

---

# 2014年3月期2Q連結累計期間の業績に関する 説明資料

— トピックス・決算実績・通期予想 —

---



2013年11月

# 目次

---

I. グループ体制と地域展開の状況	P. 1～P.2
II. 2014年3月期2Q連結累計期間におけるトピックス	P. 3～P.5
III. 2014年3月期2Q連結累計期間の概要	P.6～P.8
IV. 通期見通し	P.9
V. 今後の方向性	P.10～P.12

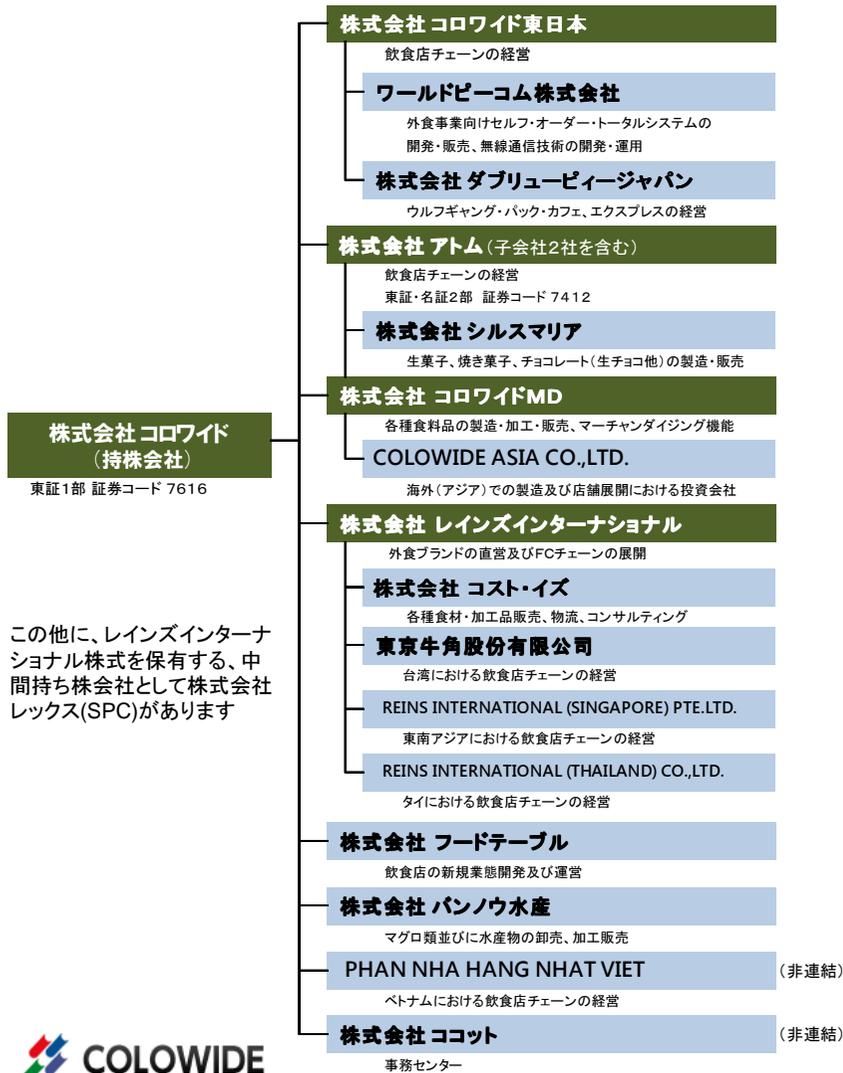
注1)本説明資料の数値は、すべて連結の数値を使用しております。

注2)本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

# I. グループ体制と地域展開の状況

20社から構成されるコロワイドグループとして、直営店舗1,074店・FC店舗1,041店を展開(2013年9月末現在)

## グループ体制と主要各社の事業内容



## 地域別店舗分布及びセントラルキッチン網



※ベトナム2店舗除く

# I. グループ体制と地域展開の状況

## グループの主要ブランド

業態名	主要ブランド	2013/9月末 店舗数
居酒屋	<ul style="list-style-type: none"> <li>・手作り居酒屋 甘太郎</li> <li>・北の味紀行と地酒 北海道</li> <li>・遊食三昧 ◎ (NIJYU-MARU)</li> <li>・うまいものいっぱい いろはにほへと</li> <li>・地酒とそば・京風おでん 三間堂</li> <li>・うまいもん酒場 えこひいき</li> <li>・なにわ味 轟頂屋</li> <li>・Foodiun Bar 一磋</li> <li>・美酒・創菜ダイニング 寧々家</li> <li>・居酒屋 土間土間</li> <li>・居酒屋 かまどか</li> <li>・ぶっちぎり酒場</li> </ul> 	直営 534店舗 FC 228店舗
洋食	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ステーキ 宮</li> <li>・ゆであげパスタ&amp;焼き上げピザ ラ・パウザ</li> <li>・ウルフギャングパックカフェ</li> </ul> 	直営 153店舗 FC 1店舗
すし	<ul style="list-style-type: none"> <li>・にぎりの徳兵衛</li> </ul> 	直営 37店舗 FC 10店舗
焼肉	<ul style="list-style-type: none"> <li>・炭火焼肉酒家 牛角</li> <li>・カルビ大将</li> </ul> 	直営 90店舗 FC 554店舗
和食	<ul style="list-style-type: none"> <li>・しゃぶしゃぶ 温野菜</li> </ul> 	直営 46店舗 FC 236店舗
カラオケ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・カラオケ&amp;パーティー 時遊館</li> </ul> 	直営 32店舗 FC 1店舗

## Ⅱ. 2014年3月期2Q連結累計期間におけるトピックス

### 神奈川県内で干物の製造を開始

- 近隣の漁港でその日に水揚げされた新鮮なサバやメバル、カレイなどを加工
- 内製化により鮮度が飛躍的に高まる
- 月間10万枚生産
- 現在、関東の「三間堂」「北海道」で提供



## Ⅱ. 2014年3月期2Q連結累計期間におけるトピックス

### 「牛角」フィリピン1号店 オープン

- グループ会社の株式会社レイズインターナショナルが手掛ける焼肉ブランド「牛角」を、順調に経済成長が続くフィリピンのマニラ首都圏タギッグ市に4月5日グランドオープン(FC店)
- 店舗面積60坪 席数88席
- 価格はややアッパーに設定し中高所得層の家族連れや近隣で働くビジネスマンをターゲット
- カルビをはじめハラミや牛タンといった定番のほかワンランク上の和牛も提供
- 台湾・香港・タイ・マレーシア・シンガポール・インドネシアに次ぐ海外7か国目



## Ⅱ. 2014年3月期2Q連結累計期間におけるトピックス

### コロワイドグループ初となるフレンチビストロ業態「フレンチーナ」を直営出店

- 素材にこだわった本格フレンチとワインを、リーズナブルな価格で提供(客単価3,500円)
- 神奈川県三浦半島産の栄養価の高い野菜を産地から直接仕入れて使用
- 会社員が会社帰りにフランス料理を気軽に楽しめるコンセプト
- 1号店: 田町駅前店(センチュリー三田ビル1階、4月17日オープン、24席)  
2号店: 品川店(品川イーストワンタワー1階、8月19日オープン、122席)



三浦野菜のグリユディテ



天使海老と海の幸のサフランクリーム煮

### Ⅲ. 2014年3月期2Q連結累計期間の概要

#### 直営店の出退店の状況(4月～9月)

	2012年3月末	グループ内移動 による増減	出店	閉店	2013年9月末
コロワイド東日本	508店舗	▲11店舗	1店舗	17店舗	481店舗
フードテーブル	—	11店舗	2店舗	—	13店舗
ダブリューピージャパン	8店舗	—	—	—	8店舗
アトム	373店舗	—	9店舗	11店舗	371店舗
レイنزインターナショナル	196店舗	—	5店舗	3店舗	198店舗
コロワイドアジア	3店舗	—	—	—	3店舗
合計	1,088店舗	—	17店舗	31店舗	1,074店舗

- グループ全体で22店舗の新規出店を計画していたが、既存店のブラッシュアップに注力したため、17店舗の新規出店に留まる
- 一方、閉鎖店舗も22店舗の計画であったが、業態集約に向けた閉鎖及び商圈の変化に伴う不採算店舗の整理を図ったことから、31店舗の閉鎖を実施

### Ⅲ. 2014年3月期2Q連結累計期間の概要

#### 既存店(全業態)売上高の前年同月比較 居酒屋・レストラン業態の比較

##### 既存店売上高等の前年同月比推移(直営店)

	13年4月	5月	6月	7月	8月	9月	累計
売上高	96.4%	99.4%	97.2%	95.3%	98.8%	94.7%	97.0%
客数	97.5%	99.9%	100.2%	95.1%	98.0%	94.7%	97.5%
客単価	98.9%	99.5%	97.1%	100.2%	100.8%	100.0%	99.4%

■ 7月は総選挙。また、9月については、台風の上陸の影響があり大きく前年を割り込む

##### 居酒屋・レストラン業態の比較

		居酒屋	レストラン	全業態
全社売上 構成比	直営店舗のみ	56.1%	43.9%	100.0%
	FC店舗含む	42.8%	57.2%	100.0%
既存店 (直営店)	売上高	93.4%	102.1%	97.0%
	客数	94.2%	100.4%	97.5%
	客単価	99.2%	101.8%	99.4%

■ レストラン業態は売上高、客数とも堅調に増加したものの居酒屋業態が苦戦したため、全業態では昨対比100%割れとなった

## Ⅲ. 2014年3月期2Q連結累計期間の概要

### 2014年3月期2Q連結累計期間の総括

(単位:百万円)

	2013年3月期 2Q累計		2014年3月期 2Q累計		前期比
売上高	50,020		72,472		44.9%
売上原価	15,450	30.9%	29,523	40.7%	91.1%
売上総利益	34,569	69.1%	42,948	59.3%	24.2%
販管費	33,991	68.0%	41,384	57.1%	21.7%
営業利益	577	1.2%	1,564	2.2%	170.9%
営業外収益	497	1.0%	516	0.7%	3.9%
営業外費用	905	1.8%	1,247	1.7%	37.7%
経常利益	168	0.3%	833	1.2%	393.6%
特別利益	136	0.3%	4,365	6.0%	3103.6%
特別損失	462	0.9%	900	1.2%	94.7%
当期純利益	△886	△1.8%	1,411	1.9%	—

#### 売上の動向

売上高は下記を主要因として前期比44.9%増加

- レインズインターナショナルの新規連結(4月～9月)
- 居酒屋業態が苦戦したものの、レストラン業態が堅調に推移(レストラン部門直営既存店前年同期比102.1%)

#### 営業利益の増益要因

営業利益は下記を主要因として前期比170.9%増加

- レインズインターナショナルの新規連結に伴う売上増加に加え、費用対効果を見極めたコスト管理効果もあり  
販管費率が改善

- ⇒・売上原価率 9.8%増加  
(FCビジネス主体のレインズインターナショナルを連結したため)
- ・販管費率 10.9%減少  
(上記理由に加え、FCビジネス主体のレインズインターナショナルを連結したため)

#### 当期純利益の増加要因

当期純利益は下記を主要因として前期比2,298百万円増加

- 固定資産除却損等の特別損失の計上があるものの、営業利益の増加や関係会社株式売却益4,186百万円の計上等により増益

## IV. 通期見通し

### 2014年3月期通期業績予想

(単位:百万円)

	2013年3月期実績		2014年3月期計画		前期比
売上高	128,388		148,604		15.7%
売上原価	47,813	37.2%	57,585	38.8%	20.4%
売上総利益	80,575	62.8%	91,019	61.2%	13.0%
販管費	76,141	59.3%	83,784	56.4%	10.0%
営業利益	4,433	3.5%	7,235	4.9%	63.2%
営業外収益	1,070	0.8%	691	0.5%	▲35.4%
営業外費用	2,059	1.6%	2,577	1.7%	25.2%
経常利益	3,445	2.7%	5,349	3.6%	55.3%
特別利益	414	0.3%	4,627	3.1%	1016.0%
特別損失	2,549	2.0%	2,576	1.7%	1.0%
当期純利益	1,608	1.3%	2,380	1.6%	48.0%

#### 売上高増加の主な要因

- 2012年10月に連結子会社化したレイズインターナショナルがフル連結
- 忘年会シーズンの事前予約が前年を上回っていることから商戦期における回復が期待できること
- 居酒屋部門は引き続き苦戦が予想されるものの、レストラン部門が堅調を持続すると予想

#### 営業利益増益の主な要因

- レイズインターナショナルとの本格的なシナジー効果の発現  
⇒上半期に比べ830百万円のシナジー効果増
- 不採算店舗の閉鎖によるロスカット

## V. 今後の戦略

### レイズインターナショナルとのシナジー効果の発現

- 営業戦略の見直しやコストコントロール等によりレイズインターナショナルの主力業態「牛角」直営店の収益性が改善

牛角・直営店の収益性推移

	2011年 (4月～9月)	2012年 (4月～9月)	2013年 (4月～9月)
平均月商	5,519千円	5,934千円	6,418千円
営業利益率	▲1.2%	▲3.4%	4.7%

- 調達額増加・購買力向上

⇒ 仕入れ価格の低減及び商品の充実・品質向上

- 内製化率の向上

⇒ セントラルキッチン稼働率上昇 ⇒ 製造コストの低減

- 商流・物流の整理・統合

⇒ 商流・物流コストの低減

- 本部コストの合理化

2014.3期マーチャンダイジング機能によるシナジー

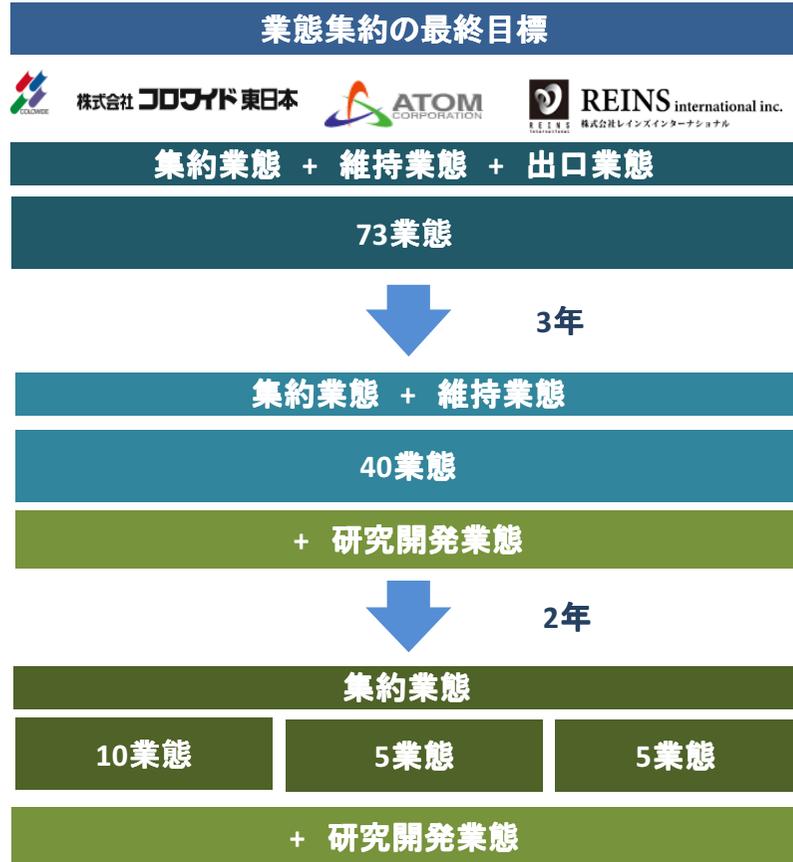
750百万円(当期見込) ⇒ 1,316百万円(予定)

2014.3期本部コストの合理化によるシナジー

250百万円(当期見込) ⇒ 500百万円(予定)

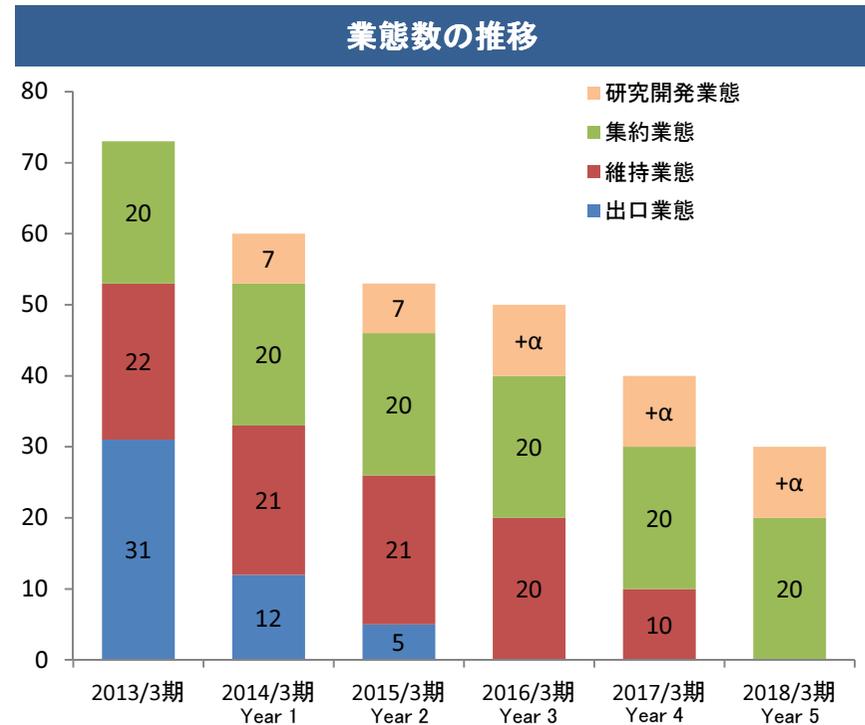
# V. 今後の戦略

## 業態の集約



膨張した業態数をコアブランドに集約し、ブランド力・業態力を向上させる

- グループ拡大に伴い増加した業態を、より優位性・競争力のある業態に絞り込み、業務運営を効率化する
- 集約業態の優位性・競争力を維持・向上させるため、商品・サービスを含むあらゆる面でのブランド力（業態力）を強化し、加えて有望な研究開発業態を次なる集約業態へと発展させる



# V. 今後の戦略

## 海外展開の推進

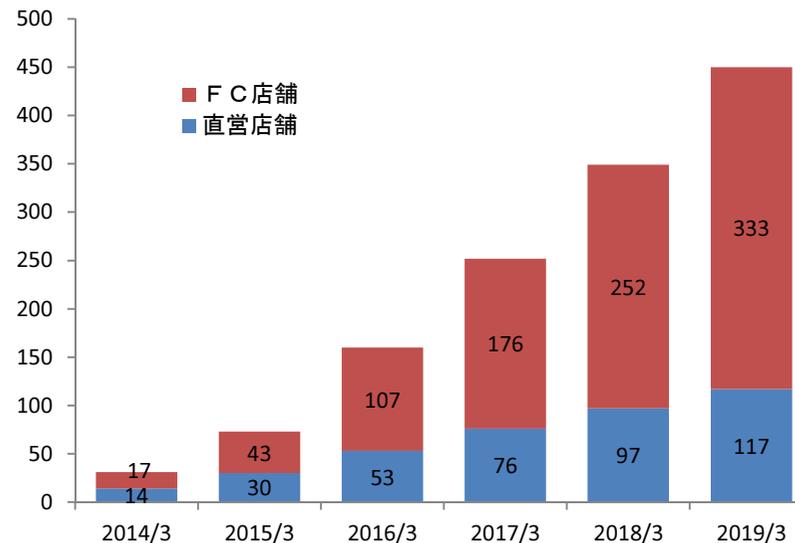
### ASEAN諸国を中心とするアジア各国へのレイズ業態の積極展開

レイズインターナショナルのASEAN出店エリア(2013年10月末)



今後は「温野菜」業態も含め、5年間で450店舗を計画

### ASEAN諸国におけるレイズ業態の店舗数



### レイズ業態以外での海外展開

- ベトナム
  - PHAN NHA HANG NHAT VIET(非連結)により、NIJYU-MARUを2店舗を展開
  - 今後はJVを通じた出店を計画
- 香港
  - (株)コロワイドアジアが「焼肉居酒屋 宮」を3店舗展開