

更なる飛躍のために

2006年2月期(第31期)中間決算会社説明会

2005年10月19日(水)

13:00 ~



株式
会社

ポプラ

2006年2月期中間決算概要

< 連結 >

(単位 : 百万円)

	2006年2月中間期		
	金額	当初予算比	前期比
営業収入合計	33,150	98.1%	86.5%
営業利益	1,172	84.8%	79.1%
経常利益	1,199	86.1%	80.3%
当期純利益	191	561.8%	44.8%
1株当り純利益	21.20円	-	-

営業収入、営業利益、経常利益の減少は、既存店売上の回復の遅れ及び閉店を先行したことによる影響

当期純利益の増加は、店舗閉店に伴う特別損失が当初予想を下回ったため

2005年10月11日に見込修正開示済

2006年2月期中間決算概要

< 単体 >

(単位：百万円)

		2006年2月中間期		
		金額	当初予算比	前期比
チェーン全店売上高		61,852	94.9%	94.5%
営業収入合計		29,126	97.5%	99.8%
構 成 比	卸売上	14,545	49.9%	-
	直営店売上	10,892	37.4%	-
	加盟店からの収入	2,613	9.0%	-
	その他の営業収入	1,076	3.7%	-
	計	29,126	100.0%	-
営業利益		1,361	90.6%	82.5%
経常利益		1,307	89.5%	82.8%
当期純利益		329	220.8%	77.9%
1株当り純利益		36.46円	-	

当期純利益は、店舗閉店に伴う特別損失が当初予想を下回ったこと、酒販子会社清算の遅れなどによる影響

2006年2月期 中間決算の概要

◆ 上期既存店前年比

上期既存店前年比 94.2%

◆ 出店、閉店状況

- 計画 出店75店 閉店39店 純増 36店 総店舗数867店
- 実績 出店54店 閉店53店 純増 1店 総店舗数832店

◆ 計画未達の要因

- 既存店前年比
 - ◆ 他社との競合
 - ◆ 酒免許自由化における既存店の酒類売上高の減少
- 出店閉店状況
 - ◆ 閉店の先行

連結子会社の状況（2006年2月中間期）

連結調整勘定は含まず、単純合算であります。

連 結		（単位：百万円）		
	会社名	売 上 高	経常利益	当期利益
連 結	大黒屋食品	597.1	0.4	4.7
	ファースト	704.1	16.2	16.7
	ポプラ保険サービス	12.3	4.6	3.1
	3社小計	1,313.5	11.2	8.9
デ 	ハイリテイルシステム	158.5	20.7	17.9
	ヒロマルチェーン	1,131.3	67.6	351.8
	エフジーマイチャミー	33.0	3.0	6.0
	チックタックシステムズ	45.4	0.8	0.3
タ	北陸ホットスパー	360.1	5.6	13.8
	酒子会社（61社）	2,946.2	14.7	66.0
	子会社 計	5,988.0	116.0	320.1

ヒロマルチェーンの当期利益は、旧POSのリース解約違約金(3億円)によるもの。今期清算検討。

チックタックシステムズ・北陸ホットスパーは、ポプラ化切替が終了し、今期清算検討。

酒子会社は、酒の自由化に伴い、清算・合併・FC化等で整理中。今期末残30社見込。

2006年2月期通期の計画

< 連結 >

(単位：百万円)

	2006年2月期予想		2005年2月期実績	
	金額	前期比	金額	前期比
営業収入合計	63,900	88.9%	71,891	100.8%
営業利益	2,429	87.4%	2,781	96.2%
経常利益	2,470	86.2%	2,864	95.4%
当期純利益	1,035	81.4%	1,273	118.1%
1株当り純利益	114.58円	-	140.61円	-

営業収入合計は、ヒロマルチェーン退会に伴う75店舗の店舗減少及びボランティア事業からV事業に移行したことによる減収(38億円)及び単体のチェーン売上高減少に伴う卸売上減(25億円)、酒子会社整理に伴う売上減(12億円)に伴うによるものです。

2006年2月期通期の計画

< 単体 >

(単位：百万円)

	2006年2月期予想		2005年2月期予想	
	金額	前期比	金額	前期比
チェーン全店売上高	120,434	96.0%	125,475	97.1%
営業収入合計	56,713	100.3%	56,547	100.7%
営業利益	2,688	86.3%	3,116	100.3%
経常利益	2,599	85.6%	3,035	94.7%
当期純利益	651	63.5%	1,025	84.6%
1株当り純利益	72.07円	-	113.46円	-

当期純利益は、既存店売上の回復の遅れ及び閉店先行の影響(2億円)及び子会社整理による特別損失増加の影響(2億円)による減少です。

2006年2月期通期計画の前提条件

◆ 出店、閉店計画

- 通期計画 出店 85店 閉店 100店 純増 15店 総店舗数 816店
- 当初計画 出店 113店 閉店 59店 純増 54店 総店舗数 885店

内訳	出店	閉店	純増	店舗数
関東	13	20	7	216
関西	7	6	1	61
北陸	37	2	35	35
中四国	19	47	28	350
九州	9	25	16	154

◆ 通期既存店前年比

- 通期既存店前年比

96.1%

競争力の強化

今後の10年を勝ち残るために



株式会社

ポプラ

-1 S - CVSの出店 “スーパーコンビニ”

- 競争力強化型店舗 -

◆ Sタイプ店舗 (年商3億円目標店舗)

- 標準型CVSにさらに便利性を付加
 - ◆ 標準型CVS +
今までのCVSより便利なCVS
- 立地ニーズに合わせた店作り
 - ◆ 店舗面積 (75坪以上)
 - ◆ 大型駐車場の完備 (500~1000坪)
 - ◆ アイテム数 約4,500アイテム
 - ◆ 立地に合わせた商材の導入

競争力の強化

都市型 S-CVS

オフィス向け商材の充実
朝・昼のFF、ソフトドリンクの充実

住宅立地型 S-CVS

住宅立地の需要に対応した品揃え
調味料や乾物、雑貨など充実

ロードサイド型 S-CVS

大型駐車場を完備(1000坪)
休憩施設やイトインスペース

-2 Sタイプレイアウト例

関東初の住宅立地型Sタイプ店舗



町田木曾町店

住宅立地
店舗 75坪
駐車場 400坪



都市型S - CVS

-3 Sタイプの出店例



店屋町店

FF強化
店舗 70坪



新地本通り店

飲食街
店舗 66坪
業務用商材強化

オフィスで
必要なものの
提案



西中島5丁目店

ホテル宿泊客対応
店舗 76坪

繁華街での対応
業務用商品など

ロードサイド型S - CVS

-4 Sタイプの出店例



廿日市木材港店

港湾近隣
レジャー対応
店舗 75坪
駐車場 500坪



こころ中央店

新興住宅地
工業団地
店舗 75坪
駐車場 470坪



りんくう往来北店

関西空港近隣
店舗 90坪
駐車場 1,000坪(普通車33台 大型19台)

作業用商品の
充実

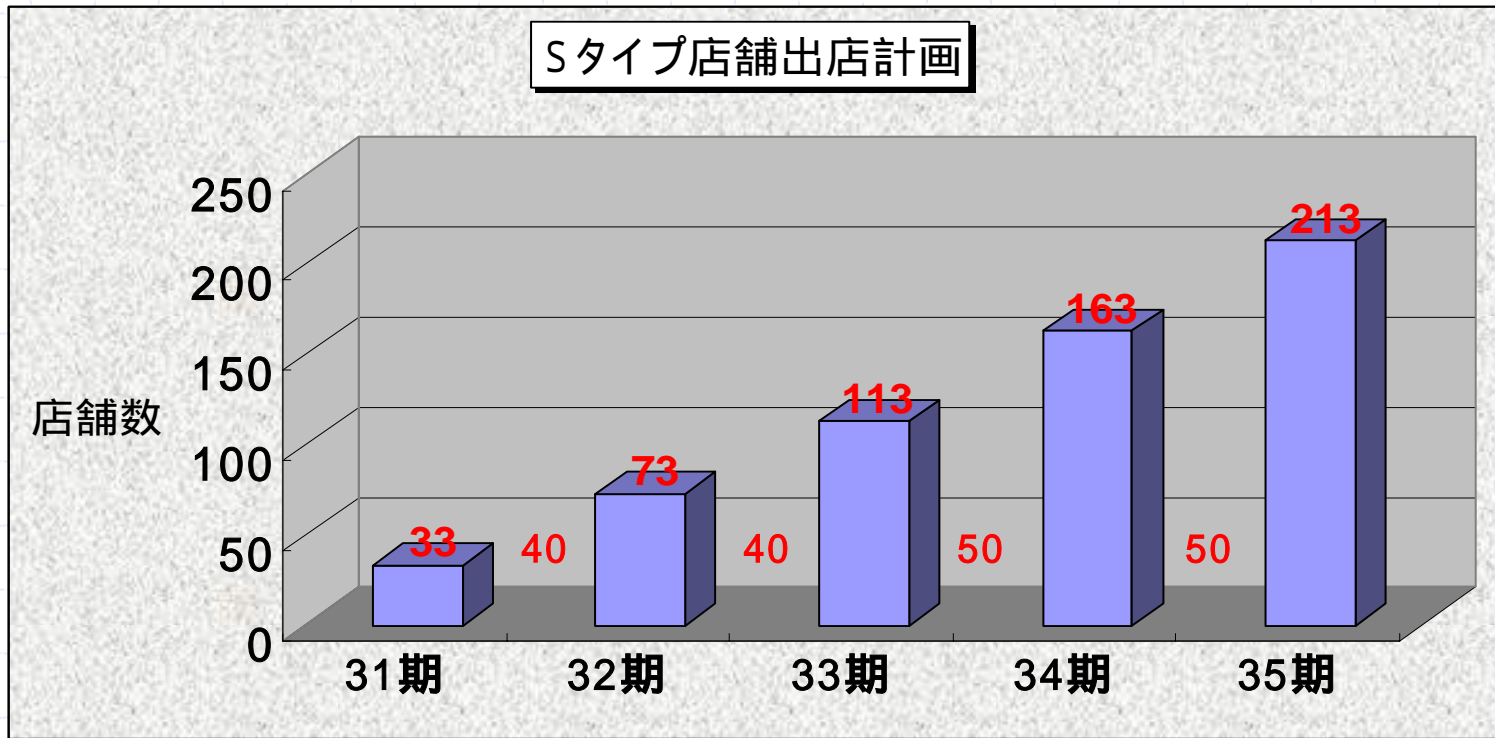
釣り客などの
需要に対応する

-5 Sタイプ店出店計画

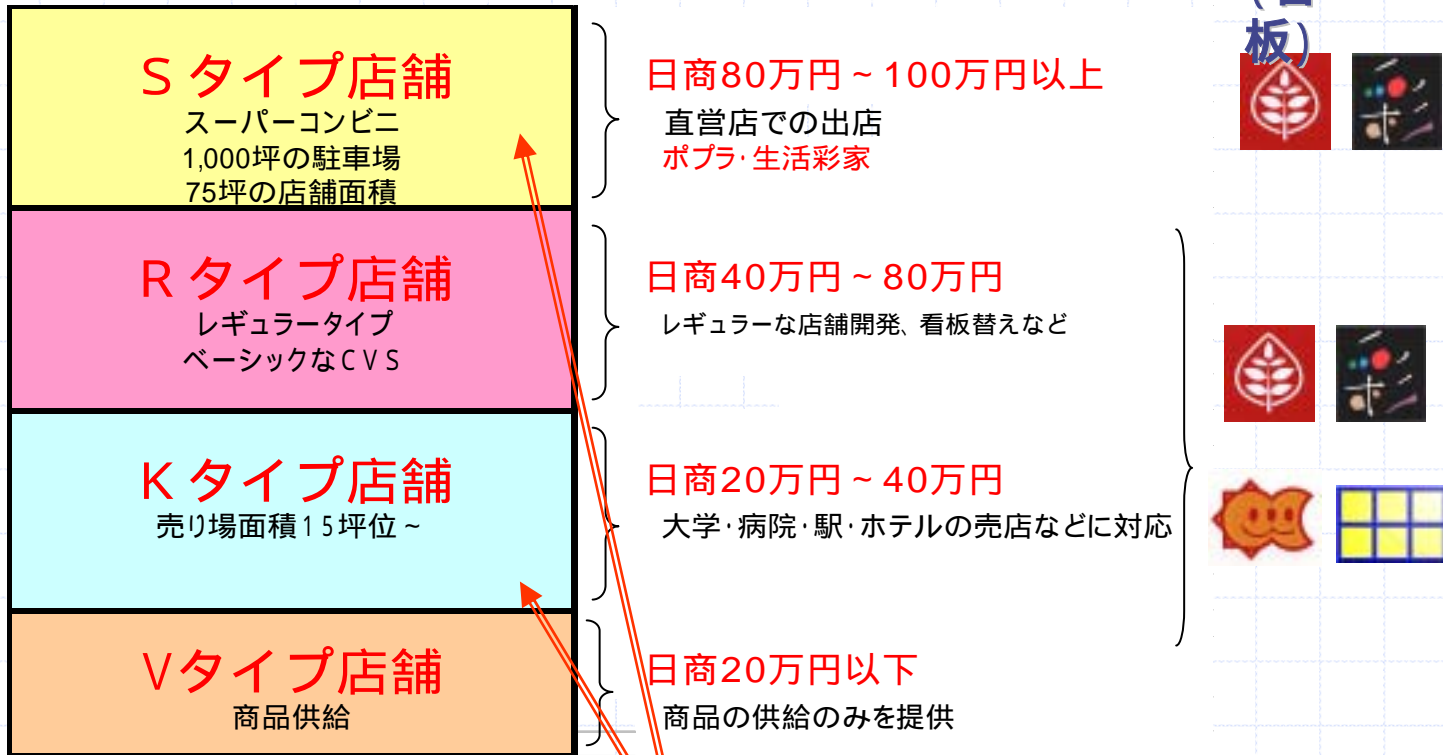
◆ 35期末に200店舗体制

- 直営店出店
- 年間売上高 600億円

競争力の強化



出店対策 - 出店立地の拡大 -



競争力の強化

売上ロイヤリティ制度でしか出店できない

立地に合わせた 店づくりへの取り組み

Kタイプの出店例

病院、セルフGS、駅構内等の様々な立地に対応

セルフGS併設



病院併設



駅併設



ホテル内店舗



- ヒロマルチェーン -

-1 商品供給事業

◆ V契約店舗の拡大 (Vタイプ店)

- ◆ 商品供給事業
- ◆ 全国展開

- 商品供給先 酒販店、ミニスーパー、駅売店、GSなど
- 供給店舗数 232店舗
- 売上高 22億円予定 (31期見通し)
- 全国1,000店舗を目標

現在、北海道・沖縄を除く29都府県に展開中

競争力の強化

- ヒロマルチェーン -

-2 Vタイプの出店例

商品供給先



出光プリテール



L&W

どんなタイプの
店舗にも供給



ハイマート

立地を選ばない
出店戦略

-1 新しい食の提案

- 選菜御膳

選ぶ楽しさを提案した定食セット
炊きたてごはんの販売

ごはん、おかずの量
が選べる

自分のほしいもの
だけ選べる



温めたいものだけ
温められる

従来のお弁当にはない
温めたいものだけを温められる
個別包装の定食感覚のお弁当セット



競争力の強化

-2 新しい食の提案

- 選菜御膳

新タイプの定食弁当

その名も、 新発売！

- ・おかずが選べます
- ・ごはんの量が選べます
- ・温めるものが選べます



< 例 >

イタリアンハンバーグ 250円
コーンサラダ 150円

中ごはん 160円
みそ汁 100円
漬物 30円

ごはんセット値引 -30円

660円

< 例 >

イタリアンハンバーグ 250円

中ごはん 160円
みそ汁 100円
漬物 30円

ごはんセット値引 -30円

510円

画像はイメージ

ごはん		
炊きたてのこしひかりをどうぞ！		
大ごはん	350 g	200円
中ごはん	250 g	160円
小ごはん	150 g	130円

おみそ汁		
フリーズドライで、おいしさそのまま！		
ほうれん草と油揚げのおみそ汁		100円
エノキとミツバの赤だし		100円
たまごたっぷりたまごスープ		100円

漬物		
ごはんにちよこっと添えてどうぞ！		
白菜キムチ		30円
無添加桜大根		30円
梅ぼし		30円
つぼ漬け		30円
みそ大根		30円

ごはんセット		
セットでお得！30円引！		

大ごはんセット	
大ごはん + おみそ汁 + 漬物 = 330円	330円 300円
中ごはんセット	
中ごはん + おみそ汁 + 漬物 = 290円	290円 260円
小ごはんセット	
小ごはん + おみそ汁 + 漬物 = 260円	260円 230円

おかずのメニュー	
----------	--

100円
金平ごぼう 竹輪磯辺揚げ スパゲティサラダ ポテトサラダ

120円
カニクリームコロッケ ひじきの煮物 白身魚フライ こんにゃくメンマ

150円
トマトサラダ コーンサラダ 海草サラダ 焼魚（秋鮭） だし巻玉子 やわらか唐揚げ 肉焼売 肉じゃが パンブキンサラダ 胡麻ゴボウサラダ ひじきとクワイのサラダ

250円
ミートオムレツ 肉焼売 五目春巻 イタリアンハンバーグ

300円
チキン南蛮 本熟とんかつ マーボ茄子 さば炭焼き やわらか唐揚げ

メニューは7/20現在。

競争力の強化

関東地区より展開予定

全店舗で電子マネーを導入

11月1日よりポプラグループ全店(832店舗)で
電子マネー“Edy”を導入

<導入によるメリット>

1. レジ決済スピードの迅速化
 - ◆ 通常より8秒程度の短縮
2. お客様の利便性の向上
 - ◆ 将来的に5%程度の利用見込み
(全取引に対して)

店頭でのチャージ(入金)にも対応



プリペイド型電子マネー“Edy”は、専用読取端末にかざすだけで、小銭やおつりのやりとりもなく、スピーディな支払いが可能

各種Edyカードや「おサイフケータイ」(モードFeliCa対応携帯電話)で専用端末にタッチするだけで支払が可能な簡単・便利な決済方法です

競争力の強化

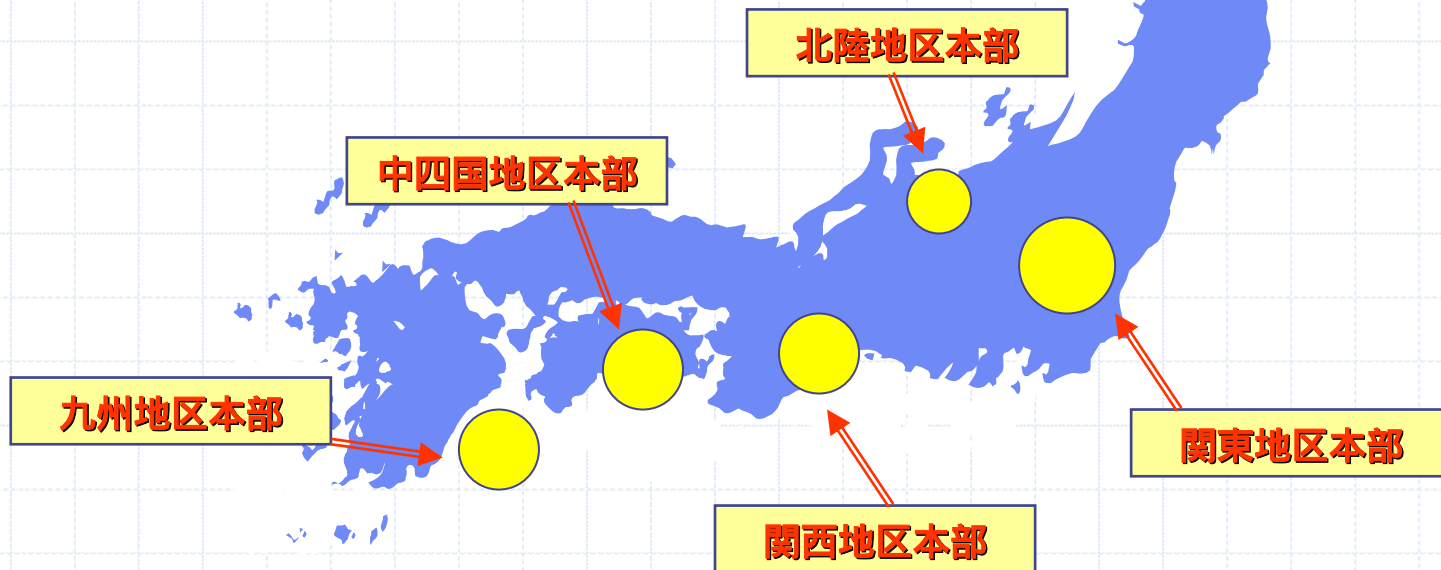


-1 地区本部組織

◆ 地区本部体制づくり

- 地域性を反映させる営業体制

5地区本部体制



競争力の強化

-2 北陸地区本部状況

昨年買収した2社のポプラ化完了

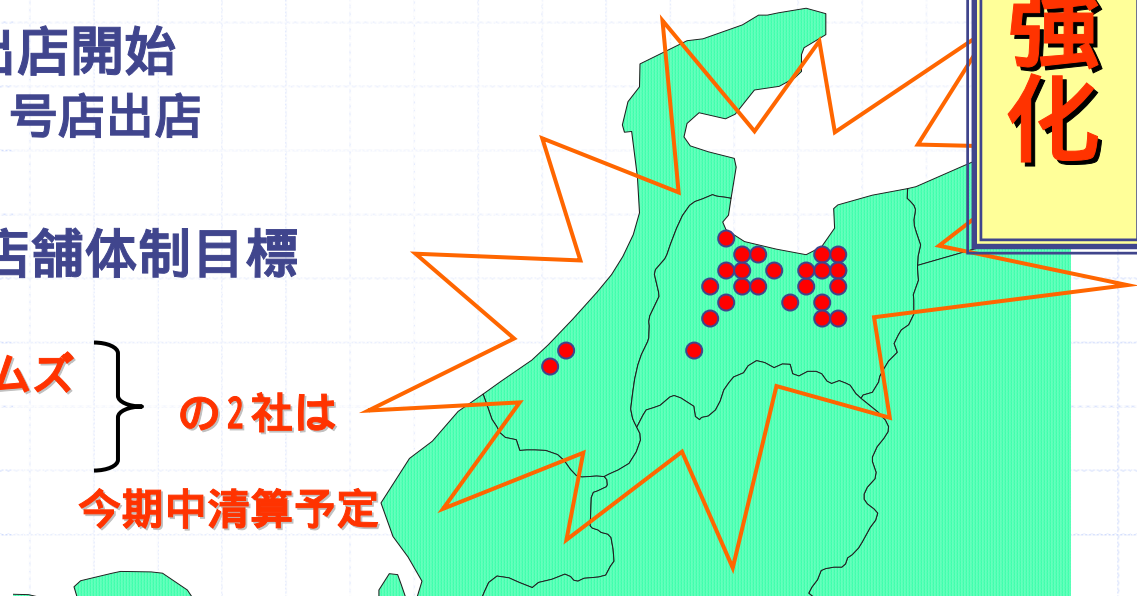
- 今期上期に34店舗をポプラ化完了
全店ポプラ看板での出店
- Sタイプ店舗の出店開始
2005年12月 1号店出店
- 5年以内に100店舗体制目標

(株)チックタックシステムズ
北陸ホットスーパー(株)

の2社は

今期中清算予定

競争力の強化



ポプラのビジネスモデルの独自性

-1 売上ロイヤリティ制度

◆ 同業他社とのシステムの違い

- 売上ロイヤリティ制度 経営指導
- 粗利分配制度 共同経営

	ポプラ	一般的CVSの平均
ロイヤリティ	売上の3% 売上ロイヤリティ制度	粗利の35~45% 売上対比10~13%
加盟金	100万円	300万円
保証金	3万円 / m ²	
契約期間	5年(違約金なし)	10~15年
違約金	なし	あり
最低保証制度	なし	あり

競争力の強化

ポプラのビジネスモデルの独自性

-2 売上ロイヤリティ制度を生かしたシステム

- **低日販でも高日販でも対応可能**
 - ◆ 日商20万円でも日商100万円でも、店舗の損益分岐点を超えれば、店舗運営が可能
- **売り場面積の大小に係わらず対応可能**
 - ◆ Sタイプ店舗～Kタイプ店舗、V店舗まで
- **出店立地の拡大にも対応**
 - ◆ 都心～郊外～大学～病院～駅売店～ホテルなど

粗利分配制度では、不可能な店舗にも対応可能。

競争力の強化

ポプラのビジネスモデルの独自性

-3 製販一貫体制



競争力の強化

製販一貫体制

- ・ 製造～販売までのシステムの統一によるローコスト運営
- ・ 地区別に対応することにより地域特性のある商品供給が可能

40周年に向けて 新たなる出発

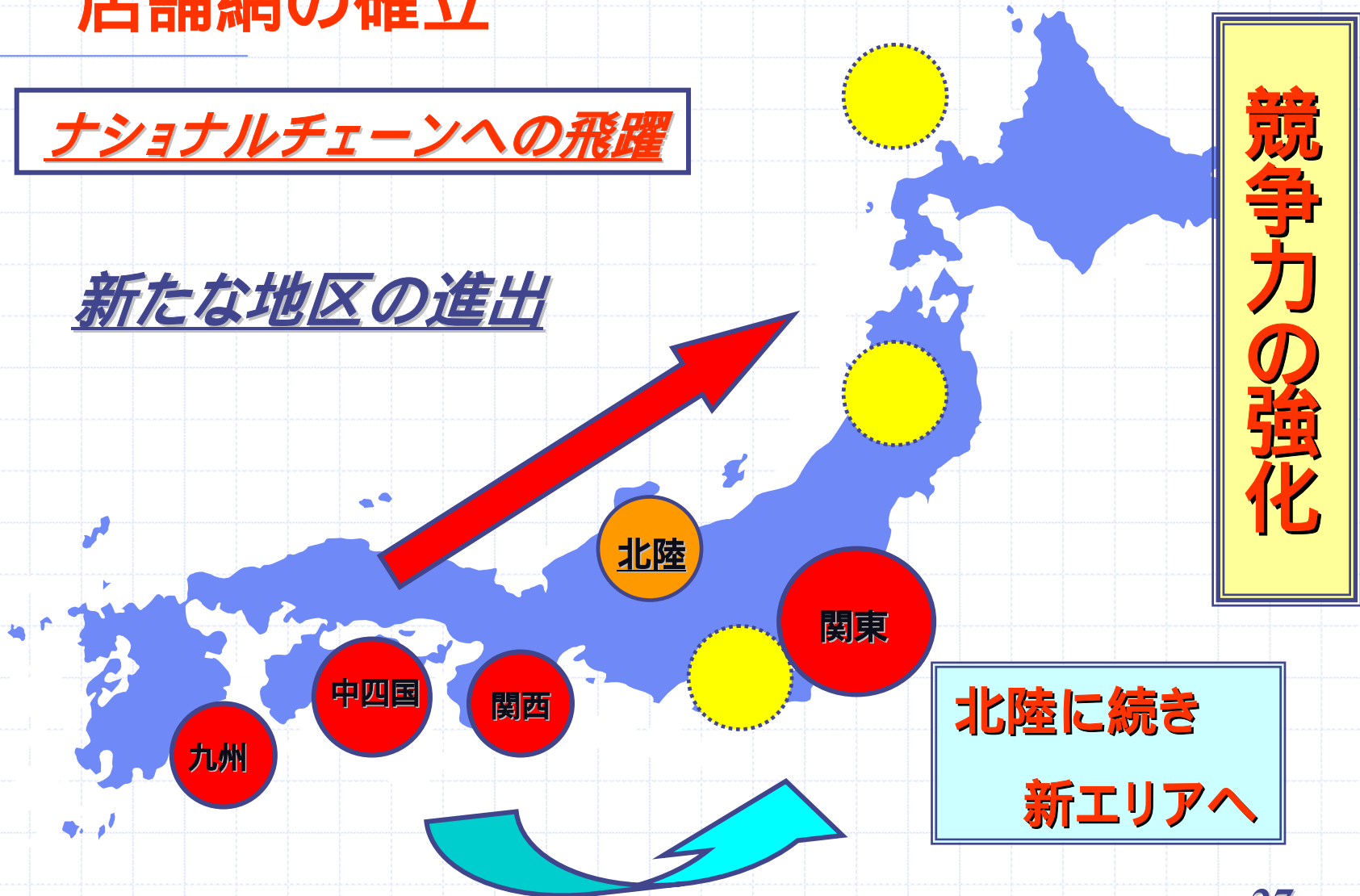
- ◆ 全国展開を見据えた店舗網の確立
- ◆ M&A戦略
- ◆ 利益倍増(Sタイプ店舗網の構築)

競争力の強化

店舗網の確立

ナショナルチェーンへの飛躍

新たな地区の進出



競争力の強化

北陸に続き
新エリアへ

M&A戦略

◆ M&Aの推進

- 業界シェアを確保し、ポプラのポジショニングを確立する

業界10%のシェアを確保目標

- そのためには現状の地区だけに留まっていたはいけない！
- 他地区へ進出のためにM & Aを推進します。



競争力の強化

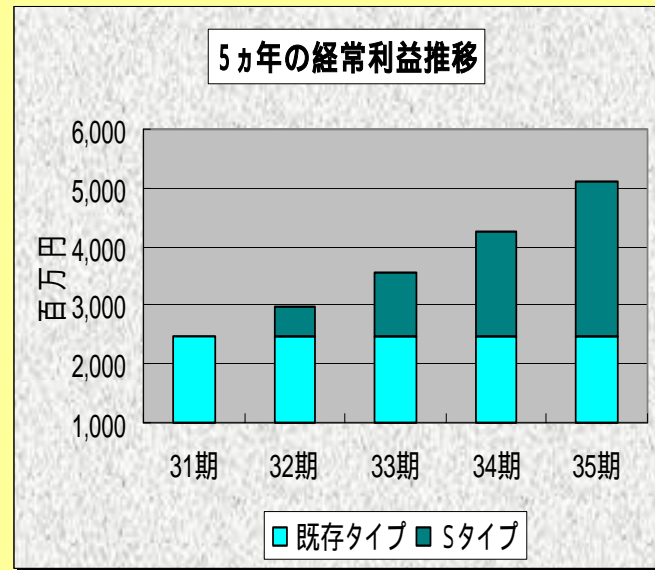
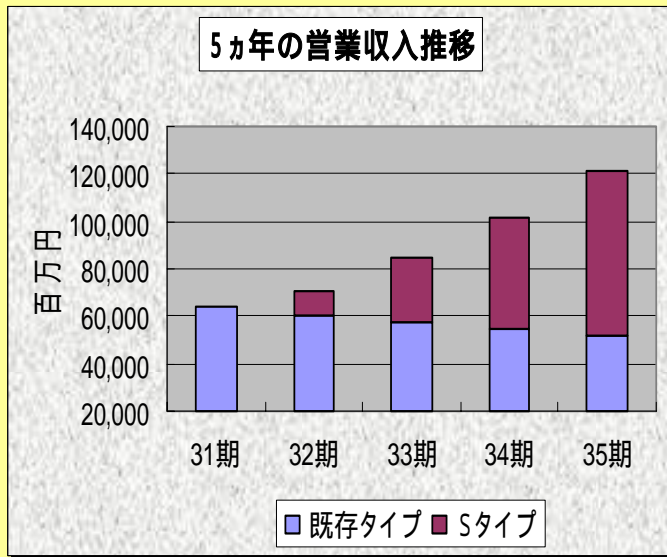
粗利分配制度のチェーンでは、不可能なM&A戦略を推進します！

利益倍増計画 (Sタイプ店舗網の構築)

競争力の強化

◆ 5年後の計画 (連結)

単位: 百万円



利益増加の要因

S-CVSの出店によって直営店舗網を構築

S-CVSの積極的出店、利益貢献

チェーン売上高の増加