

2009年9月期 第2四半期決算説明会



—— 食文化の発展に情報システムで貢献する ——

株式
会社

アルファクス・フード・システム

2009年5月15日

当資料取扱上の注意点

当資料に記載されている、当社の計画や戦略、業績に関する予想及び見通しのうち、歴史的事実を含んでいないものは、当社が現時点で把握可能な情報から判断した想定及び所信に基づくものであります。実際の業績は様々な要因により大きく異なる結果となる可能性もある事をご承知おきください。

会社の事業に影響を与える可能性のある事項の詳細は、「2008年9月期 決算短信」の「事業等のリスク」をご参照ください。但し、業績に影響を与える可能性のある要素は、「事業等のリスク」に記載されている事項に限定されるものではないことをご留意ください。

法律上必要とされる場合を除いて、当社は事前の予告なく、将来の見通しに関する記述を見直したり、将来の見通しの根拠となった仮定及び要因についての変更を行うことがございますので、ご了承ください。

【IRに関するお問い合わせ先】

経営管理部 IR担当

電話 : 03-5649-2100

E-Mail : ir@afs.co.jp



2009年9月期 第2四半期決算概要

会社概要

【 社 是 】 我々は、食文化の発展に情報システムで貢献します。

【 会社概要 】

設 立 : 1993年12月9日

資 本 金 : 5億3484万円

代 表 者 : 代表取締役社長 田村 隆盛

事 業 内 容 : 外食企業向け
1. ASPサービス事業
2. システム機器事業
3. 周辺サービス事業

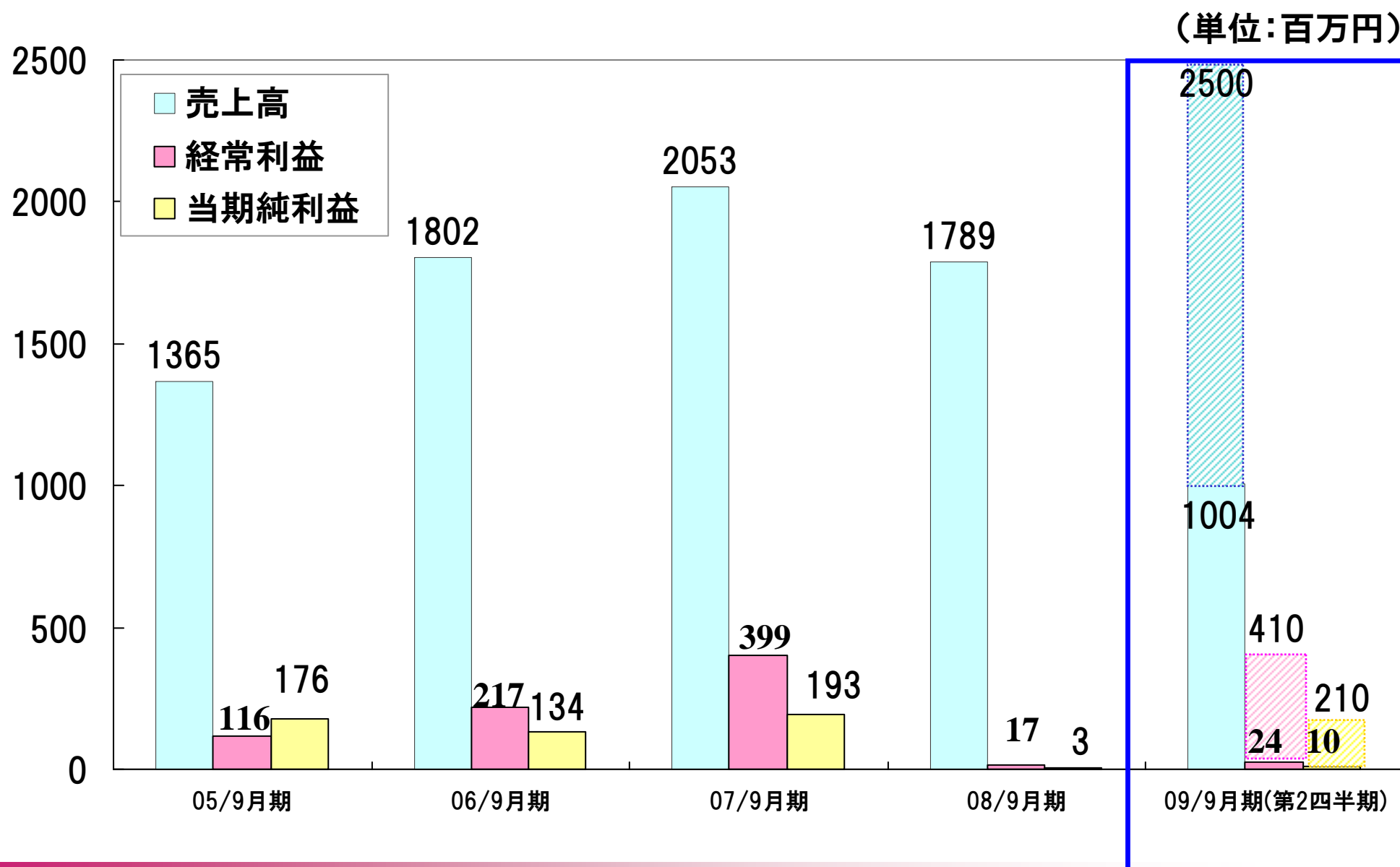
本 社 : 山口県宇部市西本町二丁目11番2号

東 京 : 東京都中央区日本橋小網町9番3号

事 業 所 : 山口・東京・大阪・福岡・名古屋

社 員 数 : 101名(2009年3月31日現在)

業績の推移



損益計算書

	09/9期第2四半期(実績)			08/9期中間期		コメント
		構成比 (%)	前期比 (%)		構成比 (%)	
売上高	1,004	—	2.2	983	—	システム機器が計画を下回った
売上原価	602	60.0	△4.8	633	64.4	
売上総利益	402	40.0	14.8	350	35.6	販促費等が増加
販管費	373	37.2	11.1	336	34.2	
人件費	150	14.9	△4.9	157	16.1	
その他	223	22.3	25.2	179	18.1	販促費等が増加
営業利益	28	2.8	105.5	13	1.4	
営業外収益	1	0.1	△48.2	1	0.1	
営業外費用	4	0.4	△20.3	5	0.5	
経常利益	24	2.5	151.7	9	1.0	

社員数	101名	2.0%	99名
-----	------	------	-----

(単位 : 百万円)

貸借対照表

	08年9月期末	09年9月第2四半期末	増減額
流動資産	1,498	1,450	△47
固定資産	323	311	△12
(資産合計)	1,822	1,762	△60
流動負債	765	723	△42
固定負債	6	8	+2
(負債合計)	771	731	△40
1. 資本金	534	534	±0
2. 資本剰余金	143	143	±0
3. 利益剰余金	373	364	△9
4. 自己株式	△1	△12	△11
(純資産合計)	1,050	1,030	△20
(負債・純資産合計)	1,822	1,762	△60

(単位 : 百万円)

キャッシュフローの状況

	09/9期 第2四半期 (実績)		08/9期 中間期	コメント
		増減額		
営業活動	△21	166	△187	
投資活動	△20	△9	△11	新POSシステムの金型費等
財務活動	△33	△20	△13	自己株式取得、配当金
現金及び現金同等物の増加額	△75	137	△212	
現金及び現金同等物の期首残高	570	△244	814	
現金及び現金同等物の期末残高	495	△107	602	

(単位 : 百万円)

セグメント別売上高

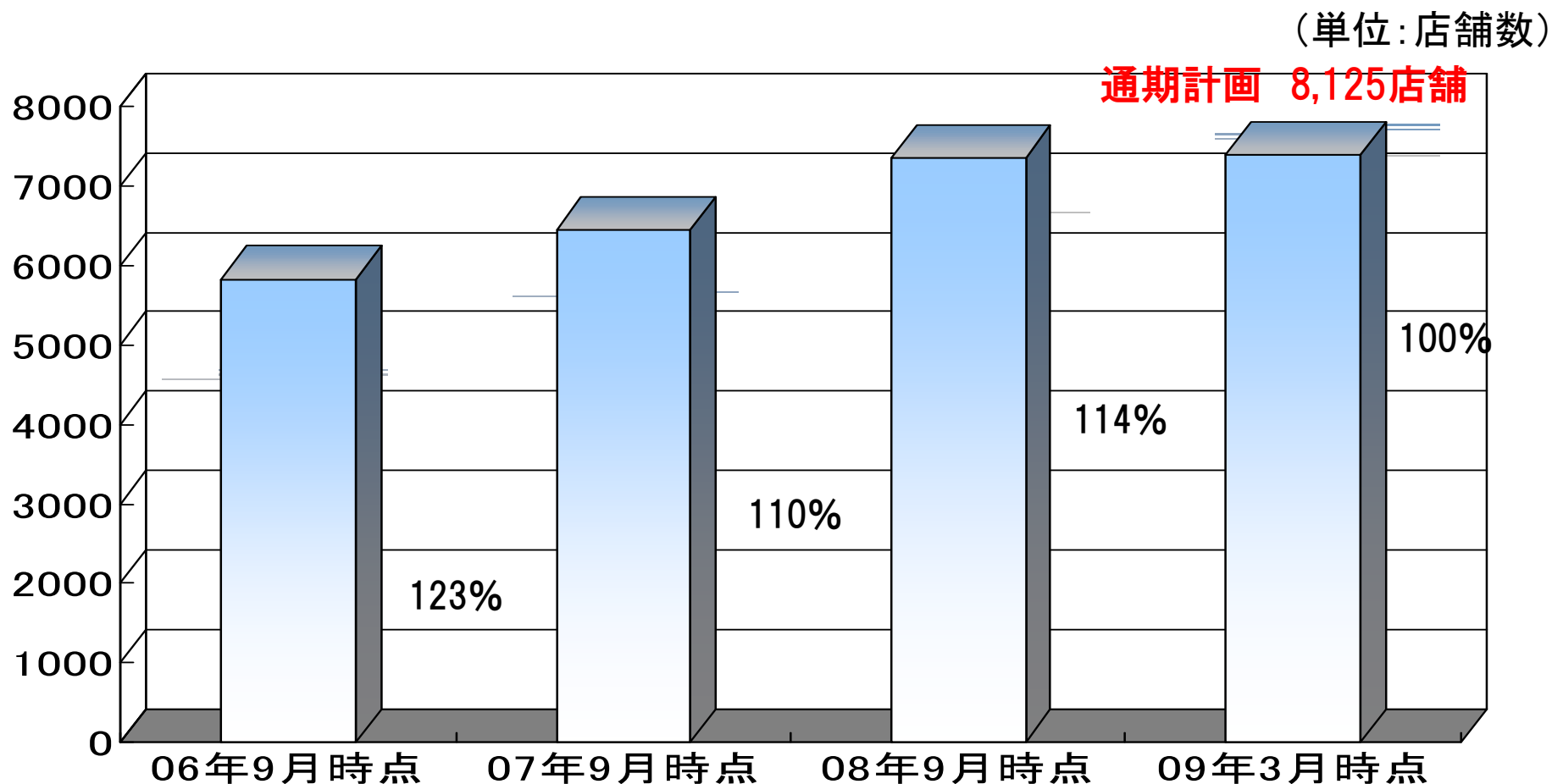
● システム機器事業が計画を下回る

セグメント	09/9期第2四半期(実績)			08/9期中間期		コメント
		構成比	前期比		構成比	
ASPサービス事業	640	63.7%	31.7%	486	49.4%	月額利用料は順調に推移
システム機器事業	189	18.9%	△44.1%	339	34.5%	計画を下回った
周辺サービス事業	174	17.4%	10.5%	158	16.1%	
合計	1,004	—	2.2%	983	—	—

(単位 : 百万円)

主な経営指標の推移①

● ASPサービス事業 — サービス提供数

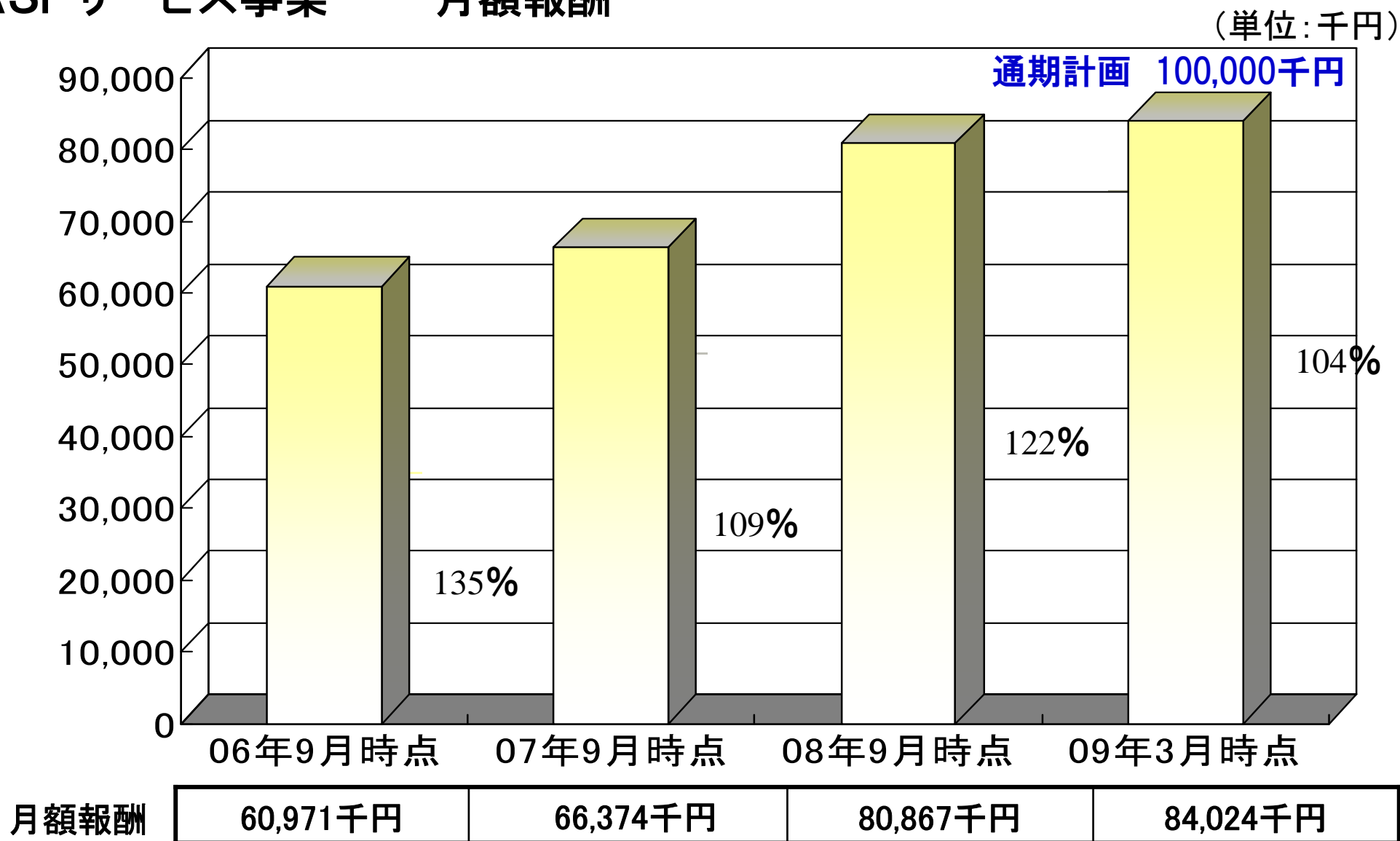


サービス提供数
契約企業数

5,827店舗	6,445店舗	7,395店舗	7,398店舗
291社	292社	315社	311社

主な経営指標の推移②

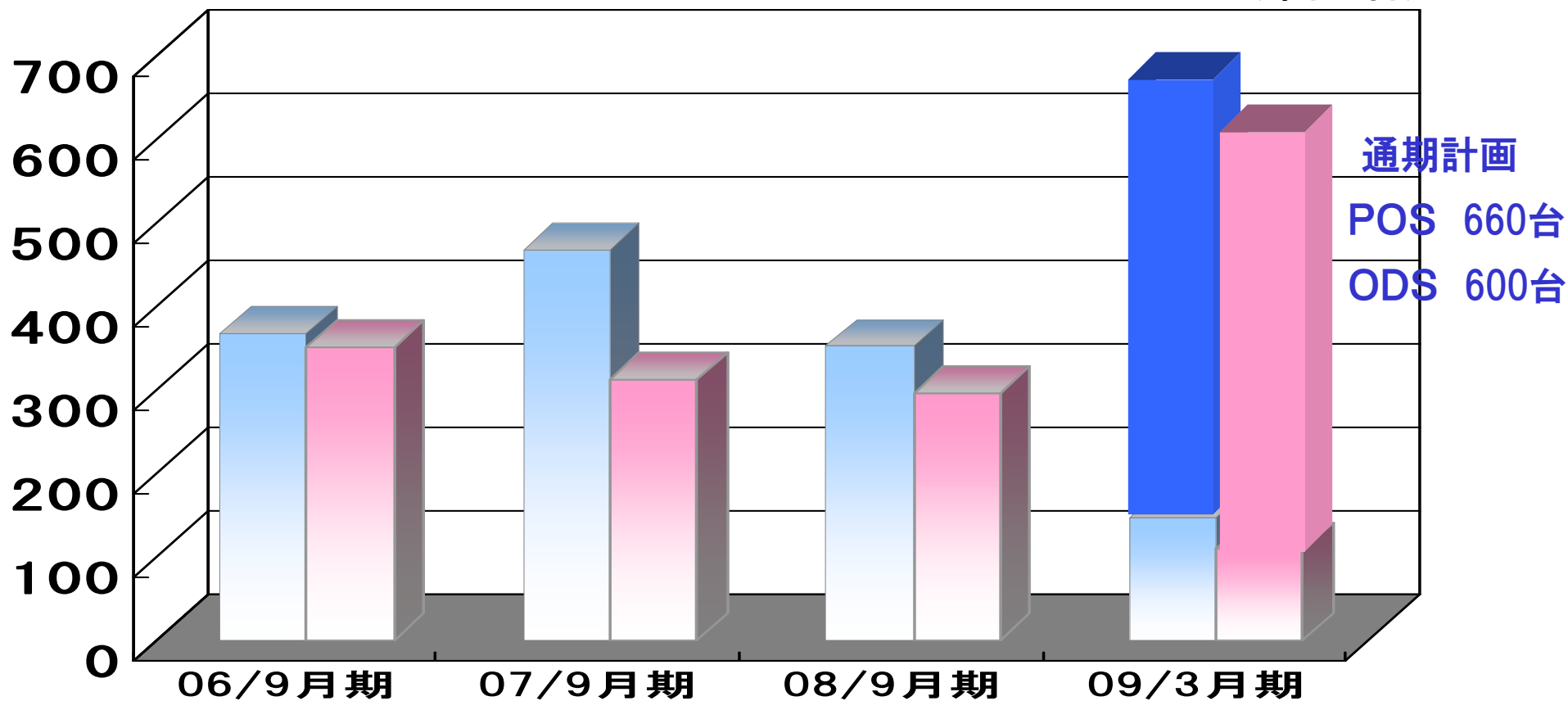
● ASPサービス事業 — 月額報酬



主な経営指標の推移③

● システム機器事業 — POS・ オーダーショット (ODS) の販売台数

(単位:台)



POS販売台数	368台	469台	353台	148台
ODS販売台数	352台	313台	297台	110台

今期の取り組みー全体

前期までの取り組みを継続

新規顧客の拡大と既存顧客囲い込み(詳細は次ページ以降参照)

データセンターの設備強化

セキュリティ・バックアップ・レスポンス等の強化(ソフト・ハード・ネットワーク)

営業体制の強化／人員増強と育成

新規顧客開拓プロジェクトの発足／外部コンサルタント活用による営業部門の人材育成

製品・サービスの継続的強化

3ヶ月に1回の機能強化・バージョンアップに加え新商品を投入予定

大型新製品2機種²¹の市場投入(FOOD & 5000 テーブルショット)

業界初の機能と利便性を追求した 大型2製品を市場に投入

今期の取り組み①—新製品 FOOD α 5000 の投入

● 外食チェーン店舗のすべての業態に対応した画期的な商品

業界初の横置き・縦置き自由型で、1機種でFFからFRまでのすべての業態に対応

■ 業界POSシステムとして初めて、記憶装置に業務用SSDをRAIDボードで搭載、超高速化はもちろん、これまで障害の原因となっていたHDD・CFカードによるトラブル(熱・劣化)をほぼ解消した極めて画期的な商品

■ 横・縦置きだけでなく、KB・CRT角度・位置も自由な新発想POS ■

FOOD α 3000



後継機

FOOD α 5000 は、3000のすべての操作性・機能を継承し、+ 経年劣化予知機能を搭載しており、大幅な保守コスト削減を実現する(2回りコンパクトなボディ)



基板を 共通化

既製品から
自社製メインコントローラに

● マザーボードをFOOD α 5000とメインコントローラとで共通化し、大幅なコスト削減も実現 ●



基板を共通化

FOOD GENESIS 21
テーブルショット



部品を共通化しテーブルオーダー端末にも
(メインコントローラ1台でのセルフシステムは当社のみ)

今期の取り組み②-周辺サービス会社との連携強化

例). バリューカード社のカードサービスと当社POS・サービスとの連携

低コストで受け入れ易いプラスチック磁気カードを利用した多目的カード

- オンラインプリペイドカード&ギフトカード&プロモーション(マーケティング)ツール
- デザインの自由度が高く、携帯性が高い → 自社のブランディングに活用
- カードに金額や個人情報を持たない = サーバー管理型システム
 - 高セキュリティー
 - 自社の目的にあわせ自由な活用が可能



自社専用の
電子マネー

繰り返しチャージ可能な販促ツール

ギフトカード

新たなマーケットを創出

次世代
クーポン券
等

新しいお食事券や株主優待券

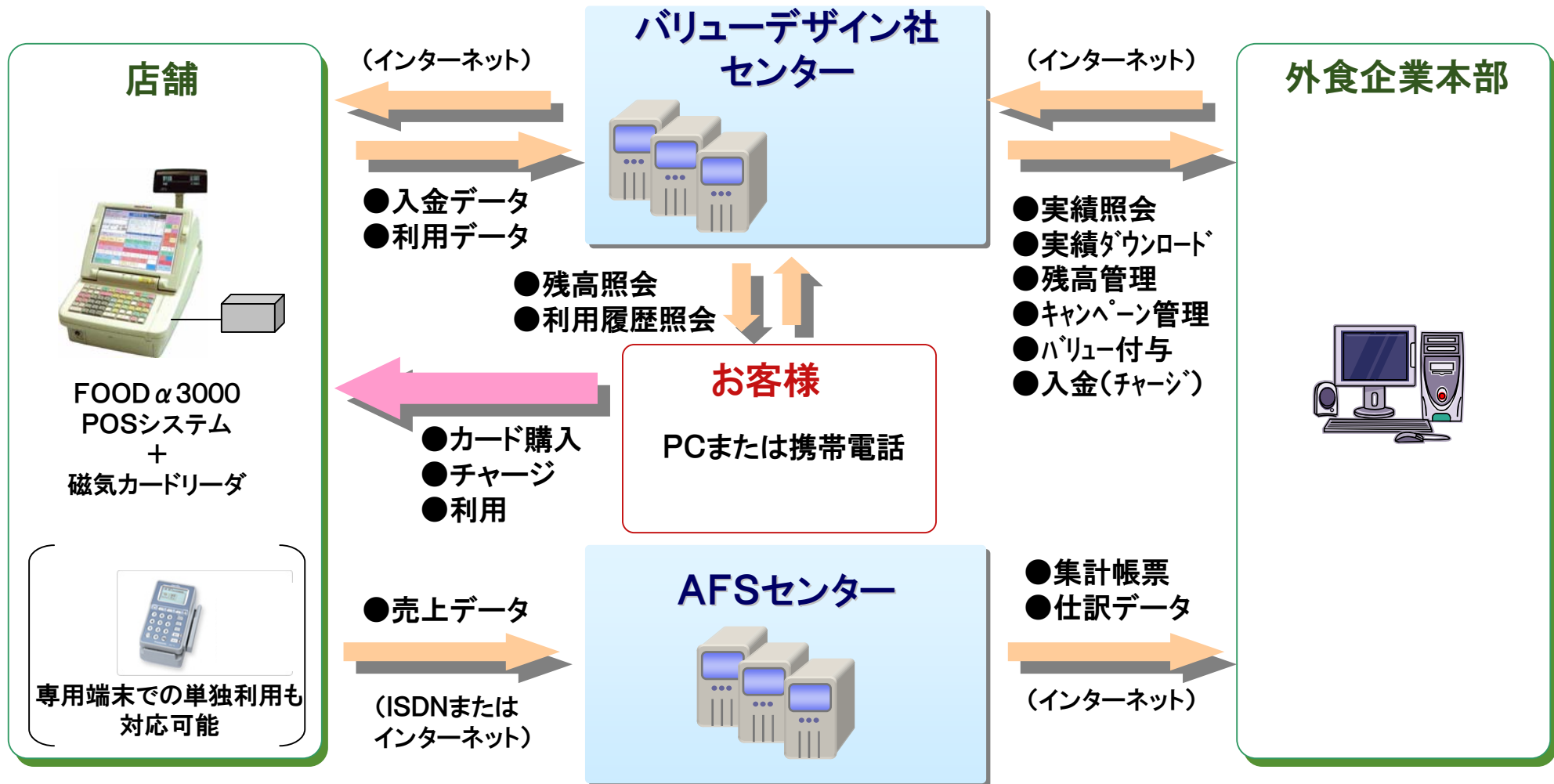
米国では...

- ★ 小売・外食企業の80%以上が導入
- ★ ギフトカードのマーケットは9兆円規模

国内は、普及が始まったばかりの段階(スターバックス・フレッシュネス・デニーズ等が同様のカードを導入済み)

バリューカードのサービス全体概要

POS(専用端末)とサーバーをインターネットを通じ接続



今期の営業推進

新規顧客の拡大



既存顧客囲い込み


ASPサービス事業

- ① アライアンス先との推進を強化
- ② 専門部隊を東京に配置

- ① 月額報酬の拡大(新規出店・M&A)
- ② サービス追加による初期・月額アップ

システム機器事業

- ①  **FOOD GENESIS 21** を切り口に商談数拡大
- ②  **テーブルショット** を切り口に商談数拡大

- ①  **FOOD GENESIS 21** **テーブルショット** の導入提案
- ② 他メーカー導入先への入替推進

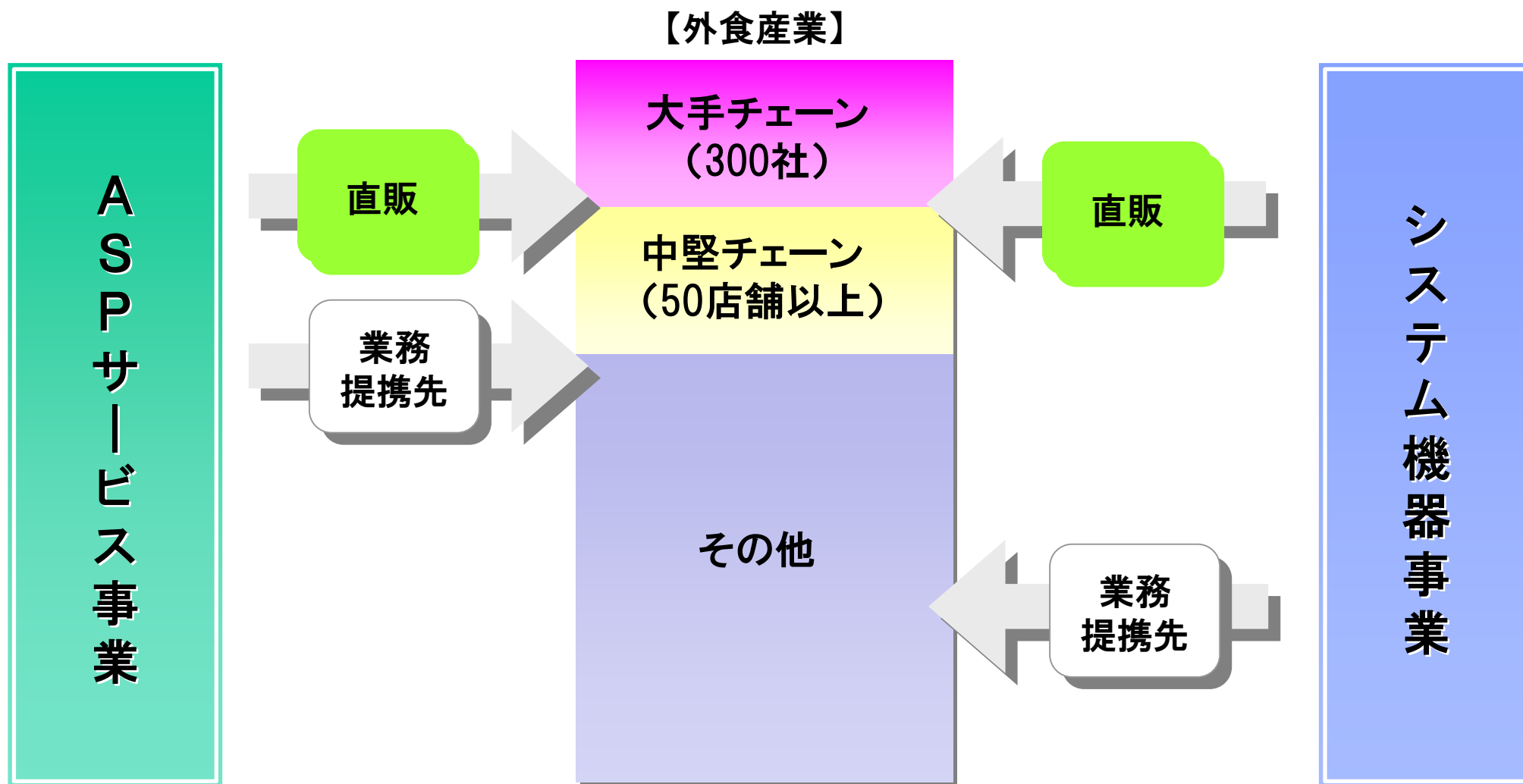
周辺サービス事業

- ① 自動釣銭機・券売機等の取引拡大
- ② Web情報サービスのコンテンツ充実

- ① 自動釣銭機・券売機等の取引拡大
- ② Web情報サービスのコンテンツ充実

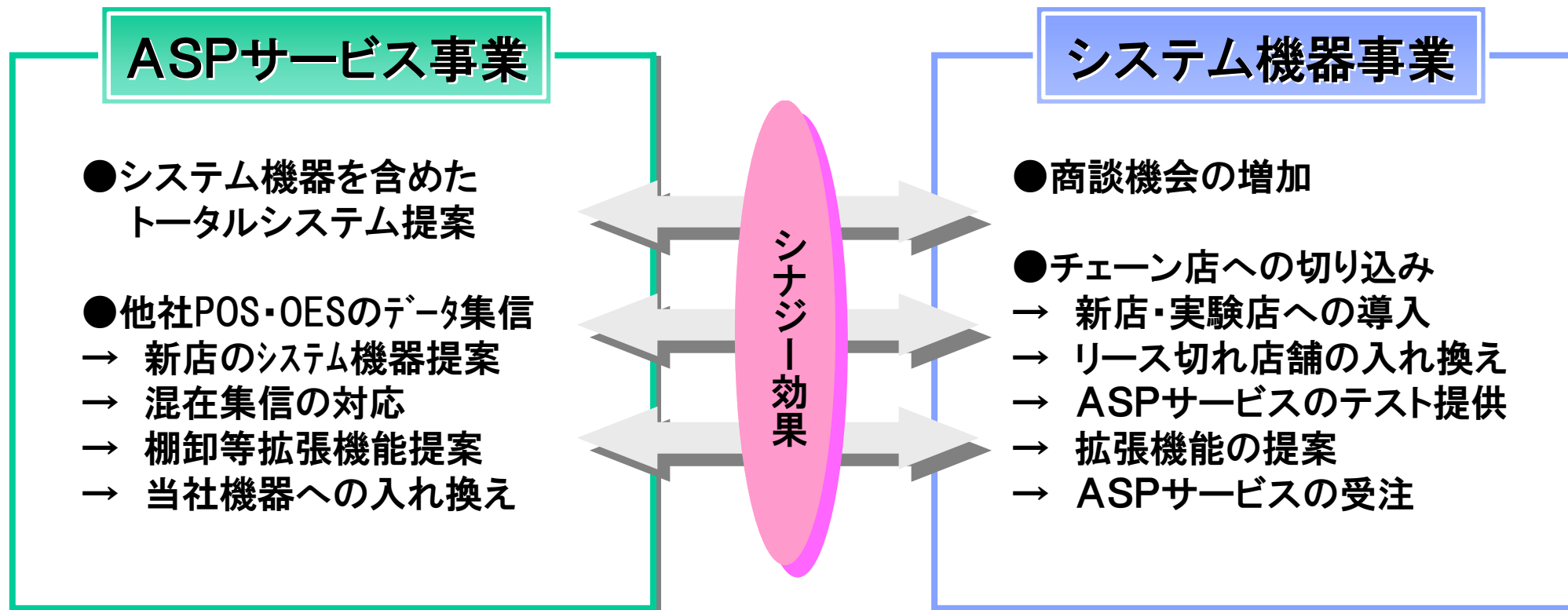
新規顧客の拡大①

- ASPサービス事業・システム機器事業双方向からアプローチ



新規顧客の拡大②

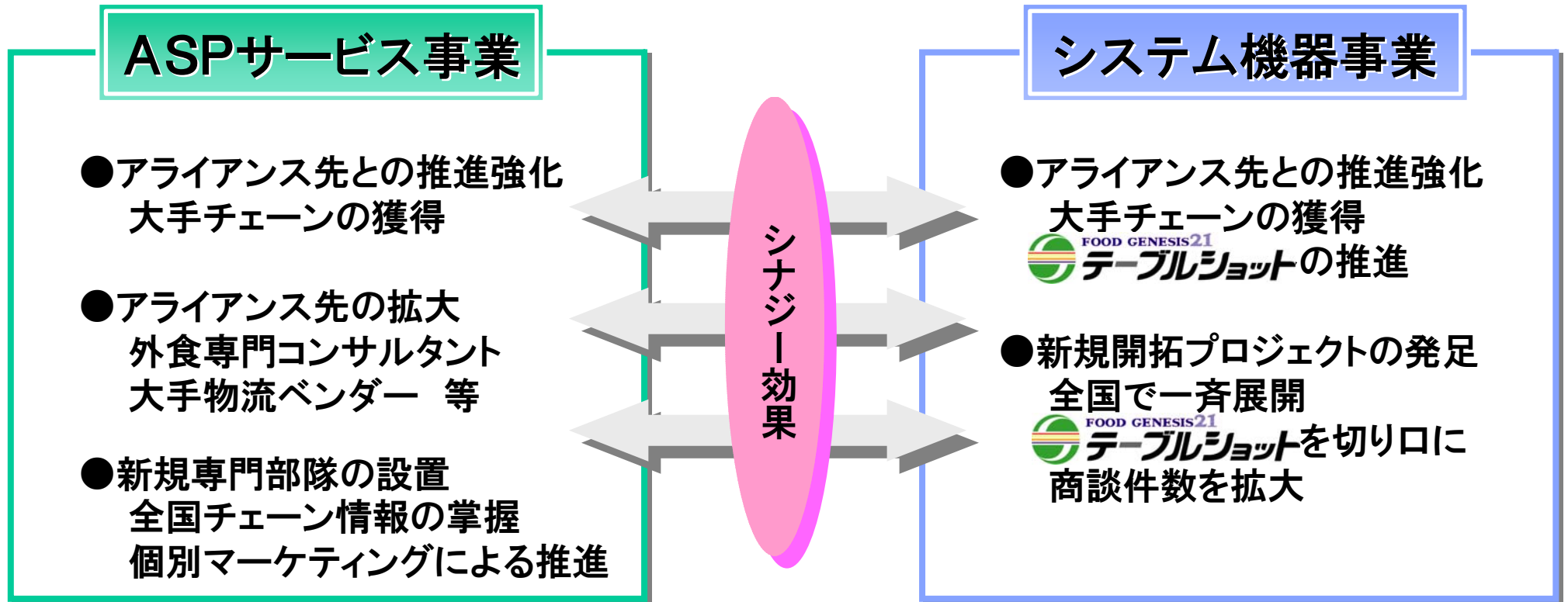
● 双方向アプローチのシナジー効果



既存顧客として取り込み → 順次取引内容を拡大

新規顧客の拡大③

● 具体的な取り組み



既存顧客として取り込み → 順次取引内容を拡大