



株式会社ダイヤモンドダイニング

2015年2月期 第3四半期 決算説明資料

2014年12月26日
(証券コード:3073)

1. はじめに

2. 連結業績結果

3. 当社グループの変遷

4. 事業戦略

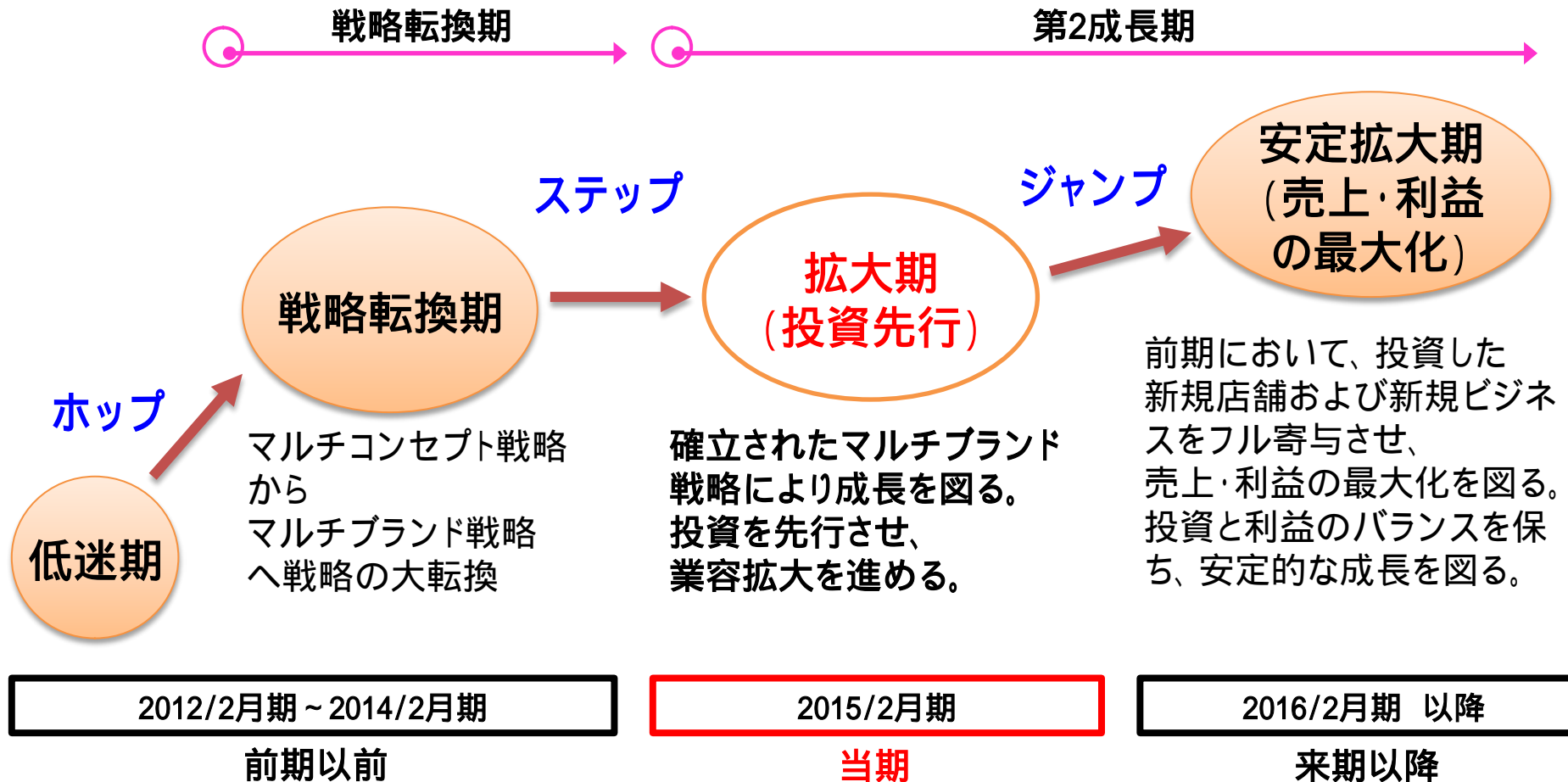
5. トピックス

6. 既存株主様及び個人投資家方々へ

7. 当社グループの店舗(ブランド)紹介

Strategy (ストラテジー)

2013年2月期から2014年2月期(前期)において、当社は大きな戦略転換を終了させ、2015年2月期(当期)から第2成長期に入った。
第2成長期の1年目である当期は、新規店舗出店、M & Aおよび新規ビジネス参入等への投資を先行させ、**2015年2月期(当期)12月の売上・利益の最大化**および**2016年2月期(来期)以降、投資案件をフル寄与**させ、売上・利益の最大化を目論む。



第2成長期の1年目である当期においては、投資を先行させ、業容拡大を図った。

成長投資

新規出店やM & A、新規ビジネス参入等による成長投資

ブランドマネジメント制導入により、集約した高収益業態(ブランド)の積極出店を実施

期初計画では、新規出店21店舗の予定であったが、予定を大きく上回る35店舗の新規出店(予定)。

当期12月の売上・利益最大化と来期以降フル寄与による売上・利益最大化を目的とする。

(35店舗には、M & Aによる取得店舗が含まれております)

営業力強化へ向け得た投資

集約した高収益業態店舗の売上最大化を目的とした投資

集約した高収益業態を更に骨太体質にすることを目的に積極的なシステム投資(教育および販促等)や外部との業務提携を実施。

システム導入や外部との戦略的業務提携を行うことにより、サービス力向上等、ソフト面の強化を図る。中長期的な店舗の売上・利益拡大へ繋げることを目的とする。

ブランディング投資

コーポレートブランディングに繋がる投資

低迷期から第2成長期に入った当社であるが、市場(マーケット)から見放された感は否めなく、再度、コーポレートブランディングが必要であると判断。

自社コーポレートサイトの大幅リニューアル、株主優待制度の拡充、個人投資家説明会の再開、TV番組の制作・企画等により、「ダイヤモンドダイニング」の露出を高めることにより、企業価値の向上を目的とする。

Strategy (ストラテジー)

n投資サマリーは下記の通り(一部抜粋の記載としております)。

		2015年2月期		
		第1四半期～第3四半期	第4四半期	
成長投資	<ul style="list-style-type: none"> ・M & A シンガポール6店舗の 飲食店取得 ・九州熱中屋6店舗、金1店舗、 今井屋1店舗、薩摩ごかもん 1店舗出店 (3月～9月) ・BAGUS大型店を上野好立地 に出店(103坪) 	<ul style="list-style-type: none"> ・M & A(ゴールデンマジック) 九州料理業態居酒屋 8店舗の事業譲受 ・ハワイ州ワイキキの カラカウア通りに 超大型店を出店(340坪) ・BAGUS大型店を西新宿 好立地に出店(190坪) 	<ul style="list-style-type: none"> ・九州熱中屋を八重洲 好立地に出店(10月) ・BAGUS 'es'を博多中州 の好立地に出店 (140坪)(11月) ・わらやき屋を九段下、 浜松町駅前にそれぞれ1店舗 出店(11月・12月初旬) 	<ul style="list-style-type: none"> ・M & A(米国ハワイ州) ハワイウェディング事業の譲受 (ウェディング事業進出) ・ハワイ州アラモアナに 大型デリ業態を出店予定 ・九州熱中屋3店舗、 わらやき屋1店舗、 新業態1店舗の出店予定
	営業力強化 へ向けた 投資	<ul style="list-style-type: none"> ・DDマイル会員 ハワイ旅行プレゼント(10名) ・九州熱中屋ブランド オフィシャルインターネット サイト新設 ・新教育システム 「クリップライン」導入 	<ul style="list-style-type: none"> ・予約コールセンターシステムの 増強 お客様の利便性向上 ・予約管理スケジュール サイト「らくすけ」導入 ・コーポレートフラグシップ店舗 「絵本の国のアリス」大幅改装 	<ul style="list-style-type: none"> ・1つ星シェフ松嶋啓介氏 と戦略的業務提携 ・トレンダーズ元社長経沢香 保子氏をマーケティング アドバイザーに招聘 ・12月売上最大化に向け、 予約コールセンター増設 約2倍の規模に
企業 ブランディ ング投資	<ul style="list-style-type: none"> ・S1サーバーグランプリ 全国大会優勝 ・FACE BOOKプロジェクト 始動 ・株主優待制度の拡充 (4月・9月に発表) 	<ul style="list-style-type: none"> ・コーポレートサイトの大幅 リニューアル ・高知よさこい祭り参加 審査員特別賞受賞 ・ニコニコ動画大人気生放送主 「恭一郎氏」と業務提携 	<ul style="list-style-type: none"> ・テレビ高知において 番組企画、番組提供 ・東証JASDAQ市場から 東証第二部へ市場変更 ・個人投資家説明会開催 (10月、11月計3回) 	<ul style="list-style-type: none"> ・東証第二部記念配当決議 (1株あたり5円) ・個人投資家説明会開催(1月) ・1DAYインターンシップの開催 (2016年4月 新卒社員向け)

当期の12月 売上・利益最大化 & 来期の売上・利益最大化

来期の売上・利益最大化



決戦は12月！勝つための準備はできた！

ダイヤモンドダイニング

今年の宴会獲得は増加が見込め、特に高級業態への需要が増える
と予想しています。曜日回りも良いと思いますので、例年と同じ客単価
ですが、客数増と高級業態の売上増により全体的には微増すると考え
ています。団体予約も増えると思込んでいますので、DDマイル会員様
はもちろんですが、フェイスブック会員様へも特別プランを提案し積極
的なアプローチを行っています。

万全を期して臨む

準備は例年より半月ほど早く取り掛かれた
ので、細かく落とし込まれています。人員体制に
ついては若干少ないと感じるところはありますが
が、整っていると思います。事業部の体制も整備
され、各々が組織図通りの役割を全うすること
によってコールセンターやSNSを活用した売
上獲得対策にも余裕を持って取り組むことが
できています。

コールセンターとの連携

「コールセンターを制する者は、12月を制す」

顧客満足と利益最大化

というフレーズを掲げ、今年は、昨年に増して
コールセンターとの連携を強化し予約取りの
最大化に取り組んできました。ダイヤモンドダ
イニングは多業態ですので、予約取りを効率よ
く行うためには標準化しなければならぬ。
スタッフみんなが予約を取りやすい仕組みを
作ることに、いかにコールセンターを稼働してい
くかということに一番時間を費やしました。
マーケティング本部との一体感の醸成に力を
入れていますので、今後の成果が楽しみです。



鹿中 一志 Hitoshi Kanaka

執行役員 営業本部長

12月は売上・利益最大化を狙うのはもちろん
ですが、顧客満足も疎かにしてはいけないと思
っています。顧客満足度アップと営業利益最大
化というのは相反する話になりますが、そのパ
ランスを取るのが商売だということを日頃か
ら伝えています。新規ご来店のお客様も増えま
すので、今後の集客に繋げられるように顧客満
足の充実を図ることこそが、12月のも一つの
見せ場だと考えています。



決戦は12月！勝つための準備はできた！



山田 貴史 Takashi Yamada
営業本部長

ゴールデンマジック

ゴールデンマジック(以下、GM)の店舗は、「九州熱中屋」で約6割を占めており、そのコンディショニングが全体の鍵を握っております。しかしながら、小坪店舗も多く15名以上の宴会個室がない店が殆どなので、12月の宴会獲得は困難を極めます。今年は、曜日回りも考慮して5日から強気に攻める対策を施します。事業部長には、「12月の売上達成率200%」のストレッチプランを自ら考えさせております。

パッション&サイエンス

10月から営業本部長に拜命されてから、会議等で売上は科学的に上がる、ということや言い切っています。科学的にどうやって売上を上げていくのかという方法を一つ一つ説明しています。その最初の結果が12月に表れるように士気を高めています。GMの持ち味である「気合」「根性」に「科学的」思考を加味していきます。

失敗事例に学ぶ

成功事例の共有はもちろんです。が、昨年の失敗事例について今年どうやって改善するの

かということや11月の店長会議で徹底的に発表し合いました。私自身も現場にいた時はそうでしたが成功した話よりも失敗したことについてどう挽回しようとしているかということの方がリアティーがあるし、参考になる意見が多いと思っています。

詳細な事前予測

日割り予算の数字を1時間ごとに客数・客単価の目標数値まで入力しています。1時間ごとに常に数字を追いかける状態を1カ月分作り、それと同時に取るべき予約を想定して空欄の予約台帳に埋めていく。1日ごと31枚の予約台帳に記入し、事前にシミュレーションを立てております。集客と客単価を上げていく策まで1日ごとに詳細かつ鮮明なイメージを、どれだけ作ることができるかが重要なんです。それができれば予算は達成できると思っています。



決戦は12月！勝つための準備はできた！

バグース

バグースは、ビリヤード・ダーツ・カラオケと複合カフェの二本柱。例年より若年層の方々が少し減ったという印象はありますが、今年の12月の動向はそんなに大きく変わりはないと思います。懸念しているのは深夜帯。メインターゲットとしている会社員やOLの方々がどれだけ深夜まで遊んでいたのかということですね。昨年の反省として、売れるときにも関わらず人員不足によって売り損じが出してしまったことがあったので、今年は売れるときにこそ人員を確保しておきたいと思っています。

1・5次会への誘導

私たちは、1次会から2次会へどう繋げるか、また、いかに1・5次会で利用していただくかというのが常に課題としてあります。12月のパーティーでどれだけ売れるかという形を作るために、今期からはプランニングマネージャーを加え、予約台帳の管理、幹事様とのやり取りの仕方、当日の運営方法や、どんなひと言を添えることによって満足度を付与し、客単価を向上できるかということについて指導を重ねてきましたので、現場も意識が高まっています。特に、今期はパーティー獲得数が上昇している第1、第3事業部に期待しています。

新規顧客獲得へ向けて

この時期、複合カフェでは普段とは違う客層が増えます。忘新年会やクリスマスなどのイベント等で飲む機会が増えて、普段は利用しないけれど、ちょっと行ってみようという感覚で来店されるお客様が確実に増えます。その時に、このお店いいなと思っていただくことが一番重要だと思っていますので、新たに人が動いたり、人の流れが変わったりする12月(や4月)は特に、QSCに関して意識を高めて営業に取り組んでいきます。複合カフェ事業部は、バグースの新しい顧客・ファンを作ってくれる重要な事業部だと思っています。

新組織への期待

10月から組織体制が変わり、プランディングマネージャーという役職や新しい事業部長も誕生しました。そして、統括店長も細分化して新任しています。売上の意識をもって広範囲に行動できる人員が増えているので、彼らがどう売上が獲得するのかとても期待しています。12月とはかく全員で攻めていきます。



矢口 健一 Kenichi Yaguchi
常務執行役員 営業本部長

1. はじめに

2. 連結業績結果

3. 当社グループの変遷

4. 事業戦略

5. トピックス

6. 既存株主様及び個人投資家方々へ

7. 当社グループの店舗(ブランド)紹介

連結P/L サマリー

(単位:百万円)

下段	前期 第3四半期実績	当期 第3四半期実績	増減額
	対売上高構成比(%)	対売上高構成比(%)	構成比増減率(%)
売上高	18,255	19,005	+ 750
売上原価	4,129 22.6%	4,109 21.6%	20 1.0point
売上総利益	14,125 77.4%	14,895 78.4%	+ 770 +1.0point
販管費	13,924 76.3%	14,323 75.4%	+ 399 0.9point
営業利益	200 1.1%	572 3.0%	+ 371 +1.9point
経常利益	253 1.4%	570 3.0%	+ 317 +1.6point
税引前利益	201 1.1%	468 2.5%	+ 266 +1.4point
四半期純利益	70 0.4%	201 1.1%	+ 131 +0.7point
1株当たり利益 (単位:円.銭)	29.54	85.39	+ 55.85

コメント

(国内事業)

【売上総利益】

・売上原価の売上高構成比率低減により売上総利益は増益。主な要因は、前期にビールメーカー様や酒販店様を集約したことによる協賛金や販売奨励金の増加。

【営業利益】

・売上原価低減、販管費の売上高構成比率低減により、営業利益は増益。

地代家賃

前期の退店に加え、好立地に厳選した新規出店及び賃料交渉による家賃減額等により売上高構成比率は前年同期比 1.0ポイント。

水道光熱費

店舗における節電・節水の効果により、売上高構成比率は、前年同期比 0.4ポイント。

採用費

大型店の出店や当社グループ初となる九州地方への出店等を行った為、売上高構成比率は前年同期比 +0.1ポイント。

支払手数料

企業ブランディングに伴う投資を行った為、売上高構成比率は前年同期比 +0.04ポイント。

(海外事業)

・既存店である「SHOKUDO JAPANESE」を運営する「SHOKUDO JAPANESE LLC.」は堅調であるものの、ハワイ州ワイキキに2014年8月に出店した「Buho Cocina y Cantina」の出店に伴うイニシャルコスト等が重く、ハワイでの連結業績は赤字で推移。

セグメント別P/L サマリー

(単位:百万円)

売上高	前期 第3四半期実績	当期 第3四半期実績	増減額
飲食事業	13,629	14,026	+ 397
----- アミューズメント事業	4,588	4,934	+ 346
----- ライセンス事業	37	43	+ 6
----- 合計	18,255	19,005	+ 750

セグメント利益 下段	前期 第3四半期実績	当期 第3四半期実績	増減額
	対売上高構成比(%)	対売上高構成比(%)	構成比増減率(%)
飲食事業	831	1,115	+ 284
	6.1%	8.0%	+ 1.9Point
アミューズメント事業	369	582	+ 213
	8.1%	11.8%	+ 3.8Point
ライセンス事業	36	13	+ 50
	-	30.9%	-
小計	1,164	1,712	+ 547
調整額	964	1,139	175
合計	200	572	+ 371

コメント

(飲食事業)

・売上高向上及び売上原価、販管費の削減により、セグメント業績は前年同期比増収増益。

- ・売上高は、前期において集約したブランドが飲食事業全体を牽引。
- ・九州熱中屋ブランド
- ・土佐・わらやき屋ブランド
- ・GLASS DANCEブランド
- ・今井屋ブランド
- ・腹黒屋ブランド 等

(アミューズメント事業)

・売上高向上及び売上原価、販管費の削減等により、セグメント業績は前年同期比増収増益。
売上原価は、飲食事業よりも売上高構成比率が低く、売上総利益を押し上げる。

当期第3四半期累計期間実績

飲食事業の売上高原価率: 25.1%

アミューズメント事業の売上高原価率: 12.6%

第3四半期には、当社グループ初となる九州地方へ [e s] Rooftop Garden BAGUS NAKASUを出店。

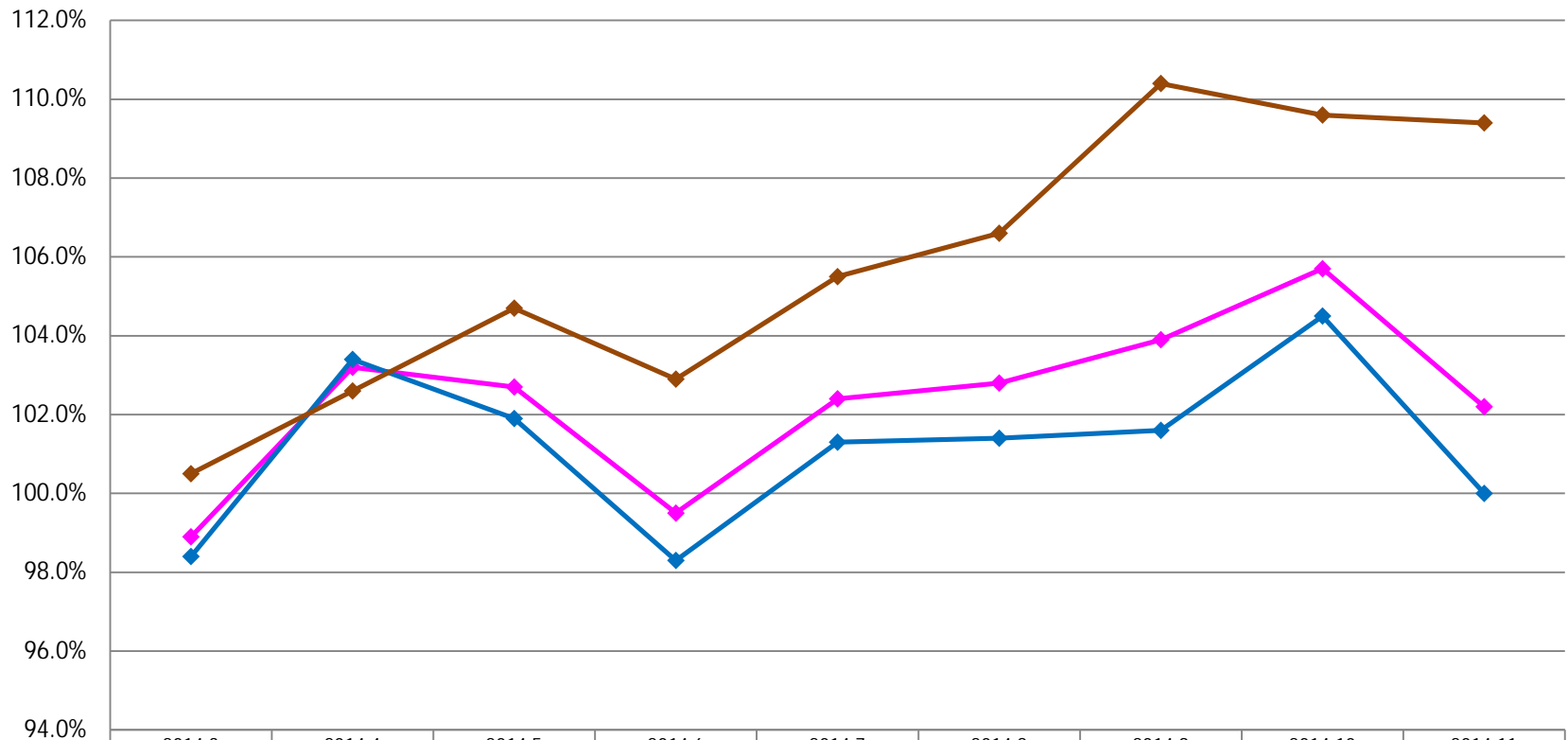
(ライセンス事業)

・セグメント業績は、前年同期比において増収増益。
「九州熱中屋」のフランチャイズ店舗の初出店もあり、第3四半期終了時点での出店数は7店舗。
セグメント利益は黒字化。

既存店売上高前年同月比(推移)

当社グループ 月次既存店売上高前年同月比の推移(セグメント別)

飲食事業およびアミューズメント事業ともに、概ね月次売上高前年同月比は100%超で推移。事業別推移は、既存店全社第3四半期累計:102.3%、飲食事業第3四半期累計:101.1%、アミューズメント事業第3四半期累計:105.7%で推移。



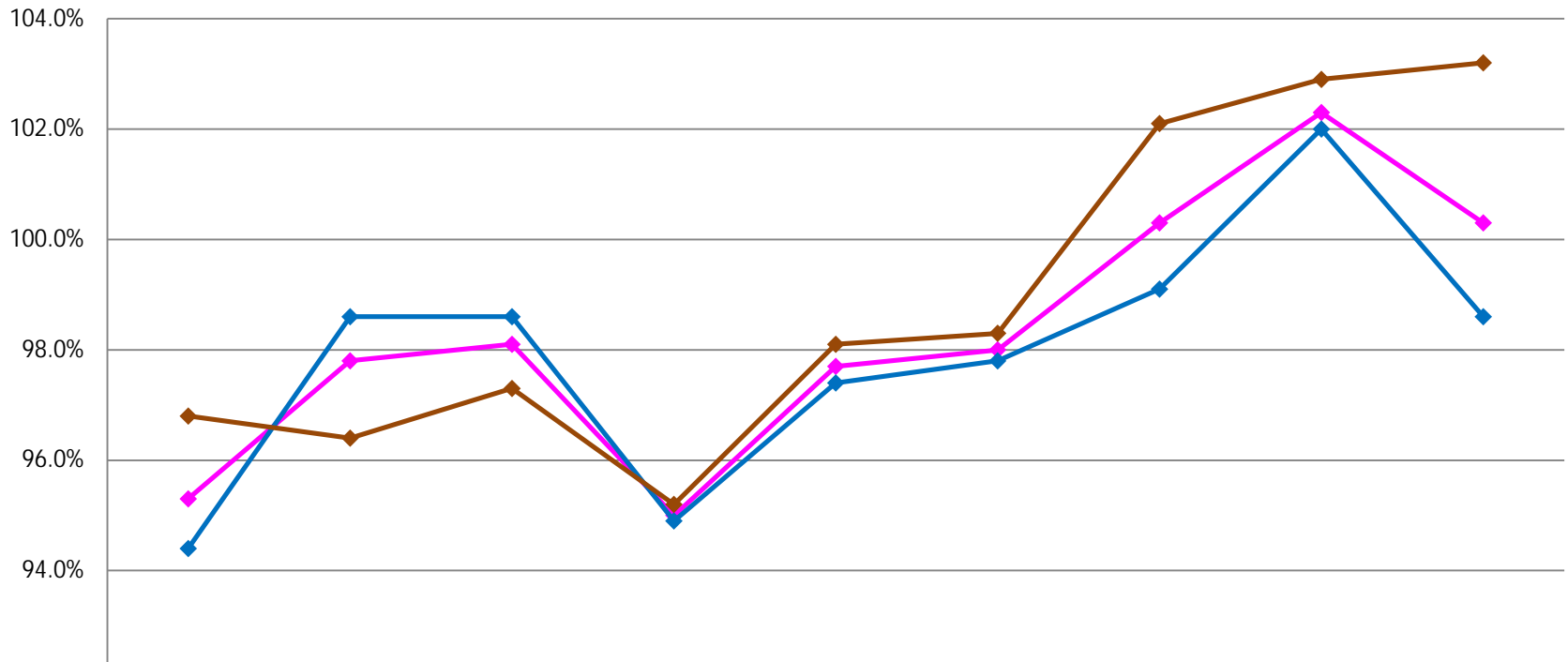
全社	98.9%	103.2%	102.7%	99.5%	102.4%	102.8%	103.9%	105.7%	102.2%
飲食事業	98.4%	103.4%	101.9%	98.3%	101.3%	101.4%	101.6%	104.5%	100.0%
アミューズメント事業	100.5%	102.6%	104.7%	102.9%	105.5%	106.6%	110.4%	109.6%	109.4%

既存店客数前年同月比(推移)

当社グループ 月次既存店客数前年同月比の推移(セグメント別)

客数は上半期においては、前年同期にランチ中止店舗や営業時間変更の店舗があったことにより100%を下回って推移するものの、下半期においては、当社の運営する予約コールセンターの寄与等もあり、概ね100%を超過して推移。

(2014年11月においては、前年と比べ金曜日が1日少ない為、飲食事業で100%を下回る。)

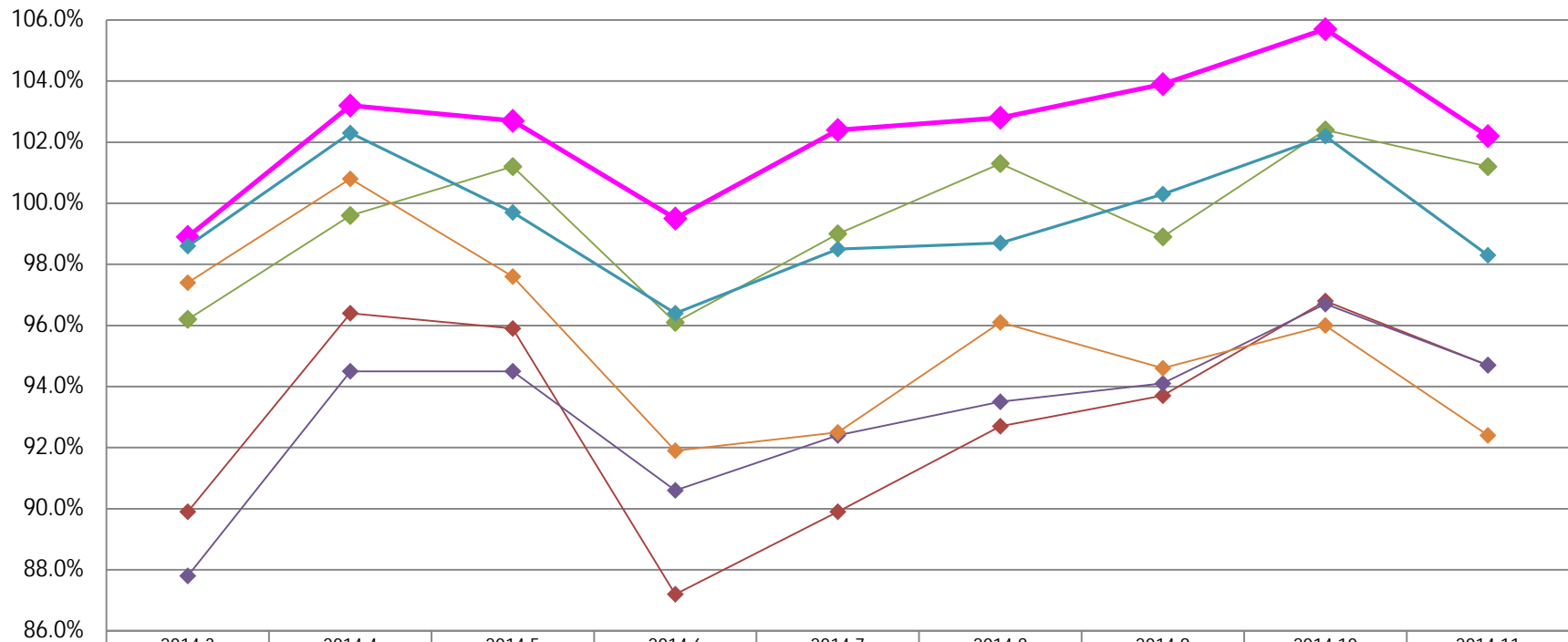


全社	95.3%	97.8%	98.1%	95.0%	97.7%	98.0%	100.3%	102.3%	100.3%
飲食事業	94.4%	98.6%	98.6%	94.9%	97.4%	97.8%	99.1%	102.0%	98.6%
アミューズメント事業	96.8%	96.4%	97.3%	95.2%	98.1%	98.3%	102.1%	102.9%	103.2%

既存店売上高前年同月比(他社比較)

月次売上高前年同月比の推移 (居酒屋系企業比較)

居酒屋系大手企業は月次売上高既存店前年同月比において100%を大きく下回るなか、当社グループは概ね100%を超過。



	2014.3	2014.4	2014.5	2014.6	2014.7	2014.8	2014.9	2014.10	2014.11
当社グループ	98.9%	103.2%	102.7%	99.5%	102.4%	102.8%	103.9%	105.7%	102.2%
A社	89.9%	96.4%	95.9%	87.2%	89.9%	92.7%	93.7%	96.8%	94.7%
B社	96.2%	99.6%	101.2%	96.1%	99.0%	101.3%	98.9%	102.4%	101.2%
C社	87.8%	94.5%	94.5%	90.6%	92.4%	93.5%	94.1%	96.7%	94.7%
D社	98.6%	102.3%	99.7%	96.4%	98.5%	98.7%	100.3%	102.2%	98.3%
E社	97.4%	100.8%	97.6%	91.9%	92.5%	96.1%	94.6%	96.0%	92.4%

(注) A社～E社:居酒屋業態を運営している大手上場企業5社。当社独自の調査による。

連結B/S サマリー

(単位: 百万円)

	前期 期末	当期 第3四半期末	増減		前期 期末	当期 第3四半期末	増減
流動資産	5,065	5,730	+ 665	流動負債	4,464	5,381	+ 917
┆ 有形	2,526	3,120	+ 594	固定負債	4,967	5,661	+ 694
固定資産┆ 無形	406	692	+ 285	負債合計	9,431	11,043	+ 1,612
┆ 投資他	4,423	4,613	+ 190	資本金	502	502	-
固定資産合計	7,356	8,426	+ 1,070	資本剰余金	492	492	-
				利益剰余金	1,958	2,101	+ 142
				自己株式	71	71	0
				為替換算調整勘定	89	69	19
				新株予約権	20	20	-
				純資産合計	2,990	3,114	+ 123
資産合計	12,422	14,157	+ 1,735	負債純資産合計	12,422	14,157	+ 1,735

コメント

- ・流動資産
現金及び預金402百万円増加等に伴い、流動資産は増加。
- ・固定資産(有形)
新規出店による設備投資及びM&Aにより取得した店舗の影響により、固定資産(有形)は増加。
- ・固定資産(無形)
シンガポールの飲食企業の株式取得及び子会社の事業譲受等により固定資産(無形)は増加

コメント

- ・流動負債
新規出店及びM&A需要等に備えた1年内返済予定の長期借入金等の増加等により流動負債は増加
(第2四半期累計期間との対比では215百万円の減少)
- ・固定負債
社債は償還により減少するも、新規出店及びM&A需要等に備えた長期借入金为上回り、固定負債は増加。
- ・純資産合計
主に利益剰余金の増加により純資産は増加。

連結B/S サマリー(ご参考)

(単位: 百万円)

	前期 期末	当期 第3四半期末	増減
短期借入金	58	0	58
長期借入金	4,432	6,053	+ 1,621
社債	1,410	1,060	350
小計	5,900	7,113	+ 1,213
リース債務	210	130	79
割賦未払金	606	488	118
小計	816	619	197
合計 +	6,717	7,732	+ 1,015
有利子負債依存度(%)	54.1%	55.3%	+1.2point
D/Eレシオ	2.26倍	2.50倍	-
Net D/Eレシオ	0.96倍	1.12倍	-
自己資本比率	23.9%	21.9%	2.0point

店舗数及び出退店状況

- n 飲食事業(国内)においては前期に業態集約した高収益業態の出店に注力。
- n 飲食事業(海外)においては、2014年8月に米国ハワイ州に1店舗を出店。
アジア圏においては、M & Aにより取得した6店舗(2014年4月30日付)にとどまることなく、積極的に事業拡大を図る。
- n アミューズメント事業においては、2014年11月に当社グループ初となる九州地方(博多/中州)へ出店。

	2014年2月期(前期) 通期				2015年2月期(当期) 第3四半期累計			
	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(国内)	10	41	15	175	18	5	3	188
飲食事業(海外)	0	0	1	1	7	0	0	8
飲食事業 計	10	41	16	176	25	5	3	196
アミューズメント事業 計	3	0	3	43	3	0	1	45
連結合計	13	41	19	219	28	5	4	241

(注1) 飲食事業(国内)の新規出店18店舗のうち、8店舗は事業譲受による増加であります。

(注2) 飲食事業(国内)の業態変更について、業態変更による店舗集約により店舗数が2店舗減となっております。

(注3) 飲食事業(海外)の新規出店数7店舗のうち、6店舗は、2014年4月30日に全株式取得により完全子会社化した

「KOMARS F&B PTE.LTD. (現Diamond Dining Singapore Pte.,Ltd.)」が運営する飲食店6店舗であります。

2014年2月期 第3四半期累計 出店情報

セグメント	会社	第1四半期 出店実績			第2四半期 出店実績			第3四半期 出店実績		第4四半期出店予定		
飲食事業 セグメント	DD	今井屋 <small>今井屋本店</small>			麗摩ごかもん <small>麗摩ごかもん</small>			わらやき屋 <small>わらやき屋</small>		わらやき屋 <small>わらやき屋</small>	わらやき屋 <small>わらやき屋</small>	新業態
	GM・SP	熱中屋 <small>熱中屋</small>	熱中屋 <small>熱中屋</small>	○金 <small>○金</small>	熱中屋 <small>熱中屋</small>	熱中屋 <small>熱中屋</small>	熱中屋 <small>熱中屋</small>	熱中屋 <small>熱中屋</small>		熱中屋 <small>熱中屋</small>	熱中屋 <small>熱中屋</small>	熱中屋 <small>熱中屋</small>
								事業譲受により、関東圏に8店舗の九州料理業態(居酒屋)を取得				
	海外 (米国)				Buho Cocina y Cantina					Hawaiian Deli		
	海外 (アジア)	M & Aにより、シンガポールに 6店舗のラーメンdiningを取得										
アミューズメント 事業セグメント	BG	BAGUS <small>BAGUS</small>			BAGUS <small>BAGUS</small>			BAGUS <small>BAGUS</small>				

上記赤枠内の店舗については、出店済みの店舗。
 上記青枠内の店舗については、出店が決定している店舗。

第3四半期出店店舗(抜粋)

九段下 わらやき屋

東京都千代田区九段北1-3-5
 第二九段清新ビル1・2F



九州熱中屋 東京駅中央通りLIVE

東京都中央区八重洲2-1-4
 松勇八重洲ビルB1F



「es」 nakasu Rooftop Garden BAGUS

福岡県福岡市博多区中洲4-6-12
 Prato NAKASU 9F-10F



中期経営計画と実績比較

- 中期経営計画1年目と実績見込(当期)の比較については、2回の上方修正により、利益面において大きく上回る見込み。
- 中期経営計画2年目と実績見込(当期)の比較については、経常利益は計画を上回る見込み。12月の売上及び利益の最大化により、当期に中期経営計画2年目の計画に対し、大幅な利益超過を目論む。

(単位:百万円)

下段	中計1年目計画 (当期)	中計2年目計画 (来期)	中計1年目実績見込 (当期)	中計1年目計画VS 中計1年目実績見込対比	中計2年目計画VS 中計1年目実績見込対比
	対売上高構成比(%)	対売上高構成比(%)	対売上高構成比(%)	増減率(%)	増減率(%)
売上高	25,427	26,450	25,916	+ 489	533
	-	-	-	+1.9%	2.0%
営業利益	607	1,091	1,037	+ 430	53
	2.4%	4.1%	4.0%	+70.9%	4.9%
経常利益	507	942	978	+ 471	+ 36
	2.0%	3.6%	3.8%	+93.0%	+3.9%
当期純利益	89	305	302	+ 213	2
	0.4%	1.15%	1.17%	+238.0%	0.8%

1. はじめに

2. 連結業績結果

3. 当社グループの変遷

4. 事業戦略

5. トピックス

6. 既存株主様及び個人投資家方々へ

7. 当社グループの店舗(ブランド)紹介

グループ理念

『GIVE “FUN & IMPACT” TO THE WORLD.』

驚きと楽しみを世界中の人々に与えていきたい

Diamond Dining Quality (グループ行動指針)

『熱狂宣言』

私たちダイヤモンドダイニンググループはエンターテインメント性を追求し、
全てのステークホルダーの期待を超越する為に熱狂します。

私たちの目指す姿

『世界NO.1のエンターテインメント企業グループ』

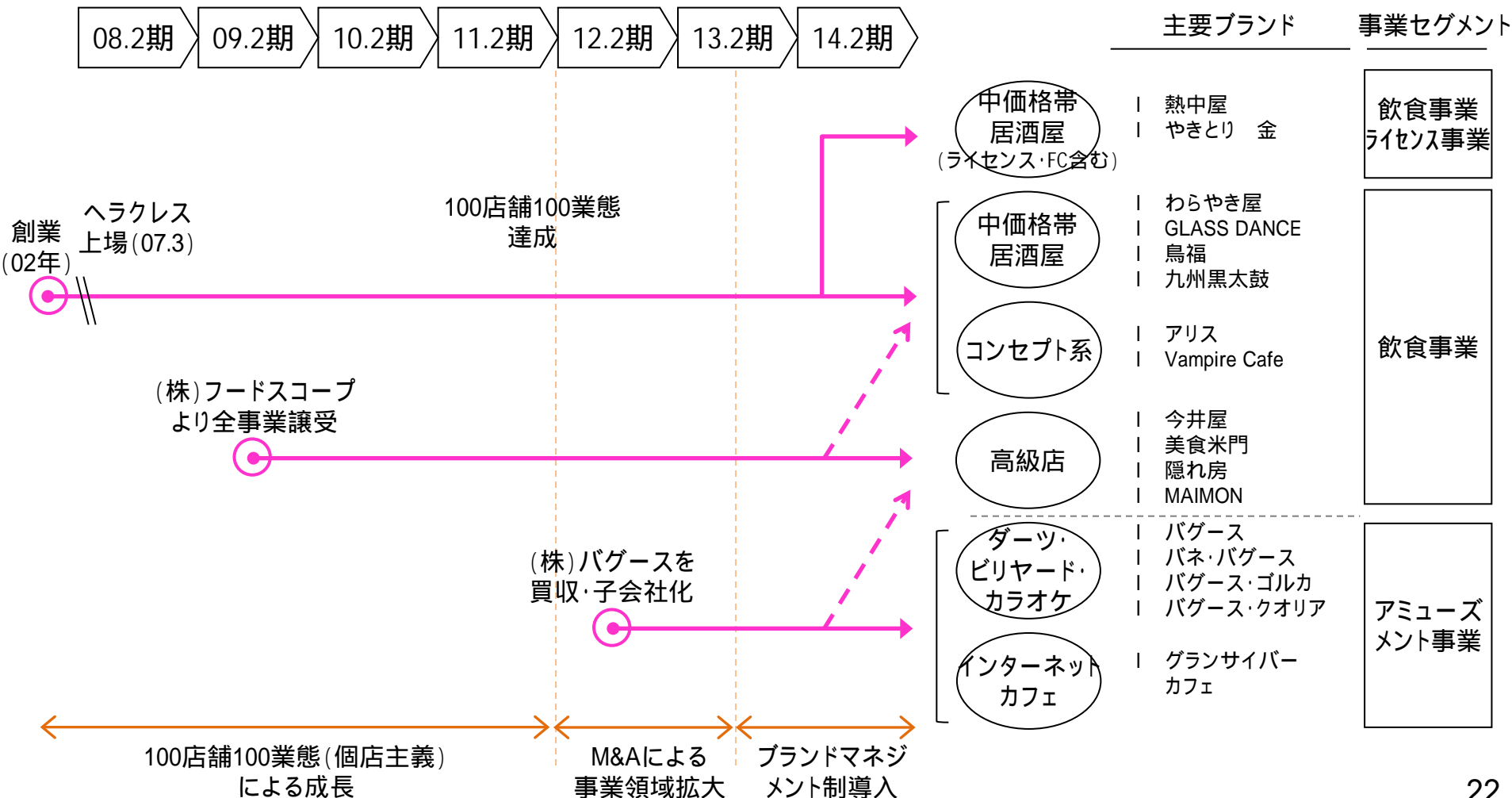
突き抜けたエンターテインメント力で
圧倒的に差別化された企業グループ

当社グループの変遷

100店舗100業態達成後は、事業領域拡大及びM & Aに注力。
その後、マルチコンセプト戦略(個店主義)からマルチ(複数)ブランド戦略へと戦略転換。

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

15.2期の業態別ブランドポートフォリオ



1. はじめに
2. 連結業績結果
3. 当社グループの変遷
4. 事業戦略
5. トピックス
6. 既存株主様及び個人投資家方々へ
7. 当社グループの店舗(ブランド)紹介

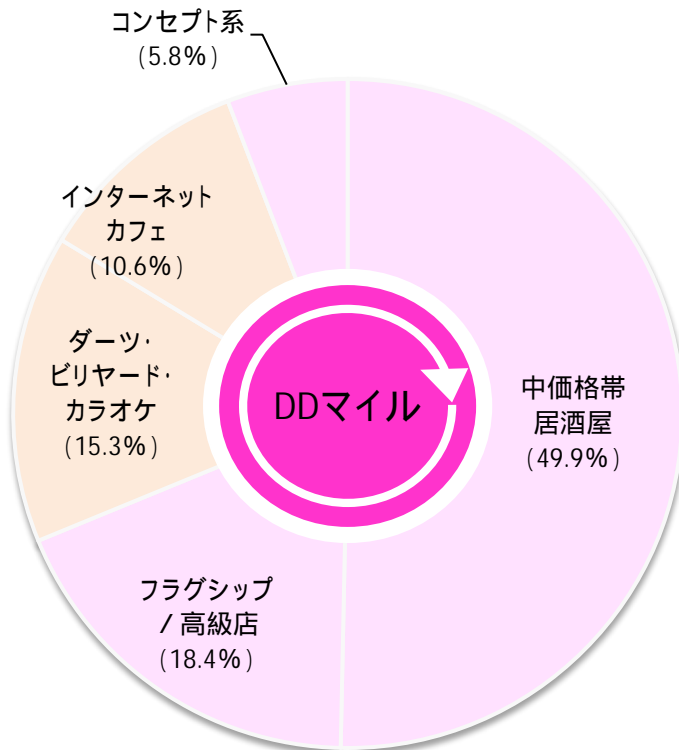


当社の強み

ブランドマネジメント戦略

- ブランド毎に1,000円～17,000円と客単価に幅があるため、景気変動リスクの吸収が可能。
- 幅広いブランドを所持している為、特定の食材への依存リスクが小さい。

業態別売上高比率



- 飲食事業に含まれる業態
- アミューズメント事業に含まれる業態

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 	<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 Café Christon 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 B-net 	<ul style="list-style-type: none"> 単価1,100円程度 	利益額獲得追求

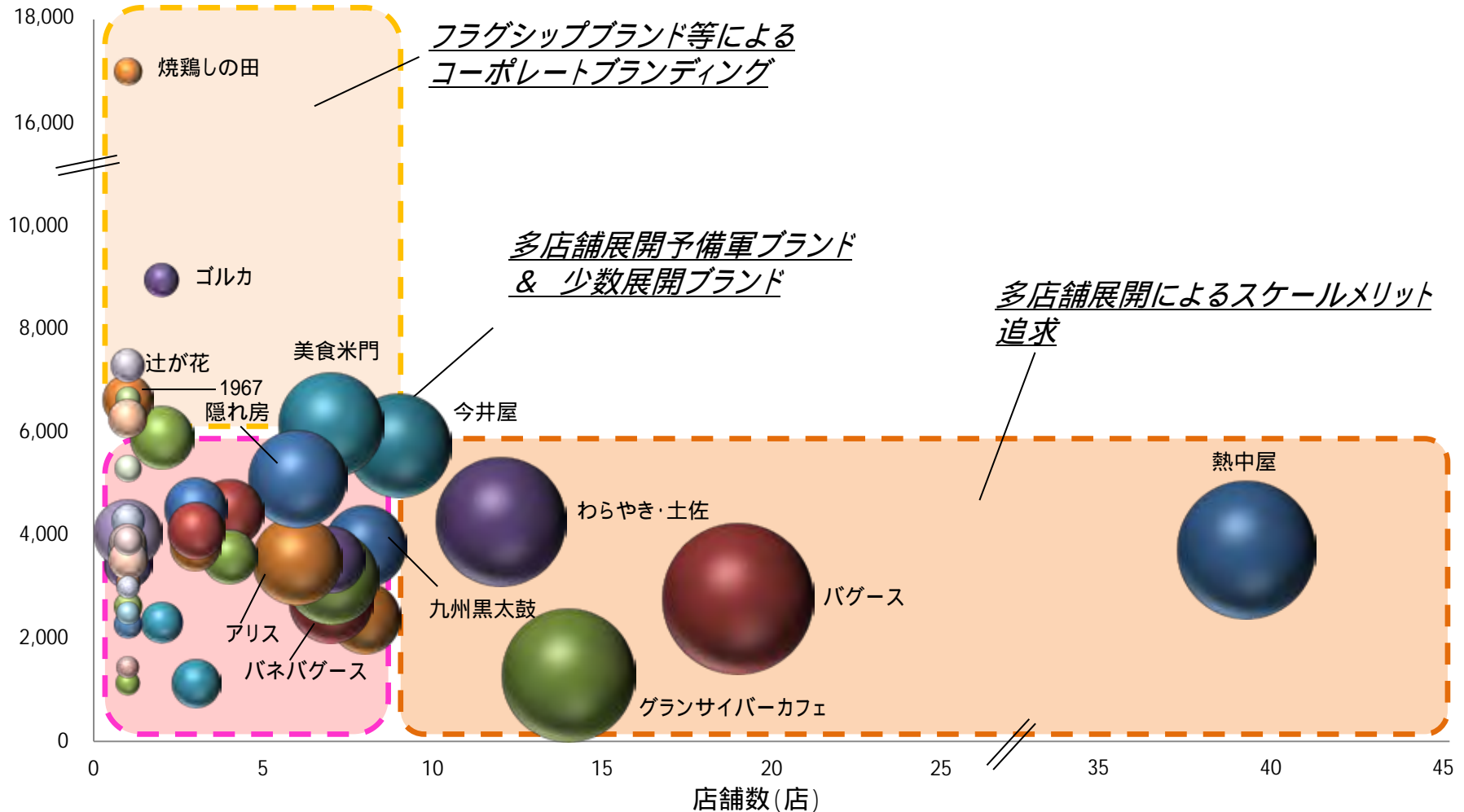
(注) 単価はディナー単価の意

ブランドマネジメント戦略 -

- ブランドごとの特性やグループ内の役割を明確化し、ポートフォリオを形成。
- 店舗ごとに役割及び特性が異なることから、お客様の回遊が可能。

ブランド別の客単価・店舗数(2015年2月期 第3四半期累計 実績ベース)

客単価(円)



(注1) 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。

マルチコンセプト戦略(個店の強み)とマルチブランド戦略(チェーン店の強み)の融合 + M & A や海外展開を推進する当社グループ独自の成長戦略。

縦成長

新規業態の立ち上げ

- ・多店舗化ブランドの新業態開発
- ・コーポレートブランディングとなるフラグシップ業態の開発

マルチコンセプト戦略による強み

横成長

業態のチェーンオペレーション化による多店舗展開推進

- ・既存業態及び新規開発業態の多店舗化マネジメント
- ・スケールメリットの享受

マルチブランド戦略による強み



M & A・海外展開

収益基盤の多様化(拡大)

- ・ASEAN地域への本格的進出
- ・国内外を問わないM & Aによる企業規模の拡大

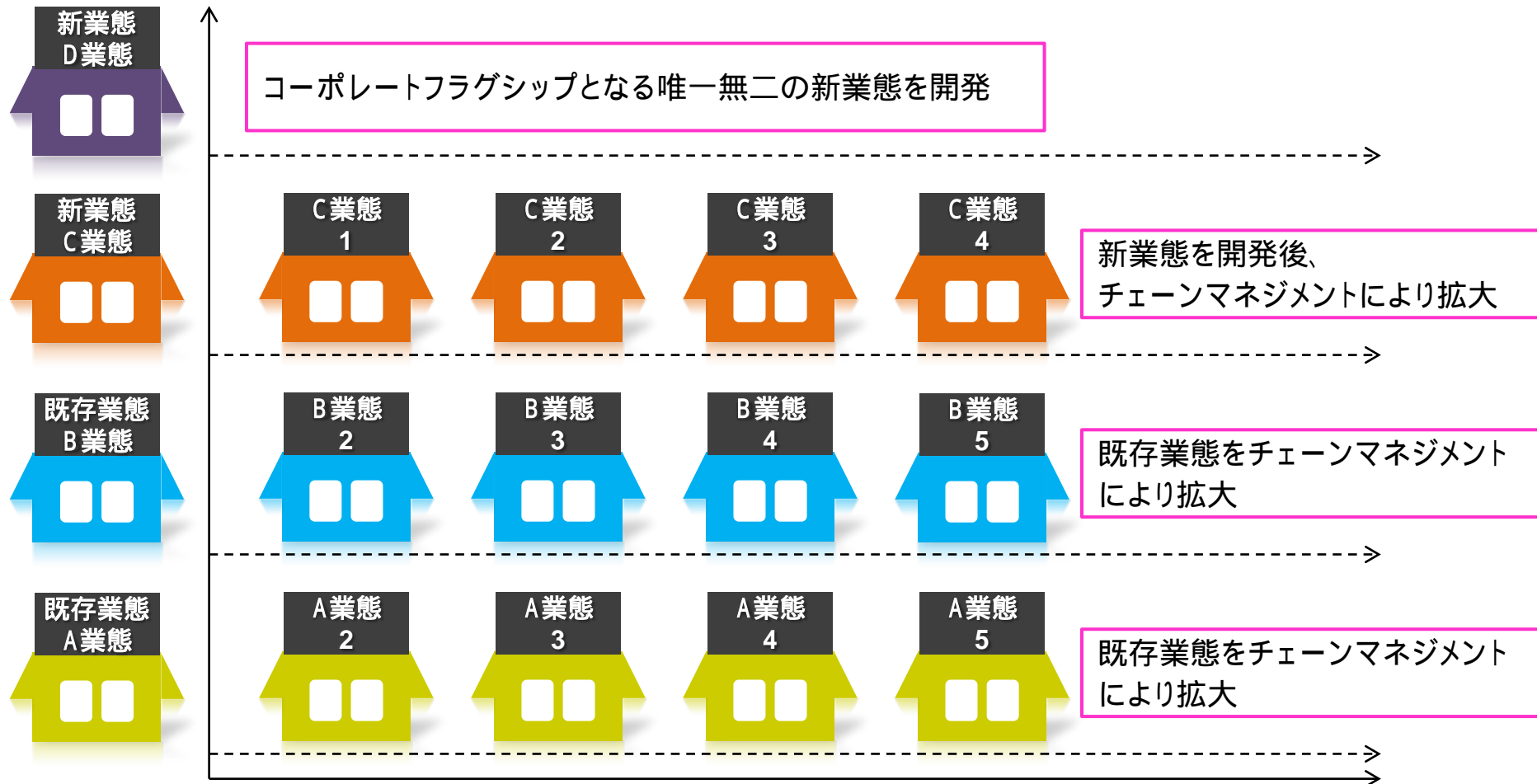
今まで培ったノウハウの強み



世界NO.1の
エンターテイメント
企業グループ

他社が模倣出来ない
絶対的な存在

マルチコンセプト戦略(個店の強み)とマルチブランド戦略(チェーン店の強み)の融合が終了し、両戦略を活用した更なる成長戦略を推進。





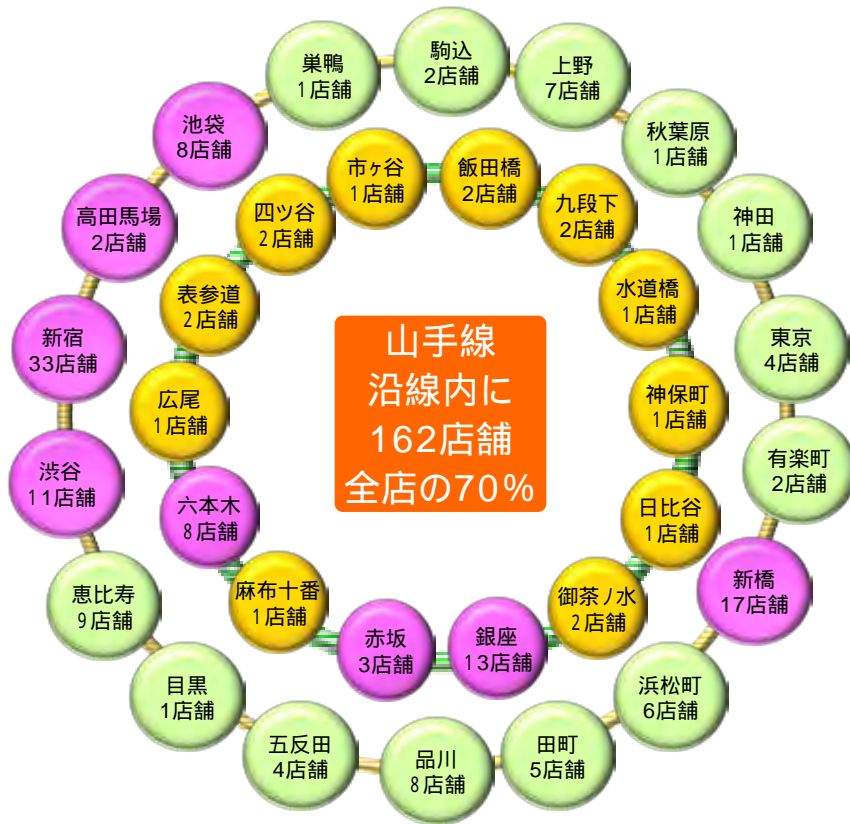
当社の強み

出店戦略

出店戦略 - (国内)

- 山手線沿線内出店数は居酒屋業界トップクラスの162店舗(当社グループ国内全店舗の70%)。
- ドミナント出店するも、多様な業態を保持していることからカニバリゼーションを回避。

2014年11月末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	33店舗	渋谷	11店舗
飲食	26店舗	飲食	6店舗
アミューズメント	7店舗	アミューズメント	5店舗
新橋	17店舗	六本木	8店舗
飲食	15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	13店舗	赤坂	3店舗
飲食	7店舗	飲食	2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	8店舗	高田馬場	2店舗
飲食	5店舗	飲食	1店舗
アミューズメント	3店舗	アミューズメント	1店舗

同地域にドミナント出店(集中出店)するも、



各店舗で上記がそれぞれ異なることから、

カニバリゼーションを回避

- 米国ハワイ州において、2014年8月に1店舗の新規出店、当期第4四半期に1店舗を新規出店予定。2017年2月期には5店舗体制を構築を目論む。
また、同ハワイ州にて新規にウェディング事業を開始。
- アジア圏においては、M&Aにより取得したシンガポールのラーメンダイニング6店舗を皮切りに東南アジア圏での事業展開の本格稼働を目論む。

米国ハワイ州

子会社4社

2店舗の飲食店の経営

ワイキキショッピングプラザの
屋上にメキシカン & Sky Bar

アラモアナショッピングセンター
近くに日本食レストラン

同ハワイ州においてウェディング
事業を開始

飲食とウェディングのシナジー創出

シンガポール

子会社1社

6店舗の飲食店の経営

ラーメン店を5店舗経営

カフェを1店舗経営

・東南アジア圏での事業拡大

・非アルコール業態の拡大



当社の強み

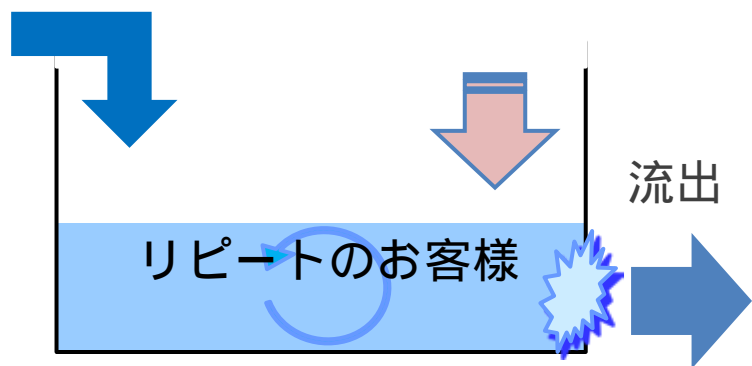
集客・販促戦略

n 当社グループのCRM戦略における前提

新規のお客様中心のフロー型からリピートのお客様中心のストック型への移行推進。
(2013年2月期より導入)

< 導入以前 >

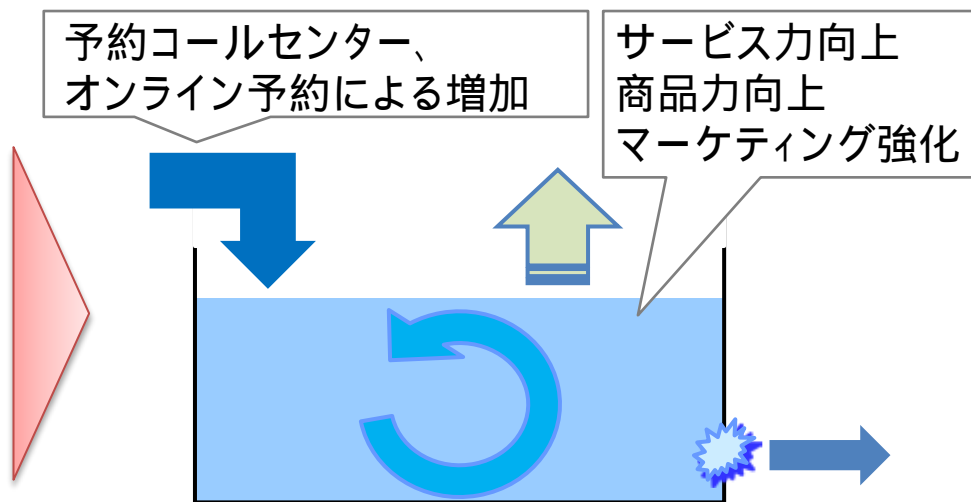
新規のお客様中心型



【水位が徐々に下がる状態】
流入も多いが、それ以上に流出が多く、既存店は前年比を下回る状態。

< 導入後 >

リピートのお客様中心型

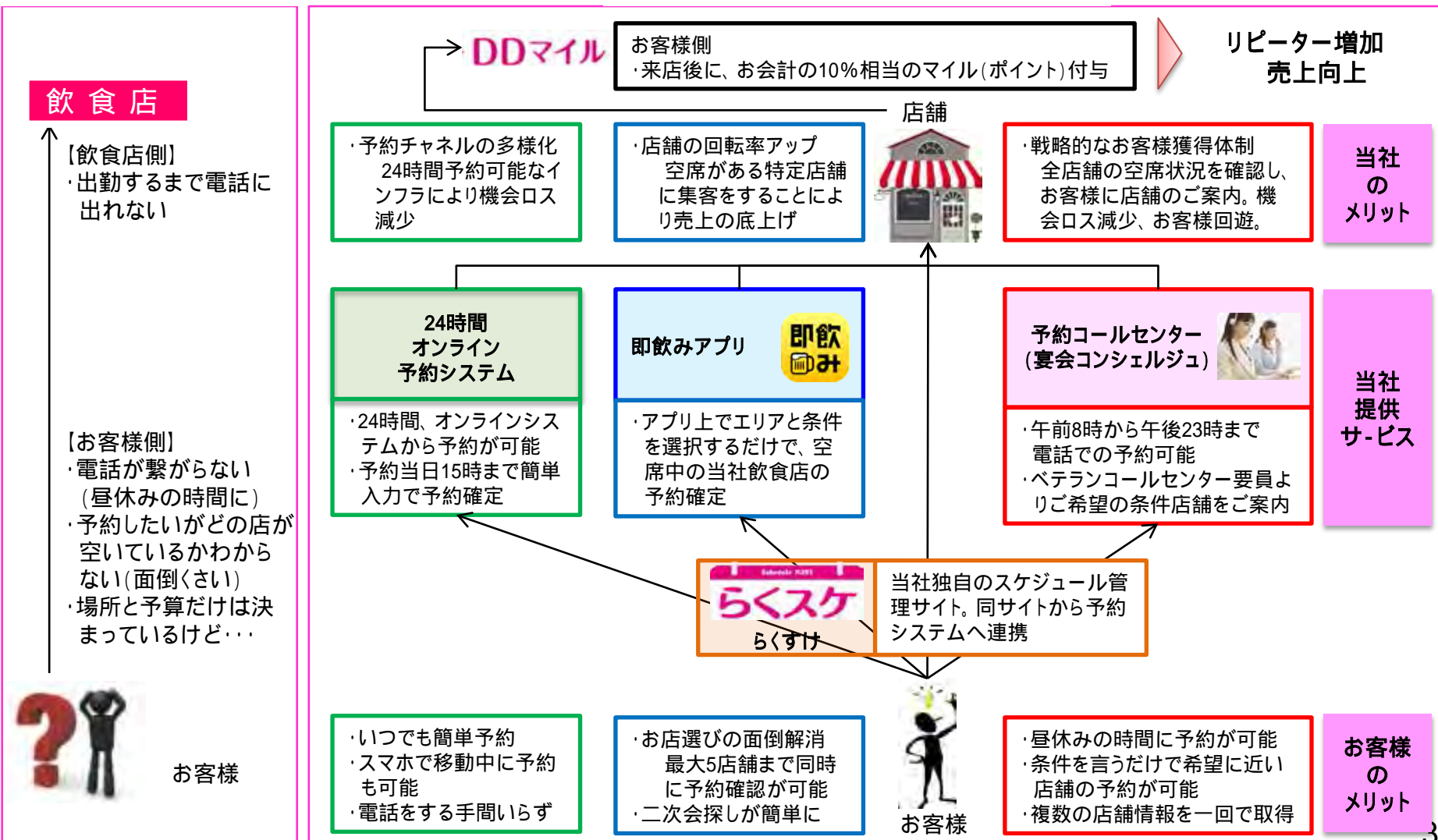


【水位が徐々に上がっていく状態】
流入を増加させ、流出を少なくし、“顧客のプール”を大きくしていく。その中で、リピートを促進し収益を安定的に大きくする。

「DDマイル(当社グループ独自のご予約者様専用のポイント制度)」を中心としたCRM戦略により、お客様満足度向上と当社グループ店舗の売上高向上を同時に実現。

【従来の飲食店等への予約】

【当社グループのCRM予約管理システム】



(ご参照) DDマイルについて

- n DDマイルは当社グループ独自のポイントシステムです。
- n 店舗を予約してご利用頂くだけで、自動的にマイルが貯まります。
- n 会員カードや年会費等の手数料も不要です。
- n お会計総額の約10%相当が予約者に貯まります。

【DDマイル概要】



**事前予約でお会計総額の
約10%相当が予約者様に貯まる!**

- ※当日17時までの予約に限ります。
- ※バグース店舗ではお会計金額と連動になります。

予約については、当日17時までの予約に限ります。

その他、詳細につきましては当社ホームページよりご確認ください。

<http://www.diamond-dining.jp/ddmile/>

【DDマイルの交換可能商品例】



＼お得に貯めて、お得に使おう！
DDマイル交換サービス

賞品
15,000マイルからの交換可能
海外・国内旅行、人気家電、食品など
100種類以上!!

ハワイ旅行 250,000マイル

大型テレビ	PlayStation 4	ホームシアター	おもちゃ	高級鍋	ノンフライヤー
自転車	イオンドライヤー	ソファ	アンブレラ	ワイングラス	キッチンツールセット
紳士ウォッチ	掃除機	アンプ	ミシン	チェア	ホットプレート
ヘアアイロン	フォーマルバッグ	靴下	メモプリンター	エスプレッソマシン	NINTENDO 3DS
白ハ・新島焼酎	ずわい酒	和菓子	焼菓子	和菓子	和菓子

※写真はイメージです。 ※贈品内容、数量に関しては予告により変更となる場合がございます。
※商品は予告なく変更となる場合がございます。詳しくはマイページでご確認ください。

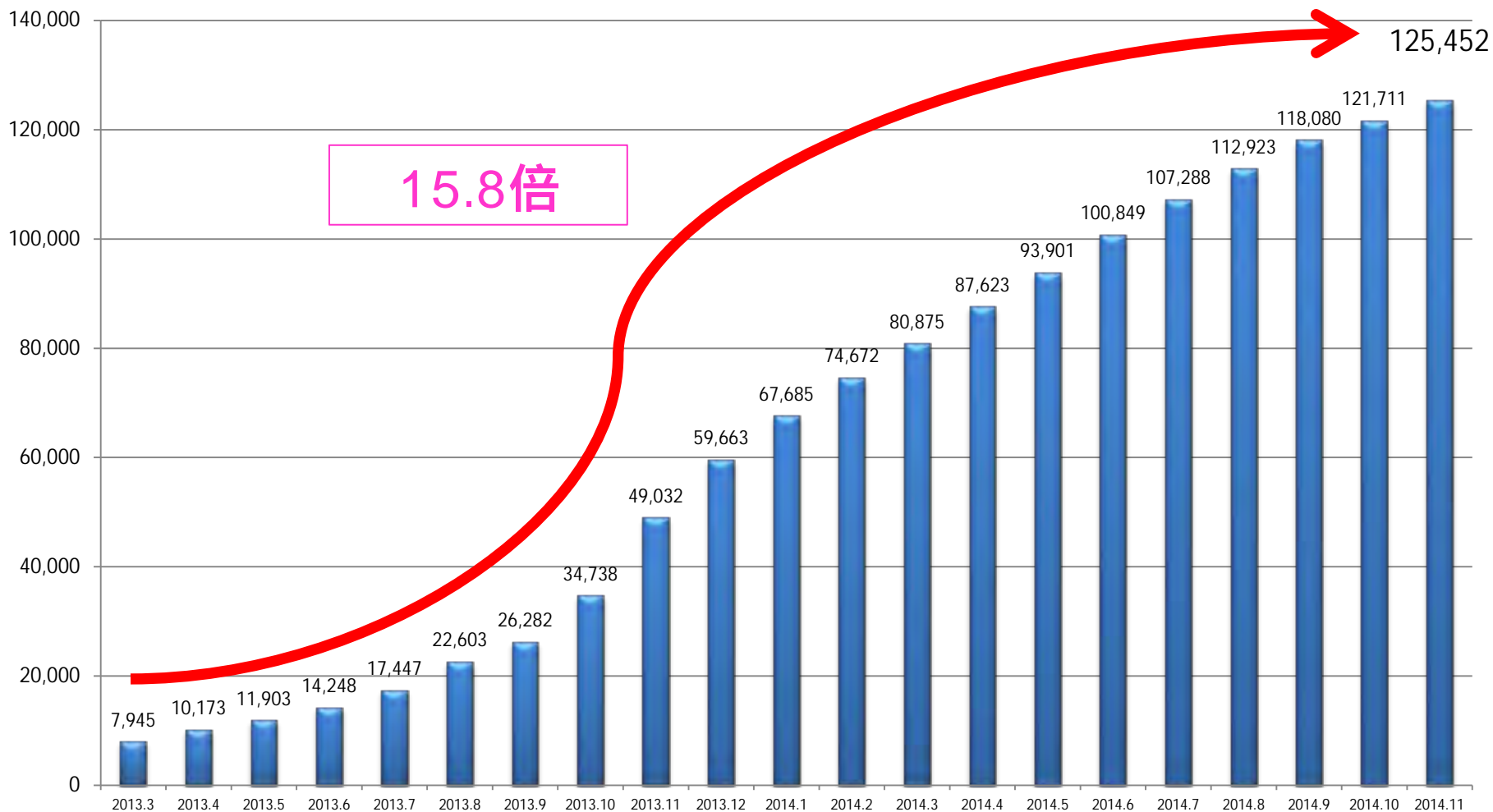
集客・販促戦略 -

DDマイル会員数は12万名を突破。

1年半程度の期間で約15.8倍の会員数となり、着実に会員数を伸ばしている。

(会員数/名)

【DDマイル累計会員数推移(2013年3月～)】



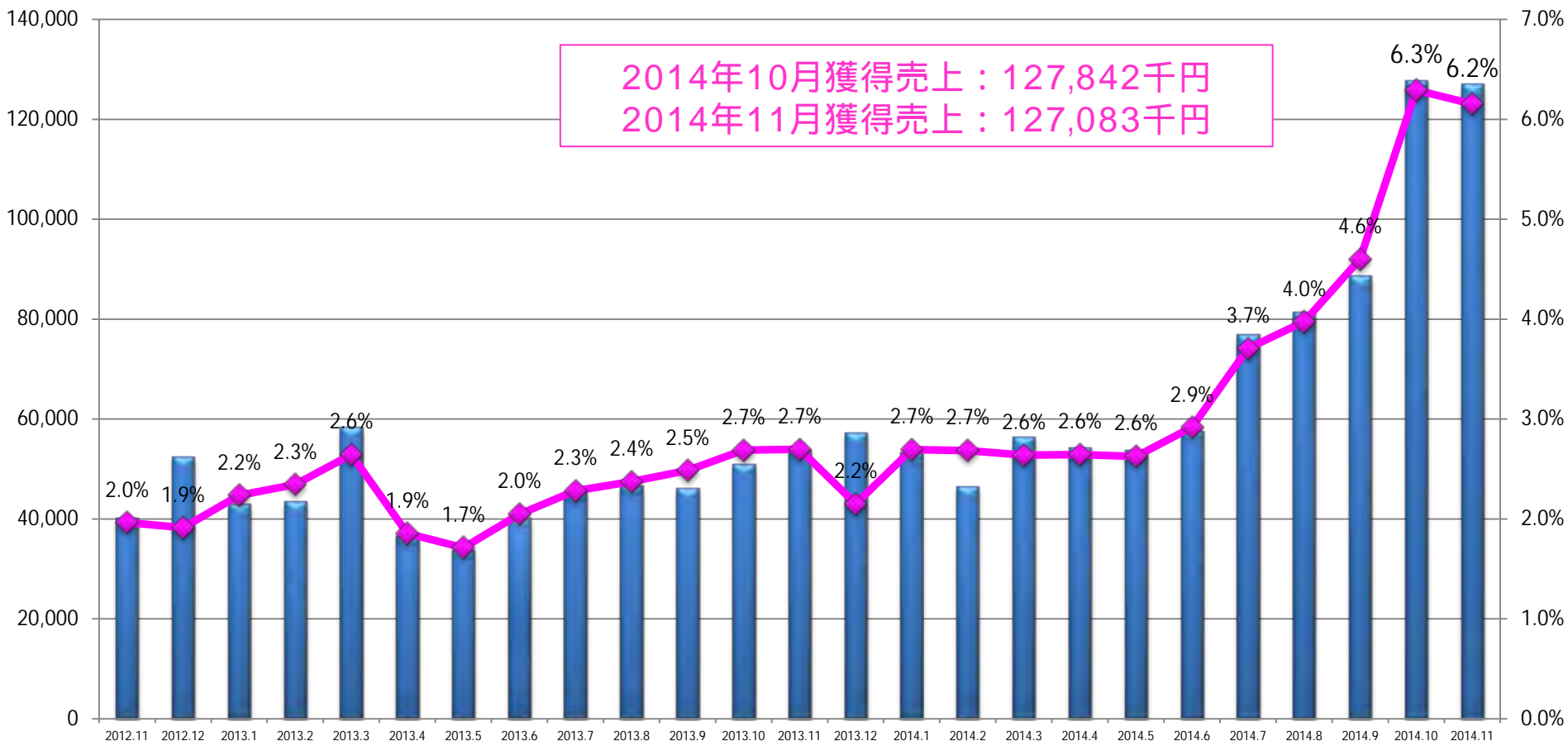
集客・販促戦略 -

■ 自社運営のコールセンターとオンライン予約システムにより、国内全社売上高の6%を獲得。
 コールセンターシステム強化により更なる獲得売上高向上を目論む。

【コールセンター・オンライン予約の獲得売上】

獲得売上
 (単位:千円)

売上構成比
 (国内全社売上に対して)



2014年10月獲得売上：127,842千円
 2014年11月獲得売上：127,083千円

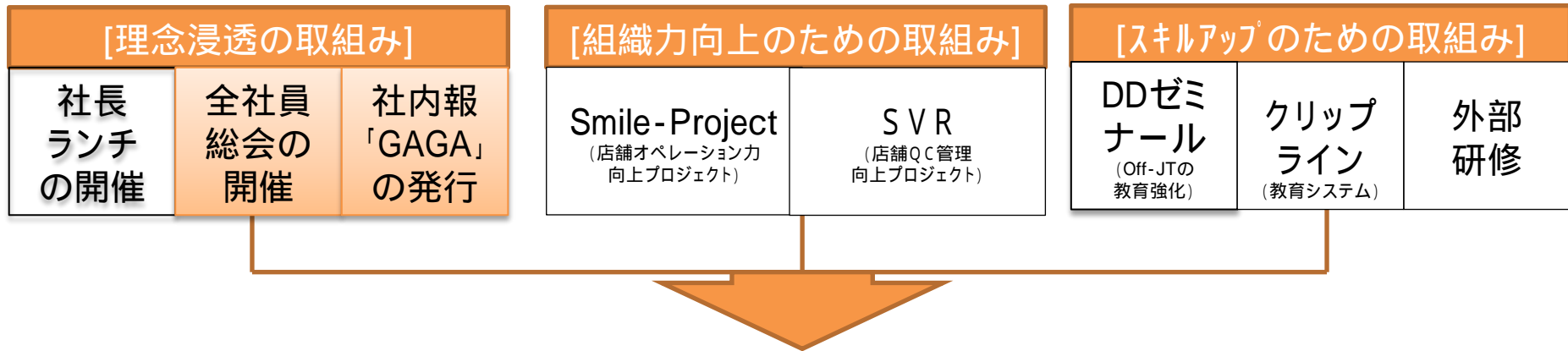
(注1) 2014年10月～11月について、当社グループ一部のブランド店舗について、コールセンターの受付方法を変更した関係により、2014年11月の売上構成比が同年10月に比べ 0.1%となっております。



当社の強み

人材育成戦略

- 「理念浸透」を目的とし、全社員が集う「DDG- Convention」(社員総会)を3ヶ月毎に開催、社内報を2ヶ月毎に発行、社長ランチは原則、毎週1回開催。
当社グループの理念およびビジョンの共有により、精神的なスキルアップを図る。



「理念浸透」を目的とした長期的人材育成

社内報(隔月・年6回発行予定)

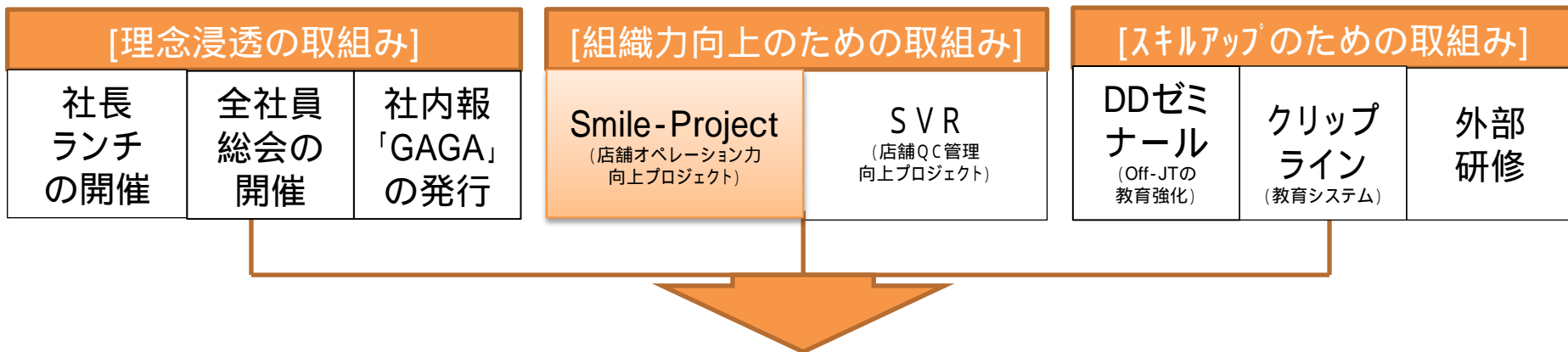


社長: 松村自らが、理念浸透 + 「ES」の向上をはかる



人材育成戦略 -

- n 「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つであり、iPad miniを使用した「近代的教育システム」。
- n 個人ごとにカルテを用意しており、同カルテをシステムにて一括管理。



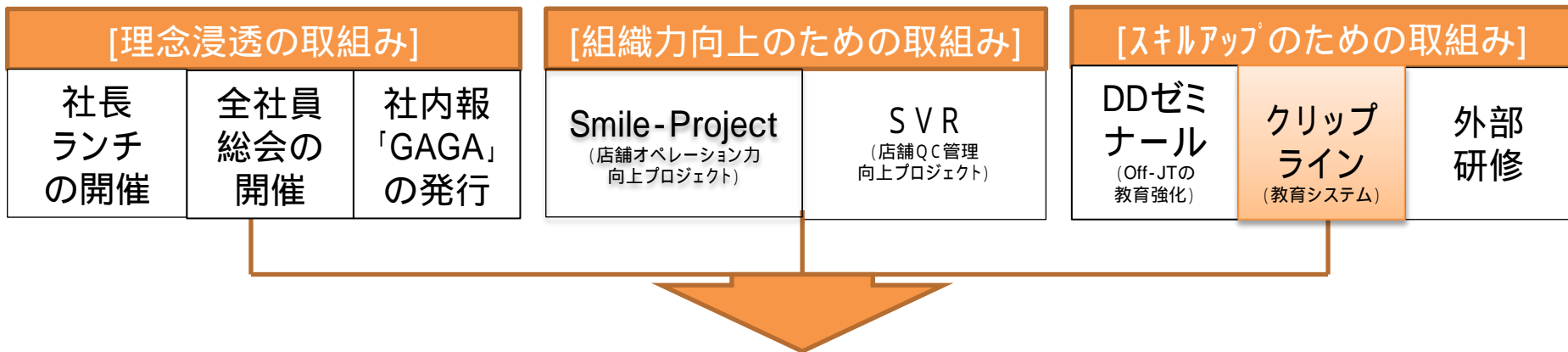
社員およびパートナー（アルバイト）のレベルアップと定着率向上



(iPad-mini上の画面サンプル)

人材育成戦略 -

- 「クリップライン」とは、教育とコミュニケーションが活性化されることにより、理想のサービスマネジメント実現すること目的とした教育システム。
- 通常、スーパーバイザー等が直接店舗に出向き、指導しなければならない教育を同システムの動画を使用し、コミュニケーションをデジタル化。



社員およびパートナー（アルバイト）のレベルアップと定着率の更なる向上



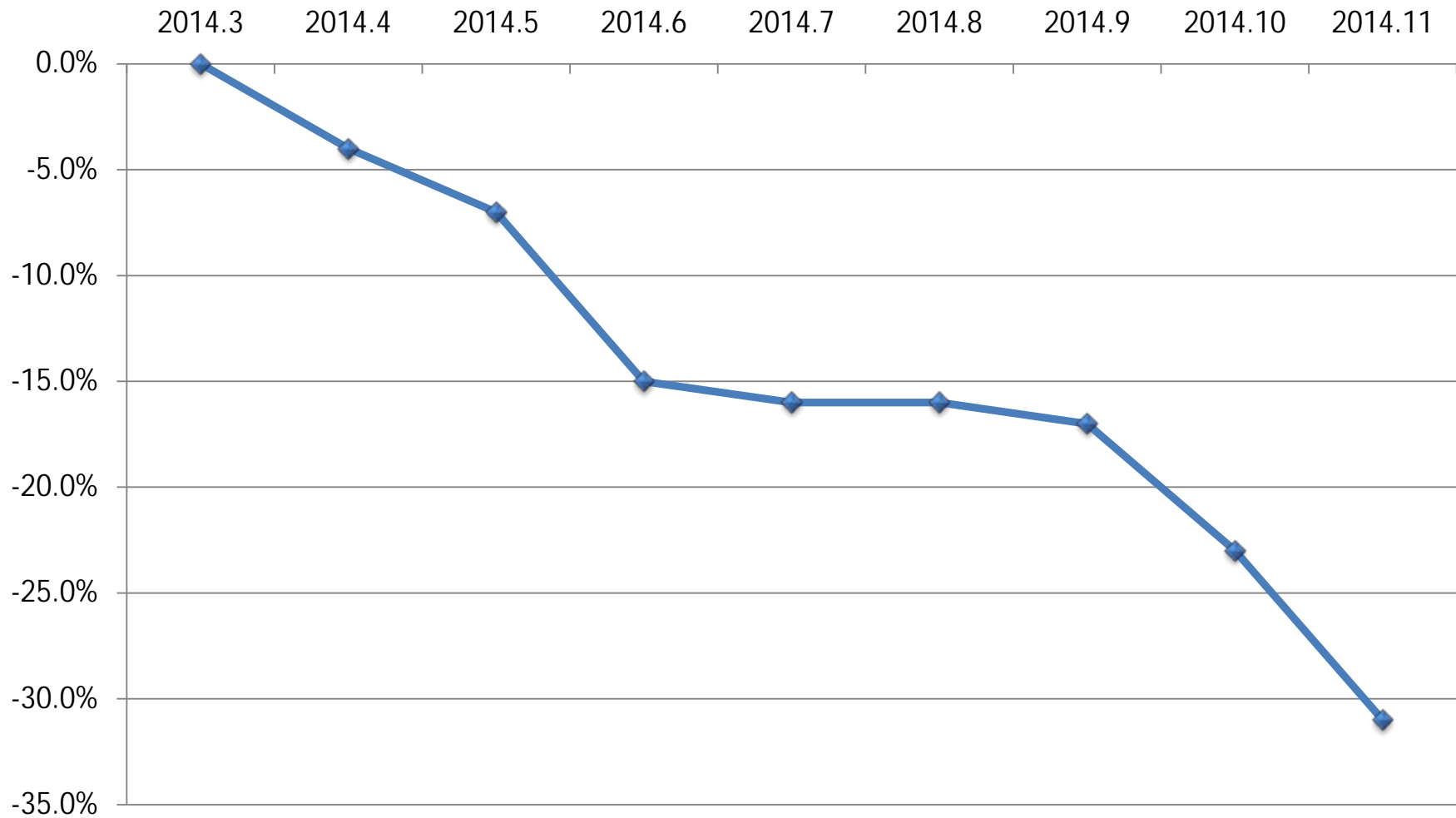
(iPad-miniを使用)



(使用イメージ)

人材育成戦略 -

「理念浸透」「スマイルプロジェクト」「クリップライン」等の人材育成戦略により、パートナー(当社アルバイトの呼称)の離職率は大幅に低下。
離職率を低減させることにより、外食業界で問題視されている人材難をクリア。



期首である2014年3月を0(ゼロ)と仮定し、各月の離職率の増減を表記

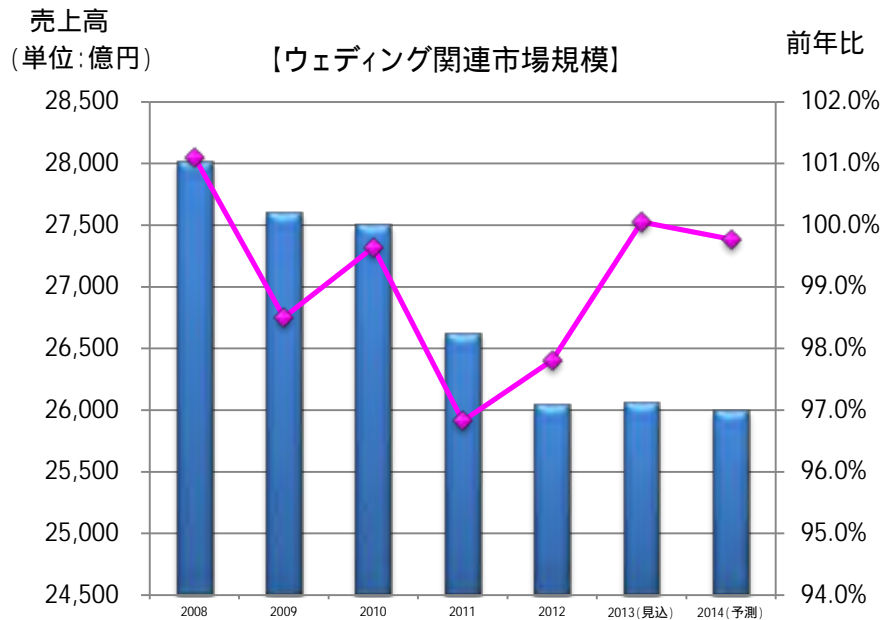
1. はじめに
2. 連結業績結果
3. 当社グループの変遷
4. 事業戦略
5. トピックス
6. 既存株主様及び個人投資家方々へ
7. 当社グループの店舗(ブランド)紹介

トピックス -

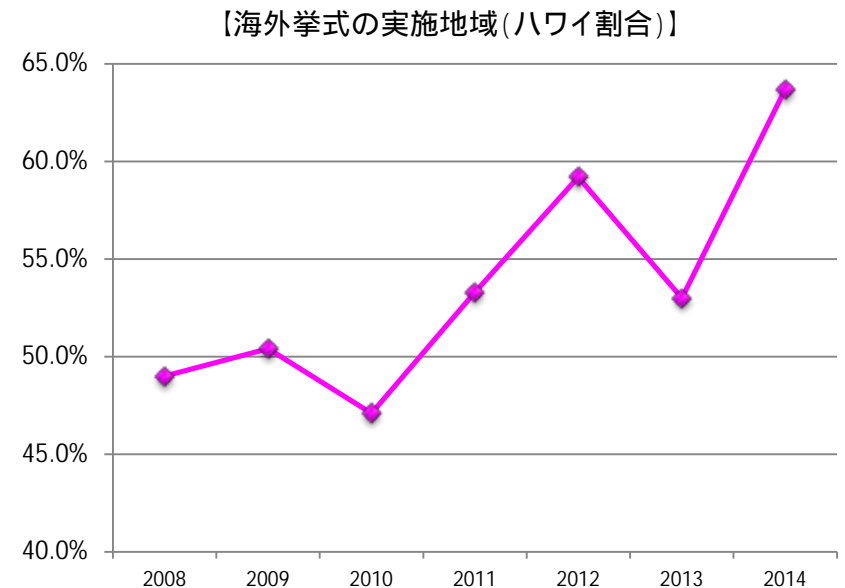
- 2014年11月28日、東京証券取引所JASDAQ市場から東京証券取引所市場第二部へ市場変更。
- 今後も更なる社会的信用力の増大、自己資本充実等の財務体質強化を実現させ、持続的な成長を図ってまいります。



- 米国子会社「Diamond Dining International Corporation」が、ハワイウェディング事業を譲り受ける。「Diamond Wedding LLC.」を新設し、ウェディング業界参入へ。
- 国内外多数の実績を誇る「株式会社Innovation Design」と戦略的業務提携し、盤石な体制にて新事業へ参入する。



ウェディング関連市場規模は、横ばいから下降気味であるが…



海外挙式のうち、ハワイでの実施割合は年々向上しており、需要が大きくなっている。

当社は、エンターテインメント性の強い店舗運営や多様な結婚式の2次会のノウハウを所持。ハワイに2店舗の飲食店を経営している為、シナジー効果が期待出来、且つ、Innovation Design社からの支援を受けることで、盤石な体制でウェディング事業を推進することが可能。

トピックス -

シンガポールにて主にラーメンダイニング「DAIKOKUYA(大黒屋)」等を6店舗経営する「KOMARS F&B PTE.LTD.(現Diamond Dining Singapore Pte.Ltd.)」の全株式を取得(2014年4月30日付)。



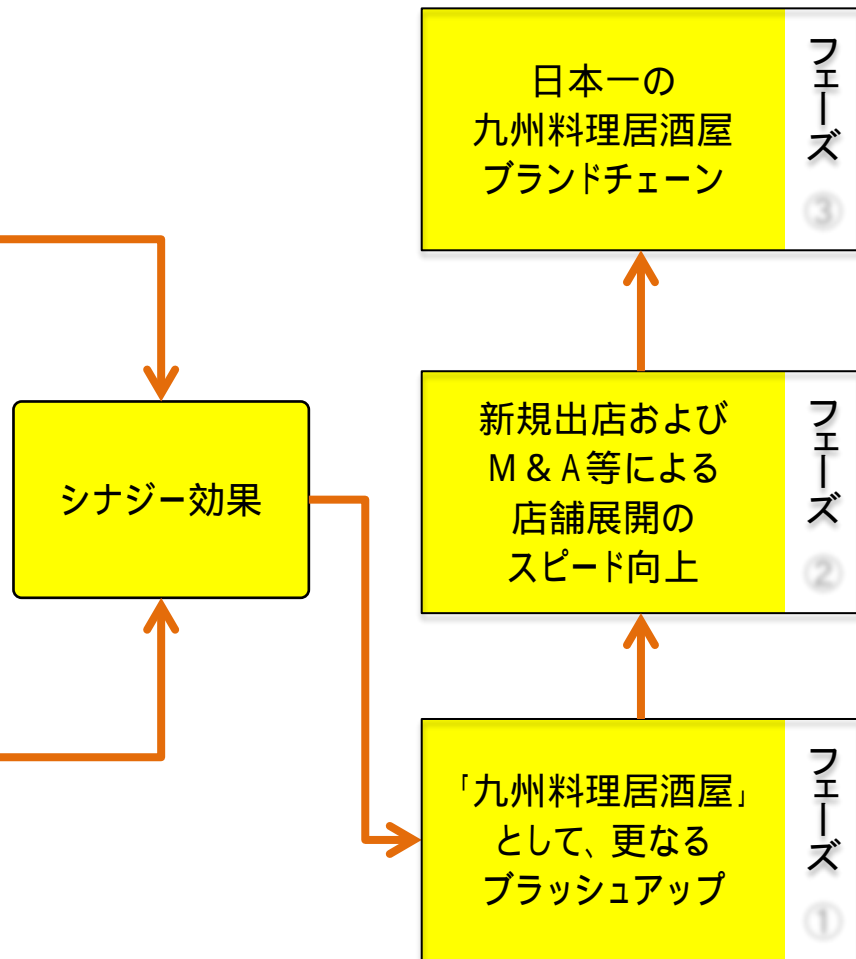
トピックス -

- n 子会社ゴールデンマジックが、8店舗の九州料理業態居酒屋を譲り受ける。
- n ゴールデンマジックの店舗数は77店舗まで増加(2014年11月末日現在)。
- n 日本一の九州料理居酒屋ブランドチェーンに向けて加速。

九州藩・九州



九州熱中屋



トピックス -

- n 代表取締役である松村の故郷である高知県の「よさこい祭り」に参加。故郷へ恩返し。
- n 当社社員も約50名が参加！初出場ながら、「審査員特別賞」を受賞。
- n 原宿スーパーよさこい祭りにも参加！「ビジュアル賞」を受賞！！



「TEMPURA KIDZ」も当社チームメイトとして参加



- n 本場フランスのミシュラン一つ星を外国人最年少で獲得した、株式会社ACCELAIRE 代表取締役兼総料理長 松嶋啓介氏と戦略的業務提携。
- n 松嶋啓介氏の持つ本質的な調理技術やフランス文化の造詣の深さを当社に伝播、相乗効果を生み出し、料理・音楽・アートを含めたフランス文化をあらたに日本に啓発。



業務提携記念レセプションパーティーを開催



【松嶋啓介氏プロフィール】



2002年の25歳、フランス・ニースにレストラン「Kei's passion」をオープン。南仏の素材を活かした斬新な料理が評判を呼び、2006年には、本場フランスのミシュラン一つ星を外国人最年少で獲得。名称を「KEISUKE MATSUSHIMA」に改めて拡大オープンし、現在に至る。2010年7月、フランス政府よりシェフとしては初めて、さらに最年少で「芸術文化勲章」を授与される。日本国内においては、2009年6月、東京・原宿に「Restaurant-I」を開店。

- 農林水産省が主催する「第22回 優良外食産業表彰 地産地消推進部門」にて当社が農林水産大臣賞を受賞(2014年3月)。
- 高知県の漁協や食品加工会社と連携し、水産加工施設を経営するほか、「わらやき屋」ブランドにて、土佐の食文化の知名度拡大への貢献を評価される。

水産加工施設(高知県)



わらやき屋



表彰式典



トピックス -

- n 優れた衛生管理を実施している事業所に認証を取得させる東京都福祉保健局が所管する制度において当社が「本部認証」を取得(2014年4月)。
- n 同制度における「本部認証」取得は外食業界において初の取得。

【本制度の詳細】

東京都福祉保健局が所管する制度であり、食品取扱施設の自主的な衛生管理を第三者(東京都が法令遵守に基づく法人運営、食品衛生に関する技術的能力等を審査し、指定された民間事業者)が確認し、優れた衛生管理を実施している事業所に認証を取得させる制度です。

なお、認証の取得基準については、厚生労働省が示す「食品事業者が実施すべき管理運営水準に関する指針(ガイドライン)」がベースとなっております。



【認証マーク】



- n 「S1サーバーグランプリ」全国大会が2014年3月12日五反田ゆうぼうとホールにて開催。
- n 優勝者: 当社グループ「わらやき屋」 店長 笠松 美樹子。

【S1サーバーグランプリの詳細】

「日本一のサーバー」を選ぶ大会です。
同大会の目的は、サーバーの地位向上・サービス技術のレベルアップにあり、1年をかけて1次審査、2次審査、地区大会、全国大会が行われます。
サーバーはエントリーする事により、サービスの細かい審査項目から、自分の長所や短所が明確になり、更なるサービス技術のレベルアップを図ることが可能になります。
サーバーにとって様々な気づきや刺激を受ける場としても、昨今注目されている大会です。

第9回S1サーバーグランプリは選抜された約1,000名のサーバーが参加しております。



 **9th**
S1 Server Grand prix

- n 当社の障がい者雇用モデルが、「日本精神障がい者リハビリテーション学会 第22回 いわて大会」において、「日本の新しい障がい者雇用モデル」として発表される。
- n 当社は「ピアサポート」「ピアカウンセリング」の考え方を重要視しており、障がい者雇用における責任者においても、障がい者手帳を所持している従業員を配置しております。



当社では責任者(障がい者)に、人事評価制度構築および運用、カウンセリング(面談)等の人事雇用管理、導入研修や教育等の人材育成、各種助成金申請管理、予算実績管理等を一任しております。

【私たちの想い】

Final
step

外食業界ナンバー1の
障がい者雇用モデルの実現

3rd
step

障がい者清掃チームの
独立部門化 and 生産性向上

2nd
step

社内ピアカウンセリングの実現
業務レベルの向上、シフト勤務、
多店舗展開

1st
step

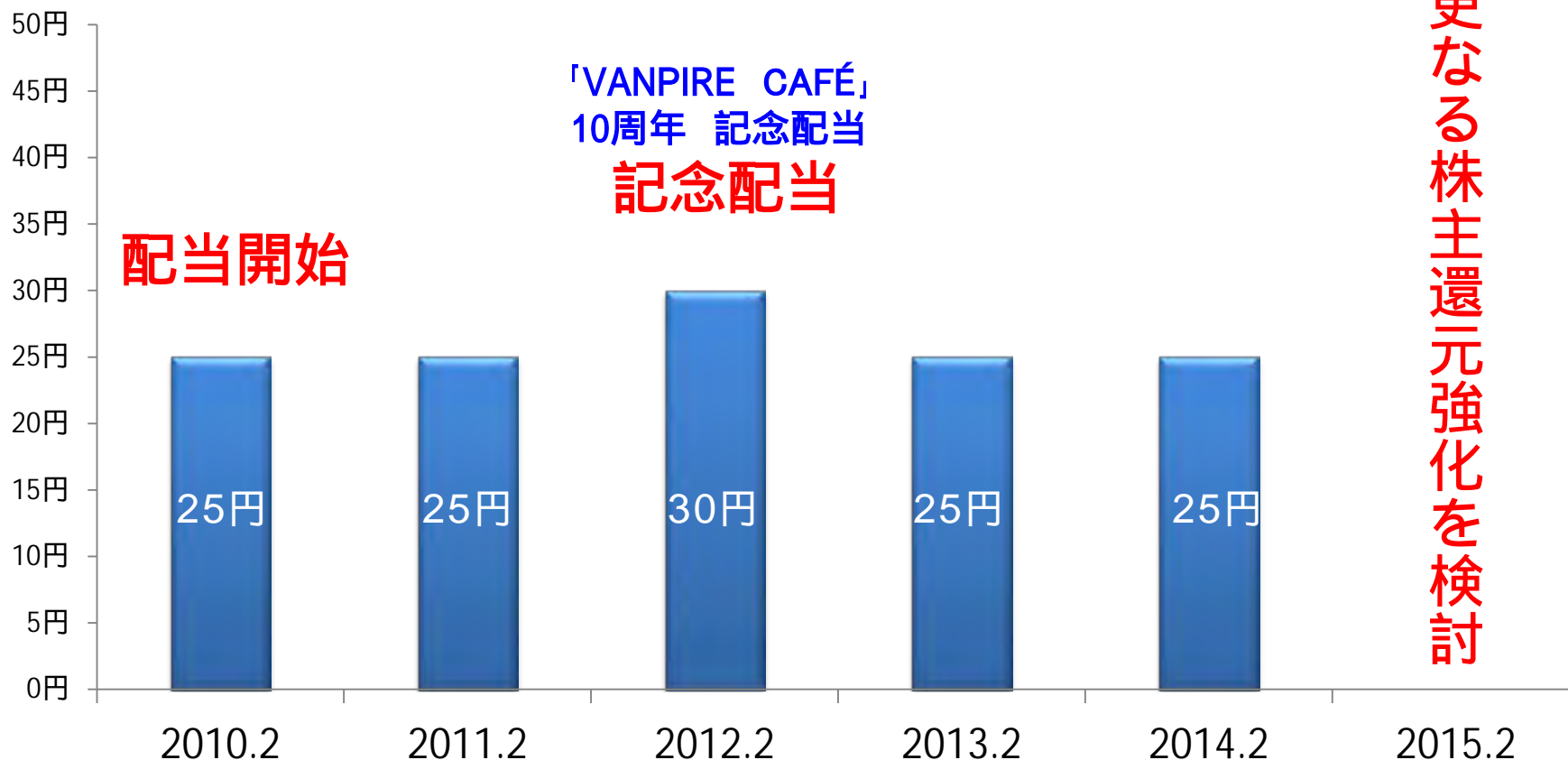
障がい者による清掃チームの形成

1. はじめに
2. 連結業績結果
3. 当社グループの変遷
4. 事業戦略
5. トピックス
6. 既存株主様及び個人投資家方々へ
7. 当社グループの店舗(ブランド)紹介

配当について

- 2014年12月26日に東京証券取引所第二部への市場変更の記念配当として、
1株あたり「5円」の記念配当 を決議。
- この度、記念配当を決議致しましたが、今後更なる増配の検討と充実した優待制度を
 株主様へご提案してまいります。

配当 / 1株当たり



株主優待及び利回りについて

【以前の株主優待制度】

 OR 

弊社グループ店舗で
利用できるポイント
6,000円分

お米
(魚沼産コシヒカリ)

【新株主優待制度】

 OR  OR 

弊社グループ店舗で
利用できるポイント
8,000円分

弊社グループ店舗で
利用できるお食事券
8,000円分
(1,000円分×8枚)

お米
(魚沼産コシヒカリ)

利益還元強化

- ・現在まで、**100株で6,000円分のDDマイルの優待であったところを8,000円分**に向上。
お食事券を選択した株主様にも8,000円分のお食事券提供することとし、利益還元を向上。
お米においては、現在まで新潟魚沼産のお米を用意しておりましたが、
今後も継続及びグレードアップを予定。

利便性向上

- ・DDマイルは1マイル = 1円として1,000円単位で当社グループ店舗でご利用出来る為、利便性が向上。
- ・お食事券は**現在まで5,000円単位のお食事券のみであったが、1,000円単位のお食事券に変更**することにより利便性は大幅に向上

平成26年11月末株価 / 3,100円で試算

▶ 投資額 310,000円



配当(記念配当含)と優待8,000円相当を加算した実質配当利回り 3.55%

(参考)株主優待について

◆ダイヤモンド社から発売の「ダイヤモンドZA」の株主優待ランキングにおいて
当社株主優待が堂々、第7位にランクイン。

当社優待の掲載ページ



7位 **84点** | 3073 **ダイヤモンドダイニング**  

優待最低金額 **26万3600円** | 配当利回り **0.95%** | 配当+優待利回り **3.98%**

飲食事業以外も順調
個室居酒屋などを展開。飲食・アミューズ・ライセンス各事業分野ともに順調推移。株価は上昇トレンド。

優待内容
①～③から選択 ①DDマイル②お食事券③お米
100株以上:①8000マイル②8000円分③5kgなど

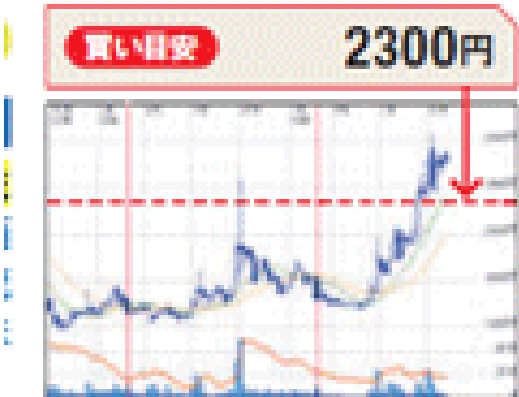
プロガーの本音
株主優待を今年2回も拡充した株主思いの会社。居酒屋「九州熱中屋」は今後流行りそうなお店ですね。株価上昇にも期待♪(か)

別安 **好業績**

東J ● 100株 権利確定日 **2月**

● 株価 2636円 ● 予PER21.1倍 ● PBR2.09倍

総合評価 長期保有 年2回



(参考)株主優待について

- 日経BP社発売の「桐谷広人さんに学ぶ株主優待入門2015」に当社株主優待が投資家から推薦され、掲載される。



当社優待の掲載ページ

優待+配当
利回り **4.06%**
(配当 **0.97%**)

ダイヤモンドダイニング
(JQ-3073)

株価(売買単位) **2583円**(100株) 最低投資金額 **25万8300円**
権利確定日 **2月末** PER **20.8倍** PBR **2.51倍**



優待内容 ①自社運営店舗での食事券②お米のいずれかを選ぶ。100株以上で①8000

円相当②魚沼産コシヒカリ5kgなど。

①の注目 14年度にお食事券6000円相当に拡充していましたが、15年度からはさらに2000円追加で、8000円相当になりました。食事券は1000円額面に変更。

1. はじめに
2. 連結業績結果
3. 当社グループの変遷
4. 事業戦略
5. トピックス
6. 既存株主様及び個人投資家方々へ
7. 当社グループの店舗(ブランド)紹介

ブランド紹介 「わらやき屋」

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

かつお・五徳はちきん焼鍋
わらやき屋



ブランド紹介 「熱中屋」

- 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」
- 長崎県五島列島からも逸品と呼ばれる食材をメニュー化



ブランド紹介 「GLASS DANCE」

- nベルキービールを中心とした世界のビールが楽しめるラウンジ
- nお酒落で艶やかな「大人の空間」
- n結婚式の二次会やパーティーにも最適な開放的スペース

GLASS DANCE

東京五反田 池袋 有明 豊洲 品川 目黒 大塚 池袋 有明 豊洲 品川 目黒 大塚



ブランド紹介 「アリス」

- n 店内は夢と現実の間のワンダーランド
- n アリスの服装をした当社従業員がお客様へサービス提供
- n 特別な日に使って欲しい、ファンタジーダイニング



ブランド紹介 「今井屋」

- 究極のやきとり、「比内地鶏専門店」
- 落ち着いた極上の個室空間で、優雅なひと時を！
- フォアグラのような味わいの「白レバー串」は自慢の逸品！！

今井屋 本店
IMAIYA HONTEN



ブランド紹介 「薩摩ごかもん」

- n 趣のある町家をイメージした落ち着いたのある店内
- n 名物「活！いか」を生簀から新鮮なうちにご提供
- n 個室を用意！！お忍びにもぴったりのお店！

京都四季島丸本店
薩摩ごかもん



ブランド紹介 「鳥福」

- n 炭火串焼と水炊き、鶏串カツが自慢の鶏料理居酒屋
- n 日本全国の美味しい鶏料理をご提供
- n 店内は、落ち着いた雰囲気接待や会食にもおすすめ



ブランド紹介 「MAIMON」

- n 新鮮な海の幸をご提供
- n 非日常的でラグジュアリー且つ、ゴージャスな内装
- n 記念日やパーティー、デートにもお勧めなお店！



ブランド紹介 「美食米門」

- n 雰囲気抜群の大人の隠れ家
- n 厳選した旬の素材の味わいを最大限に活かした調理法にてご提供
- n 究極の食材が競演するエンターテインメントレストラン



ブランド紹介 「腹黒屋」

腹黒屋

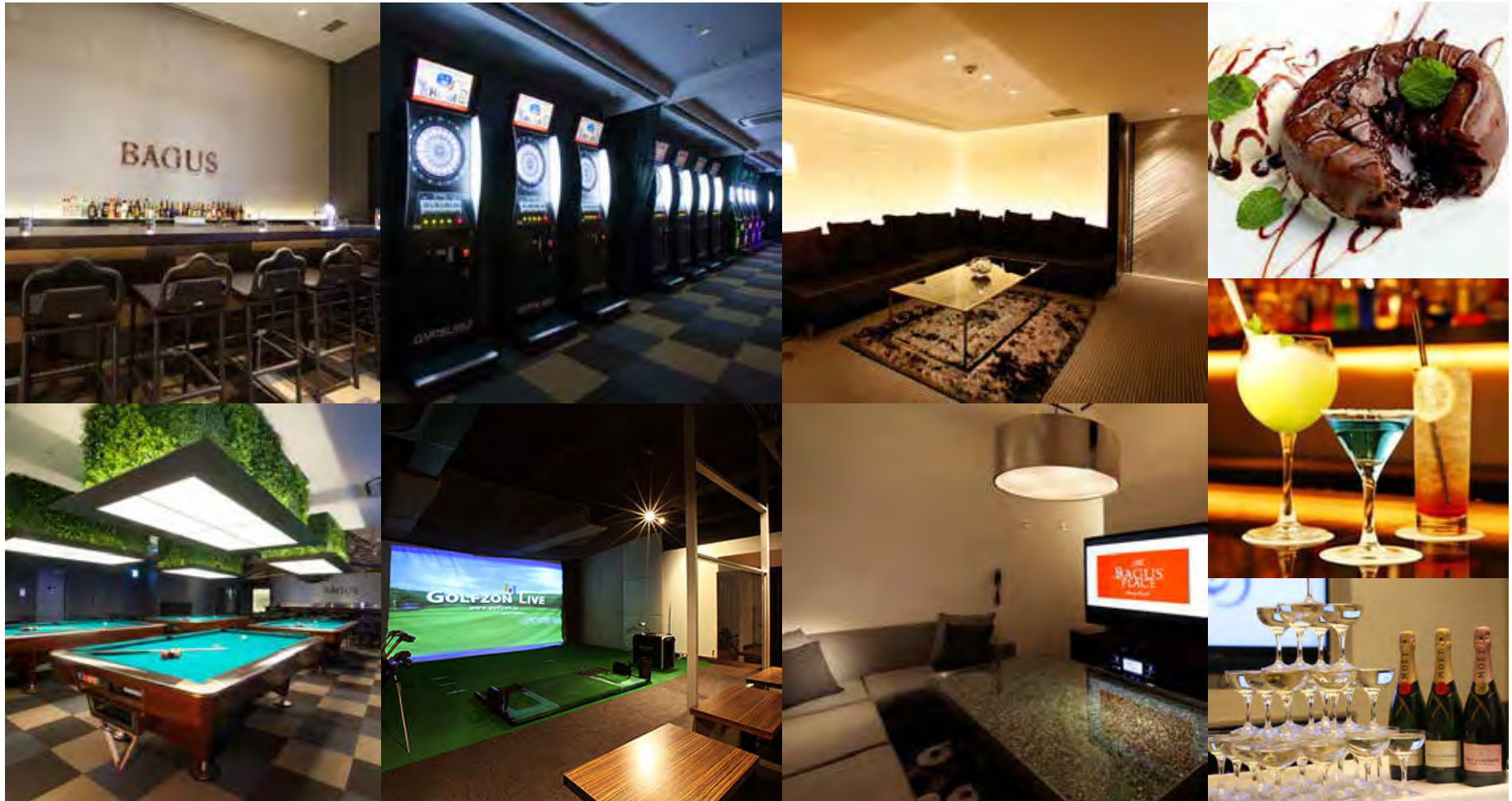
- n 30種類の串焼きが揃う博多串焼き専門店
- n 高級食材フォアグラを使った「ロッキーニ串」
- n 絶品馬刺し&もつ鍋もおススメ！



ブランド紹介 「BAGUS」

- ラグジュアリーな空間でビリヤード・ダーツ・カラオケ・シミュレーションゴルフや卓球まで楽しめる大人の空間
- 料理やドリンクは本格派、一部店舗でフレアパフォーマンス実施

BAGUS



ブランド紹介 「GRAN CYBER CAFE」

- n インターネットCAFEとは思えないおしゃれでスタイリッシュな店内
- n マンガや雑誌の他にDVDやTVゲームも豊富に用意
- n アメニティも豊富に用意！女性にも大人気！！



ハイバックシート



リクライニングシート



フルフラットシート



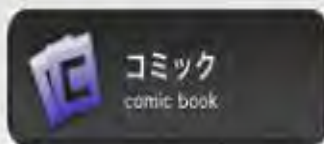
ヘアフルフラットシート



マッサージシート



ヘアシート



ブランド紹介 「1967」

- コンセプトは、「もっと遊べ、大人たち！」
- 1967年生まれの3名、松村厚久(当社社長)、稲本健一氏(株ゼットン社長)、森田泰通氏(株グラマラス社長)で創り上げた高級ラウンジ
- シャンパンの月間販売量は日本ナンバーワン!

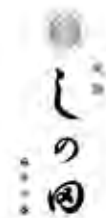
1967



1967

ブランド紹介 「焼鶏 しの田」

- n 日本で一番高い焼鶏屋！
- n 完全紹介制、マスコミ等の取材は一切お断り！
- n 大人気のアローカナ卵かけご飯は絶品！



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

IR部

TEL : 03-6858-6081

FAX : 03-6858-6083

E-mail : ir@diamond-dining.com