



証券コード：3091

株式会社ブロンコビリー

2017年第2四半期 決算説明資料

★ STEAK HOUSE ★
BRONCO BILLY
SINCE 1978

目 次

1. 第2四半期決算概要 P 3
2. 業績予想と今後の計画 P 16
3. 株価推移・配当予想 P 25
4. 参考資料 P 29

1. 第2四半期決算概要

2017年 第2四半期 決算概要



(期間：2017年1月1日～2017年6月30日)

単位：百万円、%

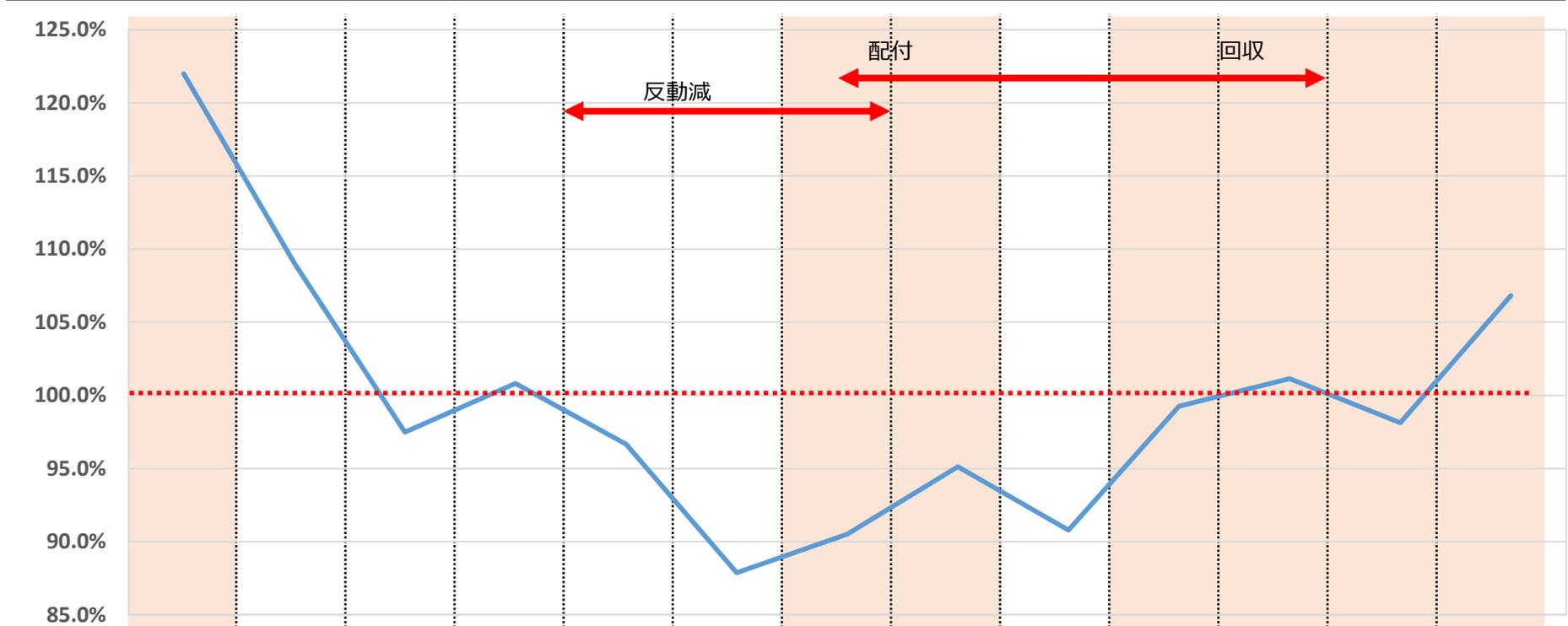
	2016年		2017年				対 比	
	実績	売上比	業績予想	売上比	実 績	売上比	前年	予想
売上高	8,996	100.0%	9,880	100.0%	9,451	100.0%	105.1%	95.7%
売上原価	2,419	26.9%	2,688	27.2%	2,629	27.8%	108.6%	97.8%
売上総利益	6,576	73.1%	7,191	72.8%	6,822	72.2%	103.7%	94.9%
販管費	5,185	57.6%	5,726	58.0%	5,740	60.7%	110.7%	100.2%
営業利益	1,390	15.5%	1,465	14.8%	1,081	11.4%	77.8%	73.8%
経常利益	1,409	15.7%	1,500	15.2%	1,116	11.8%	79.2%	74.4%
当期純利益	918	10.2%	1,015	10.3%	763	8.1%	83.1%	75.2%

※ 既存店前年比 売上高 96.5% (客数 98.7%、客単価 97.8%)

※ 新規出店 5店舗、既存店改装 8店舗 ⇒ 設備投資額 24億52百万円 (別途説明)

既存店前年比推移 (客数)

	2016年 6月	7月	8月	9月	10月以降	2017年 12月~ 1月	2月	3月	4月	5月	6月
トピックス	100店舗 突破カ ンペー ン				カンブリア宮殿 反動減	高当たり率の 「 ドリーム スクラッチカード」 ⇒回収 ~4月まで		スマホ アプリ 全店導入	新ステーキ、 新ハンバーグ導入		お客様 大感謝祭



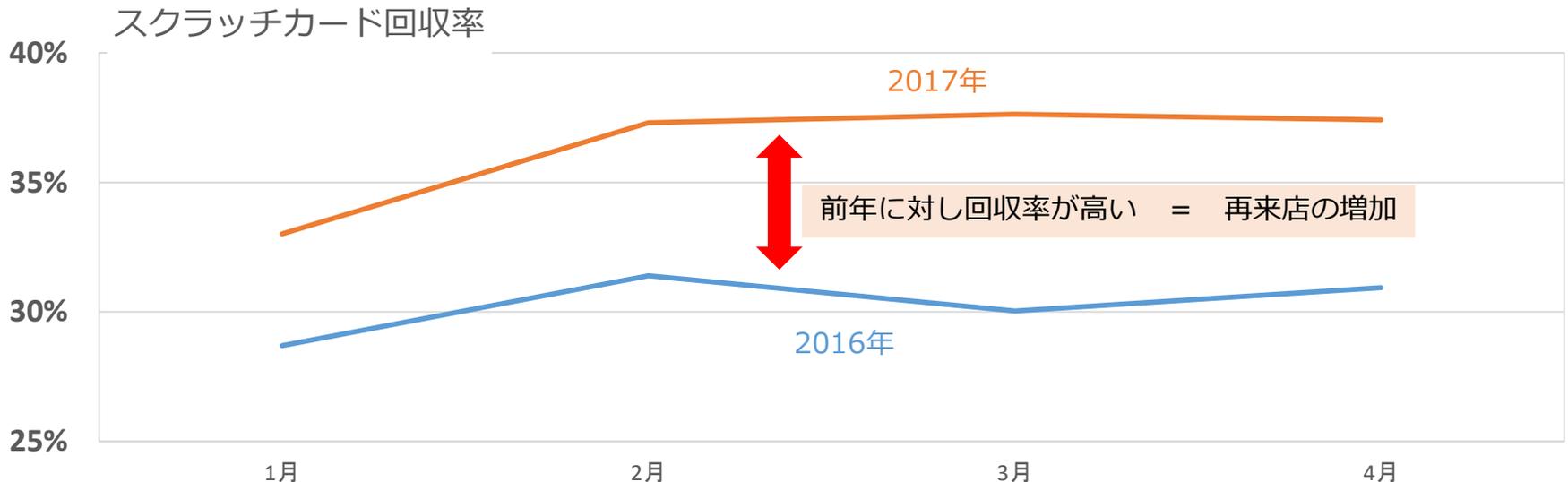
	2016年 6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2017年 1月	2月	3月	4月	5月	6月
客数 前年比	122.0%	109.1%	97.5%	100.8%	96.7%	87.9%	90.5%	95.1%	90.8%	99.3%	101.1%	98.1%	106.8%

高当たり率「ドリームスクラッチカード」



昨年第4四半期の客数減より挽回施策として
当たり率を上げた「ドリームスクラッチカード」を配付

- (1) 配付期間：年末年始の繁忙期
- (2) 当たり率（時期により変動あり）
1等 3,000円 ⇒ 5,000円
各等の当選確率をアップ
- (3) 回収期間：1月～4月



3月 幅広い客層獲得 ～モバイル販促～



1. スマホアプリ（スタンプス）の全店導入

(1) 来店特典の直接訴求

⇒ イベント等のメール配信（6月キャンペーン）

(2) デジタルスタンプカード

⇒ 来店頻度に応じ各種特典（夏休み期間に更に会員増）

(3) 会員数 **22万名様**（6月末）

⇒ 下期売上のベース客の確保

2. キッズクラブのモバイル化

主な客層であるファミリー客の取り込み

(1) ファミリー客の増加（お子様メニュー出数増）

客数構成比（1～6月） 前年7.0% ⇒ **本年7.7%**

(2) より多くの企画を低コスト（メール配信）で実現

郵送料 52円/人 ⇒ **0円/人**

(3) 会員数 前年6月末 10万名様 ⇒ **20万名様**（6月末）

会員数の増加に伴い、誘引売上高の増加



4月・5月 商品開発 ～主力商品の大幅レシピ改訂～

商品開発会議を重ね主力商品の磨き込み

■ 10年振りの大幅なレシピ改訂（150以上のレシピを試作） 〈5月〉



極み 炭焼きがんこハンバーグランチ 190g 1,188円（税込）

- ・肉原料を見直し濃厚で深みのある豪州牛ミンチを使用。
超粗挽きミンチでステーキの食感を実現。
- ・ステーキの食感を更に美味しくする岩塩での召し上がり方を提案。

客数出数比（合計）

4月 46.7% ⇒ 6月 48.8%



■ ステーキ加工の抜本的な見直し 〈4月〉



炭焼きローストサーロインステーキセット 200g 2,505円（税込）

- ・オーブンでお肉の旨みを引き出すまで低温で調理。
- ・炭焼き調理で香ばしくジューシーに焼成。

客数出数比（ディナータイム）

3月 13.6% ⇒ 5月 15.1%

6月 売上向上戦略 ～お客様大感謝祭～

6/1～6/7 キャンペーン期間

新規顧客の獲得

休眠顧客の掘り起こし

6月1日～7日までの期間限定
全てのお客様の「**飲食代金20%引き**」

お客様大感謝祭にて

既存店客数前年比 **109.5%**

- ・各モバイル会員への告知
- ・新聞広告、事前露出の効果

期間中にご来店のお客様には、
その後の再来店に繋がる施策

ドリームスクラッチカード



ディナー10%引き券



キャンペーン以降

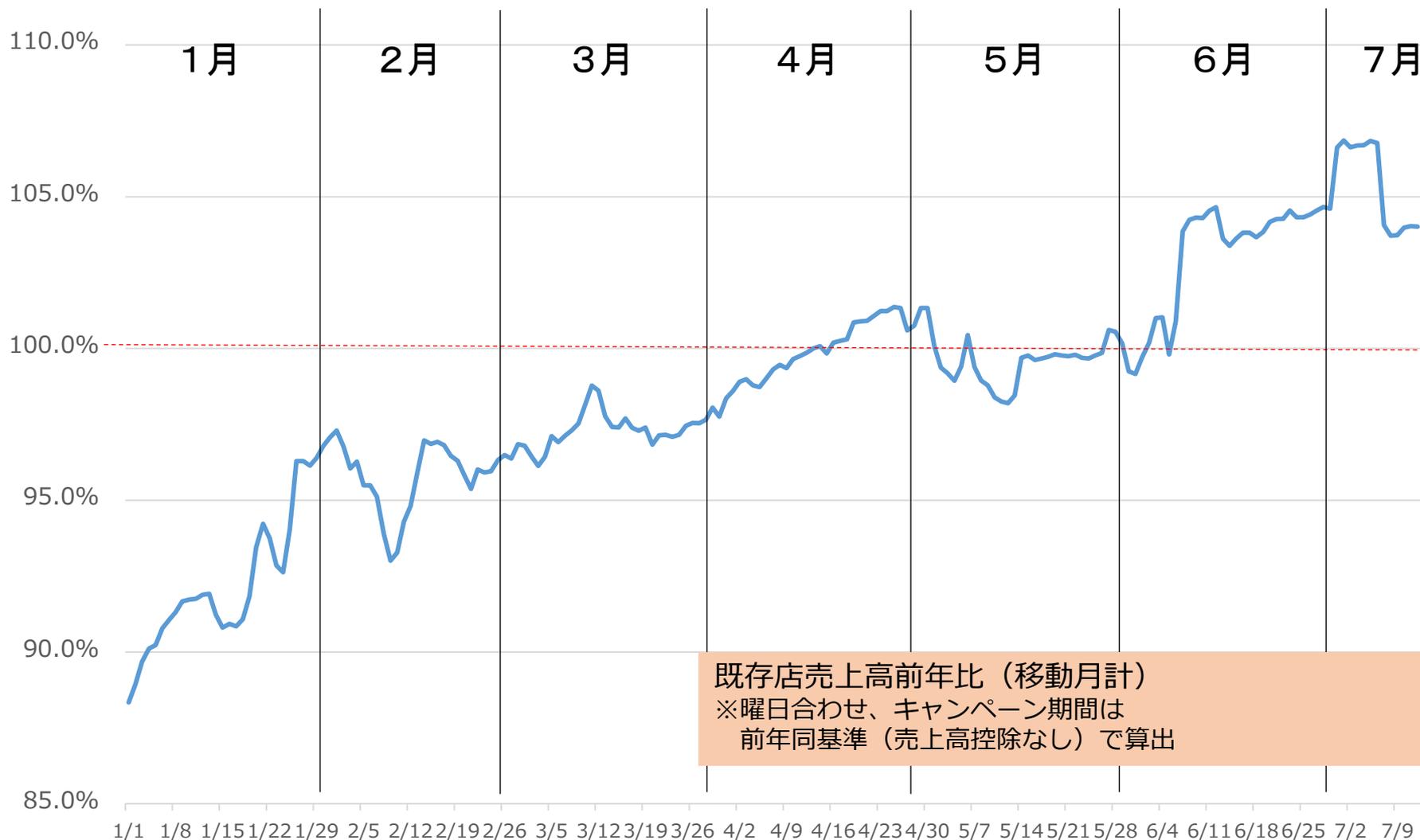
6月8日～既存店客数前年比

105.3%

7月1日～既存店客数前年比

103.8%

直近売上高の推移（既存店前年比）



出店の実績及び計画

1. 出店計画

エ リ ア	計 画 数 (単位：店舗)					1Q (1～3月実績) ・ 南行徳店 (千葉県) ・ 宇治店 (京都府) 2Q (4～6月実績) ・ 羽曳野店 (大阪府) ・ 宝塚店 (兵庫県) ・ 保木間店 (東京都) 3Q (7～9月計画) ・ おおたかの森店 (千葉県) ・ 緑園都市店 (神奈川県) ・ 萩野通店 (愛知県) 4Q (10～12月計画) ・ 伊丹池尻店 (兵庫県) ・ ふじみ野店 (埼玉県) ・ 国分寺店 (東京都) ・ 秦野店 (神奈川県) ・ 京都南店 (京都府) ・ 横浜鶴見店 (神奈川県) ・ 等
	年間計	1Q	2Q	3Q	4Q	
関 東	8					
東 海	2	2	3	3	7	
関 西	5					
合計	15	2017年12月期期末店舗数 123店舗 (予定)				

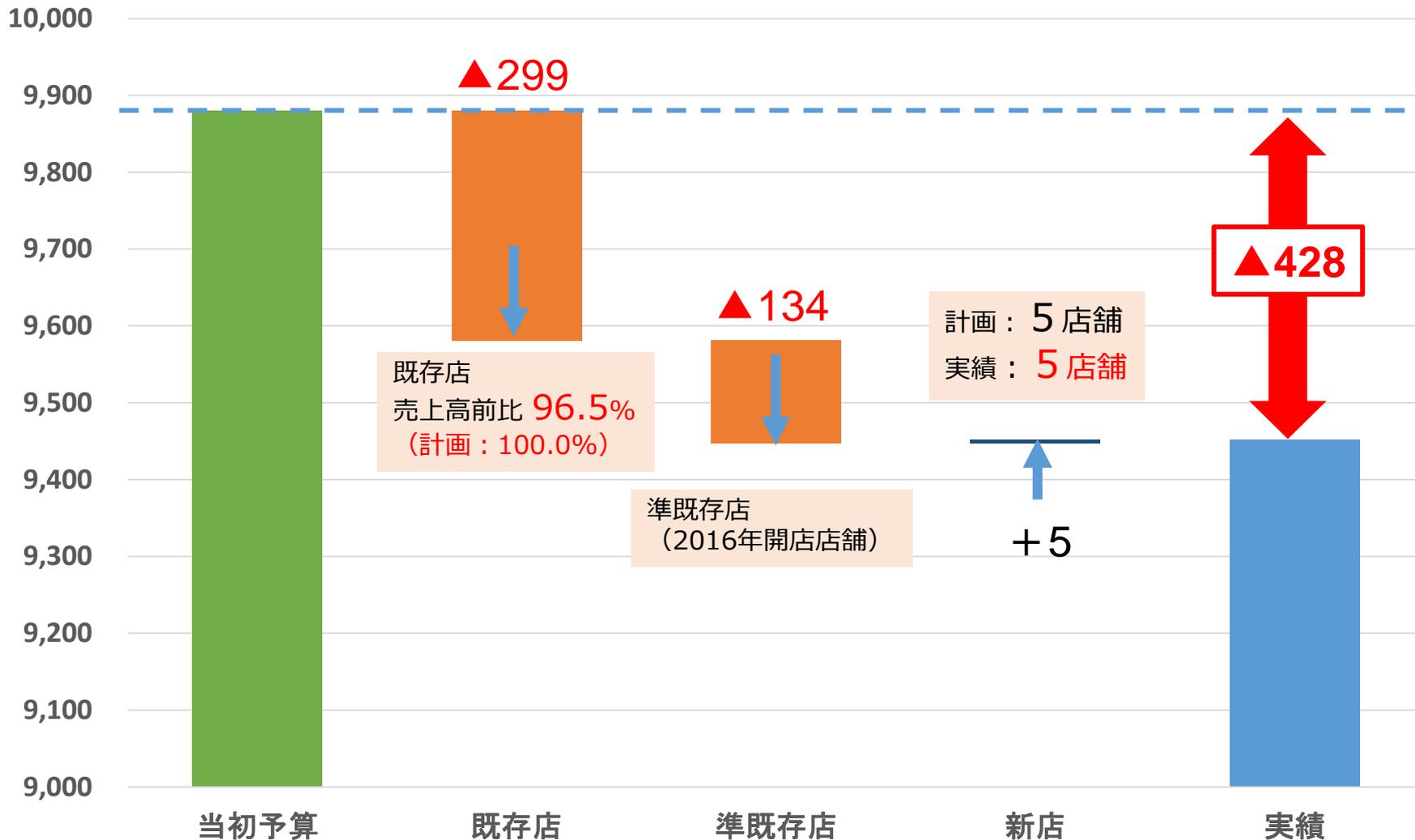
2. 設備投資額

35億97百万円 (2Q実績 24億52百万円)

※内16億51百万円は名古屋駅エリアのオフィスビル取得

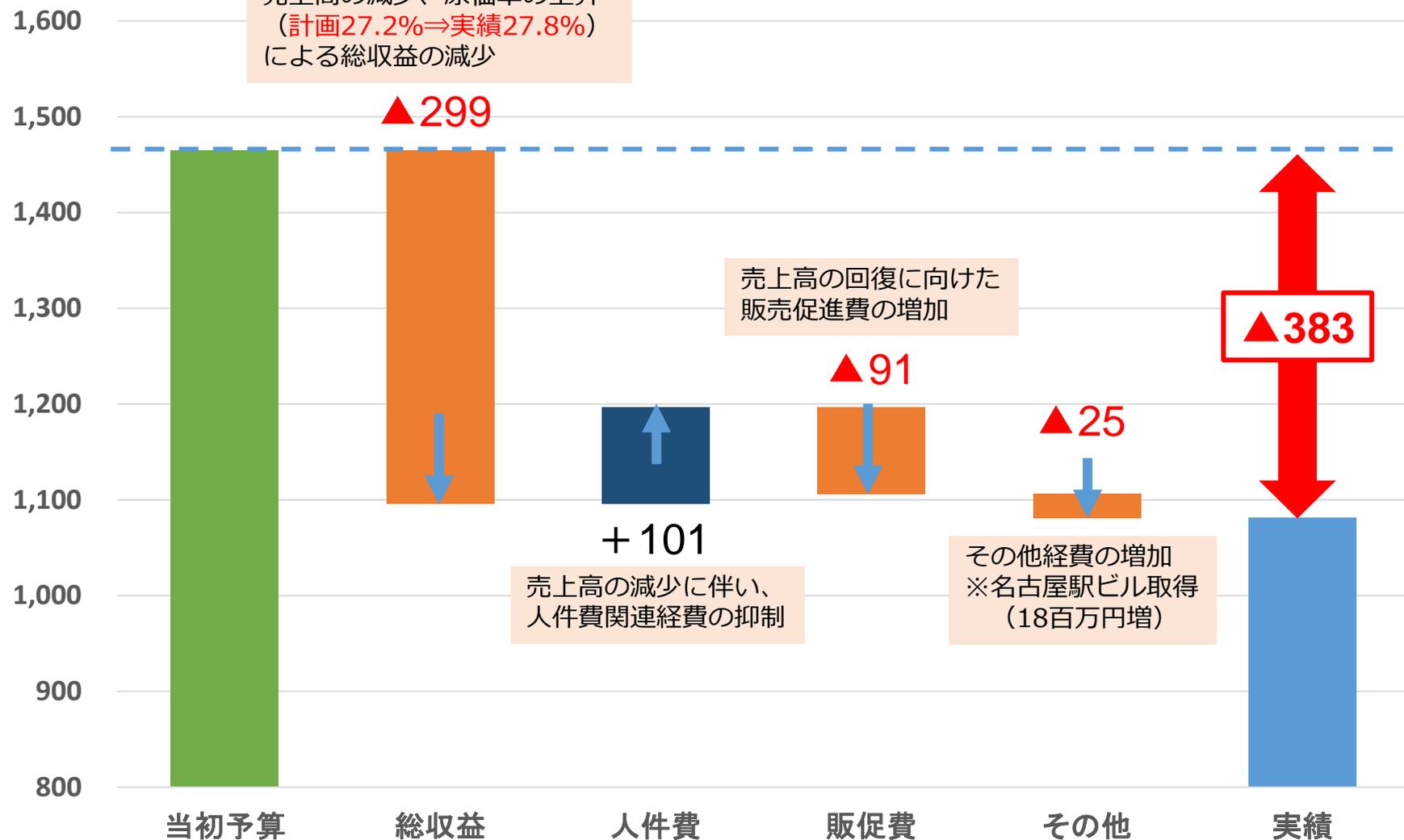
2017年第2四半期 売上高予実差

(単位：百万円)

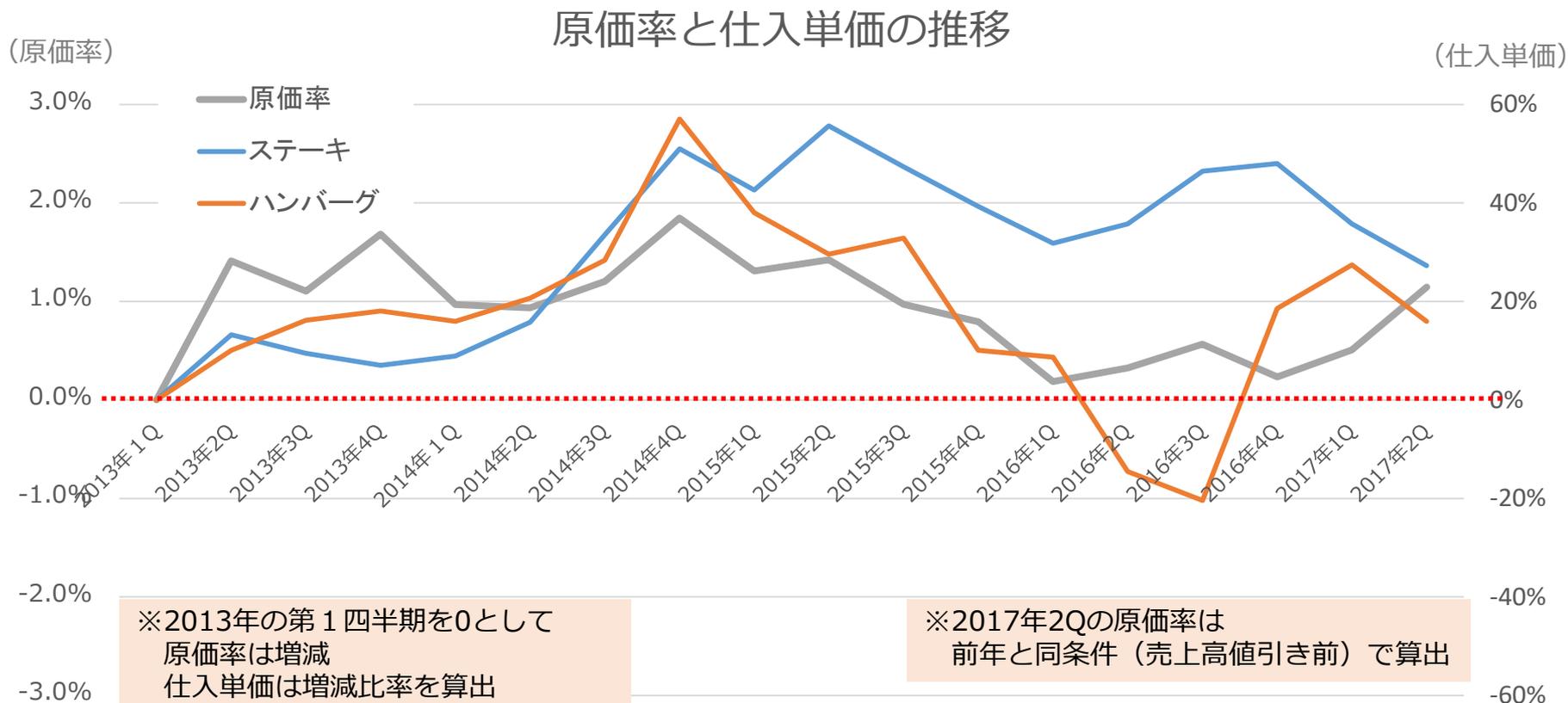


2017年第2四半期 営業利益予実差

(単位：百万円)



原価率と仕入単価の推移



第2四半期の原価率上昇

- ・ 昨年のハンバーグ原料仕入単価が底値
- ・ 本年の「極みがんこハンバーグ」の品質向上、レシピ見直しに伴い仕入単価が上昇

貸借対照表・キャッシュフロー計算書

貸借対照表

単位:百万円

		2016年 12月31日	2017年 6月30日	増減額
資産	流動資産	8,377	6,872	▲1,504
	固定資産	8,276	10,357	+2,080
	資産合計	16,653	17,230	+576
負債	流動負債	2,222	2,177	▲44
	固定負債	504	522	+17
	負債合計	2,727	2,700	▲26
純資産	資本金	2,199	2,199	—
	利益剰余金	9,575	10,173	+597
	純資産合計	13,926	14,529	+602
自己資本比率		83.5%	84.2%	

キャッシュフロー計算書

単位:百万円

	2016年 12月31日	2017年 6月30日
現金及び現金同等物の 期首残高	5,883	6,641
営業活動による キャッシュ・フロー	2,769	1,237
投資活動による キャッシュ・フロー	▲1,697	▲2,474
財務活動による キャッシュ・フロー	▲314	▲169
現金及び現金同等物の 期末残高	6,641	5,234
現金及び現金同等物の 増減額	757	▲1,406

2. 業績予想と今後の計画

2017年12月期 通期業績予想



(期間：2017年1月1日～2017年12月31日)

単位：百万円、%

	2016年		2017年				対 比	
	実績	売上比	当初 業績予想	売上比	修正 業績予想	売上比	前年	当初予想
売上高	18,010	100.0%	20,500	100.0%	20,000	100.0%	111.0%	97.6%
売上原価	4,858	27.0%	5,560	27.1%	5,530	27.7%	113.8%	99.5%
売上総利益	13,152	73.0%	14,940	72.9%	14,470	72.3%	110.0%	96.9%
販管費	10,397	57.7%	11,859	57.8%	11,790	59.0%	113.4%	99.4%
営業利益	2,754	15.3%	3,080	15.0%	2,680	13.4%	97.3%	87.0%
経常利益	2,807	15.6%	3,150	15.4%	2,750	13.8%	98.0%	87.3%
当期純利益	1,883	10.5%	2,200	10.7%	1,910	9.6%	101.4%	86.8%

※ 既存店売上高前年比 **100.4%** (当初予想 101.9%)

※ 新規出店 **15店舗** (当初予想 15店舗)

2017年12月期 下期業績予想



(期間：2017年7月1日～2017年12月31日)

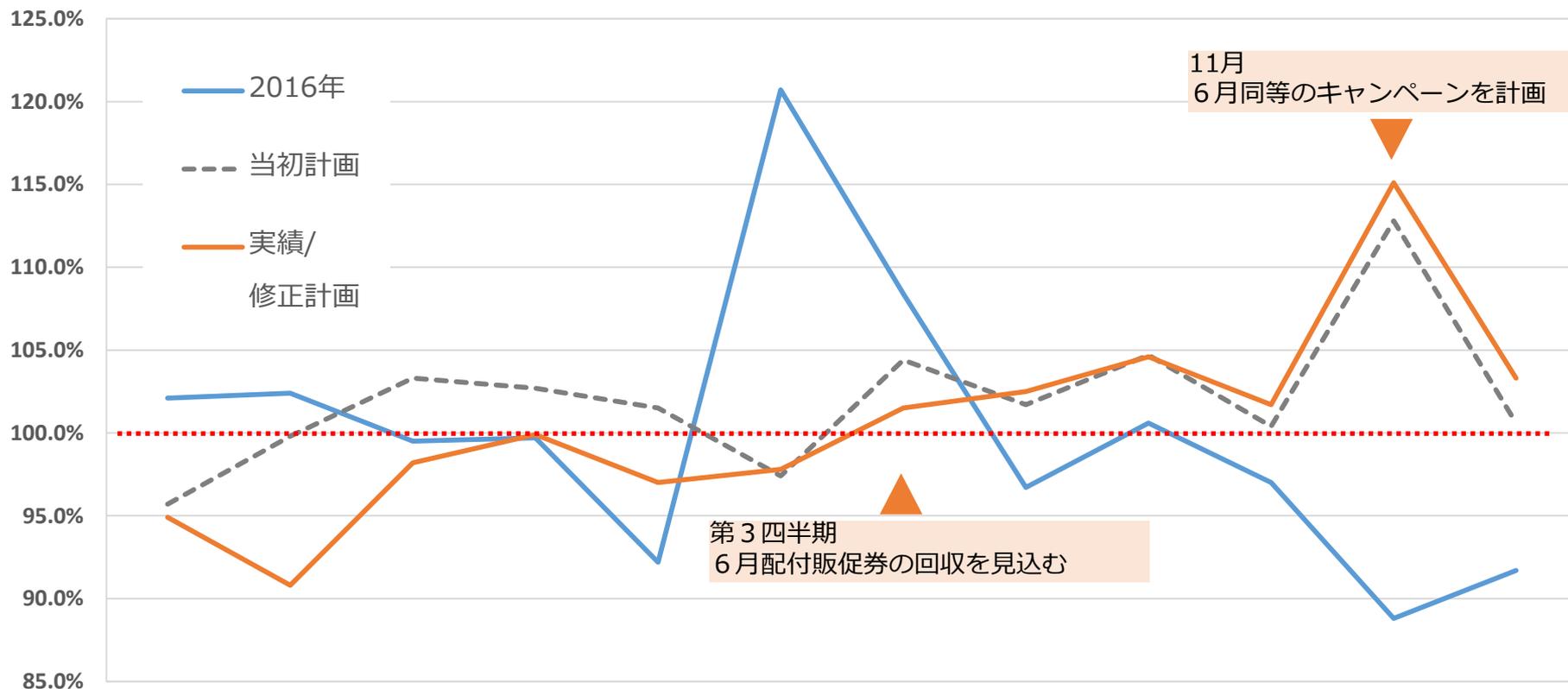
単位：百万円、%

	2016年		2017年				対 比	
	実績	売上比	当初 業績予想	売上比	修正 業績予想	売上比	前年	当初予想
売上高	9,014	100.0%	10,620	100.0%	10,548	100.0%	117.0%	99.3%
売上原価	2,438	27.1%	2,872	27.0%	2,900	27.5%	119.0%	101.0%
売上総利益	6,576	72.9%	7,747	73.0%	7,647	72.5%	116.3%	98.7%
販管費	5,211	57.8%	6,132	57.7%	6,049	57.4%	116.1%	98.7%
営業利益	1,364	15.1%	1,615	15.2%	1,598	15.2%	117.1%	99.0%
経常利益	1,398	15.5%	1,650	15.5%	1,633	15.5%	116.8%	99.0%
当期純利益	965	10.7%	1,185	11.2%	1,146	10.9%	118.7%	96.7%

※ 既存店売上高前年比 **104.5%** (当初予想 103.9%)

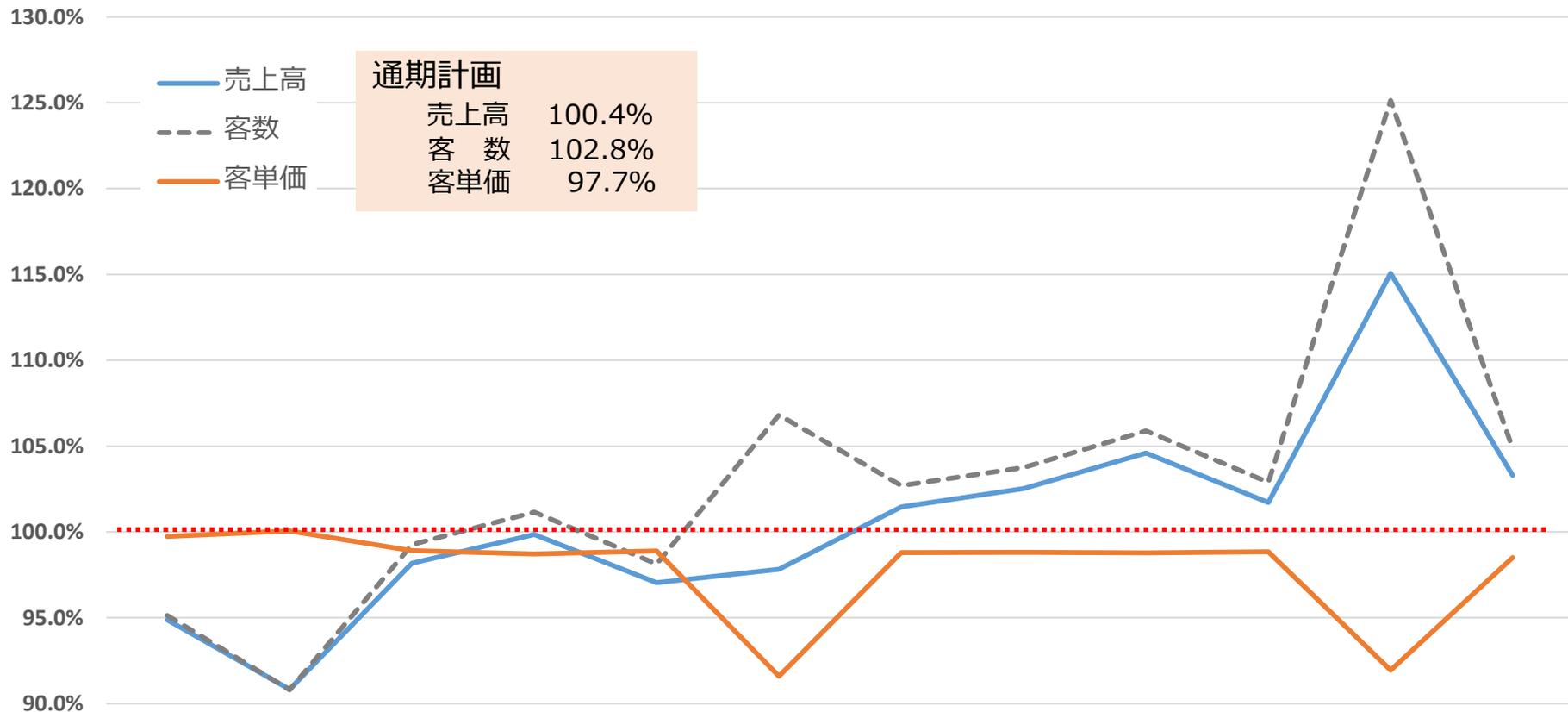
※ 新規出店 **10店舗** (当初予想 10店舗)

既存店前年比（月別売上の修正）



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2016年	102.1%	102.4%	99.5%	99.7%	92.2%	120.7%	108.4%	96.7%	100.6%	97.0%	88.8%	91.7%
当初計画	95.7%	99.8%	103.3%	102.7%	101.5%	97.4%	104.4%	101.7%	104.7%	100.4%	112.8%	100.6%
上期実績/ 修正計画	94.9%	90.8%	98.2%	99.9%	97.0%	97.8%	101.5%	102.5%	104.6%	101.7%	115.1%	103.3%

2017年12月期計画（既存店前年比）



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
売上高	94.9%	90.8%	98.2%	99.9%	97.0%	97.8%	101.5%	102.5%	104.6%	101.7%	115.1%	103.3%
客数	95.1%	90.8%	99.3%	101.1%	98.1%	106.8%	102.7%	103.8%	105.9%	102.9%	125.1%	104.9%
客単価	99.7%	100.0%	98.9%	98.7%	98.9%	91.6%	98.8%	98.8%	98.8%	98.8%	91.9%	98.5%

知名度向上策 ～新規顧客の獲得～

1. メディア露出に向けた広報・PR部門の設立

※PR会社とのコラボレーションの開始

- ・メディア向け試食会
- ・タイムリーかつ幅広く訴求できるプレスリリース
- ・上記を受けたメディアキャラバン

※事例)

- ・Youtuberによる拡散
- ・独自のビジネスモデルに対するメディアの関心増
- ・経済番組&バラエティ番組

2. 販売促進策

	関東地区	東海地区
強化ターゲット	商圏内新規顧客	来店頻度低い既存客
課題	認知度の向上 店舗の魅力訴求	認知度あり 来店機会の創出

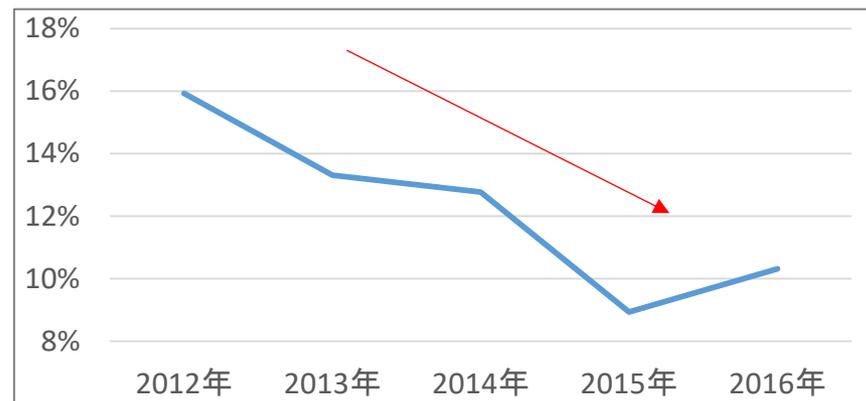
今後の課題 ～社員教育～

採用環境が厳しい状況下、本年も120名の新卒採用 ⇒ **社員数の充実**
パートナー（パート、アルバイト）の採用も順調

■ 採用と出店の状況

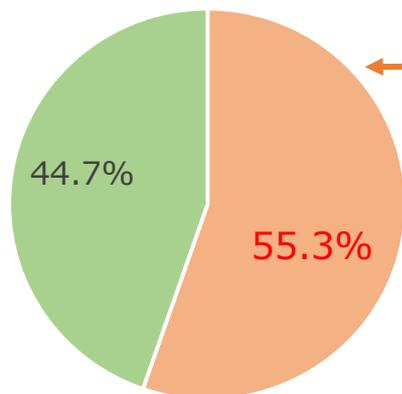
	2015年	2016年	2017年
採用数	84	104	120
社員数	336	403	
出店数	13	12	

■ 離職率の推移



■ 社員の社歴別構成

- 3年未満
- 3年以上



若年層の戦力化

- 顧客満足度向上
調理力、サービス力の強化
- 生産性の改善

戦力化の為のトレーニング強化

商品管理部による実地指導

社員のみでなく、パートナー（パート、アルバイト）への直接指導



炭焼き調理勉強会

こだわりは「温度×素材×時間」

- ・「備長炭・オガ炭」の2種類の炭を使い、家庭では味わうことの出来ない炭焼きの美味しさを提供。



「夏のサラダバー」試作試食会

旬の食材を提供直前でカット

- ・野菜は繊維の切り方によって食感や味、色が大きく変わるため、切る大きさや角度まで指導。



知識習得のための座学

- ・発注から食材管理、調理指導までを徹底指導。
- ・美味しい料理の提供のために、ただ調理方法を教えるだけでなく知識を教育。

商品力向上の為の調理技術向上

厳選して仕入れた食材を美味しい料理として提供するために調理力向上を図る
集合教育のほか、ICTを活用した教育も推進中



トレーニングセンターの拡充

- ・ 関東地区に新設 （東京都足立区）
⇒ 7月より稼動
- ・ 東海地区は移設 （春日井市⇒名古屋駅ビル）
⇒ 8月より稼動予定

実地、集合教育による直接指導の強化



TV会議システムの活用

- ・ トレーニングセンター間
 - ・ トレーニングセンター & 各店舗間
- 集合教育に参加できない
パートナー向け教育



タブレット端末の活用

- ・ マニュアル
 - ・ 動画マニュアル
- 時間と場所に縛られない
自主学習ツール

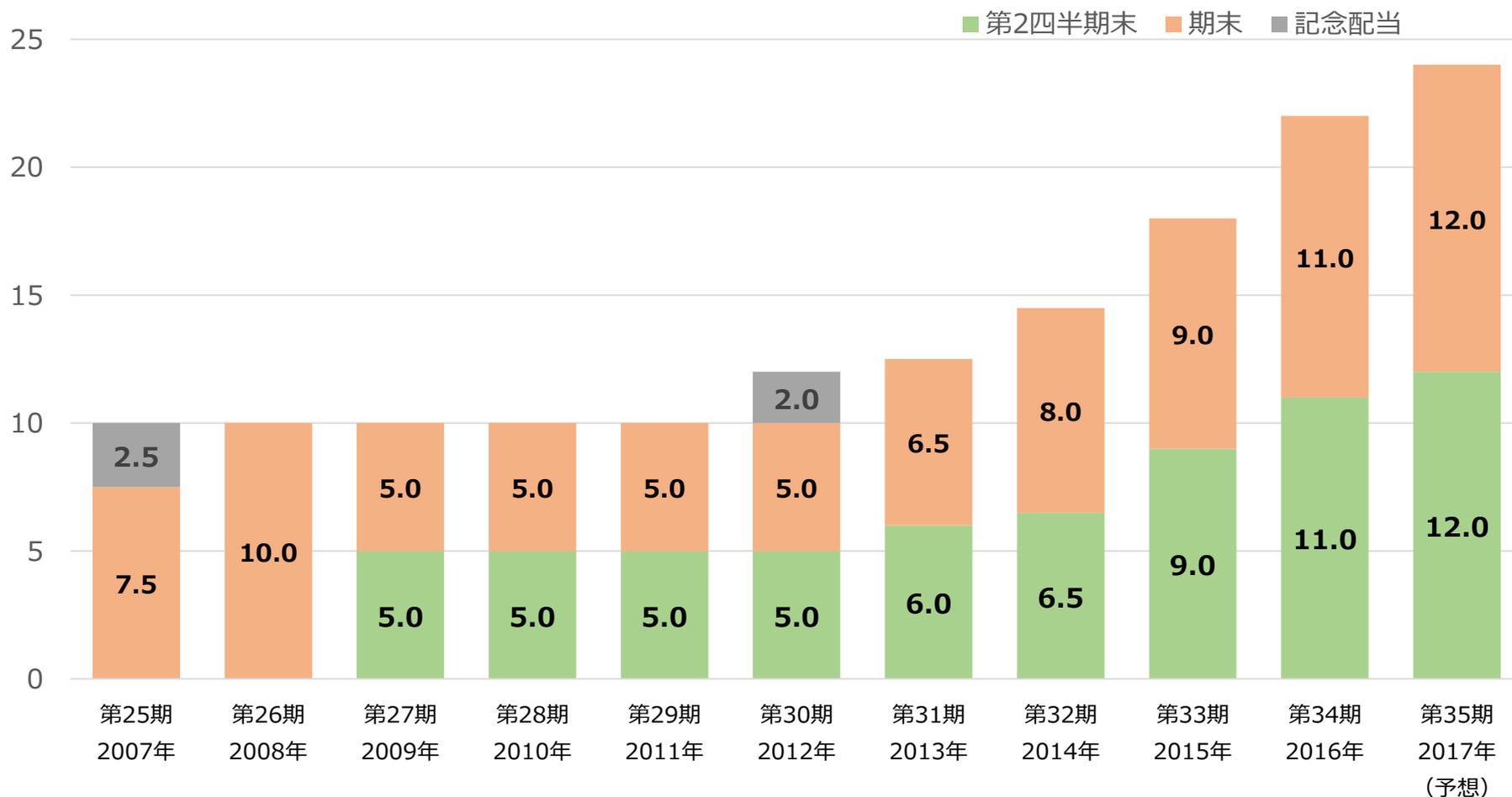
3. 株価推移・配当予想

株価推移



配当方針：業績向上に伴い継続的に増配

将来の事業展開に備え内部留保に努めるとともに、安定的な配当を基本方針（配当性向10%～20%）



※2013年6月30日を基準日として1株につき2株の株式分割、2015年6月30日を基準日として1株につき2株の株式分割を実施しておりますので、2007年12月期の期首に当該分割が行われたと仮定し、記載しております。

株主優待

2016年12月優待制度の拡充

(所有株式数 100~199株

ご優待券 1,500円 → 2,000円 に変更)

年2回の株主優待

権利確定：6月、12月

優待発送：9月、3月

所有株式数	優待内容
100~199	<u>株主ご優待券 2,000円分</u>
200~499	株主ご優待券 3,000円分 もしくは魚沼産コシヒカリ 2kg
500~999	株主ご優待券 5,000円分 もしくは魚沼産コシヒカリ 4kg
1,000~1,999	株主ご優待券 8,000円分 もしくは魚沼産コシヒカリ 5kg
2,000~	株主ご優待券 15,000円分 もしくは魚沼産コシヒカリ 10kg

全店で使えるお食事券



もしくは

新潟県魚沼産コシヒカリ



4. 参考資料

会社概要



【会社概要】 2017年6月30日現在

会社名	株式会社ブロンコビリー
設立	1983年12月
資本金	21億99百万円
代表者	代表取締役社長 竹市 克弘
本社	愛知県名古屋市
事業内容	ステーキ・ハンバーグ、 サラダバーを提供する 郊外型レストランの展開
店舗数	113店舗
従業員数	502人
パート・ アルバイト数	3,916人

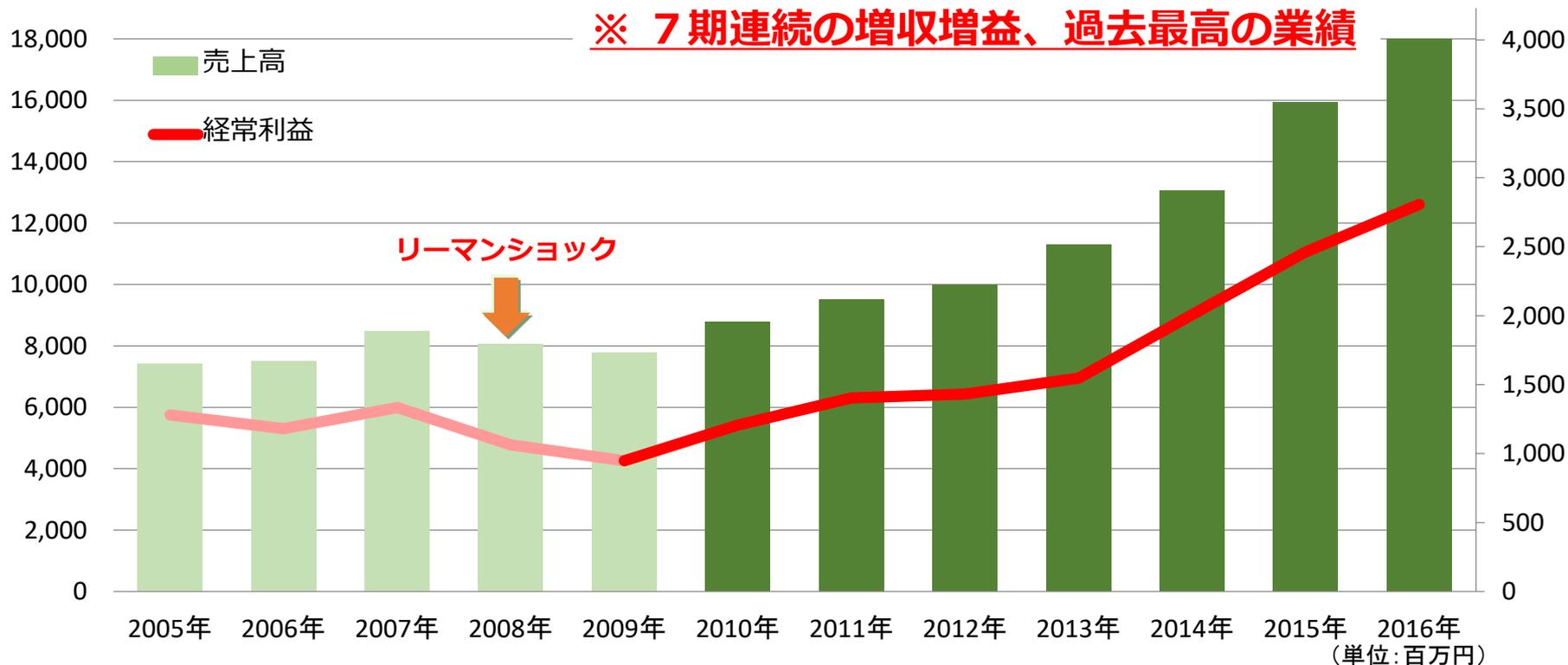
【沿革】

1983年12月	株式会社ブロンコ設立
1993年 6月	愛知県春日井市に自社工場開設
1995年 1月	株式会社ブロンコビリーに商号変更
1997年12月	本部を現在の名古屋市名東区に移転
2004年 6月	オープンキッチンによる炭焼き、 大かまど、サラダバー導入する改装開始 (~2005年4月)
2006年 4月	客数増加、分煙化、内外装の改装開始 (~2007年12月)
2007年11月	JASDAQ上場
2008年 9月	関東地区出店開始
2009年10月	ファクトリー（自社工場）拡大移転
2011年 8月	東証、名証市場第二部上場
2012年 8月	東証、名証市場第一部銘柄指定
2013年 3月	創業者 竹市靖公 代表取締役会長に 代表取締役社長に竹市克弘就任
2014年11月	神奈川県厚木市に関東ファクトリー開設
2016年 4月	100店舗となる鹿浜店（東京都足立区）開店

業績推移表

(単位:百万円)

(単位:百万円)

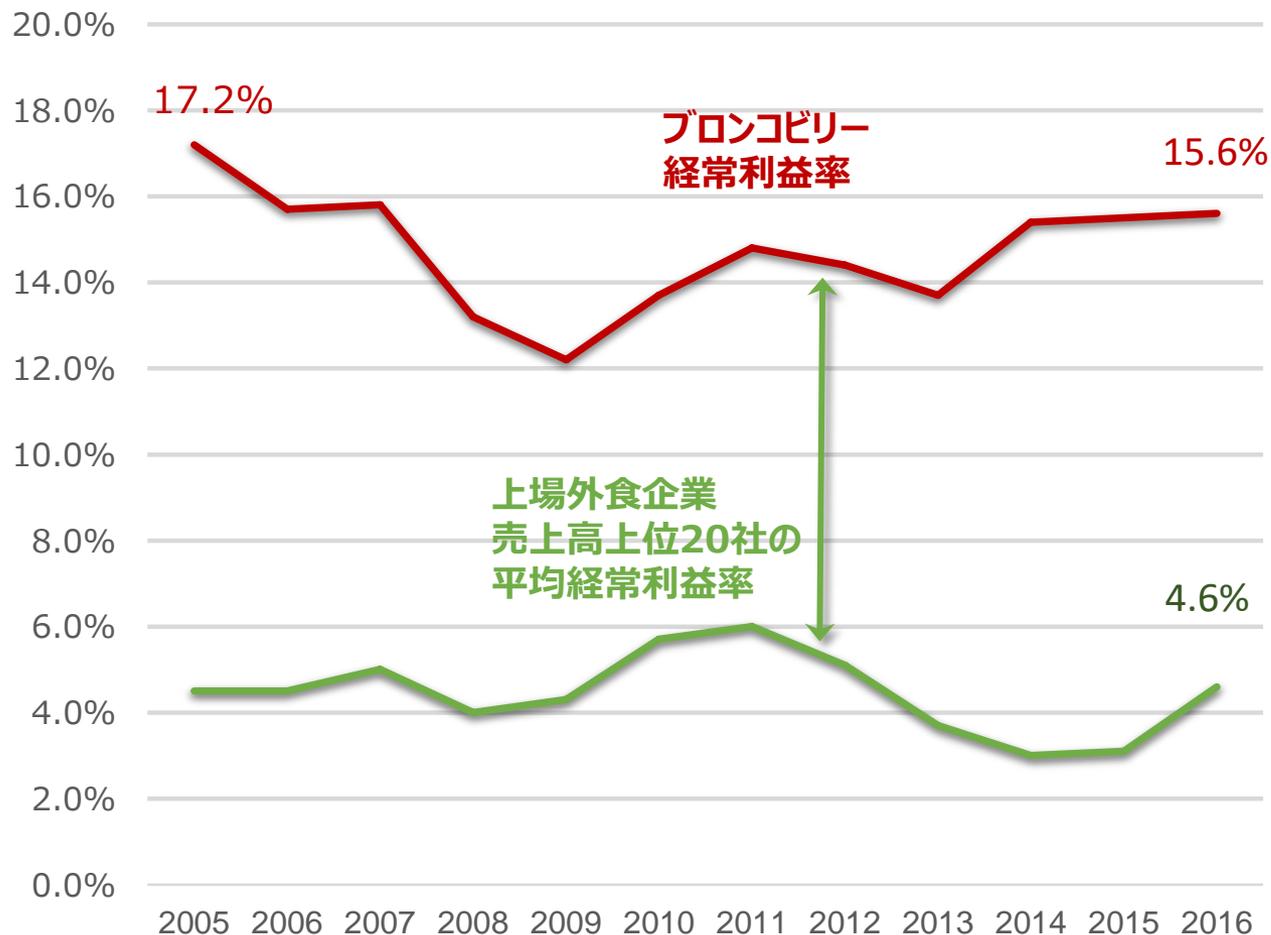


年度	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
売上高	7,423	7,497	8,459	8,064	7,767	8,796	9,503	9,983	11,290	13,049	15,926	18,010
営業利益	1,326	1,204	1,355	1,064	938	1,191	1,374	1,403	1,527	2,013	2,449	2,754
経常利益	1,280	1,180	1,333	1,064	947	1,207	1,404	1,432	1,546	2,007	2,463	2,807
当期純利益	586	610	798	583	523	604	700	869	880	1,237	1,626	1,883
経常利益率	17.2%	15.7%	15.8%	13.2%	12.2%	13.7%	14.8%	14.4%	13.7%	15.4%	15.5%	15.6%

経常利益率の推移

12期連続12%以上の経常利益率を達成
飲食業界でトップクラスの経営体質の実現

日経MJ飲食業界
経常利益率ランキング

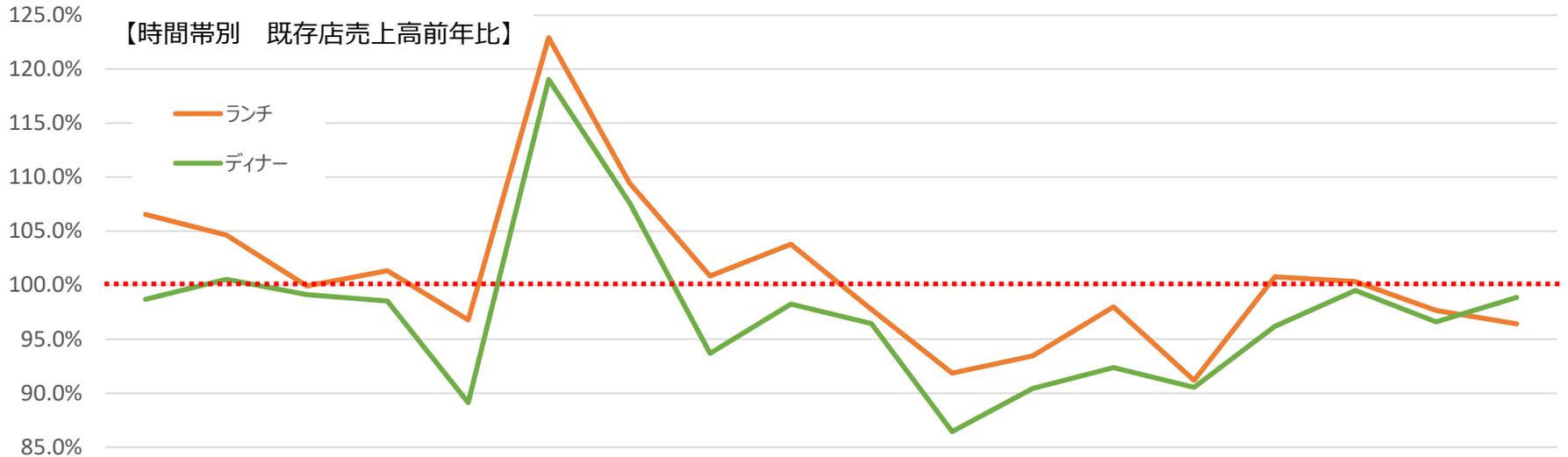


年度	経常利益率	順位
2005	17.2%	3位
2006	15.7%	2位
2007	15.8%	3位
2008	13.2%	3位
2009	12.2%	7位
2010	13.7%	6位
2011	14.8%	3位
2012	14.4%	2位
2013	13.7%	2位
2014	15.4%	1位
2015	15.5%	1位
2016	15.6%	2位

2017年 第2四半期 都府県別実績と既存店改装

		店舗数	増減	売上高 (百万円)	既存店 前年比	構成比	既存店 改装
東海	愛知県	40	-	3,580	97.4%	37.9%	5
	岐阜県	11	-	840	96.6%	8.9%	
	三重県	5	-	369	102.0%	3.9%	
	静岡県	9	-	634	95.9%	6.7%	1
	計	65	-	5,425	97.4%	57.4%	6
関東	東京都	8	1	678	99.9%	7.2%	
	埼玉県	10	-	949	96.2%	10.0%	1
	神奈川県	7	-	675	97.2%	7.1%	1
	千葉県	14	1	1,147	91.0%	12.1%	
	計	39	2	3,451	96.0%	36.5%	2
関西	滋賀県	3	-	183	92.6%	1.9%	
	京都府	3	1	237	75.4%	2.5%	
	大阪府	2	1	145	-	1.5%	
	兵庫県	1	1	8	-	0.1%	
	計	9	3	575	86.6%	6.1%	
合計		113	5	9,451	96.5%	100.0%	8

2016年～2017年 既存店時間帯別前年比・構成比

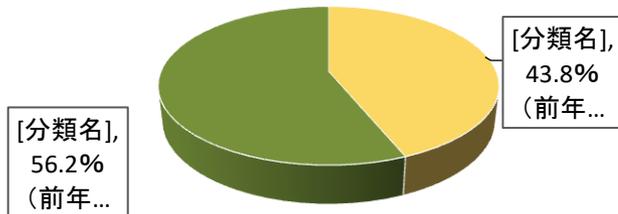


	2016年												2017年					
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
ランチ	106.5%	104.6%	99.9%	101.3%	96.8%	122.9%	109.4%	100.8%	103.8%	97.7%	91.8%	93.5%	98.0%	91.2%	100.8%	100.3%	97.6%	96.4%
ディナー	98.7%	100.5%	99.1%	98.5%	89.1%	119.0%	107.6%	93.7%	98.2%	96.4%	86.4%	90.4%	92.4%	90.5%	96.2%	99.5%	96.6%	98.9%

【第2 四半期 構成比】

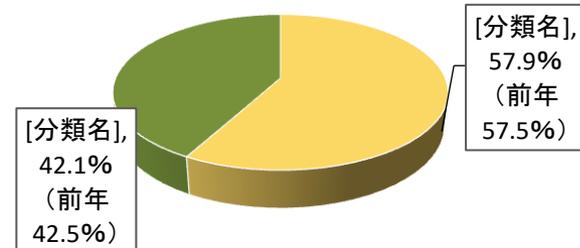
売上高構成比

■ ランチ ■ ディナー



客数構成比

■ ランチ ■ ディナー



「ご馳走レストラン」 ～3つのこだわり～

炭焼き



備長炭を使用、**遠赤外線効果**

外をこんがり、焼き上げて肉汁を閉じ込め
厚切りステーキを美味しく仕上げます

大かまど



新潟県魚沼産コシヒカリを使用

珪藻土を使用した大かまどで**300℃**以上の火力で加熱
かまどの内部は**100℃**以上の高温

⇒でんぷん質が安定しておいしく炊き上がります

サラダバー



年5回のメニュー改訂

新鮮な野菜は、市場から直送され店舗調理
旬の素材を生かした惣菜サラダが人気

人気の和風ドレッシングは自社工場にて製造しています

商品戦略 ～商品の価値づくり～

現地での原料調達からお客様への商品提供まで一貫して価値向上に取り組む

素材の差別化

独自仕入ルート
の開拓



産地との直接交渉の強化

- (1) 現地視察と直接交渉
による仕入先開拓
- (2) 国内市場からと直輸入の
幅広い選択肢からより
良い品質の食材を調達

独自商品の開発

自社工場での
商品開発



商品開発力の強化

- (1) 限定商品の積極導入
- (2) 商品開発会議の回数増加

自社工場の強化

- (1) 関東の自社工場を新設
鮮度向上、品質向上
- (2) 内製化の推進

専門店の調理力

調理機器・調理技術
の磨き込み



店舗でのできたての追求

- (1) 一番美味しい炭焼き調理

調理勉強会・動画マニュアル

- (1) トレーニングセンター新設
- (2) テレビ会議を活用
- (3) タブレット活用
マニュアル動画化

「ご馳走レストラン」～こだわりの店舗～

★STEAK HOUSE★
BRONCO BILLY
SINCE 1978



サラダバー

炭焼き

大かまど

オープンキッチン

「ご馳走レストラン」～楽しい店づくり～

新店デザイン店舗（内装）



全店導入



▲ デジタルサイネージ



◀ ジェラートバー

人材確保と人財育成を企業価値の向上へ

人材確保

①採用実績・計画

2015年卒	75名計画	⇒	84名実績
2016年卒	100名計画	⇒	104名実績
2017年卒	100名計画	⇒	120名実績

新卒をメインとし、中途社員も強化
本部要員含む

②採用担当者の増員と採用エリアの拡大

4名 ⇒ **6名**

東海、関東、関西のみでなく、
北は北海道、南は九州まで説明会を拡大

③パート・バイトからの社員登用

即戦力としての期待
店長も採用活動を実施

人財育成

①企業理念をベースとした

全従業員参加の経営体質作り

全従業員(4,418名)が仕事での体験作文を
作成し、優秀作品を毎月冊子にして発刊

②勉強会、研修の充実

店長会議、早朝勉強会
経営改革委員会(社員合宿研修 年20回)
海外研修、年頭会議など
トレーニングセンター活用

③ICT活用

テレビ会議の活用
タブレットの活用(動画の配信等)
社歴の浅い店長、社員をサポート
⇒時間と場所の自由度を高める

本日はお忙しい中、誠にありがとうございました

本資料につきましては、株主・投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。

本資料における、将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上でご利用ください。

なお、業界等に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。

本資料は株主・投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、株主・投資家の皆様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。

お問い合わせ先) 経営企画部経営企画課

TEL : 052-775-8000

FAX : 052-776-4141

当社IRサイトもご覧下さい

<http://www.bronco.co.jp>