

株式会社ゼットン(3057)

# 決算説明資料

2016年2月期 第2四半期

**zetton** Inc.

当資料は株式会社ゼットンが作成したものであり内容に関する一切の権利は当社に帰属しています。複写及び無断転載はご遠慮下さい。当資料は当社が当社の現在発行している、また将来発行する株式や債券等の保有を推奨することを目的に作成したものではありません。また、当資料は当社が信頼できると判断した情報を参考に作成していますが当社がその正確性を保証するものではなく、事業計画数値に関しても今後変更される可能性があることをご了解下さい。

# 目次

## 決算概要 ..... 3

決算サマリー

連結損益計算書概要

売上高の変動要因分析

既存店の状況

営業利益の変動要因分析

連結貸借対照表概要

キャッシュ・フロー計算書概要

四半期業績の推移

通期業績計画

## 事業区分別説明 ..... 12

事業構造の変化

新事業区分導入

今夏の天候状況

ビアガーデン事業における天候不順の影響

全社における天候の影響度合い

事業区分別状況

アロハテーブル事業

ダイニング事業

ビアガーデン事業

ブライダル事業

インターナショナル事業

## 新規出店情報 ..... 24

新規出店店舗

今後の新規出店

今後の取り組み

## APPENDIX..... 33

店舗数の推移

売上高 / 経常利益の推移

# 決算概要

2016年2月期 第2四半期

# 決算サマリー

---

## 売上高

連結売上高は過去最高の5,780百万円を達成

## 利益

営業利益は93百万円、経常利益は175百万円

## 新規出店

11店舗を新規出店、2Q期末店舗数は87店舗

## 既存店

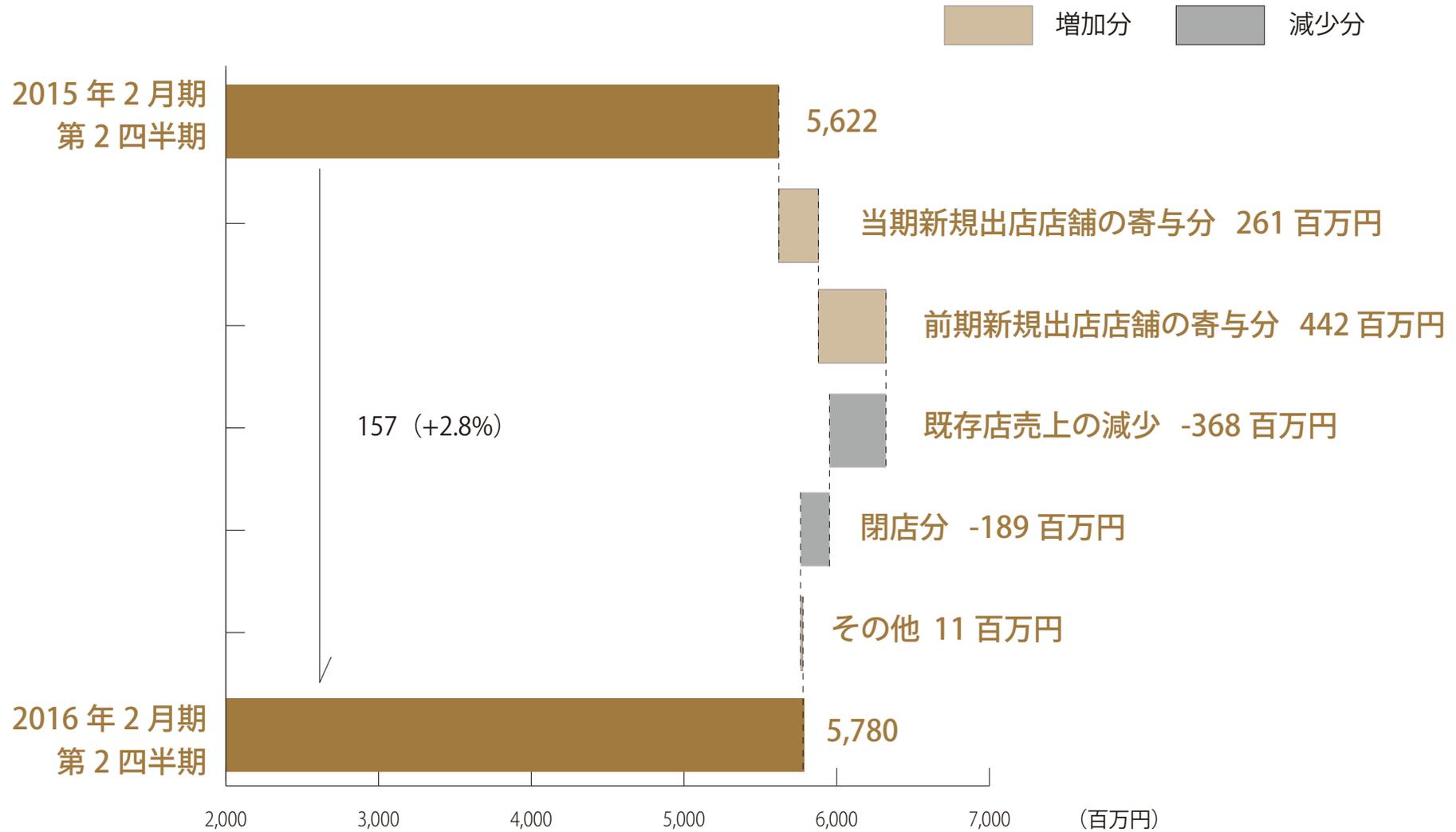
既存店売上高は前年同期比91.6%

# 連結損益計算書概要

(百万円/%)

	2015年2月期 第2四半期	2016年2月期 第2四半期	増減	前年同期比
<b>売上高</b>	<b>5,622</b>	<b>5,780</b>	<b>157</b>	<b>+2.8</b>
売上原価	1,706	1,726	20	+1.2
売上総利益	3,915	4,053	137	+3.5
販売費及び一般管理費	3,514	3,959	445	+12.7
<b>営業利益</b>	<b>401</b>	<b>93</b>	<b>-307</b>	<b>-76.7</b>
営業外収益	40	91	51	+128.1
営業外費用	15	9	-6	-38.2
<b>経常利益</b>	<b>425</b>	<b>175</b>	<b>-250</b>	<b>-58.8</b>
特別利益	0	0	0	—
特別損失	9	41	32	+365.0
税引前当期純利益	416	133	-283	-67.9
<b>当期純利益</b>	<b>256</b>	<b>70</b>	<b>-186</b>	<b>-72.5</b>

# 売上高の変動要因分析



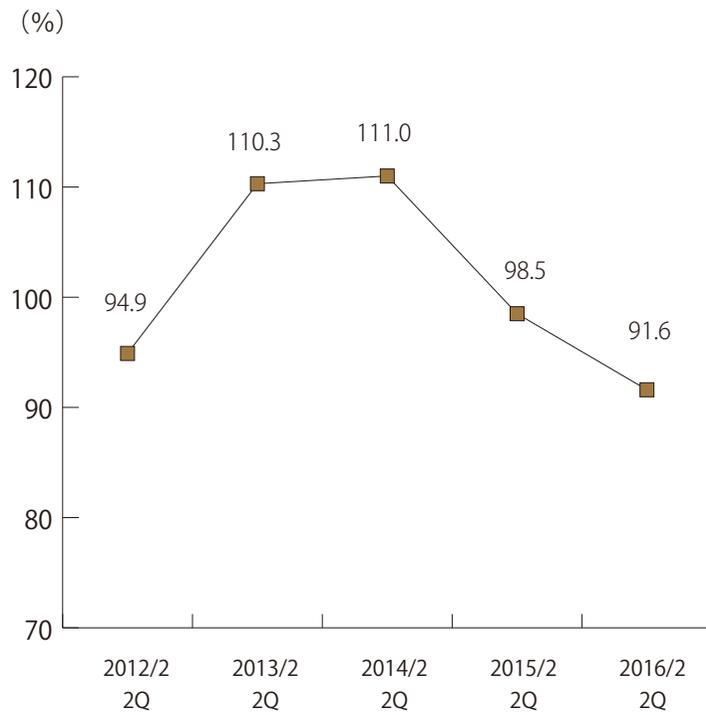
※FC店舗においては、加盟店の出店時に加盟金を、出店後は毎月ロイヤリティー等を売上計上しております。

※既存店：開店から24ヶ月以上経過した店舗

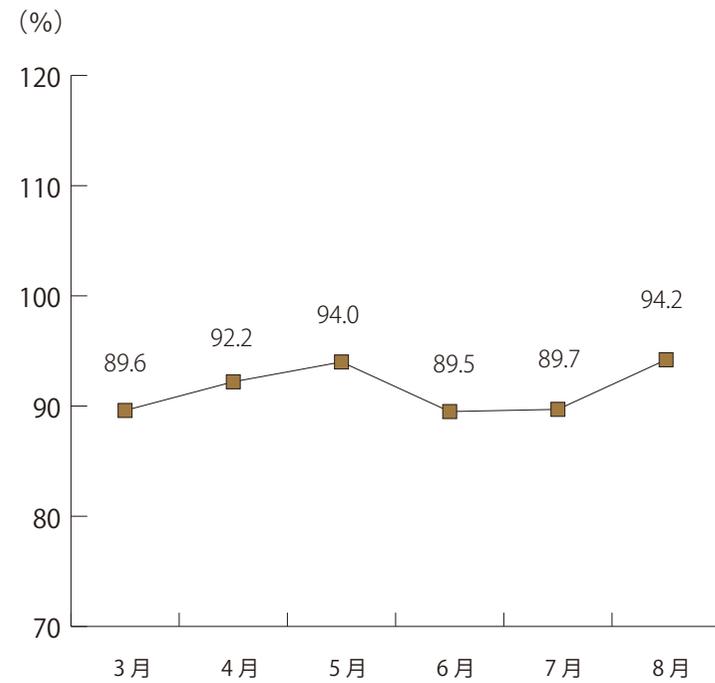
# 既存店の状況

## 既存店売上高の前年同期比推移

既存店売上高前年同期比



月別既存店売上高前年同期比



# 連結貸借対照表概要

(百万円)

【資産の部】	2015年 2月期末	2016年2月期 第2四半期末	増減
<b>流動資産</b>	<b>1,097</b>	<b>1,812</b>	<b>714</b>
現金及び預金	679	984	304
売掛金	132	525	392
その他	285	303	18
貸倒引当金	-0	-1	-0
<b>固定資産</b>	<b>2,604</b>	<b>3,052</b>	<b>447</b>
有形固定資産	2,075	2,499	424
建物・建物付属設備	1,533	1,836	302
器具備品	283	326	42
建設仮勘定	44	84	40
その他	214	252	38
無形固定資産	29	26	-2
投資その他の資産	500	526	26
<b>資産合計</b>	<b>3,702</b>	<b>4,865</b>	<b>1,162</b>

【負債の部】	2015年 2月期末	2016年2月期 第2四半期末	増減
<b>流動負債</b>	<b>1,440</b>	<b>2,125</b>	<b>684</b>
買掛金	358	721	363
短期借入金/1年内返済予定長期借入金	421	407	-14
その他	661	995	334
<b>固定負債</b>	<b>1,067</b>	<b>1,552</b>	<b>484</b>
長期借入金	771	1,232	461
その他	296	320	23
<b>負債合計</b>	<b>2,508</b>	<b>3,677</b>	<b>1,168</b>

【純資産の部】	2015年 2月期末	2016年2月期 第2四半期末	増減
<b>株主資本</b>	<b>1,149</b>	<b>1,181</b>	<b>31</b>
資本金	379	379	0
資本剰余金	301	301	0
利益剰余金	468	500	31
評価・換算差額等	44	6	-38
<b>純資産合計</b>	<b>1,194</b>	<b>1,187</b>	<b>-6</b>
<b>負債及び純資産合計</b>	<b>3,702</b>	<b>4,865</b>	<b>1,162</b>

# キャッシュ・フロー計算書概要

(百万円)

	2015年2月期 第2四半期	2016年2月期 第2四半期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	505	523	18
投資活動によるキャッシュ・フロー	-598	-578	20
財務活動によるキャッシュ・フロー	524	369	-155
現金及び現金同等物に係る換算差額	-7	-10	-3
現金及び現金同等物の増減額	424	304	-120
現金及び現金同等物の期首残高	619	679	60
現金及び現金同等物の期末残高	1,044	984	-60

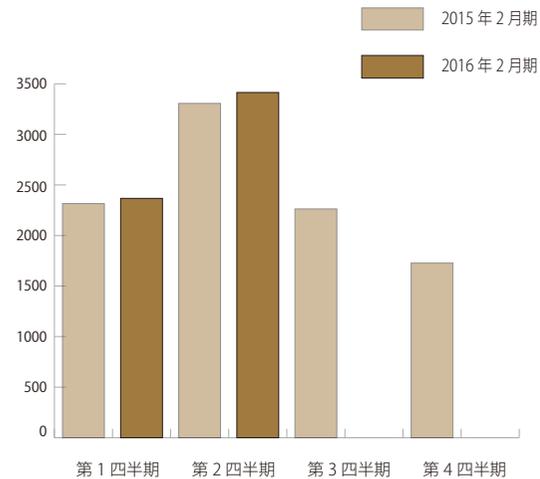
# 四半期業績の推移

(百万円)

		第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期
売上高	2016年2月期	<b>2,367</b>	<b>3,413</b>	—	—
	2015年2月期	2,315	3,306	2,262	1,727
経常利益	2016年2月期	<b>-144</b>	<b>319</b>	—	—
	2015年2月期	9	416	-9	-113

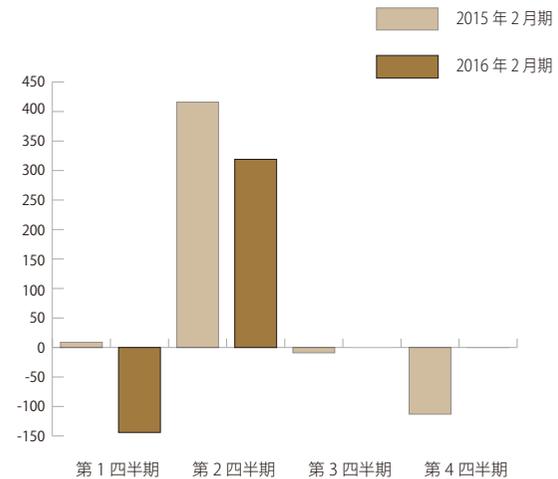
売上高

(百万円)



経常利益

(百万円)



# 通期業績計画

(百万円)

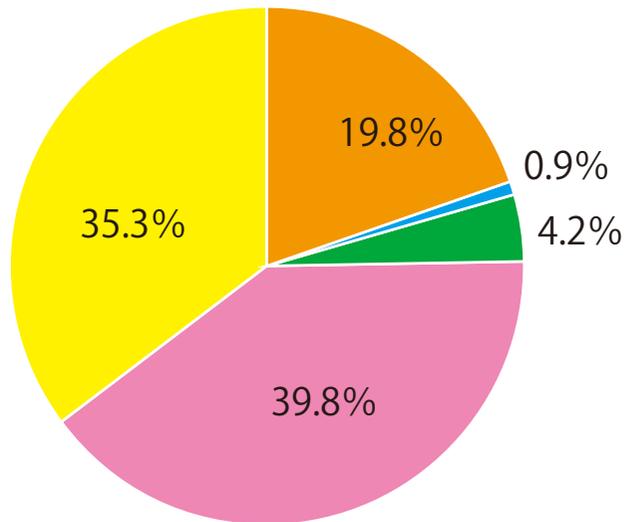
	2015年2月期 実績	2016年2月期 2Q実績	2016年2月期 通期計画 <small>(2015年10月9日修正)</small>
売上高	9,611	5,780	10,000
営業利益	227	93	-90
経常利益	303	175	25
当期純利益	150	70	-245

# 事業区分別説明

# 事業構造の変化

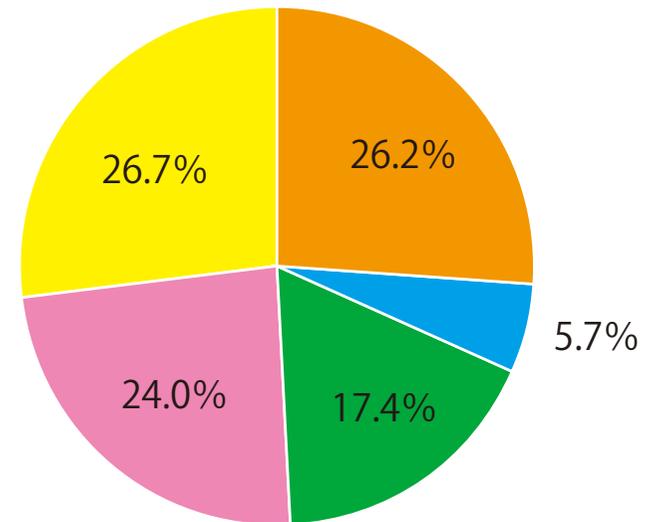
## 5年前

2010年2月期: 売上高5,902百万円



## 前期末

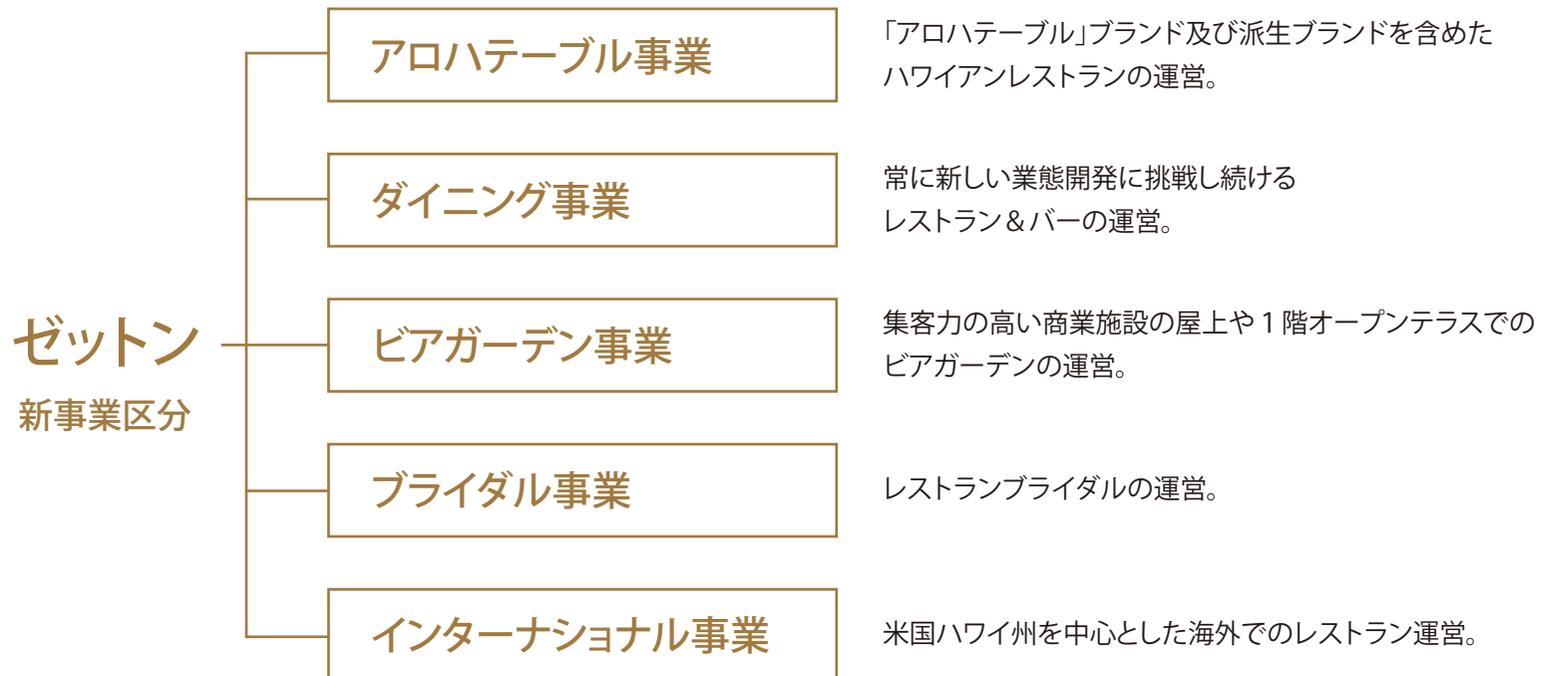
2015年2月期: 売上高9,611百万円



- アロハテーブル事業
- ブライダル事業
- インターナショナル事業
- ダイニング事業
- ビアガーデン事業

## 成長戦略に合わせた新事業区分の導入

従来のセグメントを廃止し、弊社の成長戦略に沿った新しい事業区分ごとに事業拡大を図ります



# 今夏の天候状況

## 雨天日数が多く、気温も低い短い夏となりました。

- 7月上旬は梅雨前線が本州南岸に停滞し、東・西日本太平洋側では曇りや雨の日が多く、西日本を中心に気温がかなり低かった。
- 8月下旬は、非常に強い台風第15号が接近・上陸し、沖縄・奄美や西日本で暴風雨となった。一方、北・東日本ではオホーツク海から高気圧が張り出し、北東から冷たく湿った空気が流れ込んだため、気温が低く、太平洋側を中心に曇りや雨の日が多かった。
- 8月西日本の低温、西日本・日本海側の多雨、東日本太平洋側の寡照がエルニーニョ現象時の天候の特徴と一致した。

(気象庁発表)

- 7月終盤から8月中旬にかけて各地で夏らしい暑さが続きましたが、8月下旬の気温は平年を大きく下回り、例年より早い涼しさを経験した多くの方が夏の終わりを早めに感じたようです。
- 今年は、盛夏期は厳しい暑さでしたが、その期間が短く“短期集中型の夏”となりました。
- 今夏はエルニーニョ現象の影響で夏らしい暑さがあっという間に終わった点が特徴的です。
- 8月の最高気温が25℃に届かない涼しい日が6日間もあり、大冷夏となった1993年以来の記録となりました。

(ウェザーニューズ株式会社発表)

- 8月後半から全国的に低温と降雨が続き、野菜が高値になっている。
- 8月は猛暑効果の息切れを指摘する声もある。関東などでは気温が低めに推移し、「猛暑効果は想定より短かった」という。

(日本経済新聞発表)

# ビアガーデン事業における天候不順の影響

天候不順によって休業・縮小した日を除いた実質の稼働日数が減少

繁忙月(7・8月)の稼働日数割合が前々期より **83.2%から66.4%へ減少**

			6月 (30日)	7月 (31日)	8月 (31日)	
前々期 (2014年2月期) 8店舗	1店舗当たり	稼働日数	23.0日	25.6日	26.0日	7月・8月平均 <b>83.2%</b>
		稼働日数割合	76.7%	82.6%	83.9%	
前期 (2015年2月期) 20店舗	1店舗当たり	稼働日数	19.9日	21.2日	21.7日	7月・8月平均 <b>66.4%</b>
		稼働日数割合	69.5%	72.2%	71.8%	
当期 (2016年2月期) 21店舗	1店舗当たり	稼働日数	20.3日	19.9日	21.2日	
		稼働日数割合	67.9%	64.3%	68.6%	

※稼働日数割合は、営業日数に対する稼働日数の比率

# 全社における天候の影響度合い

常設店舗も含め、全営業席数に対するテラス席の割合が増加

	全営業席数		テラス席		テラス席数割合
	全店舗	(ビアガーデン、常設)	全店舗	(ビアガーデン、常設)	全店舗
前々期 (2014年2月期)	6,843	(2,341、4,502)	2,474	(1,667、807)	36.2%
前期 (2015年2月期)	10,136	(5,506、4,630)	5,685	(4,832、853)	56.1%
当期 (2016年2月期)	11,588	(6,345、5,243)	6,427	(5,609、818)	55.5%

当期の業績結果を踏まえて、テラス席割合を見直していく計画です。

## 事業区分別状況

(百万円)

		2015年2月期 第2四半期	2016年2月期 第2四半期
アロハテーブル事業	売上高	1,285	1,392
	営業利益	171	39
ダイニング事業	売上高	1,514	1,433
	営業利益	193	166
ビアガーデン事業	売上高	1,420	1,550
	営業利益	236	139
ブライダル事業	売上高	1,187	991
	営業利益	142	73
インターナショナル事業	売上高	215	412
	営業利益	9	44
本部	売上高	—	—
	営業利益	-351	-369
全社	売上高	5,622	5,780
	営業利益	401	93

# アロハテーブル事業

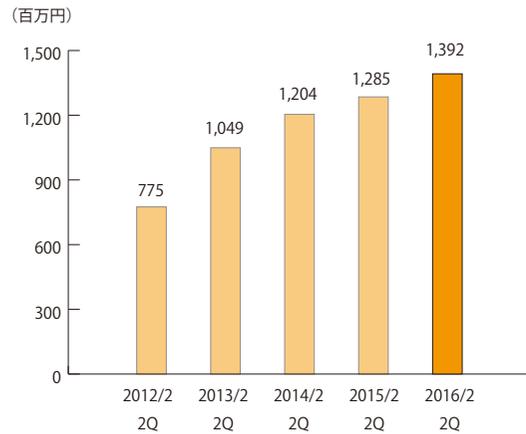
売上高： 1,392百万円

営業利益： 39百万円

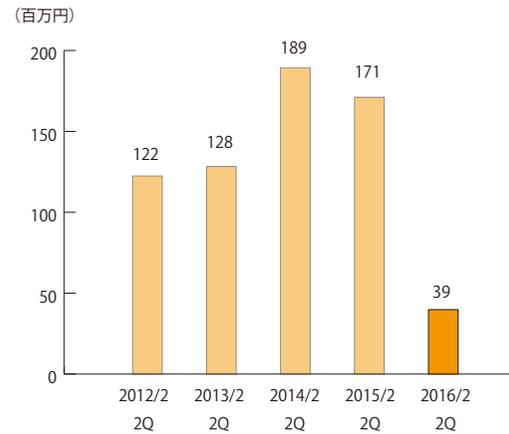
既存店： 89.6% (前年同期比)

店舗数： 32店舗

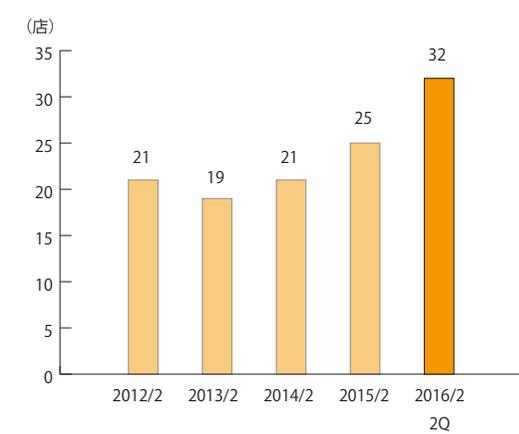
## 売上高推移



## 営業利益推移



## 店舗数推移



### 2Qのポイント

今期7店舗を出店し、店舗数は32店舗となりました。積極的な出店により、出店コスト56百万円を計上したこと、また、天候不順の影響もあり、売上高は1,392百万円(前年同期比108.3%)、営業利益は39百万円(前年同期比22.8%)となりました。

### 今後の見通し/施策

ホノルルで一番人気の鍋店「スイートホームカフェ」との提携により、アロハテーブルの店舗にハワイアン鍋料理を導入し、冬季の売上高増加を図ります。また、下期及び来期については、当第2四半期の出店コストを吸収し、利益を増加させる予定です。

# ダイニング事業

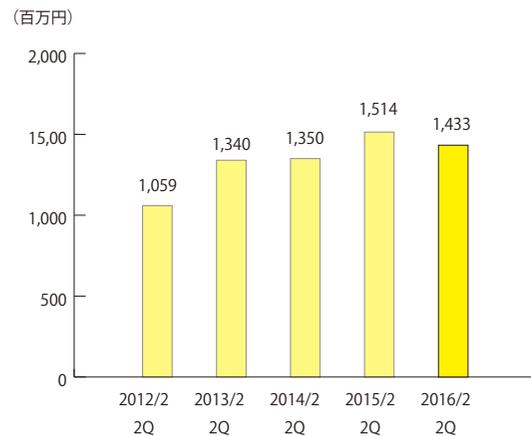
売上高： 1,433百万円

営業利益： 166百万円

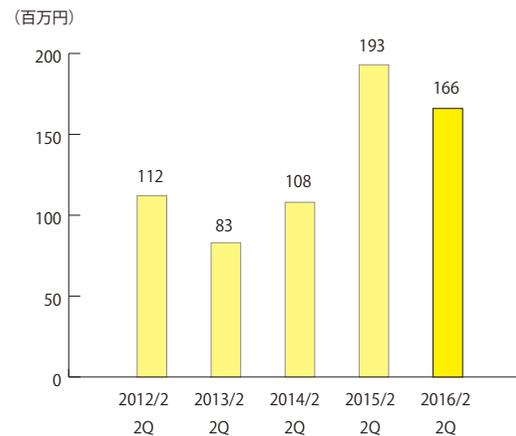
既存店： 98.7% (前年同期比)

店舗数： 24店舗

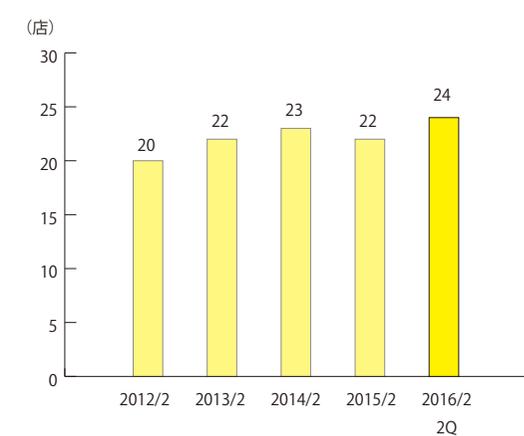
## 売上高推移



## 営業利益推移



## 店舗数推移



## 2Qのポイント

既存店売上高は98.7%と堅調に推移し、売上高は1,433百万円(前年同期比94.6%)、営業利益は166百万円(前年同期比86.0%)となりました。

## 今後の見通し/施策

新しい飲食ブランドを作っていく創業事業として、今後も業態開発に積極的に取り組んでいきます。

# ビアガーデン事業

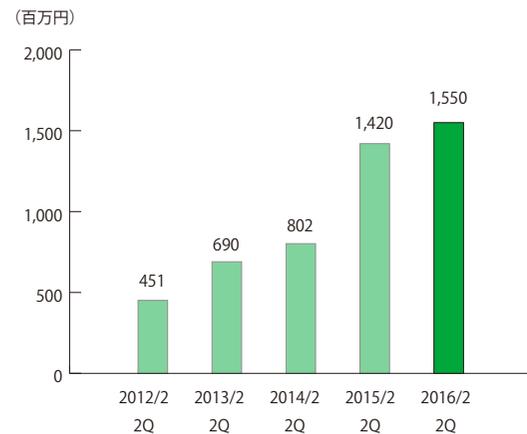
売上高： 1,550百万円

営業利益： 139百万円

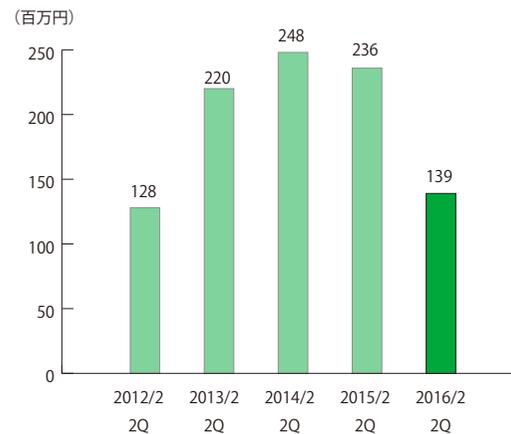
既存店： 92.4% (前年同期比)

店舗数： 21店舗

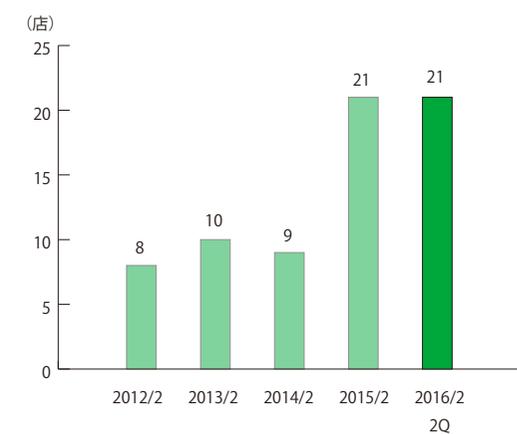
## 売上高推移



## 営業利益推移



## 店舗数推移



## 2Qのポイント

前期に13店舗、当第2四半期に2店舗新規出店しましたが、天候不順の影響が大きく、当初想定していた売上高に到達しませんでした。その結果、売上高は1,550百万円(前年同期比109.2%)、営業利益は139百万円(前年同期比58.9%)となりました。

## 今後の見通し/施策

事業の収益性と安定性を確保するため、既存の店舗体制を見直し、数店舗の閉店等により、現状の6,345席を減席する計画です。

一方、今後も高い収益性が見込まれる店舗を厳選し、出店を継続していく予定です。

# ブライダル事業

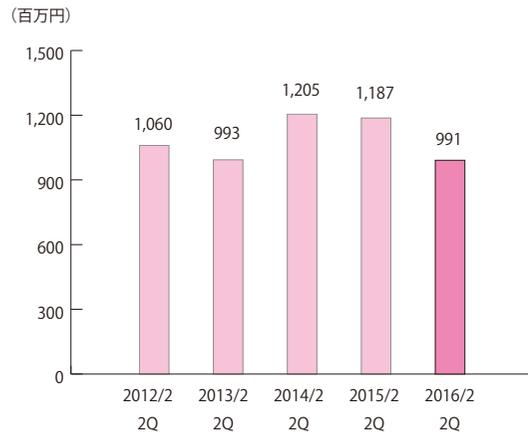
売上高： 991百万円

営業利益： 73百万円

既存店： 84.5% (前年同期比)

店舗数： 5施設7店舗

## 売上高推移



## 営業利益推移



## 店舗数推移



### 2Qのポイント

東海地区を中心としたブライダルマーケットへの大幅な施設増加により、前期末における上期受注件数が前年同期比81.9%と減少し、売上高は991百万円(前年同期比83.5%)、営業利益は73百万円(前年同期比51.4%)となりました。

### 今後の見通し/施策

現時点での下期施行分の受注件数は前年同期比102.8%と改善しており、売上高は回復する見通しです。

# インターナショナル事業

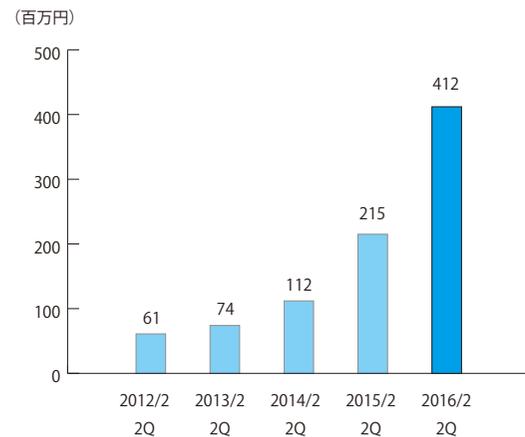
売上高： 412百万円

営業利益： 44百万円

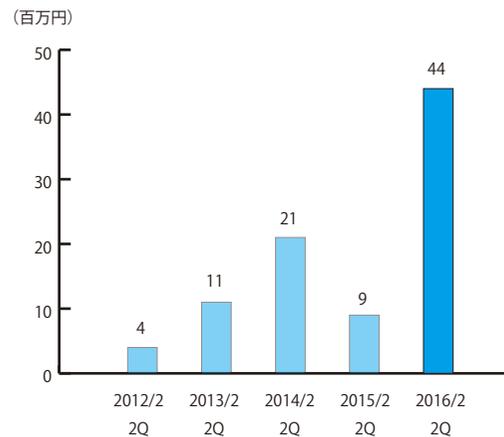
既存店： 108.8% (前年同期比)

店舗数： 3店舗

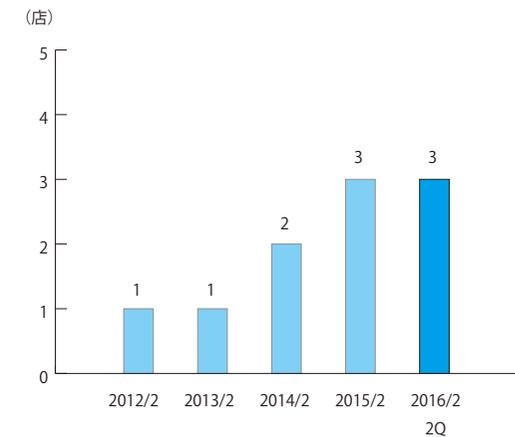
## 売上高推移



## 営業利益推移



## 店舗数推移



## 2Qのポイント

前期3号店「HEAVENLY」を出店いたしました。1号店「ALOHA TABLE Waikiki」、2号店「GOOFY Cafe & Dine」と同様に堅調に推移しております。この結果、売上高は412百万円(前年同期比191.6%)、営業利益は44百万円(前年同期比488.9%)となりました。

## 今後の見通し/施策

米国ハワイ州における事業拡大に向けて、継続的に出店を進める予定です。

# 新規出店情報



# Aloha Table Hawaiian Sweets & Tapas

## アロハテーブル 原宿

2015年3月27日、東京の原宿エリア、明治通り沿いにある「キューブラザ原宿」に、アロハテーブルをオープンしました。



## 新規出店店舗 2

# "SIX HARAJUKU TERRACE"に3店舗オープン

2015年4月4日、神宮前5丁目"SIX HARAJUKU TERRACE"に出店しました。



ハワイアンとメキシカンが融合したカフェ&ダイニングです。



全米No1アサイーブランド「サンバゾン™」のショップが初上陸。



"SIX HARAJUKU TERRACE"の一番奥にある隠れ家的バー。



## ALOHA TABLE 湘南

### 江の島・湘南道路沿いにアロハテーブルを出店

2015年7月1日、江の島を臨む、湘南道路沿いにアロハテーブル湘南をオープンしました。地元食材も積極的に採り入れながら、本場ワイキキの味をお届けします。



## 新規出店店舗 4

# 大阪・南船場に2店舗出店

## ALOHA AMIGO

2015年6月22日、大阪・南船場にハワイアン&メキシカンのアロハアミーゴをオープン。



## miami samba

2015年6月22日、アロハアミーゴの2階奥に、隠れ家的バーをオープン。



## 新規出店店舗 5

# ビアガーデン 2 店舗を新規出店

## 熊本PARCO屋上

2015年4月17日、熊本PARCO屋上にナチュラル・ハワイアンなビアガーデンをオープン。



## 山手十番館

2015年7月1日、日本のビール発祥の地、横浜山手の丘にある「山手十番館」にオープン。



# 「パークシティ大崎」に新規出店

## アロハテーブル 大崎

2015年9月に完成した新しい街「パークシティ大崎」にアロハテーブルをオープンしました。公園に面した開放的なテラスやバースペース、ダイニングスペースを組み合わせた店舗です。



## 今後の新規出店 2

# 「ららぽーと」に2店舗出店

## Kailua Weekend

2015年10月29日、「ららぽーと海老名」に  
Kailua Weekendをオープンいたします。



## CAFE AMIGO

2015年12月10日、「ららぽーと立川立飛」  
にCAFE AMIGOをオープンいたします。



## 今後の取り組み

# ホノルルNo.1鍋 「Sweet Home Cafe」が、アロハテーブル、アロハアミーゴとコラボレーション

ハワイスタイルの鍋“ALOHA HOT POTが2015年11月～2016年3月末の冬季限定でアロハテーブル・アロハアミーゴの**16**店舗にて登場



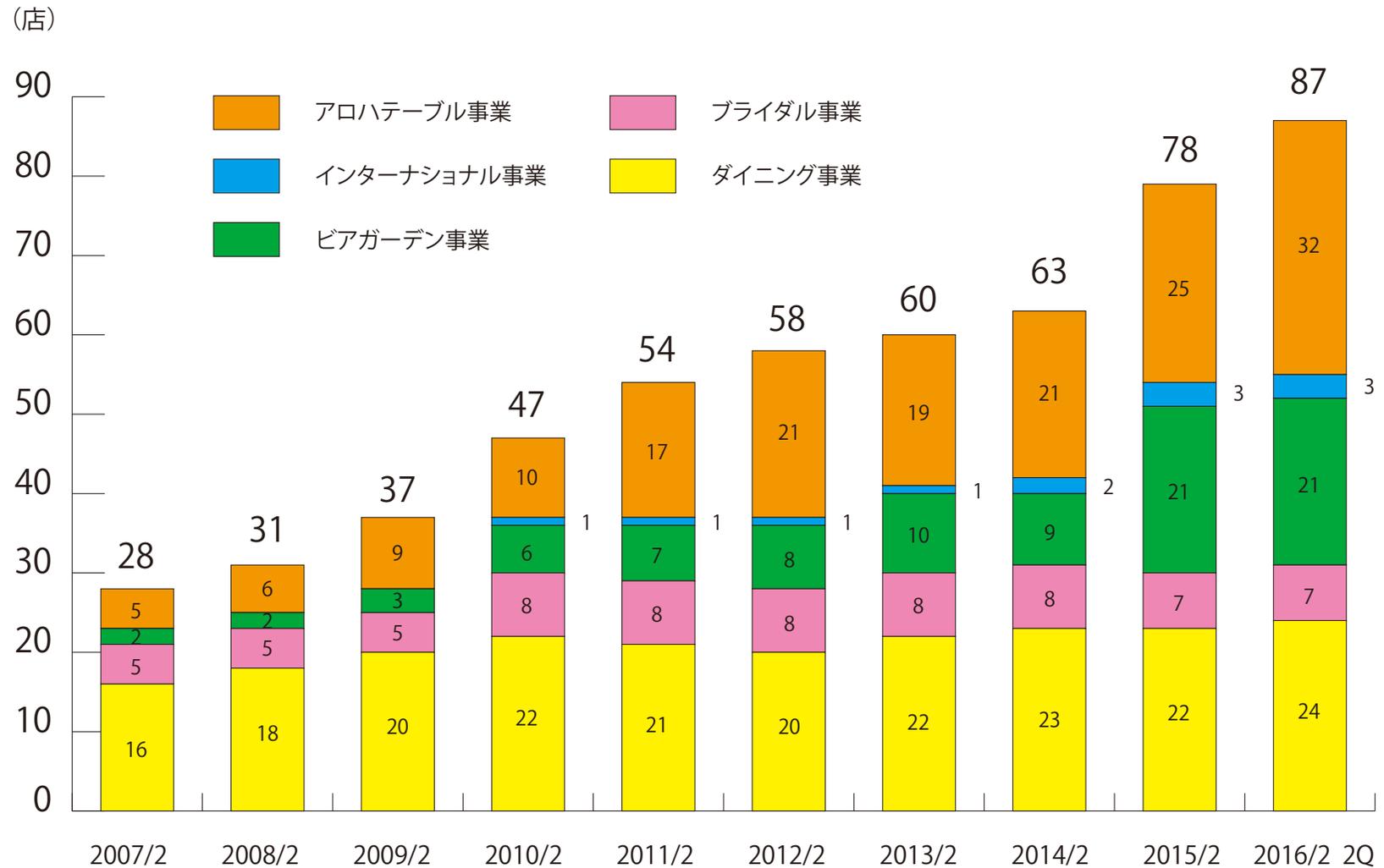
### What's "Sweet Home Café"

ホノルルで一番人気の鍋店「スイートホームカフェ」は、ホノルルスタジアム州立公園辺りに位置し、ワイキキから離れた立地にもかかわらず、連日行列ができる人気店。セルフスタイルで、豊富な具材やスープを自由に選べ、10種類以上の漢方が入った「ヘルシーハーブ」や「ハウススペシャル」が特に女性を中心に大人気。

# APPENDIX

# 店舗数の推移

## 事業区別の店舗数推移



# 売上高／経常利益の推移

