

2019年6月25日

第37期 定時株主総会

株式会社 ひらまつ

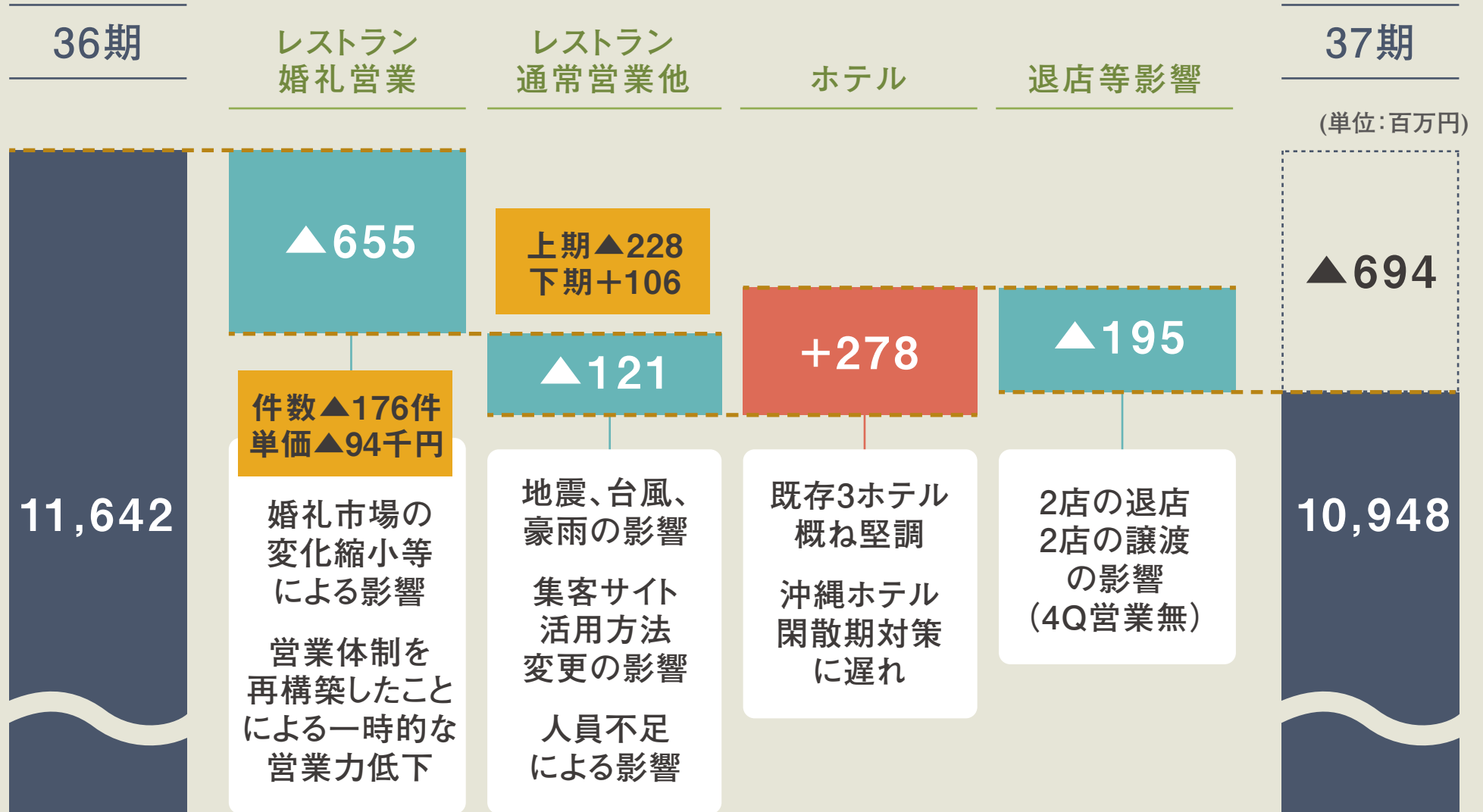
業績報告

連結業績要約

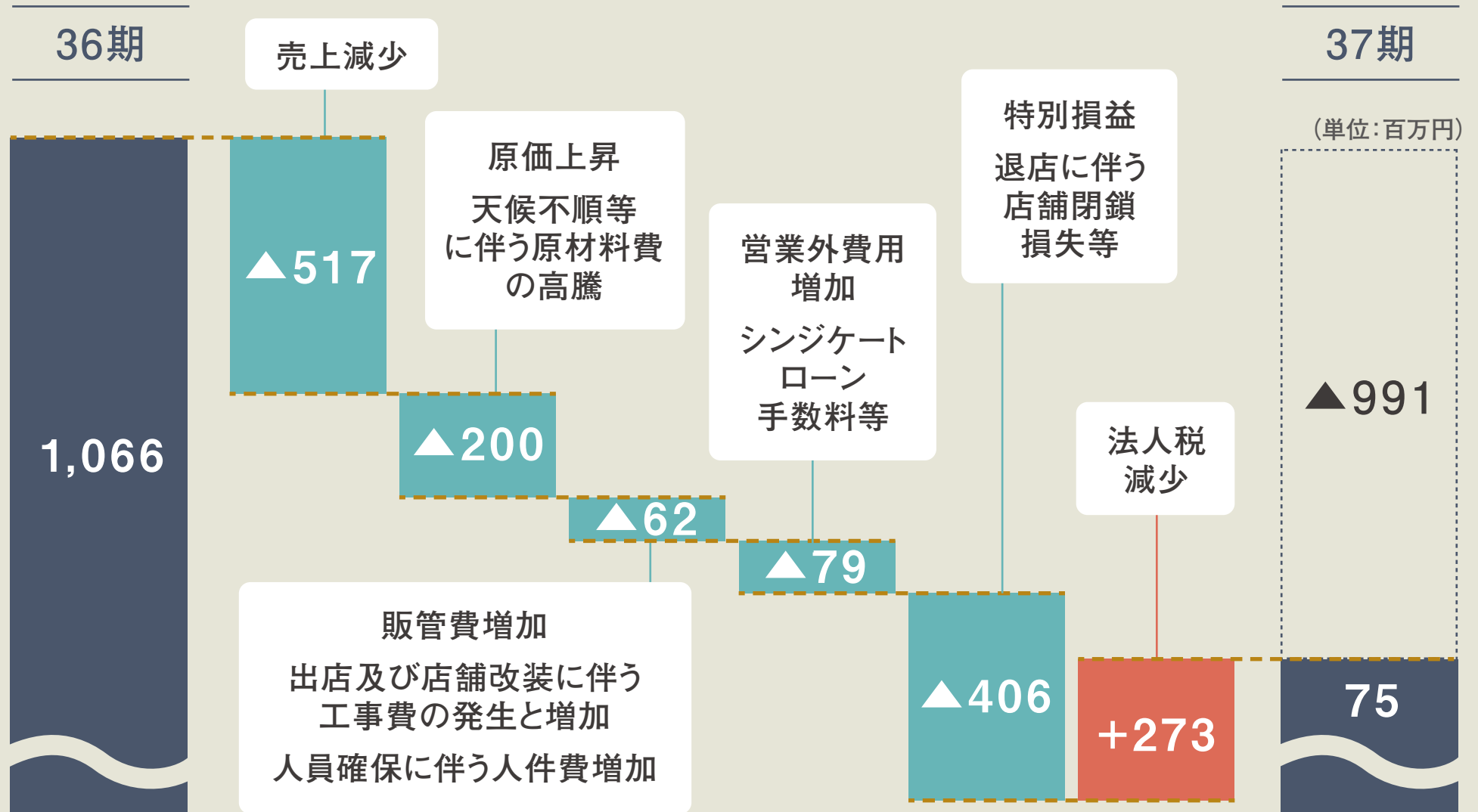
(単位：百万円)

	2018年3月期(36期) 実績		2019年3月期(37期) 実績		前期比	修正 予算比
		構成比		構成比		
売上高	11,642	100.0%	10,948	100.0%	▲6.0%	+0.2%
営業利益	1,519	13.1%	740	6.8%	▲51.2%	+4.0%
経常利益	1,521	13.1%	663	6.1%	▲56.4%	+6.3%
当期純利益	1,066	9.2 %	75	0.7%	▲92.9%	+6.9%
1株当たり純利益(円)	25.4	—	1.7	—	▲93.2%	+6.7%
1株当たり配当金(円)	10.00	—	3.00	—	—	—

売上の主な変動要因



利益の主な変動要因



37期配当金について

2019年3月期(37期)配当金額

(単位:円)

中間配当金	0.00円	年間配当金	3.00円
期末配当金	3.00円	配当性向	173.0%

当期中間決算においては2店舗の閉鎖損失計上により赤字となったことから配当を見送らせていただきました。
期末配当については、特別損失などの特殊要因を除いた利益の額を基準とし、1株あたり3円の配当とさせていただきます。

連結貸借対照表要約

(単位:百万円)

	36期	37期	増減
総資産	22,875	21,873	▲1,001
現預金	9,408	7,115	▲2,292
有形固定資産	9,160	9,436	+275
負債	12,208	12,218	+10
有利子負債	9,743	10,315	+572
資産除去債務	293	327	+33
純資産	10,666	9,655	▲1,011
利益剰余金	8,711	8,652	▲59
自己株式	▲ 1,791	▲ 2,791	▲999
自己資本比率	46.5%	43.7%	▲5.9%
ROA(総資産経常利益率)	7.1%	3.0%	—
ROE	10.0%	0.8%	—

連結貸借対照表 要約

POINT

総資産

現預金2,292百万円減少

有形固定資産275百万円増加

- 新規出店に伴う設備投資等により2,530百万円増加
- 譲渡・退店及び減価償却により2,255百万円減少

総資産

有利子負債572百万円増加

資産除去債務33百万円増加

純資産

利益剰余金59百万円減少

自己株式の取得により999百万円減少

連結CF計算書要約

(単位:百万円)

	36期	37期
税金等調整前当期純利益	1,531	267
店舗閉鎖損失	—	417
減価償却費	551	684
法人税等の支払額	▲362	▲339
営業キャッシュフロー	1,774	754
有形及び無形固定資産の取得による支出	▲2,063	▲2,585
有形固定資産の売却による収入	1,100	333
投資キャッシュフロー	▲995	▲2,202
長期借入れによる収入	—	4,000
長期借入金の返済による支出	▲3,830	▲3,689
自己株式の売却による収入	5,924	—
自己株式の取得による支出	—	▲999
配当金の支払額	▲702	▲137
財務キャッシュフロー	1,383	▲843
現金及び現金同等物期末残高	9,408	7,115

連結CF計算書要約

POINT

営業キャッシュフロー

- ①税金等調整前当期純利益267百万円
- ②店舗閉鎖損失417百万円
- ③減価償却費684百万円
- ④法人税等の支払により339百万円支出

投資キャッシュフロー

- ①有形固定資産の売却により333百万円獲得
- ②有形及び無形固定資産の取得により2,585百万円支出

財務キャッシュフロー

- ①長期借入金の返済により3,689百万円の支出
- ②自己株式の取得により999百万円の支出
- ③配当金の支払等により137百万円の支出

当期に実施した2店舗の閉店と 2店舗の譲渡について

「アイコニック」(東京都中央区)、
「ブラッスリー ポール・ボキューズ ラ・メゾン」(愛知県名古屋市)の閉店

開業以降、店舗を取り巻く外部環境が著しく変化した当該2店舗について、定期建物賃貸借契約の満了を機に(「アイコニック」2018年12月31日付、「ブラッスリー ポール・ボキューズ ラ・メゾン」2019年1月14日付)を閉店し、店舗閉鎖損失417百万円を特別損失として計上。

当期に実施した2店舗の閉店と 2店舗の譲渡について

レストランひらまつ高台寺」(京都市東山区)、
「高台寺十牛庵」(京都市東山区)の譲渡

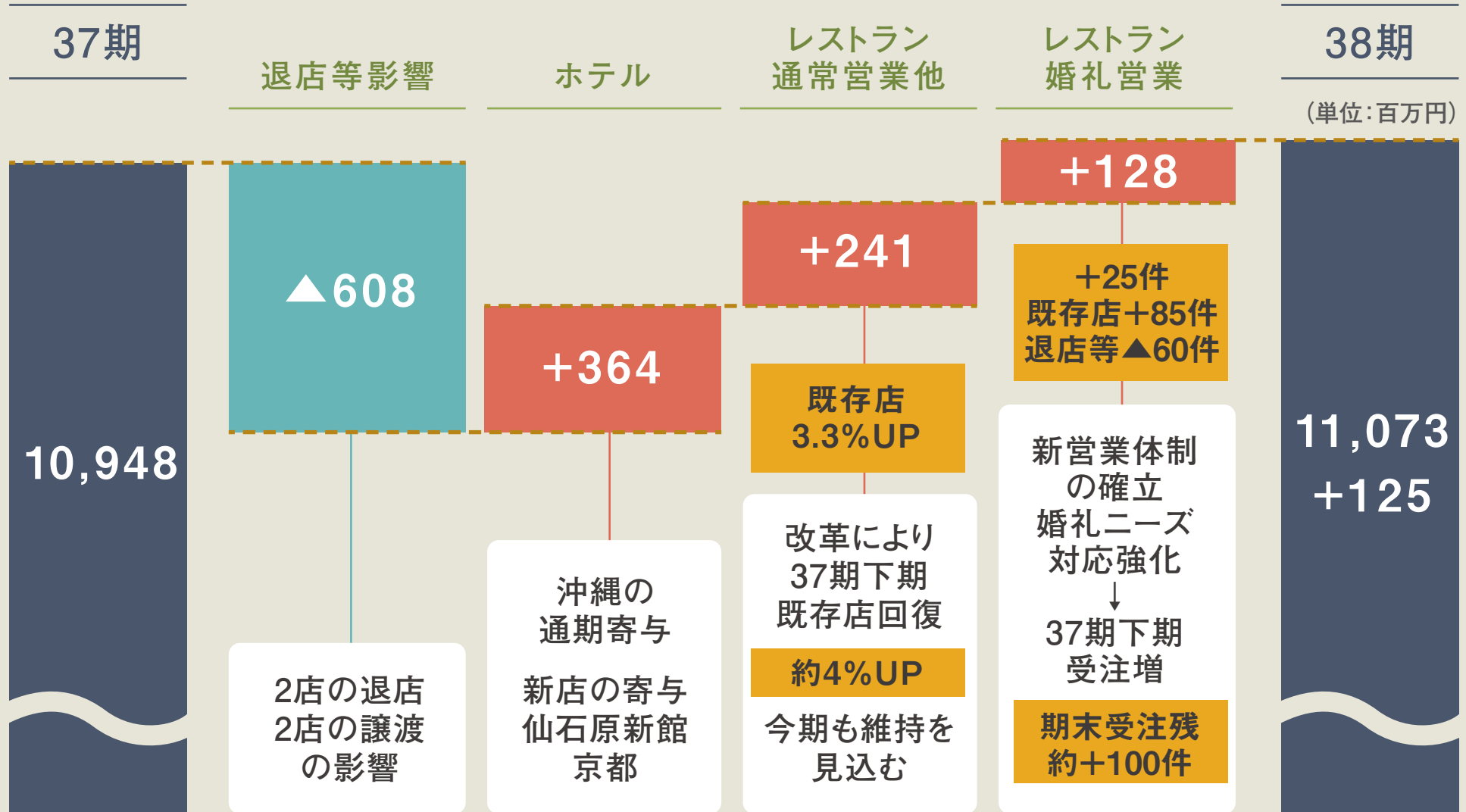
2017年9月に開業した当該2店舗は、収益化に時間を要しており、
今後も相当な時間を要すると見込まれたことから、
将来にわたる経済合理性及び人材育成の重要性を鑑み、
2019年1月1日を以て株式会社ひらまつ総合研究所へ譲渡。

連結業績予想

(単位：百万円)

	2019年3月期(37期)実績		2020年3月期(38期)予想		前期比
		構成比		構成比	
売上高	10,948	100.0%	11,073	100.0%	+1.1%
営業利益	740	6.8%	992	9.0%	+33.9%
経常利益	663	6.1%	953	8.6%	+43.7%
純利益	75	0.7%	621	5.6%	+724.9%
1株当たり純利益(円)	1.7	—	14.40	—	+730.5%
1株当たり配当金(円)	3.0	—	4.3	—	+43.3%

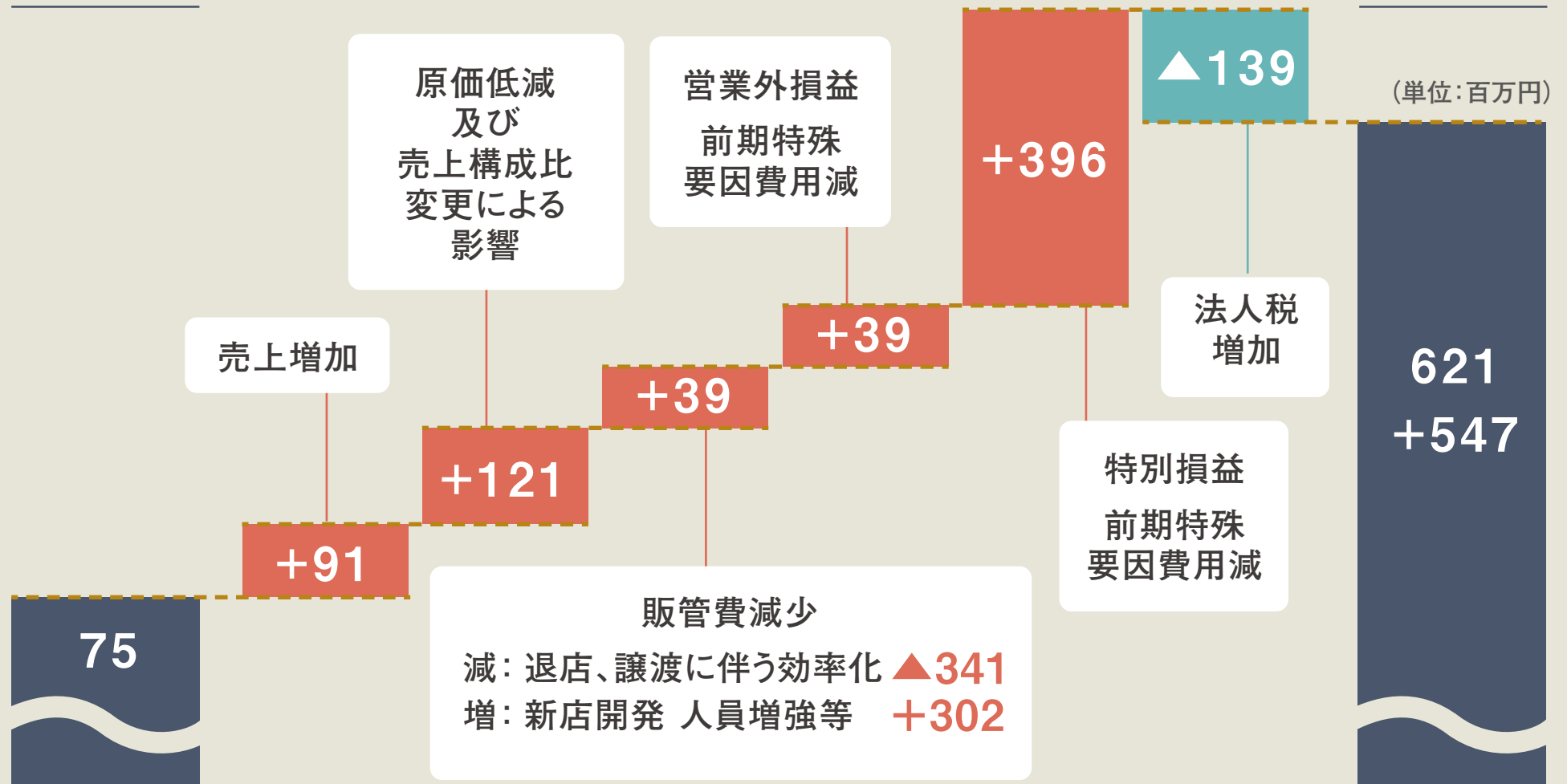
38期売上の主な変動要因



38期利益の主な変動要因

37期

38期



38期配当金について

2020年3月期(38期)配当金額

(単位:円)

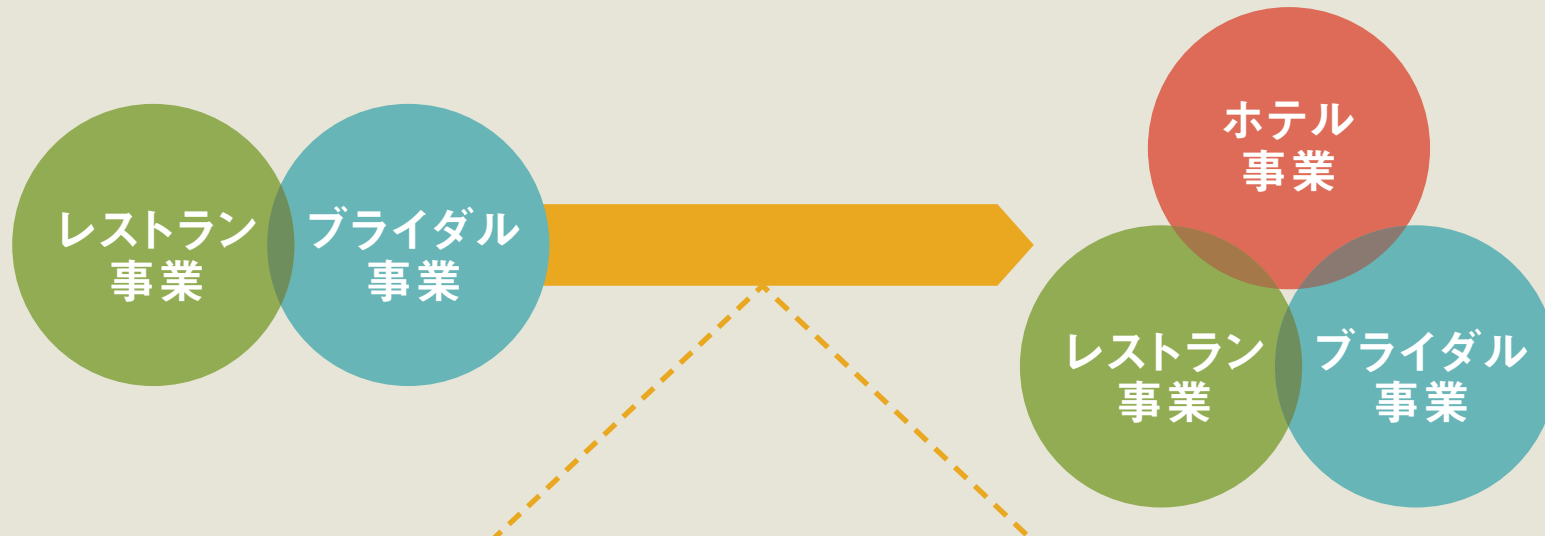
中間配当金	1.30円	年間配当金	4.30円
期末配当金	3.00円	配当性向	30.0%

配当の基本方針

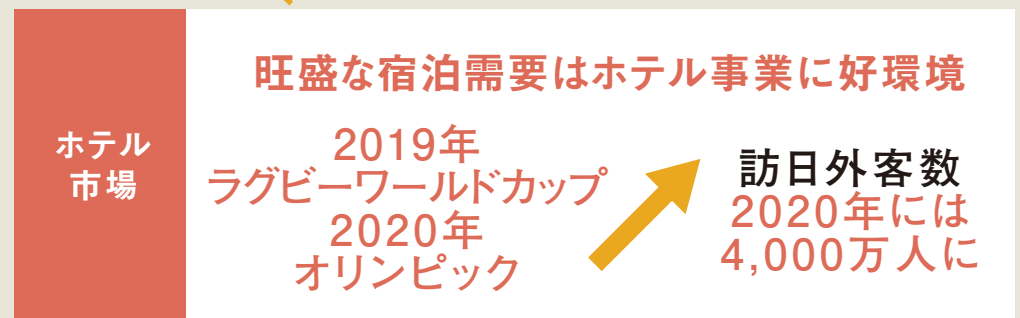
今後の企業価値の向上のための内部留保を確保しながら、業績に裏付けられた成果の配分として、配当性向30%を目処とした配当基本方針に基づき、株主の皆様への安定的な利益還元を継続。

事業構造変革について

少子化やマーケットの変化によりブライダル事業の収益状況が大きく変化、次なる成長に向け第3の柱となるホテル事業に参入し事業構造変革を推進。

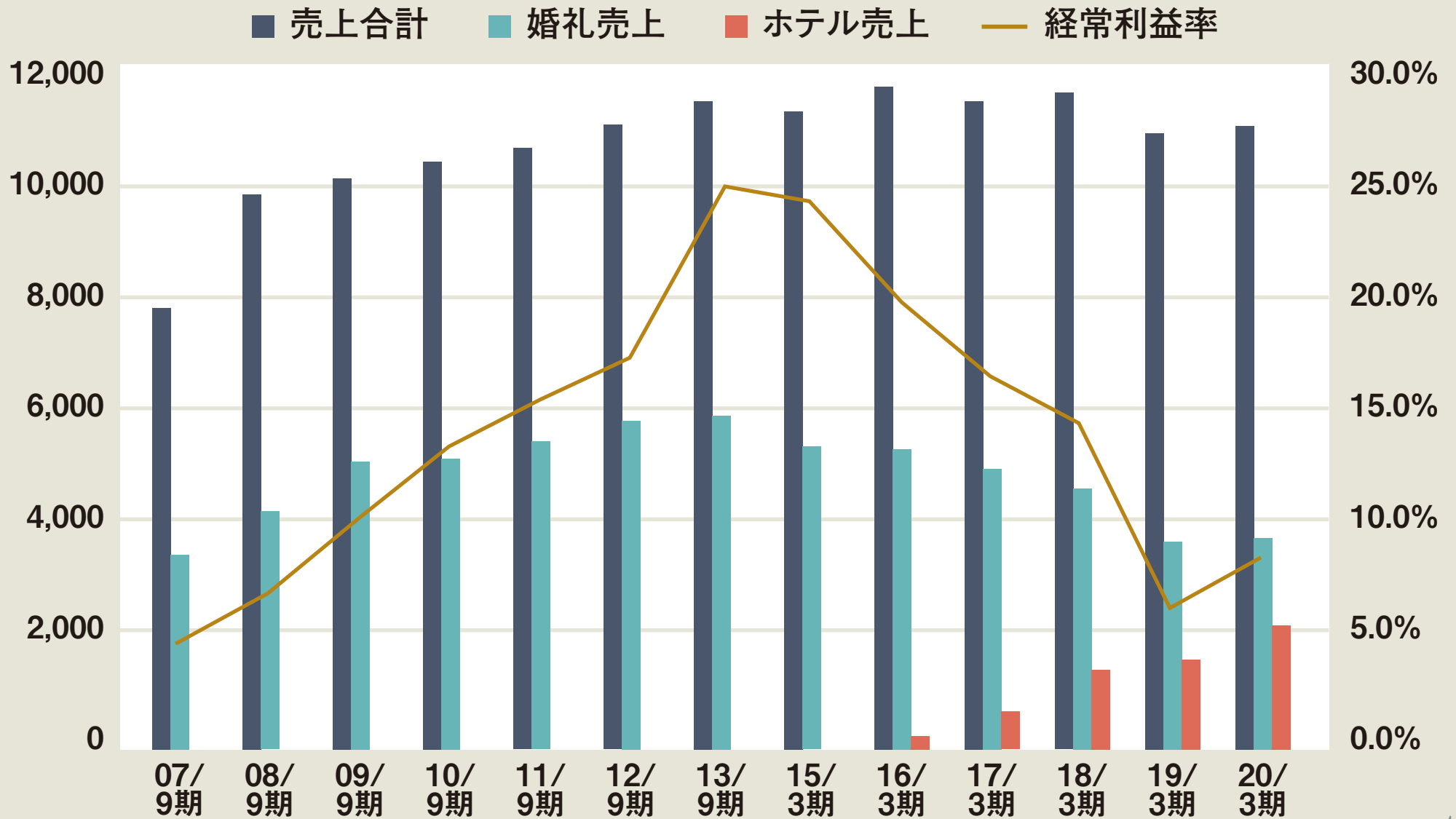


出典：厚生労働省HPより



出典：日本政府観光局HPより

売上と経常利益率の推移



37期のトピックス

THE HIRAMATSU HOTELS & RESORTS 宜野座

「滞在するレストラン」からホテル事業は次なるステップへ
サービス・宿泊のすべてにおいて高い付加価値を追求した
「滞在型プライベートリゾートホテル」



2018年7月14日
沖縄・宜野座に新規開業

出店場所 沖縄県国頭郡宜野座村
出店面積 土地面積 22,283㎡
計画延床面積 3,970.40㎡
店舗設備 客室19室
(連棟ヴィラ:客室14室、
ヴィラ:客室5室)、
レストラン(ダイニング・個室)
カフェ、プール、スパ





レストランMINAMI

ブランド力強化のためのレストランリブランド

既存店舗のブランド力を強化することでより一層の高付加価値をもつレストラン・ブランドを創出
シェフの名を冠した新たなフランス料理新ブランドが開業



2018年9月13日
札幌・駅前通に開業

出店場所 札幌市中央区北2条西4-1
赤レンガテラス4階
電話番号 011-252-3471
平均客単価 昼 5,500円、
夜 14,000円





今後の展望

1. 38期のレストラン・リブランド
2. 38期の新規開業ホテル
3. 38期以降の新規出店方針・計画

カフェ&トラットリア ミケランジェロ

レストラン事業の強化を目的とした
店舗の改装・リブランドならびに新ブランドの誕生



2019年4月7日
東京・広尾に開業

カフェ

席数 テーブル店内58席、
テラス席10席、立ち飲み
カウンタースペース有り
平均客単価: 1,500円

トラットリア

席数 テーブル50席
平均客単価: 4,500円





THE HIRAMATSU HOTELS & RESORTS
仙石原 レジデンス

リゾート型スモール・ラグジュアリー・レジデンスを箱根仙石原の
既存ホテル隣接地に2019年9月14日に開業予定。
新たなホテル業態に挑戦



ホテル概要

所在：神奈川県足柄下郡箱根仙石原

客室

全9室（全室温泉内風呂付）

ステュディオ	33～43㎡	3室
コンフォート	61～64㎡	2室
プレジデンシャル	82～98㎡	4室
スイート		

付帯設備

貸切露天風呂、カフェ、ライブラリー



THE HIRAMATSU 室町（仮称）

当社初の都市型ラグジュアリー・ホテルを京都市中心部に2020年3月初旬開業予定。
ホテル開発は新たな領域へと着実に前進

2016年のホテル事業参画以来「滞在するレストラン」シリーズとしてブランド確立した
「THE HIRAMATSU HOTELS & RESORTS」から
新たなホテル・ブランド「THE HIRAMATSU」が誕生。29室の都市型ラグジュアリー・ホテルは
ホテル事業の着実な歩みと次への事業展開への布石。




ホテル概要

所在：京都市中京区室町通姉小路下る役行者
客室：全29室（54.8㎡～104.4㎡）
付帯設備：日本料理店（当社直営）、
イタリア料理店（当社直営）、
ラウンジ、バー、中庭 等
想定ADR：100,000円
レストラン想定客単価（夜営業のみ）：
日本料理 30,000円、
イタリア料理店15,000円




ひらまつホテルズ グローバルサイト



WHO WE ARE
 OUR HOTELS
 FACT SHEETS & BROCHURES
 PHOTO GALLERY
 LATEST NEWS
 INQUIRY
 HOTEL WEBSITE

This is the official website of Hiramatsu Hotels, the hotel brand of Hiramatsu, Japan's leading luxury restaurant group. Hiramatsu Hotels (luxury hotels all the best destinations around Japan, including Nagasaki, Atami and Okinawa.



WHO WE ARE

Hiramatsu Hotels is the luxury hotel brand of Hiramatsu, Japan's leading luxury restaurant group. The Hiramatsu Hotels are divided into two categories: The Hiramatsu Collective, the luxury brand, and Pleasure, the premium brand.

OUR PASSIONS


- 1 HEART-WARMING ATMOSPHERE**
 We create a heart-warming atmosphere with a warm and friendly staff, delicious food, and comfortable rooms.
- 2 PROFESSIONAL FOODIES**
 We have a professional foodie team that provides delicious food and drinks.
- 3 LOCAL ATTRACTIONS**
 We offer a variety of local attractions and activities for our guests.
- 4 SOMETHING EXTRAORDINARY**
 We provide a unique and extraordinary experience for our guests.
- 5 PROUD YET HUMBLE**
 We are proud of our achievements but remain humble and focused on our guests.



WHO WE ARE

Hiramatsu Hotels is the luxury hotel brand of Hiramatsu, Japan's leading luxury restaurant group. The Hiramatsu Hotels are divided into two categories: The Hiramatsu Collective, the luxury brand, and Pleasure, the premium brand.

OUR STORY


Hiramatsu Hotels is the luxury hotel brand of Hiramatsu, Japan's leading luxury restaurant group. The Hiramatsu Hotels are divided into two categories: The Hiramatsu Collective, the luxury brand, and Pleasure, the premium brand.



ホテル事業とレストラン事業を同じ施設内で行うメリットを追求し、
両事業の相乗効果を狙う

	ホテル	レストラン
施設の活用	館内施設の充実	出店地の確保
集客・送客	◎	◎
ブランド力相互補完	◎	◎
営業機会創出	◎ (料飲売上がホテル売上を補完)	◎ (朝食営業)
初期投資の効率化	○	◎◎
運営現場の効率化	◎	◎
運営費用の圧縮化	◎	◎

今後のホテル開発は、レストランとの複合一体開発型を推進



ホテル事業は当社の強みであるレストラン事業を活かす事業であり、ホテルとレストラン相互の訴求力、付加価値を高める



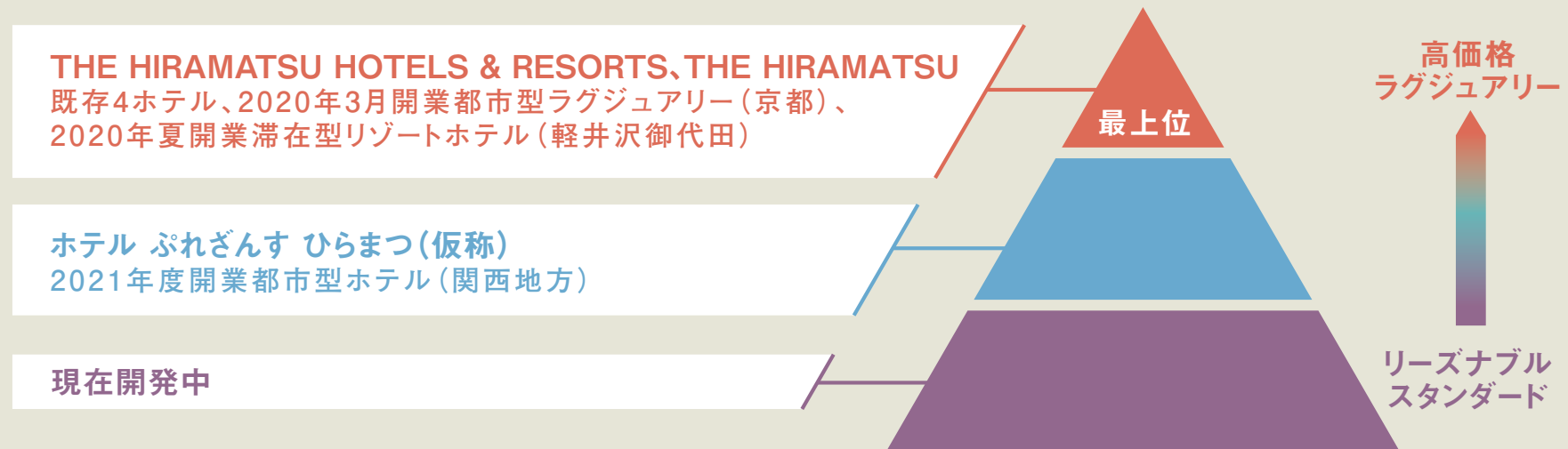
レストラン事業を活かすことにより、競合ホテルとの差別化を図ることが可能



ホテルとレストランの一体開発・開業は、新たな事業創出の機会となる可能性を秘める

最上位ブランドを頂点とした ホテル・ブランド・ヒエラルキーを確立

「THE HIRAMATSU HOTELS & RESORTS」、「THE HIRAMATSU」を
最上位ブランドとし、新たなターゲット層を取り込む新規ホテル・ブランドを開発し、
出店戦略の多様化を図る



最上位ブランドを頂点とした
ホテル・ブランド・ヒエラルキーを確立

ブランド	1ホテル 当り 客室数	付帯する 料飲設備 (レストラン分類)	出店地	平均 客室 面積	1泊2名利用時 の料金
THE HIRAMATSU HOTELS & RESORTS、 THE HIRAMATSU	～ 50室	グラン・メゾン	国内外リゾート地・ 主要都市	60㎡超	約14万円 (夕朝食込)、 約8万円 (朝食のみ込)
ホテル ぷれざんす (仮称)	51室～	ブラスリー、 トラットリア	国内外リゾート地・ 主要都市	40㎡	約5万円 (朝食のみ込)
(開発検討中)	51室～	カフェ、 ブラスリー	主要都市	25㎡	約3万円 (朝食のみ込)

ホテル事業は料飲主体から客室主体のホテル事業へシフト

「滞在するレストラン」を確立、今後もこのスタイルでの出店を継続する一方で、
51室超の都市型ホテルに臨み、新たなホテル事業の領域に進出して行く

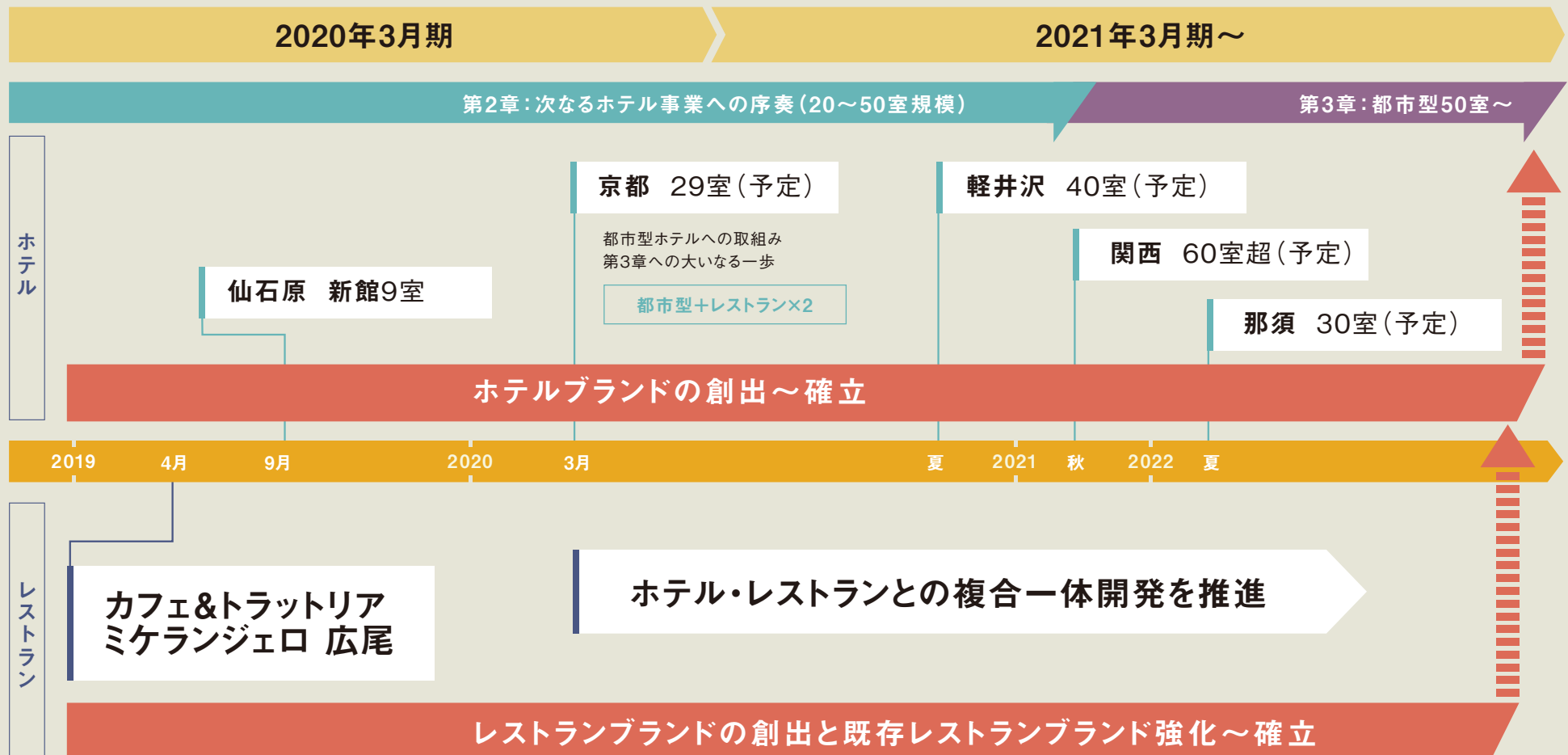
2020年以降の新規ホテル出店概要

(現時点での予定を記載)

出店時期	場所	タイプ	客室数	付帯施設
2020年夏	長野県北佐久郡御代田町	滞在型リゾートホテル	40室	レストラン、サロン、温泉、テニスコート他
2021年秋	関西地方	都市型ホテル	60室超	レストラン、カフェ他
2022年夏以降	栃木県那須郡那須	滞在型リゾートホテル	30室超	レストラン、温泉他

今後の展望 -2. ホテル出店概要

段階的なホテル開発と並行してホテル・レストランブランドの創出、強化を推進し、ラグジュアリーブランドとして確立させ、都市型ホテル事業の新領域に臨む。



強固な事業執行体制の構築とガバナンスの強化

事業執行体制をより確かなものとするため、
ガバナンス強化策として新たに社外取締役2名の就任を予定

楠本 正幸 氏

- ・当社資本業務提携先であるNTT都市開発(株)の代表取締役副社長に2017年6月就任、現職。
- ・今後のホテル事業拡張に向け、開発フェーズにおける建築設計、事業性評価等の強化を目指す。

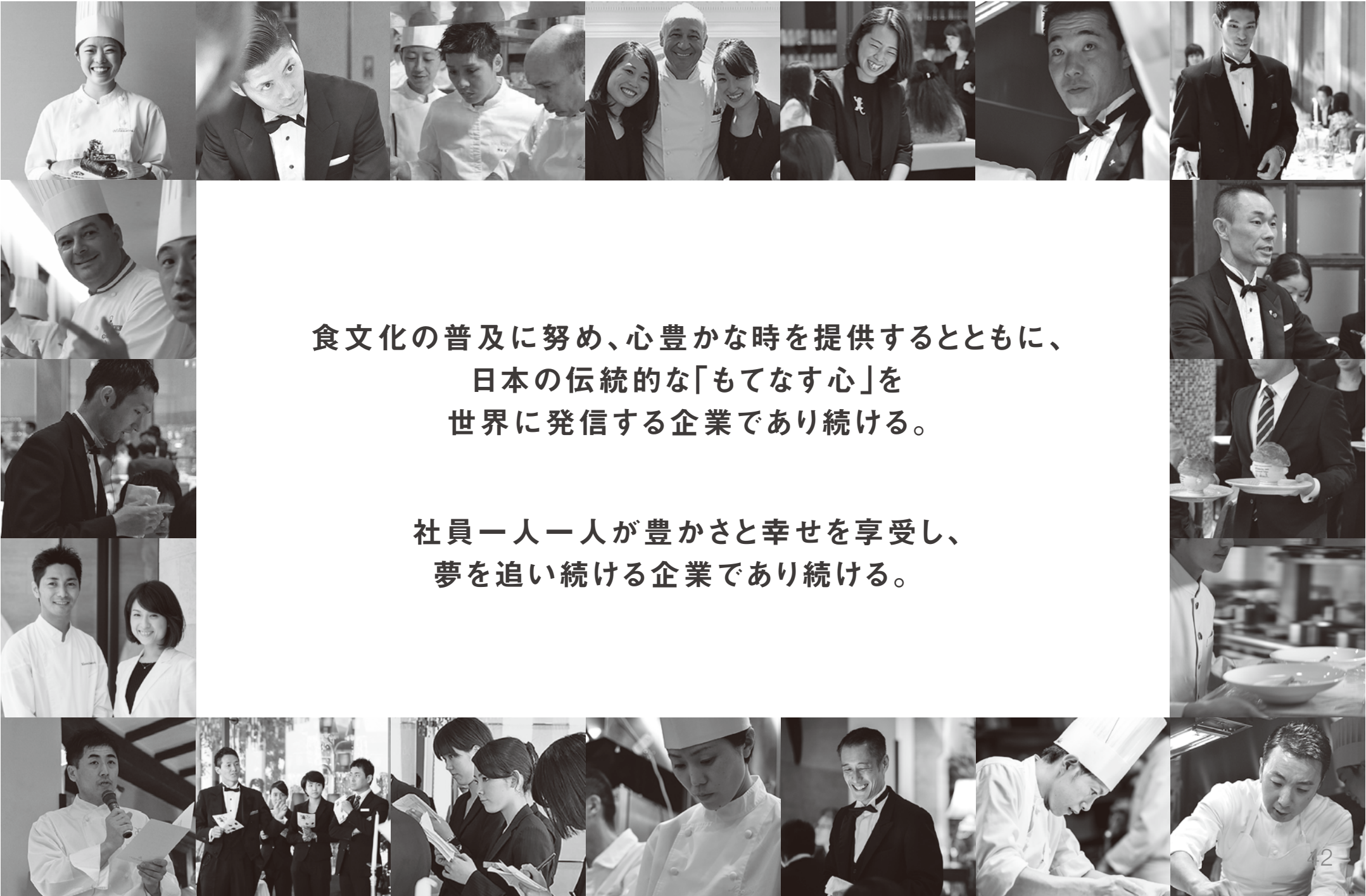
強固な事業執行体制の構築とガバナンスの強化

事業執行体制をより確かなものとするため、
ガバナンス強化策として新たに社外取締役2名の就任を予定

青柳 正規 氏

- ・元文部科学省文化庁長官。東京藝術大学特任教授ならびに山梨県立美術館長、学校法人多摩美術大学理事長も務める。
- ・公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会文化・教育委員会委員長現職。
- ・新規ホテル出店先である国際観光都市・京都や国内各地の既存ホテル、レストランへの海外富裕層の集客アプローチなどの取組み強化を目指す。

経営理念



食文化の普及に努め、心豊かな時を提供するとともに、
日本の伝統的な「もてなす心」を
世界に発信する企業であり続ける。

社員一人一人が豊かさと幸せを享受し、
夢を追い続ける企業であり続ける。

免責事項

本資料に記載されている事項は証券投資に関する情報の提供を目的としたものであり、勧誘を目的としたものではありません。

また、本資料に記載されている、株式会社ひらまつグループの現在の計画、戦略、確信等のうち、歴史的事実でないものは将来の業績等に関する見通しであり、リスクや不確定要素を含んでおります。

実際の業績は、さまざまな重要な要素により、これら業績見通しとは大きく異なる結果となりうることをご承知おきください。

最終的な投資決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

株式会社 ひらまつ