

証券コード：3091

株式会社ブロンコビリー



会 社 説 明 会

2018年 3月11日

目 次

会社概要	P 3
「ご馳走レストラン」のごだわり	P 4
業績推移	P 8
直近の業績	P 13
今後の成長戦略	P 22
株価推移・配当・株主優待	P 25
参考資料	P 31

会社概要

2018年2月28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
郊外型レストランを展開

店舗数 123店舗

従業員数 社員) 446名 パート・アルバイト) 4,386名

「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
美味しく焼き上げます

大かまど



新潟県魚沼産コシヒカリを
珪藻土の大かまどで
300°C以上の火力で加熱
でんぶん質が安定し
美味しく炊きあがります

サラダバー



年5回 メニュー改訂
市場より直送される
新鮮な野菜を店舗で調理
旬の素材の惣菜サラダが人気
一部ドレッシングは
自社工場で生産

「ご馳走レストラン」～こだわりの店舗～



「ご馳走レストラン」～楽しい店づくり～



「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）



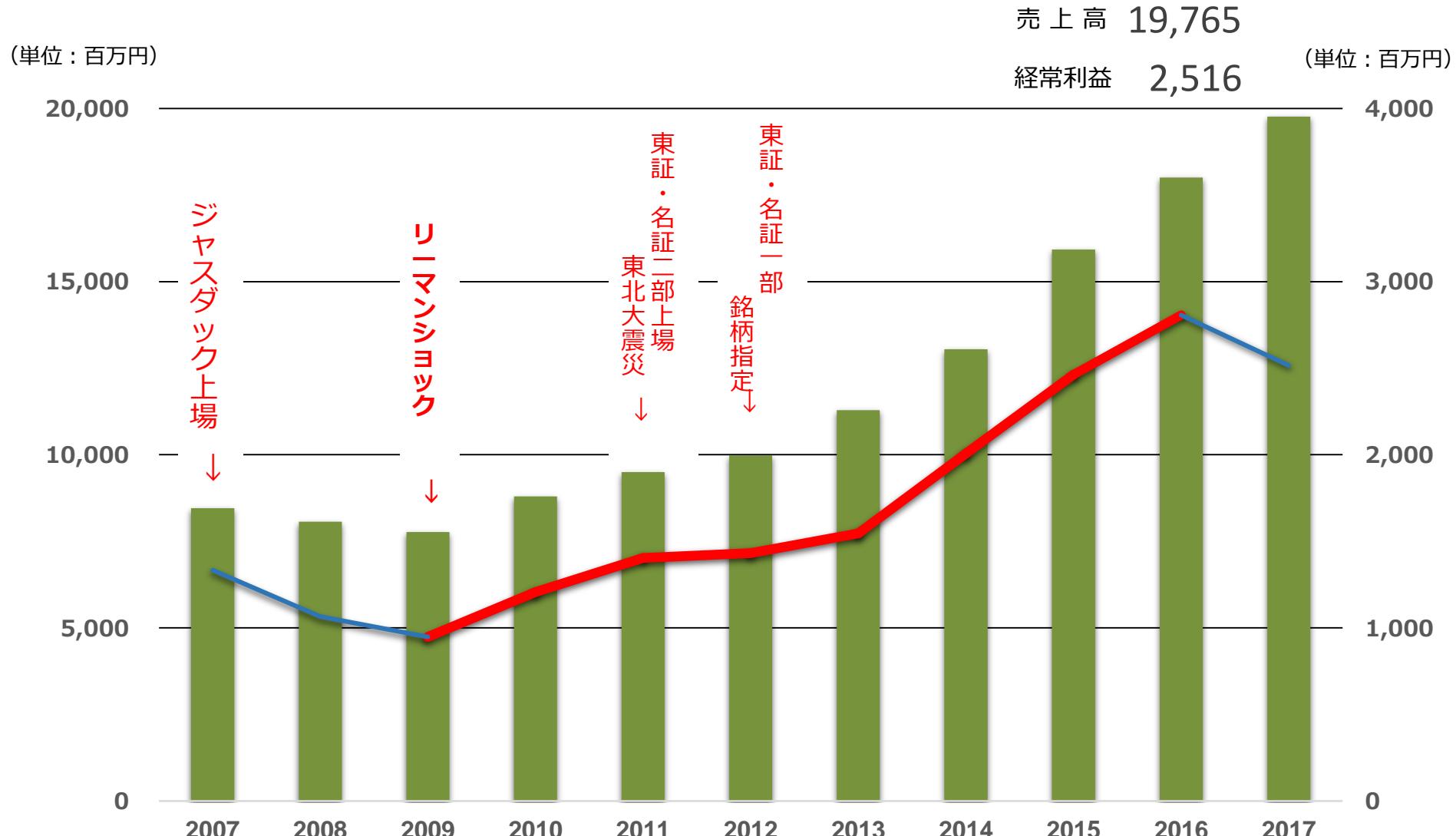
▲ デジタルサイネージ



◀ ジェラートバー

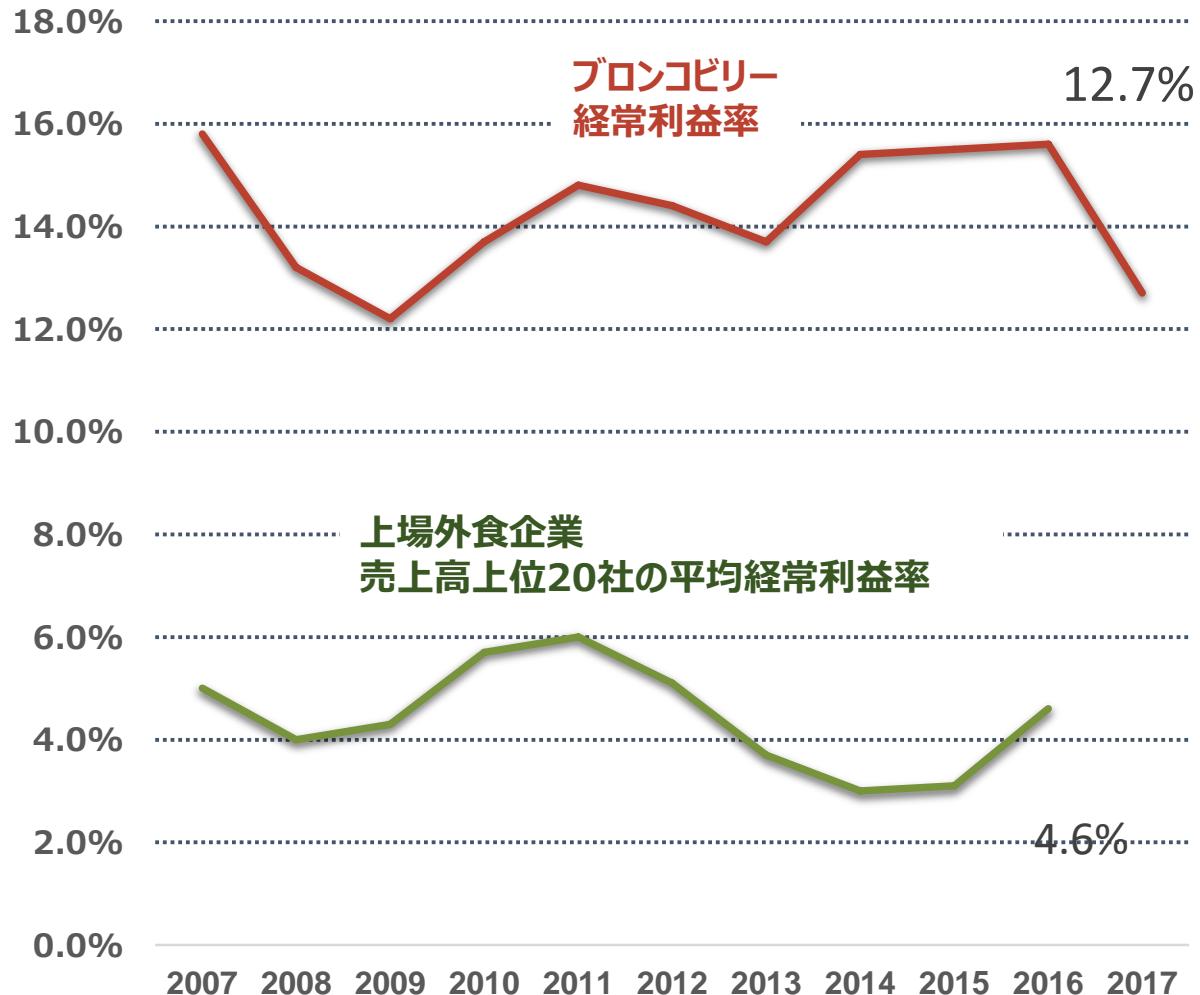
業 績 推 移

業績推移 2007年～



経常利益率の推移

飲食業界でトップクラスの経営体質！



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
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	12.7%	-

※出典：日経MJ飲食業界ランキングより

アメーバ経営導入～浸透～

アメーバ経営の更なる浸透を図り、

店舗毎の採算管理を徹底し、「全員経営」の体制を確立していく

会社の利益

2017年度
経常利益

25億16百万円

経常利益率

12.7%

ファクトリーの利益

- ・高付加価値商品開発
⇒商品開発力
⇒毎月の商品試作会
- ・生産性の改善
⇒作業効率化
⇒コスト削減
⇒内製化

店舗の利益

- ・全員経営、経営参画
(パート・アルバイトの戦力化)
- ・日別採算管理の精度向上
- ・当日営業速報による迅速な問題解決
- ・部門別の経営会議



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

毎日納品

- (1) 鮮度にこだわり
チルドで毎日配送

調理勉強会・動画マニュアル

- (1) テレビ会議を活用
- (2) マニュアル動画化

直 近 の 業 績

2017年12月期 実績

(期間:1月1日～12月31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	18,010	100.0%	20,000	100.0%	19,765	100.0%	109.7%	98.8%
売上原価	4,858	27.0%	5,494	27.5%	5,429	27.5%	111.8%	98.8%
売上総利益	13,152	73.0%	14,505	72.5%	14,335	72.5%	109.0%	98.8%
販管費	10,397	57.7%	11,825	59.1%	11,889	60.2%	114.4%	100.5%
営業利益	2,754	15.3%	2,680	13.4%	2,446	12.4%	88.8%	91.3%
経常利益	2,807	15.6%	2,750	13.8%	2,516	12.7%	89.7%	91.5%
当期純利益	1,883	10.5%	1,910	9.6%	1,744	8.8%	92.6%	91.3%

2017年12月期 BS・CF実績

貸借対照表

		単位:百万円		
		2016年 12月31日	2017年 12月31日	増減額
資産	流動資産	8,377	7,136	▲1,241
	固定資産	8,276	11,067	+2,790
	資産合計	16,653	18,203	+1,549
負債	流動負債	2,222	2,326	+104
	固定負債	504	543	+38
	負債合計	2,727	2,869	+142
純資産	資本金	2,199	2,199	—
	利益剰余金	9,575	10,974	+1,398
	純資産合計	13,926	15,334	+1,407
自己資本比率		83.5%	84.0%	

キャッシュフロー計算書

		単位:百万円	
		2016年 12月31日	2017年 12月31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	2,533
投資活動によるキャッシュ・フロー		▲1,697	▲3,557
財務活動によるキャッシュ・フロー		▲314	▲357
現金及び現金同等物の期末残高		6,641	5,259
現金及び現金同等物の増減額		757	▲1,381

2018年12月期 業績予想

(期間:1月1日～12月31日)

単位:百万円、%

	第2四半期累計				年間計			
	2017年実績	業績予想	売上比	前年比	2017年実績	業績予想	売上比	前年比
売上高	9,451	11,050		116.9%	19,765	22,700		114.8%
売上原価	2,629	3,023	27.4%	115.0%	5,429	6,195	27.3%	114.1%
売上総利益	6,822	8,027	72.6%	117.7%	14,335	16,505	72.7%	115.1%
販管費	5,740	6,706	60.7%	116.8%	11,889	13,569	59.8%	114.1%
営業利益	1,081	1,320	11.9%	122.0%	2,446	2,935	12.9%	120.0%
経常利益	1,116	1,355	12.3%	121.3%	2,516	3,000	13.2%	119.2%
当期純利益	763	905	8.2%	118.5%	1,744	2,000	8.8%	114.6%

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)
⇒ 9月より稼動

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

トレーニングセンターの拡充

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

- ・野菜は纖維の切り方によって食感や味、色が大きく変わるために、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発注や調理の知識を教育。

商品戦略 ~商品の価値づくり~

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。



■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 150g 2,192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。

商品戦略 ~9月25日メニュー改訂予定~

節約志向の高まり ⇒ プライスダウン・低価格商品の導入

※平日ランチタイム限定（価格は税込み）

プライスダウン

ハンバーグ



チキンステーキ



※大かまどごはん、ランチスープ付き

777円

⇒ **734円 (▲43円)**

※サラダバーとセット

1,165円

⇒ **1,058円 (▲107円)**

ハラミステーキ



※大かまどごはん、
ランチスープ付き

864円

※サラダバーとセット

1,188円

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（キャンペーン等）
- (2) デジタルスタンプカード
⇒来店頻度に応じ各種特典
- (3) 会員数 約40万名様（2月末）
⇒ キッズクラブと合わせて売上のベース客の確保

2. キッズクラブのモバイル化

ファミリー層の「ハレの日」需要の取り込み

- (1) お誕生日にはケーキと記念写真を
フォトフレームに入れて差し上げる
⇒特別な「思い出」をプレゼント
- (2) ご家族団欒の楽しい食事を提供
- (3) 母の日等の記念日の来店誘引
- (4) 会員数 約25万名様（2月末）

今後の成長戦略

2018年 新規出店 実績・計画

1. 出店 実績・計画

※赤字は出店実績

エ リ ア	計 画 数 (単位: 店舗)					1Q (1~3月)
	年間計	1Q	2Q	3Q	4Q	
関 西	7					<ul style="list-style-type: none"> • 草津店 (滋賀県) • 秦野店 (神奈川県) • 横浜鶴見店 (神奈川県) • 京都南店 (京都府) • 豊中向丘店 (大阪府) • 日進梅森店 (愛知県)
東 海	2	6	2	3	4	
関 東	6					
合計	15	2018年12月期期末店舗数 134店舗 (予定)				

人材戦略 ~採用と育成~

継続出店への戦略的な人材への投資と人財育成

人材確保

①採用計画と実績

2015年入社 75名計画 ⇒ 実績 84名

2016年入社 100名計画 ⇒ 実績 104名

2017年入社 100名計画 ⇒ 実績 120名

※日経MJ飲食業ランキング 21位

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

出店エリア（東海、関東、関西）以外で
北は北海道、南は九州まで説明会拡大

③パート・アル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、フィロソフィーをベースとした

全従業員参加の経営体質作り

全従業員(4,832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勉強会の充実

店長会議、社員合宿研修（年20回）、
海外研修、年頭会議など

③ITを活用した教育

テレビ会議、タブレット、動画配信
若年層の店長、社員をサポート
⇒ 時間と場所の自由度を高める

※出典：日経MJ飲食業界ランキングより

株価推移・配当・株主優待

株式政策

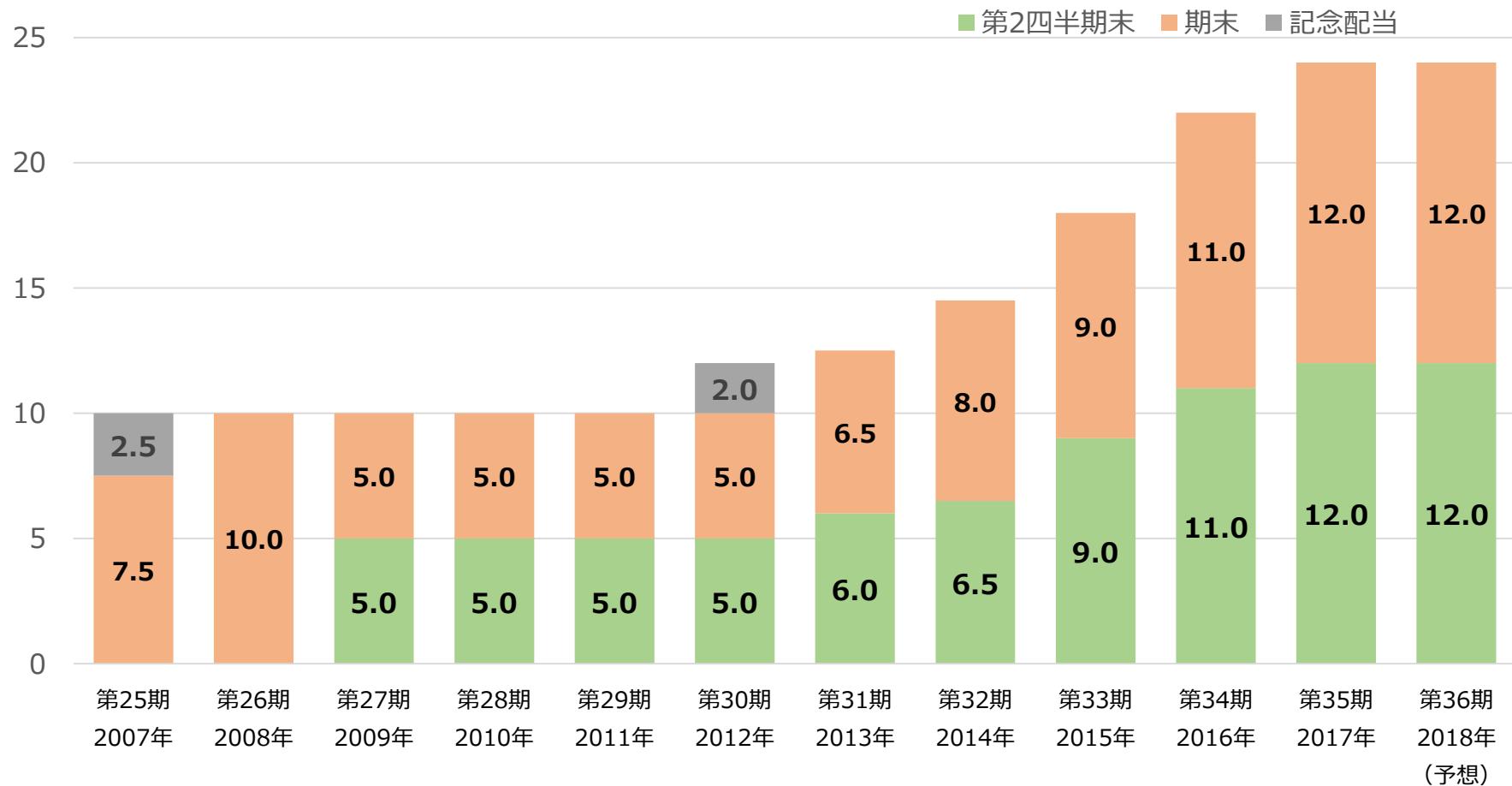
【過去の経緯と当時の株価】

注1：2013年6月30日及び2015年6月30日を基準日として、1株につき2株の分割を実施。
分割後の株価は当該分割が行われたと仮定し、記載しております。

年月	経緯	株価（分割前）	株価（注1）
2007年11月	ジャスダック証券取引所上場	2,450円	612円
2011年08月	東京証券取引所市場第二部及び 名古屋証券取引所市場第二部上場	2,180円	545円
2012年08月	東京証券取引所市場第一部及び 名古屋証券取引所市場第一部銘柄指定	2,128円	532円
2013年07月	株式分割の実施（1株につき2株）	3,500円 ⇒1,750円	875円
2014年09月	公募増資	3,244円	1,622円
2015年07月	株式分割の実施（1株につき2株）	5,170円 ⇒2,585円	2,585円

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。

株価推移



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	株主ご優待券 2,000円分
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



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は負いません。

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>

参考資料 (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、名古屋市名東区に移転（現所在地）
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、名証第二部上場
2012年 8月	東証、名証第一部銘柄指定
2013年 3月	創業者の竹市靖公が代表取締役会長に 代表取締役社長に竹市克弘が就任
2014年 5月	関西地区出店開始、滋賀県に彦根店を開店
2014年11月	神奈川県厚木市に関東ファクトリー開設
2015年 9月	京都府に初出店、伏見桃山店を開店
2016年 4月	100店舗となる鹿浜店（東京都足立区）開店
2016年 6月	大阪府に初出店、枚方招提店を開店
2017年 6月	兵庫県に初出店、宝塚店を開店

参考資料 (2017年12月期 出店実績)



2017年新規出店

12店舗

2017年改装

8店舗

兵庫
+2

大阪
1+1

京都
2+1

滋賀
3

三重
5

岐阜
10+1-1

愛知
40+1
(5)

静岡
9
(1)

埼玉
10+1
(1)

東京
7+2

神奈川
7+1
(1)

千葉
13+2

※ + 表記は、新規店舗数
- 表記は、閉店数
() 表記は、改装店舗数

119店舗