



株主のみなさまへ

第47期 中間報告書

2020年4月1日から2020年9月30日まで

株式会社 王将フードサービス

証券コード：9936

コロナ禍という難局を全役職員が力を合わせて乗り越え、  
力強く前進してまいります。



株主のみなさまにおかれましては、益々ご清栄のこととご拝察  
申し上げます。また、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47期第2四半期(2020年4月1日から2020年9月30  
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。

当期は新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、大変厳しい経  
営環境となっております。しかし、当社ではいち早く対策を講じる  
とともに、全社一丸となって感染予防を図り、お客様及び従業員の  
安全確保に努めたうえで営業を行っており、大きな成果をあげる  
ことができました。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。

2020年12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。

### Q コロナ禍における対策及び 業績はいかがでしたか？

**A** まずもって、この度の新型コロナウイルス感染症に罹患された方々及び関係者のみなさまには、心からお見舞いを申しあげます。併せて、医療従事者をはじめ感染症の拡大防止にご尽力されているみなさまに深く感謝申し上げます。

前期は過去最高の売上高を達成したものの、3月に入ってから新型コロナウイルス感染症の影響を受け、業績は急減速となりました。さらに4月の緊急事態宣言の発出に伴う外出自粛、休業・営業時間短縮の要請によって売上高は落ち込みました。

こうした事態に対して、当社は3月時点で影響の長期化を見据えた対策に取り組みました。加えて、集中豪雨などの自然災害が同時に発生することをも想定して、金融機関から新たな資金調達を行うなどいかなる事態にも対応できる財務体制の強化を図りました。そのうえで、全従業員に対して従業員の安全と雇用を守るとともに、この難局を全員で乗り切っていく旨のビデオメッセージを緊急事態宣言発出の翌日に配信しました。

店舗運営では、ソーシャルディスタンスの観点からカウンター席の間隔を空けたほか、マスクの着用や手洗い、店内の消毒を徹底するなど一般社団法人日本フードサービス協会が定めるガイドラインに準じた新型コロナウイルス感染症対策を全店舗にて実施しております。各店舗では、本社からの資材調達を待つのではなく、店長が率先して自らホームセンターでアクリル板

やビニールシートを購入し、飛沫感染を防ぐ仕切りを手作りして設置するなど、お客様と従業員の安心・安全を守る取り組みを自主的に行ってまいりました。

なお、当社において、10月時点に至るまで感染症クラスターの事案は生じておりません。

業績については、4月において直営店の売上高が前年比76.9%と大きく落ち込んだものの、その後は回復傾向に転じ9月には同96.1%まで売上高を戻しています。前期9月は過去最高の売上高であったことから、当期9月の売上高は過去2番目の数字となります。ここまで業績を回復することができたのは、全役職員が一致団結してコロナ禍に対処したことに加えて、お客様のご支援があったからこそと心より感謝申し上げます。

### Q 上半期の取り組みと成果について 教えてください。

**A** 第47期上半期において、店内飲食の売上高が落ち込む中、業績に大きく寄与したのはテイクアウト及びデリバリーサービスでした。いずれもコロナ禍以前より取り組みを強化してきたことが大きく奏効しております。店舗によっては4月の売上高の約半分をテイクアウト及びデリバリーサービスがもたらすなど、従前より強化してきた取り組みが今回の危機に際して貢献することとなりました。デリバリーサービスの実施につきましては、9月末時点で全国326店舗に拡大しております。

また、昨年より、クレジットカードや電子マネーなどの電子決済

の導入を直営全店舗で進めてまいりました。この施策についても、非接触での代金のお支払いを可能にしたことで、コロナ禍におけるお客様及び従業員の安心・安全につながっております。

販売促進に関しては、他社が広告出稿量を減らす中、当社はテレビ広告を集中的に実施しました。首都圏をはじめとしてコストを抑えた形で過去最大規模の広告を打つことができました。この取り組みが、お客様の来店促進を図り、上半期の業績に寄与しております。

以上の施策は経営改革の一環として数年にわたって地道に取り組んできたものです。私は「1ミリずつの前進」と呼んでおりますが、従業員一人ひとりがたとえ1ミリずつであっても着実に前進し続けることで、ある瞬間を境に大きな力を発揮すると考えてまいりました。それが今回のコロナ禍での対応で発現したと思います。

当社では緊急事態宣言の発出を受けて、予定していた全ての研修を中止または延期としましたが、同宣言の解除後は、感染防止対策を十分に行ったうえで少人数にて各種研修を再開しました。王将調理道場では、各店舗にWeb上で調理講習をライブ配信して研修を行い、調理の基本を疎かにしてはいけないという方針のもと、たとえば、包丁の研ぎ方をはじめとした調理に関



わる動画を通じて学びの機会を提供しております。このように歩みを止めることなく取り組みを積み重ねた結果、コロナ禍においても料理の味の向上に努めることができました。

この半年間を振り返ってみますと、将来起こりうる変化が一気に前倒しで生じたと痛感しています。その点、当社ではいずれ対応しなければならない経営課題について、先送りをせずにスピーディに取り組んできたことが、難局を克服し業績の早期回復を実現できた大きな要因であると考えます。

### Q 中期経営計画の進捗及び 新たな計画について教えてください。

A 中期経営計画の進捗につきましては、前述の通り経営改革の着実な推進を通じて、計画はおおむね達成できていると考えております。そして、新たな中期経営計画につきましては、来年度からの実施に向けて策定を進めているところです。

新中期経営計画における重要課題の一つは、接客レベルのさらなる向上です。直近の顧客満足度調査では、料理の品質について評価を得ている一方、接客レベルについては入退店時の明るい挨拶が十分でないなどのご意見をいただくことがあり、お客様の声に真摯に応えた施策を講じてまいります。具体的にはOJT(店内教育)を含めた接客研修の実施、マニュアルの見直し、評価制度の改訂などを行ってまいります。

これらの施策は決して目新しいことではありません。創業の原点に立ち返りつつ、時代に即した形で経営理念の実現を図ることにあります。当社創業者の加藤朝雄は「お客様に美味しい料理をお腹一杯、召し上がりがいただき、幸せを感じていただくことが社会的使命だ」とし、儲けから入るのではなく、世のため人のために尽くすことが第一なのだと言及して触れて申しておりました。この教えをしっかりと継承し、ウィズコロナの時代においても、創業の精神をいかに発揮するかが、新中期経営計画の骨子となります。

併せて、新たな時代における事業の発展を見据えた人材の育成及び登用もまた重要な課題であると考えます。ここ数年の取り組みでは、王将大学や王将調理道場といった研修体制を通じて、

各店舗における従業員の育成に成果を挙げてきました。加えて、間接部門である管理部門におきましても、優秀な人材が次々に育っている状況です。コロナ禍という混沌とした時代においては、人材こそが新たな成長の原動力となります。経営者として企業の将来像を明確に指し示す一方、それに向けて全役職員が突き進んでいくことが重要と考えます。

## Q 下半期における課題と取り組みについて教えてください。

A 第47期下半期の課題としては、引き続き感染予防の徹底を図り、お客様と従業員の安心・安全を守ることが最優先となります。そのうえで接客の向上、テイクアウト及びデリバリーサービスにおける料理の品質向上に努めてまいります。

また、直営店を中心に進めてきたデリバリーサービスについて、FC(フランチャイズ)店においても拡大していく方針です。併せて、料理が冷めにくい容器の開発にも引き続き取り組んでまいります。

テイクアウトに関しては、EPARKテイクアウトを利用したご注文が増えております。これに対応して予約注文をいただいた際、駐車場のある店舗によっては、引き取りに来られたお客様のお車まで料理をお届けするサービスを行っています。お客様にご好評であることから、実施店舗の拡大を進めてまいります。

一方、出店戦略につきましては、コロナ禍において慎重かつ積極的に検討を進めております。従来、商業地での展開を重視してきましたが、在宅勤務の普及を受け今後は住宅地に近い立地における店舗開発を重視していきます。

たとえば、9月に神奈川県横浜市の港北ニュータウンのショッピングモール内にあるフードコート(モザイクモール港北店)に出店したところ、休日には想定を超える売上高を記録するなど、業績は大変好調に推移しております。このほかにも各地から出店要請が相次いでいることから、立地と出店条件を吟味したうえで、新たな出店形態を検討し、店舗展開を図ってまいります。

## Q 中長期の展望についてお考えをお聞かせください。

A 第47期上半期におけるコロナ禍では、中長期にわたる事業リスクの把握と対応の重要性を浮き彫りにしました。当社では新型コロナウイルス感染症のこれほどまでの拡大は想定していなかったものの、経営改革の継続的な実行が、コロナ禍という緊急時においてBCP(事業継続計画)にて奏効することとなりました。

この点を踏まえて、当社では中長期の視点から事業リスクの洗い出しと対策を強化していく考えです。特に近年、自然災害が頻発する中で農産物などの一次産品の安定確保が重要課題です。食の安心・安全の観点からほぼ全ての食材の国産化を進めておりますので、今後も国産化と併せて調達産地の分散化などに取り組んでまいります。

それとともに、中長期の視点でデジタル化の推進もまた重要な課題と認識しております。当社といたしましては、AI(人工知能)やICT(情報通信技術)を活用した業務の効率化を推進する一方、人の力でしかできない調理やおもてなしをさらに磨いていくことにより、「デジタル」と「人」の技術の融合による飛躍的發展を追求していきます。

コロナ禍による厳しい経営環境は、第47期下半期も続くものと思われれます。こうした状況であるからこそ、お客様に美味しい料理を召し上がっていただき、幸せを感じていただくことが当社の社会的使命であると肝に銘じております。今後も全役職員が成長を果たし、事業の発展に邁進してまいります。株主のみならずにおかれましては、今後ともご指導、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

# 未来を見据えて従来から取り組んできた各種 店内売上の減少を店外売上で補完でき、業績

## 第2 四半期の ポイント

- ① 事前予約・事前決済等のシステムを導入していたことにより、急増したテイクアウト需要に対応。デリバリーサービス対応店舗の拡大も相まって、店内飲食売上の減少をカバーし、業績を下支え。
- ② 日本フードサービス協会が定めるガイドラインに準じた感染防止対策を実施するとともに、三密、飛沫感染を防止する店舗レイアウトの変更を進めたことが、来店客数の回復に大きく貢献。
- ③ 緊急事態宣言の解除後は、感染防止対策を十分に行ったうえで研修を少人数にて再開。コロナ禍においても従業員のスキル、料理の味の向上に努めることができ、早期業績回復の大きな要因に。

売上高

39,142 百万円

(前年同期比 8.0%減)



経常利益

2,703 百万円

(前年同期比 36.3%減)



親会社株主に帰属する四半期純利益

1,698 百万円

(前年同期比 39.0%減)



## 主要経営指標等の推移

第44期より連結決算に移行しております。

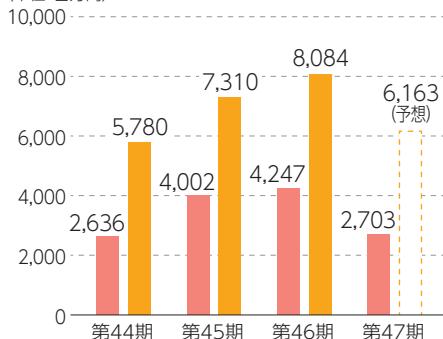
売上高

(単位:百万円)



経常利益

(単位:百万円)



親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益

(単位:百万円)



(注) 本報告書に記載している業績予想につきましては、策定時点において入手可能な情報に基づいて当社で判断したものであります。予想には様々な不確実要素が内在しており、実際の業績はこれらの予想数値と異なる場合があることをお含みください。



# 取り組みがコロナ禍で奏功。 は右肩上がりに回復。

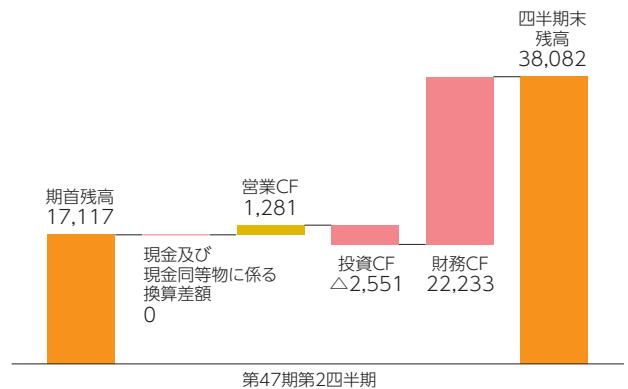
## 資産の状況

(単位:百万円)

	第46期末	第47期第2四半期末
流動資産	19,554	40,877
固定資産	47,983	48,962
流動負債	13,715	14,269
固定負債	3,517	24,466
純資産	50,305	51,104
総資産	67,538	89,839

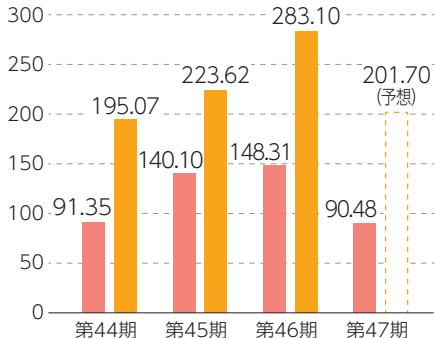
## キャッシュ・フローの状況

(単位:百万円)



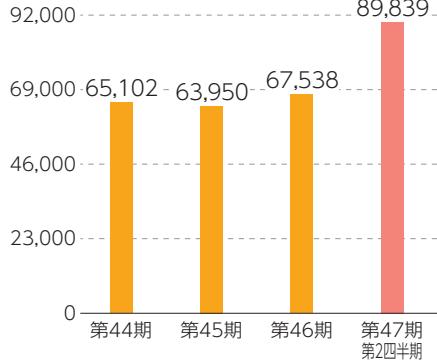
## 1株当たり四半期(当期)純利益

(単位:円)



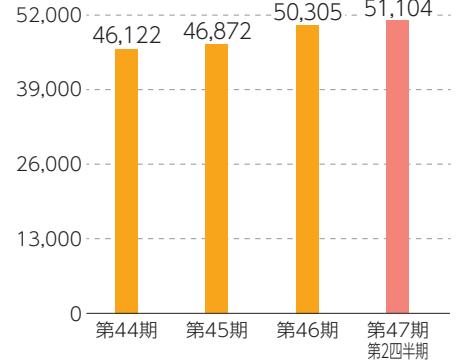
## 総資産

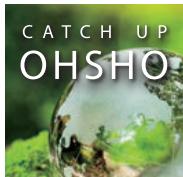
(単位:百万円)



## 純資産

(単位:百万円)



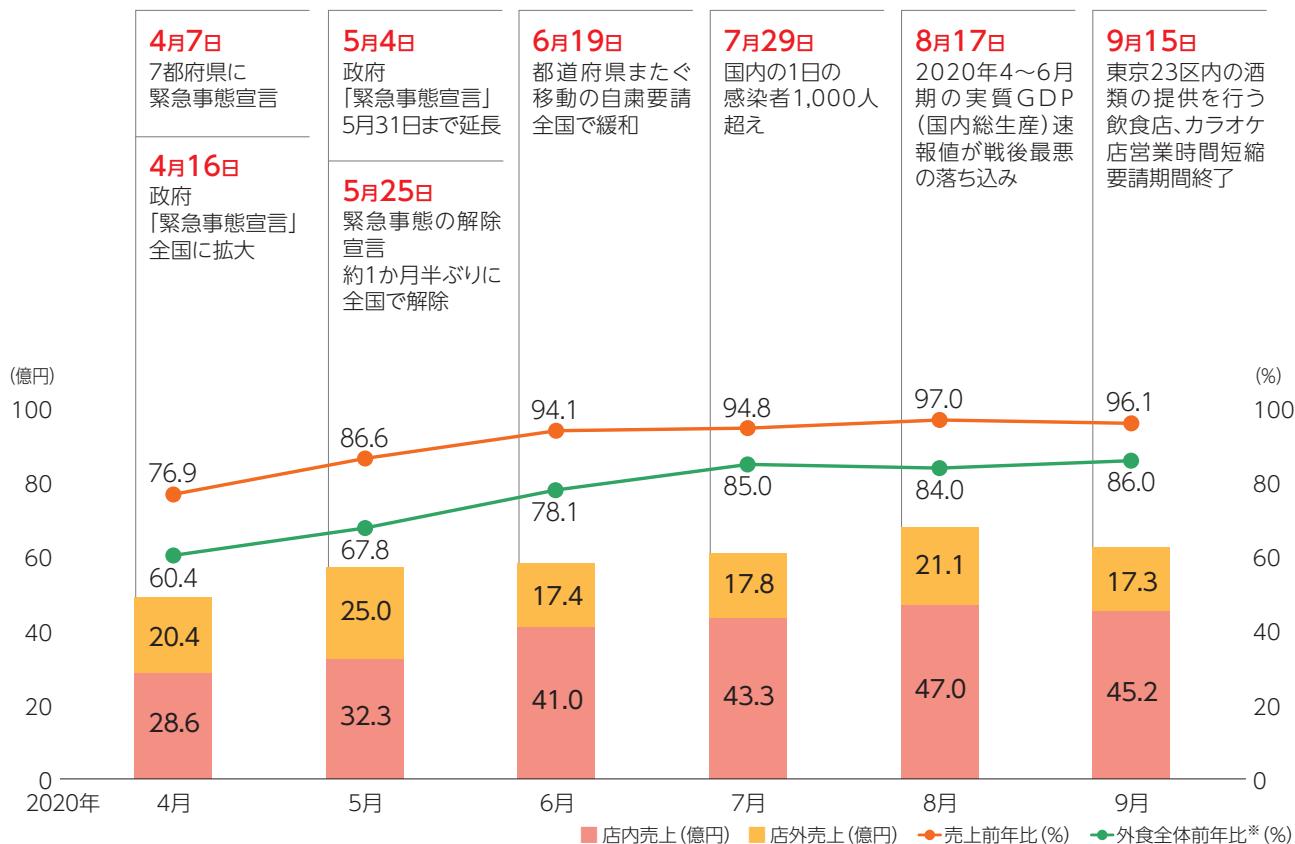


# 持続的成長に向けた 収益基盤の確立のための研鑽

上半期はコロナ禍の影響により、4月には緊急事態宣言が発出され、外出自粛や休業・営業時間短縮要請が行われたことから、外食業界は大きなダメージを受けました。当社においても、4月度の全店売上高は前期比76.9%と、その影響を大きく受けましたが、現在においては、下記の通り、堅調に推移しております。

ここでは、コロナ禍における上半期の業績とともに、業績回復へ向けた、主な取り組みをご紹介します。

## ▶ 月次売上高・前年同月伸び率と外食全体の前年同月伸び率



※出典：一般社団法人日本フードサービス協会

## 1 お客様の安心・安全及び従業員の健康と安全を守るための対策

当社は、喫緊の課題である新型コロナウイルス感染症に対する取り組みとして、お客様と従業員の健康と安全を守ることを最優先にしながら、「新しい生活様式」に対応するため、一般社団法人日本フードサービス協会が定めるガイドラインに準じた感染防止対策をいち早く取り入れ、生活するうえで欠かせない「美味しい食」の提供に注力してまいりました。

これからも状況に応じて、感染防止対策とともに、様々な取り組みを行ってまいります。

### ▶ 全店舗における取り組み例

- 全店舗に感染予防ハンドブックを配布
- 出勤時の検温・体調チェック
- 従業員のマスク着用と手洗い・アルコール消毒
- 調理器具・店内各所のアルコール消毒



### ▶ 店舗独自の取り組み例



飛沫防止のためのパーテーションの設置



テイクアウトの待ちスペースの「密」を避けるため商品をお持ちするスタイル



ソーシャルディスタンスのため商品をお持ちするスタイル



ご来店時の消毒のお願いの確保

## 2 コロナ禍でも「人材育成」を強化・継続

緊急事態宣言の発出を受けて、予定していた全ての研修を中止または延期としましたが、同宣言の解除後は万全の感染防止対策を講じたうえで少人数にて再開しました。

### ▶ 感染防止対策を講じた少人数制で王将大学と王将調理道場を再開

従来の対面型研修においては王将大学、王将調理道場ともに新型コロナウイルス感染防止対策への工夫を凝らして、少人数制で再開しました。

飛沫防止策としてフェイスシールドやマスクの使用はもちろんのこと、事前の体調チェックと研修時の検温(1日3回)、味覚嗅覚チェックも行っています。

また王将大学では1人1室の宿泊部屋の準備やリモート研修のテストも実施いたしました。



感染防止のため少人数制で研修を実施



課題や目標を設定して行われた「オンライン講習」のレクチャー

### ▶ 王将調理道場でライブ配信によるオンライン調理研修を開始

緊急事態宣言の解除後の研修再開とともに、8月からはライブ配信によるオンライン調理研修も実施しました。加えてブランドメニューを中心としたレシピの見直しとともに、調理マニュアルを刷新し調理マニュアル動画も作成しました。さらに、9月からは高画質カメラを用いたリアルタイムな遠隔講習も実施しています。



各店舗へ講習映像をリアルタイムに配信

オンライン調理研修の実施により、コロナ禍においても安心・安全な受講を実現することができ、受講者も調理研修に集中して、料理の味の向上に努めることができています。

このような人材育成に投資してきた成果は、この度のコロナ禍において、店舗ごとに主体的な改善が行われ、早期に業績の回復をなし得た大きな要因となっています。

今後も持続的成長のため、歩みを止めることなく人材育成の強化を継続してまいります。

**上半期における王将大学、王将調理道場、合宿研修の延べ受講者数は950名\***

※オンライン受講店舗含む

### ③ 好調なテイクアウト・デリバリーサービスの強化

#### ▶ お持ち帰り専用 お子様弁当



- 新型コロナウイルス感染症防止による臨時休校措置を受け、お子様の食事でお困りのご家庭へのご支援として、5月31日まで販売。
- 累計販売数は約61万食。

#### ▶ 餃子の王将 レンチンシリーズ



- 三密を避けてご家庭での食事を希望されるテイクアウト需要の増大に加え、電子レンジでご飯とおかずが一度に温められるお持ち帰り弁当を開発。
- 累計販売数は約49万食。

#### ▶ 出前館・Uber Eatsの 取り扱い店舗を326店舗へ拡大



- お取り扱い店舗数を大幅に拡大。3月末時点74店舗⇒9月末時点326店舗。
- 店内売上の減少をカバーし、業績を下支え。

### ターゲットに応じた8種類の新CMを展開

「餃子の王将」の魅力を発信し、当社店舗への来店誘因を高めることを目的に、テレビCMをリニューアルしました。CMではハイスピードカメラを使い、シズル感のある美味しそうな映像で表現するなど、計8種類の新CMを放映中です。今回は曜日や時間帯などターゲットに合わせたCMを放送。キャンペーンの告知など、これまでにないCM戦略を行っています。今後もブランドイメージの構築と認知拡大に注力してまいります。

#### 新テレビCM (シズル篇)



## 4 久御山工場で成形餃子製造ラインが稼働開始



看板商品である餃子のさらなる品質と生産性の向上を図るため、関西の旗艦工場である久御山工場に設備投資を実行し、8月より新たな製造ラインの稼働を開始しました。このことにより、店舗における仕込み時間の削減はもちろんのこと、各店舗で安心・安全かつ高品質の餃子を提供できる体制が整いました。

今後も、「進化し続ける餃子の王将のプラットフォーム」として、さらなる品質、生産性の向上を図ってまいります。

### 久御山工場の成形餃子製造ラインの特長

- 成形餃子機を8台設置し、1日最大14万人前を供給。
- ムダを徹底的に排した工場設計によりエネルギーコストを削減。
- 製造ラインの自動化と効率的な人員配置による、人件費の大幅な抑制。
- 久御山工場管轄の直営店だけでなくFC店にも成形餃子の供給を開始。



### 品質、生産性及び衛生面が着実に向上

品質、味の安定化

作業効率の改善により、  
従業員の労働時間の短縮に寄与

店舗における衛生面の  
向上

### 全店舗で「バイオマス素材のレジ袋」に変更し、レジ袋無料を継続

当社は、全世界で深刻化する「プラスチック製品による環境汚染問題」に対し、2020年7月1日より全店舗（直営店・FC店）で使用するレジ袋を、石油由来の「プラスチック製」から環境に配慮した「バイオマス素材<sup>\*</sup>」へ切り替え、レジ袋無料を継続しました。今後も、環境への配慮とともに、お客様の利便性の拡充を図ってまいります。

<sup>\*</sup>このレジ袋は廃糖蜜（サトウキビから砂糖を取った後に残る糖蜜）から作った植物性プラスチックが25%以上使用されているため、石油資源の節約とCO<sub>2</sub>削減が実現でき、新しいレジ袋には認証マークが印字されています。



## 店舗のご案内

2020年  
9月30日現在の  
店舗数

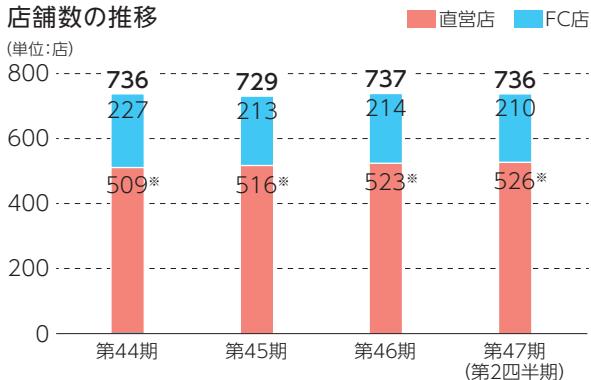
# 全国 736 店舗

(直営526店\* / FC210店)

(※餃子の王将 高雄漢神巨蛋店、高雄漢神成功店、台北統一時代店(台湾)を含む。)

### 店舗数の推移

(単位:店)



■ 直営新店

■ FC新店

(2020年4月～2020年9月)

札幌伏見店  
(北海道札幌市)



大宮三橋店  
(埼玉県さいたま市)



### 第47期第2四半期出店一覧

2020年

6月11日 大宮三橋店 ■  
(埼玉県さいたま市)

6月17日 札幌伏見店 ■  
(北海道札幌市)

6月29日 17号さいたま町谷店 ■  
(埼玉県さいたま市)

7月11日 3号小倉三萩野店 ■  
(福岡県北九州市)

9月16日 モザイクモール港北店 ■  
(神奈川県横浜市)

3号小倉三萩野店  
(福岡県北九州市)



モザイクモール港北店  
(神奈川県横浜市)



17号さいたま町谷店  
(埼玉県さいたま市)



## 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	2,307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

## 役員

代表取締役社長	渡邊	直人
専務取締役	上田	実
常務取締役	是枝	秀紀
常務取締役	木曾	裕
常務取締役	門林	弘
常務取締役	戸田	光祐
取締役	杉田	元樹
取締役	池田	直子
取締役(社外)	渡邊	雅之
取締役(社外)	関島	力
取締役(社外)	野中	泰弘
常勤監査役(社外)	北川	佳久
監査役(社外)	原	哲也
監査役(社外)	松山	秀樹

## 主な事業所

本社	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	福岡市東区松島3丁目7番13号
札幌工場	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:526店舗* FC店:210店舗 (※餃子の王将 高雄漢神巨蛋店、高雄漢神成功店、 台北統一時代店(台湾)を含む)



本社



東松山工場

## 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	23,250名

## 大株主の状況

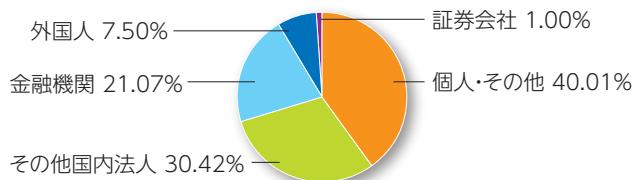
株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
アサヒビール株式会社	2,053	10.9
ジャパンフードビジネス株式会社	1,400	7.5
アリアケジャパン株式会社	1,100	5.9
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	976	5.2
加藤 梅子	611	3.3
加藤 ひろみ	602	3.2
公益財団法人加藤朝雄国際奨学財団	528	2.8
王将フードサービス取引先持株会	328	1.8
株式会社日本カストディ銀行(信託口5)	301	1.6
吉田 英里	267	1.4
加藤 貴司	267	1.4

(注)1. 千株未満は切り捨てて表示しております。

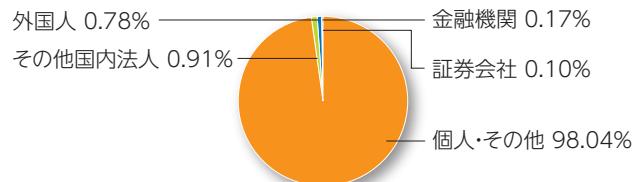
2. 当社は、自己株式4,513,936株を保有しておりますが、上記大株主からは除外しております。また、持株比率は自己株式を控除して計算しております。

## 株式の分布状況 (自己株式を控除して計算しております。)

### 株式数所有者別



### 株主数所有者別



## 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 東京証券取引所市場第一部

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)

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。

公告掲載方法 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を行います。

公告掲載URL <https://www.ohsho.co.jp>

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。

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、当社株式を100株以上所有の株主様に当社でご使用いただける「株主様ご優待お食事券」及び3月末時点の株主名簿に記録された100株以上所有の株主様に「株主様ご優待カード(3月末のみ)」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	所有株式数	優待内容 (「株主様ご優待お食事券」は当社商品との交換も可能)
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
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

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