

第2章 外食上場企業 78社 企業別現状分析の見方と注意事項

p. 138~p. 239 売上高 100 億円以上の企業

1	企業名	直近決算以降に商号変更している場合、新商号を記載した。
2	ランキング・特徴	外食上場企業ランキング2010(「売上高」、「売上高伸び率」、「経常利益率」、「総資産経常利益率」、「自己資本比率」)の各ランキングにおいてベスト10にランクインしている場合、また、「直営比率100%」「FC比率51%以上」、「CKあり」、「海外出店あり」の場合には、マークを付した。
3	どんな企業?	「どんな企業?」が一目でわかるよう、その特徴を一行にまとめた。
4	業績早見表	直近の業績(売上動向)が一目でわかるよう、直近年度の売上高増減、店舗数増減、既存店売上前年比のそれぞれについて、矢印で示した。増減率が10%未満の場合は斜めの矢印(「/」または「\」)とし、同10%超の場合は垂直方向の矢印(「↑」または「↓」)とした。
5	企業の基本的プロフィール	上段:本店所在地住所・本社電話番号/代表者役職氏名/資本金/法人設立年月/株式上市市場名 下段:左から、親会社等(親会社、その他の関係会社、支配株主)がある場合、その名称と議決権被所有比率。支配株主については、証券取引所を通じて公開のあったもののみ記載。/連結決算ありの場合、連結子会社数と子会社名(可能な限り全社。欄が不足する場合、主な企業名)/経営理念(原則として有価証券報告書・決算短信に明記のある場合のみ。)/中長期経営計画等の策定があり、かつ、その中に定められた定量的な目標が、原則として決算短信に明記されていれば記載した。定性的目標は対象外。下段についてはスペースが不足する場合は2段にわたっている。 また、右欄に、当該企業の沿革を整理した。
6	直近5期の業績	直近5期の決算数値(売上高・同前年比、経常利益額・同前年比、経常利益率、当期利益、ROA、総資産額・純資産額、自己資本比率、店舗数)を記した。(2010年8月期~2011年6月期決算を直近とする。以下、「直近」という場合、全て同様である。) なお、上場後5期を経っていない企業において、5期分のデータとなっていない例がある。その場合、8~12のグラフについても同様である。
7	ポジショニング・マップ	当該企業の主たる展開業態におけるポジショニングマップである。【左側:ポジショニング(1)】縦軸は売上高(FY10)、横軸は売上高増減率(FY10の対FY08伸び)であり、売上高は50億刻み、増減率は2%刻みとし、売上高1,000億円以上は1,000億刻みで、増減率20%以上はまとめてプロットした。【右側:ポジショニング(2)】縦軸は売上高(FY10)、横軸は経常利益率(FY10)とし、売上高は50億刻み、利益率は0.5%刻みとし、売上高1,000億円以上は1,000億刻みで、経常利益率10%以上及び経常赤字はそれぞれまとめてプロットした。(なお、業態分類については、当該企業において直近年度末の店舗数ベースで51%以上を占める業態がある場合、その企業の主たる展開業態とすることを原則とし、これに該当する業態がない場合、「多業態」とした。)
8	売上高推移グラフ(直近5期)	直近5期の売上高データをグラフ化した。
9	経常利益率推移グラフ(直近5期)	直近5期の経常利益率データをグラフ化した。
10	総資産額・純資産額推移グラフ(直近5期)	直近5期の総資産額及び純資産額データをグラフ化した。
11	自己資本比率推移グラフ(直近5期)	直近5期の自己資本比率データをグラフ化した。

『外食上場企業総覧 2011』 サンプル (第2章の見方と注意事項)

12	店舗数推移グラフ(直近5期)	直近5期の店舗数データをグラフ化した。なお、ここでの店舗数は、FC店舗も含み、連結決算のある場合は連結ベースとし、さらに、(これは主に海外においてであるが)持分法適用関連会社等の連結外の店舗も決算資料に記載があれば、含めた。そのため、企業によっては、公表されている期末店舗数と、完全には合致しない場合がある。なお、これは当該企業が所有し管理する店舗ブランドについて適用するのであって、単に関連会社であるというだけの場合は、含めない(分かりやすい例でいえば、グルメ杵屋の店舗数に、その持分法適用関連会社である元気寿司の店舗数は、含まれない。)
13	国内店舗展開エリア(都道府県)MAP(直近2期)	当該企業の国内店舗展開エリア(都道府県)について、直近2期分をマップ化し、展開都道府県数、国内店舗数を記載した。マップ上で、グレーに色塗りしているのが店舗がある都道府県で、うち、最も店舗数が多い都道府県は濃いグレーとした。店舗は直営及びFCがある場合はFCも含む。
14	チェーン展開方式別店舗数	直近決算期末日時点における、直営・FC店舗数を記載。期中の出退店などの状況を右欄にまとめた。
15	展開ブランド別 店舗数・増減数	直近決算期末日時点における、展開ブランド名称・業態分類・店舗数・店舗数増減(前期末比)を一覧表にした。(原則として対象決算時点での、決算短信又は有価証券報告書における情報とし、それ以外をデータソースとした場合には、その旨付記した。)当期に出店された新業態・新ブランドには、ブランド名の前に★を付した。 下から2行目が店舗数、最下行が前期末からの増減数である。 なお、業態の分類については、当研究所の主観によっており展開当事者等の見解と一致しない場合もあると思われる。また、ブランドについて、展開店舗数の少ないもの(10店舗以下を目安。但し展開ブランド数・店舗数の多いものには例外的処理をしたものがある。)や、当該企業の特徴を知る上で重要性が低いとみなしたもの等については、「その他」としている場合がある。
16	直営・FC比率グラフ/業態構成グラフ/ブランド構成グラフ	直近決算期末日時点における、直営・FC比率、業態構成、ブランド構成について、それぞれ円グラフとし左から順に置いた。
17	海外進出状況	本調査対象決算時点における海外進出状況について、進出年・進出国(進出国別店舗数)・海外総店舗数・現地法人名を上欄に記載し、現状・特徴等について下欄にまとめた。(非連結子会社や持分法適用関連会社等、連結の範囲に含まれない企業の海外進出についても含む。)進出年は、店舗展開のための現地法人設立、FC契約締結の、いずれか早い時期とした。))
18	CK(セントラルキッチン)・自社工場 整備状況	CK・自社工場があれば記載した(外部業者に委託している場合等は含まず、自社の施設として設備投資しているものに限る)。また、CK等の有無に関わらず、生産・製造や物流面での特徴があれば付記したことがある。また、該当施設がない場合は、この欄自体を省略したことがある。
19	株主構成とその特徴	上欄:大株主のうち1位～3位について記載した。順位について黒字に白の数字のものは、主要株主。株主順位右の矢印は前年度からの順位変動を、所有比率右の矢印は前年度からの比率増減を、それぞれ示す。なお、役員・創業者以外の個人がこれに該当する場合には、個人名は伏して(個人株主)として表記した。株主順位右の矢印は前年度からの順位変動を、所有比率右の矢印は前年度からの比率増減を、それぞれ示す。下欄:大株主4位以下についての特記事項や株主構成の特徴について記載した。
20	役員構成とその特徴	左上欄:代表取締役の氏名と属性(創業者・創業者/親会社等/外部出身/その他)を記載。左下欄:左より、取締役人数、社外取締役人数(内数)、執行役員制度導入有無、監査役人数を記載。なお、執行役員については、有価証券報告書における「役員の状況」注釈欄又は「コーポレート・ガバナンスの状況」において執行役員制度導入の旨明記があり把握できる場合のみ記載した。 右欄:役員構成の特徴についてまとめた。 なお、役員の状況については、直近決算時点(決算期末日)ではなく、当該決算の有価証券報告書が公表時点での情報である。
21	主な取引先 その他特徴的ステークホルダー等	主な取引先の社名を記載した。(有価証券報告書の買掛金相手先として記載があった取引先名を記載。純粋持株会社である場合はこの欄自体を省略した。) また、メーカーや商社等との密接な関係や、同業他社との提携関係等がみられる場合には、「その他特徴的ステークホルダー等」欄を設け、まとめた。特記事項がない場合はこの欄を省略した。

p. 240～p. 266 売上高 100 億円未満の企業

100億以上の企業と比べ、掲載項目が少なくなっているが、各項目の見方は同じである。
掲載項目は、企業名、ランキング・特徴、どんな企業?、企業の基本的プロフィール、直近5期の業績、沿革、展開ブランド別店舗数・増減数、海外進出がある場合は海外進出状況、売上高推移グラフ・経常利益率推移グラフ・店舗数推移グラフ・自己資本比率グラフ(各直近5期)、直営・FC比率グラフ・業態構成グラフ・ブランド構成グラフである。

p.3「本書(調査)の前提条件」も御覧ください。