



株式会社 **ジェーシー・コムサ**

決算説明会 (2007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	内 容	頁	内 容
3	当社グループの事業内容	15	事業別売上見通し
4	平成19年3月期 決算のポイント	16	市況推移・為替レート
5	損益計算書の概要(連結)	17	平成19年3月期 主要外食業態別 月次販売状況
6	損益計算書の概要(単体)	18	(参考)主要商品及び店舗について①
7	部門別損益(連結)	19	(参考)主要商品及び店舗について②
8	ピザ関連事業 ～製品別売上高推移～	20	(参考)主要商品及び店舗について③
9	外食事業 ～主要業態別売上高～	21-26	(参考)ほのぼのお好み鯛焼き本舗
10	貸借対照表の概要(連結)		
11	キャッシュフロー計算書の概要(連結)		
12	平成20年3月期の見通し		
13	平成20年3月期 設備投資及び減価償却費 の見通し		
14	今後の見通しと戦略		

当社グループの事業内容

“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		関連会社
 ピザ関連 事業	<ul style="list-style-type: none"> ●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 持分法適用会社
	 外食 事業	外食店経営 <ul style="list-style-type: none"> ●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 	
宅配		<ul style="list-style-type: none"> ●弁当・寿司の宅配ビジネス 	サム・アップ 連結子会社
商品販売	<ul style="list-style-type: none"> ●食品の販売 		ジェーシー・コムサ

平成19年3月期 決算のポイント

- 減収要因

- エスニックブレッドの販売伸び悩み
- (株)ヒガ・インダストリーズへの売上が11月以降、手数料収入へ変更

- 増益(営業利益)要因

- ピザ関連事業での変動労務費の低減と歩留まり向上によるコスト削減

損益計算書(連結)の概要

(百万円)

	H19.3期	構成比	H18.3期	構成比	増減	前期比
売上高	19,806	100.0%	20,403	100.0%	-597	-2.9%
売上総利益	6,343	32.0%	5,784	28.4%	558	9.7%
販管費	6,102	30.8%	5,737	28.2%	365	6.4%
営業利益	241	1.2%	47	0.2%	193	408.6%
経常利益	83	0.4%	-62	-0.3%	146	
当期利益	-486	-2.5%	-378	-1.9%	-107	

- 売上高は外食事業が増加、ピザ関連事業の落ち込みをカバー
- 変動労務比率の低減と歩留まり向上によるコスト削減で営業利益は回復
- 経常利益は営業利益の回復で黒字に転換
- 当期利益は繰延税金資産を取り崩したことにより、前年よりさらに減少

損益計算書(単体)の概要

(百万円)

	H19.3期	構成比	H18.3期	構成比	増減	前期比
売上高	17,419	100.0%	18,483	100.0%	-1,064	-5.8%
売上総利益	4,496	25.8%	4,449	24.1%	46	1.0%
販管費	4,255	24.4%	4,431	24.0%	-176	-4.0%
営業利益	241	1.4%	18	0.1%	222	1193.7%
経常利益	129	0.7%	-69	-0.4%	198	
当期利益	-411	-2.4%	-311	-1.7%	-99	

部門別損益(連結)

(百万円)

	H19.3期			H18.3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	13,511	618	4.6%	14,574	416	2.9%
外食	6,153	199	3.2%	5,681	217	3.8%
その他	140	35	25.3%	147	38	26.0%
消去又は全社		-612			-624	
合計	19,806	241	1.2%	20,403	47	0.2%

- ピザ関連
 - 製造工程を改善したトッピングピザ「ベーシックピザシリーズ」の拡販
 - 変動労務比率の低減と歩留まり向上によるコスト削減の実施
 - ヒガ・インダストリーズ(ドミノピザ)への売上が11月より手数料収入に変更
- 外食
 - スクラップアンドビルドの実施 新規出店5店舗、閉店8店舗
- その他
 - 日本ケンタッキーフライドチキン向けの年末スモークチキン販売を従来から継続

ピザ関連事業 ～製品別売上高推移～

	H19.3期	H18.3期	増減		備考
				伸び率	
ピザ	1,995	2,267	-272	-12.0%	自社製品
ピザ関連等食品	5,453	5,296	157	3.0%	自社製品
フレフライドフィッシュ	250	266	-15	-6.0%	自社製品
ピザ関連等商品	5,677	6,743	-1,066	-15.8%	仕入商品
物流手数料	134		134	—	
合計	13,511	14,574	-1,062	-7.3%	

【市場環境】 主要原料のチーズが値上がり

【市場環境】 競争激化による販売価格の下落

【販売】 トッピングピザ「ベーシックピザシリーズ」の拡販

【販売】 エスニックブレッド分野では大手ファーストフードへの商談獲得

【販売】 営業部門の販売活動の効率化を実行

【会計変更】 ヒガインダストリーズ(ドミノピザ)への売上が11月より手数料収入へ変更

【コスト】 変動労務比率の低減と歩留まり向上によるコスト削減の実施



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)	1,746	723	170	838	68
店舗数	(店)	45	19	3	9	3
直営	(店)	31	19	3	9	3
(F C)	(店)	14	0	0	0	0
(出店)	(店)	0	0	0	2	0
(閉店)	(店)	2	0	0	0	0
1ヶ月平均来客数	(人)	104,295	72,317	4,348	39,746	14,468
客単価	(円/人)	1,271	929	3,380	1,781	455

出店店舗

燦鶏 2店舗 (TOC有明店・LAZONA川崎店)

閉店店舗

一番どり 2店舗 (人形町店・京橋店)

貸借対照表の概要(連結)

(百万円)

	H19.3期末	構成比	H18.3期末	構成比	増減
流動資産	5,250	49.3%	6,021	50.9%	-770
現金預金	2,086	19.6%	2,103	17.8%	-16
売上債権	2,233	21.0%	2,735	23.1%	-502
棚卸資産	737	6.9%	898	7.6%	-160
固定資産	5,391	50.7%	5,806	49.1%	-414
繰延資産	2	0.0%	7	0.1%	-4
資産合計	10,645	100.0%	11,835	100.0%	-1,190
流動負債	5,053	47.5%	5,489	46.4%	-436
固定負債	3,894	36.6%	4,138	35.0%	-244
負債合計	8,947	84.1%	9,628	81.4%	-680
有利子負債	5,674	53.3%	6,087	51.4%	-413
少数株主持分	9	0.1%	10	0.1%	0
資本合計	1,644	15.5%	2,197	18.6%	-552

キャッシュフロー計算書の概要(連結)

(百万円)

	H19.3期	H18.3期	増減
営業活動による キャッシュフロー	879	382	497
投資活動による キャッシュフロー	-361	-945	583
財務活動による キャッシュフロー	-411	-29	-382
現金及び現金同等物 に係る換算差額	-2	1	-3
現金及び現金同等物 の増減額	103	-591	695
現金及び現金同等物 の期末残高	1,736	1,632	103

平成20年3月期の見通し

《連結》

(百万円)

	20.3期(計画)	構成比	H19.3期	構成比
売上高	15,900	100.0%	19,806	100.0%
営業利益	320	2.0%	241	1.2%
経常利益	180	1.1%	83	0.4%
当期利益	100	0.6%	-486	-2.5%

《単体》

(百万円)

	20.3期(計画)	構成比	H19.3期	構成比
売上高	13,000	100.0%	17,419	100.0%
営業利益	210	1.6%	241	1.4%
経常利益	130	1.0%	129	0.7%
当期利益	60	0.5%	-411	-2.4%

平成20年3月期 設備投資及び減価償却費の見通し

《連結》

(百万円)

	H20.3期 (計画)	増減	H19.3期 (実績)	増減
設備投資	415	68	347	-601
減価償却費	400	56	344	40



《単体》

(百万円)

	H20.3期 (計画)	増減	H19.3期 (実績)	増減
設備投資	340	66	274	-619
減価償却費	365	55	310	30

今後の見通しと戦略

最大目標「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」

事業分野	中期的な経営戦略
 <p>ピザ関連 事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● エスニックブレッドの生産能力を増強しトップシェアを目指す ● ベーシックピザの重点販売による利益の増大をはかる ● 不採算部門の絞込み、物流改革の着手
 <p>外食事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 「ハーベスター八雲」のコンセプト理念をベースにマルチコンセプトで事業展開し規模の拡大と成長を図る ※ コンセプト理念は「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」 ● 出店政策では、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ザーを発掘
<p>経営戦略</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 積極的はコラボレーションやアライアンス関係を構築し事業規模の拡大を目指す ● ROE/ROAの向上を追及 ● 社会貢献運動として「お好み焼き本舗」をベースに「ほのぼの運動」の輪を広げる

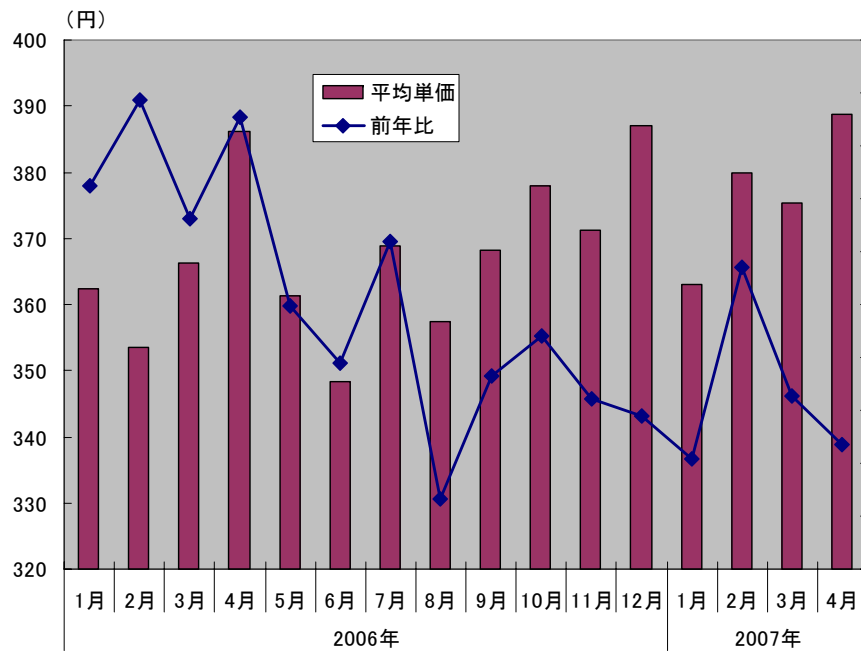
事業別売上見通し

(百万円)

	H20.3期(計画)			H19.3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	8,860	600	6.8%	13,511	618	4.6%
外食	6,900	275	4.0%	6,153	199	3.2%
物販	140	36	25.3%	140	35	25.3%
消去又は 全社		-591			-612	
合計	15,900	320	2.0%	19,806	241	1.2%

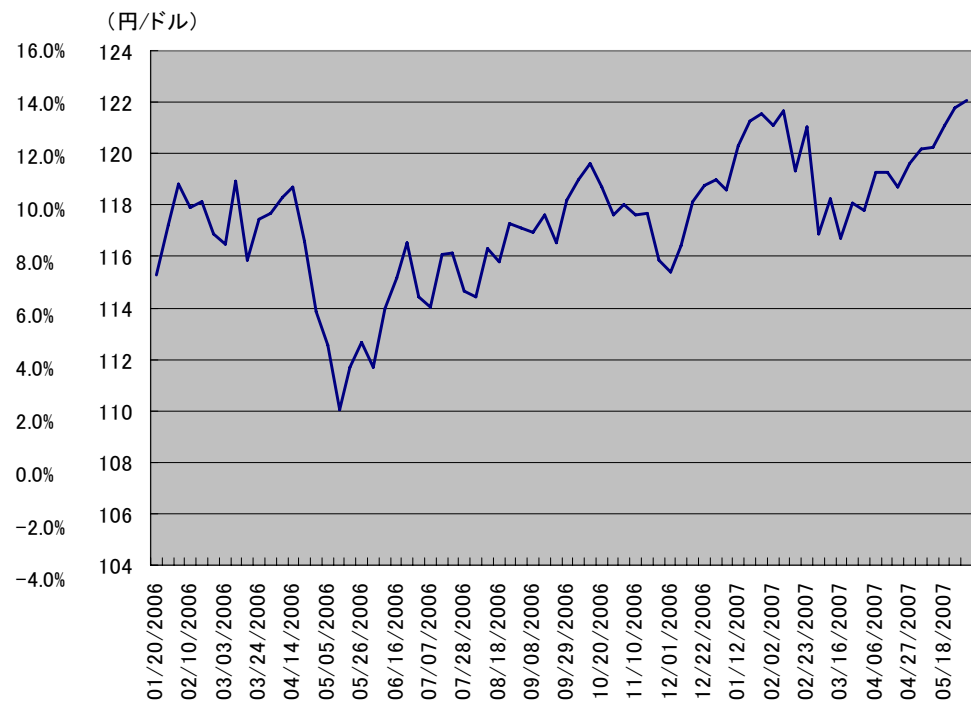
市況推移

【フレッシュチーズ輸入平均単価(円/kg)の推移】
(2006/1~2007/4(月次))



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】
(2006/1~2007/5(週足))



出所) Quickデータより作成

平成19年3月期 主要外食業態別月次販売状況

	一番どり			京鳥			牛傳			燻鶏			黄金銅焼き		
	既存店 増 収率 (%)	来客数 (人)	客単価 (円)	既存店 増 収率 (%)	来客数 (人)	客単価 (円)	既存店 増 収率 (%)	来客数 (人)	客単価 (円)	既存店 増 収率 (%)	来客数 (人)	客単価 (円)	既存店 増 収率 (%)	来客数 (人)	客単価 (円)
2006年 4月	115.7%	109,251	1,409	100.5%	71,739	960	176.3%	4,329	3,425	118.0%	35,974	1,741	192.5%	13,930	462
5月	108.5%	101,728	1,393	117.9%	73,648	968	109.0%	4,359	3,403	178.1%	35,715	1,752	162.0%	14,153	447
6月	93.9%	107,738	1,223	100.0%	73,994	884	437.9%	4,588	3,405	115.2%	34,537	1,780	148.9%	11,983	439
7月	96.2%	106,697	1,225	90.7%	78,663	928	165.9%	4,765	3,413	114.7%	34,854	1,686	87.9%	12,388	434
8月	109.0%	107,742	1,176	81.2%	77,754	933	163.8%	4,750	3,323	167.6%	37,847	1,731	305.0%	11,275	428
9月	101.8%	104,509	1,198	108.2%	71,359	897	882.0%	4,281	3,327	175.5%	37,693	1,796	178.5%	11,660	436
10月	119.0%	106,419	1,197	125.9%	69,350	891	40.8%	4,167	3,225	196.6%	45,776	1,719	114.1%	13,393	458
11月	110.9%	100,763	1,212	137.2%	67,462	895		3,824	3,135	272.4%	43,595	1,736	96.8%	15,262	462
12月	105.3%	116,644	1,427	107.8%	84,289	978	85.4%	4,558	3,939	121.1%	48,750	2,074	105.4%	18,917	479
2007年 1月	93.3%	98,059	1,209	121.9%	64,570	930	192.1%	4,011	3,464	164.7%	40,495	1,801	126.7%	16,806	474
2月	95.5%	91,315	1,211	119.8%	61,539	902		3,956	3,228	57.8%	37,291	1,743	131.4%	16,694	479
3月	96.2%	100,680	1,372	119.1%	73,435	979	53.3%	4,582	3,272	81.2%	44,420	1,814	163.1%	17,155	467
平均	103.8%	104,295	1,271	110.9%	72,317	929	230.7%	4,348	3,380	146.9%	39,746	1,781	151.0%	14,468	455

《参考》

主要商品及び店舗について①

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、ピザ専門トッパー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②

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。

京鳥



ハーブで育てられた国内産の厳選されたひなどり、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。

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。

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づろぎの大人の時間。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③

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

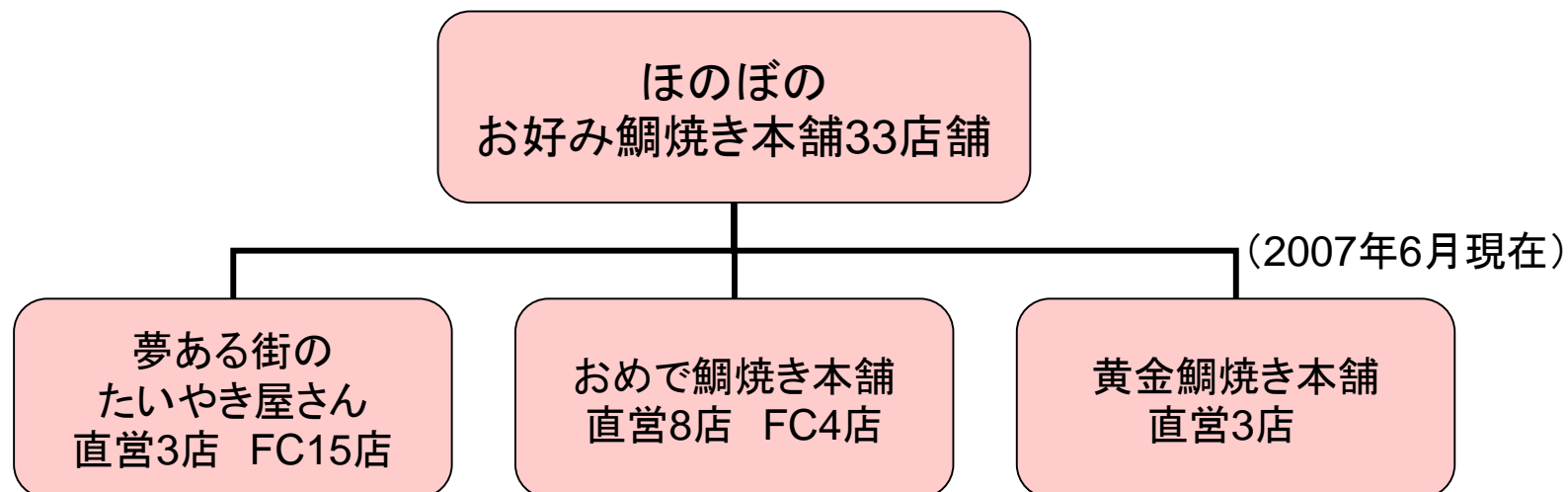


生パスタを中心としたカジュアルレストラン。「高品質でおいしいパスタを安く、早く出す」をコンセプトに、100%デュラムセモリナ粉使用の生麺を採用。おいしいパスタを身近なものとして提供しています。2003年には中国・上海にも出店しました。

ほのぼのお好み鯛焼き本舗

『皆と一緒に、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



「夢ある街のたいやき屋さん」



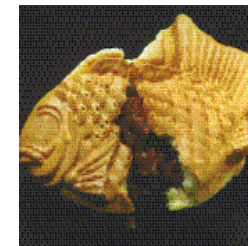
「おめで鯛焼き本舗」



「黄金鯛焼き本舗」

ほのぼのお好み鯛焼きの特徴

- 本物へのこだわり
 - つぶあん鯛焼き
 - 厳選された国産小豆使用
 - あんこは各店舗で炊き上げる
 - 今後のコア商品(つぶあん40-50%)
 - お好み鯛焼き
 - 食事性が高い、手ごろな価格、バリュー感のある商品
 - お好み焼きとのコラボレーション
 - 今後のコア商品(お好み鯛焼き40-50%)
 - 素材へのこだわり
 - 塩は自然塩
 - キャベツや素材はできるだけ国産
 - たまごと牛乳たっぷりのカスタード
- メニュー
 - つぶあん120円、カスタード130円、お好み鯛焼き150円



【参考】

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。



【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

【参考】

ほのぼの運動の活動趣意書

- 一、 私たちはほのぼのお好み鯛焼き本舗の運営、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)よろ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。

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。