

2010年2月期  
決算説明資料

2010年4月  
株式会社ゼットン  
(コード:3057)

# 目次

## I. 2010年2月期決算概要

2010年2月期決算サマリ .....	4
損益計算書概要 .....	5
四半期業績の推移 .....	6
売上高の変動要因 .....	7
店舗数 / 売上高構成比 .....	8
既存店売上高前年同期比 .....	9
事業別業績：	
ハイライト .....	10
公共施設開発事業 .....	11
商業店舗開発事業 .....	12
本社経費の概要 .....	13
貸借対照表概要 .....	14
キャッシュ・フロー計算書概要 .....	15
2011年2月期 連結業績計画 .....	16

## II. 2010年2月期のトピックス

主な減益要因とそのポイント .....	18
当期の新規出店 .....	23
ハワイアンブランド戦略の取り組み .....	28
公共施設開発事業における今後の展開 .....	29

## APPENDIX

売上高 / 経常利益の推移 .....	32
エリア別：売上高構成比 / 店舗数の推移 .....	33

# I. 2010年2月期決算概要

(2009年3月～2010年2月)

Photo: THE TOWER RESTAURANT YOKOHAMA

当資料は株式会社ゼットンが作成したものであり内容に関する一切の権利は当社に帰属しています。複写及び無断転載はご遠慮下さい。当資料は当社が当社の現在発行している、また将来発行する株式や債券等の保有を推奨すること、目的に作成したものではありません。また、当資料は当社が信頼できると判断した情報を参考に作成していますが当社がその正確性を保証するものではなく、事業計画数値についても今後変更される可能性があることをご了解下さい。

# 2010年2月期決算サマリー

## 業績の状況・・・出店コスト増加、海外・既存店低迷による

売上高は前期比4.8%増の5,902百万円、経常利益は前期の105百万円に比べ254百万円減の△148百万円となりました。

1

### 出店コストの増加

過去最大のプロジェクトである「横浜マリントワー」、ハワイアン店舗の積極出店等により、出店コストは総額167百万円となり、前期より105百万円増加。

### 海外・既存店の低迷

世界的景気低迷の影響で海外店・既存店が不振。特にオーストラリア子会社は高単価店舗だったため影響が大きく、リニューアルを実施。

2

## 既存店の状況・・・大型/高価格帯店舗が不振（前年同期比89.9%）

景気減速の影響は避けられず、特に法人需要の減少により高価格帯並びに（特に名古屋地区の）大型店舗の売上が減少しました。一方、ハワイアンなどのカジュアル店舗への影響は低くおさえられました。

※既存店の定義：開店から24ヶ月以上経過した店舗

3

## 新規出店の状況・・・9店舗を新規出店（リニューアル含む）

公共施設開発事業では横浜マリントワーでの3店舗新規出店に加え、ホール運営事業と塔体観光事業を開始しました。また、海外では「Ocean Room」をリニューアルオープンしました。商業店舗開発事業では5店舗を新規出店し、当期末の店舗数は合計41店舗となりました。

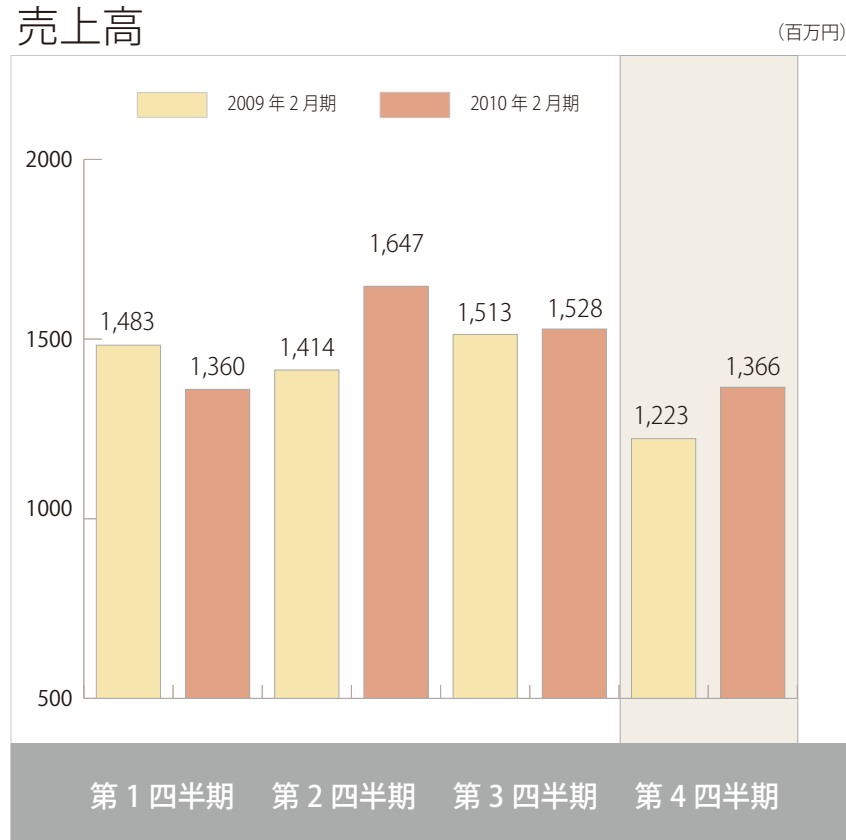
# 損益計算書概要

(単位：百万円/%)

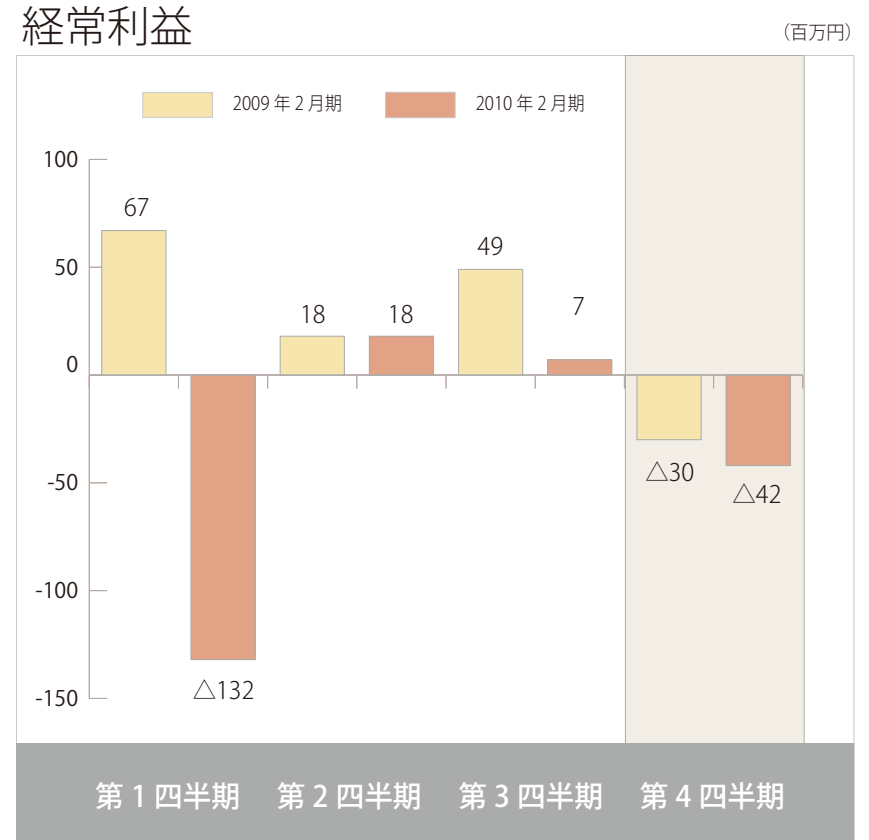
	2009年2月期		2010年2月期		増減		ポイント
	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	
売上高	5,634	100.0	5,902	100.0	267	-	前年同期比 4.8%増。既存店売上は減少したが、「横浜マリントワー」やハワイアン業態の新規出店店舗の売上が伸びる。
売上原価	1,716	30.5	1,741	29.5	25	△1.0	原価率は 1.0%減。
売上総利益	3,918	69.5	4,161	70.5	242	1.0	
販売費及び一般管理費	3,848	68.3	4,296	72.8	447	4.5	出店数増加による出店コスト増加 105 百万円 (62 百万円→167 百万円)。(上記除く販売費及び一般管理費率 67.2%→70.0%)
(内訳) 人件費	2,009	35.7	2,087	35.4	77	△0.3	
その他販管費	1,839	32.6	2,209	37.4	369	4.8	
営業利益	69	1.2	△135	△2.3	△204	△3.5	出店コストが当初計画を上回ったことや、海外店舗及び既存店の不振により営業赤字となる。
営業外損益	35	0.6	△13	△0.2	△49	△0.9	
経常利益	105	1.9	△148	△2.5	△254	△4.4	
特別損益	△23	△0.4	△199	△3.4	△175	△3.0	6 店舗にて特損処理 166 百万円、本社移転費用 33 百万円を計上。
税引前当期純利益	81	1.5	△348	△5.9	△430	△7.4	
当期純利益	20	0.4	△256	△4.3	△277	△4.7	

※既存店の定義：開店から 24 ヶ月以上経過した店舗

# 四半期業績の推移

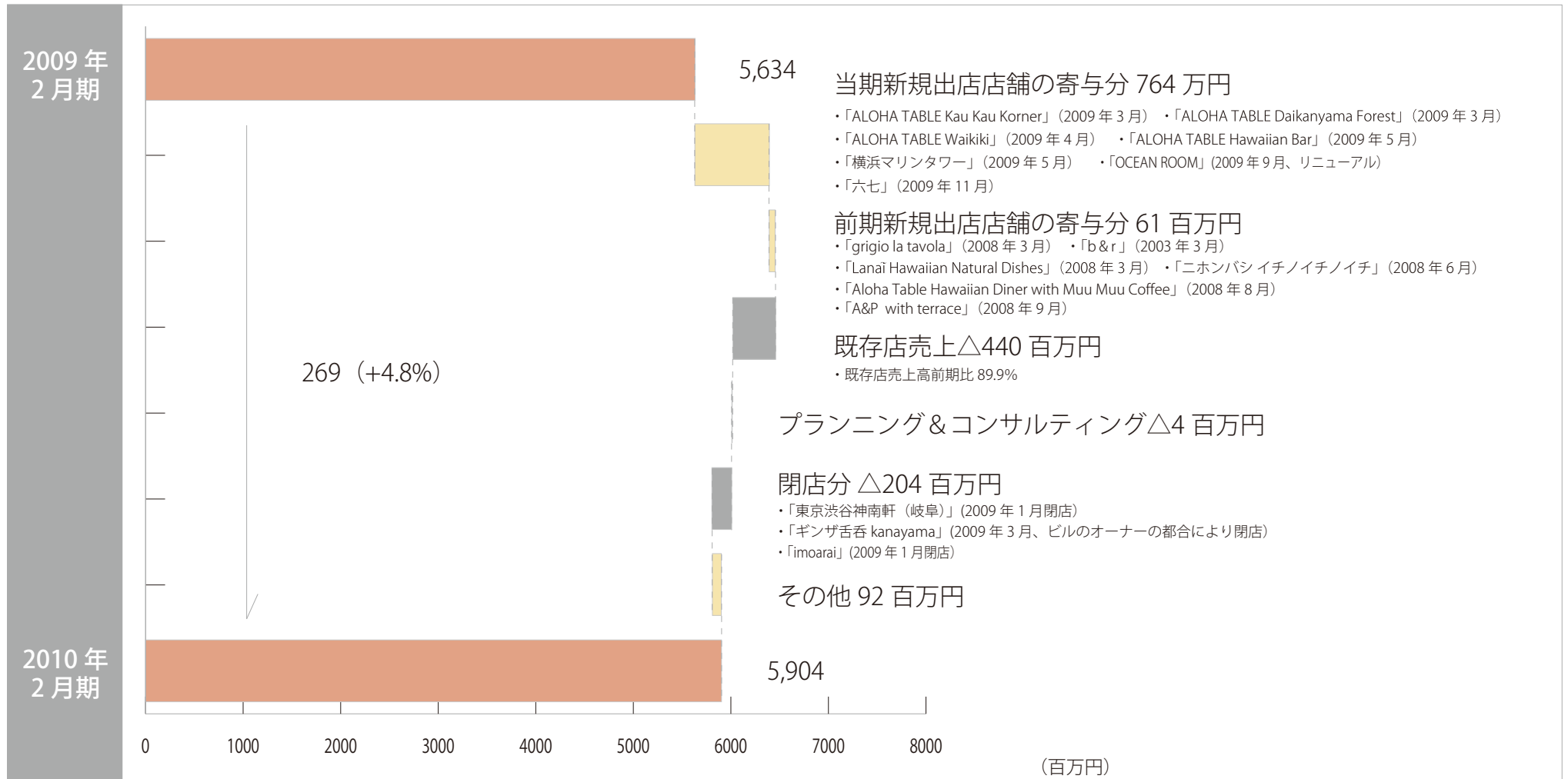


第1四半期の売上高は前年同期を下回ったが、第2四半期、第3四半期、第4四半期の売上高は新規出店効果により前年同期を上回る結果となる。



過去最大のプロジェクトである横浜マリントワー及び商業店舗開発事業5店舗の出店コストの影響により、第1四半期は132百万円の経常損失となったが、第2四半期及び第3四半期は経常黒字を維持。第4四半期の経常損失の増加は、翌期以降のコストにむけた費用計上によるもの。

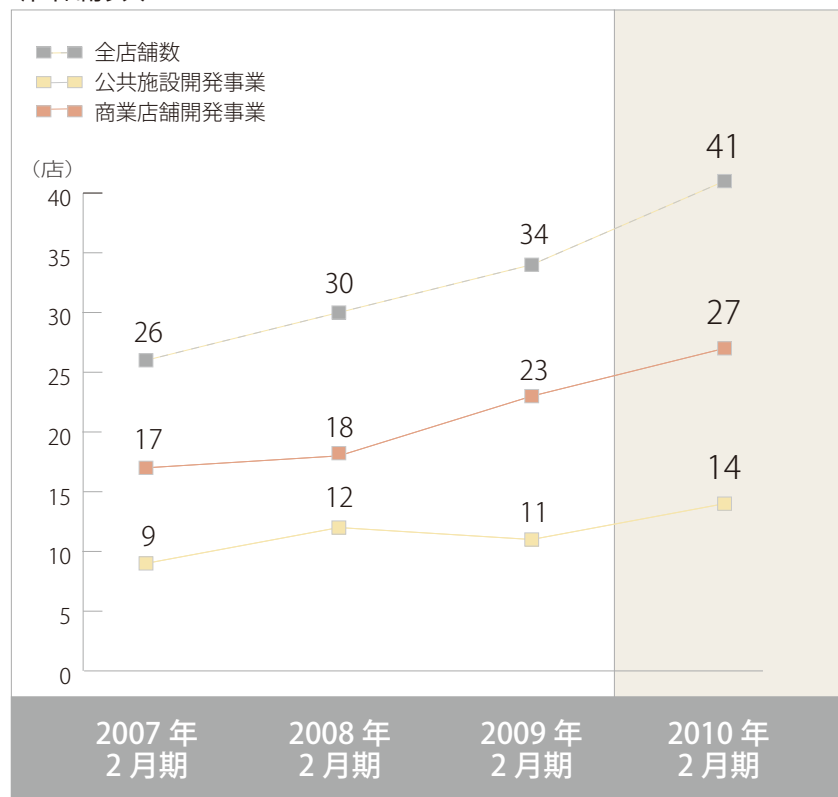
# 売上高の変動要因



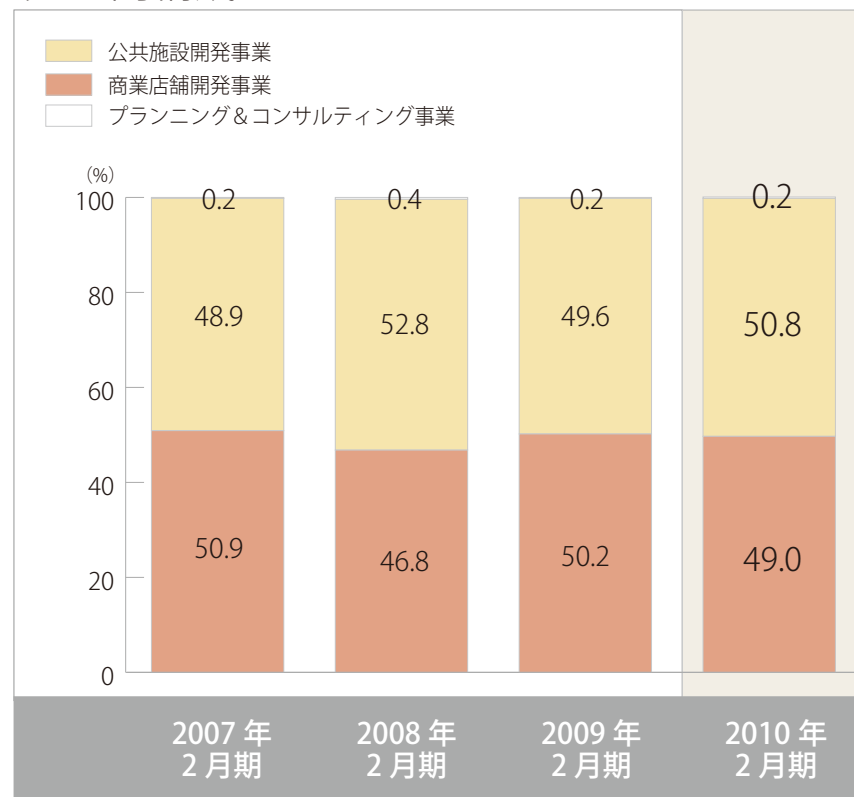
※既存店：開店から24ヶ月以上経過した店舗

# 店舗数 / 売上高構成比

店舗数



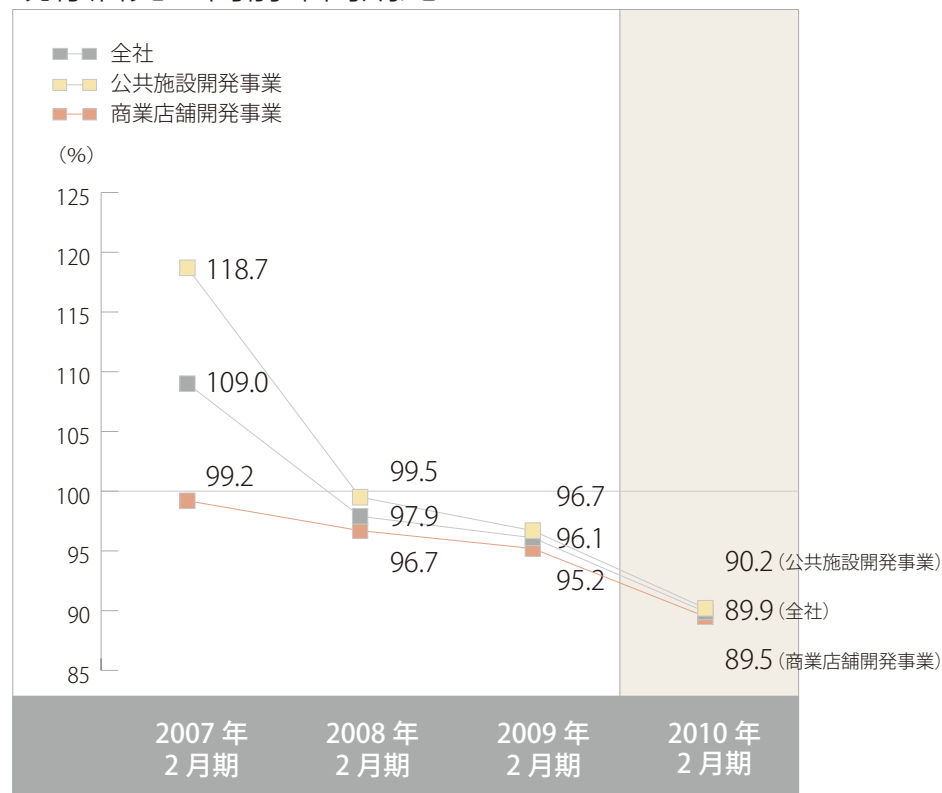
売上高構成比





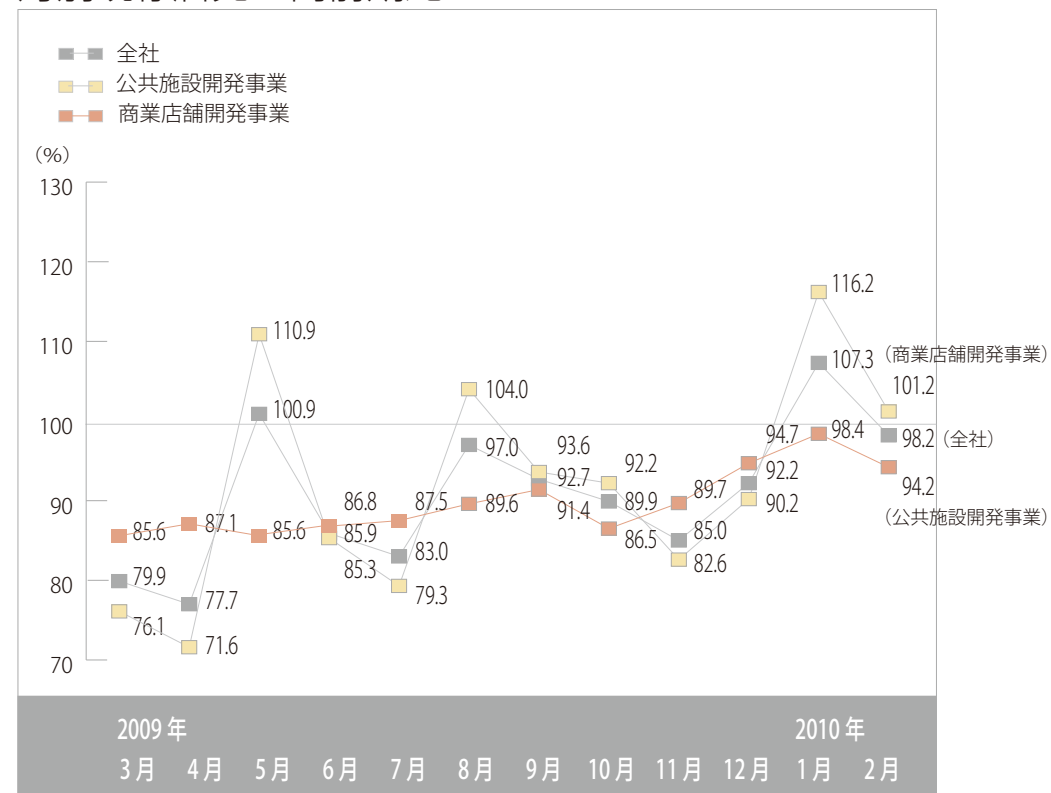
# 既存店売上高前年同期比

既存店売上高前年同期比



※既存店：開店から24ヶ月以上経過した店舗。

月別既存店売上高前期比



# 事業別業績：ハイライト

(単位：百万円 / %)

	全社		公共施設開発事業		商業店舗開発事業		プランニング&コンサルティング事業		本社経費
	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	(金額)
売上高	5,902	100.0	2,995	100.0	2,894	100.0	12	100.0	—
売上原価	1,741	29.5	942	31.5	797	27.6	1	11.4	—
売上総利益	4,161	70.5	2,053	68.5	2,097	72.4	11	88.6	—
販売費及び一般管理費	4,296	72.8	1,803	60.2	1,904	65.8	82	658.7	506
営業利益	△135	△2.3	249	8.3	192	6.7	△71	△570.0	△506

# 事業別業績：公共施設開発事業

(単位：百万円/%)

	2009年2月期		2010年2月期		増減		ポイント
	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	
売上高	2,795	100.0	2,995	100.0	200	-	前年同期比 7.2% 増。既存店前年同期比 9.8% 減。
(内訳) フードサービス	1,589	56.9	1,775	59.3	185	2.4	
ブライダル	1,206	43.1	1,220	40.7	14	△2.4	
売上原価	928	33.2	942	31.5	13	△1.8	食材（フードサービス）についての原価低減活動による効果が表れる。
(内訳) フードサービス	432	15.5	426	14.2	△5	△1.2	フードサービス原価率は 27.2%→24.0%に 3.2% 低下。
ブライダル	496	17.8	516	17.2	19	△0.5	
売上総利益	1,866	66.8	2,053	68.5	186	1.8	
販売費及び一般管理費	1,443	51.6	1,803	60.2	359	8.6	出店の増加による出店コスト増加 113 百万円 (上記除く販売費及び一般管理費率 51.6%→53.9%)
(内訳) 人件費	756	27.1	887	29.6	130	2.6	
その他販管費	686	24.6	915	30.6	229	6.0	
営業利益	423	15.1	249	8.3	△173	△6.8	
店舗数	11 店		14 店		3		
既存店売上高前期比 <sup>※</sup>	96.7%		90.2%		—		ブライダルの既存店売上は前年同期比 91.5%、 レストランの既存店売上は前年同期比 89.1%。

※既存店：開店から 24 ヶ月以上経過した店舗。

# 事業別業績：商業店舗開発事業

(単位：百万円/%)

	2009年2月期		2010年2月期		増減		ポイント
	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	(金額)	(百分比)	
売上高	2,830	100.0	2,894	100.0	63	—	前年同期比 2.3%増。既存店前年同期比 10.5%減。
売上原価	785	27.8	797	27.6	11	△0.2	原価率は若干減少。
売上総利益	2,044	72.2	2,097	72.4	52	0.2	
販売費及び一般管理費	1,848	65.3	1,904	65.8	55	0.5	
(内訳) 人件費	991	35.0	929	32.1	△61	△2.9	店舗人件費の抑制に努めたことより、人件費率が 2.9%低下。
その他販管費	857	30.3	974	33.7	117	3.4	
営業利益	196	6.9	192	6.7	△3	△0.3	
店舗数	23 店		27 店		4		
既存店売上高前期比 <sup>※</sup>	94.8%		89.5%		—		

※既存店：開店から 24 ヶ月以上経過した店舗。

# 本社経費の概要

(単位：百万円)

	2009年2月期	2010年2月期	増減	ポイント
販売費及び一般管理費	494	506	12	バックオフィス構築のために続いたコスト増加はおおむね終了し、本社経費はほとんどの科目で減少。
(内訳) 人件費	214	210	△4	
その他販管費	279	296	16	
地代家賃	51	47	△3	
減価償却費	14	11	△3	
旅費交通費	47	50	3	
その他	166	186	20	

(単位：%)

販売費及び一般管理費 対売上高比率 ※	8.8	8.6	△0.2	
------------------------	-----	-----	------	--

※販売費及び一般管理費対売上高比率 = 本社販売費及び一般管理費 / 連結売上高

# 貸借対照表概要

(単位：百万円)

	2009年 2月期末	2010年 2月期末	増減
<b>【資産の部】</b>			
流動資産	684	722	38
現金及び預金	385	480	95
売掛金	168	99	△69
その他	130	144	13
貸倒引当金	△0	△1	△1
固定資産	1,719	2,181	462
有形固定資産	1,342	1,715	373
建物・建物付属設備	1,114	1,420	306
器具備品	218	165	△53
建設仮勘定	3	37	33
その他	6	92	86
無形固定資産	19	39	20
投資その他の資産	357	426	68
資産合計	2,403	2,904	500

	2009年 2月期末	2010年 2月期末	増減
<b>【負債の部】</b>			
流動負債	1,082	1,174	91
買掛金	381	293	△87
短期借入金及び 一年内返済予定長期借入金	259	412	153
その他	441	467	25
固定負債	604	1,316	712
長期借入金	603	1,235	632
その他	0	81	80
負債合計	1,686	2,491	804
<b>【純資産の部】</b>			
株主資本	728	457	△270
資本金	330	330	0
資本剰余金	253	253	0
利益剰余金	144	△126	△270
評価・換算差額等	△11	△44	△32
純資産合計	716	413	△303
負債及び純資産合計	2,403	2,904	500

(単位：%)

流動比率	51.4	61.6	10.2
自己資本比率	28.2	14.2	△14.0
ROA	0.9	△9.7	△10.6
ROE	3.2	△45.4	△48.6

※ROA (ROE)：当期純利益／当期の平均資産 (平均純資産)

# キャッシュ・フロー計算書概要

(単位：百万円)

	2009年2月期	2010年2月期	増減	ポイント
営業活動によるキャッシュ・フロー	222	192	△30	主に税金等調整前純損失 348 百万円、減価償却費 262 百万円、仕入債務の増加額 35 百万円、その他の流動負債の増加額 79 百万円等によるもの。
投資活動によるキャッシュ・フロー	△343	△668	△325	主に有形固定資産の取得による支出 783 百万円、有形固定資産の売却による収入 132 百万円、保証金の差入による支出 25 百万円等によるもの。
財務活動によるキャッシュ・フロー	0	674	674	主に長期借入れによる収入 1,060 百万円、長期借入金の返済による支出 343 百万円、短期借入金の減少額 25 百万円等によるもの。
現金及び現金同等物に係る換算差額	△15	△6	9	
現金及び現金同等物の増減額	△135	191	327	
現金及び現金同等物の期首残高	416	281	△135	
現金及び現金同等物の期末残高	281	472	191	

# 2011年2月期 連結業績計画

(単位：百万円 /%)

	2010年2月期 2月期実績	2011年2月期 第2四半期計画	2011年2月期 通期計画	前年同期比
売上高	5,902	3,200	6,065	102.8
営業利益	△135	67	78	—
経常利益	△148	60	63	—
当期純利益	△256	21	23	—





## II. 2010年2月期のトピックス



Photo: ALOHA TABLE Daikanyama Forest

当資料は株式会社ゼットンが作成したものであり内容に関する一切の権利は当社に帰属しています。複写及び無断転載はご遠慮下さい。当資料は当社が当社の現在発行している、また将来発行する株式や債券等の保有を推奨することを目的に作成したものではありません。また、当資料は当社が信頼できると判断した情報を参考に作成していますが当社がその正確性を保証するものではなく、事業計画数値に関しても今後変更される可能性があることをご了解下さい。

# 主な減益要因とそのポイント 1

## 1 出店コスト

過去最大規模の出店を行う。出店コストはほぼ経常赤字相当額の167百万円となり、当期PLへの影響は大きかったものの最大級の収益エンジン構築につながる。

→詳しくは19ページへ

## 2 既存店の低迷

消費減退の影響により既存店売上高は10.1%低下。コスト構造の見直しにより、売上高の減少幅に比べ、利益は緩やかな減少幅にとどまる。下期は回復傾向が鮮明に。

→詳しくは20ページへ

## 3 海外店の低迷

オーストラリア子会社が世界同時不況の影響を大きく受け低迷したため、カジュアル店としてリニューアルオープン。ハワイ子会社とともに成長軌道へ。

→詳しくは21ページへ

## 4 特別損失の計上

コスト削減のための本社移転と、収益性の低下した店舗の減損処理により166百万円の特別損失を計上。

→詳しくは22ページへ

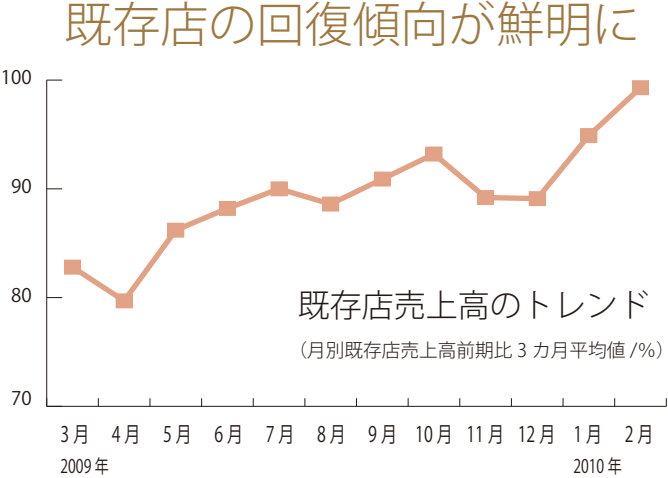
# 主な減益要因とそのポイント 2

## 1 出店コストの増加

投資先	出店コスト	成果と期待
横浜マリントワー	95百万円	首都圏に最大級の収益エンジン構築 オープン後9カ月間で5.8億円の売上高。 来期計画は売上高8億円の見込み。
ALOHA TABLE 国内4店舗	23百万円	ハワイアン業態のフランチャイズ型成長戦略 を実現する、株式会社アロハテーブルの貴重 な店舗資源に。
ALOHA TABLE Waikiki ハワイ本店	27百万円	「ALOHA TABLE」ブランドの強化。
Ocean Room	17百万円	リニューアルによる集客力強化。
その他	5百万円	

# 主な減益要因とそのポイント 3

## 2 既存店の低迷

決算への影響	今後の展望
<p>景気低迷により 既存店の売上高が 大幅に減少。</p> <p>既存店売上高は10.1%減少</p>	<p>既存店の回復傾向が鮮明に</p>  <p>既存店売上高のトレンド (月別既存店売上高前期比3カ月平均値/%)</p>

# 主な減益要因とそのポイント 4

## 3 海外店の低迷

決算への影響	対応策と現況
<p>世界同時不況の影響を最も大きく受ける。</p> <p>特に、「Ocean Room」(オーストラリア子会社運営)は金融街にあるアツパークラス店であったため、世界同時不況の影響を大きく受けました。</p>	<p>オーストラリア子会社 → カジュアル店へ転換 「Ocean Room」を一時閉店し、2009年9月にカジュアル店としてリニューアルオープン。リニューアル後の売上高は順調に推移、経費構造の見直しも進む。</p> <p>米国ハワイ子会社 → 順調に売上高拡大 「ALOHA TABLE Waikiki」は認知度が向上し、オープン時と比べて売上高が倍増。観光客をターゲットとしたマーケティングが功を奏す。</p>

# 主な減益要因とそのポイント 5

## 4 特別損失の計上

本社移転費用	減損損失
<p>全国展開を視野に入れながら、コミュニケーションの円滑化を目的に、恵比寿（東京）への本社移転を決定。33百万円の特別損失を計上。</p> <p>名古屋本社と東京支社の一元化により事務所費・旅費等を年間約4,500万円削減予定。</p>	<p>収益性の低下した6店舗の資産について減損処理を実施、166百万円の減損損失を計上。</p> <p>減損損失166百万円の内、110百万円が「THE TOWER RESTAURANT NAGOYA」の減損損失だが、これはデジタル放送開始に伴う一時的な運営停止を見越したものの。</p>

# 当期の新規出店 1

新規出店 公共施設開発事業

## 「横浜マリンタワー」

2011年2月期 売上高計画：8億円

展望台への年間来訪者数が大幅に増加。

リニューアルオープン前

リニューアルオープン後

27万人 → 38万人

「タワーを中心とした街づくり」をコンセプトとして、2009年5月23日にリニューアルオープンしました。当社が「横浜マリンタワー」の全事業を運営しています。



THE BUND



mizumachi bar



THE TOWER RESTAURANT YOKOHAMA



# 当期の新規出店 2

新規出店 商業店舗開発事業

ハワイアンブランド



## ALOHA TABLE Daikanyama Forest

「ALOHA TABLE Daikanyama Forest (アロハテーブル・ダイカニヤマフォレスト)」：2009年3月24日、東京・代官山に開放的なテラス席をもつハワイアンダイニングを新規出店しました。



## ALOHA TABLE Kau Kau Korner

「ALOHA TABLE Kau Kau Korner (アロハテーブルテーブル・カウカウコーナー)」：2009年3月26日、東京・池袋駅にオープンした商業施設「Echika (エチカ) 池袋」内に新規出店しました。



# 当期の新規出店 3

新規出店 商業店舗開発事業

ハワイアンブランド



## ALOHA TABLE Waikiki

「ALOHA TABLE Waikiki (アロハテーブル・ワイキ)」:「アロハテーブル」のブランディング戦略として、2009年4月15日、ハワイ・ホノルルの中心街であるワイキキに本店を構えました。



## ALOHA TABLE Hawaiian Bar

「ALOHA TABLE Hawaiian Bar (アロハテーブル・ハワイアンバー)」:東京・赤坂に開放的なテラス席をもつハワイアン・カジュアル・バーを2009年5月14日に新規出店しました。

# 当期の新規出店 4

新規出店 商業店舗開発事業

ハワイアンブランド

夏季限定店舗



## ALOHA TABLE Hawaiian Beach House

7月1日から8月30日の間、夏限定で江ノ島・西浜海岸にアロハテーブルのビーチハウスをオープンしました。



## ALOHA TABLE Hawaiian Beer Garden

6月11日から9月23日の間、横浜駅西口、横浜モアーズの屋上にハワイアンビアガーデンをオープンしました。



## ALOHA STAND

7月5日から9月13日の間、大磯プリンスホテルにある大磯ロングビーチにアロハテーブルの売店をオープンしました。

# 当期の新規出店 5

## 新規出店 商業店舗開発事業



## 六七

東京六本木 7 丁目に隠れ家バー「六七（ロクナナ）」をオープンしました。東京タワーや六本木ヒルズの夜景をバックにゆったりと酒を楽しむことができます。

# ハワイアンブランド戦略の取り組み

## 株式会社アロハテーブルにて本格的にF C展開

2010年3月1日、当社完全子会社である株式会社アロハテーブルにハワイアン業態の飲食店舗を会社分割により承継。株式会社アロハテーブルにおいてF Cを中心とした多店舗展開を開始。

### 現在のハワイアン業態の店舗網（計11店舗）

ハワイ本店	ALOHA TABLE Waikiki
大宮	Lānai Hawaiian Natural Dishes
横浜	ALOHA TABLE Ocean Breeze Hawaiian Eats with Muu Muu COFFEE
池袋	ALOHA TABLE Kau Kau Korner
代官山	ALOHA TABLE Daikanyama Forest
赤坂	ALOHA TABLE Hawaiian Bar
大磯	ALOHA STAND
名古屋	Pa'INA Aloha Table Hawaiian Eats with Muu Muu COFFEE
名古屋	Aloha Table Muu Muu COFFEE, Hawaiian Sweets & Foods
名古屋	"Aloha Table" Muu Muu COFFEE & COCKTAILS
豊橋	Aloha Table Hawaiian Diner with Muu Muu Coffee

今後3年間で50店舗の出店を計画。

# 公共施設開発事業における今後の展開

## 中之島公園再整備プロジェクト（大阪）

中之島水上公園へのレストラン出店が決定。  
2010年5月にオープン予定。

大阪市が実施した「中之島公園再整備計画」におけるレストラン事業予定者の公募にて、当社が選定されました。花と水辺に囲まれたロケーションに、期間限定のカジュアルビアレストラン「アール（仮称）」をオープン致します。



# 公共施設開発事業における今後の展開 2

## 東京都美術館（東京都台東区）

2012年のリニューアルに合わせ、レストラン2店舗、カフェ1店舗をオープン予定。

当社は東京都美術館が実施した2012年のリニューアルに合わせたレストラン運営の公募にて当社が選定されました。“トラディショナル ジャパニーズスタイル”をグランドコンセプトとして、レストラン2店舗、カフェ1店舗をオープン致します。



日本で育まれてきた伝統的な“洋食の味覚”を気軽に楽しめるトラディショナル・ジャパニーズ・レストラン。



四季を通じて移りゆく森の景色のギャラリー。日本各地の味覚を厳選したオーガニック・カジュアル・イタリアン。

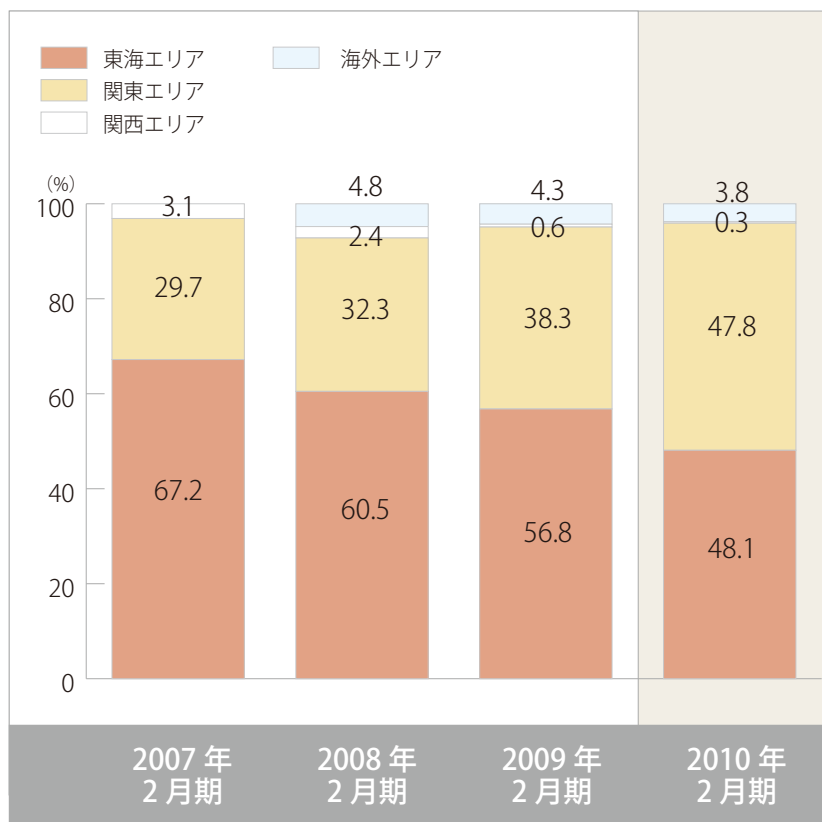
# APPENDIX

Photo: OCEAN ROOM

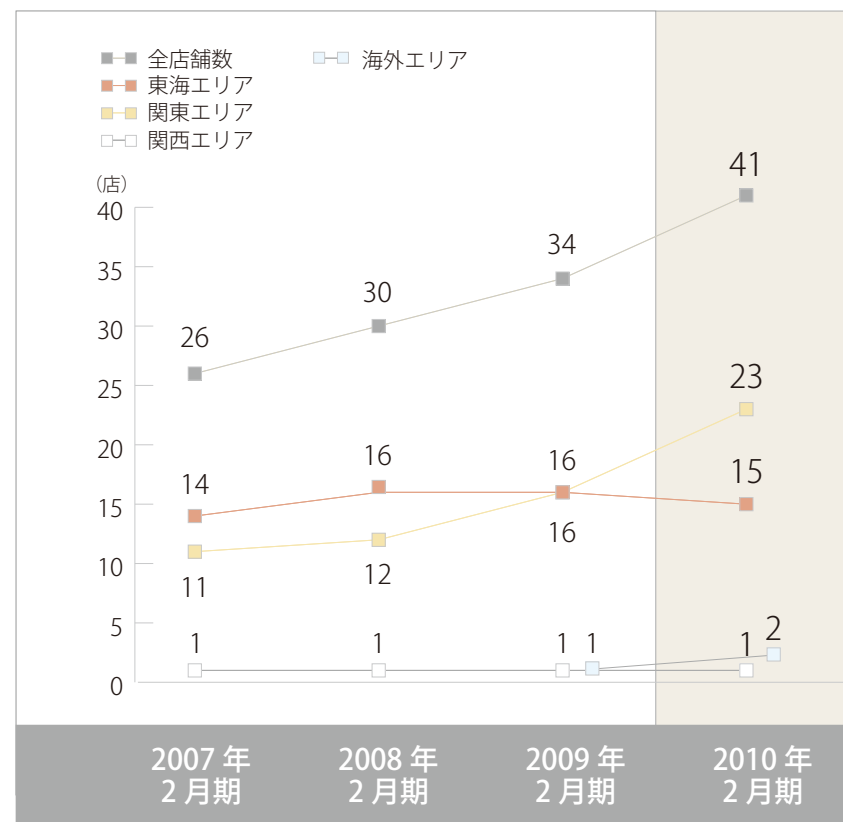
当資料は株式会社ゼットンが作成したものであり内容に関する一切の権利は当社に帰属しています。複写及び無断転載はご遠慮下さい。当資料は当社が現在の発行している、また将来発行する株式や債券等の保有を推奨することを目的に作成したものではありません。また、当資料は当社が信頼できると判断した情報を参考に作成していますが当社がその正確性を保証するものではなく、事業計画数値に関しても今後変更される可能性があることをご了解下さい。

# エリア別：売上高構成比 / 店舗数の推移

売上高構成比



店舗数





# 売上高 / 経常利益の推移

