

2022年6月期 第1四半期決算説明会 質疑応答要旨

決算説明会における質疑応答（要旨）を記載しております。
ご理解いただきやすいように内容を一部加筆及び修正しております。

Q1. 数値の確認で、営業利益段階での業態別のビハインドについてと、財務指標で見た場合の全体の売上、粗利率の全体観について教えてください。

A: 営業利益では、想定に対して約30億円ビハインドとなりました。これは8月の苦戦によるものです。

粗利益率は、収益認識基準の適用による影響と、実際の低下による影響がありました。後者については、ほとんどが国内ディスカウント事業、GMS事業の季節品や高粗利商品の売上が失われた影響によるものです。

10月でディスカウント事業はフラットに戻っており、ここは変わっていくところだと考えております。販管費は想定よりは使っていないのでそこは取り戻す形での30億となっております。

Q2. 上期の計画に向け、リオープンによってある程度は取り返せるでしょうか。

A: 1Qは8月の大きな減収、粗利の低下が利益のマイナスに影響しました。一方、10月の実績は、1Q対比で国内事業は、5~7ポイントほどの上昇幅がそれぞれの法人で回復を見せております。粗利の前年比ベースの改善幅は、1Q対比で10ポイントほど前年比回復となっており、2Q以降は1Qのビハインドを取り返していくこととなります。

Q3. ディスカウント事業について数々の施策がありますが、これらのリオープン後に向けた手応えはどうでしょうか？
生産性向上の進捗や、営業施策（PB等）の手応えはどうでしょうか？

A: 生産性の向上は、300万時間の内80万時間は前期で達成しております。
重要な部分は、現場が業務の減りを実感することであり、各店での発注支援システムの導入、発注や納品回数の調整を今期の大きな柱に据えて今後進めていきます。

PBの進捗状況は、約束していた2,500億円という数値には1Q現在、予算通

りの金額で推移しており粗利率の改善に寄与してきております。

特に、ロードサイドの既存店の改装には、PBを取り込み、新規の定番棚割りや、アイテムの絞り込みを行っていくので、2Q以降も利益率に寄与すると考えます。PBは新規商品の生産の一部遅れが生じましたが、今期目標である2,500億円の達成に向けて進めております。

各施策には時間軸で濃淡があります。すぐ取り組めるものもある一方で、商品の深堀は今期実験のフェーズです。中長期的に顧客変化に対応するためには、金融やデジタルが必要であり、そこに向けて順調ではありますが、今期すぐ対応完了し大きな成果がある、と言うわけではありません。

一方で、短期的には1Qのビハインドを取り戻す施策は動いています。

Q4. 現状の粗利率は競合店への価格対抗をした結果でしょうか？

A： 競合対抗は前期より継続して進めているので反映した利益率となります。

Q5. 金融事業について。今後のmajicaの変化について補足をお願いいたします。また、「営業利益」の中にある、「金融商品・加盟店事業」はこういったものなのでしょうか？

A： majicaの大きな変化は、majica残高がVISAによってグループ外でも使えるようになることです。もう1つはチャージ方法で、今までできていなかった、銀行口座チャージや、後払いチャージを始めます。majicaのアプリでクレジットカード即時発行ができることで、クレジットカードがより使われるようになると考えております。

資料ではmajicaマネー事業が30億と表記しておりますが、majicaがVISAプリペイドで、グループ外で使われることで加盟店の手数料が得られる点と、後払いチャージで、お客様から一定の手数料をいただく点で達成を考えております。

Q6. 当初はカードの発行を先行させる必要があるのですが、システム等の投資を考えると、はじめはその点が足枷になると考えるべきでしょうか？

A： 投資は今期実施を考えており、事業計画に含まれております。

来期以降、会員獲得にコストをかける検討をしておりますが、現時点でもUCSは数十億程度会員獲得の予算を持って運営しておりますので、グループ間で統

合しながら進めていきたいと考えております。

Q7. 粗利率について、収益認識基準を除いた他の変動要素について 1Q の実績と 2Q 以降の見通しについて教えて下さい。

A: 粗利率は、Gelson's は、海外の中でも非常に高い利益率の法人となります。北米全体は利益率を下げておりますが、Gelson's が数値を牽引しております。ただし売上規模は 200 億円程度であるため、グループ全体への粗利貢献を押し上げるまでではありません。
一方、北米の国内の仕入れは、原価高騰などのマイナスがありましたが、Gelson's が入ったことで、これが 0.8 ポイントほどで済みました。

国内は、ディスカウント事業、GMS 事業共に、8 月の季節品の売上低下が影響しました。衣料品と、スポーツ・レジャー用品の、二つの季節品カテゴリーの売上低下で利益率が低下しております。

PB については、1Q では導入を進める段階であり、まだ全体の粗利を大きく押し上げるまで寄与していませんが、PB の影響は多岐にわたり、競合対抗等を進めていくなかでは、粗利の押し下げを止める効果があると考えています。

2Q 以降の見通しについては、利益率が前年比を越えてきており、これは PB の効果が徐々に出ている部分が織り込まれているものだと考えております。PB は全体に対して 0.4%ほどの粗利改善への寄与という当初の目標を目指し、拡大しております。

Gelson's の利益寄与は、北米全体で前年比での原価高騰があり、今期北米事業の利益率は、前年を越えることは厳しいと見込んでおります。

Q8. 8 月の天候悪化で厳しかった、衣料品と、スポーツ・レジャー用品の処分は完了しているでしょうか？
また、2Q 以降の取り返しの施策については PB がメインでしょうか？他にもあれば教えてください。

A: 8 月上旬から、天候不良の予報が出ていたので、仕入れを抑えておりました。毎年定番で売れている商品群は処分せず、次年度に持ち越しをしております。それ以外のシーズン売切り品は、値下げし、販売を通常通り行っております。今

回の不振で在庫を抱えるようなことはありません。ディスカウントにおいて、既存店の在庫高は1Qで前年比15億円ほど減少しております。

PBは今期の目標に対して順調に進んでおりますが、2Q以降の取り返しには、プラスアルファが必要だと考えております。一例で申し上げますと「100日プロジェクト」は引き続き成果が出ております。ここでの定番棚での成果が、1Qでは他店でも効果が出ている。展開を増やしたり、商品導入を進めたり、商品自体の強化をしていく。商品自体の強化は、多岐に渡るが、一例としてイベント需要を加速して取っていくなど、取り組んでいきます。

Q9. 23年6月期で営業利益1,000億円達成を目指しているが、この目線に変更はないでしょうか？

A: これはコロナ禍前に出した数値となります。インバウンドの回復を含めたものであり、現時点でのコメントはありませんが、インバウンドの回復等状況を見守った上で、状況を説明させていただきたいと考えております。

Q10. 北米事業、Gelson'sの売上と営業利益の水準は想定以上か。

A: 順調に推移していると見ております。一方、リオープニングの反動があり、4Qでは前期の反動があればマイナスに寄与することになります。なお、16億円の営業利益は、のれん償却代反映前となります。

Q11. 国内外で価格競争が激しい中、年間の利益の設定は達成可能でしょうか？2Q以降の販管費について、年間の計画に対し後ろにずれて計上されるでしょうか？

A: 価格競争は、ディスカウント事業では常に継続しているので、計画には織り込み済みとなります。一方で原価高騰の影響により今後も値上げが見込まれ部分があるため、利益率への影響は注視していきます。
販管費は、想定よりは使っていない状況です。中には期ずれしたものと、状況みながら使うものがありますので、残りをすべて使うのではなく、最後の部分は是々非々で判断することになると考えています。

以上