

2007年2月期決算報告と次期の取組み

2007年4月10日



株式会社サークルKサンクス

(証券コード:3337)

広報IR秘書室長 吉田 雅浩

1. 連結業績ハイライト

(単位:店、百万円)

		2007/2期実績	
			前期比
出店	328		-
閉店	386		-
期末店舗数	5,369		-
チェーン全店売上高	911,281		-0.9%
営業総収入	194,392		+5.5%
営業総利益	134,033		+0.6%
販管費	110,920		+3.2%
営業利益	23,113		-10.4%
経常利益	22,110		-11.7%
当期純利益	10,237		-11.0%

(注)2007/2期実績の出店、閉店、期末店舗数の前期比の欄は、連結子会社の増加により空欄(-)にしています。

● 連結子会社の実績 ●

連結子会社	コンビニ 4社計	ゼロネット ワークス
出店	21	-
閉店	29	-
期末店舗数	265	-
売上高	38,437	-
営業総収入	7,733	4,015
営業利益	90	140

1. 当社の連結子会社に、当期より(株)サンクス北関東、サンクス西四国(株)、(株)ゼロネットワークスの3社が新たに加わり、合計で5社となりました。
2. 連結子会社の営業総収入、営業利益は連結消去をしていません。
3. (株)ゼロネットワークスが展開する「ゼロバンクATM」の設置台数は、2007年2月末現在で **2,487台**(前期比+1,174台)です。

2. 2007/2期レビュー (1) 取り組み成果

ファーストフード(FF)、デイリーフーズ(DF)は1/3の店舗で計画通り統合完了

2006年				2007年				
4月	6月	10月	11月	3月末	4月中旬	5月末	6月末	7月末
岡山 広島	四国	北陸	関西	中京	新潟	東北	関東	北海道 九州

統 合 完 了

2007/2期の統合効果：1.3億円

- ・全店舗の1/3に当たる地域で統合完了
⇒2007年度は主力地域の中京・関東も統合
- ・統合が完了した地域より、メニューも統一

新たな販売促進策を実施

- ・ポイントコレクトキャンペーンの実施で、対象商品のファーストフードの売上や客数・客単価向上に効果

2/15~4/2

『ドラえもんフェア』



12/26~1/31



『ムーミンキャンペーン』

ポイントサービスを全国へ拡大

- ・4月より、「KARUWAZA CLUB」購買ポイントサービスを全国へ拡大
- ・「カルワザ値引き」など、販売促進活動も展開



- ・チャージ額：前期末比161%増加
- ・決済額：前期末比172%増加
- ・会員数：216,452名 ⇒ 前期末比+10万人超

2. 2007/2期レビュー (1) 取り組み成果

「THINK BODY」プロジェクト

- ・「健康志向」への対応として、7月に始動
 ⇒ 女性や中高年などの客層拡大の
 きっかけに！



「ゼロバンク」ATMの設置を拡大

- ・三重、東京・神奈川・埼玉・千葉の
 店舗へも設置を開始
 ⇒ 合計2,487台：前期末比+1,174台



ZERO BANK

「99イチバ」は売上順調

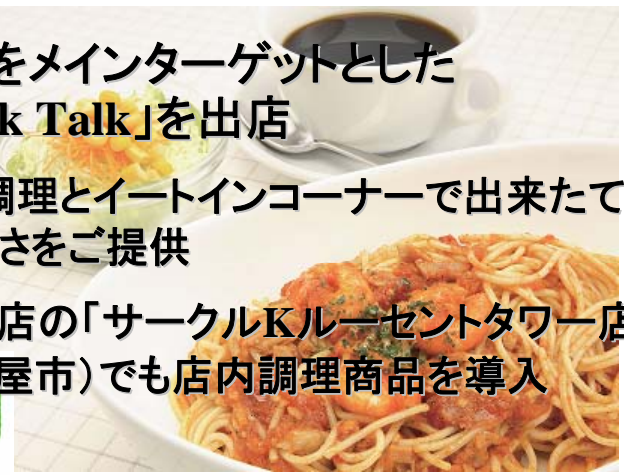
- ・当初計画を上回る17店を出店し、売上
 も順調に推移



	2007/2期
店舗数	18店
平均日販	435千円
平均値入率	25.4%

「ニューコンセプトストア」を出店

- ・女性をメインターゲットとした
 「Fork Talk」を出店
- ・店内調理とイートインコーナーで出来たての
 おいしさをご提供
- ・1月出店の「サークルKルーセントタワー店」
 (名古屋市)でも店内調理商品を導入



2. 2007/2期レビュー (2) 課題

単体の出店・閉店の状況 ⇒ 出店数、新店日販ともに計画を下回る

(単位: 店)

		2007/2期実績 (前期比増減)
出店数		307
	うち、リロケート	103
	新店日販	394 千円
閉店数		357
単体期末店舗数		5,104 (-50)

計画	計画差
352	-45
131	79%
431千円	-37千円
352	+5
5,154	-50

*注: リロケートの計画差の欄は計画進捗率です。

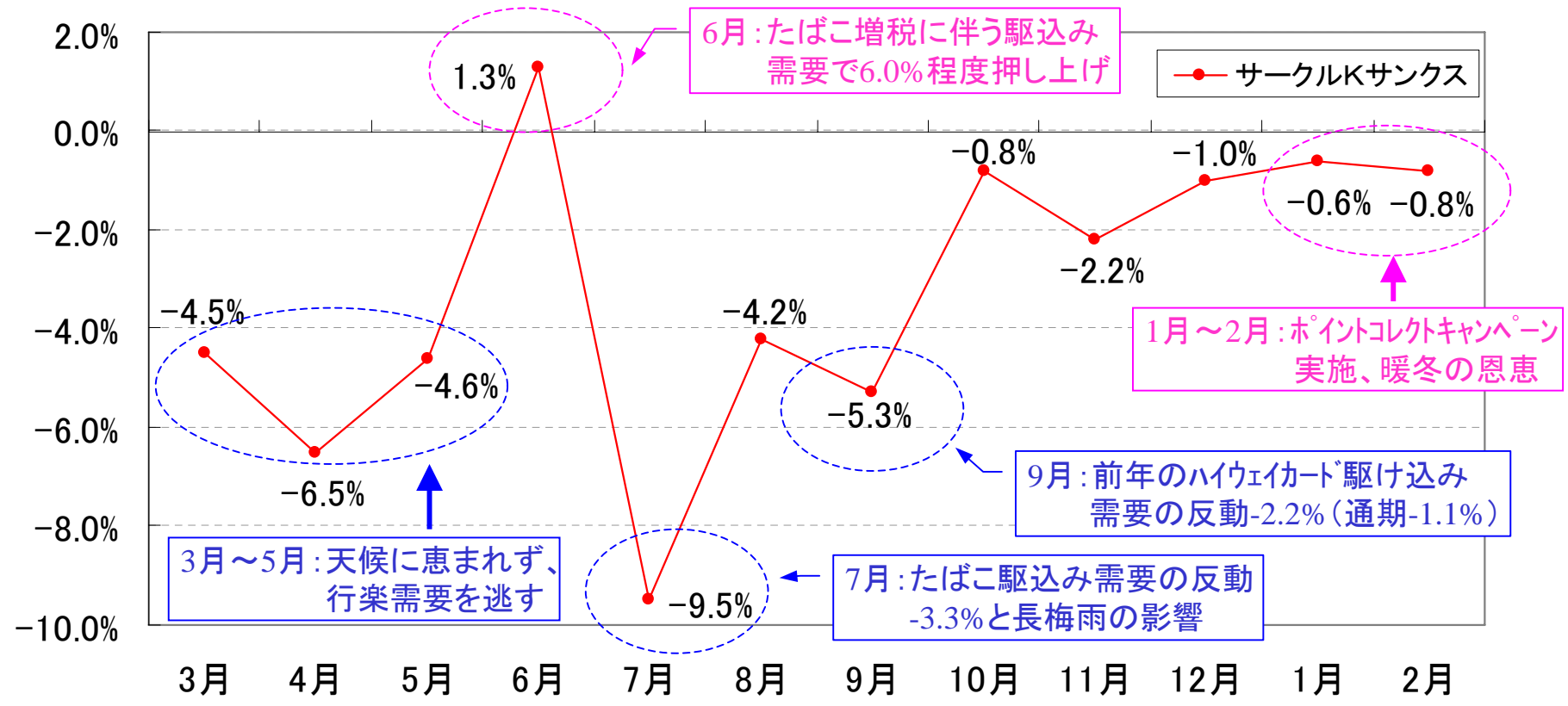
個別の状況

	サークルK		サンクス	
	実績	前期比	実績	前期比
出店	187	-9	119	-20
うち、リロケート	77	+14	26	+7
新店日販(千円)	413	-33	366	-24
閉店	180	+20	177	+28

・出店の量、質ともに課題を残す結果となった

2. 2007/2期レビュー (2) 課題

既存店売上前年比 ⇒ 下期に回復傾向となったが、計画比-0.1%



07/2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K サンクス
サークルK	-	-2.7%	-0.7%	-2.8%	-3.3%	-3.3%	-5.4%	-3.0%	-3.3%
サンクス	-4.2%	-5.5%	-2.9%	-	-4.0%	-4.2%	-4.5%	-3.8%	

3. 単体業績の実績と計画差異

	2007/2期実績	
		前期比
チェーン全店売上高	872,844	-2.9%
既存店前年比	-3.3%	-
平均値入率	28.97%	-0.08%
営業総収入	183,521	+1.6%
営業総利益	129,221	-1.3%
販管費	106,285	+1.0%
営業利益	22,935	-10.8%
経常利益	21,834	-12.5%
当期純利益	10,405	-10.8%

(単位:百万円)

計画	計画差
877,800	-4,956
-3.2%	-0.1%
29.23%	-0.26%
183,770	-249
131,360	-2,139
106,260	+25
25,100	-2,165
23,830	-1,996
11,290	-885

(注) 平均値入率の前期比は増減です。

4. 単体業績の要因分析 (1)チェーン全店売上高・営業総収入

(単位:百万円)

	2007/2期	
		前期比増減
チェーン全店売上高	872,844	-25,897
既存店前年比	-3.3%	-
平均値入率	28.97%	-0.08%
営業総収入	183,521	+2,907

-258
億円

既存店前年比 -3.3%

出店計画未達 -45店

閉店 357店
⇒ 前期比 +48店

8,728
億円

チェーン全店売上高

平均値入率は0.08ポイント悪化

・商品の統合完了寄与: +0.14%



しかし、セールスマックスにより前期比0.08%悪化
(理由)

- ①値入率の低いたばこの売上が4%伸長、チケットの売上も好調
- ②値入の高いFF、加工食品、雑貨の売上の伸び悩み

前期比

*加盟店からの収入 -3.2%

不動産賃貸収入 -5.7%

自営店売上高 +9.4%

その他 +6.7%

1,835
億円

営業総収入

*「加盟店からの収入」には、エリアFC13社からのエリアライセンスフィー3,077百万円が含まれています。

4. 単体業績の要因分析 (2) 販管費、営業利益

(単位: 百万円)

	2007/2期	前期比増減
	営業総利益	129,221
販管費	106,285	+1,065
人件費	19,509	-1,040
広告・販促費	10,100	-149
地代家賃	37,678	+1,286
設備リース料	8,205	-444
減価償却費	6,441	-857
その他	24,350	+2,271
営業利益	22,935	-2,764

販管費は10億円増加

- ・新規出店と家賃相場の上昇、店舗機能強化による駐車場スペースなどの拡大に伴い、地代家賃は12億円増加
- ・自営店のうち、経営委託店に関わる費用が14億円増加したことにより、その他全体では22億円増加
- ・広告宣伝費は増加したが、出店の遅れによる新店への販促費用減で、広告・販促費全体では1.4億円減少
- ・設備リース料と減価償却費は合わせて13億円減少
 - * 固定資産減損による戻り額8.7億円
 - * 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27億円減少

- ・チェーン全店売上高の減少に加え、販管費が10億円増加したことで、営業利益は27億円減益

4. 単体業績の要因分析 (3) 経常利益・当期純利益

	2007/2期	
		前期比増減
営業利益	22,935	-2,764
営業外収益	1,115	+87
営業外費用	2,216	+433
経常利益	21,834	-3,110
特別利益	1,024	-1,404
特別損失	4,635	-2,661
当期純利益	10,405	-1,260

経常利益は31億円減少

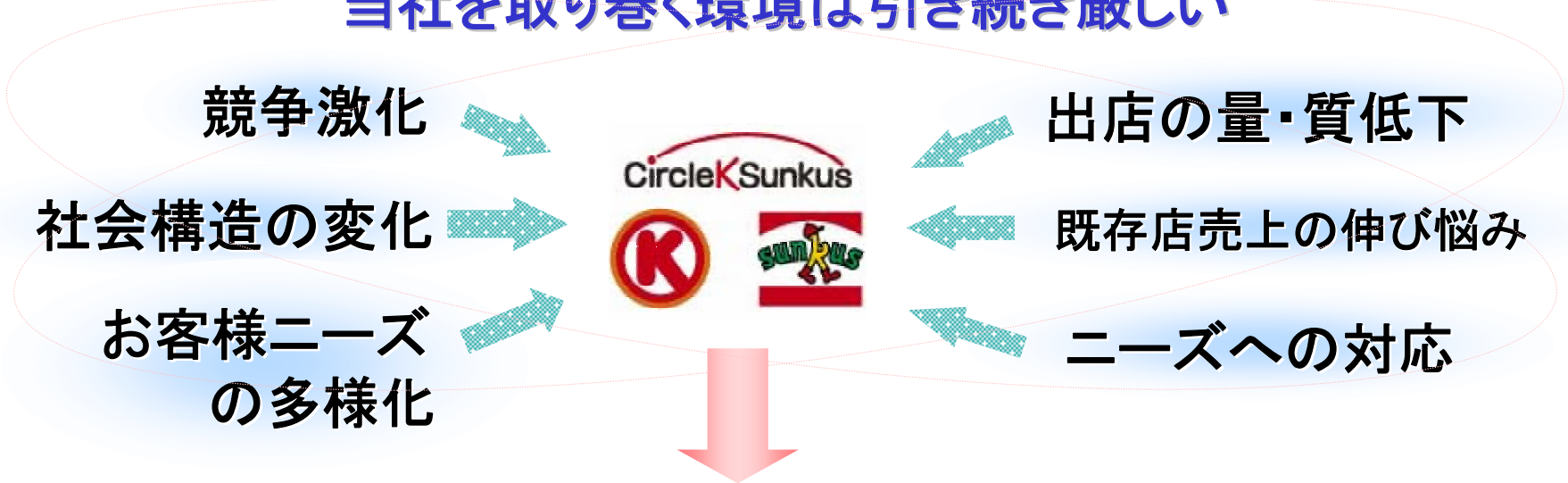
- ・売上が前期比258億円減少
- ・前期を48店上回る閉店を実施
⇒営業外費用のうち解約損害金19億円、前期比17.5%増加

当期純利益は12億円減少

- ・特別利益:14億円減少
 - >前期は退職年金代行返上益21億円があった
- ・特別損失:26億円減少
 - >減損損失が前期比19億円減少
ただし、第1四半期末より4.87億円増加
 - >閉店費用として11億円計上
 - >子会社及び関係会社の投資有価証券評価損を6.6億円計上

5. 当社が目指すべき方向性

当社を取り巻く環境は引き続き厳しい



戦略の転換を図る必要がある ⇒ 『質重視路線』へ

目指すべき方向性

- チェーン全店売上高の拡大を優先するのではなく、「営業利益率の向上」を最優先課題とする
- 店舗数の拡大を優先するのではなく一店一店の質の向上(日販の向上)を最優先課題とする
- 現在展開する都道府県でのシェア率向上を優先し、シェア率No.1の都道府県数を拡大する

6. 次期の取り組み

2007年度
経営方針

● 徹底した質重視路線への転換 ●

営 業 力 強 化

(1) 組織改編を実施

- ・開発本部・運営本部・マーケティング本部を営業統括本部にてトータル管理をすることで各部の連携を深め、営業力強化につなげる
- ・開発本部・運営本部配下の地域を4地域に再編し、ブランド別管理から「2ブランドトータル管理」へ変更

(2) 地域戦略を促進

- ・各地域では2ブランドの運営・開発を一括管理
- ・投資対効果、ローコストの徹底
- ・各地域において異なるニーズに対応するため、きめ細かな地域戦略を遂行

6. 次期の取り組み

(3) 店舗の質(日販)・採算性を最優先した出店を行う

① 地域別に出店戦略を見直し、チェーンータルでの質・収益力の向上を目指す

収益エリア	新規出店投資を集中、戦力も増強し、より強固なドミナントを築く
その他のエリア	リロケート及びスクラップ&ビルドを強化

② 新立地評価システムの精度向上、出店候補物件のWチェック体制を強化

- ・昨年10月にリリースの出店分析ツール「新立地評価システム」に加え、地域戦略分析ツール「GIS」も下期より実験を開始することで出店ポイントの精度を高め、日販向上につなげる
- ・開発本部、運営本部による出店候補物件のダブルチェック体制をさらに強化し、低日販店舗を開発させない

③ 優良なFC加盟候補者の育成と確保

- ・「ベンチャー社員制度」を活用し、将来の優良なFC候補者を育成する
 ⇒昨年9月にスタートし、2007年2月末現在19名が入社。2007年度の獲得目標は120名
- ・「法人開発部」を新設。有力企業との連携を強化し、物件情報およびFC加盟候補者開拓のネットワークを構築

6. 次期の取り組み

(4) リロケートおよびスクラップ&ビルドを促進したうえで閉店を加速

- ・リロケートを促進：年間計画**150店**（2007/2期実績比 +47店）
- ・不採算店舗を中心に**450店閉店**：2007/2期実績比 +93店

(5) 加盟店の売上獲得を強力に支援

① お客様に支持される販売促進活動を実施

- ・ポイントコレクトキャンペーンの実施を継続
⇒様々なキャラクターを使用することで、「WAKUWAKU(ワクワク)」した売り場を実現

② 既存店舗の活性化投資を拡大

- ・什器、オープンショーケースなど、店舗機能強化

③ 店舗スタッフ(パート・アルバイト)確保を支援

- ・本部が、スタッフ募集の店頭ポスターやちらしの作成をはじめ、求人サイト枠を買い取るなど、積極的に支援を行う

④ 従業員研修を強化

6. 次期の取り組み

(6) 安心・安全・健康でおいしい商品開発、ニーズの変化への対応

①ファーストフード・デリーフーズの統合完了

- ・専用工場化や工場への最新調理設備・技術の導入で、これまで以上に品質の向上を目指す
- ・オリジナル商品のブランド統一、食材の統一も進め、さらなる統合効果を創出

2007年				
3月末	4月中旬	5月末	6月末	7月末
中京	新潟	東北	関東	北海道 九州

←ファーストフード・デリーフーズの統合完了 ⇒ 全商品の統合が完了

オリジナルパン、デザートなどのブランド統一、食材統合

②地区商品の強化

- ・中日本地区商品部を新たに新設。各地区に一人は地元出身担当者を配置し、よりきめ細かい地域対応で「地域の味」を再現

③ニーズの変化への対応

消費の二極化への対応	価値ある「リーズナブル」商品と「高単価付加価値」商品を品揃え
シニア向け商品を強化	和風弁当・惣菜・和菓子・シニア向け化粧品などの品揃えを強化
生活必需品の値下げ	1年間限定で調味料・雑貨など20数アイテムの値下げを実施

6. 次期の取り組み

(7) 新たなサービスの導入で、よりサービスを強化

4月～	KARUWAZA会員獲得策	カードレス会員登録を開始
5月～	店頭受取サービス	インターネット通販の店頭受取サービス開始
秋～	MMK実験導入	マルチメディアキオスク(MMK)端末を実験導入 様々なコンテンツで利便性向上
秋～	新たな決済手段を導入	マルチリーダーライターを新たに導入 現在取扱い中の「Edy」に加え、「QUICK PAY」「Smart plus」「VISATOUCH」の取り扱いを開始

(8) 今秋より、次期システム導入を開始

- ・今秋より、POSレジを先行導入 ⇒ 2009/2期の下期には、店舗のストアコントローラを導入
- ・光ファイバーの敷設で情報の受発信やコミュニケーション機能を強化するほか、新サービスを展開
- ・店舗運営における単品管理徹底や基本4原則向上をサポート

(9) 新業態「99イチバ」やニューコンセプトストア「Fork Talk」の育成

- ・立地や客層の特性に応じた品揃え、価格、店舗フォーマットの研究で新たなニーズに対応
- ・成功事例を既存店へ一部還元することで、既存店の活性化・売上向上につなげる

7. 2008/2期 単体業績予想

(単位:店、百万円)

	2007/2期 実績	2008/2期	
		予想	前期比
出店	307	320	+13
閉店	357	450	+93
期末店舗数	5,104	4,974	-130
チェーン全店売上高	872,844	869,780	-0.4%
既存店前年比	-3.3%	-0.8%	-
平均値入率	28.97%	29.11%	+0.14%
営業総収入	183,521	181,110	-1.3%
営業総利益	129,221	130,570	+1.0%
販管費	106,285	106,310	0.0%
営業利益	22,935	24,260	+5.8%
経常利益	21,834	21,070	-3.5%
当期純利益	10,405	9,060	-12.9%

(注) 2008/2期予想の出店には、ニューコンセプトストアの出店予定2店を含んでいるため、サークルKとサンクスの合算値とは一致しません。

<ご参考> 上期の業績予想

2008/8期予想	
出店	157
閉店	251
期末店舗数	5,010
売上高	445,890
既存店前年比	-0.8%
平均値入率	29.17%
営業総収入	94,690
営業利益	13,010
経常利益	11,320
中間純利益	4,340

【CK、SU別出店・閉店計画】

	CK		SU	
	出店	閉店	出店	閉店
上期	91	121	66	130
通期	182	242	136	208

8. 2008/2期 連結業績予想

(単位: 店、百万円)

	2007/2期 実績	2008/2期	
		予想	前期比
出店	328	388	+60
閉店	386	483	+97
期末店舗数	5,369	5,292	-77
チェーン全店売上高	911,281	913,570	+0.3%
営業総収入	194,392	198,400	+2.1%
営業総利益	134,033	136,766	+2.0%
販管費	110,920	113,466	+2.3%
営業利益	23,113	23,300	+0.8%
経常利益	22,110	20,000	-9.5%
当期純利益	10,237	7,600	-25.8%

<ご参考> 上期の業績予想

2008/8期予想	
出店	192
閉店	271
期末店舗数	5,308
売上高	467,340
営業総収入	102,660
営業利益	12,390
経常利益	10,640
中間純利益	3,340

8. 2008/2期 連結業績予想 * 連結子会社の状況

連結子会社予想

連結子会社	コンビニ 4社計	ゼロネット ワークス	99イチバ	連結消去
出店	33	—	35	—
閉店	30	—	3	—
期末店舗数	268	—	50	—
売上高	37,903	—	5,886	—
営業総収入	7,570	4,674	5,886	-840
営業利益	-172	-300	-391	-96

〔連結子会社6社〕

※2008/2期より、(株)99イチバが新たに連結子会社となり、合計6社となりました。

<コンビニ4社>

- ・サンクス青森(株)(エリアFC)
- ・サンクス西埼玉(株)(エリアFC)
- ・(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)
- ・(株)99イチバ(生鮮ミニスーパー)

9. 株主還元について

当社の基本方針

連結当期純利益の25%を配当として還元し、将来的には配当性向を30%以上に高める

配 当 金

	2007/2期	2008/2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	31.7% (予定)	41.9%(予定)

自己株式の取得を実施

2006年10月11日から12月19日までに買付けた自己株式の累計

- ・買付株式数: 2,387,600 株
- ・買付総額: 4,999,969,300 円

株主優待制度

ご所有株式	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)



2006年秋のお買物カード

年2回「お買物カード」を株数に応じて進呈

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。