



平成25年1月期 第2四半期決算説明会

平成24年9月14日

株式会社丸千代山岡家

JASDAQ (証券コード：3399)



目次

- 平成25年1月期第2四半期決算概要 P 3～P 18
- ラーメン山岡家とは P 19～P 33
- 近況、参考資料 P 34～P 56



平成25年1月期第2四半期決算について

- ・平成25年1月期第2四半期決算概要
- ・平成25年1月期業績の見通し

代表取締役 山岡正



平成25年1月期2Q決算概要



平成25年1月期2Q TOPICS

2Q累計実績

売上高：4,329百万円（前期比6.5%増）

経常利益：△38百万円（前期△46百万円）



□対前期比で増収となったが経常損失計上

□客数の伸び悩み等による売上未達

□第2四半期純損失 81百万円



平成25年1月期第2四半期実績

(単位：千円)

	平成25年1月期					
	1 Q実績		2 Q実績		累計実績 (1 Q+2 Q)	
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	売上比率
売上高	2,206,719	100.0	2,122,675	100.0	4,329,394	100.0
売上原価	547,780	24.8	537,419	25.3	1,085,199	25.1
売上総利益	1,658,938	75.2	1,585,256	74.7	3,244,194	74.9
販管費	1,664,457	75.4	1,637,281	77.1	3,301,738	76.3
営業利益	△5,519	△0.3	△52,024	△2.4	△57,543	△1.3
経常利益	712	0.0	△39,595	△1.9	△38,883	△0.9
当期純利益	△5,458	△0.3	△76,117	△3.6	△81,575	△1.9

売上原価は概ね安定。

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、1 Qに1店舗、2 Qなし、第2四半期 計1店舗



平成25年1月期第2四半期対前期比較

(単位：千円)

	平成24年1月期 第2四半期累計実績		平成25年1月期 第2四半期累計実績		対前期比較	
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	比率
売上高	4,066,657	100.0	4,329,394	100.0	262,737	6.5
売上原価	1,039,148	25.6	1,085,199	25.1	46,051	4.4
売上総利益	3,027,509	74.4	3,244,194	74.9	216,685	7.1
販管費	3,087,862	75.9	3,301,738	76.3	213,876	6.9
営業利益	△60,353	△1.5	△57,543	△1.3	2,810	—
経常利益	△46,151	△1.1	△38,883	△0.9	7,268	—
当期純利益	△106,362	△2.6	△81,575	△1.9	24,787	—

売上原価率は前期に対し対売上比0.5%改善

販管費は前期に対し0.4%悪化（売上未達による比率の悪化）



平成25年1月期第2四半期対予算比較

(単位：千円)

	平成25年1月期 第2四半期予算		平成25年1月期 第2四半期累計実績		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	4,446,711	100.0	4,329,394	100.0	△117,317	△2.6
売上原価	1,120,806	25.2	1,085,199	25.1	△35,607	△3.2
売上総利益	3,325,905	74.8	3,244,194	74.9	△81,414	△2.4
販管費	3,316,163	74.6	3,301,738	76.3	△14,425	△0.4
営業利益	9,742	0.2	△57,543	△1.3	△67,285	—
経常利益	20,124	0.4	△38,883	△0.9	△59,007	—
当期純利益	△26,000	△0.6	△81,575	△1.9	△55,575	—

販管費は概ね予定通りに推移したが、売上未達による各利益の悪化



平成25年1月期第2四半期コスト内訳

(単位：千円)

		平成24年1月 第2四半期累計実績	売上高比	平成25年1月 第2四半期累計実績	売上高比	対前期コスト 改善率
売上高		4,066,657	100.0	4,329,394	100.0	—
売上原価		1,039,148	25.6	1,085,199	25.1	△0.5
売上総利益		3,027,509	74.4	3,244,194	74.9	—
販売費及び 一般管理費	人件費	1,381,830	34.0	1,417,233	32.7	△1.3
	法定福利費	128,065	3.1	139,055	3.2	0.1
	水道光熱費	416,022	10.2	509,562	11.8	1.6
	賃借料	37,643	0.9	31,031	0.7	△0.2
	地代家賃	344,520	8.5	380,533	8.8	0.3
	減価償却費	254,291	6.3	259,913	6.0	△0.3
	その他	525,491	12.9	564,411	13.0	0.1
	計	3,087,862	75.9	3,301,738	76.3	0.4

概ね当初予定通りのコスト推移となっている。各科目の上昇分は組み込み済

水道光熱費は燃油調整や値上げ分（想定済）



営業利益の減益要因

売上高

《外的要因》

- ・ 猛暑の長引き
- ・ 世界的イベントに伴う外出控え（オリンピック等）

《内的要因》

- ・ 顧客満足度を向上させることが出来なかったことによる来店客数の減少
- ・ 自社競合等による、1店舗当たりの売上規模縮小
- ・ 新店売上の伸び悩み

コスト

- ・ 総額では予算内に収まっている
- ・ 電気代上昇は想定済

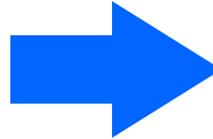


営業利益の増減

平成24年1月期

第2四半期

△60,353千円



平成25年1月期

第2四半期

△57,543千円

増減 +2,810千円

・ 売上増加による利益増	193,561千円
・ 原価率改善	23,125千円
・ 水道光熱費増	△93,540千円
・ 販管費増加	△120,336千円
計	2,810千円



資産の推移

(単位：千円)

	平成24年1月 第2四半期累計	平成25年1月 第2四半期累計	構成比	増減率
流動資産	555,338	556,544	10.5	0.2
現金及び預金	298,869	257,069	4.8	△14.0
棚卸資産	125,820	133,565	2.5	6.2
固定資産	4,893,248	4,746,616	89.5	△3.0
有形固定資産	3,795,165	3,583,646	67.6	△5.6
建物及び構築物	3,103,474	2,946,185	55.5	△5.1
無形固定資産	17,259	41,915	0.8	142.8
投資その他の資産	1,080,823	1,121,055	21.1	3.7
敷金保証金	748,536	794,325	15.0	6.1
資産合計	5,448,587	5,303,161	100.0	△2.7



資本・負債の推移

(単位：千円)

	平成24年1月 第2四半期累計	平成25年1月 第2四半期累計	構成比	増減率
流動負債	1,838,797	1,805,050	34.0	△1.8
買掛金	179,611	194,681	3.7	8.4
短期借入金	15,668	50,000	0.9	219.1
1年以内返済長期借入金	1,045,584	1,014,097	19.1	△3.0
固定負債	2,265,279	2,349,151	44.3	3.7
長期借入金	2,054,649	2,139,359	40.3	4.1
負債合計	4,104,077	4,154,201	78.3	1.2
純資産	1,344,510	1,148,959	21.7	△14.5
資本金	291,647	291,647	5.5	—
負債・純資産合計	5,448,587	5,303,161	100.0	△2.7



キャッシュフロー要因分析

(単位：千円)

	平成24年1月2Q	平成25年1月2Q	増減額
営業活動によるCF	256,084	197,363	△58,721
(小計)	348,300	250,526	△97,774
(法人税等の支払)	△38,335	△26,322	△12,013
投資活動によるCF	△409,866	△76,318	△333,548
財務活動によるCF	287,899	△129,755	△417,674
現金及び現金同等物	298,859	242,069	△56,790

■ 営業活動によるキャッシュフロー

税引前四半期純損失114,390千円に対し、減価償却費255,576千円、法人税等の支払額26,322千円

■ 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62,445千円

■ 財務活動によるキャッシュフロー

長期借入返済573,819千円、新規の長期借入475,000千円



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 当初計画 (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	25.2	126	5.7
売上総利益	6,496	74.6	6,971	74.8	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	321.1
当期純利益	△178	—	60	0.7	238	—

現在、2Qまでの状況を考慮し計画見直し中



平成25年1月期通期計画について

～通期計画根拠～

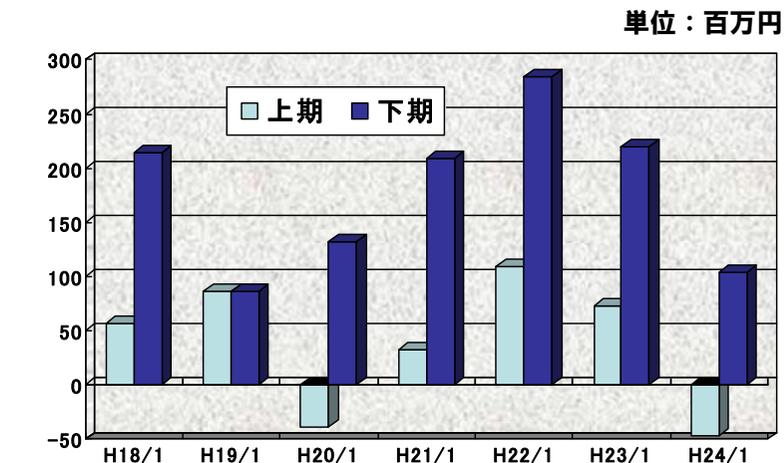
- ・利益ベースは下期偏重（下グラフ参照）
- ・出店計画は、計画縮小（7→4店舗）
- ・特別損失は2Qで7,564万円（閉鎖損失、減損損失）
- ・今期閉店実績。茂原店（千葉県）→損失は2Qに計上
鈴鹿店（三重県）高田馬場店（東京都）→損失は前期計上済



- ・売上、利益ともに厳しい設定にせざるを得ない
- ・上期の利益マイナス分を少しでも取り戻すべく
下期はコスト削減と販促に取り組む

～上期・下期の経常利益推移～

直近5年間の推移は、右図のよう
になっており、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。





エリア別出店状況

平成25年1月期2Q

1店舗出店 2店舗閉店

北海道・東北エリア

都道府県名	H24.1末店舗数	H25.1.2Q増減	H25.1.2Q末店舗数
北海道	36	1	37
宮城県	3	-	3
福島県	3	-	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	H24.1末店舗数	H25.1.2Q増減	H25.1.2Q末店舗数
静岡県	7	-	7
岐阜県	2	-	2
愛知県	5	-	5
三重県	2	△1	1
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	H24.1末店舗数	H25.1.2Q増減	H25.1.2Q末店舗数
茨城県	17	-	17
群馬県	6	-	6
栃木県	8	-	8
千葉県	15	△1	14
埼玉県	10	-	10
東京都	3	-	3
神奈川県	4	-	4
山梨県	3	-	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	H24.1末店舗数	H25.1.2Q増減	H25.1.2Q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	H25.1.2Q末店舗数
47	70	19	136



● ラーメン山岡家の原点回帰

- ・ 山岡家のラーメンとは
- ・ 経営理念、基本姿勢、目指す等
- ・ 課題と施策
- ・ ポジショニング
- ・ 中長期的目標

代表取締役社長 山岡 正



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



経営理念

ラーメンで

お客様に

喜んで貰う



基本姿勢

お客様第一主義

経営理念の実現を目指し
お客様一人ひとりに心を込めて
ラーメンをご提供してまいります。



顧客層の拡大

顧客満足度の

向上による

売上高増加



(1) ラーメン山岡家のファンづくり

熱烈な
ファン

『来店頻度アップ
未長くお付き合い』

リピーター

『毎回喜んで貰う』

新規のお客様

『ラーメンで喜んで貰う』



(2) 売上高＝客数×客単価

特に客数の増加にこだわる

一人ひとりのお客様を大切に

山岡家のラーメンにこだわる

客単価にふさわしい付加価値を
ご提供



当社の課題

1. ラーメン山岡家の原点回帰
2. 厳しい経済環境への対応
3. 成長戦略



ラーメン山岡家の原点回帰

本来の山岡家を取戻す

『味が最優先(当社はスープが命)』

臨店や研修によりスープ管理を反復指導

『お客様目線』の店づくり

会社が定めたQSCの基準を徹底追及

『手づくり感』『職人技』にこだわる

以前は差別化できていた

他のラーメンチェーンとの違いを取戻し

その違いを見て味わって実感して頂きたい



厳しい経済環境への対応

景気低迷・競争激化・電気代値上げ等

既存店の強化

QSC・チームワークの充実、販促の工夫
店舗修繕・インナープロモーションの実施

全社的コスト削減への取組み

出店抑制、人件費コントロール
仕入先見直し、家賃減額交渉等

売上不振店への施策

徹底指導、メニューてこ入れ、24時間営業等
できる限りの施策を実施



成長戦略 I

新地域

前期進出した地域での定着

北陸、関西、九州

地域密着 『その地域の定番メニューをご提供』

『ラーメン山岡家』のさらなる挑戦

全国の皆様に味わっていただくため

⇒店舗立地を厳しく選定

店舗の大きさを再検証



成長戦略 II

出店モデル

【ブランド特化】

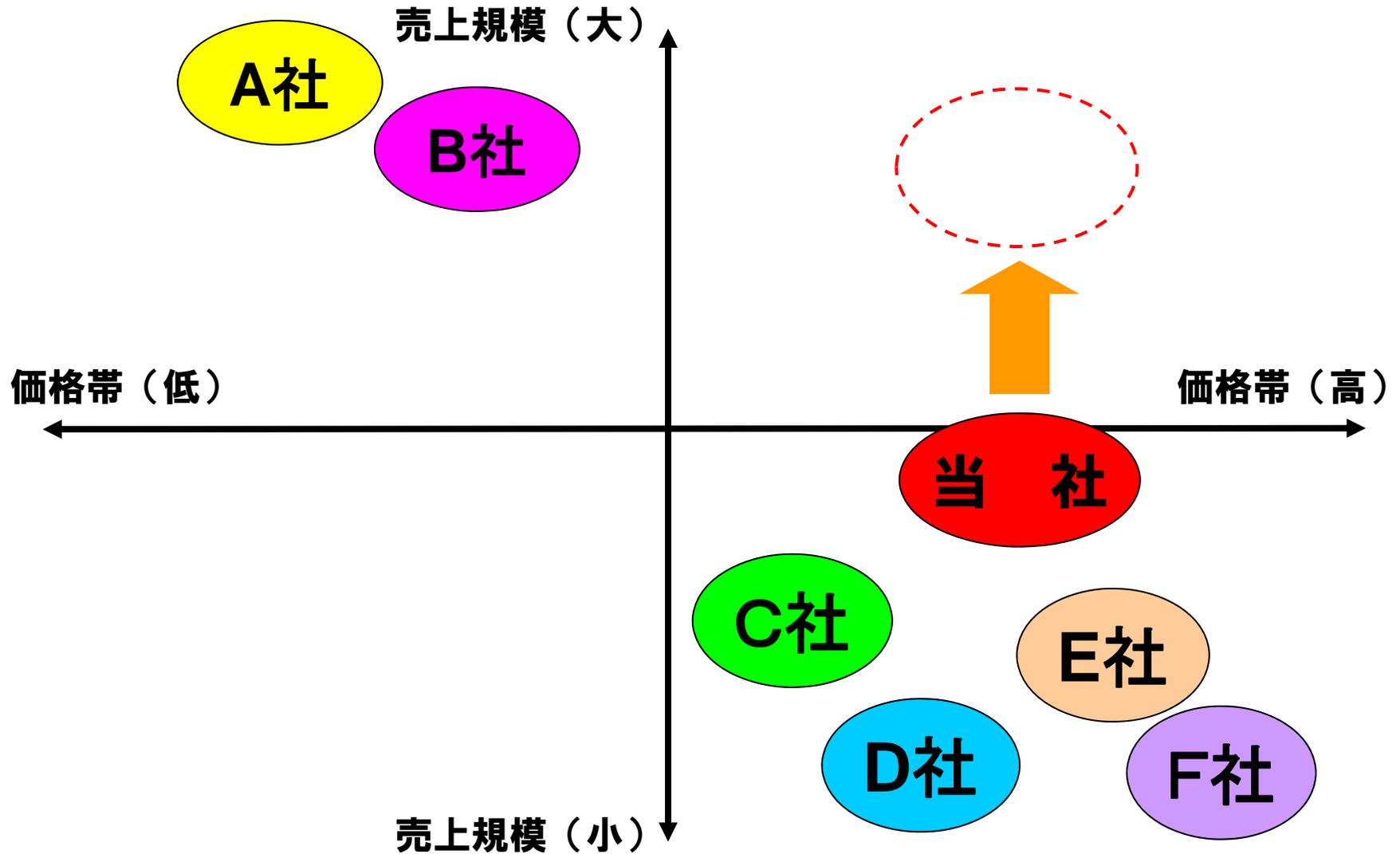
自社ブランド開発の難しさ実感
とんかつ店、新業態ラーメン店から撤退

【課題】 大阪王将事業の収益源化

【挑戦】 コメダ珈琲店FC契約締結



業界での当社の位置づけ

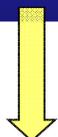




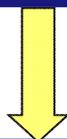
中長期的目標 I

【財務体質の改善】

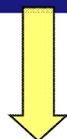
投資回収計画厳格化



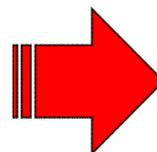
店舗利益率の増加



損益分岐点の改善



自己資本比率の向上



目指す

店舗拡大を

再度積極的な



中長期的目標 II

社会貢献度の高い会社

→ 働く社員の誇りのために



● 御参考：ラーメン山岡家



看板メニューは

『醤油ネギラーメン』





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』





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



お客様の視線を意識して
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24年上半期





つけ麺夏祭り

とんこつ海老節つけ麺



とんこつ塩麴つけ麺





好評 販売中!!



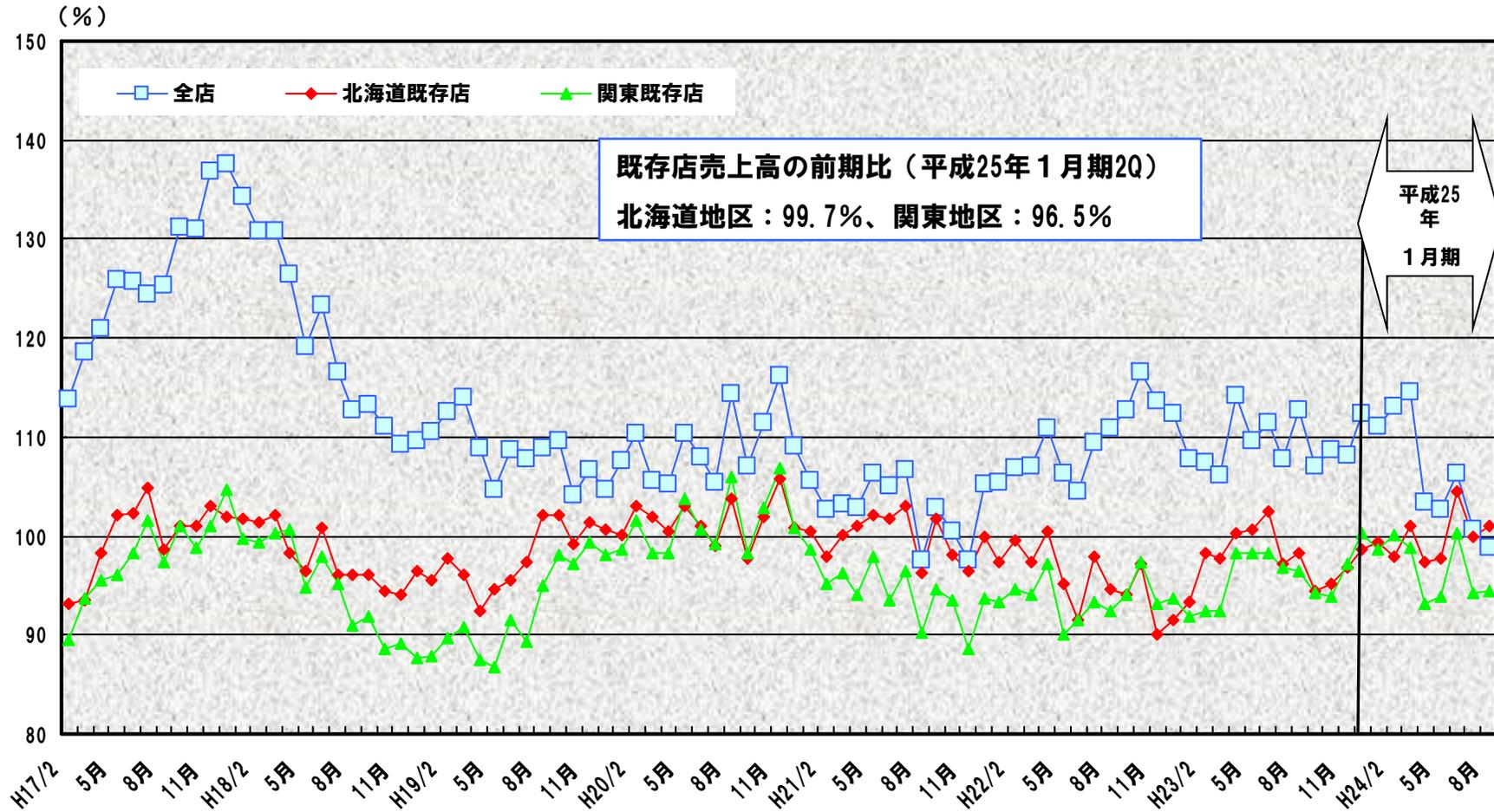
生姜香る
肉つけ麺



参考資料



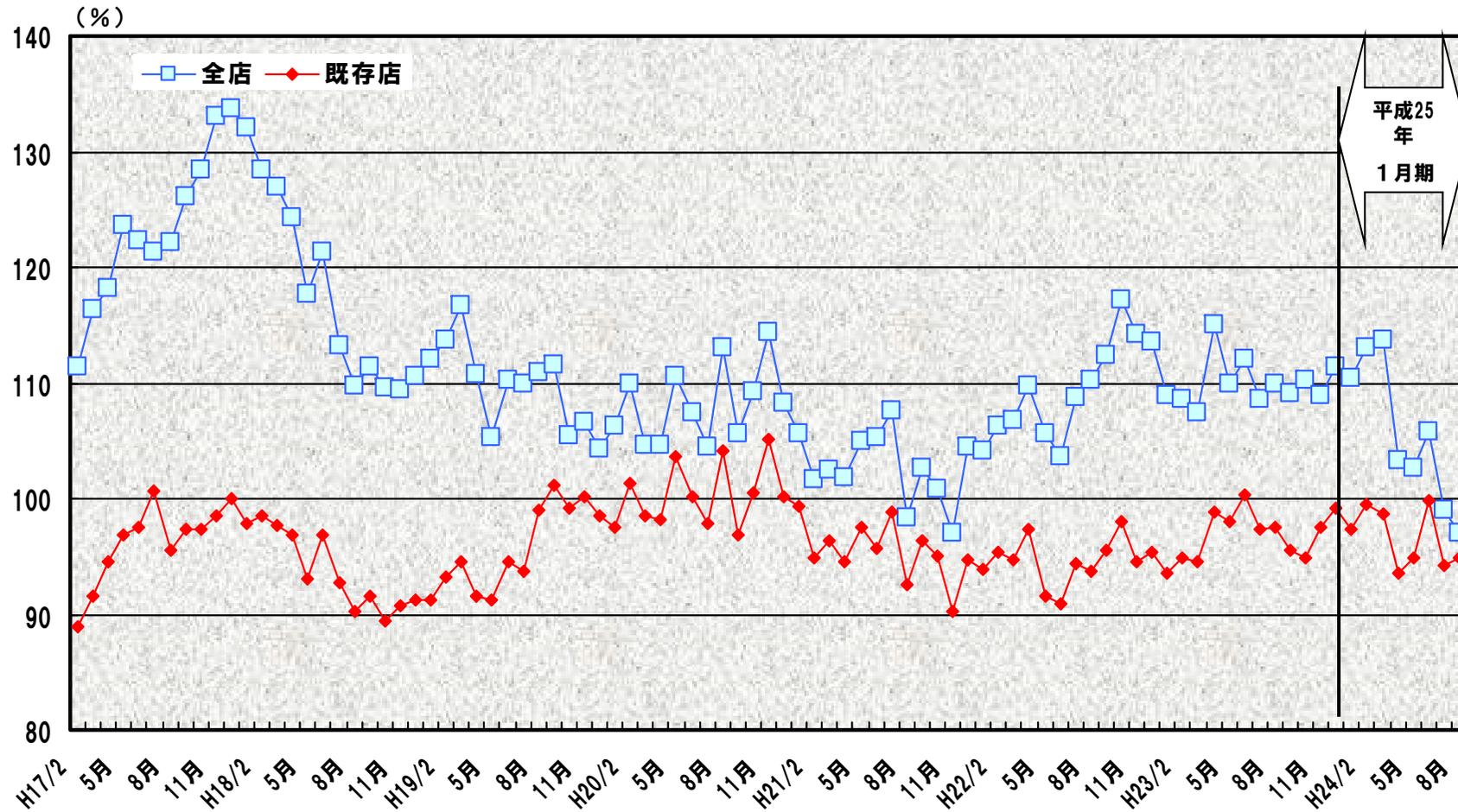
月次売上高推移（前年比）



（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。



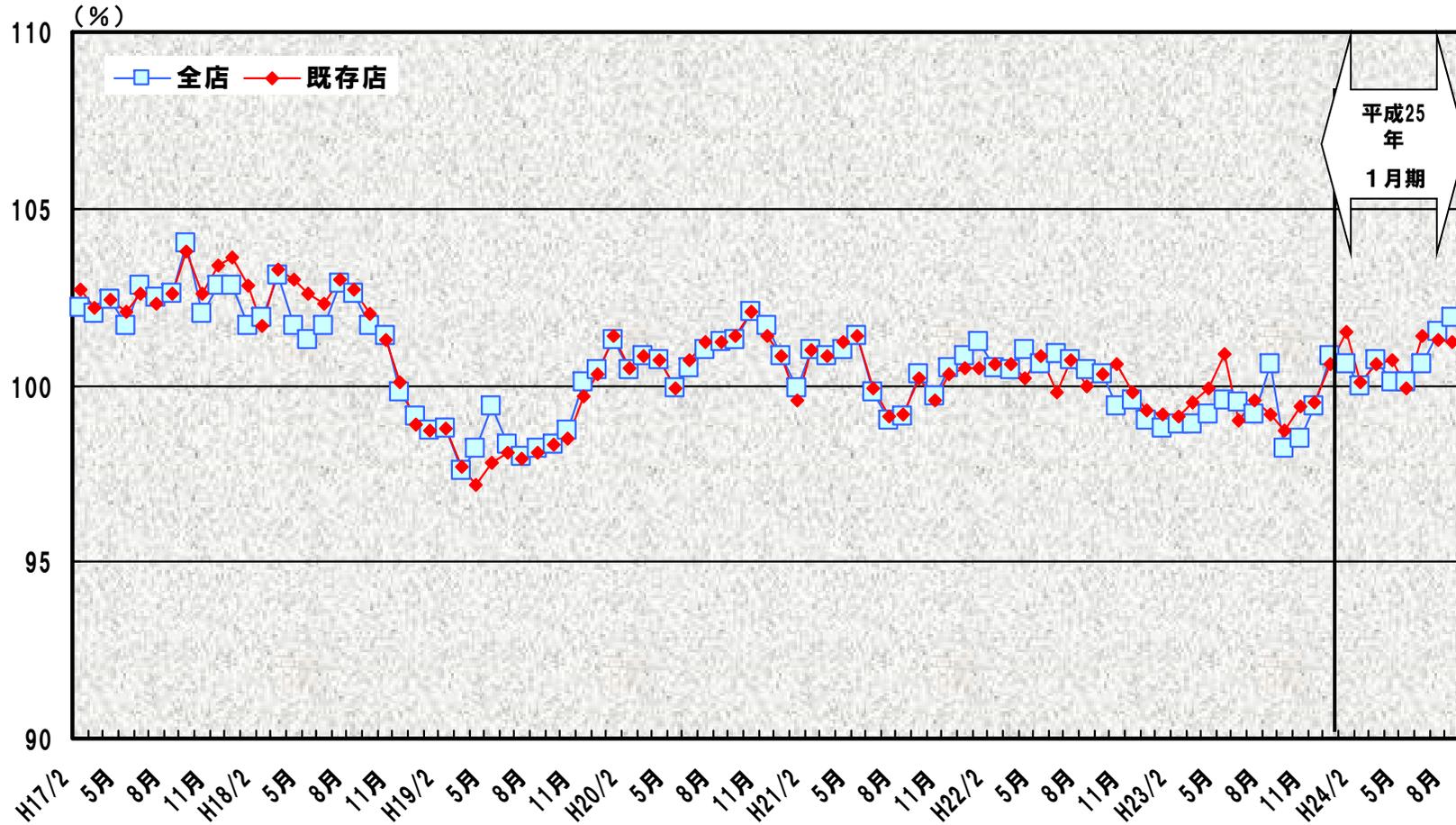
月次客数推移（前年比）



（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）

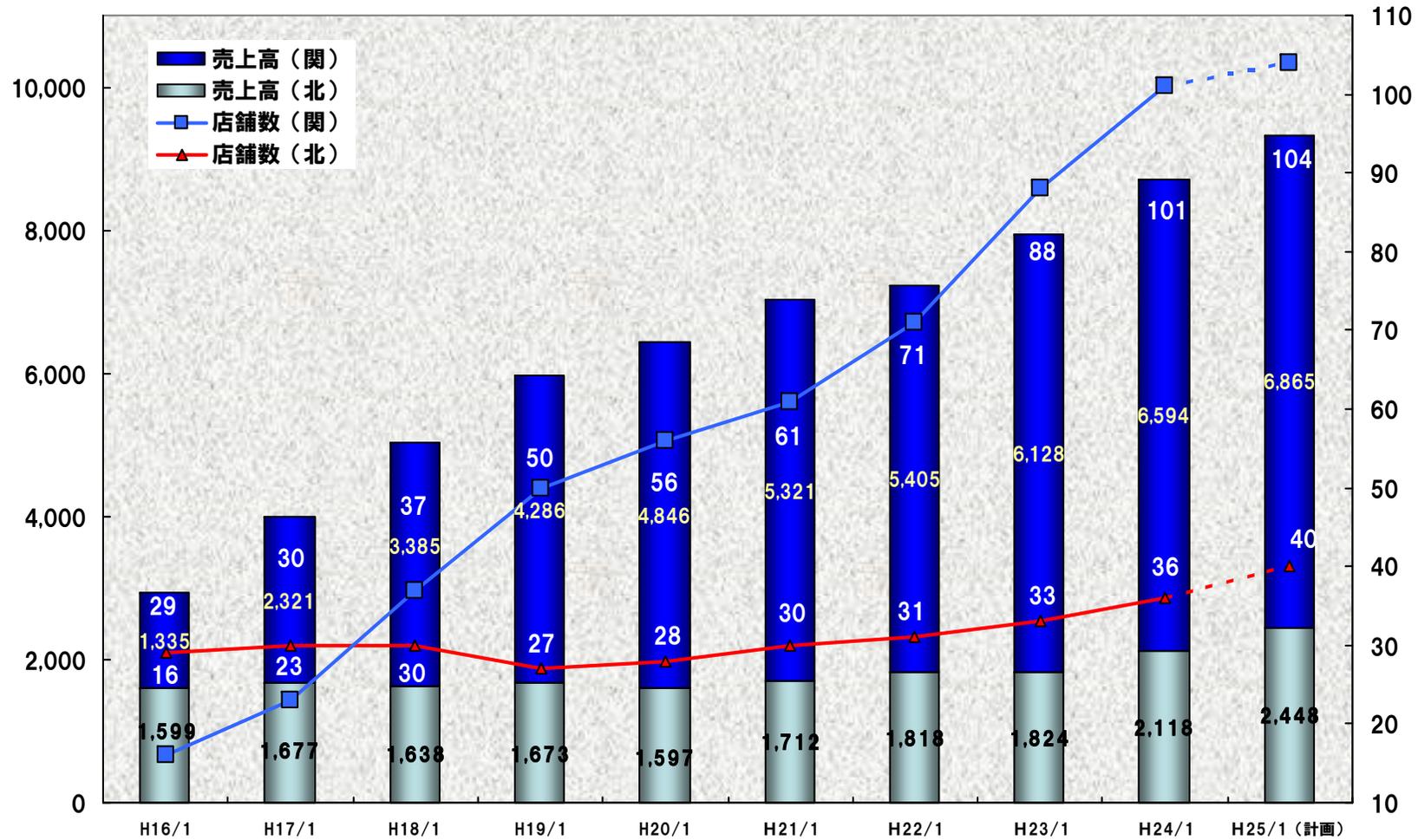


(注) 既存店はオープン月から15ヶ月以上稼働の店舗としております。



参考資料

《業績の推移と見通し（地域別売上高・店舗数）》

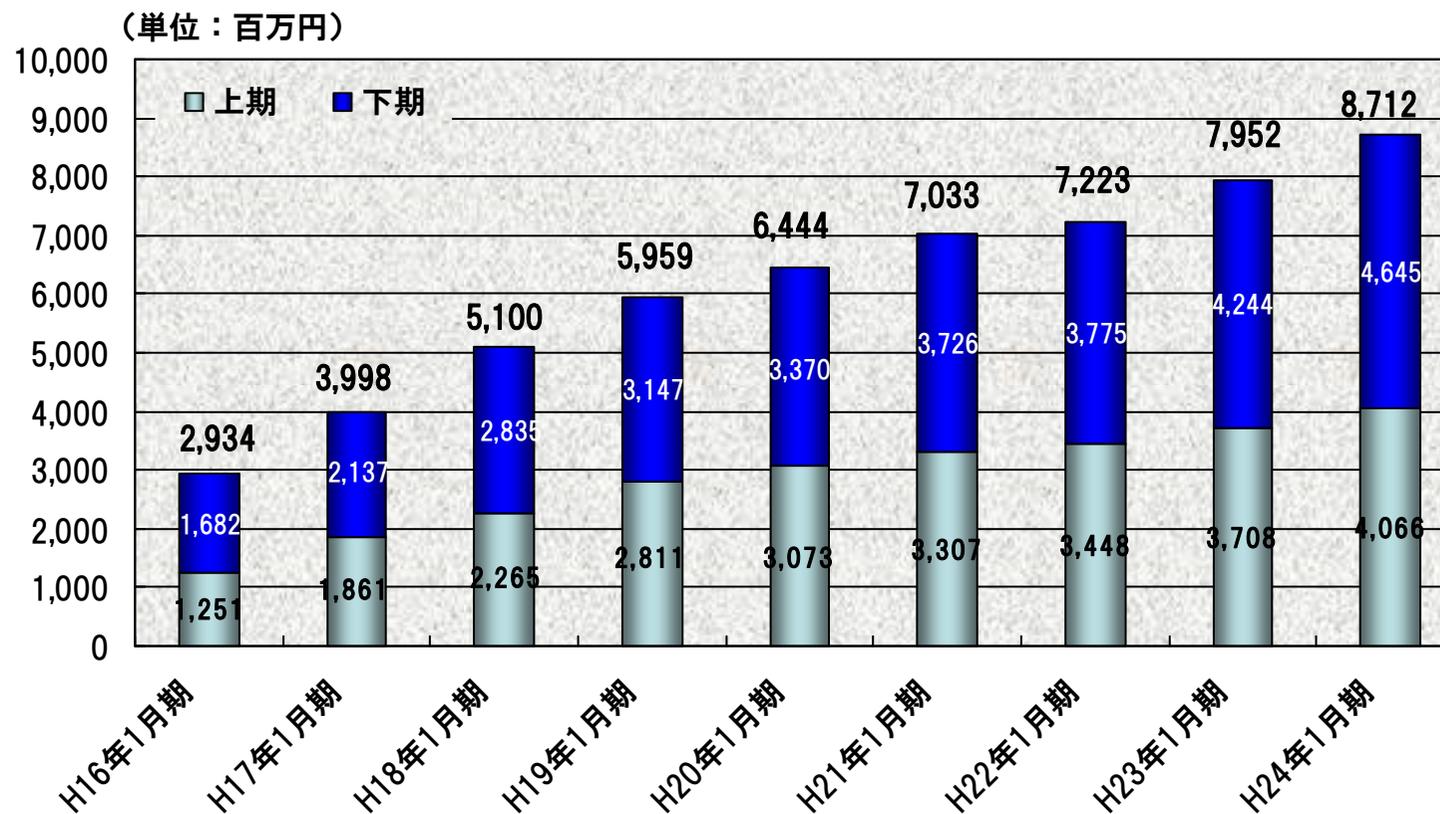


※平成17年1月期迄は単体売上 北海道地区は大阪王将業態含む



参考資料

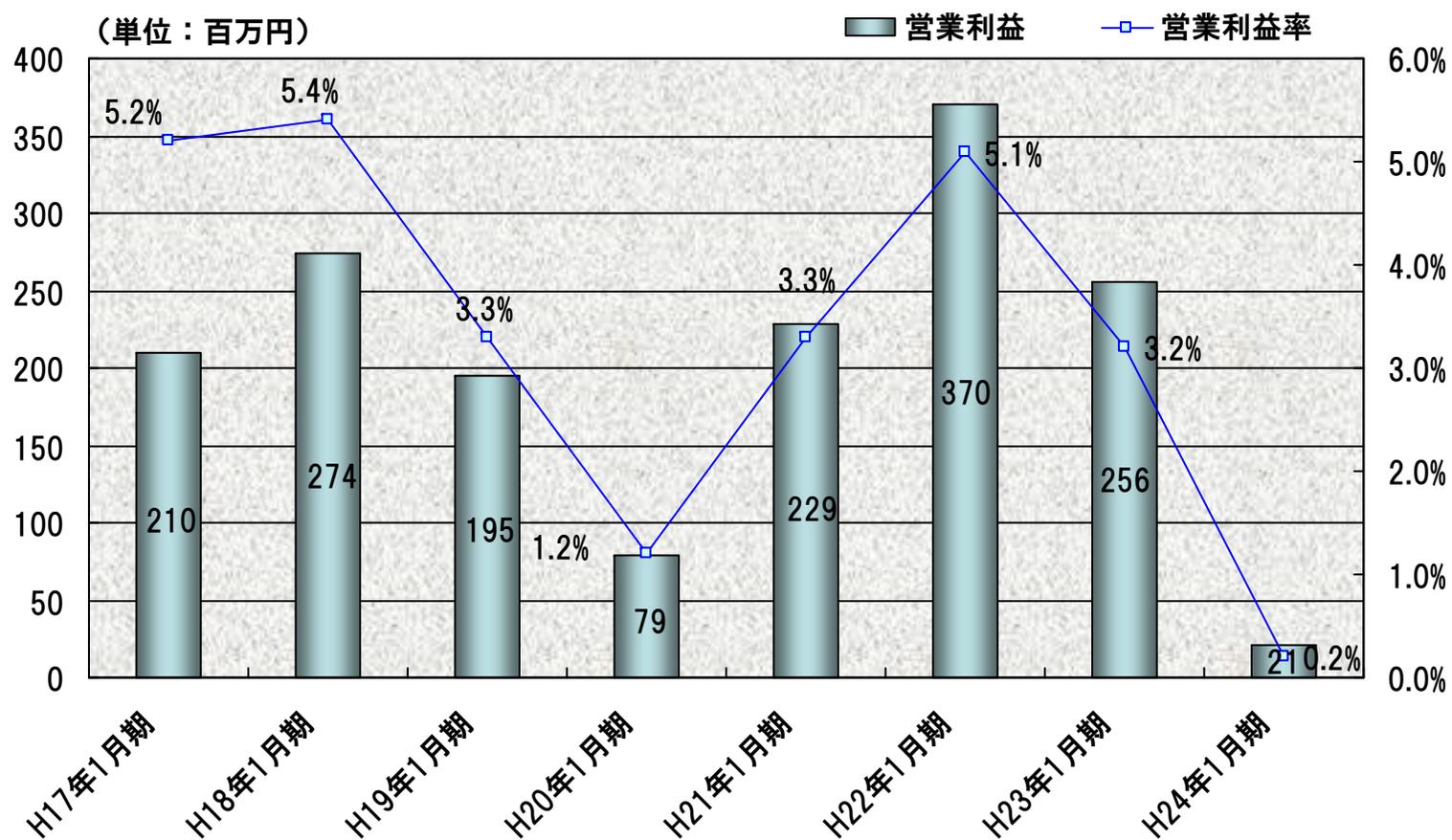
《売上高の推移（上期・下期）》





参考資料

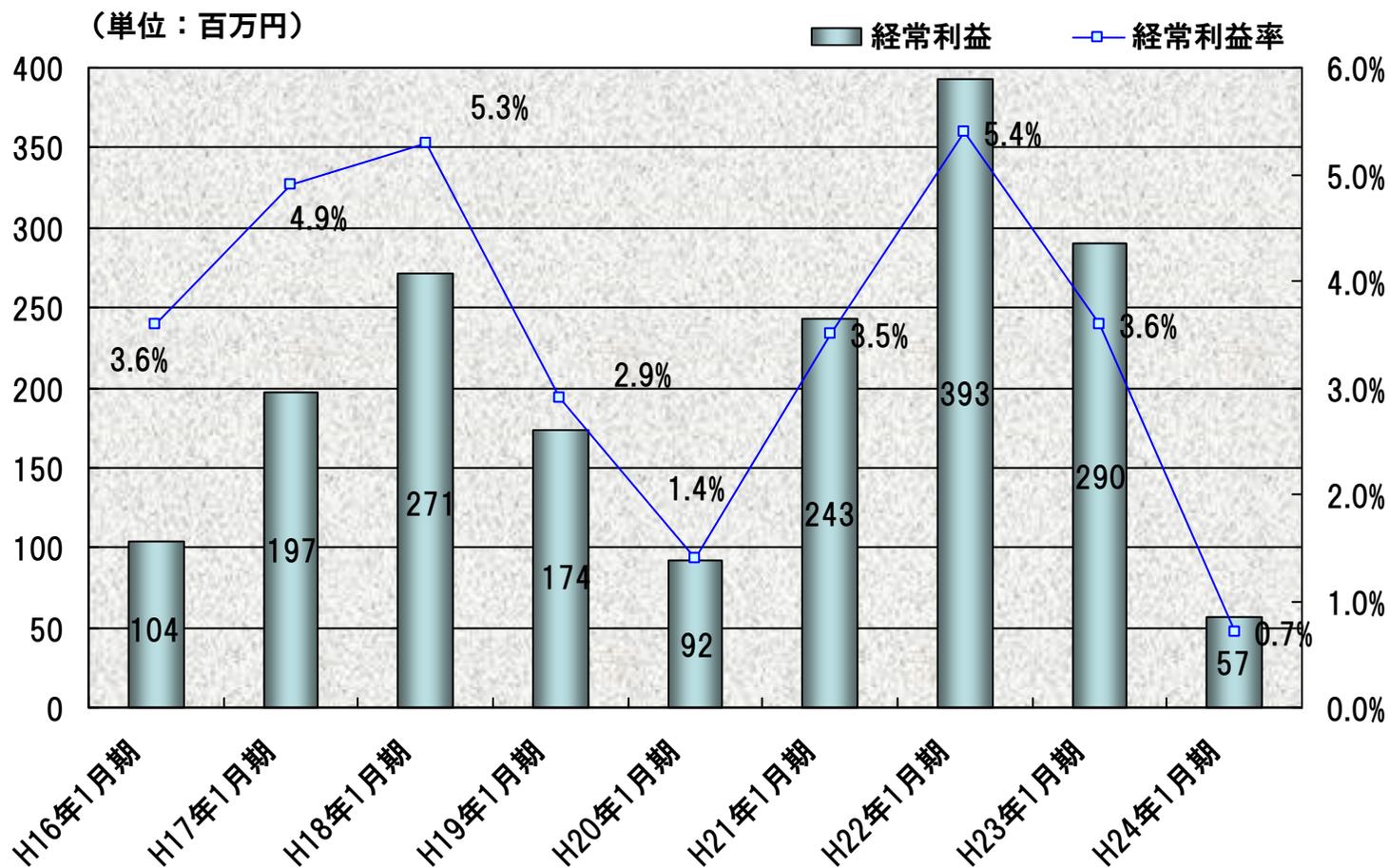
《営業利益・営業利益率の推移》





参考資料

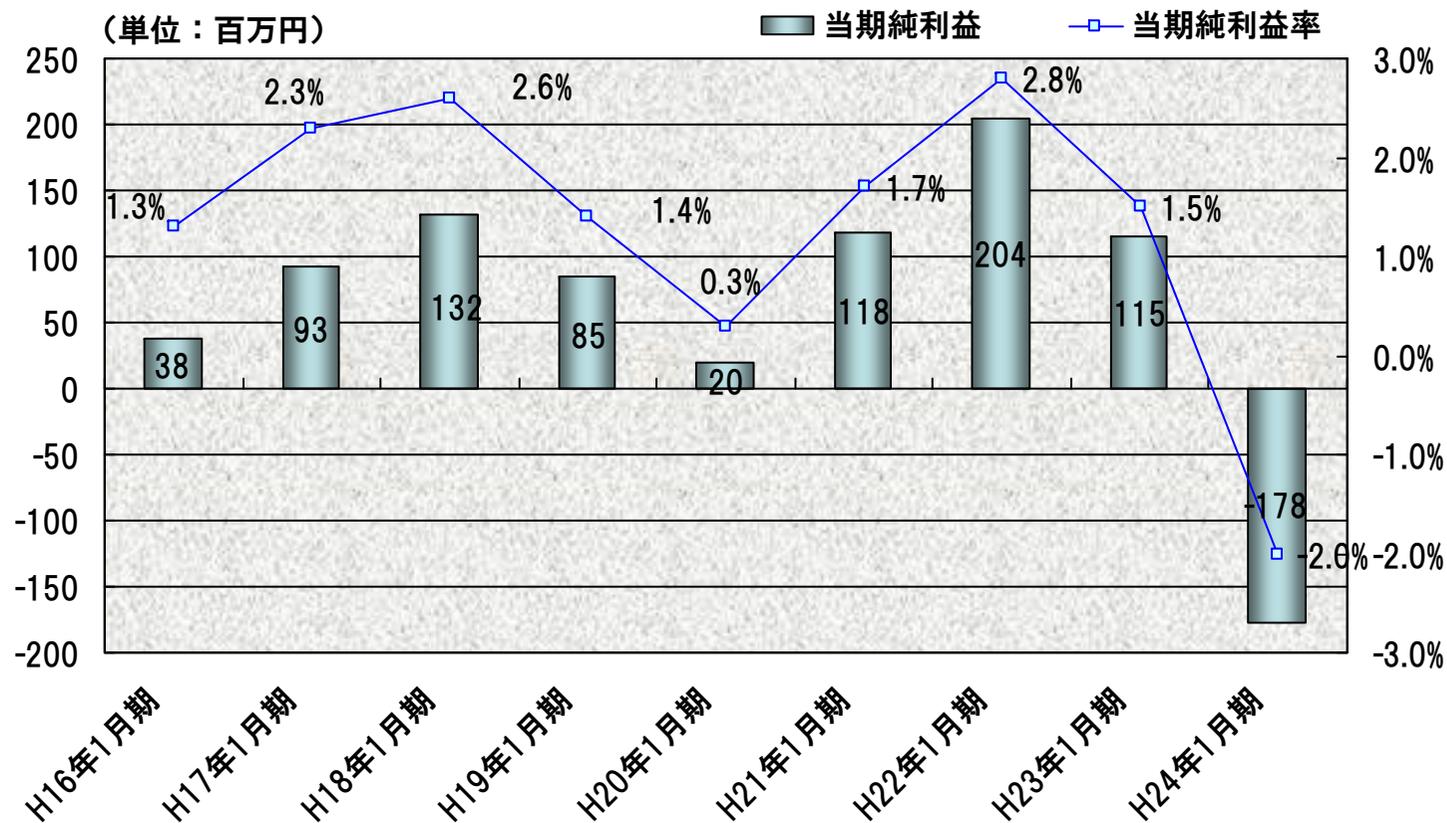
《経常利益・経常利益率の推移》





参考資料

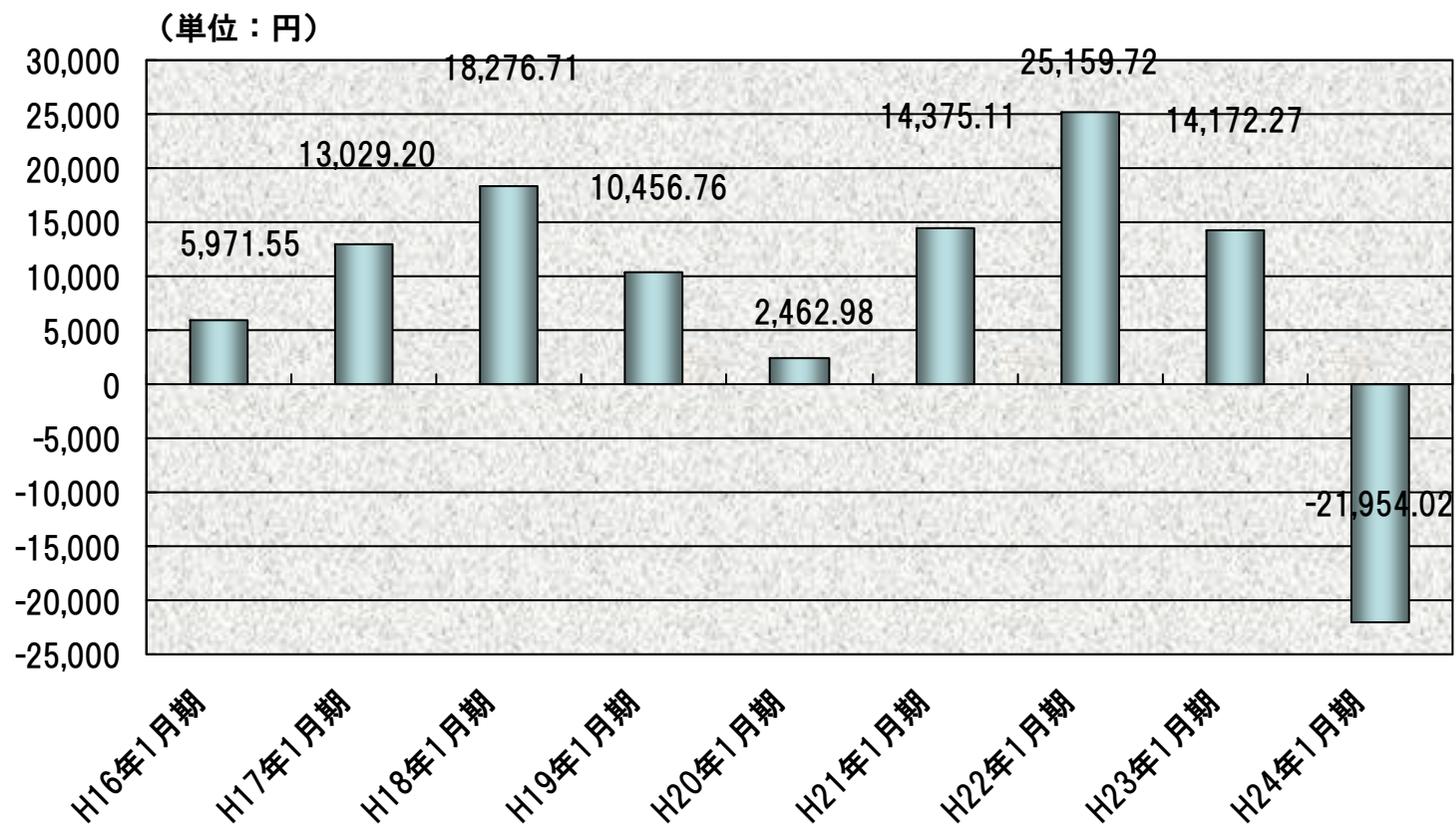
《当期純利益・当期純利益率の推移》





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。