

# 株式会社プレナス

## 2016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まことはお控えくださいますようお願い致します。

**Plenus**

2015年10月

**I 上半期の施策**

II 上半期の業績

III 下半期の主な施策

IV 2016年2月期の業績予想

V 新ブランドの創出

# 新たなるブランディングへの取り組み①

ブランディングへの取り組み・・・ブレインセンター(ブランディングの拠点)設立

## 健康ブランディングの推進



タニタ監修弁当

健康志向メニューの販売

減塩

全弁当メニューを対象に  
平均16%の減塩

金沢大学産学連携

食と健康に関する  
共同研究を開始

# 新たなるブランディングへの取り組み②

## 地域に密着した店舗づくり

Bento5

バランスのよい日替わり弁当  
十数種類のラインナップから、その日販売するメニューを  
店長が決める



ご当地弁当

全国各地の名物料理を弁当に仕立て、地域限定で販売



# 新たなるブランディングへの取り組み③

## 海外のお客様を誘引

新ブランドロゴ

世界共通の英字主体のロゴを採用

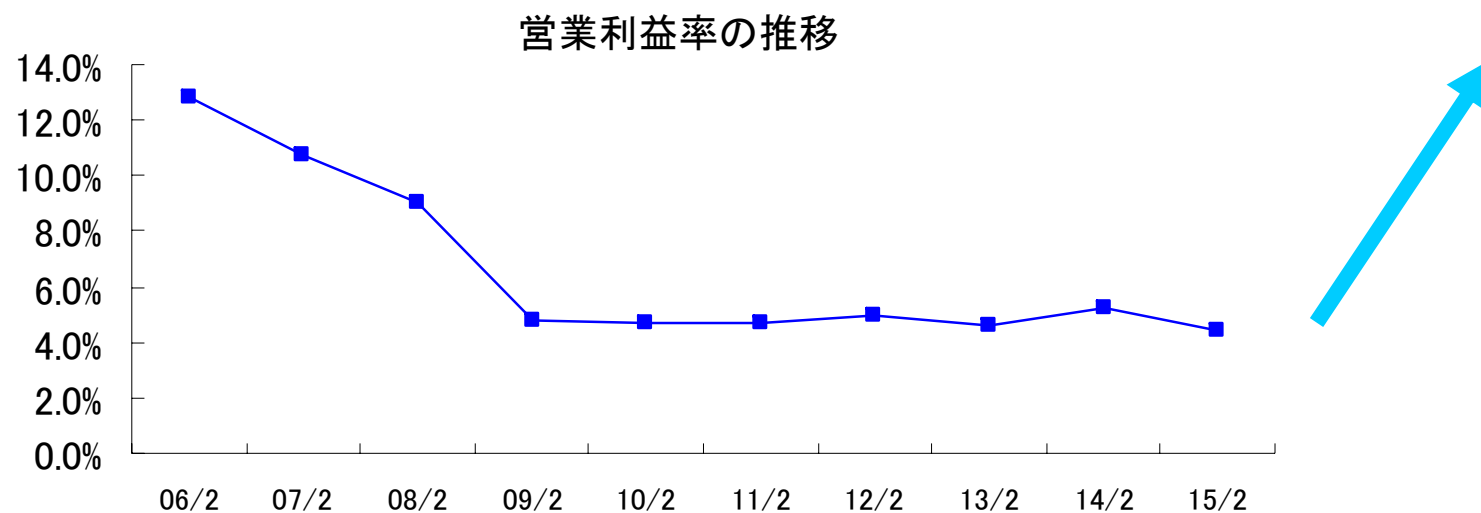


券売機 外国語対応

やよい軒の券売機  
4カ国語(日本語・英語・中国語・タイ語)対応に



# 損益構造の改革を推進



原材料費の上昇

人件費の上昇

利益が出にくい状況

損益構造の改革に着手

# 売上総利益の改善

---

## 価格を見直し、高付加価値商品を提供

価格改定

ディスカウントキャンペーンの見直し

ほっともっと 昼割の廃止

ほっともっと 地域別価格の導入

高付加価値メニューの発売

ほっともっと タニタ監修弁当 Bento5



売上総利益率の改善

## コストコントロールの実施

---

様々な施策でコストの効率化を図る

営業時間見直し

改装移転の推進

広告宣伝費の見直し

ユニットFCの推進

不採算店舗の早期退店

**必要なコストの投入と固定費の減少**



## 損益構造改革の成果

---

構造改革は着実に成果が出ており、損益構造は大きく変化  
上半期で11億円(前年同期比)の効果があった

売上総利益の改善 6億円

販促コスト等の最適化 5億円

---

効果 11億円

I	上半期の施策
---	--------

II	上半期の業績
----	--------

III	下半期の主な施策
-----	----------

IV	2016年2月期の業績予想
----	---------------

V	新ブランドの創出
---	----------

# 連結損益計算書

(単位:百万円、%)

	2Q実績(累計)		前年同期比		計画対比 ※②	
	実績	構成比	差額	増減率	差額	増減率
チェーン店頭売上高 ※①	94,638	-	△ 2,651	△ 2.7	△ 5,461	△ 5.5
売上高	73,103	100.0	△ 4,027	△ 5.2	△ 4,096	△ 5.3
売上総利益	39,979	54.7	△ 1,383	△ 3.3	△ 1,941	△ 4.6
販管費	36,919	50.5	△ 1,063	△ 2.8	△ 1,501	△ 3.9
営業利益	3,060	4.2	△ 320	△ 9.5	△ 439	△ 12.6
経常利益	3,250	4.4	△ 397	△ 10.9	△ 349	△ 9.7
四半期純利益	1,851	2.5	△ 222	△ 10.7	△ 248	△ 11.8

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

※②計画対比は、2015年4月公表の業績予想との対比

## 出退店の状況

		当期	前年同期		計画	
		上半期	上半期	差異	上半期	差異
ほっともっと	出店	35	51	△ 16	50	△ 15
	退店	△ 65	△ 38	△ 27	△ 27	△ 38
	改装等	96	65	31	144	△ 48
	店舗数	2,698	2,705	△ 7	2,751	△ 53
やよい軒	出店	9	15	△ 6	11	△ 2
	退店	0	△ 2	2	0	0
	改装等	13	6	7	19	△ 6
	店舗数	283	260	23	285	△ 2
MK	出店	0	0	0	0	0
	退店	△ 1	△ 1	0	△ 1	0
	改装等	2	0	2	0	2
	店舗数	30	31	△ 1	30	0

I	上半期の施策
---	--------

II	上半期の業績
----	--------

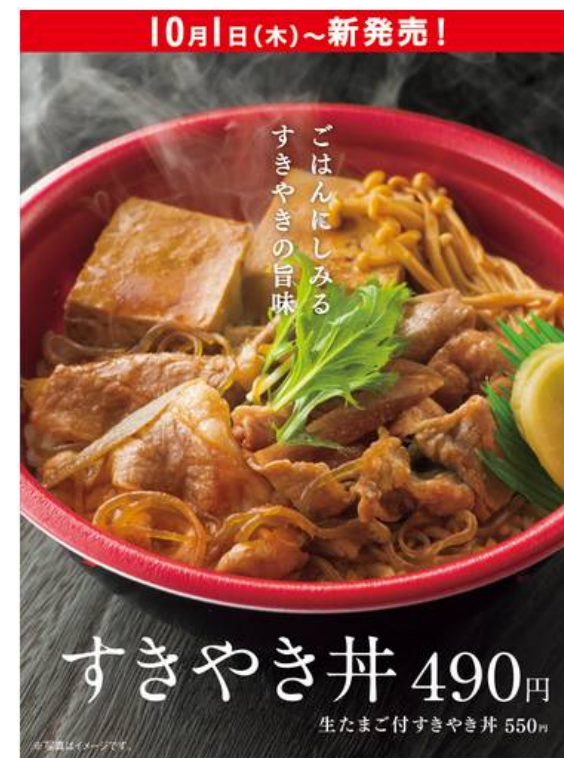
III	下半期の主な施策
-----	----------

IV	2016年2月期の業績予想
----	---------------

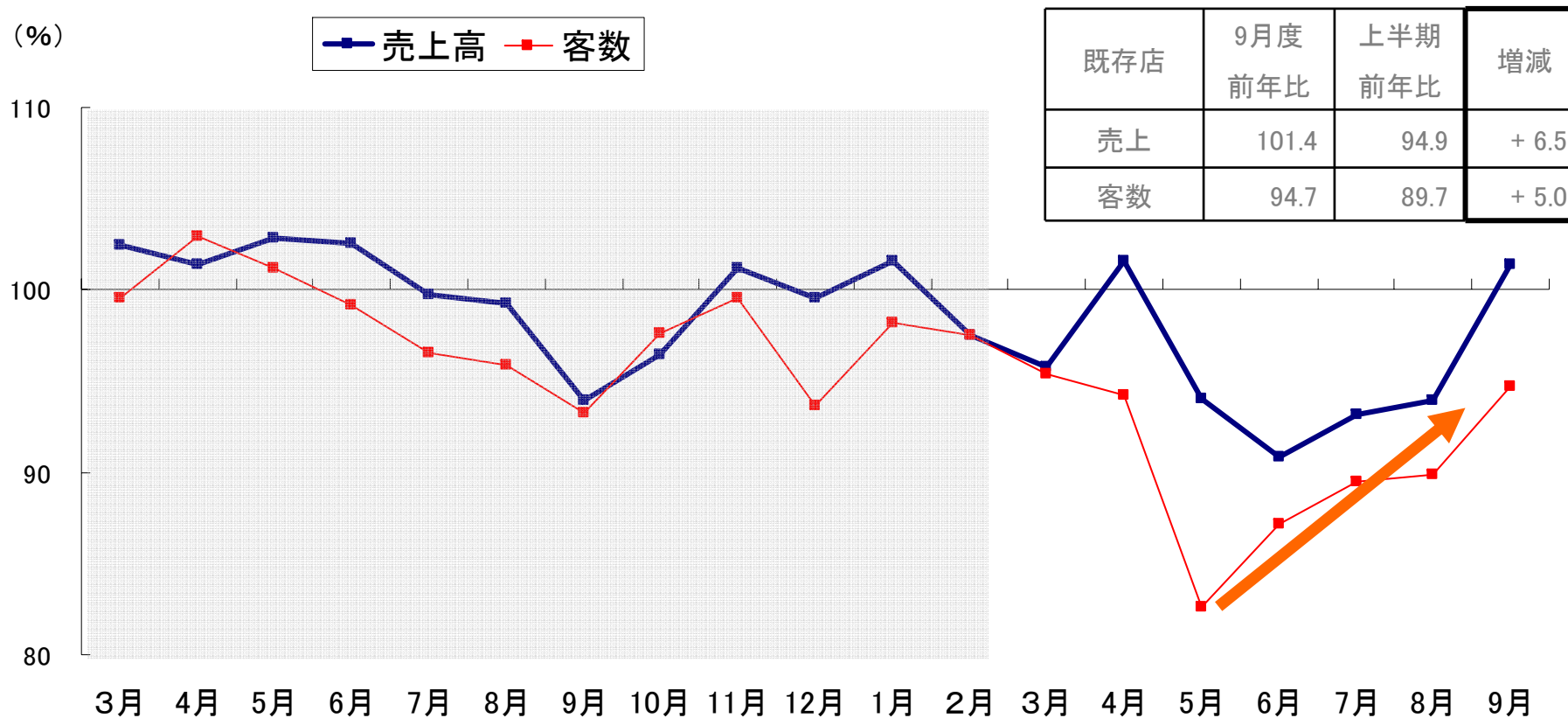
V	新ブランドの創出
---	----------

# ほっともつと事業 商品戦略①

人気の季節商品をタイムリーに投入 長期販売を実施



9月の海鮮天井・海鮮天とじ井の販売により、  
客数の上昇トレンドが鮮明になっている。



お客様のご要望にお答えし、11月より  
ご当地弁当を各地域にて順次発売

関東地区



関東醤油仕立て  
焼きとん重



駒ヶ根ソースかつ丼



十勝豚丼



十和田バラ焼き重

関西地区



牛すじ重



駒ヶ根ソースかつ丼



九州醤油仕立て  
ビーフ弁当



今治焼豚玉子飯



## 幅広い客層を獲得するため、TV-CMでやよい軒をPR

- ・認知度の向上
- ・やよい軒のイメージ向上
- ・女性、シニア層への訴求

女優の多部未華子さんを起用し  
「やよい軒」が日本人の日常食ともいえる  
バランスのとれた「定食」=「きちんとした食事」  
を提供するレストランだということを伝える内容



## 健康志向のメニュー開発

9月1日～  
定食・朝食のごはんを  
十六穀米に変更できる  
サービスを開始



女性・50歳以上の方をターゲット  
としたヘルシーなメニュー



温野菜の豚しゃぶ定食

たっぷり野菜・低カロリー・一汁三菜でバランスよく

ボリューム感・季節感のある商品で飽きのこないメニュー構成



たっぷり野菜の味噌炒め定食



さんまの塩焼定食



かきフライ定食



すき焼き定食

I	上半期の施策
---	--------

II	上半期の業績
----	--------

III	下半期の主な施策
-----	----------

IV	2016年2月期の業績予想
----	---------------

V	新ブランドの創出
---	----------

# 業績予想の前提

(単位:%、店)

		上半期 (実績)	下半期 (今回予想)	通期 (今回予想)	通期 (期首予想)
ほっともっと	既存店売上前年比	94.9	102.0	98.5	101.0
	出店	35	52	87	100
	退店	△65	△ 18	△ 83	△ 50
	改装等	96	117	213	290
	期末店舗数	2,698	2,732		2,778
やよい軒	既存店売上前年比	98.4	102.0	100.2	102.0
	出店	9	18	27	60
	退店	0	0	0	0
	改装等	13	7	20	19
	期末店舗数	283	301		334
MK	既存店売上前年比	106.0	102.0	104.0	102.0
	出店	0	2	2	3
	退店	△ 1	0	△ 1	△ 1
	改装等	2	27	29	0
	期末店舗数	30	32		33

# 業績予想(前年対比・期首予想対比)

## (1) 前年対比

(単位:百万円、%)

	通期予想		前期実績		前年対比	
	金額	構成比	金額	構成比	差 額	増減率
売上高	148,000	100.0	152,585	100.0	△4,585	△3.0
営業利益	8,100	5.5	6,702	4.4	+1,398	+20.9
経常利益	8,400	5.7	7,708	5.1	+692	+9.0
当期純利益	4,800	3.2	4,236	2.8	+564	+13.3

## (2) 期首予想対比

	通期予想		期首予想		期首予想対比	
	金額	構成比	金額	構成比	差 額	増減率
売上高	148,000	100.0	155,000	100.0	△ 7,000	△4.5
営業利益	8,100	5.5	8,100	5.2	-	-
経常利益	8,400	5.7	8,400	5.4	-	-
当期純利益	4,800	3.2	4,800	3.1	-	-

I	上半期の施策
---	--------

II	上半期の業績
----	--------

III	下半期の主な施策
-----	----------

IV	2016年2月期の業績予想
----	---------------

V	新ブランドの創出
---	----------

## ほっともっと事業の現状

都心部では、昼間人口に比べて店舗数が少ない

区	昼間人口	店舗数	1店舗あたり人口
港区	886,173	7	126,596
千代田区	819,247	6	136,541
世田谷区	812,810	5	162,562
新宿区	750,120	4	187,530
中央区	605,926	6	100,988
品川区	527,019	4	131,755
渋谷区	520,698	0	-

日本全国	128,057,352	2,698	47,464
福岡県	5,078,054	283	17,944

※ 人口 : 総務省 平成22年国勢調査

店舗数 : 平成27年8月末現在



魅力的なマーケットが存在する

短時間にお客様が集中する

平日・休日の売上差が大きい

坪単価・時給が高い

**販売機会とコストに特徴**

## 新しい店舗モデルの必要性

---

都心部の顧客ニーズを満たし、  
かつ生産性の高い店舗モデルを構築

省スペースでの出店

販売商品の絞込み

少人数、かつ効率の高い店舗オペレーション



新しい都市型の店舗

# 新ブランドの創出

---

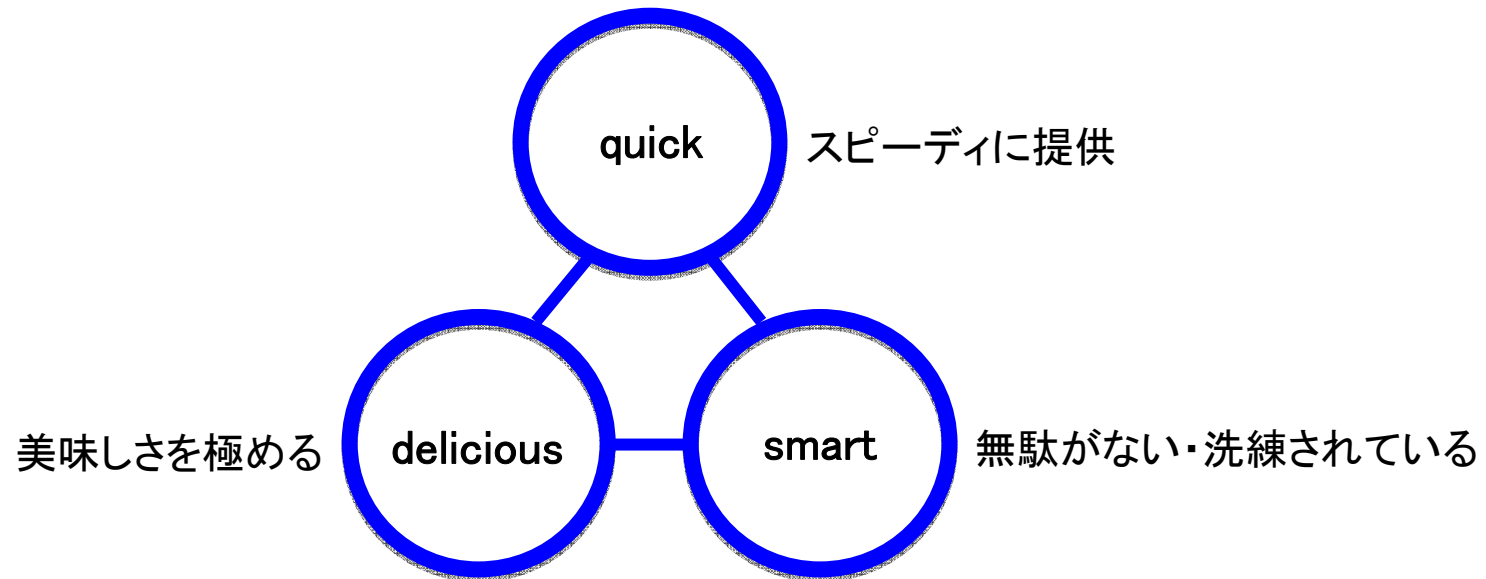


Business → ビジネス・ランチ

Busy → 忙しい

## 基本コンセプト



---



quick delicious smart

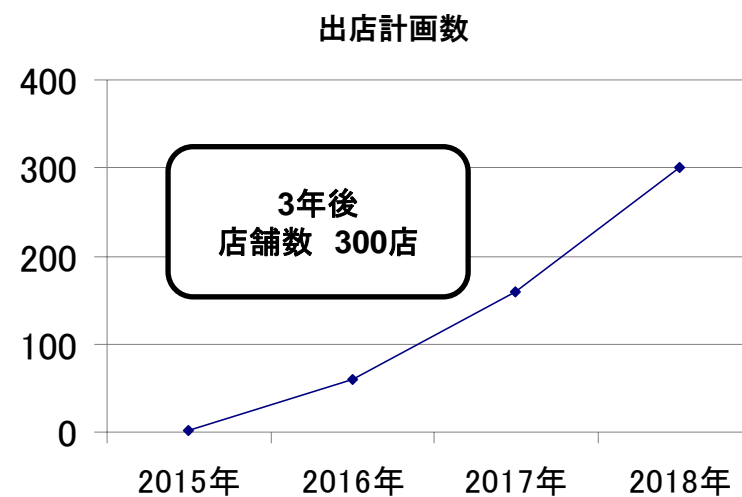
忙しい都会のビジネスマンやOLのランチタイムに対して、  
「おいしいお弁当」を「無駄なくスピーディに提供」する事を基本コンセプトとする。

# 戦略的位置づけ

ブランド	Hotto Motto	BizLunch
ロゴ・デザイン	 <p>The image shows the Hotto Motto logo, which consists of a red circle containing the letters 'HM' and the Japanese characters 'ほっともっと' below it. To the right is a photograph of a Hotto Motto storefront, a modern-looking building with large glass windows and a sign above the entrance.</p>	 <p>The image shows the BizLunch logo, a stylized blue and red 'B' with the text 'BizLunch' below it. To the right is a photograph of a BizLunch storefront, a more compact and modern-looking building with a sign above the entrance.</p>
位置づけ	Hotto Mottoの標準店舗	都市型戦略店舗
立地	すべてのエリア	ビジネス街、駅前、ビルイン
価格	330円～800円と幅広い価格設定	500～600円台が中心
メニュー数	約40種類	約10種類
店舗サイズ	20坪	10～15坪

## 今後の展開

10月20日 東京・銀座に1号店をオープン  
都心部を中心に开店し、3年で300店舗を目指す



---

**P|enius**