



証券コード:3097

Storyteller
tells the Story

～自立した語り部は、それぞれの
自分物語、会社物語を語る～

2022年6月期 第2四半期 決算説明資料

2022年2月16日

Storyteller tells the Story
物語コーポレーション

経営理念

Smile & Sexy

私たちは
“Smile & Sexy”
すなわち
素敵に自由に
正々堂々、人間味豊かに
それぞれの「自分物語」
みんなの「会社物語」
を語る
Storyteller: 語り部
でありつづけます

「自分を表現しようぜ」:Be Sexy!

「自分を磨こうぜ」:Smile!

“Smile”は、「笑顔」「元気」「マナー」「表現力」、
“Sexy”は、「自分物語を作ろう」
「個性を豊かに表現しよう」という意味です。

自分らしく生きる中で経験する成功や失敗は、
人を成長させ魅力的にします。

常に成長を続ける人間は、自然に成熟自立の道を歩み、
自らの意思決定が出来るようになります。
まさしく「自己実現する人」となるのです。

素敵な生き方をしながら自分物語を歩む人間が
集まるところが会社であれば、
おのずとそこには素敵な会社物語が生まれます。

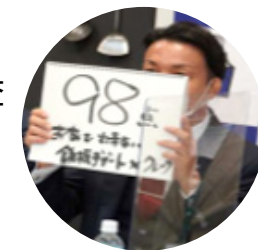
物語の自由研究プロジェクト

「開発型人財」の発掘 応募総数は1,000件超え

「物語の自由研究」とは、当社が展開している全ブランドに対して、開催回ごとに異なるテーマに沿って企画を立案し、A4用紙一枚にまとめて応募する社内プロジェクトです。2020年5月から年2回のペースで開催しています。

応募総数 1,060件

- 1次審査 各部門企画担当者の審査
- 2次審査 商品開発・マーケティング・企画部門各部門長の審査
- 3次審査 各部門事業部長の審査
金賞10名、銀賞15名、銅賞25名を選出
- 最終審査 社長、執行役員、事業部長の審査
金賞受賞者10名がプレゼンし、優勝者を決定



- 部門 ①焼肉事業部 ②ゆず庵事業部 ③丸源事業部 ④お好み焼事業部
⑤専門店・新業態事業部



- ▲最終審査のプレゼンに笑顔の経営陣
- ▶優勝に輝いた「はっぴいスクラッチ」『牛たん大好き 焼肉はっぴい』に導入されました

▲直営・FC店のスタッフはもちろん内定者からも企画を募集

プレゼンテーション構成

1 第2四半期業績概要

津寺 毅【取締役 常務執行役員 財務・成長戦略担当】

2 第2四半期業績総括

加藤 央之【代表取締役社長】

決算サマリー

1 業績の状況

売上高3.1%増、営業利益52.5%減、経常利益7.9%増、純利益^(※1)0.6%増加

- ・売上高は、緊急事態宣言等に伴い既存店を中心に減収するも店舗数の増加により増収
- ・営業利益は、既存店の減収により減益の一方、経常利益は助成金収入により増益
- ・四半期純利益は、改装投資に伴う固定資産除却損や固定資産減損損失等特別損失が207百万円発生

2 既存店の状況

既存店売上高前年比94.5%

- ・焼肉部門は、積極的な既存店改装をはじめ、メディアPR、季節限定商品開発を強化。既存店売上高前年比98.4%
- ・ラーメン部門は、専門性の高い商品を積極的に開発。加えて、新テレビCMの放映を拡大。既存店売上高前年比93.3%
- ・お好み焼部門は、新カテゴリー「串カツ」を投入した新グランドメニューを全店舗に投入。既存店売上高前年比81.6%
- ・ゆず庵部門は、来店機会創出に向けて、2,980円コースの差別化とイベント需要獲得強化。既存店売上高前年比85.2%

3 新規出店の状況

新規出店27店舗（海外5店舗を含む）

- ・新規出店『焼肉きんぐ』8店舗（直営5店舗、FC3店舗）、『丸源ラーメン』8店舗（直営4店舗、FC4店舗）、『寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵』4店舗（直営）、『牛たん大好き焼肉はっぴい』1店舗（直営）、『焼きたてのかるび』1店舗（直営）、海外5店舗
- ・当期末店舗数は、605店舗（直営352店舗、FC234店舗、海外19店舗）

4 財務の状況

自己資本比率42.3%

- ・剰余金の積み上げにより、純資産21,883百万円、自己資本比率42.3%（前期末差異+1.3%）
- ・有利子負債は、16,437百万円（前期末差異△617百万円）

5 業績計画

増収増益、年間配当65円を計画（新規上場以来14期増配）

- ・前期に対して、売上高は21.8%増の78,037百万円、営業利益は87.7%増、経常利益は28.9%増を計画
- ・配当計画は、1株当たり年間配当金65円^(※2)を計画

※1 純利益＝親会社株主に帰属する当期純利益

※2 株主分割後の配当であり、株式分割実施前におきましては、1株あたり130円の配当に相当いたします

業績概要①(連結)

(単位:百万円)

	2021年6月期		2022年6月期				前年差異ポイント		
	2Q累計		2Q累計		対前年差異			対計画差異	
	実績 (売上比%)	計画 (売上比%)	実績 (売上比%)	%	金額	%		金額	
売上高	34,472	37,345	35,543	103.1	1,070	95.1	△1,802	売上高前年差+1,070百万円 ①店舗数増加による増加……………+3,202百万円 ②海外子会社による増加……………+305百万円 ③FC事業部門他による増加……………+78百万円 ④閉店・休業による減少……………△641百万円 ⑤既存店舗による減少……………△1,874百万円	
焼肉部門	18,017(52.2)	18,707(50.0)	18,940(53.2)	105.1	923	101.2	232		
ラーメン部門	4,863(14.1)	5,463(14.6)	5,005(14.0)	102.9	141	91.6	△458		
お好み焼部門	949(2.7)	922(2.4)	791(2.2)	83.3	△157	85.8	△130		
ゆず庵部門	6,256(18.1)	7,132(19.0)	5,939(16.7)	94.9	△316	83.2	△1,192		
専門店部門	795(2.3)	940(2.5)	891(2.5)	112.0	95	94.7	△49		
FC部門	2,366(6.8)	2,433(6.5)	2,450(6.8)	103.5	83	100.6	16		
その他部門	1,223(3.5)	1,745(4.6)	1,524(4.2)	124.6	301	87.3	△220		
売上総利益	22,847 (66.2)	24,695 (66.1)	23,290 (65.5)	101.9	442	94.3	△1,405	売上高総利益率前年差△0.7ポイント ①既存店舗の売上総利益率の悪化 ②海外事業の売上総利益率の悪化	
販売費及び 一般管理費	19,668 (57.0)	22,570 (60.4)	21,780 (61.2)	110.7	2,112	96.5	△789	経常利益前年差+286百万円 ①新型コロナウイルス感染症関連助成金収入による増加……………+1,937百万円 ②店舗数増加/FC事業他による増加……………+326百万円 ③海外子会社による減少……………△206百万円 ④本社経費等の増加……………△427百万円 ⑤既存店舗による減少……………△1,343百万円	
営業利益	3,178 (9.2)	2,125 (5.6)	1,509 (4.2)	47.4	△1,669	71.0	△615	経常利益率+0.5ポイント ①売上総利益率の悪化……………△0.7ポイント ②売上販管費の増加……………△4.2ポイント ③営業外収益の増加……………+5.4ポイント	
経常利益	3,603 (10.4)	2,802 (7.5)	3,890 (10.9)	107.9	286	138.8	1,087		
四半期純利益	2,445 (7.0)	1,747 (4.6)	2,460 (6.9)	100.6	14	140.7	712	当期純利益の前年差 ①特別損失の発生……………△207百万円	
EBITDA	4,849 (14.0)	4,478 (11.9)	5,305 (14.9)	109.4	456	118.4	826		

※当期純利益=親会社株主に帰属する当期純利益

※EBITDA=経常利益+減価償却費

業績概要② (単体)

物語コーポレーション単体

(単位:百万円)

	2021年 6月期	2022年6月期					
	2Q累計	2Q累計		対前年差異		対計画差異	
	実績 (売上比%)	計画 (売上比%)	実績 (売上比%)	%	金額	%	金額
売上高	33,262	35,614	34,027	102.2	764	95.5	△1,586
売上総利益	22,071 (66.3)	23,614 (66.3)	22,379 (65.7)	101.3	308	94.7	△1,235
販売費及び 一般管理費	19,113 (57.4)	21,714 (60.9)	20,896 (61.4)	109.3	1,782	96.2	△818
営業利益	2,957 (8.8)	1,900 (5.3)	1,483 (4.3)	50.1	△1,474	78.0	△416
経常利益	3,338 (10.0)	2,580 (7.2)	3,831 (11.2)	114.7	492	148.5	1,251

計画差異ポイント

- ①売上高：緊急事態宣言等による時短等の自粛要請が想定を超えて10月下旬まで継続されたため、計画を下回る。
- ②営業・経常利益：各事業における売上高の計画未達を主要因に営業利益は計画未達。経常利益においては、営業時間短縮に伴う協力金収入が発生したことにより計画を上回る。

子会社合計

(単位:百万円)

	2021年 6月期	2022年6月期					
	2Q累計	2Q累計		対前年差異		対計画差異	
	実績 (売上比%)	計画 (売上比%)	実績 (売上比%)	%	金額	%	金額
売上高	1,210	1,731	1,515	125.2	305	87.5	△215
売上総利益	776 (64.1)	1,081 (62.4)	910 (60.0)	117.2	134	84.2	△170
販売費及び 一般管理費	554 (45.8)	855 (49.4)	884 (58.3)	159.4	329	103.3	28
営業利益	221 (18.3)	225 (13.0)	26 (1.7)	11.8	△195	11.6	△198
経常利益	288 (23.8)	222 (12.8)	47 (3.1)	16.4	△241	21.3	△175

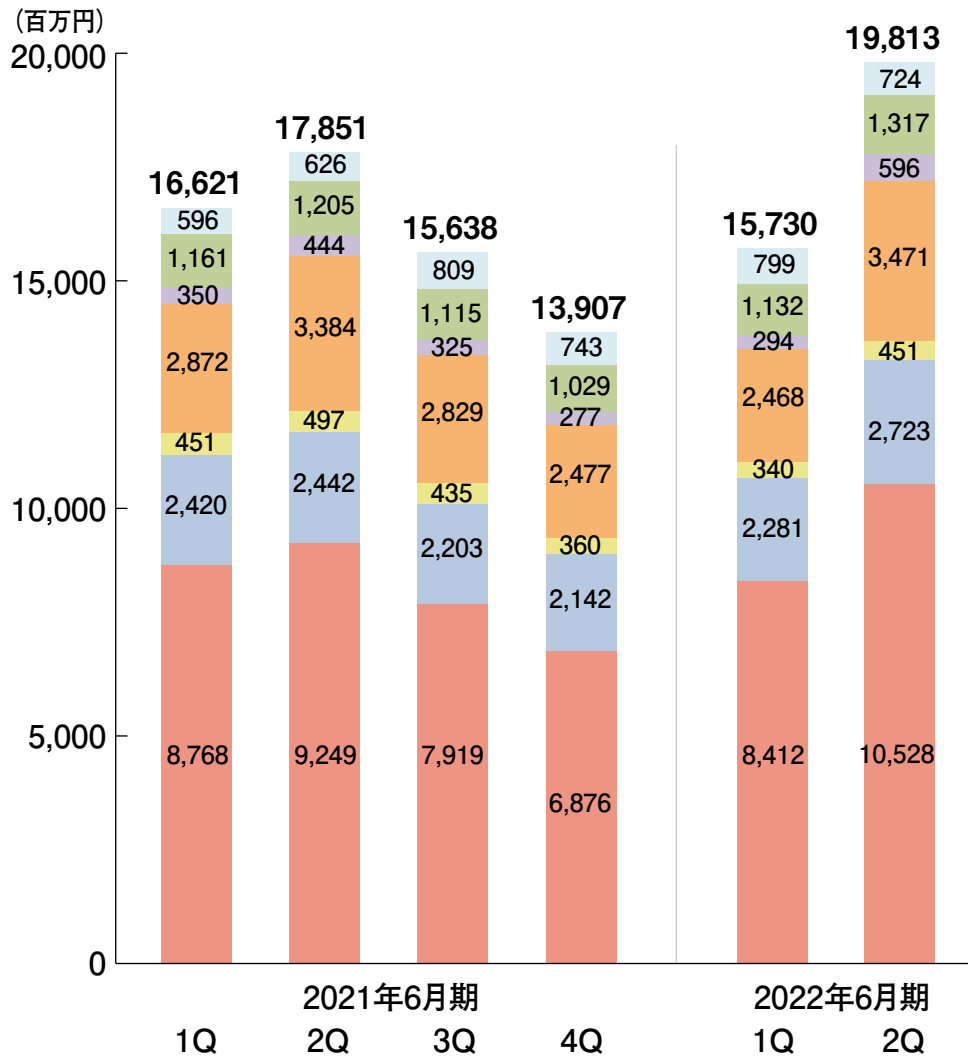
計画差異ポイント

- ①売上高：新業態「薪火焼肉 源の屋」、ならびに「焼肉専門店肉源 焼肉王」の収益化が遅れ計画を下回る。
- ②営業・経常利益：売上高の計画未達に加え、原材料価格の高騰に伴い原価率の上昇により計画を下回る。

業績概要③ (四半期業績の推移)

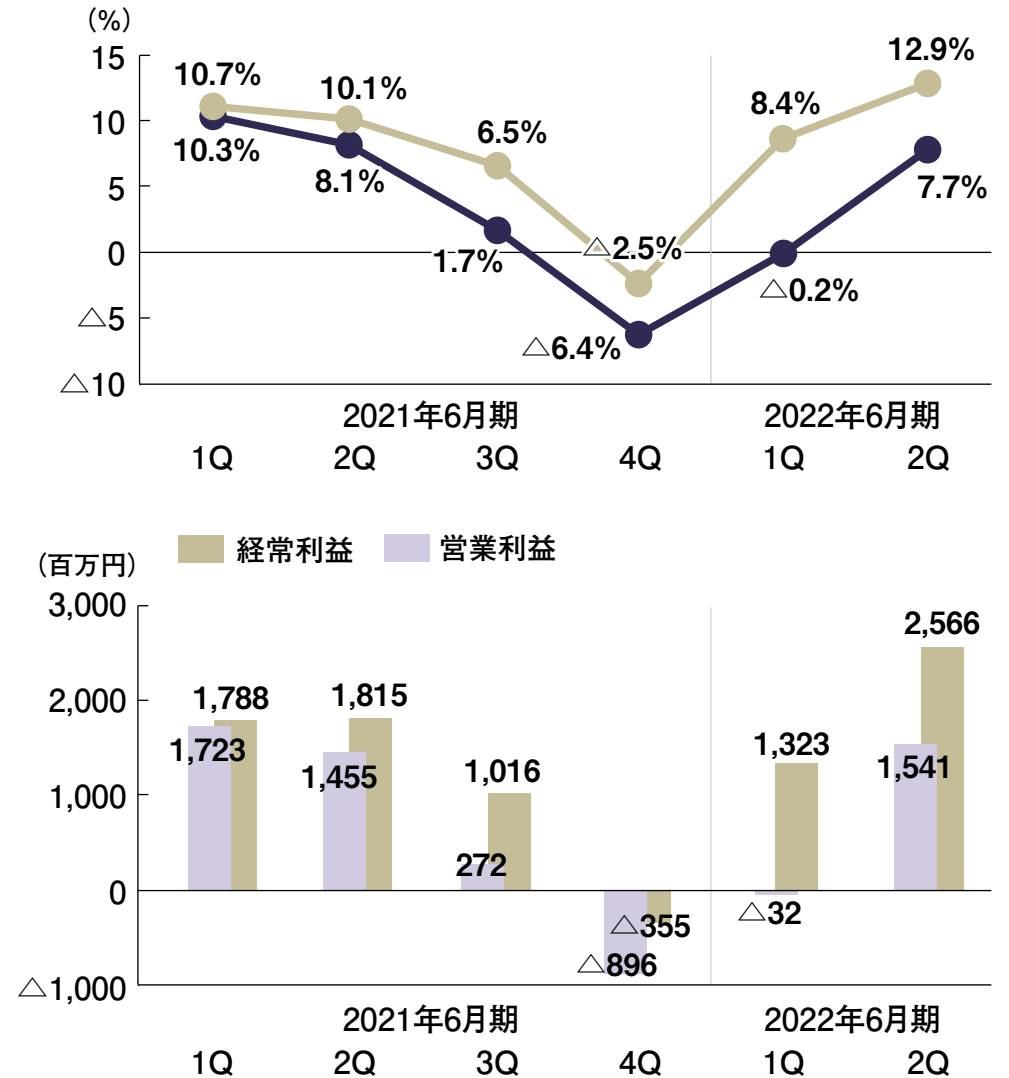
売上高

- 焼肉部門
- ラーメン部門
- お好み焼部門
- ゆず庵部門
- 専門店部門
- FC部門
- その他部門

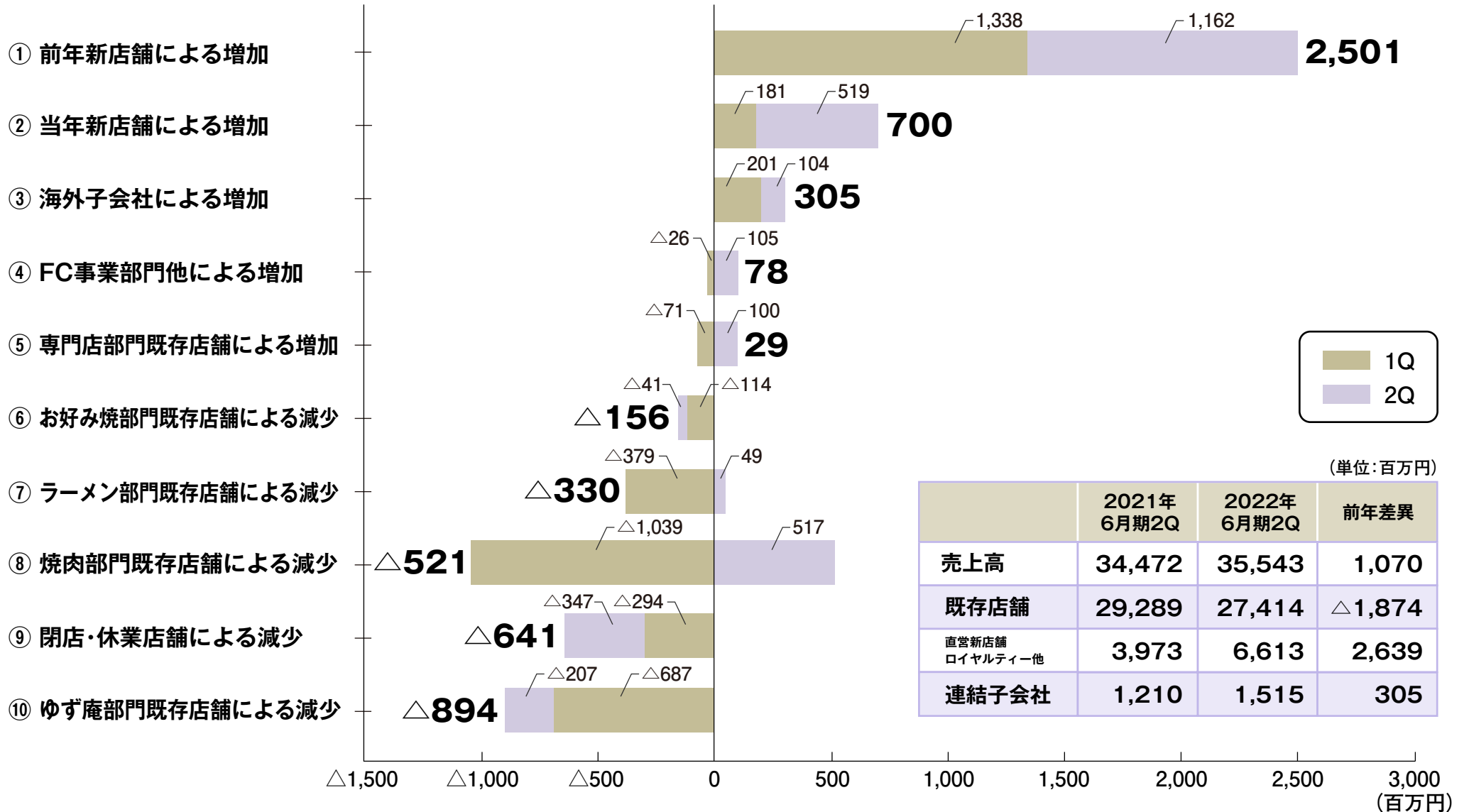


営業・経常利益

- 経常利益率
- 営業利益率

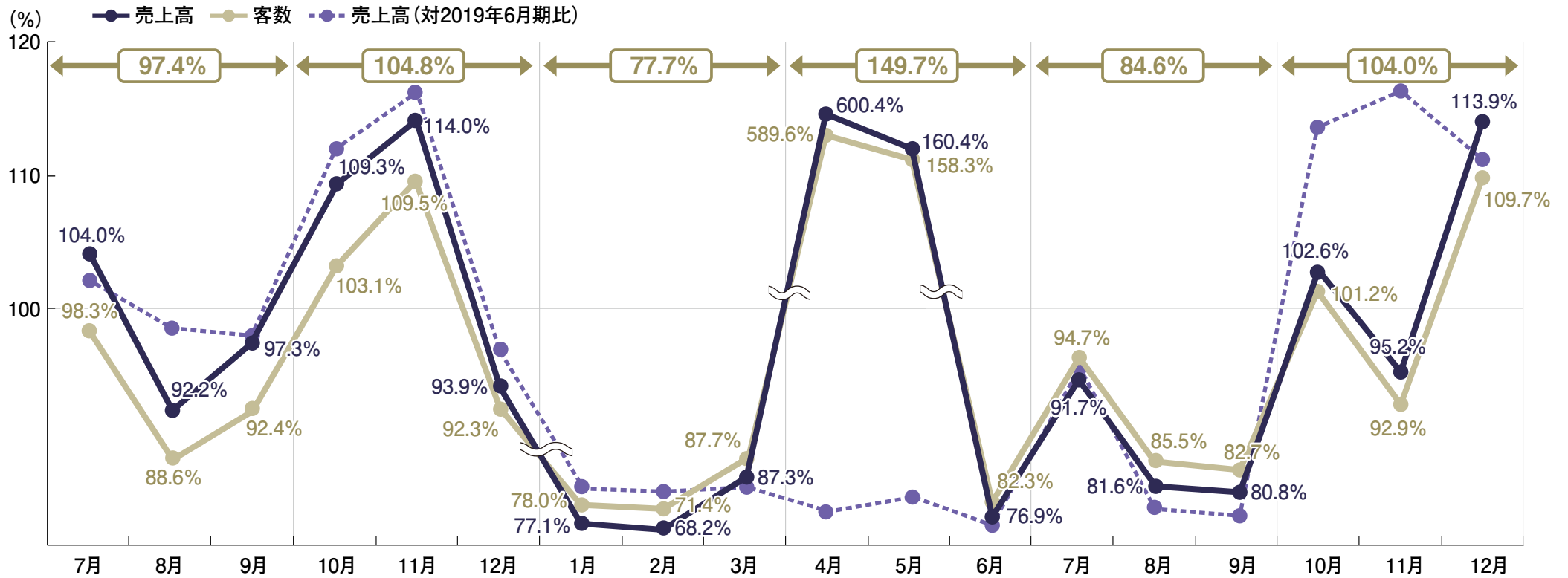


業績概要 (売上高の対前年増減要因)



※この表中の既存店舗とは、2019年6月期を基準とし、前々年までに开店した店舗としています
 ※期中で閉店した店舗は、区分を変更した上で期初より計算の洗い直しをしています

既存店売上高前年比推移 (国内・直営)



2021年6月期

2022年6月期

(単位: %)

	2021年6月期												
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	通期
売上高	104.0	92.2	97.3	109.3	114.0	93.9	77.1	68.2	87.3	600.4	160.4	76.9	100.7
客数	98.3	88.6	92.4	103.1	109.5	92.3	78.0	71.4	87.7	589.6	158.3	82.3	99.5
客単価	105.7	104.0	105.2	106.0	104.1	101.7	98.8	95.6	99.6	101.8	101.4	93.4	101.2

	2022年6月期						
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	通期
売上高	91.7	81.6	80.8	102.6	95.2	113.9	94.5
客数	94.7	85.5	82.7	101.2	92.9	109.7	94.5
客単価	96.9	95.4	97.7	101.3	102.5	103.9	100.0

※このページにおける既存店とは、HP等で発表している「月次売上高前年比」と同様に新規開店より18カ月以上稼働している店舗と定義しております

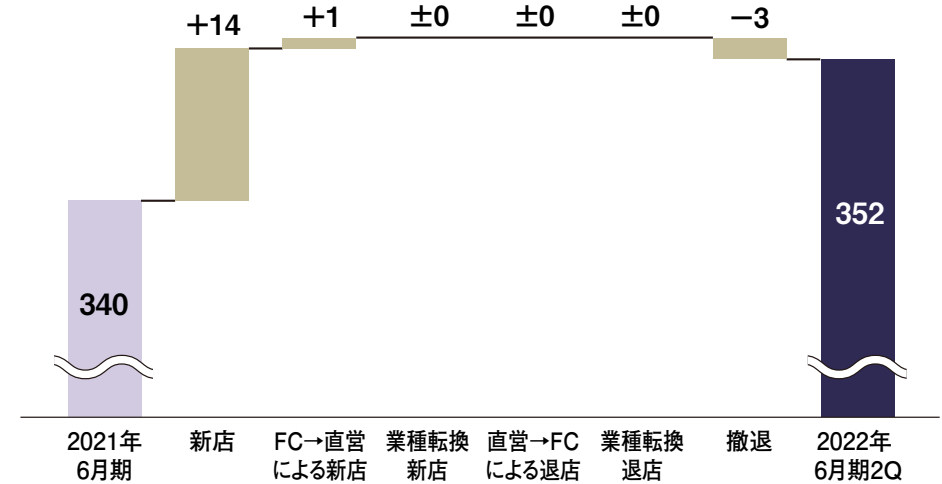
出退店状況

(単位:店舗)

部門	種別	2021年 6月期	2022年6月期				2Q末 店舗数
		期末 店舗数	出店数		退店数		
			期初計画	2Q実績	期初計画	2Q実績	
焼肉	直営	163	16	5	1	1	167
	FC	106	5	3	0	0	109
ラーメン	直営	80	17	4	1	1	83
	FC	96	7	4	2	2	98
お好み焼	直営	17	0	0	0	1	16
	FC	10	0	0	1	0	10
ゆず庵	直営	70	6	4	0	0	74
	FC	17	0	0	0	0	17
専門店	直営	10	7	2	0	0	12
	FC	0	0	0	0	0	0
その他	海外	15	11	5	0	1	19
国内・直営合計		340	46	15	2	3	352
FC合計		229	12	7	3	2	234
海外合計		15	11	5	0	1	19
合計		584	69	27	5	6	605

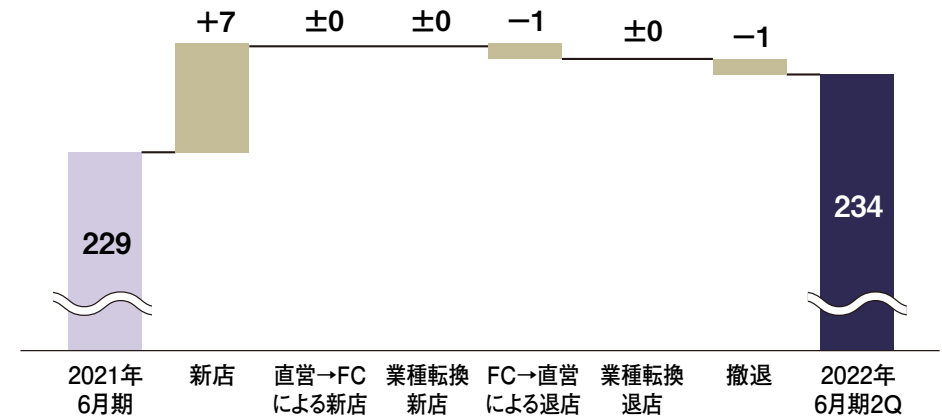
国内・直営店舗数

(単位:店舗)



国内・FC店舗数

(単位:店舗)



ご参考:店舗展開(国内直営・FC)

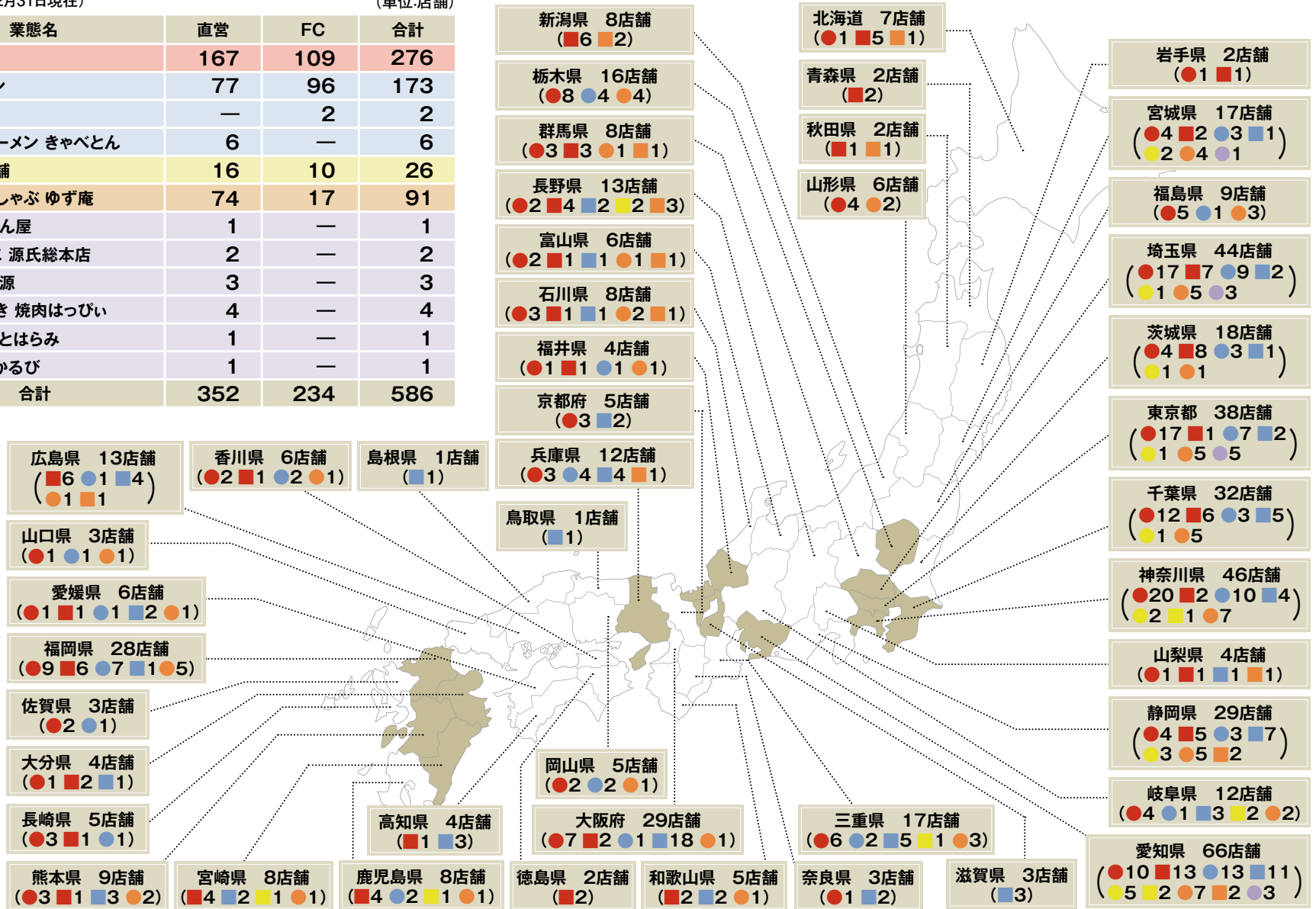
各業態の店舗数(2021年12月31日現在)

(単位:店舗)

部門	業態名	直営	FC	合計
焼肉	焼肉きんぐ	167	109	276
	丸源ラーメン	77	96	173
ラーメン	二代目丸源	—	2	2
	熟成醤油ラーメン きゃべとん	6	—	6
お好み焼	お好み焼本舗	16	10	26
ゆず庵	寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵	74	17	91
専門店・ 新業態	魚貝三味 げん屋	1	—	1
	しゃぶとかに 源氏総本店	2	—	2
	熟成焼肉 肉源	3	—	3
	牛たん大好き 焼肉はっぴい	4	—	4
	焼肉 かるびとはらみ	1	—	1
	焼きたてのかるび	1	—	1
	合計	352	234	586

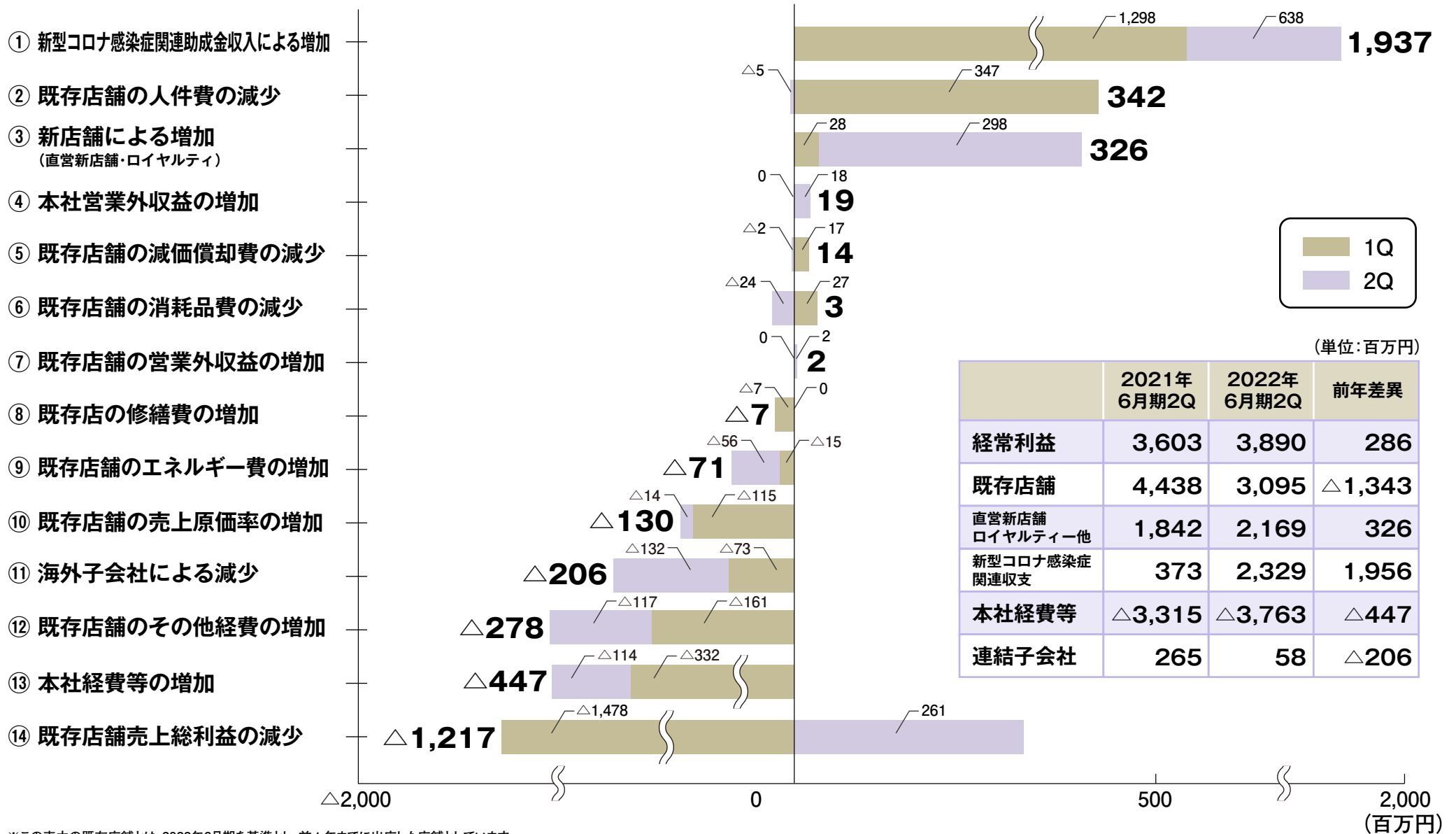
- 焼肉部門 [直営 ● FC ■]
- ラーメン部門 [直営 ● FC ■]
- お好み焼部門 [直営 ● FC ■]
- ゆず庵部門 [直営 ● FC ■]
- 専門店部門 [直営 ● FC ■]

沖縄県 9店舗
(■6 ■3)



(注) 当期に新規出店した都道府県は、地図上に塗りつぶしをしています

経常利益(連結)の増減要因



※この表中の既存店舗とは、2022年6月期を基準とし、前々年までに出店した店舗としています
 ※期中で閉店した店舗は、区分を変更した上で期初より計算の洗い直しをしています

財務概要 (連結)

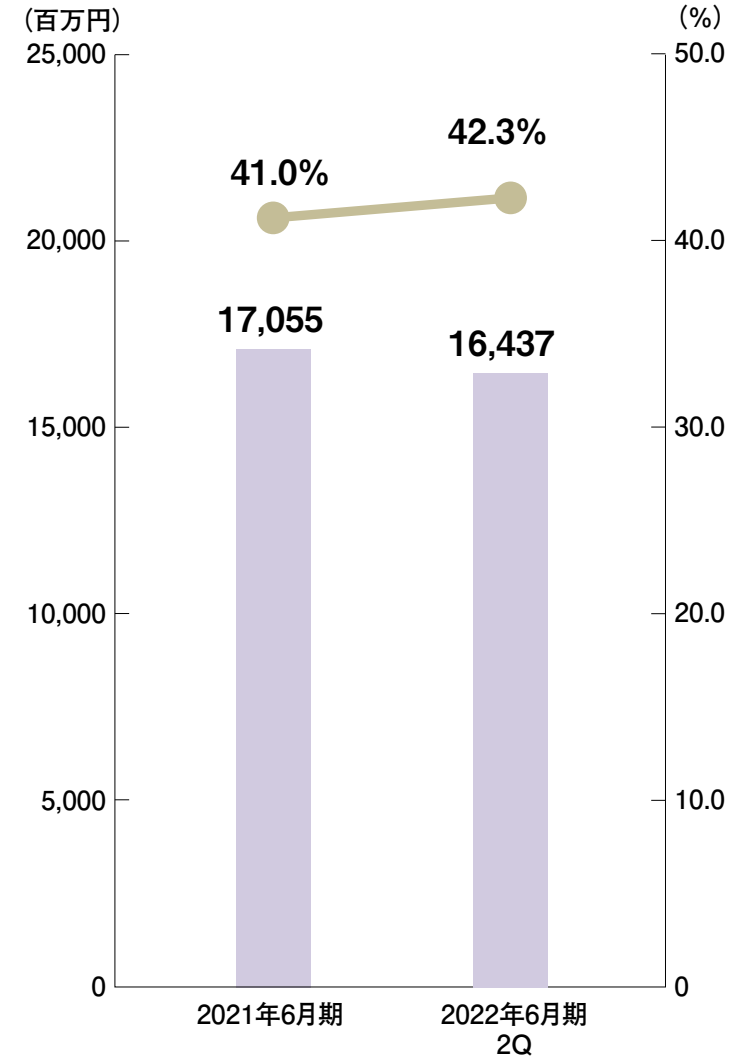
貸借対照表 (連結)

(単位:百万円)

	2021年 6月期	2022年 6月期2Q	主な増減
資産の部			
流動資産	18,105	19,703	①現金及び預金の減少……△320百万円 ②売掛金の増加……………+1,533百万円
固定資産	29,647	31,175	①有形固定資産の増加…+1,160百万円 ②無形固定資産の増加……+104百万円 ③投資等の増加……………+264百万円
負債の部			
流動負債	15,944	17,623	①買掛金の増加……………+1,630百万円 ②未払法人税の増加………+709百万円
固定負債	11,846	11,372	①長期借入金の減少………△504百万円
純資産の部			
純資産	19,961	21,883	①利益剰余金の増加………+1,872百万円

有利子負債の状況

■ 有利子負債
● 自己資本比率



※有利子負債とは、長期借入金、社債、一年内返済長期借入金、短期借入金を合算したものです

キャッシュ・フロー(連結)概要

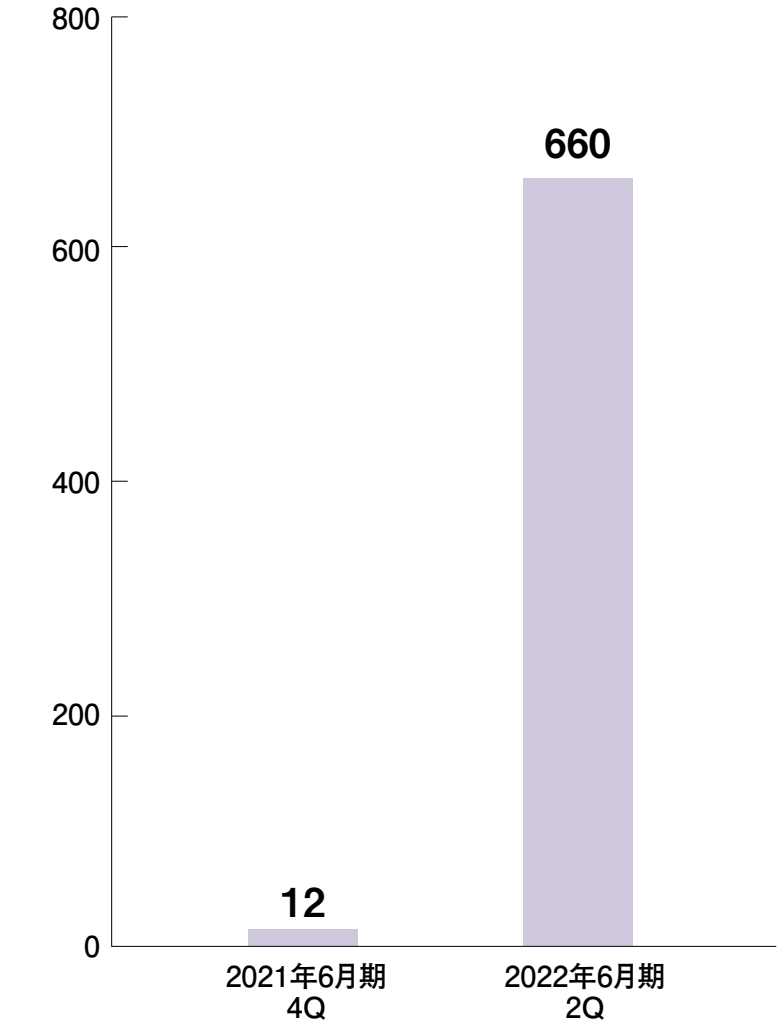
キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	2021年 6月期 4Q	2022年 6月期 2Q累計	増減内容
営業活動による キャッシュ・フロー	5,789	5,029	税金等調整前四半期純利益が 3,683百万円あったこと及び 減価償却費は1,467百万円 あったこと等によるもの
投資活動による キャッシュ・フロー	△5,776	△4,369	新規出店に伴う有形固定資産の取得に よる支出が3,977百万円あったこと、 ならびに差入保証金の差入による支出が 182百万円あったこと等によるもの
財務活動による キャッシュ・フロー	4,225	△1,025	長期借入金の返済により 支出619百万円、 配当金の支払いによる支出 421百万円等を反映したもの
現金及び現金同等物の 純増加(減少)額	4,326	△320	
現金及び現金同等物の 期首残高	9,888	14,214	
現金及び現金同等物の 期末残高	14,214	13,894	

フリー・キャッシュ・フローの状況

(百万円)



※フリー・キャッシュ・フローとは、営業キャッシュ・フローと投資キャッシュ・フローを加算したものです

業績計画(連結)①(期初計画)

(単位:百万円)

	2021年6月期	2022年6月期		2022年6月期			
	通期実績	通期計画		上半期計画		下半期計画	
	実績 (売上比%)	計画 (売上比%)	対前年差異 %	計画 (売上比%)	対前年差異 %	計画 (売上比%)	対前年差異 %
売上高	64,018	78,037	121.8	37,345	108.3	40,691	137.7
焼肉部門	32,812(51.2)	39,150(50.1)	119.3	18,707(50.0)	103.8	20,244(49.7)	136.8
ラーメン部門	9,209(14.3)	11,644(14.9)	126.4	5,463(14.6)	112.3	6,180(15.1)	142.2
お好み焼部門	1,746(2.7)	1,994(2.5)	114.2	922(2.4)	97.1	1,071(2.6)	134.5
ゆず庵部門	11,563(18.0)	14,803(18.9)	128.0	7,132(19.0)	113.9	7,670(18.8)	144.5
専門店部門	1,397(2.1)	1,854(2.3)	132.6	940(2.5)	118.2	1,111(2.7)	184.5
FC部門	4,512(7.0)	4,907(6.2)	108.7	2,433(6.5)	102.8	2,474(6.0)	115.3
その他部門	2,775(4.3)	3,683(4.7)	132.6	1,745(4.6)	142.6	1,938(4.7)	124.8
売上総利益	42,111 (65.7)	51,429 (65.9)	122.1	24,695 (66.1)	108.0	26,734 (65.6)	138.7
販売費及び 一般管理費	39,556 (61.7)	46,631 (59.7)	117.8	22,570 (60.4)	114.7	24,061 (59.1)	120.9
営業利益	2,555 (3.9)	4,798 (6.1)	187.7	2,125 (5.6)	66.8	2,672 (6.5)	—
経常利益	4,265 (6.6)	5,500 (7.0)	128.9	2,802 (7.5)	77.7	2,697 (6.6)	407.7
当期純利益	2,727 (4.2)	3,376 (4.3)	123.7	1,747 (4.6)	71.4	1,628 (4.0)	577.2
EBITDA	6,874 (10.7)	9,289 (11.9)	135.1	4,478 (11.9)	92.3	4,810 (11.8)	237.6

※当期純利益=親会社株主に帰属する当期純利益

※EBITDA=経常利益+減価償却費

業績計画(単体)②(期初計画)

物語コーポレーション単体

(単位:百万円)

	2021年 6月期	2022年6月期		2022年6月期			
	通期実績	通期計画		上半期計画		下半期計画	
		実績 (売上比%)	計画 (売上比%)	対前年差異 %	計画 (売上比%)	対前年差異 %	計画 (売上比%)
売上高	61,261	74,373	121.4	35,614	107.0	38,759	138.4
売上総利益	40,367 (65.8)	49,142 (66.0)	121.7	23,614 (66.3)	106.9	25,527 (65.8)	139.5
販売費及び 一般管理費	38,259 (62.4)	44,790 (60.2)	117.0	21,714 (60.9)	113.6	23,076 (59.5)	120.5
営業利益	2,107 (3.4)	4,351 (5.8)	206.4	1,900 (5.3)	64.2	2,451 (6.3)	-
経常利益	3,725 (6.0)	5,058 (6.8)	135.7	2,580 (7.2)	77.2	2,478 (6.3)	641.2

子会社合計

(単位:百万円)

	2021年 6月期	2022年6月期		2022年6月期			
	通期実績	通期計画		上半期計画		下半期計画	
		実績 (売上比%)	計画 (売上比%)	対前年差異 %	計画 (売上比%)	対前年差異 %	計画 (売上比%)
売上高	2,756	3,664	132.9	1,731	143.0	1,932	124.9
売上総利益	1,744 (63.2)	2,287 (62.4)	131.0	1,081 (62.4)	139.2	1,206 (62.4)	124.5
販売費及び 一般管理費	1,297 (47.0)	1,840 (50.2)	141.9	855 (49.4)	154.3	984 (50.9)	132.6
営業利益	447 (16.2)	446 (12.1)	99.7	225 (13.0)	101.5	221 (11.4)	97.9
経常利益	551 (19.9)	441 (12.0)	80.0	222 (12.8)	77.0	218 (11.3)	83.4

業績計画(連結)③(期初出店計画)

(単位:店舗)

部門	種別	2021年6月期	2022年6月期	通期計画内訳			
		期末店舗数	通期計画	出店数			退店数
				上期	下期	通期	通期
焼肉	直営	163	178	5	11	16	1
	FC	106	111	4	1	5	0
ラーメン	直営	80	96	6	11	17	1
	FC	96	101	4	3	7	2
お好み焼	直営	17	17	0	0	0	0
	FC	10	9	0	0	0	1
ゆず庵	直営	70	76	5	1	6	0
	FC	17	17	0	0	0	0
専門店	直営	10	17	5	2	7	0
	FC	0	0	0	0	0	0
その他	海外	15	26	6	5	11	0
国内・直営合計		340	384	21	25	46	2
FC合計		229	238	8	4	12	3
海外合計		15	26	6	5	11	0
合計		584	648	35	34	69	5

業績計画(連結)④(その他)

既存店売上高計画の前年対比ならびに2019年6月期対比

(単位:%)

前年対比	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
焼肉	98.9	91.3	119.2	129.1	107.9
ラーメン	98.7	101.7	120.9	122.5	110.1
お好み焼	95.1	95.5	131.3	136.2	112.7
ゆず庵	99.7	101.2	130.7	131.2	114.0
専門店	103.3	111.4	152.3	148.1	126.1
全体	99.0	95.3	122.8	129.3	110.0

※前年対比は、2019年6月期までに開業した店舗を対象にしています

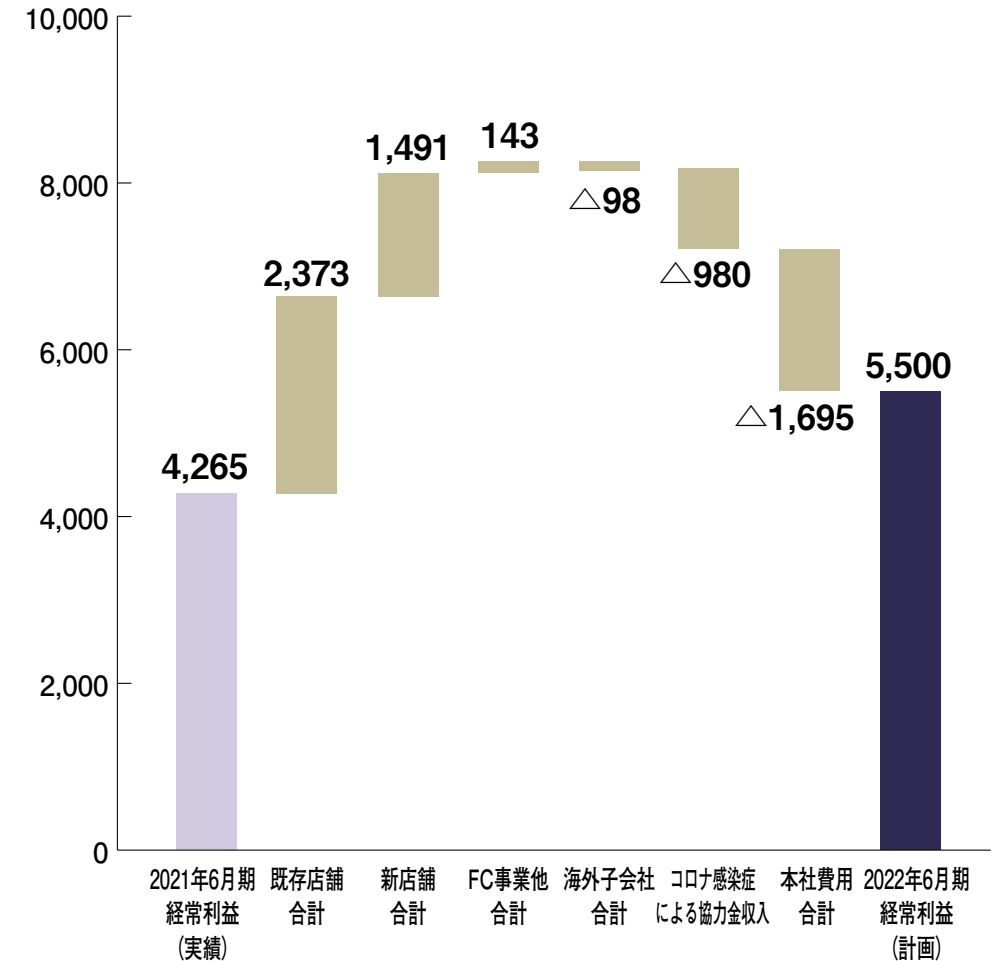
(単位:%)

2019年6月期対比	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
焼肉	102.9	108.0	106.2	106.8	105.9
ラーメン	91.7	99.7	101.8	100.4	98.3
お好み焼	86.2	98.9	102.2	100.7	97.0
ゆず庵	89.6	101.2	98.3	99.2	97.1
専門店	74.7	83.7	80.9	87.3	81.8
全体	97.0	104.0	102.9	103.4	101.8

※2019年6月期対比は、2018年6月期までに開業した店舗を対象にしています

経常利益計画の対前年増減要因

(百万円)



※この表中の既存店舗とは、2019年6月期までに開業した店舗としています

下半期の見通し

項目	期初計画策定条件	下半期見通し
既存店売上	<p>全社既存店売上高前年比110.0%</p> <ul style="list-style-type: none"> ・焼肉部門既存店売上高前年比107.9% ・ラーメン部門既存店売上高前年比110.1% ・お好み焼部門既存店売上高前年比112.7% ・ゆず庵部門既存店売上高前年比114.0% ・専門店部門既存店売上高前年比126.1% 	<p>新型コロナウイルス感染症第6波の到来により2月末まで時間短縮営業が継続する見通し</p> <p>主に以下の取り組みにより強化を図る</p> <ul style="list-style-type: none"> ・『焼肉きんぐ』『丸源ラーメン』のグランドメニュー刷新 ・折り込みチラシと業態アプリを活用した販売促進の実施 ・『焼肉きんぐ』『丸源ラーメン』『寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵』を中心としたテレビCMの積極放映
出店数	直営46店舗、FC12店舗、海外11店舗出店	通期において直営35店舗、FC11店舗、海外8店舗の見通し
退店数	直営2店舗、FC3店舗退店	通期において直営3店舗、FC3店舗、海外1店舗の見通し
FC事業他	12店舗の出店増に伴う各種ロイヤルティ収入増	通期において11店舗の出店増に伴う各種ロイヤリティ収入増
経常利益	<ul style="list-style-type: none"> ・既存店の大規模改装実施(『焼肉きんぐ』6店舗、『お好み焼本舗』1店舗) ・『焼肉きんぐ』『丸源ラーメン』既存店改装の積極実施 ・『焼肉きんぐ』を中心とした「テレビCM」の積極的な拡大 ・全店舗への新型POS導入、ネットワーク刷新等の情報システムインフラ整備 	<ul style="list-style-type: none"> ・左記期初計画の大規模改装はすべて実施 ・当初計画に加えて、約550百万円の追加投資を実施する見通し ・『焼肉きんぐ』4店舗、『丸源ラーメン』3店舗の全面改装を実施 ・『焼肉きんぐ』を中心とした「テレビCM」は計画通りに実施 ・全店舗への新型POS導入には一部来期に持ち越しとなる見通し
純利益	特別損失400百万を計画	通期で500百万円の特別損失発生を見込む

配当政策

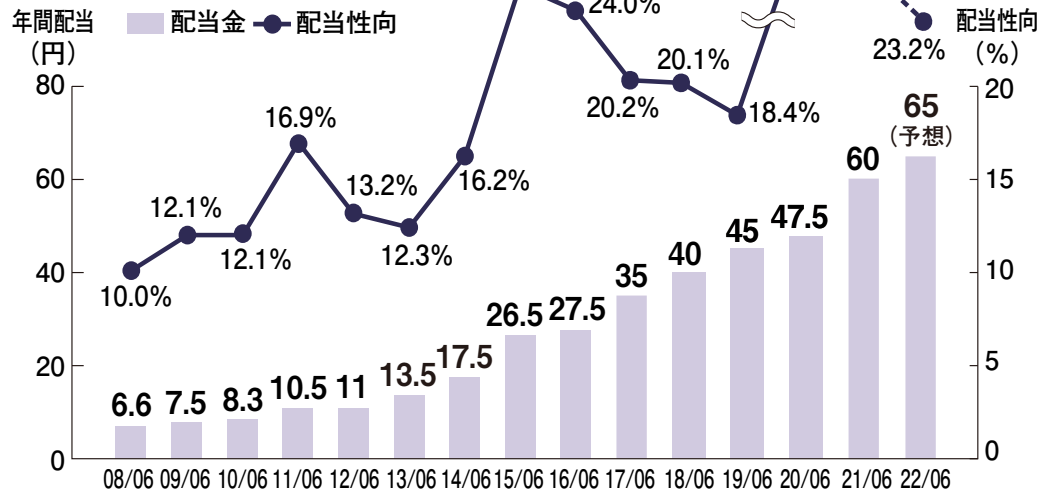
新規上場以来14期連続の増配を目指します

1株当たり配当金

中間実績 **30**円^{※1} 期末予想 **35**円^{※2} 通期 **65**円^{※3} (2022年6月期予想)

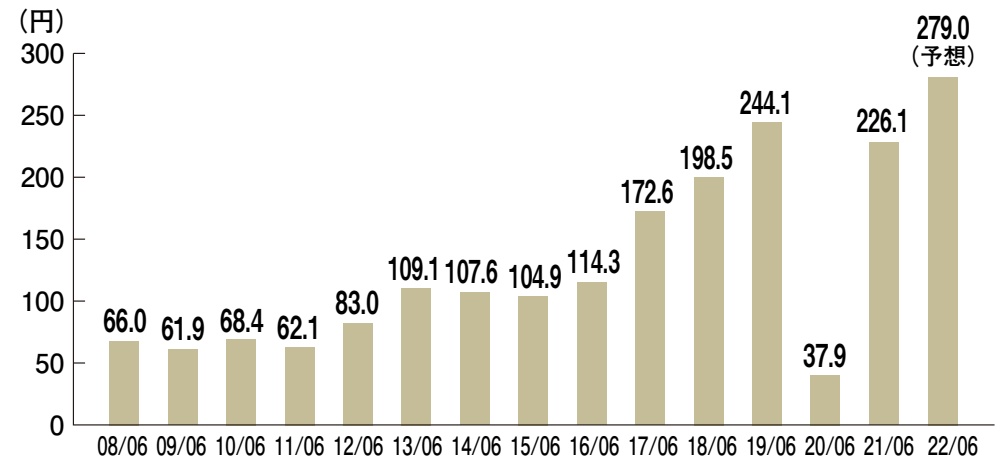
※1. 株式分割後の配当であり、株式分割実施前におきましては、1株当たり60円の配当に相当いたします
 ※2. 株式分割後の配当であり、株式分割実施前におきましては、1株当たり70円の配当に相当いたします
 ※3. 株式分割後の配当であり、株式分割実施前におきましては、1株当たり130円の配当に相当いたします

配当金・配当性向推移



※2010年12月1日付で普通株式1株につき3株の分割をおこなっています
 ※2021年3月1日付で普通株式1株につき2株の分割をおこなっています
 上のグラフでは、当該株式分割に伴う影響を加味した遡及計算値を示しています

EPS推移



※2010年12月1日付で普通株式1株につき3株の分割をおこなっています
 ※2021年3月1日付で普通株式1株につき2株の分割をおこなっています
 上のグラフでは、当該株式分割に伴う影響を加味した遡及計算値を示しています

ご参考：株主優待制度

株主の皆さまに当社店舗を、
より理解していただきたいという想いを込めて



株主様お食事ご優待券を **年2回贈呈!**

所有株式数

100株以上

ご優待お食事券

3,500円相当
(年間7,000円)

※株主様お食事ご優待券の有効期限は発行日から1年間です

※毎年6月30日現在及び12月31日現在の株主名簿並びに実質株主名簿に記載又は記録された100株以上保有の株主様に対し1単元(100株)以上の株式を保有いただいている株主様が対象です

※株主様お食事ご優待券は物語コーポレーションの全ての店舗(FC加盟店運営店舗を含む)でご利用いただけます

プレゼンテーション構成

1 第2四半期業績概要

津寺 毅【取締役 常務執行役員 財務・成長戦略担当】

2 第2四半期業績総括

加藤 央之【代表取締役社長】

トピックス

1 新型コロナウイルス感染症拡大による影響について

新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けつつも、10月の緊急事態宣言解除後、『焼肉きんぐ』や『丸源ラーメン』を中心に堅調な回復を見せました。

2 植物肉「ミラクルミート」のDAIZ社と資本業務提携

「ミラクルミート」をベースとして、「肉」の代替だけに留まらない独自性の高いプライベート商材を両社にて開発し、当社販路を活かした展開を図ります。

3 ダイバーシティ&インクルージョンへの取り組み

様々な文化や考え方を持つ人財登用を積極的に行い、多様性を受容・表現することで一人ひとりが自由闊達に意見を交わす議論文化の醸成に努めています。

トピックス ① 新型コロナウイルス感染症拡大による影響について

成長に向けたポイント

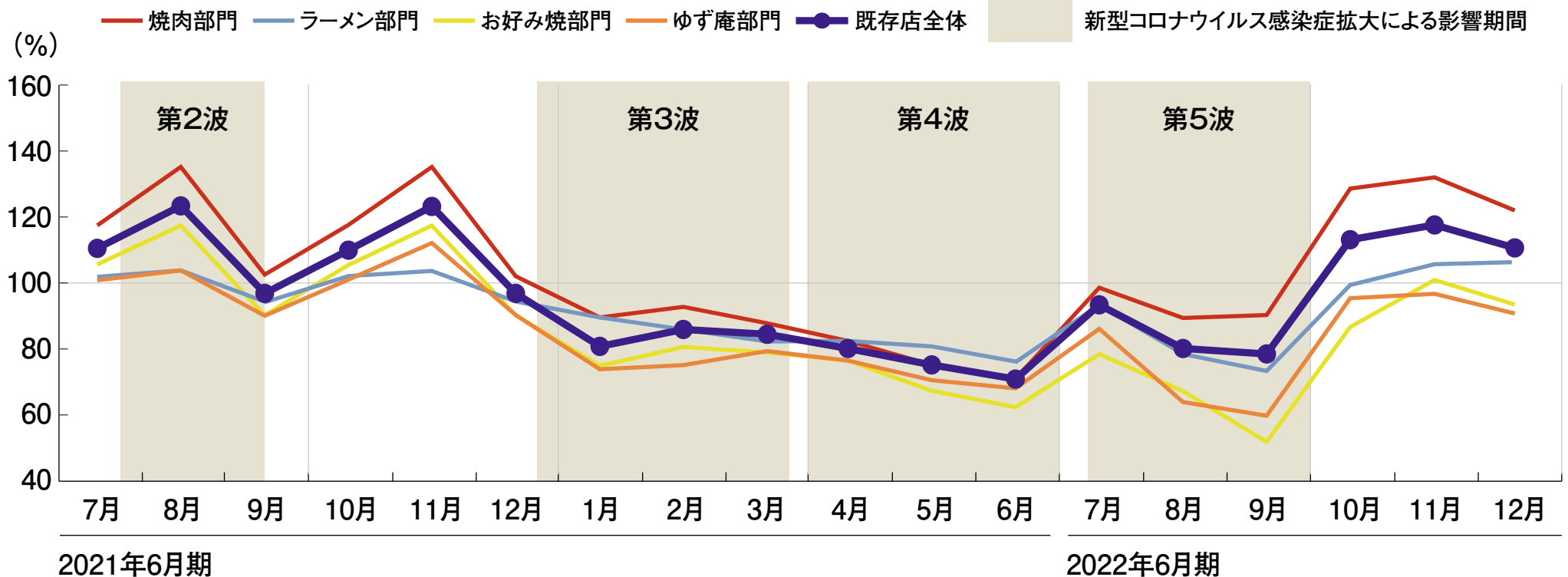
ブランド毎のNo.1 戦略

成長を加速させる新業態開発

海外事業の展開加速

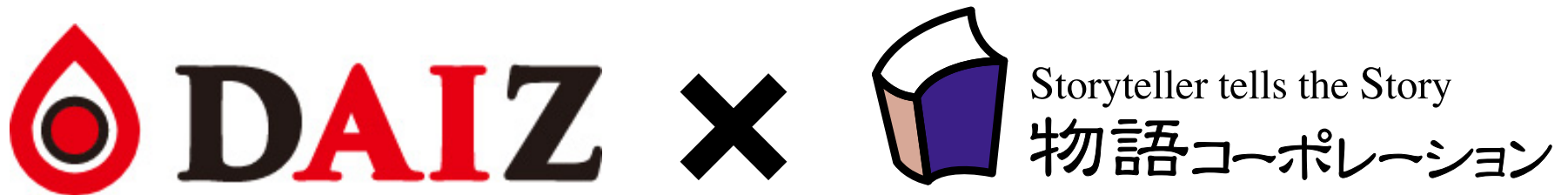
理念経営が成長の基盤

■ 既存店売上高前々年対比(2019年6月期)比 (直営店)



トピックス ② 植物肉「ミラクルミート」のDAIZ社と資本業務提携

2021年10月、DAIZ株式会社(以下、同社)と資本業務提携契約を締結。同社は、「植物肉で世界へ」を理念に掲げ、今後世界的な人口増加により「動物性たんぱく質」が不足するとの予測から、独自技術により栄養価の高い次世代植物肉「ミラクルミート」の開発を進めております。当社のプラットフォームにおいて、DAIZ社製品を採用した新商品の開発や販売をすることで、両社の事業価値向上だけではなく、サステナブルな社会へ貢献することを目指し、本契約の締結に至りました。



■ 今後の取り組み

「環境」「カーボンニュートラル」などをはじめとする
SDGs (持続可能な開発目標) の取り組み推進と貢献

植物肉「ミラクルミート」を使った商品販売による事業拡大

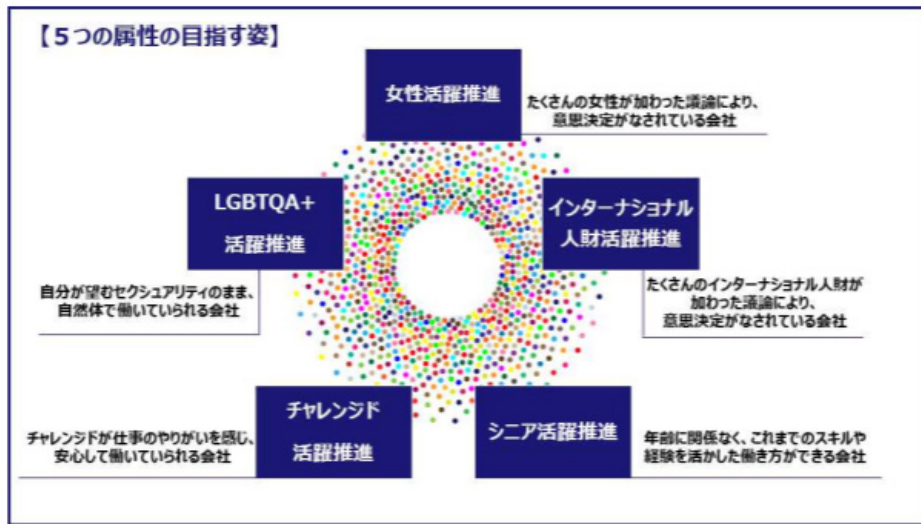
当社が展開する海外直営店舗ならびにネットワークを通じた
DAIZ社製品の販路拡大への貢献

トピックス ③ ダイバーシティ&インクルージョンへの取り組み

1 ダイバーシティ&インクルージョン (D&I) 宣言 2022年1月4日、「D&I宣言」を当社従業員に向けて発表

議論文化こそが成長戦略の核

多様な価値観を認め合い、「個」のチカラの活性化を促す



5つの属性(「女性」「国際人財」「LGBTQ+」「チャレンジド」「シニア」)のさらなる活躍を促し本質的な意思決定を目指す

長期経営ビジョン

「個の尊厳と組織の尊厳より上位に置き、とびっきりの笑顔と心からの元気で世の中をイキイキさせる」

◆目指すべき姿
 ① 正々堂々と明確・意思決定できるリーダーで溢れる会社 …… [多様性の表現]
 ② 活発な議論文化により、清く正しい意思決定とイノベーションを生み出す会社 …… [多様性の表現が生む価値]
 ③ 明るく元気・正直で、人間関係が温かい「個対個」の関係が繋がる大家族 …… [多様性の受容]

by the way the story
物語コーポレーション

◀2021年7月1日に策定した長期経営ビジョン

成長を実践し、心からの笑顔と元気溢れるイキイキとした「個」が会社をそして世の中をイキイキさせることを掲げています

2 ダイバーシティ&インクルージョン実現への取り組み

■ 「D&I Award 2021」で最高位認定

■ 「PRIDE指標」3年連続最高評価「ゴールド」を受賞

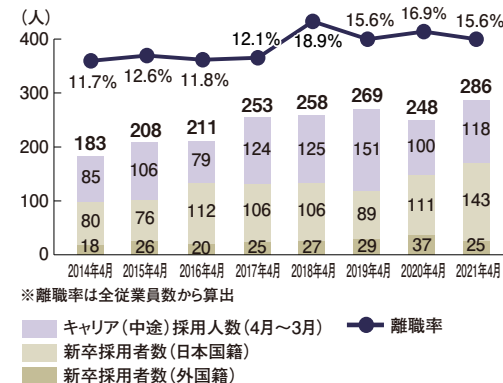


■ 「個」を重視する採用活動



内定者一人ひとりに内容の違う「内定証書」を授与

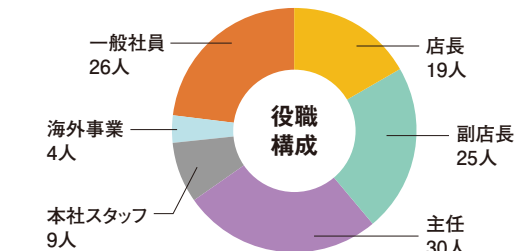
【採用者数と離職率推移】



■ 外国籍人財の積極登用



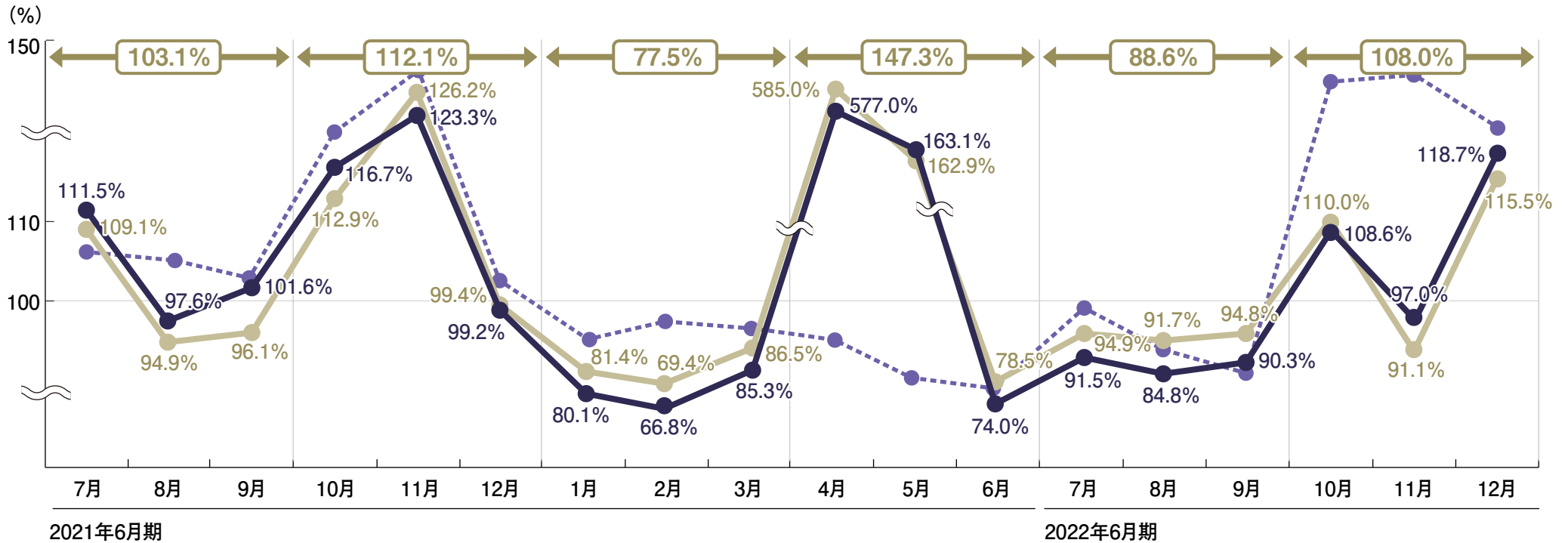
【国際人財(外国籍)社員役職別在籍数】



▲2021年12月末時点で13カ国113人が在籍(全社員に占める比率約10%)

焼肉部門業績総括

既存店売上高前年比(直営のみ) ●売上高 ●客数 ●売上高(対2019年6月期比)



(単位: %)

	2021年6月期													2022年6月期						
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	通期	7月	8月	9月	10月	11月	12月	通期
売上高	111.5	97.6	101.6	116.7	123.3	99.2	80.1	66.8	85.3	577.0	163.1	74.0	103.5	91.5	84.8	90.3	108.6	97.0	118.7	98.4
客数	109.1	94.9	96.1	112.9	126.2	99.4	81.4	69.4	86.5	585.0	162.9	78.5	103.5	94.9	91.7	94.8	110.0	91.1	115.5	99.5
客単価	102.2	102.8	105.7	103.4	97.7	99.8	98.4	96.2	98.7	98.6	100.1	94.2	99.9	96.4	92.5	95.2	98.7	106.4	102.7	98.9

※このページにおける既存店とは、HP等で発表している「月次売上高前年比」と同様に新規開店より18カ月以上稼働している店舗と定義しております

1 再来店を促すマーケティング

■「飽きさせない」商品・企画



■初の取り組み「福袋」販売



■SNSを活用した参加型キャンペーン



2 魅力を伝え認知を高める取り組み

■メディア露出、CM投下増



▲ゴールデンタイムのパラエティや朝の情報番組での紹介



▲「焼肉さんぐ FANBOOK」好評につき増刷

3 店舗体験価値の向上



商品へのこだわり



清潔感のある店舗

■ストリート看板のデザイン刷新

▶「きんぐ」を大きく表記し、ブランド名の視認性を向上



■積極的な店舗改装

全面改装 6 店舗
看板刷新 8 店舗



焼肉ポリス 稼働強化



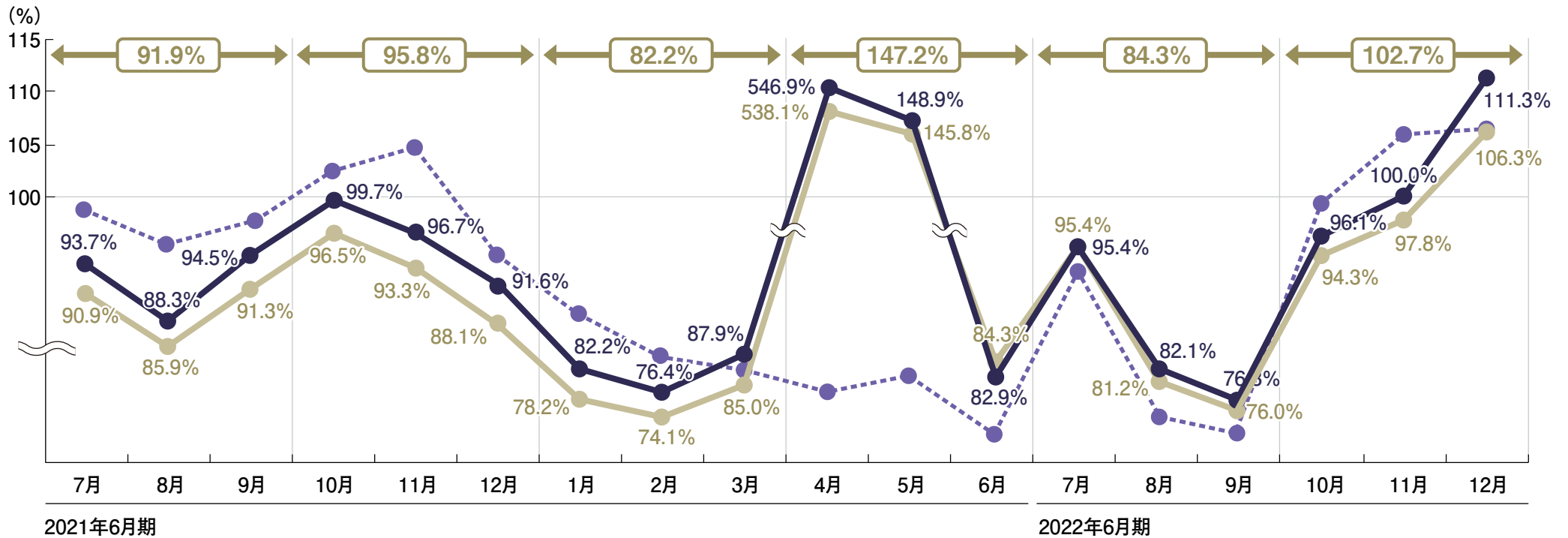
配膳ロボット Servo「みーと」 本格稼働



焼肉さんぐ 公式アプリ リニューアル

ラーメン部門業績総括

既存店売上高前年比(直営のみ) ●売上高 ●客数 ●売上高(対2019年6月期比)



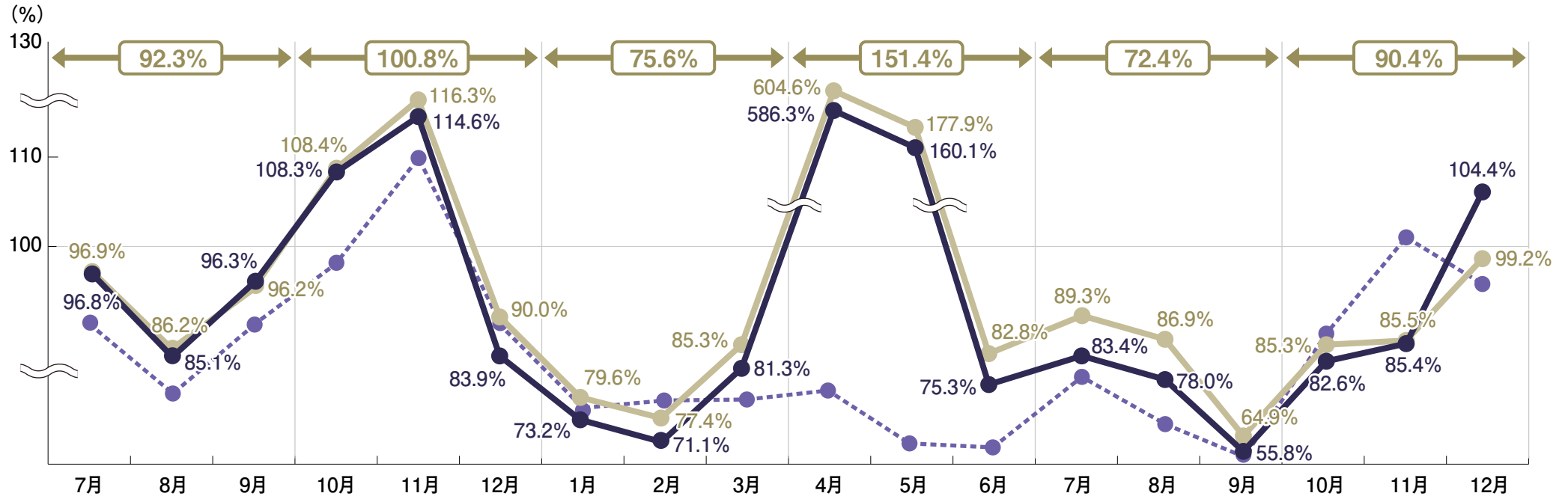
(単位: %)

	2021年6月期													2022年6月期						
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	通期	7月	8月	9月	10月	11月	12月	通期
売上高	93.7	88.3	94.5	99.7	96.7	91.6	82.2	76.4	87.9	546.9	148.9	82.9	99.1	95.4	82.1	76.3	96.1	100.0	111.3	93.3
客数	90.9	85.9	91.3	96.5	93.3	88.1	78.2	74.1	85.0	538.1	145.8	84.3	96.1	95.4	81.2	76.0	94.3	97.8	106.3	91.5
客単価	103.1	102.8	103.4	103.4	103.7	104.0	105.1	103.0	103.3	101.6	102.2	98.4	103.1	100.3	101.2	100.5	101.9	102.3	104.7	102.0

※このページにおける既存店とは、HP等で発表している「月次売上高前年比」と同様に新規開店より18カ月以上稼働している店舗と定義しております

お好み焼部門業績総括

既存店売上高前年比(直営のみ) ●売上高 ●客数 ●売上高(対2019年6月期比)



2021年6月期

2022年6月期

(単位: %)

	2021年6月期													2022年6月期						
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	通期	7月	8月	9月	10月	11月	12月	通期
売上高	96.8	85.1	96.3	108.3	114.6	83.9	73.2	71.1	81.3	586.3	160.1	75.3	97.0	83.4	78.0	55.8	82.6	85.4	104.4	81.6
客数	96.9	86.2	96.2	108.4	116.3	90.0	79.6	77.4	85.3	604.6	177.9	82.8	101.4	89.3	86.9	64.9	85.3	85.5	99.2	85.2
客単価	99.9	98.7	100.1	99.9	98.5	93.2	92.0	91.9	95.3	97.0	90.0	91.0	95.7	93.4	89.8	86.0	96.7	99.9	105.3	95.7

※このページにおける既存店とは、HP等で発表している「月次売上高前年比」と同様に新規開店より18カ月以上稼働している店舗と定義しております

新たな看板商品の強化と認知度の向上

1 新たなマーケットを獲得するための施策

■「おこほん焼」×「串カツ」を2枚看板とした新ランドメニュー



■ ストリート看板・イン看板の「串カツ」訴求デザインへの変更



1 食べ放題を訴求

2 コース価格を訴求

3 目立つ色彩デザイン
(黄×赤)

2 話題性を呼ぶプロモーション推進

■ SNS上で話題になったマヨパフォ(マヨネーズパフォーマンス)



■ バリエティ番組での紹介



参加型15周年キャンペーン



■ 多彩なコラボレーション企画



▲ キリン氷結プレゼントキャンペーン



▲ Calbee Potatoとのコラボ商品 「ふりふりシェイクポテト」



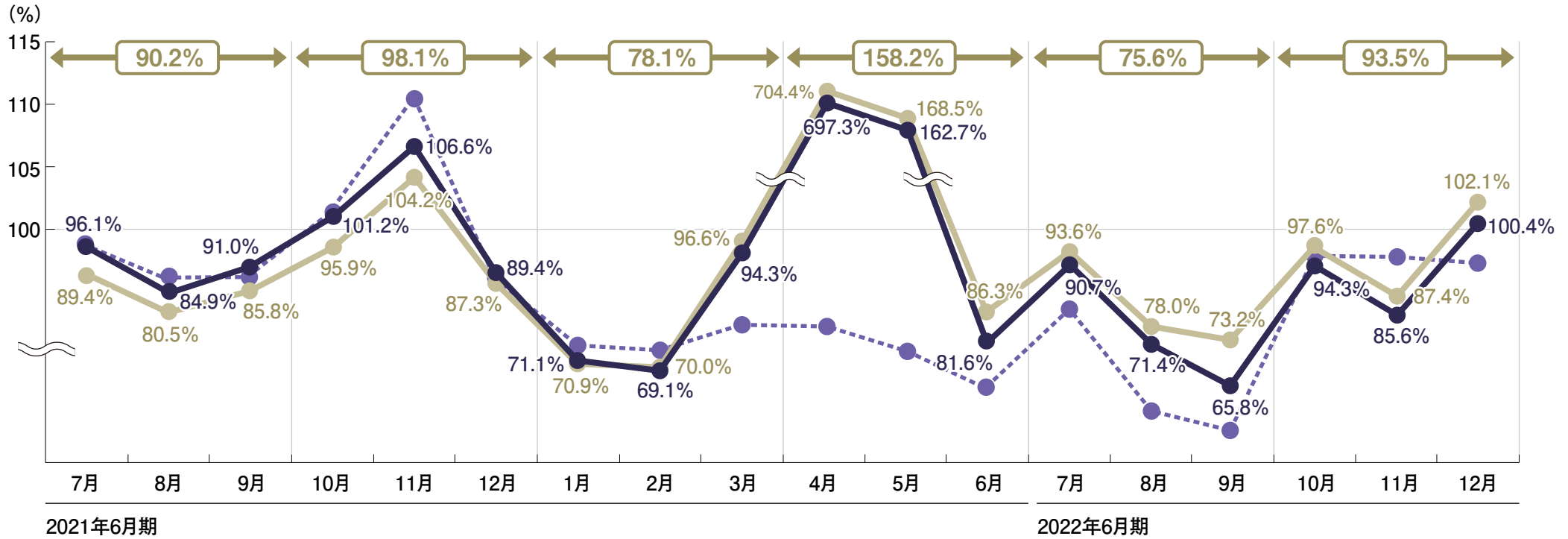
◀ タカラトミー コラボ 「アニア」 プレゼント



◀ ベビースター もんじゃ

ゆず庵部門業績総括

既存店売上高前年比(直営のみ) ●売上高 ●客数 ●売上高(対2019年6月期比)



(単位: %)

	2021年6月期													2022年6月期						
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	通期	7月	8月	9月	10月	11月	12月	通期
売上高	96.1	84.9	91.0	101.2	106.6	89.4	71.1	69.1	94.3	697.3	162.7	81.6	97.8	90.7	71.4	65.8	94.3	85.6	100.4	85.2
客数	89.4	80.5	85.8	95.9	104.2	87.3	70.9	70.0	96.6	704.4	168.5	86.3	96.5	93.6	78.0	73.2	97.6	87.4	102.1	89.1
客単価	107.5	105.4	106.1	105.5	102.3	102.4	100.3	98.7	97.6	99.0	96.6	94.5	101.3	96.9	91.6	89.9	96.6	97.9	98.3	95.7

※このページにおける既存店とは、HP等で発表している「月次売上高前年比」と同様に新規開店より18カ月以上稼働している店舗と定義しております

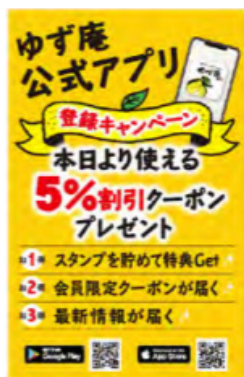
「寿司・しゃぶしゃぶ」食べ放題専門店の価値創造

1 季節の食材が魅力の2980円コース

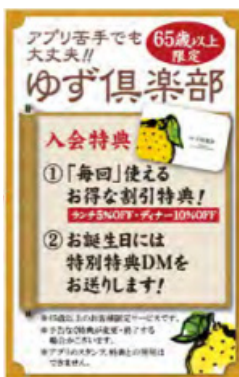


大ネタ三味 大ぶりのネタを堪能できる冬限定メニュー

2 来店機会の創出



アプリ会員満足度の向上



シニア層ターゲットの会員組織



福袋クーポンによるリピート来店の促進



お子様の楽しめるイベントを季節ごとに開催

3 クオリティの向上



寿司職人塾
品質向上のための取り組み

4 生産性向上・店舗DX推進



© SoftBank Robotics

配膳ロボット Servi
「ゆずボ」の本格稼働

その他①
主な取り組み

新たな成長エンジンへ 新業態開発

焼肉はっぴい 牛たん大好き

「牛たん」が自慢の
繁華街型小規模焼肉店



標準店舗面積	約30坪
テーブル数 (席数)	15テーブル (45席)
想定客単価	ランチ 1,000円 ディナー 3,500円

熟成醤油ラーメン
まべとん

中規模店舗の特性を生かした
地域密着型ラーメン店



標準店舗面積	約40坪
テーブル数 (席数)	12テーブル (48席)
想定客単価	800円

焼肉かるびと
はらみ

高品質なお肉を低価格で楽しめる
ロードサイド型中規模焼肉店



標準店舗面積	約40坪
テーブル数 (席数)	13テーブル (56席)
想定客単価	ランチ 800円 ディナー 2,000円

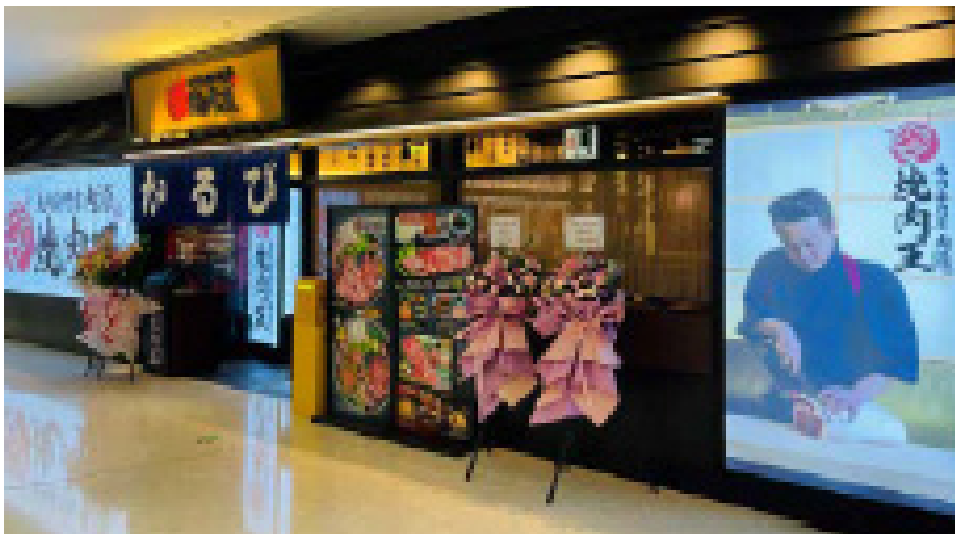
焼きたての
かるび

カルビ丼とユッケジャンスープが
名物の焼肉ファストカジュアル業態



標準店舗面積	約40坪
テーブル数 (席数)	14テーブル (58席)
想定客単価	700円

物語(上海)企業管理有限公司による中国事業再出発



リーズナブルな日本式焼肉専門店

2021年11月に「宝楊宝龍店」
12月に「宝山日月光店」
「苏州中心店」をオープン

標準店舗面積	約45坪
想定客単価	90元 (約1,500円)
店舗数	10店舗



蟹料理を中心に豊富な海鮮メニューを
取り揃えた日本料理専門店

標準店舗面積	約150坪
想定客単価	300元 (約5,000円)
店舗数	7店舗



日本文化を打ち出した内外装が特徴の
日本式焼肉専門店

標準店舗面積	約110坪
想定客単価	250元 (約4,300円)
店舗数	2店舗



長期経営ビジョン

「個」の尊厳を「組織」の尊厳より上位に置き
「とびっきりの笑顔と心からの元気」
で世の中をイキイキさせる

目指すべき姿

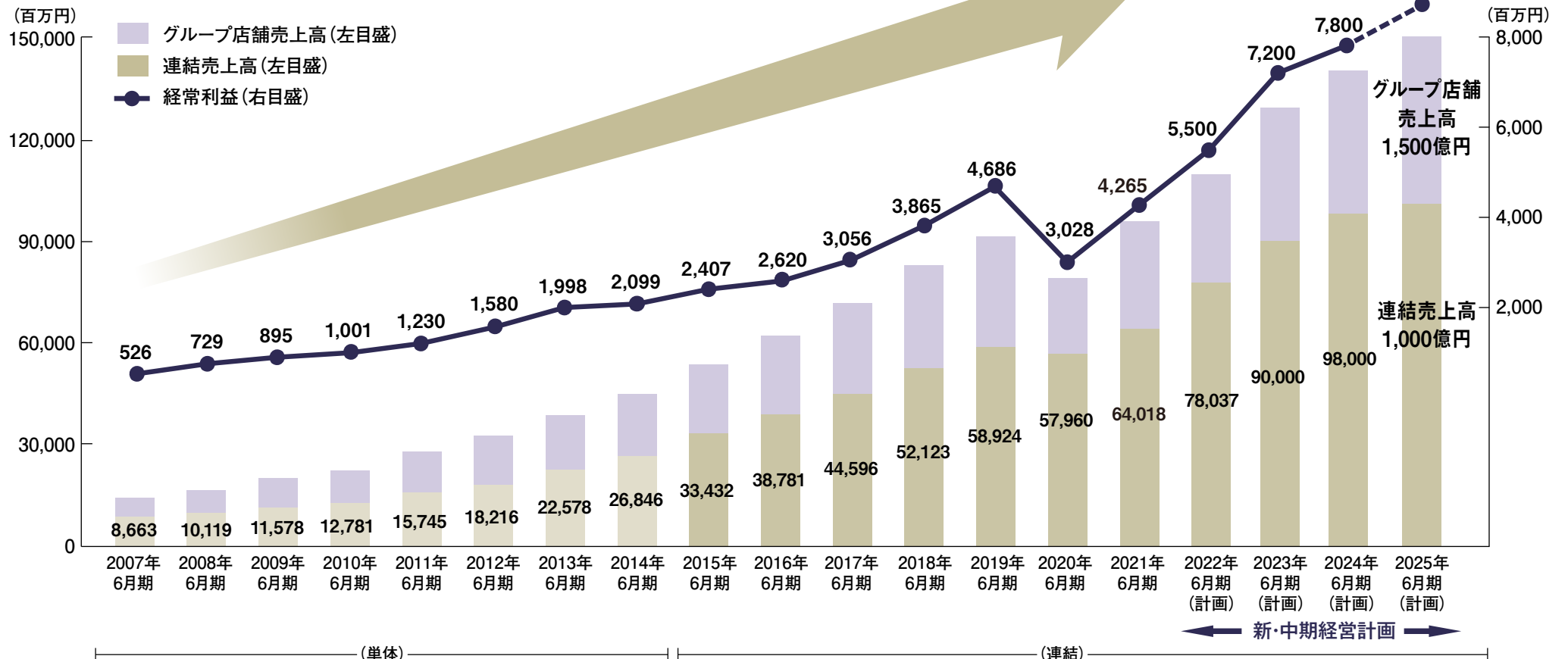
- 1 正々堂々と明言・意思決定できるリーダーで溢れる会社
- 2 活発な議論文化により、清く正しい意思決定とイノベーションを生み出す会社
- 3 明るく元気・正直で、人間的あたたかみ溢れる“個対個”の関係で繋がる大家族

新・中期経営計画「ビジョン2025」

「アジアにおける業態開発型リーディングカンパニー」の実現

外食事業において、私たち独自のビジネスモデルを追求し、日本だけでなくアジアにおいても顧客・社会に価値提供できる「業態開発型リーディングカンパニー」の実現を目指します

売上高と経常利益計画



※「グループ店舗売上高」とは、直営とフランチャイズの各店舗の売上高の合計としています

目標とする経営指標

		2019年6月期	現状 (2021年6月期)	目標数値 (2025年6月期)
1	売上高、営業利益、経常利益	年平均10%以上の成長 14期連続増収増益	年平均10%以上の成長	年平均10%以上の成長
2	既存店売上高	102.0%	100.7%	プラス成長
3	ROA(総資産経常利益率)	15.0%	9.8%	15%以上
4	ROE(自己資本利益率)	17.9%	14.7%	15%以上
5	ROIC(投下資本利益率)	14.3%	9.0%	15%以上
6	自己資本比率	53.7%	41.0%	50%以上の維持
7	株主還元	年間45 ^{*1} 円 (11年連続の増配)	年間60 ^{*2} 円 (13年連続の増配)	連続増配の維持

※1 株式分割後の配当であり、株式分割実施前におきましては、1株当たり90円に相当いたします

※2 株式分割後の配当であり、株式分割実施前におきましては、1株当たり120円に相当いたします

中期経営計画「ビジョン2025」重点方針

- 1 既存ブランドの事業拡大
- 2 新業態・新事業をアジアで積極展開
- 3 既存ブランドの変革と価値創造の推進
- 4 変革を起こす、生産性高い開発型人財の育成
- 5 働き方改革とダイバーシティ&インクルージョンで成長
- 6 効率化・コスト削減による生産性向上
- 7 食材調達力の向上
- 8 CSRの取り組みを推進

既存ブランドの事業拡大



事業拡大の方向性

- ・ 関西地区・一都三県への出店強化
- ・ 北海道地区への出店強化

- ・ 中国・四国地方、東北地区への出店強化
- ・ 都下エリアへの出店強化
- ・ 物販、EC による販売拡充

- ・ 地方大商圏の一番立地への出店強化
(東海・関西以西・福島・茨城・栃木・北海道)

新フォーマットの開発

- ・ 86坪・64坪のフォーマットの改善
- ・ 繁華街ビルイン型フォーマット開発
- ・ 次世代フォーマットの開発

- ・ 62坪・52坪のフォーマットの改善
- ・ 52坪プロトタイプのコストダウン

- ・ 76坪タイプでの再フォーマット化

多店舗展開に向けた取り組み

新業態の FC パッケージ化

ファストカジュアル業態の新規開発

M&A 案件の積極的調査

エリア

郊外型

駅前・繁華街型

海外

郊外大商圏タイプ



フラッグシップ



郊外中・小商圏タイプ



駅前・繁華街タイプ



初期投資規模

大

小

● 他社との差別化を図る価値向上の推進

■ “おせっかい”なサービス力の強化



焼肉ポリス



しゃぶ奉行

▲『焼肉きんぐ』『ゆず庵』サービス選任ポジション

■ 看板商品の磨き込み



熱成醤油ラーメン
肉そば



熱成醤油
690円
(税込759円)

■ 内外装の積極的な改装



● ブランド認知の向上

- CM放映数の増加
- ブランド訴求看板設置
- 他社とのコラボ企画実施



▲『お好み焼本舗』で行った
他社とのコラボプレゼント企画



▲新しく制作したテレビCM
上: 焼肉きんぐ 右: 丸源ラーメン

● デジタルマーケティングの活用

WEB広告の
積極活用

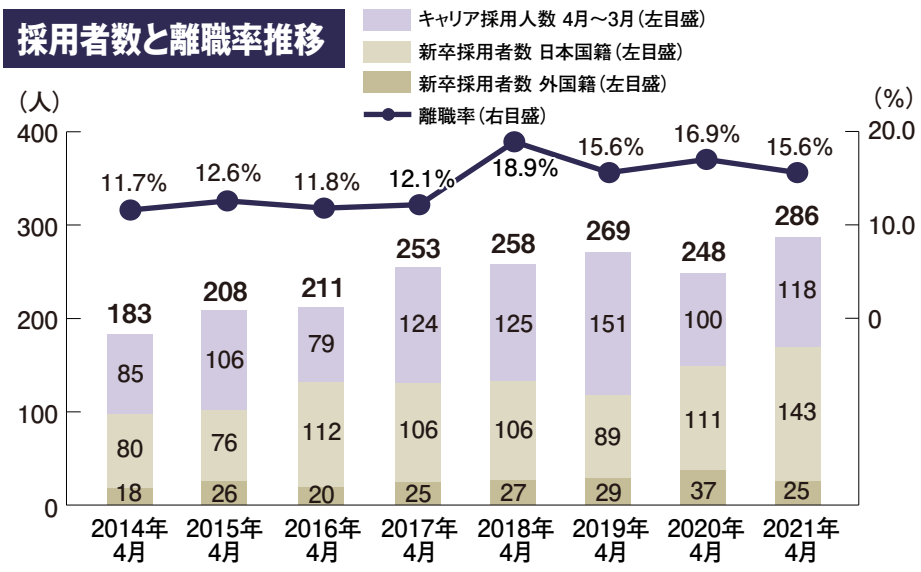
SNSの
積極活用

ブランド
サイトの改善

効果的な
販促企画実施

変革を起こす、生産性高い開発型人財の育成

■ 理念型人財の積極採用



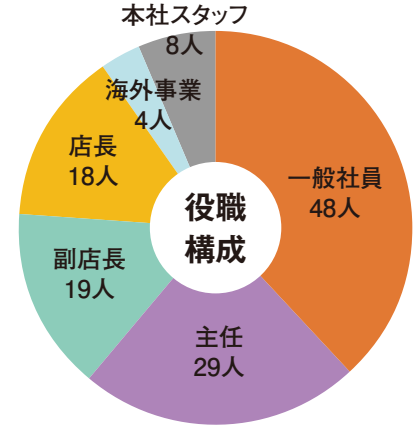
※離職率は全社員数から算出

■ 外国籍社員の採用強化と教育プログラム

13か国126名(全社員の約10%)のインターナショナル社員が在籍



▲インターナショナル社員研修



■ 「物語人リーダー」の育成・輩出

【個の育成にこだわる人財育成体制】

経営理念
 “Smile & Sexy”
 自らを磨き自立した人間は、自ら意思決定できる

【社員・パートナーの潜在能力を引き出す主な新制度】

- タレントマネジメント制度
- 幹部育成スタートアップ研修
- パートナーリーダーライセンス制度
- 「おせっかいパートナーズコンテスト」開催
- 新評価制度

● ワークライフバランスの実現

- レインボー休暇制度
- 家族ファースト
- 有給休暇取得率の向上

● 健康経営の導入

- 健康診断受診率100%
- 2次検診受診率の向上
- メンタルヘルス対策施策の推進
- 健康経営の統合システムの導入と運用確立

● 更なる多様性の推進

- 障がい者雇用促進
- ダイバーシティ&インクルージョン推進プロジェクト
- インターナショナル社員の活躍を推進する取り組み実施



● 会社のブランディング化

- 教育ツール拡充によるブランドの理解深耕
- CSR活動のタイムリーな共有
- 社内イベントや情報のタイムリーな共有

● パートナーライセンス制度推進

- 採用/教育/定着までの取り組みを体系化
- チームビルディングの促進
- 新時給制度の検討
- リファラル採用の強化
採用ミスマッチの解消

● 加盟店向け教育体制の拡充

- パートナー副店長のアカデミー研修参加の必須化
- 全パートナーが利用できる学習ツール、システムの選定

業務効率化につながる投資、コスト削減を積極的に実施

① 全社DX、店舗・本社業務スマート化への積極投資

- 店舗バックヤード(事務・予約・発注など)業務の抜本改善の
- 業績管理・予算作成の抜本改善
- 業務改革・コスト見直しの取り組み検討
- 5Sの実現と効率的なフォーラムオフィスの活用を目指したオフィス革命
- 店舗とのコミュニケーション力向上を目指した社内イントラネット改善や連絡・相談網の改善
- 会議・決裁権限の見直しによる能力UP・スマート化を推進

② 投資・メンテナンス・省エネコスト削減

- 配膳ロボット「Servi」専用のレイアウト推進
- 利便性の向上、機能強化等を目的とした店内設備

③ 積極的な業種・業態転換による改善

- 投資回収が見込めない店舗の積極的な業種・業態転換の推進
- 契約満了店舗の大規模改修の推進

● 食材製造の内製化推進

製麺工場「物語フードファクトリー」の拡充と
液体調味料製造工場「物語フードラボ」の新設により、
食材製造の内製化推進



● 独自の食材調達

各種食材の調達先、加工先を強化



● 物流体制の改善推進

国内1000店舗体制を
視野に入れた物流体制へ



● 食の安全・安心の強化

品質管理室

- ・品質管理体制の拡充
- ・HACCPに沿った衛生管理の
制度化への対応

CSRの取り組みを推進

環境

- 地球温暖化
- 廃棄物管理
- 自然資源
- 食材の安定確保

E

Environment

社会

- 働きがい・多様性の推進
- 労働管理・安全衛生
- 健康経営
- 食の安心・安全
- ハラスメント撲滅

S
Society

G
Governance

ガバナンス

- コーポレートガバナンス
- 内部統制
- 企業行動
- ステークホルダーに対する責任
- 海外事業のガバナンス強化



ご清聴ありがとうございました。



Storyteller tells the Story

物語コーポレーション

参考データ







詳細データは、FACTBOOKとしてホームページに移動しました。

<http://www.monogatari.co.jp/ir/business.html>

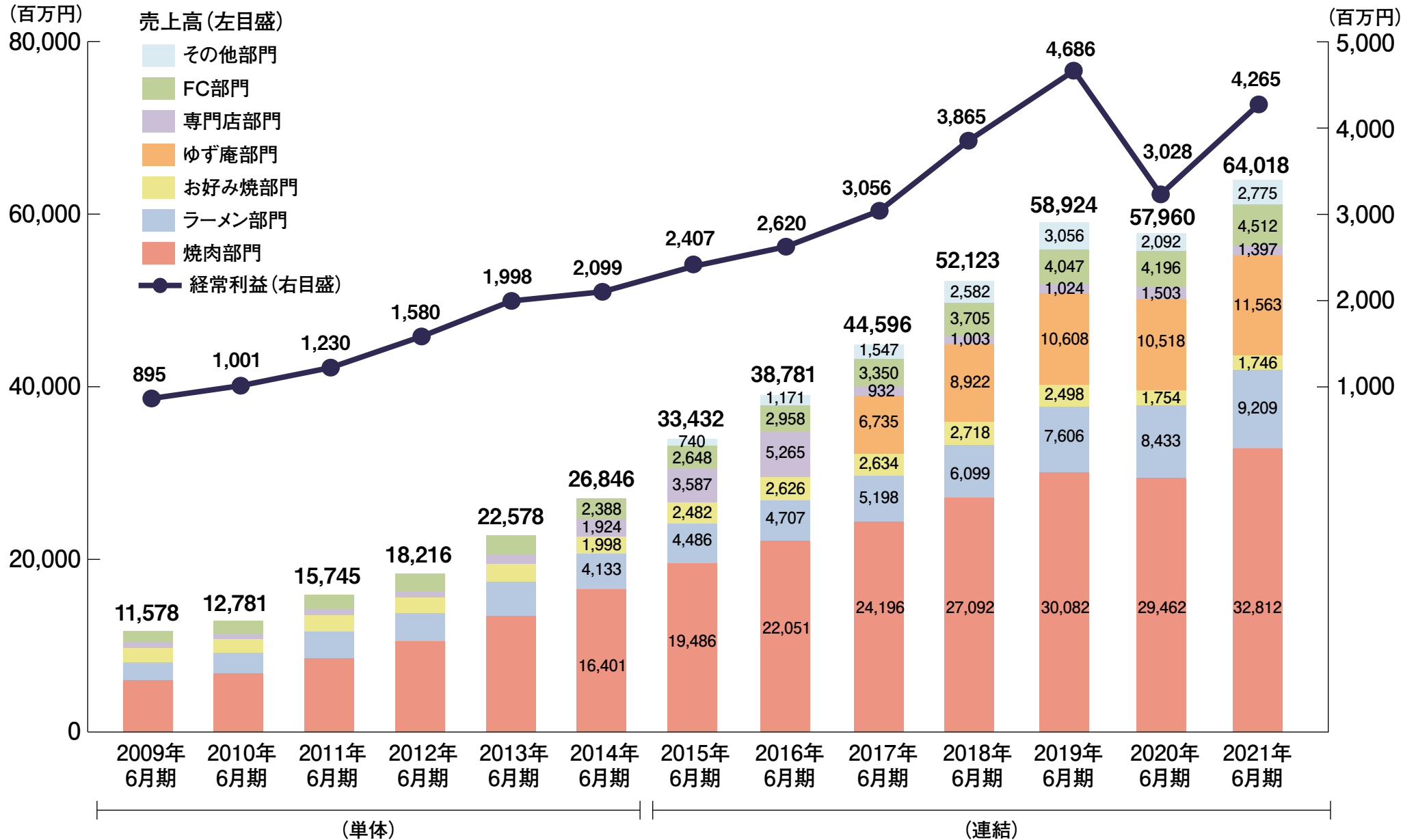
物語コーポレーションとは

郊外ロードサイド型レストランを全国586店舗で展開

2021年12月31日現在

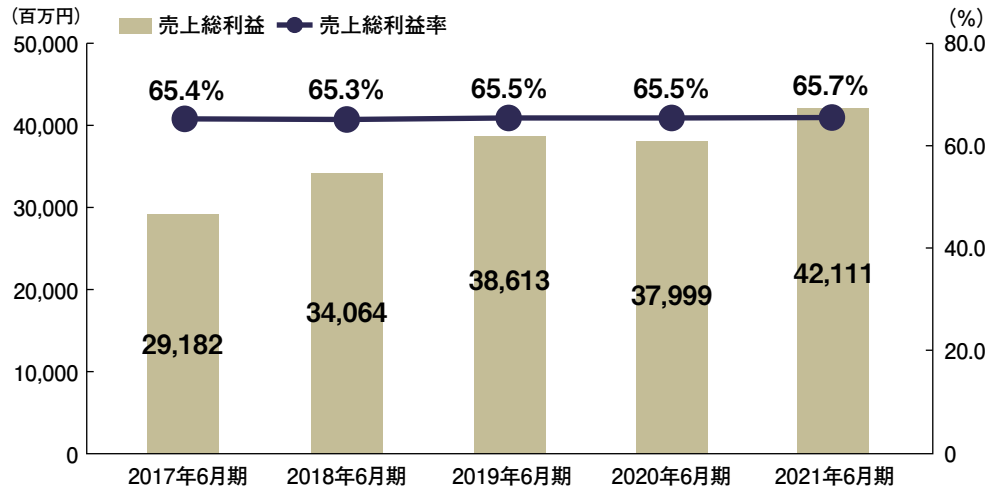
	焼肉	ラーメン	お好み焼	寿司・しゃぶしゃぶ	専門店	海外
業界順位	1位	2位	4位	4位	—	—
	 <p>焼肉きんぐ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 焼肉きんぐ ▶ 焼肉一番かるび 	 <p>丸源ラーメン</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 丸源ラーメン ▶ 二代目丸源 ▶ 熟成醤油ラーメン きゃべとん 	 <p>お好み焼本舗</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ お好み焼本舗 	 <p>寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵 	 <p>魚貝三味 げん屋</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 魚貝三味 げん屋 ▶ しゃぶとかに 源氏総本店 ▶ 牛たん大好き 焼肉はっぴい ▶ 熟成焼肉 肉源 ▶ 焼肉 かるびとはらみ 	 <p>北海道 蟹の岡田屋総本店</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 北海道 蟹の岡田屋総本店 ▶ 薪火焼肉 源の屋総本店 ▶ 焼肉専門店肉源 焼肉王
店舗数	276店舗	181店舗	26店舗	91店舗	12店舗	19店舗
直営	167店舗	83店舗	16店舗	74店舗	12店舗	19店舗
F C	109店舗	98店舗	10店舗	17店舗	0店舗	

業績推移

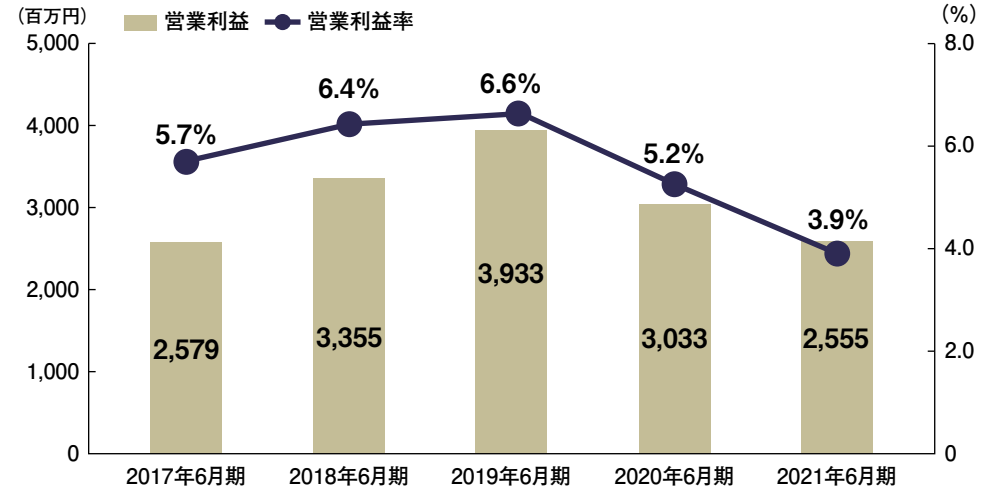


主要指標推移①

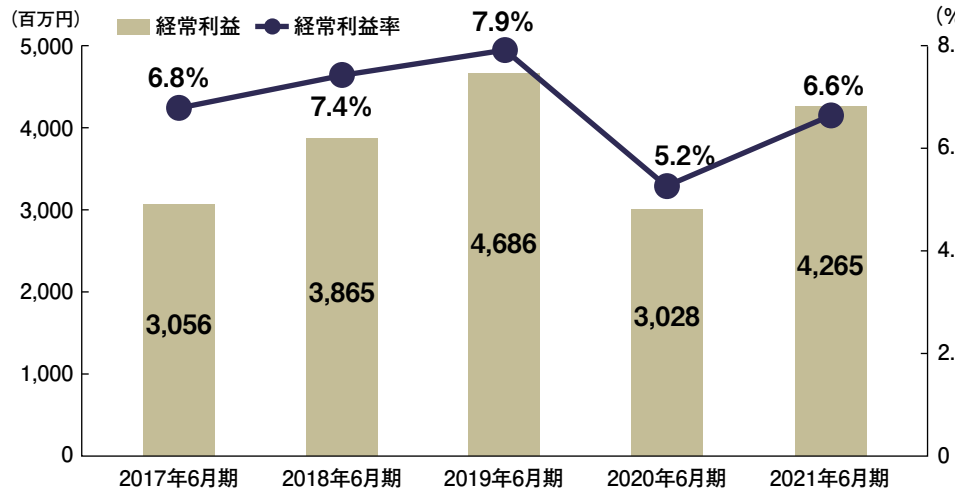
売上総利益と売上総利益率



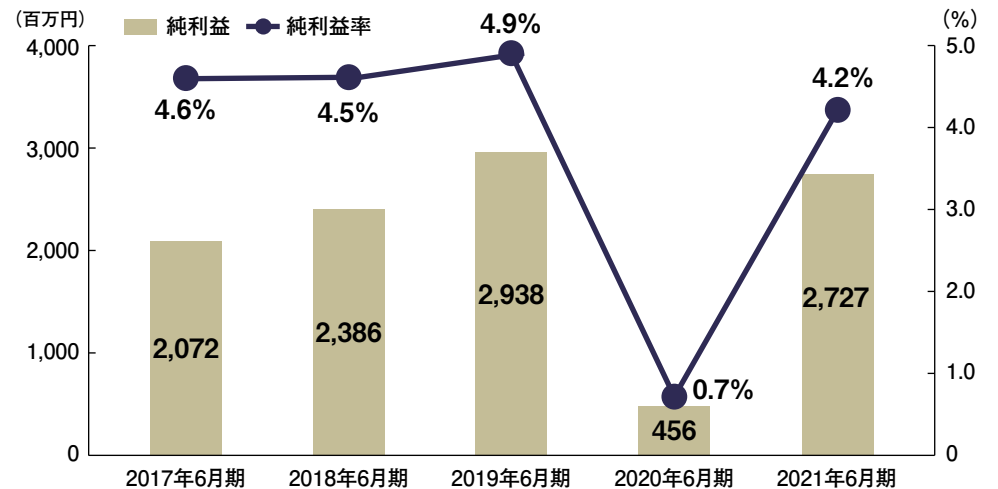
営業利益と営業利益率



経常利益と経常利益率

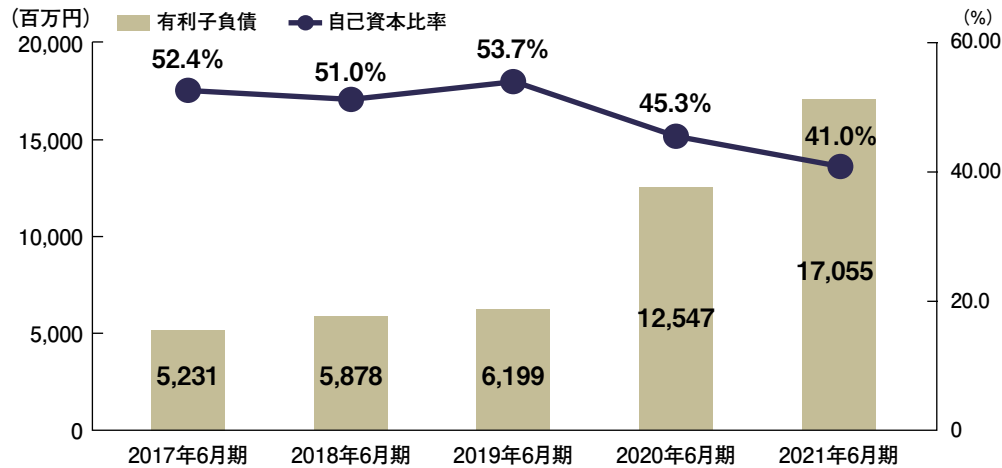


純利益と純利益率



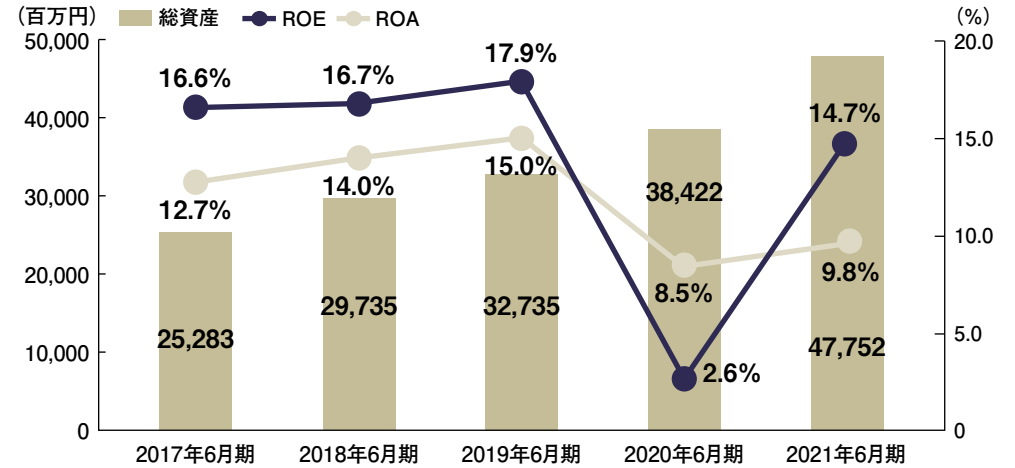
主要指標推移②

有利子負債と自己資本比率



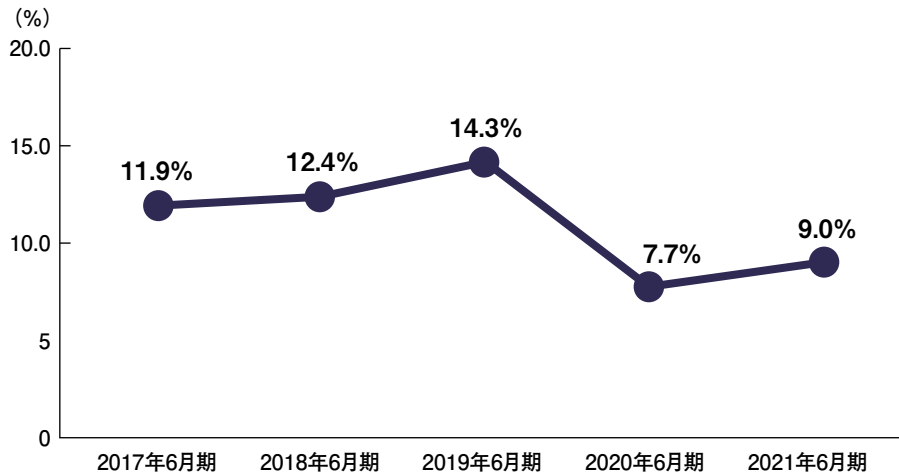
※有利子負債とは、短期借入金、リース負債、一年以内長期借入金、社債、長期借入金、その他(一部)を合算したものです

ROE・ROA



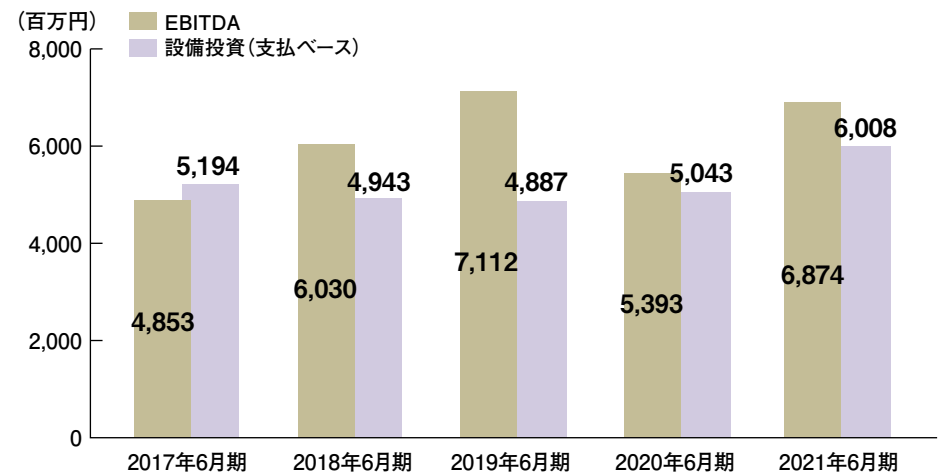
※ROAの分子は経常利益・ROEの分子は親会社株主に帰属する当期純利益を採用しています
 ※ROA・ROEの計算式のそれぞれの分母は、期中平均の数値を採用しています

ROIC



※ROIC=税引後経常利益 / (自己資本+有利子負債)

設備投資・EBITDA

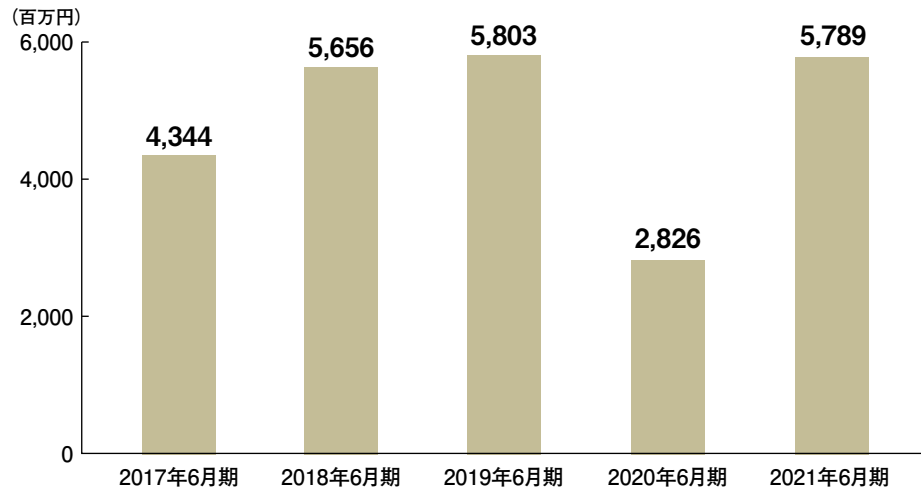


※EBITDAとは、経常利益+減価償却費としております

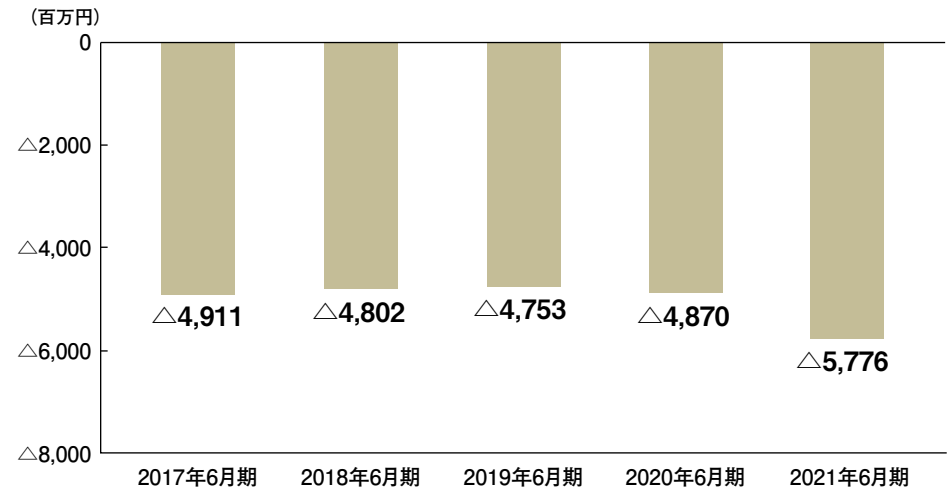
※設備投資(支払ベース)とは、有形固定資産の取得+無形固定資産の取得+差入保証金の差入れとしています

主要指標推移③

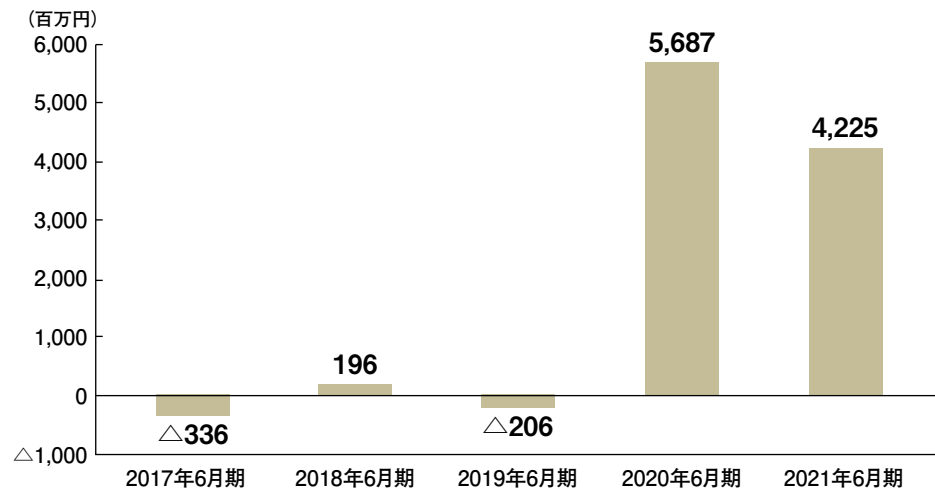
営業活動によるキャッシュ・フロー



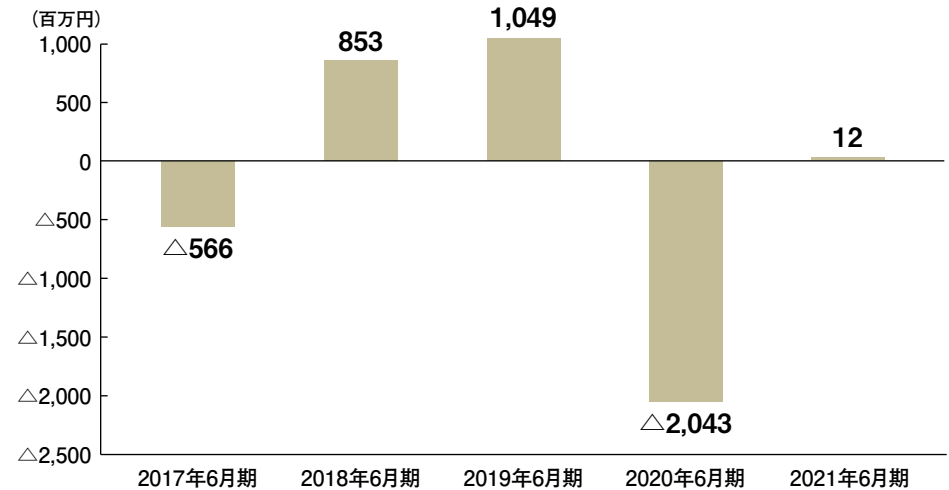
投資活動によるキャッシュ・フロー



財務活動によるキャッシュ・フロー



フリー・キャッシュ・フロー



※フリー・キャッシュ・フローとは、営業キャッシュ・フローと投資キャッシュ・フローを加算したものです

本資料お取扱上のご注意

本資料は当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。本資料を作成するに当たっては正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。本資料中の情報によって生じた障害や損害については、当社は一切責任を負いません。本資料中の業績予想ならびに将来見通しは、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績は言及または記述されている将来見通しとは大きく異なる結果となることをご承知おきください。

お問い合わせ先



Storyteller tells the Story

物語コーポレーション IR担当

TEL.0532-63-8001 FAX.0532-63-8002 Email:ir@monogatari.co.jp