

**株式会社トリドール
平成28年3月期第2四半期 決算説明資料**

平成27年11月2日

決算ダイジェスト

平成28年3月期第2四半期

26期第2四半期での当期利益は、前年比4.8倍の過去最高を達成

連結PL (IFRS)

	第2四半期累計		計画		
	金額	売上比	金額	売上比	計画比
売上収益	47,797	100.0%	46,595	100.0%	102.6%
調整後EBITDA	6,173	12.9%	—	—	—
営業利益	4,461	9.3%	3,276	7.0%	136.2%
税引前利益	4,134	8.6%	3,215	6.9%	128.6%
当期利益	2,641	5.5%	1,858	4.0%	142.1%
親会社の所有者に帰属する当期利益	2,620	5.5%	1,833	3.9%	142.9%

(単位：百万円)

前年同期		
金額	売上比	前年比
43,244	100.0%	110.5%
4,981	11.5%	123.9%
1,983	4.6%	224.9%
1,815	4.2%	227.7%
550	1.3%	480.4%
540	1.2%	484.8%

※ 調整後EBITDA = EBITDA + 減損損失 + 非経常的費用項目

(EBITDA = 営業利益 + その他の営業費用 - その他の営業収益 + 減価償却費及び償却費)

業績ハイライト

- (連結) ・ 国内業績が好調に推移したことおよび海外事業の早期黒字化により
計画を大きく上回る 当期利益は前年の4.8倍に
- (単体) ・ 既存店前年対比が107.8% (丸亀製麺 108.1%) と好調に推移
・ 価格改定により原価率が低減、テレビCMの実施による広告宣伝費増
・ 売上上昇に伴う固定費率の低下

連結PL (J-GAAP)

	第2四半期累計	
	金額	売上比
売上高	47,797	100.0%
営業利益	4,730	9.9%
経常利益	4,352	9.1%
当期利益	2,721	5.7%

(単位：百万円)

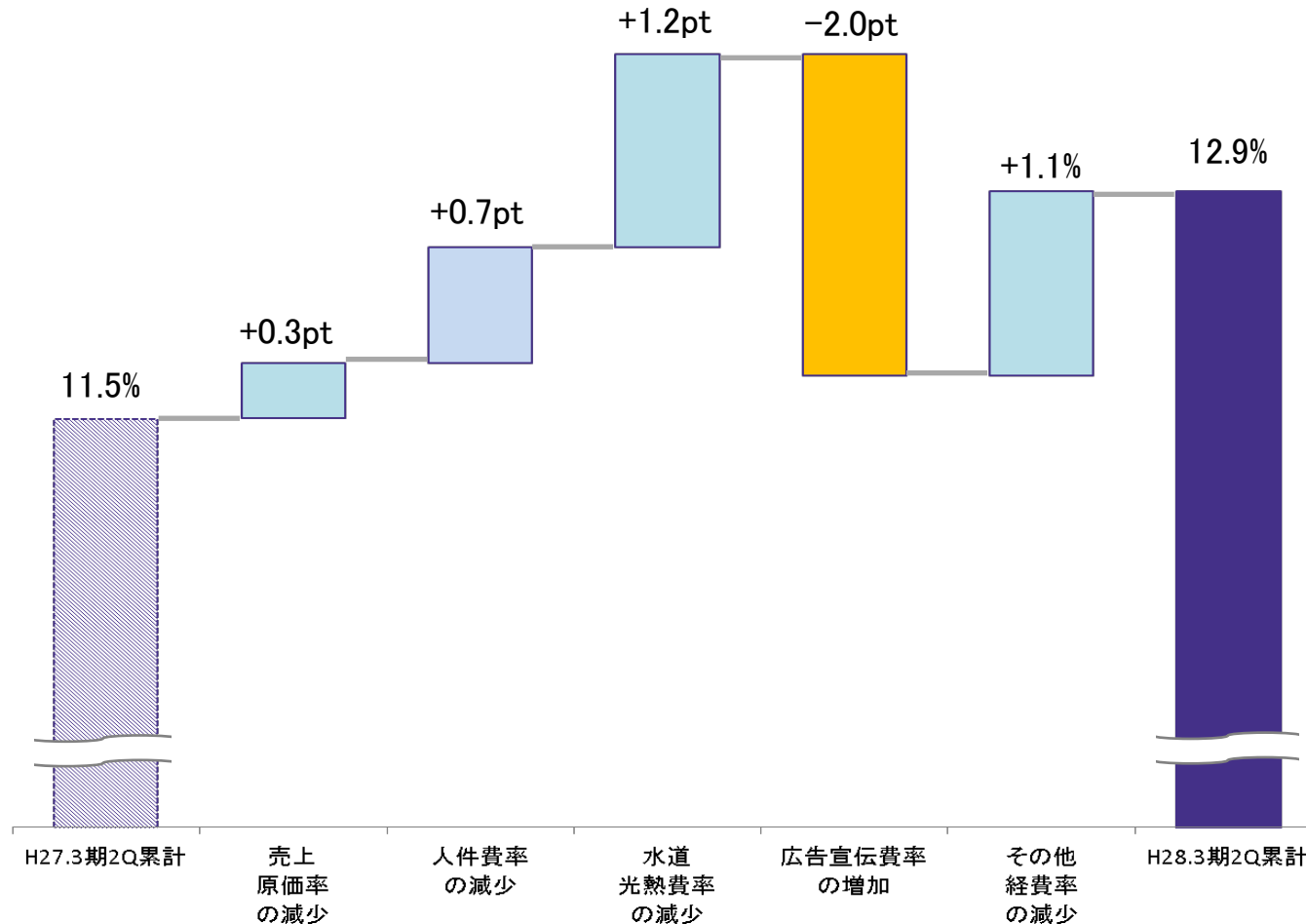
前年同期		
金額	売上比	前年比
43,244	100.0%	110.5%
3,991	9.2%	118.5%
3,873	9.0%	112.4%
880	2.0%	309.1%

単体PL (J-GAAP)

	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	45,271	100.0%	44,160	100.0%	102.5%	41,683	100.0%	108.6%
売上総利益	33,958	75.0%	—	—	—	31,078	74.6%	109.3%
営業利益	4,905	10.8%	—	—	—	4,409	10.6%	111.3%
経常利益	4,770	10.5%	4,377	9.9%	109.0%	4,388	10.5%	108.7%
当期利益	2,753	6.1%	2,349	5.3%	117.2%	1,240	3.0%	222.0%

当上半期の調整後EBITDA[※]率は12.9%

国内売上の増加に伴う経費率の減少と海外事業における収益改善により1.4pt増加

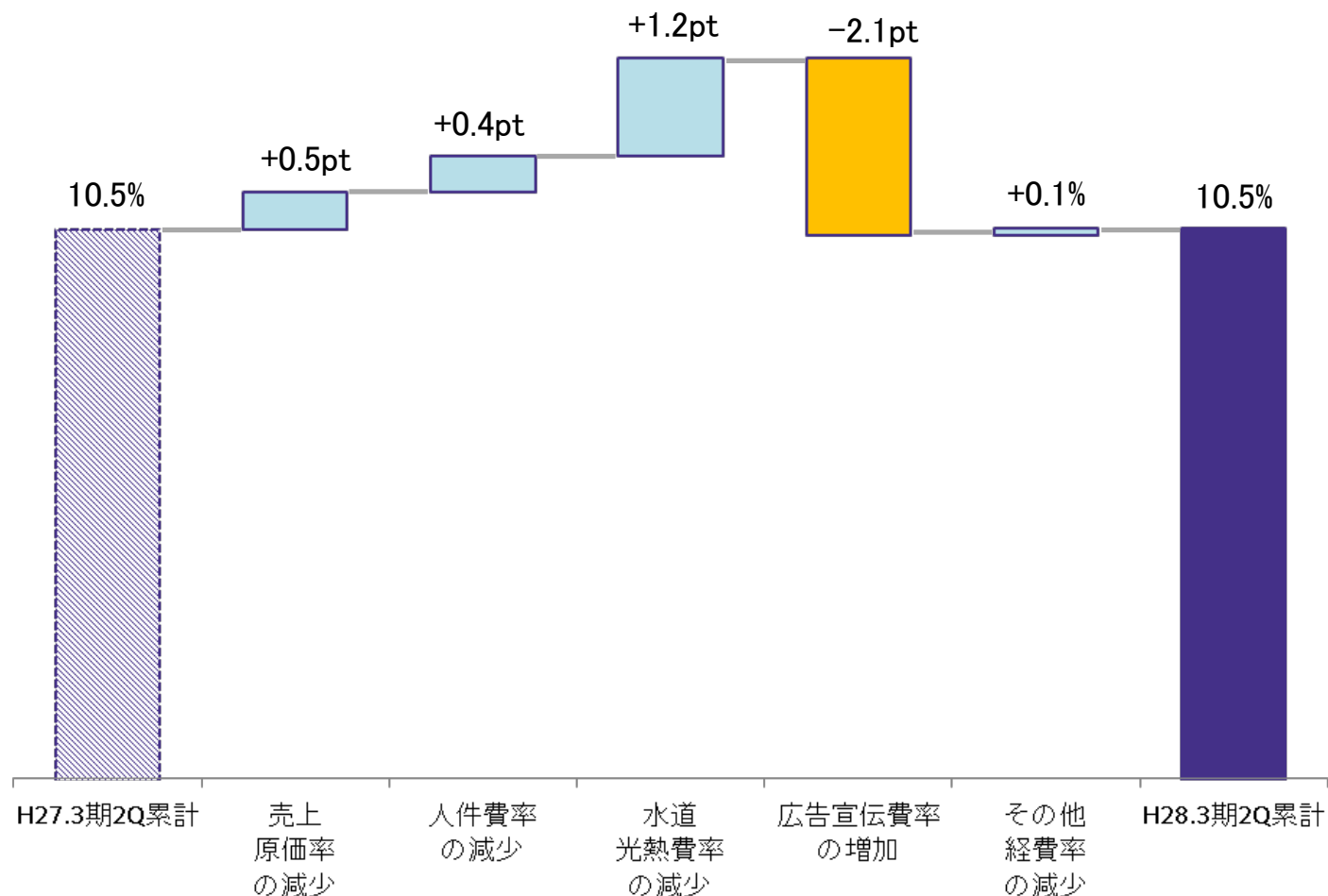


※ 調整後EBITDA = EBITDA + 減損損失 + 非経常的費用項目

(EBITDA = 営業利益 + その他の営業費用 - その他の営業収益 + 減価償却費及び償却費)

当上半期の単体経常利益率は10.5%

広告宣伝費が増加したものの、売上増加に伴い経費率が減少し前期と同水準を維持



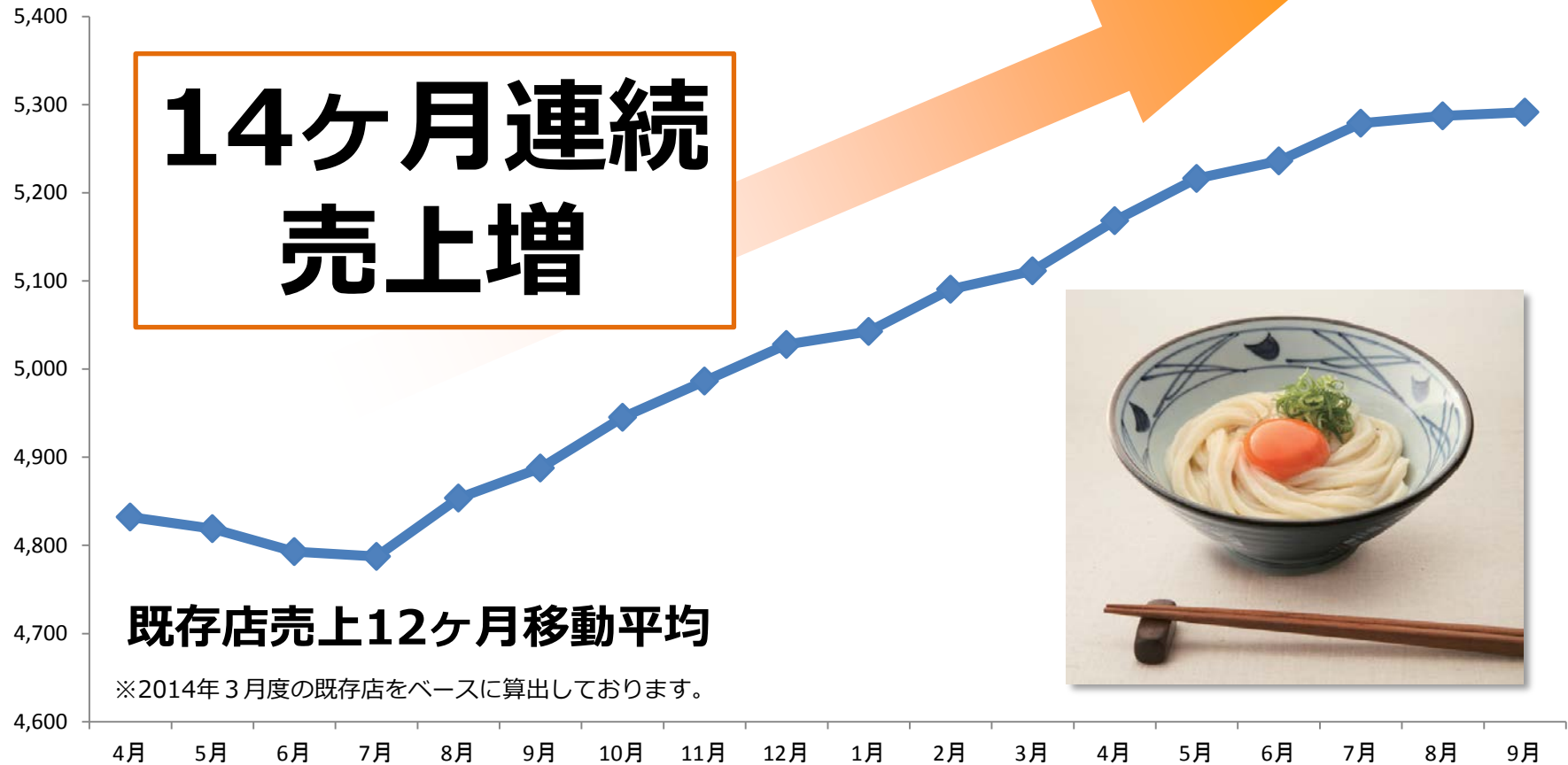
丸亀製麺の既存店売上は、施策一巡後の8月以降も前年越え
14ヶ月連続 100%以上

(百万円)

**14ヶ月連続
売上増**

既存店売上12ヶ月移動平均

※2014年3月度の既存店をベースに算出しております。



	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
売上	91.7%	95.8%	93.2%	98.4%	115.7%	109.7%	116.4%	111.2%	110.8%	104.1%	114.0%	105.1%	117.0%	113.3%	106.2%	111.8%	102.0%	101.1%
客数	92.8%	98.1%	95.5%	98.4%	108.3%	104.9%	112.4%	107.9%	106.8%	101.6%	111.7%	100.9%	108.9%	106.5%	99.2%	104.5%	99.2%	98.6%
客単価	98.8%	97.7%	97.6%	100.0%	106.8%	104.5%	103.5%	103.1%	103.7%	102.4%	102.1%	104.1%	107.4%	106.4%	107.0%	107.0%	102.8%	102.5%

(既存店前年比)

出店数は国内11店舗、海外110店舗（うち、M&Aによる取得68店舗）

海外が大きく上回り、当上期末でグループ1,057店舗体制へ

業態別／国別店舗数の状況

単体

	H27.3末	第2四半期		
		出店	退店	累計
丸亀製麺(うどん)	779	5	-5	779
RS	622	0	-5	617
SC	157	5		162
とりどーる(焼き鳥)	19	1		20
丸醬屋(ラーメン)	14		-1	13
長田本庄軒(焼きそば)	14			14
その他	22	5		27
合 計	848	11	-6	853

子会社・持分・FC

	H27.3末	第2四半期		
		出店	退店	累計
アメリカ	2			2
ロシア	5			5
韓国	10	3	-1	12
台湾	10	5		15
オーストラリア	3		-2	1
TDC ¹⁾	5		-4	1
GEORGE'S ²⁾	1	1	-1	1
ケニア	1			1
NomNom ³⁾	0	2		2
WOK TO WALK ⁴⁾	0	73		73
中国(持分)	27	8		35
タイ(持分)	17	7		24
インドネシア(FC)	16	5		21
ベトナム(FC)	5	4		9
マレーシア(持分)	0	2		2
合 計	102	110	-8	204

1) TORIDOLL DINING CORPORATION（以下、TDC）は、DREAM DINING CORPORATIONから社名変更。北米でTokyo Tableを運営。

2) GEORGE'S CORPORATION（以下、GEORGE'S）は、ハワイでCRACKIN'KITCHENを運営。

3) Nom Nom Enterprise LLC（以下、NomNom）は、L.Aで、Kaya Street Kitchenを運営。

4) Wok to Walk Franchise B.V.（以下、WOK TO WALK）は、欧州を中心にWOK TO WALKを運営。

前年同期比で約5億円のセグメント利益改善により
通期計画を前倒して黒字化を達成

海外事業セグメント

	第2四半期累計		前年同期		
	実績	売上比	実績	売上比	前年比
売上収益	2,674	100.0%	1,645	100.0%	162.5%
セグメント利益	43	1.6%	△460	—	—

(参考) J-GAAP

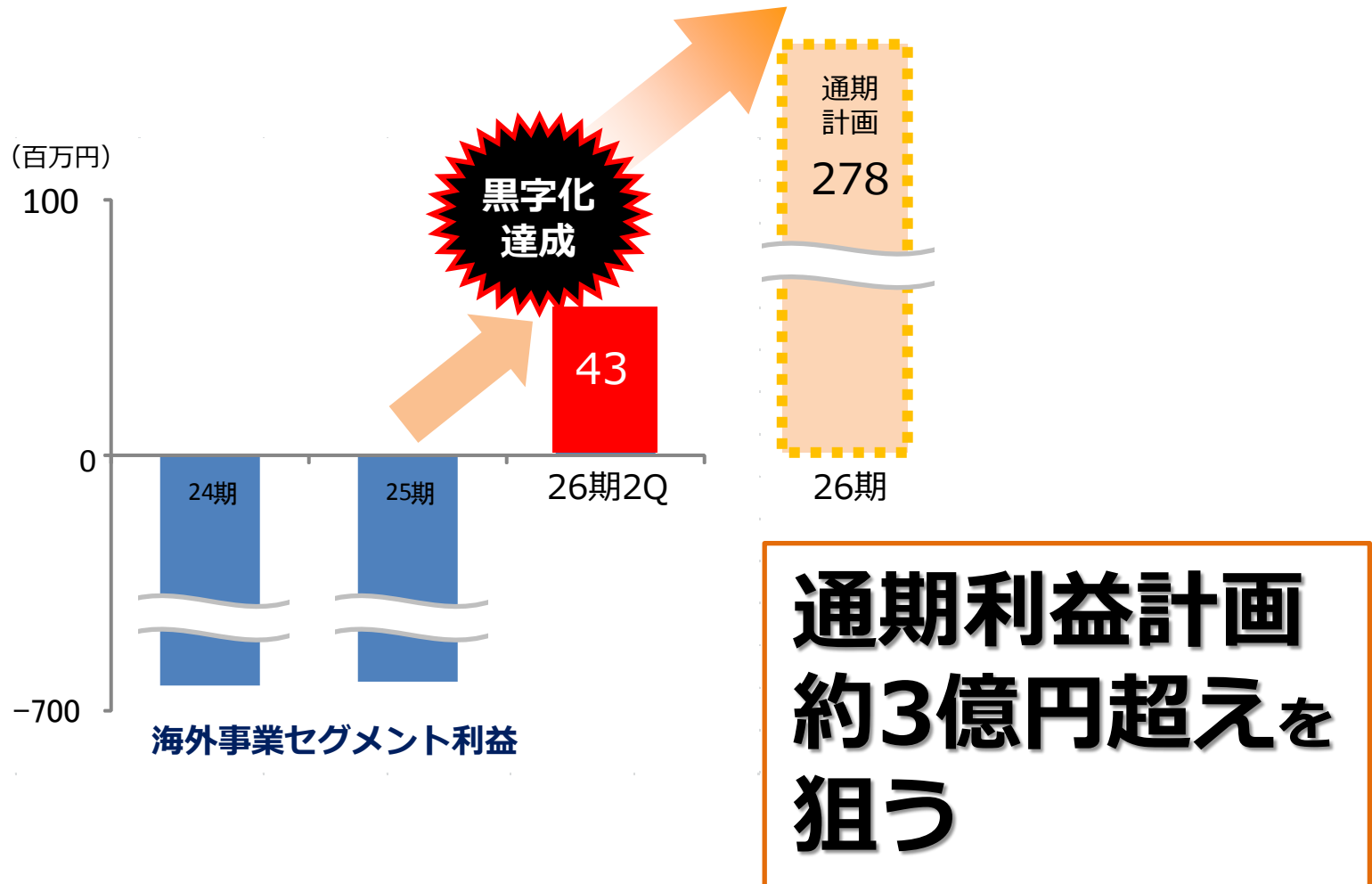
(単位：百万円)

	上半期		通期	
	計画	進捗率	計画	進捗率
売上高	2,502	106.9%	5,469	48.9%
営業利益	△ 6	—	278	—

※日本基準による海外子会社PLの合算数値を参考として表示

- 通期計画60店舗に対し上半期35店舗を出店（M&A案件を除く）
順調に店舗規模を拡大
- 出店の継続と前期における不採算店舗の閉鎖等により、前年同期比で約5億円の収益を改善
 - ・ 台湾 ： 約1.9億円の利益上乘せ
 - ・ ロシア： 約2.4億円の利益改善
- 店舗段階の利益合計では十分な水準を確保。安定的な利益を確保できる体制を構築

黒字化達成から、海外事業の成長加速へ



※通期計画は、日本基準による海外子会社PLの合算数値を参考として表示

海外 丸亀製麺 基礎情報

	対象 店舗数	1店舗平均売上高 /月(千円)	1店舗平均客数 /月(人)	1店舗平均客 単価/月(円)
アメリカ	2	27,751	26,508	1,047
ロシア	1	13,667	18,921	722
韓国	9	6,327	7,910	800
台湾	9	17,370	25,764	674
オーストラリア	1	14,605	17,203	849
中国(合併)	27	7,998	10,986	728
タイ(合併)	18	2,203	4,011	549
日本	757	8,971	16,581	541

※・上記は、2015年1月から6月までの期間を対象にしております。

・ 2015年9月末時点の為替レートを採用しております。

当上半期の親会社所有者持分比率は48.4%、有利子負債依存度は32.1%

連結BS (IFRS)

(単位：百万円)

	第2四半期		前期末		
	金額	構成比	金額	構成比	増減
資産合計	56,684	100.0%	59,019	100.0%	△ 2,335
流動資産	14,141	24.9%	17,997	30.5%	△ 3,856
非流動資産	42,543	75.1%	41,022	69.5%	1,521
負債純資産合計	56,684	100.0%	59,019	100.0%	△ 2,335
負債合計	29,151	51.4%	33,659	57.0%	△ 4,508
(うち、有利子負債)	18,185	32.1%	21,489	36.4%	△ 3,304
流動負債	16,770	29.6%	18,329	31.1%	△ 1,559
非流動負債	12,380	21.8%	15,330	26.0%	△ 2,949
純資産合計	27,533	48.6%	25,359	43.0%	△ 2,173
(うち、親会社の所有者)	27,422	48.4%	25,302	42.9%	2,120

主な増減要因

- 資産の減少
 - 借入が未実施であったため現預金が減少
- 負債の減少
 - 借入が未実施であったことによる影響
- 純資産の増加
 - 純利益の計上

M&A投資等により投資活動によるCFが減少

借入れの未実施により財務活動によるCFが減少

連結CF (IFRS)

(単位：百万円)

	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	3,431	5,454	△ 2,023
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 3,776	△ 2,074	△ 1,702
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 3,850	292	△ 4,142
現金及び現金同等物の 期末残高	10,814	11,253	△ 439

主な増減要因

- 営業活動によるキャッシュ・フロー
 - 法人税および消費税の確定納付額の増加
- 投資活動によるキャッシュ・フロー
 - M&A投資による減少
- 財務活動によるキャッシュ・フロー
 - 借り入れがなかったことにより減少

今期業績予想について

平成28年3月期第2四半期

当上半期の業績を受け、通期業績予想を上方修正

平成28年3月期業績予想

連結

(単位：百万円)

	売上収益	営業利益	税引前 当期利益	当期利益	親会社の所有者に 帰属する当期利益
前回発表予想 (A)	92,197	5,255	5,173	2,975	2,908
今回修正予想 (B)	93,399	6,440	6,092	3,758	3,695
増減額 (B-A)	1,202	1,185	919	783	787
増減率 (%)	1.3%	22.5%	17.8%	26.3%	27.1%
(参考)前期実績	87,297	4,175	3,614	2,011	1,982

単体

	売上高	経常利益	当期純利益
前回発表予想 (A)	86,860	8,108	3,600
今回修正予想 (B)	87,971	8,500	4,004
増減額 (B-A)	1,111	392	404
増減率 (%)	1.3%	4.8%	11.2%
(参考)前期実績	83,479	8,096	2,467

※下半期の業績予想は修正していません。

通期業績予想の修正を踏まえ、年間配当金を17.00円に上方修正

平成28年3月期配当予想

(単位：円)

	年間配当金		
	第2四半期末	期末	合計
前回発表予想 (A)	－	13.50	13.50
今回修正予想 (B)	－	17.00	17.00
増減額 (B-A)	－	3.50	3.50
(参考)前期実績	－	10.0	10.0

経営施策の概要

- 国内事業
 - ・ 当第2四半期の振り返り
 - ・ 新業態の取り組み
- 海外事業
 - ・ 海外事業の概況

既存店の躍進を支えた主な施策

■ 営業・マーケティング施策

- ✓ 「だし玉肉うどん」、「鬼おろし肉ぶっかけ」など高単価フェア商品を販売
前年のデータをもとに効果的なメニュー開発を実施
- ✓ 新テレビCMにより、ブランドイメージを刷新
- ✓ 全国テレビCMに加え、エリア限定CMを実施するなど より効果的な
販促施策を検討・実施

■ 集客の維持・向上策

- ✓ 人員充足 今期9月末時点で 前年同月より約2,200名（※パート・アルバイト在籍
総数）が増加
- ✓ 提供のスピードアップ、ピーク時の天ぷらの陳列強化などの
トレーニングも実施
- ✓ 設備の見直し・拡充、駐車場の一時借受けなどにより“売り損じ”を防止

広告戦略



檀れいさんを起用した新広告を展開

- 日経新聞全国版の一面にて広告
- 丸亀製麺ブランドサイト リニューアル
- 東京メトロ 社内広告
- 増上寺でイベント「涼麺祭」を開催

CM



「うちたてには福がある」篇で、
檀れいさんが江戸・元禄時代の
うどん屋の女将を好演

「手づくり」、「できたて」
丸亀製麺ならではの強みで
ブランド力を強化

新業態の取り組み

クローバー珈琲焙煎所 所沢店 10/22関東初オープン



2 事業部体制に強化

Cafe事業部

(2015年9月付)

第1Cafe事業部：東日本エリア**第2Cafe事業部：西日本エリア**

海外事業の概況 丸亀製麺のアジア出店を加速



カンボジアに初出店 (11月オープン予定)



インドネシア共和国
ハラル認定取得

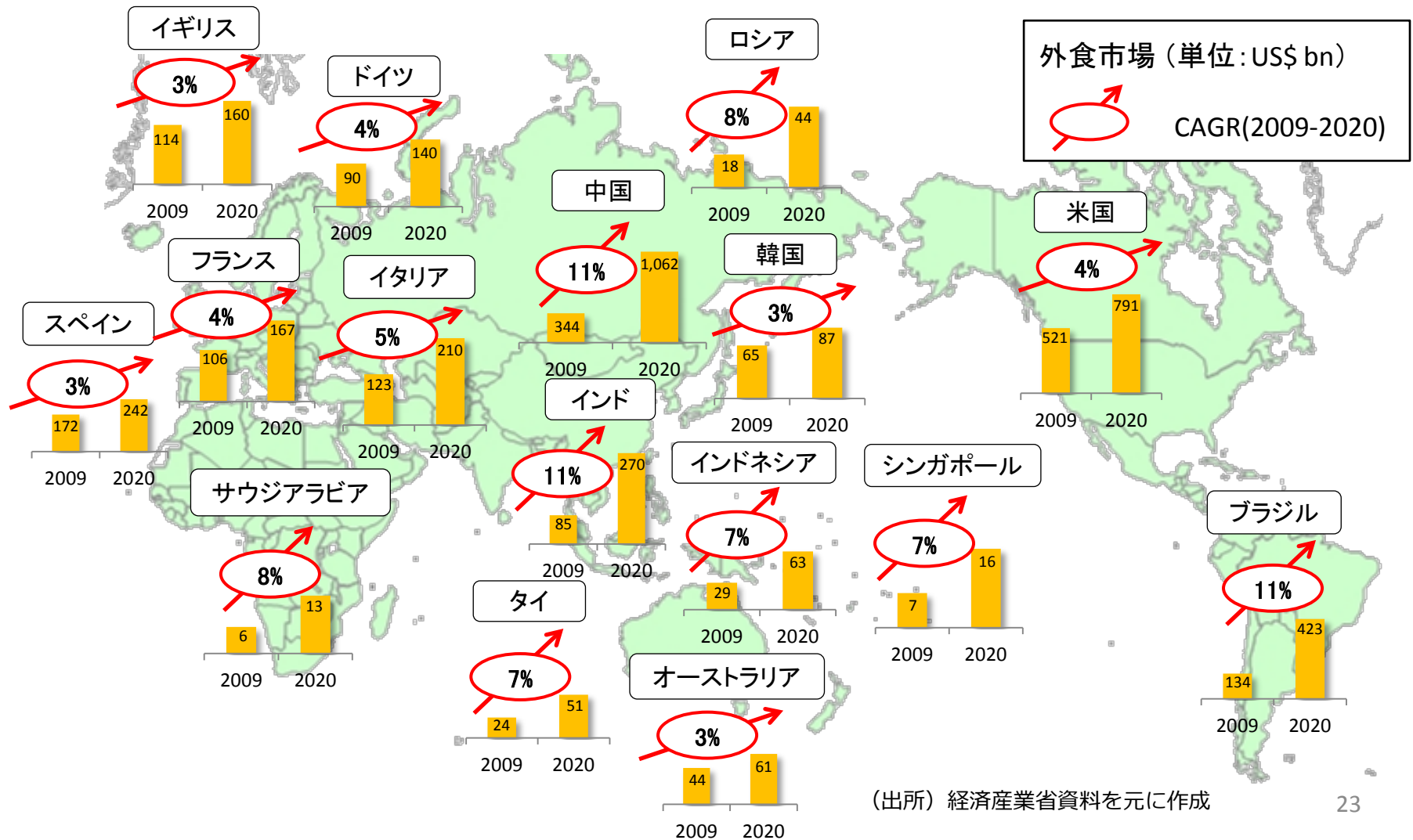


世界16億人超イスラム世界へ

海外事業の概況 新業態での積極出店を加速



2025年目標 世界6,000店舗／売上5,000億円 拡大する世界外食市場でシェア拡大へ



地域の食文化に対応した マルチポートフォリオ戦略で世界へ



アジアは丸亀製麺ブランドを中心に展開
国内は新業態にも注力していく

丸亀製麺



未開拓地に根付くブランドを開発、育成
先駆者利益を確保しつつ、スタンダード化を狙う



2015年3月～



M&Aを視野に入れたグローバルブランドの開発・育成



2015年6月～

M&Aに備え 3 年で120億円の投資枠を設定

なぜM&Aをするのか？

文化、食品規制など
日本発想・開発だけでは
適応できないブランド・
ポートフォリオの獲得

マルチブランド
による
食文化対応

規模・展開
スピード

自社開発の場合1年～数年を要する。
WOK TO WALKでは半年で
約70店舗のチェーンを獲得

グループ
連邦経営

地域・国に精通したプロ経営によって
スピード力と実行力を発揮しながら
トリドール本社は資金・出店ノウハウを提供

9月より東京本部を開設

本部開設の意義は？

国内・海外メニューの
開発拠点を東京本部に



**商品部
テストキッチン**

100%子会社 投資事業

TD
インベストメント

飲食業界初のCVC(コーポレートベンチャーキャピタル)

スマホで探す格安駐車場サービス



飲食特化クラウドファンディング

kitchenstarter

**経営戦略,
マーケティング,
店舗開発,人材**

情報／パートナー連携強化
物件情報／人材確保

経営理念・コーポレートロゴを一新

■新しい経営理念

すべては、お客様のよろこびのために。

Simply For Your Pleasure.

■新しいコーポレートロゴデザイン

TORIDOLL→