
2020年2月期 決算説明会資料

株式会社リンガーハット
(証券コード: 8200)

目次

● 2020年2月期 財務・業績の概況

P3	連結損益計算書ハイライト	P8	経費分析
P4	2020年2月期 決算概要	P9	特別損益の内容
P5	グループ店舗売上高分析	P10	キャッシュ・フロー
P6	売上高傾向	P11	セグメント情報
P7	既存店売上高		

● 2021年2月期 計画

P13	2021年2月期 第2四半期累計期間・通期予想
P14	2021年2月期 出店計画

● 2021年2月期(第57期)リンガーハットグループの戦略

P17	第57期経営方針	P26~27	海外事業
P18~23	トピックス	P28~34	リンガーハット事業
P24~25	外販事業	P35~39	浜勝事業

● Data File

P41	純既存店売上高・客数・客単価の前期比推移	P45	設備投資の推移
P42~44	出店形態別の店舗数の推移		

2020年2月期 財務・業績の概況

連結損益計算書ハイライト

- 売上高は、前期比+0.7%の47,279百万円。10期連続の増収。
- 営業利益は、前期比▲35.1%の1,554百万円、経常利益は前期比 ▲36.8%の1,460百万円。
- 特別損失を1,404百万円計上、当期純損失は210百万円。

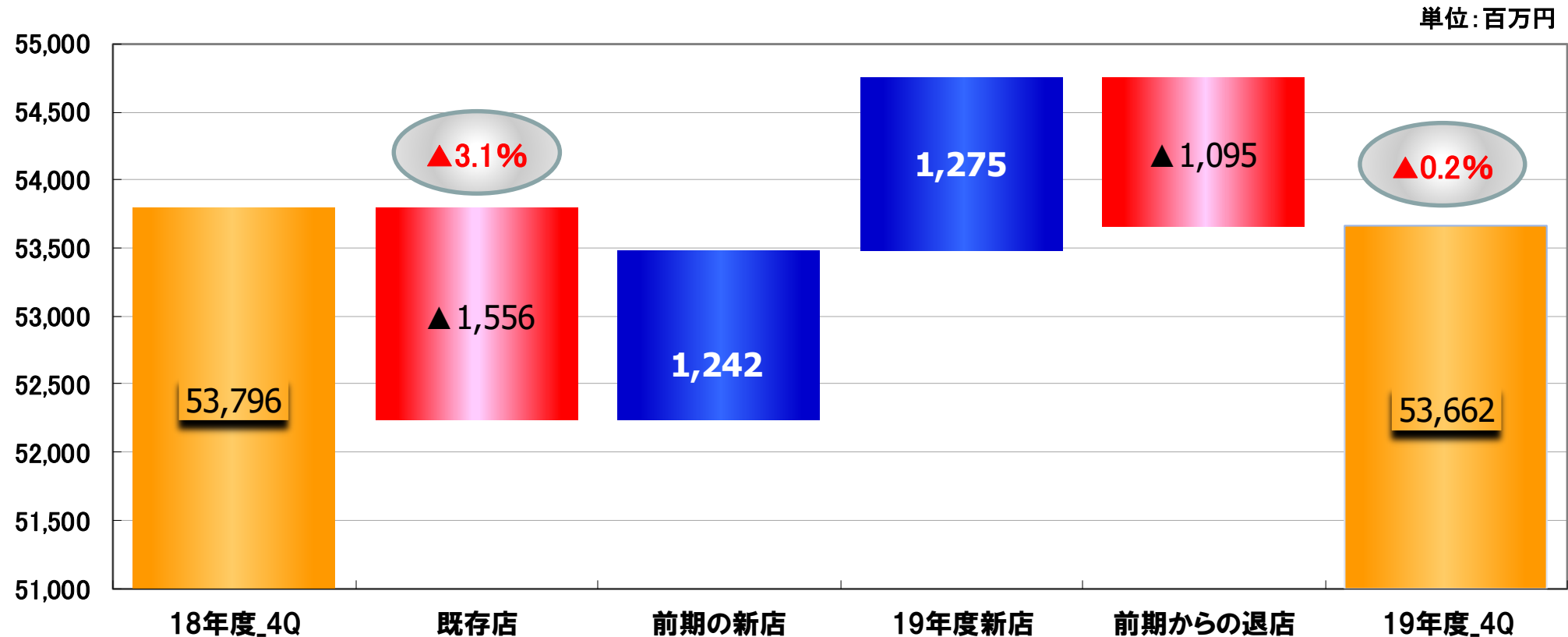
勘定科目	'18/03~'19/02		'19/03~'20/02		'19/03~'20/02		単位:百万円		
	前期	構成比	計画	構成比	実績	構成比	前期比	計画差	計画比
総売上高	55,559		56,160		55,311		99.6%	△ 848	98.5%
売上高	46,928	100.0%	48,000	100.0%	47,279	100.0%	100.7%	△ 720	98.5%
売上原価	15,064	32.1%	15,591	32.5%	15,355	32.5%	101.9%	△ 235	98.5%
売上総利益	31,864	67.9%	32,409	67.5%	31,923	67.5%	100.2%	△ 485	98.5%
販売費及び一般管理費	29,469	62.8%	30,609	63.8%	30,369	64.2%	103.1%	△ 239	99.2%
人件費	15,502	33.0%	16,096	33.5%	15,946	33.7%	102.9%	△ 149	99.1%
販売費	1,496	3.2%	1,385	2.9%	1,371	2.9%	91.7%	△ 13	99.0%
活動費	5,412	11.5%	5,561	11.6%	5,524	11.7%	102.1%	△ 36	99.3%
固定費	7,058	15.0%	7,567	15.8%	7,525	15.9%	106.6%	△ 41	99.5%
営業利益	2,394	5.1%	1,800	3.8%	1,554	3.3%	64.9%	△ 245	86.3%
営業外収益	92	0.2%	50	0.1%	64	0.1%	70.2%	14	129.9%
営業外費用	175	0.4%	150	0.3%	159	0.3%	90.5%	9	106.1%
経常利益	2,310	4.9%	1,700	3.5%	1,460	3.1%	63.2%	△ 239	85.9%
特別利益	87	0.2%	10	0.0%	20	0.0%	23.2%	10	202.6%
特別損失	1,015	2.2%	810	1.7%	1,404	3.0%	138.3%	594	173.4%
税引前利益	1,382	2.9%	900	1.9%	75	0.2%	5.5%	△ 824	8.4%
法人税等	545	1.2%	350	0.7%	286	0.6%	52.5%	△ 63	81.8%
当期純利益	837	1.8%	550	1.1%	△ 210	---	△ 25.2%	△ 760	---

2020年2月期 決算概要

- 売上高 47,279百万円（前期比 +350百万円、計画比 ▲720百万円）
 - 既存店売上高前期比は96.9%。客数前期比は97.9%、客単価前期比は99.0%。
- 売上原価 原価率は32.5%（売上構成前期比 +0.4%、売上構成計画比 +0.0%）
前期比 +291百万円、計画比 ▲235百万円
- 人件費 前期比 +444百万円、計画比 ▲149百万円（人件費率33.7% 前期比 +0.7%）
- 販売費 前期比 ▲124百万円、計画比 ▲13百万円（販売費率 2.9% 前期比 ▲0.3%）
- 活動費 前期比 +112百万円、計画比 ▲36百万円（活動費率11.7% 前期比 +0.2%）
- 固定費 前期比 +467百万円、計画比 ▲41百万円（固定費率15.9% 前期比 +0.9%）
- 営業利益 1,554百万円（前期比 ▲839百万円、計画比 ▲245百万円）
- 経常利益 1,460百万円（前期比 ▲850百万円、計画比 ▲239百万円）
- 純利益 ▲210百万円（前期比 ▲1,047百万円、計画比 ▲760百万円）

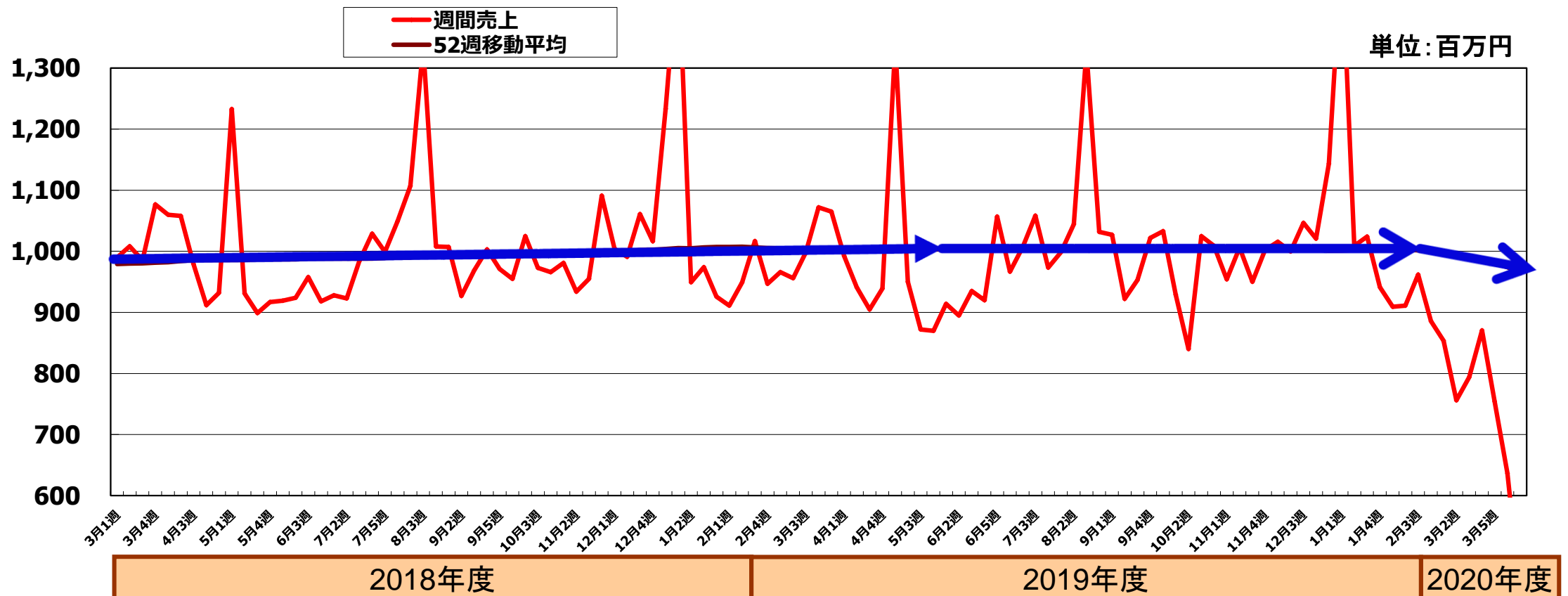
グループ店舗売上高分析…前期比

- 既存店は減収、前期比 ▲3.1%
- フランチャイズ店を含む店舗売上高は、前期新店のフル稼働及び今期新店があるものの、0.2%減少。



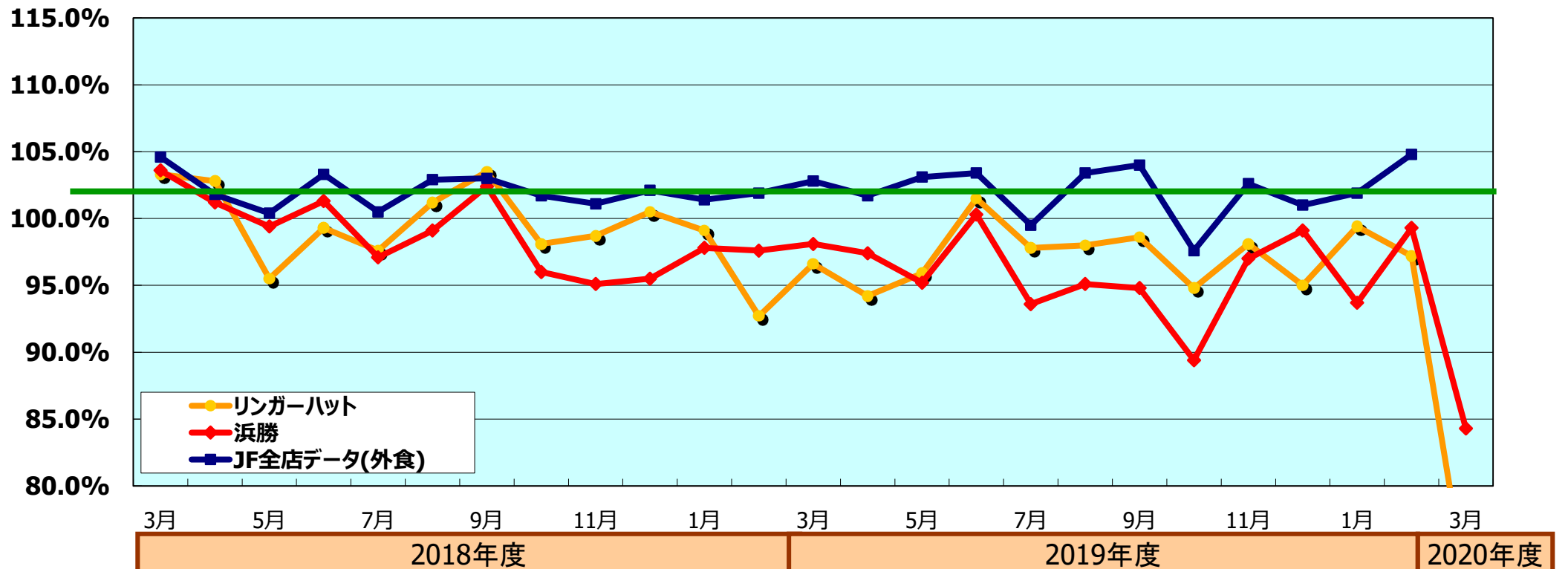
売上高傾向・・・グループ全店舗売上高の推移

- 10月消費税増税以降伸びが鈍化、新型コロナウイルスの影響で2月下旬以降下降している。



既存店売上高・・・外食全体と当社の動向

- 既存店売上高前年比 リンガーハット **97.2%**、濱かつ **96.0%**
 - 客数はリンガーハット 98.6%、濱かつ 94.6%、客単価はリンガーハット98.7%、浜勝101.6%
 - QSC(クオリティ、サービス、クレンリネス)向上・客数アップ策で収益改善を図っていたが、3月以降は新型コロナウイルス感染症対策で営業時間短縮・臨時休業が増加。



外食データ出所: 日本フードサービス協会: JFデータ(外食)は全店比較

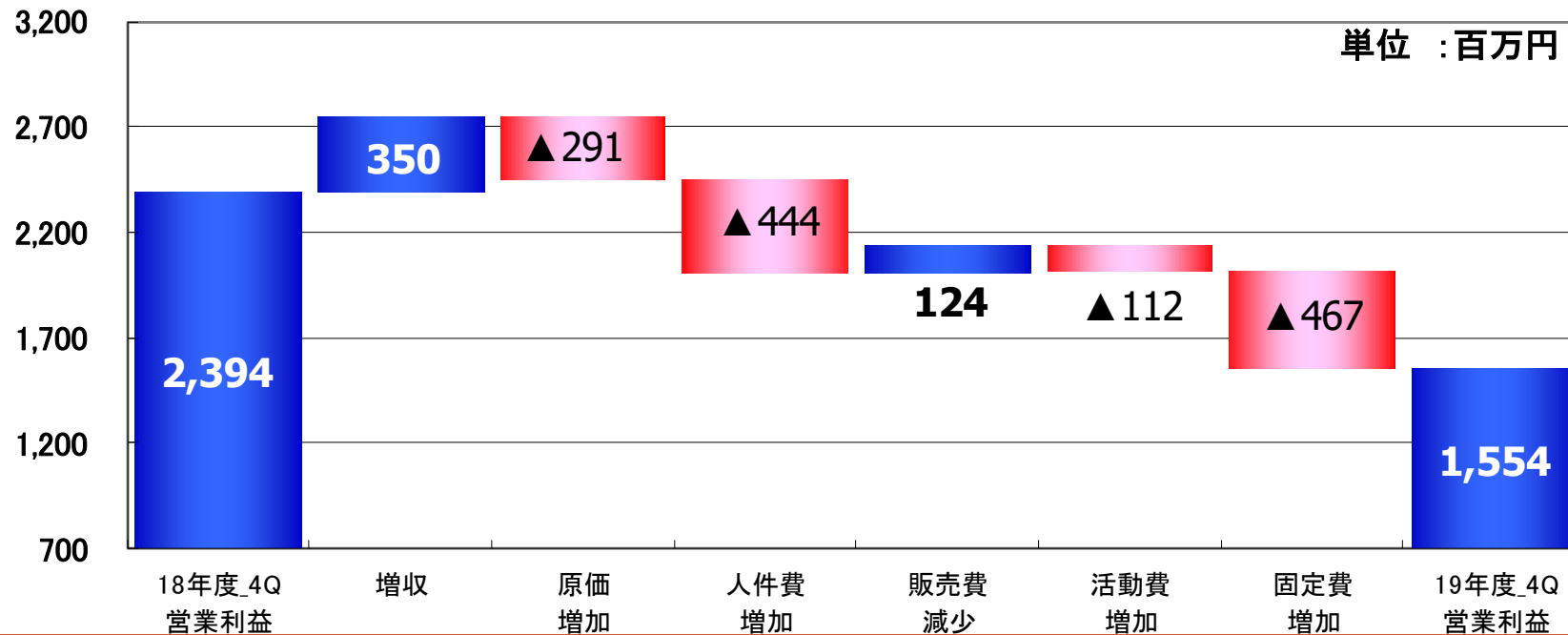
経費分析・・・前年同期比

- 営業利益は前期比 839百万円減少した。(営業利益率 5.1%→3.3%)
- 原価率は製造原価・運賃上昇により、32.5%となった。(前期比+0.4%)
- 販管費計は 899百万円増加し、販管費率は64.2%(前期比+1.4%)となった。

人件費率はパートアルバイトの時給上昇等により、33.7%となった(前期比+0.7%)。

販売費はTVCMの抑制等により、販促費が減少した(前期比▲0.3%)。

固定費は新規出店と京都工場稼働等により、賃借料及び減価償却費が増加した(前期比+0.9%)



特別損益の内容

- 店舗リロケイトに伴う退店、店舗改装、減損等により、特別損失を1,404百万円計上。
 (新型コロナウイルス感染拡大に伴う、店舗の臨時休業・営業短縮並びに外出自粛要請による店舗売上等への影響を考慮し保有する固定資産について将来の回収可能性を再検討した結果、店舗にかかる減損損失として通期で1,271百万円を計上した)

単位:百万円

主な特別利益	金額	内容
投資有価証券売却益	19	
主な特別損失	金額	内容
減損損失	1,271	工場・店舗設備
固定資産除却損	112	改装時設備入替等
店舗閉鎖損失	9	退店店舗

キャッシュ・フロー(前年同期比較)

- 新店及び既存店改装等の投資を計画的に進めた。

単位:百万円

区分	前年同期	当期	増減額
営業キャッシュ・フロー	3,151	2,676	△474
投資キャッシュ・フロー	△7,080	△2,954	3,653
フリーキャッシュ・フロー	△3,929	△277	3,179
財務キャッシュ・フロー	△583	1,018	1,602
現金等に係る換算差額	△30	35	66
現金及び現金同等物の増加・減少(△)額	△4,543	777	5,320
現金及び現金同等物の期首残高	5,975	1,431	△4,543
現金及び現金同等物の期末残高	1,431	2,208	777

セグメント情報

- ちゃんぽん事業は増収減益、とんかつ事業は減収減益となった。
- 営業利益は、ちゃんぽん事業 **1,062**百万円(前期比 **▲730**百万円)
とんかつ事業 **272**百万円(前期比 **▲84**百万円)

ちゃんぽん事業(リンガーハット)

単位:百万円

	2020年2月期 通期	前年同期 実績	増減
売上高	36,904	36,237	+666
営業費用	35,842	34,444	+1,397
営業利益	1,062	1,792	▲730
営業利益率	2.9%	4.9%	▲2.1%

とんかつ事業(濱かつ・とんかつ大学・卓袱浜勝)

単位:百万円

	2020年2月期 通期	前年同期 実績	増減
売上高	10,190	10,466	▲276
営業費用	9,917	10,109	▲191
営業利益	272	356	▲84
営業利益率	2.7%	3.4%	▲0.7%

2021年2月期 計画

2021年2月期 第2四半期累計期間・通期予想

- 新型コロナウイルス感染症拡大により、その影響を現時点で合理的に算定することは非常に困難であるため、2021年2月期の第2四半期累計期間及び通期の業績予想につきましては「未定」とさせていただきます。
なお、今後合理的な見通し数値が算定できる状況になりましたら、速やかに業績予想を開示させていただきます。

2021年2月期 出店計画

(単位:店舗)

	区分	前期実績	上半期	下半期	通期
リンガーハット	直営	24	7	2	9
	FC	6	3	2	5
	海外	4	0	0	0
	小計	34	10	4	14
濱かつ	直営	1	0	0	0
	FC	0	0	0	0
	海外	0	0	0	0
	小計	1	0	0	0
計	直営	25	7	2	9
	FC	6	3	2	5
	海外	4	0	0	0
	小計	35	10	4	14

- 国内14店舗(直営9店、FC5店)を計画。3月度オープン店舗(4店舗)。

2021年2月期(第57期) リンガーハットグループの戦略

第57期経営方針

＜今期スローガン＞

- 全員参加で、更なる成長を目指そう

＜今期経営方針＞

- 月例会を徹底し、お客さまを増やそう
- 現地・現物・現実で、改善のスピードを上げよう
- 自ら考え行動する人財を育成しよう

【トピックス①-1】新型コロナウイルス感染症対策

- (2020年4月20日現在)国内802店舗中
 - ・臨時休業店舗 221店
 - ・テイクアウトのみ販売店舗 13店
 - ・営業時間短縮店舗 395店
 - 製造・物流体制は、SCフードコートが全て休業になる前提で組み替えを実施
- 資金面について
 - ・当面の運転資金の確保及び財政基盤の安定性向上のために機動的かつ資金調達手段を確保することを目的として、コミットメントライン契約を締結

【トピックス①-2】新型コロナウイルス感染症対策

- 全従業員の行動基準の徹底
- 休業する雇用者への対応
 - ・ 正社員は、営業続行店舗ヘルプ・5S活動等により勤務調整
 - ・ パートアルバイトを休業させる場合は雇用調整助成金を活用する。
 - 会社からの休業手当として80%支給する
 - 子供の休校等により休業する場合は「小学校休業等対応助成金」を申請する
 - ・ 年次有給休暇を希望する者については取得させる（全従業員）。

【トピックス①-3】新型コロナウイルス感染症対策

● 社内外行事・会議体の対応

- ・新入社員は個別に店舗研修を実施。
- ・株主総会終了後の株主懇親会は実施見送り。
- ・会議体はTV会議・資料回付、延期で対応。

● 間接部門スタッフ・役員の勤務体制

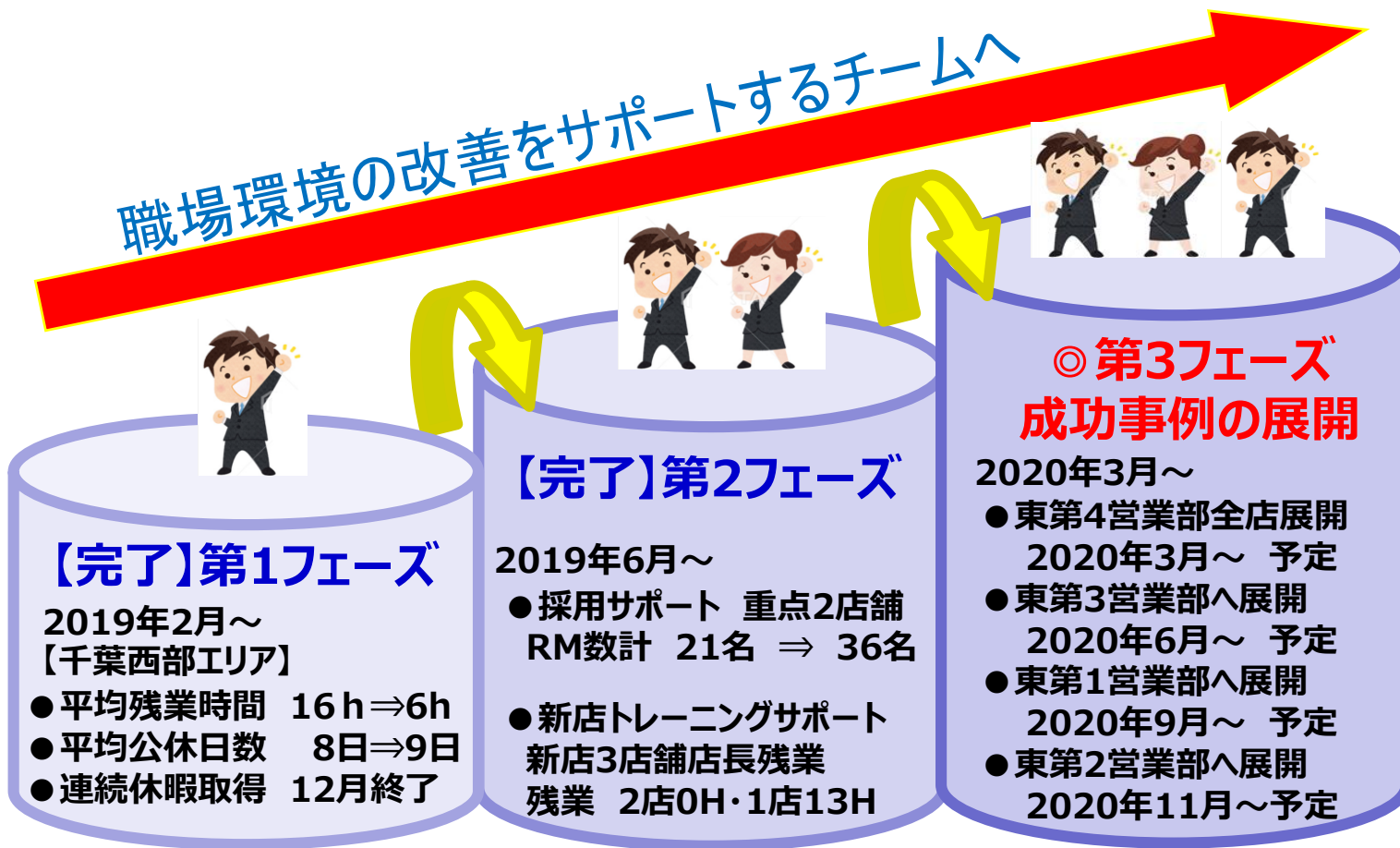
- ・原則在宅勤務とする（本社出勤者は2割で調整）。
- ・国内外の出張は原則禁止とする。
- ・来客・訪問は、電話や電子メールで対応する。

【トピックス②】(働き方改革)Store Support(社内派遣)制度

目的

店舗人員不足や労働環境を改善し、従業員とお客さま満足度を向上させる

職場環境の改善をサポートするチームへ



【トピックス③】(働き方改革)女性活躍推進

- ～女性が個々の能力を発揮して長く活躍できる環境整備の実現～

	女性 役員数	女性 管理職数	女性 社員比率	女性の 退職率	女性店長数 (パート店長含む)
目標 2023年3月	2名	15% (9名)	20% (106名)	10%以内	100名
現状 2020年2月	1名	6.2% (4名)	15.5% (89名)	14.9%	82名
2014年2月	0名	1.6% (1名)	14.2%	13.2%	47名

【トピックス④】アメーバ経営(全員参加経営)の深化と業務標準化

- (全員参加型)月例会を実施し、従業員の意識を変える。
 - パート・アルバイト主導の月例会を実施し、現場からの知恵・考えを店舗経営に活かす。
- 業務を整理・整頓し、標準化を推進する。
 - 「提案制度」を活性化する(56期提案件数:1,671件)
問題発見と改善提案により現場の工夫を成果に繋げる。店舗で使用するリングラム(店舗マニュアル)は現場の知恵で変わり続ける。
- 重点項目シート・時間当り採算表を活用し収益改善。
 - 売上最大、経費最小、時間最短を目指す。



56期月別提案件数



外販事業

リンガーフーズ株式会社(外販事業)

- 今期売上高は1,300百万円を目論む(2014年3月より事業開始:事業拡大中)
 - 直販(自社オンライン・ネット)売上比率を上げる(目標 30%)
 - 量販店、カタログ販売及びパーツ販売の販路拡大
 - コラボ・OEM先の開拓・販売拡大
 - “メイドイン長崎”にこだわる! 安全・安心・高品質を謳う
 - 生産能力をアップし収益を伸ばす

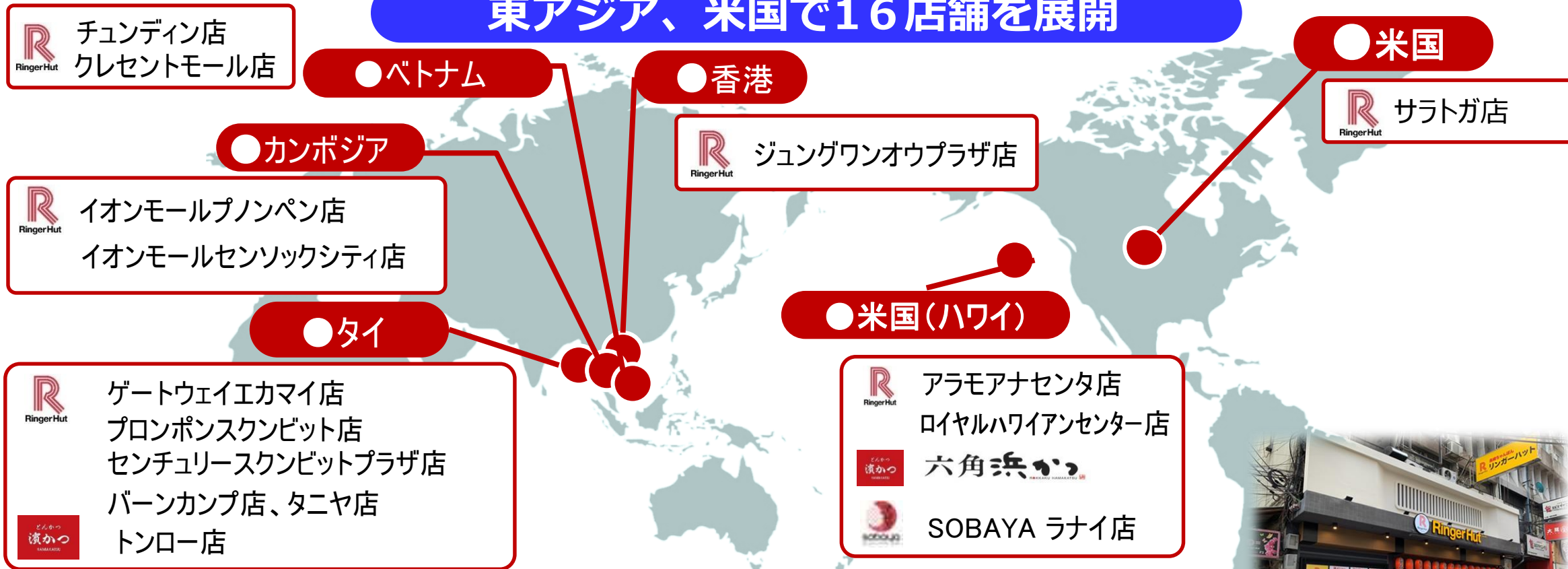
リンガーハットオンラインショップ
<http://www.rhk-shopping.jp/>



海外事業

海外事業の展開

東アジア、米国で16店舗を展開



タニヤ店(タイ)

- 海外で半分稼ぐ体質を創る。東南アジア、東アジア、USA
 - 今期は、出店なし。各国ともモデル店舗をつくり、業態を確立させる。
 - アジアの拠点をタイとし、米国と共に早期黒字化を目指す。

リンガーハット事業

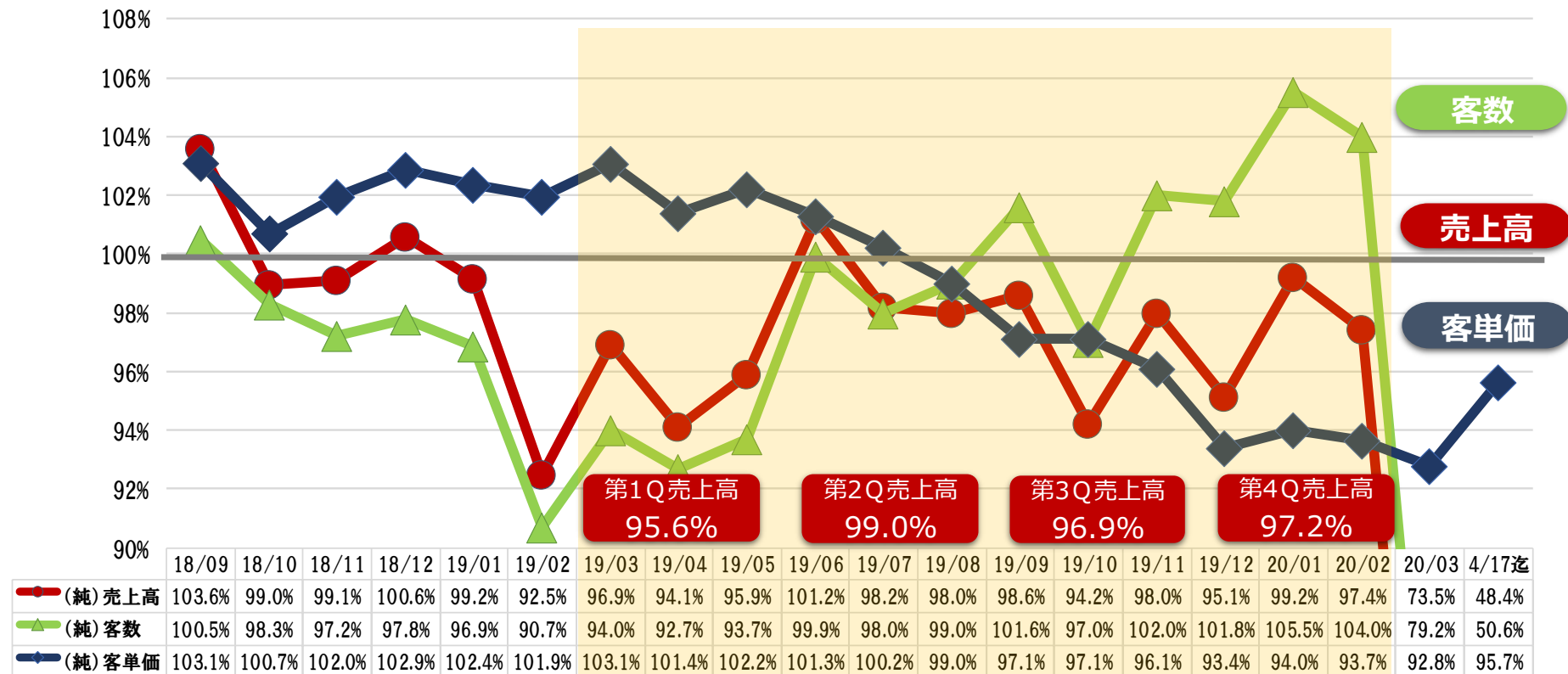
ちゃんぽん事業(リンガーハット)

単位: 百万円

	2020年2月期 通期	前年同期 実績	増減
売上高	36,904	36,237	+666
営業費用	35,842	34,444	+1,397
営業利益	1,062	1,792	▲730
営業利益率	2.9%	4.9%	▲2.1%

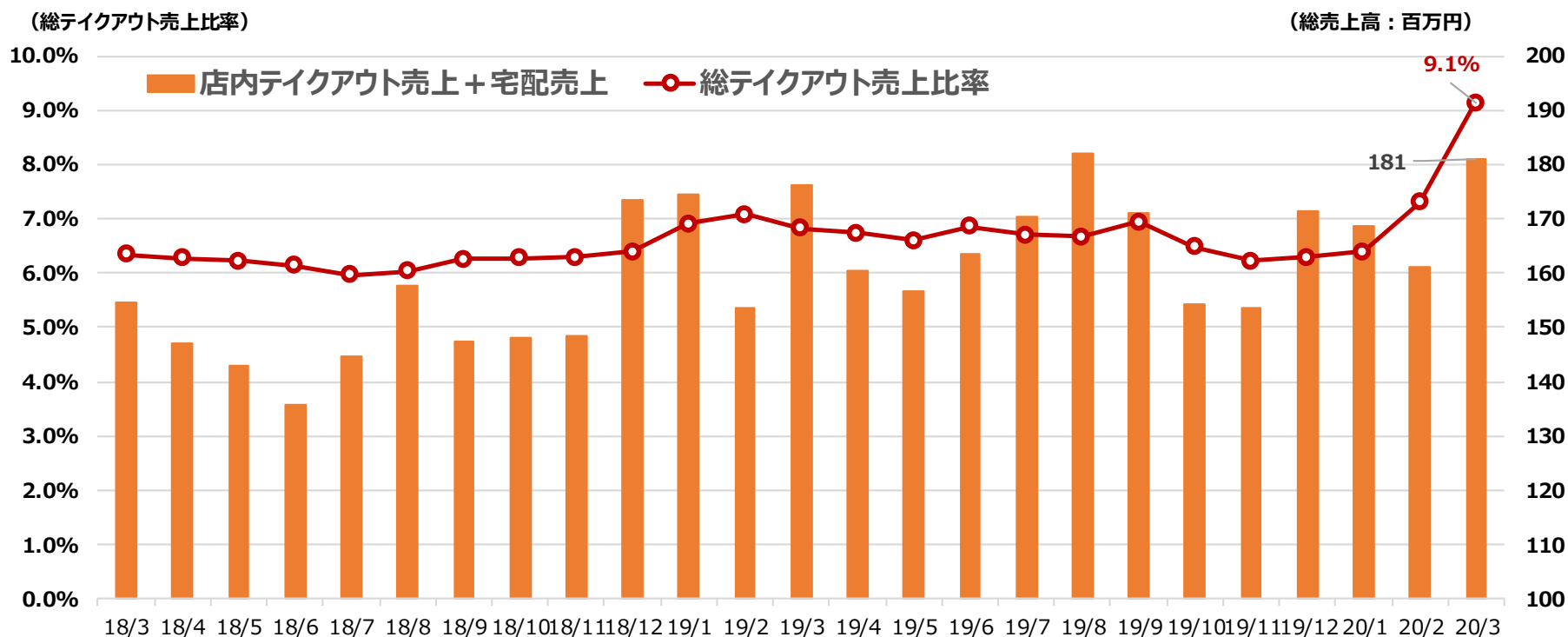
2020年2月期 売上の推移（直営既存店）

- 既存店前年比 売上97.2%、客数99.1%、客単価98.1%
- 8月メニュー変更以降、昼・夜共に客数が増加していたが、3月以降新型コロナウイルスの影響で営業時間短縮・臨時休業店舗増加。



「店内テイクアウト商品」・「宅配」売上推移

- 昨今の外出控えも影響して、店内テイクアウト商品と宅配の合計は3月は181百万円（テイクアウト比率：9.1%）。「出前館」・「Uber Eats」などを利用した宅配対応店舗は20年3月時点で123店舗（3月販売額36百万円） 今後はフードコート店舗を中心に展開を計画中。



リンガーハット(ちゃんぽん事業) 重点実施事項

- 自ら考える人財になろう(提案・改善できる人財)。
 - 「提案制度」の活性化
 - 褒章制度(優秀店舗の表彰)
- 全部門協力し、専門店としての「品質」をあげる。
 - 既存商品・戦略商品のブラッシュアップ
 - 既存店舗への計画的投資
- 店舗収益構造の再構築。
 - ロードサイド店舗の再配置計画
 - 店舗設備の改善(既存機器の進化)



リンガーハットの店舗展開(新規出店・改装計画)

- 今期出店は、FC含め国内14店舗を計画
 - ショッピングセンターなどのフードコートと駅隣接立地が出店の中心
- 今期改装は、FC含め45店舗を計画

<国内直営店舗>

<新店>

56期:24店舗 ⇒ 57期: **9店舗**

<改装店舗>

56期:38店舗 ⇒ 57期: **30店舗**



リンガーハット
京急ストア川崎店(2020.03)



リンガーハット
イオンモール幕張新都心店(2020.03)

商品施策及び販売促進策

- 四季ごとの季節商品を販売。春(あさり)・夏(冷やし)・秋(トムヤムクン)・冬(かき)

春

あさりちゃんぽん



夏

冷やしちゃんぽん

◆4月23日から販売開始!

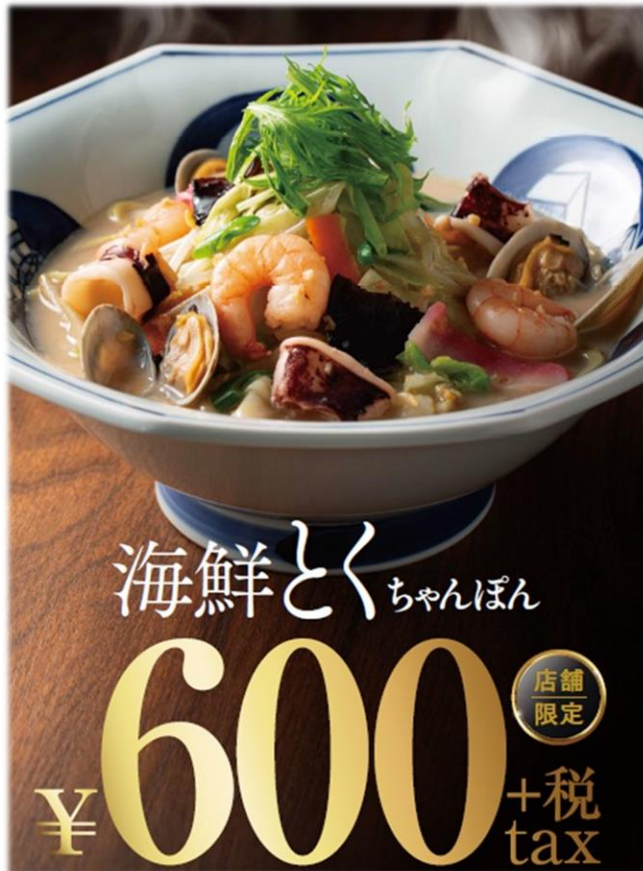


- ・小さいサイズ (500+税) レギュラー (600+税) セット (650+税)

商品施策及び販売促進策

- 都心タイプ店舗専用メニューで順次拡大

とくちゃんぽん



◆販売店：17店舗（3月末時点）

◆販売数：47食/日当（摂取率：17.7%）

日当り平均販売数、上位店舗（20年3月）

店舗名	1店舗平均	摂取率
京急鶴見店	69.6	21.3%
東京P新橋駅前店	65.2	20.5%
東京P日比谷シャンテ店	54.4	30.3%
J R 蒲田東口店	51.8	21.3%
新宿東宝ビル店	51.2	14.7%

浜勝事業

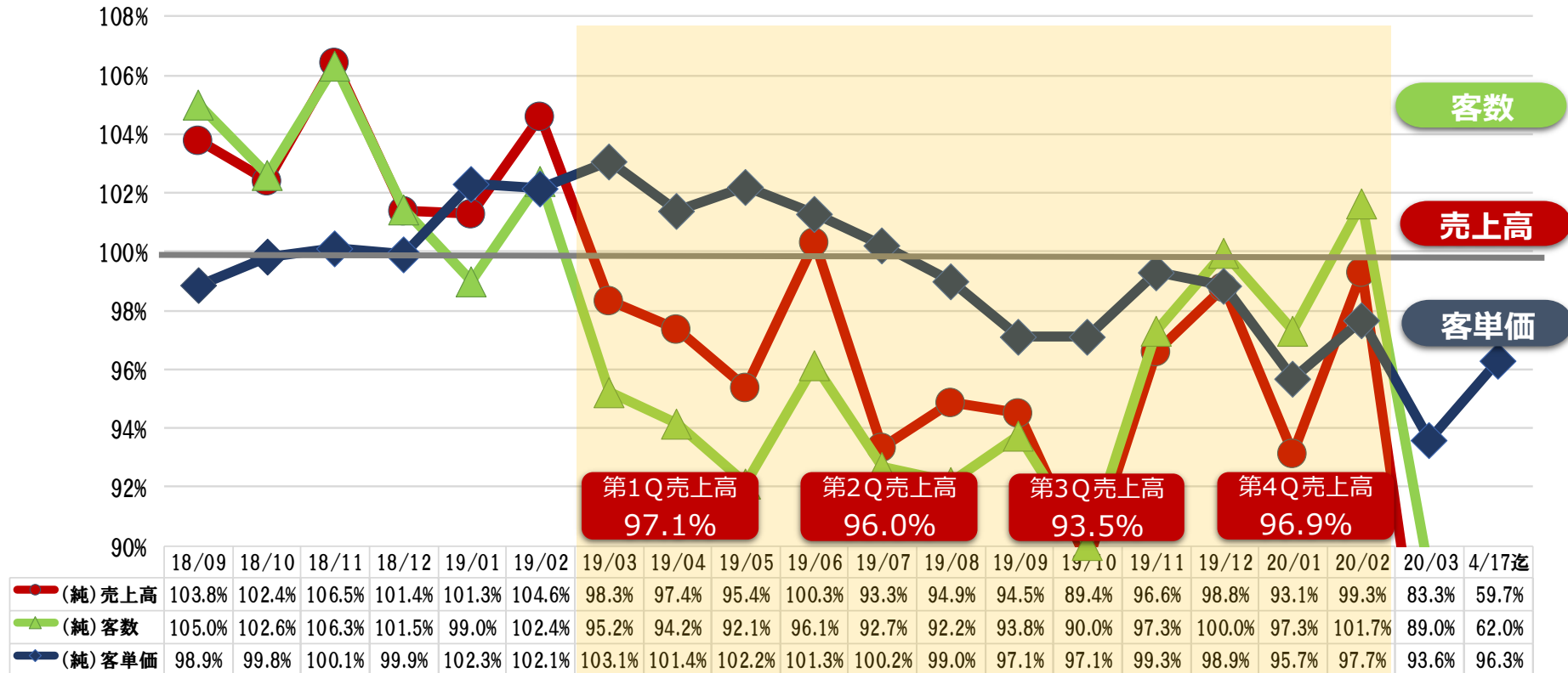
とんかつ事業(濱かつ・とんかつ大學・卓袱浜勝)

単位:百万円

	2020年2月期 通期	前年同期 実績	増減
売上高	10,190	10,466	▲ 276
営業費用	9,917	10,109	▲ 191
営業利益	272	356	▲ 84
営業利益率	2.7%	3.4%	▲ 0.7%

2020年2月期 売上の推移 (とんかつ濱かつ既存店)

- 既存店前年比 売上96.8%、客数96.6%、客単価100.1%
- 売上施策を打つ事で2019年10月以降客数は少し上昇して来たが目標未達、3月後半新型コロナウイルスの影響で営業時間短縮・臨時休業店舗増加。



濱かつ(とんかつ事業) 重点実施事項

- 人財を育成し、全員参加でお客様満足度を上げ客数増を目指す。
 - 全員参加の「店舗月例会」、更なる浸透
 - QSC向上活動(ピークタイム役割分担の見える化による改善、など)を継続
 - パート店長・多能工作業が実践できる社員の育成
- 「経費・時間」は最小で構える。
 - 在庫低減によりロス低減
 - 店舗売上に応じた作業時間管理の徹底
- お客様のニーズに合った商品を提供する。
- 既存店改装による収益改善(客席レイアウト変更等)。
- とんかつ大學(フードコート内業態)の出店モデル確立。



お客さまに喜ばれる料理・サービスの提供

- 季節商品の販売強化。 春(重ねかつ)・夏(梅しそ巻き)・秋冬(かき)
- テイクアウト(中食商品)の販売強化(4月20日より全店へ展開)

春

重ねかつ

(3/1~)

チーズ
期|限|定
重ねかつとんかつ膳(チーズ)
1,290円+税

明太子
期|限|定
重ねかつとんかつ膳(明太子)
1,290円+税

海鮮ふらいとんかつ膳
1,290円+税

二種の重ねかつ膳
990円+税

平日17時までの限定商品

温かお弁当
誕生！温かお弁当オリジナル「特許出願中」
新開発の
大差保湿材で、さらに約30分温かさ長持ち
蒸気を取り除く特殊紙を上蓋に
底には、余分な油と水分を吸収するシートを採用し
サクサク感アップ！

お徳なお弁当
専門店ならではの美味しさです。

おすすめお弁当
ロースとチキンかつ弁当 690円+税
チキンかつとオランダかつとエビフライ弁当 790円+税

ロースかつとエビフライ弁当 890円+税
ヒレかつとオランダかつとエビフライ弁当 950円+税

エビフライとヒレかつ弁当 950円+税
オランダかつ弁当 990円+税
盛り合わせかつ弁当 990円+税

かカレー
お惣菜

お特 豪焼と華きん

(2/25~熊本で先行導入 :3月の中食売上は前年比108%)



Uber Eats
E PARK

お客さまに喜ばれる料理・サービスの提供

● 新ランチ及び新グランドメニューの展開

－ 「990円メニュー・180gロース等の導入により品質アップと価値観のアップ」

「2/25～熊本で先行導入し、お客様満足度がアップ」 → 4月27日より全店展開



◎ランチ・膳・定食にはごはん・味噌汁・キャベツ・お漬物がつき、おかわりができます。



※お星のメニューは、ご注文の際に必ずお星のメニューをお選びください。お星のメニューは、ご注文の際に必ずお星のメニューをお選びください。



◎膳には、ごはん・味噌汁・キャベツ・お漬物がつき、おかわりができます。



※お星のメニューは、ご注文の際に必ずお星のメニューをお選びください。お星のメニューは、ご注文の際に必ずお星のメニューをお選びください。

Data File

2020年2月期 通期

- 目次
1. 純既存店売上高・客数・客単価の前期比の推移
 2. 出店形態別店の店舗数の推移(全店)
 3. 出店形態別店の店舗数の推移(リンガーハット)
 4. 出店形態別店の店舗数の推移(浜勝・卓袱浜勝)
 5. 設備投資の推移

1. 純既存店売上高・客数・客単価の前期比推移

①売上高

		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	累計
リナーハット	19年2月期	103.3	102.8	95.5	99.3	97.6	101.2	103.5	98.1	98.7	100.5	99.1	92.7	99.4
	20年2月期	96.6	94.2	95.9	101.5	97.8	98.0	98.6	94.8	98.1	95.0	99.4	97.2	97.2
濱かつ	19年2月期	103.6	101.2	99.4	101.3	97.1	99.1	102.4	96.0	95.1	95.5	97.8	97.6	98.8
	20年2月期	98.1	97.4	95.2	100.3	93.6	95.1	94.8	89.4	97.0	99.1	93.7	99.3	96.0
卓袱浜勝	19年2月期	0.0	215.2	84.7	108.7	100.0	91.3	111.0	94.2	103.9	91.7	102.3	111.9	114.2
	20年2月期	88.8	101.4	100.2	102.5	88.8	86.8	75.1	93.9	93.5	86.0	100.1	76.1	91.1
全社	19年2月期	103.8	102.7	96.3	99.7	97.5	100.6	103.3	97.6	97.9	99.3	98.8	93.8	99.3
	20年2月期	96.9	94.9	95.7	101.2	96.9	97.3	97.7	93.6	97.9	95.8	98.1	97.5	96.9

②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	累計
リナーハット	19年2月期	101.9	100.6	95.6	99.2	97.6	99.7	100.7	97.4	96.9	97.8	96.9	91.0	98.0
	20年2月期	94.0	92.8	93.7	99.8	97.2	98.8	101.2	97.3	101.7	100.4	104.3	102.6	98.6
濱かつ	19年2月期	100.8	99.5	98.7	100.5	95.8	97.3	98.6	93.4	93.2	93.3	95.2	95.5	96.8
	20年2月期	95.2	94.4	92.3	96.4	92.2	91.3	93.0	88.9	96.5	98.8	96.2	100.4	94.6
卓袱浜勝	19年2月期	0.0	203.0	79.1	104.4	99.8	87.8	106.0	97.4	102.1	93.9	104.6	108.2	112.1
	20年2月期	91.2	99.6	95.4	96.7	84.8	86.3	76.4	90.0	91.2	85.0	93.9	76.4	89.0
全社	19年2月期	101.8	100.5	96.1	99.4	97.3	99.3	100.4	96.7	96.3	97.1	96.6	91.7	97.8
	20年2月期	94.1	93.0	93.5	99.3	96.4	97.6	99.9	96.1	100.9	100.2	103.0	102.2	97.9

③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	累計
リナーハット	19年2月期	101.4	102.2	99.9	100.1	100.1	101.4	102.8	100.7	101.9	102.8	102.3	101.8	101.5
	20年2月期	102.8	101.5	102.3	101.7	100.7	99.2	97.4	97.4	96.5	94.6	95.3	94.8	98.7
濱かつ	19年2月期	102.9	101.7	100.7	100.8	101.4	101.9	103.8	102.8	102.0	102.4	102.7	102.2	102.1
	20年2月期	103.1	103.2	103.2	104.0	101.5	104.2	101.9	100.5	100.4	100.3	97.4	98.9	101.6
卓袱浜勝	19年2月期	0.0	106.0	107.1	104.2	100.2	104.0	104.7	96.7	101.8	97.7	97.9	103.4	101.9
	20年2月期	97.4	101.8	105.0	106.0	104.7	100.7	98.2	104.3	102.6	101.2	106.6	99.6	102.3
全社	19年2月期	102.0	102.2	100.2	100.4	100.2	101.3	102.9	100.9	101.7	102.3	102.3	102.3	101.6
	20年2月期	102.9	102.0	102.4	102.0	100.5	99.7	97.8	97.5	97.0	95.7	95.2	95.4	99.0

2. 出店形態別の店舗数の推移(全店)

出店形態別の状況 (FC店含む)

出店形態	年度	2015.2期			2016.2期			2017.2期			2018.2期			2019.2期			2020.2期		
		増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末
九州・中国・四国地区	ロードサイド(郊外型)		▲ 9	203		▲ 4	199		▲ 4	195	2	▲ 11	186		▲ 5	181		▲ 3	178
	SC内フードコート等	10		72	5	▲ 1	76	13	▲ 1	88	4		92	9	▲ 3	98	8	▲ 1	105
	ビルイン(都心型)	1		12		▲ 2	10	1		11			11	2	▲ 1	12			12
	合計	11	▲ 9	287	5	▲ 7	285	14	▲ 5	294	6	▲ 11	289	11	▲ 9	291	8	▲ 4	295
関東・東海地区	ロードサイド(郊外型)	1	▲ 11	105	1	▲ 11	95	2	▲ 1	96		▲ 8	88		▲ 4	84			84
	SC内フードコート等	22	▲ 1	125	17	▲ 2	140	19	▲ 3	156	15	▲ 5	166	23	▲ 6	183	11	▲ 5	189
	ビルイン(都心型)	2	▲ 1	56	4	▲ 1	59	3	▲ 3	59	5	▲ 3	61	7	▲ 4	64	2	▲ 2	64
	合計	25	▲ 13	286	22	▲ 14	294	24	▲ 7	311	20	▲ 16	315	30	▲ 14	331	13	▲ 7	337
関西・中京地区	ロードサイド(郊外型)	1		25			25		▲ 1	24		▲ 1	23	1	▲ 1	23			23
	SC内フードコート等	12		49	16		65	13	▲ 2	76	13	▲ 1	88	8	▲ 2	94	7	▲ 3	98
	ビルイン(都心型)			4	1		5	1		6			6	2		8	1		9
	合計	13	0	78	17	0	95	14	▲ 3	106	13	▲ 2	117	11	▲ 3	125	8	▲ 3	130
東北・北海道地区	ロードサイド(郊外型)	1	▲ 1	1			1			1			1			1			1
	SC内フードコート等	3		19	6		25	6		31	1	▲ 3	29	6	▲ 2	33	2		35
	ビルイン(都心型)			0			0			0			0			0			0
	合計	4	▲ 1	20	6	0	26	6	0	32	1	▲ 3	30	6	▲ 2	34	2	0	36
海外	ロードサイド(郊外型)			1			1			1			1			1			1
	SC内フードコート等	2	▲ 4	4	5		9	1		10	4	▲ 3	11	1	▲ 2	10	3	▲ 3	10
	ビルイン(都心型)	1	▲ 1	2		▲ 1	1			1	2		3	3		6	1	▲ 1	6
	合計	3	▲ 5	7	5	▲ 1	11	1	0	12	6	▲ 3	15	4	▲ 2	17	4	▲ 4	17
合計	ロードサイド(郊外型)	3	▲ 21	335	1	▲ 15	321	2	▲ 6	317	2	▲ 20	299	1	▲ 10	290	0	▲ 3	287
	SC内フードコート等	49	▲ 5	269	49	▲ 3	315	52	▲ 6	361	37	▲ 12	386	47	▲ 15	418	31	▲ 12	437
	ビルイン(都心型)	4	▲ 2	74	5	▲ 4	75	5	▲ 3	77	7	▲ 3	81	14	▲ 5	90	4	▲ 3	91
	合計	56	▲ 28	678	55	▲ 22	711	59	▲ 15	755	46	▲ 35	766	62	▲ 30	798	35	▲ 18	815
うち直営店舗数			475			505			541			544			576			594	
うちFC店舗数			203			206			214			222			222			221	

3. 出店形態別の店舗数の推移(リンガーハット・SOBAYA)

出店形態別の状況(FC店含む)

出店形態	2015.2期			2016.2期			2017.2期			2018.2期			2019.2期			2020.2期		
	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末
九州・中国・四国地区	10	▲ 8	197	5	▲ 6	196	14	▲ 4	206	6	▲ 10	202	8	▲ 6	204	8	▲ 4	208
関東・東海地区	22	▲ 12	271	19	▲ 12	278	22	▲ 6	294	18	▲ 14	298	24	▲ 10	312	12	▲ 6	318
関西・中京地区	13	0	76	16	0	92	14	▲ 3	103	13	▲ 2	114	11	▲ 3	122	8	▲ 3	127
北陸・東北・北海道地区	4	▲ 1	20	5	0	25	6	0	31	1	▲ 2	30	6	▲ 2	34	2	0	36
海外	2	▲ 5	6	4	▲ 1	9	1	0	10	5	▲ 3	12	4	▲ 2	14	4	▲ 4	14
合計	51	▲ 26	570	49	▲ 19	600	57	▲ 13	644	43	▲ 31	656	53	▲ 23	686	34	▲ 17	703
うち直営店舗数			386			412			448			452			482			500
うちFC店舗数			184			188			196			204			204			203

出店形態	2015.2期			2016.2期			2017.2期			2018.2期			2019.2期			2020.2期		
	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末
その他(SOBAYA・EVERYBOWL)										2		2	1	▲ 2	1			1

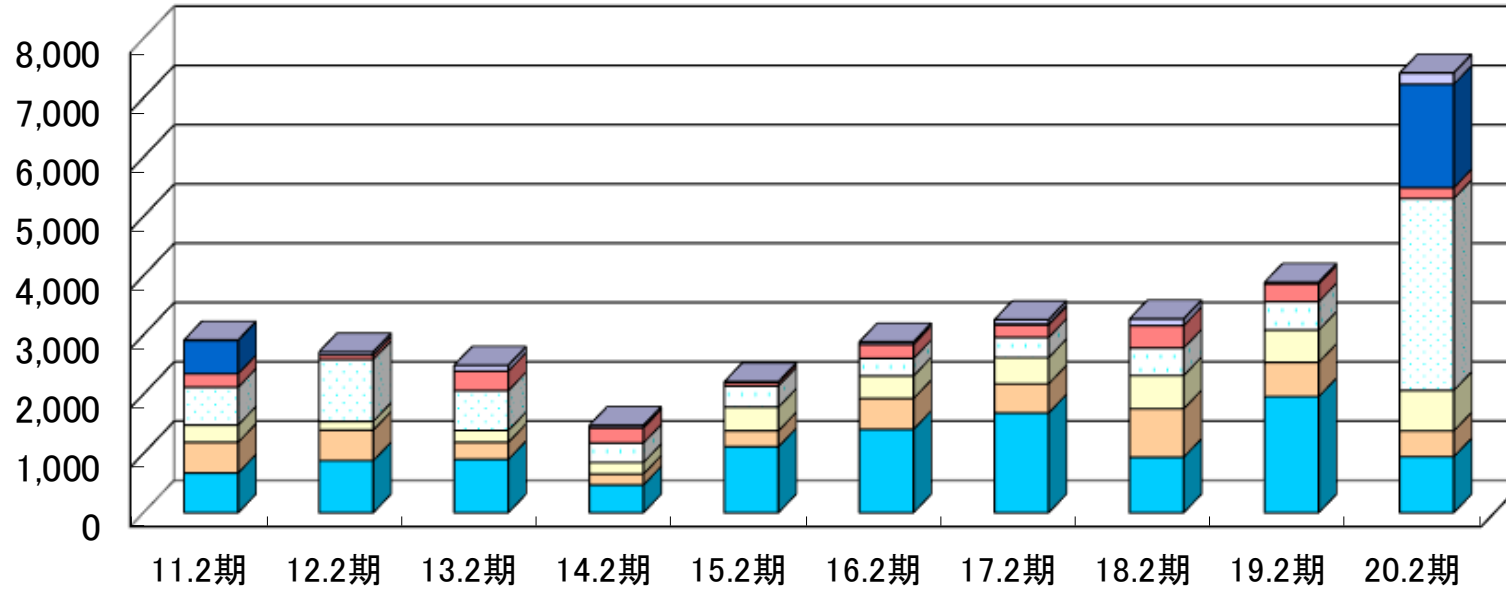
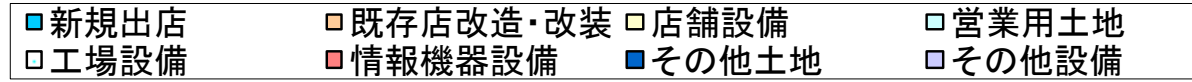
4. 出店形態別の店舗数の推移(濱かつ・卓袱浜勝・とんかつ大學)

出店形態別の状況(FC店含む)

出店形態	2015.2期			2016.2期			2017.2期			2018.2期			2019.2期			2020.2期		
	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末
九州・中国・四国地区	1	▲1	89	0	▲1	88	0	▲1	87	0	▲1	86	2	▲2	86	0	0	86
関東・東海地区	3	▲1	15	3	▲2	16	2	▲1	17	0	▲2	15	0	▲3	12	0	▲1	11
関西・中京地区	0	0	2	1	0	3	0	0	3	0	0	3	0	0	3	0	0	3
北陸・東北・北海道地区	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	▲1	0	0	0	0	0	0	0
海外	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
合計	4	▲2	106	6	▲3	109	2	▲2	109	0	▲4	105	2	▲5	102	0	▲1	101
うち直営店舗数			87			91			91			87			84			83
うちFC店舗数			19			18			18			18			18			18

出店形態	2015.2期			2016.2期			2017.2期			2018.2期			2019.2期			2020.2期		
	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末
卓袱浜勝、とんかつ大學、六角浜かつ	1		2			2			2	1		3	6		9	1		10

5. 設備投資の推移



単位: 百万円

区分	11.2期	12.2期	13.2期	14.2期	15.2期	16.2期	17.2期	18.2期	19.2期	20.2期
新規出店	672	879	899	468	1,115	1,407	1,683	936	1,960	945
既存店改造・改装	517	515	288	185	267	519	490	817	579	436
店舗設備	292	149	201	195	400	382	444	560	543	682
営業用土地	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
工場設備	637	1,043	672	329	356	294	340	465	478	3,239
情報機器設備	227	73	330	254	56	235	209	379	300	182
その他土地	563	-	0	0	0	0	16	0	1	1,746
その他設備	3	53	96	42	14	42	73	111	27	189
設備投資計	2,912	2,712	2,486	1,472	2,208	2,880	3,256	3,268	3,887	7,419
減価償却費	921	833	1,075	1,216	1,246	1,339	1,448	1,521	1,634	1,932



本資料に掲載されている業績の見通し等将来に関する情報は、現在入手可能な情報に基づいて当社経営陣が合理的と判断したものです。実際の業績は市場動向、経済情勢など様々な要因の変化により大きく異なる可能性がありますことをご承知おきください。

本資料に関する問い合わせは下記にお願いいたします。

TEL 03-5745-8611 管理部 IR担当