



株式会社ダイヤモンドダイニング

2014年2月期第2四半期 決算説明資料

2013年10月8日
(証券コード:3073)

1. 事業概要

2. 今期重点施策と取り組み状況

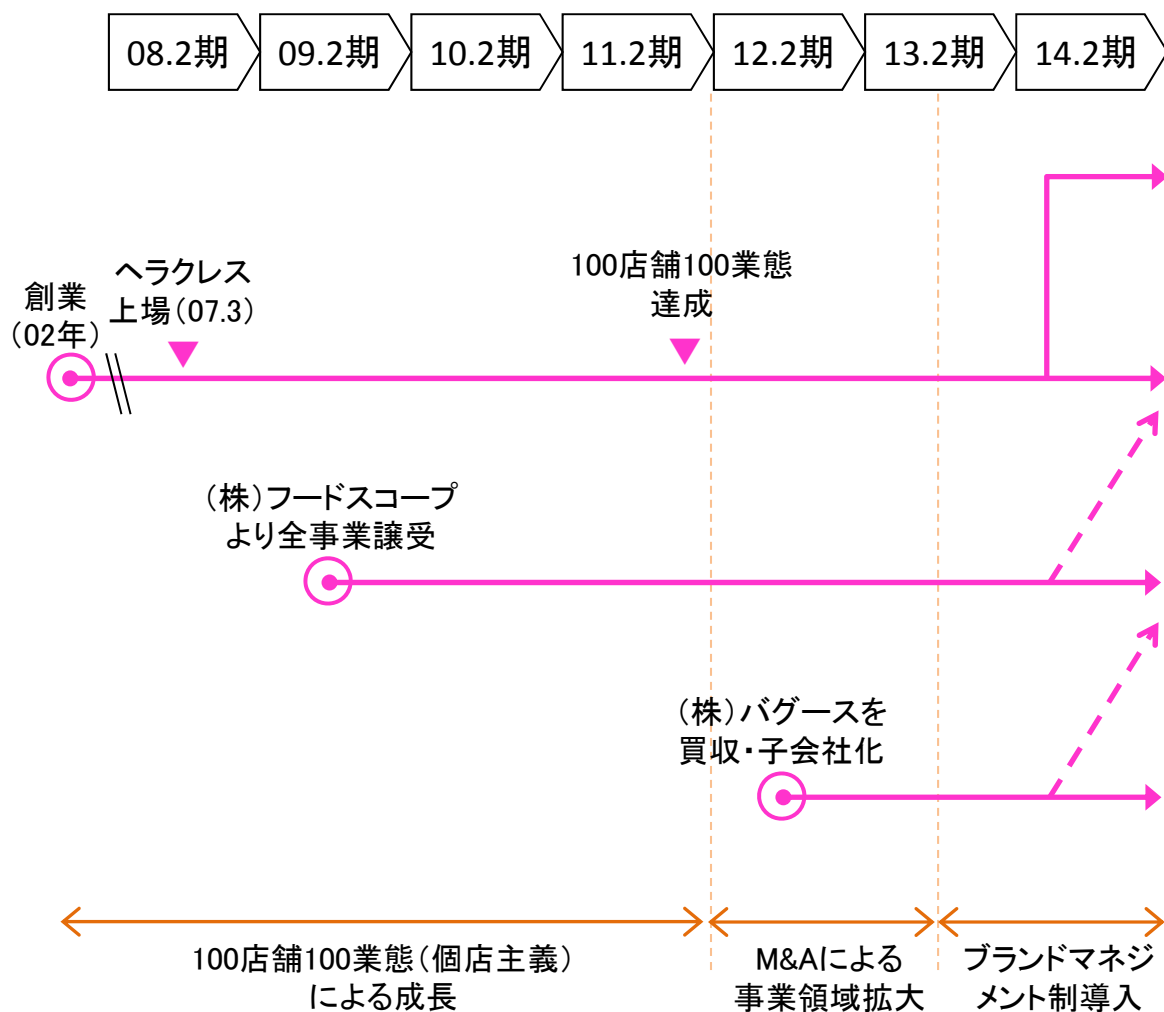
3. 上半期連結業績結果

4. 今期連結業績予想

成長の歴史: 100店舗100業態(個店主義)企業からマルチブランド企業へ

- ブランドマネジメント制を加速することにより、収益性の向上を図る
- また、グループ企業再編を含めた経営管理体制の強化により、来期以降の飛躍へ備える

ダイヤモンドダイニンググループの事業成長とM&Aの歴史



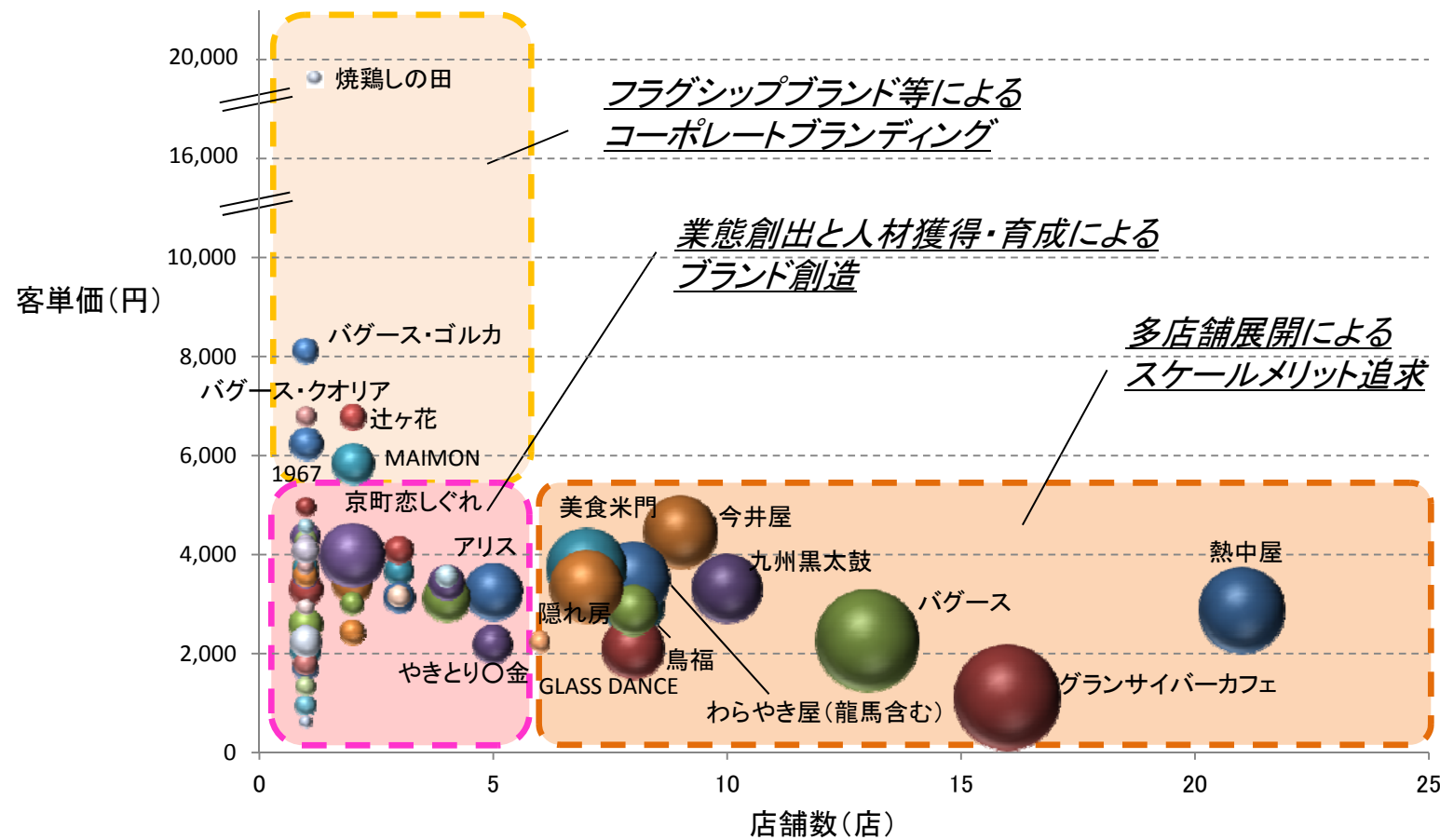
現在の業態別ブランドポートフォリオ

	主要ブランド	事業セグメント
中価格帯 居酒屋 (ライセンス・FC含む)	<ul style="list-style-type: none"> ● 熱中屋 ● やきとりO金 	飲食事業
中価格帯 居酒屋	<ul style="list-style-type: none"> ● わらやき屋 ● GLASS DANCE ● 鳥福 ● 九州黒太鼓 	
コンセプト系	<ul style="list-style-type: none"> ● アリス ● Vampire Cafe 	
高級店	<ul style="list-style-type: none"> ● 今井屋 ● 美食米門 ● 隠れ房 ● MAIMON 	
ダーツ・ ビリヤード・ カラオケ	<ul style="list-style-type: none"> ● バグース ● バネ・バグース ● バグース・ゴルカ ● バグース・クオリア 	
インターネット カフェ	<ul style="list-style-type: none"> ● グランサイバー カフェ 	

事業構成:ブランドポートフォリオを明確化、更なるブランドの磨き込み

- ブランド創造フェーズにおいて、多様な業態の創出と人材獲得・育成を実施
- 業態・ブランドの特性と成長状況により次フェーズに移行し、利益拡大等に貢献

ブランド別の客単価・店舗数(2014/2期上期実績ベース)



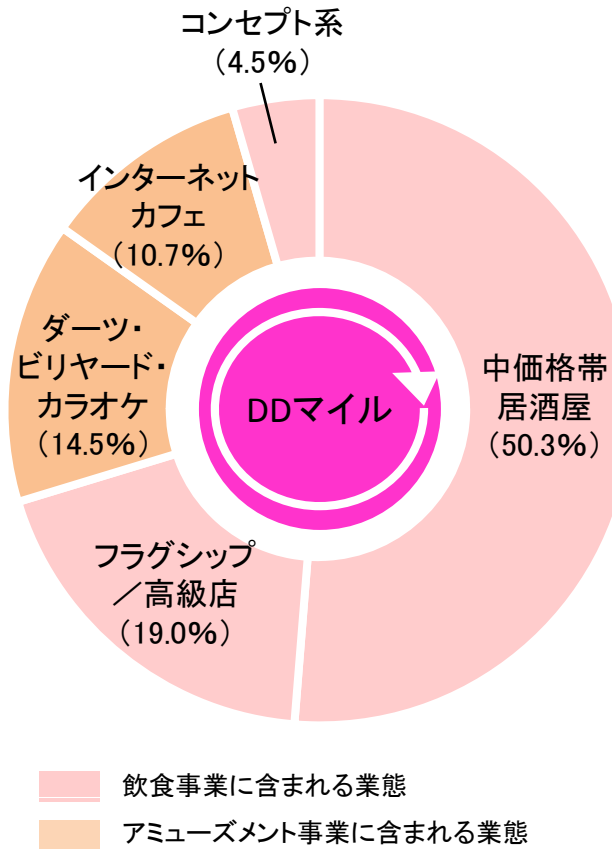
(注1)客単価にはランチを含む

(注2)○の大きさは売上規模を表す

DDグループの強み①: 保有ブランドの多様性により、リスク分散と成長とを両立

- 中価格帯を中心に1,000～19,000円と客単価に幅があるため、景気変動リスクを吸収可能
- 多様なブランドを保有しており、用途に合わせたグループ店舗間での顧客回遊が実現可能
- 顧客からのイメージが個別ブランド毎に閉じているため、風評被害の影響を受けにくい

業態別売上高比率



業態別主要ブランドの特長と展開方針

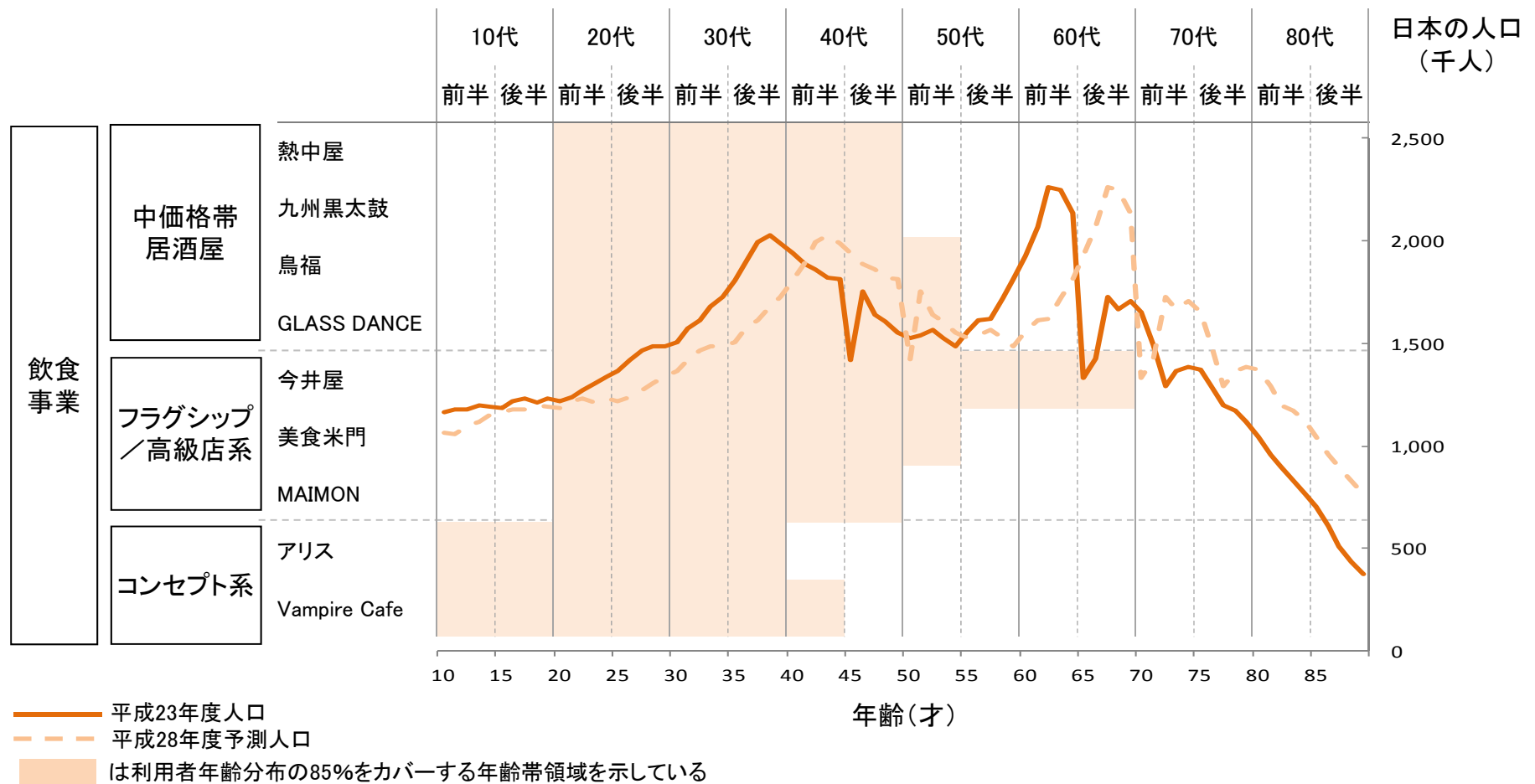
主要ブランド	特長	展開方針
中価格帯居酒屋 (ライセンス・FC含む)	<ul style="list-style-type: none"> ● わらやき屋 ● GLASS DANCE ● 熱中屋 ● 鳥福 ● 九州黒太鼓 ● やきとり〇金 	<ul style="list-style-type: none"> ● 単価4,000円未満 ● 幅広い顧客層 ● 幅広い用途 多店舗展開推進
フラグシップ／高級店	<ul style="list-style-type: none"> ● 焼鶏しの田 ● 1967 ● 今井屋 ● 美食米門 ● 隠れ房 ● MAIMON 	<ul style="list-style-type: none"> ● 単価4,000円以上 ● 主な顧客層はビジネスパーソン ● 接待需要が多い 新しい価値の創造
コンセプト系	<ul style="list-style-type: none"> ● アリス ● Vampire Cafe 	<ul style="list-style-type: none"> ● 単価3,000円程度 ● 主な顧客層は10から40代 ブランド価値追求
ダーツ・ビリヤード・カラオケ	<ul style="list-style-type: none"> ● バグース ● バネ・バグース ● バグース・ゴルカ ● バグース・クオリア 	<ul style="list-style-type: none"> ● 単価3,000～8,000円と幅広い ● 主な顧客層は10から40代 利益額獲得追求
ネットカフェ	<ul style="list-style-type: none"> ● グランサイバーカフェ 	<ul style="list-style-type: none"> ● 単価1,200円程度 利益額獲得追求

(注)単価はディナー単価の意

(ご参考) 年齢別人口分布とDDグループブランドによるカバレッジ年齢層

■ 国内人口は年齢毎に変動が激しいが、DDのブランドは複数の年齢帯をカバーしている

年齢別人口分布(現在及び5年後)と各ブランドの年齢帯別のカバー状況

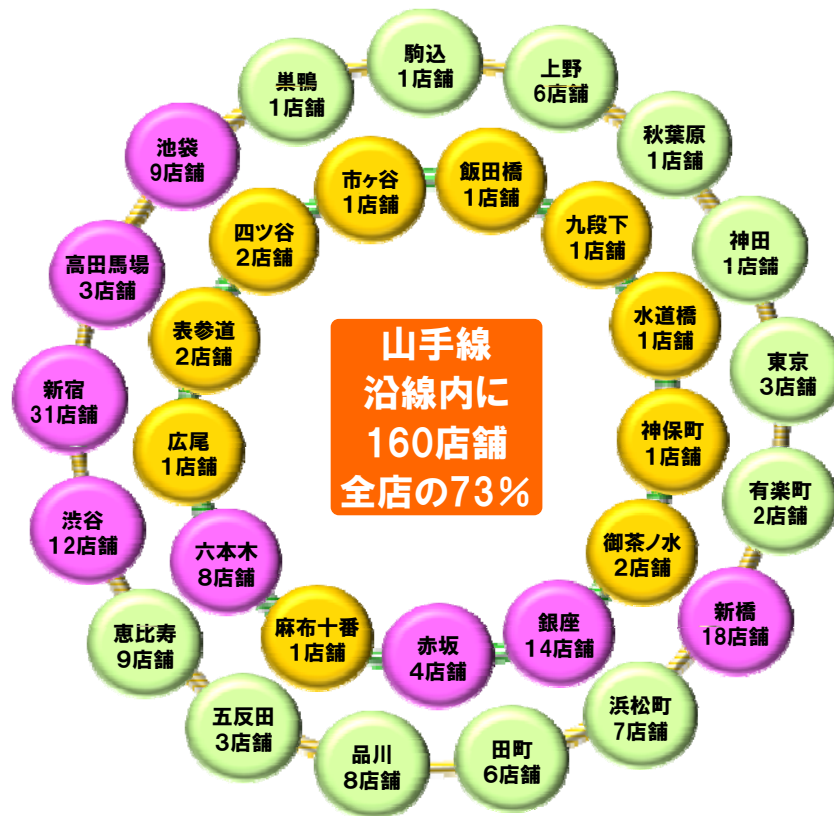


DDグループの強み②:ターミナル駅・メトロ主要駅近くの好立地へのドミナント出店

- 山手線沿線内出店数は居酒屋業界No.1^(注)の160店舗(DDグループ全店舗の73%)
- ドミナント圏内でお客様(特にDDマイル会員様)を回遊、誘導することでシナジー効果を発揮
- 2020年東京オリンピック開催エリアである「ヘリテッジゾーン」内でDDグループは149店舗展開

(注)当社独自の調査による

2013年8月31日現在の駅別出店数



(注) ● 飲食店舗とアミューズメント店舗がドミナント

● 山手線沿線

● 山手線内側

● 飲食店舗とアミューズメント店舗がドミナント(駅別内訳)

新宿	31店舗	渋谷	12店舗
飲食	25店舗	飲食	7店舗
アミューズメント	6店舗	アミューズメント	5店舗
新橋	18店舗	六本木	8店舗
飲食	16店舗	飲食	5店舗
アミューズメント	2店舗	アミューズメント	3店舗
銀座	14店舗	赤坂	4店舗
飲食	8店舗	飲食	3店舗
アミューズメント	6店舗	アミューズメント	1店舗
池袋	9店舗	高田馬場	3店舗
飲食	6店舗	飲食	2店舗
アミューズメント	3店舗	アミューズメント	1店舗

(ご参考) 居酒屋業界 山手線沿線内店舗数

順位	社名	店舗数
1	当社グループ	160店舗
2	A社	134店舗
3	B社	121店舗
4	C社	108店舗
5	D社	89店舗

(出所:当社独自の調査による)

DDグループの強み③:『宴』を演出しお客様が「熱狂」的に喜ぶお店作りを実現

- 日本古来の“呑めや・喰えや・唄えや・踊れや”の『宴』を当社グループのエンタメ力で実現
- 業態の模倣がはびこる居酒屋業界において当社グループの対抗策&圧倒的差別化策
- 新企業理念「熱狂宣言」を体現

スタッフが歌を唄いお客様を熱狂させます!!
お客様と一緒に唄い、熱狂します!!



プロ/スタッフが踊りお客様を熱狂させます!!
お客様と一緒に踊り、熱狂します!!



※上記2枚の写真は、『宴』店舗の象徴である「新宿 阿波おどり」

1. 事業概要

2. 今期重点施策と取り組み状況

3. 上半期連結業績結果

4. 通期連結業績予想

【総覧】今期重点施策と取り組み状況

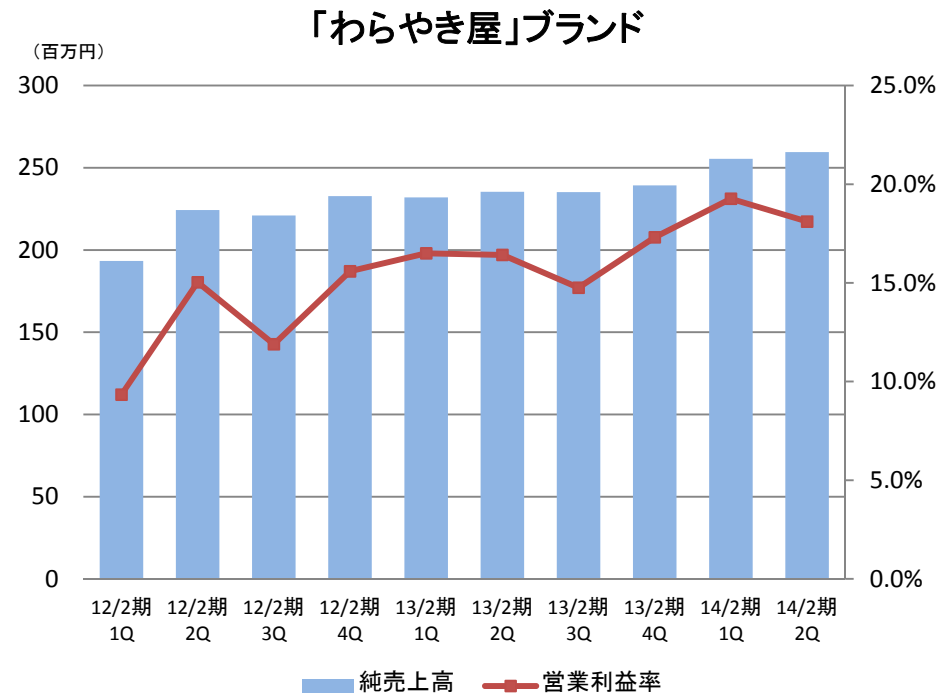
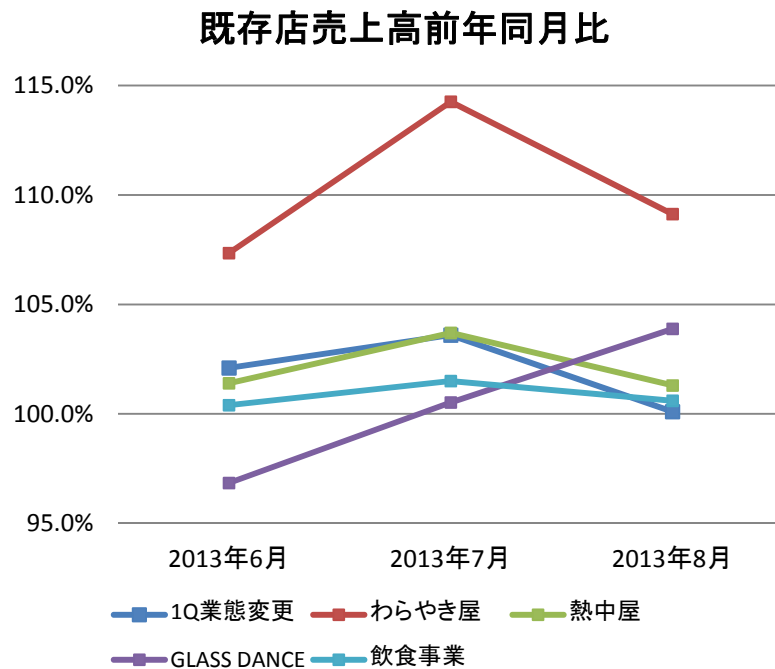
上半期の進捗状況

下半期の取り組み予定

		1Q	2Q	3Q	4Q
ブランド マネジメント 制構築	グループ 企業再編	● 3月1日実施済	● -	● -	● -
	ブランド 集約	● 事業セグメントと グループ会社を概 ね1対1へ集約。	● -	● -	● -
	コスト 削減	● 34店舗を一気に 業態変更しブラ ンド集約推進	● 1Q業態変更実施34店舗 中心に、原価・人件費投 入し、トップライン引き上 げに注力	● コストコントロール を一部再開し、収 益力UPに注力	● 忘年会商戦で一気に 刈り取りへ
	経営管理 強化	● ビールメーカー様 との取引を1社へ 集約実施	● ブランド集約に対応した センター物流の強化	● 追加の集約も視野	● 来期への布石
集客力向上 (=「DDマイル」)		● 当社の取締役を 3名まで削減し、 意思決定を迅速化	● 新店舗管理システム 導入に向けた準備作 業実施	● 新店舗管理システム の導入・運用開始	● 新店舗管理システム をフル活用し12月売 上・利益最大化目指 す
		● 利便性改善(1/3) Online予約の締切 をご利用前日から 当日15時まで延長	● 利便性改善(2/3) 直前予約アプリリリース ● 他社タイアップによるキャ ンペーン実施(「旅色」) ● 忘年会商戦の施策検討	● 利便性改善(3/3) ※詳細別途 ● 忘年会商戦の種まき 「倍返しキャンペーン」 「ポンパレ」「旅色」	● 忘年会商戦で一気に 刈り取りへ
人材育成		● 第2回社員総会開 催(経営戦略の転 換、理念浸透、新 入社員紹介等)	● スマイルプロジェクト始動 ● 第3回社員総会開催	● サービスNo.1を競う 「DDグランプリ」の第 1回を開催予定	● 「BAGUS」店舗追加 来期に向けての会員 獲得追加施策視野
		● 第4回社員総会開催		● 第4回社員総会開催	● 入社前に忘年会商戦を 経験させるため、2014 年4月入社予定者のイ ンターン実施予定
店舗展開		● コーポレートブラン ディングの象徴(フ ラグシップ)となる 「1967」を新規出店	● 「熱中屋」ブランドの郊 外展開推進、FC加盟店 募集開始 ● 当社グループ入り後初 の「BAGUS」新規出店	● 『宴』店舗「阿波踊り」 新規出店 ● 本社移転(三田)	● ハワイでの2号店目 (新業態)がワイキキ カラカウア通り沿いの ビル屋上にオープン 予定

重点施策①:ブランド集約の推進による既存店の収益性向上

- 第1四半期(1Q)に34店舗の業態変更を一気に実施。
- 第2四半期(6-8月)では1Qに実施した業態変更店舗34店舗中心に、原価・人件費を投入し、売上高の引き上げに注力。
- 結果、飲食事業の第2四半期(6-8月)の既存店売上高前年同月対比は、100%超で好調に推移。1Q業態変更実施店舗も第2四半期(6-8月)は100%超で推移
- 前々期から先行してブランドマネジメントを強化している「わらやき屋」の高収益化が顕著



(参考):「わらやき屋」ご紹介

- 火柱を上げる「藁焼き」
- 名物「かつおのわら焼き」
- 店内雰囲気盛り上げる「よさこい節」



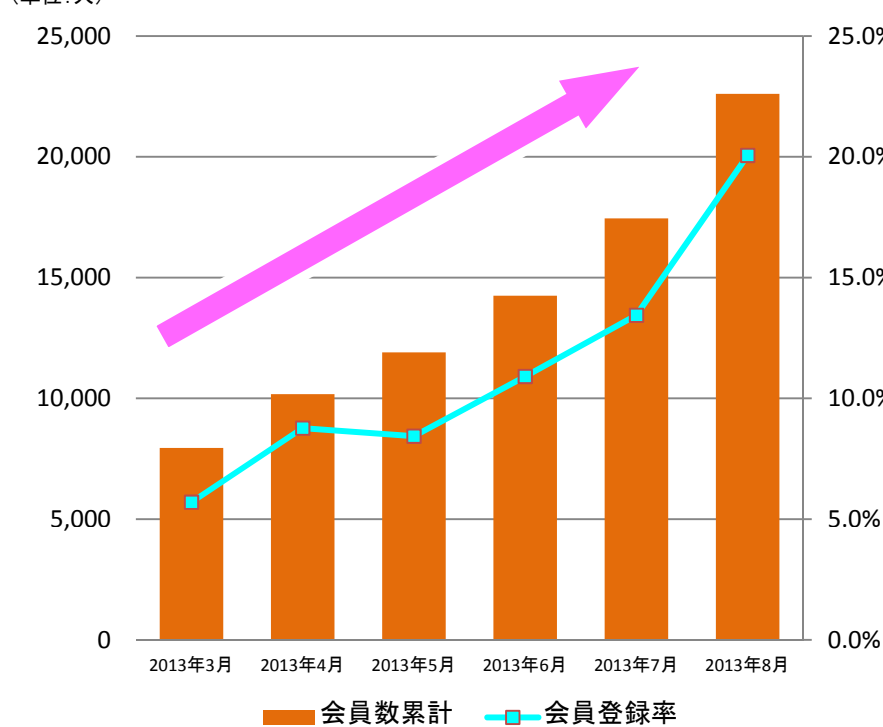
重点施策②-1:新規中心からリピート中心へ、お客様獲得体制の移行

- 「DDマイル」会員数は26,000人を突破し(注)、会員登録率は、9/29に45%を記録(期初5%)
- コールセンター予約受付、オンライン予約システムおよび「DDマイル」の認知度向上・会員数増加推進により、リピート率向上及びグループ店舗間の回遊を促進

(注)2013年9月30日時点

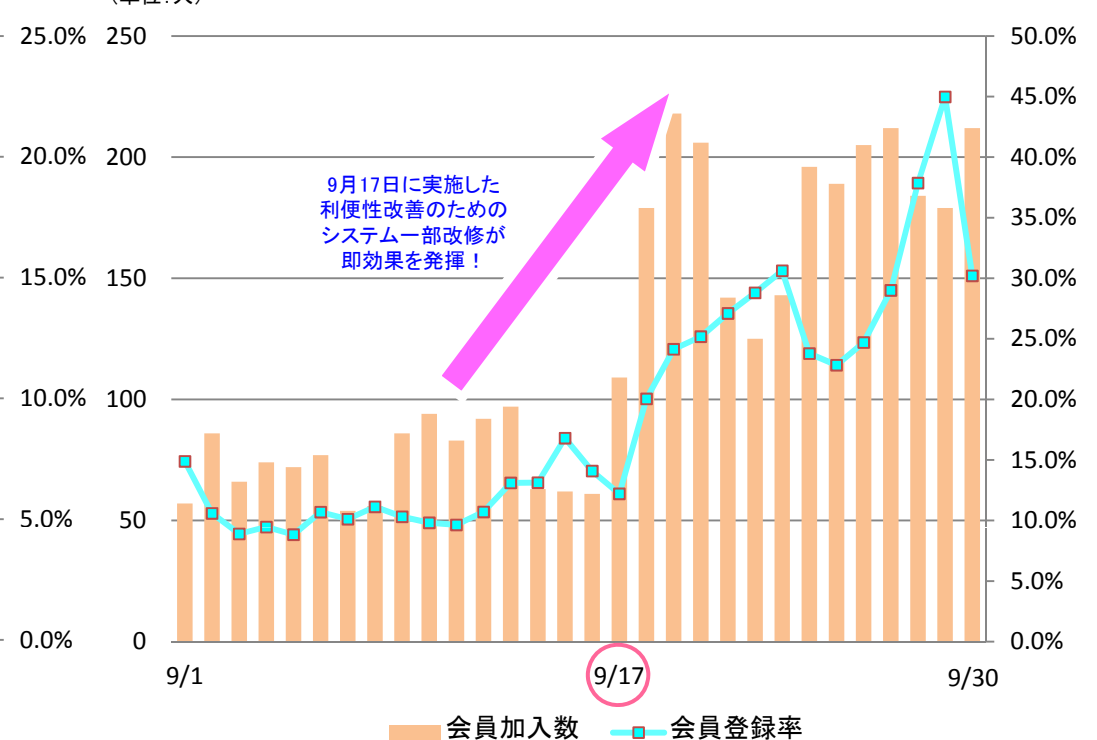
DDマイル会員数は順調に増加(上期月次)

(単位:人) 「DDマイル」会員数累計及び会員登録率(月次)



会員登録手続き簡素化で登録率急上昇(9月日次)

(単位:人) 「DDマイル」会員加入数及び会員登録率(日次)



※DDマイル:ご予約者様専用ポイント制度の名称

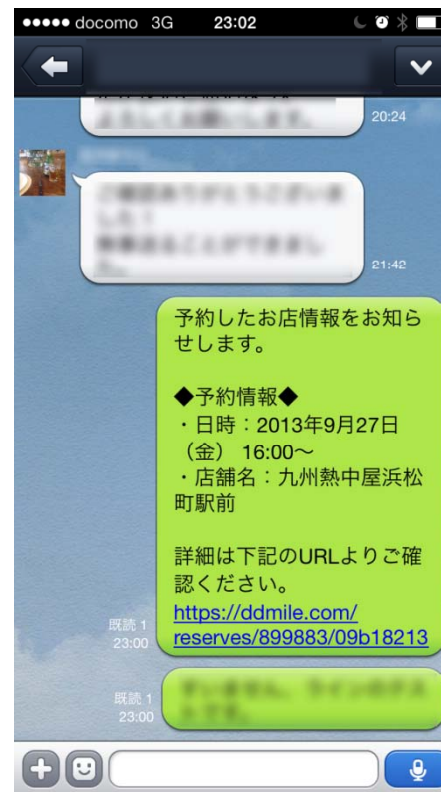
重点施策②-2:「DDマイル」会員様の利便性向上のシステム一部改修実施

- 「DDマイル」会員登録手続きをワンクリックで完了に！
- ご同行者様へのご予約内容情報共有をLINEで簡単に！
- 保有マイルのお会計ご利用手続きをハガキから携帯/スマホに！

ワンクリックで登録完了！



LINEで簡単に予約情報共有！

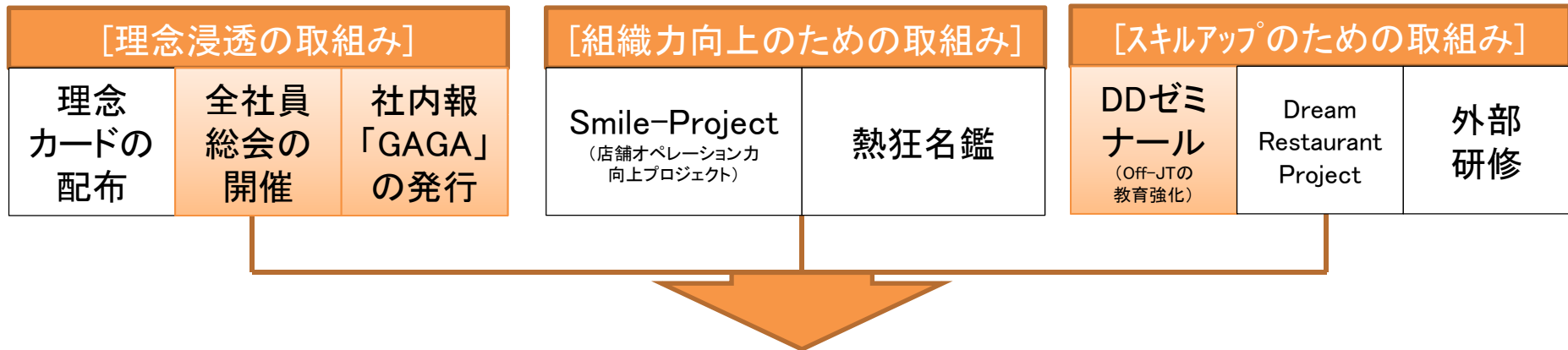


マイルのお会計ご利用を携帯/スマホでその場で即手続き！



重点施策③-1: パートナーを含めた人材採用・育成の強化 ～共有・スキルアップ～

- 「熱狂宣言」の企業理念浸透、社長ビジョンの共有を目的として今年から開催された全社員総会も既に3回目を実施。合わせて、社員間のコミュニケーションツールを目的として今年から刊行を開始した社内報「GAGA」もすでに第3号を発行済
- 「DDゼミナール」の本格開始により、On-JTだけでなくOff-JTも強化し、人材教育をさらに強化



理念・ビジョンの共有、社員/パートナーのスキルアップ

◆社内報第3号(隔月・年6回発行予定)



◆全社員総会で社長松村から全社員へメッセージを熱く発信

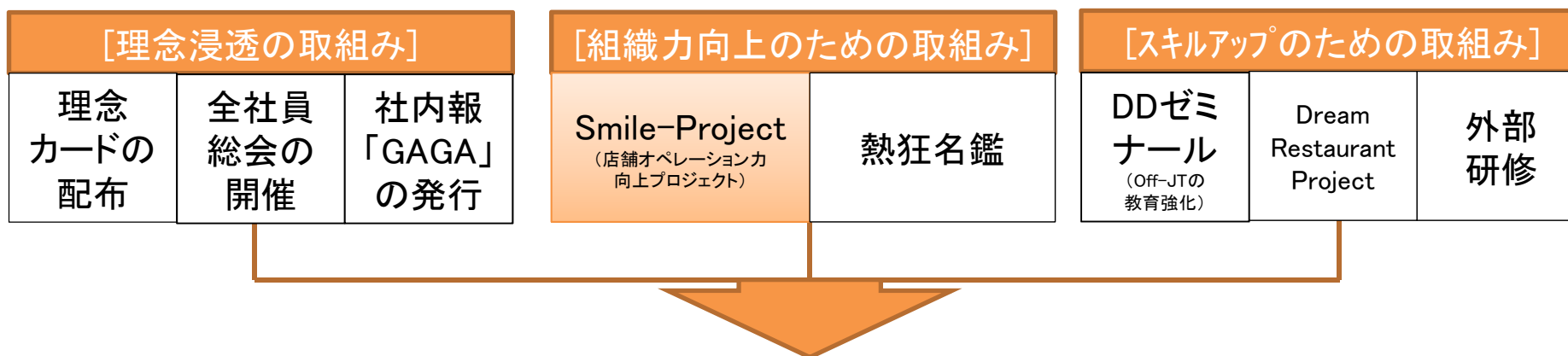


◆DDゼミナールでの熱い指導



重点施策③-2: パートナーを含めた人材採用・育成の強化 ～Smile-Project～

- 「スマイルプロジェクト」とは、店舗オペレーション力向上への取り組みの1つ
- お客様満足を追求し、リピートによる売上向上を実現するためには、お客様に直接接するパートナー(アルバイト等)の力を底上げしていく事が不可欠
- 具体的には、パートナーの早期退職の削減と長期勤務者の能力向上を行う事により、パートナーを積極的に取り込み、店舗のオペレーション力向上を目指す



定着率の向上、社員/パートナーのスキルアップ



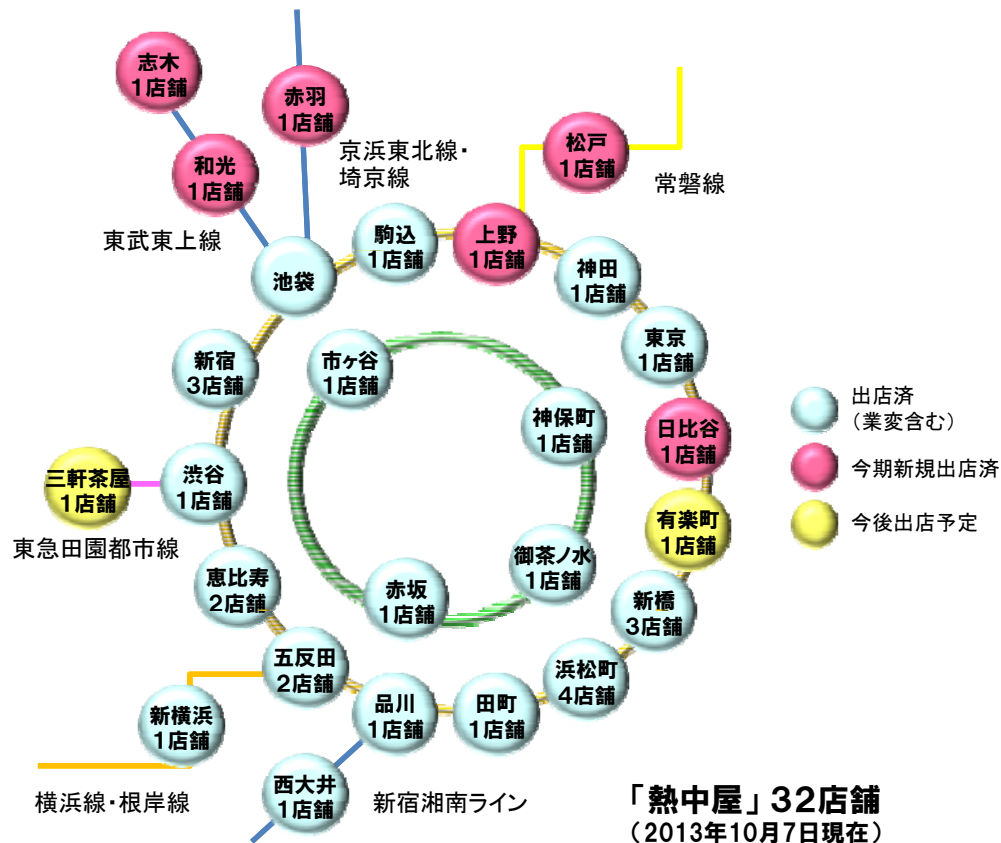
順	画像	説明	名称
1		トリンクを運んだりするお皿。使い終わったら必ず拭くこと。	
2		テーブルを拭く布巾の事。	
3		基本お客様に提供する清潔な布巾の事。お客様の洋服や内装を汚さないように使う。	
4		醤油や味噌のセットの事。	
5		フォークとスプーンをセットにして料理などを取り分けるアイテム。	
6		ワインを開けるアイテム。キャップシールを剥がす際などナイフを使用する。取扱にも注意。	

今期から新規導入した店舗スタッフ教育ツール (ipad-mini上の画面サンプル)

重点施策④:「熱中屋」の郊外展開でブランド向上推進、FC加盟店募集開始

- 東武東上線、常磐線沿線の郊外店を初出店(埼玉県和光市、千葉県松戸市)。
- 「熱中屋」ブランドの直営店は32店舗と順調に拡大中(前期末比12店舗増加)。
- FC募集を第2四半期後半から本格開始。

「熱中屋」の店舗展開状況



「熱中屋」のFC加盟募集概要

FC加盟店募集概要	
事業形態	フランチャイズ (調理指導重視)
事業の特長(ウリ)	「九州の繁盛居酒屋が東京上陸!!」をコンセプトに商品の質にこだわる。
客単価	4,000円
加盟条件	法人(飲食経験必須・要料理人)
契約期間	5年
加盟金	400万円(別途保証金150万円)
ライセンスフィー	5,000円~7,000円/坪(税抜) ※契約店舗数変動
展開予定地域	首都圏(主に東京都)
必要社員数	2名(ホール・キッチン各1名)

(参考):「熱中屋」ご紹介

- コンセプトは「九州にある美味しい居酒屋が東京上陸！」
- 名物「活！豊後さば」「博多一口鉄板餃子」
- 店員はもちろん、お客様も唄い、店内が一気に一体感をもつ「Y●H Y●H Y●H！」



「熱中屋」五反田店

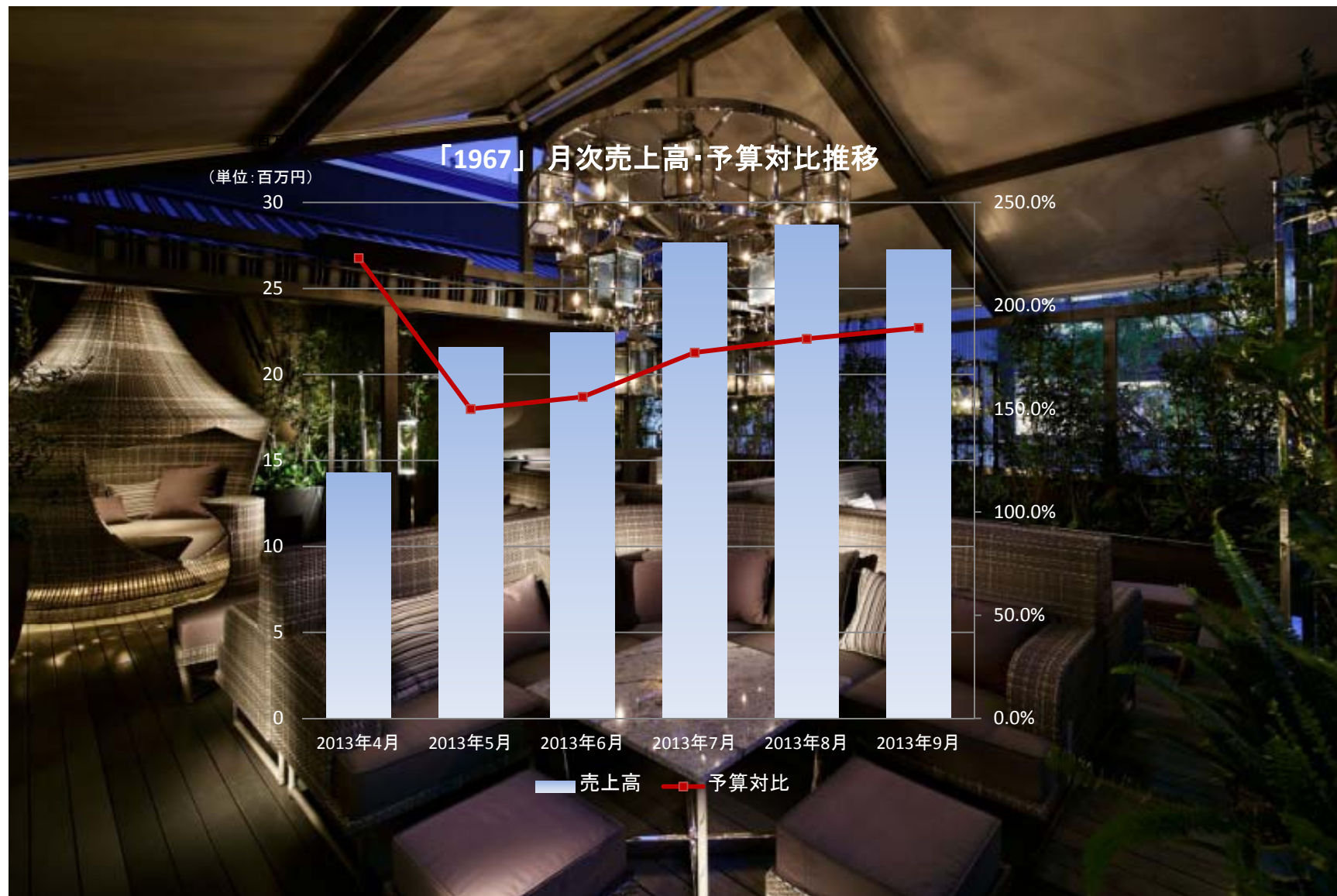
「熱中屋」渋谷店



トピックス①:1Q(4月12日)オープンのフラグシップ「1967」が垂直立ち上がり

- 2Q(6-8月)の売上高予算対比は172.8%
- 9月にはオープン後の日商レコード大幅更新となる280万円/日売り上げ

1967



トピックス②: 当社グループ入り後初となる「BAGUS」「GCC」ブランド新規出店

- 待望の新橋駅エリアで同一ビル内に2店舗同時初出店
- 出店は期初計画外であったが、新橋の好立地物件確保により2店舗同時出店に踏み切る
- 下期オープン予定を8月下旬へ前倒し

「BAGUS」新橋店



「GCC」新橋店



トピックス③:エンターテイメント企業とのコラボ集客・販促(アリスブランド)

- 7月17日(水)OA テレビ朝日『お願い！ランキング』に「迷宮の国のアリス」登場
- 英国ロイヤル・バレエ団 2013日本公演『不思議の国のアリス』とアリスのファンタジーレストランがコラボイベントを開催

テレビ朝日「お願い！ランキング」



英国ロイヤル・バレエ団



1. 事業概要

2. 今期重点施策と取り組み状況

3. 上半期連結業績結果

4. 今期連結業績予想

2014年第2四半期累計 連結P/Lサマリー(1/3)

(修正前上期業績予想・修正後上期業績予想 対比)

(単位:百万円、%)

	平成26年2月期第2四半期累計 (実績 / 対修正前予想 / 対修正後予想)						修正前上期予想		修正後上期予想	
	実績	対 修正前上期予想		対 修正後上期予想		4月12日公表		6月28日公表		
		対売上高 構成比	増減額	増減率	増減額	増減率	対売上高 構成比	対売上高 構成比		
売上高	12,369	100.0%	+330	+2.7%	+118	+1.0%	12,039	100.0%	12,251	100.0%
売上原価	2,796	22.6%	+86	+3.2%	+50	+1.8%	2,710	22.6%	2,747	22.4%
売上総利益	9,572	77.4%	+243	+2.6%	+68	+0.7%	9,330	77.4%	9,505	77.6%
販管費	9,300	75.2%	+81	+0.9%	+82	+0.9%	9,219	75.1%	9,218	75.2%
営業利益	272	2.2%	+162	+146.4%	△14	△5.0%	110	2.3%	287	2.3%
経常利益	300	2.4%	+177	+142.9%	△8	△2.5%	123	2.9%	308	2.5%
税引前利益	249	2.0%	+182	+274.7%	+16	+6.7%	66	2.0%	233	1.9%
四半期利益	110	0.9%	+81	+268.2%	△18	△13.7%	30	0.7%	128	1.0%
既存店売上高 前年同期比	101.4%						99.8%			
期首店舗数	225									
新規出店数	+8									
退店数	△14									
上期末店舗数	219									
(参考)業変数	36									

2014年2月期第2四半期累計 連結P/Lサマリー(2/3)

(前年同期・修正後上期業績予想 対比)

(単位:百万円、%)

	平成26年2月期第2四半期累計 (実績 / 対前年同期 / 対修正後予想)						前年同期		修正後上期予想	
	実績	対 前年同期		対 修正後上期予想		実績		6月28日公表		
		対売上高 構成比	増減額	増減率	増減額					増減率
売上高	12,369	100.0%	+45	+0.4%	+118	+1.0%	12,324	100.0%	12,251	100.0%
売上原価	2,796	22.6%	+15	+0.6%	+50	+1.8%	2,781	22.6%	2,747	22.4%
売上総利益	9,572	77.4%	+29	+0.3%	+68	+0.7%	9,543	77.4%	9,505	77.6%
販管費	9,300	75.2%	+41	+0.5%	+82	+0.9%	9,258	75.1%	9,218	75.2%
営業利益	272	2.2%	△12	△4.2%	△14	△5.0%	285	2.3%	287	2.3%
経常利益	300	2.4%	△51	△14.6%	△8	△2.5%	352	2.9%	308	2.5%
税引前利益	249	2.0%	+4	+1.4%	+16	+6.7%	245	2.0%	233	1.9%
四半期利益	110	0.9%	+27	+33.4%	△18	△13.7%	83	0.7%	128	1.0%

既存店売上高 前年同期比	101.4%
-----------------	--------

102.9%

期首店舗数	225
新規出店数	+8
退店数	△14
上期末店舗数	219
(参考)業変数	36

224
+7
△5
226
6

2014年2月期第2四半期累計 連結P/Lサマリー(3/3)

- 第2四半期累計連結損益実績は、4月12日公表の当初上期業績予想対比増収大幅増益も、6月28日公表の上方修正後上期業績予想対比では増収減益。
- 前年同期対比では、増収、営業・経常減益、最終増益。
- 第2四半期累計における店舗展開(連結ベース)は、新規出店8店舗(前年同期比+1店舗)、退店14店舗(前年同期比+10店舗)となり、第2四半期末店舗数は219店舗。その他業態変更36店舗(前年同期比+30店舗)実施。

- ✓ **売上高** 前年同期比 +0.4%、修正予想対比 +1.0%
 - ・前期(通期)及び今上期で計26退店も、連結ベースの既存店売上高前年対比が101.4%と既存店が伸長し、前年同期比及び修正予想対比ともに増収。
 - ・飲食事業の既存店売上高前年対比は、6ヵ月連続で100%超となり、第2四半累計で102.0%。
 - ・アミューズメント事業は既存店売上高前年対比は、100%を下回る月もあったものの、第2四半期累計では100.0%。
- ✓ **売上原価** 構成比の前年同期対比 変動なし、同 修正予想対比 +0.2 point
 - ・ビールメーカー集約やセンター物流の継続的強化により原価削減を図る一方、業態変更実施店舗を中心に食材原価を厚めに投入。結果、構成比の前年同期対比は変動がないものの、修正予想対比では超過。
 - ・飲食事業の原価率は25.7%(前年同期比 変動なし)、アミューズメント事業の原価率は13.6%(前年同期比+0.1point)
- ✓ **販管費** 前年同期比 +0.5%、修正予想対比 +0.9%
 - ・原価同様、業態変更実施店舗を中心に主に人件費を厚めに投入。また、36店舗(対前年同期+30店舗)の業態変更を実施したこと及び期初計画外のバグース新規出店を上期に実施したこと、並びにライセンス事業の本部コスト増加等により、前年同期及び修正予想対比ともに超過。
- ✓ **営業利益** 前年同期比 Δ 4.2%、修正予想対比 Δ 5.0%
 - ・既存店売上高の伸長により、前年同期及び修正予想対比売上総利益は増益も、販管費の増加が売上総利益の増加分を上回り、営業利益は前年同期及び修正予想対比でともに下回る。
- ✓ **四半期純利益** 前年同期比 +33.4%、修正予想対比 Δ 13.7%
 - ・前年同期に対し、減損損失等の特別損失、法人税等が減少し、増益。
 - ・修正予想に対し、段階利益の未達が影響し、修正予想未達となる。

2014年第2四半期累計 出退店状況

- 飲食事業における新規出店は、「熱中屋」4店舗、「まる金」1店舗の計5店舗。
- アミューズメント事業での新規出店は、「1967」「BAGUS」「GCC」各1店舗の計3店舗。
- 第2四半期末の店舗数は、219店舗。(新規出店8店舗、退店14店舗。前期末比△6店舗)

	2014年2月期第2四半期累計				2013年2月期(通期)			
	新規出店	業態変更	退店	期末店舗数	新規出店	業態変更	退店	期末店舗数
飲食事業	5	36	12	175	13	21	7	182
アミューズメント事業	3	0	2	44	1	0	5	43
合計(連結)	8	36	14	219	14	21	12	225

(注)海外店舗は飲食事業に含む。

2014年2月期第2四半期累計 セグメント情報

- 飲食事業の売上高は、前期・今期の閉店分を好調な高級ブランドを中心に既存店がカバーし増収。同事業のセグメント利益は、業態変更店舗中心に主にF/Lコスト増加し減益
- アミューズメント事業の売上高は、新店「1967」の垂直立ち上げ等も一部店舗の営業休止もあり微減収。同事業のセグメント利益は、本社コストの一部振り替え等実施し減益。
- ライセンス事業の売上高は加盟店獲得、加盟店出店が前年同期を下回り減収。同事業のセグメント利益は、ライセンス本部機能の強化による人員増加等で固定費増加し赤字。

(単位:百万円、%)

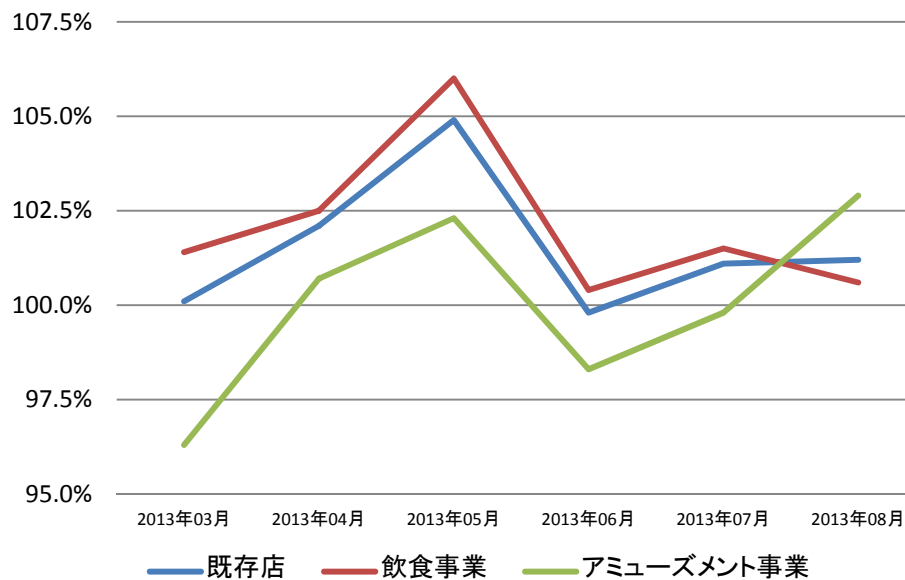
	2014年2月期第2四半期累計				2013年2月期第2四半期累計			
	売上高 (前年同期比)	セグメント 構成比	セグメント 利益 (前年同期比)	セグメント 構成比	売上高	セグメント 構成比	セグメント 利益	セグメント 構成比
飲食事業	9,203 (+0.8%)	74.4%	627 (△13.7%)	69.5%	9,132	74.1%	726	66.8%
アミューズ メント事業	3,145 (△0.5%)	25.4%	304 (△14.8%)	33.8%	3,161	25.7%	357	32.9%
ライセンス 事業	20 (△32.0%)	0.2%	△29 (-)	△3.2%	30	0.2%	4	0.3%
合計 (前年同期 増減率)	12,369 (+0.4%)	100.0%	902 (△17.1%)	100.0%	12,324	100.0%	1,088	100.0%

※セグメント利益の「合計」は、各報告セグメントに配分していない間接部門費用である調整額△629百万円合算前の数値。表内「セグメント利益」合計と合算すると連結営業利益は272百万円。

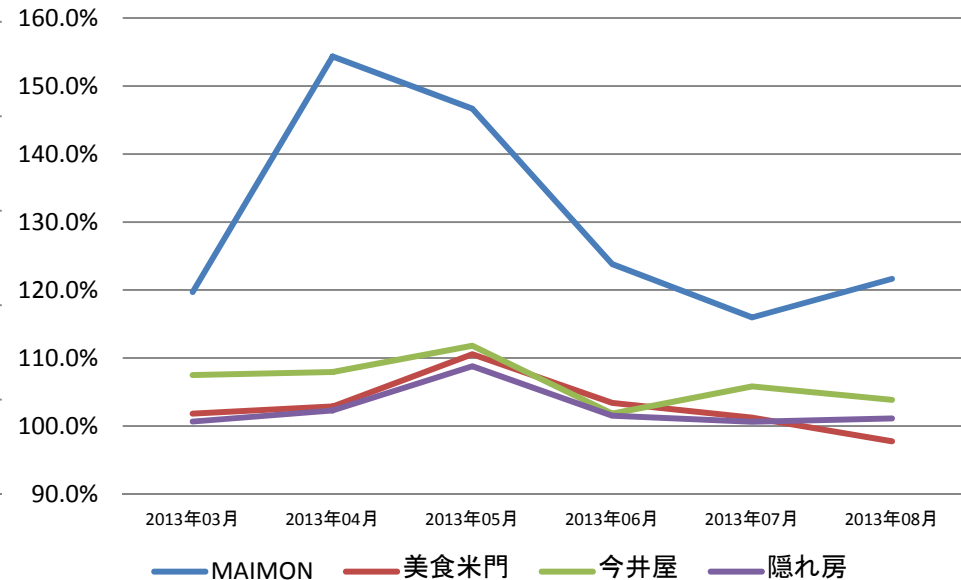
トピックス: 既存店売上高前年対比が好調に推移。特に高級ブランドが牽引

- 上期の既存店売上高前年対比は101.4%。(飲食事業: 102.0%、アミューズメント事業: 100.0%)
- 飲食事業は今期に入り6ヵ月連続で既存店売上高前年対比100.0%を上回って推移。
- 飲食事業は特に高級ブランドが牽引。

既存店売上高前年対比月次推移



高級ブランド 売上高前年対比月次推移



2014年2月期第2四半期末 連結B/S (前期末増減)

(単位:百万円)

		前期末	当第2四半期末	増減			前期末	当第2四半期末	増減	
流動資産		4,105	5,067	+961	流動負債		4,521	4,874	+353	
固定資産	有形	2,623	2,761	+137	固定負債		4,518	5,082	+564	
	無形	521	453	△67	負債合計		9,039	9,957	+917	
	投資他	4,647	4,560	△87	資本金		502	502	—	
固定資産合計		7,793	7,775	△17	資本剰余金		492	492	—	
						利益剰余金		1,850	1,900	+50
						自己株式		△2	△71	△68
						評価・換算差額等		18	63	+45
						純資産合計		2,859	2,886	+26
資産合計		11,899	12,843	+944	負債純資産合計		11,899	12,843	+944	

- 流動資産:主に現金及び預金880百万円の増加に伴い、流動資産増加
- 固定資産:のれん償却(71百万円)に伴う無形固定資産の減少及び退店に伴う差入保証金の返還(147百万円)に伴う投資他が減少する一方、新規出店及び業態変更等設備投資実施による有形固定資産の増加により、固定資産増加
- 流動負債:主に1年内償還予定の社債220百万円増加に伴い、流動負債増加
- 固定負債:長期借入金408百万円減少する一方、社債790百万円増加等により、固定負債増加
- 純資産:利益剰余金50百万円及び為替換算調整勘定45百万円増加する一方、自己株式68百万円増加により、純資産増加

(ご参考) 連結B/S 財務指標

	短期借入金	長期借入金	社債	小計 (①)	リース債務	割賦未払金	小計 (②)	合計 (①+②)	有利子負債 依存度
有利子負債	—	4,359	1,610	5,969	241	580	821	6,791	52.87%

	国内	海外	計
現預金	3,630	132	3,763

D/Eレシオ	Net D/Eレシオ
2.35倍	1.04倍

自己資本比率
22.5%

2014年2月期第2四半期累計 連結C/F (前年同期増減)

(単位:百万円)

	2013年2月期 第2四半期累計	2014年2月期 第2四半期累計	増減
営業キャッシュ・フロー	407	893	+485
投資キャッシュ・フロー	△5	8	+14
FCF(フリー・キャッシュ・フロー)※	402	901	+499
財務キャッシュ・フロー	558	34	△523
現金同等物に係る換算差額	9	17	+8
現金同等物の増加額	969	953	△15
期首現金同等物残高	2,279	2,814	+53
期末現金同等物残高	3,249	3,768	+519

- 営業C/F: 主に前受収益の増加及び第2四半期末(8月31日)休日の影響による支払い月ズレにより、営業キャッシュ・フローが前年同期比増加。
- 投資C/F: 業態変更、新規出店等の設備投資による有形固定資産の増加を、退店に伴う敷金・差入保証金の返還が上回り、投資キャッシュ・フローは当上期黒字化。
- 財務C/F: 当第2四半期累計期間は資金調達と返済のバランスを前年同期以上に考慮し、資金調達を抑制した結果、財務キャッシュ・フローは当上期僅かにプラス、前年同期比減少。

1. 事業概要
2. 今期重点施策と取り組み状況
3. 上半期連結業績結果
4. 今期連結業績予想

2014年2月期通期連結業績予想(上方修正後予想 vs. 当初予想)

- 6月28日の上期連結業績予想の上方修正時には行なわなかった通期連結業績予想の上方修正を、9月30日の上期決算発表と同時に公表。
- 通期上方修正の主な要因としては、上期実績が当初計画を上回ったこと、下期の既存店売上高もある程度堅調に推移することが見込まれることから、下期業績計画において前年同下期水準の業績は少なくとも確保できる見込であること等。

(単位:百万円)

	2014年2月期【連結】 通期予想 (2013年9月30日公表)	対当初予想 (4月12日公表) 増減率	対前期 増減率	2014年2月期【連結】 当初通期予想 (2013年4月12日公表)	対前期 増減率
売上高	24,600	+1.2%	△1.7%	24,300	△2.9%
営業利益	665	+30.4%	△3.8%	510	△26.1%
経常利益	690	+30.2%	△15.9%	530	△35.4%
当期純利益	200	+14.9%	+157.0%	174	+124.8%
一株当たり 配当金(円)	25	—	—	25	—

※業績予想につきましては、2013年9月30日現在、当社が入手可能な情報から合理的であると判断した一定の条件に基づいたものです。

予想には様々な不確定要素が内在しており、実際の業績は、様々な要因により異なる結果となる可能性があります。

※2013年9月1日を効力発生日として、普通株式1株を100株に分割し、1単元の株式数を100株とする単元株式制度の採用を決議しております。

本資料につきましては、株主・投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。また、本資料における将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上でご利用ください。

尚、業界等に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。

本資料は、株主・投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、株主・投資家の皆様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。

お問合せ先

経営企画部

TEL : 03-6860-3256

FAX : 03-6860-3262

E-mail : ir@diamond-dining.com