



2015年3月期決算 及び中期経営計画説明会

株式会社ヴィア・ホールディングス
(JASDAQ:7918)
2015年6月12日

本日のメッセージ

1. 主力業態のすべてで “伸び続ける既存店トップライン”

2. 備長扇屋への集中的な “リニューアル投資で営業利益の押し上げ”

3. 再生ノウハウを活かした “パステル事業の付加価値の早期創出”

I. 会社概要	P. 2
II. 2015年3月期決算概要	P. 11
III. 2016年3月期業績予想	P. 26
IV. 中期経営計画 Dynamic Challenge 500	P. 39

I. 会社概要



1	商号	株式会社ヴィア・ホールディングス VIA HOLDINGS INC.
2	所在地	〒112-0014 東京都文京区関口1-43-5 新目白ビル4F
3	連絡先	TEL(代表)03-5155-6801
4	設立	1948年2月26日(1934年 印刷流通事業を創業)
5	代表者	代表取締役会長 横川 紀夫 代表取締役社長 大場 典彦
6	資本金	1,600 百万円
7	従業員	24名、グループ516名(臨時雇用者2,251名)
8	連結売上高	25,634 百万円(2015年3月期)
9	店舗数	528 店舗(直営448 店舗、FC80 店舗)
10	グループ会社	株式会社 扇屋コーポレーション (売上高 15,656百万円・415店舗(うちFC79店舗)) 株式会社 フードリーム (売上高 3,962百万円・67店舗) 株式会社 一丁 (売上高 3,525百万円・21店舗(うちFC1店舗)) 株式会社 一源 (売上高 2,576百万円・25店舗)

(2015年3月末現在)



VIAとは

VIA(ヴィア)の社名は、“Valuable & Imaginative Addition”の頭文字からなり、英語で「~経由」、ラテン語で「道」という意味を持っています。また、シンボルマークは、人類の叡智の結晶「ピラミッド」をモチーフに、総合力・結束力・永遠性・科学・芸術・大志を表現しています。これらを重ね合わせ、VIAの社名には、“大いなる想像力をもって、社会貢献性の高い付加価値を創出し、未来への道を力強く切り拓いていく”という意志を込めています。



V 「ブラック」は「宇宙＝秩序、創造」

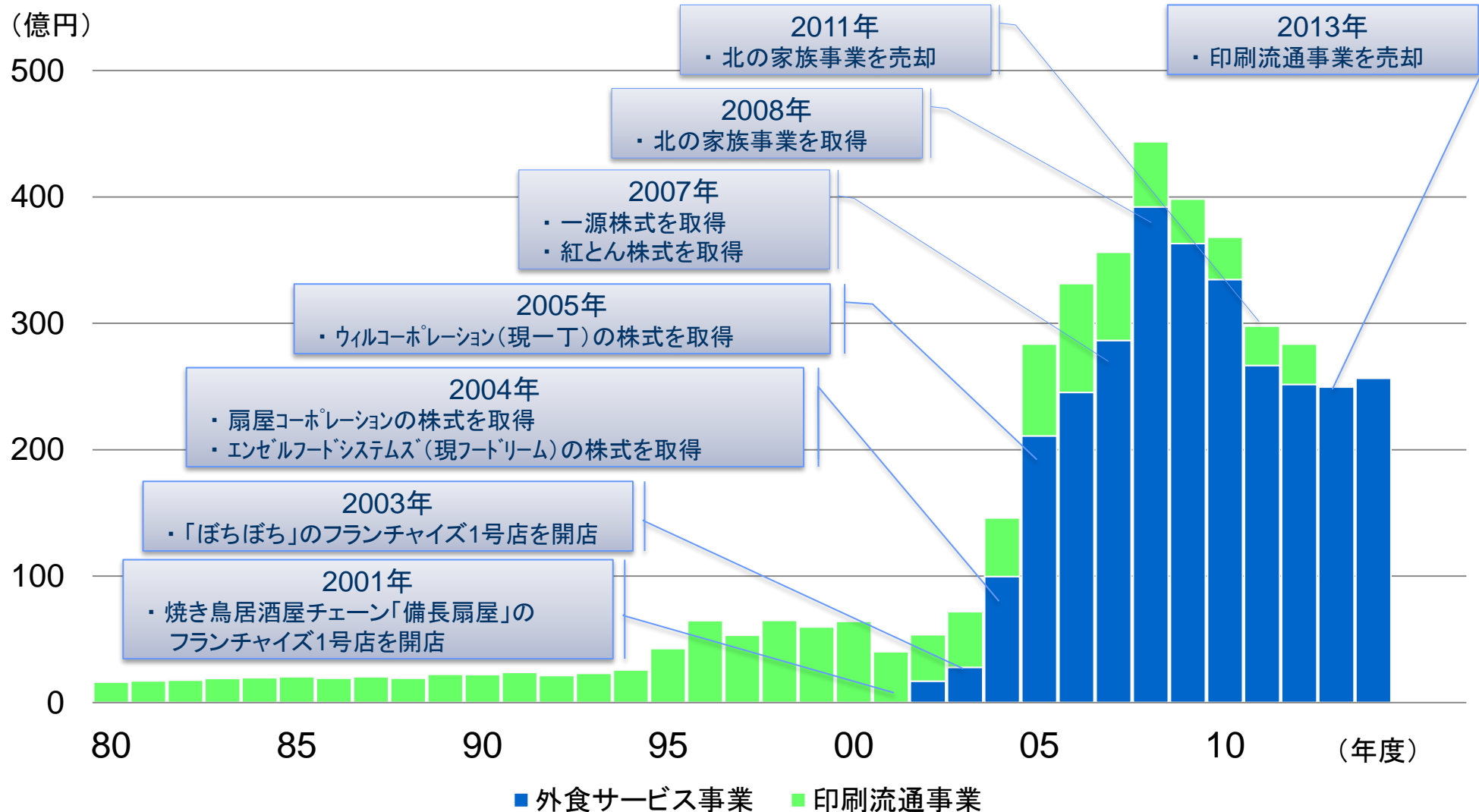
I 「レッド」は「心＝情熱、思いやり」

A 「ブルー」は「水＝生命、知性」

グループ経営理念

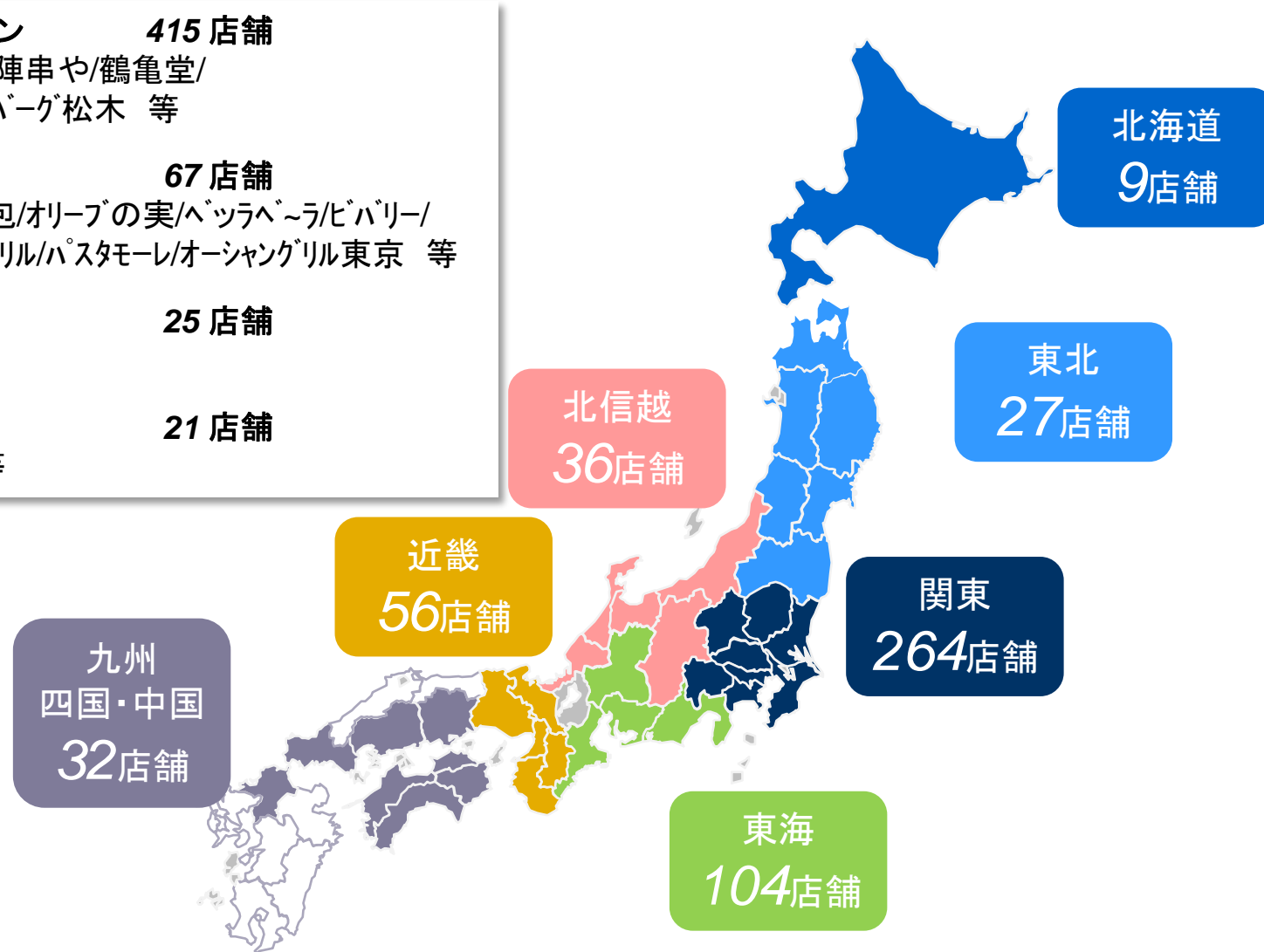
心が響きあう価値の創造

M&Aでフードサービス専門集団に転身 ～ 得意業態に集中 ～



36 都道府県に29 ブランド、528 店舗を展開

- 株式会社扇屋コーポレーション **415 店舗**
備長扇屋/やきとりの八扇/本陣串や/鶴亀堂/
紅とん/ぼちぼち/ステーキ&ハンバーグ松木 等
- 株式会社フードリーム **67 店舗**
オープン亭/カプチーナ/双喜亭/虎包/オリーブの実/ベッラベ〜ラ/ビバリー/
リアタ/シェンスバーグ/シェンスグリル/パスタモーレ/オーシャングリル東京 等
- 株式会社一丁 **25 店舗**
魚や一丁/うおや一丁 等
- 株式会社一源 **21 店舗**
いちげん/とりげん/串げん 等



(2015年3月末現在)

全国 **357** 店(うちFC73店)、2015年3月期の総店舗売上高 **15,906** 百万円



エリア	店舗数
北海道	6店舗
東北	18店舗
関東	118店舗
北信越	29店舗
東海	99店舗
近畿	55店舗
中国・四国	27店舗
九州	5店舗
合計	357店舗

主要ブランド

炭火串焼き専門店



32店舗



いちげん

19店舗



21店舗



22店舗



オブン亭

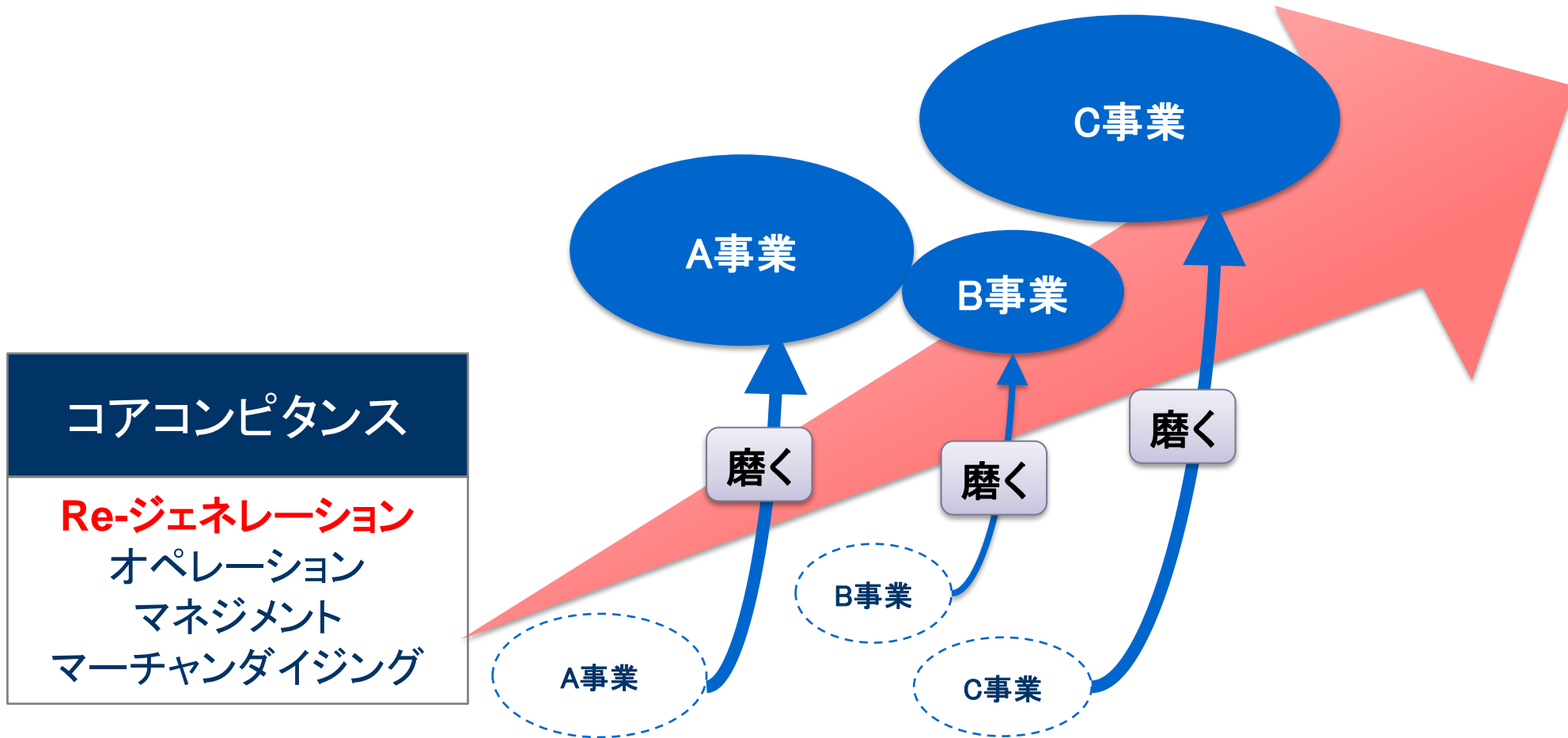
31店舗



ほちほち

22店舗

M&Aの実践で得た、再生ノウハウの蓄積と展開



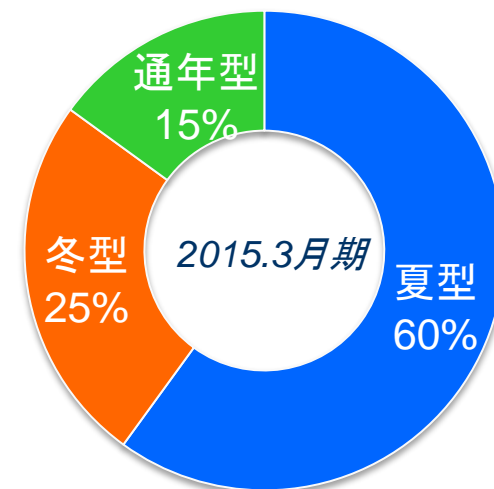
※ Re-ジェネレーションとは、再生・復活・刷新等の意
(子供が大人になり、その子が生まれるまでの30年間)

安定した収益基盤の構築(業態ラインナップの戦略方針)

※ 事業リスクの分散(繁閑格差、地域格差、天候不順等)

	夏	冬	通年
	SL型	WL型	AL型
大型店舗		魚や一丁 いちげん	
	SS型	WS型	AS型
小型店舗	備長扇屋 日本橋紅とん	ぼちぼち 鶴亀堂	オープン亭 カプチーナ ベッラベーラ 双喜亭 オリーブの実 ほか

業態タイプ別
売上高構成比



Ⅱ. 2015年3月期実績



業績動向

売上高

2.7%の増収

既存店売上高は全社平均で101.9%
(客数 98.8% × 客単価 103.1%)

営業利益

5.2%の減益

人件費率△0.6%ながら、
原価率0.3%上昇
資産除去債務費用の見積り直しで、
57百万円の追加計上

2015年3月期中の取組み

- 既存店の客数を伸ばし続けることに重点(基準価値:客数)
 - 大型店舗を中心に設備機能の刷新(魚や一丁、いちげん)
 - 業態リモデル化と店舗リニューアル(カプチャーナ、双囍亭、郊外型ぼちぼち)
 - メニュー改訂とオペレーション改善(備長扇屋、紅とん、駅前型ぼちぼち)
- 20店舗(うちFC3店舗)の新規出店
 - 閉店は13店舗(うちFC7店舗)

ブランド	備長扇屋	紅とん	いちげん
店舗数	18店舗	1店舗	1店舗

2015年3月期の連結業績



(百万円)

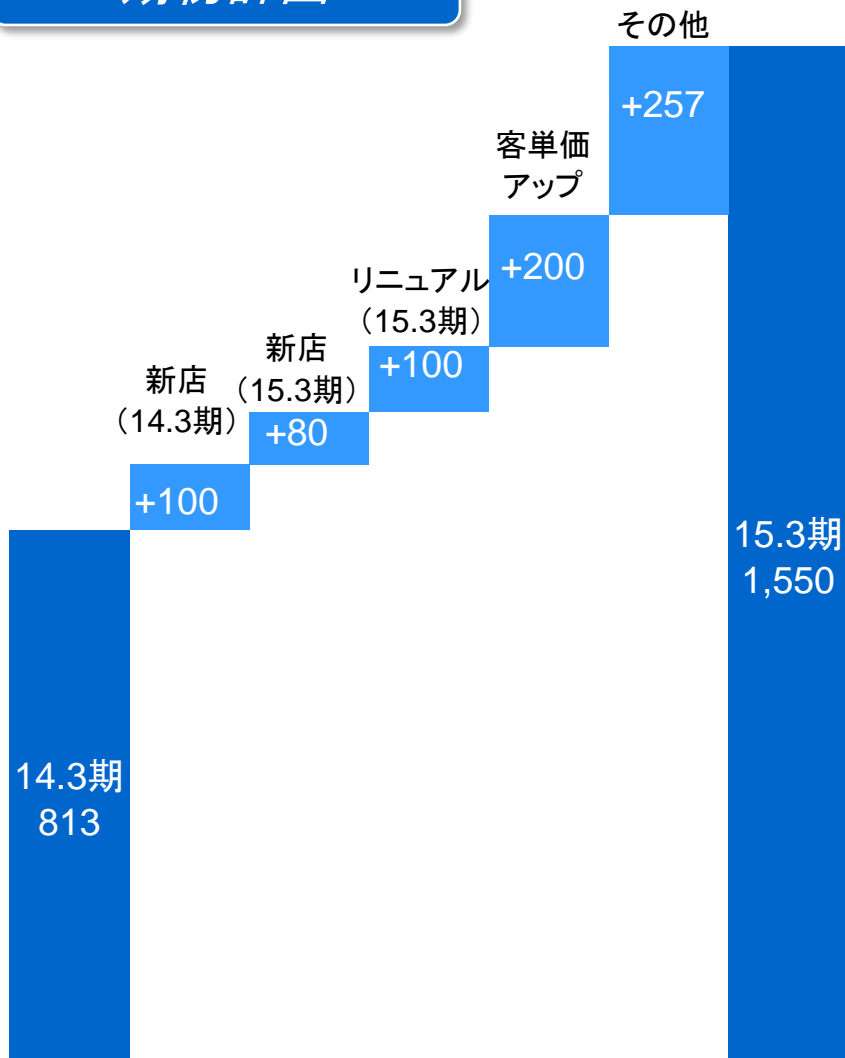
	14.3期	15.3期		15.3期			
		増減額	増減率	期初予想	差額	達成率	
売上高	24,953	25,634	681	2.7%	26,200	△566	97.8%
営業利益	813	771	△42	△5.2%	1,550	△779	49.7%
売上高営業利益率	3.3%	3.0%	△0.3%		5.9%	△2.9%	
経常利益	500	524	24	4.8%	1,220	△696	43.0%
売上高経常利益率	2.0%	2.0%	+0.0%		4.7%	△2.6%	
当期純利益	183	249	66	36.1%	600	△351	41.5%
売上高当期純利益率	0.7%	1.0%	+0.2%		2.3%	△1.3%	
一株利益	7.6円	10.2円	2.7円	35.1%	17.9円	△7.7円	
一株配当	0.0円	2.5円	2.5円		2.5円	0.0円	
配当性向	-	24.4%	-		14.0%	+10.4%	
ROE	3.9%	5.0%	+1.1%				
自己資本比率	26.0%	26.0%	+0.0%				

営業利益(実績)の増減要因分析



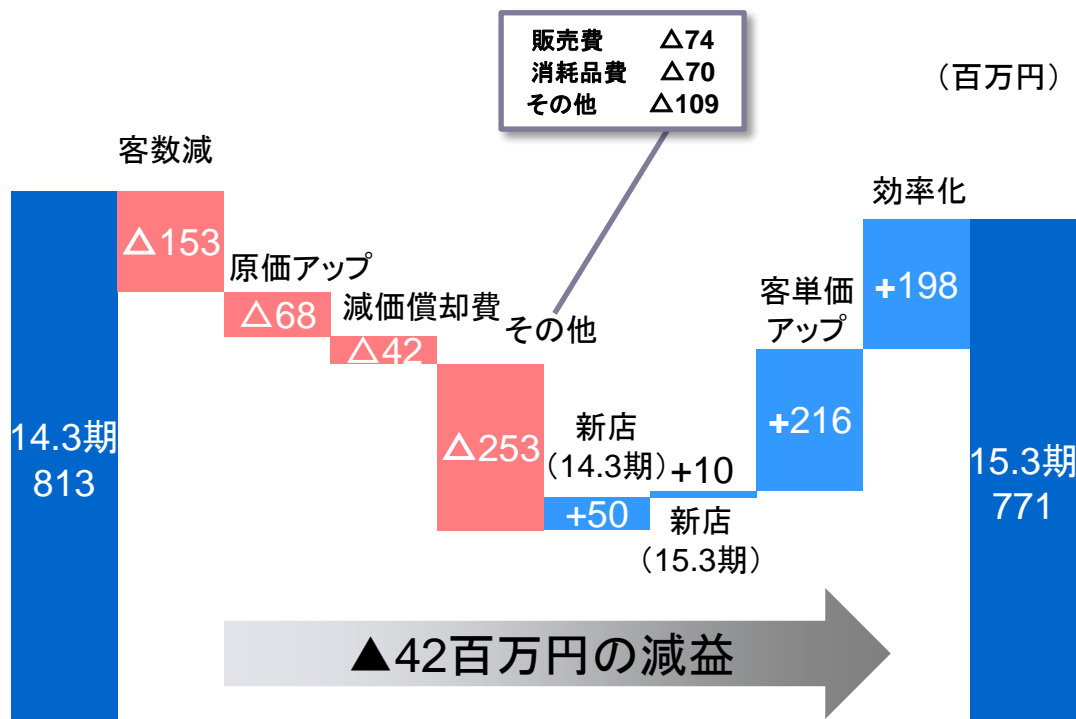
期初計画

(百万円)



実績

(百万円)

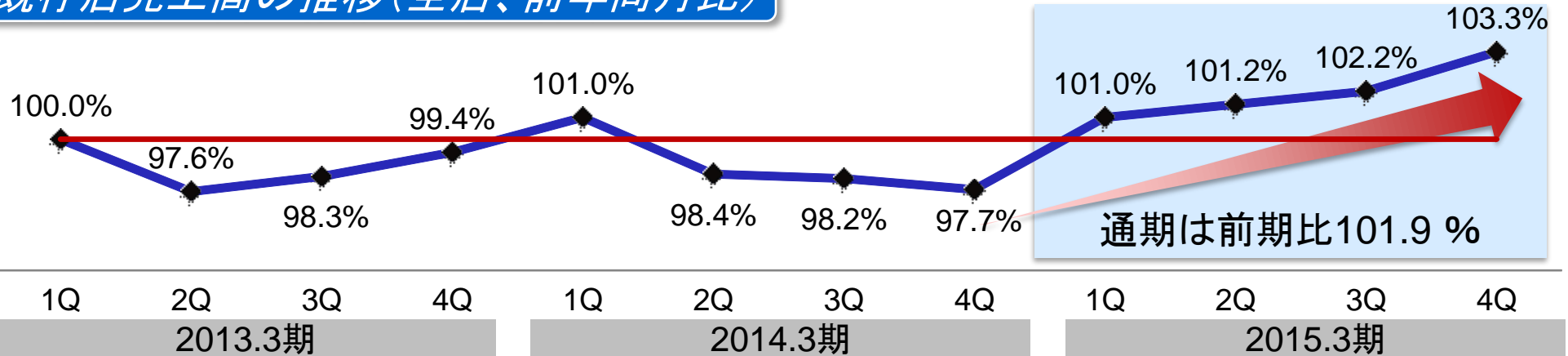


▲42百万円の減益

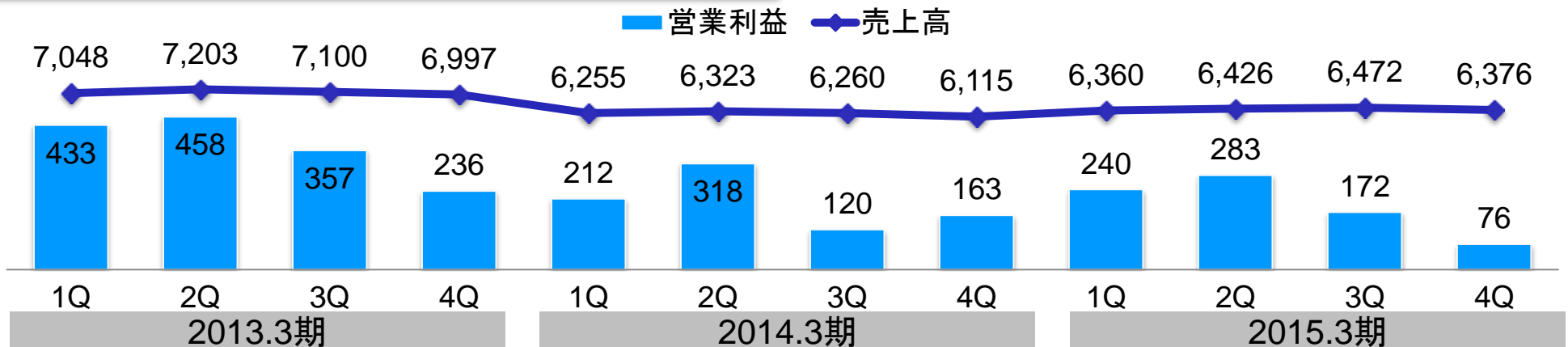


伸び続ける既存店トップライン

既存店売上高の推移(全店、前年同月比)



売上高、営業利益の推移(百万円)



* 2013.3期は外食サービスの数値

業態の俯瞰図(主力8業態)



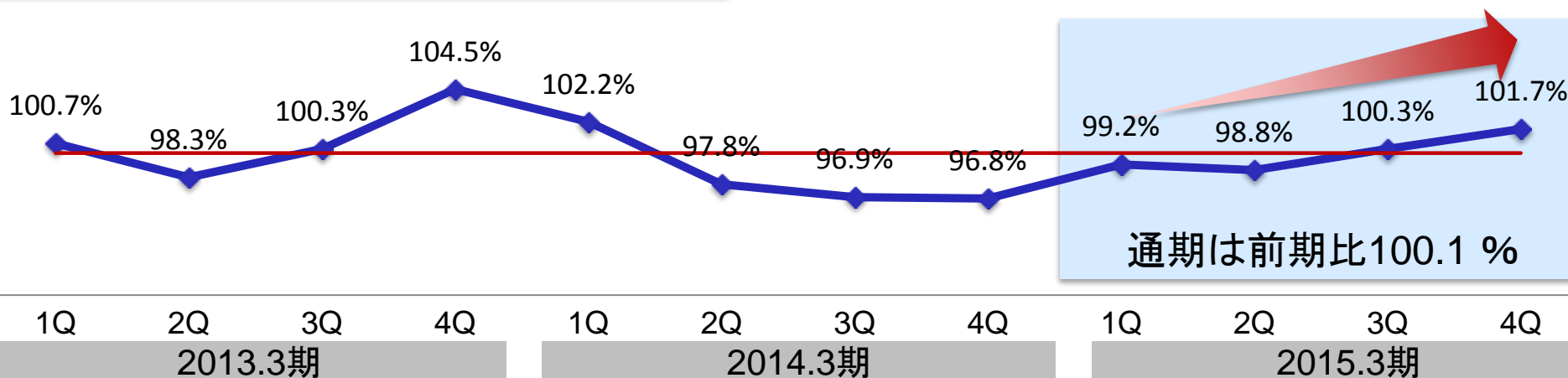
業態	備長扇屋	魚や一丁	いちげん	日本橋 紅とん	FR (洋食系)	FR (中華系)	カジュアル・ ダイニング (バル系)	ぼちぼち
業態タイプ	SS型 (夏・小型)	WB型 (冬・大型)	WB型 (冬・大型)	SS型 (夏・小型)	AS型 (通年・小型)	AS型 (通年・小型)	AS型 (通年・小型)	WS型 (冬・小型)
客単価	2,300円	3,000円	2,800円	2,200円	1,150円	950円	2,800円	2,250円
ターゲット	3世代ファミリー サラリーマン	サラリーマン (ホワイトカラー) アクティブシニア	3世代ファミリー サラリーマン	サラリーマン (ホワイトカラー)	ファミリー 女性グループ	ファミリー 女性グループ	若者グループ カップル	若者グループ カップル
売上高	15,906百万円	3,695百万円	2,675百万円	1,810百万円	1,664百万円	1,016百万円	1,282百万円	810百万円
グループシェア	55.1%	12.8%	9.3%	6.3%	5.8%	3.5%	4.4%	2.8%
店舗数	357店	21店	19店	32店	31店	22店	14店	22店
標準 投資額	40百万円	100百万円	80百万円	30百万円	35百万円	35百万円	50百万円	40百万円

「3世代ファミリー」が楽しめる、郊外型の焼き鳥店

業態	炭火焼き鳥店
業態タイプ	SS型(夏・小型)
客単価	2,300円
ターゲット	3世代ファミリー・サラリーマン
出店立地	郊外FSタイプ・駅前BIタイプ
面積・標準席数	40坪(駐車台数25台/250坪)・80席
標準投資額	40百万円



既存店売上高の推移(前年同月比)

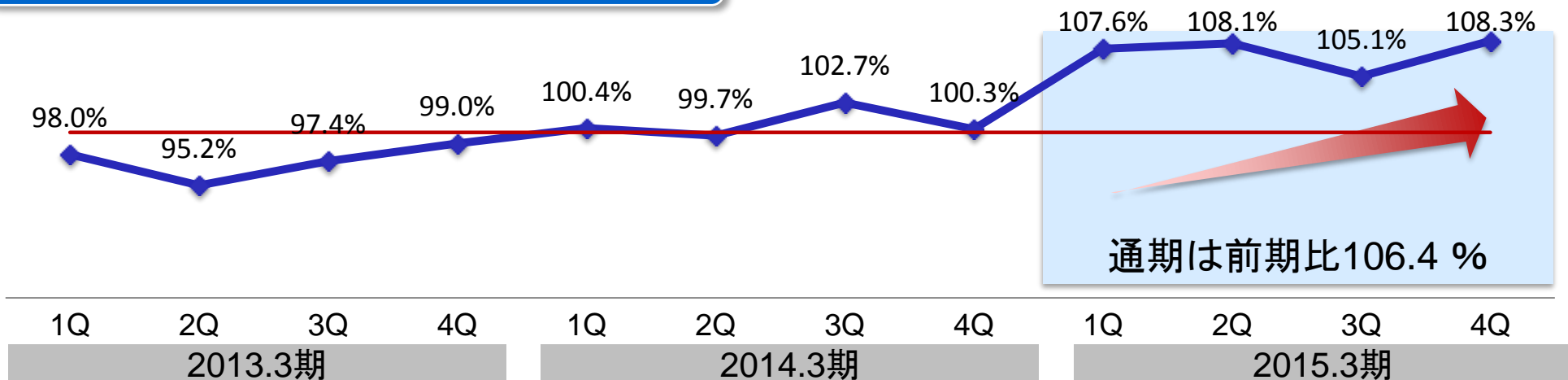


「ここ一軒で北海道」をキャッチに、新鮮魚介類を気軽な価格で

業態	刺身居酒屋
業態タイプ	WB型(冬・大型)
客単価	3,000円
ターゲット	サラリーマン(ホワイトカラー)、アクティブシニア
出店立地	駅前BIタイプ
面積・標準席数	150坪・250席
標準投資額	100百万円



既存店売上高の推移(前年同月比)

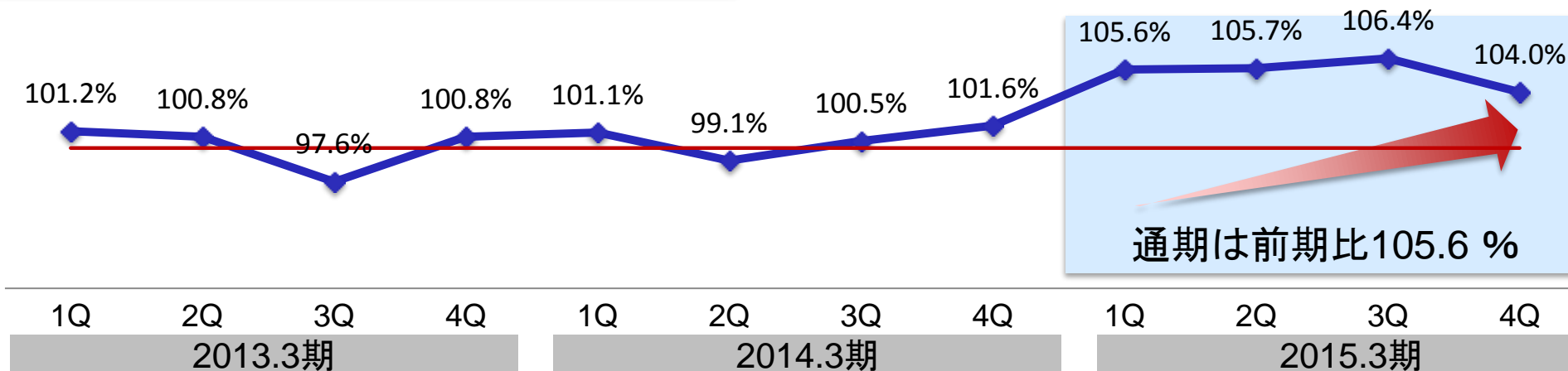


和・洋・中の3カテゴリそれぞれに、圧倒的な商品価値を創出

業態	総合型居酒屋
業態タイプ	WB型(冬・大型)
客単価	2,800円
ターゲット	3世代ファミリー、サラリーマン
出店立地	駅前BIタイプ
面積・標準席数	100坪・175席
標準投資額	80百万円



既存店売上高の推移(前年同月比)

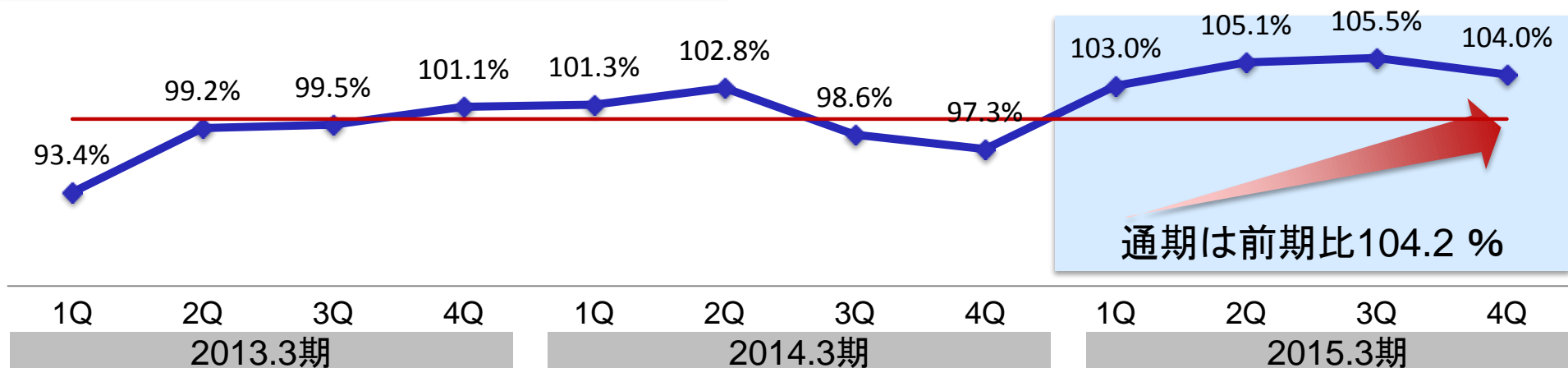


ガード下の酒場的な、「働くお父さん」のエネルギー源

業態	豚もつ炭火串焼き専門店
業態タイプ	SS型(夏・小型)
客単価	2,200円
ターゲット	サラリーマン(ホワイトカラー)
出店立地	駅前BIタイプ
面積・標準席数	30坪・70席
標準投資額	30百万円



既存店売上高の推移(前年同月比)

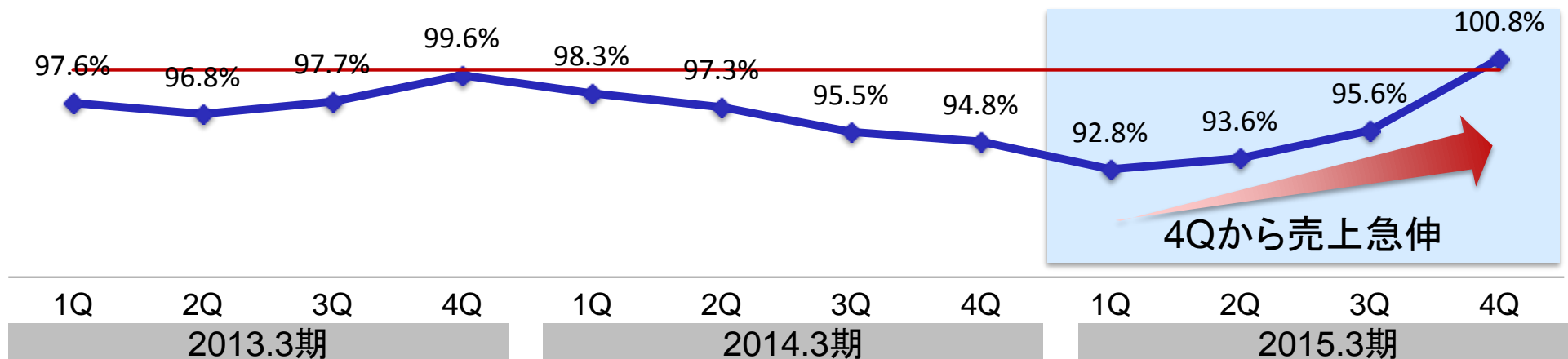


ステーキ&ハンバーグを主力に、ティータイムのカフェ動機商品を開発・育成

業態	カジュアル・ダイニング(洋食系)
業態タイプ	AS型(通年・小型)
客単価	1,150円
ターゲット	ファミリー、女性グループ
出店立地	インショップ(商業コンプレックス)
面積・標準席数	50坪・70席
標準投資額	35百万円



既存店売上高の推移(前年同月比)

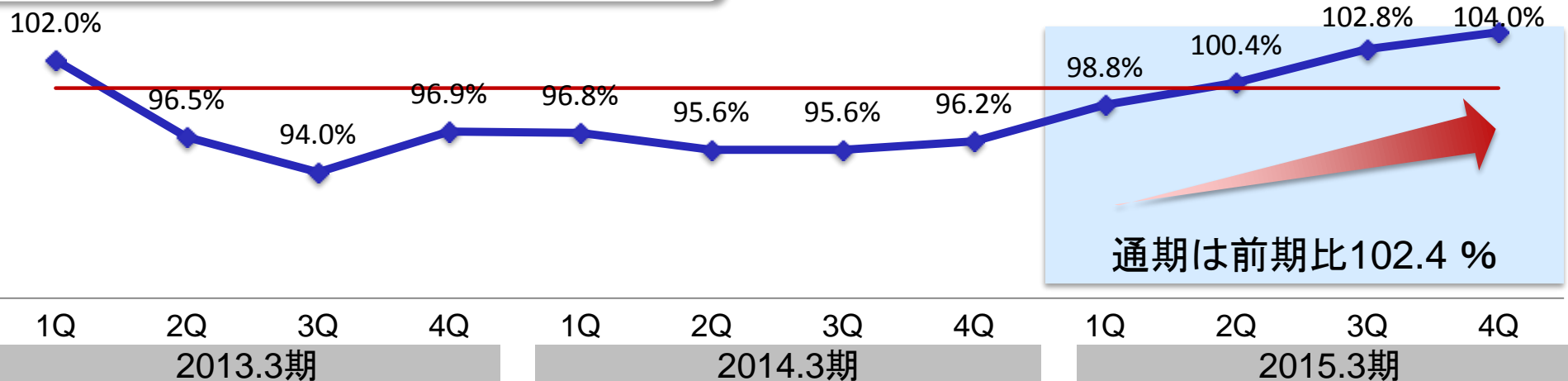


ベーシック商品の専門性強化と、ティータイムにカフェ動機商品を投入

業態	カジュアル・ダイニング(中華系)
業態タイプ	AS型(通年・小型)
客単価	950円
ターゲット	ファミリー・女性グループ
出店立地	インショップ(商業コンプレックス)
面積・標準席数	50坪・70席
標準投資額	35百万円



既存店売上高の推移(前年同月比)

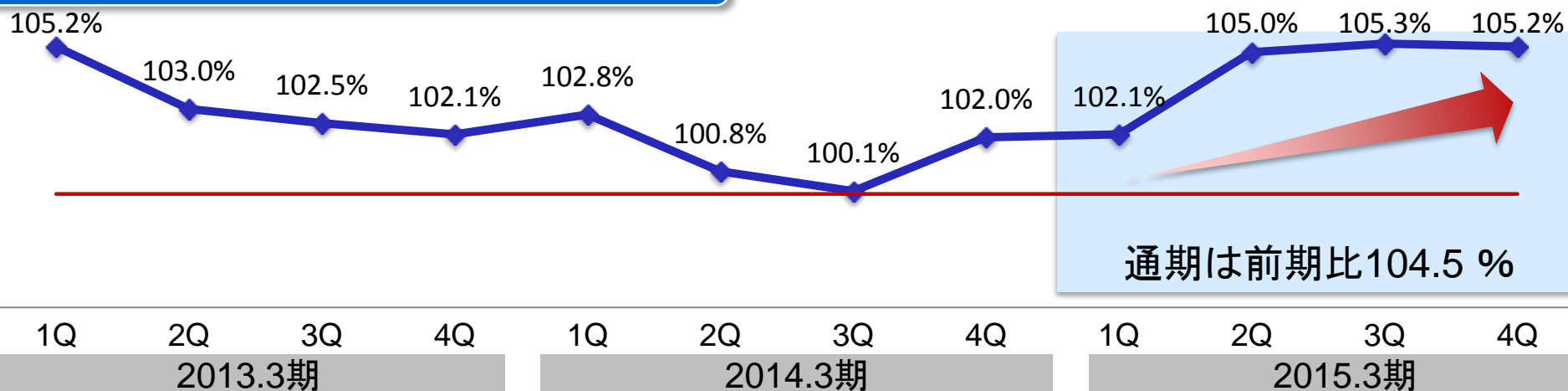


茹でたてパスタと窯焼きピザを主力に、多種多様なドリンクで楽しい時間を

業態	カジュアル・ダイニング
業態タイプ	AS型(通年・小型)
客単価	2,800円
ターゲット	若者グループ・カップル
出店立地	インショップ(商業コンプレックス)
面積・標準席数	60坪・80席
標準投資額	50百万円



既存店売上高の推移(前年同月比)

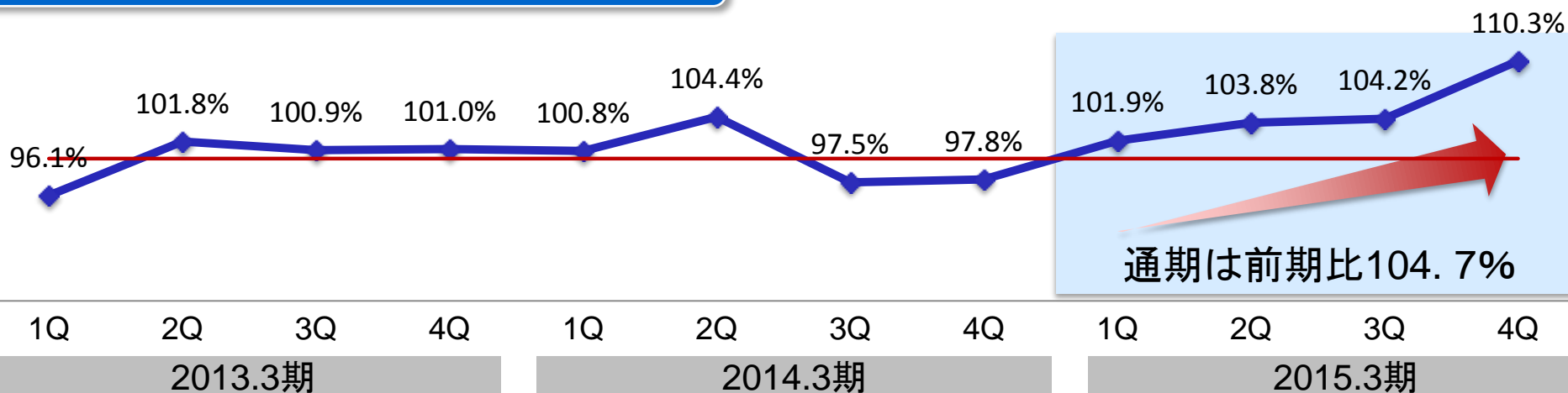


特注の大鉄板で焼いた「大阪下町風のお好み焼き」を昭和レトロな空間で

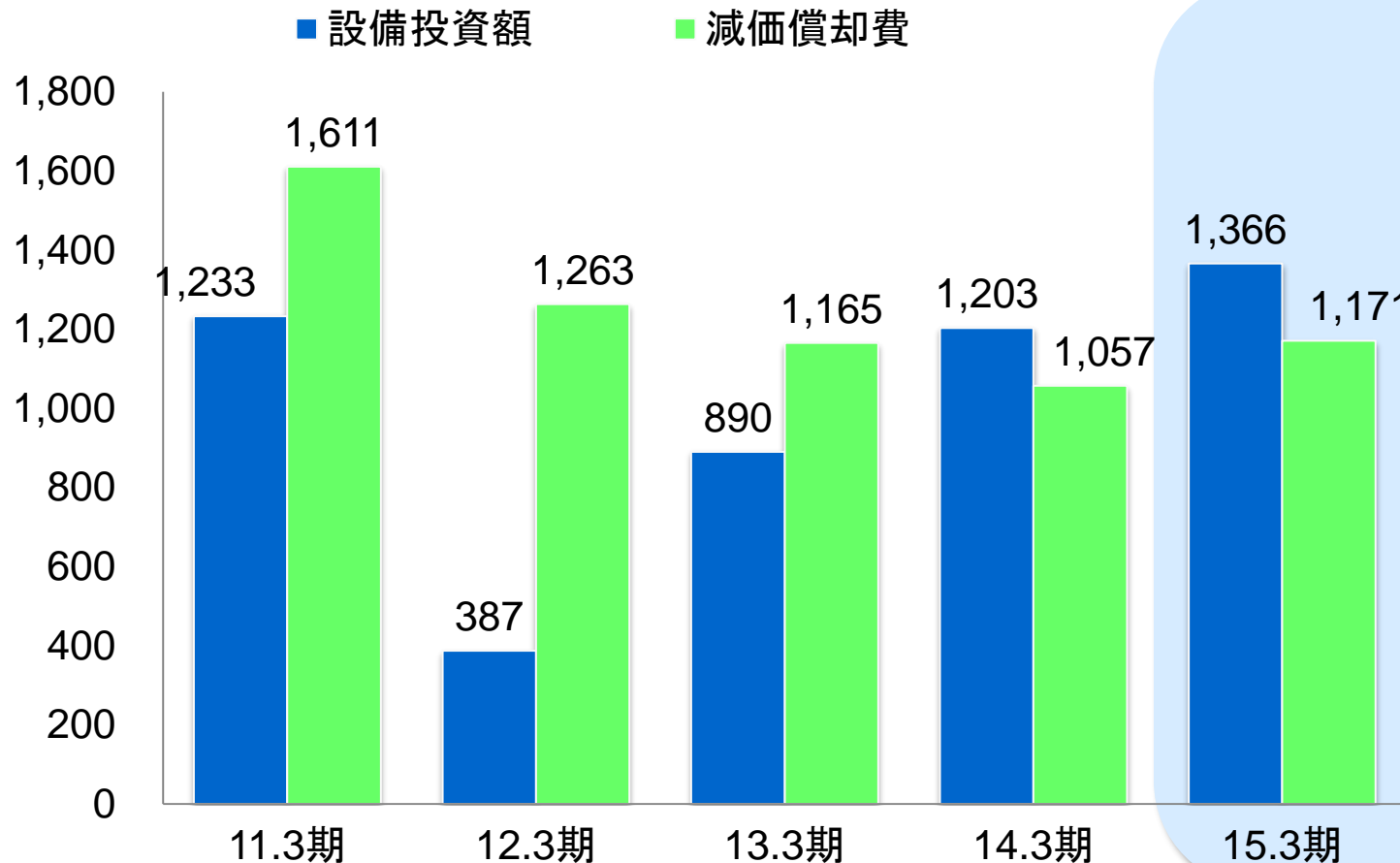
業態	鉄板焼き居酒屋
業態タイプ	WS型(冬・小型)
客単価	2,250円
ターゲット	若者グループ・カップル
出店立地	駅前BIタイプ
面積・標準席数	40坪・60席
標準投資額	40百万円



既存店売上高の推移(前年同月比)



財務戦略と成長戦略のバランスを図った、効果的な資金配分



新店 17店
(691百万円)

リニューアル 53店
(608百万円)

その他
(67百万円)

Ⅲ. 2016年3月期業績予想

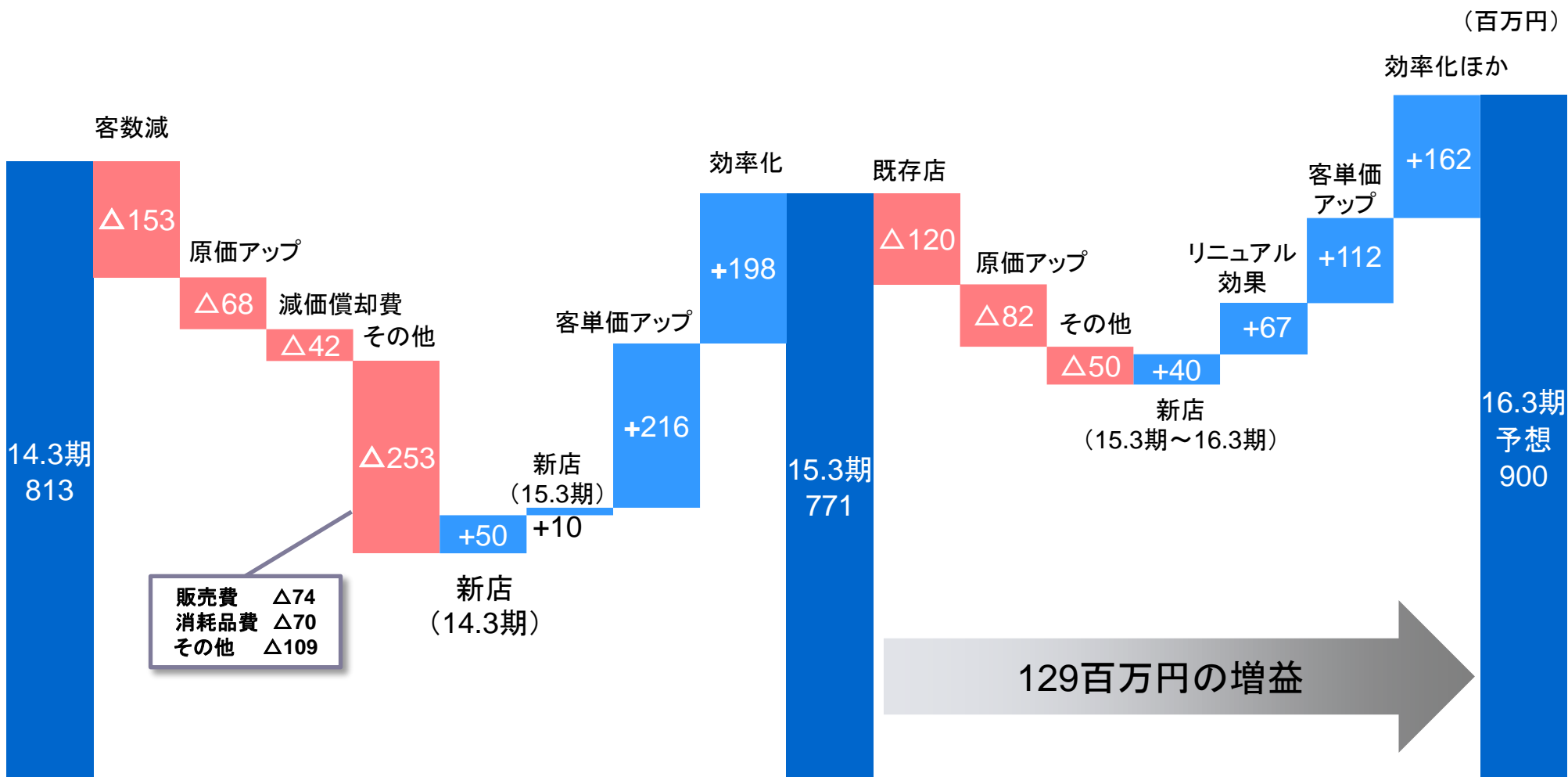


既存店強化策が奏功し、前期比二桁増益を企図

(百万円)

	16.3期予			15.3期
		増減額	増減率	
売上高	27,000	1,366	5.3%	25,634
営業利益	900	129	16.7%	771
売上高営業利益率	3.3%	+0.3%		3.0%
経常利益	650	126	24.0%	524
売上高経常利益率	2.4%	+0.4%		2.0%
当期純利益	250	1	0.4%	249
売上高当期純利益率	0.9%	△0.0%		1.0%
一株利益	10.3円	0.1円	0.7%	10.2円
一株配当	5.0円	2.5円	100.0%	2.5円
配当性向	48.7%	+24.3%		24.4%
ROE				5.0%
自己資本比率				26.0%

営業利益(予想)の増減要因分析



販売費 $\Delta 74$
 消耗品費 $\Delta 70$
 その他 $\Delta 109$



リニューアル投資で営業利益の押し上げ

2016年3月期 投資金額

18億円

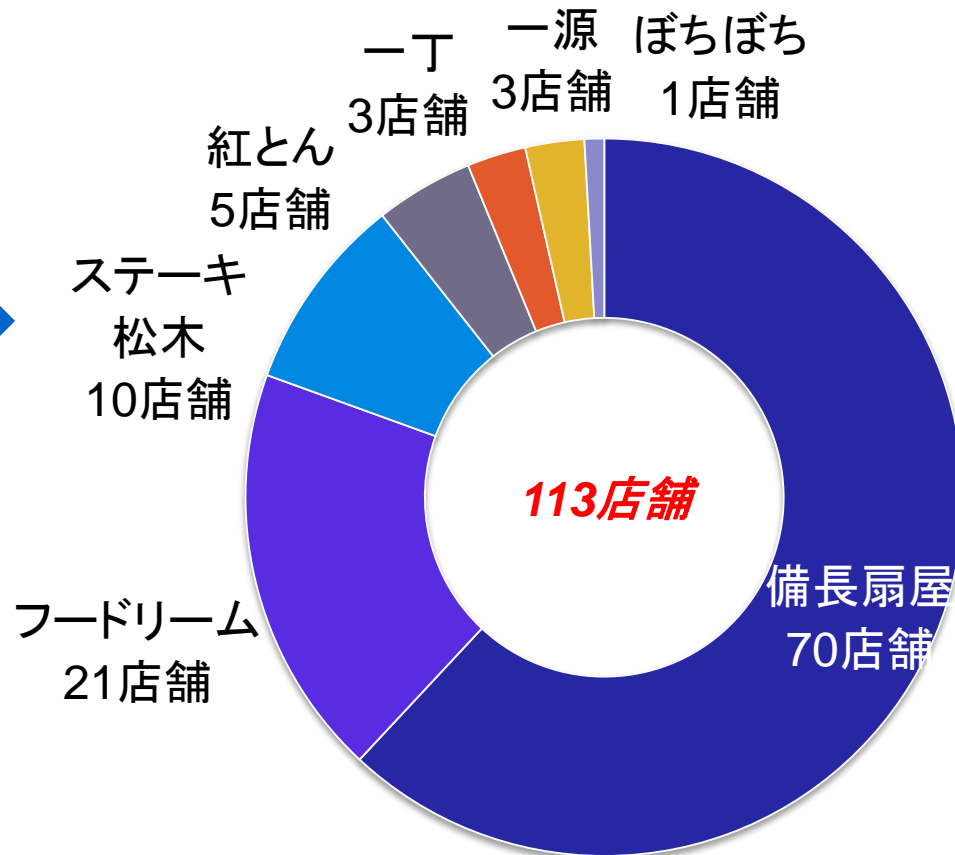
リニューアル投資

12億円

新店投資

6億円

2016年3月期リニューアル内訳





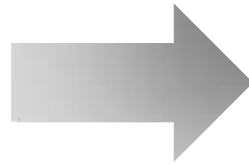
14店舗を出店し、期末総店舗数 542店舗へ

2016年3月期 新規出店計画	ブランド	備長扇屋	鶴亀堂	紅とん
	店舗数	11店舗	2店舗	1店舗

2016年3月末計画

		直営	FC	合計
扇屋コーポレーション (100%保有)	備長扇屋	295	73	368
	FR(洋食系)	31	0	31
	FR(中華系)	22	0	22
	カジュアルダイニング	14	0	14
	他	6	0	6
	小計	368	73	441
一丁 (99%保有)		直営	FC	合計
	一丁	20	1	21
一源 (99%保有)		直営	FC	合計
	一源	19	0	19
	他	6	0	6
	小計	25	0	25
紅とん (100%保有)		直営	FC	合計
	紅とん	27	6	33
	ぼちぼち	22	0	22
	小計	49	6	55
合計		462	80	542

357店舗中、70店舗をリニューアル



新コンセプト①
『皆にやさしい、おもてなし空間の演出』



新コンセプト③
『駅前バールの楽しさを郊外へ』



新コンセプト②
『祭りが持つエキサイティングさと開放感の演出』

既存店57店舗中、31店舗をリニューアル





再生ノウハウの投入とシナジーによる成長

CHITAKA INTERNATIONAL FOODS

チタカ・インターナショナル・フーズ株式会社



VIA HOLDINGS INC.

株式会社 ヴィア・ホールディングス

パステル事業の一部を譲渡

2015年6月1日



OHGIYA
CORPORATION

扇屋コーポレーション

①レストラン部門:550百万円

14.3期実績

売上高:5,633百万円

営業利益:△115百万円

EBITDA:4百万円

店舗数:45店舗

2015年4月28日発表

製造

協働的發展へ

販売

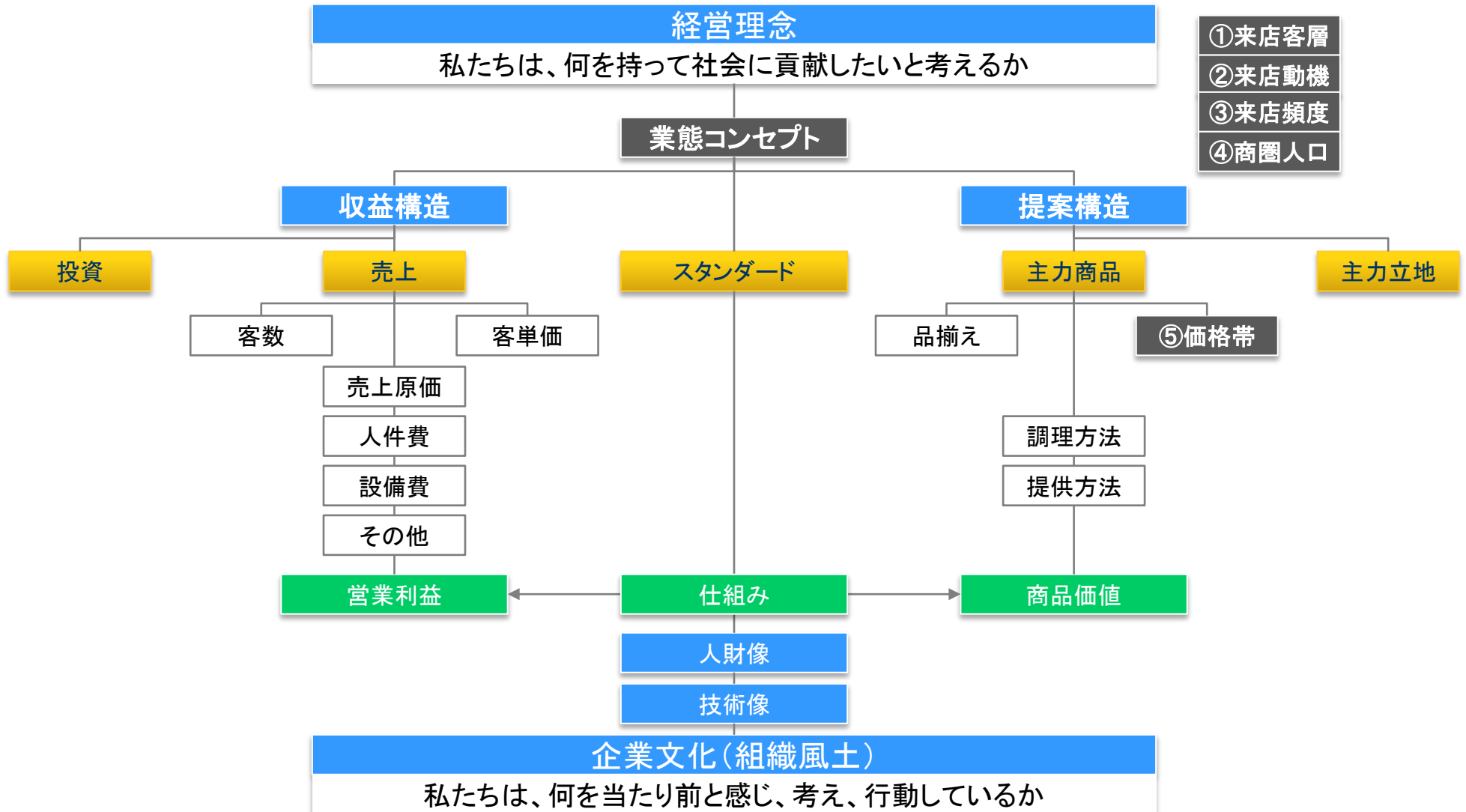
②デザートに関する
包括的業務提携

45店舗のパスタ&デザートレストラン事業を譲受

- 「なめらかプリン」で有名なパステル45店舗
- ショッピングセンター内中心のレストラン



基準価値：客数 ▶ 客数こそ、未来への力なり





洗練された提案構造へ

専門性



大衆性

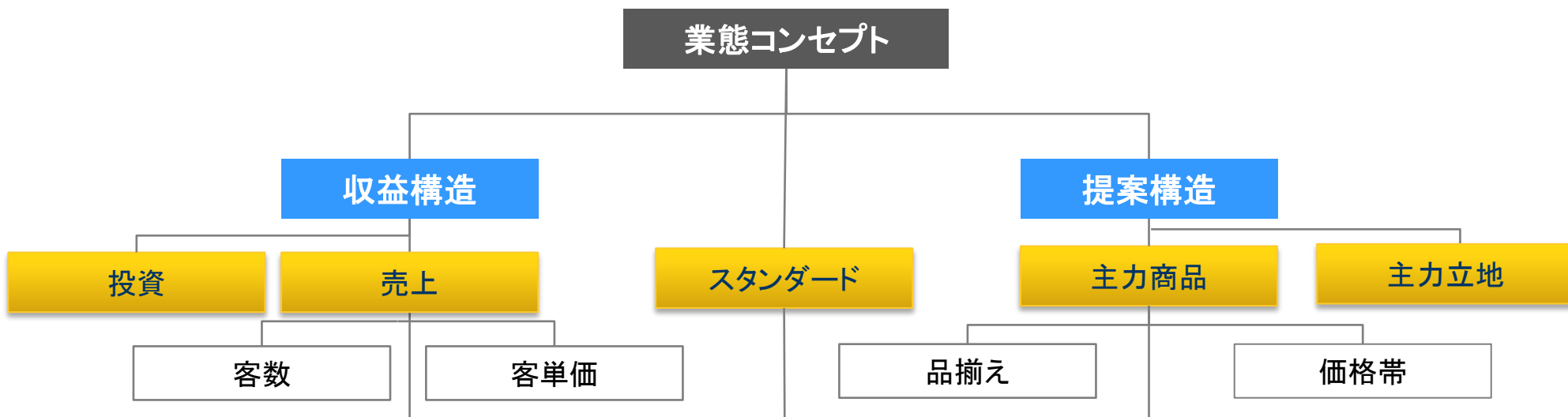
しなやかな収益構造へ

柔軟性



規律性

メイン・ターゲットの明確化と業態リニューアルの実施



再生ノウハウの投入

- イートイン・テイクアウトの売上高アップ
- ロス対策(原価対策)
- マネジメント政策(人件費)ほか



- パスタ・ピザ・デザートのパリ्यूアップ
- ドリンクマルシェの導入
- 川越シェフの起用 ほか

営業利益

仕組み

商品価値



IV. 中期経営計画 Dynamic Challenge 500

2016.3期~2020.3期



付加価値経営を推進し、新たな成長で、新たなステージへ

数値目標

■グループ売上高

500億円

(15.3期実績 256 億円)

■グループ営業利益

38億円

(15.3期実績 7.7 億円)

■グループ店舗数

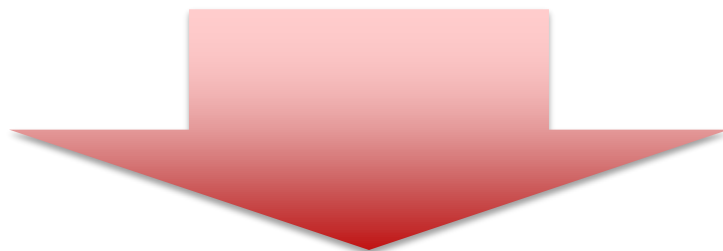
1,000店

(15.3期末 528 店、内FC 80 店)



Value-Σ
導入による
付加価値経営の推進

C4S(*)
導入による
多様な人的資源の開発



社会貢献性に基盤をおいた
コーポレート・アイデンティティの深耕

(*) Challenge for your Self-realization through the VIA (7月より導入する、新しい人事教育制度の名称)



Value-Σ

- 自己資本比率 **30** % (15.3期実績26.0%)
- 配当性向 **30** % (15.3期実績24.4%)
- EPS **30** 円 (15.3期実績10.3円)
- ROE **10** % (15.3期実績5.0%)



キャリアパスとライフプランの多様性 ▶ ワーク・ライフバランスの推進

終身雇用

数値責任

理念教育

自主自立

協働共生



重点政策

- ① 既存業態のブラッシュアップと新規出店の加速化
- ② フランチャイズ店舗の積極開発(含む海外フランチャイズの展開)
- ③ M&Aによる経営資源の強化とドミナント形成の推進

ローリング(発展的な修正)の目的

- ① 市場環境変化への迅速かつ戦略的な対応
- ② 業態店舗の投資政策における重点の明確化
- ③ コーポレート・ガバナンスの実効的な整備

2つのドライビング・フォース ～ 最強のローカル・チェーンの集合体 ～

成長ステージ(2018年3月期~2020年3月期の3年間)

新規出店の拡大スピードアップ

3年で130店規模の大型投資

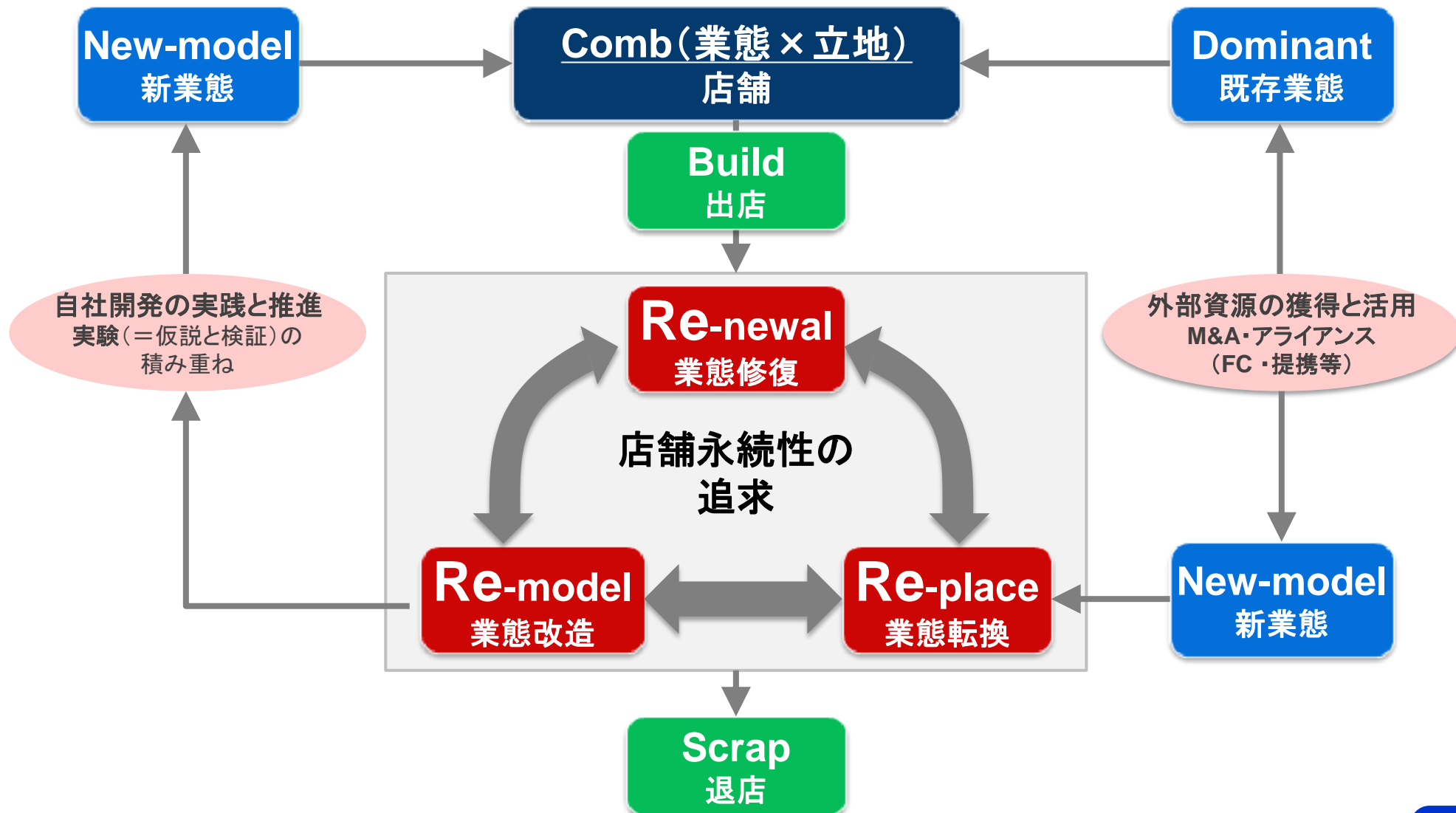
育成ステージ(2016年3月期~2017年3月期の2年間)

扇屋・フードルームの新タイプへのリニューアル

2年で200店規模



いつまでも「在り続けること」の社会的使命



私たちにできることから・食から人と地球を考える

■東日本大震災の復興支援

- 「私たちにできることプロジェクト2020」では、店舗をご利用のお客様1名様につき1円の支援金を東日本大震災の復興支援に向けお送りしています。これは、10年間のプロジェクトとして、2011年から取り組んでいます。

■ヒューマンアース・プロジェクト

- お客様にご注文いただいた対象商品の売上金の一部による支援事業を行っています。2015年3月期には、第三次支援事業として、セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンを通じて、タンザニアのシニャンガ地方にて、子供たちの栄養改善事業に取り組んでまいりました。



競争激化の中、
際立つ既存店の強さ

主力業態のすべてで
“伸び続ける既存店トップライン”

主力業態への
リニューアル投資開始

備長扇屋への集中的な
“リニューアル投資で営業利益の押し上げ”

新たな業態ブランドの
厳選取得と育成

再生ノウハウを活かした
“パステル事業の付加価値の早期創出”

【注意事項】

資料の内容につきましては細心の注意を払ってはおりますが、掲載された情報の誤りおよび当資料に掲載された情報に基づいて被ったいかなる損害についても、当社及び情報提供者は一切責任を負いかねます。

また、当資料に記載されている当社の現在の計画、戦略などは、当社が現時点で入手可能な情報を基礎として作成した見通しであり、これらの将来予測には、リスクや不確定な要因を含んでおります。そのため、実際の業績につきましては、記載の見通しと大きく異なる結果となることがあり得ます。従って、当社として、その確実性を保証するものではありませんのでご了承ください。

【お問合せ先】

株式会社ヴィア・ホールディングス 総合企画

TEL:03-5155-6801 / FAX:03-5155-6250

E-mail : info@via-hd.co.jp

〒112-0014

東京文京区関口1-43-5