

2003年2月期 決算報告

2003年4月15日 株式会社シーアンドエス

【表紙】

シーアンドエスのホームページにアクセスいただきまして、ありがとうございます。
資金管理本部長の平野です。

それでは、当社2003年2月期決算の概要をご報告いたします。

【スライド1】 シーアンドエスグループ店舗数

まず、はじめはシーアンドエスグループの店舗数です。

サークルK、サンクス本体で出店が418店、閉店を172店しましたので、純増数は246店となりました。
一方、エリアフランチャイズ15社では、出店が157店、閉店は56店でした。

エリアフランチャイズを含めましたシーアンドエスグループ全体では、575店の出店、228店の閉店で、前期末より347店純増しました。よって、当期末のグループ総店舗数は6,241店となりました。

【スライド2】 新店の状況

次に新店の状況です。

競争が激化するコンビニエンス業界において、シーアンドエスグループでは質を重視し、競争力の高い店舗開発に努めております。

サークルKの出店は計画通り、リロケート26店を含む230店となりました。また、新店日販は44万円と、前期に比べて1万9千円向上しました。

一方、サンクスでは従来以上に出店の基準を高くしたことにより、計画を12店下回る188店の出店となりましたが、新店日販は前期より3万8千円アップし、49万4千円と目標の49万円をクリアすることができました。

【スライド3】 地域別店舗数と出店数

続いて地域別の店舗数と出店数です。

店舗構成比は、サークルKでは主力の中部・北陸、中京3県が高く、全体の74%を占め、出店も146店となりました。また、リロケート26店のうち、中京3県では14店にのぼりました。

一方、サンクスの主力地域は関東です。店舗構成比は44%で、出店も最も多い77店を出店しました。また、北海道、東北の店舗構成比も28%と高いのがサンクスの特徴です。この地域では新規出店よりも、むしろリロケートを中心に店舗を出店しており、リロケート28店のうち、北海道、東北でのリロケートは12店でした。

【スライド4】 シーアンドエスグループ業績

シーアンドエスグループの業績です。

当期は依然として個人消費の低迷が続くと共に、スーパーの長時間営業など異業種との競争も従来以上に激化したことで、大変厳しい経営環境となりました。

シーアンドエスグループでもこの影響を受け、既存店前年比がサークルK本体で98.4%、サンクス本体で97.5%と売上が低迷いたしました。エリアフランチャイザーを含む、シーアンドエスグループの売上高は計画を約56億円下回り、1兆935億円となりました。

また、ロイヤリティ収入の不足を補うべく、経費の削減に努めましたが、連結営業利益は前期比マイナス1.5%の241億円でした。

なお、連結経常利益、連結当期純利益は計画を下回ったものの、それぞれ235億円、114億円と前期より増益となりました。

では、次から業績の要因分析をしてまいります。

【スライド5】 業績の要因分析 ～既存店前年比、平均値入率

既存店前年比がマイナスとなった主な要因は次のとおりです。

まず、一つ目の要因として、前期2002年2月期の既存店前年比が他社に比べて、両社共に比較的好調に推移したことによる反動があげられます。

次に値入率が改善しなかった要因は商品の販売構成比の変化と、特にサークルKでは2月末日で販売終了となったハイウェイカードの駆け込み需要による影響です。

【スライド6】 既存店前年比の業界比較

これは既存店前年比の業界比較を表したグラフです。

ご覧のように前期2002年2月期は、サークルKとサンクスがセブンイレブン、ローソン、ファミリーマート3社の単純平均をあらわす赤い太線を上回って推移しました。

しかし、当期には前期の反動も手伝って、3社平均を下回っています。

【スライド7】 商品分類別日販の動向

二つ目の要因として、主力商品である米飯などのファーストフード、また夏場のソフトドリンクの伸び悩みがあげられます。

パスタなどの調理麺は好調でしたが、主力の米飯類が両社ともに不振で、ファーストフードは苦戦しました。両社において、おいしさを追求したオリジナルパンを新たに導入したこと、また牛乳などのチルド飲料が共に好調で、生鮮食品は前年を上回りました。

一方、ヒット商品がなかったソフトドリンクは伸び悩み、加工食品はやや苦戦しました。

また、酒免許の自由化の追い風に乗ったサークルKでは酒の売上が好調でしたが、酒あり店比率がおよそ80%のサンクスでは競争の激化により大きく落ち込みました。

なお、チケット販売を強化したことから、サービス商品は両社とも好調でした。

【スライド8】 地域別売上の状況

サークルKの地域別既存店前年比は、中京3県はまずまずでしたが、郊外型店舗の比率が高い中部・北陸はスーパーの営業時間延長などの影響を受け、やや不振でした。都心型立地の店舗が多い関東は好調でした。

サンクスでは北海道、東北の売上不振が顕著でした。地域経済の低迷が続くこれら地域の店舗構成比が全店舗数の約28%を占めることから、大きく影響を受けたことで、サンクス全体の既存店前年比のマイナス幅はサークルKに比べ大きくなりました。しかし、主力の関東、また中京3県は全国平均を上回って好調でした。

【スライド9】 商品群別値入率の前期比増減

これは、商品群別の値入率と販売構成比それぞれの前期比の増減を表したものです。

値入率の高い米飯類やソフトドリンクの売上不振で販売構成比が下がった一方、相対的に値入率が低いたばこ、チケットやハイウェイカードなどのサービス商品は売上好調で売上構成比が上がったことで、サークルKは前期比0.2ポイントマイナスの28.0%、サンクスは前期比0.1ポイントマイナスの28.8%となりました。

特にサークルKにおいては、2003年2月末日で販売を終了した高額ハイウェイカードの駆け込み需要の影響を大きく受けました。

しかし、ご覧の表の通り、商品群別では値入率の改善が進んでおります。

【スライド10】 連結の要因分析 ～連結の販管費、連結営業利益

連結の販管費は985億6千2百万円で、前期比より38億円強増加しました。

販管費増加の主な要因は店舗に関わる地代家賃で、前期より約31億円増加しており、販管費の増加額のおよそ8割を占めています。当期に418店の出店で店舗数が増えているのはもちろんですが、開発戦略において、高日販が見込める都心部や、集客力の高い立地への出店に注力していることから、平均賃料が高くなっています。

また、郊外型店舗においてもより広い駐車場の設置などで店舗家賃が高くなっているのが現状です。

人件費や広告・宣伝費など、経費の削減に努めましたが、販管費が増加したことによって、連結営業利益は前期比マイナス1.5%の241億6千8百万円となりました。

【スライド11】 連結の要因分析 ～連結経常利益、連結当期純利益

連結の営業外損益は前期より5億円改善しました。これは前期に営業外費用に計上されていた事業統合関連費用約2億円が当期なくなったことによるものです。

その結果、連結営業利益は前期比マイナスとなったものの、連結経常利益は235億7千4百万円と前期比0.8%増となりました。

次に連結の特別損益ですが、前期に比べ2億6千万円悪化しました。店舗閉鎖にかかわる損失などの固定資産処分損が前期より約4億円増加したことが主な要因です。しかし、システム統合に伴うソフトウェア更新損は前期より減少しました。

以上の結果、連結当期純利益は114億9千万円と、前期より増益となりました。

【スライド12】 連結キャッシュ・フロー

次にキャッシュ・フローです。

営業活動によるキャッシュ・フローは256億7千4百万円の収入超過となりました。一方、投資活動によるキャッシュ・フローは188億5千4百万円の支出超過となりました。

営業活動によるキャッシュ・フローから、投資活動によるキャッシュ・フロー、さらに配当金を差し引いたフリーキャッシュ・フローは前期比約28億円減少の42億3千6百万円となりました。

また、サンクスの社債償還による支出が30億円あったことで、財務活動によるキャッシュ・フローは65億4千万円の支出超過となりました。

【スライド13】 2004/2期の取組み

外部環境に好転の兆しがなく、当社におきましても売上の低迷、既存店前年比の伸び悩み、また固定費の増加など、大変厳しい経営環境にあります。

これを踏まえ、当社は次期2004年2月期を質的成長路線を構築する大規模な構造改革の年と位置付け、不採算店の一掃、高コスト構造の見直し、販売強化に取り組んでまいります。

すでに2002年11月より、統合化推進準備委員会を発足させ、収益構造の再構築や統合化の追求、改革のスピードアップを図ってまいりました。さらにこの取組みを拡大するため、2003年4月に社長自らが委員長を務める「構造改革委員会」の元、ご覧の組織体において活動を開始いたしました。

【スライド14】 2004/2期の取組み ①不採算店の一掃

シーアンドエス合計で450店程度の閉店を行ないます。これにより、現状の不採算店および将来不採算となる恐れのある店舗を一掃し、収益構造の見直しを図ってまいります。

出店計画はシーアンドエス本体合計で400店を出店する一方、450店を閉店しますので50店の純減となります。しかし、エリアフランチャイザーを含む当社グループ総店舗数では16店純増の6,257店となる予定です。

【スライド15】 2004/2期の取組み ②高コスト構造の見直し

高コスト構造を見直すため、各委員会において次のような取組みを行なっています。

「統合化推進委員会」では会長の橋高が委員長を務め、統合化によるメリットの追求に取り組んでまいります。

次期には合同商談をはじめ、菓子、加工食品、雑貨などの商品群において、ベンダーの共有化を図ることにより、値入率を0.2%改善させることを目指します。

また、店舗の建築資材などの仕様を統一し、建設・設備投資約6億円の削減を目指してまいります。

「業務改革委員会」では私、平野が委員長を務め、間接部門及び本社機能の業務改革を推進することで体質強化を図ってまいります。

競争力の高い店舗開発を推進しているため、店舗の平均家賃が増加しております。まずは、専任チームのもとで既存店の家賃の引き下げ交渉を行ない、約1億7千万円の店舗に関わる地代家賃の削減を目指します。

また、店舗で使用している買い物袋などの消耗品はスケールメリットを活かした交渉を前期から行ない、約20億円削減の目処がついております。この削減分は加盟店に還元されます。

【スライド16】 2004/2期の取組み ③販売強化

販売強化では、米飯の売上向上を核にし「米飯売上増進委員会」において、委員長の外山を中心に、サークルK、サンクスそれぞれの商品本部と運営本部も参画し、シーアンドエス主導で加盟店、ベンダーも巻き込んで取り組んでまいります。

品切れを防ぐため、まずは主力地域の名古屋、東京の店舗を中心に米飯の発注増加を目指します。

【スライド17】 2004/2期の通期業績予想

次期の業績につきましては、既存店前年比の伸び率は厳しい状況が続くことに加え、合計で450店の閉店を行なうため期末店舗数は純減となります。しかし、グループ売上高はほぼ横ばいで推移し、また実質的な収入の水準を示す連結営業総利益は微増を見込んでおります。

しかし、店舗閉鎖に関わる費用が増加することから連結経常利益は187億円、また連結当期純利益は78億円程度となることを予想しております。

2004年2月期を大規模な構造改革の年度と位置付け、直面している問題を前倒しで処理してまいります。

そのため、次期は一時的に減益となりますが、従来の収益の構造を変え、成長し続けるために必要な施策ですので、株主の皆様にはご理解いただきたく、よろしくお願い申し上げます。

【スライド18】 3ヵ年計画(連結ベース)

3ヵ年計画ですが、次期2004年2月期は450店規模の閉店で、店舗の閉鎖に関わる費用が増加するため減益となります。

しかし、前述の施策により直面する問題を一掃することで、2005年2月期にはほぼ当期2003年2月期並の経営数値を計画しております。

さらに、構造改革委員会での活動を推し進め、2006年2月期には連結経常利益、連結当期純利益共に2005年2月期対比10%程度の成長を目指してまいります。

【スライド19】 株主還元について

当社は業績に沿って株主の皆様へ利益還元を行なってまいります。

当面は連結当期純利益のおよそ20%を配当として還元いたします。

当期末の配当金は16円とすることを2003年5月開催の株主総会に提案させていただく予定です。この結果、年間配当金は2002年8月末の中間配当1株16円と合わせて32円となります。

なお、先に申し上げましたように次期は減益を見込んでおりますが、年間配当金は当期と同額の32円とさせていただきます。

また、当社では株主優待制度を実施しており、全国のサークルK、サンクス全店でお使いいただける「株主様ご優待カード」を年に2回、株数に応じて贈呈しております。

当社グループを取り巻く経営環境は今後も厳しいと予想されます。次期に大規模な構造改革で直面している問題を前倒しで処理し、2005年2月期のV字回復を目指してまいります。

ご静聴ありがとうございました。

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。