



UNY Group Holdings

ユニーグループ・ホールディングス株式会社

2015年2月期決算説明会

2015年4月13日

代表取締役社長 佐古 則男

2015年2月期の振り返り

1. 連結業績の概要
2. 基幹2社の概況 ユニー
3. 基幹2社の概況 サークルKサンクス
4. グループシナジー5ヶ年計画の進捗
5. プライベートブランド商品の開発状況

1. 連結業績の概況

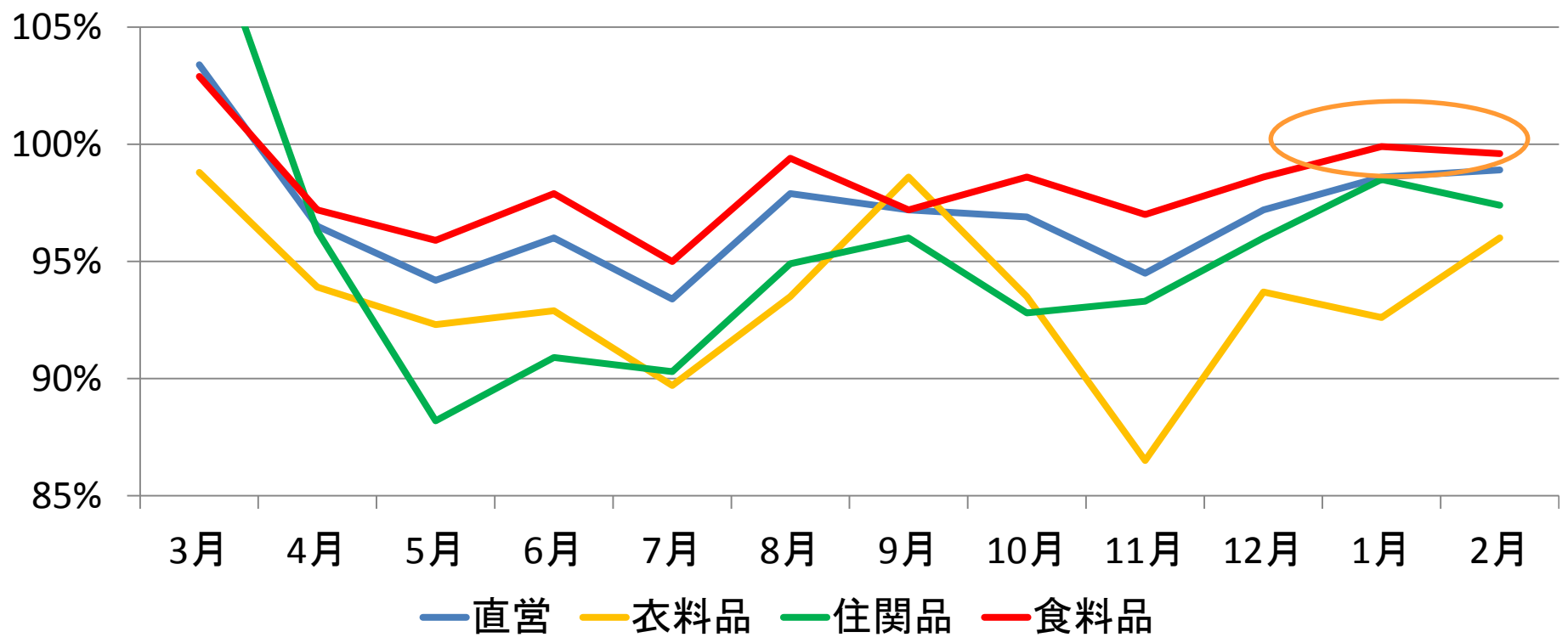
ユニー・サークルKサンクスの客数減による営業利益減
ユニー・サークルKサンクスの特別損失計上により当期純損失を計上

		2015年2月期		
		前期比	前期差	計画差 (‘14/9月修正計画差)
営業収益	1,018,959	98.7%	▲13,167	▲3,541
営業利益	20,237	79.9%	▲5,091	▲1,863
経常利益	20,488	81.7%	▲4,578	▲1,012
当期純利益	▲2,408	—	▲9,848	▲7,808

2. 基幹2社の概況：ユニー

① 既存店前年比 (既存店：97.1%、衣料品：93.1%、住関品：95.3%、食品：98.3%)

消費増税以降、衣料品・住関品は低迷傾向
食料品は第4四半期に回復傾向



※前年比は曜日調整後の実績

2 . 基幹 2 社の概況 : ユニー

② 荒利率

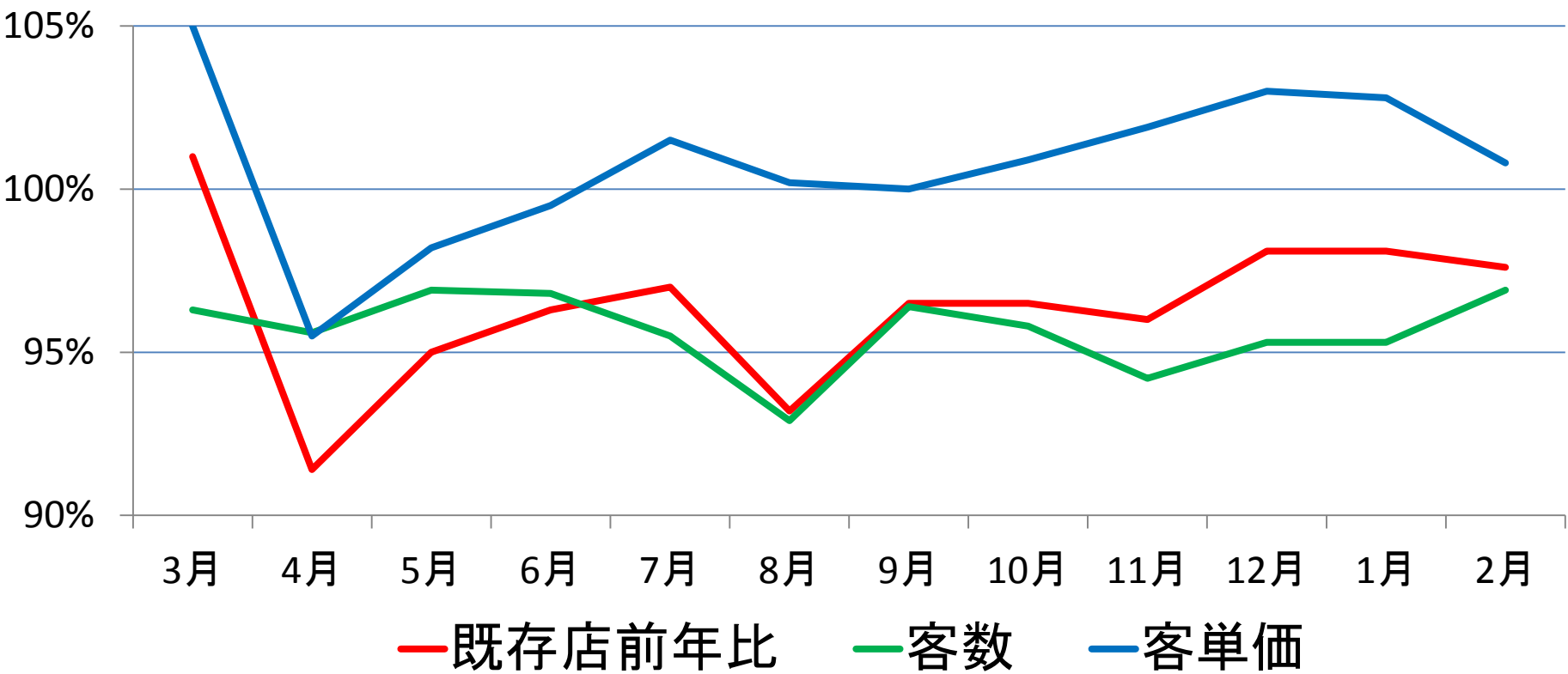
衣料品はロス率上昇と円安影響により荒利率が悪化
 食品は商流・物流の見直しによりロス率悪化を相殺

	2014年2月期		2015年2月期			
	ロス率	荒利率	ロス率	前期差	荒利率	前期差
衣料品	22.0%	37.5%	23.7%	+1.7%	36.7%	▲0.8%
住関連品	7.2%	27.7%	7.3%	+0.1%	27.8%	+0.1%
食品	1.3%	20.5%	1.4%	+0.1%	20.5%	±0%
直営	5.3%	24.1%	5.5%	+0.2%	23.9%	▲0.2%

3 . 基幹 2 社の概況 : サークル K サンクス

① 既存店前年比 (既存店前年比 : 96.4%、客数 : 95.6%、客単価 : 100.8%)

客単価は前年をクリアするものの
既存店前年比は客数減少により前年割れ



3 . 基幹 2 社の概況 : サークル K サンクス

②商品平均値入率

高値入の飲料売上減による加工食品の値入率低下に対し
ファーストフード強化とタバコ売上減による値入改善で
全体値入率を前期並みを確保

		2014年2月期		2015年2月期			
		売上構成比	値入率	売上構成比	前期差	値入率	前期差
ファーストフード		17.6%	37.5%	18.3%	+0.7%	37.7%	+0.2%
デイリーフーズ		11.5%	34.4%	11.4%	▲0.1%	34.2%	▲0.2%
加工食品		26.3%	38.6%	26.1%	▲0.2%	38.3%	▲0.3%
非食品		36.2%	14.8%	35.2%	▲1.0%	14.8%	±0.0%
	たばこ	29.7%	—	29.1%	▲0.6%	—	—
サービス		8.4%	5.1%	9.0%	+0.6%	5.6%	+0.5%
全商品計		100.0%	26.89%	100.0%	—	26.95%	+0.06%

※単体ベース

4 . グループシナジー 5 ヶ年計画の進捗

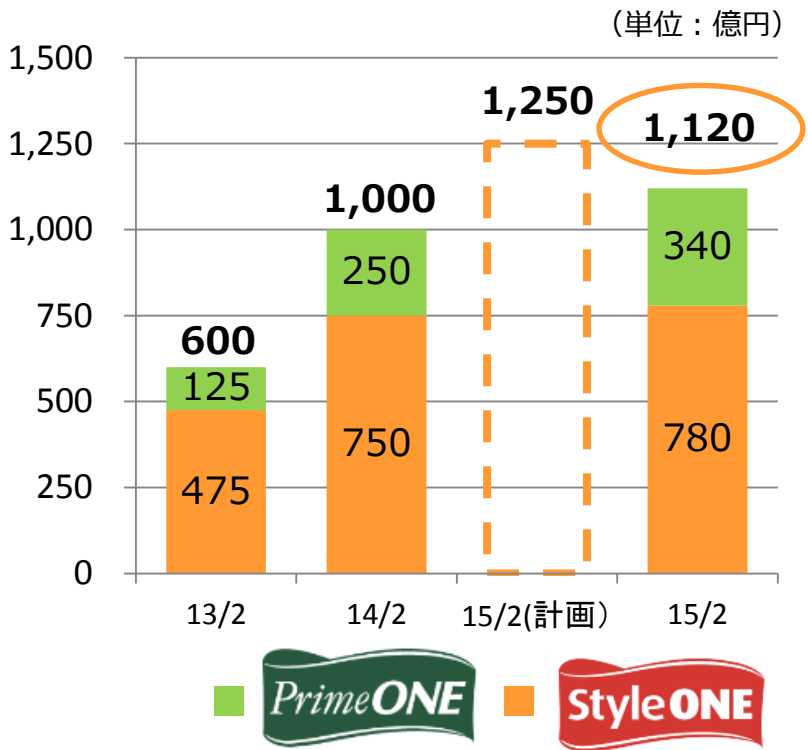
5年累計100億円の利益改善に向け、2年間で25.3億円を達成

実施項目		14/2期		15/2期		16/2期		17/2期		18/2期		累計改善実績
商流	ユニードライ食品 商流見直し	PBベンダーを カテゴリーごとに統一										17.5億円
	スタイルワン・プライムワン グループ商流統一			グループPB 商流見直し				NBメーカーの 商流見直し				
物流	PBマザーセンター	PBマザーセンター						物流センターの 共有化				0.3億円
商品	スタイルワン・プライムワン 商品開発	売上 1,000億円		売上 1,120億円				18/2期目標売上 2,000億円				7.5億円
利益改善		12.8億円		12.5億円				74.7億円 (計画)				25.3億円

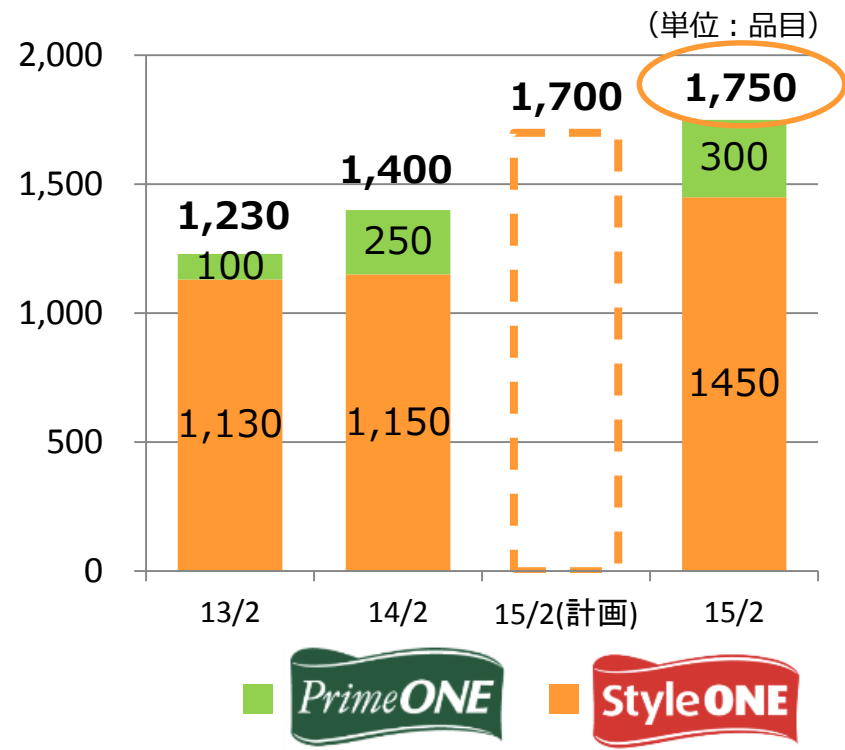
5 . PB商品「スタイルワン・プライムワン」の開発状況

2015年2月期：売上は計画を130億円下回り1,120億円
品目数は計画を50品目上回り1,750品目を開発

● P B 商品売上高



● P B 商品品目数



2016年2月期 グループ経営戦略

1. 商品戦略
2. 業態戦略 ユニー
3. 業態戦略 サークルKサンクス
4. 業態戦略 さが美・パレモ・UCS
5. オムニチャネル戦略
6. 海外戦略
7. 新規事業戦略

プライベートブランド “量から質”への政策転換

PB商品の売上・荒利の未達に対し、
開発体制の再構築を行い、“量から質”への政策転換

課 題

- GMS・CVSの業態毎に異なる顧客ニーズへきめ細やかな商品対応
- 品目数“量”を追うのではなく顧客が求める“質”の追求

対 策

- PB商品開発部門をホールディングスから各事業会社へ移管
- マーケティング組織の強化
- 単品のブラッシュアップによる“質”の向上と主力商品の育成

ホールディングス体制の再構築

ユニーグループの成長戦略（業態・オムニチャネル・新規事業）
に特化した組織へ改編

①新たなGMSを目指した再構築

課 題

- 衣料品・住関連品の売上不振
- 各店舗の顧客ニーズに合った品揃えと売場提案
- 来店動機となる営業企画とカード会員向け販促企画

対 策

衣料

- 各世代に支持されているライフスタイルに合った商品開発と売場提案による専門店風化



住関

- 成長カテゴリー中心の品揃えと提案力を強化した“五十貨店”化
- マーケティング組織の強化



ロイヤルカスタマー戦略

- UCSカード・ユニコカード会員拡大と優良顧客への販促強化



②投資と出店計画

既存店の建替え・改装に重点的に投資
旧耐震店舗の建替えが2017年2月期完了予定

	2015年2月期	2016年2月期 (計画)	2017年2月期 (計画)
投資額	32,074百万円	36,780百万円	28,250百万円
新設店	- ベニバナウォーク桶川 (アピタ桶川店) - ユーホーム嬉野店 - 関東プロセスセンター	- ラスパ太田川(ピアゴ太田川店) - ラスパ白山(ピアゴ白山店) - ユーホーム新城店 - 瀬戸プロセスセンター	- アピタ横浜綱島店 - ピアゴ高岡店 - ピアゴ岐阜宇佐店 (仮称) - ピアゴ西金沢店 (仮称)
建替え	- ヴェルサウォーク西尾 (アピタ西尾店) - ピアゴラフーズコア アラタマ店 - ピアゴ尾西店	- アピタ磐田店 - アピタ岩倉店 - ピアゴ守山店 - ピアゴイセザキ店 - ピアゴ碧南店	- レイクウォーク岡谷 (アピタ岡谷店) - アピタ金沢文庫店
大規模 改装	- アピタ稲沢店 - アピタ港店 - アピタ松阪三雲店 - ピアゴ江南店	- アピタ飯田店 - アピタ島田店	ピアゴ長良店

3. 業態戦略 サークルKサンクス

①客数拡大への戦略

最大の課題：客数の減少（既存店前年比95.6%）

要因

- 女性客の客数構成比が22%と伸び悩み



- 今後増加が予想される有職女性（30～40代）の取り込みが成長には不可欠

- + K 会員の獲得数が伸び悩み



- + K 会員の購買データにおいて女性比率が一般客よりも高く客単価も高い

女性比率：一般客の22%
+ K 会員の46%

- 市場規模拡大が期待される客層（30～40代女性）をターゲットにした商品開発 ⇒ ペルソナ戦略「+ 陽子さん戦略」
- + K 会員目標700万人（2016年2月期）に向けた更なる会員獲得へ

3. 業態戦略 サークルKサンクス

②客数拡大への具体的な取り組み

女性客の拡大

+K会員の獲得

取り組み

ペルソナ戦略 「+陽子さん戦略」
商品・接客・クレンリネスの品質向上

- ファーストフードの原料・調理法の見直しと新商品アイテムを3割減らし1品の開発力強化
- カウンターフーズ改革として
新型コーヒーマシン導入
現状約40杯/日
→目標55杯/日



+K会員目標700万人
(2016年2月期)に向けた
更なる取り組み

- 大型集中販促企画の拡充
- お客様への効果的なプロモーション



客数と売上の拡大に繋げる

③出店計画

出店目標は404店舗 中京・関東のドミナントエリア中心に
“量よりも質”を優先した計画

(グループ合計)	2015/2期	2016/2期 (計画)
出店	360店	404店
閉店	366店	294店
純増減	▲6店	+110店
期末	6,353店	6,463店

4. 業態戦略 さが美・パレモ・UCS

さが美：きもの事業黒字化へ優良顧客管理と展示会強化
パレモ：基幹4事業の復活に向けたMD改革
UCS：増収増益体質の確立

● さが美



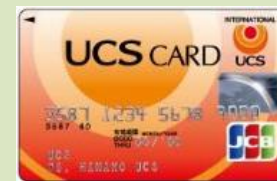
- 16/2期きもの事業黒字化
 - ・顧客向け展示会の充実
 - ・高付加価値商品の開発
- ホームファッション事業の利益改善
 - ・ブランドの統廃合

● パレモ



- 16/2期営業利益黒字化
 - ・事業基盤の再構築
 - ・基幹4事業の収益回復
(ギャルフィット、スズタン、リジェイ、シーベレット)
 - ・不採算店舗の閉店
 - ・成長事業の育成

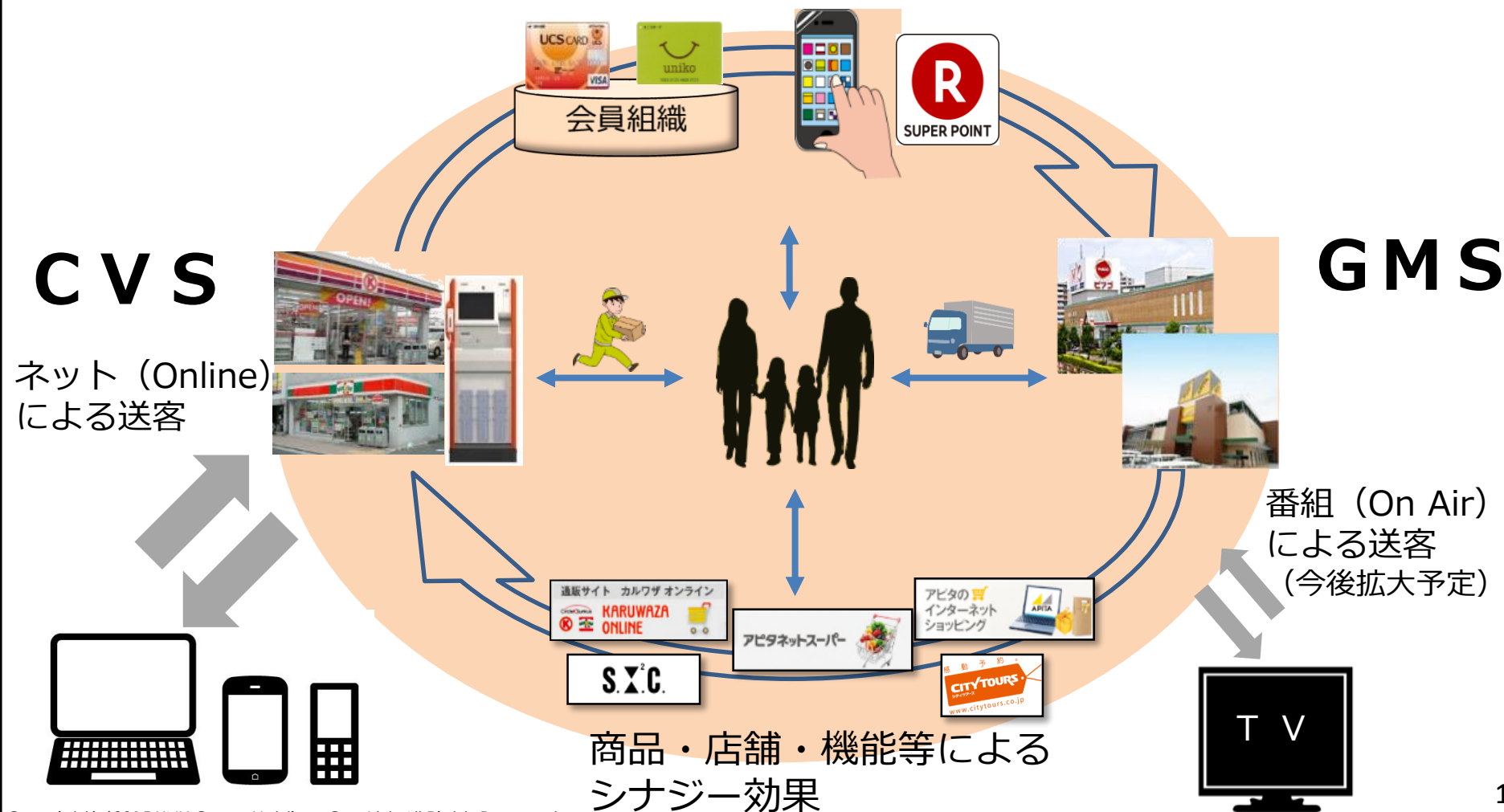
● UCS



- 増収増益体質の確立
 - ・ショッピング事業の拡大
 - UCSカード・ユニコカード会員の拡大
 - 取扱高の拡大
 - ・保険代理事業の営業強化

5. オムニチャネル戦略

オムニチャネル戦略部をホールディングスに創設し、
グループのリアル店舗を軸に相互送客できるネットワーク構築



6. 海外戦略

1. ユニー「アピタ金虹橋店」

中国本土初出店となる「アピタ金虹橋店」（上海）
初夏 全館オープン

2. ユニー香港

既存店3店舗全店黒字化に向けた荒利率改善
生活雑貨店「12ドル均一ショップ」を年間2店舗出店予定

3. サークルKアジアのもと海外展開を推進

日本式CVSノウハウを活用した既存ライセンシーへの店舗運営改善提案
・ファーストフーズ導入・マーケティング・サポート等により
店舗数・売上拡大を支援し1,200店舗体制へ

『新・ユニーグループの森づくり』

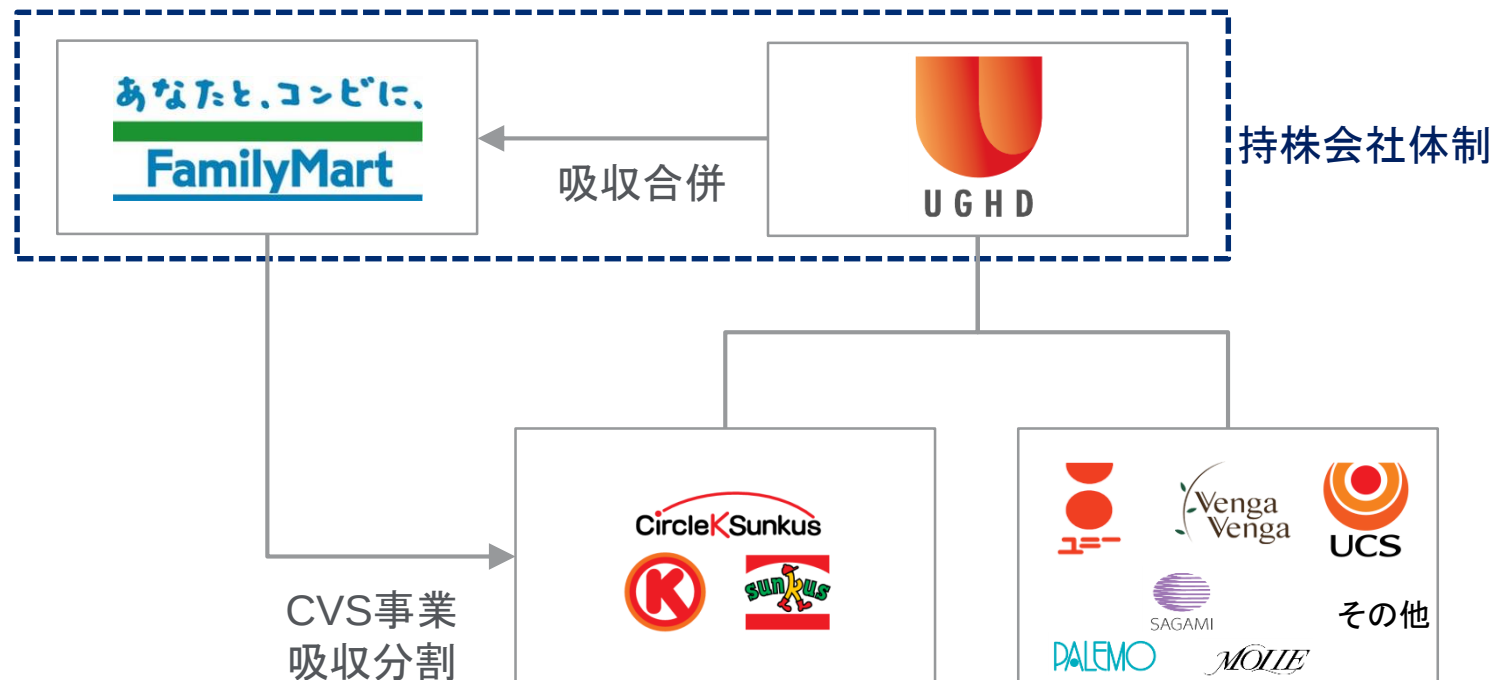
- 将来の社会ニーズ・顧客ニーズに対応した事業
アミューズメント事業 カルチャーセンター事業
- ネットビジネス（商品・サービス）（国内・国外）
- 海外事業・インバウンド事業

～既存事業を成長させる事業～
～新たな成長への事業～

ファミリーマートとの経営統合に向けた協議

現在、株式会社ファミリーマートとの経営統合に向けて
両社で統合検討委員会を立ち上げて協議中

今後、決定した事項については必要に応じて発表予定





UNY Group Holdings

2015年2月期 決算報告

取締役 専務執行役員 越田 次郎

2015年2月期 決算概要

連結業績

- 営業総利益の減少により営業利益および経常利益は減益
- 経常利益減の他にユニー・パレモの特別損失の増加により当期純損失を計上

(単位：百万円)

	金額	前期比	前期差	計画差 (‘14/9月修正計画差)
営業収益	1,018,959	98.7%	▲13,166	▲3,541
営業総利益	389,787	98.4%	▲6,224	▲3,813
販管費	369,550	99.7%	▲1,133	▲1,950
営業利益	20,237	79.9%	▲5,090	▲1,863
経常利益	20,488	81.7%	▲4,577	▲1,012
当期純利益	▲2,408	—	▲9,849	▲7,808

セグメント別の状況

- 主力の総合小売およびコンビニエンスストアが計画を下回る減益
- 専門店も計画を下回り、営業利益は赤字幅が拡大
- 金融サービスは2期連続の増収増益を確保

(単位：百万円)

	営業収益			営業利益		
		前期比	計画差 (‘14/9月 修正計画差)		前期比	計画差 (‘14/9月 修正計画差)
総合小売(GMS)	777,327	97.2%	▲643	9,013	73.7%	▲757
コンビニエンスストア	148,110	99.7%	▲1,290	7,613	80.5%	▲187
専門店	58,304	90.5%	▲2,326	▲1,164	—	▲1,174
金融サービス	18,428	106.5%	▲322	3,899	104.0%	+159
その他	54,422	212.2%	+602	831	108.5%	▲49
連結計	1,018,959	98.7%	▲3,541	20,237	79.9%	▲1,863

主要会社の業績 / ユニー

- 既存店売上減により減収、販管費53億円削減したが減益
- 店舗に係わる減損損失95億円計上により当期純損失を計上

(単位：百万円)

	2015年2月期		特記事項
		前期比	
営業収益	745,647	96.7%	—
営業総利益	208,649	96.7%	・ 売上総利益：前期比 95.6%(前期差▲7,846百万円) ・ 営業収入： 前期比102.1%(前期差 +806百万円)
販管費	198,240	97.4%	・ 広告費：前期比83.1%(前期差▲2,348百万円) ・ 人件費：前期比96.2%(前期差▲3,534百万円)
営業利益	10,408	85.7%	—
経常利益	9,518	86.9%	—
当期純利益	▲3,244	—	・ 減損損失：9,557百万円(前期差+6,689百万円)
既存店前年比	97.1%	(前期実績100.3%)	・ 客数前年比96.5% 客単価前年比100.4%
商品荒利率	23.9%	▲0.2%	・ 衣料36.7%(▲0.8%) 住関27.8%(+0.1%) 食品20.5%(±0.0%)
期末店舗数	226店	前期末差▲3店	・ 出店6店 閉店9店、純減数▲3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無しの実績

主要会社の業績 / サークルKサンクス

- 客単価は前年を上回ったものの、客数減により既存店売上は減少
- 営業総利益の減少により減益

(単位：百万円)

	2015年2月期(連結)		特記事項
		前期比	
営業総収入	148,110	99.7%	・加盟店からの収入：前期比 98.5%(前期差 ▲1,605百万円) ・自営店売上高：前期比104.7%(前期差 +1,489百万円)
営業総利益	122,656	98.7%	—
販管費	113,547	100.2%	・賃借料：前期比103.6%(前期差 +1,647百万円) ・広告・販促費：前期比 88.1%(前期差 ▲832百万円)
営業利益	9,109	83.2%	—
経常利益	8,817	79.0%	—
当期純利益	3,492	82.5%	—
既存店前年比	96.4%	(前期実績96.9%)	・客数前年比95.6%、客単価前年比100.8%
商品平均値入率	26.95%	+0.06%	・低値入率のタバコの売上減少に加え、ファーストフードの売上構成比・値入率が上昇
期末店舗数	6,069店	前期末差+103店	・出店349店 閉店246店、純増数+103店

※既存店前年比および商品値入率は単体ベースの実績

主要会社の業績 / さが美・パレモ・UCS



● さが美(連結) : 既存店売上の不振と店舗数減少により減収減益

(単位: 百万円)	2014年2月期	2015年2月期	前期比
営業収益	22,832	21,620	94.7%
営業利益	▲387	▲470	—
既存店前年比	101.8%	95.7%	—

● パレモ : 既存店売上不振のため減収減益・減損損失12.4億円により当期純損失を計上

(単位: 百万円)	2014年2月期	2015年2月期	前期比
営業収益	36,292	31,875	87.8%
営業利益	▲479	▲679	—
既存店前年比	93.5%	90.9%	—

● UCS : ショッピングと電子マネー取扱高の好調により増収増益を達成

(単位: 百万円)	2014年2月期	2015年2月期	前期比
営業収益	17,294	18,428	106.6%
営業利益	3,325	3,663	110.1%
UCSカード会員数	311.2万人	303.0万人	97.4%
ユニコカード会員数	39.2万人	113.3万人	289.0%

特別損益の状況

- 減損損失174億円（ユニー95億円・サークルサンクス52億円・パレモ12.4億円）により特別損失が増大

(単位：百万円)

	2014年2月期	2015年2月期	前期差
特別利益	1,520	1,436	▲84
固定資産売却益	230	49	▲181
投資有価証券売却益	438	164	▲274
受取和解金	811	1,148	+337
その他	40	73	+33
特別損失	10,608	19,440	+8,832
固定資産処分損	1,518	1579	+61
投資有価証券評価損	－	23	+23
減損損失	8,108	17,468	+9,360
店舗システム更新損引当金繰入額	815	－	▲815
その他	164	367	+203

2016年2月期 業績予想

連結業績予想

- 営業収益の増加により販管費の増加を補い、各利益段階で増益を見込む

(単位：百万円)

	2016年2月期(予想)		上期(予想)	
		前期比		前年同期比
営業収益	1,036,400	101.7%	507,700	101.2%
営業総利益	398,700	102.3%	197,800	101.3%
販管費	375,200	101.5%	185,800	101.1%
営業利益	23,500	116.1%	12,000	104.7%
経常利益	23,000	112.3%	11,700	104.3%
当期純利益	4,800	—	3,100	80.1%

セグメント別の業績予想

- 営業収益は基幹セグメントの総合小売およびコンビニエンスストアのほか、金融サービスで増収を見込む
- 営業利益は全てのセグメントで増益を見込む

(単位：百万円)

	営業収益(予想)			営業利益(予想)		
		前期比	前期差		前期比	前期差
総合小売(GMS)	793,610	102.1%	+16,283	10,100	112.1%	+1,087
コンビニエンスストア	151,470	102.3%	+3,360	8,000	105.1%	+387
専門店	54,750	93.9%	▲3,554	240	—	+1,404
金融サービス	19,360	105.1%	+932	4,010	102.8%	+111
その他※	53,490	98.3%	▲932	1,240	149.2%	+409
連結計	1,036,400	101.7%	+17,441	23,500	116.1%	+3,263

※ 15/2期より、総合小売業セグメントにおいて優友(上海)商貿易有限公司を、その他事業セグメントにおいて株式会社ユニコムを新規連結しました。

主要会社の業績予想 / ユニー

- 既存店前年比は98.6%に設定
- 商品荒利率の改善により営業総利益は増加、各利益段階で増益を見込む

(単位：百万円)

	2016年2月期(予想)		上期(予想)	
		前期比		前年同期比
営業収益	753,800	101.1%	365,100	100.7%
営業総利益	213,260	102.2%	104,015	101.8%
販管費	201,760	101.8%	99,715	101.2%
営業利益	11,500	110.5%	4,300	118.5%
経常利益	10,300	108.2%	3,700	128.6%
当期純利益	2,900	—	2,700	381.3%
既存店前年比	98.6%	(前期実績97.1%)	98.7%	(前期実績96.8%)
商品荒利率	24.1%	+0.2%	24.3%	+0.2%
期末店舗数	231店	+5店	231店	+5店
出店数	8店	+2店	6店	+4店
閉店数	3店	▲6店	1店	▲4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

- 営業総収入は店舗数の増加および値入率の改善により増加
- 営業利益は営業総利益の拡大により販管費の増加を補い、増益を見込む

(単位：百万円)

	2016年2月期(連結・予想)		上期(連結・予想)	
		前期比		前年同期比
営業総収入	151,470	102.3%	76,940	100.8%
営業総利益	125,730	102.5%	63,910	100.6%
販管費	116,230	102.4%	57,690	101.8%
営業利益	9,500	104.3%	6,220	90.8%
経常利益	8,950	101.5%	5,860	88.2%
当期純利益	1,540	44.1%	▲170	－
既存店前年比	99.0%	(前期実績96.4%)	98.4%	(前期実績95.6%)
商品平均値入率	27.25%	+0.30%	27.32%	+0.27%
期末店舗数	6,163	+94店	6,119	+87店
出店数	380	+31店	210	+20店
閉店数	286	+40店	160	+36店

主要会社の業績予想 / さが美・パレモ・UCS



● さが美(連結) : 不採算店舗の整理および販管費の削減により黒字化を見込む

(単位：百万円)

	2015年2月期	2016年2月期(予想)	前期比
営業収益	21,620	21,580	99.8%
営業利益	▲470	30	—
既存店前年比	95.7%	103.4%	—

● パレモ : 不採算店舗の整理および販管費の削減により黒字化を見込む

(単位：百万円)

	2015年2月期	2016年2月期(予想)	前期比
営業収益	31,875	28,300	88.8%
営業利益	▲679	140	—
既存店前年比	90.9%	96.5%	—

● UCS : カード会員拡大による取扱高増加で3期連続の増益を見込む

(単位：百万円)

	2015年2月期	2016年2月期(予想)	前期比
営業収益	18,428	19,360	105.1%
営業利益	3,663	3,800	103.7%
UCSカード会員数	303.0万人	302.0万人	99.7%
ユニコカード会員数	113.3万人	159.0万人	140.3%

連結設備投資計画

- ユニーは新設店投資および翌期以降の新店に対する先行投資が増加
- サークルKサンクスは店舗システム入替に伴うシステム関連投資が増加する一方、投資リターンを重視した出店戦略・既存店投資によりトータルでは抑制

(単位：百万円)

	2015年2月期	2016年2月期(計画)		
			前期比	前期差
ユニー	32,074	36,780	114.7%	+4,706
UNY (HK)	683	122	17.9%	▲561
99イチバ	478	803	168.0%	+325
サークルKサンクス(連結)	27,493	29,370	106.8%	+1877
さが美(連結)	194	332	171.1%	+138
パレモ	618	500	80.9%	▲118
連結計	65,720	71,000	108.0%	+5,280

※リース投資を含む工事ベース

配当方針

- 連結業績を反映した配当を行うことを基本方針とする
- 1株当たり年間配当金20円を基本に、連結配当性向30%を目標値とする

	2014年2月期	2015年2月期	2016年2月期(予想)
中間配当金	12円00銭	10円00銭	10円00銭
期末配当金	12円00銭	10円00銭	10円00銭
年間配当金	24円00銭	20円00銭	20円00銭

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。