

## 2008年2月期中間決算報告と次期の取組み

2007年10月9日 株式会社サークルKサンクス

### 【スライド1】株主・投資家のみなさまへ

株主、投資家のみなさま、いつも弊社をご支援くださりましてありがとうございます。

代表取締役社長の中村 元彦です。

今年の5月に社長に就任して以来、社長として、また営業統括本部長として現場に軸足を置きながら、営業力の強化に取り組んでまいりました。

上期には、新店日販の改善や既存店前年比のマイナス幅が縮小するなど、一定の成果を出すことができました。また、合併以降推進してまいりました商品の統合も7月をもって完了いたしました。

しかし、「質」の向上への取組みはまだ道半ばであり、私は満足していません。

これまで統合作業に費やしていた内向きのエネルギーを外に向け、今後は攻めに転じてまいります。

なお、売上、業績面では厳しい状況にありますが、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いることから、通期2円の増配をさせていただくことにいたしました。

営業力の強化に邁進し、「質」の向上を実現することで、売上と業績の向上を目指してまいります。今後ともサークルKサンクスへご支援を賜りますよう、よろしくお願いいたします。

### 【スライド2】1. 連結業績ハイライト

サークルKサンクス、広報IR秘書室の吉田です。

続いて私から、当社の「2008年2月期中間決算報告と下期の取組み」をご説明いたします。

はじめに連結業績についてお話しします。

当期より、連結子会社が1社増え、合計6社となりました。

上期は、販売促進策の強化や8月の猛暑などにより、売上は既存店を中心に回復基調となりました。しかし、前年同期を21店上回る249店の閉店を実施したことや長梅雨、台風の上陸などの天候不順もあって、チェーン全店売上高は前年同期比マイナス1.2%の4,634億9千万円となりました。

営業総収入は、連結子会社増加の寄与と自営店売上の増加により、前期比5.6%増加の1,045億5千6百万円でした。

しかし、加盟店からの収入の減少、値入率の悪化で営業総利益は前年同期比0.2%の増加にとどまりました。

今期の政策として、加盟店支援の強化や売上の向上に向けた経費も積極的に投入したことから、販管費は前年同期比5.0%増加しました。その結果、営業利益は前期比マイナス18.4%の115億6千7百万円となりました。

また、前年同期を上回る249店を閉店したことから閉店費用が増加し、経常利益は111億8百万円、中間純利益は44億8千6百万円と、それぞれ前年同期を下回りました。

しかし、閉店数が計画未達だったことで閉店費用が計画を下回ったことに加え、連結子会社の利益が改善したことも寄与し、経常利益と中間純利益では計画を上回ることができました。

### 【スライド3】 2. 上期レビュー (1)出店・閉店の状況 [単体ベース]

次に上期の取組みです。

今期当社は、「徹底した質重視路線への転換」を経営戦略とし、営業力強化に取り組んでおります。

ここ数年、量・質ともに当社の課題となっていた店舗開発では、何よりも店舗の「質」を重視した出店を行いました。その結果、出店数は計画を7店下回りましたが、未達幅は縮小し、リロケートを55店含む、150店を出店しました。

また、リロケートの推進や出店基準を厳格化したことで、新店日販は42万6千円と前年同期比プラス2万3千円と大きく改善しました。

一方、今期の大きな施策のひとつとして、リロケートを促進しながら不採算店処理の強化、自営店の削減に取り組んでおります。

上期の閉店は、期ズレの影響で計画は下回りましたが、前年同期を12店上回る227店を閉店しました。そのうち、自営店の閉店は83店にのぼりましたが、売上の低迷から新たな自営店が発生する結果となりました。

### 【スライド4】 2. 上期レビュー (2)既存店売上の状況 [単体ベース]

続いて、既存店売上の状況です。

長梅雨の影響や客数の前年割れ、東北や関西地区での売上が低迷した結果、上期の既存店前年比はマイナス1.7%となりました。

しかし、上期はポイントコレクトキャンペーンなどの販売促進活動を強化したことに加え、8月の猛暑などの恩恵もあって、関東や北海道地区を中心に既存店の売上は回復傾向となり、前年同期に比べて既存店前年比のマイナス幅が縮まりました。

### 【スライド5】 2. 上期レビュー (3)商品の統合作業状況

当社は合併以降、順次商品カテゴリーを広げながら、ベンダーと物流の統合を推進してまいりました。前期より開始したファーストフードとデイリーフーズの統合も、計画を前倒しで今期7月に終えることができました。これにより、全商品の統合が完了し、これまでの統合効果は25億円に上っております。

また、専用工場化を進め、最新設備や技術の導入、食材の統一によるスケールメリットを原材料の品質向上につなげ、安心・安全・健康でおいしい商品をご提供できる体制が整いました。今後はこれらを梃子に「攻めのマーチャンダイジング」を展開してまいります。

その第一弾の取組みとして、サークルKとサンクスそれぞれでブランド展開をしていたオリジナルパンやおにぎりのブランド統合を行い、順調に売上を伸ばしております。

## 【スライド6】 2. 上期レビュー (4)その他の取り組み

そのほかにも、上期は様々な取り組みを行い、成果を上げることができました。

まず、ポイントを集めたお客様にもれなくオリジナルのマグカップや絵皿をプレゼントするポイントコレクトキャンペーンを実施し、お客様の来店動機を高めました。

ポイントの対象商品では売上が伸長し、効果を上げることが出来ました。

当社が業界に先駆けて2004年より取り扱いを開始した電子マネー「Edy」搭載の『KARUWAZA CLUB』カードでは、順調に決済件数が伸長しております。

また、『KARUWAZA CLUB』会員数は、4月よりカードレス会員募集を開始した効果もあって、27万人を突破いたしました。

また、サービスの強化では、通信販売商品の店頭受取サービスを新たに開始したほか、来年2月から関西地区の店舗にATMを設置することで、りそな銀行と基本合意をいたしました。

生鮮食料品の品揃えを強化したミニスーパー「99イチバ」では、計画通りに出店を続け、売上を伸ばしております。

## 【スライド7】 3. 単体業績の実績と計画差異

続いて、単体業績の実績と計画差異をみていきます。

既存店売上は回復基調となったものの、前年比が計画を0.9ポイント下回ったことで、チェーン全店売上高は計画を35億円下回りました。

加盟店からの収入は減少したものの、自営店舗数が計画通りに減少しなかったことで自営店売上高が増加しました。その結果、営業総収入は計画を19億円上回りました。

しかし、加盟店からの収入の減少に加え、値入率が計画比マイナス0.07ポイントの未達となったことで、営業総利益は計画を5億円下回りました。

また、広告宣伝費や地代家賃などの増加で販管費が計画を7億円上回ったことから、営業利益は計画を12億円下回りましたが、閉店に伴う解約損害金が計画を下回ったことにより、経常利益はほぼ計画通りとなりました。

また、特別利益が計画を上回ったことに加え、特別損失が計画を下回ったことから、中間純利益は計画を2億円上回ることが出来ました。

## 【スライド8】 4. 単体業績の要因分析 (1)チェーン全店売上高、営業総収入

単体業績の要因分析です。

チェーン全店売上高は、既存店前年比がマイナス1.7%だったことに加え、全店日販が前年同期を2,000円下回ったことや前年同期を12店上回る227店を閉店したことにより、4,423億6千5百万円と前年同期を67億円下回りました。

先ほどご説明しました商品の統合により、0.04%の値入率向上の効果がありましたが、値入の低い

たばこやチケット、オンラインゲームマネーの「ネットプリカ」などの売上伸長の影響に加え、値入の高いファーストフードの売上が前年同期を5%下回った結果、平均値入率は前年同期に比べ0.05ポイント悪化する結果となりました。

チェーン全店売上高の低迷と値入率の悪化によって、加盟店からの収入は前年同期比1.9%減少しました。しかし、自営店を83店閉店したものの、期中に新たに自営店が増加したことで自営店売上高は前年同期に比べ11.6%増加しました。

この結果、営業総収入は前年同期を31億円上回る966億4千万円となりました。

#### 【スライド9】 4. 単体業績の要因分析 (2) 販管費、営業利益

次に販管費の主な増減について、ご説明いたします。

政策として加盟店支援や売上向上に向けて積極的な販売促進策を実施した結果、前年同期を5億5千万円上回る経費を広告・販促費に投入しました。

地代家賃は、新規出店の家賃相場の上昇に加え、リロケートの推進に伴う店舗の大型化、敷地面積の拡大などで、前年同期比9億4千万円プラスと大きく増加しました。

また、経営委託・事務委託費用が前年同期に比べ7億2千万円増加したことから、その他全体では前年同期比13億6千万円増加する結果となりました。

一方、設備リース料と減価償却費は、合わせて8億2千万円減少しました。固定資産減損会計処理による戻り額が1億4千万円増加したことに加え、現店舗システムなどのリース期間満了、ソフトウェア償却の減少などが主な減少要因です。

固定費の増加に加え、営業力強化に向け思い切った広告・販促費の投入もあって、販管費全体では前年同期に比べ19億円増加した結果、営業利益は117億8千3百万円と前年同期より19億円減少しました。

#### 【スライド10】 4. 単体業績の要因分析 (3) 経常利益、中間純利益

上期は、前期を12店上回る227を閉店したことから、営業外費用として解約損害金が11億円発生しました。この結果、経常利益は112億6千3百万円と前年同期を19億円下回りました。

特別損失は、閉店に伴う費用を4億9千万円、減損損失を23億円、子会社などの投資有価証券評価損を3億5千万円計上しました。

以上の結果、中間純利益は45億8千万円と前年同期比8億8千万円の減少となりました。

#### 【スライド11】 5. 下期の取り組み

下期も営業力の強化に取り組み、質の向上を目指してまいります。

業績の要因分析でご説明しました通り、売上の低迷から期中にも自営店舗数が増加し、特に販管費においては自営店に関わる費用の増加が販管費全体の押し上げ要因となっています。

また、8月の猛暑でも客数が前年同期を下回るなど、客数減少も当社の課題として認識しております。下期は特にこれらに注力し、取り組んでまいります。

まず、出店では主力地域の関東、中京地区を中心に2つのブランドの強みを活かした地域別出店戦略の徹底で、店舗の質と生産性の向上を目指し、通期で320店を出店する計画です。

一方、リロケートを促進し、不採算店と自営店の処理を強化するため、上期に期ズレとなった分も含め、通期で457店を閉店いたします。

自営店の削減の一つの対策として、オーナーの事業意欲を高めるために、新たに「複数店経営優遇制度」をスタートさせました。そのほか、「ベンチャー社員制度」を活用して、優良なFC加盟候補者の確保・育成に取り組んでまいります。

### 【スライド12】 5. 下期の取り組み

客数増加に向けた取り組みでは、全商品の統合が7月をもって完了したことから、いよいよ攻めのマーケティングを推進してまいります。

まずは、売れる商品開発の取り組みとして、11月には、オリジナルデザートでも新ブランドが誕生します。素材のおいしさに徹底してこだわった本格的なデザートをご提供し、このオリジナルデザートをサークルKサンクスの看板商品に育成する計画です。

また、弁当工場でもおいしい商品を開発できるインフラが整ったことから、新調理法を導入し、よりおいしさを追及してまいります。

サービスにおいても、年々市場が拡大しているインターネット通信販売商品の店頭受取サービスを強化いたします。

電子マネー決済でも、新たな取り扱いを展開し、決済手段の多様化でお客様の来店動機を高めてまいります。さらに、来年2月より、りそな銀行を幹事行とするオリジナルATM「バンクタイム」を関西地区の店舗へ導入いたします。

当社は経営ビジョンとして「WAKUWAKU！する企業」を掲げており、店舗においてもお客様に「WAKUWAKU感」をご提供できるよう、ポイントコレクトキャンペーンを実施いたします。

これらの取り組みによって、お客様の来店頻度を高め、客数の増加を目指してまいります。

### 【スライド13】 6. 2008/2期 単体業績予想

単体の通期業績の見通しです。

出店は、上期の未達分を下期に積み増すことで、期首計画通り320店を出店いたします。

一方、閉店は上期の計画未達分24店に7店追加し、通期で457店を閉店する計画です。

また、既存店前年比は上期の実績を考慮し、通期計画をマイナス1.2%として期首計画を引き下げましたが、下期の計画自体は期首計画を維持いたします。

平均値入率は、引き続き低値入商品の売上が好調なため、期首計画から0.12ポイント引き下げ、前期比0.02%の改善を見込んでいます。

これら前提条件を変更したことに加え、自営店数が期首計画を上回ることが見込まれ、人件費や地代家賃などの固定費を中心に下期の販管費が期首計画を約20億円上回るものと予想しております。

また、特別利益には旧サンクスアンドアソシエイツの厚生年金基金代行返上に伴う代行返上益13億8千7百万円が下期に計上されます。

これらの要因から、通期の利益計画を期首計画から変更いたしました。

#### 【スライド14】 6. 2008/2期 連結業績予想

続いて、連結業績の見通しです。

連結子会社の増加に伴い、営業総収入は前期比5.8%増加の2,056億2千万円を見込んでいます。しかし、チェーン全店売上高が期首計画を56億円下回ることに加え、販管費が期首計画を22億円程度上回ることから、営業利益は前期比11%減少の205億円、経常利益は前期比16.3%減少の185億円、当期純利益は前期比18.8%減少の83億円を見込んでいます。

なお、連結子会社は販管費の削減などにより、利益改善を見込んでおります。

以上のように、厳しい業績見込みとなりますが、様々な施策を確実に実行し、業績の向上を目指してまいります

#### 【スライド14】 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。

冒頭で社長の中村より、お話をいたしました。が、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、当社の中期的な収益環境、財政状態などを総合的に勘案し、通期で2円の増配をさせていただくことにいたしました。この結果、年間配当金は1株当り40円、配当性向は40.3%となる予定です。

また、「株主優待制度」として、当社チェーンで買い物をお楽しみいただける「株主様ご優待カード」を呈呈しております。

当社を取り巻く環境は依然として厳しい状況ですが、新社長のもと全社を挙げて「質の向上」と「営業力の強化」に注力してまいります。

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

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。