

|| 企業調査レポート ||

きちりホールディングス

3082 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2022 年 3 月 7 日 (月)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2022年6月期第2四半期累計業績の概要	01
2. 2022年6月期の見通し	01
3. 今後の成長戦略	01
■ 事業概要	02
1. 事業内容	02
2. 同社の強み	06
■ 業績動向	08
1. 2022年6月期第2四半期累計業績の概要	08
2. 財務状況と経営指標	10
■ 今後の見通し	12
1. 2022年6月期の業績見通し	12
2. 今後の成長戦略	13
■ 株主還元策	16

■ 要約

2022年6月期第2四半期累計業績は経常黒字計上、 商業施設業態で積極出店を進める方針

きちりホールディングス<3082>は、自社開発した「KICHIRI」や「いしがまやハンバーグ」等の業態を展開する飲食事業のほか、様々な分野の有力ブランド・コンテンツホルダーと協業した店舗のプロデュースや、自社グループで活用しているITプラットフォームを同業他社に提供するプラットフォームシェアリング事業（以下、PFS事業）、FC事業を展開している。

1. 2022年6月期第2四半期累計業績の概要

2022年6月期第2四半期累計（2021年7月－12月）の連結業績は、売上高で前年同期比11.4%減の3,195百万円、営業損失で621百万円（前年同期は513百万円の損失）と2年連続で減収、営業損失を計上した。ただ、助成金収入の計上等により、経常利益は781百万円（同450百万円の損失）と2年ぶりに黒字転換している。新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）に伴う緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の発出によって、「KICHIRI」などディナー業態については営業時間短縮や臨時休業を実施したため減収となったが、「いしがまやハンバーグ」など商業施設業態については堅調に推移した。2021年12月末の総店舗数は前期末比13店舗増の111店舗で、このうち商業施設業態は12店舗増の49店舗となっている。また、財務状況についても自己資本比率で前期末の9.2%から15.8%に上昇し、改善に向かっている。

2. 2022年6月期の見通し

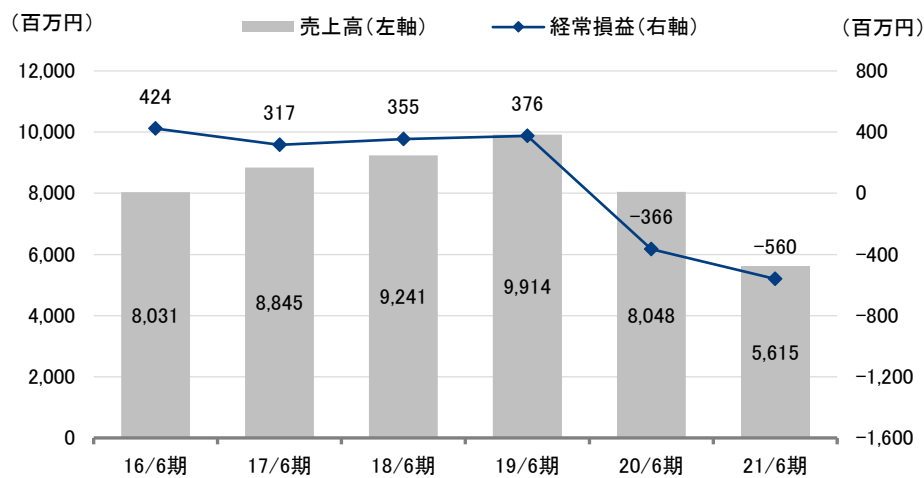
2022年6月期の業績予想は、コロナ禍による業績への影響が不透明なことから未定としている。ただ、2022年1月下旬からオミクロン株の感染拡大でまん延防止等重点措置が主要都市で発出されており、「KICHIRI」を中心にディナー業態で再び営業時間短縮や臨時休業に入っており、第3四半期も売上高の回復が限定的なものにとどまるものと予想される。ただ、助成金収入により経常利益段階では黒字基調が続く見通しだ。新規出店については、引き続き商業施設業態については積極的に検討していく方針となっている。また、新業態として2021年7月にオープンした焼肉業態「肉の満牛萬」についても想定以上に収益が好調で、今後店舗展開を進めていくことにしている。

3. 今後の成長戦略

コロナ禍による逆風が続くなかで同社は今後の事業方針として、コロナ禍の影響を受けにくい商業施設業態の強化を進め、ディナー業態については環境変化に対応した各種施策（メニュー見直し、デリバリー強化等）に取り組むことで収益力の強化を図っていくことにしている。また、ライフスタイルの変化に対応した戦略として、子会社でデリバリー事業やD2C事業などに取り組んでいるほか、PFS事業でも子会社の録画型Web選考システム「ApplyNow（アプライナウ）」の拡販に注力していく方針だ。

Key Points

- ・コロナ禍で厳しい状況が続くなか、2022年6月期第2四半期累計経常利益は2年ぶりに黒字転換
- ・利益回復により自己資本比率が上昇、財務状況の改善が進む
- ・2022年6月期の業績見通しは未定だが、引き続き商業施設業態での出店は積極的に進めていく方針

業績推移


注：19/6期以降は連結数値
 出所：決算短信によりフィスコ作成

■ 事業概要

ディナー業態と商業施設業態を中心に展開する外食企業

1. 事業内容

同社は自社開発した業態による飲食事業（売上構成比9割以上）を主に直営で展開しているほか、自社店舗の運営で培ったノウハウを生かした飲食事業のコンサルティングやITサービスを提供するプラットフォームシェアリング（PFS）事業、フランチャイズ（FC）事業を行っている。また、2019年1月に機動的な事業運営を行う体制を構築するため持株会社体制に移行しており、2019年6月期より連結業績での開示を開始した。2021年12月末時点の連結対象子会社は、既存事業を承継した（株）KICHIRIのほか、Web面接プラットフォーム「ApplyNow」の開発・提供を行う（株）ApplyNow、国内で飲食事業を行う（株）ユニゾン・ブルー、インドネシアで同社ブランド「いしがまやハンバーグ」や「CHAVATY」のFC展開を行うPT Kichiri Rizki Abadiの4社となるが、売上高の大半はKICHIRIで占められる。

事業概要

きちりホールディングスのグループ体制

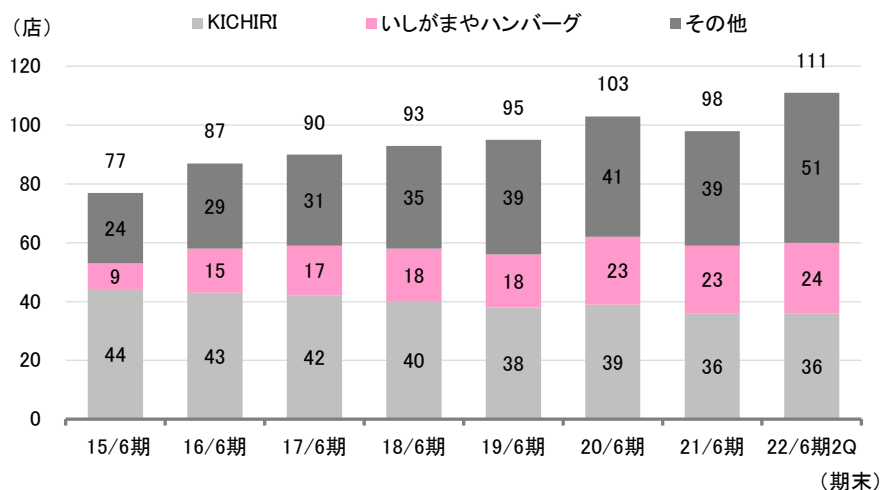
会社名	議決権比率	事業内容
(株)KICHIRI	100.0%	外食(直営/FC) 運営事業、PFS 事業
(株)ApplyNow	90.8%	クラウド型サービスの開発・販売、導入コンサルティング
(株)ユニゾン・ブルー	51.0%	飲食事業
PT Kichiri Rizki Abadi	51.0%	インドネシアにおける「いしがまやハンバーグ」「CHAVATY」の展開

出所：会社発表資料よりフィスコ作成

(1) 飲食事業

飲食事業の主な業態は、首都圏や関西圏で展開するディナー業態の「KICHIRI」と、ショッピングモール・駅ビル内で展開するハンバーグ専門店「いしがまやハンバーグ」などがある。PFS 事業で提携した顧客企業のブランドを活用した店舗(6店舗)も含めて、2021年12月末時点の店舗数は111店舗となっている。特に、ここ数年は首都圏での新規出店を積極化しており、111店舗中61店舗が首都圏となり過半を初めて超えた。

グループ店舗数推移



注：FC 店舗は除く
 出所：会社資料よりフィスコ作成

主力業態である「KICHIRI」は女性客を主なターゲットに、高品質な料理とおしゃれ感を演出した店舗づくり、「おもてなし」の接客を重視した店舗運営が特徴で、2002年に第1号店を神戸に出店し、関西圏で高い支持を獲得したあと、2006年に首都圏への進出を果たした。出店エリアの条件としては、電車の乗降客数で1日2万人を超える主要駅で建物の空中階としている。平均客単価で3,000円台と比較的低価格帯で若者客をターゲットとした「Casual Dining KICHIRI」と、平均客単価5,000円前後で企業の接待ニーズにも対応可能な「新日本様式 KICHIRI」があり、2021年12月末時点の店舗数は合計で36店舗(うち関西エリア21店舗、関東エリア15店舗)となっている。

きちりホールディングス | 2022年3月7日(月)
 3082 東証1部 | <https://www.kichiri.co.jp/ir/>

事業概要

また、2010年に首都圏で初出店した「いしがまやハンバーグ」は、黒毛和牛の血統を引き継いだオーストラリア産黒牛を100%使用した人気のハンバーグ専門店で、高収益業態となっている。平均客単価は1,600円とやや高めではあるものの集客力が高いことから「ららぽーと」等の大型ショッピングモールを中心に出店を拡大しており、2021年12月末時点で直営店舗数は24店舗となっている。

(2) その他事業

その他の事業として、PFS事業（ブランド・コンテンツ活用型、クラウドサービス展開型）とFC事業を展開している。

a) PFS事業（ブランド・コンテンツ活用型）

PFS事業のうちブランド・コンテンツ活用型とは、健康分野やエンターテインメント、第1次産業分野などで強いブランド・コンテンツを持つ企業と業務提携し、外食ビジネスを展開することによって、当該ブランド価値を高めていく新たな販促手法の提案サービスとなる。提携先企業にとっては店舗運営を同社に任せることで、店舗運営リスクを抱えることなく、ブランド価値の向上が期待できることになる。店舗運営に関しては、既存のKICHIRIプラットフォームを活用できるため、業務管理コストや食材仕入コストなどを独力で店舗運営するよりも低く抑えられるほか、ブランド価値訴求型の店舗であるため価格水準も維持しやすいといった特長がある。

契約内容は一律ではないが、1店舗目については店舗運営コストなどの費用を提携先が負担するケースが多い（同社の売上高としてはプラットフォームの使用料を計上）。2店舗目以降は、同社が直営店舗として展開していくことも可能となる。提携先企業にとっては店舗を増やして収益を拡大することが目的ではなく、あくまでもブランド価値の向上が目的となっているためだ。なお、売上高に関しては、同社が直営で運営する場合は飲食事業に含まれる。

ブランド・コンテンツ活用型の例としては、福岡県の農事組合法人である福栄組合が生産する「はかた地どり」のブランド価値向上を狙った地どり専門店「福栄組合」（3店舗）や、イタリアの有名ファッションブランドのオロビアンコと共同プロデュースしたイタリアンレストラン「Orobianco」（1店舗）などがある。また、2015年1月には長野県と「食を通じた健康長寿の推進」に関する戦略的連携協定を締結し、JR長野駅ビル内に「長野県長寿食堂」を出店するなど、地方自治体との提携案件も手掛けている。ただ、コロナ禍以降は飲食業界の逆風が続いているため、新規案件もストップした状態となっている。

事業概要

b) PFS 事業 (クラウドサービス展開型)

クラウドサービス展開型とは、同社が既に自社で構築しているバックオフィス機能（会計処理、給与管理等）やバックヤード機能（調達・加工・物流システム）、バックアップ企業（銀行や取引企業等）などのプラットフォームを、安価な料金で同業他社に提供するサービスで、利用料金は店舗数や利用サービスによって異なる。顧客対象は、食材などで比較的共通部分が多い付加価値提案型の外食企業となり、規模的には売上高で10億円以上、店舗数15店舗以上であれば同サービスの導入メリットが得られやすい。顧客企業は同サービスを利用することによって、食材の共同調達による仕入コスト低減や店舗の維持運営にかかる業務システムなどのコストが、自前で構築するよりも低コストで実現できることになる。同事業に関しては自社で利用するプラットフォームを活用するため追加コストがほとんど掛からず、収益性及び安定性の高いストック型のビジネスモデルとなる。契約店舗数は数百店舗と見られ売上規模も年間で数千万円規模とまだ小さい。

また、ApplyNowで展開しているクラウドサービス「ApplyNow」は、スマートフォンやPCなどの動画録画機能を使って、採用時における面接プロセス（面接時間の設定や面接時間等）の省略を実現したサービスとなる。同サービスを利用することで、採用にかかる業務負担が大きく軽減する。当初は飲食業界のアルバイト採用支援ソリューションとして開発したが、コロナ禍で非接触での面接活動のニーズが増大していることもあって様々な業種や地方自治体などにも導入が広がっており、現状顧客数は30～40程度の企業や自治体があると見られる。



出所：会社ホームページより掲載

c) FC 事業

FC 事業では、2018年5月に西日本で大型複合商業施設「ゆめタウン」等を展開する小売流通業界大手イズミ<8273>のフード事業を担うイズミ・フード・サービス(株)と「いしがまやハンバーグ」のFC契約を締結し、加盟金及びロイヤリティを得ている。FC店舗数は2021年12月末時点で3店舗となっている。

事業概要

業態開発力と人材採用・育成力に加えて、ITを店舗運営に積極的に生かす先進性が強み

2. 同社の強み

同社の強みは、立地条件に合わせて収益性の高い業態を開発する企画開発力を持つことと、人材の採用力・育成力に優れていることに加えて、先進的なITシステムを店舗運営に積極的に活用する先進性を持っている点が挙げられる。

(1) 業態開発力

同社は主力の「KICHIRI」を2002年に出店以降、現在までブランド・コンテンツ活用型店舗も含めて30前後の業態を開発しており、出店エリアは都市型から郊外型、店舗コンセプトについても非日常型から日常型と多彩な業態開発を行っていることが特徴となっている。

多彩な業態ポートフォリオによるチェーン展開



出所：決算説明資料より掲載

直近はコロナ禍で苦戦を強いられているものの、コロナ前までは「いしがまやハンバーグ」やダイニングバー業態の「ajito」「iguro&Peace」、グローサラント業態の「Merca」など収益性の高い業態開発に相次いで成功してきた。社内で業態開発に関わる人材が育ってきたことが背景にあり、直近でも2021年7月に本厚木駅直結の商業施設内にフードホール「FLDK(エフ・エル・ディー・ケー)」をオープンしたほか、同社初の焼肉業態「肉の満牛萬 大泉学園」をオープンし、いずれも好評を博している。また、2020年のコロナ禍以降に開始したデリバリー事業やD2C事業を担う(株)レストランX(非連結子会社)でも様々な商品メニューの開発を行っており、事業拡大に取り組んでいる。

事業概要

(2) エリア展開

2021年12月末時点で同社は、関東エリアで61店舗を出店しているが、今後200店舗まで出店余地があるとしている。その根拠としては、関西エリア（京阪神+奈良県）で乗降客数2万人以上の駅数が312駅（2018年時点）に対して、出店店舗数が39店舗となっており、関東エリア（首都圏+茨城県）では同条件の駅数が903駅（同）と約3倍あるためだ。単純に3倍すれば約120店舗だが、1駅に複数店舗出店できるターミナル駅が首都圏には多いため、複数業態を開発・出店していくことで200店舗は可能な水準と見ている。とはいえ、現状はコロナ禍でディナー業態については出店に慎重にならざるを得ず、当面は「いしがまやハンバーグ」等の商業施設業態を中心とした出店並びに業態開発を進めていく方針となっている。

(3) 人材採用力と育成力

同社の強みの1つとして人材採用力と育成力が挙げられる。新卒採用者数で見ると年間60～70名とコロナ禍においても一定の採用水準を維持しており、2021年6月末の正社員数は前期末比で1名増の336名となっている。新人社員については当初、主に店舗に配属されるため、1店舗当たり新人社員1人の配属で、アルバイト数名分を賄うことが可能となる。飲食業界ではアルバイトの減少によってホールスタッフの人材不足の慢性化により、サービス品質が低下している店舗も多いが、同社においては新卒社員で賄うことで一定水準以上のサービス品質を維持できており、他社との差別化につながっている。

同業他社と比較して同社が順調に新卒社員を採用できている理由としては、独自の教育制度やキャリアプランに加えて、飲食事業やPFS事業（ブランド・コンテンツ活用型、クラウドサービス展開型）等の多彩な事業ポートフォリオを展開していることが要因と考えられる。また、アルバイトスタッフ（パートナー）に対しても、学生を対象とした就活支援制度や退職者に対するパートナー卒業式を毎年開催するなど、自由闊達な雰囲気と同時に、関わる人すべてを大切にする「おもてなし」スピリットが浸透している企業としての認知度が学生の間で広がっていることも一因と考えられる。

人材育成力に関しては、「きちりMBA」制度や立候補制度など同社独自の制度を導入している。「きちりMBA」の講師は社内スタッフで構成されており、全従業員が受講可能となる。「理念研修」から「ビジネススキル」「おもてなし」といった日々の現場で必要となるスキルを身に付けることができるほか、「マネジメント」や「リーダーシップ」など幹部候補生向けのプログラムも用意されており、これらを受講することで社員一人ひとりのスキルアップが図られている。

(4) ITの導入を積極推進

PFS事業のうちクラウドサービス展開型については、2016年以降、ITベンチャー企業等との戦略的業務提携を積極的に進めているほか、2018年以降は子会社のApplyNowでサービスを開発、提供を開始している。具体的な取り組みとしては、2016年3月にiPadを活用したSaaS型POSレジシステム「ユビレジ」を展開する（株）ユビレジと資本業務提携を行い、「ユビレジ」をサービスメニューに加えたほか、同年9月にはFinTechベンチャーの（株）BEARTAILと業務提携を発表。BEARTAILが提供する「RECEIPT POST（旧Dr.経費精算）」※の導入・提供を開始した。

※ スマートフォンで領収書を撮影し、スマートフォンアプリまたはWebブラウザからアップロードするだけで自動データ化され、入力オペレータが同データの入力代行を行うサービスとなる。従来と比べて経費精算にかかる手間が大幅に削減できるというメリットがある。

事業概要

2018年7月には動画プラットフォーム事業を手掛けるピーシーフェーズ(株)と資本業務提携を締結し、動画コンテンツを用いたクラウド人材育成サービス「shouin(しょういん)」の共同開発及び販売を行うことを発表したほか、同年10月には子会社のApplyNowで開発したWeb面接プラットフォームサービス「ApplyNow」の提供を開始し、2019年11月には従業員のクラウドシフト管理サービス「らくしふ」を提供する(株)クロスビットと業務提携し、「らくしふ」の開発・販売で協力していくこととした。

なお、2020年10月に次世代植物肉「ミラクルミート」を開発するDAIZ(株)と資本業務提携契約を締結し、「ミラクルミート」を使った商品メニューの開発・販売に取り組むことを発表していたが、コロナ禍の影響もありプロジェクトは進んでおらず、具体的な開発・販売時期については未定となっている。ただ、将来的には「いしがまやハンバーグ」などの肉料理専門店で提供していきたい考えだ。

ベンチャー企業との業務提携状況

2016年3月	(株)ユビレジと資本業務提携を行い、「ユビレジ」(iPadを活用したPOSレジシステム)サービスを導入
2016年9月	(株)BEARTAILと業務提携を発表、請求書自動データ化システムの共同開発及び、経費精算システムの導入
2018年7月	ピーシーフェーズ(株)と「EdTech(エドテック)」領域で人材育成サービスの共同開発・販売を目的に資本業務提携
2019年11月	(株)クロスビットと、「らくしふ」(LINEを活用した従業員のシフト管理サービス)の開発・販売に協力する業務提携を締結
2020年10月	次世代植物肉「ミラクルミート」を開発するDAIZ(株)と資本業務提携契約を締結。「ミラクルミート」を採用した新商品の開発・販売に取り組む

出所：会社資料よりフィスコ作成

業績動向

コロナ禍で厳しい状況が続くなか、 2022年6月期第2四半期累計経常利益は2年ぶりに黒字転換

1. 2022年6月期第2四半期累計業績の概要

2022年6月期第2四半期累計の連結業績は、売上高で前年同期比11.4%減の3,195百万円、営業損失で621百万円(前年同期は513百万円の損失)、経常利益で781百万円(同450百万円の損失)、親会社株主に帰属する四半期純利益で657百万円(同264百万円の損失)となった。コロナ禍で飲食業界に逆風が続くなか、同社においても「KICHIRI」などディナー業態において営業時間短縮や臨時休業を実施したことで、売上高の減少と営業損失が続いた。ただ、営業外収益並びに特別利益に助成金収入を計上したことで、経常利益並びに親会社株主に帰属する四半期純利益については2年ぶりに黒字転換している。

きちりホールディングス | 2022年3月7日(月)
 3082 東証1部 | <https://www.kichiri.co.jp/ir/>

業績動向

2022年6月期第2四半期累計業績

(単位：百万円)

	21/6期2Q累計		22/6期2Q累計			
	実績	売上比	実績	売上比	増減率	増減額
売上高	3,605	-	3,195	-	-11.4%	-409
売上原価	1,032	28.6%	964	30.2%	-6.6%	-67
販管費	3,086	85.6%	2,852	89.3%	-7.6%	-233
(人件費※)	1,156	32.1%	1,166	36.5%	0.9%	10
(地代家賃)	781	21.7%	640	20.0%	-18.0%	-140
営業損失	-513	-14.2%	-621	-19.4%	-	-108
(助成金収入)	38	-	1,055	-	2,659.0%	1,016
経常損益	-450	-12.5%	781	24.5%	-	1,232
特別損益	78	-	234	-	199.2%	156
親会社株主に帰属する 四半期純損益	-264	-7.3%	657	20.6%	-	922

※人件費 = 給料及び手当

出所：決算短信、四半期報告書よりフィスコ作成

売上原価率はディナー業態の売上構成比が低下したこともあり、前年同期の28.6%から30.2%に上昇した。販管費については地代家賃の削減を主因として前期比7.6%減となったものの、人件費についてはほぼ前年同期並みの水準となり、販管費率も前年同期の85.6%から89.3%に上昇した。売上高が損益分岐点を越えなかったことで営業損失を計上することとなったが、営業外収益として店舗の営業時間短縮や臨時休業に伴う助成金収入を1,055百万円したほか、暗号資産評価益369百万円を計上したことで、経常利益は黒字に転換している。また、特別損失として臨時休業による損失244百万円を計上した一方で、特別利益として助成金収入479百万円を計上している。

(1) 飲食事業

飲食事業における店舗の出退店状況を見ると、退店は無く新規出店で13店舗となった。このうち、12店舗は商業施設業態となっており、厳しい市場環境が続くなかでも積極的な出店を進めている点は注目される。主な出店を見ると、2021年7月に本厚木駅（神奈川県厚木市）に直結する商業施設「本厚木ミロード」内にて、次世代型フードホールとなる「FLDK」をオープンした。カフェやパスタ、韓国料理、鶏料理専門店、ステーキ専門店、たい焼き専門店など7店舗を同時出店し、朝・昼・夜と多様な食のニーズに対応するフードホールとなっている。モバイルオーダーシステムの導入やテイクアウト専用ロッカーを設けるなど感染対策も施した店舗づくりとなっており、地元住民や通勤客等のニーズを取り込み、順調な滑り出しを見せているようだ。

また、同年7月に同社としては初の焼肉業態となる「肉の満牛萬 大泉学園」（東京都練馬区）を出店した。ロードサイドの居抜き物件を改装したもので、「ほんとに旨い焼肉を、なんとか安く。」「食べ放題よりも安く、お得に、満足」をブランドスローガンに掲げ、国産黒毛和牛（A4、A5ランク）や和牛との国産交雑牛を中心に、おいしい焼肉を食べ放題の価格帯と同等またはそれ以下で提供できる価格帯をターゲットに、サラダやおつまみ、デザートなどのサイドメニューも充実させた幅広いメニューを提供している。滑り出しは想定以上に好調なようで、今後も都市部立地、郊外ロードサイド立地の双方で店舗展開を進めていく予定にしている。

きちりホールディングス | 2022年3月7日(月)
 3082 東証1部 | <https://www.kichiri.co.jp/ir/>

業績動向

そのほか、「いしがまやハンバーグ」については2021年11月に関西初出店となる「いしがまやハンバーグセブンパーク天美」(大阪府松原市)を出店しており、今後関西エリアでの店舗展開も進めていくものと予想される。

2022年6月期第2四半期累計の新規出店

出店年月	店舗名	所在地
2021年7月	FLDK (CHAVATY、たいの八、自家焙煎 GOOD BEANS COFFEE、34PASTERIA、ひな鶏伊勢み、VEGEGO、GOOD MEAT STOCK)	神奈川県厚木市
	「ひな鶏伊勢み 武蔵小杉」	神奈川県川崎市
	「CHAVATY 渋谷東急フードショー」	東京都渋谷区
	「肉の満牛 大泉学園」	東京都練馬区
2021年8月	「VEGEGO オノレシクタン MIYASHITA PARK」	東京都渋谷区
2021年9月	「黒豚とんかつ コシヒカリご飯、鬼おろしとん久 アトレ上野」	東京都台東区
2021年11月	「いしがまやハンバーグ セブンパーク天美」	大阪府松原市

出所：会社発表資料よりフィスコ作成

(2) その他

PFS事業については、外食業界向けのさらなるプラットフォーム強化を進めるとともに、異業種のブランドホルダーに対する出店支援コンサルティング業務に取り組んでいるが、当第2四半期累計期間においては外食業界の逆風が続くなかで大きな進展は見られなかった。ただ、今後も事業拡大に向けた取り組みを進めていく方針となっている。一方、FC事業についても、FC店舗数が前年同期に横ばいの3店舗と変わりなく、売上高も横ばい水準になったと見られる。PFS事業とFC事業を合わせた売上高は48百万円となっている。

利益回復により自己資本比率が上昇、財務状況の改善が進む

2. 財務状況と経営指標

2022年6月期第2四半期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比409百万円増加の8,624百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では現金及び預金が208百万円減少した一方で、2021年12月の売上高が回復したことにより売掛金が182百万円、未収入金が233百万円増加した。固定資産では新規出店に伴い有形固定資産が96百万円増加した一方で、繰延税金資産が320百万円減少した。

負債合計は前期末比193百万円減少の7,153百万円となった。買掛金が179百万円増加した一方で有利子負債が387百万円減少した。また、純資産は前期末比603百万円増加の1,471百万円となった。親会社株主に帰属する四半期純利益657百万円の計上により、利益剰余金が増加した。

きちりホールディングス | 2022年3月7日(月)
 3082 東証1部 | <https://www.kichiri.co.jp/ir/>

業績動向

経営指標を見ると、コロナ禍による業績の悪化に対応するため2020年6月期に金融機関からの借入れを実施したこと、並びに業績の悪化が続いたことで2021年6月期の自己資本比率が9.2%と10%を下回る水準まで低下したものの、2022年6月期第2四半期累計に助成金収入が増加したこともあって黒字に転換したことで、自己資本比率も15.8%と2年前の水準まで回復した。また、ネットキャッシュ（現預金－有利子負債）も前期末比で178百万円改善している。コロナ禍の収束がまだ見えないため、当面は手元キャッシュを厚めに持つておく必要があると考えているが、市場環境の見通しが立ってくれば手元キャッシュの一部を取り崩して有利子負債の返済に充当していくことにしている。なお、有利子負債のうち長期借入金は4,798百万円で、返済期限は2025～2031年、平均利率は0.5%となっており、年間7億円前後のペースで返済していく予定だ。期間損益が黒字基調に戻っていることもあり、財務状況は今後も改善傾向が続くものと弊社では見ている。

貸借対照表

(単位：百万円)

	18/6期	19/6期	20/6期	21/6期	22/6期 2Q	増減額
流動資産	1,820	1,733	5,656	5,398	5,996	598
（現金及び預金）	1,157	963	5,045	4,236	4,028	-208
固定資産	2,571	2,350	2,679	2,817	2,628	-188
総資産	4,392	4,083	8,335	8,215	8,624	409
負債合計	2,491	2,214	6,955	7,347	7,153	-193
（有利子負債）	1,355	1,072	5,958	6,297	5,910	-387
純資産	1,900	1,868	1,379	868	1,471	603
(安全性)						
自己資本比率	43.3%	45.5%	15.7%	9.2%	15.8%	6.6pt
有利子負債比率	71.3%	57.7%	458.2%	828.9%	433.8%	-395.1pt
ネットキャッシュ	-197	-108	-912	-2,060	-1,881	178

注：19/6期より連結数値

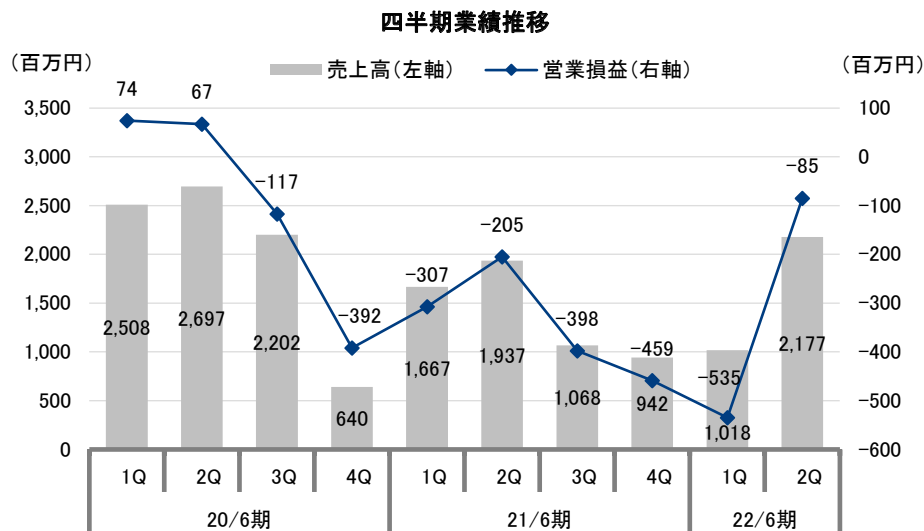
出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2022年6月期の業績見通しは未定だが、引き続き商業施設業態での出店は積極的に進めていく方針

1. 2022年6月期の業績見通し

2022年6月期の業績は、コロナ禍の動向が依然不透明で合理的な業績予想の算出が困難なことから未定としており、適正かつ合理的な算出が可能となった段階で速やかに開示する方針としている。四半期ベースの業績推移を見ると、第2四半期は前年同期比で増収に転じたが、1月下旬にオミクロン株の感染拡大によるまん延防止等重点措置が主要都市で発出されたことを受け、再び不透明感が強まっている。同社においても対象エリアで「KICHIRI」などのディナー業態について営業時間の短縮や臨時休業を実施している。ただ、前年の同時期(2021年1月8日～3月21日)は緊急事態宣言が発出されたことで売上水準も低迷していたことから、前年同期比では増収となる可能性が高い。また、助成金制度も継続することから経常利益段階では黒字基調が続くものと弊社では見ている。

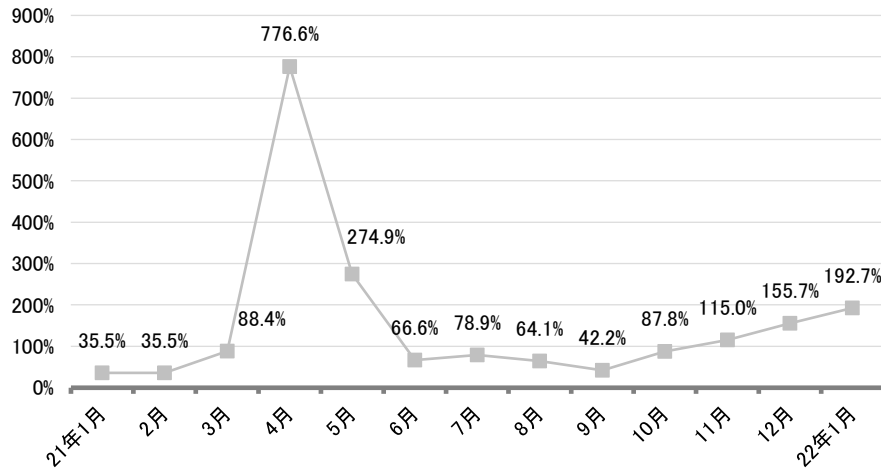


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

2022年1月の売上高は全店ベースで前年同月比92.7%増、既存店ベースで同80.0%増となっている。一時的に通常営業体制に戻ったディナー業態についても前年同月比で大きく回復したものの、コロナ禍前となる2020年1月の水準と比較すると7～8割の水準にとどまっている。宴会など団体客の予約件数が戻り切っていないことが要因と見られる。下期の出店計画については未定だが、商業施設業態については条件に合う物件が見つければ前向きに出店を検討していく意向だ。商業施設業態については2021年6月期も売上高営業利益率で7%程度と高収益を維持しており、同社の収益ドライバーとなっているためだ。なお、2022年春の新卒採用者数も前年並みの水準を予定している。

今後の見通し

月次売上動向(前年同月比)



出所：会社発表資料よりフィスコ作成

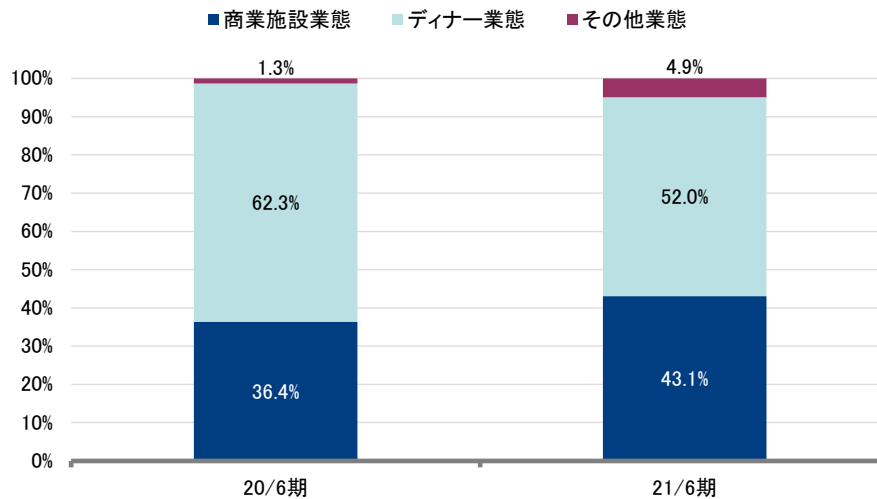
既存事業の強化とフードテック企業としての進化に取り組む

2. 今後の成長戦略

(1) 既存事業の強化

コロナ禍が長期化し外食業界、とりわけ居酒屋業態は厳しい環境が続いており、店舗数の縮小や業態転換を図る企業も出てきている。同社においても「KICHIRI」を中心に営業時間短縮や臨時休業を強いられるなかで売上減少が続いている。売上高構成比で見ると、ディナー業態は2020年6月期の62.3%から2021年6月期は52.0%に低下し、2022年6月期第2四半期累計では50%を下回ったと見られる。一方で、商業施設業態については「いしがまやハンバーグ」を筆頭に収益力の高い業態を相次いで開発しており、コロナ禍でも堅調に推移している。

今後の見通し

業態別売上高構成比


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

このため、飲食事業においては収益力の高い商業施設業態の出店拡大を図ることで、ディナー業態の低迷をカバーしていく戦略となっている。商業施設店舗の強みとしては食事が主体で酒類規制の影響を受けにくいことや、高単価メニューが受け入れられやすい点などが挙げられる。また、ショッピングモール等の郊外大型商業施設については引き続き開発が進められており、そのなかで出店する飲食店舗についても一定以上のブランド力を持っていることが求められている。このため「いしがまやハンバーグ」などを中心に同社店舗の出店機会も増えていくことが予想される。2021年12月末の商業施設業態の店舗数は49店舗で全店舗に占める比率は44%（前期末は38%）まで上昇しているが、今後もその比率はさらに上昇していくものと予想される。

一方、ディナー業態についてはアフターコロナを見据えた施策に取り組んでいる。酒類提供制限が解除された2021年12月下旬から2022年1月にかけて、ディナー業態の店舗売上はコロナ禍前の7～8割水準までには戻っておらず、コロナ禍が収束しても収益の回復が限定的にとどまるリスクがあるためだ。具体的には、宴会など団体客が減少することを想定して、少人数で利用する客層あるいは若年層・女性層をターゲットとした商品メニューの開発（デザートメニューやノンアルコールドリンクの拡充）、ならびに集客施策（若年層に訴求力の高い販促媒体に注力）に取り組んでいる。また、テイクアウトやデリバリーサービスを強化することで店舗の収益底上げも図っていく。

(2) フードテック企業としての進化
a) レストランX

コロナ禍でライフスタイルが大きく変化するなかで「食」に関しても個食化が進み、外食・中食・小売のポダレス化が進む状況となっている。こうした環境下で新たな収益機会を求めべく2020年に新設した子会社のレストランXにて、デリバリーやD2C事業を展開している。初台（東京都新宿区）にあるセントラルキッチンを拠点にして、デリバリー用の様々な業態メニューを開発し、そのなかで利用頻度の高い業態を磨き上げ、売上の獲得につなげている。配送業務については専門事業者に外注しているが、それでも一定の収益は確保できているようだ。

今後の見通し

また、D2C 事業では 2020 年 5 月に「CHAVATY」オンラインサイトを開設し、EC 販売を開始している。製造は初台のセントラルキッチンで行っているため、量産効果も効きやすい。販売商品も CHAVATY だけでなく、スコーンやスイーツなど拡充を図っている。今後も EC 販売が可能な商品の開発に取り組み、EC での収益拡大も進めていく計画となっている。そのほかレストラン X では、デリバリーや既存店のナレッジを集約し、FC 専用品態の開発にも取り組んでおり、店内飲食だけでなくテイクアウト、デリバリーなどと融合した業態を展開していく考えだ。

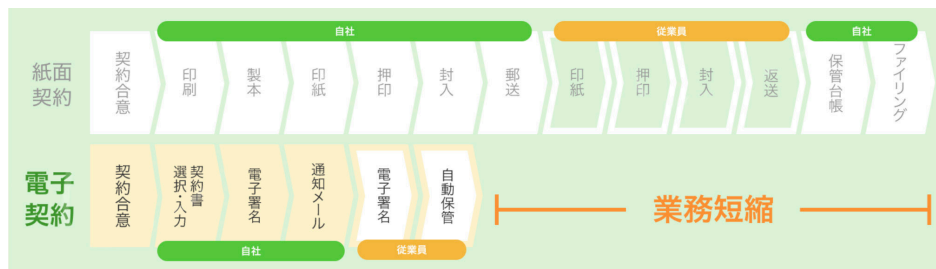
なお、レストラン X については事業規模がまだ小さいことから非連結対象会社となっているが、こうした取り組みが順調に進めば連結対象に加わる見通しだ。

b) ApplyNow

ApplyNow が開発・提供している録画型 Web 面接プラットフォーム「ApplyNow」については、オプション機能として電子雇用契約機能や AI 評価機能を追加するなど利便性の向上を図っている。このうち電子雇用契約機能は、「ApplyNow」と組み合わせることで採用面接から雇用契約締結までワンストップで処理することが可能となり、業務のさらなる効率化を実現できる。また、電子雇用契約にすることで収入印紙が不要となり、契約書の保存コストも削減できるなどのメリットも享受できる。

外食企業のアルバイト採用ソリューションとして開発したサービスとなるが、直近では様々な業種の企業の新卒採用や自治体の採用試験等にも導入が進んでいる。利用料金は導入店舗数や利用オプション等によって異なるが、1 社当たりで月額 10 ～ 50 万円と比較的リーズナブルな価格設定となっている。収益化の時期については、機能の拡充を今後も進めていくため未定だが、成長ポテンシャルは大きく比較的早期に連結業績に貢献してくるものと期待される。

紙面での雇用契約と電子雇用契約のフロー



出所：会社ホームページより掲載

c) PFS 事業

PFS 事業では、今後も独創的な技術やアイデアを持つ IT ベンチャーとの CVC や業務提携を進めていくことで、自社店舗の生産性向上を図るだけでなく、PFS の顧客企業にも先進的な IT サービスを提供していくことで収益基盤を拡大していく戦略となっている。現状はコロナ禍で伸び悩んでいるものの、アフターコロナにおいては導入企業も増加していくものと予想される。

株主還元策

2022年6月期の配当は未定、株主優待は内容を変更し継続

同社は株主還元の基本方針として、将来の事業展開と経営体質強化のための十分な内部留保を勘案したうえで、収益成長に見合った利益還元を行っていく方針としている。配当金に関しては、2020年6月期以降の業績悪化に伴い2期連続で無配となっており、2022年6月期も現時点では未定としている。

一方、株主優待については内容を一部変更して継続していくことを2021年11月に発表している。具体的には、従来は毎年12月末の株主に対して、同社グループ店舗で利用可能な食事券（3,000円相当）を保有株数に応じて贈呈していたが、2021年12月末の株主からは利用金額の30%割引券（割引対象の上限となる利用金額は1万円）に変更した。優待券の枚数を増やすことで同社グループ店舗の利用機会を増やし、事業への理解を一層深めてもらうことが狙いとなっている。

そのほか、自己株式の取得についても2021年8月に発表している。内容は取得株式数で135千株（上限）、取得総額で100百万円（上限）、取得期間は2021年8月11日～2022年6月25日で、2022年1月までの取得状況は株式総数で100千株、取得総額で56百万円となっている。

株主優待内容

対象株主	変更前	変更後
100株以上 500株未満	飲食代金3,000円分として 利用可能な優待券1枚	飲食代金を30%割引（割引対象となる上限利用額は1万円）して 利用できる優待券2枚
500株以上	飲食代金3,000円分として 利用可能な優待券3枚	飲食代金を30%割引（割引対象となる上限利用額は1万円）して 利用できる優待券4枚

出所：同社ホームページよりフィスコ作成

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp