

平成28年3月期 第3四半期連結決算概要

株式会社ヒューマンウェブ

(証券コード：3224)

2016年2月15日

【免責事項】

本資料に記載されている予測、見通し、戦略およびその他歴史的事実ではないものは、当グループが資料作成時点で入手可能な情報を基としており、その情報の正確性を保証するものではありません。

これらは経済環境、経営環境の変動などにより、予想と大きく異なる可能性があります。

会社紹介

「オイスターの未来を創り、食文化の進歩発展に貢献する」



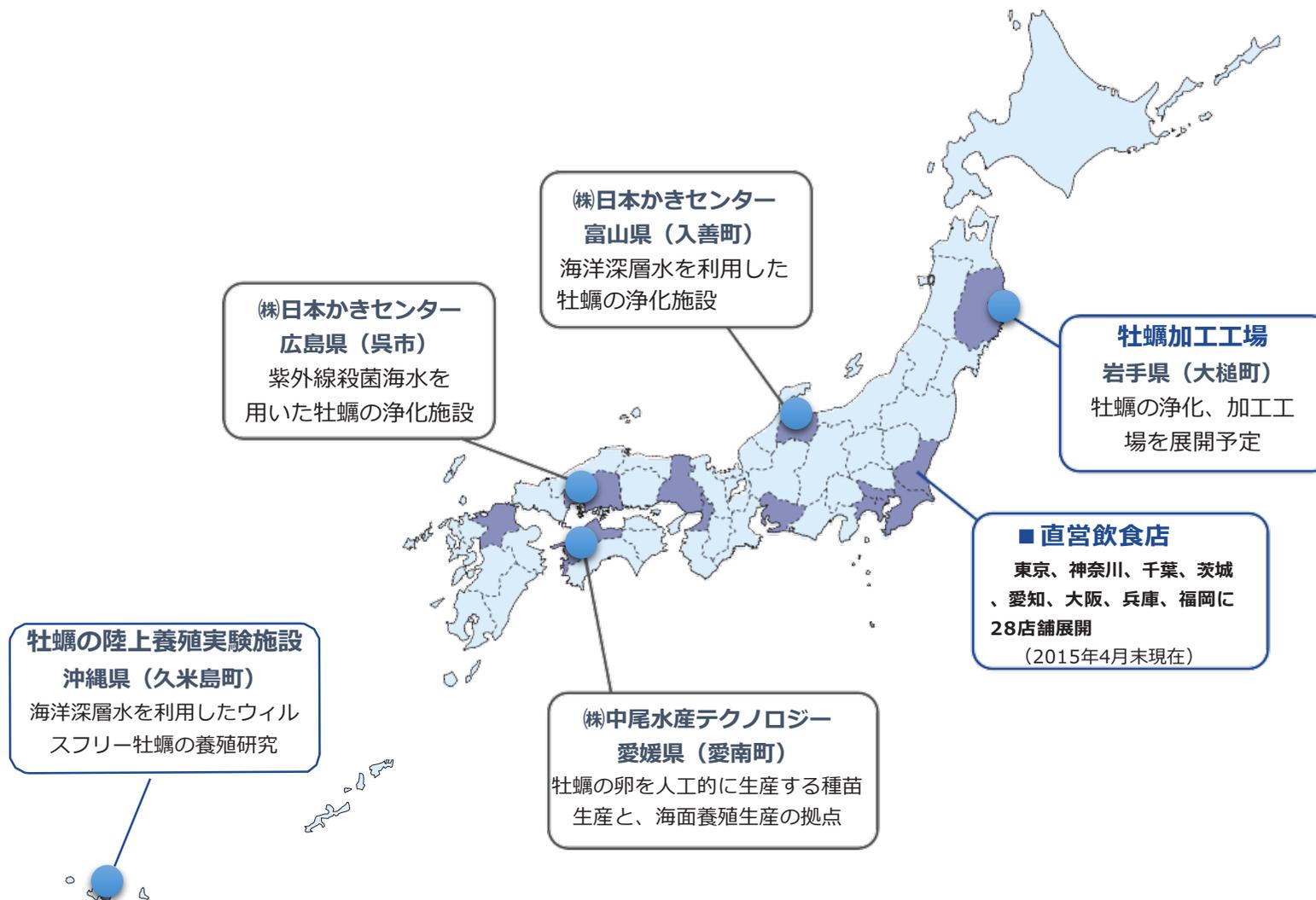
Oyster Innovation

【オイスターイノベーション / 牡蠣の世界に新たな価値を創造すること】

弊社はこれまで外食の世界で敬遠されてきた生牡蠣を“安全”な食材とすることに徹底的に取り組み、日本にほとんど存在しなかった“オイスターバー”という新しい価値を世の中に提案し続け、日本最大のプレーヤーになりました。そして今、弊社は牡蠣の世界にもっと大きな“イノベーション”を起こそうとしています。どうぞご期待ください。

当社の安全のバリューチェーンのネットワーク

牡蠣の種苗・生産から販売を一貫して行う六次産業化を目指しており、飲食店舗に加え、種苗生産拠点（愛媛県）、陸上養殖実験施設（沖縄県）、浄化殺菌施設（広島県、富山県）を有しています。また、岩手県（大槌町）に牡蠣加工工場を建設予定です。



Y : 事業規模

牡蠣の世界にイノベーションを起こしながら

誰もマネのできない領域で成長を加速させていきます。

② 新規事業の進化拡大

陸上養殖事業

加工事業

① 既存事業の着実な成長

卸売事業

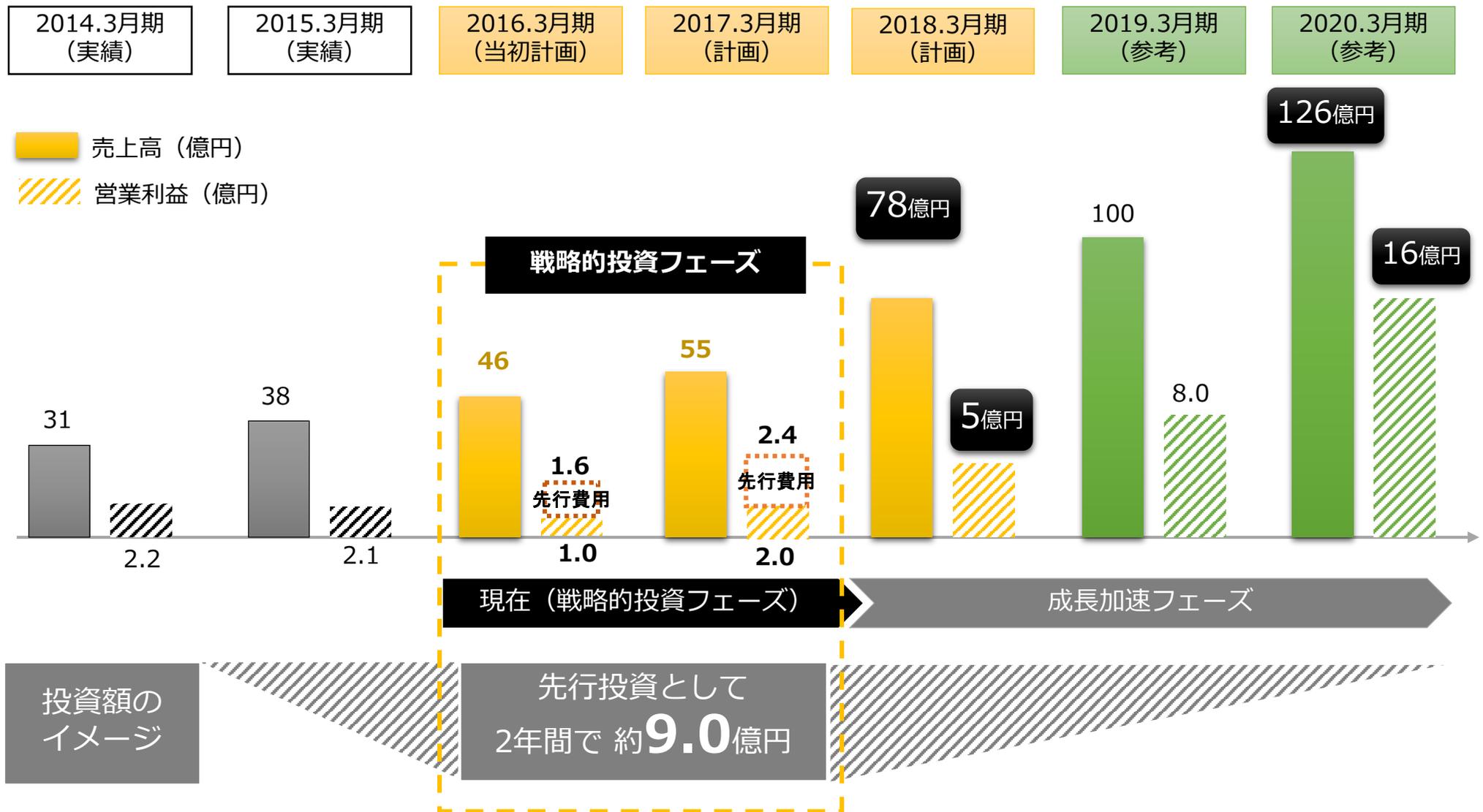
直営店事業

↑
現在

X : 未来

3ヶ年計画と戦略的投資（先行費用）の位置づけ

今期と来期は、成長に向け、メリハリを効かせた戦略的投資フェーズと位置づけております。



第3 四半期決算概要

第3四半期 実績

増収となったものの 先行費用増加、材料費・人件費上昇等による減益

全体

売上高	29.1億円（前年同期比 3.8%増）	営業利益	△2.2億円（前年同期は 1.0億円）
売上原価	9.2億円（同 11.6%増）	経常利益	△2.2億円（同 0.9億円）
売上総利益	19.8億円（同 0.5%増）	四半期純利益	△3.7億円（同 0.6億円）

要因

- (1) 増収要因
直営店舗事業、卸売事業ともに伸長
→前期出店分が期初から業績寄与ならびに、新規4店舗オープン
→卸売事業の取引件数拡大
- (2) 減益要因
先行費用（陸上養殖、種苗生産、海面養殖等）増加
原価率の上昇（材料費の高騰）
人件費、その他経費の増加
- (3) 営業損失要因
牡蠣の需要期に、売上高が伸び悩んだ

今後の展開

1

再成長への取り組み

2

アタラナイ牡蠣の実現に向けた陸上養殖事業の進捗状況

3

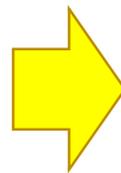
微細藻類の培養技術を活かした新たな事業展開への準備

平成28年3月期 第3四半期（累計） 業績比較

(単位：百万円)	前第3四半期（累計）		当第3四半期（累計）		増減額	増減比	主な要因
	実績	構成比	実績	構成比			
売上高	2,808	100%	2,913	100%	+108	+3.8%	直営店舗事業+102M 卸売事業+6M
売上原価	836	29.7%	929	31.9%	+97	+11.6%	食材費の上昇 (原価率対前年比+2.2Pt)
売上総利益	1,972	70.3%	1,983	68.1%	+11	+0.5%	
販管費	1,865	66.5%	2,204	75.7%	+339	+18.2%	先行費用+60M (陸上養殖、種苗、海面養殖、加工等) 先行投資関連+60M(本部人件費等) 店舗人件費+127M、店舗賃借料+43M
営業利益	106	3.8%	△221	△7.6%	△327	—	
経常利益	99	3.6%	△227	△7.8%	△326	—	
四半期純利益	63	2.3%	△372	△13.3%	△453	—	店舗リニューアルに伴う除却損 △10M 店舗減損損失(4店舗)△69M 店舗移転引当費用(1店舗)△22M 繰延税金資産取崩 △33M

平成28年3月期第3四半期（累計）の業績は、売上高が前年同期比3.8%の増収となりましたが、営業損失に落ち込みました。前期出店分が期初から寄与したことや新規出店4店舗により増収となった一方、①食材費の高騰による原価率の上昇、②陸上養殖等への先行費用、③その他経費の増加により営業減益となりました。ただ、販売費及び一般管理費の増加は計画の範囲内であり、営業損失にまで落ち込む要因となったのは、既存店売上高の低迷により、販売費及び一般管理費の増加を賄うことができなかったことによるものです。また、不採算店舗の減損損失、店舗移転引当費用、繰延税金資産の取り崩しが生じたため、純損失はさらに大きくなりました。

	増減額(百万円)	備考
直営店舗事業	+102	
新規出店	+418	2015年3月期出店 5店舗 2016年3月期出店 4店舗
移転店舗	△114	
既存店	△202	
卸売事業	+6	
合計	+108	



【既存店四半期毎の増減率】

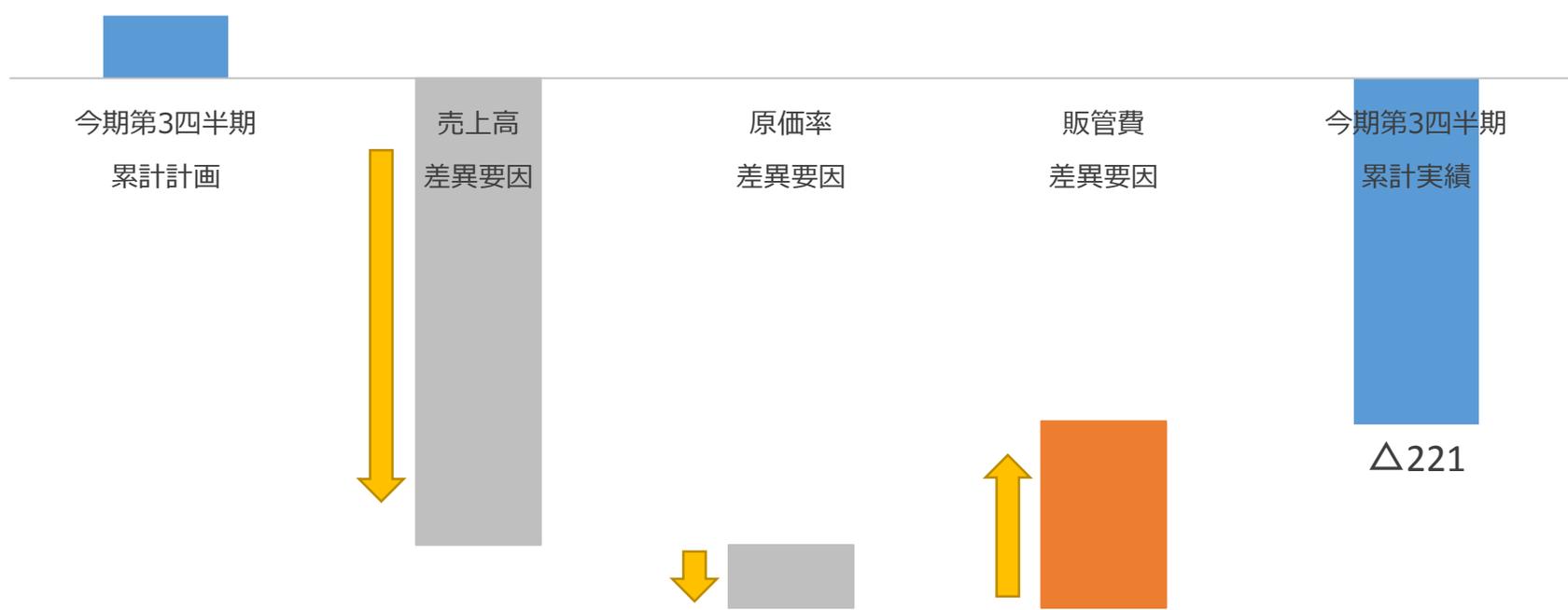
既存店	1Q	2Q	3Q	累計
売上増減率 (%)	△6.9%	△4.9%	△8.5%	△6.9%
客数増減率 (%)	△8.3%	1.4%	△2.9%	△2.5%
客単価増減率 (%)	1.4%	△6.2%	△5.7%	△4.5%

(※) リニューアル店舗は除いております。

直営店舗事業は、新規出店分（前期出店分を含む）の業績寄与により102百万円の増加となりました。但、既存店売上高は客数及び客単価の減少により前年同期比で202百万円の減少となっております。なお、客数の減少は、前下期の値上げの影響や牡蠣を扱う飲食店の増加による競争激化等によるものです。キャンペーンの実施やメニュー拡充等の施策を打ってまいりましたが、客数減少トレンドを覆すにはいたりませんでした。3店舗の大幅リニューアルも下期に行ったため、既存店の売上減少要因となりました。

また卸売事業についても、取引先の拡大等により前年同期比で6百万円の増加となりましたが、競合他社が増加し競争が激化したこと等により、成長スピードが鈍化してきております。

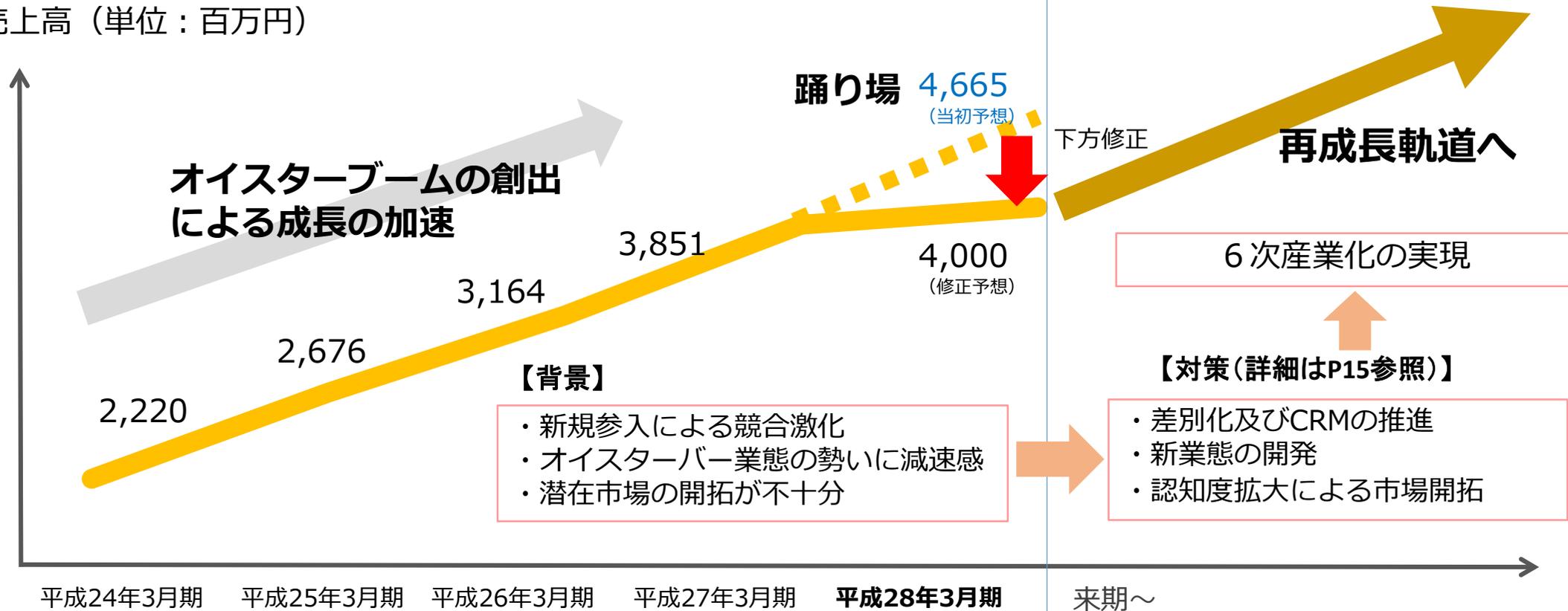
当社ではこの流れを変えるべく、営業体制を刷新するとともに、マーケティング本部を立ち上げ、競合他社との差別化を図り、競争力の再構築に取り組んでまいります。



営業利益が計画を下回る減益（営業損失）となったのは、（1）売上高が計画を大きく下回ったことと、（2）売上高原価率が上昇したことによるものです。特に、（1）による影響が大きかったと言えます。一方、販売費及び一般管理費は前期比で増加したものの、計画の範囲内で推移しております。

売上が計画未達となった背景と今後の対策

売上高（単位：百万円）



【売上が計画未達となった背景】

- (1) 新規参入による競争激化（外部要因）
ブームとなった牡蠣業態への追随の動きが見られる
- (2) 当社がリードしてきたオイスターバー業態の勢いにやや減速感（外部要因）
その一方で、若い世代などを中心にカジュアル業態などの新しい市場が育ってきている
- (3) 潜在市場の開拓（市場全体を大きくする活動）が十分でなかった（内部要因）
陸上養殖事業の立ち上げなど商品力や供給面の強化に注力した一方、市場での認知度がまだ十分でない

平成28年3月期の業績予想修正

第3四半期（累計）実績を勘案し、通期業績予想を下方修正いたしました。

修正後の業績予想は、売上高4,000百万円（当初予想と乖離幅△665百万円）、営業利益△298百万円（当初予想と乖離幅△398百万円）、経常利益△308百万円（当初予想と乖離幅△398百万円）、当期純利益△438百万円（当初予想と乖離幅△496百万円）となります。

平成27年3月期		平成28年3月期			
通期（実績）		当初予想	修正予想		
（単位：百万円）		（単位：百万円）		（単位：百万円） 対前期増減幅	
売上高	3,851	売上高	4,665	売上高	4,000 +3.9%
（直営店舗事業）	3,517	（直営店舗事業）	4,219	（直営店舗事業）	3,650 +3.8%
（卸売事業）	333	（卸売事業）	446	（卸売事業）	350 +5.1%
営業利益	211	営業利益	100	営業利益	△298 (△509)
営業利益率 (%)	5.5%	営業利益率 (%)	2.1%	営業利益率 (%)	△7.5%
経常利益	184	経常利益	90	経常利益	△308 (△492)
経常利益率 (%)	4.8%	経常利益率 (%)	1.9%	経常利益率 (%)	△7.7%
当期純利益	153	当期純利益	58	当期純利益	△438 (△591)
純利益率 (%)	4.0%	純利益率 (%)	1.2%	純利益率 (%)	△11.0%

今後の展開

(1) 新規参入による競争激化への対応

- ・「海洋深層水オイスター」による差別化
富山入善での海洋深層水を用いた牡蠣浄化効果の認知度をアップさせ、生牡蠣にさらなる安全性を求める潜在顧客層へ訴求し、集客アップにつなげていく
- ・CRMの強化
アプリ導入による会員囲い込み等のロイヤリティ施策（P.18参照）や、効果的なイベント・キャンペーンの実施など

(2) オイスターバー業態の一巡感に対する対応

- ・牡蠣を軸とした新業態の開発
カジュアル業態、シーフード業態、郊外型業態など
- ・業態ポートフォリオ
マルチブランド展開による幅広い市場の開拓と業績の安定化を図る

(3) 潜在市場の開拓

- ・陸上養殖の量産化に向けたブランディング強化
- ・安全性だけでなく、栄養価（ヘルシー）の高さや美味しい食べ方など新たな魅力訴求
マスメディア、SNS等を用いた広告、PRの強化

実現に向けて、マーケティング本部を設置

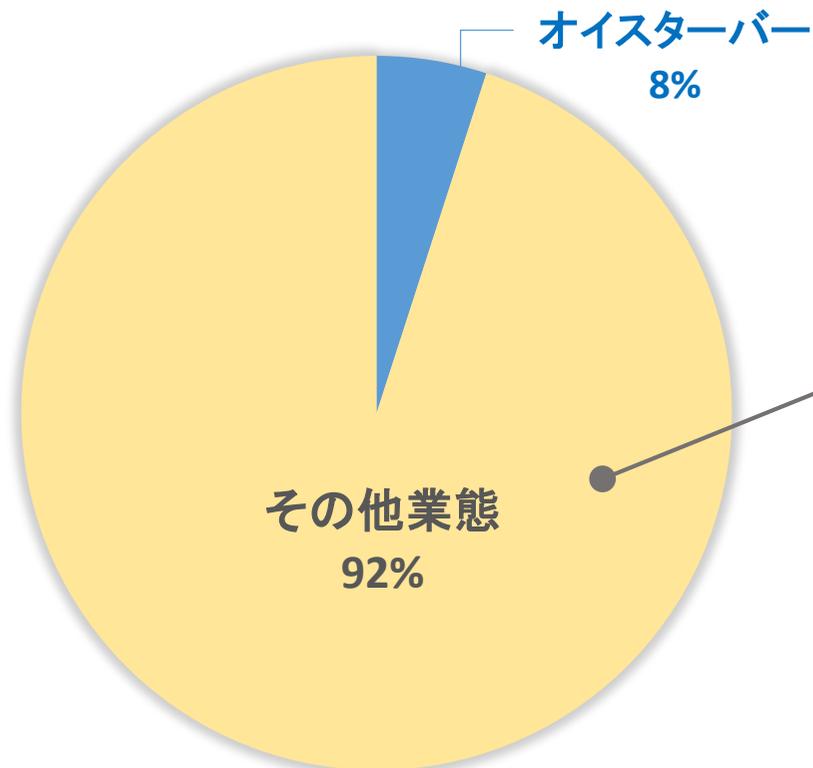
アタラナイ牡蠣へのニーズ（アンケート調査より）

調査期間：2016年1月22日～1月25日

母集団：1221名（男性593名、女性628名）：年代、地域は均一に分散

調査機関：株式会社インテージ

オイスターバーで牡蠣を食べたことはありますか？



オイスターバーで牡蠣を
食べたことがない顧客
約9割

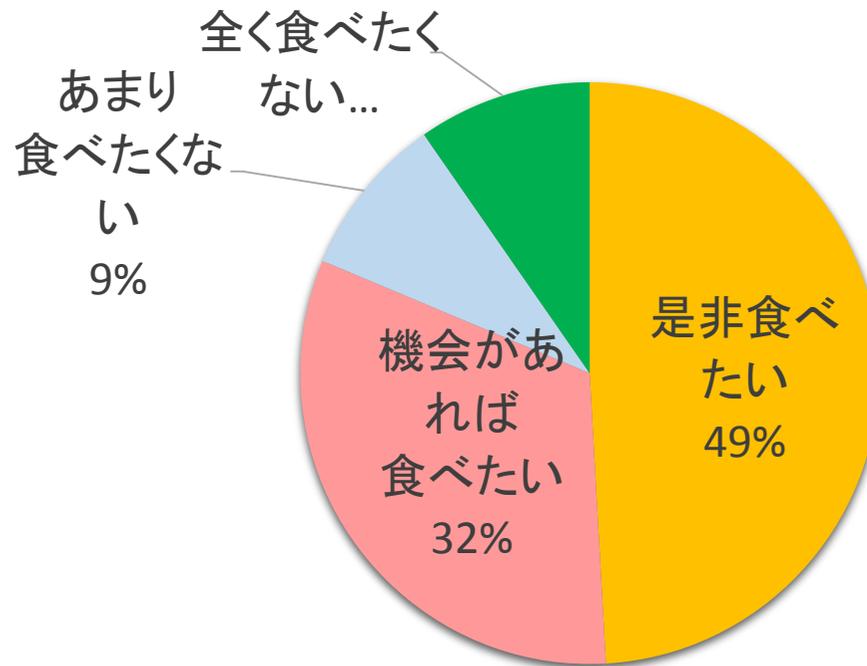
アタラナイ牡蠣へのニーズ（アンケート調査より）

調査期間：2016年1月22日～1月25日

母集団：1221名（男性593名、女性628名）：年代、地域は均一に分散

調査機関：株式会社インテージ

あたらない牡蠣が存在したら食べたいですか？



⇒81%の方があたらない牡蠣を食べたいと回答

潜在需要、開拓すべき市場は大きい

会員様向けサービスの拡充

O2O型サービスの導入により、2016年春から、新規顧客の開拓を図るとともに現存のオイスター・ピース・クラブ（OPC）30万人の会員様に対して囲い込みとリピート率の向上を目指します。

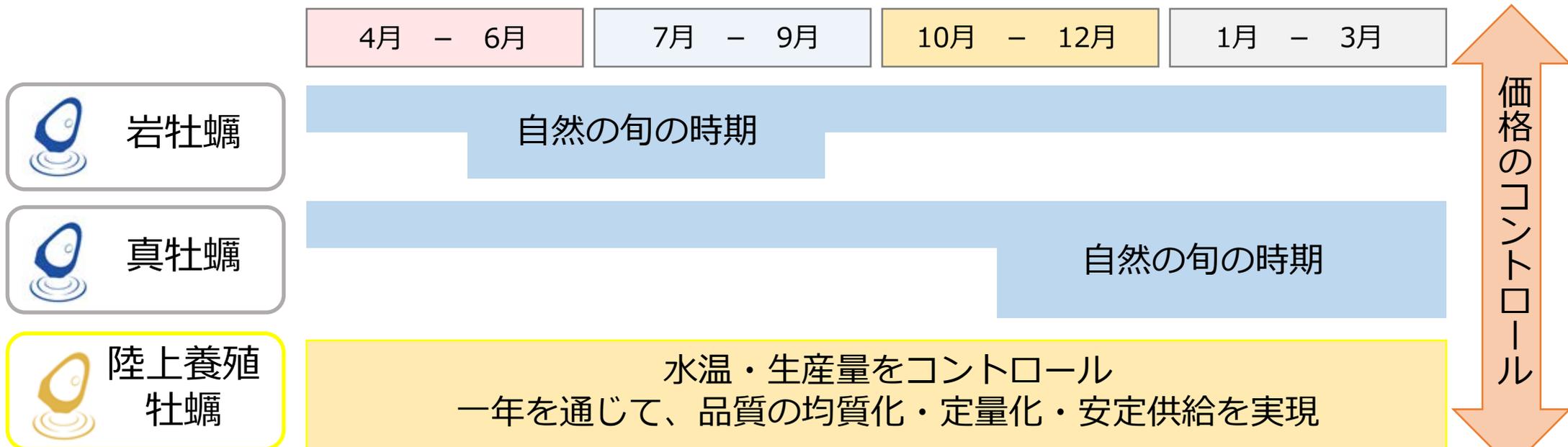
(注) O2Oとは、顧客をモバイルアプリなどを通じて実店舗へ誘導することをいいます。



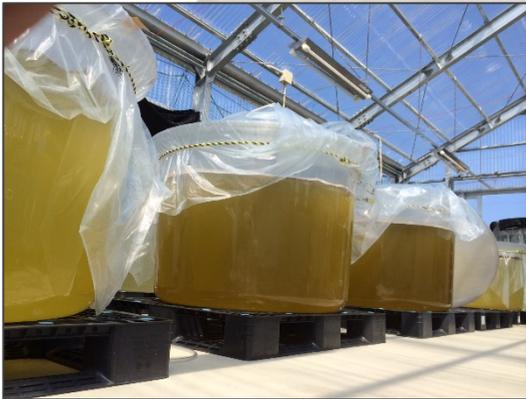
アタラナイ牡蠣の実現に向けた量産化スケジュール



2017年～2019年 供給イメージ



2016年3月より、沖縄県久米島において、アタラナイ牡蠣の量産化を目指しプラントの建設を開始いたします。



微細藻類が有する成分を今後の事業展開に活かせるように研究を継続するとともに、微細藻類の可能性を追及していきます。

(1) 微細藻類の培養に関して取り組んできたこと

当社は、沖縄県久米島でアタラナイ牡蠣の生産に向けて、東京大学と共同研究を行ってきました。アタラナイ牡蠣の陸上養殖において、牡蠣の飼料をローコストで安定して大量に作れるかということが成功のポイントのひとつとなります。

そこで、東京大学と牡蠣の餌となる微細藻類の連続大量培養に関して共同研究を行い、当社では、微細藻類の大量培養技術とノウハウを蓄積してまいりました。

(2) 新たな事業展開において着目した微細藻類

微細藻類には様々な種類があり、牡蠣を陸上養殖するためには、数種類の微細藻類をあたえる必要があります。当社では、数種類の微細藻類の大量培養に取り組んでおりますが、東京大学との共同研究により注目している微細藻類デュナリエラ (Dunaliella) の大量培養にも今後取り組んでいく予定です。

デュナリエラ (Dunaliella) は、①油脂②Bカロチン③抗酸化作用 (アンチエイジング、美容) ④抗ガン作用等の優れた成分を有しております。

当社の沖縄県久米島の施設で、海洋深層水を用いることにより、デュナリエラ (Dunaliella) の連続大量培養が可能になると考えております。

当社は、デュナリエラ (Dunaliella) が有する成分に着目した新たな事業展開を企図し準備を進めてまいります。

お問い合わせ先

【IRに関するお問い合わせ先】

株式会社ヒューマンウェブ

社長室 IR担当

TEL:03-6667-6606