

2020年6月期 本決算説明会 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。

Q 1. 次期の営業利益の予想において、国内リテールにおけるドン・キホーテ、ユニー、UDリテールのそれぞれの内訳を教えてください。

A : 国内リテール全体で見ますと、免税に係る営業利益のマイナス影響110億円とドイトの事業譲渡及び99イチバの株式譲渡によるマイナス影響2億円がスタートポイントとなりますが、様々な施策で100億円挽回する計画です。リテール別では、ドン・キホーテは前期比フラット、ユニーは約70億円減（業態転換推進の影響）、UDリテールは53億円のプラスとみております。

Q 2. コロナの環境下において、何をチャンスとして捉えていますか？

A : コロナの環境下でお客様の行動が大きく変わってきている時に、本当に個店主義を貫かないと様々なアンマッチが起きてしまうと考えております。変化対応業である私たちは、そういった変化に対応をしていくことができると考えております。

Q 3. 都市部と郊外、ドン・キホーテとユニー業態など、出店におけるエリアや業態の考え方について教えてください。

A : お客様がどう行動をするかというのは変化に対応をするということではわかりません。そのため、お客様の多様なニーズに応えられる店舗フォーマットの構築が重要だと考えております。
現在はUDリテールにおいて業態転換を促進しておりますが、さらにユニーが展開を始めたNew GMSで新しい方策を取れるようになってくれば、より多くの商圈をカバーできるようになると考えております。

Q 4. 2024年6月期においてユニーとUDリテールを合わせて、営業利益200億円増益を計画していますが、進捗を教えてください。

A : 順調に進捗しております。
ただし、業態転換店舗数の見直しや、New GMS構想の展開など、施策の内容は状況に応じて変化していくべきと考えております。

Q 5. AIによるプライシングについて、導入スケジュールや効果について教えてください。

A : 今年（暦年）中に、ユニー及び駅前等の一部特殊店舗を除く国内全店へ導入を計画しております。ドン・キホーテは1店舗で5～10万アイテムの商品を取り扱っており、ロングテール商品に対する回転率の向上などを見込んでおります。
定量的な効果については、事業の進捗をみて、発表する予定です。

Q 6. ドン・キホーテのアイデンティティとして都市部での圧縮陳列による雑多感などが挙げられるが、コロナによる密を避ける生活が続くと、このアイデンティティに影響は出てきますか？

A : 真ん中にあるものは価格です。これは今の社会の変化にも合っていることであり、また提供できるプレーヤーも限られております。
しかし、私たちはあくまでもお客さまにドライブがあると考えており、私たちの価値観をお客さまに押し付けるものではありません。
顧客最優先主義を徹底すれば、形は自ずと出てくるものと考えております。

Q 7. コロナ禍でeコマースが活況になっていますが、PPIHにおけるECの考え方について変化があるか教えてください。

A : 時代の変化に対応すべく、今期中に小規模での試験運用を始めることを検討しております。

以上