

平成28年3月期 第2四半期決算説明資料

株式会社ヒューマンウェブ

(証券コード：3224)

2015年11月30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」



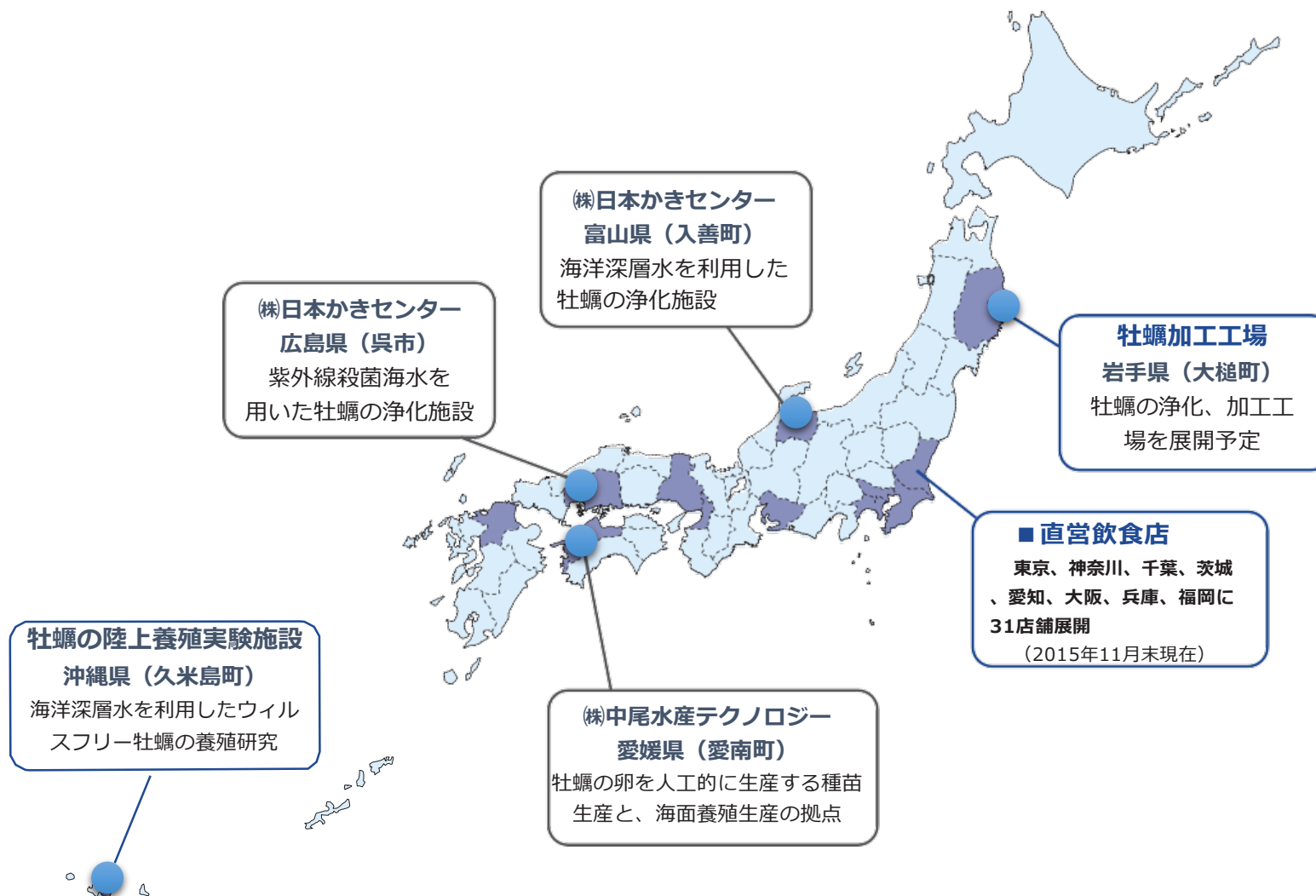
Oyster Innovation

【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。



直営店舗事業のネットワーク

13ブランド、31店舗のオイスターバーを運営 (2015年11月末現在)



ガンボ& オイスターバー

ガンボと牡蠣の融合を提案するレストラン。



シュリンプ& オイスターバー

エビと牡蠣の融合を提案するレストラン。



フィッシュ& オイスターバー

魚料理と牡蠣の融合を提案するレストラン。



キンカウカ グリル& オイスターバー

リゾートスタイルのテーマ型レストラン。



キンカウカ スペシャルティ オイスター

海洋深層水の清浄性をコンセプトとしたレストラン。



オイスター ルーム

「ガンボ&オイスターバー」のアップグレード型レストラン。



シュリンプ& オイスター ハウス

「シュリンプ&オイスターバー」のアップグレード型 レストラン。



オイスター テーブル

幅広い年齢層をターゲットとした路面型のカジュアルレストラン。



ステーション オイスターバー

主要ターミナルの駅ビル、駅隣接地に限定したレストラン。



カーブ・ド・ オイスター

和テイストを取り入れたオイスターレストラン。

La Terrasse

Oyster & International
ラ・テラス

池袋西武百貨店屋上の屋外型オイスターバー



渋谷モディのカフェ感覚のカジュアルな新感覚なオイスターバー

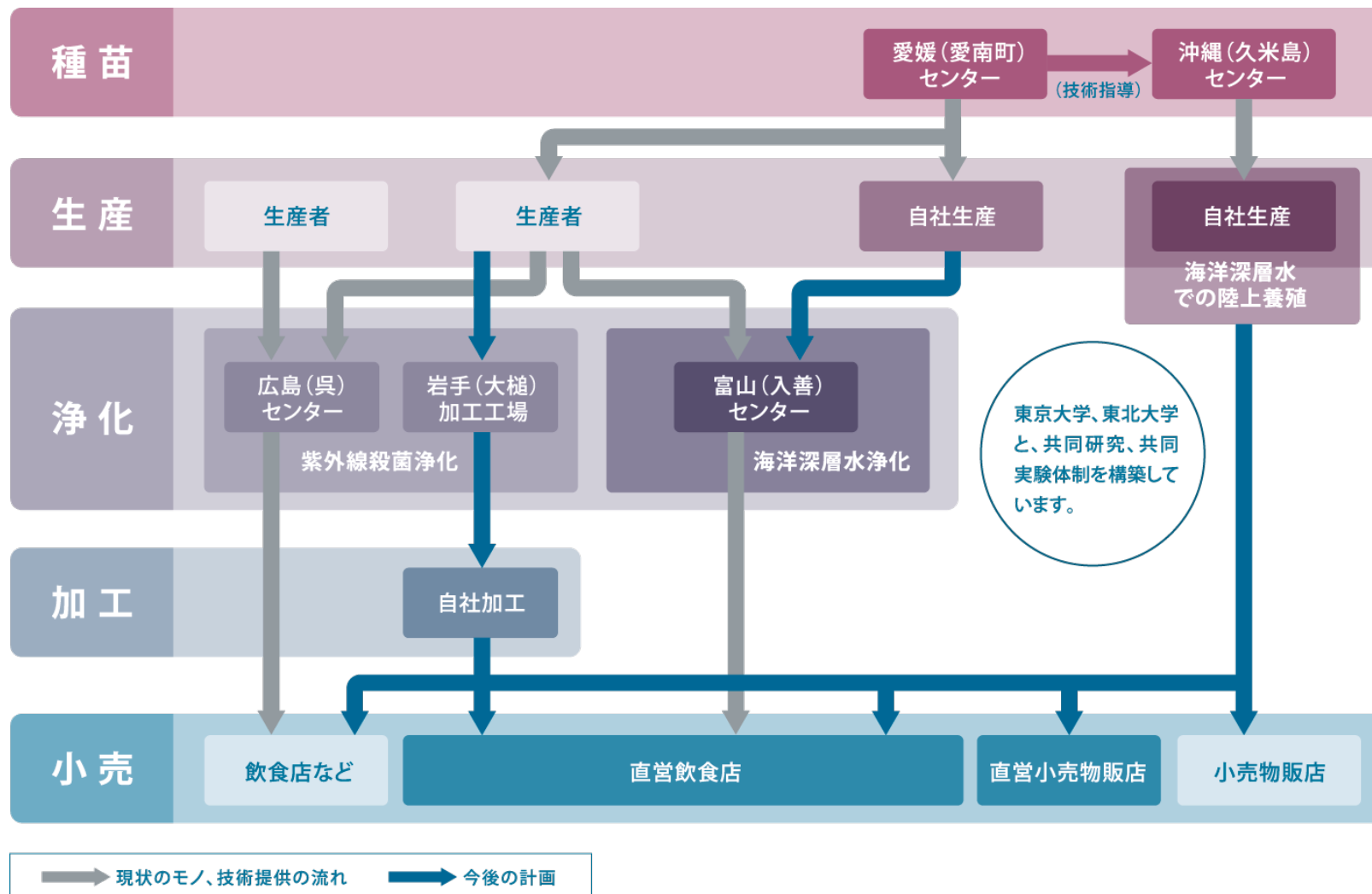


加工センターと併設した郊外立地の和テイストのレストラン。



当社の事業ドメイン

生産、加工、販売に至るまでの、安全を軸とした、垂直統合型のバリューチェーンを構築し、高質な牡蠣の6次産業化を目指します。



当社の安全のバリューチェーンのこだわりのモノの流れ

従来、牡蠣は直接各店舗が全国の産地から宅急便などで直送していた。
現在は、各産地から直接店舗でなく、一旦、広島・富山のセンターに入れ、浄化安全加工して、直営店や、卸売先に牡蠣を届ける仕組みを構築。

従来のモノの流れ



日本かきセンターのモノの流れ



独自の安全システムの実現

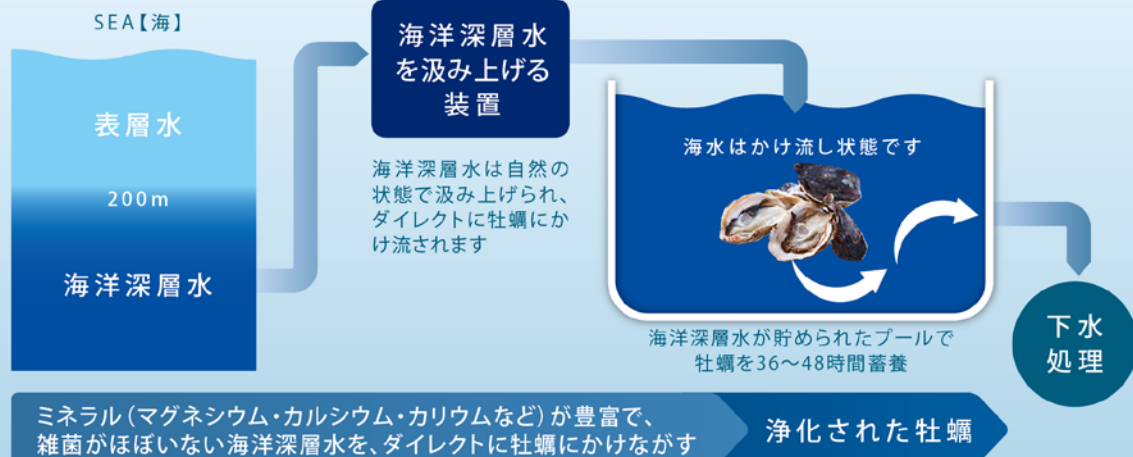
当社の安全の浄化システムの仕組み

2007年から稼働している広島センターでは、牡蠣の浄化方法ではポピュラーな「紫外線殺菌浄化システム」を採用。
2014年から稼働している富山センターでは、当社オリジナルの「海洋深層水浄化システム（特許出願中）」で牡蠣を自然の力を使って浄化加工しブランド化して直営店舗で提供。

広島センター【紫外線殺菌浄化システム】



富山センター【海洋深層水浄化システム（特許出願中）】



「Organic Refined Oyster[※]」としてブランド化

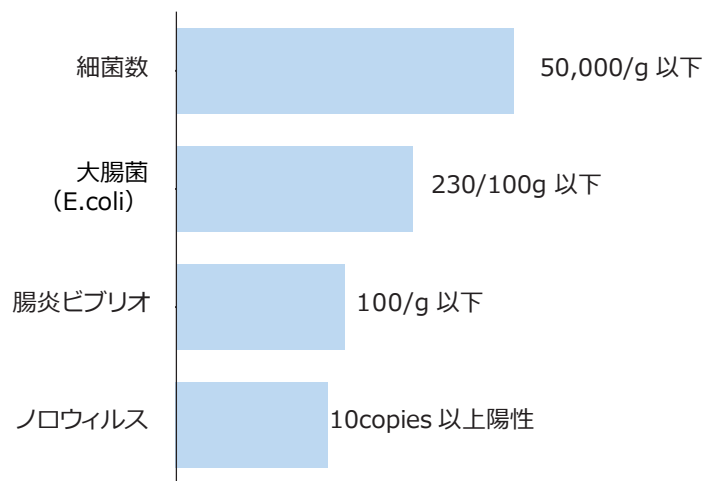


※「Organic」とは、その語源より「牡蠣本来の力」を意図しています。
高橋名誉教授、倉橋みどり准教授、自社調べによる。
監修：東京大学・高知大学名誉教授 理学博士 高橋正征、東京大学特任准教授 博士（農学） 倉橋みどり

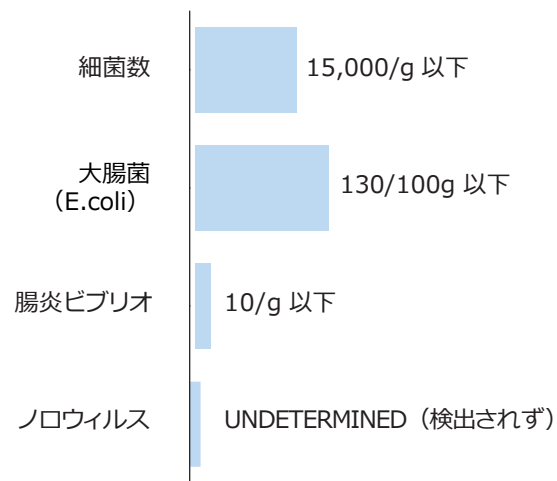
当社独自の厳しい“安全”基準だから、“安心”な牡蠣だけを提供できる。

厚生労働省が定めた食品衛生法規格基準「生食用牡蠣規格基準」よりはるかに厳しい弊社独自の基準値を設定、細菌やノロウイルス、貝毒・放射能検査も公的機関公表の海域状況を参考に随時実施、すべての牡蠣を産地から弊社の安全加工施設で紫外線殺菌した海水や海洋深層水にて 36 ~ 48 時間浄化し、自社の安全基準数値をクリアしたものだけを提供しています。

厚生労働省の規格基準



弊社の安全基準

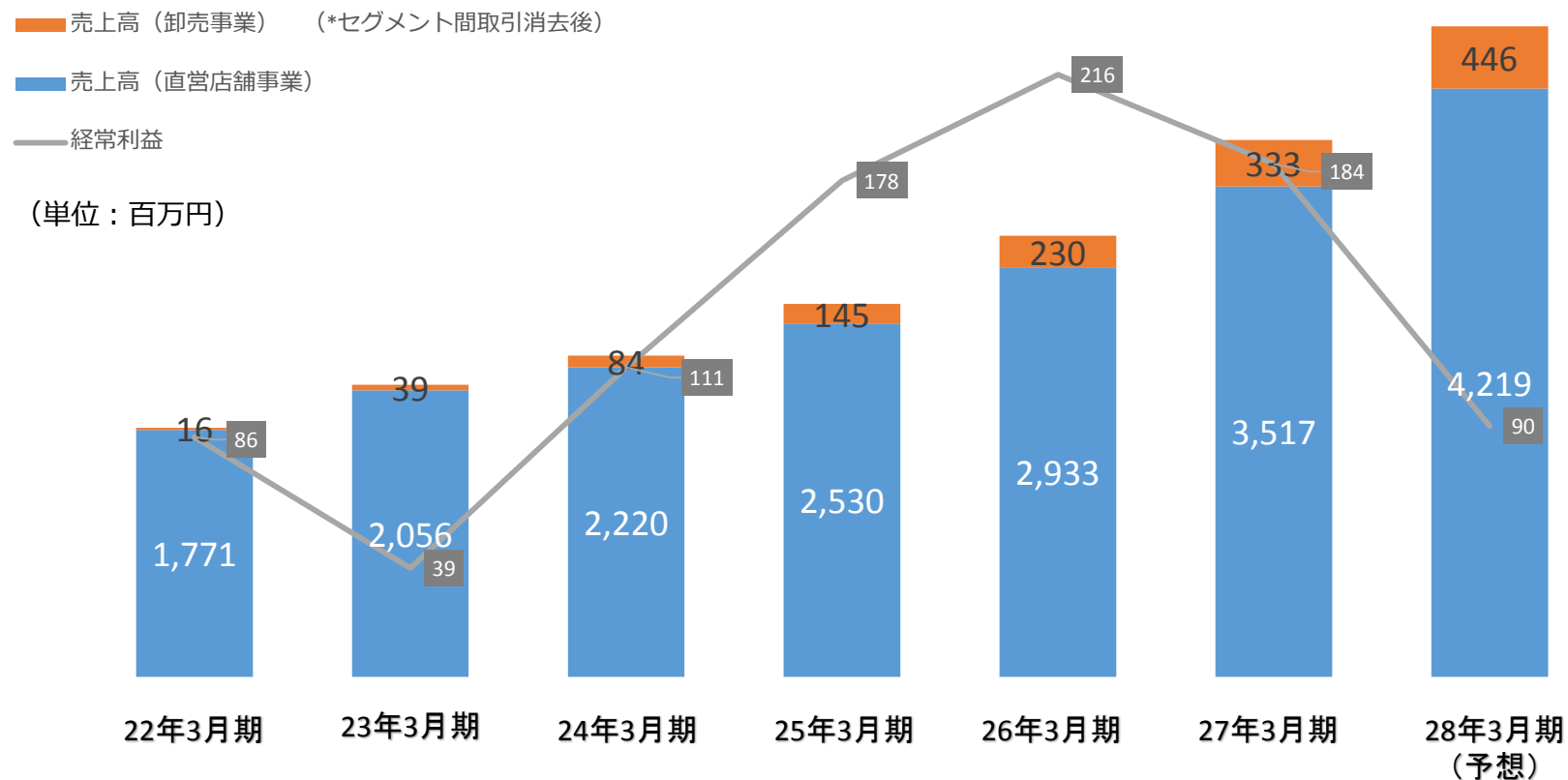


※ノロウイルスは食品衛生法で定められていない自主検査です。厚生労働省のガイドラインにより実測値10copies 以上が陽性です。弊社では10copies未滿よりさらに厳しい「検出されず」の基準を設けています。

売上高は順調に推移

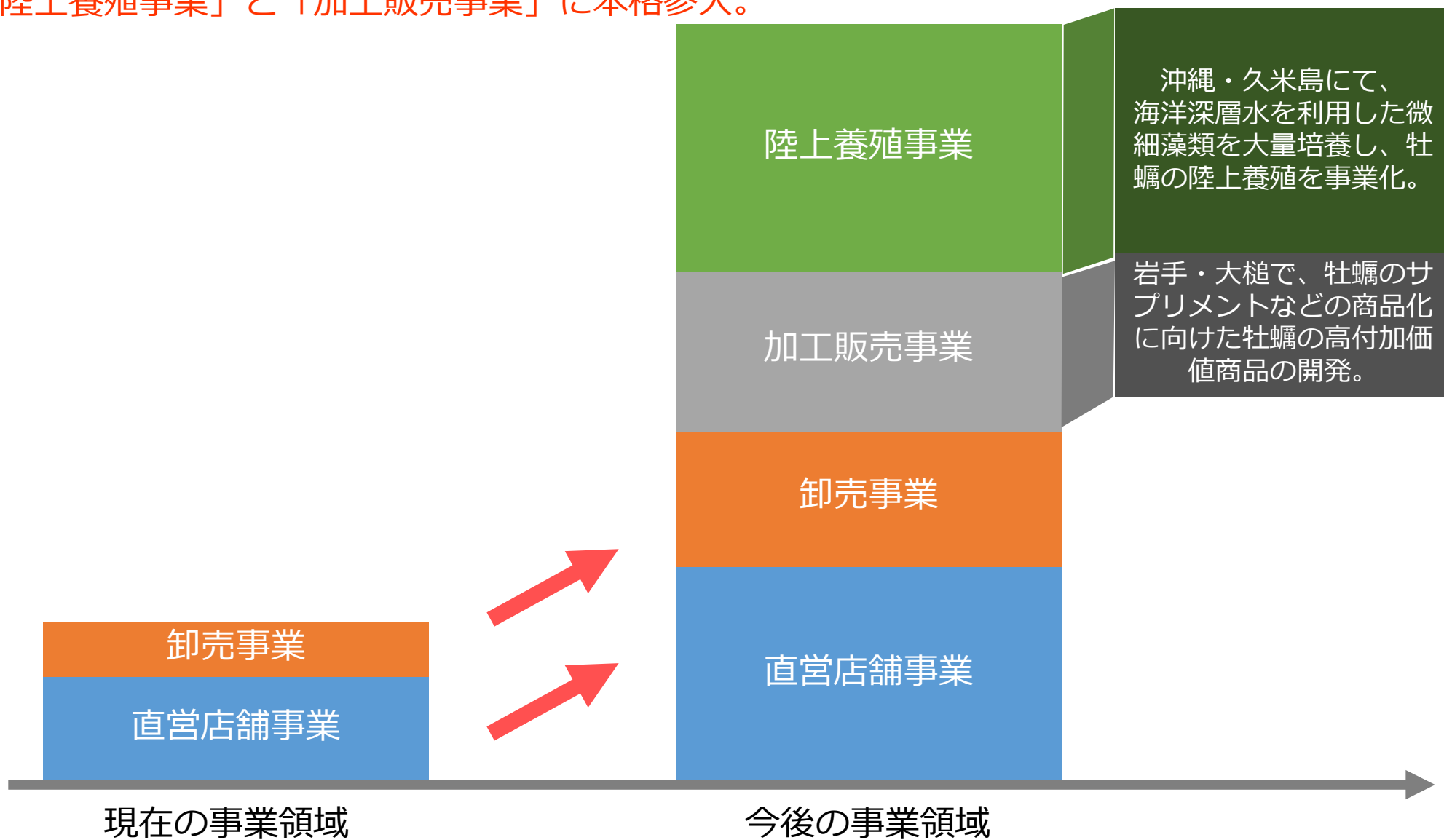
弊社は、2000年の創業以来、牡蠣の安全性を追求するとともに、オイスターバーという新しい牡蠣の楽しみ方を提案することで順調に業績を拡大してきました。2015年3月19日には、東証マザーズへ上場をさせていただき、新たな成長ステージに向けた第一歩を踏み出しております。

今後は、直営店舗事業だけでなく、安全な牡蠣を提供すべく、生産・養殖事業にも力を入れ、牡蠣ビジネスの六次産業化を早期に確立することで、市場全体の拡大を自らの成長に結びつけていくことを目指します。なお、平成28年3月期からの2年間については成長に向けた戦略投資期間として取り組んでおります。



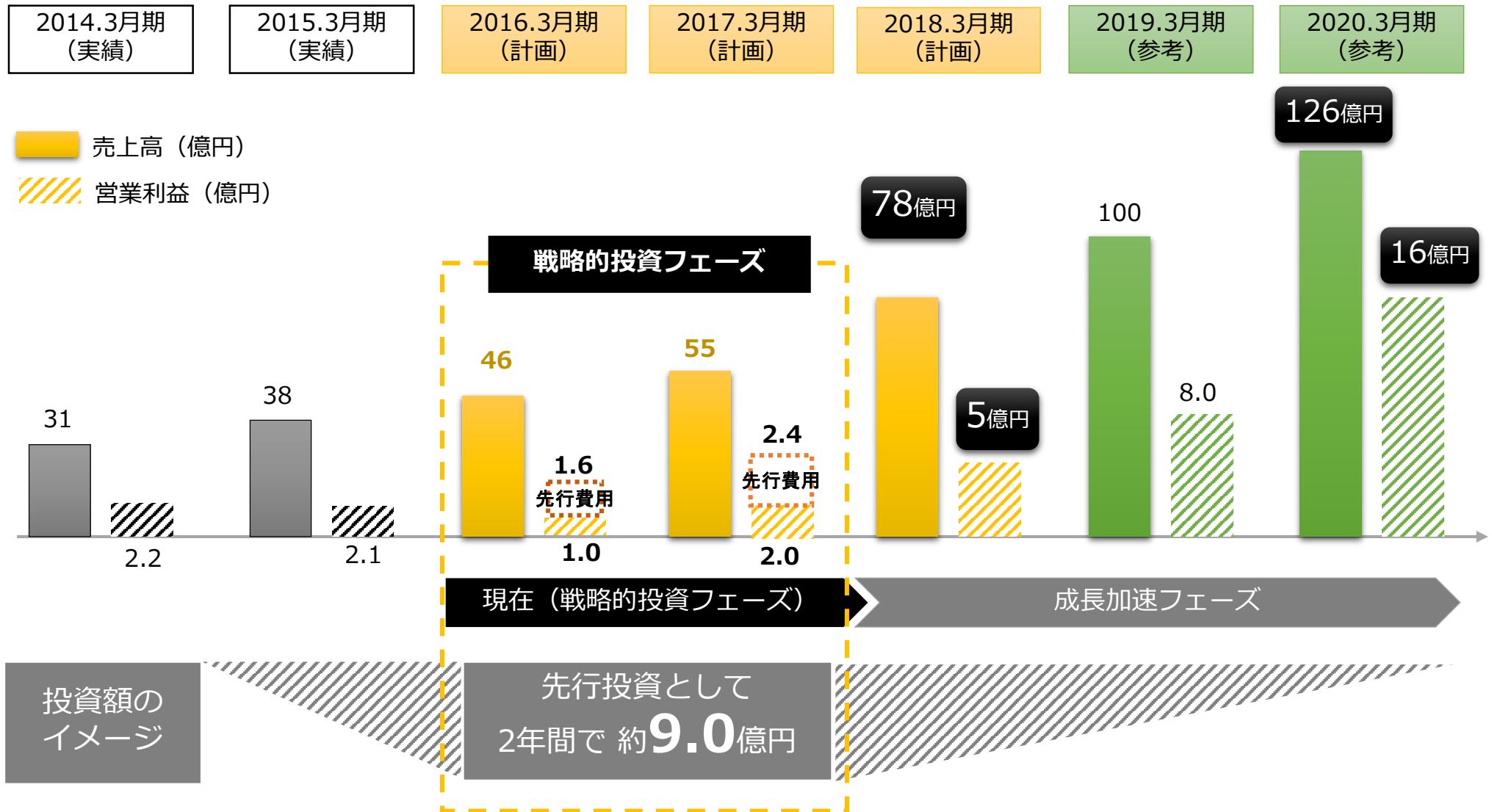
今後の成長モデル

現在の「直営店舗事業」と「卸売事業」に加え、
「陸上養殖事業」と「加工販売事業」に本格参入。



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。
特に、費用先行のR&Dなどを積極的に実施しているため今期がボトム。



第2四半期決算概要

第2四半期 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、既存店の売上減少による減益

全体

売上高	18.0億円（前年同期比 7.5%増）	営業利益	△1.7億円（前年同期は +0.02億円）
売上原価	5.7億円（同 14.2%増）	経常利益	△1.8億円（同 △0.02億円）
売上総利益	12.3億円（同 4.7%増）	四半期純利益	△1.2億円（同 +0.06億円）

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3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
 材料費・人件費の上昇
 既存店の売上減少
- (3) 営業損失要因
 牡蠣の季節性（牡蠣の商品・市場特性）に由来する、下期偏重型の収益構造によるもの

上期トピックスと今後の展開

- 1 アタラナイ牡蠣の実現に向けた陸上養殖事業の進展
- 2 直営店舗のオープン・リニューアル状況
- 3 富山入善ヴィレッジ事業&岩手大槌ヴィレッジ事業の進展
- 4 持株会社体制への移行に伴うグループ組織再編（2016年4月1日予定）

平成28年3月期 第2四半期 業績比較

(単位：百万円)	前第2四半期		当第2四半期		増減額	増減比	主な要因
	実績	構成比	実績	構成比			
売上高	1,678	100%	1,804	100%	+126	+7.5%	直営店舗事業+108M 卸売事業+18M
売上原価	503	30.0%	574	31.8%	+71	+14.2%	食材費の上昇 (原価率対前年比+1.8Pt)
売上総利益	1,174	70.0%	1,230	68.2%	+55	+4.7%	
販管費	1,172	69.9%	1,407	78.0%	+235	+20.0%	先行費用+40M (陸上養殖、種苗、海面養殖、加工等) 先行投資関連+50M(本部人件費等) 店舗人件費+71M、店舗賃借料+33M
営業利益	2	0.1%	△177	△9.8%	△179	-	
経常利益	△2	△0.1%	△181	△10.0%	△179	-	
四半期純利益	6	0.4%	△128	△7.1%	△135	-	店舗リニューアルに伴う除却損△10M 補助金収入△20M 税効果会計の影響+72M

平成28年3月期第2四半期は、直営店舗事業及び卸売事業がそれぞれ順調に伸長したことで前年同期比7.5%の増収となりました。

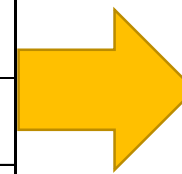
一方、利益面につきましては、①中期経営方針に掲げておりますように、今後の成長に向けた先行費用が上期に偏ったこと、②6次産業化の進展に必要な組織を構築すべく先行投資として人員を増強したこと、③食材費や店舗人件費が高騰したこと等により、営業減益となりました。

既存店における売上高が減少したことも営業減益要因のひとつです。売上の減少については、「平成28年3月期 第2四半期 セグメント別 売上高比較」で説明いたします。

	増減額(百万円)	増減率 (%)	備考
直営店舗事業	+108	+7.1%	
新規出店	+266	—	2015年3月期出店 5店舗 2016年3月期出店 3店舗
移転店舗	△69	—	
既存店	△88	△6.5%	
客数	—	△3.7%	
客単価	—	△1.5%	
卸売事業	+18	+13.7%	
合計	+126	+7.5%	

【既存店四半期毎の増減率】

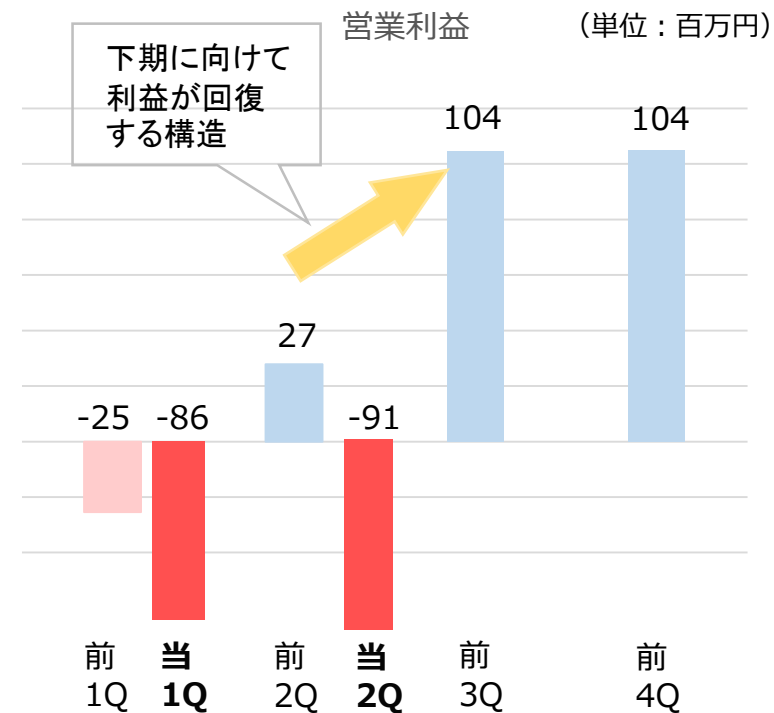
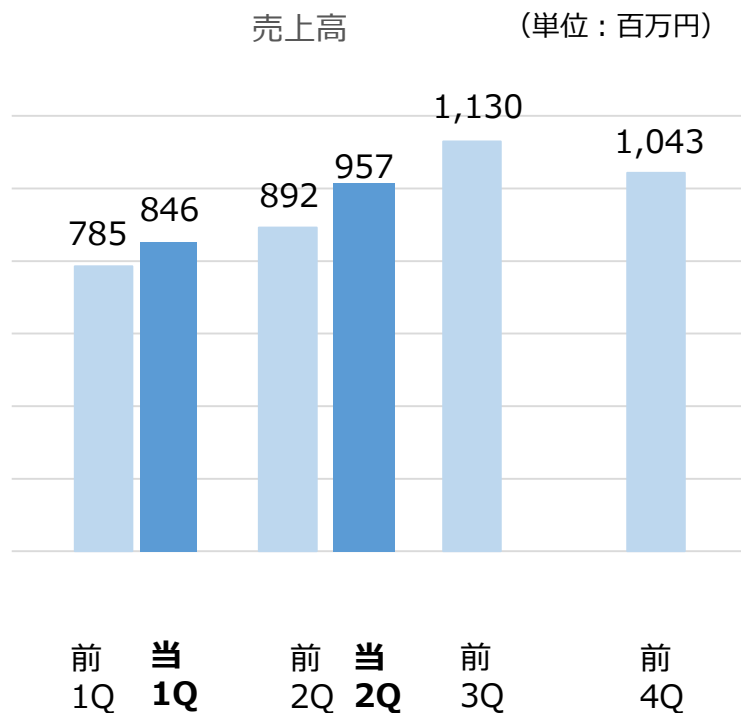
既存店	1Q	2Q
売上増減率 (%)	△6.9%	△6.1%
客数増減率 (%)	△7.6%	0.0%
客単価増減率 (%)	0.8%	△5.9%



直営店舗事業は、新規出店分（前期出店分を含む）の業績寄与により前年同期比7.1%増となりました。ただ、既存店売上高は前年同期比で6.5%減となっております。既存店売上高の推移を四半期ごとにわけますと、第1四半期では、前下期の値上げの影響により、客単価が上昇したものの、客数が大きく減少したことがマイナスの要因となりました。第2四半期では、キャンペーンの実施やメニューの拡充等、繁忙期である下期に向けて客数の獲得に優先的に取り組みました。その結果、客数は回復いたしました。ただ、客単価の低下によりマイナスでの推移となりました。ただ、客数が戻ってきたことは下期以降の既存店の巻き返しに向けて明るい兆しと認識しております。

一方、卸売事業は、取引先の拡大等により前年同期比13.7%増となりました。

業績の季節性について



前期における四半期ごとの業績推移をご覧いただくと、売上高、営業利益ともに下期偏重となっております。これは、牡蠣の主要産地からの供給が、上期（4月から9月）は縮小、下期（10月～3月）に最盛を迎えるという、これまでの流通構造的な要因によるものです。

当第1四半期、第2四半期においては、先行費用の増加、先行投資としての6次産業化の進展に必要な人員の増強、既存店の売上減少等の影響で、赤字となりました。しかし、既存店の客数回復、新規オープン店の想定以上の活況（入善牡蠣ノ星）、想定以上の大型店（渋谷モディ店）が11月にオープンするなど、下期に利益を回復させる準備は整ったと考えております。

平成28年3月期の業績予想

平成28年3月期の業績予想については据え置いております。第2四半期決算が先行費用増加、6次産業化のための先行投資、既存店の売上高減少等により、悪化したものの、客数は戻っており、また入善牡蠣ノ星の想定以上の活況、想定を超える大型店が11月にオープンすること等により、下期での売上、利益の伸張を見込んでいるためです。通期では、売上高は、直営店舗事業及び卸売事業がともに伸長することにより前期比21.1%増の増収となる一方、営業利益は今後の成長に向けた先行費用等の増加により前期比52.7%減の減益となる見込みです。

平成27年3月期

通期 (実績)

(単位：百万円)

売上高	3,851
（直営店舗事業）	3,517
（卸売事業）	333
営業利益	211
営業利益率 (%)	5.5%
経常利益	184
経常利益率 (%)	4.8%
当期純利益	153
純利益率 (%)	4.0%

平成28年3月期

2Q (実績)

(単位：百万円)

売上高	1,804
（直営店舗事業）	1,643
（卸売事業）	160
営業利益	△177
営業利益率 (%)	△9.8%
経常利益	△181
経常利益率 (%)	△10.0%
四半期純利益	△128
純利益率 (%)	△7.1%

通期 (予想)

(単位：百万円) 対前年増減率

売上高	4,665	+21.1%
（直営店舗事業）	4,219	+20.0%
（卸売事業）	446	+33.9%
営業利益	100	△52.7%
営業利益率 (%)	2.1%	
経常利益	90	△51.0%
経常利益率 (%)	1.9%	
当期純利益	58	△61.6%
純利益率 (%)	1.2%	

第2四半期トピックスと今後の展開

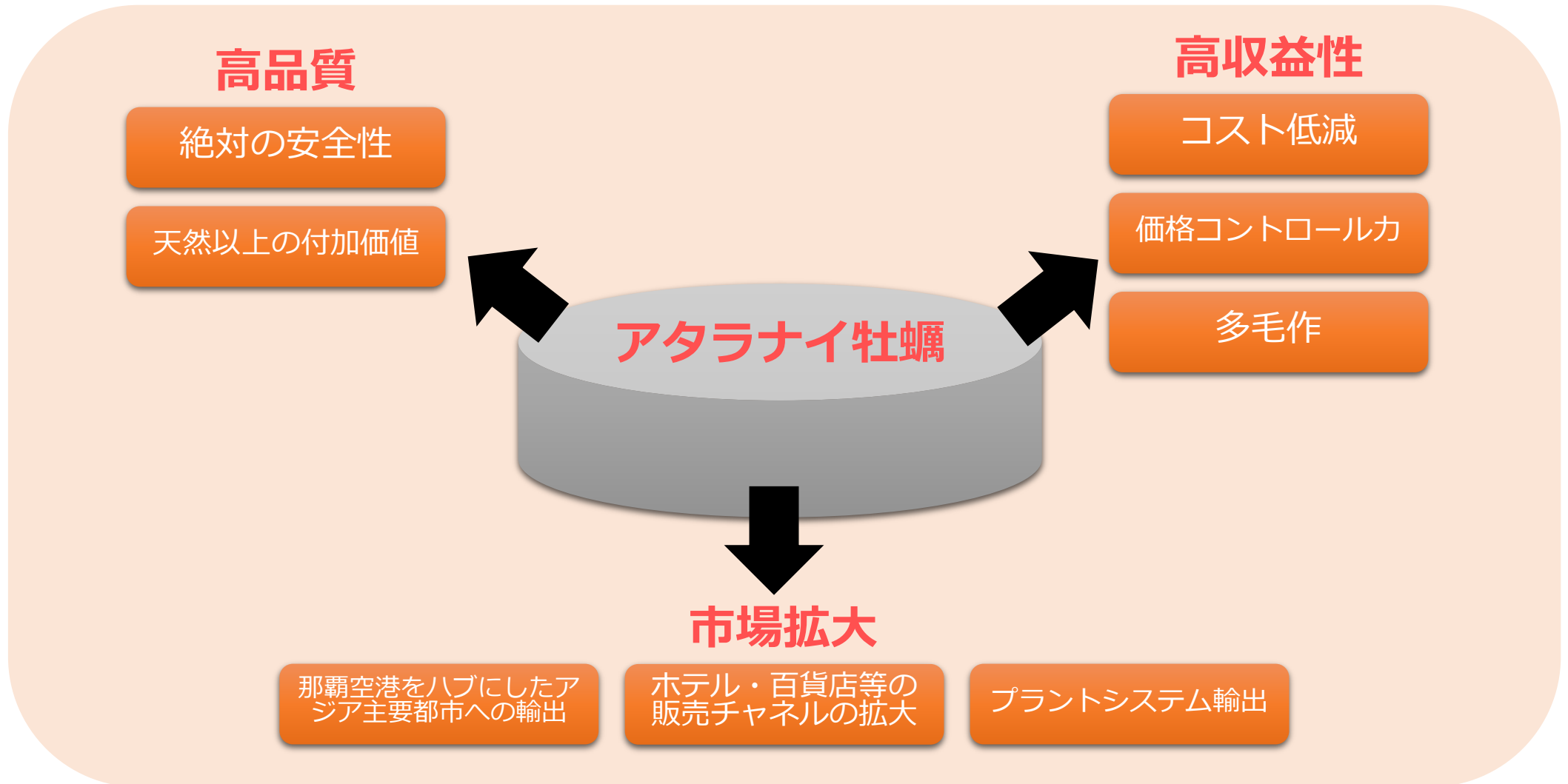
アタラナイ牡蠣の実現に向けたステップアップ

世界で唯一無二の高品質の「アタラナイ牡蠣（ウィルスフリー）」を
沖縄・久米島で量産化し、2017年にローンチ予定。



アタラナイ牡蠣の実現に向けた陸上養殖事業の目指すもの

「アタラナイ牡蠣（ウィルスフリー）」実現で、牡蠣はアタルという
消費者の意識を変え、世界が変わる牡蠣の新しい時代を創ります



アタラナイ牡蠣の実現に向けた量産化スケジュール

2016 2017 2018 2019 2020 2021

プラントシステム
完成及び技術確立

ローンチ

量産化

拡大増産期

・種苗から陸上養殖まで
一連のプラントシステム
完成（第一期プラント）
・マニュアル化&
オートメーション化

漸次プラントを増設していき、出荷数量拡大予定

2018年～2019年 供給イメージ

4月 - 6月

7月 - 9月

10月 - 12月

1月 - 3月



岩牡蠣

自然の旬の時期



真牡蠣

自然の旬の時期



陸上養殖
牡蠣

水温・生産量をコントロール
一年を通じて、品質の均質化・定量化・安定供給を実現

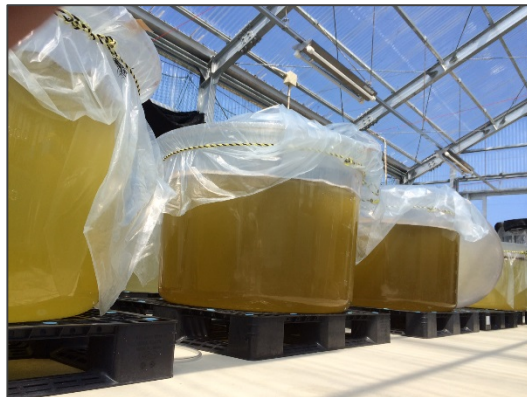
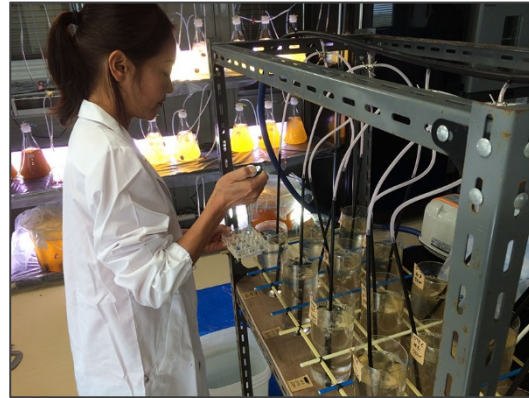
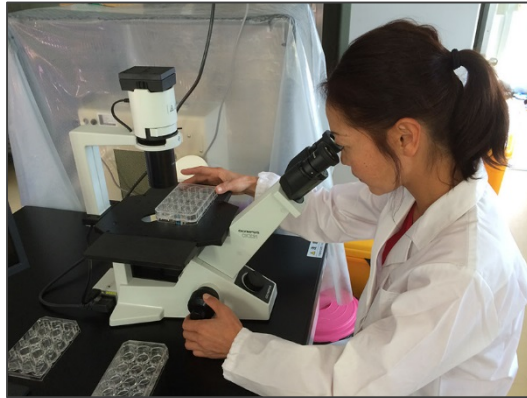
価格のコントロール



鷺足所長 Achim顧問 吉田代表取締役 津久井取締役

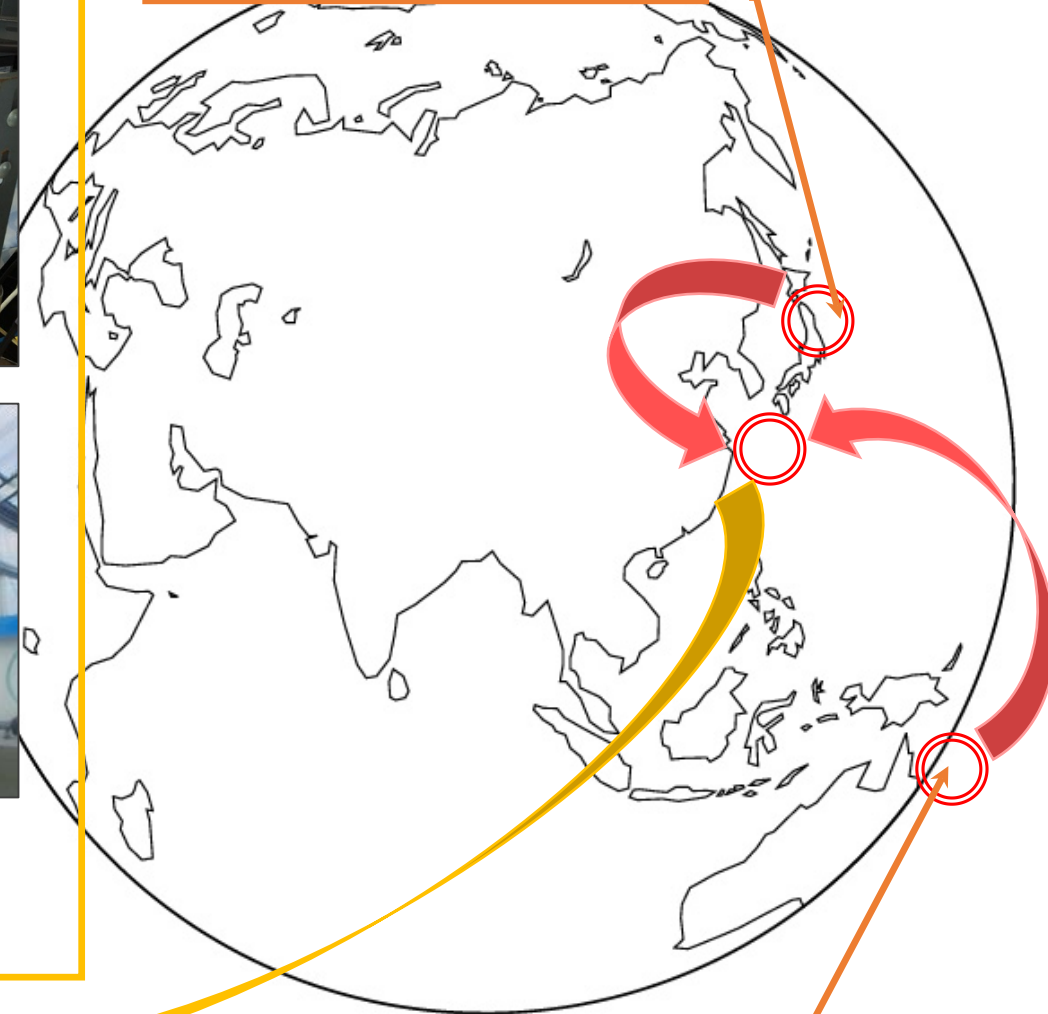
- ・ 沖縄県久米島でのアタラナイ牡蠣（ウィルスフリー牡蠣）の実現に向けた基礎研究には目途が立ちました。
- ・ これから同地にプラント建設を行い、量産準備段階に入ります。
- ・ プラント建築のコンサルタントとして、陸上養殖のエキスパートであるGlobal Prospects Ltd.のAchim Janke（アヒムヤンケ）氏を招聘しました。
- ・ Achim氏の当該事業におけるコミットメントを高め、企業価値向上への意欲を促すことを主目的として、新株予約権100個を付与する予定です（平成28年2月8日の臨時株主総会承認前提）。

アタラナイ牡蠣の実現に向けた陸上養殖事業の様子



沖縄県久米島：陸上養殖プラントおよび研究所

東京大学・東北大学研究協力



ニュージーランド生産技術

(1) 研究体制

共同研究を東京大学、東北大学と進めております。東京大学とは「微細藻類（牡蠣の飼料）の 培養技術の開発」を行っており、東北大学とは「高機能培養された微細藻類（牡蠣の飼料）が牡蠣に及ぼす栄養成分分析」を行っております。

微細藻類（牡蠣の飼料）の培養技術及び栄養成分分析に関しては一定のメドが立っております。

また、陸上で人工種苗を行った幼貝を成貝まで成育することに成功しており、海面養殖の成貝と比較したところ、重量は陸上養殖の牡蠣の方が重い結果もでております。

以上より、更なる高みを目指しての研究は継続いたしますが、量産体制を本格するフェーズに入っております。

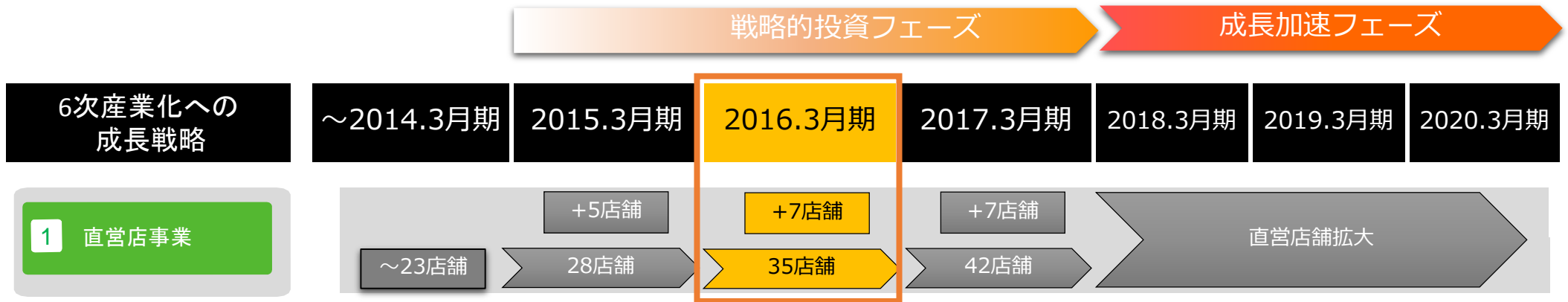
(2) 量産体制

量産体制を構築するために、陸上養殖のシステム化におけるノウハウを有しているNZのGlobal Prospects Ltd.社 Managing DirectorのAchim Janke氏と顧問契約を締結し、プラント建築に着手いたします。

Achim氏は、NZの国立Cawthron研究所にてシングルシード生産技術や、極めて効率的なカキ種苗の大量生産技術を開発しており、日本にはない高度でかつオートメーション化するノウハウを有しております。また養殖の権威である一般社団法人 全国水産技術者協会 理事の關哲夫農学博士に關与いただいております。

外部権威と当社のプロジェクトチームが連携して陸上養殖システムのマニュアル化とオートメーション化を進めていき、早期の量産化を実現いたします。

直営店舗のオープン・リニューアル状況



NEW OPEN (新規店舗)

2015年	店舗	席数
4月29日	ラ・テラス 西武池袋 屋上	120席
8月2日	入善 牡蠣ノ星	64席
9月18日	ガンボ&オイスターバー 銀座イグジットメルサ店	40席
11月19日	ルーフガーデンオイスターバー GUMBO&	128席

RENEWAL (改装店舗)

2015年	店舗	席数
5月26日	ガンボ&オイスターバー 千葉そごう店	28席
10月30日	ガンボ&オイスターバー 横浜そごう店	64席から 70席へ増
10月9日	シュリンプ&オイスターバー 横浜モアーズ店	36席から 42席へ増
11月11日	ガンボ&オイスターバー 新宿ルミネエスト店	48席

直営店事業においては、7店舗拡大の年度計画に対し、新規4店舗を開店致しました。また、既存4店舗をリニューアルし、増席および既存席の刷新を図り、計8店舗のハードウェア強化となりました。



当社ヴィレッジ戦略の第一弾となる「入善 牡蠣ノ星」(富山県)を8月にオープンし、想定以上に活況を呈しております。



写真提供：富山県入善町

富山・入善ヴィレッジ事業

ヴィレッジ事業とは、当社の加工等の拠点に併設する形で店舗を展開し、「牡蠣」という食材を通して、人々が集うコミュニティを構築することをいいます。

入善牡蠣ノ星では、当社施設だけでなく、富山県入善町の海洋深層水施設も併設しており、地域一体型のコミュニティ形成を目指しております。地域特性も考慮の上、和テイストで、バーベキュー風な楽しみ方もでき、近隣のみならず、バスツアーのスポットにも組み入れられ、活況を呈しております。

当社としては、新しい店舗展開のロールモデルとして捉えており、今後の店舗展開に活かしてゆきます。



大槌の星になれますように。

星を見たいと思いました。

立ち上がろうとする大槌のみなさんにとって、
きらりと輝くものをつくりたいと思いました。

大槌の幸、牡蠣をとびきりの名産にしよう。

生産者のみなさんの新たな誇りになれるものをつくろう。

あまり知られていない牡蠣の力でみんなにびっくりしてもらおう。

みんながワクワクするようなおいしいレストランをつくろう。

こどもたちが集まって、みんなで楽しめる広場をつくろう。

三陸の地域と牡蠣産業の復興に向けて、

これまで牡蠣1個につき1円を寄付する活動をしてきましたが
もっと、もっと力になれることはないか。

岩手に生まれ三陸の海を愛する者として、オイスターバーを

展開する企業として考え抜いた答え。

それは、大槌がさらなる歩みを続けるきっかけとなる

希望の星、牡蠣界の星を、大槌でつくることでした。

小さいかもしれない、輝くものを私たちはつくろうと思います。

いちばん星が輝く日まで。

もうしばらく待っていてください。





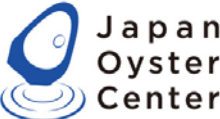



岩手・大槌ヴィレッジ事業

2017年春開業予定の大槌「牡蠣ノ星」は、生産から加工・販売という6次化機能の全てを集約。独自のサービスで、岩手・大槌の地域に「新しい価値」を創出。



2016年4月1日に再編予定

Commitment

 General Oyster	6次産業化の実現 および持続的成長
 HUMANWEB 	第三次産業分野 における事業推進
 JOC HIROSHIMA  Japan Oyster Center 	第二次産業分野 における事業推進
 GO FARM 	第一次産業分野 における事業推進

【経営理念】

「Oyster Innovation オイスターの未来を創り、食文化の進歩発展に貢献すること」

【目的】

持続的競争力の確保

- ① 種苗、生産、加工、販売を自社で一気通貫し、安全を軸に高品質な牡蠣の6次産業化を従来よりもさらに具現化
- ② 各社の所在地との地域連携及び地域貢献を推進し、事業をさらにスケールさせる

【手段】

各事業の自立性を高め、意思決定スピードを加速化するために、権限と責任の大幅な委譲

今後の方向性

戦略的投資フェーズ

成長加速フェーズ

~2014.3月期	2015.3月期	2016.3月期	2017.3月期	2018.3月期	2019.3月期	2020.3月期	2021.3月期
-----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

安全、品質の確保
株式会社 中尾水産テクノロジー
株式会社 日本かきセンター
株式会社 ヒューマンウェブ
市場シェアの確保

Oyster Innovation 2017

安全、品質の向上		
株式会社ゼネラル・オイスター	株式会社 ジーオーシード	品質の高い魚介類種苗・海面養殖の拡充
	株式会社 ジーオー・ファーム	陸上養殖によるアタラナイ牡蠣の生産、新しい市場の創造
	株式会社 日本かきセンターひろしま	外販先拡大による安全な牡蠣飲食文化の浸透・拡充
	株式会社 日本かきセンター	ヴィレッジ事業推進、海洋深層水浄化牡蠣のブランド化
	株式会社 ゼネラル・オイスター・ヴィレッジ	ヴィレッジ事業推進、6次産業化の体現、牡蠣の可能性への挑戦、新しい市場の創造
	株式会社 ヒューマンウェブ	中価格帯～高価格帯牡蠣を軸としたシーフード飲食文化の創造・普及
	株式会社 ジーオー・ストア	カジュアルスタイル牡蠣飲食文化の普及・拡大

市場シェアの拡大及び新しい市場の創造

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