

株主各位

ミニストップ株式会社

第 41 期定時株主総会 質疑応答要旨について

株主さまよりいただきましたご質問および回答の要旨をお知らせ致します。

記

<質問要旨 1(事前質問)>

昨年、新商品エンドが機能していないこと、その一つの例として「うす焼きは利益貢献したのですか？」と尋ねました。今年も 21 店舗を見て回って感じたことは、「何ら改善されていない、こんなことで大丈夫なのか」です。一生懸命取り組んでいる FC 店がある一方で、やる気が全く感じられない直営店も。皆さん本当に現場を見ているのですか？こんなにひどい売場を放置しているチェーンはミニストップだけです。大いに反省して改善に取り組んでください。

<回答要旨 1>

新商品、特売エンドにつきましては、昨年 6 月より売り場展開期間を従来の 2 週間から 3 週間に伸ばし、安心して在庫を持ってもらえるように変更しております。また本年 6 月には棚板 3 段分を生活防衛売り場として中期的に売り場を維持する展開を準備しております。引き続き売上総利益額最大化とオペレーション改善のための取り組みをすすめてまいります。

また、ご指摘いただきました、直営店の売り場についてはお恥ずかしい限りです。本来であれば、モデル店舗としてあるべき売り場展開をするのが直営店の役割であり、FC 店の見本であるべきです。営業部長がエリア責任者として確認、指導を継続して参ります。併せて、FC 店、直営店を問わず、優れた展開をはじめ成功事例については、共有を行い水平展開に努めて参りたいと考えます。

<質問要旨 2>

ホテルや駅等施設内店舗がミニストップは少ないのではないかと。こういうところを狙っていないのか、入れないのか、入っても意味がないと思っているのか、考えを聞かせてください。

<回答要旨 2>

施設内店舗については、私共も入札等にも参加をしている中で、残念ながら選に漏れているところが多いのが現状でございます。今後については、「cisca」で出店している職域の閉鎖商圈を狙っていきたいと考えております。ただ今後については新型コロナウイルス感染症の影響により、オフィス事情も変わってくると思っていますので、フルコンビニではなくて 10 坪、20 坪でも機動的に展開できるカフェを中心にしたコンビニを展開していく予定でございます。

以上