
2020年3月期の業績に関する説明資料 — For the Future Value —



株式会社 **コロワイド** (証券コード 7616)

2020年5月

目次

I.	2020年3月期の概要	P. 2 ~ P. 7
II.	飛躍に向けたアクション	P. 8 ~ P. 13
III.	For the Future Value	P. 14 ~ P. 17

注1)本説明資料の数値は、すべてIFRS連結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 . 2020年3月期の概要

I . 2020年3月期のサマリー①

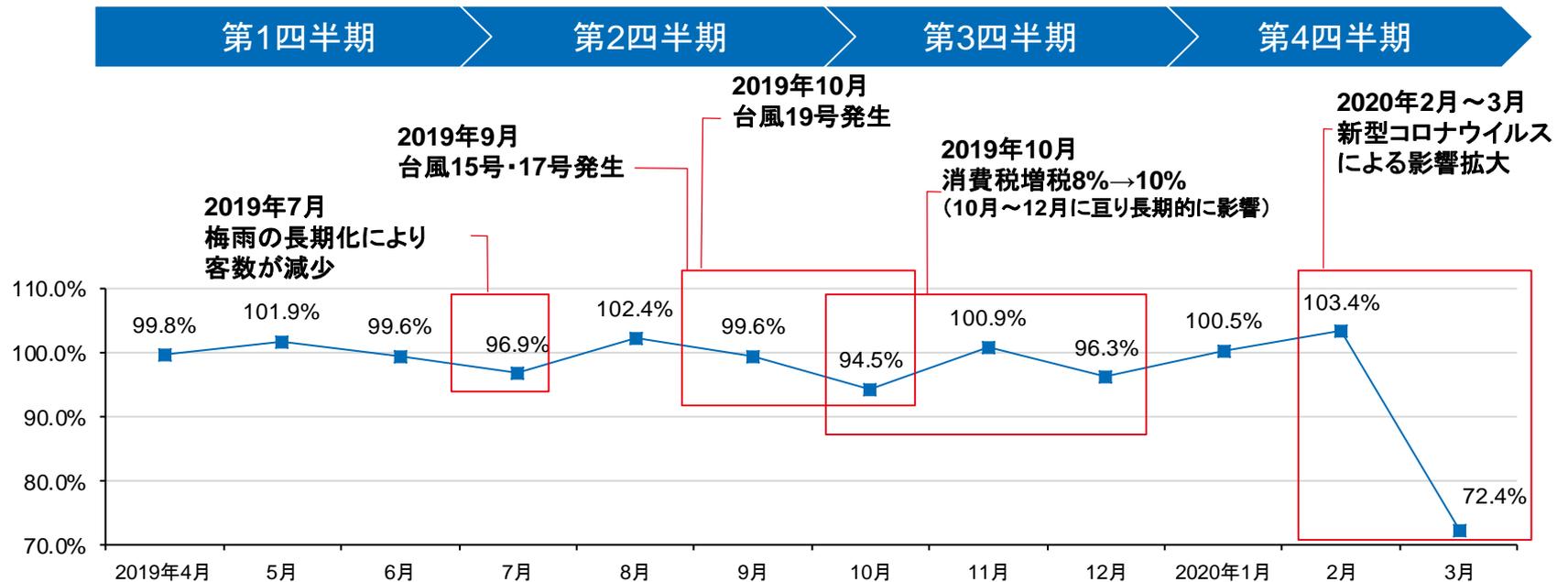
- 2020年3月期においては、以下の事象が客数・業績に影響を及ぼした

台風・自然災害

消費税増税

新型コロナウイルス

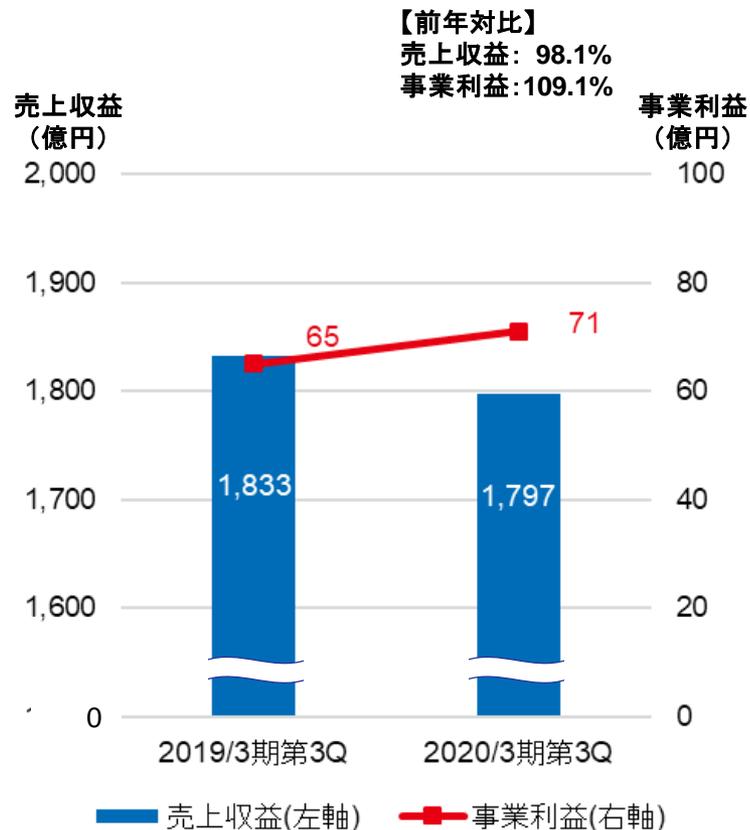
2020年3月期の主な事象及び既存店(全業態)売上高の前年同月比較推移



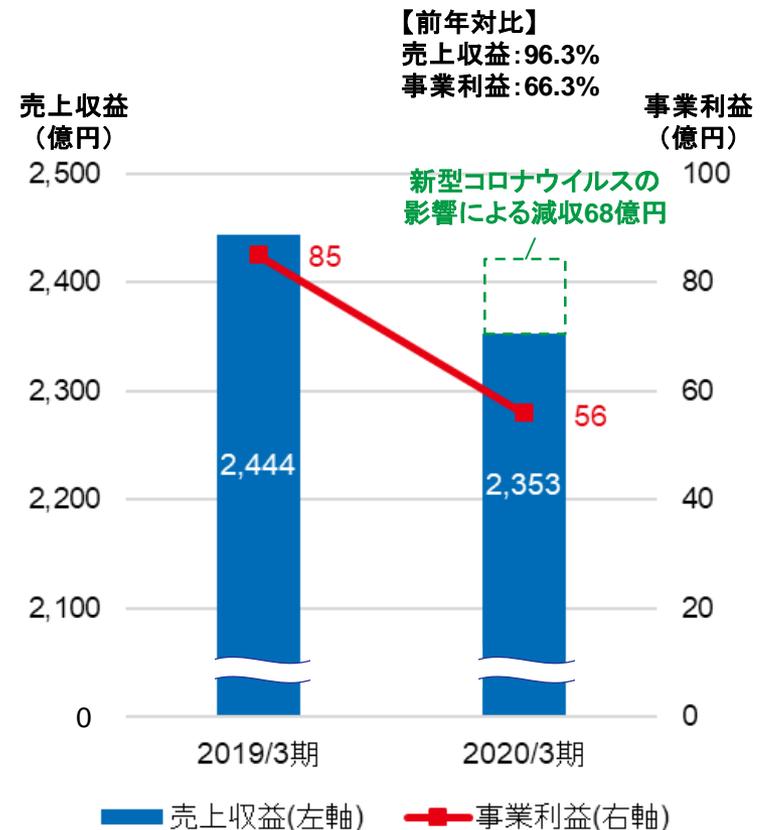
I . 2020年3月期のサマリー②

- 第3四半期までは、前年対比 売上収益98.1%、事業利益109.1%にて堅調に推移
- 2020年2月以降は新型コロナウイルスの影響を受け、2020年3月期通期において、前年対比 売上収益96.3%、事業利益66.3%にて着地

2020年3月期第3四半期までの実績



2020年3月期通期実績

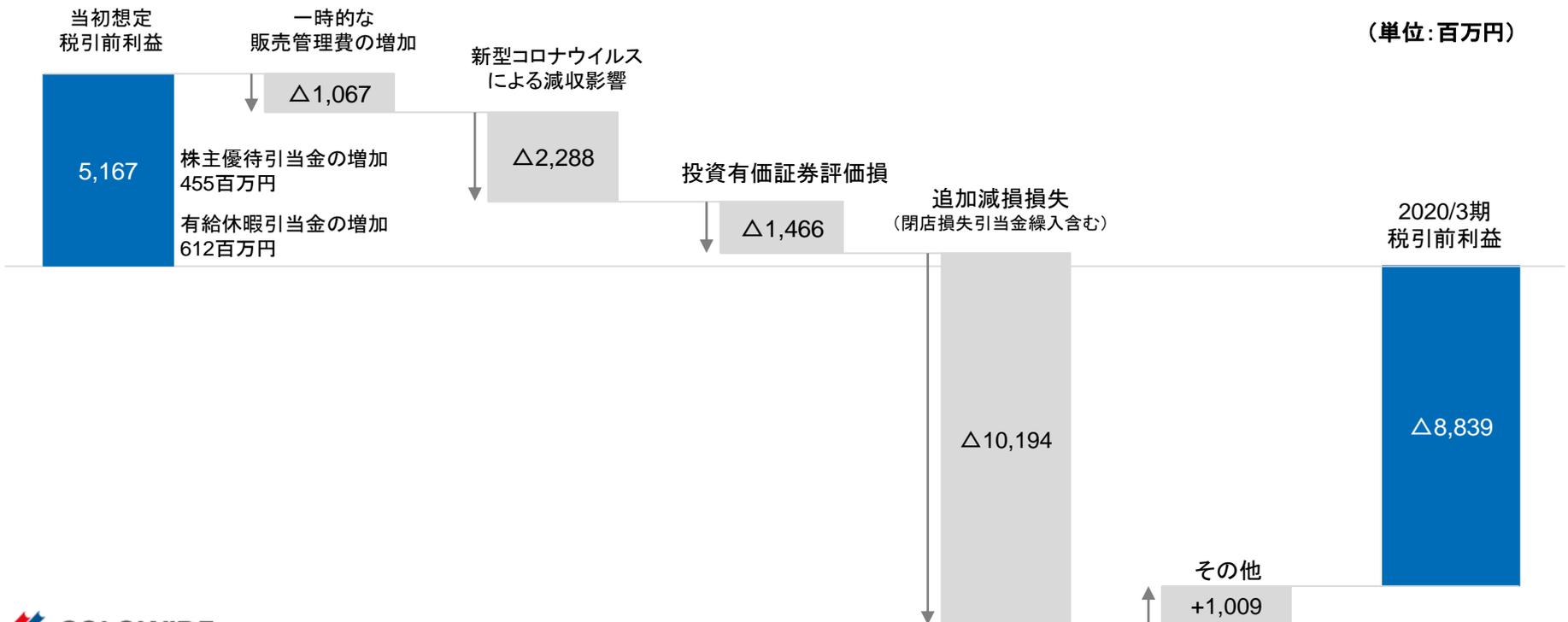


I . 2020年3月期の特殊要因

- 2020年3月期においては、従来5,167百万円の税引前利益を想定していたものの、複数の一過性の要因により減益



2020年3月期の税引前利益に対する影響額



I . 2020年3月期の総括

(単位:百万円)

	2019年3月期 通期実績 (IFRS)		2020年3月期 通期実績 (IFRS)		前年 同期比
売上収益	244,360		235,334		△3.7%
売上総利益	138,779	56.8%	134,166	57.0%	△3.3%
事業利益 (*1)	8,499	3.5%	5,632	2.4%	△33.7%
EBITDA (*2)	17,728	7.3%	14,319	6.1%	△19.2%
税引前利益	2,716	1.1%	△ 8,839	△3.8%	-
当期利益	1,150	0.5%	△ 6,798	△2.9%	-
親会社に帰属 する当期利益	632	0.3%	△ 6,447	△2.7%	-

*1 事業利益 = 売上収益 - 売上原価 - 販売費及び一般管理費

*2 EBITDA = 事業利益 + 減価償却費及び償却費 (使用権資産の減価償却費(*3)を除く)

*3 使用権資産の減価償却費は、IFRS16の適用により資産計上された不動産賃貸借契約等のリース契約に係る償却分

I. (ご参考)新会計基準IFRS16の適用

新会計基準IFRS16の概要

- 従来IAS17においては、定期借家契約等一部の契約について資産・負債計上が要請されていた
- IFRS16の導入に伴い、全ての賃貸借契約についてオンバランス化が必要
- 契約期間をベースとする一定期間の家賃を、将来における支払義務としてリース負債に計上すると共に、賃貸借物件を使用できる権利を使用権資産として計上
- 家賃を支払うごとにリース債務を減算する一方、使用権資産は減価償却費として計上(キャッシュアウトを伴う減価償却費が新規発生)

当社連結決算における主要な変化

P/L

- 販管費における家賃勘定が減価償却費勘定に置き換わる
- 店舗の減損損失発生時に使用権資産(将来支払家賃等)も減損対象となる

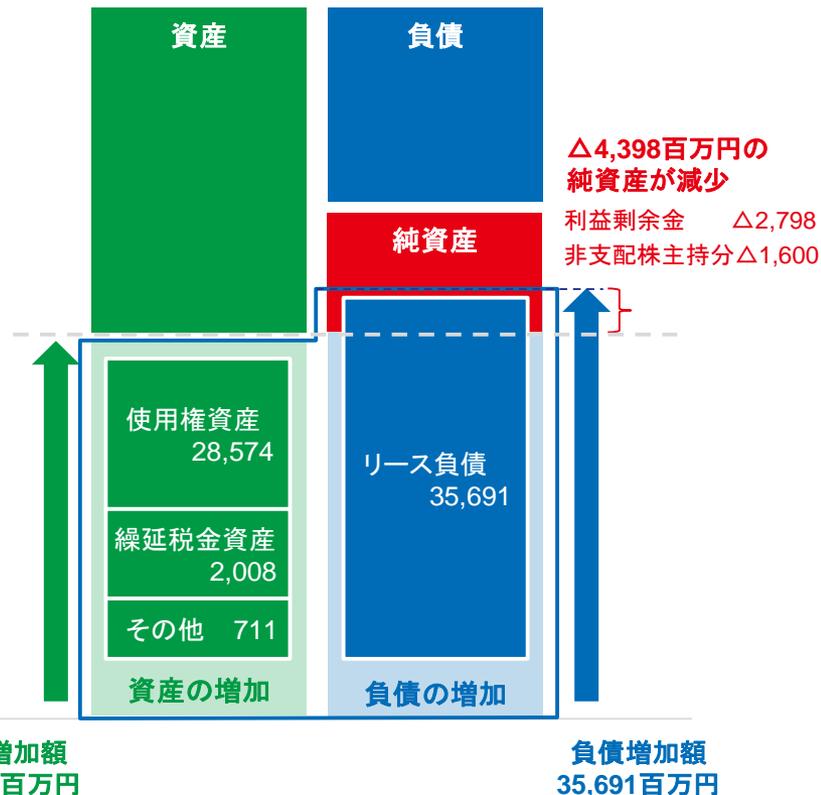
B/S

- 使用権資産及びリース負債が増加
- 使用権資産の減損損失に対する繰延税金資産の計上

2020/3期 B/Sへの影響

過年度における減損損失の影響等により、当期首の適用時点において、資産及び負債の増加額が異なる結果、 $\Delta 4,398$ 百万円の純資産が減少し、親会社所有者帰属持分比率が3.0%低下

当期首時点における影響額



Ⅱ．飛躍に向けたアクション

Ⅱ. 社会情勢の変化

- 既に成熟段階にある外食産業市場は、顧客ニーズがますます多様化し、商品・サービスに対する選別が厳しさを増す
- 更に、今般の新型コロナウイルスの影響により、外食産業市場を含む世の中は、今後劇的に変化すると予想され、当社においても、迅速に順応できる体制整備が急務となっている

【世の中の変化】

- 勤務・通学形態
 オフィスワーク → テレワークの増加
 通学 → オンライン学習・eラーニングの増加
- 消費活動形態
 買い物 → 宅配・オンラインショッピングの拡大
 現金・カード決済 → 電子マネー・QRコード決済の普及
- その他
 テレビ・雑誌 → インターネット・SNS割合の増加
 インバウンド需要の高まり → 国内ニーズへの回帰

**食習慣・生活習慣の変化に伴い
外食産業は大きな転換期へ**

【外食産業への影響】

- 大規模宴会や歓送迎会の減少 → 個人客/小規模グループの増加
- 外食率の低下 → イートイン以外の形態への多様化
- 中食・宅配サービスの台頭 → 異業種との競争激化
- 商品・サービスの厳選 → 顧客嗜好の多様化
- 根強い節約志向 → コスト管理の重要性

Ⅱ. 2020年3月期の減損損失処理

- 今後の社会情勢及び外食産業の変化に対応するために、居酒屋業態を中心に店舗の分析を行い、196店舗の閉店を含む大幅な減損処理を断行。今期以降の飛躍に向けたアクションを取るための環境を整備

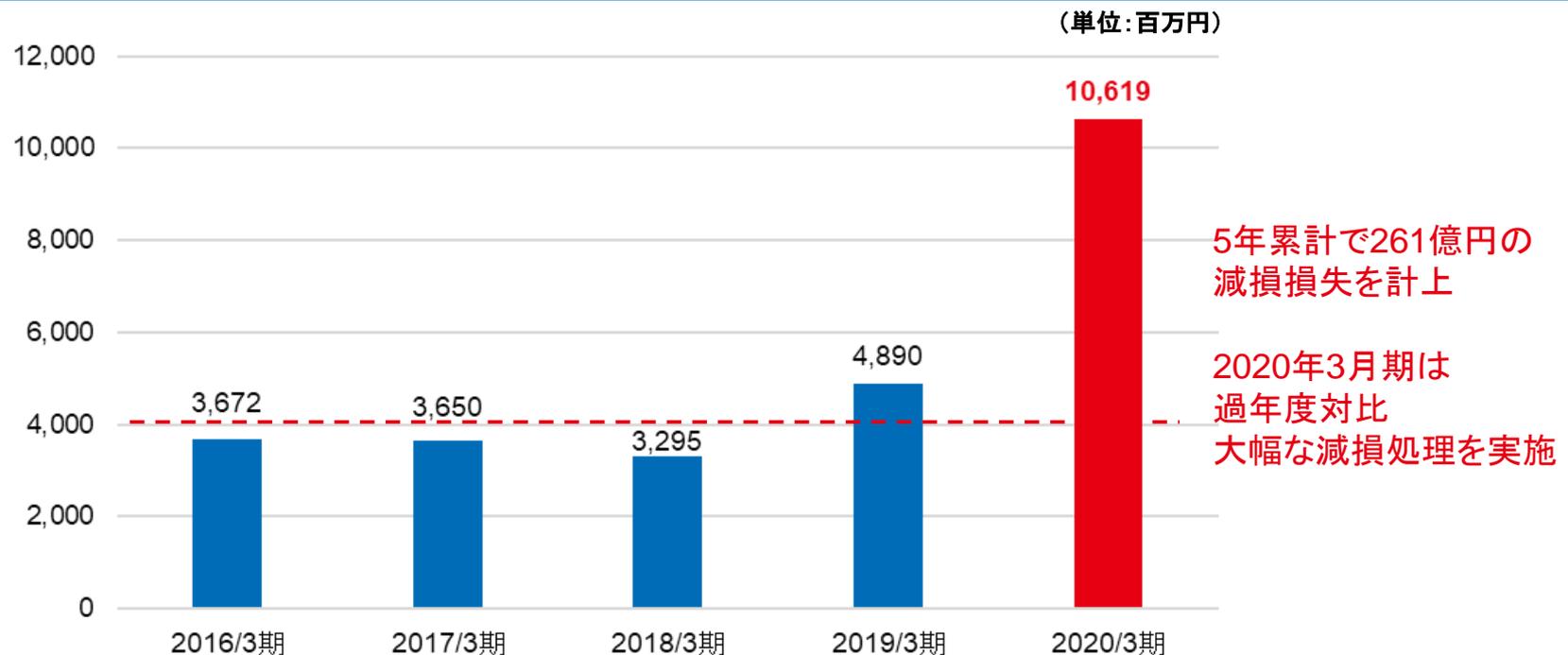
従来の減損処理の考え方

- ・ 原則として2ヶ年に亘る不採算店舗を対象
- ・ 合理的仮定による将来収益の改善を考慮

2020年3月期における減損処理の考え方

- ・ 2ヶ年のみならず、単年不採算店舗も対象
- ・ 将来における収益改善は想定せず
- ・ 新型コロナウイルスによる2021年3月期の影響を反映

過年度及び2020年3月期における減損損失の推移



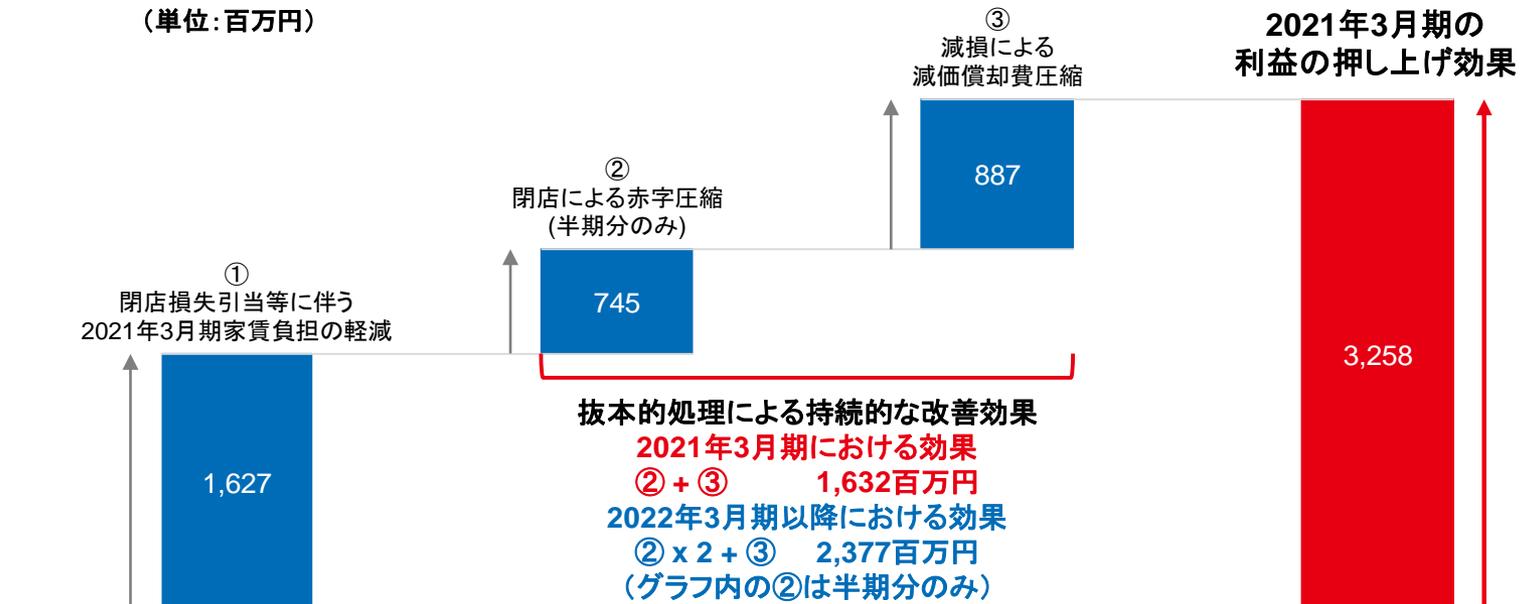
Ⅱ. 減損損失及び店舗閉店処理の効果

- 積極的な減損処理により、過去の負の資産に区切りをつけ、2021年3月期以降の強靱な収益構造を実現

- ①閉店損失引当等に伴う
2021年3月期家賃負担の軽減
- ②居酒屋業態を中心とした閉店による赤字圧縮
- ③減損による減価償却費圧縮

33億円
事業利益押し上げ効果

2021年3月期における事業利益の改善効果



Ⅱ. 収益における今後の改善効果

- 2020年3月期の一過性要因を控除し、更に、積極的な減損に伴う減価償却費の減少及び閉店による利益押し上げ効果を踏まえると、将来的には2020年3月期対比 事業利益+57億円(101.8%増加)、事業利益率2.5%増加の改善が見込まれる

今後急速に変化する外食産業市場で勝ち抜いていくべく収益力を高め、
Future Value獲得の実現へ

今後の事業利益の改善効果

	2020年3月期 (A)	一時的な 販売管理費	新型コロナ ウイルス減収分	減損損失及び 閉店による効果	コロナ影響払拭後 の事業収益(*1) (B)	改善幅 (B) - (A)
売上収益	2,353億円	-	+ 68億円	△129億円	2,292億円	△61億円
事業利益	56億円	+11億円	+23億円	+23億円	113億円	+57億円 (101.8%増加)
事業利益率	2.4%	-	-	-	4.9%	2.5%増加

*1 2020年3月期の実績値をベースに、新型コロナウイルス減収分及び一時的な販売管理費を除外し、減損に伴う減価償却費の減少及び閉店による利益押し上げ効果を見込んだ場合の数値

- 連結グループとして、手元現預金及び運転資金借入枠を合わせ、760億円の資金を用意
- 万が一、新型コロナウイルスによる影響が長引いた場合にも耐えうる盤石な体制を確立
- 居酒屋業態を中心とした不採算店舗の閉鎖や、今後の生活習慣の変化に対応する業態転換を加速させ、Future Valueの実現へ資源を投じる方針

III. For the Future Value



Ⅲ. For the Future Valueの取り組み

- 食習慣・消費者ニーズの急速な変化に対応すべく、「抜本的な改革」を加速し、いち早くFuture Valueを獲得

専門型レストラン業態をコアビジネスとした 外食日本一企業の実現を目指す

居酒屋業態の改善

- 不採算店舗に対する迅速な対応
- 宴会需要縮小に合わせ、小規模グループ対応や個室感覚の店舗を展開
- コアブランドの強化



レストラン業態の強化

- 多様化する顧客ニーズ・利用シーンへの対応
- デリバリー/テイクアウト機能の充実



給食事業の拡充

- 給食市場(介護施設・病院)への参入による新たな事業領域の取込み
- 外食事業で培った高品質な食事・サービスを活かした給食事業を展開

Ⅲ. For the Future Valueの施策①

居酒屋業態の改善

① コアブランドへの注力

- 中期経営計画に掲げた、消費者ニーズの変化に合わせた、従来の総合型居酒屋から専門店型居酒屋へのモデル変換を加速
- 端緒として、他業態から”365酒場”への業態変更を開始しており、実施店舗においては集客の大幅な回復・改善を実現
- 積極的な閉店の結果、個々のブランドの体力を底上げしていく

② 店舗の強化と効率化

- 食事メニューを強化すると共に、席効率を見直す

レストラン業態の強化

① 牛角エリアフランチャイズ事業の買収

- 2020年3月に、レイズインターナショナルが(株)アスラポートの牛角エリアフランチャイズ事業(FC店舗約200店)を取得
- 既存の基幹事業である牛角事業の運営の一体性・機動性を高め、事業収益をより強固なものに
- エリアフランチャイズ権の取得を通じて、FCオーナーに当社グループの他業態を斡旋し、FCビジネス全体の拡大を目指す

② デリバリー/テイクアウトの強化

- 新型コロナウイルスによる情勢変化を踏まえた迅速な対応を実施
- グループ内におけるデリバリー機能(自社配送)の検討

Ⅲ. For the Future Valueの施策②

給食事業展開

① ダイニングエール設立/給食事業立ち上げ

- 2019年12月に株式会社ダイニングエールを設立
- 2020年1月より給食事業を立ち上げ
- グループの既存拠点・機能を活用し、早期のビジネスモデル確立と事業規模拡大を図る



② 給食事業の運営開始

- 給食事業への新たな参入として、2020年3月期は2社(3事業所)の社員食堂をオープン
- グループの強みである購買力(Buying Power)・MD機能を活かし、介護施設や病院などへの事業の展開を狙う

