

# 平成25年度 第2四半期決算説明会

平成25年10月11日

株式会社 **東武ストア**

# < I > 平成25年度 第2四半期決算の概要、及び通期業績予想

	ページ
1. 平成25年度 第2四半期 連結決算概要	P1
2. 平成25年度 第2四半期 単体決算概要	
2-1. 平成25年度 第2四半期 単体決算概要	P2
2-2. 平成25年度 第2四半期 月別既存店売上高・客数・客単価・買上点数・一品単価 前年比の推移	P3
2-3. 平成25年度 第2四半期 部門別売上高・粗利益率	P4
2-4. 連結対象子会社について	P5
3. 平成25年度通期 業績予想	
3-1. 平成25年度通期 連結業績予想	P6
3-2. 平成25年度通期 単体業績予想	P7
4. 平成25年度通期 連結対象子会社の業績予想	P8
5. 第5次中期経営計画のレビュー	P9

## < II > 平成25年度営業施策

ページ

< 1 > 平成25年度営業目標

P10

< 2 > 平成25年度 第2四半期実施事項及び下期施策

1. 平成25年度 新店・改装

P11

2. 売上・粗利益の拡大

P14

3. 構造改革の推進

P19

4. 店舗サポート体制及び店舗管理者の強化

P21

# 平成25年度 第2四半期決算の概要

## 1. 平成25年度 第2四半期 連結決算概要

単位：百万円,%	平23年度 第2四半期	平成24年度 第2四半期				平成25年度 第2四半期				平成25年度 第2四半期 公表数値	
	金額	金額	売上比	前年同期比	増減額	金額	売上比	前年同期比	増減額	金額	増減率
売上高	42,564	41,085	100.0	96.5	▲1,479	41,221	100.0	100.3	136	42,200	97.7
売上総利益	12,285	11,926	29.0	97.1	▲359	11,866	28.8	99.5	▲60		
販売費及び 一般管理費	11,134	11,442	27.8	102.8	308	11,440	27.8	100.0	▲2		
営業利益	1,151	483	1.2	42.0	▲668	426	1.0	88.2	▲57	500	85.4
経常利益	1,264	602	1.5	47.6	▲662	567	1.4	94.2	▲35	600	94.6
四半期純利益	632	247	0.6	39.2	▲385	69	0.2	28.1	▲178	10	696.5
店舗数	* 62店舗	* 62店舗				63店舗					

\* 2惣菜ショップを含む

# 平成25年度 第2四半期決算の概要

## 2-1. 平成25年度 第2四半期 単体決算概要

単位:百万円,%	平成23年度 第2四半期		平成24年度 第2四半期				平成25年度 第2四半期			
	金額	売上比	金額	売上比	前年同期比	増減額	金額	売上比	前年同期比	増減額
営業収益	41,449		39,940		96.4	▲1,509	40,014		100.2	74
売上高	40,716	100.0	39,180	100.0	96.2	▲1,536	39,254	100.0	100.2	74
売上総利益	11,291	27.7	10,904	27.8	96.6	▲387	10,831	27.6	99.3	▲73
販売費及び一般管理費	10,855	26.7	11,176	28.6	103.0	321	11,199	28.5	100.2	23
営業利益	1,168	2.9	488	1.2	41.8	▲680	392	1.0	80.5	▲96
経常利益	1,268	3.1	588	1.5	46.3	▲680	522	1.3	88.9	▲66
四半期純利益	636	1.6	241	0.6	37.9	▲395	36	0.1	15.2	▲205

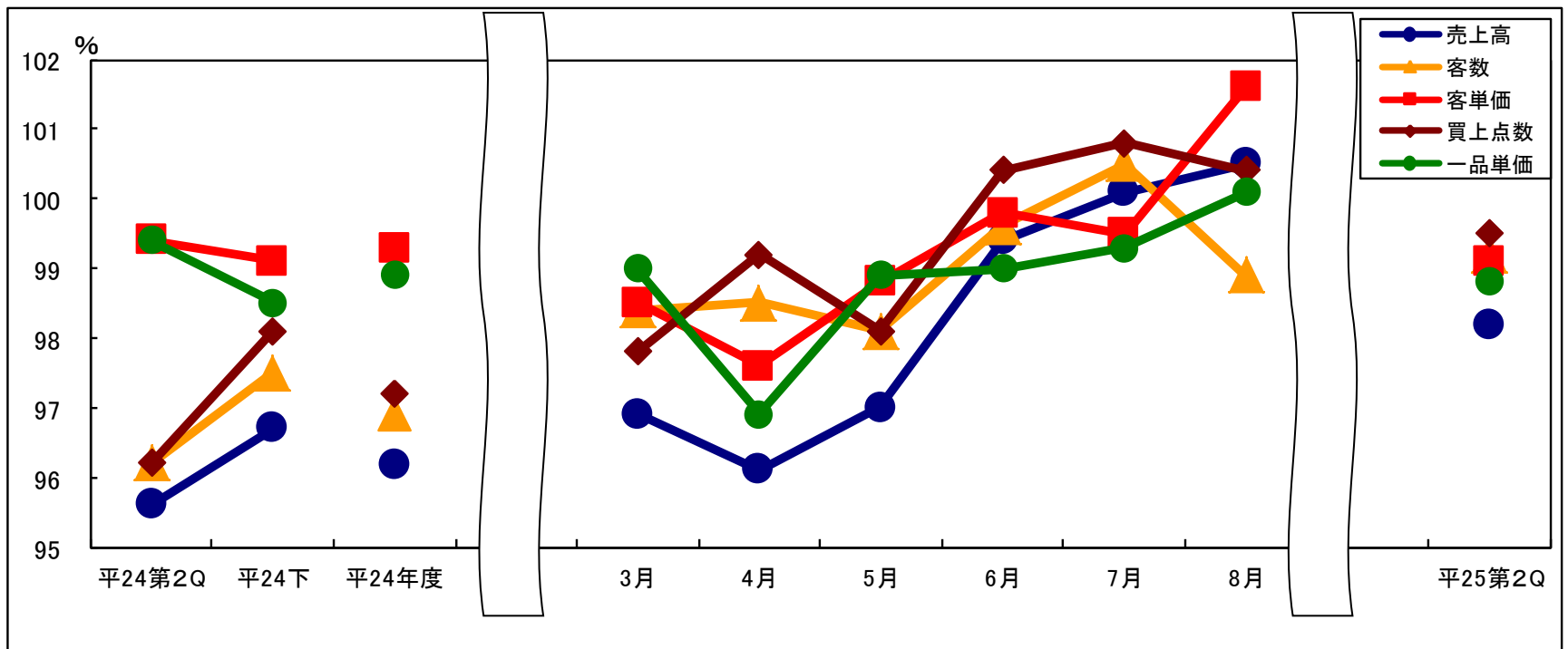
# 平成25年度 第2四半期決算の概要

## 2-2. 平成25年度 第2四半期 月別既存店売上高・客数・客単価・買上点数・一品単価 前年比の推移

単位: %	平24第2Q	平24下	平24年度
売上高	95.6	96.7	96.2
客数	96.2	97.5	96.9
客単価	99.4	99.1	99.3
買上点数	96.2	98.1	97.2
一品単価	99.4	98.5	98.9

3月	4月	5月	6月	7月	8月	平25第2Q
96.9	96.1	97.0	99.4	100.1	100.5	98.2
98.4	98.5	98.1	99.6	100.5	98.9	99.2
98.5	97.6	98.8	99.8	99.5	101.6	99.1
97.8	99.2	98.1	100.4	100.8	100.4	99.5
99.0	96.9	98.9	99.0	99.3	100.1	98.8

平25第2Q
98.2
99.2
99.1
99.5
98.8



# 平成25年度 第2四半期決算の概要

## 2-3. 平成25年度 第2四半期 部門別売上高・粗利益率

単位:百万円,%		平成23年度 第2四半期		平成24年度 第2四半期			平成25年度 第2四半期				
		売上		売上		粗利益率	売上		粗利益率		
		金額	前年同期比	金額	前年同期比		金額	前年同期比		前年同期増減	
部門別	加工食品	17,088	109.6	16,319	95.5	28.9	▲0.2	16,638	102.0	28.2	▲0.7
	生鮮食品	15,474	106.2	15,051	97.3	31.4	0.4	15,294	101.6	31.0	▲0.4
	衣料品	1,617	102.0	1,688	104.4	36.9	▲0.2	1,623	96.2	36.9	0.0
	生活用品	1,451	104.6	1,259	86.7	30.2	0.5	1,269	100.9	29.7	▲0.5
	商事	82	37.4	66	80.9	11.3	▲4.4	63	94.7	11.4	0.1
	専門店	5,001	91.4	4,797	95.9	9.3	▲0.2	4,364	91.0	9.3	0.0
合計		40,716	104.8	39,180	96.2	27.8	0.1	39,254	100.2	27.6	▲0.2
既存店計		37,846	98.1	37,587	95.6	27.9	0.0	36,777	98.2	28.0	0.1
(食品合計)		32,563	107.9	31,370	96.3	30.1	0.1	31,933	101.8	29.6	▲0.5
		(全売上比 80.0%)		(全売上比 80.1%)				(全売上比 81.4%)			
(食品合計) 既存店計		29,783	[前年同期比] [99.5%]	29,817	[前年同期比] [95.6%]	30.4	▲0.1	30,206	[前年同期比] [98.7%]	29.9	▲0.5

# 平成25年度 第2四半期決算の概要

## 2-4. 連結対象子会社について

単位:百万円,%	(株)東武警備サポート						(株)東武フーズ					
	平成24年度 第2四半期		平成25年度 第2四半期				平成24年度 第2四半期		平成25年度 第2四半期			
	金額	売上比	金額	売上比	前年同期比	増減額	金額	売上比	金額	売上比	前年同期比	増減額
売上高	1,429	100.0	1,484	100.0	103.8	55	431	100.0	433	100.0	100.5	2
売上総利益	90	6.3	102	6.9	113.3	12	231	53.5	233	53.8	100.9	2
販売費及び一般管理費	82	5.8	90	6.1	109.6	8	228	52.9	226	52.3	99.2	▲2
営業利益	8	0.6	12	0.8	150.4	4	2	0.6	6	1.5	255.9	4
経常利益	28	2.0	23	1.6	83.9	▲5	1	0.4	6	1.6	352.4	5
四半期純利益	15	1.1	13	0.9	85.8	▲2	0	0.2	4	1.1	503.9	4



# 平成25年度通期業績予想

## 3-1. 平成25年度通期 連結業績予想

単位:百万円,%	平成23年度 実績	平成24年度実績			平成25年度予想		
	金額	金額	前期比	増減額	金額	前期比	増減額
売上高	84,495	81,987	97.0	▲2,508	84,000	102.5	2,013
売上総利益	24,491	23,714	96.8	▲777	24,100	101.6	386
営業利益	1,615	809	50.1	▲806	820	101.4	11
経常利益	1,847	1,077	58.3	▲770	1,080	100.3	3
当期純利益	1,237	501	40.5	▲736	300	59.9	▲201
総資産	35,038	34,678		▲360	34,638		▲40
資本金	9,022	9,022		--	9,022		--
純資産	23,190	23,195		5	23,155		▲40
借入金残高	250	250		--	250		--
1株当たり 配当金	5円	5円			5円		

# 平成25年度通期業績予想

## 3-2. 平成25年度通期 単体業績予想

単位:百万円,%	平成23年度実績		平成24年度実績				平成25年度予想			
	金額	売上比	金額	売上比	前期比	増減額	金額	売上比	前期比	増減額
営業収益	82,194		79,610		96.9	▲2,584	81,900		102.9	2,290
売上高	80,693	100.0	78,111	100.0	96.8	▲2,582	80,390	100.0	102.9	2,279
売上総利益	22,468	27.8	21,691	27.8	96.5	▲777	22,060	27.4	101.7	369
営業利益	1,643	2.0	832	1.1	50.7	▲811	800	1.0	96.2	▲32
経常利益	1,846	2.3	1,066	1.4	57.8	▲780	1,020	1.3	95.7	▲46
当期純利益	1,259	1.6	500	0.6	39.8	▲759	250	0.3	50.0	▲250
総資産	34,510		34,100			▲410	34,010			▲90
資本金	9,022		9,022			—	9,022			—
純資産	23,110		23,115			5	23,025			▲90
借入金残高	250		250			—	250			—

# 平成25年度通期業績予想

## 4. 平成25年度通期 連結対象子会社の業績予想

単位:百万円,%	(株)東武警備サポート										(株)東武フーズ									
	平成23年度実績		平成24年度実績				平成25年度予想				平成23年度実績		平成24年度実績				平成25年度予想			
	金額	売上比	金額	売上比	前期比	増減額	金額	売上比	前期比	増減額	金額	売上比	金額	売上比	前期比	増減額	金額	売上比	前期比	増減額
売上高	2,871	100.0	2,931	100.0	102.1	60	3,012	100.0	102.8	81	910	100.0	869	100.0	95.5	▲41	891	100.0	102.5	22
売上総利益	168	5.9	176	6.0	104.5	8	202	6.7	114.9	26	473	52.0	463	53.3	97.8	▲10	475	53.3	102.6	12
販売費及び一般管理費	165	5.8	174	6.0	105.4	9	183	6.1	105.4	9	483	53.0	460	53.0	95.3	▲23	466	52.3	101.3	6
営業利益	2	0.1	1	0.1	53.5	▲1	18	0.6	1,176.7	17	▲9	▲1.0	2	0.3	--	11	8	1.0	293.0	6
経常利益	32	1.1	36	1.3	114.8	4	39	1.3	106.6	3	▲10	▲1.1	1	0.2	--	11	8	1.0	466.8	7
当期純利益	16	0.6	19	0.7	116.2	3	27	0.9	140.9	8	▲11	▲1.2	1	0.2	--	12	6	0.7	485.9	5

# 平成25年度通期業績予想

## 5. 第5次中期経営計画のレビュー

単位:百万円,%	平成24年度						平成25年度						平成26年度	
	実績		目標		対目標比	対目標 増減額	見込		目標		対目標比	対目標 増減額	目標	
	金額	売上比	金額	売上比			金額	売上比	金額	売上比			金額	売上比
売上高	78,111	100.0	83,432	100.0	93.6	▲5,321	80,390	100.0	86,625	100.0	92.8	▲6,235	91,358	100.0
売上総利益	21,691	27.8	23,238	27.9	93.3	▲1,547	22,060	27.4	24,124	27.9	91.4	▲2,064	25,443	27.9
営業利益	832	1.1	1,588	1.9	52.4	▲756	800	1.0	1,817	2.1	44.0	▲1,017	2,097	2.3
経常利益	1,066	1.4	1,756	2.1	60.7	▲690	1,020	1.3	2,000	2.3	51.0	▲980	2,280	2.5
当期純利益	500	0.6	813	1.0	61.5	▲313	250	0.3	847	1.0	29.5	▲597	1,014	1.1
出店数	1店舗						2店舗						3~4店舗	
目標出店数	3年間で8店舗前後													

# 平成25年度営業施策

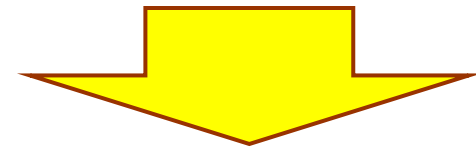
## <1>平成25年度営業目標

「魂を入れた接客」、「お客様目線での業務の遂行」等の行動方針のもと  
売上・粗利拡大策及び構造改革に継続して取り組む

### 【主な具体的施策】

1. 新店の開設、既存店の改装
2. 売上・粗利益の拡大
3. 構造改革の推進
4. 店舗サポート体制及び  
店舗管理者教育の強化

平成25年度下期の最重要事項は  
万難を排して下期予算を必達すること



【平成25年度営業目標】  
連結売上高840億円、経常利益10.8億円  
を達成する

# 平成25年度営業施策

## <2>平成25年度 第2四半期実施事項及び平成25年度下期施策

### 1. 平成25年度 新店・改装

① 平成25年度第2四半期新店 : 2店舗・投資額11億円

店名	開店日	投資額	所在地	売場面積(坪)	目標売上(年間)
下丸子店	4月12日	6億円	東京都大田区	278	960百万円
新小岩店	4月26日	5億円	東京都江戸川区	265	880百万円



# 平成25年度営業施策

## ②平成25年度上期 改装

第2四半期実施店舗数	1店舗	(前年同期比 ▲7店舗)
投資額	9億円	(前年同期比 +3億円)

【内容】 ※店名右の(カッコ)内は実施月

- ・川越店(7月): 食品売場を地下1階から1階へ移動し、畜産にニュークイック、水産に北辰水産を導入。衣料品を2階に集約、生活用品B1、その他専門店の移設、入替を実施。



# 平成25年度営業施策

## ③平成25年度下期 改装

下期実施予定店舗数	7店舗	(前年同期比 +7店舗)
投資予定額	3億円	(前年同期比 +3億円)

【内容】 ※店名右の(カッコ)内は実施月日、或いは実行月

- ・新船橋店(9/12):水産に對面コーナー導入、惣菜売場・パン売場の整理整頓、お客様休憩スペースの拡大
- ・小菅店(10/25):コンビニ型の売場からミニSMの売場へ全面改装
- ・西国分寺店(11月):冷蔵ケース入替及び売場レイアウト見直し
- ・蒲生店(9/26) ・ふじみ野店(10/4) ・練馬店(10/18) ・常盤台店(11月)





# 平成25年度営業施策

## 2. 売上・粗利益の拡大

### 【1】品揃え並びに鮮度強化

#### ① ミドルアッパー商品の品揃え拡大

◎FSPデータの「年代別商品購入データ」によると60代以上の方の「高品質商品」の購入率が高くなっている。

⇒ 高齢者対応のMDの一環として高品質商品(ミドルアッパー商品)の品揃え拡大を図る。

#### ② 産直農産、産直水産の取り組み、及び即食性商品の品揃えの強化

- ・上記「①ミドルアッパー商品の品揃え拡大」として産直農産、産直水産の取り組みと即食性商品の強化を図る。
- ・産直商品としては、農産では「りんご」「みかん」、水産では「ぶり」の販売を強化する。
- ・即食性商品としては、「レンジ商品」「パックサラダ」「味付け肉」などの販売を強化する。

# 平成25年度営業施策

## ③ 年代別購入データに基づく時間帯別品揃えの実施

◎品揃えを『時間軸』と『年齢軸』の両サイドから考える。

10時～13時の売上構成比・・・21.4% うち、60代以上の占める割合・・・63%  
⇒ 60代以上の高齢者の購入パターンを掴み、品揃えする。

## ④ 水産の対面販売強化

・接客しながらメニュー提案や調理承りを行うなどサービス向上に努め、売上向上を図ることを目的に、対面コーナーを設けられる店舗を選定し、対面販売の強化を図る。

## ⑤ 高粗利益率商品の売り込み強化、及び値引き・廃棄ロスの削減策の実施

- ・高粗利益率の「Vマーク商品」の拡販を図る。
- ・日配食品と惣菜部門の値引き・廃棄ロスを削減する。
  - ・日配食品・・・取扱いアイテムを2割カットし、売れ筋に絞り込むなど。
  - ・惣菜部門・・・取扱いアイテムを削減するとともに、製造手順を再構築し「出来立てのお弁当」を販売するなど。

# 平成25年度営業施策

## 【2】 販促の強化

### ① チラシテーマの設定

- ・料理メニュー:「イタリアン」や「カレー」、「中華」など
- ・旬、季節:「旬・今が食べ頃」や「お盆」など
- ・産地:「北海道フェア」「東北フェア」「北陸フェア」等

### ② 曜日チラシによるハイ&ロー訴求、及び週末の訴求強化

- ・年金支給日を意識したチラシの価格訴求を行う。
- ・週末の訴求強化として、刺身盛り合わせや焼肉セットなど大容量商品の販売に取り組む。
- ・当社のチラシをスマートフォンやタブレットから簡単に見ることが出来るチラシ閲覧アプリを開始し、チラシ効果の拡大を図るとともに、電子マネーでの決済可能店舗を26店舗まで拡大し、お客様の利便性の向上を図る。

# 平成25年度営業施策

## ◎ミドルアッパー商品拡大の一例

町田にある有名「洋菓子専門店(ママン・ラトーナ)」の商品 …… ママン・ラトーナは、ギリシャ神話の女神の名前

平成25年7月の販売数実績

単位:個

商品名	売価(円)	下丸子店	川越店	ふじみ野ナーレ店
ママン・ラトーナ ブリュレロール	680	79	128	69
ママン・ラトーナ クロワッサンプリン	525	92	143	86
ママン・ラトーナ プレミアムチーズケーキ	680	70	70	59
ママン・ラトーナ ガトーショコラ	680	58	52	58
ママン・ラトーナ バウムブリュレ	980	31	77	43
ママン・ラトーナ フルーツタルト	980	16	64	48
合計		346	534	363



ブリュレロール

680円



チーズケーキ

680円



ガトーショコラ

680円

# 平成25年度営業施策

## ◎「チラシテーマ」の一例

イタリアンフェア 9/6(金)～8日(日)

**秋を食ってイタリアンフェア**

料理引き立つ イタリアンフェア

- カンパ 旬のきのこパスタ 258円
- イタリア風トマト煮 480円
- 魚介のマリネ 地中海風 165円
- さわかきクリール煮 398円
- イタリア風サラダ 298円
- イタリア風デザート 198円

カレーフェア 7/19(金)～21日(日)

**カレーに感動だ!!**

- 本格 夏野菜のダブルトマトカレー 258円
- 本格 エビとイカのシーフードボールカレー 258円
- 本格 リッチなステーキカレー 298円
- 各258円
- 各198円
- 各158円

一押し 旬、今が食べ頃!! 6/7(金)～9日(日)

**一押し 旬、今が食べ頃!!**

- 刺身用真あじ 398円
- 旬の真あじ 580円
- 旬の真あじ 398円
- 旬の真あじ 680円
- 旬の真あじ 398円
- 旬の真あじ 480円
- 旬の真あじ 580円

北海道フェア 6/21日(金)～23日(日)

**夏の北海道食べるなら今でしょ!**

- 北海道産 新物天然時鮭(生) 680円
- 北海道産 紅ずわいがに(ポイル) 生食用試食販売 990円
- 北海道産 刺身用天然ほたて貝柱(生) 398円
- 北海道産 刺身単品盛 天然ほたて貝柱(生) 598円

# 平成25年度営業施策

## 3. 構造改革の推進

### ① 自動発注の完全定着化

- ・上期に、加工食品、生活用品の各部門について自動発注への切り替えを完了した。現在約90%の商品が自動発注の対象になった。
- ・店長、加工食品と生活用品のマネージャーに理解度確認テストの実施とフォロー教育など自動発注に関する教育を継続。
- ・下期においても、上期で課題となった特売後の在庫調整や過剰在庫などの克服に向け、教育を継続するとともに、システム改善を進める。

### ② 作業指示書、役割分担表活用の徹底

- ・生鮮部門各部のトレーナーが店舗にて個別に作業指示書、役割分担表の運用指導を行い、売場作りと商品作りの徹底を図るとともに、担当者の無駄のない時間帯別配置を行うことにより、作業効率の向上を図る。

# 平成25年度営業施策

## ③ 人時生産性の改善

- ・店舗別、部門別の人時売上高(=1人1時間当たり売上高)データにつき、同規模店舗との比較表を毎月作成し、非効率店舗・部門の発見と改善を下期に於いても継続する。

## ④ 「収入アップ」及び「効率化」プロジェクトの推進

- ◎構造改革を推進するために新設した経営企画部において「収入アップ」及び「効率化」プロジェクトチームを統括して、効率化、収益性の観点から以下の(1)(2)など、具体的に企画、提案を行い、店舗オペレーションの見直しを行う。
  - (1)個店毎の営業戦略を策定するための店舗カルテ(店舗の商圈情報・分析)の作成。
  - (2)生鮮部門において社員が行っていた各種業務のパートナーへの移管及び一部作業をアウトソーシングすることで店内作業の省力化を推進する。

# 平成25年度営業施策

## 4. 店舗サポート体制及び店舗管理者教育の強化

### ① 売上不振店舗へのフォロー

・売上不振店舗への継続的フォロー

⇒店舗クリニック(※)実施後、売上不振店舗の店長は「改善状況報告書」を定期的に作成し、店舗サポート部はそれに基づき継続的にフォローし、改善のスピードアップを図る。

(※)「店舗クリニック」: 売上不振店舗に営業幹部が集まり、原因究明と改善策を検討する会議。

### ② 新任店長へのフォロー

・新任店長は昇格前に、店長として必要とされる教育の場である「店長塾」で販売管理や売場管理、品質管理など一通り教育を受けているが、着任後、業績の推移に応じ、現場レベルでそれらがどの程度理解出来ているかの確認を店舗サポート部が行い、その度合いに応じたフォローを継続的に行う。

### ③ マネージャー教育の強化

・商品本部各部のトレーナー、バイヤーは店舗のマネージャー、サブマネージャーに対し、商品づくりや売場づくり、売上・粗利管理、衛生管理、品質管理など、部門運営に必要な基礎・基本を徹底的に教え込む。

以 上