

## 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 東京都港区芝三丁目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) 東京都杉並区和泉二丁目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/>

## 株式会社ジョイフル

本社/〒870-0141 大分市三川新町一丁目1番45号 TEL.097-551-7131  
銘柄コード:9942



## Joyfull Column

### メニューを探る

### チーズケーキ



今や大人から子どもまで人気のチーズケーキ。ジョイフルでも定番のスイーツです。チーズの歴史をひもとくと、そのルーツは定かではなく、6,000年～1万年前の中央アジアからメソポタミアあたりが発祥の地だろうといわれています。

その後、長い年月を経てチーズ作りは各国に伝わり、チーズ料理やお菓子が数多く生まれていったと考えられます。

日本では明治時代に、チーズを使ったお菓子がいろいろと紹介されるようになりましたが、チーズケーキが今のように定番スイーツになったのは、ごく最近のことです。1964年、1965年に「レアチーズケーキ」「焼きチーズケーキ」が発売された後、70年代半ばに女性雑誌がチーズケーキを取り上げたのを契機に一気に広まっていったのです。

チーズはたんぱく質やカルシウム、ビタミンA・Bを多く含んでいて、とても栄養価が高い食品です。なかでも、カルシウムは細胞を生き生きとさせ、血液も皮膚も常に若々しい状態に保ってくれる働きがあります。チーズケーキには、健康に必要な大切な栄養素も含まれているのです。

ジョイフルのアメリカンチーズケーキはその名の通り本場アメリカから届けられ、みなさまに親しまれています。

### お知らせ ジョイフルが単行本になりました

2004年冬、当社をテーマにした単行本が刊行されました。2004年秋冬全メニューの紹介や、創業者インタビューなど、フードジャーナリストのはんつ遠藤氏がさまざまな角度からジョイフルに迫った一冊となっています。

著者：はんつ遠藤氏  
出版社：生活情報センター  
定価：本体1,200円  
ISBN：4-86126-165-1



Joyfull  
Restaurant

Discount + Convenience  
+ Friendly

## 第30期 事業報告書

2004年1月1日から2004年12月31日まで

株式会社ジョイフル



# ジョイフルの競争力のすべて

おいしい料理を……メニューのおいしさづくりについて

## 1 メニュー戦略

**ジョイフル**とは

- おいしい料理を……
- 安い価格で……
- どこでも……  
楽しめるチェーンレストランを  
経営し、
- 成長を……  
続ける会社です。

ジョイフルが心がけているのは「お値打ち価格で、よりおいしいもの」を提供すること。低価格帯のファミリーレストランのメニューを提供しています。また、グリルやライトミール、定食類と、メニュー構成にバリエーションがあるのもジョイフルの大きな魅力と考えています。

### 商品開発のこだわり

「魅力的な商品を、お客様を待たせず、短い調理時間で提供する」。これがジョイフルの商品開発の基本コンセプトです。どんなにおいしい料理でも、値段が高ければ、ジョイフルをご利用になれるお客様に満足いただくことはできません。ジョイフルでは、商品開発担当と店舗運営担当が連携しながらメニュー開発を推進。店舗における作業を常に念頭に置きながら、安価で且つお値打ち感のある商品を提供したいと考えています。

### 新商品ができるまで

新商品の開発のために、商品開発スタッフは半年先、1年先のメニューを想定して開発にあたっています。そして一定の方向性が出た段階で試作品をつくるステップに入り、何度も何度も試作を繰り返しながら、素材やレシピづくりに尽力。その上で、試作を繰り返しお客様に満足いただける商品として判断されたものだけが、実際のメニューとして提供されることとなります。

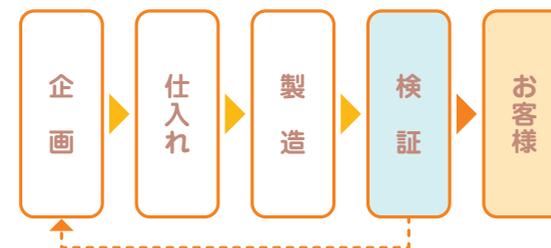
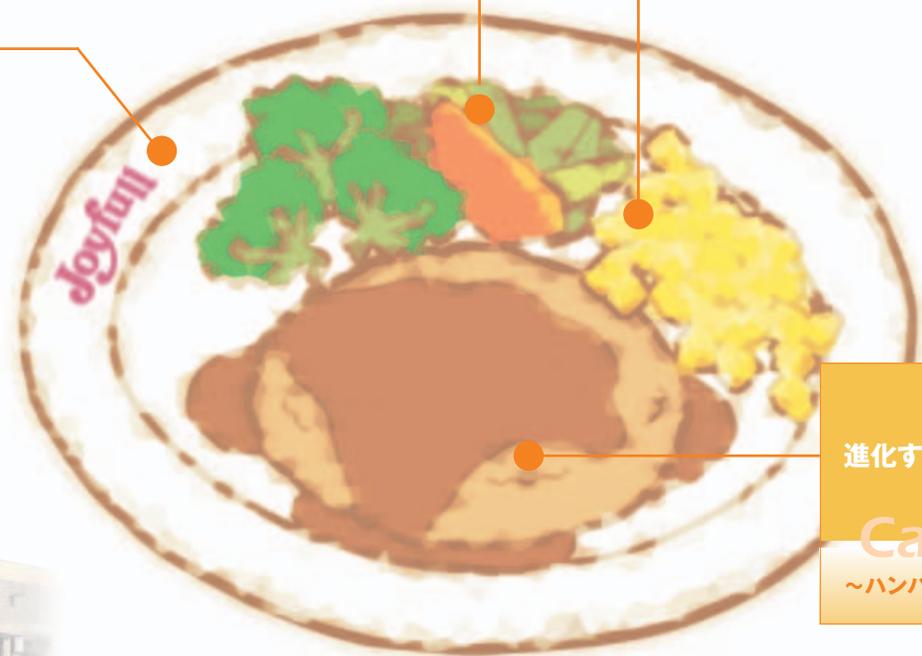


主なオリジナルメニュー

1979年の1号店開店以来、「食卓がわりのレストラン」として地域の人々から親しまれてきたジョイフル。

2004年末時点で店舗数は640店を超え、低価格帯のファミリーレストランとして揺るぎない地位を築いています。

ここでは、厳しい外食環境の中で順調に売上・店舗数を拡大し続けるJoyfullの競争力のすべてをご紹介します。



### 進化するメニュー Case 1 ～ハンバーグの場合～

ハンバーグはファミリーレストランの定番商品です。もっとも人気商品といえども同じ味覚ではお客様に飽きられてしまいます。ジョイフルでは、常に定番商品のブラッシュアップを心がけており、2004年の秋メニューではハンバーグ商品のレシピを変更、従来の塩味強めのがっしりとしたタイプから、より手作り感を演出する、ふんわりしたタイプへと進化しました。



## 2 価格競争力

安い価格で……プライスラインと物流について

可能な限りの低価格でおいしい料理をお届けすること。それがジョイフルの基本姿勢です。そして今、徹底した価格競争力の追求と明確なプライスラインの設定や、物流システムの再構築などを通じて、より磐石な体制で安定した店舗運営や価格競争力を維持するための取り組みを続けています。

### 価格設定

ジョイフルのメニューを見ると、「199円」から「799円」の100円刻みで7種類の価格が設定されています。それはお客様の選びやすさを考えてのこと。メニュー内容と価格の組み合わせをできるかぎりシンプルにすることで、お客様が迷うことなく選びやすいことを意図しています。



### 仕入れの工夫

ジョイフルで提供する商品は、大分、熊本、愛知の自社工場で製造される商品とアウトソーシングの2本立て。ハンバーグステーキなどの主力商品や味の決めてとなるソース類の一部については自社工場中心での製造を行なっています。



### 物流体制

毎日、お客様に対して安定的に商品を提供するためには、自社工場やその他の食材メーカー等でつくられた商品や調味料や備品等が確実に配送されることが必要です。

現在、ジョイフルでは全国9カ所に配送センターを設置して安定的な供給体制を構築しているほか、JLS（ジョイフル・ロジスティック・システム）を開発することで、商品の毎日配送の実現をめざすなど、より効率的な物流システムの実現に努力しています。



## 3 出店戦略

どこでも……お店づくりについて

ジョイフルでは過去2年間、出店を抑制してきましたが、当期実施した社内体制整備を踏まえ、2005年度からは年間100店舗以上の大量出店をスタートします。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ない、年率10%以上の持続的な売上成長を図っていきます。



### 小商圈の立地

ジョイフルが出店するエリアはルーラルエリアとよばれる「田舎立地」。当社では、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めざしています。

### 店舗投資抑制による利益確保

当社は「日々の暮らしに役立つ店づくり」を念頭に、小商圈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同業他社の40%程度低いケースもあり、店舗投資を抑制できる企業体質が収益性の向上に大きく貢献しています。

## 4 成長力

成長を……数字で見るJoyfull

全国店舗数  
**642**  
店

当期は高速出店を再開し、直営店58店、フランチャイズ店5店の出店を達成しました。結果、期末店舗数は直営店が608店舗、フランチャイズ店が34店舗となりました。

平均客単価  
**605**  
円

ジョイフルの平均客単価は、業界平均と比べて低くなっています。これはおいしいものをより安価な価格で提供する企業姿勢のあらわれといえます。

売上高伸び率  
**7.6**  
%

売上高伸び率は企業の成長性を判断する上での基本指標です。当期連結においては対前年比7.6%と前年伸び率3.7%に比べて3.9ポイント上回ることになりました。

来客数前期比  
**102.4**  
%

来客数はジョイフルがどれだけのお客様に支持されているかを示す指標です。当期においては前年比102.4%となり、他の競合各社より高い数字と自負しています。

中心価格  
**399・499**  
円

プライスリーダーを自負しているジョイフルは、こだわりの価格帯を設定しています。2004年4月の消費税総額表示実施時にも変更せず、実質的な値下げを行ないました。

商品数  
**95**  
品

ジョイフルのグランドメニュー品目数は95。バラエティーさを失わず、お客様にお食事を楽しんでいただくためには、適度な品目数が不可欠です。

## ●株主のみなさまへ

## 中・長期計画のスタートの1年。徹底した経営基盤強化と事業再構築で成長の礎を築く。



代表取締役社長 穴見 陽一

株主のみなさまにおかれましては、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期決算（2004年1月1日から2004年12月31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。

### 厳しい外食環境の中で売上高は603億円を達成しました。

現在の外食産業は、オーバーストアと長期化するデフレ経済の中での価格競争の激化など厳しい事業環境が続いています。また弁当・惣菜店の成長や、コンビニエンスストアやスーパーマーケット等との競争が熾烈になるなど、業態を超えた淘汰の動きは広がっているといえるでしょう。

さらに、BSEや鳥インフルエンザ発生によって国内における輸入牛肉・鶏肉相場に悪影響を及ぼし、食の安全についての消費者意識の高まりとあまって、リスクに対する対応が急務となっているのが実情です。

こうした厳しい事業環境の中、当社の連結業績は、売上高は603億2千6百万円と前期比7.6%増を達成。経常利益は31億6千2百万円（前期比45.3%減）、当期純利益は8億1千2百万円（前期比72.2%減）となりました。また、株主配当については中間期で25円、通期で50円の配当を行なわせていただきます。

### 長期経営計画と3カ年単位の中期計画を策定

2004年1月、新たな成長軌道を描くことを目的に、2024年までの20カ年におよぶ長期経営計画を策定しました。経営とは本来、単年度の施策や中期計画をつなぎ合わせたものではなく、10年、20年という長期的な視野に立って計画的に行なわれるべきものと考えます。当社は「今後20年間で年商6,000億円超をめざす」「外食業界ナンバーワン企業をめざす」「尊敬され、愛される会社をめざす」という3つのビジョンを掲げ、新たなスタートを切

りました。

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大切です。そこで20年というスパンの長期経営計画とは別に、3年間で中期経営計画を策定。柔軟で的確な経営戦略を構築することによって、時代対応力を備えた経営計画を打ち出していきます。

### 徹底したリストラクチャリングの断行

長期経営計画・第1次中期経営計画の初年度にあたる当期は、徹底したリストラクチャリングの断行とさまざまな経営改革に取り組みました。

まず、5社あった地域子会社については吸収合併によって経営資源の集中と経営意思の統一を促進。また、従来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、経営執行の機動性向上とコーポレート・ガバナンスの充実を図ってきたところです。

また、商品戦略においても「お値打ち感のあるメニューの提供と低価格戦略の維持」を具現化。4月の消費税総額表示義務化時に、消費税別額で399円であった日替りランチを消費税込みで同額として販売するなど、低価格帯のリーディングカンパニーとしての姿勢をアピールしました。さらに、既存店の収益性向上のために店舗マネジメント強化を目的にしたスーパーインテンデント（3～4店舗を統括するマネジャー）制度の充実や、サービス・品質の向上を目的とした店舗作業マニュアルの整備や教育訓練センターの新設等にも取り組み、これまでも増して店舗営

業力の強化に注力した1年間でした。

当社では過去2年間出店を抑制してきましたが、当期はあらためて高速出店を再開。あわせて出店主幹部門である店舗開発部の設置と強化を図ったほか、高速出店を可能にする店舗要員確保のために人事部門の強化を進めました。

### 「リカバリー・プラン」で企業体質を強化

今期行なったさまざまな施策によって、当期の売上高は計画比では98.9%にとどまったものの、前期比で107.6%と、外食各社が伸び悩む中で着実な伸びを示すことができました。しかしその一方で、経常利益については原価率・人件費率が上昇したことや、その他販売管理費のコントロールが不十分であったことで計画未達に終わり、大きな課題を残すことになりました。

原価率が上昇した背景には、BSEや鳥インフルエンザ等を背景にした食材価格の高騰が大きな要因としてあげられます。また、消費税の総額表示時の売価据置（実質的な値下げ）やドリンクバー50円サービスなどの商品政策が



原価率を引き上げた要因です。さらに今期より取り組んでおります営業改革の遅れや、不採算店舗閉鎖・営業時間短縮の実施遅れによる計画外人件費の発生により、人件費率が上昇しました。

当社は8月に代表取締役社長自らが陣頭に立って「リカバリー・プラン」を宣言することで経営改革を推進し、企業体制の強化にあたりました。

具体的には、「客単価アップと原価率の低減を実現する『商品改革』の実施」「実行が遅れている店舗作業削減行動と店舗人件費のコントロール強化をめざす『営業改革』の実行」「上昇傾向にある販売管理費を抑制する『ムダ排除』の徹底」という3つの重要課題を設定。週次単位で検診・改善を行なうなどきめ細かな施策を展開しました。

また、10月には組織改正によって従来のフラットな体制を3本部体制へと転換。執行能力の高い取締役の権限を強化することで関連部門間の連携を図り、業務遂行力を強化いたしました。そして下期には、不採算店舗20店を閉鎖、41店舗の営業時間を短縮する等、徹底した経営改革に取り組みました。

## 「ジョイフル大改造」で持続的成長を図る

第1次中期経営計画で当社は、「10年の遅れを3年で取り戻す」ことを目標に掲げています。来期においても、当期に引き続き長期計画の達成に向け、「ジョイフル大改造」(システム・イノベーション)を年度方針に、持続的成長のための基礎固めに取り組んでいきます。

まず営業本部においては、「J4S/Joyfull for Success」

## Joyfull のすすめる改革

- 店舗作業改革
- 物流インフラ改革
- 情報インフラ改革
- コーポレート・ガバナンス改革

と呼ばれる「ジョイフルの4つのS」(Safety/安全、Security/安心、Solid/正確、Speed/スピード)を策定して店舗作業システム改革を断行。「安全・安心」面では精算システムを見直すとともに防犯システム、緊急通報システムを構築、「正確・スピード」については、JLS(ジョイフル・ロジスティクス・システム)によって物流・店舗管理システムのリニューアルを行なうほか、労働生産性アップを図るための実験店をスタートさせます。

また中国地区RDC(リージョナル・ディストリビューション・センター)の建設に着手し、より効率的かつ迅速な物流体制を構築していきます。業態開発についても、さらなる事業基盤の拡充に努めます。

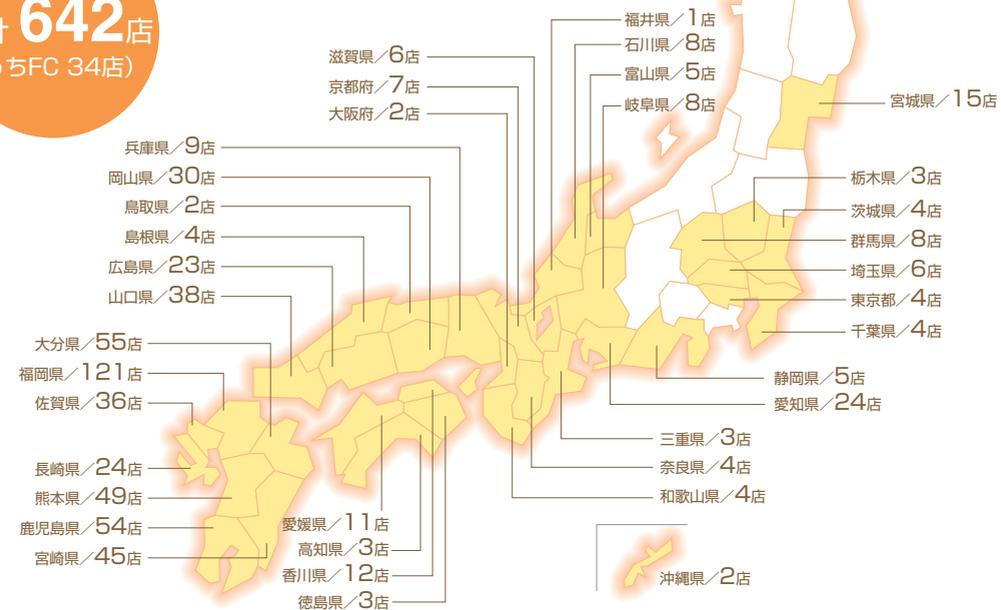
さらに、100店の出店と店舗作業改革により、中期経営計画の最終年度目標数値必達にむけ邁進します。

株主のみなさまにおかれましては、こうした当社の経営方針にご理解を賜り、末永くご支援いただきますようお願い申し上げます。

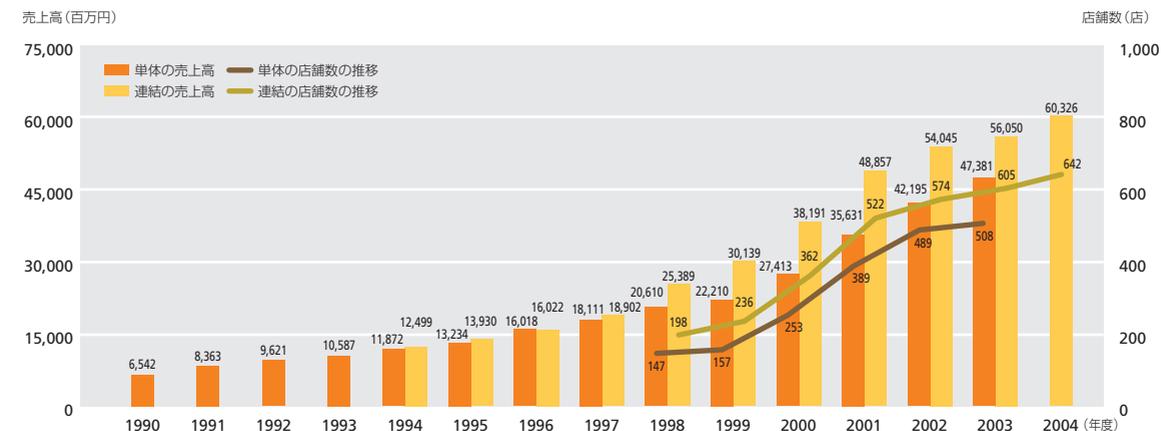
## ● 店舗ネットワーク ●

(2004年12月31日現在)

合計 **642**店  
(うちFC 34店)



## 売上高・店舗数の推移



● 当期の概要 ●

● 決算の概況について

当社の当期の連結業績は、売上高603億2千6百万円（前期比7.6%増）、経常利益31億6千2百万円（前期比45.3%減）、当期純利益8億1千2百万円（前期比72.2%減）と、経常利益・当期純利益については前期比未達に終わりました。なお、2004年6月1日に連結子会社を合併したことにより、単体での業績は単体業績5カ月分と合併業績7カ月分とを合算しており、単体売上高は563億6千7百万円と89億8千6百万円増加しております。

● 具体的施策について

1 子会社合併によって、経営資源の集中と意思決定のスピード向上を図りました。

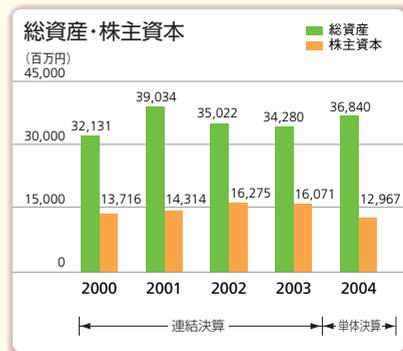
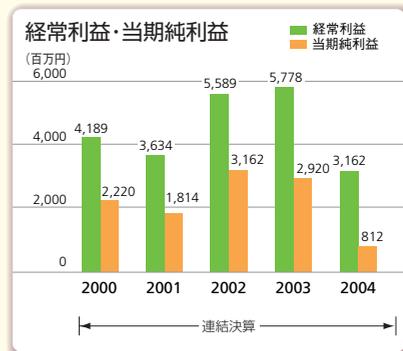
2004年6月1日、経営資源を親会社に集中し、経営意思の全社への伝達をスムーズかつスピーディーに行なうことを目的に、地域子会社5社を吸収合併しました。これにより、全国展開を視野に収めた積極的な出店攻勢が可能となり、ジョイフルを真のナショナル・チェーンへと発展させる基盤が整ったこととなります。

2 高速出店の再開を図る一方で、不採算店の閉鎖、営業時間短縮を実施しました。

当社は過去2年間、社内体制整備を最優先の課題として取り組んできたために出店を抑制してきました。今年度においては、出店主幹部署である店舗開発部の設置と強化、および人事部の強化によって高速出店再開に向けた体制づくりを推進。積極的な出店立地開発を行なってまいりました。その結果、当期における出店数は直営58店舗、フランチャイズ5店舗となり、期末店舗数は直営店608店舗、フランチャイズ34店舗になっています。なお、高速出店を再開する一方、中期経営計画にもとづいて不採算店の閉鎖（20店）と営業時間の短縮（41店）を行ないました。

3 店舗営業力の強化に取り組みました。

店舗営業力を強化するために、既存店舗の収益性の向上および店舗マネジメント力の強化を目的に導入（2003年10月）したスーパーインテント（3～4店舗を統括するマネジャー）制度の充実や、労働生産性の向上を目的とした店舗作業マニュアルの整備、教育訓練センターの新設等に取り組ましました。



(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12月31日現在の連結貸借対照表は作成しておりません。従いまして、2004年度は単体数値を掲載しております。

● 決算の概要 ●

貸借対照表 (要旨)

(単位：千円)

科 目	当 期 (2004年12月31日現在)	前 期(連結) (2003年12月31日現在)	科 目	当 期 (2004年12月31日現在)	前 期(連結) (2003年12月31日現在)
<b>資産の部</b>			<b>負債の部</b>		
流動資産	3,815,254	3,349,005	流動負債	19,207,186	16,059,527
現金及び預金	1,870,573	1,642,351	買掛金	3,394,625	1,991,345
売掛金	134,416	103,489	短期借入金	9,700,000	8,359,500
たな卸資産	1,171,379	1,159,471	1年以内返済予定の長期借入金	1,650,585	947,688
その他	654,485	443,907	賞与引当金	110,000	89,847
貸倒引当金	△ 15,600	△ 214	閉店損失引当金	800,000	—
固定資産	33,024,929	30,931,662	その他	3,551,976	4,671,146
有形固定資産	28,458,538	26,679,920	固定負債	4,665,865	2,040,041
建物	13,483,611	12,764,353	長期借入金	4,040,380	1,136,178
構築物	3,035,767	2,931,571	退職給付引当金	367,139	288,628
土地	8,905,226	8,319,200	その他	258,345	615,235
建設仮勘定	327,212	52,401	負債合計	23,873,052	18,099,569
その他	2,706,721	2,612,394	少数株主持分	—	109,639
無形固定資産	102,402	147,976	<b>資本の部</b>		
投資その他の資産	4,463,987	4,103,766	資本金	1,596,595	1,596,595
長期貸付金	732,644	708,162	資本剰余金	2,390,432	2,067,699
差入敷金保証金	3,307,471	3,031,386	利益剰余金	12,744,923	14,131,079
その他	423,871	364,218	その他有価証券評価差額金	3,663	585
資産合計	36,840,184	34,280,668	自己株式	△ 3,768,482	△ 1,724,498
			資本合計	12,967,131	16,071,460
			負債・資本合計	36,840,184	—
			負債、少数株主持分及び資本合計	—	34,280,668

(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12月31日現在の連結貸借対照表は作成しておりません。従いまして、当期は単体、前期は連結を掲載しております。

Point

自己株式130万株の取得で株主資本が減少しました。  
前期に比べて株主資本が減少していますが、これは自己株式130万株（取得価額20億4千7百万円）を買い付けたことによるものです。

Point

高速出店により設備投資額が増加しました。  
当期は高速出店を再開し、直営店58店舗、フランチャイズ5店舗を新たに出店しました。その結果、設備投資額が前期比250%増の51億3千8百万円と大幅に増加、資産の部において建設仮勘定が前期比529%増の3億2千7百万円になった他、建物及び構築物が前期比5.3%増の165億1千9百万円、差入敷金保証金が前期比9.1%増の33億7百万円になりました。

● 決算の概要 ●

連結損益計算書（要旨）

（単位：千円）

科 目	当 期 (2004年1月1日から 2004年12月31日まで)	前 期 (2003年1月1日から 2003年12月31日まで)
売上高	60,326,825	56,050,137
売上原価	21,741,369	19,190,808
売上総利益	38,585,455	36,859,328
販売費及び一般管理費	35,644,763	31,263,574
<b>営業利益</b>	<b>2,940,691</b>	<b>5,595,753</b>
営業外収益	374,114	292,753
営業外費用	152,683	109,544
<b>経常利益</b>	<b>3,162,123</b>	<b>5,778,962</b>
特別利益	123,863	34,724
特別損失	1,301,739	297,139
税金等調整前当期純利益	1,984,246	5,516,548
法人税、住民税及び事業税	1,451,891	2,626,352
法人税等調整額	△ 285,043	△ 72,692
少数株主利益	5,085	42,385
<b>当期純利益</b>	<b>812,313</b>	<b>2,920,503</b>

Point

対売上高人件費率が前期比2%増加しました。

高速出店再開に向けた体制づくり、および積極的な出店立地開発を行なった結果、新店エリアへの応援体制や新店要員をはじめとする人員補充、および本社機能強化のためのスタッフ採用などを要因に、対売上高人件費率が前期比約2%増加しました。同時に、史上最多数となった台風上陸により、急な人員配置変更が難しかったことも利益圧迫の要因となりました。

単体損益計算書（要旨）

（単位：千円）

科 目	当 期 (2004年1月1日から 2004年12月31日まで)	前 期 (2003年1月1日から 2003年12月31日まで)
売上高	56,367,740	47,381,585
売上原価	20,447,389	16,527,529
売上総利益	35,920,351	30,854,056
販売費及び一般管理費	33,328,472	26,128,011
<b>営業利益</b>	<b>2,591,878</b>	<b>4,726,044</b>
営業外収益	352,295	279,961
営業外費用	142,609	78,434
<b>経常利益</b>	<b>2,801,565</b>	<b>4,927,571</b>
特別利益	123,863	35,330
特別損失	1,242,859	144,518
税引前当期純利益	1,682,569	4,818,383
法人税、住民税及び事業税	1,365,402	2,205,148
法人税等調整額	△ 330,719	44,207
<b>当期純利益</b>	<b>647,886</b>	<b>2,569,027</b>
前期繰越利益	12,418,386	11,381,614
自己株式処分差損	65	—
中間配当額	735,232	767,746
<b>当期末処分利益</b>	<b>12,330,974</b>	<b>13,182,895</b>

Point

特別損失として閉店損失引当金繰入額を計上しました。

当社は8月以降、「リカバリープラン」を断行することで事業体質の強化に取り組んできました。下期にはその一環として不採算店舗20店を閉鎖、あわせて41店舗の営業時間を短縮することになりました。それに伴い、特別損失として閉店損失引当金繰入額を計上することに致しました。

連結キャッシュ・フロー計算書（要旨）

（単位：千円）

科 目	当 期 (2004年1月1日から 2004年12月31日まで)	前 期 (2003年1月1日から 2003年12月31日まで)
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,438,935	5,766,048
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 5,607,795	△ 1,478,350
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,400,582	△ 4,291,578
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	231,722	△ 3,880
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期末残高	1,863,376	1,631,654

利益処分

（単位：千円）

科 目	金 額
当期末処分利益	12,330,974
合計	12,330,974
利益配当金	735,294 (1株につき普通配当 25円00銭)
次期繰越利益	11,595,679

※2004年9月9日に735,232千円（1株につき25円00銭）の中間配当を実施いたしました。

Point

営業活動によるキャッシュ・フロー

主なものは、税金等調整前当期純利益19億8千4百万円、減価償却費26億1千万円、仕入債務の増加額14億3百万円、閉店損失引当金の増加額8億円、その他営業負債の増加額5億2千5百万円による増加と、法人税等の支払額27億3千万円、役員退職慰労引当金の減少額2億7百万円による減少です。

投資活動によるキャッシュ・フロー

主なものは、有形・無形固定資産取得による支出50億9千9百万円と、子会社株式取得による支出4億8千7百万円による減少です。

財務活動によるキャッシュ・フロー

主なものは、長期及び短期借入金による借入収入の増加49億4千7百万円と、自己株式の取得支出20億4千7百万円、親会社による配当金の支払額15億2百万円による減少です。

配当に関して

当社は、株主への利益還元を最も重要な課題のひとつと考え、配当水準の向上と安定に努めております。内部留保金は、経営体質の充実強化に役立てるとともに、出店や新業態開発など将来の事業展開の原資といたします。当期末配当金は1株につき25円とし、年間配当金は前期同様1株につき50円となります。



## ● 株式の状況 ●

(2004年12月31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	3,735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	4	4,562	0.01
外国人	17	2,207,500	6.91
金融機関	20	4,794,862	15.02
その他法人	65	11,099,978	34.76
個人その他	3,629	13,824,998	43.29
合計	3,735	31,931,900	100

(注) 議決権比率は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。

### ● 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	9,825,600	33.42	—	—
穴見陽	3,049,600	10.37	—	—
穴見賢	1,587,400	5.40	—	—
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,371,700	4.66	—	—
モルガン・スタンレー・アンド・カンパニー・インク	910,000	3.09	—	—
西日本信用保証株式会社	906,000	3.08	—	—
穴見保雄	707,260	2.40	—	—
株式会社伊予銀行	679,536	2.31	22,000	0.00
穴見加代	460,000	1.56	—	—
バンクオブバミューダ・ガンジー・スペシャル・アカウト・エクス・クルー・ジブ・ベネフィット・クワイアツ	457,900	1.55	—	—

(注) 議決権比率は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2,520千株あります。

### 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に、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。



## ● 会社の概況 ●

(2004年12月31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
福岡配送センター	福岡県福岡市中央区那の津五丁目8番28号
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	1,371名 上記従業員のほかにパートタイマー6,878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
(2005年3月25日現在)	常務取締役	帆足 徹
	常務取締役	初田 誠二
	常務取締役	山崎 眞二郎
	取締役	川上 広明
	取締役	井上 博基
	取締役	宮田 明秀
	常勤監査役	甲斐 信次
	監査役	児玉 幸子
	監査役	河野 光雄
	監査役	高橋 幹

## ● 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
2004年11月	福岡県福岡市に配送センターを新設

