



2024年2月期 期末決算説明資料

株式会社スリーエフ
2024年4月11日

事業環境

- 原材料価格上昇と円安によるコスト高から値上げ基調も政府支援策等で電気代は前年比で減少。
- コロナ禍の影響が緩和したことで人流が回復。
- 11月以降は訪日外客数もコロナ禍前を超えインバウンド需要の回復が売上に貢献。

当社の状況

「中長期経営計画」の4年目は「個店平均日販」と「加盟店利益」は計画水準を上回り、また3期連続赤字の利益面も急速に回復。修正前の中長期経営計画に到達。

- ① 2023年2月期3Qより回復傾向だった日販は、当期においても回復は持続。さらに年間を通じて高温に恵まれたことで免許品の売上構成比が低下。結果、日販向上に粗利益率の回復が伴ったことで営業総収入、店舗粗利益額は好調に推移。
- ② 引き続きローソンチェーンの積極的な販促と商品政策も日販回復に大きく貢献。
- ③ 加えて、原油価格の安定と政府支援策による電気代の減少が加盟店利益を押し上げ、販促費の伸びを据え置いたことからチェーン本部利益が急回復。
- ④ 内外からの人流回復により行楽立地主体のgoozの収益性は回復。

2024年2月期連結決算実績と2025年2月期以降の予想(計画)



(単位：百万円)

	2023年 2月期	2024年 2月期	前年同期 増減率	2025年 2月期予想	前年同期 増減率	2026年 2月期計画	2027年 2月期計画 中長期経営計画 最終年度
チェーン全店売上高	63,746	65,848	3.3%	66,000	0.2%	—	—
営業総収入	13,213	13,857	4.9%	13,400	△ 3.3%	—	—
営業利益	152	909	495.4%	650	△ 28.5%	—	—
経常利益	157	914	480.0%	660	△ 27.9%	900	1,000 以上
親会社株主に帰属する 当期純利益	△ 164	217	—	100	△ 54.0%	200	300 以上

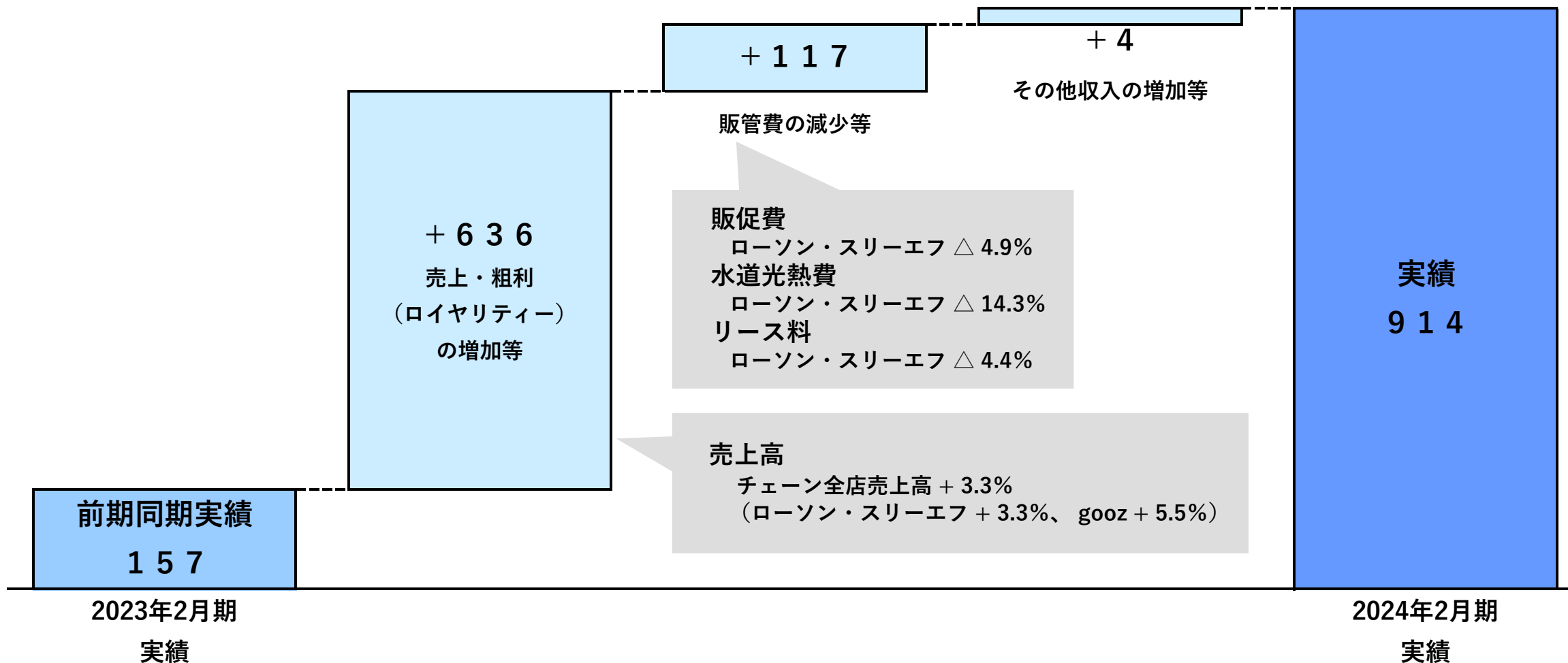
2025年2月期は減益を見込むも、中長期経営計画の達成に向けて着実に前進



経常利益増減分析(2023年2月期対比)



(単位：百万円)



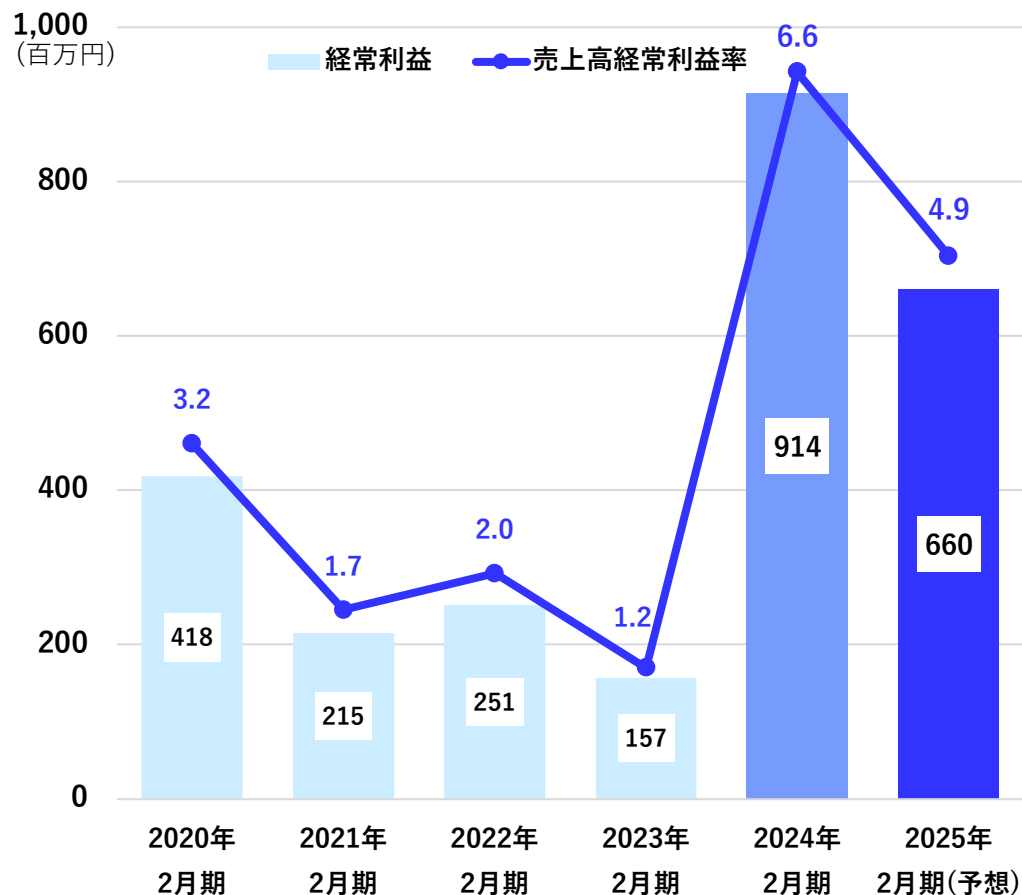
売上・粗利の改善と販管費の抑制(主に水道光熱費)により大幅増益



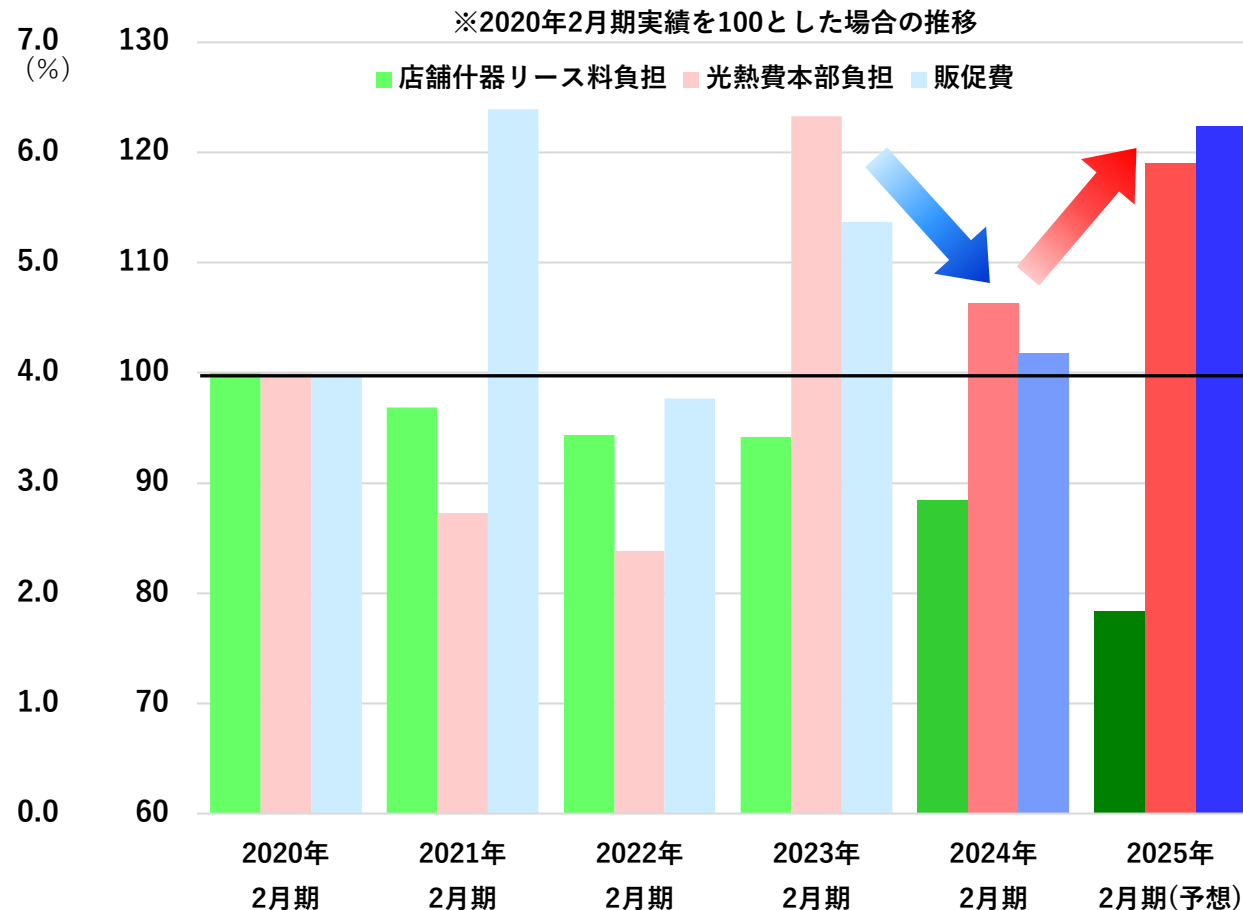
連結売上高経常利益率と主な経費の推移



連結売上高経常利益率の推移



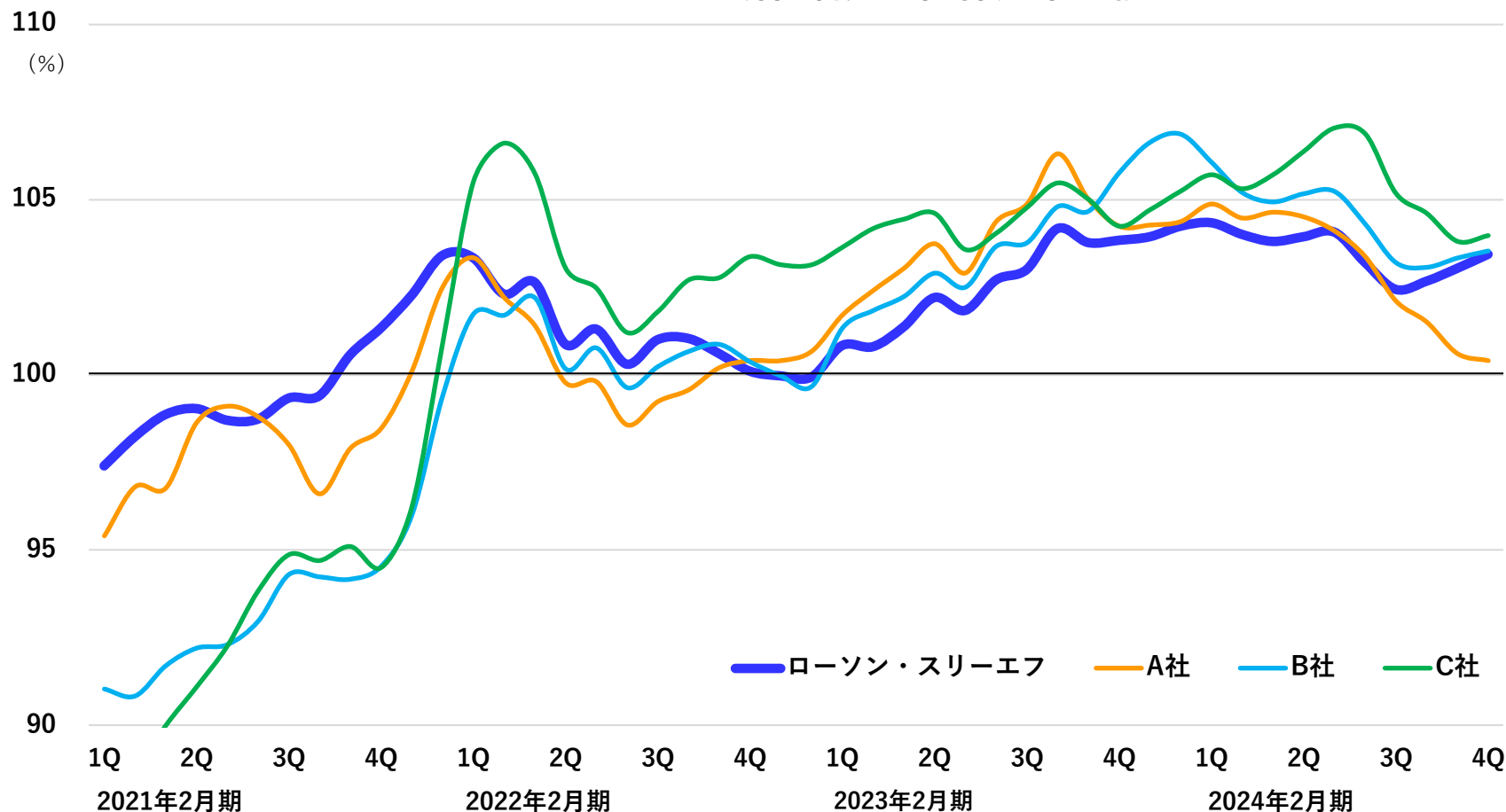
(ローソン・スリーエフ)主な経費の推移



光熱費と販促費の減少が利益に大きく貢献も次期は増加を見込む。店舗什器リース料は徐々に減少



大手チェーンとの既存店売上高伸長率比較

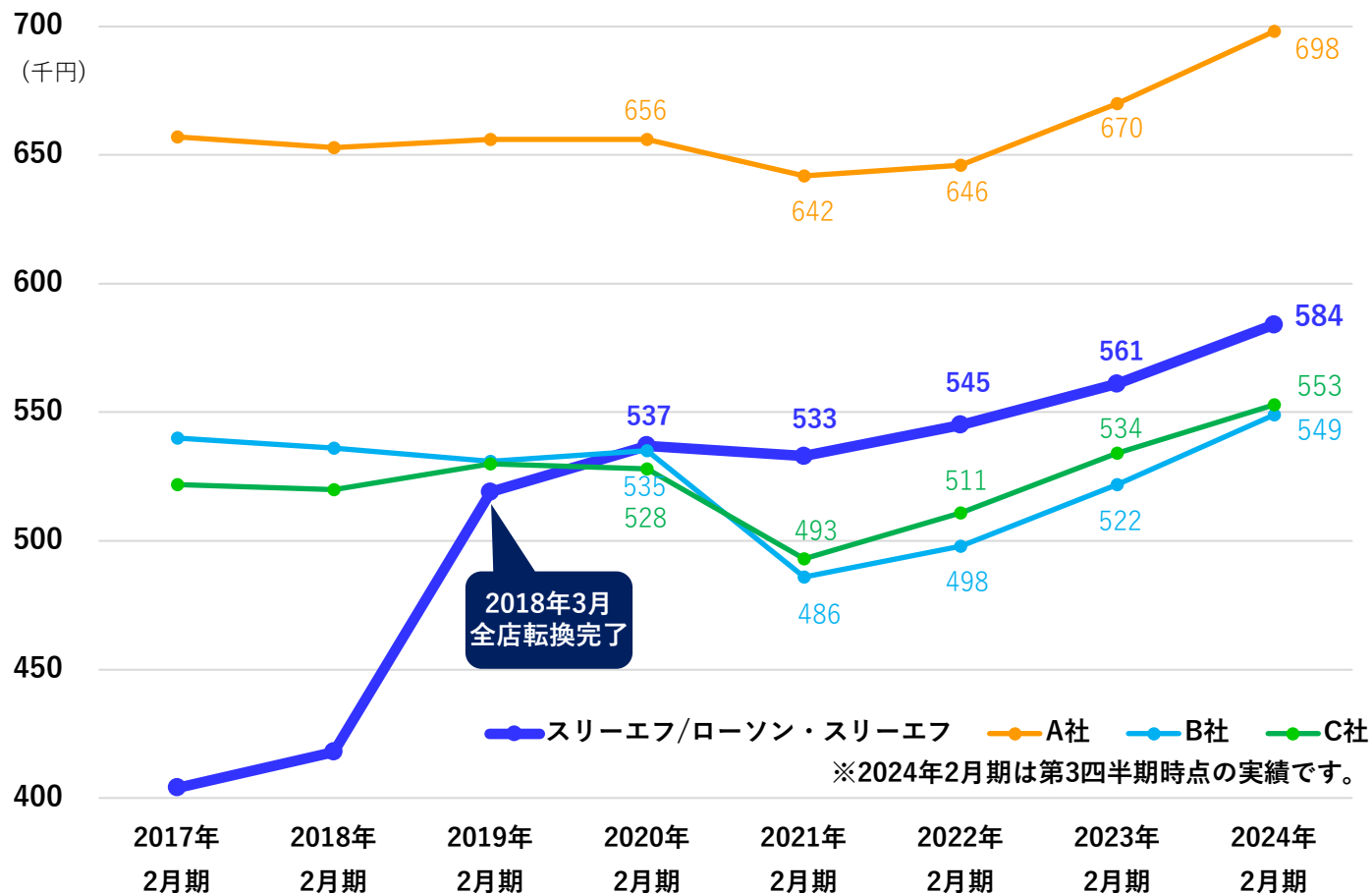


ローソン・スリーエフ

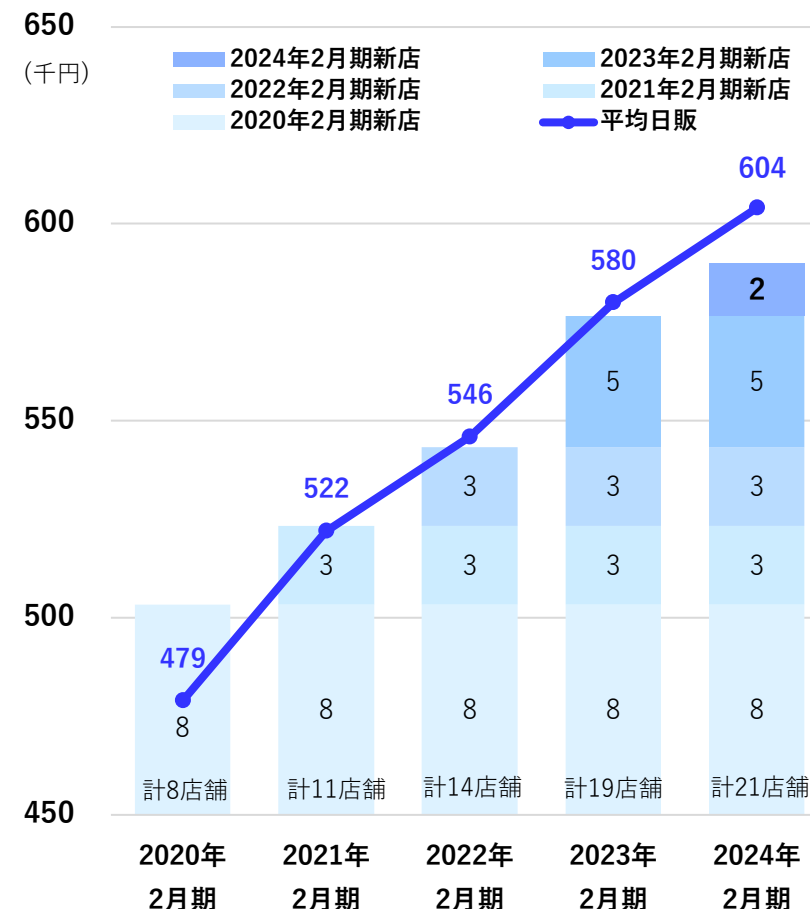
	既存店売上高伸長率
2024年2月期	103.5%
2023年2月期	102.4%
2022年2月期	101.3%
2021年2月期	99.2%

人流の回復やインバウンド需要の復活もあり売上は安定的に成長

大手チェーンとの全店平均日販比較

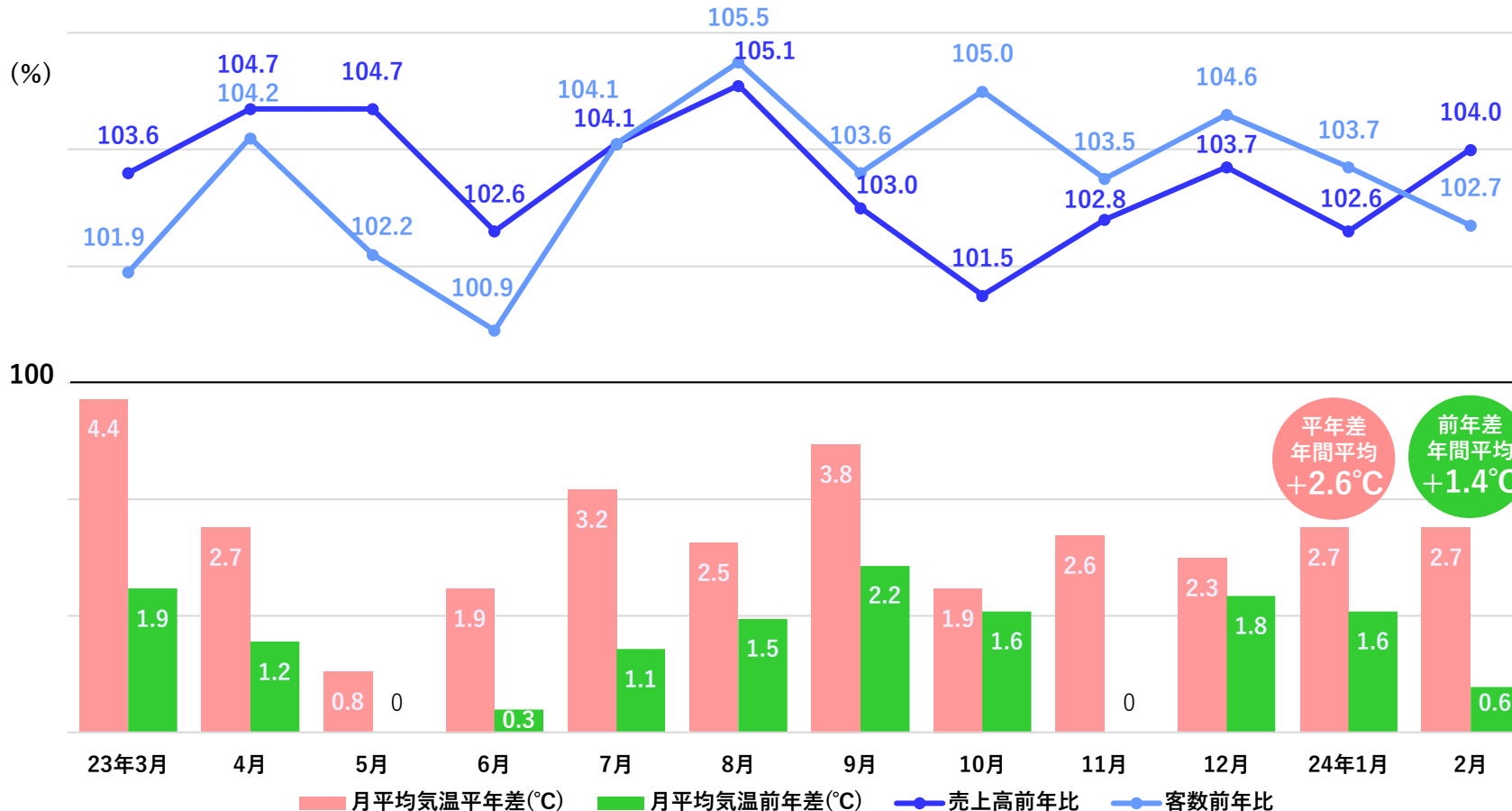


新店の平均日販推移



中長期経営計画で定めた「每期継続的に平均日販を1万円ずつ向上」を大幅に上回る

既存店売上高・客数伸長率と月平均気温の気温差(横浜市)



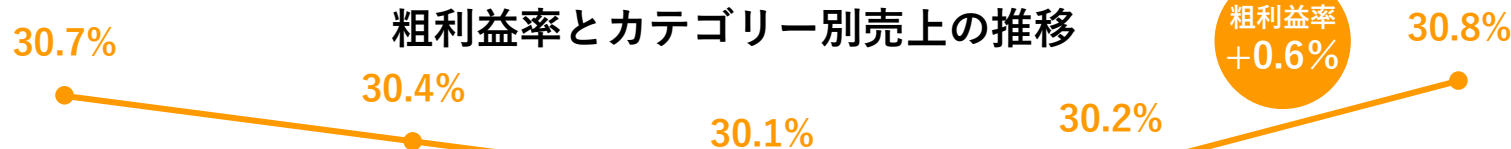
平年差年間平均 +2.6°C
 前年差年間平均 +1.4°C

	2024年2月期 既存店伸長率
売上高	103.5%
客数	103.5%

注)横浜市の月平均気温の気温差(出所：気象庁ホームページより)

年間を通じて気温が高めに推移したことにより、売上・客数の増加に大きく寄与

ローソン・スリーエフの状況④



※2020年2月期実績を100とした場合の推移

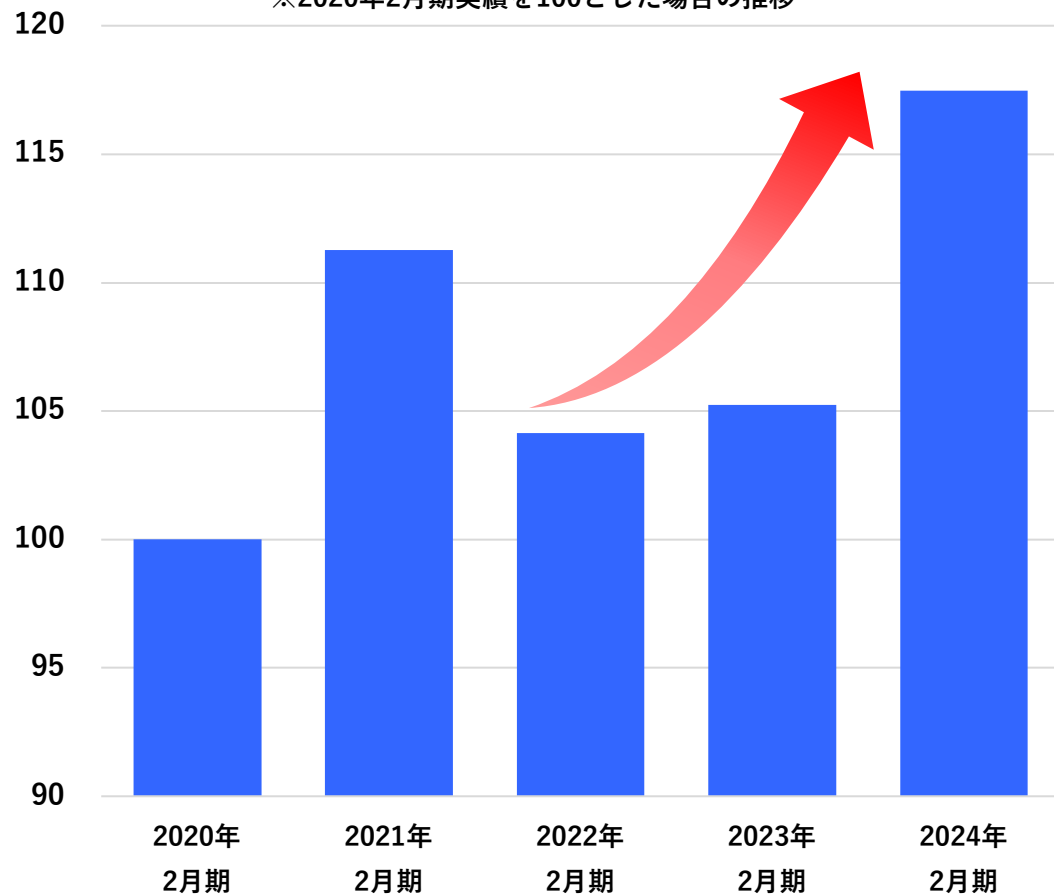
カテゴリ	2020年2月期	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期	変化
米飯・麺	100	96	97	101	105	
デリカ	100	92	92	98	106	+8
ファストフード	100	84	91	104	112	+8
デイリーフーズ	100	109	110	111	117	
飲料	100	93	91	92	102	+10
酒類	100	107	110	105	107	
加工食品	100	102	98	103	108	
菓子	100	96	96	104	110	
日用品	100	103	104	109	120	+11
本・雑誌	100	106	96	88	81	-7
たばこ	100	104	111	117	116	-1
その他	100	109	108	103	106	

※サラダ伸長
※ホットフーズ伸長
※ソフトドリンク伸長
※玩具・化粧品伸長

個店別・カテゴリ別の品揃え強化が奏功し、売上・粗利益率の改善につながる

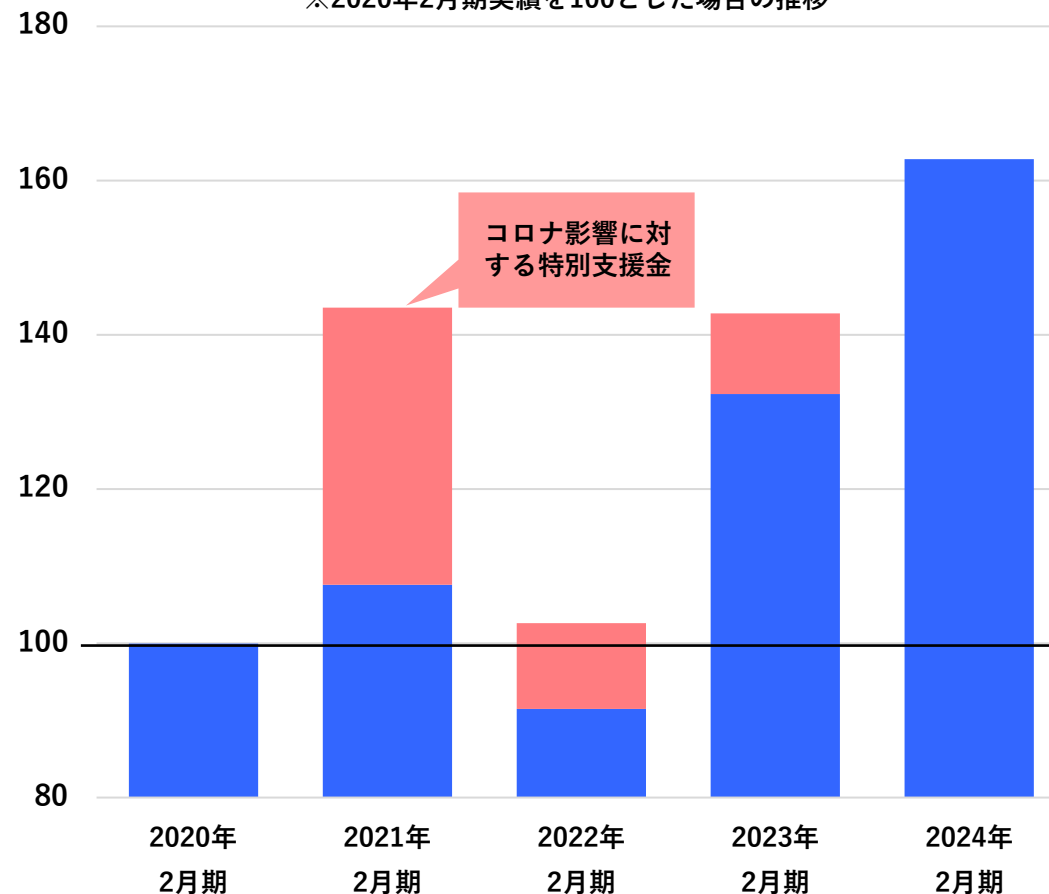
加盟店利益の推移

※2020年2月期実績を100とした場合の推移



一店舗当たりの加盟店支援額推移

※2020年2月期実績を100とした場合の推移



一店舗当たりの支援額の増加と日販・粗利の改善により加盟店利益は大幅改善

10周年を迎え発売した“理想のもちぼにょ”が販売好調



もちぼにょの発売10周年を記念し、美味しさを最優先に仕様を見直したプレミアムタイプの「理想のもちぼにょ バニラカスタード」を2023年10月3日に発売。

10周年を迎えた記念すべきタイミングに原点回帰し、初めてもちぼにょを口にした時の驚きと感動を改めて実感ただける“理想の美味しさ”を追求しました。

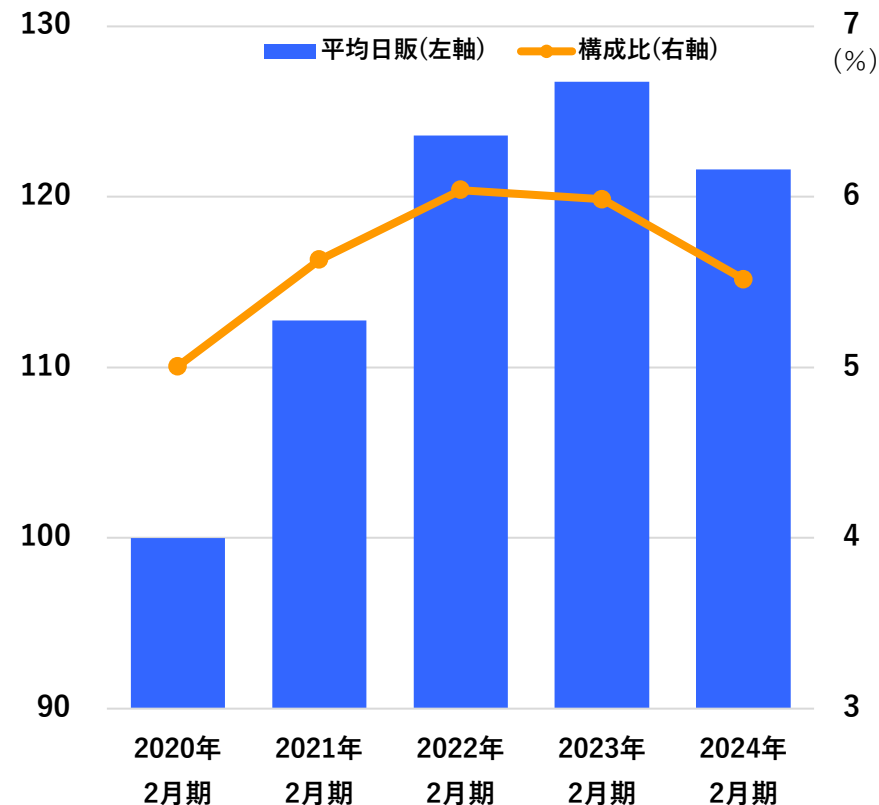


※発売当時のもちぼにょシリーズポスター

“もちぼにょ”とは…2013年11月の発売以来、「もち米粉で作ったもちもち食感の生地とトロリあふれ出すカスタードクリーム」と「可愛いネーミング」で老若男女問わず、多くのご支持をいただいていた商品です。コンビニ業界で「もちもち食感のスイーツ」として初めてスリーエフが売り出し、これまで150種以上ものフレーバーを発売しています。

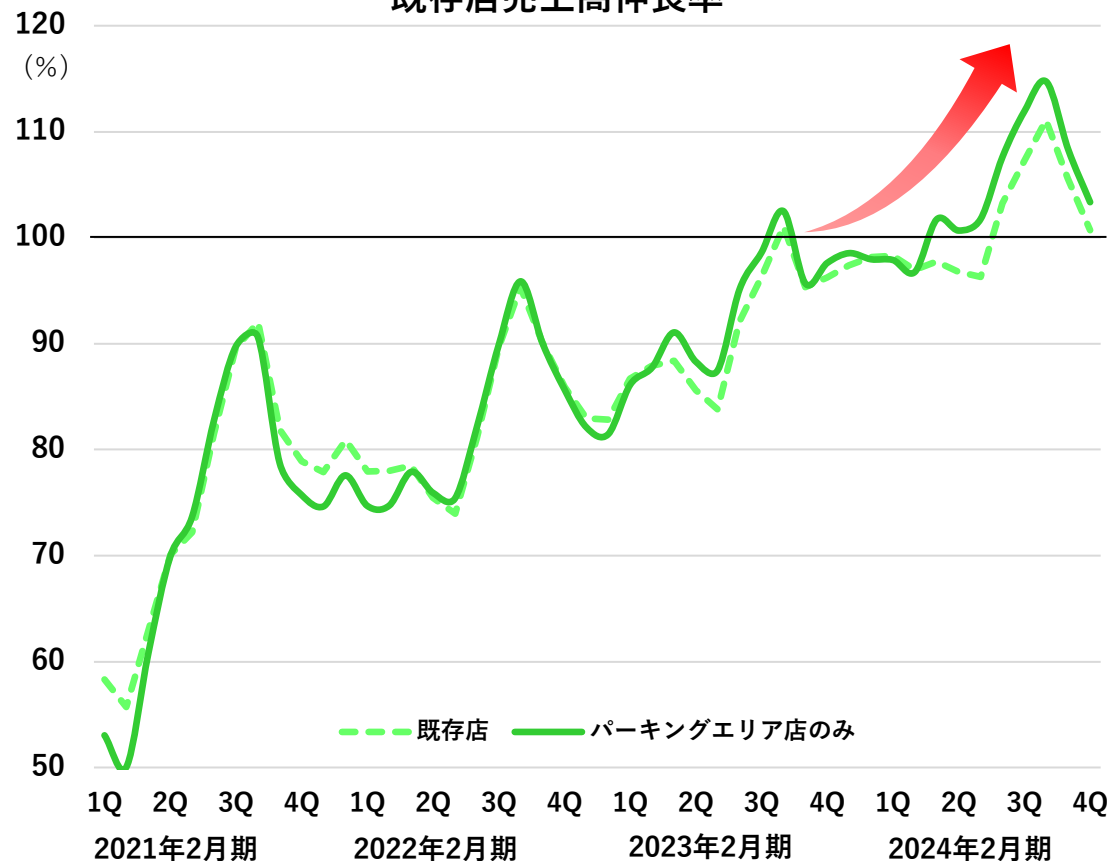
ローソン・スリーエフ独自商品 平均日販、構成比推移

※平均日販は2020年2月期実績を100とした場合の推移



独自商品の構成比は減少も、平均日販はコロナ禍を経て大きく成長

コロナ禍前(2020年2月期)に対する
既存店売上高伸長率



2023年8月「横浜コロッケ」を発売

横浜市内で収穫したじゃがいもを使用した「ご当地コロッケ」を開発しました。売上は好調で、おにぎりや総菜などとの買い合わせ効果が生じています。



1号店のいちよう並木通り店オープンから20周年

2024年2月に20周年を迎えることが出来ました。今後も、品質・サービスのより一層の向上に取り組み、お客様にご満足いただけるお店作りを進めてまいります。



※いちよう並木通り店オープン当時 (2004年2月19日)



人流の回復や天候影響でコロナ禍前を上回る。特にパーキングエリア店が大きく伸長

基本方針

- 「10年間を一括りで考える“10年経営”を実施します」
- 「毎期継続的に、個店平均日販を1万円ずつ向上させます」
- 「販売費を段階的に増加し続け、加盟店支援を充実させます」
- 「人件費の増加に対応した労働環境の改善と加盟店利益の向上を両立させます」
- 「加盟店と本部の“^{いっかい}一塊経営”を実現します」
- 「社是に掲げる“奉仕の経営”を実践します」

数値目標

(計画最終年度)

経常利益
10億円以上

親会社株主に帰属する

当期純利益
3億円以上

本資料に記載されている業績予想等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。