



2023年3月期 第1四半期 決算補足説明資料

2022年8月



株式会社カクヤスグループ
証券コード：7686

お客様のご要望に「なんでも」応えたい

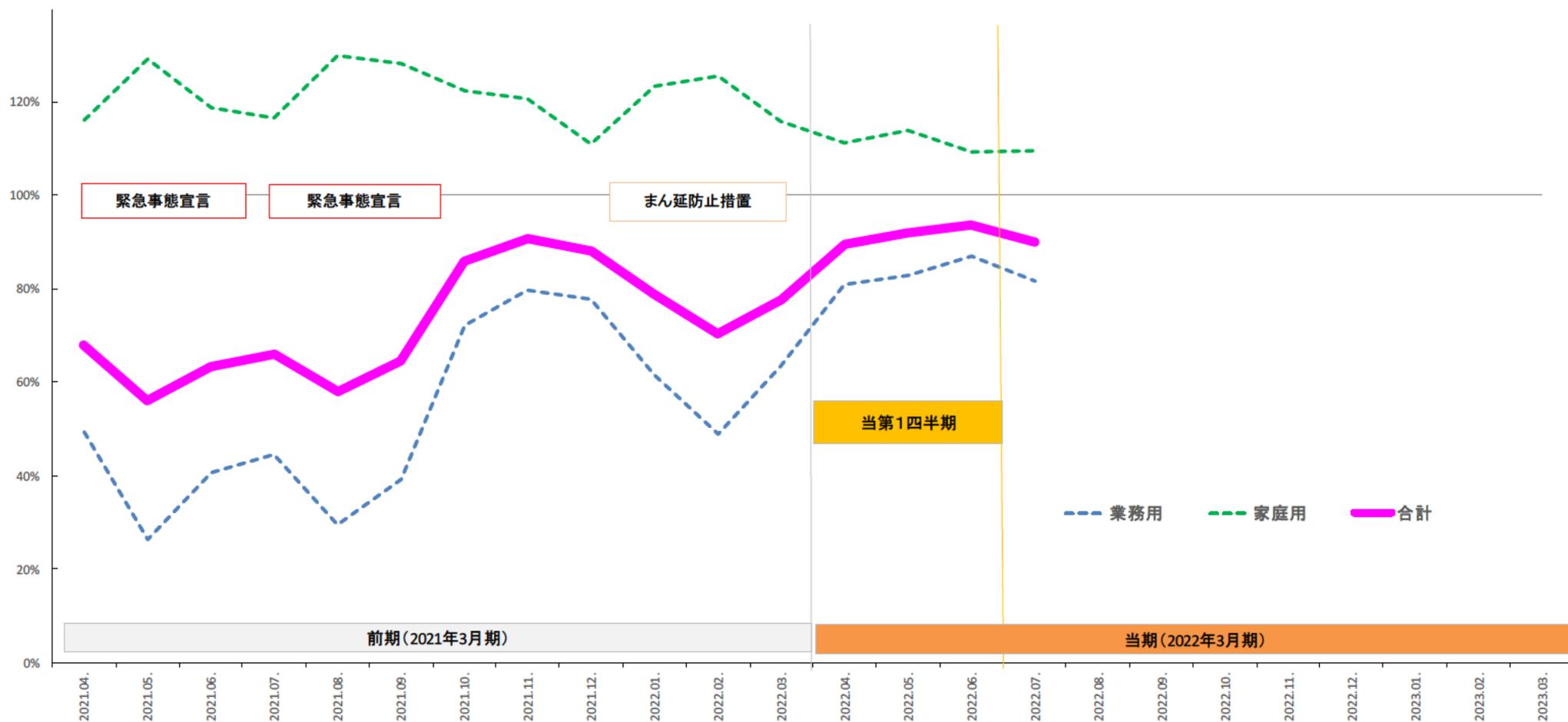


1. 2023年3月期 第1四半期 ハイライト

1. 2023年3月期 第1四半期 ハイライト

株式会社カクヤスの売上速報値 ※

(新型コロナウイルス影響前の2018年4月～2019年3月の売上を100%とした指数)



※ カクヤス社は当グループ売上構成比の94% (2023年3月期第1Q) を占めております。

1. 2023年3月期 第1四半期 ハイライト

▷ 売上構成比

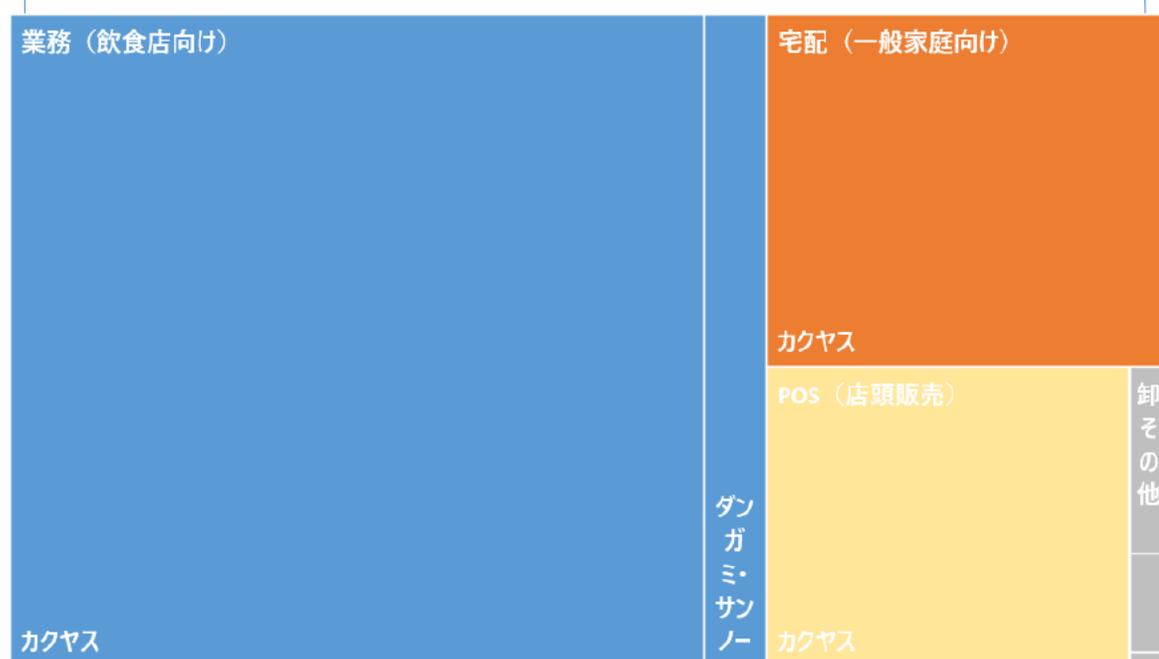
当社グループは、
売上高を以下の4つに区分しております。

- ①「業務用」は主に飲食店への販売
- ②「家庭用：宅配」は一般のご家庭やオフィス等への配達
- ③「家庭用：POS」は主に店舗に来店頂いたお客様への販売
- ④「卸その他」は、主に同業の酒販事業者への卸売り販売
また、明和物産社での販売を計上しております。

2023年3月期 第1四半期

区分	会社	構成比
業務（飲食店向け）	カクヤス	60.1%
	ダンガミ・サンノー	5.4%
	小計	65.5%
宅配（一般家庭向け）	カクヤス	18.6%
	ダンガミ・サンノー	0.1%
	小計	18.7%
POS（店頭販売）	カクヤス	14.4%
	ダンガミ・サンノー	0.1%
	小計	14.5%
卸その他	カクヤス	0.4%
	ダンガミ・サンノー	0.1%
	明和物産	0.8%
	小計	1.3%
	合計	100.0%

事業会社別 売上区分別 売上構成比



当社グループの売上は、売上構成比の高いカクヤス社における業務用売上（飲食店向け）の動向が大きく影響する構造となっております。

2. 2023年3月期 第1四半期 決算概要

2. 2023年3月期 第1四半期 決算概要

連結 損益計算書 前期比較

(単位：百万円)

科目名	2022年 3月期 1Q	2023年 3月期 1Q	増減額	増減率
売上高	18,598	26,541	7,942	42.7%
売上総利益	3,982	5,525	1,542	38.7%
	21.4%	20.8%		
販売費および 一般管理費	5,290	5,711	421	8.0%
	28.4%	21.5%		
営業利益（損失）	△1,307	△186	1,121	—
	—	—		
経常利益（損失）	△1,126	△186	939	—
	—	—		
親会社株主に帰属する 当期純利益（損失）	△709	△150	559	—
	—	—		

2. 2023年3月期 第1四半期 決算概要

連結 売上区分別 前期比較

(単位：百万円)

	2022年 3月期 1Q※	2023年 3月期 1Q	増減額	増減率		
				売上	客数	客単価
業務	8,726	17,375	8,648	99.1%	26.2%	57.7%
宅配	5,173	4,951	△222	△4.3%	△5.0%	0.7%
POS	4,414	3,849	△564	△12.8%	△15.4%	3.0%
卸	284	365	81	28.5%	—	—
合計	18,598	26,541	7,942	42.7%	—	—

▷業務

経済活動への抑制等が解除され、酒類を提供する飲食店等も通常営業に戻ったことで、当社グループへの注文量も大幅な増加となりました。また、平年より早い梅雨明けや猛暑の影響などもありビアガーデン等の外飲み需要の増加がみられ、顧客数・客単価ともに前年同期を上回りました。

▷宅配

コロナ禍におけるデリバリー需要を取り込み、ネットショッピングの会員数は好調に推移しているものの、前年が緊急事態宣言下※で家庭内での家飲み消費が高まっていたこともあり、顧客数は前年同期を下回りました。客単価は前年同期と同水準となりました。

▷POS

前年が緊急事態宣言下で在宅勤務や外食等自粛の流れから店頭への来客が増加していたこともあり、顧客数は前年同期を下回りました。客単価は食材を中心に店の品ぞろえを充実させたことで、前年同期を上回りました。

(※ 前年第1四半期累計期間においては4月25日～6月20日までが緊急事態宣言下)

2. 2023年3月期 第1四半期 決算概要

販売管理費 前期比較（主要な増減科目）

（単位：百万円）

	2022年 3月期 1Q	2023年 3月期 1Q	増減額	増減率
人的コスト	3,315	3,575	260	7.9%
給与及び手当	2,500	2,609	<u>109</u>	4.4%
採用費	41	94	<u>53</u>	129.3%
配送費	93	179	<u>85</u>	91.1%
マーケティングコスト	288	220	△67	△23.5%
広告宣伝費	129	44	<u>△85</u>	△66.1%
販売促進費	51	59	7	15.4%
その他コスト	1,685	1,914	228	13.6%
リース料	88	140	51	58.1%
支払手数料	395	490	<u>95</u>	24.1%
賃借料	617	652	34	5.6%
消耗品費	78	113	34	43.6%
販売費及び一般管理費	5,290	5,711	421	8.0%

全体で421百万円の増加

（主要な項目 単位：百万円）

<増加した主なコスト>

業務用売上回復期による人員・車両の準備

■ 給与及び手当	109
・配送人件費の増加	
■ 採用費	53
・前期、コロナ禍で採用を抑制（今期より通常へ）	
■ 配送費	85
・一時的に車両を借り受けて配送（備車）	
■ 支払手数料（業務委託料）	95
・一時的な配送業務委託	

<減少した主なコスト>

■ 広告宣伝費	△85
・前年同期にテレビCMでの認知拡大策を実施	

2. 2023年3月期 第1四半期 決算概要

営業利益以下 前期比較

(単位：百万円)

	2022年 3月期 1Q	2023年 3月期 1Q	増減額	増減率
営業利益（損益）	△1,307	△186	1,121	—
営業外収益	208	15	<u>△192</u>	△92.4%
営業外費用	27	16	△11	△40.3%
経常利益（損益）	△1,126	△186	939	—
特別利益	15	—	△15	△100.0%
特別損失	—	—	—	—
税引前利益	△1,110	△186	924	—
法人税等合計	△401	△36	364	—
当期純利益	△709	△150	559	—

(主要な増減項目 単位：百万円)

- 営業外収益 △192
- ・コロナによる補助金等（雇用調整助成金等）
（参考：前期203—当期4）

2. 2023年3月期 第1四半期 決算概要

連結 貸借対照表（主要な増減項目）

（単位：百万円）

（主要な増減項目 単位：百万円）

資産の部	2022年 3月期 期末	2023年 3月期 1Q	増減額
流動資産	15,540	17,772	2,232
現金及び預金	2,748	2,289	<u>△459</u>
受取手形 及び売掛金	5,586	7,549	<u>1,962</u>
商品	4,274	4,503	<u>228</u>
固定資産	13,000	13,106	105
有形固定資産	7,160	7,222	62
建物及び構築物	3,887	3,925	37
無形固定資産	2,050	1,972	△78
のれん	1,325	1,285	△39
リース資産	39	29	△9
投資その他の資産	3,789	3,911	122
資産合計	28,541	30,879	2,337

負債の部	2022年 3月期 期末	2023年 3月期 1Q	増減額
流動負債	21,244	24,068	2,844
買掛金	11,393	14,355	<u>2,961</u>
短期借入金	7,645	7,119	<u>△526</u>
リース債務	35	27	△8
その他	1,720	1,958	237
固定負債	5,009	4,715	△293
長期借入金	4,080	3,795	△284
リース債務	3	2	△1
負債合計	26,233	28,784	2,550
資本金	38	40	2
資本準備金	3,217	3,219	2
利益剰余金	△1,025	△1,268	△243
純資産合計	2,307	2,095	△212
負債・純資産合計	28,541	30,879	2,337

資産 前連結会計年度末比：2,337百万円増加

■現金及び預金	△459
・借入金の返済に伴う減少	
受取手形及び売掛金	1,962
商品	228
・まん延防止明けであった当期は業務用での売上の戻りが大きく、売掛金の増加、商品（在庫）確保あり	

負債 前連結会計年度末比：2,550百万円増加

■買掛金	2,961
・売上の戻りに比例しての仕入れの増加	
■短期借入	△526
・借入金の返済に伴う減少	

前連結会計年度末比：212百万円減少
純資産 自己資本比率 6.8%（前期末8.1%）

※主要項目のみを抜粋記載しているため、縦罫は合いません。

3. 売上区分別概要

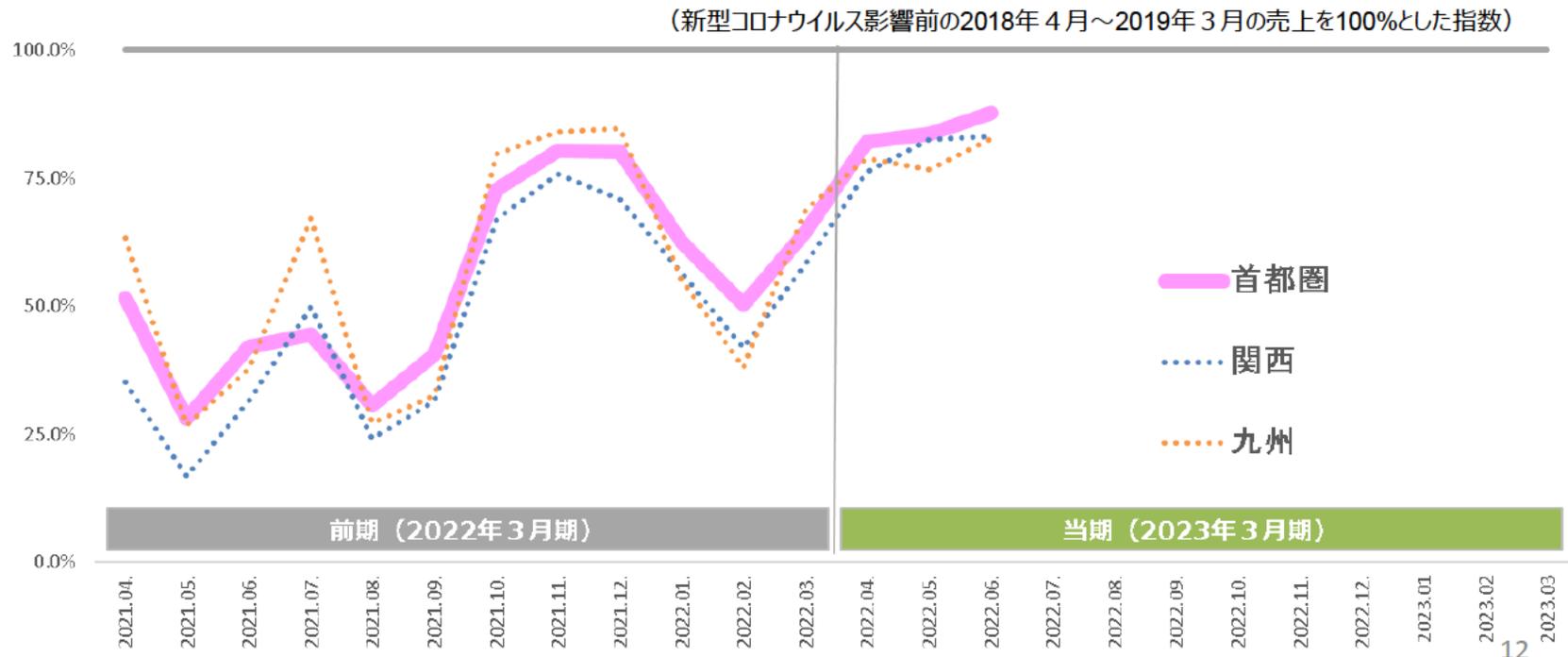
3. 売上区分別概要

業務用

(1) 地域毎（首都圏・関西・九州）の業務用売上推移

- ▶ 新型コロナウイルス感染対策による飲食店への営業時間の短縮など各行政機関からの要請は、当社グループが事業展開をしております首都圏・関西・九州地域におきましても、業績への影響を著しく変化させております。
- ▶ 影響度合いに各地域毎での大差はないものの、各要請の始まる時期や解除の時期により若干の変化はみられており、また、コロナ禍において当初は首都圏より九州が上回る傾向があったものの、今年に入ってから首都圏が九州を上回る逆の傾向がみられております。

	東京	大阪	福岡
2020年	4月	<緊急事態宣言>	
	5月	2020年4月7日～2020年5月25日	
	12月		
2021年	1月	<緊急事態宣言>	
	2月	2021年1月8日	2021年1月14日
	3月	～2021年3月21日	～2021年3月7日
	4月	<緊急事態宣言>	
	5月	2021年4月25日	2021年5月12日
	6月	～2021年6月20日	～2021年6月20日
	7月	<緊急事態宣言>	<緊急事態宣言>
	8月	2021年7月12日	2021年8月2日
	9月	～2021年9月30日	～2021年9月30日
	10月		
	11月		
	12月		
2022年	1月	<まん延防止措置>	<まん延防止措置>
	2月	2022年1月21日	2022年1月27日
	3月	～2022年3月21日まで	～2022年3月21日まで
	4月		
	5月		
	6月		

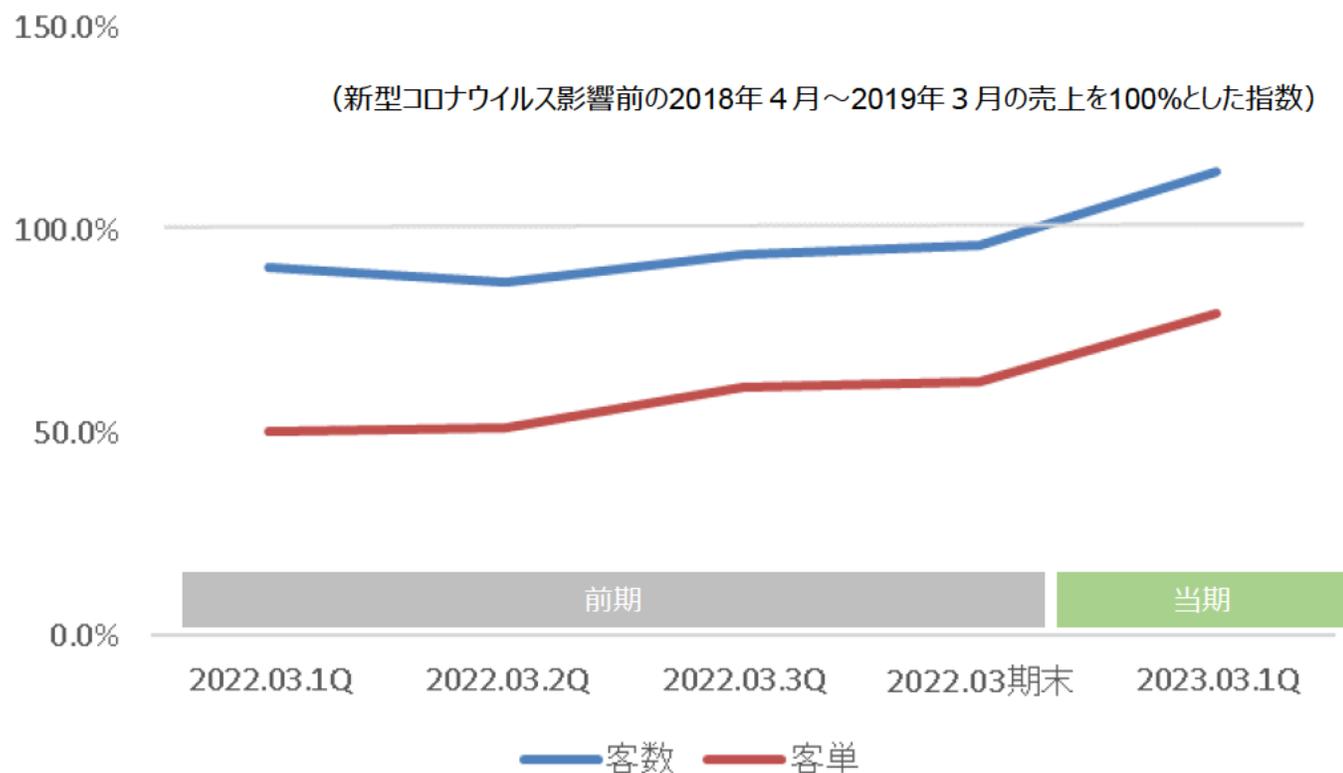


3. 売上区分別概要

業務用

(2) 客数・客単価推移

- ▷ 客数については、個人飲食店を中心に新規顧客が寄与し、コロナ前を超えるほどにいたっております。
客単価については、単価の高い大手居酒屋チェーンの回復が遅れている影響もあり、いまだ苦戦が続いております。

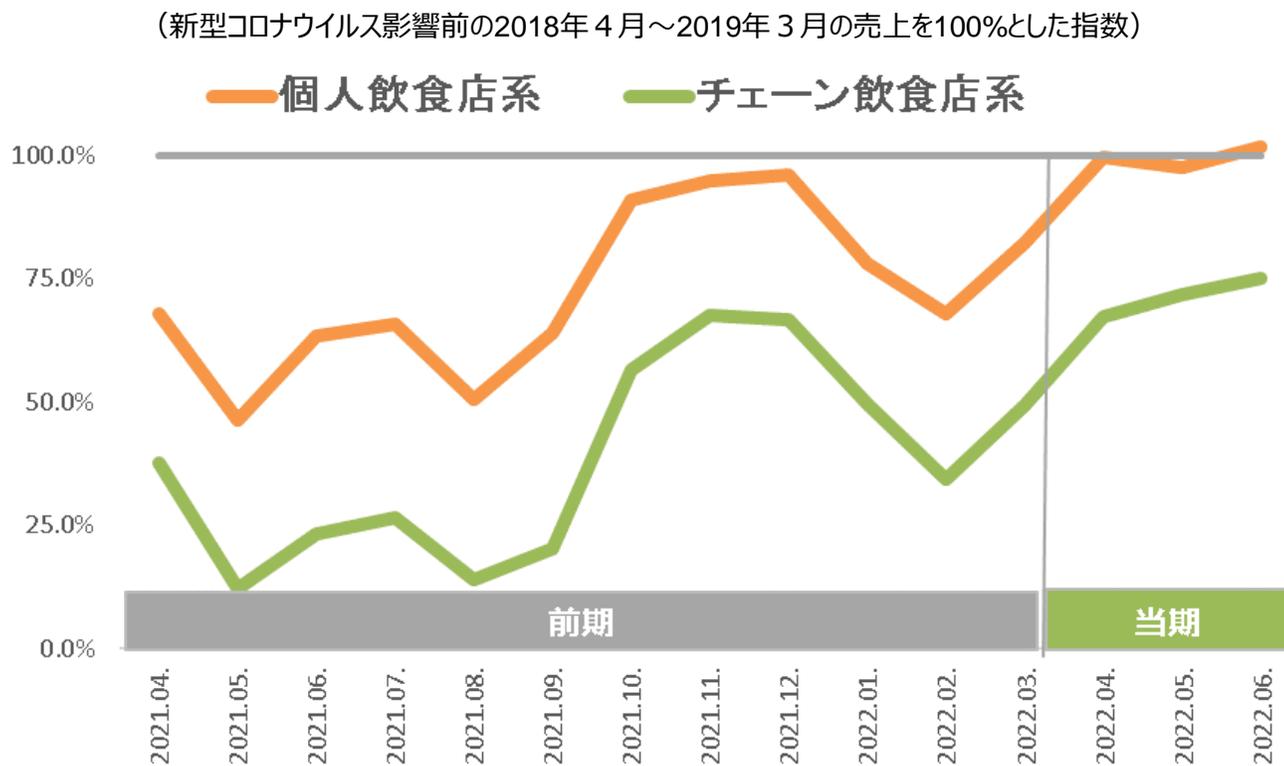


3. 売上区分別概要

業務用

(3) 業態ごとの売上推移

- ▷ 業態ごとの売上推移につきましては、個人飲食店を中心に売上は回復に向かっております。特に当期に入ってから、個人飲食店はコロナ前を超えるほどの売上にまで至っております。一方、居酒屋チェーン店に関しては、引き続き大人数（企業）での飲み会の自粛や人手不足等の影響から、未だコロナ前までの回復には戻っておりません。
（カクヤス社単体をベースに算出）



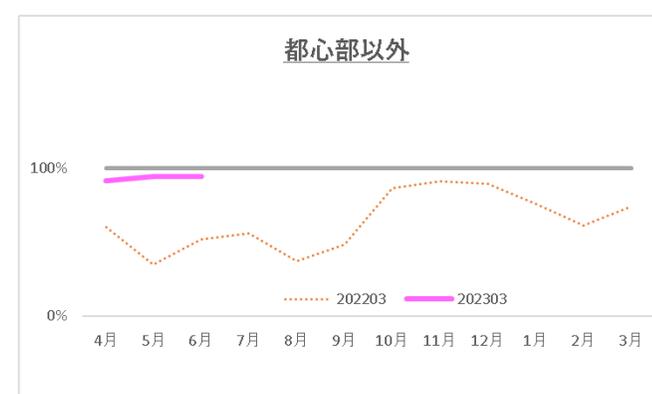
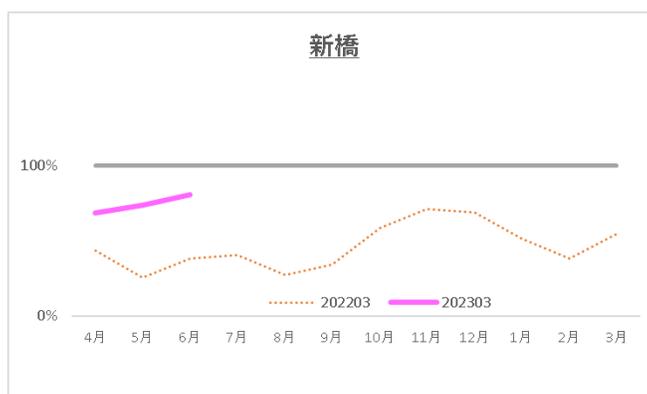
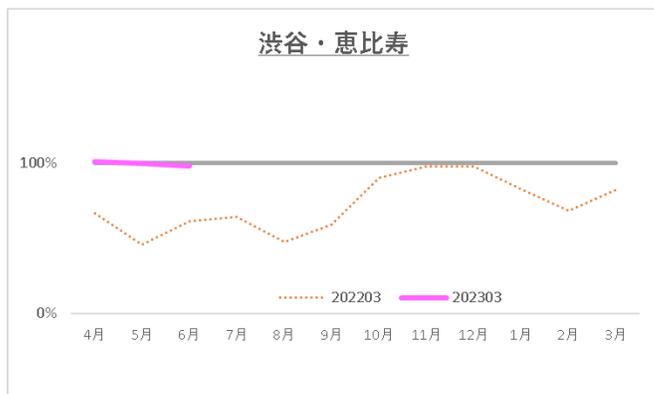
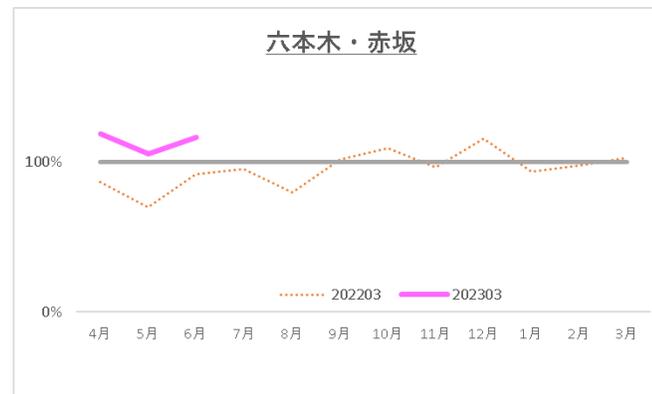
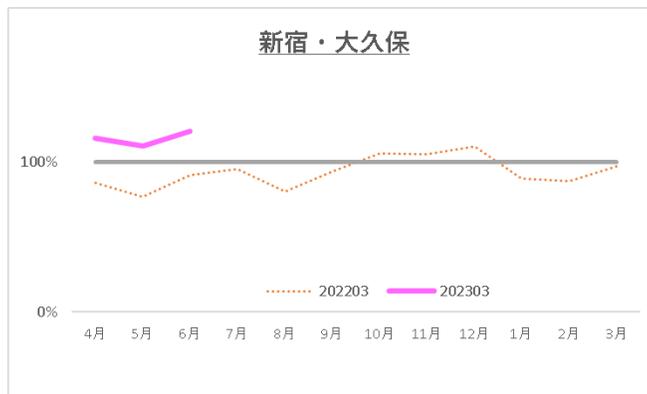
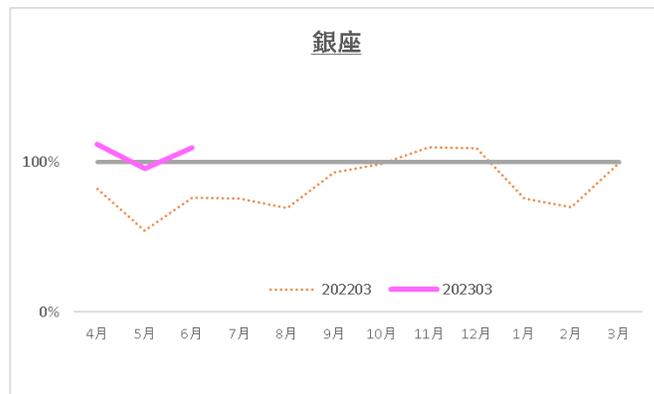
3. 売上区分別概要

業務用

(4) 業務用エリア別 売上推移

▷ エリア別の売上は、繁華街（夜の街）を中心としたエリアで好調に推移しております。特に代表される銀座、新宿、六本木は、コロナ前を超える売上推移となっております。一方、サラリーマンの街として知られる新橋は、未だコロナ前には届いておりません。

(新型コロナウイルス影響前の2018年4月～2019年3月の売上を100%とした指数)



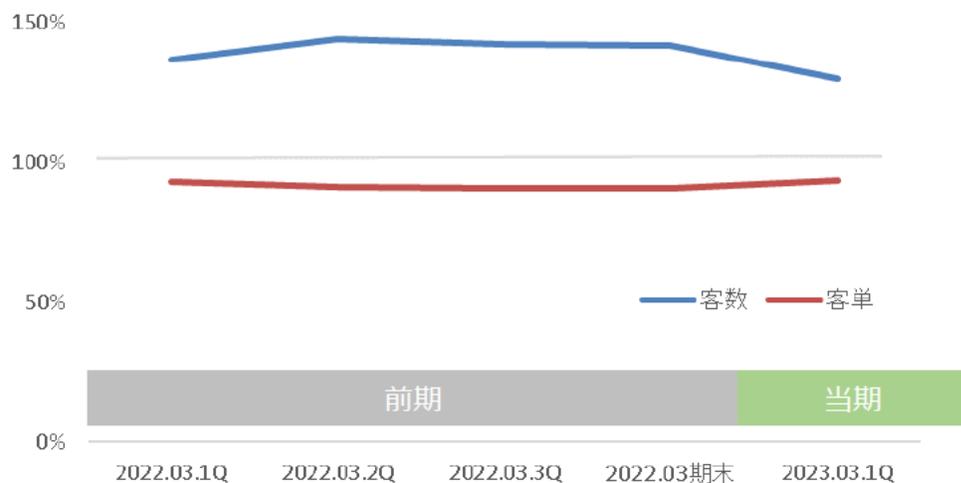
3. 売上区分別概要

家庭用

- ▷ 宅配については、コロナ禍で取り込んだ新規のネット会員を一定数維持をしているものの、客数は緊急事態宣言下で追い風のあった前期と比較し、逡減しております。客単価は、コロナ前と比べ大口の注文（パーティー・納会需要等）が減っていることで、引き続きコロナ前を下回っております。
- ▷ POSについては、在宅勤務や外食自粛等の影響からプラスに推移していたものの、業務用（外食需要）が回復するなかで継続してお客様を囲い込むことができず、コロナ前水準を下回り、課題として認識しております。客単価については、食品を中心とした品ぞろえを充実させたことで、引き続きコロナ前を若干上回って推移しております。

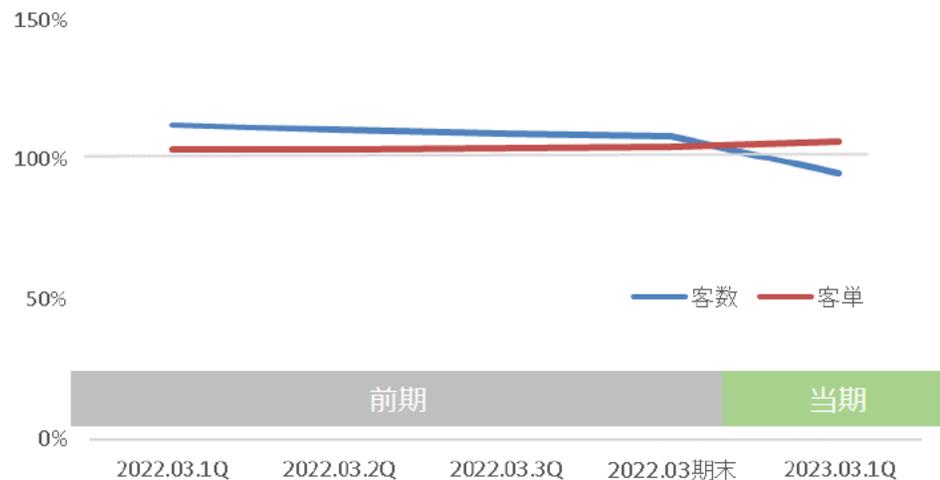
【宅配】 客数・単価推移

(新型コロナウイルス影響前の2018年4月～2019年3月の売上を100%とした指数)



【POS】 客数・単価推移

(新型コロナウイルス影響前の2018年4月～2019年3月の売上を100%とした指数)



4. 今後の課題と取組み

4. 事業運営上の課題と取り組み

(1) 第7波の当社業績への影響

- ▷ 感染再拡大の影響から足元の減退感が出ておりますが、これまでの感染拡大局面と比べて行動制限がなく、業務用売上に対する影響は限定的であります。今後もその動向については注視してまいります。

(2) 社会的なインフレ

- ▷ 原材料高などに伴う食品・ビールメーカー等の値上げが予定されており、そこで生じる価格戦略等については適切に進めてまいります。また、インフレにより当社グループに影響を与える販管費についても十分注意してまいります。

(3) 商品不足

- ▷ 国産ウイスキーの品不足が続くなか、ヨーロッパにおける不作や国際情勢により、ワイン等の輸入量が減少する見通しとなっております。自社横持センター等のキャパを活かし、しっかりと在庫確保に努めてまいります。

(4) 人手不足

- ▷ コロナ禍から経済活動が回復するにつれて、社会的に人手不足が明らかになってきております。アルバイトスタッフの確保と、シフトの充足の仕方等を工夫し、引き続き配送力を確保できるよう努めてまいります。

(5) 認知・エリア拡大

- ▷ 来店型の「KYリカー」店舗においては、すでに倉庫を利用してのお届けサービスは行っておりましたが、カクヤスブランドを利用した更なる認知・エリア拡大をすべく「なんでも酒やカクヤス」に順次看板変更を実施してまいります。

4. 経営上の課題と取組み

■ 株式流動性の向上

▷ 株式の流動性については課題認識しており、今年度流動性を高めるための取組みを進めてまいります。

■ サステナビリティを巡る課題への対応

▷ サステナビリティを巡る課題への対応は経営の重要課題との認識を持っており、環境に関する要素に加え、人的資本への投資等の重要性が指摘されている点も踏まえた取組みを進めてまいります。

APPENDIX

■ 拠点数・車両数

(カクヤスグループ 拠点一覧)



	2022.03期	2023.03期			
	3月末	6月末	9月末	12月末	3月末
(1) 業務用拠点					
(株) カクヤス					
業務用センター	9	9			
業務用店舗 (kakuyasu class)	5	5			
業務用小型倉庫	22	24			
合計	36	38	0	0	0
ダンガミ・サンノー (株)					
業務用センター	2	2			
業務用店舗 (酒のガリバー 等)	11	11			
業務用小型倉庫	1	1			
合計	14	14	0	0	0
サンノー (株)					
業務用店舗 (リカーズABC)	1				
(2) 家庭用拠点					
(株) カクヤス					
WEBセンター・社内物流センター (平和島)	2	2			
店舗1. (なんでも酒やカクヤス)	137	139			
店舗2. (KYリカー)	29	25			
店舗3. (KAKUYASU SELECT)	2	2			
店舗4. (CORK)	1	1			
小型倉庫	19	18			
合計	190	187	185	0	0
(3) その他の拠点					
明和物産 (株)					
小型倉庫	8	8	8	8	



注意事項

本資料は当社についての情報提供を目的とするものであり、当社株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定はご自身の判断において行っていただくようお願いいたします。

資料の内容については、現在入手可能な情報から説明しておりますが、事業環境が大きく変化することも考えられます。

従いまして、これらの内容はリスクや不確実性を含んでおり、将来における実際の業績は、様々な影響によって大きく異なる結果となりうることを、あらかじめご承知おきください。

お問い合わせ先
株式会社 カクヤスグループ 経営管理部
ir@kakuyasu-group.co.jp
<https://www.kakuyasu-group.co.jp/>