

株式会社ペッパーフードサービス 2019年12月期 決算説明会

2020年2月26日

市場：東証一部

証券コード：3053

URL：<http://www.pepper-fs.co.jp/>

1. 2019年12月期業績

2. 2020年12月期の見通し

3. 2019年12月期総括と2020年12月期展望

2019年度 業績の概要

単位: 百万円

	2018年通期	2019年通期	増減	前期比	2019年通期計画 (※)	対計画比
売上高	63,509	67,513	4,004	106.3%	66,536	101.5%
売上原価	36,275	39,803	3,527	109.7%	39,209	101.5%
売上総利益 (売上総利益率)	27,234 (42.9%)	27,710 (41.0%)	476 (▲1.9%)	101.7% —	27,326 (41.1%)	101.4% —
販売費及び一般管理費	23,370	27,781	4,410	118.9%	28,057	99.0%
営業利益	3,863	▲71	▲3,934	—	▲731	—
営業外収益	94	150	56	159.7%	155	96.8%
営業外費用	81	114	33	141.2%	155	73.5%
経常利益	3,876	▲34	▲3,911	—	▲731	—
特別損益	▲2,215	▲2,978	▲762	—	▲1,873	—
法人税等	1,783	▲305	▲2,087	—	▲101	—
当期純利益	▲121	▲2,707	▲2,585	—	▲2,503	—

※2019年通期計画は2019年11月14日発表の業績予想数値です。

2019年度 業績の概要(単体)

単位:百万円

	2018年通期	2019年通期	増減	前期比	2019年通期計画 (※)	対計画比
売上高	62,650	66,879	4,229	106.8%	65,899	101.5%
売上原価	35,950	39,600	3,649	110.2%	39,003	101.5%
売上総利益 (売上総利益率)	26,699 (42.6%)	27,279 (40.8%)	579 (▲1.8%)	102.2% —	26,895 (40.8%)	101.4% —
販売費及び一般管理費	21,914	27,065	5,151	123.5%	27,346	98.9%
営業利益	4,784	213	▲4,571	4.5%	▲451	—
営業外収益	94	142	47	151.1%	144	98.5%
営業外費用	81	110	29	135.8%	148	74.4%
経常利益	4,798	245	▲4,553	5.1%	▲455	—
特別損益	▲3,546	▲3,215	331	—	▲2,070	—
法人税等	1,782	▲306	▲2,088	—	▲102	—
当期純利益	▲530	▲2,663	▲2,133	—	▲2,423	—

※2019年通期計画は2019年11月14日発表の業績予想数値です。

2019年度 売上高

単位:百万円

		2018年下期	2019年下期	増減 (前期比)	2018年通期 (連結)	2019年通期 (連結)	増減 (前期比)	既存店増減 (既存店前期比)
ペッパー ランチ 事業	フランチャイズ 事業(国内)	2,083	2,325	242 (111.6%)	3,931	4,258	327 (108.3%)	▲45 (98.7%)
	フランチャイズ 事業(海外)	192	105	▲88 (54.2%)	373	415	42 (111.3%)	-
	直営・ 委託合計	1,738	2,222	484 (127.8%)	3,349	4,115	766 (122.9%)	▲87 (97.2%)
	小 計	4,014	4,651	637 (115.9%)	7,654	8,788	1,134 (114.8%)	▲133 (98.0%)
レストラン 事業	フランチャイズ 事業	115	89	▲26 (77.4%)	222	182	▲40 (82.0%)	▲18 (88.9%)
	直営・ 委託合計	631	621	▲10 (98.4%)	1,291	1,202	▲89 (93.1%)	83 (94.5%)
	小 計	745	709	▲36 (95.2%)	1,513	1,384	▲129 (91.5%)	▲84 (93.8%)
いきなり! ステーキ 事業	フランチャイズ 事業	8,774	7,737	▲1,037 (88.2%)	14,488	16,782	2,294 (115.8%)	▲1,612 (73.8%)
	直営・ 委託合計	21,878	19,191	▲2,687 (87.7%)	39,642	40,347	705 (101.8%)	▲6,438 (75.3%)
	小 計	30,652	26,928	▲3,724 (52.4%)	54,131	57,129	2,998 (105.5%)	▲8,051 (75.0%)
商品販売事業		129	103	▲26 (79.8%)	209	210	1 (100.5%)	-
合 計		35,542	32,391	▲3,151 (91.1%)	63,509	67,513	4,004 (106.3%)	

セグメント別売上高(全事業)

百万円



- ペッパーランチ事業
- レストラン事業
- いきなり!ステーキ事業
- 商品販売事業

※既存店増減及び既存店前期比は国内の店舗を対象としております。

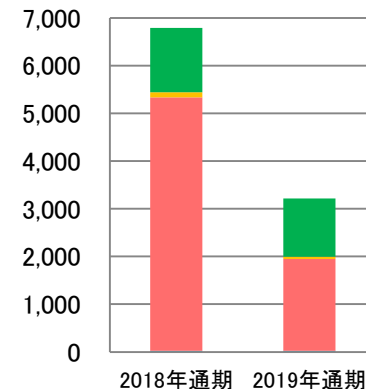
2019年度 セグメント情報

単位:百万円

		2018年下期	2019年下期	増減 (前期比)	2018年通期	2019年通期	増減 (前期比)
ペッパーランチ 事業	売上高	4,014	4,651	637 (115.9%)	7,654	8,788	1,134 (114.8%)
	営業利益	705	639	▲ 66 (90.6%)	1,348	1,225	▲ 123 (90.9%)
レストラン 事業	売上高	745	709	▲ 36 (95.2%)	1,513	1,384	▲ 129 (91.5%)
	営業利益	47	21	▲ 26 (44.7%)	105	44	▲ 61 (41.9%)
いきなり! ステーキ事業	売上高	30,652	26,928	▲ 3,724 (87.9%)	54,131	57,129	2,998 (105.5%)
	営業利益	3,021	243	▲ 2,778 (79.8%)	5,311	1,924	▲ 3,387 (36.2%)
商品販売事業	売上高	129	103	▲ 26 (79.8%)	209	210	1 (100.5%)
	営業利益	14	12	▲ 2 (85.7%)	23	26	3 (113.0%)
全社費用	売上高	-	-	-	-	-	-
	営業利益	▲ 1,415	▲ 1,390	25 -	▲ 2,925	▲ 3,292	▲ 367 -
合 計	売上高	35,542	32,391	▲ 3,151 (91.1%)	63,509	67,513	4,004 (106.3%)
	営業利益	2,372	▲ 474	▲ 2,846 -	3,863	▲ 71	▲ 3,934 -

セグメント利益(営業利益)

百万円



- ペッパーランチ事業
- レストラン事業
- いきなり!ステーキ事業
- 商品販売事業

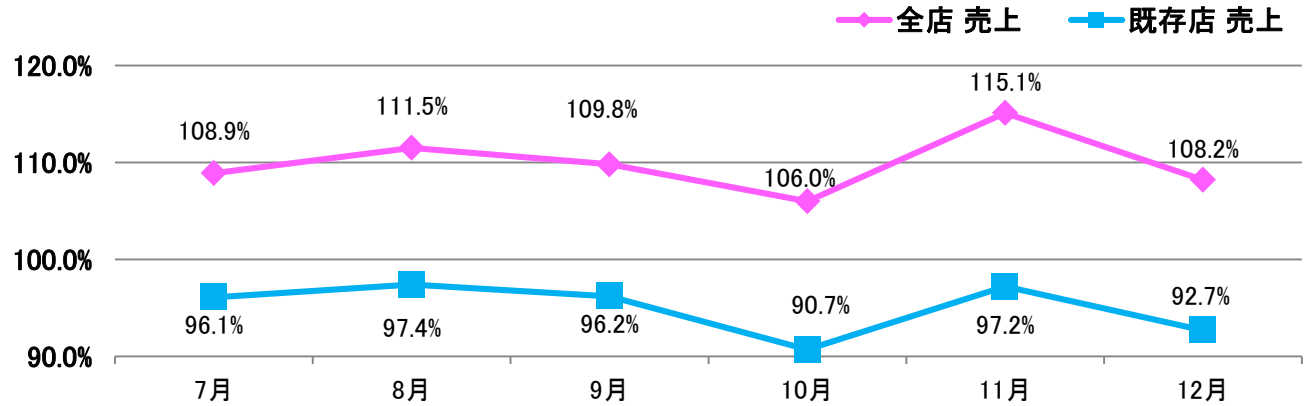
※全社費用は、主に報告セグメントに帰属しない本社費用等の一般管理費であります。

月次売上高の推移

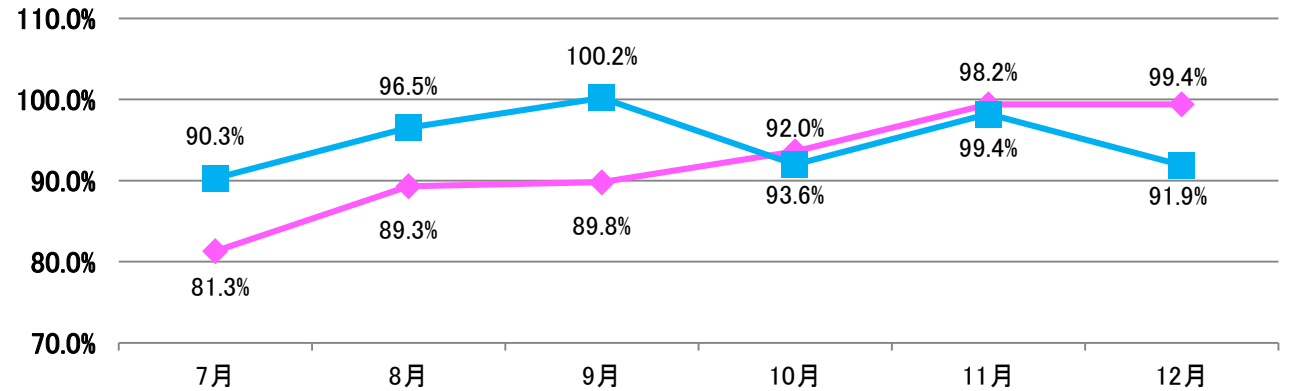
		7月	8月	9月	10月	11月	12月
ペッパーランチ 全店	売上	108.9%	111.5%	109.8%	106.0%	115.1%	108.2%
	お客様数	108.5%	110.4%	108.9%	104.0%	114.0%	107.0%
	お客様単価	100.3%	101.0%	100.8%	101.9%	101.0%	101.1%
ペッパーランチ 既存店	売上	96.1%	97.4%	96.2%	90.7%	97.2%	92.7%
	お客様数	95.2%	96.2%	95.4%	89.0%	96.4%	91.7%
	お客様単価	100.9%	101.3%	100.8%	102.0%	100.9%	101.0%
レストラン 全店	売上	81.3%	89.3%	89.8%	93.6%	99.4%	99.4%
	お客様数	81.7%	87.1%	88.4%	82.9%	87.9%	84.7%
	お客様単価	99.4%	102.5%	101.6%	112.9%	113.0%	117.4%
レストラン 既存店	売上	90.3%	96.5%	100.2%	92.0%	98.2%	91.9%
	お客様数	90.5%	95.6%	101.4%	92.6%	98.6%	93.7%
	お客様単価	99.8%	100.9%	98.8%	99.4%	99.6%	98.1%
いきなり！ ステーキ 全店	売上	108.1%	95.4%	93.3%	80.1%	87.9%	82.3%
	お客様数	108.7%	94.0%	100.9%	81.1%	94.7%	87.2%
	お客様単価	99.5%	101.5%	92.4%	98.7%	92.9%	94.3%
いきなり！ ステーキ 既存店	売上	70.4%	64.8%	66.4%	58.6%	67.2%	67.3%
	お客様数	72.8%	64.1%	72.0%	59.5%	72.2%	71.2%
	お客様単価	96.8%	101.1%	92.1%	98.5%	93.0%	94.5%

月次売上高の推移

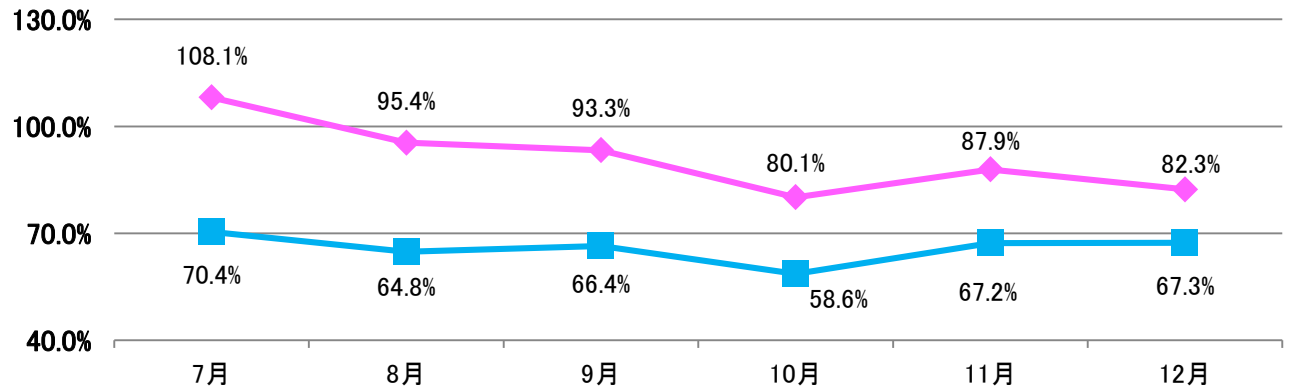
ペッパーランチ



レストラン



いきなり！ステーキ



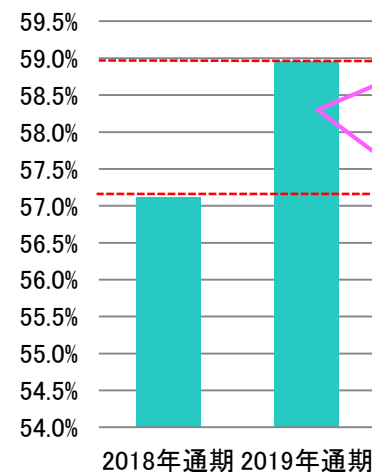
2019年度 売上原価・全社費用

売上原価

単位：百万円

	2018年通期	2019年通期	増減
売上原価 (原価率)	36,275 (57.1%)	39,803 (59.0%)	3,528 (1.9ポイント)

売上原価率前期比較



原価率
1.9ポイント
増加

【主な要因】

フランチャイズ、
直営などの売上
構成比の
変化等に
伴う増加
+1.8ポイント

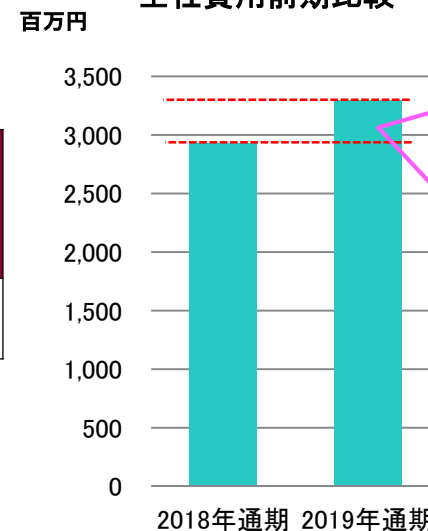
その他増加
+0.1ポイント

全社費用

単位：百万円

	2018年通期	2019年通期	増減
全社費用	2,925	3,292	367

全社費用前期比較



【主な要因】

人件費等
+272百万円

租税公課
+123百万円

※全社費用は、主に報告セグメントに帰属しない本社費用等の一般管理費であります。

2019年度 店舗の推移

	2018年12月末			増加		減少		2019年12月末		
	路面店	ショッピングセンター	計	路面店	ショッピングセンター	路面店	ショッピングセンター	路面店	ショッピングセンター	計
ペッパーランチ										
フランチャイズ(国内)	16	86	102	2	11	1	1	17	96	113
フランチャイズ(海外)	18	297	315	0	54	0	30	18	321	339
直営	15	30	45	5	18	1	5	19	43	62
委託	3	5	8	1	0	0	0	4	5	9
子会社	0	0	0	2	0	0	0	2	0	2
小計	52	418	470	10	83	2	36	60	465	525
レストラン										
フランチャイズ(国内)	0	4	4	0	0	0	1	0	3	3
直営	5	6	11	2	0	1	1	6	5	11
委託	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1
小計	6	10	16	2	0	1	2	7	8	15
いきなり！ステーキ										
フランチャイズ(国内)	106	41	147	20	13	9	2	117	52	169
フランチャイズ(海外)	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1
直営	140	66	206	66	22	3	1	203	87	290
委託	33	0	33	0	1	3	0	30	1	31
子会社	11	0	11	0	0	9	0	2	0	2
小計	290	107	397	86	37	24	3	352	141	493
合計	348	535	883	98	120	27	41	419	614	1033

	シンガポール	インドネシア	マレーシア	フィリピン	香港	中国	タイ	台湾	マカオ	ベトナム	オーストラリア	カンボジア	カナダ	ブルネイ	カリフォルニア	ゲアム	ミャンマー	テキサス	ラスベガス	計
2019年12月末	40 (+2)	64 (+9)	6 (+1)	60 (+4)	20 (-2)	43 (-6)	47 (+8)	13	6	15 (+3)	10	4	3	2 (+1)	3 (+1)	1 (+1)	1 (+1)	1 (+1)	1 (+1)	340 (+25)

※()内は2019年度の純増減数です。

※台湾13店舗のうち1店舗はいきなり！ステーキとなります。

1. 2019年12月期業績

2. 2020年12月期の見通し

3. 2019年12月期総括と2020年12月期展望

2020年度計画の概要

単位:百万円

	2019年 上期 実績	2020年 上期 計画	増減 (前期比)	2019年 下期 実績	2020年 下期 計画	増減 (前期比)	2019年 通期 実績	2020年 通期 計画	増減 (前期比)
売上高	35,122	30,001	▲ 5,121 (85.4%)	32,391	31,400	▲ 991 (96.9%)	67,513	61,401	▲ 6,112 (90.9%)
売上原価	20,620	17,332	▲ 3,288 (84.1%)	19,183	18,038	▲ 1,145 (94.0%)	39,803	35,370	▲ 4,433 (88.9%)
売上総利益	14,502	12,673	▲ 1,829 (87.4%)	13,207	13,367	160 (101.2%)	27,710	26,040	▲ 1,670 (94.0%)
(売上総利益率)	41.3%	42.0%	0.0	40.8%	42.6%	—	41.0%	42.4%	—
販売費及び 一般管理費	14,098	12,635	▲ 1,463 (89.6%)	13,682	12,822	▲ 860 (93.7%)	27,781	25,458	▲ 2,323 (91.6%)
営業利益	403	37	▲ 366 (9.2%)	▲474	544	1,018 —	▲71	582	653 —
営業外収益	66	49	▲ 17 (74.2%)	83	49	▲ 34 (59.0%)	150	99	▲ 51 (66.0%)
営業外費用	117	78	▲ 39 (66.7%)	4	84	80 —	114	162	48 (142.1%)
経常利益	352	9	▲ 343 (2.6%)	▲386	510	896 —	▲ 34	519	553 —
特別損益	481	▲ 30	▲ 511 —	▲ 3,459	▲ 30	3,429 —	▲ 2,978	▲ 60	2,918 —
法人税等	317	190	▲ 127 (59.9%)	▲622	▲ 246	868 —	▲ 305	436	741 —
当期純利益	516	▲ 210	▲ 726 —	▲3,224	234	3,458 —	▲2,707	23	2,730 —

2020年度 出退店計画

2020年度出店計画

		路面店	ショッピング センター	合計
ペッパー ランチ	直営・委託	0	5	5
	FC加盟店	0	1	1
レストラン	直営・委託	0	0	0
	FC加盟店	0	0	0
いきなり！ ステーキ	直営・委託	1	0	1
	FC加盟店	1	0	1

		路面店	ショッピング センター	合計
ペッパー ランチ	FC加盟店 海外	0	29	29

※(海外出店計画内訳)中国:6店、インドネシア:5店、タイ6店、
フィリピン:4店、ベトナム:1店、カンボジア:1店、台湾:1店、
ミャンマー:1店、オーストラリア:2店、カリフォルニア:1店、
テキサス:1店

2020年度退店計画

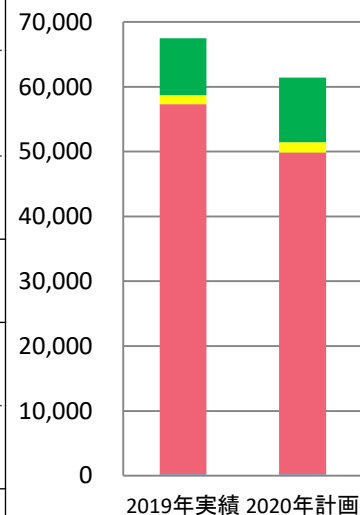
		路面店	ショッピング センター	合計
ペッパー ランチ	直営・委託	0	1	1
	FC加盟店	0	0	0
レストラン	直営・委託	0	0	0
	FC加盟店	0	0	0
いきなり！ ステーキ	直営・委託	36	12	48
	FC加盟店	22	4	26

2020年度計画 売上高

単位:百万円

		2019年上期 実績	2020年上期 計画	増減 (前期比)	2019年通期 実績	2020年通期 計画	増減 (前期比)	既存店増減 (既存店前期比)
ペッパー ランチ 事業	フランチャイズ 事業 (国内)	2,039	2,116	76 (103.8%)	4,258	4,414	155 (103.7%)	98 (102.5%)
	フランチャイズ 事業 (海外)	204	259	55 (127.0%)	415	450	35 (108.4%)	-
	直営・ 委託合計	1,893	2,467	573 (130.3%)	4,115	5,093	977 (123.8%)	84 (102.4%)
	小 計	4,137	4,843	706 (117.1%)	8,788	9,957	1,169 (113.3%)	182 (102.5%)
レストラン 事業	フランチャイズ 事業	93	73	▲ 20 (78.5%)	182	160	▲ 22 (87.9%)	5 (104.0%)
	直営・ 委託合計	581	703	122 (121.0%)	1,202	1,435	233 (119.4%)	21 (101.9%)
	小 計	675	776	102 (115.0%)	1,384	1,596	213 (115.3%)	27 (102.1%)
いきなり! ステーキ 事業	フランチャイズ 事業	9,045	6,492	▲ 2,554 (71.8%)	16,782	12,919	▲ 3,864 (77.0%)	▲ 1,718 (85.4%)
	直営・ 委託合計	21,156	17,784	▲ 3,372 (84.1%)	40,347	36,707	▲ 3,640 (91.0%)	▲ 2,590 (91.5%)
	小 計	30,201	24,276	▲ 5,925 (80.4%)	57,129	49,627	▲ 7,502 (86.9%)	▲ 4,308 (89.8%)
商品販売事業		107	104	▲ 3 (97.2%)	210	220	10 (104.8%)	-
合 計		35,122	30,001	▲ 5,122 (85.4%)	67,513	61,401	▲ 6,113 (90.9%)	

セグメント別売上高(全事業)
百万円



2019年実績 2020年計画

- ペッパーランチ事業
- レストラン事業
- いきなり!ステーキ事業
- 商品販売事業

※既存店増減及び既存店前期比は国内の店舗を対象としております。

2020年度計画 セグメント情報

単位:百万円

		2019年上期 実績	2020年上期 計画	増減 (前期比)	2019年通期 実績	2020年通期 計画	増減 (前期比)
ペッパーランチ 事業	売上高	4,137	4,843	706 (117.1%)	8,788	9,957	1,169 (113.3%)
	営業利益	586	831	245 (141.8%)	1,225	1,707	482 (139.3%)
レストラン 事業	売上高	675	776	101 (115.0%)	1,384	1,596	212 (115.3%)
	営業利益	23	23	0 (100.0%)	44	66	22 (150.0%)
いきなり! ステーキ事業	売上高	30,201	24,276	▲ 5,925 (80.4%)	57,129	49,627	▲ 7,502 (86.9%)
	営業利益	1,681	629	▲ 1,052 (37.4%)	1,924	1,653	▲ 271 (85.9%)
商品販売事業	売上高	107	104	▲ 3 (97.2%)	210	220	10 (104.8%)
	営業利益	14	7	▲ 7 (50.0%)	26	18	▲ 8 (69.2%)
全社費用	売上高	-	-	-	-	-	-
	営業利益	▲ 1,902	▲ 1,454	448	▲ 3,292	▲ 2,864	428
合 計	売上高	35,122	30,001	▲ 5,121 (85.4%)	63,513	61,401	▲ 2,112 (96.7%)
	営業利益	403	37	▲ 366 (9.2%)	▲ 71	582	-

セグメント利益(営業利益)

百万円



2019年実績 2020年計画

- ペッパーランチ事業
- レストラン事業
- いきなり!ステーキ事業
- 商品販売事業

※全社費用は、主に報告セグメントに帰属しない本社費用等の一般管理費であります。

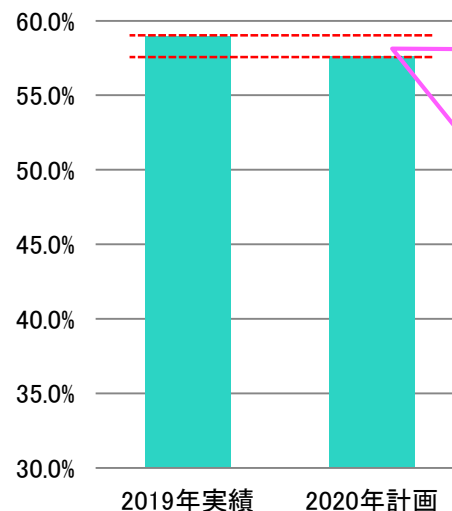
2020年度計画 売上原価・全社費用

売上原価

単位：百万円

	2019年実績	2020年計画	増減
売上原価 (原価率)	39,803 (59.0%)	35,370 (57.6%)	▲4,433 (▲1.4ポイント)

売上原価率前期比較



原価率
1.4ポイント
減少

【主な要因】
フランチャイズ、
直営などの売
上構成比の
変化等に
伴う減少
▲1.0ポイント

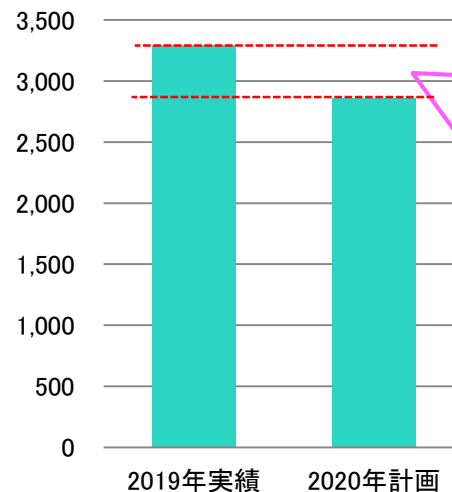
その他の影
響に伴う減少
▲0.4ポイント

全社費用

単位：百万円

	2019年実績	2020年計画	増減
全社費用	3,292	2,864	▲428

全社費用前期比較



【主な要因】
支払手数料
▲269百万円

求人費
▲103百万円

※全社費用は、主に報告セグメントに帰属しない本社費用等の一般管理費であります。

1. 2019年12月期業績

2. 2020年12月期の見通し

3. 2019年12月期総括と2020年12月期展望

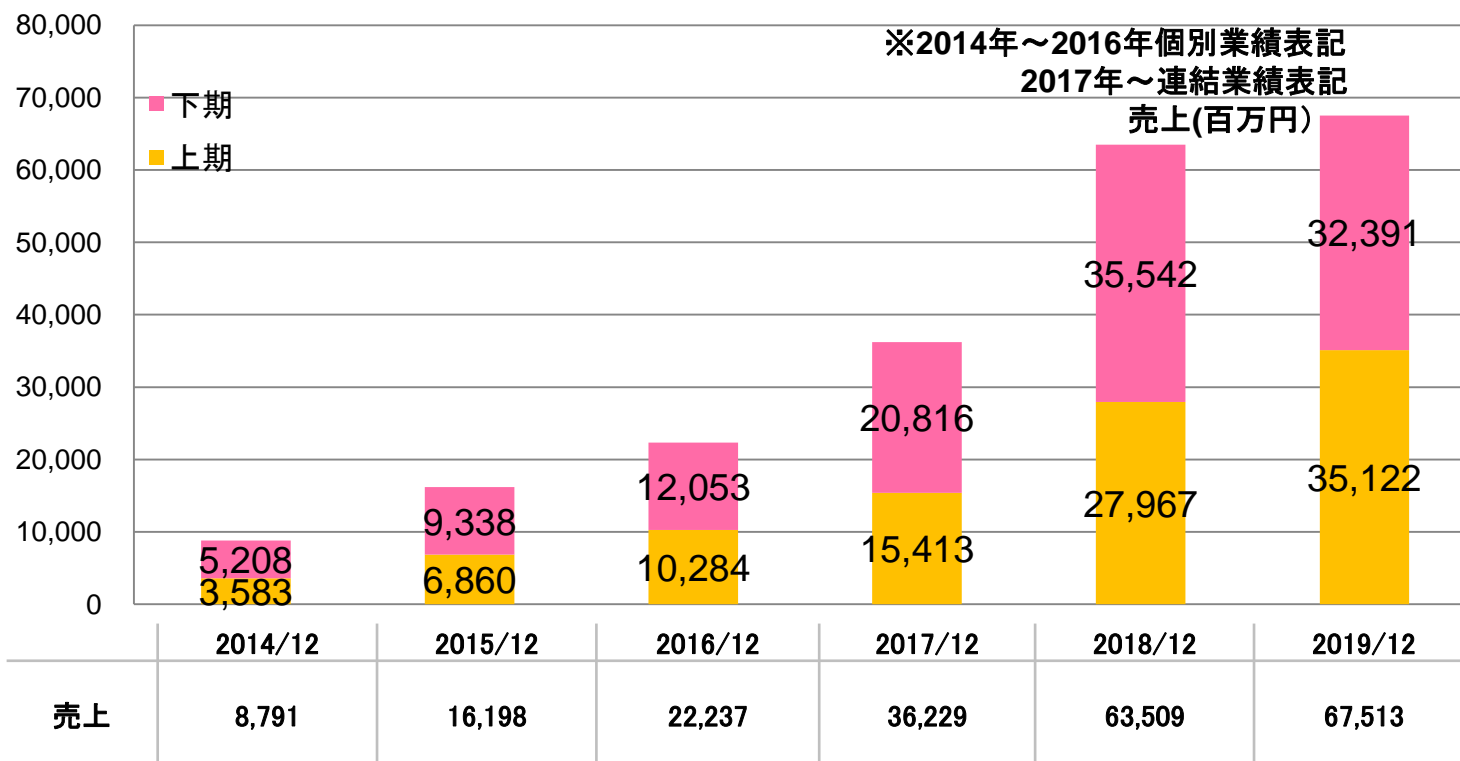
2019年12月期の振り返り

「急成長を楽しむ、驕る事なく素直な心で社会の公器となる」 第35期基本方針

- **いきなり！ステーキ ⇒ 国内 112店の出店実績**
- **ペッパーランチ ⇒ 国内 31店の出店実績**

2019年12月期のハイライト①

売上高	67,513百万円	(前期比 106.3%)
営業利益	▲71百万円	(前期比 —)
経常利益	▲34百万円	(前期比 —)
親会社株主に帰属 する当期純利益	▲2,707百万円	(前期比 —)



2019年12月期のハイライト②

ペッパーランチ事業

- 新たなる出店立地 → 本州初となるロードサイド店「ペッパーランチ野田宮崎店」をオープン
- メニュー取り組み → リブローズ等、高単価商品の導入
トッピング販売の定着化
- 宅配サービス・テイクアウト → 今後の需要増加へ、宅配サービス取扱い
店舗の拡大
- いきなり!ステーキから業態変更 → 昨年2店舗の業態変更を実施

レストラン事業

- ハイエンドのステーキ店
Prime42BY NEBRASKA FARMS
の事業譲渡 → 10月1日より事業を譲り受ける
- 個店毎の販売促進 → 各業態でメイン商品のブラッシュアップを図ると共に季節メニューなどの実施
- ステーキくに食事会の継続開催 → 月一回、食事会を開催。12月で107回目を迎える。

2019年12月期のハイライト③

いきなり！ステーキ事業

- オイスター販売開始 → いきなり！ステーキで牡蠣の限定販売を開始
- 肉マイレージカードの拡大 →
 - ①肉マイレージカードの発行枚数が1,400万枚を突破
 - ②ギフト用肉マイレージカードをコンビニ、量販店で販売
- 他企業とのコラボ →
 - ①夏祭りイベント「テレビ朝日・六本木ヒルズ夏祭り SUMMER SUTATION」にいきなり！ステーキ初出店
 - ②「いきなり！ステーキ」×「荒野行動」大人気スマホゲームと期間限定コラボ
 - ③株式会社バンダイと初めてのコラボ商品、ガシャポン、「いきなり！ミニチュアマスコット」
 - ④映画「ワイルドスピード/スーパーコンボ」、「ターミネーター:ニューフェイト」等でタイアップ・キャンペーン実施
- メニュー改定 → 11月12日よりメニュー改定。サーロインの値下げとディナー定量カットの販売

2019年12月期のハイライト④

いきなり！ステーキ事業

- 既存店の前年対比対策 → ①出店立地及び出店数の見直し、既存店の業態変更
②お年寄りやお子様にもご利用しやすい様に店舗のローテーブル・フラット化を51店舗にて実施
- サントリー黒烏龍茶 → 12月10日より、いきなり！ステーキ全店で販売再開
- 宅配サービスの拡充 → 宅配サービス取扱い店舗の拡充
- 従業員の人手不足 → 株式会社タイミーを導入（8月より、利用店舗数78店舗
いきなり！ステーキ53店舗、ペッパーランチ24店舗、
レストラン1店舗）

2019年12月期のハイライト⑤

商品販売事業

具体的な施策

ネット商品の拡大

楽天市場店にてネット販売を開始し、ペッパーランチ、いきなり！ステーキで人気の商品を販売し売上拡大、さらにAmazon、Yahoo!でのネット販売網を拡大

通年販売

いきなり！ソース、いきなり！ステーキ監修ビーフガーリックピラフをレギュラー販売（全国のコンビニ・スーパー）

他企業とのコラボ企画

- ・株式会社なとりとのコラボ「THE おつまみBEEF」を全国のスーパー、コンビニで期間限定発売（6月～8月）
- ・東洋水産株式会社とのコラボ「マルちゃん いきなり!焼きそば」を販売（8月）
- ・山崎製パン株式会社とコラボ「ランチパック 炭火焼風 ハンバーグ」を販売（12月）

2020年12月期の施策①

第36期基本方針

正笑・会社の新たなる価値創造

驕ることなく初心にかえり足元固めさらなる挑戦

『コンプライアンス重視の経営』 『食の安心・安全を優先』

『お客様ファースト』

◆組織体制強化

- マーケティング部と営業企画推進部の連携強化でPDCAを展開し、経営の改善・効率を図る
- 新規発想を持った年間販売促進計画を策定し『忘れる、飽きる、嫌われる』から脱却を図る
- 自身のミッションを定め、強い絆で結ばれる強い組織を作る
- 原価の低減に努め、且つ高品質商材を導入する

2020年12月期の施策②

ペッパーランチ事業

◆創業から26年、低価格ステーキ提供の先駆けとなる

具体的な施策

宅配サービスの拡充



税率改定後の内食需要へとデリバリー・テイクアウトの強化を推進する

既存店の強化



ヒレ・リブロースなどの高単価商品の導入

既存いきなり！ステーキからの業態変更



カニバリ状態を緩和する為に十分な調査を行い円滑な変更

2020年12月期の施策③

レストラン事業

◆食の安心・安全の徹底を図る

具体的な施策

配置転換



いきなり！ステーキ、ペッパーランチとの人的交流を進め、最適なジョブ・ローテーションを行いながら組織構築を図る

個店販促



レストランの各業態でメイン商品のブラッシュアップを図ると共に季節メニューの実施

Prime42
BY NEBRASKA FARMS



Prime42 BY NEBRASKA FARMSを軌道に乗せる。年間活動計画の遂行

2020年12月期の施策④

いきなり！ステーキ事業

◆いきなり！ステーキの売上不振の脱却優先順位

具体的な施策

44店舗閉店



- 閉店による自社内競争を回避し、既存店舗の売上を回復させる
- お客様のニーズをマーケティング分析し、既存店舗を他業態へ移行

既存店の対策①



- 0.2秒作戦「目を見ていらっしゃいませ！」の挨拶を徹底する
- 新たな人事評価制度を導入
- 肉マイスター制度の活用（食材の味を引き出す焼き方）
- SV業務の見直しを図る
- HQSCKの完遂

2020年12月期の施策⑤

いきなり！ステーキ事業

◆これまでの概念にとらわれない既存店でのこ入れ

具体的な施策

既存店の対策②



- 店舗タイプ別メニュー改定
 - ①路面②ロードサイド・レストランコート店
 - ③フードコート店
 お客様のニーズに合ったメニュー開発
- エリア別メニューキャンペーン実施。ローテーションする事で様々な産地のお肉をエリアごとに販売していく。ウルグアイ産やニュージーランド産、オーストラリア産、和牛等。
- 計画的な全店キャンペーンの実施。1月29日よりリブローズステーキ&ハンバーグコンボフェア実施

既存店の対策③



- 新メニューの導入、諸施策の前後の分析と更なる推進
- 『いきなり掲示板』とする社長の筆書きメッセージの発信

2020年12月期の施策⑥

商品販売事業

具体的な施策

他企業とのコラボ企画

レギュラー商品のアイテム増を狙う。また、コラボ商品等によるロイヤリティ収入により売上アップを目指す
第一屋製パン株式会社とコラボ「いきなり！ステーキ監修ハンバーグパン」を販売（2月）

ネット商品の拡大

楽天市場、Amazon、Yahoo!のネット販売を継続、売上げ拡大に努める

2020年12月期の施策⑦

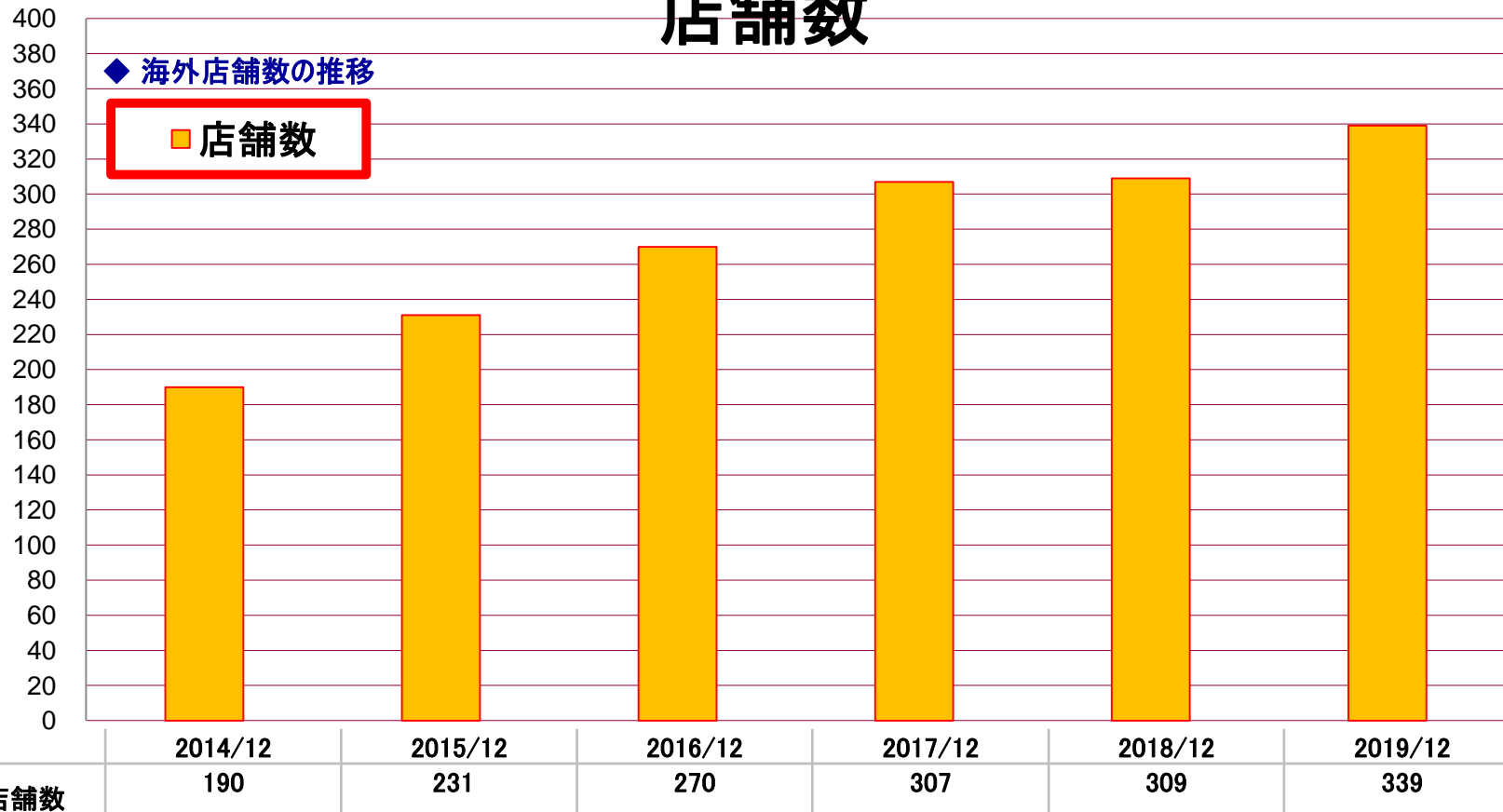
商品販売事業

ネットショップ
強化企業コラボ
商品開発卸売販売
強化いきなり！ステーキ
商品導入

海外事業

ペッパーランチの海外出店29店舗を目標に積極的に事業拡大を図る

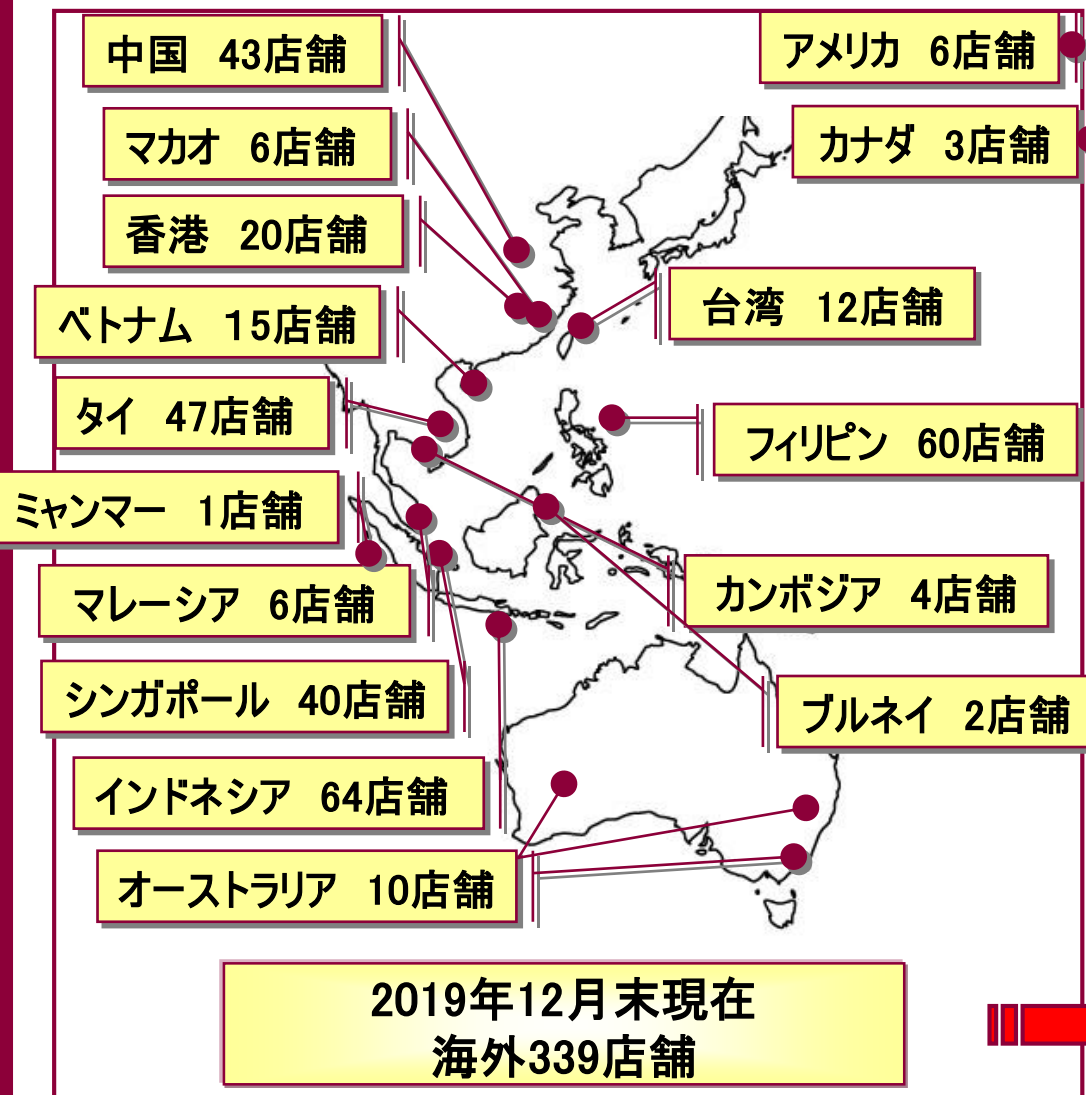
店舗数



海外店舗の展開②

■ 海外店舗の状況

※FC店舗のみ



海外 16 地域 に 進 出



2020年通期計画
海外 368店

いきなり！ステーキ アジア初出店

いきなり！ステーキ南港シティリンク店
立地：台湾の主要ターミナル駅
月商：売上実績 1,800万円



東南アジアを中心とした海外
への活路を開く



正笑・会社の新たなる価値創造
驕ることなく初心にかえり足元
固めてさらなる挑戦



御清聴ありがとうございます