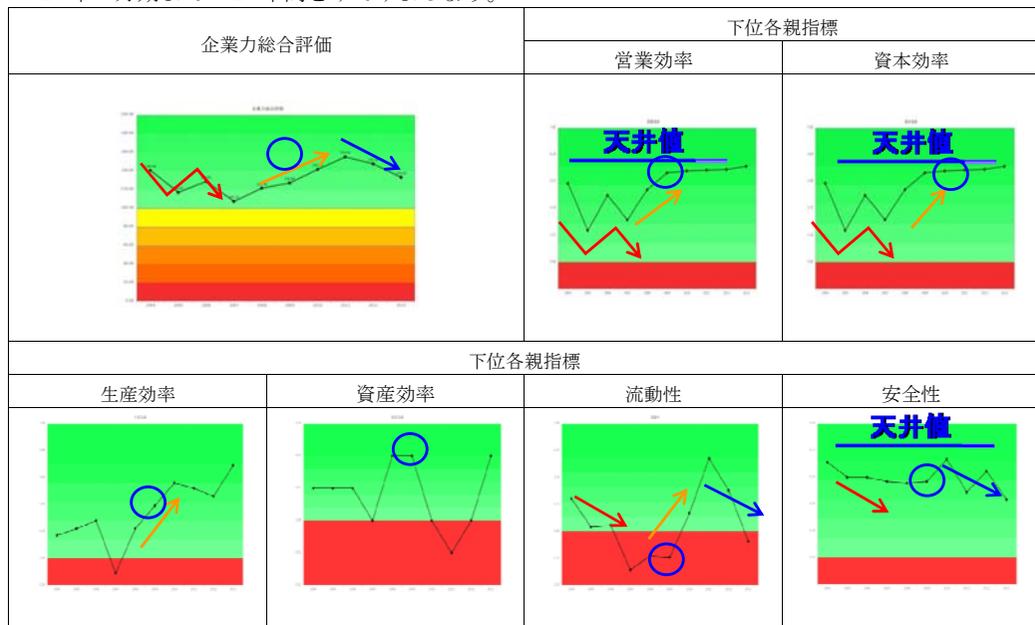


今回は、高級レストランを運営する株式会社ひらまつを分析しました。㈱ひらまつは、社長平松博利氏が 1982 年西麻布に「ひらまつ亭」を開店したのが始まりで、その後会社設立、ジャスダック上場、東証 2 部上場、東証 1 部上場。現在はフランス料理・イタリア料理の分野で、東京、博多、札幌、名古屋、金沢、大阪、パリで事業展開しています。

2013 年 5 月期までの 10 年間をみてみましょう。



企業力総合評価は、2004～2007 年は大きく上下変動し、続く 2008～2011 年は上昇トレンド、そして 2012～2013 年は悪化トレンドです。

2004～2007 年の上下変動は営業効率、資本効率が原因のようです。また、やや悪化トレンドになっているのは流動性、安全性が影響を与えているようです (→)。

2008～2011 年の上昇トレンドは、営業効率、資本効率、生産効率、流動性の上昇に引っ張られています (→)。この時期、㈱ひらまつはポール・ボキューズなどのブランドと提携して高級レストランの出店を進めていました。

2012～2013 年の悪化は流動性、安全性の影響のようです (→)。営業効率 (儲かるか指標)、資本効率 (資本の利用度) が 2008 年から上昇トレンドで、ここ数年は天井値ですから、普通は利益がたくさん出て、流動性、安全性が改善トレンドになるはずですが、逆に不安定な悪化トレンドになっています。調べてみると、これは 2009～2013 年にかけて 118,656～

4,113,759 千円の自己株式を取得しているため、問題はありませんでした。(2014 年 3 月資金調達のために自己株式を処分しました。)つまりこの企業力総合評価の悪化は、自己株式買入に伴うもので、実質悪化ではありませんでした。

生産効率 (人の利用度) は長期では改善トレンドです。人材育成が順調に進んでいるようです。資産効率 (資産の利用度) は不安定ですが、ほぼ青信号領域です。

経営分析をする時、たいていリーマン・ショックの影響が表れていることが多いのですが、この会社ではわかりません。探してみると、上昇トレンドの最中でした。(○)。リーマン・ショックが大不況の入り口であり、その後の東北大地震、欧州債務危機などを考えれば、「高級レストラン」を展開する㈱ひらまつには厳しい逆風だったはずですが。

ここで㈱ひらまつの営業効率を詳しく見てみます。

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	(単位:千円)		
										2012	2013
売上高合計	5,442,660	6,176,594	6,686,430	7,858,667	9,867,521	10,136,610	10,492,064	10,580,972	11,081,859	11,495,599	
売上総利益	3,119,064	3,374,636	3,671,460	4,215,727	5,288,522	5,455,226	5,910,927	6,044,608	6,583,745	7,168,997	
売上高総利益率	57.31%	54.64%	54.91%	53.64%	53.60%	53.82%	56.34%	57.13%	59.41%	62.36%	
営業利益	496,438	257,159	399,592	309,335	701,455	991,898	1,423,032	1,648,322	1,928,888	2,848,104	
売上高営業利益率	9.12%	4.16%	5.98%	3.94%	7.11%	9.79%	13.56%	15.58%	17.41%	24.78%	
経常利益	475,146	234,275	446,401	365,394	672,786	976,309	1,425,440	1,628,765	1,910,858	2,884,340	
売上高経常利益率	8.73%	3.79%	6.68%	4.65%	6.82%	9.63%	13.59%	15.39%	17.24%	25.09%	
当期純利益	228,742	119,265	210,934	219,851	301,811	511,492	836,676	853,344	1,078,788	1,767,378	
売上高当期利益率	4.20%	1.93%	3.15%	2.80%	3.06%	5.05%	7.97%	8.06%	9.73%	15.37%	

赤字:悪化 青字:改善

2004～2008 年あたりは、営業利益率も経常利益率も、悪くはありませんが特に良いわけでもありませんでした。ところがリーマン・ショック後はだんだん良くなり 2013 年の売上高経常利益率は 25.09% と驚くべき数字です。逆風に苦戦している様子は見えません。

㈱ひらまつは、マスターブランドである「Hiramatsu」の傘下に、6 つのレストランブランドを保有し、複数ブランドによる店舗展開を行っています。これまで出店を行った店舗はディナー客単価 20～30 千円の高価格帯が中心であり、高いブランド価値を創出すると判断したブランドについては、中価格帯ブランド (ディナー客単価 9～15 千円程度) の出店を増やす、という方法で増収を狙っています。また、出店数はブランド価値を減殺させないため各々 5～10 店舗程度とし、各ブランド間に強い独立性を持たせて、増益 (高い利益率) と人材育成をすすめています。

まとめ デフレ下にあっても「高級レストラン」を主業態にし、価格競争に巻き込まれない姿勢が勝因のようです。見習いたいものです。

編集後記 「鴨フォアグラのキャベツ包みトリュフのジュース」「天然鰯のポワレ ジュリエンヌの食感ソース・エイグレット やさしいスパイスの香り」・・・ランチメニューの一部です。
文責 MS
〒556-0005 大阪市浪速区日本橋 4-9-21 SARUKIビル 4F 猿木真紀子税理士事務所
Tel. 06-6631-4570 Fax. 06-6631-7970 info@saruki-tax.jp http://www.saruki-tax.jp