







# 平成19年1月期 決算説明会

平成19年3月22日  
株式会社丸千代山岡家  
JASDAQ（証券コード：3399）



# 目次

---

	平成19年1月期業績概要	P 3～P 17
	平成20年1月期業績予想	P 18～P 21
	今後の成長に向けて	P 22～P 27
	参考資料	P 28～P 35



# 平成19年1月期業績概要



# 平成19年1月期の総括

## 売上高

新規13店舗（純増10店舗）出店による増収

下期は、既存店の落込みによる売上減

⇒既存店売上の前期比 通期計画96.7%→94.5%で推移

## 経常利益

既存店売上高落込みによる売上総利益の減少

原油価格高騰の影響からガス単価が前期後半から引き続き

高止まりの状況（水道光熱費は計画比16%増）により減益

## 前年同期比

売上高：16.8%増 経常利益：35.5%減 当期純利益：35.2%減



# 平成19年 1 月期下期実績

(単位：千円)

	平成19年1月期					
	3 Q実績		4 Q実績		下期実績	
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	売上比率
売上高	1,531,179	100.0	1,616,701	100.0	3,147,881	100.0
売上原価	360,096	23.5	397,456	24.6	757,552	24.1
売上総利益	1,171,083	76.5	1,219,244	75.4	2,390,328	75.9
販管費	1,116,375	72.9	1,188,543	73.5	2,304,918	73.2
営業利益	54,707	3.6	30,702	1.9	85,410	2.7
経常利益	52,837	3.5	34,642	2.1	87,480	2.8
当期純利益	32,332	2.1	11,100	0.7	43,432	1.4

4 Qにおいて、ランチ時間帯でのサービスセット及び年末キャンペーンを行ったことにより原価率が1.1%上昇

出店数は、3 Qに4店舗、4 Qに2店舗、下期計6店舗



# 平成19年 1 月通期対前期比較

(単位：千円)

	平成18年1月期 通期実績		平成19年1月期 通期実績		対前期比較	
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	比率
売上高	5,100,858	100.0	5,959,462	100.0	858,603	16.8
売上原価	1,264,454	24.8	1,427,417	23.9	162,963	12.9
売上総利益	3,836,403	75.2	4,532,044	76.1	695,640	18.1
販管費	3,561,780	69.8	4,336,296	72.8	774,515	21.7
営業利益	274,623	5.4	195,748	3.3	△78,875	△28.7
経常利益	271,226	5.3	174,968	2.9	△96,258	△35.5
当期純利益	132,140	2.6	85,630	1.4	△46,510	△35.2

新規出店は概ね予定通りに推移（通期計13店舗）

売上原価は0.9%の改善

販管費は概ね計画通りだが、既存店の売上落込みにより売上総利益が減少



# 平成19年 1 月通期対計画比較

(単位：千円)

	平成19年1月期 計画		平成19年1月期 実績		対計画比較	
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	比率
売上高	6,124,829	100.0	5,959,462	100.0	△165,367	△2.7
売上原価	1,458,662	23.8	1,427,417	23.9	△31,245	△2.1
売上総利益	4,666,167	76.2	4,532,044	76.1	△134,123	△2.9
販管費	4,327,639	70.7	4,336,296	72.8	8,657	0.2
営業利益	338,528	5.5	195,748	3.3	△142,780	△42.2
経常利益	303,117	5.0	174,968	2.9	△128,149	△42.3
当期純利益	145,036	2.4	85,630	1.4	△59,406	△41.0

既存店売上高の落込みによる売上総利益の減少（計画比△2.9%）

販管費は概ね計画通りに推移



# 平成19年1月通期コスト内訳

(単位：千円)

		平成18年1月 通期実績	売上高比	平成19年1月 通期実績	売上高比	対前期コスト 改善率
売上高		5,100,858	100.0	5,959,462	100.0	—
売上原価		1,264,454	24.8	1,427,417	23.9	△0.9
売上総利益		3,836,403	75.2	4,532,044	76.1	+0.9
販売費及び 一般管理費	人件費	1,746,342	34.2	2,021,945	33.9	△0.3
	法定福利費	148,092	2.9	182,395	3.3	+0.4
	水道光熱費	478,241	9.4	643,206	10.8	+1.4
	賃借料	111,605	2.2	123,683	2.1	△0.1
	地代家賃	306,789	6.0	405,489	6.8	+0.8
	減価償却費	178,229	3.5	228,774	3.8	+0.3
	その他	592,482	11.6	730,804	12.3	+0.7
	計	3,561,780	69.8	4,336,296	72.8	+3.0

売上高は前年比16.8%増 売上原価は0.9%の改善

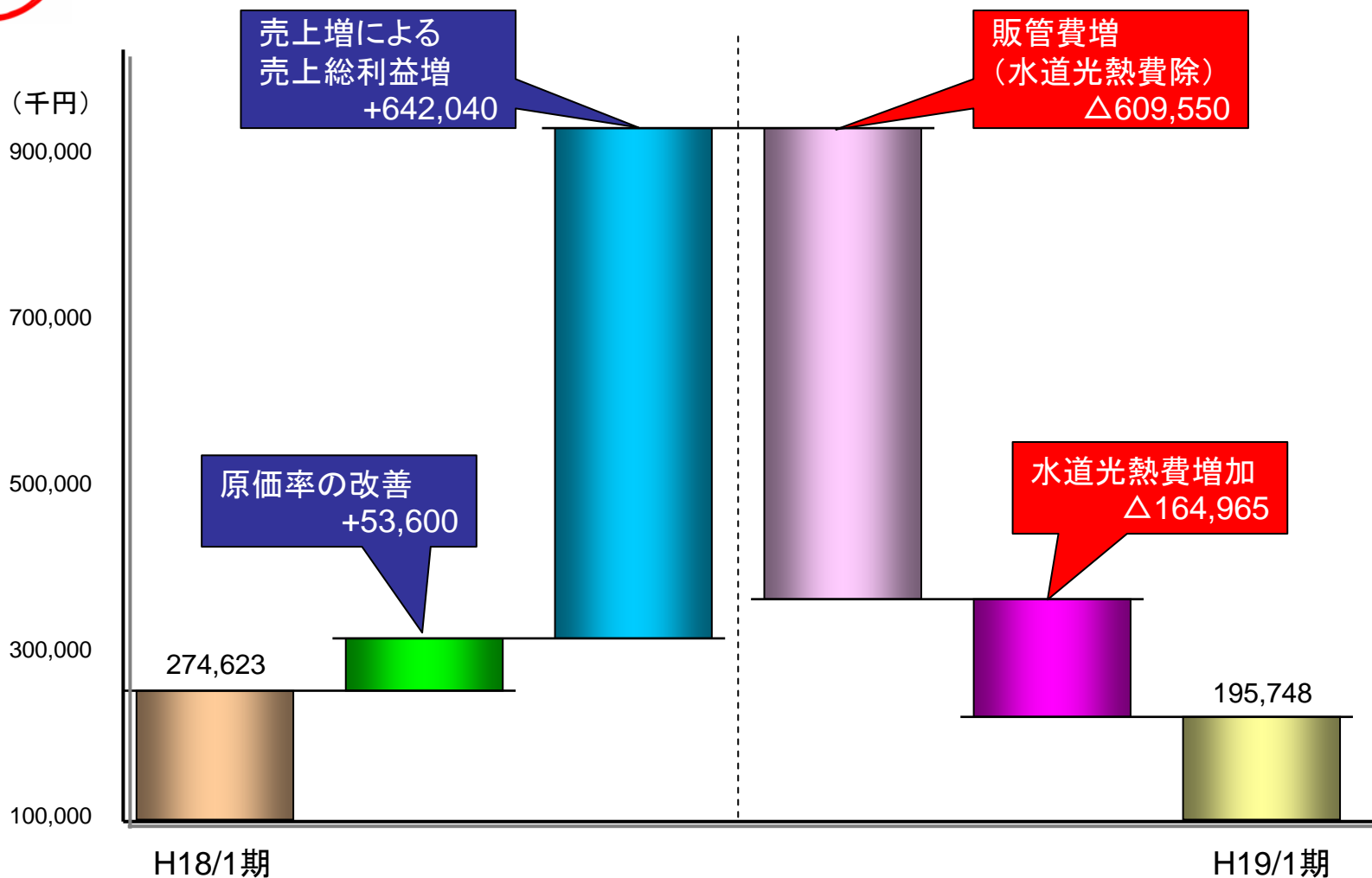
水道光熱費（ガス代）が増加（前期比+1.4%）

地代家賃が上昇（前期比+0.8%）



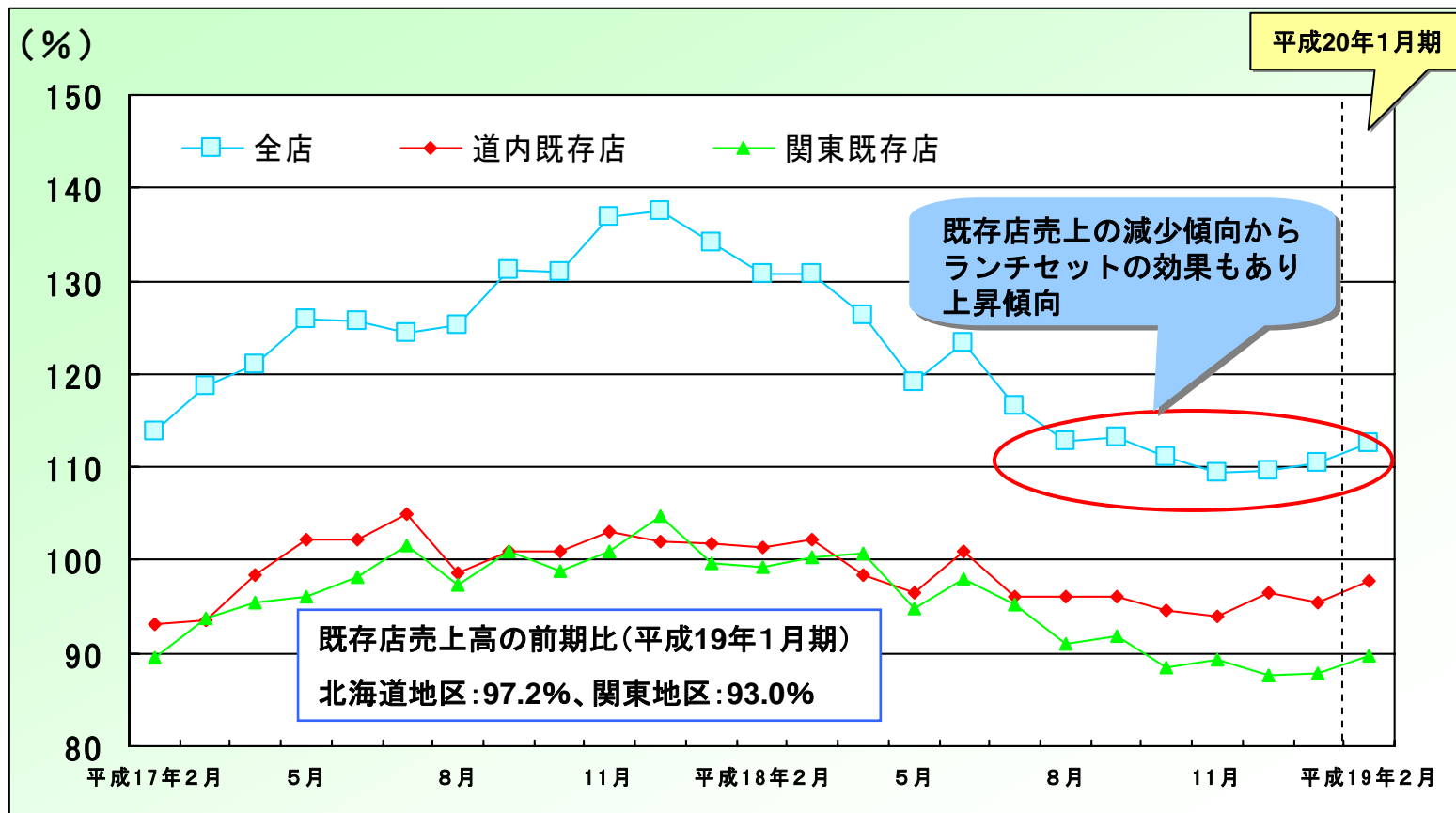


# 営業利益の要因分析（前期比較）





# 月次売上高推移（前年比）

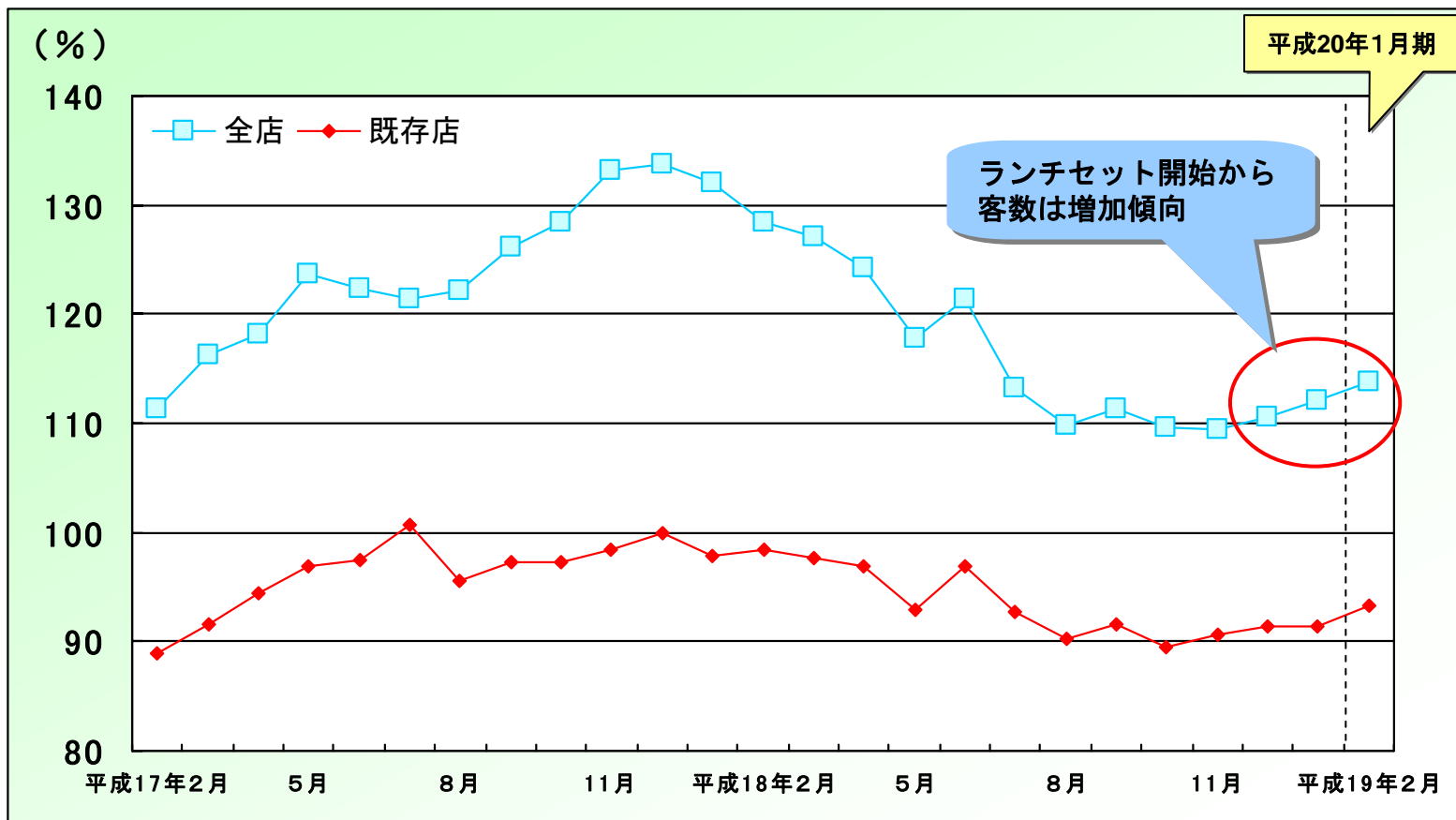


平成18年7月以降、既存店売上の落込みが続いている

(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）

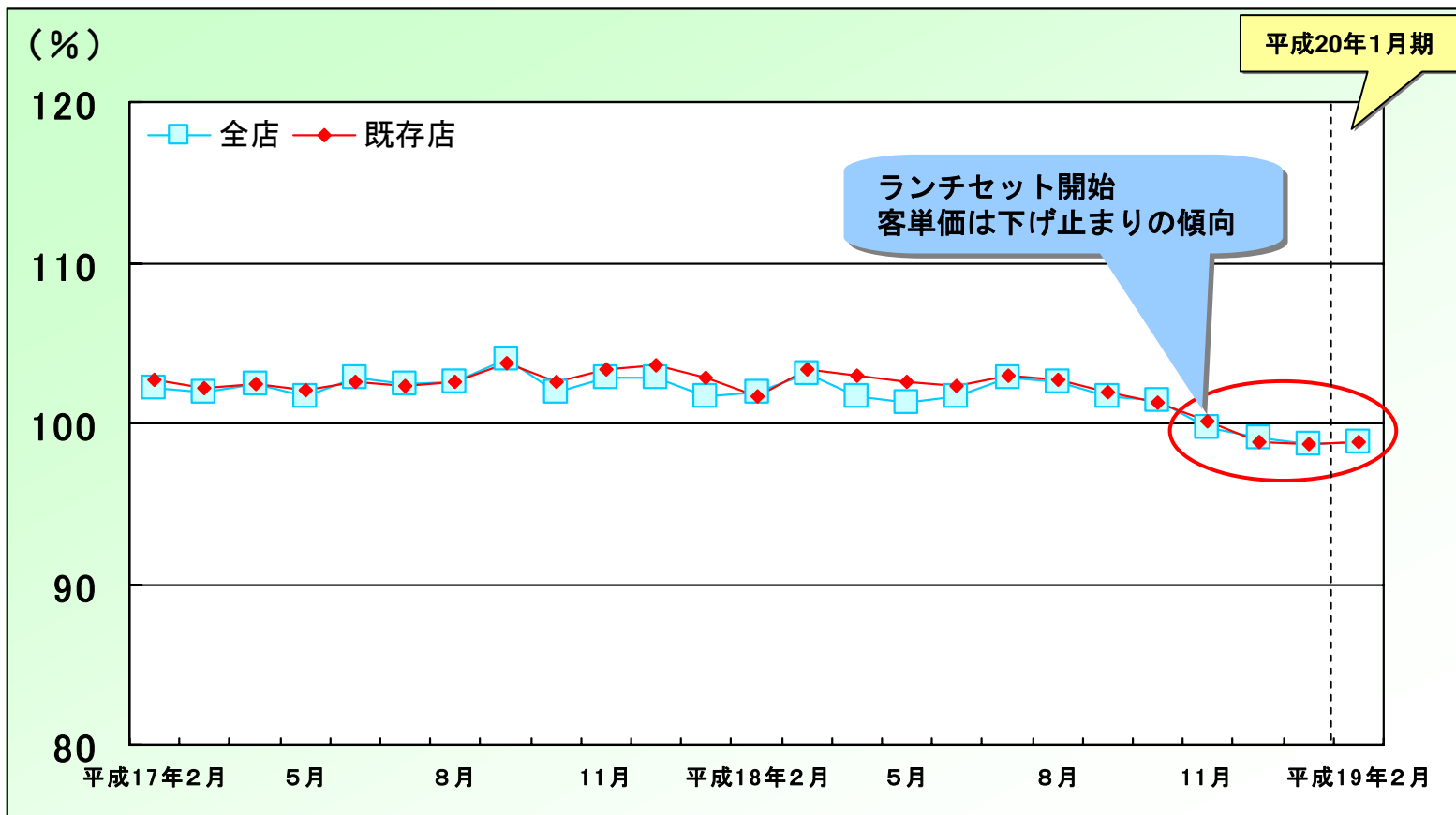


各地区既存店の客数は、平成18年7月以降減少傾向

(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）



平成18年11月より、ランチセット開始により減少傾向

（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。



# キャッシュフロー要因分析

(単位：千円)

	18年1月期	19年1月期	増減額
営業活動によるCF	332,298	304,772	△27,526
投資活動によるCF	△826,757	△892,626	65,869
財務活動によるCF	517,312	573,487	56,174
現金及び現金同等物	205,807	191,440	△14,637

## ■ 営業活動によるキャッシュフロー

税引前当期純利益の減少や、法人税等の支払の増加もあり減少

## ■ 投資活動によるキャッシュフロー

新規出店による店舗設備に係る支出

## ■ 財務活動によるキャッシュフロー

新株発行による収入及び金融機関からの借入



# 資産の推移

(単位：千円)

	平成18年1月	平成19年1月	構成比	増減率
流動資産	326,528	344,458	9.2	5.5
現金及び預金	205,807	191,440	5.1	△7.0
棚卸資産	42,586	63,708	1.7	49.6
固定資産	2,732,175	3,413,008	90.8	24.9
有形固定資産	2,114,127	2,671,519	71.1	26.4
建物及び構築物	1,706,290	2,151,165	57.2	26.1
無形固定資産	23,556	25,082	0.7	6.5
投資その他の資産	594,492	716,406	19.0	20.5
敷金保証金	386,261	469,734	12.5	21.6
資産合計	3,058,704	3,757,466	100.0	22.8



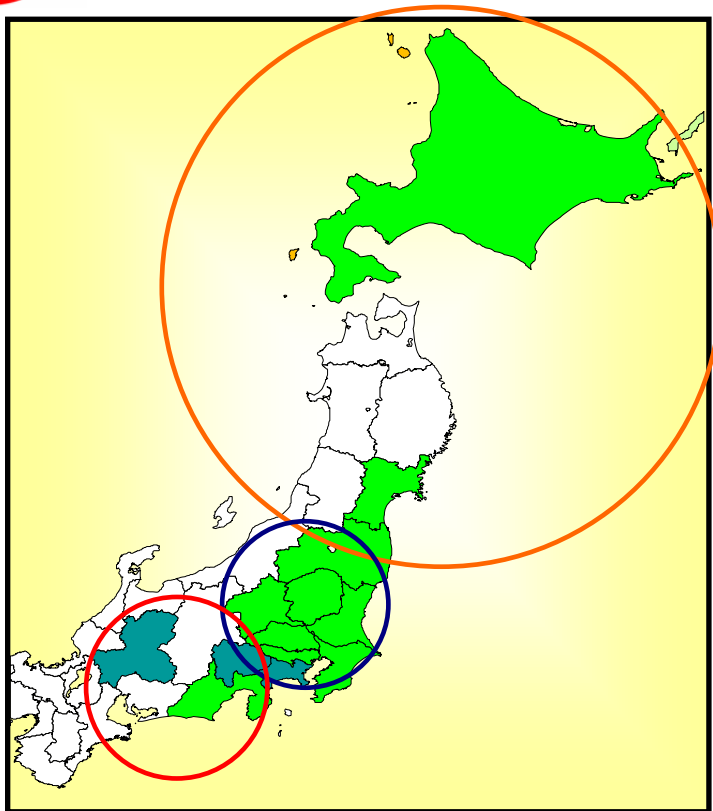
## 資本・負債の推移

(単位：千円)

	平成18年1月	平成19年1月	構成比	増減率
流動負債	1,030,320	1,062,024	28.3	3.1
買掛金	101,181	125,721	3.3	24.3
短期借入金	20,000	26,000	0.7	30.0
1年以内返済長期借入金	380,460	441,814	11.8	16.1
固定負債	1,198,412	1,483,845	39.5	23.8
社債	140,000	130,000	3.5	△7.1
長期借入金	956,938	1,300,126	34.6	35.9
負債合計	2,228,733	2,545,869	67.8	14.2
純資産	829,970	1,211,596	32.2	46.0
資本金	172,647	291,647	7.8	68.9
負債・純資産合計	3,058,704	3,757,466	100.0	22.8



# エリア別出店状況



## 北海道・東北エリア

都道府県名	H18.1期末 店舗数	H19.1期中 増減	H19.1期末 店舗数
北海道	30	▲3	27
宮城県	2	1	3
福島県	1	1	2

## 関東エリア

都道府県名	H18.1期末 店舗数	H19.1期中 増減	H19.1期末 店舗数
茨城県	9	1	10
群馬県	6	—	6
栃木県	6	1	7
千葉県	6	1	7
埼玉県	5	2	7
東京都	1	—	1
神奈川県	—	1	1
山梨県	—	1	1

## 東海エリア

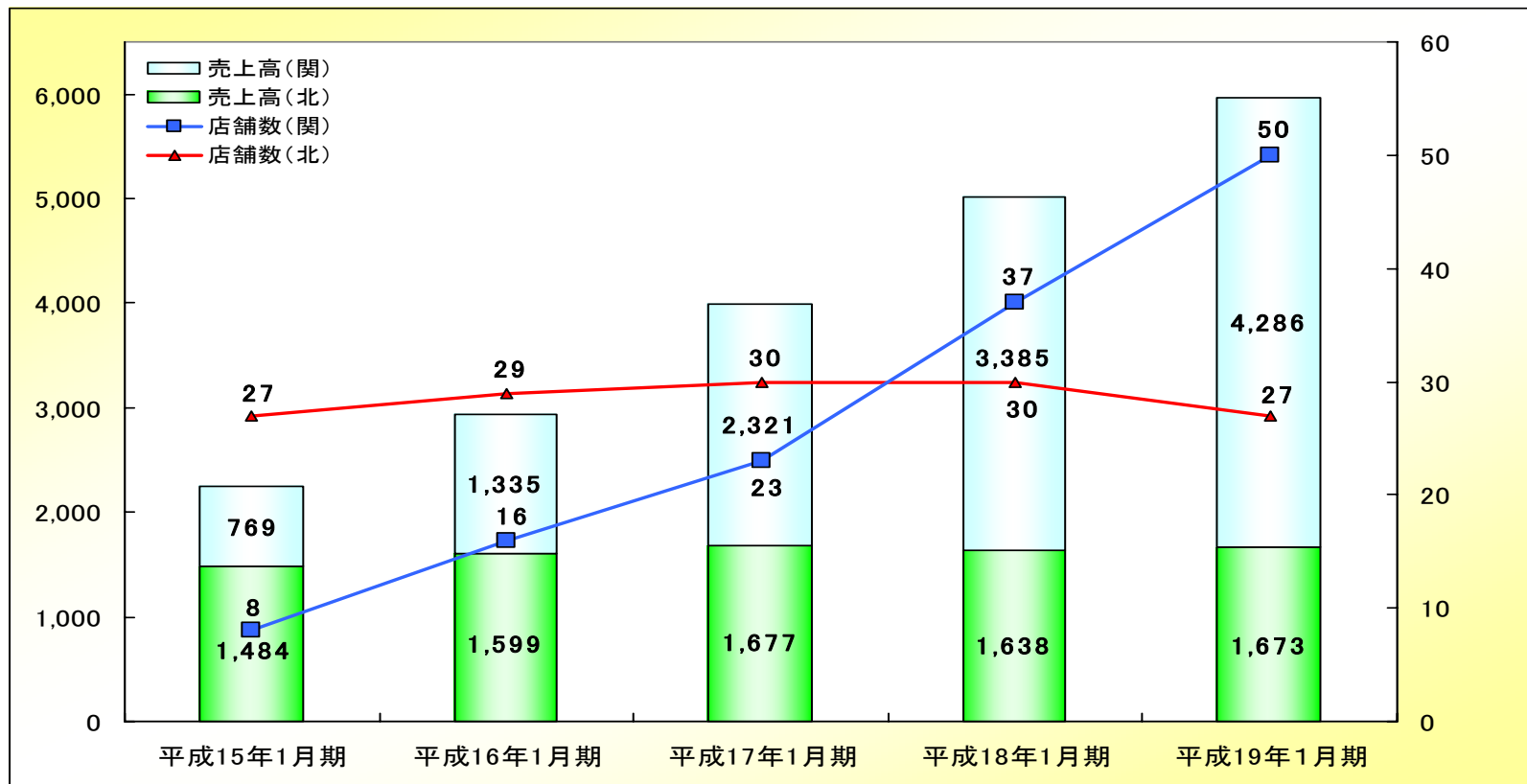
都道府県名	H18.1期末 店舗数	H19.1期中 増減	H19.1期末 店舗数
静岡県	1	2	3
岐阜県	—	2	2

北海道・東北	関東	東海	合計
32	40	5	77





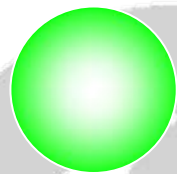
# 業績の推移（地域別売上高・店舗数）



※平成17年1月期は単体売上

平成18年1月期より、関東・東海地区へ積極的の出店を継続

北海道地区は、平成19年1月期既存店売上が概ね順調に推移



# 平成20年1月期業績予想



# 平成20年1月期通期計画（対前期実績比較）

（単位：千円）

	平成19年1月期 通期実績		平成20年1月期 通期計画		対前期比較	
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	比率
売上高	5,959,462	100.0	6,671,514	100.0	712,052	11.9
売上原価	1,427,417	23.9	1,612,284	24.2	184,867	12.9
売上総利益	4,532,044	76.1	5,059,230	75.8	527,186	11.6
販管費	4,336,296	72.8	4,856,178	72.8	519,882	12.0
営業利益	195,748	3.3	203,052	3.0	7,304	3.7
経常利益	174,968	2.9	206,969	3.1	32,001	18.3
当期純利益	85,630	1.4	89,943	1.4	4,313	5.0

## 平成20年1月期 前提条件

新規出店 10店舗（上期：6店舗 下期：4店舗）  
 全店関東・東海・東北地区へ出店予定  
 既存店売上 前年対比 95.0%  
 販管費率 人材確保や教育を積極的に行なうことにより  
 前期比約12%の増加  
 特別損失 店舗閉鎖関連費用500万円（1店舗の閉店計画）

## ～通期計画根拠～

- ・利益ベースは下期偏重  
 →上期出店店舗が下期でフル稼働  
 →売上が大きくなる月が下期に多い（8・12・1月）
- ・平成20年1月期足元の業績  
 →2月は売上高・経常利益共に予算を達成



# エリア別出店・閉店計画

今後もロードサイド型中心の店舗展開

	H19/1期末		平成20年1月期計画				
			通期		期末		
	店舗数	構成比	開店	閉店	店舗数	構成比	純増
北海道	27	35.1	—	1	26	30.2	△1
東北	5	6.5	1	—	6	7.0	1
関東	40	51.9	5	—	45	52.3	5
東海	5	6.5	4	—	9	10.5	4
総計	77	100.0	10	1	86	100.0	9



# 株主還元策について

## ■ 配当方針について

平成19年1月期は1株当たり5,000円の配当を実施  
平成20年1月期も同額を計画

	1株当たり年間配当金	配当性向
19/1期実績	5,000円	47.8%
20/1期計画	5,000円	45.8%

## ■ 株主優待制度について

株主優待制度につきましては、現段階では当社店舗出店先が一部地域に限定されているため実施せず、平成20年1月期も配当により利益還元を行っていく方針であります。



# ● 今後の成長に向けて



# 中期経営計画について

(単位：百万円)

	18/1期	19/1期		20/1期		21/1期
	実績	計画	実績	計画	修正	計画
売上	5,100	6,124	5,959	7,160	6,671	8,410
経常利益	271	303	174	386	206	505
新規出店数	15	14	13	15	10	19
退店数	1	1	3	—	1	—
期末店舗数	67	80	77	95	86	114

19/1下期売上不振の既存店改善のため、20/1期は新規出店数を抑え営業力、人材・教育の強化期間とする。

20/1期中に人材の充足、研修体制の強化、パートアルバイト業務見直し、オペレーションの効率化等を実施し、21/1期に向け整備を図る。

21/1期は20/1期修正案を踏まえ、計画値を修正する予定。



# 平成20年 1 月期計画達成に向けて①

## ■平成19年1月期までの経営分析と今後の課題

1. 既存店売上、利益率等の業績の悪化要因を分析し、今期は従来のあり方を見直す転換期として捕らえ、新たな取組み・改善を積極的に行う。
2. 業績悪化要因に対し、出店エリア拡大・広域化に対応できる、多面的な角度からの分析・考察・取組みが必要。

### 経営分析と今後の課題

過去(平成18/1期以前)の状況	昨期(平成19/1期)の状況	今後(平成20/1期以降)の取組み
<ul style="list-style-type: none"><li>■北海道、関東圏に限定した出店</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■東海、東北地区へ出店エリアの拡大</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■東海・関東地区での出店と企業利潤の追求</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>■店舗調理中心の商品づくり</li><li>■平準化された商品構成</li><li>■ターゲットの絞り込みと既存顧客を中心とした営業戦略</li><li>■OJT(職場内研修)を中心とした教育</li></ul> <p>etc...</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>■商品力の低下と集客力の悪化</li><li>■販売促進手法の不足</li><li>■QSC(商品の質、接客、清潔さ)レベルの店舗間格差</li><li>■事前商圈調査の不足</li><li>■人的資源の不足</li><li>■物流・賃料等コストの増加</li></ul> <p>etc...</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>■商品開発力の強化</li><li>■市場・商圈分析の強化と販売促進の強化</li><li>■従業員教育の充実</li><li>■営業戦略スペシャリストの採用</li><li>■出店コストの削減</li></ul> <p>etc...</p>
<p>売上・利益の確保と安定した成長</p>	<p>既存店売上の低下、利益率の低下</p>	<p>全社的売上の向上、利益率の向上</p>
成長期	低迷期	転換期





# 平成20年 1 月期計画達成に向けて②

## ■ 営業力の強化

1. 商品力アップ、販売促進の施策充実により、ターゲットの拡大・新規リピーター獲得を図る。
2. 全社的な商品企画・開発、販売促進を行うため、営業戦略スペシャリストを起用する。
3. 新規マニュアルの導入、店舗オペレーションの改善により、店舗運営の統一化を図る。

### 営業力強化イメージ

既存店売上の向上

顧客ターゲット拡大・新規リピーター獲得

店舗運営の統一化

全店販売促進の取組み

商品企画・開発強化

オペレーションの改善

新規マニュアルの導入

市場調査・情報収集顧客情報の分析・把握

スペシャリストの採用



# 平成20年 1 月期計画達成に向けて③

## ■各部門の強化

1. 各部門における問題提起、企画立案、成果発表と情報共有
2. 研修等による、各職責に応じた業務遂行能力向上とリーダーシップの促進
3. 各部門における目標設定と役割の明確化及び目標管理制度の導入

### 月間マネジメントサイクル



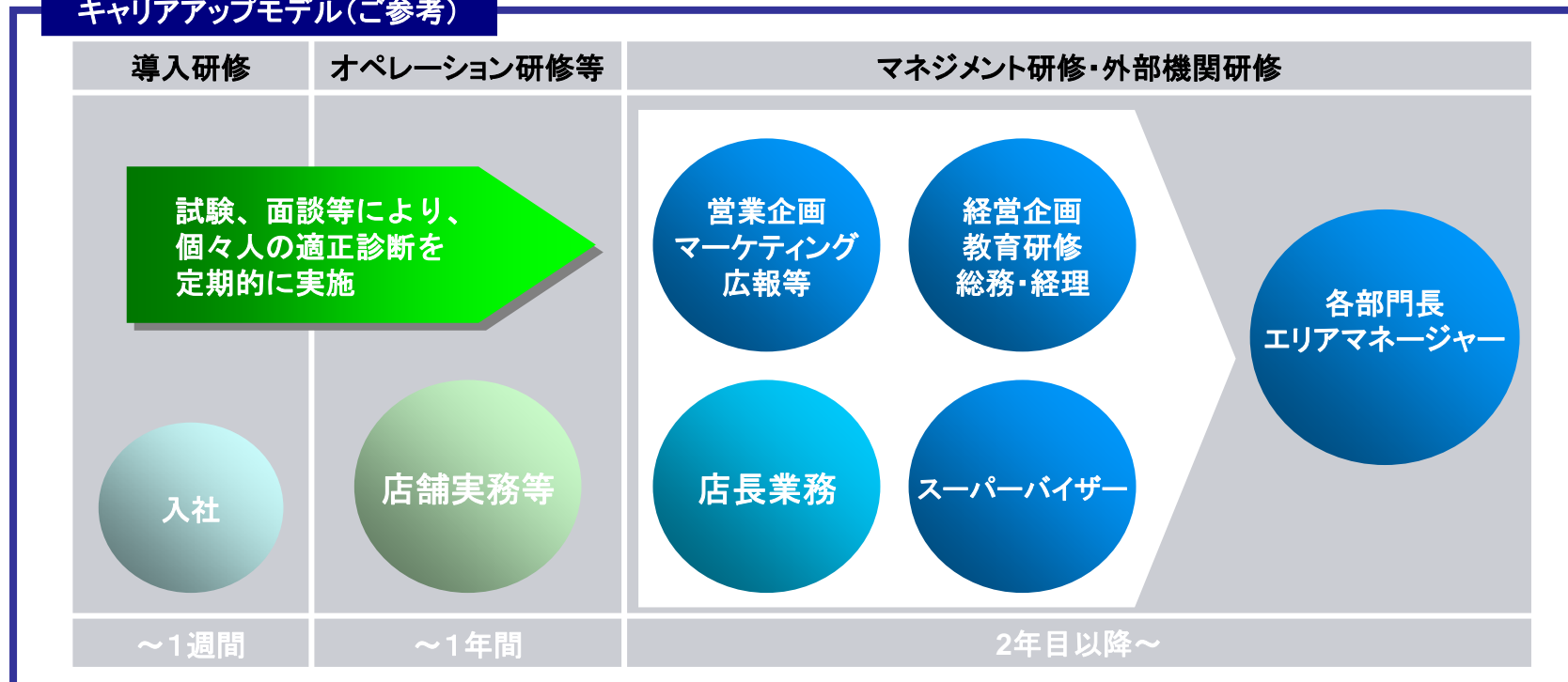


# 平成20年 1 月期計画達成に向けて④

## ■ 業容拡大に伴う人材の多様化に対する取組み

1. 社内外のスペシャリストを起用し、組織・教育・研修体系の構築を行う。
2. 成果重視の新評価制度を構築し、従業員のモチベーションアップを図る。
3. 新卒者を積極的に採用し、中長期的視点から基幹業務のスペシャリストとして育成する。
4. パート・アルバイトの戦略的な活用により、効率的な店舗運営を確立する。

### キャリアアップモデル(ご参考)





# 參考資料



## 会社概要

商号

株式会社丸千代山岡家

本社

札幌市東区東雁来7条1丁目4-19

設立

平成5年3月

資本金

2億9,164万7千円

代表者

山岡 正 Tadashi Yamaoka

事業内容

「ラーメン山岡家」の運営

店舗数

77店舗

平均年齢

30.5歳

社員数

310名

平成19年1月末日現在



## 沿革

平成5年3月

(株)山岡家を札幌市中央区に設立

平成12年7月

本社を札幌市東区（現在地）に移転

平成14年2月

(株)丸千代商事を吸収合併し、(株)丸千代山岡家に  
商号変更

平成18年2月

ジャスダック証券取引所上場

平成18年2月

神奈川県第1号店として厚木市に厚木店開店

平成18年5月

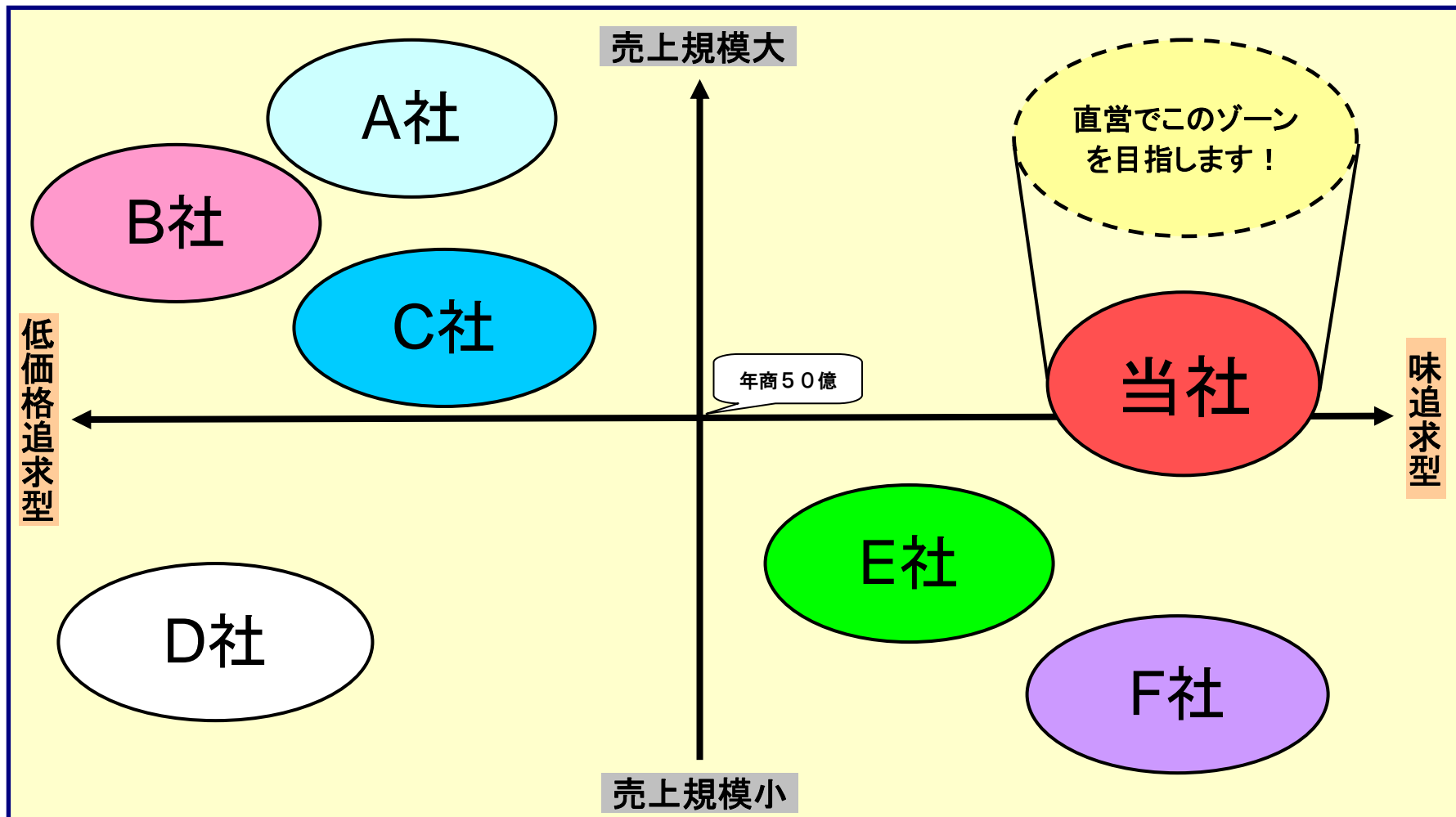
岐阜県第1号店として瑞穂市に岐阜瑞穂店開店

平成18年8月

山梨県第1号店として笛吹市に笛吹店開店



# ラーメン業界勢力動向



(出所) 各種資料を参考に当社作成



# 出店モデル①

店舗は目立つ看板・入店しやすい外観で統一

## 店舗イメージ



## 出店標準モデル

出店予算	投資回収	年間売上	敷地面積	店舗面積	席数
6,000万	5年以内	1億円以上	300坪以上	50坪位	50～60席





## 出店モデル②

全店オープンキッチンで赤を基調とした店内

店内イメージ・作業風景





## 経営理念

### ラーメンでお客様に喜んで貰う

麺、スープ、タレへのこだわり。  
カウンター越しのお客様との対話。  
すべての人々に、私達のラーメンで、美味しさ  
と感動を味わっていただきたい。  
それが、山岡家の一杯のラーメンに込められた  
願いです。

**「山岡家は味で勝負！」「山岡家はスープが命！」**



**問合せ先**

**部署**

**経営企画室**

**TEL**

029-825-1580

**FAX**

029-825-1582

**E-mail**

[ir@yamaokaya.com](mailto:ir@yamaokaya.com)

<http://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。