



UNY Group Holdings

---

# ユニーグループ・ホールディングス株式会社

## 2016年2月期第2四半期決算説明会

---

2015年10月5日

代表取締役社長  
佐古 則男

# 2016年2月期上期の振り返り

# 1. 連結業績の概況

総合小売事業を中心に増収を達成したものの、  
営業利益・経常利益は販管費の増加により減少

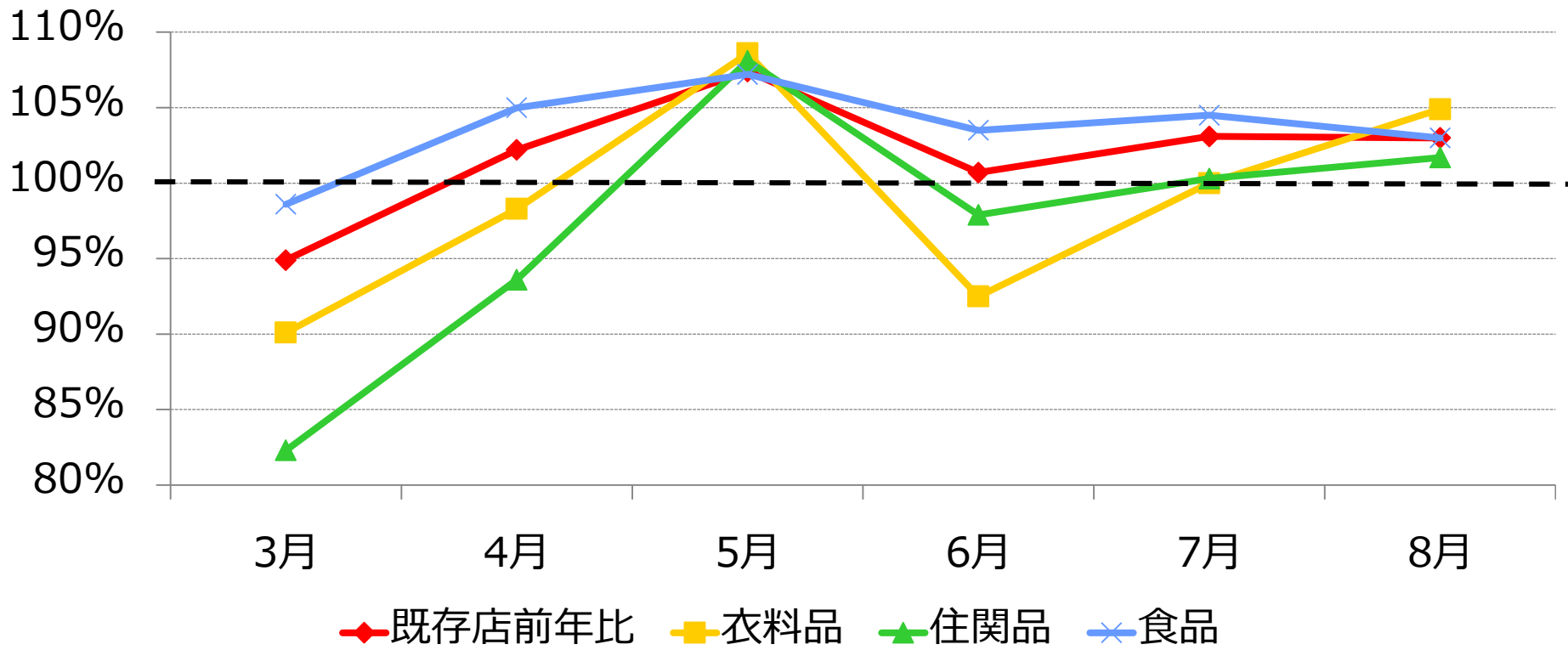
(単位：百万円)

|       |         | 16/2期 上期実績 |        |        |
|-------|---------|------------|--------|--------|
|       |         | 前年同期比      | 前年同期差  | 当初予想差  |
| 営業収益  | 510,730 | 101.8%     | +9,118 | +3,030 |
| 営業総利益 | 195,327 | 100.1%     | +107   | ▲2,473 |
| 販管費   | 185,001 | 100.7%     | +1,239 | ▲799   |
| 営業利益  | 10,326  | 90.1%      | ▲1,131 | ▲1,674 |
| 経常利益  | 10,280  | 91.6%      | ▲941   | ▲1,420 |
| 当期純損失 | ▲278    | —          | ▲4,148 | ▲3,378 |

# 2. 基幹2社の概況：ユニー

## 既存店前年比 (既存店：101.9%、衣料品：98.9%、住関品：97.1%、食品：103.6%)

食品は消費増税の影響で減収となった3月度を除き前年をクリア  
衣料品・住関品は夏場にかけて基調が改善



※前年比は曜日調整後の実績

# 荒利率

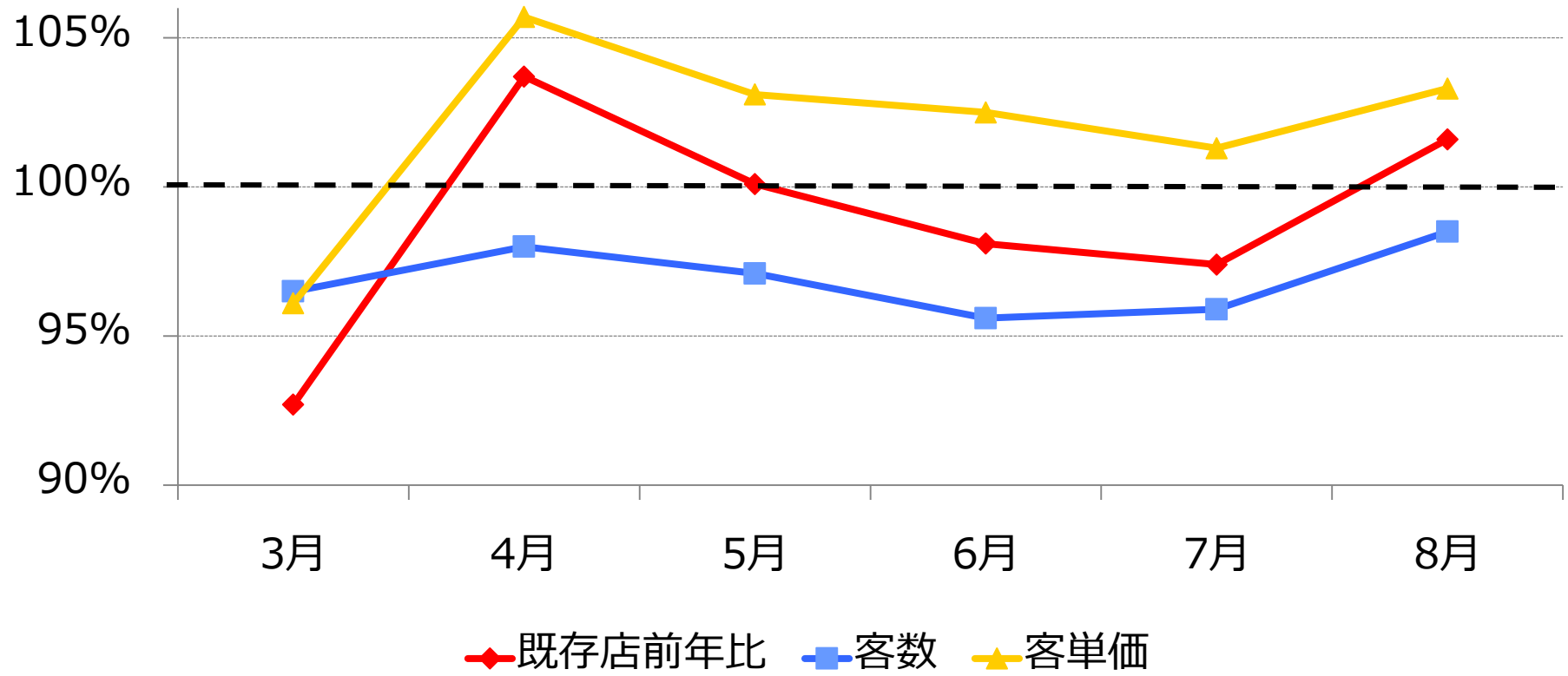
衣料品はロス率を抑制したが、為替の影響により低下  
 食品は生鮮食品の相場高や価格政策の見直しが影響

|     | 15/2期 上期 |       | 16/2期 上期 |       |       |       |
|-----|----------|-------|----------|-------|-------|-------|
|     | ロス率      | 荒利率   | ロス率      | 前年同期差 | 荒利率   | 前年同期差 |
| 衣料品 | 22.8%    | 37.2% | 21.2%    | ▲1.6% | 36.6% | ▲0.6% |
| 住関品 | 6.6%     | 28.0% | 6.7%     | +0.1% | 27.7% | ▲0.3% |
| 食品  | 1.3%     | 20.5% | 1.3%     | ±0.0% | 20.1% | ▲0.4% |
| 合計  | 5.3%     | 24.1% | 4.9%     | ▲0.4% | 23.5% | ▲0.5% |

# 3. 基幹2社の概況：サークルKサンクス

**既存店前年比**（既存店前年比：98.8%、客数：97.0%、客単価：101.8%）

客数の減少により既存店売上は伸び悩み



# 商品平均値入率

ファーストフードの値入率低下に加え、  
低値入のプレミアム商品券の販売やサービスの売上構成比の上昇により低下

| (単体ベース)  | 15/2期 上期  |        | 16/2期 上期     |           |           |        |           |
|----------|-----------|--------|--------------|-----------|-----------|--------|-----------|
|          | 売上<br>構成比 | 値入率    | 全店売上高<br>前年比 | 売上<br>構成比 | 前年<br>同期差 | 値入率    | 前年<br>同期差 |
| ファーストフード | 18.2%     | 37.3%  | 101.3%       | 18.3%     | +0.1%     | 36.4%  | ▲1.0%     |
| デイリーフーズ  | 11.6%     | 34.3%  | 99.1%        | 11.4%     | ▲0.2%     | 34.0%  | ▲0.3%     |
| 加工食品     | 26.4%     | 38.7%  | 101.7%       | 26.5%     | +0.1%     | 38.8%  | +0.1%     |
| 非食品      | 35.2%     | 14.7%  | 97.4%        | 34.0%     | ▲1.2%     | 14.8%  | +0.1%     |
| たばこ      | 29.2%     | —      | 98.2%        | 28.3%     | ▲0.9%     | —      | —         |
| サービス     | 8.5%      | 5.7%   | 116.9%       | 9.8%      | +1.3%     | 5.3%   | ▲0.4%     |
| 全商品計     | 100.0%    | 27.06% | 101.2%       | 100.0%    | —         | 26.75% | ▲0.31%    |

# 店舗開発

「質」を重視した店舗開発により新店日販は+64千円改善  
出店数は計画比▲66店

|           |    | 15/2期<br>上期 | 16/2期 上期 |      |       |
|-----------|----|-------------|----------|------|-------|
|           |    |             | 実績       | 計画比  | 前年同期差 |
|           | 出店 | 190店        | 144店     | ▲66店 | ▲46店  |
|           | 閉店 | 124店        | 141店     | ▲19店 | ▲17店  |
| 期末店舗数(連結) |    | 6,032店      | 6,072店   | ▲47店 | +40店  |
| 新店日販(単体)  |    | 424千円       | 488千円    | －    | +64千円 |

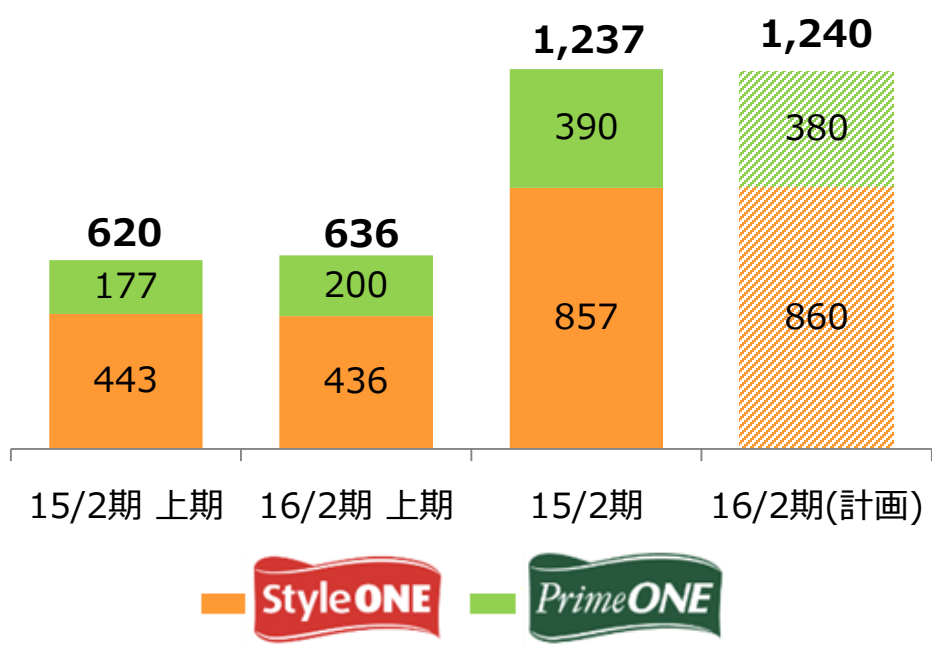


# 4. P B 商品開発体制の見直し

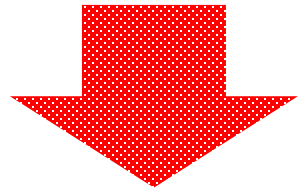
2015年3月より P B 商品開発を事業会社に移管  
 G M S ・ コンビニの各業態特性に対応した商品開発に転換

## ● P B 商品売上高

(単位：億円)



- ユニー、サークルKサンクスに P B 商品開発の専門部署を新設
- 3～4月にかけてアイテムを絞り込み
- 売価・容量を G M S ・ コンビニの業態特性にあわせて変更



**1品当たり売上高が伸長**  
**P B 売上高は前期並みを維持**

※上記は衣料・住関・食品の合計値  
 ※スタイルワン・プライムワンおよびその他の自社開発商品を合わせた売上高は4,340億円(15/2期)、4,600億円(16/2期計画)

# 5. 物流センターの共有化

’15/2月より北陸エリアにて、’15/5月より山梨・静岡エリアにて、  
ユニー・サークルKサンクスの共有常温物流センターの運用開始

- 一般加工食品（ドライ・菓子・飲料・酒）、衣料品・住関品を対象に、  
ユニーとサークルKサンクスの物流センターを統合
- メーカーの物流コストの低減、店舗配送車両の運用効率化、商品管理費低減による  
仕入原価の低減を見込む



ユニーグループ北陸物流センター



ユニーグループ静岡物流センター

16/2期下期より  
関東エリアへ  
取り組みを拡大

# 2016年2月期下期の取り組み

# 1. 下期の取り組み： ユニー

## 1. GMS事業の改革に向けて

### ① 「五十貨店」直営売場の圧縮と専門店テナント拡大

-----【アピタ瀬戸店の改装例】-----

- '15年1月28日：直営売場の改装オープン
  - ・ 2階衣料品の売場を圧縮し、1階住関連品を圧縮して2階に集約
  - ・ キッチン用品など強化分野を拡大
- 直営売場面積を約20%圧縮
- '15年3月14日：大型家電専門店を導入

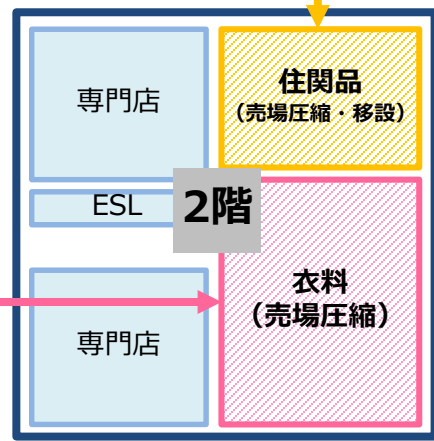
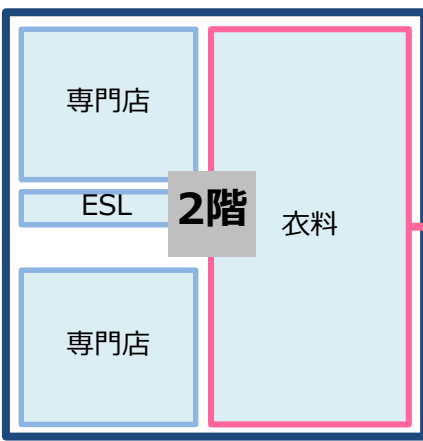
- 直営売上が約2%向上
- 坪効率が約30%向上
- テナント収入の増加も加わり、店舗利益が約30%向上

5,000坪以下の活性化モデルケースとして、  
2017/2期より每期約10店に取り組みを拡大

<改装前レイアウトイメージ>



<改装後レイアウトイメージ>



## ② 「ライフスタイル提案型売場」の具現化

衣料・住関別、品種別で構築した垣根のある売場からの脱却  
衣料と住関品が連動した生活シーンに合った売場づくりを開始

### メンズ

|             |            |       |
|-------------|------------|-------|
| カジュアル<br>衣料 | ビジネス<br>衣料 | 紳士靴   |
| スポーツ        | ビジネス文具     | インテリア |

### インナー

|              |                |                |
|--------------|----------------|----------------|
| レディス<br>インナー | レディス<br>ホームウェア | レディス靴下<br>パンスト |
| 紳士インナー       | 紳士靴下           | 紳士<br>ホームウェア   |

### 子供ベビー

|       |            |
|-------|------------|
| ベビー用品 | 子供<br>インナー |
| 子供靴   | 幼稚園<br>衣料  |
| 学生服   | ランドセル      |
| 文具    | 玩具         |

### 強化カテゴリー

|      |     |        |
|------|-----|--------|
| 行楽用品 | タオル | 化粧品    |
| 介護用品 | 寝装  | キッチン用品 |

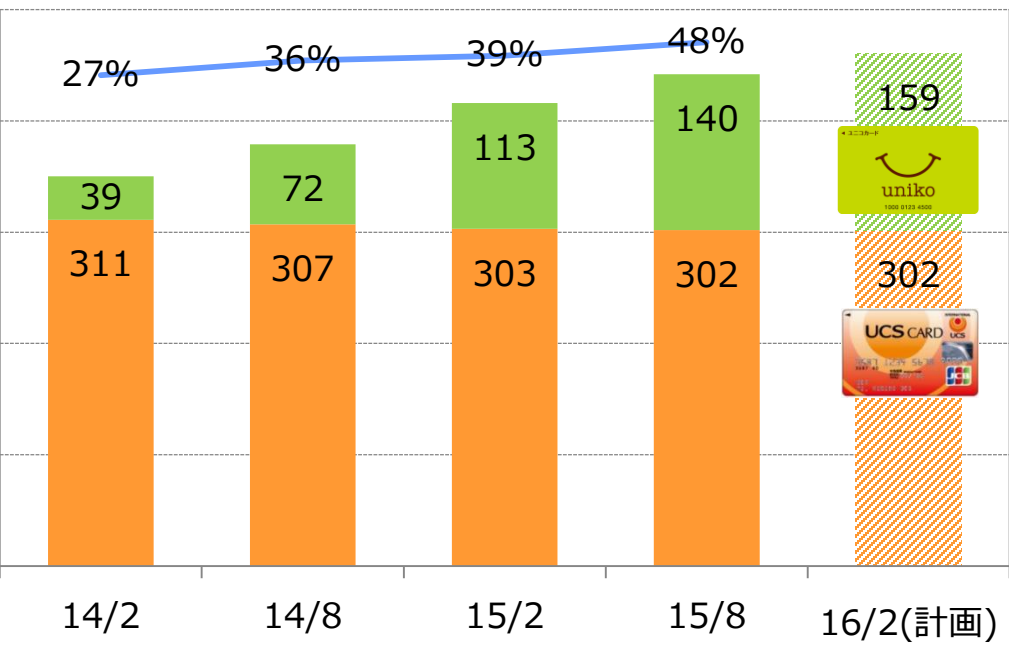
### レディス

|            |             |       |
|------------|-------------|-------|
| レディス<br>衣料 | レディス<br>バッグ | レディス靴 |
| アクセサリ      | 旅行用品        | 雨具    |

# 2. UCS・ユニコカードによるロイヤルカスタマー化

UCSカード会員数を維持し、ユニコカード会員数の拡大に取り組む

● UCSカード・ユニコカード会員数 (単位：万人)

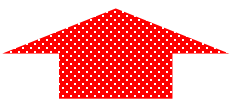


ユニコカード会員カード利用率

約75%※



カードホルダー化による  
困い込み&売上増効果



ユニコカード会員平均客単価

2,400円

(現金支払い平均客単価：2,000円)

※月に1度でも利用した人の割合

### 3. 効率改善に向けた仕組みづくり

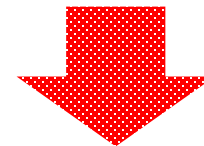
プロセスセンターの活用拡大を進め、  
店舗効率の向上と人手不足への対応を図る



※山梨・静岡エリア、関東エリア、中京エリアの  
アピタ・ピアゴ204店舗に対する精肉部門の供給  
パック比率（2015年8月現在）

精肉加工を中心とした  
アウトパック体制の構築を上期に完了  
3エリアにおける供給パック比率48%※

2010年1月～ 牧之原 P C（山梨・静岡エリア）  
2014年3月～ 関 東 P C（関東エリア）  
2015年3月～ 瀬 戸 P C（中京エリア）



下期より取扱いアイテムを拡大  
供給パック比率の向上を目指す

- ・タレつき肉など簡便商品の拡大
- ・鮮魚のアウトパック体制の拡大に取り組む

## 2. 下期の取り組み： サークルKサンクス

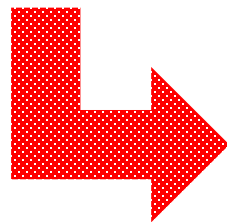
### 1. 女性客層の獲得策を強化

#### ① ペルソナ戦略「+陽子さん戦略」のさらなる推進



「陽子さん」とは・・・  
ターゲットを明確化するために設定した  
架空の個人情報を持つお客様

名前：陽子（41歳）  
家族：家族4人暮らし（夫婦+子ども2人（12歳・10歳））  
仕事：パート  
世帯年収：631万円



陽子さんの視点で  
『商品開発・店舗運営・店舗設備』  
の強化を引き続き推進



## ② ファーストフード・デ일리フーズの品質向上

### 『シェリエドルチェ』 全面リニューアル



### 定番商品の原料・製法の見直し



### 高付加価値商品の育成



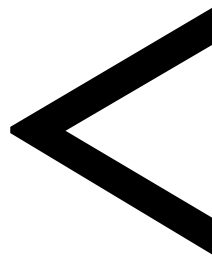
### チルドパック惣菜・冷食の強化



### ③ + K 会員による女性客層の獲得

女性構成比の高い + K 会員の獲得を進め、女性客層の獲得を目指す

全社平均  
女性客層構成比  
約 **25%**



+ K 会員  
女性会員構成比  
約 **50%**<sup>※</sup>



※ + K 会員数302万人（2015年8月末現在）

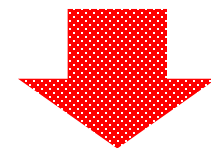
## 2. インバウンド対応

訪日外国人免税サービスを2015年9月より開始  
東京・大阪など都市部店舗で順次拡大



2016年2月期（計画）

10店



2017年2月期以降  
每期数十店舗  
に導入

# 3. 下期の取り組み： さが美・パレモ・U C S

## ■ さが美

- きもの事業
  - ・ 優良顧客向け展示販売会を強化
  - ・ 不採算店舗の追加閉鎖： 当初通期計画より7店積み増し13店を閉店
- ホームファッション事業
  - ・ 不採算店舗の追加閉鎖： 当初通期計画より5店積み増し11店を閉店
  - ・ 洋雑貨から和雑貨ブランドへの転換を推進

## ■ パレモ

- 不採算店舗の追加閉鎖： 当初通期計画より10店積み増し100店を閉店
- 組織変更（ギャルフィットと鈴丹の事業部を1本化）

## ■ U C S

- U C Sカード会員数の拡大： 新デザインカードの導入、会員特典の追加
- ユニコカード会員数の拡大： 店頭募集・会員向け販促の強化



UNY Group Holdings

---

# 2016年2月期第2四半期 決算報告

---

取締役 専務執行役員

越田 次郎

# 2016年2月期第2四半期 決算概要

# 連結業績

- 営業収益は増収を確保した一方、販管費の増加により営業利益・経常利益は減少
- 減損損失の増加により当期純損失を計上

(単位：百万円)

|       | 金額      | 前年同期比  | 前年同期差  | 当初予想差  |
|-------|---------|--------|--------|--------|
| 営業収益  | 510,730 | 101.8% | +9,118 | +3,030 |
| 営業総利益 | 195,327 | 100.1% | +107   | ▲2,473 |
| 販管費   | 185,001 | 100.7% | +1,239 | ▲799   |
| 営業利益  | 10,326  | 90.1%  | ▲1,131 | ▲1,674 |
| 経常利益  | 10,280  | 91.6%  | ▲941   | ▲1,420 |
| 当期純損失 | ▲278    | —      | ▲4,148 | ▲3,378 |

# セグメント別の状況

- 営業収益は、総合小売事業を中心に増収を確保
- 営業利益は、基幹事業の総合小売およびコンビニ事業が伸び悩み減少

(単位：百万円)

|            | 営業収益    |           |           |           | 営業利益   |           |           |           |
|------------|---------|-----------|-----------|-----------|--------|-----------|-----------|-----------|
|            |         | 前年<br>同期比 | 前年<br>同期差 | 当初<br>予想差 |        | 前年<br>同期比 | 前年<br>同期差 | 当初<br>予想差 |
| 総合小売(GMS)※ | 389,399 | 103.2%    | +12,127   | +4,439    | 2,422  | 66.4%     | ▲1,225    | ▲1,268    |
| コンビニエンスストア | 77,097  | 101.0%    | +768      | +157      | 4,906  | 80.4%     | ▲1,197    | ▲574      |
| 専門店        | 27,275  | 90.7%     | ▲2,808    | ▲655      | 24     | —         | +488      | ▲216      |
| 金融サービス     | 9,703   | 106.5%    | +588      | +153      | 2,184  | 125.0%    | +437      | +184      |
| その他        | 27,202  | 100.2%    | +41       | +732      | 825    | 207.0%    | +426      | +165      |
| 連結計        | 510,730 | 101.8%    | +9,118    | +3,030    | 10,326 | 90.1%     | ▲1,131    | ▲1,674    |

※ 総合小売(GMS)セグメントにおいて、2015年2月期第4四半期より優友(上海)商貿有限公司を新規連結しました。



# 主要会社の業績 / ユニー

- 既存店売上の伸長により増収を達成
- 営業利益は、ユニコカードの支払手数料など販管費が増加したことにより減少

(単位：百万円)

|        | 16/2期 上期 |                   |        | 特記事項                                                                |
|--------|----------|-------------------|--------|---------------------------------------------------------------------|
|        |          | 前年同期比             | 前年同期差  |                                                                     |
| 営業収益   | 370,350  | 102.1%            | +7,789 | ・ 既存店売上の好調により増収                                                     |
| 営業総利益  | 102,563  | 100.4%            | +391   | ・ 売上総利益：前年同期比100.0%(前年同期差▲16万円)<br>・ 営業収入：前年同期比102.1%(前年同期差+408百万円) |
| 販管費    | 99,689   | 101.2%            | +1,144 | ・ 内装費：前年同期比145.0%(前年同期差+198百万円)<br>・ 販売費：前年同期比110.9%(前年同期差+662百万円)  |
| 営業利益   | 2,874    | 79.2%             | ▲752   | —                                                                   |
| 経常利益   | 2,346    | 81.6%             | ▲529   | —                                                                   |
| 当期純利益  | 1,253    | 177.0%            | +545   | ・ 固定資産売却益3,032百万円を計上<br>・ 減損損失の増加により特別損失が増加(前年同期差+683百万円)           |
| 既存店前年比 | 101.9%   | (前年同期実績<br>96.8%) | —      | ・ 客数前年比99.4% 客単価前年比102.6%                                           |
| 商品荒利率  | 23.5%    | —                 | ▲0.5%  | ・ 衣料品36.6%(▲0.6%)、住関品27.7%(▲0.3%)、<br>食 品20.1%(▲0.4%)               |
| 期末店舗数  | 231店     | —                 | +5店    | ・ 出店6店 閉店1店、純減数+5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

- 営業総収入は加盟店からの収入が減少したものの、自営店売上高の増加により増加
- 営業利益は営業総利益の減少と販管費の増加により減少

(単位：百万円)

| (連結ベース)     | 16/2期 上期 |                   |        | 特記事項                                                                        |
|-------------|----------|-------------------|--------|-----------------------------------------------------------------------------|
|             |          | 前年同期比             | 前年同期差  |                                                                             |
| 営業総収入       | 77,097   | 101.0%            | +768   | ・ 加盟店からの収入：前年同期比98.9%(前年同期差▲616百万円)<br>・ 自営店売上高：前年同期比109.3%(前年同期差+1,574百万円) |
| 営業総利益       | 62,899   | 99.1%             | ▲600   | —                                                                           |
| 販管費         | 57,245   | 101.0%            | +593   | ・ 広告販促費：前年同期比106.2%(前年同期差+190百万円)<br>・ 賃借料：前年同期比101.9%(前年同期差+464百万円)        |
| 営業利益        | 5,654    | 82.6%             | ▲1,193 | —                                                                           |
| 経常利益        | 5,581    | 84.0%             | ▲1,064 | —                                                                           |
| 当期純損失       | ▲1,279   | —                 | ▲4,269 | ・ 減損損失が増加したことにより特別損失が増加(前年同期差+1,816百万円)                                     |
| 既存店前年比(単体)  | 98.8%    | (前年同期実績<br>95.6%) | —      | ・ 客数前年比97.0% 客単価前年比101.8%                                                   |
| 商品平均値入率(単体) | 26.75%   | —                 | ▲0.31% | ・ ファーストフードの値入率悪化に加え、低値入率のサービス<br>売上構成比の上昇により商品ミックスが悪化                       |
| 期末店舗数(連結)   | 6,072店   | —                 | +40店   | ・ 出店144店 閉店141店、純増数+3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) : 営業利益は販管費削減の強化が奏功し赤字幅が前年同期に比べ改善

| (単位：百万円) | 16/2期 上期 | 前年同期比              | 前年同期差 |
|----------|----------|--------------------|-------|
| 営業収益     | 10,611   | 96.6%              | ▲369  |
| 営業損失     | ▲72      | －                  | +154  |
| 既存店前年比   | 100.4%   | (前年同期実績98.1%)<br>－ |       |

● パレモ : 不採算店舗の閉鎖や賃料減額交渉などによる販管費削減によりトップラインの減少を補い営業黒字を確保

| (単位：百万円) | 16/2期 上期 | 前年同期比              | 前年同期差  |
|----------|----------|--------------------|--------|
| 営業収益     | 14,561   | 86.9%              | ▲2,190 |
| 営業利益     | 255      | －                  | +479   |
| 既存店前年比   | 95.4%    | (前年同期実績88.5%)<br>－ |        |

● U C S : 営業企画の強化などによりショッピングおよび電子マネー取扱高が好調に推移し、増収増益を達成

| (単位: 百万円) | 16/2期 上期 | 前年同期比  | 前年同期差   |
|-----------|----------|--------|---------|
| 営業収益      | 9,703    | 106.5% | +588    |
| 営業利益      | 2,088    | 129.5% | +475    |
| UCSカード会員数 | 302.2万人  | 98.3%  | ▲5.2万人  |
| ユニコカード会員数 | 139.7万人  | 191.9% | +66.9万人 |

# 特別損益の状況

- 特別利益は店舗閉店に伴う固定資産売却益の発生により増加
- 特別損失は減損損失の増加により増加

(単位：百万円)

|           | 15/2期 上期 | 16/2期 上期 | 前年同期差  |
|-----------|----------|----------|--------|
| 特別利益      | 1,315    | 3,299    | +1,984 |
| 固定資産売却益   | 18       | 3,058    | +3,040 |
| 投資有価証券売却益 | 123      | 238      | +115   |
| 受取和解金     | 1,148    | —        | ▲1,148 |
| その他       | 25       | 2        | ▲23    |
| 特別損失      | 6,062    | 9,175    | +3,113 |
| 固定資産処分損   | 819      | 521      | ▲298   |
| 減損損失      | 4,949    | 7,985    | +3,036 |
| 貸倒引当金繰入額  | —        | 550      | +550   |
| 投資有価証券評価損 | —        | 104      | +104   |
| その他       | 292      | 13       | ▲279   |

# 2016年2月期 業績予想

# 連結業績予想

## ● 上期実績を踏まえ、各利益段階を下方修正

(単位：百万円)

|       | 16/2期(修正予想) |        |         |        | 当初予想      |
|-------|-------------|--------|---------|--------|-----------|
|       |             | 前期比    | 前期差     | 当初予想差  |           |
| 営業収益  | 1,034,300   | 101.5% | +15,341 | ▲2,100 | 1,036,400 |
| 営業総利益 | 393,140     | 100.9% | +3,353  | ▲5,560 | 398,700   |
| 販管費   | 372,140     | 100.7% | +2,590  | ▲3,060 | 375,200   |
| 営業利益  | 21,000      | 103.8% | +763    | ▲2,500 | 23,500    |
| 経常利益  | 20,500      | 100.1% | +12     | ▲2,500 | 23,000    |
| 当期純利益 | 1,500       | —      | +3,908  | ▲3,300 | 4,800     |

# セグメント別の業績予想

- 営業収益は、総合小売事業が増加する一方、コンビニエンスストアおよび専門店事業が当初予想を下回るほか、連結調整が当初予想より増加する見込みにより下方修正
- 営業利益は、コンビニエンスストア事業を中心に下期予想を見直し下方修正

(単位：百万円)

|            | 16/2期 営業収益(修正予想) |        |         |           | 16/2期 営業利益(修正予想) |        |        |           |
|------------|------------------|--------|---------|-----------|------------------|--------|--------|-----------|
|            |                  | 前期比    | 前期差     | 当初<br>予想差 |                  | 前期比    | 前期差    | 当初<br>予想差 |
| 総合小売(GMS)  | 796,960          | 102.5% | +19,633 | +3,350    | 8,810            | 97.7%  | ▲203   | ▲1,290    |
| コンビニエンスストア | 150,700          | 101.7% | +2,590  | ▲770      | 6,500            | 85.4%  | ▲1,113 | ▲1,500    |
| 専門店        | 53,060           | 91.0%  | ▲5,244  | ▲1,690    | 50               | —      | +1,214 | ▲190      |
| 金融サービス     | 19,650           | 106.6% | +1,222  | +290      | 4,110            | 105.4% | +211   | +100      |
| その他※       | 54,200           | 99.6%  | ▲222    | +710      | 1,710            | 205.8% | +879   | +470      |
| 連結計        | 1,034,300        | 101.5% | +15,341 | ▲2,100    | 21,000           | 103.8% | +763   | ▲2,500    |

# 主要会社の業績予想 / ユニー

- 上期実績を踏まえ、既存店前年比を引き上げる一方、商品荒利率を引き下げ、営業総利益を下方修正
- 営業総利益の下方修正を受け、各利益段階を下方修正

(単位：百万円)

|       | 16/2期(修正予想) |        |         |        | 当初予想    |
|-------|-------------|--------|---------|--------|---------|
|       |             | 前期比    | 前期差     | 当初予想差  |         |
| 営業収益  | 759,000     | 101.8% | +13,353 | +5,200 | 753,800 |
| 営業総利益 | 211,400     | 101.3% | +2,751  | ▲1,860 | 213,260 |
| 販管費   | 201,330     | 101.6% | +3,090  | ▲430   | 201,760 |
| 営業利益  | 10,070      | 96.8%  | ▲338    | ▲1,430 | 11,500  |
| 経常利益  | 9,000       | 94.6%  | ▲518    | ▲1,300 | 10,300  |
| 当期純利益 | 1,800       | —      | +5,044  | ▲1,100 | 2,900   |

|        |        |               |       |       |       |
|--------|--------|---------------|-------|-------|-------|
| 既存店前年比 | 100.4% | (前年同期実績97.1%) | —     | +1.8% | 98.6% |
| 商品荒利率  | 23.7%  | —             | ▲0.2% | ▲0.4% | 24.1% |
| 期末店舗数  | 229店   | —             | +3店   | ▲2店   | 231店  |
| 出店数    | 8店     | —             | +2店   | ±0店   | 8店    |
| 閉店数    | 5店     | —             | ▲4店   | +2店   | 3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

- 上期実績を踏まえ、既存店前年比を引き上げる一方、出店計画および商品平均値入率を引き下げ、営業総利益を下方修正
- 営業総利益の下方修正を受け、営業利益および経常利益を下方修正

(単位：百万円)

| (連結ベース) | 16/2期(修正予想) |        |        |        | 当初予想    |
|---------|-------------|--------|--------|--------|---------|
|         |             | 前期比    | 前期差    | 当初予想差  |         |
| 営業総収入   | 150,700     | 101.7% | +2,590 | ▲770   | 151,470 |
| 営業総利益   | 123,440     | 100.6% | +784   | ▲2,290 | 125,730 |
| 販管費     | 115,440     | 101.7% | +1,893 | ▲790   | 116,230 |
| 営業利益    | 8,000       | 87.8%  | ▲1,109 | ▲1,500 | 9,500   |
| 経常利益    | 7,870       | 89.3%  | ▲947   | ▲1,080 | 8,950   |
| 当期純利益   | 60          | 1.7%   | ▲3,432 | ▲1,480 | 1,540   |

|             |        |               |        |        |        |
|-------------|--------|---------------|--------|--------|--------|
| 既存店前年比(単体)  | 99.4%  | (前年同期実績96.4%) | —      | +0.4%  | 99.0%  |
| 商品平均値入率(単体) | 26.85% | —             | ▲0.10% | ▲0.40% | 27.25% |
| 期末店舗数(連結)   | 6,095店 | —             | +26店   | ▲68店   | 6,163店 |
| 出店数         | 340店   | —             | ▲9店    | ▲40店   | 380店   |
| 閉店数         | 314店   | —             | +68店   | +28店   | 286店   |

※既存店前年比および商品平均値入率は単体ベースの計画値

# 主要会社の業績予想 / さが美・パレモ・UCS

## ● さが美(連結) : 販管費削減の強化に継続して取り組み営業利益黒字化の確保を目指す

| (単位: 百万円) | 16/2期(修正予想) | 前期比           | 前期差  | 当初予想差 | 当初予想   |
|-----------|-------------|---------------|------|-------|--------|
| 営業収益      | 21,150      | 97.8%         | ▲470 | ▲430  | 21,580 |
| 営業利益      | 30          | —             | +500 | ±0    | 30     |
| 既存店前年比    | 102.2%      | (前年同期実績95.7%) |      | ▲1.2% | 103.4% |

## ● パレモ : 不採算店舗の追加閉鎖などの販管費の削減により営業利益黒字化を目指す

| (単位: 百万円) | 16/2期(修正予想) | 前期比           | 前期差    | 当初予想差  | 当初予想   |
|-----------|-------------|---------------|--------|--------|--------|
| 営業収益      | 27,300      | 85.6%         | ▲4,575 | ▲1,000 | 28,300 |
| 営業利益      | 140         | —             | +819   | ±0     | 140    |
| 既存店前年比    | 95.2%       | (前年同期実績90.9%) |        | ▲1.3%  | 96.5%  |

## ● UCS : 営業利益は当初予想通りの増益を見込む

| (単位: 百万円) | 16/2期(修正予想) | 前期比    | 前期差     | 当初予想差 | 当初予想    |
|-----------|-------------|--------|---------|-------|---------|
| 営業収益      | 19,650      | 106.6% | +1,222  | +290  | 19,360  |
| 営業利益      | 3,900       | 106.5% | +237    | +100  | 3,800   |
| UCSカード会員数 | 302.0万人     | 99.7%  | ▲1.0万人  | ±0万人  | 302.0万人 |
| ユニコカード会員数 | 159.0万人     | 140.3% | +45.7万人 | ±0万人  | 159.0万人 |

# 連結設備投資計画

- ユニーは既存店投資が当初予想より増加
- サークルKサンクスは出店計画の修正に伴い、新設店投資が当初予想より減少

(単位：百万円)

|               | 15/2期  | 16/2期(修正計画) |        |        |        |
|---------------|--------|-------------|--------|--------|--------|
|               |        |             | 前期比    | 前期差    | 当初予想差  |
| ユニー           | 32,074 | 41,956      | 130.8% | +9,882 | +5,176 |
| UNY (HK)      | 683    | 108         | 15.8%  | ▲575   | ▲14    |
| 99イチバ         | 478    | 479         | 100.2% | +1     | ▲324   |
| サークルKサンクス(連結) | 27,493 | 28,850      | 104.9% | +1,357 | ▲520   |
| さが美(連結)       | 194    | 247         | 127.3% | +53    | ▲85    |
| パレモ           | 618    | 430         | 69.6%  | ▲188   | ▲70    |
| 連結計           | 65,720 | 75,100      | 114.3% | +9,380 | +4,100 |

※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

|       | 14/2期  | 15/2期  | 16/2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。