株式会社トリドール
平成27年3月期第2四半期　決算説明資料

平成26年11月5日

決算ダイジェスト　平成27年3月期第2四半期

連結売上高　432億円（前年同期比109.0%）
連結経常利益　38億円（前年同期比148.3%）、連結経常利益率　9.0%（前年同期比+2.4pt）

連結

（単位：百万円）

	当第2四半期累計		計画			前年同期		
	金額	売上比	金額	売上比	計画比	金額	売上比	前年比
売上高	43,243	－	42,440	－	101.9%	39,659	－	109.0%
売上総利益	32,220	74.5%	－	－	－	30,070	75.8%	107.1%
営業利益	3,990	9.2%	2,990	7.0%	133.4%	2,689	6.8%	148.4%
経常利益	3,873	9.0%	2,835	6.7%	136.6%	2,612	6.6%	148.3%
四半期純利益	880	2.0%	805	1.9%	109.3%	681	1.7%	129.2%

単体

	当第2四半期累計		計画			前年同期		
	金額	売上比	金額	売上比	計画比	金額	売上比	前年比
売上高	41,683	－	40,500	－	102.9%	39,139	－	106.5%
売上総利益	31,078	74.6%	－	－	－	29,697	75.9%	104.7%
営業利益	4,408	10.6%	3,545	8.4%	124.3%	2,948	7.5%	149.5%
経常利益	4,387	10.5%	3,390	8.0%	129.4%	2,879	7.4%	152.4%
四半期純利益	1,240	3.0%	1,370	3.2%	90.5%	969	2.5%	128.0%

業績ハイライト

（連結）

- 売上および四半期純利益は、ほぼ計画通りに推移
- 海外子会社における退店およびのれん減損等に伴う特別損失を計上

（単体）

- 既存店前年対比：101.0%
- フェア商品のヒットに伴う売上増加
- 売上原価および広告宣伝費の増加

単体の純増2店舗、子会社・合弁・FCの純増20店舗
海外で積極的な展開を図り、トリドールグループ全体として930店舗体制

業態別／国別店舗数の状況

単体

	H26.3末	当第2四半期累計			H26.9末
		増加	減少	累計	
丸亀製麺（うどん）	774	10	−4	6	780
RS	621	8	−1	7	628
SC	153	2	−3	−1	152
とりどーる（焼き鳥）	21		−2	−2	19
丸醤屋（ラーメン）	15			0	15
長田本庄軒（焼きそば）	16		−1	−1	15
その他	21	3	−4	−1	20
合計	847	13	−11	2	849

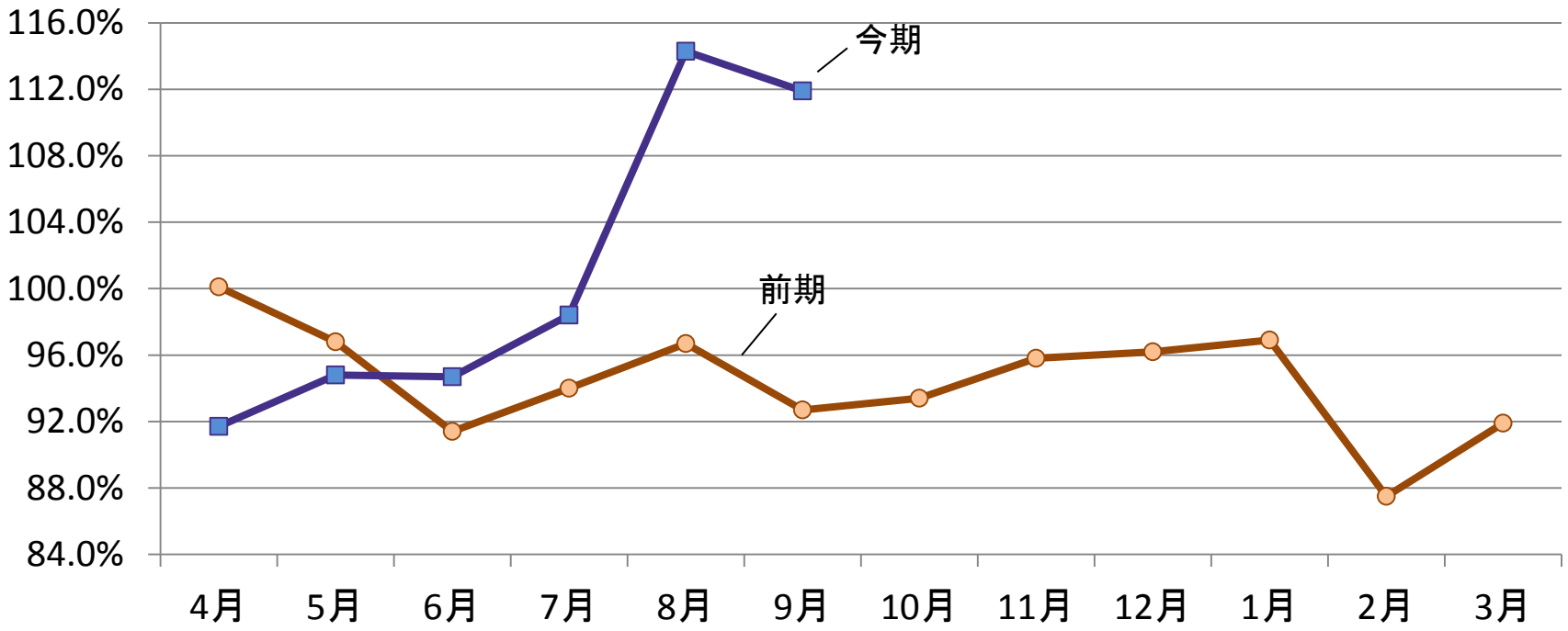
子会社・合弁・FC

	H26.3末	当第2四半期累計			H26.9末
		増加	減少	累計	
海外	61	24	−6	18	79
アメリカ	2			0	2
ロシア	7	1	−2	−1	6
韓国	5	3		3	8
台湾	4	3		3	7
オーストラリア	2			0	2
DDC	1	4		4	5
GEORGE’S	0	3		3	3
中国（合弁）	23	4	−2	2	25
タイ（合弁）	10	2	−2	0	10
インドネシア（FC）	6	3		3	9
ベトナム（FC）	1	1		1	2
国内	0	2	0	2	2
アスリート食堂	0	2		2	2
合計	61	26	−6	20	81

1) DREAM DINING CORPORATION（以下、DDC）。北米でTokyo Table、Tokyo Bentoの業態を運営。
2) GEORGE’S CORPORATION（以下、GEORGE’S）。ハワイでBlue Marlin、Hi Tide Poke Caféなどを運営。

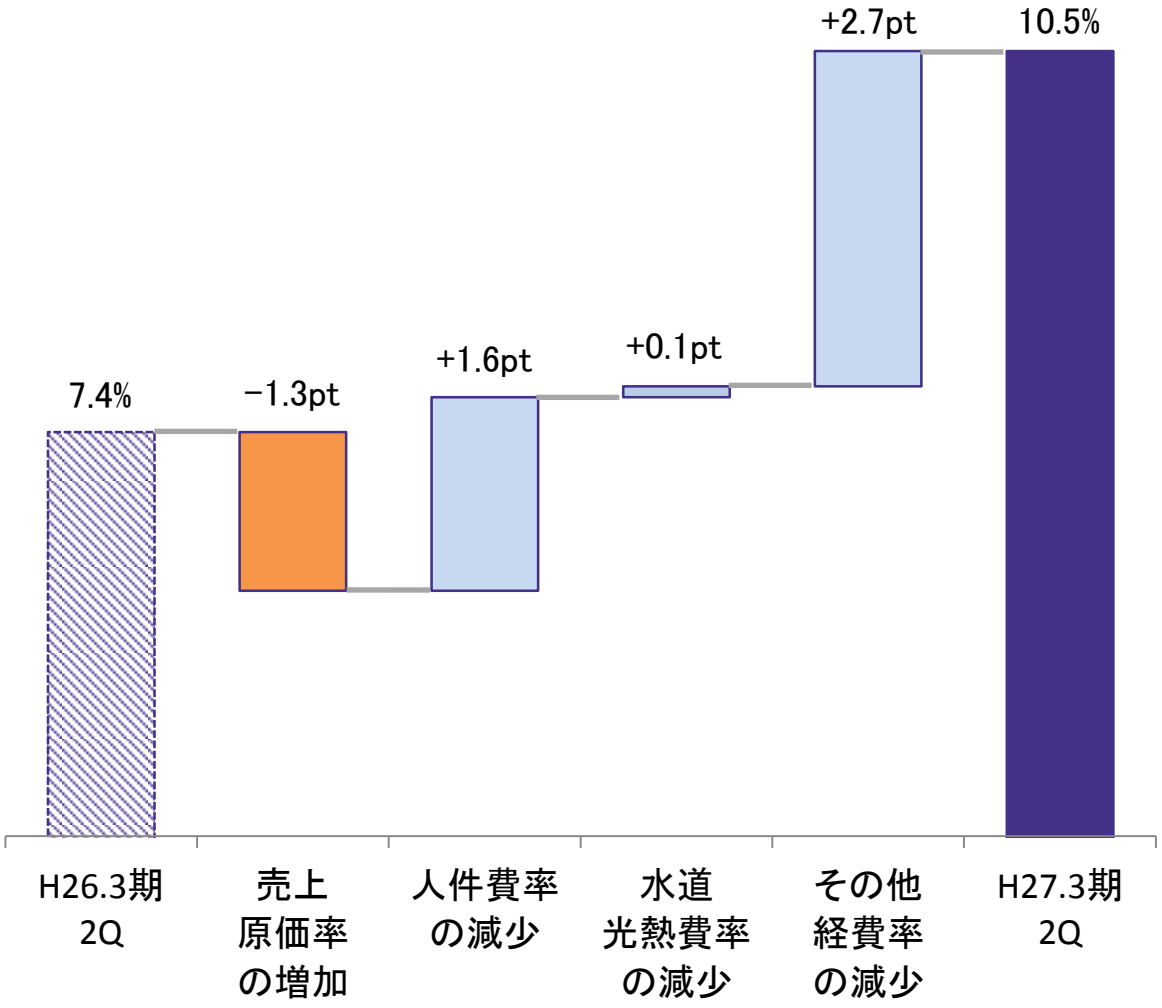
当第2四半期の国内丸亀製麺の既存店[1]前年対比は101.0%
当初業績予測における上期計画値の97.5%に対して+3.5pt

既存店前年対比推移 ／丸亀製麺のみ（曜日特性調整後）



1)　既存店とは、開店後19ヶ月以上営業している店舗をいう

当第2四半期の単体経常利益率は10.5%
減価償却方法の変更による影響を除けば、前年同期からおよそ1.9ptの改善



主な増減要因

■　売上原価の増加
- 高付加価値商品の販売による影響
- 「釜揚げうどんの日」の全国展開による影響

■　人件費率の減少
- 売上高増加に伴う人件費率の減少
- 営業時間の見直しの影響

■　その他経費率の減少

（プラス要因）
- 減価償却方法の変更等による影響（およそ+1.2pt）
- 出店抑制による開店時経費の減少および減価償却費の減少

（マイナス要因）
- 広告宣伝費の増加

連結子会社売上高　15億円（前年同期比300.6%）

連結子会社（全て海外子会社）[1]

（単位：百万円）

	当第2四半期累計		計画			前年同期		
	実績	売上比	計画	売上比	計画比	実績	売上比	前年比
売上高	1,560	－	1,940	－	80.4%	519	－	300.6%
売上総利益	1,142	73.2%	－	－	－	373	71.9%	306.2%
営業利益	−418	－	−555	－	－	−259	－	－
経常利益	−514	－	−555	－	－	−267	－	－
四半期純利益	−360	－	−565	－	－	−288	－	－

- 通期計画56店舗に対して、24店舗の出店
- ロシアおよびDDCにおいて、不採算店舗の退店およびのれん減損を決定
  - 上記にともない、単体財務諸表において子会社株式の評価損および貸付金に対する引当金を設定
- 来期の通期黒字化に向けた体制構築

1)　簡便的に連結数値から単体数値を引くことで算定

当第2四半期末の自己資本比率は30.0%、有利子負債依存度は48.0%

連結貸借対照表の概要　（単位：百万円）

	当第2四半期末		前期末		
	金額	構成比	金額	構成比	増減
資産合計	52,380	100.0%	49,556	100.0%	2,823
流動資産	14,341	27.4%	10,804	21.8%	3,537
固定資産	38,038	72.6%	38,752	78.2%	−713
負債純資産合計	52,380	100.0%	49,556	100.0%	2,823
負債合計	36,365	69.4%	34,027	68.7%	2,337
（うち、有利子負債）	25,141	48.0%	24,465	49.4%	675
流動負債	18,046	34.5%	16,059	32.4%	1,987
固定負債	18,318	35.0%	17,968	36.3%	350
純資産合計	16,014	30.6%	15,528	31.3%	486
（うち、自己資本）	15,707	30.0%	15,248	30.8%	459

※　中長期的に自己資本比率30%以上、有利子負債依存度50%以下の確保が目安

主な増減要因

- 資産の増加
  - 売上増加に伴う現預金の増加
- 負債の増加
  - 仕入増加に伴う買掛金の増加
  - 未払法人税等・消費税等の増加
  - 借入を実行したことによる影響
- 純資産の増加
  - 四半期純利益の計上

売上増加や出店の抑制などの影響により、現金および現金同等物の残高は増加

連結キャッシュ・フロー計算書の概況　（単位：百万円）

	当第2四半期	前年同期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,396	3,520	1,875
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 2,041	△ 5,125	3,083
財務活動によるキャッシュ・フロー	317	629	△ 311
現金及び現金同等物の四半期残高	11,253	5,867	5,386

主な増減要因

- ■ 営業活動によるキャッシュ・フロー
  - ● フェア商品のヒットに伴う収入増加
- ■ 投資活動によるキャッシュ・フロー
  - ● 新店出店抑制による出店投資額の減少
- ■ 財務活動によるキャッシュ・フロー
  - ● 大きな増減なし

今期業績予想について　平成27年3月期第2四半期

上期の業績を受け、通期業績予想を上方修正

平成27年3月期業績予想

連結

（単位：百万円）

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
前回発表予想（A）	84,000	6,200	5,890	1,700
今回修正予想（B）	84,803	7,200	6,928	1,775
増減額（B−A）	803	1,000	1,038	75
増減率（%）	1.0%	16.1%	17.6%	4.4%
（参考）前期実績	78,318	5,014	4,924	849

単体

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
前回発表予想（A）	79,400	6,910	6,600	2,400
今回修正予想（B）	80,583	7,773	7,597	2,270
増減額（B−A）	1,183	863	997	−130
増減率（%）	1.5%	12.5%	15.1%	−5.4%
（参考）前期実績	76,749	5,769	5,621	1,647

経営施策の概要　平成27年3月期第2四半期

■ 国内事業
- 当上期の振り返り
- 下期に向けた取り組み
- 新業態の概況

■ 海外事業
- 海外事業の概況
- 今後の海外事業の方向性

既存店対策として実施した施策

- ■ 自社競合
  - ● 丸亀製麺の出店を大幅に抑制
  - ● 不採算店舗の退店、業態変更の検討実施
- ■ QSC
  - ● 品質管理に関する教育体制の構築、より働きやすい職場環境の整備
  - ● 採用の積極化と退職率の改善
- ■ ブランド、商品
  - ● 「肉盛りうどん」、「タル鶏天ぶっかけうどん」の発売
  - ● 客数増加策として、初の全国テレビCMを放映
  - ● 社会貢献と丸亀製麺のファン作りのための「うどん教室」の実施

肉盛りうどん

テレビCM放映期間
8月1日～31日

タル鶏天ぶっかけうどん

テレビCM放映期間
10月1日～26日

「うどん教室」の実施風景

- 外食産業における一企業として、食育につながる社会貢献活動を推進
- ご応募いただいたお子様とその保護者の方々を対象に、讃岐うどん作りの体験会を日本全国で開催
- 丸亀製麺のファン作り、ブランド価値向上としても効果を期待

計画達成に向けた下期の取り組み

- ■ 出店計画
  - ● 自社競合の影響の少ない商業施設への出店強化
  - ● 通期で21店舗出店の見込み（上期実績：13店舗、下期計画8店舗）
- ■ 商品施策
  - ● お客様にバリューを感じていただけるフェア商品の開発・販売
  - ● 既存商品のブラッシュ・アップ
- ■ 営業・マーケティング施策
  - ● 投資対効果を見極めた上で、テレビCMの実施を検討
  - ● 更なる人員採用と教育の充実による、店舗QSCの向上
  - ● 「うどん教室」実施の積極化

カフェ事業（コナズ珈琲、ラナイカフェ）、天ぷら定食まきのともに売上は堅調
今後も店舗展開に向けて業態を磨き込んでいく

新業態のトピック

- ■ 出店実績
  - ● ラナイカフェを3店舗出店
  - ● ショッピングセンターなど商業施設からの引き合いが多い
- ■ 業態転換としての成功事例
  - ● 丸亀製麺ふじみ野店をコナズ珈琲に業態転換
- ■ テレビ、インターネット、新聞などのメディアに多数掲載
  - ● フジテレビ「スーパーニュース」、日経トレンディネット、各種新聞など

持続的な成長のため、更に新業態を創造する
- ● ブランドプロデュースできる社内人材の育成
- ● 外部リソースやM&Aなどの有効活用

丸亀製麺4店舗が競合していた地域において、内1店舗をコナズ珈琲に業態転換

Before

After

業態転換による効果

- トランスファー効果（売上の約2割は、残りの3店舗に移転）
- 売上増加効果（カフェ業態への転換により売上高が約2.4倍に）

海外事業では、不採算店舗の積極的なスクラップを実施し、
通期黒字化へ大きく前進

海外事業のトピック

- ■ 単月黒字化の達成
  - ● 直近で出店のあったGEORGE’S CORPORATIONを除けば、8月に海外事業として単月黒字化を達成（※非連結関係会社、FCロイヤリティを含む）
- ■ 不採算店舗のスクラップおよび経営資源の集中
  - ● ロシアなど不採算店舗に関しては、早期に退店を判断・実施
  - ● 台湾などより収益性の高い地域での集中した店舗展開
- ■ フランチャイズビジネスの拡大
  - ● 韓国において丸亀製麺のフランチャイズビジネスを立ち上げ

アジアを中心に丸亀製麺の出店を積極化

それ以外の地域では丸亀製麺に加え、より現地に受け入れらやすい新業態を検討

	これまでの展開	これからの方向性
アジア ハワイ	メインとして 丸亀製麺	メインとして 丸亀製麺
それ以外 の地域	メインとして 丸亀製麺	丸亀製麺 ＋ α業態 （例：teriyaki JAPAN Grilled chicken BENTO）

グローバルブランドの開発・育成を強化

注意事項

本資料に記載されている業績予想ならびに将来の予想は、現時点において入手可能な情報に基づき、当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれております。そのため、様々な要因の変化により、実際の業績は、記載されている将来の見通しと異なる結果となる可能性がありますので、予めご了承ください。