



2022年3月期 第1四半期 決算説明会資料

2021年8月

株式会社カクヤスグループ
証券コード：7686

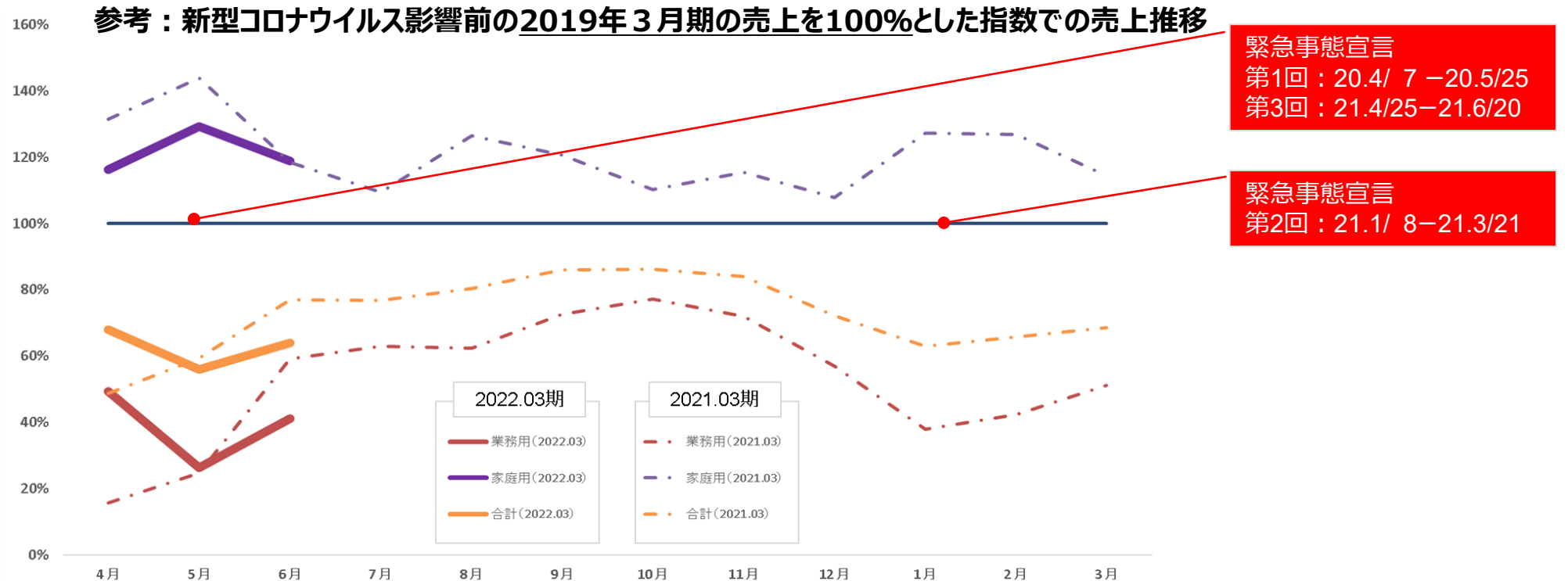
お客様のご要望に「なんでも」応えたい



1. はじめに (概況)

新型コロナウイルスによる売上への影響①

- 当社グループの第1四半期（2021年4月～2021年6月）におきましては、新型コロナウイルス感染症再拡大に伴う大都市圏を中心とした3回目となる「緊急事態宣言」の再発出や、その後の「まん延防止等重点措置」による経済活動への抑制が継続されており、引き続き厳しい状況が続いております。
- また、新型コロナウイルスの感染の再拡大が続く東京都に対しては7月12日～8月22日（7月30日に延長が決定し8月31日）まで、4回目の「緊急事態宣言」が発出されており、当社繁忙期となる夏時期に向けた業績影響においても依然として厳しい状況が想定されております。

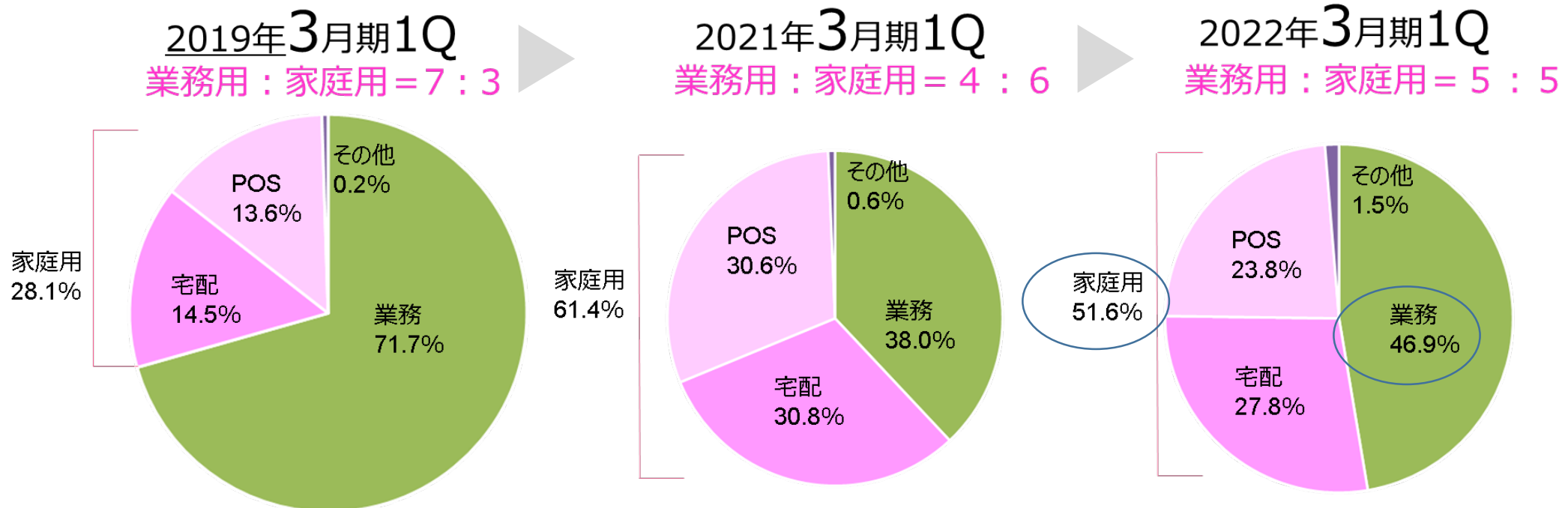


※当該データは子会社「株式会社カクヤス」単体の速報値であり、財務上の正式データではありません。

1. はじめに（概況）

新型コロナウイルスによる売上への影響②

- 「業務用」の売上構成比は46.9%となりました。前年の同期間が第1回目の緊急事態宣言下であり、感染防止対策の実施に伴う飲食店への休業、時短要請により注文量が大幅に減少していたこと、また前年に完全子会社化した九州2社（株式会社ダンガミ、サンノ株式会社）の実績を取り込んだことで、前年同期（38.0%）を上回りました。
 - 「家庭用」の売上構成比は51.6%となりました。コロナ禍において、引き続き在宅勤務の増加や外出機会の減少に伴うデリバリー需要を取り込み、売上は好調に推移しているものの、前年同期間が第1回目の緊急事態宣言下で日中を中心とした来店客が大きく伸びていた影響もあり、前年同期（61.4%）を下回りました。
- 依然として、コロナ影響前（2019年3月期）との比較では、新型コロナウイルスにより当社グループの売上構成に大きな影響を与えております。



※2019年3月期第1四半期は金融商品取引法に基づく連結財務諸表は作成しておりません。

1. 第1四半期 決算概要

2. 今年度の重要戦略について（進捗）

3. 今後について

2. 第1四半期 決算概要

連結 損益計算書

- 第1四半期においては、引き続き新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けておりますが、前年に完全子会社化した3社（サンノー株式会社、株式会社ダンガミ、明和物産株式会社）の実績を取り込んだことで売上高は18,598百万円（前年同期比10.8%増）となりました。それに伴い、3社分の人件費等を取り込んだことや、家庭用強化に向けたCM等の広告宣伝費で販売管理費が前年同期を上回り、営業損失は1,307百万円となりました。また、経常利益に関しても、業務用の回復に応じ営業や物流のサービス維持に努めたことで雇用調整助成金の額が前年同期よりも減少し、1,126百万円の経常損失となりました。

(単位：百万円)

科目名	2021年3月期 1 Q	2022年3月期 1 Q	増減額	増減率
売上高	16,783	18,598	1,815	10.8%
売上総利益	3,588	3,982	394	11.0%
	21.4	21.4		-
販売費および 一般管理費	4,702	5,290	587	12.5%
	28.0	28.4		0.4pt
営業利益（損失）	△1,114	△ 1,307	△192	-
	-	-		
経常利益（損失）	△755	△ 1,126	△371	-
	-	-		
親会社株主に帰属する 当期純利益（損失）	△538	△ 709	△171	-
	-	-		

2. 第1四半期 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	2021年3月期 1Q	2022年3月期 1Q	増減額	増減率 (前年比)
業務	6,378	8,726	2,348	36.8% (136.8%)
宅配	5,163	5,173	10	0.2% (100.2%)
POS (POSレジでの取引売上)	5,130	4,414	△716	△14.0% (86.0%)
卸等	110	284	174	158.2% (258.2%)
計	16,783	18,598	1,815	10.8% (110.8%)

<前年比>

■業務

客数 : 110.5%

客単価 : 123.8%

前年に完全子会社化したサンノー社、ダンガミ社の実績を取り込んだことで、客数・単価ともに増加

【参考：2社売上】

(サンノー社：約340百万、ダンガミ社：約1,000百万)

■宅配

客数 : 100.5%

客単価 : 99.7%

引き続き在宅勤務の増加や外食機会の減少に伴うデリバリー需要を取り込んでおり好調に推移

■POS

客数 : 86.1%

客単価 : 100.0%

第1回目の緊急事態宣言下同様の日中の来客が減少

■卸等

前年に完全子会社化した明和物産社の実績を取り込んだことで、大きく伸長

2. 第1四半期 決算概要

販売管理費 前期比較（主要な増減項目）

（単位：百万円）

	2021年3月期 1Q	2022年3月期 1Q	増減額	増減率
人的コスト	2,984	3,315	330	11.1%
給与及び手当	2,254	2,500	<u>246</u>	10.9%
法定福利費	352	383	30	8.6%
採用費	16	41	24	145.9%
配送費	111	93	△17	△15.9%
マーケティングコスト	229	288	59	25.9%
広告宣伝費	13	129	<u>116</u>	836.7%
販売促進費	118	51	△67	△56.7%
その他コスト	1,489	1,685	196	13.2%
支払い手数料	329	395	<u>66</u>	20.1%
のれん償却費	0	39	<u>39</u>	4296.6%
保守修繕費	61	89	27	44.8%
租税公課	66	35	△31	△46.5%
販売費及び一般管理費	4,702	5,290	<u>587</u>	12.5%

全体で587百万円の増加

（主要な項目）

<増加したコスト>

- 給与及び手当 246百万円
 - └ 子会社買収による給与の増加
- 広告宣伝費 116百万円
 - └ テレビCMに係る広告宣伝費
- 支払手数料 66百万円
 - └ 家庭用増加によるクレジットカード手数料
 - └ 子会社M&Aによる
- のれん償却（3社M&A） 39百万円

<減少したコスト>

- 販売促進費 △67百万円
 - └ 業務用における販促費減少
- 租税公課 △31百万円
 - └ 減資による外形標準課税の減少

2. 第1四半期 決算概要

営業利益以下 前期比較

(単位：百万円)

	2021年 3月期	2022年 3月期	増減額	増減率
営業利益（損益）	△1,114	△1,307	△192	—
営業外収益	371	208	△162	△43.7%
営業外費用	△11	△27	△16	—
経常利益（損益）	△755	△1,126	△371	—
特別利益	0	15	15	—
特別損失	0	0	0	—
税引前利益（損益）	△755	△1,110	△355	—
法人税等合計	216	401	184	85.1%
当期純利益	△538	△709	△171	—

■ 主な増減の内訳

【営業外収益】

■ コロナによる雇用調整助成金等の差

△160百万円
(参考：前年363百万円)

【特別利益】

■ 有価証券売却益 15百万円

【法人税等合計】

■ 法人税等調整額 192百万円

- ・税効果（繰越欠損金）
- ・評価性引当金（減損、資産除去債務）

2. 第1四半期 決算概要

連結 貸借対照表 (主要な増減項目)

(単位：百万円)

資産の部	2021年 3月期 期末	2022年 3月期 1Q	増減額	負債の部	2021年 3月期 期末	2022年 3月期 1Q	増減額
流動資産	13,785	14,023	237	流動負債	18,535	16,635	△1,900
現金及び預金	2,525	2,582	57	買掛金	10,079	9,646	△433
受取手形及び売掛金	4,745	3,966	△779	短期借入金	5,614	4,501	△1,112
商品	3,610	3,777	166	リース債務	164	129	△34
その他	1,121	1,887	766	未払法人税等	52	31	△20
固定資産	13,208	13,118	△90	固定負債	5,246	5,976	730
有形固定資産	6,732	6,820	88	長期借入金	4,166	4,913	747
建物及び構築物	3,516	3,585	69	負債合計	23,781	22,611	△1,170
無形固定資産	2,357	2,248	△109	資本金	379	30	△349
のれん	1,485	1,445	△39	資本剰余金	638	3,208	2,570
リース資産	203	159	△43	利益剰余金	2,070	1,167	△903
投資その他の資産	4,119	4,049	△69	純資産合計	3,212	4,530	1,317
資産合計	26,994	27,142	147	負債・純資産合計	26,994	27,142	147

(主要な項目 単位：百万円)

資産 前連結会計年度末比：147百万円増加

- 受取手形及び売掛金 △779
- ・業務用売上の減少による売掛残高の減少
- その他 719
- ・容器勘定 232
- ・長期前払費用 478
(収益認識基準変更による「投資その他」から振替え)
- リース資産 △43
- ・減価償却費 (ソフトウェア)
- 投資その他の資産 △64
- ・繰延税金資産 415 / 長期前払費用 △478

負債 前連結会計年度末比：1,170百万円減少

- ・業務用売上の減少に伴う買掛金の減少 △433
- ・長期借入、増資資金の実施による
短期借入金の返済 △1,377

純資産 前連結会計年度末比：1,317百万円増加
自己資本比率16.7% (前期末11.9%)

- ・資本金の額の減少 △349
- ↳ 第三者割当による増資(1/2) 1,109
- ↳ 資本金の額の減資 △1,459
- ・資本剰余金の増加 2,568
- ↳ 第三者割当による増資(1/2) 1,109
- ↳ 資本金の額の減少による振替 1,459

【目次】

1. 第1四半期 決算概要

2. 今年度の重要戦略について（進捗）

3. 今後について

2. 今年度の重要戦略について（進捗）

参照 | 2021年3月期決算補足説明資料より抜粋

【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

- ▶ 業務用は動きが取れず。
当面の間、厳しい環境をしのぐ
- ▶ 今期は、戦略の軸を家庭用に思い切り振る

特に「宅配」に軸を振る。
・ビジネスモデルとして強みがある
・コロナ禍で宅配需要は伸びている

「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

2. 今年度の重要戦略について（進捗）

(A) 配送力 出荷拠点を増やす

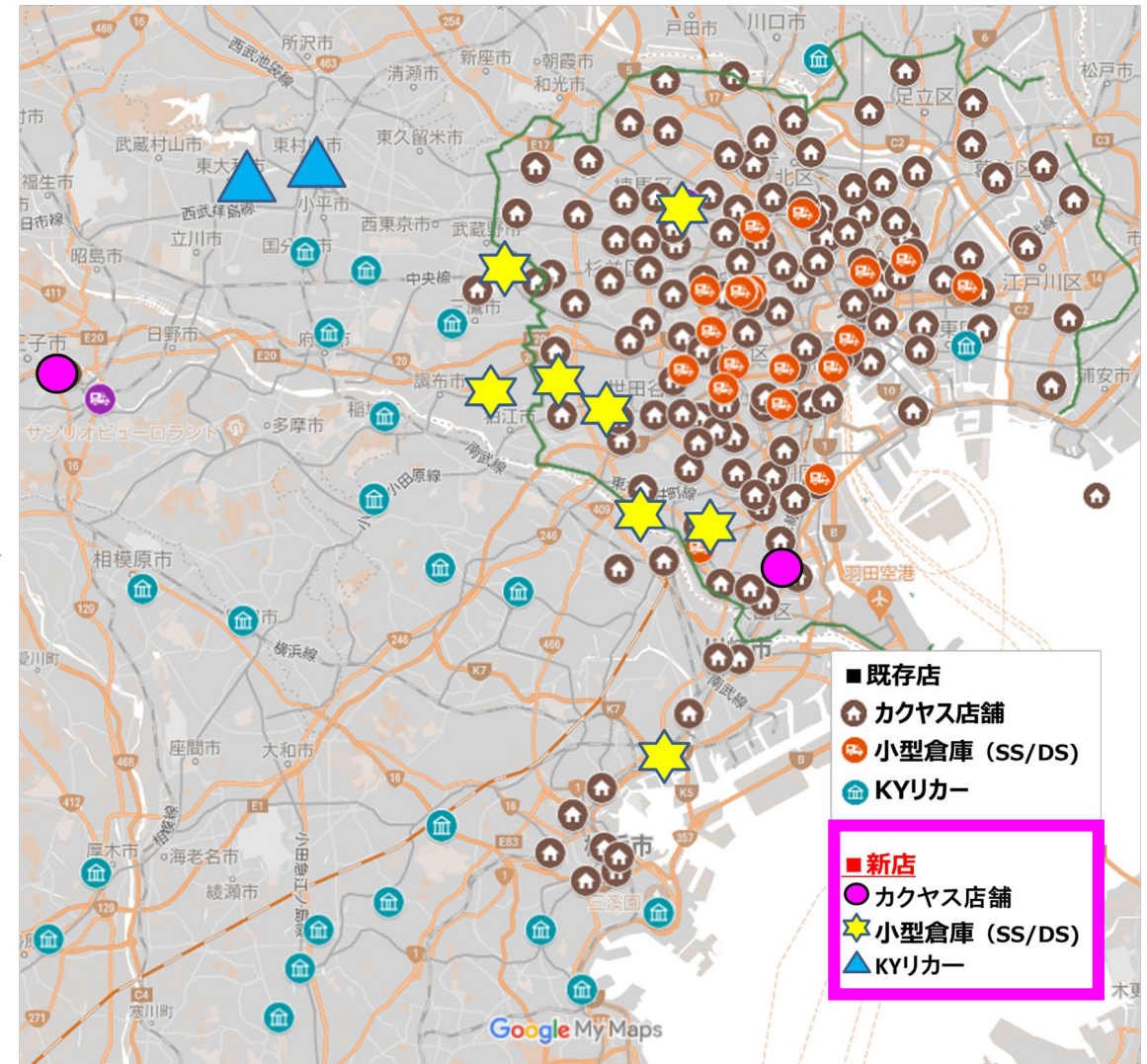
計画 | 2021年5月～2022年3月 12拠点

▶進捗 | 7月末時点で、9つの出荷拠点を増加決定

NO.	開店日（予定）	エリア	名称
-	4月16日	世田谷区	千歳台SS
-	4月22日	武蔵野市	吉祥寺本庁SS
-	4月26日	大田区	東雪谷SS
1	5月28日	世田谷区	三軒茶屋栄通り店
2	7月5日	横浜市鶴見区	生麦DS
3	7月16日	八王子市	八王子八日町店
4	7月21日	八王子市	八王子北野DS
5	7月30日	世田谷区	桜丘DS
6	8月5日	調布市	調布菊野台DS
7	8月末	世田谷区	玉堤DS
8	9月初旬	東村山市	KYリカー久米川店 ※
9	9月初旬	東大和市	KYリカー東大和市店 ※

開店済み

予定



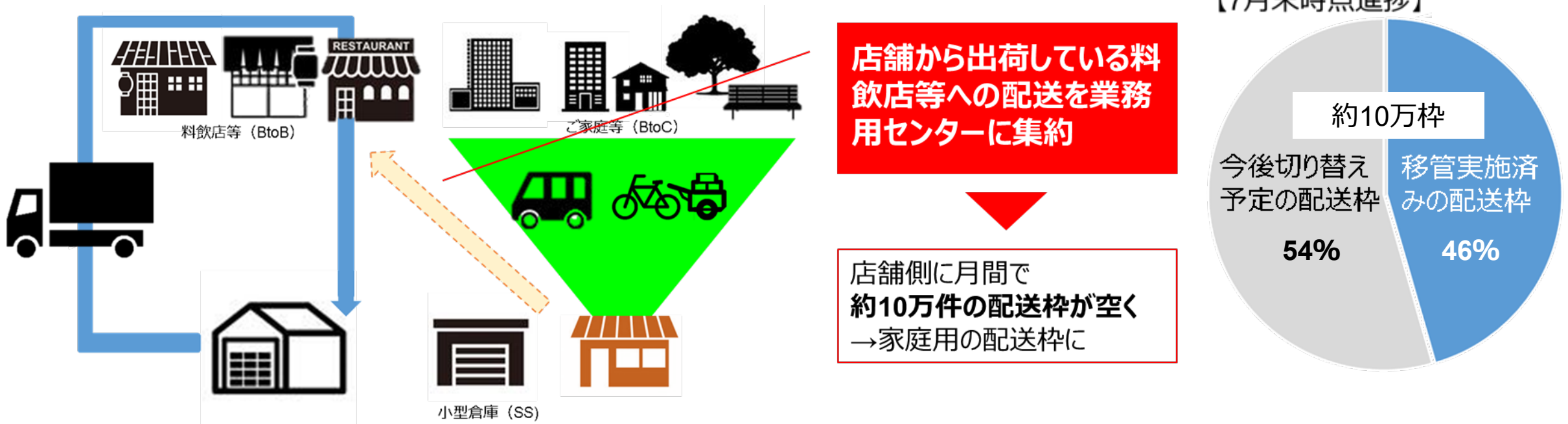
※上記に加え、2021年2月よりKYリカーの倉庫を活用し、カクヤスの出荷拠点としております。

2. 今年度の重要戦略について（進捗）

(A) 配送力 配送能力の確保

計画 | 店舗配送力のすべてをBtoCの拡大に向けて集約し、家庭用の配送枠を倍増させる
料飲店の配送を業務センターに集約し、店舗側に月間10万件の家庭用配送枠を確保

▶進捗 | 7月末時点で約半分の料飲店の移管を終え、約5万件の家庭向け配送枠を確保



2. 今年度の重要戦略について（進捗）

(B) ご注文

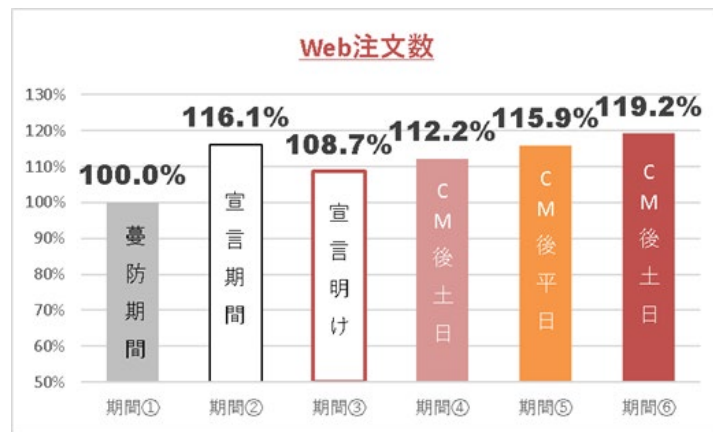
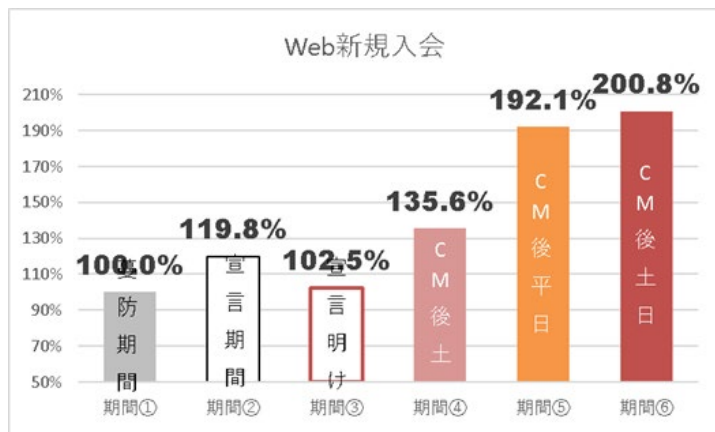
認知の拡大

（当社初のTVCMを実行）

計画 | 東京都民の約6割（約700万人）の未認知ユーザーに向けてTVCM、YouTubeを放映し認知拡大

▶進捗 | TVCM期間中のWeb訪問者数および、新規会員数は大きく伸長。CMでサービスを認知・会員登録・新規利用された方へは、引き続き継続購入を促す施策を実施していく。

TVCM放映に伴う効果検証



- 期間① 蔓延防止期間（～4/24:1とした場合）
- 期間② 緊急事態宣言期間土日（～6/20）
- 期間③ 緊急事態宣言明け平日（6/21～6/24）
- 期間④ TVCM効果検証期間（6/26、6/27）
- 期間⑤ TVCM効果検証期間（6/28～）
- 期間⑥ TVCM効果検証期間（7/3、7/4）

2. 今年度の重要戦略について（進捗）

（B）ご注文

認知の拡大

（お酒とつまみに特化したモール型専門通販サイト【カクベツ】オープン！）

計画 | カクヤスネットショッピングの会員約145万人と集客連動し、販売拡大を図る。

▶進捗 | オープン初日に、サイトへの訪問者数が約1.5万件に至り、上々な立ち上がりとなる。
引き続きキャンペーン等での認知を広げ、ネットショッピングからの誘導、新規会員の獲得を進めていく。



- ・酒類系 店子が 36 店舗、食品系 店子が 16 店舗
- ・商品数は 合計 800SKU ※7月12日オープン時点
（日本酒・焼酎で66.7%、食品・雑貨で14.6%）

【カクベツ】 <https://kakubetsu.jp/main/index>

2. 今年度の重要戦略について（進捗）

(B) ご注文

品揃えの充実

（お酒以外の商品取り扱い）

計画 | 自社配送を行っている当社の強みを活かし、酒類に限らない新たな商品の取り扱いをプラス。

▶進捗 | 『ペット用品』の取り扱いを5月1日より開始。一部店舗に在庫を置いて即日配送を6月4日より開始したことで販売数が大幅に伸長。今後も即日配送の店舗数を拡大してまいります。

■ 取扱い商品

ドッグフード、キャットフード、
犬猫のトイレタリー・サニタリー商材等
（取扱い商品数 約150点）

2021年5月1日より



■ 取扱い商品

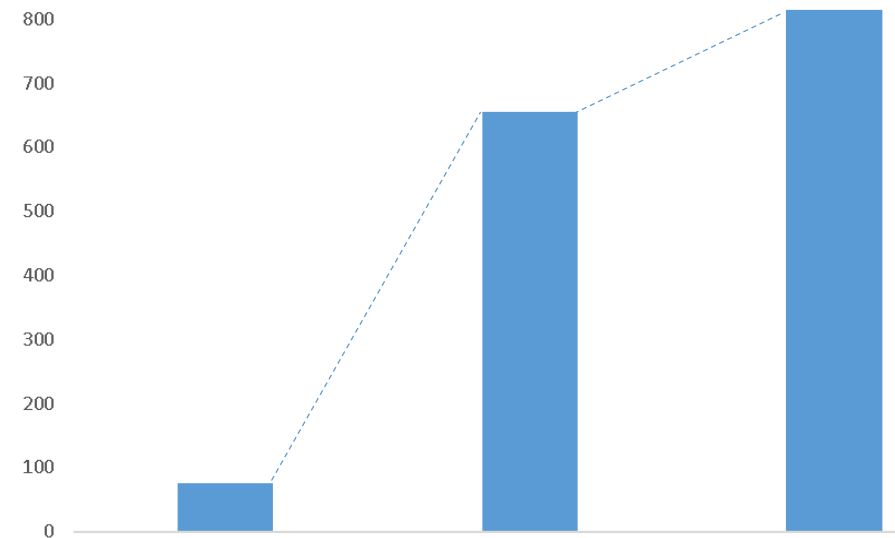
家庭用炭酸飲料メーカー「ドリンクメイト」
スターターセットや専用ボトル、
交換用ガスシリンダー

2021年7月16日より



900 (数量)

ペット用品販売推移



2021年05月度

2021年06月度

2021年07月度

2. 今年度の重要戦略について（進捗）

その他

品揃えの充実

（来店客増加に向けた店舗リニューアル）

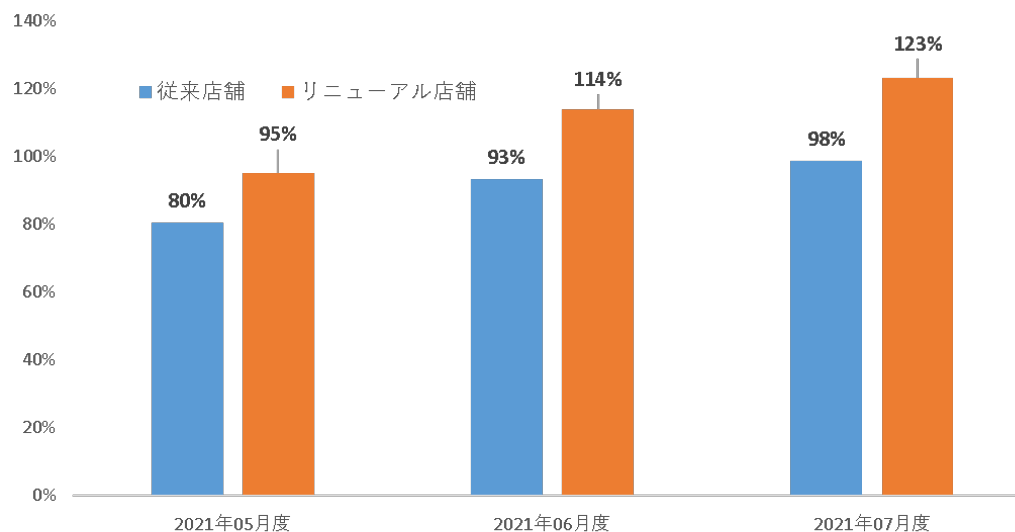
計画 | コロナ禍での家庭内需要の増加を背景に、さらなる店頭での販売増加を見込んで店内改装を実施。

▶進捗 | 改装後、好調に売り上げが推移しており、4月以降8店舗の改装が終了。
以降、店頭販売の構成比が高い店舗を中心に、計画的に実施してまいります。



リニューアル店舗と従来店舗との直近3か月での前年比較

（前年、緊急事態宣言の影響があり、日中の来客が増え備蓄品等の消費が伸びていたことで大幅な売上増加があり、従来店舗では今期POS売上が前年を下回っております）



倉庫名	改装日（予定日）
1 宮前店	4月
2 千駄木店	4月
3 戸越銀座店	4月
4 新中野店	5月
5 都立大学店	6月
6 西池袋店（一部）	6月
7 石神井台店（一部）	6月
8 保土ヶ谷店	7月
9 三鷹南口店	7月
10 雪谷店	8月
11 雑司ヶ谷店	8月
12 祖師ヶ谷大蔵店	8月
13 大井町店	9月
14 白山店	10月
15 巢鴨店	10月
16 下北沢店	11月
17 一之江店	11月
18 KY川口東領家	12月
19 KY南砂	12月
20 西鎌田店（一部）	1月
21 富岡二丁目店	1月
22 目黒東山店	1月

7 末時点終了

計画

【目次】

1. 第1四半期 決算概要

2. 今年度の重要戦略について（進捗）

3. 今後について

3. 今後について

1) 2022年3月期 業績予想の修正について

2021年7月12日、東京都において4度目の緊急事態宣言が発出され、8月22日(7月30日に延長が決定し8月31日)までの6週間にわたり酒類を提供する飲食店に対して休業要請が行われることが決定されました。

当社は、新型コロナウイルス感染拡大による緊急事態宣言の再発出による外部環境の変化や、その影響を含めた最近の業績動向等を踏まえ、2021年5月12日に公表しました2022年3月期(2021年4月1日～2022年3月31日)の連結業績予想を2021年7月12日に一旦未定とさせて頂いております。

(2021年7月12日公表 「2022年3月期連結業績予想の修正に関するお知らせ」)

2) 2022年3月期 配当予想の修正について

2021年7月12日に公表しました「2022年3月期連結業績予想の修正に関するお知らせ」にて連結業績予想を取り下げたことを踏まえて、配当予想につきましても今後の業績の動向を見極めながら検討するため、未定とすることと致しました。

(2021年8月12日公表 「2022年3月期配当予想の修正に関するお知らせ」)

3. 今後について

店舗 スルー（無在庫）販売の実現 （非在庫品のリードタイム短縮）

カクヤスの店舗に在庫の無い商品でも、翌日納品を実現させる。

→マザーセンター※に在庫があれば、すべての商品が翌日配送が可能となる

→「お店に在庫を置かない“スルー販売”の実現」= **お酒以外の商品ラインナップの充実が可能**

※マザーセンター
= 社内物流センター（平和島）

スルー（無在庫）販売のイメージ

① 商品を販売

お店は在庫を持たず、
「翌日お届け便」等
として販売する



② ご注文を頂く

【例】 8月1日11:00

お客様が商品を購入し、
注文が入る



③ 商品を移動

8月2日 ~15:00

購入された商品を
当社マザーセンター※より移動



④ 商品をお届け

8月2日17:00

商品が届いたら、
指定の時間帯でお客様にお届け



お店の在庫時間：約2時間

注文からお客様までのお届け：約1日（翌日）

3. 今後について

新たな宅配ビジネスモデル（三層物流）構築へ

【将来的なイメージ】

コロナ禍において、家庭用ビジネス単体での収益化を早期実現させ、上場時に掲げた「配達プラットフォーム企業への進化」を遂げる。将来的に業務用が戻ってきたときに、より収益力・企業価値の高い会社へと成長するために、新たな宅配ビジネスモデルとして“三層物流”を構築していく。

（三層物流）

- 第1層：業務用のルート物流網
- 第2層：業務用の即配物流網
- 第3層：家庭用の即配物流網

【現在の取組み】

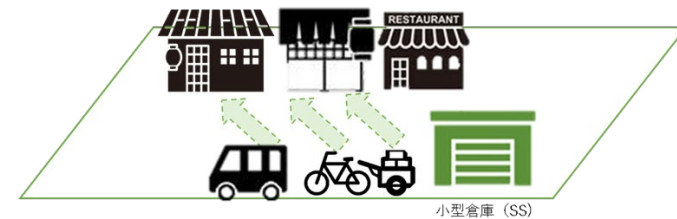
（新たなコストをかけずに物流を振り分けています）

店舗から「飲食店の配送」を業務用センター、業務用小型倉庫に移管し10万件の配送能力を家庭用宅配に向け、家庭用での売上拡大を図っております。

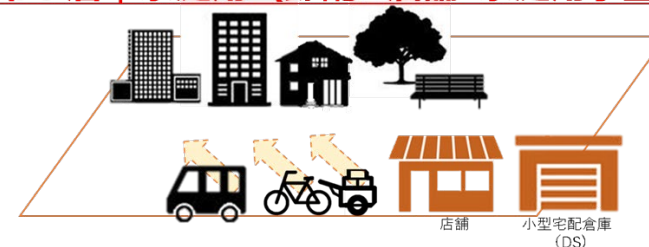
第1層 | 業務用（ルート配送×業務用センター）



第2層 | 業務用（即配×業務用小型倉庫）



第3層 | 家庭用（即配×店舗・家庭用小型倉庫）



3. 今後について

外食の文化はなくなる

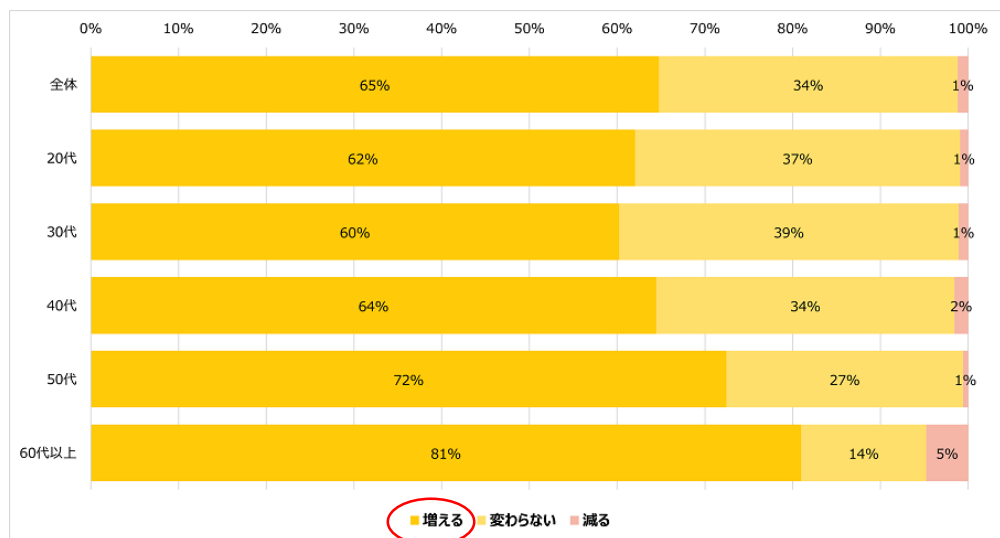
消費者アンケートでは、コロナ後に行きたい店の上位には「居酒屋」が挙がっており、この先大人数での宴会等の減少など、消費者の変化は起こりつつも、外食の文化はなくなると考えております。

当社グループは今後も飲食店様にご注文先に困ることが無いよう、引き続き飲食店様の要望にお応えできる体制を整えてまいります。

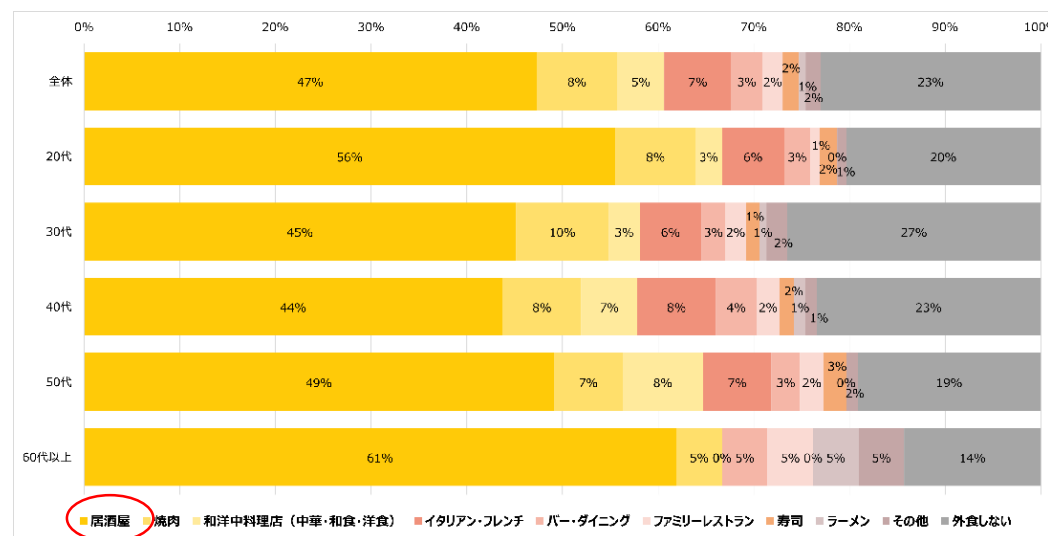
「ファンくる(株式会社ROI)調べ」

緊急事態宣言が明けたら、65%の人が外食は増え、友人と1番利用したいお店の1位は居酒屋。

設問：緊急事態宣言が明けたら、外食は増えますか？



設問：緊急事態宣言が明けたら、友人と1番利用したいお店の業態を教えてください



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

拠点数

(カクヤスグループ 拠点一覧)



	2021.03期	6月末	2022.03期		
	3月末		9月末	12月末	3月末
(1) 業務用拠点					
(株) カクヤス					
業務用センター	10	9			
業務用店舗 (kakuyasu class)	6	6			
業務用小型倉庫	14	15			
合計	30	30	0	0	0
(株) ダンガミ					
業務用センター	2	2			
業務用店舗 (酒のガリバー 等)	10	9			
業務用小型倉庫	-	1			
合計	12	12	0	0	0
サンノー (株)					
業務用店舗 (リカーズABC)	1	1			
(2) 家庭用拠点					
(株) カクヤス					
WEBセンター・社内物流センター (平和島)	2	2			
店舗1. (なんでも酒やカクヤス)	138	138			
店舗2. (KYリカー)	27	27			
店舗3. (CORK)	1	1			
小型倉庫	10	12			
合計	178	180	0	0	0
(3) その他の拠点					
明和物産 (株)					
小型倉庫	8	8			