



平成30年1月17日

各 位

W A S H ハ ウ ス 株 式 会 社
代表取締役社長 児玉康孝
(コード番号：6537 東証マザーズ・福証Q-Board)
問合せ先 常務取締役管理部長 阿久津 浩
電 話 (0 9 8 5) - 7 8 - 4 0 0 0

<マザーズ>投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○ 開催状況

開催日時 平成29年8月18日 16:00~17:00
開催方法 対面による実開催
開催場所 野村コンファレンスプラザ日本橋「5F大ホールb」
(東京都中央区日本橋室町2丁目4番3号)
説明会資料名 平成29年12月期第2四半期 投資に関する説明会

【添付資料】

説明会において使用した資料 「平成29年12月期第2四半期決算短信補足資料」

以上



平成29年12月期 第2四半期
決算短信補足資料

WASHハウス株式会社

- | | | |
|---|-------------------|-------|
| ① | 会社概要 | 2ページ |
| ② | 2017年12月期 第2四半期実績 | 12ページ |
| ③ | 今後の事業展開および課題 | 23ページ |

① 会社概要

 会社概要

平成29年6月30日現在

会社名	W A S Hハウス株式会社（東証マザーズ、福証Q－B o a r d）
設立	平成13（2001）年11月28日
代表者	代表取締役社長 児玉康孝
本社所在地	宮崎県宮崎市新栄町86番地 1
資本金	993,886千円
社員数	104名（役員を除く）
事業内容	コインランドリーの企画、開発、運営、システムの提供
拠点	東京支店、大阪支店、広島支店、福岡支店、 本店営業部（宮崎）、山口営業所、長崎営業所
店舗数	431店舗（F C 406店舗、直営25店舗）




沿革（平成13年～20年）

平成13年	11月	不動産の有効活用のコンサル等を目的とする会社として株式会社ケーディーエム設立
平成14年	12月	コインランドリー店舗の事業物件の管理を目的として城ヶ崎店・大島通線店を同時出店しF C事業及びコインランドリー管理事業を開始
平成16年	2月	店舗W e bカメラとコインランドリー機械の遠隔操作を組み合わせたコインランドリー遠隔管理システムで宮崎県初のビジネスモデル（特許第3520449号「コインランドリー管理システム」）取得
	5月	直営事業を開始（青葉店を直営にて出店）
	11月	福岡県進出（宗像店を直営にて出店）
平成17年	5月	大分県進出(猪野店・宗方店をF Cにて同時出店) W A S Hハウス株式会社へ社名変更
平成18年	8月	熊本県進出（横手店を直営にて出店）
平成19年	1月	佐賀県進出（鳥栖本町店をF Cにて出店）
平成20年	3月	サービス産業生産性協議会「第2回ハイ・サービス日本300選」を受賞
	8月	店内タッチパネル装置でコインランドリー機器のトラブルをお客様自身にて復旧できるコインランドリー管理システムとしてビジネスモデル特許（コインランドリー管理システム：特許第4172043号）取得

沿革（平成21年～28年）

平成21年	5月	100号店オープン（坂之上店をF Cにて出店）
平成22年	1月	店内タッチパネル装置から無料利用券をIC内蔵のプラスチックカードやプリペイドカードまたは携帯電話に取り込むことができるビジネスモデル特許（コインランドリー管理システム：特許第441796号）取得
平成25年	6月	山口県進出（綾羅木店をF Cにて出店）
平成26年	5月	広島支店（広島市東区）を設置し 広島県進出（広島八幡店を直営にて出店）
	12月	200号店 オープン（イオンタウン田崎店をF Cにて出店）
平成27年	1月	大分営業所（大分県大分市）を設置
	4月	大阪支店（大阪府西区）を設置
	10月	東京支店（東京都中央区）を設置
	12月	大阪府進出（富田林甲田店をF Cにて出店）
平成28年	2月	熊本営業所（熊本県熊本市）を設置
	3月	300号店 オープン（D & D行橋店をF Cにて出店）
	6月	長崎県進出（大村富の原店をF Cにて出店）
	7月	東京都進出（新宿7丁目店を直営にて出店）

 沿革（平成28年11月～）

平成28年	11月	東京証券取引所マザーズ、福岡証券取引所Q - B o a r d同時上場
平成29年	3月	400号店オープン（福岡奈多店をF Cにて出店） 山口営業所（山口県山口市）を設置 長崎営業所（長崎県大村市）を設置
	6月	岡山県進出（岡山西大寺店をF Cにて出店） 香川県進出（高松木太川西店をF Cにて出店） 愛媛県進出（宇和島和霊店をF Cにて出店）

事業の内容

1 F C 事業

1

独自のオペレーション受託型 F C 事業を創出

店舗設計・建築・機械の設置などパッケージ化。
「WASHハウスコインランドリーシステム一式」の販売。
オープン時の広告・開業準備費用、F C 加盟金の受領。



2 店舗管理事業

2

全店舗一括管理運営方式の導入によりクオリティを統一化

24時間365日受付のコールセンター、WEBカメラと遠隔コントロールによる即時サポート、毎日の点検・清掃、洗剤の補充、メンテナンス、集金、広告活動などのサービス提供に係る対価を受領。



3 直営事業その他

3

直営店舗は新エリア進出時のアンテナショップ

店舗利用者から洗濯機・乾燥機の利用料を受領。
主に新規出店エリアに進出時に店舗。「WASHハウス」ブランドの認知向上
利用喚起、F C オーナー、土地オーナーへの店舗モデルの提供。

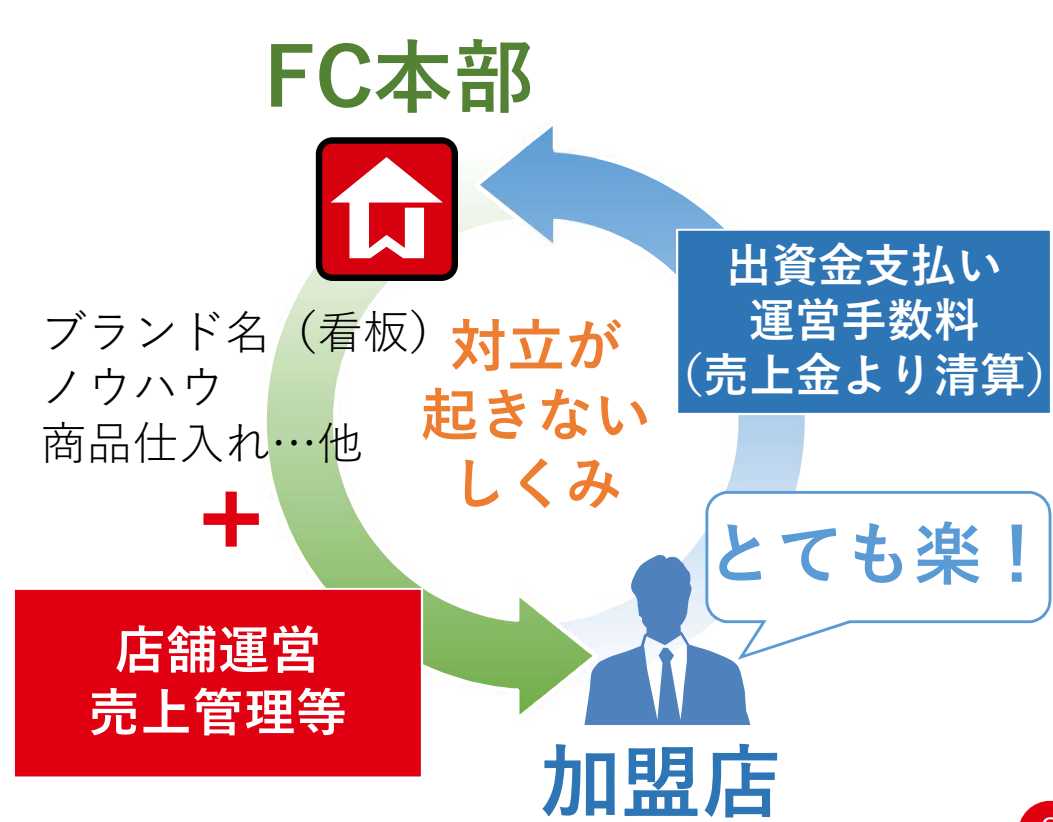
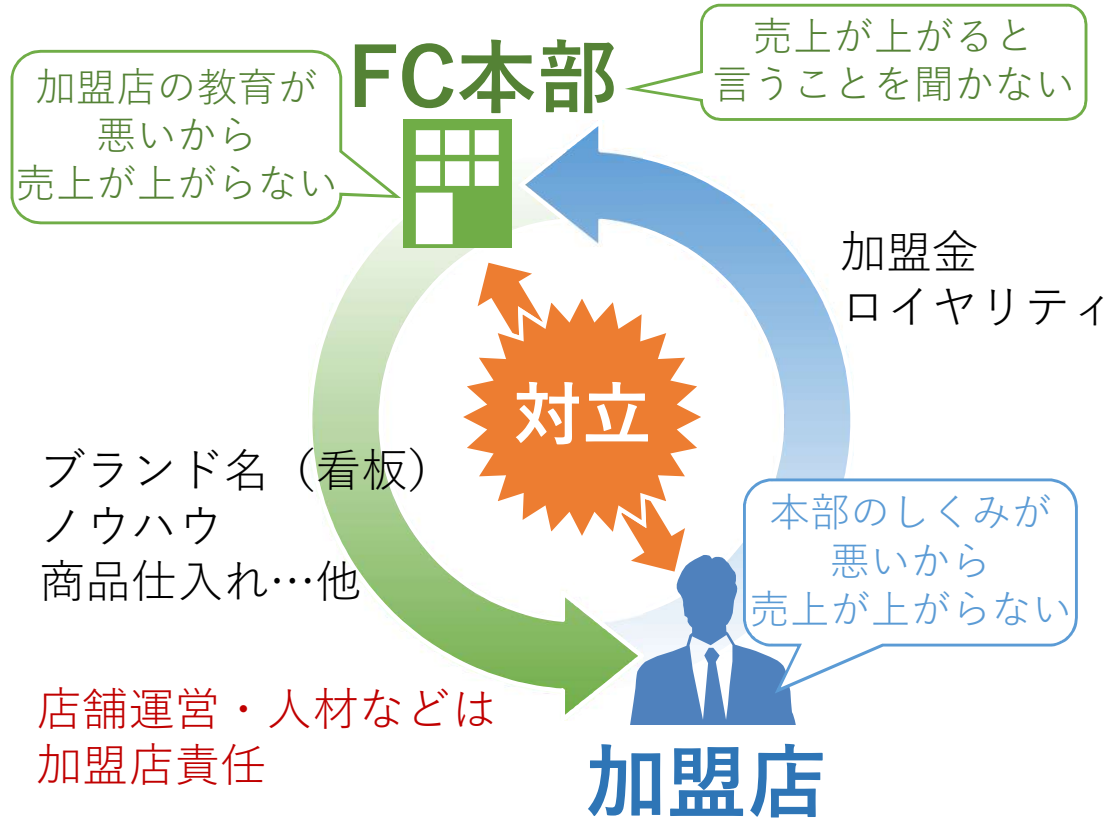


全く新しいフランチャイズシステム

新しい事業モデルで現在のフランチャイズシステムの問題点を解決

一般的なFC事業モデル

WASHハウスのFC事業モデル



収益構造（F C店舗出店時例）

（単位：千円）

内訳	オーナー様 お支払金額	当社売上
WASHハウスパッケージ	21,380	21,380
F C加盟金	500	500
加盟保証金	1,000	預り金
店舗新築費用他	17,000	—
合計	39,880	21,880

収益構造（F C店舗収支モデル）

(単位：千円)

内訳		オーナー様 収支金額	当社売上
売上		1,000	—
支出	管理運営費	50	50
	清掃費用	45	45
	変動費(電気、ガス、水道、洗剤)	300	20
	雑費(雑誌、有線放送、広告分担金、他)	75	50
合計		530	165

収益構造

ストック収益のイメージ図

前期ストック収益

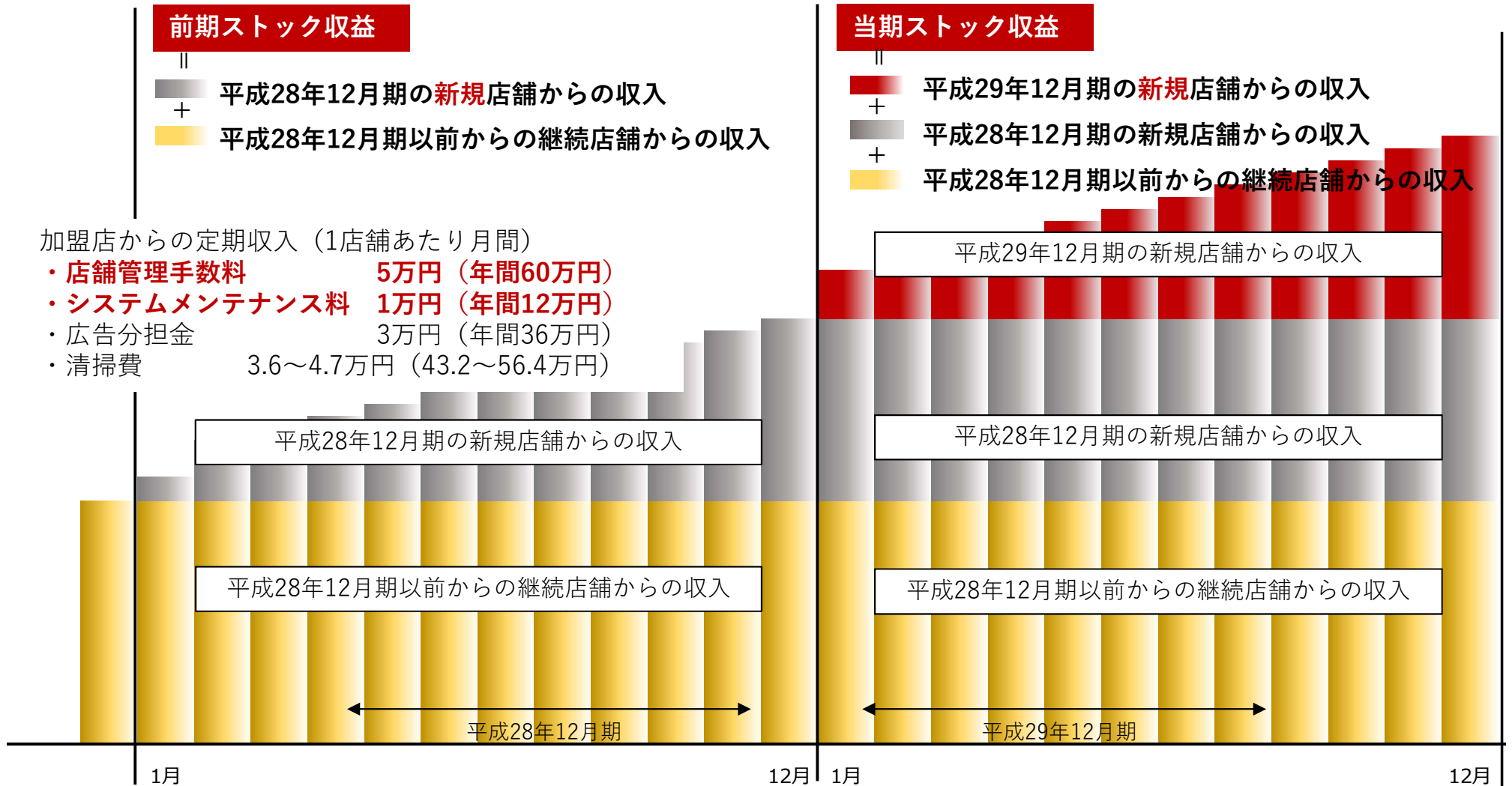
- ||
- + 平成28年12月期の**新規**店舗からの収入
- + 平成28年12月期以前からの**継続**店舗からの収入

当期ストック収益

- ||
- + 平成29年12月期の**新規**店舗からの収入
- + 平成28年12月期の**新規**店舗からの収入
- + 平成28年12月期以前からの**継続**店舗からの収入

加盟店からの定期収入（1店舗あたり月間）

- ・ **店舗管理手数料** 5万円（年間60万円）
- ・ **システムメンテナンス料** 1万円（年間12万円）
- ・ 広告分担金 3万円（年間36万円）
- ・ 清掃費 3.6～4.7万円（43.2～56.4万円）



② 2017年12月期
第2四半期実績



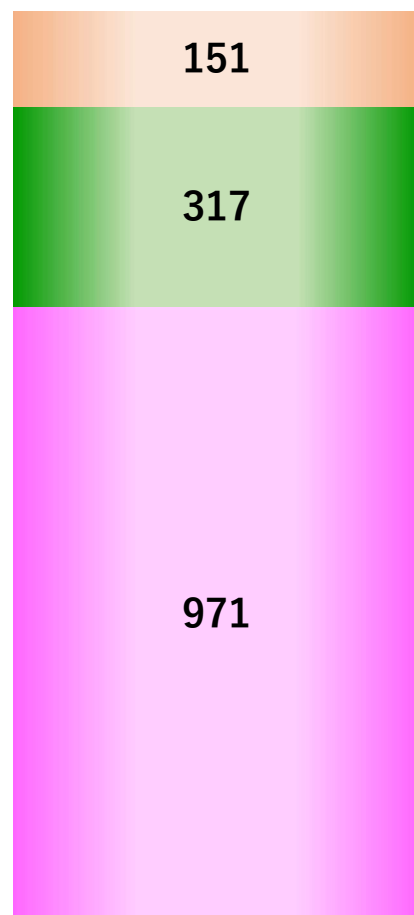
2017年12月期 第2四半期実績

(単位:百万円)

	2016年12月期 第2四半期実績	2017年12月期 第2四半期計画	2017年12月期 第2四半期実績	対前年比	対計画比
売上高	1,254 (100.0%)	1,847 (100.0%)	1,440 (100.0%)	114.8%	78.0%
売上総利益	408 (32.6%)	636 (34.4%)	493 (34.3%)	120.9%	77.6%
営業利益	106 (8.5%)	148 (8.0%)	37 (2.6%)	35.5%	25.5%
経常利益	106 (8.5%)	149 (8.1%)	40 (2.8%)	37.7%	26.8%
四半期純利益	62 (5.0%)	101 (5.5%)	22 (1.5%)	35.4%	21.8%

2017年12月期第2四半期 事業区分別売上高①

事業区分別売上高 (単位:百万円)



2017年第2Q

F C事業

971百万円

- ・当第2四半期累計期間のF C新規出店につきましては、大阪府2店舗、岡山県1店舗、広島県2店舗、山口県4店舗、香川県1店舗、愛媛県1店舗、福岡県22店舗、佐賀県1店舗、長崎県4店舗、大分県2店舗、熊本県2店舗、宮崎県2店舗、鹿児島県1店舗の計45店舗の出店を行い、当第2四半期会計期間末のF C店舗数は406店舗となりました。

店舗管理事業

317百万円

- ・店舗管理事業の売上の内訳は、F C店舗から受領する洗剤販売、店舗管理料、清掃受託費、広告分担金となっております。F C新規出店に伴い管理受託店舗数が増加したことが寄与し、売上高は317百万円となりました。

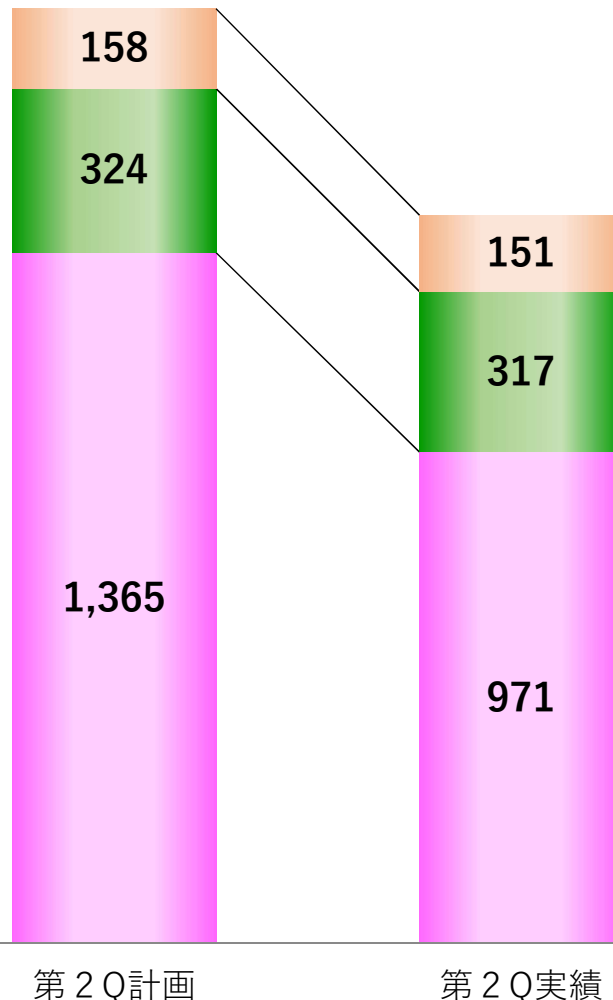
直営事業その他

151百万円

- ・当第2四半期累計期間の直営店の新規出店およびF C店舗の買取は行っておりません。そのため当第2四半期会計期間末の直営店舗数は、前事業年度末と同じ25店舗となっております。

2017年12月期第2四半期 事業区分別売上高②

事業区分別売上高の対比 (単位:百万円)



F C事業

971百万円 (昨年比109.8%)

- ・当第2四半期累計期間におけるF C新規出店につきましては、65店舗の出店計画に対し45店舗となり計画を28.8%下回りました。主な理由といたしましては、営業社員の退職やその補充を含めた採用が遅れていること等によるものであります。今後におきましては、新しいエリアである中四国および関西エリア等の既存店がないエリアにおいて重点的に物件開発を行い、出店を行ってまいります。

店舗管理事業

317百万円 (昨年比140.5%)

- ・店舗管理事業の売上の内訳は、F C店舗から受領する洗剤販売、店舗管理料、清掃受託費、広告分担金となっております。上記F C新規出店の遅れに伴い計画を2.0%下回りました。

直営事業その他

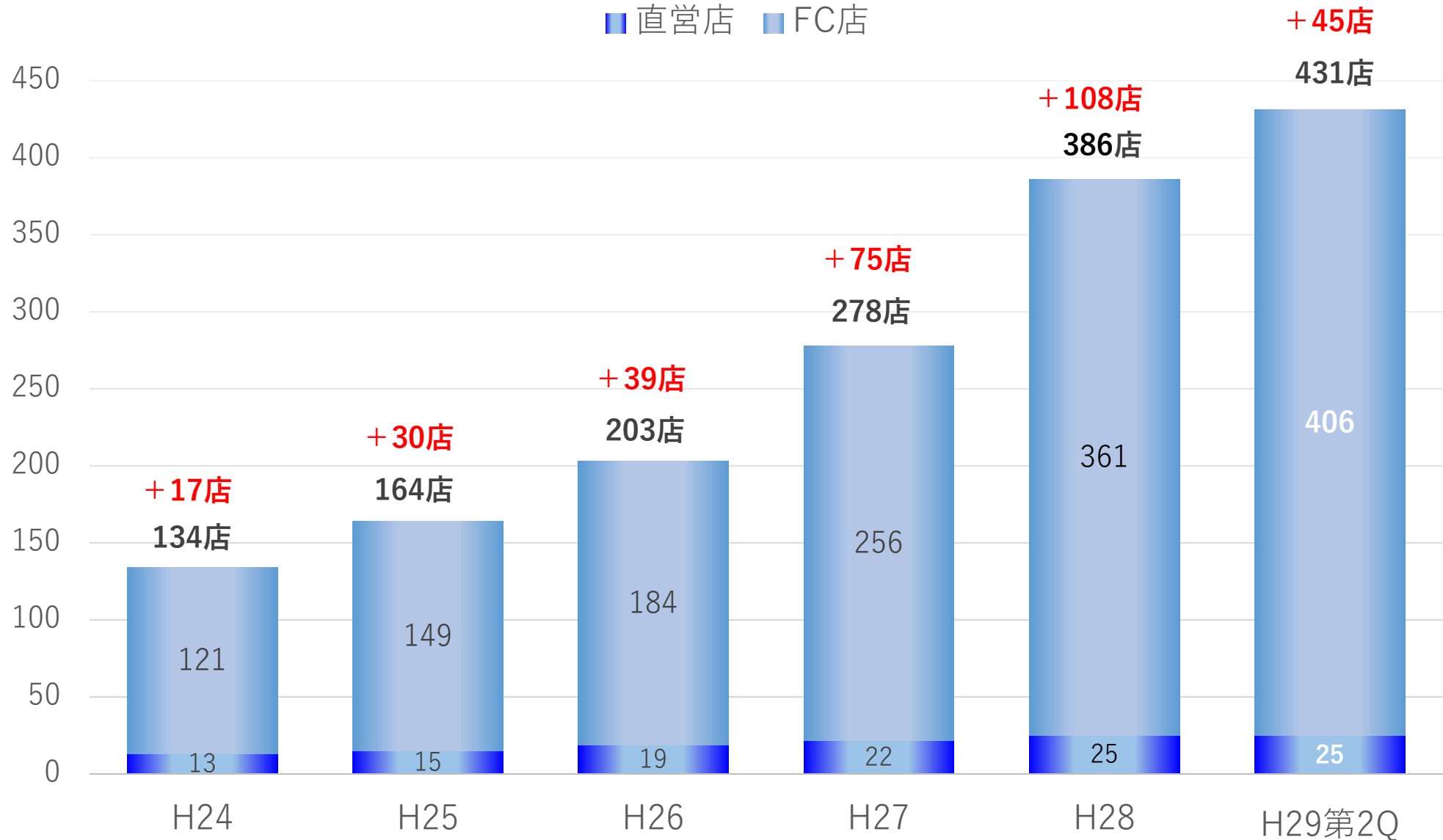
151百万円 (昨年比105.5%)

- ・当第2四半期累計期間における直営事業その他といたしましては、計画に対し4.6%下回りました。直営店舗数は前年末と同様の25店舗となっておりますが、直営店舗の売上が計画を10.9%下回っております。これは主に気象要因によるものであります。

店舗数実績推移

(店)

■ 直営店 ■ FC店



地域別出店数

地域別出店実績

	2016年12月期末	2017年12月期				2017年期末計画
		第1Q出店	第2Q出店	退店	第2四半期末	
関東	2	0	0	0	2	5
近畿	7	1	1	0	9	38
中国	29	2	5	0	36	66
四国	—	—	2	0	2	—
九州	348	21	13	0	382	433
合計	386	24	21	0	431	542

形態別出店実績

	2016年12月期末	2017年12月期				2017年期末計画
		第1Q出店	第2Q出店	退店	第2四半期末	
直営	25	0	0	0	25	29
F C	361	24	21	0	406	513
合計	386	24	21	0	431	542



営業エリアの天候

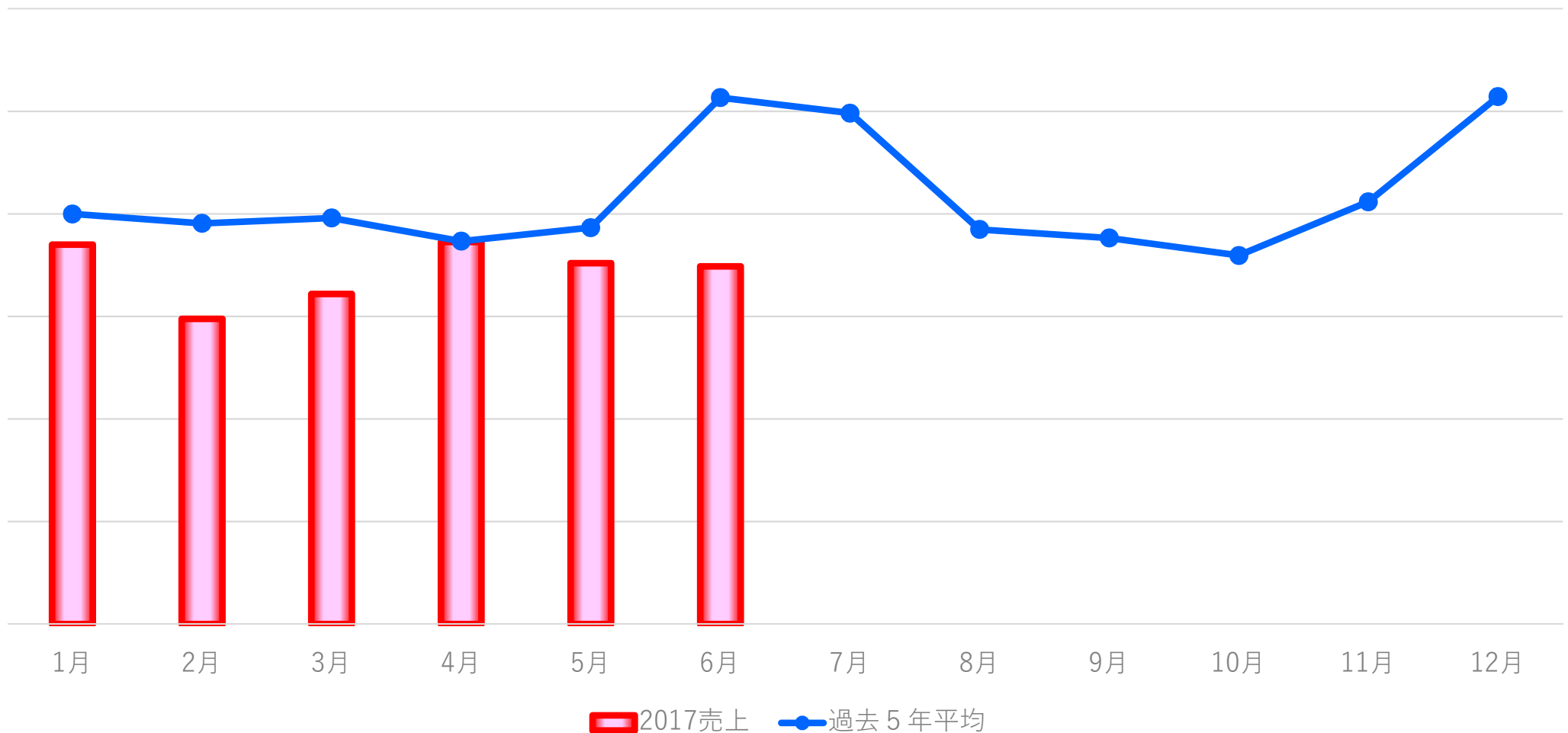
	6月末累計前年比	6月末累計平年比
降水量	61.3%	81.2%
不照率	84.4%	—
不照日	61.4%	68.8%

※1 不照率：当社営業エリア各県の県庁所在地（山口県のみ下関市）の気象データ（気象台発表データより抜粋）の日照率（月間日照時間の月間可照時間に対数百分率）を「1－日照率」で計算し、日照していない率を算出したもの

※2 不照日：当社営業エリア各県の県庁所在地（山口県のみ下関市）の気象データ（気象台発表データより抜粋）の不照日（月間日照時間の日合計が0.1時間未満の日数）

 過去のデータ比較

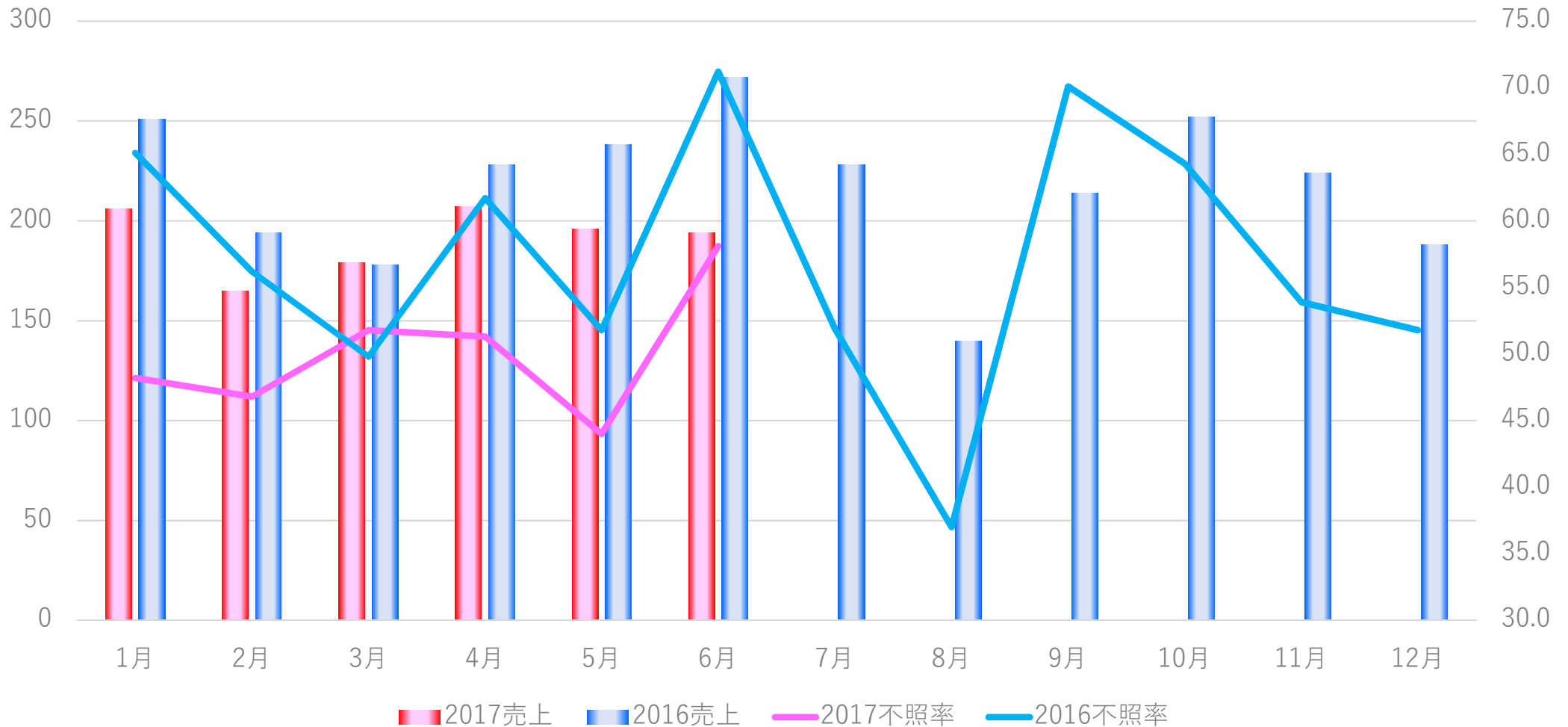
過去5年平均との比較



※1 過去5年平均は、オープン1年経過した期首既存店を各年それぞれ集計した平均値であります。

天候との相関関係

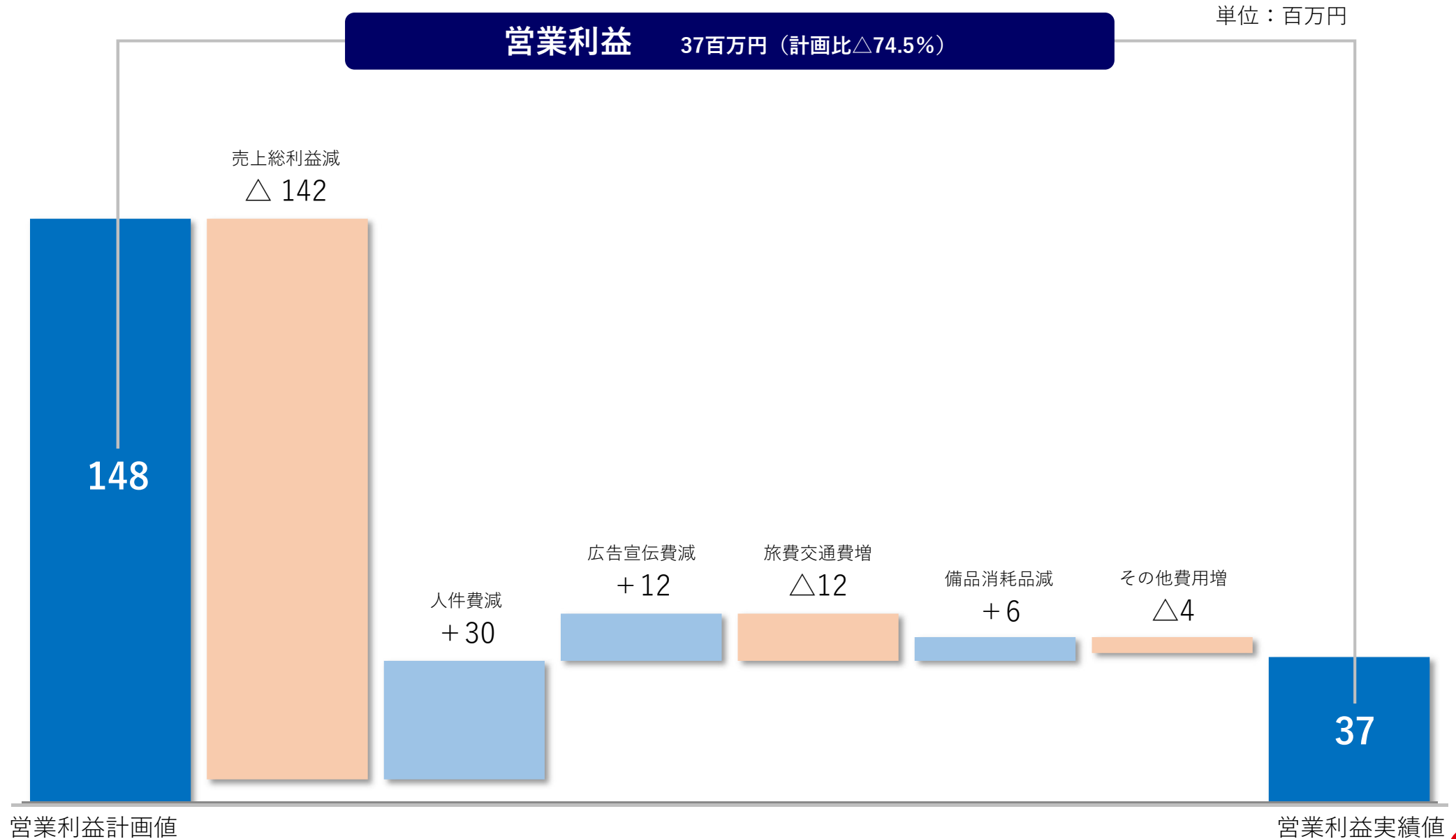
店舗売上と不照率



※1 店舗売上：2016年1月1日現在営業店舗売上高
 ※2 不照率：当社営業エリア各県の県庁所在地（山口県のみ下関市）の気象データ（気象台発表データより抜粋）の日照率（月間日照時間の月間可照時間に対数百分率）を「1 - 日照率」で計算し、日照していない率を算出したもの



営業利益計画（実績対計画比較）





貸借対照表

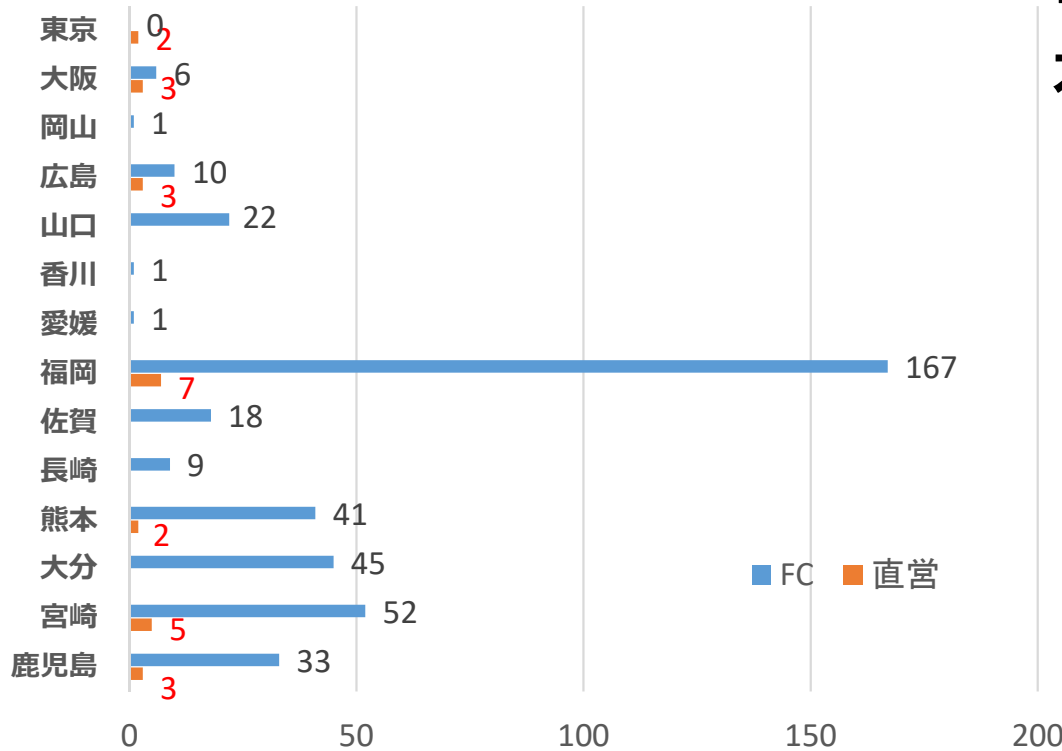
(単位：百万円)

	2016年12月期末	2017年12月期 第2四半期	増減額	増減要因
流動資産	3,245	2,953	△292	主に、現預金と売掛金の減少によるものです。
固定資産	525	526	0	
資産合計	3,771	3,479	△292	
流動負債	1,037	721	△315	主に、買掛金の減少によるものです。
固定負債	569	624	54	主に、預り保証金の増加によるものです。
負債合計	1,606	1,346	△260	
純資産合計	2,164	2,132	△32	主に、配当によるものです。
負債・純資産合計	3,771	3,479	△292	
自己資本比率	57.40%	61.30%	3.9%	

③ 今後の事業展開および課題

出店エリアの拡大

地域別出店数(平成29年6月末)



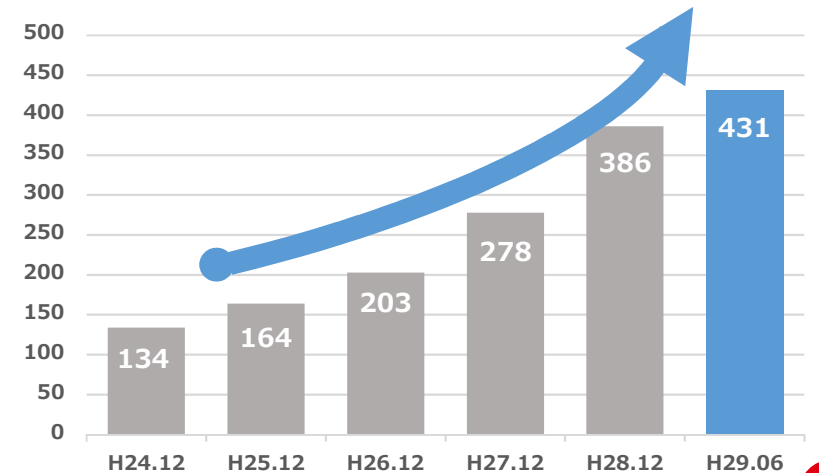
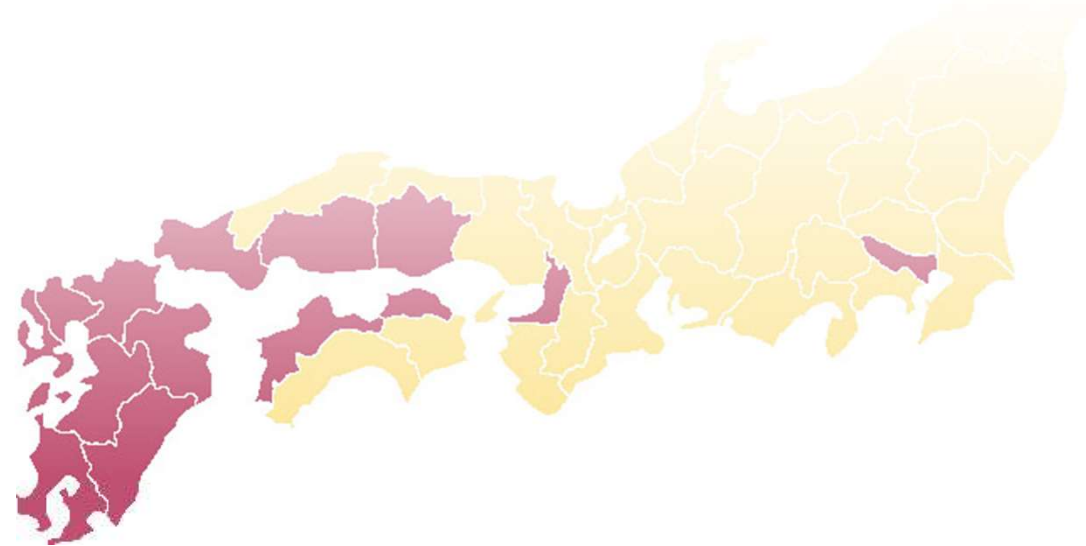
■ 宮崎県の世帯数 466,718世帯
(平成29年6月1日 宮崎県総合政策部統計調査課推計)

■ 宮崎県内の店舗数 57店舗

■ 1店舗あたりのカバー世帯数
 $466,718 \div 57 = 8,188$ 世帯

■ 全国世帯数 56,412,140 世帯
(平成27年1月1日 総務省自治行政局住民制度課)

中国、四国を中心にエリア拡大を本格化



事業基盤の拡大

人材確保

- 採用担当者の増員
- 管理職クラスの人材の積極的な採用

関連事業および周辺事業への進出

- 内製化による収益機会の拡大と経費の節減
- 現在のビジネスモデルを基本とした新規事業への参入

メディア戦略

安心・安全・清潔をコンセプトに全店舗統一のブランド戦略を展開し、競合を寄せ付けない圧倒的なブランドイメージを確立。

- マーケットの拡大
- TVCM等広告宣伝の強化ができる仕組みとローカルキー局を使ったメディア戦略
- 布団を洗う文化の定着化



【 連絡先 】 W A S Hハウス株式会社
【 所在地 】 宮崎県宮崎市新栄町86番地1
【 T E L 】 0985-24-0000

このプレゼンテーション資料には、現時点の将来に関する前提や見通しに基づく予測が含まれており、リスク及び不確実性が含まれております。実際の業績は、その時々状況や多様な要因によりこれらと異なる可能性があり、変更を余儀なくされることがあります。なお、変更があった場合でも当社は本資料を改定する義務を負いかねますので、ご了承ください。

また、本資料のいかなる部分も一切の権利はWASHハウス株式会社に属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行わないようお願い致します。