

2025年2月期 決算説明資料

株式会社ワイズテーブルコーポレーション
(証券コード： 2798東証スタンダード)



2025年4月22日

1. 2025年2月期 業績概要と今期の見通し

- 2025年2月期 売上高の状況
- 2025年2月期 業績概要（連結）
- 2026年2月期 通期見通し（連結）

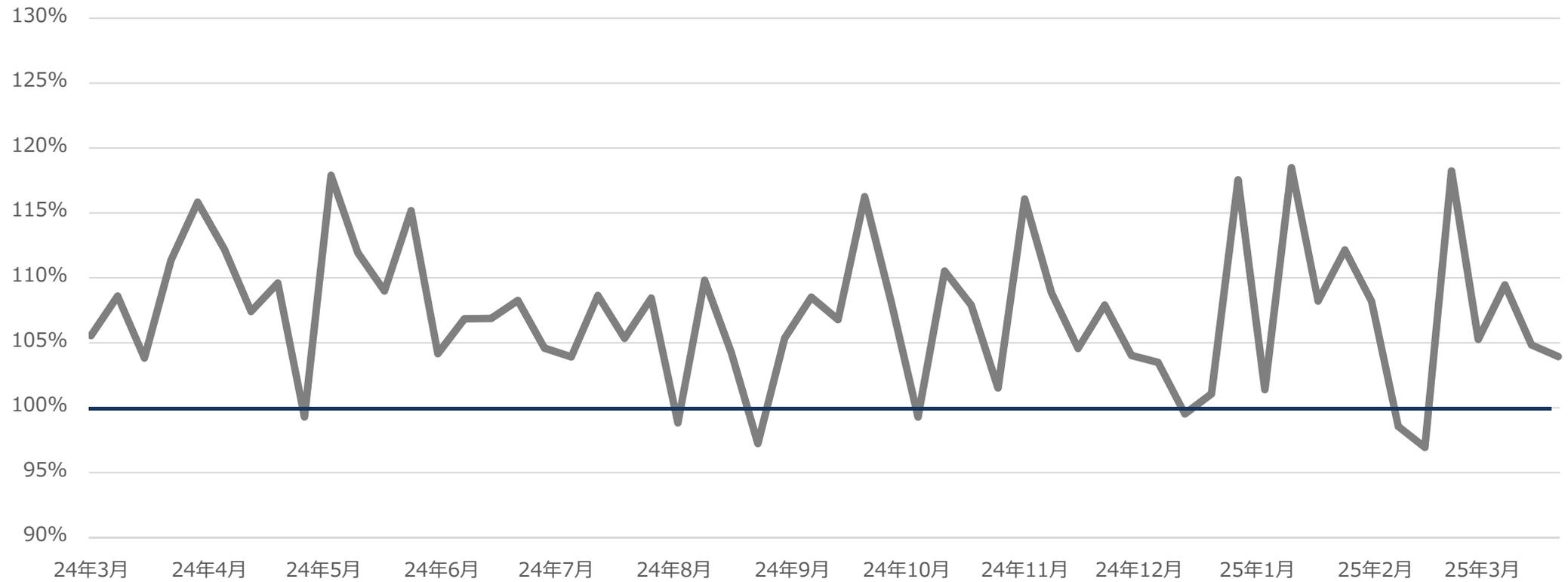
2. 当社グループの近況とトピックス

- 2025年2月期の取り組みと今後の取り組み
- CÉ LA VI TOKYO

2025年2月期 売上高の状況

- 売上高は、2024年3月から5月にかけてはインバウンドの追い風等で高水準で推移。7月及び8月は悪天候等の影響を受け、前期をやや上回る水準にとどまった。9月以降は回復し、カレンダーのずれによる変動はあるものの、概ね好調だった
- 2025年2月期の既存店売上高前期比（月次ベース）：106%（XEX106%、カジュアル106%）
 ※改装休業のあったXEX WESTを除く既存店売上高前期比：107%（XEX108%、カジュアル106%）

2024年3月から2025年3月の直営既存店売上高前期比（週次、同曜日比較）



[参考]

| 2019年同月比 | 107% | 105% | 105% | 105% | 100% | 94% | 101% | 108% | 109% | 112% | 111% | 112% | 112% |
|----------|------|------|------|------|------|-----|------|------|------|------|------|------|------|
|----------|------|------|------|------|------|-----|------|------|------|------|------|------|------|

単位：百万円（百万円未満切捨て）

| 【 連 結 】 | 2025年2月期 連結累計期間 | | | | | 2024年2月期 連結累計期間 | | |
|---------------------|-----------------|--------|--------|--------|--------|-----------------|--------|--------|
| | 当期実績 | | 計画（注） | | 計画比 | 前期実績 | | 前期比 |
| | | 構成比 | | 構成比 | | | 構成比 | |
| 売上高 | 12,120 | 100.0% | 12,069 | 100.0% | 100.4% | 11,284 | 100.0% | 107.4% |
| 営業利益 | 118 | 1.0% | 225 | 1.9% | 52.8% | 179 | 1.6% | 66.1% |
| 経常利益 | 248 | 2.0% | 338 | 2.8% | 73.2% | 311 | 2.8% | 79.6% |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 260 | 2.2% | 306 | 2.5% | 84.9% | 113 | 1.0% | 228.9% |
| 1株当たり 当期純利益 | 79.03円 | — | 93.05円 | — | 84.9% | 34.53円 | — | 228.9% |

■ 計画比：

（注）2024年10月15日付で発表した連結累計期間計画

【売上高】：インバウンド需要の増加や外食需要の回復等により好調に推移

【営業利益】：以下の要因により計画を下回った

- ・ 大阪の旗艦店「XEX WEST」の大規模改装後の収益力改善が想定よりも遅れた
- ・ 人材不足を補うための費用（派遣人件費、配送委託手数料等）の増加、修繕の想定以上の発生、建設コストの上昇を反映した資産除去債務費用の見積もり変更に伴う費用増等

【経常利益】：持分法による投資利益（株式会社ICONIC LOCATIONS JAPAN）が予想を上回った

【親会社株主に帰属する当期純利益】：法人税等調整額の計上により予想を上回った

- ・ 減損損失11百万円を計上、法人税等調整額▲28百万円（利益に対してプラス効果）を計上

■ 前期比：売上高は前期を上回ったが、新店舗の出店、直営店改装・業態変更等今後に向けての新規投資を行ったこと、及び人材確保のための支出を行ったことにより、営業利益、経常利益ともに減益となった

2025年2月期 業績概要（連結貸借対照表）

単位：百万円（百万円未満切捨て）

| 科目 | 当連結会計年度 | 前連結会計年度 | 増減 | 科目 | 当連結会計年度 | 前連結会計年度 | 増減 |
|---------------|--------------|--------------|-------------|----------------|--------------|--------------|-------------|
| 現金及び預金 | 1,533 | 1,792 | ▲258 | 買掛金 | 480 | 451 | 28 |
| 売掛金 | 625 | 613 | 11 | 短期借入金（注） | 222 | 222 | - |
| 原材料及び貯蔵品 | 193 | 155 | 37 | 未払金 | 657 | 592 | 64 |
| その他 | 267 | 245 | 22 | 未払消費税 | 102 | 151 | ▲48 |
| 流動資産合計 | 2,619 | 2,807 | ▲187 | 契約負債 | 70 | 64 | 6 |
| 有形固定資産 | 974 | 767 | 207 | 株主優待引当金 | 64 | 64 | 0 |
| 建物及び構築物（純額） | 755 | 622 | 132 | その他 | 140 | 178 | ▲38 |
| その他（純額） | 219 | 144 | 75 | 流動負債合計 | 1,738 | 1,725 | 13 |
| 無形固定資産 | 8 | 4 | 4 | 長期借入金 | 1,466 | 1,689 | ▲222 |
| その他 | 8 | 4 | 4 | 資産除去債務 | 880 | 815 | 65 |
| 投資その他の資産 | 1,221 | 1,136 | 85 | その他 | 60 | 67 | ▲6 |
| 投資有価証券 | 208 | 135 | 72 | 固定負債合計 | 2,407 | 2,572 | ▲164 |
| 長期貸付金 | 218 | 298 | ▲80 | 負債合計 | 4,146 | 4,297 | ▲151 |
| 敷金及び保証金 | 589 | 575 | 14 | 株主資本合計 | 677 | 417 | 260 |
| その他 | 205 | 127 | 78 | その他 | 0 | 0 | 0 |
| 固定資産合計 | 2,204 | 1,907 | 296 | 純資産合計 | 678 | 417 | 260 |
| 資産合計 | 4,824 | 4,715 | 109 | 負債純資産合計 | 4,824 | 4,715 | 109 |

現預金の減少：新規出店等設備投資を自己資金でまかなったことによる
 売掛金・原材料及び貯蔵品・買掛金・未払金の増加：営業活動の活発化による
 有形固定資産の増加：新規出店及び店舗設備の維持更新工事を行ったことによる
 投資有価証券の増加：持分法適用会社が利益を計上したことによる
 長期貸付金の減少：返済を受けたことによる

長期借入金の減少：返済実施による
 資産除去債務の増加：資産除去債務費用の見積もり見直しによる
 株主資本の増加：親会社株主に帰属する当期純利益の計上による

（注）短期借入金には1年内返済予定の長期借入金を含む

2025年2月期 業績概要（連結キャッシュ・フロー計算書）

| 区分 | 当連結累計期間 | 前連結累計期間 |
|----------------------------|--------------|--------------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 290 | 392 |
| 税金等調整前当期純利益 | 237 | 85 |
| 減価償却費 | 182 | 186 |
| 減損損失 | 11 | 213 |
| 持分法による投資損益（▲は益） | ▲72 | ▲70 |
| 売上債権の増減額（▲は増加） | ▲11 | ▲67 |
| 棚卸資産の増減額（▲は増加） | ▲37 | ▲19 |
| 仕入債務の増減額（▲は減少） | 28 | 48 |
| 未払消費税等の増減額（▲は減少） | ▲48 | ▲9 |
| 利息及び配当金の受取額 | 6 | 35 |
| その他 | ▲5 | ▲9 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | ▲316 | ▲120 |
| 有形固定資産の取得による支出 | ▲308 | ▲264 |
| 貸付金の回収による収入 | 80 | 160 |
| その他 | ▲88 | ▲16 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | ▲232 | ▲520 |
| 短期借入金の増減額（▲は減少） | - | ▲721 |
| 長期借入れによる収入 | - | 586 |
| 長期借入金の返済による支出 | ▲222 | ▲348 |
| その他 | ▲9 | ▲37 |
| 現金及び現金同等物の増減額（▲は減少） | ▲258 | ▲248 |
| 現金及び現金同等物の期首残高 | 1,792 | 2,041 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 1,533 | 1,792 |

単位：百万円
（百万円未満切捨て）

（注）
主要項目のみ記載

・ 営業活動によるキャッシュ・フローを用いて新規出店・店舗の改修と、借入金の返済を実施

単位：百万円（百万円未満切捨て）

| 科目 | 2025年2月期 通期実績 | 2026年2月期 通期計画（注） | 前期比 |
|---------------------|------------------|---------------------|--------|
| 売上高 | 12,120 | 13,054 | 107.7% |
| 営業利益 | 118 | 435 | 366.1% |
| 経常利益 | 248 | 517 | 208.5% |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 260 | 540 | 207.2% |

（注）2025年4月14日付で発表した通期計画

■ XEXグループ

- ・通期既存店売上高は前期比108%で設定（上期108%、下期109%）
- ・インバウンド対応の強化と更なる高付加価値化に取り組む

■ カジュアルレストラングループ

- ・通期既存店売上高は前期比105%で設定（上半期105%、下半期106%）
- ・既存店は物価上昇を踏まえたプライシングの見直しにより売上高を確保
- ・前期に出店した店舗の、売上高・利益への通期寄与を見込む

■ その他

- ・新規出店2店舗（直営店、FC店各1店舗）と、FC店1店舗の直営化を予算に織り込み
- ・食材価格の高騰や賃金の引き上げ、人材確保に関するコスト（人材募集広告出稿費用、人材紹介手数料）の増加を織り込み

1. 2025年2月期 業績概要と今期の見通し

- 2025年2月期 売上高の状況
- 2025年2月期 業績概要（連結）
- 2026年2月期 通期見通し（連結）

2. 当社グループの近況とトピックス

- 2025年2月期の取り組みと今後の取り組み
- CÉ LA VI TOKYO

課題・テーマ

今期の取り組み

事業成長

高付加価値化

- 既存店舗へのリニューアル投資の継続
- 給与水準の向上や採用戦略の強化による、離職率の低下、優秀な人材の確保

インバウンド

- 高級ホテルコンシェルジュ、旅行代理店との提携強化
- 訪日外国人向けのネットプロモーション強化（SNS、Googleなど）
- 京都などインバウンド需要の高いエリアへの出店強化

和食事業の強化

- 和食職人のチーム強化
- 外部アドバイザーとの提携
- 日本料理、鉄板焼、鮨、焼鳥、とんかつなど和食業態の展開強化

カジュアルイタリアン事業の展開

- 郊外SCなど「ハレの日需要」のある立地への出店
- ホテルとの共同出店

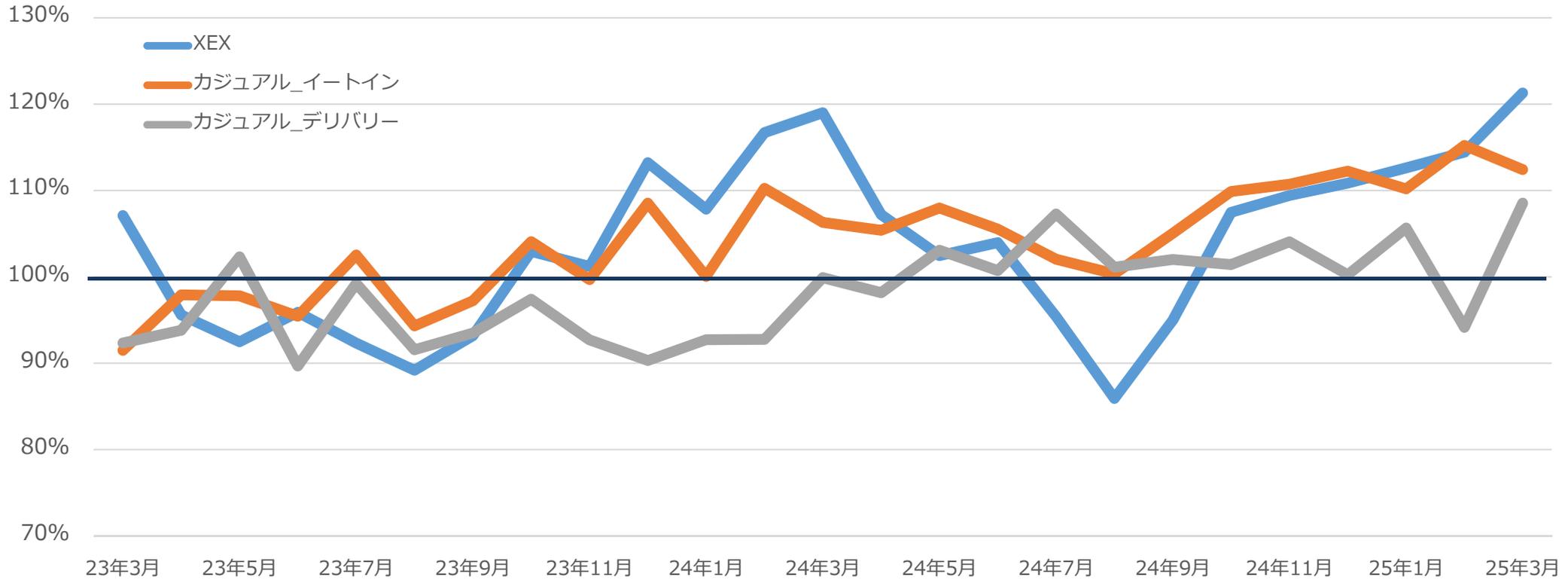
人材不足・コスト高騰への対応

- 引き続き待遇改善に取り組み人材不足解消を図る
- 食材・資材の調達見直しを継続

セグメント・業態別売上高の状況

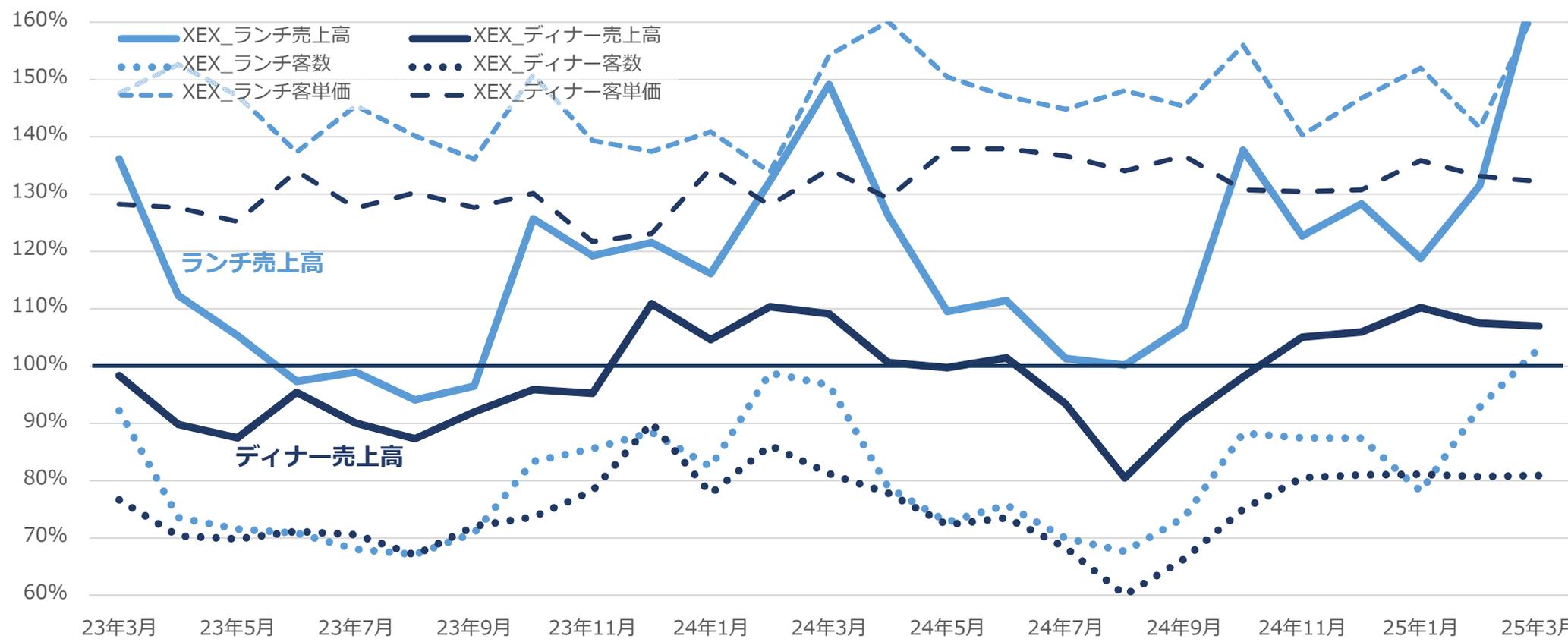
- コロナ以前の2020年2月期と比較して全体のトレンドを見ると、2024年2月期までは、XEXグループのランチ売上高が、ハレの日需要及びインバウンド需要を取り込んで好調に推移し、全体の回復を牽引してきた。カジュアルレストラングループの回復は遅れていたが、2025年2月期は、特に後半にかけて売上高が大きく回復した
- XEXグループはもともと、特にディナーにおいて法人・パーティー利用比率が高いが、近年は、単価引き上げの結果として比率が一層高まっている。夏場は法人・パーティーの需要が減少するため売上高が落ち込む傾向にあることに加え、2024年7月から9月にかけては悪天候等の影響もあり、売上高はコロナ以前の水準を下回った

直営既存店 セグメント・業態別売上高**2020年2月期比** (月次)



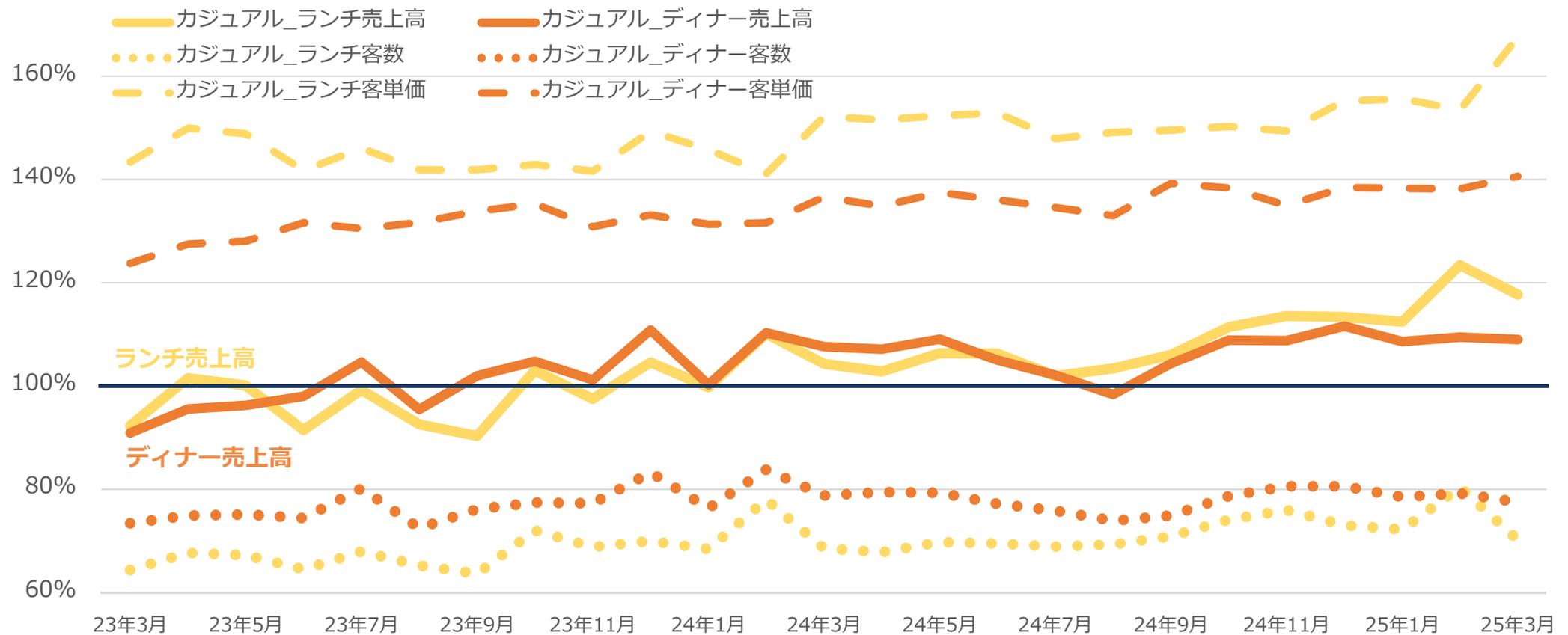
- XEXグループは、コロナ以前の2020年2月期と比較すると、堅調なランチ売上が売上高の回復を支えてきた
- ランチ売上は、buffetを強化して単価の引き上げを行ったことが奏功し大幅な売上増を達成
- ディナー売上は客数が大きく落ち込む状況が続いてきたが、インバウンド需要の増加や、パーティー受注の獲得強化等により、直近ではコロナ以前を上回る水準に改善

XEXグループ直営既存店 売上高・客数・客単価 2020年2月期比 (月次)



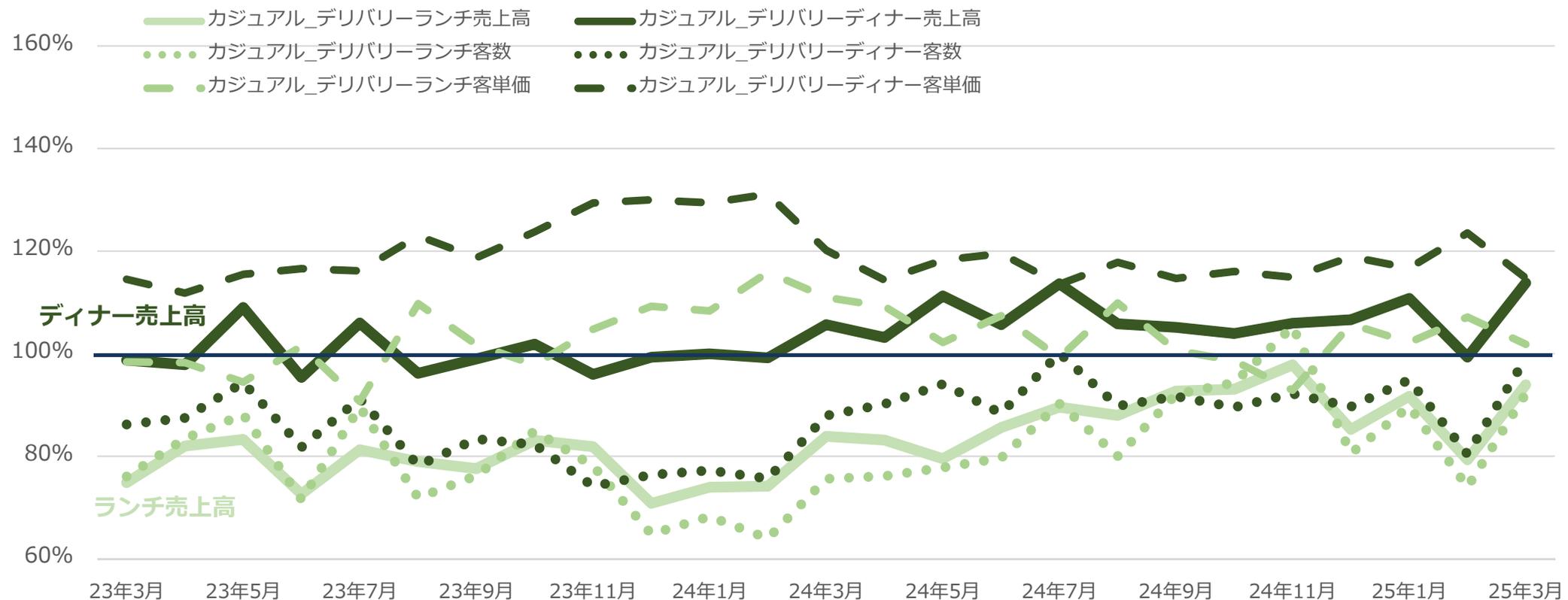
- カジュアルレストラングループのイトイン営業は、コロナ以前の2020年2月期と比較すると、ランチ、ディナーともに伸び悩む状況が続いていたが、2025年2月期は全体としてコロナ以前を上回る水準に回復
- 客数、客単価ともに増加、上昇傾向にあるが、特にランチの客単価上昇と、それにもかかわらず客数を確保できていることが売上回復に寄与している

カジュアルレストラングループ直営既存店 イートイン売上高・客数・客単価**2020年2月期比** (月次)



- カジュアルレストラングループのデリバリー営業は、コロナ以前の2020年2月期と比較すると、2023年3月以降、客単価は上昇したものの件数が落ち込み、売上高がコロナ以前を下回る状況が続いた。2025年2月期は、外部事業者を活用して低単価の配送への対応を進めたことにより、客単価はやや下落したものの件数が回復
- コロナ下での配送代行サービスの拡大により競争環境は激化しており、ランチの回復は遅れているが、ディナーはコロナ以前を上回る売上高を安定的に計上

カジュアルレストラングループ直営既存店 デリバリー売上高**2020年2月期比** (月次)



各セグメント・業態における既存店のコロナ前比較
(2025年2月期実績の2020年2月期比)

| | | XEX (イートイン) | カジュアル イートイン | カジュアル デリバリー |
|------|------------|----------------|----------------|----------------|
| ランチ | 売上 | 120% | 109% | 87% |
| | 客数 | 80% | 72% | 84% |
| | 客単価 | 149% | 152% | 104% |
| ディナー | 売上 | 100% | 107% | 106% |
| | 客数 | 75% | 78% | 91% |
| | 客単価 | 134% | 137% | 117% |

- コロナ下において、ディナー・深夜売上の低迷をカバーするためスイーツbuffetの導入によりランチの高付加価値を実施。その後カジュアルイタリアン店舗にも導入し、客単価を大幅に上げることに成功

ランチ客単価の変化

| 店舗 | 2020年2月期 | 2025年2月期 | コロナ前比 |
|------------------------------------|----------|----------|--------|
| EXE ATAGO GREEN HILLS Salvatore | 4,196円 | 5,781円 | 137.8% |
| EXE TOKYO Salvatore | 4,715円 | 4,962円 | 105.2% |
| EXE日本橋 Salvatore | 3,808円 | 5,020円 | 131.8% |
| EXE WEST Salvatore | 4,218円 | 4,415円 | 104.7% |



XEX TOKYO

| 店舗 | 2020年2月期 | 2025年2月期 | コロナ前比 |
|-------------------------------------|----------|----------|--------|
| PIZZA SALVATORE CUOMO & BAR 新宿 | 1,284円 | 3,072円 | 239.3% |
| SALVATORE CUOMO & BAR 池袋東口* | 1,462円 | 1,976円 | 135.1% |
| The Kitchen Salvatore Cuomo 銀座* | 1,993円 | 2,746円 | 137.8% |
| PIZZA SALVATORE CUOMO & GRILL 川崎 | 1,416円 | 2,468円 | 174.3% |

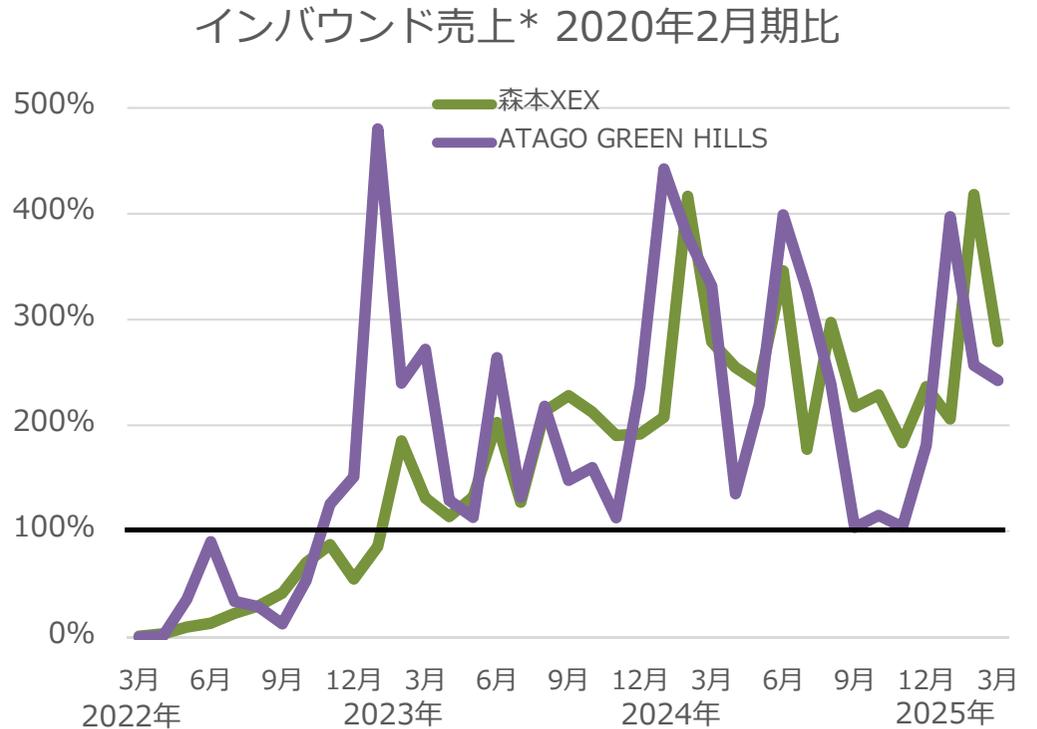
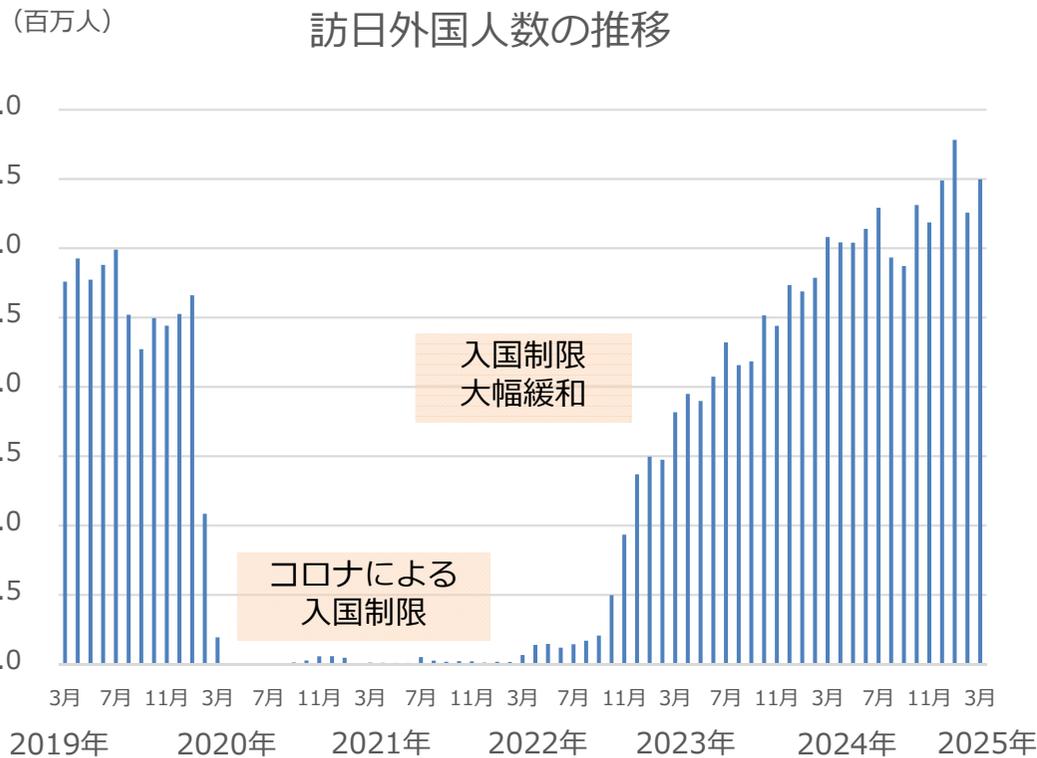


PIZZA SALVATORE CUOMO & BAR 新宿

*池袋東口と銀座はモーニングを含む

インバウンド需要の獲得 - インバウンド売上の状況

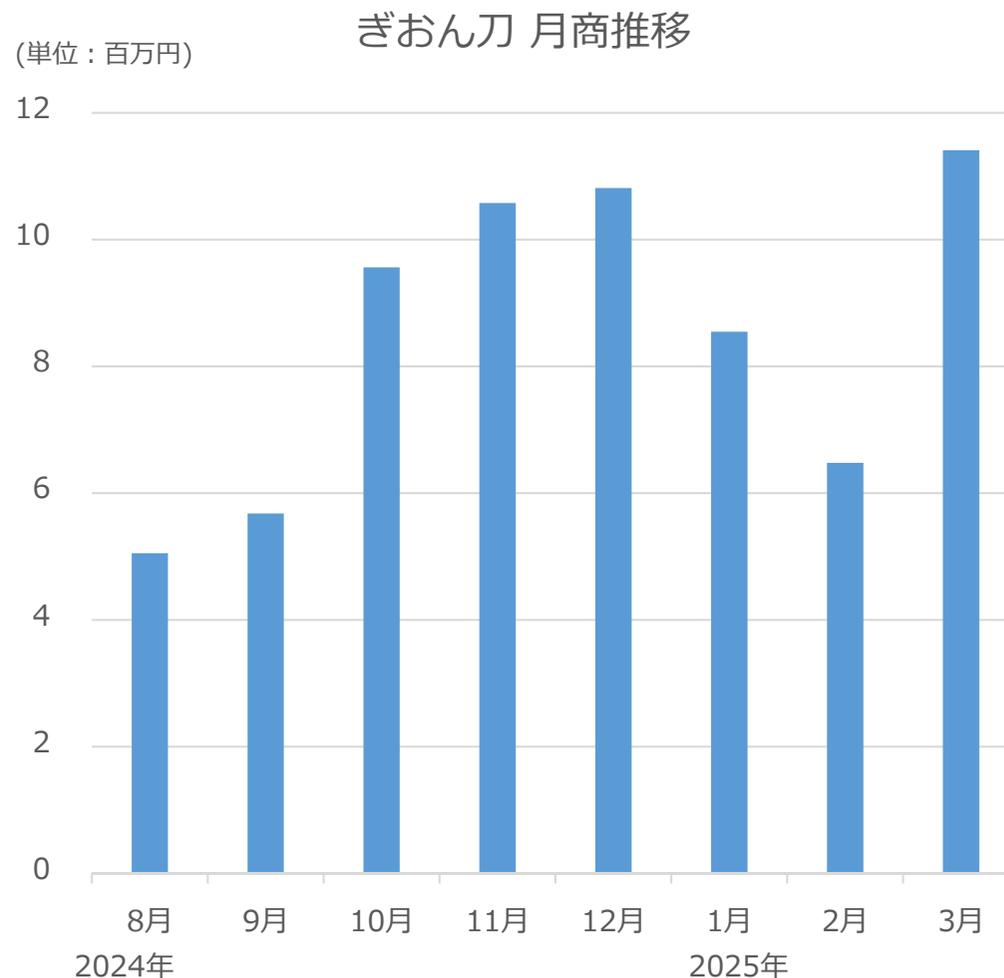
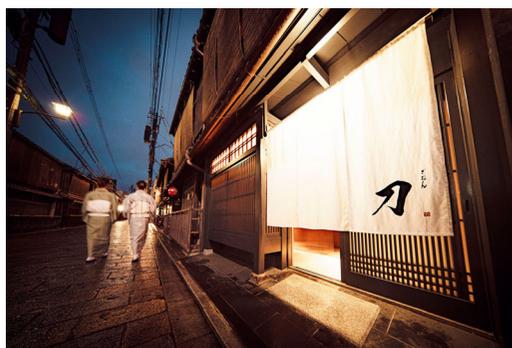
- 訪日外国人数は2022年10月に入国制限が大幅に緩和されて以降急回復。2024年合計では過去最高の3,686万人となった（前年比47.1%増、2019年比15.6%増）
- 「森本XEX」や「XEX ATAGO GREEN HILLS」は富裕層の外国人顧客からの需要が高く、ホテルから送客される顧客からの売上高は増加が続いている。2025年2月期は前期比30%増と、増収の大きな要因となっている



- 高級業態においては更なる高付加価値化を行い、インバウンド富裕層の獲得を強化
- ホテルからの送客獲得だけでなく、SNSなどを活用しネット経由での来店獲得にも注力



開業：2024年7月25日
所在地：京都府京都市東山区
立地：繁華街・観光地（祇園）
客単価：約15,000円（ディナー）
客層：インバウンド、国内旅行客、
地元富裕層が中心
規模：45坪・37席



- 既存の焼鳥事業を高付加価値化した業態として、インバウンドを中心に集客
- 既存業態の客単価が5,000円であるのに対し、新業態では15,000円に引き上げ（ディナー）



- 高付加価値で競合の少ないハイエンド市場が当社の主戦場
- 店舗展開型としてミドル市場を捉え、百貨店、駅ビル、大型SCなどへ出店
- 差別化が難しく、競合が多いカジュアル市場への展開は限定的

| 出店タイプ | 代表的店舗立地 | 出店数 | 特徴 |
|----------|---------------------------|-----|-------------------------------|
| 都心路面店 | 白金、代官山、人形町、東銀座 | 22 | 初期の店舗が多く、小型（30坪前後）でデリバリー併設が大半 |
| 都心オフィスビル | 新宿野村ビル、代々木、天王洲アイル | 5 | 都心部大型オフィス、中規模でイートインも比較的強い |
| 都心駅ビル/SC | 六本木ヒルズ、伊勢丹本店、新宿サブナード | 17 | 都心型SCや百貨店、ターミナル駅ビル |
| 郊外SC | ららぽーと海老名、テラスモール湘南、エミテラス所沢 | 6 | 地方や郊外のファミリー層をメインにした大型SC |
| ホテル | 銀座、池袋、四谷、心斎橋、三宮、博多 | 13 | 都心部や地方都市部のビジネスホテル |

※カジュアルレストラングループのイタリアン店舗と、XEXグループの2店舗（毛利Salvatore Cuomo、The Kitchen Salvatore Cuomo 三宮）、FC店舗を含む全63店舗の立地状況（2025年2月末時点）

- 都心部から店舗展開を行い、当初は都心部の駅ビル/SCや、デリバリーをメインにした路面店での出店が中心
- 今後は郊外SCやホテルなどへの出店ポテンシャルが高くなっている

● 郊外の大型SCへの出店により店舗展開可能性を拡大



テラスモール湘南



軽井沢プリンス
ショッピングプラザ



エミテラス所沢



mozoワンダーシティ

所在地： 神奈川県藤沢市

施設年商： 532億円（2023年度）

運営： 住商アーバン開発

所在地： 長野県北佐久郡軽井沢町

590億円（2024年度）

西武リアルティソリューションズ

所在地： 埼玉県所沢市

300億円（初年度目標）

西武リアルティソリューションズ
住友商事

所在地： 愛知県名古屋市

505億円（2023年度）

イオンモール

SALVATORE CUOMO Cafe

La Stagione
KARUIZAWA

SALVATORE CUOMO Cafe

SALVATORE CUOMO Cafe
ITALIAN KITCHEN

オープン 2024年4月11日

2024年4月27日

2024年9月24日

2025年3月19日

- 郊外、地方の大型SCにおけるハレの日需要を取り込む
- 2025年2月期に出店した店舗は順調に売上を確保。引き続き大型SCへの出店を進めていく

・ 各SCの施設年商は各社公表および23年度SC売上高ランキング（織研新聞）

- 2025年2月に、「Tavernetta Salvatore 秋田」をビジネスホテル内に開業
- 単独出店では損益分岐売上の確保が困難と見込まれるエリアにおいても、ホテル内への出店により朝食売上を上乗せすることにより売上規模を拡大、収益化を図る

Tavernetta
SALVATORE

開業：2025年2月11日

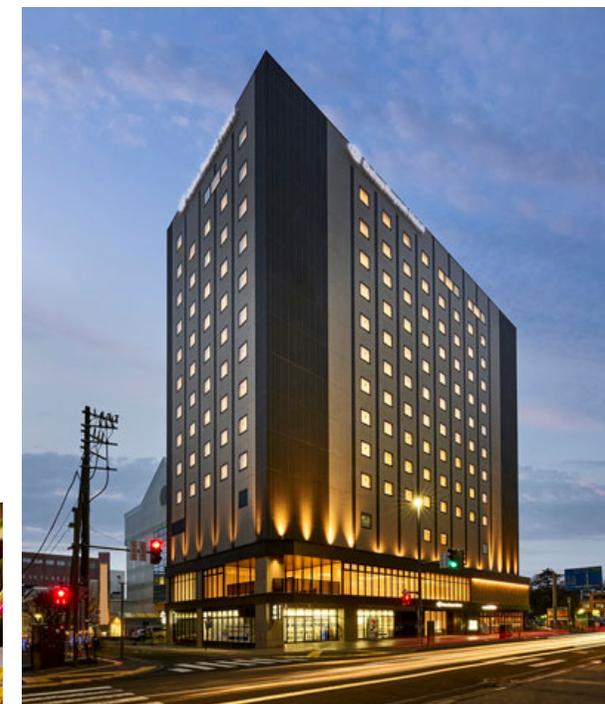
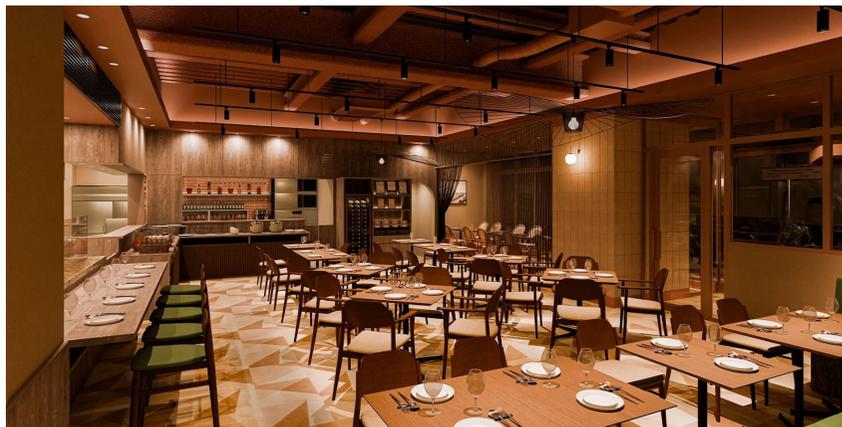
所在地：秋田県秋田市中通2-3-20

ダイワロイネットホテル秋田駅前 1F

立地：地方・ビジネスホテル内

客層：地元主婦層・会社員、出張者等

規模：57坪・70席



- 東北地方では仙台（駅前繁華街・商業施設）に続く出店となり、秋田県には初出店
- ビジネスホテル店舗としては、13店舗目

- インバウンドの増加により延べ宿泊者数は伸びており（2024年度は前年比+5.3%*）、ホテルの新設に伴い出店機会が増えている

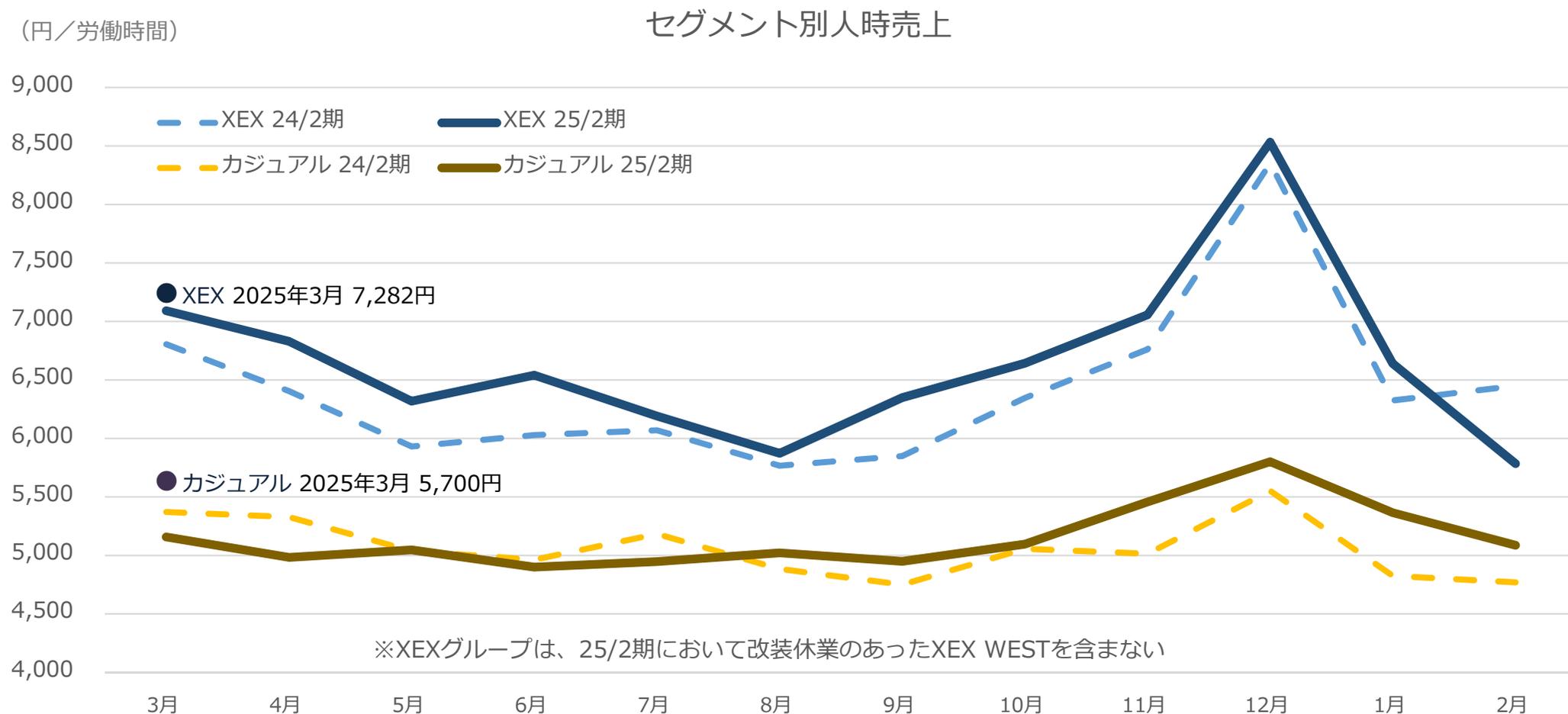
ビジネスホテル内への出店状況 (2025年2月末現在)



* 国土交通省「宿泊旅行統計調査」(2024年・年間値(速報値))

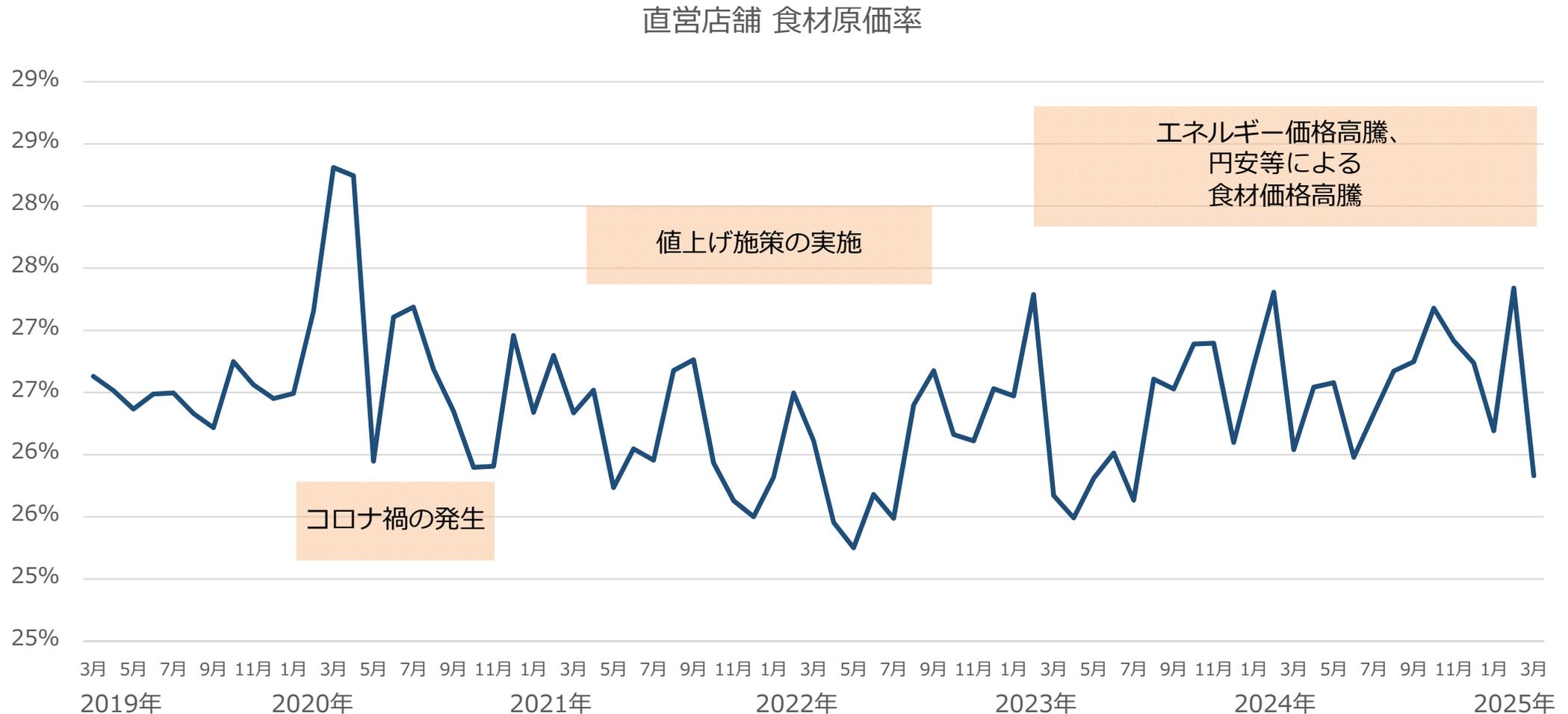
- ビジネスホテル内の店舗は、通常営業に月間300~600万円の朝食売上を上乘せできるため、売上を確保しやすく、出店可能エリアが広がる
- ビジネスホテルにとっても、朝食の品質は差別化要因であるため、高品質の朝食サービスを提供できるレストランへのアウトソーシングニーズが高い

- 客単価の引き上げによりXEXグループの人時売上は改善傾向
- カジュアルレストラングループについても、年度後半にかけて客単価が上昇し、人時売上も上昇
- 人材獲得が困難な状況は今後も続くと思込まれる。生産性の改善に取り組み、より少人数で売上・利益をあげることができる体制を目指す



原価率の推移（直営店食材原価率）

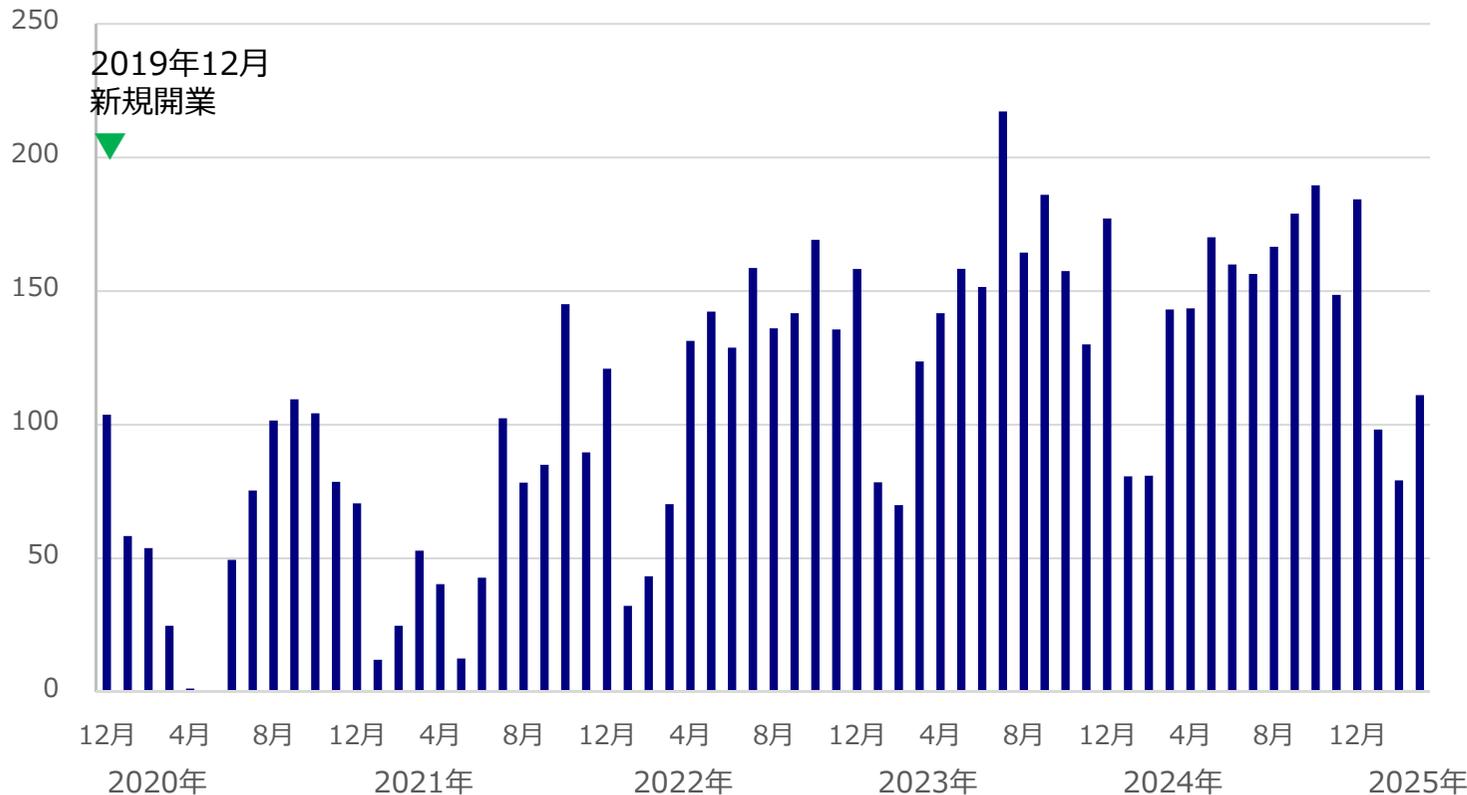
- 2022年以降、国際情勢、エネルギー価格高騰、更に円安の進行等を受けて食材価格の高騰が進んでいる
- 値上げ施策に加え、食材・資材の見直しやメニューミックスの工夫により、現状でも、食材原価率はコロナ前の水準並みを維持している
- 今後も食材価格の更なる高騰が見込まれるが、引き続き食材・資材の見直しに取り組み、原価率の抑制を図る



- 2024年12月期は、3セクションすべてで前年を上回る売上となった。「RESTAURANT & SKY BAR」及び「BAO by CÉ LA VI」は、企業パーティーやブライダル等の貸切案件を多く獲得し、売上が伸長。「CLUB LOUNGE」は、10月から12月にかけて開業5周年を記念するイベントを多く開催し、売上増を達成
- 2025年は天候不順によりテラスの稼働開始が遅れたが、気温の上昇に合わせてイベントやプロモーションを強化し、更なる集客とブランド力向上を図る

(単位：百万円)

CÉ LA VI TOKYOの売上推移



| セグメント | | 主な事業内容 | 会社名 | 主な店舗名 |
|------------------------|----|----------------|---------------------|--|
| XEX グループ | 国内 | 高級レストラン等の運営 | 株式会社ワイズテーブルコーポレーション | XEX The Kitchen Salvatore Cuomo 名古屋 The Kitchen Salvatore Cuomo 京都 The Kitchen Salvatore Cuomo 三宮 毛利 Salvatore Cuomo atelier 森本 XEX ぎおん 刀 |
| カジュアル レストラン グループ | 国内 | カジュアルレストラン等の運営 | 株式会社ワイズテーブルコーポレーション | PIZZA SALVATORE CUOMO SALVATORE CUOMO & BAR PIZZA SALVATORE CUOMO & GRILL PASTA & PIZZA Salvatore Cuomo PRESTO Salvatore Cuomo 伊太利亜市場BAR こけこっこ とんかつ&焼鳥 An Salvatore Cuomo 市場 Paul Bassett The Kitchen Salvatore Cuomo 銀座 PIZZA & PASTA SALVATORE SALVATORE CUOMO & GRILL PIZZERIA MANCINI TOKYO SALVATORE CUOMO Café |
| その他の 事業 | 国内 | 人材派遣事業（休眠中） | 株式会社パートナーワイズ | — |

本資料は情報提供を目的としており、株式購入や売却などを勧誘するものではありません。本資料には当社の出店計画や業績見通しなどが含まれております。

将来の計画・予測に関しましては、現時点で入手可能な情報もとに当社が合理的であると判断する一定の前提に基づき当社が作成したものでありますが、リスクや不確定要素を含んでおり、実際の業績等は様々な要因により大きく異なることがあります。

問い合わせ先：経営企画グループ
TEL：03-5412-0065