

# “2006年2月期決算報告” 及び“次期の取組み”



株式会社サークルKサンクス

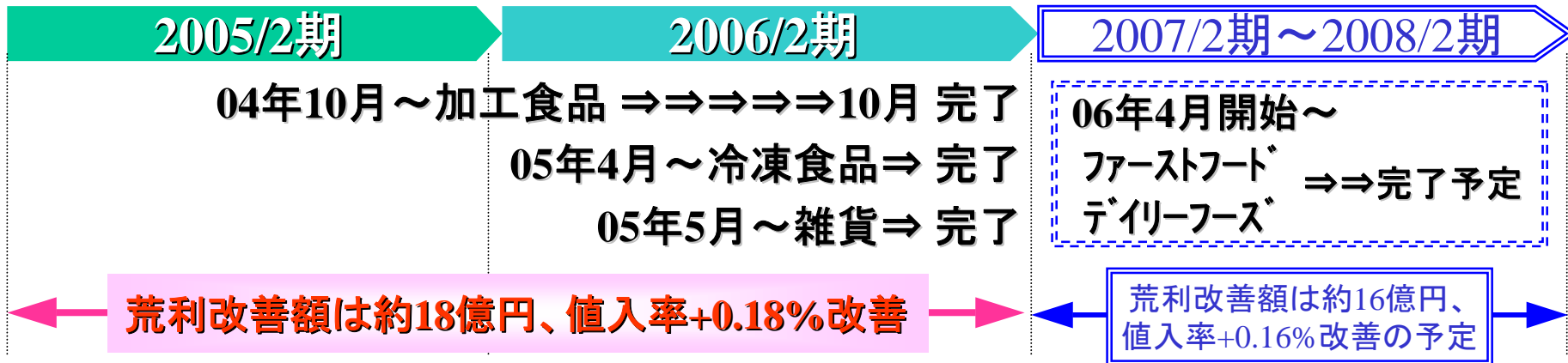
(証券コード:3337)

広報IR室長 吉田 雅浩

# 2006年2月期のレビュー (1) 合併効果の実現

## ● 加工食品、冷凍食品、雑貨のベンダー・物流の統合 ●

### ● 計画通りに実施し、2006/2期までに完了



## ● 合同キャンペーンの実施、共通商品の販売を多数実現 ●

## ● 6300店を超えるチェーン規模を活かし、サービスの拡充を実現 ●

- ・05年 4月: 電子マネー「Edy」を全店へ拡大
- ・05年 9月: 愛知県・岐阜県の約1300店へ、引出手数料無料の「ゼロバンクATM」の設置を完了
- ・05年10月: サークルKでも「チケットぴあ」の取扱いを開始
- ・05年11月: 全店で「ゆうパック」の取扱いを開始

## ● 開発の取組みと実績 ●

### ● 出店348店で計画を達成

- ・加盟候補者促進に向けたFC契約条件の一部緩和などにより、下期修正計画を達成
- ・新店日販は伸び悩み(単体ベース 前期比 -1.3万円)
- ・新たな立地への出店も推進

＞愛・地球博、地下鉄駅構内、大学内、競馬場内



2005年10月開店  
サークルK「東京競馬場」店

## ● 運営の取組みと実績 ●

### ● 既存店前年比は-3.3%と伸び悩み

- ・『店舗運営の6段階』を推進
- ・しかし、競争の激化による客数減少、2005年9月にハイウェイカードが販売終了となった影響などで上期に比べ、下期にはマイナス幅が拡大

# 出店と閉店の状況

(単位:店)

		2006/2期実績
出店数		348
閉店数		319
連結ベースの期末店舗数		5,300 (+29)

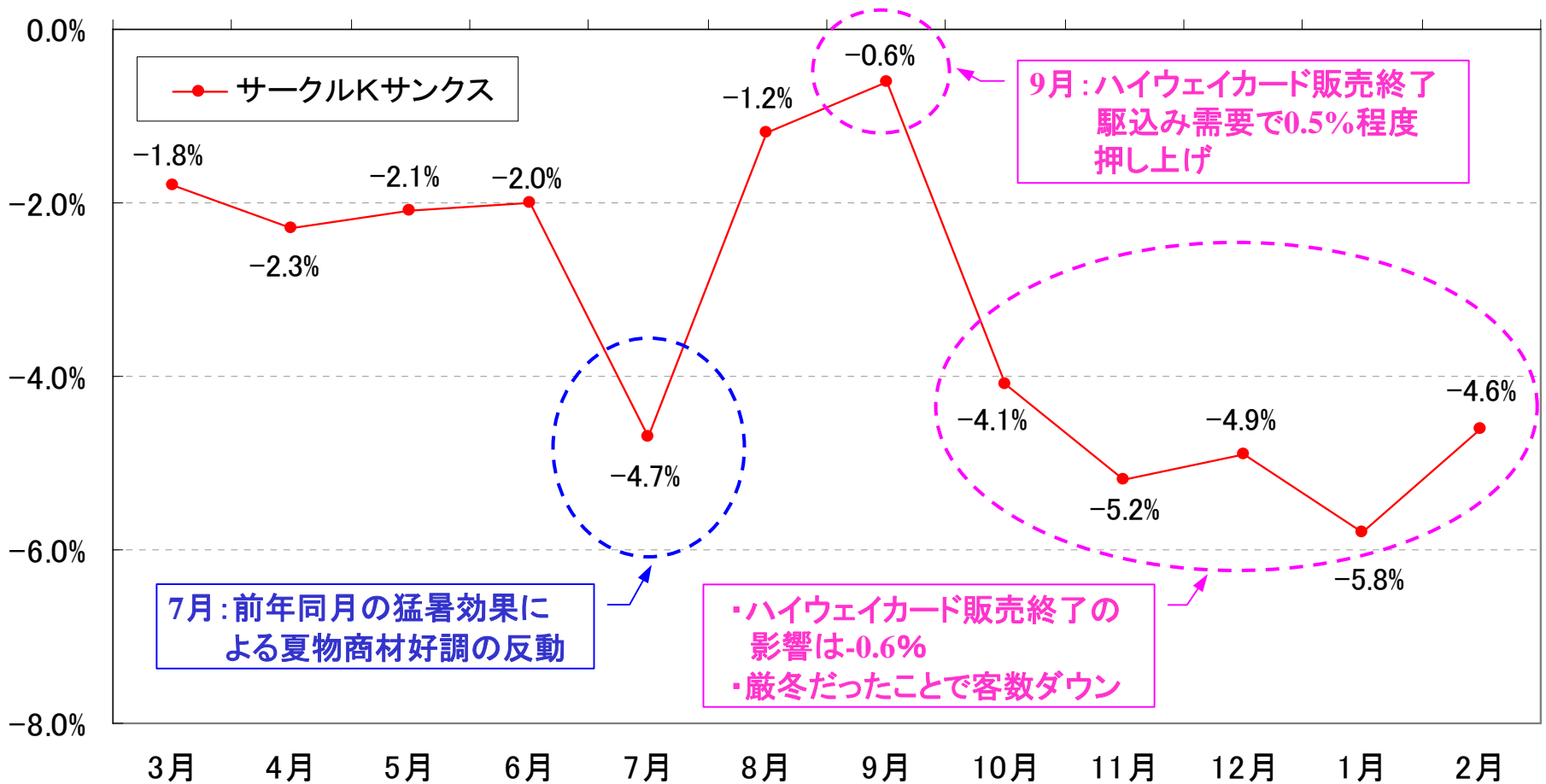
計画	(計画差)
347	+1
317	+2
5,301	-1

## ●● 個別の状況 ●●

(単位:店)

	サークルK		サンクス		連結子会社2社計	
	実績	前期比	実績	前期比	実績	前期比
出店	196	+3	139	-14	13	-
うち、リロケート	63	+12	19	+5	2	-
新店日販(千円)	446	+7	390	-45	-	-
閉店	160	+17	149	+69	10	-

# 既存店前年比の月次推移



## ●● 地域別の状況 ●●

06/2期	北海道	東北	関東	中部・北陸	中京三県	関西	中国	全国計	サークルKS
サークルK	-	-0.3%	-0.9%	-2.4%	-2.8%	-3.1%	-2.3%	-2.5%	<b>-3.3%</b>
サンクス	-5.7%	-5.2%	-4.1%	-	-2.0%	-4.6%	-1.8%	-4.2%	

# 連結業績の実績と計画差異

(単位:百万円)

	2006/2期実績	
		前期比
チェーン全店売上高	919,824	-1.5%
既存店前年比	-3.3%	-
平均値入率(単体ベース)	29.05%	+0.26%
営業総収入	184,190	+4.2%
営業総利益	133,259	+0.9%
販管費	107,473	-0.2%
営業利益	25,785	+5.7%
経常利益	25,031	+6.0%
当期純利益	11,498	-9.1%

計画	(計画差)
934,810	-14,986
-2.0%	-1.3%
29.01%	+0.04%
186,360	-2,170
136,190	-2,931
108,740	-1,267
27,450	-1,665
25,930	-899
11,770	-272

(注)このスライド以降、すべてのスライドの2005/2期との前期比は、合併前のシーアンドエス連結と合併後のサークルKサンクス連結との合算値と比較をしています。

# 連結業績の要因分析 (1)チェーン全店売上高、営業総収入

(単位:百万円)

2006/2期		前期比増減
チェーン全店売上高	<b>919,824</b>	<b>-13,696</b>
既存店前年比	<b>-3.3%</b>	-
平均値入率(単体ベース)	<b>29.05%</b>	<b>+0.26%</b>
営業総収入	<b>184,190</b>	<b>+7,347</b>

## ●● 営業総収入は73億円(4.2%)増加 ●●

- ・ 直営店が前期末比84店増加したことによる影響  
直営店売上高 673億円(前期比 +14.4%)

## ●● チェーン全店売上高は136億円減少 ●●

- ・ 既存店売上が前年比3.3%減
- ・ 出店の遅れ、閉店の積み増し

(単位:百万円)

	売上高	前期比
サークルK	505,160	+0.3%
サンクス	393,581	-2.5%
連結子会社2社計	21,082	-

## ●● 既存店前年比は-3.3% ●●

- ・ ハイウェイカードの影響 -0.6%

## ●● 平均値入率は0.26%改善 ●●

- ・ 加工食品、冷凍食品、雑貨のベンダー・物流統合の効果が寄与
- ・ ハイウェイカード販売終了の影響で0.15ポイント程度押し上げ

# 連結業績の要因分析 (2) 販管費、営業利益

(単位:百万円)

2006/2期		前期比増減
営業総利益	133,259	+1,160
販管費	107,473	-240
人件費	21,093	+931
広告費	10,495	-568
地代家賃	37,027	+1,606
設備リース料	8,955	-1,740
減価償却費	7,426	-905
その他	22,475	+434
営業利益	25,785	+1,400

## ●● 販管費は2.4億円(0.2%)減少 ●●

- ・ 直営店の増加により、人件費は9億円増加
- ・ 店舗にかかる地代家賃は、前期より店舗舗数が増加したため16億円増加
- ・ 設備リース料と減価償却費は、固定資産を減損した分、5.8億円費用が低くなっているほか、店舗システム等のリース期間満了により減少

## ●● 営業利益は14億円(5.7%)増加 ●●

### 過去最高益を更新！

- ・ 売上高は減少したものの、営業総収入の増加と合併効果の創出も含めた費用の節減効果で販管費が2.4億円減少したため



# 連結業績の要因分析 (3) 経常利益、当期純利益

(単位:百万円)

2006/2期	前期比増減	
	金額	増減
営業利益	25,785	+1,400
営業外収益	1,059	+55
営業外費用	1,813	+49
経常利益	25,031	+1,406
特別利益	2,432	+2,274
特別損失	7,606	+5,973
当期純利益	11,498	-1,156

●● 経常利益は14億円(6.0%)増加 ●●  
**過去最高益を更新!**

●● 当期純利益は11億円(9.1%)減少 ●●

**特別利益は22億円増加**

- ・ユニーグループ厚生年金基金代行返上に伴う退職年金代行返上益 21.52億円

**特別損失は59億円増加**

- ・固定資産に関わる減損損失 49.85億円
- ・閉店に伴う固定資産処分損とリース解約損は10.46億円(前期比-19.7%)
- ・「ゼロバンクATM」展開に伴う店舗施設更新損 2.24億円

# エリアフランチャイザーの状況

(単位:店、百万円)

	2006/2期						
	出店	閉店	期末店舗数	売上高	前期比	既存店前年比	エリアライセンスフィー
エリアFC合計	121	114	1,218	200,869	-0.6%	-4.0%	3,199

(注) 閉店114店のうち44店は、2006年1月31日に「エリア・ライセンス契約」を合意解約した栄興サンクス(株)分の閉店です。また、売上高やエリアライセンスフィー等にも同社の11ヶ月間の実績が含まれています。

## ●● 連結子会社2社の収益状況 ●●

(単位:百万円)

2006/2期	経常利益
サンクス青森(株)	64
サンクス西埼玉(株)	94

## ●● トピックス ●●

- (1) (株)サンクスアンドアソシエイツ栃木は、当社と締結していたエリアライセンス契約を、2005年7月1日に会社分割により新設した(株)サンクス北関東へ継承し、同日当社は(株)サンクス北関東の全株式を取得
- (2) 栄興サンクス(株)とのエリアライセンス契約を2006年1月31日を期日として合意解約
- (3) 2006年3月1日をもって、サンクス西四国(株)を子会社化

※(株)サンクス北関東とサンクス西四国(株)は、2007/2期より連結子会社となります。

# 中期的な考え方と取組み

- 2007/2期は「3カ年計画」の最終年度 ●

引き続き、『**持続的安定成長**』を目指す

- 営業利益、経常利益ベースでは増益を堅持
- 2009/2期を目標に全店日販50万円回復へ

## ● 当社の課題 ●

- 出店の量・質の鈍化
- 既存店の伸び悩み
- 不採算店舗の増加
- マーケティングイノベーションの遅れ

課題解決に向け...

営業力(開発・運営・商品)を強化する

不採算店舗削減

差別化戦略、新たな収益源への対応

# 次期(2007年2月期)の取組み(1)

## ● 営業力(開発・運営・商品)を強化する ●

### ● 組織改編を実施:各部の連携強化

- ・開発と運営でブランド別の本部制を廃止し、地区割りを統一
- ・運営と商品部門を統括する営業統括本部を新設



質の向上と出店  
計画達成を目指す

- ・未出店地域「群馬県」へ出店 ⇒ 07/2期は10店、3年間で40店
- ・リロケートを強化 ⇒ 出店計画のうち3割はリロケートで出店  
⇒ 専任部隊を新設

既存店売上の  
向上を目指す

- ・「店舗運営の6段階」を継続推進し、お客様満足度を高める
- ・ファーストフードとデイリーフーズでも統合を開始  
⇒ 4月より順次地区を拡大し、2年間で統合完了  
⇒ 専用工場化を推進し、よりおいしい商品の提供を実現  
⇒ 統合の推進により、値入改善を実現(荒利改善額約16億円)

競争力のある  
おいしい商品開発

- ・地区商品部を強化

## ●不採算店舗を削減●

- 不採算店の閉店:07/2期は閉店325店(単体ベース)を計画
  - ・直営店を中心にリロケートも推進しながら、不採算店を整理する
  - ⇒今後3年間で1000店程度を閉店する計画

## ●差別化戦略、新たな収益源への対応●

- 電子マネーEdy付「KARUWAZA CLUBカード」の購買ポイントサービス全国拡大
- 「ゼロバンクATM」の設置を拡大
  - ・愛知県・岐阜県に続いて、5月～三重県、7月～2月に東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県の店舗に設置
- 新業態「99イチバ」の出店を推進
  - ・99円を中心とした生鮮品を強化した新業態店舗



# 2007年2月期連結業績予想

(単位: 店、百万円)

	2006/2期	2007/2期	
		予想	前期比
出店	348	432	+84
閉店	319	345	+26
期末店舗数	5,300	5,513	+213
チェーン全店売上高	919,824	943,230	+2.5%
営業総収入	184,190	192,700	+4.6%
営業総利益	133,259	139,910	+5.0%
販管費	107,473	112,550	+4.7%
営業利益	25,785	27,360	+6.1%
経常利益	25,031	25,570	+2.2%
当期純利益	11,498	12,000	+4.4%

## ●● 連結子会社3社増加 ●●

2006/2期

2007/2期

● 2社 ●

● 5社 ●

サンクス青森(株)

サンクス西埼玉(株)

(株)サンクス北関東(エリアFC)

サンクス西四国(株)(エリアFC)

(株)ゼロネットワークス

(ATM運用業務の受託事業)

(単位: 百万円)

07/2期(予想)	連結子会社5社計
売上高	40,510
営業総収入	10,869
経常利益	-30

(注)

1. 上記表の数値は連結消去後
2. (株)サンクス北関東は、2009/2期中の単年黒字化を目指している
3. (株)ゼロネットワークスは、今後の展開地域の拡大如何によって、計画が変動する可能性あり

## ●● 固定資産減損損失 ●●

特別損失に20億円程度計上の見込み

# 2007年2月期単体業績予想

(単位: 店、百万円)

	2006/2期	2007/2期	
		予想	前期比
出店	335	395	+60
閉店	309	325	+16
期末店舗数	5,154	5,224	+70
チェーン全店売上高	898,741	902,720	+0.4%
既存店前年比	-3.3%	-1.6%	-
平均値入率	29.05%	29.43%	+0.38%
営業総収入	180,613	181,830	+0.7%
営業総利益	130,919	134,400	+2.7%
販管費	105,220	107,070	+1.8%
営業利益	25,699	27,330	+6.3%
経常利益	24,944	25,600	+2.6%
当期純利益	11,665	12,210	+4.7%

## ●● 出店・閉店計画 ●●

	出店	閉店
サークルK	215店	160店
サンクス	180店	165店

## ●● 固定資産減損損失 ●●

特別損失に18億5千万円  
程度計上の見込み

# 株主還元について

● 連結当期純利益の25%を配当として還元する方針 ●

配当性向の目標: 将来的には30%に高める

## ● 配当金 ●

	2006/2期	2007/2期
中間配当	19円	19円(予定)
期末配当	19円(予定)	19円(予定)
年間配当金	38円(予定)	38円(予定)
配当性向	28.2%(予定)	27.3%(予定)

## ● 株主優待制度 ●

・年2回「お買物カード」を進呈

ご所有株式数	株主優待内容
100株～499株	1,000円分 (年間2,000円分)
500株～999株	2,500円分 (年間5,000円分)
1,000株以上	5,000円分 (年間10,000円分)

2005年秋の  
お買物カード





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。