



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2四半期 決算説明資料

2023年2月15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。



コーポレートサイトのサステナビリティページを9つのマテリアリティ（重点課題）ごとに体系立ててまとめたページにリニューアルしました。

TOP COMMITMENT

トップコミットメント



「サステナビリティ」の推進により私たちが目指すのは、「豊かな社会」と「お客様に必要とされるブランド・会社」の両立です。そのために、全ての根源となる“人財”の活性化が最も重要だと考えています。会社の中に多様性を取り入れることにより、違うことが当たり前、だからこそ違いを表現することが怖くないという生き方ができる“人財”が育ちます。「自ら意思決定できる自立した“人財”」こそが、会社に、そして社会にイノベーションを巻き起こしていくと考えています。「ダイバーシティ&インクルージョン」こそ、私たちのサステナビリティ戦略の中心です。

代表取締役社長 加藤 央之



プレゼンテーション構成

1 第2四半期業績概要

津寺 毅【取締役 常務執行役員 財務・成長戦略担当】

2 第2四半期業績総括

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24.2%増、営業利益130.7%増、経常利益12.3%減、四半期純利益^(※1)10.4%減

- ・売上高は、『焼肉きんぐ』を中心とする既存店増収ならびに店舗数の増加による増収
- ・営業利益は、既存店の増収及び店舗数の増加による増益。経常利益は、前期に発生した助成金収入の反動による減益
- ・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△129百万円発生

2 既存店の状況

既存店売上高前年比116.6%

- ・焼肉部門は、既存店改装や商品強化をはじめ、認知度向上に向けたテレビCMやお子様向けの新プロモーションを展開。既存店前年比113.7%
- ・ラーメン部門は、専門性が高く付加価値の高い期間限定商品を高頻度で開発。また、メディアPRも積極的に実施。既存店売上高前年比124.2%
- ・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、収益向上に向けた営業時間の短縮を一部店舗において実施。既存店売上高前年比116.2%
- ・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月度に実施。既存店売上高前年比118.1%

3 新規出店の状況

新規出店23店舗（海外5店舗を含む）

- ・新規出店『焼肉きんぐ』10店舗（直営7店舗、FC3店舗）、『丸源ラーメン』5店舗（直営4店舗、FC1店舗）、『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』2店舗（直営）、海外『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）
- ・当期末店舗数は、642店舗（直営385店舗、FC237店舗、海外20店舗）

4 財務の状況

自己資本比率49.0%

- ・剰余金の積み上げにより、純資産24,770百万円、自己資本比率49.0%（前期末差異±0.0%）
- ・有利子負債は、10,952百万円（前期末差異+350百万円）

5 業績計画

増収増益により、新規上場以来15期連続増配を計画

- ・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、中間配当金35.0円、期末配当金予想12.0円^(※2)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います

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
	2Q累計	2Q累計		対前年差異		対計画差異		
	実績 (売上比%)	計画 (売上比%)	実績 (売上比%)	%	金額	%	金額	
売上高	35,543	42,830	44,178	124.2	8,635	103.1	1,347	売上高前年差+8,635万円 ①既存店舗による増加……………+5,224百万円 ②店舗数増加による増加……………+3,245百万円 ③FC事業部門他による増加……………+442百万円 ④海外子会社による減少……………△99百万円 ⑤閉店・休業による減少……………△179百万円
焼肉部門	18,940(53.2)	21,793(50.8)	23,502(53.1)	124.0	4,562	107.8	1,709	
ラーメン部門	5,005(14.0)	6,534(15.2)	6,843(15.4)	136.7	1,838	104.7	309	
お好み焼部門	791(2.2)	938(2.1)	917(2.0)	115.8	125	97.7	△21	
ゆず庵部門	5,939(16.7)	7,937(18.5)	7,376(16.6)	124.1	1,436	92.9	△561	
専門店部門	891(2.5)	1,237(2.8)	1,205(2.7)	135.2	313	97.3	△32	
FC部門	2,450(6.8)	2,683(6.2)	2,907(6.5)	118.6	457	108.3	223	
その他部門	1,524(4.2)	1,705(3.9)	1,425(3.2)	93.5	△98	83.6	△279	
売上総利益	23,290 (65.5)	27,866 (65.0)	28,974 (65.5)	124.4	5,684	103.9	1,107	売上高総利益率前年差0.0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	21,780 (61.2)	24,970 (58.3)	25,490 (57.6)	117.0	3,709	102.0	519	経常利益前年差△482百万円 ①既存店舗による増加……………+1,919百万円 ②店舗数増加/FC事業他による増加…+761百万円 ③海外子会社による減少……………△139百万円 ④本社経費等の増加……………△705百万円 ⑤新型コロナウイルス感染症関連助成金収入の減少△2,318百万円
営業利益	1,509 (4.2)	2,896 (6.7)	3,483 (7.8)	230.7	1,974	120.2	587	経常利益率△3.4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……………+3.5ポイント ③営業外収益の減少……………△7.0ポイント
経常利益	3,890 (10.9)	2,891 (6.7)	3,408 (7.7)	87.6	△482	117.8	516	
四半期純利益	2,460 (6.9)	1,731 (4.0)	2,203 (4.9)	89.5	△256	127.2	471	四半期純利益の前年差△256百万円 ①特別利益の発生……………+73百万円 ②特別損失の発生……………△129百万円
EBITDA	5,305 (14.9)	4,682 (10.9)	5,147 (11.6)	97.0	△158	109.9	464	

※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					
	2Q累計	2Q累計		対前年差異		対計画差異	
	実績 (売上比%)	計画 (売上比%)	実績 (売上比%)	%	金額	%	金額
売上高	34,027	41,131	42,761	125.6	8,734	103.9	1,630
売上総利益	22,379 (65.7)	26,859 (65.3)	28,104 (65.7)	125.5	5,724	104.6	1,245
販売費及び 一般管理費	20,896 (61.4)	24,021 (58.4)	24,589 (57.5)	117.6	3,693	102.3	568
営業利益	1,483 (4.3)	2,838 (6.8)	3,514 (8.2)	236.9	2,031	123.8	676
経常利益	3,831 (11.2)	2,834 (6.8)	3,489 (8.1)	91.0	△342	123.0	654

計画差異ポイント

- ①売上高：コロナ感染症第7波以降、焼肉部門ならびにラーメン部門既存店における店舗集客が好調に推移し、計画を上回る推移。
- 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					
	2Q累計	2Q累計		対前年差異		対計画差異	
	実績 (売上比%)	計画 (売上比%)	実績 (売上比%)	%	金額	%	金額
売上高	1,515	1,699	1,416	93.4	△99	83.3	△282
売上総利益	910 (60.0)	1,007 (59.2)	869 (61.3)	95.5	△40	86.3	△137
販売費及び 一般管理費	884 (58.3)	949 (55.8)	900 (63.5)	101.8	16	94.8	△48
営業利益	26 (1.7)	58 (3.4)	△30 (-)	-	△57	-	△88
経常利益	47 (3.1)	57 (3.3)	△76 (-)	-	△124	-	△133

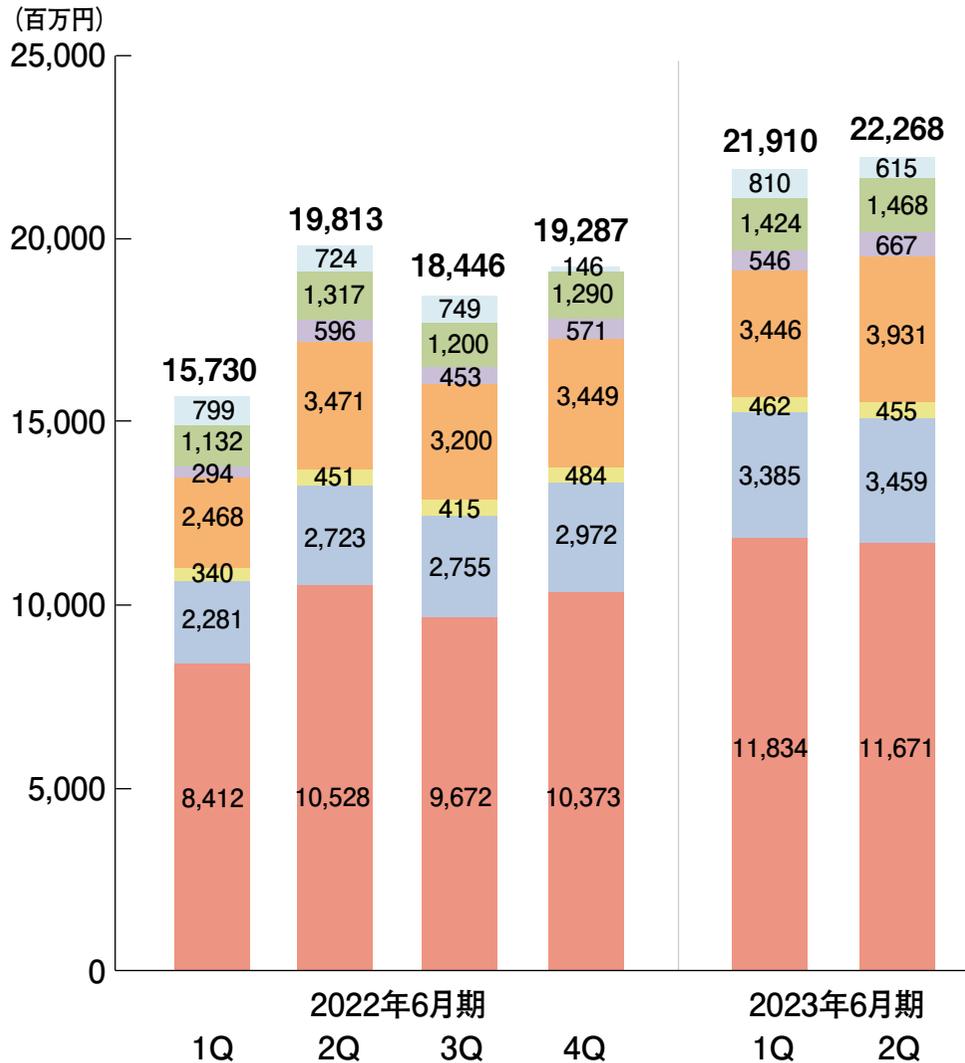
計画差異ポイント

- 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、粗利益率の改善は図られた一方で、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)

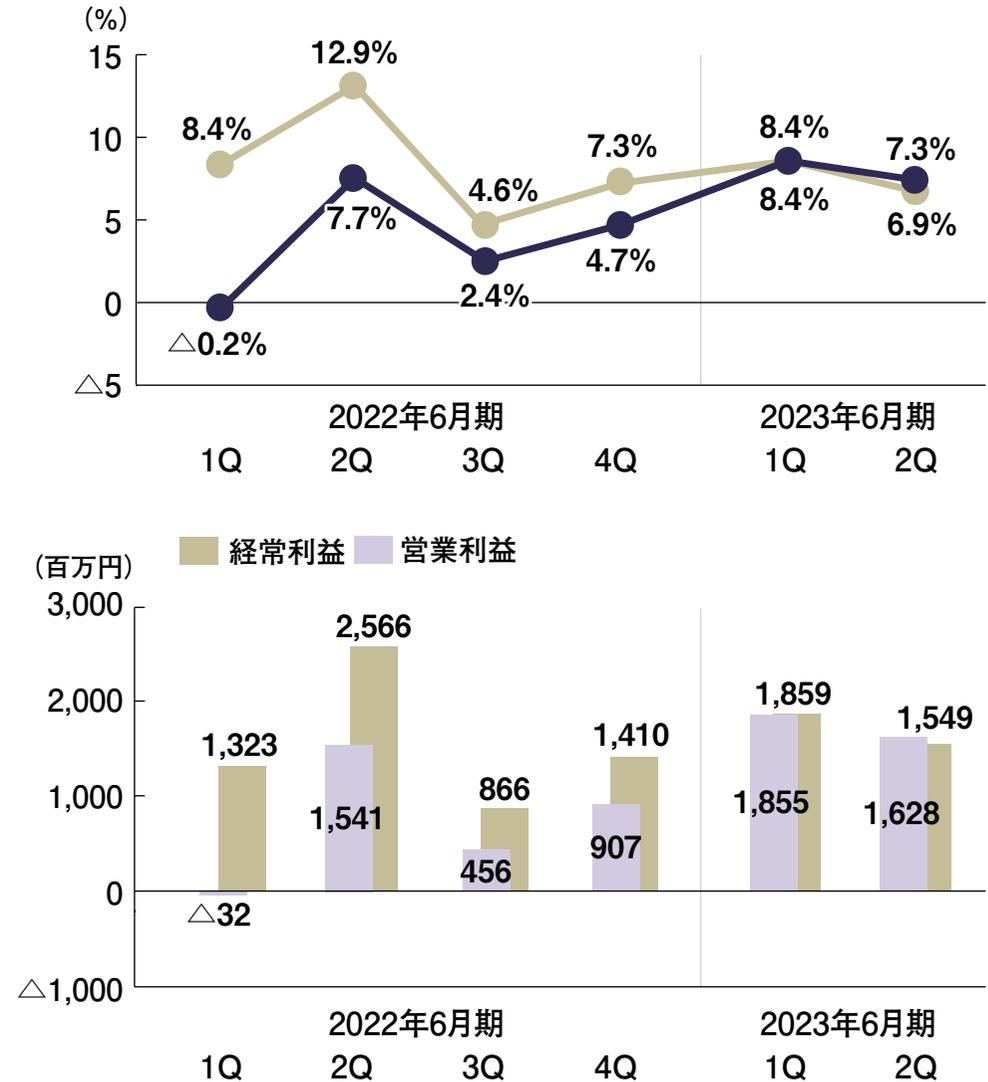
売上高

- 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

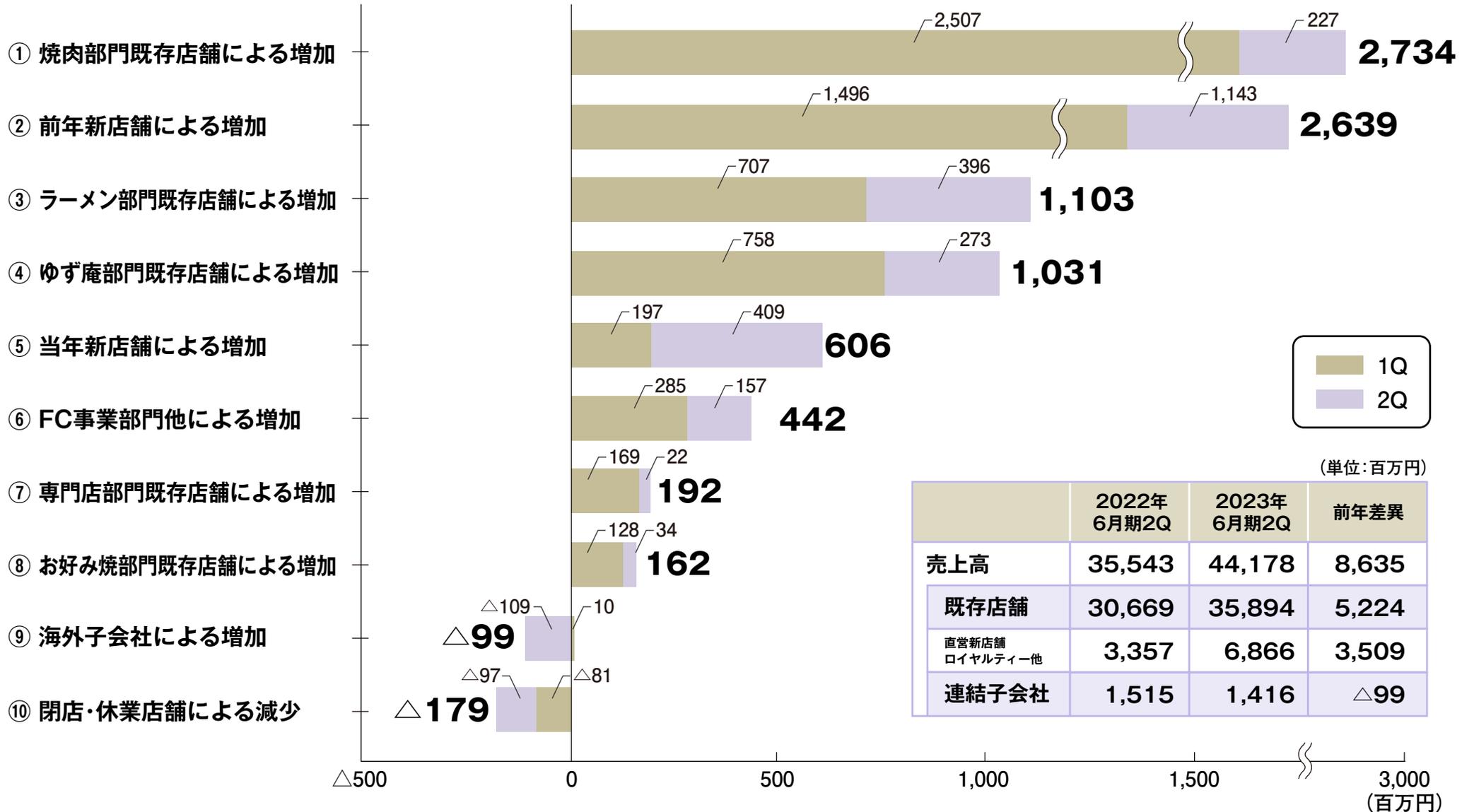


営業・経常利益

- 経常利益率
- 営業利益率

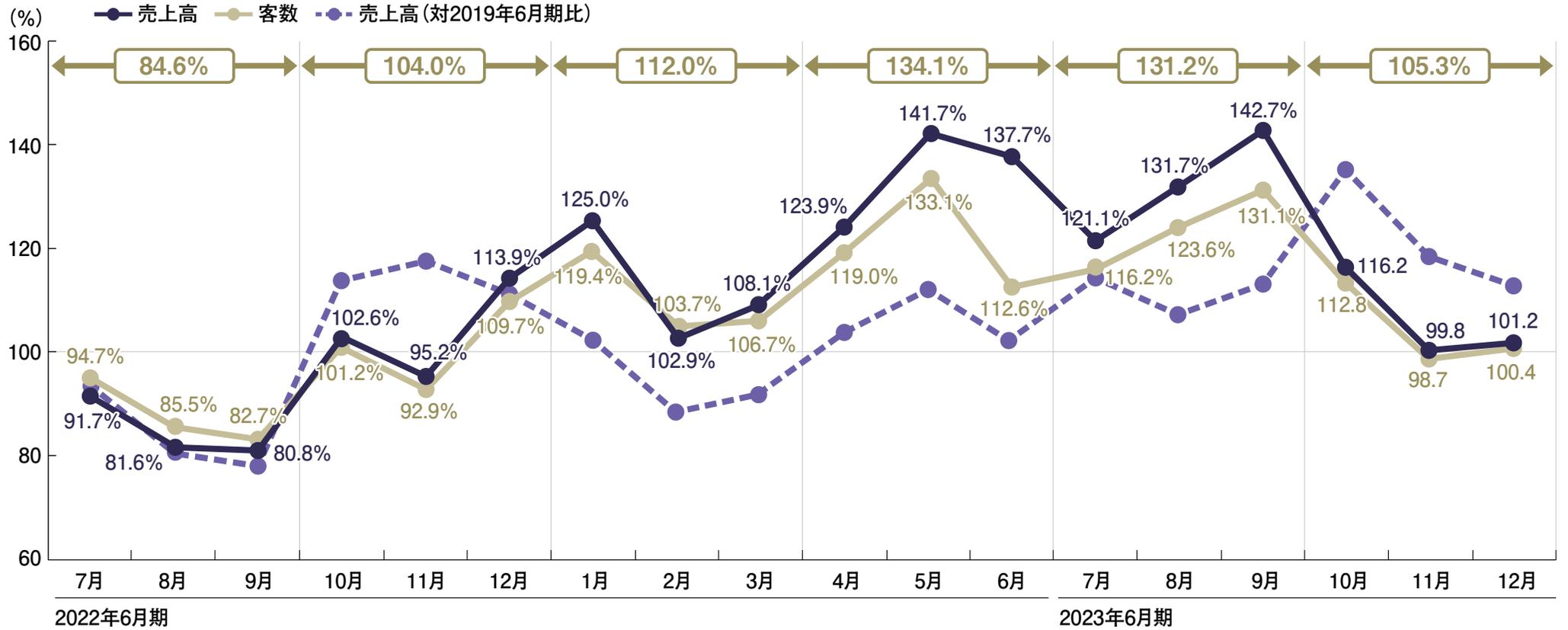


業績概要 (売上高の対前年増減要因)



※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)



	2022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
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
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
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

	2023年6月期						
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	通期
売上高	121.1	131.7	142.7	116.2	99.8	101.2	116.6
客数	116.2	123.6	131.1	112.8	98.7	100.4	112.6
客単価	104.2	106.5	108.8	103.0	101.1	100.8	103.6

※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

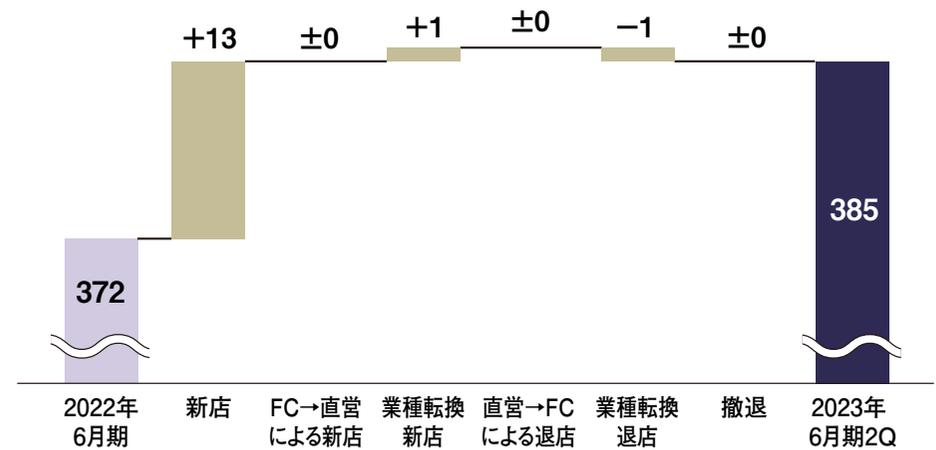
出退店状況

(単位:店舗)

部門	種別	2022年 6月期	2023年6月期				2Q末 店舗数
		期末 店舗数	出店数		退店数		
			期初計画	2Q実績	期初計画	2Q実績	
焼肉	直営	175	15	7	0	0	182
	FC	111	9	3	0	0	114
ラーメン	直営	90	11	4	0	0	94
	FC	100	2	1	0	1	100
お好み焼	直営	16	0	0	0	0	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	3	0	1	16
	FC	0	0	0	0	0	0
その他	海外	18	2	5	0	3	20
国内・直営合計		372	37	14	0	1	385
FC合計		236	11	4	1	3	237
海外合計		18	2	5	0	3	20
合計		626	50	23	1	7	642

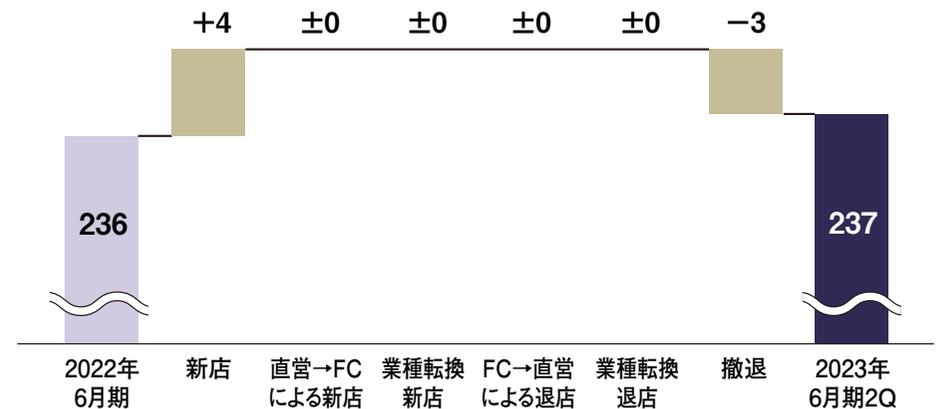
国内・直営店舗数

(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)

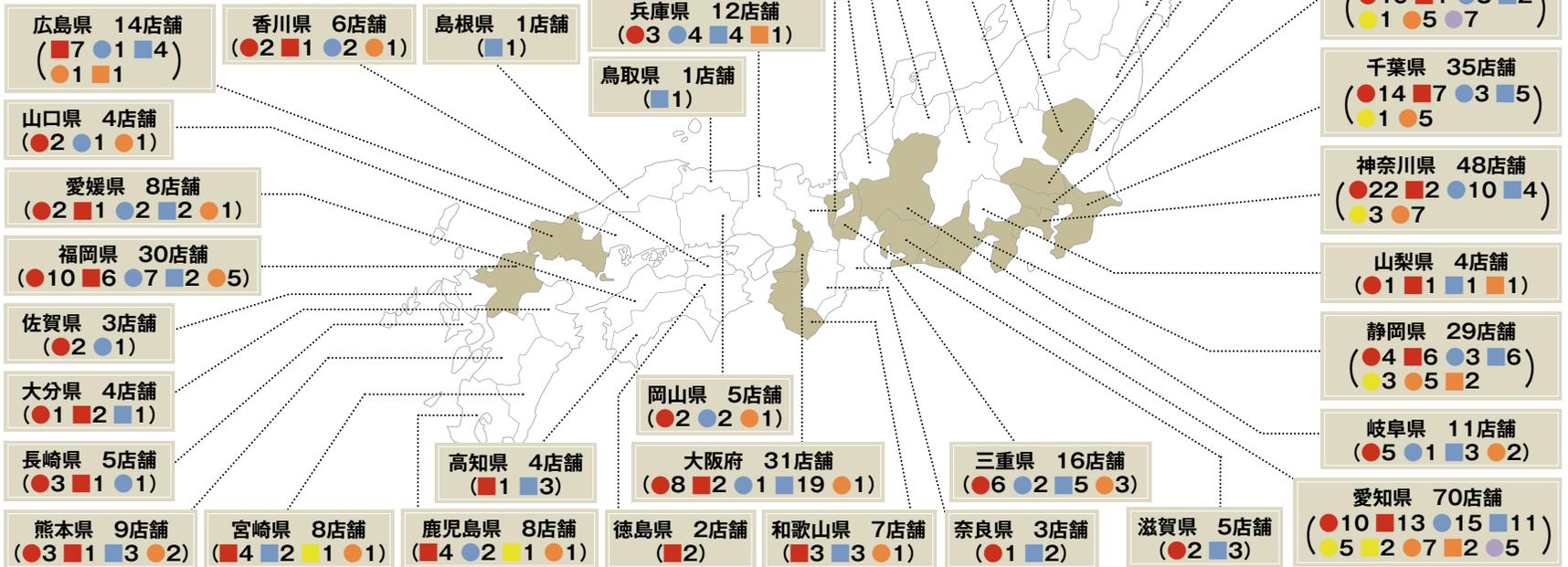
各業態の店舗数(2022年12月31日現在)

(単位:店舗)

部門	業態名	直営	FC	合計
焼肉	焼肉きんぐ	182	114	296
	丸源ラーメン	87	99	186
ラーメン	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	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	6	—	6
	焼きたてのかるび	4	—	4
	合計	385	237	622

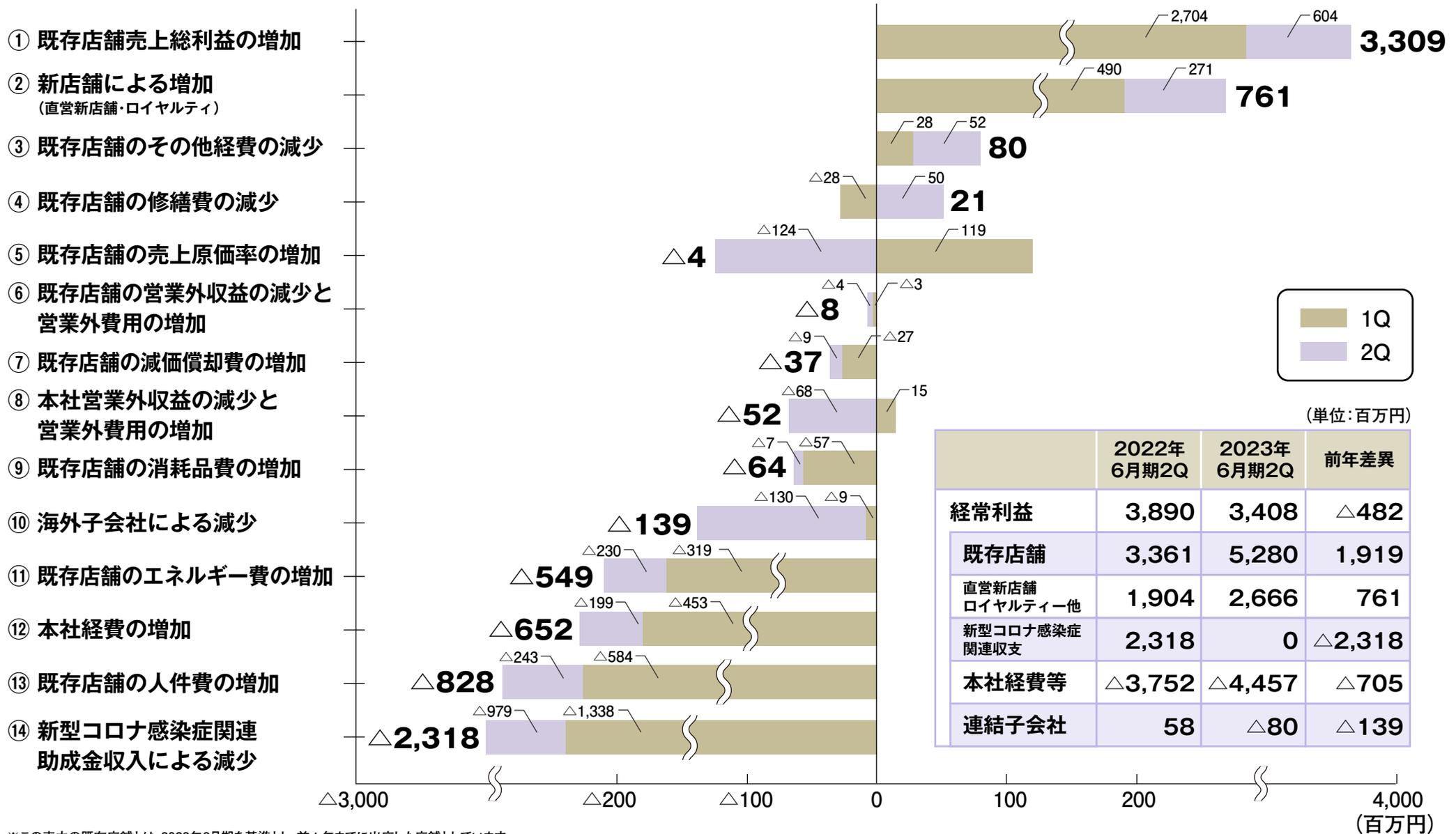
- 焼肉部門 [直営 ● FC ■]
- ラーメン部門 [直営 ● FC ■]
- お好み焼部門 [直営 ● FC ■]
- ゆず庵部門 [直営 ● FC ■]
- 専門店部門 [直営 ● FC ■]

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)

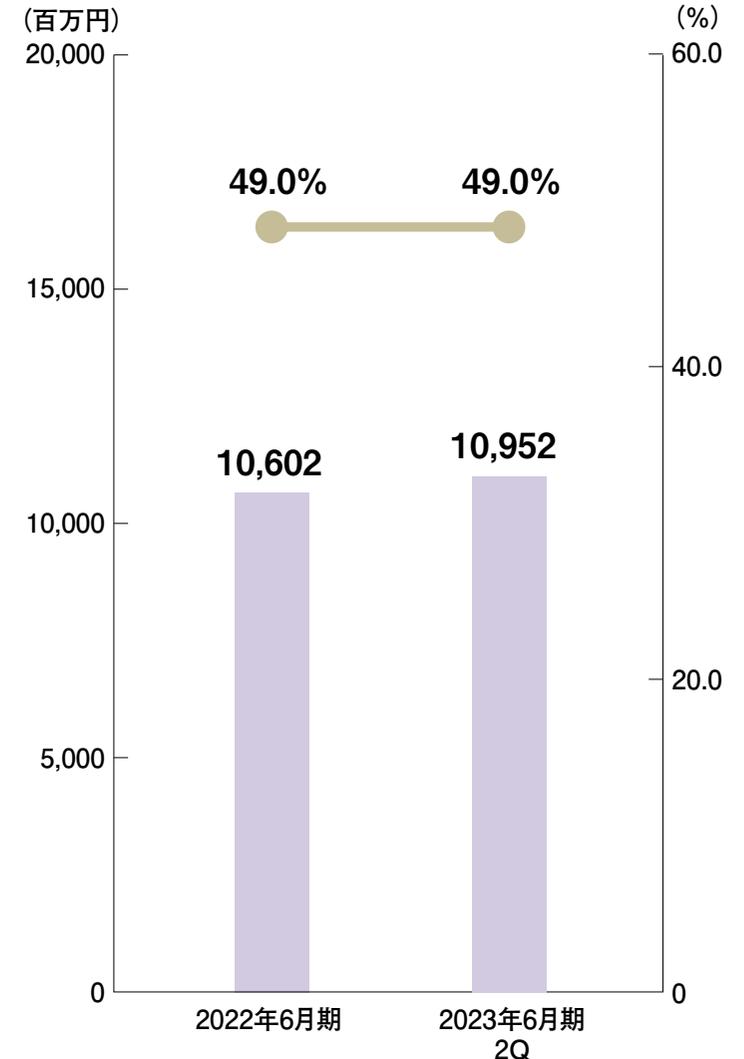
貸借対照表 (連結)

(単位:百万円)

	2022年 6月期	2023年 6月期2Q	主な増減
資産の部			
流動資産	13,129	15,694	①現金及び預金の増加… +1,316百万円 ②売掛金の増加…………… +1,056百万円
固定資産	33,067	34,165	①有形固定資産の増加…… +883百万円
負債の部			
流動負債	12,329	13,865	①買掛金の増加…………… +1,101百万円 ②1年内長期借入金の増加 +114百万円 ③未払金の増加…………… +443百万円
固定負債	10,907	11,224	①長期借入金の増加 ……… +230百万円
純資産の部			
純資産	22,960	24,770	①利益剰余金の増加 ……… +1,779百万円

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

キャッシュ・フロー(連結)概要

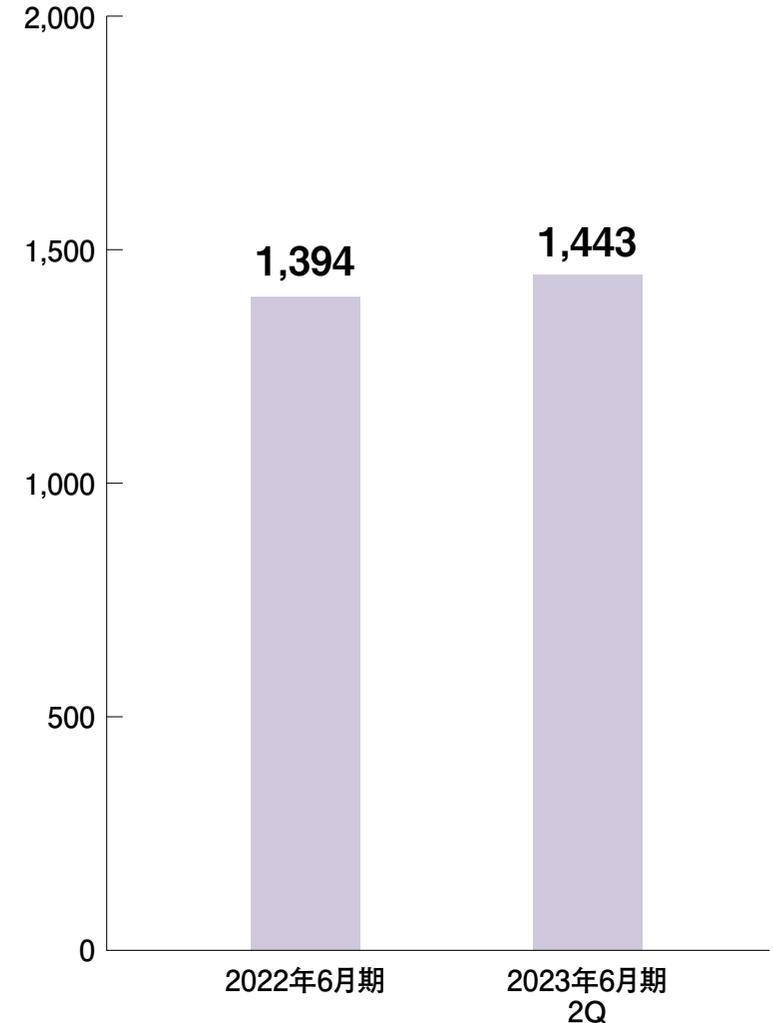
キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	2023年6月期 2Q累計	増減内容
営業活動による キャッシュ・フロー	4,546	税金等調整前四半期純利益が 3,352百万円あったこと及び 減価償却費1,782百万円 あったこと等によるもの
投資活動による キャッシュ・フロー	△3,102	新規出店に伴う有形固定資産の 取得による支出が2,767百万円 あったこと及び差入保証金の 差入による支出が303百万円 あったこと等によるもの
財務活動による キャッシュ・フロー	△79	長期借入金の借入による 調達が生じた1,000百万円発生 の一方、返済による支出654 百万円、配当金の支払額423 百万円等を反映したもの
現金及び現金同等物の 純増加(減少)額	1,316	
現金及び現金同等物の 期首残高	8,464	
現金及び現金同等物の 期末残高	9,780	

フリー・キャッシュ・フローの状況

(百万円)



※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

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

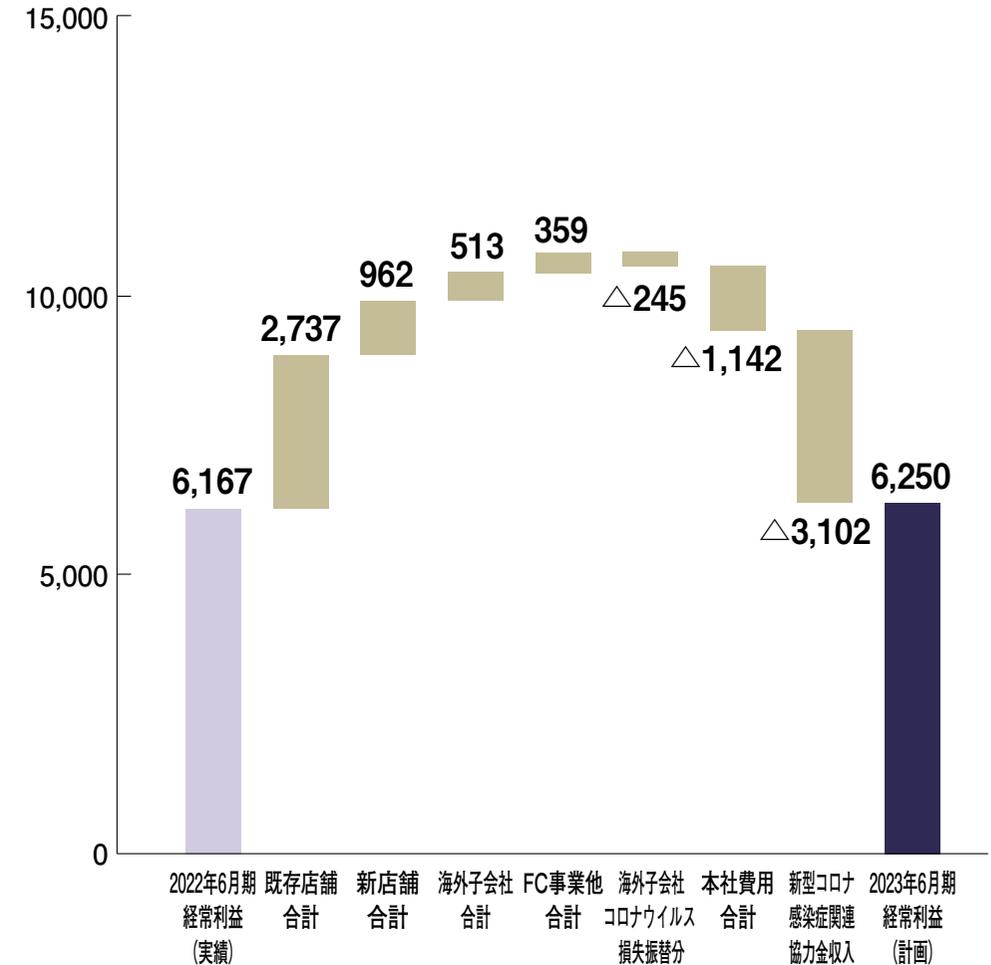
(単位:%)

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

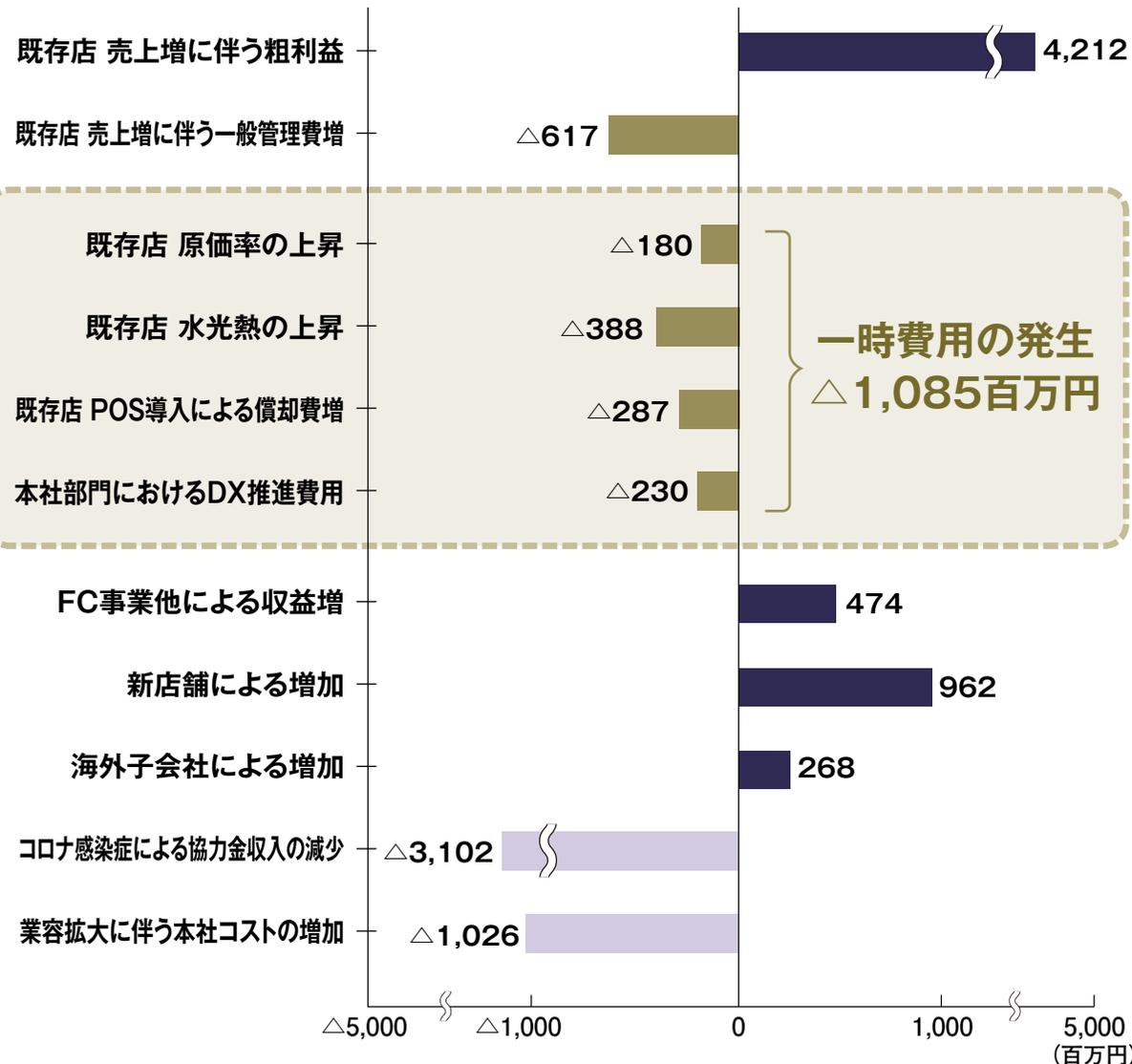
(百万円)



※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しかしながら、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
- テイ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	<p>全社既存店売上前年比110.2%</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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% 	<p>焼肉、丸源の売上伸長が続き、現状の売上高趨勢を維持する見通し 主に、以下の取組みにより強化を図る</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・各事業における価格改訂を戦略的に実施
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38店舗、FC8店舗、海外5店舗出店
退店数	FC1店舗退店	直営2店舗、FC6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	2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	<ul style="list-style-type: none"> ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ・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店舗を計画通りに実施 ・『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 ・原材料費ならびにエネルギー費は、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

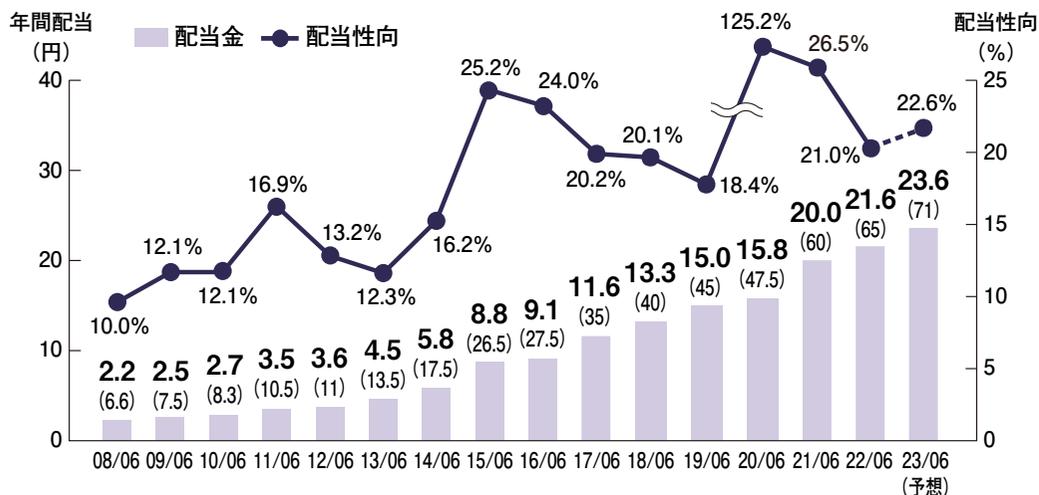
2023年3月1日付けで
普通株式1株につき
3株の分割を行います

	第2四半期末	期 末	年 間
前回予想	35円00銭	35円00銭	70円00銭
今回修正予想	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



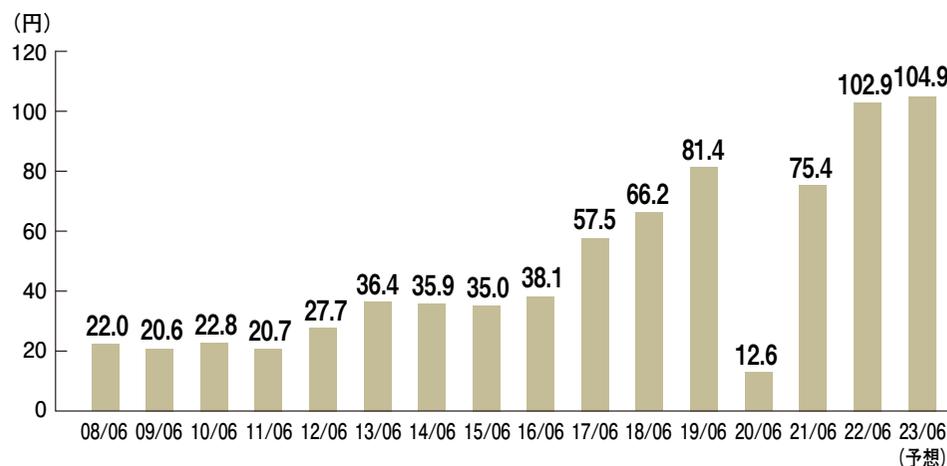
※2010年12月1日付けで普通株式1株につき3株の分割をおこなっています

※2021年3月1日付けで普通株式1株につき2株の分割をおこなっています

※2023年3月1日付けで普通株式1株につき3株の分割をおこないます

上のグラフでは、当該株式分割に伴う影響を加味した請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株の分割をおこなっています

※2021年3月1日付けで普通株式1株につき2株の分割をおこなっています

※2023年3月1日付けで普通株式1株につき3株の分割をおこないます

上のグラフでは、当該株式分割に伴う影響を加味した請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

ご優待お食事券

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2四半期業績概要

津寺 毅【取締役 常務執行役員 財務・成長戦略担当】

2 第2四半期業績総括

加藤 央之【代表取締役社長】

トピックス

1 新型コロナウイルス感染症拡大による影響について

2022年10月以降の第8波においては、第7波と同様に営業時間の短縮要請及び行動制限が実施されなかったため、軽微な影響に留まり、焼肉・ラーメンを中心に堅調に推移しました。

2 インドネシアへの進出について

インドネシアへの新規出店を見据え、PT. Agrapana Niaga Gemilang社の株式の取得及び合弁契約の締結を決議いたしました。

3 各種コスト増への対策

食材価格、エネルギー価格、人件費などの上昇の影響を吸収するため、使用食材の見直しなどのメニュー施策を中心にさまざまな対策を実施しています。

4 新業態『焼きたてのかるび』の出店を加速

当社初のファストカジュアル業態『焼きたてのかるび』の出店を進めています。
関東への初出店である『焼きたてのかるび ふじみ野店』をはじめ、今期は6店舗の出店を計画しています。

インドネシアへの新規出店を見据え、PT. Agrapana Niaga Gemilang社の株式の取得及び合併契約の締結を決議いたしました。

■ 株式取得後のANG社の概要

名称	PT. Agrapana Niaga Gemilang
事業内容	日系外食チェーン店の運営
資本金	200億インドネシアルピア(206百万円)
設立年月日	2015年11月25日
大株主及び 持ち株比率	株式会社物語コーポレーション 65% PT.Prospect Motor 25% 兼松株式会社 10%

※参考:2022年11月11日の三菱UFJ銀行参考為替相場:1インドネシアルピア=0.0103円



インドネシア ●

食材価格、エネルギー価格、人件費などの上昇の影響を吸収するため、使用食材の見直しなどのメニュー施策を中心にさまざまな対策を実施しています。

価格

- 集客増と収益力向上の最大化を狙った価格改定の検討、実施
 - グランドメニューの価格改定
 - ランチメニューの価格改定
 - サイドメニューの価格改定
 - 立地別価格の設定
- 割引クーポンの見直し

商品

- 新たな食材の調達と新商品開発
- 高付加価値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

収益増への取り組み

- 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

トピックス ④ 新業態『焼きたてのかるび』の出店を加速

当社初のファストカジュアル業態『焼きたてのかるび』の出店を加速させます。店内飲食のみならずテイクアウト販売も順調に推移しており、これまで取り込めていなかった新たな市場を獲得する業態として積極的に展開していく計画です。



▲店内、お持ち帰り、モバイルオーダーをニーズに合わせて選択できるメニュー構成



▲モバイルオーダーの導入



▲熟成焼肉カルビ丼とユッケジャンスープを中心としたメニュー

『焼きたてのかるび』

本格的な焼肉店のお食事メニューをセルフサービススタイルのリーズナブルな価格で提供する当社初のファストカジュアル業態

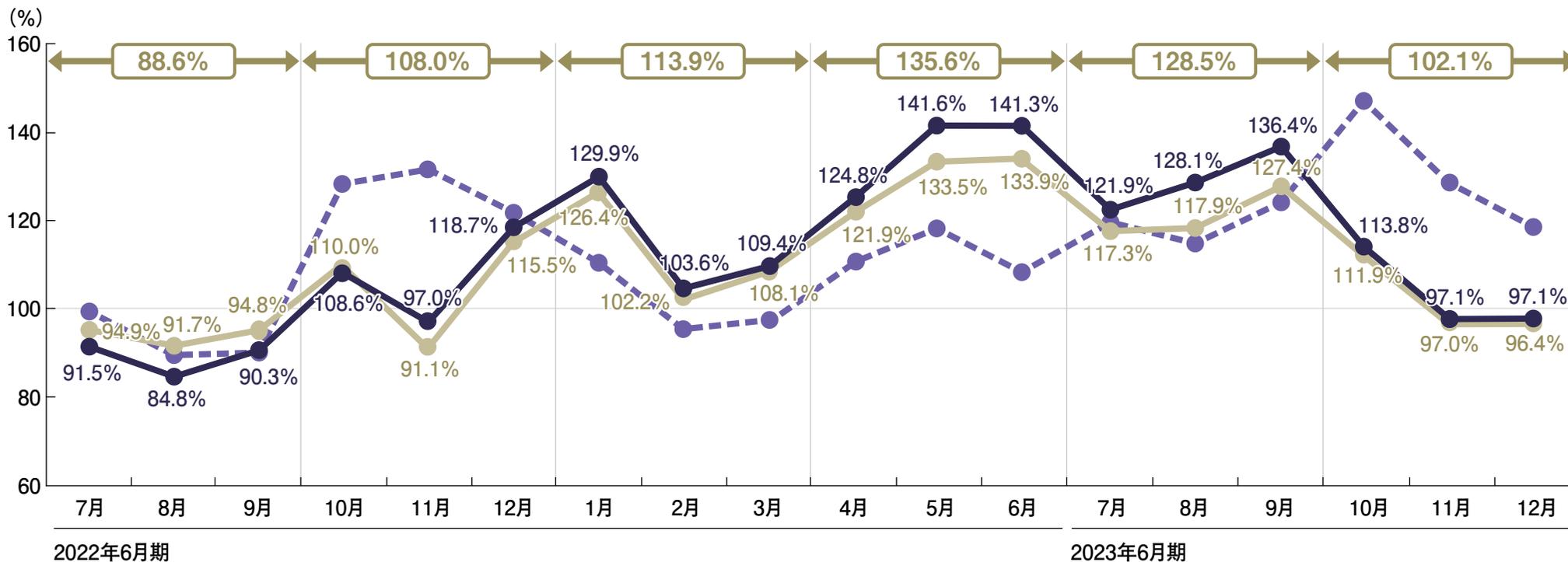
熟成肉を使用した「焼きたてのカルビ丼」と牛テールをじっくり煮込んだ「ユッケジャンスープ」の専門店

ウィズコロナをはじめとした新たなライフスタイルへの対応

2023年2月現在、4店舗を展開。
今期は既にオープンした2店舗を含め6店舗の出店を計画しています。

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	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	113.7
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	110.0
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	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カ月以上稼働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確立へ

1 ファミリー層をはじめ幅広いお客様に選ばれるブランド創り

■ 看板商品4大名物



▲四大名物を東西で入替
物量の確保と原価のコントロールに寄与

■ 再来店を促進する期間限定メニュー



▲冬定番の北海道フェア

■ お子様連れに嬉しいサービス



▲お子様メニューやお子様用食器、蓋つきコップなどをご提供

2 再来店を促すマーケティング展開

■ アプリでの来店動機創出



▲アプリによる来店動機につなげる仕掛け

■ 新たなお子様向けコンテンツ



▲お子様に人気の知育アプリ「ごっこランド」に参加

■ キャンペーンの継続実施



3 効率化と顧客満足度向上に向けたDX推進

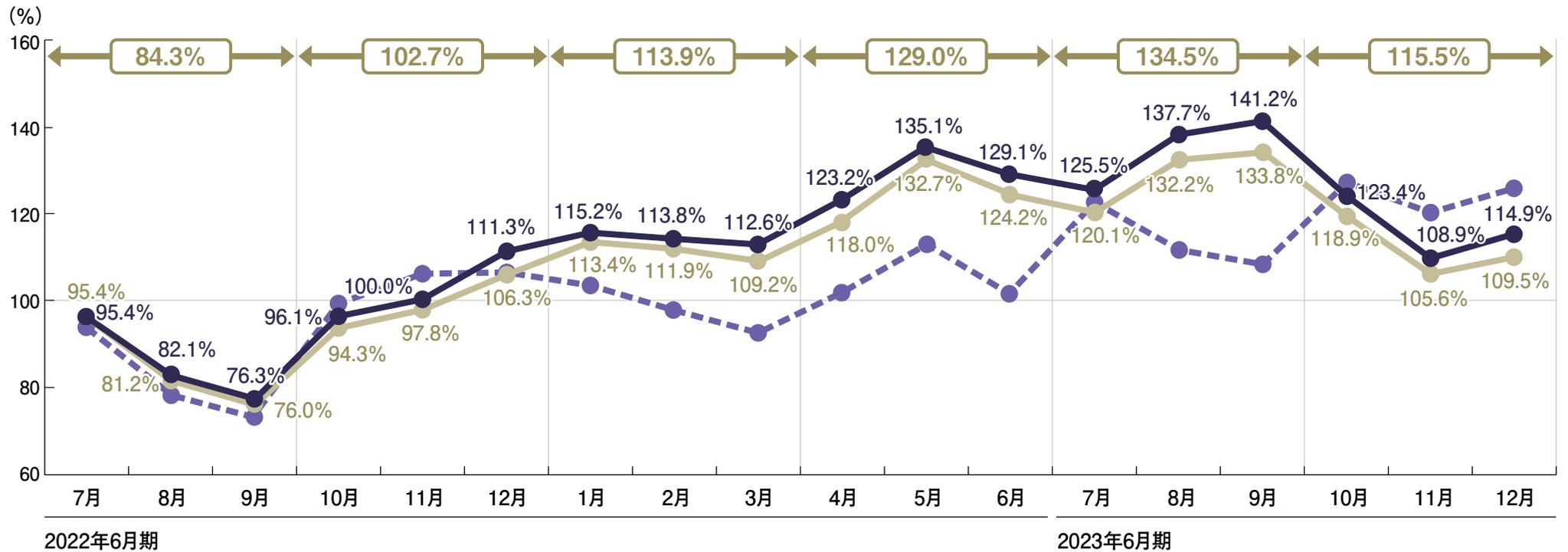


- ✓ タッチパネル
- ✓ セルフレジ
- ✓ 特急レーン
- ✓ 配膳ロボット
- ✓ 予約システムの改善



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	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	124.2
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	119.2
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	104.2

※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

ラーメン業界No.1に向けて

1 メニュー変更と販売チャネルの拡充による収益の最大化

■ 看板商品「肉そば」の価格改定によるコスト高対策と同時に一部のセット価格を値下げし来客数の維持を図る



メニューの価格改定により
原価率を改善

商品ラインナップの厳選により
オペレーション効率を改善

■ 商品価値の高い
高価格帯期間限定
メニューの展開

単品価格初の890円
(税込979円)に挑戦▶



■ テイクアウト、デリバリー、通販の強化



Demaecan



2 認知度と顧客満足度を高める取り組み



▲ テレビCMの積極展開とメディア露出の拡大



▲ アプリの活用



▲ 毎回好評の「丸源餃子福袋」



3 DX推進の加速

■ DX推進による新たな価値創造



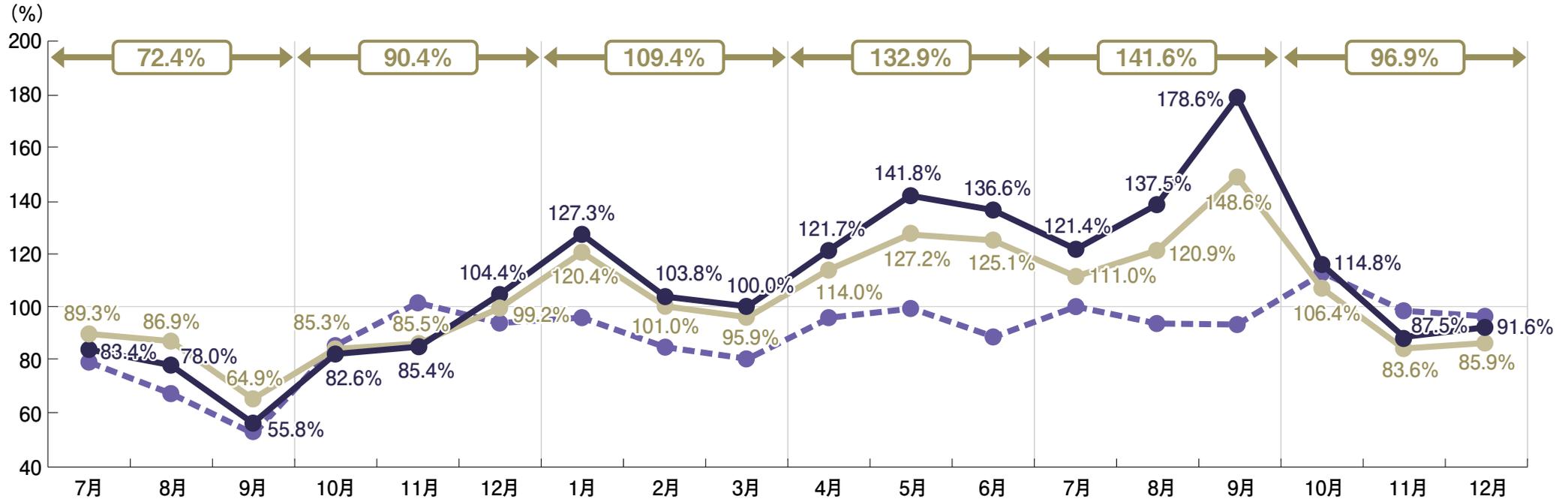
▲ お客様の利便性と満足度を高めると同時に人の負荷軽減による定着率の向上をはかる



- ☑ タッチパネル
- ☑ セルフレジ
- ☑ ラベルプリンター
- ☑ 箸乾燥機
- ☑ グラス洗浄機
- ☑ QRコード、バーコード決済

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)



2022年6月期

2023年6月期

(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	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	116.2
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	106.3
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	109.3

※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

出店拡大に向けたフォーマット再構築

1 新型フォーマットの検証

■ ライブ感を高めるオープンキッチン化の推進と
適正店舗規模による収益化の検証



オープンキッチンを備えた中型店舗を中心に
出店拡大に向けフォーマットの再構築

2022年12月
大和店新装開店



■ 2大看板メニューのさらなる強化

2021年11月に投入した串カツが
おこほん焼とともに2大看板として定着



▲「おこほん焼」×「串カツ」

2 「おこほんに来たら楽しい」を伝える企画と商品ラインナップ

■ SNSやポスターで楽しさを演出



▲遊び心にあふれた新年のご挨拶



▲外でも楽しめるテイクアウトメニュー

■ 「わくわくする楽しい体験」を目指した期間限定メニュー



▲横丁に遊びに来たように感じられる体験を狙った期間限定メニュー



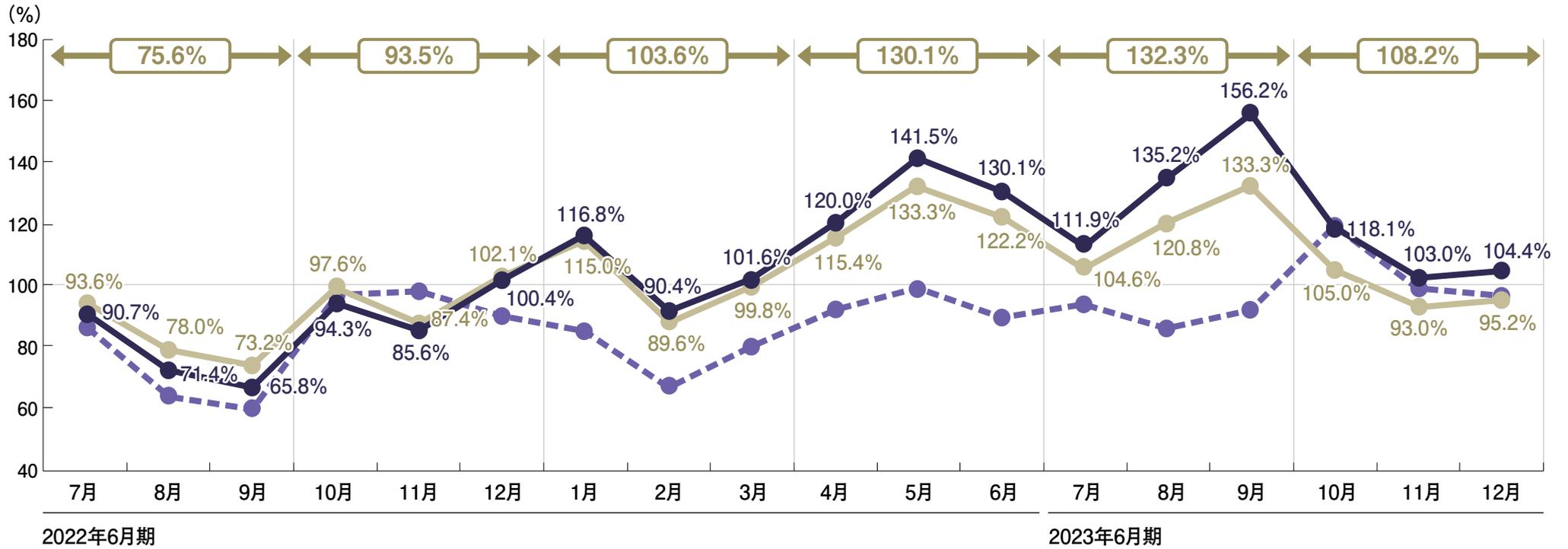
▲デザート
もんじゃ



▲パウムクーヘン
串カツ

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

(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	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	118.1
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	106.5
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	111.0

※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

新たなブランドメニューによる業態の魅力向上

1 幅広いお客様に楽しんでいただけるメニュー構成

■ 季節限定メニューを楽しめる主力の3,280円コース ■ 魅力ある商材選択と豊富なサイドメニュー



▲ 贅沢コース 4,280円のみで
オーダーできる「贅沢祭り」の
握り寿司



▲ お子様楽しめる
シャカシャカポテト



▲ 濃厚タルタルと天つゆで
味付けした味わい深い鶏天

2 商品品質と顧客サービス向上の取り組み



▲ 寿司職人塾
品質向上のための取り組み

3 ハレの日需要に選ばれるブランドへ



▲ お誕生日特典の強化



▲ 幅広いハレ需要に対応する「お祝いコース」を
イベントのタイミングに
合わせて投入

4 プロモーションによる認知度向上と固定客化



▲ ゆず庵からのお歳暮
プレゼントキャンペーン



▲ 来店促進につながる
クーポンが入った福袋

寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵【公式】@yuzuan

皆さんは『お祝いコース』の新しいブランドメニューもつ食べた？
食べて美味しかった！ or 食べてみたい！
と思うものを教えてね🍴

海鮮ユッケ寿司	34.4%
天ぷら	22.2%
寿司屋の十五子サンド	23.3%
あわび握り	20%

▲ SNS上でのアンケートで相互コミュニケーションをとる試み

その他①
主な取り組み

新たな成長エンジンへ 新業態開発



「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



「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



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

中国・上海に新業態を2ブランドオープン

『蟹の岡田屋』『焼肉王』などを展開する中国・上海に、ハンバーグを目の前で焼き上げて提供する『肉肉大米』、主に豚肉を取り扱う韓国焼肉店『猪猪猪』を新たに開店しました。



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
11月
OPEN



標準店舗面積	約30坪
想定客単価	80元 (約1,500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	200元 (約3,800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	300元 (約5,800円)
店舗数	6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	250元 (約4,800円)
店舗数	1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	90元 (約1,700円)
店舗数	10店舗

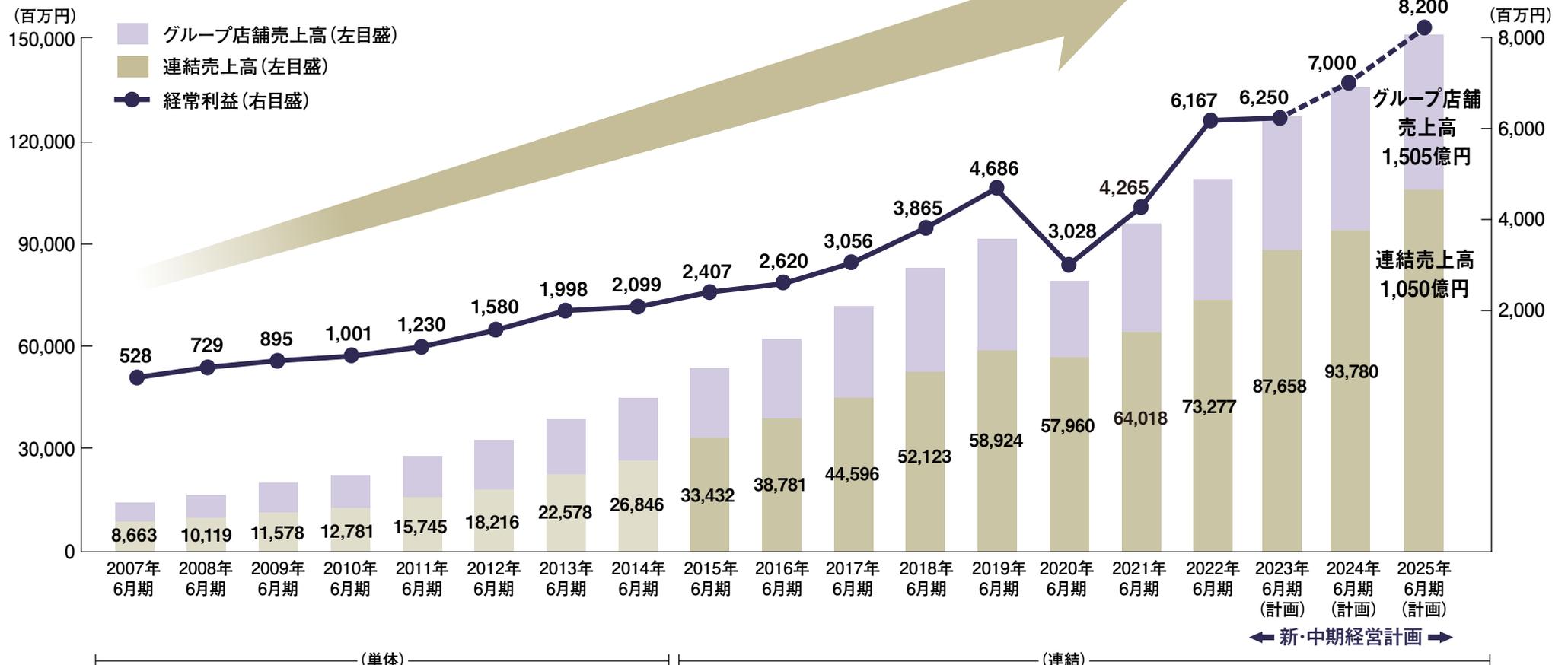


新・中期経営計画「ビジョン2025」

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

■ メディア露出、CM放映により
ブランド力を強化



『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」は人気菓子と続々コラボし好評



▲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

- お客さま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、お客さま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

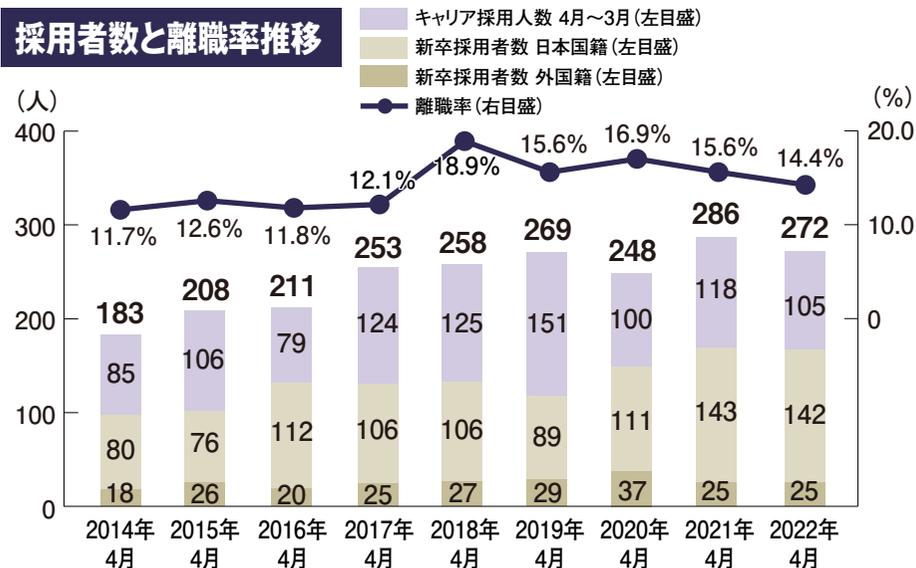
次世代基幹システム開発の推進

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



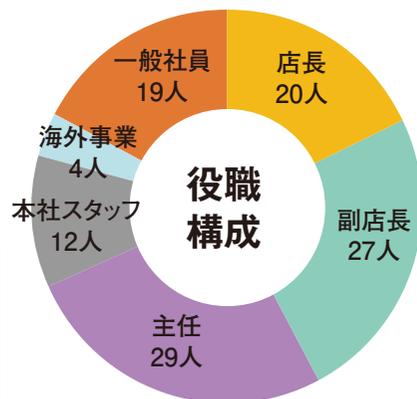
※離職率は全社員数から算出

■ 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】

経営理念
 “Smile & Sexy”
 自らを磨き自立した人間は、自ら意思決定できる

採用部門
 営業部門
 教育部門
 労務部門

【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。



E 環境

Environment

- 気候変動への対応
(脱炭素社会への貢献)
- 省資源・廃棄物削減への対応
 - 生物多様性の確保と
持続可能な食材調達

S 社会

Social

- 少子高齢化社会への対応
- 顧客満足度の向上
- ダイバーシティ&インクルージョン
- 地域社会への貢献

G 企業統制

Government

- 食の安心安全の確保
- 経営基盤の充実

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

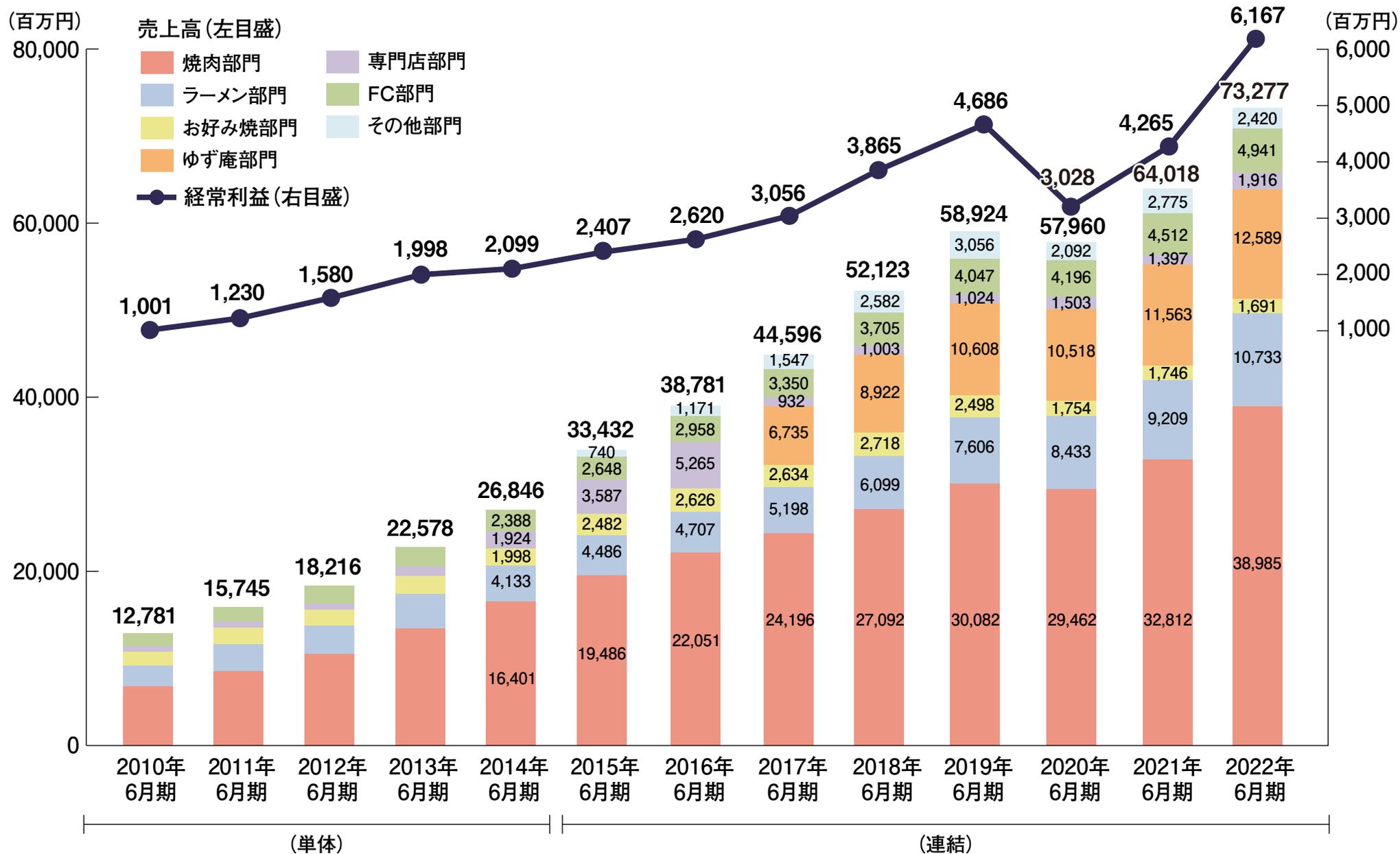
郊外ロードサイド型レストランを中心に642店舗を展開

2022年12月31日現在

(うち直営385店舗、FC237店舗、海外20店舗)

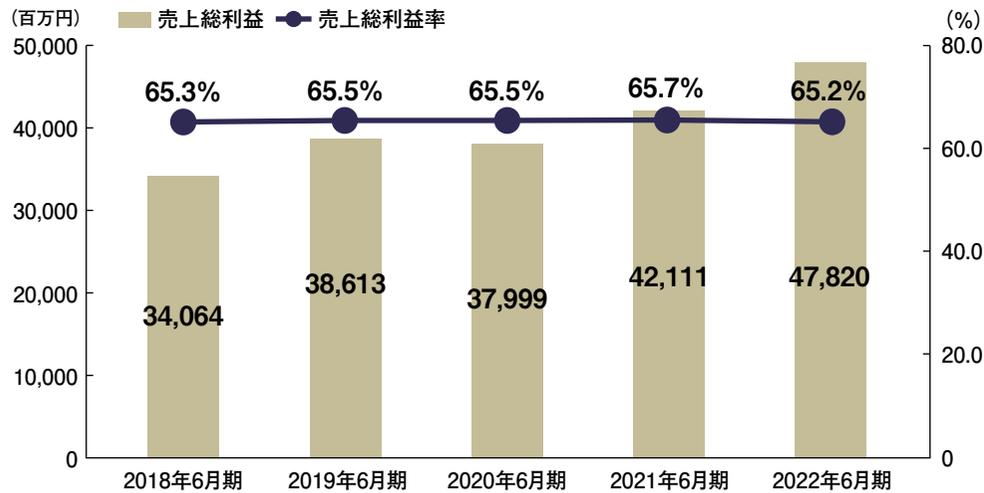
	焼肉	ラーメン	お好み焼	寿司・しゃぶしゃぶ	専門店	海外
業界順位	1位	2位	4位	4位	—	—
	 <p>焼肉きんぐ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 焼肉きんぐ 	 <p>丸源ラーメン</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 丸源ラーメン ▶ 二代目丸源 ▶ 熟成醤油ラーメン ▶ きゃべとん 	 <p>お好み焼本舗</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ お好み焼本舗 	 <p>寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 寿司・しゃぶしゃぶ ▶ ゆず庵 	 <p>魚貝三味 げん屋</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 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 	 <p>北海道 蟹の岡田屋総本店</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 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 ▶ 熟成牛挽肉と炊き立てごはん 肉肉大米
店舗数	296店舗	194店舗	22店舗	94店舗	16店舗	20店舗
直営	182店舗	94店舗	16店舗	77店舗	16店舗	20店舗
FC	114店舗	100店舗	6店舗	17店舗	0店舗	

業績推移

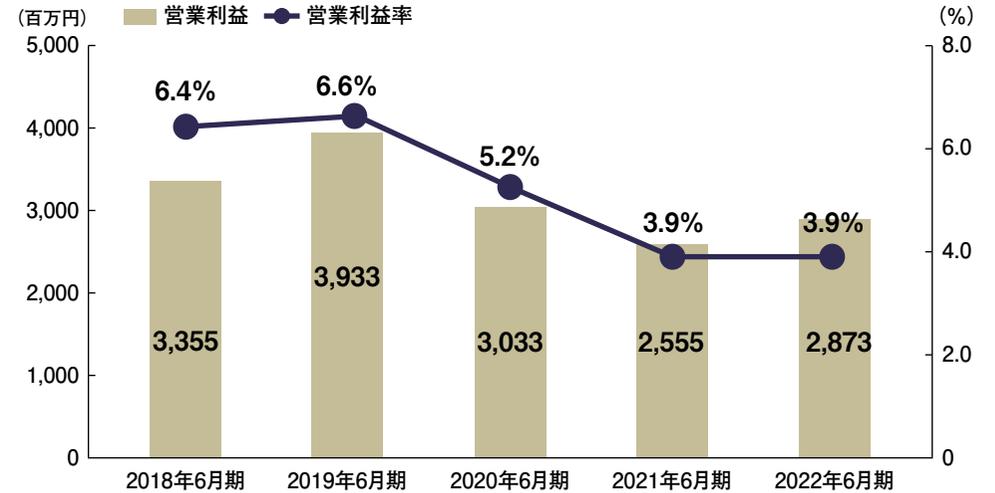


主要指標推移①

売上総利益と売上総利益率



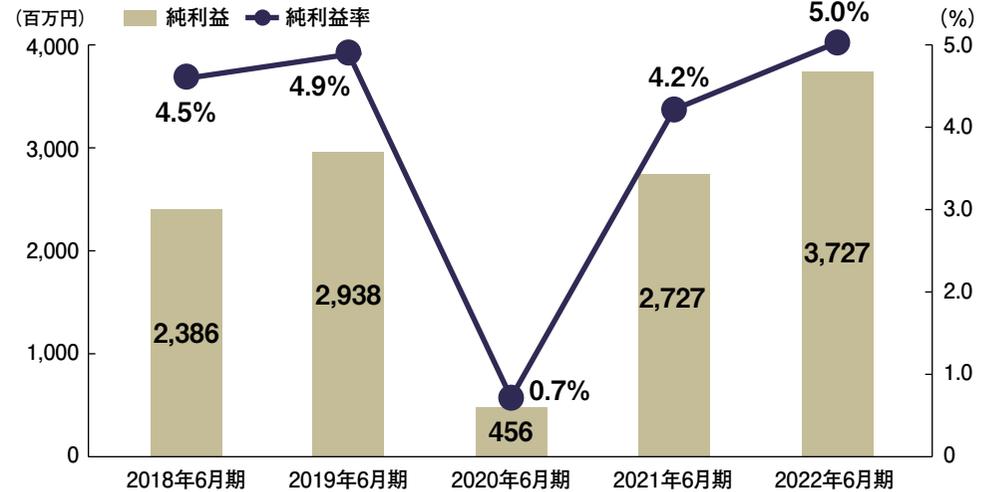
営業利益と営業利益率



経常利益と経常利益率

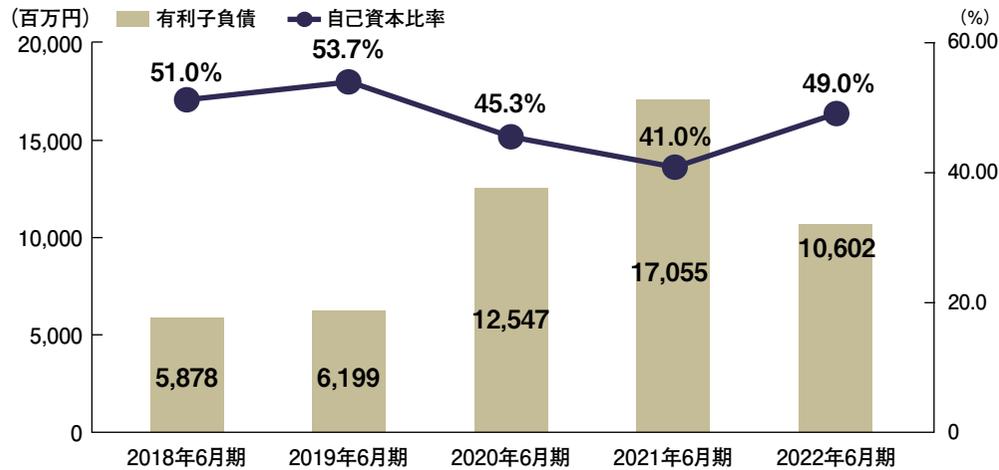


純利益と純利益率



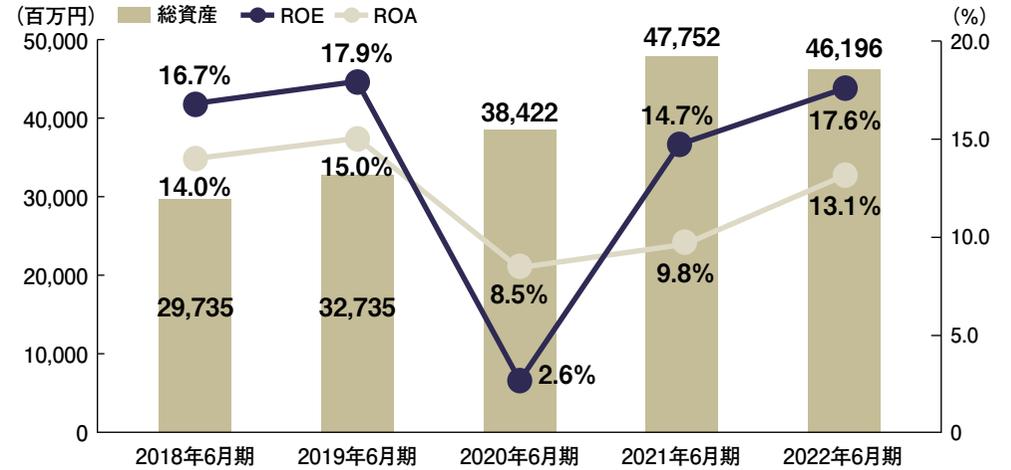
主要指標推移②

有利子負債と自己資本比率



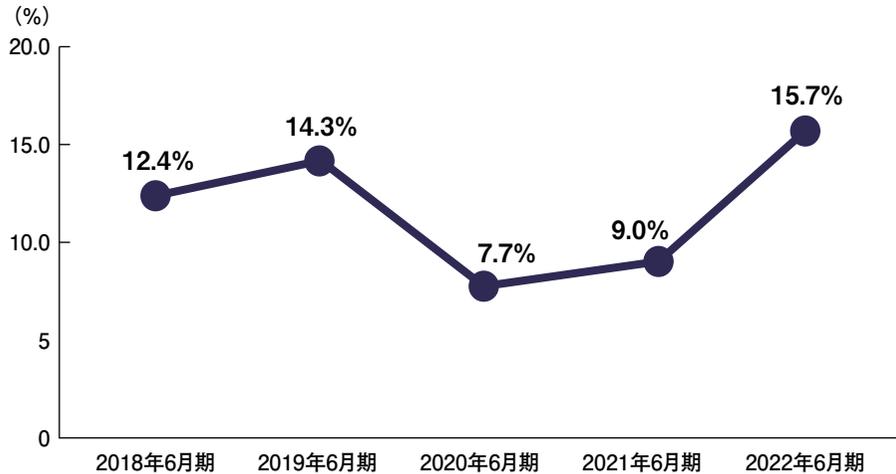
※有利子負債とは、短期借入金、リース負債、一年以内長期借入金、社債、長期借入金、その他(一部)を合算したものです

ROE・ROA



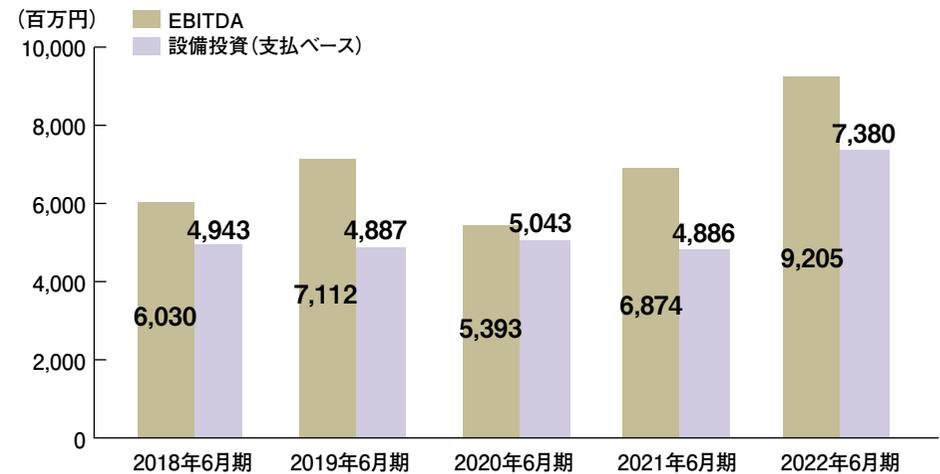
※ROAの分子は経常利益・ROEの分子は親会社株主に帰属する当期純利益を採用しています
 ※ROA・ROEの計算式のそれぞれの分母は、期中平均の数値を採用しています

ROIC



※ROIC=税引後経常利益 / (自己資本+有利子負債)

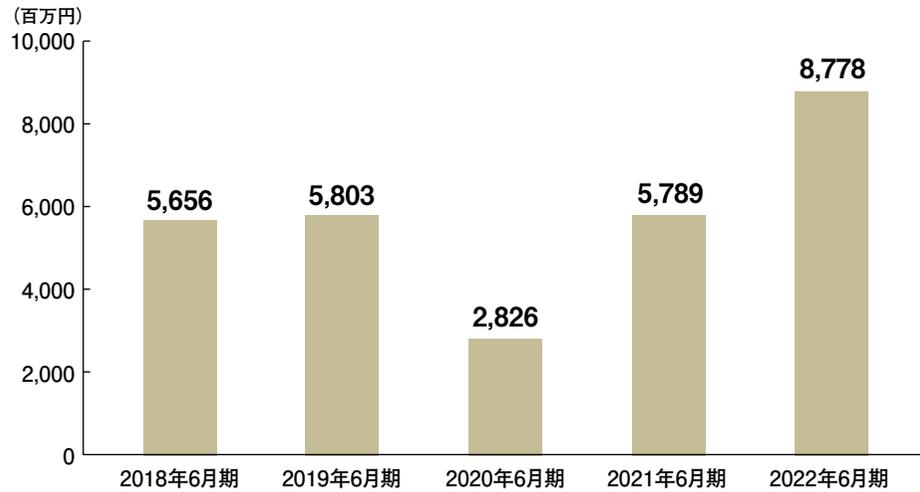
設備投資・EBITDA



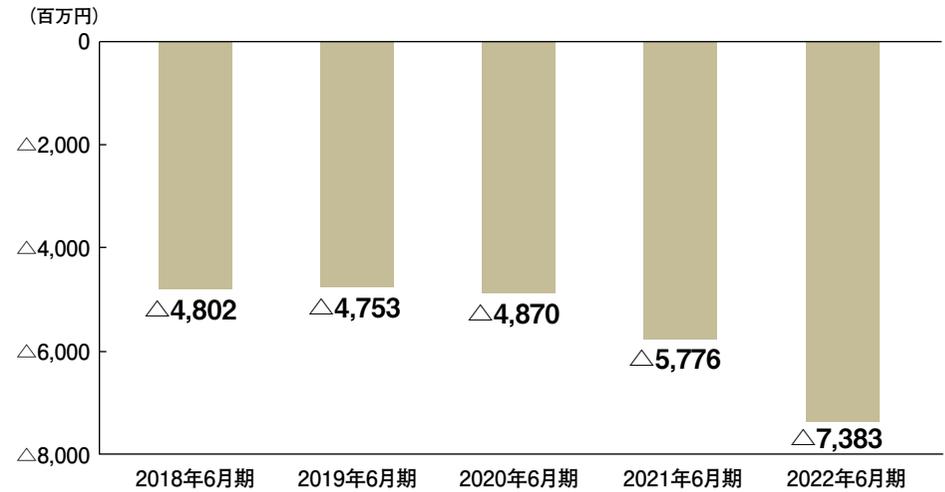
※EBITDAとは、経常利益+減価償却費としております
 ※設備投資(支払ベース)とは、有形固定資産の取得+無形固定資産の取得+差入保証金の差入れとしています

主要指標推移③

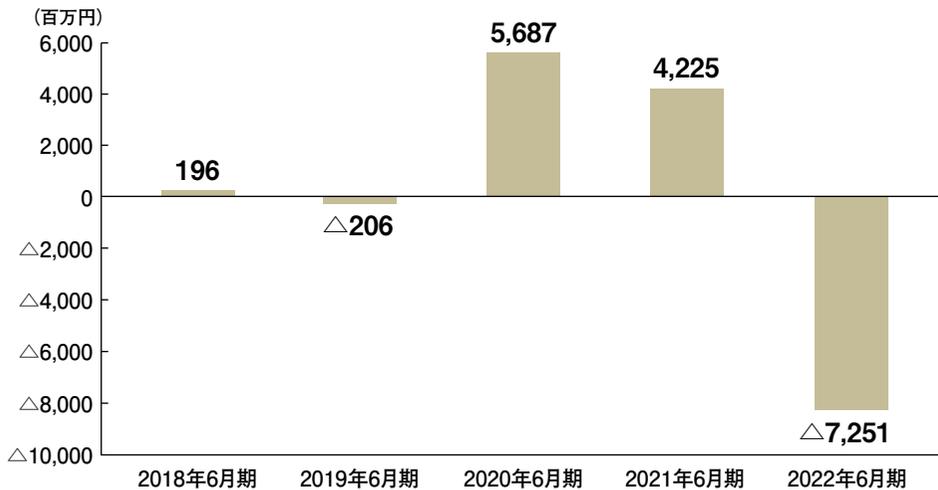
営業活動によるキャッシュ・フロー



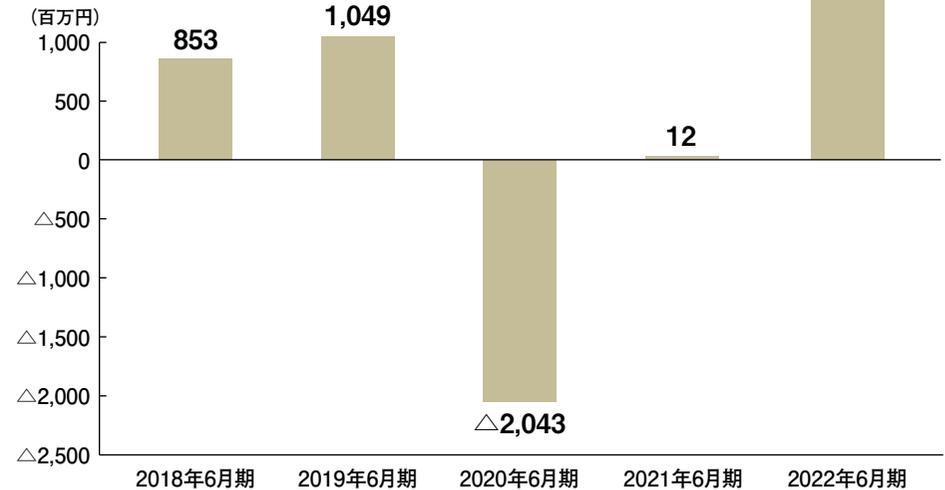
投資活動によるキャッシュ・フロー



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

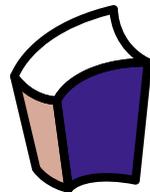


※フリー・キャッシュ・フローとは、営業キャッシュ・フローと投資キャッシュ・フローを加算したものです

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