

ユニー・ファミリーマートホールディングス 2018年2月期第3四半期決算説明会 質疑応答要旨

決算説明会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:2018年1月11日(木)14:00~15:00

・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、コンビニエンスストア=CVS、総合小売=GMS
ドンキホーテHD=株式会社ドンキホーテホールディングス

① 【連結業績、HD全体】

Q:統合シナジーの進捗について。

A:第3四半期までの統合シナジーは35億円。内訳は、調達コスト低減等の商品面で30億円、物流統合に伴うシナジーで5億円。通期では当初の計画通り50億円程度の見通し。

Q:統合コストの内訳について。

A:第3四半期までの統合コスト63億円のうち、改装投資に係る減価償却費が23億円、ブランド転換店舗に対する支援金等の経費が40億円。なお、減価償却費については、2016年度のブランド転換店829店に対する改装投資70億円、同じく2017年度2,183店に対する改装投資235億円、計300億円強の投資額に対する金額である。

Q:来期の統合コストの見通しは。

A:今期の統合コストは通期で約100億円の見通し。内訳は減価償却費40億円、その他支援金等で60億円。来期見通しについては、精査中のため4月の決算発表までお待ち頂きたい。来期のブランド転換店舗数は、今期計画の2,600店に比べ減少するため、加盟店支援経費は減少する見通し。一方、転換済店舗の改装投資に係る減価償却費が増加するため、全体では今期並と想定している。

Q:ドンキホーテHDとの提携について。6店舗の転換や現場の交流、仕入れの統合等について進捗を教えてください。

A:2018年2月~3月末に転換予定の6店舗の品揃えはメガドンキをベースとするが、生鮮はユニーの商品も投入する。現状の業態転換6店舗の売上合計170億円を1.5倍以上の270億円まで引き上げていく。改装投資は30億円程度を見込む。開店に向けた改装も開始すると同時に、現在ユニー80名の社員がドンキホーテ店舗で研修を受けており、業態転換は開店に向けて順調に進捗している。

CVSでは、共同での新商品開発に加え、majica(マジカ)カードを活用した販促策、流通在庫の買取りやオリジナル商品の海外展開等を検討。さらに、ユニーも含め、平昌五輪関連のキャンペーンを3社合同で行う予定。

Q:ドンキホーテHDへのユニー株式40%譲渡による財務諸表へのインパクトは。

A:PL上の影響はないが、BS上では非支配株主持分が193億円増加し、資本剰余金が5億円減少した。また、株式譲渡と同時に、当社からユニーへの貸付金について、ドンキホーテHDが

ら出資比率相当のリファイナンスを実施した。これにより、当社には譲渡代金と合わせて、1,000億円を超えるキャッシュインがあり、その影響はCF上に表示している。

② 【CVSセグメント】

Q: CVS事業について、足元の既存店、差益率は厳しいようだが、通期計画は達成可能か。

A: 厳しい競争環境のなか、既存店は若干苦戦しているが、ブランド転換が順調に推移している。客数のマイナストレンドは課題であり、この点については各種営業施策を強化し、挽回していく。第3四半期までの実績は計画を上回る進捗であり、通期計画の達成は可能である。

Q: CVS事業の来期増益は期待できるか。

A: ブランド転換効果に加え、統合シナジーについても今期計画の約50億円に対して、来期は更に20億円程度積み上げた約70億円を見込んでいる。したがって、来期のCVS事業は堅調に推移すると見込んでいる。

Q: 中食工場や物流センターの統廃合について。

A: 工場やセンターの統廃合は計画通り進捗している。来期も更なる拠点の集約化を進め、効率化を図ることで、差益率の向上に結び付けたい。

③ 【GMSセグメント】

Q: ユニーの第3四半期(9-11月)における営業利益が厳しかった要因は。

A: 前年は商品の簿価を見直した影響があった。また主力の食品は競争が厳しく売上は伸び悩んだ。粗利も生鮮が相場高で前年並となったことも要因である。

Q: ユニーの販管費のその他科目が前期比減少した要因について。

A: 店舗閉鎖に伴う店舗数減少等により、前期より減少した。

Q: 第3四半期(9-11月)における、ユニーの既存比の改善要因について。

A: 気温の低下を受け、冬物の衣料品や住居関連品が伸長したほか、UCSカードホルダーを対象とした販促企画等が奏功した。

Q: ユニーの荒利率の改善要因について。

A: 第3四半期までの荒利率は23.5%と前年に比べ0.3%改善しているように見えるが、前期に商品簿価を見直した影響を除けば、実質的には前年を若干下回る実績となった。衣料品の売上が販促企画により好調だった一方、売価修正による影響が大きかった。第4四半期は売上のボリュームが大きいため、荒利率改善の取組みを継続していく。

以上