



平成24年1月期 決算説明会

平成24年3月16日

株式会社丸千代山岡家

JASDAQ（証券コード：3399）



目次

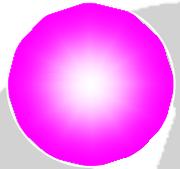
- 平成24年1月期決算概要他 P 3 ~ P 19
- 平成25年1月期 課題と施策等 P 20 ~ P 34
- 近況、参考資料 P 35 ~ P 53



平成24年1月期決算及び平成25年1月期業績

- ・平成24年1月期決算概要
- ・平成25年1月期業績の見通し

財務経理部長 太田 真介



平成24年1月期決算概要



平成24年1月期 TOPICS

通期累計実績

売上高：8,712百万円（前期比9.6%増）

経常利益： 57百万円（前期は290百万円）



□対前期比で増収・減益となる

□前期と比較して大幅な減益となる

□特別損失額 229百万円



平成24年1月期実績

(単位：千円)

	平成24年1月期					
	実績（上期）		実績（下期）		通期実績	
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	売上比率
売上高	4,066,657	100.0	4,645,653	100.0	8,712,310	100.0
売上原価	1,039,148	25.6	1,177,106	25.3	2,216,254	25.4
売上総利益	3,027,509	74.4	3,468,546	74.7	6,496,055	74.6
販管費	3,087,862	75.9	3,386,859	72.9	6,474,721	74.3
営業利益	△60,353	△1.5	81,686	1.8	21,333	0.2
経常利益	△46,151	△1.1	104,046	2.2	57,895	0.7
当期純利益	△106,362	△2.6	△71,750	△1.5	△178,112	△2.0

売上原価は、猛暑による食材品質のカバー、新業態の原価率などもあり上昇傾向

販管費は、概ね予想通り推移したが売上の伸び悩みにより比率は上昇

新規出店数は、上期に8店舗、下期に10店舗、計18店舗



平成24年1月期対前期比較

(単位：千円)

	平成23年1月期		平成24年1月期		対前期比較	
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	比率
売上高	7,952,626	100.0	8,712,310	100.0	759,684	9.6
売上原価	1,978,264	24.9	2,216,254	25.4	237,990	12.0
売上総利益	5,974,362	75.1	6,496,055	74.6	521,693	8.7
販管費	5,717,715	71.9	6,474,721	74.3	757,006	13.2
営業利益	256,647	3.2	21,333	0.2	△235,314	△91.7
経常利益	290,018	3.6	57,895	0.7	△232,123	△80.0
当期純利益	115,560	1.5	△178,112	△2.0	△293,672	—

売上原価率は前期に対し対売上比0.5%上昇

販管費は前期に対し2.4%悪化(売上未達による比率の悪化、出店初期費用増)



平成24年1月期対予算比較

(単位：千円)

	平成24年1月期 修正予算		平成24年1月期 累計実績		対修正予算比較	
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	比率
売上高	8,758,195	100.0	8,712,310	100.0	△45,885	△0.5
売上原価	2,245,218	25.6	2,216,254	25.4	△28,964	△1.3
売上総利益	6,512,977	74.4	6,496,055	74.6	△16,922	△0.3
販管費	6,477,745	74.0	6,474,721	74.3	△3,024	△0.0
営業利益	35,232	0.4	21,333	0.2	△13,899	△39.4
経常利益	60,000	0.7	57,895	0.7	△2,105	△3.5
当期純利益	△72,000	△0.8	△178,112	△2.0	△106,122	—

減損処理店舗数を積み増したことにより、最終損失拡大



平成24年1月期コスト内訳

(単位：千円)

		平成23年1月	売上高比	平成24年1月	売上高比	対前期コスト改善率
売上高		7,952,626	100.0	8,712,310	100.0	—
売上原価		1,978,264	24.9	2,216,254	25.4	0.6
売上総利益		5,974,362	75.1	6,496,055	74.6	—
販売費及び一般管理費	人件費	2,590,790	32.5	2,885,605	33.1	0.6
	法定福利費	222,203	2.7	267,079	3.1	0.3
	水道光熱費	780,583	9.8	913,161	10.5	0.7
	賃借料	89,249	1.1	75,532	0.9	△0.2
	地代家賃	618,865	7.7	716,224	8.2	0.4
	減価償却費	448,122	5.6	524,664	6.0	0.4
	その他	967,903	12.1	1,092,456	12.5	0.4
	計	5,717,715	71.9	6,474,721	74.3	2.4

原価率の圧迫が大きな影響を及ぼしている

電気代を含めた水道光熱費のコントロールは厳しい状況



営業利益の減益要因

売上高

＜外的要因＞

- ・ 東日本大震災に伴う店舗営業の休止（合計19店舗）
- ・ 節電等による生活リズムの変化、自粛等の影響、自宅での食事機会増加

＜内的要因＞

- ・ 付加価値の高い手作り感のある商品を提供できなかったことによる来店客数の減少
- ・ 自社競合等による売上規模の縮小
- ・ 新店売上の伸び悩み

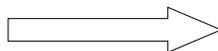
コスト

- ・ 営業休止が発生したが、コストの大きな減少はない（地代、人件費等）
- ・ 新規出店及び組織変更に伴う人員異動のコスト増加



営業利益の増減

平成23年1月期
256,647千円



平成24年1月期
21,333千円

増減 $\Delta 235,314$ 千円

要因分析

・ 売上増加による利益増	60,669千円
・ 震災の影響による利益減 (当社予測)	$\Delta 40,000$ 千円
・ 原価率悪化	$\Delta 46,888$ 千円
・ 販管費増加	$\Delta 209,095$ 千円
計	$\Delta 235,314$ 千円



資産の推移

(単位：千円)

	平成23年1月	平成24年1月	構成比	増減率
流動資産	392,983	526,692	9.6	34.0
現金及び預金	179,752	271,790	4.9	51.2
棚卸資産	104,514	133,269	2.4	27.5
固定資産	4,702,383	4,969,524	90.4	5.7
有形固定資産	3,616,407	3,823,050	69.6	5.7
建物及び構築物	2,971,191	3,150,581	57.3	6.0
無形固定資産	17,921	28,677	0.5	60.0
投資その他の資産	1,068,054	1,117,796	20.3	4.7
敷金保証金	737,200	805,368	14.7	9.2
資産合計	5,095,367	5,496,216	100.0	7.9



資本・負債の推移

(単位：千円)

	平成23年1月	平成24年1月	構成比	増減率
流動負債	1,554,685	1,746,842	31.8	12.4
買掛金	146,123	147,478	2.7	0.9
短期借入金	31,000	—	—	—
1年以内返済長期借入金	873,858	1,018,436	18.5	16.5
固定負債	2,050,214	2,476,668	45.1	20.8
長期借入金	1,853,524	2,233,839	40.6	20.5
負債合計	3,604,900	4,223,510	76.8	17.2
純資産	1,490,467	1,272,705	23.2	△14.6
資本金	291,647	291,647	5.3	—
負債・純資産合計	5,095,367	5,496,216	100.0	7.9



キャッシュフロー要因分析

(単位：千円)

	平成23年1月	平成24年1月	増減額
営業活動によるCF	431,171	538,203	107,032
(小計)	678,124	670,219	△7,905
(法人税等の支払)	△199,615	△47,387	△152,228
投資活動によるCF	△1,047,573	△839,986	△207,587
財務活動によるCF	371,781	387,820	16,039
現金及び現金同等物	164,742	250,780	86,068

■ 営業活動によるキャッシュフロー

税引前四半期純損失166,581千円に対し、減価償却費524,664千円、法人税等の支払額47,387千円

■ 投資活動によるキャッシュフロー

新店舗開設による有形固定資産の支出751,582千円

■ 財務活動によるキャッシュフロー

長期借入返済1,032,107千円、新規の長期借入1,557,000千円



エリア別出店状況

平成24年1月期**18店舗**出店
2店舗閉店

北海道・東北エリア

都道府県名	H23.1期末店舗数	H24.1増減	H24.1末店舗数
北海道	33	3	36
宮城県	2	1	3
福島県	2	1	3
山形県	1	-	1
秋田県	1	-	1
岩手県	1	-	1
青森県	-	1	1

東海エリア

都道府県名	H23.1期末店舗数	H24.1増減	H24.1末店舗数
静岡県	5	2	7
岐阜県	2	-	2
愛知県	4	1	5
三重県	2	-	2
大阪府	-	1	1
兵庫県	-	1	1
京都府	-	1	1

関東・北陸エリア

都道府県名	H23.1期末店舗数	H24.1増減	H24.1末店舗数
茨城県	17	-	17
群馬県	6	-	6
栃木県	7	1	8
千葉県	15	-	15
埼玉県	11	-1	10
東京都	4	-1	3
神奈川県	3	1	4
山梨県	2	1	3
長野県	3	-	3
石川県	-	1	1
富山県	-	1	1

九州エリア

都道府県名	H23.1期末店舗数	H24.1増減	H24.1末店舗数
福岡県	-	1	1

合計

北海道・東北	関東・北陸	東海・関西他	H24.1末店舗数
46	71	20	137

A large, stylized grey calligraphic background text that reads '決算見込み' (Financial forecast).

平成25年1月期業績の見通し



平成25年1月期通期計画（対前期実績比較）

（単位：百万円）

	平成24年1月期 実績 (A)		平成25年1月期 計画 (B)		対前期比較 B-A	
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	比率
売上高	8,712	100.0	9,313	100.0	601	6.9
売上原価	2,216	25.4	2,342	25.1	126	5.7
売上総利益	6,496	74.6	6,971	74.9	475	7.3
販管費	6,474	74.3	6,755	72.5	281	4.3
営業利益	21	0.2	215	2.3	194	923.8
経常利益	57	0.7	240	2.6	183	321.0
当期純利益	△178	△2.0	60	0.6	238	—

新規出店数の減少（18→7店舗）、既存店売上高の今後の動き等を考慮し、コスト削減に取り組む1年といたします。



平成25年1月期通期計画前提条件①

～前提条件～

- 新規出店** 7店舗（上期：2店舗 下期：5店舗）
山岡家業態は既存出店エリアへ出店（計3店舗）
売上が好調な大阪王将業態（4店舗、札幌市内）
- 既存店売上** 前年対比 96.0%
- 原価率** ほぼ前期並みと予想。一部食材では単価減少の動きあり
- 販管費率** 水道光熱費は前期比1.2%UP
（東電管内店舗は4月より前期比25%UP。約1億円の減収要因）
人件費率は前期比1.4%down（売上高比31.7%）
（店舗ベースの人員調整等）
消耗品、修繕、衛生費等の圧縮で、売上比約1%down
- 特別損失** 店舗閉鎖関連費用120百万円
（減損損失、除却損等閉店関連予備費）



平成25年1月期通期計画前提条件②

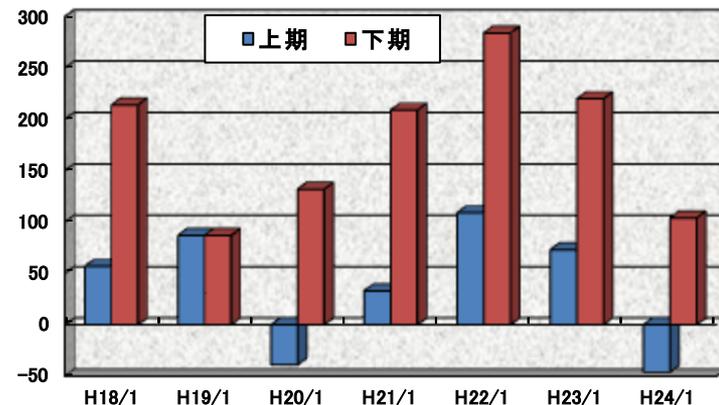
～通期計画根拠～

- 利益ベースは下期偏重（下グラフ参照）
- 出店計画は、既存店対策（QSC向上等）に注力するため今期は縮小。
- 大阪王将事業は好調に推移しているため、出店を強化。（今期4店舗）
- 今期閉店（減損）については、全社の利益率向上を目的として、積極的に行う方針。

～上期・下期の経常利益推移～

直近数年間の推移は、右図のようになり、売上が大きくなる8月・12月・1月が含まれる
下半期の経常利益の伸びは非常に大きく、毎年傾向は一致している。

単位：百万円





● 平成25年1月期の施策等

- ・ 課題と施策
- ・ 経営理念
- ・ 山岡家のラーメンとは
- ・ ポジショニングと目指すところ
- ・ 中長期的目標

代表取締役社長 山岡 正



現状での当社の課題と施策

課題	具体的内容
山岡家のラーメンにこだわる	効率化のため付加価値の高い手作り感のある山岡家のラーメンの原点が薄れてしまった
お客様目線での接客	しっかりとした接客ができなかったためにクレームをいただくこともあり
売上不振店への施策	味のバラツキや行き過ぎた自社競合によりオープン時に比べて売上が激減した店舗あり
全社的なコスト管理体制	4月からの東京電力管内での電気料金の値上げを控えて
第2の柱	『ラーメン山岡家』に次ぐ業態開発



『山岡家のラーメン』にこだわる

本来の山岡家の味を取戻す

① スープ作りにこだわる

臨店や研修による反復指導

1番基のガス化

② 経験豊かなスタッフが調理

お客様の『納得・満足』のため

ベテランを中心とした店舗オペレーション



お客様目線での接客

地域密着・お客様第一主義の再認識

- ①社員やパート・アルバイトへの教育を充実
- ②あいさつ等基本を徹底
- ③清潔感のある身だしなみ
- ④店舗内外の清掃



売上不振店への施策

QSCの再徹底

- ①山岡家の味、スープ作りを再確認
- ②店舗立地に応じた営業時間の見直し
メリハリのある店舗営業の確立
- ③コスト削減
人件費コントロール、家賃減額交渉等
- ④業態転換
行き過ぎた自社競合の緩和



全社的なコスト管理体制

東京電力管内の電気料金値上げを控えて

①コスト削減に全社で取組む

仕入先の見直し

既存店の家賃減額交渉等コスト削減努力

原価管理の更なる厳格化

②コスト合理化

電気を使用する設備の効率使用(節電)

店舗消耗品・衛生費の適正化

店舗人員の適正化による人件費削減



出店方針・新業態

新業態に挑戦中

①大阪王将

QSCを追求し、着実な出店へ

②かつ千代

事業性を再検証し、メニュー刷新して再出発

③ラーメン店新業態

『早い・うまい・安い』を売りにテスト営業中

④出店方針

大阪王将は北海道、山岡家は既存エリア



経営理念

ラーメンで

お客様に

喜んで貰う



経営理念を実現するために

QSCの徹底追求

&

『山岡家のラーメン』に

こだわっていく



山岡家のラーメンとは

ガツン ときて、くせになる

『本格豚骨醤油ラーメン』

『スープが命』

味あり、**コク**あり、**キレ**あり**スツキリ**食べやすく

ほのかに**醤油の香り**あり



山岡家のラーメンとは

【スープにこだわる】

店舗ごとに手間隙かけ

4日間コトコト煮て作る『濃厚豚骨スープ』

山岡家だけの**手作り感**



※手前の寸胴から
1番基、2番基、3番基、4番基の
スープとなっており、
1番基が4日目のスープです。



山岡家のラーメンとは



山岡家専用のコシの強い
『特製太麺』

創業時から門外不出
『秘伝のタレ』





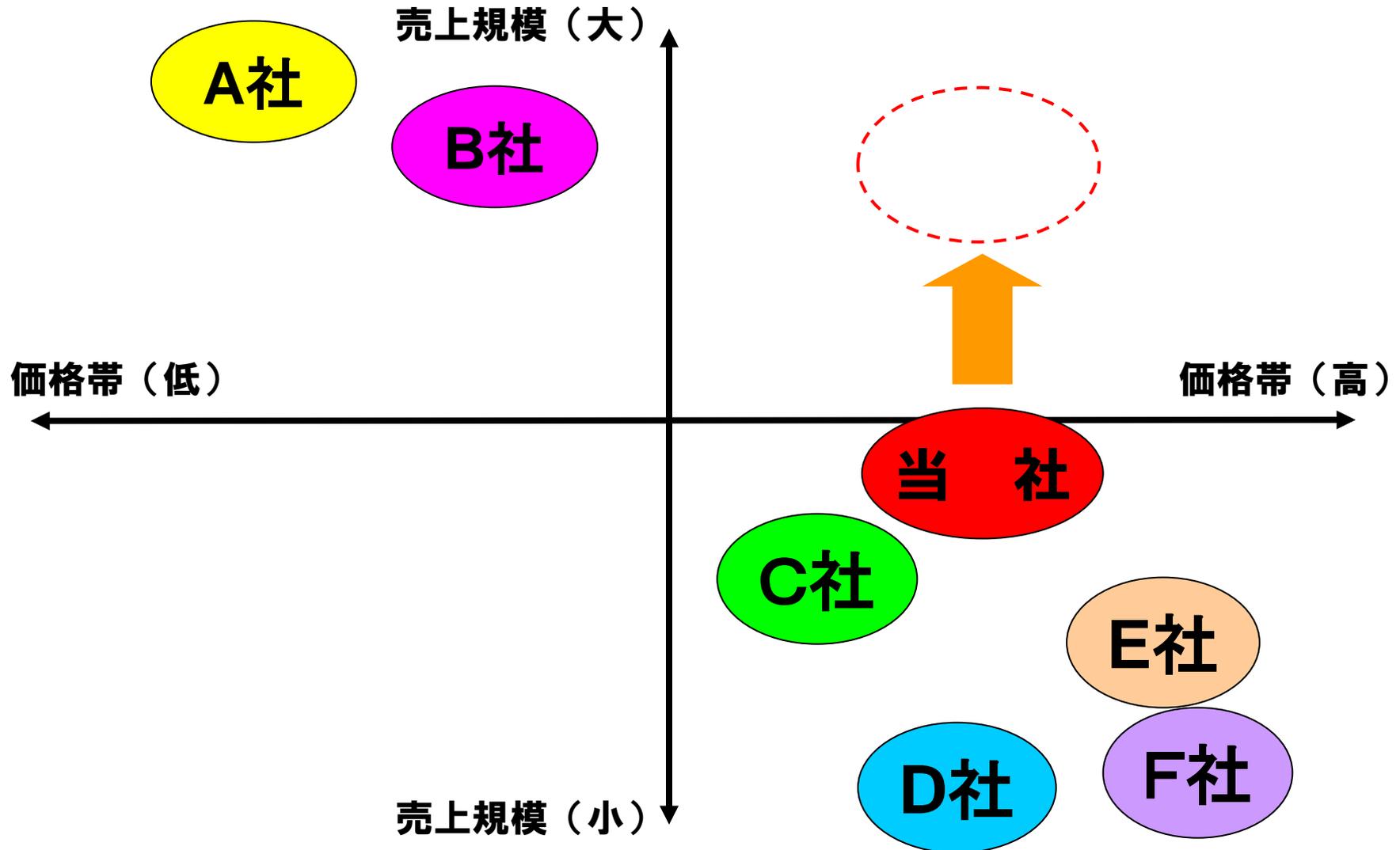
看板メニューは

『醤油ネギラーメン』





業界での当社の位置づけ





中長期的目標

全国の皆様に当社の商品を味わって
頂くため

→ 更なる出店地域の拡大

社会貢献度の高い会社

→ 働く社員の誇りのために



参考資料：ラーメン山岡家について



直営店での展開

ラーメン山岡家の味を守っていくため





店舗の紹介

主な店舗はロードサイド型



発展のルーツはドライバーの皆様からの熱い支持



店舗の紹介

店内はオープンキッチン



お客様の目線を意識して
QSSC 追求



レギュラーメニュー

醤油

…… 山岡家原点の味

醤油ラーメン

醤油ネギラーメン

醤油チャーシュー麺

醤油ネギチャーシュー麺

醤油ピリ辛ネギラーメン

醤油つけ麺

味噌

…… コクの赤味噌

味噌ラーメン

味噌ネギラーメン

味噌チャーシュー麺

味噌ネギチャーシュー麺

味噌ピリ辛ネギラーメン

味噌つけ麺

塩

…… 旨みを引き出す塩

塩ラーメン

塩ネギラーメン

塩チャーシュー麺

塩ネギチャーシュー麺

塩ピリ辛ネギラーメン

朝ラーメン

特製味噌

…… 濃厚スープに
ベストマッチ

特製味噌ラーメン

特製味噌ネギラーメン

特製味噌チャーシュー麺

特製味噌ネギチャーシュー麺

辛味噌

…… くせになる刺激

辛味噌ラーメン

辛味噌ネギラーメン

辛味噌チャーシュー麺

辛味噌ネギチャーシュー麺

辛味噌つけ麺



メニュー紹介



味噌ラーメン

塩ラーメン





メニュー紹介

特製味噌ラーメン



辛味噌ラーメン



期間限定メニュー：平成23年秋

期間限定 9/22 午前9時より

肉あん味噌らぁ〜麺

780円(税込)

半ライスセット プラス100円(税込)

香りお楽しみ平打ち太麺

ガッツリ濃厚、大満足の食べごたえ!

ガツンときて、クセになる。ラーメン山岡家

濃厚 プレミアム 塩とんこつ

極上背脂、たっぷり贅沢に!



【近況について】

- ・平成24年1月期開店閉店状況
開店18店（ラーメン山岡家15店、大阪王将3店）
閉店2店（ラーメン山岡家2店）

ラーメン山岡家 関西・九州へ初出店

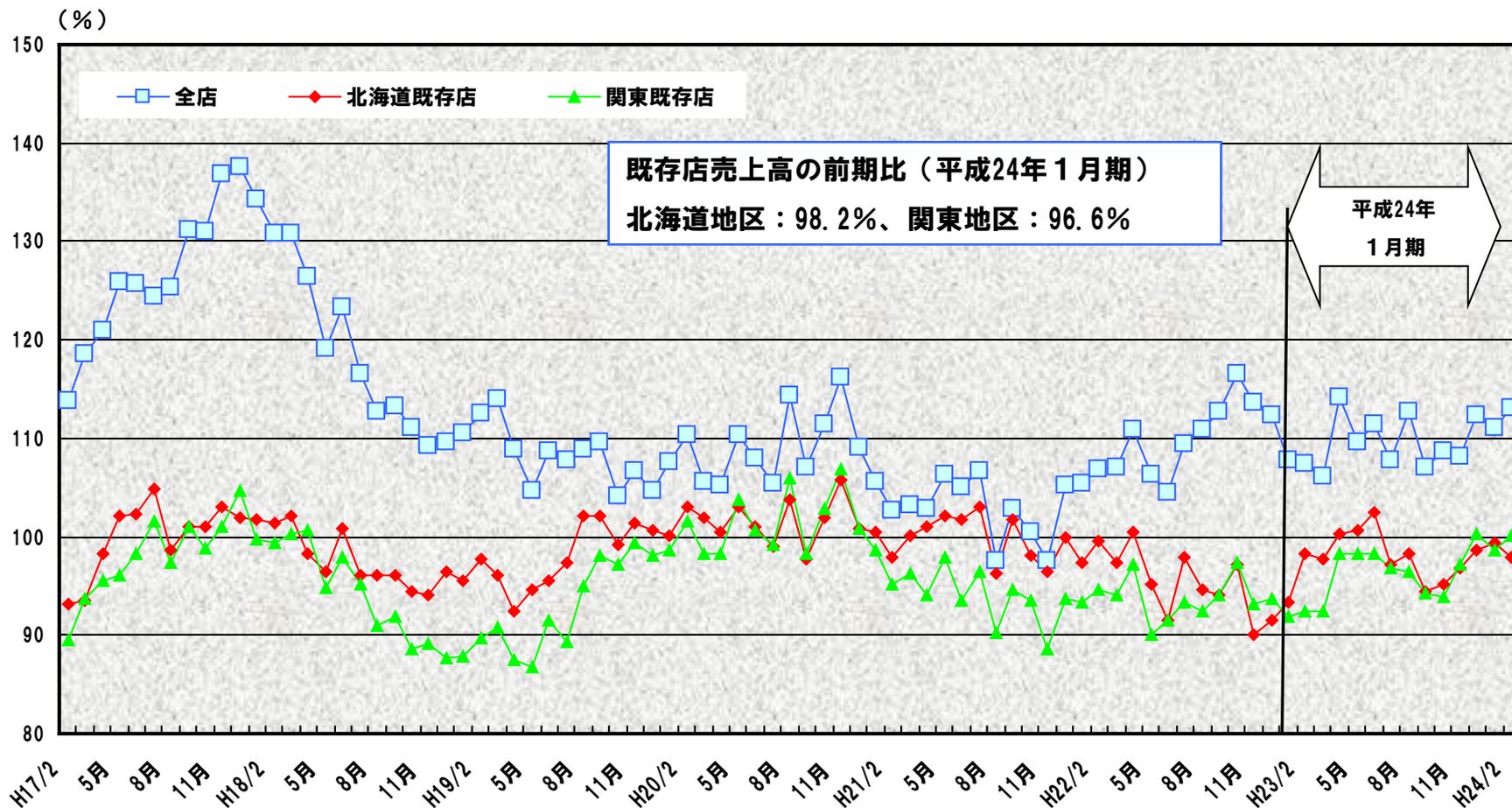
- ・3月に札幌市に **大阪王将4号店グランドオープン**
- ・ラーメン店新業態をテスト営業中



參考資料：各種指標



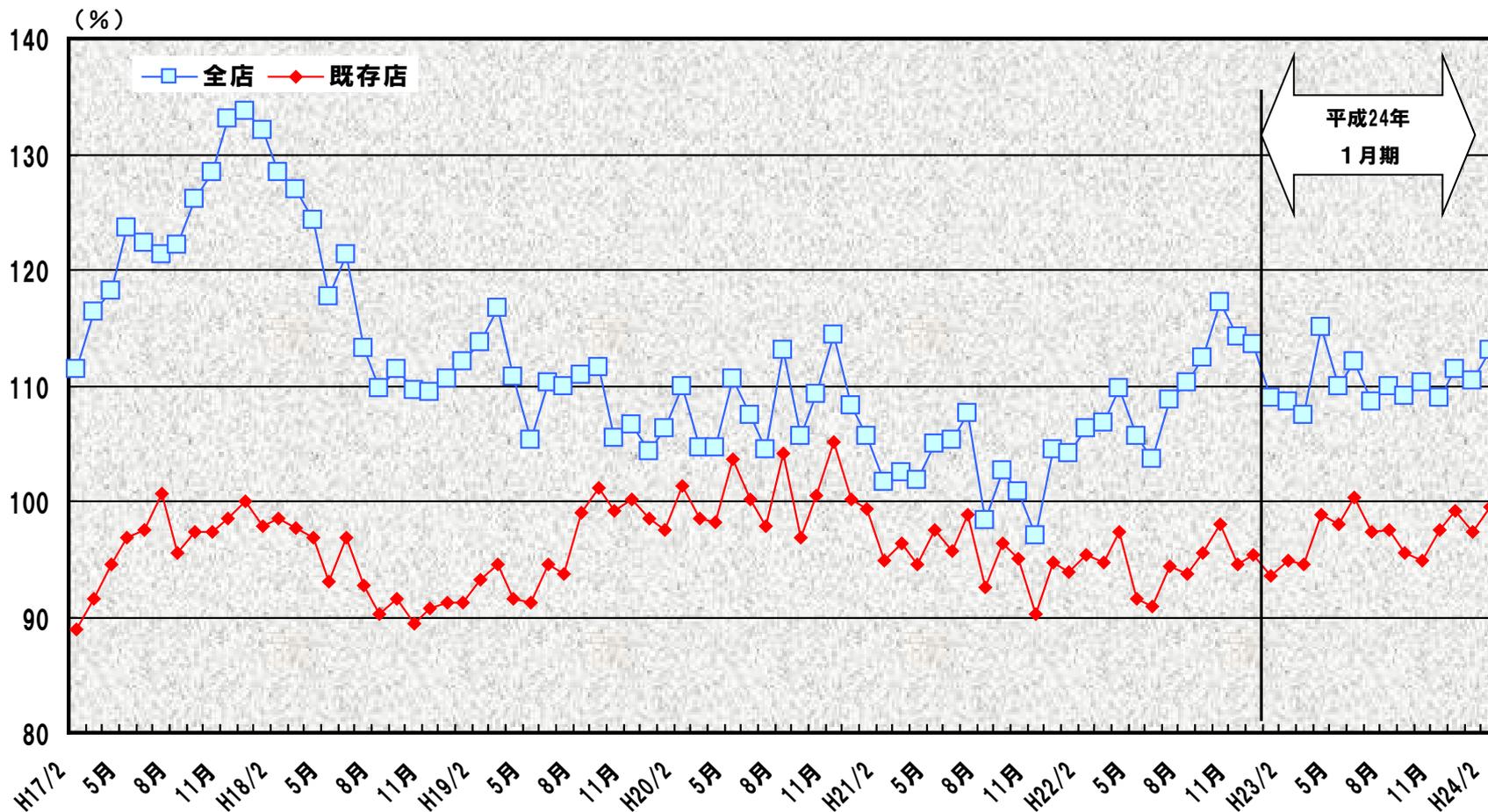
月次売上高推移（前年比）



（注）既存店はオープン月から15ヶ月以上稼働の店舗としております。



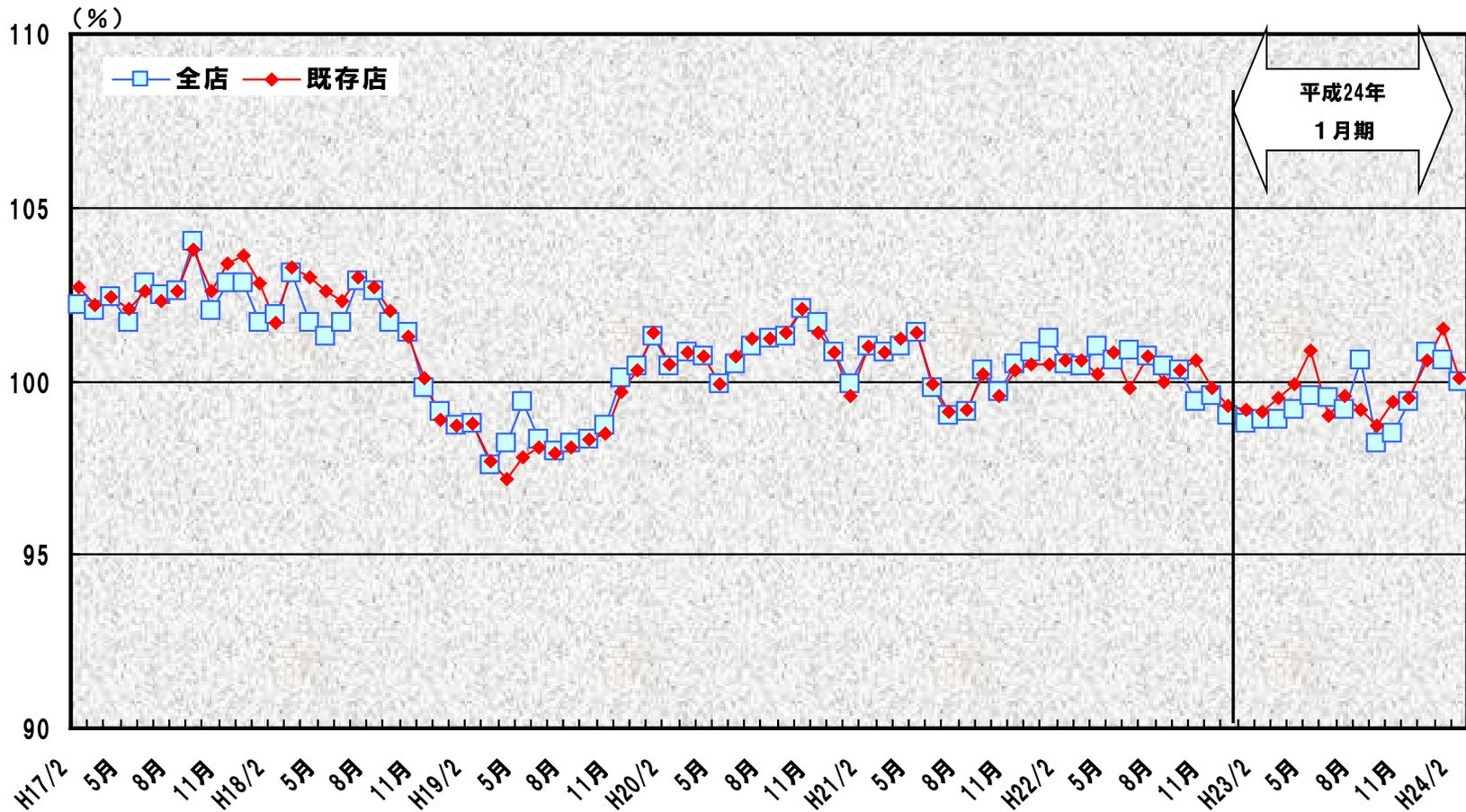
月次客数推移（前年比）



(注) 既存店はオープン月から15ヶ月以上稼働の店舗としております。



月次客単価推移（前年比）

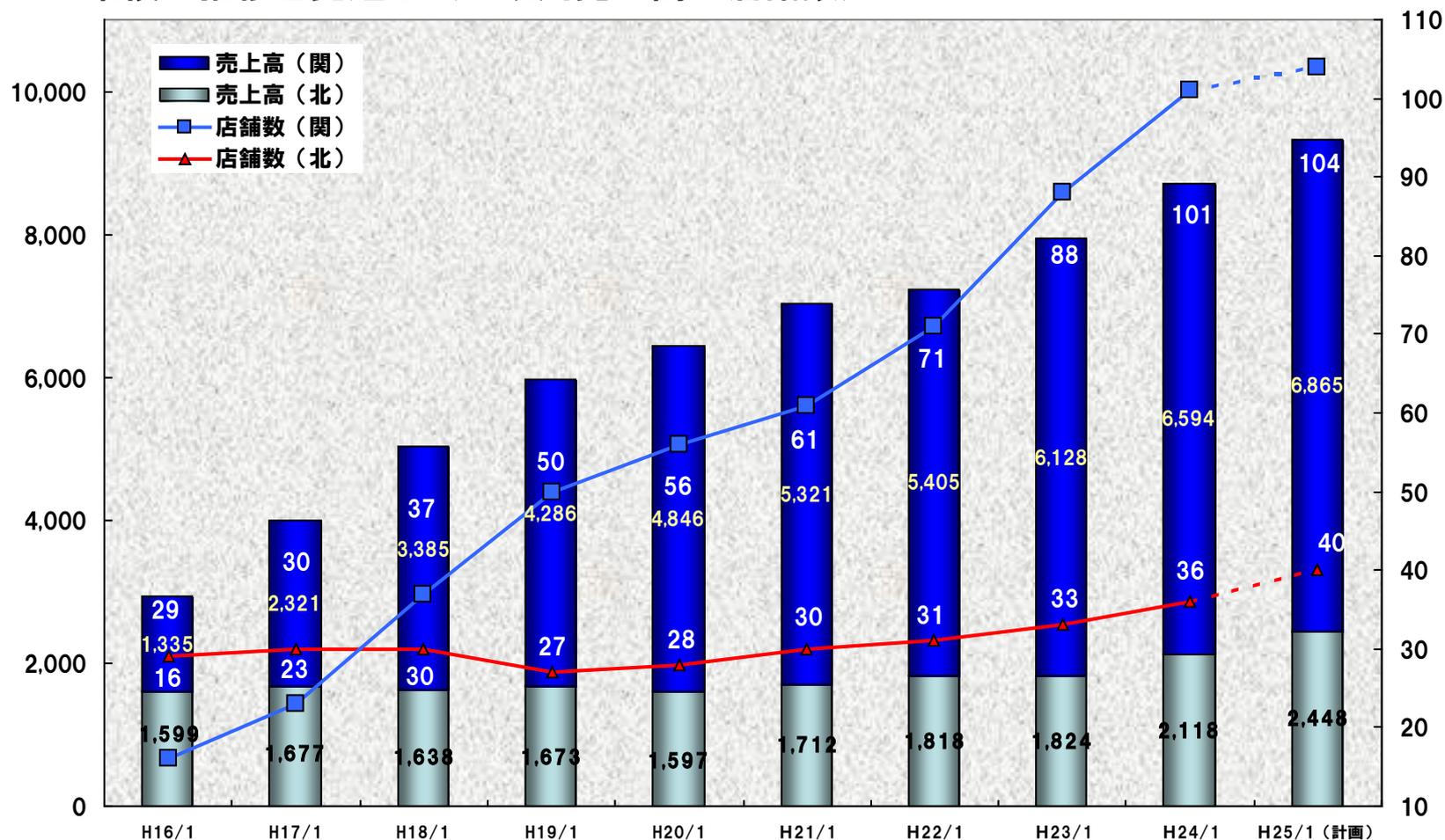


(注) 既存店はオープン月から15ヶ月以上稼働の店舗としております。



参考資料

《業績の推移と見通し（地域別売上高・店舗数）》

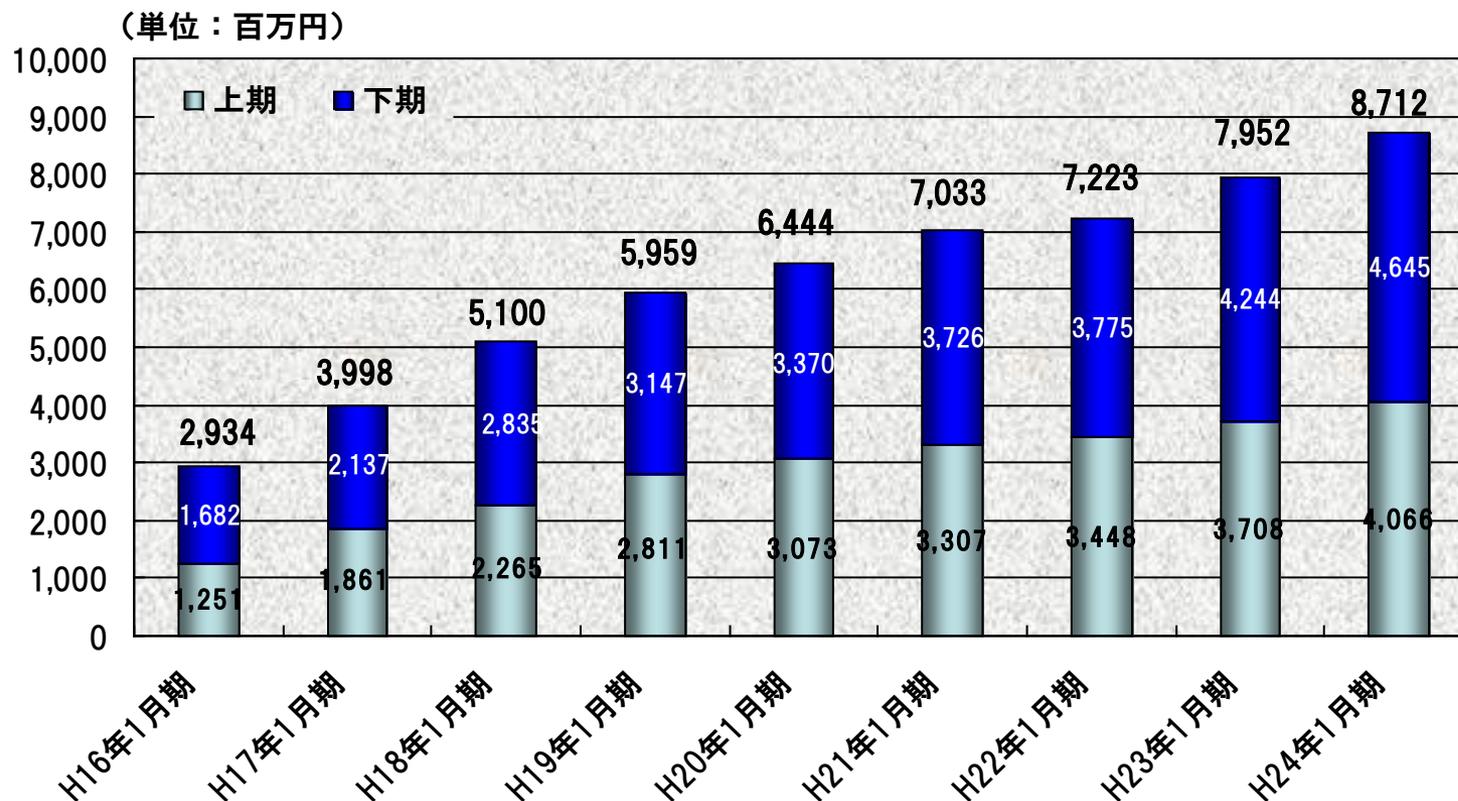


※平成17年1月期迄は単体売上 北海道地区は大阪王将業態含む



参考資料

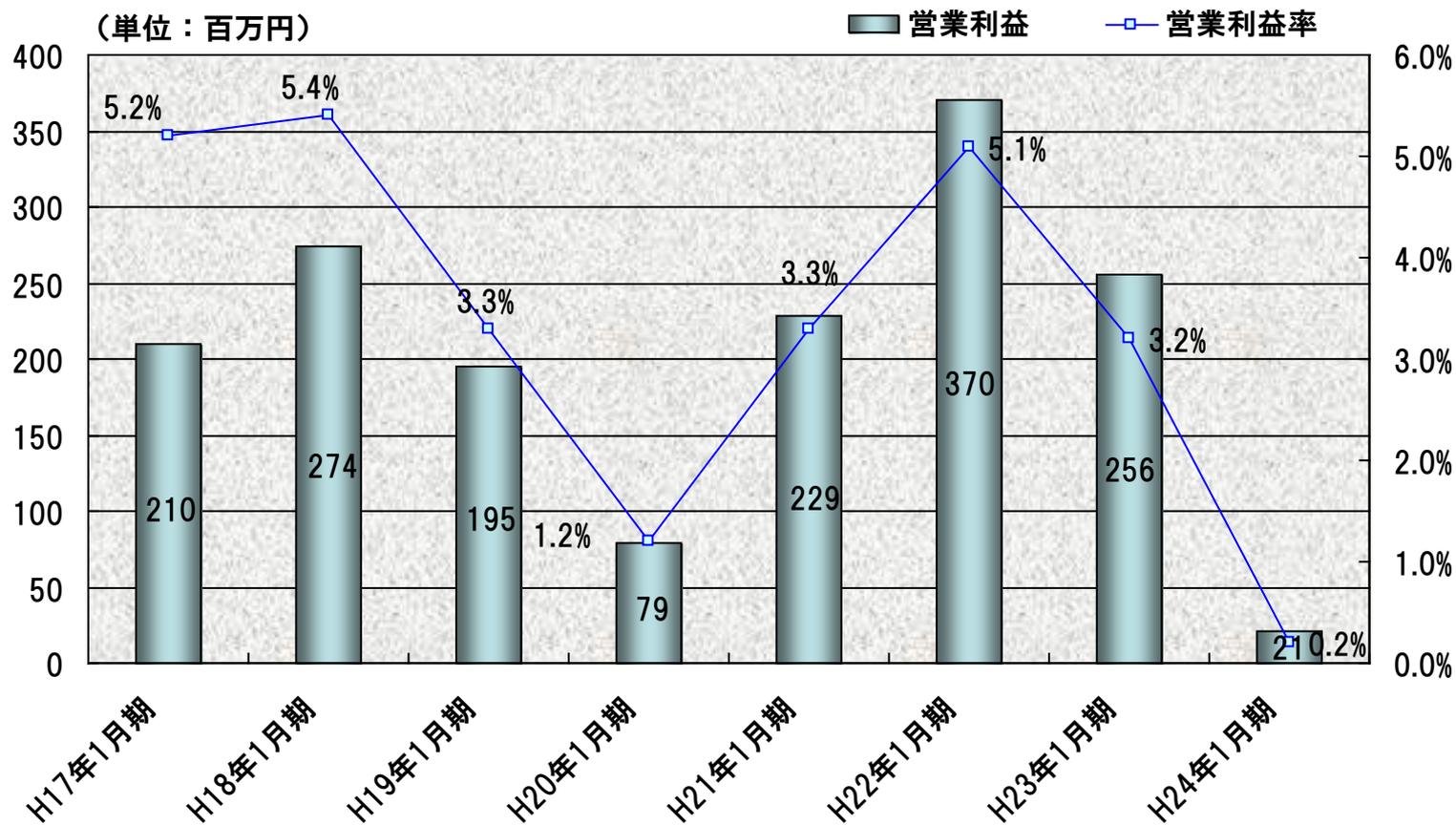
《売上高の推移（上期・下期）》





参考資料

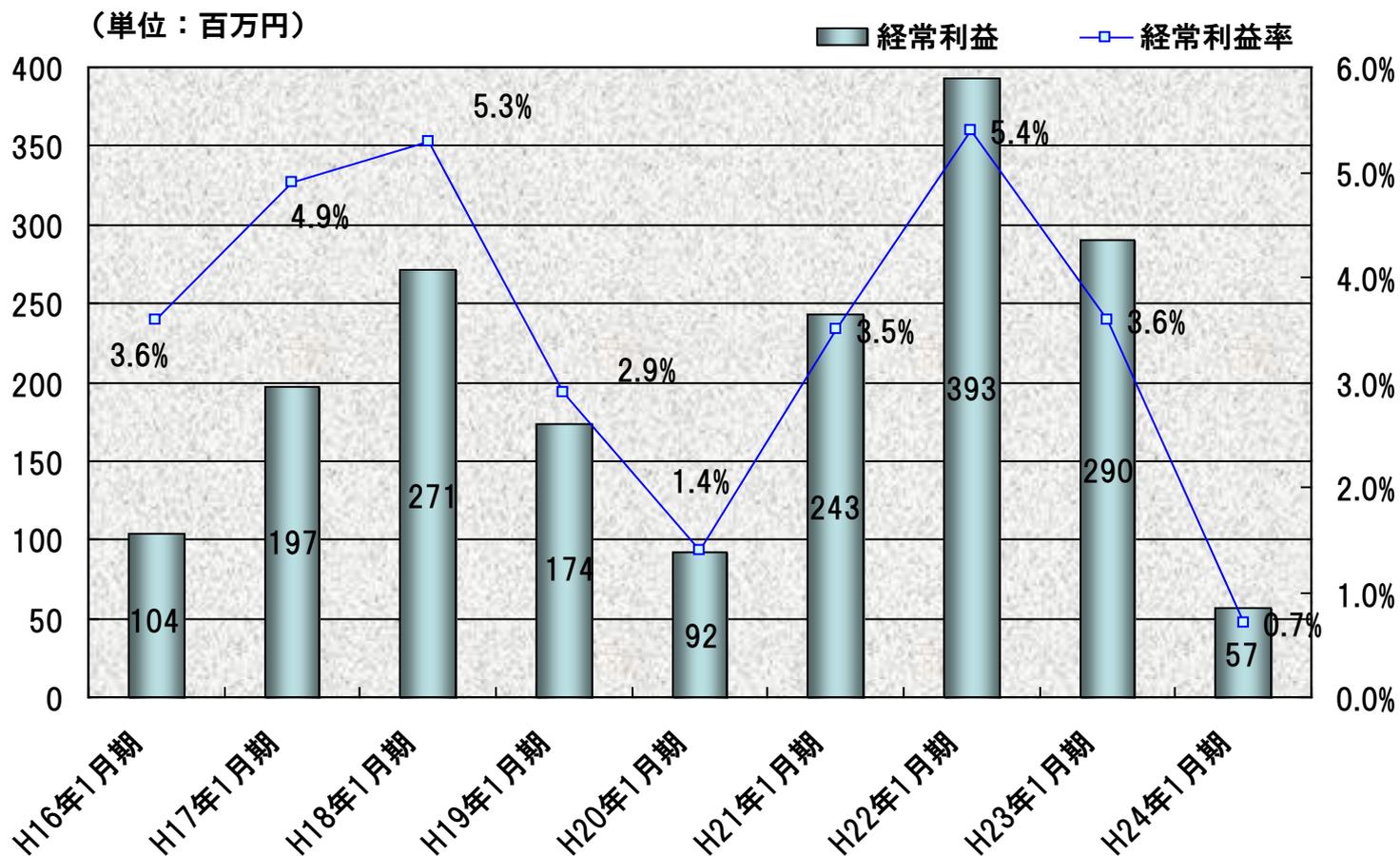
《営業利益・営業利益率の推移》





参考資料

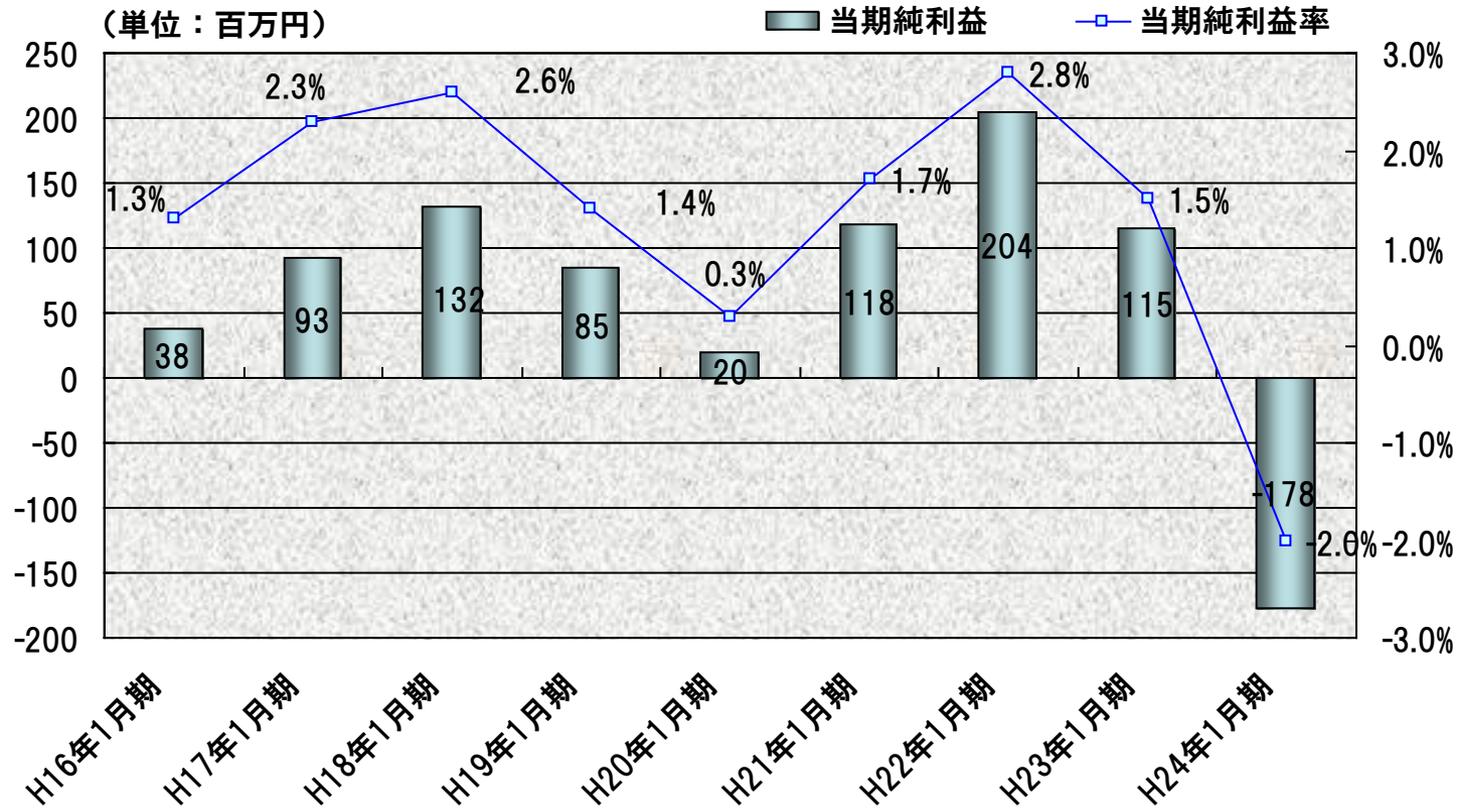
《経常利益・経常利益率の推移》





参考資料

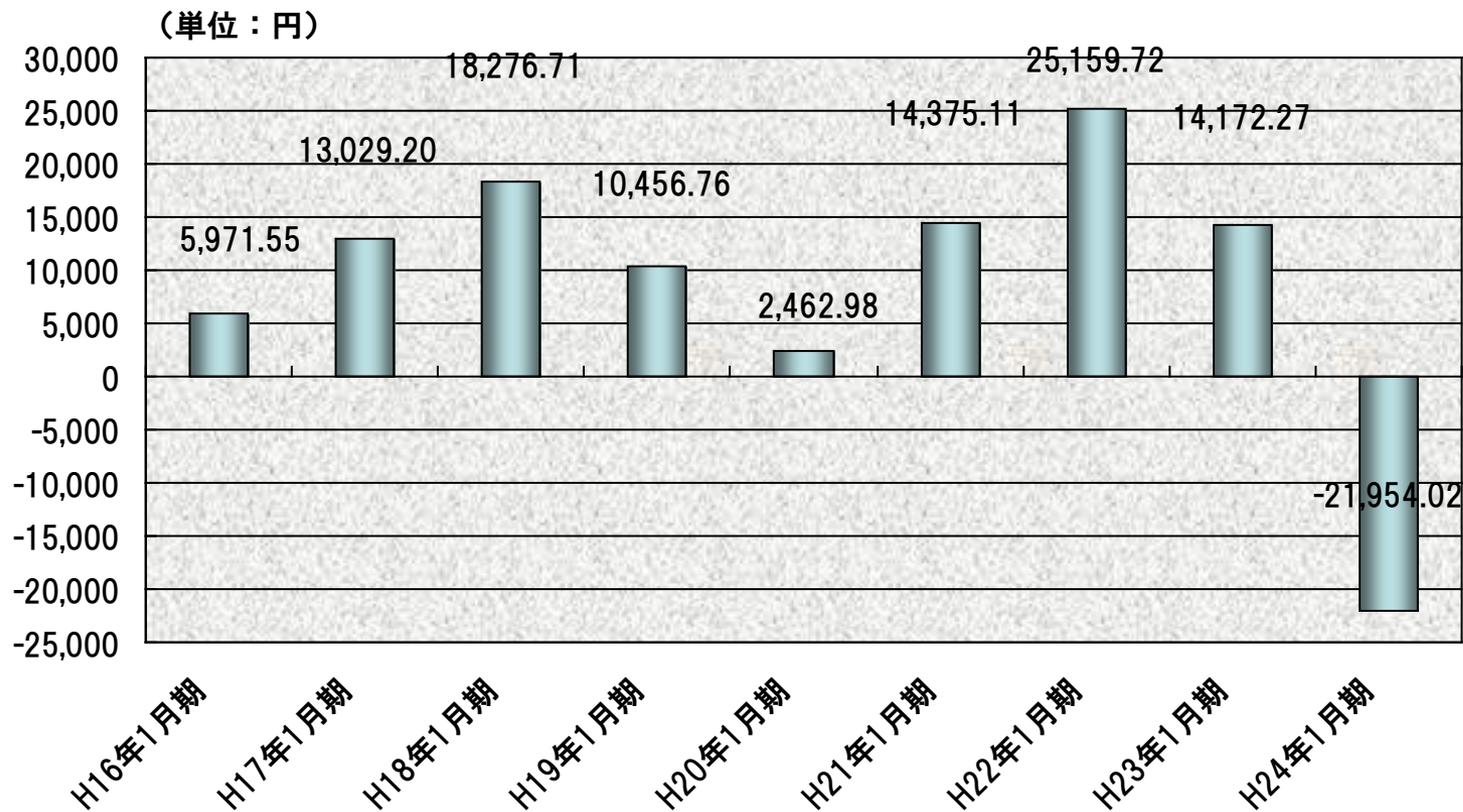
《当期純利益・当期純利益率の推移》





参考資料

《 1株当たり当期純利益の推移 》





**問合せ先
部署**

経営企画室

TEL

029-896-5800

FAX

029-896-5802

E-mail

ir@yamaokaya.com

<http://www.yamaokaya.com>

本説明会にて提供した情報につきましては、現時点で入手可能な情報に基づき作成したものであり、今後様々な要因により予想数値と異なる可能性がありますことをご承知おきください。