

SFPホールディングス、2Q純利益は前年同期比55.8%増 今期2回目の自己株式を取得

2017年10月16日に行われた、SFPホールディングス株式会社2018年2月期第2四半期決算説明会の内容を書き起こしでお伝えします。

(1) 業績の概要

(1)業績の概要



売上高	18,538百万円(前年同期比 + 4.5%)
経常利益	2,036百万円(前年同期比 +17.2%)
当期純利益	1,486百万円(前年同期比 +55.8%)

※ 平成29年2月期第3四半期連結会計期間より四半期連結財務諸表を作成しているため前年同期比の数値は参考値となります。



COPYRIGHT 2017 SFP Holdings Co., Ltd. All Rights Reserved.

2

佐藤誠氏：本日はご多忙のところお集まりいただきまして、ありがとうございます。SFPホールディングス株式会社代表取締役の佐藤でございます。よろしくお願いいたします。

それでは、早速でございますが、お手元の資料に沿って平成30年2月期第2四半期決算について、ご説明させていただきます。

業績の概要につきましては、売上高が185億3,800万円で、前年同期比プラスの4.5パーセント。経常利益は20億3,600万円で、前年同期比プラスの17.2パーセント。売上対比は11パーセント。

当期純利益は14億8,600万円で、前年同期比プラスの55.8パーセント。売上対比は8パーセントとなり、(平成29年)9月21日に発表しました修正予想を、わずかながら上回る着地となりました。

(2) 売上高の内訳

(2) 売上高の内訳



主力の鳥良・磯丸両事業で増収を継続

単位：百万円

	平成29年2月期 第2四半期（単体）		平成30年2月期 第2四半期（連結）			
					前年同期比	増減額
売上高	17,747	100.0%	18,538	100.0%	+4.5%	+790
鳥良	3,649	20.6%	4,064	21.9%	+11.4%	+415
磯丸水産	12,879	72.5%	13,161	71.0%	+2.2%	+282
その他	1,219	6.9%	1,311	7.1%	+7.5%	+92

既存店 前年比	3月	4月	5月	第1四半期	6月	7月	8月	第2四半期	上半期
売上	96.8%	98.6%	97.3%	97.7%	98.3%	96.1%	99.8%	98.0%	97.8%

- 鳥良事業
 - ・好調な「鳥良商店」を6店舗出店、前年同期比+11.4%。既存店前年比は97.8%。
- 磯丸事業
 - ・事業全体での売上は前期開業店舗の過期寄与および新規出店により+282百万円の増収。
 - ・既存店前年比はタブレット端末の導入および店舗の改装効果により97.4%。
- その他事業
 - ・3月以降、新業態の餃子製造販売店「トラ五郎」「いち五郎」を3店舗出店し、好調に推移。事業全体では+92百万円の増収。

※ 平成29年2月期第3四半期連結会計期間より四半期連結財務諸表を作成しているため、平成29年2月期第2四半期の数値は参考値となります。

COPYRIGHT 2017 SFP Holdings Co., Ltd. All Rights Reserved.

3

売上高の内訳となります。部門別になっております。

いちばん上の鳥良事業からでございます。鳥良においては、売上高が40億6,400万円で着地いたしました。鳥良事業においては、「鳥良商店」を6店舗出店したことを受けまして、前年同期比でプラスの11.4パーセント、4億1,500万円の増収となりました。なお、コメントにありますとおり、既存店前年対比は97.8パーセントで着地いたしました。

中段になりますが、磯丸水産においては、売上高が131億円で着地しております。前期に出店しました店舗がフル稼働したことによって、増収効果がございましたが、新規店に関しては1店舗にとどまっております、前年同期比プラスの2.2パーセント、2億8,200万円の増収となりました。なお、既存店の前年対比は97.4パーセントとなりました。

前年（平成29年2月期）で苦戦していたところでございますけれども、タブレット端末の導入や、店舗の改装効果も踏まえ、改善しております。そちらは、後ほど詳しく説明させていただきます。

一方、その他事業に関しましては、（平成29年）3月以降、新業態となります餃子の居酒屋「トラ五郎」「いち五郎」を3店舗出店。これは、非常に好調に推移することができました。

(3) 損益計算書の概要

(3) 損益計算書の概要



単位：百万円/下段は構成比

	平成29年2月期 第2四半期 (単体)	平成30年2月期 第2四半期 (連結)				概要 (数値は前年同期比較)
		計画 (修正前)	実績	前年同期比	増減額	
売上高	17,747 (100.0%)	18,229 (100.0%)	18,538 (100.0%)	+4.5%	+790	鳥良事業 +415 磯丸事業 +282 その他事業 +92
売上総利益	12,703 (71.6%)	12,998 (71.3%)	13,210 (71.3%)	+4.0%	+507	・物流費高騰などの影響
販管費	11,098 (62.5%)	11,377 (62.4%)	11,327 (61.1%)	+2.1%	+229	・前年同期に比べ▲20店舗の新規出店 その開業経費負担減 ・親会社グループ全体でのクロス ファンクショナルチームによる 採用の効率化を推進▲161
営業利益	1,605 (9.0%)	1,620 (8.9%)	1,882 (10.2%)	+17.3%	+277	
経常利益	1,737 (9.8%)	1,771 (9.7%)	2,036 (11.0%)	+17.2%	+299	
当期純利益	953 (5.4%)	1,118 (6.1%)	1,486 (8.0%)	+55.8%	+532	・特別利益に消費税免除益+486が発生 (平成30年2月期のみ)

※ 平成29年2月期第3四半期連結会計期間より四半期連結財務諸表を作成しているため、平成29年2月期第2四半期の数値は参考値となります。

それでは、損益計算書の概要でございます。

まず、1つ目のポイントといたしましては、売上総利益でございます。売上原価に関しましては、0.3パーセント上昇で着地いたしましたが、この要因としては、物流費を含めた食材の全般的な上昇があったということでございます。

今後このへんに関しては、売上原価がアップした分を吸収するようなメニュー開発を行って、対応する予定でございます。

続いて、販管費に関しましては、構成比で（前年同期の）62.5パーセントから、

（平成30年2月期第2四半期は）61.1パーセントとなりました。新規店舗の出店が、まず20店舗少なかったことによって、開業経費の負担が減収したこと。それ以外には、採用コストの全体的な見直しを踏まえまして、削減効果がありました。

これに関しては、SFP本体が基本的に深く見直しをしたわけですが、親会社グループ会社全体でクロスファンクショナルチームが稼働いたしまして、それによっていろんな角度から採用に対する当初の見直しを図ることが、非常に寄与するようになりまして、効果を上げております。

なお、特別利益といたしましては、今期のみでございますが消費税免除益として、プラス4億8,600万円発生しております。

(4) 貸借対照表の概要

(4) 貸借対照表の概要



単位：百万円/下段は構成比

	平成29年2月期末	平成30年2月期 第2四半期	
		前期末増減額	主な増減要因
流動資産	12,165 (46.3%)	12,369 (46.9%)	+204 現預金+274 売掛金+29 その他▲101
固定資産	14,092 (53.7%)	14,008 (53.1%)	▲84 のれん▲136
資産合計	26,257 (100.0%)	26,378 (100.0%)	+121
流動負債	5,121 (19.5%)	4,362 (16.5%)	▲759 買掛金+99 未払法人税等▲49 その他▲810
固定負債	961 (3.7%)	1,037 (3.9%)	+76 資産除去債務+176 長期借入金▲41 その他▲22
負債合計	6,083 (23.2%)	5,400 (20.5%)	▲683
純資産合計	20,174 (76.8%)	20,978 (79.5%)	+803 利益剰余金+1,103 自己株式▲333
負債・純資産合計	26,257 (100.0%)	26,378 (100.0%)	+120

続いて、貸借対照表の概要でございます。前期末との比較に関する主な要因については、資料の右側の欄をご確認いただければと思います。

基本的には新規出店によって、固定資産を中心といたしました資産の増加や、利益の積み上げによります純資産の増加など、事業の動きにともなう変動が中心でございます。

特筆するところといたしましては、純資産についてですけれども、直近で実行しております自己株式の取得も終わりました。利益の積み上げができております。

(5) 店舗展開の状況

(5) 店舗展開の状況

鳥良商店6店舗・磯丸水産1店舗・その他4店舗(うち2店舗は業態転換)を出店									
	(事業別)				(地域別)				
	鳥良	磯丸水産	その他	合計	東京 23区内	東京 23区外	首都圏 (東京以外)	関西/中部 九州圏	
平成29年2月末	45	150 (5)	12	207 (5)	100	27	66	14 (5)	
出店 (a)	+6	+1 (+1)	+2	+9 (+1)	+5	0	+3	+1 (+1)	
業態転換 による出店	0	0	+2	+2	+1	0	+1	0	
閉店 (業態転換に よるもの含む)	0	-4 [-2]	0	-4 [-2]	-3	0	-1	0	
平成29年8月末	51	147 (6)	16	214 (6)	103	27	69	15 (6)	
平成30年2月期 通期出店計画 (b)	+10	+10	0	+20	通期出店計画20店舗に対し9店舗 出店(進捗45%)。既に出店決定済 の店舗数は16店舗で推移				
(a)/(b)	60%	10%	-	45%					

※ [] 内は業態転換による閉店数で内数になります。

※ () 内はFC店舗数で外数になります。

これは店舗展開の状況でございます。今期、通期においては、計画といたしましては、20店舗の新規出店の計画をいたしました。大雑把に分けますと、磯丸が10店舗目、鳥良商店が10店舗目。合計で20店舗ぐらいが、当初の計画であります。この6ヶ月間、直営というかたちで9店舗の出店をしました。10店舗計画しておりますので、マイナスの1店舗。進捗率では、45パーセントとなっております。しかしながら、この(平成30年2月期)第3四半期での出店が、現時点で16店舗決定しております。ということで、第3四半期の時点では、この(上期の)6ヶ月に対して3ヶ月で、それを挽回しているという計画でございます。

(6) 出店9店舗 (鳥良商店・磯丸水産・いち五郎)

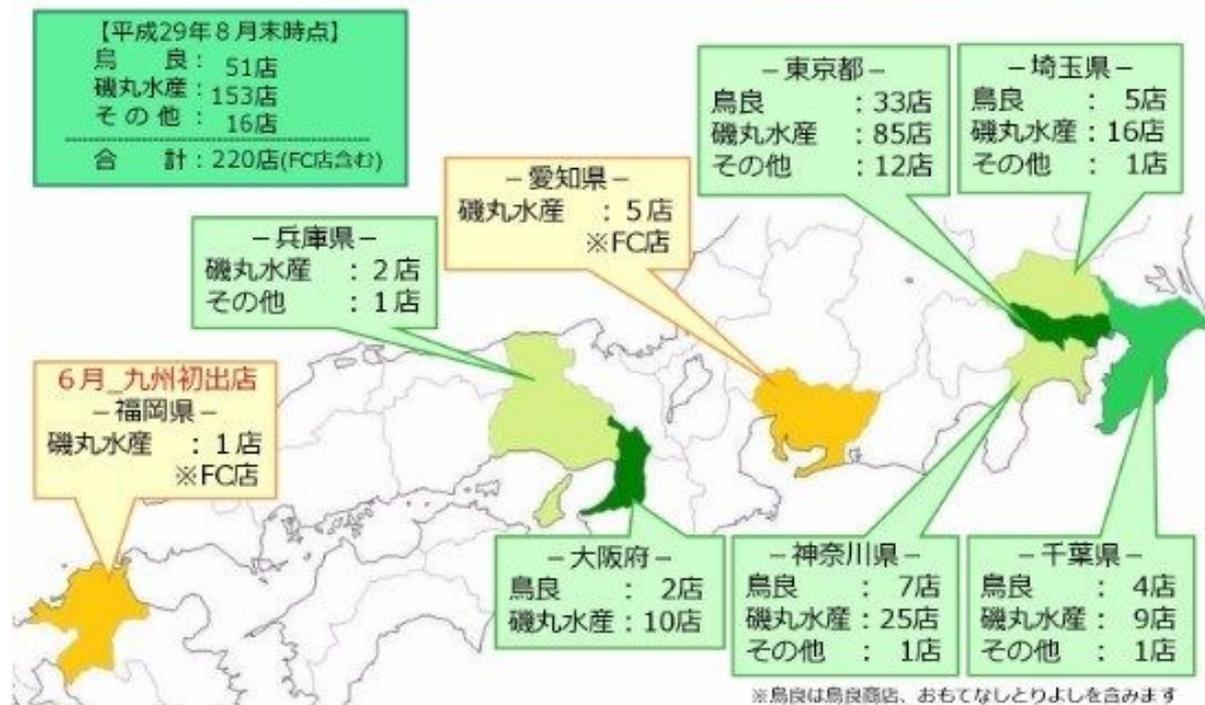
(6) 出店9店舗(鳥良商店・磯丸水産・いち五郎)



これは、今期6ヶ月間で9店舗出店したもののご紹介です。
鳥良商店につきましては、年間計画のうち、ほぼ10店ぐらいを計画しておりました。首都圏を中心に計画するという計画で、ほぼ今6店出店しておりますので、だいたい計画どおりに順調に推移していると考えております。
磯丸水産に関しては、残り10店舗ということで、今回は基本、大阪の方を中心に進めていこうという計画であります。この間に、新業態の開発が進んでおりました、餃子居酒屋を新宿にオープンしました。
これはもともと、磯丸水産があった新宿の小滝橋の業態転換であったわけですが、非常に好調に推移しております。もともとあった磯丸水産より、売上が高いという結果を踏まえて、次に世に出していくというかたちで進めています。
その結果、磯丸水産で50店舗ぐらい展開していますので、まずこの種の新規業態がうまくいっているということで、急ピッチでいろんなテストをかためようということになります。
その結果、磯丸水産の出店は少しセーブして、餃子業態の出店に今は力を入れているということであり、今後、このへんに関しては、いろいろ足元をしっかりと見ながら、より良い戦法を打ち出していくことを、しっかりと考えていきます。

(7) 店舗展開の状況

(7) 店舗展開の状況



これは、店舗展開の状況でございます。

エリアですけれども、（平成29年）8月の時点において、FC店舗が6店舗あります。それを踏まえまして、合計で220店舗となりました。当社は首都圏および関西圏において、直営点の出店にいちばん力を注いできたわけですが、その他の地方エリアに関しては、フランチャイズで考えていきます。

そこで、いちばん最初にあったのが名古屋。そして最近では、九州に1店舗オープンすることができたということです。この九州出店はFC店でございますが、ここも非常に順調に推移しています。

すでに次の店舗が決定しておりまして、（平成29年）11月中には2店舗目がオープンできるということでございます。

以上のことを考えると磯丸水産は、首都圏3県に続いて、愛知県、福岡県と広がってきているということでございます。

今後につきましては、引き続き首都圏・関西圏中心にしつつ、そこから今度はそれ以外のエリアに関しても、直営・FC両方から展開していきたいと考えています。

(8) 当年度における重点ポイントの進捗 ①/④

鳥良吉祥寺4号店



before



after

平成30年2月期における重点ポイントの進捗でございます。大きく分けて、重点ポイントが4つございました。その4点について、進捗をご説明させていただきます。まず、既存店の改装に関して説明いたします。既存店の改装ということで、25店舗の計画を立てていました。実際に、もう25店舗の改装が終了いたしました。改装ということにおいては、順調に推移しているというところです。

そもそもこの4つのところにおいて、最初に着眼したということにおいては、やはり全社的な前年対比です。当社の場合とはくに、売上経費やオープン経費が、非常に強い。

そのへんもあって、それほど大きなところを目指していなかったわけなんですけれども、それにしても全体で92.4パーセントだったわけです。

これはやはり、しっかり改善しなきゃいけないということで、その手の1つとして、とくに磯丸水産の既存店のでこ入れをするために、今回は出店計画を戦略的に40店舗くらいのペースから20店舗まで下げたわけです。

ここでまずしっかり既存店を立ち上げようということで、いくつかの戦略を立てました。当然1件出店もしましたので、サービスや商品レベルにおいても少し落ち込んでいた。それを含めて強化しなきゃいけない。

それと同時に、やはり5年以上経ってきた店ですから、すでに老朽化してきたんです。これをきれいにしなきゃいけないということで、この写真がビフォーアフターとなっています。

写真だとわかりづらいんですけども、そもそも5年ぐらい前の磯丸水産は、昔からあるような雰囲気でした。エイジング処理といいまして、わざと古ぼかせた店づくりだったんです。

でも5年・6年経つと、本当に古くなってきてしまうというか、暗くなってきてしまいます。ここで基本形ということを見ると、やはりもう少し明るくしてあげようということで、磯丸水産に関してはエイジングをとった処理、きれいな若さにしております。

また、今回は提灯をつけて、とくに目立つ感じを強めてあげる。それが改装の中の1つの策でありますし、店の中においてもいろいろなオペレーションの見直しを行いました。とくにわかりやすいのは、例えば座敷席だったものをテーブル席に変更して、非常に動員がしやすい、お客さまが座りやすい席に改良していったこと。

そのへんがブラッシュアップ、リニューアルオープン的な項目でありました。当初はこの体制によって、だいたい収入に対して同じくらいと読みましたが、結果的には非常に上回ってきまして、6ヶ月の平均で7.7パーセントの売上向上というかたちで着地しております。

そのへんの数字も見ながら、25店舗リニューアルだったんですけども、追加で3店舗、リニューアルを増やしました。その3店舗についても非常に順調に推移しているということで、磯丸水産が全部で28店舗のリニューアルということになりました。

(9) 当年度における重点ポイントの進捗 ①/④

(9) 当年度における重点ポイントの進捗 ①/④

鳥良吉祥寺4号店



before



after

COPYRIGHT 2017 SFP Holdings Co., Ltd. All Rights Reserved.

11

もう1つは鳥良になります。鳥良に関しては、ほぼ全面改装というかたちになります。資料には、吉祥寺4号店と横浜西口店の2店舗を記載いたしました。これは店舗を所有してから古くて、だいたいオープンから20年弱が経過していました。写真は両方とも左が昔、右が今です。今は両方ともきれいなんですけども、竣工写真を使ってまして、20年ぐらい前のオープンした当時の写真ですので、当然きれいになっているんですけども、だいたい20年経過してくると、非常にぼろぼろになってきていると。

中の設備に関しても、かなり限界を迎えたというかたちです。

そもそも吉祥寺店は、しっかり利益が出ていたお店でございます。ここは、リニューアルして継続して運営していくという判断で作り直したお店です。

また、横浜西口店もちょうど今取り掛かっている最中で、基本的には同じ考えで行っております。

(10) 当年度における重点ポイントの進捗 ①/④

鳥良吉祥寺4号店



before



after

これは、店舗の中です。昔のような、比較的薄暗い店づくりというコンセプトにおいてつくってきました。しかし最近では、比較的明るめで、パーテーションがあり、個室感がある店がお客さまには好まれる。そこで今回吉祥寺店に関しては、比較的明るく、そしてパーテーションを使い個室感を増やすというかたちで、リニューアルを行っております。

まだリニューアルしてわずかでございますけれども、わたしも現場に行き確認しました。お客さまの雰囲気も確認いたしましたけれども、大変喜んでいただいております。

横浜西口店に関しては、（平成29年）11月から営業開始する予定でございます。

(11) 当年度における重点ポイントの進捗 ②/④

② タブレット導入による
客単価のアップ



ディナー帯客単価が43円上昇
(平成29年2月期第3四半期(導入前)との比較)
ディナー帯客単価の前年比は
導入前91.8%から98.0%に回復



通常の注文の流れ



タブレットでの注文



- お客様の利便性を高め、提供時間を短縮することでサービスの向上・客単価の向上を図る
- インバウンド需要への対応
英語・韓国語・中国語(広東語・北京語)

続きまして、当年度の重要ポイントであります、タブレットの導入でございます。年々、既存店の客単価が計画に満たなかった部分がございます。理由としては、一次費用から二次費用というコスト差が出ていたということです。一次費用の場合は、お客さまが一番お金を使うわけです。二次費用の場合は1軒行かれていますから、当然使うお金が少なくなってしまうんです。イコール客単価が落ちるということです。来客数も比較的(回転が)早い。時間帯から遅い時間帯はなると、そのような現象が起きていました。そこで、客単価を見直すということ考えた上で、少し薄くなってきた来客数をカバーするという事で、宴会のコースを導入しました。このへんを強く押し出していくということと、メニュー、客単価という部分では、客単価が上がるメニュー施策を導入したのではないかと。最終的に一番大きいのは、タブレットによってお客さまのオーダーするストレスをなくすこと。従業員を探して「すみません、すみません」と呼んでからオーダーをとるよりも、座りながらリストを見て、タブレットがあつてすぐオーダーができるほうが、お客さまは少しでも多く料理を頼むんじゃないか。その方法の上で、タブレットを導入したということになります。したがって収支に関して申し上げますと、第2四半期までのだいたい6ヶ月間で、その導入前の3ヶ月間と比較いたしますと、客単価で43円上昇したという結果が出ました。

ディナーの客単価の前年比につきましても、導入前は91パーセントに下がっていたわけですが、いろんな施策とタブレット効果で、98パーセントまで改善したという数字があります。

また、タブレットは客単価とかオーダーを処理するだけじゃなく、やはりインバウンドに対して、非常に効果的でございます。タブレットは日本語だけじゃなくて、英語・韓国語・中国語に対応しています。

そうしますと、とくに「インバウンド需要があるお店」というと、今までは言葉の壁とかがあったわけです。しかしそういうのがなくなって、非常に売上に寄与しているという結果も出ております。

(12) 当年度における重点ポイントの進捗 ③/④

(12) 当年度における重点ポイントの進捗 ③/④



③ 新規事業へのチャレンジ



餃子業態3店舗出店
 3月27日 トラ五郎小滝橋通り店
 6月30日 上野いち五郎
 7月31日 尼崎いち五郎



トラ五郎小滝橋通り店



上野いち五郎



尼崎いち五郎

今後の出店予定

- ・横浜五番街店いち五郎 (10月中旬)
- ・横浜南幸いち五郎 (10月下旬)
- ・八王子いち五郎 (10月下旬)
- ・南森町いち五郎 (11月下旬)

ここが新規事業に対するのチャレンジで、先ほど少しご説明いたしました、餃子業態の居酒屋でございます。

基本的な当社の戦略というのは、磯丸水産も鳥良商店もそうですけど、とくに今期は1等立地に出店しているということのを柱としています。

ただ、磯丸水産・鳥良商店だけじゃなくて、1等立地から1.5等立地までカバーできていない業態が必要になってくるということで、この3つ目の業態、餃子居酒屋の1号店目の名前は「トラ五郎」。2号点店目以降はいち五郎という名前の、餃子居酒屋をスタートいたしました。

現在、新宿・上野・尼崎の3店舗でございます。餃子業態に関しては、立地を1等から1.5等立地までに想定しましたので、今だいたい2,000円ぐらいの客単価で想定しています。磯丸水産、鳥良商店はだいたい2,600円。それよりも、ある程度落として客単価をセーブしています。

今回は、この餃子業態に非常に力を入れているわけですが、第3四半期までには、餃子業態が計7店舗の出店の展開となります。このへんの新業態はトライアルとか、足元を見据えながら、しっかり育てていって、来期の3つ目の柱となるべく今育てています。

(13) 大市場における当社出店戦略について

(13)大市場における当社出店戦略について



COPYRIGHT 2017 SFP Holdings Co., Ltd. All Rights Reserved.

15

この写真ですが、これは上野の6丁目で、マルイのある裏側です。非常に、飲食店が集まっているところです。いちばん右のいちばん目立つのが磯丸水産。実は、ほぼ隣に餃子居酒屋のいち五郎です。その奥にいくと、また磯丸水産で、こういう1等立地に集中出店ということ、我々いちばん強く推し進めています。

1等立地の良い場所というのは、やはり売上と利益が非常に安定してしまっていて、高いです。そういう場所に、どれだけ出せるかということ。今までは磯丸しかなかったけれど、磯丸も鳥良商店もでき、また餃子のいち五郎もできたというかたちで、こういう良いエリアに、複合的に出店できるという状態にもなっていました。

今後も、こういう良いエリアに関しては、集中して出店していくということも、戦略の1つでございます。

(14) 当年度における重点ポイントの進捗 ④/④

(14) 当年度における重点ポイントの進捗 ④/④

④ 東京・大阪の 一等立地への集中出店



通期計画20店(直営)に対し9店舗出店
進捗率45%で推移
九州エリアにFC店舗を1店舗出店

(今後の見通し)

第3四半期では通期計画20店(直営)に対し
16店舗出店予定であり、
進捗率80%となる見通し

通期出店計画20店

首都圏 (13店舗)

- ・ 3月 鳥良商店 新宿区役所前店
- ・ 4月 鳥良商店 北千十東口店
- ・ 4月 磯丸水産 渋谷新南口店
- ・ 5月 鳥良商店 柏東口店
- ・ 5月 鳥良商店 伊勢佐木町店
- ・ 6月 鳥良商店 野毛店
- ・ 6月 鳥良商店 神田小川町店
- ・ 6月 餃子業態 上野いち五郎
- ・ 9月 鳥良商店 新橋店
- ・ 9月 鳥良商店 蔵西口店
- ・ 9月 鳥良商店 所沢店
- ・ 10月 餃子業態 横浜五番街いち五郎
- ・ 10月 餃子業態 八王子いち五郎

関西圏 (3店舗)

- ・ 7月 餃子業態 尼崎いち五郎
- ・ 9月 磯丸水産 十三西口駅前店
- ・ 11月 餃子業態 南森町いち五郎

出店決定済は16店舗

最初が、東京と大阪の1等立地出店。とくに、磯丸水産と鳥良商店で考えていたものです。先ほどもご説明しました通り、鳥良商店はほぼ計画どおりだったんですけれども、今回は餃子の居酒屋があったということで、ちょっと磯丸水産を別にして、いち五郎の出店を増やしているというところがございます。

磯丸水産に関しては、関西エリアにおいては1店。餃子業態は、関西エリア全域に2店、追加で出していくことになっています。今は磯丸水産・鳥良商店・いち五郎の3つで、しっかり出店の戦力を練っていくというのが、今後の見通しとなります。

(15) 平成30年2月期業績予想

(15) 平成30年2月期業績予想

通期予想は現時点で据置き

単位：百万円/下段は構成比

	平成29年 2月期	平成30年2月期		
		至2四半期 (実績)	通期 (予想)	前年 同月比
売上高	35,957 (100.0%)	18,538 (100.0%)	37,000 (100.0%)	+2.9%
売上総利益	25,687 (71.4%)	13,210 (71.3%)	26,440 (71.5%)	+2.9%
販売費及び 一般管理費	22,379 (62.2%)	11,327 (61.1%)	23,091 (62.4%)	+3.1%
営業利益	3,307 (9.1%)	1,882 (10.2%)	3,350 (9.1%)	+1.3%
経常利益	3,560 (9.9%)	2,036 (11.0%)	3,700 (10.0%)	+3.9%
当期純利益	2,081 (5.7%)	1,486 (8.0%)	2,450 (6.6%)	+17.7%

こちらが、平成30年2月期の、発表している業績予想でございます。
通期の予想に関しては、変更はしておりません。この半年間に関しては、計画を上回っておりますけども、例えば今（平成29年10月16日時点）は選挙ということもありますし、また世界経済もちょっと、今までと違う。
目の前で、リアルな政治の状況・ゴタゴタが今後も続くんじゃないかと捉えています。そういうところからも、期初の業績予想を据え置いています。

(16) 中期経営計画（数値目標）

(16) 中期経営計画（数値目標）

堅実な成長により平成32年2月期には300店超へ

	平成29年2月期 (実績)		平成30年2月期 (予想)		平成31年2月期 (予想)		平成32年2月期 (予想)	
売上高 (成長率)	35,957 (+13.4%)	100.0%	37,000 (+2.9%)	100.0%	41,000 (+10.8%)	100.0%	47,000 (+14.6%)	100.0%
経常利益	3,560	9.9%	3,700	10.0%	3,800	9.3%	4,700	10.0%
当期純利益	2,081	5.7%	2,450	6.6%	2,200	5.4%	2,850	6.1%

(注) 平成29年2月期の成長率は本監査数値との比較のため、参考値となります

	平成29年2月期 (実績)	平成30年2月期 (予想)	平成31年2月期 (予想)	平成32年2月期 (予想)
新規出店数	40	20	40	40
期末店舗数	207	225	265	305

中期経営計画です。これに関しても、現時点において変更はしていません。

(17) 株主還元

(17) 株主還元

配当

- 配当性向30%を目安に実施
- 平成30年2月期の配当予想に変更なし

	1株当たり	配当性向
平成27年9月期末 (12ヶ月)	20.0円	26.7%
平成28年2月期末 (5ヶ月)	9.0円	28.4%
平成29年2月期 (12ヶ月)	中間：13.0円 期末：13.0円 合計：26.0円	36.6%
平成30年2月期 (12ヶ月) 予想	中間：13.0円 期末：13.0円 合計：26.0円	31.2%

株主優待制度について

- SFPホールディングス株式会社の各店舗でご利用いただける「お食事券」を年2回、贈呈
- 毎年2月末日及び8月31日現在の株主名簿に記載または記録された当社株式を100株以上保有の株主様が対象



保有株式数	株主優待券 (1回当たり)
100株～499株	4,000円
500株～999株	10,000円
1,000株以上	20,000円

トピックスとしまして、最後になります、株主還元についての取り組みを説明させていただきます。

まず、株主還元でございます。配当および株主優待についてですけれども、これに関しては、変更がございません。配当については、当社は配当性向を30パーセント程度を目指していきます。それは実施してきております。

平成30年2月期の予想では、配当性向31.2パーセントとしていまして、今回の（平成30年2月期）第2四半期では、予定どおり13円の配当を実施することにいたしました。

(18) 自己株式の取得および消却 (New)

今期2回目の自己株式取得を実施

前回同等規模に、前回の取得未了分を加えて上限を設定
取得し得る株式の上限額は累計で60万株

取得に係る事項

(1) 取得対象株式の種類	当社普通株式
(2) 取得し得る株式の総数	353,300株(上限) (発行済株式総数(自己株式を除く)に対する割合1.20%)
(3) 株式の取得価額の総額	706,600,000円(上限)
(4) 取得期間	平成29年10月16日～平成29年12月28日
(5) 取得方法	東京証券取引所における市場買付

消却に係る事項

(1) 消却する株式の種類	当社普通株式
(2) 消却する株式の内容	上記により取得した自己株式の全数
(3) 消却予定日	平成30年1月25日

自己株式の取得状況について、ご説明をいたします。

前回（平成29年）7月に実施いたしました内容に引き続きまして、今期2回目の自己株式の取得となります。1回目の実施の結果といたしまして、取得株式数は24万6,700株となりました。

上限の30万株までには到達しなかった結果を踏まえまして、今回の第2回目につきましては、1回目の同条件に1回目の取得未了分を加えた条件設定にさせていただいております。

自主的には、取得期間の延長と、取得規模の拡大という意味合いが強いと思っております。具体的な数字といたしましては、取得株式数は35万3,300株。取得金額の上限は7億660万円となります。1回目と2回目を合わせますと、取得株式数は60万株、取得価額は約12億円という規模になりました。

以上が、2回目の自己株式に関する説明でございます。全体的にはこういうかたちでございます。

平成30年2月期第2四半期決算に関する内容を、ご説明申し上げました。ご清聴ありがとうございました。