

## ユニー・ファミリーマートホールディングス 2017年度第1四半期決算電話会議 質疑応答要旨

決算電話会議の主な質疑応答のテキストです。

内容については、ご理解いただきやすいよう部分的に加筆・修正しています。

・日 時:2017年7月11日(火)16:00~17:00

・用 語:HD=ユニー・ファミリーマートホールディングス、FM=ファミリーマート、  
CKS=サークルK・サンクス、CVS=コンビニエンスストア、GMS=総合スーパー

### ① 【連結業績、HD全体】

Q:連結の営業利益は計画を上回ったのか。

A:ブランド転換をはじめ CVS セグメントが健闘したため、連結の営業利益は計画を上振れた。ただし、CKS の既存店が苦戦しているため、楽観視していない。

Q:セグメント別の計画対比での進捗は。

A:CVS セグメントは、ブランド転換店の日商改善等が寄与し、計画対比では健闘したと言える。ただし、CKS の既存店はやや低調となっている。GMS セグメントはトップラインが若干弱かったものの、経費をコントロールしたことで、ほぼ計画通りに進捗している。

Q:親会社所有者帰属利益は計画線か。

A:計画上、やや保守的に見ていたところもあるが、CVS 事業を中心に堅調に推移しているため、計画を上回った。

Q:台湾FMを始めとする海外事業は、持分法による投資損益が悪化した要因は。

A:台湾FMは決算参考資料P3②に記載の通り、中食が好調に推移したことで、増収増益となった。持分法損失は▲12億円と、前年同期に比べ▲17億円悪化。CVS は中国事業が▲3億円となったほか、その他関連会社が▲6億円等により、前年同期に比べ▲12億円悪化。GMS はカネ美食品において▲4億円強の取込損失となった。

Q:固定資産税のIFRS 組替えによる調整額は。

A:IFRS 上、固定資産税は1月1日基準で賦課され既に前年度に計上済みだが、日本基準では年度に亘り案分して計上している。したがって、IFRS 上の営業利益では、日本基準に比べ CVS で+4億円、GMS+13億円調整されている。

Q:LINE や Google との提携、ドンキホーテホールディングスとの提携検討開始、カネ美食品の子会社化は、それぞれどのような戦略のもと進めているのか。

A:CVS 事業のブランド転換が経営における最優先事項であることに変わりはないが、将来的な店舗の在り方や人手不足の問題等を見据え、LINE や Google と提携した。また、ドンキホーテホールディングスとの提携検討については、同社の営業力の高さを当社グループにも取り入れていきたい考え。カネ美食品の子会社化では、伸長カテゴリーである惣菜をユニーと一体となって強化していく。

## ② 【個社関連】

Q: CKS のブランド転換後の日商改善効果は。

A: CKS のドミナントが強い東海エリアを中心にブランド転換を進めていることもあり、転換後の日商は 54 万円と高い水準で推移している。

Q: ブランド転換が計画を上回るペースで進んでいるが、通期計画 2,600 店を上回る余地はあるか。転換コストはどうか。

A: 売上のピークを迎える盛夏期は転換ペースを調整しながら進めていくため、通期計画の 2,600 店は据え置いているものの、CKS の既存店が苦戦していることから、早期にブランド転換を完了させていきたい。当四半期においては、転換店舗数が計画を超過したなかで、簡易改装パターンが全体の半数を占めていることもあり、転換コストは計画内にコントロールしている。

Q: ブランド転換に伴う改装投資について。簡易改装を優先的に進めているのか。投資総額は抑制できるか。

A: 三大都市圏を中心に改装コストの軽い店舗を中心に転換を進めているため、転換店舗数が計画を超過しながらも改装投資は計画通りに推移した。今後は店舗与件の改善が必要となる地方での転換店も増えていくため、1 店当たりの改装投資は増えていく見通したが、トータルの投資額はある程度抑制可能と見ている。

Q: 当四半期の統合関連費用はいくらか。

A: 当四半期の統合関連費用は 19 億円。内訳は、ブランド転換に伴う減価償却費が 4 億円、その他費用が 15 億円。統合関連費用の通期計画 100 億円に対し、ほぼ計画通り進捗している。

Q: FM 単体業績は統合関連費用を差し引いても実質減益か。

A: CKS の既存店苦戦により、統合関連費用を差し引いても前年実績には届かなかった。

Q: FM のその他の営業収入が増加した要因は。

A: 3 月 1 日をもって子会社のゼロネットワークスを吸収合併したことにより、主に ATM 関連の収入が増加したため。

Q: FF の差益率が大幅に改善している要因は。

A: ファミチキやカウンターコーヒーが好調に推移したほか、統合に伴うスケールメリットも加わったため。ただし、統合効果はまだ十分とは言えず、今後差益率の更なる改善につなげていく。

Q: フィー率について。

A: 当四半期のフィー率は若干低下した。FM の既存比や差益率が伸長した一方、新 FC 契約に切り替えた店舗において、商品廃棄ロスを始めとする本部の加盟店支援金が先行的に増加したことによるもの。今後は店舗における発注精度を高め、さらなる収益の拡大に取り組む。

Q: ポイント戦略の方向性は。

A: 8 月から CKS でも T ポイントを導入し、10 月にはさらにサービスを拡充していく。グループとしてはポイントだけでなく、金融サービス全体にどう取り組んでいくかを検討している。LINE や Google との提携により、進化した IT 技術も活用していきたい。

以上