



2021年3月期 第1Q 決算概要

イートアンド株式会社

東証一部:証券コード2882

決算概要

- ① 2021年3月期 1Q 損益の状況(連結)
- ② 店舗の推移状況
- ③ 生産数量の推移
- ④ トピックス



通販

量販店
(小売)



宅配



生産



アールベイカー



ベーカリー
カフェ



ラーメン



大阪王将



大阪王将
O S A K A O H S H O



損益の状況（連結）

1Q概要

単位：百万円、％		2020年 3月期 第1Q	2021年 3月期 第1Q	対前期比
売上高		7,157	6,648	92.9
	食品（構成比）	3,554 (49.7)	4,188 (63.0)	117.8
	外食（構成比）	3,603 (50.3)	2,549 (37.0)	68.3
売上総利益		2,883	2,518	87.3
販売費及び一般管理費		2,658	2,584	97.2
営業利益		224	△65	－
	営業利益率	3.1	△1.0	△4.1pt
経常利益		224	△51	－
親会社株主に帰属する当期純利益		123	△348	－

■ 損益の状況 セグメント別（連結）

1Q概要

単位：百万円、%		2020年 3月期 第1Q	2021年 3月期 第1Q	対前期比
食 品	売上高	3,554	4,188	117.8
	セグメント利益	214	320	149.2
	利益率	6.0	7.7	+ 1.7pt
外 食	売上高	3,603	2,459	68.3
	セグメント利益	96	△324	－
	利益率	2.7	△13.2	△15.9pt

財務の状況（連結）

単位:百万円	2020年 3月末現在	2020年 6月末現在	ポイント
資産の部	18,952	19,228	
流動資産	7,826	8,039	現預金の増加、売掛金の減少
固定資産	11,125	11,189	有形固定資産の減少 (賃貸等不動産売却による減損他)
負債の部	11,512	12,186	
流動負債	8,479	8,632	借入金の増加 買掛金、未払金の減少
固定負債	3,032	3,554	長期借入金の増加
純資産の部	7,440	7,041	

（有形固定資産の補足） 2020年6月末の減価償却累計額： 5,668百万円
 2020年6月期の設備投資額 ： 456百万円

2021年3月期1Q店舗の推移状況（全体）

1Q概要

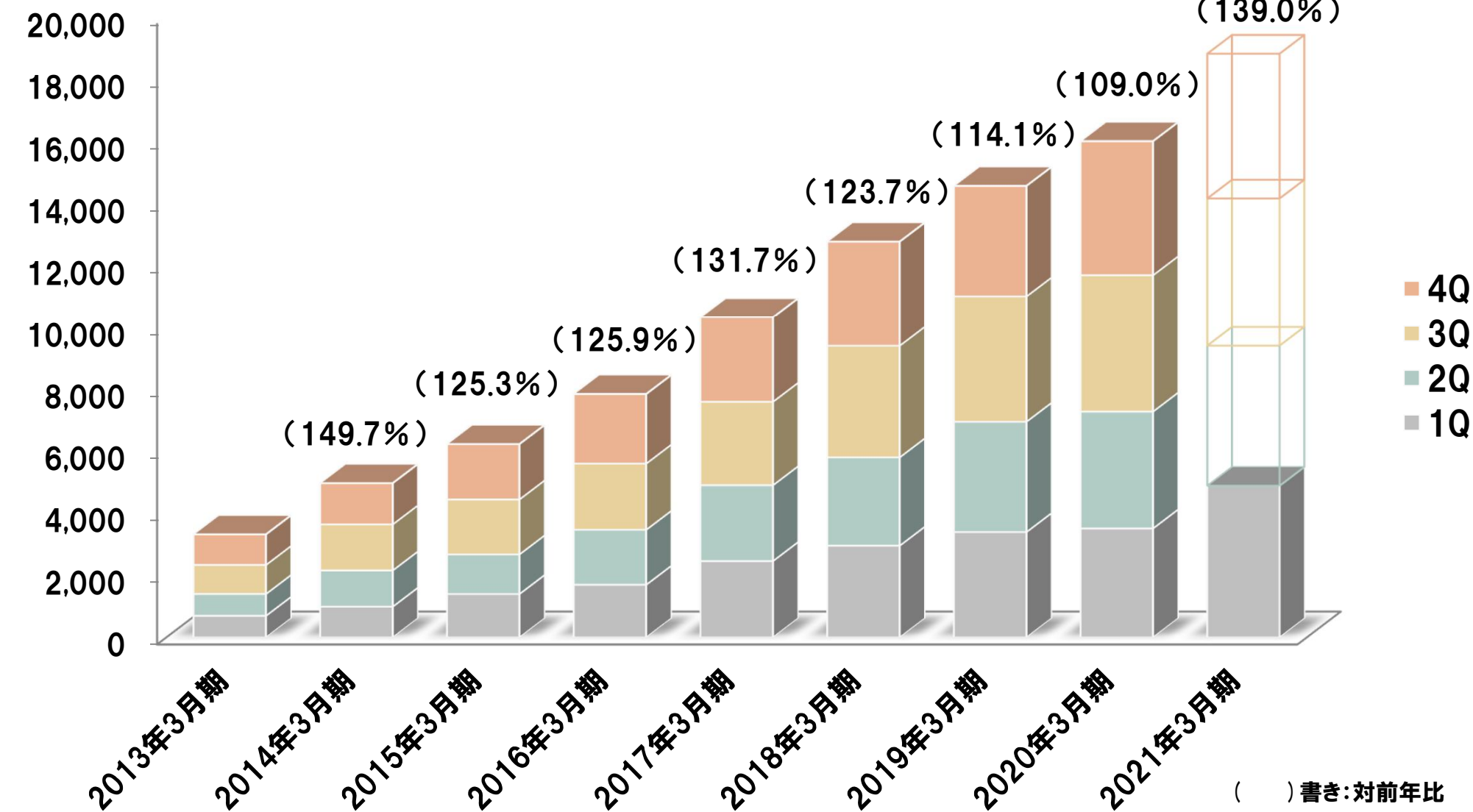
	2020年3月末 店舗数			2020年6月末 実績						2020年6月末 店舗数		
				出 店			退 店					
	直営	加盟	全店	直営	加盟	全店	直営	加盟	全店	直営	加盟	全店
大阪王将	37	315	352	4	1	5	1	6	7	40	310	350
ラーメン	19	21	40	0	0	0	3	1	4	16	20	36
ベーカリーカフェ	25	14	39	2	1	3	0	0	0	27	15	42
その他	6	1	7	0	0	0	1	0	1	5	1	6
海外	1	46	47	0	0	0	0	7	7	1	39	40
計	88	397	485	6	2	8	5	14	19	89	385	474
子会社	6	0	6	0	0	0	0	0	0	6	0	6
うち大阪王将	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
連結計	94	397	491	6	2	8	5	14	19	95	385	480

生産量の推移

1Q概要

関東工場生産量推移

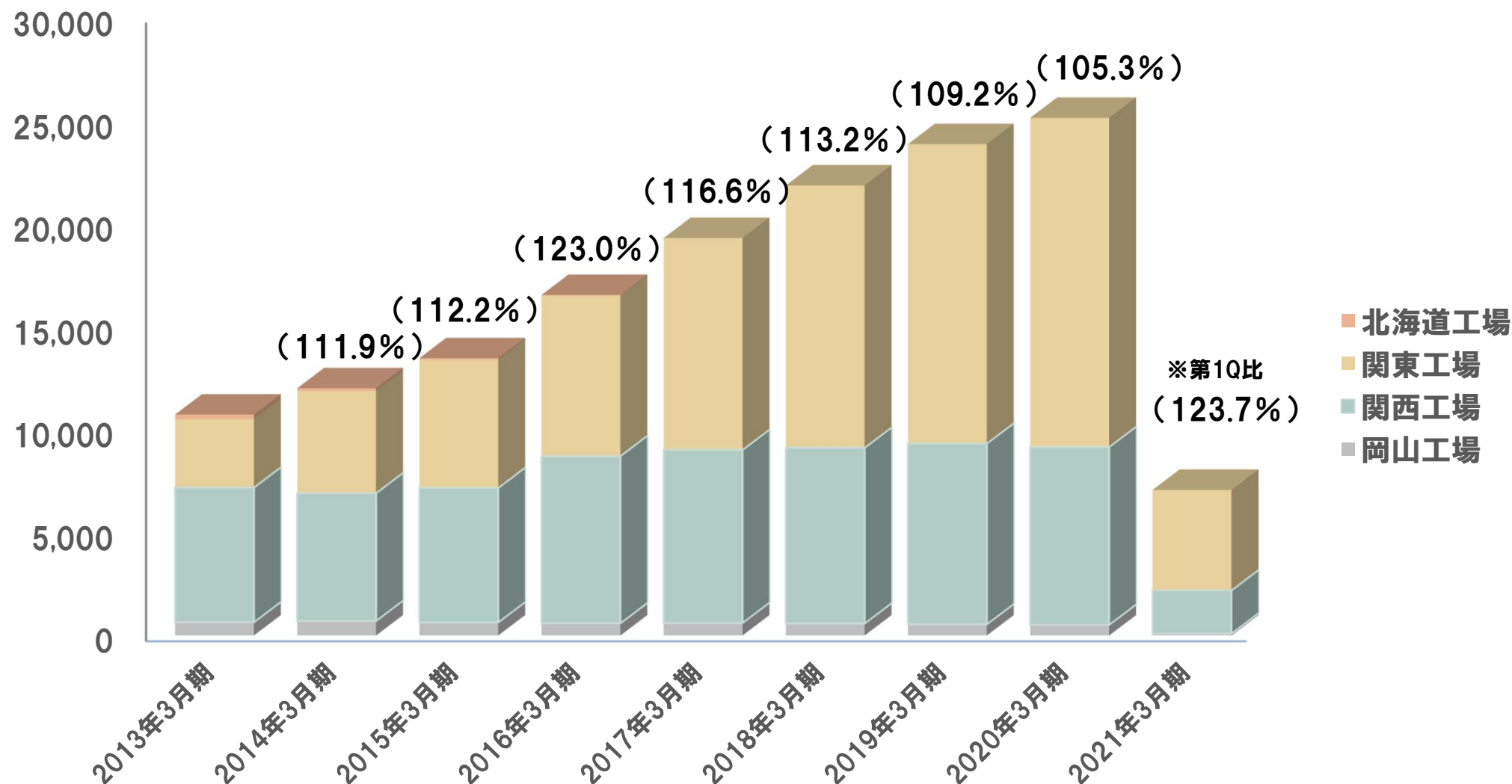
生産量(t)



生産量の推移

生産量(t)

全工場生産量推移



() 書き: 対前年比

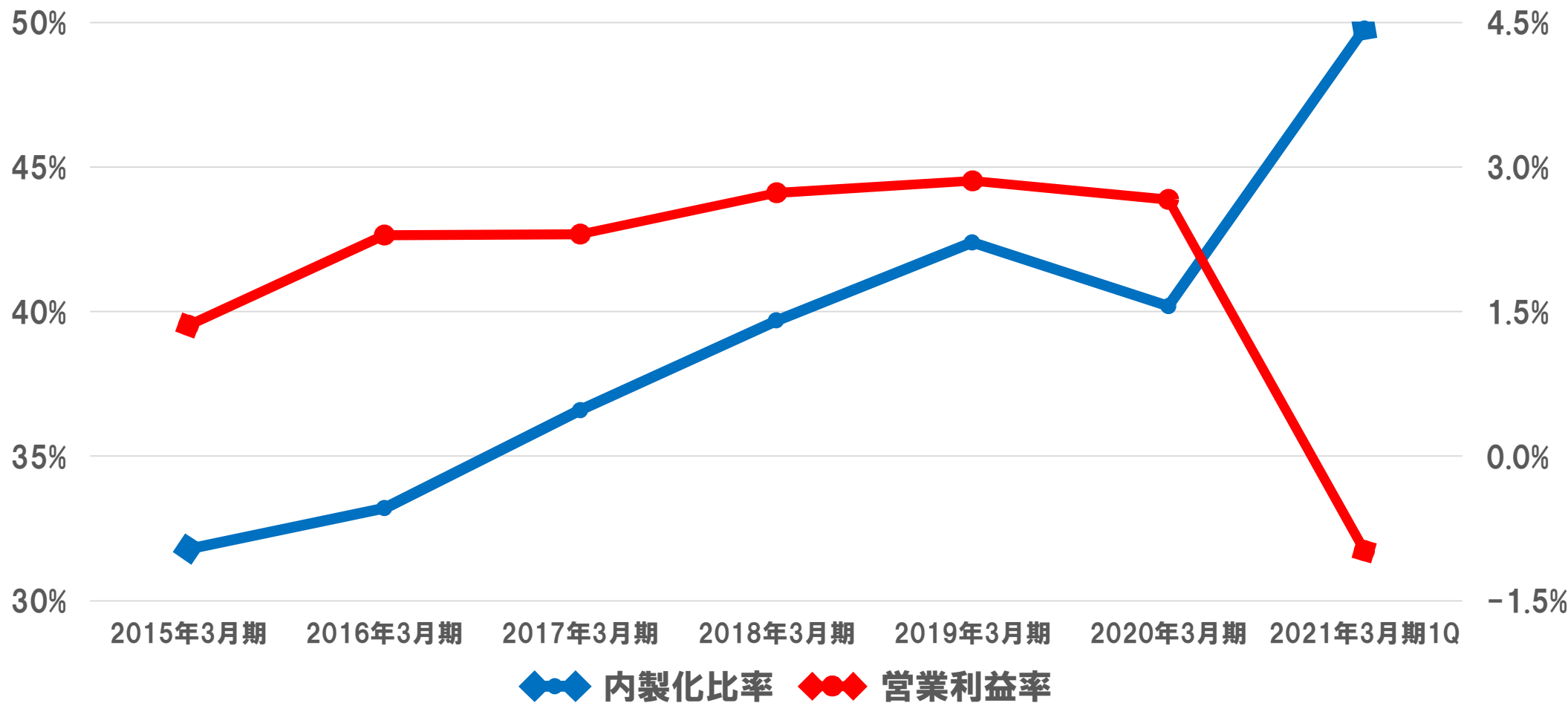
内製化比率の推移(全体)

1Q概要

内製化比率

外食事業の悪化により、全社の営業利益は低下。但し、内製化比率は10ポイントUP

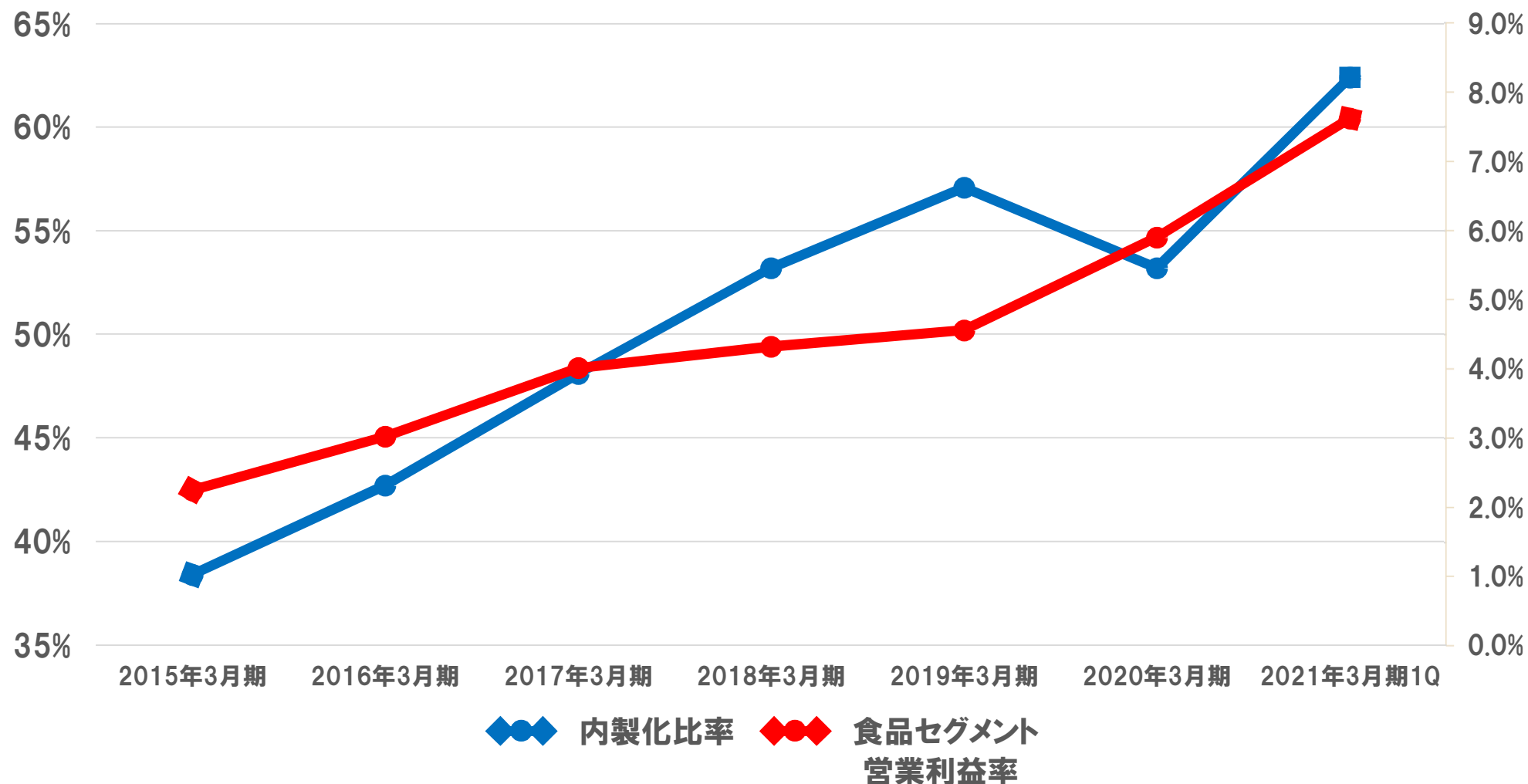
営業利益率



内製化比率の推移(食品セグメント)

1Q概要

内製化比率

食品セグメント
営業利益率

※内製化比率＝売上原価に占める自社製品製造原価の割合

■ 2021年3月期 業績予想について

1Q概要

新型コロナウイルス感染症の収束見通しが不透明な中、感染者数は再び増加に転じており、我が国経済に与える影響が一段と深刻化しています。

このような厳しい経営環境を踏まえ、現時点では業績に影響を与える未確定要素が多数存在することから、2021年3月期の連結業績予想につきましては、合理的に算定することが困難と判断し、未定としております。

なお、今後、業績予想の算定が可能となった段階で、速やかに公表いたします。

トピック 主力商品売上好調

1Q概要



リピーター
定着！

羽根つき餃子
123.6%
(当社出荷ベース)



ストック
需要増!!

ぷるもち水餃子
163.0%
(当社出荷ベース)

トピック CVSでの商品展開(業務用商品供給)

1Q概要



2020年5月26日(火)より
全国で販売

累計**270万食**販売

※3月・5月合計実績



8月11日(火)より
第2弾商品**しそ味**が
新発売！！



あなたと、コンビニ、
 FamilyMart

レジ横専用商品として
ファミリーマート専用の「揚げ餃子」を開発

トピック withコロナの取組み① テイクアウト・デリバリー専用メニュー

- ・商業施設閉館などによる**店舗閉鎖**
- ・**営業時間縮小**

新型コロナウイルス感染拡大防止のため
上記対応で売上減少



テイクアウト・デリバリー強化



コロナ禍で
テイクアウトニーズ増



自宅で楽しむ特別商品を開発!

トピック withコロナの取組み① コロナ禍のオープン店舗

1Q概要

テイクアウト好調

住宅立地
フードコート



イオンフードスタイル船堀店
5/30 オープン!

お持ち帰りニーズ喚起

住宅立地
路面店



千歳船橋店
4/17 オープン!



長堀橋店
6/19 オープン!

ランチ帯お持ち帰り需要



オフィス立地
路面店



トピック withコロナの取組み② 衛生管理、非接触購入

ウイルスの感染拡大防止



光触媒を使用した抗菌店舗



大阪王将長堀橋店

**大阪王将オリジナルの光触媒
「キングバスター」を使用！**

専用アプリからの非接触購入



**商品事前予約・
モバイル決済**

2020年6月より 順次導入開始

集客率UP 食品ロス削減

トピック withコロナの取組み② コロナ禍のオープン店舗

1Q概要

住宅立地
商業施設



R Baker立川グリーンスプリングス店
4/24 オープン!



地域密着型店舗
コロナ禍にオープンしたが好調!



<ベーカリー出店予定>

★ 出店予定 ● 既存店

R Baker Coccinelle & Savell GROUND'S BAKER



R Baker
岡山一番街店(FC)
2020年5月 OPEN



R Baker
the Green 千葉ニュータウン店(直営)
2020年9月 OPEN予定



R Baker
武蔵小杉店(直営)
2020年11月 OPEN予定

GROWING STORY

① 44期 GROWING STORY

② 44期 具体的な施策

外 食 事 業

食 品 事 業

生 産 事 業

■ 今期戦略商品「この街の味」シリーズ販売

“この街の味”第2弾！

この街を元気にする商品展開

7・8
月



ノスタルジックな昭和中華メニューをメイン顧客タイプ別に2か月毎に投入！

『この街の味』=インサイトに応じた「商品ラインナップ・価格・量」



■ 史上最大のキャンペーン「ゴチ餃子」

この街で頑張る人を応援！

大阪王将の原点である“お客様の笑顔を見たい”という想いから、誰でも気軽に街の頑張っている人に餃子をご馳走出来るという、人と人との繋がりを大切にした社会貢献活動要素を持たせたキャンペーン



餃子 ゴチ

ゴチしてもよし！
ゴチしてもらってもよし！

代表取締役会長 文野 直樹

大人が「ゴチ餃子券」を“若者などこの街で頑張る人”にあげ、1枚の餃子をゴチします。大人のやさしい気持ちで、この街の胃袋を満たしていく活動です。

餃子1人前 無料

ゴチ餃子券 1枚 購入すると、もう 1枚 プレゼント！

・5枚セット(10枚)、10枚セット(20枚)も販売中！・有効期限：2020年7月28日～2020年12月31日迄

この街を元気に！



9月末まで販売中！

「この街を元気に！」をモットーに、
大阪王将から日本を元気に！！

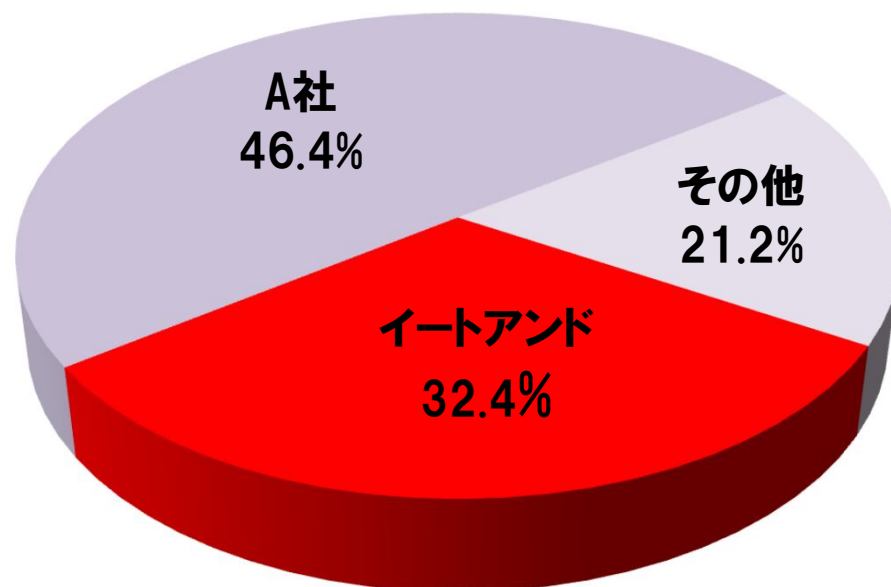


■ 食品事業の実績

・冷凍餃子(焼餃子・水餃子)の市況及びシェア

【2020年4月-2020年6月:冷凍餃子 市場動向】

冷凍餃子市場(前年同期比)
: 115.5%



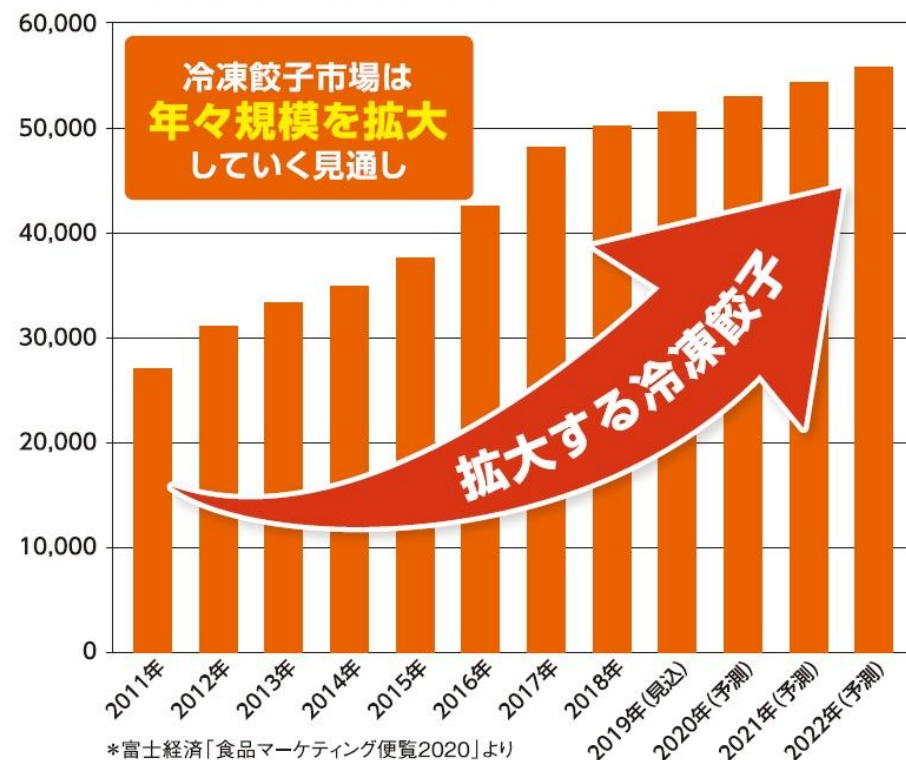
2021年3月期
4月～6月

※データソース: インテージ SCI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

上位2社が
市場拡大に貢献!

【冷凍餃子 年度別販売額推移】

[百万円] ※餃子・水餃子の合計 ※販売額: メーカー出荷ベース



🏠 おうちで外食気分



食品2020年秋冬新商品・リニューアル品(市販)

新商品 6品



肉焼売



小籠包



豚まん・五目まん



ぷるもち
えび水餃子



焦がし醤油炒飯

リニューアル品 10品



羽根つき餃子



羽根つき餃子 味噌だれ付



ぷるもち水餃子



ぷるもち水餃子VP



ぷるもち水餃子特盛



羽根つきチーズぎょうざ



羽根つきカレーぎょうざ



羽根つきにら饅頭



羽根つき焼き小籠包



つまみぎょうざ

■ 5フリー商品拡大(素材の美味しさを追求)

香料・甘味料・着色料・保存料・化学調味料に頼らない
素材の持つ本来の美味しさを最大限に活用した商品づくりを推進



食品2020年秋冬新商品(常温調味料)

新商品3品



火鍋の素



手作り餃子の素



餃子のたれ



海外展開

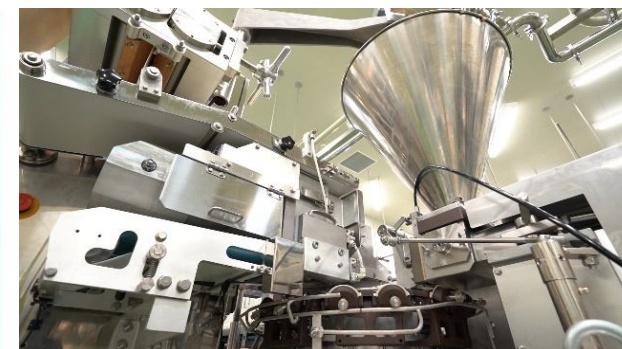
海外の既存出店エリアと新規エリア

～7拠点・40店舗へ～
(2020年6月末現在)



生産事業の施策

関東第二工場 2020年1月 稼働開始



工場製造単価低減施策 省人化

22.4%
Down

43.1%
Down

今後の
必要時間数

1日当たりの
必要時間数

関東第一
工場

928MH/日

関東第二
工場

720MH/日

新工場
+AI・ロボット

528MH/日

<自動供給>



2019年
導入済

<オートケーサー>



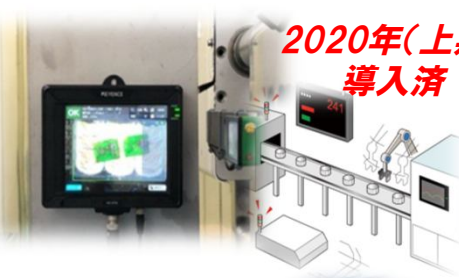
2019年
導入済



2019年
導入済

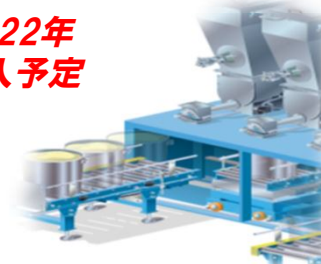
<パレタイジング>

<タレ有無検査>



2020年(上期)
導入済

2022年
導入予定



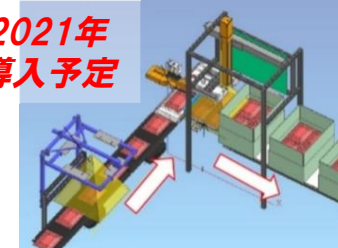
<自動計量装置>

<AGV>



2022年
導入予定

2021年
導入予定



<水餃子用ケーサー>

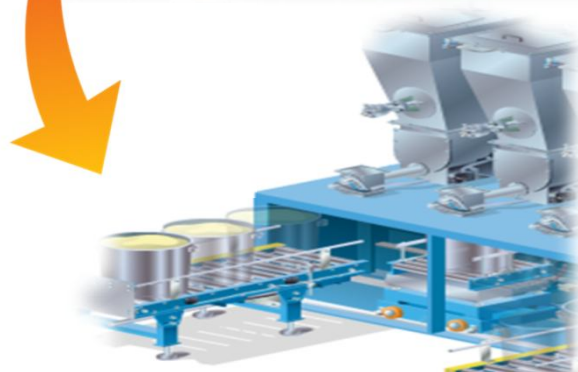


■ 今後のAI・ロボット化計画

自動計量装置

2022年(下期)
導入予定

調味料の計量を自動で行い
省人化と配合間違いの予防

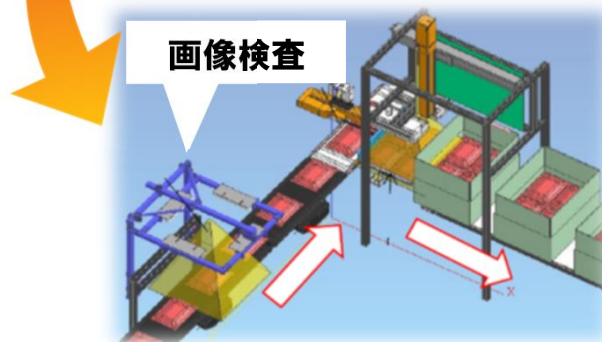


省人化: 3.5名 → 1.5名
労務費削減金額: 540千円/月

水餃子用オートケーサー

2022年(下期)
導入予定

画像識別による商品整列と
ロボットによる箱詰作業省人化



省人化: 2.0名 → 0名
労務費削減金額: 1,069千円/月

自動搬送機(=AGV)

2022年(上期)
導入予定

調味料や資材の運搬作業
(単純作業・重負荷作業)の廃止



省人化: 1.5名 → 0.5名
労務費削減金額: 270千円/月

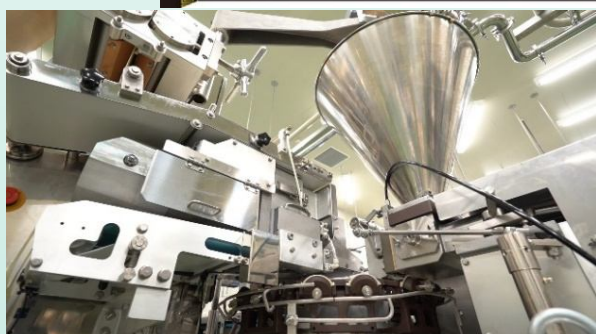
■ 関東第二工場製造ライン増設

羽根つき餃子 製造ライン増強 さらに安定供給へ

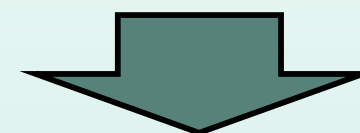
2020年12月
導入予定



自社製品
PB製品の生産強化



総投資額：4億6千万円



成型餃子ライン

関東第二工場
(増設前)

130万pc/月/ライン

関東第二工場
(増設後)

160万pc/月/ライン

生産性 約160%

※第一工場対比

CSR活動

GROWING STORY

龍谷大学で冷凍食品を無償配布



<配布商品一例>



コロナ禍で経済的影響を受けている
学生の皆様へ **500食** を配布



■ ホールディングス体制へ移行

＜持株会社体制への移行の背景＞

当社は 1969 年に大阪・京橋に 5 坪の餃子専門店からスタートし、「おなかいっぱい幸せ」をコーポレートスローガンに、これまで外食・食品の両輪で成長を続け、外食事業のメイン業態である大阪王将は 2019 年 9 月におかげさまで創業 50 周年を迎えることができました。一方で当社グループを取り巻く経営環境は、少子高齢化等の社会問題や、外食企業に加え中食企業との競争も一層の厳しさを増しており、ライフスタイルは様々な変化をみせております。そのような中で、経営効率を高めながら市場環境の変化に柔軟に対応できる体制の構築、各事業における経営責任の明確化、次世代経営人材の育成を推進することが必要であると考え、持株会社体制へ移行することが最適であると判断いたしました。

＜目的＞

●グループ経営と個々の事業経営の権限と責任の明確化による意思決定の迅速化
各事業推進における意思決定を迅速に行える体制を整え、独立採算により事業状況を透明化しつつ、スピード感をもって時代の変化に柔軟に対応できる事業競争力の強化を図ります。

●グループ経営戦略機能の強化

持株会社は当社グループ全体のマネジメントに集中し、M & Aを含む事業の拡大に向けたグループ経営戦略を立案。経営資源の最適な配分および効率的活用により、グループ全体の企業価値の最大化を図るとともに、新たなビジネスにも取り組んで参ります。

●企業風土および事業内容に合った制度への移行

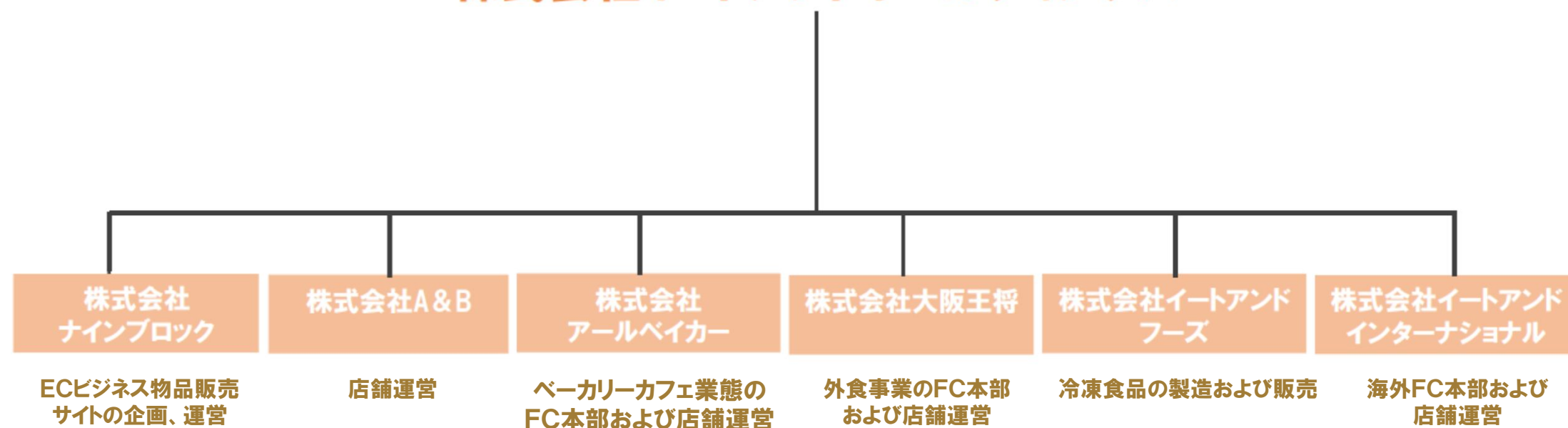
多様化する事業展開の中で各社の企業風土・事業内容に適合した人事労務制度を個別に導入し、発展させていくことで人的資源の強化と従業員のモチベーション向上を図ります。



■ ホールディングス体制へ移行

<持株会社体制への移行後の組織図>

株式会社イトアンドホールディングス



ご参考資料

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

会社概要

<2020年6月30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	■ 20億1,637万円
発行済株式総数	■ 10,158,190株
決 算 期	■ 3月末日(2020年10月1日付 2月末:決算期変更)
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	■ 1,248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	■ 480店舗（直営店 94店舗、加盟店 346店舗、海外 40舗）
監 査 法 人	■ 東陽監査法人



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

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

開発

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

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

店舗運営システム
売上予測システム

*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%

●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



北海道
青森県

秋田県



茨城県

栃木県

群馬県

埼玉県

宮崎県

高知県



愛知県

鹿児島県



群馬県板倉町 自社農場

■ 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。

