



証券コード:3097

Storyteller
tells the Story

~自立した語り部は、それぞれの
自分物語、会社物語を語る~

2023年6月期 第3四半期 決算説明資料

2023年5月10日

Storyteller tells the Story
物語コーポレーション

経営理念

Smile & Sexy

私たちは
“Smile & Sexy”
すなわち
素敵に自由に
正々堂々、人間味豊かに
それぞれの「自分物語」
みんなの「会社物語」
を語る
Storyteller: 語り部
でありつづけます

「自分を表現しようぜ」:Be Sexy!

「自分を磨こうぜ」:Smile!

“Smile”は、「笑顔」「元気」「マナー」「表現力」、

“Sexy”は、「自分物語を作ろう」

「個性を豊かに表現しよう」という意味です。

自分らしく生きる中で経験する成功や失敗は、
人を成長させ魅力的にします。

常に成長を続ける人間は、自然に成熟自立の道を歩み、
自らの意思決定が出来るようになります。
まさしく「自己実現する人」となるのです。

素敵な生き方をしながら自分物語を歩む人間が
集まるところが会社であれば、
おのずとそこには素敵な会社物語が生まれます。

全ての従業員が、誰でも、直接、経営陣に提案できる仕組み

過去にあった提案内容と重複するものを除いても毎月150件の提案が集まり、そのすべての提案に対し決裁者のいる会議で対応を決定し、結果をフィードバックしています。

なんでも提案実行委員会より

提案ネタ 募集します！

あなたの提案が物語を変える

自分言葉で大丈夫。
思いついたこと、考えていたこと。大きなこと、ちょっとしたこと。
まさしく **なんでもOK!** 皆さんの投稿、お待ちしております！

↓ 提案ネタはコチラから ↓

QRコードで
フォームへ
ダイレクト
アクセス

投函できない場合は、社員もしくは
提案実行委員会までご相談ください

たとえば

1. お客様喜ばせネタ
2. オペレーション改善ネタ
3. 店舗(建物)改善ネタ
4. メニュー改善ネタ
5. 経費削減ネタ

など...お店・ブランド・物語のこと
なんでもOK!

なんでも提案実行委員会

2014年3月より毎月1回、社長をはじめ事業部長、開発本部長を主たるメンバーとした改善実行委員によって提案されたネタを一つ一つ検討している会議体です。物語グループの中で最も重要な会議の一つです。

Story with the Story
物語コーポレーション

なんでも提案実行委員会

1 提 案

2 集約・割り振り

3 担当部署で審議

4 委員会で議論・対応決定

5 フィードバック

1 ~ 5 を最大1.5カ月で実施!

特徴・トピックス

- **2014年3月**から**毎月**開催
- 毎月の提案数 約**150**件(既出案件を除く)
- 誰でも参加できる開かれた委員会
- 社長、担当役員、事業部長など**決裁者が参加**
- 提案結果は**理由を含め全提案者にフィードバック**
- 累計提案数**11,060**件、累計採用数**2,578**件

プレゼンテーション構成

1 第3四半期業績概要

津寺 毅【取締役 常務執行役員 財務・成長戦略担当】

2 第3四半期業績総括

加藤 央之【代表取締役社長】

決算サマリー

1 業績の 状況

売上高26.6%増、営業利益186.4%増、経常利益17.2%増、四半期純利益^(※1)21.9%増

- ・売上高は、国内すべての部門における既存店売上高の増収ならびに店舗数増加による増収
- ・営業利益、経常利益は、既存店の増収および店舗数の増加による増益
- ・四半期純利益は、店舗閉鎖損失ならびに改装投資に伴う固定資産除却損による特別損失△324百万円発生

2 既存店の 状況

既存店売上高前年比118.6%

- ・焼肉部門は、既存店改装をはじめ、来店動機創出に向けたテレビCMの放映や季節商品の販売を継続して実施。既存店前年比115.2%
- ・ラーメン部門は、専門性の高い季節商品開発やメディアPRを積極的に実施するとともに、価格改定を3月に実施。既存店売上高前年比125.6%
- ・お好み焼部門は、新フォーマット確立に向けた店舗改装や、収益向上に向けたグランドメニューの改定を3月に実施。既存店売上高前年比116.8%
- ・ゆず庵部門は、グランドメニュー改定による商品価値の向上に合わせて、価格改定を9月に実施。既存店売上高前年比122.7%

3 新規出店の 状況

新規出店32店舗（海外6店舗を含む）

- ・国内新規出店『焼肉きんぐ』14店舗（直営10店舗、FC4店舗）、『丸源ラーメン』7店舗（直営6店舗、FC1店舗）、『お好み焼本舗』1店舗（直営）、『牛たん大好き焼肉はっぴい』1店舗（直営）、『焼きたてのかるび』3店舗（直営）
- ・海外新規出店『焼肉専門店肉源 焼肉王』4店舗（直営）、新業態『肉肉大米』1店舗（直営）、『韓国焼肉 猪猪猪』1店舗（直営）
- ・当期末店舗数は、648店舗（直営390店舗、FC237店舗、海外21店舗）

4 財務の 状況

自己資本比率49.9%

- ・剰余金の積み上げにより、純資産25,688百万円、自己資本比率49.9%（前期末差異+0.9%）
- ・有利子負債は、10,644百万円（前期末差異+42百万円）

5 業績計画

増収増益により、年間配当23.6円^(※2)を計画（新規上場以来15期連続増配）

- ・前年に対して、売上高は19.6%増の87,658百万円、営業利益は117.8%増、経常利益は1.3%増を計画
- ・配当計画は、1株当たり年間23.6円^(※2)（配当性向22.6%）の増配を計画

※1 四半期純利益＝親会社株主に帰属する四半期純利益

※2 2023年3月1日を効力発生日として、普通株式1株を3株の割合で株式分割を行っております

2023年6月期の年間の配当金につきましては、株式分割を考慮しない場合の第2四半期末配当金35円00銭、期末配当金予想は36円00銭。年間配当金予想は71円00銭となります
詳しくは、2023年2月10日発表の、「【適時開示】株式の分割及び定款の一部変更ならびに配当予想の修正と株主優待制度に関するお知らせ」をご覧ください

業績概要①(連結)

(単位:百万円)

	2022年6月期	2023年6月期				前年差異ポイント
	3Q累計	3Q累計	対前年差異		通期	
	実績 (売上比%)	実績 (売上比%)	%	金額	計画 (売上比%)	
売上高	53,989	68,355	126.6	14,365	87,658	売上高前年差+14,365万円 ①既存店舗による増加……………+8,778百万円 ②店舗数増加による増加……………+4,948百万円 ③FC事業部門他による増加……………+736百万円 ④海外子会社による増加……………+97百万円 ⑤閉店・休業による減少……………△195百万円
焼肉部門	28,612(52.9)	35,982(52.6)	125.7	7,369	44,583(50.8)	
ラーメン部門	7,761(14.3)	10,702(15.6)	137.8	2,941	13,421(15.3)	
お好み焼部門	1,207(2.2)	1,458(2.1)	120.7	250	1,919(2.1)	
ゆず庵部門	9,140(16.9)	11,573(16.9)	126.6	2,433	15,806(18.0)	
専門店舗部門	1,344(2.4)	1,860(2.7)	138.3	516	2,658(3.0)	
FC部門	3,650(6.7)	4,406(6.4)	120.7	756	5,495(6.2)	
その他部門	2,273(4.2)	2,371(3.4)	104.3	97	3,771(4.3)	
売上総利益	35,193 (65.1)	44,583 (65.2)	126.6	9,389	57,044 (65.0)	売上高総利益率前年差+0.1ポイント ①既存店舗の売上総利益率の悪化 ②海外事業の売上総利益率の良化
販売費及び一般管理費	33,227 (61.5)	38,951 (56.9)	117.2	5,723	50,785 (57.9)	経常利益前年差+819百万円 ①既存店舗による増加……………+3,269百万円 ②店舗数増加/FC事業他による増加……………+1,279百万円 ③海外子会社による減少……………△32百万円 ④本社経費等の増加……………△1,041百万円 ⑤新型コロナウイルス関連連助成金収入の減少……………△2,656百万円 経常利益率△0.7ポイント ①売上総利益率の減少……………0.0ポイント ②売上販管費の減少……………+4.5ポイント ③営業外収益の減少……………△5.2ポイント
営業利益	1,966 (3.6)	5,631 (8.2)	286.4	3,665	6,259 (7.1)	
経常利益	4,756 (8.8)	5,575 (8.1)	117.2	819	6,250 (7.1)	
四半期純利益	2,894 (5.3)	3,531 (5.1)	121.9	636	3,802 (4.3)	四半期純利益の前年差+636百万円 ①特別利益の発生……………+73百万円 ②特別損失の発生……………△324百万円
EBITDA	6,953 (12.8)	8,215 (12.0)	118.1	1,262	10,125 (11.5)	

※四半期純利益=親会社株主に帰属する四半期純利益

※EBITDA=経常利益+減価償却費

業績概要②(単体)

物語コーポレーション単体

(単位:百万円)

	2022年 6月期	2023年6月期			
	3Q累計	3Q累計	対前年差異		通期
	実績 (売上比%)	実績 (売上比%)	%	金額	計画 (売上比%)
売上高	51,727	65,996	127.5	14,268	83,898
売上総利益	33,855 (65.4)	43,124 (65.3)	127.3	9,269	54,814 (65.3)
販売費及び 一般管理費	31,889 (61.6)	37,557 (56.9)	117.7	5,667	48,849 (58.2)
営業利益	1,966 (3.8)	5,567 (8.4)	283.1	3,601	5,965 (7.1)
経常利益	4,691 (9.0)	5,543 (8.3)	118.1	851	5,958 (7.1)

計画差異ポイント

- ①売上高：新商品開発や積極的なプロモーション展開、価格改定も一部事業において実施し、すべての事業において既存店が前年、計画ともに上回り、好調に推移
- ②営業・経常利益：上述の増収により、材料費や光熱費の上昇影響を受けるも各利益計画を上回る推移

子会社合計

(単位:百万円)

	2022年 6月期	2023年6月期			
	3Q累計	3Q累計	対前年差異		通期
	実績 (売上比%)	実績 (売上比%)	%	金額	計画 (売上比%)
売上高	2,261	2,358	104.2	97	3,759
売上総利益	1,338 (59.1)	1,458 (61.8)	108.9	120	2,229 (59.3)
販売費及び 一般管理費	1,338 (59.1)	1,394 (59.1)	104.1	56	1,935 (51.4)
営業利益	0 (-)	64 (2.7)	—	64	294 (7.8)
経常利益	36 (1.6)	38 (1.6)	103.5	1	291 (7.7)

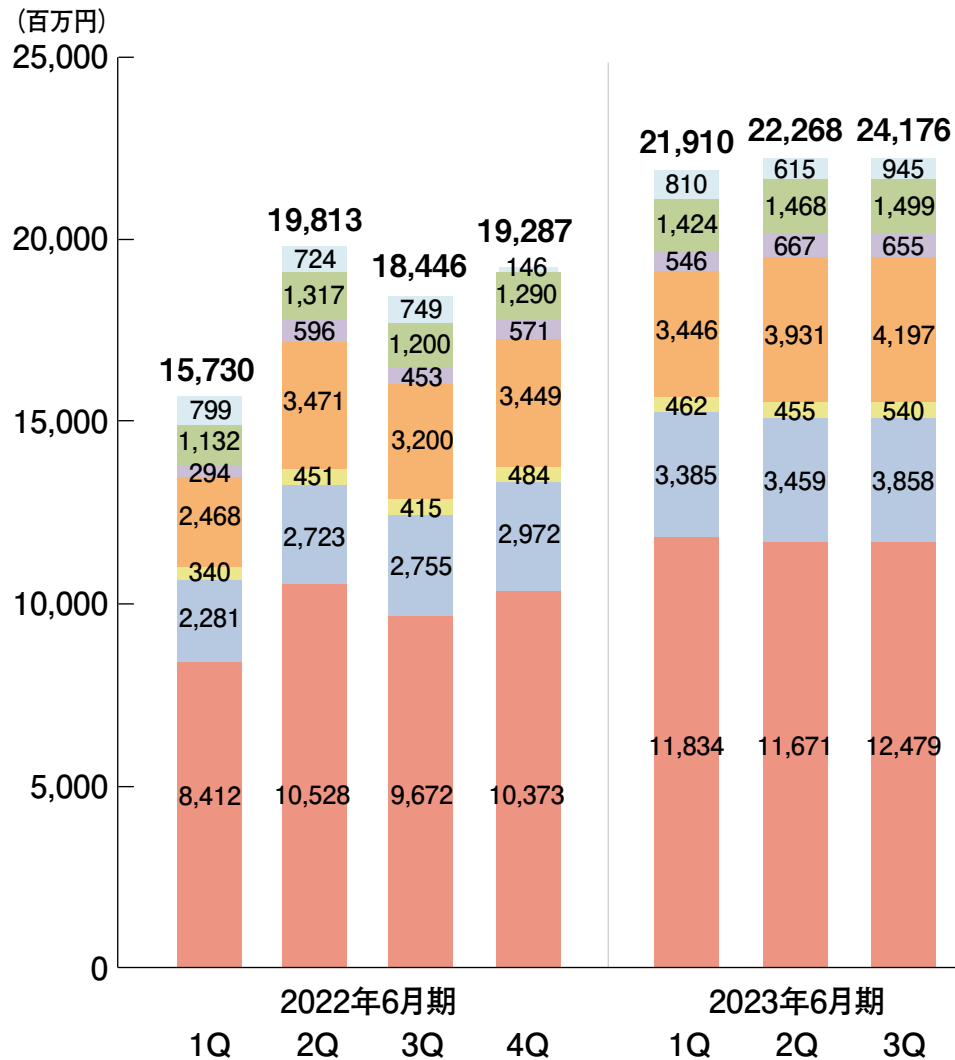
計画差異ポイント

- ①売上高：中国・上海におけるコロナ感染症の拡大による都市封鎖や消費自粛の影響を受けて、大幅に計画未達
- ②営業・経常利益：原価率低減の取り組みにより、粗利益率の改善が図られた一方で、上述の減収影響ならびに、為替差損の発生により各利益計画を下回る推移

業績概要③ (四半期業績の推移)

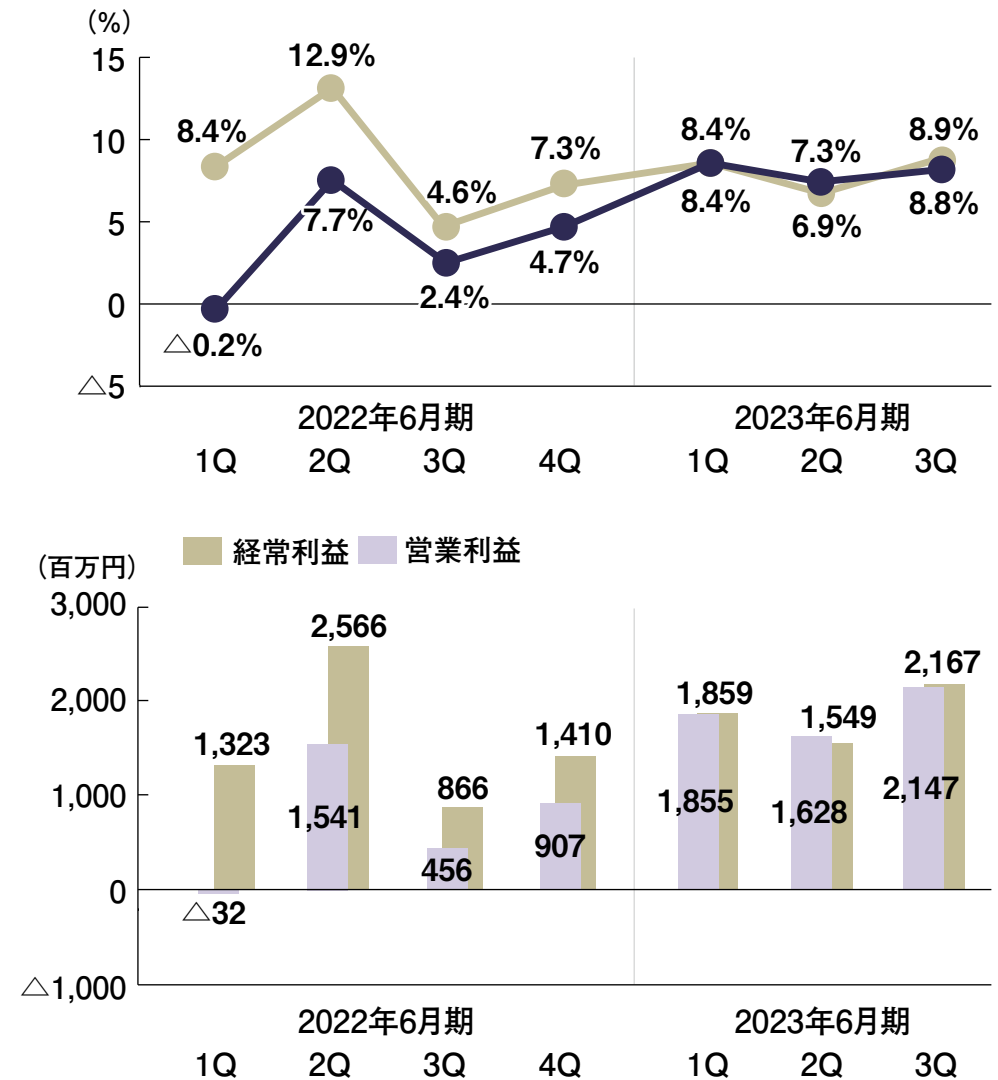
売上高

焼肉部門 ラーメン部門 お好み焼部門
 ゆず庵部門 専門店部門 FC部門
 その他部門

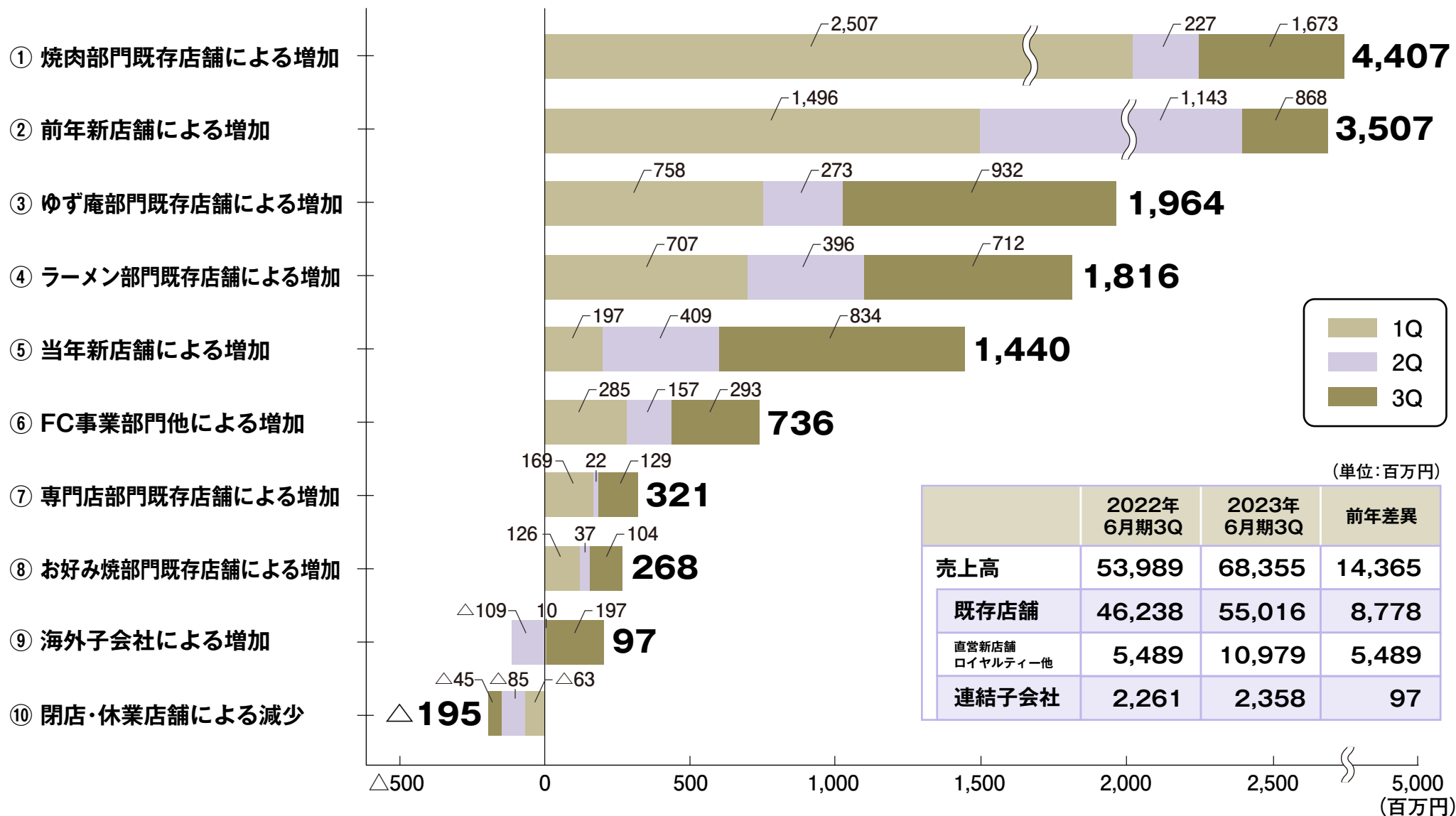


営業・経常利益

経常利益率
 営業利益率

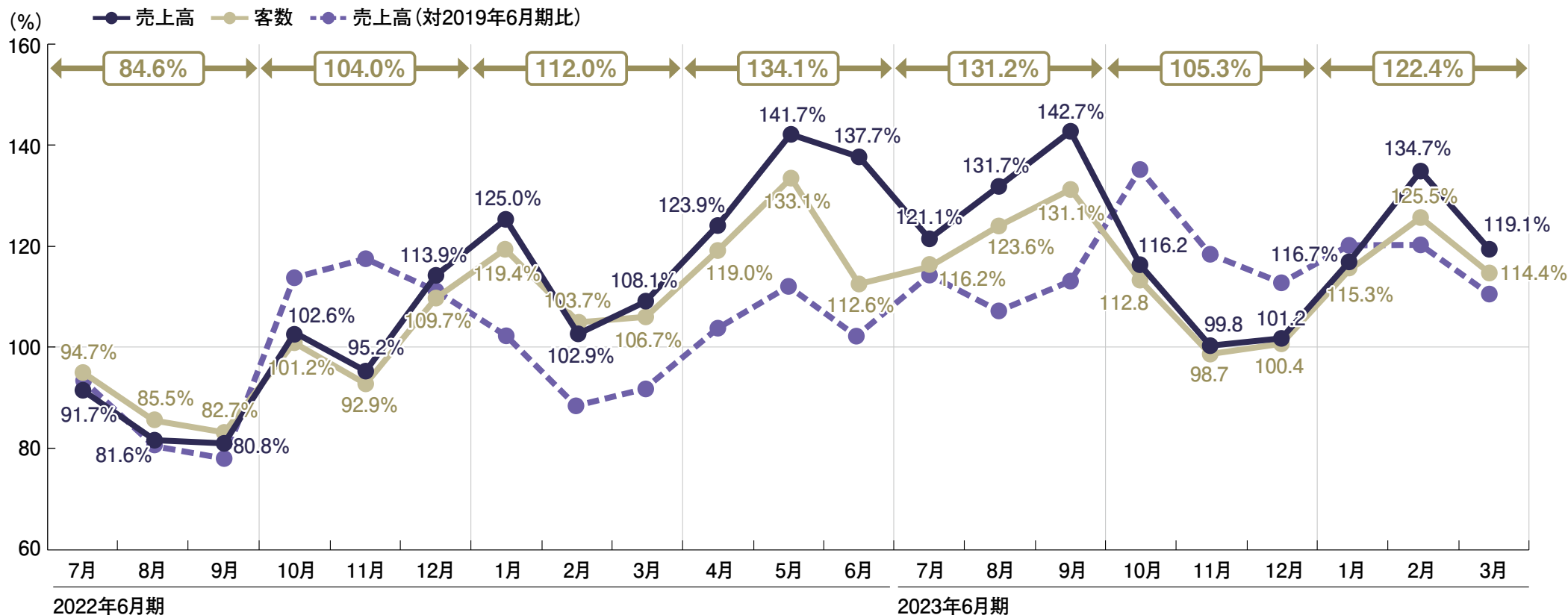


業績概要 (売上高の対前年増減要因)



※この表中の既存店舗とは、2023年6月期を基準とし、前々年までに开店した店舗としています
 ※期中で閉店した店舗は、区分を変更した上で期初より計算の洗い直しをしています

既存店売上高前年比推移(国内・直営)



(単位: %)

	2022年6月期													2023年6月期									
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	通期	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	通期
売上高	91.7	81.6	80.8	102.6	95.2	113.9	125.0	102.9	108.1	123.9	141.7	137.7	107.1	121.1	131.7	142.7	116.2	99.8	101.2	116.7	134.7	119.1	118.6
客 数	94.7	85.5	82.7	101.2	92.9	109.7	119.4	103.7	106.7	119.0	133.1	112.6	104.2	116.2	123.6	131.1	112.8	98.7	100.4	115.3	125.5	114.4	114.4
客単価	96.8	95.4	97.7	101.3	102.5	103.9	104.8	99.2	101.4	104.1	106.5	122.3	102.7	104.2	106.5	108.8	103.0	101.1	100.8	101.3	107.3	104.1	103.7

※このページにおける既存店とは、HP等で発表している「月次売上高前年比」と同様に新規開店より18カ月以上稼働している店舗と定義しております

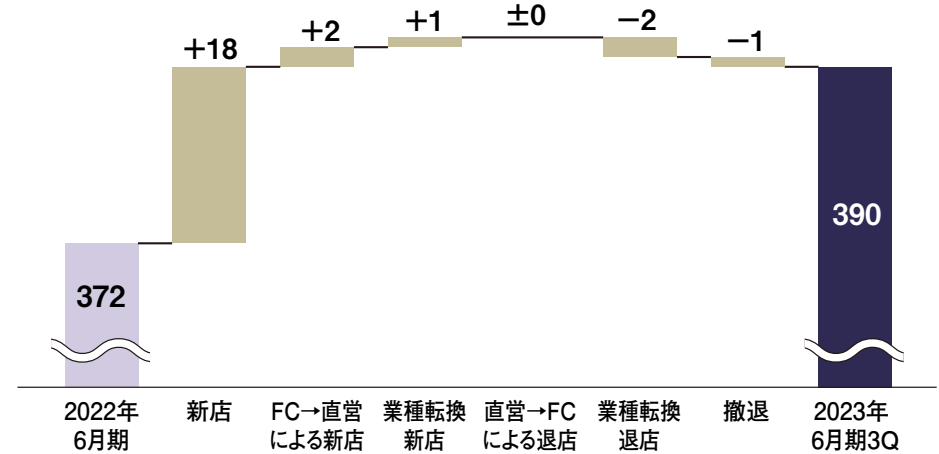
出退店状況

(単位:店舗)

部門	種別	2022年 6月期	2023年6月期				3Q末 店舗数
		期末 店舗数	出店数		退店数		
			期初計画	3Q実績	期初計画	3Q実績	
焼肉	直営	175	15	10	0	0	185
	FC	111	9	4	0	1	114
ラーメン	直営	90	11	6	0	0	96
	FC	100	2	1	0	1	100
お好み焼	直営	16	0	1	0	1	16
	FC	8	0	0	1	2	6
ゆず庵	直営	77	2	0	0	0	77
	FC	17	0	0	0	0	17
専門店	直営	14	9	4	0	2	16
	FC	0	0	0	0	0	0
その他	海外	18	2	6	0	3	21
国内・直営合計		372	37	21	0	3	390
FC合計		236	11	5	1	4	237
海外合計		18	2	6	0	3	21
合 計		626	50	32	1	10	648

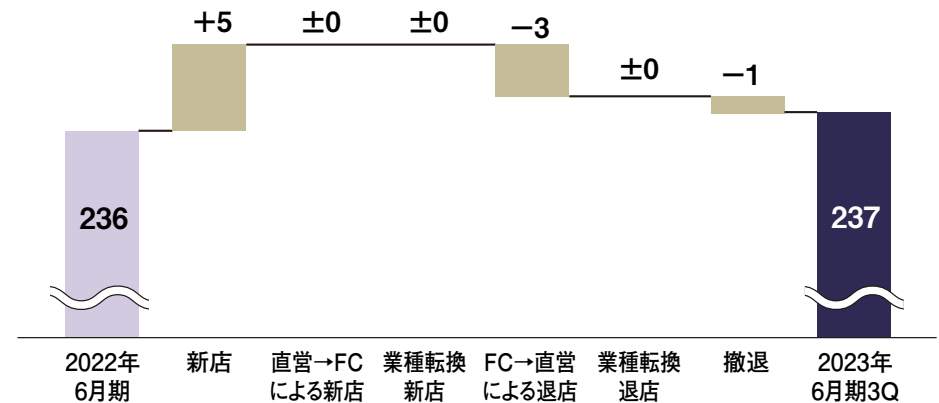
国内・直営店舗数

(単位:店舗)



国内・FC店舗数

(単位:店舗)



ご参考:店舗展開(国内直営・FC)

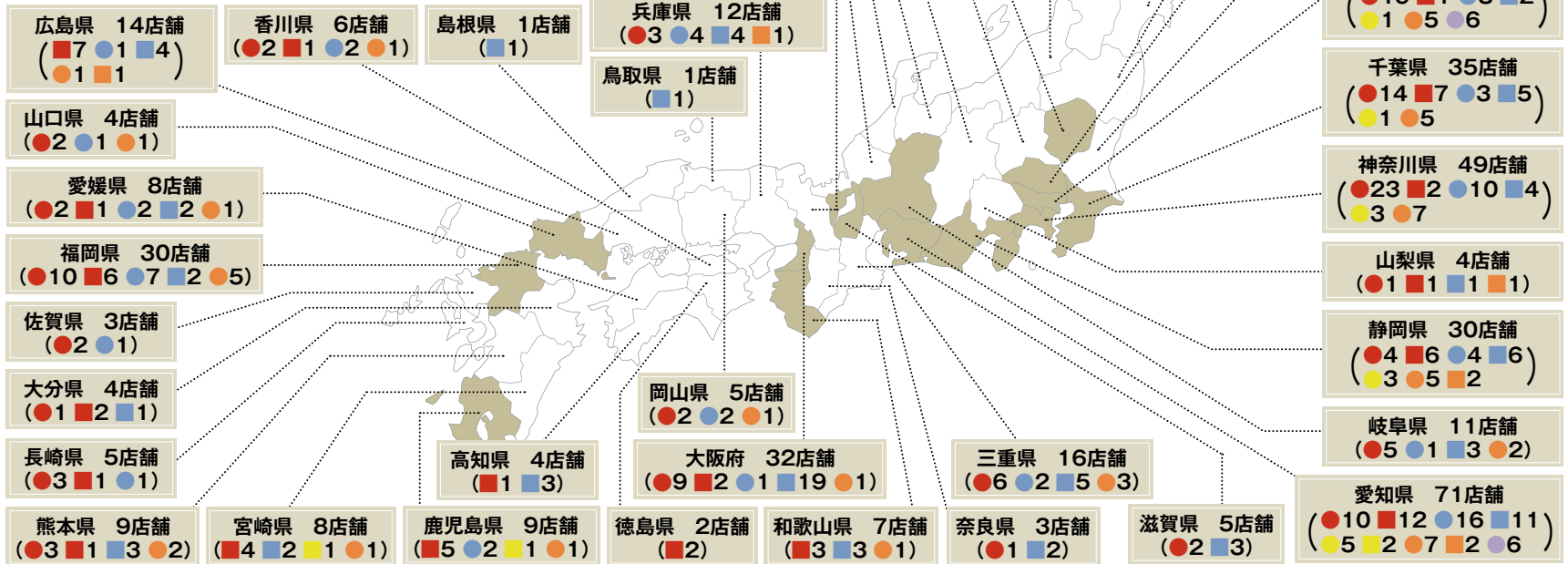
各業態の店舗数(2023年3月31日現在)

(単位:店舗)

部門	業態名	直営	FC	合計
焼肉	焼肉きんぐ	185	114	299
ラーメン	丸源ラーメン	89	99	188
	二代目丸源	—	1	1
	熟成醤油ラーメン きゃべとん	7	—	7
お好み焼	お好み焼本舗	16	6	22
ゆず庵	寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵	77	17	94
専門店・ 新業態	魚貝三味 げん屋	1	—	1
	しゃぶとかに 源氏総本店	2	—	2
	熟成焼肉 肉源	3	—	3
	牛たん大好き 焼肉はっぴい	5	—	5
	焼きたてのかるび	5	—	5
合計		390	237	627

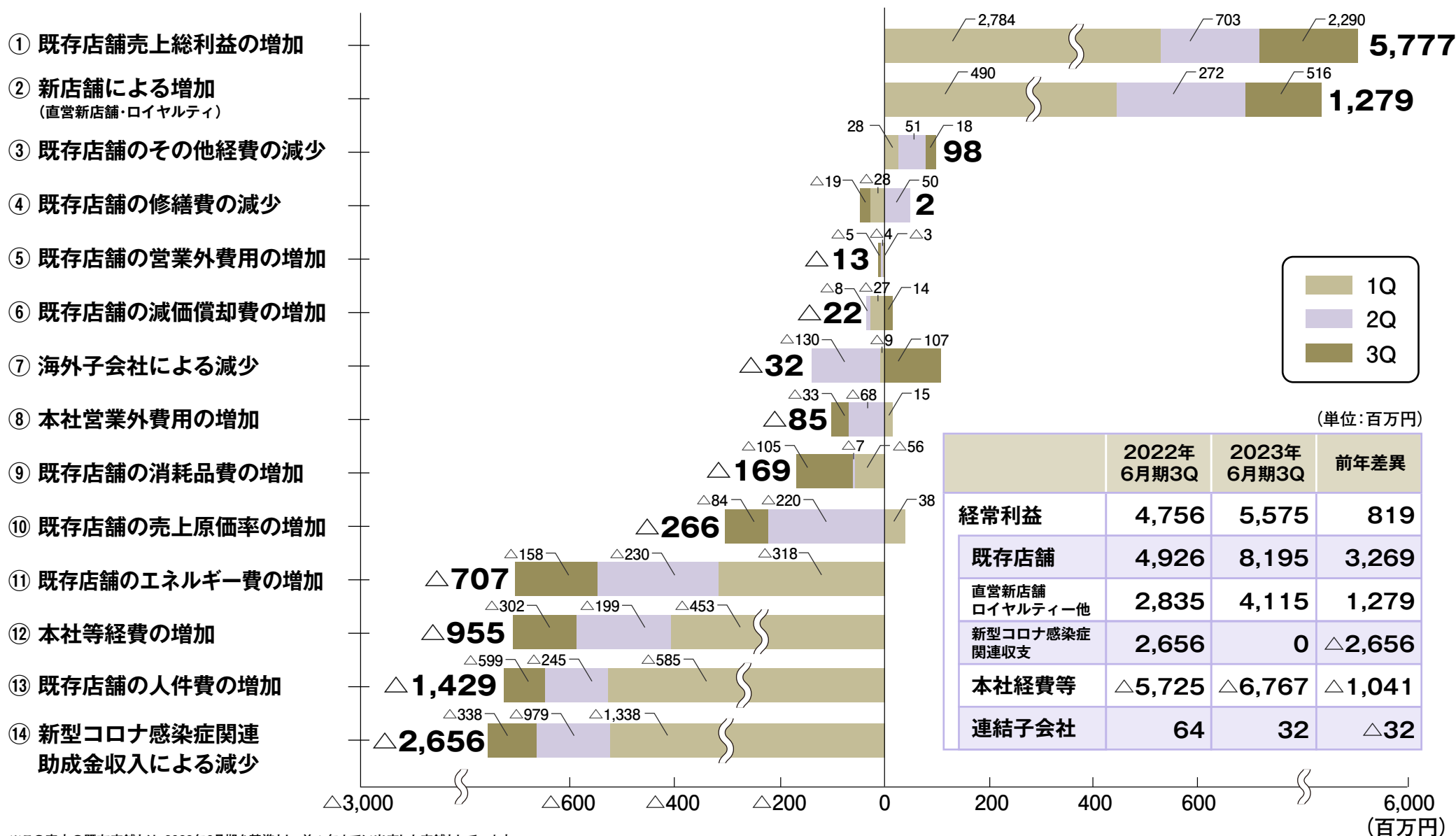
焼肉部門 [直営 ● FC ■]
 ラーメン部門 [直営 ● FC ■]
 お好み焼部門 [直営 ● FC ■]
 ゆず庵部門 [直営 ● FC ■]
 専門店部門 [直営 ● FC ■]

沖縄県 9店舗
 (●6 ■3)



(注) 当期に新規出店した都道府県は、地図上に塗りつぶしをしています

経常利益(連結)の増減要因



※この表中の既存店舗とは、2023年6月期を基準とし、前々年までに outlets した店舗としています
※期中で閉店した店舗は、区分を変更した上で期初より計算の洗い直しをしています

財務概要(連結)

貸借対照表(連結)

(単位:百万円)

	2022年 6月期	2023年 6月期3Q	主な増減
--	--------------	----------------	------

資産の部

流動資産	13,129	16,154	①現金及び預金の増加… +1,643百万円 ②売掛金の増加…………… +1,273百万円
固定資産	33,067	34,692	①有形固定資産の増加… +1,326百万円 ②無形固定資産の増加…… +124百万円 ③投資その他の資産の増加… +175百万円

負債の部

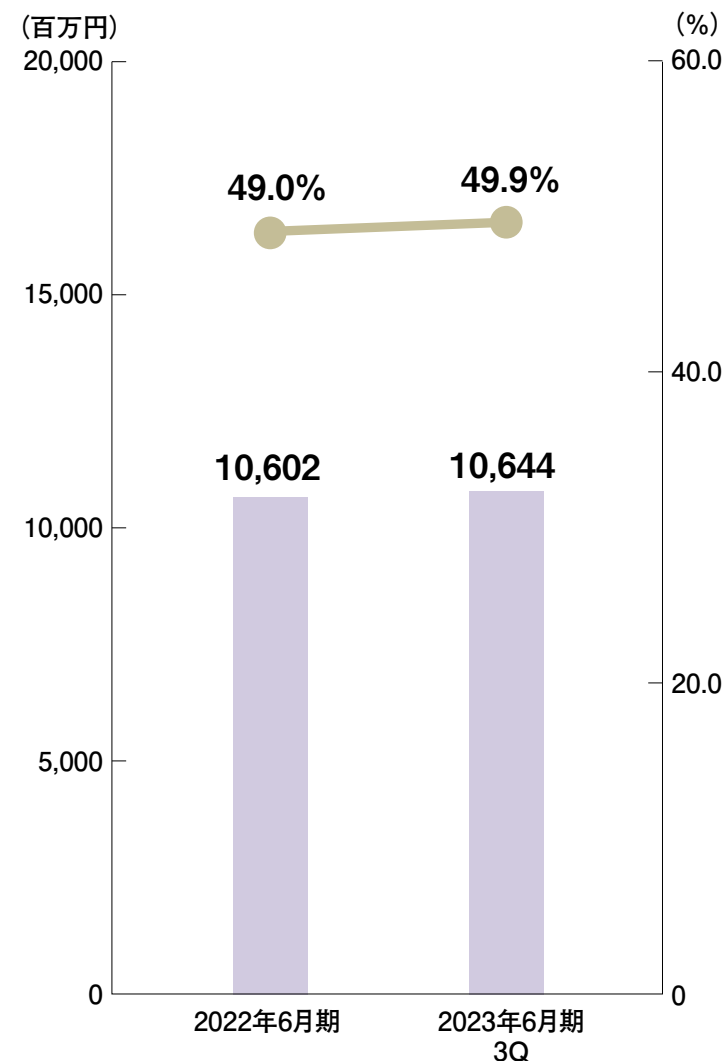
流動負債	12,329	13,201	①買掛金の増加…………… +1,228百万円 ②未払い費用の増加………… +333百万円 ③賞与引当金の増加………… +284百万円 ④1年以内償還予定の社債の減少 ……………△1,000百万円
固定負債	10,907	11,956	①社債の増加…………… +1,008百万円

純資産の部

純資産	22,960	25,688	①利益剰余金の増加…… +2,683百万円
-----	--------	--------	-----------------------

有利子負債の状況

有利子負債
自己資本比率



※有利子負債とは、長期借入金、社債、一年以内長期借入金、短期借入金を合算したものです

業績計画(連結)①(期初計画)

(単位:百万円)

	2022年6月期	2023年6月期		2023年6月期			
	通期実績	通期計画		上半期計画		下半期計画	
	実績 (売上比%)	計画 (売上比%)	対前年差異 %	計画 (売上比%)	対前年差異 %	計画 (売上比%)	対前年差異 %
売上高	73,277	87,658	119.6	42,830	120.5	44,827	118.7
焼肉部門	38,985(53.2)	44,583(50.8)	114.3	21,793(50.8)	115.0	22,790(50.8)	113.6
ラーメン部門	10,733(14.6)	13,421(15.3)	125.0	6,534(15.2)	130.5	6,887(15.3)	120.2
お好み焼部門	1,691 (2.3)	1,919 (2.1)	113.4	938 (2.1)	118.5	981 (2.1)	109.0
ゆず庵部門	12,589(17.1)	15,806(18.0)	125.5	7,937(18.5)	133.6	7,868(17.5)	118.3
専門店部門	1,916 (2.6)	2,658 (3.0)	138.7	1,237 (2.8)	138.8	1,421 (3.1)	138.6
FC部門	4,941 (6.7)	5,495 (6.2)	111.2	2,683 (6.2)	109.5	2,811 (6.2)	112.8
その他部門	2,420 (3.3)	3,771 (4.3)	155.8	1,705 (3.9)	111.8	2,066 (4.6)	230.7
売上総利益	47,820 (65.2)	57,044 (65.0)	119.2	27,866 (65.0)	119.6	29,178 (65.0)	118.9
販売費及び 一般管理費	44,946 (61.3)	50,785 (57.9)	112.9	24,970 (58.3)	114.6	25,814 (57.5)	111.4
営業利益	2,873 (3.9)	6,259 (7.1)	217.8	2,896 (6.7)	191.8	3,363 (7.5)	246.5
経常利益	6,167 (8.4)	6,250 (7.1)	101.3	2,891 (6.7)	74.3	3,358 (7.4)	147.4
当期純利益	3,727 (5.0)	3,802 (4.3)	102.0	1,731 (4.0)	70.3	2,071 (4.6)	163.4
EBITDA	9,205 (12.5)	10,125 (11.5)	109.9	4,682 (10.9)	88.2	5,442 (12.1)	139.5

※当期純利益＝親会社株主に帰属する当期純利益

※EBITDA＝経常利益＋減価償却費

業績計画(単体)②(期初計画)

物語コーポレーション単体

(単位:百万円)

	2022年 6月期	2023年6月期		2023年6月期			
	通期実績	通期計画		上半期計画		下半期計画	
		実績 (売上比%)	計画 (売上比%)	対前年差異 %	計画 (売上比%)	対前年差異 %	計画 (売上比%)
売上高	70,872	83,898	118.3	41,131	120.8	42,766	116.0
売上総利益	46,400 (65.4)	54,814 (65.3)	118.1	26,859 (65.3)	120.0	27,955 (65.3)	116.3
販売費及び 一般管理費	43,482 (61.3)	48,849 (58.2)	112.3	24,021 (58.4)	114.9	24,828 (58.0)	109.9
営業利益	2,918 (4.1)	5,965 (7.1)	204.3	2,838 (6.8)	191.3	3,127 (7.3)	217.8
経常利益	6,144 (8.6)	5,958 (7.1)	96.9	2,834 (6.8)	73.9	3,123 (7.3)	135.1

子会社合計

(単位:百万円)

	2022年 6月期	2023年6月期		2023年6月期			
	通期実績	通期計画		上半期計画		下半期計画	
		実績 (売上比%)	計画 (売上比%)	対前年差異 %	計画 (売上比%)	対前年差異 %	計画 (売上比%)
売上高	2,405	3,759	156.3	1,699	112.0	2,060	231.7
売上総利益	1,419 (59.0)	2,229 (59.3)	157.0	1,007 (59.2)	110.6	1,222 (59.3)	240.1
販売費及び 一般管理費	1,464 (60.8)	1,935 (51.4)	132.1	949 (55.8)	107.3	986 (47.8)	169.9
営業利益	△44 (-)	294 (7.8)	-	58 (3.4)	220.5	236 (11.4)	-
経常利益	△37 (-)	291 (7.7)	-	57 (3.3)	120.4	234 (11.3)	-

業績計画(連結)③(期初出店計画)

(単位:店舗)

部門	種別	2022年6月期	2023年6月期	通期計画内訳			
		期末店舗数	通期計画	出店数			退店数
				上期	下期	通期	通期
焼 肉	直営	175	190	8	7	15	0
	FC	111	120	3	6	9	0
ラーメン	直営	90	101	3	8	11	0
	FC	100	102	0	2	2	0
お好み焼	直営	16	16	0	0	0	0
	FC	8	7	0	0	0	1
ゆず庵	直営	77	79	0	2	2	0
	FC	17	17	0	0	0	0
専門店	直営	14	23	2	7	9	0
	FC	0	0	0	0	0	0
その他	海外	18	20	2	0	2	0
国内・直営合計		372	409	13	24	37	0
FC合計		236	246	3	8	11	1
海外合計		18	20	2	0	2	0
合 計		626	675	18	32	50	1

業績計画(連結)④(その他)

既存店売上高計画の前年対比ならびに2019年6月期対比

(単位: %)

前年対比	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
焼 肉	121.8	95.4	109.3	98.3	105.4
ラーメン	128.5	106.4	111.4	105.6	112.4
お好み焼	143.3	110.7	121.6	100.0	117.0
ゆず庵	146.0	111.4	126.8	108.3	121.4
専門店	154.1	102.4	128.1	103.2	117.3
全 体	128.4	100.7	113.7	101.6	110.2

※前年対比は、2021年6月期までに開業した店舗を対象にしています

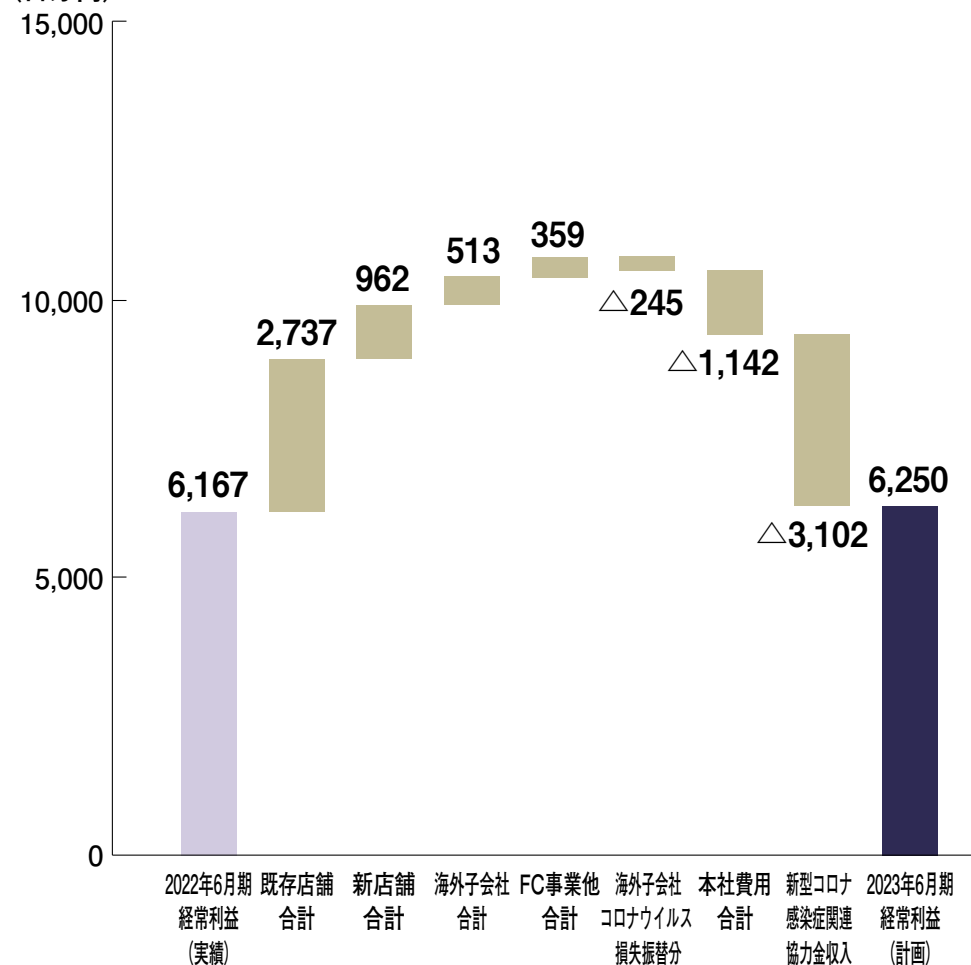
(単位: %)

2019年6月期対比	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
焼 肉	109.0	116.4	108.6	107.5	110.2
ラーメン	103.8	106.2	107.4	107.0	106.1
お好み焼	89.3	98.3	91.5	88.9	91.9
ゆず庵	99.7	103.8	99.7	101.3	101.1
専門店	89.7	97.6	94.6	97.7	95.1
全 体	105.0	110.8	105.4	105.1	106.5

※2019年6月期対比は、2018年6月期までに開業した店舗を対象にしています

経常利益計画の対前年増減要因

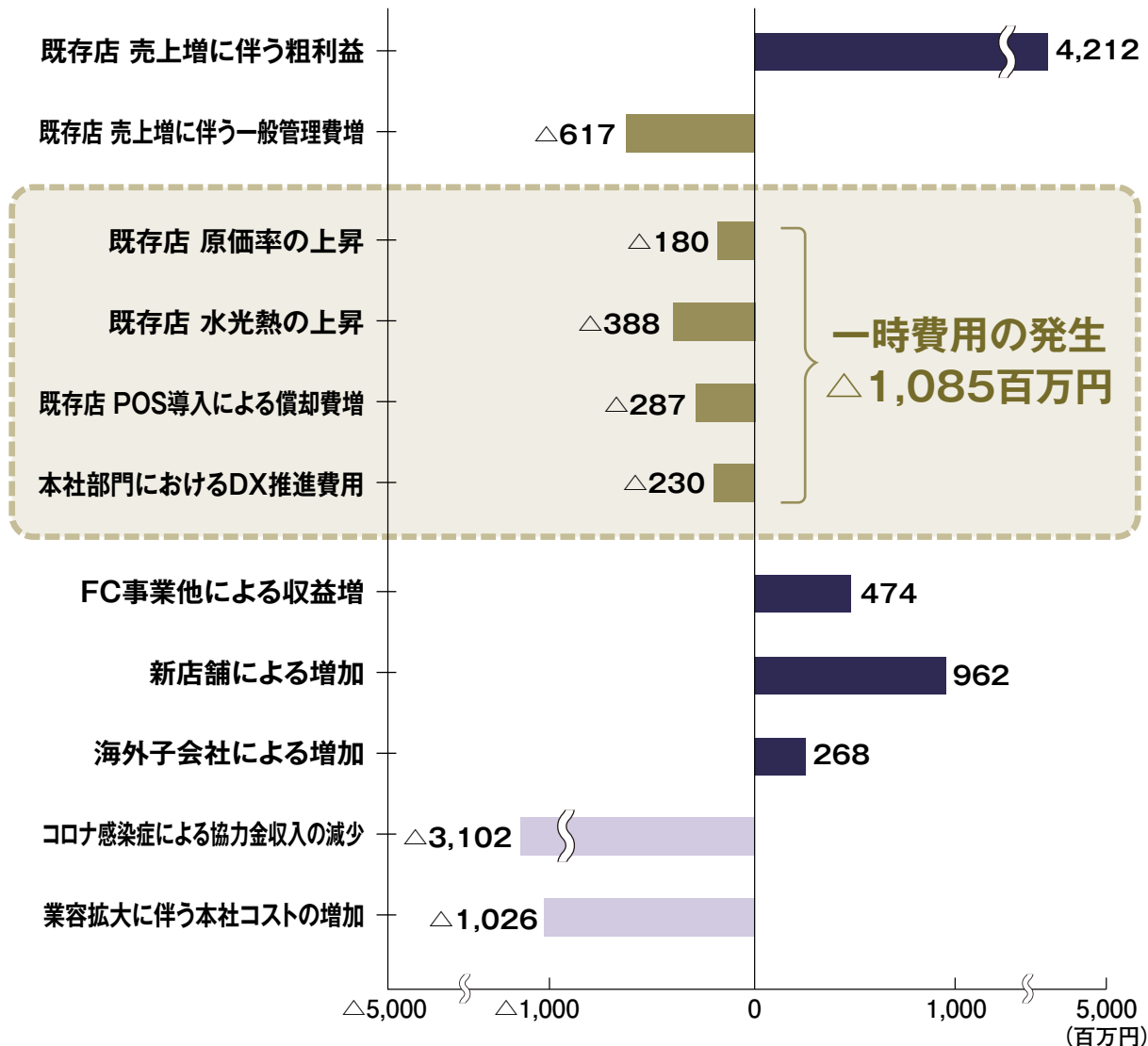
(百万円)



※この表中の既存店舗とは、2021年6月期までに開業した店舗としています

業績計画(連結)⑤各種コスト高騰への対策

経常利益計画の対前年増減要因



売上高原価率高騰への対策

- 商品・メニューミックスによる適正化**
 - ・タッチパネルによる食べ方提案やメニューバランスの変更により商品ミックス全体で理論原価を引き下げる
- 値引率の適正化**
 - ・来客数誘因に効果が薄い過剰な値割引の抑制による粗利益率の改善
- 主要食材における調達・加工の見直し**
 - ・質を落とさずにコスト低減を実現する
- 価格改定**
 - ・『寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵』におけるグランドメニュー価格改定を実施(2022年9月)
 - ・他事業においては、主力商品の価格は原則として据え置きとしながら、丸源事業等においてはサイドメニュー、セット価格等の価格調整は実施する
- ロス削減**
 - ・ポーションコントロールの徹底
 - ・タッチパネルによるロス削減

一般管理費低減に向けた対策

- 営業時間の適正化**
 - ・各事業において、店舗の特性に合わせた営業時間を柔軟に設定し、余剰コストを削減
- テークアウト容器の有料化**
- プロモーション手法の刷新**
 - ・従来のチラシ等紙媒体の配布から各ブランドにおけるアプリによる集客へ資源を集中
- デマンドコントロールの推進**
 - ・電力コスト抑制に向けた取り組みを拡大

下半期の見通し

項目	期初計画策定条件	下半期の見通し
既存店売上	全社既存店売上前年比110.2% ・焼肉部門既存店売上高前年比105.4% ・ラーメン部門既存店売上高前年比112.4% ・お好み焼部門既存店売上高前年比117.0% ・ゆず庵部門既存店売上高前年比121.4% ・専門店部門既存店売上高前年比117.3%	焼肉、丸源事業における商品ならびに価格改定を実施し、当初計画を上回る見通し 加えて、以下の取組みを実施する ・来店頻度向上に向けた季節商品の改訂を実施 ・『焼肉きんぐ』『丸源ラーメン』の積極的なCM放映を継続
出店数	直営37店舗、FC11店舗、海外2店舗出店	通期において、直営37店舗、FC8店舗、海外6店舗出店
退店数	FC1店舗退店	直営4店舗、FC4店舗、海外3店舗退店
FC事業他	10店舗の増加による各種ロイヤリティ収入増	1店舗の増加、ならびに既存店売上高の増加による各種ロイヤリティ収入増
経常利益	・既存店の大規模改装実施 『焼肉きんぐ』5店舗、『丸源ラーメン』4店舗、 『お好み焼本舗』1店舗 ・『焼肉きんぐ』『丸源ラーメン』の「テレビCM」積極放映を継続実施 ・国内全店舗におけるPOS入替の完了 ・直営店エネルギー費の上昇 ・直営店原材料費の上昇	・既存店の大規模改装を計画外にて追加実施 『焼肉きんぐ』6店舗（計画5店舗）、『丸源ラーメン』8店舗（計画4店舗）、 『お好み焼本舗』4店舗（計画1店舗） ・『焼肉きんぐ』『丸源ラーメン』の「テレビCM」放映を継続実施 ・国内全店舗におけるPOS入替完了の見通し ・原材料費は、計画内に推移する見通し ・電気代は、春以降も値上げが続き、当初計画を超える上昇幅の見通し
純利益	通期で485百万円の特別損失発生を見込む	通期で計画通りの485百万円の特別損失発生を見込む

配当政策

新規上場以来15期連続の増配を目指します

1株当たり配当金

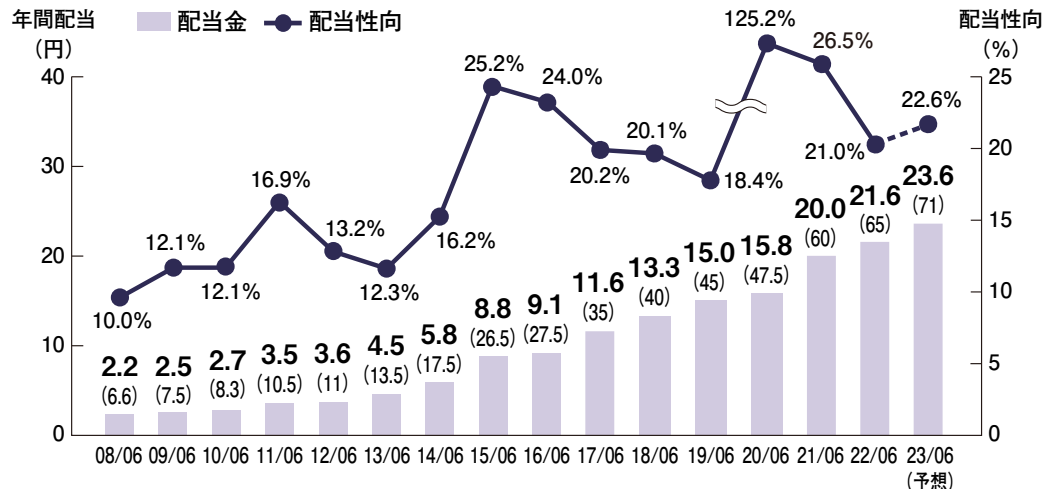
2023年3月1日付けで
普通株式1株につき
3株の分割を行いました

	中間実績	期末予想	年間予想
1株あたり配当金	35円00銭	12円00銭 ^{※1}	—
(株式分割前基準 ^{※2})	—	(36円00銭)	(71円00銭)

※1 株式分割後の配当であり、株式分割前換算において、1株あたり36円の配当に相当いたします

※2 株式分割(3分割)前に換算した1株あたり配当金額です

配当金・配当性向推移



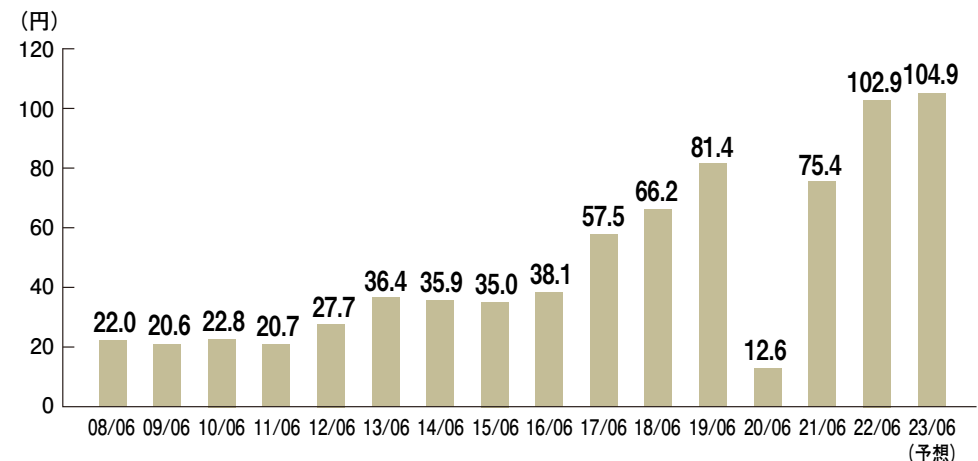
※2010年12月1日付けで普通株式1株につき3株の分割を行っています

※2021年3月1日付けで普通株式1株につき2株の分割を行っています

※2023年3月1日付けで普通株式1株につき3株の分割を行っています

上のグラフでは、当該株式分割に伴う影響を加味した訴求計算値を示しています

EPS推移



※2010年12月1日付けで普通株式1株につき3株の分割を行っています

※2021年3月1日付けで普通株式1株につき2株の分割を行っています

※2023年3月1日付けで普通株式1株につき3株の分割を行っています

上のグラフでは、当該株式分割に伴う影響を加味した訴求計算値を示しています

ご参考：株主優待制度

株主の皆さまに、当社店舗を
より理解していただきたいという想いを込めて



株主様お食事ご優待券を 年2回贈呈!

所有株式数

100株以上

株主様お食事ご優待券

3,500円相当
(年間7,000円)

※株主様お食事ご優待券の有効期限は発行日から1年間です

※毎年6月30日現在、及び12月31日現在の株主名簿並びに実質株主名簿に記載又は記録された1単元(100株)以上の株式を保有いただいている株主様が対象です

※株主様お食事ご優待券は物語コーポレーションの国内すべての店舗(直営店、FC加盟店運営店舗を含む)でご利用いただけます

ただし、2023年6月30日権利確定分(2023年9月下旬頃に贈呈させていただく株主様お食事ご優待券)から、『焼きたてのかるび』各店舗では『株主様お食事ご優待券』をご利用いただけません。予めご了承ください

プレゼンテーション構成

1 第3四半期業績概要

津寺 毅【取締役 常務執行役員 財務・成長戦略担当】

2 第3四半期業績総括

加藤 央之【代表取締役社長】

トピックス

1 幹部候補生（新卒社員）159人の入社

2023年4月1日に159人（うち、外国籍社員57人、
自社社員の紹介による採用36人）の新卒社員が入社しました。
引き続き、多様な人財を積極的に採用してまいります。

2 各種コスト増への対策

使用食材の見直しや新商品開発、営業時間の最適化など
コスト増へのさまざまな対策を継続して実施しています。

トピックス ① 幹部候補生（新卒社員）159人の入社

幹部候補生（新卒社員）159人が入社しました。
 インターナショナル（外国籍）社員は過去最多、7カ国地域の57人。



▲幹部候補生一人ひとりに
 記載内容が異なる
 「入社激励書」を授与

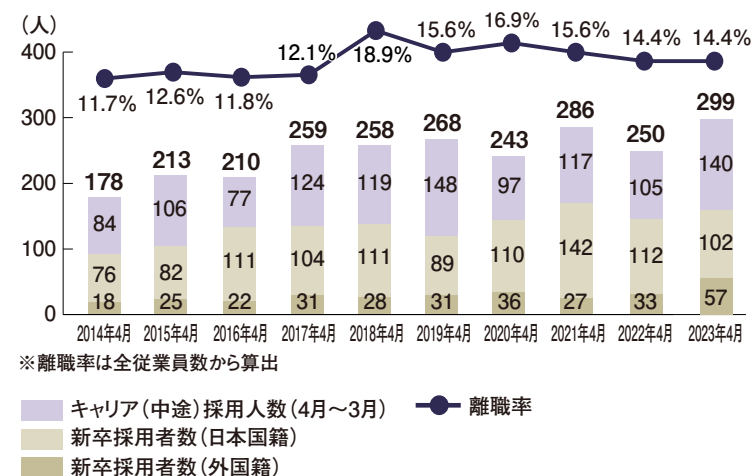


▲配属先からの
 歓迎メッセージ

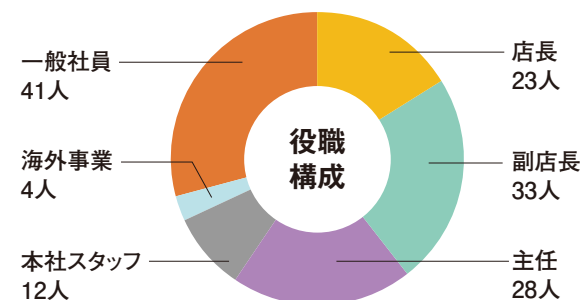


▲インターナショナル社員は自国の正装で参加

【採用者数と離職率推移】



【インターナショナル（外国籍）社員役職別在籍数】



▲2023年3月末時点で15カ国141人が在籍
 （全社員に占める比率約11%）

各種コスト増への対策

お客様に価値を感じていただけるメニュー構成を目指し、
新コースの設定や新商品の投入などと合わせて価格改定を実施しました。

価格改定

	焼肉きんぐ	丸源ラーメン	お好み焼本舗	ゆず庵
改定日	2023年3月29日	2023年3月1日	2023年3月2日	2022年9月13日
改定内容	・「58品コース」を100円(税抜)値上げ ・「きんぐコース」を200円(税抜)値上げ ・「都市型店舗価格」を導入	・「肉そば」などのメイン商品を30~50円(税抜)値上げ ・平日ランチタイムの「チャーハンセット」は50円(税抜)値下げ	・「おこほんコース」2,480円(税抜)を新設し3コース化 ・新商品「厚切りとんぺいステーキ」890円(税抜)を発売	・2,680円(税抜)コースを除く各コースを300円(税抜)値上げ

商品・販促による取り組み

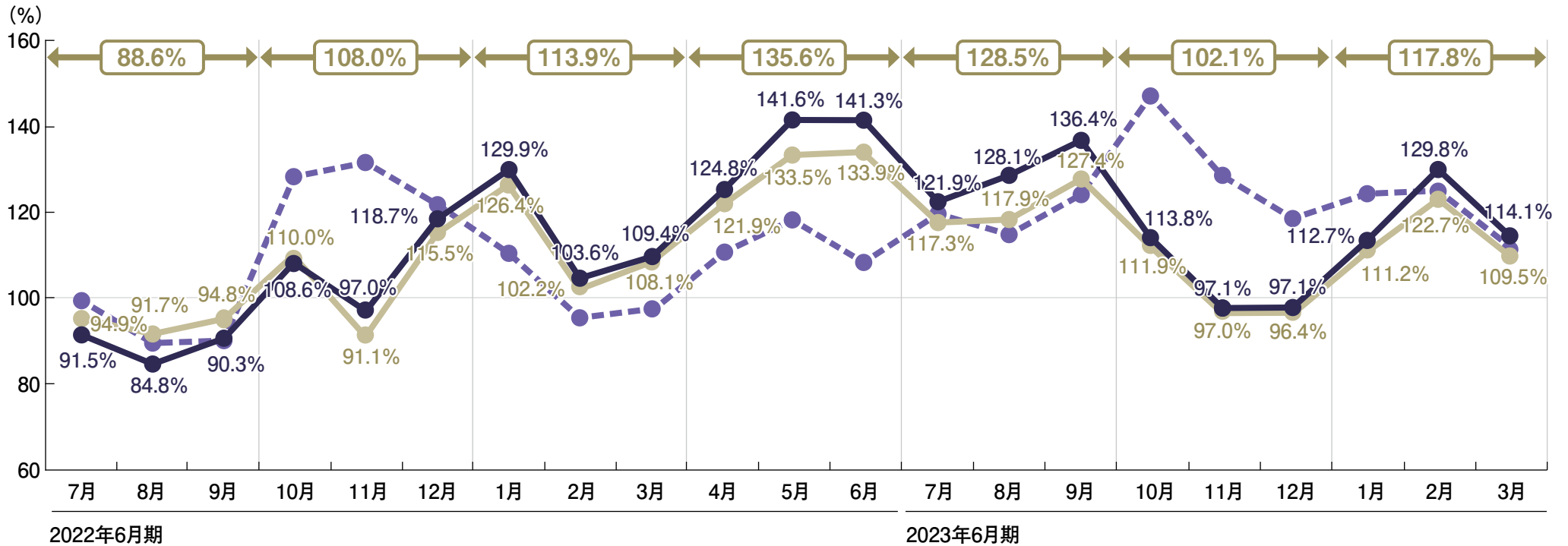
- 商品・メニューミックスによる適正化
- 新たな食材の調達と新商品開発
- 高付加価値を感じさせる季節商品の戦略的な投入
- 商品数の絞り込みによる生産性向上
- 新たなサイドメニューの戦略的な投入
- 割引率の適正化(クーポンの見直しなど)
- プロモーション手法の刷新(紙媒体からアプリへ)
- 食品ロス削減

収益増と生産性向上への取り組み

- ライフスタイルの変化に合わせた営業時間の最適化
- 店舗DX推進による生産性向上の取り組み
 - ・焼肉事業における特急レーン導入
 - ・配膳ロボット“Servi”の拡充
 - ・セルフレジ、セルフオーダーシステム
 - ・キャッシュレス決済の導入
 - ・キッチンディスプレイの導入による厨房業務の効率化
- デマンドコントロールによる電気代削減
- テイクアウト容器の有料化

焼肉部門業績総括

既存店売上高前年比(直営のみ) ● 売上高 ● 客数 ● 売上高(対2019年6月期比)



(単位: %)

	2022年6月期													2023年6月期										
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	通期	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	通期	
売上高	91.5	84.8	90.3	108.6	97.0	118.7	129.9	103.6	109.4	124.8	141.6	141.3	109.9	121.9	128.1	136.4	113.8	97.1	97.1	112.7	129.8	114.1	115.2	
客 数	94.9	91.7	94.8	110.0	91.1	115.5	126.4	102.2	108.1	121.9	133.5	133.9	108.9	117.3	117.9	127.4	111.9	97.0	96.4	111.2	122.7	109.5	111.3	
客単価	96.4	92.5	95.2	98.7	106.4	102.7	102.8	101.4	101.2	102.4	106.0	105.6	100.9	103.9	108.6	107.1	101.7	100.1	100.8	101.3	105.8	104.2	103.4	

※このページにおける既存店とは、HP等で発表している「月次売上高前年比」と同様に新規開店より18カ月以上稼動している店舗と定義しております

焼肉業界トップブランドとしての地位確立へ

1 価格改定による収益性改善と継続的な集客対策

■ お客様に価値を感じていただける価格改定とメニュー構成



▲ 4大名物を東西で入れ替え、目変わり感と物量の確保を実現

■ 高い集客実績を誇る韓国フェアで来店動機を創出



▲ 韓国ポチャ(屋台居酒屋)をコンセプトに同じ韓国フェアでも目新しさを演出

■ 期間限定メニューとは別にスポット商品を投入



▲ コラボレーション商品など集客の目玉となりうるメニューを随時投入

◀ クリームパンの人気店、八天堂と初のコラボ

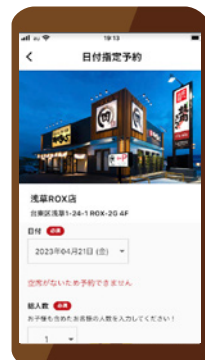
3/29(水)
グランドメニュー変更
期間限定メニュー開始

4/20(木)
「ぐるぐるまぜてね
きんぐスロッピー
〜チョコチュロス〜」発売

5/10(水)
八天堂ミニクリーむパン
(カスタード) 発売

2 使い勝手の良さと親しみやすさで愛されるブランドへ

■ アプリの改良とキャンペーンの継続実施



▲ アプリからの予約が簡単に



▲ アプリ会員350万人を突破



▲ 300店舗達成記念キャンペーン

■ 親しみやすさを醸成するマーケティング



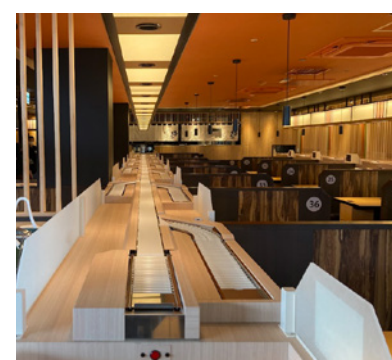
▲ エイプリルフールのSNS投稿



▲ ミニチュアフィギュアを初販売

3 フォーマットの進化と積極的な店舗展開

■ 新たな出店立地・店舗フォーマットの拡大



▲ 関西地域初の特急レーン導入店『焼肉きんぐ 生田川店』をオープン

特急レーン付店舗の
出店拡大

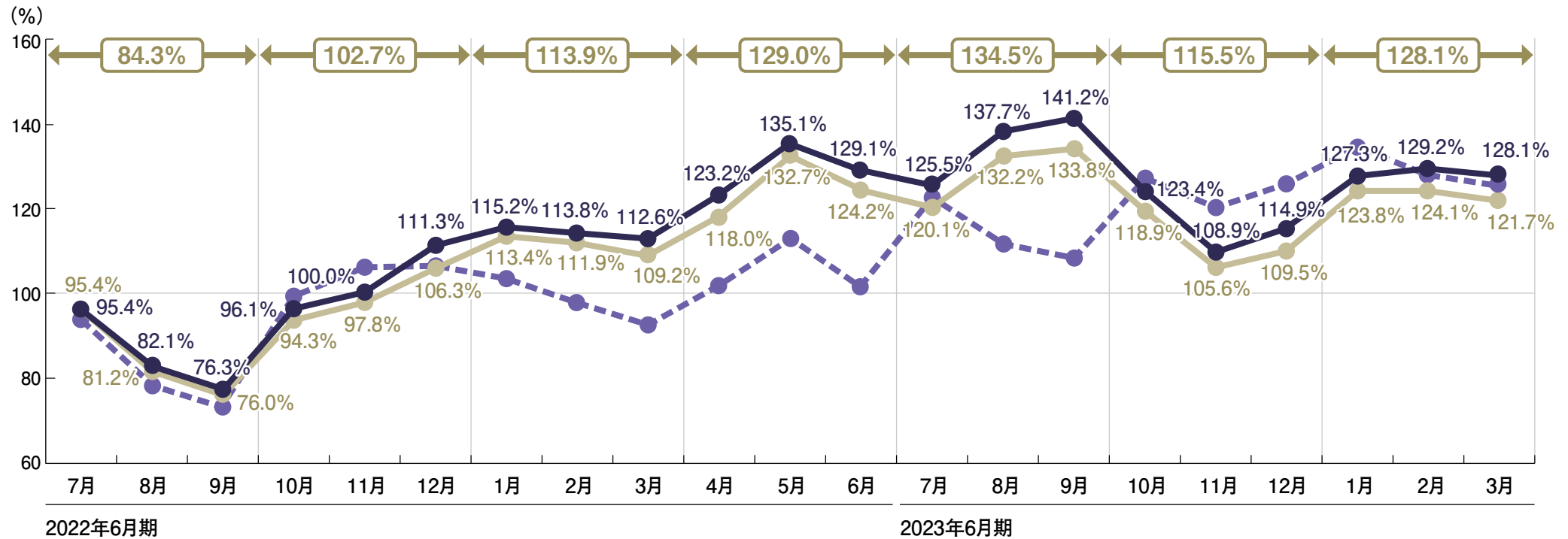
新店舗への
積極的な導入

既存店(86坪)への
導入検証を開始

都市型店舗の
出店拡大

ラーメン部門業績総括

既存店売上高前年比(直営のみ) ● 売上高 ● 客数 - - 売上高(対2019年6月期比)



(単位: %)

	2022年6月期													2023年6月期									
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	通期	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	通期
売上高	95.4	82.1	76.3	96.1	100.0	111.3	115.2	113.8	112.6	123.2	135.1	129.1	106.3	125.5	137.7	141.2	123.4	108.9	114.9	127.3	129.2	128.1	125.6
客 数	95.4	81.2	76.0	94.3	97.8	106.3	113.4	111.9	109.2	118.0	132.7	124.2	103.7	120.1	132.2	133.8	118.9	105.6	109.5	123.8	124.1	121.7	120.6
客単価	100.3	101.2	100.5	101.9	102.3	104.7	101.6	101.7	103.1	104.5	101.8	103.9	102.5	104.5	104.2	105.5	103.8	103.1	104.9	102.8	104.1	105.2	104.1

※このページにおける既存店とは、HP等で発表している「月次売上高前年比」と同様に新規開店より18カ月以上稼働している店舗と定義しております

ラーメン業界トップブランドへ向けて

1 収益性の確保と集客力の維持を狙った商品構成

■ お客様に価値を感じていただける商品ラインナップを展開



「肉そば」など主力商品を
税抜30円～50円値上げ

セット価格の一部を
値下げしお得感を訴求

平日のランチ支払い額を
1,000円未満に維持

引き続きお客様に
支持されるメニュー構成に



■ 価値ある商品の提供を追求



▲引き続き、付加価値の高い
高単価の季節限定商品を展開



▲季節ごとの
デザートメニュー

■ 基本価値(味・温度・提供時間)の徹底



本当においしいラーメンを
すべての店舗で安定して
提供するための取り組み

▲丸源ラーメン商品クオリティ講習会

2 認知度と好意度を高めるマーケティング

■ CM、メディア露出で新規顧客にアプローチ、アプリで固定客に

肉そばの魅力とおいしさを全面に打ち出したテレビCM

公式アプリの改良



▲専門性がありながら誰でも気軽に楽しめる
ラーメン店として認知度を高める



▲アプリの改良

(左)TOPの目に入りやすいところにスタンプラリーの状況を表示
(右)スタンプを集めるとラーメンに色がついていく仕掛けに

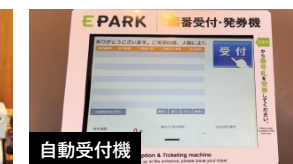
■ キャンペーンの強化



▲例年人気のGW福袋
予約でラーメン丼が当たる
キャンペーンを初実施

3 DX推進による新たな価値創造

■ 将来を見据えた少人数で運営できる 営業体制の構築



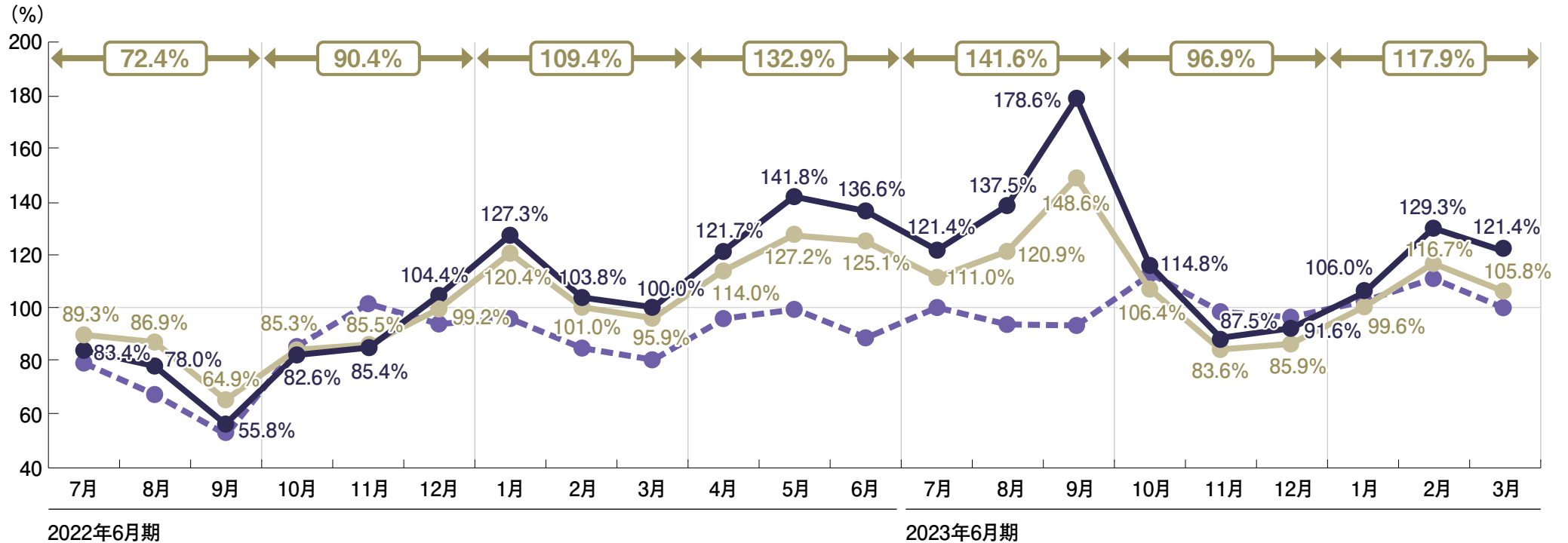
お客様の利便性と満足度を高めると同時に
業務負荷の軽減による従業員の定着率向上を目指す



◀来期末までに
タッチパネルを
直営店全店へ
導入完了予定

お好み焼部門業績総括

既存店売上高前年比(直営のみ) ● 売上高 ● 客数 ● 売上高(対2019年6月期比)



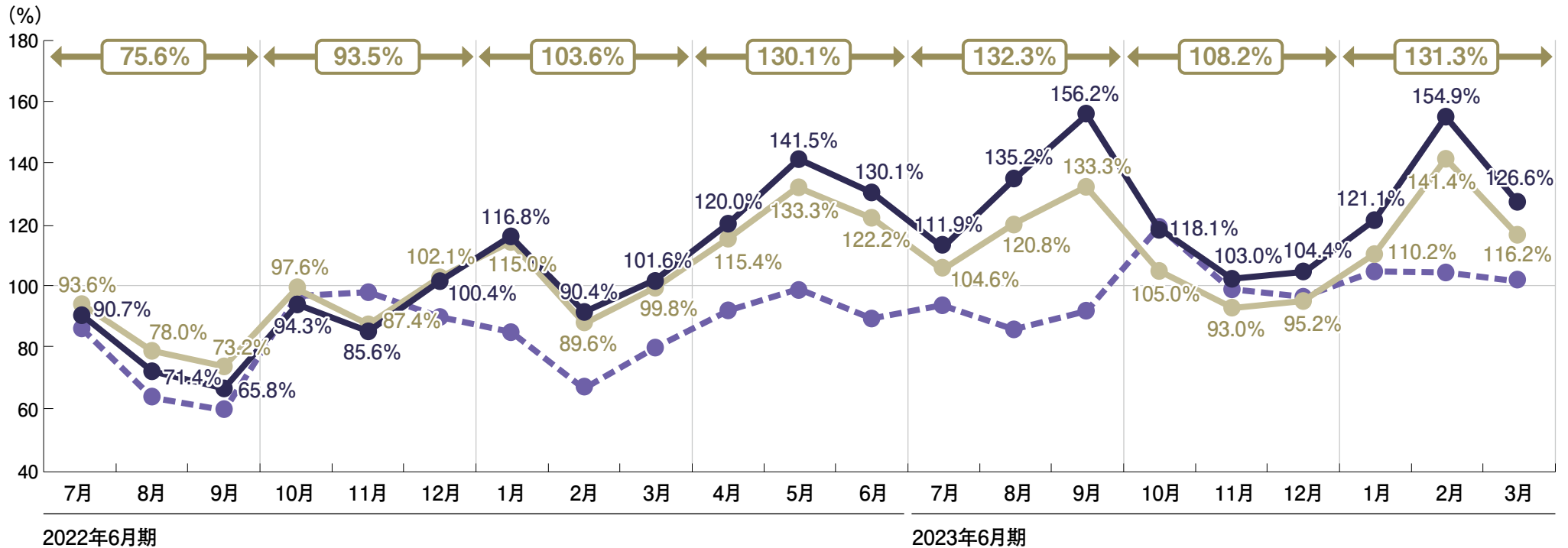
(単位: %)

	2022年6月期													2023年6月期									
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	通期	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	通期
売上高	83.4	78.0	55.8	82.6	85.4	104.4	127.3	103.8	100.0	121.7	141.8	136.6	98.7	121.4	137.5	178.6	114.8	87.5	91.6	106.0	129.3	121.4	116.8
客 数	89.3	86.9	64.9	85.3	85.5	99.2	120.4	101.0	95.9	114.0	127.2	125.1	97.8	111.0	120.9	148.6	106.4	83.6	85.9	99.6	116.7	105.8	106.4
客単価	93.4	89.8	86.0	96.7	99.9	105.3	105.7	102.8	104.4	106.8	111.4	109.2	100.9	109.4	113.7	120.2	108.0	104.7	106.6	106.4	110.8	114.7	109.7

※このページにおける既存店とは、HP等で発表している「月次売上高前年比」と同様に新規開店より18カ月以上稼働している店舗と定義しております

ゆず庵部門業績総括

既存店売上高前年比(直営のみ) ● 売上高 ● 客数 - - 売上高(対2019年6月期比)



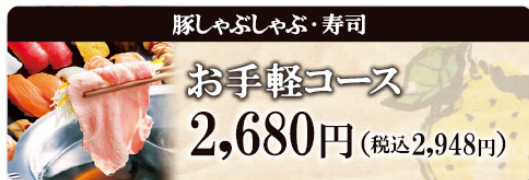
	2022年6月期													2023年6月期									
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	通期	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	通期
売上高	90.7	71.4	65.8	94.3	85.6	100.4	116.8	90.4	101.6	120.0	141.5	130.1	99.2	111.9	135.2	156.2	118.1	103.0	104.4	121.1	154.9	126.6	122.7
客数	93.6	78.0	73.2	97.6	87.4	102.1	115.0	89.6	99.8	115.4	133.3	122.2	99.7	104.6	120.8	133.3	105.0	93.0	95.2	110.2	141.4	116.2	111.1
客単価	96.9	91.6	89.9	96.6	97.9	98.3	101.6	100.8	101.8	104.0	106.2	106.5	99.5	106.9	111.9	117.1	112.5	110.7	109.6	109.9	109.5	109.0	110.4

※このページにおける既存店とは、HP等で発表している「月次売上高前年比」と同様に新規開店より18カ月以上稼働している店舗と定義しております

付加価値の高い業態フォーマットの確立へ

1 旬の味覚を贅沢に楽しむメニュー構成

■ 季節限定メニューに連動したグランドメニュー



2 幅広い顧客層と多様な利用動機の獲得

■ アプリ、SNSで「ハレの日」需要を喚起

■ 来店促進策の強化



▲来店につながるキャンペーン

▲多様な利用シーンや各世代に向けたサービスを強化

3 DX推進によるサービスの質向上

■ キッチンディスプレイ 全店導入

■ 待合システムの導入



◀来店時の受付を自動化。ご案内までお待たせすることなく、案内に要する人件費も軽減

- ☑ キッチンディスプレイ
- ☑ 待合システム(自動受付機)
- ☑ 新型配膳ロボットの導入検証

▲オペレーションの効率化と提供スピードの向上

新たな成長エンジンへ 新業態開発



焼きたての
かるび

「カルビ丼」と
「ユッケジャンスープ」が名物商品の
焼肉ファストカジュアル業態



標準店舗 面積	約40坪
テーブル数 (席数)	14テーブル (58席)
想定 客単価	800円

5店舗を展開中
今期さらに3店舗の出店を予定

展開状況

- 2021年 8月26日 1号店豊橋北山本店
- 2022年 3月15日 岡崎北店
- 2022年11月16日 ふじみ野店
- 2022年12月 6日 春日井若草通店
- 2023年 2月24日 名古屋平手店

- 2023年 4月20日
ドライブスルーを導入(岡崎北店を改装)
- 2023年 5月10日
全店舗にデリバリーサービスを導入

出店予定

- 2023年 5月25日 名古屋土古店
- 2023年 5月29日 越谷花田店
- 2023年 6月 2日 西尾今川店

焼肉はっぴい
牛たん大好き

「牛たん」が自慢の
繁華街型小規模焼肉店



標準店舗 面積	約30坪
テーブル数 (席数)	15テーブル (45席)
想定 客単価	ランチ 1,000円 ディナー 3,500円

熟成醤油ラーメン
まべとん

中規模店舗の特性を生かした
地域密着型ラーメン店



標準店舗 面積	約40坪
テーブル数 (席数)	12テーブル (48席)
想定 客単価	950円

その他②
主な取り組み

物語(上海)企業管理有限公司による中国事業再加速



肉肉大米

熟成牛挽肉と炊き立てごはん
Aged ground beef & Rice

客席の目の前で焼き上げる
ハンバーグ専門店

2022年
10月
OPEN



標準店舗面積	約30坪
想定客単価	80元 (約1,600円)
店舗数	1店舗



イベリコ豚を中心とした
韓国焼肉店

2023年
1月
OPEN



標準店舗面積	約110坪
想定客単価	170元 (約3,400円)
店舗数	1店舗



蟹料理を中心に豊富な
海鮮メニューを取り揃えた
日本料理専門店



標準店舗面積	約150坪
想定客単価	340元 (約6,800円)
店舗数	6店舗



リーズナブルな日本式焼肉専門店
新たな店舗フォーマット構築と、
メニュー改革を進行中



標準店舗面積	約45坪
想定客単価	ランチ 110元 (約2,200円) ディナー 130元 (約2,600円)
店舗数	12店舗



日本文化を打ち出した
内外装が特徴の
日本式焼肉専門店



標準店舗面積	約110坪
想定客単価	270元 (約5,400円)
店舗数	1店舗

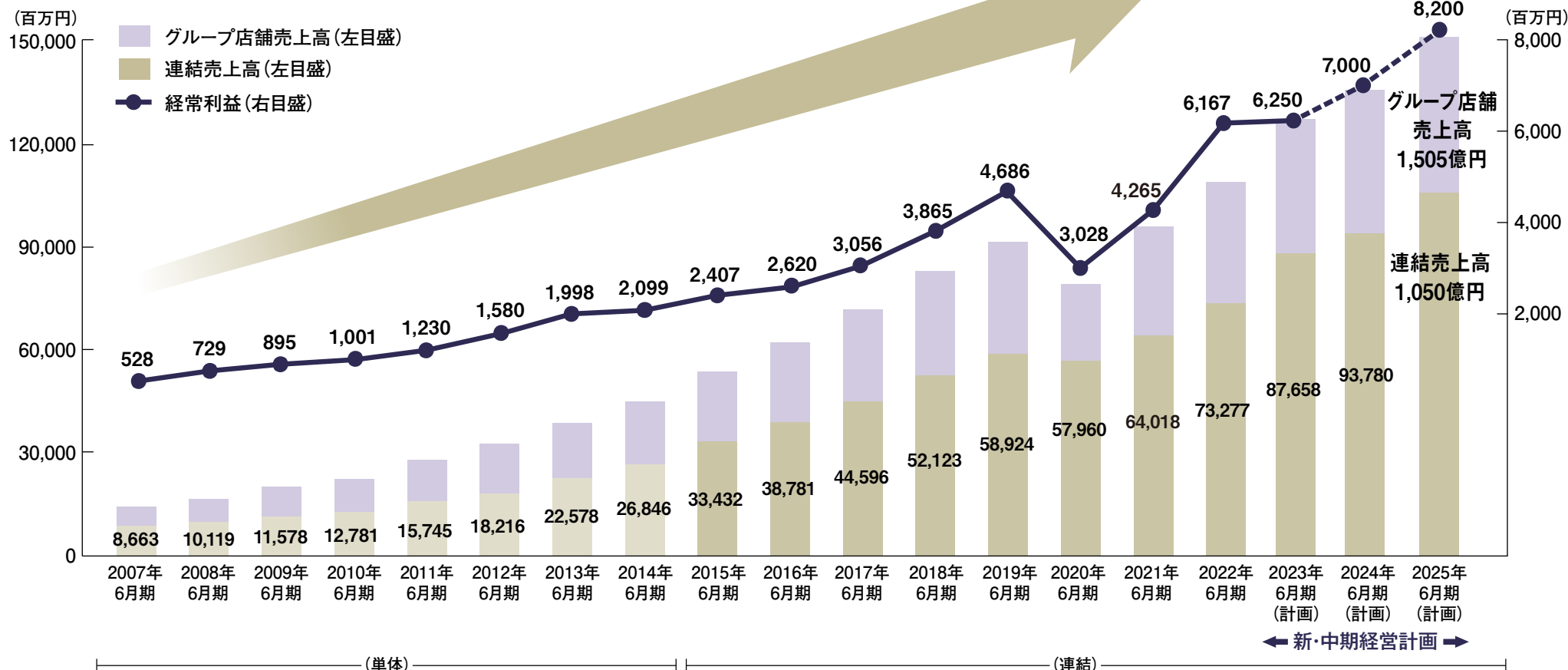


新・中期経営計画「ビジョン2025」

日本・海外における「業態開発型リーディングカンパニー」の実現

私たち独自のビジネスモデル（物語独自の価値創造）を追求し、日本だけでなく海外においても顧客・社会に価値提供できる「業態開発型リーディングカンパニー」の実現を目指します

売上高と経常利益計画



※「グループ店舗売上高」とは、直営とフランチャイズの各店舗の売上高の合計としています

目標とする経営指標

		2019年6月期	現状 (2022年6月期)	目標数値 (2025年6月期)
1	売上高、営業利益、経常利益	年平均10%以上の成長 14期連続増収増益	年平均10%以上の成長	年平均10%以上の成長
2	既存店売上高	102.0%	107.1%	プラス成長
3	ROA(総資産経常利益率)	15.0%	13.1%	15%以上
4	ROE(自己資本利益率)	17.9%	17.6%	15%以上
5	ROIC(投下資本利益率)	14.3%	15.7%	15%以上
6	自己資本比率	53.7%	49.0%	50%以上の維持
7	株主還元	年間45 ^{※1} 円 (11年連続の増配)	年間65 ^{※2} 円 (14年連続の増配)	連続増配の維持

※1 株式分割後の配当であり、株式分割実施前におきましては、1株当たり90円に相当いたします

※2 株式分割後の配当であり、株式分割実施前におきましては、1株当たり130円に相当いたします

中期経営計画「ビジョン2025」重点方針

- 1 既存ブランドの事業拡大と収益性向上
- 2 新業態・新事業を日本、海外でチャレンジ
- 3 新たな価値創造につながるDXの推進
- 4 理念型人財の採用
- 5 ダイバーシティ&インクルージョンで「個」の覚醒
- 6 サステナビリティの推進

既存ブランドの事業拡大と収益性向上



戦略内容

- 全国の郊外エリアへの積極展開
(地域一番店主義の継続)
- 新たな出店エリアへの進出

- 全国の郊外エリアへの積極展開
- 新たな出店エリアの開発
- 新商圈出店タイプ(モール・首都圏)フォーマット開発

- 新フォーマットの構築と展開再開
- フランチャイズフォーマットとして躍進

- 地方大商圈の一番立地への展開
- 収益性の高いフォーマットを目指し再構築

主な取り組み

- ・ 86 坪・64 坪のフォーマットによる出店
- ・ 人口過密地域におけるドミナント出店
(地域一番店主義出店が大前提)

- ・ 62 坪・52 坪のフォーマットによる出店

- ・ お好み焼本舗
新型フォーマットの開発

- ・ ゆず庵フォーマットの再構築
- ・ 広域から集客できる地方大商圈の一番立地への出店
- ・ 特急レーンの導入検討

● 他社との差別化を図る価値向上の推進

■ “おせっかい”なサービス力の強化



▲『焼肉きんぐ』『ゆず庵』サービス選任ポジション

■ 看板商品の磨き込み



■ 内外装の積極的な改装



● ブランド認知の向上

- メディア露出 (TV番組、Youtube、WEB記事など)
- CM放映数の増加
- SNS投稿の強化
- ブランド訴求看板設置
- 他社とのコラボ企画実施



『焼肉きんぐ』のデザートメニュー新定番「ぐるぐるまぜてね きんぐスロッピー」は人気菓子和続々コラボし好評

- メディア露出、CM放映によりブランド力を強化



▲新たに制作したテレビCM
左:焼肉きんぐ 右:丸源ラーメン

● デジタルマーケティングの活用

WEB広告の積極活用

SNSの積極活用

ブランドサイトの改善

効果的な販促企画実施

中期経営計画 ② 新業態・新事業を日本、海外でチャレンジ

多店舗展開に向けた取り組み

新業態の FC パッケージ化

2つの新業態開発

M&A 案件の積極的調査

エリア

郊外型

駅前・繁華街型

海外

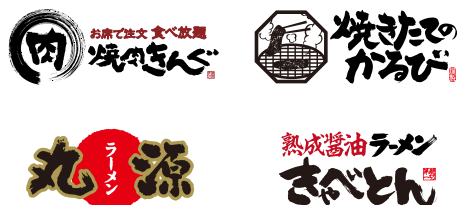
郊外大商圏タイプ

フラッグシップ



郊外中・小商圏タイプ

駅前・繁華街タイプ



初期投資規模

大

小

● DXによる競争力あるフォーマットの構築

- DX推進によりスムーズなご案内、商品提供を実現するとともに、「人」によるサービスにかかる時間を増やし、質を高めることにより、顧客満足度の向上を目指します。



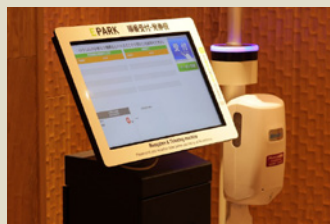
▲特急レーンの導入



▲配膳ロボットServiの活用



▲セルフレジの導入



▲予約・順番待ちシステムの活用



▲タッチパネルの操作性向上

人によるサービスの質を高め、
店舗体験価値を向上



● 業務整流・IT推進化による生産性向上

- お客様向けサービスのみでなく、店舗バックヤード業務、本社業務についても効率化を進め、生産性の向上を目指します。これにより、商品・サービス開発にかかる時間を増やすことが可能になり、お客様の満足度向上につながっていくと考えます。

部門横断で課題を解決する横串組織の発足

店舗バックヤード業務ゼロの実現

社員・パートナーのシームレスな報連相の実現

次世代基幹システム開発の推進

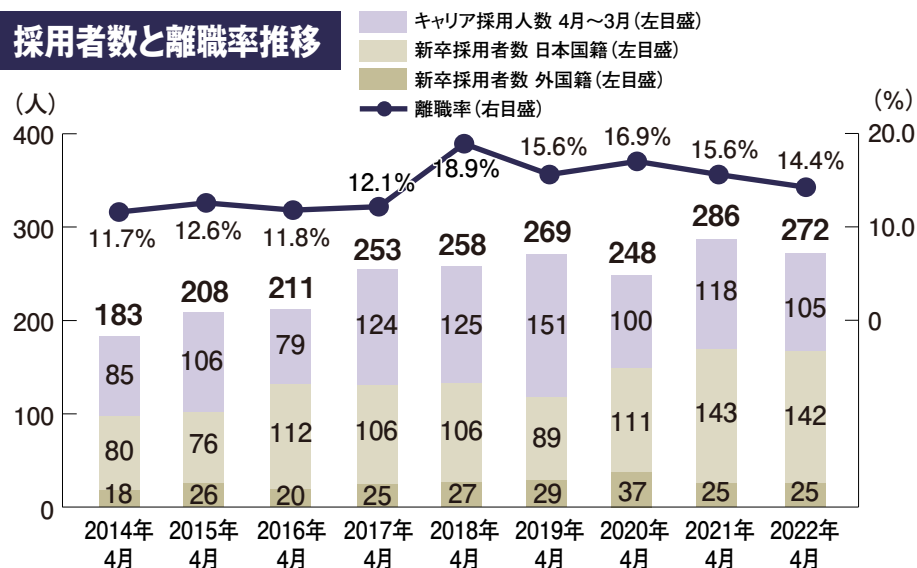
データ分析基盤の構築

業務標準化と本社のスリム化の推進

中期経営計画 ④ 理念型人財の採用

■ 理念型人財の積極採用

採用者数と離職率推移



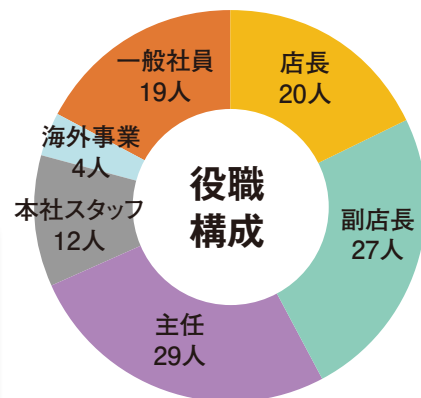
※離職率は全社員数から算出

■ 外国籍社員の採用強化と教育プログラム

13か国111名(全社員の約10%)のインターナショナル社員が在籍



▲インターナショナル社員研修



■ 「物語人リーダー」の育成・輩出

【個の育成にこだわる人財育成体制】



【社員・パートナーの潜在能力を引き出す主な制度】

- 幹部養成スタートアップ研修
- パートナーリーダーライセンス制度
- タレントマネジメント制度
- 何でも提案ネタ BOX の設置
- 新評価制度

ダイバーシティ&インクルージョンで「個」の覚醒

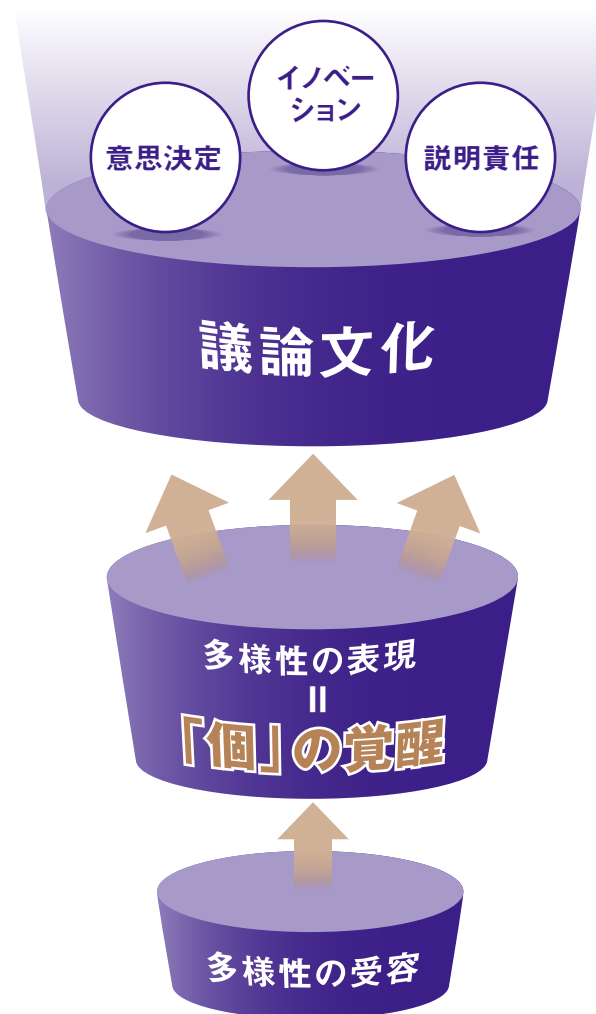
私たちは「個」の尊厳を「組織」の尊厳より上位に置き、「個」の明言から生まれる議論を多くの差別化要素を生み出す源泉とし、組織の成長に繋がります。

● ダイバーシティ&インクルージョン

- チャレンジド活躍推進
- 女性活躍推進、ワークライフマネジメントの推進
- インターナショナル社員の活躍推進
- パートナーの活躍推進
- セクシャルマイノリティの活躍推進
- シニアの活躍推進

● 開発型人財の育成

- 経営理念の実践が浸透した開発型組織の育成
- 海外進出人財の育成
- 人事評価制度の運用、定着



● タレントマネジメント

- タレントマネジメントシステム導入による社員の潜在能力の引き出し、有能な人財の発掘

● 健康経営・ヘルスケアマネジメント

- 健康経営優良法人としての質向上

サステナビリティの推進

サステナビリティの推進により「豊かな社会」と「お客様に必要とされるブランド・会社」の両立を目指します。



ご清聴ありがとうございました。



Storyteller tells the Story

物語コーポレーション

参 考 デ ー タ

詳細データは、FACTBOOKとしてホームページに移動しました。

<http://www.monogatari.co.jp/ir/business.html>

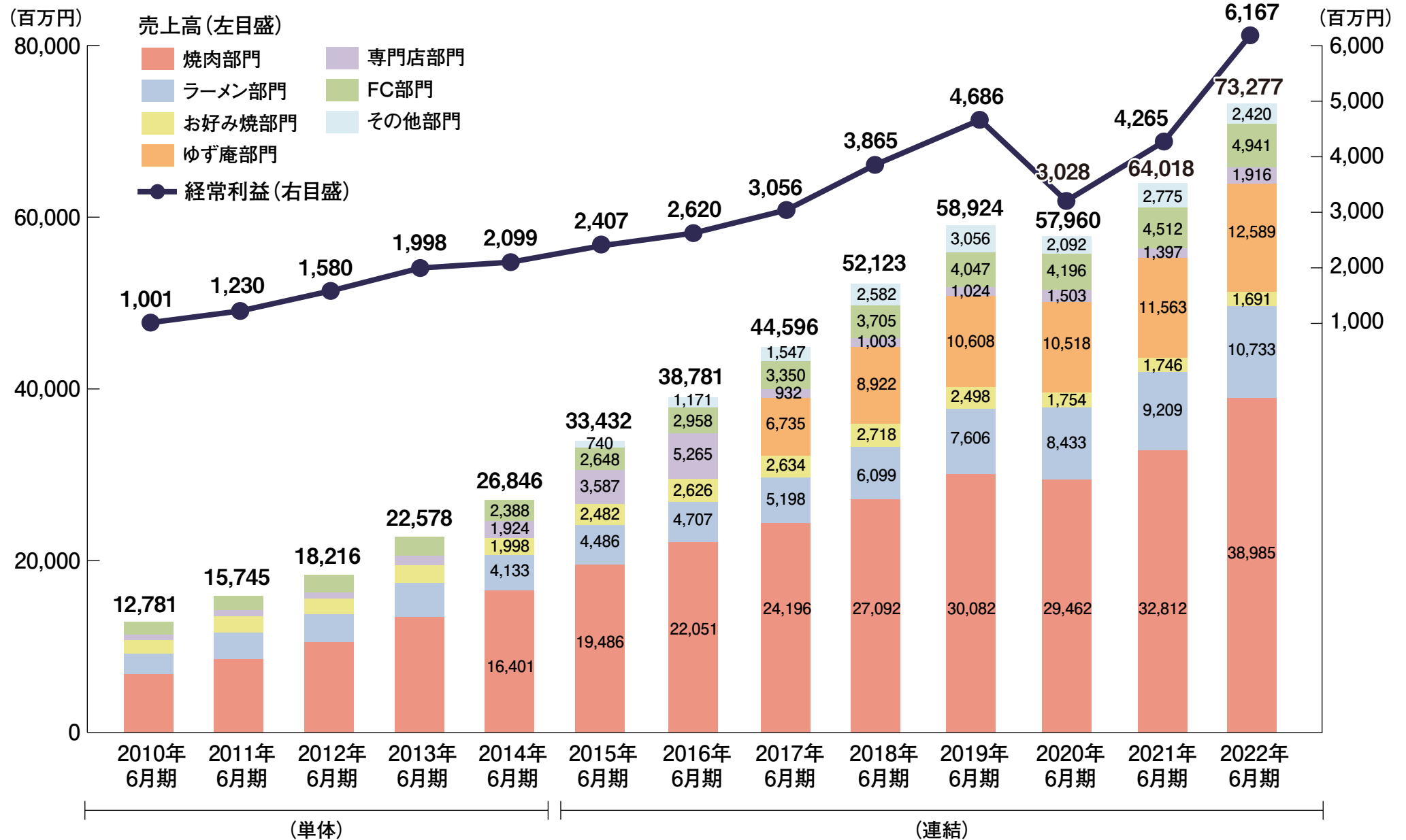
物語コーポレーションとは

郊外ロードサイド型レストランを中心に648店舗を展開 (うち直営390店舗、FC237店舗、海外21店舗)

2023年3月31日時点

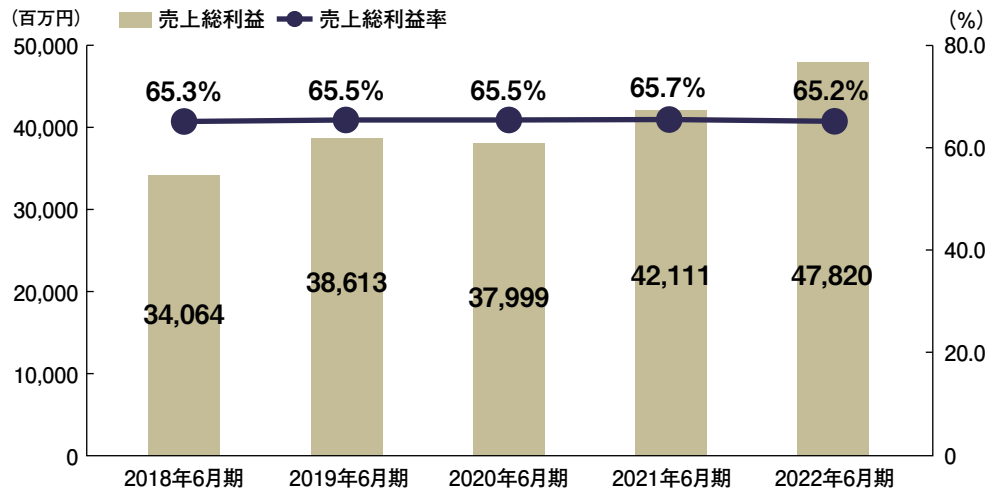
	焼 肉	ラーメン	お好み焼	寿司・しゃぶしゃぶ	専門店	海 外
業界 順位	1位	2位	4位	4位	—	—
	 焼肉きんぐ ▶ 焼肉きんぐ	 丸源ラーメン ▶ 丸源ラーメン ▶ 二代目丸源 ▶ 熟成醤油ラーメン きゃべとん	 お好み焼本舗 ▶ お好み焼本舗	 寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵 ▶ 寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵	 魚貝三味 げん屋 ▶ 魚貝三味 げん屋 ▶ しゃぶとかに 源氏総本店 ▶ 牛たん大好き 焼肉はっぴい ▶ 熟成焼肉 肉源 ▶ 焼肉 かるびとはらみ ▶ 焼きたてのかるび	 北海道 蟹の岡田屋総本店 ▶ 北海道 蟹の岡田屋総本店 ▶ 薪火焼肉 源の屋総本店 ▶ 焼肉専門店肉源 焼肉王 ▶ 熟成牛焼肉と炊き立てごはん 肉肉大米 ▶ 韓国焼肉 猪猪猪
店舗数	299店舗	196店舗	22店舗	94店舗	16店舗	21店舗
直 営	185 店舗	96 店舗	16 店舗	7 7 店舗	16 店舗	21 店舗
F C	114 店舗	100 店舗	6 店舗	17 店舗	0 店舗	

業績推移

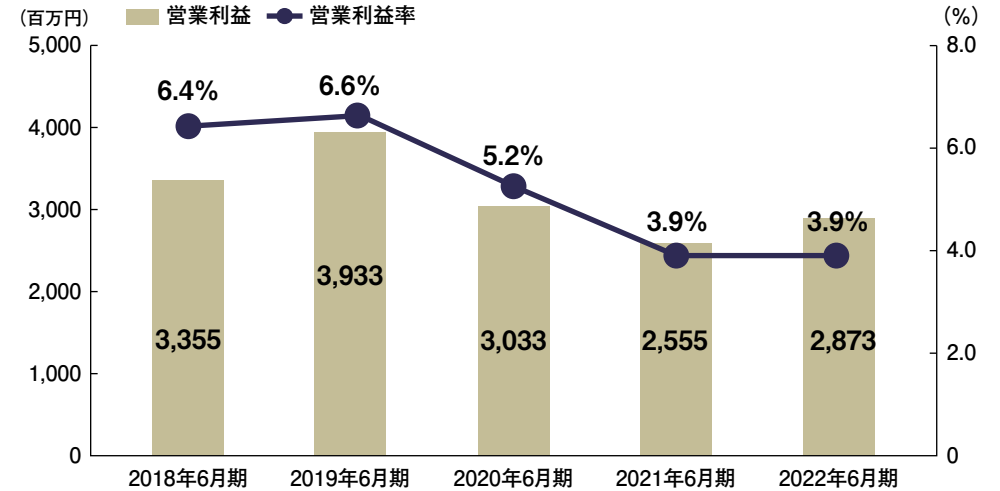


主要指標推移①

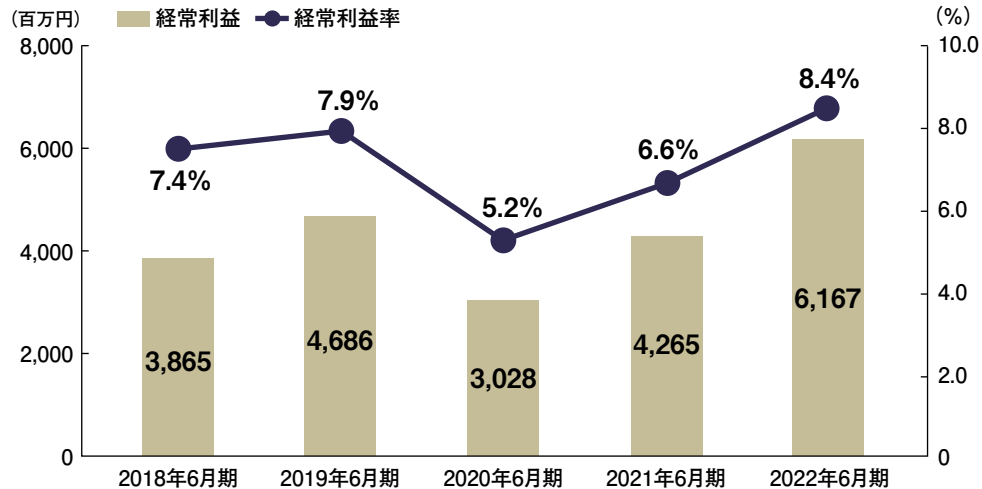
売上総利益と売上総利益率



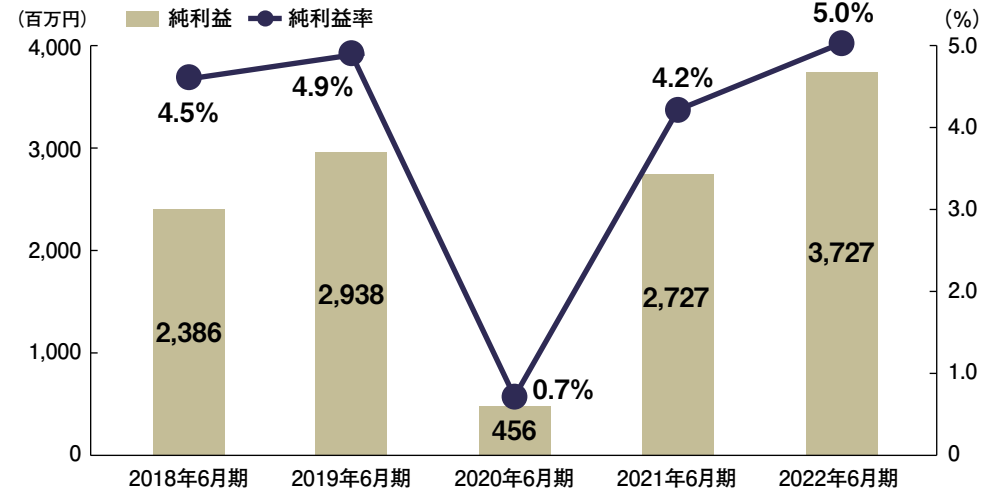
営業利益と営業利益率



経常利益と経常利益率

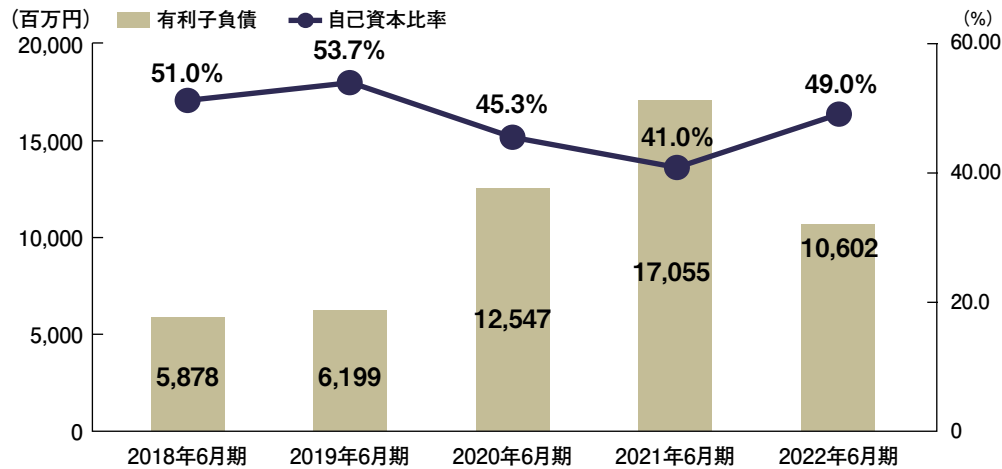


純利益と純利益率



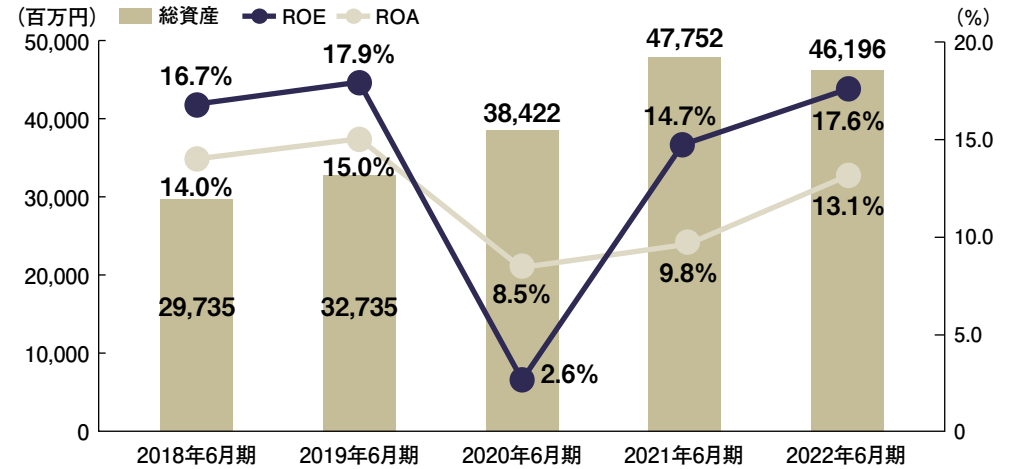
主要指標推移②

有利子負債と自己資本比率



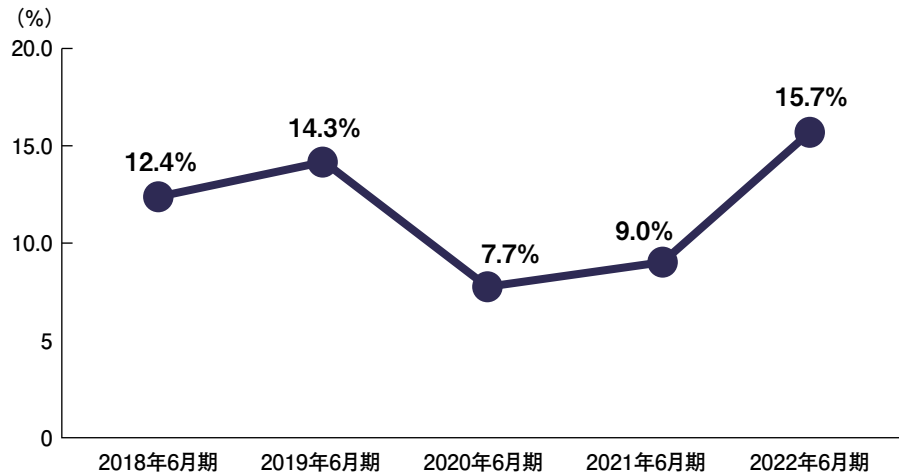
※有利子負債とは、短期借入金、リース負債、一年以内長期借入金、社債、長期借入金、その他（一部）を合算したものです

ROE・ROA



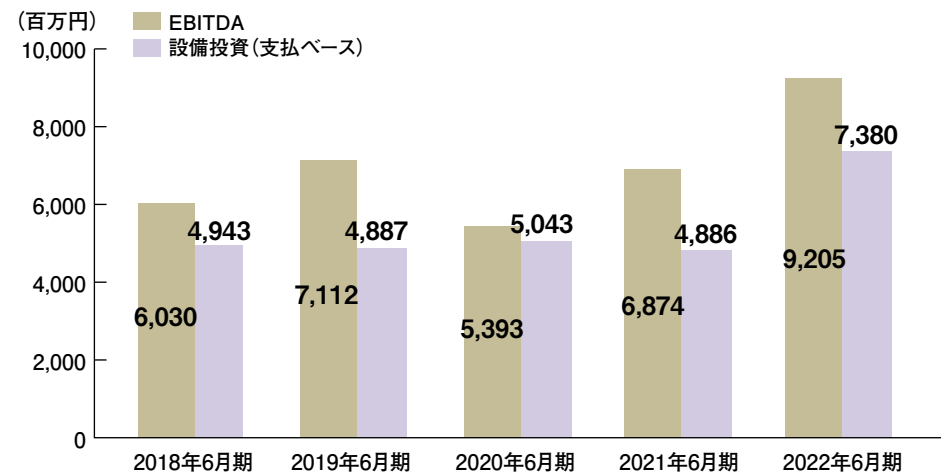
※ROAの分子は経常利益・ROEの分子は親会社株主に帰属する当期純利益を採用しています
 ※ROA・ROEの計算式のそれぞれの分母は、期中平均の数値を採用しています

ROIC



※ROIC=税引後経常利益／(自己資本+有利子負債)

設備投資・EBITDA

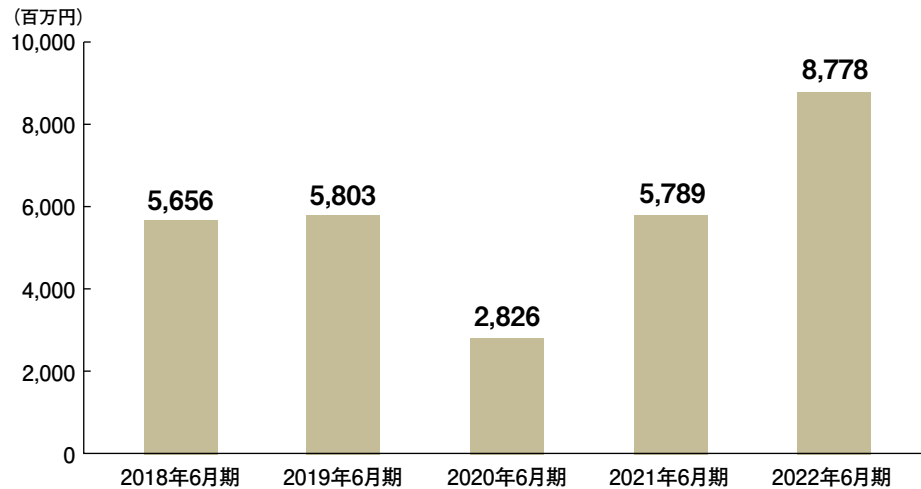


※EBITDAとは、経常利益+減価償却費としております

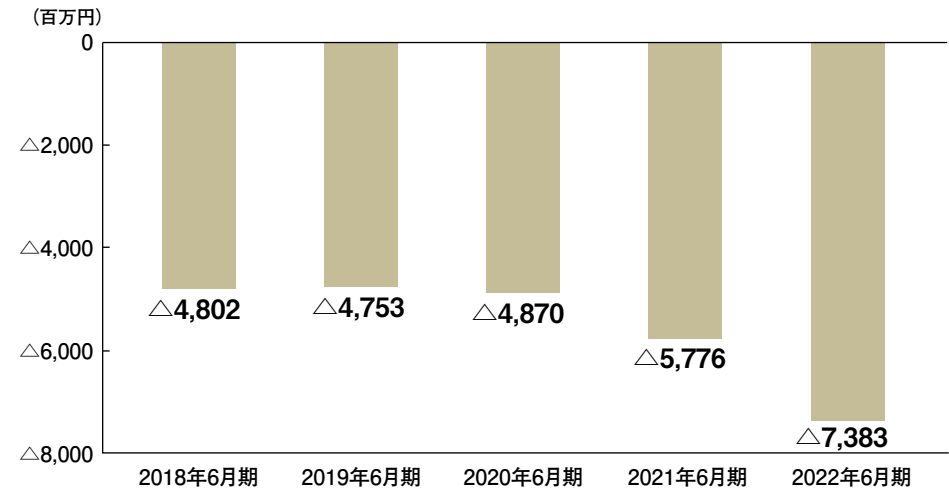
※設備投資(支払ベース)とは、有形固定資産の取得+無形固定資産の取得+差入保証金の差し入れとしています

主要指標推移③

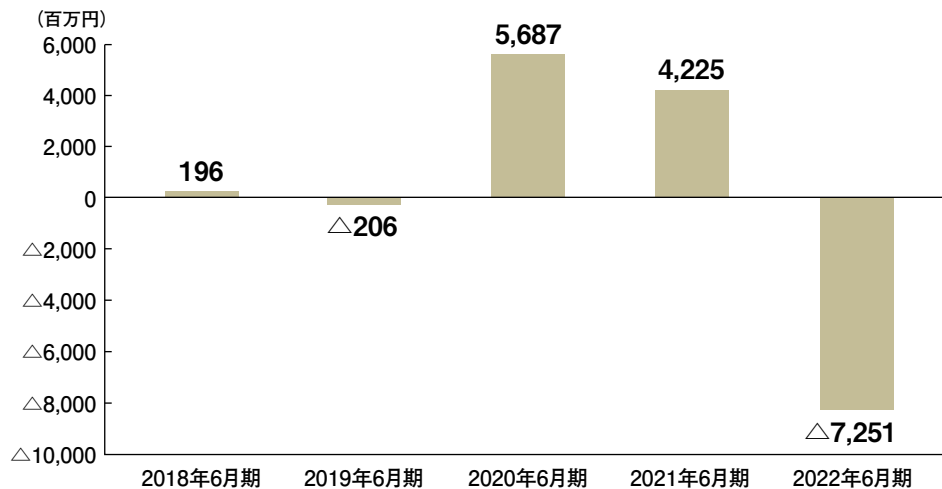
営業活動によるキャッシュ・フロー



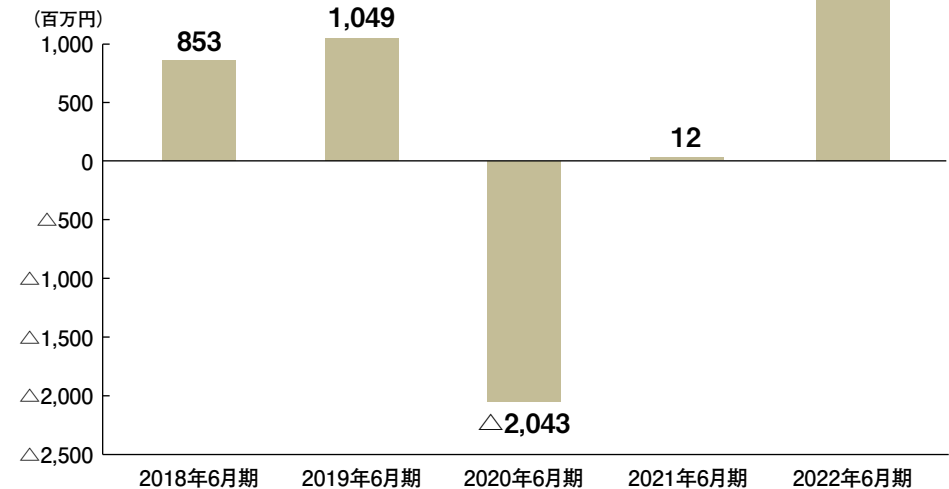
投資活動によるキャッシュ・フロー



財務活動によるキャッシュ・フロー



フリー・キャッシュ・フロー

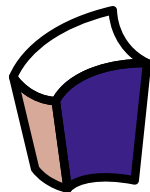


※フリー・キャッシュ・フローとは、営業キャッシュ・フローと投資キャッシュ・フローを加算したものです

本資料お取扱上のご注意

本資料は当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。本資料を作成するに当たっては正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。本資料中の情報によって生じた障害や損害については、当社は一切責任を負いません。本資料中の業績予想ならびに将来見通しは、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績は言及または記述されている将来見通しとは大きく異なる結果となることをご承知おきください。

お問い合わせ先



Storyteller tells the Story

物語コーポレーション IR担当

Email : ir@monogatari.co.jp