



株式会社 **ジェーシー・コムサ**

決算説明資料 [2009年3月期]

<http://www.jc-comsa.co.jp>

本資料に記載された意見や予測などは資料作成時点での弊社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。様々な要因の変化により、実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。

株式コード： 2876



目次

頁 I. 業績動向について

- 4 連結損益計算書
- 5 セグメント別実績
- 6 連結貸借対照表
- 7 キャッシュ・フロー推移
- 8 食料品事業 販売先状況
- 9 外食事業 主要ブランド別業績
- 10 外食事業 主要ブランド別月次売上状況
- 11 外食事業 (宅配部門) 主要ブランド別月次売上状況
- 12 上海エクスプレスの買収

頁 II. 今期の見通しについて

- 14 2010年3月期の見通し
- 15 セグメント別主要施策
- 16 宅配部門のメインターゲット
- 17 拠点の効率化
- 18 配当政策について

頁 III. 会社概要と経営戦略

- 20 会社概要
- 21 沿革
- 22 ジェーシー・コムサグループ概要
- 23 ジェーシー・コムサの基本方針

頁 IV. 事業別企業紹介

- 25 食料品事業の主要商品について
- 26 食料品事業 品目別仕入先状況
- 27 外食事業のブランド展開について
- 29 新規出店 店舗紹介

頁 V. CSR活動について

- 31 ジェーシー・コムサグループの社会貢献活動
- 32 2008年度のほのぼの運動
- 33 農林水産大臣賞受賞について



1. 業績動向について



I. 業績動向について

2009年3月期 連結損益計算書

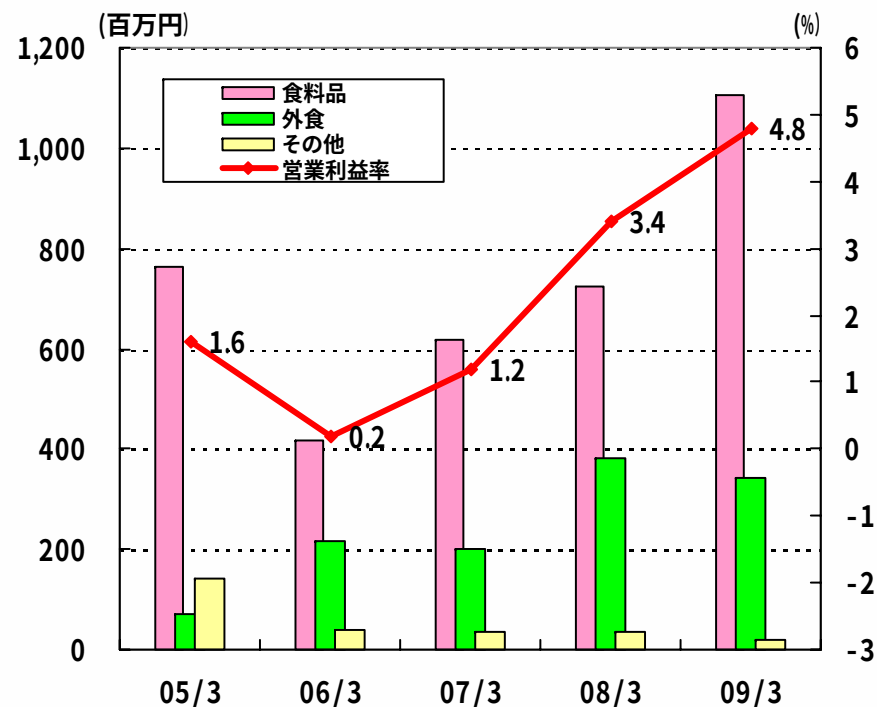
	2008/3	構成比	2009/3	構成比	増減額	前期比 (%)
売上高	16,355	100.0%	16,150	100.0%	▲205	98.7%
売上総利益	6,657	40.7%	6,939	43.0%	281	104.2%
販管費	6,100	37.3%	6,162	38.2%	62	101.0%
営業利益	557	3.4%	776	4.8%	218	139.3%
営業外収益	34	0.2%	35	0.2%	0	101.1%
営業外費用	224	1.4%	220	1.4%	▲3	98.2%
経常利益	367	2.2%	591	3.7%	223	160.7%
特別利益	80	0.5%	27	0.2%	▲52	34.3%
特別損失	80	0.5%	98	0.6%	▲17	122.0%
税金等調整前当期純利益	368	2.3%	520	3.2%	152	141.5%
当期純利益	230	1.4%	332	2.1%	101	143.8%
1株当たり純利益 (円)	29.01	-	41.72	-	12.71	143.8%
設備投資	255	1.6%	201	1.2%	▲54	78.8%
減価償却費	296	1.8%	280	1.7%	▲16	94.6%

- ✓ 景気減速・消費マインドの低下により売上高は前年比ほぼ横ばい。
- ✓ 販売製商品ポートフォリオの見直しにより利益率は大幅に向上。

I. 業績動向について

2009年3月期 セグメント別実績

	2008/3			2009/3		
	売上高	営業利益	利益率	売上高	営業利益	利益率
食料品	9,740	725	7.4%	9,550	1,105	11.6%
外 食	6,454	383	5.9%	6,450	343	5.3%
その他	160	34	21.3%	148	29	19.8%
消去又は全社	-	▲586	-	-	▲701	-
合 計	16,355	557	3.4%	16,150	776	4.8%



- ✓ 食料品事業は重点自社製品の販売拡充およびそれに伴う工場稼働率向上など、好調に推移したことで売上高は微減となるも大幅増益を達成。
- ✓ 外食事業は不採算店舗の整理を進め、オペレーションの向上を図り、売上高は前年同水準を確保。

I. 業績動向について

2009年3月期 連結貸借対照表

(百万円)

	2008/3	構成比	2009/3	構成比	増減
流動資産	5,119	51.9%	4,558	50.4%	▲561
現金預金	2,377	24.1%	1,909	21.1%	▲468
売上債権	1,847	18.7%	1,814	20.1%	▲33
棚卸資産	764	7.7%	599	6.6%	▲165
固定資産	4,751	48.1%	4,480	49.6%	▲270
繰延資産	-	-	-	-	-
資産合計	9,870	100.0%	9,038	100.0%	▲831
流動負債	4,446	45.0%	4,471	49.5%	▲24
固定負債	3,523	35.7%	2,409	26.7%	▲1,113
負債合計	7,970	80.7%	6,881	76.1%	▲1,088
純資産合計	1,900	19.3%	2,156	23.9%	256
負債・純資産合計	9,870	100.0%	9,038	100.0%	▲831

- ✓ 生産ラインの効率化、商品ポートフォリオの見直しを進め、棚卸資産を削減
- ✓ 財務オペレーションの見直しにより、手元流動資金のボリューム圧縮と有利子負債の削減による財務バランスの改善を実施
- ✓ 主要取引銀行より、総額9億円のコミットメントラインを設定。

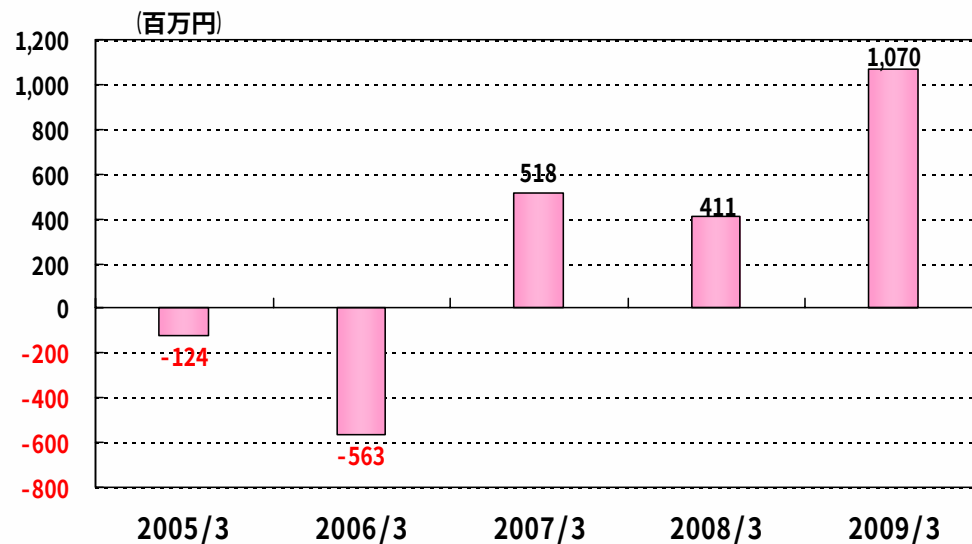
I. 業績動向について

キャッシュ・フロー推移

(百万円)

	2005/3	2006/3	2007/3	2008/3	2009/3
営業キャッシュ・フロー	624	382	879	396	1,070
投資キャッシュ・フロー	▲748	▲945	▲361	15	0
財務キャッシュ・フロー	▲157	▲29	▲411	▲298	▲1,339
現金及び現金同等物の増加額	▲282	▲591	103	90	▲268
現金及び現金同等物の期首残高	2,506	2,224	1,632	1,736	1,827
現金及び現金同等物の期末残高	2,224	1,632	1,736	1,827	1,558

フリーキャッシュ・フローの推移



主な増減要因

営業CF

- ✓ 当期純利益の増加 (+)
- ✓ 減価償却費の増加 (+)
- ✓ 棚卸資産の減少 (+)

投資CF

- ✓ 有形固定資産の取得 (-)
- ✓ 定期預金の払い戻し (+)

財務CF

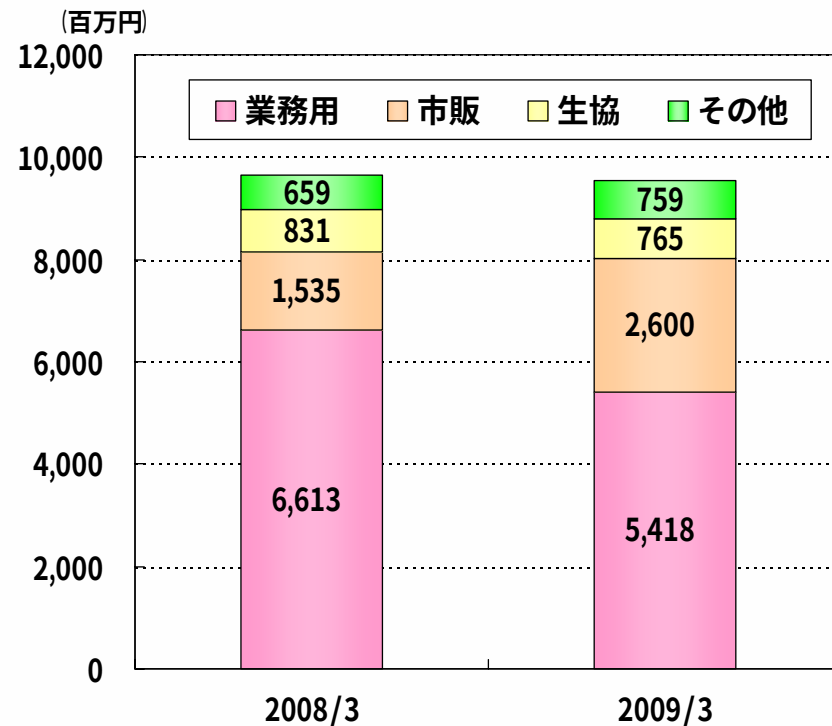
- ✓ 長期借入金の返済 (-)
- ✓ 社債の償還 (-)

I. 業績動向について

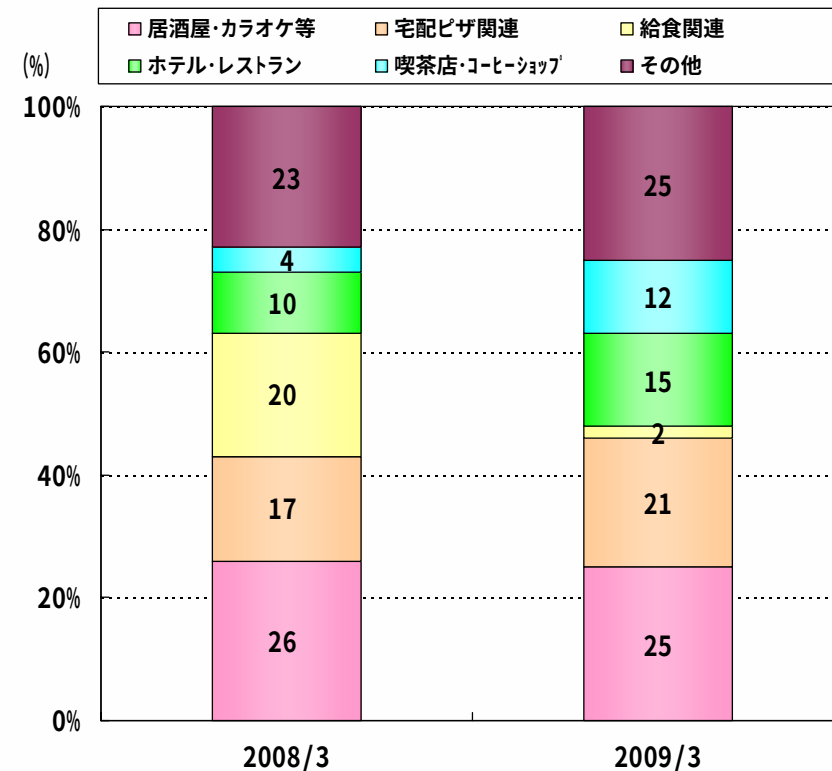


食料品事業 販売先状況

販売先別売上高の推移



業務用の内訳の推移



- ✓ スペシャルティブレッド(エスニックブレッドを含む)の認知度が向上し、市販での売上が増大
- ✓ 業務用は、販売アイテムの見直しにより、売上が減少
- ✓ スペシャルティブレッド(エスニックブレッドを含む)は、小麦粉の価格上昇に伴い、学校関連の給食採用が減少したものの、喫茶店・コーヒーショップ向けが堅調であった

I. 業績動向について



2009年3月期 外食事業 主要ブランド別業績

店舗名	2008/3					2009/3				
	一番 どり	京鳥	牛傳	燦鶏	黄金 鯛焼き	一番 どり	京鳥	牛傳	燦鶏	黄金 鯛焼き
売上高 (百万円)	1,802	763	143	879	77	1,674	767	99	479	91
店舗数 (店)	41	18	2	10	3	40	17	2	12	3
(__直営) (店)	28	18	2	10	3	26	17	2	12	3
(__FC) (店)	13	0	0	0	0	14	0	0	0	0
(__出店) (店)	0	0	0	1	0	0	1	0	2	0
(__退店) (店)	3	0	1	0	0	1	2	0	0	0
1ヶ月平均 来客数 (人)	102,940	75,011	3,882	46,500	16,209	100,722	70,647	6,054	48,822	18,813
客単価 (円/人)	1,525	1,035	3,199	1,686	462	1,438	1,078	2,701	1,636	472

出店店舗

燦鶏 2店舗(スフィアタワー天王洲・亀有)
京鳥 1店舗(グランデュオ蒲田)

退店店舗

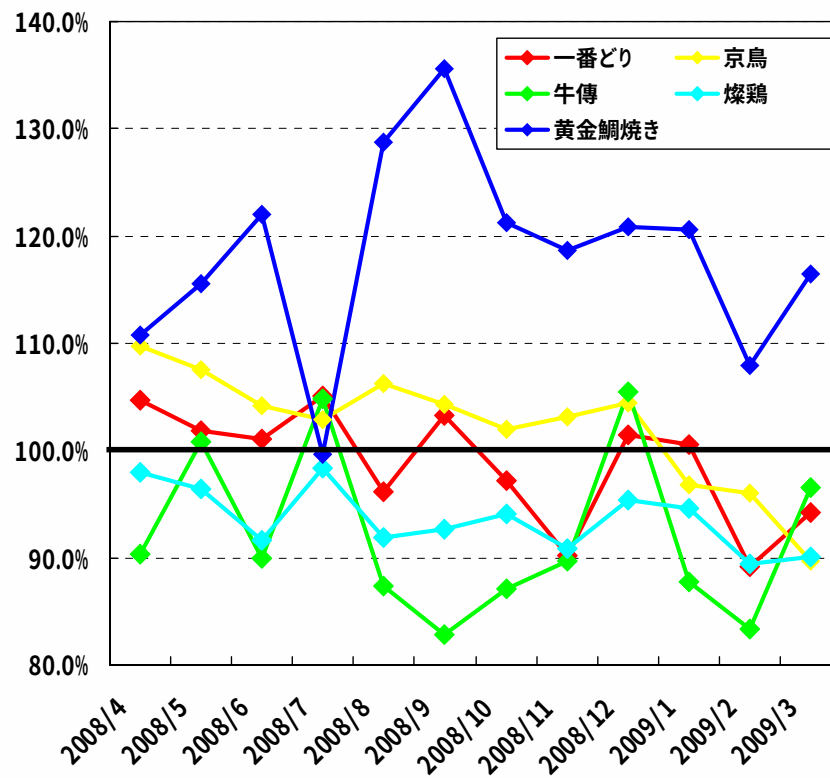
一番どり 1店舗(神田南口)
京鳥 2店舗(吉祥寺伊勢丹・東武船橋)

I. 業績動向について

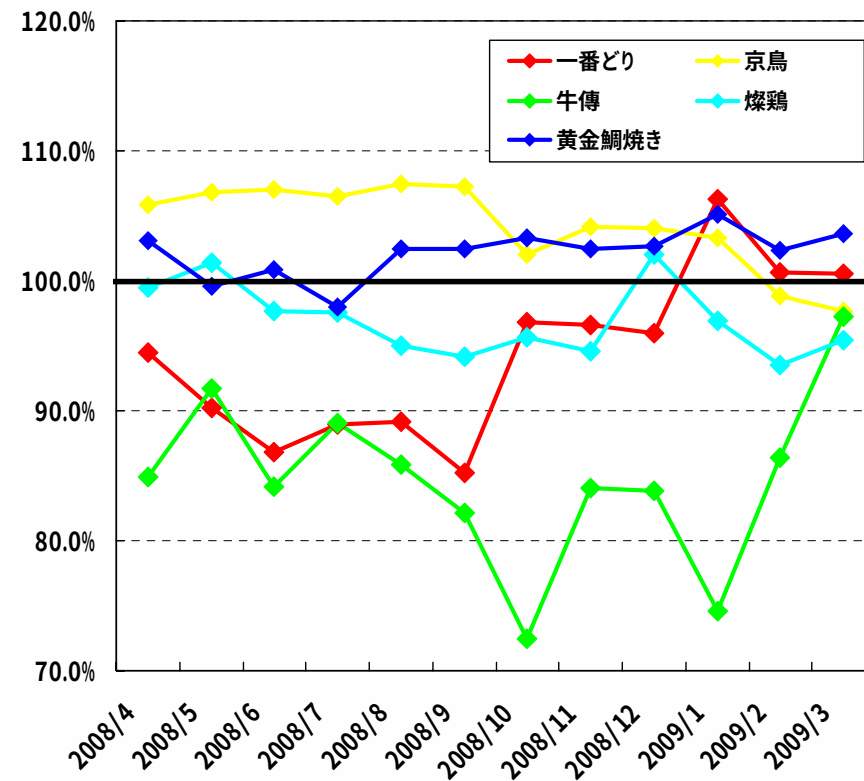


2009年3月期 外食事業 主要ブランド別月次売上状況

既存店増収率 (前年同期比) の推移



客単価の伸び (前年同期比) の推移



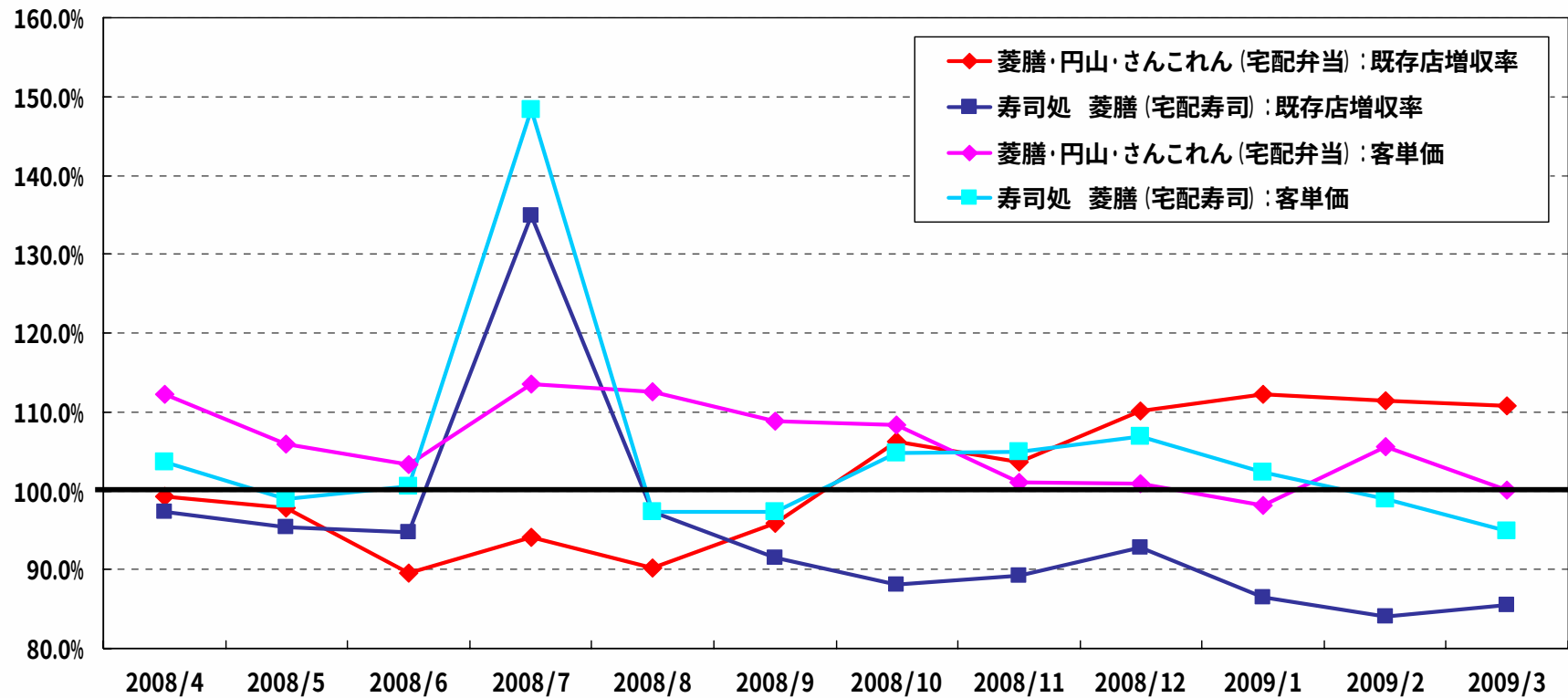
✓ 「黄金鯛焼き」は、増収率、客単価の伸び共に、概ね前年同期比を上回り推移。

I. 業績動向について



2009年3月期 外食事業（宅配部門） 主要ブランド別月次売上状況

宅配部門 月次業績の推移



※「さんこれん」は2009/4以降「上海エクスプレス」とブランド統合

- ✓ 宅配弁当は、昨年末以降、宅配件数が堅調に推移したことにより、前年を上回る売上を達成。
- ✓ 宅配寿司は客単価は前年並みに推移したものの、件数減をカバーするには至らず減収。

I. 業績動向について



上海エクスプレスの買収

2009年3月、上海エクスプレスをグループ会社として取り入れました。
これにより、宅配部門のバリエーションが広がりました。

【上海エクスプレス概要】

(所在地) 東京都中野区本町4-31-12
 (設立) 1981年4月
 (代表者) 代表取締役社長 大河原 毅
 (事業内容) 中華・洋食料理の宅配サービス
 (決算期) 2月末
 (従業員数) 265名
 (事業所) 直営15店舗 F C 5店舗 (2009年3月末現在)
 (資本金) 100,000千円



+





II. 今期の見通しについて

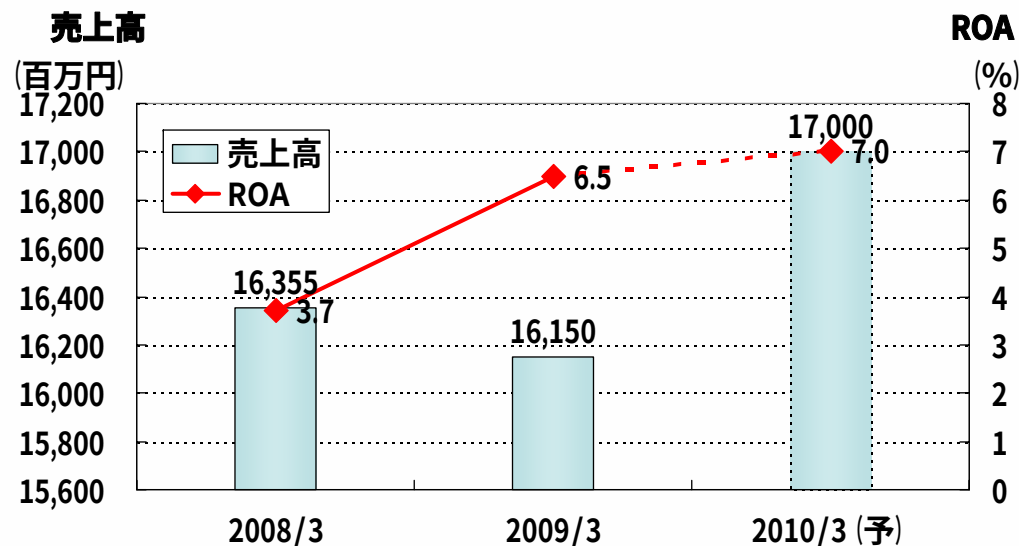


II. 今期見通しについて

2010年3月期の見通し

(百万円)

	2009/3	構成比	2010/3計画値	構成比	前期比 (%)
売上高	16,150	100.0%	17,000	100.0%	105.3%
営業利益	776	4.8%	600	3.5%	77.3%
経常利益	591	3.7%	500	2.9%	84.6%
当期純利益	332	2.1%	250	1.5%	75.3%
設備投資	201	1.2%	88	0.5%	43.8%
減価償却費	280	1.7%	273	1.6%	97.5%
1株当たり利益 (円)	41.72	-	31.41	-	-



- ✓ 景気減速及び個人消費の落ち込みの影響を受け、厳しい事業環境が想定されるものの、宅配部門が寄与し、増収を確保する見込み。
- ✓ 前期はROA (総資産経常利益率) の目標値5%を大きく上回った。今期は収益性・効率性・安全性を考慮し、7%を目指す。

セグメント別主要施策

「食品市場における当社グループの地位を確固たるものに」

食料品事業



- ✓ 「食の安全・安心」を柱としつつ、高品質ブランドの浸透による顧客基盤の拡大を図る
- ✓ 営業力・販売力の更なる強化を図り、新規顧客の取り込みに注力
- ✓ 不採算品目の絞込みと物流改革による利益率の向上
- ✓ スペシャルティブレッド（エスニックブレッドを含む）の生産を増強・新商品の開発
- ✓ ベーシックピザの拡販による利益の増大を図る

外食事業



- ✓ 「素材へのこだわり」「手作り志向」「ほんものの美味しさ」「おもてなしの心」の基本コンセプトの追求
- ✓ 出店政策として、箱モノ投資は極力抑制、あらゆる売場機会を低投資と柔軟なオペレーション発想で確保
- ✓ 立地開発能力のある有力フランチャイジーの発掘
- ✓ 宅配部門の強化・スケールメリットを活かした効率運営（次ページ以降参照）



宅配部門のメインターゲット

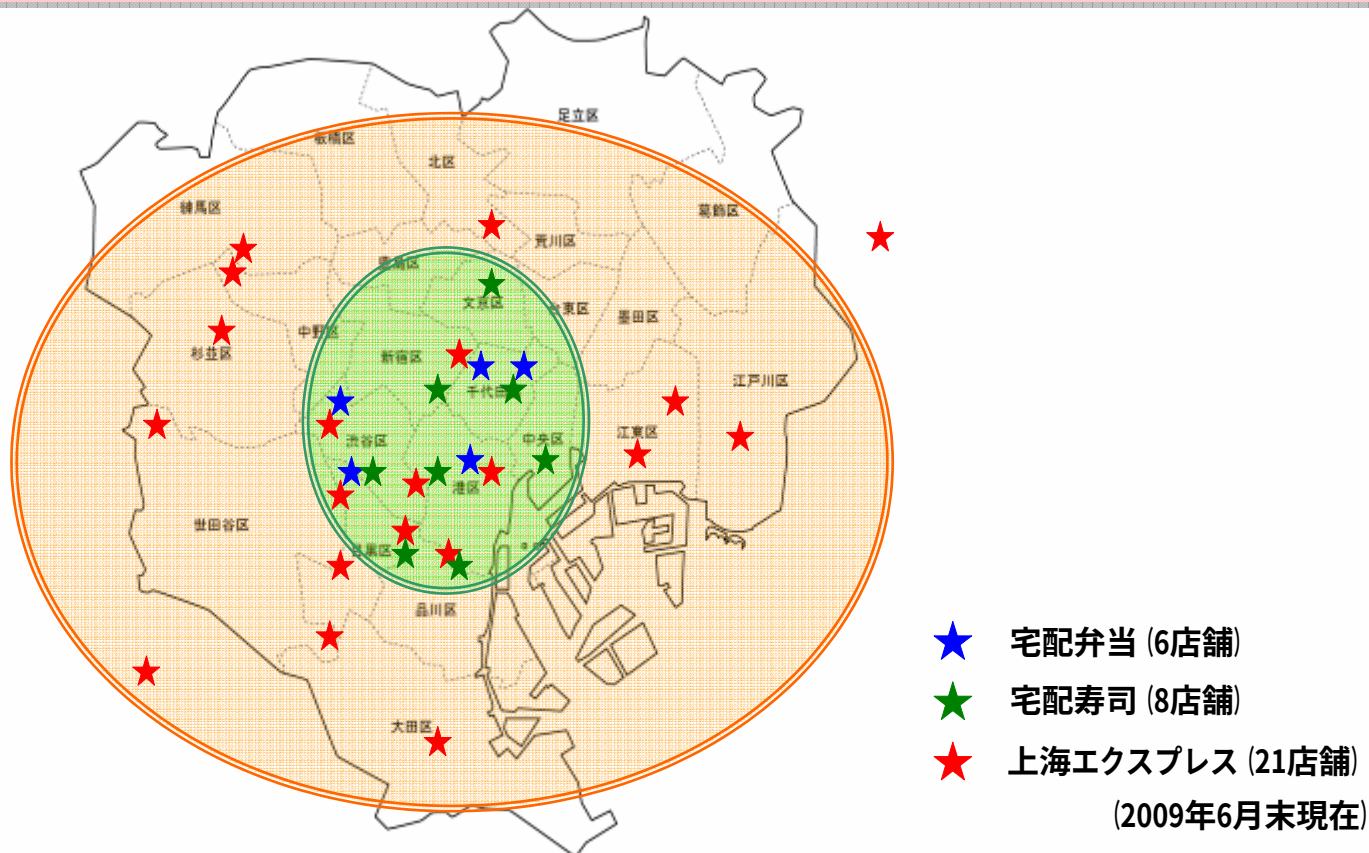


II. 今期見通しについて



拠点の効率化

- ✓ 上海エクスプレス店舗を取得したことにより、デリバリー拠点が数、地域ともに大幅に増加。
- ✓ 将来的には、宅配弁当、宅配寿司、宅配中華、宅配洋食の配送拠点を共有し、デリバリーの効率化を目指す。また、受注管理状況をコールセンターにて一括管理することにより、事業シナジーの活用（物流・顧客ニーズの把握等）を目指し、顧客サービスの向上につなげる。

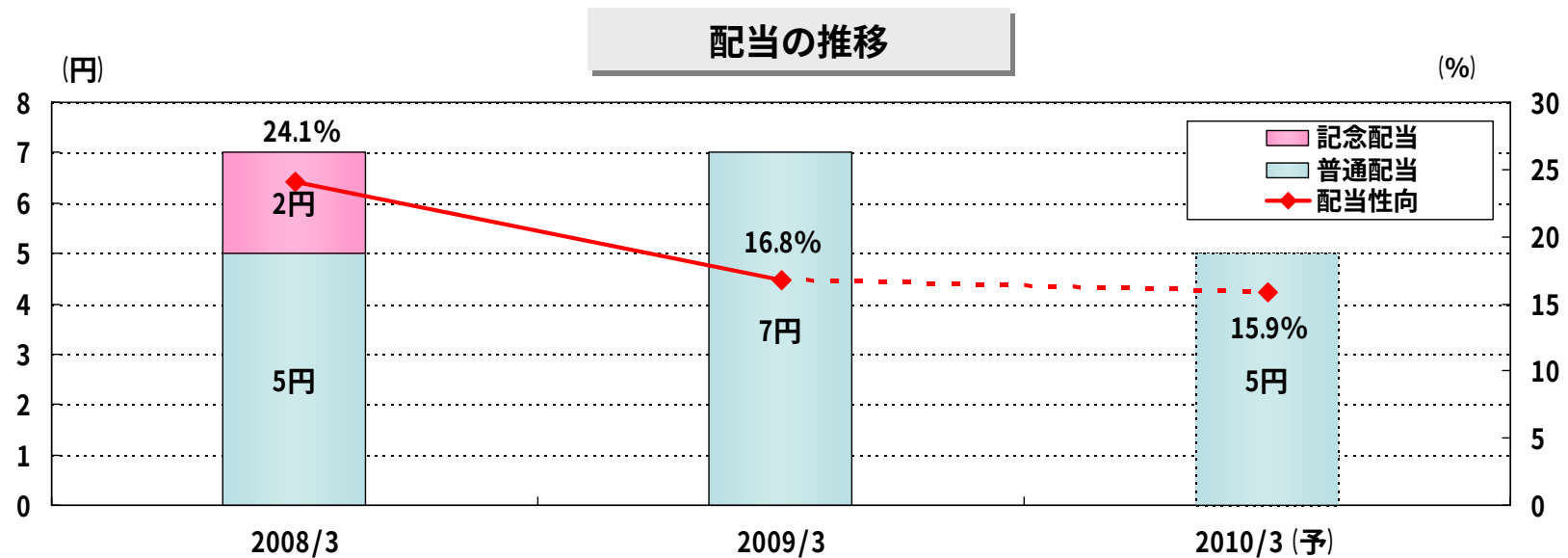


この地図の作成に当たっては、国土地理院長の承認を得て、同院発行の数値地図200000（地図画像）を使用したものである。（承認番号 平19総便、第82号）

II. 今期見通しについて

配当政策について

- ✓ 2009年3月期は通期業績が当初予想値を大幅に上回ったことにより、2円の増配。
- ✓ 2010年3月期は財務体質の強化を見据え5円を予定しているものの、今後の情勢を考慮し機動的に対応。





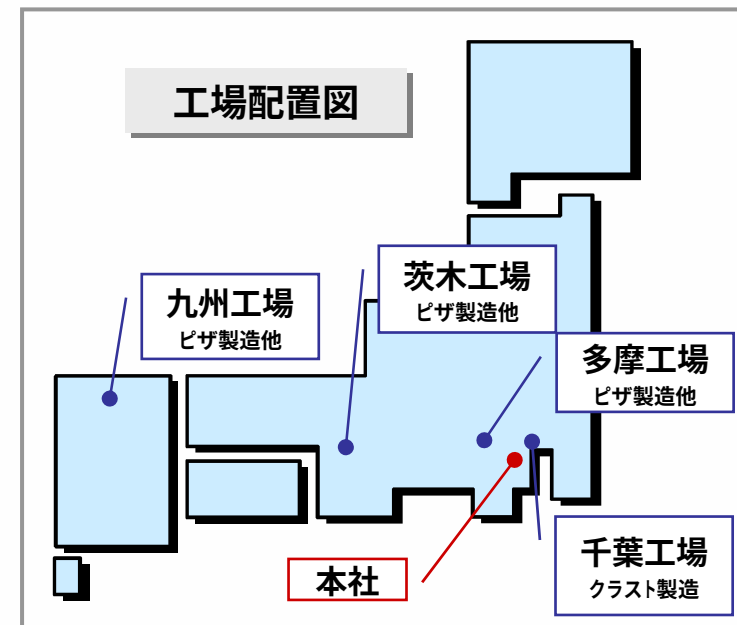
III. 会社概要と経営戦略



III. 会社概要と経営戦略

会社概要

- ・ 社名 株式会社ジェーシー・コムサ
- ・ 本社 東京都渋谷区恵比寿南1-15-1 JT恵比寿南ビル
- ・ 設立 1964年(昭和39年)11月19日
- ・ 資本金 8億2,381万円
- ・ 売上高 161億50百万円(2009年3月期)
- ・ 発行済株式数 8,477,890株
- ・ 従業員数 社員207名 パートナー509名
(グループ全体 1,291名)
- ・ 事業内容 食料品の製造・加工及び販売、外食産業、その他
- ・ 自社工場 多摩工場(東京都稲城市)
千葉工場(千葉県成田市)
茨木工場(大阪府茨木市)
九州工場(福岡県古賀市)
- ・ 子(孫)会社 株式会社ファンシーコーポレーション
株式会社ベネフィットデリバリー
株式会社ビーデリサービス
- ・ 関連会社 株式会社ジェー・シー・シー
株式会社ポポラマーマ
(2009年7月現在)



III. 会社概要と経営戦略

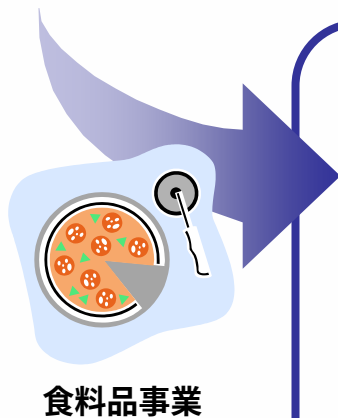
沿革

(株) ジェーシー・フーズネット

- 1964 (株) ジェーアンドシーカンパニー設立
米国から冷凍ピザ輸入販売を開始
- 1965 目黒工場建設 ピザ自社製造を開始
- 1969 九州工場建設 ピザの全国販売開始
- 1981 (株) ジェーシー・フーズに商号変更
- 1982 東京工場建設 ピザの量産体制を確立
- 1985 宅配ピザ「ドミノピザ」に食材供給開始
(株) ジェー・シー・シー設立 (三菱商事 (株) との合併)
チーズの加工製造を開始
- 1993 日本証券業協会に店頭登録銘柄として登録
- 1996 デルソーレブランドで販売開始
- 1997 多摩工場新設

(株) コムサネット

- 1980 日本ケンタッキー・フライド・チキン (株) (略KFCJ)
が (株) インターナショナル・プロセス・フーズを設立
KFCJ向けスモークチキン製造受託開始
KFCJ直営店「京鳥」1号店「下高井戸店」開店
- 1988 KFCJから「京鳥」の営業譲渡
外食事業を開始
- 1993 新規事業串焼き処「一番どり」1号店を「新小岩駅前
店」に開店



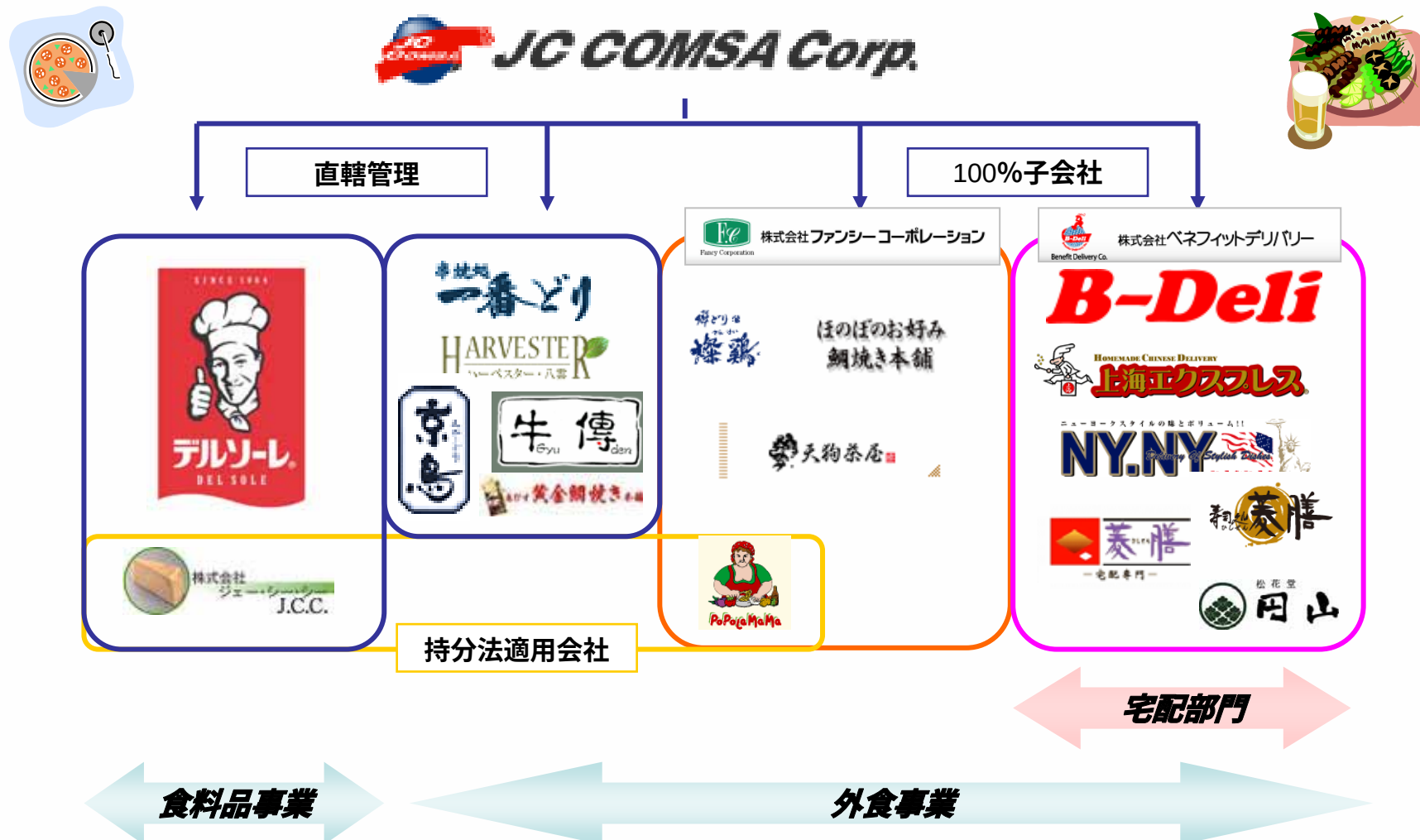
(株) ジェーシー・コムサ

- 2003 (株) ジェーシー・フーズネットと (株) コムサネット合併、
(株) ジェーシー・コムサ設立
(株) ファンシーコーポレーションを子会社化
- 2004 「ISO9001:2000」の認証を登録
日本証券業協会への店頭登録を取消し、ジャスダック証券取引所に上場
- 2005 多摩工場スペシャルティブレッド (エスニックブレッドを含む) 用新ライン増設
- 2006 (株) ファンシーコーポレーションが (株) ほのぼの運動を設立
- 2008 農林水産省主催「第16回優良フードサービス事業者等表彰」大臣賞を受賞
「ハーベスター八雲」開場20周年
- 2009 (株) 上海エキスプレスを (株) 吉野家ホールディングスから譲受



ジェーシー・コムサグループ概要

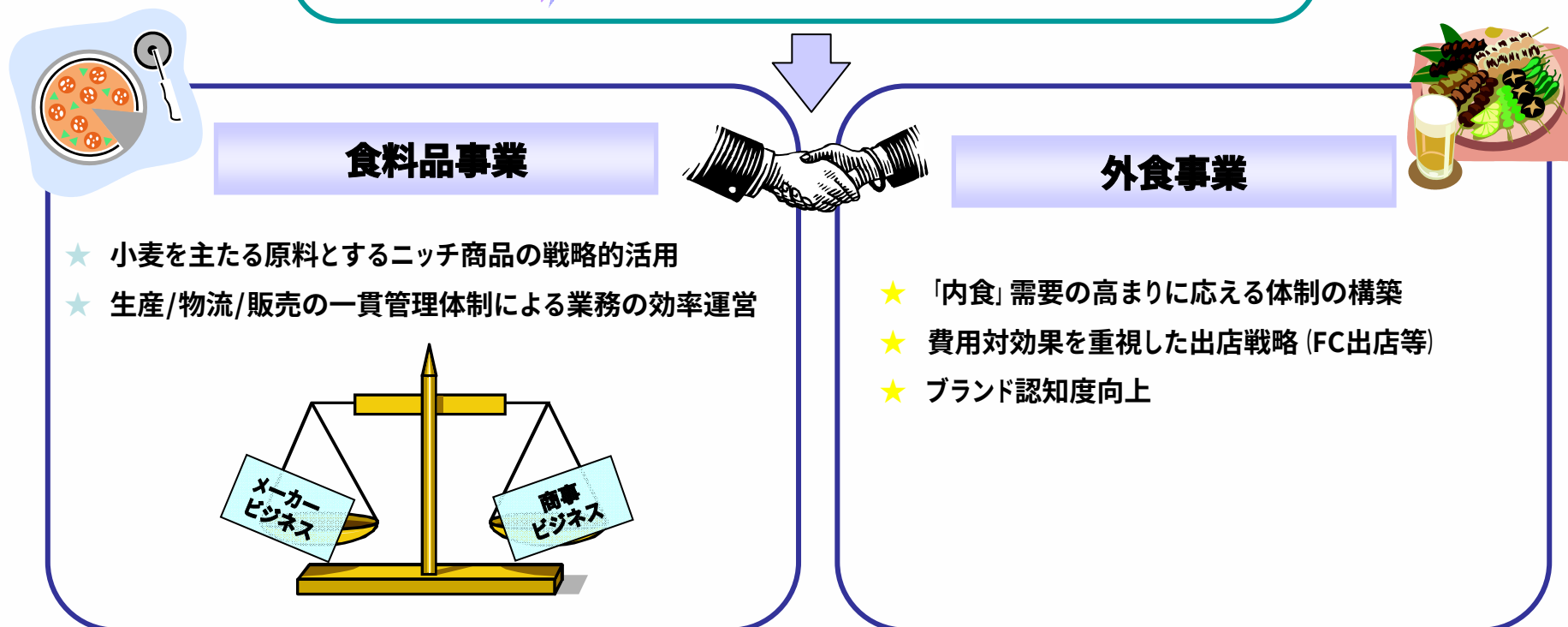
“Good for the community” 日本人の食生活を豊かに創造する「食と生活の発想企業」



ジェーシーコムサの基本方針

全社視点に立った**経営資源の最適配分**による
成長型事業ポートフォリオの構築を目指す

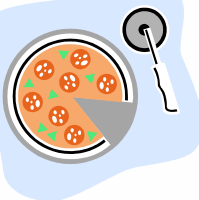
- ★ 先を見越した変革の実行
- ★ 持続的成長のための施策実践





IV. 事業別企業紹介





食料品事業の主要商品について



当社の商品は、「デルソーレ」ブランドで百貨店、大手スーパーなどの店頭で並んでいます。
手作り感のある商品を数多く取り揃えております。



食料品事業 品目別仕入先状況





外食事業のブランド展開について

「串焼処 一番どり」(ジェーシー・コムサ)



素材の持ち味を活かしきる天然塩や有機丸大豆醤油など、全ての食材をプロの目で吟味。串焼きをはじめとした定番メニューはもちろん、和の食材を巧みに使い、季節ごとに旬の味とお酒を楽しめるように提案しています。

「郷どり 燦鶏」(ファンシー・コーポレーション)



新感覚の和み空間は、黒を基調とした大人のための隠れ家風ダイニング。JAS認定地鶏の「阿波尾鶏」のおいしさを十分に引き出した串焼きと鶏料理の数々と旬の逸品料理を堪能できます。

「京鳥」(ジェーシー・コムサ)



ハーブで育てられた国内産の厳選されたひなどりと、ひとつひとつ吟味された季節の野菜を丹精こめた天然塩と秘伝のタレで焼き上げました。全国の有名百貨店で取扱っており、串焼きの旨みをご家庭やパーティでご賞味いただけます。

「牛傳」(ジェーシー・コムサ)



真に美味なる料理は健康をになう食材から。牛傳ではこの基本に徹底してこだわりました。茶室を思わせる和み空間で大切な人と過ごすつろぎの大人の時間。指定生産者が育てた山形牛を中心とした国内黒毛和牛種を中心に、全てをプロが吟味した逸品です。



外食事業のブランド展開について

「ハーベスター八雲」(ジェーシー・コムサ)



豊かな自然がいきづく農業と漁業の町、北海道八雲町。この豊かな大地に「食」の原点を学び、ほんもののおいさを研究しています。絶景のパノラマレストランでは地元北海道で収穫された新鮮な食材を使い、季節感あふれる料理を提供しています。

「上海 익스프레스」(ビーデリサービス) - 宅配部門



お客様が健康で豊かな食生活ができるよう、安全な商品・サービスを提供し続けることをモットーに、“美味しさ＝満足感”を追求したメニューづくりを行っています。

「ポポラマーマ」(ファンシー・コーポレーション)



生パスタを中心としたカジュアルレストラン。「高品質でおいしいパスタを安く、早く出す」をコンセプトに、100%デュラムセモリナ粉使用の生麺を採用し、50種類以上のパスタを身近なものとして提供しています。また、ピッツァ、サラダ、アンティパスト、デザート等も充実。

「寿司処 菱膳」(ビーデリサービス) - 宅配部門



「産地直送」をモットーに、生産者のはっきりとした新鮮かつ安全な食材のみを使用しています。是非、本物の味をお楽しみください。



新規出店 店舗紹介 「郷どり燦鶏」



郷どり燦鶏 スフィアタワー天王洲店
営業時間: 11:30~14:30/17:00~23:00
〒140-0002 東京都品川区東品川2-2-8
スフィアタワー天王洲 2F
Tel 03-5495-7694
定休日: 土曜・日曜・祝祭日

落ち着いた雰囲気の魅力の天王洲アイランド。その一角にそびえるスフィアタワーにて新感覚の和み空間をご堪能下さい。

地元の人々とともに歩んで
おかげさまで 20 周年

V. CSR活動について



ジェーシー・コムサグループの社会貢献活動

ほのぼの運動とは

- ジェーシー・コムサグループが展開している社会貢献を含むプログラムで、私たち一人一人が、自分や仲間や社会に対し積極的に働きかけることにより、ほのぼのとした夢ある社会、そして住みやすい環境づくりを実現していく運動。



- 加盟している店舗から集められた「ほのぼの基金」は、夢ある社会を実現するための具体的な活動に充てられます。

チャイルドライン 『夢ある街のたいやき屋さん』振興店

周りの人々と上手に付き合っていくことが難しい今の子どもたちの環境に、声だけでつながるほんのちよとした居場所です。「電話対応ではアドバイスせず」、その子どもに添ってただただ聞いてあげるだけ。」



拾の葉シューレ

『おめで鯛焼き本舗』らびーと物の集店
学校に行っていない子どもたちの居場所やさまざまなサポートを通じて、成長の権利を保障している団体。週2日の開催に17名の子どもたちが通ってきている。

ほのぼの運動の活動趣意書

- 一、私たちはほのぼのお好み焼焼き本舗の運営、ほのぼの運動の活動を通じ、地域コミュニティにとって喜びと幸せになることを目指します。
- 一、私たちは地域のホットスペースになる店作りに励み、地域コミュニティと連携し、他人を思いやるほのぼのとした社会環境作りに努めます。
- 一、私たちは売上げの一部を社会還元し、社会貢献を果たすと同時に、加盟するパートナー全員が傍楽（はたらく）よるこびを感じられる新しい価値観の創造を目指します。
- 一、私たちは国産の食材、手作り、本物のものづくりにこだわり、日本の心を伝えていきます。
- 一、私たちは女性の社会進出、シニア世代・ハンディキャップの起業・就業の機会を創出し、ゆとりと生き甲斐のある自立を応援します。

2008年度のほのぼの運動

MOTTAINAI運動の企業対抗ごみ拾い大会参加
でMVPを獲得



富士山クラブ(代表野口健さん)の富士山のクリーンアップキャンペーン活動にMOTTAINAI運動が参加するもので、30社230名が樹海のごみ拾いに参加しました。おめで鯛手ぬぐいにカラフルなつなぎで参加したほのぼのチームはコスチューム部門のMVPを獲得しました。斜面(ほとんど崖)で割れたビンや腐食した缶などを足場の悪い中、懸命に掘り出しました。

キッズ体験 「子どもたい焼き体験鯛」

ほのぼのお好み鯛焼き本舗では、地域コミュニティー強化、子どものたちへの食育活動の一環として、「子どもたい焼き体験」を各店舗で実施しております。



農林水産大臣賞受賞について

2008年4月21日、虎ノ門パストラルで開催された、『第16回優良フードサービス事業者等表彰』（農林水産省主催）において、国産食材安定調達部門における農林水産大臣賞の表彰を受けました。

同省では、消費者の多様なニーズに対応したフードサービスの提供、環境に配慮した企業の取り組みなど、創意工夫を活かした事業への表彰事業を実施しています。

「ハーベスター・八雲」での地産地消、「一番どり」「郷どり燦鶏」「京鳥」での国産ハーブ鶏・阿波尾鶏等の国産鶏の使用、「牛傳」での国産牛、「ほのぼの鯛焼き本舗」での十勝産小豆等と、国産食材の活用による地域農業への貢献、さらには女性企業家支援、障害者の雇用、「ほのぼの運動」や「MOTTAINAI運動」等のCSR活動への功績等が主な受賞理由です。

虎ノ門パストラルでの授賞式



若林農水大臣と弊社大河原愛子会長・大河原毅代表

若林正俊農水大臣が「引き続き業務用農産物の需要増加で地域農業の推進に貢献してほしい」と受賞企業の功績をたたえ、受賞者を代表し謝辞に立った弊社CEOの大河原毅は「国産食材の使用で、これからも国内の農家を支援し続け、今後も環境問題に積極的に取り組んでいく」と述べました。

本資料のお取り扱い上のご注意

本資料は当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。

本資料を作成するに当たっては、正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。
本資料中の情報によって生じた障害や損害については、当社は一切責任を負いません。

本資料中の業績予想ならびに将来予測は、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績は言及又は記述されている将来見通しとは大きく異なる結果となることをご承知おきください。