

板前がいる町の酒場

5周年 庄や



<u>I. 2023／8月期第2四半期決算の概要</u>	2
1. 連結売上高・損益の状況	3
(1) 連結損益計算書 (P / L)	
(2) セグメント別の状況	
(3) 既存店売上高の状況	
2. 販売費及び一般管理費の内訳	6
3. 連結営業外損益・特別損益の内訳	7
4. 連結貸借対照表 (B / S)	8
5. 連結キャッシュ・フロー	9
6. 店舗の状況	10
(1) 新規出店・改装等、及びグループ店舗状況	
(2) 都道府県別分布状況	
<u>II. 2023／8月期の経営戦略及び具体的施策</u>	12
<u>III. 通期連結業績予想について</u>	22



I. 2023 / 8月期第2四半期 決算の概要

1. 連結売上高・損益の状況

(1) 連結損益計算書 (P/L)

(単位:百万円)

	2022/8月期 第2四半期実績		2023/8月期 第2四半期実績		増減額	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	比率差
売上高	16,605	100.0%	21,132	100.0%	4,527	—
売上原価	9,442	56.9%	12,259	58.0%	2,816	+1.1%
販売費及び一般管理費	10,537	63.5%	9,696	45.9%	▲841	▲17.6%
営業利益	▲3,375	▲20.3%	▲823	▲3.9%	2,551	+16.4%
営業外収益	3,581	21.6%	61	0.3%	▲3,519	▲21.3%
営業外費用	100	0.6%	85	0.4%	▲15	▲0.2%
経常利益	105	0.6%	▲847	▲4.0%	▲952	▲4.6%
特別利益	254	1.5%	15	0.1%	▲238	▲1.5%
特別損失	131	0.8%	376	1.8%	245	+1.0%
税引前当期純利益	228	1.4%	▲1,208	▲5.7%	▲1,437	▲7.1%
法人税等	39	0.2%	67	0.3%	28	+0.1%
法人税等調整額	▲16	▲0.1%	▲2	▲0.0%	13	+0.1%
当期純利益	206	1.2%	▲1,273	▲6.0%	▲1,479	▲7.3%

[当該期末店舗数 (直営店)]

(361店)

(272店)

➤ 売上高前年比127.3%

⇒ 既存店売上高の回復等により、飲食事業 +1,911百万円

⇒ グループ外部取引先への食材等卸売の増加により、卸売事業 +2,192百万円

※ 営業外損益・特別損益については7ページをご参照下さい。

1. 連結売上高・損益の状況

(2) セグメント別の状況

(単位:百万円)

	2022/8月期 第2四半期実績		2023/8月期 第2四半期実績		増減額	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
飲食事業	9,070	▲2,399	10,984	▲312	1,913	2,087
卸売事業	5,141	▲161	7,768	▲7	2,626	153
不動産事業	880	191	902	175	22	▲16
フランチャイズ事業	93	21	408	152	315	131
運送事業	4,482	25	4,781	150	298	124
その他	298	▲42	256	▲13	▲41	28
調整額 ※	▲3,362	▲1,010	▲3,969	▲968	▲606	42
合計	16,605	▲3,375	21,132	▲823	4,527	2,551

※ 調整額：セグメント間の取引消去・各セグメントに報告していない全社費用

- 飲食事業は、前期の新型コロナウイルス感染症に伴う営業時間短縮及び店休の影響や、既存店売上高の回復等により増加
- 卸売事業はグループ外部取引先への食材等卸売が増加

1. 連結売上高・損益の状況

(3) 既存店売上高の状況

<前年比実績推移表>

	'21/8月期	'22/8月期	9月	10月	11月	12月	1月	2月	'23/2月期 累計	3月
売上高	52.8	148.0	767.9	139.8	112.6	106.5	145.9	197.4	150.6	161.9
客数	60.9	135.0	467.7	125.7	105.3	102.6	127.5	156.1	135.6	134.7
客単価	86.7	109.6	164.2	111.3	106.9	103.8	114.4	126.4	111.1	120.2

- '21/7月～9月「緊急事態宣言」及び「まん延防止等重点措置」等により、臨時休業及び一部時短営業を実施
- '22/1月～3月「まん延防止等重点措置」等により、再度一部時短営業を実施

<カテゴリ別前年比実績>

	昼	宴会	夜フリー	2023/2月期 累計
売上高	128.8%	210.6%	156.5%	150.6%
客数	117.1%	203.7%	149.9%	135.6%
客単価	110.0%	103.4%	104.4%	111.1%

<カテゴリ別売上構成比>

	昼	宴会	夜フリー
2021/2月期累計	25.4%	1.6%	73.0%
2022/2月期累計	25.6%	2.6%	71.8%
2023/2月期累計	22.4%	3.6%	74.1%
比率差異	▲3.2%	+1.0%	+2.3%

2. 販売費及び一般管理費の内訳

(単位:百万円)

	2022/8月期 第2四半期実績		2023/8月期 第2四半期実績		増減額	
	金額	対売上比率	金額	対売上比率	金額	比率差
人件費	5,579	33.6%	5,043	23.9%	▲535	▲9.7%
地代家賃	1,962	11.8%	1,590	7.5%	▲372	▲4.3%
水道光熱費	629	3.8%	808	3.8%	179	0.0%
減価償却費	533	3.2%	456	2.2%	▲77	▲1.1%
消耗備品費	322	1.9%	331	1.6%	8	▲0.4%
衛生費	181	1.1%	162	0.8%	▲18	▲0.3%
販促・広宣費	51	0.3%	77	0.4%	26	0.1%
その他	1,277	7.7%	1,226	5.8%	▲51	▲1.9%
販売費及び一般管理費	10,537	63.5%	9,696	45.9%	▲841	▲17.6%
営業利益	▲3,375	▲20.3%	▲823	▲3.9%	2,551	16.4%

➤ 店舗数の減少に伴い人件費、地代家賃他、固定費科目を中心に減少傾向。

3. 連結営業外損益・特別損益の内訳

(単位:百万円)

	2022/8月期 第2四半期	2023/8月期 第2四半期	増減	備考
営業利益	▲3,375	▲823	2,551	
新型コロナ感染症拡大防止協力金	2,710	—	▲2,710	
雇用調整助成金	762	—	▲762	
受取保険金・受取損害賠償金	17	30	12	
投資有価証券売却益	48	4	▲43	
その他	42	26	▲16	
営業外収益	3,581	61	▲3,519	
支払利息	39	38	▲1	
支払手数料	29	0	▲28	
その他	31	46	15	
営業外費用	100	85	▲15	
経常利益	105	▲847	▲952	
固定資産売却益	143	5	▲138	
受取補償金	110	10	▲100	
特別利益	254	15	▲238	
減損損失	40	281	241	当期2Q計上額 148
店舗関係整理損	52	54	2	当期2Q計上額 30
固定資産除却損	34	36	2	当期2Q計上額 22
店舗閉鎖損失引当金繰入額	4	4	0	
特別損失	131	376	245	
税引前当期純利益	228	▲1,208	▲1,437	

4. 連結貸借対照表 (B / S)

(単位：百万円)

	2022/8月期	2023/8月期 第2四半期	増減額
流動資産	12,370	10,377	▲1,992
現預金	8,279	6,412	▲1,866
売掛金	2,086	2,391	305
棚卸資産	665	894	228
未収入金	620	74	▲545
その他	718	604	▲114
固定資産	21,357	20,470	▲886
有形固定資産	12,197	12,019	▲178
無形固定資産	1,955	1,967	11
敷金・保証金	6,154	5,689	▲465
投資有価証券	868	625	▲242
その他	181	169	▲11
繰延資産	10	9	▲1
資産合計	33,738	30,857	▲2,880

	2022/8月期	2023/8月期 第2四半期	増減額
有利子負債	14,772	12,935	▲1,837
現預金	8,279	6,412	▲1,866
NET有利子負債	6,493	6,523	29
自己資本比率	29.8%	28.4%	▲1.4%
有利子負債依存度	43.8%	41.9%	▲1.9%

	2022/8月期	2023/8月期 第2四半期	増減額
負債合計	23,673	22,084	▲1,588
買掛金	1,544	1,782	237
未払金	1,428	1,367	▲61
借入金（長短）	14,217	12,445	▲1,772
社債	555	490	▲65
リース債務	527	468	▲58
資産除去債務	915	863	▲51
賞与引当金	292	413	121
退職給付に係る負債	1,721	1,623	▲97
その他	2,470	2,629	158
純資産合計	10,065	8,772	▲1,292
株主資本	10,070	8,796	▲1,273
資本金	100	100	—
資本剰余金	9,690	8,871	▲818
利益剰余金	529	74	▲454
自己株式	▲250	▲250	0
その他包括利益累計額	▲5	▲23	▲18
非支配株主持分	—	—	—
負債・純資産合計	33,738	30,857	▲2,880

5. 連結キャッシュ・フロー

(単位：百万円)

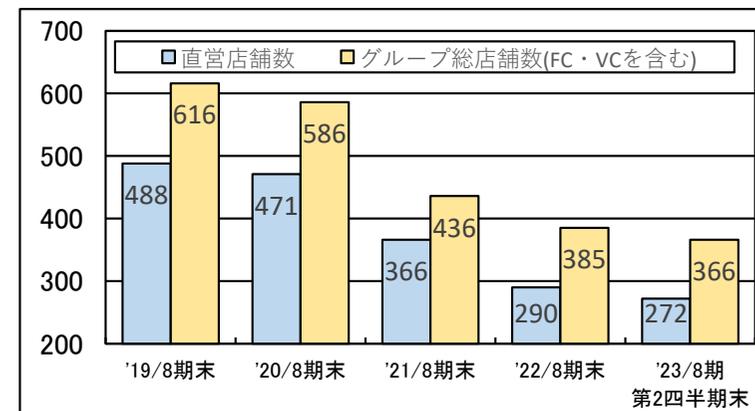
	2022/8月期 第2四半期	2023/8月期 第2四半期	増減額
1. 営業活動 C F	4,144	207	▲3,937
税引前当期純利益	228	▲1,208	▲1,437
減価償却費	608	574	▲34
減損損失	40	281	241
売上債権の増減額	▲169	▲305	▲135
雇用調整助成金	▲762	—	762
雇用調整助成金の受取額	1,255	0	▲1,255
新型コロナウイルス感染症協力金	▲2,710	—	2,710
新型コロナウイルス感染症協力金の受取額	5,007	397	▲4,609
その他営業 C F	646	468	▲178
2. 投資活動 C F	▲566	▲167	398
有形固定資産の取得による支出	▲285	▲558	▲273
有形固定資産の売却による収入	207	6	▲201
無形固定資産取得による支出	▲29	▲71	▲41
投資有価証券取得による支出	▲780	—	780
投資有価証券売却による収入	107	228	121
敷金・保証金の差入・回収純増減額	481	434	▲47
その他投資 C F	▲267	▲207	60
※ フリーキャッシュ・フロー	(3,578)	(39)	(▲3,538)
3. 財務活動 C F	872	▲1,893	▲2,765
長短借入金の純増減額	1,142	▲1,772	▲2,915
社債の償還による支出	▲65	▲65	—
配当金の支払額	▲147	▲0	147
その他財務 C F	▲57	▲55	1
4. 現金及び現金同等物の期首残額	6,824	8,229	1,405
5. 現金及び現金同等物の増減額	4,453	▲1,866	▲6,320
6. 現金及び現金同等物の期末残額	11,278	6,363	▲4,914

6. 店舗の状況

(1) 新規出店・改装店、及びグループ店舗状況

	2023/8月期 第2四半期
新規出店	4
店舗改装	3
閉店	22

※VC移行4店舗含む



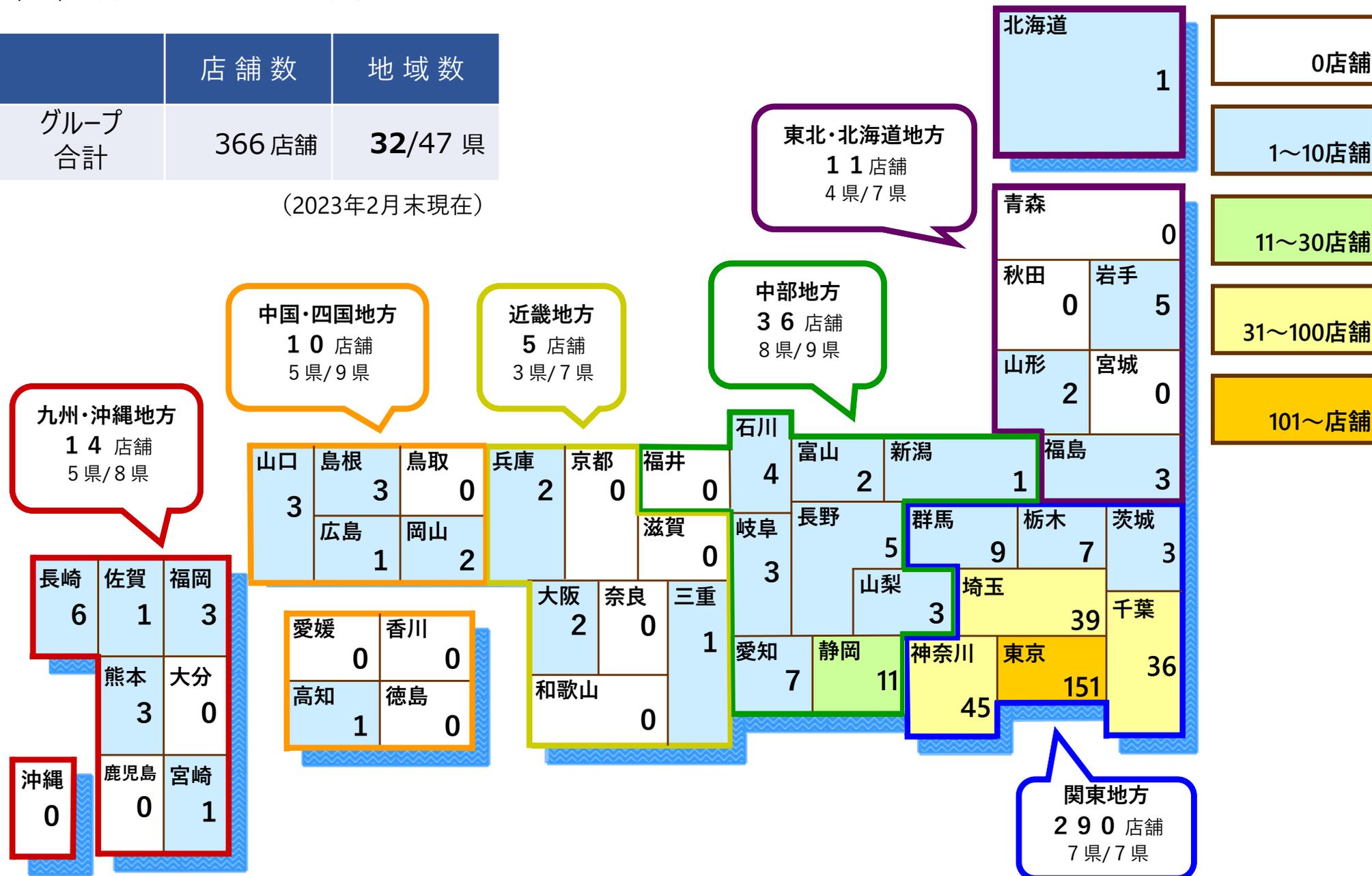
	'21/8月期 店舗数	'22/8月期 店舗数	新規 出店	改装	業態転換 による改装		閉店		'23/8月期 第2四半期 店舗数	前期 増減	FC	VC	グループ計
					増加	減少		VCへ 移行					
庄 や	139	91				▲1	▲9	▲1	81	▲10	42	19	142
大 庄 水 産	39	29				▲1	▲2	▲1	26	▲3		7	33
日 本 海 庄 や	35	24				▲1	▲2		21	▲3	6	3	30
満 天 酒 場	14	16			1		▲1		16	0		6	22
と り 家 糸 び 寿	23	15					▲1		14	▲1		4	18
築 地 日 本 海	12	12							12	0			12
築 地 寿 司 岩	8	8	2						10	+2			10
と き わ 亭	1	10					▲2		8	▲2			8
呑 兵 衛	9	9					▲1	▲1	8	▲1		1	9
塩 梅	8	8					▲1	▲1	7	▲1		1	8
R U M P C A P	10	7							7	0			7
定 食 の ま る 大	0	7					▲2		5	▲2		1	6
羊 肉 酒 場 悟 大	7	5							5	0		2	7
そ の 他 業 態	61	49	2		2		▲1		52	+3	1	1	54
直 営 店 舗 計	366	290	4	0	3	▲3	▲22	▲4	272	▲18	49	45	366

6. 店舗の状況

(2) 都道府県別 分布状況

	店舗数	地域数
グループ 合計	366 店舗	32/47 県

(2023年2月末現在)





II. 2023／8月期の 経営戦略及び具体的施策

➤ 足許状況

- * 新型コロナウイルスは第7波収束後、年末年始にかけて感染者が再拡大したものの、その後は減少傾向にあり、5月8日には感染症分類の変更が予定される中、客足は着実に戻りつつある。
- * 一方で、原材料価格や光熱費の高騰、物価高を背景とした賃上げの動きなど引き続き厳しい経営環境が続く

➤ 基本方針

- * 先行き不透明な事象が多い現代において、人々に必要なのは、「居心地の良い場所」、「気の置けない仲間とのコミュニケーション」、「親切への感動」 ⇒ 誠実な商いを通じて人々の幸せに奉仕したい
- * 利潤第一ではなく、お客様一人ひとりの健康・心の安寧に貢献していく
⇒ 安全・安心の食材を使用し、確かな調理技術でお客様に提供する
健康的な旬の食材の食べ方など、店舗・卸売を通じて伝えていきたい
- * コロナ禍後においても、『人類の健康と心の豊かさに奉仕する』という企業理念のもと、「利他の心」を持って誠実な店舗運営に努め、日本の食文化と居酒屋文化の発展に貢献していく

アフターコロナを見据えた基本戦略（サマリー）

1. 事業構成比等の是正
 - * 飲食事業の大箱店舗の比率低減
 - * 卸売事業の拡大 ⇒ 外販事業・ロジスティクス事業の拡大強化
2. 店舗業態戦略
 - * 価格帯（低価格／高価格）のメリハリ
 - * 各業態のブランディング強化（特に庄や、寿司、定食）
 - * 他注力業態の追加出店推進
3. 収益安定化・補強
 - * 店舗の転貸推進（不動産事業化）
 - * 量販店向け惣菜など食品加工業強化（調理人活用）
4. DX推進
 - * 攻め ⇒ 集客、店舗オペレーション効率化
 - * 守り ⇒ 間接部門等の省人化・自動化推進
5. 従業員モチベーション向上
 - * VC施策推進
 - * インセンティブ他、独自制度の継続
 - * 戦略的な配置転換
 - * 賃上げ等処遇改善
6. 物価上昇等への対策
 - * GMの改定及び原価管理の徹底 ⇒ 但し「食の安全・安心」は担保

1. 営業施策・店舗戦略

(1) 新店・新業態含む業態変更への取り組み状況

① 上期実績

- * 「築地寿司岩」2店舗（総本店／築地支店）の譲受 ⇒「築地寿司岩」のフラッグシップ店を入手
- * 「うまいよ魚旨いよ魚」／「BakeryMIYABI」（羽田エアポートガーデン店）⇒羽田空港へ進出
- * 「たんと！キッチン」戸越銀座店 ⇒新業態である惣菜店舗へのチャレンジ
- * 「お魚総本家」新宿西口店 ⇒日本海庄や業態のコア店を「お魚総本家」へ変更

② 下期予定

- * 「東京純豆腐」／「やるきホルモン」笹塚店（3月出店済）
⇒大型店（日本海庄や）の分割、及び新業態展開
- * 「日本海庄や」の「お魚総本家」への業態変更推進
- * 「満天酒場」への業態変更推進（3月に2店舗出店済）
- * 他注力業態の追加出店推進 ⇒食のニーズを捉えた業態の推進 ～各業態を育成していく

(2) グランドメニューの改定

- * 原材料価格の変動を踏まえ、メニュー改定頻度を変更、スケジュール化して取組中
- * 2022/8月の「庄や」グランドメニュー改定を皮切りに各業態のグランドメニュー、ランチメニューを改定済
- * 2023/4月より、春のメニュー改定として各業態、再度大幅なグランドメニューの改定



1. 営業施策・店舗戦略

(3) デジタルマーケティング等の販促活動による集客力の強化

➤「攻め」のDX施策として、SNS等を使用した周知・新規顧客獲得戦略の推進

① 庄やのデジタルマーケティング施策

- * 「LINE」活用 ⇒ 定期的な配信、各店舗でのメッセージ・クーポン配信等によりアプローチ
- * 「Googleビジネスプロフィール」 ⇒ 定期的な新規投稿の徹底、SEO対策のさらなる強化

② 『庄や』50周年記念プロモーション

- * 裾野を広げる集客施策として、人気俳優を起用したドラマ『いつでも帰ってこれる場所』をSNS等で公開

③ インバウンド対策

- * 英語・中国語メニューの改定、ホテルへのパンフレット配布を推進（宿泊外国人客等の誘致）

④ モバイルオーダーの導入拡大

- * 業態・店舗の状況を見ながら、順次導入拡大 ⇒ お客様の利便性向上と同時に店舗オペレーション改善効果あり

(4) デリバリー／テイクアウト事業

➤ イートインが回復傾向の中需要は頭打ちだが、売上を補完する事業の一つとして取組み継続

① デリバリー事業（UberEats/出前館） ⇒ 取扱店舗・業態の見直しにより厳選していく

② テイクアウト事業 ⇒ 事前予約システム運用での利便性向上、お客様へのお声掛けにより利用者増加を図る

(5) 『庄や』のリブランディング取組み継続

- * 引き続きSNSを使用した「デジタルマーケティング」の取組み推進
- * 冷凍/養殖物ではない旬の近海天然鮮魚の仕入を増加、鮮魚販売強化による差別化を図る



2. 外販事業・ロジスティクス事業の強化

➤ 飲食店等のあらゆるニーズにワンストップでお応えする

「総合支援プラットフォーム」として、引続き機能強化・業容拡大

* 物流センター『DS・L・ヘッドクォーター羽田』を拠点とし、物流子会社ディ・エス物流等を実運送業者とする「第一種貨物利用運送事業」を強化

⇒ 外販・倉庫・運送を一体とした「総合物流サービス」の展開により
他社飲食チェーン等を誘致

⇒ 外食業界の仲間でもある同業他社のニーズに応えることで、業界全体を盛り上げていきたい

⇒ 飲食事業に並ぶ、事業の柱として発展させていく

* スーパーや量販店等の小売業への外販の販売拡大継続

* 量販店向け惣菜、鮮魚のフィーレ等、食品加工業務を強化



3. 従業員モチベーション向上取組み

(1) VC（ボランタリーチェーン）事業の推進

- * 2022/8月期 35店舗の移行実施
 - ⇒ 2022/8月末：フランチャイズ95店舗のうち、VC44店舗
- * 2023/8月期（3月迄）9店舗移行、4月以降、数店舗の追加移行候補あり
- * 大庄内のサポート部門による事務代行や営業指導などのサポート機能の整備

(2) 独自のインセンティブ評価制度等

①従業員の正当評価、各種インセンティブ

- * 研修や調理技術検定に重点を置き、能力のある人材の適正な評価
- * 各種インセンティブ制度の継続 ⇒社長賞（売上過去対比評価）、幹部の歩合給、インセンティブ制度（年間利益評価）、調理責任者育成手当 等

②人員の再配置

- * 適材適所の人員配置 ⇒能力の適正評価による適正な人員配置
- * VC店舗移行や組織改編・事業構成の変化に応じた再配置
 - ⇒外販部門、VCサポート部門など、業容拡大推進部門の人員強化
 - 一方で管理部門、本社部門は省人化・コンパクト化を推進

③従業員確保への対策

- * 賃上げ対策 ⇒ベースアップを含む賃上げを実施予定
 - 副業の解禁、従業員紹介制度の拡充ほか
- * 各種福利厚生制度の充実

4. 業務効率化・経費削減等の取組み

(1) DXによる業務効率化推進

- * 「DX推進委員会」を立ち上げ、「自動化」「省人化」を基本テーマとして、全社ベースで取組中
- * 物流部門の食材等仕入発注業務におけるEDIシステム化の拡充継続
- * RPA等による本社・管理機能の効率化、省人化
- * 発注・勤怠管理等、店舗システムのリプレイス
- * 併せて、インボイス制度・電帳法への対応を進めている

(2) 経費削減等の取組み

- * 原価率の管理強化
⇒ グランドメニューの改定と並行して、よりシステム化を図る事で各店舗の月中での原価管理を強化
- * 光熱費 ⇒ 店舗照明のLED化や、節約ルールの徹底継続により低減図る
- * 地代家賃 ⇒ 店舗・不動産の賃料減額交渉及び保証金一部返還交渉の継続
- * DX推進による業務効率化・省人化を図ることにより、継続的に固定費等の削減を図る

5. 財務・資金面について

- ① 自己資本の状況 * 2023/2月末（連結ベース） 87億円（自己資本比率 28.4%）
- ② 資金面 * 2023/3月に主要取引銀行によるシンジケートローン契約を締結
⇒ 年度資金として35億円の資金調達を実施
- ③ 保証金の適正化 * 2023/2月末時点（連結ベース）保証金・敷金 56億円
⇒ 前期末対比 ▲4億円（コロナ前'19/8月期末対比 ▲32億円）
～ 一部返還交渉の継続

6. 剰余金の配当

- * 中間配当 ⇒ 厳しい業績結果を鑑み「無配」とする
- * 期末配当 ⇒ 現時点では「未定」。早期の業績改善による配当の実施を目指す

7. その他

① SDGs (持続可能な開発目標)への貢献のための取組み

* 現状、当社が取組んでいる主なテーマ



・安心安全な食材
・禁煙・分煙化



・社内研修の充実



・人事制度の充実
・独立制度の促進



・リサイクルへの取組み
・仕入小ロット化

➤事業における社会的課題への貢献のため、取り組むべき重要課題と認識し、今後も新たな目標・テーマを模索しつつ取り組んでいく

② 人的資本の開示対応

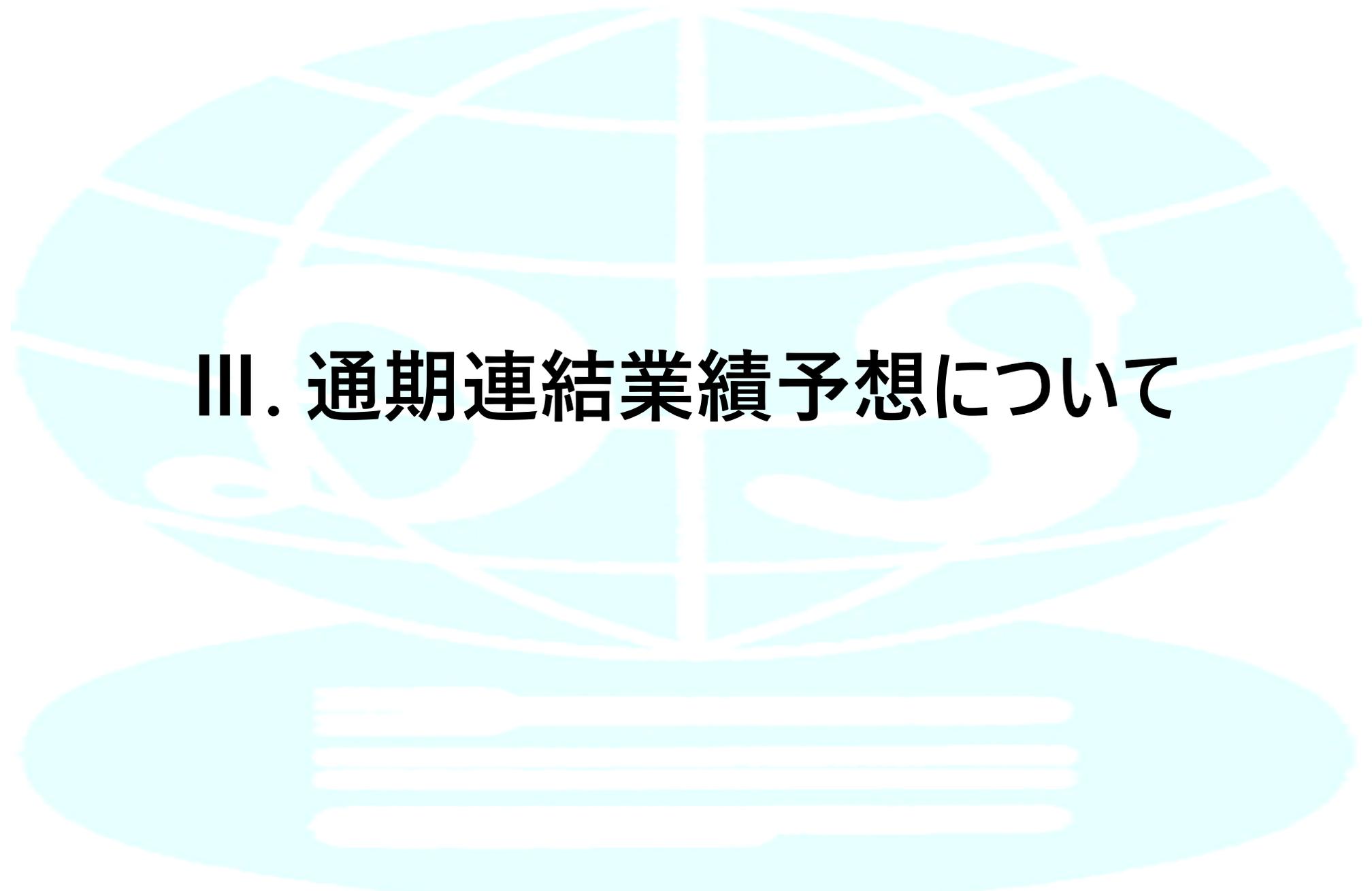
* 有価証券報告書での開示対応に向け、課題の把握～KPIの決定、それに沿った制度強化推進

③ 資本コスト・株価を意識した経営の実現に向けた対応等

➤上場企業として真摯に受け止め、企業価値向上に努めていく

* ROE ⇒まずは黒字の確保

* PBR ⇒当社2月末PBR = 2.4倍



III. 通期連結業績予想について

Ⅲ. 通期連結業績予想について

(単位:百万円)

	2023/8月期 上期実績	2023/8月期 下期計画	2023/8月期 通期計画	2022/8月期 実績	前年実績 増減
売上高	21,132	24,250	45,383	35,799	9,583
営業利益	▲823	542	▲281	▲5,390	5,109
経常利益	▲847	485	▲362	▲410	48
当期純利益	▲1,273	366	▲907	▲770	▲137

➤ 上期実績と3月足許迄実績を鑑み、現時点での予測に基づき修正計画を策定

- ①売上高 * 3月足許の客足の戻りや5月8日に予定される感染症分類の変更を踏まえ、店舗売上高は8月期末に向けて着実に回復していく想定
- ②営業利益 * 上半期の赤字額実績が当初計画よりも大きくなった為通期では赤字想定だが、下半期累計では黒字の想定
⇒ 来期の通期黒字化を見据える
- ③特別損益 * 特別利益：立退補償金等、下期86百万円想定
* 特別損失：閉店に伴う減損損失等、下期150百万円想定

Ⅲ. 通期連結業績予想について

◆セグメント別 計画

(単位:百万円)

	2022/8月期 実績		2023/8月期 計画		前期比	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
飲食事業	19,890	▲3,588	22,765	500	2,875	4,087
卸売事業	11,435	▲243	18,330	207	6,895	450
不動産事業	1,758	376	1,815	372	57	▲4
フランチャイズ事業	253	71	893	345	640	274
運送事業	9,099	92	9,415	213	316	121
その他	567	▲67	546	▲8	▲21	59
調整額 ※	▲7,204	▲2,031	▲8,381	▲1,908	▲1,177	123
合 計	35,799	▲5,390	45,383	▲281	9,583	5,109

※調整額：セグメント間の取引消去、各セグメントに配分していない全社費用

- * 飲食事業 : 既存店売上高の着実な回復、原価率、人件費率その他経費の抑制
- * 卸売事業 : 対外部取引先への売上高拡大
- * 不動産事業 : 転貸等推進により増収を図る
- * フランチャイズ事業 : VC店舗の増加により売上高・営業利益増加
- * 運送事業 : デイ・エス物流の売上高・営業利益増加

【将来見通しに関する注意事項】

本資料に記載されている、当期ならびに将来の業績見通し等に関する記述内容につきましては、当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。

従いまして、実際の業績等は、様々な要因により大きく変動する可能性があることをご承知おき下さい。実際の業績に影響を与える要因としては、当社グループを取り巻く経済・社会情勢や市場環境、会計基準や法律・諸制度の変更などがあります。さらに、自然災害などの予測不可能なリスク要因も含まれております。

また、当資料は、当社グループをより深く理解いただくために、株主、投資家の皆様への情報提供を目的としたものであり、必ずしも投資をお勧めするものではないことをご認識いただくようお願い申し上げます。

**IRお問い合わせ先****担当部：株式会社大庄 IT・経営企画部****電話：03-5764-2229****FAX：03-5764-2237**