

2009年2月期中間決算報告と下期の取り組み

2008年10月9日 株式会社サークルKサンクス

【表紙】 2009年2月期中間決算報告と下期の取組み

株主、投資家のみならず、サークルKサンクスのホームページへアクセスいただき、ありがとうございます。
サークルKサンクス、広報IR秘書室の吉田です。

当社の「2009年2月期中間決算報告と下期の取組み」についてご説明いたします。

【スライド1】 1. 連結業績ハイライト

はじめに連結業績についてお話しします。

当期は、前期からのシステム投資に伴う費用増加で減益計画を組んでいましたが、当中間期は売上の好調に支えられ、大幅な増益となりました。

連結子会社の99イチバの21店を含む151店を出店し、131店を閉店した結果、期末店舗数は5,258店となりました。

既存店の売上が好調に推移したことや新店日販の改善によって、チェーン全店売上高は前年同期比2.8%増加し、4,764億5千7百万円となりました。

加盟店からの収入増加に加え、自営店売上高が増加したことにより、営業総収入は、前年同期比4.3%増加の1,090億1千7百万円、営業総利益は前年同期比1.9%増加の709億6千5百万円でした。

広告宣伝費などの減少により販管費が前年同期を下回った結果、営業利益は前年同期比プラス18.5%の137億9百万円となりました。また、閉店数が前期を大幅に下回ったことから閉店費用が減少し、経常利益は135億9千5百万円、中間純利益は58億7千1百万円と期首計画を大きく上回る増益を達成することが出来ました。

【スライド2】 2. 連結業績の期首計画差異分析

次に連結業績の期首計画との差異ですが、たばこの売上伸長の影響で値入率が計画を下回ったものの、チェーン全店売上高が計画を大きく上回ったことで、加盟店からの収入が増加し、営業総利益は計画を17億6千5百万円上回りました。

一方、広告・販促費が計画比マイナスとなった影響で販管費が計画を12億1千4百万円下回った結果、営業利益は計画を29億7千9百万円上回りました。

連結子会社では、ゼロネットワークスが営業利益で計画を2億6千万円上回りましたが、99イチバは既存店前年比の計画割れなどの要因で営業利益は計画を下回る結果となりました。

【スライド3】 3. 2008年2月期レビュー(単体ベース) ①既存店前年比と客数の推移

上期における既存店前年比と客数の状況についてご説明します。

たばこ自動販売機へのタスポカード導入に伴い、たばこの売上が大きく増加したほか、客数増加にも寄与しました。また、7月の猛暑により、冷やし麺やソフトドリンクを中心とする夏物商品の売上が急伸びしました。

加えて、商品力の強化の成果や販売促進活動の寄与もあって、上期の既存店前年比はプラス2.7%と、期首計画を4.3ポイント上回りました。

【スライド4】 3. 上期レビュー(単体ベース) ②出店と閉店の状況

次に出店と閉店の状況です。

上期は、引き続き「質」重視の出店に努めた結果、新店日販は前年同期比4万9千円改善することが出来ました。しかし、出店数と閉店数はリロケートの遅れなどにより計画未達となりました。

また、当中間期末で自営店が前期末比30店増加しました。自営店の削減を下期の課題として、発生抑制および削減に努めてまいります。

【スライド5】 3. 上期レビュー(単体ベース) ③夢WAKU²プロジェクトを展開

続いて、上期の当社の主な取組みについてご説明いたします。

今期当社は、「挑戦と役割」のもと、「Change」をキーワードにこれまでのやり方、考え方を変え、様々な新たな取組みに挑戦しております。

今期より、お客様にもっと愛される店舗を目指し、本部と加盟店が一丸となって「夢WAKU²プロジェクト」に取り組んでおります。

4月から5月にかけては、全国各地で「お客様満足向上フォーラム」を開催し、顧客価値最大化のために加盟店オーナー・スタッフの意識改革を目指したほか、6月には店舗ユニフォームを一新し、ブランドイメージの向上を図りました。また、加盟店から募集したアイデアを商品化する取組みも新たに開始しております。

【スライド6】 3. 上期レビュー(単体ベース) ④主力カテゴリーの強化と育成

昨年新ブランドを立ち上げた「おいしいパン生活」や「Cherie Dolce」は、上期も好調に売上を伸ばし、生鮮食品の店当日販は前年同期を上回る結果となりました。

また、5月に全面リニューアルを実施したサンドイッチでも、リニューアル後3ヶ月間の店当日販が前年同期を大きく上回るなど、伸び悩んでいたファーストフードの売上も改善傾向を示しました。

【スライド7】 3. 上期レビュー(単体ベース) ⑤商圏対応の取組み、⑥サービス強化の取組み

商圏対応の取組みでは、地域の味の嗜好を活かした地区商品の開発を強化したほか、地産地消を推進する「MOTプロジェクト」の地域を拡大し、6地域で展開しました。また、店舗の立地条件によって異なるお客様ニーズへ対応するため、焼きたてパンやフルーツジュースなどの実験展開にも積極的に取り組みました。

一方、サービス強化の取組みでは、7月までに関西6県の店舗へのバンクタイムATMの設置を完了したほか、新型「マルチコピー機」の導入も順次進めました。また、電子マネーの新規格の取扱いも開始し、さらなる利便性の向上を実現しております。

【スライド8】 4. 単体業績ハイライト

続いて、単体の業績ハイライトです。

出店面では「質」の改善は図れたものの、出店数は計画に届かず、121店に留まりました。

一方、118店を閉店した結果、期末店舗数は4,932店となりました。

チェーン全店売上高は、既存店前年比がプラス2.7%と好調に推移したことから、前年同期比2.2%増加の4,520億6千6百万円となりました。

これに伴う加盟店収入や自営店売上高の増加により、営業総収入は前年同期比1.4%増加し、営業総利益も前年同期を0.9%上回りました。

一方、販管費が計画を下回ったことで、営業利益は137億7千5百万円と前年同期比16.7%増加しました。また、閉店数の減少で閉店費用が減少し経常利益は133億7百万円と前年同期比18.1%増加、中間純利益は50億1千万円と前年同期比プラス9.4%の増益となりました。

【スライド9】 5. 単体業績の前年同期差異要因①

次に単体業績の前年差異要因です。

営業総収入は、売上好調が寄与し、加盟店からの収入増や自営店売上高の増加で前年同期を13億円上回りました。

販管費は前年同期比13億円のマイナスとなりました。設備リース料、減価償却費が増加したものの、広告・販促費が11億3千万円、仮直店の運營業務委託費が3億3千万円とそれぞれ減少したことが主な要因です。

【スライド10】 5. 単体業績の前年同期差異要因②

営業外収益では受取補償金が前年同期比7千万円減少しました。

一方、営業外費用は閉店が前期比109店減少したことで、解約損害金が4億8千万円減少しましたが、連結子会社貸付金の貸倒引当金繰入額が3億1千万円増加しました。

特別利益は、投資有価証券売却益1億円を計上したため、前年同期を37.9%上回りました。また、特別損失では減損損失が24億3千万円だったほか、連結子会社株式減損として12億7千万円を計上しました。

【スライド11】 6. 下期の取り組み ①

下期も「夢WAKU²プロジェクト」において、新たな取組みに挑戦してまいります。

その一つとして、加盟店アイデアの商品化をプライベートブランドの菓子、弁当にも広げる計画です。また、全国の加盟店スタッフを巻き込んだ「フレンドリーコンクール」を開催し、お客様満足度の向上を目指してまいります。

主力カテゴリーの強化と育成では、現在も売上好調が続くパスタにおいて、新ブランド「rubetta(ルベッタ)」を立ち上げ、麺とソースのおいしさ向上と品揃え豊かな売場を演出することで、当社の第3の看板商品に育成してまいります。

【スライド12】 6. 下期の取り組み②

商圈対応の取組みでは、下期新たに100店舗へ「フライヤー」を導入することにしました。2011年2月期までに2000店舗への導入を計画し、カウンターフーズの強化により新たな売上を創出してまいります。

また、ユニーグループのシナジー強化では、コンビニエンスストアのニーズに合った商品をチョイスしながら、ユニーの価格訴求型PB商品「e-price」を導入してまいります。

サービス強化としては、今期の大型投資の一つである「カルワザステーション」の導入を9月より開始します。今後魅力的なコンテンツを順次投入し、利便性を高めることで客数増加に繋げる計画です。

【スライド13】 6. 下期の取り組み③

11月には、いよいよ新店のフランチャイズ契約を統一し、業務効率の向上を図ってまいります。

また、当社は新地域への出店可能性調査などのため、9月より社長直轄組織として「ニュープロジェクト」を設置いたしました。

店舗の質向上に向けては、下期も引き続き「質」重視の出店に努め、通期の新店日販は46万3千円を目指します。同時に店舗開発の生産性の向上やベンチャー社員制度の活用による質の高いFC候補者確保などにより、「量」の確保も実現し、通期店舗数純増を堅持します。

さらに自営店対策としては、オペレーション社員制度や複数店経営優遇制度を活用することで、自営店のフランチャイズ化を促進してまいります。

【スライド14】 7. 2009/2期 単体業績予想

次に単体の通期業績予想ですが、上期の業績を織り込むとともに、下期もたばこの売上が伸長することを見込み期首計画を修正いたしました。

出店と閉店は、上期の未達分を下期に積み増し、期首計画を維持しましたが、既存店前年比はプラス3.8%に引き上げております。一方、平均値入率は値入の低いたばこの売上増加の影響が大きいことから、期首計画を引き下げ28.08%としました。

これら前提条件の変更に伴い、営業総収入は前期比プラス0.4%の1,900億1千万円を見込んでおります。一方で、下期よりシステムなどの大型投資が本格化することから、販管費は前期を1.2%上回るものと予想しております。この結果、営業利益は期首計画より減益幅が大幅に縮小し、前期比マイナス2.6%の209億2千万円となる見込みです。

また、閉店数減少による閉店費用の減少により、経常利益では増益を見込んでおります。当期純利益は、連結子会社株式減損の計上で特別損失が期首計画を上回るため、前期比マイナス4.5%の82億6千万円となる見込みです。

【スライド15】 8. 2009/2期 連結業績予想

続いて連結の通期計画です。

連結子会社の業績計画ですが、コンビニ4社は、売上好調が見込まれることから、4社合計の営業利益は期首の計画を1億円程度上回り、黒字を確保出来るものと予想しています。

一方、99イチバは新店日販の回復を図り、出店数を期首計画比13店引き下げました。仕入コストや間接コストの削減により、利益体質の構築を図ってまいります。通期の営業利益では期首計画比2億円程度赤字幅が拡大する見込みです。

ゼロネットワークスは、ATMの利用件数が順調に推移しており、利益率の改善により営業利益は期首計画を2億円程度上回る見通しです。

これらの結果、連結の営業利益では減益となるものの、経常利益、当期純利益ともに期首計画を上回り、増益となる見込みです。

【スライド16】 9. 株主還元について

最後に株主還元についてお話しします。

当社は株主、投資家のみなさまへの利益還元の充実を経営の重要課題と捉えております。安定配当の維持を第一に考えながら、連結配当性向30%以上を目処に、当社の中期的な収益環境、設備投資計画及び財政状態を見極め、株主還元を実施する方針です。

2009年2月期の中間配当金は1株当り20円とし、年間配当金は1株当り40円、配当性向は38.3%となる予定です。

また、「株主優待制度」として、当社店舗でお買い物をお楽しみいただける「株主様ご優待カード」を進呈しております。

景気減速に伴う個人消費の低迷など、当社を取り巻く環境は依然として厳しい状況ですが、競争に打ち勝つための新しい商品や販売方法などへの「挑戦」とともに、過去の考え方、仕事のやり方の「変革(CHANGE)」を図り、売上と業績の向上を目指してまいります。

株主、投資家の皆様におかれましては、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。

以上