

平成29年3月期第2四半期

決算説明会

株式会社 **VALER** ホールディングス

平成28年11月 9日

<本資料に関する注意事項>

予想数値は、当社および連結子会社が現時点において入手可能な情報に基づいて作成したものであり、実際の業績は今後の様々な要因によって記載の数値と異なる結果となる可能性があります。

平成29年3月期第2四半期連結決算の概要	P. 3
平成29年3月期業績見通し	P.11
中期3ヵ年経営計画の進捗と課題	P.14

平成29年3月期第2四半期 連結決算の概要

➤ 決算概要

- 22期連続増収。各段階の利益は3期連続増益、最終利益は過去最高。
- 当期純利益の増加により資本効率が改善、安定性も向上。6期連続増配へ。
- 課題は成長性。競争力を再構築して収益改善を図り、通期計画を達成する。

➤ 特記事項

- 平成28年8月、山梨県東部でSM5店舗を展開する(株)公正屋を子会社化。
当第2四半期決算への影響はB/Sのみ。
- 診療報酬改定による薬価引き下げや報酬体系の変更がドラッグストア事業に影響。
- 連結子会社において税効果会計に適用する法人実効税率を見直し。

平成29年3月期第2四半期の実績



- 22期連続増収、各段階の利益は3期連続増益。最終利益は過去最高。
増収要因：ドラッグストア事業が成長を牽引(+66億円)、HC事業も堅調に推移。
増益要因：インフラの効率改善が進展、会員数が増加したスポーツクラブも寄与。
- 計画との乖離はQ2の売上伸張率鈍化に起因、SM事業の競争力が依然として課題。

(金額単位：100万円)

	H26.9	H27.9	H28.9			
	実績	実績	計画	実績	前年同期比	計画比
営業収益	231,997	246,927	258,000	256,211	3.8%	△0.7%
営業利益	7,246	7,673	8,500	7,752	1.0%	△8.8%
経常利益	7,760	7,987	9,100	8,403	5.2%	△7.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,679	4,782	5,500	5,663	18.4%	3.0%

四半期別業績

➤ 売上総利益率はQ2に改善。経費も計画値内にコントロールしたが、「率」として悪化。

(金額単位：100万円)

	実績			前年同期比		
	Q1	Q2	H1	Q1	Q2	H1
営業収益	128,531	127,680	256,211	4.5%	3.0%	3.8%
売上高	123,824	123,354	247,178	4.3%	3.1%	3.7%
売上総利益	30,622	30,547	61,169	3.8%	5.0%	4.4%
営業総利益	35,328	34,873	70,202	4.6%	4.3%	4.4%
経費合計	30,634	31,816	62,450	4.2%	5.5%	4.9%
営業利益	4,694	3,057	7,752	6.8%	△6.7%	1.0%
経常利益	5,016	3,386	8,403	9.8%	△1.0%	5.2%
	営業収益対比率			前期差異		
売上総利益(対売上高)	24.7%	24.8%	24.7%	△0.2%	+0.5%	+0.1%
営業総利益	27.5%	27.3%	27.4%	0.0%	+0.3%	+0.2%
経費合計	23.8%	24.9%	24.4%	△0.1%	+0.6%	+0.3%
営業利益	3.7%	2.4%	3.0%	0.1%	△0.2%	△0.1%
経常利益	3.9%	2.7%	3.3%	0.2%	△0.1%	0.0%

セグメント別の経営成績

- ドラッグストア事業は増収減益。但し、診療報酬改定の影響はQ2より薄まる。HC事業も増収減益だが、減益幅は想定内。
- スポーツクラブ事業は低投資のフィットネスジム「Will_G」が早期に利益貢献。
- SM事業はインフラの効率改善等が進むが、更なる改善には競争力の再構築が必要。

(金額単位：100万円)

	営業収益				セグメント利益			
	H26.9	H27.9	H28.9		H26.9	H27.9	H28.9	
	実績	実績	実績	前年同期比	実績	実績	実績	前年同期比
スーパーマーケット事業	159,938	165,097	165,408	0.2%	5,126	4,695	4,931	5.0%
ドラッグストア事業	38,409	46,112	52,753	14.4%	666	1,300	1,294	△ 0.4%
ホームセンター事業	22,575	24,059	24,874	3.4%	1,108	1,348	1,282	△ 4.9%
スポーツクラブ事業	4,627	4,842	5,164	6.6%	212	202	332	64.3%
流通関連事業	3,901	4,119	4,875	18.3%	1,658	1,884	1,921	2.0%
その他	2,543	2,695	3,135	16.3%	191	263	412	56.2%
相殺・全社費用					-1,717	-2,021	-2,422	
計	231,997	246,927	256,211	3.8%	7,246	7,673	7,752	1.0%

店舗数の推移

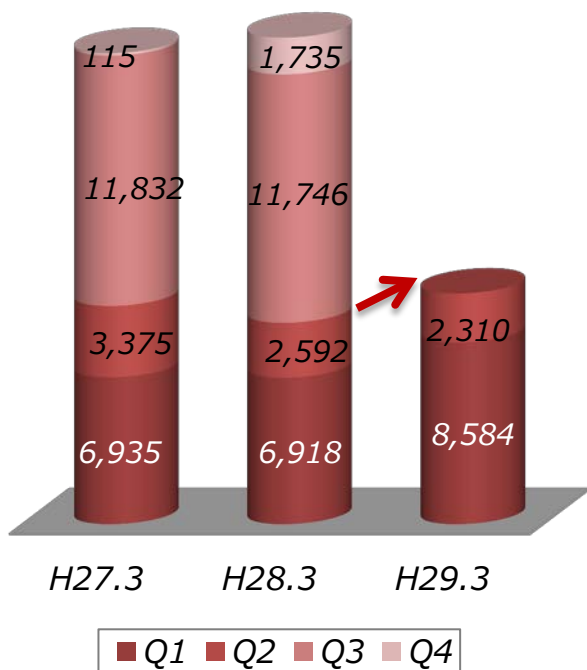
- 営業収益1,000億円突破に向けて、ドラッグストアが出店を加速。

	H27.3	H28.3	H28.9			H29.3計画 (H28.10~29.3)		
	期末	期末	新設	閉鎖	期末	新設	閉鎖	期末
スーパーマーケット	263	266	8		274	7	3	278
(株)バロー	232	235	2		237	6	2	241
(株)タチヤ	13	13	1		14			14
(株)食鮮館タイヨー	17	17			17	1	1	17
(株)公正屋			5		5			5
(株)VARO	1	1			1			1
ドラッグストア	271	301	22	1	322	18		340
ホームセンター	36	37	1	3	35			35
スポーツクラブ	58	65	7		72	3		75
ペットショップ	17	18			18	1		19
その他	3	3	1	1	3			3
合計	648	690	39	5	724	29	3	750

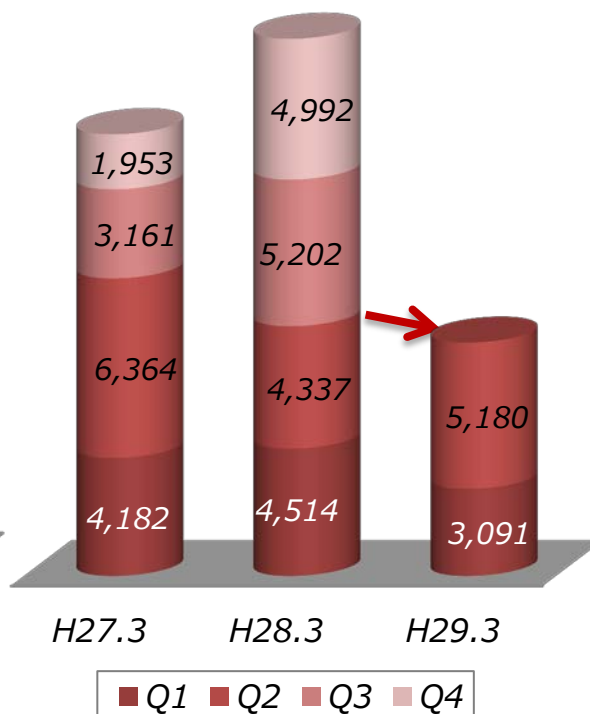
キャッシュフローの推移

- 営業CFの増加によりFCFは前期より増加。
2016年4月の起債で、手元資金が一時的に厚い状況にある。

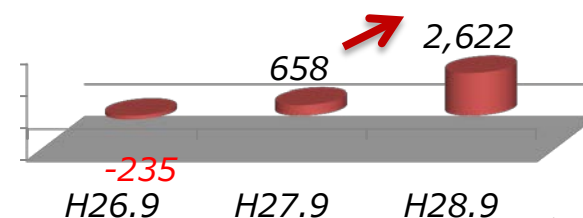
営業CF(100万円)



投資CF(100万円)
※全てマイナス表記



FCF(100万円)



主な用途

有利子負債返済(純額) △2,383百万円
 配当金支払 △971百万円
 社債発行(7月償還控除) 2,947百万円

現金同等物の増加額 2,058百万円

経営指標の推移

- 当期純利益の増加によりROEは改善。体質強化への内部留保で安定性も増す。
- 課題は収益性の改善。

	H26.9	H27.9	H28.9	H27.3	H28.3
	実績	実績	実績	通期実績	通期実績
総資産経常利益率(ROA)※	6.5%	6.4%	6.4%	6.7%	7.0%
営業収益経常利益率	3.3%	3.2%	3.3%	3.4%	3.5%
総資産回転率(回)※	1.9	2.0	2.0	2.0	2.0
自己資本当期純利益率(ROE)※	11.1%	10.3%	11.2%	10.7%	11.4%
自己資本比率	35.8%	37.4%	38.6%	36.8%	38.5%
D/Eレシオ(倍)	1.0	0.9	0.8	1.0	0.9
ネットD/Eレシオ(倍)	0.8	0.7	0.7	0.7	0.7

注：※年換算にて算出。

平成29年3月期 業績見通し

平成29年3月期業績見通し

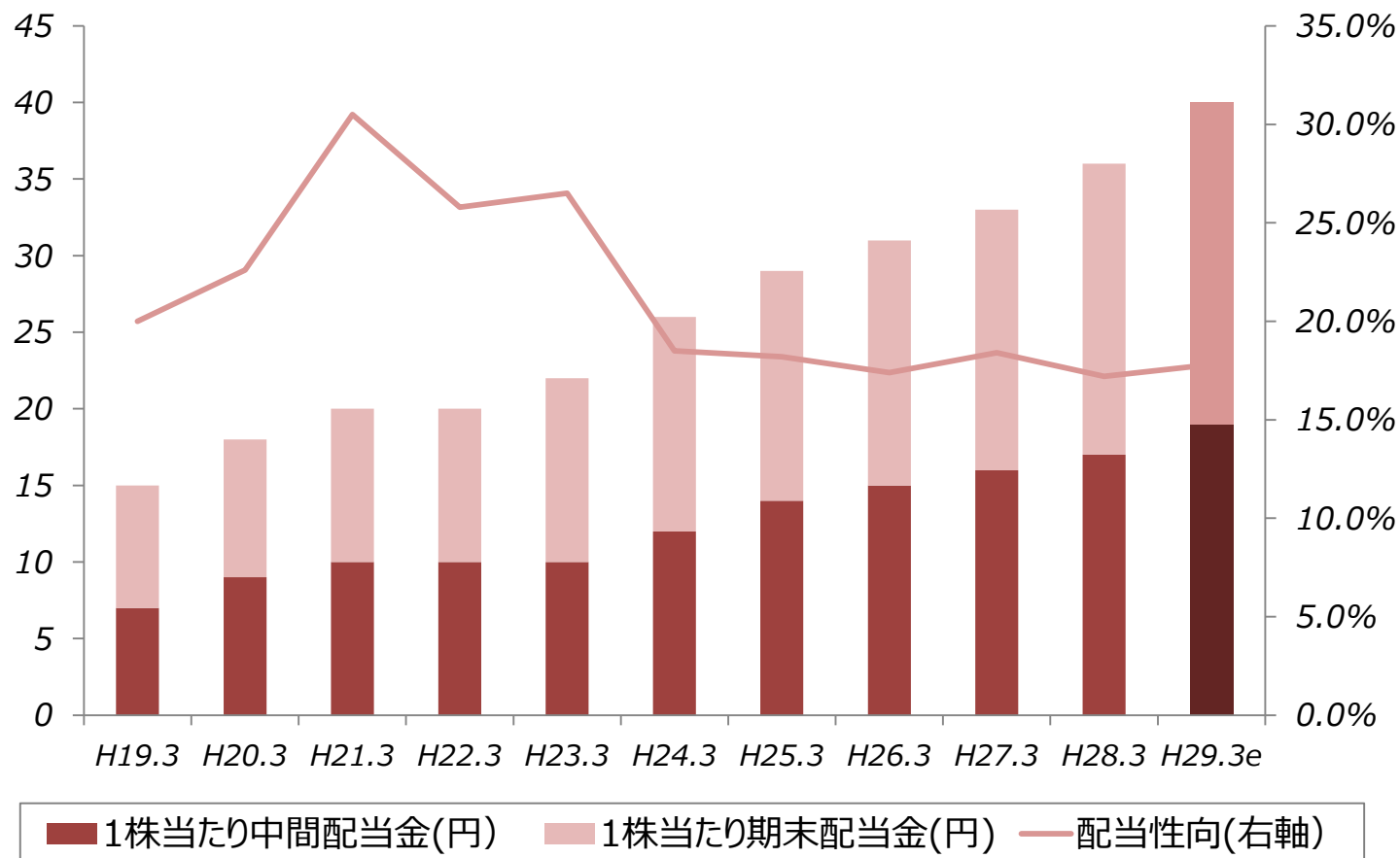
- 期初計画を据え置く。
競争力の再構築を最優先に収益改善を図り、通期計画を達成する。
- 設備投資は計画通り実施、通期投資額は約220億円。

(金額単位：100万円)

	H28.9		H29.3	
	実績	通期 計画進捗率	計画	前年同期比
営業収益	256,211	49.3%	520,000	4.5%
営業利益	7,752	42.1%	18,400	10.3%
経常利益	8,403	43.3%	19,400	10.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,663	49.2%	11,500	6.9%

株主還元

- 中間配当は前期比2円増配の19円とし、6期連続増配。年間配当金は40円を予定。安定的かつ継続的な利益還元方針を堅持、配当性向の中長期目標は意識。

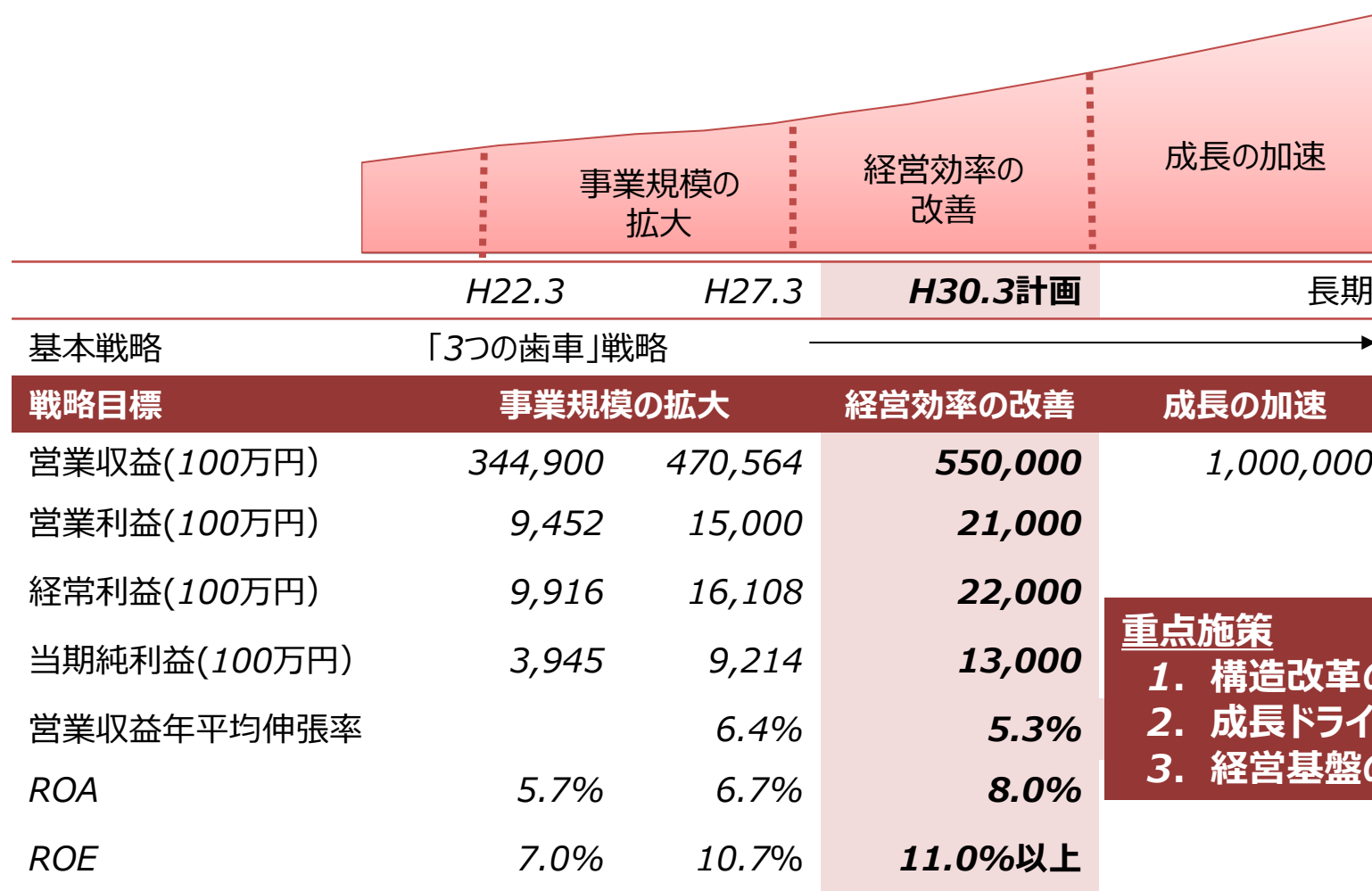


中期3カ年経営計画の 進捗と課題

(平成28年3月期～平成30年3月期)

中期経営計画の位置づけ(再掲)

➤ 『1兆円企業』実現へのロードマップにおいて、成長加速の準備段階となる3カ年。



上半期の振り返り

- 収益改善の基盤となるSMの既存店競争力が依然として課題。
「フロント」が強くなければ製造小売業への進化は図れない。

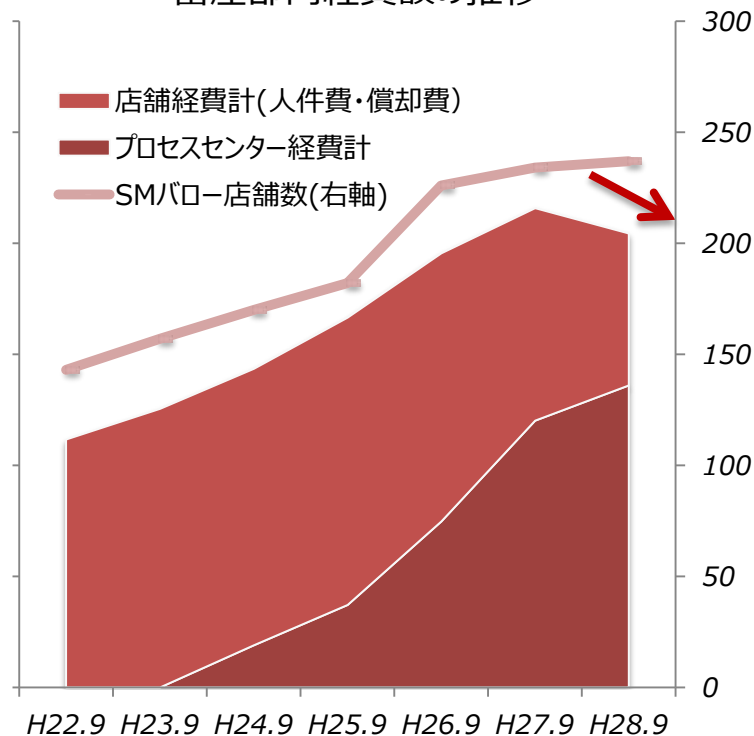
<p>構造改革の 推進</p>	<p>①既存店の強化 ②インフラ活用レベルの向上 ③情報システムの整備による マネジメント強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・SMバロー既存店伸張率 $\triangle 1.2\%$ ・食品製造・加工利益改善額 +3.5億円 ・新棚割システムの稼働 (バイヤー業務の効率化・店舗の遂行度向上)
<p>成長ドライバー の育成</p>	<p>①ドラッグストア・HCの業容拡大 ②SMの継続出店 ③新規事業の創出</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・増収率 ドラッグストア+14.4%、HC+3.4% ・既存店伸張率 中部薬品+5.9% HCバロー+0.8% ・新設3店舗、M&A5店舗 ・平成29年春「グループ共通カード」導入 (電子マネー+ポイント)
<p>経営基盤の 強化</p>	<p>①事業会社の成長促進と ガバナンスの強化 ②教育体制の充実と人材開発</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・監査等委員会設置会社への移行 ・取締役の員数変更 ・平成28年10月(株)コアサポート設立 (経営管理機能集約による効率化を推進) ・名古屋本部活用によるグループ採用数増加 ・教育施設建設に向けての造成開始

バックシステムの拡充からフロントの強化へ

➤ インフラを活用した商品力の向上

- 畜産：前期ピークを迎えた畜産部門の総経費は減少、自社卸が中間利益を確保
→プロセスセンターでは商品規格の見直しや商品化の改善に注力
- 惣菜：静岡工場出庫高が安定的に増加→ベーシックな商品の食感・風味を改良

畜産部門経費額の推移

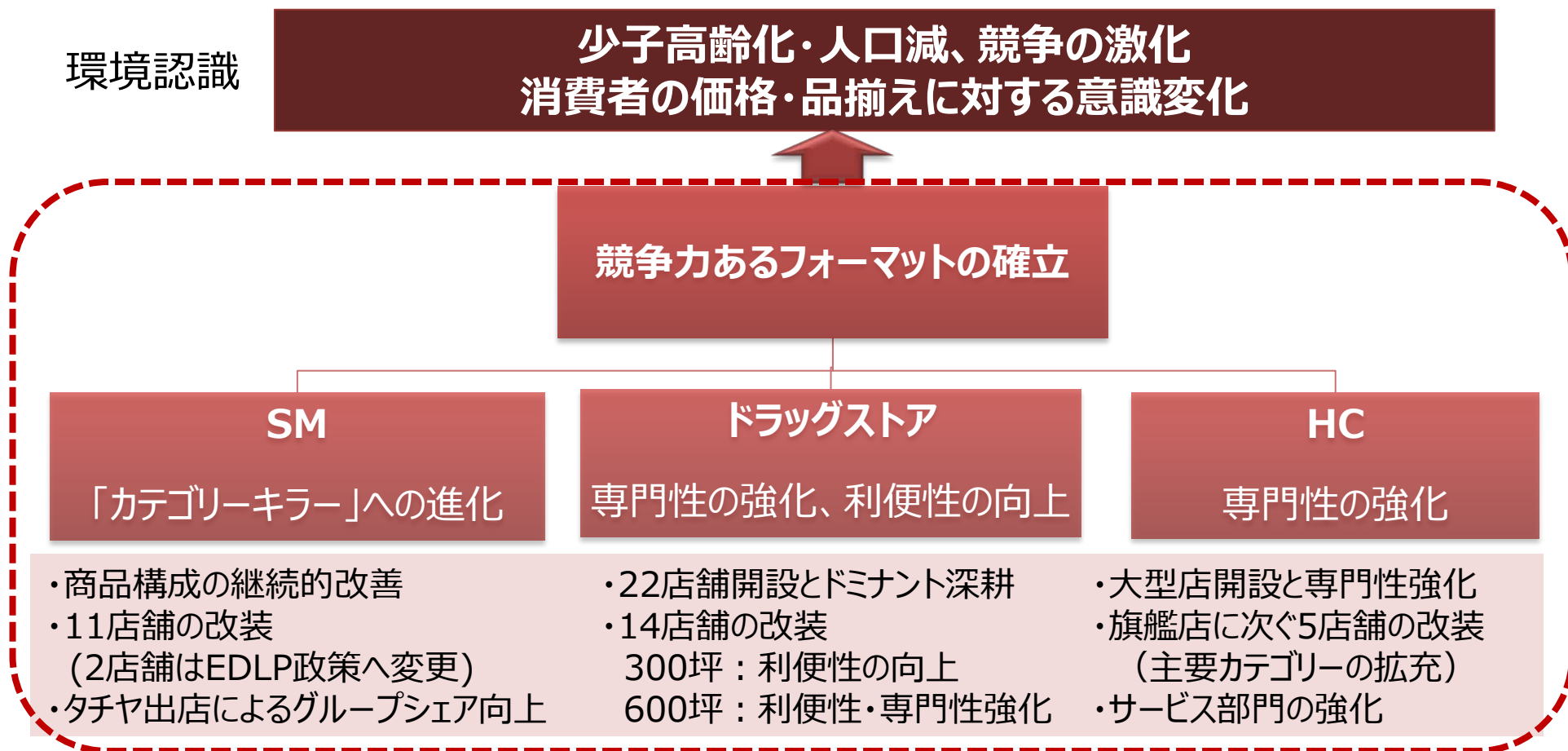


- ▲「高知産生姜香る手もみ鶏唐揚げ」
定期的に見直しとともに、商品の
見栄えを決める「焦げこくさ」にもこだわりました。

- ▲「香りよききんぴらごぼう」
調理方法を根本から見直し、
食感や風味をより改良しました。

競争力あるフォーマットの確立

- 環境認識は変わらず。少子高齢化・人口減が進む郊外において、**圧倒的な「一番店」**でなければ生き残れない。



SM標準店からの移行ステップ

方向性	生鮮カテゴリキラー		「カテゴリキラー」への進化	
販促策	EDLP (14店)		EDLP (9店*)	High & Low (228店)
競争力の源泉	生鮮の価格 鮮度・味、販売力		生鮮の価格 売場の変化、販売力	価格・特定カテゴリ の品揃え
責任・権限	各店舗仕入 (仕入者=販売者)		店長に売場設計 の権限委譲	商品構成の変更
				教育の拡充
経営手法	個店経営		本部仕入 (仕入者≠販売者)	チェーンストア経営
企業名				

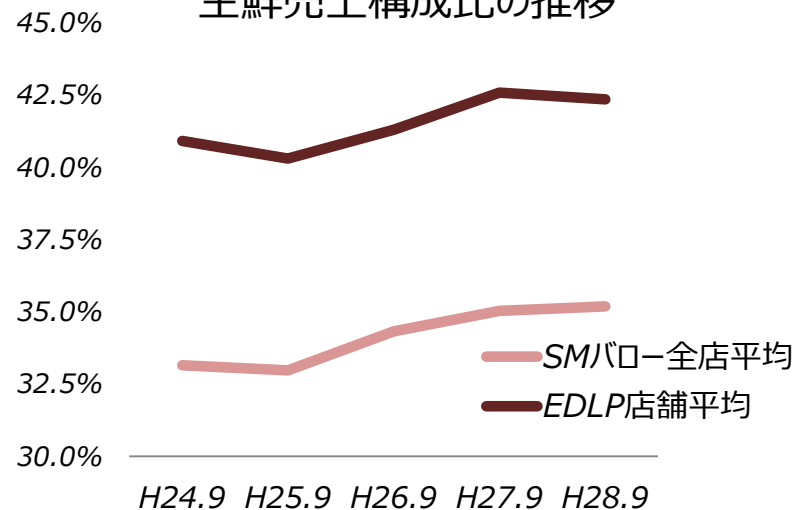
注*：開業時からの採用店舗は7店舗(平成21年4月開設の師勝店から平成28年10月開設の寝屋川店まで)、既存店からの移行は2店舗。

「生鮮」を集客の柱とするEDLP

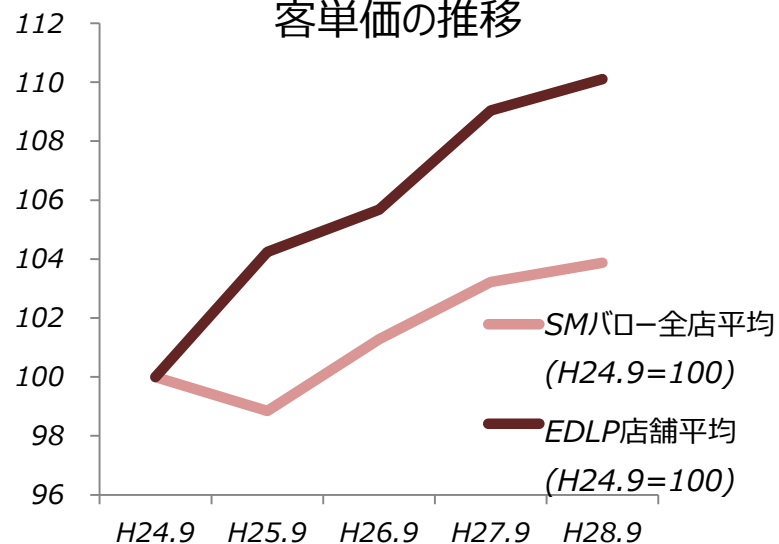


▲改装を機にEDLP政策へ移行した店舗（上）平成28年6月改装のSMバロー滝ノ水店、（下）平成28年9月改装のSMバロー関ひがし店

生鮮売上構成比の推移



客単価の推移



「お客様の変化」に対応するドラッグストア

➤ 出店加速

- ・ 愛知県・岐阜県を中心に22店舗を新設、年間40店舗計画

➤ 改装による業態の進化

【250～300坪】 利便性の向上

- － 自社物流のメリットを活かし、チルド・冷凍食品を拡充

【600坪】 専門性の追求と利便性の向上

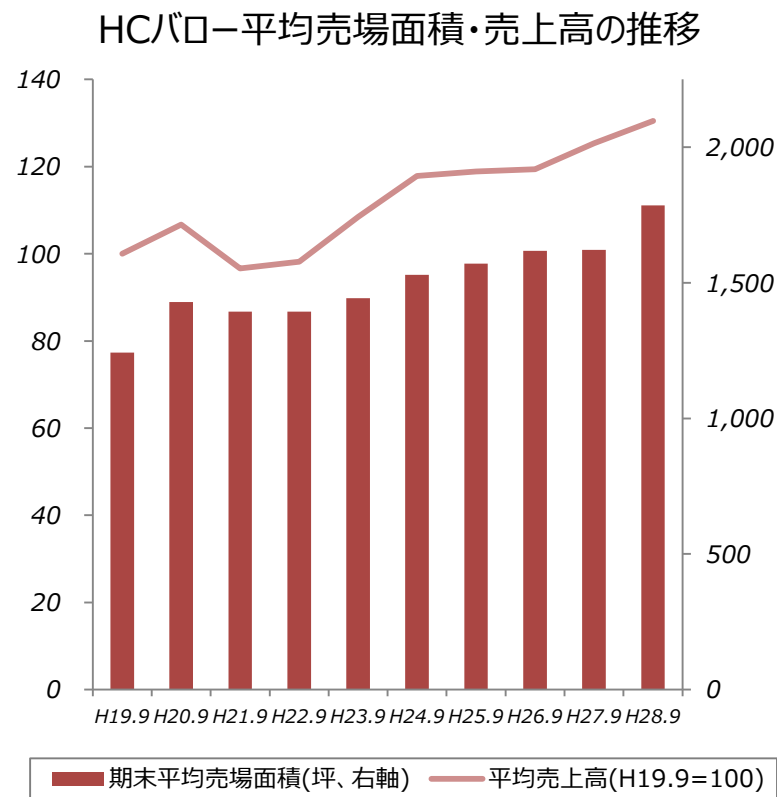
- － 化粧品部門で提案型陳列を導入、カウンセリングコーナー拡張
- － 100円均一コーナー設置、食品の拡充(惣菜・精肉)



▲平成28年10月改装のV・drug豊川店 (左)ネイルバーの展開、(右)中部フーズが運営するデリ・バークの導入

「専門性」で競争力を向上するHC

- 店舗面積拡大による更なる専門性の追求
 - 10年間推移：平均売場面積1,243坪→1,786坪、平均売上高1.3倍
 - ※HCバロー可児坂戸店開設(約3,400坪)、近隣小型2店舗を含む3店舗閉鎖
 - サービス部門の拡充：「タイヤ市場」(8店舗)、生活支援サービス「ベンリー」(2店舗)



▲平成28年9月開設のHCバロー可児坂戸店
 (上) 農業機械 (下)床材の張り替えを訴求するリフォームコーナー

フロントの強化により経営効率を改善

➤ 店舗競争力・商品力の強化に係る重点施策を遂行し、3カ年の最終年度に繋ぐ。

<p>構造改革 の推進</p>	<p>①SMの既存店強化 ②インフラ活用レベルの向上 ③情報システム整備による マネジメント強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・既存店改装の継続 ・商品力の強化
<p>成長ドライバー の推進</p>	<p>①ドラッグストア・HCの業容拡大 ②SMの継続出店 ③新規事業の創出</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ドラッグストア：下半期18店舗開設 ・HC：カテゴリー拡充による旗艦店の強化 ・下半期新設6 ・公正屋5店舗追加によるシナジー享受
<p>組織基盤 の強化</p>	<p>①持株会社体制への移行と ガバナンス強化 ②教育体制の充実と人材開発</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・教育施設の設計開始、プログラム開発

Valorとは、英語の古語で『勇気ある者』を意味します。
私達は、社会に貢献できる責任ある企業づくりのためには、
何事にも挑戦する「勇気」を持ち続けることが大切だと信じています。

「地域社会」に新たな価値を提供し続ける企業へ

A large, stylized red logo for Valer Holdings. The word "valer" is written in a thick, rounded, lowercase font, and "Holdings" is written in a smaller, uppercase, sans-serif font to its right. A registered trademark symbol (®) is located above the "i" in "Holdings".

<http://valorholdings.co.jp>