

前期報告

2001年3月期の売上高は、32,241百万円（対前年比17.4%増）、営業利益は1,959百万円（対前年比62.1%増）となりました。

小売既存店売上高対前年比は、%と堅調に推移し、新規出店は14店舗、子会社の店舗27店舗を加え、2001年3月期末の店舗数は連結ベースで79店舗となりました。

粗利率は、前期%をポイント上回る%と大きく収益改善に貢献いたしました。粗利率の上昇の原因として、マージンの高い小売部門の割合の上昇（2001年3月期で小売部門は売上全体の%）、「既存の商品よりも顧客に安く提供でき、かつ既存の商品よりも高い粗利率を獲得できる」独自の商品政策を推し進めてきていることが挙げられます。前述しました真価値商品の構成比は、全体の売上の20%を占めるまでになっています。今後とも真価値商品と自社開発商品の割合を増やしていくことによって、粗利率を高めていく方向です。

当社は、2000年4月1日付で、株式交換により中堅加工食品販売会社2社を完全子会社化しました。1)ABC本体と人的資源を共有するフラットな組織にすること、2)MDセンターから子会社店舗も含む全店舗に商品供給を行い、ABC独自の商品政策の投入による粗利率の向上を図るとともに、3)成功報酬型の給与体系の導入ならびに経費の削減を図ること、また、4)業績に貢献のできるよい店を伸ばし、貢献のできない店舗を積極的に閉店することで、営業利益率をABC本体と同レベルの平均6%へ引き上げることを目標としてきました。2001年3月末までに、効率のよくない子会社店舗を5店舗閉鎖し、27店舗となりました。2001年4月1日付で、子会社を吸収合併しましたので、今後、当社の小売既存店として大きく貢献できる店舗となっています。

財務戦略 - 資本効率を追求

ABCの財務戦略のポリシーは、常に資本コストを意識した最も効率的な資金の調達とキャッシュフローを生み出す原則から成り立っています。経営判断のコアとなる「資本コスト」については、資本コストと事業の投資効率の比較検討から、適切かつ迅速な判断をすることで高ROIを追及し、ROE・ROAの水準を業界トップレベルに維持していきます。

必要最小限の投下資金で最大の営業利益を上げることを重視し、出店はROIを基準にしています。店舗形態のROI標準は、「つるかめ」60%、「つるかめらんど」60%、「ふーどれっとつるかめ」70%と、高いROIとなっています。店舗オペレーションについても、早期の資金回収のため、営業利益率6%

を社内目標としています。

出店資金の調達に関しては、営業キャッシュフロー内で賄っています。店舗はすべて賃貸とし、既存流通企業の撤退店舗を引き受ける形で出店すること等、出店コストの更なる見直しを進め、2001年3月期で10億円を見込んでいた設備投資を、百万円に抑えることができました。また、資本効率を上げるために、営業目的でない資産については売却を進め、収益拡大と平行し、資産の健全化に努めております。