



2023年3月期 決算説明資料

2023年5月17日



カッパ・クリエイト株式会社

(東証プライム 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。

2023年3月期 連結業績

2023年3月期 連結業績

- ✓ 売上高は、前期に対して+3,231百万円（昨対比104.8%）の70,437百万円となった。
中でも、回転寿司事業の既存店売上高昨対比は、社会活動の正常化が進んだこともあり108.0%となった。
- ✓ 営業利益は売上高増加や生産性向上で、前期に対して+1,011百万円の改善をしたが、
原材料価格、エネルギー単価、時給単価の高騰等で、▲1,102百万円となった。
- ✓ 当期純利益は前期に発生した時短協力金等の助成金収入がなく、減損損失を計上したことで、
前期に対して▲3,777百万円の▲3,041百万円と、前期を大きく下回った。
- ✓ 回転寿司事業の出退店については、2023年3月に道頓堀戎橋店を出店、賃貸借契約終了による6店舗の閉店と、
コロワイドグループ内の業態転換で2店舗の閉店を行った結果、当期末の店舗数は302店舗となった。

（単位：百万円）

	2022年3月期	2023年3月期	前期差
売上高	67,206	70,437	3,231
営業利益	▲2,113	▲1,102	1,011
経常利益	▲1,889	▲1,102	787
親会社株主に帰属する 当期純利益	736	▲3,041	▲3,777

2023年3月期 四半期ごとの連結業績

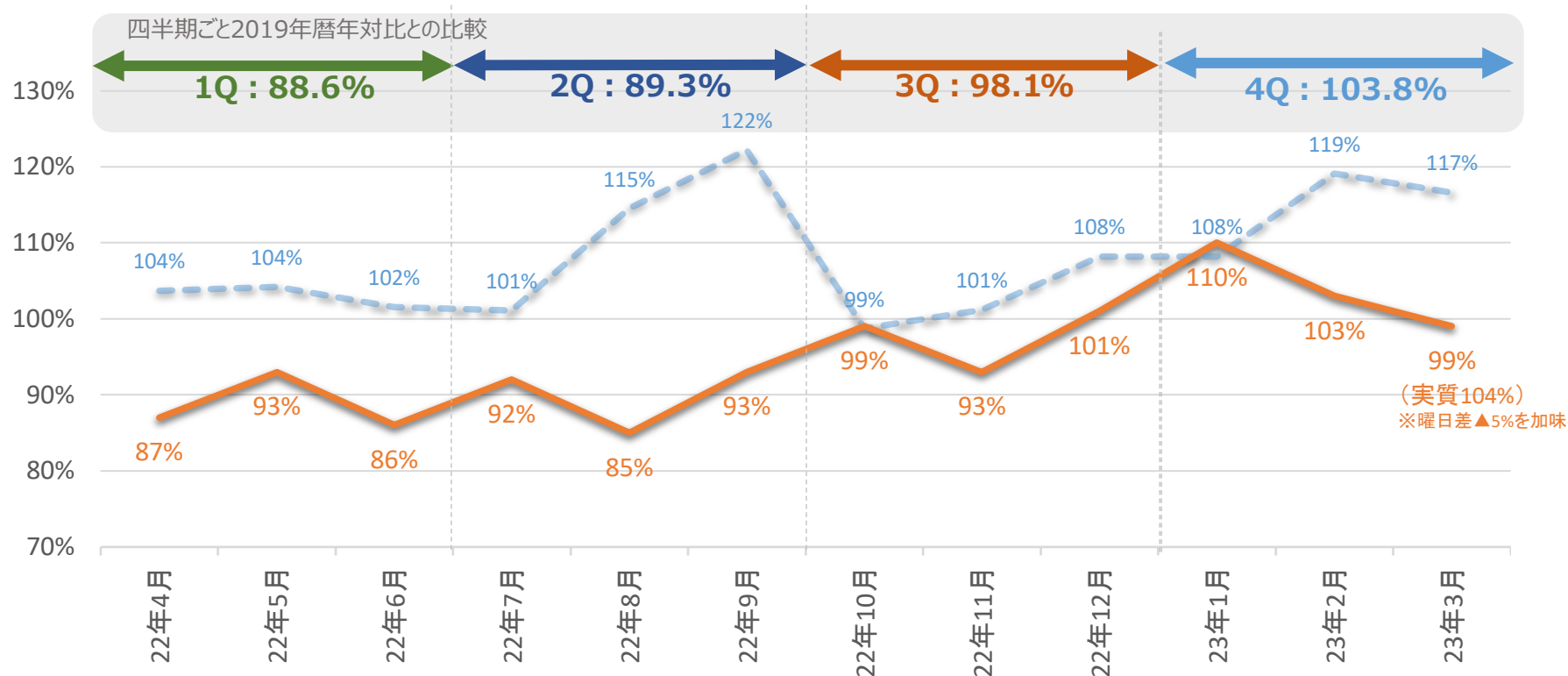
- ✓ 1Q～3Qにかけて、原材料価格の高騰が大きく影響し、売上総利益率が低下。
その対策として商品の価格帯構成の見直しや食材ロス率の改善等の原価管理、生産性向上への取り組みを重点的に行った。
- ✓ その結果、4Qは売上総利益率が向上、販売管理費率が低下し、営業利益が黒字転換。利益創出できる事業構造に変化した。

(単位：百万円)

	1Q		2Q		3Q		4Q	
売 上 高	16,811	-	18,008	-	17,770	-	17,846	-
売 上 原 価	8,220	48.9%	8,920	49.5%	8,934	50.3%	8,639	48.4%
売 上 総 利 益	8,591	51.1%	9,088	50.5%	8,836	49.7%	9,207	51.6%
販 売 管 理 費	8,942	53.2%	9,464	52.6%	9,451	53.2%	8,968	50.3%
営 業 利 益	▲350	▲2.1%	▲376	▲2.1%	▲615	▲3.5%	239	1.3%

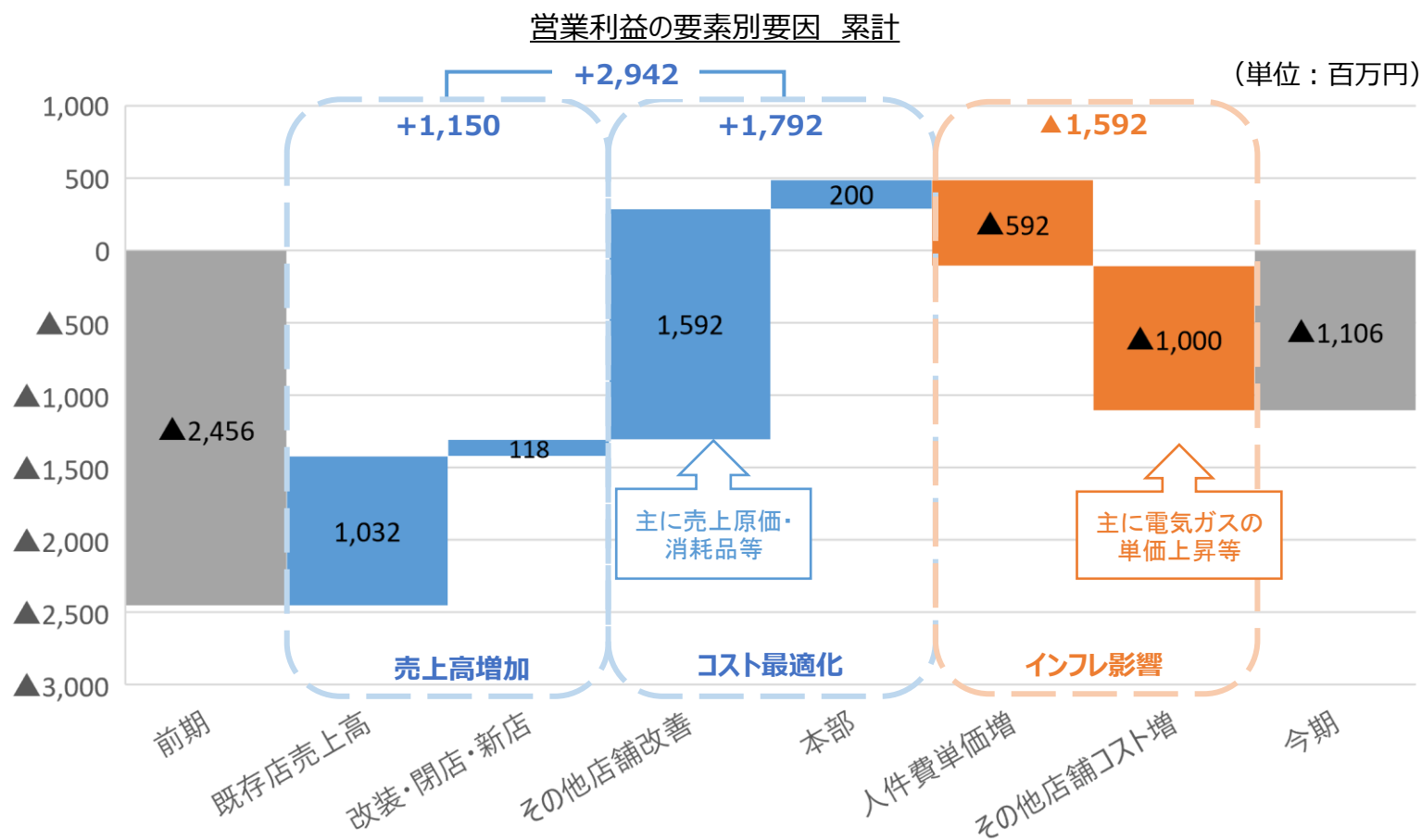
既存店売上高の推移

- ✓ 回転寿司事業の既存店昨対比は累計で108.0%となった。
- ✓ コロナ禍前の2019年暦年対比では94.7%となった。
- ✓ 1Qは時短営業の解除があったものの客数の回復が遅れ、2Qはコロナ第7波の影響で引き続き低位で推移した。一方、TV-CMと100円商品の拡充効果で3Q後半以降売上高は伸長し、4Qではコロナ前以上の水準となった。



営業利益の状況（回転寿司事業/ 通期）

- ✓ 回転寿司事業は、売上高増加、コスト最適化で、前期+1,350百万円となった。
- ✓ 急激なインフレ影響は受けたが、売上高増加、コスト最適化で+2,942百万円の改善があり、利益創出できる事業構造に変化してきている。

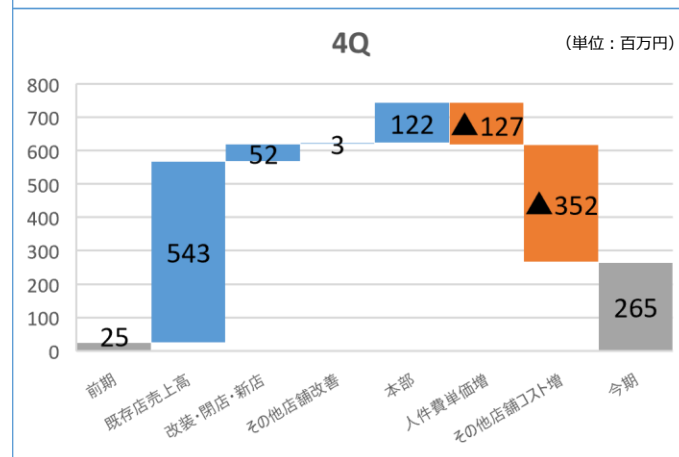
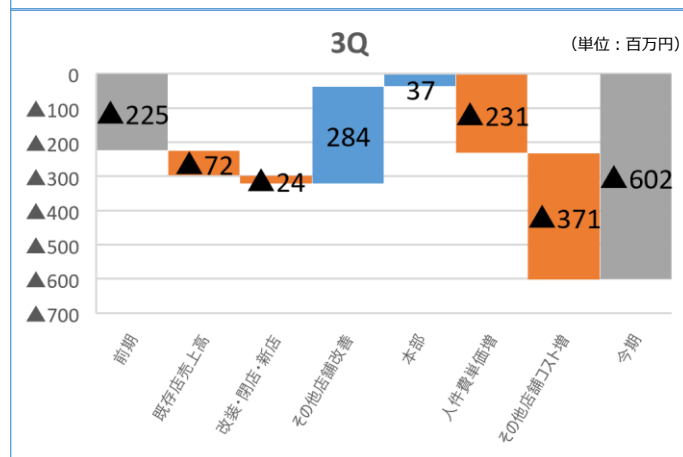
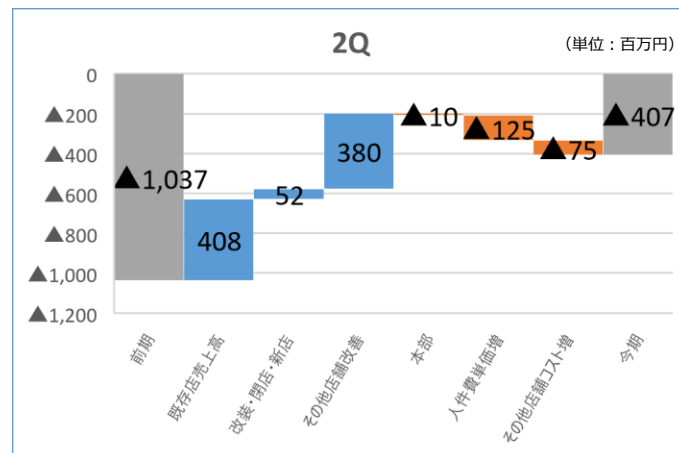
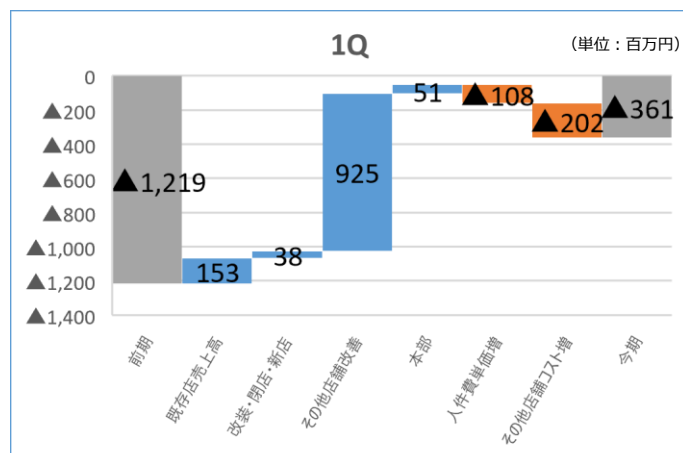


■ 増加 ■ 減少 ■ 合計

営業利益の状況（回転寿司事業/ 四半期）

- ✓ 四半期推移では、2Q以降、特に店舗人件費、電気ガス、原材料価格のコスト増加が影響し、1Q～3Qは営業赤字となった。
- ✓ 一方、4Qは既存店売上高増加、本部コストのスリム化で営業利益は黒字化し、事業構造の改善が図れた。

営業利益の要素別要因



貸借対照表の状況

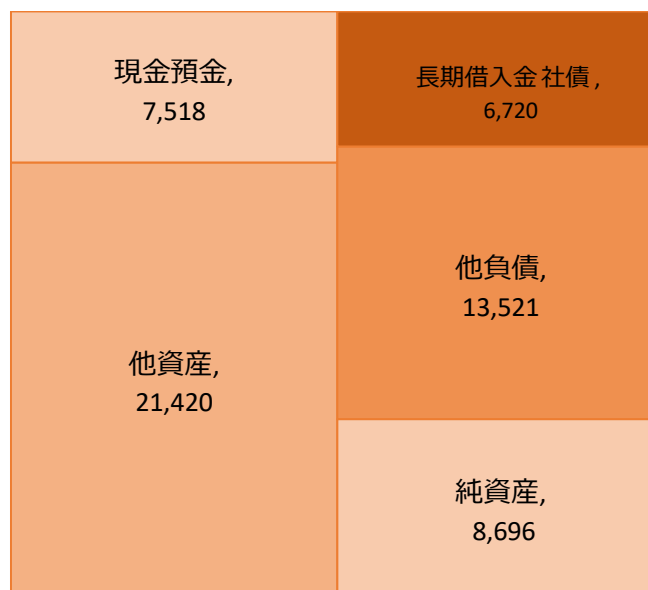
- ✓ 長期借入金および社債の合計は、前連結会計年度末に対し、1,995百万円減少し、6,720百万円となった。
- ✓ 安全性を示す自己資本比率は、当期純利益のマイナス影響で、29.8%となった。

貸借対照表2022年3月末



自己資本比率
36.8%

貸借対照表2023年3月末



自己資本比率
29.8%

(単位：百万円)

2023年3月期 施策・活動内容

2023年3月期 施策・活動内容

商品施策

■「うまい！」×100円（税込110円）商品の進化

- ✓ 前期から取り組んでいる「うまい！ かつぱ寿司」を継続進化させ、こだわりネタを100円（税込110円）で提供し、顧客満足度向上を図った。

■ 高付加価値商品の進化

- ✓ 名店/ 一流職人とのコラボなどの高付加価値商品も継続進化させ、顧客体験価値の向上を図った。

100円価格帯商品を拡充



高付加価値商品のシリーズ化



販促施策

■「うまい！」×100円の「かつぱ寿司」を継続訴求

- ✓ タレントを起用したTV-CMを通じ、「うまい！」と「お得感」を幅広い顧客層へ訴求し、かつぱ寿司のブランディングと販促に取り組んだ。
- ✓ 人気キャラクターとのコラボ企画でファミリー層の来店動機の創出に取り組んだ。

タレントの指原莉乃さんを起用した
フェア商品CM



キャラクターコラボグッズ
プレゼント企画



2023年3月期 施策・活動内容

コスト最適化

■ 原価最適化

- ✓ 日々の食材仕込数を最適化し、食材廃棄ロス低減に取り組んだ。
- ✓ 「切付プロジェクト・マイスター制度」導入による調理技術向上と鮮魚ネタの歩留向上に取り組んだ。

■ 販管費の最適化

- ✓ 自動案内システム、セルフレジ、テイクアウトロッカー等の非接触、省人化設備の導入を継続して進めた。
- ✓ 組織体制の見直しによるスリムな本部体制の構築に取り組んだ。

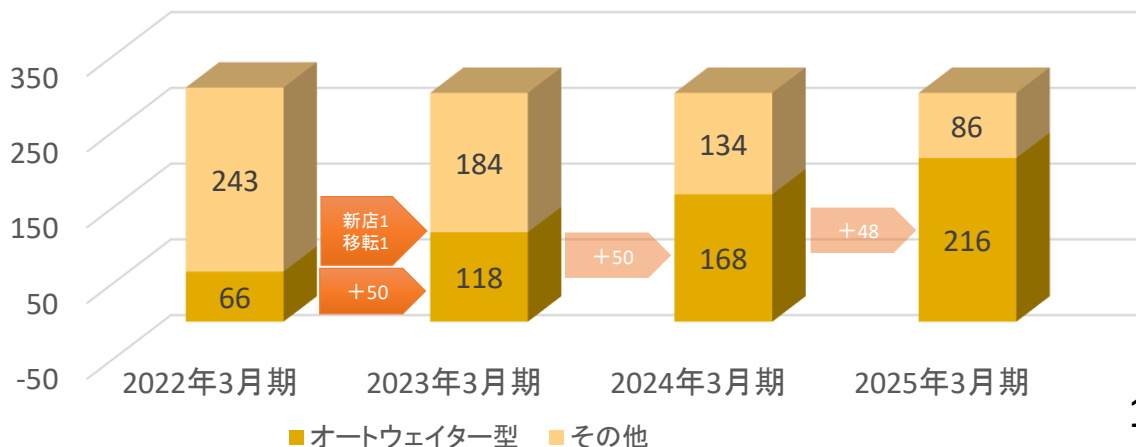
大型改装の実施 オートウェイター型フルオーダーへ

- オートウェイター型への改装は当期50店舗で実施した。（計画50店舗）

オートウェイター型 提供レーン



オートウェイター型店舗計画数



2024年3月期 連結業績予想

2024年3月期 連結業績予想

■ 業績予想

- ✓ 売上高は新型コロナウイルス感染拡大前の水準を想定。また、前期および当期の大型店舗改装50店舗の実施効果も見込むことで、回転寿司事業の売上高既存店昨対比は107.6%、2019年1月～12月対比102.7%を見込む。
- ✓ 営業利益は前期4Qの事業構造変化を継続進化させていくことで、回転寿司事業の営業利益率2.4%を見込む。

(単位：百万円)

	2023年3月期 実績	2024年3月期 業績予想	前期差
売上高	70,437	74,289	+3,852
営業利益	▲1,102	1,584	+2,686
経常利益	▲1,102	1,623	+2,725
親会社株主に帰属する 当期純利益	▲3,041	1,140	+4,181

2024年3月期 施策・活動方針

2024年3月期 施策・活動方針

強い既存店づくり

1店舗あたり売上高の拡大

□ 価格訴求×価値訴求の進化

✓ 100円寿司の拡充で価格競争力を強化

100円のお手頃商品を拡充し、幅広い顧客層への訴求を継続

✓ 価値競争力の強化

100円商品以外の提供価値を高め、顧客体験価値の向上を実現

100円メニュー数を拡大



□ ファミリー層拡大を企図した集客策

✓ マスメディア（TV-CM・番組）で継続して露出を拡大

✓ お子様に人気のキャラクターとコラボしファミリー層への訴求を拡大

✓ ファミリー層に向けた新商品やサービスを積極的に投入

キャラクターコラボ プレゼント企画



□ QSC改善で顧客満足度を向上

✓ 切付プロジェクト・マイスター制度の継続、接客サービス資格制度の実施

✓ 準社員から正社員登用につながる一気通貫の評価制度を導入し、優秀な人材を登用、育成

2024年3月期 施策・活動方針

店舗配置の最適化 出店・改装・退店

❑ 不採算店舗の閉鎖

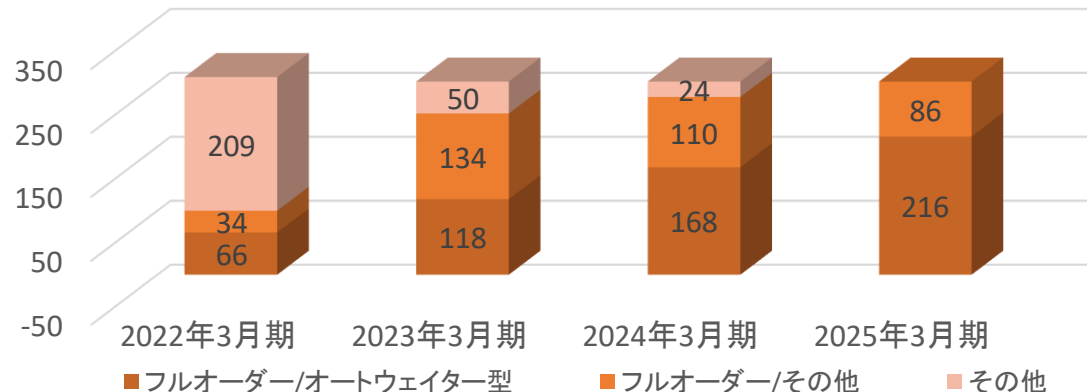
❑ 出店の方向性

- ✓ ①三大都市圏の繁華街/駅前立地、②ドミナント化を図るロードサイド立地

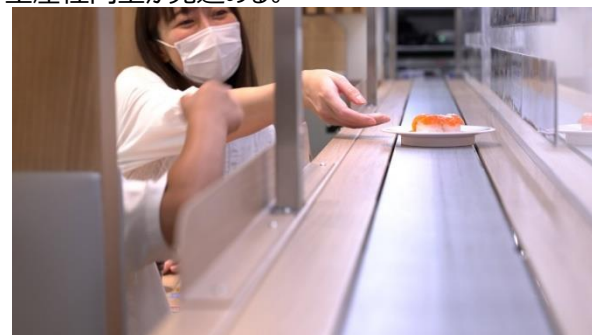
❑ 店舗改装

- ✓ 2025年3月期までに全店フルオーダー化を計画。
オートウェイター型への大型改装計画として、2024年3月期は50店舗を見込む

フルオーダー店舗計画数



オートウェイター型改装で顧客の不満を解消し、従業員の作業負担軽減による売上高増加及び生産性向上が見込める。



2024年3月期 施策・活動方針

コスト最適化

□コスト管理体制の構築

✓ 日次PL管理で予算Gap対策を早期化。コスト最適化実現に向けたモニタリング体制を構築

□省人化設備の投入

✓ 積極的なシステム、設備導入で生産性を向上

● 省人化設備の一例 2023年3月末時点の対応店舗数

入店時
自動案内システム



対応店舗数 257店舗

ご注文時
スマホオーダー



対応店舗数 150店舗

お料理提供時
フルオーダー



対応店舗数 252店舗、内オートウェイター型は118店舗

お会計時
セルフレジ



対応店舗数 79店舗

テイクアウト受取時
テイクアウトロッカー



対応店舗数 61店舗

2024年3月期 施策・活動方針

ESG

□ 働く仲間と多様性の尊重

- ✓ ライフワークバランス拡充のため、地域限定正社員制度を導入
- ✓ 人的資本内訳是正に向けた、新卒・中途、性別、年代等の採用バランスの見直し
- ✓ 女性管理職比率、取締役会構成メンバーに占める女性比率の上昇

● 目標と実績

項目	女性社員比率	女性管理職比率	男女賃金差異	男性育児休業取得率
目標	2026年度までに14.0%超	2026年度までに9.0%超	2026年度までに90.0%超 (正規88.0%超/非正規100.0%超)	2026年度までに45.0%超 (正規55.0%超/非正規30.0%超)
実績	2022年度 10.5%	2022年度 4.0%	2022年度 86.2% (正規83.0%/非正規122.1%)	2022年度 15.4% (正規22.2%/非正規0.0%)

□ 地球環境への貢献

- ✓ CO2排出量の削減のための納品頻度の見直し、環境配慮型容器への切り替えの継続
- ✓ 持続可能な食材の調達として植物性プロテインを使用した食材を積極的に採用（ソイミート等）

● 目標と実績

項目	CO2排出量	※1:売上高百万円あたりの排出量 ※2:スコープ1、2
目標	2030年度までに2020年度対比 原単位※1 50%削減	＜参考＞2020年度 原単位0.79
実績	2022年度 37,616t-CO2※2 原単位 0.67	





＜本資料の取り扱いに関して＞

本資料は、著作権法及び不正競争防止法上の保護を受けております。資料の一部あるいは全部について、コロワイドグループから許諾を得ずに、複写、複製、転記、転載、改変、ノウハウの使用、営業秘密の開示等を行うことは禁じられております。

本文記載の社名・製品名・ロゴはコロワイドグループ各社の商標または登録商標です。