

株式会社プレナス 2014年2月期決算説明会

本資料は、金融商品取引法上のディスクロージャー資料ではなく、その情報の正確性、安全性を保証するものではありません。また、提示された予測等は説明会の時点で入手された情報に基づくものであり、不確定要素を含んでおります。したがって、本資料のみに依拠して投資判断されますことはお控えくださいますようお願い致します。

Plenus

2014年4月

I	2014年2月期の状況
---	-------------

II	2015年2月期の業績予想
----	---------------

III	ほっともっとの成長戦略
-----	-------------

IV	やよい軒の成長戦略
----	-----------

損益計算書

4期連続增收増益達成

(百万円、%)

	通期実績(累計)		前年対比		予想対比(※②)	
	実績	構成比	差額	増減率	差額	増減率
チェーン店頭売上 (※①)	188,525	—	+10,964	+6.2	△392	△0.2
売上高	151,067	100.0	+9,477	+6.7	△732	△0.5
営業利益	7,942	5.3	+1,468	+22.7	△57	△0.7
経常利益	8,727	5.8	+1,574	+22.0	+227	+2.7
当期純利益	5,018	3.3	+2,112	+72.7	+218	+4.6

※①FC(=Franchise Chain)、PC(=Partner Chain)含む国内チェーン全店の店頭売上高

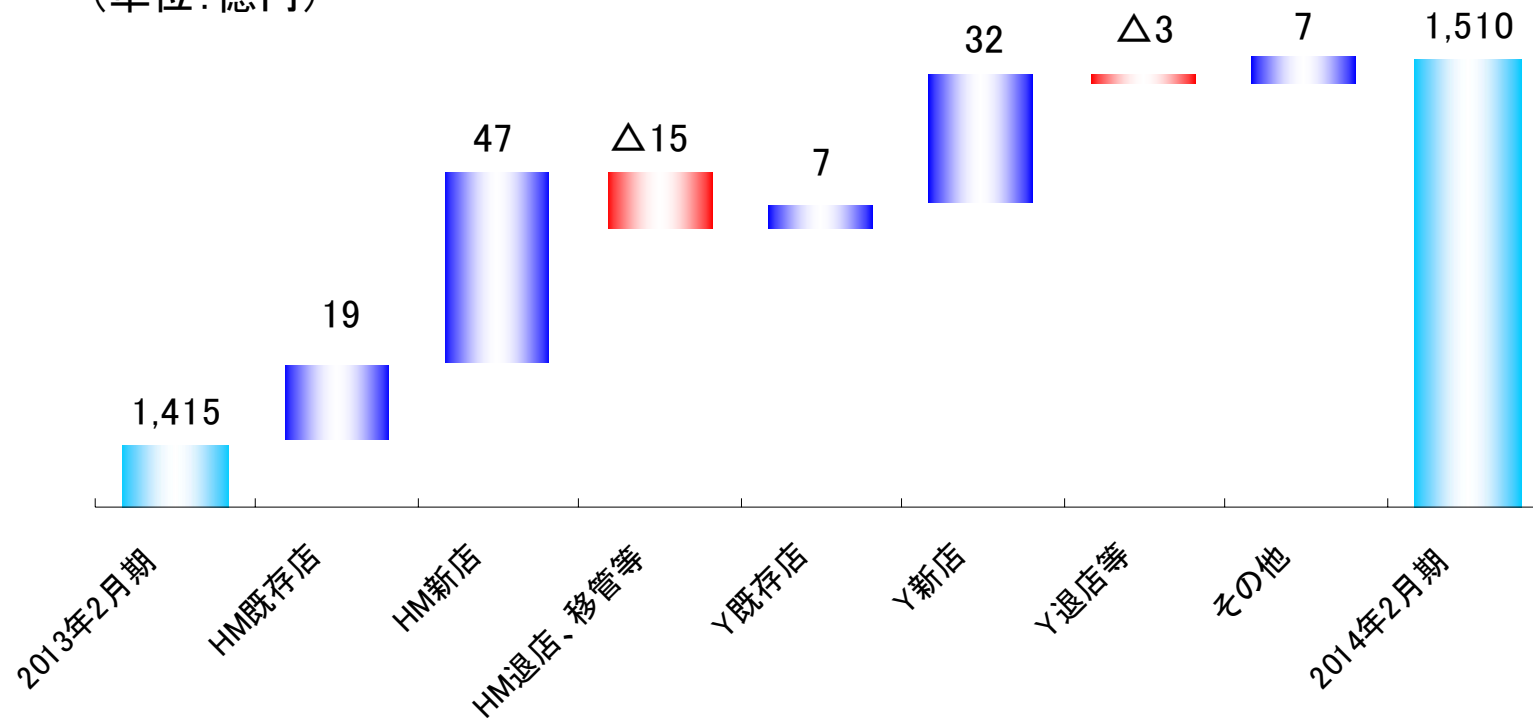
※②予想対比は、2013年10月公表の修正後予想との対比

売上高増減の内訳

94億円の増収

新店が牽引、既存店も好調

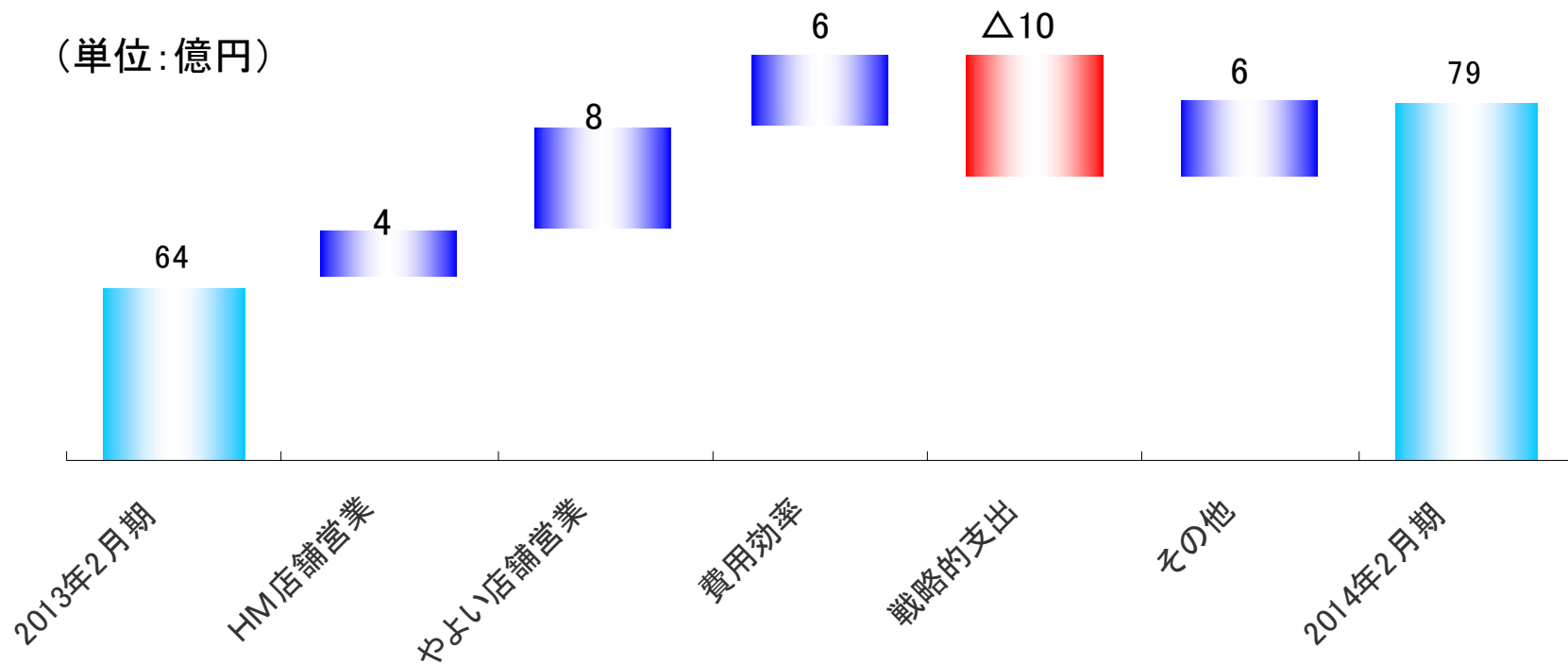
(単位:億円)



営業利益増減の内訳

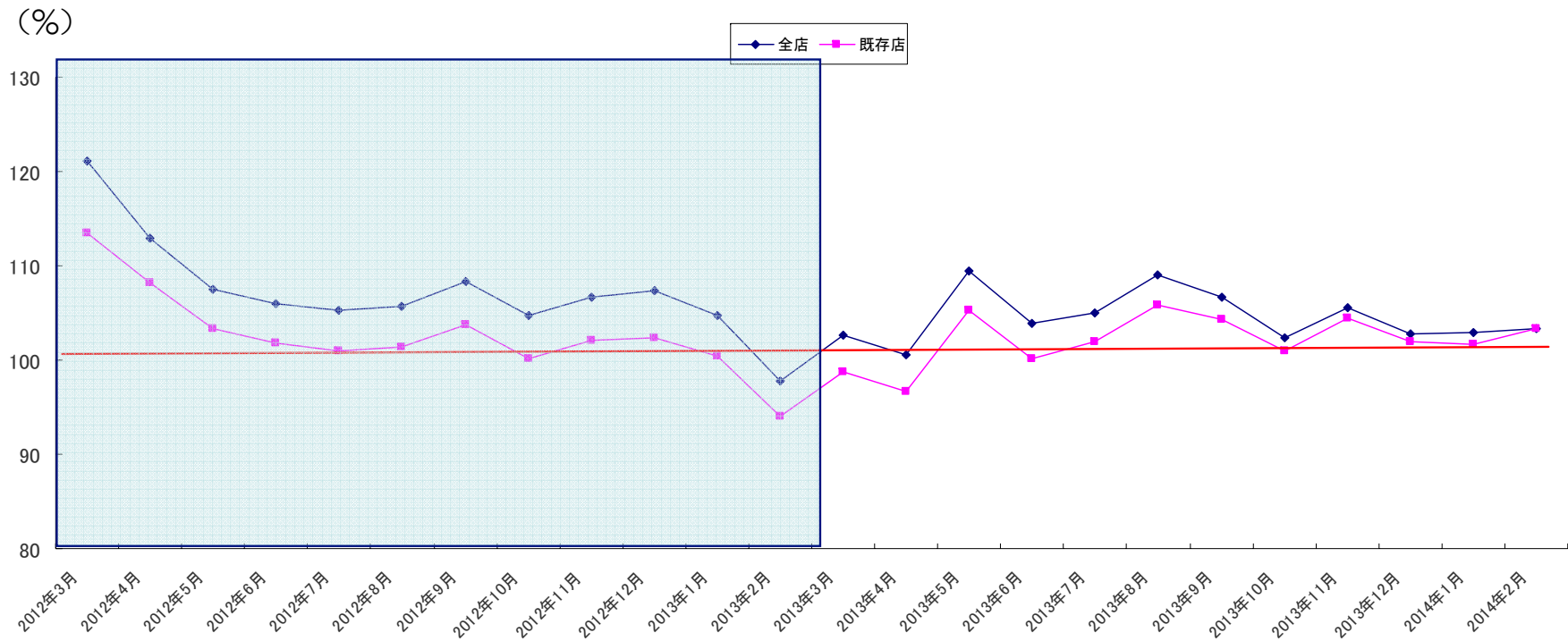
14億円の増益

やよい軒の店舗利益が大幅に増加



既存店売上高前年比(ほっともっと)

高品質・高単価の新品が好調→客単価が上昇



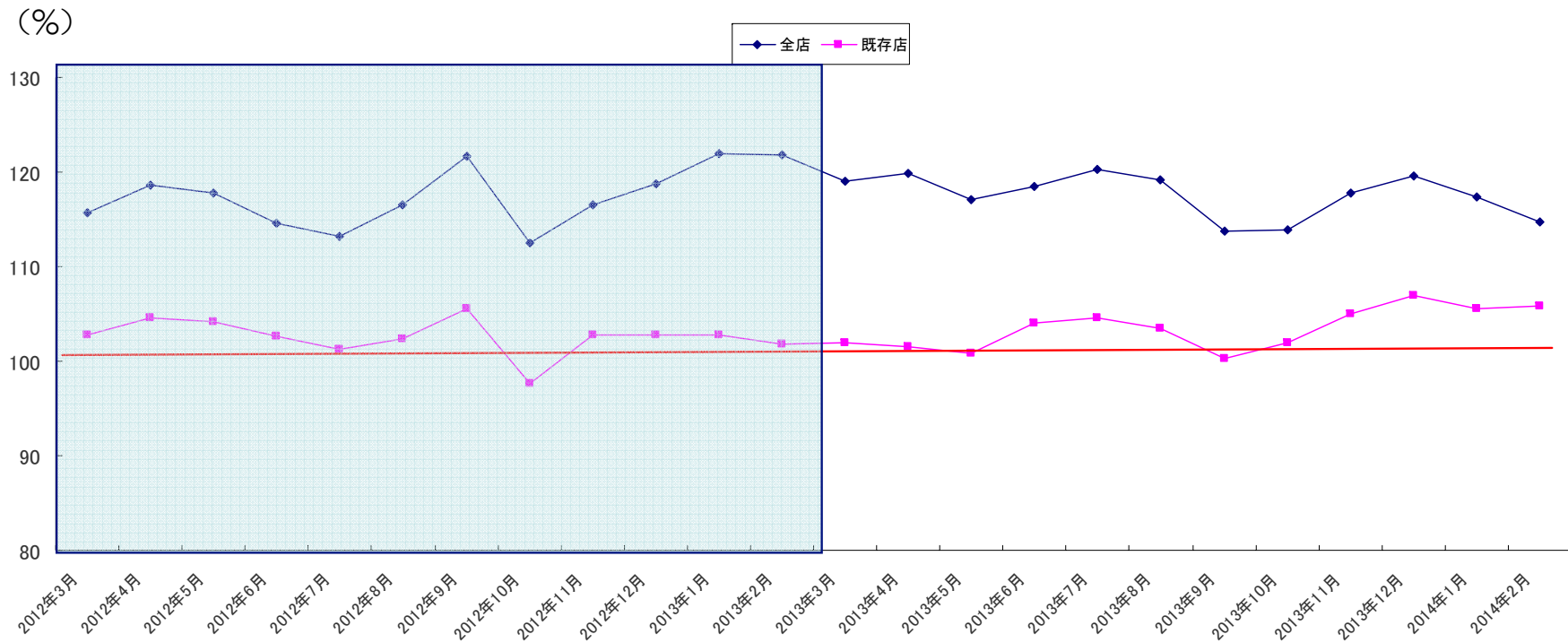
	前期	当期
全店	107.2	104.5
既存店	102.5	102.1

	当期
既存店客数	100.0
既存店客単価	102.1

※レジ会計ベース

既存店売上高前年比(やよい軒)

客層の拡大に伴う客数の大幅な増加

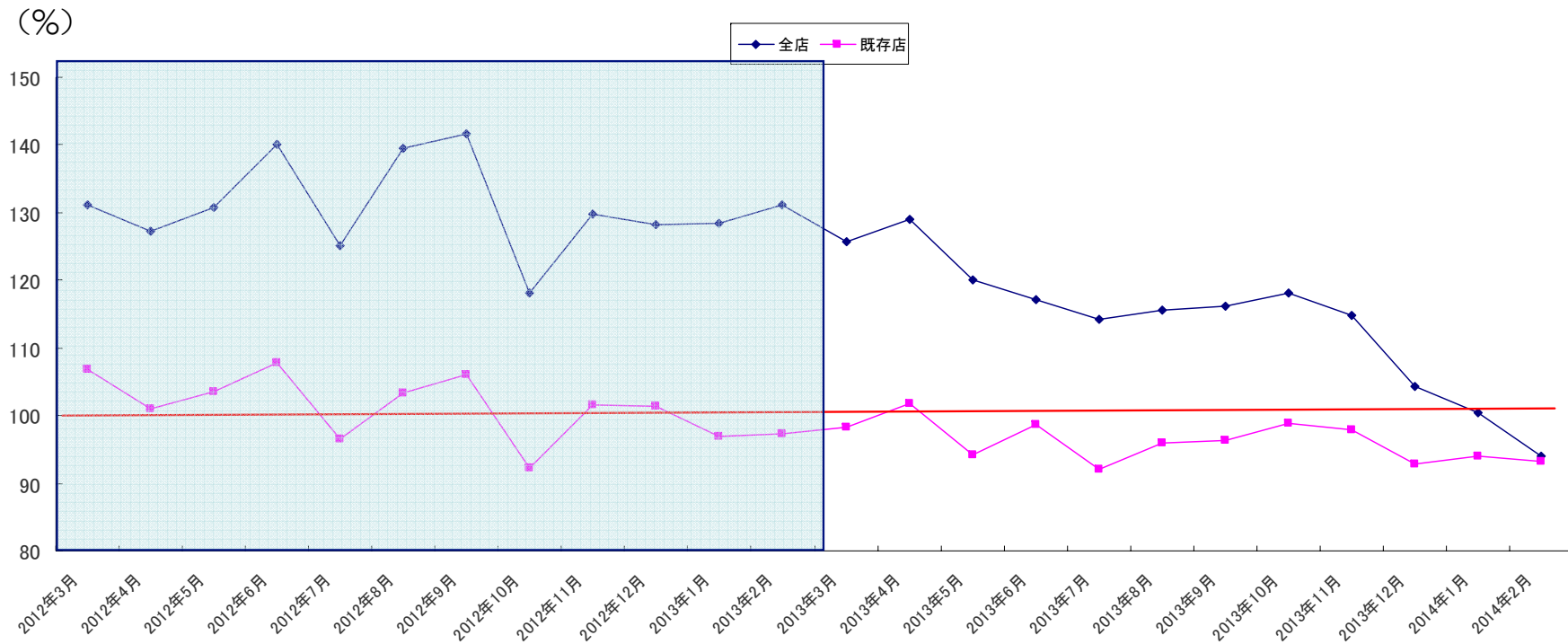


	前期	当期
全店	117.4	117.6
既存店	102.6	103.5

	当期
既存店客数	102.6
既存店客単価	100.9

既存店売上高前年比(MK)

客数減少により前年割れ



	前期	当期
全店	130.7	113.5
既存店	101.0	96.1

	当期
既存店客数	94.4
既存店客単価	101.8

出店の状況

新規出店は計画未達

		当期実績	前期実績	差異	計画	差異
ほっと もっと	新規出店	75	148	△ 73	86	△ 11
	退 店	△ 42	△ 55	13	△ 39	△ 3
	期末店舗数	2,692	2,659	33	2,706	△ 14
やよい軒	新規出店	26	34	△ 8	34	△ 8
	退 店	△ 1	△ 2	1	△ 1	0
	期末店舗数	247	222	25	255	△ 8
M K	新規出店	4	8	△ 4	4	0
	退 店	△ 4	0	△ 4	△ 1	△ 3
	期末店舗数	32	32	0	35	△ 3

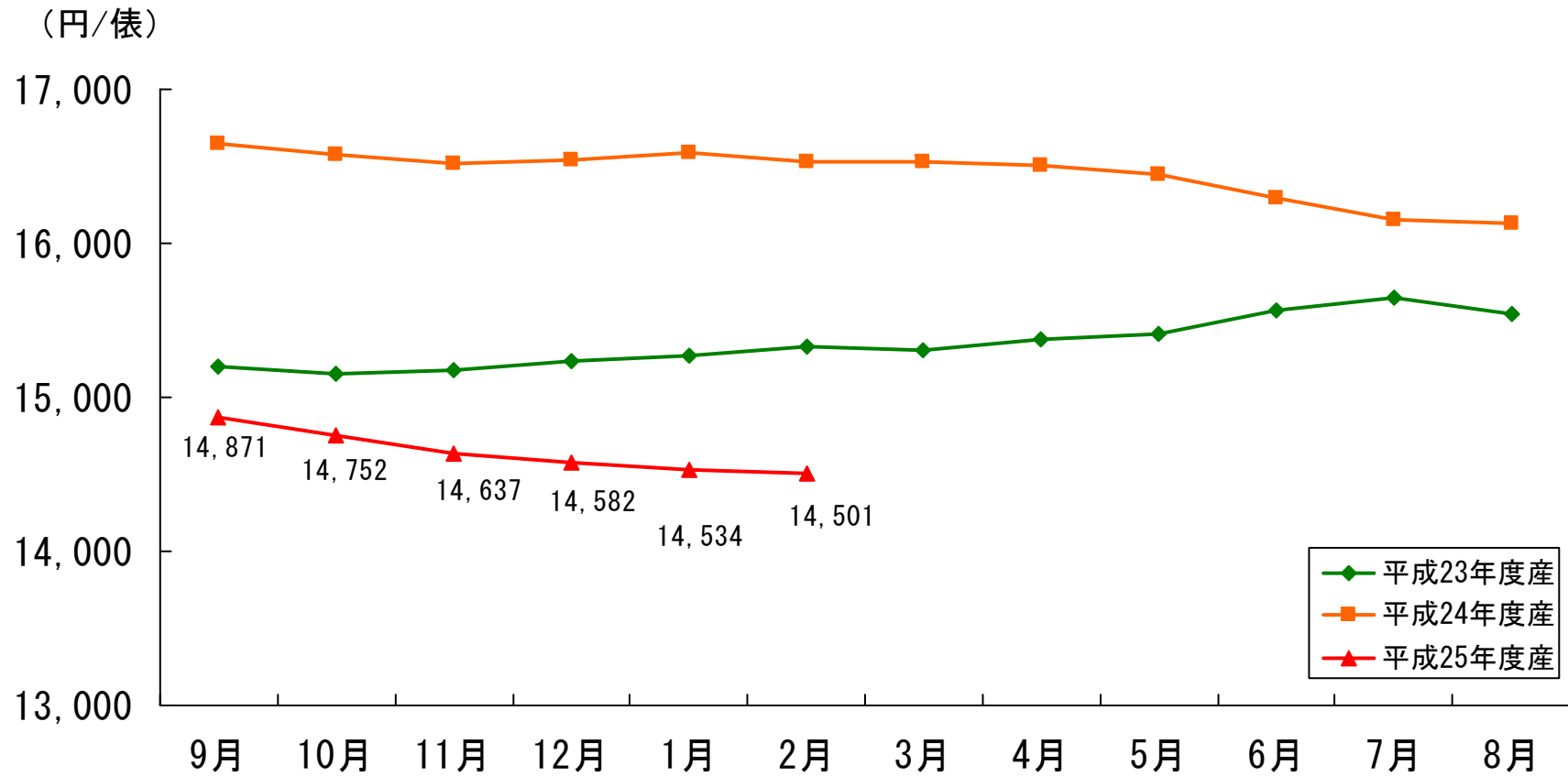
原材料の状況

厳しい周辺環境も、コスト削減努力と米価下落により、
全体として仕入コストは改善

食材	円安などの影響が強く、コスト高での仕入を余儀なくされた。
米	上期は前年から引き続いてのコスト高であったが、下期に入り玄米価格の下落が著しく、通期でのコストは大きく改善。
容器	円安に加え、引き続き原料は高止まりの状況も、コスト削減努力の結果、コストは改善。

＜ご参考＞玄米相場の推移

相対取引価格（年産別）



資料：農林水産省「米穀の取引に関する報告」

セグメント別売上高・営業利益

各事業とも増収増益

やよい軒事業は前年比200%超の増益を達成

(百万円)

	売上高	前年増減	営業利益	前年増減
ほっともっと 事業	123,141	+5,343	6,504	+660
やよい軒 事業	24,402	+3,718	1,540	+796
しゃぶしゃぶダイニング MK事業	3,523	+418	66	+19
その他	—	△2	△168	△8
合計	151,067	+9,477	7,942	+1,468

貸借対照表

(百万円)

	2014/2期末	前期末増減		2014/2期末	前期末増減
流動資産	34,460	① +2,994	流動負債	15,886	④ +1,336
固定資産	34,350	② +477	固定負債	9,915	+278
投資その他	17,397	③ +1,307	純資産	60,406	⑤ +3,164
合 計	86,208	+4,779	合 計	86,208	+4,779

<主な増減要因>

①現預金の増加(+2,787百万円)

②新店等有形固定資産の増加(+557百万円)

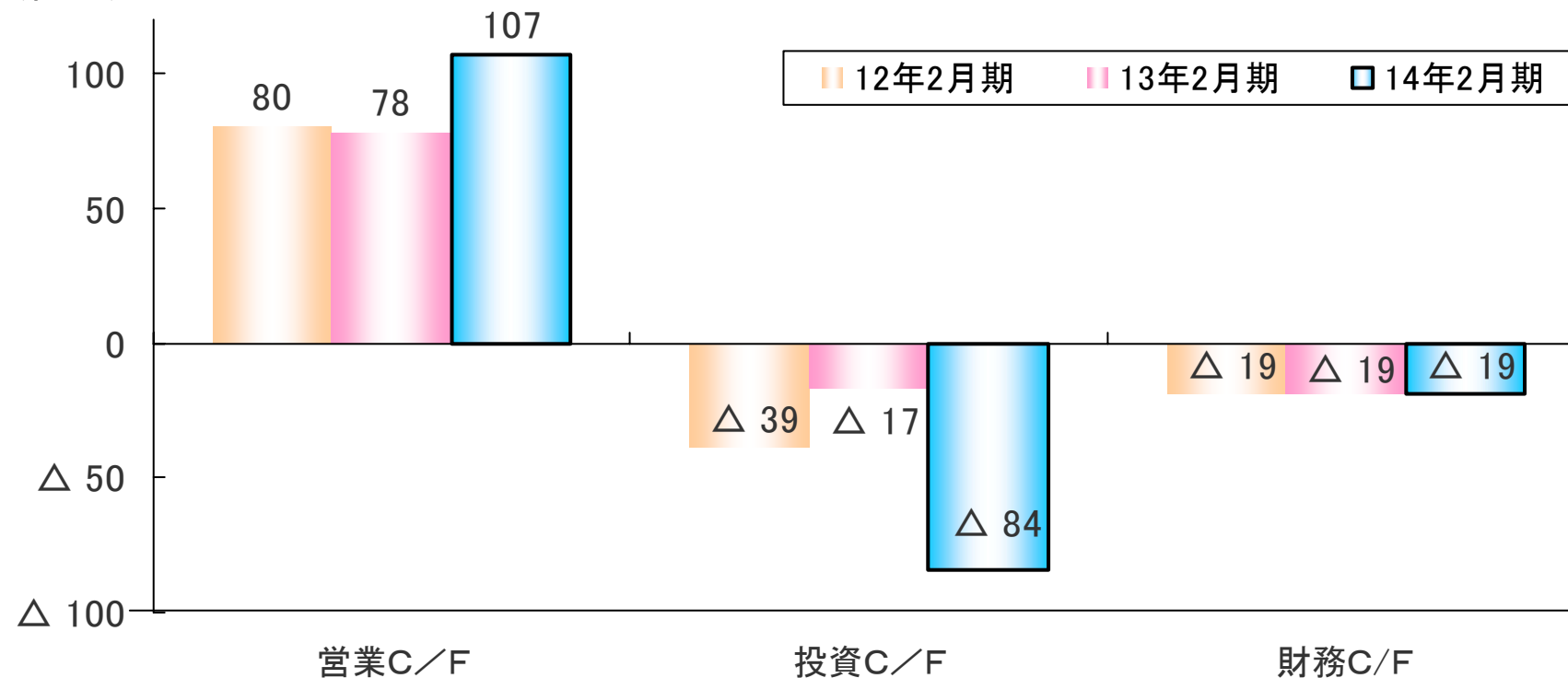
③関係会社への出資金増加(+1,020百万円)

④未払金の増加(+579百万円)、預り金の増加(+298百万円)、未払法人税等の増加(+266百万円)

⑤当期純利益及び配当金の支払い

キャッシュ・フロー

(億円)



<主な増減要因>

営業C/F …利益増加

投資C/F …新店等有形固定資産の取得(△51億円)

3ヶ月超定期預金への預け入れ増加(△20億円)

財務C/F …配当金支払(△19億円)

I	2014年2月期の状況
---	-------------

II	2015年2月期の業績予想
----	---------------

III	ほっともっとの成長戦略
-----	-------------

IV	やよい軒の成長戦略
----	-----------

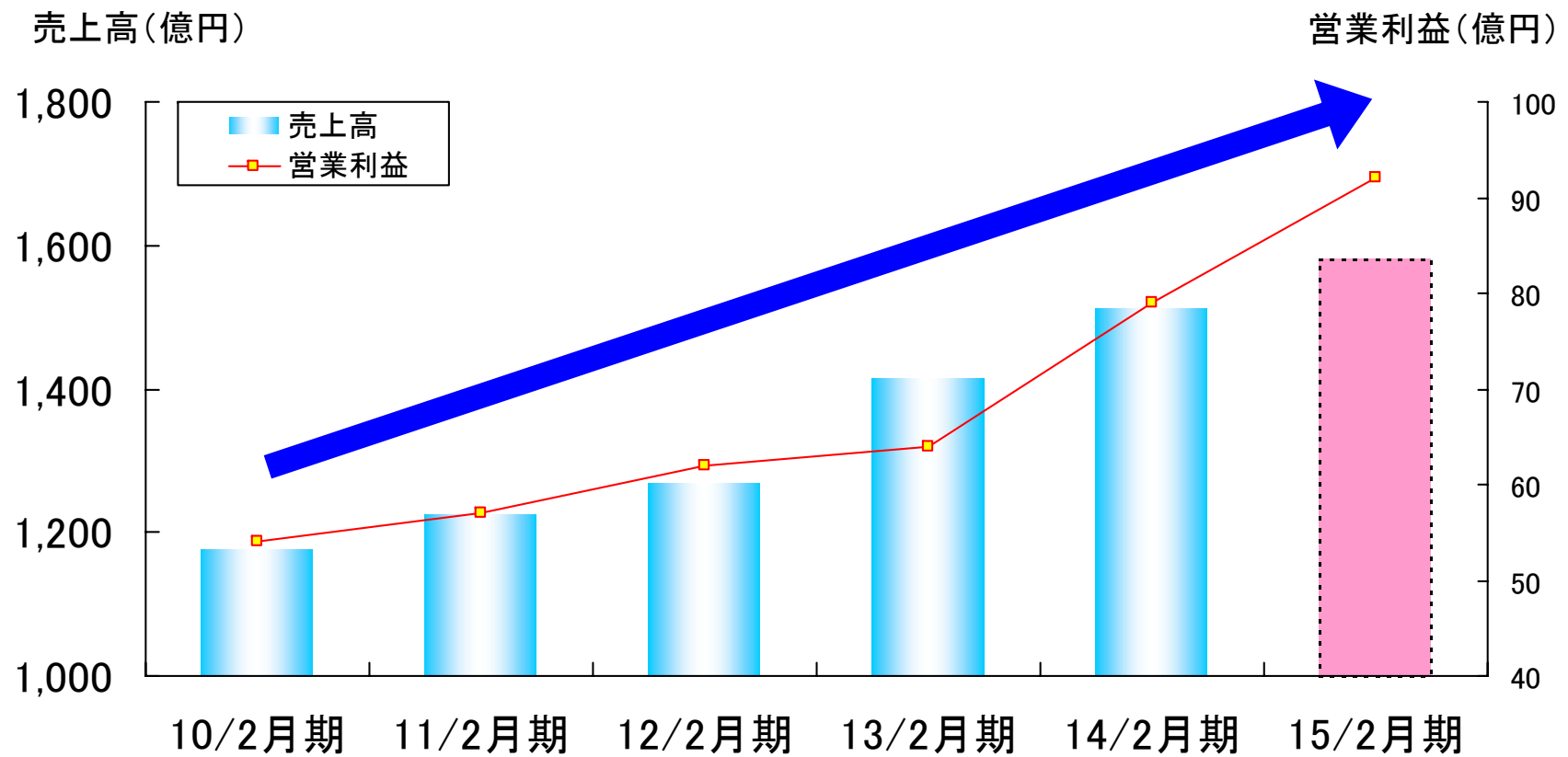
2015年2月期の目標

FCビジネスの深化、発展
出店の加速

国内 3,000店舗到達へ
チェーン店頭売上高 2,000億円達成へ

業績推移

5期連続 增收増益へ



業績予想の前提

ほっともっと及びやよい軒で既存店売上は102%超

合計197店舗の出店を計画

		ほっともっと	やよい軒	しゃぶしゃぶ ダイニングMK
既存店売上 前年比	(%)	102.8	102.2	100.3
出店	(店)	150	47	0
退店	(店)	△50	△1	△1
改装等	(店)	138	16	0
期末店舗数	(店)	2,792	293	31

業績予想(前年対比)

FC推進による営業利益率改善を見込む

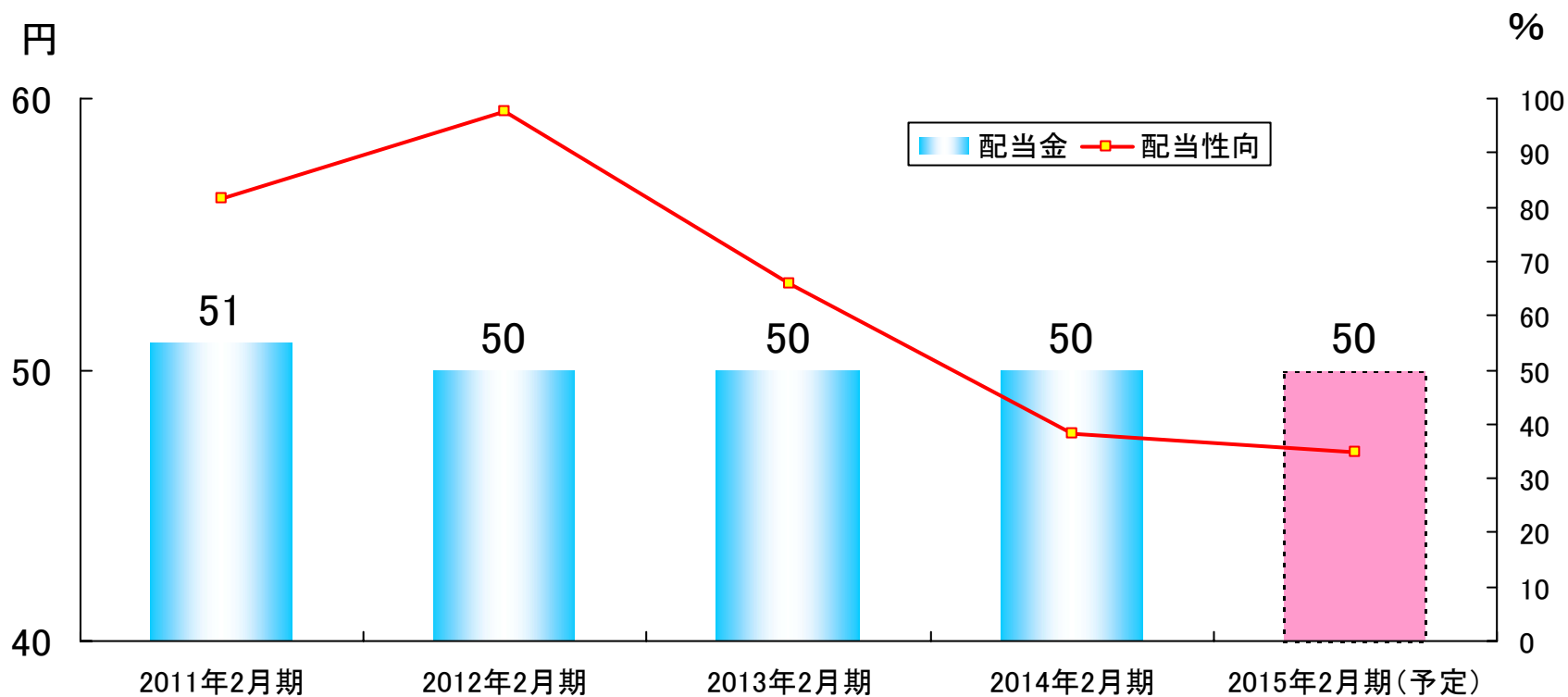
(単位：百万円、%)

	2014年2月期		2015年2月期		前年対比	
	実績	構成比	予想	構成比	差額	増減率
チェーン店頭売上	188,525	—	201,000	—	+12,474	+6.6
売上高	151,067	100.0	158,000	100.0	+6,932	+4.6
営業利益	7,942	5.3	9,200	5.8	+1,257	+15.8
経常利益	8,727	5.8	9,500	6.0	+772	+8.9
当期純利益	5,018	3.3	5,500	3.5	+481	+9.6

株主還元

年間配当は50円を維持

(配当方針) 年間50円以上、配当性向30%



I	2014年2月期の状況
---	-------------

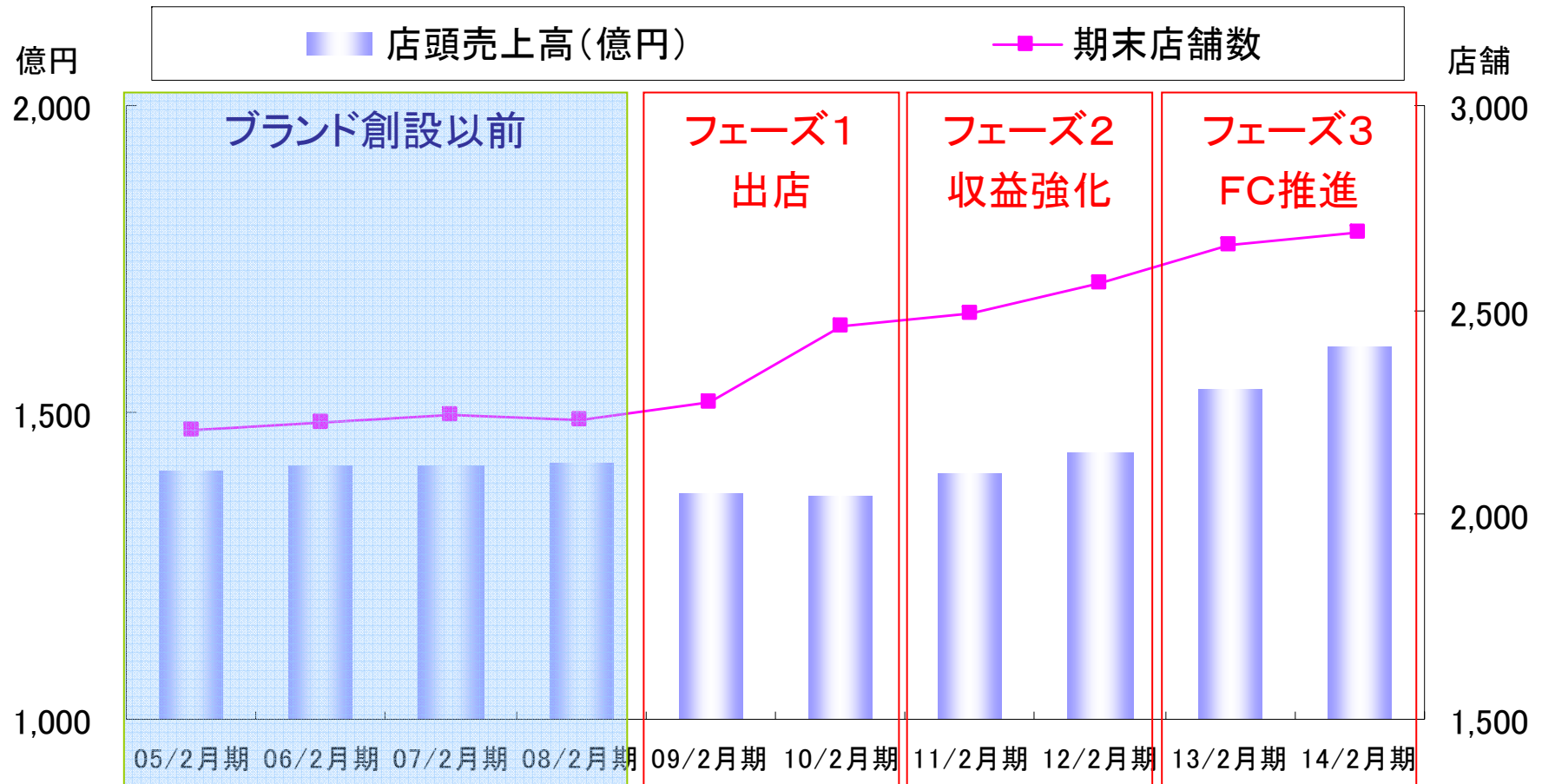
II	2015年2月期の業績予想
----	---------------

III	ほっともっとの成長戦略
-----	-------------

IV	やよい軒の成長戦略
----	-----------

事業の歩み

ブランド創設後、着実に成長



成長戦略

3つの柱をベースとした持続的な成長

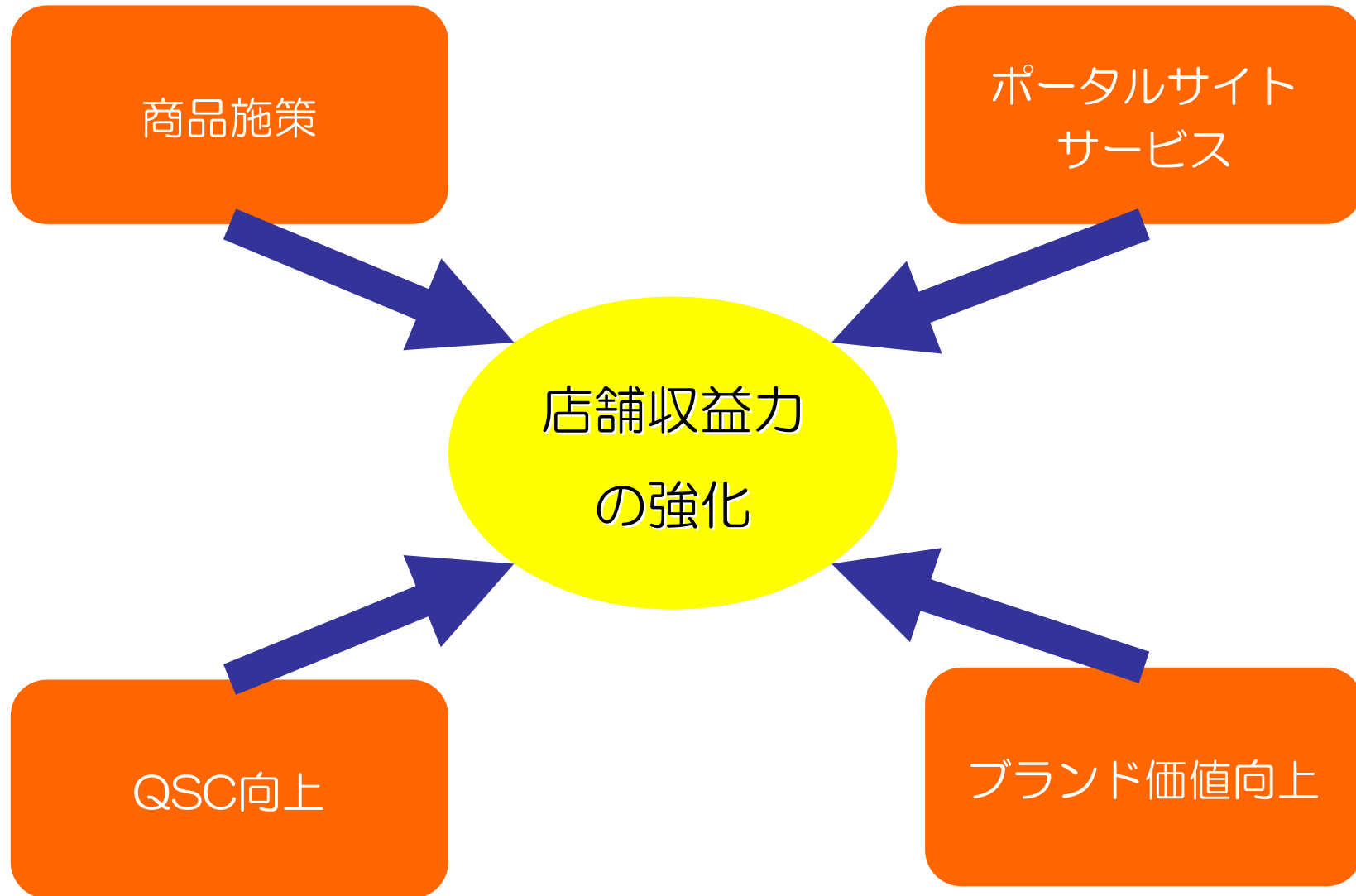
店舗収益力の強化

FC化のさらなる推進

新規出店の加速

店舗収益力の強化

店舗収益力の強化



店舗収益力の強化(商品施策)

店内調理
の強み



他社との
差別化

店内調理の美味しさ → 炒め物を中心とした新商品を発売



豚肉と野菜の
スタミナ炒め弁当
(7月発売 580円)



回鍋肉と油淋鶏弁当
(9月発売 490円)



中華あんかけご飯
(1月発売 590円)

店舗収益力の強化(商品施策)



優れた栄養バランス

100gあたり栄養成分比較

ビタミンB1

約7倍

食物繊維

約1.5倍

オリゴ糖

約12倍

マグネシウム

約3倍

※白米と金芽ごはんの比較: 東洋ライス(株)調べ

カロリーオフ

100gあたりカロリー比較

精白米

約168 kcal

金芽ごはん

約151 kcal

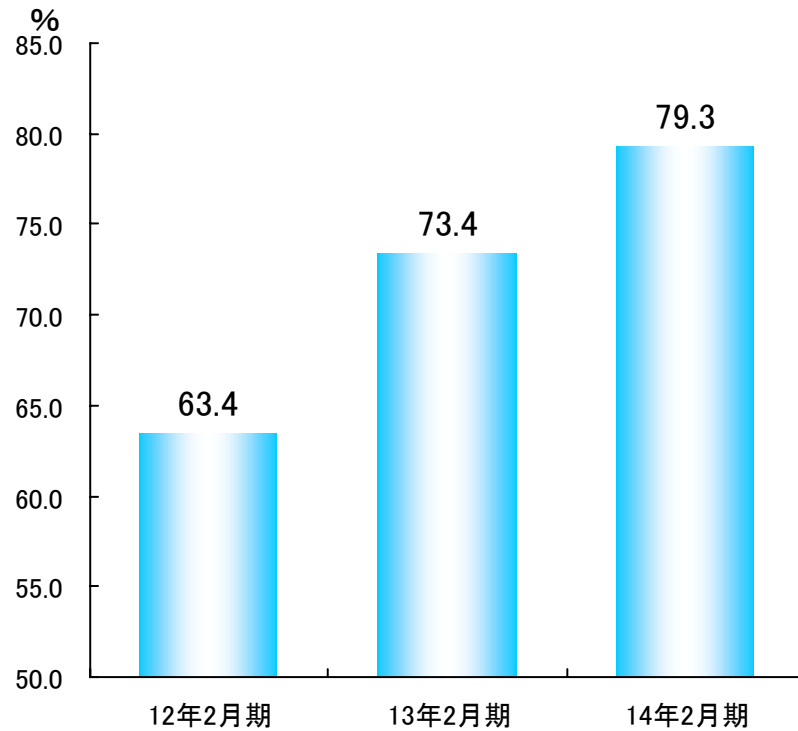
10%オフ

※精白米168kcal 日本食品標準成分表2010より
金芽ごはん151kcal 当社調べ

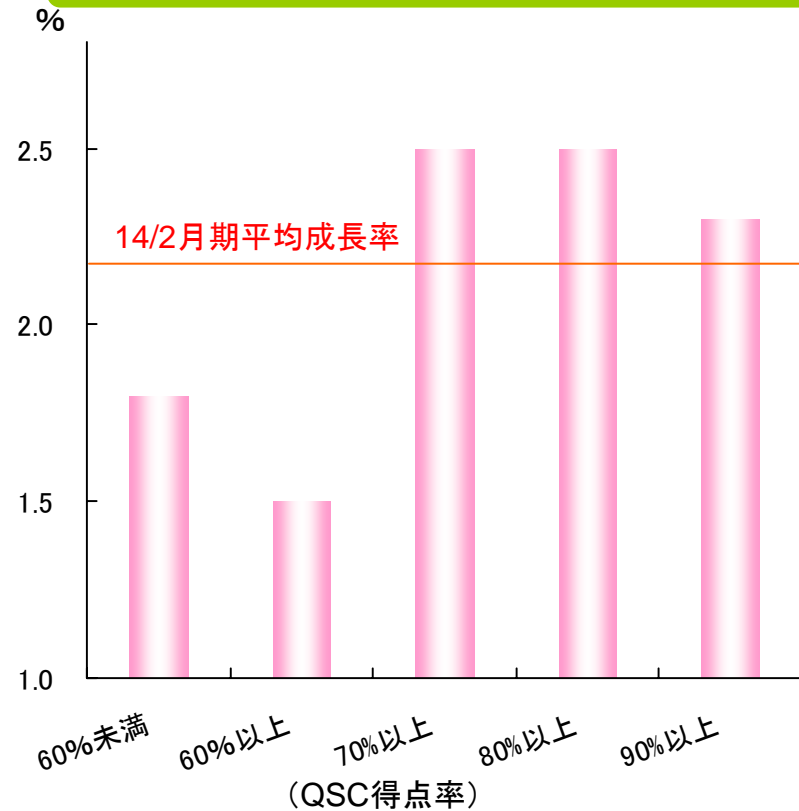
店舗収益力の強化(QSC向上)

QSC得点率は改善傾向
得点率が高ければ売上伸長も大きい

QSC得点率



売上高成長率(QSC得点率別)



店舗収益力の強化(ポータルサイトサービス)

ポータルサイトサービス とは

ほっともっとが始める
webを利用した新サービス

お客様の新たな利用機会を創出

FC化のさらなる推進

FC化のさらなる推進

FC推進の目的

店舗活性化

人材確保の
リスク軽減

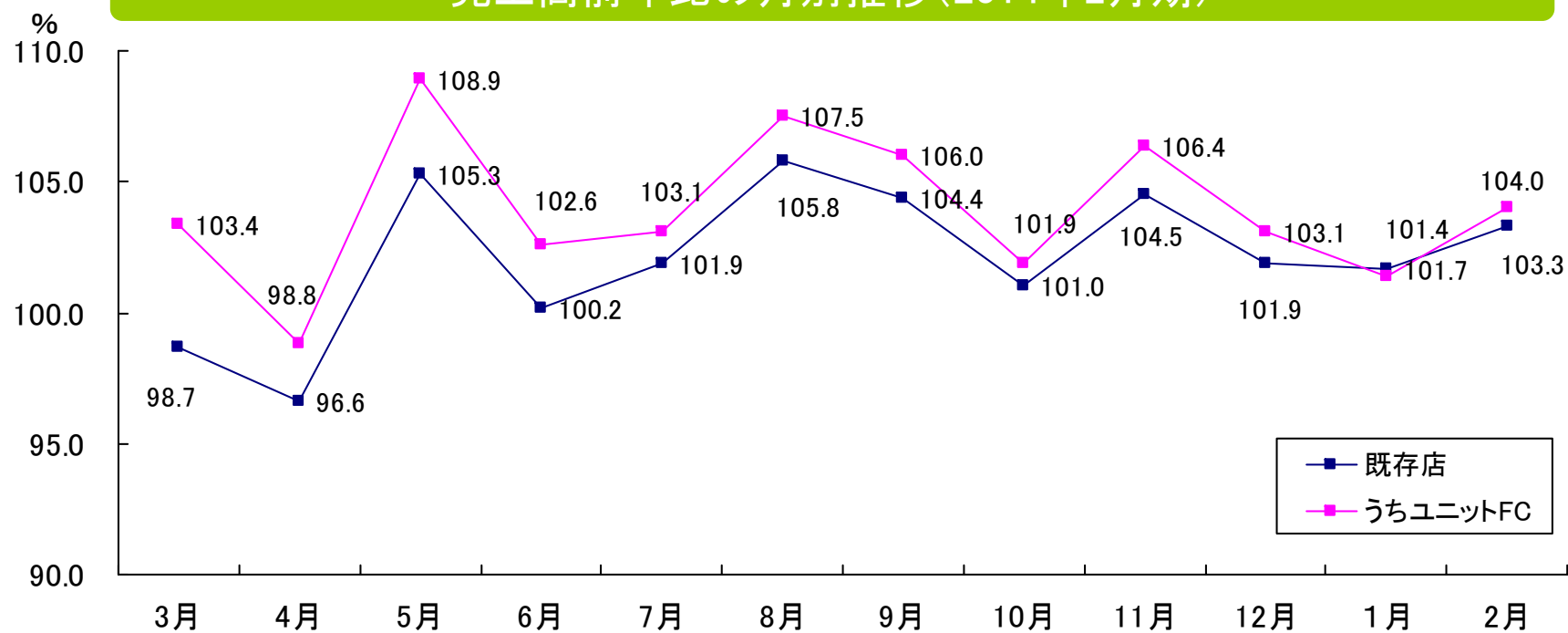
店舗管理
負担の軽減

地域に密着したオーナーの力を活用し
経営効率を高める

FC化のさらなる推進

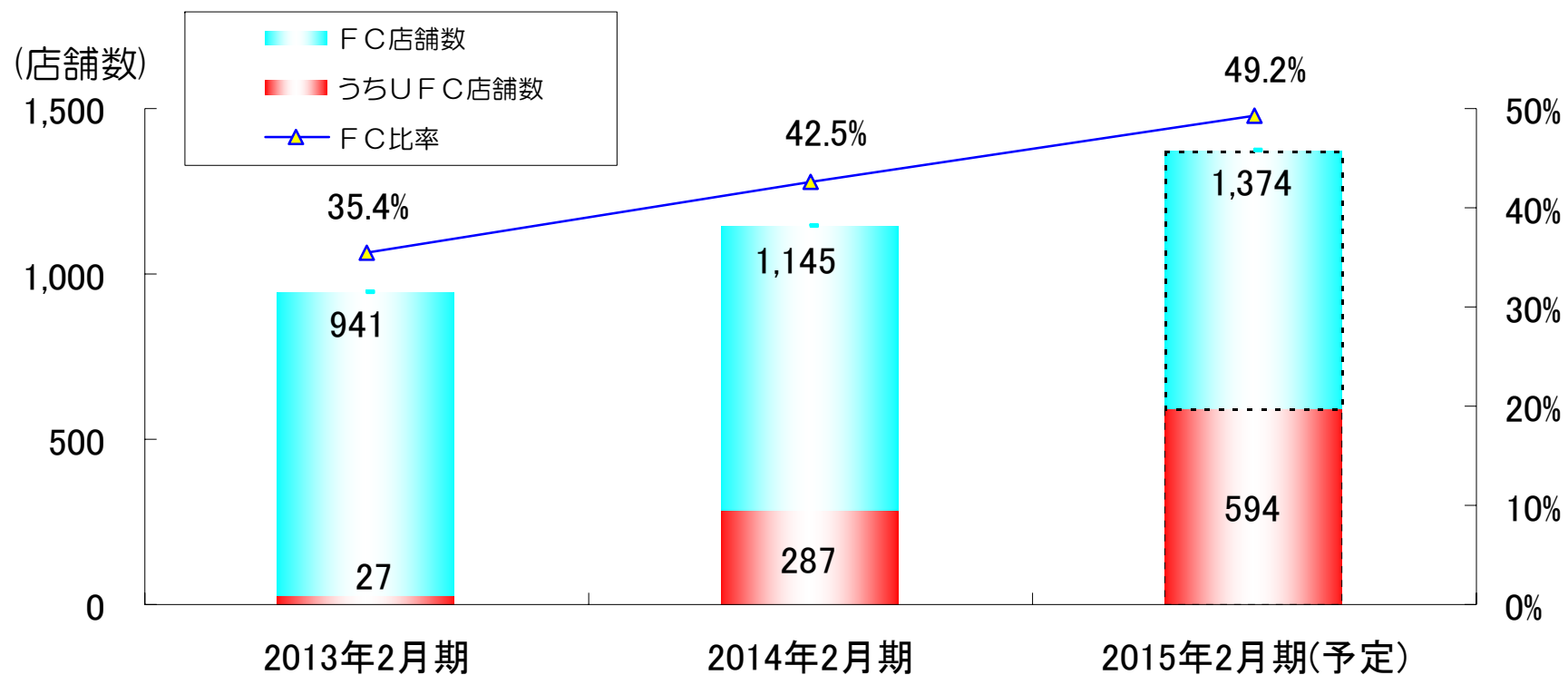
ユニットFC店舗は
売上の伸び幅が大きい

売上高前年比の月別推移(2014年2月期)



FC化のさらなる推進

ユニットFCは順調に拡大中



新規出店の加速

新規出店の加速

新規出店未達の要因は主に2つ

FC希望者とのマッチング遅れ

営業スタッフの負担増加

新規出店の加速

問題を解消し、出店加速の体制を構築

対 策

FC希望者との
マッチング遅れ



好物件確保を優先
出店はRC、FC推進は移管


営業スタッフの
負担増加



新店開業部の設置

新規出店の加速

2015年2月期は
新規出店150店舗



2016年2月期以降、
年間 200 店舗増店体制へ

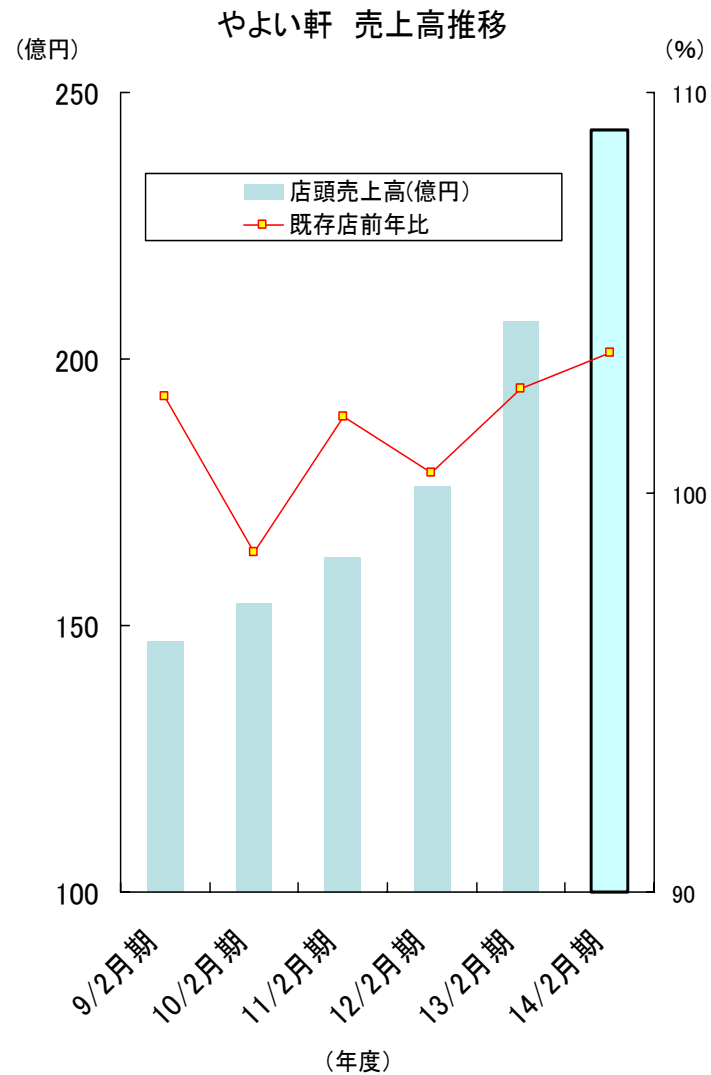
I	2014年2月期の状況
---	-------------

II	2015年2月期の業績予想
----	---------------

III	ほっともっとの成長戦略
-----	-------------

IV	やよい軒の成長戦略
----	-----------

やよい軒の業績推移



好調な業績

既存店売上高前年比

4年連続100%達成

店頭売上高

200億突破、成長は加速

好調の要因

日本人の日常食を
快適な環境で提供



客層の拡大
客数の増加

ほっともっとの
インフラ活用



全国展開

日本人の日常食を、快適な環境で提供 ①

手作り感重視・手間を惜しまない調理スタイル



生から調理



店内で焼き上げ



店内でパン粉付け

美味しい日常食の提供

日本人の日常食を、快適な環境で提供 ②

落ち着いた店内



照明を落とし、広い客席

ゆっくりと食事を楽しめる雰囲気作り

日本人の日常食を、快適な環境で提供 ③

多様な季節商品、郷土料理の提供



すき焼き定食
890円



さんまの塩焼定食
790円



冷汁ととり南蛮
の定食 860円

ほっともっとのスケールメリットを共有し
多様・良質な食事をリーズナブルに提供

客層の拡大

手作り感

落ち着いた店内

季節商品、郷土料理

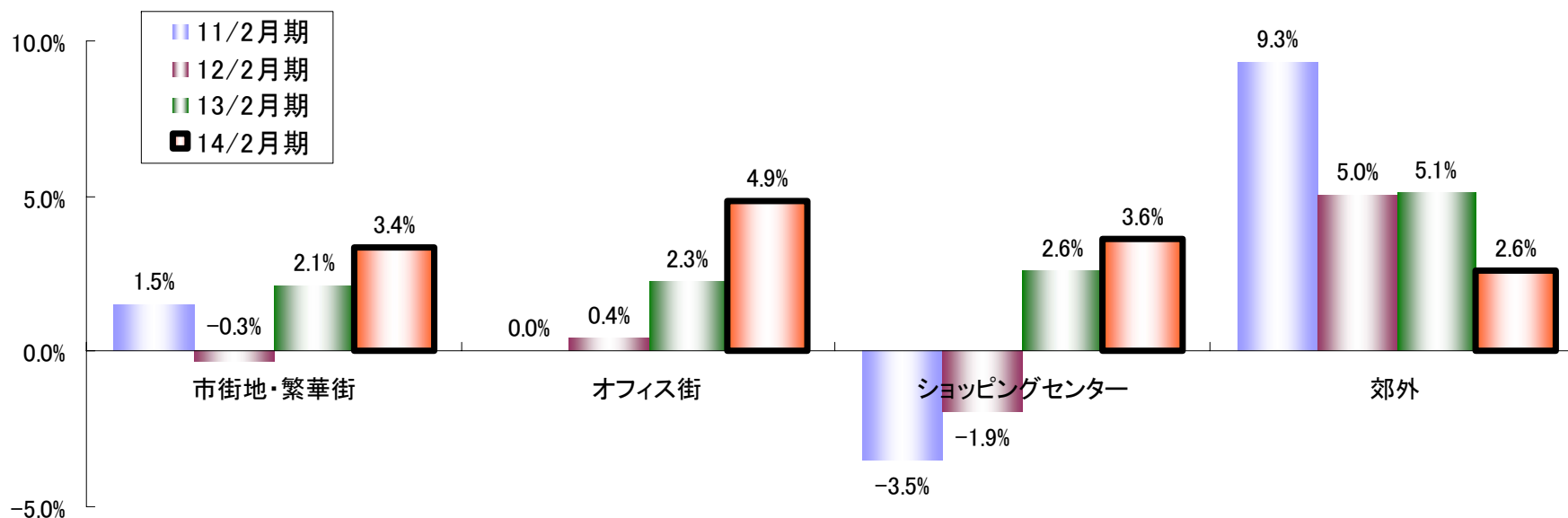
ごちそうだけど、かしこまらずに食べる
日常の食事としての美味しさを追求

女性、中高年層の取込
客層の拡大

売上高成長率

客層拡大により、立地条件を問わず成長

売上高成長率(既存店・立地条件別)



ほっともっとのインフラの活用

ほっともっとなで築いたインフラの上で
未出店エリアへ続々と展開

都道府県別の初進出

滋賀県
2011年12月

栃木県
2012年2月

岐阜県
2012年7月

石川県
2013年3月

山梨県
2013年7月

山口県
2013年9月

FC推進

2015年2月期より
本格的にFC展開を始動

ほっともっとで培ったノウハウを活かし、
FC展開による事業拡大をめざす

出店加速

店舗活性化

経営効率化

初年度は50店舗のFC開業を計画

成長戦略

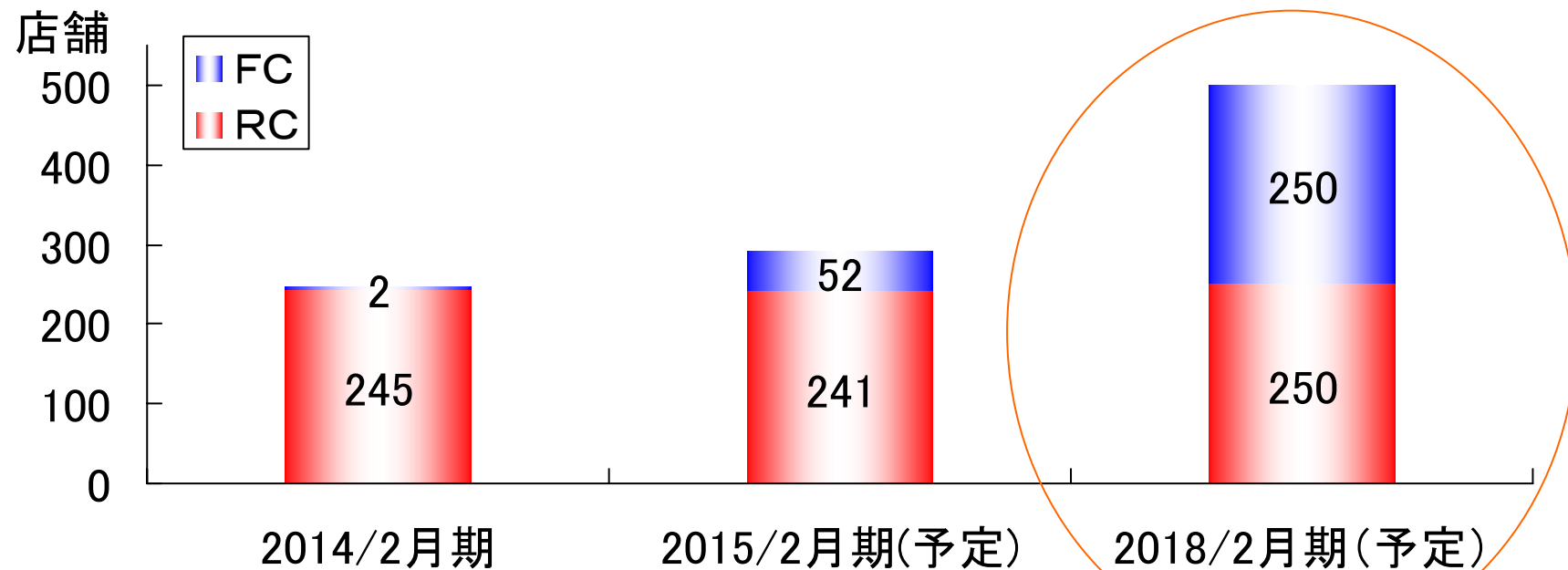
FC推進を加えた3つの柱による事業拡大

客層の拡大

全国展開

FCの推進

2018年2月期に500店舗体制を目指す



P | **ienus**