

2022年2月期第2四半期

決算説明資料

株式会社ゼットン(3057) **zetton** inc.

当資料は株式会社ゼットンが作成したものであり内容に関する一切の権利は当社に帰属しています。複写及び無断転写はご遠慮下さい。

当資料は当社が当社の現在発行している、また将来発行する株式や債券等の保有を推奨することを目的に作成したものではありません。

また、当資料は当社が信頼できると判断した情報を参考に作成していますが当社がその正確性を保証するものではなく、事業計画数値に関しても今後変更される可能性があることをご了承下さい。

企業理念



店づくりは、人づくり。

店づくりは、街づくり。

Our Style

We are Ladies & Gentlemen
Serving Ladies & Gentlemen

私たちは、スタッフやお客様と良い人間関係を築きます。花の周りに蝶が舞うように、お客様を惹きつけられるチームを目指しています。このスタイルが、店づくりや街づくりに、繋がります。

Value 6

笑顔 元気 感謝 誠実 謙虚 敬い

私たちは、自分たちのスタイルをつくり上げるために、この6つのバリューを大切にしています。

日々の生活や仕事において、Value6を体現することで、スタッフやお客様と、良い人間関係を築いていきます。

会社概要

会社名

株式会社ゼットン

代表者

代表取締役社長 鈴木 伸典

設立

1995年10月26日

上場市場

名古屋証券取引所セントレックス（証券コード:3057）

本店所在地

愛知県名古屋市中区栄3丁目12番23号

本社所在地

東京都渋谷区神南1丁目20番5号 VORT渋谷briller9階

従業員数

連結393名（2021年2月末現在）※パート除く

資本金

561,288千円（2021年8月末現在）

事業内容

飲食店等の経営、開発及びコンサルティング

店舗数

直営:69店舗FC:5店舗（2021年8月末現在）

事業内容

アウトドア事業

都市公園や商業施設の屋上などで、飲食の場に特化することなく、街のエリアを総合的に開発。



アロハテーブル事業

"Aloha Table" ブランドを中心に派生ブランドを含めたハワイアンレストランを運営。
2021年7月より"リアル・ハワイ"を追求しリブランディング開始。



ブライダル事業

伝統的な挙式・披露宴会場で、ウェディングプラン及びラグジュアリーな空間と食を提供。



ダイニング事業

新しい業態開発やリブランディングに挑戦し、和業態を中心に多様なブランドを展開。



インターナショナル事業

ハワイ・オアフ島でハワイ独自発信のブランドにこだわった、和 / ハワイアン / ステーキレストラン等各種カテゴリーのレストラン&バー事業。



決算概要

2022年2月期第2四半期

決算SUMMARY

売上高
1,973百万円

連結売上高は1,973百万円

度重なる緊急事態宣言、酒類提供飲食店への休業要請等を受け営業を最小限に。アロハテーブル事業のリブランディングを開始、さらなる収益化を図る。当第2四半期はビアガーデン大幅休業。

※連結売上高は1,973百万円（前年同期比17.6%減）

営業損失
790百万円

最小限の営業にとどめコスト減へ

雇用調整助成金による休業補償で人員確保しつつ人件費を抑制。賃料交渉や広告媒体の見直しを図る。

※前年同期は営業損失 942百万円

経常利益
247百万円

休業協力金により経常利益以下黒字化・ 四半期純利益136百万円

※前期経常損失 951百万円・四半期純損失 699百万円

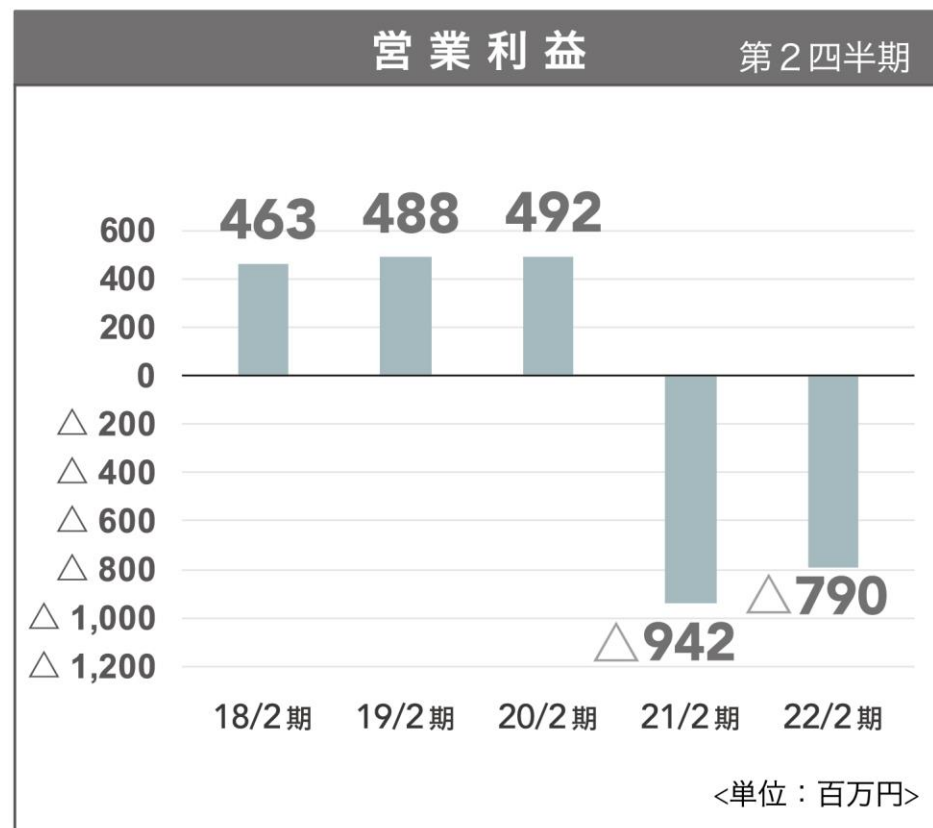
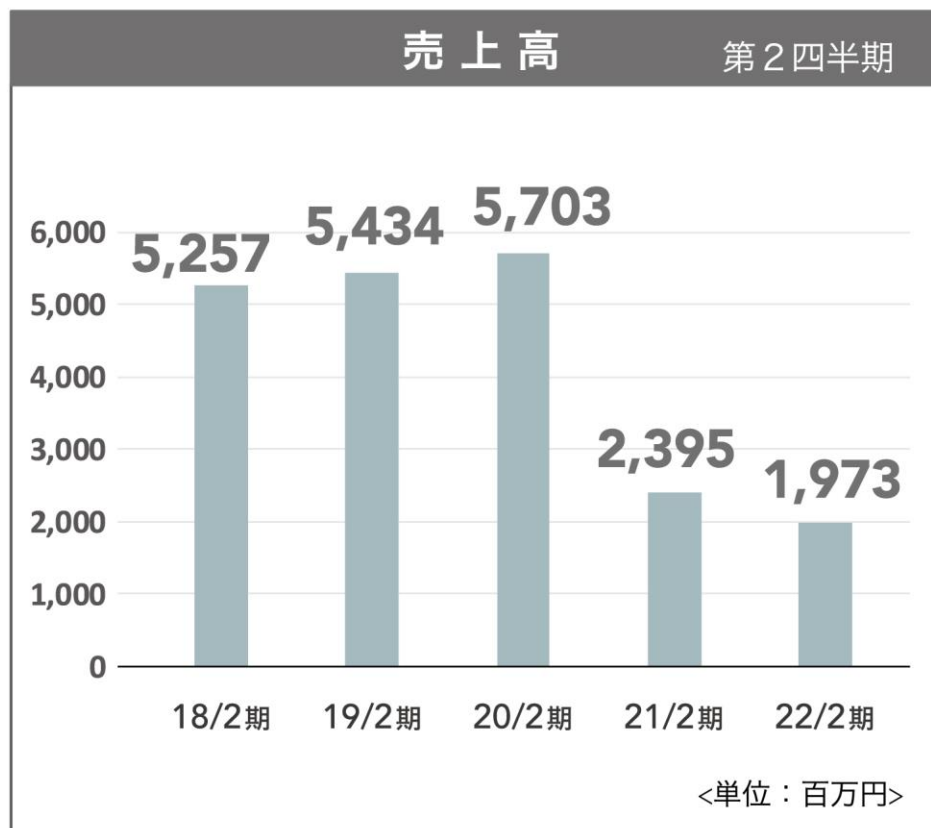
連結損益計算書

	(a)		(b)	(b)-(a)	<単位：百万円>
	2020年2月期2Q	2021年2月期2Q	2022年2月期2Q	増減	TOPIC
	実績	実績	実績	増減額	
売上高	5,703	2,395	1,973	△421	アウトドア事業休業
売上原価	1,482	642	547		
売上総利益	4,221	1,753	1,425		
販売費及び一般管理費	3,728	2,695	2,216		
営業利益	492	△942	△790	+151	
営業外収益	8	6	1,061		休業協力金
営業外費用	11	15	23		
経常利益	489	△951	247	+1,198	
特別利益	0	16	-		
特別損失	1	2	-		
税引前利益	489	△937	247		
四半期純利益	329	△699	136	+835	

※親会社株主に帰属する四半期純利益

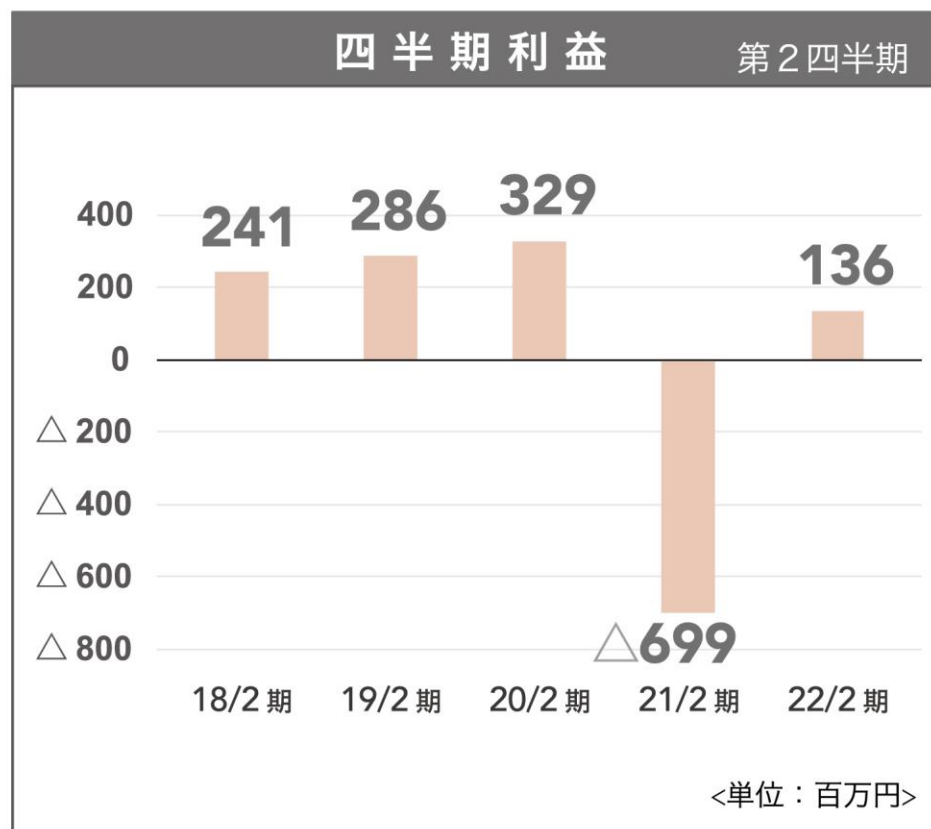
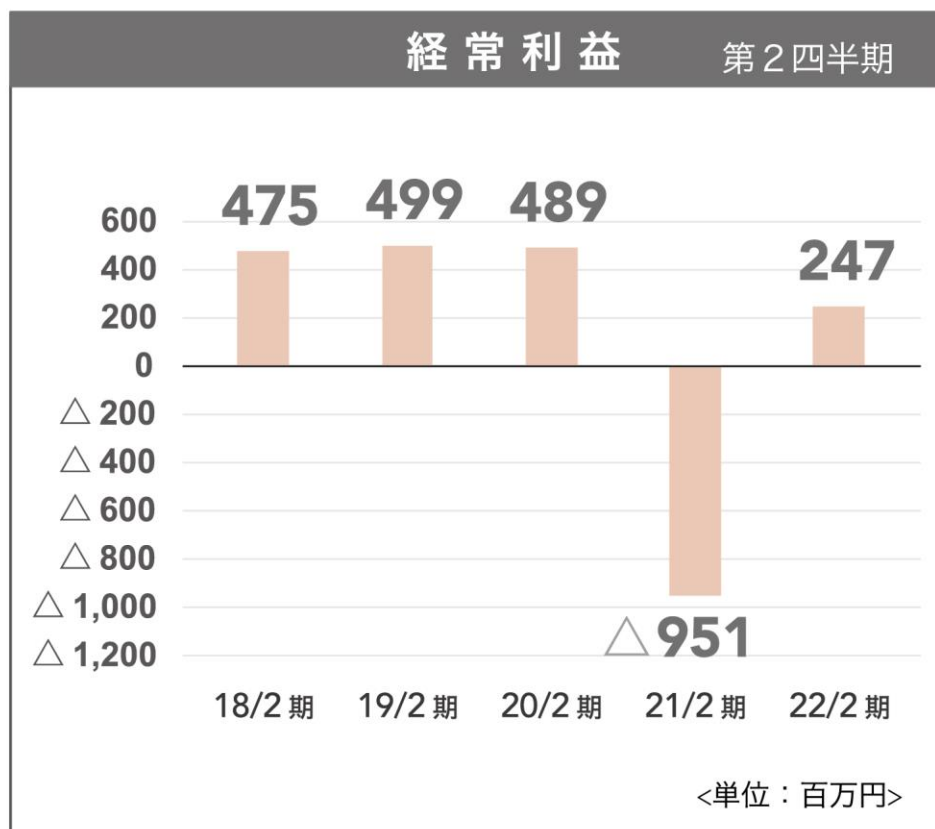
連結業績推移(売上高・営業利益)

最小限の営業を選択したことで売上減少。
固定費圧迫も販管費削減により、前年同レベルの営業損失を回避。

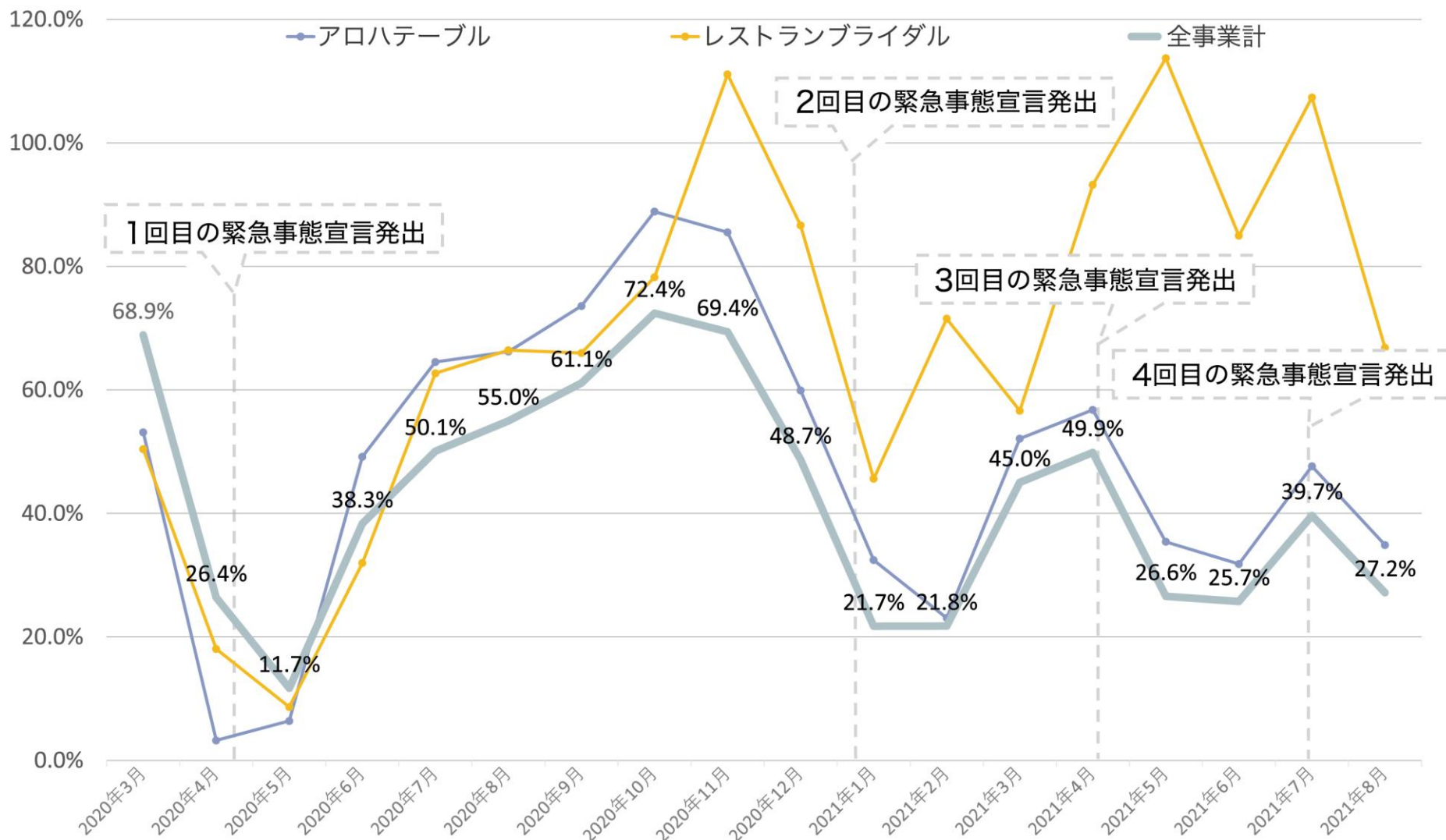


連結業績推移(経常利益・四半期利益)

休業協力金により
経常利益・四半期純利益大幅回復。



売上推移(事業別比較 ※2020年2月期比較) ブライダル事業及びアロハテーブル事業が牽引。



事業別売上高・ 営業利益の状況

<単位：百万円>

	(a)	(b)	(b)-(a)	(c)	(c)-(b)
	2020年2月期2Q	2021年2月期2Q	増 減	2022年2月期2Q	増 減
	実 績	実 績		実 績	
連結売上高	5,703	2,395	△3,308	1,973	△421
国内合計	4,951	1,966	△2,984	1,771	△195
アロハテーブル	1,702	704	△998	728	24
ダイニング	1,524	563	△961	409	△153
アウトドア	1,114	470	△643	125	△344
ブライダル	621	237	△384	519	281
その他	△12	△9	2	△11	△2
海外(インターナショナル)	752	428	△323	202	△226
連結営業利益	492	△942	△1,435	△790	151
国内合計	458	△849	△1,307	△678	171
アロハテーブル	244	△141	△385	△97	43
ダイニング	200	△223	△424	△290	△66
アウトドア	266	23	△243	△111	△135
ブライダル	42	△136	△178	△27	109
その他	0	0	0	0	0
海外(インターナショナル)	34	△92	△127	△111	△19
本部	△296	△371	△75	△151	219

事業別 新店・退店

	2021年2月期2Q	2022年2月期2Q		2022年2月期予定
	店舗数	出店	退店	店舗数
国内直営・海外直営・FC合計	75店			74店
国内合計	69店		1店	68店
アロハテーブル	27店			27店
ダイニング	26店		1店	25店
アウトドア	12店			12店
ブライダル	4店			4店
海外(インターナショナル)	6店			6店

※上記店舗数には、FC店5店舗が含まれております。

TOPIC

退店店舗 | 三井記念美術館 ミュージアム・カフェ

<単位：百万円>

連結貸借対照表

	(a)		(b)		(b)-(a)		TOPIC
	2021年2月		2022年2月期2Q		増減		
	実績	構成比	実績	構成比	増減額	増減率	
流動資産	1,003	28.3%	2,701	53.6%	1,698		海外子会社助成金「RRF」※
固定資産	2,538	71.7%	2,340	46.4%	△ 197		国内 休業協力金
有形固定資産	1,618	45.7%	1,524	30.2%	△ 94		
無形固定資産	38	1.1%	37	0.7%	△ 1		
投資その他の資産	880	24.9%	778	15.4%	△ 101		
資産合計	3,541	100.0%	5,042	100.0%	1,501	42.4%	
流動負債	1,978	55.9%	2,980	59.1%	1,001		海外子会社助成金「RRF」※
固定負債	1,412	39.9%	1,769	35.1%	356		海外子会社助成金「PPP」※
負債合計	3,391	95.8%	4,750	94.2%	1,358	40.0%	
株主資本	184	5.2%	321	6.4%	136		
資本金	561	15.9%	561	11.1%	-		
資本剰余金	181	5.1%	181	3.6%	-		
利益剰余金	△ 558	△ 15.8%	△ 421	△ 8.4%	136		
自己株式	0	0.0%	0	0.0%	0		
その他包括利益	△ 35	△ 1.0%	△ 29	△ 0.6%	6		
純資産合計	149	4.2%	292	5.8%	142	95.7%	
負債・純資産合計	3,541	100.0%	5,042	100.0%	1,501	42.4%	

※RRF・・・米国中小企業庁により導入されたレストラン活性化基金（「Restaurant Revitalization Fund」：RRF）

※PPP・・・米国中小企業庁により導入された給与保護プログラム（「Paycheck Protection Program」：PPPローン）

連結キャッシュフロー計算書

2021年2月期2Q

2022年2月期2Q

増減額

TOPIC

営業活動によるCF	△ 896	331	+1,227	休業協力金
税金等調整前四半期純利益又は損失 (△)	△ 937	247		
減価償却費	151	129		
売上債権の増減額 (△は増加)	△ 150	△ 38		
助成金の受取額	-	1,121		
その他	39	△ 1,128		
投資活動によるCF	△ 430	△ 43	+387	
有形固定資産の取得による支出	△ 468	△ 19		
差入保証金の回収による収入	56	1		
その他	△ 19	△ 25		
財務活動によるCF	1,461	373	△1,088	
短期借入金の純増減額	838	40		
長期借入れによる収入	857	507		
長期借入金の返済による支出	△ 230	△ 174		
その他	△ 4	0		
現金及び現金同等物に係る換算差額	△ 33	24	+58	
現金及び現金同等物の増減額	100	685	+584	
現金及び現金同等物の期首残高	789	524	△264	
現金及び現金同等物の期末残高	889	1,210	+320	

2022年2月期 通期計画

<単位：百万円>

	2020年2月期		2021年2月期		2022年2月期	
	通期実績	構成比	通期実績	構成比	通期計画	構成比
売上高	10,284	100.0%	4,716	100.0%	-	-
営業利益	467	4.5%	△ 1,692	-	-	-
経常利益	473	5.1%	△ 1,577	-	-	-
当期利益	345	3.4%	△ 1,251	-	-	-

※親会社株主に帰属する四半期純利益

▼通期計画について

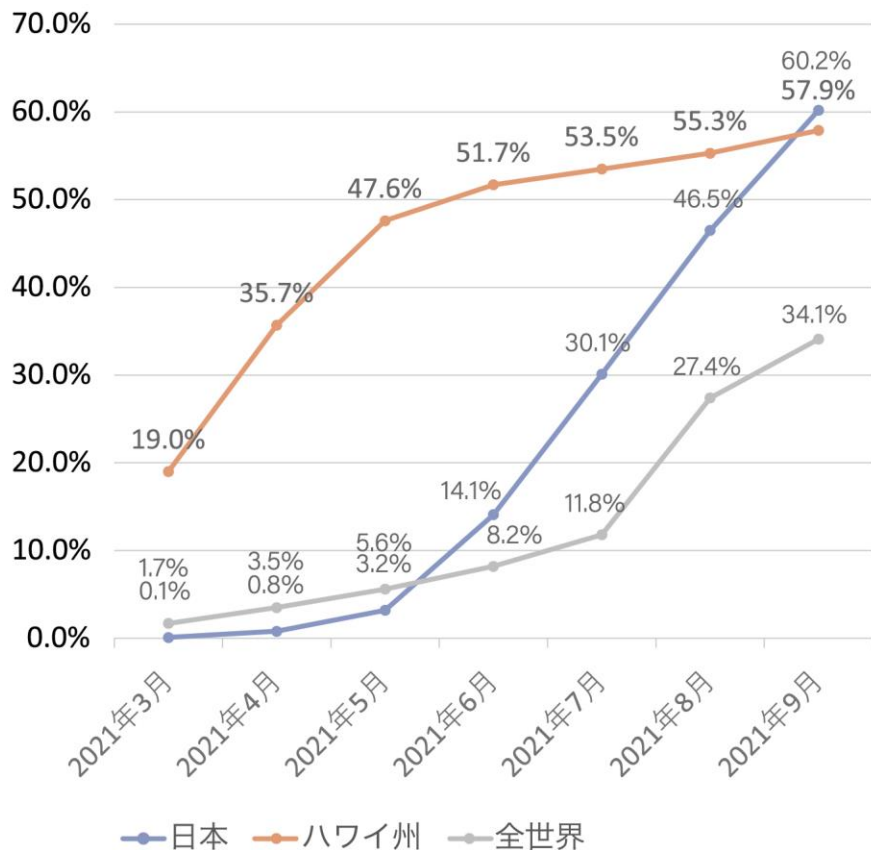
2022年2月期の通期計画につきましては、新型コロナウイルス感染症拡大が収束に向かうことの期待はあるものの、外食産業の先行き不透明な状況は続いております。現時点において、業績への影響を予測することは困難であると判断しており、通期計画は「未定」とさせていただきます。



TOPIC

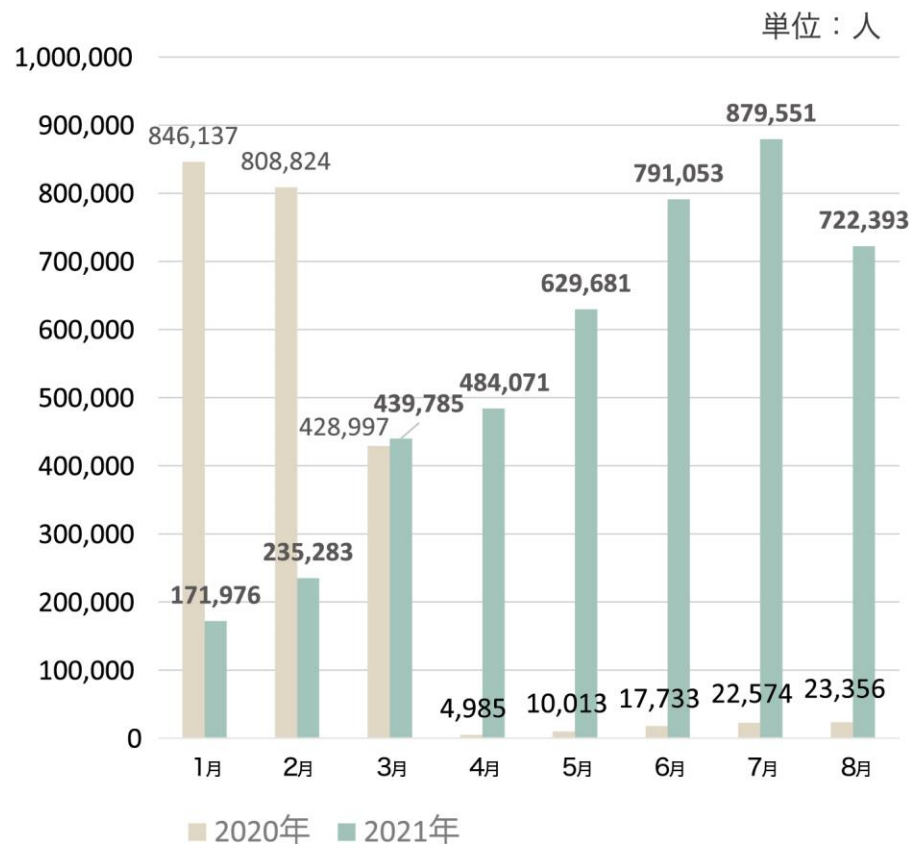
インターナショナル事業 [米国・ハワイ州の状況]

■ ワクチン2回目接種率：ワクチン接種が早期に進捗



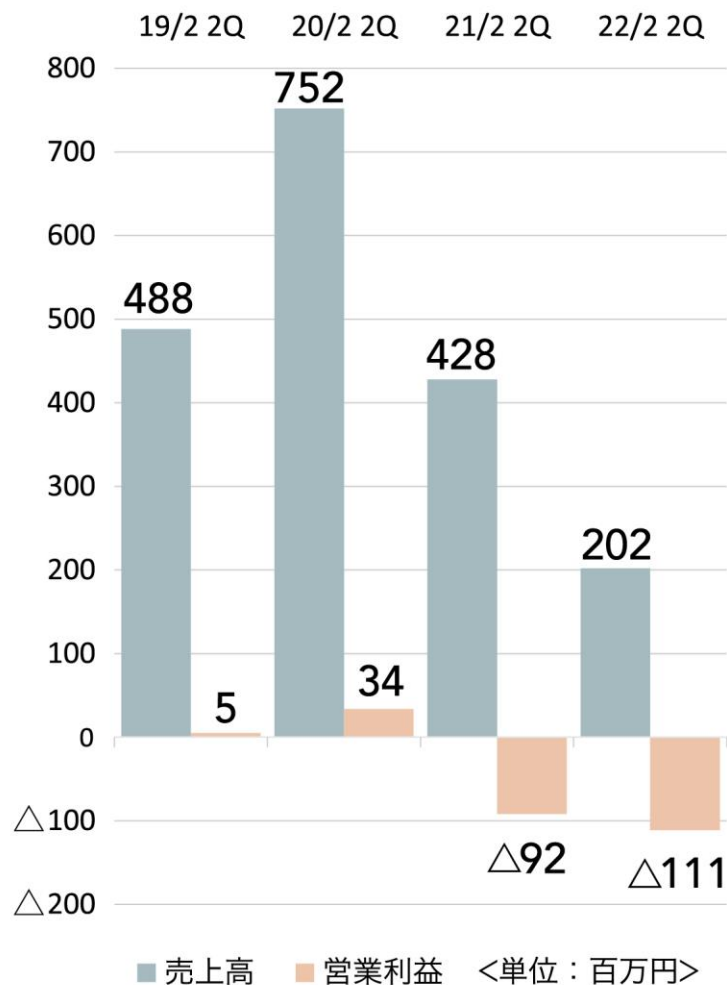
参照： <https://g.co/kgs/WRXSNC> <提供元: Our World in Data>

■ ハワイへの観光客人口推移：回復基調



参照： <https://www.allhawaii.jp/business/article/travel/report/genre/7/>
 ハワイ州観光局公式ポータルサイト allhawaii (オールハワイ)

インターナショナル事業



米国の飲食業界は不振

全米の約1/6にあたる11万軒以上のレストランが倒産閉店。
ハワイ州では約3,600ものレストランの内、約600店舗程が廃業。

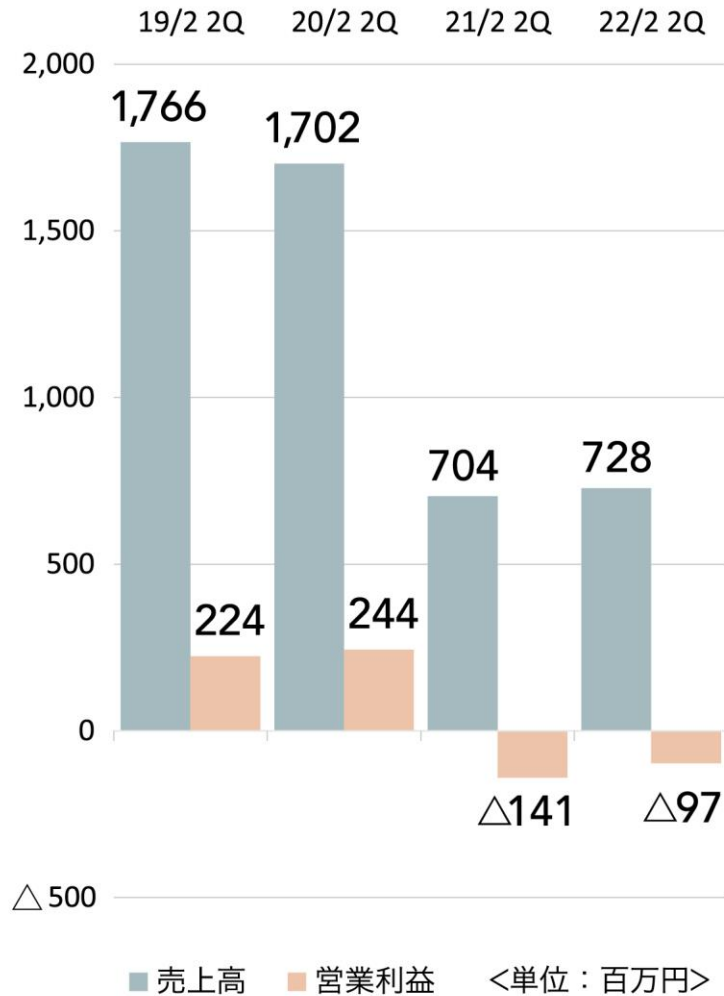
ツーリストと現地住民の客層構成割合に変化

ツーリストよりも現地住民をターゲットとした営業を展開。
2021年9月より米国政府の各施策により外国人観光客の入国数は回復基調。

再興後4ヶ月で早くも黒字化

米国ハワイ州ではワクチン接種が早期に浸透したことで、
ZETTON,INC.は2021年4月より順次再興。

アロハテーブル事業



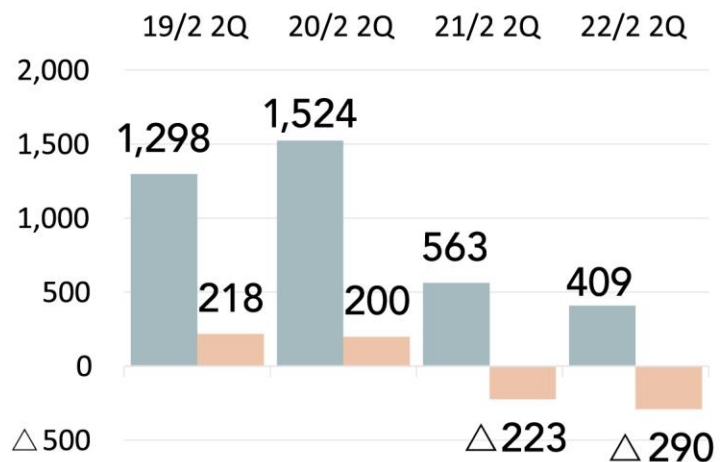
WAIKIKI本店メニューを日本へ テーマは「リアル・ハワイ」

2021年7月より、リブランディング始動。
ハワイ州で3年連続1位獲得・殿堂入りしたプレミアムロコモコ
など WAIKIKI本店メニューを日本の AlohaTable等でも忠実に
再現、客単価の上昇効果を図る。

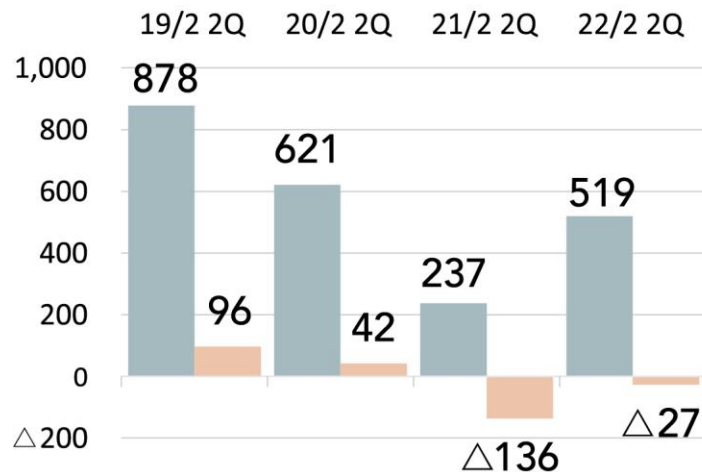
加えて、本場 ALOHAの精神を日本の店舗スタッフに伝えるため
ブランドブックを作成し、ハワイ現地で愛されるサービス精神を
日本店舗に注入。ロゴもリニューアル。



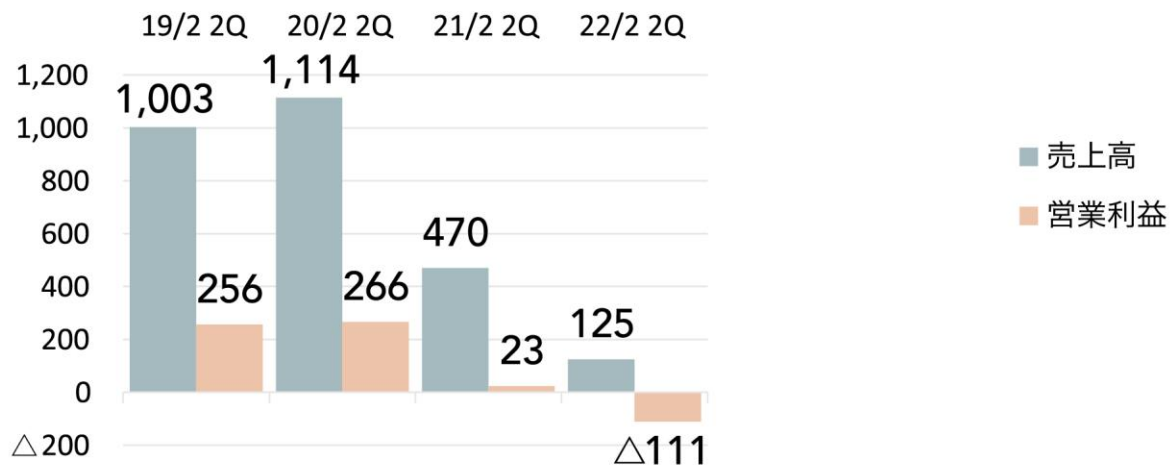
ダイニング事業



レストランブライダル事業



アウトドア事業



資金調達状況

	日本国内 緊急事態宣言等	株式会社 ゼットン	ZETTON INC.
2020年 12月			PPPローン1回目 \$ 1,464,500 借入
2021年 1月	2度目の緊急事態宣言		
2021年 2月			PPPローン2回目 \$ 1,913,383 借入
2021年 3月	緊急事態宣言全面解除	金融機関より 3億円 借入 助成金等 3.5億円 受領	
2021年 4月	3度目の緊急事態宣言		
2021年 5月	緊急事態宣言延長		RRF助成金 \$ 8,200,000 受領
2021年 6月	まん延防止等重点措置へ移行		
2021年 7月	4度目の緊急事態宣言		
2021年 8月			
2021年 9月		助成金等 3億円 受領	PPPローン1回目の返済免除通知
2021年 10月	緊急事態宣言 解除		

ゼットンの成長施策

アフターコロナにおける事業戦略 ～成長施策～

≫ サステナブル戦略に基づく 街の活性化への挑戦

公園開発

Park-PFI制度(公募設置管理制度)
活用による公園開発事業の拡大

- ➡ 2020年より再開発をスタートさせている
「葛西臨海公園」のフルパッケージ化
- ➡ 他エリアへ展開

公園開発事業の受注拡大に向けた
オペレーションの推進

≫ 既存業態の磨き込み

アロハテーブル事業

- ・ 郊外に向けた出店
- ・ 郊外型業態の戦略的開発

ブライダル事業

- ・ 公園事業浸透による認知拡大

ダイニング事業

- ・ 成功ブランドの横展開
- ・ 路面店・路地裏店の出店
- ・ 購買体制の見直し

インターナショナル事業

- ・ サーキュラーエコノミーを
実現する飲食ビジネスの開発

アウトドア事業

- ・ ビアガーデンの屋根設置
- ・ 高級BBQへの業態転換検討

≫ 新たなビジネスモデルを創出する循環経営

- ・ 循環経営を実現するために、今後マーケティング投資の拡充、データ分析を通じた新たなビジネスの創出を図る方針