



平成 27 年 9 月 18 日

各 位

会社名	株式会社 ポプラ
代表者名	代表取締役社長 目黒 真司 (コード番号7601、東証第一部)
問合せ先	取締役副社長 中間 昭登 (TEL 082-837-3510)

山陰地域におけるダブルブランド新設およびマイクロ・マーケット事業 における株式会社ローソンとの提携に関する基本合意のお知らせ

株式会社ポプラ（以下、「ポプラ」といいます。）は、株式会社ローソン（以下、「ローソン」といいます。）と 2014 年 12 月に資本業務提携（以下、「Alliance1.0」といいます。）いたしました。このたび、双方のチェンブランドの“強み”を相互活用し、さらなる経営体制の連携を強化するため、店舗レベルでの業務提携（以下、「Alliance2.0」といいます。）について基本合意書を締結しましたのでお知らせいたします。

記

1. Alliance1.0 の概況

Alliance1.0 として推進中の原材料、商品等の共同仕入、物流インフラの相互活用については、先行して取り組んだローソン留め型の 100 円菓子「おやつごろ」について PB 菓子カテゴリ前年比 110%と大幅な伸長を創出するほか、本流の共同仕入れ、物流インフラの相互活用については 2015 年 11 月から実験エリアである北陸地区での先行導入を開始し、2016 年 4 月までに全地域の移行を完了する予定であるなど、両社のリソースを共有することによる効率化を推進しております。

2. Alliance2.0 の概要

Alliance2.0 は、下記 2 分野における店舗レベルでの業務提携を想定しております。

① 山陰地域における「ローソン・ポプラ」ダブルブランドの新設

山陰地域では少子高齢化が加速しており、鳥取県や島根県では 2020 年までに人口減少が 5%程度進むと予想されています。購買力の流出にともない、地元小売業においては個社個別の物流・配送網の非効率性が増大し、店舗撤退が顕著になってきています。このため、山陰地域の地域生活インフラとして CVS に対する社会的要請が高まっている

るものと考えております。

このような背景のもと、ポプラとローソンは、山陰地域において新店舗ブランドとして「ローソン・ポプラ」と冠したダブルブランドを新設、共同運営会社を設立し、両社が持つ店舗インフラ・配送インフラの段階的な共通化を促進し、さらにスケールの効いた効率性の高い店舗運営体制を整えます。ダブルブランドの推進にあたっては、ローソンFCパッケージを活用し、ポプラの強みである”ポプ弁”も販売を継続いたします。

既存のポプラ加盟店は、自由意思でダブルブランドへの切替え又はポプラブランドの継続を選択できることとし、商圈に合った店舗ブランドを選択可能にします。ダブルブランド展開にあたっては、本年11月に先行実験店2店舗を目途にオープン予定としており、取り組み成果を検証しながら、2016年春以降、ダブルブランドへの移行を希望するポプラ加盟店舗についてのブランドチェンジを促進していきます。

また、山陰地域でローソンとポプラの店舗インフラ・配送インフラを共通化することで、山陰地域での急激な構造的変化への対応力を飛躍的に向上し、中長期的にも山陰地域での安定的な店舗展開を維持拡大できる体制を整えます。

なお、共同運営スキームについての具体的内容は、今後両社の別途の協議により決定いたします。

② 全国のマイクロ・マーケット（小規模商圈）事業の展開強化に向けた提携

工場・オフィスビル・学校・病院・駅などマイクロ・マーケット（小規模商圈）における売店規模の店舗ニーズは近年ますます高まっていますが、日販が小規模で低採算性であることからこれまでCVS各社は十分な店舗供給を出来ていない状況にあります。一方、ポプラが持つ売上ロイヤルティ制度は、日販が小規模な立地で採算性を確保しやすいことから、ポプラはこれまでもマイクロ・マーケットに積極的に出店を進めて参りました。今後、ポプラはローソンと協業で、ポプラブランド、生活彩家ブランドを活用して一層マイクロ・マーケットの開拓を促進していきます。

なお、マイクロ・マーケット店舗の拡大は2015年度30店舗、2016年度50店舗、2017年度以降は年70店舗を展開する予定です。

2. 日程

最終契約の締結や共同運営スキームの実行については、今後両社で別途協議の上決定いたします。

3. 今後の見通し

本提携が、ポプラの平成28年2月期の連結業績に与える影響は軽微なもの見込んでおります。

以上