



株式会社 ポプラ
第36期 決算資料

2010年3月1日 ~ 2011年2月28日

第36期 決算資料 (目次)

ACT on the **BASICS**

第36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36期の取組み

商品力・営業力の向上	9頁
商品政策	10頁
出店状況	14頁
社会・環境への取組み	15頁

第37期の計画

商品政策	17頁
基本方針	18頁
損益計画	20頁
出店閉店 / 既存店前年比	21頁
中期の事業方針	22頁



第36期(2011年2月期)の業績

第36期(2011年2月期)決算概要

ACT on the **BASICS**

単位：百万円

(連結)	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(%)
売上高	57,220	57,671	100.8%	100.0%
営業利益	409	330	80.6%	100.0%
経常利益	442	364	82.3%	100.0%
当期純利益	116	551	-	-
EPS(円)	11.73	55.71		

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	94,953	90,725	95.5%	100.0%
売上高	55,441	55,944	100.9%	100.0%
営業利益	449	381	85.0%	100.0%
経常利益	407	336	82.6%	100.0%
当期純利益	87	573	-	-
EPS(円)	8.80	57.93		

予算比は2011年4月1日に下方修正した見込みとの対比

【売上高】

7～8月は猛暑により好調に推移したものの、3～4月の天候不順やたばこ値上げに伴い禁煙者が増加したことによる客数減少の影響で前年比微増に終わりました。

【営業利益】

値入率の改善(単体通期+0.99%)の取り組みや業務の効率化を進めましたが、直営店の増加や10月～11月の低迷の影響で前年を下回りました。

【当期純利益】

繰延税金資産633百万円の取り崩しを行ったことにより、連結実績は551百万円となりました。

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
直営店売上	37,525	67.1%	34,801	107.8%
加盟店からの収入	2,588	4.6%	2,942	88.0%
卸売上	13,629	24.4%	15,517	87.8%
その他営業収入	2,200	3.9%	2,179	101.0%
営業収入合計	55,944	100.0%	55,441	100.9%

数字は個別業績

直営店売上は店舗が15店増加したことに伴い前年より7.8%増加いたしました。また、卸売上高は、卸通過対象外のたばこ売上の増加に伴い、減少いたしました。

出閉店

	実績	計画	差異	前年	前年差異
出 店	32	45	13	39	7
閉 店	37	45	8	35	2
期末店舗数	700	705	5	705	5

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いたしてまいりました。出店時期の遅れもあり結果として32店の出店、期末店舗数は700店舗となりました。

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2月 (35期第4四半期)	2010年8月 (36期第2四半期)	2011年2月 (36期第4四半期)
営業活動による キャッシュフロー	456	1,434	2,251
投資活動による キャッシュフロー	640	130	59
財務活動による キャッシュフロー	175	150	266
フリー キャッシュフロー	1,096	1,564	2,310
現金および 現金同等物残高	5,093	3,377	2,515

2010年2月期末日は銀行休業日

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。

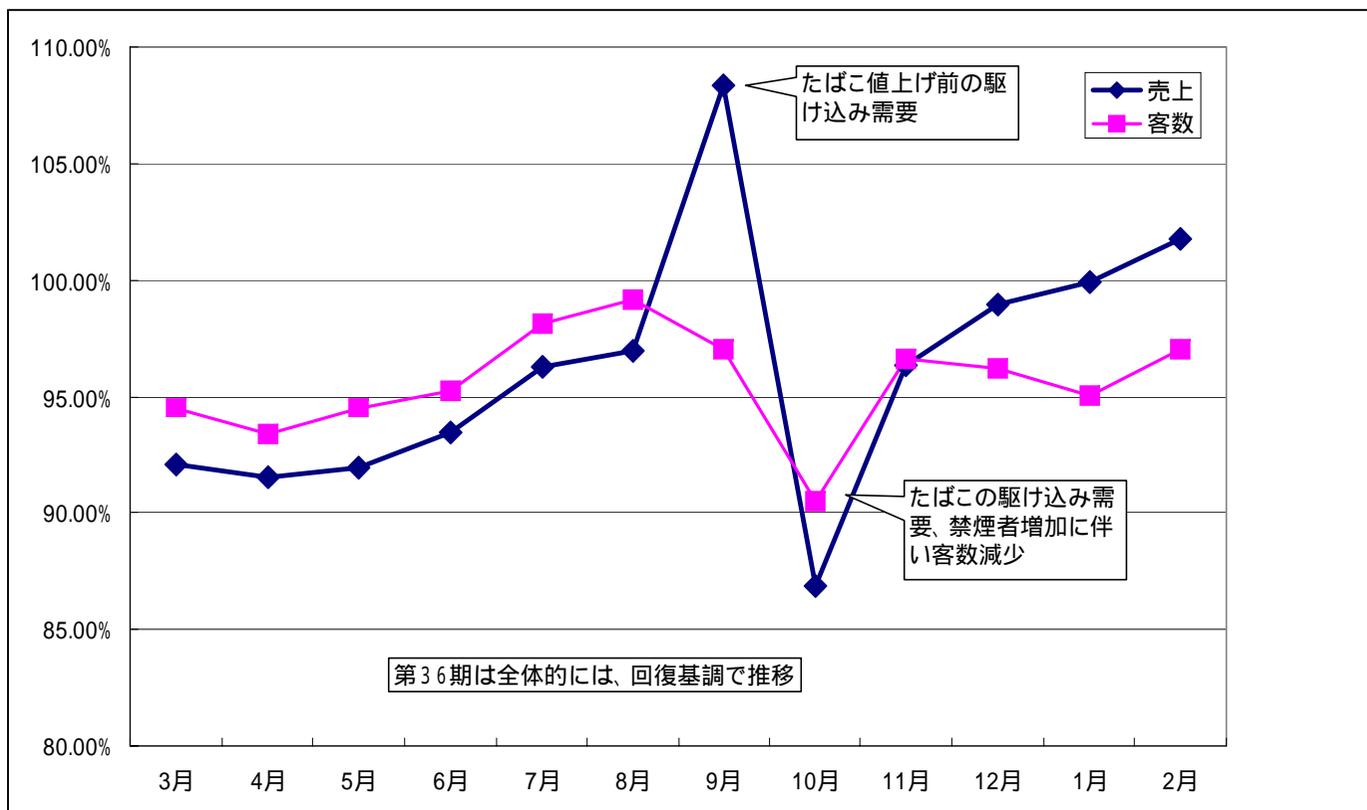
連結関係会社の状況

単位：百万円

会社名	売上高	経常利益	純利益
大黒屋食品	1,169	11	0
ポプラ保険サービス	24	9	7
キリン堂薬局	1,065	84	238
ポプラ不動産企画	8	1	1
その他の子会社	151	10	148
合計	2,417	73	82

キリン堂薬局については、2月1日にニュースリリースいたしましたとおり、棚卸資産の過大計上という不適切な会計処理があったことに伴い、前期損益修正損を計上しております。

既存店の状況



売上は全体的には回復基調での推移となりましたが、11月～12月は、たばこ値上げに伴い客数が低迷いたしました。





第36期(2011年2月期)の取り組み

商品力・営業力の向上

売上向上の源となる営業力・商品力向上の取り組み実施

PB商品の改善

リニューアルの実施

- ・ ベーカリー
メーカーとの取り組み
原材料にこだわり、根本的な改善を実施
- ・ ホットスナック
チキンナゲット「ポプナゲ」の販売開始
- ・ おむすび
高級おむすびの販売開始
- ・ ポプ弁
HOT弁当のリニューアル 「ポプ弁」へ呼称統一
- ・ PB菓子「くつろぎ選菓」
- ・ デザートブランド プチ・パティシエの投入

サービス分野の拡充

ATM導入店舗の拡充 36期末の導入率40.1%
Wi-Fiスポットの設置

地域密着商品の開発

ご当地グルメの商品化
地場企業とのコラボ規格
地産地消商品の販売

営業対策

発注精度の向上
接客向上の取り組み …… 接客マイスター制度の促進

P B 商品の開発

主力商品である米飯・FFのブランド展開

P B おむすび「おむすび日和」リニューアル



手巻き、直巻ともにデザインイメージを統一、具材の見直しを行い、定番の『紅鮭』『高菜』『紀州南高梅』『焼たらこ』の品質を向上 また、新たにちょっと贅沢な直巻おむすびをラインナップ



HOT 弁当をリニューアル



“店炊きごはんのHOT弁当”を「ポップ弁」という愛称とし、容器のベースカラーを統一、おかずの種類別に柄の色を変えることで、お客様が選びやすいデザインに変更

P バーガー

これまで様々なアイテム・価格で展開してきた人気ハンバーガーシリーズを、さらに「ジューシー感がたまらない！」をコンセプトにソース量アップや調理レシピの工夫などの改良



PB商品の開発

女性をターゲットにしたPBデザートやPB菓子パンのブランド展開

オリジナルドーナツ・菓子パン



オリジナルドーナツは、ターゲットである女性客を意識し、オレンジを基調としたパッケージデザインでバラエティ豊かなフレーバーで発売



オリジナルデザート プチ・パティシエ



定番のシュークリーム、エクレア、人気の「クリームロールケーキ」などを中心に、今回新たに発売する「なめらか半熟プリン」などを含め8種類を発売。関心の高まるデザート需要に対し、より満足いただける品質・品揃えで展開



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地域限定商品を販売

鳥取カレー倶楽部公認東伯鶏カレー

株式会社鳥取カレー研究所が販売しているオリジナルカレー
ルウ「鳥取カレーの素」を使用し、鳥取県東伯鶏のチキン竜田
をトッピング



ガイナレ鳥取応援弁当



ガイナレ鳥取」2ホーム開幕戦にあわせて「ガイナレ塚野
真樹社長お奨め応援弁当」と「ガイナレがいなチキンカツ
弁当」を発売

また、このお弁当の売上の一部をガイナレ鳥取に協賛



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:40.1%

- ・ Wi-Fiスポットの設置

ソフトバンクテレコムと連携し、iPadやiPhoneなどにて通信費無料でデータの高速度ダウンロードが可能な公衆無線LANスポットの設置を開始

- ・ GEO BOXの設置

常時1,000枚前後のDVDを在庫しているDVD自動レンタル機「GEO BOX」を実験的に導入



SoftBank



その他の施策

- ・ お得発見セール of 継続実施 …… 新規顧客の開拓
- ・ コーヒー定期券 …… 9月・11月に実施 今後も継続して実施
- ・ フライヤー導入の促進 …… カウンターFFの強化
チキンナゲット「ポプナゲ」発売開始

出店状況

36期は前期に引き続き、閉鎖立地商圈店舗や行政庁舎内、病院等への出店を促進いたしました

- 自衛隊基地・駐屯地への出店 -

- ・大津駐屯地店(滋賀県大津市)
- ・小松基地店(石川県小松市)
- ・海田駐屯地店(広島県安芸郡海田町)

- 職域施設内への出店 -

- ・コニカミノルタショップ八王子店(東京都八王子市)
- ・コニカミノルタショップ日野店(東京都日野市)
- ・新生銀行本店(東京都中央区)

- 行政庁舎内への出店 -

- ・立川市役所店(東京都立川市)
- ・横須賀市役所店(神奈川県横須賀市)

- 独立行政法人施設内への出店 -

- ・理化学横浜研究所店(神奈川県横浜市)

- 病院内出店 -

- ・宇部興産中央病院店(山口県宇部市)
- ・小倉記念病院店(福岡県北九州市)



環境への取り組み

【レジ袋の規格変更】

- ・9月より、サイズと強度を保ちつつ肉薄化を実施いたしました。
これに伴い、チェーン全体で年間約16トンの重量削減となります。
また、レジ袋ご不要の方への声かけ運動で、レジ袋削減に取り組んでおります。

【割り箸の規格変更】

- ・10月より、お弁当などをお買い求めのお客様へお渡しする割り箸のサイズを小さくいたしました。
割り箸のサイズを長さ1cm、幅1mm短くし、1膳あたりの木材使用料を14%削減、これにあわせ、外装フィルムの使用量を約28%削減いたしました。

【広島市とエコパートナー協定締結】

- ・地球温暖化問題やエネルギー問題、ごみ問題を解決し、より良い環境を子供たちに引き継ぐことを目的に、市と事業者が連携・協力して取り組みを進める「ひろしまエコパートナー協定」を締結いたしました。

【電気自動車充電器の設置】

- ・広島県が進める「ひろしまEVタウン推進事業」に参画し、電気自動車用の充電器を三原本郷店(広島 県三原市)に設置しました。





第36期下期(2011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く」

- ・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。

PB商品の更なるアップ

- ・ 原材料・素材のクオリティアップ
- ・ ニーズ、価格、品目の見直し

商品力アップのための
インフラ整備

- ・ 最新設備による差別化商品
- ・ 弁当主菜の原料品質向上
- ・ できたて弁当の多店展開

利益の改善

- ・ 0.3%の粗利改善
- ・ 最新設備による差別化商品

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**)
- ・新規オーナーを獲得するために加盟店説明会を実施

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

発注精度の向上による機会ロス低減、加盟店支援の充実など店舗の営業力強化への取り組みを実施するとともに、サービスの充実を図る

ATM

全店導入率50%超を目標

電子マネー

WAON導入、鉄道系電子マネー導入店拡充

フライヤー

導入店舗の拡充、新商品開発

ポイントカード

早期導入を検討

商品・サービスの付加により店舗営業力を向上



地域のお客様に支持される店舗

加盟店支援

競合店対策支援・発注支援など

地域商材

特産品、地域ヒット商品
地場食材商品の開発

医薬品販売

コンビニ&ドラッグの推進

その他

新サービス、新カテゴリー

損益計画

(連結)

単位:百万円

	2011年2月期			
	上期実績	下期見込	通期	前期比(%)
売上高	29,677	27,892	57,569	99.8%
営業利益	440	59	499	151.2%
経常利益	453	64	517	141.9%
当期純利益	693	239	932	-

(個別)

単位:百万円

	2011年2月期			
	上期実績	下期見込	通期	前期比(%)
チェーン売上高	46,889	44,722	91,611	101.0%
売上高	28,848	27,027	55,875	99.9%
営業利益	469	82	551	144.4%
経常利益	455	53	508	151.1%
当期純利益	665	243	908	-

資産除去債務に関する会計基準の適用に伴い、販売費及び一般管理費(36百万円)、特別損失(798百万円)

法人税等調整額(84百万円)がそれぞれ計上されることなどにより、当期純利益は 932百万円を見込んでおります。

出閉店の計画

通期計画35店舗の出店を目標とし、小商圈立地や閉鎖商圈立地、職域内などへの出店を促進する。

- ・法人オーナー、複数店オーナーの開拓

閉店は35店舗を予定

既存店対策を推進し店舗収益の改善に努める

- ・加盟店支援の促進
- ・値入率改善による店舗利益向上

既存店前年比

既存店売上は若干の回復基調で推移していることと、加盟店支援の促進、発注精度の向上、商品力向上等による売上確保を含め、通期101.1%を計画

上期：101.5% 下期：100.6%



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

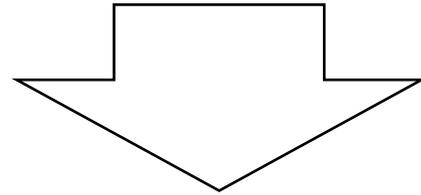


都市型、限定商圈立地
差別化商品の品揃え

「中期の事業方針」

ACT on the **BASICS**

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>