



株式会社 ポプラ
第37期 第2四半期 決算資料

2011年3月1日 ~ 2011年8月31日

第37期第2四半期の業績	
決算概要	4頁
営業収入の内訳	5頁
出店閉店の状況	〃
キャッシュフロー / 連結子会社状況	6頁
既存店の状況	7頁
第37期第2四半期の取組み	
商品力・営業力の向上	9頁 ~ 12頁
出店状況	13頁
第37期下期の計画	
基本方針	14頁 ~ 19頁
損益計画	20頁
中期の事業方針	21頁



第37期第2四半期(2011年8月期)の業績

第37期第2四半期(2011年8月期)決算概要



単位：百万円

(連結)	2010年8月期	2011年8月期(第37期第2四半期)		
	昨年実績	実績	前期比(%)	予算比(%)
売上高	29,207	30,017	102.8%	100.0%
営業利益	268	449	167.5%	100.0%
経常利益	290	472	162.8%	100.0%
当期純利益	203	458	-	-
EPS(円)	4.65	46.25		

【売上高】

PB商およびFF商品が好調であったことに加え、前年と比較して気温が高く好天に恵まれたことで売上は好調に推移いたしました。

【営業利益】

売上が好調であったことおよび値入率の改善の取り組み、業務の効率化を進めた結果対前期比**67.5%**の増加となりました。

【当期純利益】

会計基準の変更に伴い「資産除去債務に関する会計基準」の適用による特別損失**840**百万円を計上したことに伴い純損失となりました。

単位：百万円

(個別)	2010年2月期	36期累計(2011年2月)		
	昨年実績	実績	前期比(%)	予算比(%)
チェーン売上高	46,278	47,747	103.2%	100.0%
売上高	28,358	29,193	102.9%	100.0%
営業利益	302	480	158.9%	100.0%
経常利益	279	485	173.8%	100.0%
当期純利益	40	430	-	-

予算比は2011年9月30日に上方修正した見込みとの対比

営業収入の内訳・出店閉店の状況

営業収入の内訳

単位：百万円

営業収入内訳	実績	構成比	前年実績	前年比
小売部門	20,312	67.7%	18,752	108.3%
加盟店からの収入	1,276	4.2%	1,341	95.1%
卸売上	6,616	22.0%	7,255	91.2%
その他営業収入	1,015	3.4%	1,028	98.8%
その他の事業	799	2.7%	832	96.0%
営業収入合計	30,017	100.0%	29,207	102.8%

増税に伴い、たばこ売上が増加したこと、ならびに直営店舗が増加したことにより小売部門の売上が伸びました。

数字は連結業績

出閉店

	実績	計画	差異	前年	前年差異
出 店	20	18	2	23	3
閉 店	16	36	20	28	12
期末店舗数	704	682	22	700	4

当期は、閉鎖立地商圈店舗を主とした精度の高い出店を実施し、出店数は計画を上回りました。

連結子会社の状況 キャッシュフロー

キャッシュフロー

単位：百万円

	2010年8月 (36期第2四半期)	2011年2月 (36期第4四半期)	2011年8月 (37期第2四半期)
営業活動による キャッシュフロー	1,434	2,251	1,556
投資活動による キャッシュフロー	130	59	80
財務活動による キャッシュフロー	150	266	80
フリー キャッシュフロー	1,564	2,310	1,476
現金および 現金同等物残高	3,377	2,515	3,910

キャッシュフローの説明

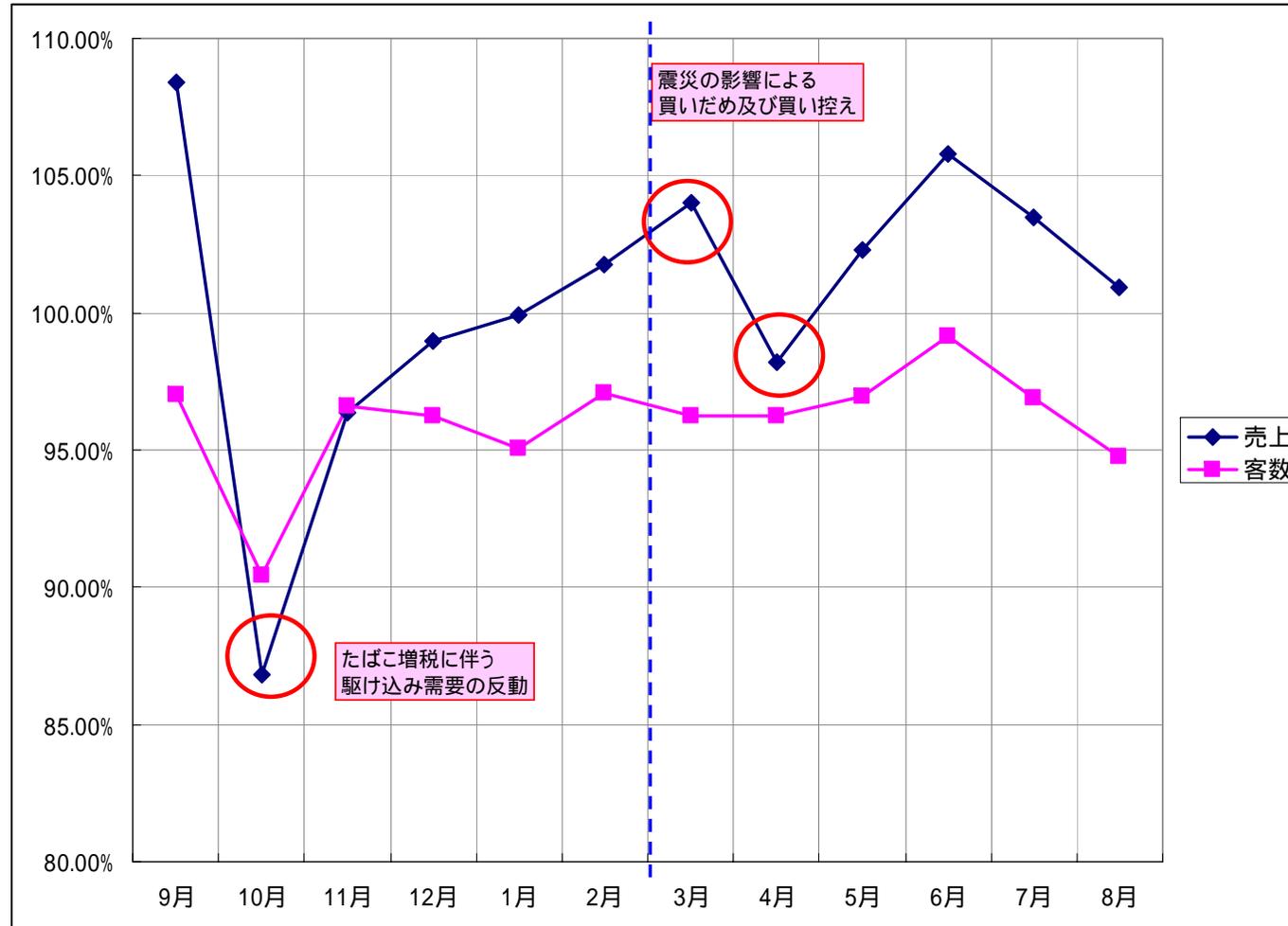
35期第4四半期は末日が銀行休業日にあたり仕入債務が2ヶ月分計上されているため、現金および現金同等物残高が増加しております。

連結関係会社の状況

単位：百万円

会社名	売上高	経常利益	純利益
大黒屋食品	614	17	16
ポプラ保険サービス	13	5	3
キリン堂薬局	453	19	28
ポプラ不動産企画	0	0	0
その他の子会社	70	1	2
合計	1,151	0	11

既存店の状況



震災発生後は、保存可能な食料品・飲料などの買いだめにより売上が伸びたりましたが、4月は、その反動で対前年**100%**を切りました。



第37期第2四半期(2011年8月期)の取り組み

商品力の強化

売上向上の源となる商品力強化の取り組み実施

商品力の強化

米飯類 高級おむすびの販売、ポップ弁のリニューアル

ベーカリー あんパンなどベーシック商品の改善実施

ホットスナック 定期的な販促セールによる認知度向上

調理パン 新規設備の導入(丸刃スライサー)による
サンドイッチパン生地的大幅な改善



商品力の強化

新規商材の導入

できたて弁当の実験拡大

店舗で炊いたご飯 + フライヤーで揚げたてのから揚げなど
ポプラの強みを生かした商品 = ポプラしか出来ない商品

チルド弁当

下期実験開始に向けた検証を開始

青果の供給

販売エリア拡大に向けた調整実施



地域に密着した商品の開発

地域の活性化と地域に密着した店作りを目的に共同開発商品を販売

《 大学生とおにぎりを共同開発 》

比治山大学短期大学部(広島県広島市)の未来の栄養士を目指す学生を対象におむすびのレシピコンテストを開催し、大塚商品株のマンナンヒカリを使用したおむすび3品を商品化しました。



《 ポートラム“わ”ぱるふゑ 》

富山ライトレールのアテンダントさん監修のもと、ライトレールの沿線にある老舗佐々木千歳堂(富山銘菓)と共同開発したデザートです。日々お客様に接しているアテンダントさんがこんなスイーツをお客様に食べてもらいたいという思いをパフェにしました。



サービス分野の拡充

- ・ ATM導入店舗の拡大
2011年2月末時点の導入率:40.2%



- ・ モバイルサービス開始

株式会社GNTが運営するソーシャルメディア『mobion(モビオン)』において、ポプラグループのモバイルサービスを2011年7月5日より開始いたしました。店舗の新商品情報やお得なクーポン情報の取得、店舗検索などのほか、着メロ・着うた、デコメ、ゲーム、占い、ニュースなどのコンテンツサービスもご利用可能です。



その他の施策

- ・ お得なセール、「グッドプライス 応援団」の継続実施 …… 新規顧客の開拓
- ・ フライヤー導入の促進 …… カウンターFFの強化



出店状況

37期は前期に引き続き、閉鎖立地商圈店舗の出店を促進いたしました

- ホテルへの出店 -

- ・グランドプリンスホテル広島店(広島県広島市)
- ・シナガワグース店(東京都港区)
- ・マロウドホテル成田店(千葉県成田市)
- ・ヒルトン成田店(千葉県成田市)

- 駅・空港への出店 -

- ・モノウェル千里中央店(大阪府豊中市)
- ・モノウェル門真店(大阪府門真市)
- ・岡山空港店(岡山県岡山市)

- 大学内出店 -

- ・神戸女子大学須磨店(兵庫県神戸市)
- ・福山平成大学店(広島県福山市)

- 病院内出店 -

- ・秀和総合病院店(埼玉県春日部市)

- 物流センターへの出店 -

- ・プロロジス川島店(埼玉県比企郡)

など





第37期下期(2012年2月期)の計画

商品政策

商品政策のテーマは、ACT on the BASICS

「**商売の基本に沿って行動していこう**」です。

- ・お客様が欲しいものを欲しいときに欲しい量ご提供すること。
- ・お客様に喜んでいただける状態でモノや事を提供する。
- ・お客様の生活の一部としてあること。
- ・適正な価格で、適正な利益を確保し店舗としてあり続けること。

これらを実現するため、下記を重点取り組み課題とし、取り組んでまいります。

P B 商品の商品力アップ

利益改善

インフラの更なる整備

販促強化

その他の商材

営業政策

PB商品の商品力アップ

お弁当、おむすび

ベーカリー

調理パン

パスタ

デザート

商品品質アップのため原材料の供給体制を変更

10月4日リニューアル発売

添加物を削減した新ブランド

「ベーカリーストリートスマイル」投入

Pバーガーのパティ変更、「Pドッグ」の投入

パスタ定番アイテムの品質アップ

大幅な商品力アップ

パッケージデザインの変更



利益改善

- ・上期と同様に利益率0.3%の改善を目標
例:日商40万円店舗の場合、月間36,000円の改善

販促強化

- ・販促企画数を対前年比50%アップで実施
- ・おむすび100円セール^各の継続実施 など



その他の商材

- ・できたて弁当の取扱店拡大
- ・チルド弁当の導入実験開始
- ・青果の導入エリア拡大



出店の方針

コンビニエンスストア業界を取り巻く環境は依然厳しい状況ではあるが、ホテルなどの商業施設内や職域売店など出店の余地はまだまだあると判断し積極的な出店を実施

- ・企業や商業ビルへの出店の強化
- ・既存店舗のスクラップ&ビルドの促進
- ・看板替えの促進
- ・ブランドを活かした出店の推進
(ロードサイド: **ポプラ** ・ 都市型 or 限定商圈: **生活彩家**)
- ・限定サービス型店舗「**ポプラpal**」店の展開
- ・商品供給事業(**V事業**)の促進
(2012年9月より西日本での展開を開始)

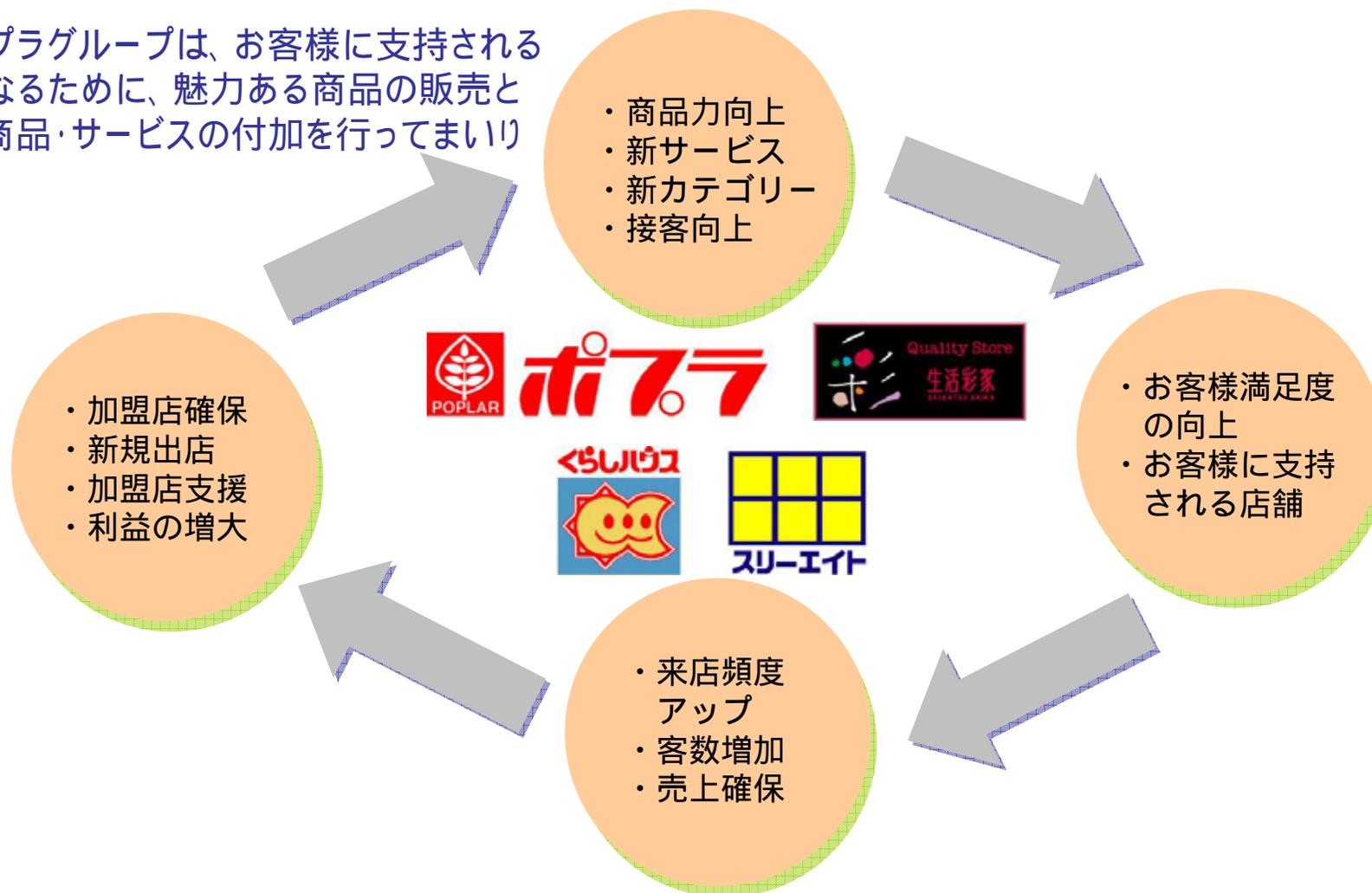
業務効率の追求

業務の集約・簡素化・合理化を更に進めることで販管費を圧縮し利益を追求していく。

- ・組織の改変による経費の圧縮と店舗運営能力の向上
直営店舗の増加に対応した組織体系への見直しを実施し、経営の迅速化と利益を追求

出店の方針

我々ポプラグループは、お客様に支持される店舗になるために、魅力ある商品の販売と新たな商品・サービスの付加を行ってまいります。



第37期下期(2012年2月期)の計画



損益計画

(連結)

単位:百万円

	2011年8月期	2012年2月期(第37期第4四半期累計)			
	上期実績	下期見込	通期見込	36期実績	前期比(%)
売上高	30,017	27,552	57,569	57,671	99.8%
営業利益	449	50	499	330	151.2%
経常利益	472	45	517	364	142.0%
当期純利益	458	474	932	551	-

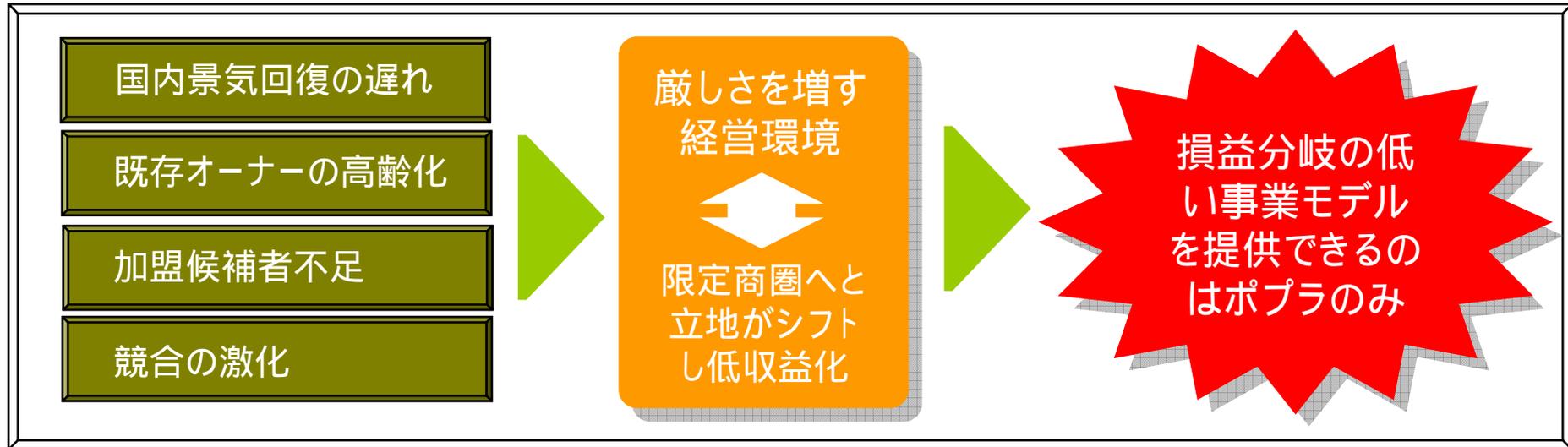
(個別)

単位:百万円

	2011年8月期	2012年2月期(第37期第4四半期累計)			
	上期実績	下期見込	通期見込	36期実績	前期比(%)
チェーン売上高	47,747	43,864	91,611	90,725	101.0%
売上高	29,193	26,682	55,875	55,944	99.9%
営業利益	480	71	551	381	144.6%
経常利益	485	23	508	336	151.2%
当期純利益	430	478	908	573	-



中期の事業方針



製販一貫体制および売上ロイヤリティ制度が
低日販店舗を含むCVS業界の受け皿に！

{ 看板による差別化をより明確化しブランドイメージを確立するとともに
様々な立地への対応力をより向上させていく }



ロードサイド立地
ベーシックな品揃え
HOT弁当



都市型、限定商圈立地
差別化商品の品揃え

「中期の事業方針」



限定商圈等の日販が低い店舗の運営でも
当社の製販一貫体制を基礎とする売上ロイヤリティ制度によって運営が可能



職域内の売店や病院内・大学内の店舗など
立地に制限されない出店が可能



- 本資料には、将来の見通し・計画等の基づく予測が含まれております。世界経済及び国内経済の動向、天候や自然災害の影響、競合状況、法的規制等に関わるリスクや不確定要因により、実際の業績が、本資料に記載された業績や計画と大幅に異なる可能性があります。

本資料に関するお問合せ先

株式会社ポプラ 経営企画室

- TEL: 044-280-2813
- FAX: 044-280-1936
- E-Mail: keieikikaku-ir@poplar-cvs.co.jp
- HP: <http://www.poplar-cvs.co.jp>