



2023年3月期 第2四半期

# 決算説明会

2022年11月

東証プライム

**9936**

株式会社 王将フードサービス

# 本日のアジェンダ

01 2023年3月期 第2四半期 決算ハイライト 3

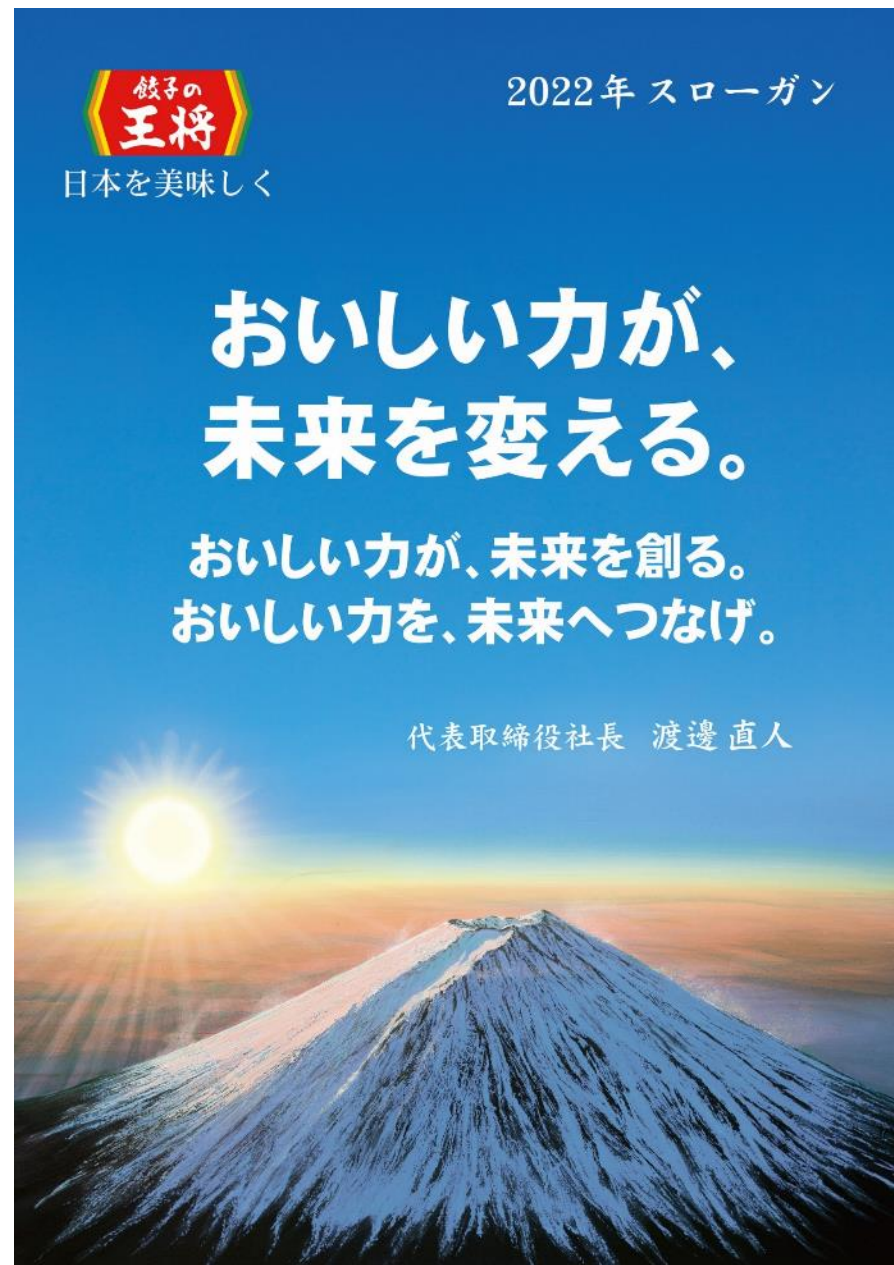
02 2023年3月期 第2四半期の主な取組み 5

03 2023年3月期 第2四半期実績 20

04 2023年3月期 通期計画 27

05 成長戦略 34

06 Appendix 40





01

# 2023年3月期 第2四半期 決算ハイライト

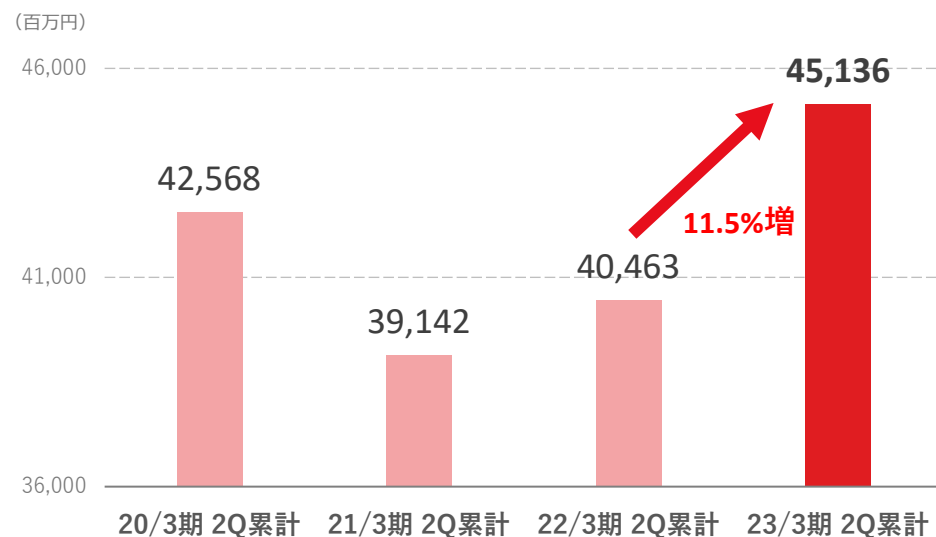
# 2023年3月期 第2四半期決算ハイライト



## 連結売上高

前年同期比  
**451億36百万円** **11.5%増**

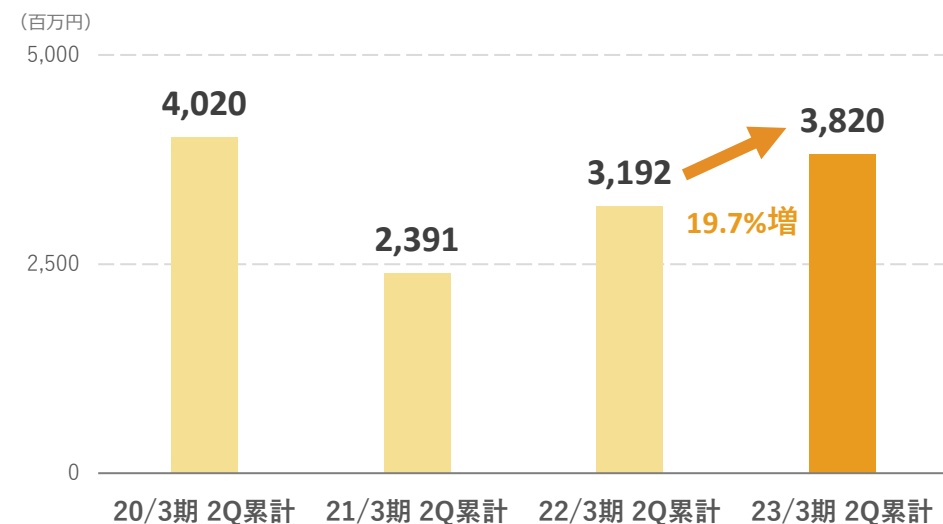
- コロナ禍の影響を受けたものの、継続的なQSCの向上、効果的なキャンペーンの展開などにより過去最高の売上高
- 月次売上高は4~9月すべてコロナ禍前（2020/3期）を超えて**過去最高**



## 連結営業利益

前年同期比  
**38億20百万円** **19.7%増**

- 原材料や電気・ガス代などの価格高騰の影響を受けたが、**19.7%の営業増益**を達成
- コロナ禍前（2020/3期 2Q累計）並みの水準を確保
- 好調な業績を背景に、従業員の夏季賞与に特別加算金を支給





02

## 2023年3月期 第2四半期の 主な取り組み

# 美味しい料理の提供に磨きをかけ、5月14日に価格改定を実施

- 主要14品目の価格改定を実施
- 単なる価格の改定ではなく、美味しさを高めるレシピの改良を行った



## レシピの改良例

### 餃子



当社独自の鉄板に統一し、調理方法を均一化したことにより、餃子がさらに美味しく。

### 炒飯



お米の炊き方に改良を加え、ネギのふくよかな香りを引き出す調理法でさらに美味しい仕上がりに。

### 天津飯



卵に味をつけ、特製餡を改良し、滑らかで舌触りの良い熱々天津飯に。

### ニラレバ炒め



レバーの下処理を変更したことで、食感が滑らかになり、さらに美味しい仕上がりに。



## 個人のSNSやテレビなどのメディアで、“王将は美味しくなった”と評判

SNSや各種メディアで高評価

# 継続的な「おいしい力」の追求

- 価格改定前に餃子の鉄板を当社独自の規格に統一
- 売れ筋14品目のレシピを改良
- 「王将調理道場」を中核に、実地とオンラインの両面で研修を実施



## 主な研修一覧と受講者数 2022年4月～2022年9月

\*1 括弧内はオンライン研修人数

**王将調理道場** 調理技術の指導と美味しさを引き出す調理方法の伝授  
2018/3期～

当期受講者数*1	累計受講者数*1
<b>7,980名</b> (7,780名)	<b>42,885名</b> (39,590名)

**王将大学** 階層ごとの研修や店長セミナー、調理の知識研修を実施  
2018/3期～

当期受講者数*1	累計受講者数*1
<b>2,022名</b> (2,022名)	<b>4,600名</b> (2,343名)

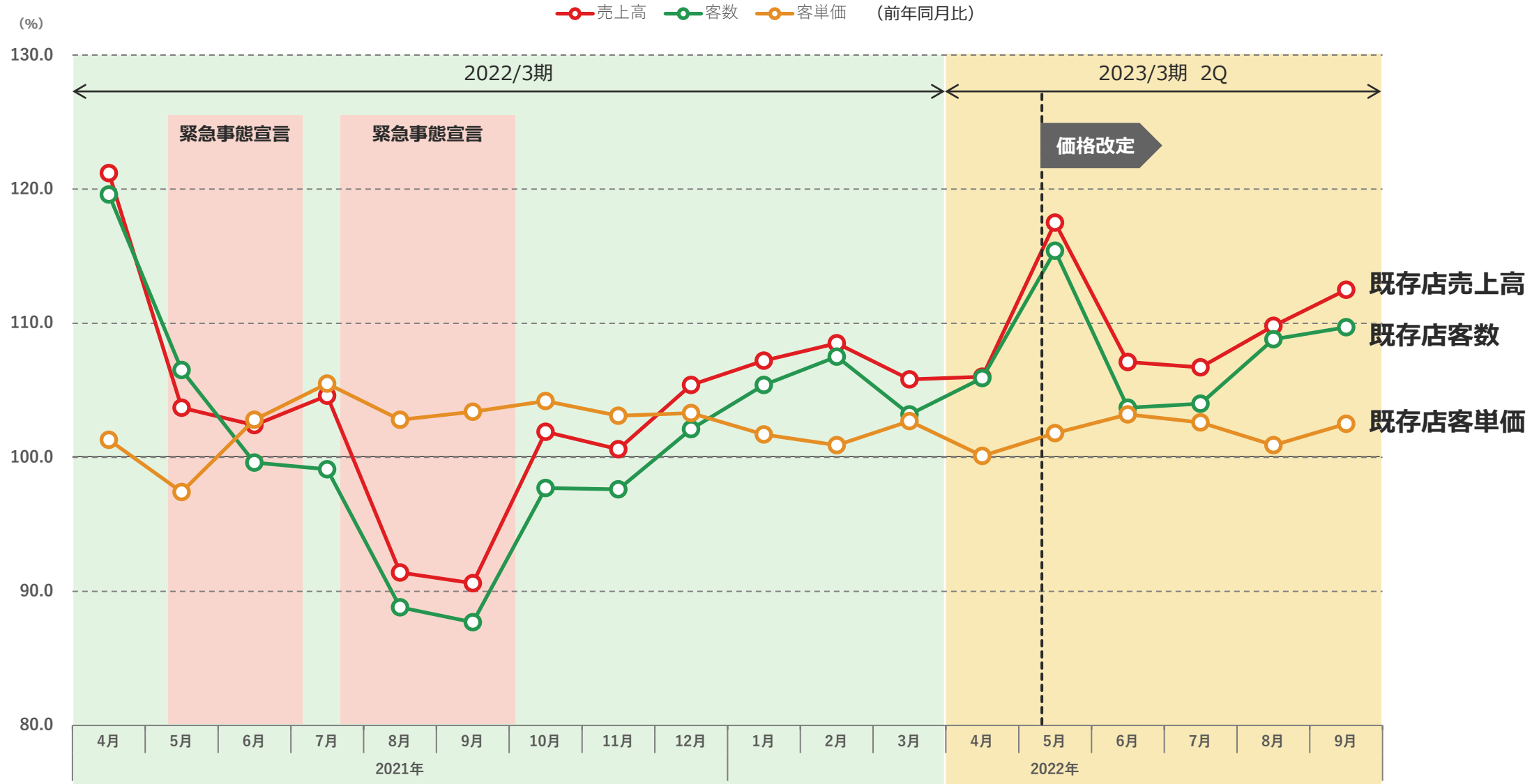
**合宿研修** 人間力を向上させ、王将魂を継承する  
2017/3期～

当期受講者数*1	累計受講者数*1
<b>23名</b> (23名)	<b>709名</b> (31名)

**調理検定** 王将スタンダードにもとづく質の高い調理技術の習得  
2018/3期～

当期合格者数	累計合格者数
<b>73名</b>	<b>451名</b>

# 価格改定後も客数は増加し、業績は好調を維持





# 販売促進活動に注力し、各種キャンペーンを実施

- 価格改定前後では、さらに美味しくなったメニューを実感して頂くための集客力の高いキャンペーンを推進
- お客様の来店頻度の向上、王将ファンの獲得を目的に各種キャンペーンを継続的・タイムリーに実施

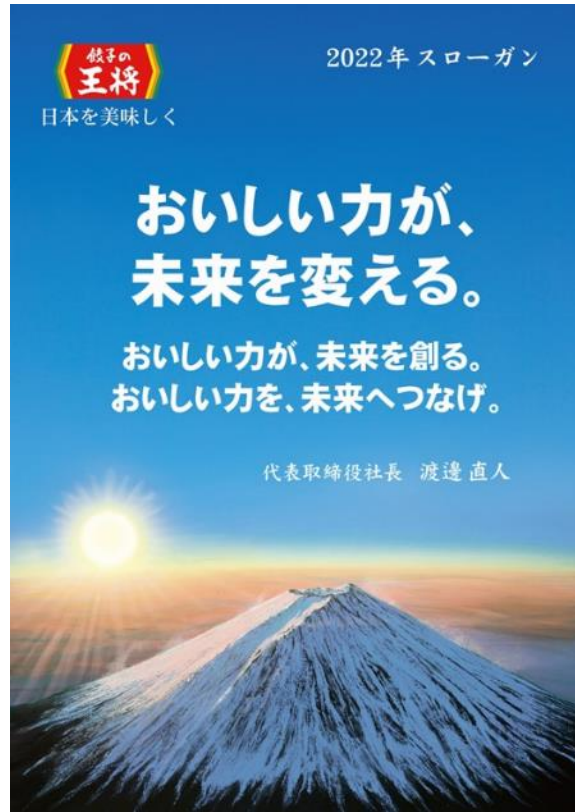
## 2022年3月期 第2四半期期間の主なキャンペーン内容



	価格改定											
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2022年版ぎょうざ倶楽部 お客様キャンペーン	1月17日～6月12日											
2023年版ぎょうざ倶楽部 お客様キャンペーン							6月24日～12月11日					
ぎょうざ倶楽部 『スタンプ2倍押し!!』キャンペーン							5月16日～5月31日		9月16日～9月30日			
生餃子 スタンプキャンペーン							8月18日～11月30日					
生ビール50円引き キャンペーン							4月1日～5月31日		7月1日～7月31日		8月18日～9月30日	
微アルコール“ビアリー” 50円引きキャンペーン							8月1日～8月31日					

# 効果的なテレビCMの放映

- 各種キャンペーンと連動してテレビCMを放映
- 特に関西圏において積極的に投下。各種メディア等における露出の増加に繋がる



仲野太賀 さん (俳優)  
ケツメイシ 『一等星☆』 (楽曲)



「餃子の王将のおいしい餃子と料理で日本を元気にしたい」

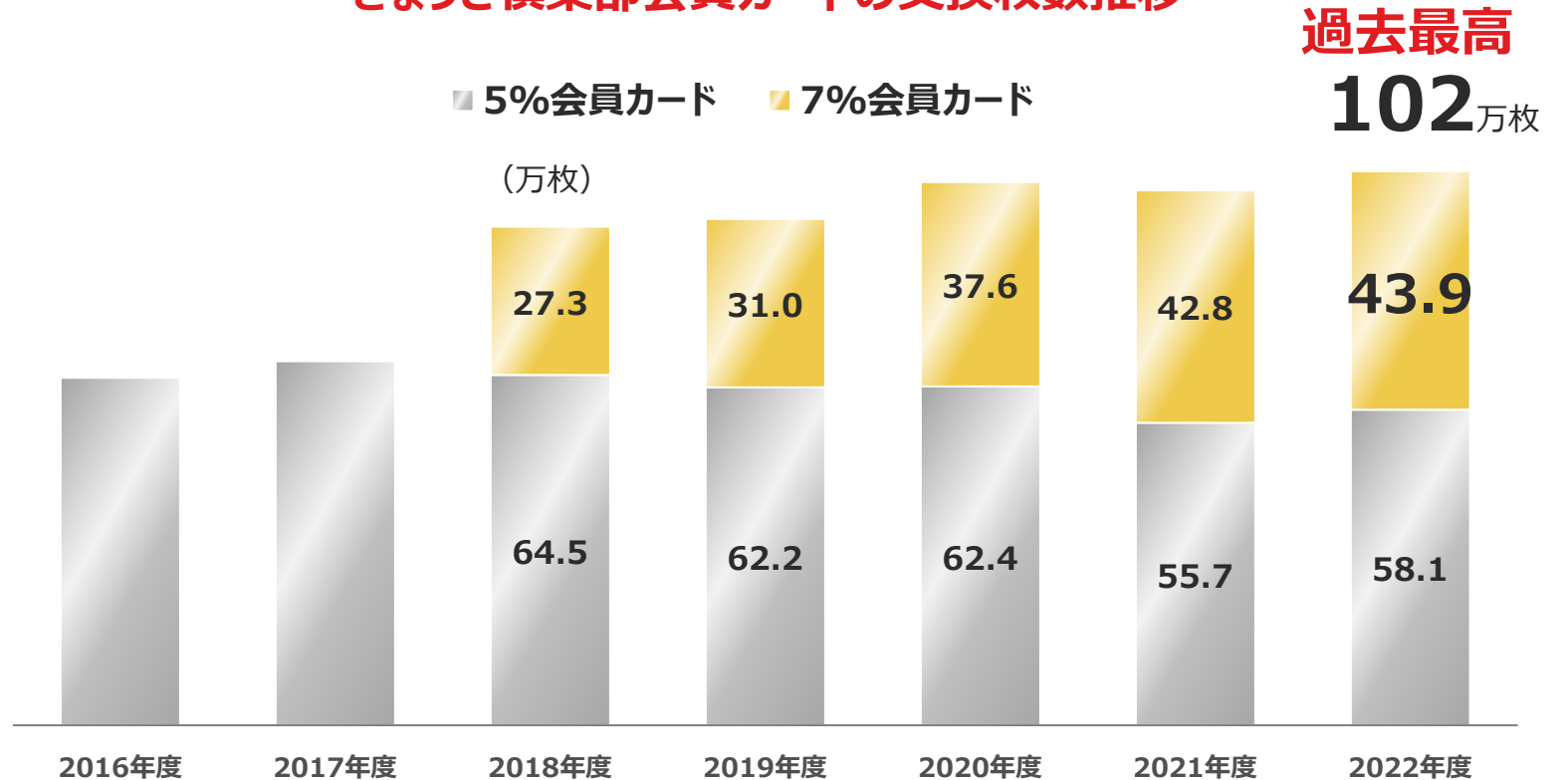
# ぎょうざ倶楽部会員数は過去最高を更新

- 「2022年度版ぎょうざ倶楽部お客様感謝キャンペーン」のカード交換枚数は過去最高の102万枚
- 特に7%会員カードの枚数の増加は、より来店頻度の高いロイヤルカスタマーの増加を反映



5%会員カード：スタンプ25個で交換  
 7%会員カード：既に5%会員カードをお持ちの方が、さらにスタンプ25個で交換

## ぎょうざ倶楽部会員カードの交換枚数推移

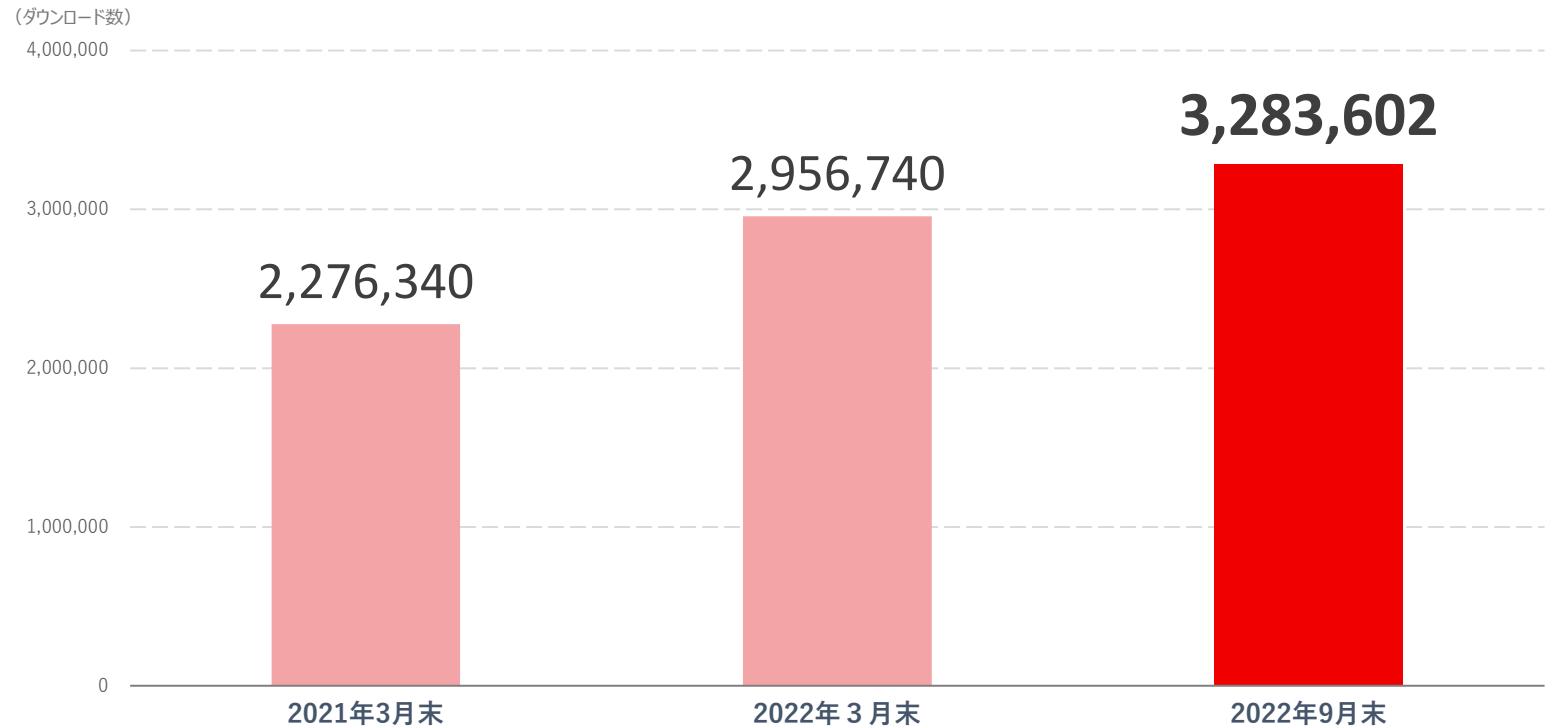


# 公式アプリを活用した販売促進

- ぎょうざ倶楽部会員カード機能やクーポン配信などによる来店頻度向上
- ダウンロード数が328万を突破（2022年9月末時点）



## ダウンロード数（累計）の推移



# 人的資本への投資を積極的に推進

- 2022年夏季賞与では、業績に合わせて全従業員に十分な還元を企図。
- 労働組合からの要求に対して満額回答の支給に加え、さらに支給額の8.5%分を「特別加算金」として  
上乗せ支給 ⇒夏季賞与の一人当たり平均支給額は過去最高額
- コロナ禍における従業員の頑張りに対し、4月に「コロナ功労金」を支給
- 第2四半期の好業績は従業員のやる気・モチベーションをさらに向上



## 従業員へのコロナ関連支給金

2021年4月  
コロナ慰労金

総額 約 **1.9** 億円

2021年12月  
新生活支援金

総額 約 **4.7** 億円

2022年4月  
コロナ功労金

総額 約 **1.9** 億円

コロナ禍においても人的資本への投資を推進

# 人材育成への投資がQSCレベル向上に寄与

- 人材育成は当社事業の要
- 王将調理道場と王将大学における研修によりQSCが向上



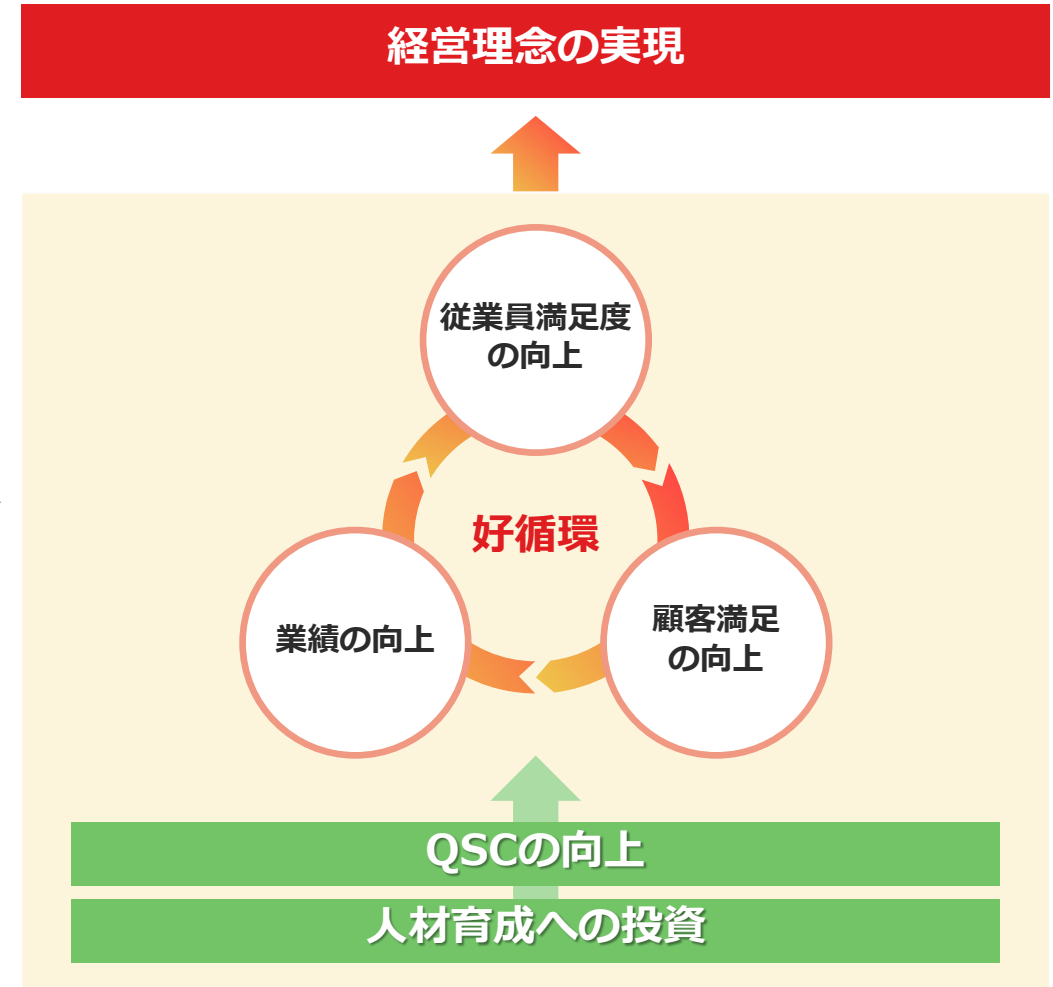
## 王将調理道場

- 調理技術の指導
- 美味しさを引き出す調理方法の伝授



## 王将大学

- 階層ごとに店舗運営、人材マネジメントを基礎から学ぶ
- 理論の応用による料理の品質向上



# 店舗展開

– 新店2店舗、FCから直営への移行2店舗。第2四半期末店舗数は733店舗に

新規出店  
2店舗



FC店 → 直営店  
2店舗



# ジョイ・ナーホ2号店（練馬高野台駅前店）を開店

- 10月10日にテイクアウト&デリバリー専門店「餃子の王将 ジョイ・ナーホ」2号店をオープン
- テイクアウト&デリバリーを主体としながら新たにイートイン席を備える



## Joy Naho（ジョイ・ナーホ）2号店の特徴

01

電子レンジ対応容器を用いた豊富なメニュー

02

テイクアウトは事前予約注文で待ち時間なし

03

デリバリーは3つのプラットフォームから注文可能

04

イートイン席を兼ね備えた店舗



# サステナビリティの取組①-1：プラスチック使用量削減の推進

- サステナビリティの観点で地球環境への配慮を強化
- プラスチック使用量の削減に向けた各種取組みを積極的に展開
- 2022年4月の有料化により、対象品目のプラスチック使用量を年間約88トン(90.1%)削減できる見込み

## プラスチック使用量削減に向けた取組みの概要

### プラスチック製ストロー・スプーンの廃止

- ・ 生分解性樹脂のストローとバイオマスプラのスプーン（お持ち帰り用）に変更

### バイオマス素材のレジ袋へ変更

- ・ バイオマス素材の配合率が25%以上のレジ袋に変更

### 「バイオマスプラスプーン」「プラスチックレンゲ」の有料化

- ・ 1本につき5円の有料化をすることで、使用量の削減を図る
- ・ 併せて、ストローを紙ストロー、使い捨てミニスプーンを金属製に変更



お客様のご理解・ご協力の程、よろしくお願いいたします。

# サステナビリティの取組①-2：サステナビリティ・リンク・ローン



- サステナビリティ・リンク・ローンによる資金調達を実施
- KPIを達成した場合の金利優遇相当額は「セーブ・ザ・チルドレン」への寄付の一部とする予定

## サステナビリティ・リンク・ローンの概要

調達金額	100億円
契約締結日と借入期間	2022年7月29日、5年間
KPI	「餃子の王将」の店舗関連使用プラスチック量を2025年度に2021年度比で15%削減
KPI達成による金利優遇相当額の使途	世界各地で子どもたちの貧困問題をはじめ子どもを取り巻く課題解決のために活動を行う民間・非営利の国際組織「セーブ・ザ・チルドレン」への寄付の一部とする予定



# サステナビリティの取組②：食を通じた子どもたちへの支援

- 当社の全国の店舗が各地のこども食堂等に「お子様弁当」を無償で提供  
⇒2022年の春休みは約5万食、夏休みは約9万5千食を無償提供し、子どもたちの食事を支援
- 3月に販売した「野菜煮込みラーメン」の売上の一部を「セーブ・ザ・チルドレン」に寄付



	時 期	提供団体数	提供数
2021年夏休み	2021年8月17日～9月13日	377団体	3万2千食
2021年冬休み	2021年12月20日～2022年1月18日 (年末年始を除く)	728団体	6万3千食
2022年春休み	2022年3月28日～4月7日	682団体	5万食
2022年夏休み	2022年8月1日～8月31日 (お盆時期を除く)	1,153団体	9万5千食
	合 計	2,940団体	24万食



## お子様弁当の内容

- 餃子2個
- 鶏の唐揚げ2個
- シャウエッセン®2本
- ライス (中)



セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン様  
感謝状授与式 2022年10月

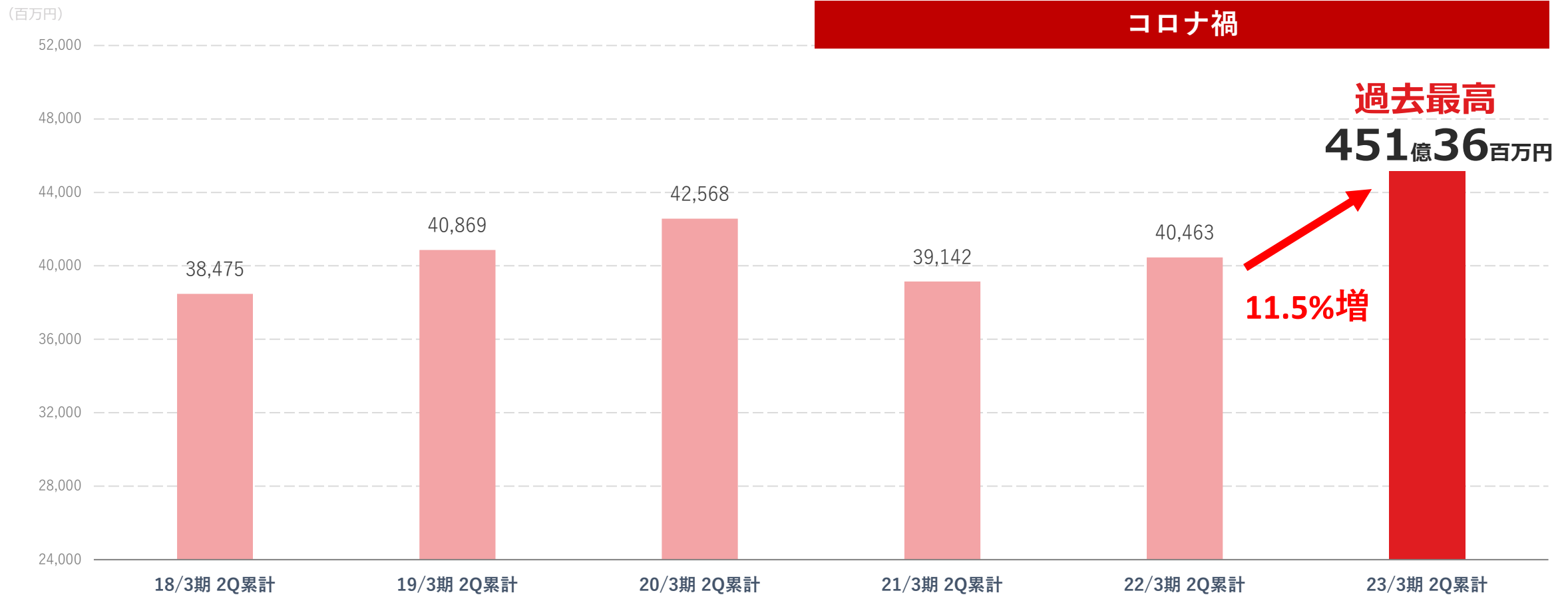


03

## 2023年3月期 第2四半期実績

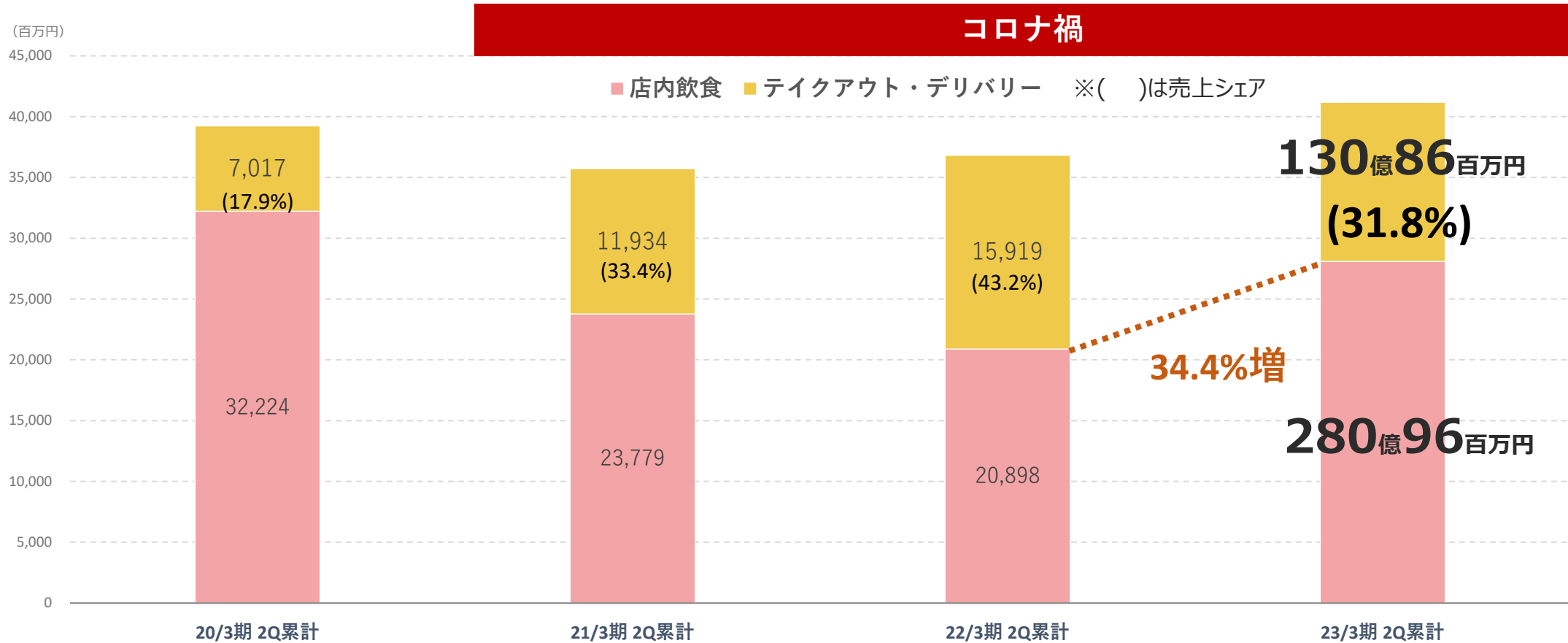
# 2023年3月期 第2四半期累計期間 売上高の状況

- 売上高は前年同期比11.5%増の451億36百万円と**過去最高**
- コロナ禍前（2020年3月期第2四半期累計期間：425億68百万円）の水準を6.0%上回る



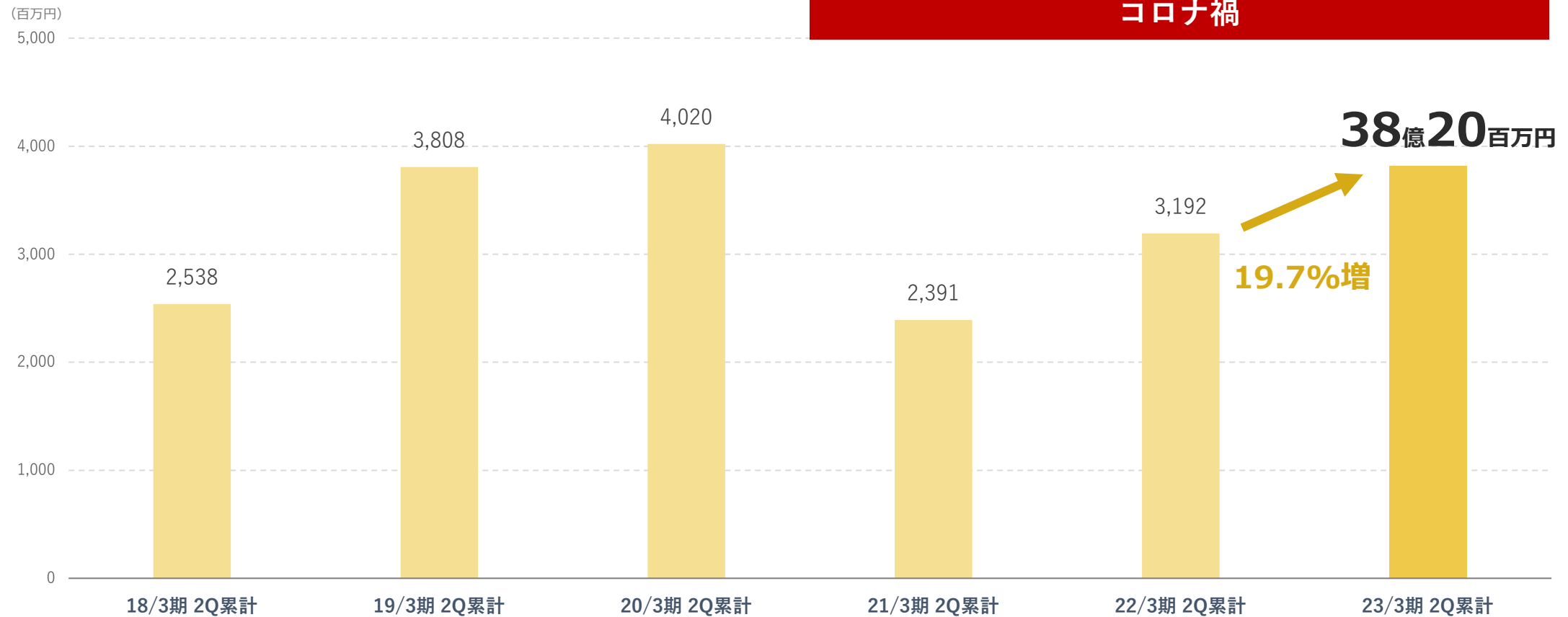
# 直営店の店内飲食とテイクアウト・デリバリー売上高の状況

- 直営店売上高は、店内飲食が前年同期比34.4%増となり売上増加を牽引
- テイクアウト・デリバリーの売上シェアは31.8%と高水準を維持



# 2023年3月期 第2四半期累計期間 営業利益の状況

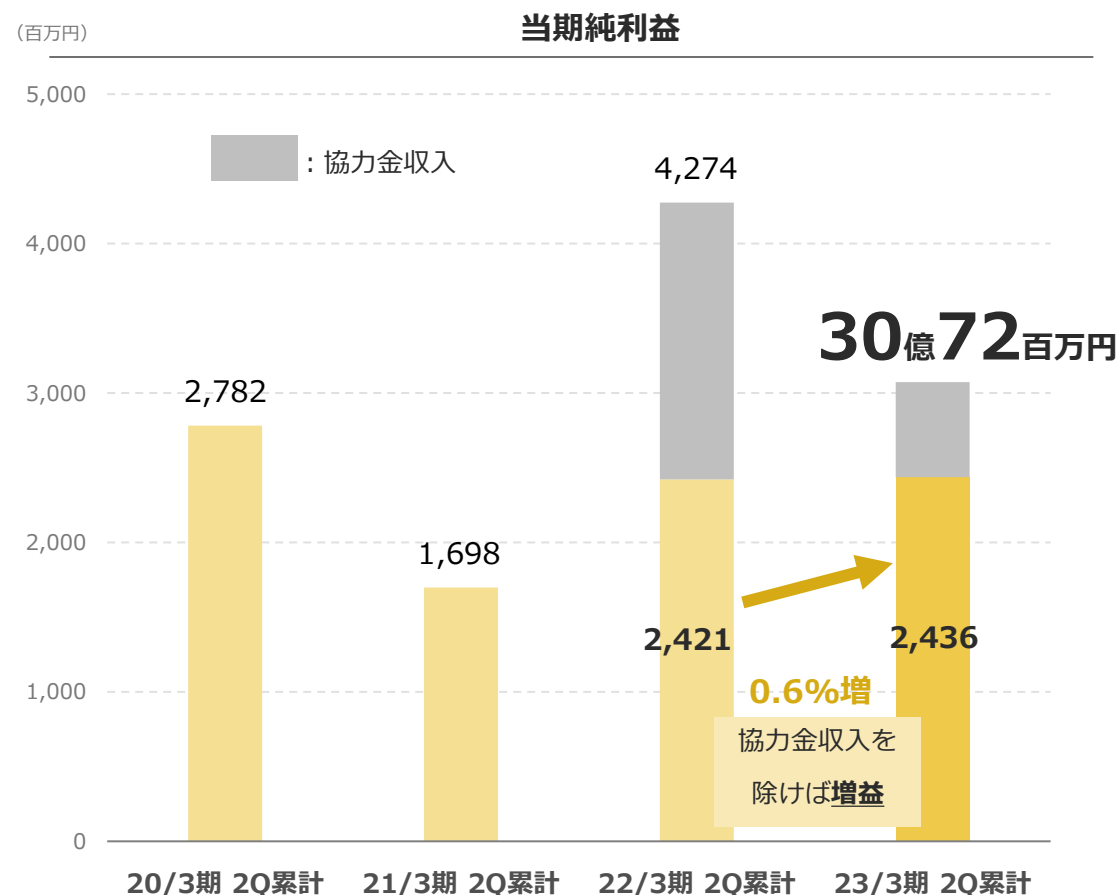
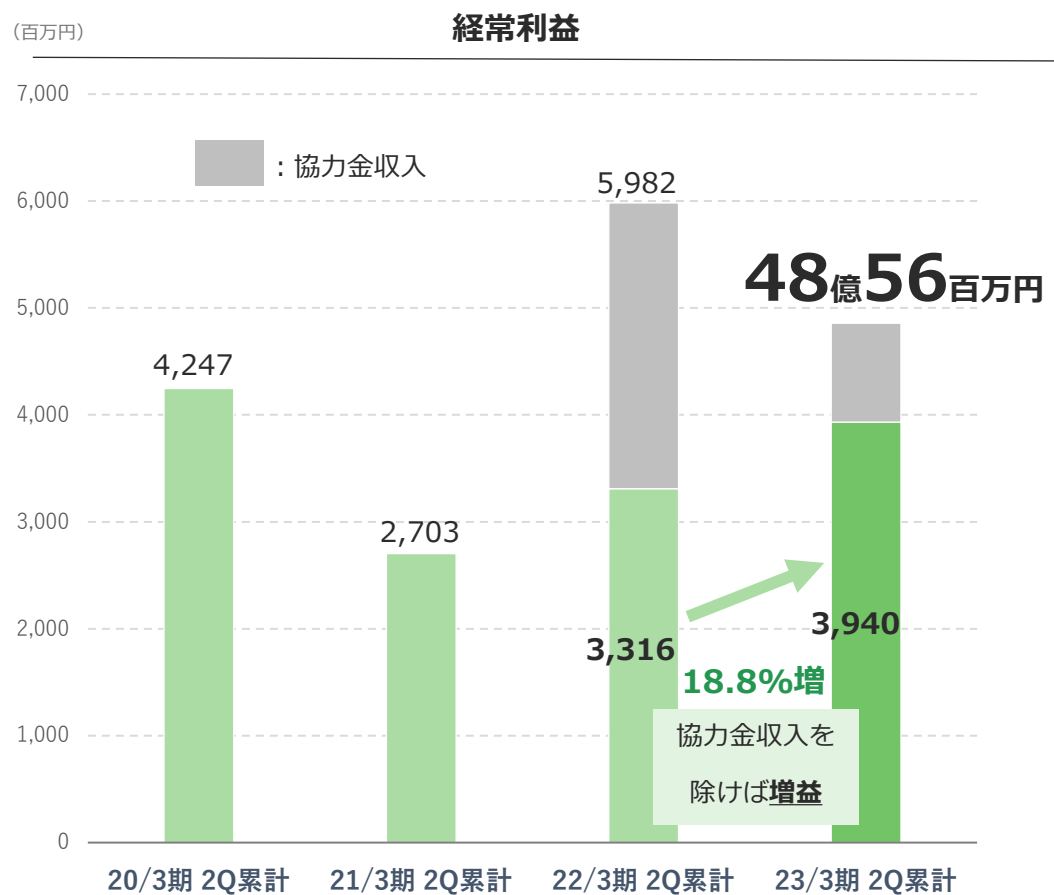
- 営業利益は前年同期比19.7%増の38億20百万円と増益を達成
- コロナ禍前（2020年3月期第2四半期累計期間）と概ね同水準の営業利益を確保



# 2023年3月期 第2四半期累計期間 経常利益・当期純利益の状況



- 経常利益は協力金収入の減少を主因に、前年同期比18.8%減の48億56百万円
  - 当期純利益も経常利益と同様の理由で、前年同期比28.1%減の30億72百万円
- ⇒ 協力金収入の影響を除けば、経常利益、当期純利益ともに増益を達成





# 2023年3月期 第2四半期 バランスシート状況

- コロナ禍の長期化に備えた借入金の返済により現金預金と借入金が減少
- 2022年9月末の自己資本比率は73.2%

## 資産の部

(百万円、%)	2022/3期	2023/3期2Q		増 減
	金額	金額	構成比	
<b>流動資産</b>	40,880	<b>35,515</b>	<b>42.7%</b>	<b>▲5,365</b>
現金預金	37,440	<b>31,939</b>	<b>38.4%</b>	<b>▲5,500</b>
<b>固定資産</b>	48,525	<b>47,583</b>	<b>57.3%</b>	<b>▲941</b>
<b>有形固定資産</b>	36,228	<b>35,600</b>	<b>42.8%</b>	<b>▲628</b>
建物及び構築物	12,068	<b>11,878</b>	<b>14.3%</b>	<b>▲190</b>
土地	20,589	<b>20,134</b>	<b>24.2%</b>	<b>▲454</b>
<b>無形固定資産</b>	232	<b>221</b>	<b>0.3%</b>	<b>▲11</b>
<b>投資等</b>	12,063	<b>11,761</b>	<b>14.2%</b>	<b>▲302</b>
投資有価証券	4,096	<b>3,961</b>	<b>4.8%</b>	<b>▲134</b>
差入保証金	4,425	<b>4,451</b>	<b>5.4%</b>	<b>+26</b>
繰延税金資産	2,450	<b>2,257</b>	<b>2.7%</b>	<b>▲192</b>
貸倒引当金	▲14	<b>▲14</b>	<b>▲0.0%</b>	<b>+0</b>
<b>資産合計</b>	89,405	<b>83,098</b>		<b>▲6,307</b>

## 負債・純資産の部

(百万円、%)	2022/3期	2023/3期2Q		増 減
	金額	金額	構成比	
<b>流動負債</b>	25,446	<b>12,581</b>	<b>15.1%</b>	<b>▲12,865</b>
1年内長期借入金	12,912	<b>2,047</b>	<b>2.5%</b>	<b>▲10,864</b>
<b>固定負債</b>	4,860	<b>9,706</b>	<b>11.7%</b>	<b>+4,846</b>
長期借入金	3,151	<b>8,000</b>	<b>9.6%</b>	<b>+4,848</b>
<b>負債合計</b>	30,307	<b>22,288</b>	<b>26.8%</b>	<b>▲8,018</b>
<b>株主資本</b>	59,673	<b>61,549</b>	<b>74.1%</b>	<b>+1,875</b>
資本金	8,166	<b>8,166</b>	<b>9.8%</b>	<b>+0</b>
資本剰余金	9,316	<b>9,393</b>	<b>11.3%</b>	<b>+77</b>
利益剰余金	52,860	<b>54,618</b>	<b>65.7%</b>	<b>+1,757</b>
自己株式	▲10,669	<b>▲10,629</b>	<b>▲12.8%</b>	<b>+40</b>
<b>評価・換算差額等計</b>	▲575	<b>▲740</b>	<b>▲0.9%</b>	<b>▲164</b>
<b>純資産合計</b>	59,098	<b>60,809</b>	<b>73.2%</b>	<b>+1,710</b>
<b>負債・純資産 合計</b>	89,405	<b>83,098</b>		<b>▲6,307</b>

# 2023年3月期 第2四半期累計期間 キャッシュ・フローの状況



– プラスのキャッシュ・フローに対して、有利子負債の返済を進めた結果、  
2022年9月末の現金及び現金同等物の期末残高は319億39百万円

(百万円)	2022/3期 2Q累計	2023/3期 2Q累計	増減
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>	5,417	<b>3,096</b>	▲2,320
税引前当期純利益	6,286	<b>4,608</b>	▲1,677
減価償却費	1,243	<b>1,283</b>	+39
法人税等の支払額	▲1,050	<b>▲3,080</b>	▲2,030
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>	▲1,472	<b>▲1,267</b>	+204
有形固定資産の取得による支出	▲1,252	<b>▲1,393</b>	▲140
<b>フリーキャッシュ・フロー</b>	3,944	<b>1,829</b>	▲2,115
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>	▲5,009	<b>▲7,332</b>	▲2,322
借入金等純減による支出	▲4,071	<b>▲6,016</b>	▲1,945
配当金の支払額	▲938	<b>▲1,315</b>	▲376
<b>現金及び現金同等物の増減額</b>	▲1,062	<b>▲5,500</b>	▲4,438
<b>現金及び現金同等物の期末残高</b>	38,528	<b>31,939</b>	▲6,588



04

2023年3月期 通期計画

# 2023年3月期 通期計画



- コロナの感染状況など不確定要素が多々あることから、11月に価格改定を行うものの、通期の計画は据え置き
- 環境悪化があっても十分に達成可能な計画数値

(百万円)	2022/3期 通期実績	2023/3期						
		1Q実績	2Q実績	上期実績	下期計画	通期計画	前期比	
							増減額	増減率
売上高	84,775	22,617	22,518	<b>45,136</b>	<b>44,893</b>	<b>90,029</b>	+5,254	+6.2%
売上総利益	58,175	15,555	15,413	<b>30,968</b>	<b>31,189</b>	<b>62,158</b>	+3,983	+6.8%
営業利益	6,959	2,185	1,635	<b>3,820</b>	<b>3,695</b>	<b>7,516</b>	+557	+8.0%
利益率	8.2%	9.7%	7.3%	<b>8.5%</b>	<b>8.2%</b>	<b>8.3%</b>	+0.1pt	–
経常利益	13,024	3,044	1,811	<b>4,856</b>	<b>3,771</b>	<b>8,627</b>	▲4,396	▲33.8%
利益率	15.4%	13.5%	8.0%	<b>10.8%</b>	<b>8.4%</b>	<b>9.6%</b>	▲5.8pt	–
親会社株主に帰属する当期純利益	8,807	1,872	1,200	<b>3,072</b>	<b>2,405</b>	<b>5,478</b>	▲3,328	▲37.8%
利益率	10.4%	8.3%	5.3%	<b>6.8%</b>	<b>5.4%</b>	<b>6.1%</b>	▲4.3pt	–
1株当たり当期純利益	469.0円	99.6円	63.8円	<b>163.5円</b>	–	<b>291.6円</b>	▲177.4円	–

# 11月から一部商品の価格改定を実施

- 主要食材や電気・ガス、包装資材価格のさらなる高騰を受けて、11月19日から価格改定を実施
- 特に水光熱費は、23年3月期第2四半期には売上高に占める割合が6.4%にまで上昇

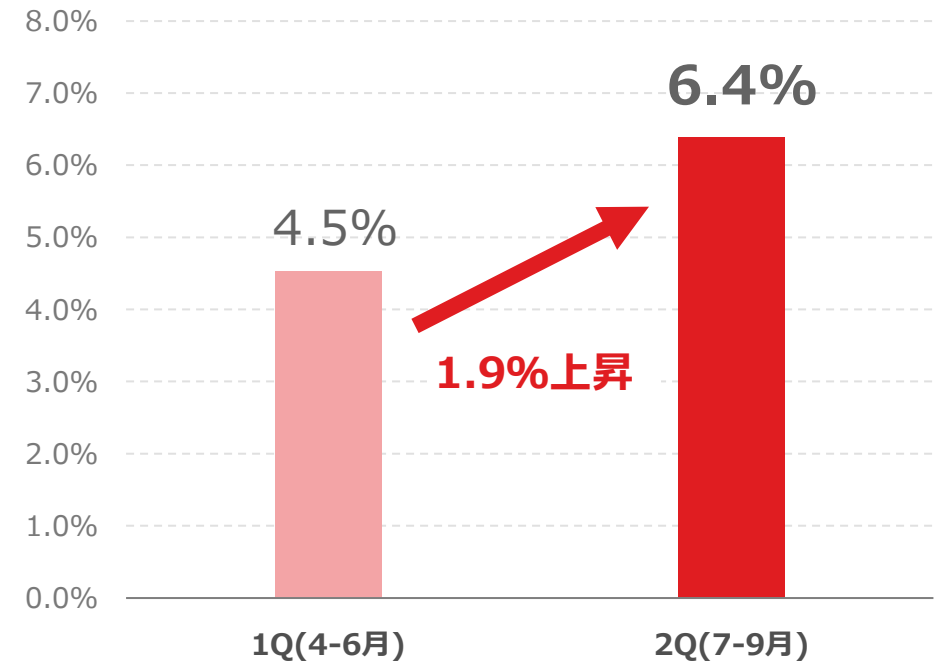
## 11月19日から一部商品の価格改定



グランドメニュー 35商品

10円～50円 改定 (税抜)

## 売上高に占める水道光熱費の割合



# 価格改定にあたって、改めて最大限の企業努力を実施

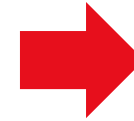
- 一部のレシピ改良と美味しさを今まで以上に引き出す調理方法を浸透させるための調理研修を実施
- 王将大学の知識研修を通じてレシピ改良の理論的な根拠を認識させる
- 王将調理道場で調理スキルを磨き上げ、料理のさらなる品質向上を図る



**レシピ改良の理論的な  
根拠の講義**



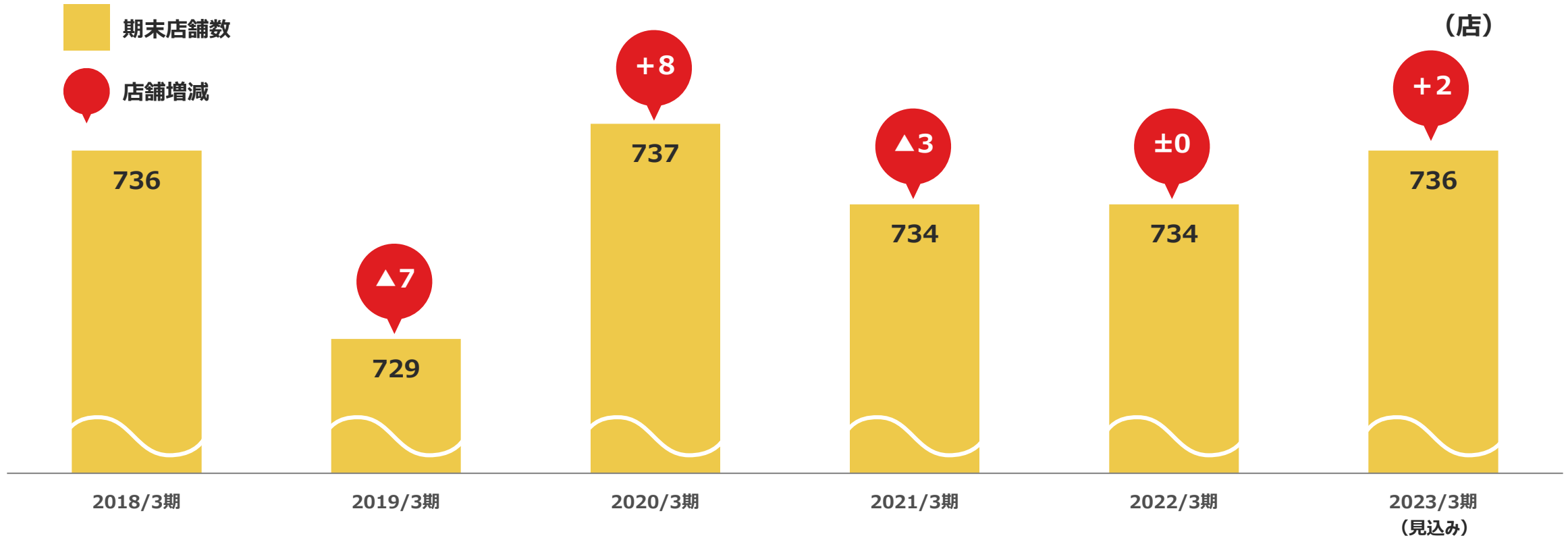
**調理スキルの磨き上げ**



**料理のさらなる品質向上**

# 出退店計画

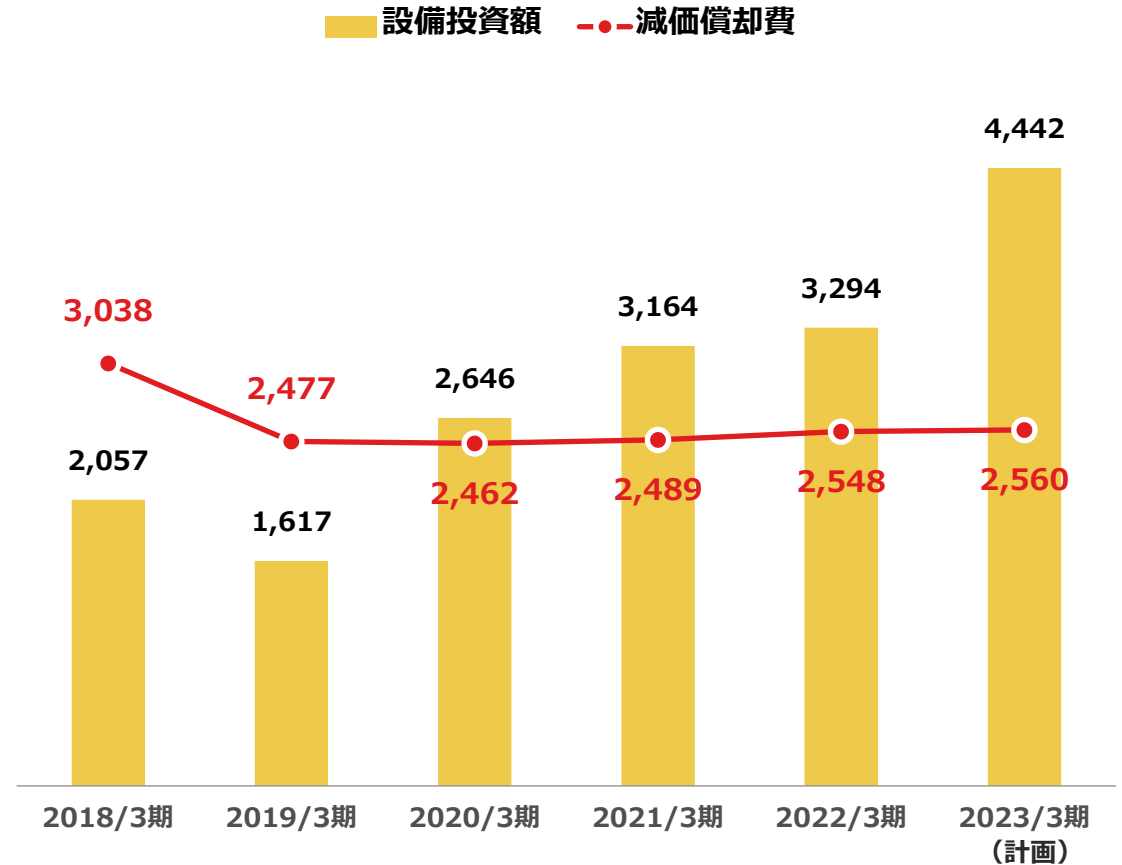
- 2023年3月期は新規出店8店舗、退店6店舗を計画し、期末には2店舗増の736店舗となる見込み
- 直営店は544店舗（8店舗増）、FC店は192店舗（6店舗減）
- 10月の出店は、ジョイ・ナーホ2号店（練馬高野台駅前店）とイオン天王町店（横浜市）
- 11月の出店は、藤沢弥勒寺店（神奈川県藤沢市）



# 設備投資額と減価償却費推移

- 2023年3月期の設備投資額は前期を上回る44億円を想定
- 既存店の改装投資に加え、新店投資も増額する計画

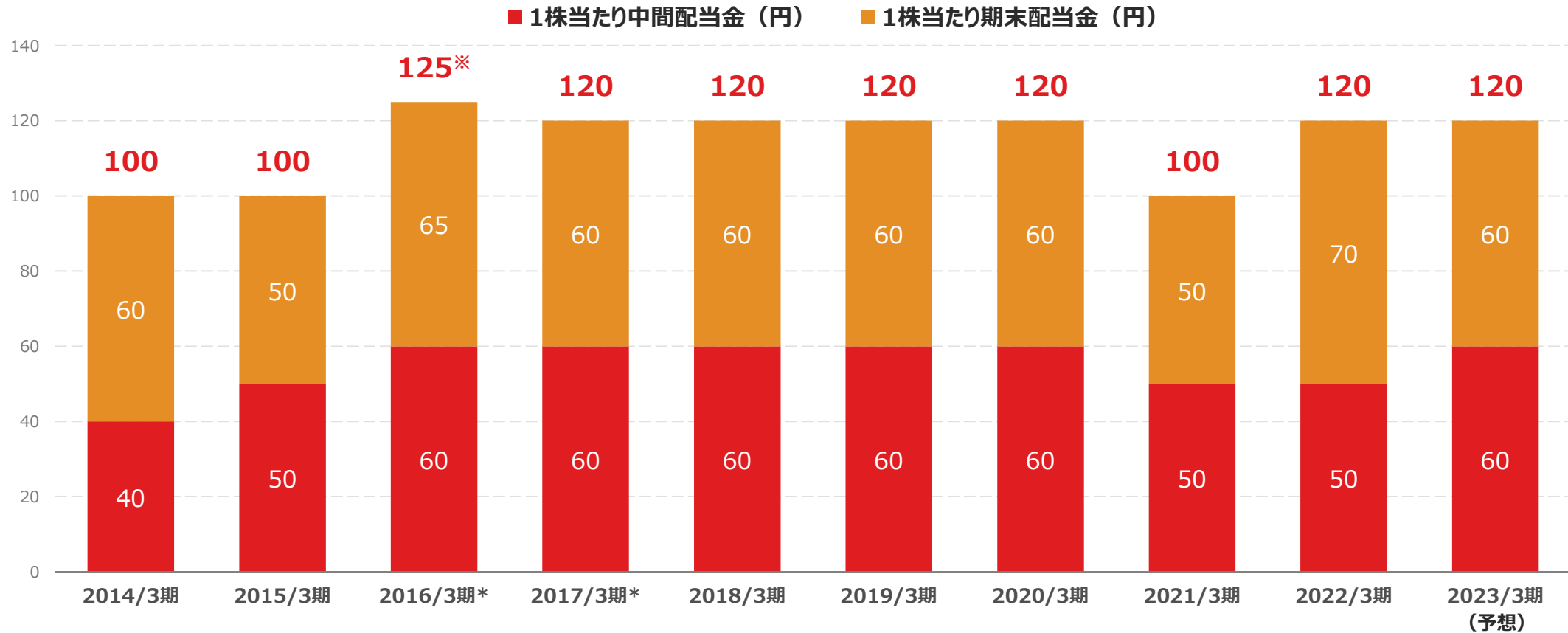
(百万円)	2022/3期 実績	2023/3期 計画
新店投資	1,031	1,749
既存店改装投資	1,476	2,036
CK投資	580	432
その他	205	224
合計	3,294	4,442





# 株主還元

- 2023年3月期の中間配当は60円
- 期末配当は60円、年間配当で120円を予想
- 1株当たり配当金についてはDOEも考慮



\*2016/3期は記念配当5円を含む \*2016/3期、2017/3期は単体



05

## 成長戦略

# 人的資本への投資の継続：人材育成（王将調理道場＆王将大学）

- 人的資本への投資、人材育成を愚直に継続することが成長の源泉
- QSCの向上に徹底的にこだわる

調理道場



王将大学



# 人の技とデジタル技術の融合

新たな価値を創造し飛躍的发展を目指す

## 人の技

人材育成の強化と  
伝統と王将らしさの継承

### 人材育成

技術力・知識・人間力・マネジメント

### 伝統・王将らしさ

手作り調理・ホスピタリティ・活気

## デジタル技術

業務革新と生産性の向上

### 業務革新

AIの利活用・品質向上・物流改革・在庫管理

### 生産性の向上

売上予測・シフト管理・業務プロセス改善

# デジタル戦略



- デリバリー注文一元化（POS連携）システムとお客様呼出システムの導入
- 店舗のQSCと生産性の向上に向けて、2023年3月期下期以降、店舗へのデジタル投資を本格化
- 配膳ロボットのテスト導入

## 店舗におけるデジタル投資戦略

### テイクアウト・デリバリー関連システム導入

デリバリー注文一元化システム

導入店舗数  
**53**店舗

お客様呼出システム

導入店舗  
**ジョイ・ナーホ**

### POSの入れ替えを本格展開

自動釣銭機

導入店舗数  
**153**店舗

セミセルフレジ

導入店舗数  
**162**店舗

POSレジ2台体制

導入店舗数  
**50**店舗

### テスト導入

配膳ロボット



店舗のQSCと生産性の向上

# 出店戦略

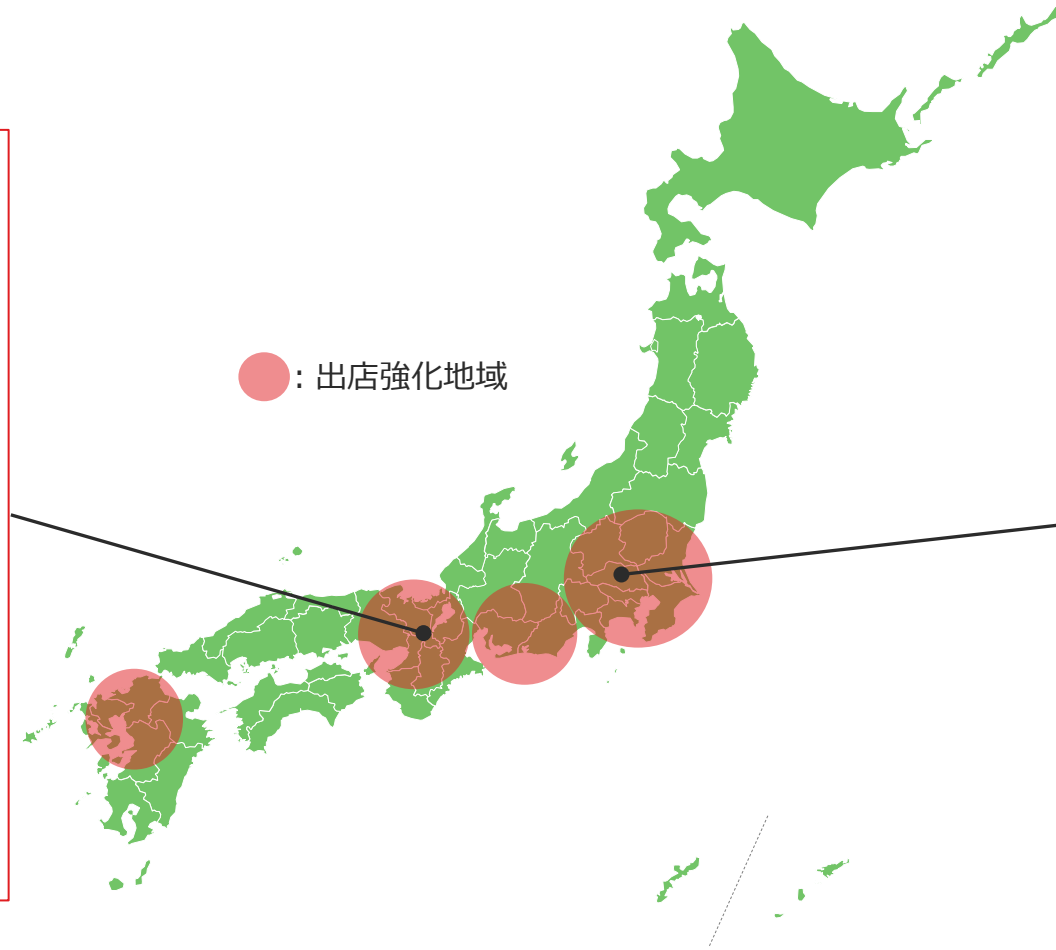
- 店舗のデジタル化の推進と工場の生産能力の増強を図ることで、関東、東海、京阪神、九州北部への出店を加速
- 久御山工場および九州工場では、最新技術を取り入れた次期製造体制・物流体制の構築を検討

## 久御山工場

東海および京阪神への  
出店強化のため  
生産能力の増強を検討



● : 出店強化地域



## 東松山工場

関東におけるさらなる  
店舗展開を可能とする  
生産能力を保有



A vibrant landscape featuring a bright sun on the left side, casting rays across a colorful horizon. In the foreground, a mountain peak is visible, with its slopes showing distinct geological layers. The sky transitions from a deep blue at the top to a warm orange and yellow near the horizon.

**おいしい力が、  
未来を変える。**



06

appendix



# 2023年3月期 第2四半期累計期間 損益計算書概要

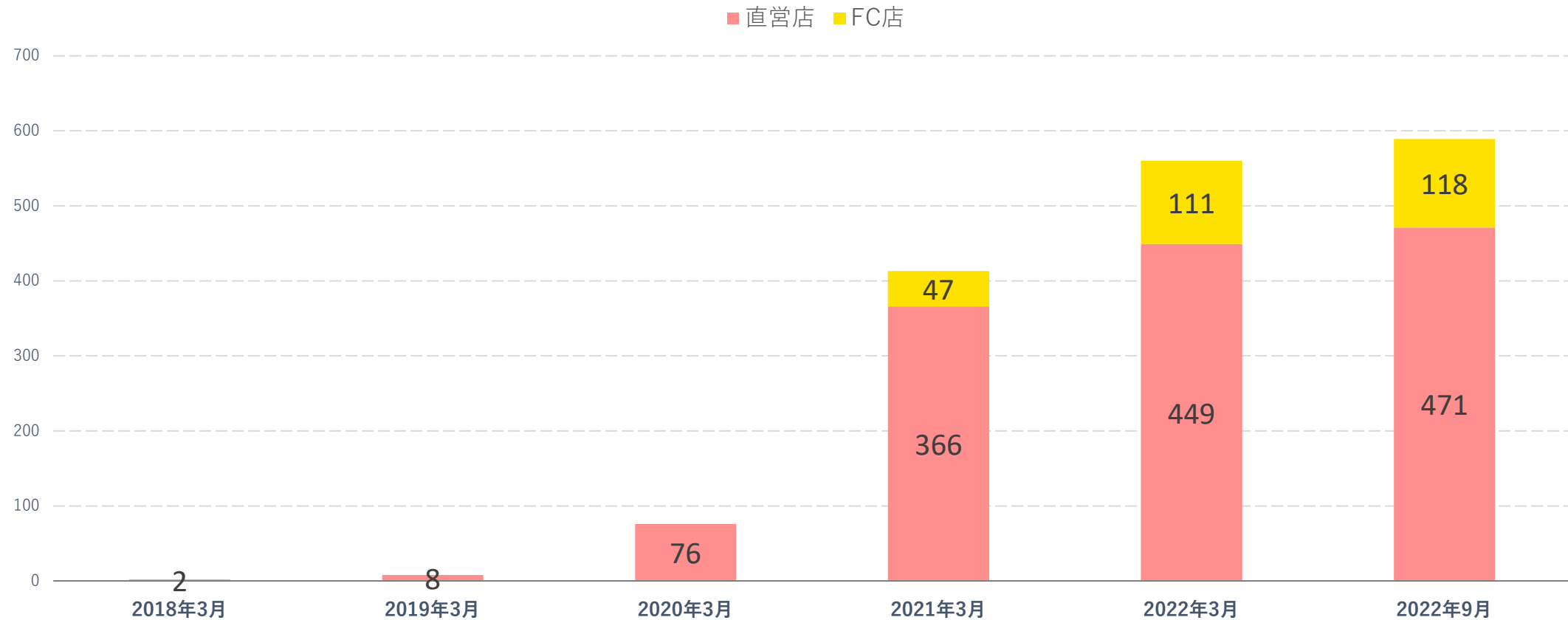


(百万円)	2022/3期 2Q累計	2023/3期 2Q累計					
		1Q	2Q	2Q累計	前年同期比		
					増減額	増減率	
<b>売上高</b>	40,463	22,617	22,518	<b>45,136</b>	+4,673	+11.5%	
店内飲食*	20,898	14,125	13,970	<b>28,096</b>	+7,198	+34.4%	
テイクアウト・デリバリー*	15,919	6,517	6,568	<b>13,086</b>	▲2,833	▲17.8%	
FC売上*	3,519	1,912	1,919	<b>3,832</b>	+313	+8.9%	
<b>売上総利益</b>	27,795	15,555	15,413	<b>30,968</b>	+3,173	+11.4%	
<b>営業利益</b>	3,192	2,185	1,635	<b>3,820</b>	+628	+19.7%	
利益率	7.9%	9.7%	7.3%	<b>8.5%</b>	+0.5pt	—	
<b>経常利益</b>	5,982	3,044	1,811	<b>4,856</b>	▲1,125	▲18.8%	
利益率	14.8%	13.5%	8.0%	<b>10.8%</b>	▲4.0pt	—	
<b>親会社株主に帰属する四半期純利益</b>	4,274	1,872	1,200	<b>3,072</b>	▲1,201	▲28.1%	
利益率	10.6%	8.3%	5.3%	<b>6.8%</b>	▲3.7pt	—	
<b>1株当たり四半期純利益</b>	227.6円	99.6円	63.8円	<b>163.5円</b>	▲64.1円	—	

\*国内店舗

# デリバリー対応店舗数の推移

- デリバリー対応を行う店舗を2020年から急拡大させ、2022年9月末時点では直営店の約9割がデリバリー対応済み
- 2023年3月期 第2四半期累計期間のテイクアウト・デリバリーの売上シェアは31.8%と高水準を維持し、ウイズコロナにおける新しい売上構造へ移行しつつある



- 将来予想に関連する記述については、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。
- 予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用下さい。

## お問い合わせ先

### 広報IR部

部長	稲垣	雅弘
副部長	加藤	博也
副部長	庄司	達生

E-mail : [ir@ohsho.co.jp](mailto:ir@ohsho.co.jp)