

株式会社ジョイフル

本社/〒870-0141 大分市三川新町1丁目1番45号 TEL.097-551-7131
銘柄コード:9942

株主メモ

決算期日 12月31日(年1回)

定時株主総会 3月下旬

1単元の株式数 100株

配当金受領株主確定日 12月31日

中間配当金受領株主確定日 6月30日

基準日 定時株主総会については、
12月31日

その他必要があるときは、
あらかじめ公告する一定の日

株式の名義書換

名義書換代理人 東京都港区芝3丁目33番1号
中央三井信託銀行株式会社

同事務取扱所 〒168-0063
(お問い合わせ先) 東京都杉並区和泉2丁目8番4号
中央三井信託銀行株式会社
証券代行事務センター
電話 東京03-3323-7111(代表)

同取次所 中央三井信託銀行株式会社 全国各支店
日本証券代行株式会社 本店・全国各支店

公告掲載新聞 日本経済新聞

●決算公告のホームページのご案内

当会社の決算公告は、定款紙による決算公告に代えて、貸借対照表および損益計算書を下記のアドレスに掲載しております。

<http://www.joyfull.co.jp/>

Joyfull Column

メニューを探る

ハンバーグ



ハンバーグはファミリーレストランの定番商品。当社でも注文が多い人気商品ですが、更に満足していただくために大幅なリニューアルを行いました。

今回重視した点は3点。1つは、ハンバーグの肉をふっくらと柔らかく焼きあがるものに変えたことです。現在、柔らかい食感が好まれる傾向にあり、これまでのしっかり噛んで食べるものからふっくら感のあるものに変更しました。

もう1つは手作り感のあるハンバーグに仕上げることに。そのために、従来の打ち抜き型の製造機器を一新し、肉汁をとじこめ手ごねで作ったジューシーなハンバーグのような仕上がりを追求しました。

ジョイフルでは、普段着で、家族やいつもの仲間が食卓がわりに利用できる店づくりを目指しています。そのためには親しみやすさが大切。ハンバーグに限らず手作り感を大切に商品を提供してまいります。

3番目は、香辛料が強かった商品をすっきりしたものに変更。ソースもクリームペッパーソース、和風ソース、トマトソースの3種類を更に美味しくして、お客様のお好みにあわせて選んでいただけるようにしました。

ファミリーレストランが成長するためには商品力の向上が欠かせません。ジョイフルでは今後も、お客様のご要望にお応えできる商品作りに取り組んでまいります。

Joyfull
Restaurant

Discount + Convenience
+ Friendly

第30期 中間事業報告書

2004年1月1日から2004年6月30日まで



株式会社ジョイフル



当紙の印刷に100%大豆インクを使用しています

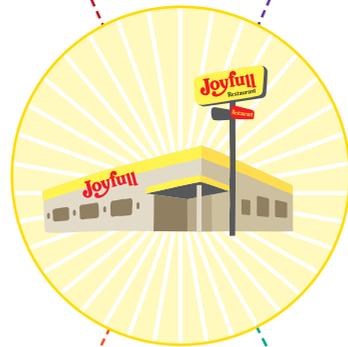
ジョイフルならではの特征があります。

1976年の創業以来、歩みを続けてきたジョイフル。地域の人々の「食卓がわりのレストラン」として親しまれてきたジョイフルは、今や店舗数638店舗（04.6月末）を数えるチェーンレストランとなりました。その成長の裏には、ジョイフルならではの4つの特征があります。

ならではの その1

価格競争力

「どこよりも安く」。これは、ジョイフルの創業以来変わらぬ基本コンセプトです。いわば時流にのったディスカウントではなく、適正でお値打ち感のある価格でご提供すること。日常的にくりかえしご利用いただくお客様の比率の高さは、価格戦略面での圧倒的なご支持を示しています。



ならではの その3

利便性

一般のファミリーレストランが人口8万人以上の商圈設定を行っているのに対し、ジョイフルは小商圈＝利便性ととらえ、3～4万人の小商圈に積極的に出店。「食卓がわりのレストラン」として地域のお客様にご利用いただいています。

Business Points

ならではの その2

商品企画力

「安くておいしい」。ジョイフルでは、ただ安いだけではなく、お客様の満足を得られる商品作りに努めてきました。また、安全な食材を安定供給するために商品開発から、仕入、製造にいたるまでさまざまな工夫を凝らしています。

ならではの その4

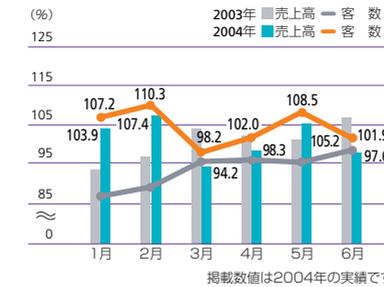
店舗開発力

お客様に可能な限り安く商品を提供するためには、店舗にかかる投資を抑制する必要があります。ジョイフルでは、独自性のある立地開発を行い、設備機器や部材に関しても耐久性にすぐれ、メンテナンス・清掃に時間と経費のかからないものを選定します。

ジョイフルが重視しているもの

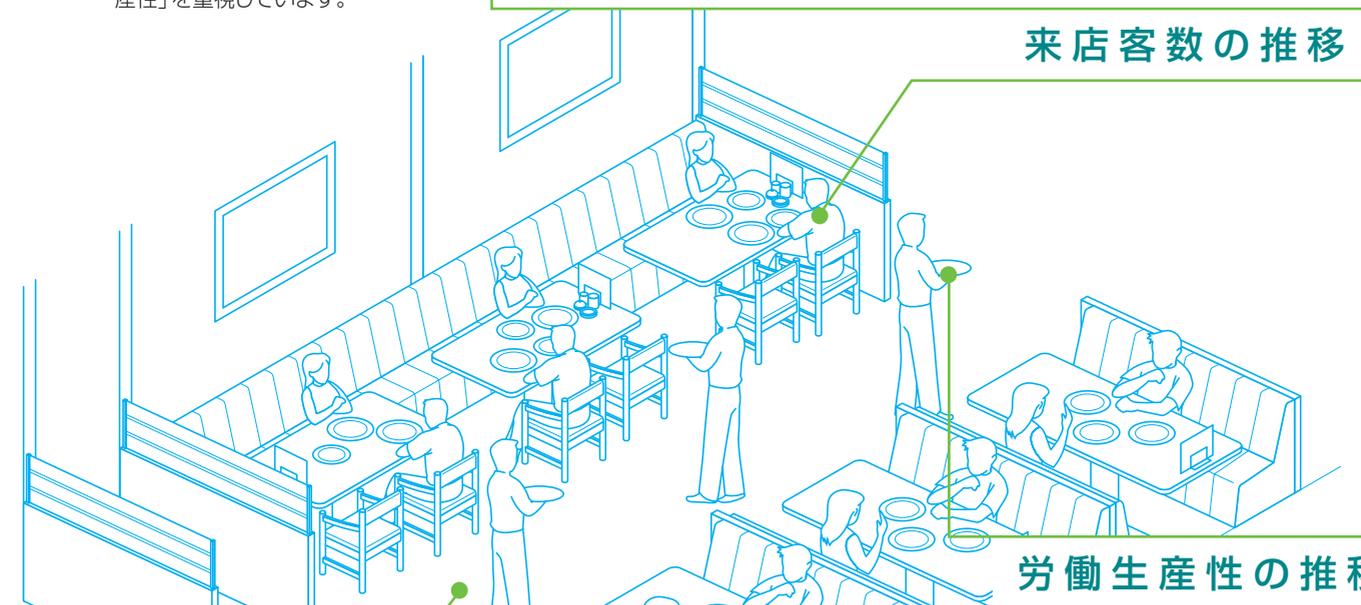
企業の業績はさまざまな指標によって表わされます。当社では、お客様の期待に応えられる企業体質を構築するために、「客数」「立地」「労働生産性」を重視しています。

既存店売上高と客数の推移（対前年同期比）

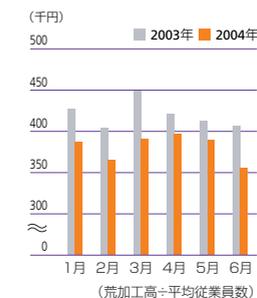


地域に根ざした店づくりを進めるジョイフルにとって、「客数」の増減はお客様の支持を表す重要な経営指標です。春のメニュー改定が好評だったほか、消費税総額表示の義務化に際しての、主力商品の実質値下げなどの施策がお客様にアピールし、当中間期の既存店客数は前年同期を上回って推移しました。

来店客数の推移



労働生産性の推移



労働生産性は、従業員一人当たりの粗利益高を示す経営指標です。当中間期は、食材価格の高騰による原価率の悪化と、店舗作業効率化の遅れ、そして高速出店の再開に伴う新入社員の比率上昇などの影響により、前年数値を下回る結果となりました。今後は、人材教育によるスキルアップ、商品政策の見直し、そして店舗での作業削減による生産性改善を最優先課題として実行していきます。

立地戦略

日本の人口のうち40%は都市圏以外に暮らす人々です。ジョイフルは、他のファミリーレストランが出店しないエリアにも積極的に出店。小さな町の身近なレストランとして親しまれるとともに、不動産コストの削減を図っています。

中期経営計画に基づいた経営を実行し、 更なるプライスリーダーシップを追求します。



代表取締役社長 穴見 陽一

ごあいさつ

株主の皆様におかれましては、ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。この度、第30期の中間決算(2004年1月1日から2004年6月30日まで)をご報告するにあたり、ひとことご挨拶申し上げます。

事業環境としましては、長期化していたデフレ経済から抜け出す動きが顕在化してきたものの、外食産業においては、前期からのBSE問題が継続して影響を与えたほか、アジアでは鳥インフルエンザが猛威をふるい、かつ消費税の総額表示が導入されるなど、非常に厳しい事業環境にあったといえます。

当社はそうした中、2004年1月に21年間におよぶ長期経営計画を策定。あわせて長期経営計画のファーストステージとして第一次中期経営計画(2004年度～2006年度)を立案し、努力を重ねてまいりました。

しかしながら、当中間期の売上高は286億1千3百万円(前年同期比6.5%増)、経常利益は13億2千1百万円(同55.4%減)、中間純利益は5億7千万円(同64.2%減)と厳しい結果となりました。なお、中間期の配当は前年同期と同様、一株につき25円とさせていただきます。

今回、増収とはいえ減益になりましたことは、誠に遺憾ではございますが、中期経営計画の遂行による着実な改善が今後の成長に寄与するものと考えております。

株主様にはどうぞご理解いただき、今後も温かいご支援のほどよろしくお願い申し上げます。

Q 外食産業の状況およびジョイフルのポジションについて教えてください。

A 現在、外食産業を取り巻く環境は非常に厳しいものがあります。オーバーストア現象、あるいは中食市場の伸長という状況は、当中間期だけの現象ではなく、今後ますます競争が激しくなっていくのではないのでしょうか。とくに私どもが位置する低価格帯のマーケットは、価格競争についていける企業とそうでない企業との差が大きくなっており、まさに正念場を迎えています。

もっとも当社は、労働生産性や収益性の限界に挑戦し、小商圈に適合した商品構成、ビジネスモデルを確立してきました。その結果、日本のテーブルレストランでは一番、また先進国の中でもおそらく一番低い価格帯のチェーンレストランとして急成長を遂げることができました。現在すでに単一業態では3位を誇る店舗数を達成していますが、まだまだ進出していないエリアも多く、成長ポテンシャルは非常に高いのではないかと考えています。



Q 本年1月、2024年までの21年間におよぶ長期経営計画を策定された理由についてお話しください。

A 策定した理由をひと言でいえば、計画のない経営行動などありえないからです。企業として成長するためには明確なビジョンが必要ですし、実現を目指すはるか以前からあるべき姿を展望し、かつ、3年刻みくらいで中間計画を打ち出しながら高い目標に向かって歩いていきたいと思えます。私は、昨年社長に就任しましたが、社長としての責任とは、企業を次の世代へスムーズにバトンタッチすること。そして、企業として永続的に存在するために必要なことを常に全うすることが役割だと考えてきました。

長期経営計画は、そうした私の決意を示したもので、「今後20年間で年商6,000億円超を目指すこと」「外食業界ナンバーワン企業を目指すこと」「尊敬され、愛される会社を目指すこと」の3つのビジョンを掲げています。

もちろん、厳しい事業環境を勝ち抜いていくためには、その時々状況の変化に対応することが必要です。3年間で1クールにした中期計画はそうした時代対応を的確に行う指針を示したもので、当中間期においてもさまざまな施策に取り組んできました。



Q 第1次中期経営計画の初年度の状況と下期への取り組みについてお聞かせください。

A 当中間期に行った取り組みの中で最も大きなものは、子会社を吸収合併したことでしょう。当社はこれまで、全国の出店エリアをジョイフル本体と地域子会社とに分けることで成長してきましたが、一方で、出店政策や人材教育の面でスケールメリットを発揮できないという課題もありました。今回の吸収合併でそうした課題を克服するとともに、今後は全社一丸となって各種施策を実施できる体制をつくりたいと思います。

下期においては、不採算店舗の閉鎖や営業時間の短縮などでコスト低減・効率化を進めることが大きなテーマになります。また、鳥インフルエンザなどの外部要因に左右されない商品供給を実現するために、チキン素材を生肉から加工品に転換することも大きな課題ですし、主力商品であるハンバーグについても大幅な見直しを行ってまいります。

物流ネットワークを再構築することでコストの低減を図っていくことも、下期中に成果を示していきたい課題です。これについては福岡にデリバリーセ

ンターを開設して配送ルートを短縮することをすでに決定していますが、今後の出店戦略と合わせ総合的な判断をしていきたいと思っております。

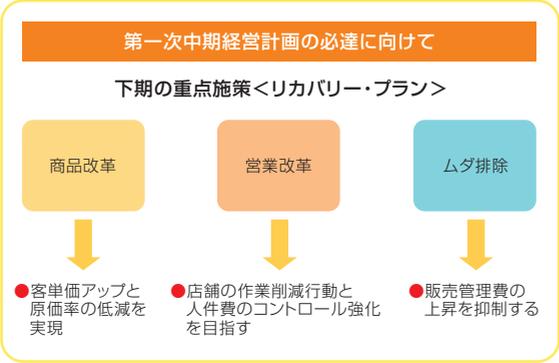
Q 将来展望および株主様へのメッセージをお聞かせください。

A 当社は、20年後に外食ナンバーワン企業を目指すとともに、お客様から、従業員から、ひいては社会からも尊敬され、愛される会社を目指しています。

企業が成長するためには、資産、人材、技術といった経営資源を有効に活用し、常に先を見据えた戦略を講じていくことが大切です。

そのためには、競争がますます激しくなっていく外食産業の中で、高い収益力を安定的にあげるビジネスモデルを確立することが重要で、今後も、マーケティング機能を強化しながら、ジョイフルとしてのビジネスモデルが成立するエリアをターゲットにした店舗展開を行いたいと考えています。また、BSEや鳥インフルエンザに象徴される突発的な事態にも対応できる企業、リスクに強い企業になることも重要だと考えており、余力のあるうちにコストを使って企業としての体制整備に取り組んでいきます。

株主様に対しては、そうした当社の経営方針や企業動向を正確に知っていただくために積極的な情報公開を行い、企業としての信頼度を高めていきたいと考えます。つきましては、当社のビジョン・施策にご理解を賜るとともに、末永くご支援いただきますようお願い申し上げます。



1st Stage <2004年度～2006年度>

当社は長期経営計画のファーストステージとして、2004年度～2006年度の3年間におよぶ第一次中期経営計画を策定しています。現在、外食産業を取り巻く状況は、マーケットとしての成長が鈍化する中で熾烈な競争時代を迎えています。

第一次中期経営計画では、そうした環境の変化を見据えながら、当社が直面する課題を整理。経営機能の集約や人材育成といった経営基盤強化に取り組むとともに、商品調達・製造・物流の効率化や店舗における生産性向上を図るなど、次なる成長に向けた体制整備に努めてまいります。

長期経営計画(2004年度～2024年度) VISION

経営は、単年度や中期計画をつなぎ合わせたものではなく、10年、20年という長期的視野に立って計画的に行われるべきものです。当社は、企業としての持続的な成長を図る観点から、2024年までの長期経営計画を策定しました。

- 今後20年間で年商6,000億円超を目指します
- 外食業界ナンバーワン企業を目指します
- 尊敬され、愛される会社を目指します

基本戦略と具体的な取り組み

- ① 子会社の吸収合併による経営資源の集中と経営意思の統一
- ② 大量出店開始による売上高の二桁成長と既存店舗のリストラクチャリングによるキャッシュ・フロー改善
- ③ 大量スカウトによる人材確保と教育配転による人材育成
- ④ SI制の定着による店舗マネジメント・レベルの高度化と人時生産性の向上
- ⑤ 物流ネットワーク再構築による中期的な物流コストの削減
- ⑥ 工場のHACCPとISO認定取得による商品品質の向上と安全性の確保
- ⑦ 商品調達・製造・物流・店舗作業の効率化による労働生産性の向上と雇用条件の改善
- ⑧ 機動的な資本政策による資金調達力の向上
- ⑨ 労働環境の改善への取り組み
- ⑩ 次世代業態の実験開始による10年後の主力事業の準備

数値目標

		2004年度*	2005年度	2006年度
売上高	(百万円)	60,971	68,381	79,529
経常利益	(百万円)	3,565	5,055	6,656
当期純利益	(百万円)	1,281	2,729	3,594
株主資本当期純利益率 (ROE)	(%)	7.1	14.3	17.1
出店数 (FC含む)	(店)	67	117	124
期末店舗数 (FC含む)	(店)	646	767	891

*2004年8月20日修正

出店戦略



当社は「日常の暮らしに役立つ店」を念頭に、小商圏でも高収益を確保できるビジネスモデルを構築してきました。現在、当社の売上に占める不動産コストの割合は他社の60%程度と低い割合を占めていますが、これは、ルーラルエリア*に集中して出店する当社ならではの戦略によるものです。今後も、一店当たりの店舗投資を抑制することで、お客様に「より安い」商品を提供するとともに、損益分岐点を低く抑えることで、利益体質の強化に取り組んでいきます。

*ルーラルエリア：都心部に対する地方エリアの呼称。いわゆる「地方立地」のことで、ジョイフルでは、ルーラルエリアの住宅立地を重視した出店政策をとってきました。

出店エリアについて

当社が出店するルーラルエリアは、いわば「地方立地」。ルーラル立地で暮らしている人々の生活感覚をつかむことで、食卓がわりのレストランとして地域一番店を目指す戦略が高収益体質の源です。

出店数について

本年度中に社内体制整備を終えて2005年度からは年間100店舗以上の大量出店をスタート。同時に、中四国から東に向けて効率的にドミナント形成を行い、年率10%以上の持続的な売上成長を図ります。

沿革

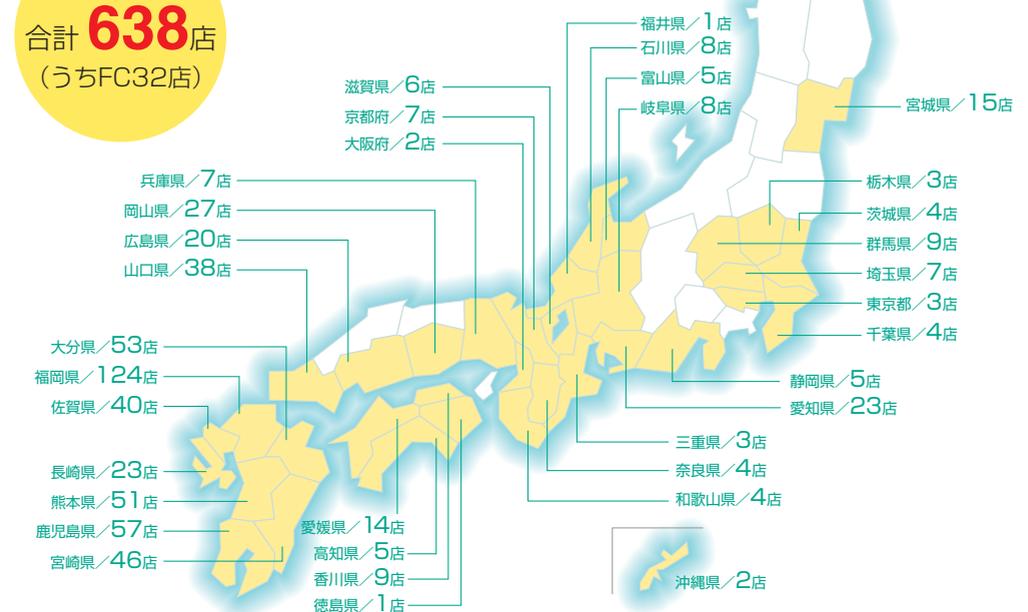
- 1976年 5月 焼肉チェーン店の展開を目的に、資本金200万円をもって株式会社焼肉園を創立し、本社および本社工場を大分市旦野原に新設
- 1979年 2月 大分市萩原にファミリーレストランチェーンジョイフル1号店（萩原店）を開店
- 1980年 9月 株式会社焼肉園を株式会社ジョイフルに商号変更
- 1983年 8月 本社および本社工場を大分市萩原に新築移転
- 1987年 2月 大分市碩田町にジョイフル10号店（中島店）を開店
- 1989年 5月 経営効率を高めるため、大分市三川新町に、本社および本社工場を移転
- 1990年 6月 POSシステムを導入
- 1991年 2月 熊本県八代市にジョイフル50号店（八代店）を開店
- 1991年 7月 本社一括配送による効率化のため、大分市下郡中新地に配送センターを新設
- 1993年 6月 福岡証券取引所に株式を上場
- 1995年 9月 長崎県大村市にフランチャイズの1号店として大村店を開店
- 1995年12月 熊本県八代市にジョイフル100号店（南八代店）を開店
- 1996年 7月 熊本県菊池市に第2工場・配送センター（熊本センター）を新設

- 1996年10月 東京都青梅市に子会社「株式会社 関東ジョイフル」を設立
- 1997年 2月 愛知県安城市に子会社「株式会社 中部ジョイフル」を設立
- 1997年 6月 岡山県倉敷市に子会社「株式会社 中国ジョイフル」を設立
宮城県仙台市に子会社「株式会社 東北ジョイフル」を設立
石川県金沢市に子会社「株式会社 北陸ジョイフル」を設立
- 1998年 1月 滋賀県大津市に子会社「株式会社 近畿ジョイフル」を設立
- 1999年 8月 千葉県松戸市に子会社「株式会社 東京ジョイフル」を設立
- 1999年10月 愛知県宝飯郡御津町に第3工場（愛知工場）を新設
- 2001年10月 近畿ジョイフル和歌山粉河店の開店により、ジョイフルグループで500店舗を達成
- 2002年 6月 株式会社関東ジョイフルの営業の全部を譲り受け株式会社亀の井ホテルの株式を全て売却
- 2002年 9月 単元の株式数を1,000株から100株に変更
- 2002年11月 株式会社中国ジョイフルを吸収合併
- 2003年 3月 穴見陽一が代表取締役社長に就任
- 2003年12月 グループ店舗数が600店舗を突破
- 2004年 6月 地域子会社5社を吸収合併

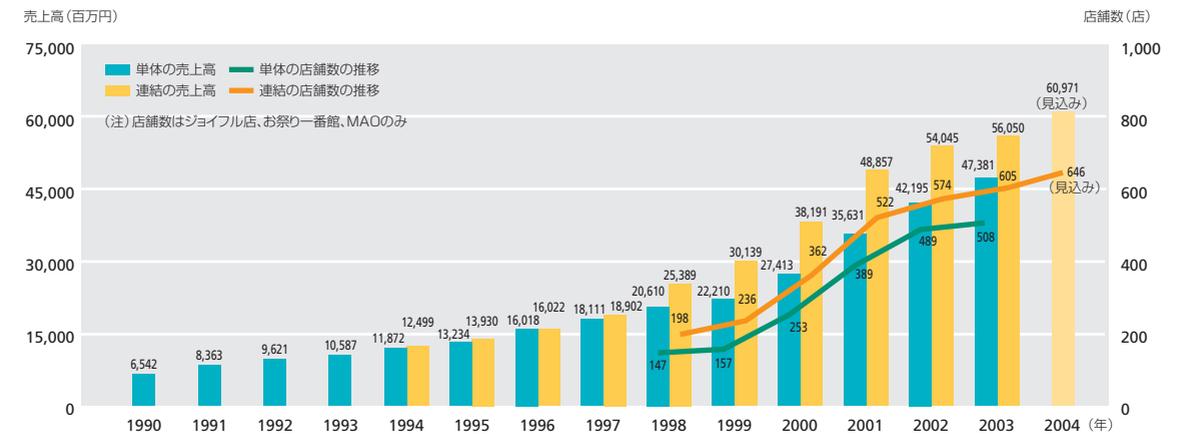
店舗ネットワーク

(2004年6月30日現在)

合計 **638**店
(うちFC32店)



売上高・店舗数の推移



**経営資源の集中と意思統一を図るため
子会社の吸収合併を行いました。**

2004年6月1日、これまでジョイフルの地域会社として事業展開してきた中部、東北、北陸、近畿、東京の各ジョイフルを吸収合併しました。これまで本社と地域会社との間で出店政策や人材教育の面での違いがあり、スケールメリットが生かせないという課題がありました。今回、子会社を吸収合併して経営機能を本部に集約したことで、経営資源の集中と経営意思の統一が図られることになりました。

**コーポレート・ガバナンスの
確立を目指します。**

健全かつ効率的な経営を図り、適切な経営の意思決定と業務遂行を図るためにはコーポレート・ガバナンスの確立が重要です。当社は、コーポレート・ガバナンス体制の強化に努めており、月1回開催の取締役会を補完するものとして週1回開催の経営会議を新設しました。また、社長室を経営コントロール室に組織替えして経営意思の執行力を強化しました。



**主力商品の実質的な
値下げを行いました。**

お客様のご支持をいただくためには、お値打ち感のあるメニューの提供と低価格戦略を維持することが大切です。今春より消費税の総額表示が義務化されましたが、当社では消費税別額で399円だった日替りランチを消費税込みの同額とし、実質的な値下げを行うことでお客様にアピールしました。



**SI制度や教育制度の充実で
店舗営業力を強化しました。**

既存店の収益性向上のために、スーパーインテンデント(SI：3~4店舗を統括するマネジャー)制度の充実を図るとともに、労働生産性の向上を目的とした店舗作業マニュアルを整備、教育訓練センターを新設するなど、人材力強化、店舗マネジメント力の強化に取り組みました。

■ 経営 ■ 店舗 ■ サービス

**高速出店の再開とともに
そのために必要な要員の
確保に努めました。**

当社では過去2年間にわたって高速出店再開に向けた体制づくりに努めてきましたが、当中間期においては、その体制づくりが進んだものと判断し、高速出店を再開(直営32店、FC店2店)。あわせて要員確保のために人事部の増強と新卒・中途採用に積極的に取り組みました。

中間期としては過去最高の売上を達成しました。

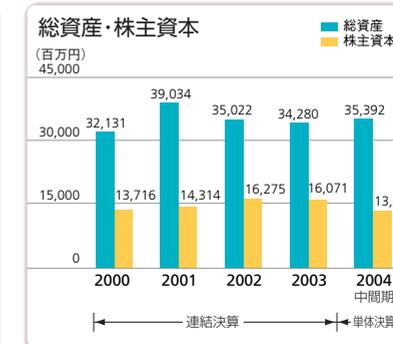
当中間期においては、当社が重視する「客数」が前期比104.4%と順調な伸びを示しました。また、既存店の売上高が期初計画の100.0%を超える数値(全社ベースで100.8%)を達成するとともに、新店の売上が計画値に対して、平均で10%を超える伸びを示すなど好調に推移しました。その結果、出店数が3店計画未達であったにもかかわらず、当中間期の売上高は過去最高の286億1千3百万円を計上、計画を約3千万円上回りました。

原価率、人件費率の悪化等を要因に経常利益が計画未達になりました。

アメリカで発生したBSEやタイ・中国における鳥インフルエンザなどの外部要因によって食材の原価率が上昇。ドリンクバーの値下げや今春の消費税総額表示導入時に販売価格を据え置いた(実質的な値下げ)こともあって、トータルで原価率が前期比約3%ポイント悪化しました。また、労働条件改善や新規出店の立ち上げ増加によって対売上高人件費率も前期より2.2%ポイント悪化し、経常利益は13億2千1百万円と4億4千4百万円の計画未達となりました。

営業活動・財務活動によるキャッシュ・フローが増加し、投資活動によるものが減少しました。

営業活動におけるキャッシュ・フローは税金等調整前中間純利益や減価償却費、仕入債務の増加等による資金の増と法人税等の支払による資金の減少によってトータルで24億4百万円の増加となりました。また、投資活動によるキャッシュ・フローは、子会社株式取得や新規出店に伴う有形・無形固定資産による支出等によって26億3千7百万円の減少、財務活動によるキャッシュ・フローは5億6千1百万円の増加となりました。



※見通しは、2004年通期の会社計画数値です。

(注)2004年6月1日に連結子会社を全て吸収合併したため、2004年6月30日現在の中間連結貸借対照表は作成しておりません。従いまして、2004年中間期は単体数値を掲載しています。

中間決算の状況

単体中間貸借対照表 (要旨)

(単位: 千円)

科 目	当中間期 (2004年6月30日現在)	科 目	当中間期 (2004年6月30日現在)
資 産 の 部		負 債 の 部	
流動資産	3,433,616	流動負債	17,686,698
現金及び預金	1,980,551	買掛金	2,819,626
売掛金	96,271	短期借入金	8,700,000
① たな卸資産	965,054	1年以内返済予定の長期借入金	1,547,425
② その他の他	391,958	賞与引当金	88,000
貸倒引当金	△ 220	④ その他の他	4,531,646
固定資産	31,958,408	固定負債	4,248,092
有形固定資産	27,660,600	長期借入金	3,572,930
建物	13,384,273	退職給付引当金	348,712
構築物	2,977,071	⑤ その他の他	326,450
土地	8,463,464	負債合計	21,934,791
建設仮勘定	132,693	資本の部	
その他の他	2,703,098	資本金	1,596,595
無形固定資産	62,247	資本剰余金	2,390,432
投資その他の資産	4,235,560	利益剰余金	13,237,951
長期貸付金	693,833	利益準備金	403,948
差入敷金保証金	3,173,331	任意積立金	10,000
③ その他の他	368,394	中間未処分利益	12,824,003
資産合計	35,392,025	その他有価証券評価差額金	4,357
		自己株式	△ 3,772,103
		資本合計	13,457,233
		負債・資本合計	35,392,025

① <たな卸資産>の内訳 (単位: 千円)

商品	33,788
仕込品	155,127
原材料	678,003
貯蔵品	98,135

② 流動資産<その他>の内訳 (単位: 千円)

前払費用	217,566
繰延税金資産	70,913
短期貸付金	59,871
その他	43,608

③ 投資その他の資産<その他>の内訳 (単位: 千円)

投資有価証券	32,102
出資金	30,190
長期前払費用	74,945
繰延税金資産	231,157

④ 流動負債<その他>の内訳 (単位: 千円)

未払金	1,119,575
未払費用	2,458,745
未払法人税等	506,000
未払消費税等	204,734
前受収益	156,008
その他	86,584

⑤ 固定負債<その他>の内訳 (単位: 千円)

長期前受収益	308,331
役員退職慰労引当金	12,994
その他	5,125

■決算財務諸表について

2004年6月1日に連結子会社を全て吸収合併したため、2004年6月30日現在の中間連結貸借対照表は作成しておりません。従いまして、当中間期の連結財政状態は、合併後の単体貸借対照表を掲載しています。

連結中間損益計算書 (要旨)

(単位: 千円)

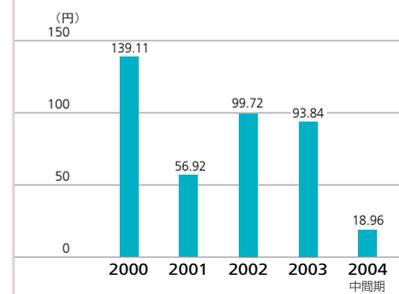
科 目	当中間期 (2004年1月1日から 2004年6月30日まで)	前中間期 (2003年1月1日から 2003年6月30日まで)
売上高	28,613,316	26,869,503
売上原価	10,316,602	8,911,940
売上総利益	18,296,714	17,957,563
販売費及び一般管理費	17,095,608	15,081,375
営業利益	1,201,105	2,876,187
営業外収益	180,911	145,882
営業外費用	60,784	59,988
経常利益	1,321,232	2,962,081
特別利益	507	683
特別損失	119,424	99,882
税金等調整前中間純利益	1,202,315	2,862,882
法人税、住民税及び事業税	504,176	1,197,976
法人税等調整額	123,010	52,046
少数株主利益	5,085	22,253
中間純利益	570,043	1,590,605

連結中間キャッシュ・フロー計算書 (要旨)

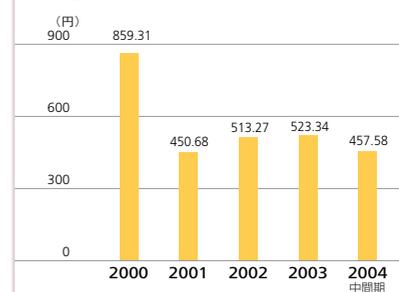
(単位: 千円)

科 目	当中間期 (2004年1月1日から 2004年6月30日まで)	前中間期 (2003年1月1日から 2003年6月30日まで)
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,404,188	2,590,553
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 2,637,138	△ 341,537
財務活動によるキャッシュ・フロー	561,650	△ 2,407,264
現金及び現金同等物に係る換算差額	—	—
現金及び現金同等物の増加額	328,700	△ 158,249
現金及び現金同等物の期首残高	1,631,654	1,635,535
現金及び現金同等物の中間期末残高	1,960,354	1,477,285

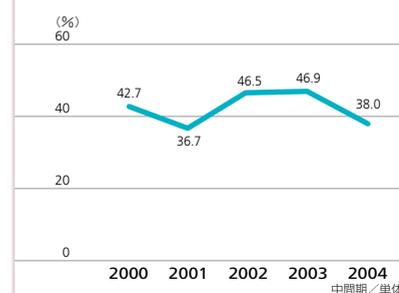
1株当たり中間(当期)純利益



1株当たり株主資本



株主資本比率



株式の状況

(2004年6月30日現在)

会社が発行する株式の総数	120,000,000株
発行済株式の総数	31,931,900株
株主数	3,160名

●所有者分布状況

区分	株主数(名)	株式数(株)	議決権比率(%)
証券会社	22	6,862	0.02
外国人	19	2,194,300	6.87
金融機関	22	5,098,762	15.97
その他法人	64	9,304,392	29.15
個人その他	3,033	15,327,584	47.99
合計	3,160	31,931,900	100

(注) 議決権比率は中間期末現在の総株主の議決権数に対する比率で小数点第3位を四捨五入しております。

●大株主

株主名	大株主の当社への出資状況		当社の大株主への出資状況	
	持株数(株)	議決権比率(%)	持株数(株)	議決権比率(%)
ジョイ開発有限会社	8,004,600	25.07	—	—
穴見陽一	3,049,600	9.55	—	—
穴見加代	1,590,000	4.98	—	—
穴見賢一	1,587,400	4.97	—	—
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,435,800	4.50	—	—
西日本信用保証株式会社	906,000	2.84	—	—
モルガン・スタンレー・アンド・カンパニー・インク	808,400	2.53	—	—
穴見保雄	707,260	2.22	—	—
児玉幸子	691,000	2.16	—	—
株式会社伊予銀行	679,536	2.13	22,000	0.00

(注) 議決権比率は中間期末現在の総株主の議決権数に対する比率で、小数点第3位以下を切り捨てて表示しております。
・上記のほか当社所有の自己株式が2,522千株あります。

会社の概況

(2004年6月30日現在)

社名	株式会社ジョイフル
本社所在地	大分市三川新町一丁目1番45号
大分工場	大分市三川新町一丁目1番45号
大分配送センター	大分市下郡中新地3410-1
熊本工場・配送センター	熊本県菊池市大字袈裟尾字下大迫445-4
愛知工場	愛知県宝飯郡御津町佐脇浜三号地1-17

店名	ジョイフル
創業	昭和40年6月
創立	昭和51年5月
資本金	15億9,659万円
従業員数	1,317名

上記従業員のほかにパートタイマー約6,793名(8時間換算)を雇用しております。

主要な事業内容	①食堂、喫茶店および食料品販売店の経営 ②煙草、酒類および雑貨の小売 ③不動産の賃貸 ④前各号に付帯または関連する一切の事業
---------	---

役員	
代表取締役社長	穴見 陽一
取締役	川上 広明
取締役	大村 重男
取締役	帆足 徹
取締役	初田 誠二
取締役	志摩 信彦
取締役	池田 誠司
取締役	貝沼 直之
監査役(常勤)	甲斐 信次
監査役	河野 光雄
監査役	児玉 幸子
監査役	高橋 幹

Topics

▶ 広島県尾道市に配送センターを設置します。

当社は、中期経営計画のひとつの柱として、物流ネットワークの再構築による物流コストの低減を掲げています。現在、2006年度までに中国地方へ約150店の出店を計画しており、中国地方における物流システムの効率化を図る観点から、新たに広島県の尾道流通団地内に配送センターを設置することになりました。

配送センターには当社最大規模の冷凍・冷蔵庫付き物流施設と野菜のカットラインなどを設置。2005年9月からの稼働を目指しています。

▶ 人気企業ランキング(九州山口地区)で第11位となりました。

日本経済新聞(第二部・九州山口版)に掲載された「人気企業・就職意識アンケート」の人気企業ランキングにおいて、ジョイフルが前年の第98位から大きく順位をあげて第11位にランクされました。

この調査は、日本経済新聞が九州山口地区の国公立・私立の主要大学に通う大学生500人を対象に行ったもので、高い評価を得た背景には、積極的な採用活動やホームページなどによる広報体制の充実、更には接客を通じて企業の魅力が伝わっていることなどがあげられます。

株主優待制度のご案内

- 毎年6月、12月の各末日現在、1,000株以上ご所有の株主の皆様は、一律毎回10,000円(500円×20枚)の食事券をお送りします。
- ファミリーレストラン「ジョイフル」の各店舗でお食事ができます。
- 有効期限は、発行日より1年間です。