

証券コード：3091

株式会社ブロンコビリー

2019年12月期 決算説明資料

～ 目 次 ～

- | | |
|--------------------------|------|
| 1. 2019年12月期 決算概要 | P 2 |
| 2. 2020年12月期 業績予想及び今後の計画 | P 17 |
| 3. 配当予想・株主優待 | P 28 |

1. 2019年12月期 決算概要

2019年12月期 決算概要



(期間：2019年1月1日～2019年12月31日)

単位：百万円、%

	2018年		2019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	22,432	100.0%	23,500	100.0%	22,324	100.0%	99.5%	95.0%
売上原価	6,124	27.3%	6,420	27.3%	6,104	27.3%	99.7%	95.1%
売上総利益	16,307	72.7%	17,080	72.7%	16,219	72.7%	99.5%	95.0%
販管費	13,710	61.1%	14,650	62.3%	13,824	61.9%	100.8%	94.4%
営業利益	2,597	11.6%	2,430	10.3%	2,395	10.7%	92.2%	98.6%
経常利益	2,669	11.9%	2,500	10.6%	2,458	11.0%	92.1%	98.3%
当期純利益	1,787	8.0%	1,620	6.9%	1,544	6.9%	86.4%	95.3%

※ 既存店前年比 売上高 92.5% (客数 93.8%、客単価 98.7%)

※ 出店 5店舗、退店 6店舗 → 期末店舗数 134店舗

2019年12月期 決算概要



(期間：2019年1月1日～2019年12月31日)

単位：百万円、%

	上期				下期			
	2018年	2019年	売上比	前年比	2018年	2019年	売上比	前年比
売上高	11,155	11,145	100.0%	99.9%	11,276	11,179	100.0%	99.1%
売上原価	3,027	3,052	27.4%	100.8%	3,096	3,052	27.3%	98.6%
売上総利益	8,127	8,093	72.6%	99.6%	8,180	8,126	72.7%	99.3%
販管費	6,712	6,924	62.1%	103.2%	6,998	6,900	61.7%	98.6%
営業利益	1,415	1,168	10.5%	82.6%	1,181	1,226	11.0%	103.7%
経常利益	1,453	1,202	10.8%	82.7%	1,216	1,256	11.2%	103.3%
当期純利益	968	773	6.9%	79.9%	819	770	6.9%	94.1%
	売上	客数	客単価		売上	客数	客単価	
既存店 前年比	90.5%	92.7%	97.5%		94.6%	94.8%	99.8%	

2019年12月期 決算概要



(期間：2019年1月1日～2019年12月31日)

単位：百万円、%

	1Q				2Q				3Q				4Q			
	2018年	2019年	売上比	前比	2018年	2019年	売上比	前比	2018年	2019年	売上比	前比	2018年	2019年	売上比	前比
売上高	5,557	5,629	100.0%	101.3%	5,598	5,516	100.0%	98.5%	5,894	5,895	100.0%	100.0%	5,382	5,283	100.0%	98.2%
売上原価	1,499	1,532	27.2%	102.2%	1,528	1,519	27.6%	99.4%	1,629	1,586	26.9%	97.4%	1,467	1,466	27.8%	99.9%
売上総利益	4,057	4,096	72.8%	101.1%	4,069	3,996	72.4%	98.2%	4,265	4,309	73.1%	101.0%	3,914	3,816	72.2%	97.5%
販管費	3,278	3,505	62.3%	106.9%	3,433	3,419	62.0%	99.6%	3,576	3,588	60.9%	100.3%	3,421	3,311	62.7%	96.8%
営業利益	779	591	10.5%	75.9%	635	577	10.5%	90.8%	688	721	12.2%	104.7%	493	505	9.6%	102.4%
経常利益	800	609	10.8%	76.1%	652	593	10.8%	90.9%	702	735	12.5%	104.8%	514	520	9.9%	101.2%
当期純利益	533	380	6.8%	71.3%	434	393	7.1%	90.5%	463	438	7.4%	94.6%	355	332	6.3%	93.5%
	売上	客数	客単価		売上	客数	客単価		売上	客数	客単価		売上	客数	客単価	
既存店前年比	90.1%	92.1%	97.8%		90.9%	93.4%	97.3%		94.1%	90.2%	102.3%		95.3%	98.1%	97.1%	

貸借対照表

単位：百万円

		2018年 12月31日	2019年 12月31日	増減額
資 産	流動資産	8,038	8,421	+382
	固定資産	11,834	12,620	+786
	合 計	19,873	21,041	+1,168
負 債	流動負債	2,535	2,457	▲77
	固定負債	575	607	+31
	合 計	3,111	3,065	+45
純資産	資本金	2,199	2,210	+11
	利益剰余金	12,399	13,582	+1,182
	合 計	16,761	17,976	+1,214
自己資本比率		84.0%	85.2%	+1.2%

設備投資額 **8億90百万円**

【内 訳】

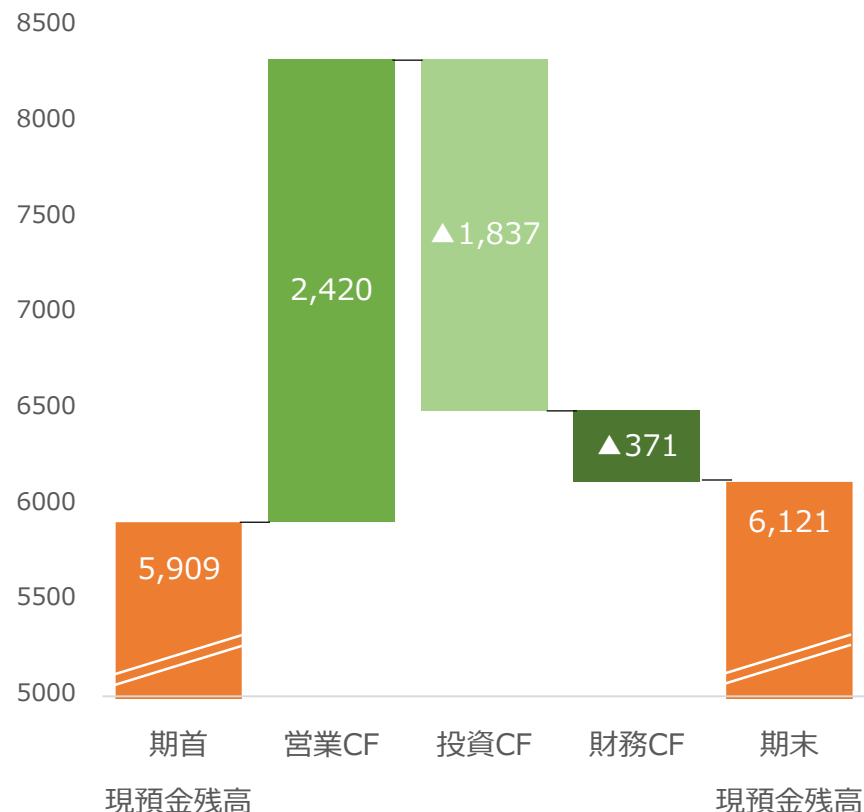
単位：百万円

店 舗	新 店	5店舗	636
	改 装	4店舗	28
	その他		95
その他	ファクトリー（自社工場）		29
	名古屋オフィスビル		75
	ソフトウェア		24

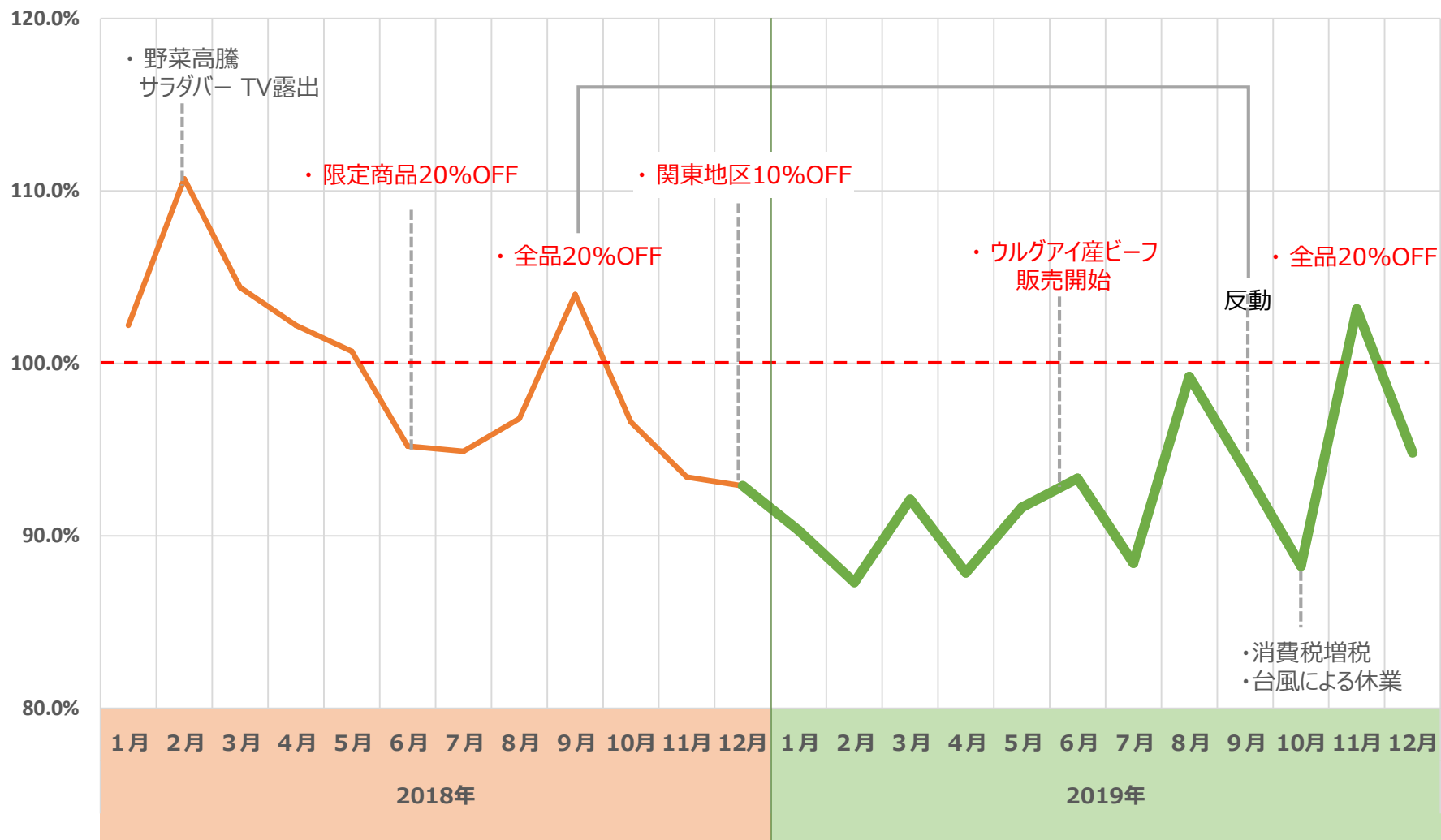
キャッシュ・フロー計算書

単位：百万円

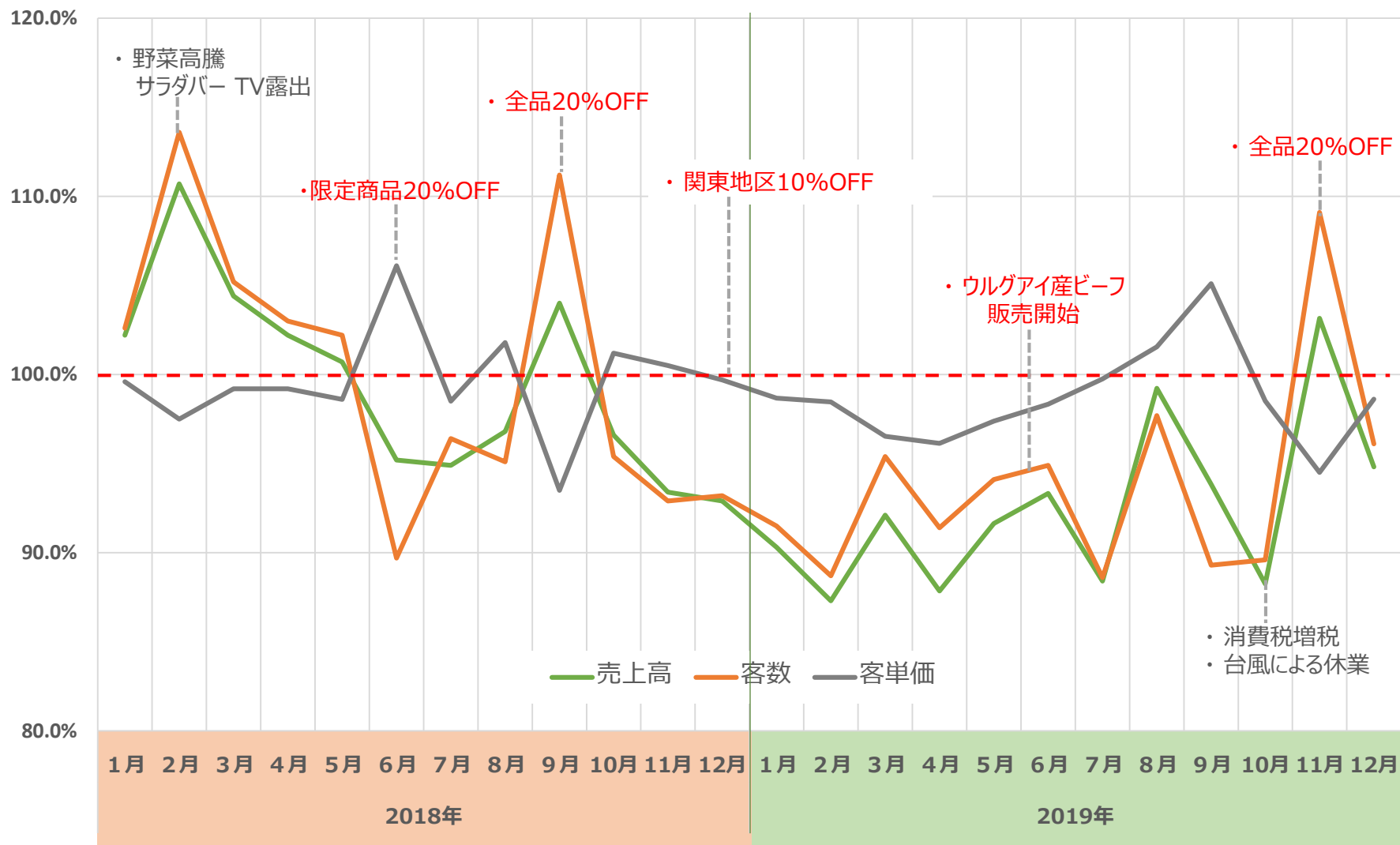
	2018年 12月31日	2019年 12月31日
現金及び現金同等物の 期首残高	5,259	5,909
営業活動による キャッシュ・フロー	2,792	2,420
投資活動による キャッシュ・フロー	▲1,762	▲ 1,837
財務活動による キャッシュ・フロー	▲381	▲ 371
現金及び現金同等物の 期末残高	5,909	6,121
現金及び現金同等物の 増減額	649	211



既存店売上高前年比 推移



既存店売上高前年比 推移



ウルグアイ産ビーフの導入経緯

2018年	6月	※ ウルグアイ 視察
	2月	※ ウルグアイ産ビーフ対日輸入解禁
	5月 20日	※ 記者会見 ◆ 船便で60日かけて輸入 ◆ 日本のお手レストランチェーンでいち早くメニュー化 ◆ 牧草牛 厚切りステーキで提供
2019年	27日	※ 「ウルグアイ産炭焼き超厚切り熟成サーロインステーキ」販売開始
	8月	※ <u>在庫切れ</u> 実績商品に対して20%増で計画 → 計画を上回る (代替品 ニュージーランド産牧草牛 ステーキの導入)
	9月	※ 販 売 再 開 ※ 仕入拡大のため、ウルグアイへ 〔 TV東京「WBS」密着取材 →10月放映 〕



2019年 上期商品施策

(価格：全て税抜)

2月

炭焼き 黒毛和牛ステーキセット
160g 1,980円



静岡県内限定
現在販売終了

炭焼き カイノミステーキセット
160g 1,680円



千葉県内、東京都一部店舗限定
現在販売終了

5月

【ウルグアイ産】炭焼き
厚切り熟成サーロインステーキ
150g 1,480円 (単品)

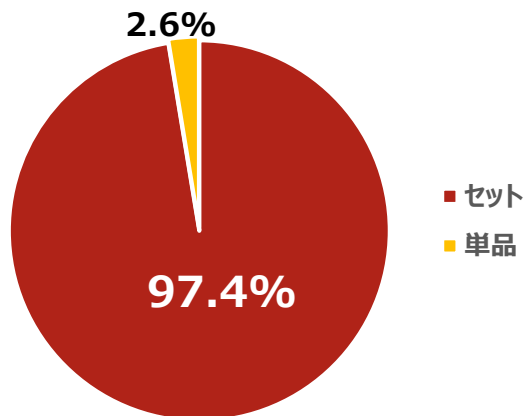
〔 ブロンコセット 1,980円
サラダバーセット 1,880円 〕



- ◆ 地域限定メニューは、既存店客数回復には至らなかったがステーキ構成比はアップ
- ◆ 静岡県限定の黒毛和牛ステーキについては好評につき、2週間で完売
→ 競合店の強い地域でのステーキハウスとしての位置付を強化

ディナーメニュー セットの変更

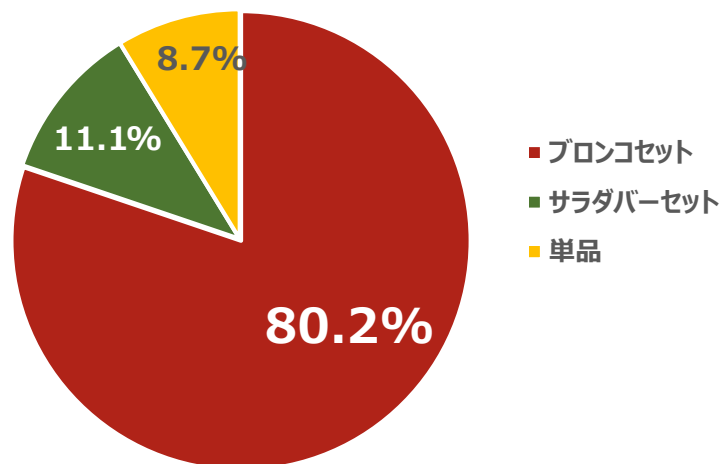
改訂前：フルセット



メイン +

- ・ スープ
- ・ 大かまどごはん
(魚沼産コシヒカリ)
- ・ 新鮮サラダバー

5/27改訂後：単品 又は 選べるセット



単品
(メイン)

従来のフルセット**ブロンコセット**
+500円 (税抜)

サラダバーのみ**新鮮サラダバーセット**
+400円 (税抜)

お客様の食の嗜好の変化やニーズに対応

- ◆ 健康志向・ヘルシー志向
- ◆ 肉をしっかり・がっつり食べたい人 等々

単品・サラダバーセット増でも単価下落は緩やか

- ◆ 重量の変化
ステーキ・・・300g 超 構成 + 6.8pt

2019年 下期商品施策

10月 消費税 増税対策

人気NO.1メニューを
価格を据え置きで

10%増量

炭焼き粗挽きビーフハンバーグ
(炭焼きブロンコハンバーグから改称)



旧		新	価 格 (税抜)
190 g	→	210 g	980円
250 g	→	280 g	1,220円
380 g	→	420 g	1,680円
500 g	→	560 g	2,040円

12月

365日肥育
炭焼き USプレミアムステーキ
150 g 1,980円 (単品)

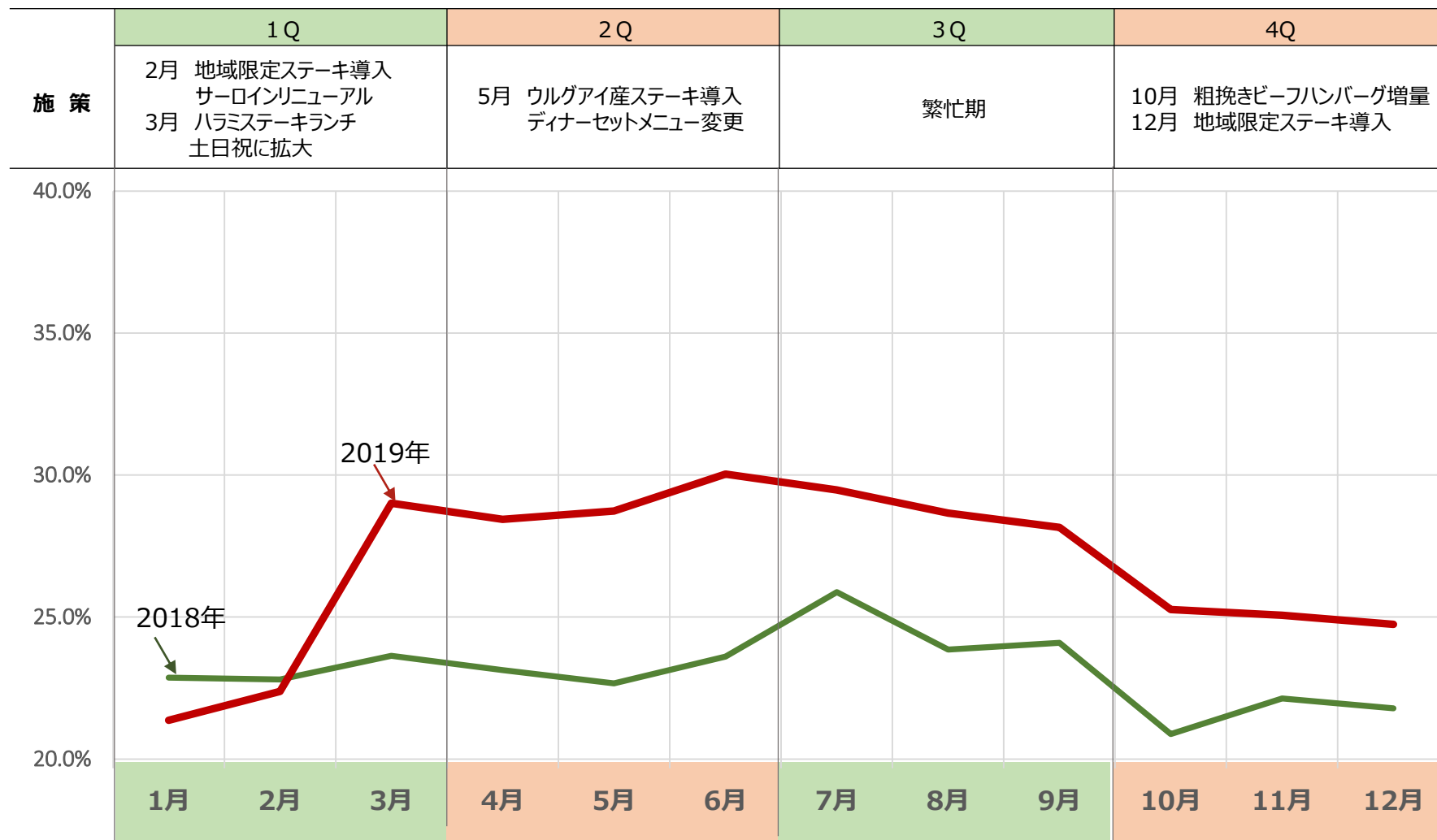
〔 ブロンコセット 2,480円
サラダバーセット 2,380円 〕



静岡県内、千葉県内、関西地区店舗限定

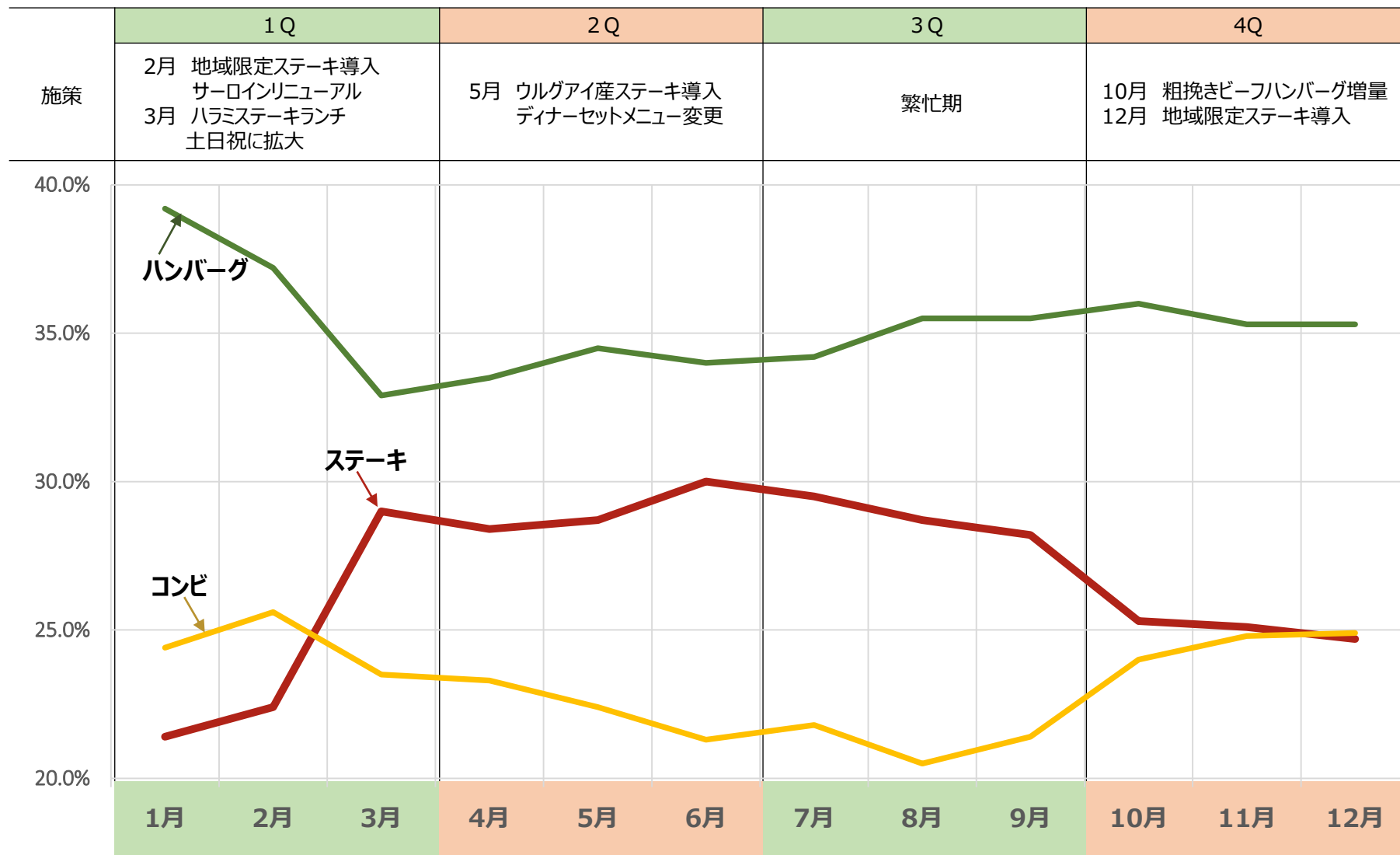
- ◆ セットメニュー変更以降 ハンバーグの重量210g→250gへ構成が変化 (23.8%→**28.5%**)
- ◆ 消費増税時に人気商品を増量 → コンビメニュー含めて出数比率 約 4 割が対象

ステーキ出数構成比比較



◆年間ステーキ出数構成比 2018年 23.2% ⇒ 2019年 **26.9%** (前年差+3.7%)

メニュー別出数構成比



2019年12月期 都府県別売上及び出退店実績

		店舗数	売上高 (百万円)	既存店 前年比	構成比	出店	退店
東海	愛知県	42	7,375	93.7%	33.0%	岩塚	柴田、弥富
	岐阜県	10	1,610	98.3%	7.2%		真正
	三重県	5	696	92.3%	3.1%		
	静岡県	8	1,229	90.0%	5.5%		沼津香貫、浜松参野
	計	65	10,912	93.9%	48.9%		
関東	東京都	10	1,710	92.3%	7.7%	鶴ヶ島インター	
	埼玉県	12	2,048	90.1%	9.2%		
	神奈川県	13	2,434	90.4%	10.9%		
	千葉県	14	2,152	90.1%	9.6%		四街道
	計	49	8,346	90.6%	37.4%		
関西	滋賀県	4	595	93.9%	2.7%	高槻若松、東大阪菱江	
	京都府	4	609	91.3%	2.7%		
	大阪府	6	943	94.6%	4.2%		
	兵庫県	5	768	89.0%	3.4%		
	奈良県	1	148	-	0.7%	奈良押熊	
	計	20	3,065	92.3%	13.7%		
合計		134	22,324	92.5%	100.0%	5店舗	6店舗

2. 2020年12月期 業績予想及び今後の計画

2020年12月期 業績予想



(期間：2020年1月1日～2020年12月31日)

単位：百万円、%

	2018年		2019年		2020年		対 比
	実績	売上比	実績	売上比	業績予想	売上比	前年
売上高	22,432	100.0%	22,324	100.0%	23,500	100.0%	105.3%
売上原価	6,124	27.3%	6,104	27.3%	6,585	28.0%	107.9%
売上総利益	16,307	72.7%	16,219	72.7%	16,915	72.0%	104.3%
販管費	13,710	61.1%	13,824	61.9%	14,485	61.6%	104.8%
営業利益	2,597	11.6%	2,395	10.7%	2,430	10.3%	101.5%
経常利益	2,669	11.9%	2,458	11.0%	2,500	10.6%	101.7%
当期純利益	1,787	8.0%	1,544	6.9%	1,620	6.9%	104.9%

※ 既存店前年比 売上高 104.7% (客数 103.1%、客単価 101.6%)

※ 新規出店 5店舗、退店 1店舗、期末店舗数 138店舗 (計画)

2020年12月期 半期業績予想

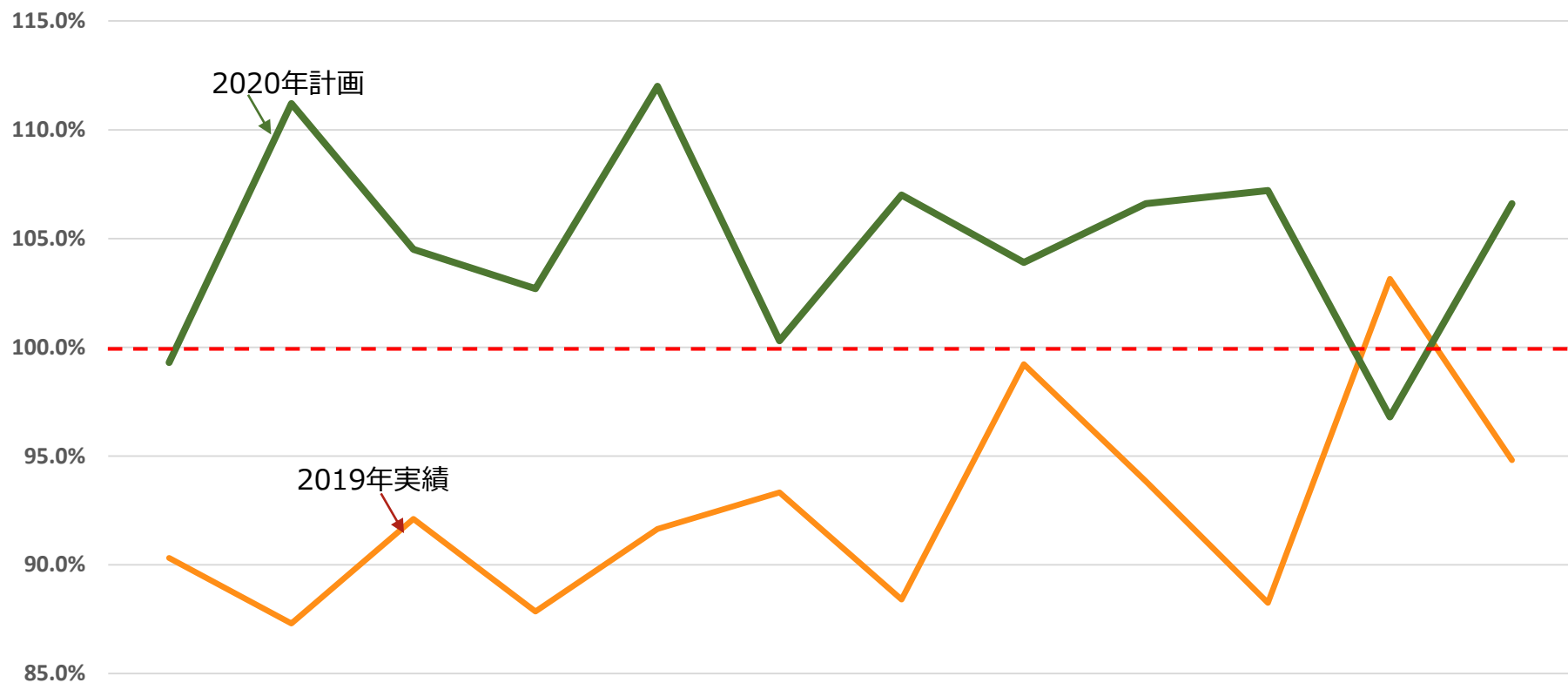


(期間：2020年1月1日～2020年12月31日)

単位：百万円、%

	上期				下期			
	2019年 実績	2020年 業績予想	売上比	前年比	2019年 実績	2020年 業績予想	売上比	前年比
売上高	11,145	11,700	100.0%	100.5%	11,179	11,800	100.0%	105.6%
売上原価	3,052	3,290	28.1%	107.8%	3,052	3,295	27.9%	107.9%
売上総利益	8,093	8,410	71.9%	103.9%	8,126	8,505	72.1%	104.7%
販管費	6,924	7,215	61.7%	104.2%	6,900	7,270	61.6%	105.4%
営業利益	1,168	1,195	10.2%	102.2%	1,226	1,235	10.5%	100.7%
経常利益	1,202	1,230	10.5%	102.3%	1,256	1,270	10.8%	101.1%
当期純利益	773	825	7.1%	106.6%	770	795	6.7%	103.1%
	売上	客数	客単価		売上	客数	客単価	
既存店 前年比	104.9%	102.7%	102.1%		104.6%	103.6%	100.9%	

既存店売上高 前年比推移



	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	99.3%	111.2%	104.5%	102.7%	112.0%	100.3%	107.0%	103.9%	106.6%	107.2%	96.8%	106.6%
客 数	98.2%	108.1%	101.7%	99.4%	109.7%	99.3%	107.6%	105.6%	106.6%	105.8%	91.7%	105.1%
客単価	101.1%	102.8%	102.8%	103.3%	102.1%	100.9%	99.4%	98.4%	100.0%	101.3%	105.6%	101.5%

2020年 12月期 出退店及び設備投資計画

1. 出退店計画

エリア	2019年12月末 店舗数	計 画 数					2020年12月末 計画店舗数
		1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	計	
東 海	65					▲1	64
関 東	49	▲1	－	+2	+3	+3	52
関 西	20					+2	22
合 計	134					+4	138

2. 設備投資額

単位：百万円

10億65百万円	店 舗	新 店	5店舗	557
		改 装	16店舗	89
		そ の 他		168
	その他	ファクトリー（自社工場）		30
		システム		219

1. 近年の課題 >> 5年連続 2 桁出店、3 桁新卒採用の継続による若年化 >> 離職率増加による人員／店の減少

- (1) 2013年末 74店舗から、2019年末 134店舗へ
- (2) 社員の半数が入社 3 年未満
- (3) エリアマネジャーを増員、育成し、経歴の浅い店長を支援
- (4) 調理研修による若年層の戦力化

2. 2019～2020年課題 >> 厳選出店→新卒入社

※ 2 桁出店 → 1 桁出店へ、新卒2桁入社

- (1) 人員/店の課題を早期戦力化教育を合わせて実施
- (2) 増加する社員数
 - ① 人時生産性を指標にした店舗のマネジメント力を強化
 - ② 同時に「働き方改革」に取り組む、休日取得を促進

従業員教育

- ・更なる強化
- ・若年化を強化

1. 幹部の育成

店舗数の増加とともに、店舗統括の
エリアマネジャーを増員、育成し、
経歴の浅い店長を支援
店舗の直接的な運営以外の教育が難しい
スキルを研修で学び、実践することで育成



◆次世代リーダー研修

各部門の課長クラスを対象
リーダーシップ、マネジメントのスキル習得

2. 若年層の戦力化

実地・集合教育による直接指導の強化
トレーニングセンターを拡充
関東地区：店舗数増に伴い新設
東海地区：利便性の良い名古屋駅へ移設
社員のみでなく、パートナー（パート・アルバイト）
を含め店舗全体の調理力を実地教育により強化



◆炭焼き調理勉強会

炭焼きで美味しさを引き出す
「温度×素材×時間」の技術習得

生産性の向上

人時生産性

1.「労働時間1時間あたり売上」の比較

	1月	2月	3月	4月	5月	6月
前年比	100.1%	97.9%	101.1%	96.4%	100.8%	104.8%
	7月	8月	9月	10月	11月	12月
	99.6%	108.1%	101.2%	108.1%	109.0%	103.0%

- ◎ 4月新卒入社時に一旦ダウン
- ◎ 売上高改善 + 労働時間のコントロールで生産性は、向上

2. 人員/店

	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 計画
期末人員数	274	336	407	461	497	527	525
期末店舗数	85	97	108	119	135	134	138
人員/店舗	3.22	3.46	3.77	3.87	3.68	3.93	3.80

- ◎ 人員/店の向上
- ◎ 「休日取得」「残業削減」による「職場環境の変化」→「働き方改革」へ

既存店強化策 店舗力強化の取り組み

>>5年連続 2 桁出店（～2018年）

>> 3 桁 新卒採用の継続による若年化（～2019年）

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 計画
平均年齢（歳）	30.3	30.8	31.3	31.2	30.9	30.4	29.9	29.5	29.6	30.4	--
新卒入社人数	29	35	50	48	52	74	94	<u>120</u>	<u>106</u>	<u>128</u>	85
期末在籍者数	185	204	226	248	274	336	407	461	497	527	525
3年未満勤続者率	38.4%	40.7%	42.9%	43.5%	42.7%	46.2%	53.6%	54.0%	50.8%	46.1%	--
期末店舗数	66	69	70	74	<u>85</u>	<u>97</u>	<u>108</u>	<u>119</u>	<u>135</u>	134	138
人員/店舗	2.80	2.96	3.23	3.35	3.22	3.46	3.77	3.87	3.68	3.93	3.80

広報PR活動

- ・ タイムリーかつ幅広く訴求できるプレスリリース
- ・ PR会社によるメディア企画情報の収集及び提案
- ・ メディア向け活動

2019年 TV露出（一部）

1 Q	1月	教える前と後（撮影協力）	2 Q	5月	ゆうがたサテライト
	1月	Spoken！（女子バスケット）		5月	Live News it！
	1月	たけしのTVタックル		5月	ニュースOne
	1月	水野真紀の魔法のレストラン		5月	ワールドビジネスサテライト
	2月	名門！モウカリマッカー学園 ～西梅田校新聞部～		5月	Nスタ
	3月	ドデスカ（女子バスケット）			
3 Q	7月	あさイチ	4 Q	10月	ワールドビジネスサテライト
	7月	グッド！モーニング		11月	ワールドビジネスサテライト
	7月	せやねん		11月	Nスタ
	8月	スイッチ			
	8月	newsevery.			
	9月	あさチャン！			

※ 広報課設置により、WEBやTVでの露出が増加
TV露出 2018年 11回 → 2019年 **33**回



知名度向上策の継続

◆ 地域別課題

	東海地区	関東地区 初出店から 11年	関西地区 初出店から 5年
強化ターゲット	来店頻度低い既存客	商圏内新規顧客、再来店	商圏内新規顧客
課 題	認知度あり 来店機会の創出	認知度の向上 リピート施策、口コミ	認知度なし 店舗と魅力度の訴求

1. Wリーグ 協賛 (バスケットボール女子日本リーグ)

- ・ プレーオフ
- ・ オールスター戦
- ・ リーグ戦
- ※ イベントの協賛
- ※ 来場者へ
・ 割引券配付



スポーツ愛好家等
新たな層への
動員策

2. 関西ローカルTV ミニ番組 (予定)

- ・ 関西地区での知名度向上
- ・ 『ご馳走 = ブロンコビリー』 の定着
→ お祝いやイベント毎の来店に繋げる



自社アプリ、キッズクラブへの誘引
(顧客の創出)

3. 配当予想・株主優待

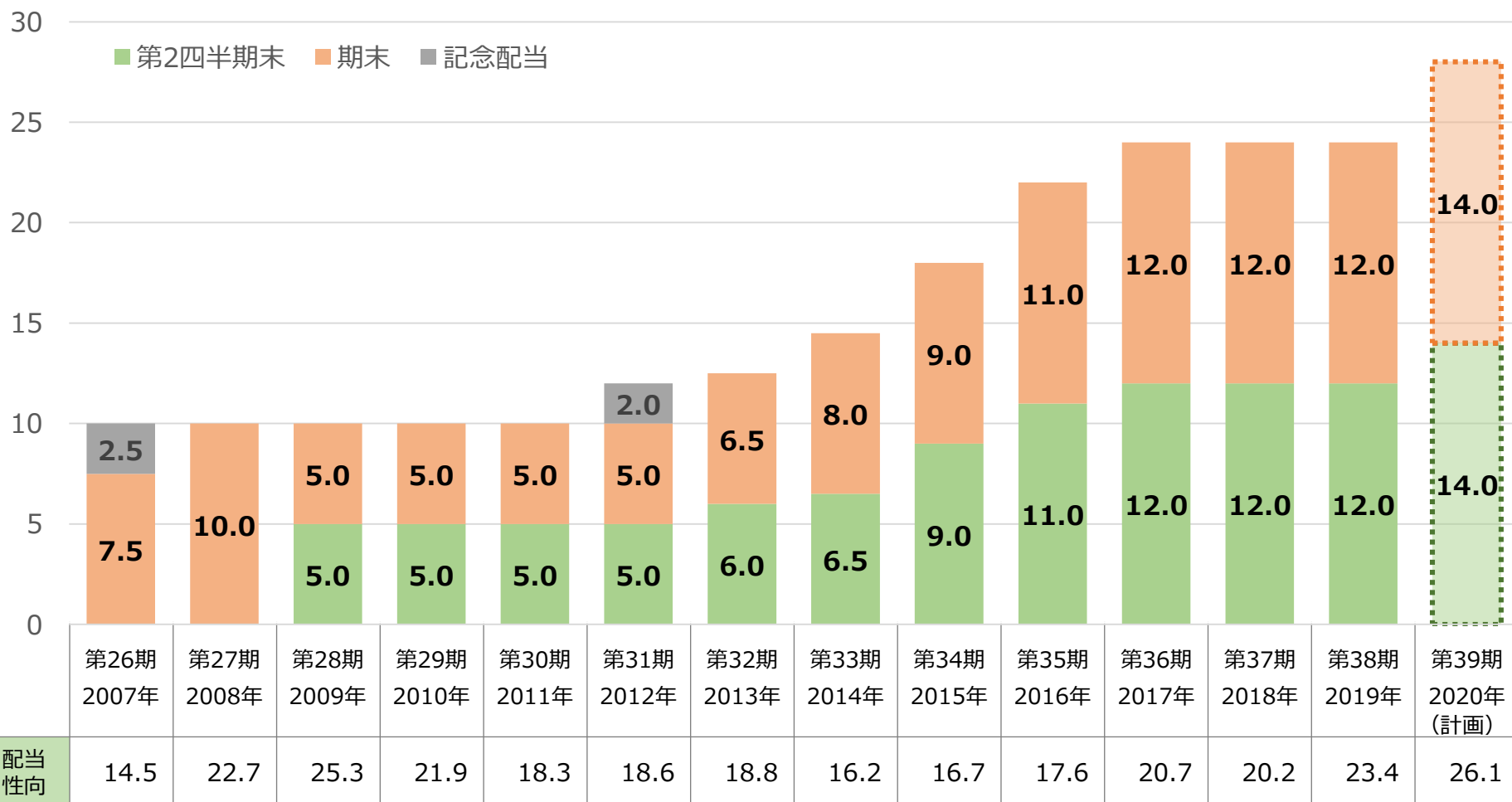
株 価 推 移

※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。
それ以前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。



配当方針：投資と業績を鑑み、安定配当

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



※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

年 **2** 回の株主優待

	権利確定		優待発送
中 間	6月	→	9月
期 末	12月	→	3月

所有株式数 (株)	株 主 優 待 券 	魚沼産コシヒカリ 
100～199	2,000円分	
200～499	3,000円分	もしくは 2 kg
500～999	5,000円分	もしくは 4 kg
1,000～1,999	8,000円分	もしくは 5 kg
2,000～	15,000円分	もしくは 10kg

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、信頼できるとさ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 : 052-856-4129

FAX : 052-856-0529

当社IRサイトもご覧下さい <http://www.bronco.co.jp/ir/>