



株式会社DDホールディングス

2019年2月期
決算補足説明資料

2019年4月19日

証券コード：3073

連結業績トピックス



株式会社ダイヤモンドダイニング
【わらやき屋 九段下】

1

対前年同四半期の営業利益率 1.6point 改善

→主な要因は前期ホールディングス化に伴う一過性費用を当期計上しなかったこと

2

アミューズメント事業が堅調に推移、既存店対前年比104.3%

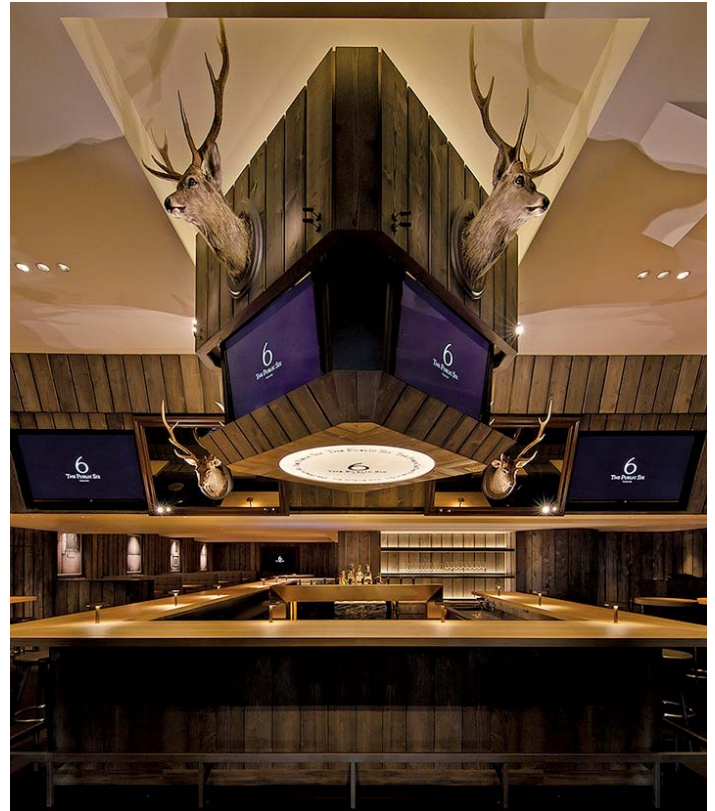
→継続したサービス向上を行うことで、客数・客単価ともに前年を上回る

3

飲食セグメントのウェディング事業が計画とおり堅調に推移

→飲食セグメント既存店対前年比内訳（累計）：ウェディング 208.3%、飲食 97.9%

連結業績



株式会社バグース
【THE PUBLIC SIX】

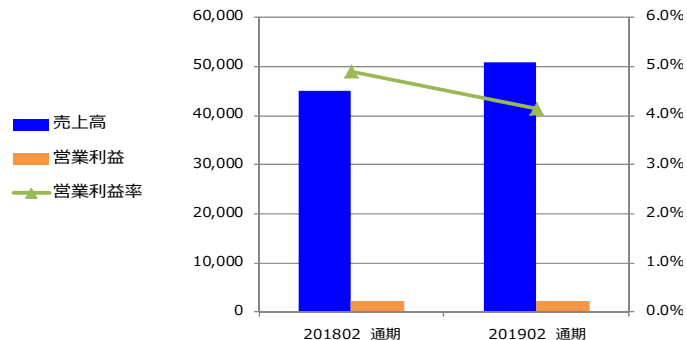
連結業績（累計会計期間）



（単位：百万円）

| 科目名 | 2018年2月期 | 2019年2月期 | 増減額 | 増減率 | コメント |
|---------------------|-----------------|-------------------------------|-------|-------|---|
| | (累計) | (累計) | | | |
| 売上高 | 45,077 | 50,973 | 5,895 | 13.1% | (累計昨対比) 飲食 98.8%、アミューズメント 104.3% ①(株)ゼットンと(株)商業藝術の第1四半期会計期間の売上高増 ②ウェディング事業及び前期新規出店店舗の売上高増 (増加した主な要因) |
| 売上原価 | 10,570 23.4% | 12,302 24.1% | 1,732 | 16.4% | ①2017年11月の酒税法改正の影響による仕入原価上昇 0.7point ②既存事業より原価率の高いウェディング事業の構成比増加 |
| 売上総利益 | 34,506 76.6% | 38,670 75.9% | 4,163 | 12.1% | ▲0.7point |
| 販売費及び 一般管理費 | 32,301 71.7% | 36,554 71.7% | 4,252 | 13.2% | (主な内訳) ①消耗品費率、不採算退店に伴う家賃比率等の減少▲0.7point 0.0point ②売上高減少による人件費率及び販促費率の増加+0.7point |
| 営業利益 | 2,204 4.9% | 2,115 4.2% | ▲ 89 | ▲4.0% | ▲0.7point |
| 経常利益 | 2,223 4.9% | 2,232 4.4% | 9 | 0.4% | 持分法適用関連会社である(株)エスエルディーに係る、持分法による投資損失を当期90百万円計上 ▲0.5point |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 1,010 2.2% | 1,085 2.1% | 75 | 7.4% | ▲0.1point |

通期

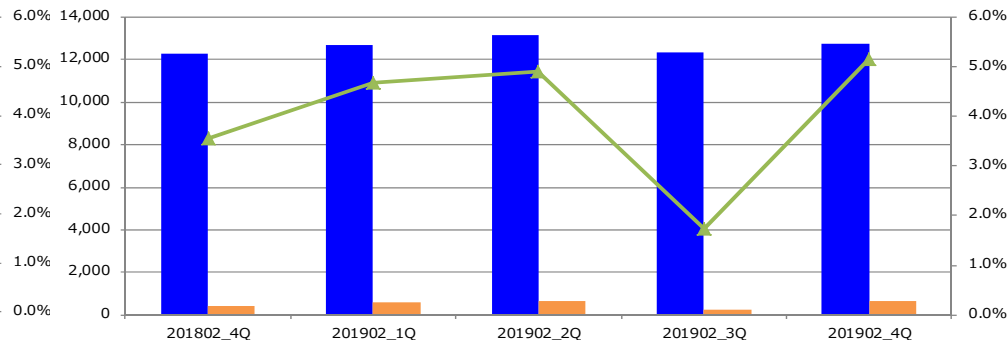


| | 2018年 2月期 (通期) | 2019年 2月期 (通期) |
|--|-------------------|-------------------|
|--|-------------------|-------------------|

| | | |
|---------------------|--------|---------------|
| 売上高 | 45,077 | 50,973 |
| 売上原価 | 10,570 | 12,302 |
| 売上総利益 | 34,506 | 38,670 |
| 販売費及び一般管理費 | 32,301 | 36,544 |
| 営業利益 | 2,204 | 2,115 |
| 経常利益 | 2,223 | 2,232 |
| 親会社に帰属する四半期/当期純利益 | 1,010 | 1,085 |
| EBITDA | 3,629 | 3,654 |
| (ご参考) のれん償却費控除前営業利益 | 2,355 | 2,307 |

四半期会計期間

(単位：百万円)



| 2018年2月期 | 2019年2月期 | | | | |
|---------------------|----------|--------|--------|--------|---------------|
| 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | |
| 売上高 | 12,313 | 12,682 | 13,147 | 12,360 | 12,782 |
| 売上原価 | 2,956 | 3,089 | 3,181 | 3,028 | 3,003 |
| 売上総利益 | 9,357 | 9,592 | 9,966 | 9,332 | 9,779 |
| 販売費及び一般管理費 | 8,917 | 8,996 | 9,321 | 9,116 | 9,119 |
| 営業利益 | 439 | 595 | 644 | 215 | 659 |
| 経常利益 | 434 | 558 | 640 | 271 | 761 |
| 親会社に帰属する四半期/当期純利益 | ▲86 | 339 | 639 | 144 | ▲37 |
| EBITDA | 862 | 961 | 1,021 | 611 | 1,060 |
| (ご参考) のれん償却費控除前営業利益 | 487 | 644 | 693 | 263 | 705 |

※注 EBITDA=営業利益+減価償却費+リース資産償却費+ソフトウェア償却費+権利金償却費+のれん償却費+繰延資産償却費

セグメント別業績



通期

| | 通期 | |
|----------|-------------------|----------------------|
| | 2018年 2月期 (通期) | 2019年 2月期 (通期) |
| 国内飲食 | 売上高 | 34,846 40,143 |
| | 営業利益 | 3,656 3,084 |
| | 営業利益率 | 10.5% 7.7% |
| 海外飲食 | 売上高 | 1,511 1,493 |
| | 営業利益 | ▲ 96 ▲ 66 |
| | 営業利益率 | - - |
| アミューズメント | 売上高 | 8,719 9,336 |
| | 営業利益 | 1,538 1,686 |
| | 営業利益率 | 17.6% 18.1% |
| 全社 | 売上高 | 45,077 50,973 |
| | 営業利益 | 2,204 2,115 |
| | 営業利益率 | 4.9% 4.2% |

注 セットンの海外飲食事業は連結上、国内飲食に含んでおります。

同四半期 四半期実績 (2019年2月期4Q) 対比

| | |
|-------------------|--|
| 【国内・海外飲食】 | |
| (売上高) | 国内の主たる要因として、飲食事業は既存店昨対比99.5%となるものの、前期新規出店店舗及び昨対比で175.2%となったウェディング事業の寄与による増加となりました。海外においては、新規出店分の寄与による増加となりました。これらの結果324百万円増となりました。 |
| (営業利益) | 国内飲食事業においては、同四半期対比の売上原価▲0.5point、人件費0.4point、上昇等、販売促進費0.8pointの売上高構成比がそれぞれ増減したものの、グループ間経営指導料等の支払手数料が1.0point上昇したことが主な要因であります。その結果営業利益率においては、1.8pointの減少となりました。 |
| 【アミューズメント】 | |
| (売上高) | 主たる要因として、既存店同四半期対比106.0%と堅調に推移していること及び前期新規出店店舗の売上高が寄与したことにより144百万円増となりました。 |
| (営業利益) | 個室の改修や各種キャンペーンの効果により、既存店売上高が好調に推移したことに伴う営業利益率の0.3point増加であります。 |

四半期会計期間

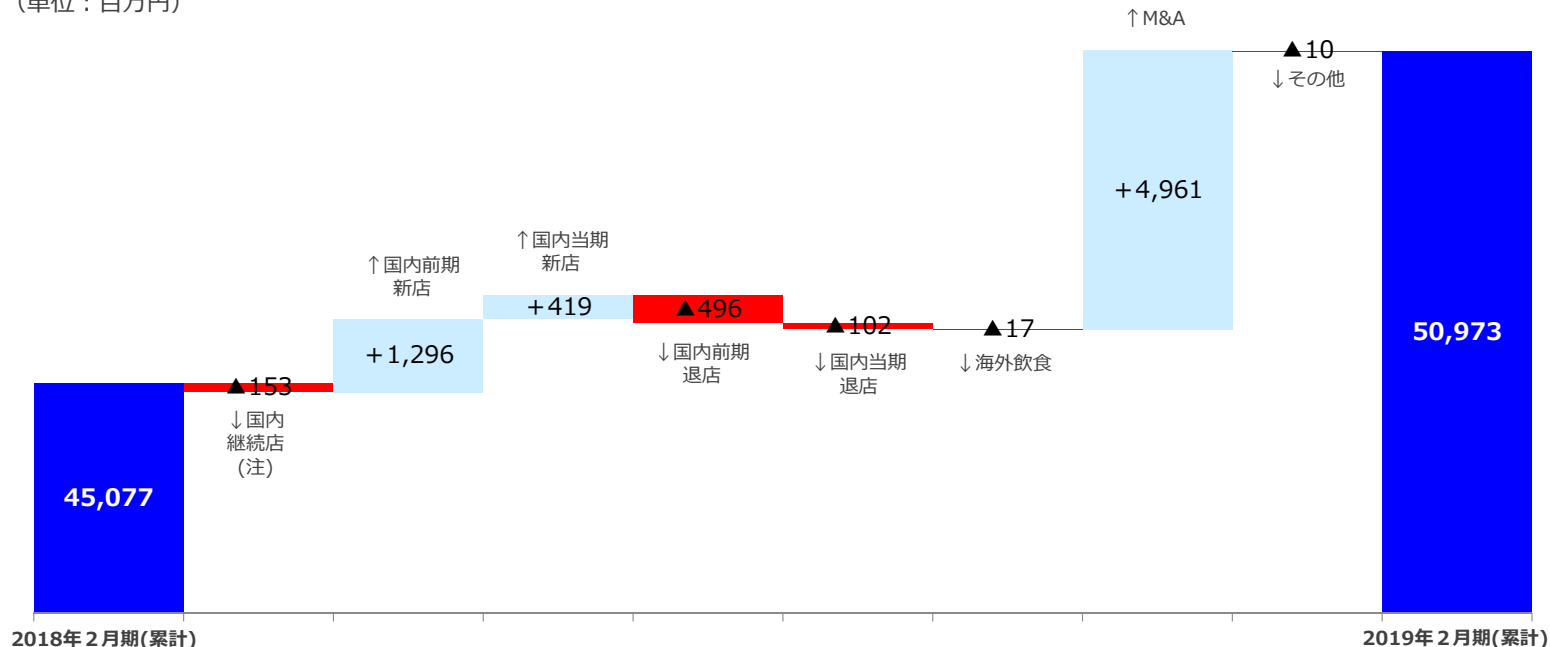
(単位：百万円)

| | 2018年2月期 | 2019年2月期 | | | |
|-------|----------|----------|--------|--------|---------------|
| | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| 売上高 | 9,664 | 10,038 | 10,393 | 9,728 | 9,983 |
| 営業利益 | 882 | 863 | 892 | 594 | 733 |
| 営業利益率 | 9.1% | 8.6% | 8.6% | 6.1% | 7.4% |
| 売上高 | 373 | 350 | 381 | 381 | 379 |
| 営業利益 | ▲ 51 | ▲ 14 | ▲ 8 | ▲ 20 | ▲ 23 |
| 営業利益率 | - | - | - | - | - |
| 売上高 | 2,274 | 2,293 | 2,372 | 2,250 | 2,419 |
| 営業利益 | 405 | 419 | 500 | 328 | 437 |
| 営業利益率 | 17.8% | 18.3% | 21.1% | 14.6% | 18.1% |
| 売上高 | 12,313 | 12,682 | 13,147 | 12,360 | 12,782 |
| 営業利益 | 439 | 595 | 644 | 215 | 659 |
| 営業利益率 | 3.6% | 4.7% | 4.9% | 1.7% | 5.2% |

売上高対前年増減要因

前期第2四半期より連結対象となった2社（M&A）の第1四半期会計期間の売上高が寄与。
また、昨年開業したウェディング事業（国内前期新店）が計画とおり推移したことにより増収。

（単位：百万円）

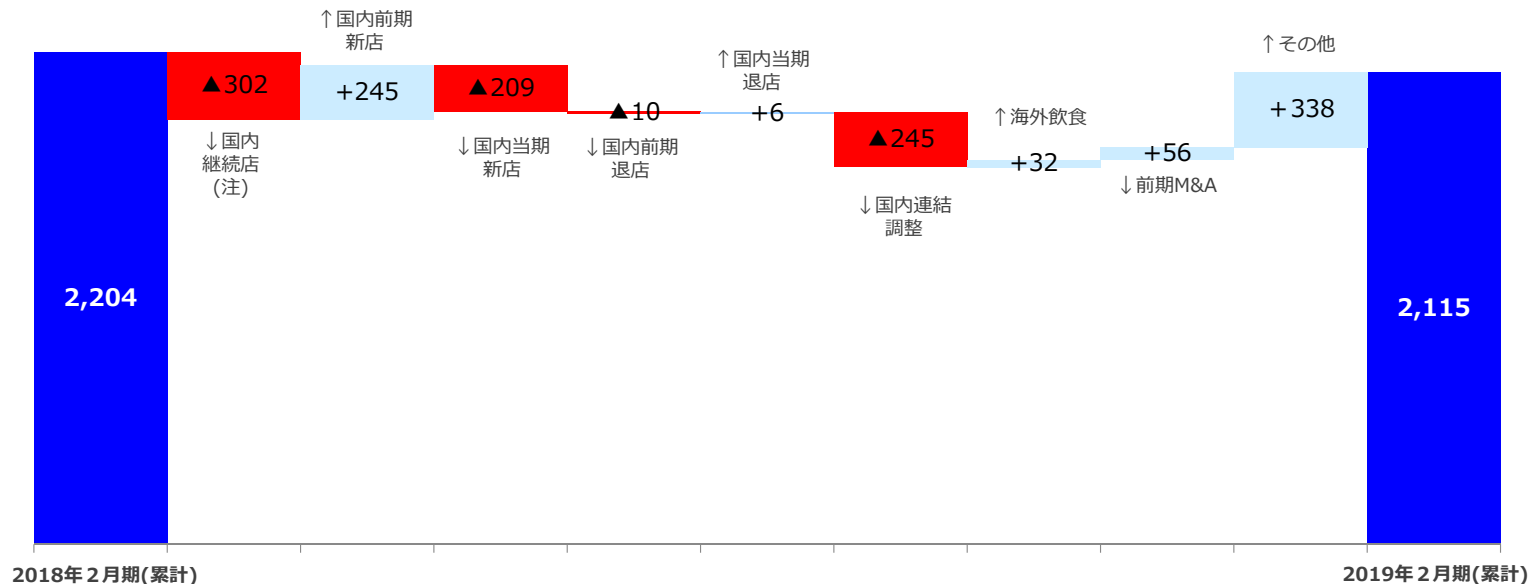


※注 国内継続店とは2019年2月末日時点で継続して1年以上営業している国内の店舗とする（前期新店を除く）

営業利益対前年増減要因

天災等の影響により国内飲食既存店（国内継続店）昨対比98.8%により売上総利益減となったものの、前期に開業したウェディング事業（国内前期新店）が計画とおり推移

（単位：百万円）



※注 国内継続店とは2019年2月末日時点で継続して1年以上営業している国内の店舗とする（前期新店を除く）

主要係数

通期

| | 2018年 2月期 (通期) | 2019年 2月期 (通期) |
|---------------------|-------------------|-------------------|
| 売上原価率 | 23.4% | 24.1% |
| 販管費率 | 71.7% | 71.7% |
| 営業利益率 | 4.9% | 4.2% |
| (ご参考) のれん償却控除前営業利益率 | 5.2% | 4.5% |
| 経常利益率 | 4.9% | 4.4% |
| EBITDA | 3,629 | 3,654 |

通期

| | 2018年 2月期 (通期) | 2019年 2月期 (通期) |
|---------------|-------------------|-------------------|
| 有利子負債額 | 14,255 | 13,160 |
| ネットD/Eレシオ (倍) | 1.7 | 1.3 |
| 自己資本比率 | 20.3% | 21.8% |

四半期会計期間

| 2018年2月期 4Q | 2019年2月期 | | | | |
|---------------------|----------|-------|-------|-------|--------------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | |
| 売上原価率 | 24.0% | 24.4% | 24.2% | 24.5% | 23.5% |
| 販管費率 | 72.4% | 70.9% | 70.9% | 73.8% | 71.3% |
| 営業利益率 | 3.6% | 4.7% | 4.9% | 1.7% | 5.2% |
| (ご参考) のれん償却控除前営業利益率 | 4.0% | 5.1% | 5.3% | 2.1% | 5.5% |
| 経常利益率 | 3.5% | 4.4% | 4.9% | 2.2% | 6.0% |
| EBITDA | 862 | 961 | 1,021 | 611 | 1,060 |

四半期累計期間

| 2018年2月期 4Q | 2019年2月期 | | | | |
|----------------|----------|--------|--------|--------|---------------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | |
| 有利子負債額 | 14,255 | 14,678 | 14,190 | 13,998 | 13,160 |
| ネットD/Eレシオ (倍) | 1.7 | 1.6 | 1.4 | 1.4 | 1.3 |
| 自己資本比率 | 20.3% | 19.9% | 20.3% | 21.2% | 21.8% |

【売上原価率】 前年同四半期と比較して売上原価率が減少した要因として、前期同四半期においては酒税法改正による酒類仕入高の影響により原価率が一時的に上昇致しました。しかしながら、当期においては、メニュー変更やグループ内での仕入の共有を順次行うことにより前年同四半期▲0.6pointの結果となりました。内訳として、飲食セグメント、アミューズメントセグメントで、それぞれ▲0.5point、▲0.3pointの結果となりました。

【経常利益率】 持分法適用関連会社である㈱エスエルディーの持分法による投資損失▲90百万円を計上したものの、営業外収益を260百万円計上したことで+2.4pointの結果となる

【有利子負債額】 前期第2四半期以降にM&Aを実行した㈱商業藝術、㈱エスエルディーのM&A資金や、新規事業及び新規出店等に係る資金の銀行借入等の返済により▲1,094百万円

(単位：千円)

| | 2018年 2月期 | 2019年 2月期3Q | 前期比増減 | | 2018年 2月期 | 2019年 2月期3Q | 前期比増減 |
|---------|--------------|----------------|-------------|-------------|--------------|----------------|-------------|
| 流動資産 | 7,714,150 | 9,000,215 | 1,286,065 | 有利子負債 | 14,255,670 | 13,160,943 | ▲ 1,094,727 |
| 現金及び預金 | 4,737,014 | 5,675,335 | 938,321 | その他負債 | 7,416,161 | 7,124,517 | ▲ 291,644 |
| その他流動資産 | 2,977,135 | 3,324,879 | 347,744 | 負債合計 | 21,671,832 | 20,285,460 | ▲ 1,386,371 |
| 固定資産 | 19,645,481 | 17,324,604 | ▲ 2,320,877 | 株主資本 | 4,683,352 | 5,655,132 | 971,780 |
| 有形固定資産 | 7,605,796 | 7,307,253 | ▲ 298,542 | 利益剰余金 | 3,367,423 | 4,338,451 | 971,027 |
| 無形固定資産 | 3,239,538 | 3,080,849 | ▲ 158,688 | その他の包括利益累計額 | 925,404 | 127,770 | ▲ 797,634 |
| のれん | 3,120,039 | 2,934,276 | ▲ 185,763 | 非支配株主持分 | 372,459 | 484,669 | 112,210 |
| 投資その他資産 | 8,800,146 | 6,936,500 | ▲ 1,863,646 | 純資産合計 | 5,981,215 | 6,267,572 | 286,356 |
| 繰延資産 | 293,416 | 228,213 | ▲ 65,203 | 負債・純資産合計 | 27,653,048 | 26,553,032 | ▲ 1,100,015 |
| 資産合計 | 27,653,048 | 26,553,032 | ▲ 1,100,015 | | | | |

【増減主要要因】

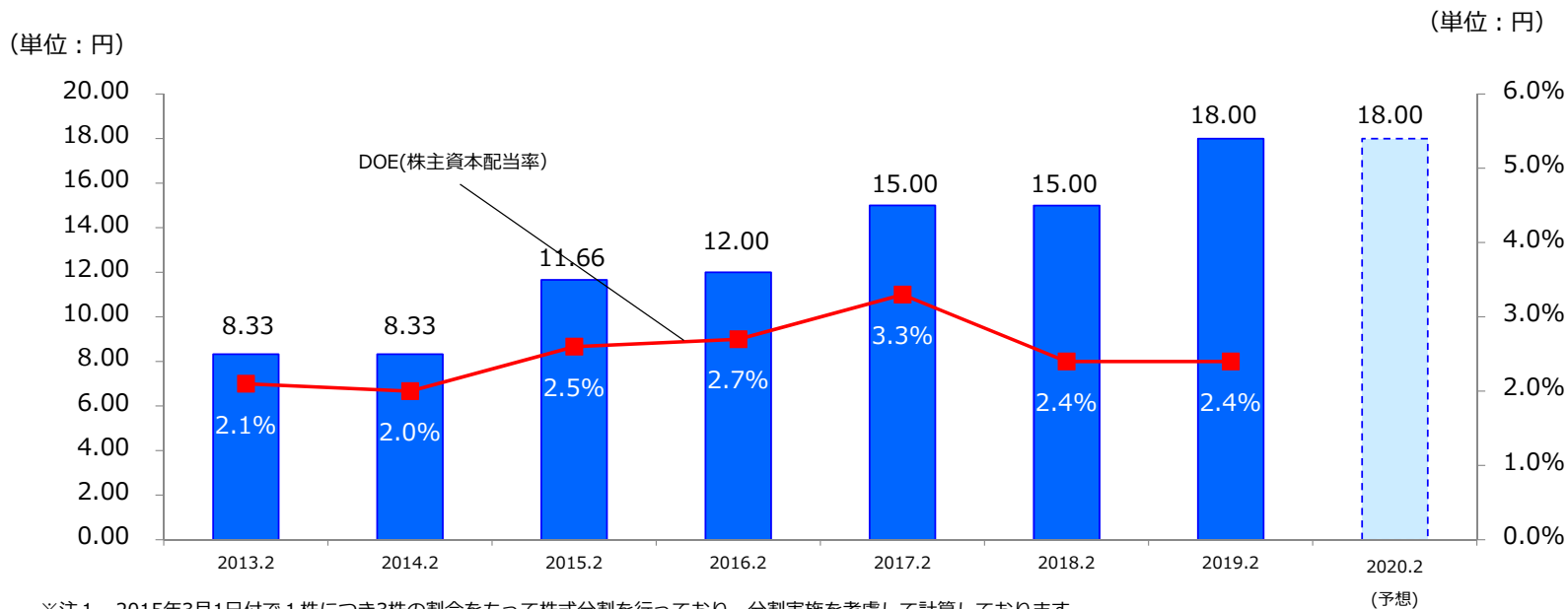
(資産) 主な要因といたしましては、現金及び預金が938,321千円増加したものの、投資有価証券、繰延税金資産、有形固定資産がそれぞれ1,318,126千円、561,134千円、298,542千円減少したこと等によるものであります。

(負債) 主な要因といたしましては、長期借入金、1年内返済予定の長期借入金がそれぞれ1,779,144千円、292,842千円増加したものの、短期借入金、繰延税金負債がそれぞれ2,900,000千円、366,800千円減少したこと等によるものであります。

(単位：百万円)

| | 2018年 2月期 | 2019年 2月期 | 前期比増減 |
|-------------------------|--------------|----------------|---------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 2,003 | 2,949 | 945 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | ▲ 3,640 | ▲ 699 | 2,941 |
| フリー・キャッシュ・フロー | ▲ 1,636 | 2,249 | 3,886 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | 886 | ▲ 1,223 | ▲ 2,110 |
| 現金及び現金同等物の増加額 | ▲ 784 | 1,008 | 1,792 |
| 連結の範囲変更に伴う現金及び現金同等物の増加額 | 731 | - | ▲ 731 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 4,793 | 5,801 | 1,008 |

2019年4月12日に「配当方針の変更及び剰余金の配当（増配）に関するお知らせ」を公表
 中間配当を実施することに加え、2019年2月期の配当を15年から18円へ増配することを取締役会で決議



※注1 2015年3月1日付で1株につき3株の割合をもって株式分割を行っており、分割実施を考慮して計算しております。

※注2 DOE (株主資本配当率) は、年間配当額÷自己資本にて算出

売上高及び既存店推移



株式会社ゴールデンマジック
【九州熱中屋 上野LIVE】(東京)

1

飲食事業 広告媒体の最適化などにより98.8%と堅調

→天候不順などの一過性の影響を受けたものの堅調に推移

2

アミューズメント事業 既存店昨対104.3%と好調

→風営法等の解釈基準の改正に伴う緩和による売上増

3

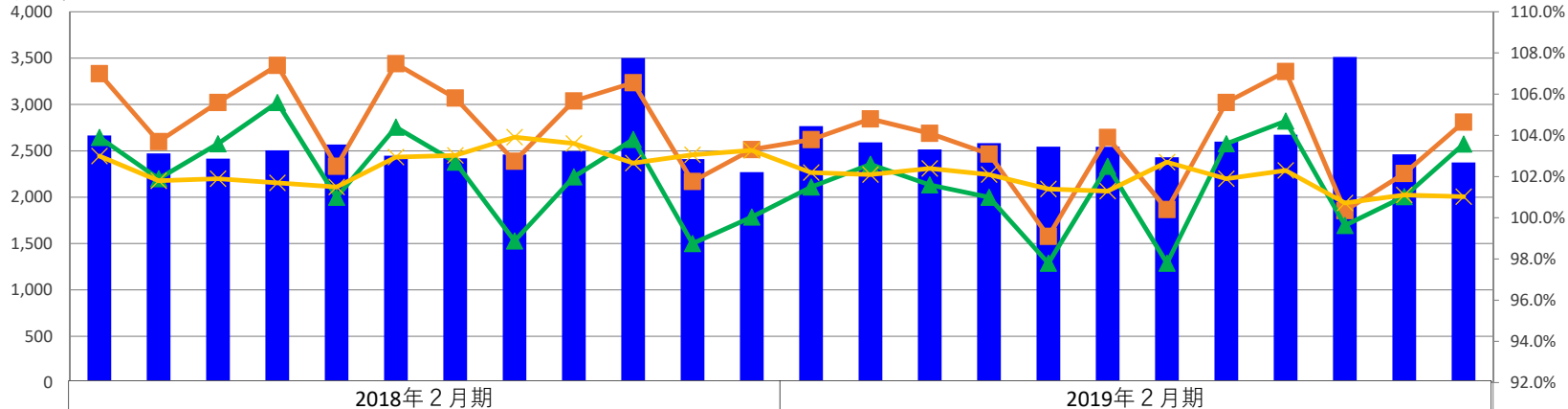
グループ間シナジーによる物流コストなどの抑制

→店舗配送ルートをグループ全体で再構築することで高騰する物流コストの抑制

国内全店 売上高・客数・客単価 前年同月比



(単位：百万円)
4,000



2018年2月期

2019年2月期

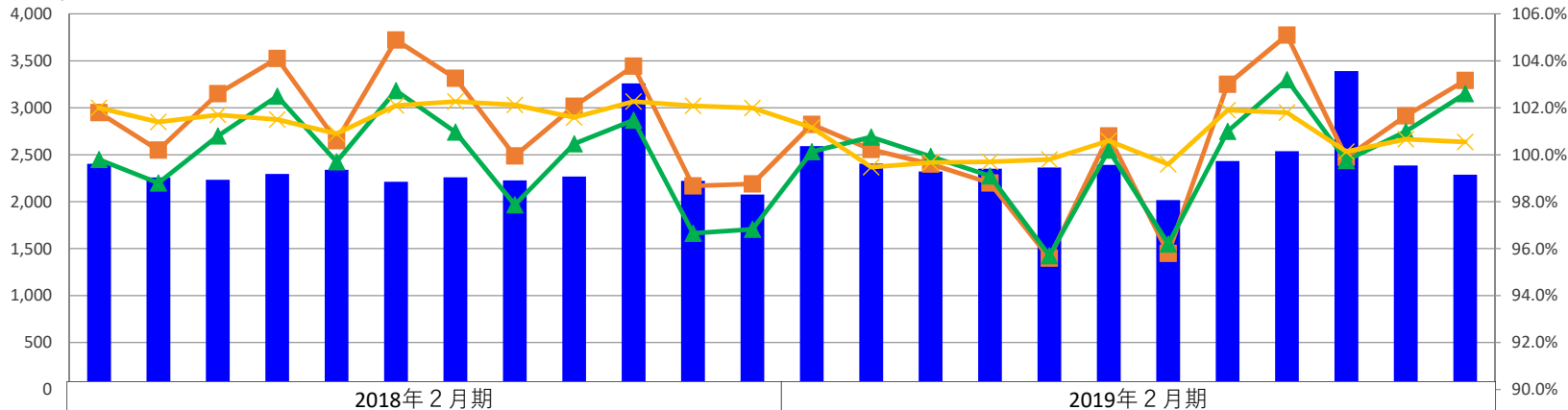
| | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| ■ 売上高 | 2,667 | 2,473 | 2,417 | 2,507 | 2,569 | 2,448 | 2,420 | 2,461 | 2,497 | 3,501 | 2,412 | 2,270 | 2,767 | 2,592 | 2,515 | 2,583 | 2,546 | 2,545 | 2,431 | 2,600 | 2,675 | 3,514 | 2,463 | 2,376 |
| ■ 売上高 | 107.0% | 103.7% | 105.6% | 107.4% | 102.5% | 107.5% | 105.8% | 102.7% | 105.7% | 106.6% | 101.8% | 103.3% | 103.8% | 104.8% | 104.1% | 103.1% | 99.1% | 103.9% | 100.4% | 105.6% | 107.1% | 100.4% | 102.2% | 104.6% |
| ■ 客数 | 103.9% | 101.9% | 103.6% | 105.6% | 101.0% | 104.4% | 102.7% | 98.9% | 102.0% | 103.8% | 98.7% | 100.0% | 101.5% | 102.6% | 101.6% | 101.0% | 97.8% | 102.5% | 97.8% | 103.6% | 104.7% | 99.6% | 101.0% | 103.6% |
| ■ 客単価 | 103.0% | 101.8% | 101.9% | 101.7% | 101.5% | 103.0% | 103.0% | 103.9% | 103.6% | 102.7% | 103.1% | 103.3% | 102.2% | 102.1% | 102.4% | 102.1% | 101.4% | 101.3% | 102.7% | 101.9% | 102.3% | 100.7% | 101.1% | 101.0% |

| | 1 Q | 2 Q | 3 Q | 4 Q | 1 Q | 2 Q | 3 Q | 4 Q |
|-----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 売上高 | 105.5% | 105.7% | 104.7% | 104.2% | 104.2% | 101.9% | 104.4% | 102.1% |
| 客数 | 103.1% | 103.6% | 101.2% | 101.1% | 101.9% | 100.3% | 102.0% | 101.2% |
| 客単価 | 102.3% | 102.0% | 103.5% | 103.1% | 102.3% | 101.6% | 102.4% | 100.9% |

国内既存店 売上高・客数・客単価 前年同月比



(単位：百万円)

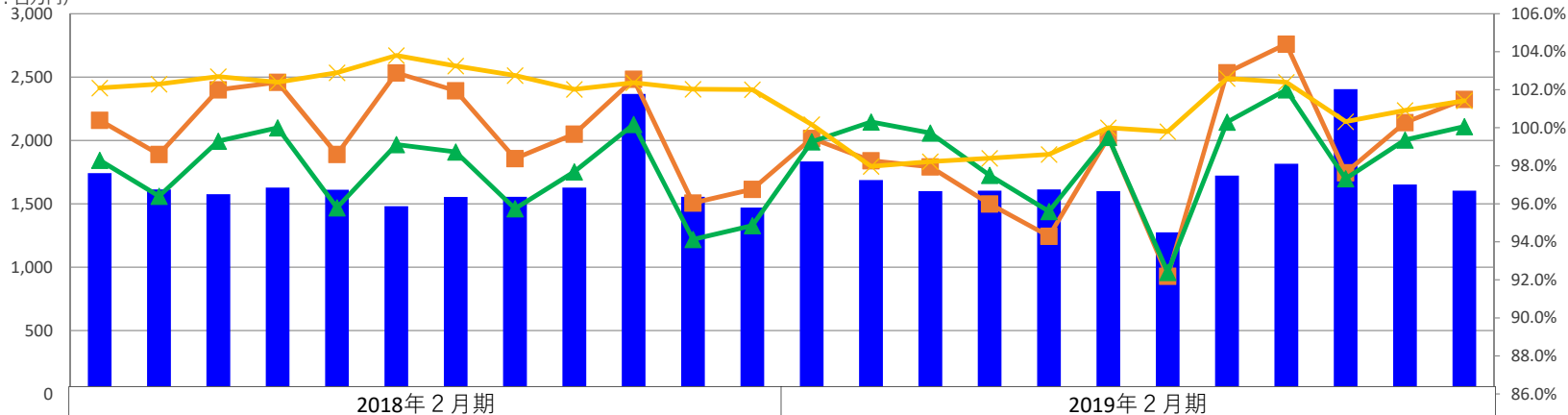


| | 2018年2月期 | | | | | | | | | | | | 2019年2月期 | | | | | | | | | | | |
|-------|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 |
| ■ 売上高 | 2,405 | 2,259 | 2,234 | 2,297 | 2,340 | 2,213 | 2,260 | 2,228 | 2,268 | 3,260 | 2,222 | 2,078 | 2,593 | 2,406 | 2,323 | 2,352 | 2,365 | 2,392 | 2,019 | 2,434 | 2,539 | 3,392 | 2,387 | 2,288 |
| ■ 売上高 | 101.8% | 100.2% | 102.6% | 104.1% | 100.6% | 104.9% | 103.3% | 100.0% | 102.1% | 103.8% | 98.7% | 98.8% | 101.3% | 100.2% | 99.6% | 98.8% | 95.6% | 100.8% | 95.8% | 103.0% | 105.1% | 99.9% | 101.7% | 103.2% |
| ■ 客数 | 99.8% | 98.8% | 100.8% | 102.5% | 99.7% | 102.7% | 101.0% | 97.9% | 100.5% | 101.5% | 96.7% | 96.8% | 100.1% | 100.8% | 99.9% | 99.1% | 95.7% | 100.2% | 96.2% | 101.0% | 103.2% | 99.8% | 101.0% | 102.6% |
| ■ 客単価 | 102.0% | 101.4% | 101.7% | 101.5% | 100.9% | 102.1% | 102.3% | 102.1% | 101.6% | 102.3% | 102.1% | 102.0% | 101.2% | 99.5% | 99.7% | 99.7% | 99.8% | 100.6% | 99.6% | 101.9% | 101.8% | 100.1% | 100.7% | 100.5% |

| | 1 Q | | 2 Q | | 3 Q | | 4 Q | | 1 Q | | 2 Q | | 3 Q | | 4 Q | |
|-----|--------|--|--------|--|--------|--|--------|--|--------|--|--------|--|--------|--|--------|--|
| 売上高 | 101.5% | | 103.1% | | 101.7% | | 100.8% | | 100.4% | | 98.4% | | 101.5% | | 101.3% | |
| 客数 | 99.8% | | 101.6% | | 99.8% | | 98.6% | | 100.3% | | 98.3% | | 100.2% | | 101.0% | |
| 客単価 | 101.7% | | 101.5% | | 102.0% | | 102.3% | | 100.1% | | 100.0% | | 101.3% | | 100.4% | |

国内飲食既存店 売上高・客数・客単価 前年同月比

(単位：百万円)
3,000



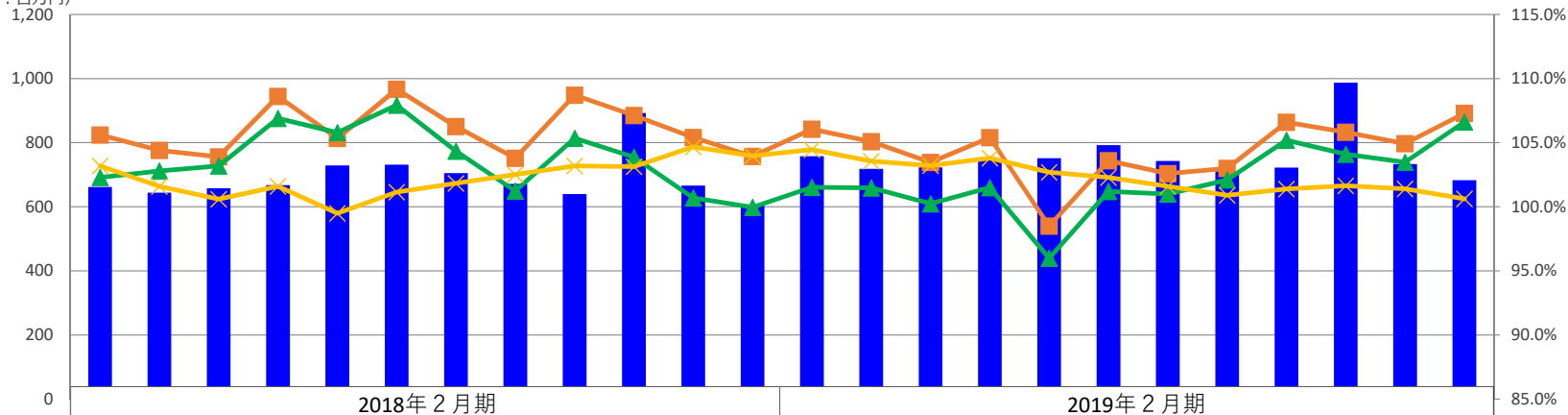
| | 2018年2月期 | | | | | | | | | | | | 2019年2月期 | | | | | | | | | | | |
|-------|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 |
| ■ 売上高 | 1,743 | 1,614 | 1,576 | 1,629 | 1,611 | 1,482 | 1,555 | 1,556 | 1,628 | 2,367 | 1,555 | 1,470 | 1,835 | 1,688 | 1,600 | 1,605 | 1,613 | 1,600 | 1,275 | 1,723 | 1,816 | 2,405 | 1,653 | 1,605 |
| ■ 売上高 | 100.4% | 98.6% | 102.0% | 102.4% | 98.6% | 102.9% | 102.0% | 98.4% | 99.7% | 102.6% | 96.0% | 96.8% | 99.4% | 98.3% | 98.0% | 96.0% | 94.3% | 99.5% | 92.2% | 102.9% | 104.4% | 97.6% | 100.3% | 101.5% |
| ■ 客数 | 98.3% | 96.4% | 99.3% | 100.0% | 95.8% | 99.1% | 98.7% | 95.7% | 97.7% | 100.2% | 94.1% | 94.9% | 99.3% | 100.3% | 99.7% | 97.5% | 95.6% | 99.5% | 92.4% | 100.3% | 102.0% | 97.3% | 99.4% | 100.1% |
| ■ 客単価 | 102.1% | 102.3% | 102.7% | 102.4% | 102.9% | 103.8% | 103.3% | 102.8% | 102.0% | 102.4% | 102.0% | 102.0% | 100.2% | 98.0% | 98.2% | 98.4% | 98.6% | 100.0% | 99.8% | 102.6% | 102.4% | 100.3% | 100.9% | 101.4% |

| | 1 Q | 2 Q | 3 Q | 4 Q | 1 Q | 2 Q | 3 Q | 4 Q |
|-----|--------|--------|--------|--------|-------|-------|--------|--------|
| 売上高 | 100.3% | 101.2% | 100.0% | 99.0% | 98.6% | 96.5% | 100.4% | 99.5% |
| 客数 | 98.0% | 98.2% | 97.4% | 96.8% | 99.8% | 97.5% | 98.5% | 98.7% |
| 客単価 | 102.4% | 103.0% | 102.7% | 102.3% | 99.8% | 99.0% | 101.9% | 100.8% |

国内アミューズメント既存店 売上高・客数・客単価 前年同月比



(単位：百万円)
1,200



| | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | | | | | | | | |
|-----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--|--|--|--------|--|--|--|
| 売上高 | 662 | 644 | 658 | 668 | 729 | 732 | 705 | 672 | 640 | 893 | 667 | 607 | 758 | 719 | 723 | 748 | 752 | 792 | 743 | 711 | 722 | 987 | 734 | 683 | | | | | | | | |
| 売上高 | 105.6% | 104.4% | 103.9% | 108.6% | 105.3% | 109.2% | 106.3% | 103.8% | 108.7% | 107.1% | 105.4% | 103.9% | 106.1% | 105.1% | 103.5% | 105.4% | 98.5% | 103.6% | 102.6% | 103.0% | 106.6% | 105.8% | 104.9% | 107.3% | | | | | | | | |
| 客数 | 102.3% | 102.8% | 103.2% | 106.9% | 105.8% | 107.9% | 104.3% | 101.2% | 105.4% | 103.9% | 100.7% | 100.0% | 101.5% | 101.5% | 100.2% | 101.5% | 96.0% | 101.2% | 101.0% | 102.1% | 105.2% | 104.1% | 103.5% | 106.6% | | | | | | | | |
| 客単価 | 103.2% | 101.6% | 100.6% | 101.6% | 99.5% | 101.1% | 101.8% | 102.5% | 103.2% | 103.1% | 104.7% | 104.0% | 104.5% | 103.6% | 103.2% | 103.8% | 102.7% | 102.3% | 101.6% | 100.9% | 101.4% | 101.6% | 101.4% | 100.6% | | | | | | | | |
| | 1 Q | | | | 2 Q | | | | 3 Q | | | | 4 Q | | | | 1 Q | | | | 2 Q | | | | 3 Q | | | | 4 Q | | | |
| 売上高 | 104.6% | | | | 107.7% | | | | 106.2% | | | | 105.7% | | | | 104.9% | | | | 102.4% | | | | 104.0% | | | | 106.0% | | | |
| 客数 | 102.8% | | | | 106.9% | | | | 103.6% | | | | 101.7% | | | | 101.1% | | | | 99.5% | | | | 102.7% | | | | 104.6% | | | |
| 客単価 | 101.8% | | | | 100.7% | | | | 102.5% | | | | 104.0% | | | | 103.8% | | | | 102.9% | | | | 101.3% | | | | 101.3% | | | |

- ・各段階利益において過去最高益更新とし、4期連続での増収増益を目論む
- ・2020年2月期においては、収益ブランドの更なる収益力向上及び本社PMIを重点施策として策定

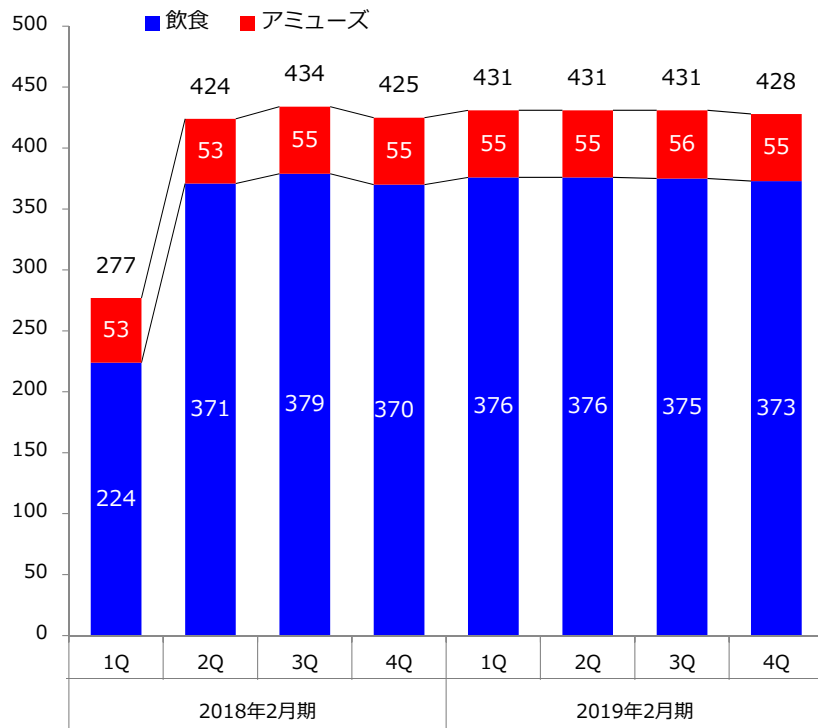
| 科目名 | 2019年2月期 (実績) | 2020年2月期 (計画) | 増減率 | コメント |
|---------------------|------------------|-----------------------------|--------------------|--|
| | (累計) | (累計) | | |
| 売上高 | 50,973 | 57,730 | 13.3% | (通期予算策定における前提条件) ・既存店前年対比：(飲食事業：100.8%、アミューズメント：102.0%) ・新規出店店舗数：26店舗(国内25店舗、海外1店舗) |
| 営業利益 | 2,116 4.2% | 2,340 4.1% | 10.6% ▲0.1point | ・ビール仕入額の上昇による売上原価率及び人件費の高止まりによりコスト面においては、2019年2月期構成比を維持 ・新規出店によるイニシャルコスト見込みの増加分(対2019年2月期実績 7店舗増) |
| 経常利益 | 2,232 4.4% | 2,350 4.1% | 5.3% ▲0.3point | |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 1,085 2.1% | 1,170 2.0% | 7.8% ▲0.1point | |

新規出店の状況



株式会社ゼットン
【orangé】（東京）

店舗数推移



新規出店：19店舗（国内17店舗、海外2店舗）

退店店舗：16店舗

【店舗数推移】

| | 1Q | 2Q | 中間期合計 | 3Q | 4Q | 通期合計 |
|-----------------|----|----|-------|----|----|------|
| ①新規出店 | 8 | 3 | 11 | 6 | 2 | 19 |
| ②業態変更 | 5 | 0 | 5 | 1 | 1 | 7 |
| ③退店 | 2 | 3 | 5 | 6 | 5 | 16 |
| ④純増店舗数 (①-③) | 6 | 0 | 6 | 0 | ▲3 | 3 |

※注 上記直営店舗の他、LC7店舗、FC7店舗を運営しております。

出店ブランド紹介



【やきとり〇金】

60円～のやきとりとセルフドリンクバーをお楽しみいただける焼鳥店



【薩摩ごかもん】

趣のある蔵元個室で九州味巡りが楽しめる郷土料理専門店



★【ベリ千葉BBQテラス】

商業施設の屋上テラスなどを利用した期間限定営業のビアガーデン【期間限定】



【ALOHA TABLE(アロハテーブル)】

ワイキキに本店を構えアイランド・カルチャーライフスタイルを提案するハワイアンカフェ&ダイニング



【chano-ma (チャノマ)】

21世紀の茶の間をコンセプトにペットを利用した小上がり空間で家庭料理がコンセプトの料理を堪能できるカフェダイニング



【九州熱中屋】

コンセプトはサバと餃子の旨い店活サバや九州の美味しい料理を集めた九州料理専門店



【WINEHALL GLAMOUR】

「ワインホールグラマー」自慢のグリル料理をソムリエ厳選のワインと一緒に堪能できる肉バル



【GLASS DANCE(グラスダンス)】

世界のビールとグリル料理が楽しめるラウンジ&バー



【DON CONA CONERY】

「ドンコナコネリー」窯で焼き上げる本格ナポリピッツァが自慢のカジュアルイタリアン



★【Pieee Parlor Parisien】

「パイパーラーパリジャン」ここでしか出会えないたくさんの味が楽しめるパイ専門店



★【ZIGU(ジグ)】

コンセプトは「EAT LOCAL」ハワイの食材を心行くまで堪能できる和食レストラン&バー



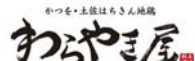
★【PARIS.HAWAII(パリハワイ)】

ハワイの食材をフレンチの伝統的技法で創り出す地産地消を目指したアイランドフレンチレストラン



★【NOVEL(ノベル)】

「CELEBRATING DIVERCITY -多様性を祝う」がコンセプト業界の常識を覆す自由度の高いウェディング施設シャンパンバー【TO BEGIN WITH】を併設



【わらやき屋】

豪華な炭焼きの炎で一気に焼き上げる「わらやき」が楽しめる土佐料理専門店



【GLANSIT(グランジット)】

洗練されたインテリアデザインと快適性を追求したワンランク上のカプセルホテル

(ご参考) カテゴリー別展開方針

カテゴリー

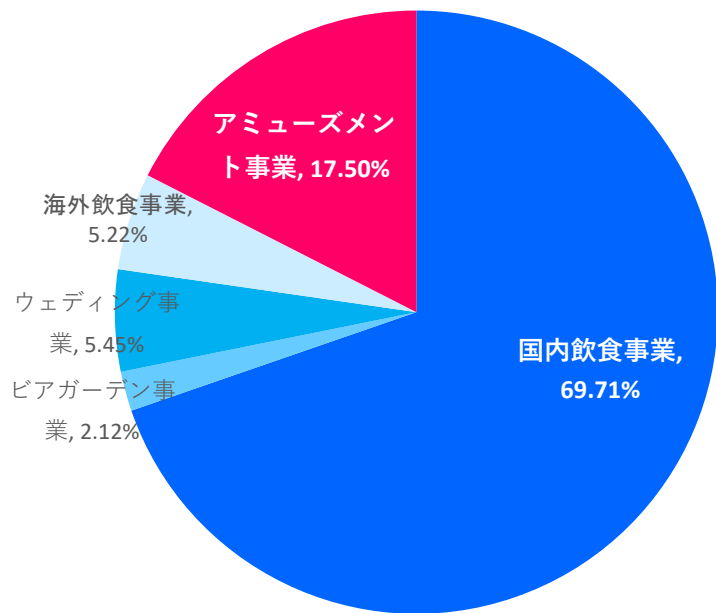
展開方針

| | カテゴリー | 展開方針 | |
|------|------------|---|--|
| 飲食事業 | 国内 | 飲食事業 | 首都圏を中心に居酒屋・ダイニング・カフェなど様々な店舗を展開。今期においては従前どおり既存ブランドのブラッシュアップを行いながら、業容拡大並びに更なるポートフォリオ拡充のための業態開発に注力。期初計画、12店舗新規出店計画のところ13店舗オープンにて着地。 |
| | | ビアガーデン | (株)ゼットンにて2019年2月末時点で8店舗運営。天候に左右されやすいため、今後も雨天に強く安定的な利益貢献ができる店舗運営へ取り組む方針。新規出店についても高い収益性が見込まれる立地のみを厳選。期初計画、1店舗新規出店を計画し1店舗オープンにて着地。 |
| | | ウェディング | グループ全体において2月末時点で6施設11店舗を運営(ウェディング施設に付随するレストラン店舗などを含む)。前期においては(株)The Sailingにて「京都祝言」を開業。期初計画、今期新規出店計画はなしであったが、大阪・心斎橋に「NOVEL SHINSAIBASHI」を1月に開業済。 |
| | 海外 | 海外飲食 | 全店舗ハワイにて展開。2018年5月に和食&レストランバー「ZIGU」、8月に「PARIS.HAWAII」を出店。今期は全店黒字化に向けて、コラボに取り組むなど営業活動の見直し・ブラッシュアップを行う方針。今期2店舗の期初計画通り、「ZIGU」「PARIS.HAWAII」をオープンにて着地。 |
| | アミューズメント事業 | ビリヤード・ダーツ・カラオケ事業、インターネットカフェ事業、「KAWAII MONSTER CAFE HARAJUKU」の運営に加え、昨年よりカプセルホテル事業に参入。厳選した立地のみ出店を行い、今後さらなる収益性向上を目指す。期初計画、2店舗新規出店を計画のところ、2018年9月にカプセルホテル「GLANSIT KYOTO KAWARAMACHI~CONFORT CAPSULE HOTEL~」を1店舗オープンし着地。 | |

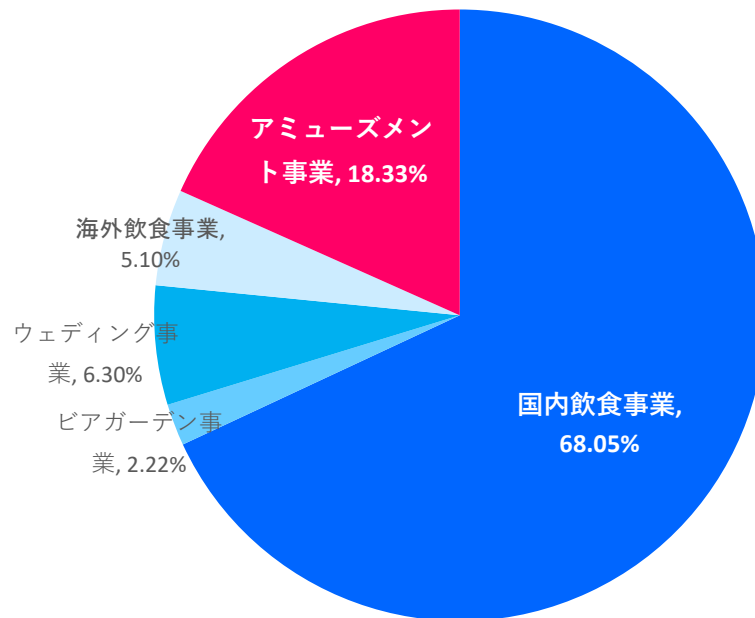
(ご参考) カテゴリー別売上高比率

ビアガーデン事業、ウェディング事業の構成比が増加したことに伴い、国内飲食事業は微減

構成比
(2018年2月期)



構成比
(2019年2月期)



トピックス



株式会社商業藝術
【chano-ma 中目黒】

DD POINT の状況

グループ全体で「DD POINT」のシステム対応を進め、当期末で442店舗で利用可能。



| グループ会社 | 2018.2月末時点 | 2019.2月末時点 |
|-------------|------------|------------|
| ダイヤモンドダイニング | ○ | ○ |
| ゴールデンマジック | ○ | ○ |
| バグース | ○ | ○ |
| ゼットン | ○ | ○ |
| 商業藝術 | - | ○ |
| エスエルディー | - | ○ ※注2 |

合計442店舗

※注1 一部店舗ではご利用いただけません。

※注2 エスエルディー店舗は2018年9月よりポイントの使用のサービスがスタートしており、付与につきましては2019年3月1日より順次サービスを開始しております。

主な外部コラボレーション



吉本興業株式会社社員食堂
「Munch Lunch (マンチ ランチ)」をプロデュース

店舗名「Munch Lunch」にはモグモグ食べるという意味があります。食事の時間が不規則になりがちな吉本興業で働く人々が、決まった時間にご飯を食べられる場所。栄養バランスの良い、温かい、おいしいものが食べられて、ごはんで元気に健康になれる食堂。打合せや収録、取材などで来た芸人さん、普段は地方事務所で働く社員が、東京本部に来たら立ち寄りたくなる食堂を目指されます。



映画「熱狂宣言」との期間限定コラボレーション

吉本興業株式会社のグループ会社であります「株式会社KATSU-do」配給の映画「熱狂宣言」のポップアップストアを2018年10月19日（金）にオープン。
（ダイヤモンドダイニング運営店舗「GLASS DANCE Roppongi」にて期間限定）

会社概要



株式会社バグース
【KAWAII MONSTER CAFE HARAJUKU】（東京）

会社概要 (2019年2月末日現在)



- ◆ 商号 株式会社DDホールディングス (旧商号：株式会社ダイヤモンドダイニング)
- ◆ 上場市場 東京証券取引所 市場第一部
- ◆ 証券コード 3073
- ◆ 本社所在地 東京都港区芝4-1-23 三田NNビル18F
- ◆ 設立 1996年3月 (平成8年)
- ◆ 資本金 6億9,938万円
- ◆ 発行済株式数 7,821,360株 (注) 2019年2月末日現在
- ◆ 決算 2月末日
- ◆ 代表者名 松村 厚久
- ◆ 従業員数 連結 8,840名 (正社員 1,717名・パートナー (平均) 7,123名)
- ◆ グループ会社
 - ・ 連結子会社数 : 18社
 - ・ 非連結子会社数 : 1社
 - ・ 持分法適用関連会社数 : 1社
- ◆ 監査法人 太陽有限責任監査法人
- ◆ 事業内容 飲食事業 (居酒屋・レストラン等)、海外飲食事業
アミューズメント事業 (ビリヤード・ダーツ・複合カフェ等)、ウェディング事業、カプセルホテル事業

世界に誇る 「オープンイノベーション企業」

Dynamic & *Dramatic*

大胆かつ劇的に行動する



SUN POOL GOLDEN MAGIC

zettan
inc

藝商業藝術

THE SAILING
TO THE WORLD
YOU'VE NEVER SEEN

BAGUS

 Diamond Dining
International Corporation

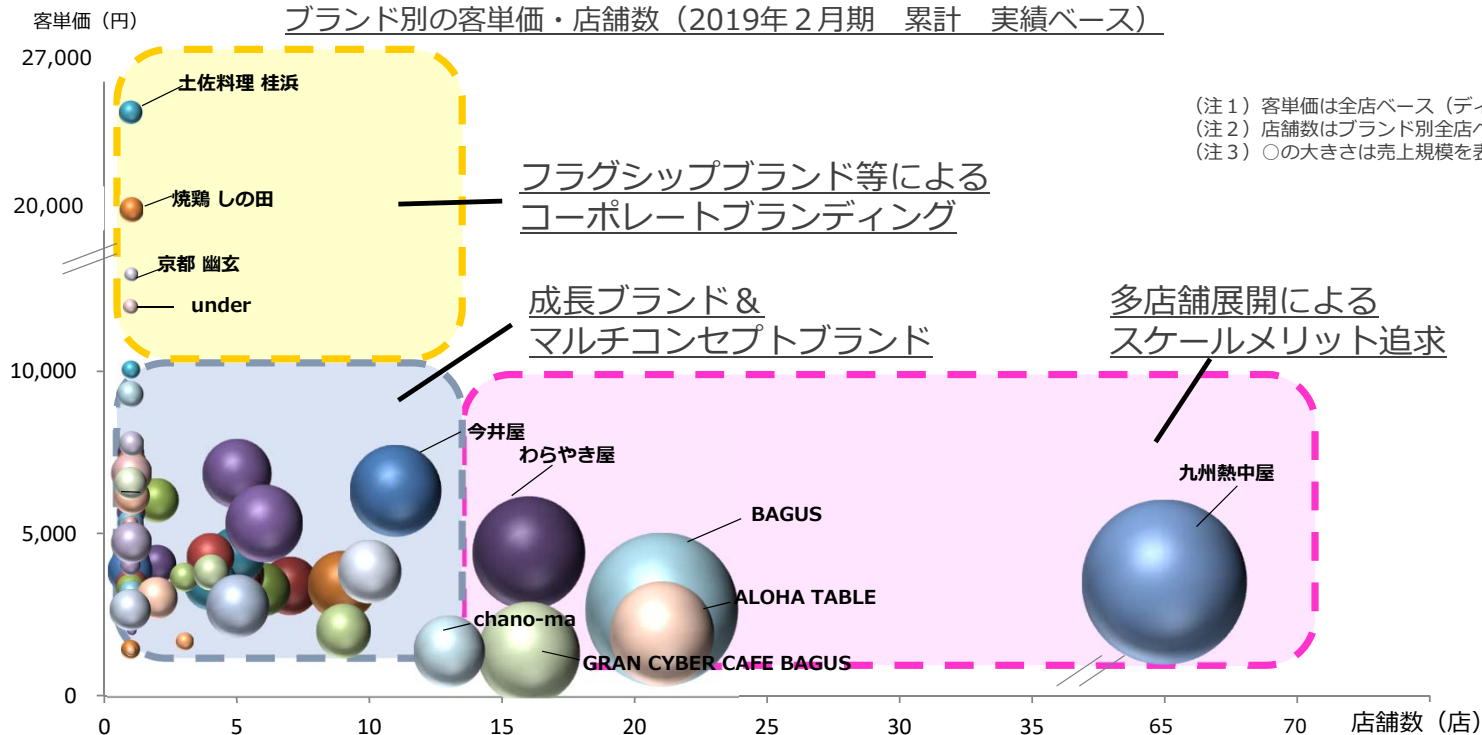
 SLU ENTERTAINMENT INC.

(持分法適用関連会社) ※

(ご参考) ブランドポートフォリオ

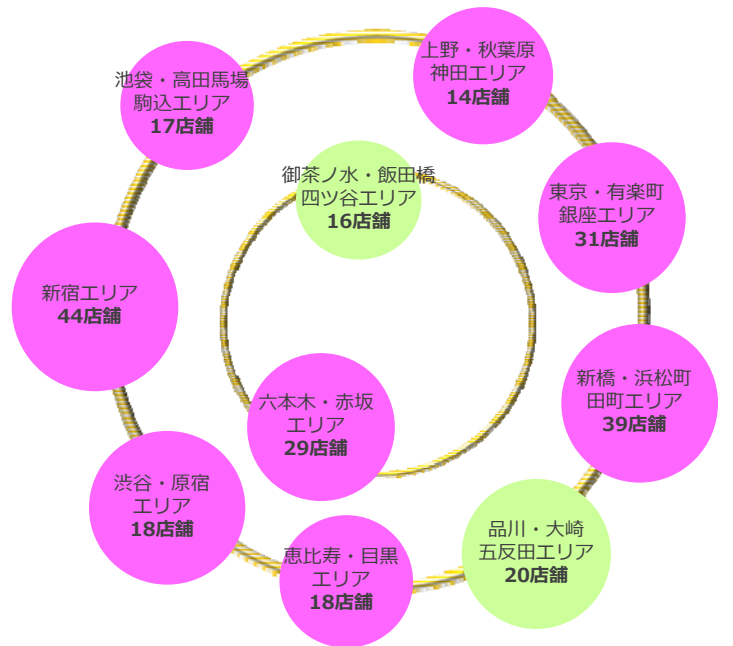
ブランドポートフォリオを明確化することにより、あらゆるリスクを回避

ブランド別の客単価・店舗数 (2019年2月期 累計 実績ベース)



山手線沿線出店状況 -ドミナント戦略-

山手線沿線出店状況(2019年2月末現在)



山手線沿線内出店数

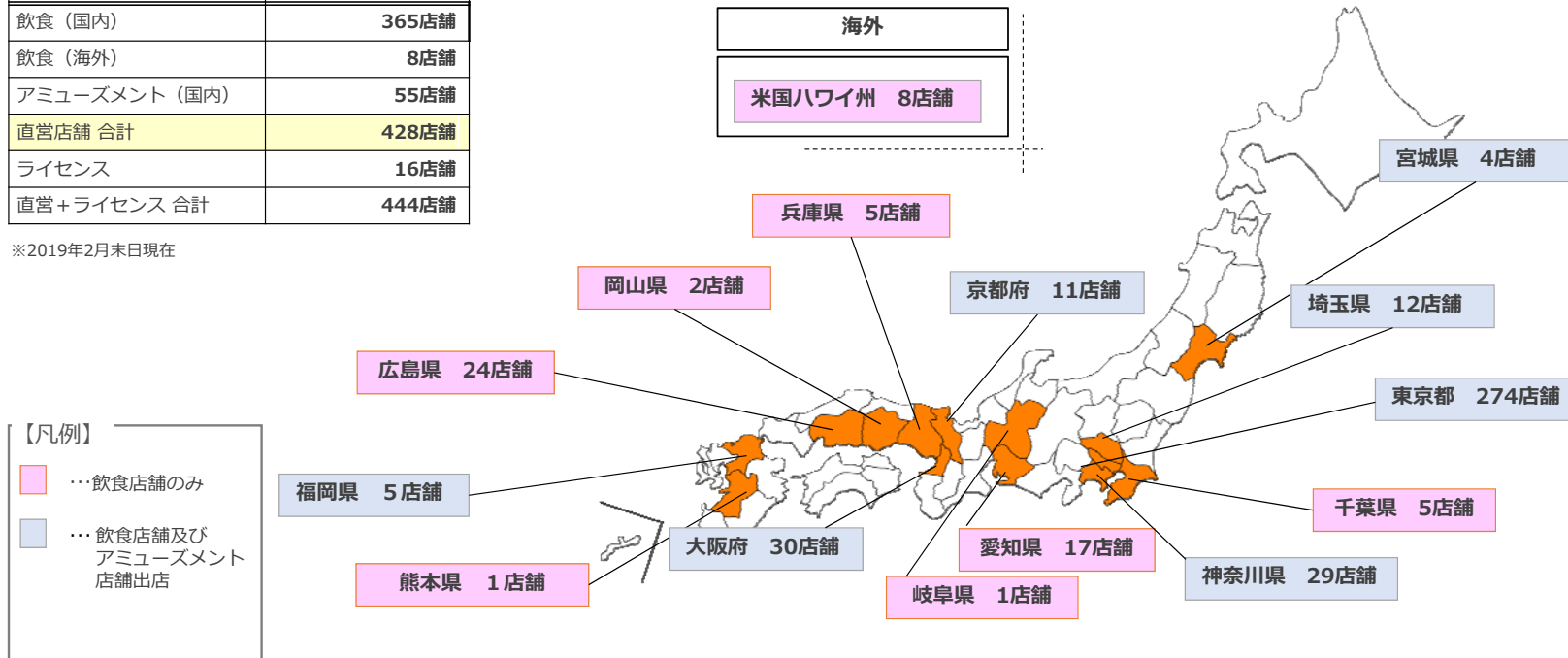
合計246店舗

【凡例】 ● …飲食店舗とアミューズメント店舗がドミナント ● …飲食店舗のみ

■ 店舗数

| 属性 | 店舗数 |
|--------------|-------|
| 飲食（国内） | 365店舗 |
| 飲食（海外） | 8店舗 |
| アミューズメント（国内） | 55店舗 |
| 直営店舗 合計 | 428店舗 |
| ライセンス | 16店舗 |
| 直営+ライセンス 合計 | 444店舗 |

※2019年2月末日現在



(ご参考) 新規ブランド紹介①



ZIGU 

【ZIGU (ジグ)】(2018年5月14日オープン)

店名である「ZIGU (ジグ)」の言葉の由来は、店のコンセプトである「EAT LOCAL」(地産地消)を、「地(ZI)を喰らう(GU)」と、和の音に置き換えました。
ハワイの食材を心ゆくまで味わえる、今までにない和食レストラン&バーとなります。



P A R I S . H A W A I I

【HISTORICAL APARTMENT】

ワイキキ、クヒオ通りとシーサイドアベニューの交差点を、アラワイ運河側に入ったロケーション。1939年に建てられた、歴史的建造物指定の建物を当時の面影を残しつつリノベート。先だってオープンしたZIGUの二階に位置する隠れ家的空間です。

【PARIS.HAWAII (パリ ハワイ)】(2018年8月28日オープン)

「ZIGU」の2階に位置する隠れ家的空間で、本場パリの老舗ビストロ店舗でスーシェフとして活躍した山中祐哉シェフが創り出す
ハワイの豊かな自然に育まれた食材による地産地消を目指したアイランドフレンチを堪能できるレストランとなります。

(ご参考) 新規ブランド紹介②



NOVEL

SHINSAIBASHI

[NOVEL SHINSAIBASHI (ノヴェル シンサイバシ)] (2019年1月開業)

「CELEBRATING DIVERCITY-多様性を祝う-」がコンセプト。

様々な人々が繰り広げるドラマのような日常がある大阪・心斎橋に今までの業界の常識を覆す自由度の高いウェディングステージ「NOVEL SHINSAIBASHI」が誕生いたします。

形容詞では“目新しい・奇抜な”の意味を持つ「NOVEL」という言葉を、誰しもが幼い頃、遊園地で感じた高揚感を主役とゲストが感じ得る場所として施設名称となります。

2017年9月に開業したウェディング施設第1号店「京都祝言」が大事にしている“OKIMOCCHI”の考え方はそのままに、サービスの仕方を変化させウェディング業界のみならず新しい分野へのイノベーションと新しい世代へのアプローチを行う新しいウェディング施設になります。

(ご参考) 新規ブランド紹介③



[Piee Parlor Parisien (パイ パーラー パリジャン)] (2018年11月開店)

「ここでしか出会えない、たくさんの味が楽しめるパイのお店」がコンセプト。

アップルパイをはじめ、デザートにピッタリの旬のフルーツやクリームを使用したパイや、食事の代わりになるセイボリーパイ (惣菜パイ) まで、バリエーション豊かなパイをお召し上がりいただける店舗となっております。シンプルでモダンな店内に広島を街を見渡せる開放感のあるお席をご用意し、居心地のよい空間でお食事をお楽しみいただけます。

広島PARCO本館の1階に位置し、毎日食べにきていただいても飽きさせない多種多様なパイをご提供する新ブランドになります。



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

グループ経営企画本部 IR部

T E L : 03-6858-6082

F A X : 03-6858-6083

E-mail : ir@dd-holdings.com



DD HOLDINGS