株式会社ダイヤモンドダイニング

2014年2月期第3四半期　決算説明資料

２０１４年１月１０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

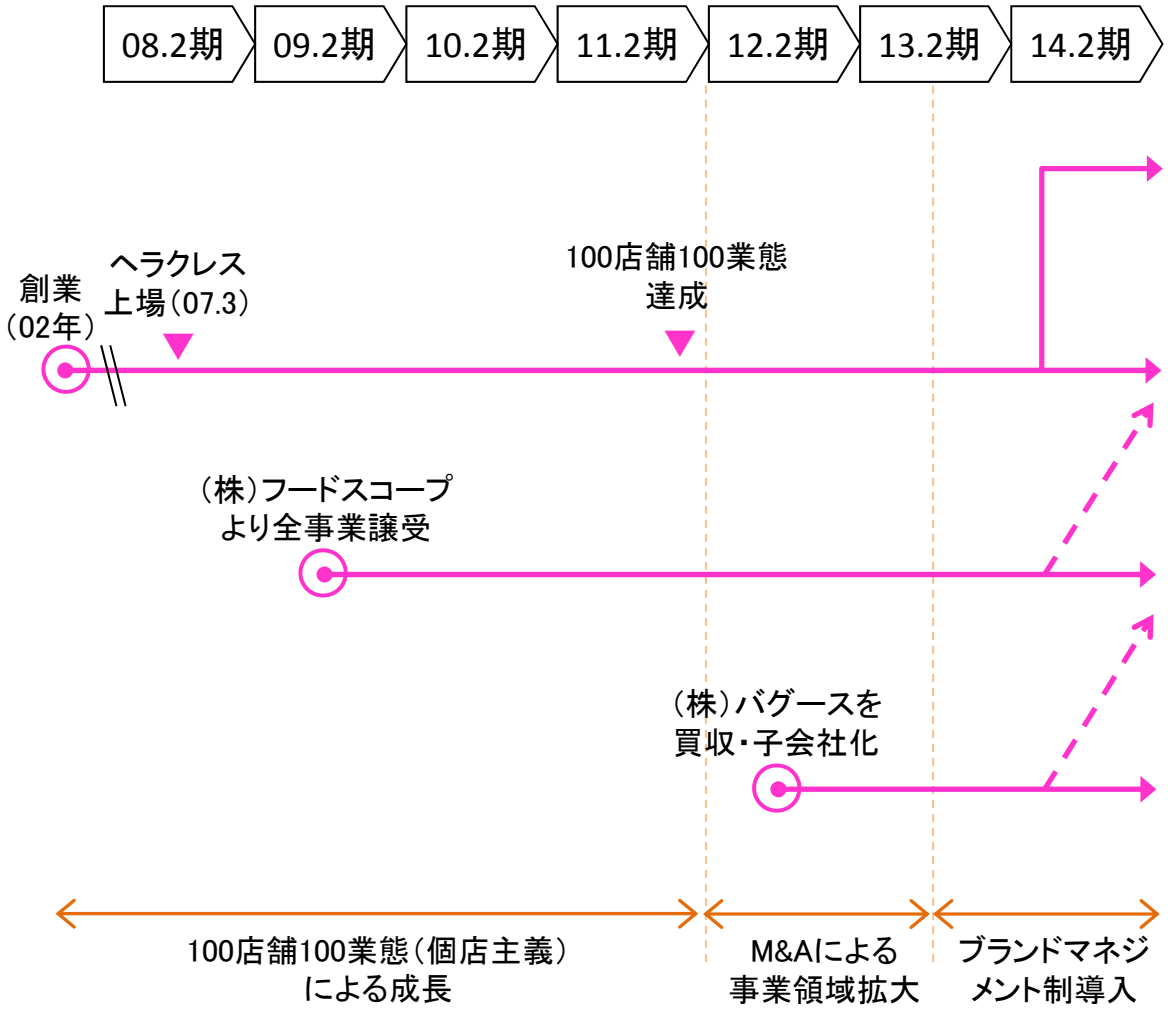
3. 第3四半期累計連結業績結果

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



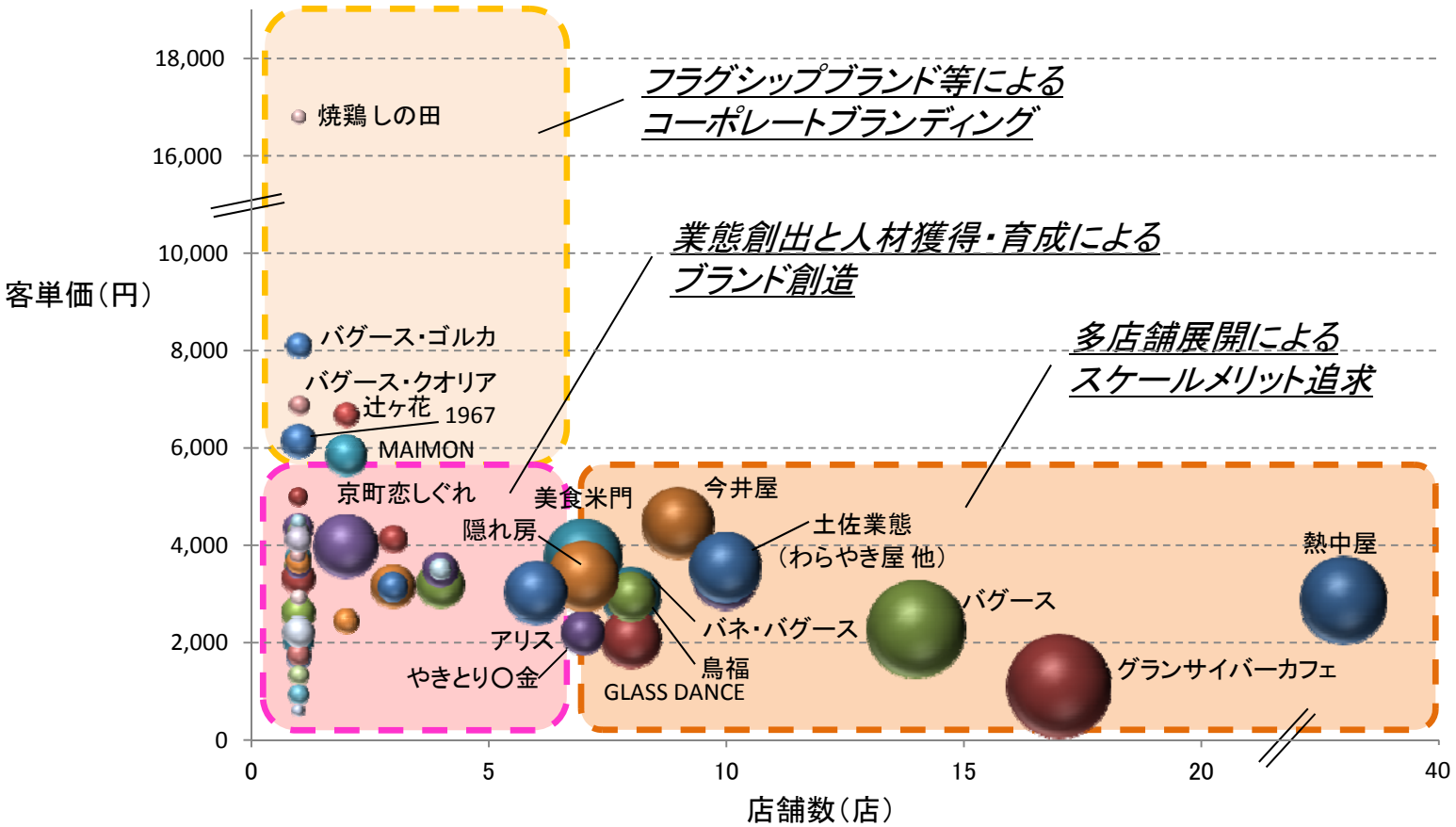
現在の業態別ブランドポートフォリオ

	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）	● 熱中屋 ● やきとり〇金	飲食事業ライセンス事業
中価格帯居酒屋	● わらやき屋 ● GLASS DANCE ● 鳥福 ● 九州黒太鼓	飲食事業
コンセプト系	● アリス ● Vampire Cafe	飲食事業
高級店	● 今井屋 ● 美食米門 ● 隠れ房 ● MAIMON	飲食事業
ダーツ・ビリヤード・カラオケ	● 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	アミューズメント事業
インターネットカフェ	● グランサイバーカフェ	アミューズメント事業

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期第3四半期累計実績ベース）

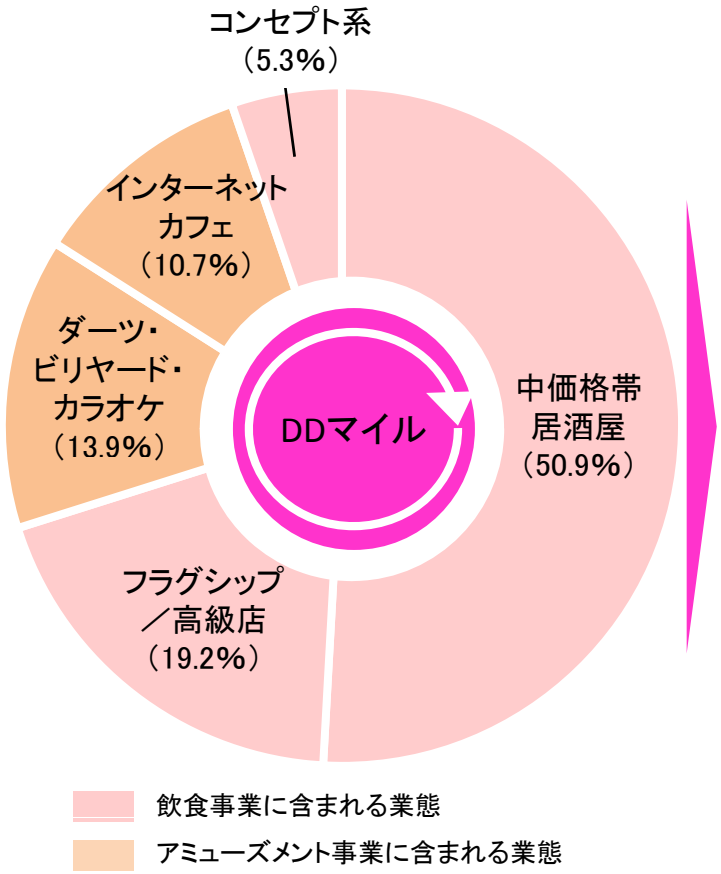


（注1）客単価にはランチを含む。既存店ベース（リニューアル含む）　（注2）◯の大きさは売上規模を表す　（注3）店舗数はブランド別全店ベース。

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1,000～17,000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

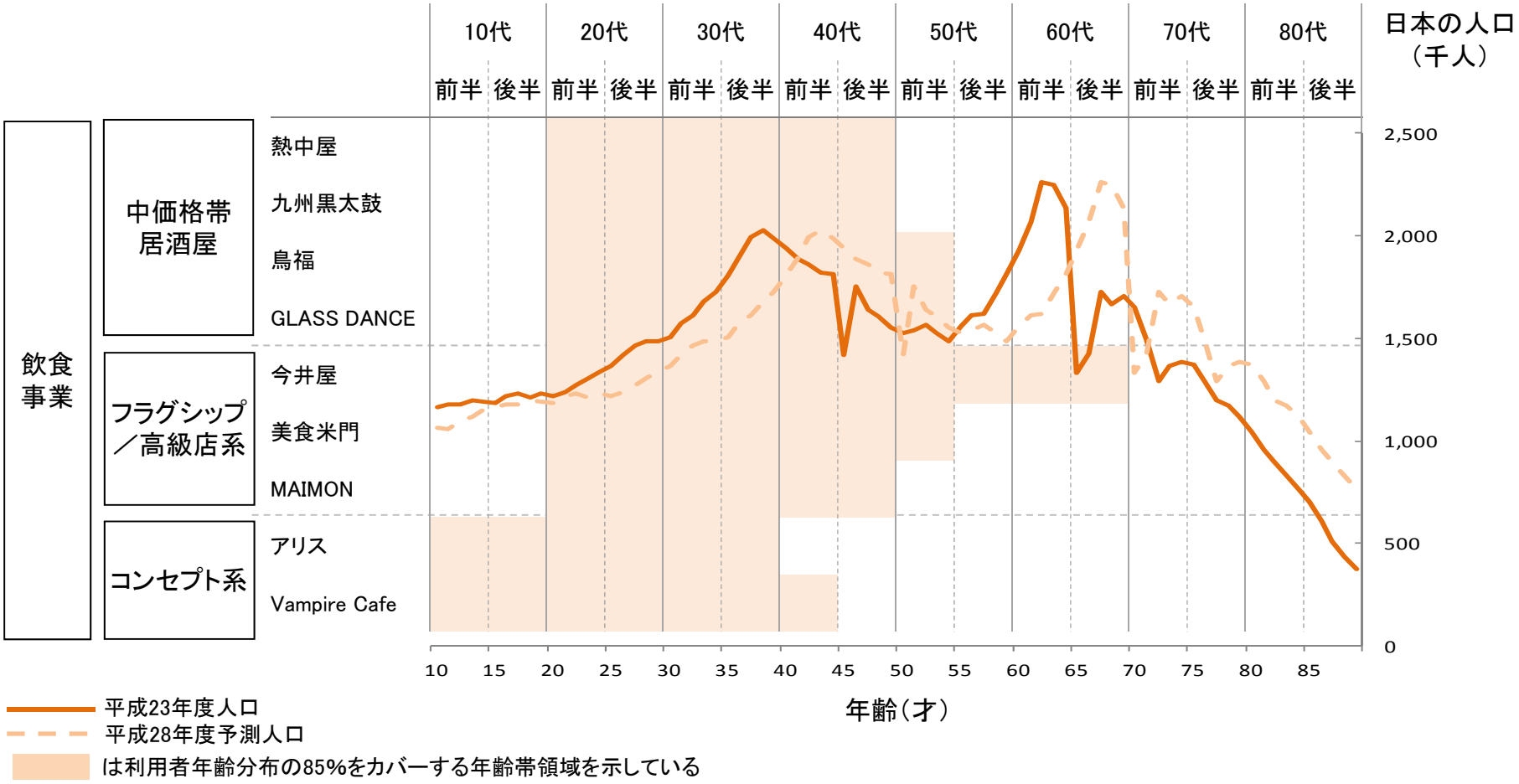
	主要ブランド	特長	展開方針
中価格帯居酒屋（ライセンス・FC含む）	● わらやき屋 ● GLASS DANCE ● 熱中屋 ● 鳥福 ● 九州黒太鼓 ● やきとり〇金	● 単価4,000円未満 ● 幅広い顧客層 ● 幅広い用途	多店舗展開推進
フラグシップ／高級店	● 焼鶏しの田 ● 1967 ● 今井屋 ● 美食米門 ● 隠れ房 ● MAIMON	● 単価4,000円以上 ● 主な顧客層はビジネスパーソン ● 接待需要が多い	新しい価値の創造
コンセプト系	● アリス ● Vampire Cafe	● 単価3,000円程度 ● 主な顧客層は10から40代	ブランド価値追求
ダーツ・ビリヤード・カラオケ	● 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	● 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	● グランサイバーカフェ	● 単価1,100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



出典：総務省統計局

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72%）
- 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150店舗展開

（注）居酒屋業態の上場企業を対象とした当社独自の調査による

2013年11月30 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
	ｱﾐｭｰｽﾞﾒﾝﾄ	6店舗		ｱﾐｭｰｽﾞﾒﾝﾄ	5店舗
新橋		18店舗	六本木		8店舗
	飲食	16店舗		飲食	5店舗
	ｱﾐｭｰｽﾞﾒﾝﾄ	2店舗		ｱﾐｭｰｽﾞﾒﾝﾄ	3店舗
銀座		14店舗	赤坂		4店舗
	飲食	8店舗		飲食	3店舗
	ｱﾐｭｰｽﾞﾒﾝﾄ	6店舗		ｱﾐｭｰｽﾞﾒﾝﾄ	1店舗
池袋		8店舗	高田馬場		3店舗
	飲食	5店舗		飲食	2店舗
	ｱﾐｭｰｽﾞﾒﾝﾄ	3店舗		ｱﾐｭｰｽﾞﾒﾝﾄ	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：居酒屋業態の上場企業を対象とした当社独自の調査による。当社は11月末時点、他社は8月末時点）

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!!
お客様が一緒に唄い、熱狂します!!

プロ/スタッフが踊りお客様を熱狂させます!!
お客様が一緒に踊り、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. 第3四半期累計連結業績結果

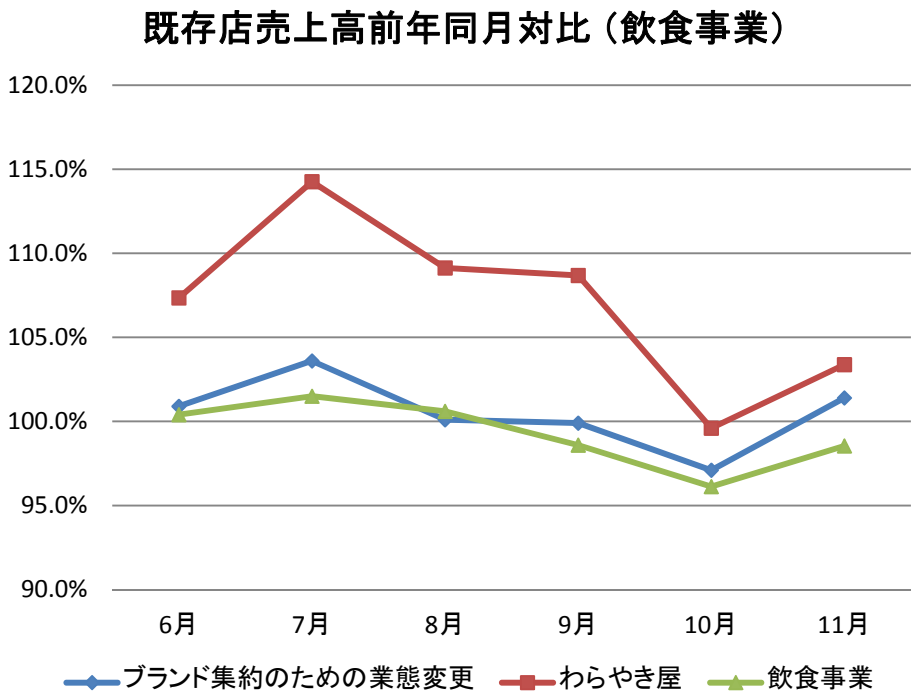
4. 通期連結業績予想

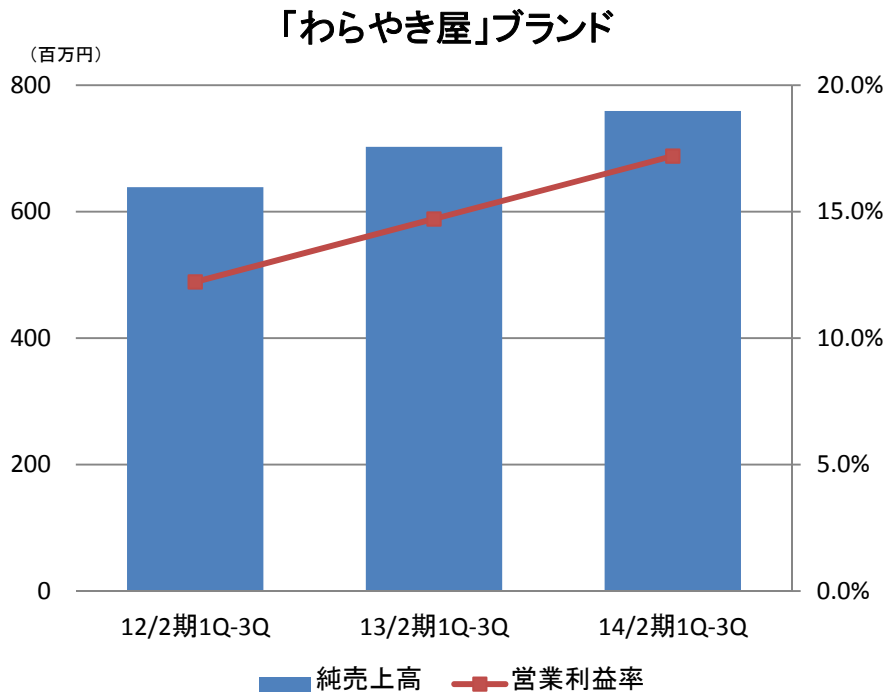
【総覧】今期重点施策と取り組み状況

		上半期の取り組み内容		下半期の進捗状況	
		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 ● 事業セグメントとグループ会社を概ね1対1へ集約。	● –	● –	● –
	ブランド集約	● 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 ● 来期への布石
	コスト削減	● 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	● 酒販店様との取引を1社へ集約実施	● –
	経営管理強化	● 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
集客力向上（=「DDマイル」）		● 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 P14 ● **忘年会商戦に向け新アプリ「即飲み」をリリース** ※詳細 P20	● 忘年会商戦で一気に刈り取りへ ● 「BAGUS」店舗追加 ● 来期に向けての会員獲得追加施策視野
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	● **「S1グランプリ関東大会」で見事優勝** ※詳細 P21 ● 「DDGグランプリ」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
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「阿波おどり」新規出店 ● **「熱中屋」6店舗増加（新店4 + 業変2）** ● 本社移転（三田）	● –

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(飲食事業)

- 第1四半期(1Q)にブランド集約を目的とした業態変更を一気に34店舗実施。
- 第2四半期以降、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、ブランド集約を目的とした業態変更実施店舗の6月以降の既存店売上高前年同月対比は、概ね100%超にて堅調に推移。
- 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」は収益性向上が顕著





（ご参考）「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」
- 店内雰囲気を盛り上げる「よさこい節」

「わらやき屋」龍馬の塔店（浜松町）

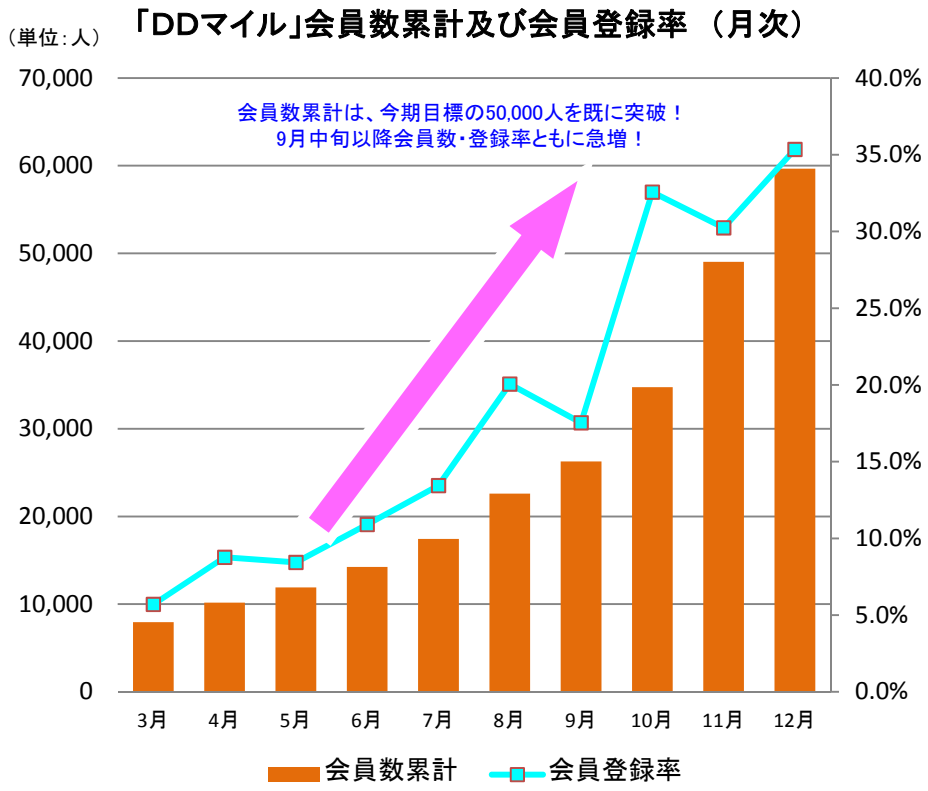
「わらやき屋」六本木店

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」(注1)会員数は今期目標の50,000人を突破し、10月以降の会員登録率は、30%超。
■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

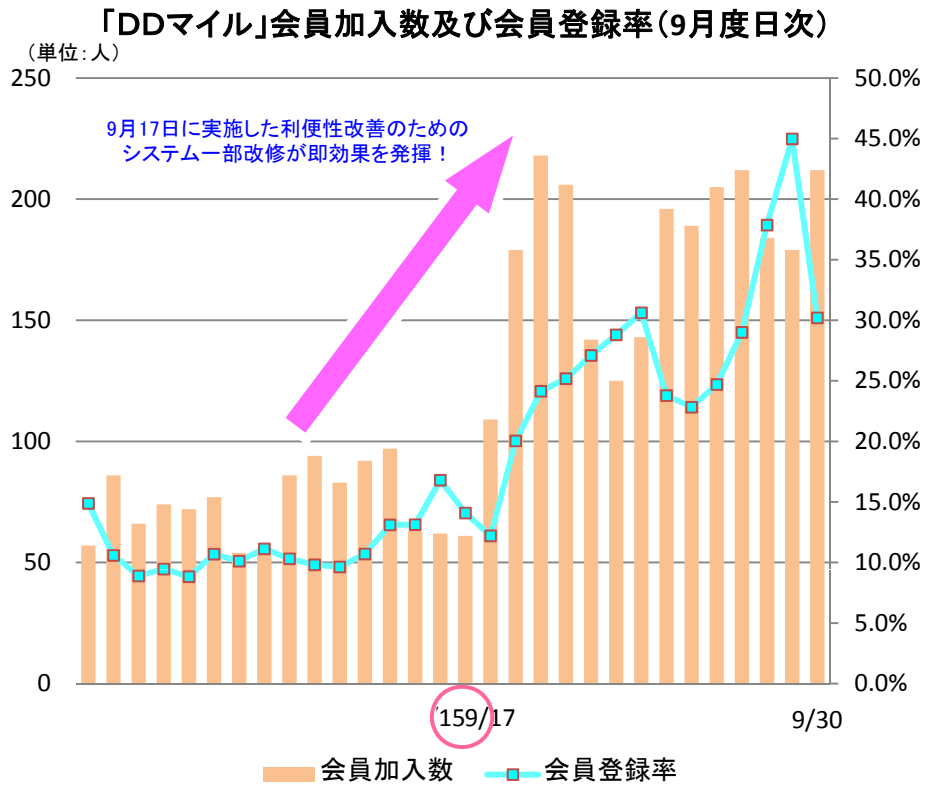
(注1)DDマイル：ご予約者様専用ポイント制度の名称

DDマイル会員数累計は順調に増加（今期月次）



(注2) 会員登録率はキャンペーン経由での会員数除く

会員登録手続き簡素化で登録率急上昇（9月日次）

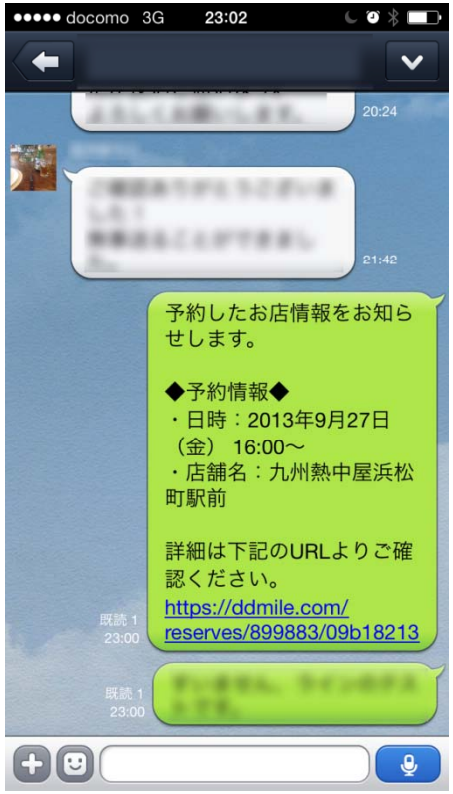


重点施策②-2:「DDマイル」会員様の利便性向上のシステム一部改修実施

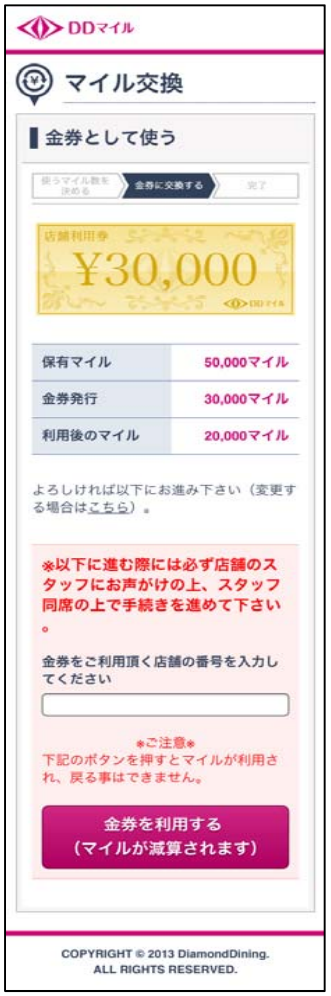
- 「DDマイル」会員登録手続きをワンクリックで完了に！
- ご同行者様へのご予約内容情報共有をLINEで簡単に！
- 保有マイルのお会計ご利用手続きをハガキから携帯/スマホに！

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2013年から開催された全社員総会も既に4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4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

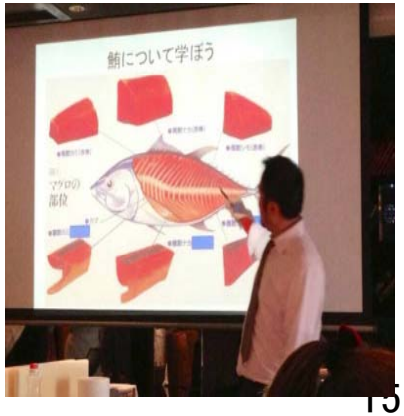
[理念浸透の取組み]			[組織力向上のための取組み]		[スキルアップのための取組み]		
理念カードの配布	全社員総会の開催	社内報「GAGA」の発行	Smile-Project（店舗オペレーション力向上プロジェクト）	熱狂名鑑	DDゼミナール（Off-JTの教育強化）	Dream Restaurant Project	外部研修

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4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

［理念浸透の取組み］			［組織力向上のための取組み］		［スキルアップのための取組み］		
理念カードの配布	全社員総会の開催	社内報「GAGA」の発行	Smile-Project（店舗オペレーション力向上プロジェクト）	熱狂名鑑	DDゼミナール（Off-JTの教育強化）	Dream Restaurant Project	外部研修

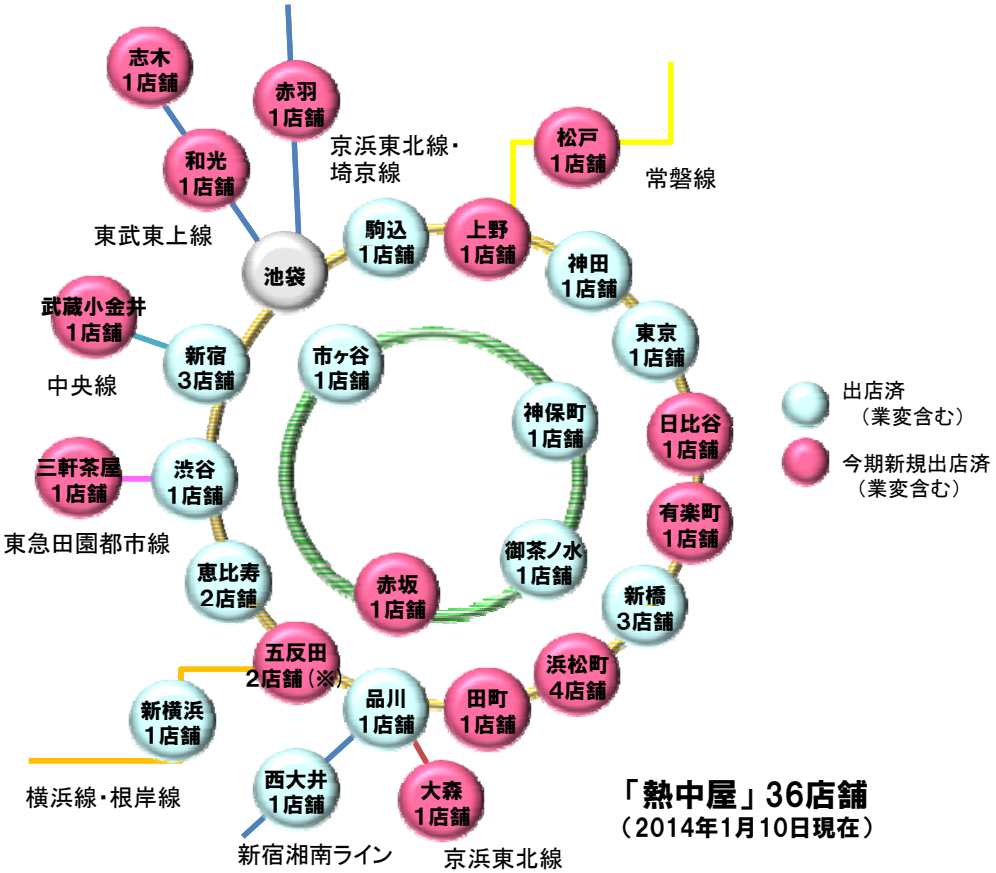
定着率の向上、社員/パートナーのスキルアップ

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 他)。
- 「熱中屋」ブランドの直営店は36店舗と順調に拡大中(前期末比17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



(※) 1店舗のみ該当

「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)

（ご参考）「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

■売上高予算対比は、2Q（6-8月）172.8%、3Q（9-11月）171.5%
■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/日を売り上げ

1967

（注）「予算対比率」は期初予算に対する比率

トピックス②:『即飲み』アプリをリリース

- 業界初　直前予約アプリ『即飲み』（無料）を11月にリリース
- 希望のエリアで来店直前に複数店舗に空席確認し、
  時間をかけずに予約確定が可能
- 掲載店舗はダイヤモンドダイニンググループが運営する首都圏を
  中心とした約200店舗のダイヤモンドダイニンググループ店舗が対象

『即飲み』はDDマイル対象

200店舗50ブランド展開！
カジュアル居酒屋からおしゃれなダイニングまで
DDマイル

dd.q.dd@ddmile.com から会員登録！

アプリ操作方法

エリアを決める ➡ お店を選ぶ ➡ 情報入力 ➡ 電話を待つ ➡ 予約確定 ➡ お店へ

トピックス③:「第9回S1サーバーグランプリ」関東地区大会優勝

- 「S1サーバーグランプリ」関東地区大会が11月26日中野ZEROホールにて開催
- サービス力向上の社内勉強会の積み重ねが功を奏し、見事、関東地区大会優勝！
  優勝者:「わらやき屋」六本木　店長　笠松 美樹子
- 全国決勝大会進出決定！（全国大会2014年3月12日五反田にて開催予定）

「わらやき屋」六本木店

「わらやき屋」六本木店　店長
笠松 美樹子

1. 事業概要

2. 今期重点施策と取り組み状況

3. 第3四半期累計連結業績結果

4. 今期連結業績予想

2014年2月期第3四半期累計　連結P/Lサマリー（1/2）
（前年同期 対比）

（単位：百万円、%）

	平成26年2月期第3四半期累計（実績 / 対前年同期）				前年同期	
	実績		対　前年同期		実績	
		対売上高構成比	増減額	増減率		対売上高構成比
売上高	**18,255**	**100.0%**	**△152**	**△0.8%**	18,407	100.0%
売上原価	4,129	22.6%	△39	△1.0%	4,169	22.7%
売上総利益	14,125	77.4%	△112	△0.8%	14,237	77.3%
販管費	13,924	76.3%	△39	△0.3%	13,964	75.9%
営業利益	**200**	**1.1%**	**△73**	**△26.7%**	273	1.5%
経常利益	**253**	**1.4%**	**△112**	**△30.7%**	365	2.0%
税前利益	201	1.1%	+25	+14.5%	176	1.0%
四半期利益	**70**	**0.4%**	**＋67**	**大幅増**	2	0.0%

既存店売上高前年同期比	100.3%	101.0%
期首店舗数	225	224
新規出店数	+13	+11
退店数	△15	△6
第3四半期末店舗数	223	228
（参考）業変数	40	19

2014年2月期第3四半期累計　連結P/Lサマリー（2/2）

- 売上高は、第3四半期累計連結既存店売上高前年対比が100.3%となる一方、前期（通期）・今期で退店計27店舗及び9月・10月の台風の影響等もあり前年同期比減収。
- 利益面では、売上減少による売上総利益減少が販管費減少を上回り前年同期比営業・経常減益となる一方、四半期純利益は特別損失等の減少により前年同期比増益。
- 第3四半期累計における店舗展開（連結ベース）は、新規出店13店舗（前年同期比+2店舗）、退店15店舗（前年同期比+9店舗）となり、第3四半期末店舗数は223店舗（前年同期比△5店舗）。その他業態変更40店舗（前年同期比+21店舗）実施。

✓ **売上高　　前年同期比　△0.8%**

・連結ベースの当第3四半期累計既存店売上高前年対比は100.3%にて推移する一方、前期（通期）及び当第3四半期累計で計27店舗退店、9月・10月の台風の影響等もあり前年同期比減収。

・飲食事業の既存店売上高前年対比は3月から8月の第2四半期累計で102.0%と好調に推移したが、9月から11月の3ヵ月は台風等の影響もあり一転100%を下回って推移し、当第3四半期累計では100.6%。

・アミューズメント事業の既存店売上高前年対比は、第2四半期累計で100%だったものの、当第3四半期累計では99.5%。

✓ **売上原価　　前年同期比　△1.0%（構成比で前年同期対比　△0.1point）**

・退店等による減少に加え、前期からのセンター物流の継続的強化、今期実施のビールメーカー集約等による原価削減施策が寄与し、構成比も前年同期対比改善。

・飲食事業の原価率は25.9%、アミューズメント事業の原価率は13.5%。

✓ **販管費　　前年同期比　△0.3%（構成比では前年同期対比　＋0.4point）**

・退店等により賃料等が減少し販管費額が減少したものの、40店舗の業態変更実施費用、業態変更実施店舗中心に主に人件費を厚目に投入、ライセンス事業の本部コスト増加要因もあり、構成比は前年同期対比増加。

✓ **営業利益　　前年同期比　△26.7%**

・売上高の減少による売上総利益の減少が販管費の減少を上回り、営業利益は前年同期対比で下回る。

✓ **四半期純利益　　前年同期比　大幅増**

・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。

2014年2月期第3四半期累計　セグメント情報

- 飲食事業の売上高は、前期・今期の閉店分を新規出店、既存店でカバーしきれず減収。同事業のセグメント利益は、業態変更店舗中心に主に販管費増加し減益。
- 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一時営業休止もあり減収。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、加盟店出店が寄与し増収。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幅増。

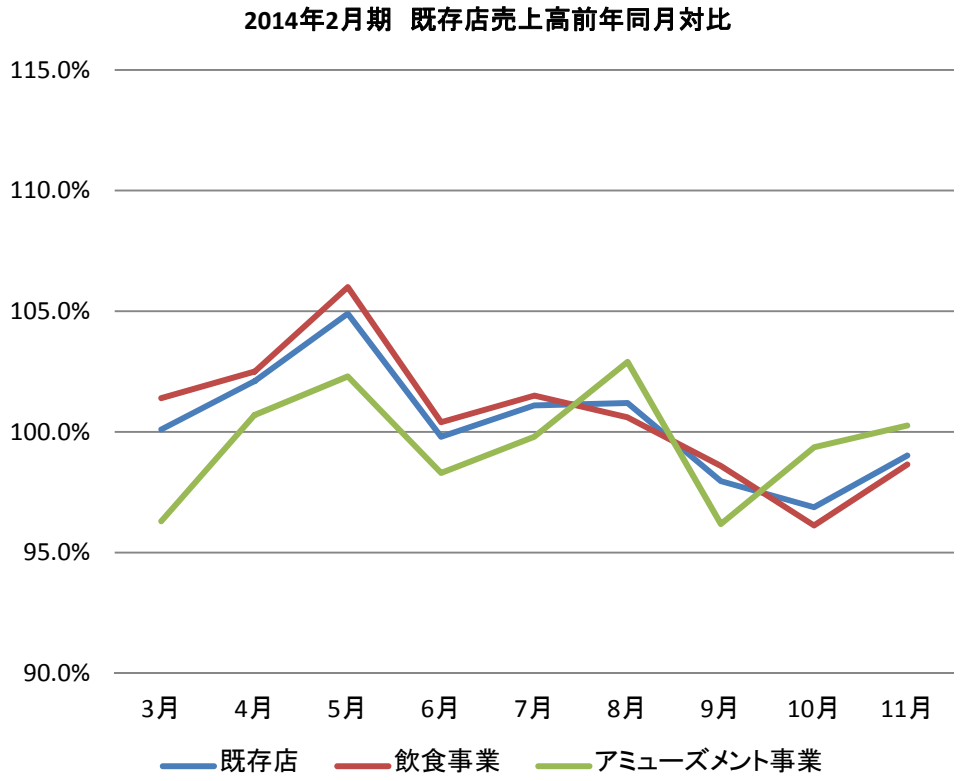
（単位：百万円、%）

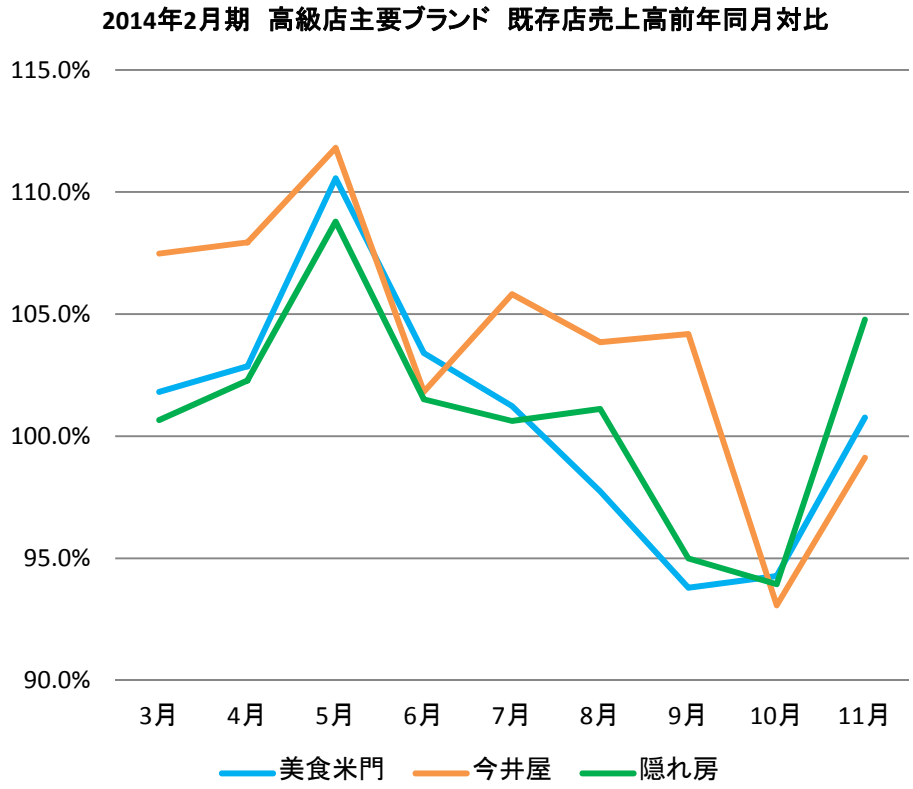
	2014年2月期第3四半期累計				2013年2月期第3四半期累計			
	売上高（前年同期比）	セグメント構成比	セグメント利益（前年同期比）	セグメント構成比	売上高	セグメント構成比	セグメント利益	セグメント構成比
飲食事業	13,629（△0.8%）	74.7%	831（△16.9%）	71.4%	13,740	74.7%	1,000	68.4%
アミューズメント事業	4,588（△1.0%）	25.1%	369（△21.9%）	31.7%	4,632	25.1%	473	32.3%
ライセンス事業	37（+8.9%）	0.2%	△36（-）	△3.1%	34	0.2%	△10	△0.7%
合計（前年同期増減率）	18,255（△0.8%）	100.0%	1,164（△20.4%）	100.0%	18,407	100.0%	1,463	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△964百万円合算前の数値。表内「セグメント利益」合計と合算すると連結営業利益は200百万円。

（ご参考）既存店売上高前年対比（セグメント別、高級主要ブランド別）

- 第3四半期累計の既存店売上高前年対比は100.3%。（飲食事業：100.6%、アミューズメント事業：99.5%）
- 飲食事業の既存店売上高前年対比は今期に入り6ヵ月連続（3月から8月）で100.0%を上回って推移するも、9月から11月の3ヵ月は台風等の影響もあり一転100%を下回って推移。
- 上期売上高を牽引した高級店主要ブランド（飲食事業）も9月、10月は一服感あり。





2014年第3四半期累計　出退店状況

■飲食事業における新規出店は、「熱中屋」8店舗、他2店舗の計10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3四半期末の店舗数は、223店舗。（新規出店13店舗、退店15店舗。前期末比△2店舗）

	2014年2月期第3四半期累計				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	**10**	**40**	**12**	**180**	13	21	7	182
アミューズメント事業	**3**	**0**	**3**	**43**	1	0	5	43
合　計（連結）	**13**	**40**	**15**	**223**	14	21	12	225

（注）海外店舗は飲食事業に含む。

2014年2月期第3四半期末　連結B/S （前期末増減）

（単位：百万円）

		前期末	当第3四半期末	増減		前期末	当第3四半期末	増減
流動資産		4,105	5,101	＋995	流動負債	4,521	4,642	＋121
固定資産	有形	2,623	2,742	＋118	固定負債	4,518	5,247	＋729
	無形	521	424	△97	負債合計	9,039	9,889	＋858
	投資他	4,647	4,452	△195	資本金	502	502	－
固定資産合計		7,793	7,619	△173	資本剰余金	492	492	－
					利益剰余金	1,850	1,860	＋10
					自己株式	△2	△71	△68
					評価・換算差額等	18	48	＋30
					純資産合計	2,859	2,831	△28
資産合計		11,899	12,720	＋821	負債純資産合計	11,899	12,720	＋821

- 流動資産：主に現金及び預金873百万円の増加に伴い、流動資産増加
- 固定資産：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する一方、のれん償却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による投資他が減少し、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：主に社債640百万円増加等により、固定負債増加
- 純資産：主に自己株式の保有増加により、純資産減少

（ご参考） 連結B/S 財務指標（2013年11月末時点）

	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	－	4,660	1,460	6,120	227	576	803	6,924	54.4%

	国内	海外	計
現預金	3,217	538	3,756

D/E レシオ	Net D/E レシオ
2.4倍	1.1倍

自己資本比率
22.3%

1. 事業概要

2. 今期重点施策と取り組み状況

3. 第3四半期累計連結業績結果

4. 今期連結業績予想

2014年2月期通期連結業績予想

（ 2013年9月30日公表の業績予想から変更はございません ）

（単位：百万円）

	2014年2月期【連結】 通期予想 （2013年9月30日公表）	対前期 増減率	（ご参考） 2013年2月期【連結】 実績
売上高	24,600	△1.7%	25,015
営業利益	665	△3.8%	691
経常利益	690	△15.9%	820
当期純利益	200	+157.0%	77
一株当たり 配当金（円）	25	－	25

※2014年2月期通期連結業績予想につきましては、2013年12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実施しております。

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は負いません。

お問合せ先

経営企画部

TEL ： 03-6858-6082

FAX ： 03-6858-6083

E-mail： ir@diamond-dining.com