

ゼンショーサポーターズクラブ [ZSC] 会員募集中!!

ZSC(ゼンショーサポーターズクラブ)とは

「ZSC」は、株主の皆様とゼンショーをつなぐ架け橋です。ゼンショーからは、経営方針やゼンショーのことがよくわかる旬な情報紙、会員専用通販ショップのご案内などをお送りします。一方で、会員の皆様からご意見・ご要望をお寄せいただき、経営にフィードバックすることにより、双方向コミュニケーションを図り、企業価値と株主還元を高めることを目的としています。



ZSCキャラクター「ゼンショーガン」

ZSC会員だけの特典

- ① 「会員情報紙」の送付
- ② グループ店舗で使えるお得な「特別お試し券」の送付
- ③ ZSCオリジナル商品の特別販売(通販)

①情報紙

②特別お試し券

③ZSCオリジナル商品の販売

Now
printing



入会をご希望の方は...

- ①同封の「サポーターズクラブ入会案内ご請求ハガキ」をご返送いただくか、
- ②同封の「株主様お食事ご優待券のご案内」をご確認の上、株主優待券でご入会ください。

会費
入会金
500円
+
年会費
1,000円

(入会は任意です)

〈お問合せ〉ZSC事務局 TEL:03-6833-1630(平日のみ9:00~11:30、13:00~17:00)

株式会社ゼンショーホールディングス

2014年3月期 第2四半期
事業報告書

2013年4月1日～2013年9月30日

株主通信

写真:ゼンショーグループの冬メニューより



証券コード:7550

ZENSHO



世界の「すき家」 2013年9月11日、メキシコ1号店(プラザ コヨアカン店)オープン

株主のみなさまへ



株式会社ゼンショーホールディングス
代表取締役会長兼社長兼CEO
小川 賢太郎

当第2四半期(累計)は、「すき家」、「はま寿司」を中心に国内に102店舗、海外に12店舗を出店し、当期末のグループ店舗数は4,722店舗となりました。

国内においては一部に景気回復の傾向が見られるものの、グループの主力業態である「すき家」の既存店売上高前年比は92.0%となりました。しかし、中長期的な推移を見れば、中期的なトレンドを示す2009年比(牛井並盛280円への価格改定前との比較)では107.0%、長期的なトレンドを示す2003年比(BSE発生前との比較)では110.6%と、依然高い水準を維持しています。

また、「ココス」や「ジョリーパスタ」をはじめとするレストランカテゴリーの既存店売上高前年比は99.8%、「はま寿司」をはじめとするファストフードカテゴリーは同100.1%と、堅調に推移しています。

収益面については、食材原価の上昇などにより厳しい状況が続いているものの、主要な食材である米や牛肉の価格について長期的に高止まりすることはないと見ており、現在の状況は極めて一過性のものであると考えています。

2014年3月期 第2四半期 ゼンショーグループサマリー

- ◆「すき家」、「はま寿司」を中心に114店舗を出店。
連結店舗数は4,722店舗。
- ◆連結業績は原材料価格の上昇が利益に影響。
連結売上高 2,276億円(前年同期比+10.7%)
営業利益 43億円(同 △51.3%)
経常利益 41億円(同 △49.4%)
- ◆2013年11月1日に、2014年3月期の連結業績予想の修正を発表。
連結売上高4,544億円、営業利益83億円、経常利益74億円、当期純利益5億円の見込み。
(詳細は8ページをご覧ください)

目次

Contents

トップメッセージ	2
財務ハイライト	4
カテゴリー別レビュー	9
インタビュールーム Q&A	11
株主優待制度	13

マクロ的な視野で見れば、現在はデフレからインフレへの転換期であると認識しています。この認識のもと、グループ全体の価格政策、商品政策の見直しを進めています。この政策に自信があるからこそ、当期の配当も据え置くこととしました。

ゼンショーグループは、原材料の調達から加工・製造、物流、店舗での販売を一貫して行う独自のMMD（マスマーチャンダイジング・システム）を構築してきました。このMMDをグローバルに展開し、世界中の人々に安全でおいしい食を手軽な価格で提供し続けることが、我々の使命であると考えています。

海外では「すき家」が今年の9月にメキシコに初出店を果たし、すでに展開している中国、ブラジル、タイ、マレーシアを合わせると、「すき家」の海外展開地域は5カ国、店舗数は81店舗となり、グローバル展開は着実に進んでいます。

一方、昨秋にはスーパーマーケットチェーンの株式会社マルヤのグループ化を果たし、販売チャネルの強化を進めるなど、MMDは常に進化を続けています。

■連結損益計算書(要旨)

(億円・切り捨て)

	前第2四半期(累計) 2012年4月1日～ 2012年9月30日	当第2四半期(累計) 2013年4月1日～ 2013年9月30日	増減
1 売上高	2,056	2,276	+220
売上原価	746	903	+157
販売費及び一般管理費	1,220	1,329	+108
2 営業利益	89	43	△45
経常利益	81	41	△40
四半期純利益	31	4	△27

POINT 1 売上高は対前年で増加

2014年3月期第2四半期の売上高につきましては、「すき家」「はま寿司」を中心とした114店舗の新規出店および昨年11月にM&Aを行ったスーパーマーケットの「マルヤ」の連結により、2,276億円(前年同期比10.7%増)となりました。

■売上高

(億円)



※2015年3月期の目標については、当社の長期目標である「新ミニマム10」(2013年12月25日公表)から抜粋しています。

POINT 2 既存店売上高減と原価上昇等により減益

グループ全体の既存店売上高前年比が96.9%であったことに加え、円安による牛肉価格の上昇およびエネルギーコストの上昇が影響し、2014年3月期第2四半期の営業利益は、43億円(同51.3%減)となりました。

■営業利益

※2015年3月期の目標については、当社の長期目標である「新ミニマム10」(2013年12月25日公表)から抜粋しています。

POINT 3 有利子負債残高は、若干の増加

今期も新規出店資金および運転資金として、必要資金の調達を行っております。建設協力金の流動化により有利子負債の増加を抑制しつつ、短期借入金の活用や低金利での長期固定金利借入により、支払利息の低減に努めています。

POINT 4 純資産比率・自己資本比率は横ばいで推移

純資産比率・自己資本比率は2013年3月期末とほぼ横ばいで推移し、それぞれ21.5%(対前期末0.1ポイント増)、16.4%(同0.1ポイント減)となりました。

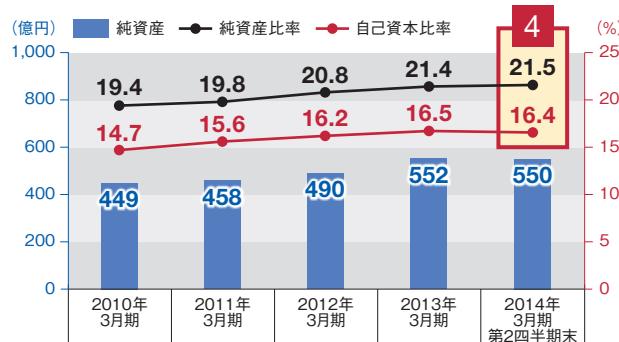
■連結貸借対照表(要旨)

(億円・切り捨て)

	前期末 2013年3月31日	当第2四半期末 2013年9月30日	増減
資産の部			
流動資産	498	453	△44
現金及び預金	186	164	△22
その他	311	288	△22
固定資産	2,084	2,102	+17
有形固定資産	1,244	1,279	+34
無形固定資産	174	187	+13
投資その他の資産	665	635	△30
資産合計	2,585	2,557	△28

負債の部			
3 有利子負債	1,452	1,471	+18
短期借入金・CP	88	142	+53
長期借入金・社債	1,363	1,328	△34
その他負債	580	534	△45
負債合計	2,032	2,006	△26

純資産の部			
株主資本	465	457	△7
資本金・資本剰余金	207	207	+0
利益剰余金	258	250	△7
その他の包括利益累計額	△39	△38	+1
少数株主持分	126	131	+4
純資産合計	552	550	△1
負債純資産合計	2,585	2,557	△28

■純資産比率

■連結キャッシュ・フロー(要旨)

(億円・切り捨て)

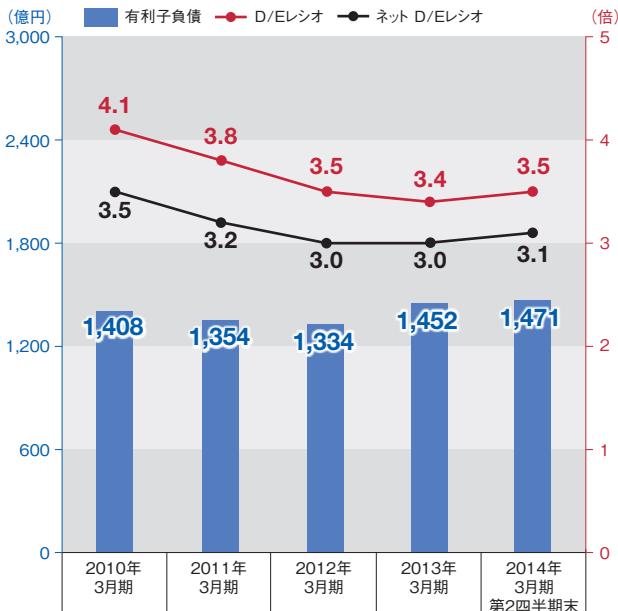
	前第2四半期(累計) 2012年4月1日~ 2012年9月30日	当第2四半期(累計) 2013年4月1日~ 2013年9月30日	増減
現金及び現金同等物の期首残高	185	186	+0
営業キャッシュ・フロー	72	100	+27
投資キャッシュ・フロー	△109	△115	△5
財務キャッシュ・フロー	31	△12	△43
現金及び現金同等物に係る換算差額	0	1	+1
現金及び現金同等物の期末残高	180	164	△15
フリー・キャッシュ・フロー	△37	△14	+22

5

POINT 5 フリー・キャッシュ・フローは対前年で改善

営業キャッシュ・フローは前年に対して、棚卸資産等の流動資産の低減等があり、27億円改善しています。投資キャッシュ・フローは、継続的な設備投資を行うも、建設協力金の流動化等により前年とほぼ同水準に抑えました。その結果、フリー・キャッシュ・フローは対前年で22億円の改善となりました。

■有利子負債・D/Eレシオ



2014年3月期連結業績予想の修正

■連結損益計算書(要旨)

(億円・切り捨て)

	2013年 3月期	2014年 3月期	対2013年 3月期実績	
	実績	修正予想	前年差	前年比
売上高	4,175	4,544	+368	+8.8%
営業利益	147	83	△64	△43.5%
経常利益	138	74	△64	△46.3%
当期純利益	50	5	△44	△88.7%

Closeup

継続的な出店と「マルヤ」のフル寄与により増収を見込む

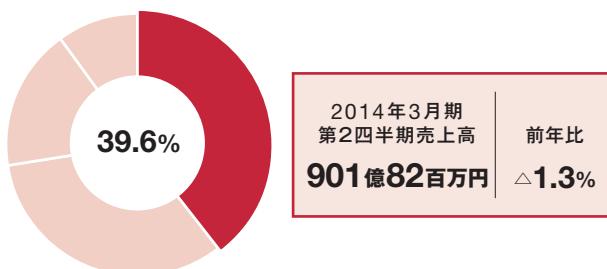
2014年3月期の連結出店数は、211店舗を予定しており、グループ店舗数は4,823店舗となる見込みです。新規出店に加え、昨年11月にグループに加わったスーパーマーケットの「マルヤ」が1年間を通じて寄与すること等により、2014年3月期の連結売上高は、4,544億円(前年同期比8.8%増)となる見込みです。

Closeup

下期も厳しい経営環境は続く

上期の業績を勘案し、グループ全体の既存店売上高前年比の想定を98.0%としたことに加え、下期も厳しい原価環境が続くと考えられること等により、2014年3月期の営業利益は、83億円(同43.5%減)となる見込みです。

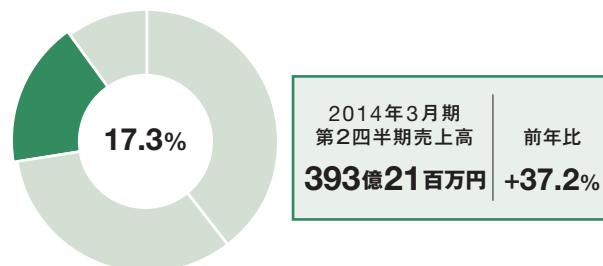
1 牛丼カテゴリー



牛丼カテゴリーの「すき家」は2014年3月期第2四半期に、55店舗の新規出店を行い、1,957店舗となりました。「すき家」の既存店売上高前年比は92.0%となりましたが、牛丼価格改定前と比較した中期指標である2009年比は107.0%、BSE発生前と比較した長期指標である2003年比は110.6%と堅調に推移しています。

海外展開につきましては、2013年9月にメキシコに新規出店を行い、現在5カ国で展開を行っています。

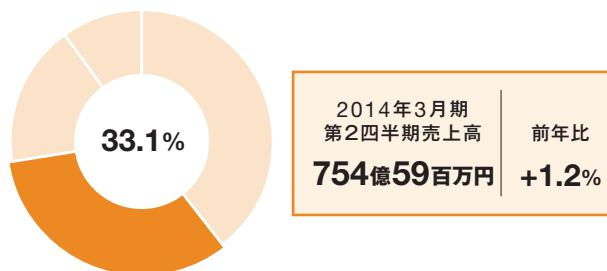
3 ファストフードカテゴリー



2014年3月期第2四半期末のファストフードカテゴリー全体の店舗数は、回転寿司の「はま寿司」を中心に継続的な新規出店を行った結果、580店舗となりました。また、当カテゴリーの既存店売上高前年比は100.1%となりました。

引き続き、出店による業容の拡大と店舗サービスの水準の向上に取り組んでまいります。

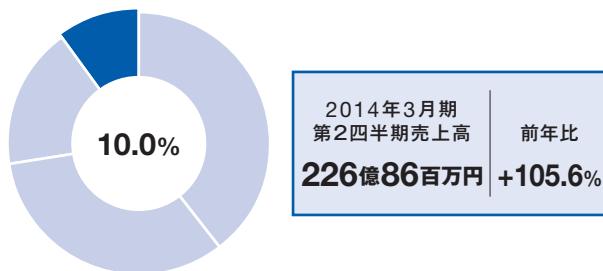
2 レストランカテゴリー



2014年3月期第2四半期末のレストランカテゴリー全体の店舗数は1,530店舗となりました。また、当カテゴリーの既存店売上高前年比は99.8%で推移いたしました。

「ココス」、「ジョリーパスタ」をはじめとした主力業態を中心に、商品力の強化、サービス水準の向上に取り組む、収益力強化に努めてまいります。

4 その他カテゴリー ※小売を含む



ピザ製造・販売メーカーである「トロナジャパン」では、2013年3月にグループ力を活かした「すき家 中華丼の具」と「ココス 特選ビーフカレー」を、また、4月には冷凍したまま持ち歩くと約1時間で食べごろになる画期的な焼きドーナツ「SUMADO(スマド)」を発売し、外販事業の強化に取り組んでいます。

その他、調達・製造・物流を担う機能会社におきましては、引き続き、ゼンショーグループのMMDの根幹として強化してまいります。

株主の皆様からよくお寄せいただく ご質問にお答えします。

Q スーパーマーケット事業の 改善の見通しはどうか。

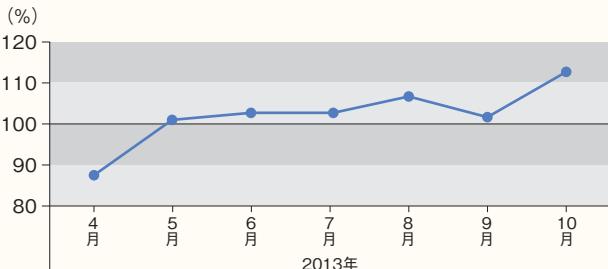
A 黒字化に向けてグループ全体での取り組みをスタートしています。グループの店舗運営のノウハウを投入し、人件費のコントロール、在庫管理の強化、サービス水準の向上で成果が出始めています。

マルヤの先行改革店舗(2店舗)では、店舗の一部改装とグループの調達力を背景とした生鮮四品(青果、精肉、鮮魚、惣菜)の本格的な強化に取り組んだ結果、既存店売上高は前年比で30%~50%増加しました。今後は、これを横展開していきます。

Q 米国事業の状況を教えてほしい。

A 米国カタリーナ・レストラン・グループ(CRG)は、サブプライム危機、リーマンショック後の米国経済の急減速の影響を長く受けました。しかし今年6月に新しいCOOが着任し、メニュー戦略の見直し、人件費コントロールや在庫管理のレベルアップに取り組んだ結果、直近の8月以降は前年を超える売上を計上し、急回復を見せています。

■カタリーナ・レストラン・グループ 既存店売上高前年比



マルヤ

Q 食材価格の見通しはどうか。

A 米については、流通在庫の余剰感が強く、コシヒカリなど主力銘柄が値下がりするなど直近で卸間取引価格は昨年より2割近く下落しています。中長期的に見ても、政府が減反政策を転換する方向性を打ち出しており、生産意欲のある大規模農家が生産量を増やし、価格が下がるものと予測しています。

牛肉については、中国が国内の需要増により高い価格で買入れることで世界的に相場が上がっているものの、価格が上昇すれば新規参入も増え、生産頭数は増加します。米国に次ぐ生産量のある中国国内でも生産の近代化による増産が進むと見られ、輸入が増え続けることはなく、今後、世界的に高値止まりになることはないと予測しています。

Q 配当政策についての考え方を 教えてほしい。

A ゼンショーホールディングスでは、資本と経営は車の両輪であると考えています。「フード業世界一」をともに目指すパートナーである株主の皆様への利益還元を当社では経営の重要政策の一つであると考え、配当性向については20~30%をガイドラインとしています。

今期については厳しい損益が予想されるものの、これは一過性の要因によるものと考えており、業績は来期以降に回復するという前提のもと、引き続き安定的な配当を行うこととしました。

株主優待制度

当社では皆様の日頃のご厚情に感謝し、100株以上保有の株主の方に、当社グループでお使いいただける「株主様お食事ご優待券」をお届けしています。



100株以上300株未満	1,000円分 (500円券×2枚)
300株以上500株未満	3,000円分 (500円券×6枚)
500株以上1,000株未満	6,000円分 (500円券×12枚)
1,000株以上5,000株未満	12,000円分 (500円券×24枚)
5,000株以上	30,000円分 (500円券×60枚)

ご優待券をご利用いただけるお店



代替品について

300株以上保有の株主様は、代替品交換制度をご利用いただけます。



(代替品の一例)

定められた期限内に未使用で最新の株主優待券(切り離し無効)をご返送いただくと、3,000円1冊分で、ゼンショーのオリジナル商品と交換が可能です。

(2014年6月30日ご利用期限の株主優待券の代替品交換は、2014年1月31日(金)を申込書の必着期限とさせていただきます)

※詳細は株主優待券同封の「株主様お食事ご優待券のご案内」をご覧ください。

株式の状況(2013年9月末現在)

■発行可能株式総数 432,000,000株
 ■発行済株式の総数 121,100,000株
 ■株主数 150,403名

大株主(上位10名)

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
株式会社 日本クリエイイト	42,253	34.90
小川 賢太郎	3,632	3.00
小川 一政	3,631	3.00
小川 洋平	3,631	3.00
ゼンショーグループ社員持株会	2,580	2.13
全国共済農業協同組合連合会	1,684	1.39
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	1,164	0.96
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	811	0.67
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口1)	699	0.58
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口6)	659	0.55

(注)持株比率は自己株式(23,629株)を控除して計算しております。

株主メモ

事業年度：毎年4月1日から翌年3月31日までの1年

配当金受領株主確定日：3月31日および9月30日

定時株主総会：毎年6月開催

基準日：3月31日

その他必要があるときは、あらかじめ公告して一定の日を定めます。

株主名簿管理人：東京都千代田区丸の内一丁目4番1号

三井住友信託銀行株式会社

郵便物送付先：〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号

三井住友信託銀行株式会社 証券代行部

電話照会先：0120-782-031(フリーダイヤル)

単元株式数：100株

公告方法：原則として当社ホームページにて行います。電子公告によることができない事故その他やむを得ない事由が生じたときは、日本経済新聞に掲載して行います。

お近くのお店は

「ゼンショーグループ店舗検索サイト」でご確認ください。

パソコン、スマートフォンから

ゼンショーさがす

検索

<http://www.zensho.co.jp/jp/shop/>

携帯から 右記QRコードを読み取ってください。

<http://www.zensho.co.jp/jp/s/>

