

## きちり

3082 東証 1 部

<http://www.kichiri.co.jp/ir/>

2016 年 10 月 11 日 (火)

Important disclosures  
and disclaimers appear  
at the back of this document.

企業調査レポート  
執筆 客員アナリスト  
佐藤 譲

[企業情報はこちら >>>](#)

## ■ PFS 事業が積極的アライアンス戦略により育ちつつある

きちり<3082>は、飲食事業の他、ライフスタイルプロデュース事業、コンサルティング事業を展開する。高品質な料理とおしゃれ感を演出した店舗づくり、「おもてなし」の接客が顧客の支持を集め、競争が激しい外食業界の中にあって着実な成長を続けている。「KICHIRI」「いしがまやハンバーグ」等のレストラン業態を含め、2016 年 6 月末時点で全 17 業態、87 店舗を展開している。また、第 2 の収益柱としてプラットフォームシェアリング事業（以下、PFS 事業）に注力している。

同社は外食業界の中で今後も成長が期待できる企業として注目される。これは、収益性の高い業態開発力を持っていること、関東圏での出店余地が大きいこと、出店拡大のために必要となる人材の採用力と育成力に優れていることに加えて、外食企業の IT 化を支援する PFS 事業が積極的アライアンス戦略により育ちつつあることが大きい。

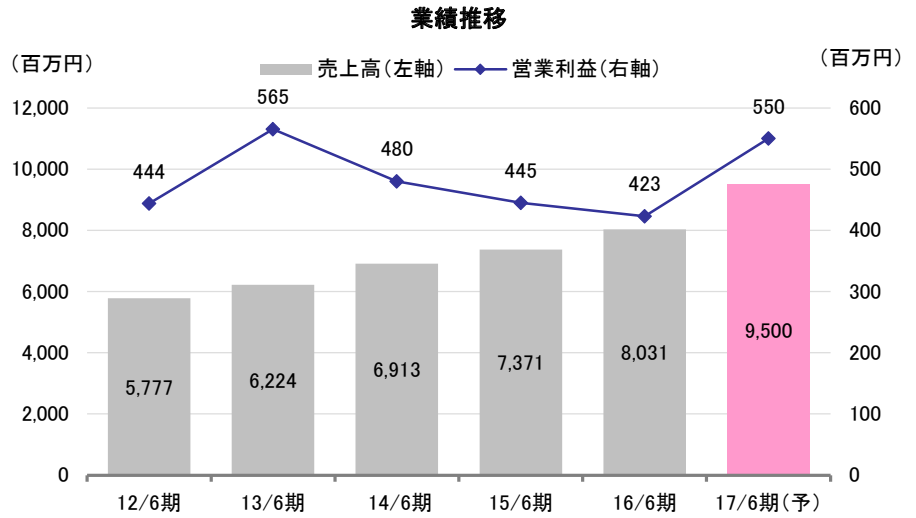
2017 年 6 月期の業績は、売上高が前期比 18.3% 増の 9,500 百万円、営業利益が同 29.9% 増の 550 百万円となる見通し。店舗数は首都圏を中心に新規出店を積極化し、前期末比 13 店舗増の 100 店舗を計画している。既存店売上高は前期比で 2% 減を見込むが、前第 4 四半期に出店した 9 店舗も含めて新規出店効果で 2 ケタ増収を見込む。また、PFS 事業では新たに Fintech ベンチャーの(株)BearTail と業務提携し、請求書自動データ化システムの共同開発を進めるなど、店舗経営の効率化に向けたサービスメニューの拡充を進めており、売上高で前期比 36.4% 増の約 150 百万円を見込む。営業利益は増収効果に加えて人件比率の低下により、4 期振りに増益に転じる見通しだ。

直営店は既存業態だけでなく今後も新たな業態開発を積極的に進め、年間 10 店舗以上のペースで店舗数を拡大していく方針。出店エリアについても首都圏、関西圏以外の主要都市へと展開していく考えだ。また、PFS 事業も契約店舗数が 2016 年 6 月末で約 500 店舗まで拡大しており、今後もサービスメニューの拡充を図りながら一段の成長を目指している。

株主還元策として、配当性向を現状 20% 台の水準から段階的に 30% まで引き上げていく方針としており、業績が計画どおり進めば配当成長が期待される。また、株主優待として 12 月末の株主に対して同社グループ店舗で利用できる 3,000 円分相当の優待券（500 株以上保有の株主は 9,000 円分相当）を贈呈している。

## ■ Check Point

- ・ 16/6 期の売上高は過去最高を連続更新したものの、営業利益は減益
- ・ 17/6 期は増収増益の見通し、4 期ぶりに増益に転じる見通し
- ・ 17/6 期の 1 株当たり配当金は 7.5 円の横ばいを予定

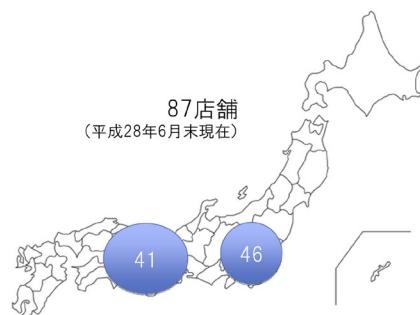


## ■ 事業概要

### 首都圏で新規出店を積極化、初めて首都圏の出店数が関西を上回る

同社の事業は自社ブランド展開事業とPFS事業に分けられ、現時点では売上高の99%を自社ブランド展開事業で占めている。主な店舗には首都圏、関西で展開するカジュアルダイニング「KICHIRI」と首都圏のショッピングモール・駅ビル内で展開するハンバーグ専門店「いしがまやハンバーグ」などがある。PFS事業で提携した顧客企業のブランドを活用した店舗も含めて、2016年6月末時点の店舗数は17業態、87店舗となっている。特に、ここ数年は首都圏での新規出店を積極化しており、エリア別で見ると2016年6月末の店舗数で首都圏が46店舗、関西圏が41店舗となり、初めて首都圏が上回る格好となった。

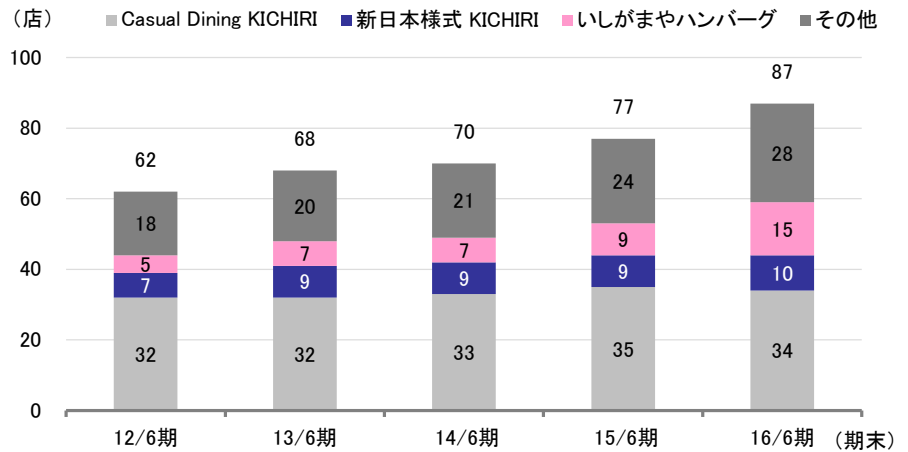
#### 多彩な業態ポートフォリオによるチェーン展開



出所：決算説明会資料



## グループ店舗数推移



主力店舗である「KICHIRI」は女性客を主要ターゲットに、高品質な料理とおしゃれ感を演出した店舗づくり、「おもてなし」の接客を重視することで、関西圏で高い支持を得たあと、2006 年より東京に進出を果たしている。出店場所の条件としては、電車の乗降客数で 2 万人以上の駅で空中階としている。また、平均予算で 3,500 円前後と比較的低価格帯で若者客をターゲットとした「Casual Dining KICHIRI」と、平均予算 5,000 円前後で企業の接待ニーズにも対応可能な「新日本様式 KICHIRI」の 2 つの業態で展開している。

2010 年に初出店した「いしがまやハンバーグ」はオーストラリア産の黒毛和牛の血統を引き継いだ黒牛 100% 使用した人気のハンバーグ専門店、大型ショッピングモールを中心に出店数が増加している。平均客単価は 1,600 円とやや高めではあるものの集客力が高く、収益性については「KICHIRI」よりも平均で 5% ほど上回る水準となっている。

一方、PFS 事業は、ブランド・コンテンツ活用型とクラウドサービス展開型の 2 つの事業モデルに分けられる。

## a) ブランド・コンテンツ活用型

ブランド・コンテンツ活用型とは、健康分野やエンターテインメント、第 1 次産業分野などで強いブランド・コンテンツを持った企業と業務提携し、外食ビジネスを展開することによって、当該ブランド価値を高めていく新たな販促手法となる。提携先企業にとっては店舗運営を同社に任せることで、店舗運営リスクを抱えることなく、ブランド力の向上が期待できることになる。

店舗運営に関しては、既存の KICHIRI プラットフォームを活用できるため、業務管理コストや食材の仕入コストなどを独力で店舗運営するよりも低く抑えられるほか、ブランド価値訴求型の店舗であるため価格も維持しやすく、一定の収益が見込みやすいビジネスモデルであることも特徴の 1 つである。

契約内容は一律ではないが、1 店舗目については店舗運営コストなどの費用を提携先が負担するケースが多い（同社の売上高としてはプラットフォームの使用料を計上）。また、2 店舗目以降は同社が直営店舗として展開していくことも可能となる。提携先企業にとっては店舗を増やして収益を拡大することが目的ではなく、あくまでもブランド価値向上が目的となっているためだ。なお、売上高に関しては、同社が直営で運営する場合は飲食事業に含まれることになる。

ブランド・コンテンツ活用型の例としては、福岡県の農事組合法人である福栄組合が生産する「はかた地どり」のブランド価値向上を狙った地どり専門店「福栄組合」や、イタリアの有名ファッションブランドのオロビアンコと共同プロデュースしたイタリアンレストラン「Orobianco」などがある。また、2015 年 1 月には長野県と「食を通じた健康長寿の推進」に関する戦略的連携協定を締結し、JR 長野駅ビル内に「長野県長寿食堂」を出店するなど、地方自治体からの引き合いも増えている。

#### b) クラウドサービス展開型

クラウドサービス展開型とは、当社が既に自社で構築しているバックオフィス（会計処理、給与・管理）やバックヤード（仕入・物流システム）、バックアップ企業（銀行や取引企業等）などのプラットフォームを、「外食向けクラウド」として安価な料金で提供するサービスとなる。サービス料金は企業ごとに店舗数やニーズが異なるため、個別対応での料金体系となる。顧客対象としては食材など比較的共通部分が多い付加価値提案型の外食企業となり、規模的には売上高で 10 億円以上、店舗数 15 店舗以上であれば同サービスの導入メリットが得られやすいという。

顧客企業は同サービスを利用することによって、食材の共同調達による仕入れコスト低減や店舗の維持運営にかかる業務システムなどのコストが、自社で構築するよりも低減できることになる。ここ最近では人件費や食材、物流コストの上昇により、中小規模の外食企業ではコストの削減が経営課題となっているだけに潜在需要は大きいと言える。2016 年 6 月末時点の契約店舗数は、前期末比約 100 店舗増の約 500 店舗と順調に増加している。同事業に関しては自社で利用しているプラットフォームを活用するため、収益性及び安定性の高いストック型のビジネスモデルとなる。

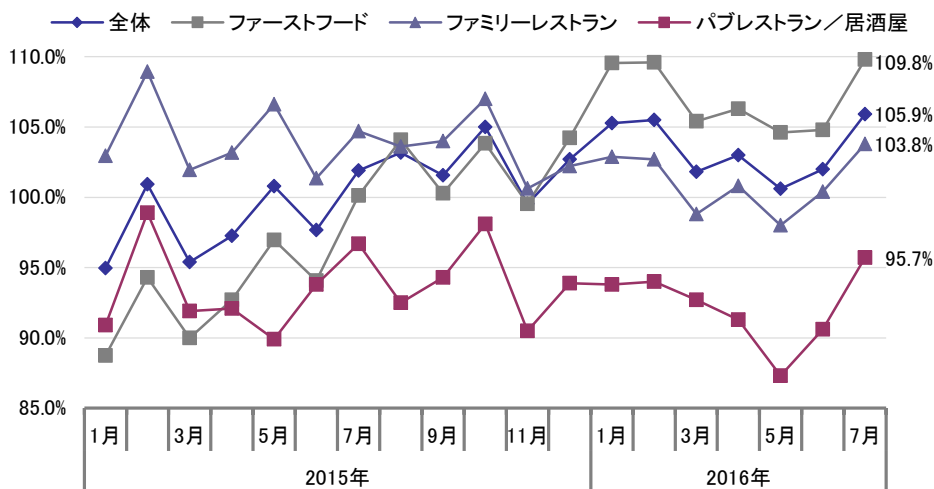
## ■ 市場環境

### 市場全体では緩やかに拡大していくものと予想

外食産業の市場規模は 2011 年を底にして、緩やかながら回復トレンドとなっている。（公財）食の安全・安心財団の調べによれば、2015 年は前年比 2.2% 増の 25 兆 1,816 億円と 4 年連続の増加となった。うどんや回転寿司などの専門店業態が店舗数の増加とともに伸びているほか、ファミリーレストランも客単価の上昇とともに拡大を続けていることが主因となっている。

直近の月次状況について見れば、全体では前年同月比で 0 ~ 5% の増加ペースが続いており、業態別ではファーストフードやファミリーレストランが堅調な一方で、パブレストラン / 居酒屋業態についてはマイナス基調が続いている。特に居酒屋については、店舗スタッフの慢性的な人手不足を背景に大手チェーン店で店舗数を縮小する動きを続けていることがマイナス要因となっている。今後についても基調としては大きな変化はなく、居酒屋業態の縮小トレンドが続くが、市場全体では緩やかに拡大していくものと予想される。

外食業界の売上高伸び率(前年同月比)



出所: 日本フードサービス協会

## ■ 同社の強みと成長戦略

### クラウドサービス展開型の PFS 事業が育ちつつある

弊社では競争が激しい外食業界の中で、同社を成長余地の大きい企業の 1 社として注目している。理由は、収益性の高い業態開発力を持っていること、関東圏での出店余地が大きいこと、出店拡大のために必要となる人材の採用力と育成力に優れていることに加えて、外食企業の IT 化を支援するクラウドサービス展開型の PFS 事業が育ちつつあることなどが挙げられる。

#### (1) 業態開発力

同社は主力の「KICHIRI」を 2002 年に出店以降、現在までブランド・コンテンツ活用型店舗も含めて 17 業態の開発を行ってきた。特に、ここ最近では「いしがまやハンバーグ」やダイニングバーの「ajito」「igu&Peace」など収益性の高い業態の開発に相次いで成功している。社内で業態開発に関わる人材が育ってきたことが要因と考えられる。例えば、「KICHIRI」では出店費用等の投資回収期間が 3 年程度かかっていたものが、「いしがまやハンバーグ」や「ajito」では 2 年程度で回収が進んでおり、営業利益率も「KICHIRI」を上回っている。こうした業態開発の実績を見て、商業施設等のデベロッパーから声が掛かるケースも増えている。同社では今後も新たな付加価値を提供できる業態開発を積極的に進めていく予定となっている。

#### (2) エリア展開

同社では、関東エリアで 46 店舗の出店を行っているが、今後 200 店舗まで出店余地はあると見ている。その根拠としては、関西エリア（京阪神+奈良県）で乗降客数 2 万人以上の駅数が 312 駅、出店店舗数が 41 店舗となっているのに対して、関東エリア（首都圏+茨城県）では同条件の駅数が 903 駅と約 3 倍あるためだ。単純に 3 倍すれば 120 店舗だが、「いしがまやハンバーグ」を筆頭に、今後多様な業態開発を進めていくことで、200 店舗は十分可能と見ている。

特に「KICHIRI」の出店ターゲットとなる駅前の空中階物件に関しては競合他社が店舗数を縮小していることもあり、需給が軟化している状況にある。このため、今後は家賃相場も下落する可能性が高く、同社にとっては店舗数拡大に向けた環境が整いつつあると言える。大型商業施設を中心に展開している「いしがまやハンバーグ」や「3 Little Eggs」についても坪当たり売上が大きく、デベロッパーからの評価も高いことから、新規オープンする商業施設での出店依頼が相次いでいる。

こうしたなかで、2017 年 6 月期には関東、関西以外の主要都市部への出店も新たに計画している。デベロッパーからのリクエストによるもので、今後も収益性が見込めると判断すれば地方都市部への出店も進めていく方針だ。同社では「業態開発×エリア拡大」を進めていくことで、今後も年間 10 店舗を超えるペースでの出店を継続していく計画となっている。

### (3) 人材採用力と育成力

前述したように、居酒屋業界では慢性的な人手不足により退店を余儀なくされるチェーン店が多くあるなかで、同社においては人手不足の影響が深刻にはなっていない。同社では早くから正社員の採用強化を進め、必要な人材を確保できていることが要因である。新卒採用者数で見ると、2015 年春の 71 人から 2016 年春は 86 人に増やしており、2017 年も 100 人の採用を予定している。

同業他社が人材確保に苦勞するなかで、同社が順調に新卒社員を採用できているのは、独自の教育制度やキャリアプランに加えて、飲食事業や PFS 事業（ブランド・コンテンツ活用型、クラウドサービス展開型）等の多彩な事業ポートフォリオを展開していることが要因と考えられる。また、アルバイトスタッフ（パートナー）に対しても、学生を対象とした就活支援制度や退職者に対するパートナー卒業式を毎年開催するなど、自由闊達な雰囲気と同時に、関わる人すべてを大切に「おもてなし」スピリットが浸透している企業としての認知度が向上していることも一因と考えられる。

また、人材育成力に関して同社では「きちり MBA」制度を導入している。講師は社内スタッフで構成されており、全従業員が受講可能となっている。プログラムは「理念研修」から「ビジネススキル」や「おもてなし」といった日々の現場で必要となるスキルを身に付けることができるほか、「マネジメント」や「リーダーシップ」など幹部候補制向けのプログラムなども用意されており、これらを受講することで社員一人ひとりのスキルが向上している。

店舗を拡大していくために最も重要となる人材の面において、同社では人材採用力や育成力を強みとして、今後も年間 100 名以上の採用を継続していく方針となっている。

### (4) PFS 事業の拡充

PFS 事業ではブランド・コンテンツ活用型、クラウドサービス展開型の 2 つの事業形態により事業拡大を進めている。とりわけ、クラウドサービス展開型については 2016 年に入って IT 企業等とのアライアンス戦略を積極的に進めている。同社のプラットフォーム上に IT を活用した新たなサービスメニューを加えることでサービス内容の質を高め、事業の一段の成長を目指していく戦略だ。

## きちり

3082 東証 1 部

<http://www.kichiri.co.jp/ir/>

2016 年 10 月 11 日 (火)

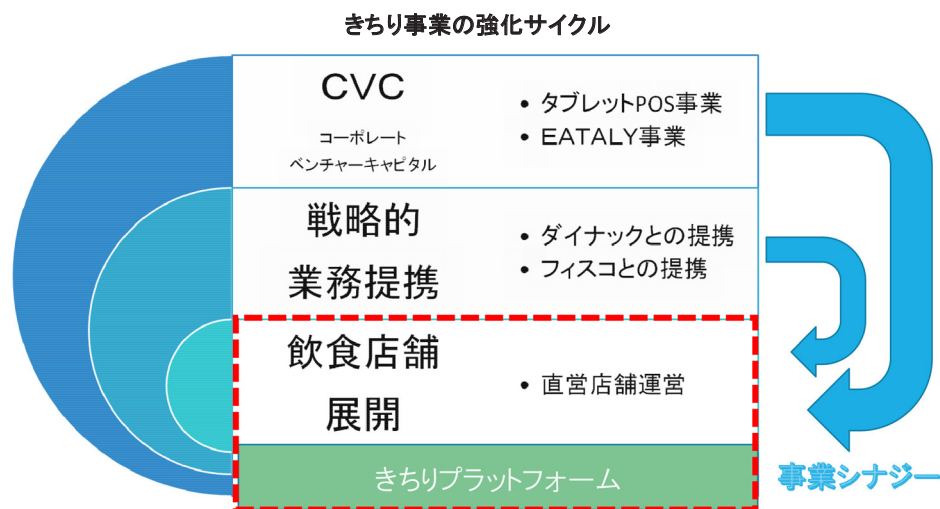
※「Dr. 経費精算」…スマートフォンで領収書を撮影し、スマートフォンアプリまたは Web ブラウザからアップロードするだけで自動データ化され、入力オペレータが同データの入力代行を行うサービスとなる。従来と比べて経費精算にかかる手間が大幅に削減できるといったメリットがある。

具体的な取り組みとしては、2016 年 3 月に iPad を活用した SaaS 型 POS レジシステム「ユビレジ」を展開する(株)ユビレジと資本業務提携を行い、「ユビレジ」をサービスメニューに加えたほか、8 月には(株)フィスコ仮想通貨取引所、SJI<2315>と仮想通貨決済分野で、9 月には Fintech ベンチャーの BearTail と請求書自動データ化システムの共同開発でそれぞれ業務提携した。このうち、仮想通貨決済サービスについてはフィスコ仮想通貨取引所と SJI が開発したシステムを同社の店舗等に導入していく予定となっているが、まだシステムの開発段階であり、実際の店舗での導入時期については未定となっている。

一方、BearTail との提携では既に商品化している「Dr. 経費精算」※を同社が導入するだけでなく、請求書についての自動データ化機能について両社で共同開発し、自社での導入及び PFS 契約企業への販売を行っていく予定となっている。電子帳簿保存法の改正によって、2016 年 1 月よりスマートフォンカメラで撮影した領収書の電子データ保存が認められるようになったのに続き、2017 年 1 月から請求書についても認められるようになったことで同機能を開発し、プラットフォームサービスのメニューに追加することとなった。店舗ごとが発生する請求書や領収書などの帳簿管理にかかる業務量を大幅に軽減できることとなり、売上増に寄与することが期待される。同社では今後も IT を活用して経営の効率化に寄与するサービスを拡充していく計画となっている。

また、2016 年 8 月にはサントリーグループで外食事業(262 店舗)を展開するダイナック<2675>と戦略的業務提携を締結し、両社の収益構造改革を推進していくことを発表している。具体的には、両社において購買、物流及び間接業務に関する合理的な仕組みづくりについての共同調査・研究活動を行っていくほか、先進的技術の導入可能性に関する共同検証活動などを行っていくことになる。同提携がすぐに同社の売上につながるわけではないが、共同研究や情報の共有化を進めていくことで、収益性の向上につながるソリューションサービスの開発につなげていく考えだ。

同社では PFS 事業において資本業務提携や戦略的提携などを積極的に推進していくことが、飲食事業におけるサービス品質並びに店舗収益力の向上につながるものと考えており、今後も両事業間のシナジー効果により事業を拡大していくものと予想される。



出所：決算説明会資料

## ■決算動向

### 16/6期の売上高は過去最高を連続更新したものの、営業利益は減益

きちり

3082 東証1部

<http://www.kichiri.co.jp/ir/>

2016年10月11日(火)

#### (1) 2016年6月期の業績概要

2016年6月期の業績は、売上高が前期比9.0%増の8,031百万円、営業利益が同4.9%減の423百万円、経常利益が同3.4%減の424百万円、当期純利益が同120.5%増の256百万円となった。売上高については過去最高を連続更新したものの、営業利益は3期連続の減益となり、期初会社計画も下回る結果となった。

#### 2016年6月期業績

(単位：百万円)

	15/6期 実績	売上比	16/6期		売上比	前期比
			期初計画	実績		
売上高	7,371	-	8,500	8,031	-	9.0%
売上原価	1,885	25.6%	-	2,100	26.2%	11.4%
販管費	5,040	68.4%	-	5,507	68.6%	9.3%
(うち人件費)	1,975	26.8%	-	2,208	27.5%	11.8%
営業利益	445	6.0%	750	423	5.3%	-4.9%
経常利益	439	6.0%	750	424	5.3%	-3.4%
特別損益	-230	-	-	-34	-0.4%	-
当期純利益	116	1.6%	450	256	3.2%	120.5%

※人件費：役員報酬、給料及び手当、雑給

会社計画比で見ると、売上高については既存店が前年同期比1.5%減(うち、KICHIRIは2.5%減)と計画の2.0%減より減少幅が小幅にとどまったものの、新規出店が12店舗の計画に対して11店舗にとどまったこと、また、出店時期も8店舗が期末月に当たる6月に集中したことが下振れ要因となった。また、営業利益については新規店舗の売上寄与月数が少ないなかで出店費用やオープン前の経費等が当期に費用計上されたこと、及び原価率が輸入牛肉価格の上昇などもあって前期比で0.6ポイント上昇したことなどが減益要因となった。

なお、2016年6月期の新規出店としては「KICHIRI」1店舗、「いしがまやハンバーグ」6店舗、オムライス専門店の「3 Little Eggs」2店舗、「igu&peace」1店舗、となっている。また、7月にオープンした「Anchor Point」については同社にとって新業態の店舗となる。東京・千代田区のオフィスビル街のビル1Fに入居し、テラス席も含めて139席、坪数で221坪と同社にとっては大型サイズの店舗となる。メニューは「ミックスアメリカン」をコンセプトとしたグリル料理を中心に、クラフトビールや自家焙煎コーヒーなどを提供している。利用シーンとして、平日はビジネスマン向けを中心にモーニングやランチ、ディナーなど、休日はエリア周辺の住民向けにランチやディナーなど、また、貸切パーティー等の需要も見込んでいる。

今回の案件では遊休不動産をリノベーションし、商圈内の人々に対して新鮮で質の高いライフスタイルを提案する店舗を出店することで、その物件と周辺環境の価値向上を図ることを目的としたブランド・コンテンツ活用型事業の新たな取り組みとなっている。オープン後の客足は平日、休日ともに順調で当初の予定どおりに推移している。同社では今後、同店で提供しているクラフトビールや自家焙煎コーヒーでブランドを構築し、将来的には専門店などの新業態開発やFC展開を視野に入れている。

PFS事業の売上高については、クラウドサービス展開型の契約店舗数増加(前期末比約100店舗増の約500店舗)を背景に、2015年6月期の約60百万円から2016年6月期は約110百万円へと拡大した。



## (2) 財務状況

2016 年 6 月末の財務状況を見ると、総資産は前期末比 707 百万円増加の 4,004 百万円となった。主な増加要因を見ると、流動資産では現金及び預金で 94 百万円、売掛金で 14 百万円、商業施設への預け金で 27 百万円増加した。また、固定資産では新規出店に伴い有形固定資産で 422 百万円増加した。

一方、負債合計は前期末比 692 百万円増加の 2,420 百万円となった。主な増加要因は、設備投資の未払金で 444 百万円、有利子負債で 300 百万円となっている。また、純資産合計は前期末比 15 百万円増加の 1,584 百万円となった。配当金の支払い 75 百万円、自己株式取得費用 164 百万円があったが、当期純利益 256 百万円の計上で利益剰余金が増加したことが要因となっている。

経営指標を見ると、経営の安全性を示す流動比率は目安となる 100% をやや下回り、自己資本比率や有利子負債比率なども前期から若干悪化している。有利子負債を活用して積極的な出店を行っていることが要因だ。ただ、超低金利下において有利子負債の利払いコストは低く、また、ネットキャッシュ（現金及び預金 - 有利子負債）も 220 百万円の小幅のマイナスにとどまっていることから、財務状況は健全な水準を維持していると判断される。なお、同社では今後も店舗数を積極的に拡大していく方針を示していることから、状況によっては有利子負債をさらに増やしていくことも予想される。

収益性に関してみれば、2013 年 6 月期をピークに売上高営業利益率、ROA ともに低下傾向が続いている。主に店舗数の拡大に伴う人件費率の上昇が主因となっている。ただ、売上高営業利益率について見れば、競合他社が 1 ケタ前半の利益率にとどまっているのに比べて、同社は 5% の水準を維持しており、相対的な収益性の高さは維持されているものと考えられる。

## 貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	13/6 期	14/6 期	15/6 期	16/6 期	増減額
流動資産	879	1,021	1,067	1,237	169
(現金及び預金)	455	624	624	718	94
固定資産	2,154	2,047	2,228	2,767	538
総資産	3,034	3,069	3,296	4,004	707
流動負債	1,198	931	984	1,481	497
固定負債	480	535	743	938	194
(有利子負債)	604	633	594	895	300
負債合計	1,679	1,466	1,727	2,420	692
純資産	1,354	1,602	1,568	1,584	15
(安全性)					
流動比率	73.3%	109.7%	108.5%	83.5%	
自己資本比率	44.6%	52.2%	47.6%	39.6%	
有利子負債比率	44.6%	39.5%	37.9%	56.5%	
(収益性)					
ROA (総資産経常利益率)	21.0%	16.9%	13.8%	11.6%	
ROE (自己資本当期純利益率)	29.1%	20.0%	7.3%	16.3%	
売上高営業利益率	9.1%	6.9%	6.0%	5.3%	

## ■ 今後の見通し

### 17/6 期は増収増益の見通し、4 期ぶりに増益に転じる見通し

#### (1) 2017 年 6 月期の業績見通し

2017 年 6 月期の業績は売上高が前期比 18.3% 増の 9,500 百万円、営業利益が同 29.9% 増の 550 百万円、経常利益が同 29.7% 増の 550 百万円、当期純利益が同 28.7% 増の 330 百万円と 4 期ぶりの増益に転じる見通しだ。上期は前期末に出店した店舗の立ち上げコストがかさむため減益となるが、下期は増益基調に転じることになる。

#### 2017 年 6 月期業績見通し

(単位：百万円)

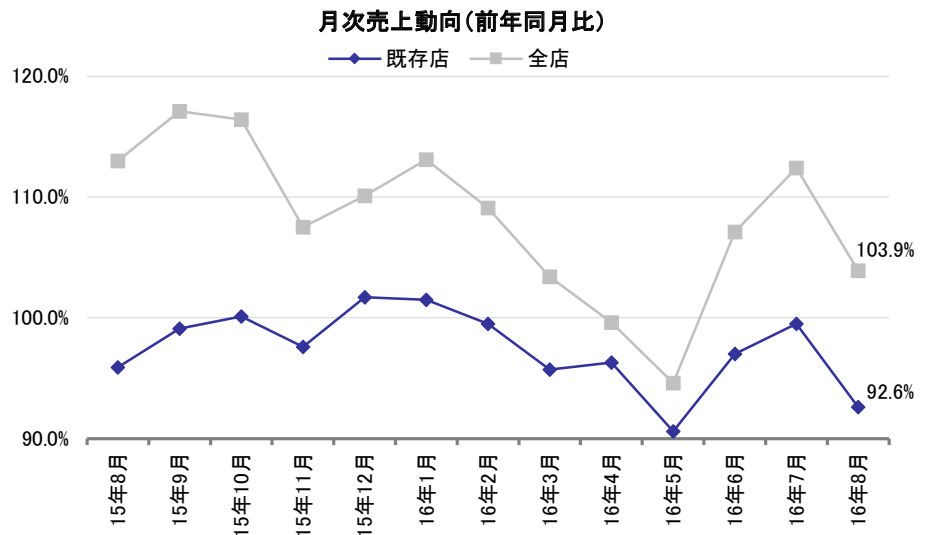
	16/6 期実績		17/6 期会社計画				
	通期	売上比	上期	前年同期比	通期	前期比	売上比
売上高	8,031	-	4,600	13.3%	9,500	18.3%	-
営業利益	423	5.3%	330	-6.1%	550	29.9%	5.8%
経常利益	424	5.3%	330	-6.7%	550	29.7%	5.8%
当期純利益	256	3.2%	200	-13.9%	330	28.7%	3.5%

会社計画の前提となる既存店売上高は前期比 2% 減としており、期末時点の店舗数は前期末比 13 店舗増の 100 店舗を計画している。また、PFS 事業については、店舗数の拡大だけでなくサービスメニューの拡充により 1 店舗当たりの売上高を増やすことによって、前期比 36.4% 増の約 150 百万円を見込んでいる。一方、費用面では売上原価率を前期比横ばいでみているのに対して、人件費率に関しては若干低下するとみている。前期末に研修費用が集中した反動減が要因となる。

また、2017 年 6 月期の出店ペースは上期と下期で同程度となり、2016 年 6 月期のように期末に集中するようなことはなさそうだ。既に計画店舗数のうち 4 ~ 5 割は物件が確定しており、うち 2 店舗 (3 Little Eggs、MEAT COMPANY with Bellmare) は 10 月 6 日に新規オープンした「ららぽーと湘南平塚」に出店している。

#### 月次売上動向

足元の月次売上動向を見ると、7 月の全店売上高は前年同月比 12.4% 増と順調な滑り出しを見せたが、8 月は同 3.9% 増とやや低調に推移した。これはオリンピックの影響に加えて、前年の同時期は新規オープンした 4 店舗の開店特需により水準が高かったことが影響しており、同要因を除けば順調な推移だったと見ている。既存店の売上高が 8 月に落ち込んでいるのも同様の要因となっている。業態別では「KICHIRI」業態が引き続き前年割れで推移しているが、「いしがまやハンバーグ」などその他業態に関しては順調に推移しているとみられる。ただ、景気の先行きに不透明感が増すなかで外食市場全体もデフレ傾向が強まりつつあり、今後の月次動向の推移が注目される。



## (2) 中期の経営目標値

直営店については「業態開発×エリア拡大」により、年間 10 店舗以上のペースで店舗数を拡大していく方針であり、PFS 事業については業務提携も進めながら、サービス内容の拡充を進めていくことで成長を目指すことになる。なお、経営指標としては売上高営業利益率で 10% 以上、ROE20% 以上を目標としている。

## ■ 株主還元策

### 17/6期の1株当たり配当金は7.5円の横ばいを予定

株主還元策として配当と株主優待を実施している。2017年6月期の1株当たり配当金は前期比横ばいの7.50円（配当性向22.4%）を予定しているが、今後は配当性向を段階的に引き上げ、中期的には30%の水準を目標としている。このため、業績が今後順調に拡大していけば、配当成長も期待できることになる。

また、株主優待に関しては、12月末の株主に対して、同社グループ店舗で利用できる3,000円分相当の優待券（500株以上の株主は9,000円分相当）を贈呈している。

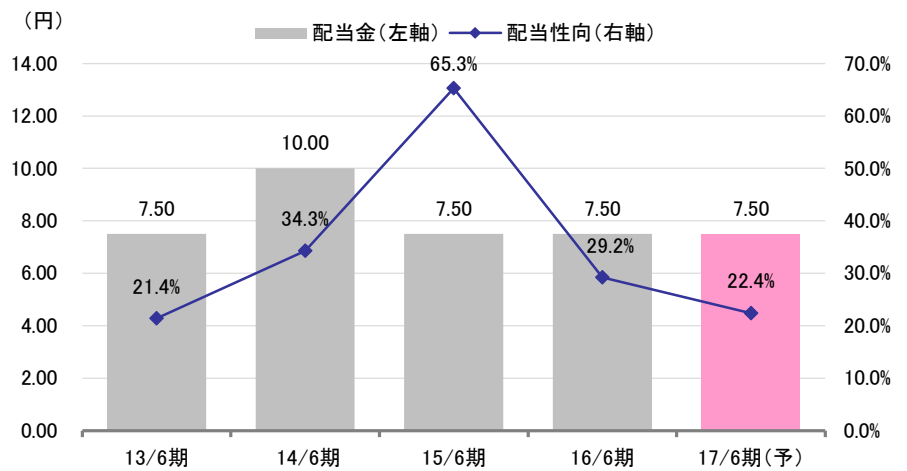
きちり

3082 東証1部

<http://www.kichiri.co.jp/ir/>

2016年10月11日（火）

1株当たり配当金と配当性向



注：14/6期は記念配当2.5円含む

2013年7月1日付で1:3、2014年1月1日付で1:2の株式分割を実施

#### ディスクレーマー（免責条項）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは強く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは強く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ