

2022年6月期 第2四半期決算説明会 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. ディスカウント事業について、店舗や MD、PB と色々行ってきた改革の手応えは、どれほどでしょうか。また、今後 1-2 年の方針がクリアになったのでしょうか。

A: PB は数値にも変化が出ています。コロナ禍の状況が 8 月と比べて年末は良くなっていること以上に、中身が変わっていて現場の活気も感じています。

また、現場である営業と MD という部分はクリアになっており、そこにデジタルや金融をどう組み合わせるか、掛け算をしていく必要があります。労働分配率や、労働生産性、今後物価上昇の予測の元、プライシングをどうするのかといった議論を進めている状況です。

Q2. GMS 事業について、来年以降、現在の下準備がどのように収益につながっていくか、どの様な姿を描いていますでしょうか。

A: 元々今期は、上期の苦戦を見込み、予算段階で厳しい見立てをしています。上期はコロナ禍で跳ね上がった数値に対する前年比で、これを下期で取り戻していくスケジュールで組んでいます。

来期に向けての準備は、やりながら発見していくので、スピード感がない部分もあるかもしれません。当初はディスカウント事業に引きずられる部分がありました。

特に上期で、価格を下げた結果、粗利率を低下させました。ここから分かったことが、GMS には GMS の商売がしっかりあるということです。低価格帯の戦いではなく、中価格帯、高価格帯の価値を訴求し、安く見せるべきものは安く見せる商売をしています。

色々改装をする中で、店舗の改装に加えて販売する商品、販売する人財の三位一体の改革を進めていかないと、新しい GMS にならないというのが、社内の共通の価値観として持っています。

これができると、粗利率の部分でディスカウント事業と比較する必要がなくなります。ディスカウント事業とは違うやり方で、どうやって粗利を伸ばせるか、下期から来期に組み立てたいと考えております。

Q3. GMS の改装を大型のものから、小さいものに絞ったのは、どういった背景でしょうか。大型の箱の改装をしても、商品や人財が伴わないと効果がないのであれば小規模で済ませるという考えでしょうか。

A: 大型の GMS で、それぞれのパターンを、一通り改装しました。その改装でも成功と失敗がありました。商品と、人財の育成が伴わなくてはならないと考えています。この3つのスピード感がまとまれば大型店の改革も行っていますが、それまでは、やれることからやっていくことが、足元の数値を上げる近道と考えているためです。

Q4. Gelson'sが入り、ディスカウント事業、GMS 事業の在庫がどういった水準になりますでしょうか。評価の引き当ては例年に比べてどうでしょうか。

A: 連結の在庫は約 138 億円増加しております。このうち 120 億円は新店によるものです。Gelson'sの在庫が約 50 億円あります。既存店は、ディスカウント事業で約 50 億が、商品回転率の改善により減額しました。

引当金は前期比で数億円程度増えています。下期の重点施策である商品改廃、「興味期限」の施策で、前期ほどの水準まで戻していくことを考えております。

Q5. 上期の販管費が、業績予想比で約 71 億円抑制されていますが、どの様な内訳でしょうか。期ズレがあり、下期がプラスになる要素はないでしょうか。もしくは、更なる抑制の余地はありますか。

A: 販管費の部分で、業績予想比で約71億円差がある中で、ディスカウント事業で約50億円、抑制できています。販管費がコントロールできていることが最大の要因です。期ズレとして下期に悪影響を及ぼすものではありません。

Q6. ディスカウント事業での、販管費がコントロールできているとのことですが、内訳について教えていただけますでしょうか。

A: 大きな内訳としては人件費です。コントロールによって、予定よりも使っていないとお考え下さい。

その他はホールディングス経費の抑制から、配賦費用が減少した影響等もあります。

Q7. 下期も、引き続き経費の抑制がされると、通期では従来計画比で100億円ほど削減は達成可能とお考えでしょうか。

A: 販管費は状況に応じて使ってまいります。

通期業績予想の、営業利益850億円の達成を目標にしています。使うものは使い、抑えられる部分は抑え、総合的に判断してまいります。

Q8. インフレへの対応について。手応えを感じている部分と、今後修正や、対応が必要な部分はどこでしょうか。

A: 物価の上昇の対応は対しては、販管費のコントロール、バリューチェーンの再構築、値ごろ感のある高粗利商品の開発、そして売価の適切なコントロールという4つのポイントを社内で認識しています。その上でMD、GMS事業、海外事業、においてもまだまだ工夫すべき部分はあると考えます。

元々ディスカウンターとしてのオリジンがありますので、販管費のコントロールや、売価の調整などには長けておりますので、従来からできている部分は淡々と行います。加えてバリューチェーンの再構築などには、中期的に取り組んでまいります。

Q9. 通期の計画を変更されなかったが、不透明なトップラインよりも、マージンの改善と、経費の抑制を営業利益の目標達成に重要とお考えでしょうか。計画に対する考え、方向感はどうでしょうか。

A: トップラインは当然考える必要がありますが、既存店で急激に上がることは現実的ではありません。ご指摘の形が現実的だと考えます。

目標は達成すべきですので、短期的には、時々に応じて対処してまいります。

Q10. 営業利益が計画比で9億円の未達とのことですが、どの事業が未達となっているのでしょうか？

A: 大きくはGMS事業からくるものとお考え下さい。

以上