

毎日が、あなたの日。



U G H D

UNY Group Holdings

2014年2月期
ユニーグループ
経営方針

2013年4月9日

代表取締役会長 最高経営責任者 (CEO)
前村 哲路



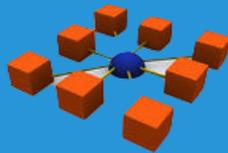
商品戦略

Marketing



業態戦略

Enterprise



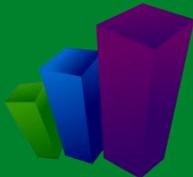
IT物流戦略

Technology



海外戦略

Globalstrategy



財務・人材戦略

finance/talent



商品開発



共同物流



共同販促



プライベートブランドの強化



わたしのお気に入り。



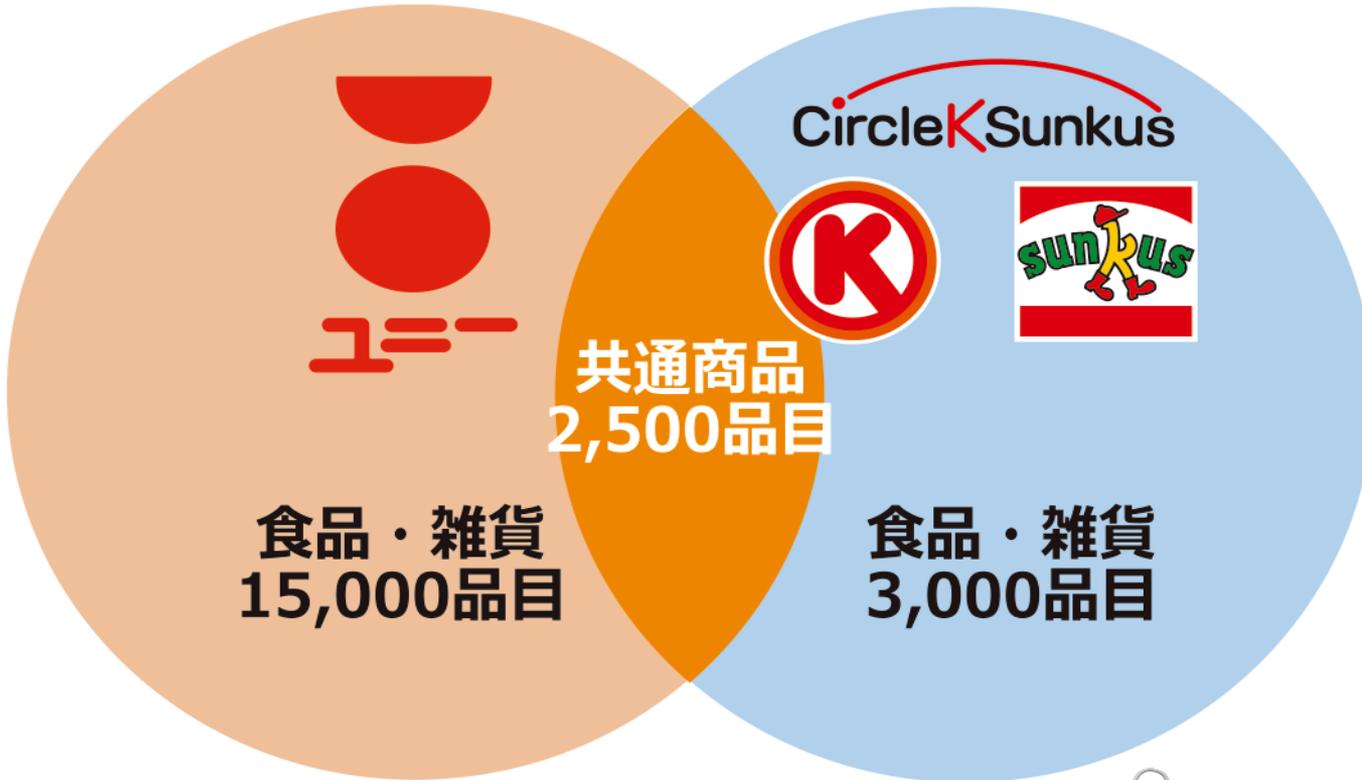
ひとつ上の、満足



- 「毎得」
食品・雑貨商品を強化し、160品目から200品目に拡大
- 「Style ONE」「Prime ONE」
1,230品目から1,440品目に拡大。特にデイリー商品、惣菜商品を強化



ユニーとサークルKサンクスの原価統一



ユニーとCKSUの共通商品2,500品目あるなかで
2,000品目以上が原価違い→原価の統一をはかる
StyleONE、PrimeONEの原価統一を最優先とする

グループ開発商品の計画

毎得		Style ONE					Prime ONE	
食品・日用雑貨		食品			日用雑貨		食品	日用雑貨
								
								
								
13/2期 (実績)	160品目	1,130品目 (食品680品目 + 雑貨450品目)					100品目 (食品90品目 + 日用雑貨10品目)	
14/2期 (計画)	200品目	1,280品目 (食品780品目 + 雑貨500品目)					160品目 (食品150品目 + 日用雑貨10品目)	

グループ開発商品の拡大

(単位:億円)	2013/2期 実績 (構成比)		2014/2期 計画 (構成比)	
衣料品	587	53%	590	55%
住関連品	137	13%	170	16%
食料品	702	14%	760	16%
ユニ-計	1,426	20%	1,520	22%
雑貨	46	13%	60	15%
食品	2,757	46%	3,060	49%
CKSU計	2,802	27%	3,120	29%
2社計	4,228	24%	4,640	26%

2016/2期目標



1,750 **25%**



3,750 **35%**



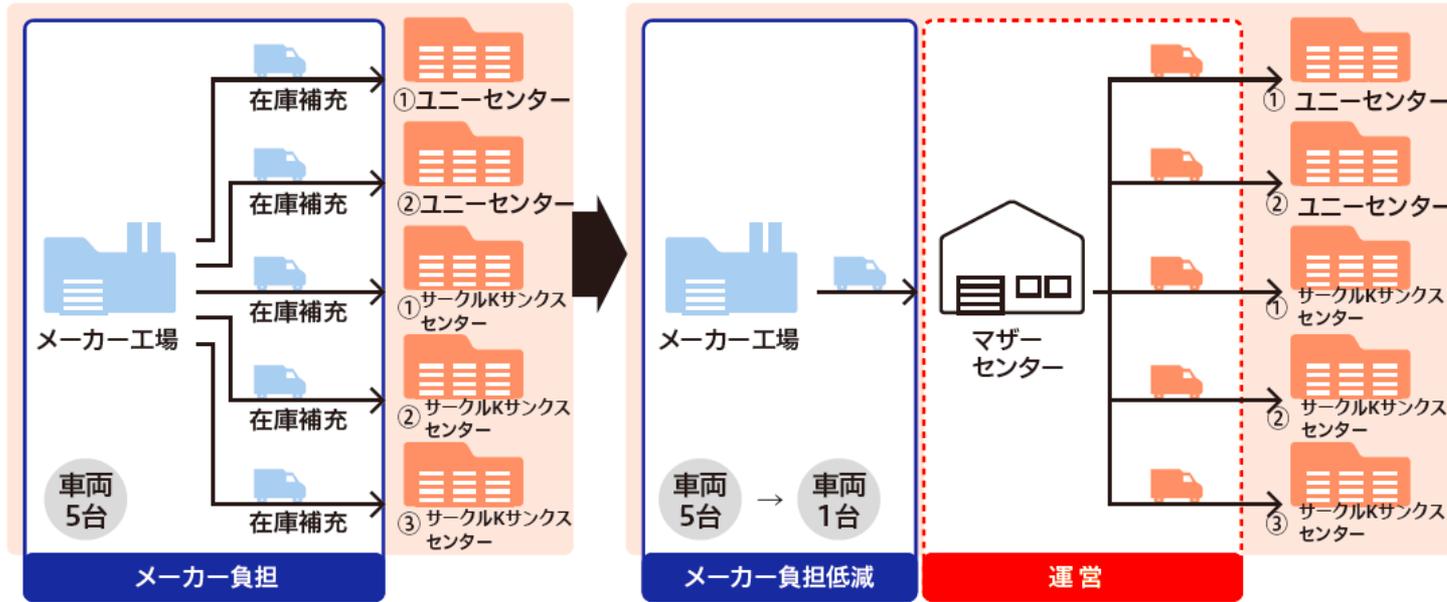
5,500 **31%**

シナジー 5カ年計画

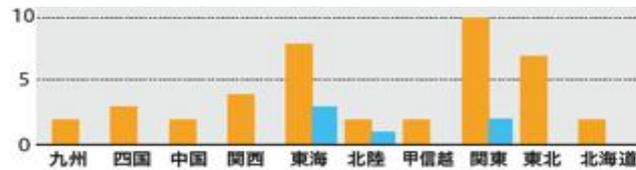
		1年	3年 累計	5年 累計	合計
商流	①取引条件の見直し	○	○		70 億円
	②ベンダー政策	○	○		
	③仕入原価統一	○	○	○	
物流	①マザーセンター構築		○		14 億円
	②物流センターの共有化		○	○	
商品	①営業企画の統一	○	○		16 億円
	②Style ONE、Prime ONEによる改善	○	○	○	
利益改善合計 (内、FC加盟店分)		12.5 億円 (5億円)	67.0 億円 (27億円)	20.5 億円 (8億円)	100 億円 (40億円)

グループ物流体制

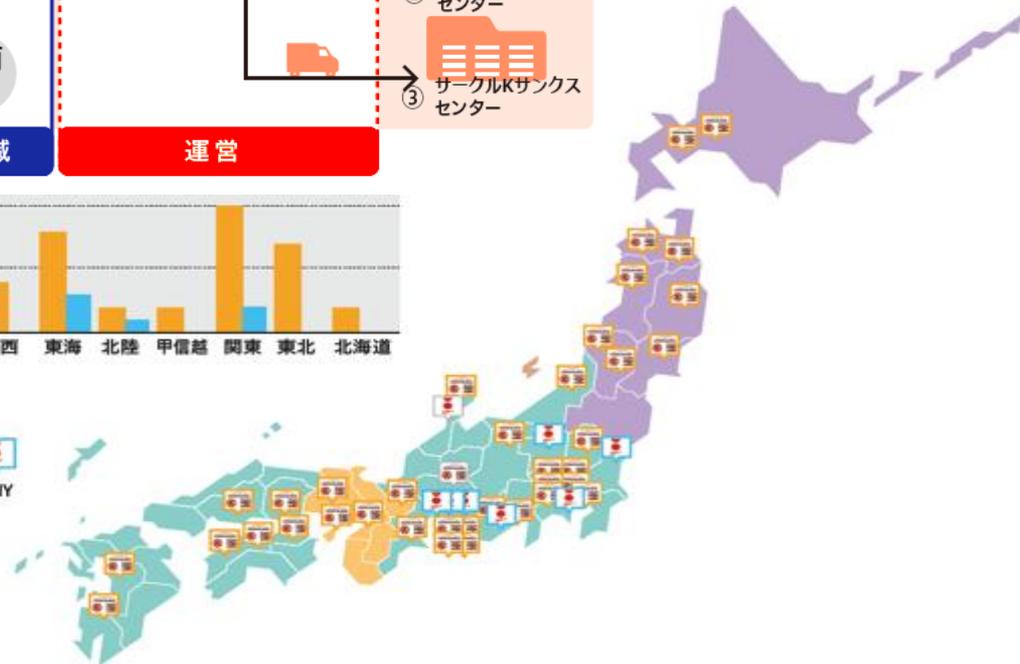
① マザーセンターの構築



② 物流センターの共有化



UNY・CKSU食品物流拠点



力を合わせて、
あなたを満たす。

買い物は最高のエンタテインメントだ。

なんて言ったら大げさでしょうか。
でも、想像してみてください。
毎日の買い物のひとつひとつが、
もっとドキドキワクワクに満ちていたら。

価格も、品質も、サービスも。
すべてを満たした上で、
さらなる価値をご提供するために。

私たち全国的8,000店の夢は、
あなたを満たすひとつの大きな力へ。

毎日、あなたの日。




いちばんの
満足を
あなたに

2013.2.21
ユニグループ・ホールディングス 誕生
unygroup-hds.com



ラジオ時報全国6地区



テレビCM



新聞



主要駅 サイネージ





競争力
差別化



ドミナント強化
都市部出店



シニア対応



ユニーの基本戦略

GMS 事業の再生



差別化



独自化



商品



PB 化

EDLP 化

業態



SC 化

店の魅力

サービス



ソリューション

地域密着

■ 業態モデル確率に向けた課題

MD 改革

製造小売業

ローコスト経営

作業割当
単品管理

現場主義

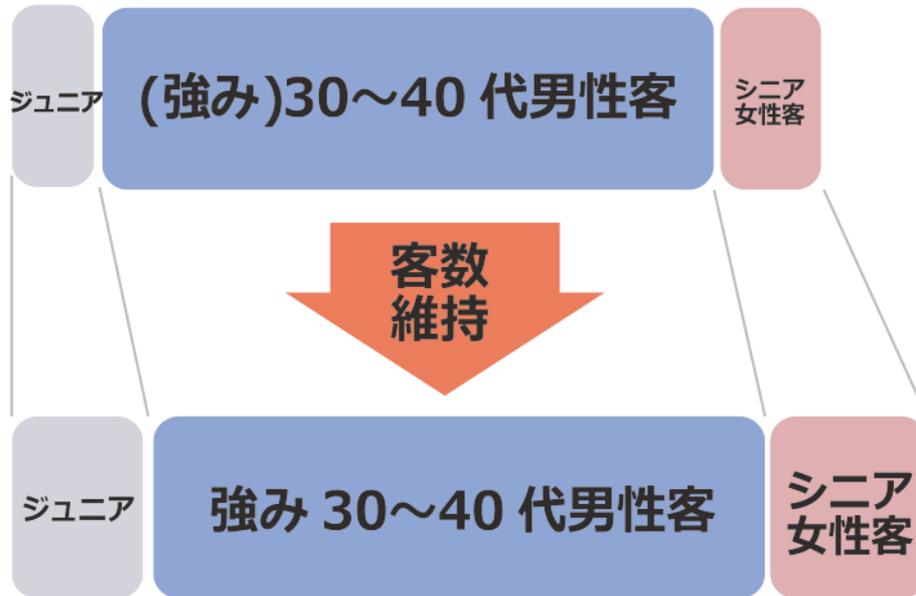
改善活動・VP
レベルアップ
環境マネジメント

サークルKサンクス 女性客の拡大

スタイルワン・低価格白物拡充



高級エイジングケア先行販売



青果取引先の開拓

ユニーの取引先からの青果を供給

*一部地区にて検討中



当社の強みである男性客数を維持しつつ、新たに客単価の高い商圈客（シニア層・女性客）を開拓する。

*男女構成比 80:20% ⇨ 55:45%

サークルKサンクス 商品の差別化



- 取り扱いアイテム数、カテゴリーを拡大
- 可能な限り  の原価にあわせる (一物一価)

NB(ナショナルブランド)

- 約 20 アイテムをスーパー価格へ定番値下げ
酒類・日配品・青果等を「スーパーとの価格差を5%~10%までに近づける」へ変更

カウンター商品の拡大

カウンターフーズを中心に
ファーストフードを強化
接客カウンターを拡張し、
一部店舗でイートインコーナーを設置

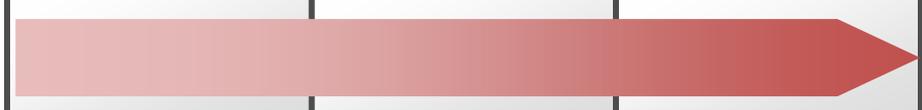


サークルKサンクスの設備投資

店舗機能強化

新店のフォーマットを既存店にも反映

既存店は**今後2年間で65億円**の追加投資を行う (新店含むと80億)

投資設備	目標	2013/2期	2014/2期	2015/2期
フライヤーセット	全店			
コーヒーマシーン	全店	2013/2期 全店完了		
冷凍平ケース	2,000店			
アイランド型冷ケース	2,000店			
カウンター改装	1,000店			

※目標店舗数は、新規出店および既存店への導入店舗数の合計

ターゲットを明確にした4つの店舗フォーマットを設定
『立地条件』や『周辺環境』に最も適したフォーマットを採用

FF強化型



👍 カウンターフーズを中心にファスト
フードを強化

KEYWORD 男性・都会的・繁華街・ビジネス街

新規出店構成比： **30%**

ミニスーパー型



👍 生鮮・日配品・生活雑貨を強化

KEYWORD 有職女性・主婦・高齢者・住宅地

新規出店構成比： **30%**

標準型

👍 通常フォーマット

👍 ミニスーパー・FF強化の事例を還流

KEYWORD 全方位・ロードサイド

新規出店構成比： **30%**

特殊型

👍 狭小立地・閉鎖商圏向けのミニ店舗

👍 他業態とのコラボレーション

KEYWORD 病院・学校内・キオスク・コラボ

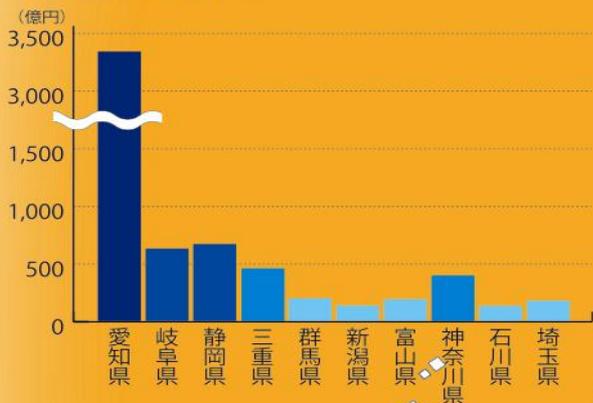
新規出店構成比： **10%**

グループ・ドミナントの強化

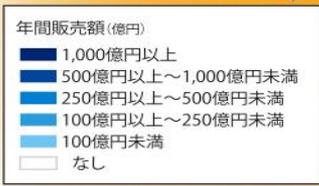


APITA/PIAGO 県別売上分布

2012年 県別年間販売額



ユニーグループ 県別食品売上シェア



GMSによるドミナント出店

東海を中心としたドミナントエリアの競争力を高め、今後のエリア拡大とマーケットシェアの向上を図る

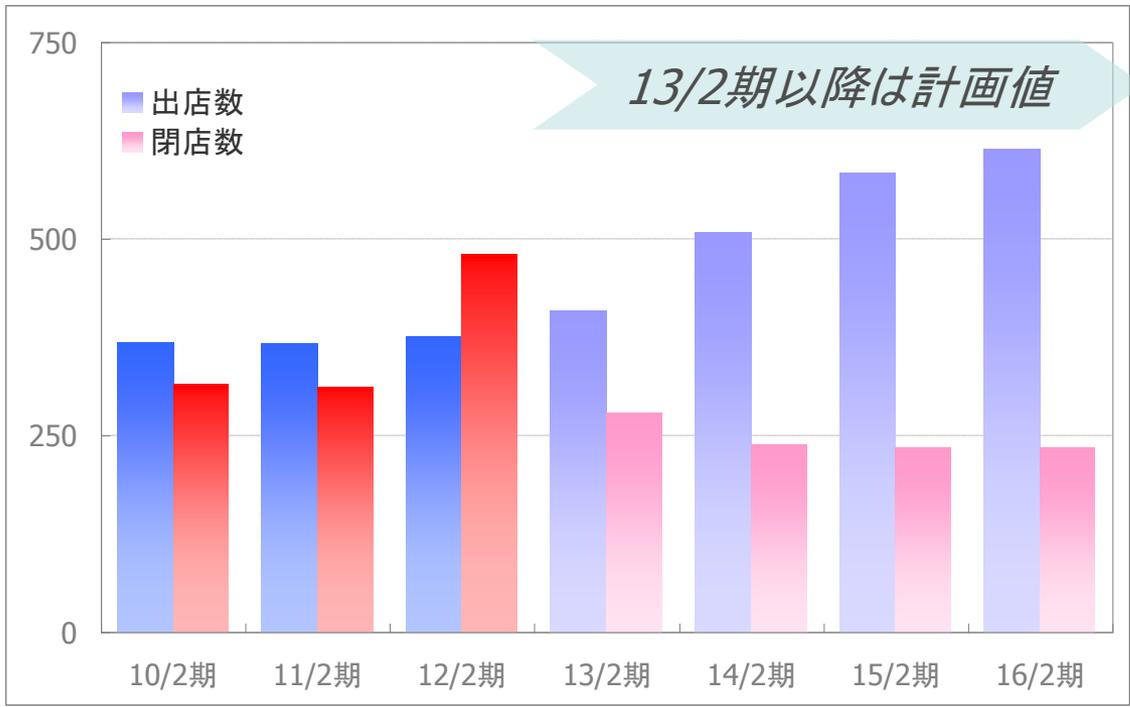
	2014/2期 (計画)		2015/2期 (計画)		2016/2期 (計画)	
投資額	463億円		275億円		197億円	
	アピタ	ピアゴ ユーホーム	アピタ	ピアゴ ユーホーム	アピタ	ピアゴ ユーホーム
新設	A西大和	UH西大和	A桶川 A西尾	P太田川 P白山倉光	検討中	
建替	A一宮	P浜松泉町 PL今池 Pアラタマ	A稲沢 A長岡	プロセスセンター	建替 3店 増床 1店	
改装	A初生	耐震店舗			耐震店舗	

※A:アピタ、P:ピアゴ、UH:ユーホーム、PL:ピアゴ ラ フーズコア

コンビニによるドミナント出店

店舗純増数の拡大

『量より質』の戦略は続けながら、『量』のウェイトを向上させ、競争に打ち勝つ強固なドミナントを構築



14/2期からの3カ年で1,800店の出店

出店の増加と閉店の抑制で1,000店以上の純増を目指す

ミニピアゴによる首都圏店舗網の構築



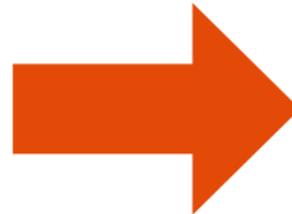
首都圏への都市型出店戦略

都市型ミニSMを展開

SMの品揃えとCVSの利便性を追求した店作り (50坪~60坪)

2016年2月期下期
黒字化

今期期末店舗



87 店舗



充実の
デイリー



カード
戦略



ネット
戦略



物流
戦略

ITの活用

グループカード戦略の推進

グループ共通の電子マネーを導入することにより、
グループ全体でお客さまのロイヤルカスタマー化を図る

目的

1. 集客の拡大
2. 営業力強化
3. グループシナジー

目標



CRM
会員管理

マーケット対応

UCS
ユニコム連携



グループIT物流戦略

グループ物流再構築による顧客満足の提供と利益最大化の実現



調達物流システム
 <SPA を支えローコスト化 >

店舗物流システム
 <店舗効率改善とローコスト化 >

IT を活用したグループ共同物流システム

- マザーセンター構築による海外・国内商品の一括管理
- プロセスセンターによる生鮮品の商品改善

- 物流センター共有化によるローコスト化
- 勧告発注・アシスト発注システムによる店舗効率改善



ユニー
上海出店



コンビニ
アジア進出



海外調達



・高層ツインビルと
地上4階地下2階
のオープンモール
・商業施設部分は
約26000坪

使用面積
約**6400坪**
SMゾーン中心の直営
+衣料・住関・飲食の
モールゾーン

初年度売上目標
約**56億円**

米国サークルKとの協業によるアジア地域進出



海外調達強化



●衣料仕入高に占める国別直接貿易構成比

	中国	ASEAN計	ASEAN内構成			仕入金額
			ベトナム	タイ	バングラディシュ他	
13/2期	74%	26%	12%	10%	5%	240億円
14/2期	65%	35%	12%	10%	14%	260億円
15/2期	60%	40%	12%	11%	17%	280億円
16/2期	55%	45%	12%	10%	23%	300億円



資金管理

※CMS



投資

※開発出店



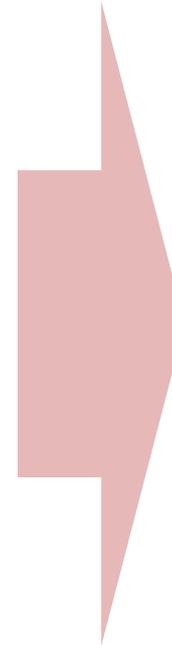
人材交流

※公募制度



ユニーグループ中期計画

	2013/2期 (実績)	2014/2期 HD1年目(予想)
営業収益	1兆302億円	1兆298億円
営業利益	350億円	364億円
純利益	304億円 (*123億円)	167億円
ROE	11.3% (*4.8%)	5.6%
DEレシオ	0.9倍	1.1倍



2016/2期 HD3年目(目標)
1兆665億円
500億円
240億円
7.5%以上
0.9倍

※負ののれん発生益を除く実績

毎日が、あなたの日。



U G H D

UNY Group Holdings

決算報告

専務取締役 最高財務責任者 (C F O)
越田 次郎

2013年2月期 決算概要

- ・営業利益および経常利益は販管費の削減が進んだものの、営業総利益の減少を補えず減少
- ・当期純利益は特別利益の増加、特別損失の減少により過去最高益

(単位:百万円)	金額	前期比	前期差	計画差 (2012年10月修正計画)
営業収益	1,030,259	95.5%	▲48,891	▲6,341
営業総利益	399,613	96.3%	▲15,234	▲4,637
販管費	364,593	98.3%	▲6,253	▲657
営業利益	35,020	79.6%	▲8,981	▲3,980
経常利益	33,423	78.8%	▲8,966	▲3,977
当期純利益	30,471	366.1%	+22,147	▲5,329

セグメント別の状況

・総合小売およびコンビニエンスストアはトップラインの減少により減益

(単位:百万円)	営業収益			営業利益		
		前期比	計画差 ('12/10修正計画)		前期比	計画差 ('12/10修正計画)
総合小売 (GMS)	791,750	97.4%	▲100	14,249	79.6%	+619
コンビニエンスストア	154,422	86.8%	▲5,038	16,749	81.4%	▲3,721
専門店	68,983	93.2%	▲1,647	▲23	—	▲803
金融サービス	16,725	101.9%	+225	3,233	76.3%	▲317
その他	19,825	101.4%	+405	810	143.1%	+220
連結計	1,030,259	95.5%	▲6,341	35,020	79.6%	▲3,980

- ・東日本大震災に伴う特需の反動や低価格競争の激化などにより、客数前年比および商品荒利率が前期比マイナスで推移

(単位:百万円)	13/2期		特記事項
		前期比	
営業収益	768,941	97.6%	—
営業総利益	216,218	97.2%	—
販管費	201,387	98.6%	・人件費:前期比96.0%、賃借料97.4%
営業利益	14,831	81.4%	—
経常利益	18,141	91.2%	—
当期純利益	9,091	168.1%	・特別損失が減少(前期差▲約49億円)
既存店前年比	97.2%	(前期実績98.4%)	・客数前年比97.0% 客単価前年比100.4%
商品荒利率	24.3%	▲0.3%	・衣料38.2%(+0.7%) 住関27.9%(▲0.2%) 食品20.3%(▲0.5%)
期末店舗数	227店	±0店	・出店4店 閉店4店

※ 既存店前年比は曜日調整後の実績。客数前年比および客単価前年比は曜日調整前の実績。

主要会社の業績 / サークルKサンクス



・客数減により既存店売上は前年を下回って推移

(単位:百万円)	13/2期(連結)		特記事項
		前期比	
営業総収入	154,422	82.2%	・自営店数の減少(前期末差 ▲58店)により減少
営業総利益	127,305	93.7%	—
販管費	109,059	95.8%	・連結子会社(株)99イチバが減少(▲約25億円) ・経営委託料の減少(前期差 ▲約17億円)
営業利益	18,245	83.1%	—
経常利益	17,546	82.2%	—
当期純利益	8,010	85.4%	・減損損失が増加(前期差+約21億円) ・災害損失、資産除去債務会計の影響がなくなり 特別損失合計では減少(前期差▲約33億円)
既存店前年比	95.2%	(前期実績103.1%)	・客数前年比95.8% 客単価前年比99.4%
商品平均値入率	27.27%	+0.13%	・上期実績27.40% 下期実績27.15%
期末店舗数	5,735店	+187店	・出店396店 閉店209店

※既存店前年比および商品値入率は単体ベースの実績

● さが美 (連結) きもの事業は客数減に歯止めがかかったものの客単価が下落

(単位:百万円)	12/2期	13/2期 (連結)	前期比
営業収益	25,953	23,970	92.4%
営業利益	▲310	▲573	—
既存店前年比	94.7%	97.5%	—

● パレモ (株)鈴丹の合併により営業収益は増加

(単位:百万円)	12/2期	13/2期	前期比
営業収益	27,978	39,653	141.7%
営業利益	631	420	66.6%
既存店前年比	92.3%	95.6%	—

● UCS ショッピング取扱高が好調に推移したことにより営業収益は増加

(単位:百万円)	12/2期	13/2期	前期比
営業収益	16,415	16,726	101.9%
営業利益	3,222	2,513	78.0%
カード会員数	323.3万人	314.5万人	97.3%

特別損益の状況

- ・サークルKサンクス完全子会社化に伴い、負ののれん発生益（約180億円）を特別利益に計上
- ・災害による損失、資産除去債務の影響額がなくなり、特別損失が大幅減少

(単位:百万円)	12/2期	13/2期	前期差
特別利益	2,866	19,823	+16,956
固定資産売却益	299	149	▲150
負ののれん発生益	—	18,074	+18,074
投資有価証券売却益	481	44	▲437
その他	2,085	1555	▲530
特別損失	19,398	9,745	▲9,652
固定資産処分損	1,293	1,464	+171
減損損失	6,179	8,139	+1,959
災害による損失	2,430	—	▲2,430
資産除去債務会計基準の適用に伴う影響額	8,481	—	▲8,481
その他	1,013	142	▲871

2014年2月期 業績予想

- ・営業収益は前期並みを維持、荒利の改善により営業総利益が増加
- ・営業総利益の伸長で販管費の増加を補い増益を確保

(単位:百万円)	14/2期(予想)	
		前期比
営業収益	1,029,800	100.0%
営業総利益	408,400	102.2%
販管費	372,000	102.0%
営業利益	36,400	103.9%
経常利益	35,000	104.7%
当期純利益	16,700	54.8%

上期(予想)	
	前年同期比
営業収益	506,300 98.7%
営業総利益	204,200 101.4%
販管費	185,300 102.6%
営業利益	18,900 90.9%
経常利益	18,300 90.7%
当期純利益	8,800 33.8%

セグメント別の業績予想

- ・コンビニエンスストアは店内設備の強化に伴う販管費の増加により14/2期は一時的に減益を見込む
- ・総合小売業の利益増により連結ベースでは増益を見込む

(単位:百万円)	営業収益			営業利益		
		前期比	前期差		前期比	前期差
総合小売 (GMS)	792,330	100.1%	+580	16,290	114.3%	+2,041
コンビニエンスストア	155,420	100.6%	+998	15,730	93.9%	▲1,019
専門店	66,040	95.7%	▲2,943	560	—	+583
金融サービス	17,000	101.6%	+275	3,200	99.0%	▲33
その他	19,880	100.3%	+55	760	93.8%	▲50
連結計	1,029,800	100.0%	▲459	36,400	103.9%	+1,379

主要会社の業績予想 / ユニー



・店舗数増加により営業収益は微減、営業総利益は荒利率の改善で増加

(単位:百万円)	14/2期(予想)	
		前期比
営業収益	765,200	99.5%
営業総利益	218,136	100.9%
販管費	201,636	100.1%
営業利益	16,500	111.3%
経常利益	15,200	83.8%
当期純利益	7,210	79.3%

上期(予想)	
	前年同期比
営業収益	371,700 98.6%
営業総利益	106,060 99.8%
販管費	98,860 99.5%
営業利益	7,200 104.7%
経常利益	6,600 98.1%
当期純利益	3,640 104.5%

既存店前年比	99.0%	(前期実績97.2%)
商品荒利率	24.7%	+0.4%
期末店舗数	232店	+5店
出店数	6店	+2店
閉店数	1店	▲3店

既存店前年比	99.0%	(前期実績96.6%)
商品荒利率	24.7%	+0.4%
期末店舗数	228店	+2店
出店数	1店	▲1店
閉店数	0店	▲2店

※ 既存店前年比は曜日調整後の計画値

主要会社の業績予想 / サークルKサンクス



- ・店内設備投資に加え、効果の最大化を図るためグループPBを拡大
- ・電波広告の強化、加盟店支援の拡大により既存店売上の底上げを図る

(単位:百万円)	14/2期 (連結・予想)	
		前期比
営業総収入	155,420	100.6%
営業総利益	132,800	104.3%
販管費	116,290	106.6%
営業利益	16,510	90.5%
経常利益	15,840	90.3%
当期純利益	8,120	101.4%

上期 (連結・予想)	
	前年同期比
80,200	98.8%
67,810	102.2%
58,240	107.6%
9,570	78.3%
9,190	76.4%
4,250	75.8%

既存店前年比	100.0%	(前期実績95.2%)
商品平均値入率	27.45%	+0.18%
期末店舗数	5,986店	+251店
出店数	480店	+84店
閉店数	229店	+20店

98.5%	(前期実績96.4%)
27.57%	+0.18%
5,871店	+236店
251店	+63店
115店	+14店

● さが美 (連結) 既存店売上は伸長を見込むものの、店舗数の減少により減収の見込み

(単位:百万円)	13/2期	14/2期 (予想)	前期比
営業収益	23,970	23,230	96.9%
営業利益	▲573	▲145	—
既存店前年比	97.5%	102.7%	—

● パレモ 直接貿易の拡大による荒利率の改善、販管費の削減により増益の見込み

(単位:百万円)	13/2期	14/2期 (予想)	前期比
営業収益	39,653	37,500	94.6%
営業利益	420	580	138.1%
既存店前年比	95.6%	97.0%	—

● UCS 会員数の増加、ショッピング取扱高の拡大により増収基調が継続する見込み

(単位:百万円)	13/2期	14/2期 (予想)	前期比
営業収益	16,726	17,000	101.6%
営業利益	2,513	2,750	109.4%
カード会員数	314.5万人	315.0人	100.2%

- ・ユニーは出店の拡大により先行投資、新設店投資が増加
- ・サークルKサンクスは既存店投資の倍増により売上の挺入れを急ぐ

(単位:百万円)	13/2期	14/2期計画		
		前期比	前期差	
ユニー	16,517	46,306	280.4%	+29,789
UNY (HK) CO., LIMIED	103	39	37.9%	▲64
サークルKサンクス(連結)	27,769	34,040	122.6%	+6,271
さが美(連結)	146	300	205.5%	+154
パレモ	728	1,200	164.8%	+472
モリエ	24	64	266.7%	+40
連結計	47,472	83,600	176.1%	+36,128

※リース投資を含む工事ベース

連結業績を反映した配当を行うことを基本方針としてまいります。
1株当たり年間配当金24円を基本としつつ、
連結配当性向30%を目標値とします。

	12/2期	13/2期	14/2期 (予想)
中間配当金	9円00銭	11円00銭	12円00銭
期末配当金	10円00銭	13円00銭 (予想) (普通配当11円00銭) (記念配当 2円00銭)	12円00銭
年間配当金	19円00銭	24円00銭 (予想) (普通配当22円00銭) (記念配当 2円00銭)	24円00銭

※スクリーンにはこちらのスライドを最後に投影し、質疑応答に入ります。

毎日が、あなたの日。

あなたの充実した今日を、大きな喜びで満たしたい。

あなたの心ときめく明日に、確かな安心を届けたい。

あなたの毎日を真剣に愛することから、新生活創造は始まります。



U G H D

※アナリストに配布する資料の最後には前のスライドではなく、こちらのスライドを印刷します。

本資料は、「ユニーグループ・ホールディングス株式会社とその関係会社」(ユニーグループ)の過去と現在の事実だけでなく、将来に関する予測・予想・計画なども記載しています。これらの予測・予想・計画は、発表した時点で入手できる情報に基づいたものであり、諸与件の変化によって、将来の事業活動の結果が本資料に記載した予測・予想・計画と異なる可能性があります。従って、本資料における業績予想などの記載が将来に亘って正確であることを保証するものではないことを、予めご了解ください。なお、ユニーグループおよび関係者は、予測・予想・計画と異なる事象が発生した場合においても、なんら責任を負うものではありません。