

2010年2月期 第2四半期決算説明会

2009年10月5日



(証券コード:3337)

株式会社サークルKサンクス

*本資料には発表日現在における将来の見通し、計画のもととなる前提、予想を含んだ内容を記載しております。実際の業績は今後様々な要因によってこれらの予想とは異なる可能性があります。

2010年2月期 第2四半期決算概要



株式会社サークルKサンクス

取締役経理財務本部長 山口 利隆

1. 連結業績ハイライト

(単位:店、百万円)

	2008/8期	2009/8期		
			前年同期比	期首計画比
出店	151	155	+4	-4
閉店	131	133	+2	-2
期末店舗数	5,258	5,285	+27	-2
チェーン全店売上高	476,457	467,526	-1.9%	-4.3%
営業総収入	109,017	101,986	-6.4%	-5.8%
営業総利益	70,965	67,759	-4.5%	-5.7%
販管費	57,256	58,169	+1.6%	-3.5%
営業利益	13,709	9,590	-30.0%	-17.3%
経常利益	13,595	9,282	-31.7%	-15.7%
四半期純利益	5,871	3,297	-43.8%	-27.9%

2. 連結業績の計画差異分析

(単位:百万円)

	期首計画比	期首計画差額
営業総利益	-5.7%	-4,111
販管費	-3.5%	-2,112
営業利益	-17.3%	-2,000
経常利益	-15.7%	-1,728
四半期純利益	-27.9%	-1,273

計画差異要因

- ・営業総利益:売上が計画比210億円下回ったことで、加盟店からの収入減(計画比 -34億円)と自営店の売上総利益減(計画比-9.4億円)
値入率(単体ベース)は27.71%(計画比 -0.41%、前年同期比 -0.74%)
- ・販管費:広告・販促費が計画比 -8.7億円、人件費が計画比-2.6億円
- ・特別損失:計画比+7.5億円→減損損失が計画比+8.1億円
- ・連結子会社:ゼロネットワークスが営業利益で計画比+1.3億円

3. 単体業績ハイライト

(単位: 店、百万円)

	2008/8期	2009/8期		
		前年同期比	期首計画比	
出店	121	140	+19	±0
閉店	118	127	+9	-3
期末店舗数	4,932	4,952	+20	+3
チェーン全店売上高	452,066	441,864	-2.3%	-4.4%
既存店前年比	+2.7%	-3.3%	-	-4.6%
平均値入率	28.45%	27.71%	-0.74%	-0.41%
営業総収入	98,018	89,625	-8.6%	-6.4%
営業総利益	67,377	63,834	-5.3%	-5.9%
販管費	53,627	54,350	+1.3%	-3.4%
営業利益	13,750	9,484	-31.0%	-18.4%
経常利益	13,307	8,860	-33.4%	-17.7%
四半期純利益	5,010	2,914	-41.8%	-36.7%

(注) 平均値入率の前年同期比は増減です。

4. 単体業績の前年同期差異要因

(1) 営業総収入 896億円(前年同期比 -8.6%、-83億円)

営業総収入内訳	前年同期比	前年同期差額	要因
加盟店からの収入	-3.2%	-16.3億円	・既存店前年比-3.3% ・チェーン全店売上高は前年同期比102億円減少
不動産賃貸収入	-1.0%	-0.2億円	—
自営店売上高	-16.6%	-67.4億円	閉店58店やFC付などにより、自営店数は前年同期比118店減少
その他収入	+0.4%	+0.1億円	—

※加盟店からの収入には、エリアライセンスフィー1,538百万円を含む

(2) 販管費 543億円(前年同期比 +1.3%、+7億円)

販管費内訳	前年同期比	前年同期差額	要因
人件費	+1.3%	+1.3億円	退職給付引当金繰入額が1.5億円増加
広告・販促費	-16.1%	-7.1億円	・景品費、電波広告費などの減少で、広告費が6.7億円減少
賃借料	+2.6%	+5.1億円	・Cタイプ店舗が前年同期比219店増加 ・リロケート推進
設備リース料	-2.3%	-0.8億円	—
減価償却費	+42.5%	+13.8億円	前期に導入の新システム、サービス機器に関わる償却費増
その他	-4.0%	-5.1億円	・ムダサクの徹底→旅費交通費が2億円減少 ・経営委託料が6億円減少→経営委託店が前年同期比99店減少

(3) 営業外収益 5億円、営業外費用 11億円

	前年同期比	前年同期差額	要因
営業外収益	-22.8%	-1.4億円	受取補償金が0.8億円減少
営業外費用	+3.0%	+0.3億円	—

(4) 特別利益 1億円、特別損失 34億円

	前年同期比	前年同期差額	要因
特別利益	-21.8%	-0.4億円	—
特別損失	-15.3%	-6.2億円	・減損損失28.6億円計上(前年同期比+4.3億円) ・連結子会社の株式減損が減少 (前年同期比-9.5億円)

5. 連結設備投資の状況

■設備投資の状況(リースを含む)

(単位:百万円)

	2008/8期	2009/8期	2010/2期(予想)
新店投資	4,865	6,585	13,463
既存店投資	2,137	1,101	1,459
システム関連投資	2,561	2,170	3,428
本部関連投資	1,112	812	1,052
設備投資計(1)	10,673	10,668	19,405
リース対応分(2)	2,340	6,108	8,814
総投資額(1)+(2)	13,014	16,776	28,220

6. 2010/2期 単体業績予想

☆出店・閉店計画は期首計画を維持、既存店前年比と値入率は期首計画から修正

(単位:店、百万円)

	上期実績	2010/2期予想		期首計画
			前期比	
出店	140	290	+25	290
閉店	127	270	+15	270
期末店舗数	4,952	4,959	+20	4,959
チェーン全店売上高	441,864	868,840	-2.5%	907,070
既存店前年比	-3.3%	-3.9%	-	+0.5%
平均値入率	27.71%	27.81%	-0.30%	28.01%
営業総収入	89,625	174,810	-8.4%	186,800
営業総利益	63,834	125,600	-4.2%	132,510
販管費	54,350	109,330	+1.3%	111,940
営業利益	9,484	16,270	-29.8%	20,570
経常利益	8,860	15,000	-31.8%	18,900
当期(四半期)純利益	2,914	5,800	-29.9%	9,120

下期の前提

出店:150店

閉店:143店

⇒出店は期首計画を維持
閉店は上期未達3店を積み増し

既存店前年比:-4.4%

⇒期首の下期計画:-0.2%

平均値入率:27.91%

⇒期首の下期計画:27.90%

7. 2010/2期 連結業績予想

(単位: 店、百万円)

	上期実績	2010/2期予想		期首計画
			前期比	
出店	155	321	+9	319
閉店	133	280	-7	280
期末店舗数	5,285	5,304	+41	5,302
チェーン全店売上高	467,526	920,140	-2.1%	960,110
営業総収入	101,986	199,980	-6.3%	212,120
営業総利益	67,759	133,510	-3.5%	140,530
販管費	58,169	117,220	+1.7%	120,060
営業利益	9,590	16,290	-29.2%	20,470
経常利益	9,282	15,500	-31.3%	19,200
当期(四半期)純利益	3,297	6,200	-34.3%	9,100

連結通期業績のポイント

(連結子会社)

■出店・閉店

出店は期首計画比+2店、閉店は期首計画通り

■コンビニ4社

・営業利益は期首計画比で3千万円程度赤字幅が拡大

■99イチバ

・出店数を期首計画比 +1店
・営業利益では、期首計画比8千万円赤字幅が拡大

■ゼロネットワークス

・営業利益では、期首計画を2億円程度上回る

【連結子会社の2010/2期予想】

	コンビニ4社	99イチバ	ゼロネットワークス	リテイルスタッフ
出店	21	10	-	-
閉店	7	3	-	-
期末店舗数	277	68	-	-
チェーン全店売上高	40,281	11,021	-	-
営業総収入	8,178	11,024	5,676	1,555
営業利益	-63	-307	372	21

2009年度下期の経営方針



株式会社サークルKサンクス

代表取締役社長 中村 元彦

上期の振り返り

～成果と課題～

2009年度の経営方針 「挑戦と行動」
キーワード “変える・捨てる”

1. 既存店前年比・値入率は計画未達

□ 既存店前年比: -3.3% (計画比 -4.6ポイント)

⇒ 客数前年比: -0.8% / 客単価前年比: -2.5%

【地域別の既存店前年比の状況】

北海道	東北	関東	甲信越	北陸	東海	関西	中国
-2.3%	-1.8%	-2.5%	-1.2%	-4.5%	-5.4%	-0.8%	-3.4%

□ 平均値入率: 27.71% (計画比 -0.41ポイント)



- ・夏物商品(冷やし麺、ドリンク、アイスクリームなど)などの不振
- ・ファーストフード・生鮮食品の低迷

2. 出店計画を達成

(単体ベース)	07/8期	08/8期	09/8期			
			計画	実績	計画比	前年同期比
出 店	150	121	140	140	±0	+19
新店日販(万円)	42.6	47.5	48.1	46.2	-1.9	-1.3

□新店日販46.2万円

□ベンチャー社員制度は15名が独立

□複数店経営優遇制度活用による出店:20店

□7月、福岡県へ出店開始

- ・計画を1店上回る6店を出店
- ・1号店、2号店にはイートインコーナーを設置し、立地対応型商品「パッケージ」を展開



福岡1号店「サンクス福岡天神二丁目」店

3. 自営店数をさらに削減

	08/8期末	09/2期末	09/8期末	09/8期末		前期末比
				出店	閉店	
自営店	580店	508店	462店	5店	58店	-46店
直営店	211店	193店	192店	3店	20店	-1店
経営委託店	369店	315店	270店	2店	38店	-45店

・自営店のFC付:44店

4. 加盟店支援の取組み強化

・店舗スタッフの確保支援

⇒3月:「スタッフ採用センター」立ち上げ

7月:アルバイト募集・検索サービス開始

・5月:「聞く耳施策」を開始⇒加盟店からの意見・提案は102件

・7月:人材派遣サービス「加盟店ヘルパー制度」を開始

5. 商品力強化の取り組み

□消費の二極化への対応

- ①「元気応援弁当」(380円)を発売
- ②PB飲料(100円、115円)の開発
- ③低価格PB商品「e-price」の導入拡大



□立地対応品揃え「パッケージ」商品を強化

- ①フライヤー 上期741店へ導入(2009年8月末累計で951店)
- ②コーヒーマシーン 上期211店へ導入



カウンターFFの店あたり前年同期比:104%

6. サービス強化の取り組み

□カルワザステーション全店への導入を完了（一部店舗を除く）

- ・スポーツ振興くじ「toto」、チケットサービスなどの新規コンテンツ導入

□バンクタイムATMの展開地域を拡大

- ・北陸（石川・福井）、東北（宮城・福島）、福岡の店舗でもサービス開始



7. 社内プロジェクトを推進

□無駄カイゼンタスク：携帯電話料金、コピーなどで電子入札

□「聞く耳施策」：加盟店・社員から約200件の提案

⇒ 11月オープン予定店舗を活用した「シェリエドルチェ・カフェスタイル」の展開

□医薬品販売の実験開始：6/1～サンクス田町東口店（直営店）にて

⇒ 6月～8月累計の平均日販：1.3万円

下期の取組み



攻めと守り

現場回帰

厳しい現状を見つめ直し、
今出来ることを全員で徹底的に実行する

攻め

売上向上

+

経費削減

守り

現場回帰

加盟店との対話・指導を強化

ターゲットを絞って重点投資

2. 「攻め」 売上向上への取組み

1. 米飯の挺入れ策

□ 9月～「オテゴロ弁当(398円)」シリーズを発売

- ・450円以上の価値のお弁当を398円の『オテゴロ』価格で提供
- ・常時4アイテムを品揃え⇒**選べない不満を解消**
- ・クーポン券付チラシを配布
⇒**露出不足を解消し、新規のお客様へも訴求**



□ プレミアム感のある高付加価値弁当も同時に発売

11/25発売予定
「豚丼」(550円)



2. オリジナルデザート「Cherie Dolce」の強化

誕生2周年を機に「スイーツの総合ブランド」として、さらなるブランド力の向上を図る

□11月～「Cherie Dolce α」を発売

・新たに焼き菓子、半生菓子を展開し、品揃えの幅を拡大

⇒ワンランク上の本物のおいしさを追求

・“こだわりの定番商品”に加え、流行や旬を意識した“トレンド発信型商品”など約20アイテムを展開



□「Cherie Dolce」誕生2周年をフックに大規模なキャンペーン、イベントを実施予定

3. 立地対応型商品「パッケージ」を積極導入

□これまで実験を行ってきた立地対応型商品『パッケージ』の本格展開開始

コーヒーマシン

- ・下期に600店導入
⇒ 計810店
- ・目標日販
⇒ 1,000円



焼きたてパン

- ・下期10店
⇒ 計24店
- ・目標日販
⇒ 7,000円



輸入菓子

- ・下期50店 ⇒ 計150店
- ・目標日販 ⇒ 2,500円



フルーツジュース

- ・25店で展開中
- ・目標日販 ⇒ 2,000円



4. グループPB戦略

- ・e-priceから順次「スタイルワン」に入替え



- ・コンビニに合う商材・地域に合う商材をチョイスし展開予定



5. カルワザステーションの活用で集客力アップ

- ・スポーツ振興くじ「toto」のサービス拡大

⇒コンビニ初の「当せん金の払戻」や「返還金発生時の払戻」など



新デザインカード

3. 「守り」 下期経費投入の基本的な考え方

1 無駄な経費を徹底的に削減する

: ムダサク、費用対効果の見直し

2 売上向上策には集中的に経費投入する

: Cherie Dolce2周年キャンペーン、オテゴロ弁当販促、e.t.c



トータル経費削減は△7億円(下期)

(単位: 億円)

(単体ベース)	2009年度下期		
	当初計画	修正計画	差額
販売費及び一般管理費	556	549	△7
<主な項目>			
人件費	100	99	△1
広告費・販促費	38	36	△2
固定経費 (地代家賃、リース料、減価償却費、etc)	300	300	±0
その他経費 (販売費、経営委託料、etc)	118	114	△4

ポイント

広告費・販促費: △2億円

- ・費用対効果の見直しにより総額は削減
- ・売上向上対策枠(4億円)を新たに設定

固定・その他経費: △4億円

- ・システムソフト投資圧縮
- ・“ムダサク”の徹底
- ・本部のスリム化

5. 株主還元策

基本方針

連結配当性向**30%以上**を目処とし、安定配当を維持する

自社株買いは、設備投資計画、財政状況を見極めながら検討していく

【連結ベース】

	2008/2期	2009/2期	2010/2期(予定)
EPS	102.4円	112.7円	74.0円
中間配当	20円	20円	20円
期末配当	20円	20円	20円
年間配当(前期比)	40円(+2円)	40円(±0円)	40円(±0円)
配当性向	39.1%	35.5%	54.0%
ROE	7.0%	7.4%	4.7%