

## 第20期 丸亀通信

平成21年4月1日～平成22年3月31日



特集 店舗レポート

# 丸亀製麺三宮店に行ってきました。



出店状況から読み取る  
2010年のトリドール

◆ブランドラインナップ



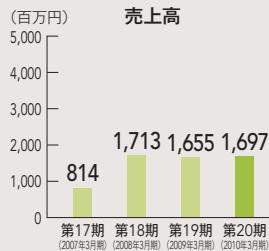
長田本庄軒

神戸・長田の味である「ほっかけ」が特徴の焼きそば専門店。厳選された小麦粉と、たっぷりの卵を使い店内で製麺された中太麺は食べ応え抜群です。牛スジとこんにやくをじっくりとろとろになるまで煮込んだ「ほっかけ」との相性もばっちり。神戸・下町の味をお楽しみいただけます。



丸醬屋

自家製極細麺と特製醤油ダレに漬け込んだチャーシュー、メンマ、味付温泉玉子など、とことん自家製にこだわったラーメン専門店。自家製のギョーザやチャーハンもおいしさを追求し、ラーメンとのセットメニューが大人気です。



とりどーる

焼鳥屋ならではの本格的な炭焼きのおいしさと臨場感を携えたファミリーダイニング型レストラン。お子様からご年配の方まで、ご家族で一緒に食卓を囲みながら料理を取り分けで楽しめます。こだわりの串をはじめ、揚げたての唐揚げや旨味たっぷりの釜飯など、豊富なメニューを取り揃えています。



丸亀製麺

「手づくり」「できたて」にこだわり、本物のうどんのおいしさをセルフ形式で提供する讃岐うどん専門店。麺は厳選した国産小麦を各店舗の製麺機で手づくり。さらにオープンキッチンでの調理の実演により、抜群の臨場感をプラス。トッピングの天ぷらやおむすびもできたてで、自由な組合せをお楽しみいただけます。



お好み焼き専門店    かつ丼専門店    ミートパスタ専門店    天ぷら定食専門店    複合麺業態    トマトパスタ専門店

その他のブランド



トリドールのブランドです。

2009年度を振り返って  
 低迷が続く外食業界において、2009年度、当社は、過去最高の128店舗の出店を実現するとともに、7期連続で増収増益を達成することができました。また、売上高前年比158.8%と、この厳しい環境下においても飛躍的な成長を遂げ、日経MJ「2009年度外食業店舗売上高伸び率ランキング」でも1位となるなど、この1年は、当社にとって、非常に充実した年であったと言えます。さらに、今後、「圧倒的なうどん業界No.1企業」として、1000店舗実現に向けて具体的なイメージを持てたことは非常に大きな成果であったと感じております。

これは、豊富な物件情報や優秀な人材が集まりやすい等、不況が追い風になったことに加えて、「手づくり」「できたて」に「実演の活気」をプラスし、1店1店臨場感溢れる店舗づくりに努めたことにより、お客様のしつかりとした来店動機を獲得できた結果だと分析しております。

2010年度の方針、戦略

今後も2009年度以上に「丸亀製麺」を中心に積極的な出店を進めて参りたいと考えております。まずは、目前に迫った全道府県への出店を実現いたします。また、今期より全国を3ブロックに分割いたしました。これは、今後1000店舗出店するにあたり、地域ごとのお客様のニーズにより細やかに対応し、その地域に根ざした店舗づくりを行うことで、一人でも多くの丸亀製麺ファンをつくること大切であると感じているからです。将来、1000店舗を達成しても、ありきたりな安っぽい店にならないことが大切で

「圧倒的なうどん業界No.1企業」として1,000店舗達成に大きな手応え

株式会社トリドール 代表取締役社長 栗田 貴也



株主の皆様へメッセージ

株主の皆様へメッセージ  
 今度も、当社は、この成長を大切に守りながら、1000店舗達成に向けて、着実に邁進して参ります。「食の原点」ともいうべき「手づくり」「できたて」の姿勢を貫き、多くの方から期待され続けるような良い店をつくり続けたい。そうすることで、企業価値の最大化を図って参りたいと考えております。株主の皆様には、これまでと変わらぬご理解とご支援を賜りますようお願い申し上げます。

業態の価値を落とさないように、今後の課題として、1店1店がいかに付加価値を高めているのか、既存店を含めた強化がポイントだと考えております。その一環として、2010年度は「丸亀のこだわり札」のようなブランド向上策を積極的に導入して参ります。

数あるうどんチェーン店の中で、1店1店がまるで「生業店」のように、これほど「手づくり」「できたて」に強くこだわっているところは他にないのではないかと考えております。これからは、「人の存在、温かみ」を訴求しながら、オンリーワンの存在であり続けたいと考えています。

さらに、将来的に「丸亀製麺」の次の成長エンジンを担う新業態につきましても、積極的に開発を行っていきたくと考えております。

# >> どうなる。2010年のトリドール。

## 400店舗達成



2009年度は計画を上回る  
128店舗を出店

リーマンショック以来の景気後退で消費者の節約志向が一層高まる中、多くの外食産業が苦戦を強いられています。その中で当社の中核事業である讃岐うどん専門店「丸亀製麺」は、手づくりへのこだわりと、目の前で調理シーンが見られるというエンターテインメント性、客単価500円という低価格路線を貫き、多くのお客様に支持されて店舗網を拡大しています。2009年度の出店数は、当初計画の100店舗を大幅に上回る128店舗を達成し、全業態トータルで403店舗となりました。

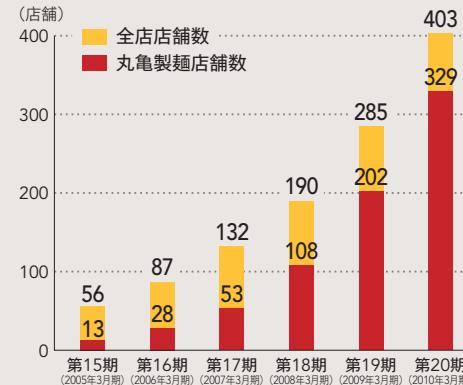
出店状況から読み取る!!

した(2010年3月末現在)。そのうち8割強の329店を丸亀製麺が占めています。

今後も事業環境は  
フォロワーの風

丸亀製麺が店舗網を拡大できた背景には、不況による他社の出店意欲の減退で競争が軟化し、優良な物件情報が大量に集まるようになったことがあります。また、経験豊かな人材の流動化により、優秀な人材を確保したことが成長の原動力となりました。

今後もこのような状況が継続する一方、高齢化の進展などにより、外食離れはますます加速するもの



と予測されています。しかしながら、うどんはヘルシー志向が強く、高齢者にも人気の高いメニューで、需要の伸びが期待できます。また、うどん・そばのマーケットは、トップ3社でわずか6.8%しか占められていない未成熟な市場で、戦略次第で需要拡大とシェア向上が図れる可能性を秘めています。

今後も年間120店舗の出店ペースを維持

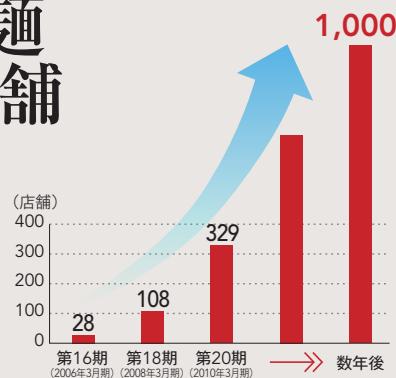
このような環境の下、丸亀製麺は圧倒的なうどん業界No.1企業を目指し積極的に事業を推進しています。2010年度以降も年間120店舗規模の出店を継続し、経常利益率10%を最低ラインとした高収益率の維持を目指します。また、これまで利益率の高いロードサイド(RS)を中心に出店を進めて参りましたが、今後この出店戦略を継続する方針です。2009年度は、RSの中でも比較的周辺人口の少ない

地方都市型の店舗を積極的に出店して参りましたが、今後はより人口が多く、確実に売上が見込める都心や都心周辺への出店を推進しつつ、都心型フォーマットの構築を目指して参ります。

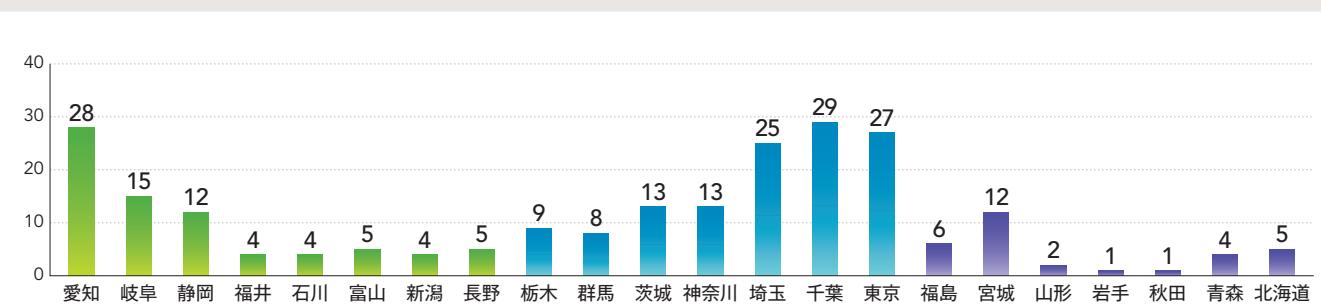
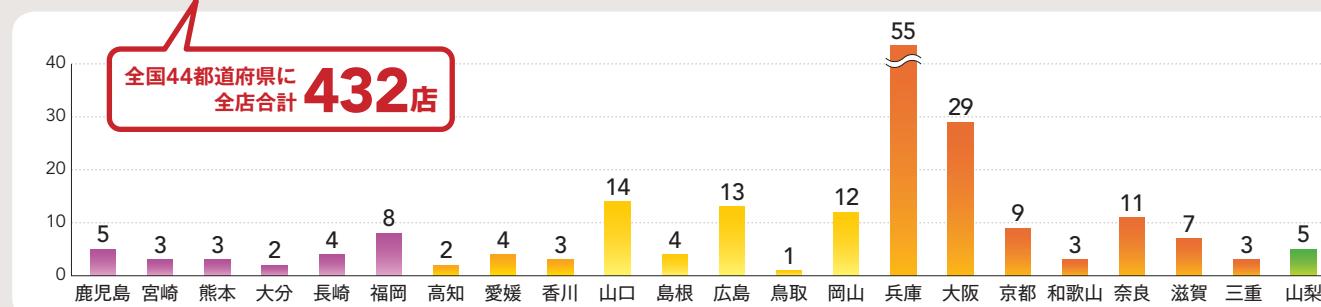
当社は、このような拡大路線を今後も続け、長期的には1000店舗、売上高1000億円を目指し、丸亀製麺を圧倒的なうどん業界No.1企業に成長させて参ります。また、うどん専門店で培ったノウハウを活かし、次代の事業の柱となる新しい業態開発も推進して参ります。

## 丸亀製麺 1,000店舗構想

年間120店出店のペースを継続すると数年後には1,000店舗に



都道府県別出店数グラフ (2010年5月末現在)



ノウハウに頼るだけでなく、その日その日の麺の出来上りをチェックし、一番ベストな状態に近づける。それがノウハウを超えた職人芸の成せる技なのです。

徹底的な温度管理と職人技。こ



目の前で丁寧に茹でる  
打ちたての麺を手際よく茹でるのにも独自のこだわりが見て取れます。

丸亀製麺の麺は小麦粉と塩と水だけでつくる、安心・安全のシンプルで特長の国産小麦粉を水と塩加減のみで仕込みます。その際に大切なのが温度管理。北は北海道、南は九州まで地域ごとに気候や温度等、環境が異なりますが、丸亀製麺では、いかなる環境下においても、麺の熟成状態を一定に保つためのノウハウが蓄積されています。ただしその

讃岐うどん独特の「コシ」の秘密に迫る

丸亀製麺三宮店は  
オフィス街と住宅地のほど近くにあるお店です。



まるで「うどんのテーマパーク」

丸亀製麺の店舗に入つてまず驚くのは、開放的なオープンキッチンです。製麺機、釜、フライヤーなど厨房設備がズラリと並び、スタッフが手際よく調理する光景を目の前で見ることが出来ます。混雑して並んでいるときでも調理シーンを見ていると、飽きることがありません。また、「食の安全・安心」への意識が高ま

特集 店舗レポート Vol.1

# 丸亀製麺三宮店に行ってきました。

当社の中核事業である、讃岐うどん専門店「丸亀製麺」の三宮店をレポートします。



中、調理過程が見えるので、安心感にもつながります。

注文は、まず約10種類あるうどんの中から希望のものを選び、お好みで天ぷらやおむすびなどのトッピングを自由に組み合わせ選んでいきます。天ぷらやおむすびも揚げたて、握りたてにこだわり、できたてのものを提供しています。

見て楽しく、選んで楽しい。そして食べておいしい。まるでうどんのテーマパークという感じです。

できたてのおいしさを提供したい

多くの外食チェーンでは、店舗で手間暇をかけず簡単に商品が出来上がるように、半調理の状態に集中加工するセントラルキッチンを導入しています。

コスト削減と品質安定化が図れるシステムといわれますが、丸亀製麺は、あえてセントラルキッチンを導入していません。できたての本物のおいしさをお客様に提供するため、各店舗で麺やだしを素材から手づくり。しかも、うどん単品280円という低価格を実現しているのです。



釜揚げうどん  
茹でたてのうどんを生姜、ネギを入れた濃いめの熱いだし汁につけて食べる、讃岐の代表的なうどんです。



パートナーさんを中心に、親しみやすい接客

丸亀製麺独特のあの「ツルツル」「モチツツ」とした麺のコシのカギであり、全国どの店舗でも、安定的においしい味を提供できる秘密なのです。また、だしは昆布の旨味をゆつくり、じっくり引き出し、絶妙にブレンドした削り節を入れることで、まろやかな「こく」のある味を出していきます。毎朝つくるので風味豊かな仕上がりになり、衛生上も安心です。

こんなこだわりのスタイルは、店

長をはじめ、スタッフ全員で支えられています。特に厨房の中心となるパートナーさん（アルバイト・パートタイマー）は人生経験豊かな中高年が中心で、元気で明るい接客が印象的。セルフスタイルでありながら、



### 三宮店 黒田店長

地元のお客様に何度でも足を運んでいただける地域一番店になることを目標に、味はもちろん、いつも笑顔で親切な接客サービスをスタッフ全員で心がけています。



◆ 貸借対照表のポイント

(単位: 百万円)

科目	当期末 2010年3月31日現在	前期末 2009年3月31日現在
流動資産	6,123	6,070
固定資産	19,250	12,059
有形固定資産	12,578	7,616
無形固定資産	205	44
投資その他資産	6,466	4,398
流動負債	8,581	6,053
固定負債	8,976	6,314
純資産合計	7,816	5,761
負債純資産合計	25,374	18,129

◆ 損益計算書のポイント

(単位: 百万円)

科目	当期 2009年4月1日から 2010年3月31日まで	前期 2008年4月1日から 2009年3月31日まで
売上高	38,929	24,519
売上原価	9,763	6,283
売上総利益	29,166	18,236
販売費及び一般管理費	24,342	15,406
営業利益	4,823	2,830
経常利益	4,724	2,707
当期純利益	2,260	1,351

POINT [ 貸借対照表 ]

自己資本比率

計画を上回る出店・設備投資を行ったため、金融機関等から資金調達を行ったことにより当期末の自己資本比率は30.6%と、前期末の31.8%よりも低下しましたが、当社において安全性の指標としている30%以上を確保しました。

有利子負債依存度

積極的な設備投資を行ったことにより、当期末の有利子負債額は前期末より43億円増加しましたが、当期末の有利子負債依存度は47.1%と、当社において安全性の指標としている50%以内を維持しました。

今後とも、安全性にも配慮しつつ、積極的な設備投資を進めてまいります。

POINT [ 損益計算書 ]

売上高

積極的な出店に加え、丸亀製麺の業績が堅調に推移したこともあり、当期における売上高は38,929百万円（前期比58.8%増）となりました。

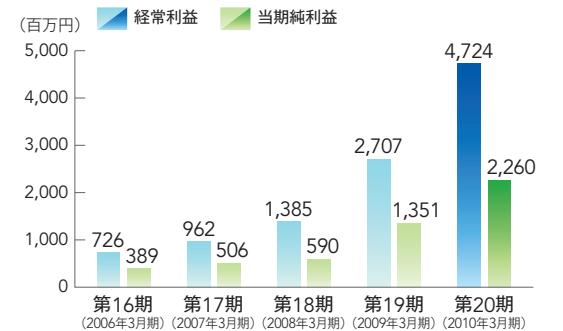
経常利益

計画を上回る出店による経費増加はあったものの、利益率の高い丸亀製麺の構成比率が高まったこと、高い成長を続ける売上に対して、本部経費が増加しなかったことにより、経常利益は4,724百万円（前期比74.5%増）、経常利益率は12.1%（前期比1.1ポイント増）と過去最高の利益率となりました。

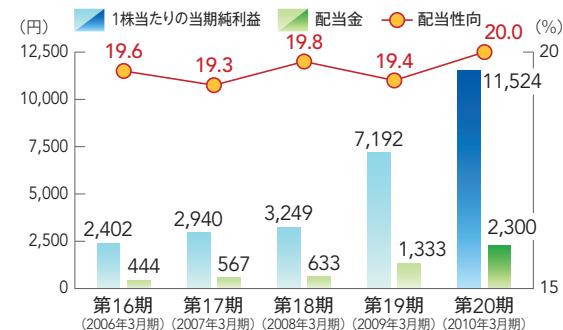
売上高



経常利益・当期純利益



配当金・1株当たりの当期純利益・配当性向

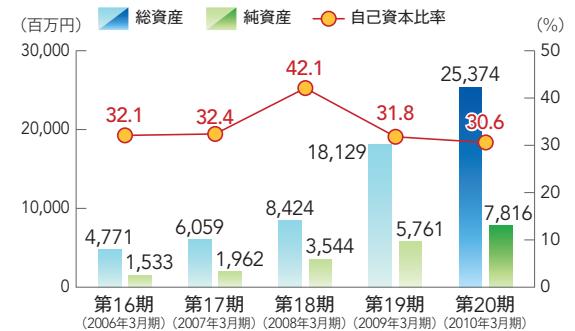


\*配当金に関しては遡及修正しています。

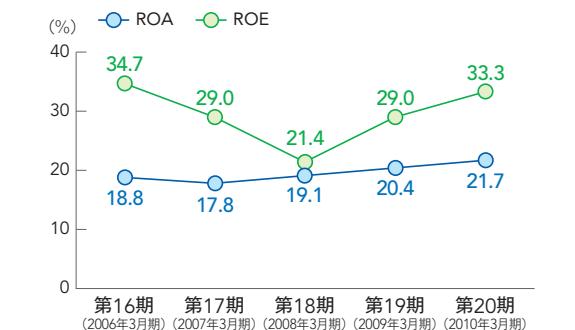
営業利益・営業利益率



総資産・純資産・自己資本比率



ROA・ROE



数値から読み取るトリドール。

◆会社概要 (2010年3月31日現在)

商号	株式会社トリドール	
主な事業目的	飲食店の経営	
設立	1990年6月11日 有限会社トリドールコーポレーション設立 1995年10月28日 株式会社トリドールに組織変更	
資本金	1,318,296千円	
店舗数	403店舗	
従業員数	社員数	372人
	アルバイト・パートタイマー数	4,640人
	※1日8時間換算による月平均人数	

◆株式の状況 (2010年3月31日現在)

発行可能株式総数	576,000株
発行済株式の総数	196,170株
株主数	5,995名

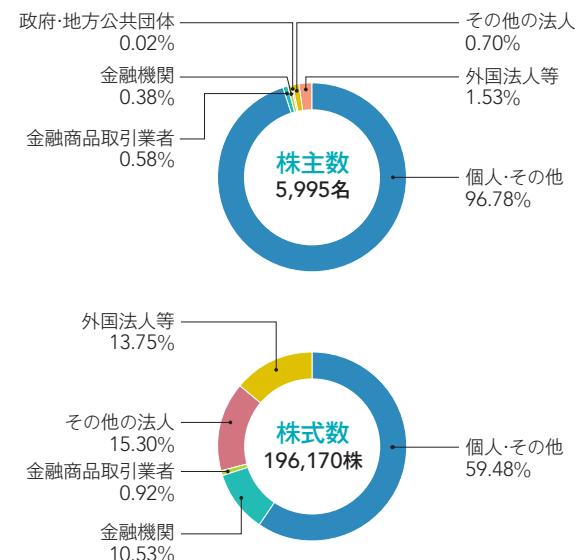
大株主

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
粟田 貴也	74,310	37.88
有限会社ティーアンドティー	29,400	14.98
粟田 利美	14,190	7.23
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	7,260	3.70
ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー	6,817	3.47
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	6,602	3.36
ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー	2,139	1.09
ジェービー モルガン チェース バンク	1,883	0.95
トリドール従業員持株会	1,829	0.93
ザ チェース マルチバンク エイロピー スパシャル アガト ナバー	1,515	0.77

◆役員 (2010年6月29日現在)

代表取締役社長	粟田 貴也
専務取締役	長 沢 隆
取締役	小 島 義昭
取締役	鈴 木 邦明
監査役	安 井 義昭
監査役	二 川 和良
監査役	池 田 隆行

◆所有者別株式分布 (2010年3月31日現在)



トピックス

『第18回優良外食産業表彰【国産食材安定調達部門】』で農林水産大臣賞を受賞!!

「丸亀製麺」では、厳選した国産小麦のみを使用。また、トッピングのネギやかき揚げのタマネギについても、国産に限定。素材への強いこだわりが、安定的な国産食材調達を実現しました。



その取り組みが高く評価され、農林水産省主催『第18回優良外食産業』の【国産食材安定調達部門】で大臣賞を受賞いたしました。

メディアへの露出が急増!!

この1年を通して、TVや新聞、雑誌等のメディアに取り上げられることが急増。中でも、2010年1月17日放送NHK総合『ビジネス新伝説 ルソンの壺』（近畿2府4県で放送）や2010年2月8日放送テレビ東京系『e-morning』は、当社への理解が深まったと好評でした。全国各地のローカル番組や雑誌・新聞でも「丸亀製麺」を中心に日々取り上げられており、今後も積極的なPR活動で一人でも多くのお客様にご来店いただけるきっかけづくりとしたいと考えています。

◆IRカレンダー

年間スケジュール



もっとトリドールを知ってください。



## 株式会社トリドール

〒651-0088

兵庫県神戸市中央区小野柄通7丁目1番1号

日本生命三宮駅前ビル11階

TEL.078-200-3430(代表) TEL.078-200-3433(IR専用)

※この冊子についてのお問い合わせは、上記IR専用電話番号までお願いいたします。



## ◆株主メモ

事業年度 毎年4月1日から翌年3月31日まで

期末配当金  
受領株主確定日 3月31日

定時株主総会 毎年6月

株主名簿管理人 三菱UFJ信託銀行株式会社

同連絡先 〒541-8502  
大阪市中央区伏見町三丁目6番3号  
三菱UFJ信託銀行株式会社  
大阪証券代行部  
電話 ☎0120-094-777 (通話料無料)

上場証券取引所 東京証券取引所

公告の方法 電子公告により当社ホームページに掲載いたします。  
ホームページURL  
<http://www.toridoll.com/>  
ただし、事故その他のやむを得ない事由によって電子公告ができない場合には、日本経済新聞に掲載して行います。

### ■ ホームページのご案内

<http://www.toridoll.com/>



当社はホームページにおきましても最新のトピックスをはじめとして、IR情報や会社情報など様々な情報をご案内しております。