

株式会社トリドールホールディングス
2022年3月期 第3四半期 決算説明資料

2022年2月14日

1. 2022年3月期 第3四半期 実績

- コロナ禍の中、国内外で市場を創造するなど様々な取組みの結果、大幅な増収増益
- 事業利益62億円と、前年同期の損失からV字回復
- その他の営業収益に政府補助金90億円も加わり、3Q累計の営業利益として過去最高

	3Q累計実績		前年同期比	
	21年3月期	22年3月期	増減額	増減率
	(百万円)			
売上収益	100,820	116,922	+16,102	+16.0%
事業利益	△2,630	6,215	+8,845	-
調整後EBITDA	13,088	22,186	+9,098	+69.5%
営業利益	△1,727	14,506	+16,233	-
四半期利益	△2,173	9,290	+11,462	-

※事業利益: 売上収益 - 売上原価 - 販売費及び一般管理費

調整後EBITDA: EBITDA (営業利益 + その他の営業費用 - その他の営業収益 + 減価償却費及び償却) + 減損損失 + 非経常的費用項目

■ 全セグメントが増益となった結果、事業利益が88億円増加

(百万円)

	22年3月期3Q累計			21年3月期3Q累計			売上収益		事業利益	
	売上収益	事業利益	事業利益率	売上収益	事業利益	事業利益率	増減額	増減率	増減額	増減率
丸亀製麺	70,944	9,166	12.9%	61,149	1,748	2.9%	+9,795	+16.0%	+7,419	+424.5%
その他	14,976	359	2.4%	17,099	125	0.7%	△2,123	△12.4%	+234	+188.3%
海外事業	31,002	2,204	7.1%	22,572	1,081	4.8%	+8,429	+37.3%	+1,123	+103.8%
調整額	-	△5,514	-	-	△5,583	-	-	-	+69	-
連結	116,922	6,215	5.3%	100,820	△2,630	-	+16,102	+16.0%	+8,845	-

- 丸亀製麺の売上収益は、テイクアウトの強化が寄与し、既存店は前年同期比12.3%増収、全体では16.0%増収
事業利益は、増収に加えて、販管費率低下により大幅な増益
- その他の売上収益は不採算店舗の閉鎖により減少したものの、利益率は改善。カフェ事業の回復も寄与して増益
- 海外事業の売上収益は、雲南ヌードルや丸亀製麺ハワイ店が堅調に推移、台湾が3Qで大きく回復したことなどから37.3%増収
事業利益は、英国の新店の経費計上等があったものの、概ね堅調に推移し、大幅な増益



市場創造の仕掛け

「丸亀うどん弁当」

2021年4月発売

- 天ぷら、うどんに合うおかず、専用の出汁を一箱に詰めリーズナブルな価格で提供



テイクアウト専門窓口 設置

- イートインと両立するスピーディな接客オペレーションを構築

新商品で需要喚起

- 食育も考慮した「こどもうどん弁当」、冬季限定「熱盛うどん弁当」など新商品を次々投入

丸亀こどもうどん弁当



これまでの成果

様々な潜在需要を開拓し
うどん弁当市場を創造

9ヶ月累計で

1,700万食販売

各種メディアの ヒットランキング上位に

✓ 日経MJ

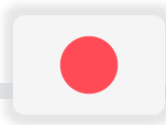
2021年ヒット番付

東の前頭

✓ 日経トレンディ

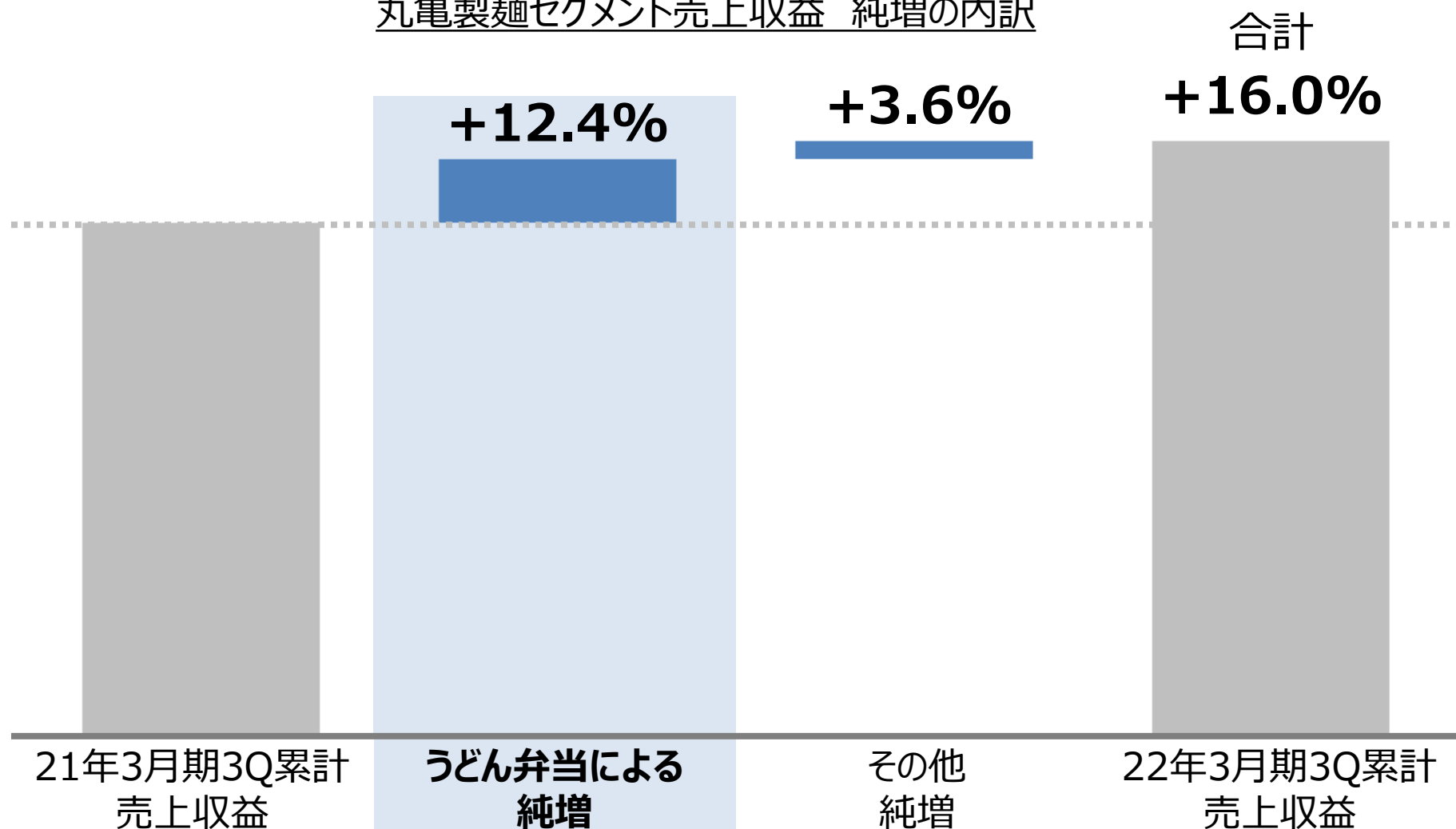
2021年ヒット商品ベスト30

23位



「うどん弁当」とイートイン回復で増収

丸亀製麺セグメント売上収益 純増の内訳





市場創造の仕掛け

英国進出

- 2021年7月オープンの1号店を皮切りに一等地を中心に2月まで4店舗出店



手づくりの味体験を広く訴求

- 重点ターゲットは18-35歳
- SNSなどでの発信力の高い若者を狙い、TikTokやInstagramでの発信に注力

DXで顧客エンゲージメント獲得

- キャンペーン案内や新店オープン情報が届くMarugame Clubアプリなどリピーター化を仕掛けるDXで表彰を受ける



これまでの成果

うどん認知率の低い英国で

Udon市場を創造

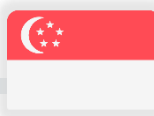
既に**20万人**が来店

多数の現地メディアから高い評価・注目度

有力メディア **BigHospitality** が選ぶ「10 hospitality trends for 2022」で、ヴィーガンなどのテーマと並び「**Udon – the New Ramen?**」が6位にランクイン

2021年から**Udon**の流行が起きた。世界最大のうどんチェーン「Marugame Udon」が英国に上陸したからだ。**Udon**は疑う余地もなく英国に根付くだろう。

- BigHospitality 2021.12.22



市場創造の仕掛け

海外モデルの構築

- 日本の「天ぷらまきの」の売りである“都度揚げ”を利用しやすい価格帯で提供
- 現地の方にとっての高級感を体現する料理・空間・サービスを現地パートナーと共同開発



これまでの成果

シンガポールでは珍しい“都度揚げ”を手頃な価格で楽しめるブランド

として **認知を獲得**

コロナ禍にも関わらず
1店1日平均

150~200組来店

人気を聞きつけ
同国内や近隣国から
出店要請

**同国内での出店と
他国への展開を
現在計画中**

優良立地の確保

- 人気店が並ぶ
一等地に展開



(百万円)

アジア地域 +1,036、USA (丸亀製麺) +203

モンスターカレー △112、英国 △258

晩杯屋 △93、ずんどう屋 △198

+768

+1,123

△534

+69

6,215

+7,419

カフェ +389、
とん一 +223、肉のヤマキ +174
とりどーる △155

△2,630

2020年
3Q累計

丸亀製麺
セグメント

海外
セグメント

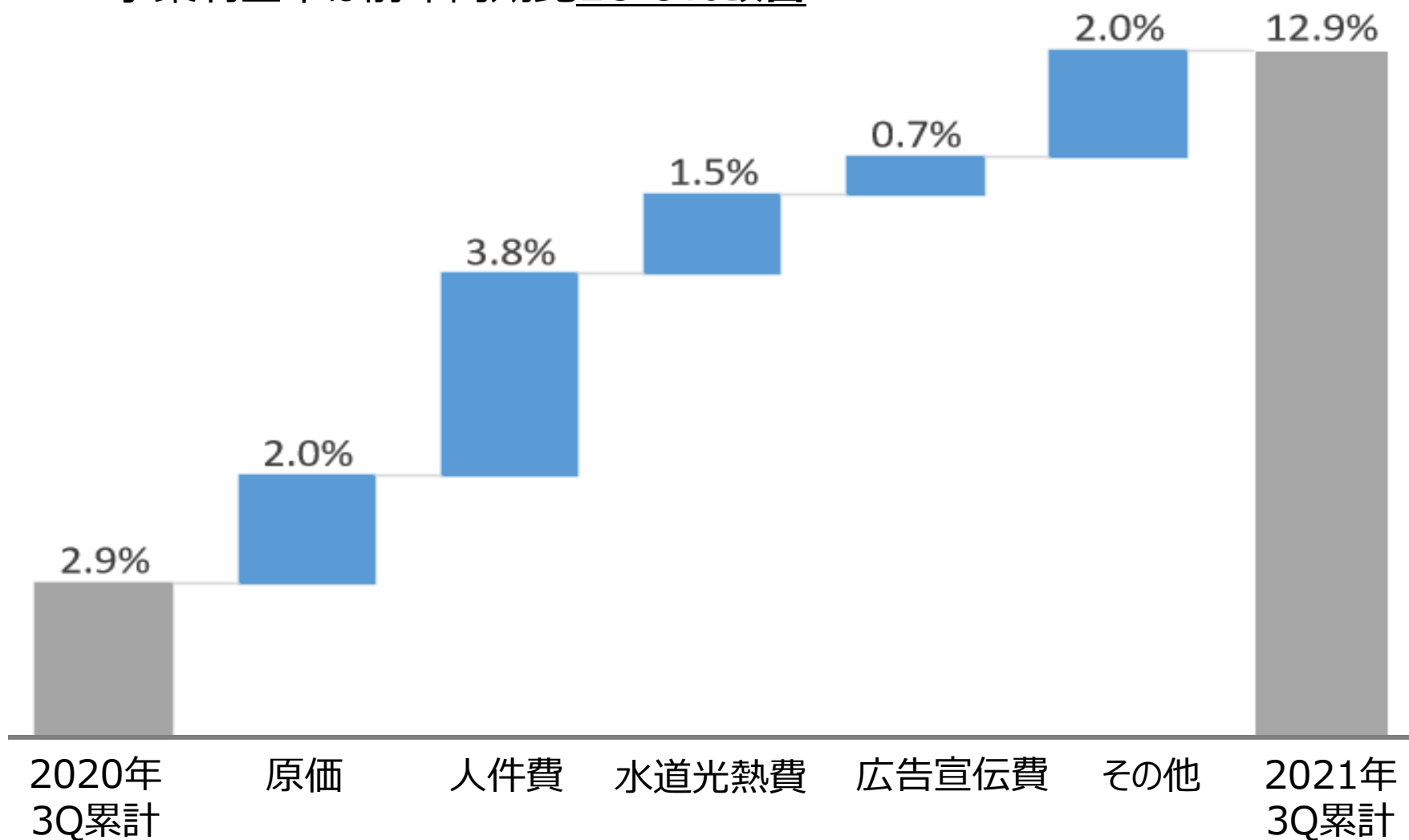
国内
既存・新業態

国内
子会社

調整額

2021年
3Q累計

- 増収に伴い、人件費などの販管費率が低下
- 事業利益率は前年同期比**10.0%改善**



- 国内の丸亀製麺はロードサイドを中心に新店
- 海外はフランチャイズ等を中心に新店
- 国内外で店舗ごとの採算性を精査し、退店も断行

(店)

	2021年 3月末	出店	退店	2021年 12月末
国内	1,121	14	48	1,087
丸亀製麺	855	6	26	835
その他	266	8	22	252
海外	626	65	60	631
FC（フランチャイズ）等	404	37	51	390
合計	1,747	79	108	1,718

(国内)

丸亀製麺（ロードサイド 6店舗）、ずんどう屋（6店舗）など計14店舗出店

(海外)

雲南ヌードル（20店舗）、Boat Noodle（6店舗）、丸亀製麺（15店舗）、Pokeworks（11店舗）、Wok to Walk（6店舗）等を計65店舗出店

丸亀製麺

- 引き続きテイクアウトを強化。テイクアウト専用窓口を設置し、イートインと両立する接客体制を構築
- 冬の新商品「熱盛うどん弁当」を投入

海外事業

アジア

- 東南アジアでコロナの影響が継続。行動規制や営業制限の下、厳しい営業を強いられたが、徹底したコストダウン策を実施
- テイクアウト・デリバリー向け商品開発や、デジタルプロモーションを積極的に展開
- 一方、コロナ回復が進んだ一部地域では売上が順調に回復

アメリカ

- USA（丸亀製麺）に新たな社長を起用し、今後の積極展開に向けた経営体制再構築を推進

英国

- Marugame Udonをロンドンに3店舗オープンし、好調な滑り出し
- イートインのみで開業し、テイクアウトやデリバリーに向けて準備
- 引き続き出店を進める

2. 2022年3月期 通期連結業績予想の修正

- 第3四半期以降の政府補助金を反映し、**営業利益以下を上方修正**
- 修正予想を達成した場合、**当期純利益は過去最高に**
- 売上収益、事業利益は新型コロナウイルス影響の算定が困難なため据え置き

(百万円)

	2022/2/14 修正予想 (A)	2021/11/10 修正予想 (B)	修正額 (A-B)	21年3月期 実績 (C)	前期比 (A-C)	
					増減額	増減率
売上収益	155,000	155,000	0	134,760	+20,240	+15.0%
事業利益	6,400	6,400	0	△3,872	+10,272	-
減損損失	△4,500	△4,000	△500	△6,674	+2,174	-
政府補助金	10,000	3,965	+6,035	3,240	+6,760	+208.6%
営業利益	11,300	6,800	+4,500	△7,336	+18,636	-
税引前当期利益	10,200	5,700	+4,500	△9,119	+19,319	-
当期利益	5,800	3,100	+2,700	△5,419	+11,219	-
親会社の所有者に 帰属する当期利益	5,400	2,700	+2,700	△5,456	+10,856	-

セグメント売上収益	155,000
丸亀製麺	94,200
その他	19,400
海外事業	41,400
事業利益	6,400
丸亀製麺	10,300
海外事業	2,400
その他・調整額	△6,300

- 既存店の前提 (変更なし)
丸亀製麺 : 111.5%、その他 : 97.3%、海外 : 148.1%
- 減損損失 40億円 → 45億円

■ 国内は丸亀製麺を中心に出店、海外は収益を重視しつつ出店

	2021年3月末	出店	退店	2022年3月末 (計画)
国内	1,121	11	46	1,086
丸亀製麺	855	6	26	835
とん一	39	0	6	33
カフェ	42	0	1	41
肉のヤマキ	24	0	2	22
晩杯屋	41	0	0	41
ずんどう屋	44	5	0	49
その他	76	0	11	65
海外	626	97	70	653
連結子会社	334	52	19	367
持分法適用会社	181	30	47	164
純粹F C	111	15	4	122
合計	1,747	108	116	1,739

3. BS・CF・四半期間PL

- Tamjai公募増資による148億円および業績回復により、ネットデット※は大きく減少
- 親会社の所有者に帰属する持分の比率も大きく改善し、前期末比で財務健全性が向上

(百万円)

	21年12月末		21年3月末		
	金額	構成比	金額	構成比	増減
資産合計	227,501	100.0%	209,411	100.0%	+18,091
流動資産	57,331	25.2%	32,823	15.7%	+24,508
（うち、現金および現金同等物）	49,250	21.6%	24,969	11.9%	+24,281
非流動資産	170,170	74.8%	176,588	84.3%	△6,418
負債資本合計	227,501	100.0%	209,411	100.0%	+18,090
負債合計	160,862	70.7%	169,471	80.9%	△8,609
（うち、有利子負債）	136,869	60.2%	143,324	68.4%	△6,455
流動負債	48,338	21.2%	54,412	26.0%	△6,073
非流動負債	112,524	49.5%	115,059	54.9%	△2,536
資本合計	66,640	29.3%	39,940	19.1%	+26,700
（うち、親会社の所有者）	59,223	26.0%	39,461	18.8%	+19,762

※ネットデット：有利子負債－現預金および現預金同等物

- 業績回復に加え、投資抑制によりフリーキャッシュ・フローが大幅に増加
- Tamjai公募増資に伴う非支配株主からの払込による収入154億円

(百万円)

	22年3月期 3Q累計	21年3月期 3Q累計	増減
営業活動による キャッシュ・フロー	27,636	17,240	+10,396
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 3,823	△ 7,594	+3,771
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 10	△ 6,199	+6,190
現金および現金同等物の 期末残高	49,250	28,875	+20,375
フリーキャッシュ・フロー	23,813	9,646	+14,167

■ 業績はコロナ前の水準にV字回復

(百万円)

	2020年3月期				2021年3月期				2022年3月期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
売上収益	39,212	40,805	39,255	37,206	27,294	36,179	37,347	33,940	37,420	39,222	40,280
売上原価	△10,376	△10,526	△9,834	△9,468	△7,129	△9,419	△9,546	△8,636	△9,012	△9,739	△10,233
販管費	△26,405	△26,870	△26,992	△27,124	△24,358	△26,119	△26,880	△26,547	△26,444	△27,460	△27,819
事業利益	2,431	3,409	2,428	613	△4,193	641	922	△1,242	1,964	2,024	2,227
減損損失	△12	△43	△92	△3,671	△543	△250	△313	△5,238	△335	△250	△492
政府補助金					1,325	748	533	634	2,500	1,465	5,020
営業利益	2,051	3,033	2,258	△2,975	△3,550	843	980	△5,609	4,769	3,439	6,298
四半期利益	912	1,690	1,368	△2,027	△2,602	530	△100	△3,246	2,961	2,417	3,912

4. 新・中長期目標（2028年3月期）について

2021年11月12日に開示した内容の再掲です。

新・中長期目標のロードマップについては、2022年3月期通期決算発表時に開示する予定です。

新 目標値

2028年3月期

連結売上： **3,000**億円

システムワイド： **6,000**億円

店舗数： 国内 **1,500**超、海外 **4,000**

合計 **5,500**店舗超

事業利益率： **12**%程度を目指す

営業利益率： **10**%以上を目指す

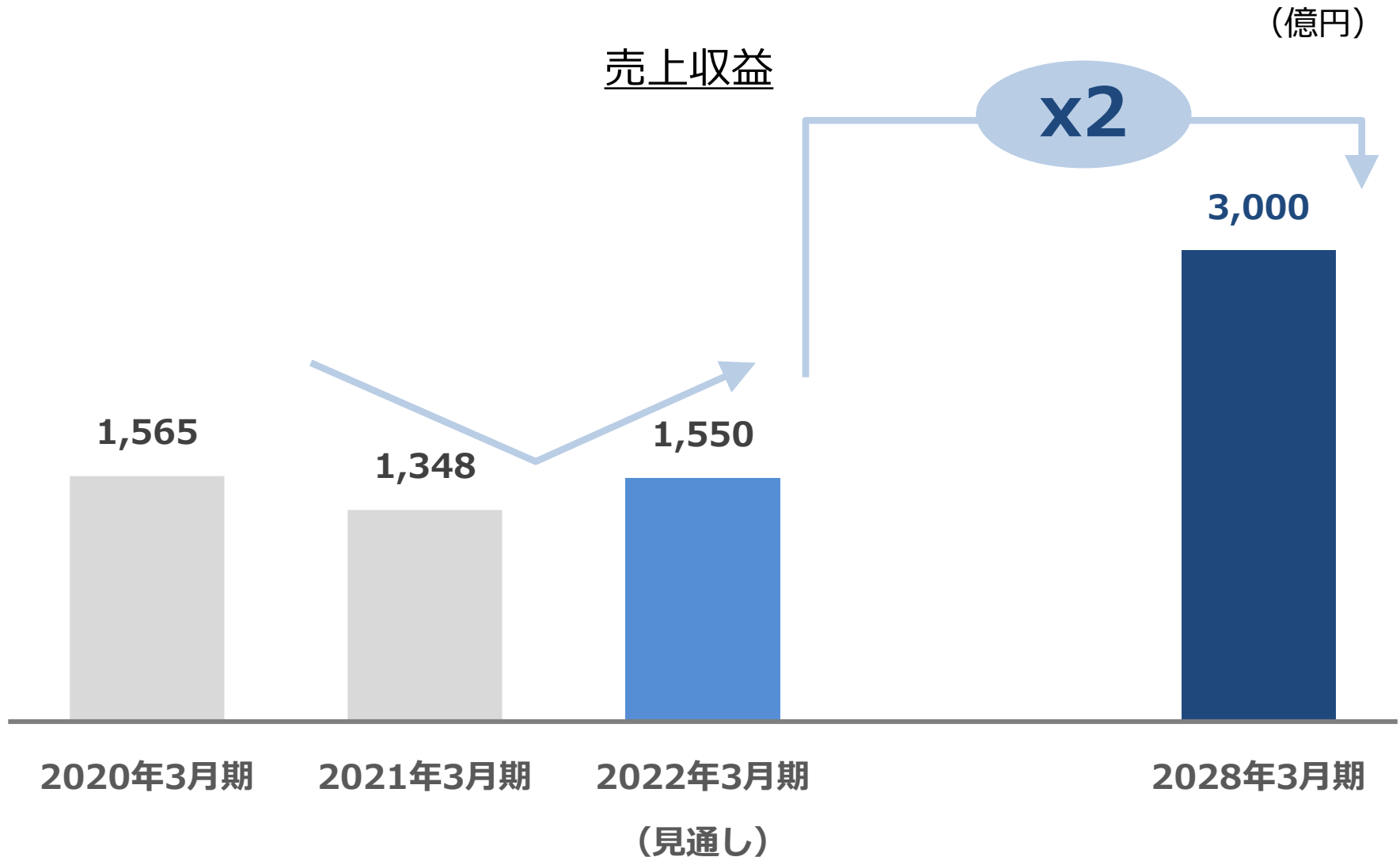
前提

✓ 連結売上：国内 2,000億円、海外 1,000億円

(内、店舗数のFC比率が8割)

✓ いずれもM&Aを含みうる

V字回復の達成と成長軌道への回帰

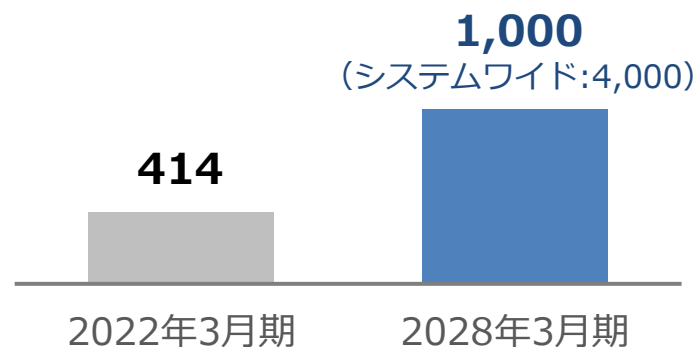
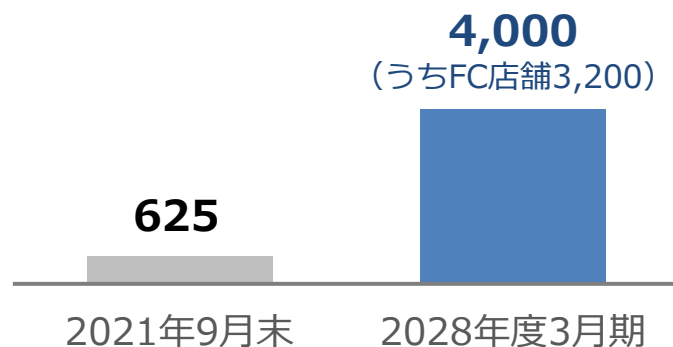


成長の基軸はグローバル 国内も勝ち筋を見極めながら、継続投資

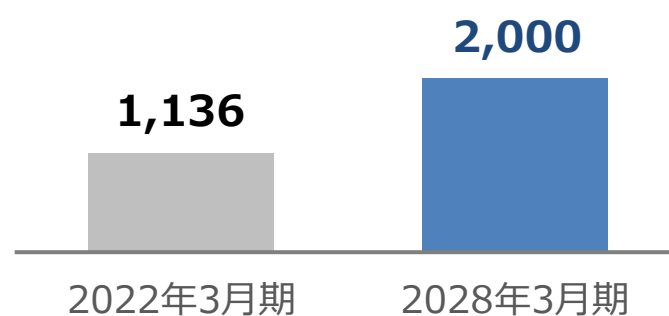
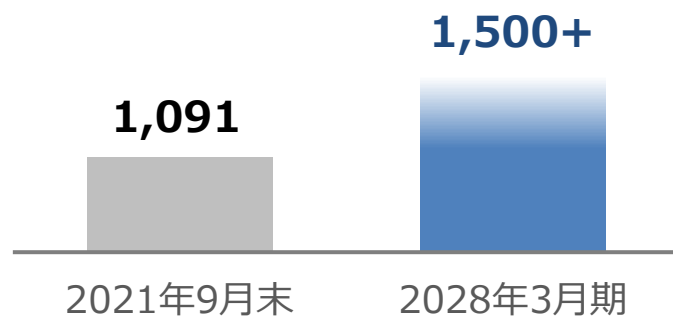
店舗数 (店)

売上収益 (億円)

海外



国内



Finding New Value. Simply For Your Pleasure.

本資料に記載した計画、予想は現時点で入手可能な情報に基づき判断した見通しであり、実際の業績は様々な要因によって見通しと異なる可能性があります。