
当期業績に関する説明資料

－ 決算実績・次期見込及び今後の方向性 －



2011年5月

目 次

I. 2011年3月期(当期)におけるトピックス

II. グループ体制と地域展開状況

III. 2011年3月期(当期)決算に関する総括

IV. 2012年3月期(次期)決算に関する見通し

V. 今後の方向性

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

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. 2011年3月期(当期)におけるトピックス

1. 2010年12月 香港にコロワイドアジアCO.,LTD.設立(資本金 HK\$ 5,000,000)

- ① 海外(アジア)での製造及び店舗展開における投資会社
- ② 現時点での活動状況
 - ・バンコクでの製造拠点を検討
 - ・香港での出店準備(ステーキ&ビュッフェ・焼肉レストラン)



I. 2011年3月期(当期)におけるトピックス

2. 2011年2月 コロワイドMD神奈川工場(横須賀)着工⇒2011年11月本格稼働

(埼玉工場は売却予定)

(概要)

敷地面積 5,348坪

床面積 2,150坪

地上2階、鉄骨・鉄筋コンクリート造



主な製造ライン

- ・食品加工ライン
- ・カット野菜ライン
- ・ソースライン
- ・惣菜ライン
- ・ピザライン
- ・製菓ライン
- ・パスタライン

その他、野菜工場(LEDによる水耕栽培)200坪

⇒2012年開始予定



I. 2011年3月期(当期)におけるトピックス

3. 東日本大震災による影響

①人的被害について

従業員におきまして若干名の人的な被害が出ております。

②店舗被害について(震災による営業不可店舗数)

震災直後 直営店舗数			2011年3月末 直営店舗数			2011年4月末 直営店舗数		
総店舗数	営業不可店舗数		総店舗数	営業不可店舗数		総店舗数	営業不可店舗数	
889	194	21.8%	875	21	2.4%	876	2	0.2%



震災による廃業店舗

原発による廃止	1店舗
津波等による損壊	8店舗
	9店舗

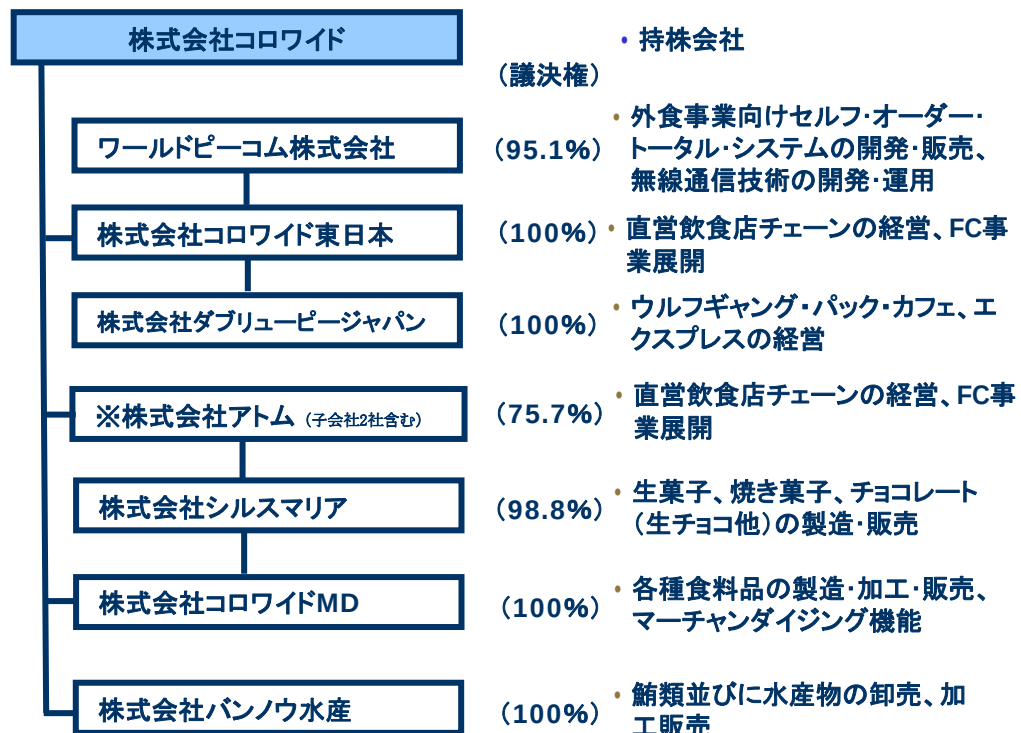
長期休業	2店舗
原発による休業	6店舗
建物の損壊等	13店舗
	21店舗

③被害金額

内容	計上金額
設備に対する被害について	656百万円
たな卸資産に対する被害について	367百万円
その他被災地支援等について	231百万円
合計	1,254百万円

Ⅱ. グループ体制と地域展開状況

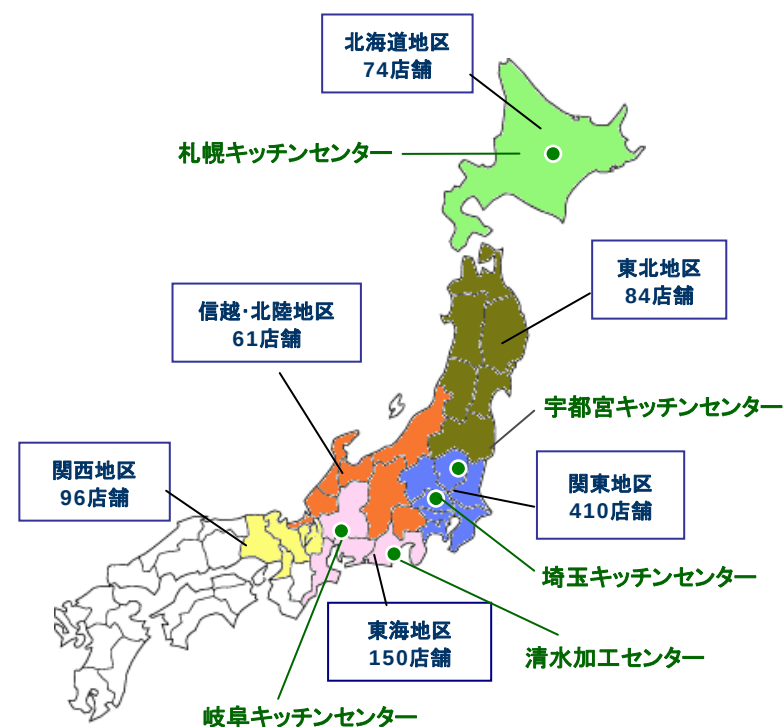
グループ体制と主要各社の事業内容



※ アトム(7412)は上場子会社

※ 他子会社: (株)エムワイフーズ, (株)宮地ビール

地域展開状況 (当期末現在直営店舗数)



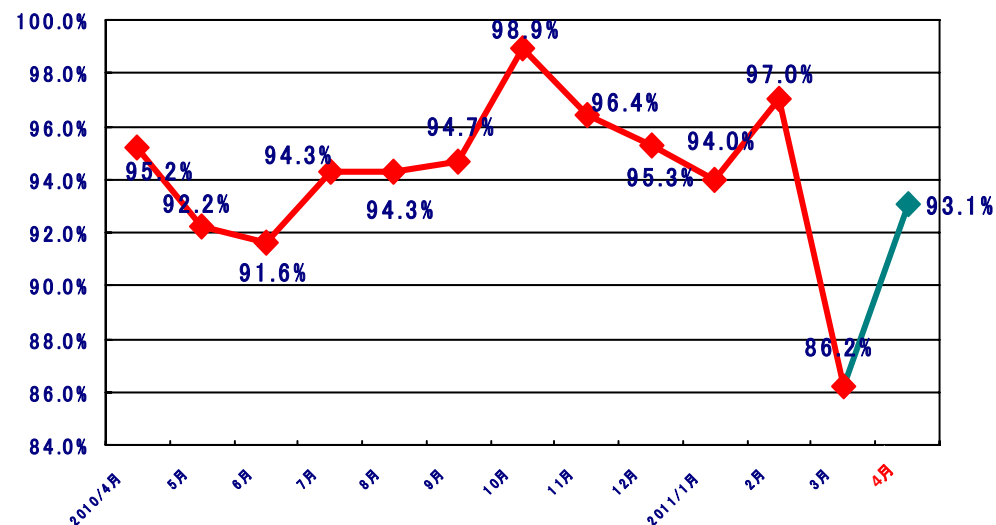
Ⅲ-1. 2011年3月期(当期)決算に関する総括

期中出退店動向

(直営店舗数)				
	前期末 店舗数	新規出店 店舗数	閉店店舗数	当期末 店舗数
東日本	469	37	7	499
WPJ	8	1	0	9
アトム	391	10	34	367
合計	868	48	41	875

※上記以外に当期末のFC店舗数は37店舗

既存店売上高月次前年対比



既存店売上高通期前年対比

	居酒屋部門	レストラン部門	全業態
売上高	94.0%	94.8%	94.3%
客数	96.5%	96.8%	96.7%
客単価	97.5%	97.9%	97.6%
売上構成比	60.2%	39.8%	

Ⅲ-2. 2011年3月期(当期)決算に関する総括

(単位:百万円)

	2010/3月期(前期)		2011/3月期(当期)		増減率
売上高	106,637	売上比	101,083	売上比	△5.2%
売上原価	34,396	32.3%	31,916	31.6%	△7.2%
売上総利益	72,241	67.7%	69,166	68.4%	△4.3%
販管費	67,990	63.8%	66,105	65.4%	△2.8%
営業利益	4,250	4.0%	3,061	3.0%	△28.0%
営業外収益	825	0.8%	734	0.7%	△11.0%
営業外費用	2,120	2.0%	1,755	1.7%	△17.2%
経常利益	2,955	2.8%	2,040	2.0%	△31.0%
特別利益	2,225	2.1%	363	0.4%	△83.7%
特別損失	3,722	3.5%	4,159	4.1%	11.7%
税引前当期利益	1,458	1.4%	△1,755	-	-
当期純利益	1,486	1.4%	△2,740	-	-

売上高動向

売上高につきましては、下記を主要因として前期に比べ5,554百万円減少の101,083百万円となりました。

- 52店舗の新規出店計画に対し48店舗の新規出店となったこと、
19店の閉鎖計画に対し41店舗の閉鎖を行ったことにより
純増は7店舗(計画は純増33店舗)
また、新規出店の出店時期に遅れが生じる
- デフレ圧力の影響を強く受け、激しい価格競争が展開される中で、
低価格化への対応策を図るが都心型業態を中心に苦戦
⇒既存店前年比94.3%
- 東日本大震災の影響により3月11日以降の売上高が、急速かつ
著しく低下⇒△2,611百万円

営業利益減少要因

営業利益につきましては、下記を主要因として前期に比べ1,189百万円減少の3,061百万円となりました。

- 食材の効率的運用を背景とするBuying Powerの発揮と内製品使用
比率の向上、店舗配送方法の改善による物流コストの効率化
原価率 32.3%⇒31.6%
- 教育訓練技術の深化やワークスケジュールの電子化による労働
時間の適正化
- 店舗客席照明のLED化によるエネルギーコスト削減や家賃減額
交渉等による販管費圧縮

しかしながら、上記施策を図りましたが、売上高減少により減益となっております

当期純利益減少要因

当期純利益につきましては、下記を主要因として前期に比べ4,226百万円減少の△2,740百万円となりました。

特別損失4,159百万円の計上と震災による当期及び今後の業績動向を
保守的に検討した結果、繰延税金資産を取崩し、法人税等調整額706
百万円を計上

(主な特別損失)

減損損失(78物件)	1,358百万円
災害による損失	1,254百万円
資産除去債務の影響額	624百万円
固定資産除却損	275百万円

IV. 2012年3月期(次期) 決算に関する見通し

(単位:百万円)

	2011/3月期(当期)		2012/3月期(予想)		増減率
売上高	101,083	売上比	101,915	売上比	0.8%
売上総利益	69,166	68.4%	70,350	69.0%	1.7%
営業利益	3,061	3.0%	3,238	3.2%	5.8%
経常利益	2,040	2.0%	2,249	2.2%	10.2%
当期純利益	△ 2,740	-	1,020	1.0%	-

売上高見通し

売上高につきましては、下記を主要因として当期に比べ832百万円増加の101,915百万円を見込んでおります。

□20店舗の閉鎖を予定しているものの、45店舗の新規出店を予定していることによる増加

□震災後の電力の供給不足や自粛ムードの蔓延など、消費活動の停滞が懸念されるため、既存店前年比を第2四半期までを91.4%、後半は、復興景気や年度末に著しく落ち込んだ売上高の回復が見込めることから、第3四半期以降を100.4%で策定

⇒通期既存店前年比96.0%

営業利益見通し

営業利益につきましては、下記を主要因として当期に比べ177百万円増加の3,238百万円を見込んでおります。

□継続して食材の効率的運用と内製品使用比率の向上などにより粗利益の改善

□家賃・求人費などの減額交渉による販管費の削減

	2011/3実績		2012/3見込	
原価率	31.6%	→	31.0%	△0.6%
人件費率	24.0%	→	24.5%	+0.5%
償却費率	5.6%	→	5.7%	+0.1%
その他販管費率	35.8%	→	35.6%	△0.2%
営業利益率	3.0%	→	3.2%	+0.2%

今後の方向性

V-1. 今後の方向性(出退店動向)(特別損失の計上)

出退店動向

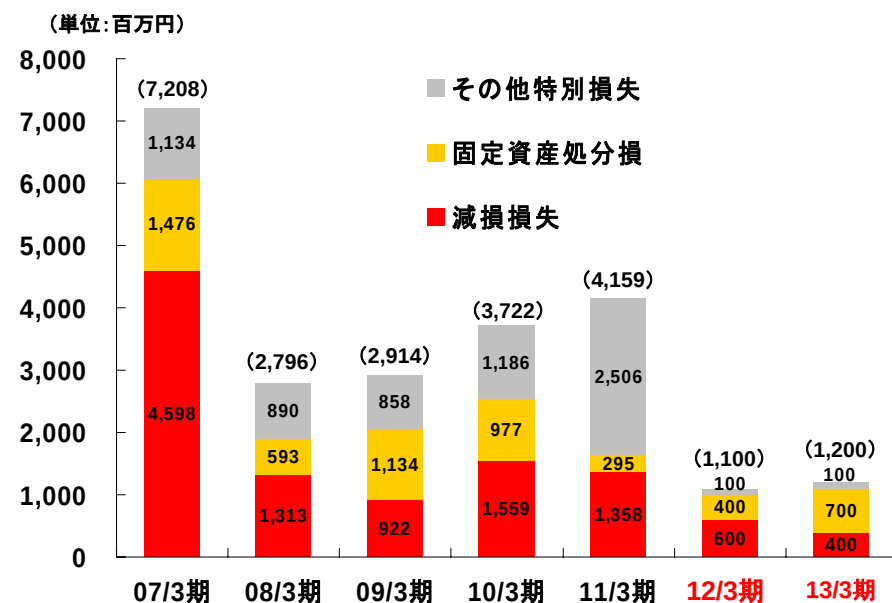
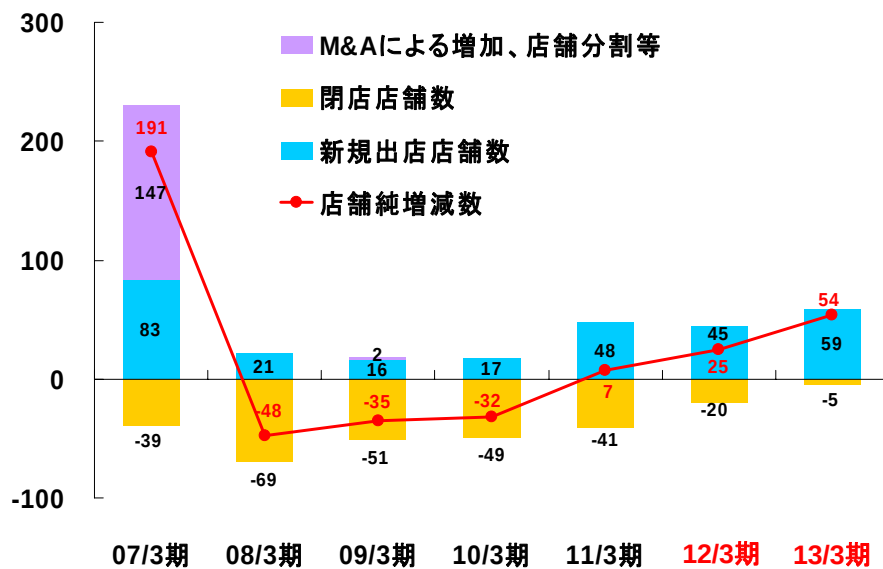
特別損失の計上

急速な企業規模拡大の過程で「業態の拡散」と「ロス店舗」の問題が発生

3期連続(08/3期～10/3期)で店舗数純減、
当期より純増に転じる

～10/3期 不採算店舗に対する抜本的措置
(業態転換・店舗閉鎖を含めた集中改革)

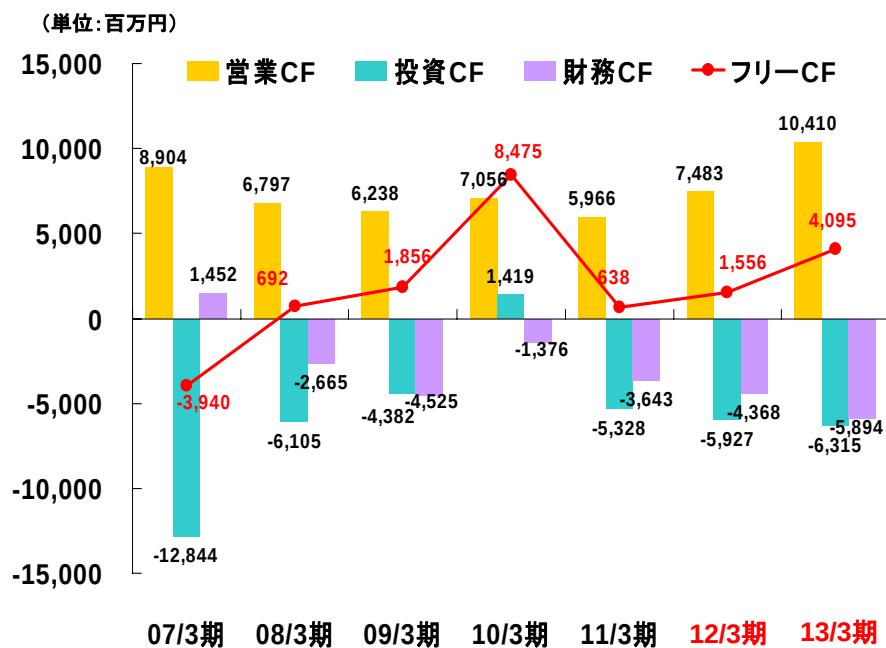
11/3期は主として震災の影響で41億の特損を計上



V-2. 今後の方向性(フリー・キャッシュ・フロー)(EBITDA/売上高)

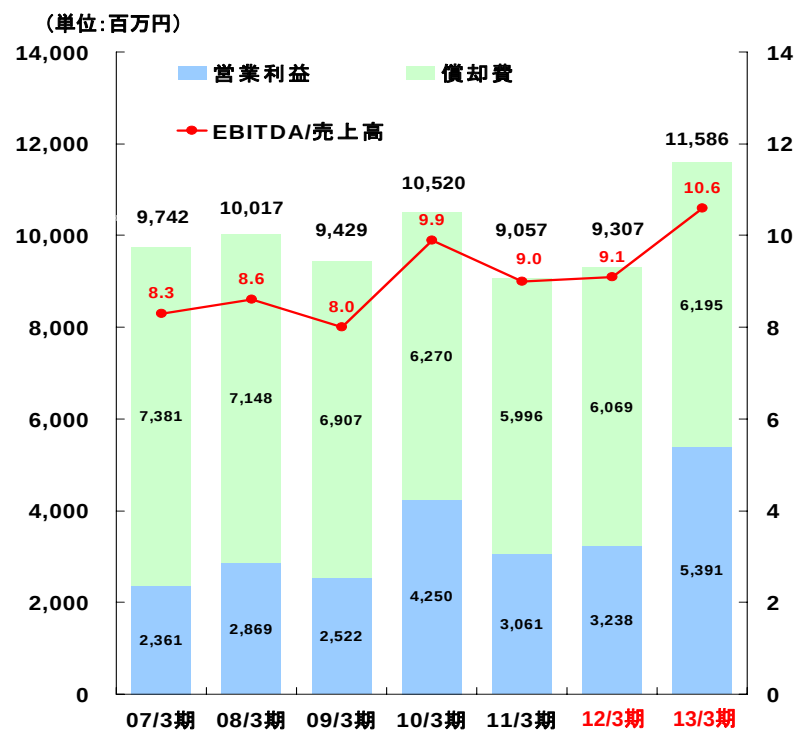
キャッシュ・フローの推移

今後もフリー・キャッシュ・フローは黒字で推移



EBITDA・売上高EBITDA率

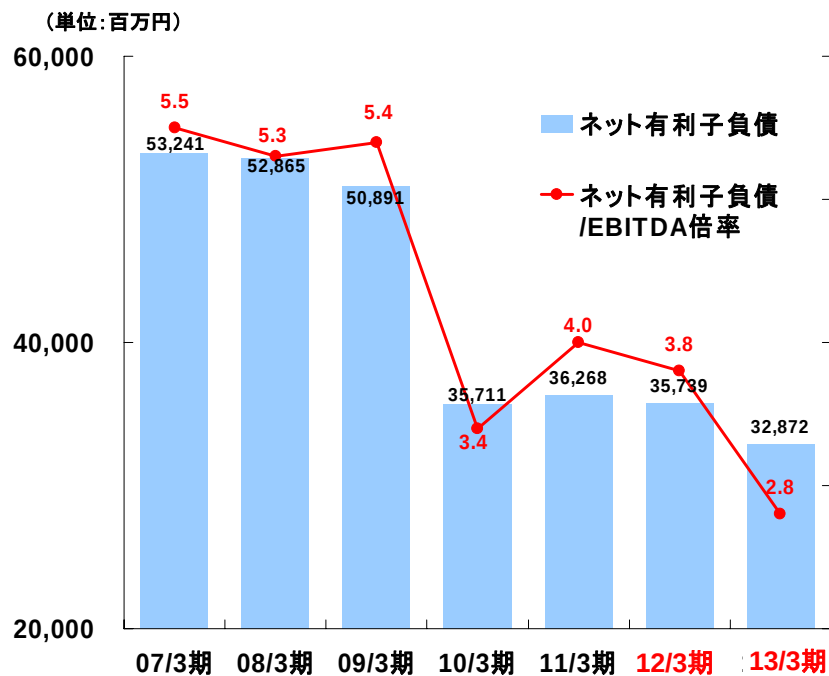
12/3期よりEBITDAは改善傾向へ



V-3. 今後の方向性(ネット有利子負債/EBITDA)(自己資本比率)

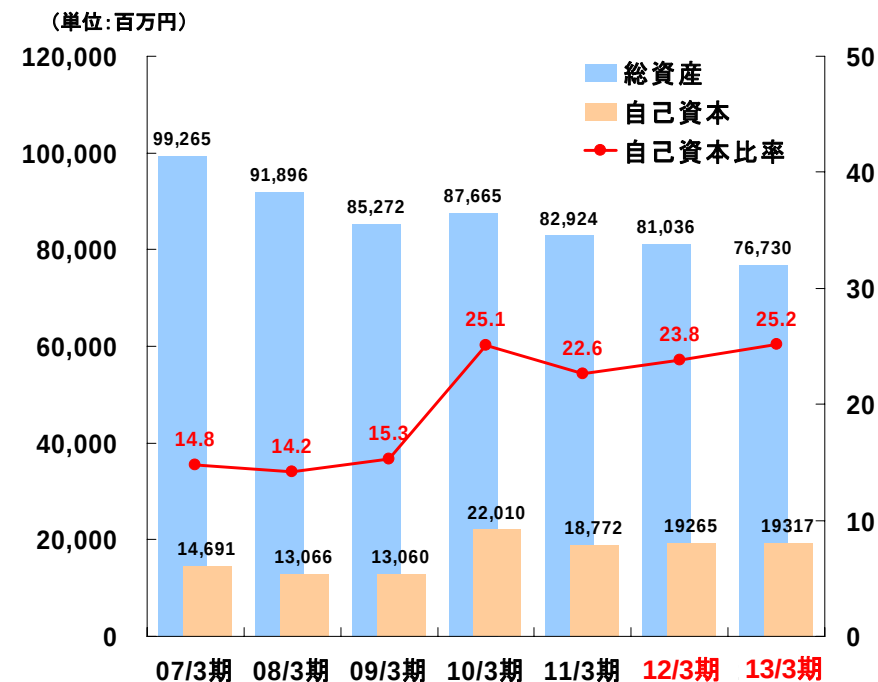
ネット有利子負債/EBITDA倍率

ネット有利子負債／EBITDA倍率の財務数値目標
⇒ 3倍以内



総資産・自己資本・自己資本比率

自己資本比率の財務数値目標 ⇒ 30%以上



V-4. 今後の方向性(中期的な戦略)

1. 業態の集約化と業務の集約化

- ①現在:42業態(経営資源が分散)⇒オリジナル業態として10業態＋研究開発業態に集約することにより、商品開発やプロモーション及び人材の配置など経営資源を有効に投入

現在の42業態を以下のように分類

集約業態	居酒屋	5	経営資源を投入し、市場占有率の拡大を目指す業態
	レストラン	4	
	カラオケ	1	
維持業態	—	15	当面現状のまま稼働するも、収益性の低下とともに集約業態へ変更
出口業態	—	14	出来るだけ早期に集約業態へ変更
研究開発業態	—	3	次代の集約(コア)業態に育てるべく実験・検証を行う業態

V-4. 今後の方向性(中期的な戦略)

② 業務の集約化による機能と役割

◆営業本部

- ①オペレーション(Q、S、C)
- ②コストコントロール(F/Lコスト)
- ③トレーニング(社員、準社員)
- ④店舗組織づくり
- ⑤出店に関する意思決定
- ⑥集約業態以外のメニュー開発

◆グループ戦略本部(MD)

マーケティング

マーケティング調査及び分析を行い、商品開発・建築デザイン・プロモーションを主導する
集約業態のブランドを確立する

商品開発

集約業態のメニュー開発を行う

建築デザイン

次世代の店舗開発を行う(新店及び既存店の建築デザイン)

プロモーション

販促及び広告戦略の企画を行う

立地開発

出店戦略の策定及び出店候補の選定を行う

V-4. 今後の方向性(中期的な戦略)

2. 海外事業

まずは、2011年中に香港に2業態(ステーキ&ビュッフェ・焼肉レストラン)を4店舗出店
製造拠点(CK)をバンコク(予定)に建設し、成長余力の高い東南アジアを一つの商圈として店舗展開

3. 東北地区への出店

震災被害の大きい岩手・宮城・福島地域への居酒屋業態の出店
⇒生活インフラとしての外食の提供・雇用機会の創出

4. M&A

コロワイドMD神奈川工場建設も含め、マーチャンダイジング機能を強化

||

販売力の拡大

〔 販売力拡大を加速する
有効な手段としてM&Aを検討