



# 平成26年1月期 第2四半期決算説明会

平成25年9月13日

株式会社丸千代山岡家

JASDAQ (証券コード: 3399)



# 目次

---

● 平成26年1月期第2四半期決算概要 P 3～P 20

● 経営戦略、今後の取組み等 P 21～P 29

● 参考資料 P 30～P 50



## 平成26年1月期第2四半期決算について

- ・平成26年1月期第2四半期決算概要
- ・平成26年1月期業績の見通し



# 平成26年1月期2Q決算概要



## 平成26年1月期2Q TOPICS

### 2Q累計実績

**売上高** : 4,235百万円 (前期比2.2%減)

**経常利益** : 7百万円 (前期比+46百万円)



**対前期比で減収となったが経常黒字へ転換**

**閉店や売上不振により対予算で売上・各利益未達**

**特損の追加計上もあり四半期純損失 165百万円**



## 平成26年1月期第2四半期実績

(単位：千円)

	平成26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	2,130,267	100.0	2,104,970	100.0	4,235,237	100.0
売上原価	541,584	25.4	543,191	25.8	1,084,775	25.6
売上総利益	1,588,684	74.6	1,561,778	74.2	3,150,462	74.4
販管費	1,585,112	74.4	1,575,872	74.9	3,160,984	74.6
営業利益	3,572	0.2	△14,093	△0.7	△10,521	△0.3
経常利益	13,052	0.6	△5,570	△0.3	7,482	0.2
当期純利益	△24,141	△1.1	△141,719	△6.7	△165,860	△3.9

売上原価は円安などが主因となり上昇局面にある

販管費は、人件費・消耗品費・衛生費などを中心としたコスト削減

新規出店はなし



## 平成26年1月期第2四半期対前期比較

(単位：千円)

	平成25年1月期 第2四半期累計実績		平成26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	4,329,394	100.0	4,235,237	100.0	△94,157	△2.2
売上原価	1,085,199	25.1	1,084,775	25.6	△424	△0.0
売上総利益	3,244,194	74.9	3,150,462	74.4	△93,732	△2.9
販管費	3,301,738	76.3	3,160,984	74.6	△140,754	△4.3
営業利益	△57,543	△1.3	△10,521	△0.3	47,021	—
経常利益	△38,883	△0.9	7,482	0.2	46,365	—
当期純利益	△81,575	△1.9	△165,860	△3.9	△84,285	—

売上原価率は前期に対し対売上比0.5%悪化

販管費は前期と比較し売上比で1.7%改善（人件費や他販管費の効率化）



## 平成26年1月期第2四半期対予算比較

(単位：千円)

	平成26年1月期 第2四半期予算		平成26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	4,323,979	100.0	4,235,237	100.0	△88,742	△2.1
売上原価	1,089,813	25.2	1,084,775	25.6	△5,038	△0.5
売上総利益	3,234,166	74.8	3,150,462	74.4	△83,704	△2.6
販管費	3,229,682	74.7	3,160,984	74.6	△68,698	△2.1
営業利益	4,484	0.1	△10,521	△0.3	△15,005	—
経常利益	23,653	0.5	7,482	0.2	△16,171	△68.4
当期純利益	11,877	0.2	△165,860	△3.9	△177,737	—

販管費は当初予算内に収まった

ラーメン業態は概ね順調に推移したが、一部FC業態の業績悪化





# 平成26年1月期第2四半期コスト内訳

(単位：千円)

		平成25年1月 第2四半期累計実績	売上高比	平成26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		4,329,394	100.0	4,235,237	100.0	—
売上原価		1,085,199	25.1	1,084,775	25.6	0.5
売上総利益		3,244,194	74.9	3,150,462	74.4	—
販売費及び 一般管理費	人件費	1,417,233	32.7	1,345,935	31.1	△1.6
	法定福利費	139,055	3.2	130,771	3.0	△0.2
	水道光熱費	509,562	11.8	549,151	12.7	0.9
	賃借料	31,031	0.7	21,269	0.5	△0.2
	地代家賃	380,533	8.8	370,348	8.5	△0.3
	減価償却費	259,913	6.0	227,536	5.3	△0.7
	その他	564,411	13.0	515,974	11.9	△1.1
	計	3,301,738	76.3	3,160,984	74.6	△1.7

人件費や消耗品費、衛生費を中心としたコスト削減が予定より大きく推移

水道光熱費は燃油調整や値上げ分ではほぼ想定内。今後の推移を見守る必要あり



## 営業利益の増益要因

### 売上高

#### 《外的要因》

- ・まだはっきりとした効果は実感できないものの、景気回復への期待感から外食を選択するお客様が増加している

#### 《内的要因》

- ・全体の売上高は前年を下回ったが、既存店の来店客数が増加傾向
- ・店舗閉鎖に伴う、周辺の自店店舗への来客数増加

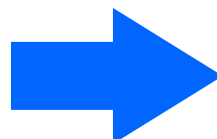
### コスト

- ・人件費、消耗品費、衛生費の継続的な改善により効果がみられる
- ・店舗閉鎖に伴う、全体的なコスト改善
- ・一方、水道光熱費は電気料金の値上げが今後も継続



## 営業利益の増減

平成25年1月期  
第2四半期  
△57,543千円



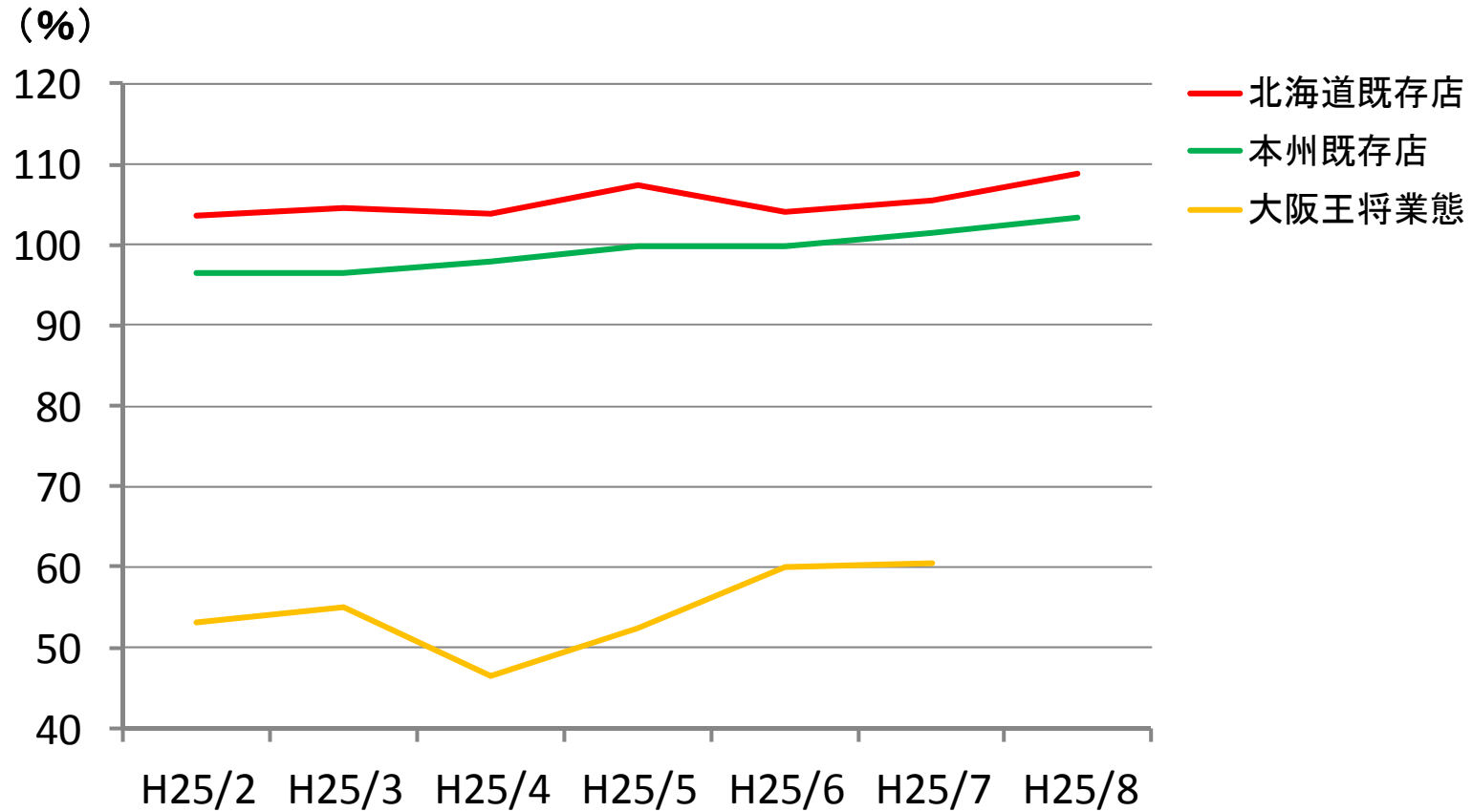
平成26年1月期  
第2四半期  
△10,521千円

増減 +47,021千円

・ 売上減少による利益減	△70,052千円
・ 原価率悪化	△21,730千円
・ 人件費減少	70,824千円
・ 水道光熱費増	△39,588千円
・ 販管費改善	107,567千円
<hr/>	
計	47,021千円



## 《参考》直近の既存店売上高前年対比の推移





## 資産の推移

(単位：千円)

	平成25年1月 第2四半期累計	平成26年1月 第2四半期累計	構成比	増減率
流動資産	556,544	612,769	13.2	10.1
現金及び預金	257,069	282,473	6.1	9.9
棚卸資産	133,565	133,359	2.9	△0.2
固定資産	4,746,616	4,033,643	86.8	△15.0
有形固定資産	3,583,646	3,002,201	64.6	△16.2
建物及び構築物	2,946,185	2,456,037	52.9	△16.6
無形固定資産	41,915	33,925	0.7	△19.1
投資その他の資産	1,121,055	997,516	21.5	△11.0
敷金保証金	794,325	720,589	15.5	△9.3
資産合計	5,303,161	4,646,413	100.0	△12.4



## 資本・負債の推移

(単位：千円)

	平成25年1月 第2四半期累計	平成26年1月 第2四半期累計	構成比	増減率
流動負債	1,805,050	1,753,164	37.7	△2.9
買掛金	194,681	181,902	3.9	△6.6
短期借入金	50,000	66,668	1.4	33.3
1年以内返済長期借入金	1,014,097	971,164	20.9	△4.2
固定負債	2,349,151	1,839,040	39.6	△21.7
長期借入金	2,139,359	1,718,195	37.0	△19.7
負債合計	4,154,201	3,592,204	77.3	△13.5
純資産	1,148,959	1,054,208	22.7	△8.2
資本金	291,647	291,647	6.3	—
負債・純資産合計	5,303,161	4,646,413	100.0	△12.4



# キャッシュフロー要因分析

(単位：千円)

	平成25年1月2Q	平成26年1月2Q	増減額
営業活動によるCF	197,363	210,328	12,965
(小計)	250,526	277,617	27,091
(法人税等の支払)	<u>△26,322</u>	<u>△42,328</u>	16,006
投資活動によるCF	△76,318	△15,142	△61,176
財務活動によるCF	△129,755	△276,273	146,518
現金及び現金同等物	242,069	231,473	△10,596

## ■ 営業活動によるキャッシュフロー

税引前四半期純損失244,488千円に対し、減価償却費225,126千円、法人税等の支払額42,328千円

## ■ 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18,819千円

## ■ 財務活動によるキャッシュフロー

長期借入返済533,730千円、新規の長期借入250,000千円



# エリア別出店状況

平成26年1月期2Q  
新規出店なし。5店舗閉店

## 北海道・東北エリア

都道府県名	H25.1末店舗数	H26.1_2Q増減	H26.1_2Q末店舗数
北海道	38	△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・関西・九州エリア

都道府県名	H25.1末店舗数	H26.1_2Q増減	H26.1_2Q末店舗数
静岡県	7	—	7
岐阜県	2	—	2
愛知県	5	—	5
三重県	1	—	1
大阪府	1	—	1
兵庫県	1	—	1
京都府	1	—	1
福岡県	1	—	1
熊本県	1	1	1

## 関東・北陸エリア

都道府県名	H25.1末店舗数	H26.1_2Q増減	H26.1_2Q末店舗数
茨城県	17	△1	16
群馬県	6	—	6
栃木県	8	—	8
千葉県	14	—	14
埼玉県	10	—	10
東京都	2	△1	1
神奈川県	4	—	4
山梨県	3	—	3
長野県	3	△1	2
石川県	1	—	1
富山県	1	△1	—

## 合計

北海道・東北	関東・北陸	東海・関西他	H26.1_2Q末店舗数
47	65	20	132

(注) コメダ珈琲・大阪王将含む





# 平成26年1月期業績の見通し



# 平成26年1月期通期計画（対当初予算）

（単位：百万円）

	平成26年1月期 当初計画 (A)		平成26年1月期 修正計画 (B)		対当初予算比較 B-A	
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	比率
売上高	9,024	100.0	8,695	100.0	△329	△3.6
売上原価	2,256	25.0	2,207	25.4	△49	△2.2
売上総利益	6,767	75.0	6,487	74.6	△280	△4.1
販管費	6,555	72.6	6,286	72.3	△269	△4.1
営業利益	211	2.4	200	2.3	△11	△5.2
経常利益	250	2.7	230	2.6	△20	△8.0
当期純利益	50	0.5	△44	—	△94	—

出店を極力抑え赤字店舗のスクラップにより、利益率向上を見込む

既存店営業力の改善を最重要課題として取り組む



## 平成26年1月期通期計画前提条件

### ～前提条件～

新規出店	1店舗（下期：北海道、網走店（8/290P）） コマダ業態は立地次第
既存店売上	前年対比 100.0%
原価率	円安の影響から多くの食材で値上げあり。 当初予算比0.3～0.5%のup
販管費率	北電・東北電管内店舗は水道光熱費は上昇。当初予算比0.3%UP 人件費率は当初予算比0.3%down（売上高比30.5%） その他コスト等の圧縮で、売上比約0.3%down
特別損失	店舗閉鎖関連費用252百万円 （減損損失、除却損等閉店関連費）



# 平成26年1月期通期計画について

## ～通期計画根拠～

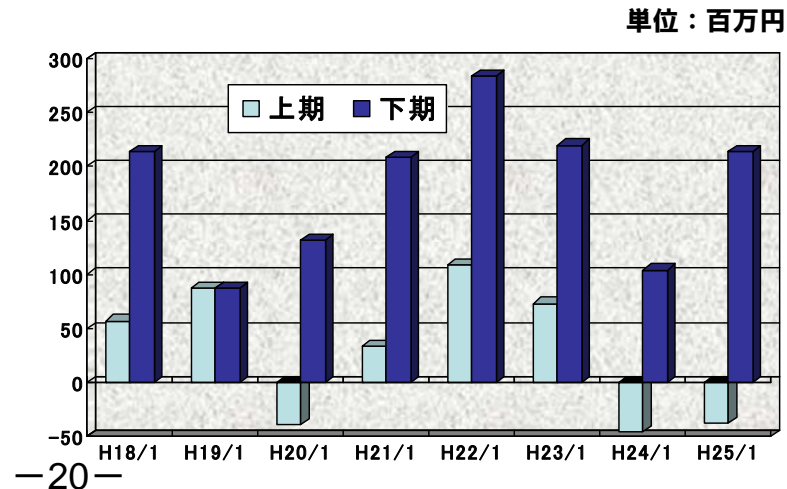
- 利益ベースは下期偏重（下グラフ参照）
- 出店計画は、計画縮小（4→1店舗）
- 特別損失は2Qで25,228万円（閉鎖損失、減損損失）
- 今期閉店実績。高岡店（富山県）→損失は1Q計上。大阪王将手稲店→損失は2Q計上  
池袋西口店、日立滑川店、長野篠ノ井店→損失は前期までに計上済  
FC業態撤退に伴う引当→2Q計上済



- ラーメン業態は比較的順調に推移していることから本業へ経営資源投入
- 引き続き、店舗QSC向上を重点課題とする

## ～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。





# 経営戦略

## ● 今期・中期的な取り組みについて



# 経営理念と基本姿勢

## 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

- ◆ お客様一人一人に心を込めてラーメンを提供することにより、お客様に喜んで頂くことで、結果として企業業績の向上に繋げ、社会的責任を果たしてまいります。



## 今期の重点施策（１）

---

### 「QSC」の更なる向上

---

- 要である「スープ管理」を更に徹底
- 手作りであるがゆえの「ブレ」を、確実な店舗管理で極力抑える
- マニュアルや接客等の再教育
- クレーム数減少への取り組み  
(お客様満足度向上へ)
- 店舗アピアランスの向上  
(看板等のリニューアル)



## 今期の重点施策（２）

---

### 「来て頂ける」お店作り

---

- モバイルコンテンツ活用による来店誘導
- 期間限定商品展開による「商品変化」
- 創業25年感謝祭の実行

### 「利益体質」の構築

---

- 店舗で管理可能コストの徹底的な効率化
- 全社レベルでのコスト削減  
(仕入先等の変更、家賃減額交渉等)
- 店舗設備投資の抑制(設備レベルダウン等)
- 出店抑制による財務体質の改善





# 大阪王将業態について

## これまでの経緯

- 平成23年の初出店以降は順調に推移していた
- 同業他社のエリア進出により、大幅に客数を奪われる結果に（今期の売上前年比は平均5～60%台で推移）
- FC加盟側ゆえに、スピード感のある施策実行が出来なかった
- 結果として、赤字幅が当初予想と比較しほぼ倍近くとなり、全社の利益等も考慮し今回の決断に至った

## 合意内容

- 手稲店・南郷通店は閉店。他3店舗はイトアンド社が直営で運営
- 当社で雇用していた正社員及びパートアルバイトは、原則として転籍



## 中長期的な取り組みについて

---

- 北海道地区の売上が非常に安定していることから、来期以降も当面は北海道地区を中心とした店舗展開
- 本業であるラーメン業態を中心とした運営と更なる強化
- 創業25年を迎えたことから、来店客数の増加とともにお客様への還元するべく感謝祭を実施
- 外食店として、QSC向上への取り組みは継続
- 来年以降の消費税増税を考慮し、価格設定の抜本的改定の検討
- 店舗人員の不足が目立っており、中途採用及び新卒採用の強化と、次代を担う店長及び幹部候補の育成



## 創業25年感謝祭について

---

- 開催期間 平成25年9月1日～平成26年1月31日
- ◆ ラーメンをご注文頂いた方に「サービス券」を発行  
サービス券・・・6枚でギョーザ、10枚でラーメンに
- ◆ サービス券で上記に引き換えて頂いた方に、スクラッチカードをプレゼント  
限定の山岡家Tシャツやどんぶりレンゲセットなどのレアグッズを抽選で
- ◆ 感謝祭期間限定メニューの展開
- ◆ 感謝祭期間中、毎月25日を特別感謝デーとして、トッピングなどの無料サービス



# 今期投入の期間限定メニュー

塩麴ラーメン・つけ麺

4月16日～6月後半



スタミナ麻辣ラーメン・つけ麺

6月25日～8月後半



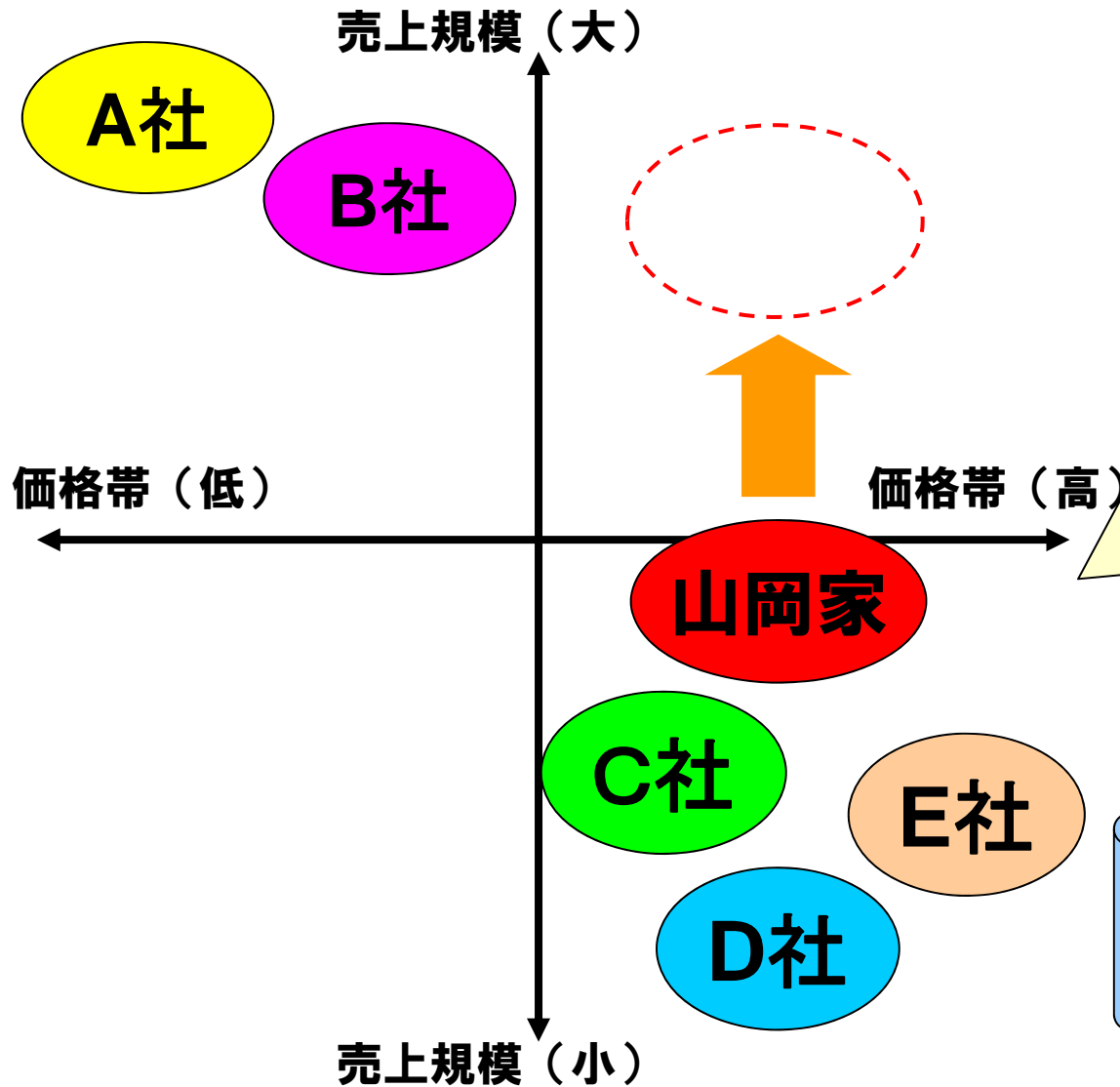
ねぎねぎXO醤麺

9月9日～11月中旬予定





# 業界での当社位置づけ



ロードサイド中心の出店  
ドライバーやルート営業マン  
を中心とした客層に合わせた  
ボリューム感の訴求  
分かりやすいメニュー展開  
(ラーメン専門店)  
ボックス席や小上がり席の充  
実による団体やファミリー層  
の獲得  
差別化された味によってリ  
ピーター比率が非常に高い

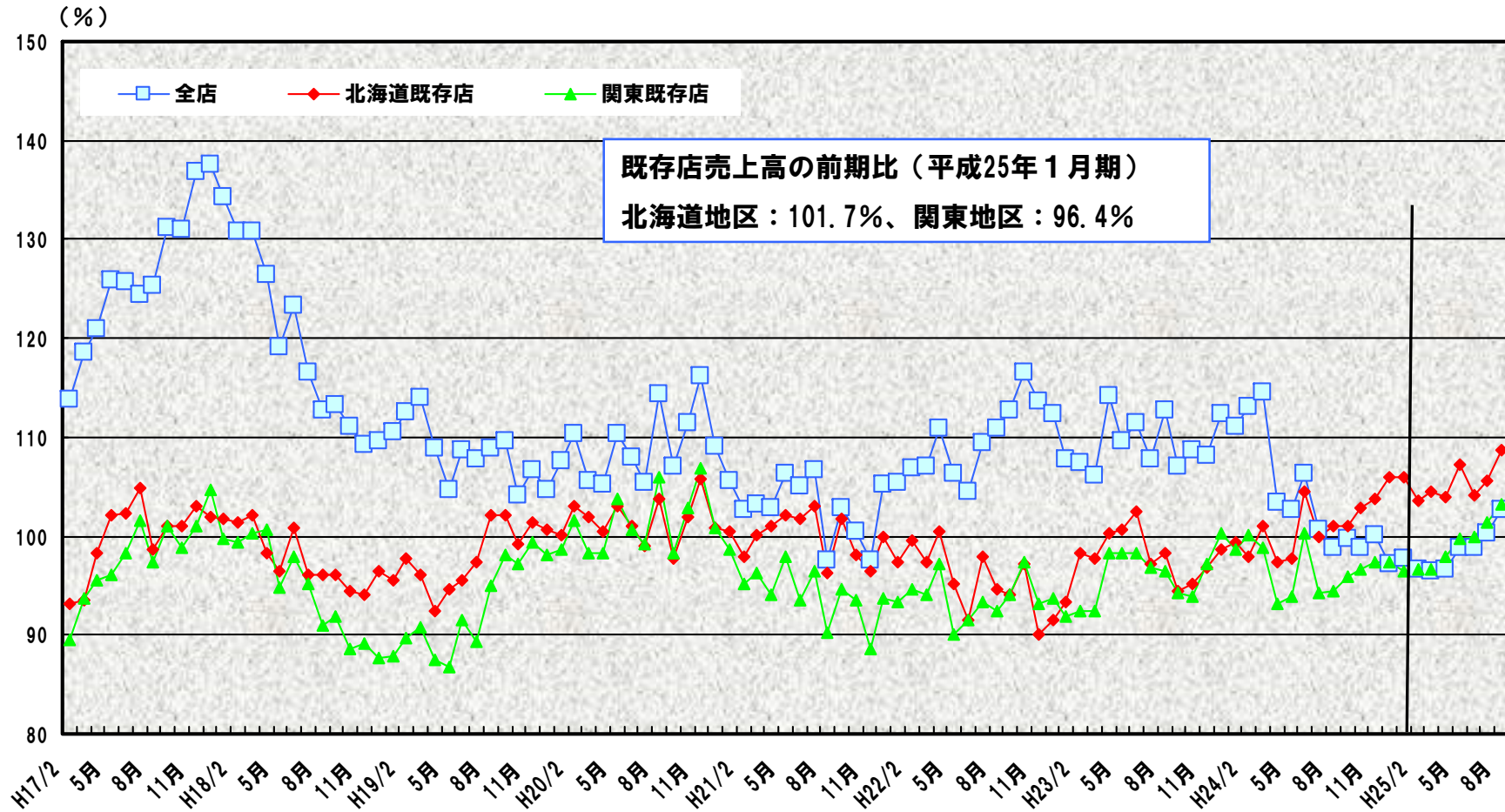
今後も特徴を生かしたラーメン  
の追求とロードサイド一番店を  
目指す



# 参考資料



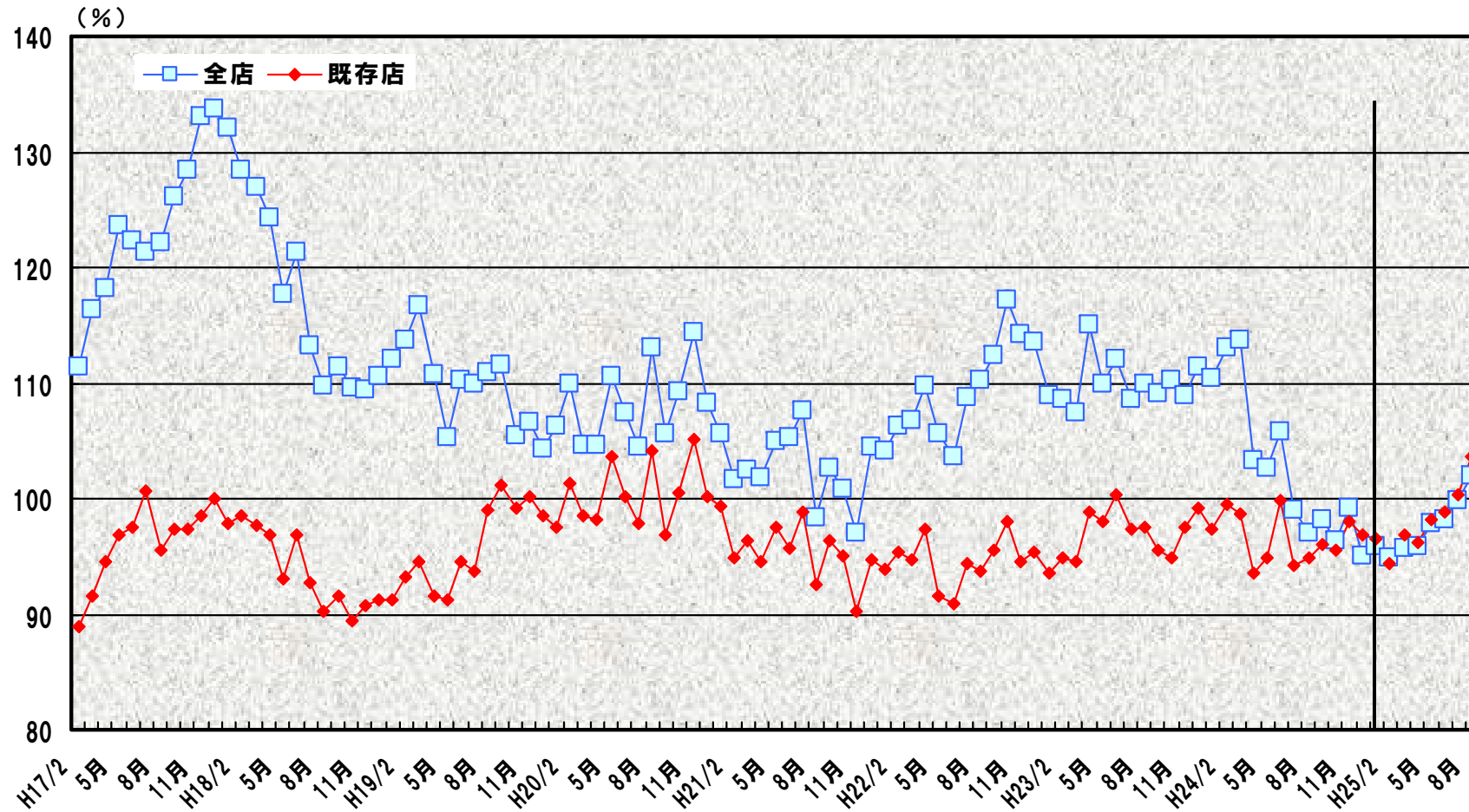
# 月次売上高推移（前年比）



(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）

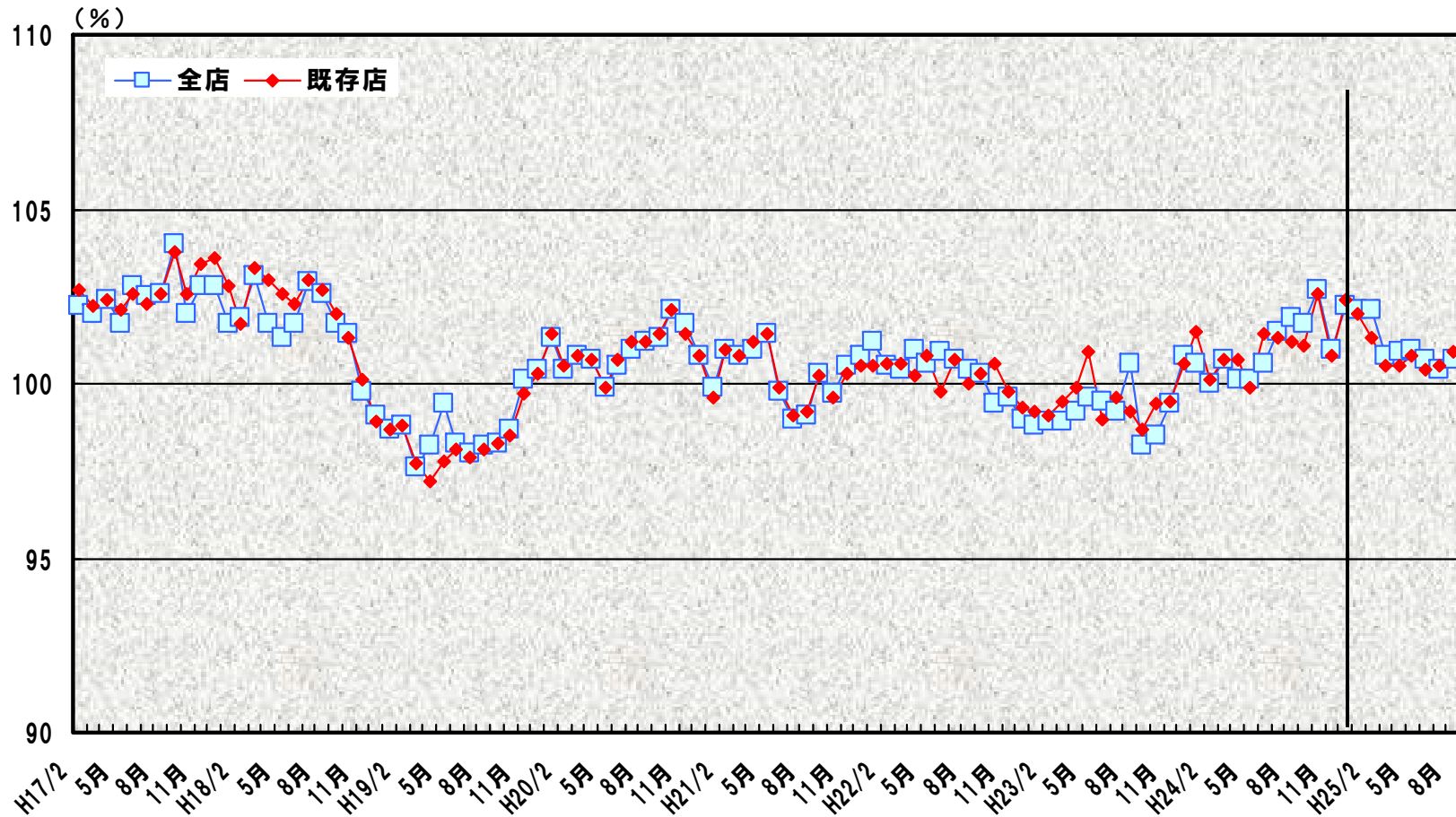


（注）既存店はオープン月から15ヶ月以上稼働の店舗としております。





# 月次客単価推移（前年比）

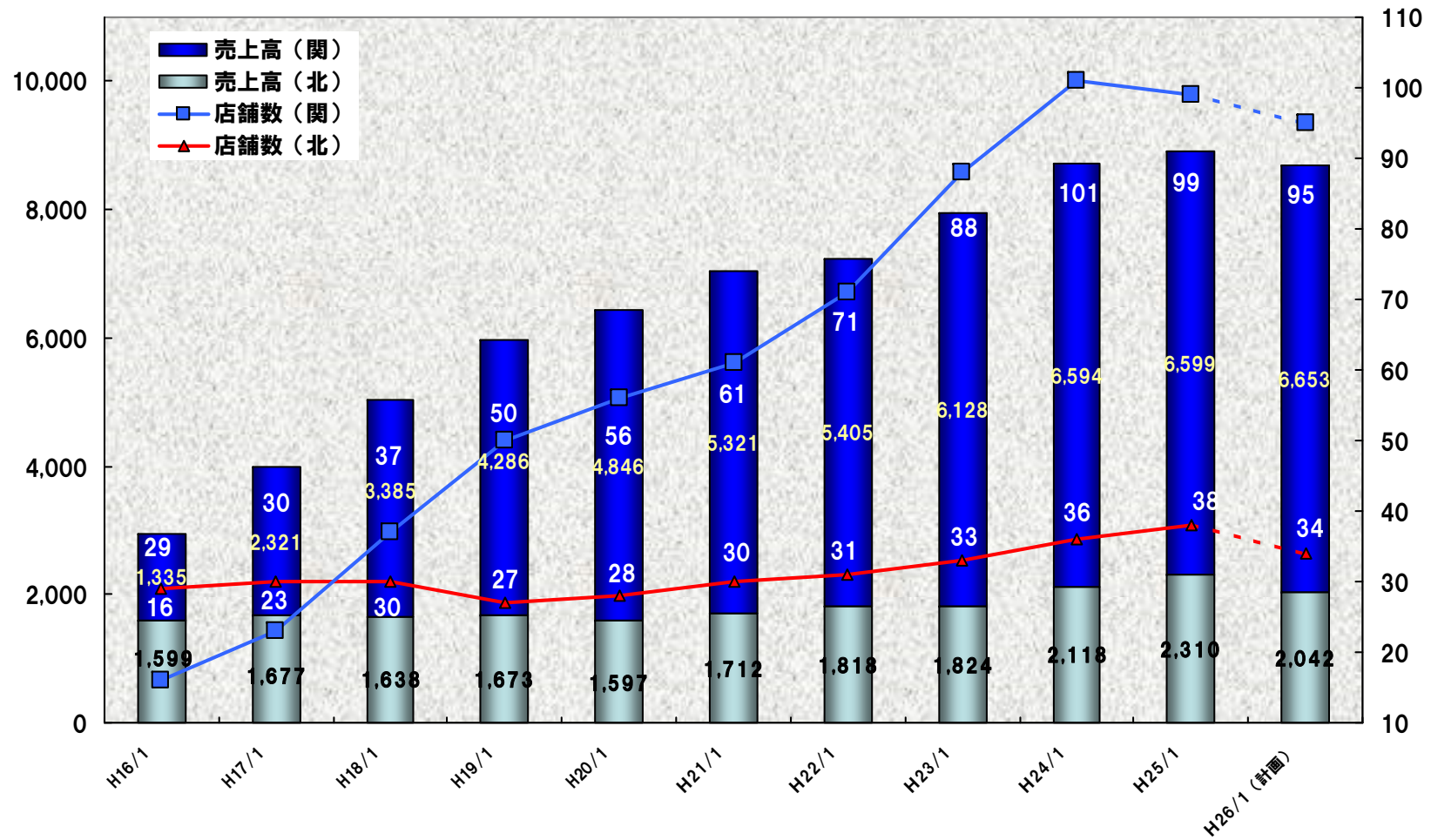


(注) 既存店はオープン月から15ヶ月以上稼働の店舗としております。



# 参考資料

《業績の推移と見通し（地域別売上高・店舗数）》

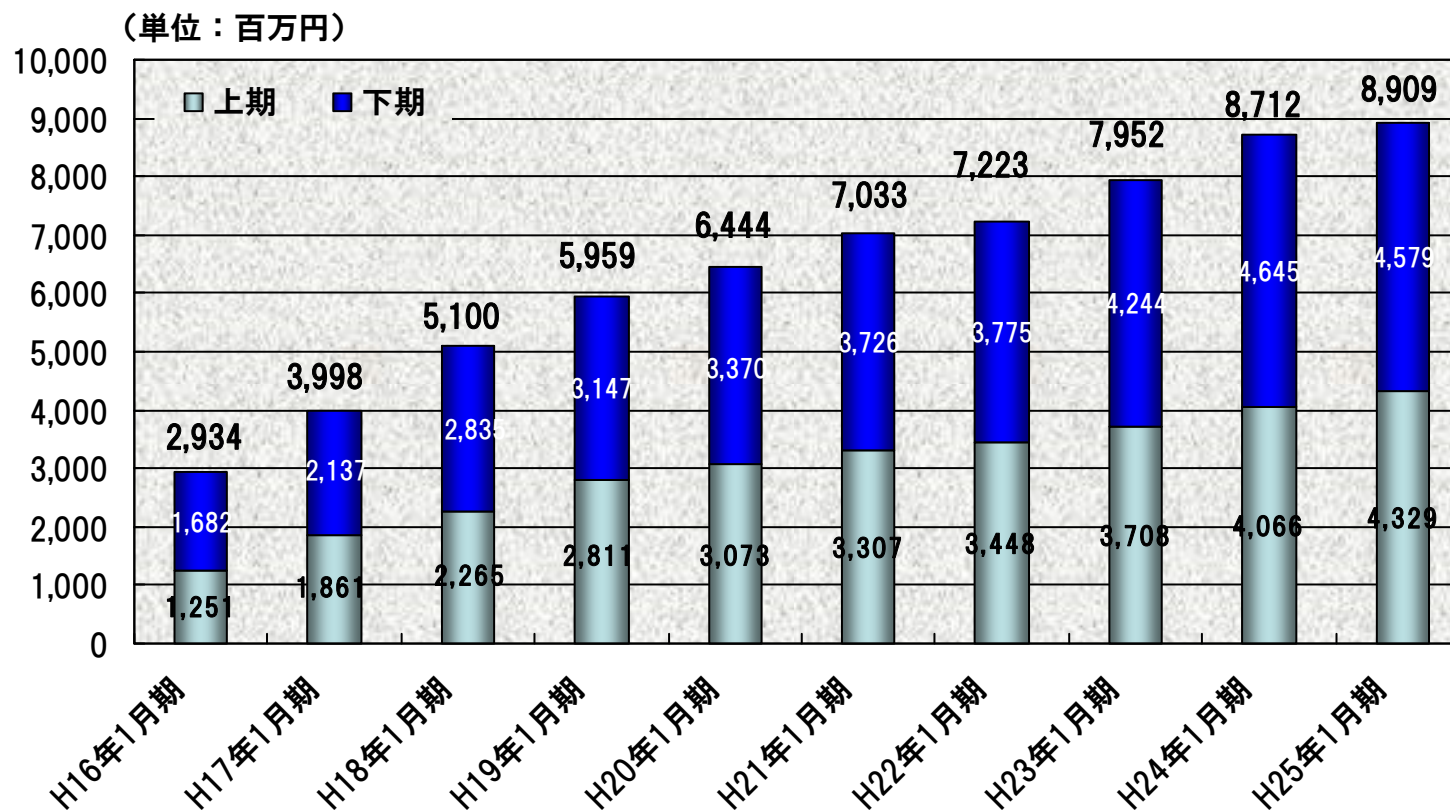


※平成17年1月期迄は単体売上 北海道地区は大阪王将業態含む



## 参考資料

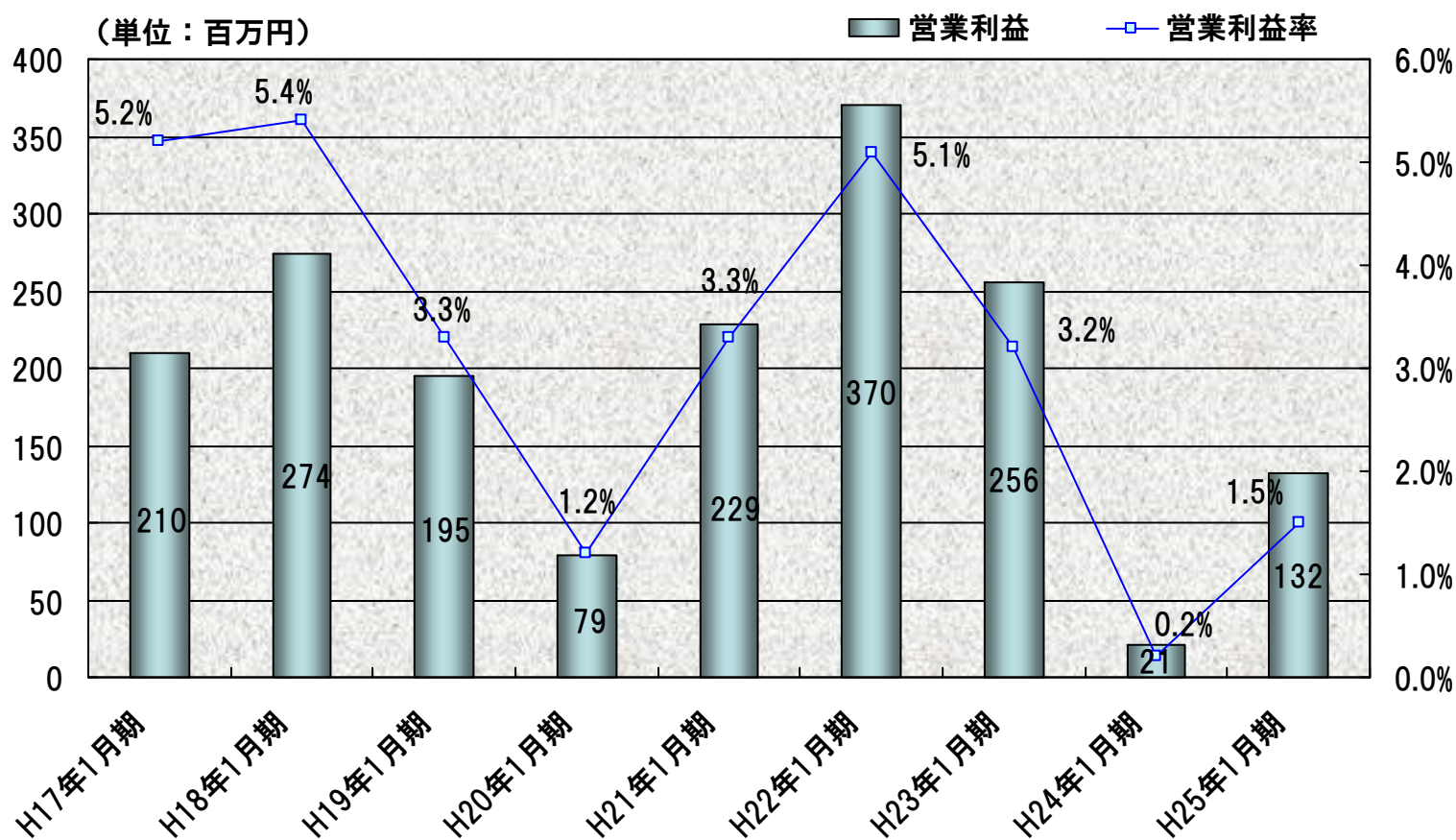
### 《売上高の推移（上期・下期）》





## 参考資料

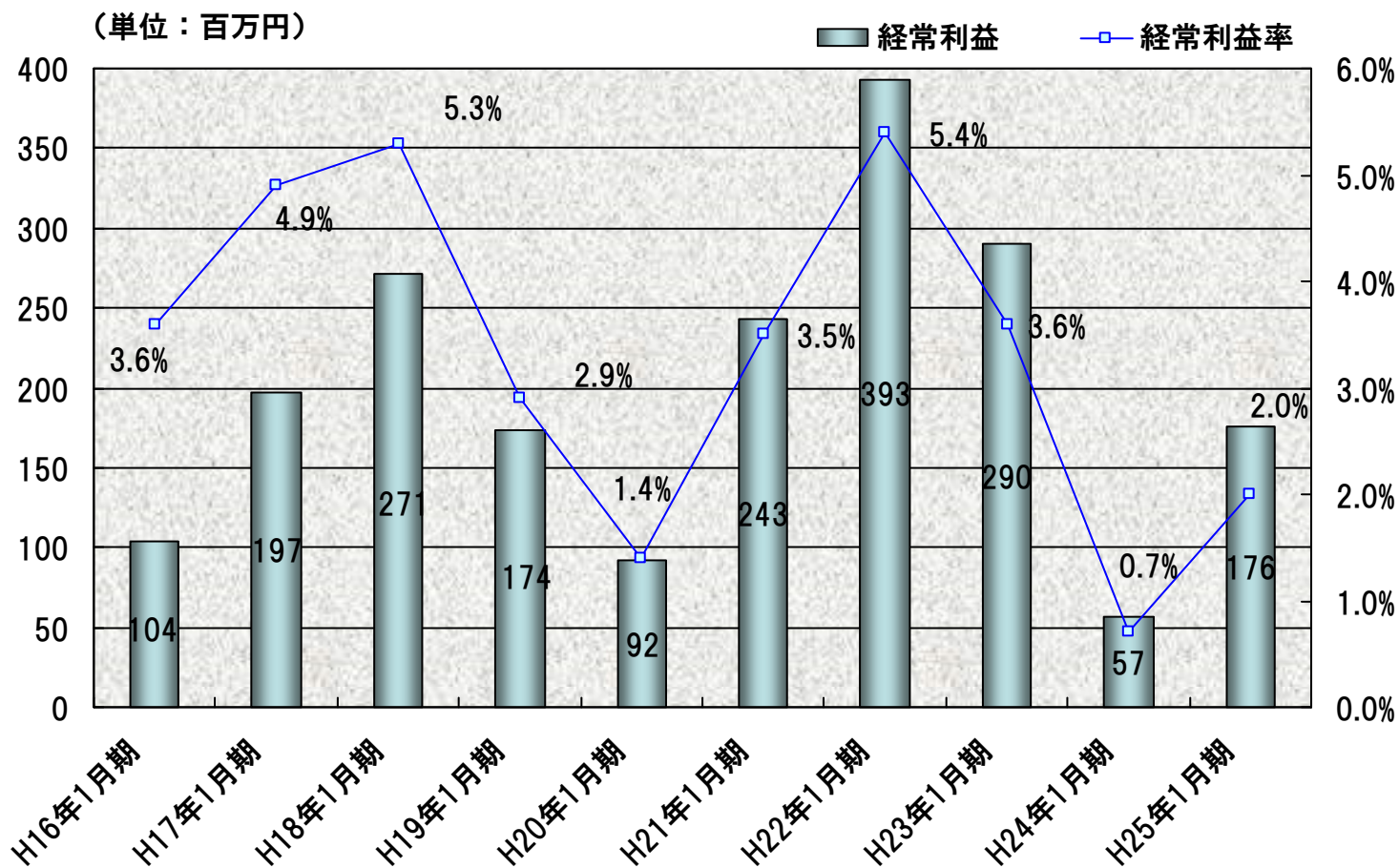
### 《営業利益・営業利益率の推移》





## 参考資料

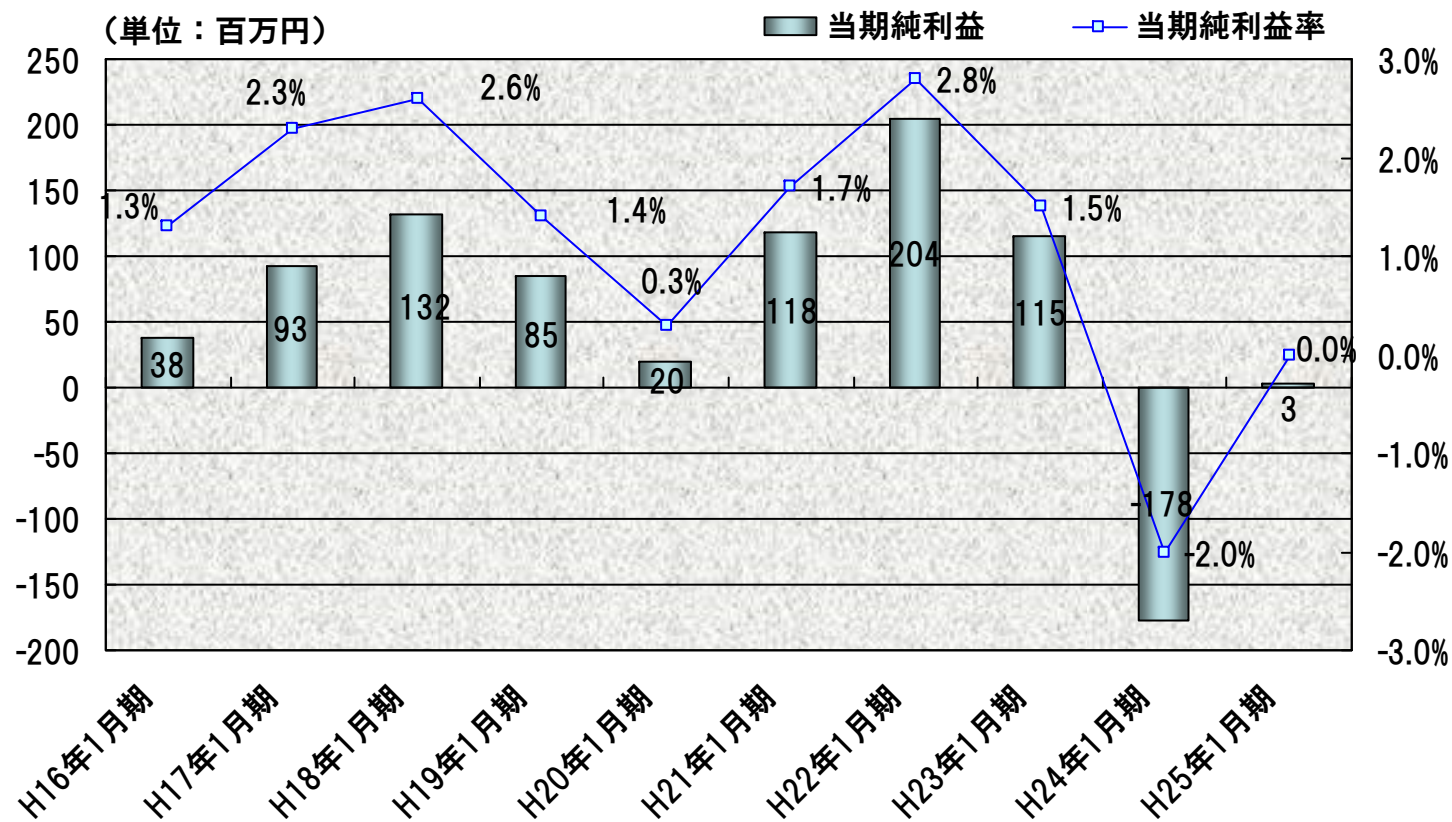
### 《経常利益・経常利益率の推移》





## 参考資料

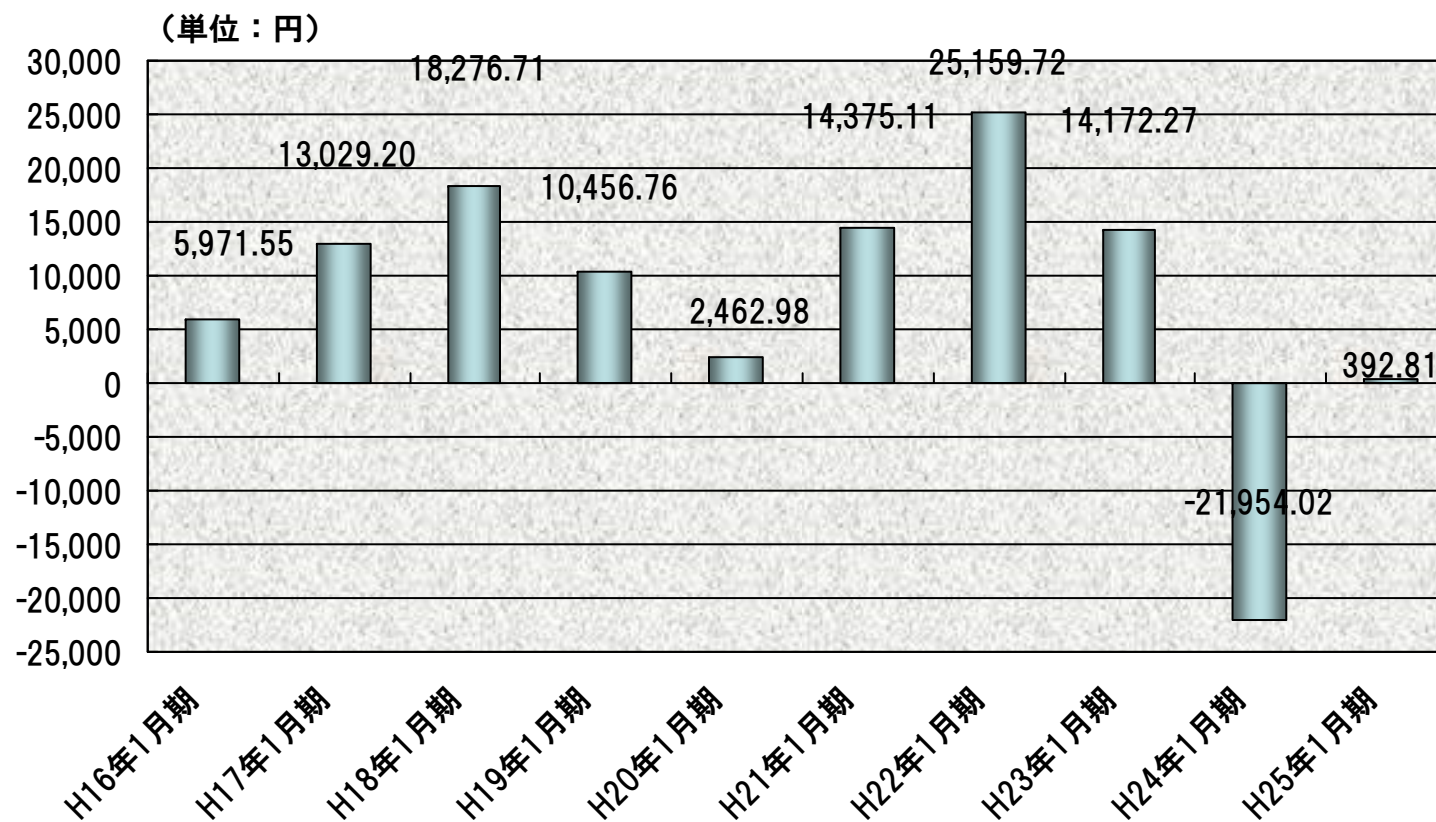
### 《当期純利益・当期純利益率の推移》





## 参考資料

### 《 1株当たり当期純利益の推移 》





● 御参考：ラーメン山岡家





## 看板メニュー

---

### 『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





# 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



**問合せ先**

**部署**

**経営企画室**

**TEL**

029-896-5800

**FAX**

029-896-5802

**E-mail**

[ir@yamaokaya.com](mailto: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。