

2011年2月期
第1四半期 決算説明資料

2010年7月
株式会社ゼットン
(コード:3057)

目次

I. 第1四半期決算概要

2011年2月期 第1四半期 決算サマリ	4
損益計算書概要	5
四半期業績の推移	6
売上高の変動要因	7
店舗数 / 売上高構成比	8
既存店売上高前年同期比	9
事業別業績：	
ハイライト	10
公共施設開発事業	11
商業店舗開発事業	12
本社経費の概要	13
貸借対照表概要	14
キャッシュ・フロー計算書概要	15
2011年2月期 連結業績計画	16

II. 第1四半期のトピックス

第1四半期決算のポイント	18
第1四半期の新規出店	21

APPENDIX

売上高 / 経常利益の推移	24
エリア別 : 売上高構成比 / 店舗数の推移	25



1. 第1四半期決算概要

(2010年3月～2010年5月)

Photo: MANOA Aloha Table

当資料は株式会社ゼットンが作成したものであり内容に関する一切の権利は当社に帰属しています。複写及び無断転載はご遠慮下さい。当資料は当社が当社の現在発行している、また将来発行する株式や債券等の保有を推奨することを目的に作成したものではありません。また、当資料は当社が信頼できると判断した情報を参考に作成していますが当社がその正確性を保証するものではなく、事業計画数値に関しても今後変更される可能性があることをご了解下さい。

2011年2月期 第1四半期決算サマリー

業績の状況・・・売上拡大とコスト低減策により黒字回復

売上高は前年同期比15.4%増の1,569百万円、経常利益は前年同期の△132百万円に比べ170百万円増の38百万円となりました。

1

順調な売上高拡大

「横浜マリントワー」を中心とする前期出店店舗が売上高拡大に大きく寄与しました。新規出店したハワイアン「MANOA Aloha Table」も好調に推移しました。

コストコントロール

第1四半期は4店舗の出店を行ったが、出店コストは前年同期の143百万円に比べ大幅に低下、14百万円にとどまりました。

2

既存店の状況・・・回復傾向を継続

既存店売上高は回復傾向を継続しました。公共施設開発事業における既存店売上高は前年同期比で101.7%、商業店舗開発事業における既存店売上高は同97.2%となり、既存店全体では同99.5%となりました。

※既存店の定義：開店から24ヶ月以上経過した店舗

3

新規出店の状況・・・4店舗を新規出店

商業店舗開発事業においてハワイアンブランドを中心に4店舗を新規出店しました。また、公共施設開発事業においては契約満了により1店舗を閉店しました。なお、リニューアル準備のため第1四半期末においては商業店舗開発事業にて1店舗を閉店しました。これにより、当期末の店舗数は合計43店舗となりました。

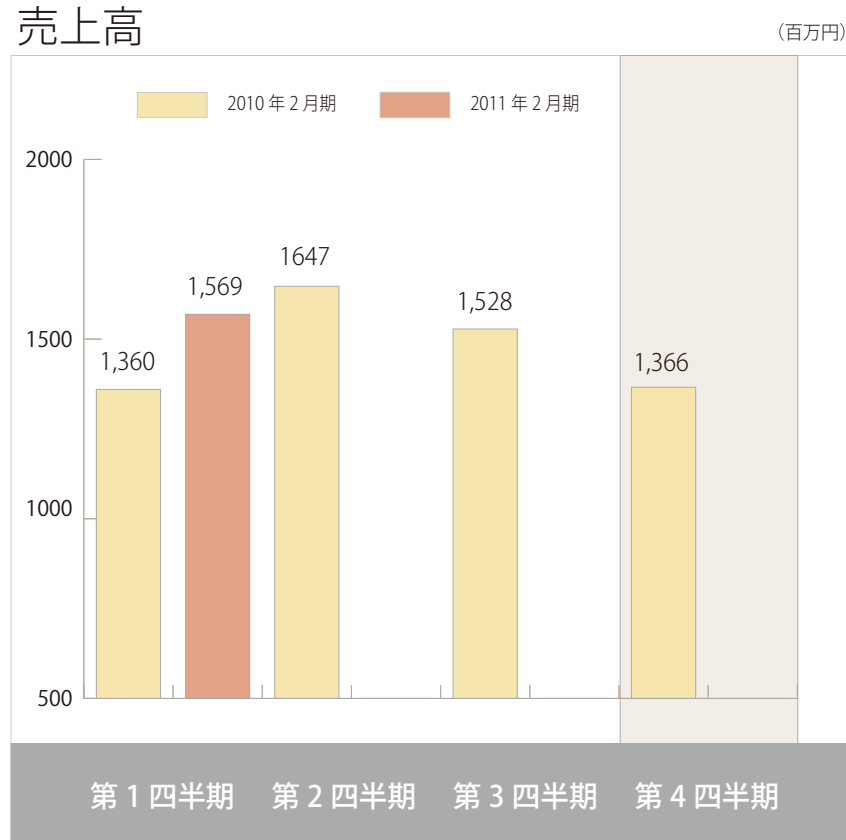
損益計算書概要

(単位：百万円/%)

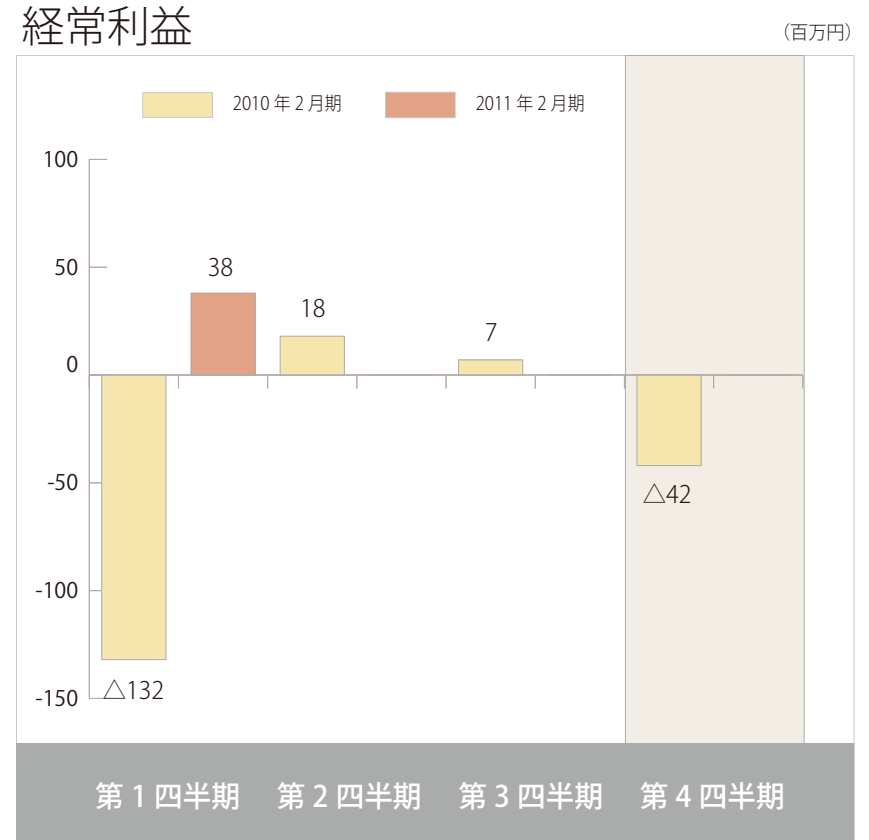
	2010年2月期 第1四半期		2011年2月期 第1四半期		増減		ポイント
	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	
売上高	1,360	100.0	1,569	100.0	208	-	前年同期比 15.4%増。3月に新規出店した「MANOA Aloha Table」の売上が好調。「横浜マリニタワー」の売上也順調に拡大。
売上原価	417	30.7	476	30.4	59	△0.3	原価率は 0.3%減。
売上総利益	943	69.3	1,092	69.6	149	0.3	
販売費及び一般管理費	1,079	79.3	1,046	66.7	△32	△12.6	販管費のコストコントロール効果により販管費比率は 12.6%低下。出店コストは前年同期より 129 百万円減少し、14 百万円にとどまる。
(内訳) 人件費	516	37.9	503	32.1	△12	△5.9	
その他販管費	562	41.4	543	34.6	△19	△6.7	
営業利益	△135	△10.0	45	2.9	181	12.9	売上拡大、原価低減、販管費低下により、営業利益は大幅に増加。
営業外損益	3	0.2	△7	△0.5	△10	△0.6	
経常利益	△132	△9.8	38	2.4	170	12.2	
特別損益	△0	△0.0	17	1.1	17	1.1	
税引前当期純利益	△132	△9.8	55	3.5	188	13.3	
当期純利益	△92	△6.8	26	1.7	118	8.5	

※既存店の定義：開店から 24 ヶ月以上経過した店舗

四半期業績の推移

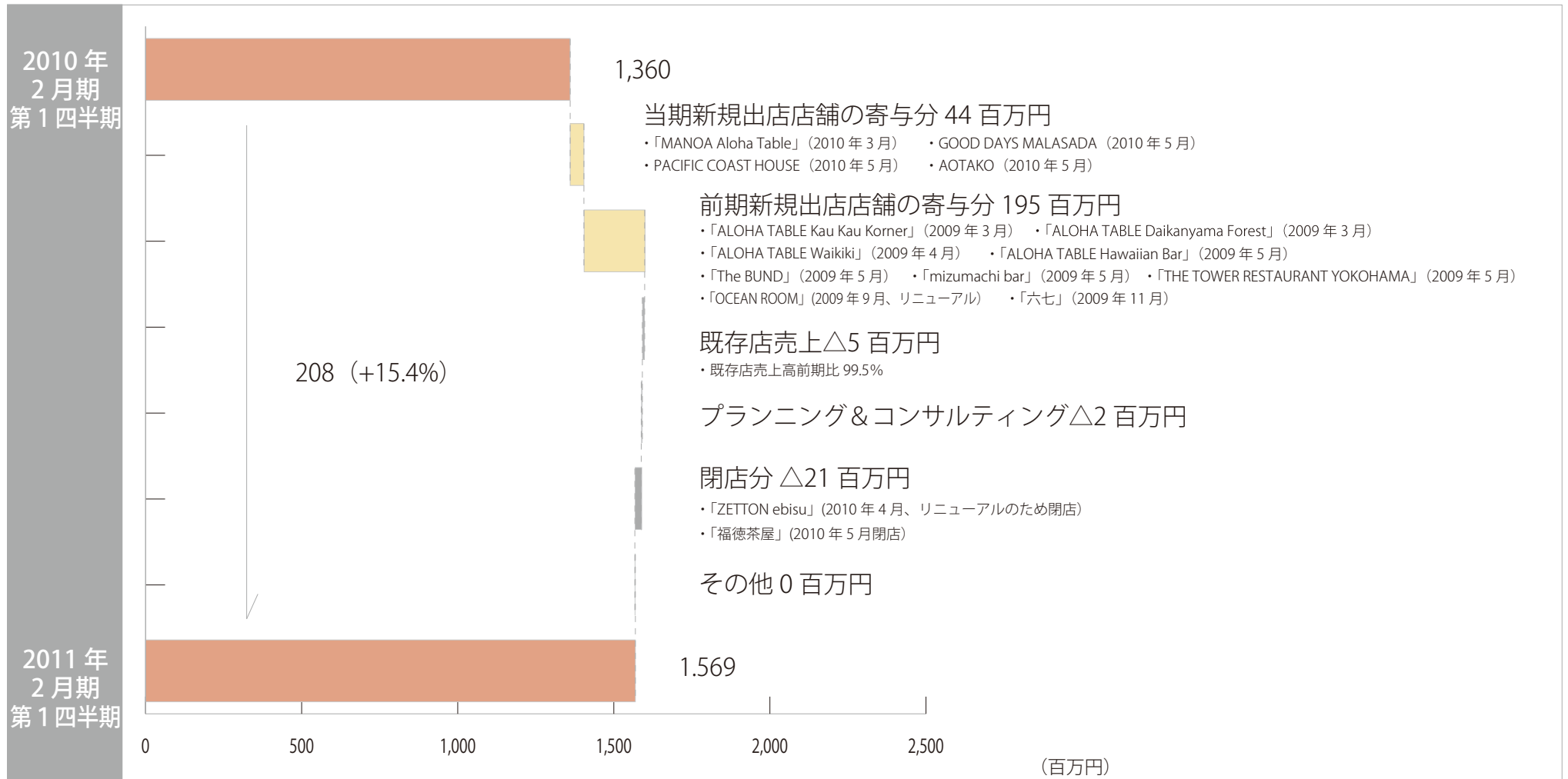


第1四半期の売上高は前年同期を15.4%上回る結果となる。昨年5月にリニューアルオープンした「横浜マリントワー」の売上貢献効果が大きい。



第1四半期は38百万円の経常黒字となる。コストコントロールを重視した出店政策が功を奏す。

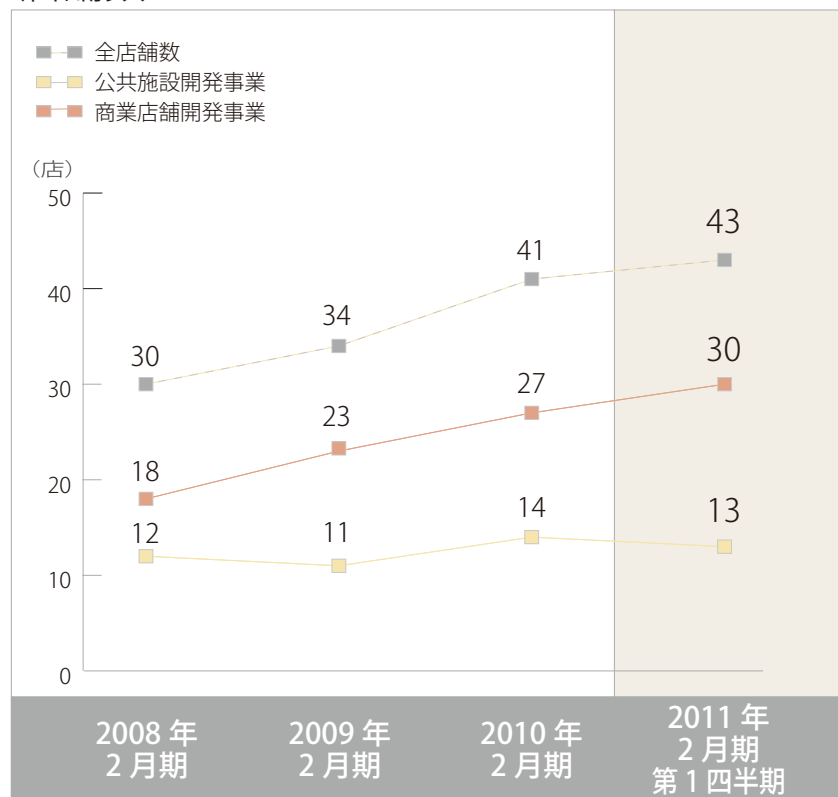
売上高の変動要因



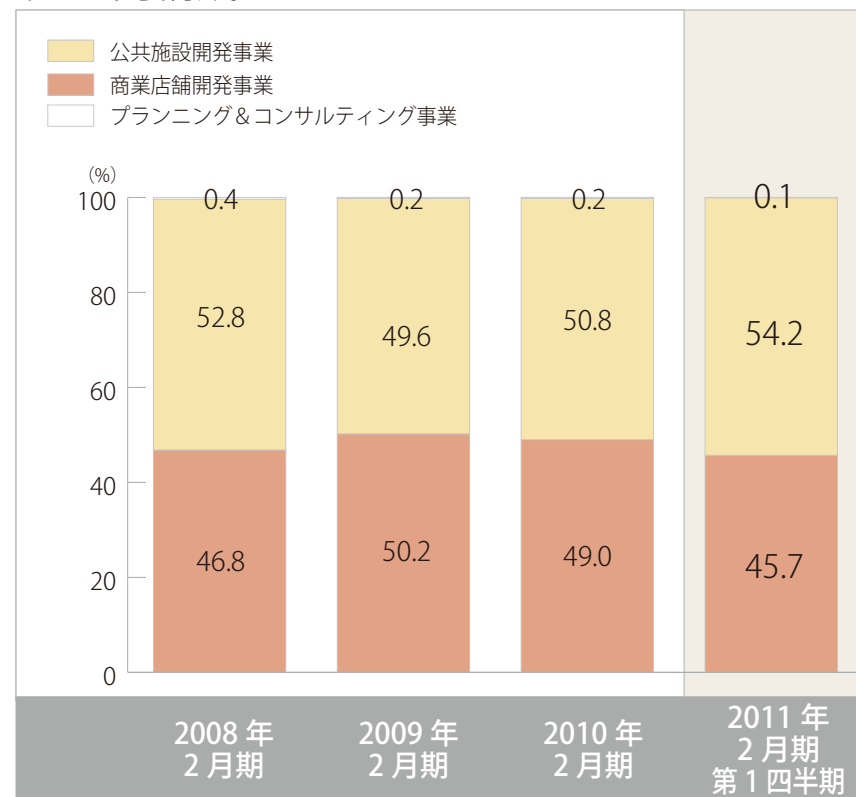
※既存店：開店から24ヶ月以上経過した店舗

店舗数 / 売上高構成比

店舗数



売上高構成比



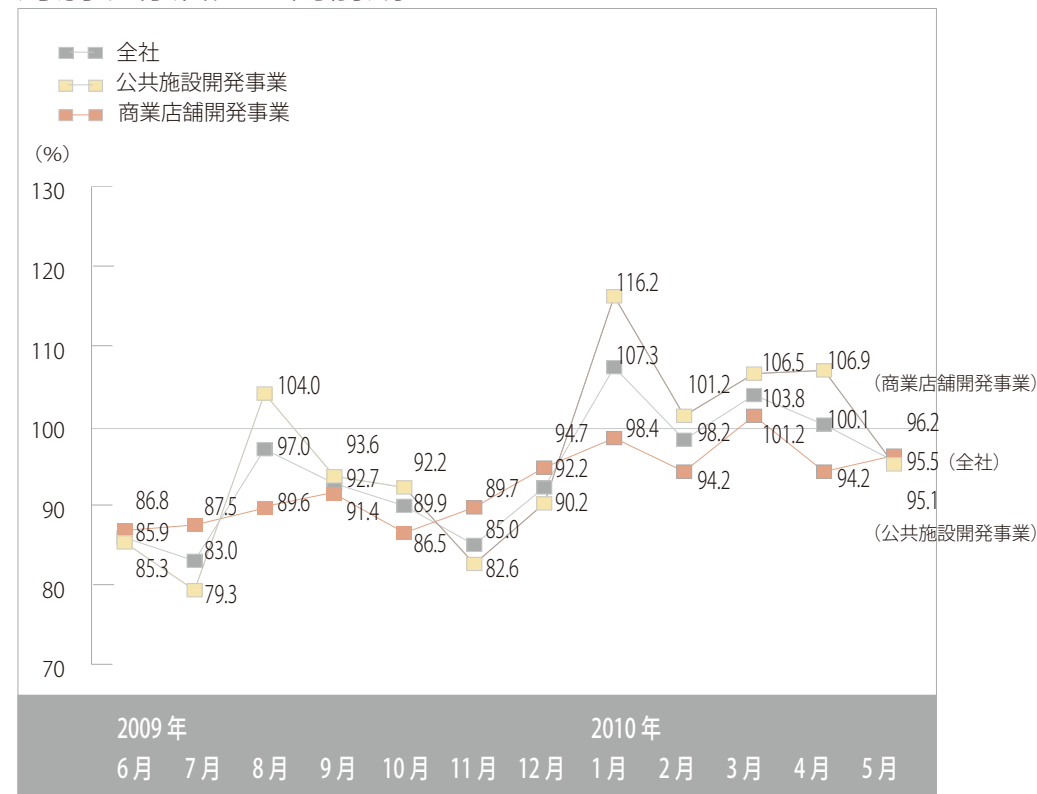
既存店売上高前年同期比

既存店売上高前年同期比



※既存店：開店から24ヶ月以上経過した店舗。

月別既存店売上高前期比



事業別業績：ハイライト

(単位：百万円 / %)

	全社		公共施設開発事業		商業店舗開発事業		プランニング&コンサルティング事業		本社経費
	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	(金額)
売上高	1,569	100.0	850	100.0	717	100.0	1	100.0	—
売上原価	476	30.4	280	32.9	196	27.4	0	9.9	—
売上総利益	1,092	69.6	570	67.1	521	72.6	1	90.1	—
販売費及び一般管理費	1,046	66.7	410	48.3	464	64.7	22	1878.0	149
営業利益	45	2.9	159	18.8	56	7.9	△21	△1787.9	△149

事業別業績：公共施設開発事業

(単位：百万円/%)

	2010年2月期 第1四半期		2011年2月期 第1四半期		増減		ポイント
	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	
売上高	689	100.0	850	100.0	160	-	前年同期比 23.3%増。昨年 5 月に出店した「横浜マリントワー」の売上が好調に推移。
(内訳) フードサービス	339	49.2	402	47.3	62	△1.9	
ブライダル	350	50.8	448	52.7	98	1.9	
売上原価	233	33.9	280	32.9	46	△0.9	
(内訳) フードサービス	88	12.8	87	10.3	△0	△2.4	フードサービス原価率は 25.9%→21.8%に 4.1%低下。
ブライダル	145	21.1	192	22.6	46	1.5	
売上総利益	456	66.1	570	67.1	114	0.9	原価率の高いブライダル売上構成比率が上昇したが、フードサービスの原価低減効果が寄与し、売上総利益率は 0.9%上昇し 67.1%となる。
販売費及び一般管理費	461	66.9	410	48.3	△51	△18.7	出店コストが 108 百万円→14 百万円へと大幅減少。 (上記除く販売費及び一般管理費率 51.2%→46.5%)
(内訳) 人件費	212	30.9	194	22.9	△18	△8.0	
その他販管費	248	36.0	216	25.4	△32	△10.6	
営業利益	△5	△0.8	159	18.8	165	19.6	
店舗数	14 店		13 店		△1		
既存店売上高前期比 [※]	84.2%		101.7%		—		ブライダルの既存店売上は前年同期比 110.2%、 レストランの既存店売上は前年同期比 90.4%。

※既存店：開店から 24 ヶ月以上経過した店舗。

事業別業績：商業店舗開発事業

(単位：百万円/%)

	2010年2月期 第1四半期		2011年2月期 第1四半期		増減		ポイント
	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	
売上高	666	100.0	717	100.0	51	—	前年同期比 7.7%増。既存店売上も回復傾向。
売上原価	183	27.5	196	27.4	13	△0.1	
売上総利益	483	72.5	521	72.6	37	0.1	
販売費及び一般管理費	463	69.5	464	64.7	0	△4.8	
(内訳) 人件費	233	35.0	211	29.5	△21	△5.5	店舗人件費の抑制に努めたことより、人件費率が 5.5%低下。
その他販管費	229	34.5	252	35.2	22	0.7	
営業利益	19	3.0	56	7.9	36	4.9	
店舗数	27 店		30 店		3		
既存店売上高前期比 [※]	86.0%		97.2%		—		

※既存店：開店から 24 ヶ月以上経過した店舗。

本社経費の概要

(単位：百万円)

	2010年2月期 第1四半期	2011年2月期 第1四半期	増減	ポイント
販売費及び一般管理費	132	149	16	
(内訳) 人件費	53	53	0	
その他販管費	79	95	16	本社移転に係る一時的な費用の増加 10 百万円
地代家賃	12	12	△0	
減価償却費	2	1	△0	
旅費交通費	13	12	△0	
その他	50	68	18	

(単位：%)

販売費及び一般管理費 対売上高比率 ※	9.7	9.5	△0.2	
------------------------	-----	-----	------	--

※販売費及び一般管理費対売上高比率 = 本社販売費及び一般管理費 / 連結売上高

貸借対照表概要

(単位：百万円)

	2010年 2月期末	2011年2月期 第1四半期末	増減
【資産の部】			
流動資産	722	923	200
現金及び預金	480	645	164
売掛金	99	129	30
その他	144	150	5
貸倒引当金	△1	△1	0
固定資産	2,181	2,178	△3
有形固定資産	1,715	1,695	△19
建物・建物付属設備	1,420	1,422	2
器具備品	165	169	4
建設仮勘定	37	0	△37
その他	92	102	10
無形固定資産	39	38	△1
投資その他の資産	426	444	18
資産合計	2,904	3,102	197

	2010年 2月期末	2011年2月期 第1四半期末	増減
【負債の部】			
流動負債	1,174	1,340	165
買掛金	293	386	93
短期借入金及び 一年内返済予定長期借入金	412	402	△10
その他	467	551	84
固定負債	1,316	1,327	10
長期借入金	1,235	1,237	1
その他	81	89	8
負債合計	2,491	2,667	176
【純資産の部】			
株主資本	457	482	24
資本金	330	330	0
資本剰余金	253	253	0
利益剰余金	△126	△101	24
評価・換算差額等	△44	△47	△3
純資産合計	413	434	21
負債及び純資産合計	2,904	3,102	197

(単位：%)

流動比率	61.6	68.9	7.4
自己資本比率	14.2	14.0	△0.2
ROA	△9.7	3.5	13.2
ROE	△45.4	24.9	70.4

※ROA (ROE)：当期純利益／当期の平均資産 (平均純資産) ×4

キャッシュ・フロー計算書概要

(単位：百万円)

	2010年2月期 第1四半期	2011年2月期 第1四半期	増減	ポイント
営業活動によるキャッシュ・フロー	150	266	116	主に税金等調整前四半期純利益 55 百万円、減価償却費 55 百万円、売上債権の増加額 30 百万円、仕入債務の増加額 92 百万円、その他の流動負債の増加額 92 百万円等によるもの。
投資活動によるキャッシュ・フロー	△738	△83	655	主に有形固定資産の取得による支出 64 百万円、保証金の差入による支出 19 百万円等によるもの。
財務活動によるキャッシュ・フロー	818	△14	△833	主に長期借入れによる収入 100 百万円、長期借入金の返済による支出 98 百万円、短期借入金の減少額 10 百万円等によるもの。
現金及び現金同等物に係る換算差額	3	△4	△7	
現金及び現金同等物の増減額	234	163	△70	
現金及び現金同等物の期首残高	281	472	191	
現金及び現金同等物の期末残高	515	636	121	

2011年2月期 連結業績計画

(単位：百万円 / %)

	2010年2月期 通期実績	2011年2月期 第1四半期実績	2011年2月期 第2四半期計画	進捗率 (1Q実績 / 2Q計画)	2011年2月期 通期計画
売上高	5,902	1,569	3,200	49.0%	6,065
営業利益	△135	45	67	68.3%	78
経常利益	△148	38	60	63.4%	63
当期純利益	△256	26	21	125.9%	23



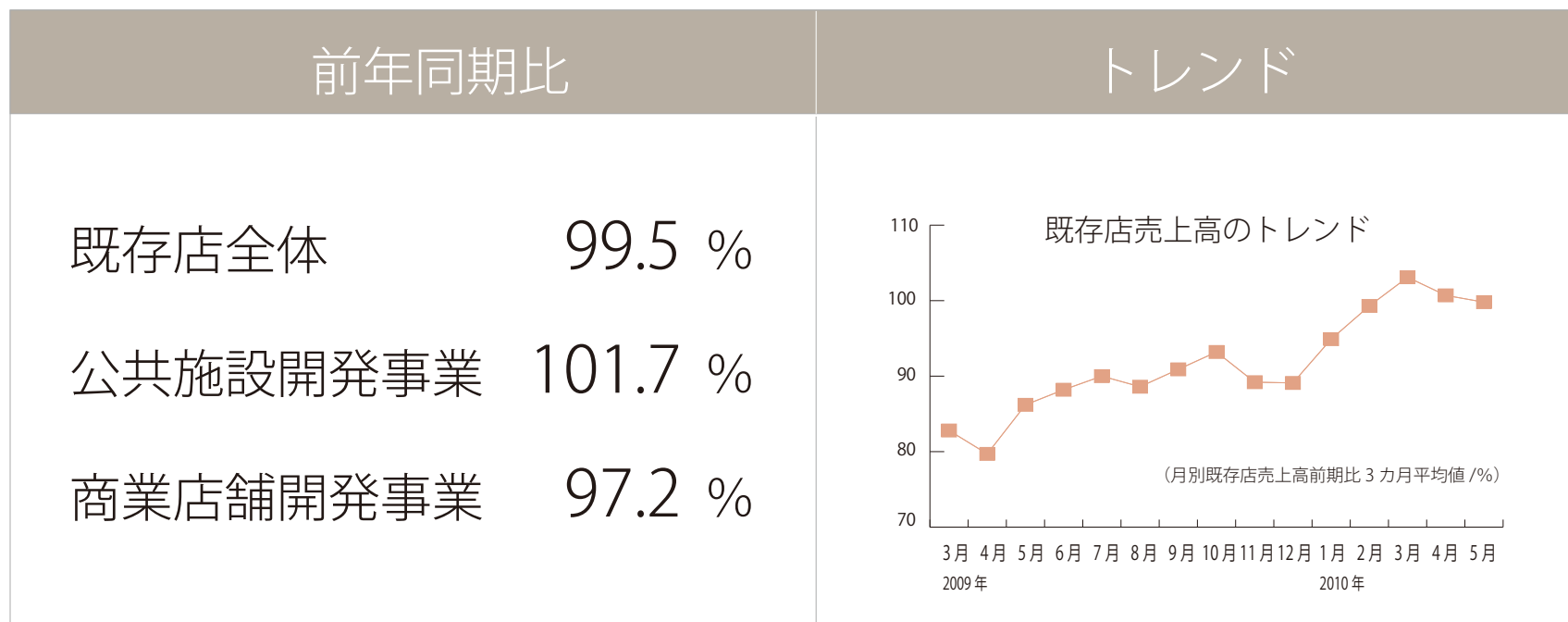
II. 第1四半期のトピックス

Photo: THE BUND

当資料は株式会社ゼットンが作成したものであり内容に関する一切の権利は当社に帰属しています。複写及び無断転載はご遠慮下さい。当資料は当社が当社の現在発行している、また将来発行する株式や債券等の保有を推奨することを目的に作成したものではありません。また、当資料は当社が信頼できると判断した情報を参考に作成していますが当社がその正確性を保証するものではなく、事業計画数値に関しても今後変更される可能性があることをご了解下さい。

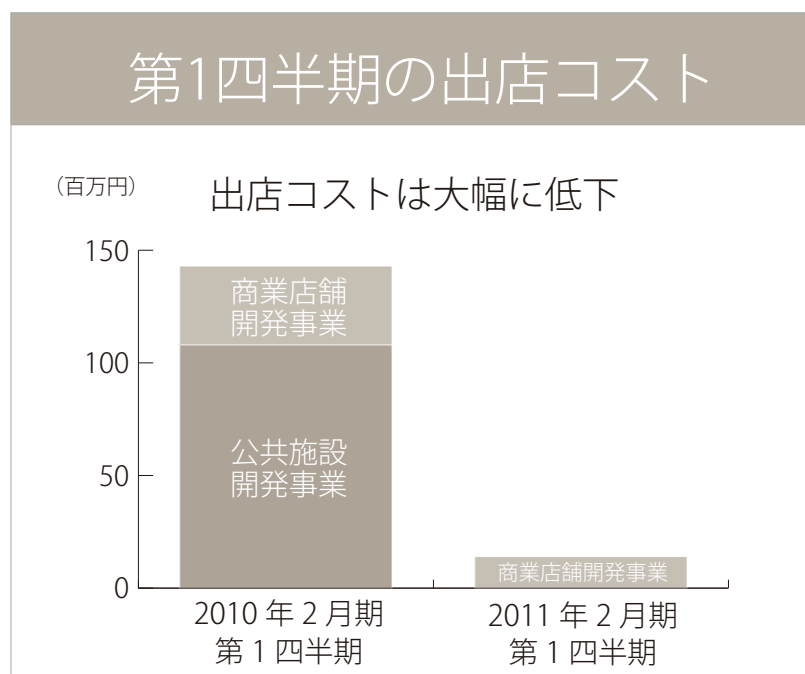
第1四半期決算のポイント 1

既存店売上が堅調に推移



第1四半期決算のポイント 2

出店コスト



海外店舗

海外子会社の状況

オーストラリア子会社
 2009年9月のリニューアルオープン後、売上高は順調に推移、経費構造の見直しも進む。

米国ハワイ子会社
 認知度が向上し、売上高は順調に推移。観光客をターゲットとしたマーケティングが功を奏す。

第1四半期決算のポイント 3

株式会社アロハテーブルにおける取り組み状況

当社は、「Aloha Table」を中心とするハワイアン業態の店舗を、2010年3月1日に当社完全子会社である株式会社アロハテーブルへ承継させ、当社グループの成長戦略としてハワイアン業態の積極出店を行っています。株式会社アロハテーブルは、第1四半期に3つのモデルの店舗開発を行いました。

商業施設出店モデル

MANOA Aloha Table

大規模商業施設への出店モデルです。「Aloha Table」ブランドでハワイアン・カフェ・バー&ダイニングを集客力の高い大型商業施設等に出店いたしました。

小規模出店モデル

GOOD DAYS MALASADA

小規模パッケージが可能なハワイアンの新業態店舗です。ハワイで人気のハワイアン・ドーナツ、「マラサダ」のショップで、大変好調な売上実績を上げ始めました。

居抜き出店モデル

M&L AlohaTable Hawaiian Eats

既存店舗を居抜きで利用する低コストでの店舗開発型モデルです。収益向上を目指す既存店舗を「Aloha Table」ブランドにリニューアルオープンいたしました。

第1四半期の新規出店 1

新規出店 商業店舗開発事業

ハワイアンブランド



MANOA Aloha Table

「MANOA Aloha Table (マノア・アロハテーブル)」: 2010年3月19日、みなとみらい地区の玄関口・横浜市桜木町駅前、TOC大型ショッピングタウン コレットマーレ 1F に、ハワイアン・カフェ・バー&ダイニング、『MANOA Aloha Table (マノア・アロハテーブル)』をオープンしました。

第1四半期の新規出店 2

新規出店 商業店舗開発事業 ハワイアンブランド

2010年5月22日、南青山にオープンした“AOYAMA Francfranc”1Fに、3店舗を同時オープンしました。



PACIFIC COAST HOUSE

内装は森田恭通氏が手掛けたシック&モダンでLAテイストなインテリア。メニューは彩りの惣菜からサラダ、パスタ、スイーツも充実。



GOOD DAYS MALASADA

ハワイで人気のハワイアン・ドーナツ“マラスダ”のショップ。AlohaTableワイキキで培ったスウィートな味をお届けします。



AOTAKO

青山の空の下で味わうタコやきスタンド。



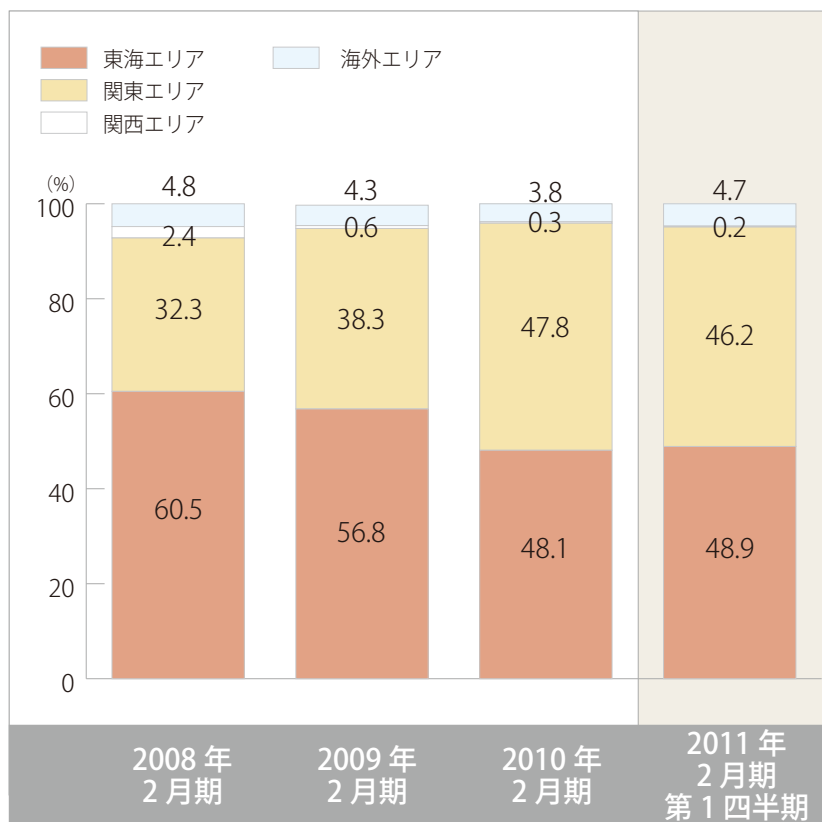
APPENDIX

Photo:ALOHA TABLE Daikanyama Forest

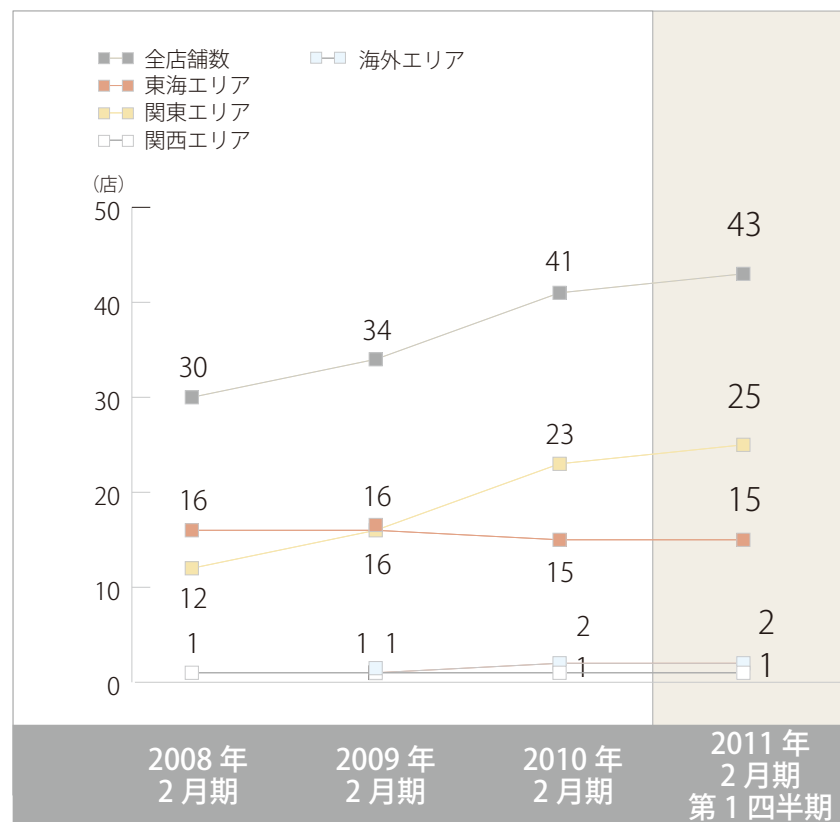
当資料は株式会社ゼットンが作成したものであり内容に関する一切の権利は当社に帰属しています。複写及び無断転載はご遠慮下さい。当資料は当社が当社の現在発行している、また将来発行する株式や債券等の保有を推奨することを目的に作成したものではありません。また、当資料は当社が信頼できると判断した情報を参考に作成していますが当社がその正確性を保証するものではなく、事業計画数値に関しても今後変更される可能性があることをご了解下さい。

エリア別：売上高構成比 / 店舗数の推移

売上高構成比



店舗数



売上高 / 経常利益の推移

