



株主のみなさまへ

第48期 報告書

2021年4月1日から2022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

お客様から「褒められる店創り」を通じて、
厳しい経営環境の中にあっても
増収増益を達成することができました。



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48期(2021年4月1日から2022年3月31日まで)の決算が確定いたしましたので、ご報告申し上げます。

当期はコロナ禍の影響がなおも続く厳しい経営環境であったものの、「お客様から『褒められる店』を創ろう!」という思いのもと、ここ数年にわたり積み上げてきた数々の施策が功を奏した結果、売上高及び営業利益は前期を上回ることができました。また、経常利益及び親会社株主に帰属する当期純利益は過去最高益を更新しました。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。

2022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」を感じてもらお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。

Q 2021年度(第48期)の市場環境と業績について教えてください。

A この一年、コロナ禍の感染拡大が第6波に及び、外食機会の減少が続いたのに加えて、為替の変動などによって食材費や燃料費などの高騰というマイナス要因が重なりました。また、異常気象などの影響で食材の安定調達に苦心するなど、状況が目まぐるしく変わり、あたかも先の見えないトンネルに入ったかのような一年でありました。業績向上という経済価値を追求する一方で、カーボンニュートラルの促進など社会価値の追求の両立を目指す必要から、アクセルとブレーキの両方の踏み加減とそのタイミングを慎重に吟味する経営を強いられました。

こうした中で、「迷っていても始まらない。できることを精一杯やる」との決意のもとで、安心安全で美味しい料理をリーズナブルに提供することに、より一層努めてまいりました。また、テイクアウトとデリバリーの需要が大きく拡大した中で、お客様が求めているサービス提供時のスピード対応に注力し、Webによる予約注文をはじめご注文を受けてから料理をお渡しするまで、全てにおいてスピード感を大切にサービス提供に尽力しました。

一方、店舗の立地に関して、都心型の店舗がテレワークなどの影響で苦戦した反面、郊外型の店舗は売上が好調に推移し

ました。さらに、新業態であるテイクアウト&デリバリー専門店「Joy Naho(ジョイ・ナーホ)」を東京都内に試験的に出店したところ、こちらも順調に推移しています。

そして、デリバリーについては、コロナ禍前は需要が限られていたのに対して、コロナ禍になり、需要の急増に対応したところ、デリバリー導入店舗数は直営店で449店舗(2022年3月31日時点)、FC店舗を含めて560店舗(同時点)にまで拡大しています。これにより、コロナ禍にかかわらず、潜在的な市場の開拓に成功し、業績向上に大きく寄与しています。

以上のような施策の積み上げによって、2021年度の業績は前期比で増収増益となりました。特に営業利益が前期比114.6%と大きく伸びた点は、コロナ禍にあっても各店舗の不断の努力を通じて、本業で稼ぐ力を発揮できたと考えます。そして、経常利益及び親会社株主に帰属する当期純利益については、上記のほか時短協力金の収入もあり、過去最高益を更新することができました。

Q 中期経営計画の進捗状況について教えてください。

A 中期経営計画では、営業戦略、FC推進戦略、店舗開発戦略という3つの主要戦略を軸として、業績のさらなる拡大に向けて着実に進んでおります。

この中で、課題であるFC推進戦略につきましては、組織変更を含めた抜本的な見直しを図っています。従来、FC推進部を通じて各FC店舗の店舗オペレーションに関する指導を行ってきましたが、今後は営業本部を通じて、直営店舗と同様に店舗オペレーションと店舗損益の改善に対する助言を行っていく考えです。また、FCのオーナー様は70歳を定年と定めておりますが、定年が迫ってから後継問題に対処するのではなく、早い段階から後継者の育成、もしくは店舗開発部による店舗の再開発に取り組んでまいります。これらによって今後、FC店舗を含めて店舗数の純増を図ってまいります。

主要戦略を支えるサポート戦略の中では、工場戦略において、BCP(事業継続計画)の観点から、気候変動などによる災害に備えた新たな中核工場の新設を検討中です。これにより、万一、大地震などで一つの工場が稼働を停止したとしても、ほかの工場が生産と供給をカバーすることが可能となります。これについては中期的な計画として実行していく考えです。

また、デジタル戦略については、間接部門における生産性向上とコスト削減を意図した取り組みのほか、店舗における従業員のシフト管理をデジタル化して、業務の効率化と人件費のロス削減を進めています。お客様に選ばれる価値を創るのは、あくまで人です。その価値向上に集中するために、お客様と直接向き合わない作業を効率化するというのが当社のDXに対する基本的な考えです。

2022年度(第49期)の経営課題と取り組みについてお考えをお聞かせください。

A コロナ禍や地政学的リスクを背景に混沌とした市場環境にあって、経営者として痛感していることは、原点に立ち返ることの大切さです。当社における原点とは、すな

わち創業時における「人々のために美味しい中華料理をリーズナブルに提供しよう」という思いです。創業した1967(昭和42)年当時、日本は豊かな国というにはほど遠く、誰もが一生懸命に働いて生活の糧を稼いだ時代です。一日がんばって働いて疲れた人々のために、食べる楽しみをお届けする。そして、召し上がった方が「ああ、おいしかった。よし明日もがんばろう」という元気を取り戻す。こうした思いのもと、当社は創業以来、人に寄り添った事業を展開してきました。

2022年の年初にあたり、当社は「おいしい力が、未来を変える。おいしい力が、未来を創る。おいしい力を、未来へつなげ。」というスローガンを掲げました。これは厳しい経営環境が続く中で、私を含めて全ての従業員が創業の原点を再確認した上で、明るい未来に向けて前進していく決意を表したものです。

コロナ禍の影響がなおも続いているものの、ワクチン接種の普及などを背景に事態は収束に向かっていくことが考えられます。一方で緊急事態宣言やまん延防止等重点措置に伴う営業時間の短縮による時短協力金がなくなる中、外食産業は2022年度こそが正念場であると肝に銘じております。2021年度の好業績に慢心することなく、さらなる業績向上に向けて力強く前進してまいります。

店舗戦略としては、前述の通り、テイクアウト&デリバリーの専門店が好調であることから、同様の立地での出店に向けて交渉を進めているところです。また、2016年以来、展開している「GYOZA OHSHO」については、これからの時代に即した店舗へとリニューアルを図る方針です。

一方、当社はコロナ禍にあって、料理の品質向上に向けて、Webによる教育研修を実施してきたのに加えて、セントラルキッチン設備などへのインフラ投資を着実に進めてまいりました。また、販売促進では、顧客層の開拓を意図したテレビCMを新たに制作し、今年度、過去最高の広告予算を投下して

まいります。このような施策が、2022年度において業績のさらなる向上につながると期待しています。

Q 中長期の持続的成長について どのようにお考えですか。

A これからの時代、予測しがたい事態がいつ生じてもおかしくありません。こうした状況にあって、持続的な成長を実現していくためには、現状に甘んじることなく、あくなき挑戦が不可欠であると考えます。特に当社においては、ここ数年にわたり人材基盤の強化を図ってきました。人材育成への投資は結果が出るまでに時間を要します。しかし、従業員一人ひとりの実力が伸び、しかるべき“しきい値”を超えたとき、組織の力として安定的に発揮されるということを我々は学んできました。自らの実力が高まることで、仕事のやりがいが増し、さらなる成長意欲が生じてきます。そして、何よりお客様のためにより美味しい料理をつくり、より良いサービスの提供に邁進する中で、お客様からお褒めの言葉をいただくことが一番のやりがいとなります。このことは毎年実施している従業員満足度調査の結果にも顕著に表れており、人材基盤は今や当社のかけがえのない資産となっております。

今後、人材基盤の強化を新たな段階へと進めてまいります。これまでは経験則に基づいた教育研修が中心だったのに対して、これからはエビデンス(仮説を裏付ける根拠)を重視したものへと移行していきます。たとえば、調理研修に関して、原材料や調味料の成分、加熱の温度や時間が、美味しい料理を構成する上でどのような役割を果たしているのか。こうした知識を各店舗で共有できる体制を目指していく考えです。そして、これから先、美味しい料理をつくることは当然として、さらにお客様の健康の維持や増進に寄与する料理を追求する



ことが重要と捉えています。そのためのメニュー開発を鋭意進めており、順次公開していく考えです。

Q 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。

A 2021年度の決算では、みなさまのお力添えをもちまして、当初の計画を上回る業績を達成することができました。2022年度に向けては、経営環境の変化に機敏に対処しつつ、美味しい料理を提供するという事業の根源を大切に経営に尽力していく覚悟です。それによって、株主・投資家のみなさまのさらなるご期待に応えてまいります。

つきましては、今後とも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。

厳しい経営環境の中、従来から取り組んできた各売上高が回復するとともに、経常利益及び親会社

当期(第48期)のポイント

- ① 人材教育投資によるQSCレベルの向上、積極的な販売促進活動により、お客様の来店を促し、当期の売上高は同月比過去最高を合計6度も更新。
- ② テイクアウト・デリバリーに特化した新業態店舗、テイクアウト専用窓口を設置した店舗の出店により、店舗売上の回復とともにテイクアウト・デリバリーも引き続き好調に推移。
- ③ 経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益は、増収に加え、効率的なシフト編成による人件費コントロール、営業時間短縮に伴う協力金収入等により過去最高益を記録。

売上高

84,775百万円
(前期比**5.2%**増)

経常利益

13,024百万円
(前期比**89.6%**増)

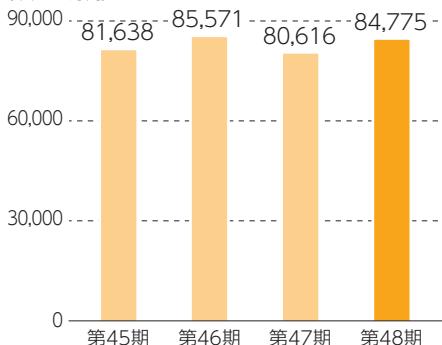
親会社株主に帰属する当期純利益

8,807百万円
(前期比**105.4%**増)

主要経営指標等の推移

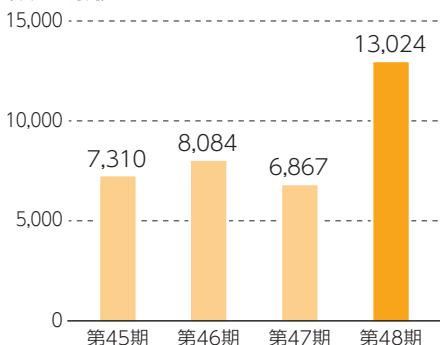
売上高

(単位:百万円)



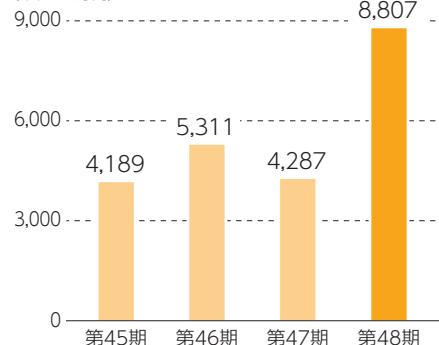
経常利益

(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)



(注) 「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を当連結会計年度の期首から適用しており、第48期に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっております。

種取り組みが結実。 株主に帰属する当期純利益は過去最高益を記録。

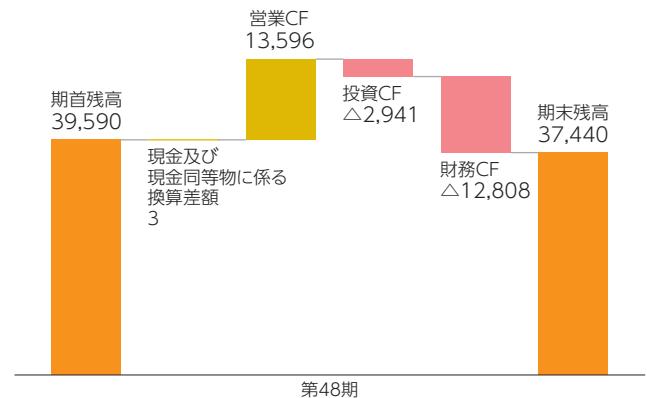
資産の状況

(単位:百万円)

	第47期末	第48期末
流動資産	42,452	40,880
固定資産	48,701	48,525
流動負債	20,582	25,446
固定負債	17,619	4,860
純資産	52,952	59,098
総資産	91,154	89,405

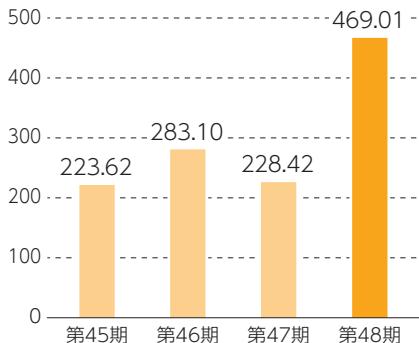
キャッシュ・フローの状況

(単位:百万円)



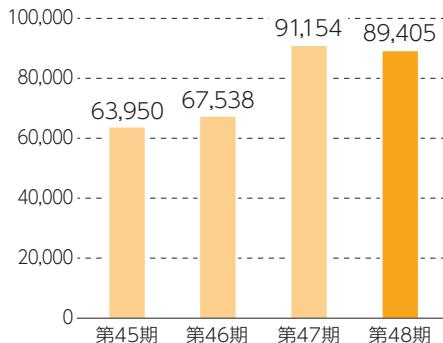
1株当たり当期純利益

(単位:円)



総資産

(単位:百万円)



純資産

(単位:百万円)



増収増益に寄与した第48期の取り組み

当期はコロナ禍以前から積み上げてきた数々の施策が功を奏した結果、前期比で増収増益を達成することができました。要因としては、店舗の設備面の改善・充実やオンラインによる従業員研修の実施等により、店舗におけるQSCレベルの向上、店内売上の回復があり、テイクアウト・デリバリーも引き続き好調を維持することができたためと考えています。ここでは当期の成果につながった主な取り組みをご紹介します。

王将調理道場などの従業員研修



■ 主な研修一覧

王将調理道場(2018/3期～)

伝統の調理技術を学び、心を磨く

王将大学(2018/3期～)

階層ごとに店舗運営、人材マネジメントを基礎から学ぶ

合宿研修(2017/3期～)

人間力を向上させ、王将魂を継承する

調理検定(2020/3期～)

王将スタンダードに基づく質の高い調理技術の習得

王将調理道場では2022年1月からグランドメニューの主要14品に特化した講習を実施し、主力メニューのさらなるおいしさの追求を進めています。今後は科学的根拠に基づき具材の投入順序を見直すなど、調理方法を最大限に追求する試みも始めております。

「王将調理道場」
オンライン受講者数
25,344人



店舗の設備改善



お客様の満足度を高めるため、FC店舗も含めた全店舗において、まちまちだった餃子レンジを、当社独自の鉄板に規格を統一することで、よりおいしい餃子を提供できる体制を整えるなど、店舗の設備面の改善と充実を図りました。

店舗におけるQSCレベルの向上

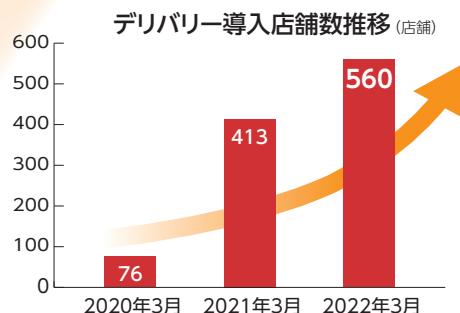
テイクアウト&デリバリーが引き続き好調を維持

Demaecan

**Uber
Eats**

menu

デリバリーニーズの高まりに対応するため、デリバリー導入店舗を560店舗(2022年3月31日時点)に拡大いたしました。さらに、複数のプラットフォームを利用できる店舗も拡大しています。当期もテイクアウト&デリバリーの売上は、感染状況が落ち着いても好調を維持し、増加した需要を取り込んできました。QSCレベル・店舗価値の向上に注力したことも大きな要因となっています。



各種店舗でのキャンペーンの継続



2022年版ぎょうざ倶楽部
お客様感謝キャンペーン



生餃子セール



「アサヒビアリー」
販売開始のお知らせ

当期もロイヤルカスタマー獲得のため、ぎょうざ倶楽部お客様感謝キャンペーン、生餃子セール、またコロナ禍・アフターコロナにつながる提案として、アサヒスーパードライ、アサヒビアリーの販売等の各種キャンペーンを積極的に推進しました。またぎょうざ倶楽部会員は、延べ86万2,000人(2022年3月31日時点)となり、コロナ禍での売上の下支え要因となりました。

スマホアプリ機能の強化やSNS等でオススメ情報をこまめに配信

公式スマートフォンアプリ
ダウンロード数

295万6千
ダウンロード

※2022年3月末時点



SNSを利用した情報発信

Twitterによる
情報発信



Facebookによる
情報発信



デジタル媒体を用いた販促活動は公式スマートフォンアプリにおいて機能の強化、情報発信の充実を図り、SNSによる情報発信も強化しました。このような取り組みが一時的な顧客獲得だけでなく、中長期的なリピーターの獲得や見込み客の育成に寄与しました。

新しいテレビCMの放映開始

【主演】仲野 太賀



©三宅英文



【音楽】ケツメイシ



メイキング映像も
含めた各CMを
ご視聴いただけます。

今回のCMは俳優の仲野太賀さんが主演し、テーマソングは当社の「おいしい力で日本を元気にしたい」という想いを形にしたケツメイシさんのオリジナル未発表曲です。「おいしい力」が未来を変えろというメッセージを込めたCMをお届けしています。



TOPICS

TBS系列「ジョブチューン」にて当社が紹介され10品のうち9品について合格判定をいただき、中でも看板メニューの餃子は満場一致で合格をいただくことができました。放映翌日には、**単日比で過去最高となる3億49百万円の売上を記録**し、放送後1週間の売上は、前年比で119.8%と大幅に伸長しました。

サステナビリティ委員会の設置、サステナビリティビジョンの策定

私たちは、自社の事業を通じて、食に困らない豊かな社会の実現、全てのステークホルダーとの共栄、地球環境の保全を目指します。



ビジョン 1

食に困らない豊かな社会の実現

食を生業とする会社として、全ての人が食に困らない健康で豊かな社会の実現のために貢献します。

関連SDGs



ビジョン 2

全てのステークホルダーとの共栄

「顧客」には快適な食空間、心温まる接客、そして安心・安全で美味しい料理の提供、「株主」には好業績を収めて企業価値の向上と利益の還元、食材を生産し流通する「サプライチェーン」にはwin-winの関係構築、そして「従業員」には積極的な人材育成等の投資とともに、性別・年齢等の区別なく全ての従業員が活躍できる職場環境の実現など、私たちは全てのステークホルダーとの共栄のために全力を尽くします。

関連SDGs



ビジョン 3

地球環境の保全

地球環境はサステナビリティの根幹であり、私たちは当社事業による環境への負荷を低減し、循環型社会の形成を目指すなど、積極的に環境保全に取り組みます。

関連SDGs



サステナビリティ戦略における主な取り組み

お子様弁当



コロナ禍の長期化で子どもたちの生活環境が改善していないことを受け、前回に続いて、全国の子どもたちへ食事支援をしました。

昨年夏と今年の冬あわせて、各地のこども食堂等に「お子様弁当」合計約14万5千食の無償提供を実施しました。



こども食堂等より寄せられたお礼状



無償提供食数
約14万5千食

野菜煮込みラーメン



当メニューは、東日本大震災時に炊き出しをしたラーメンメニューで、被災地の復興支援を目的に2016年より毎年3月の限定メニューとして販売しており、当期は、約1千万円(1杯につき30円)を世界各地で子どもたちのための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」に寄付しました。



Save the Children

寄付金額…約1千万円
(1杯につき30円)

TOPICS

東証新市場区分「プライム市場」移行に関するお知らせ

当社は、2022年4月4日をもって、東京証券取引所の新市場区分「プライム市場」に移行いたしました。

「プライム市場」は、多くの機関投資家の投資対象になりうる規模の時価総額(流動性)を持ち、より高いガバナンス水準を備え、投資者との建設的な対話を中心に据えて持続的な成長と中長期的な企業価値の向上にコミットする企業向けの市場と位置づけられています。

今後も全てのステークホルダーのみなさまの信頼と期待に応えるべく、持続的な成長及び中長期的な企業価値のさらなる向上を目指し、事業活動に邁進してまいります。



店舗のご案内

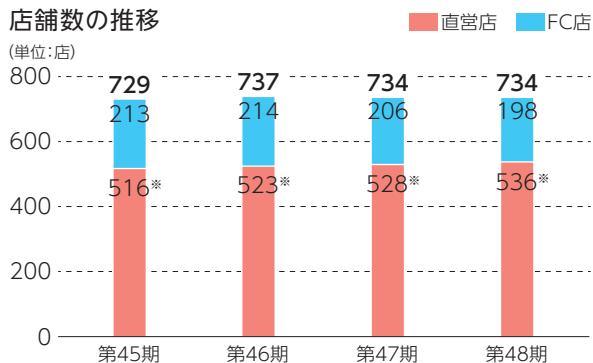
2022年3月31日現在の店舗数

全国 **734** 店舗 (直営 536店*
FC 198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。

店舗数の推移

(単位:店)



第48期新規出店一覧

2021年

- 4月14日 半田やなべ店 ■
- 4月20日 東川口戸塚店 ■
- 5月31日 463号バイパス所沢林店 ■
- 6月25日 ジョイ・ナーホ 池尻大橋店 ■
- 9月9日 天溝橋OMMビル店 ■
- 9月12日 サンリブシティ小倉店 ■
- 9月18日 国道293号足利南店 ■
- 10月1日 sanwa藤が丘店 ■
- 10月20日 サンリブくりえいと宗像店 ■
- 10月26日 県道377号吉川栄店 ■
- 11月3日 県道243号龍ヶ崎店 ■
- 12月4日 国道202号糸島店 ■

2022年

- 3月26日 沼津松長店 ■

■ 直営新店

■ FC新店

(2021年4月～2022年3月)

県道243号龍ヶ崎店 (茨城県龍ヶ崎市)



sanwa藤が丘店 (神奈川県横浜市)



国道202号糸島店 (福岡県糸島市)



沼津松長店 (静岡県沼津市)



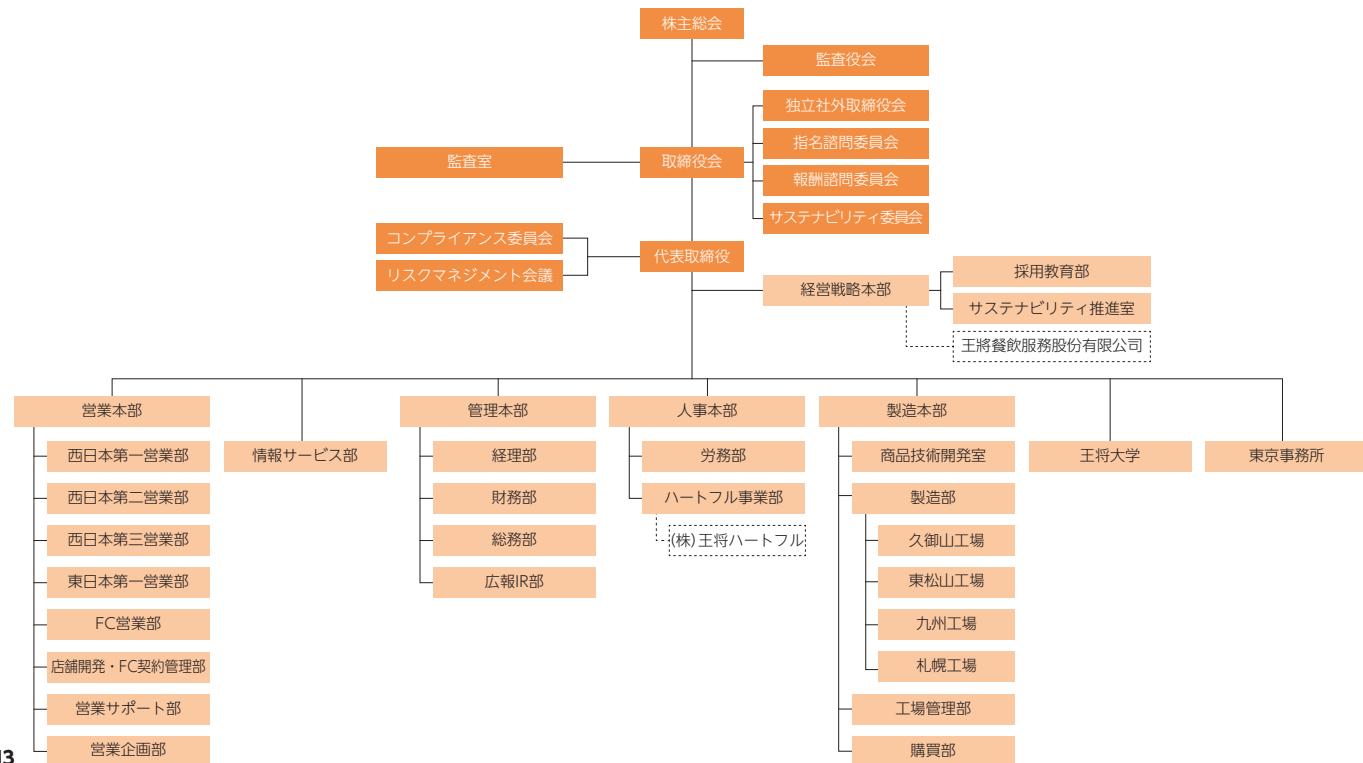
会社概要

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 2,292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:536店舗* FC店:198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 (2022年7月1日付)



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	24,472名

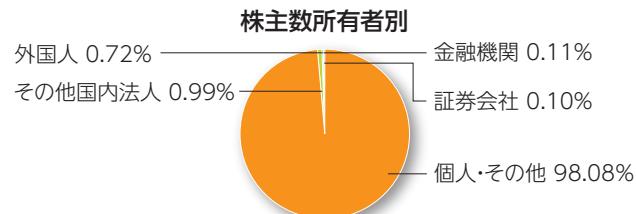
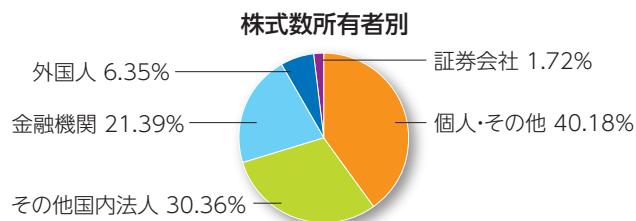
大株主の状況

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)	1,832	9.8
ジャパンフードビジネス株式会社	1,400	7.5
アリアケジャパン株式会社	1,100	5.9
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
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	489	2.6
王将フードサービス取引先持株会	349	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4,498,356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
確定日 3月31日及び中間配当金の支払いを行うときは
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
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)

電話照会先 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



住所変更、単元未満株式の買取・買増等のお申し出先について

株主様の口座のある証券会社にお申し出ください。
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ください。

未払配当金の支払いについて

株主名簿管理人である三井住友信託銀行株式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 リリース!

店舗検索や
イベント・キャンペーン情報

ぎょうざ倶楽部
スタンプカード機能を追加

アプリ限定クーポン

最新のメニュー情報



下記QRコードから
ダウンロード
いただけます。



公式アプリ配信中

※QRコードは、(株)デンソーウェーブの登録商標です。

株式会社 王将フードサービス

<https://www.ohsho.co.jp>

