



株式会社 オーシャンシステム

食に関する4つのビジネス

2010年3月期 第2四半期決算説明会

2009年11月27日

JASDAQ 証券コード: 3096

ホームページアドレス <http://www.ocean-system.com/>

 **目次:**

1. 会社概要

2. 2010年3月期 第2四半期の概要

3. 2010年3月期 通期の見通し

4. 今後の展開



1. 会社概要

▶ 概要

会社名	株式会社オーシャンシステム
所在地	新潟県三条市西本成寺2-26-57
代表者名	代表取締役社長 樋口 勤
設立	1978年（昭和53年）
決算	3月
資本金	8億171万円
発行済株式	10,833,000株
上場証券取引所	ジャスダック証券取引所
証券コード	3096
単元株数	100株
株主数	6,634名（2009年9月末現在）
事業内容	小売事業・弁当給食事業・宅配事業・旅館事業

財務状況（連結：2009年3月）

売上高	351億円	総資産	130億円
営業利益	10億円	負債	83億円
経常利益	10億円	純資産	47億円
当期純利益	4億円	1株当たり当期純利益	41.05円

食に関する4つの事業

フランチャイザーの確立されたノウハウに、当社独自の企画力を融合

小売事業

チャレンジ

当社オリジナルのブランド

プロの品質とプロの価格

業務スーパー

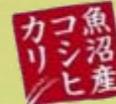
(株)神戸物産のブランド

弁当給食事業



フレッシュランチ 39

子会社(株)サンキューオールジャパンのブランド



魚沼産コシヒカリ100%

こしひかり弁当

当社オリジナルのブランド

食

旅館事業



日本海

海風亭 寺山

当社オリジナルのブランド

宅配事業



ヨシケイ

YOSHIKEI

ヨシケイ開発(株)のブランド

小売事業は基盤事業(コア事業)



弁当給食事業は成長のエンジン



食に特化した事業ポートフォリオ

旅館事業は高い調理能力



宅配事業はFC展開のノウハウ



▶ 業務展開エリア

小売事業

チャレンジャー

プロの品質とプロの価格
業務スーパー

チャレンジャー
業務スーパー

業務スーパー



弁当給食事業



フレッシュランチ39

フレッシュランチ39



魚沼産コシヒカリ100%
こしひかり弁当

こしひかり弁当



旅館事業



海風亭寺泊日本海



宅配事業



ヨシケイ

ヨシケイ



▶ 店舗ネットワーク

小売事業 32

●チャレンジャー	10
新潟県	10
●業務スーパー	20
新潟県	5
福島県	3
茨城県	1
群馬県	3
宮城県	2
長野県	1
山形県	4
富山県	1
●エルジョイ	1
新潟県	1
●プライスリーダー	1
新潟県	1

宅配事業 16

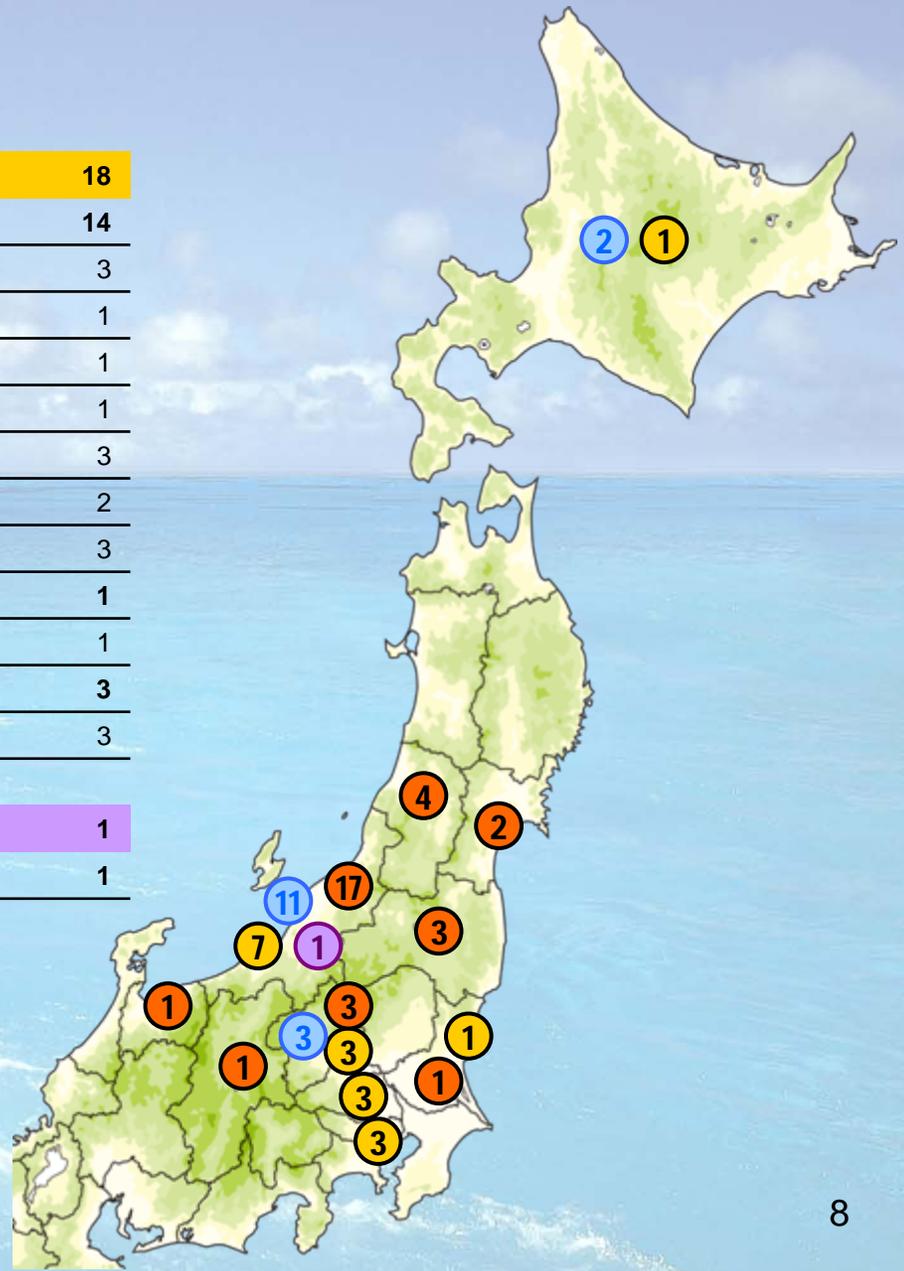
●ヨシケイ新潟	11
●ヨシケイ群馬	3
●ヨシケイ北海道	2

弁当給食事業 18

●フレッシュランチ39	14
店舗 新潟県	3
群馬県	1
北海道	1
茨城県	1
営業所 新潟県	3
群馬県	2
埼玉県	3
●ぐるめし本舗	1
新潟県	1
●こしひかり弁当	3
東京都	3

旅館事業 1

●海風亭 寺泊 日本海	1
-------------	---



2. 2010年3月期 第2四半期の概要

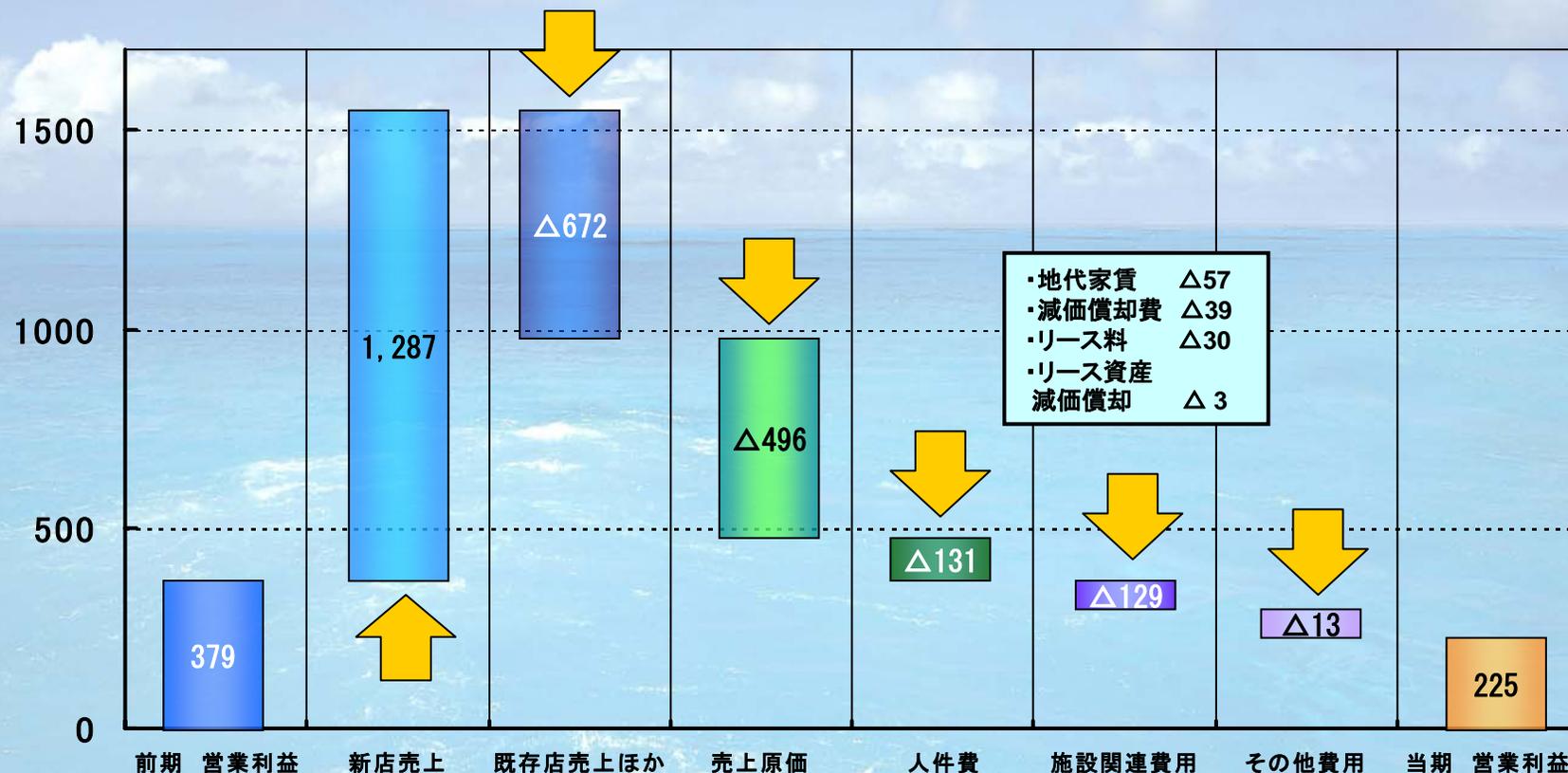
▶ 第2四半期 業績

(単位:百万円)

	2009年3月期 第2四半期累計	2010年3月期 第2四半期累計	増減額	増減率
売上高	17,627	18,243	615	3.5%
営業利益	379	225	△154	△40.7%
経常利益	404	262	△142	△35.2%
四半期純利益	127	125	△ 2	△ 2.0%

▶ 営業利益の増減分析

(単位:百万円)




 セグメント別 概要

(単位:百万円)

	売上高			営業利益		
	2009年3月期 第2四半期累計	2010年3月期 第2四半期累計	増減額	2009年3月期 第2四半期累計	2010年3月期 第2四半期累計	増減額
小 売	11,366	12,333	966	182	9	△172
弁当給食	3,564	3,333	△231	168	201	33
宅 配	2,678	2,556	△122	177	157	△ 19
旅 館	260	257	△ 3	1	5	3
消 去	△ 242	△ 236	6	△149	△149	0
合 計	17,627	18,243	615	379	225	△154

セグメント別 実績のポイント 概要

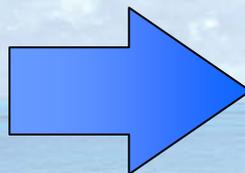
小 売	<ul style="list-style-type: none"> ・企業業績や雇用情勢が厳しく、消費者の節約志向、消費低迷が続く。 ・デフレの影響で客数・客単価が減少し、競合他社と競争が激化。 ・新店効果で増収となるが、既存店は前年売上を下回る。 ・競合他社との差別化と効率化を重視し、売れ筋商品に特化した商品構成とするが、消費者のマインドに合わず既存店売上が減少。 ・人件費、減価償却費、地代が増加。 ・新店の設備関連費用が多くなるが、売上高が計画を下回る。
弁 当 給 食	<ul style="list-style-type: none"> ・事業所向け弁当は、前年の金融危機の影響により、主力顧客である中小企業の業績が依然として停滞しているため、販売食数が減少。 ・個人向け弁当は、マスコミに採り上げられたことが契機となり、販売代理店も増加し、販売食数も順調に増加。 ・小売事業向けの「新潟こしひかり弁当」等の売上が増加。
宅 配	<ul style="list-style-type: none"> ・休日数の増加、高速料金の値下げが影響し、家庭で食事をする機会が減少。 ・消費者の節約志向の高まりも売上減少の要因に。
旅 館	<ul style="list-style-type: none"> ・冷夏の影響でトップシーズンの売上が減少するが、水道光熱費等の経費が減少し営業利益は前年を上回る。


貸借対照表

(単位:百万円)

2009年3月末現在

流動資産 3,590	流動負債 4,618
固定資産 9,463	固定負債 3,718
	純資産 4,716



2009年9月末現在

流動資産 3,306	流動負債 5,091
固定資産 9,805	固定負債 3,301
	純資産 4,719

●主な変動要因

固定資産の増加…前期末に比べ建物及び構築物が3億75百万円増加

小売事業の新規出店、弁当給食事業の工場建設

流動負債の増加…前期末に比べ短期借入金が7億75百万円増加

固定負債の増加…前期末に比べ長期借入金が4億60百万円減少


キャッシュフロー

(単位:百万円)

	2009年3月期 第2四半期累計	2010年3月期 第2四半期累計	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	△ 152	△ 57	95
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,790	△528	1,261
財務活動によるキャッシュ・フロー	934	194	△740
現金及び現金同等物 四半期末残高	638	634	△ 4

●営業活動によるキャッシュ・フロー

収入の主な内訳は、税金等調整前四半期純利益2億27百万円

支出の主な内訳は、役員退職慰労引当金の減少額2億91百万円

●投資活動によるキャッシュ・フロー

収入の主な内訳は、有形固定資産の売却2億26百万円

支出の主な内訳は、有形固定資産の取得7億4百万円

●財務活動によるキャッシュ・フロー

収入の主な内訳は、短期借入金の増加8億50百万円

支出の主な内訳は、長期借入金の返済5億34百万円

3. 2010年3月期 通期の見通し


 通期の業績予想

(単位:百万円)

	2009年3月期	2010年3月期		期初予想 との差異
		期初予想額	修正予想額	
売上高	35,170	40,150	37,600	△2,550
営業利益	1,034	1,090	460	△ 630
経常利益	1,076	1,080	500	△ 580
当期純利益	441	550	250	△ 300


セグメント別業績予想

(単位:百万円)

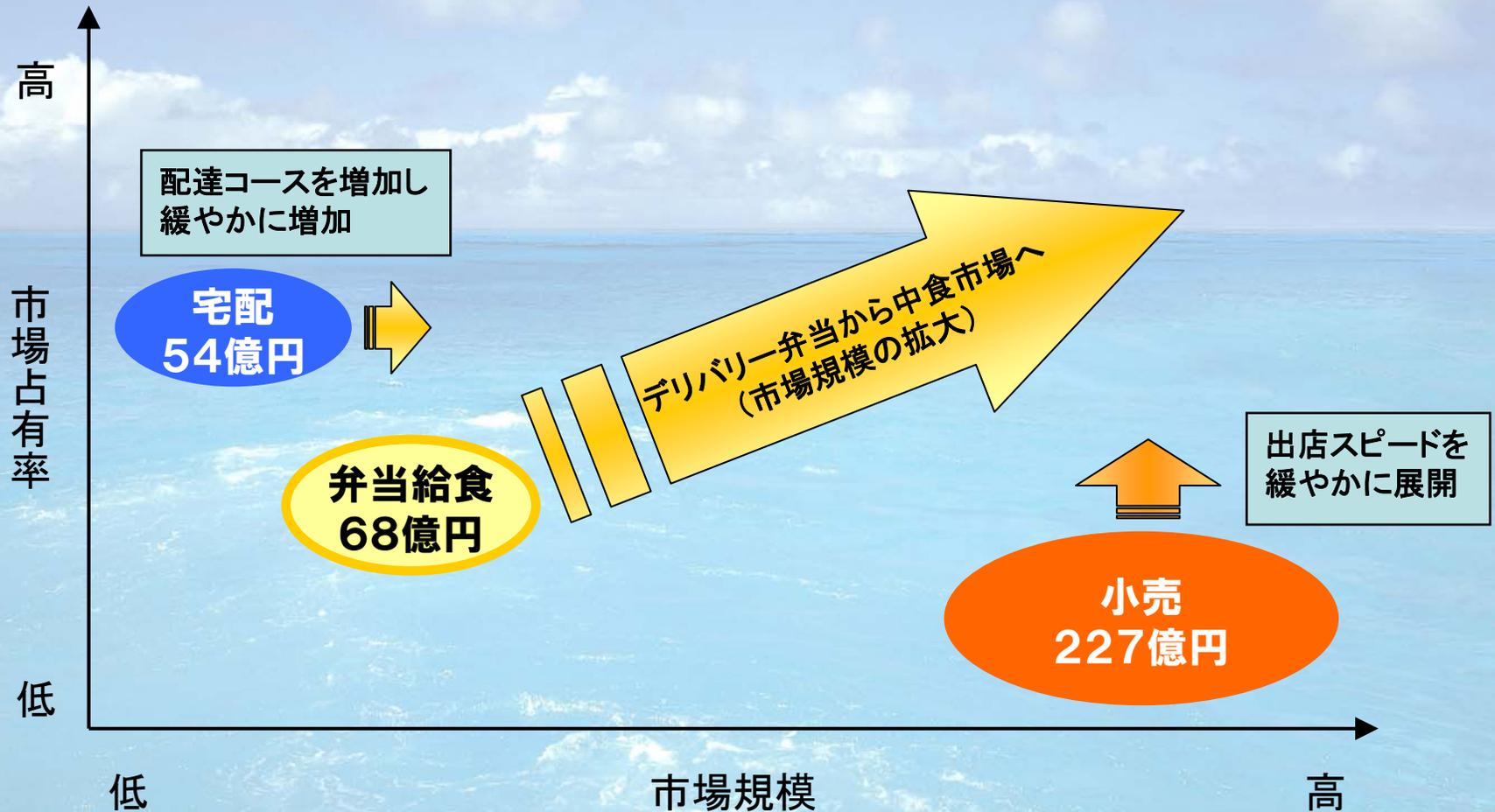
	売上高			営業利益		
	2009年3月期	2010年3月期	増減額	2009年3月期	2010年3月期	増減額
小 売	22,710	25,751	3,041	529	107	△422
弁当給食	6,896	6,772	△124	380	361	△19
宅 配	5,443	5,223	△220	428	311	△117
旅 館	543	531	△12	5	8	3
消 去	△423	△677	△254	△308	△327	△19
合 計	35,170	37,600	2,431	1,034	460	△574

セグメント別 業績見通しのポイント

小 売	<ul style="list-style-type: none"> ・ 前期比で売上高は13.4%増加、営業利益は79.8%減少。 ・ 売上高は新店効果で増収。 ・ デフレの影響で客数・客単価が減少し、競合他社との競争が激化したため既存店の売上高が減少し、新店は計画を下回る。 ・ 新規出店による人件費と設備関連費用の増加が負担となる。
弁 当 給 食	<ul style="list-style-type: none"> ・ 前期比で売上高は1.8%減少、営業利益5.0%減少。 ・ 新工場の稼働に伴い販管費の増加が負担となる。 ・ 事業所向け弁当は、前年の金融危機の影響により、主力顧客である中小企業の業績が停滞したため、前年の販売食数まで回復は期待できず。 ・ 個人向け弁当は、専用工場が12月に稼働し順調に売上を伸ばす。 ・ 小売事業向けの「新潟こしひかり弁当」等の売上が増加する。
宅 配	<ul style="list-style-type: none"> ・ 前期比で売上高は4.0%減少、営業利益は27.3%減少。 ・ 休日数の増加、高速料金の値下げが影響し、家庭で食事をする機会が減少。 ・ 消費者の節約志向の高まりも売上減少の要因に。
旅 館	<ul style="list-style-type: none"> ・ 前期比で売上高は2.2%減少するが、水道光熱費等の経費が減少し営業利益は60.0%増加。

4. 今後の展開

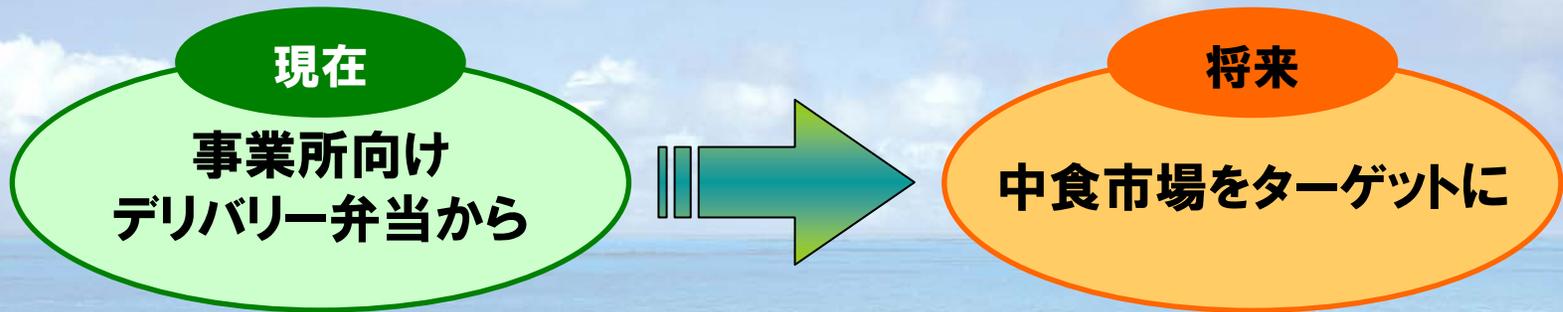
事業ポートフォリオの展開(概念図)



<p>小 売</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・基盤事業(コア事業)として出店 (1店舗当たりの売上高が大きく、出店後すぐに売上増が期待できる) 出店目標は、年間(チャレンジャー1店舗・業務スーパー5店舗) ・業務スーパーは安定収益源である ・サブFC店の拡大 ・魅力ある店作り、商品構成の充実
<p>弁 当 給 食</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・成長のエンジンとして展開 (当社の創業時からの事業で、製造と配送の技術力がある) ・デリバリー弁当(事業所向け弁当)市場から中食市場全体へ展開 ・千葉工場の竣工により、個人向け弁当の拡大 ・中食市場への売上増に伴い、工場を設置(スーパー、コンビニへの販売) ・デリバリー弁当(事業所向け弁当)は関東を中心に営業を拡大し、工場を設置
<p>宅 配</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・安定収益の確保 ・GPSの導入による業務効率の向上を図る(配達コースの見直し) ・業務効率の向上により、販売コースの増加が可能 ・ラジオCMによる広告宣伝(繰り返し宣伝)
<p>旅 館</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・高い技術力(調理技術・接客ノウハウ)の確保

弁当給食事業を成長のエンジンとして、小売事業をコア事業として展開

弁当給食事業



千葉工場の稼働は、新たなビジネスの可能性への挑戦

【弁当給食事業をコア事業とする理由】

今までは販売チャンネルを事業所向けに展開、これからは小売店等にも展開。
 弁当給食の5千億円市場から、中食の米飯4兆円市場に進出。

〈米飯市場〉

コンビニ	1兆27百万円
スーパー・百貨店	1兆02百万円
弁当給食	57百万円
専門店、他(弁当給食を除く)	1兆06百万円

出所:「2009年版 惣菜白書」

▶ 弁当給食事業(成長のエンジン)



魚沼産コシヒカリ100%使用の「こしひかり弁当」が首都圏のオフィス街で大好評！

390円と580円の2種類に特化した日替わり弁当

営業時間はお昼の2時間(売り切り制)

3つのコスト管理

1. セルフサービス
2. やどかり商法 (販売代理店方式)
3. 売り切り方式



マスコミでも大きな話題となり、テレビ番組でもとりあげられる。

2009年9月末現在
直営店 3店舗
取扱店 48店舗

2010年3月末計画
直営店 4店舗
取扱店 60店舗

🎬 弁当給食事業(成長のエンジン)

千葉工場 2009年12月稼働



こしひかり弁当



健美膳

こしひかり弁当専用工場の稼働により、首都圏でのお弁当販売を積極的に展開

▶ 小売事業(コア事業)

1. 新規出店した店舗に「業務スーパー」の商品を導入



新潟中央インター店



北長岡店

売れ筋商品の特化

(買物の楽しみが減少・売上の減少)



商品構成の充実

アイテム数の増加(顧客ニーズの充足)
業務スーパー商品(他社との差別化)

2. ショッピングセンターへの業務スーパー出店



十日町店(仮称)

鮮魚・青果・酒販の専門店や
飲食店を誘致し、
集客力の向上を図る



食のビジネスを通じて
「感動と」「笑顔」の種をまき
確かな成長の実りをお届けします。

本資料に関するお問い合わせ先



TEL:0256-33-3987 FAX:0256-35-2573

E-mail: ir@ocean-system.com

URL:<http://www.ocean-system.com/>

(ご注意)

本資料の業績予想は、現時点において見積もられた見通しであり、これまでに入手可能な情報から得られた判断に基づいております。したがって、実際の業績は、様々な要因やリスクによりこの業績は大きく異なる可能性があり、いかなる確約や保証を行うものではありません。

また、この説明会資料は投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定は利用者ご自身のご判断において行われるようお願いいたします。