



# 平成18年3月期 中間決算説明資料

平成18年2月1日(水)  
株式会社ジェーシー・コムサ(2876)

<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。

# 目次

頁	内 容	頁	内 容
3	当社の事業内容	14	今後の見通しと戦略
4	平成18年3月期 中間決算のポイント	15	今後の見通しと戦略
5	ピザ関連事業 製品別売上高推移	16	事業別売上見通し
6	外食事業 主要業態別売上高	17	(参考)市況推移
7	損益計算書の概要(単体)	18	(参考)ナチュラルチーズの輸入価格(CIF)
8	損益計算書の概要(連結)	19	(参考)平成18年3月期主要外食業態別 月次販売状況
9	部門別損益(損益)	20	(参考)主要製品及び店舗について
10	貸借対照表の概要(連結)	21	(参考)主要製品及び店舗について
11	キャッシュフロー計算書の概要	22	(参考)主要製品及び店舗について
12	平成18年3月期の見通し	23	(参考)ほのぼの鯛焼き本舗
13	平成18年3月期 設備投資及び減価償却費の見通し	24	(参考)ほのぼの運動が求めるもの

# 当社の事業内容

“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」

事業分野		内 容	関連当事者
ピザ関連事業		ピザ、ナン、フォカッチャ、トルティーヤ、チーズ等の世界の食品を製造販売する日本のピザのパイオニア。業務用は主力商品のピザをはじめ、ナン、カレー、ピタ、トルティーヤを扱う。市販用は大手スーパーを通じて「デルソーレ」ブランドで販売。	ジェーシー・コムサ ジェー・シー・シー(持分法適用)他
外食事業	外食店経営	焼き鳥を中心とする店舗経営。「一番どり」「京鳥」、「燦鶏」等を展開。その他スローライフを意識した「ハーベスター八雲」、社会貢献活動としての「ほのぼのお好み鯛焼き本舗」等、新コンセプトに基づく店舗展開を実施。	ジェーシー・コムサ ファンシーコーポレーション
	宅配	弁当・寿司の宅配ビジネス	サム・アップ ファンシーコーポレーション
商品販売		広告・チラシ等の販促品の販売、食品の販売	ジェー・シー・コムサ

## 平成18年3月期 中間決算のポイント

- 増収要因
  - 営業体制の大幅な見直し
  - スーパー等向けの市販用ピザの売上高が増加
  - 新コンセプトに基づく新規出店
- 減益要因
  - 原料チーズの価格上昇
  - 競争の激化

## ピザ関連事業 ～ 製品別売上高推移 ～

	H17.9期	H16.9期	増減		備考
				伸び率	
ピザ	1,103	1,166	63	5.4%	自社製品
チーズ	2,584	2,464	+180	7.5%	自社製品
プレフライドフィッシュ	145	186	41	22.0%	自社製品
ピザ関連等商品	3,286	2,771	+515	18.6%	仕入商品
合計	7,118	6,527	+591	9.1%	

- 生産部門で全工場の従業員が参画する「1ヶ月1改善運動」を展開
- エスニックブレッドの生産能力増強に着手
- 営業部門では営業体制の大幅な見直しを実施
- 提案型営業の展開によるスーパー等向けの市販用ピザの売上高の増加
- 原料チーズの価格上昇、競争激化による厳しい収益環境

## 外食事業 ～ 主要業態別売上高 ～

	一番どり	京鳥	牛傳	燦鶏	黄金鯛焼
売上高 (百万円)	906	378	83	272	27
店舗数 (店)	48	19	3	5	3
__直営 (店)	32	19	3	5	3
__FC (店)	16	0	0	0	0
__出店 (店)	0	0	0	0	0
__閉店 (店)	1	1	0	0	0
1ヶ月平均 来客数 (人)	102,264	74,302	4,324	25,593	13,222
客単価 (円/人)	1,472	842	3,214	1,740	381

- 一番どり : 閉店 1店舗 (渋谷桜ヶ丘店)
- 京鳥 : 閉店 1店舗 (青山ピーコック店)

## 損益計算書(単体)の概要

	H17.9期	構成比	H16.9期	構成比	増減	前期比
売上高	9,054	100.0%	8,625	100.0%	+429	+5.0%
売上総利益	2,257	24.9%	2,379	27.6%	122	5.1%
販管費	2,217	24.4%	2,243	26.0%	26	1.2%
営業利益	40	0.4%	136	1.6%	96	70.6%
経常利益	11	0.1%	62	0.7%	51	82.3%
当期利益	216	-	5	0.05%	221	-

## 損益計算書(連結)の概要

	H17.9期	構成比	H16.9期	構成比	増減	前期比
売上高	9,935	100.0%	9,388	100.0%	+547	+5.8%
売上総利益	2,862	28.8%	2,813	29.96%	+49	+1.8%
販管費	2,826	28.4%	2,686	28.61%	+140	+5.2%
営業利益	36	0.4%	127	1.35%	91	71.7%
経常利益	2	-	44	0.46%	46	-
当期利益	292	-	17	0.15%	275	-

- 基本方針は「食の安全・安心」「収益力の増強」「外食事業の拡大強化」
- 各セグメントの売上は比較的堅調
- 経常利益は関係会社の損失計上等により、前年同期比47百万円の減益
- 中間純利益は減損会計の適用により、外食店舗の減損損失378百万円を形上し、前年同期比275百万円の減益

## 部門別損益(連結)

	H17.9期			H16.9期		
	売上高	営業利益	(利益率)	売上高	営業利益	(利益率)
ピザ関連	7,118	236	3.3%	6,527	358	5.5%
外食	2,804	97	3.5%	2,410	14	0.6%
その他	12	2	16.7%	450	88	19.6%
消去又は全社	-	(300)	-	-	(333)	-
合計	9,935	337	3.4%	9,388	461	4.9%

- ピザ関連
  - 原料チーズの高騰等による影響大
  - 営業体制の大幅な見直し、提案型営業強化により、市販用ピザの売上高が増加
- 外食
  - 基幹ビジネスの「一番どり」「京鳥」の新メニュー開発、コスト見直しが奏功
  - 自社生産品を自社店舗で売る目的で合併した「ポポラマーマ」も今期積極出店
- その他
  - 日本ケンタッキー・フライド・チキン(株)向けセールスプロモーション用ツールの販売契約終了により大幅減収

## 貸借対照表の概要(連結)

	H17.9期末	構成比	H16.9期末	構成比	増減	備考
流動資産	6,176	53.1%	5,892	51.3%	+275	
__現金預金	2,076	17.5%	2,005	17.4%	+71	
__売上債権	2,816	24.2%	2,615	22.7%	+201	チーズ関連売掛増(2億円)
__棚卸資産	1,066	9.2%	1,005	8.7%	+61	
固定資産	5,423	46.7%	5,559	48.5%	136	減損会計適用のため
繰延資産	23	0.2%	44	0.4%	21	
資産合計	11,623	100.0%	11,496	100.0%	+127	
流動負債	5,590	48.0%	4,922	42.8%	+668	チーズ関連買掛金増 (2億1,000万円) 短期借入金増(2億8,000万円)
固定負債	3,771	32.4%	4,034	33.5%	263	借入金社債返済
負債合計	9,362	80.5%	8,957	74.2%	+405	
__有利子負債	5,482	44.1%	5,436	60.7%	+46	
少数株主持分	5	0.04%	5	0.05%	0	
資本合計	2,256	19.4%	2,533	22.0%	277	

# キャッシュフロー計算書の概要

(百万円)

	H17. 9期	H16. 9期	増減	備考
営業活動による キャッシュフロー	142	291	149	税金等調整前中間純損失の計上、 仕入債務の増加幅の減少
投資活動による キャッシュフロー	113	439	+ 326	定期預金の預入による支出の減少 有形固定資産の取得による支出の 減少
財務活動による キャッシュフロー	633	785	+ 152	長期借入金返済による支出の減少 社債発行による収入の増加
現金及び現金同等物 に係る換算差額	1	0	+1	
現金及び現金同等物 の増減額	604	933	-	
現金及び現金同等物 の期末残高	1,620	1,573	47	

# 平成18年3月期の見通し

《単体》

(百万円)

	18.3期(計画)	構成比	H17.3期	構成比
売上高	19,000	100.0%	18,269	100.0%
営業利益	300	1.6%	340	1.9%
経常利益	150	0.8%	208	1.1%
当期利益	180	0.9%	57	0.3%

《連結》

(百万円)

	18.3期(計画)	構成比	H17.3期	構成比
売上高	21,000	100.0%	19,969	100.0%
営業利益	310	1.5%	322	1.6%
経常利益	140	0.7%	185	0.9%
当期利益	260	1.2%	17	0.1%

## 平成18年3月期 設備投資及び減価償却費の見通し

《単体》

(百万円)

	H18.3期 (計画)	増減	H17.3期 (実績)	増減
設備投資	900	+363	537	+410
減価償却費	350	+40	310	+88

《連結》

(百万円)

	H18.3期 (計画)	増減	H17.3期 (実績)	増減
設備投資	964	+409	555	+397
減価償却費	390	+39	351	+107

# 今後の見通しと戦略

## 【ピザ関連事業】

- ピザの市販市場は專業以外のメーカーの市場進出による競争激化があるものの、チルド製品の拡大が続く中、ピザ專業メーカーとして品質での差別化を推進
- エスニックブレッド(ナン・フォカッチャ・ピタ)は設備増強によりトップシェアを目指す(11月中旬本格稼働開始)



写真: 増強したエスニックブレッドの製造設備

- 管理システムの導入、原材料調達に関する購買・物流システムの見直し(チーズ市況や為替変動リスクの吸収)

## 【物販事業】

- 日本ケンタッキー・フライド・チキン向けセールスプロモーション用ツールの販売に関する契約が平成16年9月で契約期限が到来し、本ビジネスは終了(前期の同ビジネスに係わる売上高は539百万円、経常利益は92百万円)

# 今後の見通しと戦略

## 【外食事業】

- 消費者の食の安心安全と新しい食の価値を求める傾向が続く中で新しい外食コンセプトの開発推進
  - 「ほのぼのお好み焼鯛焼き本舗」コンセプトの開発とほのぼの運動の展開  
「ほのぼの運動」… P23～参照
  - 北海道ハ - ベスタ - 八雲レストラン(地域の食と農を結ぶ大型レストラン)へ
- 石釜ピザ導入と北海道道立公園『噴火湾パノラマパーク』でのレストラン展開
- 立地の変化とコンセプトの疲弊が目立つ店舗の早期閉店と新店開発の強化
- ピザビジネスのシナジー効果のある外食事業の取組み
- 既存主力コンセプトの燦鶏、京鳥、牛傳の磨き込み(新メニューの投入、サービスの強化、等)
- 店舗展開の為にフランチャイズ展開及び社員ランセンサー制度の活用
- M&Aや業務提携の積極活用

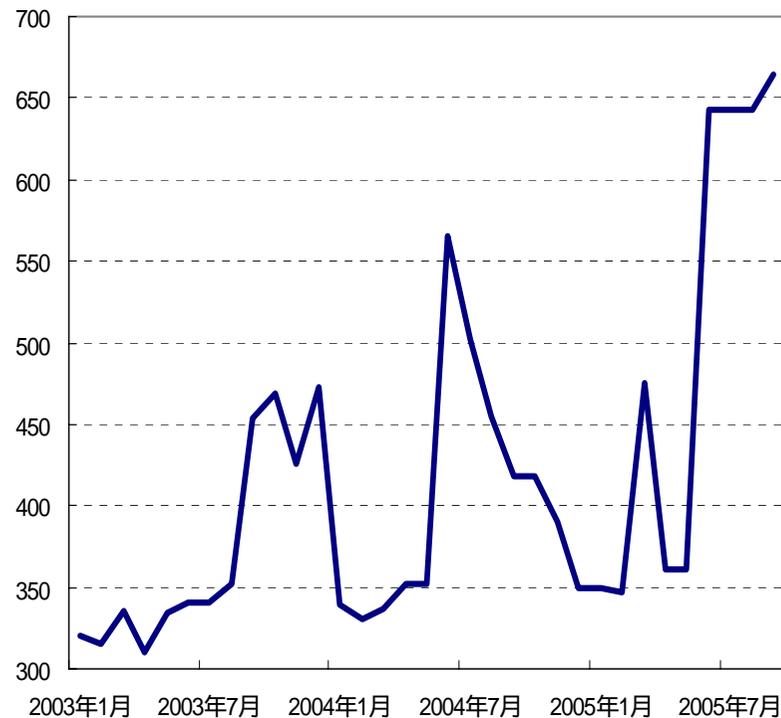
# 事業別売上見通し

(百万円)

	H18.3期(計画)			H17.3期		
	売上高	営業利益	(利益率)	売上高	営業利益	(利益率)
ピザ関連	15,230	680	4.5%	14,122	761	5.4%
外食	5,650	190	3.4%	5,143	69	1.3%
物販	120	30	25.0%	703	140	19.9%
消去又は 全社	-	( 590)	-	-	( 648)	-
合 計	21,000	310	1.5%	19,969	322	1.6%

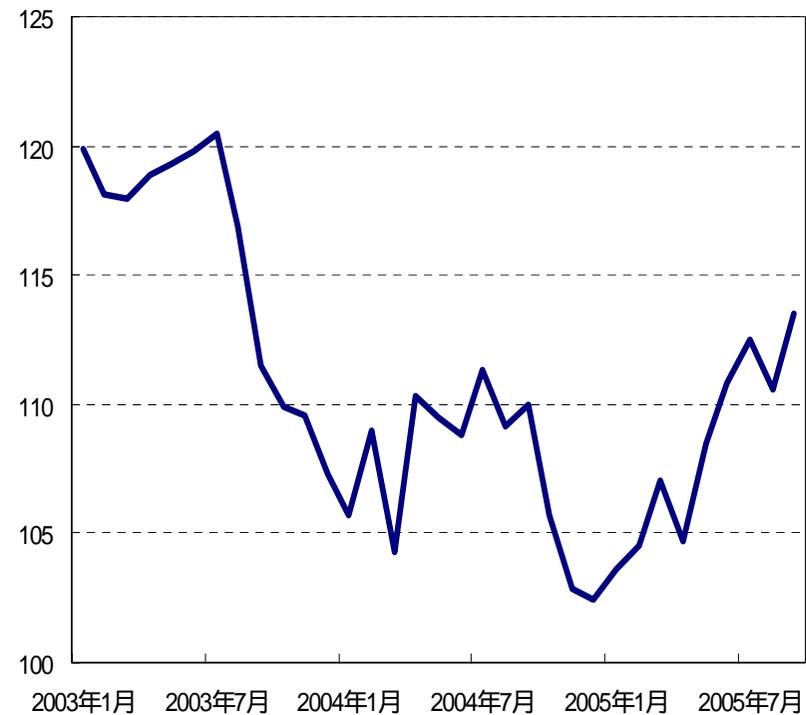
# 《参考》市況推移

【フレッシュチーズ輸入平均単価(円/kg)の推移]  
 (2003/1 ~ 2005/9月次推移)



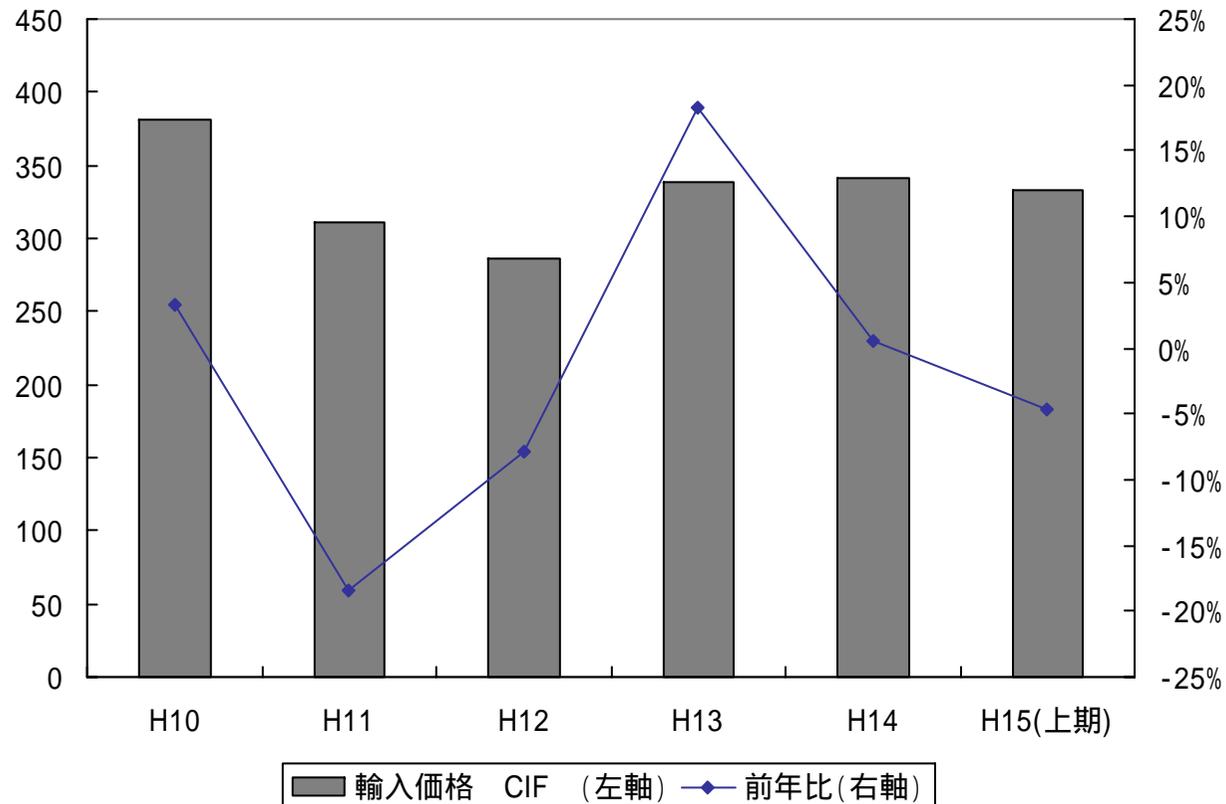
出所) 財務省貿易統計のフレッシュチーズの輸入数量及び金額データから平均単価を算出して作成

【為替レート(円/ドル)終値推移]  
 (2003/1 ~ 2005/9月次終値)



出所) 時事通信データより作成

## 《参考》ナチュラルチーズの輸入価格(CIF)：(円/kg)



## 《参考》平成18年3月期 主要外食業態別月次販売状況

	一番どり			京鳥			燻鶏			牛傳		
	既存店 増収率	来客数	客単価	既存店 増収率	来客数	客単価	既存店 増収率	来客数	客単価	既存店 増収率	来客数	客単価
	(%)	(人)	(円)	(%)	(人)	(円)	(%)	(人)	(円)	(%)	(人)	(円)
2004年10月	87.7	-	-	98.0	64,260	778	115.5	-	-	105.9	-	-
11月	94.4	108,931	1,397	97.5	60,923	785	118.1	18,596	1,883	84.7	3,553	3,172
12月	97.8	119,502	1,724	103.1	75,932	865	102.3	21,843	2,029	96.7	4,788	3,722
2005年1月	97.9	108,786	1,441	119.0	58,822	835	106.9	20,460	1,729	113.7	4,041	3,261
2月	100.2	101,904	1,398	140.0	55,779	808	105.4	21,729	1,702	104.9	3,917	3,114
3月	99.4	118,966	1,402	141.8	69,937	818	107.1	21,817	1,775	110.0	4,676	3,331
4月	96.6	105,377	1,485	319.9	70,182	838	230.3	26,200	1,765	533	4,273	3,280
5月	496.1	96,800	1,463	132.7	71,151	873	169.3	25,911	1,728	411.6	4,171	3,418
6月	97.7	107,636	1,470	132.4	72,645	822	62.9	27,080	1,727	-	4,430	3,048
7月	101.9	104,005	1,498	106.7	80,776	848	110.0	25,601	1,755	62.1	4,455	3,238
8月	256.9	104,366	1,427	133.3	81,383	849	112.0	26,919	1,714	-	4,601	3,156
9月	140.8	97,382	1,488	92.7	73,093	820	-	24,521	1,751	2.2	3,971	3,153

## 《参考》主要商品及び店舗について

### ピザ



主力のプレミアム・スタンダード・シリーズは、厳選された素材のみを使用し設計・開発された、当社が自信を持ってお勧めする商品シリーズです。

### クラスト



ジェーシー事業本部のクラストは良質の小麦粉を使い、ピザ専門トップメーカーならではの技術と設備で、用途に応じてお選びいただける豊富なバリエーションを揃えています。

### トルティーヤ



小麦粉を使ったプレーンなフラットブレッド。タコスやブリトーはもちろんピザクラストやラップサンドなどアイデア次第で様々に楽しみいただけます。

### ピタ



ピタは中近東を源とする平焼きパンの一種です。シンプルな配合の生地を高温・短時間で焼くとプクッと膨れ上がります。この時中が空洞状態になるのが特徴です。半分に切り、中に野菜や肉などをつめて食べるユニークなパンです。

### フォカッチャ



北イタリアのジェノバ地方で生まれたオリーブ油を練り込んだパンの一種で、現在のピザの原型と言われています。

### ナン



インドのナンは手で叩きながら伸ばした生地をひっぱって洋梨形にし、タンドール窯に貼りつけて焼きます。ジェーシー事業本部では、本場の製法を現代テクノロジーで量産化し、日本人の嗜好にあわせて改良しています。

# 《参考》主要商品及び店舗について

## 串焼処 一番どり



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



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



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



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るぎの大人の時間。指定生産者が育てた常陸牛を中心とした国内黒毛和牛種を中心に、全てがプロが吟味した逸品です。

## 《参考》主要商品及び店舗について

### ハーベスター八雲



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、ほんもののおいし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。

### ポポラマーマ



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。おいしいパスタを身近なものとして提供しています。2003年には中国・上海にも出店しました。

### ほのぼのお好み鯛焼き本舗



「夢ある街のたいやき屋さん」



「おめで鯛焼き本舗」



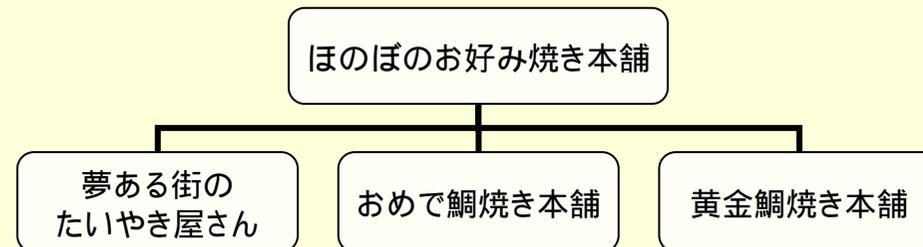
「黄金鯛焼き本舗」

## 《参考》ほのぼのお好み鯛焼き本舗

『皆で一緒に自分が人が社会が“ほのぼの”となる  
良いことをしよう』



厳選された国産小豆を自家炊きし、あん練り・手焼きの  
実演販売をしています。



「夢ある街のたいやき屋さん」



「おめで鯛焼き本舗」



「黄金鯛焼き本舗」

## 《参考》ほのぼの運動が求めるもの

- 新価値観に基づくフランチャイズ・システム
  - 売上げの一部を社会還元することで社会貢献をする店舗展開
  - 地域コミュニティと連携し、他人を思いやる社会環境作りを目指す経営
  - 女性やシニア、フリーターやニート、そして障害を負った方々に開かれた職場の創出
  - 国産材料こだわりの本物価値
  - 小さい資本の無理ない起業
- 現代の風潮へのアンチテーゼ
  - 利益至上主義、能力差別主義、ブランド依存主義、資本万能主義への抵抗
  - 私たちが目指すのはビジネスにおける人間復活主義
- 「ほのぼの運動」を全国的に展開～志の実現に向け

