

2022/2期 半期決算説明資料

2021年10月15日
ユナイテッド&コレクティブ株式会社
(証券コード:3557)

2022/2期 半期決算概要

新型コロナウイルス感染拡大の影響が前期以上に長期化し 大幅な減収減益

全社売上・利益実績 (百万円)

	実績	売上比率	予算差	前期差
売上高	944	—	—	-637
売上原価	273	27.5% <small>(前年差+1.3%)</small>		
販売費および一般管理費	1,682	169.2%		
営業利益	-961	-96.7%	—	-136
経常利益	-83	-8.3%	—	756
当期純利益	-176	-17.8%	—	894

前期に引き続きコスト削減活動を徹底しつつ、 the 3rd Burger 事業の成長を加速化

売上

長期にわたる緊急事態宣言及びまん延防止等重点措置に加え、新たに酒類販売が制限されたことにより、てけてけ業態を中心に売上は前期以上の大幅減で着地。

売上原価

the 3rd Burger 事業

戦略的値下げ・牛肉を筆頭とした仕入価格の高騰・全社に占める売上割合の大幅増によるもの。

てけてけ事業

前期以上に営業時間を見直し、休業を行ったことによりロスを計上。

販売費 及び 一般管理費

- 前期に引き続き家賃減額交渉や業務の見直しによる固定費削減活動を徹底。(P.7参照)
- 3店舗の新規出店費用及びPPMセンター立ち上げ費用を計上。

営業利益

厳しい環境下で総営業時間が前期に比べ大幅に減少したことにより、前期を下回り961百万円の赤字。

時短協力金及び資金調達について

純利益

雇用調整助成金及び時短協力金を計上し、
前年同期に比べて894百万円のプラスで着地

- 雇用調整助成金:85,529千円
- 時短協力金:905,079千円

計上対象期間

東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県:2/8~7/11
大阪府:2/8~6/20

資金調達

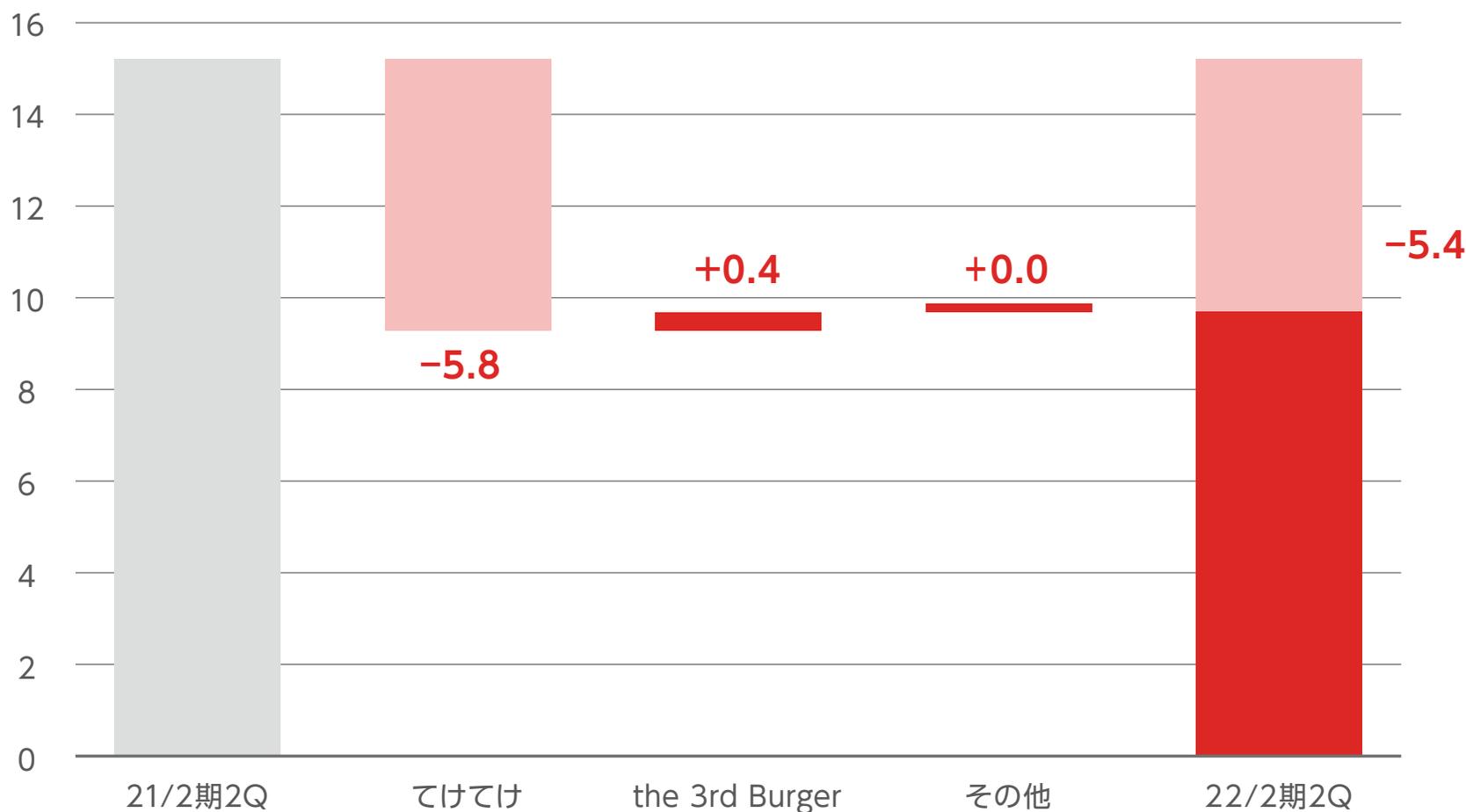
コロナ禍の更なる長期化及びアフターコロナにおける成長に向け
約13億円を調達し財務基盤の強化を図った

- 第6回新株予約権の行使完了
- 日本政策投資銀行を割当先としたA種優先株式の発行
- 取引先金融機関からの借入れ

なお、「継続企業の前提に関する重要な疑義を生じさせるような事象又は状況」は解消されております。

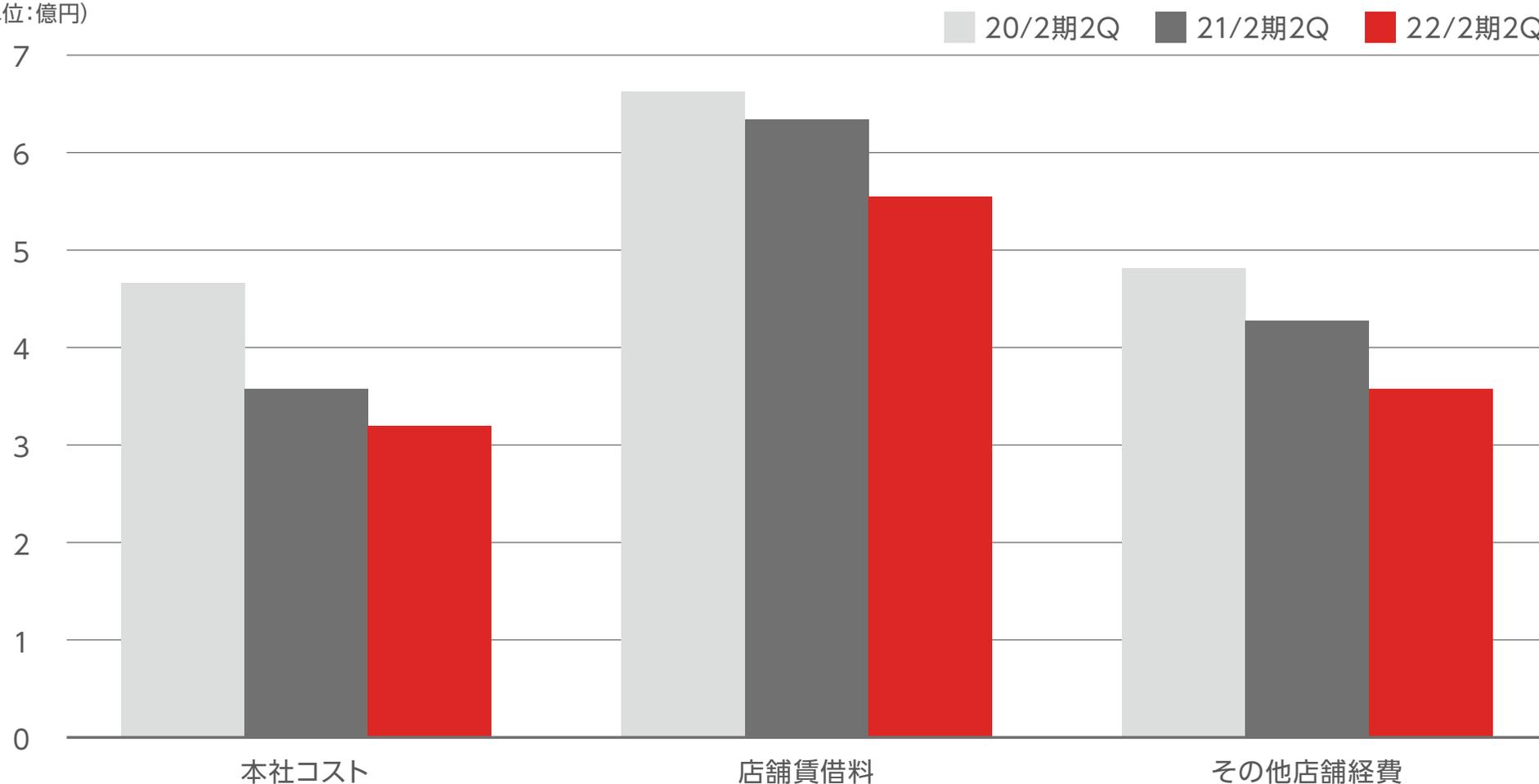
前期よりも厳しい営業環境が続き、休業を余儀なくされた「てけてけ」が大きく減収となった。一方で「the 3rd Burger」はコロナ禍においても増収となった。

(単位:億円)



業務改革・家賃減額交渉等により固定費を大幅に削減。
前期から積極的に行ってきたコスト削減活動の成果が得られた。

(単位:億円)



固定費総額は、コロナ前の20/2期2Qの約23%にあたる、3億6千万円の削減を達成

2022/2期2Qは3店舗出店、1店舗退店

業態	19/2期	20/2期	21/2期	22/2期2Q
てけてけ	82	89	81	81
the 3rd Burger	6	6	9	11
やるじゃない!	2	1	1	1
なんしよう?	0	1	1	1
手練れ	0	0	1	1
店舗数計	90	97	93	95

22/2期2Q出店

6月: てけてけ品川グランパサージュ店

8月: the 3rd Burger 元住吉店、the 3rd Burger 渋谷宮益坂店

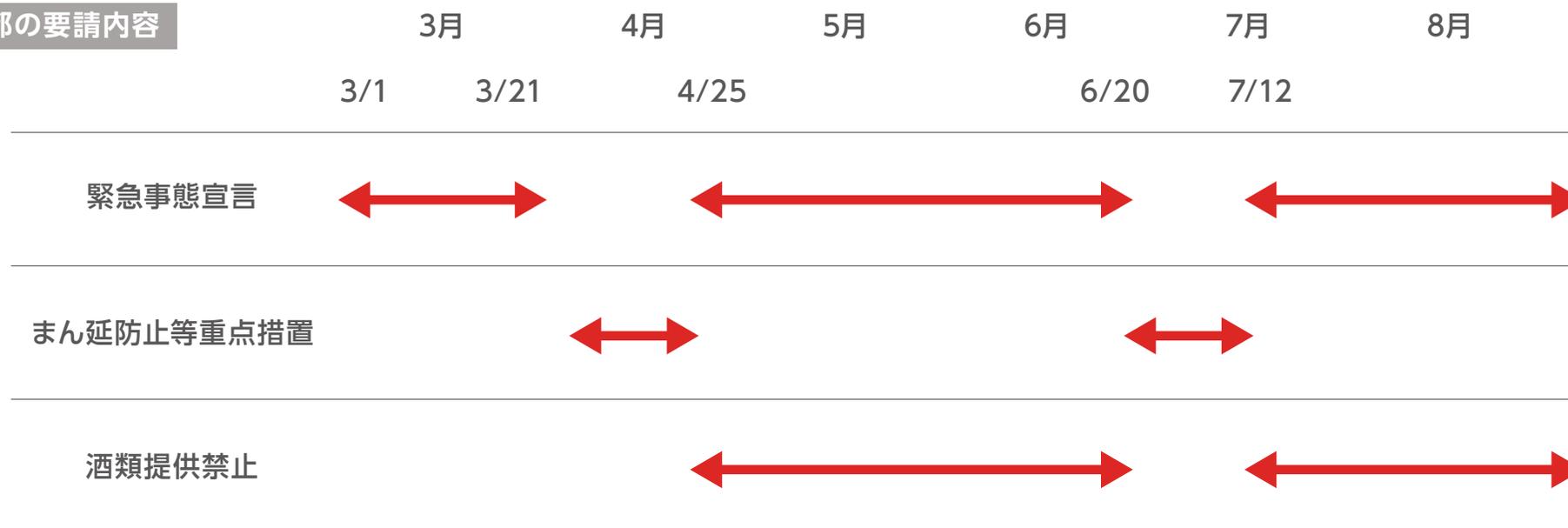
22/2期2Q退店

てけてけ目黒店 (再開発による立退き)

2022/2期 上半期の取り組み

国及び都府県の要請を受け、22/2期2Qはすべての期間において時短営業を実施。
酒類販売禁止により休業及びランチのみ営業店舗数は前期に比べて増加。

東京都の要請内容



当社の営業時間変更店舗数

	3月	4月	5月	6月	7月	8月
時短営業	93店舗	53店舗	93店舗	37店舗		
休業	0店舗	15店舗	0店舗	33店舗		
ランチのみ営業	0店舗	7店舗	0店舗	23店舗		
平日のみ営業	0店舗	18店舗	0店舗	2店舗		

てけてけ及び the 3rd Burgerの公式アプリをリリース アフターコロナに向けお客様の利便性向上と認知獲得を図る

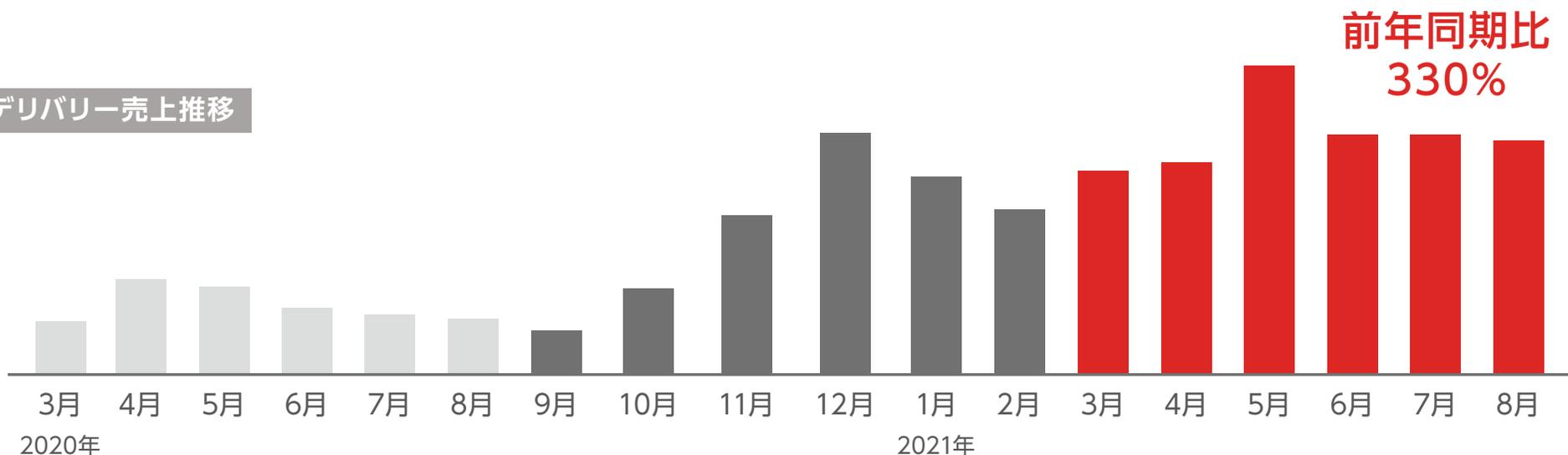


the 3rd Burger



デリバリー売上が前期に引き続き堅調に推移

デリバリー売上推移



ゴーストレストラン

NEW

総重量1kg超の
爆盛り弁当業態



NEW

野菜多めの
鍋カレー業態



今期は新たに
2つの業態を開発
現在「てけてけ」で
7つの業態を運営中

業界のボリュームゾーンへのシフトを目的に、よりカジュアルに、より使い勝手の良い、
第3のハンバーガーブランドの確立に向けた取り組み

新価格



※一部店舗を除く

ポテトドリンクSセット価格を
590円、690円、790円の3ラインを基本に統一

新商品

自家製レモネード・レモネードソーダ



6月の販売当初から絶大な人気を誇る

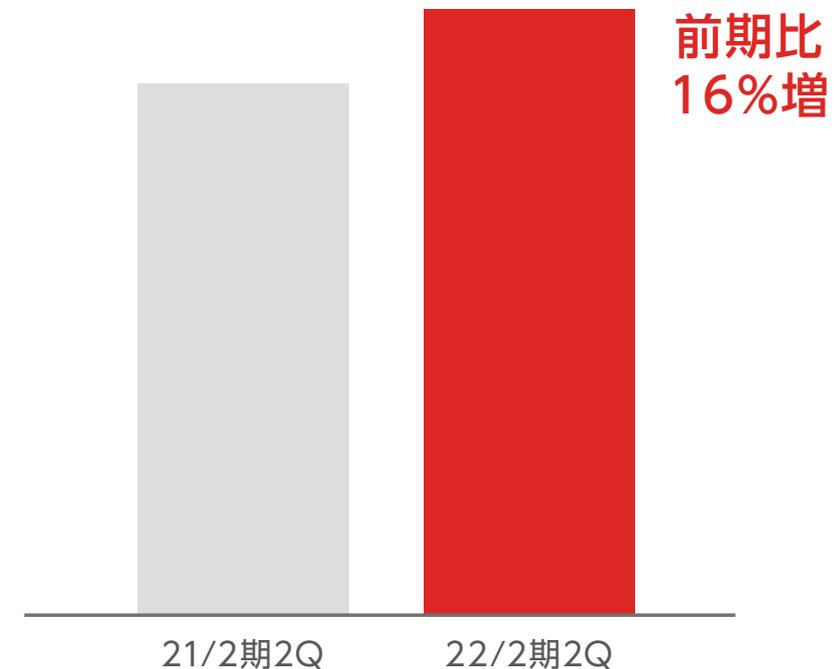
スムージーに匹敵する
新しいキードリンクの開発に成功

セルフレジを順次導入し、キャッシュレス・非接触に対応。
会計でお客様をお待たせすることがなくなり、新価格と相まって客数増に寄与。

セルフレジの導入により会計時間を大幅に短縮



既存店客数



前期に比べて営業時間が短く人流の少ない今期において、
都心立地・オフィス立地が中心の既存店5店舗にも関わらず、
客数が前期116%と大きく伸長した。

2022/2期 業績予想

**新型コロナウイルスの感染拡大の影響により合理的な算定が困難なため、
今回の業績予想は開示していません。**

期初計画に対し計画通り進捗
今期末時点では期初計画を上回る見込み

業態	計画	2Q終了時点	期末時点 (予定)
てけてけ	1店舗	1店舗	1店舗
the 3rd Burger	5店舗	2店舗	6店舗

進捗50%

3Q以降の出店店舗情報

- the 3rd Burger 曙橋店 9月10日オープン
- the 3rd Burger 品川区店舗 ※今期出店予定
- the 3rd Burger 松戸西口店 9月30日オープン
- the 3rd Burger 千代田区店舗 ※今期出店予定

2022/2期 下半期の取り組み

埼玉県加須市にPPM戦略の要となるPPMセンターを9月より稼働 まずは the 3rd Burgerのバンズ・パティの製造機能を担う

センター稼働前後の比較



対象	各店舗での仕込み	センター稼働後
バンズ	専用生地を外注	粉から製造
		ボリューム30%増
パティ	単一種類を使用	複数の部位をブレンド
		より肉感を 楽しめる品質へ

初日から大きなトラブルなく順調に稼働し、
 我々のMissionである「本当に美味しい料理」の
 実現に向け、更なる品質向上を目指します。

アフターコロナにおける成長ドライバーとして出店攻勢をかけていく

the 3rd Burger 戦略



顧客ターゲット層の拡大
初期投資減

品質向上
低価格化

店舗人件費コスト減
原価コスト減
回転率(客数)増

2Qで戦略の基礎を構築
3Q以降、事業拡大に向け攻勢をかける

フランチャイズ加盟



首都圏を中心に
FC加盟店の募集を強化

会社名 : ユナイテッド&コレクティブ株式会社
本社所在地 : 東京都港区赤坂1-12-32アーク森ビル23階
設立年月日 : 2000年7月27日
資本金 : 260百万
代表取締役 : 坂井 英也
取締役副社長 : 矢野 秀樹
事業内容 : 飲食店の経営
展開業態 : てけてけ(79店舗)/the 3rd Burger(10店舗)
 やるじゃない!(1店舗)/なんしよう?(1店舗)
 手練れ(1店舗)/FC(3店舗)
 計95店舗

沿革

年月	概要
2000年7月	東京都新宿区高田馬場にユナイテッド&コレクティブ(有)を設立
2000年9月	弊社1号店となる『魚・旬菜とお酒 心』高田馬場店をオープン
2002年6月	資本金を10百万円へ増資するとともに ユナイテッド&コレクティブ(有)を株式会社へ組織変更
2005年6月	てけてけ業態1号店となる『鶏・旬菜・お酒 てけてけ』赤坂店をオープン
2011年12月	てけてけ旗艦店となる『秘伝のんにくダレ焼き鶏 塩つくね 博多水炊き てけてけ』新宿総本店をオープン
2012年12月	the 3rd Burger業態1号店となる『the 3rd Burger』青山骨董通り店をオープン
2013年9月	本店を東京都港区赤坂ツインタワーから赤坂アークヒルズアーク森ビルに移転
2017年2月	東京証券取引所 東証マザーズに上場
2018年5月	関西初出店となる『秘伝のんにくダレ焼き鶏 塩つくね 博多水炊き てけてけ』梅田お初天神店をオープン
2019年2月	やるじゃない!業態1号店となる『炭火もつ焼き専門 やるじゃない!』田町店をオープン
2019年10月	あづま業態1号店となる『大衆食堂あづま』平井店をオープン (2021年4月に『鉄板焼肉大衆食堂なんしよう?』へ店名変更)
2019年11月	てけてけ業態フランチャイズ1号店となる川越店をオープン
2020年9月	デリバリー専門店のゴーストレストランを5業態開発、てけてけ全店舗に一斉導入
2020年10月	手練れ業態1号店となる『元祖油うどん手練れ』新宿御苑店をオープン
2020年12月	the 3rd Burger業態フランチャイズ1号店となる岡山一番街店をオープン

Statement

日本の、世界の、
食の常識を超えていく。

Mission

「本当に美味しい料理」を
世界中の人々に届けて、
世界を良くしていく。

Values

United & collective
～ 一体感 ～

信頼しあつた、尊敬しあえる仲間と、目標を同じくして懸命に努力する。そして最後には目標を達成する。

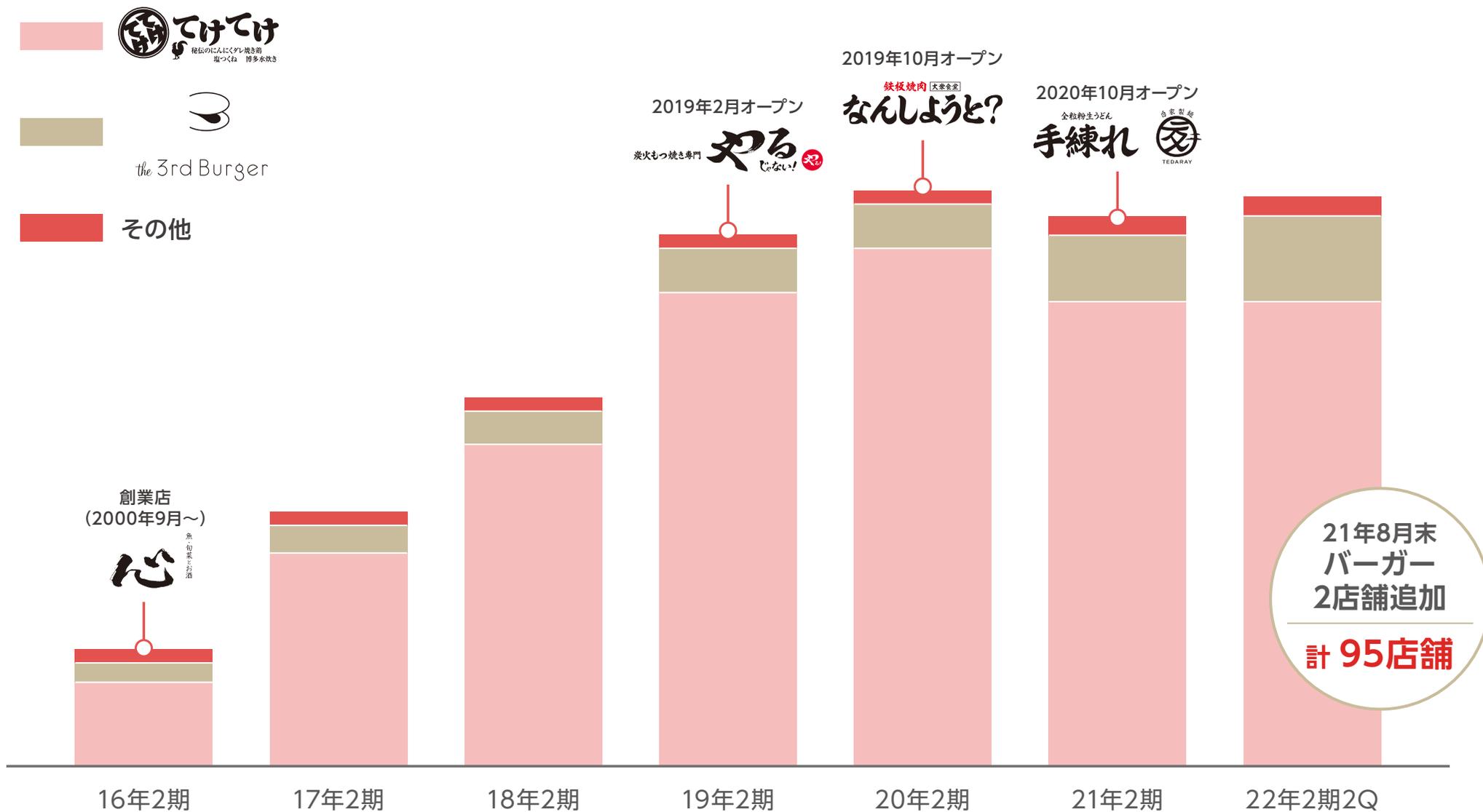
この楽しさ、喜びは何物にも替えがたいものがあります。それを実社会で、それも世界的スケールで感じる事ができたら。

そう思い名付けた社名、ユナイテッド&コレクティブ。

現在ではその一体感を、お客様も含めた全てのステークホルダーの方々に感じていただきたいと考えています。

多くの方に、共感いただける、応援いただけるような企業でありたいと願っています。

店舗数推移





業態コンセプト

高度成長期をコンセプトにした店内で、こだわりの「にんにく醤油ダレ」で焼き上げる焼き鶏や、濃厚コラーゲンスープの「博多水炊き」、鶏肉を生そのままから焼き上げる「塩つくね」などの鶏料理を中心とした焼鳥屋。

店舗数(内FC店) 81(2) 業態 焼き鳥居酒屋



the 3rd Burger

業態コンセプト

“Real Fresh, Real Burger”をコンセプトに、焼き立てのふんわりバンズ、100%ビーフにこだわった自家製パティ、毎日仕入れるみずみずしい新鮮野菜が特徴の『毎日食べても体が喜ぶ』これまでにない第3のハンバーガーカフェ。

店舗数(内FC店) 11(1) 業態 ハンバーガーカフェ



炭火もつ焼き専門 **やる** じゃない! 

業態コンセプト

うんまいやきとん! 芝浦から仕入れた漬したてのモツを新鮮なままお店で串打ち。毎日、1人でも気軽に立ち寄れるやきとん屋。

店舗数(内FC店) 1

業態 やきとん居酒屋



鉄板焼肉 大衆食堂 **なんしょうと?**

業態コンセプト

旨味いっぱいの油に特製辛味噌を溶いて、お肉と野菜にまとわせ口に放り込めば、ご飯との無限ループが! 日本人の心に染み入るような大衆食堂を目指す。

店舗数(内FC店) 1

業態 鉄板焼肉大衆食堂



全粒粉生うどん **手練れ** 
自家製麺
TEDARAY

業態コンセプト

「体に良い」は、美味しい。をコンセプトに、国民食と言える“うどん”の新業態をコロナ禍の2020年に開発。“油うどん”という新しいジャンルの確立を目指す。

店舗数(内FC店) 1

業態 全粒粉生うどん

本資料は、ユナイテッド&コレクティブ株式会社(以下、当社)についての一般的な情報提供を目的としており、当社の発行する株式その他の有価証券への投資勧誘を目的とするものではありません。

本資料に記載される当社の実績・計画・見積もり・予測・その他将来情報については、現時点で入手可能な情報や現時点における判断・考えであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。また、本資料は、現時点で一般的に認識されている経済・社会等の情勢に基づいて作成しているものですが、経済情勢の変化等の事由により予告なしに変更される可能性があります。

掲載内容に関して、細心の注意を払い作成しておりますが、不可抗力により情報誤伝を生ずる可能性もありますのでご注意ください。尚、無断での複製、転用等を行わない様、宜しくお願い申し上げます。

お問い合わせ先
ユナイテッド&コレクティブ株式会社 IR担当
ir@united-collective.co.jp
<http://www.united-collective.co.jp/ir/>