
2020年3月期2Q連結累計期間の業績に関する説明資料



2019年11月

目 次

I . グループ体制と地域展開の状況	P. 2～P. 4
II . 2020年3月期2Q連結累計期間におけるトピックス	P. 5～P. 11
III . 2020年3月期2Q連結累計期間の概要	P. 12～P. 16
IV . 2020年3月期通期見通し及びその他	P. 17～P. 19

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(IFRS)

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

I. グループ体制と地域展開の状況①

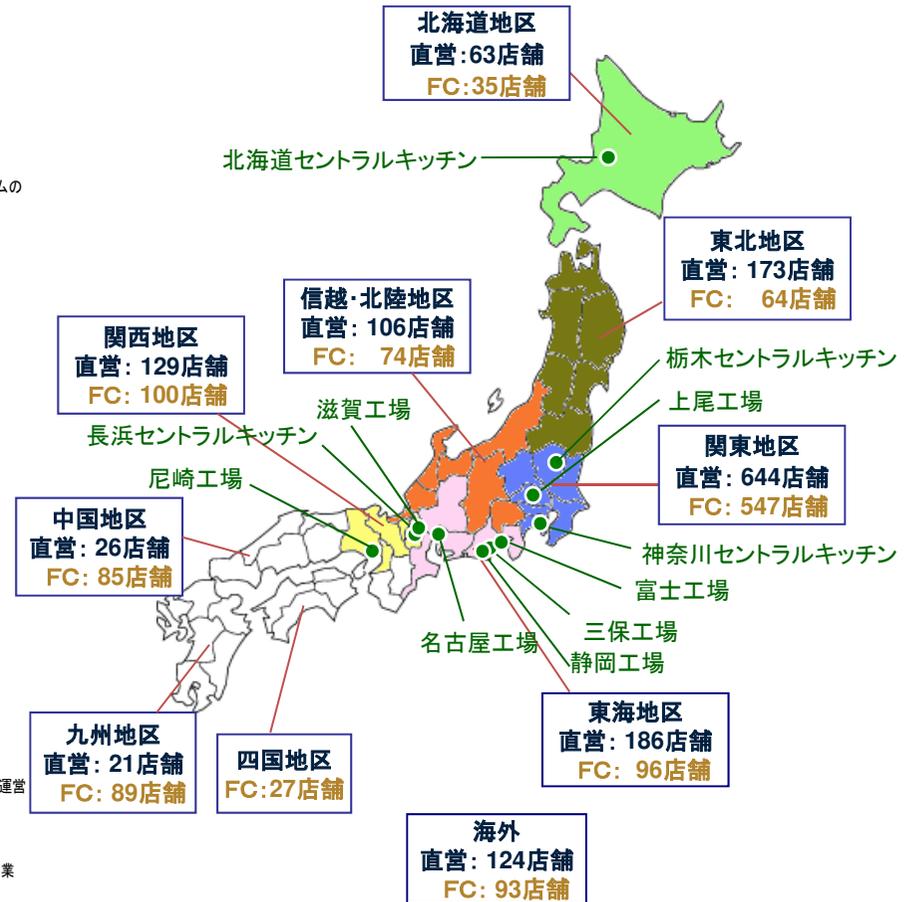
39社から構成されるコロワイドグループ
(2019年9月末現在)

直営店舗1,472店・FC店舗1,210店を展開
(2019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

株式会社 アトム (子会社2社を含む)	直営飲食店チェーン及びFC事業の運営 東証・名証2部 証券コード 7412
株式会社 シルスマリア	生菓子、焼き菓子、 チョコレート(生チョコ他)の製造・販売
株式会社 コロワイドMD	各種食品の商品開発・調達・製造 物流・マーチャンダイジング
株式会社 ダブルユーピージャパン	直営飲食店チェーンの経営
ワールドピーコム株式会社	外食事業向けセルフ・オーダー・トータルシステムの 開発・販売、無線通信技術の開発・運用
株式会社 パンノウ水産	マグロ類並びに水産物の卸売、加工販売
COLOWIDE ASIA CO.,LTD.	アジアでの店舗展開における投資会社
COLOWIDE VIETNAM.,JSC.	ベトナムを中心とする飲食店チェーンの運営
株式会社 WORITS	直営飲食チェーンの運営
株式会社 コスト・イズ	酒類等の販売・物流
株式会社 コロワイド (持株会社)	
東証1部 証券コード 7616 この他に、中間持株会社として 株レックス、株SPCレックス、 株SPCカッパ及び AME-GYU CO.,LTD.があります	
株式会社 レインズインターナショナル	外食ブランドの直営及びFCチェーンの運営
東京牛角股份有限公司	台湾における飲食店チェーンの運営
REINS INTERNATIONAL (SINGAPORE) PTE.LTD.	東南アジアにおける飲食店チェーンの運営
REINS INTERNATIONAL (THAILAND) CO.,LTD	タイにおける飲食店チェーンの運営
PT.REINS MARINDO INDONESIA	インドネシアにおける飲食店チェーンの運営
台湾瑞滋国際股份有限公司	台湾における飲食店チェーンの運営
REINS INTERNATIONAL (USA) CO.,LTD (子会社8社を含む)	北米における飲食店チェーンの運営
株式会社フレッシュネス	ハンバーガーブランドの直営及びFCチェーンの運営
カッパ・クリエイトコア株式会社	韓国における飲食店チェーンの運営
カッパ・クリエイト株式会社 (子会社2社を含む)	直営飲食店チェーンの多店舗展開及びデリカ事業 東証1部 証券コード7421
株式会社 ダイニング・クリエーション	直営飲食チェーンの運営
株式会社 ココット	事務処理業務



I. グループ体制と地域展開の状況②

グループの主要ブランド

業態名	主要ブランド	2019/9月末 店舗数
居酒屋	<ul style="list-style-type: none"> ・手作り居酒屋 甘太郎 ・北の味紀行と地酒 北海道 ・遊食三昧 ◎ (NIJYU-MARU) ・うまいものいっぱい いろはにほへと ・地酒とそば・京風おでん 三間堂 ・やきとりセンター ・Foodiun Bar 一磋 ・美酒・創菜ダイニング 寧々家 ・居酒屋 土間土間 ・居酒屋 かまどか 	直営 383店舗 FC 109店舗
洋食	<ul style="list-style-type: none"> ・ステーキ 宮 ・ゆであげパスタ&焼き上げピザ ラ・パウザ ・ウルフギャングパックカフェ 	直営 189店舗 FC 1店舗
すし	<ul style="list-style-type: none"> ・かっぱ寿司 ・にぎりの徳兵衛 	直営 372店舗 FC 8店舗
焼肉	<ul style="list-style-type: none"> ・炭火焼肉酒家 牛角 ・カルビ大将 	直営 197店舗 FC 659店舗
和食	<ul style="list-style-type: none"> ・しゃぶしゃぶ 温野菜 	直営 82店舗 FC 307店舗
カラオケ	<ul style="list-style-type: none"> ・カラオケ & パーティー 時遊館 	直営 32店舗 FC 1店舗
ファストフード	<ul style="list-style-type: none"> ・フレッシュネスバーガー 	直営 70店舗 FC 118店舗

主要ブランドの店舗数と当社グループ全店舗に占める割合	直営	1,325店舗 (90.0%)
	直営+FC	2,526店舗 (94.2%)

Ⅱ . 2020年3月期2Q連結累計期間におけるトピックス

Ⅱ. 2020年3月期2Q連結累計期間におけるトピックス①

自然災害による業績への影響

■ 大型台風の度重なる被害

	被害発生時期	営業休止・営業時間短縮延べ店舗数
台風15号	9月8日頃	677
台風17号	9月22日頃	0
台風19号	10月12日頃	2,179

台風15号



■ 業績への影響

これらの自然災害により、休業・営業時間短縮による利益毀損、店舗破損等の損害を被り
当社グループでは以下の通りの被害額が発生

	売上高毀損額	利益毀損額	物損による修繕費総額
台風15号	143百万円	46百万円	44百万円
台風17号	16百万円	10百万円	2百万円
台風19号	855百万円	262百万円	121百万円

Ⅱ. 2020年3月期2Q連結累計期間におけるトピックス②

グループ店舗全体の取り組み

■ キャッシュレスへの取り組み

QR・バーコード決済の導入を積極的に進め、7種のQR・バーコード決済をグループ全店に導入

- ・ 各社が実施する還元キャンペーンのメリットを享受
- ・ クレジットカードに比べて手数料が安価なことによる、決済手数料の抑止が出来た

■ キャッシュレス決済比率の変化

- ・ キャッシュレス決済が占める比率は上がり続けており、前年比で5%上昇している



Ⅱ. 2020年3月期2Q連結累計期間におけるトピックス③

レイズインターナショナル

CWカンパニー

- 「広島呑み屋街 ほのぼの横丁」と「北海道」が JR広島駅南口駅前
- ・ 「広島呑み屋街ほのぼの横丁」は、昭和レトロをモチーフとした空間に5つの専門店を揃え、最大8時間無制限飲み放題「セルフ飲み放題システム」を導入



- ・ 「北海道」は、人気の高い北海道の良質な食材をお届けできる業態であり広島へ初出店



- 業界初 新サブスクリプション「ビル縦断 7店舗はしご酒」を7/1～15の期間開催
- 同一ビル内で甘太郎、NIJYU-MARU他、計7店舗を定額制で飲み放題、最大7時間楽しめるはしご酒を実施



Ⅱ. 2020年3月期2Q連結累計期間におけるトピックス④

レイズインターナショナル

RIカンパニー

■ マーケティング施策

牛角のブランド力を活かし、家族連れ、会社員、若者など幅広い層のお客様へ牛角を訴求する施策を行った



“ちょっと贅沢”な黒毛和牛堪能メニュー
GW企画として3世代、連休中も頑張っている方へのご褒美



小学館“幼稚園”とコラボ 付録「やきにくりバーシ」
主に、小さいお子様がいらっしゃる家族向けへの訴求



“夏のスタミナ牛角”人気動画クリエイターとコラボ
YouTube等のサイトを視聴する若者への訴求

■ 「駆け込みトク呑み」の実施

主要4業態(牛角、かまどか、土間土間、温野菜)において、増税前に生ビールをお得に堪能していただきたいという思いから

「駆け込みトク呑み」を実施

目玉は、生ビールが何杯でも1杯88円！



Ⅱ. 2020年3月期2Q連結累計期間におけるトピックス⑤

アトム

■ 「ステーキ宮」サラダバー導入完了

「ステーキ宮」135店舗にサラダバー導入が完了し、計画を大幅に超えるスピード(80日)で100万食突破
より多くのお客様にサラダバーで、野菜の新しい食感を楽しんでもらいたい思いからキューピー株式会社が
提案する「サラダウィーク」とタイミングを合わせたキャンペーンを実施



Ⅱ. 2020年3月期2Q連結累計期間におけるトピックス⑥

カッパ・クリエイト

■ 「フルオーダー店舗」への改装の推進

前期より取り組んでいる、回転レーンをはずした「フルオーダー店舗」への転換は当年度25店舗の計画に対して、上期中に14店舗完了
 改装前と比較して、10%程度売上増の効果があり、廃棄ロス削減、労働生産性の向上に伴い利益貢献も顕著
 計画通り当期25店舗の実施を予定し、当期末でフルオーダー店舗は58店舗(全体の18%)になる見込



■ メニュー戦略

「かっぱ寿司」でしか味わえない、希少性、限定感の食材を、お客様に提供
 「焼津港 薫焼きかつお」「三陸石巻漁港 生サーモン」等の販売を実施



■ 「食べ放題」のリニューアル

多くのお客様から「ランチやディナータイムに食べ放題を楽しみたい!」というご要望にお応え
 店舗によっては「大とろ」などの高価格メニューも選べるコースも設定



Ⅲ. 2020年3月期2Q連結累計期間の概要

Ⅲ. 2020年3月期2Q連結累計期間の概要①

直営店の出退店の状況

	2019年3月末	組織再編	業態変更	出店	閉店	2019年9月末
コロワイドMD	303店舗	△303店舗	—	—	—	—
アトム	462店舗	—	△1店舗	3店舗	11店舗	453店舗
カッパ・クリエイト	331店舗	—	—	1店舗	3店舗	329店舗
レイズインターナショナル(RIC)	217店舗	—	—	3店舗	17店舗	203店舗
レイズインターナショナル(CWC)	—	288店舗	—	2店舗	23店舗	267店舗
レイズインターナショナル(アセアン地区)	69店舗	—	—	7店舗	2店舗	74店舗
AME-GYU	25店舗	—	—	1店舗	—	26店舗
カッパ・クリエイト코리아	7店舗	—	—	—	—	7店舗
フレッシュネス	66店舗	—	—	8店舗	4店舗	70店舗
ダブリューピージャパン	9店舗	—	—	—	—	9店舗
ダイニング・クリエイション	1店舗	—	1店舗	—	—	2店舗
WORITS	—	15店舗	—	—	—	15店舗
コロワイドベトナム	18店舗	—	—	—	1店舗	17店舗
合計	1,508店舗	—	—	25店舗	61店舗	1,472店舗

- グループ全体で直営39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(業態変更を含む)に注力したため25店舗にとどまる
- 一方、閉鎖店舗は55店舗の計画であったが、不採算店舗等の整理を行ったことから61店舗の閉鎖を実施

Ⅲ. 2020年3月期2Q連結累計期間の概要②

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)

	19年4月	5月	6月	7月	8月	9月	累計
売上高	100.3%	103.5%	100.7%	96.9%	103.1%	101.0%	101.0%
客数	99.5%	103.2%	101.3%	95.7%	101.5%	100.4%	100.2%
客単価	100.8%	100.4%	99.5%	101.3%	101.6%	100.6%	100.7%

※(7月)長梅雨となり、雨が多く気温も低く売上が低迷

居酒屋・レストラン業態の比較

		居酒屋	レストラン	全業態
売上高 構成比	直営店舗のみ	26.4%	73.6%	100.0%
	FC店舗含む	21.4%	78.6%	100.0%
既存店 (直営店)	売上高	98.6%	101.8%	101.0%
	客数	99.8%	100.3%	100.2%
	客単価	98.8%	101.5%	100.7%

※更に、レストラン業態の売上高シェアが上昇

Ⅲ. 2020年3月期2Q連結累計期間の概要③

2020年3月期2Q累計期間の総括

(単位:百万円)

	2019年3月期2Q累計 (IFRS)		2020年3月期2Q累計 (IFRS)		前期比
売上収益	121,118		120,070		99.1%
売上原価	52,515	43.4%	51,513	42.9%	98.1%
売上総利益	68,603	56.6%	68,557	57.1%	99.9%
その他営業 収益	568	0.5%	683	0.6%	120.2%
販売費及び 一般管理費	65,037	53.7%	64,092	53.4%	98.5%
その他営業 費用	635	0.5%	921	0.8%	145.0%
営業利益	3,499	2.9%	4,228	3.5%	120.8%
税引前利益	3,163	2.6%	1,996	1.7%	63.1%
四半期利益	1,687	1.4%	490	0.4%	29.0%
親会社に帰 属する当期 利益	761	0.6%	114	0.1%	15.0%
EBITDA	8,127	6.7%	8,546	7.1%	105.2%

売上収益の動向

■ 下記を主要因として前期比0.9%の減少

- ・ 収益性の改善を優先し、出店(25店)を上回るペースで不採算店の閉店(61店)を実施した結果、直営店舗は前年9月末比37店減少(▲2.5%)したことによる売上収益減少

営業利益の動向

■ 下記を主要因として前期比20.8%の増加(営業利益率が0.6%改善)

- ・ 食材ロスの削減、メニューの見直しに基づく食材の絞込みと歩留まりの向上、セントラルキッチンの生産性向上等により食材価格の上昇圧力を吸収し、原価率を0.5%削減
- ・ SNS活用による販促費の削減や不採算店の減少による賃借料率の改善等により人件費の上昇圧力を吸収し、販管費率を0.3%削減
- ・ マイナス要因としては、その他営業費用に571百万円の減損損失を計上

(注) 営業利益以下の項目で、「金融費用」として株式評価損820百万円を計上

■ キャッシュフロー創出力を示すEBITDAも着実に伸長

(注1) EBITDAは営業利益+減価償却費-その他営業収益+その他営業費用-キャッシュアウトを伴う減価償却費※

※IFRS16の適用により不動産賃借契約等のリース契約を資産計上し減価償却する会計処理となったことから、「キャッシュアウトを伴う減価償却」が発生する為、EBITDAの計算において差し引くもの

Ⅲ. 2020年3月期2Q連結累計期間の概要④

主な事業会社の業績

(単位:百万円)

		2019年3月期2Q累計	2020年3月期2Q累計	差異
レイズインターナショナル	売上収益	54,130	54,045	△ 85
	EBITDA	3,744	4,319	575
アトム	売上収益	26,025	25,840	△ 185
	EBITDA	2,100	1,799	△ 301
カップ・クリエイト	売上収益	39,518	38,958	△ 560
	EBITDA	1,556	2,383	827

(注)IFRS基準による数値

レイズインターナショナル

- 海外店舗網は順調に拡大し、また、国内でも牛角・温野菜等のレストラン業態の既存店売上高は堅調であったものの居酒屋業態を中心に不振店の閉鎖を進めたことから売上収益は横這い
- 不振店閉鎖に伴う収益改善効果等により、EBITDAは575百万円改善

アトム

- 既存店売上高は100.3%であったが、不振店閉鎖の影響から売上収益は微減
- ステーキ宮でのサラダバー導入により原価率が上昇
- オペレーションの効率化で吸収し切れなかった働き方改革に伴う人件費率が上昇し減益要因に
但し通期ではオペレーションの効率化で吸収できる見込
- 不振店閉鎖に伴う収益性の改善はあったものの、原価率や人件費率等の上昇の影響からEBITDAは301百万円低下

カップ・クリエイト

- 既存店売上高は102.5%と堅調に推移したものの、不振店の閉鎖を進めたことにより売上収益は減収
- 食材ロス率の改善、不振店閉鎖に伴う収益改善効果、ワークシフトの適正化による人件費の削減等によりEBITDAは827百万円改善

IV. 2020年3月期通期見通し及びその他

IV. 2020年3月期通期見通し及びその他①

2020年3月期通期業績見込み

(単位:百万円)

	2019年3月期実績 (IFRS)		2020年3月期計画 (IFRS)		前期比
売上収益	244,360		257,993		105.6%
売上原価	105,581	43.2%	111,778	43.3%	105.9%
売上総利益	138,779	56.8%	146,215	56.7%	105.4%
その他営業 収益	1,647	0.7%	433	0.2%	26.3%
販売費及び 一般管理費	130,280	53.3%	136,159	52.8%	104.5%
その他営業 費用	6,064	2.5%	3,048	1.2%	50.3%
営業利益	4,082	1.7%	7,440	2.9%	182.3%
税引前利益	2,716	1.1%	5,167	2.0%	190.2%
当期利益	1,150	0.5%	2,474	1.0%	215.1%
親会社に 帰属する 当期利益	632	0.3%	1,624	0.6%	257.0%
EBITDA	17,728	7.3%	18,900	7.3%	106.6%

売上収益の動向

- 不採算店の処理を優先し、上半期の直営店出店計画に大幅な遅れが出ているものの、不採算店処理は通期計画の8割を終了しており 下半期には経営資源を新規出店に投入することを予定
- SNS活用も含めた年末商戦に向けた企画の充実
 - ・ 牛角では年末感謝祭を11月と12月の2段階で実施し、特に第2段階では「黒毛和牛カルビ390円」を首都圏ではWebCMで、地方ではTVCMを中心に訴求する予定
 - ・ かつぱ寿司では年末年始のハレ需要に合わせて「トロ」などの高級食材商品を投入する一方、「かつぱ寿司会員」にテイクアウトをモバイルオーダーでの予約・決済を訴求し売上増を目指す
 - ・ ステーキ宮ではYouTubeでサラダバーを訴求した年末年始の販売促進を展開し、顧客認知の一層の向上と売上増を目指す
- 顧客層の拡大と利用シーンの多様化のため、テイクアウト(持ち帰り)・デリバリー(宅配)の強化

営業利益の動向

- SNS活用も含めた販促費投入の効率化等により、売上の伸長と販管費率の低減を両立
- 事業会社・業態によって差のある人件費管理の精度につき、適正労働時間設定の運営強化により向上を図る
- 上半期に前倒しで行った業績不振店閉店の収益改善効果が通期で寄与
- 前年度は49億円計上した減損損失を、今期は減少させることによる営業利益改善

IV. 2020年3月期通期見通し及びその他②

IFRS16(リース)適用による影響額

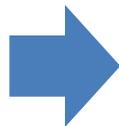
IFRS16(リース)の主な概要

- IFRS旧基準(IAS17)と新基準(IFRS16)との主な差異
- 【IAS17】 定期借家契約等を資産、負債に計上する
 - 【IFRS16】 すべての賃貸借契約を資産、負債に計上する

当社グループへの主な影響

- ・店舗賃貸借契約のすべてが資産、負債にオンバランス
- ・従来の賃借料を、減価償却費、支払利息で計上

キャッシュアウトを伴う
減価償却費の発生



EBITDAを補正

※今回IFRS16の適用により発生する減価償却費をEBITDAから控除するのに伴い、比較情報のEBITDA(前期EBITDA)についてもIAS17により発生していた減価償却費を控除

(単位:百万円)

B/S に対する影響額	
使用权資産 28,574	リース負債 35,691
繰延税金資産 2,008	利益剰余金 -2,798
その他 711	非支配株主持分 -1,600

上記の通り、資産負債が増加した結果、親会社所有者帰属持分比率が3.0%低下