



第34期(2009年2月期)決算説明会資料

2009年4月17日

株式会社ポプラ

Change the
NEXT

第34期(2009年2月期)決算概要



単位:百万円

(連結)	2008年2月期	34期期末(2009年2月期)		
	昨年実績	実績	前期比	予算比
売上高	62,333	62,020	99.5	100.5
営業利益	734	754	102.7	90.1
経常利益	810	824	101.7	93.6
当期純利益	75	2,869		
EPS(円)	7.53			

単位:百万円

(個別)	2008年2月期	34期期末(2009年2月期)		
	昨年実績	実績	前期比	予算比
チェーン売上高	104,161	104,768	100.5	99.4
売上高	60,656	60,109	99.1	101.1
営業利益	758	755	99.5	91.3
経常利益	795	783	98.5	92.4
当期純利益	68	2,933		
EPS(円)	6.88	-		

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
卸売上	18,252	30.4%	20,278	90.0%
直営店売上	36,343	60.5%	34,647	104.9%
加盟店からの収入	3,271	5.4%	3,402	96.1%
その他営業収入	2,241	3.7%	2,329	96.2%
営業収入合計	60,109	100.0%	60,656	99.1%

- ・Taspō導入による「たばこ」および「たばこ関連商品」の売上増加と7月の猛暑による売上増加。
- ・不採算店舗の閉店を積極的に実施し店舗数が減少したことで営業総収入は前年の99.1%。

出店閉店の状況

34期

	実績	計画	差異
出 店	19	39	-20
閉 店	73	77	-4
期末店舗数	701	717	-16

- ・新規出店優先から既存店舗の再建優先に一時的な軌道修正
- ・タスポによる売上上昇で加盟店解約は減少したが、不採算店舗の積極的な閉店を実施したため閉店総数は、ほぼ予算並み。

特別損失の計上

減損損失の内訳

単位:百万円

	2009年2月期
直営店舗減損損失	2,600
土地	324
子会社	115
のれん	74
その他	43
合計	3,156

科目別内訳	単位:百万円
建物および構築物	2,075
器具備品	342
土地	319
その他	420
	3,156

今回の減損損失等の計上により、下期以降の経営基盤の安定化に寄与するとともに健全な財務体質を目指します。

特記事項

- ・直営店舗245店舗のうち、現在および将来的に赤字が予測される店舗を対象。
- ・すべての連結子会社についても資産再評価を実施。
- ・自社所有すべての土地・その他資産の再評価を実施。

連結子会社の状況

単位:百万円

会社名	売上高	経常利益	純利益
大黒屋食品	1,215.1	6.0	3.0
ポプラ保険サービス	22.1	6.7	4.6
キリン堂薬局	1,400.8	10.3	13.4
ポプラ企画	34.3	11.1	11.2
子会社計	2,672.4	13.5	25.5

合計には一部清算済の酒子会社4社含む

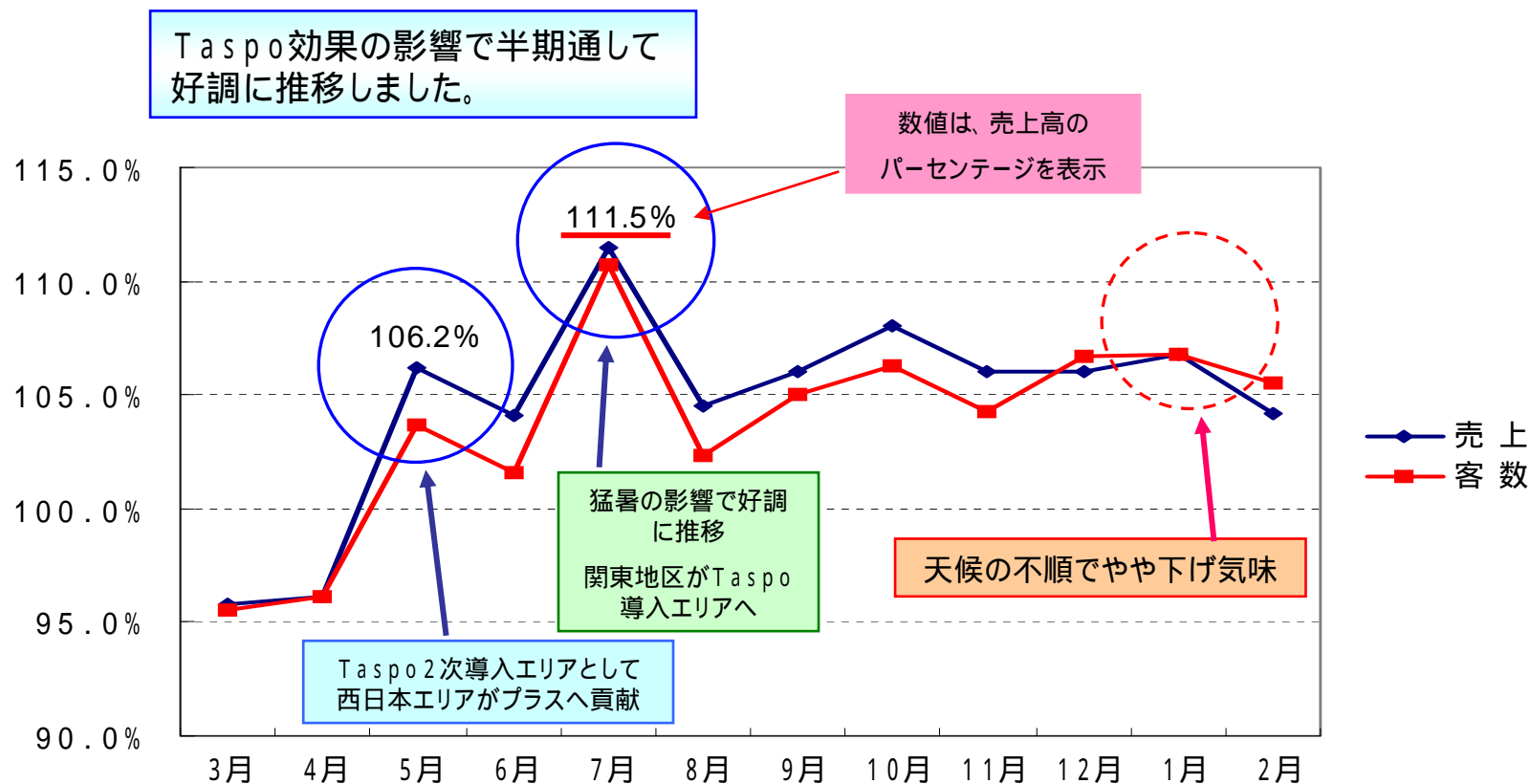
キャッシュフロー

単位:百万円

	2008年2月期 (33期期末)	2008年8月期 (34期中間期)	2009年2月期 (34期期末)
営業活動による キャッシュフロー	2,241	7,045	5,313
投資活動による キャッシュフロー	2,279	4,327	1,189
財務活動による キャッシュフロー	486	175	223
フリー キャッシュフロー	38	2,718	4,124
現金および 現金同等物残高	2,466	5,008	6,366

2008年8月および
2009年2月は末日が
銀行休業日

既存店前年比の推移



既存店前年比 106.5% (46ヶ月ぶりの既存店前年比プラスへ)

Taspo効果が他カテゴリーに波及したために大幅なプラスへ
特に客数が前年をクリアしていることが特筆すべきポイント

1、資産の再評価実施

- ・ 土地、子会社、投資株式、店舗などの再評価を実施、減損・評価損を計上直営店で対象としたのは245店中206店舗
- ・ 不採算店舗73店の閉鎖（直営店45店、加盟店28店）

直営店閉鎖に伴う35期効果は、2.2億円

2、インフラ整備

- ・ 工場、センターの改修と新規設備の導入（約2億円）
新型おにぎり成型機などの導入、販売時間見直しのための設備改修
- ・ 物流の見直し

3、加盟店対策

- ・ 経営支援の実施
加盟店への援助、補填による改修・改装の促進（140店舗）、

4、本社への機能集約による効率化

- ・商品部門、システム部門を本社に集約（35期への効果は1.2億円/年）
 - 地区本部商談体制から本社集中によるコストダウンとスケールメリットの追求
 - 地区別配置のシステム担当を本社へ集中させコストダウンを図る

5、新人事制度の導入（2008年9月実施）

- ・人材育成と社員の労働意欲向上を目的

6、ユニフォーム変更、マニュアル刷新

- ・2009年2月、ユニフォーム変更
 - 従業員意識の変更とイメージチェンジを目的（約3千万円）
 - ・マニュアル刷新
 - 従業員教育マニュアル
 - SVマニュアル
 - 店舗運営マニュアル、等
- 教育的徹底による接客レベル向上、店舗管理能力の向上

第35期通期(2010年2月期)決算の計画

Change^{the}
NEXT

単位:百万円

(連結)	2009年2月期	35期(2010年2月期)		
	昨年実績	(中間期)	期 末	前期比
売上高	62,020	31,246	61,031	98.4
営業利益	754	622	878	116.4
経常利益	824	635	905	109.8
当期純利益	2,869	115	170	
EPS(円)		11.66	17.21	

(個別)	2009年2月期	35期(2010年2月期)		
	昨年実績	(中間期)	期 末	前期比
チェーン売上高	104,768	51,655	100,607	96.0
売上高	60,109	30,444	59,393	98.8
営業利益	755	620	856	113.3
経常利益	783	636	889	113.5
当期純利益	2,933	158	196	
EPS(円)	—	16.00	19.87	

出店閉店の計画

	出 店	閉 店	純 増	総店舗数
上 期	27	23	4	705
下 期	18	13	5	710
通 期	45	36	9	710

34期は出店を抑制し、社内基盤の整備を重点的に行ったが、35期は積極的に出店を実施。

既存店前年比の計画

通期計画 97.5%

(上期 : 98.5% 下期 : 96.5%)

タバコ売上は、前年100%で推移すると予測、個人消費の低迷感、商品の低価格化等を考慮し堅実な数値とした。

配当の計画

中間配当金：1株当たり5円、期末配当金：1株当たり5円、年間1株あたり10円を予定



「34期の振り返り」

Change the
NEXT

資産の再評価実施

- ・減損、評価損の計上
- ・不採算店の閉鎖

インフラ整備

- ・工場、センターの改修、新規設備の導入
- ・物流の見直し

加盟店対策

- ・経営支援の実施

本社への機能集約による効率化

- ・商品部門、システム部門を本社集約

新人事制度の導入

ユニフォームの変更、マニュアルの刷新



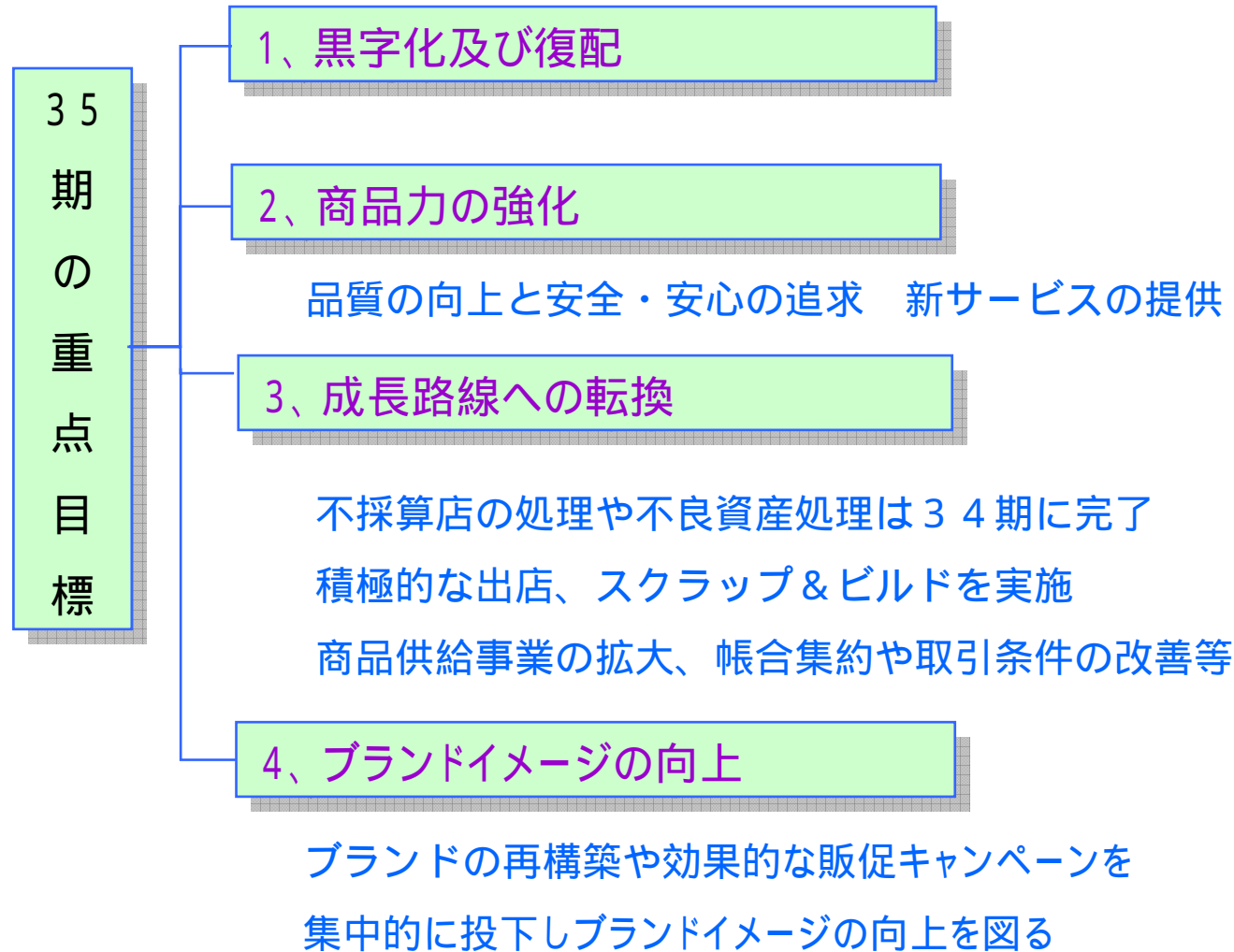
ホームページへの掲載事項
当店は、お客様の来店をより快適にするため、最新の設備を導入し、サービスの向上を図っています。また、お客様の安全と安心を確保するため、最新の設備を導入し、サービスの向上を図っています。また、お客様の安全と安心を確保するため、最新の設備を導入し、サービスの向上を図っています。



「35期の取組み」

Change the
NEXT

第35期の取組み ~ 重点目標 ~



第35期の取組み

1、黒字化及び復配

34期最終赤字から
35期黒字化・復配へ

配当計画

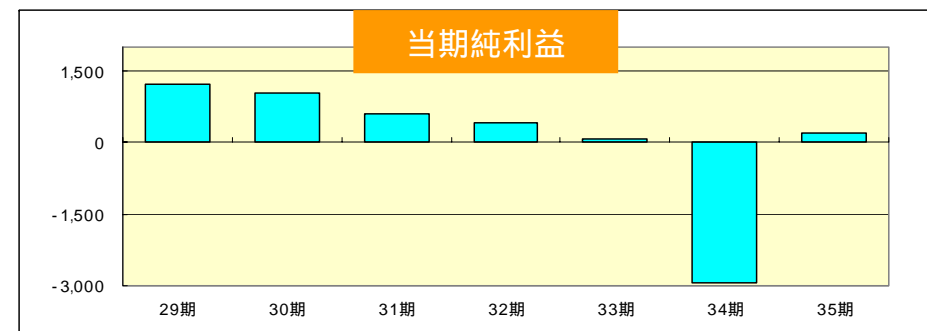
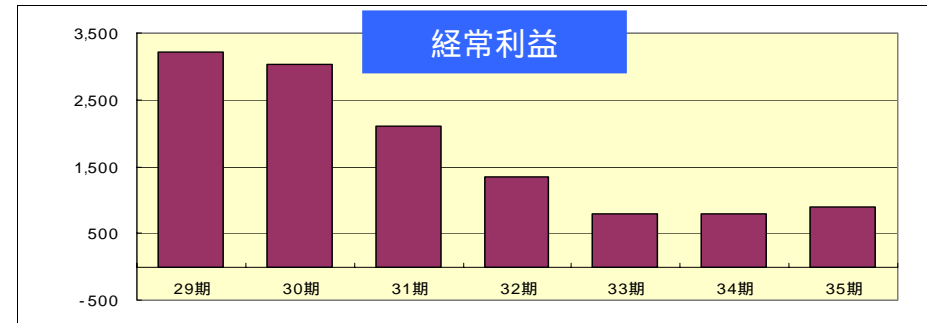
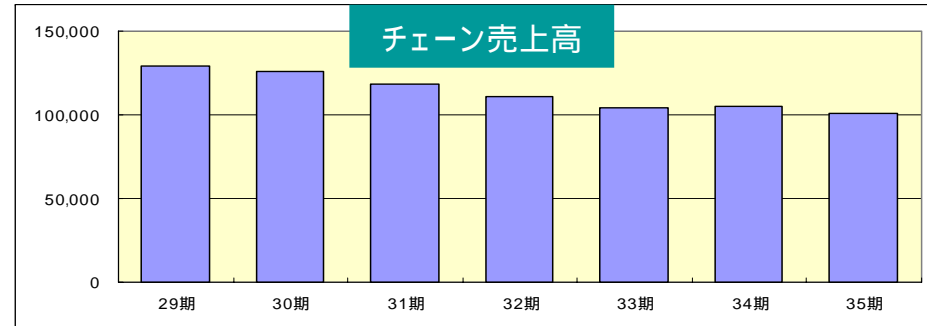
第2四半期 5円

第4四半期 5円

通 期 10円

配当の状況

	29期	30期	31期	32期	33期	34期	35期
上期	11	12	12	12	12	0	5
下期	12	12	12	12	12	0	5
通期	23	24	24	24	24	0	10



第35期の取組み

2、商品力の強化

1、品質の向上と安心・安全の追求

販売時間の見直し： インフラ投資による消費期限の見直しによるチャンスロスの低減

HOT弁当： 新型容器導入により、つゆ・ソースたっぷりメニューの導入が可能
中サイズの開発（HOT中町）、定番商品の全エリア投入へ

販売価格帯： 290～390円ラインの充実、500円以上の価格帯にプラス付加価値

FFの強化： フライヤーの導入によるファーストフード商品の拡充
（140店舗導入済）

おにぎり全面リニューアル：手巻き、俵むすび、サンドむすび、
贅沢素材むすび等を続々投入

サンドイッチ： 安心・安全の追求・保存料、合成着色料、イーストフード、
乳化剤不使用化へ

第35期の取組み

2、新サービスの提供

コニカ・ミノルタ製マルチメディアコピー機への切替

(4月～6月)

チケット予約販売などのサービス拡充

タバコ新什器の導入

(6月～順次導入)

ヤマト運輸へ宅配業者を集約

メール便の導入予定

インターネットサービスの取扱い

電子マネーの導入実験



第35期の取組み

3、成長路線の転換

1、積極的出店

第35期は、45店舗の出店予定

売り上げ実績のある既存店舗の移転、敷地拡張による建て替え等を促進

職域内店舗や大規模病院内店舗等の開拓・加盟促進

- ・ 大師PA店
- ・ 沼田PA下り店
- ・ 関東管区警察学校店
- ・ 富山市役所店
- ・ 台東病院店
- ・ トルナーレ浜町店
- ・ 関門医療センター店
- ・ 福岡青洲会病院店

4月オープン予定

- ・ 浦安市川医療センター店
- ・ 平和島PA下り店

通常店舗に加え職域内やモールなど出店を進める

看板替え

他社Aタイプオーナー変更

過去5期の出閉店実績と35期計画

	30期	31期	32期	33期	34期	35期
出店	98	81	33	28	19	45
閉店	133	94	67	57	73	36
純増	35	13	34	29	54	9
店舗数	831	818	784	755	701	710

最近の出店の状況(限定商圈立地)

Change the NEXT

官庁・病院立地

- ・関東管区警察学校店(東京小平市)
- ・台東病院店(東京都台東区)
- ・トルナーレ浜町店(東京都中央区)
- ・福岡青洲会病院店(福岡県糟屋郡)
- ・富山市役所店(富山県富山市)
- ・関門医療センター店(山口県下関市)

【4月オープン予定】

- ・浦安市川医療センター店(千葉県浦安市)
- ・16号八千代北SS店(千葉県八千代市)



最近の出店の状況(自動車道PA立地)

Change the NEXT

山陽自動車道・首都高速道路

・ハイウェイ彩家 沼田PA(下り)店(広島県広島市) 4/10 Open



・生活彩家 大師PA店(神奈川県川崎市)

4/1 Open



・4月下旬 平和島PAに出店予定

第35期の取組み

4、ブランドイメージの向上

1、ブランドの再構築

- ポプラ 生活彩家のブランドの確立
- 差別化商品の探索及び投入
- 立地に合わせた品揃えの見直し
- 女性・ファミリー層に対応した商品の探索

2009年度中を目処にブランドによる差別化を明確にし、
ブランドを再構築する



- 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



第35期の取組み

2、販促活動

地域貢献活動の参画や効果的な販促キャンペーン

地域貢献活動などの参画

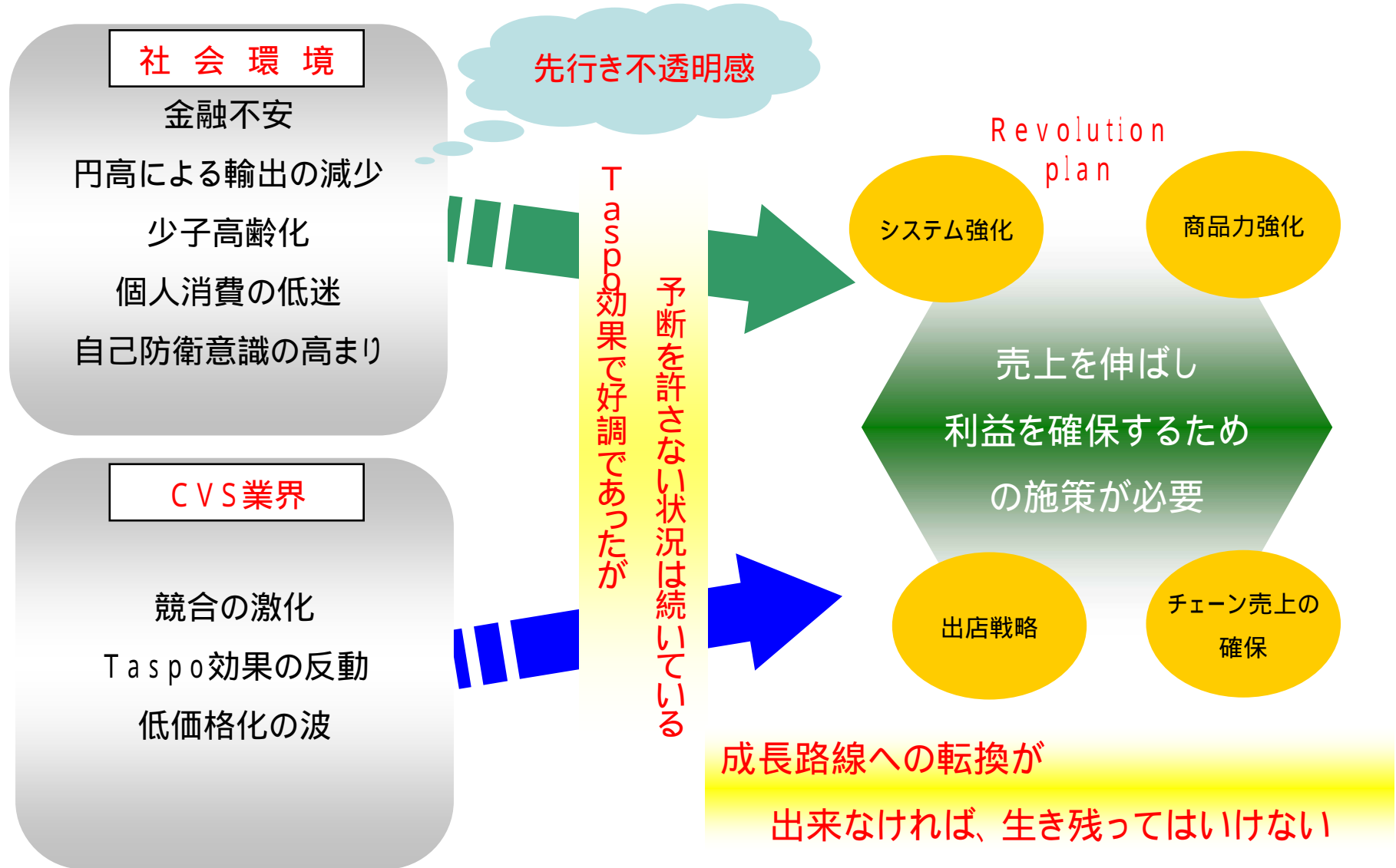
- ・ 人気アニメや地域に合わせた地域別の販促キャンペーンの実施
- ・ 地区限定販促キャンペーンの積極的展開



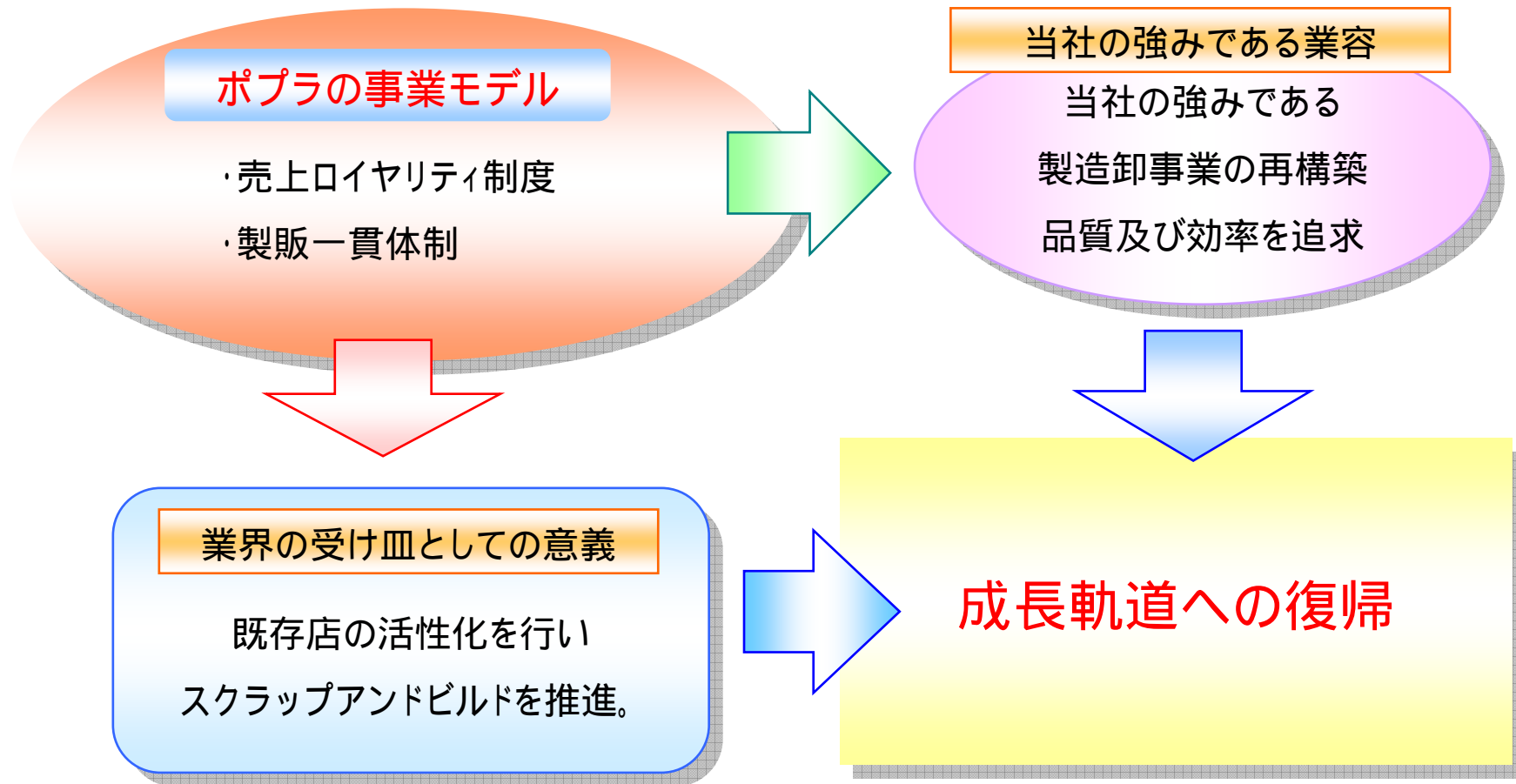


「中期経営計画」

Change the
NEXT

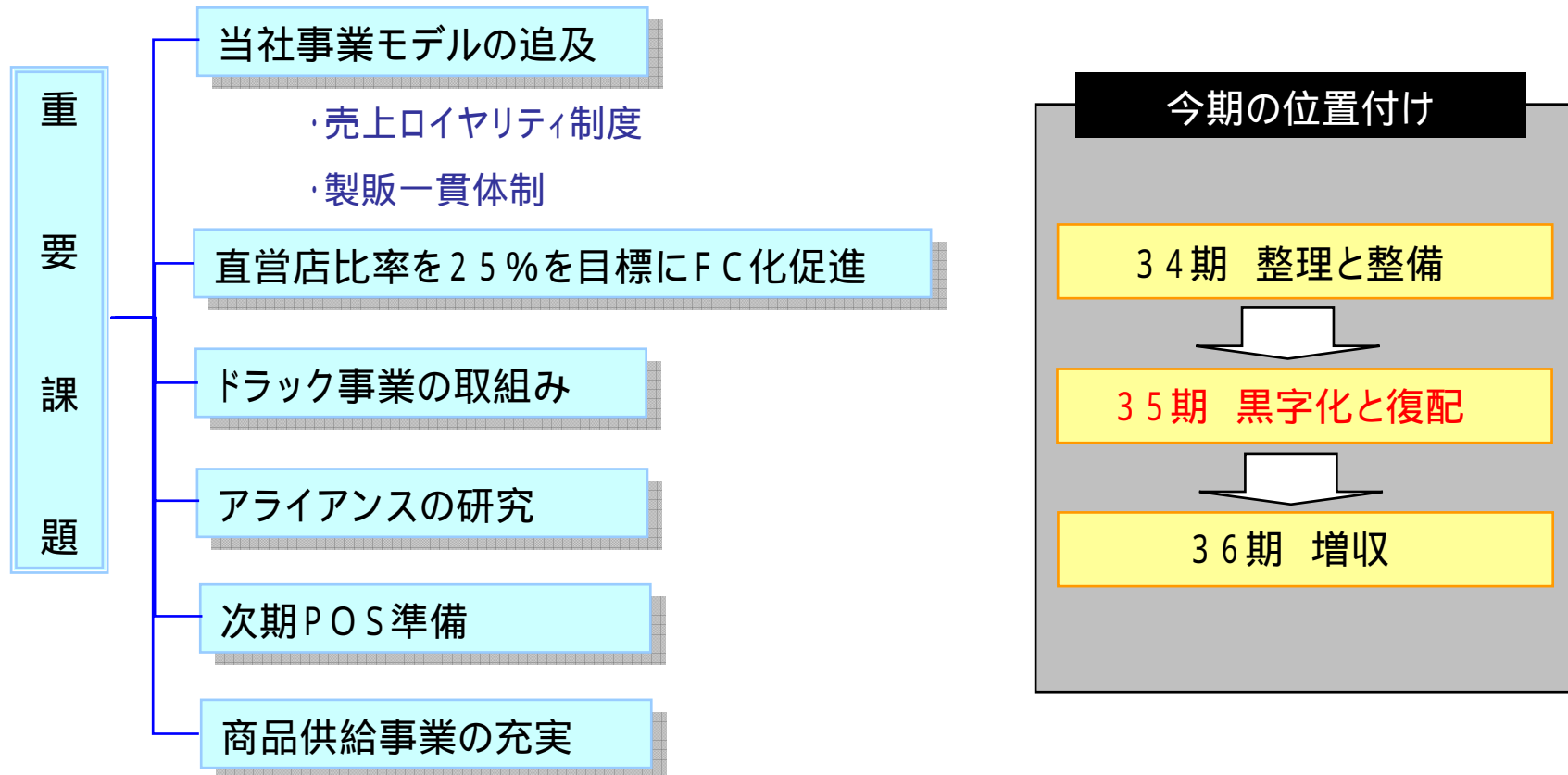


当社の強みである売上ロイヤリティ制度・製販一貫体制をブラッシュアップすることにより、業界の受け皿となりうるチェーン展開を目指し、成長軌道へ復帰するための施策を行う。



目標とする経営規模

店舗数 800店 ・ チェーン売上高 1,200億円



- 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>