



株式会社ダイヤモンドダイニング

2016年2月期 第3四半期 決算補足説明資料Ⅰ

(財務・事業戦略情報)

2016年1月13日
(証券コード:3073)

1. 連結業績結果(2016年2月期 第3四半期)

2. 事業戦略

3. 配当及び株主優待制度

連結業績結果(業績予想対比)

- 通期業績予想を修正。利益面において、国内飲食事業及び国内アミューズメント事業は堅調に推移したものの、海外飲食事業(シンガポール)の業績不振等により、通期着地見込を下方修正。
- 当期純利益の業績予想を0円と下方修正するも、配当予想については据え置き。

(単位/百万円)

	2016年2月期(当期) 通期		
	当期 通期予想 (修正前)	当期 通期予想 (修正後)	増減額 及び 増減率
下段	対売上高構成比(%)	対売上高構成比(%)	増減率(%)
売上高	30,068	30,000	△ 68
	—	—	△0.23%
営業利益	1,201	900	△ 301
	4.00%	3.00%	△25.09%
経常利益	1,148	850	△ 298
	3.82%	2.83%	△25.98%
当期純利益	477	0	△ 477
	1.59%	0.00%	—

連結業績結果(前年同期対比)

- 売上高においては、第3四半期までに40店舗の新規出店(前年同期は28店舗)の寄与及び既存店が好調に推移したことにより、前年同期比にて増収。
- 利益面においては、国内飲食事業・アミューズメント事業は堅調に推移したものの、海外飲食事業(シンガポール)の不振により、営業利益・経常利益は前年同期比にて減益となり、且つ、のれんの減損が200百万円発生したこと等が主因となり、四半期純利益(連結)は赤字に転落。
- 安定稼働を継続する国内事業へ軸を置き、業容拡大及び利益拡大を目論む。

(単位/百万円)

	前年同期実績 (第3四半期累計)	当期実績 (第3四半期累計)	増減額
売上高	19,005	21,772	+ 2,767
営業利益	572	270	△ 301
経常利益	570	259	△ 311
四半期純利益 (当期純利益)	201	△ 258	△ 460

業績予想 (通期)	進捗率 (対通期業績予想)
30,000	72.58%
900	30.08%
850	30.48%
0	—

連結P/L サマリー

(単位/百万円)

下段	前年同期実績 (第3四半期)	当期実績 (第3四半期)	増減額
	対売上高構成比(%)	対売上高構成比(%)	構成比増減
売上高	19,005	21,772	+ 2,767
	—	—	—
売上原価	4,109	4,751	+ 641
	21.62%	21.82%	+0.20point
売上総利益	14,895	17,021	+ 2,125
	78.38%	78.18%	△0.20point
販管費	14,323	16,750	+ 2,426
	75.37%	76.93%	+1.57point
営業利益	572	270	△ 301
	3.01%	1.24%	△1.77point
経常利益	570	259	△ 311
	3.00%	1.19%	△1.81point
税引前利益	468	△ 47	△ 515
	2.46%	-0.22%	△2.68point
四半期純利益	201	△ 258	△ 460
	1.06%	-1.19%	△2.25point
1株当たり利益 (単位:円銭)	28.46	△ 36.12	—

コメント

➤売上高

既存店売上高前年同期比(国内)は、堅調に推移(100.5%)。

➤売上高原価率

全社連結で0.20point上昇。

国内飲食事業:ほぼ変動無し(前年同期比)。

国内アミューズメント事業:僅少であるが上昇(前年同期比)。

店内における飲食物提供強化施策等による戦略的上昇。

⇒同事業のセグメント利益は大幅に増加。

➤販管費

売上高構成比率において、

地代家賃(△0.63point)、水道光熱費(△0.30point)、

修繕費(△0.18point)は前年同期比にて減少するも、

積極出店及びコーポレートブランディング推進により、

人件費(+0.84point)、採用費(+0.22point)、

消耗品費(+0.76point)、減価償却費(+0.24point)、

支払手数料(+0.24point)は前年同期比にて増加。

➤営業利益・経常利益

前年同期比減益。

主に、海外飲食事業(サブ連結)の営業損失247百万円

計上等の事由による(のれん費用含む)。

➤税引前利益・四半期純利益

海外飲食事業(シンガポール)において、のれんの減損

200百万円を計上、左記を含め全社で310百万円の

特別損失を計上したことから四半期純利益は赤字へ転落。

(注)平成27年3月1日を効力発生日として、普通株式1株を3株に分割しておりますが、前連結会計年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、1株当たり利益を算出。

セグメント別P/L サマリー

(単位/百万円)

売上高	前年同期実績 (第3四半期)	当期実績 (第3四半期)	増減額
飲食事業	14,026	16,331	+ 2,304
アミューズメント事業	4,934	5,411	+ 477
ライセンス事業	43	29	△ 14
合計	19,005	21,772	+ 2,767

セグメント利益 下段	前年同期実績 (第3四半期)	当期実績 (第3四半期)	増減額
	対売上高構成比(%)	対売上高構成比(%)	構成比増減
飲食事業	1,115	824	△ 291
	7.95%	5.05%	△2.91point
アミューズメント事業	582	800	+ 218
	11.81%	14.80%	+2.99point
ライセンス事業	13	14	+0
	30.92%	49.75%	—
小計	1,712	1,640	△ 72
調整額	△ 1,139	△ 1,369	△ 229
合計	572	270	△ 301

コメント
<p>(国内飲食事業)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 積極的な新規出店等により前年同期比は、大幅増収。 (36店舗の新規出店/前年同期は18店舗) ➢ 新規出店店舗の一部において、想定以上の開店費用 (イニシャルコスト)を計上。 ➢ 国内既存店(注)の店舗営業利益率は、 前年同期比+1.8pointと堅調に推移。
<p>(海外飲食事業)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 海外飲食事業(シンガポール)における業績不振及び ハワイウェディング事業の立ち上がりの遅れ等により、 が業績に海外飲食事業(サブ連結)における営業赤字 幅は前年同期比にて拡大。 ➢ ハワイにおける飲食事業においては、予算比において は、堅調に推移。 ➢ ハワイウェディング事業は、コア人材の採用等により、 受注等が増加傾向。
<p>(アミューズメント事業)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 3店舗の新規出店を行うも前年同期比にて増収増益。 (前年同期の出店は3店舗) ➢ 国内既存店(注)の店舗営業利益率は、 前年同期比+3.5pointと大幅に上昇。

(注)上記「既存店」については、当期及び前期の新店・退店・M&Aによる増加店舗・業態変更店舗を除いて算出。

連結B/S サマリー

(単位/百万円)

	前期末	当期 第3四半期末	増減		前期末	当期 第3四半期末	増減	
流動資産	5,999	5,263	△ 735	流動負債	5,555	5,544	△ 11	
固定資産	有形	3,251	4,319	+ 1,067	固定負債	5,752	6,387	+ 635
	無形	600	354	△ 245	負債合計	11,308	11,932	+ 624
	投資他	4,835	5,147	+ 312	資本金	502	530	+ 28
固定資産合計	8,687	9,821	+ 1,134	資本剰余金	492	520	+ 28	
繰延資産合計	0	14	+ 14	利益剰余金	2,285	1,944	△ 340	
				自己株式	△ 71	△ 71	0	
				為替換算調整勘定	150	131	△ 18	
				新株予約権	20	24	+ 4	
				少数株主持分	0	88	+ 88	
				純資産合計	3,378	3,167	△ 211	
資産合計	14,686	15,099	+ 413	負債純資産合計	14,686	15,099	+ 413	

コメント

- 流動資産
主に現金及び預金△1,017百万円の減少による。
- 固定資産
(有形)主に新規出店による建物及び構築物並びに
工具器具備品(純額)の増加による。
(無形)主にのれんの減少による。
(投資)主に新規出店に必要な差入保証金の増加による。
- 繰延資産
国内ウェディング事業(株)The Sailing)における開業費。

コメント

- 負債
社債は減少するも、主に業容拡大及び新規出店等に
必要な借入金の増加による。
(有利子負債については、次頁を参照)
- 資本金・資本剰余金
新株予約権の権利行使によりそれぞれ増加。
- 少数株主持分
Diamond Dining Macau Limitedを連結の範囲に含めた
ことにより発生(当社議決権比率60%)。

連結B/S サマリー(ご参考)

(単位/百万円)

	前期 期末	当期 第3四半期末	増減
短期借入金	0	0	0
長期借入金	6,295	7,566	+ 1,270
社債	1,010	660	△ 350
小計①	7,305	8,226	+ 920
リース債務	108	68	△ 40
割賦未払金	448	326	△ 121
小計②	557	395	△ 162
合計 ①+②	7,863	8,621	+ 758
有利子負債依存度(%)	53.54%	57.10%	+3.56point
D/Eレシオ	2.34倍	2.82倍	—
Net D/Eレシオ	0.98倍	1.66倍	—
自己資本比率	22.87%	20.23%	△2.64point

全店売上高・客数前年同月比（国内推移）

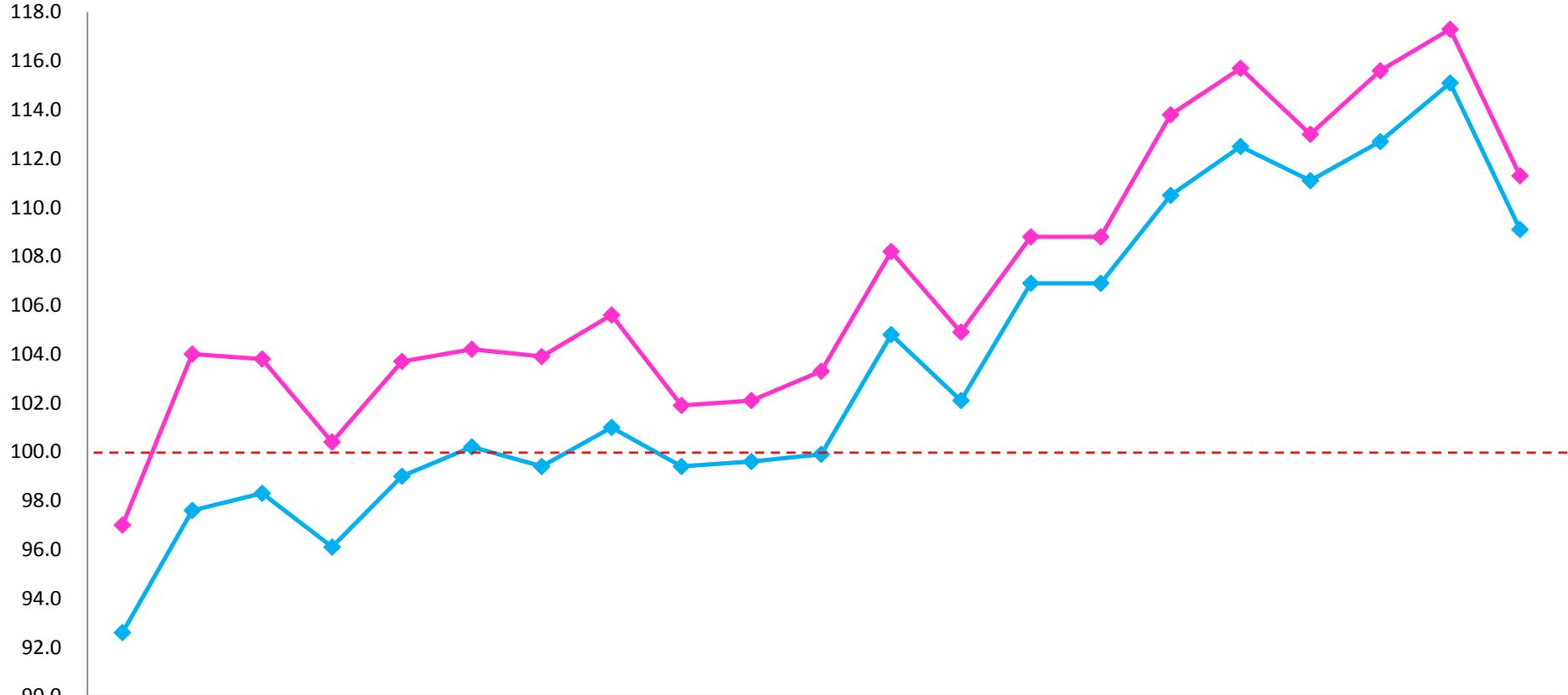
2015年2月期(前期) 通期

売上高 : 102.8%
客数 : 98.8%

2016年2月期(当期) 第3四半期累計

売上高 : 112.1%
客数 : 109.6%

(単位/%)



	2014. 3	2014. 4	2014. 5	2014. 6	2014. 7	2014. 8	2014. 9	2014. 10	2014. 11	2014. 12	2015. 1	2015. 2	2015. 3	2015. 4	2015. 5	2015. 6	2015. 7	2015. 8	2015. 9	2015. 10	2015. 11
売上高	97.0	104.0	103.8	100.4	103.7	104.2	103.9	105.6	101.9	102.1	103.3	108.2	104.9	108.8	108.8	113.8	115.7	113.0	115.6	117.3	111.3
客数	92.6	97.6	98.3	96.1	99.0	100.2	99.4	101.0	99.4	99.6	99.9	104.8	102.1	106.9	106.9	110.5	112.5	111.1	112.7	115.1	109.1

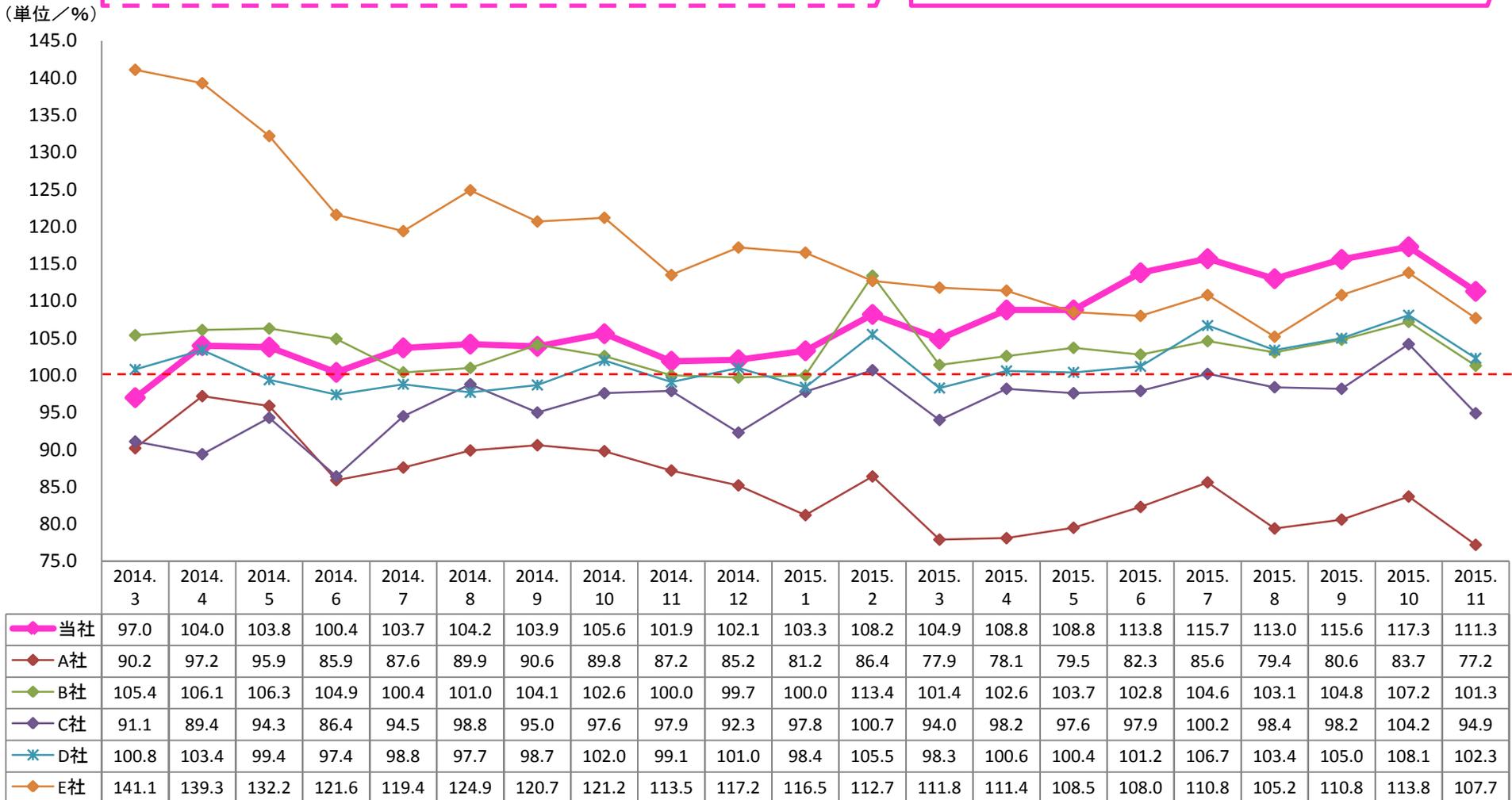
全店売上高前年同月比（同業他社比較）

2015年2月期(前期) 通期

2016年2月期(当期) 第3四半期累計

当社グループ : 102.8%
A社～E社平均 : 102.2%

当社グループ : 112.1%
A社～E社平均 : 99.0%



(注)A社～E社:居酒屋業態を運営している大手上市企業5社。当社独自の調査による。

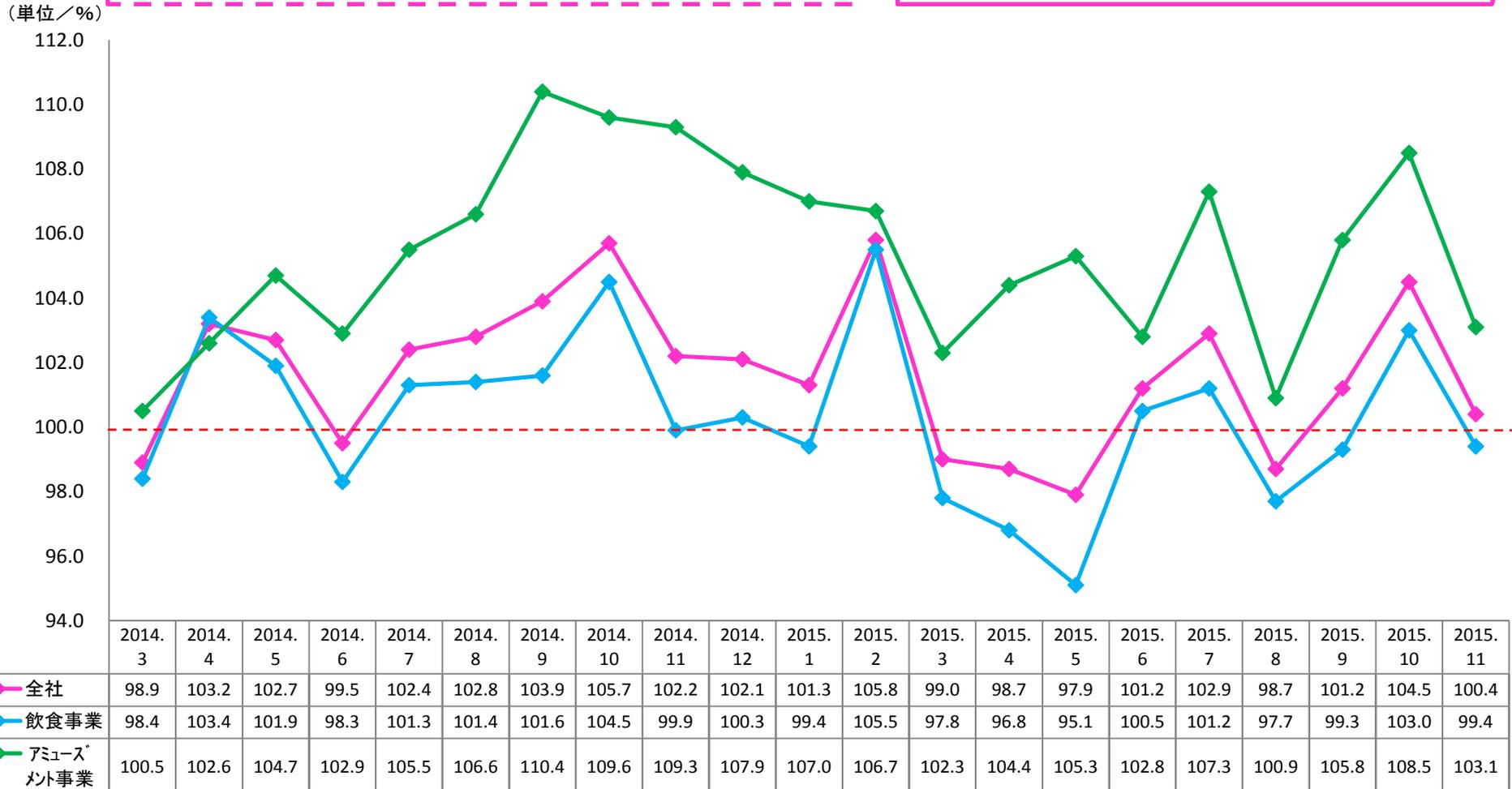
既存店売上高前年同月比(国内推移)

2015年2月期(前期) 通期

全社 : 102.4%
 飲食事業 : 101.2%
 アミューズメント事業 : 106.1%

2016年2月期(当期) 第3四半期累計

全社 : 100.5%
 飲食事業 : 99.0%
 アミューズメント事業 : 104.5%



既存店客数前年同月比(国内推移)

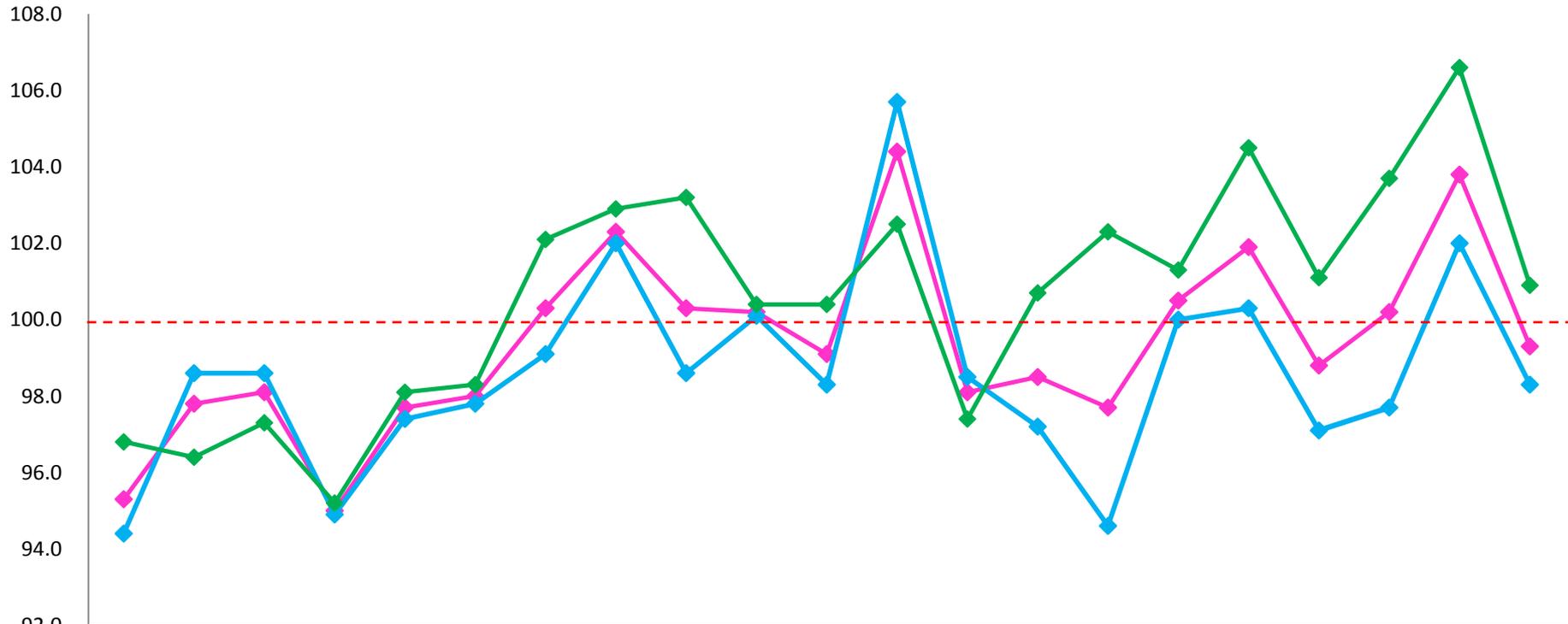
2015年2月期(前期) 通期

全社 : **98.9%**
 飲食事業 : **98.7%**
 アミューズメント事業 : **99.3%**

2016年2月期(当期) 第3四半期累計

全社 : **99.8%**
 飲食事業 : **98.4%**
 アミューズメント事業 : **102.0%**

(単位/%)



	2014.3	2014.4	2014.5	2014.6	2014.7	2014.8	2014.9	2014.10	2014.11	2014.12	2015.1	2015.2	2015.3	2015.4	2015.5	2015.6	2015.7	2015.8	2015.9	2015.10	2015.11
● 全社	95.3	97.8	98.1	95.0	97.7	98.0	100.3	102.3	100.3	100.2	99.1	104.4	98.1	98.5	97.7	100.5	101.9	98.8	100.2	103.8	99.3
● 飲食事業	94.4	98.6	98.6	94.9	97.4	97.8	99.1	102.0	98.6	100.1	98.3	105.7	98.5	97.2	94.6	100.0	100.3	97.1	97.7	102.0	98.3
● アミューズメント事業	96.8	96.4	97.3	95.2	98.1	98.3	102.1	102.9	103.2	100.4	100.4	102.5	97.4	100.7	102.3	101.3	104.5	101.1	103.7	106.6	100.9

既存店売上高前年同月比（同業他社比較）

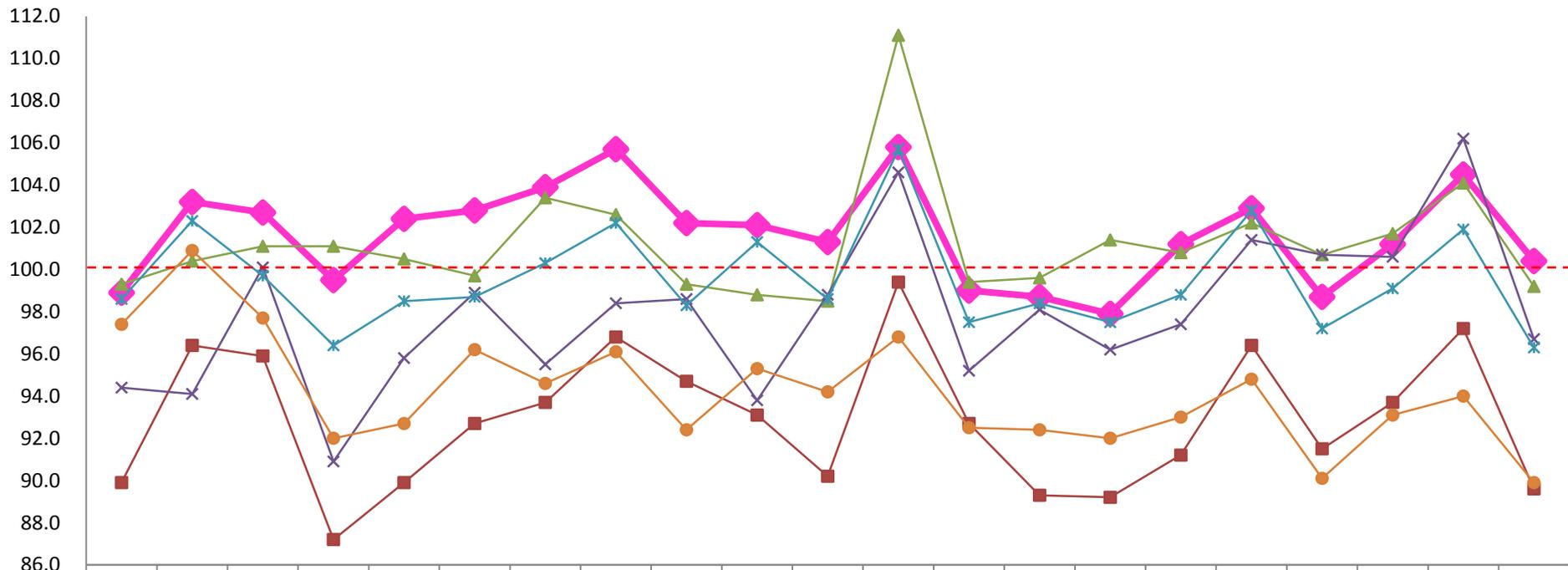
2015年2月期(前期) 通期

当社グループ : 102.4%
A社～E社平均 : 97.4%

2016年2月期(当期) 第3四半期累計

当社グループ : 100.5%
A社～E社平均 : 96.8%

(単位/%)



	2014. 3	2014. 4	2014. 5	2014. 6	2014. 7	2014. 8	2014. 9	2014. 10	2014. 11	2014. 12	2015. 1	2015. 2	2015. 3	2015. 4	2015. 5	2015. 6	2015. 7	2015. 8	2015. 9	2015. 10	2015. 11
◆ 当社	98.9	103.2	102.7	99.5	102.4	102.8	103.9	105.7	102.2	102.1	101.3	105.8	99.0	98.7	97.9	101.2	102.9	98.7	101.2	104.5	100.4
■ A社	89.9	96.4	95.9	87.2	89.9	92.7	93.7	96.8	94.7	93.1	90.2	99.4	92.7	89.3	89.2	91.2	96.4	91.5	93.7	97.2	89.6
▲ B社	99.3	100.4	101.1	101.1	100.5	99.7	103.4	102.6	99.3	98.8	98.5	111.1	99.4	99.6	101.4	100.8	102.2	100.7	101.7	104.1	99.2
✕ C社	94.4	94.1	100.1	90.9	95.8	98.9	95.5	98.4	98.6	93.8	98.8	104.6	95.2	98.1	96.2	97.4	101.4	100.7	100.6	106.2	96.7
✧ D社	98.6	102.3	99.7	96.4	98.5	98.7	100.3	102.2	98.3	101.3	98.6	105.7	97.5	98.4	97.5	98.8	102.8	97.2	99.1	101.9	96.3
● E社	97.4	100.9	97.7	92.0	92.7	96.2	94.6	96.1	92.4	95.3	94.2	96.8	92.5	92.4	92.0	93.0	94.8	90.1	93.1	94.0	89.9

(注)A社～E社:居酒屋業態を運営している大手市場企業5社。当社独自の調査による。

店舗数及び出退店状況

- 飲食事業：37店舗の新規出店（国内36店舗・海外1店舗）。
- アミューズメント事業：3店舗を好立地に新規出店（錦糸町・渋谷・天神（福岡県））。
- ライセンス事業：9店舗（2015年11月30日現在）。

	2015年2月期(前期) 通期				2016年2月期(当期) 第3四半期			
	新規出店	業態変更	退店	期末店舗数	新規出店	業態変更	退店	期末店舗数
飲食事業(国内)	21	13	11	183	36	4	5	214
飲食事業(海外)	7	0	0	8	1	0	1	8
飲食事業 合計	28	13	11	191	37	4	6	222
アミューズメント事業 合計	3	0	1	45	3	0	0	48
連結合計	31	13	12	236	40	4	6	270

(注1)2015年2月期(前期)における飲食事業(国内)の新規出店21店舗のうち、8店舗は事業譲受による増加。

(注2)2015年2月期(前期)における飲食事業(国内)の業態変更について、業態変更による店舗集約により店舗数が2店舗減。

(注3)2015年2月期(前期)における飲食事業(海外)の新規出店数7店舗のうち、6店舗は、2014年4月30日に全株式取得により完全子会社化した「KOMARS F&B PTE.LTD. (現Diamond Dining Singapore Pte.,Ltd.)」が運営する飲食店舗6店舗。

➤ 既存ブランド31店舗の新規出店 【 飲食事業:28店舗・アミューズメント事業3店舗 】

◆ 飲食事業

	九州 熱中屋 (九州料理専門居酒屋／中価格帯居酒屋)	22店舗
	わらやき屋 (土佐料理専門居酒屋／中価格帯居酒屋)	1店舗
	ベルサイユの豚 (ビアバー・バル・カフェ)	2店舗
	銀幕の国のアリス (コンセプトレストラン)	1店舗
	美食米門 (和食・グリル／高価格帯居酒屋)	1店舗
	WINEHALL GLAMOUR (ビアバー・バル・カフェ)	1店舗

◆ アミューズメント事業

	BAGUS (ビリヤード・ダーツ・カラオケ)	3店舗
---	------------------------	-----

➤新規ブランド9店舗の新規出店 【 飲食事業:9店舗 】

◆飲食事業

	<p>土佐料理 桂浜 (土佐料理専門割烹／フラグシップ)</p>	<p>1 店舗</p>
	<p>ザ・ステーキ六本木 (ステーキ専門店／フラグシップ)</p>	<p>1 店舗</p>
	<p>九州食堂 Gachi (九州料理専門居酒屋／その他)</p>	<p>2 店舗</p>
	<p>KAWAII MONSTER CAFE HARAJUKU (コンセプトレストラン／フラグシップ)</p>	<p>1 店舗</p>
	<p>Marche aux Poissons (フレンチレストラン／フラグシップ)</p>	<p>1 店舗</p>
	<p>BISTRO French Paradox (フレンチレストラン／フラグシップ)</p>	<p>1 店舗</p>
	<p>Grand Breton Cafe (フレンチレストラン／フラグシップ)</p>	<p>1 店舗</p>

◆海外

	<p>BREAD&BUTTER (カフェ・ダイニング)</p>	<p>1 店舗</p>
---	-------------------------------------	-------------

1. 連結業績結果(2016年2月期 第3四半期)

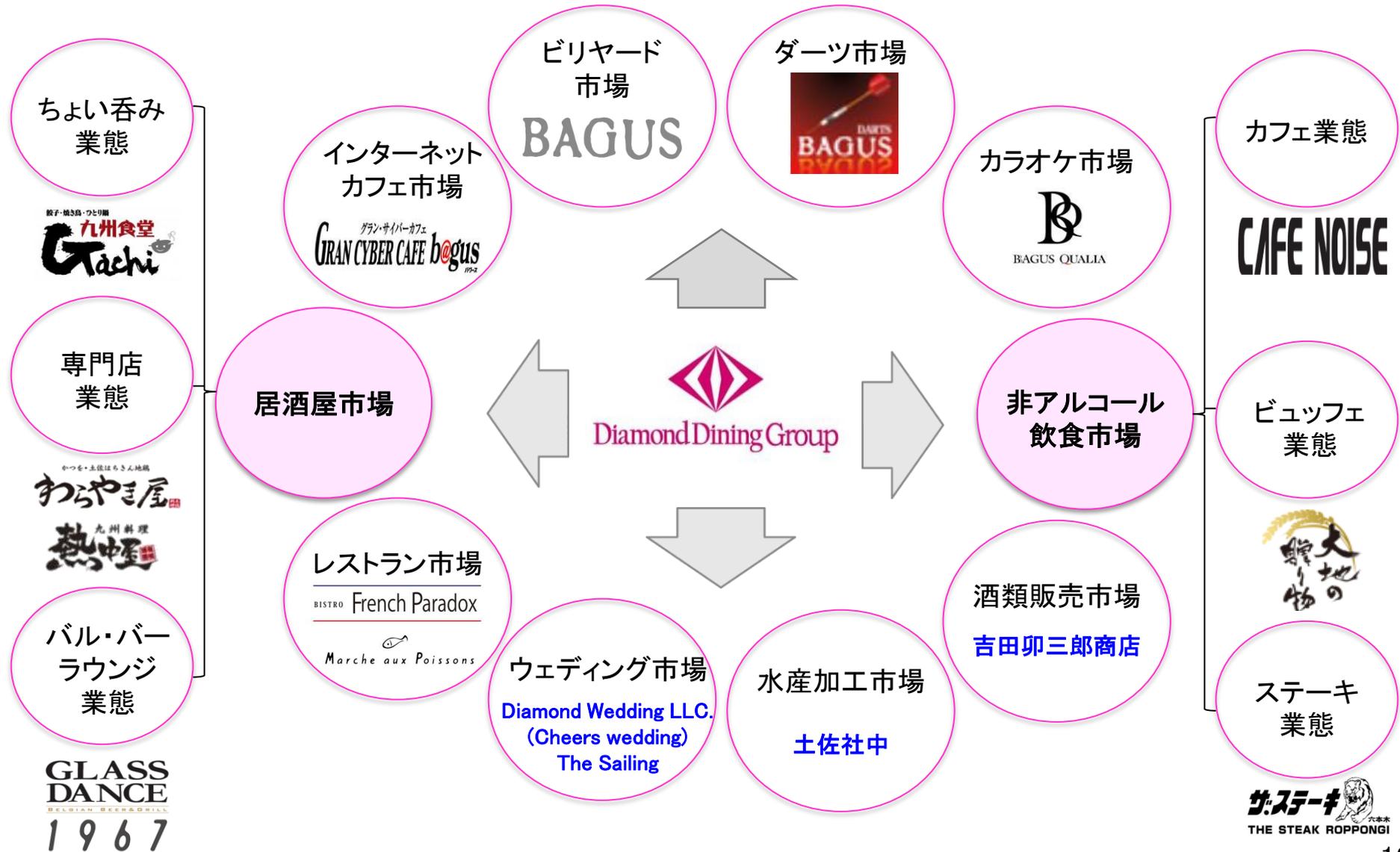
2. 事業戦略

3. 配当及び株主優待制度

ブランドマネジメント戦略

ブランドマネジメント戦略(事業ポートフォリオ)

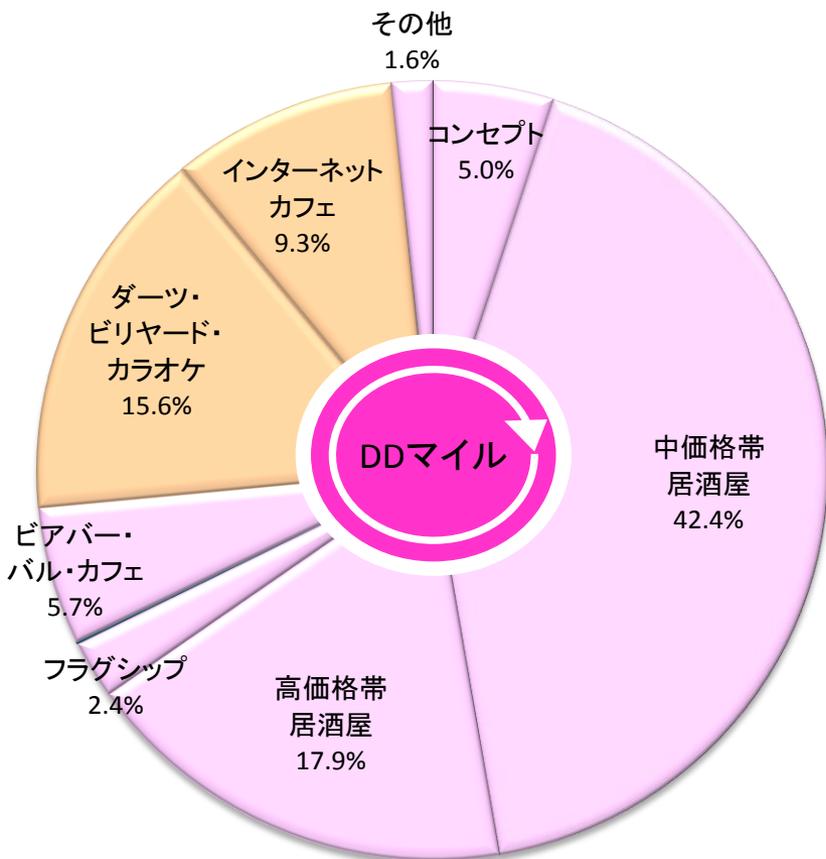
➤ 当社グループは、成長過程であらゆる市場に参入。事業ポートフォリオを拡充。



ブランドマネジメント戦略(カテゴリー別売上高比率)

- 保持しているブランドの客単価や客層が分散されているため、お客様の回遊が可能。
- ブランドの多様性により、幅広いファン層を広げることが可能。

ブランド別売上高比率



(注)客単価はディナー単価の意

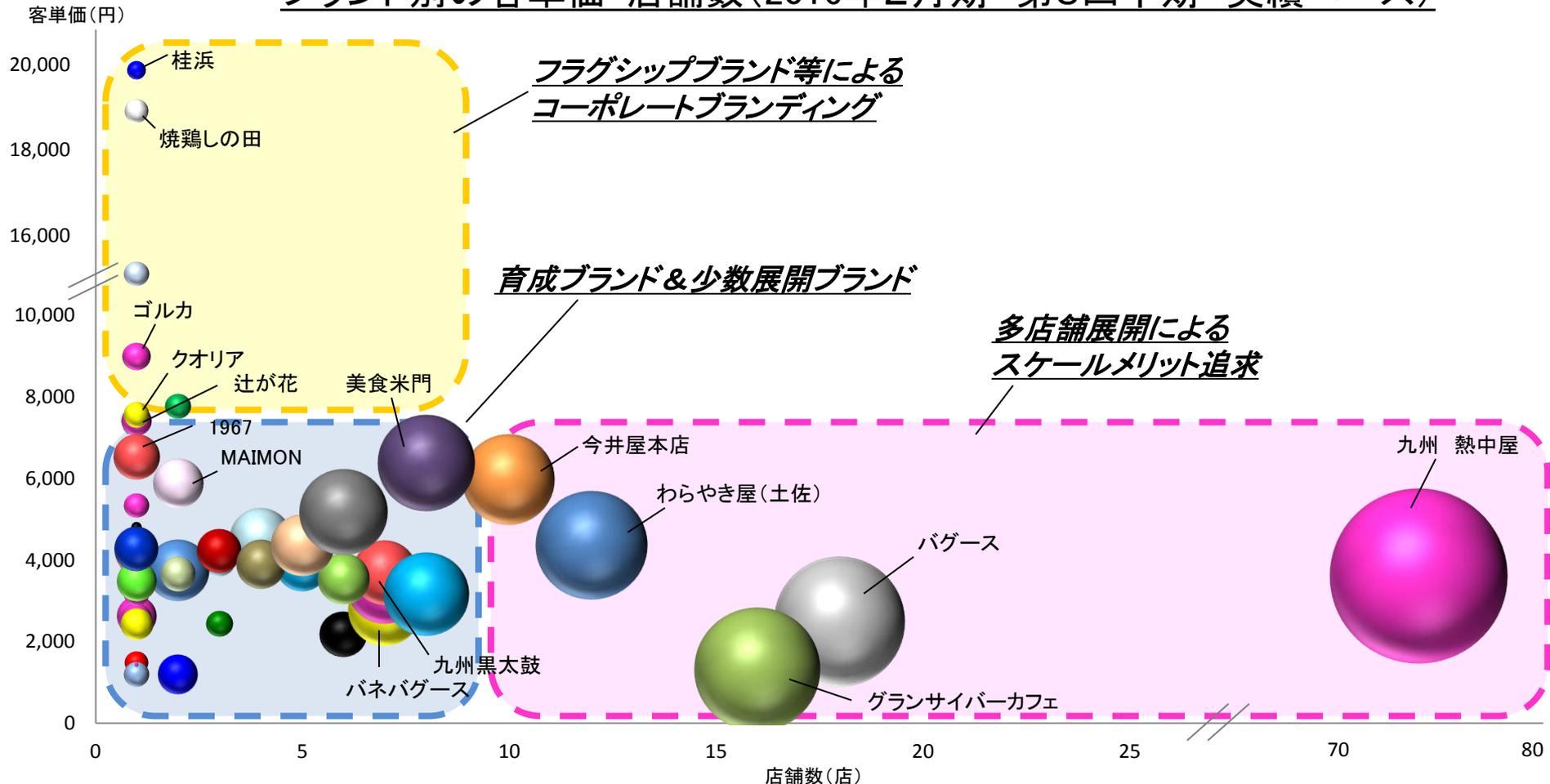
主要ブランド

展開方針

主要ブランド	展開方針
中価格帯居酒屋 (ライセンス・FC含む)	<ul style="list-style-type: none"> ● わらやき屋 ● 九州 熱中屋 ● 鳥福 ● 腹黒屋 ➢ チェーンマネジメントによる多店舗化展開
高価格帯居酒屋	<ul style="list-style-type: none"> ● 今井屋本店 ● 美食米門 ● 隠れ房 ➢ 年間の出店数は少なく厳選立地へ出店
ビアバー・バル・カフェ	<ul style="list-style-type: none"> ● GLASS DANCE ● ベルサイユの豚 ● WINEHALL GLAMOUR ➢ 商業立地や小規模立地にも出店可能 ➢ 多店舗化展開
概念	<ul style="list-style-type: none"> ● アリスレストラン ● Vampire Cafe ● Christon Cafe ➢ 都心部や商業立地への厳選出店
フラグシップ	<ul style="list-style-type: none"> ● 1967 ● 焼き鶏 しの田 ● 土佐料理 桂浜 ● KAWAII MONSTER CAFE ● BISTRO French Paradox ➢ ブランドに適合する厳選立地への出店 ➢ 多店舗化展開は行わない
ビリヤード・ダーツ・カラオケ	<ul style="list-style-type: none"> ● BAGUS ● BANE BAGUS ● BAGUS・LUXURY ➢ 年間4~5店舗を全国都市部へ出店
インターネットカフェ	<ul style="list-style-type: none"> ● GRAN CYBER CAFE ● B-net ➢ 年間1~2店舗の出店

➤ブランドポートフォリオを明確化することにより、あらゆるリスクを回避。
(景気変動リスク・特定食材依存リスク・風評被害リスク)

ブランド別の客単価・店舗数(2016年2月期 第3四半期 実績ベース)



(注1) 既存店ベース(リニューアル店含む)。

(注2) ○の大きさは売上規模を表す。

(注3) 店舗数はブランド別全店ベース。

- 上半期では、「わらやき屋」・「九州 熱中屋」・「BAGUS」等の既存業態を積極出店。
- 「九州食堂 Gachi」や「KAWAII MONSTER CAFE(カワイイ モンスター カフェ)」等の新業態(ブランド)も出店。

縦成長



横成長

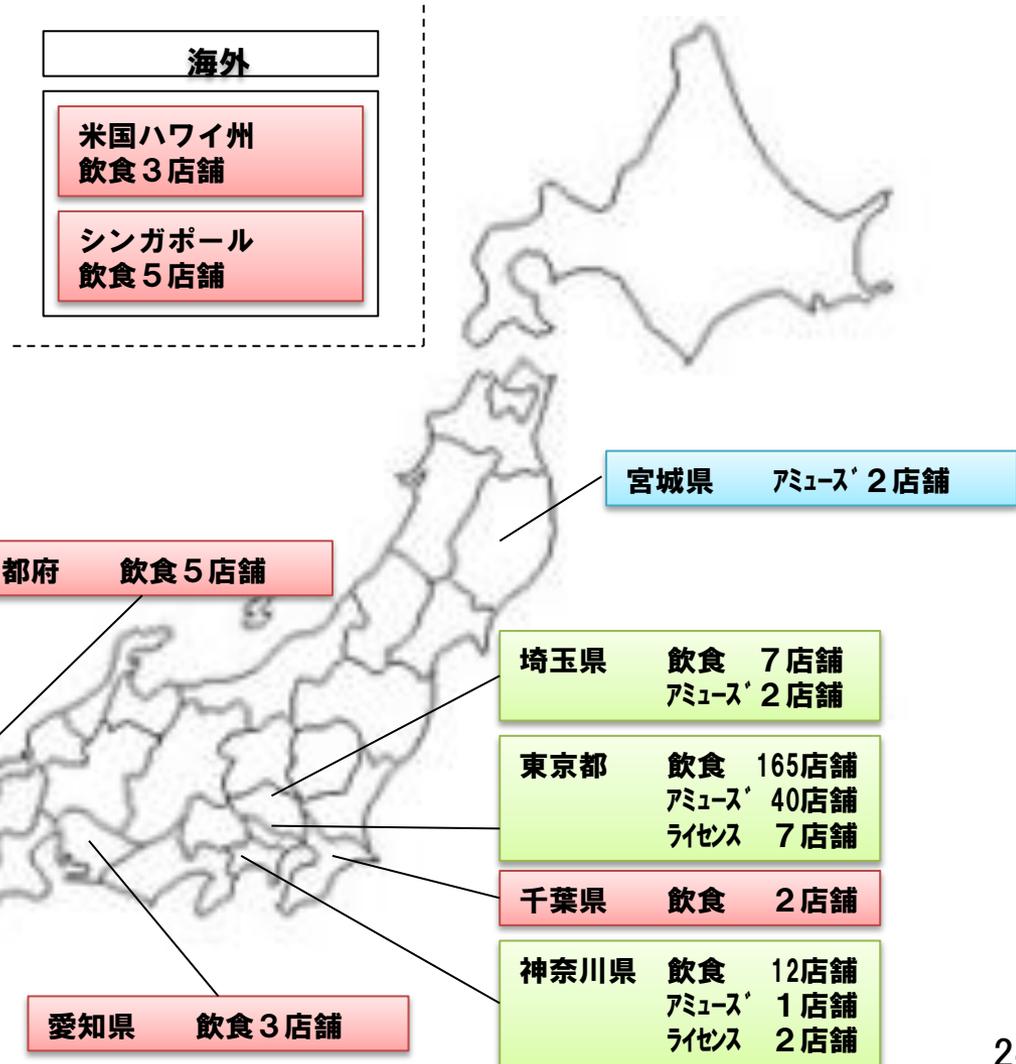
出店戦略

出店戦略(国内・海外)

- 首都圏(都心部)へのドミナント戦略。主要都市に着実に新規出店。
- 今後、更なる主要都市での積極出店により、出店エリアの拡大を目論む。

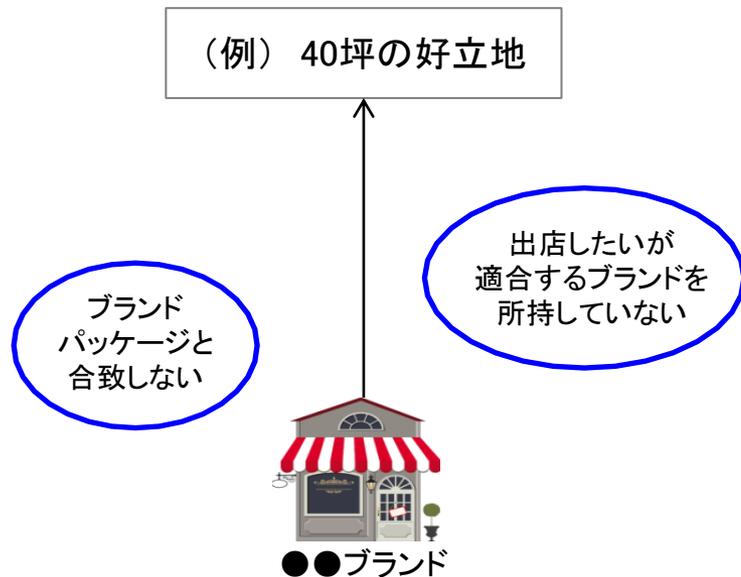
■店舗数 (2015年11月30日現在)

属性	店舗数
飲食(国内)	214店舗
飲食(海外)	8店舗
アミューズ(国内)	48店舗
直営店舗 合計	270店舗
ライセンス(国内)	9店舗
直営+ライセンス 合計	279店舗



- 多様な業態(ブランド)を所有していることから、様々な立地への出店が可能。
(1ブランドのみ所有の場合、ブランドパッケージに合致する立地にしか出店が出来ない。)

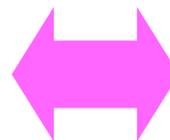
【所持しているブランドが少ない企業の場合】



【多様なブランドを所持している当社の場合】



- ブランドがパッケージ化されている為、出店エリアが限定される。
- 結果、好立地への出店が難しい状況に陥る。
⇒ 地代家賃(賃借料)が高騰。



- 多様なブランドを所持している為、様々な条件の立地へ出店が可能。
- 結果、好立地への大量出店が可能。
⇒ 地代家賃(賃借料)の低減。

CRM戦略

集客・販促戦略(CRMシステム概要)

➤「DDマイル(当社グループ独自のご予約者様専用のポイント制度)」を中心としたCRM戦略。

【従来の飲食店等への予約】

【当社グループのCRMシステム】

飲食店

【飲食店側】
・出勤するまで、電話対応が出来ない。

【お客様側】
・電話が繋がらない。
(昼休みの時間帯に)
・予約したいがどの店が空いているかわからない。(面倒臭い)



お客様

当社グループ
店舗へご来店



DDマイル

お会計の10%相当の
マイル(ポイント)付与

リピーター増加
⇒売上高向上

24時間
オンライン
予約システム

24時間、オンラインシステムから予約が可能。

即飲みアプリ



アプリ上で当社飲食店の
予約が確定。

予約コールセンター



午前8時から午後23時まで
電話での予約が可能。

当社
提供
サービス

- ・いつでも簡単予約。
- ・スマホで移動中に予約が可能。
- ・電話をする手間いらず。

- ・お店選びの面倒解消。
⇒最大5店舗まで同時に予約確認可能。
- ・二次会探しが簡単。



お客様

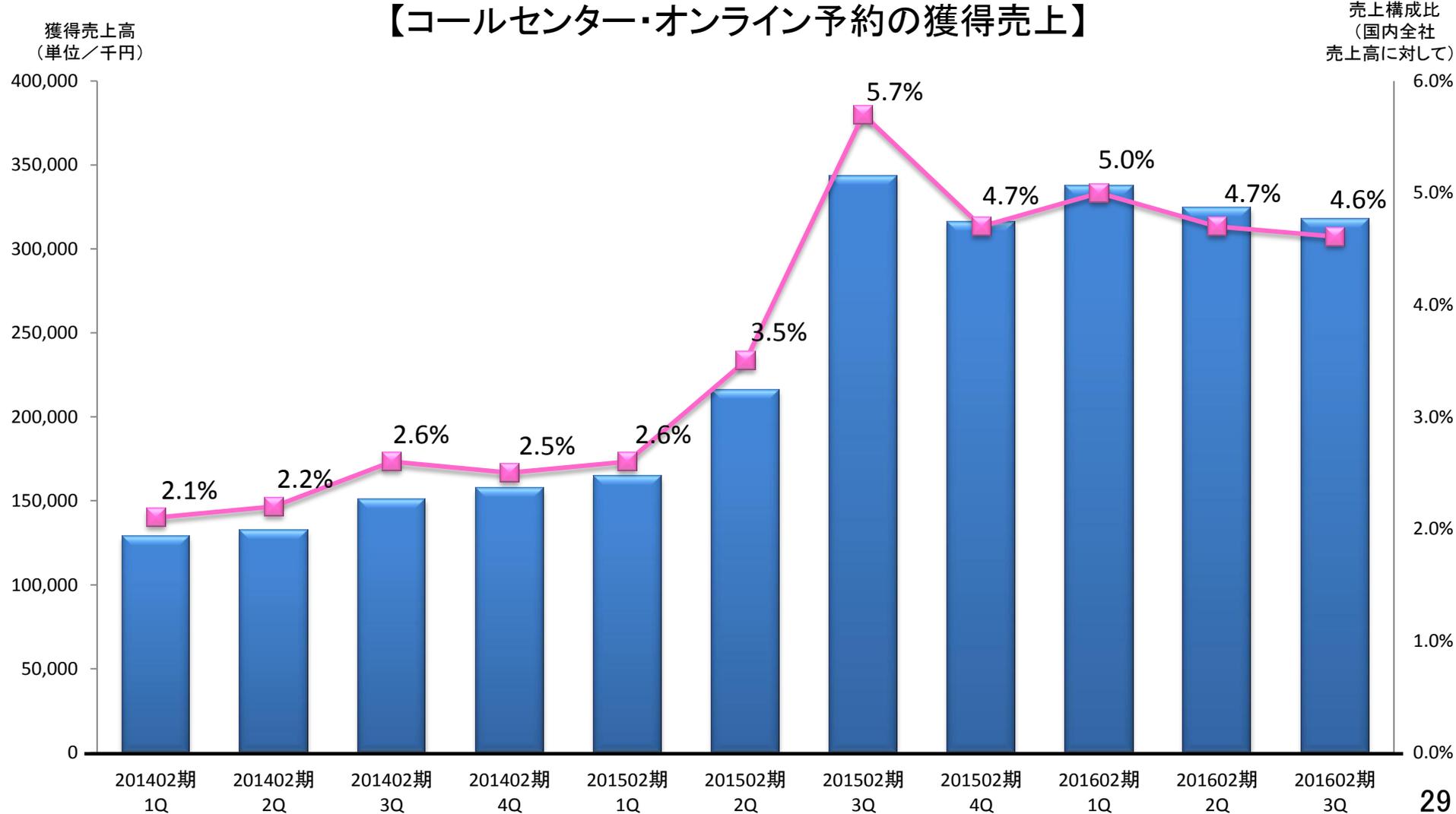
- ・昼休みの時間帯に予約が可能。
- ・条件を伝えるだけで希望に近い店舗の予約が可能。
- ・複数の店舗情報を1回で取得。

お客様の
メリット

集客・販促戦略(CRMシステムの効果)

➤国内全店舗の売上高伸長に対して、対象店舗数の割合を減らしたことにより、売上高構成比は減少しているが、一定の売上高を継続して獲得。

【コールセンター・オンライン予約の獲得売上】



➤ 当社の「CRMシステム」が、『スティービーアワード・アジア太平洋部門・ブロンズ賞』受賞。

『スティービーアワード』

米国ワシントンD.C.郊外に拠点を置くザ・スティービーアワードが主催するビジネス賞で、世界中の組織と仕事のプロの功績と積極的な貢献を称え、公の場で認めるために2002年に創設。ビジネス界のアカデミー賞と称される。

『アジアパシフィック スティービーアワード』

6つの部門で構成されるスティービーアワードのひとつで、アジア太平洋全域の企業の業績を表彰する唯一のビジネスアワード。

アジア太平洋の22か国から400以上の組織がノミネートされ、今年の経営管理者及び最高成長会社など、各種カテゴリーにおいて、200名以上の専門家により厳正な審査が行われる。

2014年に開始され、今年で2回目の開催となり、当社は「カンパニー・オブ・ザ・イヤー部門」で、「ブロンズ賞」を受賞。



ASIA-PACIFIC STEVIE AWARDS
アジア・パシフィック・スティービー・アワード



受賞した当社のCRMシステム

顧客行動・顧客体験重視の CRMシステム

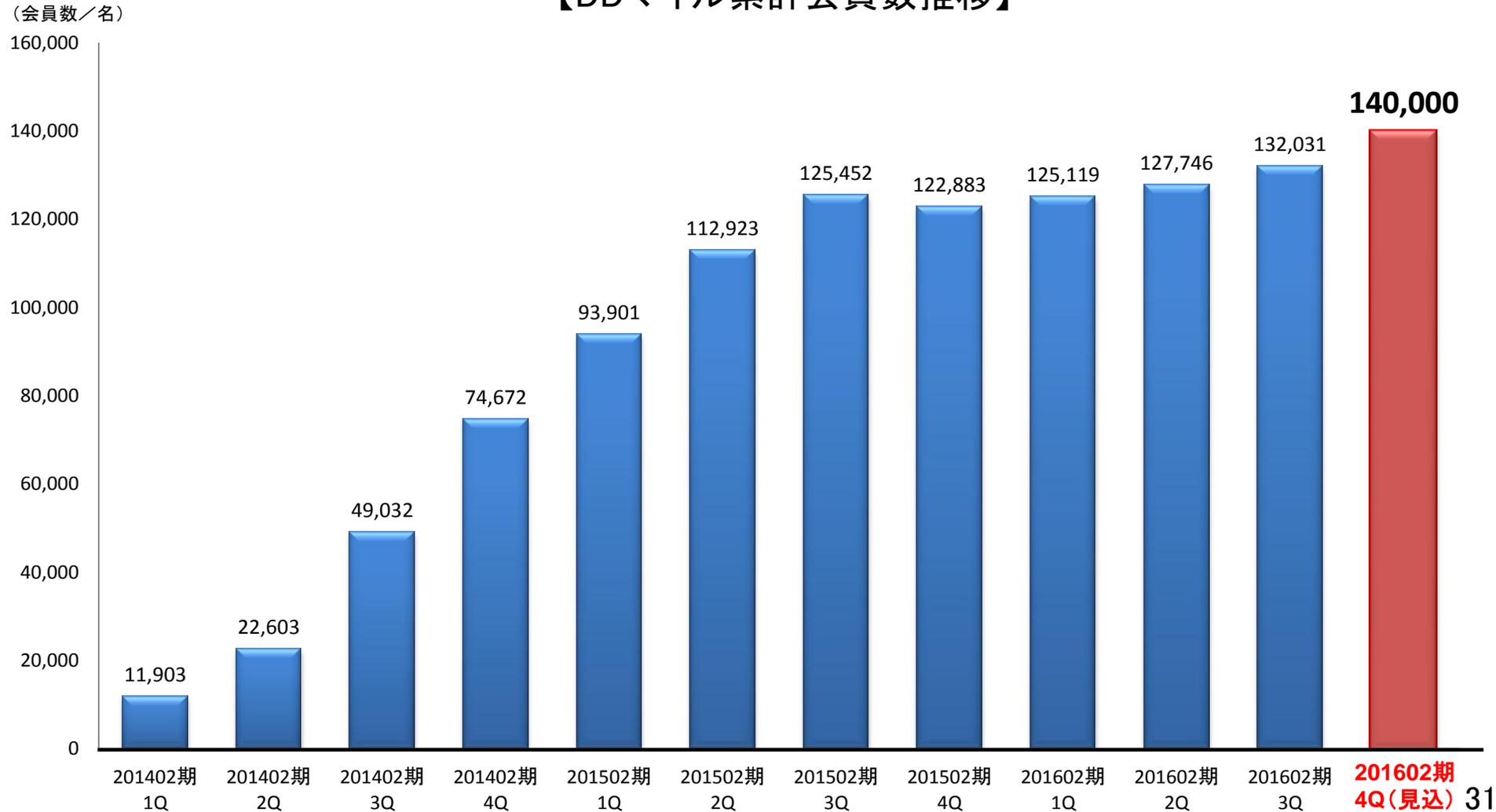
- 店舗予約システム
- DDマイル会員制度



集客・販促戦略(DDマイル会員数)

- DDマイル会員数は、13万名を突破。2016年2月期期末には、会員数14万名を見込む。
- DDマイル会員を通じて、当社グループのファン創りを継続。

【DDマイル累計会員数推移】



(ご参照) DDマイルについて

- DDマイルは、当社グループ独自のポイントシステム。
- 店舗を予約してご利用頂くだけで、自動的にマイルが貯まる仕組み。
- 会員カードや年会費等の手数料も不要。
- お会計総額の約10%相当が予約者に貯まる仕組み。

【貯まる】



マイルを貯める

1. なんと10%相当額を還元。マイルがたくさん貯まる

ネットもしくはお電話にてお店を予約すると、自動でマイルがマイページに貯まります。店舗毎に約10%を想定し、マイル数が設定されております。マイル数は店舗検索画面でご確認いただけます。



2. ご利用人数に応じてマイルが貯まります!

1名あたり500マイルのお店で
〈例えば〉ご予約・ご来店2人の場合



獲得 **1,000**マイル

1名あたり500マイルのお店で
〈例えば〉ご予約・ご来店10人の場合



獲得 **5,000**マイル

【使える】

使い方は簡単スマホをみせるだけ。簡単3ステップ!!



簡単**3**ステップ!!

1. DDマイルにログイン
2. マイページを店員に見せる
3. 使いたいマイル数を伝える

無料会員登録

会員ログイン

1マイル単位から使えます。

携帯さえあれば誰でも簡単。
1円単位で使えるから、
端数の支払いにも便利!

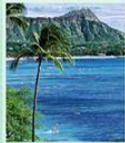
※一部店舗では10マイル単位でのご利用となります。
※電波が届かない等でマイページが開けない場合はお申し出ください。



【賞品交換可能】

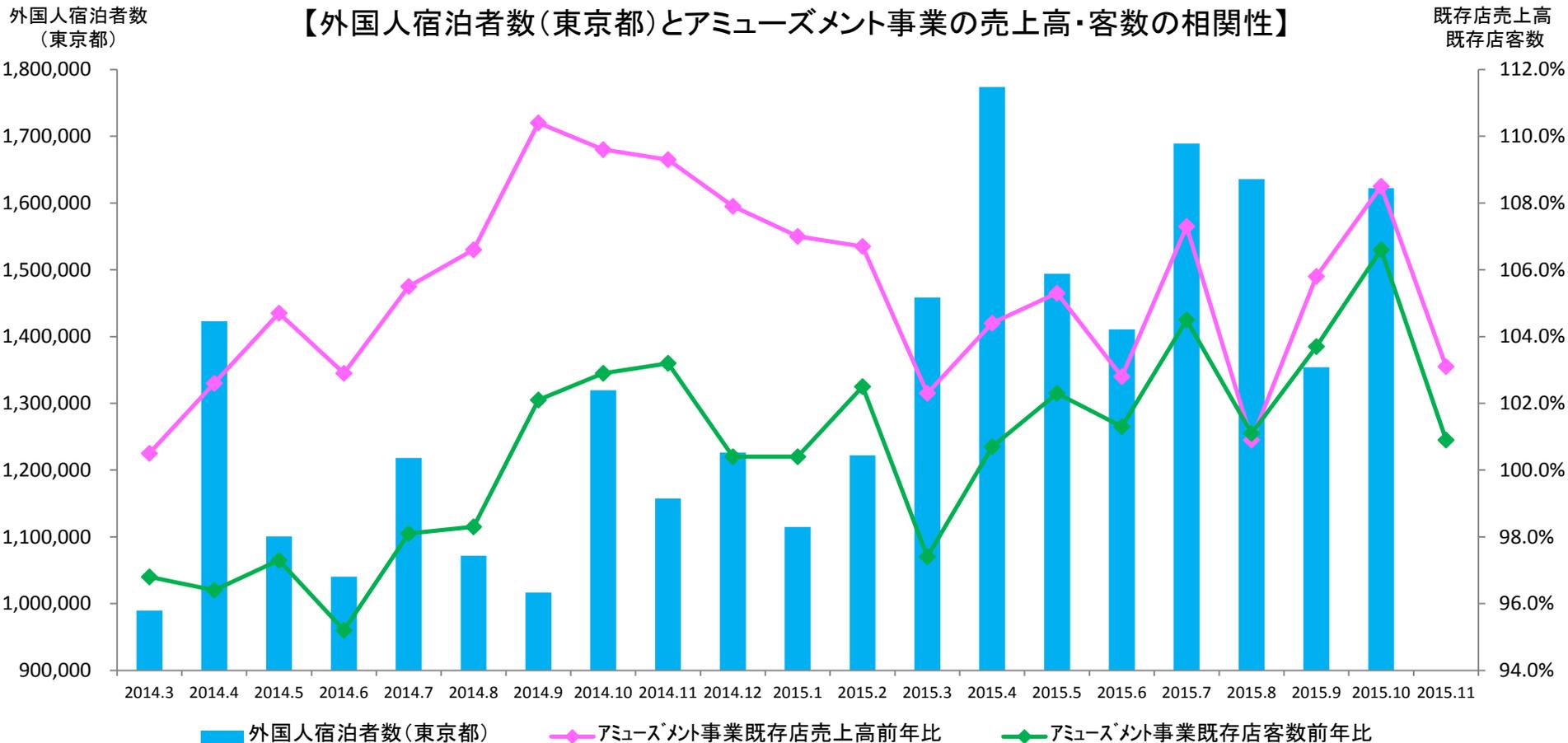
貯めたマイルで会員限定の賞品交換も!

賞品一例 ※メーカーの在庫状況によって賞品は変動致します。

10,000 マイル~	20,000 マイル~	100,000 マイル~
 <p>MYGクビレティ</p>	 <p>みやさき感動市場 お届けセット(1年間)</p>	 <p>箱根旅行</p>
 <p>Canon コンパクトフォト プリンター</p>	 <p>レイコップ ふとんクリーナー</p>	 <p>沖縄旅行</p>
 <p>ミシュランシェフ [KEISUKE MATSUSHIMA] ランチコースヘアセット</p>	 <p>スチーマーナノケア</p>	 <p>ハワイ旅行</p>

インバウンド戦略

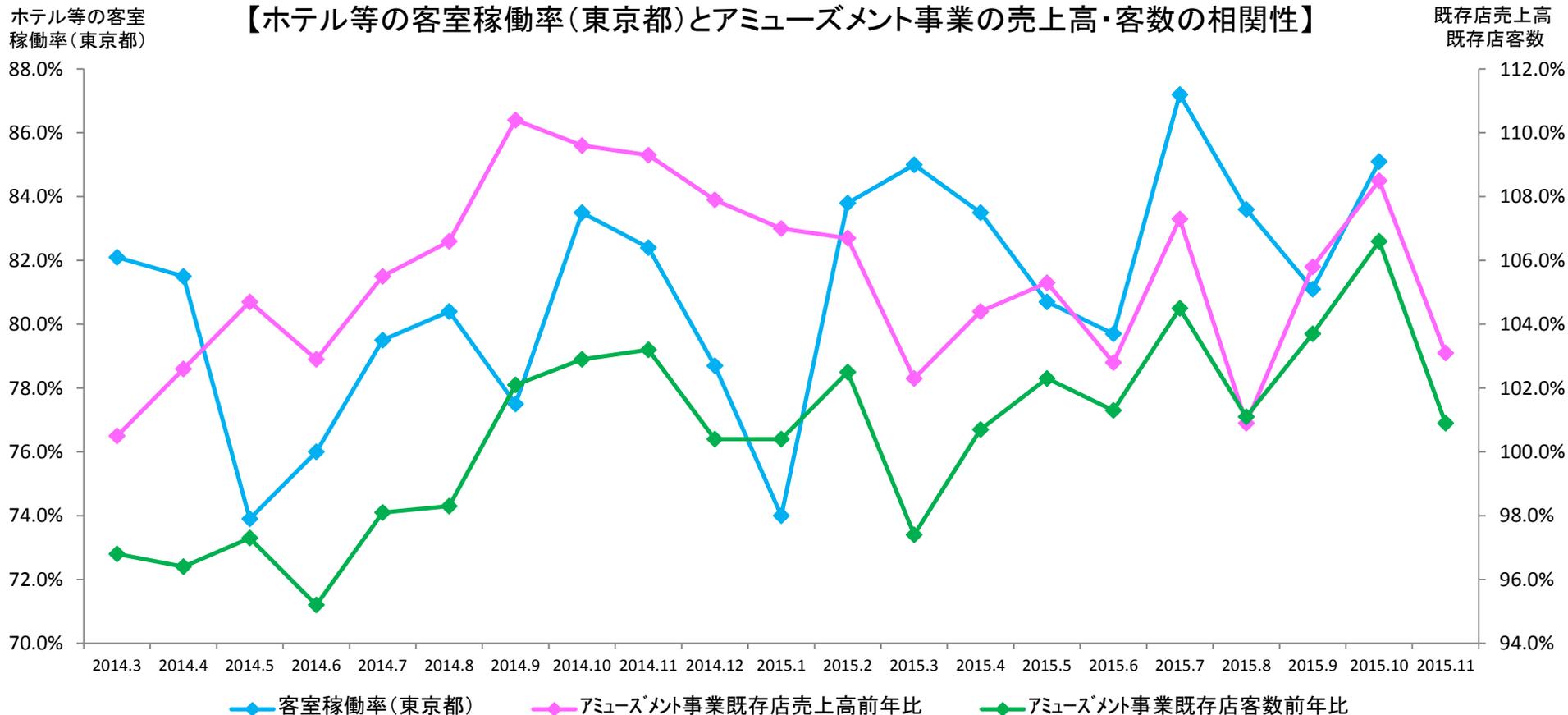
- グランサイバーカフェ(インターネットカフェ)を集中出店している東京都においては、ホテル等の外国人宿泊者数が大幅に増加。
- アミューズメント事業の売上高及び客数も上記恩恵の影響を受け、堅調な推移を見せるが、今後、インバウンド(訪日外国人)の更なる増加により、継続的な客数増加を見込む。



(注1) 上記「外国人宿泊者数(東京都)」は、国土交通省観光庁が発表している数値をもとに、当社が独自に作成。

- グランサイバーカフェ(インターネットカフェ)を集中出店している東京都においては、ホテル等の稼働率も高い圏内で推移。
- ホテル等に宿泊出来ないお客様の利用が増加傾向。
- 今後、更にホテル等の稼働率が向上する見込みであることから、グランサイバーカフェの売上高向上に寄与する見通し。

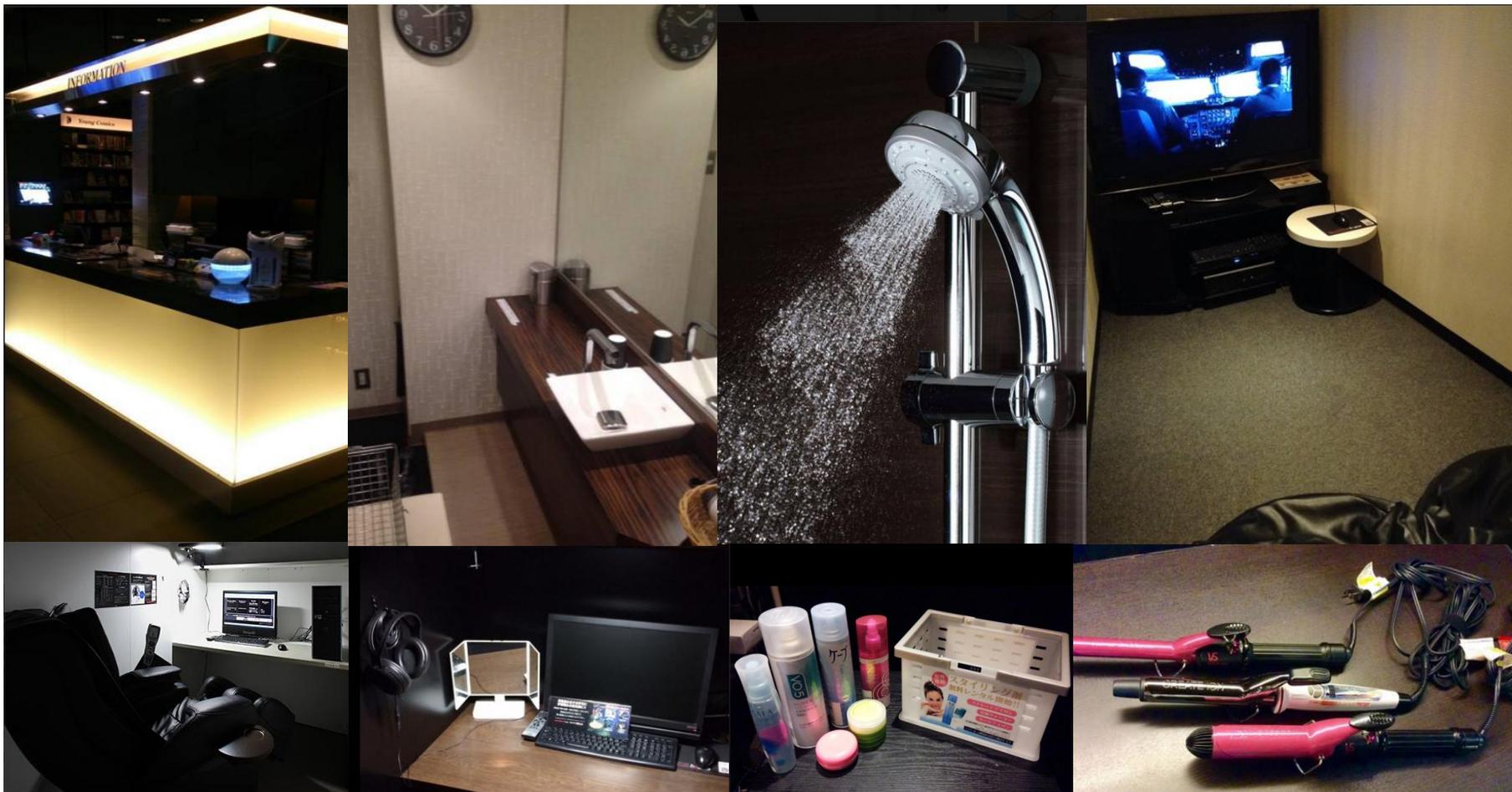
【ホテル等の客室稼働率(東京都)とアミューズメント事業の売上高・客数の相関性】



(注1) 上記「客室稼働率(東京都)」は、国土交通省観光庁が発表している数値をもとに、当社が独自に作成。

～ご参考～ グランサイバーカフェ

- ホテル並みの内装と上質なおもてなしで、高級感と居心地の良さを追求したワンランク上のコミック&インターネットカフェ。
- 完全個室のシアタールームを始め、マッサージシートやシャワールーム、パウダールームスタイルのレディースシートには充実したアメニティを完備。



インバウンド戦略(受入体制・集客施策)

- インバウンド(訪日外国人)の獲得に向け、社内に「インターナショナルインバウンドチーム」を発足。
- インフラ設備の設置と社員教育を徹底して行ない、受入体制を整えるだけでなく、様々なツールに向けて情報配信・アプローチを強化し、更なる集客を目論む。

受入体制

無料の店内Wi-Fiサービス「Diamond Wi-Fi」の設置

多言語化メニューブック(英語・中国語・韓国語)の設置

無料Wi-Fiサービス、多言語メニューブック有無を店外ポスター掲示

独自のデジタル教育システムを利用した外国語教育

おもてなし文化の育成(本格的な和のサービスのおもてなし)



集客施策

在日外国人コミュニティの鉤脈開拓(信頼性の高い情報発信)

団体ツアー誘致への取り組み(旅行代理店へのアプローチ)



- 『トリップアドバイザー エクセレンス認証(2015)』を受賞。
- 世界最大級の旅行サイトである「トリップアドバイザー」で認められる快挙。



『トリップアドバイザー エクセレンス認証』

2010年に新設、2015年で5年を迎える栄誉ある賞。
旅行者に最高の旅行を提供した宿泊施設や観光名所及びレストランを選定。

【選定方法】

トリップアドバイザーの口コミで、一貫して高く評価されている施設に授与。

受賞した「わらやき屋 六本木」

高知県の郷土料理専門居酒屋

＜お客様から人気のポイント＞

- ①「高さ1mの炎の中で薫焼きの調理演出」
- ②「風情ある日本の民家の内装」
- ③「よさこい節のショータイム」



1. 連結業績結果(2016年2月期 第3四半期)

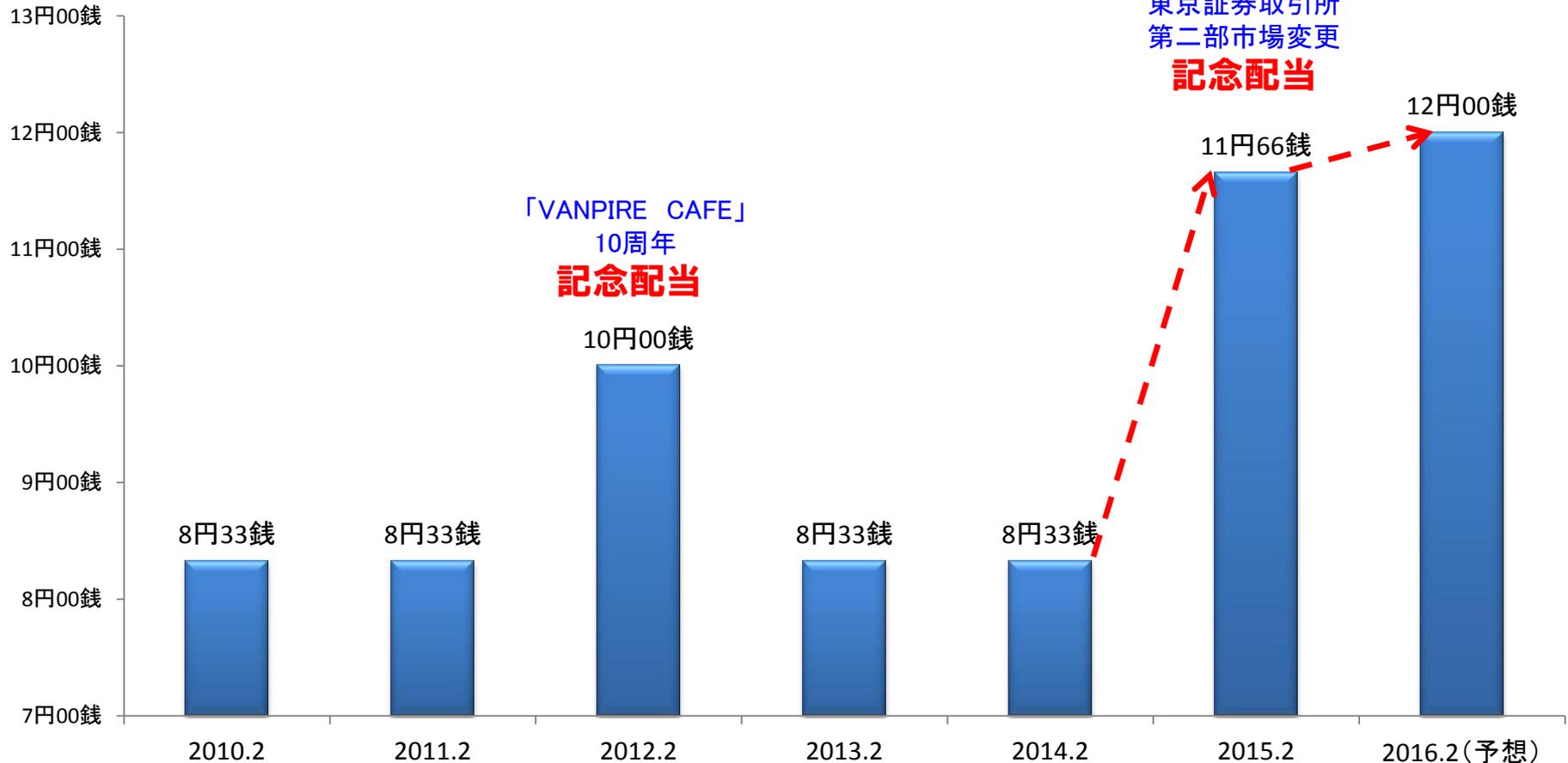
2. 事業戦略

3. 配当及び株主優待制度

配当について

- 2015年3月1日を効力発生日とした1対3の株式分割。
- 同分割に伴い配当予想を修正し増配。更なる株主還元の充実を目論む。

(配当/1株当たり)



(注) 当社は、株式分割を行っておりますが、2010年2月期の期首に株式分割が行われたと仮定して、1株当たりの配当額を記載。

株主優待制度について

- 2015年3月1日を効力発生日として1対3の株式分割。
- 分割後の100株所有の株主様向けに優待制度を新設。
- 優待内容は分割前の2分の1となり、株主優待制度を実質拡充。

【前期末の株主優待制度】

(100株所有の場合)



当社グループ店舗で
ご利用出来るポイント
8,000円分

OR



当社グループ店舗で
ご利用出来るお食事券
8,000円分
(1,000円分 × 8枚)

OR



お米
(魚沼産コシヒカリ)
5kg

【株式分割を実施】

(1株を3分割)



株券
(100株)

↓



株券
株券
株券
(300株)

【当期末の株主優待制度】

(100株所有の場合)



当社グループ店舗で
ご利用出来るポイント
4,000円分

OR



当社グループ店舗で
ご利用出来るお食事券
4,000円分
(1,000円分 × 4枚)

優待制度
実質拡充

(300株所有の場合)



当社グループ店舗で
ご利用出来るポイント
8,000円分

OR



当社グループ店舗で
ご利用出来るお食事券
8,000円分
(1,000円分 × 8枚)

OR



お米
(魚沼産コシヒカリ)
5kg

本資料につきましては、株主・投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。また、本資料における将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上でご利用ください。

尚、業界等に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。

本資料は、株主・投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、株主・投資家の皆様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任は負いません。

お問合せ先

IR部

TEL : 03-6858-6081

FAX : 03-6858-6083

E-mail : ir@diamond-dining.com