社側のコストコントロールが図られた。

Q:FMにおける経費削減の進捗について。

A:直営店を中心とした不採算店舗の閉鎖を推し進めたことで、直営店舗数は前年同期に比べ387店減少した。こうした取り組みにより、人件費をはじめとするコストダウンが図られ、CVS事業は増益となった。

Q:CVSの既存店日商が伸び悩んでいる要因は。

A:客数の減少、特に女性層の獲得が課題だと認識している。第2四半期以降も継続して品揃えを見直していくほか、新型コーヒーマシンの導入、52週のマーケティング戦略を始めとした挺入れ策を進めていく。

Q: FM 既存店の日商が上がらない中、既存オーナーの利益をどう確保していくのか

A: 中食の製造工場数を集約するなどインフラ面での効率化を進めている。工場数は17年2月末で103カ所あったものが、直近では93カ所まで集約が進んでいる。またFM専用工場や温度帯別の工場も増やしているほか、約350億円の投資も進め、中食の品質向上に努めている。同様に物流センターについても、214カ所を162カ所に集約した。こうした経営統合に伴う様々なメリットをFCオーナーに還元していきたい。

こうしたインフラ面でのシナジーとあわせ、商品面でも改善を進める。女性向け、健康志向、地域商品等、様々な切り口で商品開発を進め、売上につなげていきたい。

Q: 今後のCVSにおける統合シナジーについて。

A: ハード面とソフト面に分けて考えると、ハード面では工場および物流拠点の集約を進めるとともに、ソフト面でも商品開発力を高めていく。さらに決済手段の多様化も進むなか、サービス面も強化していくことで、中期的には既存店の売上を1~2%ずつ上げていきたい。

Q: FMの新店日商が573千円と好調だった要因は。

A: 特にビルド&スクラップ店舗の日商が前年比110%と大きく伸長している。また、鉄道等のニューマーケット店舗も押し上げ要因となっている。

③ 【GMSセグメント】

Q: ユニーの既存店活性化の進捗について。

A: ユニーの既存店9店において、ドン・キホーテが得意とする個店に裁量を委ねた運営方式を取り入れた実験を行っている。まだ実験を始めたばかりで数字は出ていないが、既存のアピタ・ピアゴにドン・キホーテ流のエッセンスを取り込むことで、シナジーを出していきたい。

Q: 今後、アピタ・ピアゴからドン・キホーテとのダブルネームに転換していくスケジュールは。

A: 上期中に、これまで転換した6店をしっかりとレビューしたうえで、2019年度に転換する20店程度を選定していく予定だ。下期には転換準備を進めていく。

Q: UDリテールの利益見通しについて。

A: ドン・キホーテとのダブルネーム6店の売上は転換前比200%と好調に推移している。第1四半期はコストが先行し、まだ利益は出ていないが、通期では十分黒字化の達成が可能とみており、第2四半期以降も好調な売上を維持させていく。

以上