

2020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. 今、吉田社長が一番注目していることは何ですか？

A： 短期的には「数字にこだわる」ということです。
3月2日に、社内において「コロナの時代を見据えて」という決起大会を行った際に、様々な施策のアイデアが出ましたが、あとは、それを実行していくのみです。
また、本日営業利益及び経常利益の通期予想について720億円から710億円に修正いたしました。
今まで、増収増益を続けてきましたが、インバウンド売上がゼロになり、ユニーにおいても、テナントさんからお困りのお声があるなど、相当危機感を持って日々の業務にあたっております。
中期的には、私は「大きな方向感を定める」ことを行っております。
その一つは「デジタル戦略」です。
二つ目は、当社の小売市場におけるマーケットシェアは1.4~1.5%ですが、商品企画・開発面において、それを大きく上回る商材を見つけなければいけません。
それらを組織的に作るのが、私の義務であると考えています。

Q2. 通期業績予想の営業利益及び経常利益を10億円修正した背景を教えてください。

A： 必ず目標数字を達成するという思いを込めて、今回修正いたしました。
インバウンド売上が剥落したことから、売上高予想の修正に伴って、利益予想も修正いたしました。

Q3. ユニー第3四半期の3カ月間だけ見ると、減益になっているようですが？

A： ユニーの3カ月間の営業利益は63億円となり、前期実績55億円から15%増益になっております。

Q 4. 連結業績予想の修正は、ユニーではなく、ドン・キホーテの状況変化が織り込まれているという理解でよろしいですか？

A : はい、そうです。

前第4四半期における免税売上高は184億円でした。

新型コロナウイルスが蔓延する以前の免税売上高は、前年並みのトレンドで推移していましたが、渡航制限などの影響で、当面の間は、免税売上高が期待できないことが大きな要因とご理解ください。

Q 5. グループ全体で300億円の利益を上積みするために、ユニーのPMI効果や帳合統合を進めている旨、以前ご説明がありましたが、その進捗と手応えを教えてください。

A : 帳合統合については、1回目は完了し、現在2回目を実施しているところです。

システムの統合を伴うデジタル化については、7月から始まるように現在準備を進めております。

PMIについては、2月に無事に終了しましたが、ユニー単独で取り組むところとPPIHグループとして取り組むところのギャップがなくなってきたという手応えを感じております。

Q 6. 以前ご説明いただいたデジタル化推進など3つの取り組みをどう進めるかは見えていて、あとは実行に移るといふ段階でしょうか？

A : そのご理解で合っています。

Q 7. 通期業績予想修正の背景は、(株)ドン・キホーテにおけるインバウンド売上の剥落と理解していますが、国内売上の要因も含まれていますか？

A : 通期売上高予想を200億円減額した大きな要因は、免税売上高の減少（前期実績184億円）を見込んだからです。

その他の要因としては、新型コロナウイルスの影響による自粛モードや外出率低下に伴って、高単価品が売れにくい状況であることやユニーにおいて売上歩合方式によるテナント賃料の減少などを織り込んでおります。

Q8. 新型コロナウイルスの影響で出店やシステム改修など遅れが出ているものはありますか？

A : 5月中に開店する予定だった3店舗の開店を6月以降にずらしましたが、出店面での影響は限定的です。
システムは前倒しとは行かないものの、遅れていることはなく、着実に進めております。

Q9. 通期業績予想の修正を見ると、第4四半期のみの粗利率は0.8ポイントほど改善する予想という理解でよろしいですか？

A : 無理のない水準で設定しております。
第4四半期における連結ベースの前期の粗利率実績は28.9%でしたが、当期は0.1ポイント改善する29.0%を見込んでおります。
足元の販売状況から好調商品と不調商品を明確にしながら、プライスコントロールを行い、PPIH総力を上げて売上高をキープして、スポット調達を多様化させることなどで、無理なく達成できる粗利率であると考えております。

Q10. 売上高予想を200億円減額した場合、御社の粗利率から計算すると粗利額が56億円減少する計算となりますが、粗利の通期予想が20億円の減額に留まっているということは、粗利率を改善させるという理解でよろしいでしょうか？

A : はいそうです。
新型コロナウイルスが売上高に影響を及ぼしているのは事実ですが、お客さまに支持される価格を設定しながら、マージンを獲得できるノウハウができております。
また、マシュマロ構想についても徐々に浸透しつつあります。
従来通り、きめ細かな対応を実行しながら、粗利額を積み上げていけるものと確信しております。

Q11. マシュマロ構想はまだ規模が小さいので、本格的に成果が表れるのは来期以降という理解でよろしいですか？

A : はい。マシュマロ構想（ブルーマシュマロ）に係る実験店舗数はまだ少ない状況ですが、ポジティブな結果が出ているということは横伝播しており、実験店以外の店舗の士気も上がっているという効果が現れています。

Q12. 「チャネル戦略」「デジタル戦略」についてのお考えを教えてください。

A : （大規模なフルフィルメント・センターを抱えるなどの）一般的なECを行うつもりはありませんが、「デジタル戦略」を進めるにあたって、お客さまとデジタルでつながる必要があり、目標を定めて進めつつあります。お客さまとつながりながら、商品のピックアップまでどのようにつけていくかなどを現在検討中であります。

以 上