



登 録
商 標

餃 子 肉汁餃子のダンダダン

2023年1月期通期 決算説明資料

株式会社NATTY SWANKYホールディングス

証券コード：7674

2023年 3月16日

I. 2023年1月期 連結業績

II. トピックス

III. 今後の戦略

IV. 参考資料

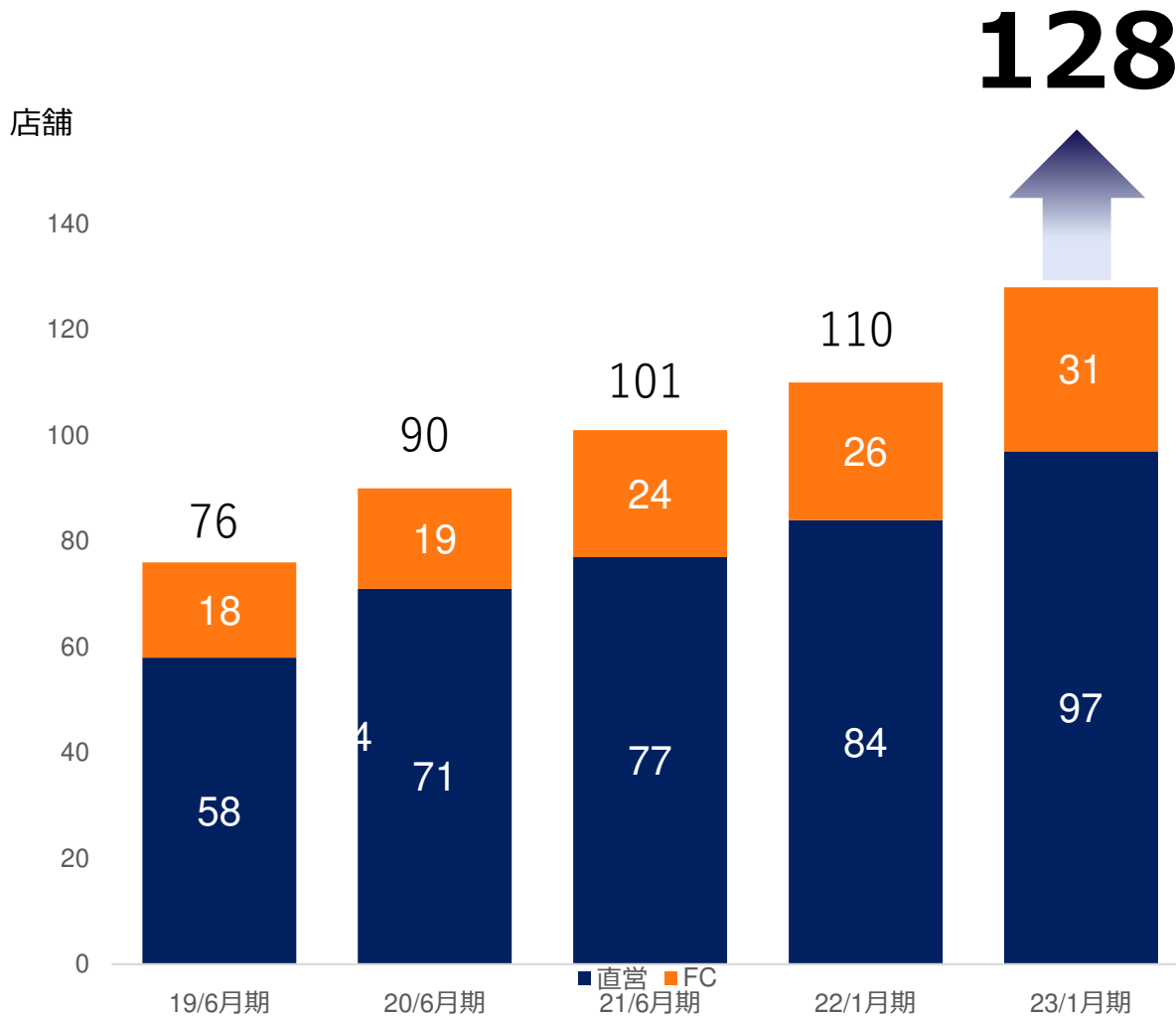


I .2023年 1 月期連結業績

店舗推移

店舗数を拡大（直営店+FC店）

出店 直営：東京・神奈川、FC：西日本



- 東京都
 - 新宿区 新口東口店 (直営)
 - 府中市 府中店 (直営)
 - 台東区 浅草店 (直営)
 - 北 区 駒込店 (直営)
 - 台東区 鶯谷店 (直営)
 - 港 区 浜松町店 (直営)
 - 港 区 赤坂店 (直営)
- 神奈川県
 - 世田谷区 三軒茶屋店 (直営)
 - 茅ヶ崎市 茅ヶ崎店 (直営)
 - 小田原市 小田原店 (直営)
 - 横浜市 東神奈川店 (直営)
 - 藤沢市 藤沢店 (直営)
 - 鎌倉市 大船店 (直営)
- 大阪府
 - 大阪市 大阪梅田店 (直営)
 - 高槻市 高槻店 (FC)
- 宮城県
 - 仙台市 仙台西口店 (FC)
- 愛媛県
 - 松山市 松山千舟町通り店 (FC)
- 愛知県
 - 名古屋市 名駅三丁目店 (FC)
- 兵庫県
 - 西宮市 西宮北口店 (FC)

撤退(直営) 東京都 世田谷区 代田橋店

新規出店数（前期・当期計画比較）

（単位：店舗）

	2022年1月期 ※	2023年1月期 実績	2023年1月期 当初計画	計画との比較	達成率
直営店	8	14	24	△10	58.3%
FC店	2	5	6	△1	83.3%
合計	10	19	30	△11	63.3%

※2022年1月期は決算期（事業年度の末日）を変更したことに伴い7ヶ月間の変則決算となっております。

2023年1月期 出店内訳

(単位：店舗)

		2022年1月期	2023年1月期			
		期末店舗数	新規出店	直営→FC	退店等	合計
直営店	関東圏	81	13	-	△1	93
	関東圏以外	3	1	-	-	4
	計	84	14	-	△1	97
FC店	関東圏	16	0	-	-	16
	関東圏以外	10	5	-	-	15
	計	26	5	-	-	31
合計		110	19	-	△1	128

■退店等 東京都 世田谷区 代田橋店 (東京都による収用のため)

純増

18店舗

エリア別店舗数

関東以外18店舗まで増加 兵庫県初出店

128

97

直営店

31

FC店



注：2023年1月末現在の店舗数

2023年1月期連結業績

計画比較

社会情勢の変化による水道光熱費コスト上昇が想定以上の経費計上

(単位：百万円)

	2023年1月期通期業績			
	当初計画	実績	増減額	計画比(%)
売上高	6,000	5,846	△153	97.3
売上総利益	4,254	4,158	△95	97.6
販売費及び一般管理費	4,063	4,288	229	105.6
営業利益又は営業損失(△)	180	△130	—	—
経常利益又は経常損失(△)	170	△130	—	—
親会社株主に帰属する当期純利益又は当期純損失(△)	120	△379	—	—

現状の業績動向

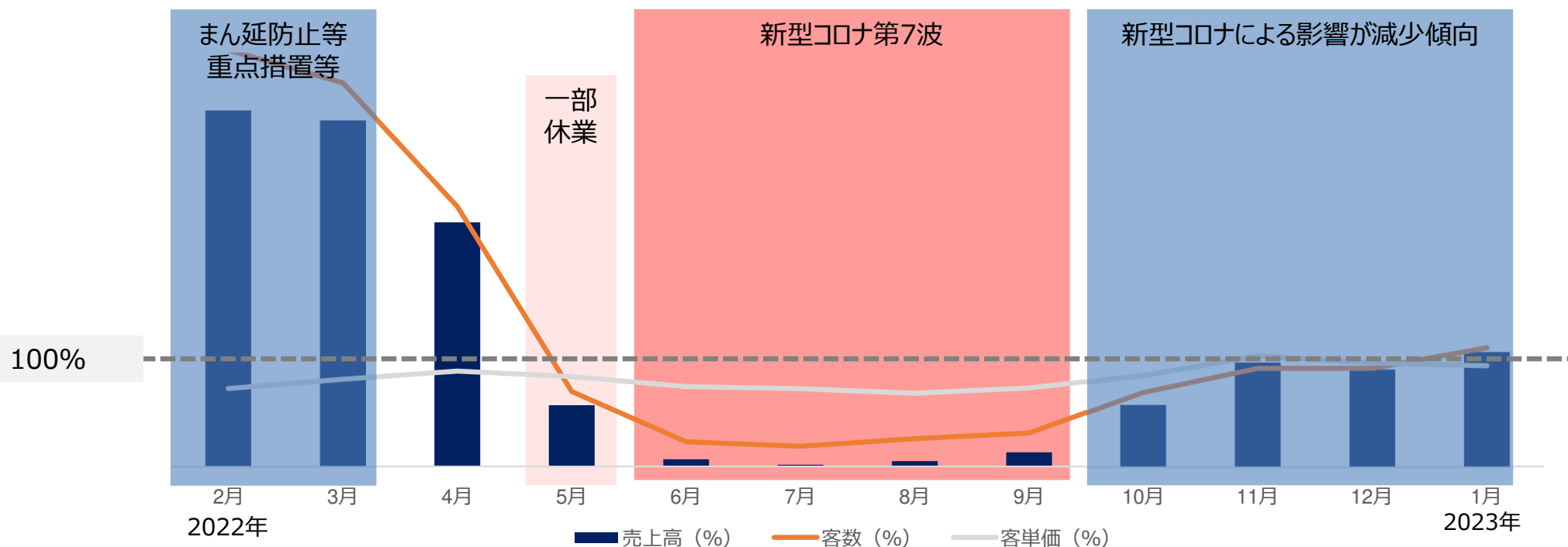
売上高内訳

直営店売上の未達を回復することが今後の課題

(単位：百万円)

科目名	2023年1月期 実績	構成比 %	当初計画比 %	増減内容
直営店売上	5,555	95.0	96.4	新規出店14店舗 新型コロナウイルス感染症の影響による集客減
製品卸売上	131	2.2	117.8	FC店売上増による寄与
FC売上	104	1.8	144.0	FC店のロイヤリティ収入増 新規出店5店舗の売上好調
その他売上	55	0.9	98.1	専売料・従量制リベート等
純売上高	5,846	100.0	97.3	-

10月以降行動制限が緩和され来店客数が回復の傾向



既存店昨対	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
売上高 (%)	197.5	193.6	154.0	82.9	61.8	59.7	61.1	64.5	83.2	99.6	96.9	103.7
客数 (%)	220.9	208.2	160.2	88.2	68.6	66.9	69.8	72.0	88.0	97.4	97.4	105.4
客単価 (%)	89.4	93.0	96.1	94.0	90.1	89.3	87.5	89.6	94.6	102.3	99.5	98.4

単位：%

注：出店月を除き、18ヶ月経過の店舗を既存店と定義

販売費及び一般管理費増減分析

店運営における間接コストの上昇が顕著

(単位：百万円)

単位：(百万円)	2023年1月期 当初計画	2023年1月期 実績	販売管理費 構成比	予算比
売上高	6,000	5,838	—	97.3%
人件費	1,854	1,836	42.8%	99.0%
地代家賃	804	837	19.5%	104.1%
水道光熱費	210	288	6.7%	136.9%
支払手数料	179	257	6.0%	143.2%
減価償却費	260	237	5.5%	91.2%
消耗品費	82	93	2.2%	112.6%
旅費交通費	102	81	1.9%	79.9%
通信費	36	69	1.6%	190.0%
株主優待引当金繰入額	24	40	0.9%	167.9%
その他	507	546	12.7%	107.6%

予算比増減要因

- ・**人件費**
店舗運営に適切な人員配置によりコントロール
- ・**地代家賃**
地代単価が高いエリアへの出店増
- ・**水道光熱費**
期初比30%高騰している状況
- ・**支払手数料**
キャッシュレス決済及びデリバリー売上に伴う手数料の増加
- ・**減価償却費**
出店スピードを調整したことによる減少

連結貸借対照表サマリー

(単位：百万円)

		2023年1月期 実績	主な内容
資産の部	流動資産	1,703	現金及び預金 1,035百万円 NSHDの消費税中間納付にかかる未収消費税188百万円
	固定資産	2,079	店舗による有形固定資産 1,436百万円 店舗契約にかかる差入保証金 462百万円
	資産合計	3,783	
負債の部	流動負債	1,151	1年以内に返済期限が到来する借入金 391百万円 販売費及び一般管理費にかかる未払金 304百万円
	固定負債	1,076	設備投資資金にかかる借入金 873百万円
	負債合計	2,227	
純資産の部	純資産合計	1,555	
	自己資本比率 (%)	40.9	

連結キャッシュ・フロー計算書サマリー

月商2か月分の手元流動性を確保

(単位：百万円)

	2023年1月期 実績	主な内容	
営業活動による キャッシュ・フロー	△ 155	税金等調整前当期純利益	△421
		減損損失	312
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 490	有形固定資産の取得	△420
		敷金及び保証金の差入	△70
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 300	短期借入金の返済	△520
		長期借入金の返済	△339
		長期借入金の借入	568
現金及び現金同等物 の増減額	△ 946		
現金及び現金同等物 の期首残高	1,981	-	
新規連結に伴う現金及び 現金同等物の増減額	1	-	
現金及び現金同等物 の期末残高	1,035	-	

利益配分の基本方針

将来の事業拡大のために必要な内部留保とのバランスを図りながら
安定的かつ継続的な配当を実施する

●配当予定

- 前期実績：1株あたり5円00銭
- 今期予定：1株あたり5円00銭

継続的なご愛顧に感謝をするとともに、総合的な判断のうえ、株主様へ継続的な利益還元を行う

●株主優待

	回数	内容
23.1月期	年2回	肉汁餃子のダンダンの「お食事券1,000円」 10枚進呈（10,000円相当） 基準日につきましては、は7月末、1月末

登 録 商 標
餃 肉汁餃子のダンダダン

Ⅲ.トピックス

社長室広報によるダンダダン情報の拡散、認知拡大

多数のメディアへ露出を実現



テレビ放映	30件以上
Web メディア	500件以上



新聞 報道	6件
ラジオ放送	30件※
※自社番組含む	

報道事例

<テレビ放映>

フジテレビ「めざましテレビ」
TBS「がちりマンデー」
TBS「坂上 & 指原のつぶれない店」
日本テレビ「news zero」
関西テレビ「ちゃちゃいれマンデー」
毎日放送「よんちゃんTV」他

<Webメディア>

Yahoo!ニュース・経営者JP・グノシー 他

<新聞報道>

産経新聞・毎日新聞・日本経済新聞 他

<ラジオ放送>

ラジオ大阪・ラジオNIKKEI・渋谷クロスFM

IP（知的財産）とのタイアップによる新規顧客の拡大



※過去実施コラボキャンペーン

「コト消費」として目的来店を促進

特別メニュー・限定グッズの提供

ダンドダンでしか体験できない環境の提供

SNSでの情報の拡散・話題を提供

店舗における体験価値の向上

商品単価・来店頻度の向上に寄与

ブランド認知向上に向けた多人数参加イベントへの出店



クラフト餃子フェス



ダンダダンブランドの認知機会増

餃子ファンへ実体験の場を提供

顧客との接点・商品認知機会を創出



実店舗の広告による集客

近隣店舗の紹介チラシ配布

来店動機付けの周年祭等の告知実施

ファンが継続して来店するための仕掛け



※過去実施実績イベント

イベント企画を継続的・タイムリーに実施

ここでしか飲めないドリンクの提供

季節に合わせたフード販売

既存客・ロイヤルカスタマーの深耕

リピート顧客へ新企画の提案

アフターコロナを見据えた販売チャネルの拡充



インバウンド客への来店の仕組化

外国人ツアー客へ
“GYOZA”の顧客体験（CX）を提供

訪日外国人向けローカル体験提供サービス
「Magical Trip」の運営先とタイアップ

ツアー客の継続的な受入体制の構築



IV. 今後の戦略

販売価格の改定 コスト増の対応と理念体現に向けた体制づくりへ



- 対象商品 : 全商品のうち84% (デリバリー・テイクアウト商品含む)
- 価格改定幅 : 10 円~230 円
- 開始日 : 2023 年 3 月 16 日 (木) ~

【主な価格改定】	現行価格(税抜)	新価格(税抜)	差額
■餃子	478 円	558 円	80 円
■プレミアムモルツ	498 円	598 円	100 円
■角ハイボール	478 円	498 円	20 円
■フードメニュー	88 円~988円	118円~1,188円	10円~230円
■ドリンクメニュー	188 円~688 円	228 円~798 円	10 円~130円

原材料・資材高騰に対する取組に注力



購買・物流コストの最適化

契約条件変更による価格交渉

外注品のPB化による内製

物流の改善によるコスト削減



【AIによる売上予想】 【適正発注案の自動作成】

自動発注システムの活用による食材ロスの削減

発注忘れや欠品に伴う小口購買の頻度が減少

発注量の適正化による食材ロスの削減

WEBマーケティングによる顧客接点の拡大



スクリーンショット

検索エンジン対策を実施、来店機会を増やす

良質なコンテンツ発信でユーザー体験の最適化

データを活用した顧客体験の改善

SNSを活用したデジタルプロモーションの強化

店舗内だけでなくSNSの露出による間接的な接点強化

動画プラットフォームを活かした集客の多様化

店舗における顧客満足度の向上



決済手段の拡大 キャッシュレス会計の対応

会計時の利便性の向上

利用者ニーズに対応した決済手段の拡充



季節に合わせたキャンペーンを実施

限定キャンペーンの展開

“お得感”のあるイベントの実施

従業員満足度の向上 働きがいのある職場の環境づくり



教育研修によるホスピタリティ人材の育成

研修制度の充実（階層別・店長輩出プログラム）

ビール工場の見学・農業体験・最強店舗等の実地研修

従業員が誇りを持って 働ける環境整備

特定技能外国人の積極採用・育成

社員紹介制度リファラル採用の強化



フランチャイズ出店の拡大 兵庫県初進出 関西エリアでの認知拡大

関西エリア 大阪に次ぎ、兵庫県へ出店増加



大阪府高槻市 22年9月23日

大阪府大阪市 23年2月16日

三重県四日市市 23年3月1日

(オープン予定)

兵庫県神戸市 23年3月25日

兵庫県西宮市・尼崎市 等

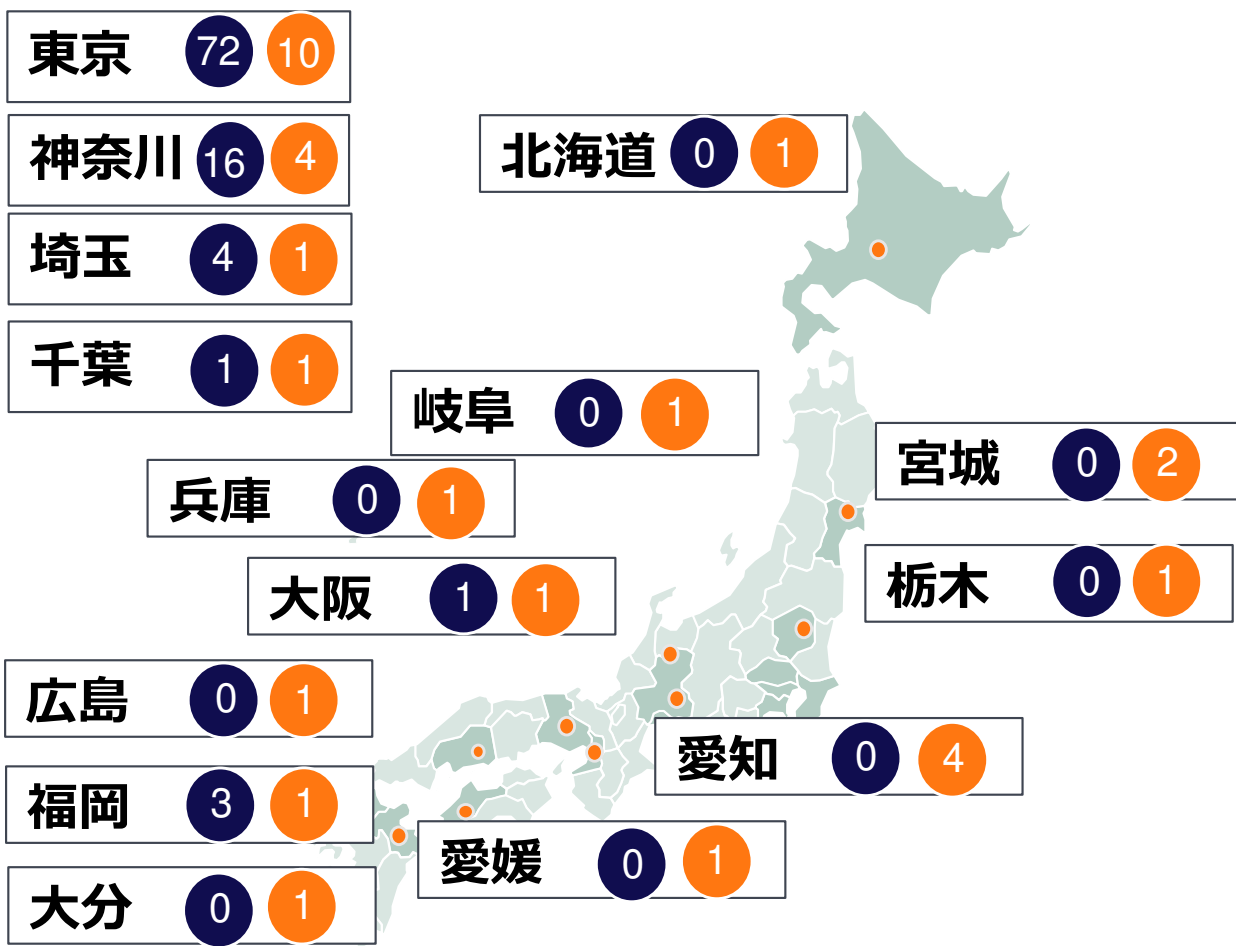
フランチャイズ加盟店開発の手段の多様化



1. 展示会でのFC加盟誘致説明会開催
出店実績：大阪駅前第二ビル店
2. 既存オーナーからの増店
出店実績：元町店
3. YouTube等の動画出演による業態紹介
4. 『月間ビジネスチャンス』2022年6月号掲載
5. オーナー間での成功ノウハウの共有
出店実績：西宮北口店・園田店(仮)

全国未出店エリアへ店舗の出店機会を増やす

既存エリア



フランチャイズ出店エリアの拡大

未出店の府県32県

新規：新潟・静岡・鹿児島など
引き合い増加中

新規出店済15道府県

隣接市区町村での出店可能

注：2023年1月末現在の店舗数



Ⅲ. 参考資料

会社概要

社 名 株式会社NATTY SWANKYホールディングス

設 立 2001年（平成13年）8月1日

代 表 者 代表取締役社長 井石裕二

本 社 東京都新宿区西新宿一丁目19番8号

資 本 金 771百万円（2023年1月末現在）

業 績 売上高 : 58億46百万円

経常利益 : △130百万円（ともに2023年1月期）

従 業 員 数 正社員248名（2023年1月末現在）

事 業 内 容 「肉汁餃子のダンダダン」の単一ブランドを関東圏を中心に展開

沿革

	設立・本店等の流れ	店舗展開の流れ
2001年 8月	東京都調布市に有限会社ナッティースワンキーを設立	
2007年10月	商号を株式会社NATTY SWANKYに変更	
2011年 1月		「肉汁餃子のダンダダン 調布店」を開店（東京都調布市） 肉汁餃子のダンダダン1号店
2014年12月		「肉汁餃子のダンダダン 荻窪店（FC店）」を開店（東京都杉並区） 肉汁餃子のダンダダンFC1号店
2016年 6月	東京都新宿区に本店を移転	
2017年11月		「肉汁餃子のダンダダン 新宿店」を開店（東京都新宿区） 肉汁餃子のダンダダン50店舗目
2018年 3月	働きがいのある会社 2018年受賞	
2018年 3月	外食アワード2017 受賞	
2018年 6月		「肉汁餃子のダンダダン 浦安店（FC店）」を開店（千葉県浦安市） 肉汁餃子のダンダダン60店舗目
2019年 2月		「肉汁餃子のダンダダン 和光店」を開店（埼玉県和光市） 肉汁餃子のダンダダン70店舗目
2019年 3月	東京証券取引所マザーズ市場上場	
2019年 6月		「肉汁餃子のダンダダン 大森店」を開店（東京都大田区） 肉汁餃子のダンダダン80店舗目
2019年11月		「肉汁餃子のダンダダン 小田急相模原店」を開店（神奈川県相模原市） 肉汁餃子のダンダダン90店舗目
2020年 4月		『出前館』によるテイクアウトサービス開始
2020年 8月		「肉汁餃子のダンダダン 本八幡店」を開店（千葉県市川市） 肉汁餃子のダンダダン100店舗目
2021年 1月	「肉汁餃子のダンダダン」10周年	
2021年 6月	完全子会社「㈱ダンダダン」設立	
2021年11月	「冷凍生餃子」モンドセレクション優秀品質金賞受賞	
2021年12月		「肉汁餃子のダンダダン 神田店」を開店（東京都千代田区） 肉汁餃子のダンダダン120店舗目
2022年 2月	持株会社体制へ移行	
2023年 1月		「肉汁餃子のダンダダン 三軒茶屋店」を開店（東京都世田谷区） 肉汁餃子のダンダダン141店舗目※

※店舗数は出店累計数としております。

企業理念

- 理念を軸に、昔からその街にあったような、地元の人に愛される店づくりを目指しています
- 理念を実現するための具体的な行動指針である「5つの心」を徹底しております

【理念】

「街に永く愛される粋で鯔背な店づくり」

～期待以上が当たり前 それが我等の心意気～

【行動指針】

NATTY SWANKY 5つの心



- | | |
|-----|-------------------------------|
| 向上心 | 現状に満足せず、今よりも成長するという強い意思を持ち続ける |
| 好奇心 | 何人や何事にも関心を持ち、新しい事を発見する |
| 探究心 | 足元を振り返り、目の前のものを突き詰める |
| 自立心 | 決して人のせいにはせず、何事もまずは自分に責任があると思う |
| 忠誠心 | 関わる全ての人々に感謝し、忠誠を尽くし、恩返しをする |