

2019年3月期 決算説明資料

2019年5月15日

 カッパ・クリエイト株式会社

(東証1部 7421)

免責事項

本資料は、当社グループについての一般的な情報提供を目的としており、当社の発行する株式その他の有価証券への投資の勧誘を目的とするものではありません。

本資料に記載される業界、市場動向または経済情勢等に関する情報は、現時点で入手可能な情報に基づいて作成しているものであり、当社がその真実性、正確性、合理性及び網羅性について保証するものではありません。

また、本資料に記載される当社グループの計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、現時点における当社の判断又は考えにすぎず、実際の当社グループの経営成績、財政状態その他の結果は、経済情勢、外食産業の市場動向、消費者の嗜好の変化、原材料価格の変動等により、本資料記載の内容又はそこから推測される内容と大きく異なることがあります。



2019年3月期 トピックス



2019年3月期 連結業績

- 回転寿司事業の既存店昨対は堅調に推移し100.1%で着地。韓国事業の売却による売上高の減少（1,532百万）及び不採算店舗の整理により、売上高は微減
- 食材ロス削減による粗利益率の向上、適正な人員配置による人件費率の改善の効果で営業利益・経常利益は増益を達成
- 前期は韓国事業の売却による特別利益の計上があった為、純利益は減少

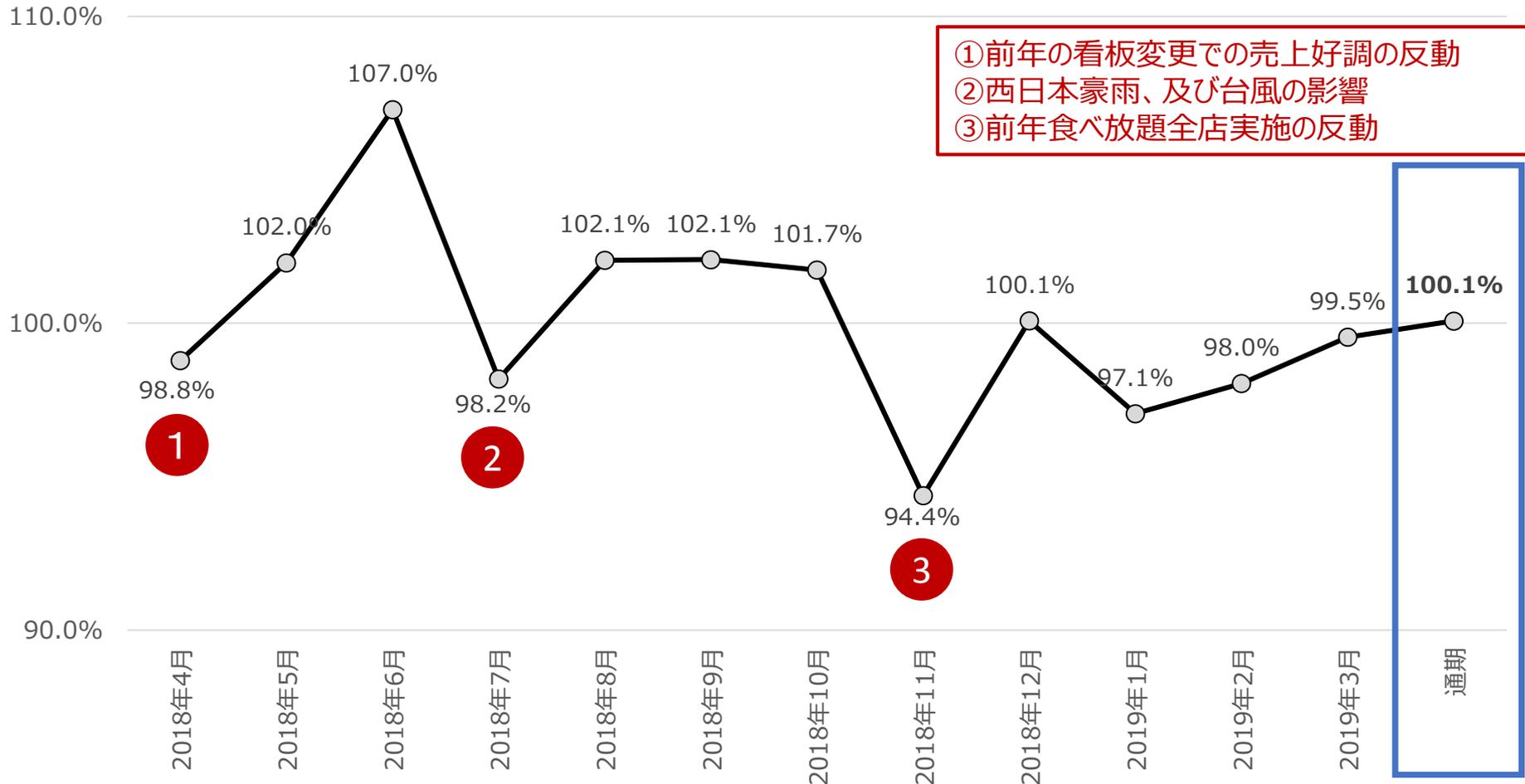
(単位：百万円)

	2018年3月期	2019年3月期	前期差
売上高	78,728	76,158	▲2,570
営業利益	378	629	+251
経常利益	516	760	+244
親会社株主に帰属する当期純利益	810	142	▲668



売上高既存店昨対比の推移

■ 売上高昨対比は堅調に推移し、特殊要因がある月を除いては概ね100%前後で推移し、通期で100.1%を達成



フルオーダー改装の推進

■ フルオーダー改装の推進

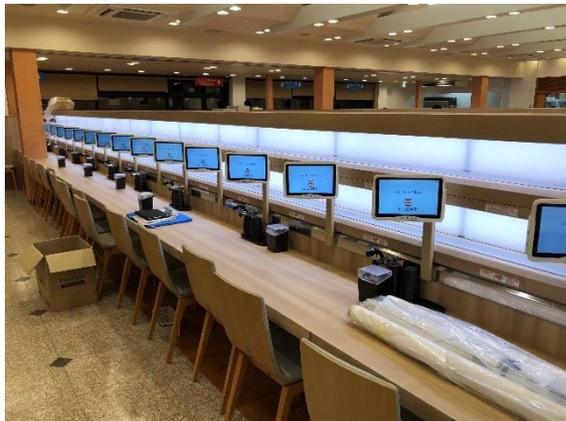
- 15店舗の大型改装は全て回転レーンを無くし、全てご注文頂いてから商品を製造するフルオーダー店舗への転換
- フルオーダー店舗は全店1貫1皿50円からの提供を実施し、「色々なお寿司を食べられる」とご好評頂く

お店が新しくなり、新サービスも開始!
あなたの街のかつぱ寿司が生まれ変わりました。キレイな空間でおいしいお寿司をお召し上がりください。
初めてのお客様も、常連のお客様も、ご家族やご友人をお誘いの上、ぜひお越しくださいませ。

つくりたてオーダー
鮮度直送
食べたいお寿司をご注文いただいたからお作りします。
回転レーンが無くなって特急レーンで作られたをお届け!

ちよい食べ!
一貫一皿50円から注文できます!
一貫注文でもお箸も紙皿も大満足!
いろんなお寿司を堪能!!

※一貫注文のみの商品があります。



メニューカテゴリーの充実と商品力強化

■ 寿司メニューの継続的強化

- 主力である100円皿商品を、より魅力的で価値ある商品に
- 旬の食材・希少食材の積極的な取り入れ



■ 他社とのコラボ商品の展開

- 『本格ラーメンシリーズ』は有名ラーメン店の監修を受け、第4弾までで累計250万食の販売を記録
- 新たなジャンルとして、『リッチスイーツシリーズ』を展開、女性客へのアプローチを強化



商品力の更なる強化

■ 「地産店消プロジェクト」のスタート

- 各地の漁業協同組合と密接に取り組み、「かっぱ寿司」でしか味わえない、より希少性や限定感のある食材を調達し商品化をしていく



とやま市
漁協



かっぱ寿司

3000円から



カッパーコア株式会社

新たな体験価値の創造・提供

■ 食べ放題施策の継続

- 食べ放題は安定的な施策として定着し、売上利益に貢献
- 一部店舗は時間帯をランチ・ディナー時間帯に変更した「食べホーMAX!」を展開



■ アルコール需要施策

- テストとして、一部店舗で平日16時~19時の限定で生ビール・ハイボールなどのアルコールの値引き販売を実施



顧客利便性の向上

■ キャッシュレス決済への対応

- 2019年4月末時点でPayPay・Alipay・WeChatPay決済に対応済で、今後も順次他決済手段にも対応予定

■ Free Wi-Fiの導入

- 顧客利便性向上の為、全店にFree Wi-Fiを導入済み



■ デリバリーの強化

- Uber Eats、出前館シェアリングデリバリーは2019年4月末時点で出店数は37店舗に拡大



2020年3月期における取り組み



フルオーダー改装の推進の加速

■ フルオーダー店舗のメリット

今までの店舗 (回転レнтаイプ)

- 回転レーンに流す寿司は一定時間で廃棄はするが、作りたてではなく、鮮度がどうしても落ちてしまう
- 回転レーンに流す寿司は、一定時間で廃棄するため、常に廃棄ロスが発生する
- タッチパネルからの注文品と、回転レーンに流す商品の両方の製造の必要がある
- 従業員がテーブル上のお皿を数えて会計金額を算出する必要はある

今後の店舗 (フルオーダータイプ)

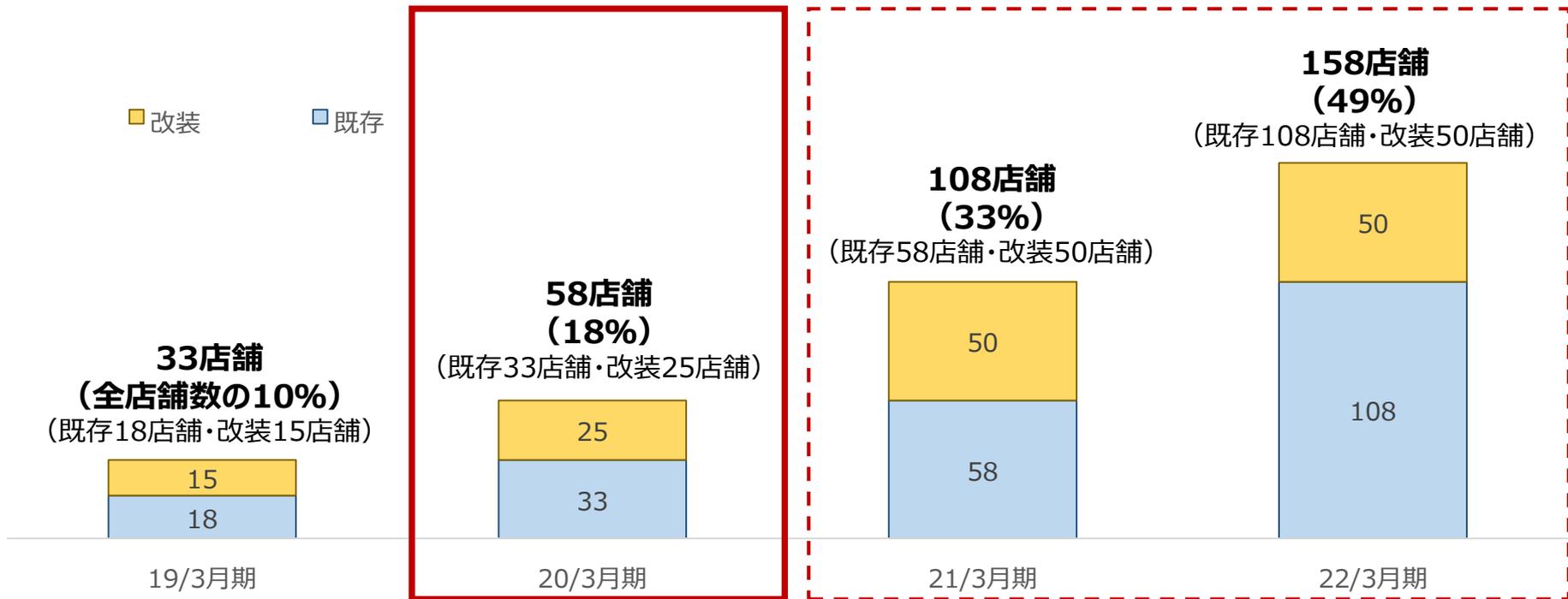
- 全ての商品を作りたてで提供する為、鮮度が良く提供する**商品の品質が向上する**
- 回転レーンが存在しない為、廃棄ロスが発生せず**原価率が改善する**
- タッチパネルからの注文品のための製造となる為、オペレーションがシンプルになる
- タッチパネル内で会計金額は集計されるため、お皿を数える必要がなく**作業が軽減される**

更に当社独自の施策として、1皿1貫50円からのご注文を可能に
「試してみたいけど2貫では多い・・・」「もっといろいろな種類のお寿司を食べたい・・・」
などのニーズに応え、ご好評を頂いている



フルオーダー改装の推進の加速

■ フルオーダー店舗数の計画



- 改装後は10～15%以上の売上伸長が見られており、改装を推進していくことで確実に全体売上へ寄与する
- 改装コストの軽減化にも取り組み、今後更に加速化させ、売上成長の基盤とする

魅力・付加価値の高い商品開発

■ より魅力的で高付加価値メニューの開発

- 前期から引き続き「地産店消」プロジェクトにて日本各地の漁業共同組合との連携により、希少価値の高い食材の調達
- グループ購買力を生かし、独自性の高いメニュー開発



■ 新たなジャンルのメニュー開発

- デザート・ドリンク・アルコールなど、新たなジャンルのメニュー開発で、既存とは違う客層の取り込み



社会情勢に合わせた対応

■ テイクアウト販売の強化

- webテイクアウト受注システムを一新
- 軽減税率対象となるテイクアウト販売は需要が高まると推測される
- 並行してデリバリーは前期から継続し売上拡大へ

■ 省人化への取り組み

- 店舗オペレーションの省人化を実現する機器・システム開発は積極的に投資
- フルオーダー化は売上向上とともに省人化にも繋がる



2020年3月期 連結業績予想

- 既存店売上はベースのQSCレベル向上、メニュー戦略は維持しつつ、改装効果による上乗せを見込む
- この2年で定着したロス管理・人件費管理は維持向上させFLコストを更に改善

(単位：百万円)

	2019年3月期	2020年3月期	前期差
売上高	76,158	78,385	+2,227
営業利益	629	1,409	+780
経常利益	760	1,500	+740
親会社株主に帰属する当期純利益	142	740	+598

