

2019年6月期 第3四半期決算説明会 質疑応答要旨

決算説明会における質疑応答（要旨）を記載しております。
ご理解いただきやすいように内容を一部加筆及び修正しております。

Q1. 当第3四半期における消費環境や価格競争環境はいかがでしたか？

A： ディスカウントストアとしての当社における消費の中心は食品などの「生活必需品」です。「同じものであれば安く」「同じ価格であれば付加価値があるもの」をお買い求めになるお客さまが増えている印象を持っています。

Q2. 時計・ファッションを含む在庫水準はいかがですか？

A： 率直に申し上げますと、売れたもの売れなかったものの差は拡大しています。
インバウンド消費が牽引した化粧品や医薬品は好調であった一方、季節商品や販売タイミングを逸して滞留した商品もあります。
スロームーブ商品在庫の処分を積極的に行ってまいりますので、6月の決算期末の際に状況についてアップデートいたします。

Q3. 経常利益の予想を20億円上方修正した要因はドン・キホーテ側にあるのかユニー側にあるのかどちらでしょうか？

A： 第3四半期までの進捗状況が予想を上回る水準で推移したことから上方修正しました。ユニーグループにおいてコストコントロールが進み、売上高が堅調に推移していることから、上方修正しました。

Q4. 第3四半期の(株)ドン・キホーテは減益となったようですが、その理由は何ですか。
また、減損損失の中身について教えてください。

A: (株)ドン・キホーテは商品開発やデジタル開発の担当部署など、リテール事業における本社機能を担っていることから、ラインスタッフが多数在籍しております。また、店舗数や業容拡大に応じて、PPIHに支払う「経営指導料」が増加していることが要因です。
減損損失が増えた理由は、ユニーグループが加わって店舗数が急増したことから、グループ内競争を見込んで将来的な収益計算を行ったためです。
さらに、小型店の閉鎖を進めて中期的なスパンで見積もった結果、減損損失が100億円強となりました。

Q5. 2019年に転換しているダブルネーム店舗の実績進捗はいかがですか？

A: 転換店はいずれも、開店後1ヵ月～2ヶ月後は転換前と比較して、2倍～2.5倍の売上高を計上しています。2カ月経過した以降の売上高は1.5倍～2倍を達成しております。客数及び粗利高は1.7倍～2倍となっております。
転換後2年目の店舗においても順調に推移しており、1年目と比較して粗利率が改善しております。

Q6. 今後の人的資源に対する投資はどのようになりますか？

A: 今後も積極的に人員体制を強化することで、ライバル店からシェアを奪う方針です。コスト抑制を行うのではなく、コストをかけてトップライン及び粗利を伸ばす考えを持っております。
さらに、ユニー社員の成長が著しく、「権限委譲」や「個店対応」を取り入れながら、ユニー社員が中核となって運営している店舗もあります。メイト従業員（パート・アルバイト）にも権限委譲しながら戦力化を図り、生産性向上を実現する考えでおります。

Q7. ドン・キホーテの組織体制変更の効果と現場の変化について教えてください。

A: 組織体制の変化として、従来60支社体制であったものが20になり、「営業本部」という名称を「営業サポート本部」に変更しました。従来「支社長」という役職は「PEO (Philosophy Executive Officer)」となりました。
組織は活性化しており、既存店売上高成長率の復調につながっております。

Q 8. (株)ドン・キホーテの利益は下期以降、回復しますか？

A : (株)ドン・キホーテはリテール事業の本社機能を担っており、ラインスタッフが多数在籍していることから、増収の一方で利益が10%程度ダウンする傾向は今期中において変わりません。

Q 9. 5ヵ月後に消費税増税を控えています。増税前後における現在の方針や見通しは
いかがでしょうか？

A : 攻めの姿勢を貫いて競争に勝ちに行くことを基本方針としております。30期連続増収増益はもちろんのこと、さらにお客さま満足度を高めながら連続増収増益記録を更新してステークホルダーの皆さまの期待に必ずお応えしてまいります。

以 上