

2011年2月期
決算説明資料

2011年4月
株式会社ゼットン
(コード:3057)

目次

I. 決算概要

2011年2月期 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
2012年2月期 連結業績計画	16

II. トピックス

過去最高の収益水準に	18
増益の要因	19
第4四半期における課題について	24
2011年2月期の新規出店	25
公共施設開発事業における今後の展開	30

APPENDIX

エリア別：売上高構成比 / 店舗数の推移	32
売上高 / 経常利益の推移	33

I. 2011年2月期決算概要

(2010年3月～2011年2月)

“R” RIVERSIDE GRILL & BEER GARDEN

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 決算サマリー

業績の状況・・・過去最高の売上高・営業利益を達成

売上高は前年同期比7.9%増の6,371百万円、営業利益は前年同期の△135百万円に比べ335百万円増の200百万円となりました。

1

順調な売上高拡大

「横浜マリンタワー」、ハワイアンブランド、期間限定店舗を中心に売上高を伸ばしました。米国ハワイ子会社も順調に推移しました。

収益性の改善

増収効果に加え、出店コスト、店舗運営コスト、本社経費の低減に全社的に取り組んだ結果、収益性が大きく改善しました。

新規出店の状況・・・11店舗を新規出店

公共施設開発事業における新プロジェクトとして1店舗、商業店舗開発事業においては10店舗(カジュアル店1店舗、ハワイアンブランド直営店7店舗、ハワイアンブランドF C店2店舗)を新規出店しました。これにより、当期末の店舗数は48店舗(直営店46店舗、F C店2店舗)となりました。

2

海外店舗の状況・・・売上拡大

オーストラリア店舗でリニューアル効果によって売上高が大幅に改善(前期比140.5%)し、ハワイ店舗ではコンセプトやメニューの変更により売上高が伸張(前期比234.5%)いたしました。

3

損益計算書概要

(単位：百万円/%)

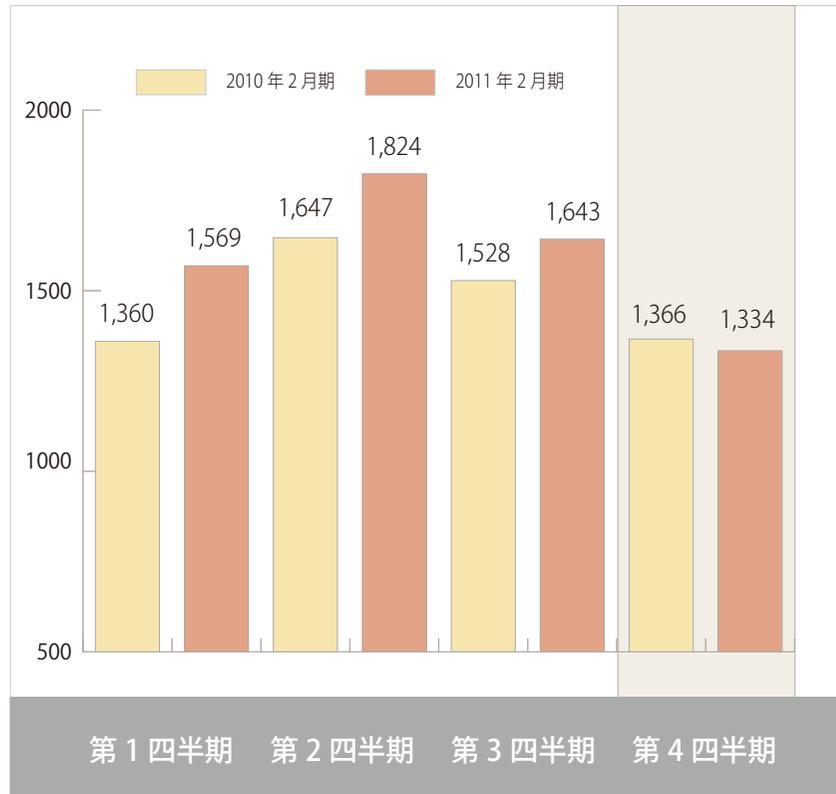
	2010年2月期		2011年2月期		増減		ポイント
	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	
売上高	5,902	100.0	6,371	100.0	468	-	前年同期比 7.9%増。「横浜マリントワー」、期間限定店舗、ハワイアンブランドが好調に推移。
売上原価	1,741	29.5	1,875	29.4	134	△0.1	
売上総利益	4,161	70.5	4,495	70.6	334	0.1	
販売費及び一般管理費	4,296	72.8	4,295	67.4	△1	△5.4	徹底したコスト抑制策により、販管費比率は 5.4%減と大幅に低下。出店コストは前年同期より 113 百万円減少し、54 百万円にとどまる。
(内訳) 人件費	2,087	35.4	2,089	32.8	1	△2.6	店舗運営の効率化を進めたことにより、当期の新規出店数が 11 店舗に達したにもかかわらず、人件費は前年同期比で 2.6%減となる。
地代家賃	620	10.5	649	10.2	28	△0.3	
その他販管費	1,588	26.9	1,556	24.4	△31	△2.5	
営業利益	△135	△2.3	200	3.1	335	5.4	売上拡大、販管費低下により、営業利益は大幅に増加、前年同期より 335 百万円増加し、200 百万円となる。
営業外損益	△13	△0.2	△17	△0.3	△3	0.0	
経常利益	△148	△2.5	183	2.9	332	5.4	
特別損益	△199	△3.4	13	0.2	213	3.6	
税引前当期純利益	△348	△5.9	197	3.1	545	9.0	
当期純利益	△256	△4.3	102	1.6	359	6.0	

※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

売上高

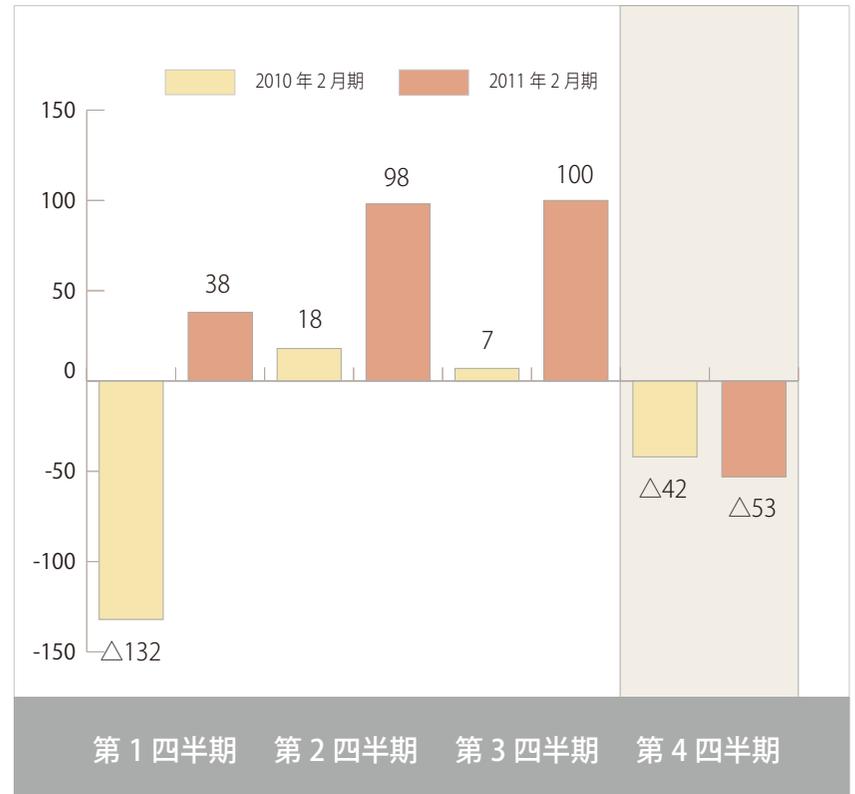
(百万円)



第1四半期、第2四半期、第3四半期の売上高は前年同期を上回る。「横浜マリントワー」やハワイアンブランド、期間限定店舗の売上が順調に推移。第4四半期はブライダルの受注に遅れが生じたこと等の要因により前年同期比で微減。

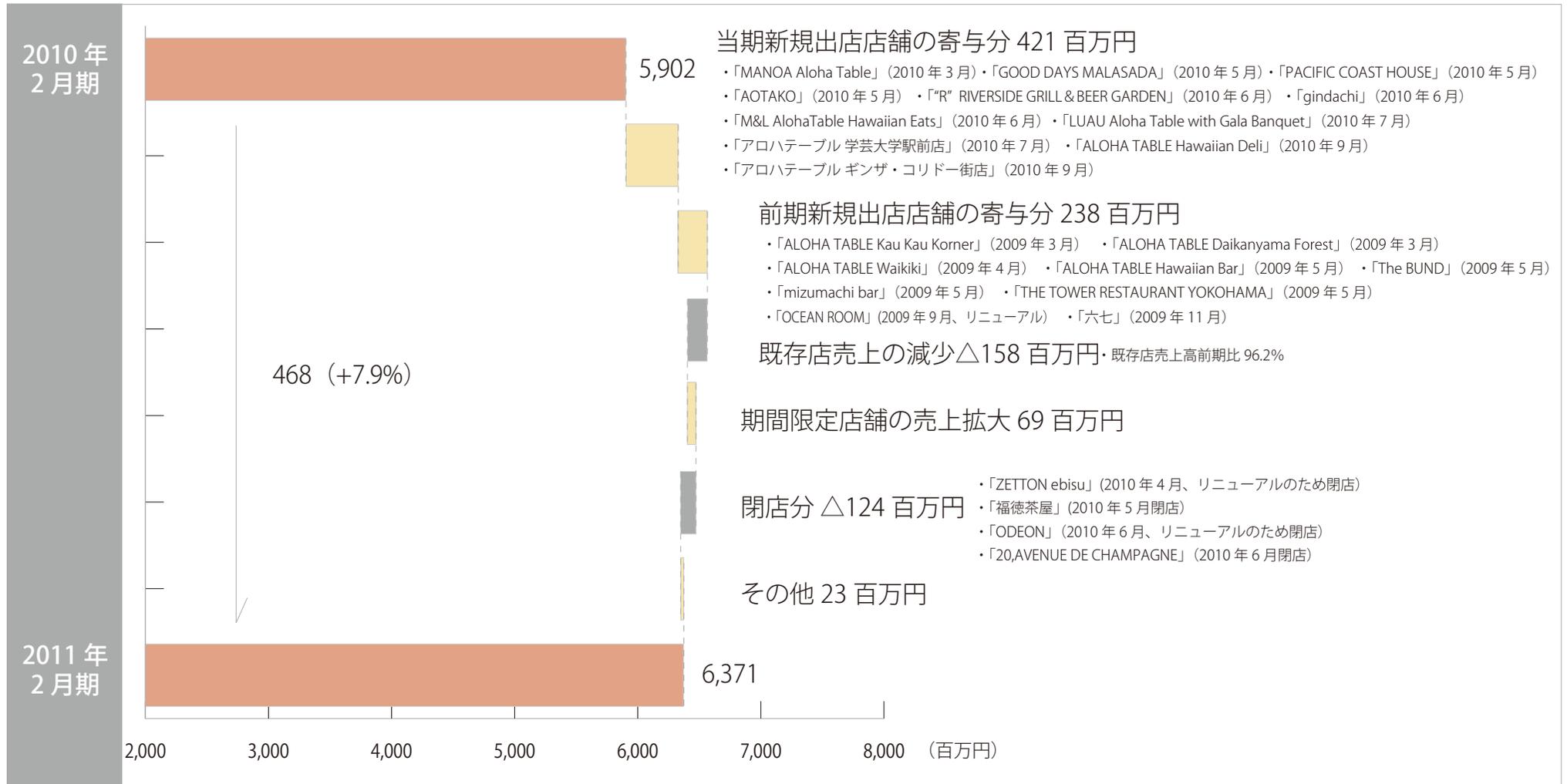
経常利益

(百万円)



第1四半期から第3四半期までは、売上拡大に加えコスト抑制施策が大きな効果を生む。第4四半期については、季節要因としてマイナスとなる傾向にあり今後の課題。

売上高の変動要因



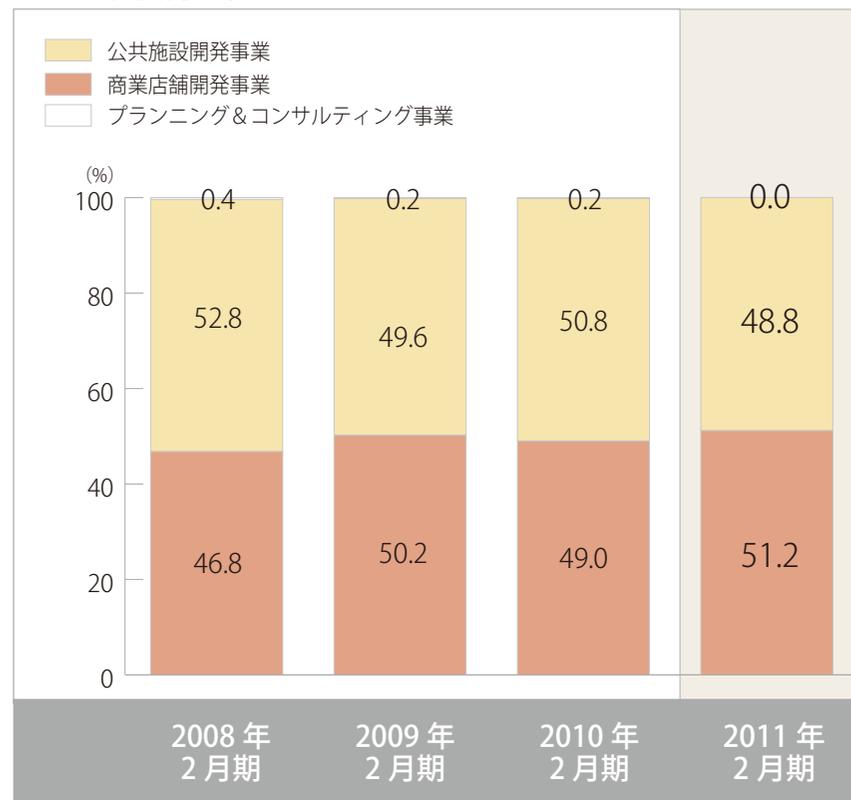
※既存店：開店から24ヶ月以上経過した店舗

店舗数 / 売上高構成比

店舗数

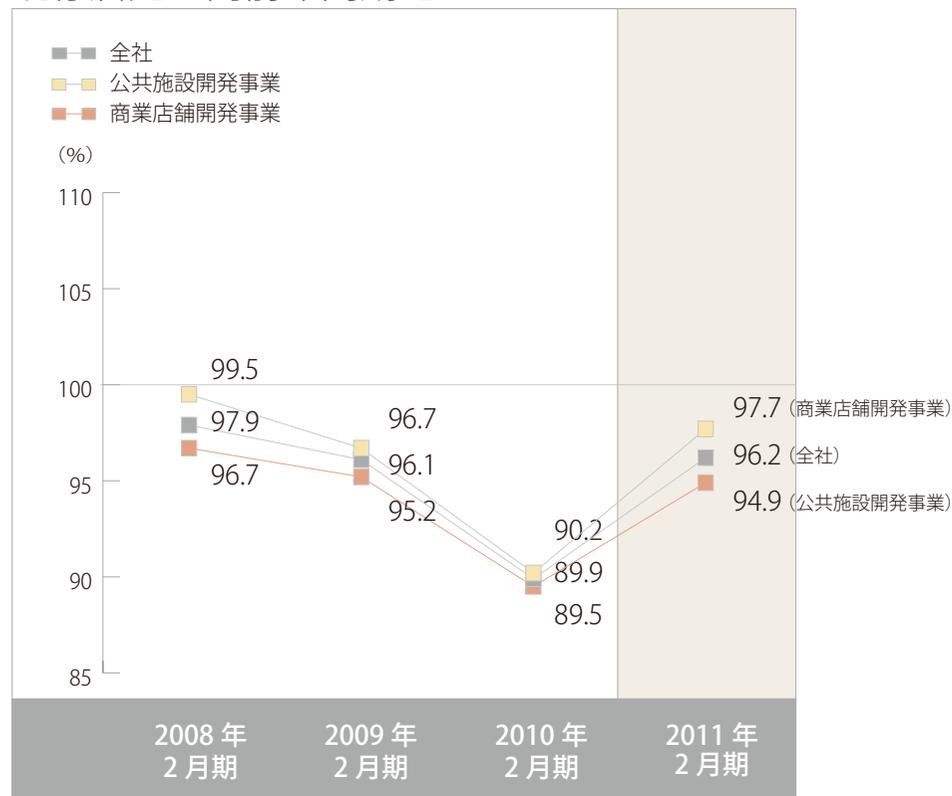


売上高構成比



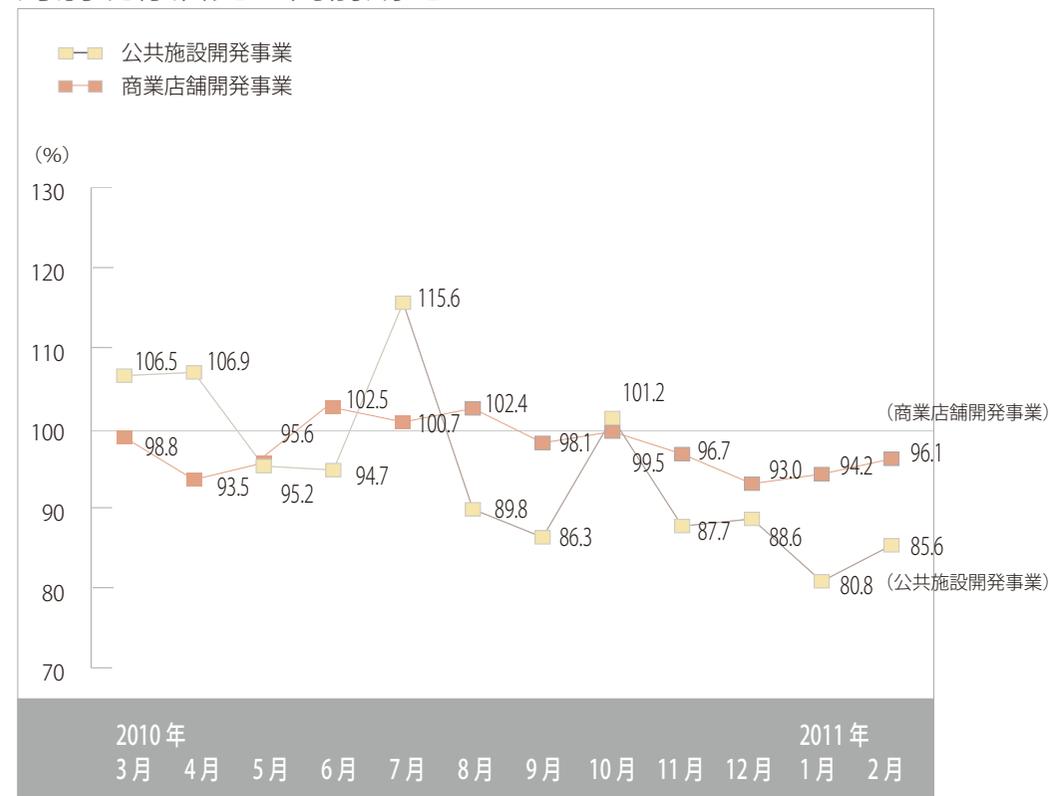
既存店売上高前年同期比

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	6,371	100.0	3,104	100.0	3,264	100.0	2	100.0	—
売上原価	1,875	29.4	975	31.4	899	27.6	0	32.4	—
売上総利益	4,495	70.6	2,129	68.6	2,364	72.4	2	67.6	—
販売費及び一般管理費	4,295	67.4	1,683	54.2	2,028	62.1	84	—	499
営業利益	200	3.1	446	14.4	336	10.3	△82	—	△499

事業別業績：公共施設開発事業

(単位：百万円/%)

	2010年2月期		2011年2月期		増減		ポイント
	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	
売上高	2,995	100.0	3,104	100.0	108	-	前年同期比 3.6%増。昨年 5 月に出店した「横浜マリントワー」の売上が順調に推移。
(内訳) フードサービス	1,775	59.3	1,818	58.6	43	△0.7	
ブライダル	1,220	40.7	1,285	41.4	65	0.7	
売上原価	942	31.5	975	31.4	32	△0.1	
(内訳) フードサービス	426	14.2	422	13.6	△3	△0.6	フードサービス原価率は 24.0%→23.2%に 0.8%低下。
ブライダル	516	17.2	552	17.8	36	0.6	
売上総利益	2,053	68.5	2,129	68.6	76	0.1	
販売費及び一般管理費	1,803	60.2	1,683	54.2	△120	△6.0	出店コストが 113 百万円→10 百万円へと大幅減少。販売費及び一般管理費率は 6.0%低下。
(内訳) 人件費	887	29.6	846	27.3	△41	△2.4	
地代家賃	198	6.6	165	5.3	△33	△1.3	家賃比率は 6.6%→5.3%に 1.3%低下。
その他販管費	716	23.9	671	21.6	△45	△2.3	
営業利益	249	8.3	446	14.4	196	6.0	
店舗数	14 店		14 店		0		新規出店 1、閉店 1
既存店売上高前期比 [※]	90.2%		94.9%		—		ブライダルの既存店売上は前年同期比 96.0%、レストランの既存店売上は前年同期比 93.9%。

※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		2011年2月期		増減		ポイント
	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	
売上高	2,894	100.0	3,264	100.0	369	—	前年同期比 12.8%増。ハワイアンブランドが大幅増収。既存店も堅調に推移する。
売上原価	797	27.6	899	27.9	102	0.0	
売上総利益	2,097	72.4	2,364	72.4	267	0.0	
販売費及び一般管理費	1,904	65.8	2,028	62.1	123	△3.7	販売費及び一般管理費率が 3.7%低下。
(内訳) 人件費	929	32.1	969	29.7	39	△2.4	店舗人件費の抑制に努めたことより、人件費率が 2.4%低下。
地代家賃	373	12.9	410	12.6	36	△0.3	
その他販管費	600	20.8	648	19.9	47	△0.9	
営業利益	192	6.7	336	10.3	143	3.6.	
店舗数	27 店		34 店		7		新規出店 8、リニューアル 2、閉店 1
既存店売上高前期比 [※]	89.5%		97.7%		—		

※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	2011年2月期	増減	ポイント
販売費及び一般管理費	506	499	△6	
(内訳) 人件費	210	209	△0	
その他販管費	296	290	△5	
地代家賃	47	27	△20	2010年5月の本社移転による低減。
減価償却費	11	8	△2	
旅費交通費	50	43	△7	
その他	186	211	24	本社移転に係る一時的な費用の増加 19 百万円。

(単位：%)

販売費及び一般管理費 対売上高比率 ※	8.6	7.8	△0.7	
------------------------	-----	-----	------	--

※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月期末	増減
【資産の部】			
流動資産	722	674	△48
現金及び預金	480	419	△61
売掛金	99	128	29
その他	144	137	△6
貸倒引当金	△1	△10	△8
固定資産	2,181	2,102	△79
有形固定資産	1,715	1,664	△51
建物・建物付属設備	1,424	1,397	△26
器具備品	165	152	△12
建設仮勘定	37	3	△33
その他	88	110	21
無形固定資産	39	28	△11
投資その他の資産	426	409	△16
資産合計	2,904	2,776	△127

	2010年 2月期末	2011年 2月期末	増減
【負債の部】			
流動負債	1,174	1,130	△44
買掛金	293	251	△42
短期借入金及び 一年内返済予定長期借入金	412	353	△59
その他	467	524	57
固定負債	1,316	1,123	△193
長期借入金	1,235	1,031	△204
その他	81	92	11
負債合計	2,491	2,253	△237
【純資産の部】			
株主資本	457	560	102
資本金	330	330	0
資本剰余金	253	253	0
利益剰余金	△126	△23	102
評価・換算差額等	△44	△36	7
純資産合計	413	523	109
負債及び純資産合計	2,904	2,776	△127

(単位：%)

流動比率	61.6	59.7	△1.8
自己資本比率	14.2	18.8	4.6
ROA	△9.7	3.6	13.3
ROE	△45.4	21.9	67.3

※ROA (ROE)：当期純利益／当期の平均資産 (平均純資産)

キャッシュ・フロー計算書概要

(単位：百万円)

	2010年2月期	2011年2月期	増減	ポイント
営業活動によるキャッシュ・フロー	192	389	197	主に税金等調整前当期純利益 197 百万円、減価償却費 247 百万円、売上債権の増加額△29 百万円、仕入債務の減少△42 百万円等によるもの。
投資活動によるキャッシュ・フロー	△668	△168	500	主に有形固定資産の取得による支出△197 百万円によるもの。
財務活動によるキャッシュ・フロー	674	△285	△960	主に長期借入れによる収入 175 百万円、長期借入金の返済による支出△378 百万円、短期借入金の減少額△60 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	△6	2	8	
現金及び現金同等物の増減額	191	△61	△253	
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	472	410	△61	

2012年2月期 連結業績計画

平成 23 年 3 月 11 日に発生しました「東日本大震災」において、当社グループは人的被害や店舗・設備等の直接被害はありませんでした。しかしながら、連結業績予想につきましては、震災とそれに伴う計画停電等による経済活動や個人消費への影響、及びこれらが当社グループ業績に与える影響が現段階では不透明なため、今後慎重に精査させていただき、改めて公表いたします。

The image shows the interior of a restaurant with a warm, tropical theme. In the foreground, there are several long wooden tables with chairs, each set with a small bowl and a lit candle. The ceiling features large, dark wooden fans with glowing spherical light fixtures. On the right, a bar is visible with a menu board listing various drinks like 'Mango Chitchi', 'Momi Tea', and 'Kona Coffee'. The walls are decorated with framed pictures and a large wooden surfboard mounted on the wall. The overall atmosphere is cozy and inviting.

II. 2011年2月期のトピックス

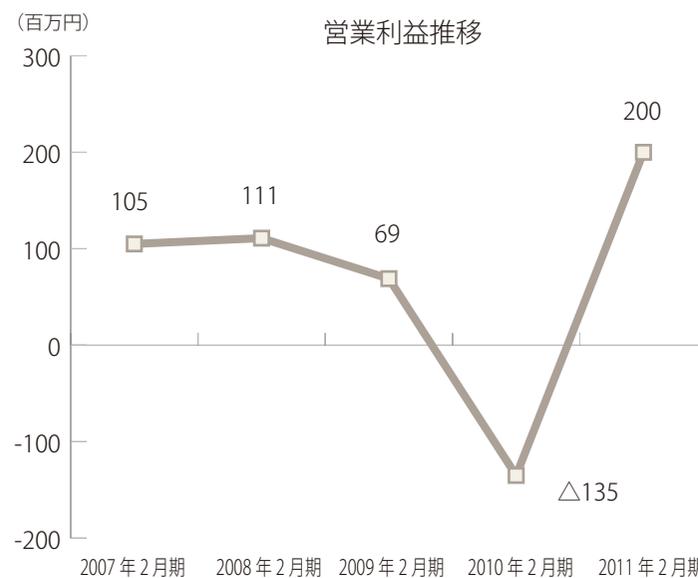
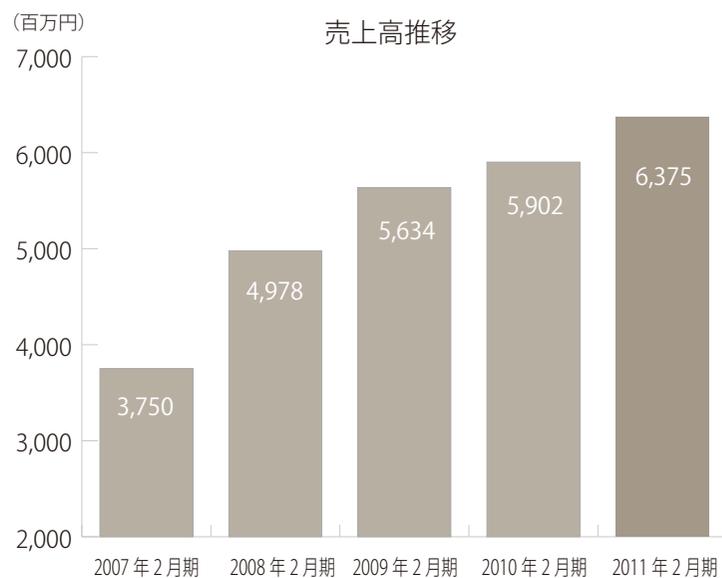
Photo: LUAU Aloha Table with Gala Banquet

過去最高の収益水準に

過去最高の売上高・営業利益を達成

売上高： 6,375百万円

営業利益： 200百万円



増益の要因 1

公共施設開発事業の収益力の高まり

「横浜マリントワー」プロジェクトの年間売上高は8億円規模となり、公共施設開発事業の収益力を大幅に向上させました。

公共施設開発事業における収益性の特徴

低い家賃比率 5.3 % 高い営業利益率 14.4 %

「横浜マリントワー」の事業利益率は16.7%となりました。

(2011年2月期実績)

増益の要因 2

「アロハテーブル」の積極展開

直営店7店舗、F C店2店舗を出店し、
売上高は前期比47.0%の大幅増加となりました。

「アロハテーブル」ブランドのハワイアンフードレストランを積極展開しています。2011年2月期においては、直営店を7店舗、F C店を2店舗を出店いたしました。既存店・新規店ともに好調で、売上高は前期比47.0%増の17億と61百万円となりました。



今後の方針

2012年2月期はF C店を含め積極的な出店を計画しています。
出店コストを抑えながら効果的な店舗投資を行ってまいります。

増益の要因 3

期間限定店舗の開発

夏季限定のオープンテラス業態は5店舗出店となり、大きな季節的収益を生み出しました。

当社の収益構造を季節性という視点でみた場合、ブライダルサービスにより第1四半期と第3四半期の売上収益が大きくなる傾向があり、第2四半期と第4四半期の収益拡大が課題となっていました。そこで、2011年2月期におきましては、夏季限定のオープンテラス業態（期間限定店舗）の出店数を5店まで増加させました。これにより期間限定店舗の売上高は前期より194百万円増加し、収益向上に大きく貢献しました。

今後の方針

2012年2月期も期間限定店舗の更なる出店を計画しています。

増益の要因 4

海外店舗売上が好調に推移

ハワイ子会社の売上高が大幅拡大(前期比234.5%)、
オーストラリア子会社もリニューアルにより増収(前期比140.5%)。

米国ハワイ子会社では、日本人観光客をターゲットにしたコンセプト設計やメニューの構築が功を奏し、売上高は大幅に拡大(前期比234.5%増)し、大変順調に推移しています。また、リーマンショック以降、不振が続いていたオーストラリア子会社も、リニューアル効果によって売上高は回復傾向にあり、前期比140.5%となりました。

今後の方針

アジア・オセアニアを中心に海外店舗出店を進めていく方針です。
4月にはアジア戦略の1号店として韓国にF C店舗を出店いたしました。

増益の要因 5

コスト抑制策の徹底化

費用対効果を重視した店舗展開で、出店コストを大幅に低減。
共同購入による原価低減や、運営コスト削減に取り組みました。

2011年2月期は「収益性の確保」を最重視しました。出店戦略においては、費用対効果を重視した店舗展開を行いました。その結果、出店コストは、2011年2月期の167百万円から2012年2月期は54百万円に低下いたしました。また、共同購入による仕入れや店舗運営コストの削減、本部経費の削減により、構造的に利益の出やすい体質へと変化してきています。

今後の方針

今後も引き続き「収益性の確保」を最重視し、大きな投資コストのかかる出店は抑えながら、より幅広い領域でのコスト低減策を実行してまいります。

第4四半期における課題について

第4四半期の課題

2011年2月期においては、第3四半期まではきわめて好調な業績を達成したものの、第4四半期においては減速傾向もみられました。第4四半期に浮かび上がった当社の問題点(課題)は下記のとおりです。

1. ブライダルプランナーの育成と強化
2. 冬季(12月~2月)の収益力向上。

2011年2月期の新規出店 1

“R” RIVERSIDE GRILL & BEER GARDEN

新規出店 公共施設開発事業 期間限定店舗

「R」RIVERSIDE GRILL & BEER GARDEN（“アール”リバーサイドグリル・アンド・ビアガーデン）：大阪の中之島公園内のバラ園に2010年6月24日にオープンテラス形式のビアレストランをオープンしました。大阪市が実施した「中之島公園再整備計画」におけるレストラン事業予定者の公募にて、当社が選定されたものです。



gindachi

新規出店 商業店舗開発事業

「gindachi（ギンダチ）」：東京・銀座にある「Ginza Lobby / 銀座口ビー」の1階に、世界のワインを豊富に取り揃え、北イタリアの煮込み料理“ボリート”をおでん感覚で楽しめる、お気軽・立ち飲みワインバー「gindachi / ギンダチ」を6月18日（金）にオープンしました。



2011年2月期の新規出店 2

南青山における株式会社バルスとの共同事業

2010年5月22日、東京・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。

新規出店 商業店舗開発事業 ハワイアンブランド

PACIFIC COAST HOUSE

「PACIFIC COAST HOUSE (パシフィック・コースト・ハウス)」：内装は森田恭通氏が手掛けた 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

「GOOD DAYS MALASADA (グッディズ・マラサダ)」：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。AlohaTable ワイキキで培ったスウィートな味です。



AOTAKO

「AOTAKO (アオタコ)」：青山の空の下で味わうタコやきスタンド。

2011年2月期の新規出店 3

M&L AlohaTable Hawaiian Eats

新規出店 商業店舗開発事業 ハワイアンブランド

「M&L AlohaTable Hawaiian Eats（エム&エルアロハテーブル・ハワイアンイーツ・バー&ダイニング）」：2010年6月11日、「ZETTON ebisu」（東京・恵比寿）のリニューアルを行い、ハワイアン・カフェ&ダイニングをオープンしました。



LUAU Aloha Table with Gala Banquet

新規出店 商業店舗開発事業 ハワイアンブランド

「LUAU Aloha Table with Gala Banquet（ルアウ・アロハテーブル・ウィズ・ガーラ・バンケット）」：2010年7月10日、「zetton ODEON」（名古屋）のリニューアルを行い、ハワイアン・カフェ・ダイニングとして生まれ変わりました。



2011年2月期の新規出店 4

MANOA Aloha Table

新規出店 商業店舗開発事業

ハワイアンブランド

「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。



ALOHA TABLE Hawaiian Deli

新規出店 商業店舗開発事業

ハワイアンブランド

「ALOHA TABLE Hawaiian Deli (アロハテーブル・ハワイアン・デリ)」: 2010年9月21日、東京吉祥寺駅前のショッピングタウン “アトレ吉祥寺” に、カジュアルハワイアン、『ALOHA TABLE Hawaiian Deli (アロハテーブル・ハワイアン・デリ)』をオープンしました。吉祥寺駅直結の好立地店舗です。



2011年2月期の新規出店 5

アロハテーブルのフランチャイズ店舗出店

新規出店 商業店舗開発事業

ハワイアンブランド

FC店舗

当社子会社である株式会社アロハテーブルは、「アロハテーブル」ブランドのフランチャイズ1号店を東京都目黒区に出店しました。

学芸大学駅前店



銀座コリドー街店



公共施設開発事業における今後の展開

東京都美術館への新規出店

2012年春の東京都美術館のリニューアルに伴い、すべての飲食施設運営を当社が受注

東京・上野、東京都美術館のリニューアルにて飲食施設の運営を行う民間事業者の募集があり、当社が選定されました。“トラディショナル ジャパニーズ スタイル”をグランドコンセプトとして、レストラン2店舗、カフェ1店舗をオープン致します。

Brick TOKYO (仮称) 席数：74席 335.87㎡

日本で育まれてきた伝統的な“洋食の味覚”を気軽に楽しめるトラディショナル・ジャパニーズ・レストラン。

MUSEUM TERRACE (仮称) 席数：164席 665.15㎡

日本各地の旬の味覚を厳選し、素材を活かしたオーガニック・カジュアル・イタリアン。

M cafe (仮称) 席数：81席 164.81㎡

こだわりのオリジナルワッフルやヘルシーなフレッシュジュース、ライトミールが楽しめるライブラリー・カフェ



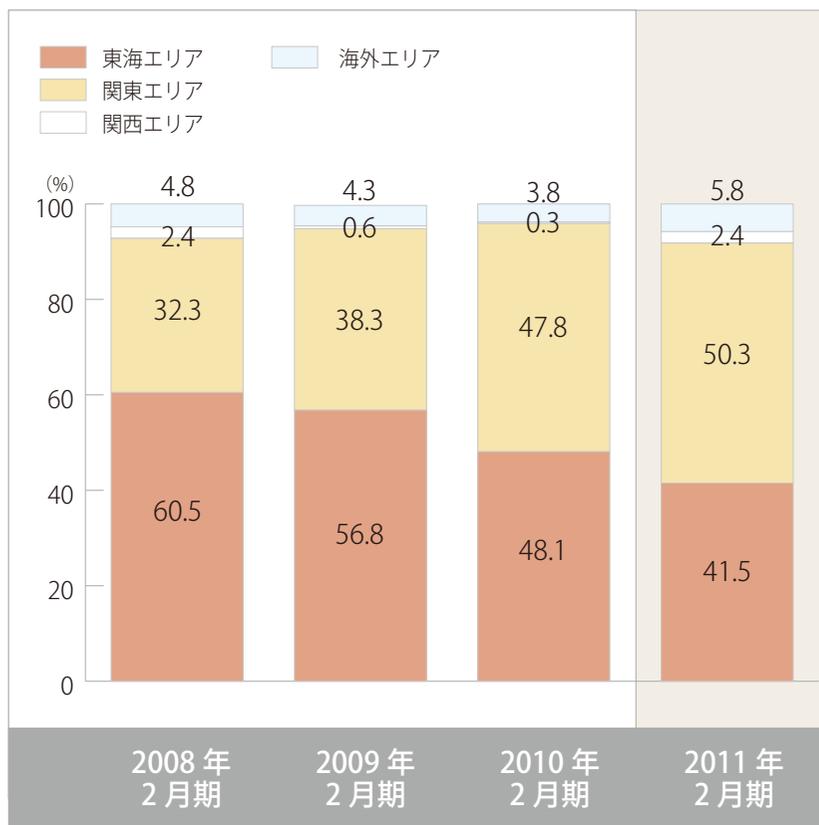


APPENDIX

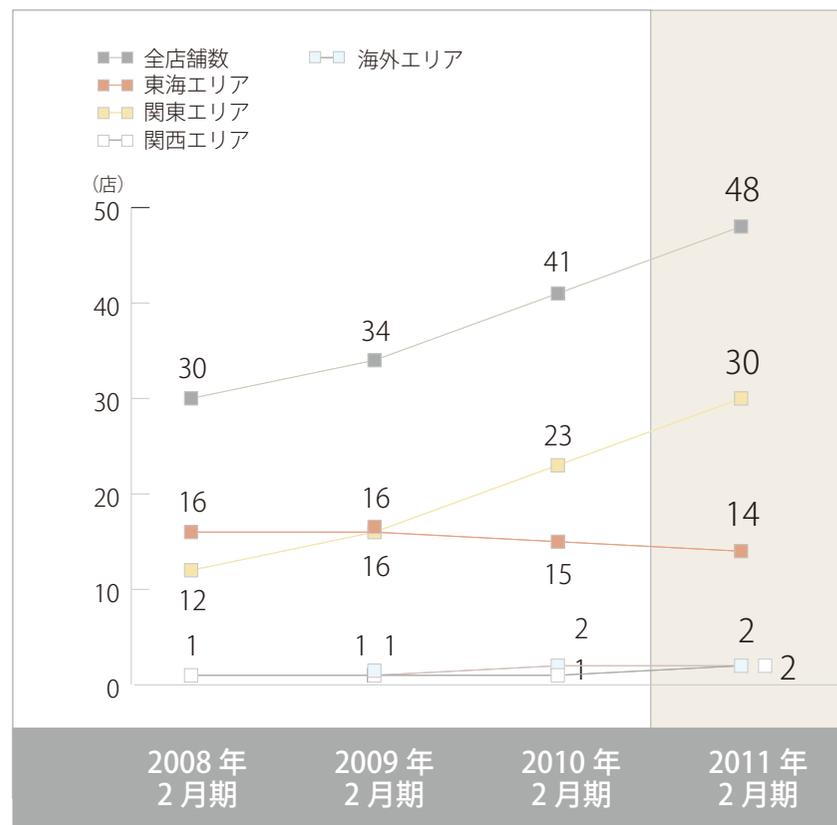
Photo: MANOA Aloha Table

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

