

2004.2.13 アナリスト説明会向け補足説明資料

3 ページ 2004年9月期第1四半期 PL

- 前期 第1四半期 2002年10月-12月の特殊要因
外食事業のFC展開本格スタート
7店舗オープンによる出店関連収入（工事、加盟金）の発生 1億4百万円
- 今期 第1四半期 2003年10月-12月の外食事業実績
3店舗オープン 出店関連収入（工事、加盟金） 3千2百万円
- 今期新設した新工場（松伏・梅田）は、
当社独特の品質へのこだわりを徹底すべく品質の向上と安定化に注力した結果、
正式稼動が11月にずれ込んだため、
製品の供給が遅れたことによって、売上の計上が遅れ、
減価償却費負担の増加を十分にカバーすることが出来ませんでした。
- 営業利益については
前期 第1四半期の5,241千円から
今期は12,373千円と136%の大幅増となっております。

4 ページ 業績推移（四半期ベース）

- 売上実績については、
季節変動要因の影響もあって、
対前四半期（2003.7~9）比は4百万円増の微増であったが、
新規出店にかかる工事収入や加盟金収入などを除いた
小売事業と外食事業それぞれの直営売上・FC卸売上を合わせた売上実績では、
対前年同期の313百万円から31百万円プラスの344百万円と約10%増となり
順調に推移しています。

5 ページ 小売事業業績推移

- 直営店舗の実績については、
既存店舗（13ヶ月以上経過）の2002年10月からの実績推移と比較した場合、
第1四半期および第2四半期は相対的に業績のボトム期にあると考えられます。
中間期の営業計画に対しては、小売事業の業績は、下方修正要因となりますが、
下半期（4月-9月）に関しては、上半期実績よりも40%程度の上乗せを見込んでおります。
- 店舗数については
10月-12月のFC出店数は19店舗、契約ベースでは29店舗となりました。
今期年間出店計画数60店に対する進捗率は契約ベースで48.3%、
店舗数にし4店舗上回るペースで出店しておりますので、
出店計画については上乗せが十分可能と考えております
12月末時点 直営22店、FC55店

今後、季節変動にかかる業績への影響については、
指数化を行い予算計画へ反映させるよう研究を続けてまいります。

7 ページ 外食事業業績推移

○実績について

対前年同期比では、店舗開店関連工事費などの初期売上を除けば、1店舗当りの売上は上向き。直営104.3%、FC100.8%と順調に推移しています。前期から本格的にスタートさせた外食事業については、現在もビジネスモデルを構築している発展途上のビジネスであるため、運営ノウハウについては十分ではありませんので、指数化を行い正確な予算計画の立案に向けて研究を続けてまいります。下半期は春先からの需要拡大はもちろんのこと、出店計画の上方修正、メニュー見直しや継続的な販促による集客・売上の拡大、新商品開発・投入による利益率の改善、そして、植物性たんぱく質をメインとした大豆関連商品を取り巻くフォローの環境等を勘案した上で、通期で予算計画達成に関しては大きく寄与するものと見込んでおります。

○店舗数について

10月－12月のFC出店数は3店舗となりました。今期年間出店計画数6店に対する進捗率は50%、計画の1.5倍のペースとなっておりますので、出店計画については上乘せが十分可能と考えております。

12月末時点 直営6店、FC30店

10 ページ 中間期業績予想修正要因の説明（小売事業）

季節変動要因として

第1四半期、第2四半期の小売直売店所の業績はボトムとなります。酒販店兼業FCの売上については、2002年4月以降本格的な出店を進めてきたために、開店などの特殊要因を排除した既存店（13ヶ月以上経過）の通期実績データはないものの、業績推移はおおむね既存直売所と同じ傾向になるものと見込んでおります。

なお、予算計画策定に際しては、業績のトップのタイミングである2003年4月－7月の実績に基づき目標値を算出しましたので、中間決算の計画数字に対しては下方修正の一因となりました。

今後、既存店舗（13ヶ月以上経過）の2002年10月からの実績推移をベースに考えると第1四半期および第2四半期は相対的に業績のボトム期にあると考えられるため、下半期（4月－9月）は上半期（10月－3月）に比べ40%程度の需要拡大を予想しております。また、出店計画についても上乘せが可能と考えておりますので、通期での計画数字の達成に貢献するものと考えております。

下半期は需要の拡大を受け、工場稼働率はアップしますので、原価率のダウンにも繋がることから利益率の改善も見込んでおります。

11 ページ 中間期業績予想修正要因の説明（外食事業）

2002年以降本格的な出店を進めてきたために、
開店などの特殊要因を排除した既存店（13ヶ月以上経過）の通期実績データは十分ではなく、
精度の高い計画策定のためのノウハウがまだ十分ではありません。
実績においては前年同期比ではプラスとなり順調に推移していますが、
下半期（4月－9月）は出店計画を4店上積みすることのほか、
メニュー変更や販促の強化により上半期（10月－3月）に比べて1店舗当りの売上の拡大を
予想しているため、収益性についても改善を目指してまいります。

また、現在積極的に進めているショッピングセンター内のインショップ形態での出店が
今後の中心となります。

インショップということで、集客力が安定することが見込まれるとともに、
酒類よりも食事の売上比率が高まることが予想されますので、
収益力の向上に繋がると考えており、通期計画の達成に寄与する見込みです。

12 ページ 今期の施策（小売事業）

○ 季節要因による業績の変動の抑制

- ・ 商品開発力の強化・拡充
豆乳をベースにした商品開発力の強化
業務提携をはじめとした連携パートナーとの関係強化
- ・ フランチャイジーに対するスーパーバイザー機能の強化
- ・ 仕入れ商材の拡充
メーカーとの協力により工場直売商品の充実に取り組む

○ 新業態への取り組み

- ・ 幅広い顧客ニーズへの対応
デザート商品の開発、販売を手がける茂蔵スイーツの店舗展開

○ 販売チャネルの拡充

- ・ 関東エリアでの工場直売所（FC）の出店強化
- ・ 外食店舗を基点とした販売網の構築
- ・ ギフト商品の見直しによる販売強化

13 ページ 今期の施策（外食事業・卸事業）

○ 茂蔵ブランドの強化

- ・ 外食店舗による全国展開を推進し、茂蔵ブランドの地域浸透を目指す
外食店舗を基点とした小売店舗の出店に継続して取り組む（外食店によるブランドサポート）
- ・ 差別化に繋がる卸売事業への参入（ブランド力のある企業への食材供給）

16 ページ 当社のミッション

- 中高年人材との連携強化 ～ 地域循環型経済の創造 ～
 - ・ 社会参加意欲旺盛な中高年人材を積極的に支援し、豆腐直売所の運営やフランチャイジーへのサポート戦力として積極的な登用を図る
 - ・ 高齢者でも運営できるシンプルな事業を展開し、協力いただくことによって、老後の生活の生きがい、社会参加の場を提供するとともに、高齢者の自立を支援し、報酬による安定した生活基盤の確保をサポートする
 - ・ 雇用、生産、消費、そして納税といった地域循環型経済の仕組み作りを目指す
- 事業再生事業への取り組み ～ やる気のある経営者をサポート ～
 - ・ 酒飯店を中心とした事業再生プログラムの全国展開（フランチャイズ）
 - ・ 豆腐製造販売事業者への支援プログラムの推進（特約店）
 - ・ 地域活性化への取り組み（町おこし、村おこし事業支援）
- 健康と環境に配慮した商品開発への取り組み
 - ～ 毎日の食卓に並ぶ身近な食品として適正な価格でいいものを提供し続ける ～
 - ・ 大豆関連食材をはじめ植物性タンパク質をベースとした健康食品の品揃え強化
 - ・ 技術力を持つ研究機関などとの業務提携・連携強化
商品開発力の強化・拡充
 - ・ 環境に配慮したりサイクル商品の品揃えの充実
おから再生商品への注力