



株式会社ゼットン (3057) 決算説明資料

2021年2月期

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。複製及び無断転写はご遠慮下さい。
当資料は当社が現在の発行している、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。

企業概要

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、6つのバリューを大切にすることで、スタッフやお客様と、

良い人間関係を築いていきます。



企業概要

企業名	株式会社ゼットン		
代表者	代表取締役 鈴木伸典		
設立	1995年10月26日		
本社所在地	東京都渋谷区神南1丁目20番5号VORT渋谷brillier9階 愛知県名古屋市中区栄3丁目12番23号（本店所在地）		
従業員数	連結396名（2021年2月末現在）※パート除く		
資本金	561,288千円（2021年2月末現在）		
上場市場	名古屋証券取引所セントレックス		
主な事業内容	飲食店等の経営（75店舗）、開発及びコンサルティング		
	▷アロハテーブル事業	27店舗	ハワイアンカルチャーをベースとしたライフスタイルを提唱するカフェ&ダイニング事業
	▷ダイニング事業	26店舗	出店地域や立地特性に合わせたブランド開発に基づく、マルチブランドダイニング事業
	▷アウトドア事業	12店舗	夏季を中心とした期間限定のビアガーデンやBBQ場を展開するイベント事業
	▷ブライダル事業	4施設	歴史ある建物での飲食事業及び家族の歴史を刻んで頂けるウエディングを提供する事業
	▷インターナショナル事業	6店舗	米国ハワイ州を中心とした海外進出事業

決算概要

2021年2月期

決算のポイント

売上高	4,716百万円	前年同期比54.1%減
営業利益	△1,692百万円	前年同期は 営業利益467百万円
当期純利益	△1,251百万円	前年同期は 当期純利益345百万円
自己資本	149百万円 自己資本比率4.2%	前期末は1,078百万円 自己資本比率33.4%

2020年4月以降約2か月間、同年12月以降約3か月間での全店休業及び営業時間短縮（ハワイの連結子会社ZETTON,INC.においては約1年間営業停止）の対応を取ったことを主因に前年実績を大きく下回る

2020年11月に第三者割当増資（総額354百万円）を実施
金融機関及び関係会社より総額1,755百万円を資金調達

売上高について

- ⊕ ・新規店舗は順調に立ち上がる
（尾上別荘、豊洲Aloha、代官山HEAVENLY）
- ・マーケットの大幅縮小の中、2020年8月～
- ⊕ 2020年11月にかけては好調に推移
（既存店80%前後⇒事業として成立）
- ⊖ ・ハワイ州全域ロックダウンの影響

収益について

- ⊕ ・助成金の最大活用
（雇用調整助成金、休業協力金等）
- ⊕ ・メニュー構成・品目の統一化による原価低減
・家賃の減免
- ⊖ ・コロナ禍による損益分岐点の悪化
・連結子会社ZETTON,INC.の長期休業

2021年2月期 連結損益計算書の概要

(金額単位：百万円)

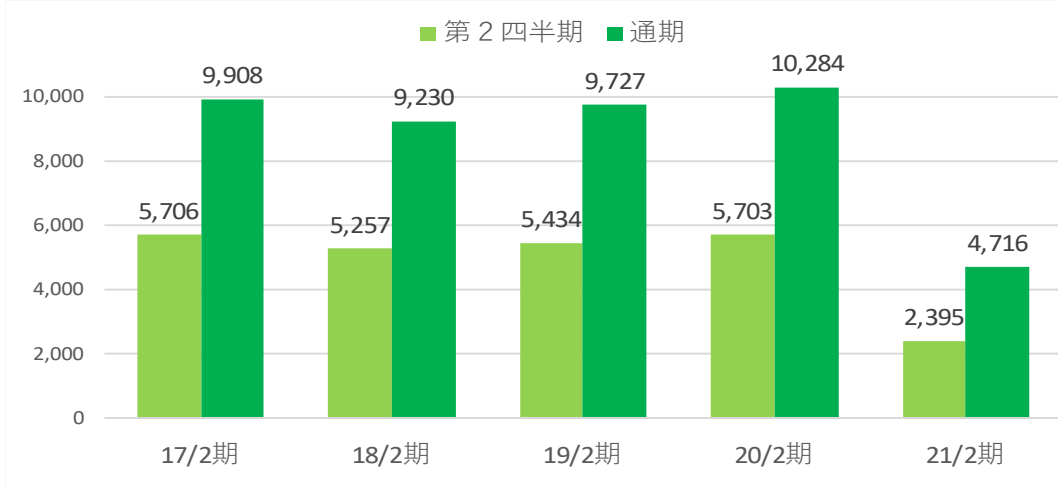
	2020年2月期		2021年2月期		増減		TOPIC
	実績	構成比	実績	構成比	増減額	増減率	
売上高	10,285	100.0%	4,716	100.0%	△ 5,568	△54.1%	休業・時短対応等が主因
売上原価	2,712	26.4%	1,293	27.4%	△ 1,420	△52.3%	購買益除くと同水準
売上総利益	7,572	73.6%	3,424	72.6%	△ 4,149	△54.8%	
販管費	7,105	69.1%	5,116	108.5%	△ 1,989	△28.0%	雇用調整助成金：90百万円
営業利益	467	4.5%	△ 1,693	△35.9%	△ 2,160	—	
営業外損益	6	0.1%	115	2.4%	109	—	休業協力金等：130百万円
経常利益	474	4.6%	△ 1,577	△33.4%	△ 2,051	—	
特別利益	4	0.0%	△ 8	△0.2%	△ 12	—	受取補償金：12百万円
税引前当期利益	478	4.6%	△ 1,585	△33.6%	△ 2,063	—	
法人税等	132	1.3%	△ 334	△7.1%	△ 466	—	
当期利益	345	3.4%	△ 1,251	△26.5%	△ 1,597	—	

※親会社株主に帰属する当期純利益

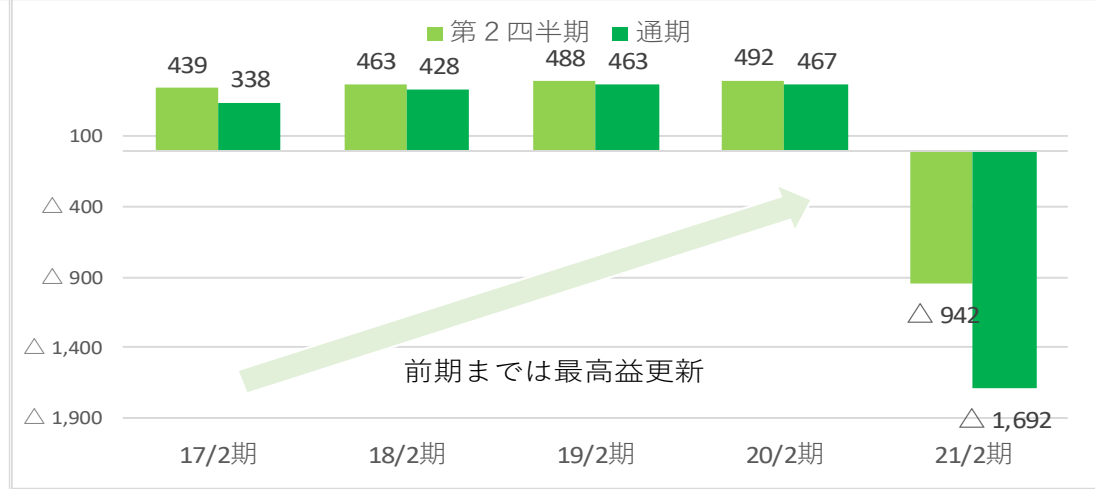
連結業績推移 年度別売上・利益推移

コロナ禍において売上・利益が大幅に減少

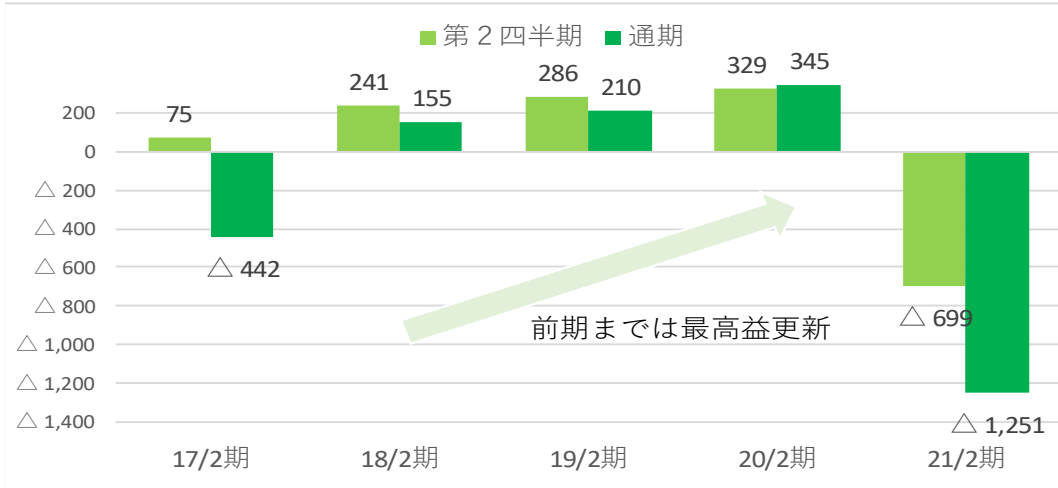
売上高 (百万円)



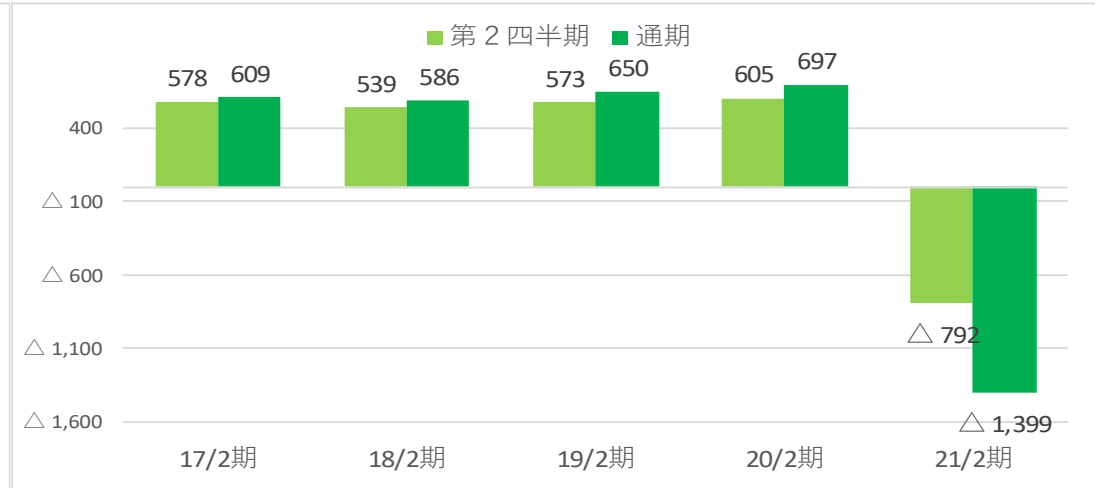
営業利益 (百万円)



当期利益 (百万円)



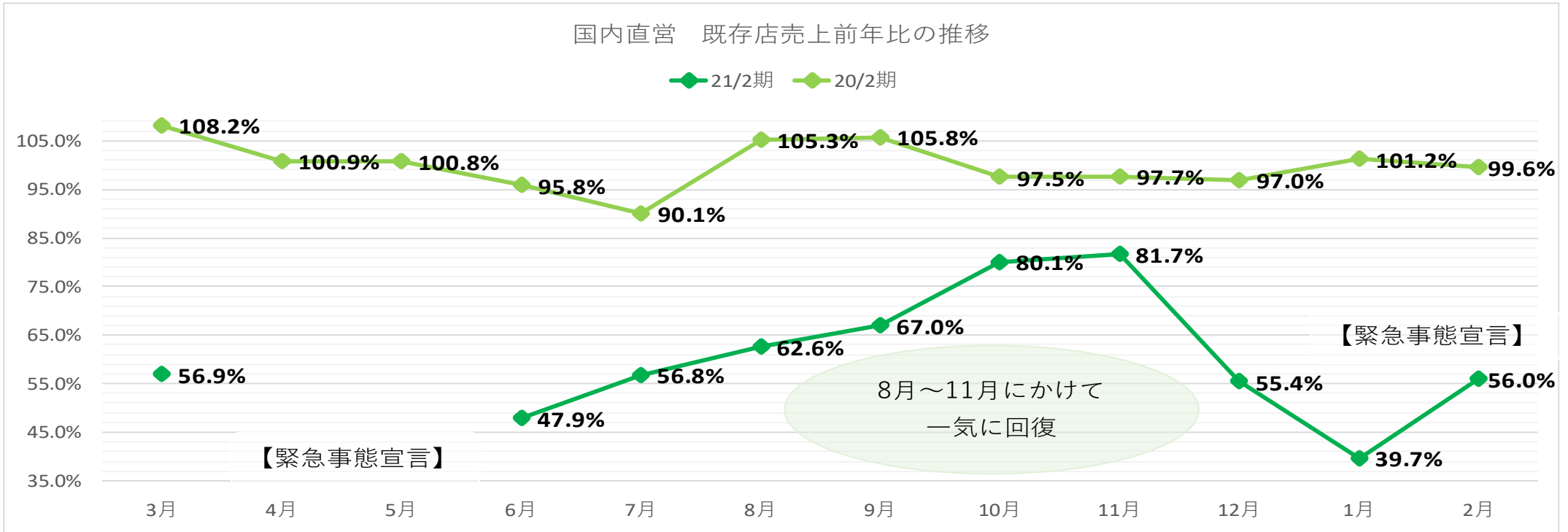
E B I T D A (百万円)



※ E B I T D A = 営業利益 + 減価償却費

国内直営 既存店売上前年比の推移

緊急事態宣言解除後は右肩上がりで回復（事業として成立）



既存店 売上	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
2021年2月期	56.9%	-	-	47.9%	56.8%	62.6%	67.0%	80.1%	81.7%	55.4%	39.7%	56.0%
2020年2月期	108.2%	100.9%	100.8%	95.8%	90.1%	105.3%	105.8%	97.5%	97.7%	97.0%	101.2%	99.6%
既存店 客数	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
2021年2月期	61.5%	-	-	54.9%	61.4%	65.2%	69.6%	80.7%	81.9%	59.0%	41.5%	60.6%
2020年2月期	100.0%	95.4%	101.2%	95.5%	91.1%	99.9%	102.3%	88.2%	96.4%	96.0%	98.6%	94.4%
既存店 客単価	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
2021年2月期	92.6%	-	-	87.1%	92.5%	96.0%	96.2%	99.3%	99.8%	93.8%	95.8%	92.4%
2020年2月期	108.2%	105.8%	99.6%	100.3%	98.9%	105.5%	103.5%	110.5%	101.3%	101.1%	102.6%	105.5%

事業別売上高・営業利益の状況

(金額単位：百万円)

	2020年2月期		2021年2月期		増減		TOPIC
	実績	構成比	実績	構成比	増減額	増減率	
連結売上高	10,285	100.0%	4,716	100.0%	△ 5,568	△54.1%	
国内合計	8,596	83.6%	4,252	90.1%	△ 4,344	△50.5%	
アロハテーブル	3,035	29.5%	1,528	32.4%	△ 1,506	△49.6%	ランチ・カフェ売上増加
ダイニング	2,977	28.9%	<u>1,320</u>	28.0%	△ 1,657	△55.7%	
アウトドア	1,370	13.3%	707	15.0%	△ 664	△48.4%	前期比51.6%と3Qが好調
ブライダル	1,224	11.9%	716	15.2%	△ 508	△41.5%	前期比58.5%と一般営業が牽引
その他	△ 9	△0.1%	△ 18	△0.4%	△ 9	-	
海外（インターナショナル）	1,689	16.4%	465	9.9%	△ 1,224	△72.5%	2020年4月以降長期休業
連結営業利益	467	4.5%	△ 1,693	-	△ 2,160	-	
国内合計	944	11.0%	△ 818	-	△ 1,763	-	
アロハテーブル	291	9.6%	△ 268	-	△ 559	-	
ダイニング	264	8.9%	△ 386	-	△ 650	-	
アウトドア	284	20.8%	<u>19</u>	2.8%	△ 265	△93.2%	黒字着地に成功
ブライダル	105	8.6%	△ 183	-	△ 288	-	
海外（インターナショナル）	126	7.5%	△ 251	-	△ 378	-	
本部	△ 603	5.9%	△ 623	13.2%	△ 20	-	

2021年2月期 出退店状況

	20年2月期	21年2月期			22年2月期予定			TOPIC
	実績	出店	退店	店舗数	出店	退店	店舗数	
連結売上高	76	3	4	75	0	1	74	
国内合計	70	3	4	69	0	1	68	(退店店舗) 韓国3店舗、アロハテーブル広尾
アロハテーブル	29	2	4	27			27	<u>アロハテーブルららぽーと豊洲3</u> <u>HEAVENLY代官山</u>
ダイニング	26			26		1	25	
アウトドア	12			12			12	
ブライダル	3	1		4			4	<u>YOKKAICHI HARBOR尾上別荘</u>
海外（インターナショナル）	6			6			6	

※上記店舗数には、F C店5店舗が含まれております。

2022年度 「徳川園」 管理運営事業提案候補者に選定済、「徳川園」の更なる価値向上を図る

2022年度～2023年度 Park-PFI制度（公募設置管理制度）を活用して、複数の公園開発案件を検討中

複数の居ぬき物件を検討中

2021年2月期 連結貸借対照表の概要

(金額単位：百万円)

	2020年2月期		2021年2月期		増減		TOPIC
	実績	構成比	実績	構成比	増減額	増減率	
流動資産	1,193	37.0%	1,003	28.3%	△ 190		
固定資産	2,033	63.0%	2,538	71.7%	505		
有形固定資産	1,398	43.3%	1,619	45.7%	220		新規事業への投資
無形固定資産	44	1.4%	39	1.1%	△ 5		
投資その他	591	18.3%	881	24.9%	290		繰延税金資産の計上
資産	3,226	100.0%	3,541	100.0%	315	9.8%	
流動負債	1,361	42.2%	1,979	55.9%	618		借入金の増加
固定負債	786	24.4%	1,413	39.9%	626		借入金の増加
負債	2,147	66.6%	3,392	95.8%	1,244	58.0%	
株主資本	1,081	33.5%	185	5.2%	△ 897		
資本金	384	11.9%	561	15.9%	177		第三者割当増資の実施
資本剰余金	4	0.1%	182	5.1%	177		第三者割当増資の実施
利益剰余金	693	21.5%	△ 558	△15.8%	△ 1,251		
自己株式	△ 0	△0.0%	△ 0	△0.0%	△ 0		
その他	△ 3	△0.1%	△ 35	△1.0%	△ 33		
純資産	1,079	33.4%	149	4.2%	△ 929	△86.2%	
負債・純資産	3,226	100.0%	3,541	100.0%	315	9.8%	

2021年2月期 連結キャッシュフローの概要

(金額単位：百万円)

	2020年2月期	2021年2月期	増減	TOPIC
	実績	実績	増減額	
営業活動によるCF	718	△ 1,450	△ 2,168	当期純損失1,251百万円が主因
税金等調整前当期純利益又は損失	478	△ 1,585		
減価償却費	236	294		
仕入債務の増減額 (△は減少)	△ 29	△ 209		
その他	33	50		
投資活動によるCF	△ 585	△ 498	87	新規事業への投資
有形固定資産の取得による収入	△ 541	△ 525		
その他	△ 44	27		
財務活動によるCF	86	1,710	1,623	コロナ禍における有利子負債の増加
短期借入金の純増減額 (△は減少)	17	767		
長期借入れによる収入	495	1,006		
長期借入金の返済による支出	△ 380	△ 412		
その他	△ 45	348		
現金及び現金同等物に係る換算差額	19	△ 26	△ 45	
現金及び現金同等物の増減額	238	△ 264	△ 502	
現金及び現金同等物の期首残高	551	789	238	
現金及び現金同等物の期末残高	789	525	△ 264	

事業戦略

2022年2月期 通期計画

(金額単位：百万円)

	2020年2月期		2021年2月期	
	実績	構成比	実績	構成比
売上高	10,285	100.0%	4,716	100.0%
営業利益	467	4.5%	△ 1,693	-
経常利益	474	4.6%	△ 1,577	-
当期利益	345	3.4%	△ 1,251	-

2022年2月期	
増減額	増減率
-	-
-	-
-	-
-	-

※親会社株主に帰属する当期純利益

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ワクチン接種等の開始により終息に向かうことの期待はあるものの、新たな変異株の発生等のリスクも存在し、先行き不透明な状況は続いております。現時点において、業績への影響規模を予想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。

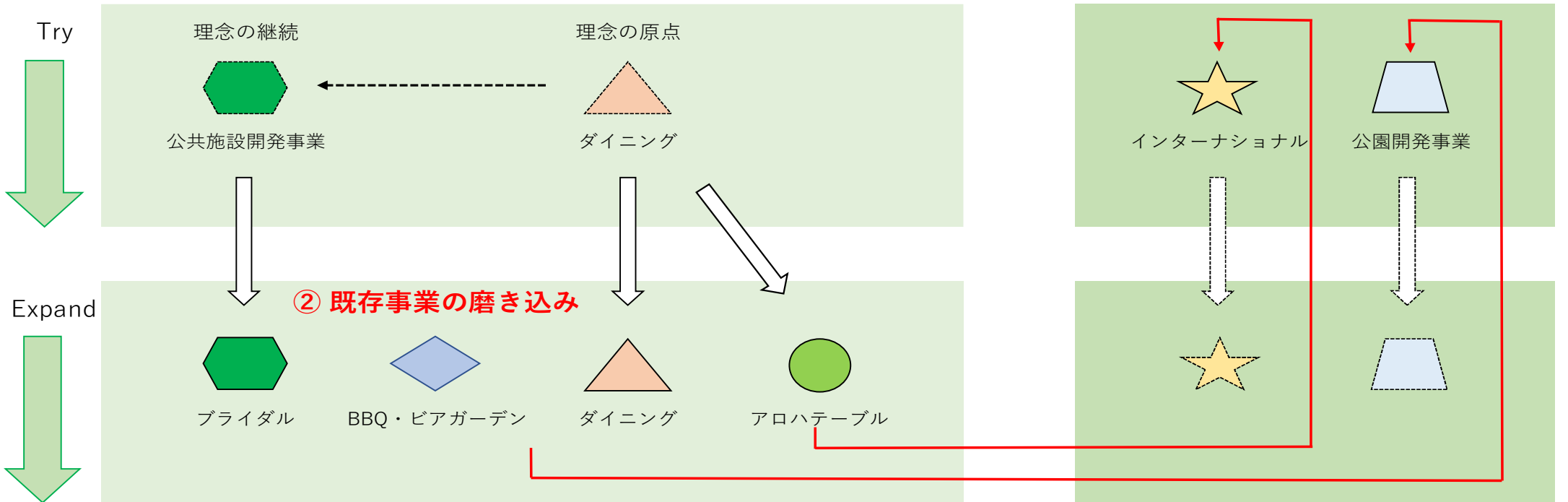
ゼットンの戦略全体像

”出店ありきの経営”から”循環経営”へ

理念「店づくりは、人づくり。店づくりは、街づくり。」の原点であるダイニング事業から生み出されたExpandビジネスを活用して、新たなTryビジネスを創出することで理念を昇華していく循環が生まれており、この循環経営を加速することで”出店ありきの経営”から脱却を図る方針。

ゼットンの基本戦略と事業の位置づけ
(飲食店経営に基づく街づくり)

(サステナビリティ戦略に基づく街づくり)



③ Expandされた既存事業が新たなビジネスモデルを創出する循環経営

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

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

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

ブライダル
事業

- ◇ 公園事業浸透による認知拡大

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

▶ 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