

2005/2期中間決算報告及び合併による統合効果と新3ヵ年計画について

2004年10月14日 株式会社サークルKサンクス

【表紙】

サークルKサンク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。
IRを担当しております島田です。

まず、2005年2月期中間決算の概要について私からご報告をさせていただいた後、代表取締役社長の土方より、「合併による統合効果と新3ヵ年計画」についてお話をさせていただきます。

【中表紙】 2005/2期中間決算報告

それでは2005年2月期中間決算の概要をご報告いたします。

【スライド1】 中間決算のポイント

はじめに中間決算のポイントです。

上期は出店数がほぼ計画通りとなり、閉店数も前期に行った不採算店の整理が一段落したことから、例年並のペースに戻りました。

売上は春先から天候にも恵まれ、また夏の猛暑の効果もあり、飲料や冷やし麺などの夏物商材を中心に好調だったことから、既存店の売上前年比はプラス0.1%、またチェーン全店売上高は計画を16億円上回りました。

一方、商品の平均値入率は比較的値入の低い商品の売上構成比が増加し、計画を下回りましたが、経費の削減に努めた結果、販管費が計画より14億円のマイナスとなったことで、営業利益は計画を上回りました。また、前期の大量閉店に伴う閉店損が大きく減少したことから、経常利益、中間純利益は増益となりました。

今期より、新たに2社が連結子会社となりました。
次のスライドで連結範囲と合併の時期についてご説明します。

【スライド2】 連結範囲と合併の時期について

3月から5月までの第1四半期におけるシーアンドエスの連結子会社は、サークルKとサンクス、シーケー東北の3社に加え、前期まで非連結子会社であったサンクス青森、サンクス西埼玉の2社が加わったことで合計5社となりました。しかし、6月から8月までの第2四半期では6月1日にサークルKがシーケー東北を吸収合併しましたので、連結子会社は同社を除く4社となりました。

そして9月1日にシーアンドエス、サークルKとサンクスの3社が合併をしましたので、下期のサークルKサンクスの連結子会社はサンクス青森とサンクス西埼玉の2社となります。

また、サークルKを存続会社としたため、この上期はシーアンドエスの6ヶ月変則の通期決算に当りますが、このご説明では当社グループの中間決算と位置付けてご報告をさせていただきます。複雑な決算となりますが、株主の皆様はグループ全体の連結業績をご覧下さいますようお願いいたします。

【スライド3】 上期のレビュー(1)

上期は前期に引き続き、コスト構造の見直しと販売強化を図りました。

コスト構造の見直しでは主に既存店家賃の引下げ交渉の結果、年度換算にして2社合計で2億3千万円削減することが出来ました。

販売強化では、主に米飯の質と量の両面をアップさせる取り組みを行い、米飯の店あたりの前年比はプラスとなりました。また、両チェーン共通のプライベートブランド「KACHIAL」を立ち上げ、まずは雑貨から導入しました。

【スライド4】 上期のレビュー(2)

一方、お客様の利便性を高めるためにサービスの提供も強化し、新たな決済手段として東海地区と北海道で電子マネー「Edy」を7月より導入し、同時にハウスカード「KARUWAZA CLUB」を立ち上げました。8月末現在の会員数は2万1千人を超えています。

また、店舗開発では従来通り質の高い開発に努めたほか、病院内や駅構内などの新しい立地へも出店しました。

【スライド5】 グループ店舗数

次はグループの店舗数です。

サークルKとサンクス本体で192店出店し、95店閉店をしましたので、97店の純増となりました。6月に吸収合併したシーケー東北から154店をサークルK本体に移管しましたので、本体の期末店舗数は前期末に比べその分増加しています。

一方、エリアフランチャイズでは、出店が56店、閉店は42店でした。

エリアフランチャイズを含むグループ全体では248店を出店、137店を閉店した結果、8月末の総店舗数は前期末より111店純増し6,263店となりました。

【スライド6】 連結業績 –実績と計画の差異

続いて、連結の業績から順に上期の実績と計画の差異を見ていきます。

上期は天候に恵まれたことなどで、チェーン全店売上高は計画を16億円上回りました。直営店の増加で営業総収入は増加しましたが、値入率が計画を0.4ポイント下回ったことから、営業総利益は計画比5億円のマイナスとなりました。

しかしながら、販管費が計画比14億円下回り、また閉店損が大幅に減少したことから、営業利益、経常利益、中間純利益は計画比、前年同期比共に大きく上回りました。

【スライド7】 サークルKの業績 –実績と計画の差異

次にサークルKです。

店舗開発では、今まで以上に競争に勝ち残れる質重視の出店を行った結果、出店数は計画に対し3店届かなかったものの、新店日販は47万3千円と計画を1万3千円上回りました。また、リロ

ケートも計画を10店上回り26店でした。

サークルKのドミナントエリアである中京地区は、第1四半期に比較的好天に恵まれたこともあり、郊外型店舗の比率が高いサークルKでは行楽需要を取りこみ、売上は堅調に推移しました。さらに第2四半期は猛暑の効果もあり、既存店前年比は計画を1.9ポイント上回り、チェーン全店売上高では計画比58億円増加となりました。

サークルKではタバコの売上が好調で前年同期比10%伸び、構成比は18%まで高まっています。値入の低い商品であるタバコ、そしてハイウェイカードの売上也好調だったことから、値入率は計画を0.4ポイント下回る結果となりました。

しかし、販管費は経費節減に努めた結果、前年同期比2.3%減少したことにより、利益面では前年同期を大きく上回ることができました。

【スライド8】 サンクスの業績 –実績と計画の差異

一方、サンクスでは投資採算を何よりも重視しつつ質にもこだわった店舗開発を行いました。リロケートは計画より7店少なかったものの、計画通り90店を出店することができました。新店日販は主に北海道や東北で出店した郊外型店舗が伸び悩み、計画を2万6千円下回る48万6千円となりました。

サンクスは酒免許自由化に伴う競争激化により、依然として酒の売上不振と北海道、東北の苦戦が続いています。猛暑の効果も期待したほど売上には大きなインパクトにならず、既存店前年比は計画を1.6ポイント下回るマイナス1.4%、チェーン全店売上高も計画を35億円下回りました。

平均値入率は値入の低いタバコの構成比上昇などで計画を0.4ポイント下回りました。

しかし、サークルKと同様に経費の節減に努め、販管費の伸びを前年同期比1.8%増加に押さえたことで、利益面では前年同期を上回りました。

【スライド9】 連結業績の要因分析 ①既存店前年比、平均値入率

続いて、連結業績の要因分析です。

チェーン全店売上高は前年同期比207億円増加しましたが、これは猛暑の効果でソフトドリンクや冷やし麺など夏物の商品の売上が好調だったことに加え、今期より連結子会社が2社加わった影響が111億円あったことによるものです。

サークルKとサンクスでは既存店前年比の差が開いています。主な要因は、サンクスで酒の売上不振と北海道と東北でも苦戦が続いているため、マイナス幅がサークルKに比べ大きくなりました。

次に平均値入率ですが、上期は値入の低いタバコやハイウェイカードの売上が好調で構成比が高まったことが大きく影響し、前年同期比はサークルKで0.2ポイント、サンクスで0.1ポイントのマイナスとなりました。

【スライド10】 既存店前年比の月次推移

これは既存店前年比の月次推移をグラフで示したものです。上期の特徴は、昨年の6月にタバコが増税となったことより、今年の6月には昨年の駆け込み需要の反動でマイナス幅が、7月には昨年の買い控えの反動でプラス幅が共に大きかったことがあげられます。

【スライド11】 連結業績の要因分析 ②販管費、営業利益

販管費は連結子会社増加の影響が12億円あったものの、前期より継続して取り組んでいる経費節減効果により、前年同期比7億円の増加に押さえることができたことで、営業利益は142億1千万円と前年同期より19億円増加しました。

【スライド12】 連結業績の要因分析 ③経常利益、中間純利益

前期に行った大幅な不採算店の整理も一段落し、今期は閉店数が例年並に戻ったことから、営業外費用に計上している解約損害金が前年同期比11億円減少した結果、経常利益は141億8千6百万円と前年同期より33億円増加しました。

また、中間純利益は特別損失として閉店等に伴うリース解約損が前年同期比3億円減少したことに加え、税効果会計における繰延税金資産の回収可能性の見直しにより、法人税等の負担が軽減されたことで中間純利益は前期に比べ31億円と大きく増加し、79億1千8百万円となりました。

【スライド13】 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238億7千8百万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、今期は閉店が従来のペースに戻ったことで閉店による敷金・保証金の返還が減少した一方、新規出店や店舗条件改善に伴う保証金の差入による支出が増加したことで、68億6千8百万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・フローは前年同期より19億円減少し、156億3千2百万円となりました。

また、財務活動によるキャッシュ・フローは、サンクスで借入金の返済をしたため、24億8百万円の支出超過となりました。

【スライド14】 エリアフランチャイザー(エリアFC)の状況

次にエリアフランチャイザーの状況です。

2004年6月1日にサークルKがシーケー東北を吸収合併しましたので、8月31日現在のグループのエリアフランチャイザーはサークルKで1社、サンクスで13社、グループ合計で14社となりました。表中サークルKのエリアフランチャイザーには、合併前の3月から5月までのシーケー東北の数値を含んでいます。

エリアフランチャイザー合計の期末店舗数は1,161店、売上高は1,056億2千4百万円と好調に推移しました。また、サークルKとサンクスがそれぞれのエリアフランチャイザー各社から得たエリ

アライセンスフィーの合計は34億4千8百万円でした。

今期より連結子会社となったサンクス青森とサンクス西埼玉の損益状況はご覧の通りです。

【スライド15】 下期の取組み

当社グループは9月1日に合併し、株式会社サークルKサンクスとして新たなスタートを切りました。この合併による規模の利益と合理化利益をより一層追求し、持続的安定成長企業を目指してまいります。

店舗におきましては「WAKUWAKU?」をキーワードに、顧客起点志向のもとお客様の立場に立った品揃えや売り場作り、接客を行い、「ワクワクできる店舗作り」を目指します。

また、商品では安心、安全でなおかつ魅力的な商品を開発し、お客様にご提供してまいります。具体的には、サンクスに続きサークルKの米飯、惣菜などのファーストフードで10月より保存料と合成着色料を撤廃しております。

お客様の利便性をより高めるために決済手段の多様化をはじめ、サービス面の強化も図っています。7月に東海地区と北海道で始まった電子マネーEdyの取扱いに続き、9月30日からはクレジットカードでの決済もご利用いただけるようになりました。

店舗開発では引続き収益力を重視した開発に努めると共に、それぞれのチェーンの重点エリアである愛知県や都心部への出店とリロケートを強化し、通期の計画である400店出店を達成してまいります。

【スライド16】 2005/2期出店計画

通期の出店、閉店計画です。なお、上期の実績を鑑みて、期首の計画から出店、閉店共に下方に修正しています。

本体では400店の出店、223店の閉店、エリアフランチャイザー合計では出店128店、閉店69店を計画しています。グループ合計では528店の出店、292店の閉店で2005年2月期末の店舗数は6,388店となる見込です。

【スライド17】 2005/2期連結業績予想

続いて連結業績の見通しです。

前提となる既存店前年比は上期の実績を考慮した上で、サークルKとサンクス共に期首計画のマイナス1.0%から見直し、サークルKは0%、サンクスはマイナス1.8%、とし、チェーン全店売上高は9,401億3千万円を見込んでいます。

値入率は上期の実績が計画を0.4ポイント下回ったこと、また値入の低いタバコなどの売上が引き続き好調なこともあり、当初計画から0.2ポイント引き下げています。

上期に売上が計画を大きく上回ったことに加え、連結子会社が新たに2社増えたことから営業総収入は前期より4.2%増加の1,766億5千万円を見込んでいます。販管費は上期に計画比マイナスとなったことに加え、下期も経費節減に努めることから通期ベースでも前期比3.8%増加にとどまる見込みです。閉店に伴う損失が例年並に戻る今期は、経常利益232億1千万円と前期比17.

8%の増加、当期純利益は前期に比べ64.4%と大きく増加し、125億8千万円を見込んでいます。

2005年2月期中間決算のご報告は以上です。

続きまして代表取締役社長の土方より、「合併による統合効果と新3カ年計画」についてお話をさせていただきます。

【中表紙】 合併による統合効果と新3カ年計画

株式会社サークルKサンクスの社長に就任しました土方です。

グループ3社の合併によって誕生した当社の経営理念と、合併による統合効果、そして目標とする新3カ年計画について、私からお話させていただきます。

【スライド18】 合併の目的

9月1日にグループ3社の合併でサークルKサンクスが誕生しました。

合併の目的はご覧の4点です。

組織の一体化により、まずは社内の融和を図ります。

合併会社においてはサークルKでもサンクスでもない新しい風土作りが大切であり、それがもたらすチームワークが成長への原動力となるからです。

また、統合化の推進による規模の利益と合理化利益の追求、そして重複コストの削減を目指してまいります。

【スライド19】 サークルKサンクスの経営理念と経営戦略

サークルKサンクスの経営理念として

「わたしたちは、社会に信頼され、成長し続ける企業をめざします。」と掲げました。

合併後の企業規模に見合った社会的責任を果たすべく、コンプライアンス経営、透明度の高い情報開示を行うと共に、お客様には安心、安全で高品質の商品のご提供に努めてまいります。株主様をはじめ、すべてのステークホルダーから信頼され、評価される持続的安定成長を目指します。

持続的安定成長企業となるべく、ご覧の改革のシナリオを経営戦略として、この合併を千載一遇のチャンスと捉え、企業変革を図り、これからご説明をします「新3カ年計画」の達成を目指してまいります。

【スライド20】 3カ年計画を達成するためのポイント

「新3カ年計画」を達成するためのポイントはご覧の2点です。

まず、一つ目のポイントはさらなるローコスト経営の徹底で経費の削減をする一方、売上を上げるべく収益構造の改革を推進し、効率的な店舗運営、本部運営の実現をすることです。

そのために合併による規模のメリットと合理化利益を活かし、人員削減をはじめ、ベンダー・物流

集約を推進し、間接業務の統合によって、重複コストを削減します。
また、売上向上を目指し、決済手段の多様化などのサービス強化や新事業へも挑戦してまいります。

合併は実現しましたが、統合はまだ第1段階に過ぎません。
そこで、二つ目のポイントは、2007年2月期の終わりまでにはすべての業務プロセスを一本化することです。

【スライド21】 業務プロセス完全一本化までのスケジュール

次に業務プロセス一本化までのスケジュールです。
ご覧のように合併を実現した今期を統合の第1段階として、人事組織や諸規程をはじめ、店舗でのオペレーションマニュアルの一本化をすでに行っております。

また、コスト構造の改革を行う上で最も効果の大きい商品のベンダーや物流の統合では、下期より加工食品を中心とする4つのカテゴリーで合同の物流も開始し、ベンダーの集約も実施します。

さらに第2段階の来期には冷凍食品と雑貨の統合を開始し、第3段階の再来期にはおにぎやお弁当などのファーストフード、そしてデイリーフーズの統合にも着手する計画です。

そのほかでも段階的に統合を推進してまいります。

【スライド22】 目指すべき統合効果

前述の統合スケジュールを実現させ、見込んでいる統合効果を現段階で見積もれるだけで、約30億円と試算しております。

また、特に効果が大きい商品のベンダー・物流統合では、ベンダー集約、物流統合、メーカーの集約、商品の集約を4つの柱とし、中期的に値入率0.5%の改善を見込んでおります。

【スライド23】 新3カ年計画

連結業績の目標として、ご覧の「新3カ年計画」を策定しました。

前提となる指標としては、每期約200店の店舗純増と既存店前年比は厳しい売上状況を考慮して横ばいからマイナス2%としています。

また、平均値入率は前述のベンダー集約や物流統合による効果を織り込み、2006年2月期には前期比0.15ポイント、2007年2月期は前期比0.25ポイントの改善を見込んでいます。

これらを前提とし、每期約10%の利益成長を実現させ、統合の最終年度である2007年2月期には、経常利益285億円、当期純利益を157億円としています。

3カ年計画を達成するため、強い意志を持ってコスト構造と収益構造の改革に取り組んでまいります。

【スライド24】株主還元の考え方

最後にサークルKサンクスの株主還元の考え方についてお話します。

当社は業績の伸びに応じて利益還元をしておりますが、当面は連結当期純利益の20%を配当として還元し、将来的には配当性向を30%に高めていきたいと考えています。

中間配当にあたる合併交付金は1株あたり16円としましたが、期末配当金は合併記念配当2円を含み4円増配としました。その結果、年間配当金は36円、配当性向は24.7%となる予定です。

また、従来から株主様にご好評をいただいております「株主優待制度」を継続し、サークルKとサンクス全店でお使いいただける「株主様ご優待カード」をご覧のように株数に応じて進呈いたします。

皆様のご期待に応えるよう、すべてのステークホルダーに信頼され、評価される持続的成長企業となるよう、強い意志で経営に臨んでまいります。

皆様におかれましては今後ともサークルKサンクスへのご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

ご清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。