



株主のみなさまへ 第**49**期 報告書

2022年4月1日から2023年3月31日まで

株式
会社 王将フードサービス

証券コード：9936

厳しい経営環境の中、売上高は過去最高を更新。 今後も持続的な成長をめざしてまいります。

株主のみなさまにおかれましては、当社業務につきまして、平素より格別のお引き立てを賜り、厚く御礼を申し上げます。

さて、第49期（2022年4月1日から2023年3月31日まで）の決算が確定しましたので、ご報告申し上げます。

当期はコロナ禍の影響が長引いたことに加えて、原材料費の高騰が収益面を圧迫しました。これに対して、当社は2度にわたって価格改定を実施するとともに、お客様にさらなる価値を実感していただくため、ここ数年にわたり実施してきた、QSCの向上などの施策をはじめ、レシピや調理方法の改良により、料理のおいしさを高める努力を行ってまいりました。その結果、2023年3月期の売上高は過去最高を更新し、直営店及びフランチャイズ加盟店を合わせた店舗売上高は、創業以来、初めて1,000億円を突破しました。

これからも現状に甘んじることなく、経営の諸課題に一つひとつ真摯に取り組んでまいります。つきましては、今後とも変わらぬご指導、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

2023年6月

代表取締役社長 **渡邊 直人**



社会的使命

快適な食空間、心温まる接客、
そして美味しい料理は人々を「幸せ」にします。
私たちは、それらを高品質で提供しながら、
低価格で実現する努力を行う事によって、
より多くの人に「幸せ」を感じてもらう事を
使命とします。

経営理念

お客様から「褒められる店」を創ろう！

その実現に向けた努力こそが
私達を成長させ、
私達に幸せをもたらし、
社会への貢献につながる原点である。



2022年度におけるインフレの影響など 経営環境はいかがでしたか？

2022年度の経営においては、コロナ禍が収まりつつあるものの、アフターコロナといわれる通り、ライフスタイルの変化によって夜間の飲食が減少傾向にあるなど、飲食業界に少なからぬ影響を及ぼしました。それとともに、経営に大きな影響を及ぼしたのが、世界情勢や円安の為替相場などを反映した物価の高騰です。原燃料費が軒並み値上がりしており、人件費の高騰と合わせて企業の収益面に打撃を与えるものとなっています。

私が社長に就任した2013年当時は物価安、賃金安のデフレの最中にあり、インフレなど思いも寄らぬことでした。反面、見方によってはデフレ局面で物価が安定していたともいえます。「デフレだから安売りは仕方ない。賃金も低めで仕方ない」といった空気が日本中に蔓延していたのではないのでしょうか。その間、当社はいち早く、従業員の働きがいの向上の一環として賃上げを決断したわけですが、そのことがニュースで報道されるほど、当時の日本社会にとって異例の事態でした。

これに対して、2022年からは空気が一変しました。見る間に物価が上昇しただけでなく、輸入品によっては入手が困難な事態に陥っています。当社として「デフレだから

物価は安定」などと安穩に構えていたとしたら、業績に多大な影響が生じたはずです。その点、ここ数年にわたって全社を挙げて、QSCの向上と無駄なコストの削減に努めてきたことが、この急激なインフレ局面での打撃を最小限に抑える結果に繋がったと考えます。常に時代の先を見えつつ、施策を繰り出すことの大切さを改めて実感しています。

原材料費の高騰につきましては、自社内で吸収できる範囲を大きく超えたことから、2022年5月に価格を改定しましたが、お客様にご納得いただくことが大変重要であると考え、料理とサービスのさらなる品質向上を並行して実施しました。その際、約500人の従業員を対象に適正価格に関するアンケート調査を実施し、消費者の立場から値上げが妥当かを調べました。その結果をもとに損益のシミュレーションを綿密に行い、期首に設定した予算を達成できると判断したのです。ところが、その直後から今度は光熱費が想定外の幅で値上がりしたことから、お客様への安心、安全でおいしい料理のご提供に最優先で取り組むため、やむなく11月に再度の価格改定を実施しました。

2度にわたる価格改定にもかかわらず、おかげさまでお客様の反応はおおむねご理解をいただけたと捉えています。もっとも、これから先の経営環境を見たときに、インフレ傾向は継続するものと考えざるを得ません。そのため、そ

のような中での経営のあり方を追求する必要があります。あるいは、毎年、価格改定をお客様にお願いしていかなければならない事態も想定されます。こうした状況においては、これまで以上に高品質でおいしい料理を召し上がっていただくメニュー開発や店創りを通じて、店舗の価値を向上させ、お客様の変わらぬご支持を得ていくことが必要となります。

それとともに、当社の事業を支えている従業員、さらには食材などのサプライヤーといった取引先の方々など、サプライチェーン全体に対する目配せも重要です。自社だけが利益を残せばそれでよいという発想では経営の持続性は望めません。厳しい時代に直面している現在、共存共栄をこれまで以上に図っていくことが、サステナビリティ経営を推進する上で欠かせないと考えます。

Q₂ 2022年度における取り組みと成果について教えてください。

価格改定による事業への影響を最小限に留めるためには、QSCのさらなる向上が必要と考え、2022年度においては教育研修に引き続き注力してきました。各店で学習するための研修ツールについては、動画などをよりわかりやすいものへ一新しました。あわせて、「美味しさのscience」と銘打ち、科学的な裏付けに基づくおいしい料理についての調理知識研修を実施するなど、品質向上を意識した取り組みを行いました。特に売れ筋のメニューについては、改めて徹底した調理指導を行ったことが2022年度における特筆すべき点だと考えています。

教育研修とともに、販売促進と広告展開も積極的に実施しました。たとえば、ロイヤルカスタマーの獲得を目的としたキャンペーンについても大きな効果を上げています。

また、ブランドイメージを向上させる上で、新テレビCMが奏功した点も見逃せません。特に「辣菜麺（ラーサ

イメン）」や「忘れられない中華そば」など新商品を発売する中で、お客様に知っていただく施策に注力してきたことが業績の向上に寄与したと考えます。QSCを継続的に向上させる中で、お客様に支持される料理、サービスを提供できる基盤をしっかりと築き、効果的な販売促進、広告展開を実施していく。つまり、本質的な価値を提供し続けることで、リピーターとしてのお客様を一人でも多く獲得していくことが、これからの飲食業界で成長していくための鍵であり、インフレ時代における持続的な成長のための必須条件と考えます。

Q₃ 中期経営計画の進捗状況はいかがでしたか？

中期経営計画につきましては、3つの主要戦略を着実に進める中で、特に営業戦略について成果を上げることができました。これはサポート戦略である販促戦略、人材育成戦略がうまくかみ合ったことが、お客様満足の高まりにつながり、好業績をもたらす結果となりました。

FC推進戦略については、直営店との店舗営業力の格差をなくしていくことに加え、衛生管理の強化など契約内容の遵守に注力しました。その結果、店舗数は減少しましたが、FC加盟店全体の業績は向上しています。今後は、FCオーナーとともに問題点の改善に取り組み、店舗営業と経営状況をフォローできる体制を強化していく中で、FCオーナーとWin-Winの関係を強固なものにしていきます。

店舗開発戦略に関しては、直営店の計画的な出店に取り組んできました。2022年度の出店実績としては、新規5店、FC加盟店の直営化2店、リロケート1店で、新規5店の内訳は商業施設内2店、ロードサイド2店、テイクアウト&デリバリー専門店「Joy Naho（ジョイ・ナーホ）」1店です。いずれも一店舗ごとの収益性にこだわった出店

となっています。なお、中長期で店舗開発戦略のあり方を考えたとき、店舗数を急速に増やしていくのは必ずしも得策とは考えません。むしろ、既存店の品質を高め、収益性を上げていくことで、業績を伸ばしていくことが有効と考えます。その上で、出店の空白地域において、出店の利点が大きいと判断したものについては着実に新規店舗の開発を進めてまいります。

Q₄ 2023年度における課題と 取り組みについて教えてください。

2023年度の経営を見たとき、日本を取り巻く環境としてインフレ傾向が続くとともに、労働力人口の減少といった課題に、世の中の注目が高まる中で、飲食業界においてもロボットの導入などのDXの推進がますます重要になっています。

しかしながら、当社においては時流に安易に乗るのではなく、むしろ飲食業における経営の本質は何かということを見極めつつ、本質的な価値の向上に邁進することこそが重要と捉えています。それとともに、時代の先をしっかりと見定めて、必要な施策を打っていくことで、今後も持続的な成長をめざしてまいります。

AIに象徴されるようにデジタル技術が進めば進むほど社会は便利になる反面、人々は技術の進歩に不安を抱くものです。その中では、昔懐かしい思い出の味、人と人との温かい結びつきといったことに対する要求が増してくるのではないかと考えます。2023年4月から「忘れられない中華そば」を全国で販売し、大変好評です。「どこか懐かしさ」を感じることができるとともに、品質については昔のままではなく、当社ならではの高い水準を実現している点が特長です。

また、当社における本質的な価値は、優れた人材に尽きます。人材の獲得と育成は競争優位を確立する上で最も重

要な課題と捉え、時代の先を見すえて継続して取り組むことが不可欠です。当社では採用制度の見直しを進めており、優秀な人材を早い段階から確保し、能力に見合った待遇を用意することで、飲食業界で働くことが若い人にとっての憧れとなる存在になりたいと考えています。この点については社内で構想を詰めている段階であり、来年には具体的な話を発表できると考えています。

Q₅ 最後に株主・投資家のみなさまに メッセージをお願いします。

これまで当社は、奇をてらうことなく経営課題の一つひとつ着実に対処してまいりました。飲食業界を取り巻く環境は誠に厳しいものがありますが、当社においてはこれまで積み重ねてきたことが逆境を跳ね返す大きな力となっています。今後とも、当社は持続的に安定して成長していくことができる経営基盤の強化を進めてまいります。

つきましては、株主・投資家のみなさまの変わらぬご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。



「おいしい力が、未来を変える。」とのスローガンのもと、創業以来 過去最高の売上高を更新。チェーン全店

当期
(第49期)の
Point!

- さらなる美味しさの実現のため、調理レシピの改良や徹底した調理研修を実施。QSCの向上につながり、価格改定後も客数・客単価は上昇。
- 戦略的なテレビCMの放映や多彩なキャンペーンを展開するとともに、商品開発にも注力。多くのお客様にご来店いただき、業績の向上へ大きく寄与。
- 経常利益・親会社株主に帰属する当期純利益は、営業時間短縮に伴う時短協力金収入の減少を除けば、前年同期及びコロナ前の2020年3月期をも上回る増益。

創業以来
過去最高

売上高

93,022 百万円

前期比 **9.7%増** ▲

コロナ前(2020年3月期)比 **8.7%増** ▲

経常利益

9,140 百万円

前期比 **29.8%減** ▼

コロナ前(2020年3月期)比 **13.1%増** ▲

親会社株主に帰属する
当期純利益

6,213 百万円

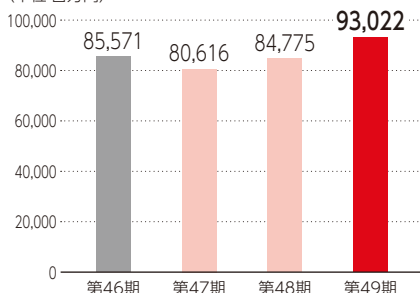
前期比 **29.5%減** ▼

コロナ前(2020年3月期)比 **17.0%増** ▲

●主要経営指標等の推移

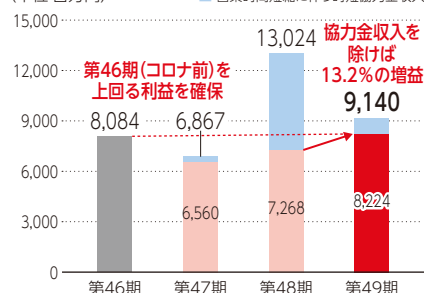
■売上高

(単位:百万円)



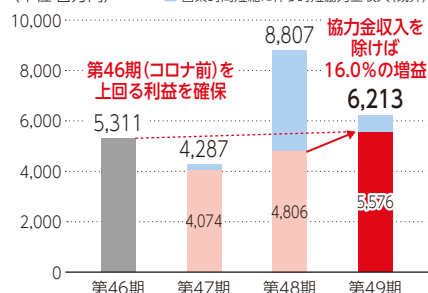
■経常利益

(単位:百万円)



■親会社株主に帰属する当期純利益

(単位:百万円)



さらなる美味しさの実現へ向け各種取り組みを実施。 の売上高も初の1,000億円を突破。

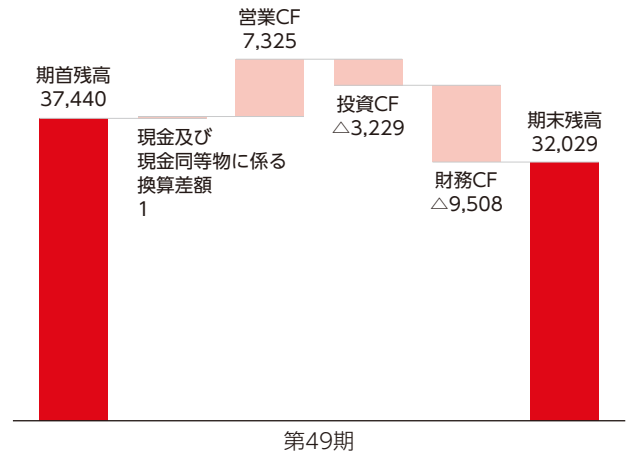
●資産の状況

(単位:百万円)

	第48期末	第49期末
流動資産	40,880	35,869
固定資産	48,525	48,234
流動負債	25,446	12,624
固定負債	4,860	8,709
純資産	59,098	62,770
総資産	89,405	84,103

●キャッシュ・フローの状況

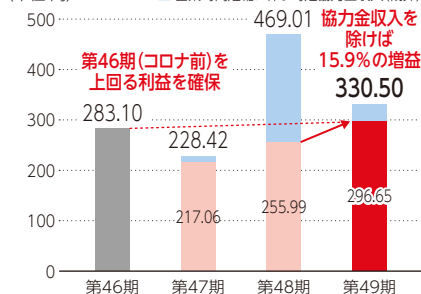
(単位:百万円)



■1株当たり当期純利益

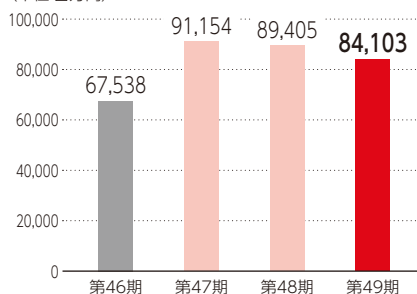
(単位:円)

■ 営業時間短縮に伴う時短協力金収入(概算)



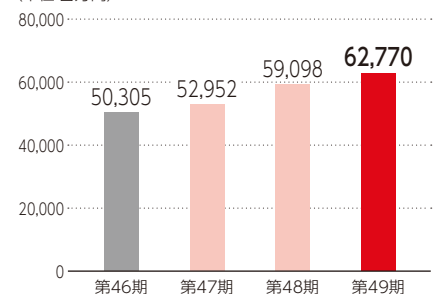
■総資産

(単位:百万円)



■純資産

(単位:百万円)



CATCH UP

OHSHO

過去最高売上を達成した 第49期の取り組み

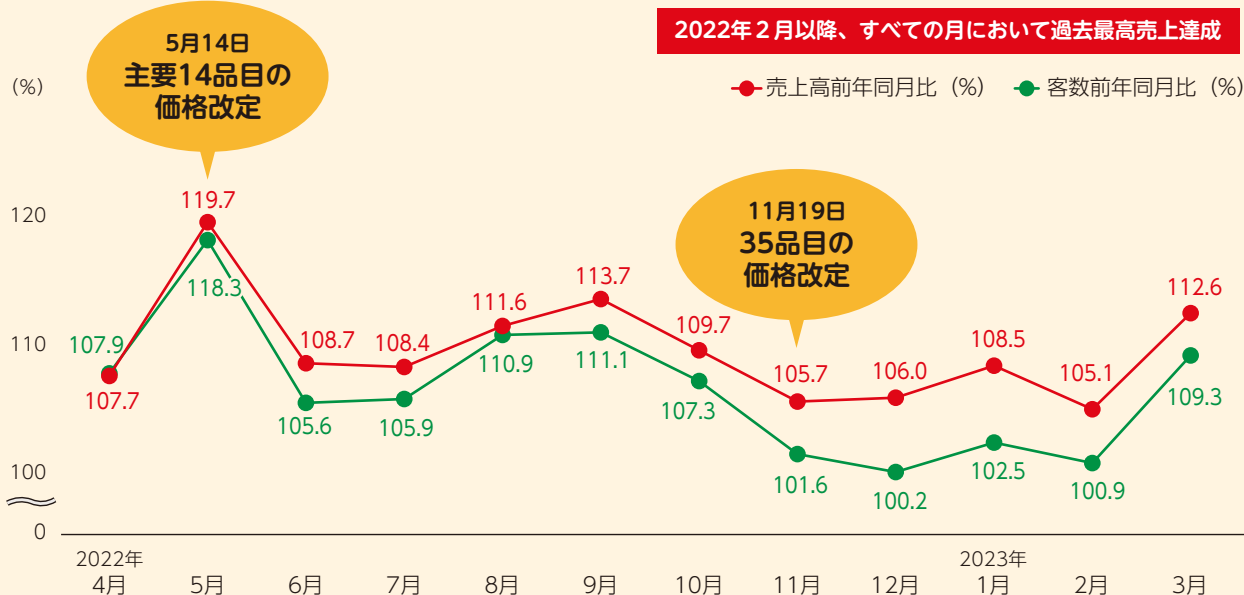
外食業界は、新型コロナウイルス感染症による影響は収束へ向かいつつあるものの、インフレの継続や原材料費及びエネルギーコストの高騰など、引き続き厳しい状況が続いております。

このような中、当社はQSCの向上に最優先で取り組み、調理レシピの改良・改善や、継続して調理研修を実施するなど料理の美味しさを極める努力を行うとともに、さまざまな施策を戦略的に推進してまいりました。

その結果、2度にわたる価格改定後も、客数は増加し、売上高は創業以来過去最高を更新いたしました。さらに、直営店・FC加盟店の店舗売上高は、創業以来初めて1,000億円を突破しました。

ここでは、当期において好業績を達成した要因をご紹介します。

月次売上高前年同月伸び率及び客数の前年同月伸び率



※客数前年同月比は国内直営店に基づく。

調理レシピの改良・改善や充実した調理研修を実施 より一層の料理品質の向上を実現

2022年5月、11月に一部商品の価格改定を実施するとともに、お客様にこれまで以上の価値をご提供するため、調理レシピの改良・改善はもとより、調理技術向上のための講習を実施いたしました。今後も、これまで以上においしい料理を提供できるよう尽力してまいります。

調理方法・レシピの改良・改善

2022年5月には14品目、11月には35品目の調理方法やレシピの改良を行いました。



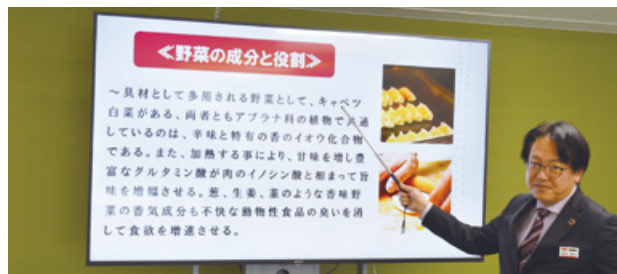
王将調理道場での研修

実地とオンラインの調理研修を行い、ダイレクトに全店舗の調理スタッフへ調理技術向上の場を展開しております。動画配信のほか、わかりやすいマニュアルの作成を継続的に進めるなど、さらなる美味しさの実現に向けて効果を発揮しております。



調理知識研修を開講

美味しさの仕組みを化学的な視点から追求することで、「さらなる美味しさ」のご提供を実現すべく、「美味しさのscience」と銘打った調理知識研修を新たに開講いたしました。調理における食品の反応や発酵など美味しさのエビデンスを学ぶことで、「美味しさ」の理由を追求し、店舗での調理に役立てております。



従業員へ過去最高額となる還元を実施

	月例給・賞与	一時金
2022年 4月	—	コロナ功労金
2022年 7月	夏期賞与 労働組合への満額回答	特別加算金 支給額の8.5%上乗せ
2022年 12月	冬期賞与 労働組合への満額回答	生活支援加算 支給額の10.0%上乗せ
2023年 3月	月例給の引き上げ 労働組合への満額回答 賃上げ率7.0%	—

業績向上に貢献した従業員の頑張りに報いるため、2022年夏期・冬期賞与は、労働組合からの要求に対し、満額回答となる支給に加え、夏期は8.5%、冬期は10.0%の上乗せ支給を行いました。その結果、一人当たりの平均支給額は夏期・冬期ともに過去最高額を更新いたしました。

さらに、2023年度の月例給改定では、組合要求に対し、満額回答となるベースアップを含め一人当たり平均22,000円、賃上げ率7.0%と、過去最高の引き上げを実施いたします。

今後も人的資本への投資に積極的に注力してまいります。



辣菜麺 (ラーサイメン)で「カラダにウマイ」!

高まる健康需要に応え、「カラダにウマイ」をコンセプトに当社独自の薬膳ラーメン「辣菜麺 (ラーサイメン)」を開発し、2022年4月より全国の店舗で販売を開始いたしました。

旨さのポイント

- ✓ 野菜の旨味と香辛料をベストバランスでアレンジ
- ✓ 2種類の味噌をブレンドしたスープに四川山椒の爽やかな痺れ、香味ラー油の刺激的な辛さが特長の旨辛ラーメン



戦略的な各種キャンペーンと効果的な情報発信

年間を通じて、「お客様感謝キャンペーン」をはじめとする各種販促活動を絶え間なく実施いたしました。特に、価格改定の前後では、さらに美味しくなったことをお客様に実感していただくために、集客力の高いキャンペーンを戦略的に推進いたしました。

各種キャンペーンの実施

【当期（2022年4月～2023年3月）に実施したキャンペーン】

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
2022年版お客様感謝キャンペーン												
2023年版お客様感謝キャンペーン												
「スタンプ2倍押し!!」キャンペーン												
生ビールキャンペーン												
生餃子スタンプキャンペーン												
年末年始スタンプキャンペーン												
創業祭												

(※5月・11月に価格改定を実施)

「2022年版お客様感謝キャンペーン」カード発行枚数過去最高の102万枚到達（2023年3月末時点）



新CMの放映

日本中の人を「おいしい力で元気にしたい」というメッセージを込め、主演は俳優の仲野太賀さん、テーマソングにはケツメイシさんのオリジナル未発表曲「一等星☆」を起用したCMを放映いたしました。



サステナビリティの取り組み

お子様弁当を無償提供

当社のサステナビリティビジョンの一つである「食に困らない豊かな社会の実現」をめざし、全国の店舗で各地のこども食堂などに「お子様弁当」を無償提供する取り組みを行っています。

2021年の夏休み期間に実施を開始してから2023年の春休みまで、6回にわたって「お子様弁当」合計約39万9千食をお届けしており、各地の子どもたちから喜びのお手紙が寄せられるなど、従業員の励みとなっています。



お弁当ありがとうございました。
ました。おいしいものは明日をつれてくと言われ
るように、とても元気が
ました！ありがとうございました。

こども食堂などから寄せられたお礼状

野菜煮込みラーメンで子どもたちを支援

東日本大震災時に炊き出しをしたラーメンをベースにしたメニューを、2016年より毎年3月の限定メニューとして販売しています。2022年に続いて、世界各地で子どもたちの貧困問題等に対して支援活動を行う民間・非営利の国際組織「セーブ・ザ・チルドレン」に、1杯につき30円、合計金額約1,163万円を寄付いたしました。

これからも、将来を担う子どもたちの今と未来を支援する活動に取り組んでまいります。



Save the Children
セーブ・ザ・チルドレン

寄付金額

約1,163万円



特例子会社の取り組みが高く評価

当社の特例子会社である株式会社王将ハートフルは、障害者雇用に積極的に取り組む「にもす認定企業」として、京都府では2社目、特例子会社としては京都府で初となる認定を受けています。

また、創業以来、業務上の災害ゼロを継続するなど、安全衛生を何よりも優先した事業運営への取り組みなどが評価され、障害者の職場定着の推進に取り組んだ職場に対する「障害者雇用職場改善好事例」（主催：独立行政法人 高齢・障害・求職者雇用支援機構、後援：厚生労働省）の募集において、優秀賞を受賞いたしました。



2023年3月31日現在の店舗数

全国 **732** 店舗

(直営 542店※ FC 190店)

※餃子の王将 高雄漢神巨蛋店、台北統一時代店(台湾)を含む。

第49期 新規出店一覧

● 直営新店 ● FC新店
<2022年4月～2023年3月>

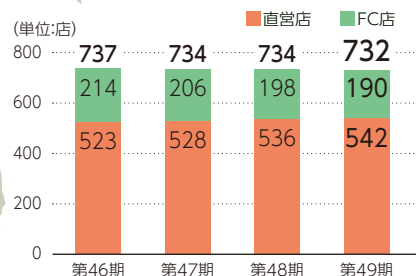
2022年

- 4月27日 コトエ流山おおたかの森店 (千葉県流山市) ●
- 5月14日 信濃橋本町通り店 (大阪府大阪市) ●
- 5月26日 楠葉店 (大阪府枚方市) ●
- 6月8日 神の倉店 (愛知県名古屋市) ●
- 10月18日 イオン天王町店 (神奈川県横浜市) ●
- 10月10日 ジョイ・ナーホ練馬高野台駅前店 (東京都練馬区) ●
- 11月28日 藤沢弥勒寺店 (神奈川県藤沢市) ●

2023年

- 3月31日 新青梅武蔵村山店 (東京都武蔵村山市) ●

店舗数の推移



ジョイ・ナーホ練馬高野台駅前店 (東京都練馬区)



新青梅武蔵村山店 (東京都武蔵村山市)



藤沢弥勒寺店 (神奈川県藤沢市)



イオン天王町店 (神奈川県横浜市)



会社概要

商 号 株式会社王将フードサービス
(英 文 名) OHSHO FOOD SERVICE CORP.

創 業 年 月 日 1967年12月24日

設 立 年 月 日 1974年7月3日

主 な 事 業 内 容 中華料理を主体にしたレストランの運営及び
フランチャイズ加盟店への中華食材等の販売

資 本 金 8,166,383,816円

従 業 員 数 2,254名 (連結)

子 会 社 王将餐飲服務股份有限公司
株式会社王将ハートフル

主な事業所

本 社 京都府京都市山科区
西野山射庭ノ上町294番地の1

事 務 所 東京事務所 東京都千代田区神田須田町
2丁目11番地 協友ビル3階

工 場 久御山工場 京都府久世郡久御山町
田井東荒見1番地1

九州工場 福岡県福岡市東区
松島3丁目7番13号

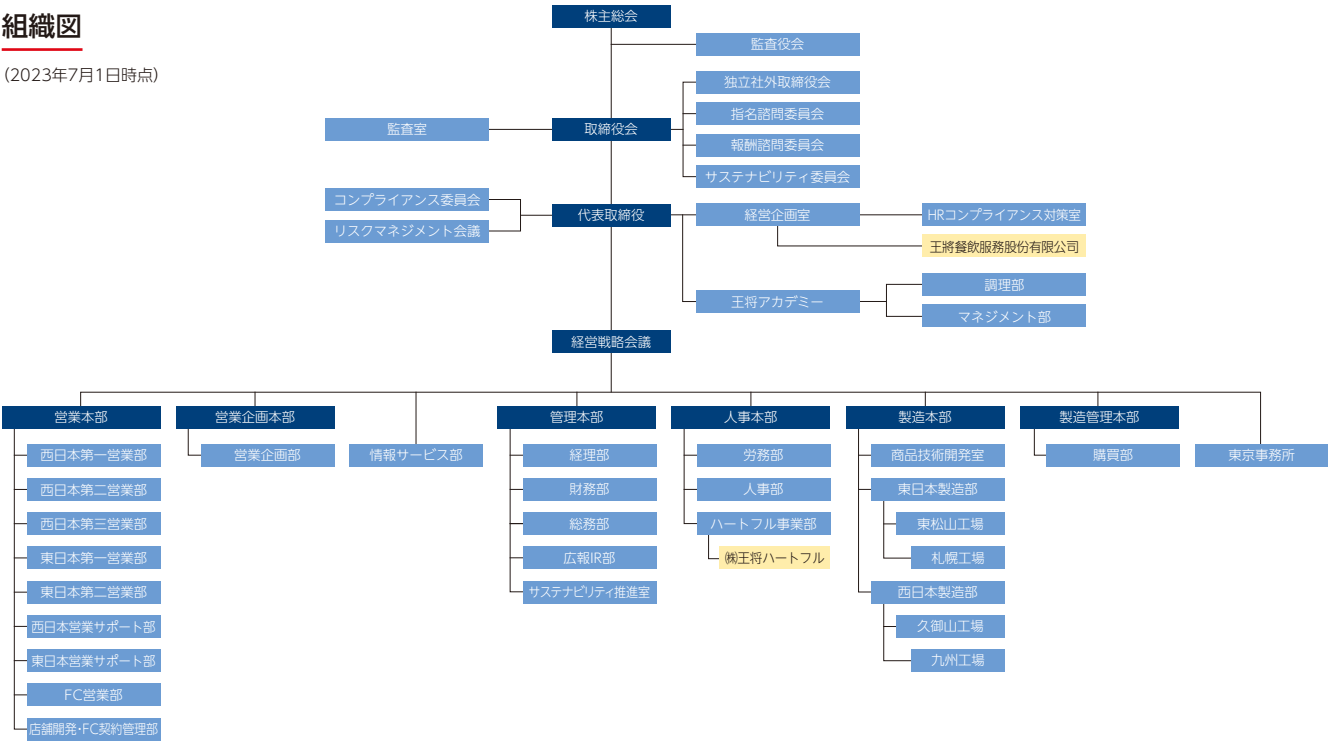
札幌工場 北海道札幌市手稲区
新発寒6条 1 丁目1番46号

東松山工場 埼玉県東松山市大字新郷405番1

店 舗 直営店：542店舗* FC店：190店舗 合計732店舗
(※餃子の王将 高雄漢神巨蛋店、台北統一時代店(台湾)を含む)

組織図

(2023年7月1日時点)



株式の状況

発行可能株式総数	90,000,000株
発行済株式の総数	23,286,230株
株主数	26,567名

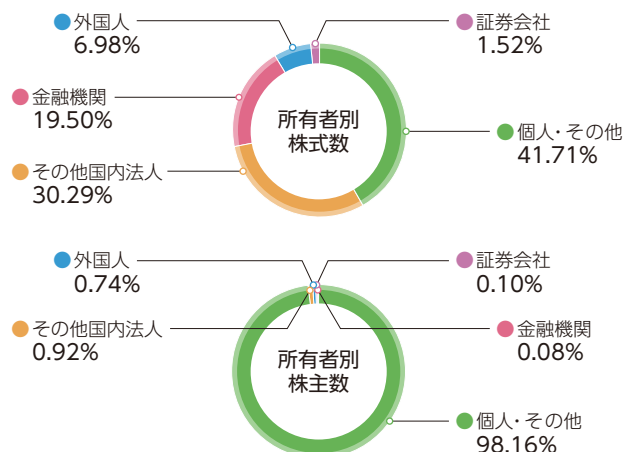
大株主の状況

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
アサヒビール株式会社	2,053	10.9
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,719	9.1
ジャパンフードビジネス株式会社	1,400	7.4
アリアケジャパン株式会社	1,100	5.8
加藤 梅子	611	3.3
加藤 ひろみ	602	3.2
公益財団法人加藤朝雄国際奨学財団	528	2.8
王将フードサービス取引先持株会	366	1.9
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	360	1.9
吉田 英里	268	1.4

(注) 1. 千株未満は切り捨てて表示しております。

2. 当社は、自己株式4,481,183株を保有しておりますが、上記大株主からは除外しております。また、持株比率は自己株式を控除して計算しております。

株式の分布状況



(自己株式を控除して計算しております。)

株主メモ

事業年度 4月1日から翌年3月31日まで

定時株主総会 毎年6月開催

単元株式数 100株

配当金受領株主 3月31日及び中間配当金の支払いを行うときは
確定日 9月30日

上場証券取引所 東京証券取引所 プライム市場

株主名簿管理人 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
三井住友信託銀行株式会社

郵便物送付先 〒168-0063
東京都杉並区和泉二丁目8番4号
三井住友信託銀行株式会社 証券代行部

電話照会先 TEL. 0120-782-031 (フリーダイヤル)
受付時間 9:00~17:00(土日休日を除く)
取次事務は三井住友信託銀行株式会社の本店
及び全国各支店で行っております。

電子公告
ただし、事故その他やむを得ない事由によって
公告掲載方法 電子公告による公告をすることができない場合
は、日本経済新聞に掲載して行います。
公告掲載URL <https://www.ohsho.co.jp>

株式に関するよくあるご質問(Q&A) https://faq-agency.smtb.jp/?site_domain=personal



株主様の口座のある証券会社にお申し出ください。
住所変更、単元未満株式の買取・買増等
なお、証券会社等に口座がないため特別口座が
開設されました株主様は、特別口座の口座管理
機関である三井住友信託銀行株式会社にお申し
出先について 出ください。

未払配当金の支払い 株主名簿管理人である三井住友信託銀行株式
についで 会社にお申し出ください。

株主優待制度

当社では、株主のみなさまの日頃のご支援にお応えするため、右表の通り当社株式を100株以上ご所有の株主様を対象に、「株主様ご優待券」及び「株主様ご優待カード」を贈呈する優待制度を設けております。



株主優待制度の内容

	対象株主様		優待内容 (「株主様ご優待券」は当社商品との交換も可能)
	所有時点	所有株式数	
株主様ご優待券	9月末 3月末	100株以上 200株未満	2,000円分 500円券4枚を贈呈
		200株以上 500株未満	3,000円分 500円券6枚を贈呈
		500株以上 1,000株未満	6,000円分 500円券12枚を贈呈
		1,000株以上	12,000円分 500円券24枚を贈呈
株主様ご優待カード	3月末のみ	100株以上	「株主様ご優待カード」 (会計時5%割引) 1枚贈呈

餃子の王将公式 スマホアプリ

ダウンロード数
366万突破!

(2023年3月末時点)



公式アプリ配信中

左記QRコードから
ダウンロードいただけます。

※QRコードは、(株)デンソーウェブの登録商標です。



店舗検索や
イベント・キャンペーン情報

アプリ限定クーポン

ぎょうざ倶楽部
スタンプカード機能を追加

最新のメニュー情報