

株式会社プレナス

2014年2月期第2四半期決算説明会

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ることはお控えくださいますようお願い致します。

Plenus

2013年10月

目次

- 上半期の状況
- 通期の業績予想
- 今後の戦略（F C化推進の現状と対策）
- 金芽ごはんの導入

上半期の状況

- ・ 前年同期実績に対しては、増収増益を確保。
- ・ 当初予想に対しては、売上高はやや未達だったが、利益は当初の予想を上回った。

(単位：百万円、%)

	2Q実績 (累計)		前年同期比		2Q予想対比	
	実績	構成比	差 額	増減率	差 額	増減率
売上高	75,525	100.0	+6,104	+8.8	△374	△0.5
営業利益	3,832	5.1	+1,081	+39.3	+632	+19.8
経常利益	4,196	5.6	+1,205	+40.3	+796	+23.4
四半期純利益	2,482	3.3	+859	+52.9	+582	+30.7

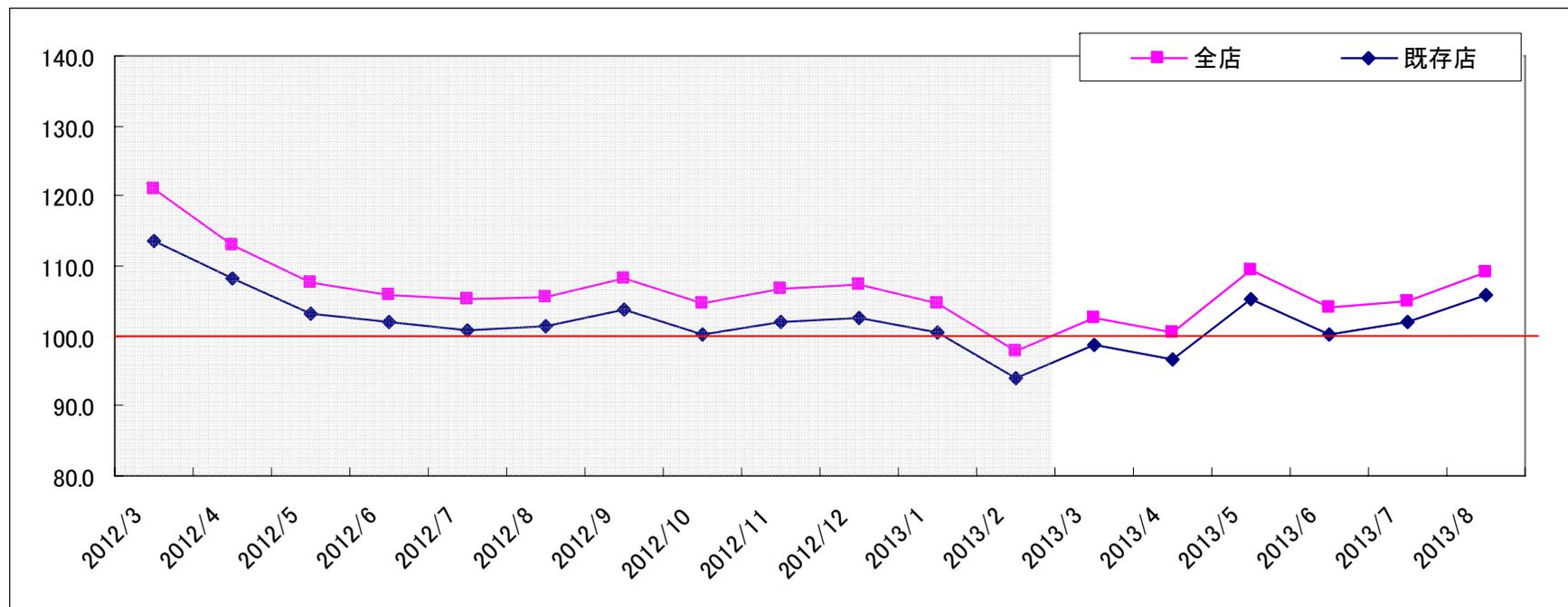
- ・ 売上高は、既存店売上高の伸びと新規出店により前年同期実績を大幅に上回り61億4百万円増加。
（前年同期比+8.8%）
- ・ 営業利益は、前期に続き玄米価格高騰などの要因があったものの、売上高増加により10億81百万円増加。
（前年同期比+39.3%）
- ・ 経常利益は、為替差益の発生（約2億円）等があったため、12億5百万円増加。（前年同期比+40.3%）
- ・ 四半期純利益は、8億59百万円増加。
（前年同期比+52.9%）

- ・売上高は、新規出店が予想を下回ったため、
△3億74百万円。（予想対比△0.5%）
- ・営業利益は、売上高が予想に対し未達だったものの、
広告宣伝費及び配送費などが当初予想を下回ったため、
6億32百万円増加。（予想対比+19.8%）
- ・経常利益は、為替差益が約2億円発生したため、
7億96百万円増加。（予想対比+23.4%）
- ・四半期純利益は、予想に対し5億82百万円増加。
（予想対比+30.7%）

売上高前年比の状況（ほっともっと）

今年の2～4月を除けば、全店・既存店とも堅調に前年実績を上回って推移。

(単位：%)

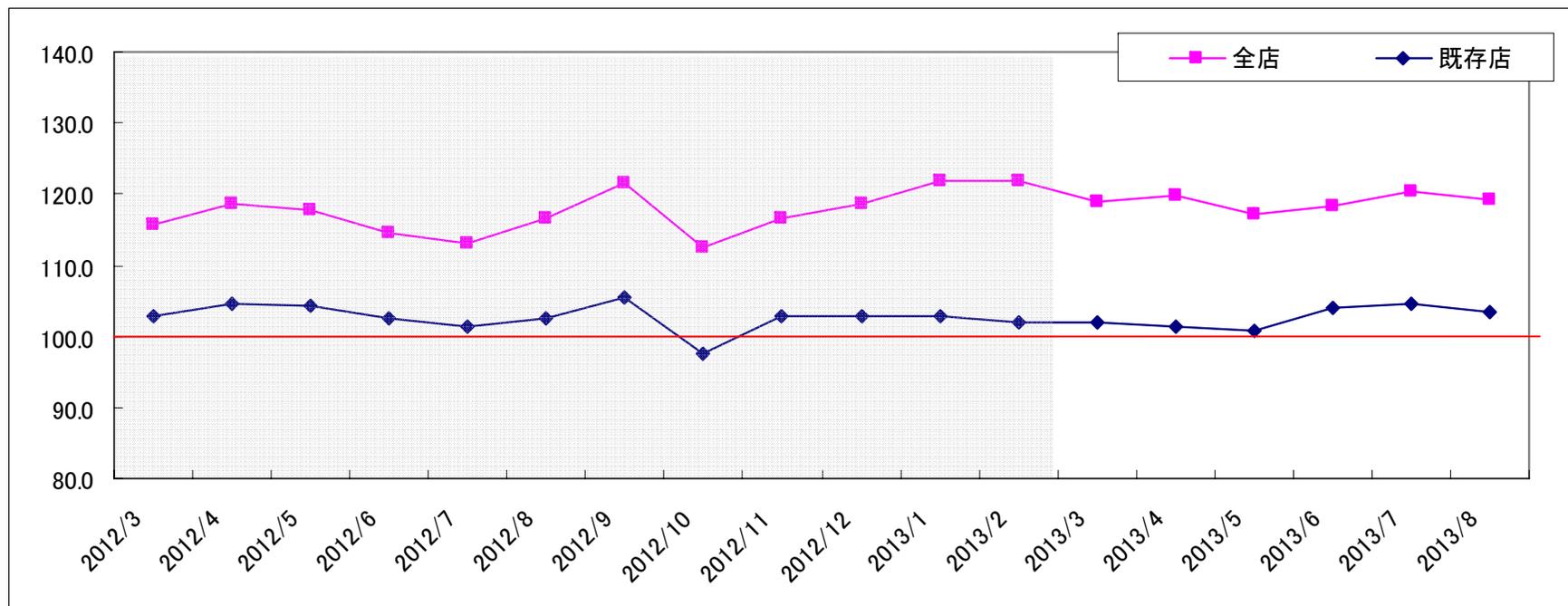


	前期年間	当上半期
全店	107.2	105.1
既存店	102.5	101.4

売上高前年比の状況（やよい軒）

全店前年比はコンスタントに2桁増を維持。
 既存店前年比も堅調に100%を上回って推移。

(単位：%)

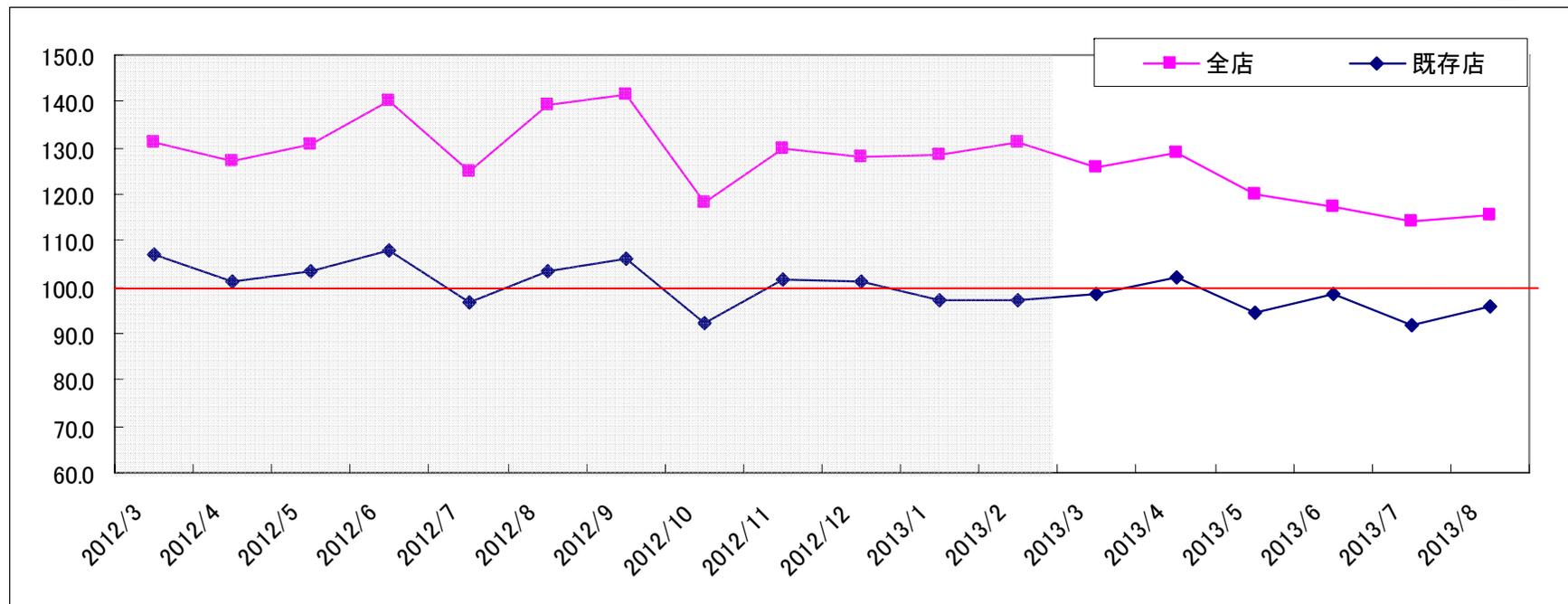


	前期年間	当上半期
全店	117.4	119.0
既存店	102.6	102.7

売上高前年比の状況 (MK)

全店前年比はコンスタントに前年実績を達成しているが今年に入り既存店前年比が100%を下回って推移。

(単位：%)



	前期年間	当上半期
全店	130.7	120.2
既存店	101.0	96.8

新商品の発売状況

以下のような新商品の投入が、現在好調な売上トレンドに大きく貢献。（上半期における新商品の一例）

ほっともっと

商品名	発売月	価 格	商品概要
デミハンバーグ弁当	4月	490円	ボリュームをアップさせ価格を改定。
ビーフステーキ弁当	7月	680円	商品のボリューム感・満足感の向上をコンセプトにリニューアル。
豚肉と野菜のスタミナ炒め弁当	7月	580円	スタミナ、ピリ辛をコンセプトとする期間限定商品。

やよい軒

商品名	発売月	価 格	商品概要
さわらの塩焼定食	4月	790円	春の季節メニュー。
冷汁ととり南蛮の定食	6月	860円	夏にかけての郷土料理メニューとして定着した商品。
ひつまぶし定食	7月	980円	名古屋名物の商品化。

出退店の状況

前上半期から店舗数は増加しているものの、当初計画に対し、新規出店は遅れ気味。

(単位：店舗)

		当上半期 実績	前上半期 実績	差異	当初 計画	差異
ほっと もっと	新規出店	51	75	△24	73	△22
	退店	△18	△16	△2	△18	0
	期末店舗数	2,692	2,625	+67	2,714	△22
やよい軒	新規出店	14	16	△2	19	△5
	退店	△1	△1	0	△1	0
	期末店舗数	235	205	+30	240	△5
M K	新規出店	3	3	0	3	0
	退店	△1	0	△1	△1	0
	期末店舗数	34	27	7	34	0

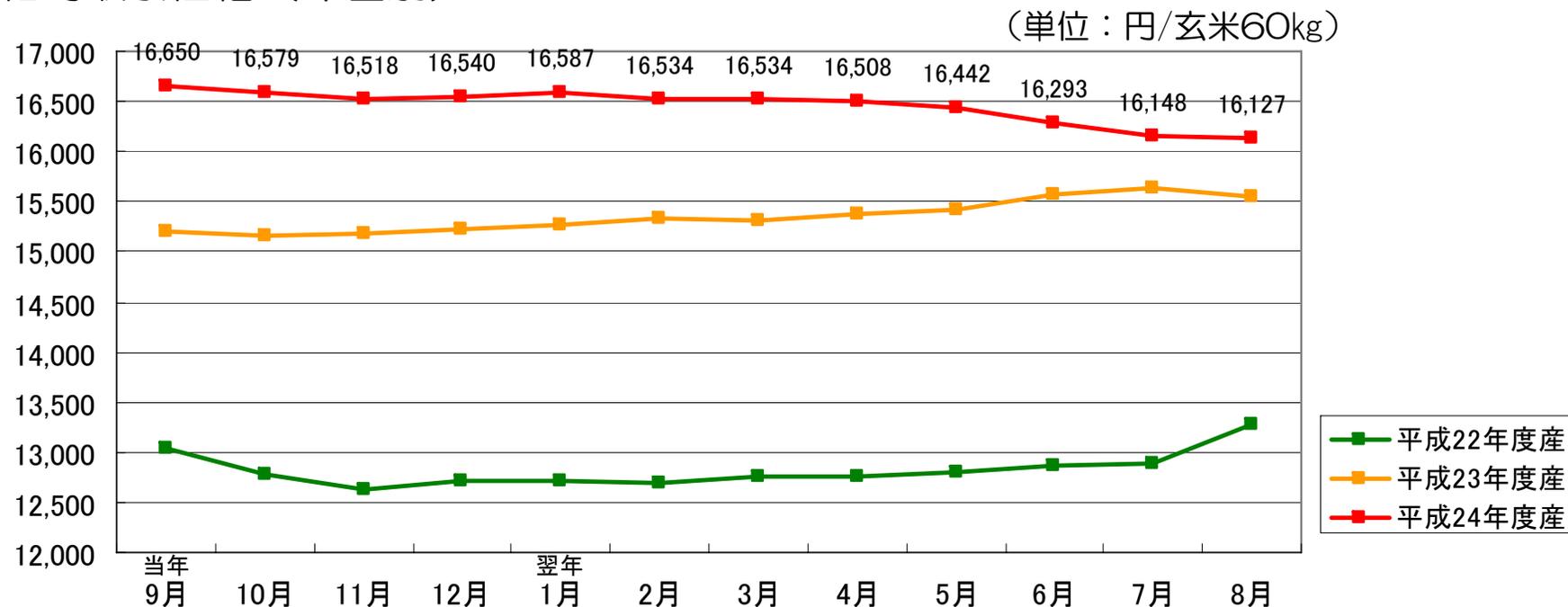
食材・容器に関しては、仕入コストの維持・改善を図ることができたが、米に関しては、価格高騰が続いたため、前年同期よりも仕入高の状況が継続。

食 材	上半期に関しては、調達に係る企業努力等の結果、前年同期に対しては、コスト改善を図ることができた。
米	前期から継続して、コスト高での仕入を余儀なくされた。
容 器	原油の高止まりを受け、値上りが懸念される状況が続いたが、これまではコストの維持を図ることができた。

<ご参考> 玄米の市場価格推移

前年度産よりも高い取引価格が続いているものの、直近では、下落傾向が見られる。

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」

(単位：百万円)

	ほっともっと 事業	やよい軒 事業	しゃぶしゃぶ ダイニング MK事業	その他	調整額	合計
売上高	61,851	11,898	1,775	—	—	75,525
セグメント 利益	3,167	738	16	—	△90	3,832

セグメント 利益前年対比	+696	+404	△17	+2	△4	+1,081
-----------------	------	------	-----	----	----	--------

「ほっともっと事業」 ⇒売上増加・仕入改善により利益増加

「やよい軒事業」 ⇒売上増加に加え、人件費等のコスト改善も寄与

「しゃぶしゃぶダイニングMK事業」 ⇒利益減少の要因は、既存店売上減少

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2013/8期末	前期末増減		2013/8期末	前期末増減
流動資産	33,527	① +2,061	流動負債	16,211	④ +1,661
固定資産	34,465	② +593	固定負債	9,763	+126
投資その他	16,809	③ +718	純資産	58,828	⑤ +1,585
合 計	84,802	+3,373	合 計	84,802	+3,373

<主な増減要因>

①現預金の増加 (+367百万円)、商品及び製品の増加 (+1,365百万円)

②新店等有形固定資産の増加 (+640百万円)

③関係会社への出資金増加 (+665百万円)

④買掛金の増加 (+1,674百万円)

⑤四半期純利益及び配当金の支払い

(単位：百万円)

	前期2Q	当期2Q	増減
営業活動C/F	3,552	① 4,815	+1,263
投資活動C/F	△2,084	② △5,675	△3,591
財務活動C/F	△962	③ △963	△1
換算差額	—	207	+207
合計増減額	505	△1,616	△2,121

<主な内容>

- ① 利益増加
- ② 新店等有形固定資産の取得 (△2,960百万円)
3ヶ月超の定期預金への預け入れ増加 (△1,983百万円)
- ③ 配当金の支払い (△955百万円)

通期の業績予想

通期予想の前提数値（前年対比）

	ほっともっと		やよい軒		M K	
		差異		差異		差異
既存店売上 前年比 (%)	101.8	△ 0.7	102.3	△ 0.3	96.9	△4.0
出 店 (店)	86	△62	34	0	4	△4
退 店 (店)	△39	+16	△1	+1	△1	△1
改 装 等 (店)	179	+91	19	+11	0	0
期末店舗数 (店)	2,706	+47	255	+33	35	+3

通期予想の前提数値（期首予想との差異）

	ほっともっと		やよい軒		M K	
		差異		差異		差異
既存店売上 前年比 (%)	101.8	+0.2	102.3	+0.3	96.9	△3.8
出店 (店)	86	△13	34	△6	4	△3
退店 (店)	△39	+1	△1	+1	△1	0
改装等 (店)	179	△20	19	+9	0	0
期末店舗数 (店)	2,706	△12	255	△5	35	△3

通期予想（前年対比）

連結業績に関しては、前年に対し増収増益の見込み。
年間配当に関しては、現在の配当基準に基づき50円を予定。

（単位：百万円、％）

連結業績予想	2013年2月期		2014年2月期		前年対比	
	実績	構成比	予想	構成比	差額	増減率
売上高	141,589	100.0	151,800	100.0	+10,210	+7.2
営業利益	6,474	4.6	8,000	5.3	+1,525	+23.6
経常利益	7,153	5.1	8,500	5.6	+1,346	+18.8
当期純利益	2,906	2.1	4,800	3.2	+1,893	+65.1

年間配当予想	2013年2月期	2014年2月期	前年増減
配当金	50円	50円	0円

通期予想（期首予想との差異）

出店計画の修正に伴い、売上高は当初の予想を下回るものの、広告宣伝費を始めとする諸経費が想定を下回ることが見込まれるため、各利益は当初予想を上回る見通し。

（単位：百万円、％）

連結業績予想	期首予想		今回予想		差異	
		構成比		構成比		増減
売上高	153,300	100.0	151,800	100.0	△1,500	△1.0
営業利益	7,200	4.7	8,000	5.3	+800	+11.1
経常利益	7,600	5.0	8,500	5.6	+900	+11.8
当期純利益	4,200	2.7	4,800	3.2	+600	+14.3

今後の戦略
(F C化推進の現状と対策)

ほっともっと事業をこれまでの直営中心の事業から、FC中心のチェーンに転換する。

<目的>

より地域に密着した商売を志向し、さらにキメ細かい営業活動を推進することで他店との競争力向上を図り、経営の効率化につなげる。

<各役割>

オーナー：自店での営業に専念
地域情報のフル活用

×

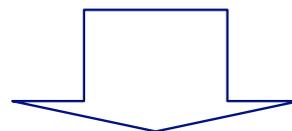
本部：マーケティング力
運営ノウハウの提供

=

相乗効果
の最大化

- ・ 新規加盟希望者の起業意欲
- ・ 既存オーナーの多店舗化と
改装・移転意欲

これらを促進するためには、低投資かつ低リスクでの事業参加が可能な環境整備が必要。



ユニットFC制度の導入

ユニットFC制度とは

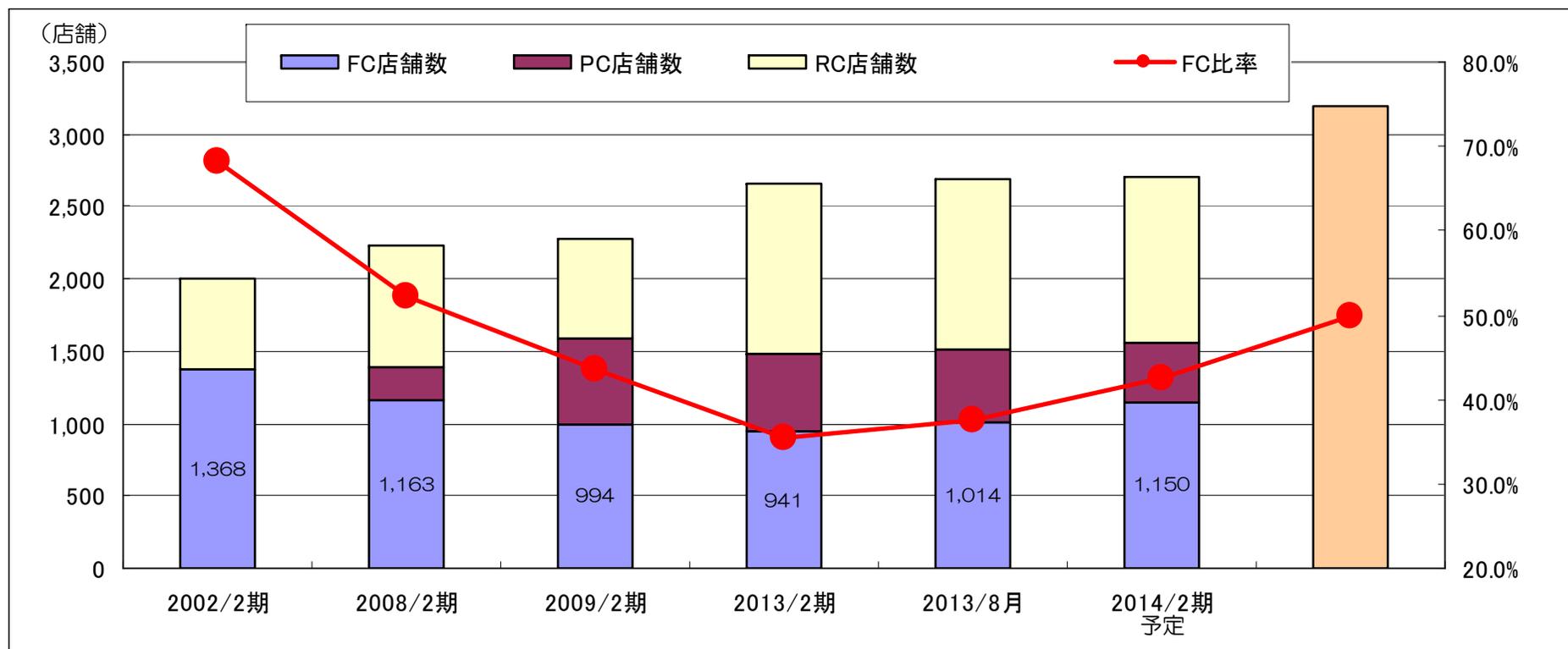
少額資金による開業

- ・ 店舗は本部が建てて保有
- ・ 加盟店はこれをレンタル（買取りの義務なし）
- ・ 加盟金・保証金等含め300万円からの低投資で開業が可能

充実の支援体制

- ・ 店舗運営の基礎から経営者としてのスキルを事前にじっくり研修
- ・ 開業後の財務サポート体制も充実

今期より本格的な展開を開始し、
まずは加盟店比率50%を目指す。



<注> RC：当社が直接運営する店舗 (=Regular Chain)
 PC：当社が所有する店舗を経営委託者 (パートナー) が運営する店舗 (=Partner Chain)
 FC：加盟店 (=Franchise Chain)

新規オーナーの募集件数は、順調に推移しているものの、開業店舗数は、計画に対し未達となる見通し。

■新規オーナーの進捗状況

	2013/8末実績	2014/2末見通し
応募件数	3,139件	6,000件
成約件数	133件	300件

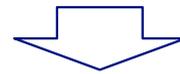
■ユニットFC開業店舗数

	2013/8末実績	2014/2末見通し	
			計画差
開業店舗数	107店舗	257店舗	△70店舗
うち新規オーナー	59店舗	200店舗	
既存オーナー・パートナー	48店舗	57店舗	

※上表は2014/2期における数値を記載。尚、2013/2期末におけるユニットFC数は27店舗。

現在の課題

ユニットFC希望者（新規&既存オーナー）、
ユニットFC化が可能な店舗、共に数的にまだ
十分ではないため、マッチング（地理条件等）
に予想以上の時間を要している。



今後の見通し

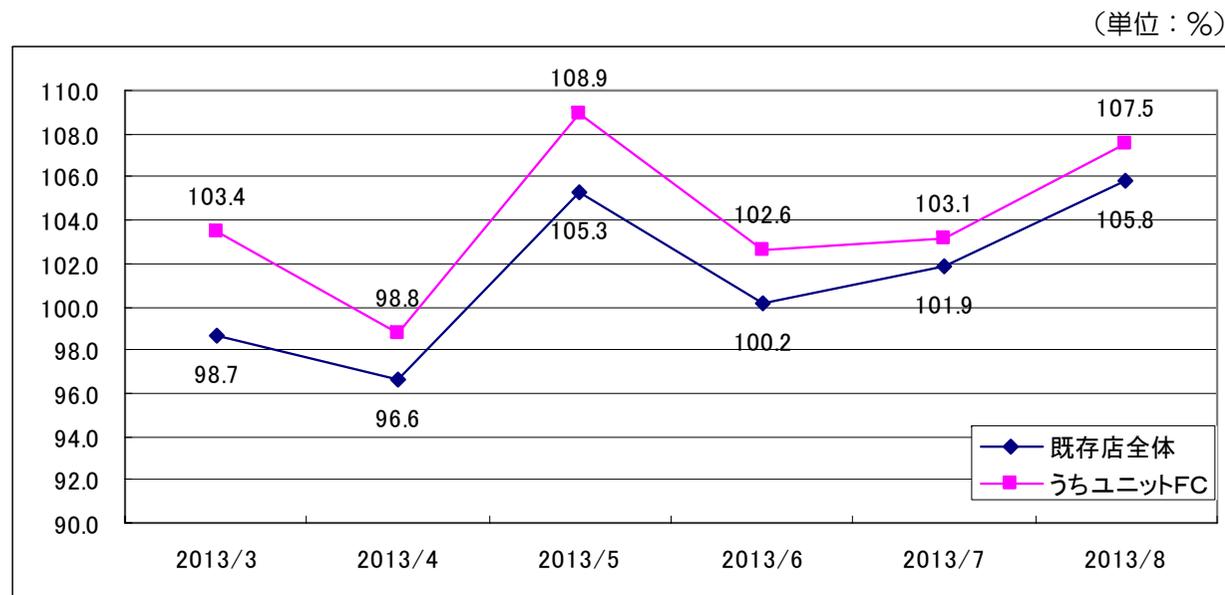
希望者数、ユニットFC化可能店舗の双方が、
今後さらに増えるにつれ、開業スピードは加速
する見通しである。

ユニットFC制度による開業を、今後スムーズに加速させていくため、以下の項目を実施していく。

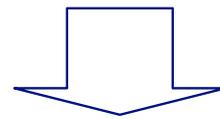
1. ユニットFC化の成功事例の伝播
2. 新規出店に関する方針の見直し
3. 新たな営業施策の検討

取組み① (ユニットFC化の成功事例の伝播) **Plenus**

オーナーに対する最も効果的な起業意欲促進策は、成功事例を実際に示すこと。



現状ユニットFC化した店舗の伸び率は、全体の伸び率よりも高い結果を示している。



今後も平均月商を更に高め、成功事例を積み上げる

取組み① (ユニットFC化の成功事例の伝播) **Plenus**

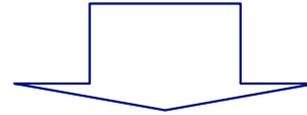
成功事例

～オーナー様の声（当社ホームページ等に掲載の内容を抜粋）～

- 低資金・低リスクで始められたことが開業決意のポイント。資金300万円で全国2650店舗の展開ノウハウの恩恵を受けられるのは大きな武器。（39歳オーナー）
- これまでは従来のFC制度の店舗だったがユニットFCは資金面でも気持ちの面でも負担が段違い。これならいくらでも多店舗展開できそう。特に経営初心者には、こんな有難いシステムはないと思う。（59歳オーナー）
- ロイヤリティが固定であることに魅力を感じる。大きな戦略や広告などは本部が、店舗は地域での営業に注力、といった風に役割分担されており、経営に専念できる環境が整っている。（41歳オーナー）

取組み②（新規出店に関する方針の見直し） **Plenus**

今期は原則、ユニットFC化を前提とする出店を計画。



但し、

出店ペースを加速させていくためには、物件の総数を増やし、オーナー希望者とのマッチングを高めていくことが必要。

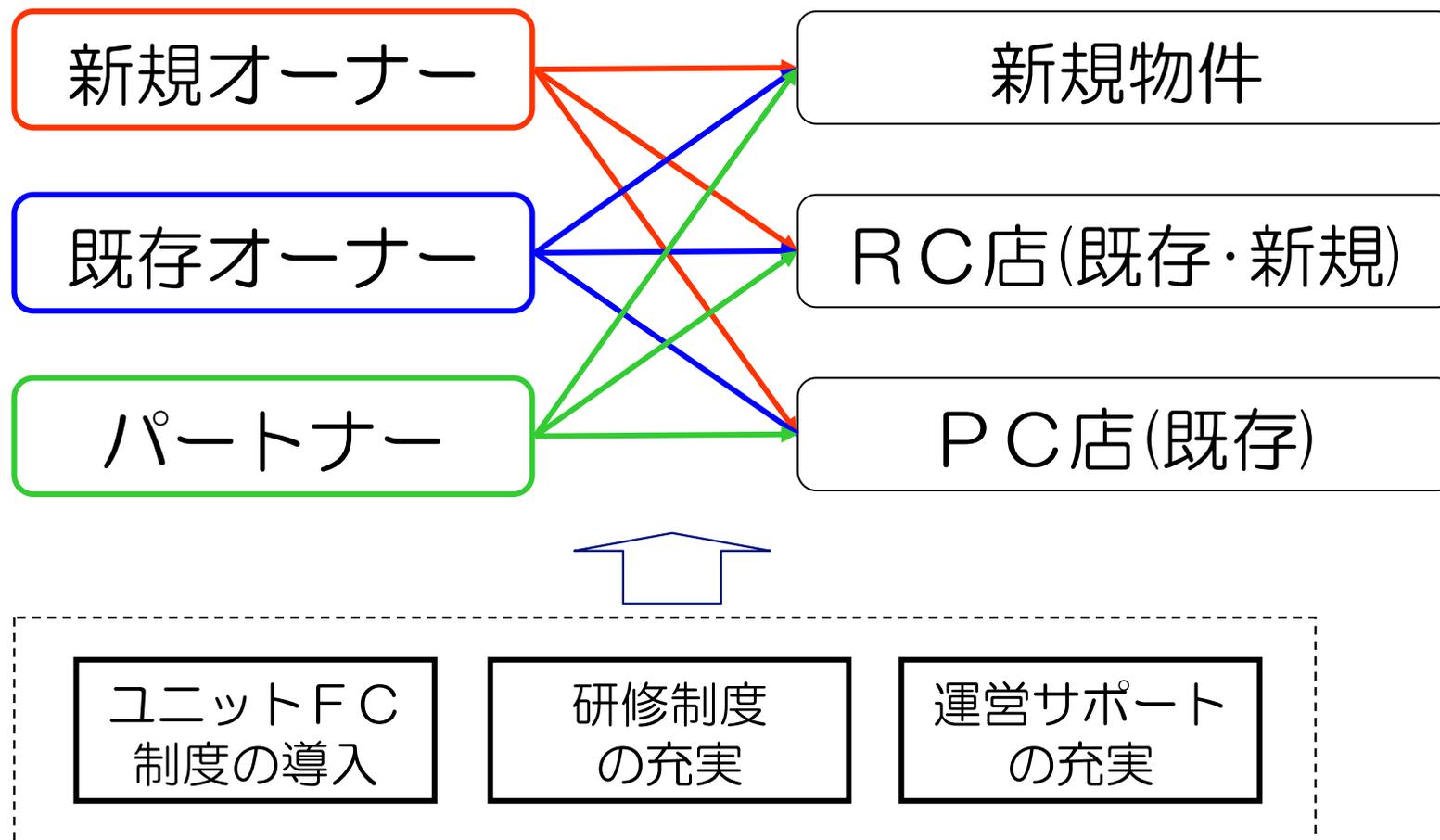


そのためには、

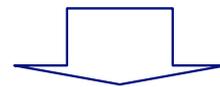
オーナー希望者が居ない状況でも、好立地であれば直営店で開業、その後、ユニットFCに移管する。

取組み②（新規出店に関する方針の見直し） **Plenus**

FC主体の事業を推進するため、環境整備を充実させつつ、マッチング率のアップを促進。



競争力強化のため、
商品の進化・新サービスの提供や、
市場性の高い商圈の開発など、
新たな営業施策を検討・展開



- ・ こだわりと健康を兼ね備えた「金芽ごはん」導入
- ・ ネットを活用した宅配システムの確立 ……など

金芽ごはんの導入について

「ごはんへのこだわり」

今年11月から「金芽ごはん」を使用

プレナスグループの2,868店舗対象

炊飯前の「金芽ごはん」も同時に発売開始

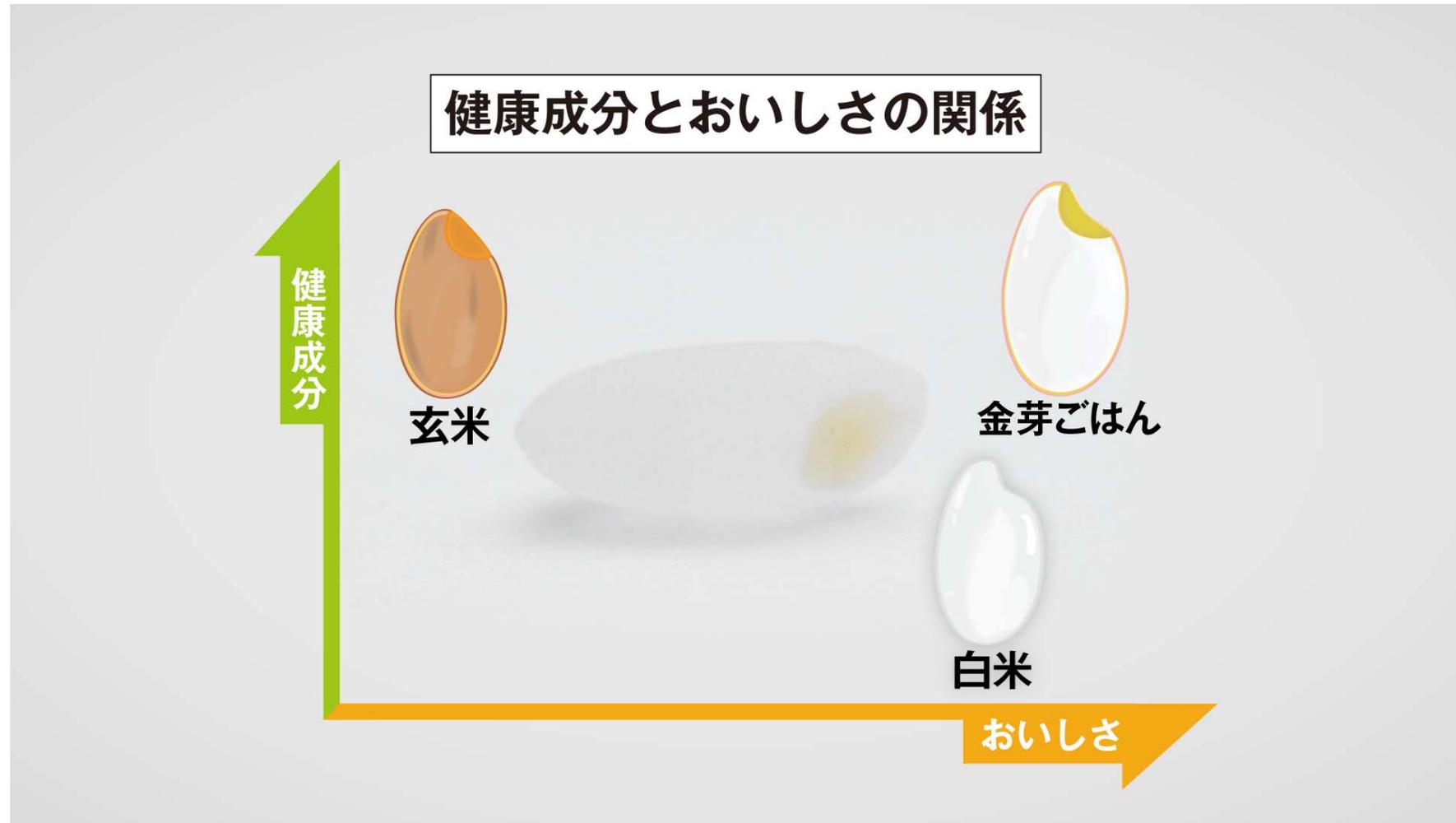
「ほっともっと」の店舗で新鮮なお米を販売

金芽ごはんの特長

- ビタミンや食物繊維など多くの健康成分を含む
「健康的なごはん」
- カロリーは約10%カット
- しかも、おいしさは白米と同様

「おいしさ」と、お客様の「健康」の両立を実現

金芽ごはんの特長



プレナスのお米

- 100%国産米を使用
- 全国各地を訪ね歩き、玄米の状態です入れ
→ 質のいいお米だけが「金芽ごはん」化可能
- 精米したばかりのお米が一番おいしい
→ 使用量に鑑み自社の精米工場です計画的に精米
「健康的なお米」を「フレッシュな状態」で「継続的」に提供
- プレナスは平成6年から無洗米を導入。
「節水」と「研ぎ汁を出さない」ことで環境保護

お米とは・・・プレナスの考え方

日本人に「欠かせない」「最も重要な食材」

お米が獲れる水田は日本の原風景

お米を守り、水田を守ることは日本の文化と自然を守ることに繋がり、繁栄をもたらす

お米とは・・・プレナスの考え方

プレナスは年間に我が国で消費されるお米の0.5%に相当する量を扱っている

おいしく、身体にいいお米を提供することで、人々の健康と日本の文化・自然を守ることに貢献する企業であり続ける

Plenus
