



平成24年1月期 第2四半期決算説明会

平成23年9月9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月期第2四半期決算概要 P 3～P 19
- ラーメン山岡家とは P 20～P 40
- 近況、参考資料 P 41～P 56



平成24年1月期第2四半期決算について

- ・平成24年1月期第2四半期決算概要
- ・平成24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2Q決算概要



平成24年1月期2Q TOPICS

2Q累計実績

売上高：4,066百万円（前期比9.6%増）

経常利益：△46百万円（前期は73百万円）



□対前期比で増収・減益となる

□修正予想から一転、経常損失となる

□第2四半期純損失 106百万円



平成24年1月期第2四半期実績

(単位：千円)

	平成24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	2,007,354	100.0	2,059,303	100.0	4,066,657	100.0
売上原価	502,788	25.1	536,360	26.0	1,039,148	25.6
売上総利益	1,504,565	74.9	1,522,944	74.0	3,027,509	74.4
販管費	1,511,680	75.3	1,576,182	76.5	3,087,862	75.9
営業利益	△7,114	△0.3	△53,239	△2.5	△60,353	△1.5
経常利益	△3,569	△0.2	△42,582	△2.1	△46,151	△1.1
当期純利益	△78,690	△3.9	△27,672	△1.3	△106,362	△2.6

売上原価は、震災後の物価変動や新業態の原価率などもあり上昇傾向にある

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5店舗、2 Qに3店舗、第2四半期 計8店舗



平成24年1月期第2四半期対前期比較

(単位：千円)

	平成23年1月期 第2四半期累計実績		平成24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	3,708,632	100.0	4,066,657	100.0	358,025	9.6
売上原価	924,310	24.9	1,039,148	25.6	114,838	12.4
売上総利益	2,784,321	75.1	3,027,509	74.4	243,188	8.7
販管費	2,724,313	73.5	3,087,862	75.9	363,549	13.3
営業利益	60,008	1.6	△60,353	△1.5	△120,361	—
経常利益	73,929	2.0	△46,151	△1.1	△120,080	—
当期純利益	35,502	0.9	△106,362	△2.6	△141,864	—

売上原価率は前期に対し対売上比0.7%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）



平成24年1月期第2四半期対予算比較

(単位：千円)

	平成24年1月期 第2四半期修正予算		平成24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	4,153,224	100.0	4,066,657	100.0	△86,567	△2.1
売上原価	1,041,517	25.1	1,039,148	25.6	△2,369	△0.2
売上総利益	3,111,707	74.9	3,027,509	74.4	△84,198	△2.7
販管費	3,092,768	74.5	3,087,862	75.9	△4,906	△0.2
営業利益	18,939	0.4	△60,353	△1.5	△79,292	—
経常利益	28,321	0.7	△46,151	△1.1	△74,472	—
当期純利益	△76,679	△1.8	△106,362	△2.6	△29,683	△38.7

販管費は概ね予定通りに推移したが、売上未達による比率悪化



平成24年1月期第2四半期コスト内訳

(単位：千円)

		平成23年1月 第2四半期累計実績	売上高比	平成24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		3,708,632	100.0	4,066,657	100.0	—
売上原価		924,310	24.9	1,039,148	25.6	0.7
売上総利益		2,784,321	75.1	3,087,862	75.1	—
販売費及び 一般管理費	人件費	1,245,938	33.6	1,381,830	34.0	0.4
	法定福利費	106,808	2.9	128,065	3.1	0.2
	水道光熱費	361,406	9.7	416,022	10.2	0.5
	賃借料	46,967	1.3	37,643	0.9	△0.4
	地代家賃	295,153	7.9	344,520	8.5	0.6
	減価償却費	203,996	5.5	254,291	6.3	0.8
	その他	464,045	12.5	525,491	12.9	0.4
	計	2,724,313	73.5	3,087,862	75.9	2.4

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

減価償却費の上昇は、会計基準の変更に伴うもの（リース資産）



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）
- ・ 猛暑や節電等による生活リズムの変化、自粛等の影響

《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

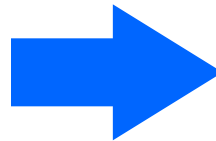
コスト

- ・ 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
第2四半期
73,929千円



平成24年1月期
第2四半期
△60,353千円

増減 △134,282千円

・ 売上増加による利益増	31,137千円
・ 震災の影響による利益減 （当社予測）	△40,000千円
・ 原価率悪化	△26,550千円
・ 販管費増加	△98,869千円
計	△134,282千円



資産の推移

(単位：千円)

	平成23年1月 第2四半期累計	平成24年1月 第2四半期累計	構成比	増減率
流動資産	499,751	555,338	10.2	11.1
現金及び預金	301,956	298,869	5.5	△1.0
棚卸資産	94,941	125,820	2.3	32.5
固定資産	4,293,562	4,893,248	89.8	14.0
有形固定資産	3,344,941	3,795,165	69.7	13.5
建物及び構築物	2,793,857	3,103,474	57.0	11.1
無形固定資産	17,718	17,259	0.3	△2.6
投資その他の資産	930,902	1,080,823	19.8	16.1
敷金保証金	681,061	748,536	13.7	9.9
資産合計	4,793,314	5,448,587	100.0	13.7



資本・負債の推移

(単位：千円)

	平成23年1月 第2四半期累計	平成24年1月 第2四半期累計	構成比	増減率
流動負債	1,763,330	1,838,797	33.7	4.3
買掛金	174,407	179,611	3.3	3.0
短期借入金	145,000	15,668	0.3	—
1年以内返済長期借入金	723,718	1,045,584	19.2	44.5
固定負債	1,621,824	2,265,279	41.6	39.7
長期借入金	1,482,452	2,054,649	37.7	38.6
負債合計	3,385,154	4,104,077	75.3	21.2
純資産	1,408,159	1,344,510	24.7	△4.5
資本金	291,647	291,647	5.4	—
負債・純資産合計	4,793,314	5,448,587	100.0	13.7



キャッシュフロー要因分析

(単位：千円)

	平成23年1月2Q	平成24年1月2Q	増減額
営業活動によるCF	187,418	256,084	68,666
(小計)	318,910	348,300	29,390
(法人税等の支払)	△111,354	△38,335	△73,019
投資活動によるCF	△388,175	△409,866	21,691
財務活動によるCF	93,350	287,899	194,549
現金及び現金同等物	301,956	298,859	△3,097

■ 営業活動によるキャッシュフロー

税引前四半期純損失132,633千円に対し、減価償却費247,923千円、法人税等の支払額38,335千円

■ 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368,238千円

■ 財務活動によるキャッシュフロー

長期借入返済427,149千円、新規の長期借入800,000千円



平成24年1月期業績の見通し



平成24年1月期通期計画（対前期実績比較）

（単位：百万円）

	平成23年1月期 実績 (A)		平成24年1月期 修正計画 (6月)		平成24年1月期 最新修正計画 (B)		対前期比較 A-B	
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	比率
売上高	7,952	100.0	9,050	100.0	8,758	100.0	806	10.1
売上原価	1,978	24.9	2,271	25.1	2,245	25.6	267	13.5
売上総利益	5,974	75.1	6,779	74.9	6,512	74.4	538	9.0
販管費	5,717	71.9	6,526	72.1	6,477	74.0	760	13.3
営業利益	256	3.2	253	2.8	35	0.4	△221	△86.3
経常利益	290	3.6	270	3.0	60	0.7	△230	△79.3
当期純利益	115	1.5	60	0.7	△72	△0.8	△187	—

新規出店数の減少（20→18店舗）、既存店売上高の今後の動き等を考慮して下方修正



平成24年1月期通期計画前提条件①

～前提条件～

新規出店	18店舗（上期：8店舗 下期：10店舗） 下期出店： 山岡家業態は既存出店エリア及び 新規出店となる関西地区へ出店（計8店舗） 売上が好調な大阪王将業態（2店舗、札幌市内）
既存店売上	前年対比 95.0%
原価率	運賃などの上昇、新業態の原価率を考慮して 前期と比較し上昇（0.7%UP）
販管費率	水道光熱費は前期比0.5%UP 人件費率は前期比3.9%UP（売上高比36.4%） 額ベースでは増加していないが、売上高を落としたため
特別損失	店舗閉鎖関連費用106百万円 （資産除去債務、災害損失、除却損、閉店関連予備費） （資産除去債務・災害損失は、今期だけの特殊要因）



平成24年1月期通期計画前提条件②

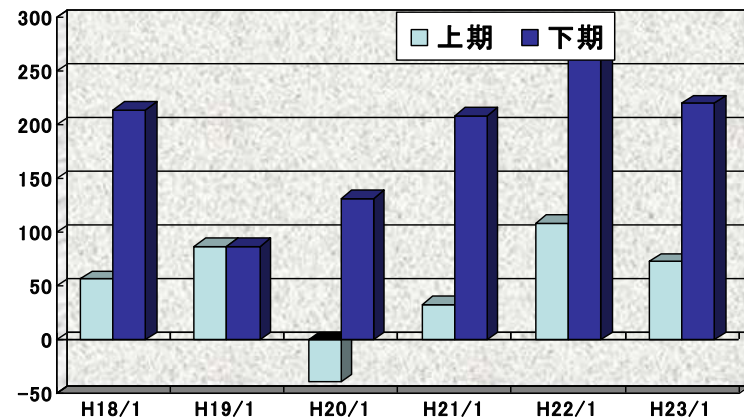
～通期計画根拠～

- ・利益ベースは下期偏重（下グラフ参照）
- ・出店計画は、出店エリアの見直しによる計画縮小。
- ・大阪王将事業は好調に推移しているため、出店を強化。（当初2店舗→3店舗）
- ・災害損失は3,116万円。（宮城野店の復旧等）
- ・今期閉店実績。伊奈町店（埼玉県）→損失は前期に計上済。
新宿歌舞伎町店（東京都）→損失は2Qにて計上済。

～上期・下期の経常利益推移～

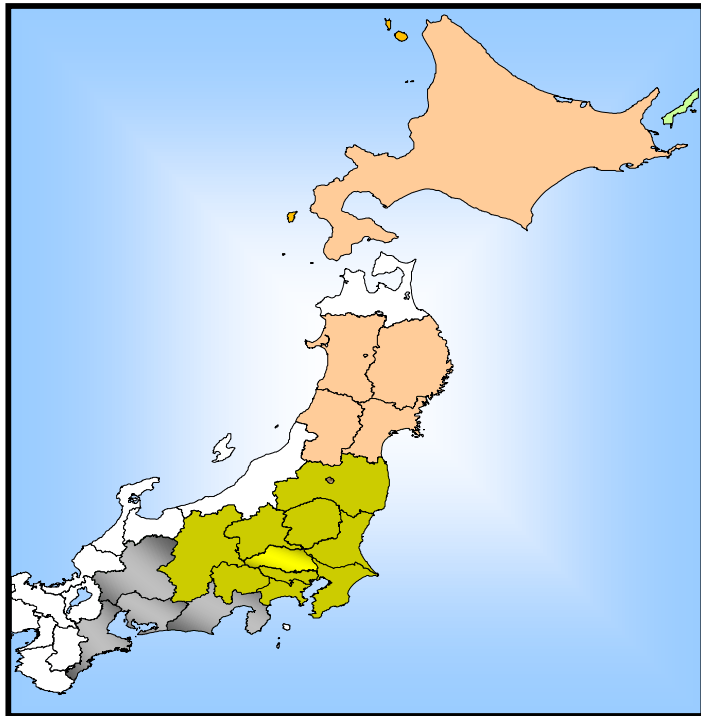
直近5年間の推移は、右図のよう
になっており、売上が大きくなる8月
・12月・1月が含まれる
下半期の経常利益の伸びは非常に大
きく、毎年傾向は一致している。

単位：百万円





エリア別出店状況



北海道・東北エリア

都道府県名	H23.1期末 店舗数	H24.1_2Q 増減	H24.1_2Q末 店舗数
北海道	33	1	34
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

関東エリア

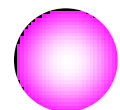
都道府県名	H23.1期末 店舗数	H24.1_2Q 増減	H24.1_2Q末 店舗数
茨城県	17	-	17
群馬県	6	-	6
栃木県	7	-	7
千葉県	15	-	15
埼玉県	11	-1	10
東京都	4	-1	3
神奈川県	3	1	4
山梨県	2	1	3
長野県	3	-	3

東海エリア

都道府県名	H23.1期末 店舗数	H24.1_2Q 増減	H24.1_2Q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

北海道 東北	関東	東海	H24.1_2Q末 店舗数
43	68	16	127

(注) かつ千代・大阪王将含む



ラーメン山岡家とは

- 経営理念
- 商品、店づくり、メニュー
- 運営方針、ポジショニング
- 課題と今後の方針、施策
- 中長期的目標

代表取締役社長 山岡 正



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 ①

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 ②



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』





店舗の紹介 ①

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 ②

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



出店方針について

【直営店での出店継続】

ラーメン山岡家の味を守っていくため





商品の紹介 ①

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



商品の紹介 ②

看板メニューの

『醤油ネギラーメン』





商品の紹介 ③

味噌ラーメン



塩ラーメン



商品の紹介 ④

特製味噌ラーメン



辛味噌ラーメン



店舗の運営方針 ①

徹底して『山岡家のラーメン』に
こだわっていく

【作り手へのこだわり】

経験のある社員に調理をさせる

【作り手のこだわり】

職人としての誇りを持ち

『山岡家のラーメンの手作り感』を

お客様に味わって貰う



店舗の運営方針 ②

【スープへのこだわり】

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」

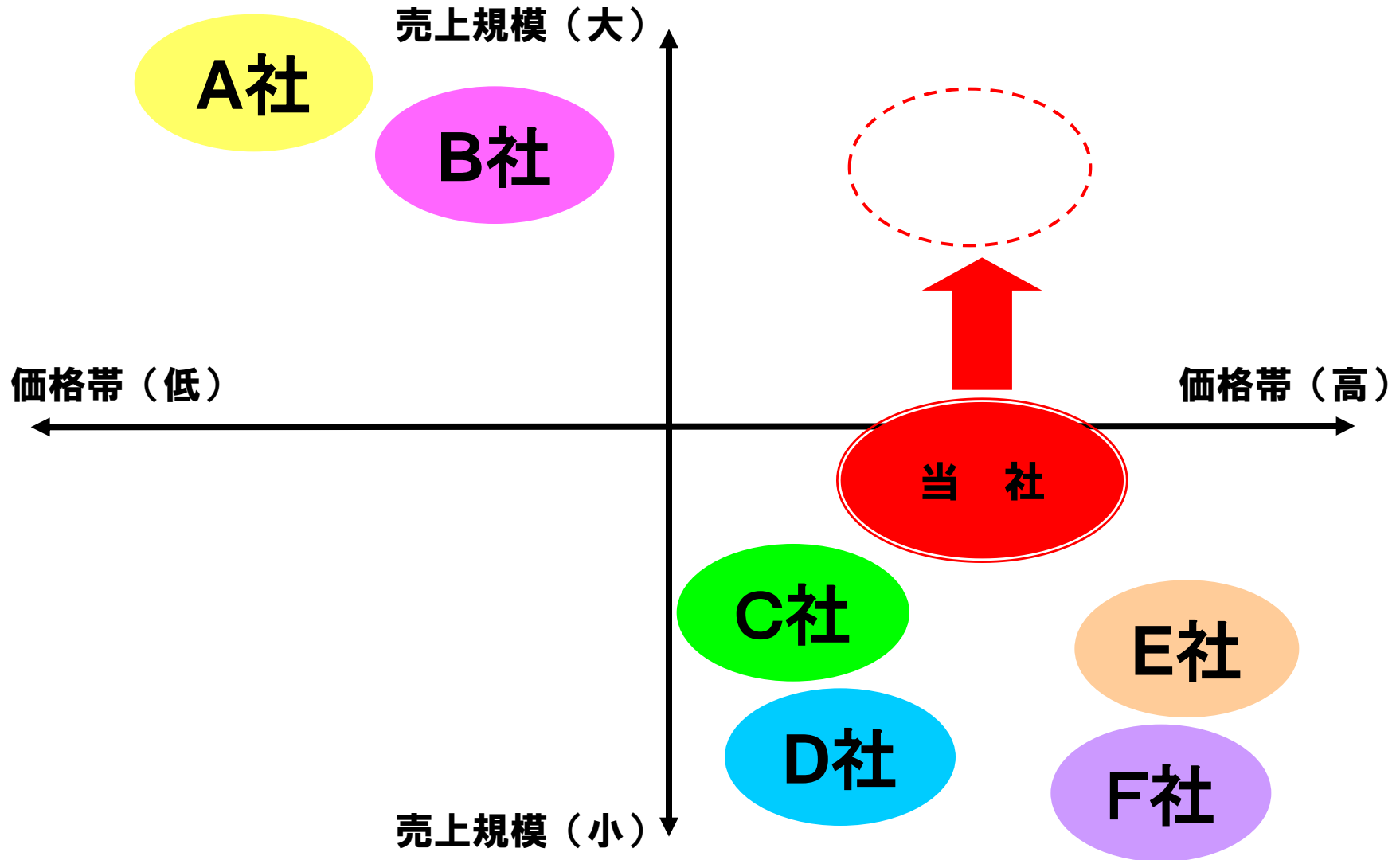
山岡家だけの手作りの味



※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



業界での当社の位置づけ





現状での当社課題

課題	具体的内容
「ラーメン」へのこだわり	効率化のため付加価値の高い手作り感のある当社ラーメンの原点が薄れていた。
味のバラつき	手作りのスープだからこそ起こる部分の管理・対策が不足。
接客	お客様目線での責任ある接客が出来ていない。 (社員・PAの教育不足)
売上規模の縮小	当社店舗が増加することによる 自社競合や立地状況の変化。
第2の柱	山岡家に続く新業態の確立が不可欠。



具体的な施策（Ⅰ）

地域に根付き、長く支持される店づくり

店舗での社員の常勤体制の確立

⇒ 1店舗・社員3名・2交代制（原則）

- ① QSCの徹底追求
- ② 選ばれた経験豊かな社員が調理
- ③ 社員を中心とした店舗オペレーション
- ④ 山岡家でしか食べられないラーメンを提供（スープの管理）



具体的な施策（Ⅱ）

出店戦略の再構築

- ・店舗立地に応じた既存店の24時間営業の見直し ⇒ 現在、8店舗で検証中
 - ①メリハリのある店舗営業の確立
 - ②店長の管理負担軽減
- ・15時間営業を前提とした出店場所探し
- ・低コスト型店舗出店フォーマットの開発



具体的な施策（Ⅲ）

新業態への挑戦

- ・大阪王将事業（イートアンドとの提携）
北海道で餃子文化を広める
年内に1店舗オープン予定で計3店舗
- ・かつ千代事業
約2年が経過し順調に売上が伸びている
ノウハウを確立し、来期2店目の出店に向け
準備中



具体的な施策（Ⅳ）

商品戦略（来店客数増加）

- ・期間限定メニューの定期的販売
- ・サンデーセット
- ・携帯サイトの更なる活用
メルマガ等を活用した来店誘導
- ・餃子の大幅値下げ（320円→230円へ）



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



● 当社の近況



【近況について】

出店状況(2月～9月)

出店実績11店舗 10月3店舗 11月以降 4店舗

ラーメン山岡家 が関西へ(10月明石、11月岸和田)

札幌市手稲区に **大阪王将2号店オープン** (8/10)



つけ麺 夏祭り 2011



魚介とんこつけ麺



ピリ辛つけそば



生姜香る
肉つけ麺



その他の今期の期間限定メニュー



とん塩チャーシュー



豚玉
ラーメン





餃子大幅値下げ

320円



230円

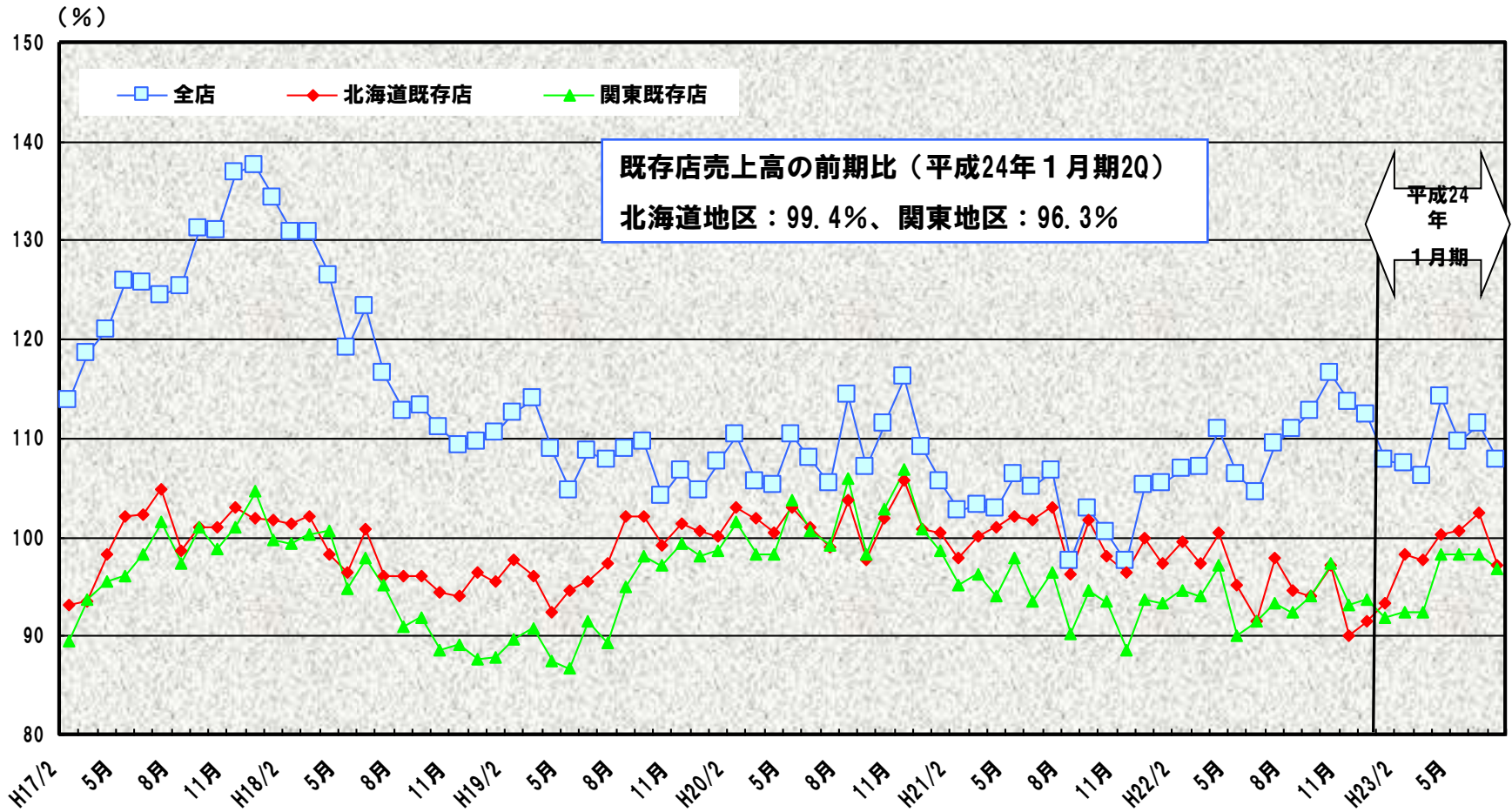




參考資料



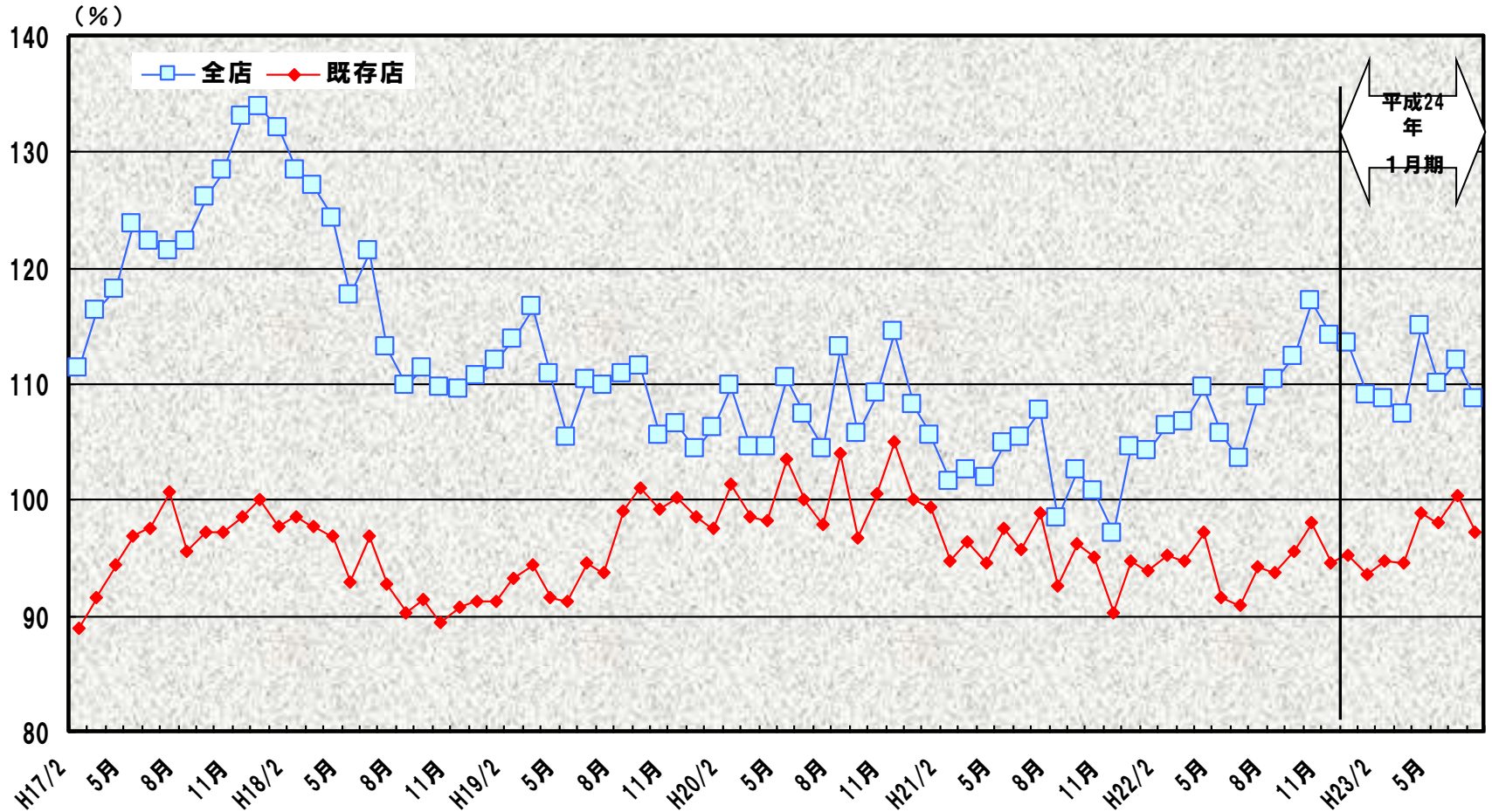
月次売上高推移（前年比）



（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。



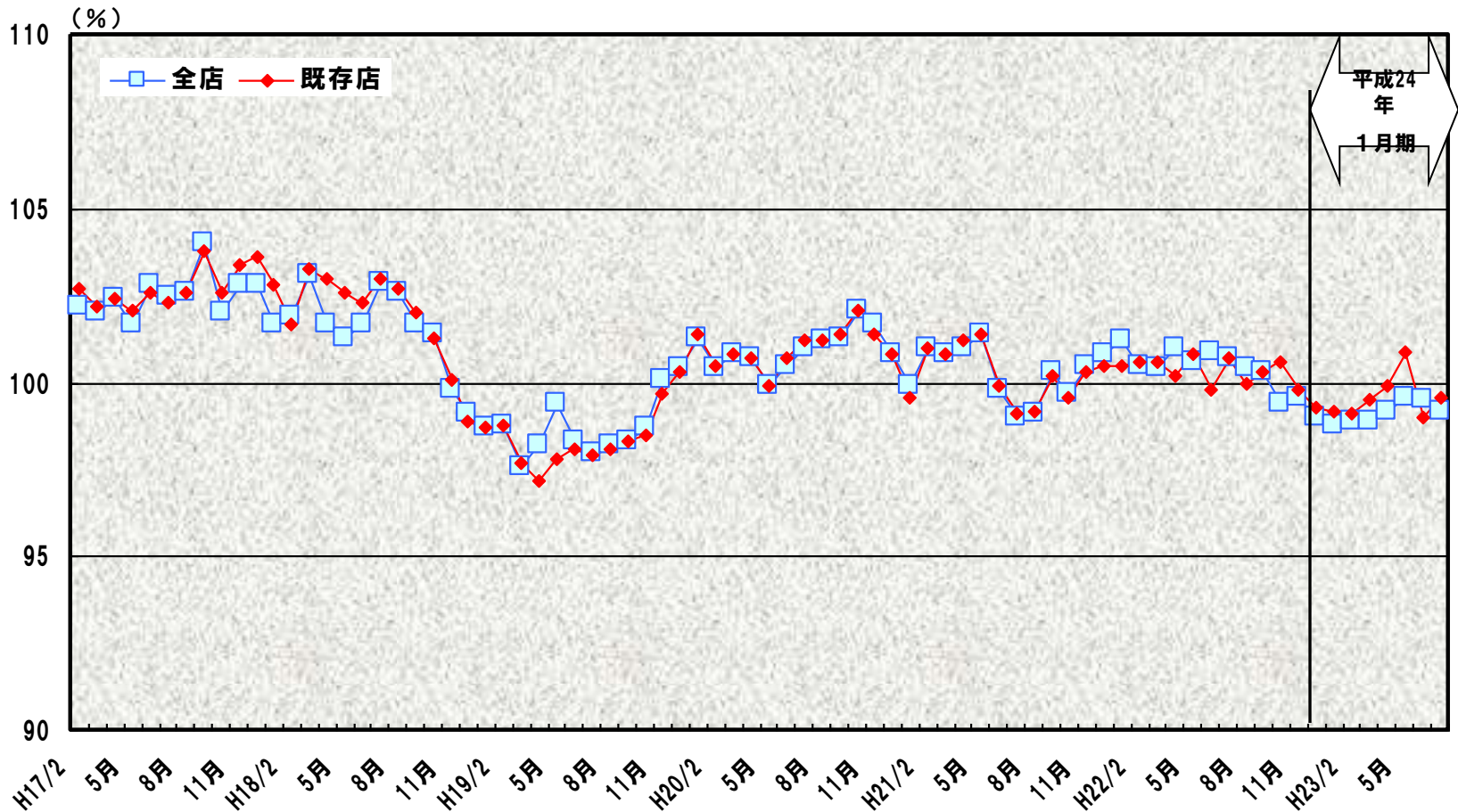
月次客数推移（前年比）



(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）

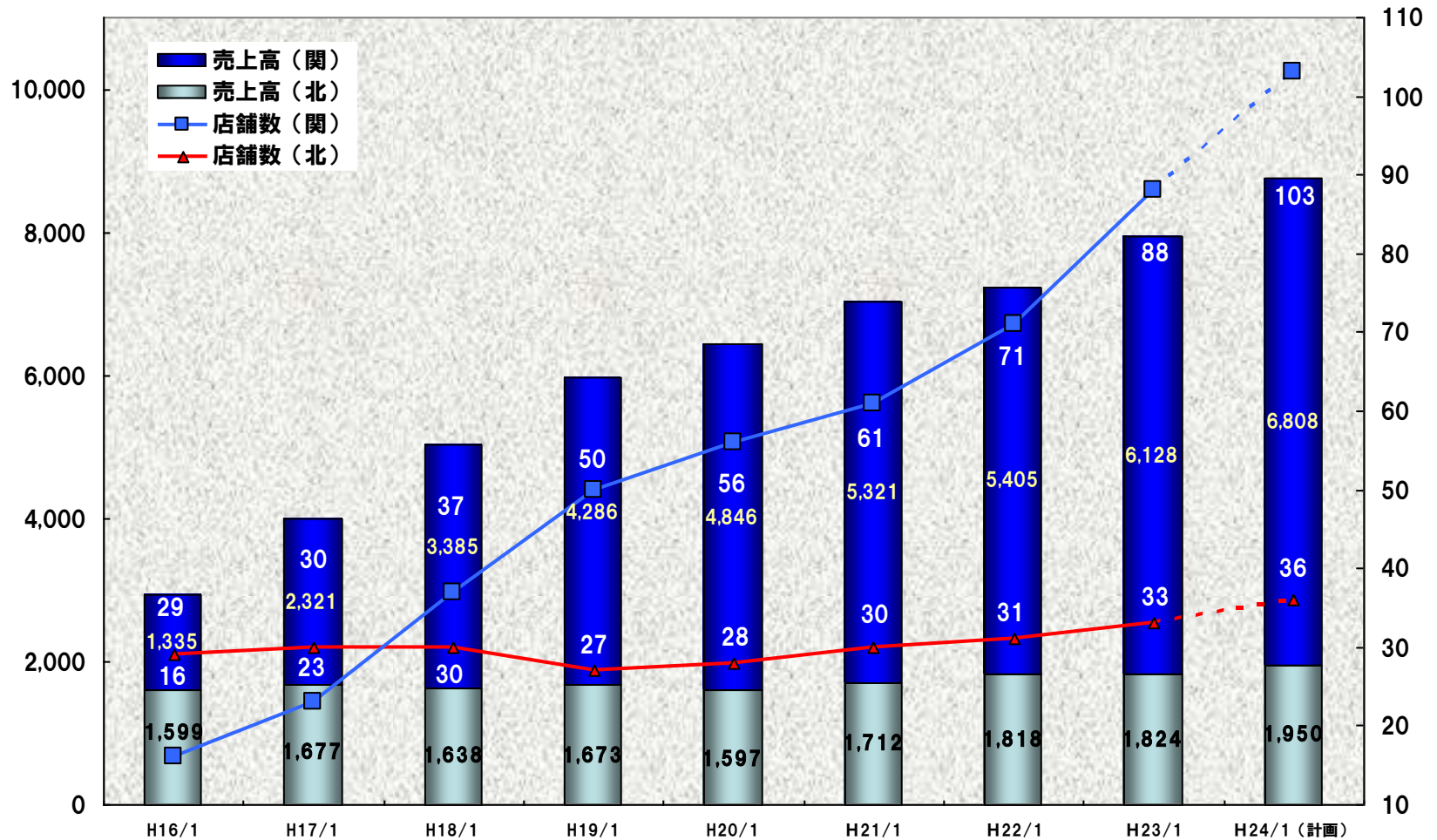


(注) 既存店はオープン月から15ヶ月以上稼働の店舗としております。



参考資料

《業績の推移と見通し（地域別売上高・店舗数）》

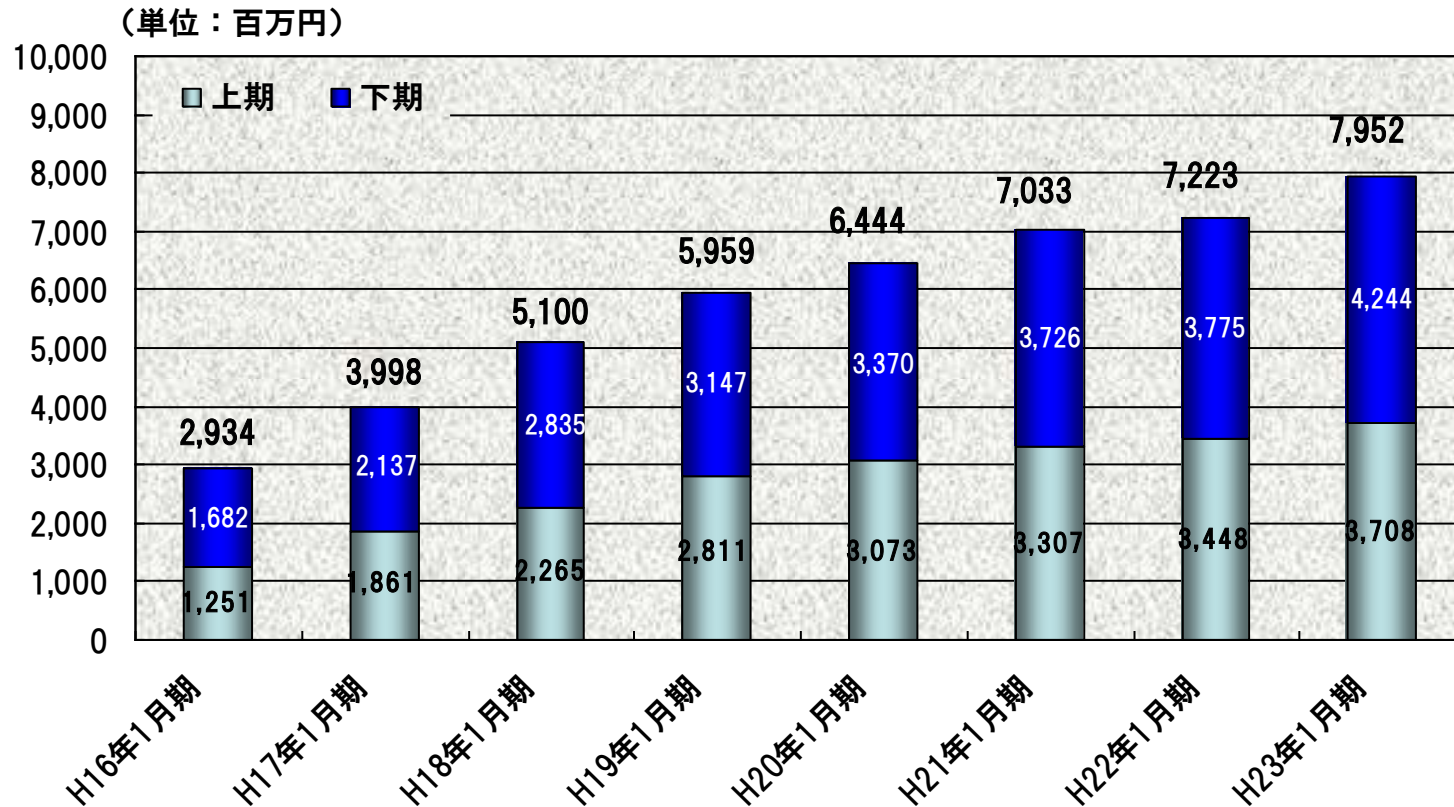


※平成17年1月期迄は単体売上



参考資料

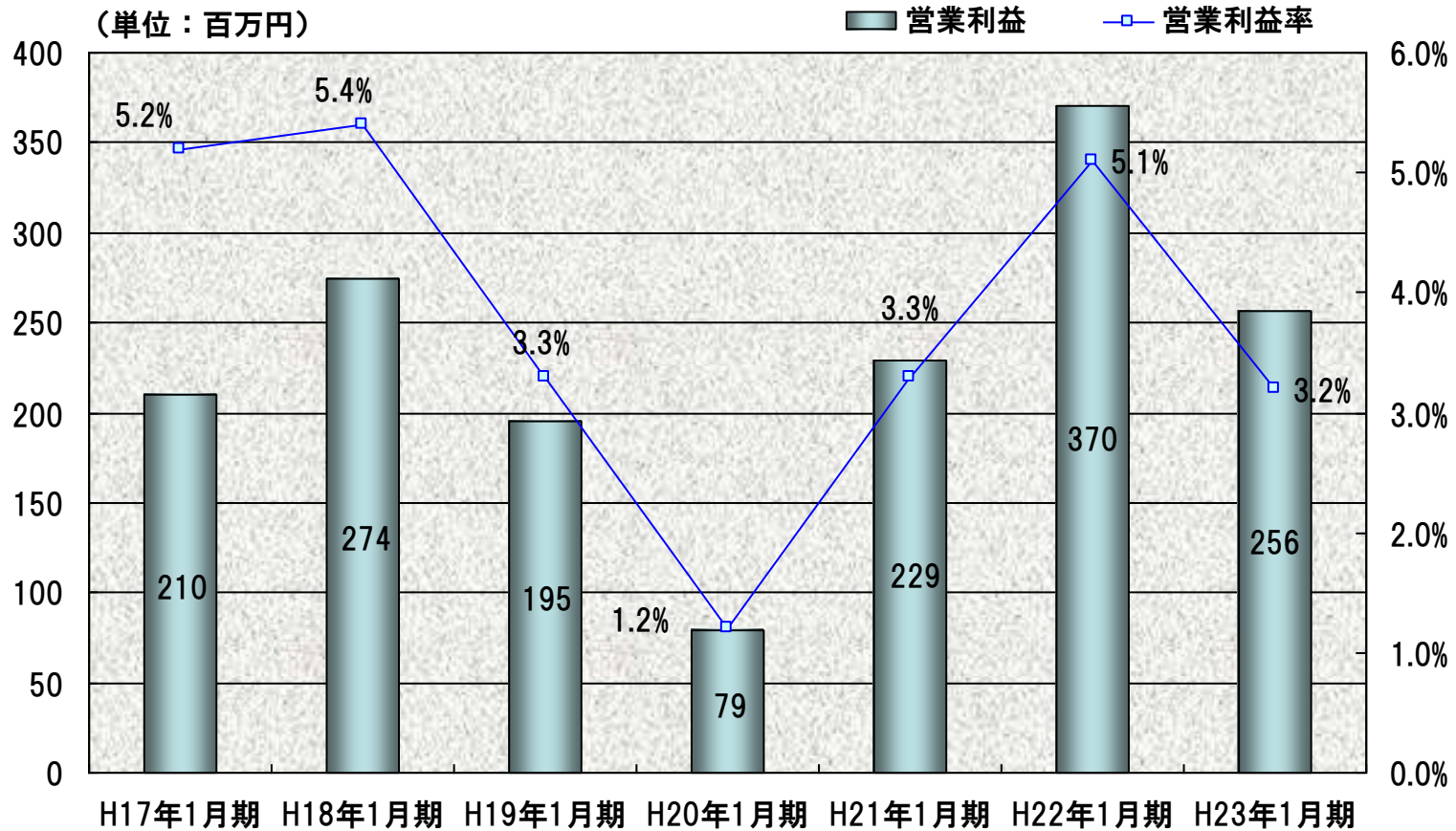
《売上高の推移（上期・下期）》





参考資料

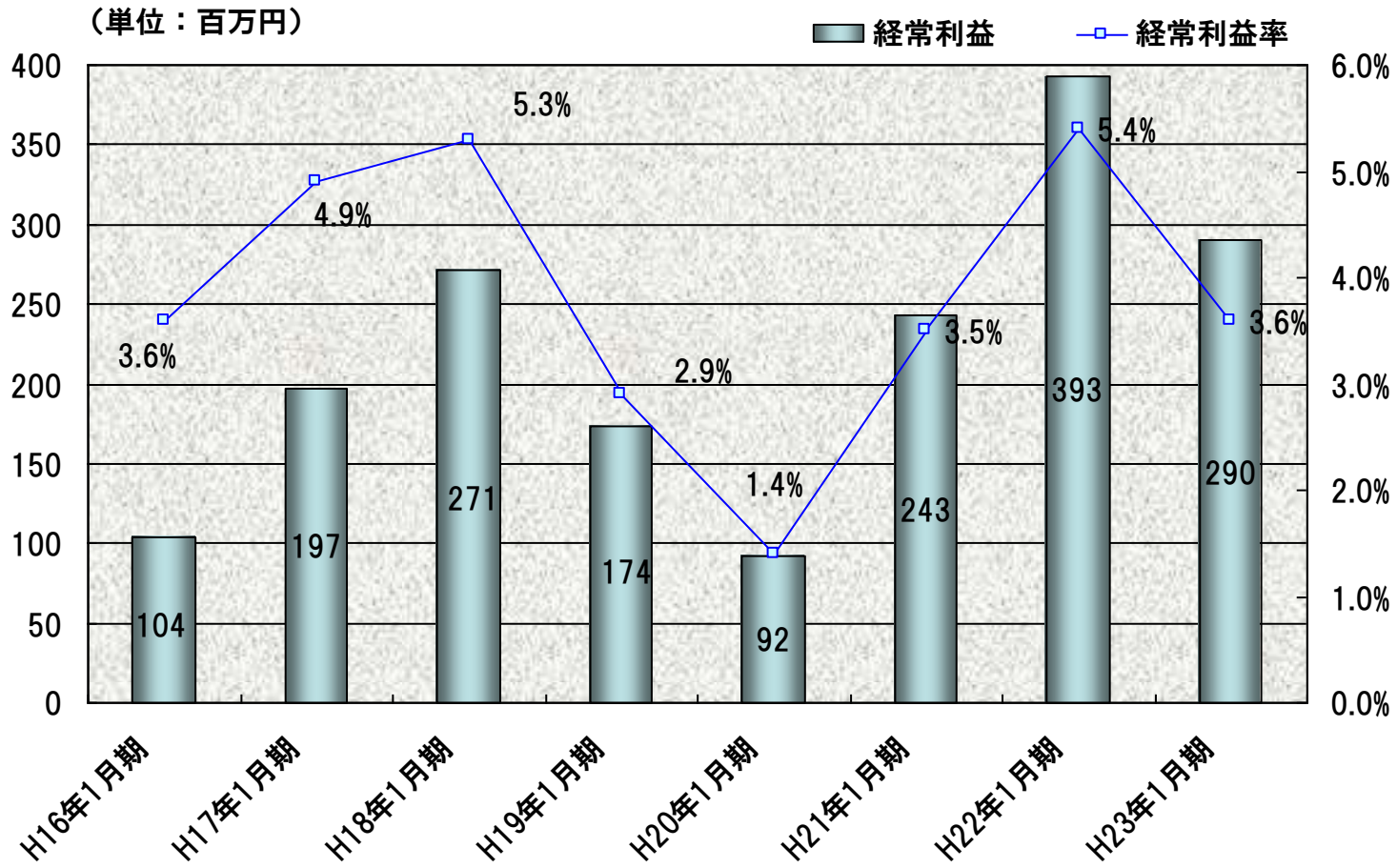
《営業利益・営業利益率の推移》





参考資料

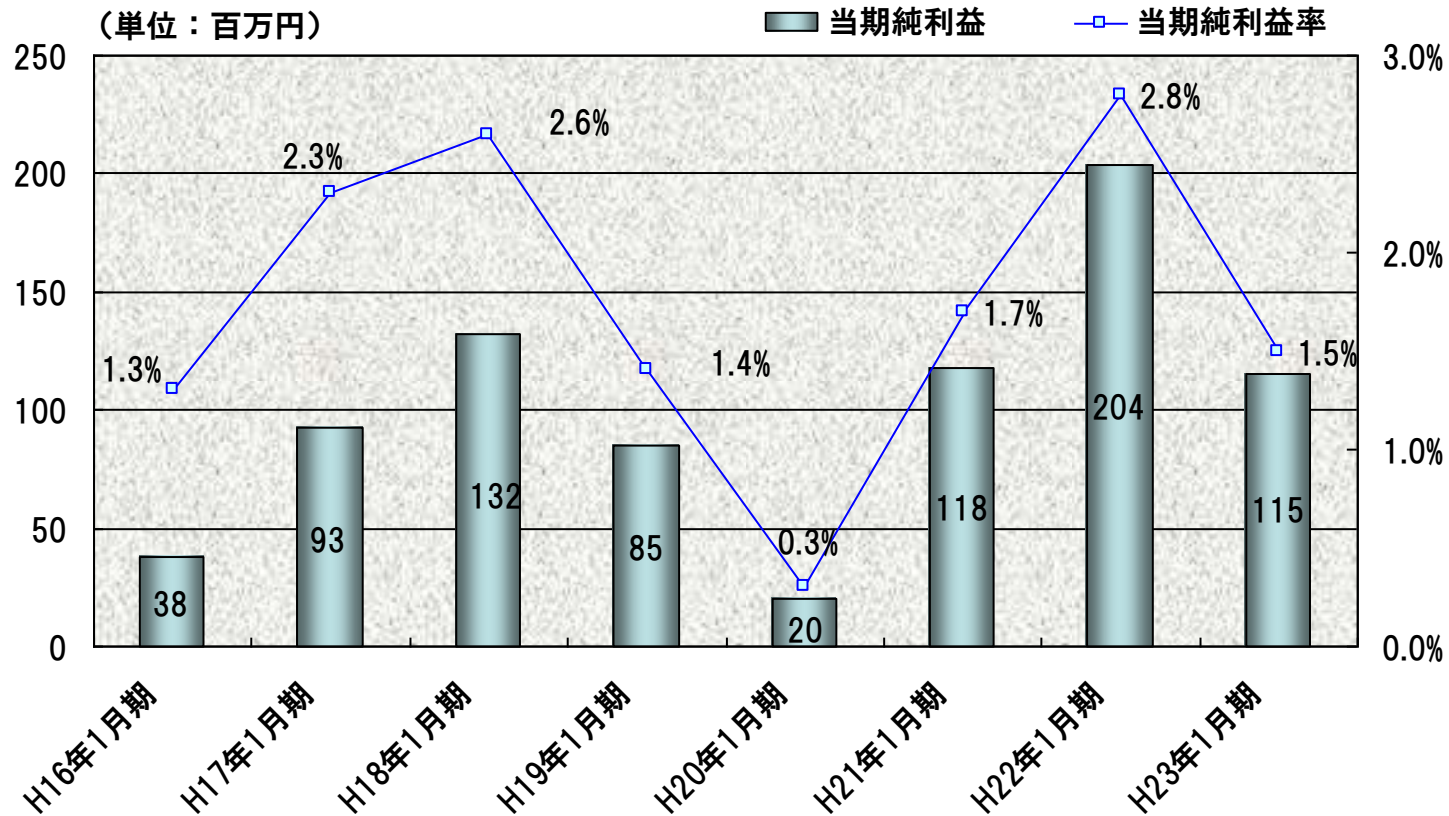
《経常利益・経常利益率の推移》





参考資料

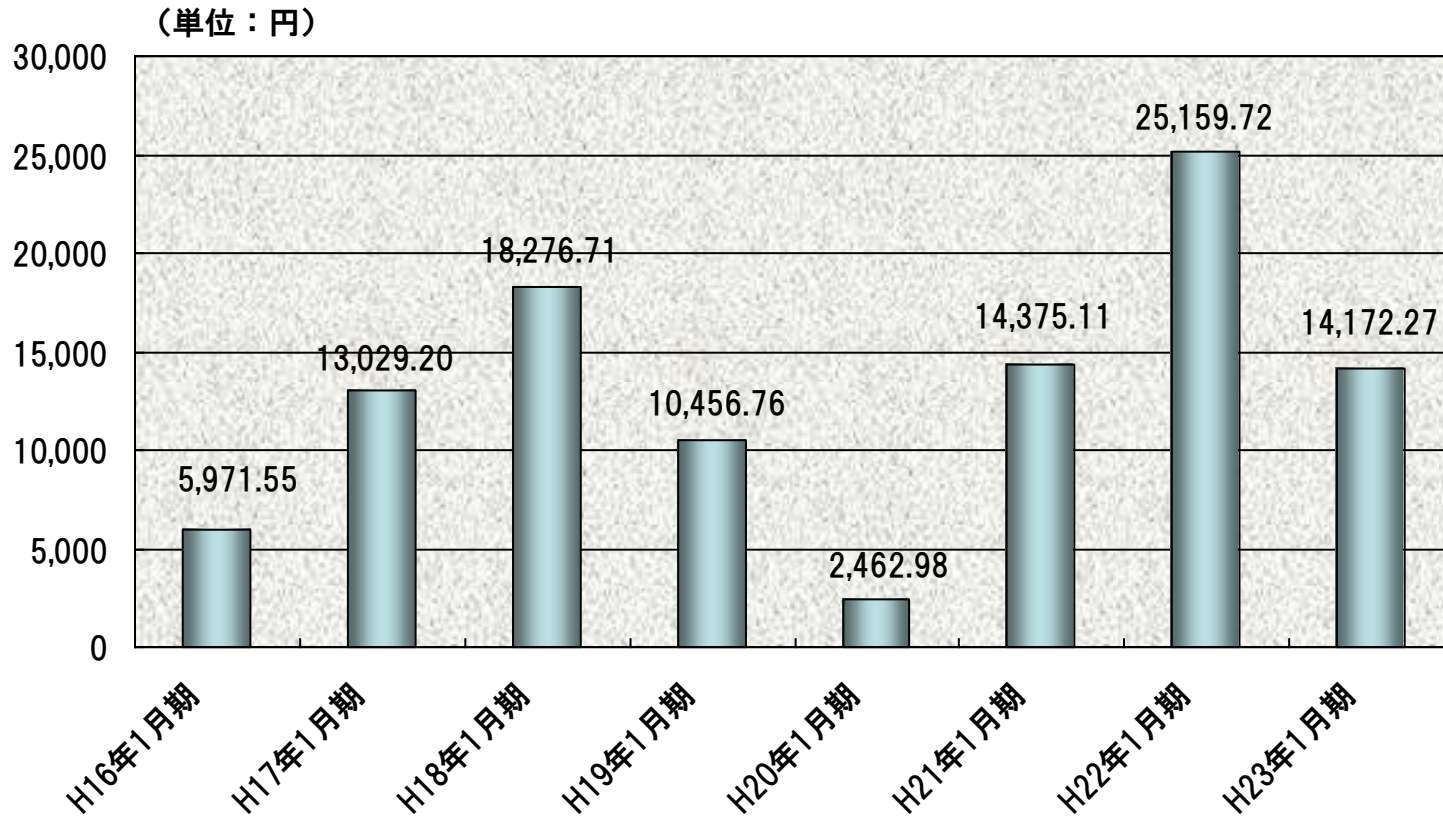
《当期純利益・当期純利益率の推移》





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。