

おなかいっぱいの幸せを

2018年3月期 決算概要

イートアンド株式会社

(東証一部:証券コード2882)

 EAT&Co.®



決算概要

- ① 2018年3月期 決算サマリー
- ② 損益の状況(連結)
- ③ 開店店舗の推移状況
- ④ トピックス

2018年3月期 決算サマリー

業績の概況(連結)

売上高 281億 66百万円
(対前年同期比 107.1 %)
営業利益 7億 70百万円
(対前年同期比 126.9 %)
経常利益 7億 43百万円
(対前年同期比 130.0 %)

来期予想(連結)

売上高 300億 94百万円
(対前年同期比 106.8 %)
営業利益 8億 80百万円
(対前年同期比 114.1 %)
経常利益 8億 46百万円
(対前年同期比 114.0 %)

食品事業の状況

- ・「羽根つき餃子」「ぷるもち水餃子」の配荷が引き続き伸張
- ・「羽根つき餃子」(対前比109.6%)、「ぷるもち水餃子」(対前比128.9%)と売上牽引
- ・製造単価低減継続
⇒ 利益率が更に向上し、利益増に寄与

外食事業の状況

- ・既存店売上高(大阪王将)は、通期100%を堅持
- ・子会社2社は、前年同時期より改善
- ・期末店舗数は、484店舗(純増11店舗)
- ・今期においても、不振店舗の廃店・減損損失を積極的に実施

損益の状況（連結）

売上高は食品、外食共に前年比増。食品事業は前年比109.6%と大きく伸長。

これにより売上高ならびに売上総利益を含む各利益何れも前年を上回る。

単位：百万円、%	2017年3月期 実績	2018年3月期 実績	対前期比
売上高	26,304	28,166	107.1
食品（構成比）	12,781 (48.6)	14,010 (49.7)	109.6
外食（構成比）	13,522 (51.4)	14,155 (50.3)	104.7
売上総利益	10,252	11,253	109.8
販売費及び一般管理費	9,645	10,482	108.7
営業利益	607	770	126.9
営業利益率	2.3	2.7	+0.4pt
経常利益	571	743	130.0
親会社株主に帰属する当期純利益	156	215	137.8

損益の状況__セグメント別（連結）

食品セグメントでは、主力である焼き餃子・水餃子が売上を牽引し、利益共々堅調に推移。

外食セグメントは、前年の減損処理等により利益改善。また子会社2社も引き続き利益改善に寄与。

単位：百万円、%		2017年3月期 実績	2018年3月期 実績	対前期比
食 品	売上高	12,781	14,010	109.6
	セグメント利益	513	606	118.1
	利益率	4.0	4.3	+0.3pt
外 食	売上高	13,522	14,155	104.7
	セグメント利益	334	391	116.9
	利益率	2.5	2.8	+0.3pt

財務の状況（連結）

単位：百万円	2018年 3月末現在
資産の部	15,004
流動資産	7,776
固定資産	7,228
負債の部	10,186
流動負債	8,436
固定負債	1,750
純資産の部	4,818

《キャッシュフロー計算書》	17年3月 ～18年3月
営業活動によるキャッシュフロー	936
投資活動によるキャッシュフロー	▲1,635
財務活動によるキャッシュフロー	273
現金及び現金同等物の期末残高	845

（有形固定資産の補足） 2018年3月末の減価償却累計額： 4,328百万円

2018年3月期の設備投資額 ： 1,465百万円

2019年3月期の計画(連結)

単位:百万円、%		2018年3月期	2019年3月期	対前期比
売上高		28,166	30,094	106.8
	食品(構成比)	14,010 (49.7)	14,456 (48.0)	103.2
	外食(構成比)	14,155 (50.3)	15,637 (52.0)	110.5
売上総利益		11,253	12,278	109.1
販売費及び一般管理費		10,482	11,398	108.7
営業利益		770	880	114.1
	営業利益率	2.7	2.9	+0.2pt
経常利益		743	846	114.0
親会社株主に帰属する当期純利益		215	287	133.5

2019年3月期 セグメント別計画(連結)

単位:百万円、%		2018年3月期	2019年3月期	対前期比
食 品	売上高	14,010	14,456	103.2
	セグメント利益	606	699	115.4
外 食	売上高	14,155	15,637	110.5
	セグメント利益	391	484	123.7
全 社	売上高	28,166	30,094	106.8
	営業利益	770	880	114.1

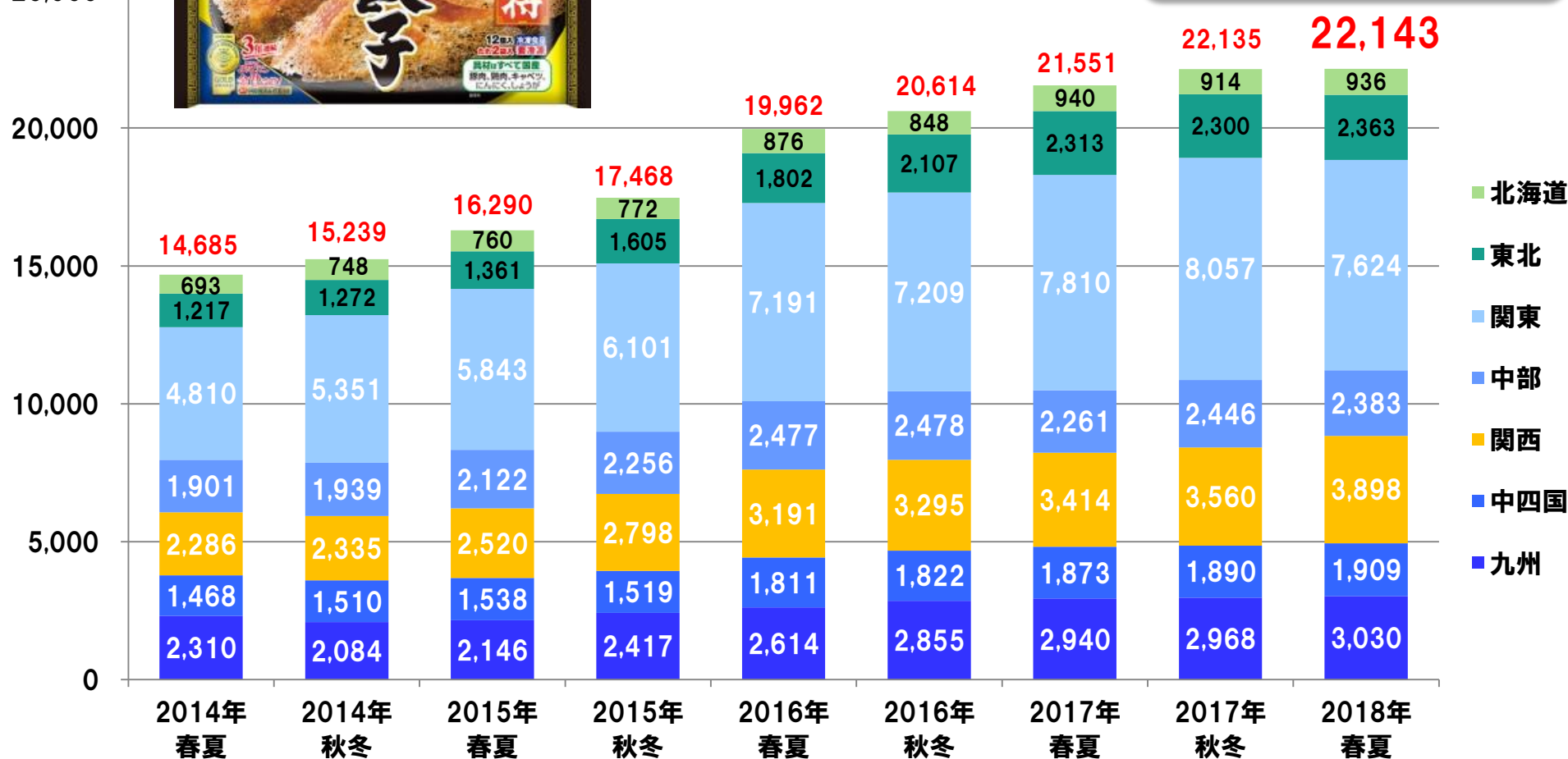
「大阪王将羽根つき餃子」取り扱い量販店の推移状況



焼餃子 配荷店舗数推移

配荷前年同期比
102.7%

単位:店
25,000



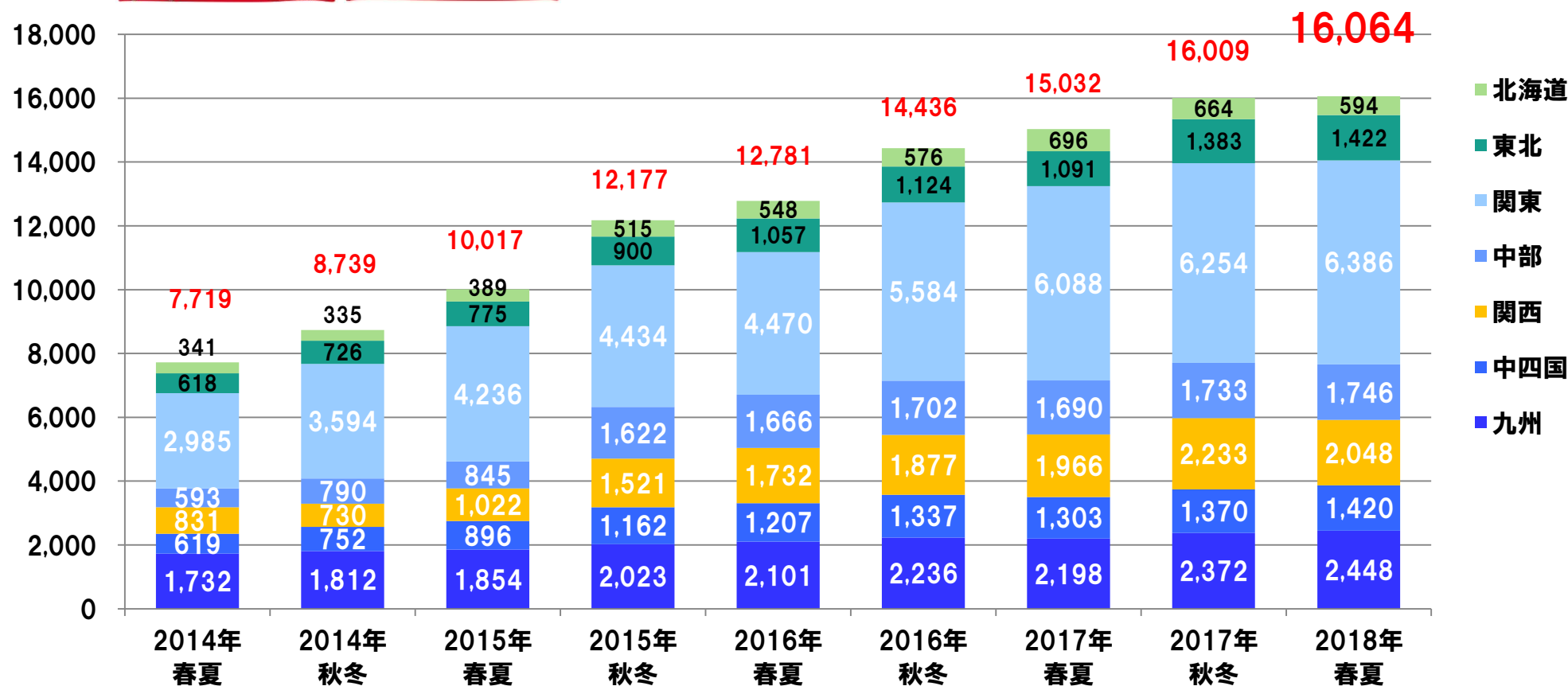
「大阪王将ぷるもち水餃子」取り扱い量販店の推移状況



水餃子 配荷店舗数推移

配荷前年同期比
106.9%

単位:店



開店店舗の推移状況（全体）

	2017年3月末 店舗数			2018年3月期 実績						2018年3月末 店舗数		
				出 店			退 店					
	直営	加盟	全店	直営	加盟	全店	直営	加盟	全店	直営	加盟	全店
大阪王将	31	326	357	8	11	19	9	15	24	30	322	352
ラーメン	20	28	48	4	1	5	7	5	12	17	24	41
よってこや	3	15	18	1	1	2	0	3	3	4	13	17
太陽のトマト麺	9	12	21	2	0	2	0	1	1	11	11	22
ビースト	6	1	7	1	0	1	5	1	6	2	0	2
その他	15	9	24	8	3	11	5	1	6	18	11	29
カフェ・ベーカリー	10	7	17	6	3	9	1	1	2	15	9	24
海外	0	38	38	0	20	20	0	10	10	0	48	48
計	66	401	467	20	35	55	21	31	52	65	405	470
子会社	6	0	6	11	0	11	3	0	3	14	0	14
うち大阪王将	0	0	0	8	0	8	3	0	3	5	0	5
連結計	72	401	473	31	35	66	24	31	55	79	405	484

開店店舗の出店計画（全体）

	2018年3月末 店舗数			2019年3月期 計画						2019年3月末 店舗数		
				出 店			退 店					
	直営	加盟	全店	直営	加盟	全店	直営	加盟	全店	直営	加盟	全店
大阪王将	30	322	352	4	14	18	0	10	10	34	326	360
ラーメン	17	24	41	4	3	7	1	1	2	20	26	46
よってこや	4	13	17	2	0	2	0	0	0	6	13	19
太陽のトマト麺	11	11	22	2	3	5	1	1	2	12	13	25
ビースト	2	0	2	0	0	0	0	0	0	2	0	2
その他	18	11	29	5	4	9	0	0	0	23	15	38
カフェ・ベーカリー	15	9	24	2	4	6	0	0	0	17	13	30
海外	0	48	48	0	20	20	0	3	3	0	65	65
計	65	405	470	13	41	54	1	14	15	77	432	509
子会社	14	0	14	7	0	7	0	0	0	21	0	21
うち大阪王将	5	0	5	5	0	5	0	0	0	10	0	10
連結計	79	405	484	20	41	61	1	14	15	98	432	530

■ 連結子会社の状況

グループ会社名	 ナインブロック	 フードランナー	 A & B
資本比率	91.3%	100.0%	100.0%
株式取得の年月	2012年6月	2014年7月	2014年8月
業態の内容	通販サイト運営	CVS複合店舗運営	ビアレストラン運営

該当企業

- イートアンドに**付加価値**をもたらす会社
- 外食事業、食品事業に**シナジー効果**をもたらす会社

トピックス モンドセレクション4年連続金賞受賞 『大阪王将 羽根つき餃子』



売上前年比109.6%

トピックス 他社商品とのコラボ販促

TVCM・食べ方メニュー提案で売上UP！！



テレビCM

2017年12月放映



128.9%

※売上前年比(4月～3月)

全国約3,200店舗で
メニュー提案企画を実施

トピックス 台湾20店舗達成



大阪王将
16号店



大阪王将
14号店



大阪王将
1号店



太陽のトマト麺
1号店

大阪王将 新光三越信義店
(2016年9月28日オープン)

太陽のトマト麺 駅前店
(2012年10月31日オープン)



大阪王将
9号店

大阪王将 桃園台茂店

大阪王将16店舗 太陽のトマト麺4店舗



大阪王将
2号店

大阪王将 新光三越台北駅前店



大阪王将
11号店

大阪王将 新光三越高雄左営店



大阪王将
15号店

大阪王将 台中大魯閣店
(2018年5月1日オープン)

海外50店舗達成

台湾	20
中国	2
香港	2
シンガポール	11
タイ	5
ベトナム	4
フィリピン	3
ミャンマー	1
インドネシア	2

GROWING STORY

① GROWING STORY

② 具体的な施策

食 品 事 業

外 食 事 業

生 産 事 業

GROWING STORY

外食事業

・外食全方位戦略の店舗多角化

- 大阪王将全国展開 500店
- ラーメン専門店展開 250店
- 新業態店舗多角化 100店
- カフェベーカリーの店舗多角化 150店



マーケティング インテジデータ

- 餃子サークル
- セールスプロモーション

M&A

- メーカー機能強化
- 外食新業態

EAT & GROWING STORY

生産事業

・インパクトのある新商品開発

- 生産工場のハイクオリティー化
- R&D(リサーチ&デベロップメント)化戦略
- 生産地⇒加工⇒販売の6次化戦略
- 仕入・購買のグローバル化
- 産学連携による企画開発

食品事業

・流通チャネルの多角化

- 冷凍食品
- 常温加工食品
- プライベートブランド商品
- ネット通販向け商品
- 量販店デリカ商材



アジアを中心とした海外展開

- FCシステム
- JV方式
- ロイヤリティ



施策1.食品事業の取組み

ランチエスター戦略の拡大

- 取り扱い高拡大
- 業務用販売拡大
- ドライ商品販売拡大
- NEXTアイテムの育成
- 新規マーケットの拡大



施策1. 食品事業の実績

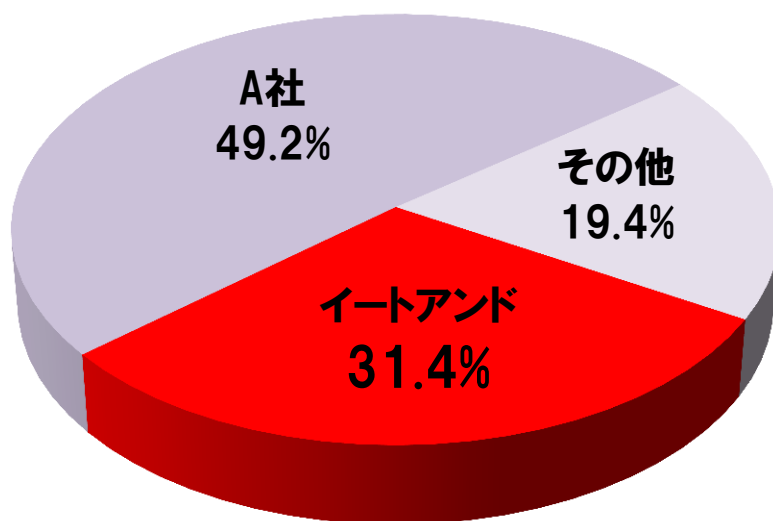
・冷凍餃子（焼餃子・水餃子）の市況及びシェア

【2017年4月-2018年3月：冷凍餃子 市場動向】

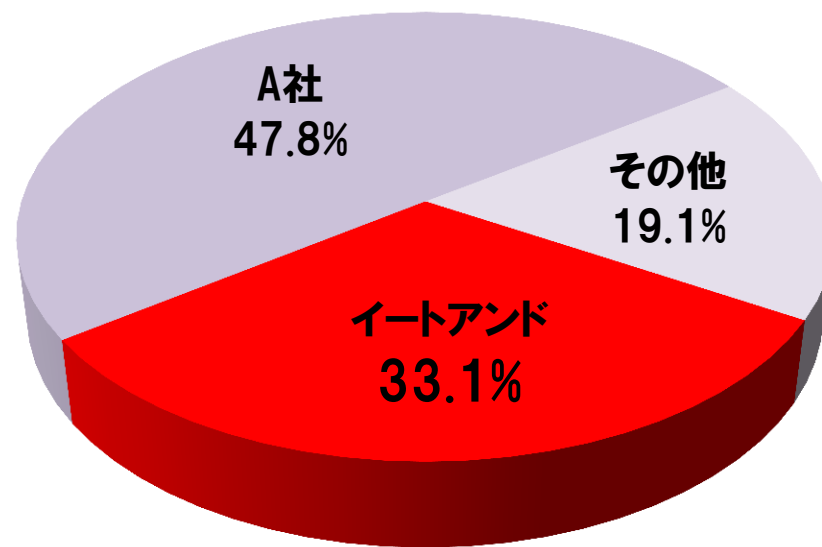
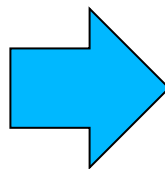
※前年同期比

冷凍餃子全体 : 101.6%

イートアンド : 107.1%



2017年3月期
4月～3月



2018年3月期
4月～3月

※データソース：インテージ SC I データ 平均購入規模（×100）（金額） エリア：全国 購入ルート：スーパー、DS、ドラッグストア、宅配

もっともっと餃子宣言！



WOW!!

施策1. 食品事業の取組み

新商品「大阪王将羽根つきチーズ餃子」進捗



月間販売目標に対し

約1.3倍の販売数量を記録！

※3月実績

施策1. 食品事業の取組み

「大阪王将 羽根つきチーズ餃子」販促強化

チーズを楽しむセット ▶ プレゼント

応募期間：2018年6月1日(金)～ 2018年7月31日(火)



「大阪王将 羽根つきチーズ餃子」
(キャンペーンパッケージ)

A賞

ワインとチーズを
楽しむ家飲みセット
(ワイン+チーズ)
抽選で50名様



B賞

チーズ増し増し体験セット
(チーズ+削り器)
抽選で500名様



施策1. 食品事業の取組み

販促イベント実施予定

- ① 鈴木奈々さん宣伝販売イベント
 今期予定: 8～11月 6回実施
 関東・関西・中部エリアにおいて開催



売上目標130%

- ② 有料パブリシティ
 今期予定: 7～2月 6回実施
 東北・四国・九州において開催



施策1. 食品事業の取組み 台湾 食品事業の進出

冷凍食品市場に参入



外食店舗出店による
「大阪王将」ブランドの認知



施策1. 食品事業の取組み

香港を代表するスーパー、日系スーパーへ配荷 本格スタート

惠康 wellcome

(ウェルカムスーパー)



PARKnSHOP

(パークンショップ)



AEON

(イオン)



■ 施策2. 次世代大阪王将の展開



次世代大阪王将展開の目的

人材不足時代への対応

職人技術に頼らない

クオリティのブレを低減

初期投資軽減→加盟意欲をあげる

施策2. 次世代大阪王将の展開

	餃子食堂	餃子酒場	餃子専門※未実施
営業時間	11:00～23:00	11:00～15:00 17:00～26:00	11:00～23:00
原価率	33%	30%	35%
人件費率	25%	23%	20%
FLコスト	58%	53%	55%
賃料比率	10%(2.5万/坪)	15%(6.0万/坪)	12%(4.0万/坪)
FLRコスト	68%	68%	67%
坪数	30坪(郊外・駅前)	25坪(繁華街)	18坪(駅前)
想定月商	7,000千円(23万/月坪)	10,000千円(40万/月坪)	6,000千円(33万/月坪)
償却前利益	17%	17%	18%
ターゲット	主婦・ファミリー	会社員	日常利用
客単価	850円	1,150円	800円
特徴	持ち帰り売上構成比 20% 定食中心 商品数50品	ドリンク比率 25% おつまみ商品 商品数30～40品	餃子売上構成比 55% 餃子カテゴリー強化 商品数20～30品

施策2. 次世代大阪王将の展開

餃子食堂 大阪王将
Japanese GYOZA Restaurant



◎餃子食堂タイプ(KPI):

FLコスト 58%、償却前利益 17%

菊川店実績	1月	2月	3月
売上(千円)	6,221	6,077	6,563
FL	63.5%	57.4%	59.7%
原価率	34.2%	32.6%	33.9%
人件費率	29.3%	24.8%	25.8%
償却前利益	11.9%	22.1%	23.5%

※2017/9/20オープン

人時生産性: 3,670円
(都内直営既存店3,000円)

※写真はイメージです。

施策2. 次世代大阪王将の展開

餃子酒場 大阪王将
Japanese GYOZA izakaya

◎餃子酒場タイプ(KPI):

FLコスト 53%、償却前利益 17%

新橋店	2月	3月
売上(千円)	4,151	6,029
FL	88.5%	54.3%
原価率	41.7%	30.1%
人件費率	46.8%	24.2%
償却前利益	—	15.1%

※2018/2/10オープン

人時生産性: 4,432円
(都内直営既存店3,000円)



施策2. 次世代大阪王将の展開

外食
ブランド



テクノロ
ジー



食品
メーカー



職人レス
プロ品質

目的：次世代モデル機能の構築
キーワード：少人数ハイクオリティ



2018年下期より同モデルによる加盟店出店開始

施策2. 次世代大阪王将の展開 炒飯マシン・コンベアオーブを導入

○テクノロジーを駆使
×中華鍋での調理



施策2. 超生産性 包丁レス、仕込レス進捗

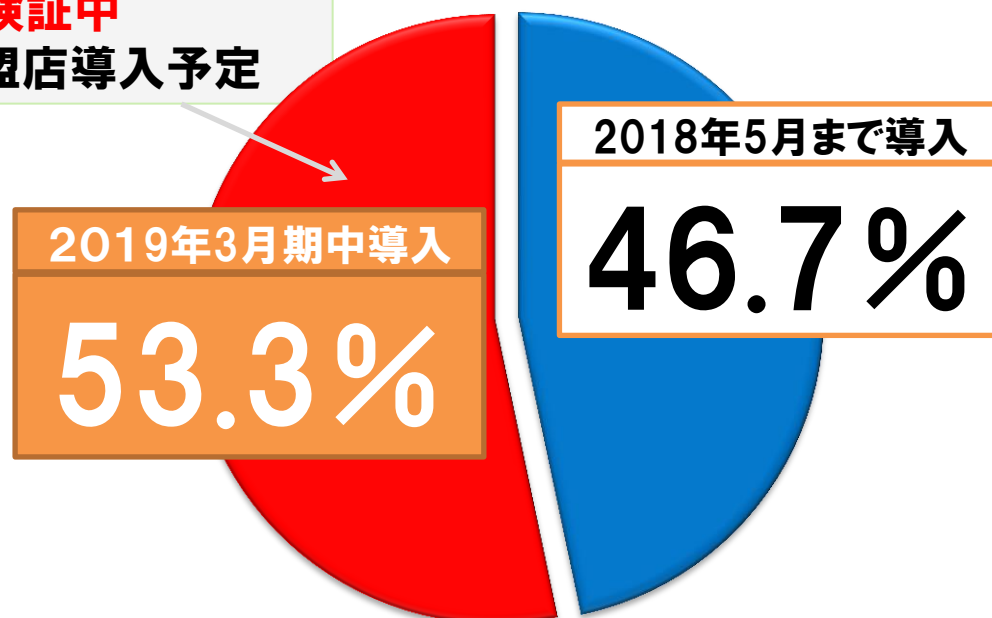
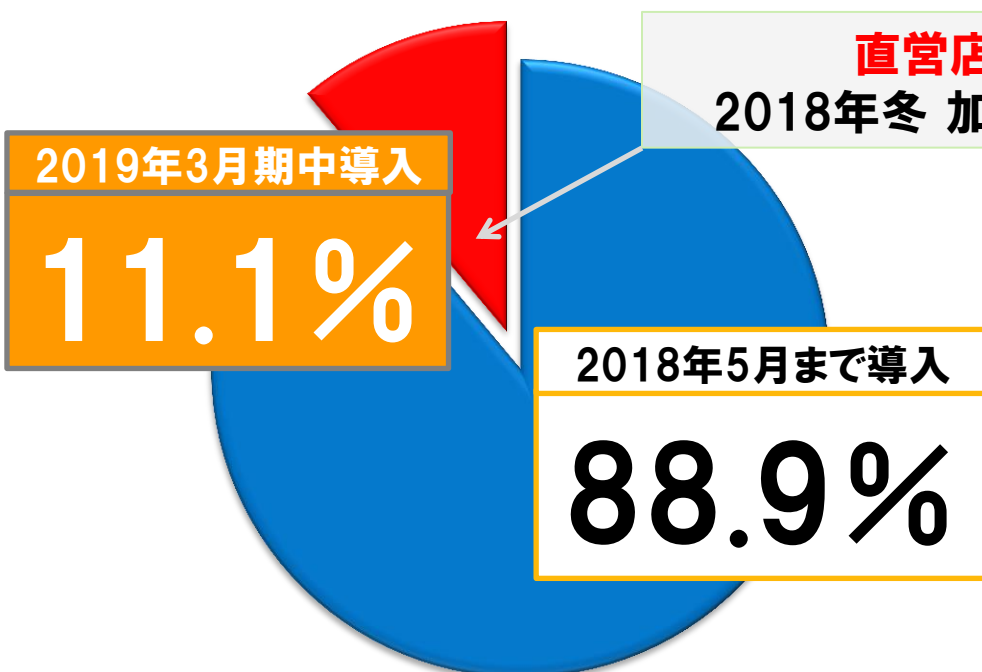
<人件費30%超⇒28%>

【包丁レス】 27品目中24品目完了

【仕込レス】 15品目中7品目完了

■導入済 ■今後導入予定

■導入済 ■今後導入予定



原価率0.3~0.6%上昇

施策2. 超生産性 レス-厨房の実現

少人数
ハイクオリティ



包丁レス



仕込レス



職人レス

施策2. 超生産性 餃子拡販と生産性の向上の両立

(餃子アイテム拡充+店内加工率低減)
ハイクオリティ冷凍餃子の開発

2017年10月 水餃子大幅リニューアル



全国
水餃子
販売数
200%UP

ニラの香りとごま油の風味・ミンチの肉感と野菜の食感



施策2. 超ファン化 フードコートでのスマートオーダー開始

ツール活用 スマートオペレーション



餃子サークルから
席に座ったまま注文



スマートオペレーションの実現で、
お客様との接点により重点を置いた
サービスが可能に！

4/16
検証
スタート

まだ並んで
いるのですか？



▲スマホオーダー QR コード▲

※イラストはイメージです



施策2. 超ファン化

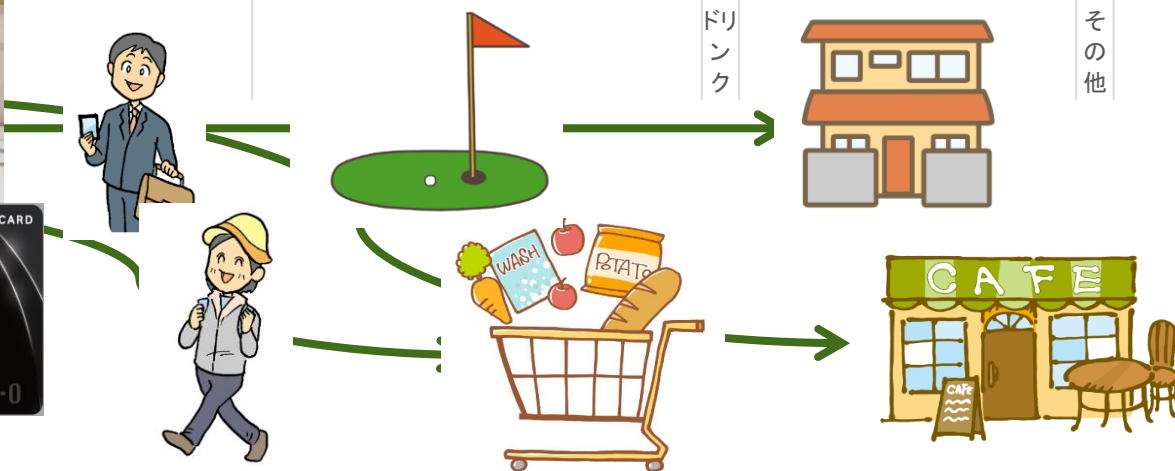
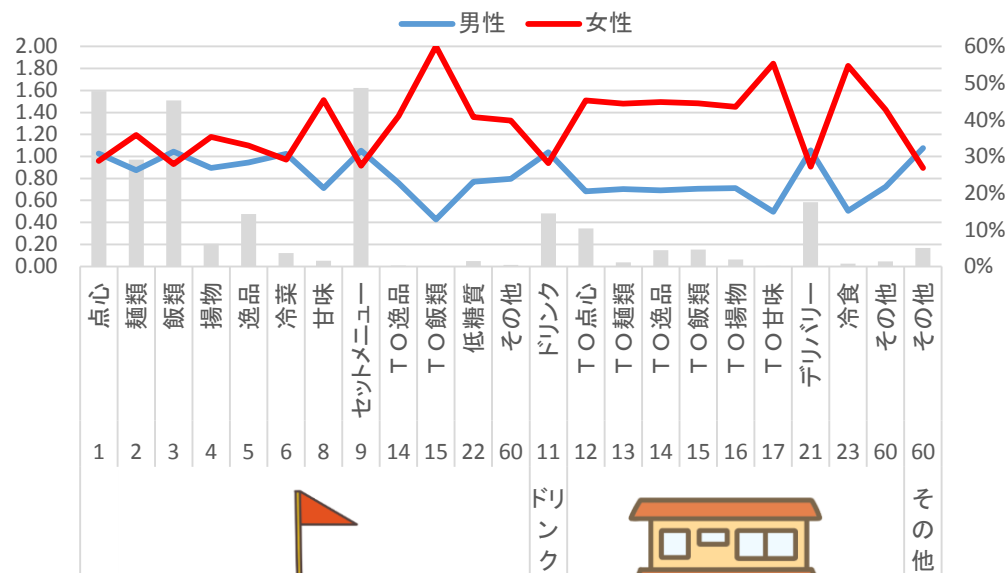
大阪王将 T-CARDのマーケティング機能活用

効率的な販促へ

- ①顧客情報収集、セグメンテーション
- ②感動分岐点を超える革新的商品開発
- ③広告宣伝・キャンペーン

T-CARDで生活者の導線情報を収集中

【メニュー分析】注文率(性年代比較)



施策2. 超ファン化①

T-CARDのマーケティング機能活用スケジュール



2018年

2019年

4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
		販促							
		未利用者対象		セグメントテスト (ランク分け・インセンティブ)		顧客対策			

データ収集 ⇒ 2018年秋～冬にかけて対策

1)大阪王将利用者像の抽出

- ・男女・年齢
- ・家族構成
- ・所得・購買動線

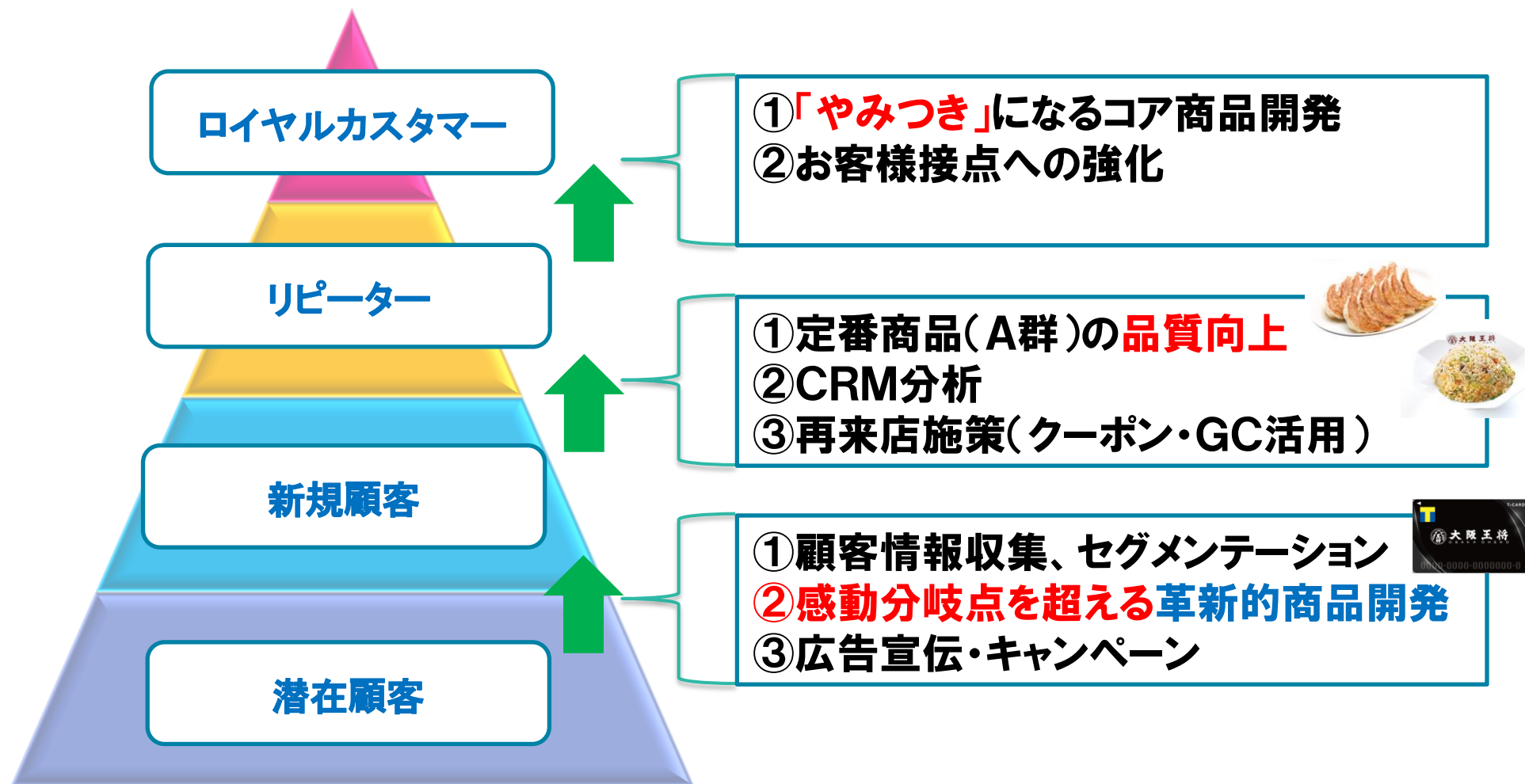
2)顧客層のセグメンテーション

- ・既存顧客(ライト・ヘビーユーザー)
- ・離反顧客
- ・見込顧客

施策2. 超ファン化

商品開発とCRM 《customer relationship management》

客数105%



施策3. 海外事業のエリア展開

海外の既存出店エリアと新規エリア

大阪王将 台湾14号店オープン！
内歴家楽福(ナイレキカルフル)店

2/5オープン

NEW!



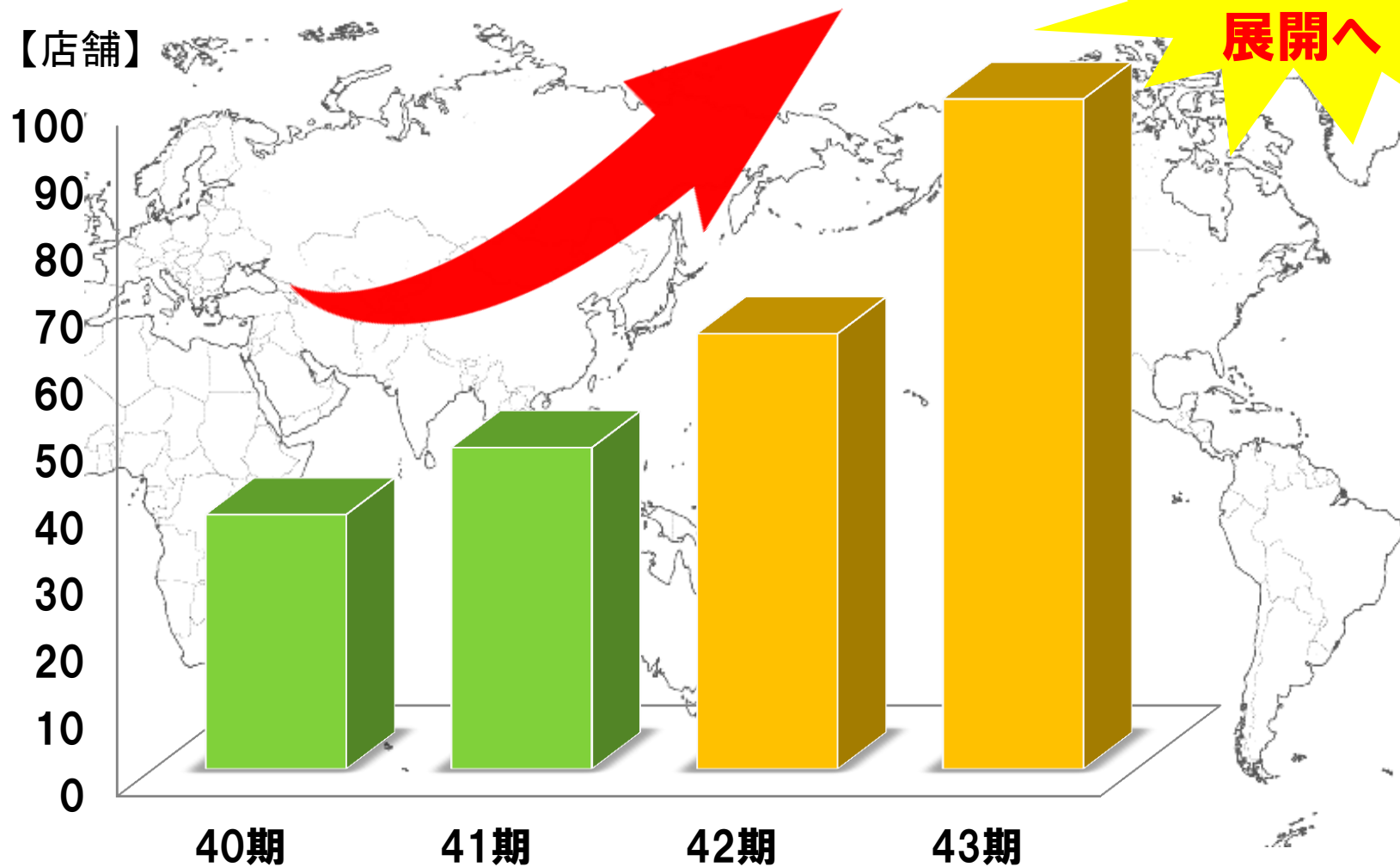
～9拠点・48店舗へ～



施策3. 海外事業のエリア展開

海外店舗増加

【店舗】



100店舗
展開へ

施策4. 外食新業態の確立 カフェベーカリー業態の出店状況



出店予定



既存店

R Baker
Inspired by court rosarian

Coccinelle

& Swell
EAST COAST STYLE

Bakery & Natural Food
The GROUNDS
BAKER

R Baker
Inspired by court rosarian
大阪市中央区(直営)
2018年4月OPEN



大阪城公園店



R Baker
Inspired by court rosarian
東京都千代田区(直営)
2018年6月OPEN予定

R Baker
Inspired by court rosarian
東京都品川区(直営)
2018年2月OPEN



イトーヨーカドー大井町店

施策4. 外食新業態の確立

イトーヨーカドー内に出店(R Bakerイトーヨーカドー大井町店)



イトーヨーカドーでの今後の展開に繋げていく

食品売り場との相乗効果

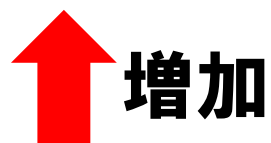


施策5. 生産事業の取組み 産地契約の拡大

① ニンニク契約栽培

今期予定: 120t

前期実績: 100t



増加

⇒ 兵庫・埼玉の産地で10tずつ拡大

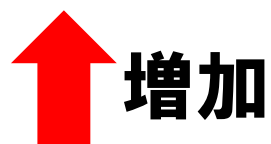
ニンニク栽培風景



② キャベツ契約栽培

今期予定: 3,400t

前期実績: 3,000t



増加

⇒ 宮崎・茨城・愛知・群馬他

各契約農家より相対的に数量を拡大

キャベツ栽培風景



冷凍餃子販売数量拡大により、原料を安定的に確保

施策5. 生産事業の取組み 内製化の動き



羽根つき餃子のタレを内製化
2018年6月 製造開始



関東工場にタレ製造用機械を設置
製造費用の3.4%削減

施策5. 生産事業の取組み 生産性改善



餃子検品カメラ

作業人員低減、コスト削減
食の安心・安全に対する更なる設備投資



餃子の不具合や個数抜けを
カメラで認識し、排出
関東・関西工場 5月導入



梱包工程スマート化



製品の箱詰、梱包、運搬自動化
パレット積付工程のロボット化
関東工場 9月導入予定



水餃子広げ自動化



凍結前 水餃子の
ばらしを自動化
関東工場 11月導入予定

ご参考資料

- ① 会社概要
- ② 新のれんチャイズ
- ③ 産地連携
- ④ CSR活動
- ⑤ 本資料の取り扱い

会社概要

<2018年3月31日現在>

社 名	■ イートアンド株式会社
英 語 名	■ EAT&Co.,Ltd
東京ヘッドオフィス	■ 東京都品川区東品川4-12-8 品川シーサイドイーストタワー15階
大阪オフィス	■ 大阪府中央区南久宝寺町2-1-5
設 立 年 月	■ 昭和52年8月
資 本 金	■ 9億6,029万円
発行済株式総数	■ 8,871,290株
決 算 期	■ 3月末日
代 表 者	■ 代表取締役会長 文野 直樹 ■ 代表取締役社長 仲田 浩康
従 業 員 数	■ 1,164名【社員・パートアルバイト(8h換算)】
業 種	■ 飲食店経営および冷凍食品販売
営 業 店 舗 数	■ 484店舗（直営店 79店舗、加盟店 357店舗、海外48店舗）
監 査 法 人	■ 東陽監査法人

新のれんチャイズ

「のれんチャイズ」は当社独自の加盟店システム

一般的なFCの弱点(FCオーナーの視点)

- × 創造性が発揮できない
- × 個性あふれる店になりにくい
- × ロイヤリティーによる収益圧迫

当社の「のれんチャイズ」

- メニュー、販促の自主性尊重
- 店舗内外装にオーナーの自由意思
- チェーン運営費は1% *

開店前の徹底した教育指導
各種試験実施によるスキル
アップ

新商品開発と既存商品の
ブラッシュアップ
進化し続ける店舗デザイン

店舗運営システム
売上予測システム

教育環境

自主性

販促活動などの
意思決定は加盟店の自
主性を重視

店舗のオリジナルメニュー
地域特性を活かした
ご当地メニュー

創造性

「のれんチャイズ」

開発

システム

収益性

商標使用料:1%
店舗運営指導費:2%

ブランド向上奨励金を
含めた既存店活性化

*チェーン加盟店から当社への売上
(大阪王将FCの例)

●商標使用料 店舗売上の1.0%
⇒売上の前年同月対比に準じて変動

110%以上=0.5%
105%以上=0.7%
100%以上=0.8%
100%未満=1.0%

●店舗運営指導費 店舗売上の2.0%
⇒加盟1年目:2.0%
⇒加盟2年目以降

EAT&が定める調理資格保有者の
人数に準じて変動

2名以上=無し
1名 =1.0%
不在 =2.0%

●加盟店に対する食材の販売

産地連携

宮崎・鹿児島を中心に7万坪以上の土地面積を使用し、各地域の農家とニンニク・生姜・キャベツを栽培



宮崎県

兵庫県



鹿児島県



秋田県



北海道

青森県



茨城県

栃木県

群馬県

埼玉県

愛知県



香川県



2010年より国産原料へ切替

CSR活動

Keep on Challenging Project 活動

『子供たちに餃子を届けようプロジェクト』の実施

全国の養護施設を訪問し、餃子の巻き体験を実施。

「餃子ができるまで」というテーマの下VTRと共に食育授業を展開。



訪問実績：26施設 2018年4月末時点

■ 本資料の取り扱い

- 本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により、実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。
- 別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。
- 当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。
- 本書は、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申込み又は買付けの申込みの勧誘(以下「勧誘行為」という。)を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。投資に関する決定は、閲覧者ご自身の判断と責任で行われますようお願いいたします。