

ダイナック

2675 東証 2 部

2015 年 10 月 1 日 (木)

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
浅川 裕之

■メンバーシップ強化、高付加価値業態へのシフトなどを進める

ダイナック<2675>はサントリーグループの中の外食事業関連の中核子会社。「食の楽しさをダイナミックに創造する」という企業理念の下、直営ビジネスとして「響」「燦」「魚盛」などのレストラン・バーを運営するほか、受託ビジネスとしてゴルフ場やリゾート施設などのレストランの運営受託を行っている。

2015 年 12 月期中間期は、長引くデフレや円安デメリット、食料品の値上がり、人手不足などの逆風が吹いた状況で、業界全体としては、売上高は前年同期比で 100 を下回った状況だった。そうした中で同社は、メンバーシップである「倶楽部ダイナック」の強化、都心立地戦略、質・サービスの高付加価値業態シフトなどの努力で前値同期比増収を達成した。

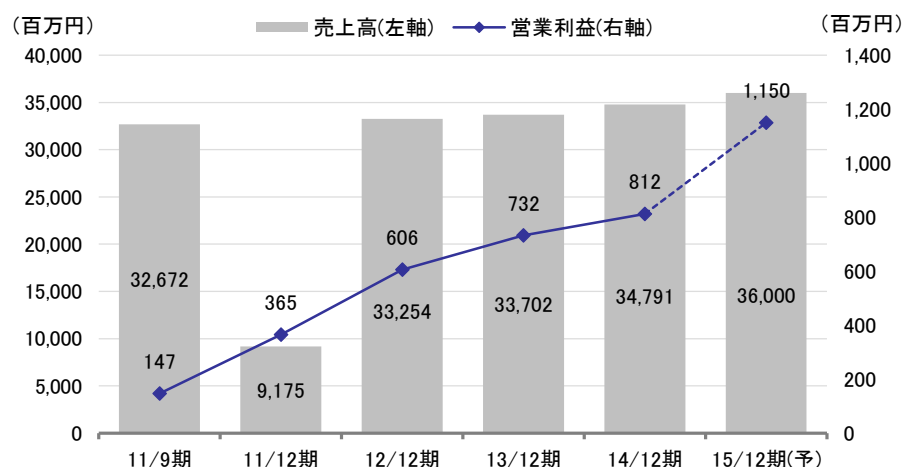
今下期も上期同様、業績予想の達成に向けて着実に進捗すると弊社ではみている。最も重要な売上高の増加は、メンバーシップ会員数の増加が大きな支援材料になると期待される。利益に関しては、原価において食材費上昇や人手不足などのマイナス要因が下期も継続が予想されるが、同社は今中間期において、それらへの対応を原価率削減という実績として残すことができた。そうした対応は下期においても再現されると弊社ではみている。

現行中期経営計画は 2015 年 12 月期が最終年度となる。4 つの目標すべてについて、これまでのところ順調に進捗していることが明確になっている。2016 年には新中期経営計画が発表される予定だ。これまで以上に売上高の拡大に向けて積極的な施策が打ち出されるとみられ、今期業績の進展と併せて、次期中期経営計画の策定・発表を期待して待ちたいというのが弊社の考えだ。

■Check Point

- ・異なる業態の店舗を次々と出店し多業態型の発展を遂げる
- ・15/12 期 2Q は、大幅増収増益で着地
- ・中期経営計画は着実に進展、次期計画にも注目

通期業績の推移



(注)11/12期は決算期変更により3ヶ月決算

■ 会社概要

異なる業態の店舗を次々と出店し多業態型の発展を遂げる

(1) 沿革

同社は 1958 年に株式会社新宿東京会館として設立され、その後 1979 年 2 月にサントリーの 100% 子会社となった。1988 年に(株)サントリーレストランシステムを吸収合併して商号を現社名に変更し、以来、サントリーグループの外食事業の中核子会社として発展を遂げてきた。

主力のレストラン・バーの運営では、直営レストランとして、和食レストランの「響」や「燦」、鳥料理の「鳥どり」、英国風パブの「ザ・ローズ & クラウン」など、多業態型戦略のもと、様々なタイプの店舗を出店してきた。今日でも新しい業態の企画・開発・出店が継続している。また、ゴルフ場やリゾート施設、文化施設などにおけるレストランの運営受託も重要な事業の柱となっている。2015 年 12 月期中間期末の受託数は 100 の大台に乗った。近年では近畿大学による完全養殖クロマグロを扱う「近畿大学水産研究所」の業務運営を受託したことが話題となった。

株式市場には、2000 年 10 月に大阪証券取引所ナスダック・ジャパン市場（現東証 JASDAQ）に上場した。その後 2006 年 11 月に東京証券取引所第 2 部に市場替えし、現在に至っている。

沿革表

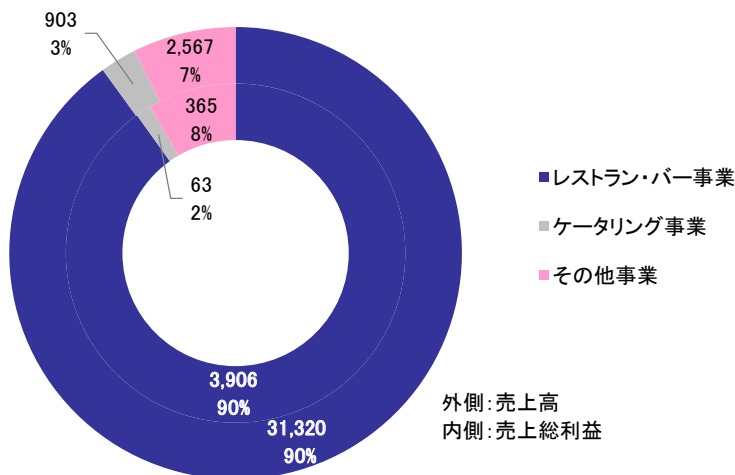
1958年 3月	飲食店の経営等を目的に株式会社新宿東京会館を設立
1979年 2月	サントリーの 100% 子会社となる
1985年 7月	株式会社シャトーリオンを吸収合併
1988年 9月	株式会社サントリーレストランシステムを吸収合併。同日、商号を現社名に変更
1990年12月	GALA 湯沢スキー場内にレストランを出店
1995年 6月	大阪市に「燦」1号店を出店
1997年 4月	山陽自動車道・三木 SA 内に総合レストランを出店
1998年 2月	新宿区に「鳥どり」1号店を出店
1998年10月	新宿区に「響」1号店を出店
1999年 1月	新橋に「ザ・ローズ & クラウン」1号店を出店
2000年10月	大阪証券取引所ナスダック・ジャパン市場に株式を上場
2001年 6月	横浜市に「咲くら」1号店を出店
2004年 6月	営業譲受により「鳥彩々」11店及びその他1店を承継
2006年11月	東京証券取引所第2部に株式を上場
2013年 4月	近畿大学と連携した完全養殖クロマグロ専門店「近畿大学水産研究所」の業務運営を受託
2013年 6月	海外レストランとのライセンス契約で「ラ・メール・プラーレ」を横浜みなとみらいに出店
2013年 7月	道の駅地域振興指定管理者として茨城県「道の駅 まくらがの里こが」を受託
2014年 7月	新業態の「HIGHBALL'S うえのステーション」を出店
2015年 3月	「MASTER'S DREAM HOUSE」を丸の内に出店

レストラン・バー事業が中核

(2) 事業の概況

同社の事業は「レストラン・バー」「ケータリング」及び「その他」の3つに区分されている。レストラン・バー事業が売上高、利益ともに全体の90%を占め、中核事業となっている。ケータリング事業は、企業などの各種パーティーや社内運動会などのイベント向けに、数名から数千名規模までを対象に、飲食の提供を始め、イベントの企画・設営・運営などを行う事業だ。その他事業にはサマーギフトやおせち料理の販売のほか、「道の駅まくらがの里こが」における売店収入などが含まれている。

形態別売上高・売上総利益の内訳
(2014年12月期実績、単位:百万円)



主力のレストラン・バー事業は、2つに大別できる。1つは同社自身が手掛ける直営ビジネスであり、もう1つはゴルフ場やリゾート施設などのレストラン施設の運営を請け負う受託ビジネスだ。2015年12月期中間期末(6月末)現在の店舗数内訳は、直営ビジネスが157店舗、受託ビジネスが100店舗、合計257店舗となっている。

2015年12月期中間期末時点の店舗状況

		14年度実績		15年度上期実績		
		期末	出店	業態変更	閉店	期末
直営ビジネス	バー・レストラン	157	4	3	4	157
受託ビジネス	ゴルフクラブレストラン	66	6	-	0	72
	その他受託	28	0	-	0	28
	合計	251	10	3	4	257

a) 直営ビジネス

直営ビジネスでは、業態は多岐にわたるいわゆる多業態・多ブランド展開戦略を採用している点がまず特徴として挙げられる。同社がこの戦略を採用するのは、消費者にアピールする「ウリ」がある業態・店舗が好調である一方、総合的、総花的な業態・店舗は低調である、という現実があるためと思われる。消費者の嗜好の変化や流行にも敏感で、常に新業態・新ブランドの企画・開発・運営に余念がない。既存店舗の新業態への業態転換についても積極的だ。

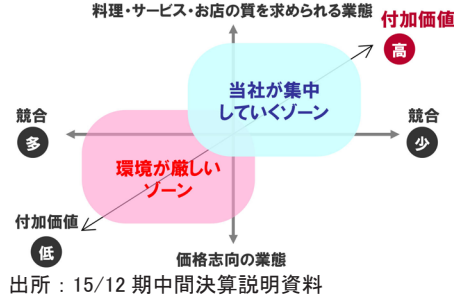
直営ビジネスの基本的な戦略

(都心部飲食店) 直営ビジネス

消費者の飲食形態が変化

- ✓ 『ウリ』が明確な業態は好調
- ✓ 総合的な際立った特徴がない業態は低調

高付加価値業態の強化
業態シフトの加速



こうしたことが可能であるのは、上場企業として強固な財務基盤を有することと、約 160 店という多店舗を擁しているためと考えられ、ここに同社の強みがあるということができよう。立地についても、都心部中心の展開という点で特徴的だ。東京においては千代田・港・中央・新宿など、大阪においては梅田周辺などにそれぞれ集中的に出店している。郊外型店舗も各地域の中核都市や拠点駅の周辺などの地域一等地への出店が基本となっている。

店舗にもいくつかの特徴がある。まず、ドリンクの比率が高い店舗・業態が多い。これはサントリーとの関係から言えば当然のことといえる。店舗のコンセプトとして、個人事業主の店舗や大手居酒屋チェーンなどと比較して食事やサービスの質でワンランク上の高付加価値型を追求している。また客層としては、都会のサラリーマンに代表される中間層を主たるターゲットにしている。こうした点が、中心価格帯が 3,000 円～ 5,000 円という結果に如実に表れている。言うまでもないが、多業態型の特徴を生かし、例えば「響」は客単価が 7,000 円～ 10,000 と設定し、より高級志向の客や接待需要などの取り込みにも対応している。

ダイナックの直営レストラン・バー店舗の特徴

屋号・ブランド	ダイナックは「多業態型」企業。 対立軸としては、単一もしくは代表的屋号の売上構成比の高い「単業態型」
地域展開	東京でいえば山手線内、大阪では梅田界隈の都心部に店舗が多いことが特徴
商品構成	多業態を展開するが、その中でドリンクの比率が高い業態が多い
価格帯	客単価が 3,000 円～ 5,000 円が中心価格帯
客層	多業態なので、業態により様々。(例)「響」: 50 代、一部接待向け。 「ラ・メール・ブール」: 家族連れ、カップルなど
店舗面積	50 坪～ 60 坪が中心ゾーン。少人数グループから多数での宴会需要まで対応を視野

直営ビジネスにおいて新業態の開発が積極的に行われていることは前述のとおりだが、近年、その成長が著しい。同社の店舗の中では長らく、「響・燦」「鳥どり」「ザ・ローズ & クラウン」「パパミラノ」が「主力 4 業態」として収益面での中核を形成してきた。しかしながら近年は、好調を続ける「魚盛」がトップ 4 の一角に食い込むまでに成長したほか、日本酒を前面に出した「虎連坊」も進境著しい。こうした新しいブランドの成功は、既存ブランドのリニューアルも含めた新たな投資余力を生み出すことにつながり、ポジティブスパイラルを形成していくことになる。

2015 年 10 月 1 日 (木)

主力 4 業態と新興業態の勃興

	ブランド	業態・ジャンル	平均客単価	備考
主力 4 業態	「響」/「燦」	高級和食	7,000 円～ 10,000 円	主として関東が「響」、関西が「燦」
	「鳥どり」	鶏料理	5,000 円	「串焼きと鶏料理」
	ザ・ローズ & クラウン	英国風パブ	3,000 円～ 5,000 円	「RC Tavern」は派生ブランド
	パ・パミラノ	イタリアン	3,000 円～ 5,000 円	カジュアルイタリアン
高付加価値 新業態	魚盛	海鮮居酒屋	3,000 円～ 5,000 円	酒場タイプとミドルアッパータイプあり
	ワイン倶楽部	イタリアンバル、ビストロ	3,000 円～ 5,000 円	ワイン主体に料理も充実
	虎連坊	日本居酒屋	3,000 円～ 5,000 円	業態転換による出店加速

b) 受託ビジネス

受託ビジネスは、ゴルフ場レストランを主体に、リゾート施設、文化施設、宗教関連施設など多方面に及んでいる。ゴルフ場レストランの運営受託数は、大手ゴルフ場チェーンなどの特殊なケースを除いたサードパーティの運営受託者として、全国でトップクラスの地位にあるとみられる。

受託ビジネスは収益性や出店コストなどで直営店舗の運営とは違いがある。受託事業では受託者(同社)側は運営だけを行い、施設は委託者(例えばゴルフ場側)が用意する。したがって同社からすれば設備投資負担がないというメリットがある。営業が開始されれば、売上げは受託者側に立ち、受託者は売上げの中から契約で決められたフィーを委託者側に支払う。収益性について直営と受託事業とで、一概に比較するのは難しいが、直営に比べて安定的で投資効率が良いということは可能であろう。受託する場合には入札やコンペがおこなわれることが多いが、同社は豊富な実績と規模のメリットなどを武器に、コンペでの勝率で優位に立っているものと弊社ではみている。

近年の受託実績

	カテゴリー	施設名	所在地
2014 年度	新たな展開	日蓮宗大本山 池上本願寺敷地内 「ガーデンレストラン 松涛園 櫻」	東京都大田区
		伊勢丹府中店「グルメダイニング」	東京都府中市
		伊豆諸島・小笠原諸島のアンテナショップ「東京愛らんど」	東京都港区
	ゴルフ場内 レストラン	吉野カントリークラブ	奈良県吉野郡
		アイランドゴルフガーデン上石津	岐阜県大垣市
		福島カントリークラブ	福島県福島市
	文化施設	姫路書写ハートフルゴルフクラブ	兵庫県姫路市
「すみだトリフォニーホール」内「北斎カフェ」		東京都墨田区	
2015 年度 上期	ゴルフ場内 レストラン	「尼崎市総合文化センター」内「カフェブラヴォー」	兵庫県尼崎市
		室蘭ゴルフ倶楽部	北海道
		額田ゴルフクラブ	愛知県
		シーダーヒルズカントリークラブ	岐阜県
		高岡カントリー倶楽部	富山県
アイランドゴルフガーデン加賀	石川県		
島根ゴルフ倶楽部	島根県		

出所：14/12 期、15/12 中間決算説明資料

業績動向

15/12 期 2Q は、大幅増収増益で着地

(1) 2015 年 12 月期第 2 四半期（中間期）決算

2015 年 12 月期中間期は、売上高 17,387 百万円（前年同期比 3.7% 増）、営業利益 213 百万円（同 36.9% 増）、経常利益 209 百万円（同 44.4% 増）、当期損失 2 百万円（前年同期は当期利益 37 百万円）と大幅増収増益で着地した。なお、当期損失は税制改正による実効税率引き下げに伴い繰延税金資産の取り崩しを行ったことが要因だ。

2015 年 12 月期中間期の決算概要

（単位：百万円）

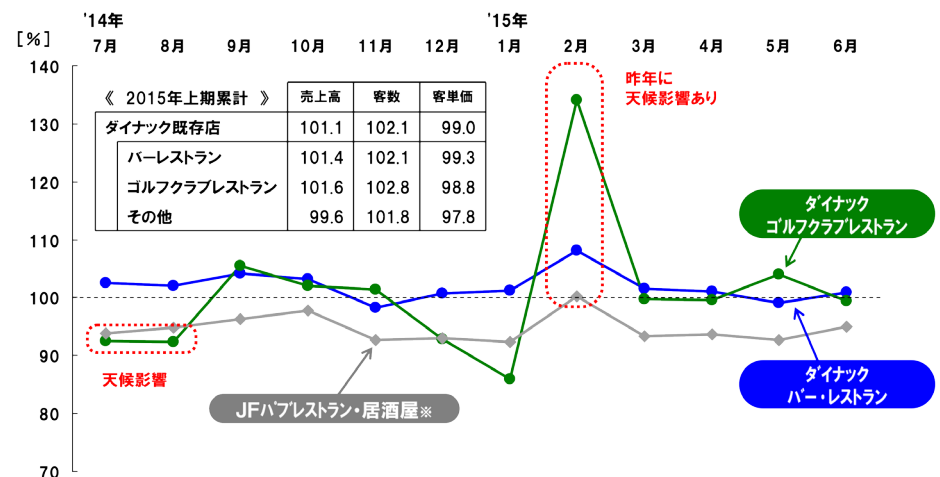
	14/12 期		15/12 期		
	上期実績	上期予想	上期実績	対前期比	対計画比
売上高	16,773	17,290	17,387	3.7%	+0.6%
営業利益	156	250	213	36.9%	-14.5%
経常利益	145	240	209	44.4%	-12.6%
当期利益	37	50	-2	-	-

出所：15/12 中間決算説明資料

計画との比較では、弊社が最も注目していた売上高が、計画を 97 百万円上回った。利益面では営業利益と経常利益が若干ショートしたが、これは倶楽部ダイナック（顧客会員カード）の予想以上のメンバー増加により、ダイナックポイントの引当金繰入額が増加したことや、パートナー（アルバイト、パートの社内呼称）の福利厚生制度新設などで販管費が増加したことが要因だ。これらは今後の収益拡大につながる、言わば前向きな費用であり、懸念材料ではないというのが弊社の理解だ。

最も注目すべきは、売上高と売上原価の動向だ。売上高については同社の既存店売上高が前年同期比 101.1% となった。業界全体の値が 100 を下回って前年割れているのとは比べると相対的に好調と言える。同社が業界平均を上回った理由としては、倶楽部ダイナックの好調、首都圏の特に都心部に店舗が集中していること、各店舗におけるサービス向上策の奏功、などを挙げることができよう。

既存店売上高の推移



出所：15/12 期中間決算説明資料

2015 年 10 月 1 日 (木)

売上高に占める売上原価の割合は前年同期に比べて 0.6% ポイント低下した。事業環境としては円安や全般的な食材価格の値上がりなどの逆風が見られたが、同社は、食材の共通化、省エネ・光熱費削減、店舗管理コスト削減などで吸収し、原価率の改善へとつなげた。

今中間期の新規出店は、直営ビジネスで 4 店、受託ビジネスで 6 店の計 10 店で、一方で閉店が 4 点あった。その結果総店舗数は 2014 年 12 月期末の 251 店から今中間期末は 257 店に 6 店増加した。また、既存店の業態転換が 3 店あった。主な新規出店・業態転換は、「魚盛」「虎連坊」「HIGHBALL'S」などであった。

2015 年 12 月期中間期の新規出店

店舗名	開店日	所在地	面積 (坪)	席数	備考
『MASTER'S DREAM HOUSE』	2015年3月17日	丸の内 トラストタワー N 館	46.1	70	
『ラ・メール・プラーレ』 名古屋ラシック店	2015年3月	名古屋市中区・ ラシック内	-	-	3 号店
『HIGHBALL'S』浜松町店	2015年1月	世界貿易 センタービル B1	8	16	『HIGHBALL'S』2 号店
『魚盛』神田東口店	2015年4月8日	神田駅東口	51	100	『魚盛』12 号店
『虎連坊』秋葉原店	2015年2月	秋葉原	-	-	『火楽』から業態転換
『虎連坊』八重洲店	2015年6月	八重洲	-	-	『膳丸』から業態転換

期初予想を据え置き、下期も計画どおりに収益確保

(2) 2015 年 12 月期下期見通し

2015 年 12 月期通期について同社は、売上高 36,000 百万円 (前期比 3.5% 増)、営業利益 1,150 百万円 (同 41.5% 増)、経常利益 1,120 百万円 (同 40.1% 増)、当期利益 410 百万円 (同 47.8% 増) を予想している。これらの予想値は期初から変化はない。

前述のように、上期において倶楽部ダイナックのメンバーが予想以上に増加したことや、都心部中心の店舗展開を行っていることは、上期同様、下期においても堅調な売上高が続くことを示唆していると弊社では考えている。

事業環境としては下期も厳しい状況は継続する公算が大きい。円安デメリットによる食材価格の上昇や人手不足の影響などは今現在も続いている。人手不足対応については、上期に福利厚生制度充実でつなぎ止めに手を打ったことは前述のとおりだ。加えて、積極的な新業態の新規出店・業態転換を進めて客単価を上昇させ、人件費増加分を転嫁するという流れができつつある。また食材費については、上期同様、食材共通化などで総費用を削減する余地がまだあるとみられる。こうしたことの積み重ねで下期も計画どおりの収益確保が可能であると弊社では考えている。

店舗数では、直営ビジネスの下期は新規出店 4 店、閉店 1 店が計画されている。受託ビジネスでは新規出店が 4 店、閉店 2 点が予定されている。この結果、2015 年 12 月期末の店舗数は直営 160 店、受託 102 店の計 262 店になると予定されている。これらはほぼ当初の予定どおりである。

2015 年 10 月 1 日 (木)

2015 年 12 月期の出店・閉店見通し

	14 年度 実績	15 年度上期 実績				15 年度下期 期計画				
		期末	出店	業態 変更	閉店	期末	出店	業態 変更	閉店	期末
直営ビジネス	パー・レストラン	157	4	3	4	157	4	0	1	160
受託ビジネス	ゴルフクラブレストラン	66	6	-	0	72	1	-	2	71
	その他受託	28	0	-	0	28	3	-	0	31
合計		251	10	3	4	257	8	0	3	262

損益計算書及び主要指標

(単位：百万円)

	11/12 期	12/12 期	13/12 期	14/12 期	15/12 期	
					上期	通期(予)
売上高	9,175	33,254	33,702	34,791	17,387	36,000
対前年比・前年同期比	-	-	1.3%	3.2%	3.7%	3.5%
売上総利益	1,244	3,896	4,164	4,335	2,123	-
売上高売上総利益率	13.6%	11.7%	12.4%	12.5%	12.2%	-
販管費	878	3,289	3,432	3,522	1,909	-
売上高販管費率	9.6%	9.9%	10.2%	10.1%	11.0%	-
営業利益	365	606	732	812	213	1,150
対前年比・前年同期比	-	-	20.7%	11.0%	36.9%	41.5%
売上高営業利益率	4.0%	1.8%	2.2%	2.3%	1.2%	3.2%
経常利益	352	619	711	799	209	1,120
対前年比・前年同期比	-	-	14.9%	12.3%	44.4%	40.1%
当期純利益	-59	188	238	277	-2	410
対前年比・前年同期比	-	-	26.7%	16.3%	-	47.8%
EPS(円)	-8.44	26.78	33.92	39.44	-0.29	58.30
配当(円)	2.5	10.0	10.0	10.0	5.0	10.0
1 株当たり純資産(円)	434.31	453.76	478.47	508.11	-	-

貸借対照表

(単位：百万円)

	11/12 期	12/12 期	13/12 期	14/12 期
流動資産	3,152	3,299	3,168	3,325
現預金	298	397	468	475
売掛金	1,834	1,814	1,923	2,044
棚卸資産	259	238	264	286
その他	761	849	513	519
固定資産	11,867	10,929	10,718	10,487
有形固定資産	5,051	4,582	4,723	4,534
無形固定資産	67	104	100	98
投資等	6,748	6,242	5,895	5,854
資産合計	15,020	14,229	13,887	13,812
流動負債	7,545	6,201	6,769	6,765
買掛金	2,398	2,296	2,392	2,499
短期借入金等	2,500	1,270	1,570	842
その他	2,646	2,634	2,806	3,423
固定負債	4,419	4,837	3,753	3,473
長期借入金	2,400	2,780	1,710	1,352
その他	2,019	2,057	2,043	2,121
株主資本	3,054	3,190	3,358	3,565
資本金	1,741	1,741	1,741	1,741
資本剰余金	965	965	965	965
利益剰余金	347	483	651	858
自己株式	-0	-0	-0	-0
その他包括利益累計額	0	1	6	8
純資産合計	3,054	3,191	3,364	3,573
負債・純資産合計	15,020	14,229	13,887	13,812

キャッシュフロー計算書

(単位：百万円)

	11/12 期	12/12 期	13/12 期	14/12 期
営業活動によるキャッシュフロー	1,239	1,184	1,377	1,633
投資活動によるキャッシュフロー	-5	-180	-467	-471
財務活動によるキャッシュフロー	-1,162	-905	-840	-1,155
現預金増減	72	99	70	6
期首現預金残高	226	298	397	468
期末現預金残高	298	397	468	475

■ 中期経営計画の進捗
中期経営計画は着実に進展、次期計画にも注目

同社は 2015 年 12 月期を最終年度とする中期経営計画に取り組んでいる。今中期経営計画の目標として同社は、「受託ビジネスの着実な受注」「高付加価値業態の強化・業態シフト加速」「基盤となる機能・サービスの革新」及び「強みの源泉のブラッシュアップ」の 4 つを掲げて実行してきた。今期終了後に今中期経営計画を総括し、次期中期経営計画へとつなげていくとみられる。下記に詳述するが、結論としては、それぞれの目標に関して着実な進展を確認することができる。同社は 2016 年に次期の中期経営計画を発表する予定だ。前述したように現行計画は順調に進捗しており、そこを足掛かりにどのような事業計画、業績計画を発表してくるか、大いに注目されるところだ。

中期経営計画の 4 つのポイント
ポイント1
受託ビジネスの着実な受注

- 参入障壁が高く、投資効率もよい受託ビジネスを着実に受注し、ビジネス領域を拡大

ポイント2
高付加価値業態の強化・業態シフト加速

- 立地・物件を厳選し、確実に出店
- 高付加価値業態の拡大

ポイント3
基盤となる機能・サービスの革新

- 常連客づくりの徹底
- コスト改善、収益性向上への取り組み

ポイント4
強みの源泉のブラッシュアップ

- 商品開発力・アレンジ力アップ
- 現場力・オペレーション力アップ

出所：15/12 期中間決算説明資料

2015年10月1日(木)

(1)「受託ビジネスの着実な受注」

受託ビジネスは、アウトソーシング需要の高まりと、同社の豊富な実績とそこから得られたノウハウとスケールメリット、そしてブランド力などがマッチして、順調に拡大を続けている。2015年12月期は上期に6件、下期4件の年間10件の新規受託が予定されている(別に契約終了が2件)。2014年12月期も新規受注が9件と高水準だったが、今期はそれをさらに上回る勢いとなっている。

(2)「高付加価値業態の強化・業態シフト加速」

同社は今中期経営計画中に複数の新業態を出店・強化してきたが、いくつかは太い幹へと成長してきている。最も顕著な成長を遂げたのは「魚盛」で、既に12号店まで店舗数が拡大した。ブランド別売上高も「魚盛」は主力4大ブランドの一角に食い込むまでに成長してきている模様だ。また、地酒をメインにした「虎連坊」は、2015年に入ってから既存業態からの業態転換での出店が加速している。客の反応も良く、「魚盛」に続く存在へと成長するだけのポテンシャルを感じ取っているもようだ。

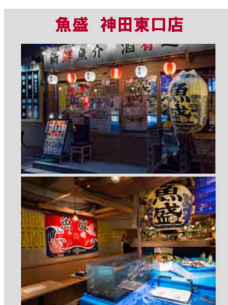
魚盛

売上好調の『魚盛(うおもり)』ブランドの更なる出店

～ 2015年上期1店、下期2店の出店を予定 ～



- 「気軽に美味しい魚料理をリーズナブルに楽しみたい」との顧客ニーズの高まりに対応
- 食の流行に左右されにくく、安定した売上・利益確保が期待できる業態



	店舗名	タイプ	オープン日	坪数	席数
1号店	御茶ノ水店	酒場タイプ	2010/11/1	53	94
2号店	池袋店	ミドルアップバー	2011/11/8	108	172
3号店	丸の内店	酒場タイプ	2012/3/15	43	94
4号店	西新宿アイランドタワー店	酒場タイプ	2013/1/15	46	80
5号店	新宿三丁目店	ミドルアップバー	2013/3/1	190	315
6号店	町田店	ミドルアップバー	2013/3/7	97	134
7号店	大手町店	酒場タイプ	2013/5/10	47	83
8号店	日本橋店	酒場タイプ	2013/6/10	48	94
9号店	有楽町店	酒場タイプ	2013/9/2	79	146
10号店	堂島アバンザ店	酒場タイプ	2014/11/17	59	105
11号店	浦和店	酒場タイプ	2014/11/25	63	106
12号店	神田東口店	酒場タイプ	2015/4/8	51	100

出所：15/12 期中間決算説明資料

虎連坊

郷土の地酒と肴を楽しむ日本居酒屋
『産直鮮魚 日本酒 虎連坊』のブランド育成



季節の“うまい”をつまみにゆっくりと好きなお酒を嗜む大人の和食居酒屋



業態変更

「たぬき」から

業態変更

「火楽」から

業態変更

「膳丸」から

出所：15/12 期中間決算説明資料

2015 年 10 月 1 日 (木)

(3) 「基盤となる機能・サービスの革新」及び「強みの源泉のブラッシュアップ」

ポイントの 3 番目と 4 番目の成果・進捗は、決算において読み取ることができる。前述したように 2015 年 12 月期中間期において「倶楽部ダイナック」のメンバーが好調に増加したという点は、ポジティブに評価すべきポイントだ。割引サービスの魅力だけでなく、店舗の質・サービスへの評価も会員数増加の背景にあるとみられる。また、今中間期決算において原価率を 0.6% ポイント改善させた点も、今中期経営計画の目標ポイントが着実に進捗していることの表れである、というのが弊社の理解だ。

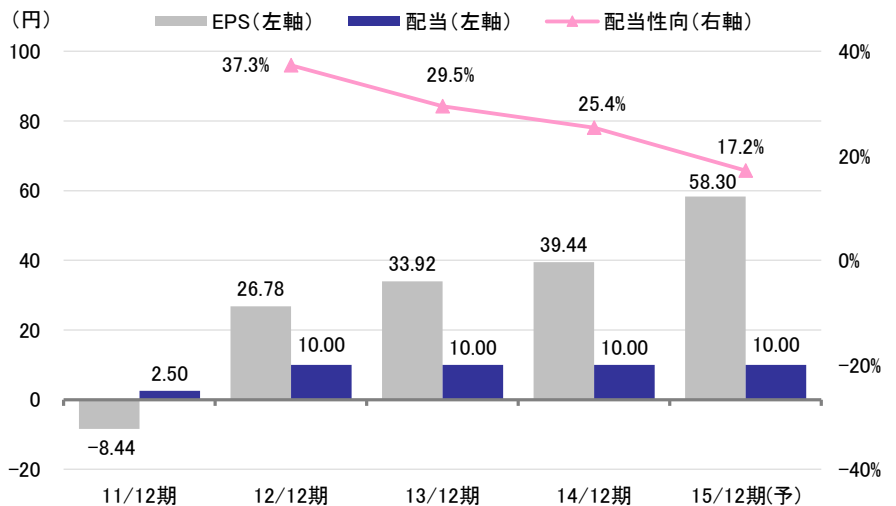
■ 株主還元

配当による還元が基本、株主優待制度も実施

同社は、株主還元について、配当による還元を基本とし、安定配当と将来に向けた内部留保の充実のバランスを取って配当を行うとしている。当期利益が赤字に転落した場合でも無配転落を回避し、ここ数年は 1 株当たり 10 円の配当を行っている。2015 年 12 月期については、前期比横ばいの 10 円配（中間配 5 円、期末配 5 円）の配当予定を公表している。

配当に加えて株主優待制度も実施しており、所有株式数に応じて食事券、もしくはお米（コシヒカリ）を株主に贈呈している。最低投資単位である 100 株を保有している場合、株主優待として 1,000 円の食事券 2 枚（2,000 円相当）もしくはコシヒカリ 2kg が贈呈されることになる。株主優待の内容も前期から変更はない。

1株当たり利益(EPS)、配当金及び配当性向の推移



出所：決算短信

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・表示したものです。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