



2021年3月期 決算説明会資料

2021年5月

株式会社カクヤスグループ

証券コード：7686

お客様のご要望に「なんでも」応えたい



1. 2021年3月期トピックス

2. 2021年3月期決算概要

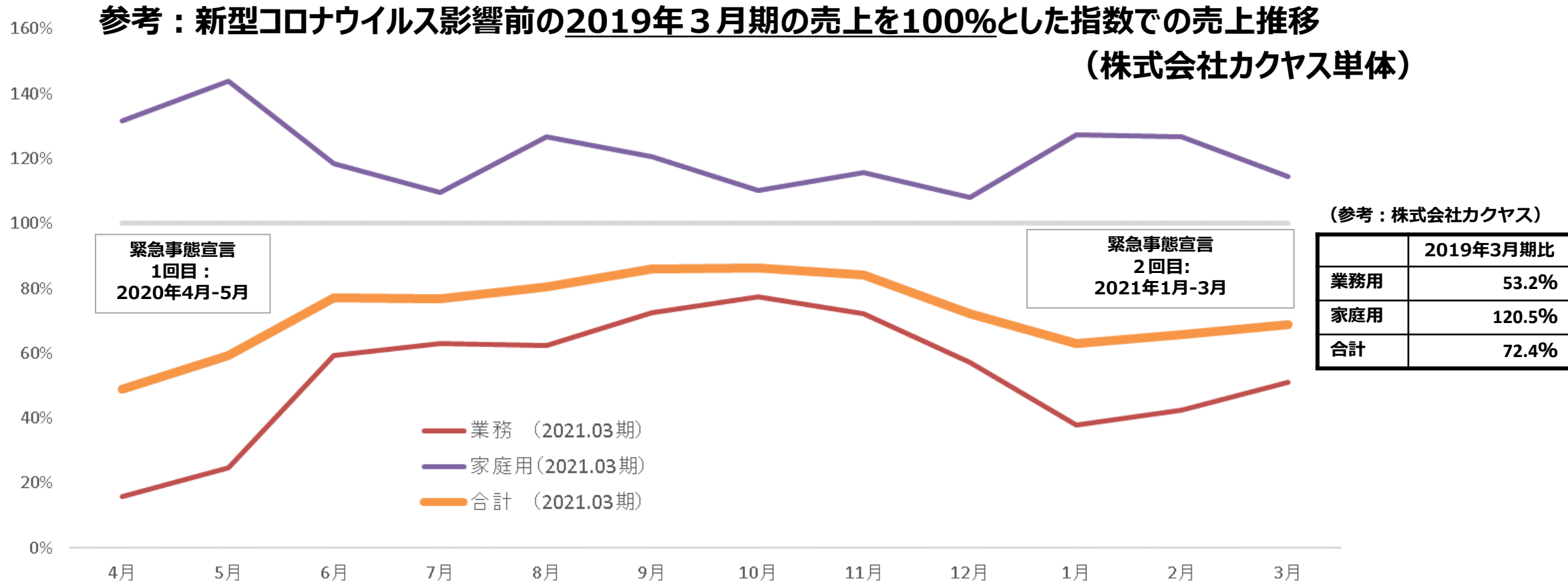
3. 今年度の重要戦略について

4. 2022年3月期 業績予想

5. 今後について

1. 2021年3月期トピックス

新型コロナウイルスによる売上への影響①



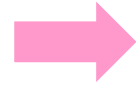
※当該データは子会社「株式会社カクヤス」単体の速報値であり、財務上の正式データではありません。

1. 2021年3月期トピックス

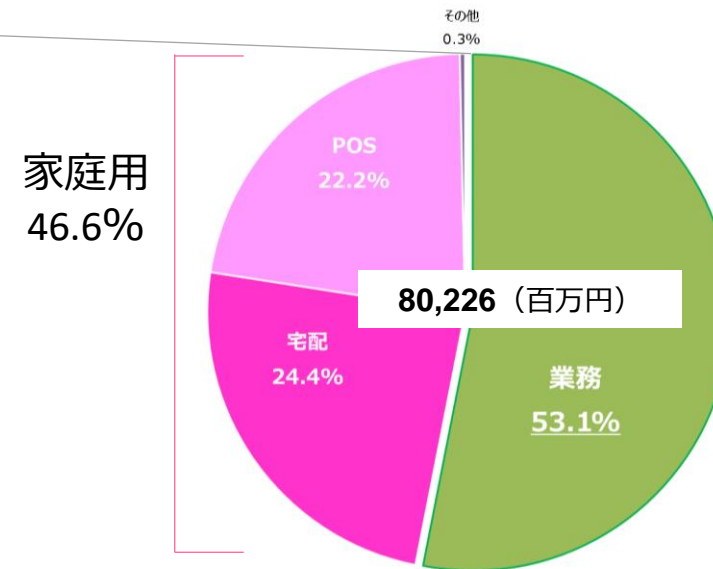
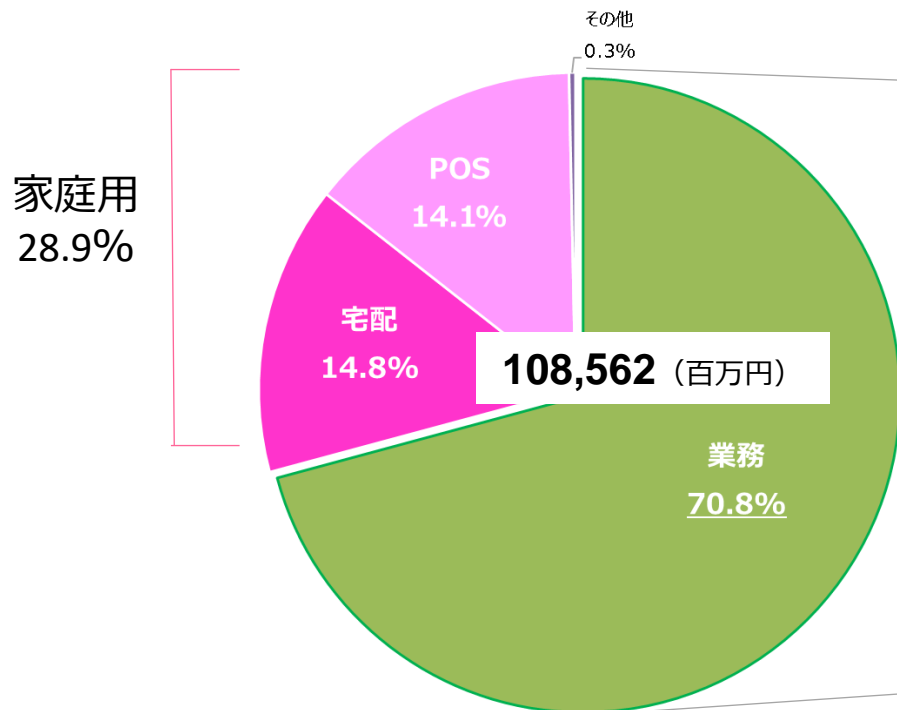
新型コロナウイルスによる売上への影響②

連結会計年度
売上構成比

業務用 : 家庭用 = 7 : 3
2020年3月期



業務用 : 家庭用 = 5 : 5
2021年3月期



1. 2021年3月期トピックス

■ 会社分割による持株会社体制への移行

「株式会社カクヤス」から

「株式会社カクヤスグループ」へ

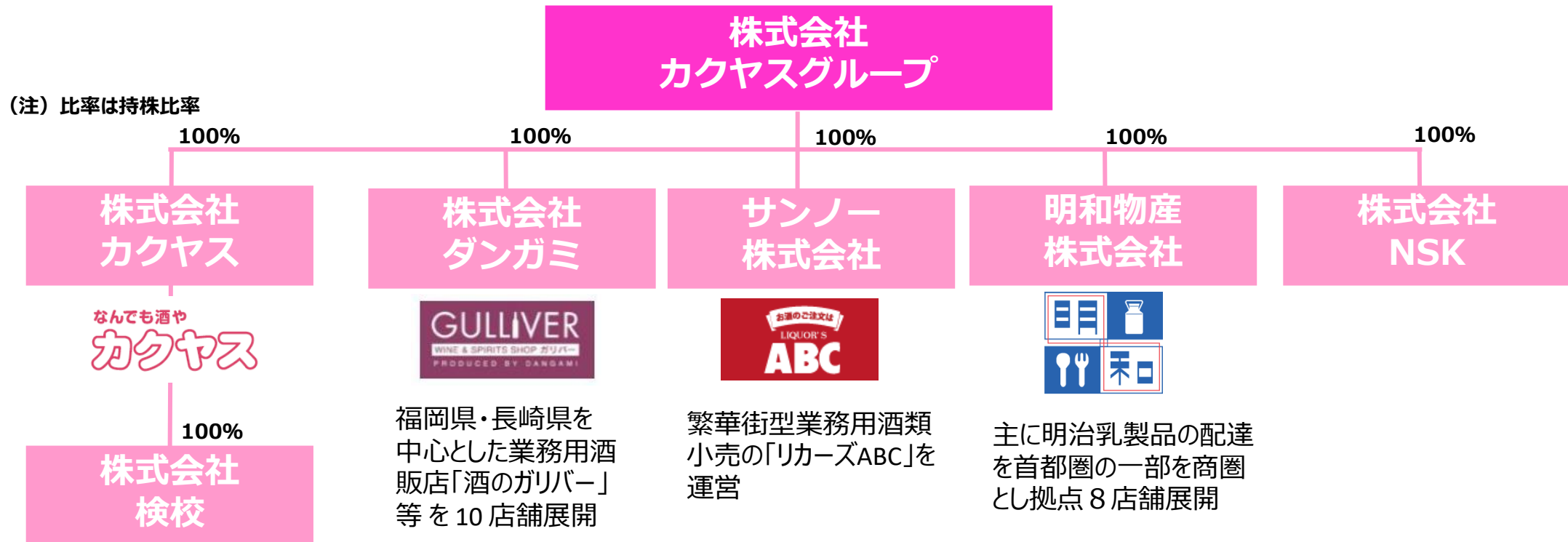
2020年10月1日 持株会社体制へ移行

■ 3社をM&A

2020年5月1日 | サンノー株式会社

2020年12月1日 | 株式会社ダンガミ

2021年2月1日 | 明和物産株式会社



目次

1. 2021年3月期トピックス

2. 2021年3月期決算概要

3. 今年度の重要戦略について

4. 2022年3月期 業績予想

5. 今後について

2. 2021年3月期決算概要

連結 損益計算書

(単位：百万円)

科目名	2020年3月期	2021年3月期	増減額	増減率
売上高	108,562	80,226	△28,335	△26.1%
	-	-		
売上総利益	21,514	16,850	△4,664	△21.7%
	19.8%	21.0%		
販売費および 一般管理費	20,255	19,452	△802	△4.0%
	18.7%	24.2%		
営業利益（損失）	1,259	△2,602	△3,861	-
	1.2%	-		
経常利益（損失）	1,259	△1,728	△2,988	-
	1.2%	-		
親会社株主に帰属する 当期純利益（損失）	513	△1,601	△2,114	-
	0.5%	-		

2. 2021年3月期決算概要

売上区分別の連結売上高 前期比較

(単位：百万円)

区分	2020年3月期	2021年3月期	増減額	増減率 (前年比)
業務	76,871	42,593	△34,278	△44.6% (55.4%)
宅配	16,039	19,545	3,505	21.9% (121.9%)
POS (POSレジでの取引売上)	15,295	17,825	2,529	16.5% (116.5%)
卸等	355	262	△93	△26.2% (73.8%)
計	108,562	80,226	△28,335	△26.1% (73.9%)

(主要な項目 単位：百万円)

【業務】

客数比：87.6%

単価比：63.3%

新型コロナウイルス拡大による休業や時短要請により取引先の注文量が大幅減

【宅配】

客数比：122.0%

単価比：99.9%

感染防止策からの「巣ごもり」消費による宅配需要の増加

【POS】

客数比：112.7%

単価比：103.4%

テレワーク等における郊外住宅地を中心とした「家飲み」需要の増加

2. 2021年3月期決算概要

販売管理費 前期比較

(単位：百万円)

	2020年3月期	2021年3月期	増減額	増減率
人的コスト	10,467	9,802	△664	△6.4%
役員報酬	236	181	△54	△23.0%
給与及び手当	9,264	9,152	△112	△1.2%
配送費	778	396	△382	△49.1%
採用費	187	72	△115	△61.7%
マーケティングコスト	727	588	△139	△19.2%
広告宣伝費	125	82	△43	△34.2%
販売促進費	601	505	△96	△16.0%
その他コスト	2,045	2,046	0	0%
支払い手数料	1,193	1,576	383	32.1%
租税公課	327	233	△94	△28.7%
貸倒引当金繰入額	43	△62	△106	—
その他	481	299	△182	△37.8%
販売費及び一般管理費	20,255	19,452	△802	△4%

全体で△802の削減

(主要な項目 単位：百万円)

■ 増減額の説明

【削減できたコスト】

主な内訳

- ・人件費等の圧縮 △664
- ・販促・広告宣伝費を見直し △139
- ・会社分割に伴い税額が減少 △94
- ・売掛債権の減少により
貸倒引当金も減少 △106

【増加したコスト】

- ・家庭用販売の増加により
カード手数料(支払い手数料)が増加 383

2. 2021年3月期決算概要

営業利益以下 前期比較

(単位：百万円)

(主要な項目 単位：百万円)

	2020年3月期	2021年3月期	増減額	増減率
営業利益（損益）	1,259	△2,602	△3,861	—
営業外収益	41	922	880	2097.8%
営業外費用	41	49	7	17.3%
経常利益（損益）	1,259	△1,728	△2,988	-
特別利益	16	4	△11	△70.8%
特別損失	383	164	△218	△57.1%
税引前利益	892	△1,888	△2,781	-
法人税等合計	379	△287	△666	-
当期純利益	513	△1,601	△2,114	-

■ 主な内訳

【営業外収益】

- コロナ一時休業による雇用調整助成金等 804

【特別損失】

- 減損損失
主に業務用センターなどの拠点の資産評価の見直し △95
- 有価証券評価損 △64

【法人税等合計】

- 法人税等還付税額 △341

2. 2021年3月期決算概要

連結 貸借対照表 (主要な増減項目)

(単位：百万円)

(主要な項目 単位：百万円)

資産の部	2020年 3月期	2021年 3月期	増減額	負債の部	2020年 3月期	2021年 3月期	増減額
流動資産	16,123	13,733	△2,390	流動負債	20,211	18,535	△1,676
現金及び預金	3,489	2,525	△964	買掛金	12,569	10,079	△2,490
受取手形及び売掛金	6,843	4,745	△2,098	短期借入金	4,864	5,614	750
商品	4,290	3,610	△680	リース債務	186	164	△22
固定資産	12,348	13,260	912	未払い法人税等	341	52	△289
有形固定資産	6,723	6,732	9	固定負債	3,098	5,246	2,148
建物及び構築物	3,376	3,516	140	長期借入金	1,983	4,166	2,183
土地	2,997	3,002	5	リース債務	181	39	△142
無形固定資産	1,106	2,357	1,251	負債合計	23,310	23,781	471
のれん	12	1,485	1,473	利益剰余金	4,056	2,070	△1,986
投資その他の資産	4,518	4,171	△347	純資産合計	5,162	3,212	△1,950
資産合計	28,472	26,994	△1,478	負債・純資産合計	28,472	26,994	△1,478

資産 前連結会計年度末比：1,478百万円減少

- ・手元資金の圧縮→現預金の減少 △964
- ・期末の業務用上売掛残高の減少 △2,099
- ・期末の業務用在庫の圧縮 △680
- ・3社M&Aによるのれんの発生 1,473
- ・取引量の減少に伴う △405
メーカー差入れ営業保証金の返還

負債 前連結会計年度末比：471百万円増加

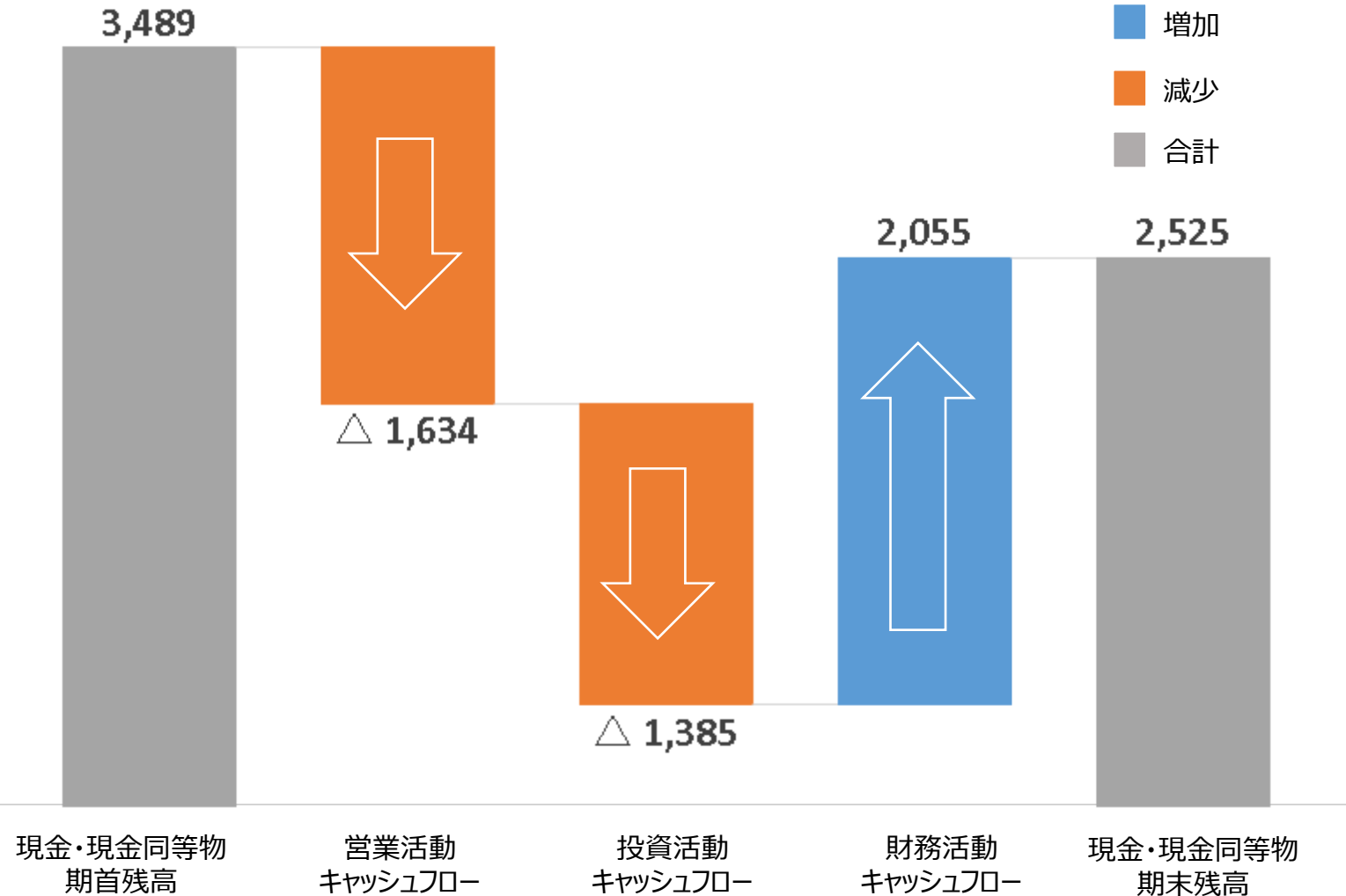
- ・業務用売り上げの減少及び
期末商品仕入の圧縮に伴う買掛金の減少 △2,490
- ・借入金の増加（短期・長期） 2,933
（うち、M&Aの連結による増加） 350

純資産 前連結会計年度末比：1,950百万円減少
自己資本比率11.9%（前期末18.1%）

※主要項目のみを抜粋記載しているため、縦罫は合いません。

2. 2021年3月期決算概要

連結 キャッシュフロー計算書



(主要な項目 単位：百万円)

営業活動によるCF △1,634

[増加]	
売上債権の減少額	2,735
たな卸資産の減少額	889
[減少]	
仕入債務の減少額	△3,368
当期純損失	△1,888

投資活動によるCF △1,385

[減少]	
子会社株式の取得による支出	△1,390

財務活動によるCF 2,055

[増加]	
短期借入金純増加額	394
長期借入金純増加額	2,188
[減少要因]	
リース債務の返済	△188

目次

1. 2021年3月期トピックス
2. 2021年3月期決算概要
- 3. 今年度の重要戦略について**
4. 2022年3月期 業績予想
5. 今後について

3. 今年度の重要戦略について

状況の変化： 1月以降コロナ禍の終息が、不透明になってきている。

【前年12月のメッセージ】

20201216 トップメッセージ
～株主・投資家の皆様へ～

- **業務用**
シェア拡大
- **家庭用**
好調な伸びを維持

＜今年度の方針＞

コロナによる、業務用の厳しい状況は長引く

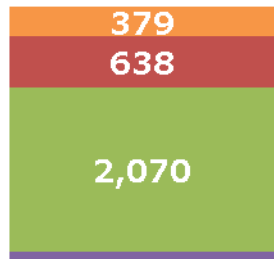
- **業務用は動きは取れず。**
当面の間、厳しい環境をしのぐ。
- **長期戦に備えて財務的手当てを実行**
(増資と減資)
- **今期は、戦略の軸を家庭用に思いきり振る**
(BtoC)

3. 今年度の重要戦略について

I. 財務的手当て（イメージ）

2021年3月期

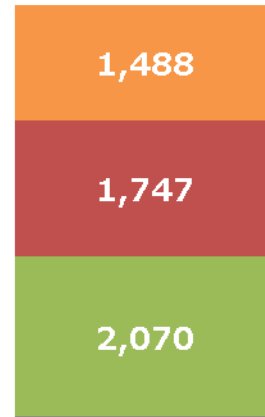
- 資本金
- 資本剰余金
- 利益剰余金
- その他包括利益
累計合計額



125
純資産額
3,212百万円
自己資本比率
12%

・伊藤忠食品
・三菱食品
今後のBtoC加速戦略
で連携できる相手

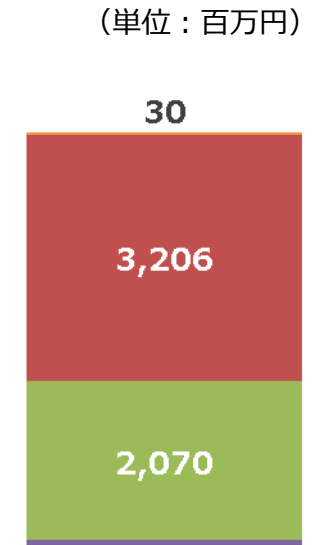
増資実行後



125
純資産額
5,431百万円
自己資本比率
20%

純資産は変わらず、
配当可能な資本剰余金
に振り替える

減資実行後



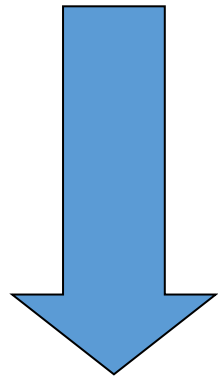
125
純資産額
5,431百万円
自己資本比率
20%

※上記は概念的説明であり、ストックオプション、配当金等は考慮しておりません。
実行日時点の純資産額は変動している可能性があります。

3. 今年度の重要戦略について

II. BtoC加速

B toCの中でも、特に「宅配」に軸を振る



・ビジネスモデルとして強みがある

他社に追随を許さない配送サービスを既に構築済み

・コロナ禍で宅配需要は伸びている

当社、家庭用WEBショッピングの新規会員数は大幅な伸長

「宅配」を伸ばす2ファクター。

… この2つを同時に進めなければならない。

(A) 配送力

(B) ご注文

3. 今年度の重要戦略について

II. BtoC加速 (A) 配送力

(1) 出荷拠点を増やす（エリアと密度）

- | | |
|-----------------|-------|
| ① 2021年1月以降の拠点増 | 4 拠点 |
| ② KYリカーの倉庫活用 | 17 拠点 |
| ③ 今後の増加予定 | 12 拠点 |

(2021年5月～2022年3月)

(2) 配送能力の確保

店舗から出荷している料飲店等への配送を業務用センターに集約
店舗側に月間で10万件の配送枠 → 家庭用宅配に

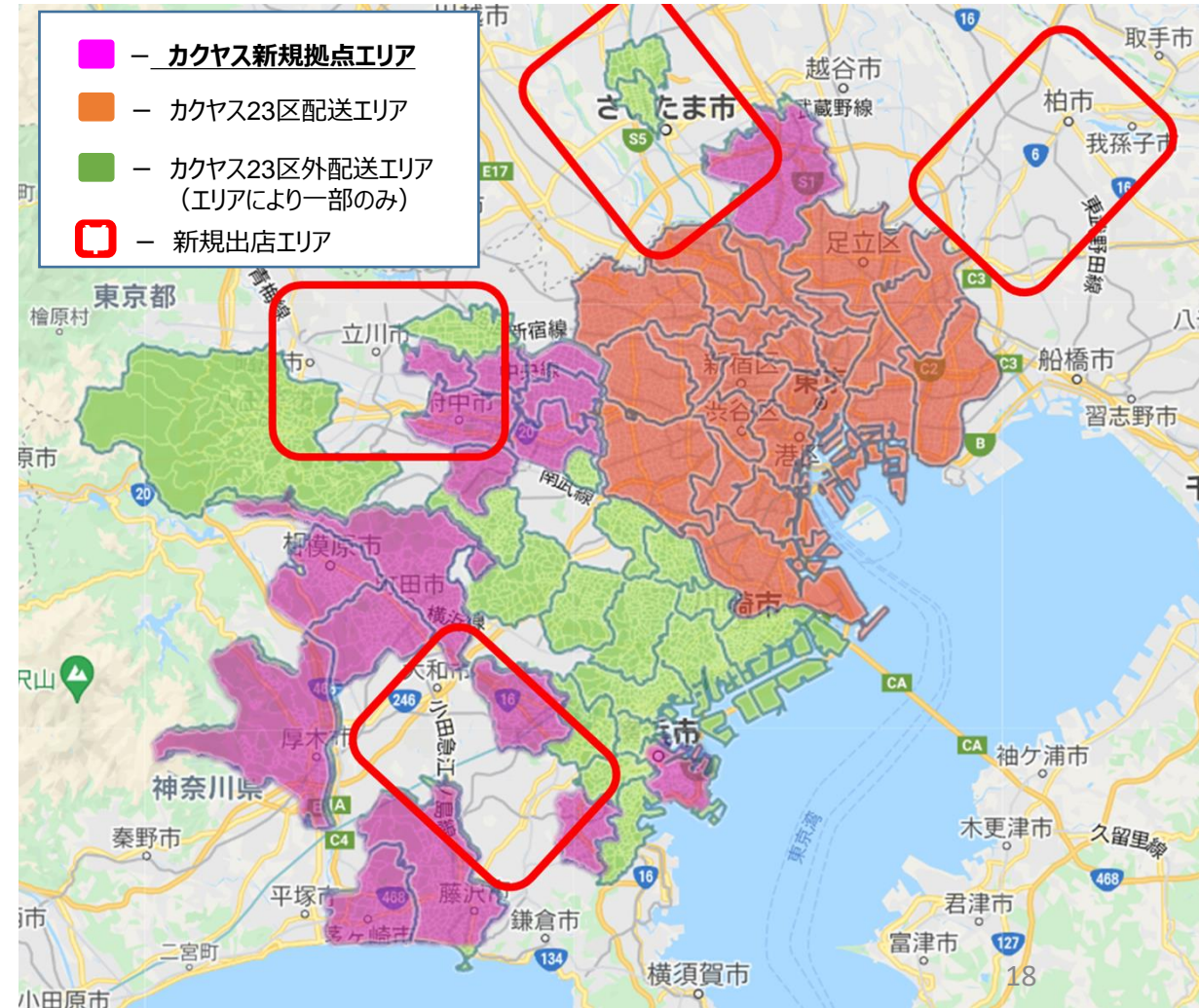
Ⅱ.BtoC加速 (A) 配送力

(1) 出荷拠点を増やす
KYリカー倉庫活用
今後の出店予定

- 「KYリカー」の倉庫を利用したカクヤス配送を17拠点に展開
- 今期、新規出店を12拠点予定 配送エリアを拡大中



家庭用販売強化に向けた各地域での配達拡大状況

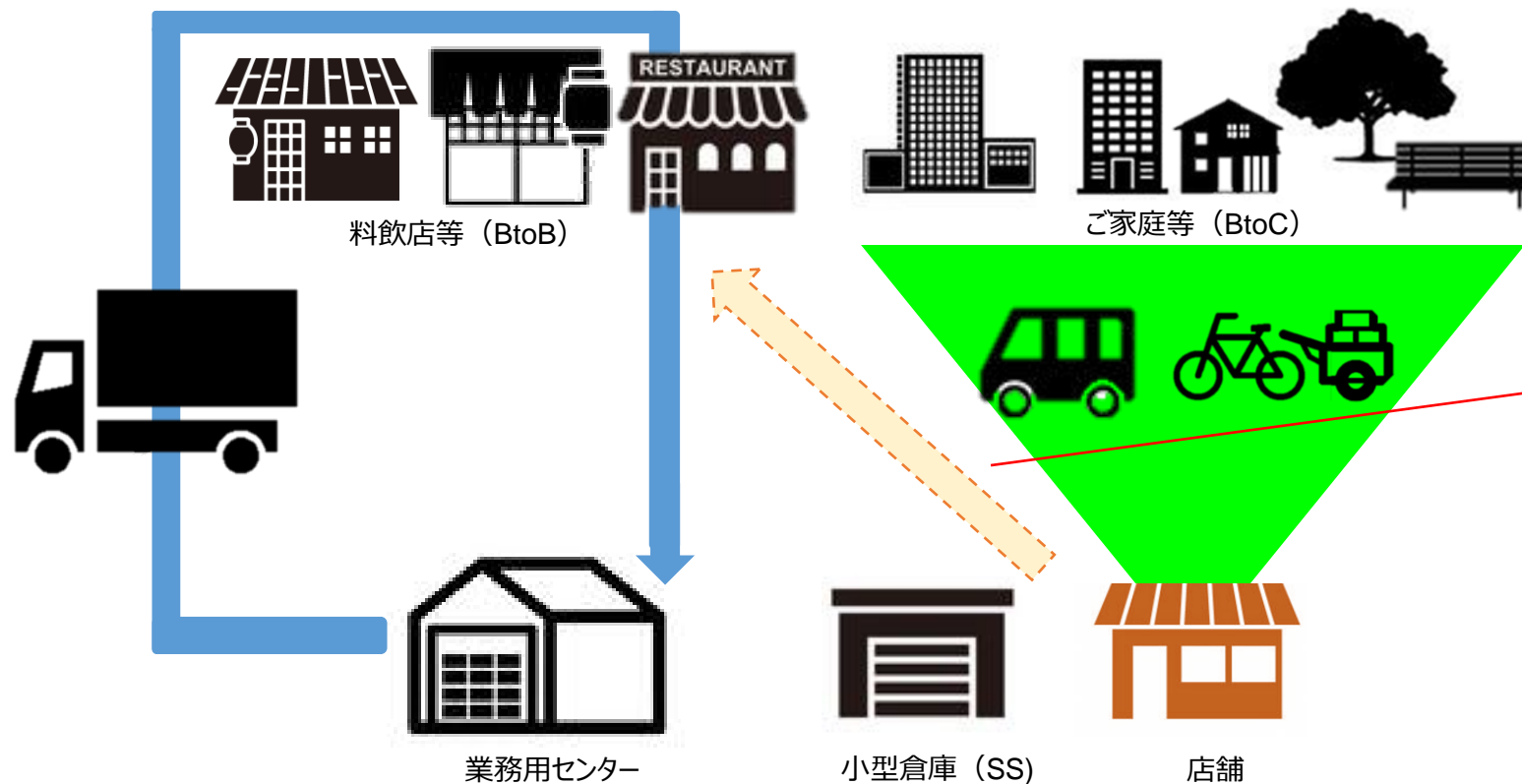


Ⅱ.BtoC加速

(A) 配送力

(2) 配送能力の確保

- 店舗から出荷している料飲店等への配送を業務用センターに集約
- 店舗配送力の全てをBtoCの拡大に向けて集約し、家庭用の配送枠を増加させる



店舗から出荷している
料飲店等への配送を
業務用センターに集約

3. 今年度の重要戦略について

II. BtoC加速 (B) ご注文

(1) 認知の拡大

① 当社初のTVCMを実行

※東京都民の約6割(約700万人)は「カクヤスを知らない」「使ったことがない」
(過去調査:別紙)

…芸能人の起用, 6月後半(予定), 創業100周年と連動

② 全国銘酒のショッピングモールの立ち上げ

…販売プラットフォーム型, 7月開設(予定), 集客連動

※「なんでも酒やカクヤス」のネットショッピングサイト会員数約145万人とアカウント連携

(2) 品揃え充実

酒以外の商品…食品、健康商材、ペット用品、日用雑貨品など

① 増資引受先の食品商社2社(伊藤忠食品・三菱食品)との連携

② 新商品取扱いの専門部門の立ち上げ「カクヤスPlus推進部」

Ⅱ .BtoC加速

(B) ご注文

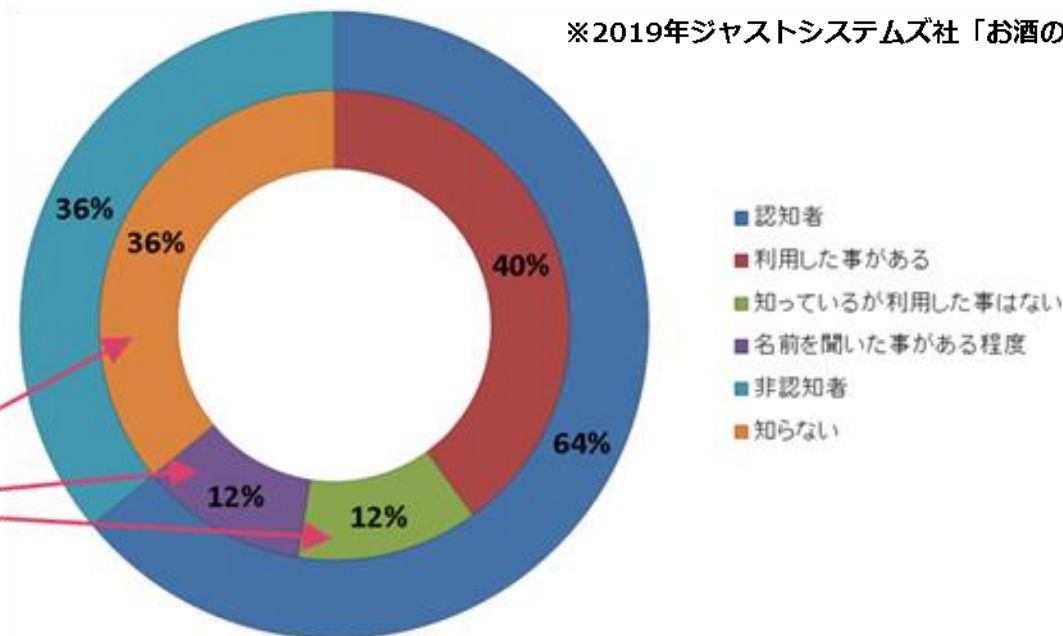
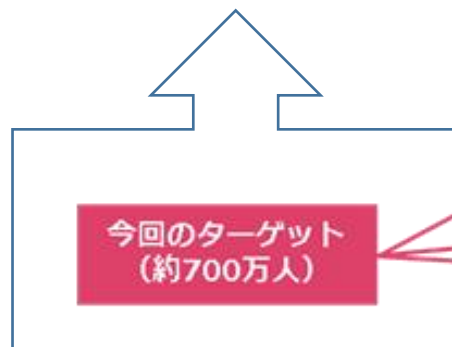
(1) 認知の拡大 当社初のTVCMを実行

- 過去の調査（※）で、東京都民の約6割（約700万人）は「カクヤスを知らない」「知っているが使ったことがない」という結果であった
- 認知獲得・利用促進に向けて、TVCMインターネット広告およびポスターなど、デジタル・リアルでの多数チャネルでの接触頻度で認知拡大を図る

「お酒の購買調査アンケート」

※2019年ジャストシステムズ社「お酒の購買調査アンケート」

開拓余地は、まだまだある。



Ⅱ .BtoC加速

(B) ご注文

(2) 品揃え充実
食品、健康商材、
ペット用品、日用雑貨品

➤ 冷蔵・冷凍食品や日用雑貨品・ペット用品・健康商材などの取り扱い開始や食品に関してはPB開発にも着手



直送品



日用雑貨品



2021年4月末より取扱開始



冷凍食品・ミールキット等



健康商材



目次

1. 2021年3月期トピックス
2. 2021年3月期決算概要
3. 今年度の重要戦略について
- 4. 2022年3月期 業績予想**
5. 今後について

4. 2022年3月期 業績予想

- M&A2社の売上、販管費が加算されております。
- 全体的に上半期は厳しく、BtoCの加速戦略の効果は下半期に。

(単位：百万円)

科目名	2021年3月期	2022年3月期		増減額 (通期)	増減率 (通期)
		第2四半期(累計)	通期		
売上高	80,226	48,803	104,079	23,853	29.7%
	-	-	-		
売上総利益	16,850	10,369	21,993	5,143	30.5%
	21.0%	21.2	21.1%		
販売費および 一般管理費	19,452	11,026	21,941	2,489	12.8%
	24.2%	22.6	21.1%		
営業利益(損失)	△2,602	△657	52	2,654	-
	-	-	0.0%		
経常利益(損失)	△1,728	△642	41	1,769	-
	-	-	0.0%		
親会社株主に帰属する 当期純利益(損失)	△1,601	△421	106	1,707	-
	-	-	0.1%		
1株あたり当期純利益(円.銭)	△206.89	△54.13	13.63	-	-

目次

1. 2021年3月期トピックス
2. 2021年3月期決算概要
3. 今年度の重要戦略について
4. 2022年3月期 業績予想
- 5. 今後について**

5. 今後について

状況： 感染の状況、ワクチンの接種、政府・行政のコロナ対策など、
不確定要素は多いが、今はこの戦略がベストと考えます。

➤ 業務用について

もともと首都圏＋大阪で、推定3,000億円のマーケット（当社推定）
コロナ禍の影響を受け縮小するが、新規や復活も期待できる

⇒ **コロナ禍の厳しい時期を乗り越えられた残存者が、これを獲得できる**

➤ 家庭用について

即日宅配モデルは、他社に追随を許さないサービスを既に構築済み
大手企業（スーパー、ドラッグ、コンビニ、通販等）から提携等の申出多数

⇒ **これをさらに磨いて事業モデルの価値を高める、絶好の機会でもある**

株主様への利益還元について

今後、業績面では、しばらく厳しい時期が予想されますが、配当は、継続的かつ安定的な配当につとめてまいります。

【2021年3月期】

期末配当金 : 1株当たり24.90円

引き続き、株主の皆様への応援、よろしくお願い致します。

注意事項

本資料は当社についての情報提供を目的とするものであり、当社株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。

投資に関する決定はご自身の判断において行っていただくようお願いいたします。

資料の内容については、現在入手可能な情報から説明しておりますが、事業環境が大きく変化することも考えられます。

従いまして、これらの内容はリスクや不確実性を含んでおり、将来における実際の業績は、様々な影響によって大きく異なる結果となりうることを、あらかじめご承知おきください。

お問い合わせ先
株式会社 カクヤスグループ I R室
ir@kakuyasu-group.co.jp

<https://www.kakuyasu-group.co.jp/>

APPENDIX

会社概要 Corporate Date

会 社 名	株式会社 カクヤスグループ Kakuyasu-group Co., Ltd.
資 本 金	379百万円（2021年3月末日現在）
グ ル ー プ 正 社 一 員 数	1,653名（2021年3月末日現在 役員除く、連結）
本 社 所 在 地	東京都北区豊島2-3-1
主 な 事 業 内 容	グループの事業戦略構築、経営管理およびそれに付帯する業務

当社グループは「なんでも酒やカクヤス」のブランドの元、お客様のご要望に「なんでも」応えたいという意気込みや覚悟を経営理念として掲げ「**お酒を中心とした流通のインフラ**」となることを経営方針として掲げています。

事業紹介

- 業務用向と個人向のお客様に対する酒類の販売を行っております。
- 「真に便利なお届けサービス」を実現し、「酒類を中心とした流通のインフラとなる」事を経営方針として掲げております

お客様のご要望に
『なんでも』応えたい

「必要とされるものを」

ご希望にきめ細かく迅速に
対応できるサービス開発機能

「ご希望に沿った形態で」

あらゆるご利用シーンに
対応できる顧客接点機能

「いつでも」「どこへでも」
「どれだけでも」

徹底的に効率的な物流機能



宅配
個人宅への配達販売



業務用
居酒屋等、料飲店への
配達販売

WEB
自社ECサイトでの全国販売



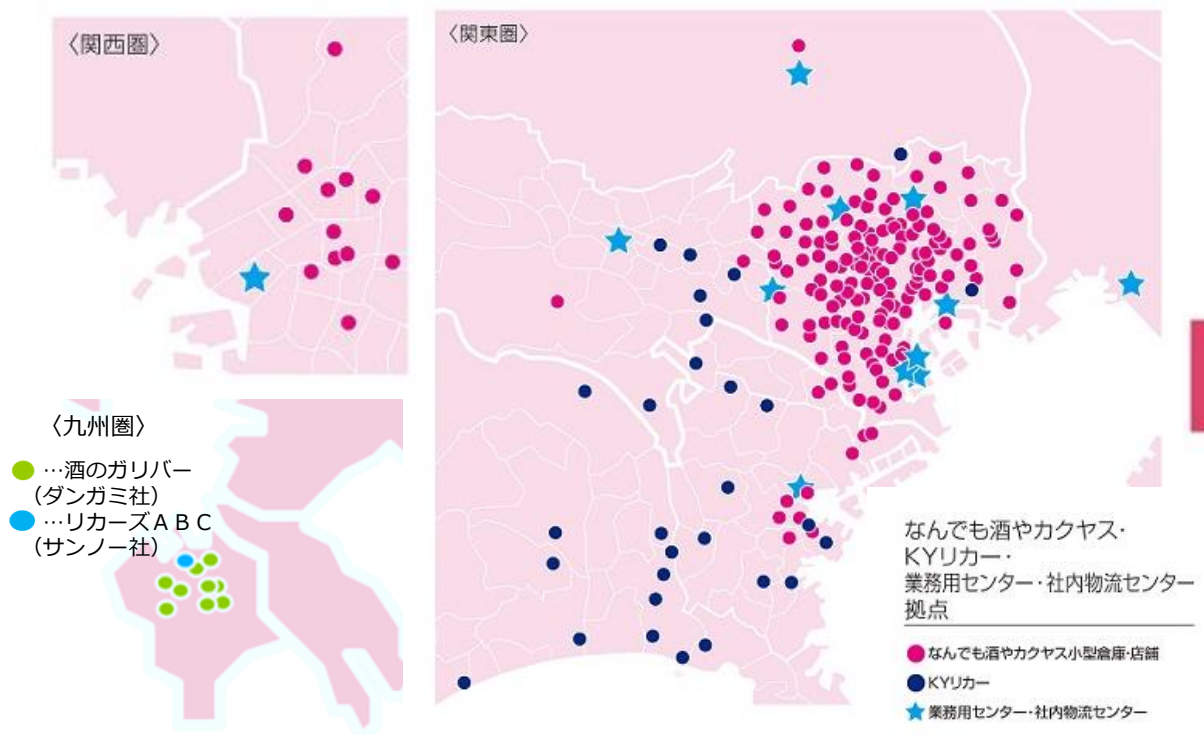
POS
カクヤスショップ等による
店頭販売



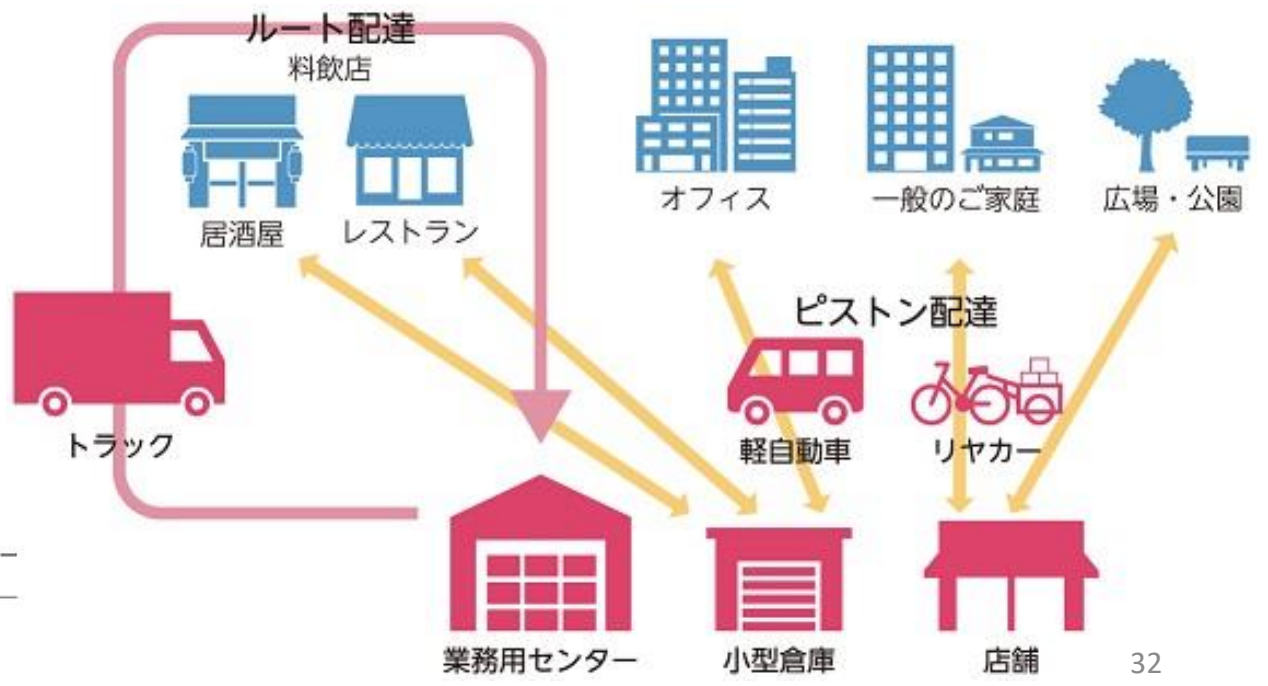
事業の特徴

- 配達サービスは、独自の受注・販売体制ならびに物流ネットワークを連携
- さまざまなお客様のニーズに対して、きめ細やか且つ、フレキシブルな配達サービスを提供
- 花見やパーティーなど、ご自宅以外の配達需要にも対応すべく、屋外の公園やバーベキュー場などにも配達しております。

都内繁華街を主戦場としつつ関東・関西・九州圏をカバー

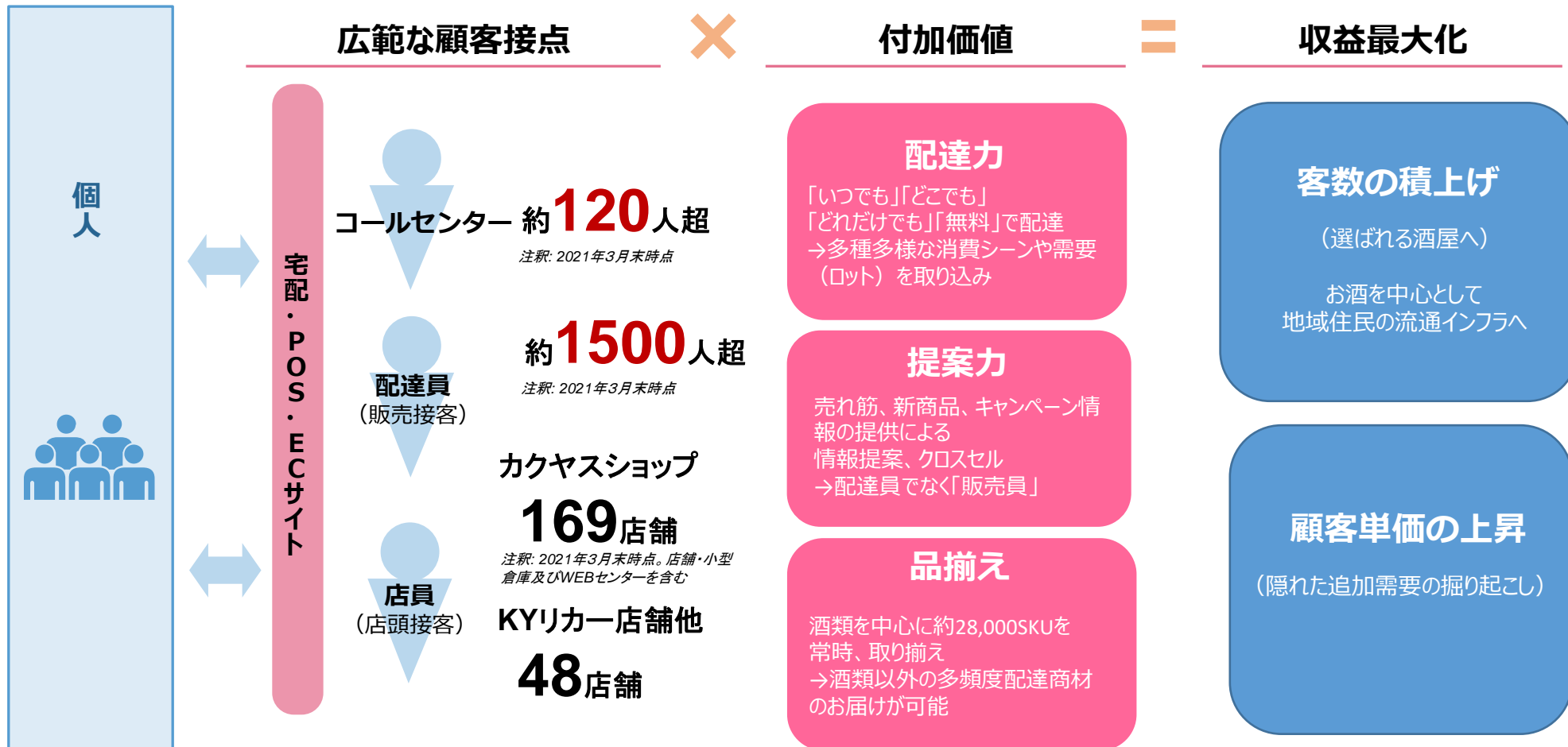


配達は、出荷拠点（センター、店舗）を起点とした効率的配送網を構築



事業の競争優位性

- 「ビール1本から」「365日」「どこでも」「1時間単位」で「無料配送」を軸とした“他社に追従を許さない配送サービス”を構築
- 自前の顧客接点（自社受注・自社配送により顧客接点を全て自前化）を活かした付加価値の提供が可能
- 自社の従業員がお客さまの要望に応じた商品をお勧めすることで、宅配サービスをさらに充実させることができる



子会社（参考情報）

九州地区 2 社の業務統合



繁華街型業務用酒類小売の「リカーズABC」を運営

サンノー株式会社

ナイトマーケットに強い

+

株式会社ダンガミ

食系のお客様に強い

※食系 = 居酒屋、レストラン等



福岡県・長崎県を中心とした業務用酒販店「酒のガリバー」等を10店舗展開

去年、M&Aによりグループ化したサンノー社とダンガミ社における 2社統合を今期中に実施予定

- ▶物流
- ▶システム
- ▶コールセンター
- ▶管理部門

統合

+

家庭用販売の取入れ