



モスの株主通信

第40期 第2四半期報告書

2011年4月1日～2011年9月30日

株式会社 モスフードサービス

日本を元気にしたい。それにはまず、我われ自身が元気いっぱい
より良いサービスにまい進することです。
「食を通じて人を幸せにすること」というおもいは、
どんなときにも変わりません。

外食産業には逆風だった第1・第2四半期

東日本大震災の直後に始まった2012年3月期ですが、上半期は前年同期比マイナスの業績となりました。売上高は、314億58百万円、営業利益は10億24百万円、経常利益は11億73百万円、四半期純利益については、7億49百万円となっています。

震災以外にも、欧州財政危機や異常な円高など、上半期の日本を取り巻く経済環境は厳しいものでした。一方で、コンビニエンスストアなどの日常的な小売業が好調だったことと比較すれば、我われ外食産業にとっては、多くの人が外出を控えるなどの消極的なマインドが、消費の妨げになっているようです。

日本になかなか元気が出てこない。このようなときこそ、当社ではチェーン一丸となって、より良い商品、より良いサービスを提供し、「おいしさ」という元気の素を、皆さまと分かち合いたいと考えています。

モスのサービスをさらに高品質に

短期的な業績に一喜一憂することなく、商品・サービスを拡充し、その品質を高めていくことが当社の経営方針です。そのためには、人々のライフスタイルの変化を注視することが重要です。

現在注目しているのは「朝型社会」です。今年は、サマータイム制の導入も議論されましたが、以前から早朝出勤をする人が増え続けています。当社では、店舗の开店時間を早め、朝食のメニューを充実させ、新サービスの店舗を増やすなどして、そうしたお客さまの期待に応えたいと思っています。

また、宅配サービスも継続して強化しています。お年寄り、お体の不自由な方、小さなお子さまがいて外出がままならないお母さん、そうした方々にも気軽にモスのメニューをお楽しみいただきたいと思います。2011年9月末の実施店舗数は238店となり、着実に収益を出している店もあります。

日本を元気に、そして世界へ

もちろん当上半期においても、国産ベーコンを使用した『とびきりハンバーグサンドB.L.T.』や、全6商品のご当地バーガーを投入したエリアキャンペーンなど、新商品の積極投入を行いました。一方で、炊き出しや物資の提供などの被災地支援、電力不足に対応した節電対策の徹底などにも尽力してきました。そうしたなか、被災地の皆さまのご苦勞を体感するたびに、「まずは我われ自身が元気であらねば」というおもいが湧きあがってきました。

現在推進中の当社の「10年ビジョン」は、かつてない大胆な経営目標を掲げています。特に2020年3月期までに海外の店舗数を1,800店まで増やすという大事業に、今、大きな意欲を持って取り組んでいます。モスは従来型のファストフードと一線を画し、日本のおいしさ、安心、真心、そして元気をそれぞれの国で普及させていきます。当下半期には新たに韓国への出店も決定しました。ほかのアジア諸国や欧州への出店も間近に迫っています。変わらぬおもいをさらに大きく広げていく当社に、これまで以上のご声援をお願いします。

桜田 厚

代表取締役社長 櫻田 厚



モスのおもてなしの心を、 海外の皆さまに共感してもらえることが やりがいです。

世界各国のモスバーガー店舗数 (2011年9月末現在)

海外の店舗数

合計 **265** 店舗

香港 **16**                                       



モスの 海外戦略

モスの本格的な海外戦略は、1991年に台湾1号店を出店したことから始まります。「食を通じて人を幸せにする」という企業目標を、日本国内のみならず海外にも展開していくことは、当社の創業者の夢であり、今でも変わらぬ当社のねがいです。2011年9月末現在、モスの海外店舗数は7つの地域、265店舗まで増加しました。

当社の「10年ビジョン」においては、2020年3月末までに海外店舗を1,800店まで増やす計画です。過去の出店ペースと比較すれば大きな目標に見えますが、これまでの20年以上にわたるアジア・オセアニア地域での出店拡大で構築してきた経験・ノウハウ・ブランド力を基盤にし、アジア・欧州を含め進出国をさらに増やしていきます。



海外展開の 難しさややりがい

海外事業の難しさは、もちろん言葉の問題もありますが、やはりその国・地域の文化・人とうまく歩調を合わせていくことだと思います。そのために、原則として当該地の文化・商習慣などを熟知した現地企業と合併会社を設立し、ともにモスバーガーを運営する方法をとっています。

モスバーガーの商品、そしておもてなしの心が現地の皆さまに受け入れられ、喜んでいただけたときは、大変うれしく、進出して良かったと思えます。既存のハンバーガーチェーンとは一味違う、モスのHDC*を実践するために、日々一層の努力を続けています。

※ H(Hospitality=心のこもったおもてなし)、D(Delicious=安全で高品質なおいしい商品の提供)、C(Cleanliness=磨き上げられた清潔なお店)の略。当社では、「お店はお客様のためにある」という創業からの心を見現化するため、HDC活動を実践しています。

新たな国にも進出

韓国でも出店準備中

2011年10月、当社は韓国への進出を発表しました。韓国で印刷・流通・レストランなど幅広く事業を手掛ける株式会社メディアウィルホールディングスと2011年10月に合併会社を設立し、当社は30%の出資を行っています。2012年3月末までにソウル市内に1号店出店、およびその後5年間で30店舗体制の構築を計画しています。

韓国はファストフード店舗がひしめく成熟市場ではありますが、モスバーガーの強みである高品質で独自性の強い商品、ホスピタリティあふれるサービスで、韓国になくはないハンバーガーチェーンとなるよう努力し、将来的には300店舗程度まで増やしていきたいと考えています。

海外のモスバーガーの特徴



WAGYU BEEF BURGER

オーストラリアン和牛を使用したパティはボリュームたっぷりの100g。甘めの醤油ソースがアクセントとなった和風テイストのハンバーガーです。

海外のモスって どんな存在？

海外でも変わらぬモスのサービス。
でもそれぞれの国には、それぞれの特徴が…。

その一 オーストラリアは 欧米進出への第一歩!

オーストラリアはクリーンな環境で育まれた食材の宝庫で、安全性に対する高い検査基準があります。また、多民族国家で欧米系の方も多く、今後、欧米圏への進出を目指すうえで足がかりとしても、とても有望なマーケットととらえています。日本式の接客も大変好評で地元の方々に支持され、順調なスタートを切ることができました。2011年10月に2号店、11月には3号店を出店、これからの事業展開を想像して腕が鳴ります。

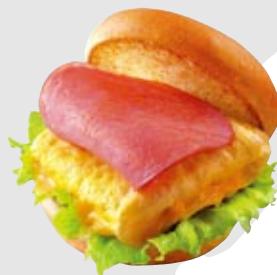




うなぎ ライスバーガー

日本のうなぎをイメージしたライスバーガー。シンガポールでもうなぎは活力源と捉えられているようです。

※現在は販売していません。



ハムオムレツ バーガー

朝食メニューで一番人気のバーガー。パンズにふわふわのオムレツとローズハムを挟んだ優しい味わいは、朝食にぴったりです。



シンガポールでは ライスバーガーが大人気!

東南アジア系、中国系、欧州系とさまざまな人々がゆきかう大都会、シンガポール。多民族国家で愛される食材は…、やはりお米です。そのため、ライスバーガーの商品ラインナップはシンガポールが最も豊富です。歴代の期間限定ヒット商品には、「ホタテの小柱かき揚げライスバーガー」や「うなぎライスバーガー」などがあります。地元根づいていることのおかげに、シンガポールでは、モスを「シンガポール発祥のハンバーガーチェーン」と思っている人もいます。



台湾の人は 外食が大好き!

台湾のモスでも日本と同様「安心・安全・健康」にこだわった商品を提供することを心掛けています。台湾の人々は安心・安全にとっても敏感で、それが20年にわたってモスバーガーが愛されている秘密かもしれません。また、台湾は外食文化が盛んで、朝・昼・晩と3食とも「外で」ということも珍しくありません。モスも朝食メニューを充実させて、皆さまの健康な一日に貢献しています。



エリアキャンペーン「ご当地バーガー」

モスでは、日本応援キャンペーンとして、「日本の元気 いただきモス!」を共通テーマに、全国を5つのエリアに分け、「ご当地バーガー」全6商品を限定発売しました。



南部どり
ザンギバーガー



タレカツバーガー



八丁味噌
チキンバーガー



南部どりバーガー



チキン南蛮バーガー



ビフかつバーガー

特徴ある商品を地域限定で販売していく「エリアキャンペーン」を、2008年から継続して実施しています。今後も地域特産品を活用した商品開発を進め、日本の食生活と地域の活性化に貢献できるチェーンづくりを進めていきます。

「とびきりハンバー」

「とびきりハンバーグサンド」の秋冬向けの新商品「焼きトマト&チーズデミ」（そして「チーズデミ」）が登場!



「焼きトマト&チーズデミ」

「グサンド」シリーズ

2008年の販売開始以来、累計5,600万食（2011年9月末時点）を販売している人気シリーズ「とびきりハンバーグサンド」。今回の新商品の特徴は、グリドル（鉄板）で焼いた「焼きトマト」です。トマトをひと手間かけて焼くことでうまみを引き出し、デミグラスソースとの相性をさらに引き立てます。もちろん、お肉は100%国産です。



「とびきりチーズ」



「チーズデミ」

新業態店もぞくぞく登場

モスフードサービスでは、お客さまの新しいライフスタイルやニーズに応え、モスバーガー以外の事業も積極的に展開しています。

2011年6月に、新業態「マザーリーフ ティースタイル」の1号店が立川市にオープンしました。同店では、10代のお客さまやビジネスマンのお客さまにも、気軽に「マザーリーフ」の本格的な紅茶とスイーツなどをお楽しみいただくため、リーズナブルな価格とセルフスタイル、さらにはテイクアウトメニューをご用意しています。7月に仙台市、9月には品川区大崎に新店舗をオープンし、2年間で10店舗の展開を予定しています。

2011年7月に板橋区に1号店をオープンした「MOSCO」は、駅ナカ店や書店併設店などで、気軽にご利用いただけるセルフ型コーヒーショップです。こだわりのドリンクやホットドッグで、忙しい皆さまの日常にホッとする時間と元気を充電できる空間をご提供します。

ミスタードーナツとモスのコラボブランド「MOSDO」も2011年9月、京都に2号店をオープンしました。



マザーリーフ ティースタイル



MOSCO

連結財務諸表(要旨)

四半期連結貸借対照表

単位:百万円

	第39期 2011年3月31日 現在	第40期第2四半期 2011年9月30日 現在
(資産の部)		
流動資産	21,042	18,778
固定資産	27,644	29,059
有形固定資産	8,508	8,580
無形固定資産	803	764
投資その他の資産	18,332	19,715
資産合計	48,686	47,837
(負債の部)		
流動負債	9,296	7,630
固定負債	2,208	2,610
負債合計	11,504	10,241
(純資産の部)		
株主資本	37,617	37,993
その他の包括利益累計額	△ 643	△ 492
新株予約権	115	—
少数株主持分	92	96
純資産合計	37,182	37,596
負債純資産合計	48,686	47,837

四半期連結損益計算書

単位:百万円

	第39期第2四半期 2010年4月1日～ 2010年9月30日	第40期第2四半期 2011年4月1日～ 2011年9月30日
売上高	31,883	31,458
売上原価	16,811	16,616
売上総利益	15,071	14,842
販売費及び一般管理費	13,129	13,818
営業利益	1,941	1,024
営業外収益	1,185	1,059
営業外費用	982	910
経常利益	2,145	1,173
特別利益	20	149
特別損失	119	222
税金等調整前四半期純利益	2,045	1,100
法人税、住民税及び事業税	882	416
法人税等調整額	146	△ 68
少数株主利益	4	2
四半期純利益	1,012	749
少数株主損益調整前四半期純利益	1,016	752
その他の包括利益	△ 309	151
四半期包括利益	707	903

四半期連結キャッシュ・フロー計算書

単位:百万円

	第39期第2四半期 2010年4月1日～ 2010年9月30日	第40期第2四半期 2011年4月1日～ 2011年9月30日
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,457	472
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 3,151	△ 459
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 767	△ 918
現金及び現金同等物に係る換算差額	18	6
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△ 1,442	△ 898
現金及び現金同等物の期首残高	8,846	7,782
現金及び現金同等物の四半期末残高	7,404	6,883

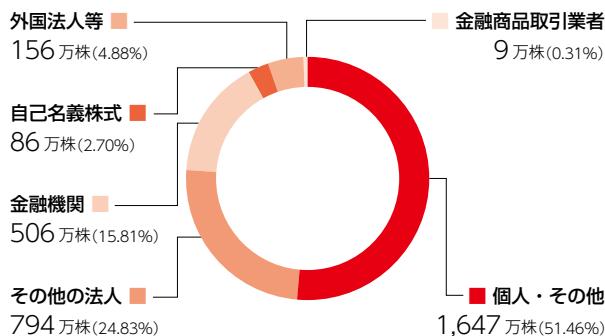
会社情報

株式の情報(2011年9月30日現在)

株式の状況

発行可能株式総数	101,610,000株
発行済株式総数	32,009,910株
株主数	26,335名
	(うち単元株主数25,896名)

所有者別株式分布



大株主の状況

株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
紅梅食品工業株式会社	1,400	4.37
日本生命保険相互会社	1,343	4.19
株式会社ダスキン	1,315	4.10
株式会社ニッソー	1,214	3.79
大同生命保険株式会社	790	2.47
山崎製パン株式会社	718	2.24
株式会社三菱東京UFJ銀行	621	1.94
エイアイユーインシュアランスカンパニー (エイアイユー保険会社)	591	1.84
日本ハム株式会社	431	1.34
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	405	1.26

自己株式863千株は、議決権がないため上記株主より除外しています。

企業情報(2011年9月30日現在)

会社概要

商号	株式会社モスフードサービス MOS FOOD SERVICES, INC.
設立年月日	昭和47(1972)年7月21日
資本金	114億1,284万円
主な連結子会社	株式会社エム・エイチ・エス 株式会社モスクレジット 株式会社トモス 株式会社モスダイニング など12社 ほか、持分法適用関連会社3社

役員

代表取締役社長	櫻田 厚
専務取締役	田村 茂
常務取締役執行役員	吉野 登
常務取締役執行役員	中井 順
取締役執行役員	増倉 章
取締役執行役員	福島 竜平
取締役執行役員	都築 好美
取締役執行役員	中村 栄輔
取締役(社外取締役)	西川 守男
常勤監査役	石川 芳治
常勤監査役	長根 操
監査役	三井 拓秀
監査役	五十嵐 邦正

お問い合わせ：広報IRグループ Tel 03-5487-7371

株式情報

「モスの携帯サイト」会員募集中

会員(無料)登録すると楽しいコンテンツやお得な情報など特典が盛りだくさんです。ぜひご登録ください。

docomo、au、SoftBankの携帯から直接アクセスして登録ページへ(一部機種を除く)。

<http://mos.jp/>

スマートフォンでも専用アプリ(無料)をご用意しています。



IR情報サイトのご紹介

■ モスバーガー公式ホームページIRサイト

最新の投資家向け情報および企業情報などを紹介しています。

<http://www.mos.co.jp/company/ir/>

● モスバーガーIRメールニュース

月次情報や決算情報を中心に、モスフードサービスのIR情報をいち早くお届けする無料メール配信サービスです。

<http://www.mos.co.jp/company/ir/mailnews/>

株式についてのご案内

事業年度	4月1日～翌年3月31日
期末配当金基準日	3月31日
中間配当金基準日	9月30日
定時株主総会	毎年6月
株主名簿管理人 特別口座 口座管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社
同連絡先	〒137-8081 東京都江東区東砂7丁目10番11号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 TEL 0120-232-711 (通話料無料)
上場金融商品取引所	東京証券取引所
公告方法	電子公告による
公告掲載URL	http://www.aspir.co.jp/koukoku/8153/8153.html (ただし、電子公告によることができない事故、その他のやむを得ない事由が生じたときには、日本経済新聞に公告します。)



株主優待制度

所有株式数に応じて、全国のモスバーガーグループ*およびミスタードーナツ各店舗(一部店舗除く)で相互利用できる株主優待券を、年2回ご提供しています。

* モスバーガーグループの各店舗:
モスバーガー、マザーリーフ、カフェ・レジェロ、ちりめん亭、AEN、chef's V、グリーングリルなど。



■ 発行日

6月、11月(予定)

■ 対象基準

単元株(100株)以上の株式を所有している方が対象となります。
6月発行分は、3月末日現在の株主名簿に登録されている方が対象です。
11月発行分は、9月末日現在の株主名簿に登録されている方が対象です。

■ 優待内容(消費税含む)

100株以上500株未満 年間2,000円分(500円×2枚×2回)
500株以上1,000株未満 年間10,000円分(500円×10枚×2回)
1,000株以上 年間20,000円分(500円×20枚×2回)

■ 有効期限

6月発行分 翌年3月末日まで、11月発行分 翌年9月末日まで