

# 2021年1月期

# 決算説明会



2021年3月19日

株式会社丸千代山岡家

JASDAQ (証券コード: 3399)

カたしは、 大好きでする。

# 目次

会社概要・沿革		P	$3\sim P4$
2020年1月期	決算概要	P	$5\sim P19$
2021年1月期	通期計画	P	$20 \sim P23$
2021年1月期	取り組み等	P	24~ P 28
参考資料等		P	29~P41





社名 株式会社丸千代山岡家

本社所在地 北海道札幌市東区東雁来7条1丁目4-32

関東事務所 茨城県つくば市小野崎127-1

設立 1993年3月8日

代表者 代表取締役社長 山岡正

資本金 2億9,146万7,000円

従業員数 3,210人 (内 正社員387人)

事業内容 直営によるラーメン山岡家、極煮干し本舗、極味噌本舗の運営

店舗数 167店舗(2021年1月31日現在)

### 【ラーメン山岡家の特徴】

郊外ロードサイドを中心として24時間営業を基本としております。 100店舗以上のラーメンチェーン店で、セントラルキッチンや濃縮スープを 使わず、手作りによるスープの仕込みや、食材の店内調理を実施しているこ とが、当社の大きな特徴であり、他社との差別化になっております。

# 沿革



1980年	東京都に(有)丸千代商事を設立
1988年	茨城県牛久市に「ラーメン山岡家」を開店
1993年	札幌市中央区に(株)山岡家を設立
2000年	(株)山岡家本社を札幌市東区(現在地)に移転
2002年	(株)丸千代商事を吸収合併し、(株)丸千代山岡家に商号変更
2006年	ジャスダック証券取引所へ上場
2009年	ラーメン山岡家100店舗達成
2012年	茨城県つくば市に「コメダ珈琲つくば店」を開店
2015年	株主優待制度開始を発表
2016年	2016年1月期売上高100億円突破 来客数1,000万人突破
	インターネットショップ「山岡家商店」開始
	茨城県土浦市に「極煮干し本舗荒川沖店」を開店
2018年	山岡家全店に店舗内の禁煙化







# 2021年1月期 決算概要



### 2021年1月期 実績(1)

### 累計実績

売上高 : 14,265百万円 (前期比1.1%増)

経常利益: 374百万円 (前期比43.5%減)

### 総評

- ✓ 2020年9月14日に発表した修正計画を概ね達成
- ✓ 売上高は前期と比較し、158百万円の増収となったが、緊急事態宣言にともなう営業時間短縮の影響が大きく当初計画は未達
- ✓ 経常利益は前期と比較し、287百万円の減益となったが修正計画は達成
- ✓ 新規出店の計画8店舗に対して実績7店舗となった
- ✓ 既存店の売上高が前期比97.5%と新型コロナウイルス・緊急事態宣言の影響を受けたが、飲食業界の中では健闘した
- ✓ 食材価格の一部高騰や豚骨の使用量増加により原価率は0.6ポイントの上昇
- ✓ 変形労働時間制から週休二日制への移行、休業手当の支給により人件費が1.6ポイントの上昇



### 2021年1月期 実績(2)

	1Q実績	2Q実績	3Q実績	4Q実績	累計	比率
売上高	3,206	3,441	3,830	3,785	14,265	100.0
売上原価	848	930	1,015	1,009	3,804	26.7
売上総利益	2,358	2,511	2,815	2,776	10,461	73.3
販管費	2,462	2,422	2,574	2,679	10,138	71.1
営業利益	△104	89	240	96	322	2.3
経常利益	△101	97	258	119	374	2.6
当期利益	△87	58	154	16	141	1.0

- ✓ 1Q、2Qは新型コロナウイルスの第1波の影響を受け売上高は低調
- ✓ 3 Q以降の9月、10月、11月は既存店の売上高は前年100%以上に回復
- ✓ 当社の繁忙期である12月、1月は新型コロナウイルス第3波と2回目の緊急事態宣言により、営業時間 短縮店舗が増え、売上高は想定を下回る
- ✓ 4Qの営業利益が3Qと比較して減少している理由として、上記に加え決算賞与の支給等が要因
- ✓ 売上不振店の減損損失6店舗の計上をしたが、当期利益はプラスで着地



### 2021年1月期 実績 修正計画対比(3)

	2021年1月期	2021年1月期 修正計画	売上	2020年1月期 累計実績	売上	当初予 (B)-	
	当初計画	(A)	比率	(B)	比率	金額	対改善率
売上高	15,172	14,276	100.0	14,265	100.0	△11	_
売上原価	3,922	3,812	26.7	3,804	26.7	△8	0.0
売上総利益	11,250	10,464	73.3	10,461	73.3	△2	0.0
販管費	10,741	10,151	71.1	10,138	71.1	△13	0.0
営業利益	509	312	2.2	322	2.3	10	0.1
経常利益	560	350	2.5	374	2.6	24	0.1
当期利益	297	183	1.3	141	1.0	△41	△0.3

- ✓ 売上高は9月~11月の既存店が好調に推移し、修正計画を概ね達成
- ✓ 売上原価は修正計画通りに推移
- ✓ 販管費はエネルギーコストや地代家賃の減少、人件費の増加があったが概ね計画通りに推移
- ✓ 営業利益・経常利益は修正計画を達成
- ✓ 通期で6店舗の減損損失が発生し当期利益は修正計画を下回る



### 2021年1月期 実績 対前年比較(4)

	2020年1月期 実績	売上	2021年1月期 実績	売上	対前年 (B)-	
	(A)	比率	(B)	比率	金額	対改善率
売上高	14,106	100.0	14,265	100.0	158	_
売上原価	3,684	26.1	3,804	26.7	119	0.6
売上総利益	10,422	73.9	10,461	73.3	38	△0.6
販管費	9,810	69.5	10,138	71.1	327	0.6
営業利益	611	4.3	322	2.3	△288	△2.0
経常利益	662	4.7	374	2.6	△289	△2.1
当期利益	277	2.0	141	1.0	△135	△1.0

- ✓ 全店の売上高は新規に7店舗出店もあり158百万円の増収となったが、緊急事態宣言にともなう営業時間短縮により、売上高の伸びは低調となった
- ✓ 売上原価はネギの価格高騰に加え、国産豚骨の使用量が増加したことなどにより前年より0.6ポイント上昇
- ✓ 販管費はガス単価が想定内で推移し、求人費用を抑えたが、人件費が前年と比較して上昇したことなどにより0.6イント増加
- ✓ 営業利益・経常利益は修正計画以上で着地したが前年と比較し減少
- ✓ 当期利益は売上不振店の減損損失6店舗分を計上(前期は5店舗)するもプラスで着地



### 2021年1月期 実績 コスト内訳(5)

	2020年1月期					対前年比較(B)—(A)	
		実績(A)	売上比率	実績(B)	売上比率	金額	対改善率
売上	高	14,106	100.0	14,265	100.0	158	_
売上	原価	3,684	26.1	3,804	26.7	119	0.6
売上	総利益	10,422	73.9	10,461	73.3	38	△0.6
	給与・雑給	4,619	32.7	4,888	34.3	269	1.6
販	法定福利費	507	3.6	535	3.8	28	0.2
売	水道光熱費	1,367	9.7	1,340	9.4	△26	△0.3
費及	広告宣伝費	166	1.2	119	0.8	△47	△0.4
び	衛生費	184	1.3	208	1.5	24	0.2
般	地代家賃	808	5.7	805	5.6	△3	△0.1
管	減価償却費	374	2.7	385	2.7	10	0.0
理費	その他	1,785	12.7	1,858	13.0	73	0.3
貝	計	9,810	69.5	10,138	71.1	327	1.6

- ✓ 給与・雑給の増加は変形労働時間制から週休二日制に移行したことによる時間外労働の増加、緊急事態宣言中の休業手当支給が要因だが、金額は当初計画内に収まる
- ✓ 広告宣伝費は緊急事態宣言中の時短営業により新規採用を控え0.4ポイントの減少
- ✓ 地代家賃は緊急事態宣言中に一部の店舗で家賃減額が発生し0.1ポイントの減少



## 貸借対照表・キャッシュフロー計算書

### 貸借対照表

(単位:百万円)

	2021年1月期	前期末比増減		2021年1月期	前期末比増減
流動資産	2,007	411	流動負債	2,797	214
棚卸資産	420	18	1年以内返済借入金・社債	1,071	137
固定資産	4,437	△62	固定負債	1,733	0
有形・無形固定資産	3,233	△116	長期借入金・社債	1,662	6
投資その他の資産	1,203	54	純資産	1,914	135
資産合計	6,445	349	負債・純資産合計	6,445	349

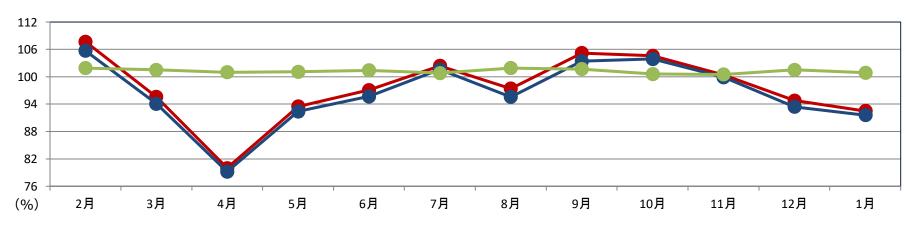
## キャッシュフロー計算書

	2020年1月期	2021年1月期
営業活動によるキャッシュフロー	997	753
投資活動によるキャッシュフロー	△812	△366
財務活動によるキャッシュフロー	△39	54



## 2021年1月期 既存店売上高推移(対前年比)





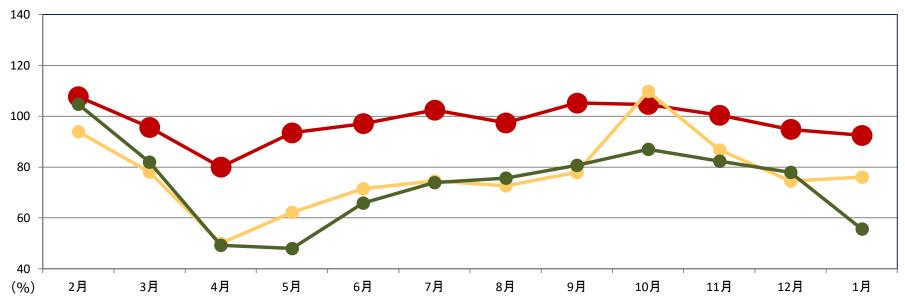
(単位:%)

		2021年1月期											
	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	計
売上高	107.7	95.6	80.0	93.5	97.1	102.4	97.4	105.2	104.6	100.4	94.8	92.5	97.5
客数	105.7	94.1	79.2	92.4	95.7	101.6	95.6	103.4	103.9	99.9	93.4	91.6	96.3
客単価	101.9	101.5	101.0	101.1	101.4	100.8	101.9	101.7	100.6	100.5	101.5	100.9	101.2



### 大手ラーメンチェーンとの既存店売上高比較





- ✓ 2020年4月の1回目の緊急事態宣言では、他社は前年比50%台だが当社は結果的に80%の落込みとなった
- ✓ 当社は2020年5月以降の売上高の回復も早く前年比100%を超える月もあった
- ✓ 都心部でのテレワークによる飲食店の売上減少があったが、郊外ロードサイドを主として出店している当社への影響は少なかった
- ✓ 当社の商品は全店手作りで、当店でしか食べられない特徴のある味であるため、コロナ禍の中でもご 来店していただける多くのファンの皆様に支えられていることを再認識した 13



## 2021年1月期の出店・閉店







店舗名	オープン日	住所
山岡家新潟新和店	2020年2月10日	新潟県新潟市中央区新和1-5-37
山岡家新潟白根大通店	2020年3月26日	新潟県新潟市南区上塩俵1918番地
山岡家四日市采女店	2020年5月25日	三重県四日市市采女町2998-63
山岡家須賀川店	2020年7月9日	福島県須賀川市台175
山岡家蘇我店	2020年9月1日	千葉県千葉市中央区川崎町57-5 ベイフロント蘇我
山岡家富山田尻店	2020年11月12日	富山県富山市田尻南97番
山岡家福井大和田店	2020年12月10日	福井県福井市大和田1丁目1505

店舗名	閉店日	住所
極煮干し本舗浜松入野店	2020年5月1日	静岡県浜松市西区入野町9463-1
極煮干し本舗蘇我店	2020年9月1日	千葉県千葉市中央区川崎町57-5 ベイフロント蘇我
家庭料理ふわり	2020年12月31日	北海道札幌市 中央区南6条西4丁目5



## 2021年1月期 エリア別出店状況

北海道・東北エリア

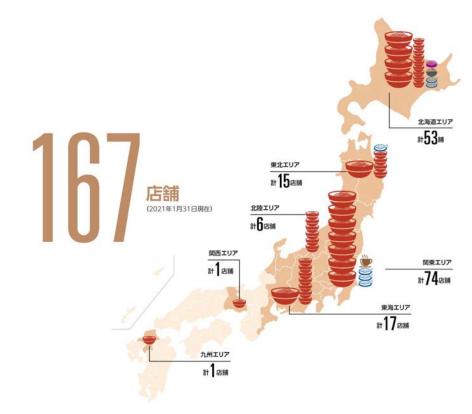
10. 57	-1-10		
	2020年1月末 店舗数	増減	2021年1月末 店舗数
北海道	54	$\triangle 1$	53
宮城県	3	-	3
福島県	3	1	4
山形県	2	-	2
秋田県	2	-	2
岩手県	1	-	1
青森県	3	-	3

#### 関東エリア

2020年1月末 店舗数	増減	2021年1月末 店舗数	
19	-	19	
8	-	8	
9	-	9	
15	-	15	
12	-	12	
1	-	1	
3	-	3	
4	-	4	
3	-	3	
	2020年1月末 店舗数 19 8 9 15 12 1 1 3	2020年1月末 店舗数 増減   19 -   8 -   9 -   15 -   12 -   1 -   3 -   4 -	

#### 東海・関西・北陸・九州エリア

7141.3	NOT TOTAL	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
	2020年1月末 店舗数	増減	2021年1月末 店舗数
静岡県	7	$\triangle 1$	6
岐阜県	2	-	2
愛知県	7	-	7
三重県	1	1	2
新潟県	2	2	4
富山県	0	1	1
福井県	0	1	1
兵庫県	1	-	1
福岡県	1	-	1



### 合計

北海道・東北	関東エリア	東海・関西・	2019年1月末
エリア		北陸・九州エリア	店舗数
68	74	25	167



### 2021年度1月期 期間限定メニューの紹介



- ✓ 「まぜそば」は想定を上回る人気となり、新規に3品の期間限定商品として販売となった
- ✓ 「旨辛スタミナキムチ」「鬼煮干し」「プレミアム醤油とんこつ」「もやし味噌」は過去に販売して 再販のご要望が多い商品であり、期間限定の定番商品として定着
- ✓ 総客数に対する販売実績は 「旨辛スタミナキムチラーメン7.6%」「鬼煮干しラーメン9.1%」「もやし味噌ラーメン11.7%」



## 2021年1月期 取組み (1)







#### 安心・安全なお店づくりへの ご協力ありがとうございます。





入店時のアルコール消毒とお食事中以外の マスクの着用にご協力お願いします。

店内の換気を強めておりますため、 外気が強めに入り込む場合がございます。

また、店内にて大きな声での会話は お控えいただき、長時間の滞在は ご遠慮くださいますようお願い申し上げます

#### ✓ 新型コロナウイルス対策

- (1) 入口・券売機付近・トイレにアルコールの設置
- (2) 客席の仕切り板の設置(店舗によっては客席の間引きの実施)
- (3) 消毒効果の高い薄めた次亜塩素酸溶液での拭き掃除の実施
- (4) お客様にはお食事中以外のマスク着用のお願いを告知
- (5) 従業員へ勤務中のマスク着用の指示
- (6) 全店に不織布マスクの配布
- (7) 従業員へ出勤時・勤務中の手洗いの徹底を指示
- (8) 従業員への体調管理の徹底と体調不良者の就業禁止
- (9) 緊急事態宣言地域の営業時間短縮
- (10) 自治体の要請によるアルコール類の販売自粛



## 2021年1月期 取組み









生肉専用解凍庫

山岡家商店商品拡大

HACCP認証継続

健康管理アプリ

- (1) 店舗従業員の夏用ユニフォームのメッシュドライシャツの配布
- (2) 社員に「健康管理アプリCAReNA 」の導入(株式会社NSD)
- (3) 保健師の勤務により健康診断の要経過観察者の管理強化
- (4) 変形労働時間制から週休二日制へ就業規則変更
- (5) 新規オープン店舗から「まな板殺菌庫」、チャーシュを仕込むための肩ロース肉専用「解凍庫」 を常設
- (6) 新規オープン店舗から自社開発のタッチパネル式「麺茹でタイマー」の導入
- (7) 一部店舗でテイクアウトラーメンの試験販売→試験販売の結果、販売中止を決定
- (8) 通販サイト「山岡家商店」のラーメン商品拡大と需要拡大による売上の増加
- (9) 山岡家土浦店でHACCP認証の継続
- (10) 北陸エリアの出店を強化し、福井県に初出店
- (11) 今後の出店計画達成を目指し店舗物件調査担当を増員



### 【まとめ】

2021年1月期は新型コロナウイルスによる緊急事態宣言の発出で、営業時間短縮が行われ当初の計画通りには推移しませんでしたが、2020年9月14日に発表した修正計画は概ね達成できました。

売上高につきましては、既存店が前年比97.5%で着地し、不振が続いている飲食業界の中での当社の売上推移は健闘していると判断しており、9月~11月は既存店売上高が前年比100%を超え、多くのファンの皆様に支えられていると再認識いたしました。

新規出店は8店舗の計画が7店舗となりましたが、既存店の売上高が比較的順調に推移し、修正計画通りとなりました。

コスト面につきましては、営業時間短縮中の休業手当の支払いや、変形労働時間制から週休二日制に変更したことによる人件費の増加があるが、当初計画内の金額で収まりました。原価では、一部食材の価格高騰や国産豚骨の使用量の増加などがありましたが、概ね計画通りの推移となっております。その他コストにつきましては適正にコントロールでき販管費全体では計画内に収めることが出来ました。

その結果、通期では6店舗の売上不振店の減損損失を計上したが、当期利益はプラスで着地し、過去最高売上となりました。



# 2022年1月期 通期計画



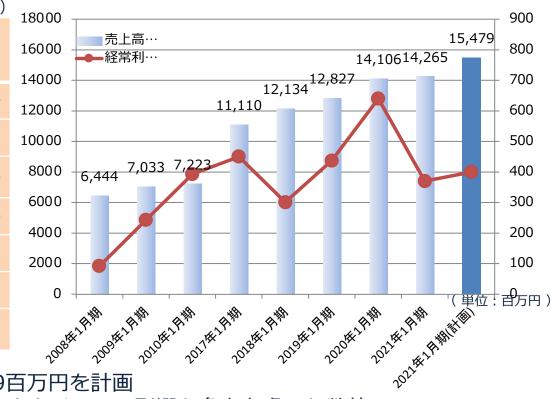
## 2022年1月期 通期計画と前提条件

	2022年1月期 上期計画	2022年1月期 下期計画	累計	売上 比率
売上高	7,277	8,201	15,479	100.0
原価計	1,934	2,167	4,102	26.5
売上総利益	5,343	6,034	11,377	73.5
販管費	5,348	5,666	11,014	71.2
営業利益	△5	367	362	2.3
経常利益	10	389	400	2.6
当期純利益	2	207	209	1.4
項目	前提条件			
新規出店	ラーメン山岡家業態の8店舗の出店計画(リニューアルは含まず)			
売上高	既存店の売上高が前年比102%と計画し、全社で154億79百万円			
原価率	率 前年から食材価格の上昇を予測し26.5%			
人件費率	資率 人件費率(役員報酬・給与手当・雑給・退職給付費・法定福利費)は39.0%を計画			
水道光熱費	热費 使用量、単価変動から前年より売上比で下がると予測し9.4%			
販管費率	販管費率 人材への投資を計画し前年より0.5ポイントアップの71.2%			
設備投資	新規出店費用、リニューアル、来期物件取得費用を含めて9億30百万円を計画			



### 対前期比較と売上高推移

		( 単1)	(単位:日万円)	
	2021年1月期 実績 (A)	2022年1月期 計画 (B)	対予算比較 (B-A)	
売上高	14,265	15,479	1,214	
売上原価	3,804	4,102	297	
売上総利益	10,461	11,377	916	
販管費	10,138	11,014	876	
営業利益	322	362	39	
経常利益	374	400	25	
当期純利益	141	209	67	



- ✓ 売上高は前年比108.5%の154億79百万円を計画
- ✓ 通期計画の中の上期売上は新型コロナウイルスの影響を多少考慮した数値
- ✓ 今期の新規出店はラーメン山岡家8店舗を計画
- ✓ 8店舗の新規出店の他に、老朽店舗のリニューアルを計画
- ✓ 経常利益は4億円の増収増益を計画
- ✓ 週休二日制への変更により人件費を従来より高く計画しており、利益率は抑制傾向。



## 2022年1月期 出店計画

- ✓ 今期は北海道から中国地区で8店舗の新規出店を計画
- ✓ 北陸エリアで物件調査と出店を継続
- ✓ 中国地区で物件調査を強化
- ✓ 新業態として「味噌ラーメン山岡家」を出店



店舗名	オープン予定日	住所
味噌ラーメン山岡家すすきの店	2021年3月22日	北海道札幌市中央区南5条西4丁目7番地6
山岡家新潟藤見店	2021年4月6日	新潟県新潟市東区藤見2丁目40-1
山岡家加古川平岡店	2021年5月頃	兵庫県加古川市
山岡家岡山奥田店	2021年6月頃	岡山県岡山市北区
山岡家松戸店	2021年7月頃	千葉県松戸市
山岡家小松店 (仮)	未定	石川県小松市



# 2022年1月期 取り組み等





### 今期のスローガン

# 「感謝」

今期につきましても、昨年度に引き続き全社スローガンを 「感謝」といたしました。

当社は、お客様にご来店していただくことで事業が成り立っております。

コロナ禍の状況でもご来店していただけるお客様や、応援して くださる方々に支えられております。

私たちは多くの皆様のご支援を受けている事を全従業員で再 認識し、感謝の気持ちを持って行動することが必要と考えてお ります。

各店舗には、社長メッセージの動画を配信し、「お客様」「働く仲間」「店舗」「業者様」についてのスローガンの共有を図り実践してまいります。





### 今期の取り組み(2)

#### 具体的方針

- (1) 全社スローガン「感謝」の推進
- (2) 経営理念の実践によるクレームの削減
- (3) QSCの向上、接客スタンダードオペレーションの向上
- (4) スープ管理の指導強化
- (5) 深夜帯のQSC向上を目的としたSVの臨店強化
- (6) 豚骨の安定供給(国産・外国産豚骨の新規開拓と備蓄強化)
- (7) 長ネギ・豚骨・海苔・米の通期品質安定に向けた体制強化
- (8) 農業参入の準備
- (9) 週休二日制の運用強化と年次有給休暇の取得促進
- (10) 超過残業と過重労働防止に向けたシフトの予実管理の徹底
- (11) クレームに対する改善活動の迅速化
- (12) 36協定の特別条項を含む労働時間数の管理強化
- (13) 産業医・保健師による健康リスク保持者の面談促進
- (14) キャッシュレス券売機の既存店導入促進
- (15) 店舗へ入金機の試験導入開始
- (16) 健康経営優良法人の認定継続を目指した取り組み実施
- (17) 既存店のドミナントを意識した山岡家8店舗の出店
- (18) 関西・西日本エリアの物件調査強化
- (19) 来期物件の広島県・山口県の物件調査開始
- (20) 新業態の味噌ラーメン山岡家の新規出店





### 健康経営優良法人認定

経済産業省および日本健康会議が実施する「健康経営優良法人認定制度」において、2021年度の「健康経営度調査」で所定の基準を満たしたことにより「健康経営優良法2021(大規模法人部門)」に認定されました。

今回が初の認定となり、今後も社員一人ひとりが自律的・積極的に健康維持・増進に取り 組むことができる環境づくりの推進を一層進めていくことで、社員の生産性および企業価 値の向上に努めていきます。

### 今期の健康経営にむけた取り組み施策例

- (1)健康管理支援アプリの利用率向上
- (2) 定期健康診断受診率100%に向けた受診促進
- (3) 産業医による健康診断結果の就労判定の実施
- (4) 有給休暇の取得促進
- (5) 長時間労働防止の勤務時間のチェック強化







#### ✓ 配当

2021年1月31日基準日の株主様へ16円の配当を計画

✓ 株主優待

100株以上の株主様に年2回(1月末・7月末基準日)のラーメン無料券を発行もしくは、北海道米の「おぼろづき」の選択も可

✓ 優待内容

山岡家・極煮干し本舗・味噌ラーメン山岡家でお好きなラーメン1杯と引換 (中盛り・大盛も対応可、ランチセット販売時間はセットメニューとの引換可)

- ✓ 2020年7月31日基準日の株主優待の考察
  - (1) 株主優待申し込み状況 全株主の91.5%の申込みと高い水準を維持
  - (2) 優待の商品受注内容 ラーメン無料券80% お米20%
  - (3) 株主数について
    - ・2021年1月末基準日時点の株主数は4,614人 半期で381名の株主数増加





# 参考資料

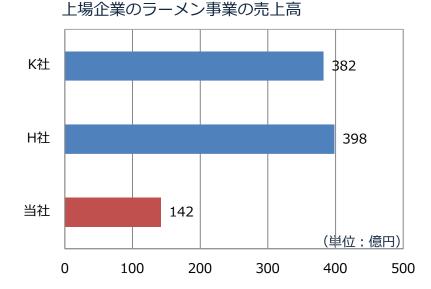


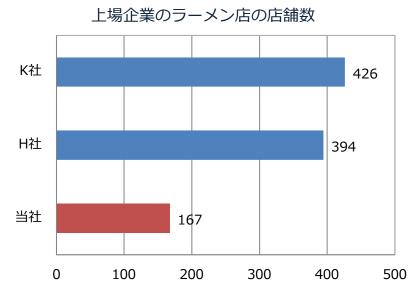


#### 【当社推定のラーメン業界データ】

ラーメン業界に特化した統計データではないものの、市場規模は5,000億円~7,000億円、店舗数はおよそ50,000店と推測されております。

上場企業のラーメン事業を行う企業の売上高や店舗数を合計しても、市場規模から比べるとまだまだ小さく、国内のラーメン店の大半は個人店か小規模なチェーン店が多く存在していると考えられます。よって、当社が出店を続けシェアの拡大を行う事は可能と判断しております。





30



## 月次売上高推移(対前年比)



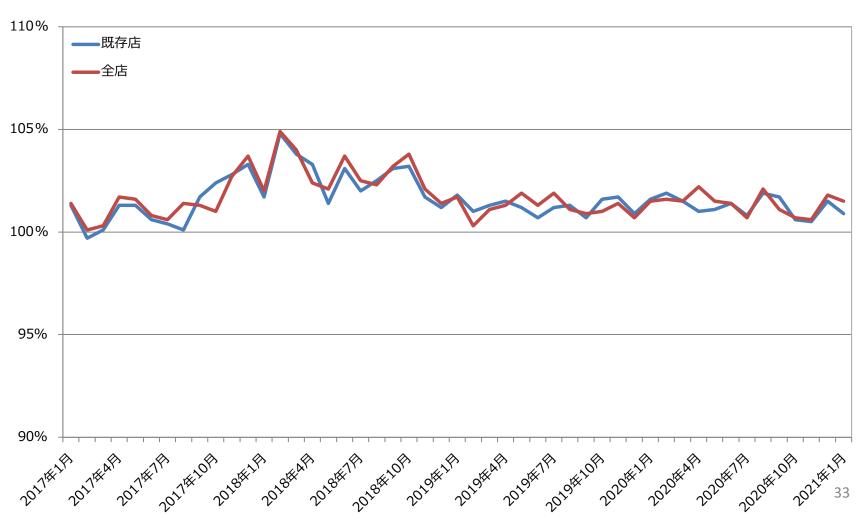


## 月次客数推移(対前年比)



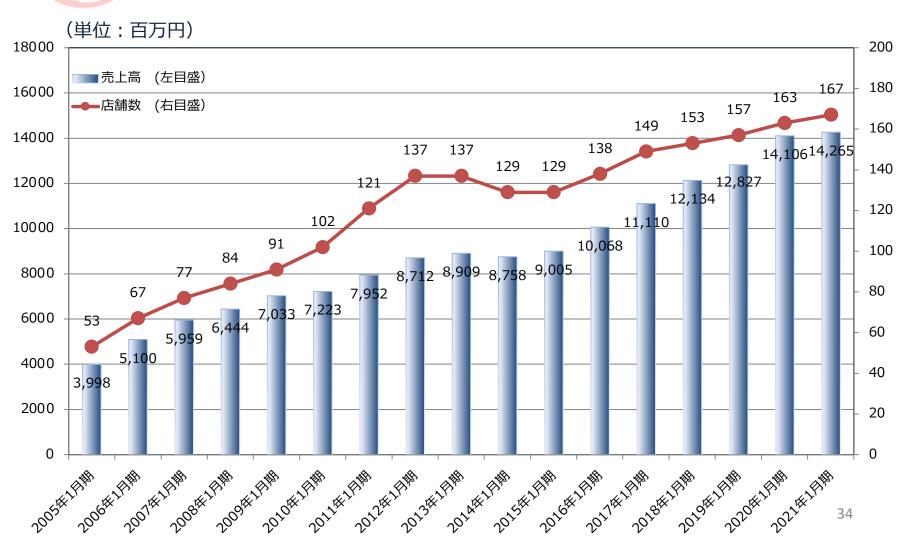


## 月次客単価推移(対前年比)



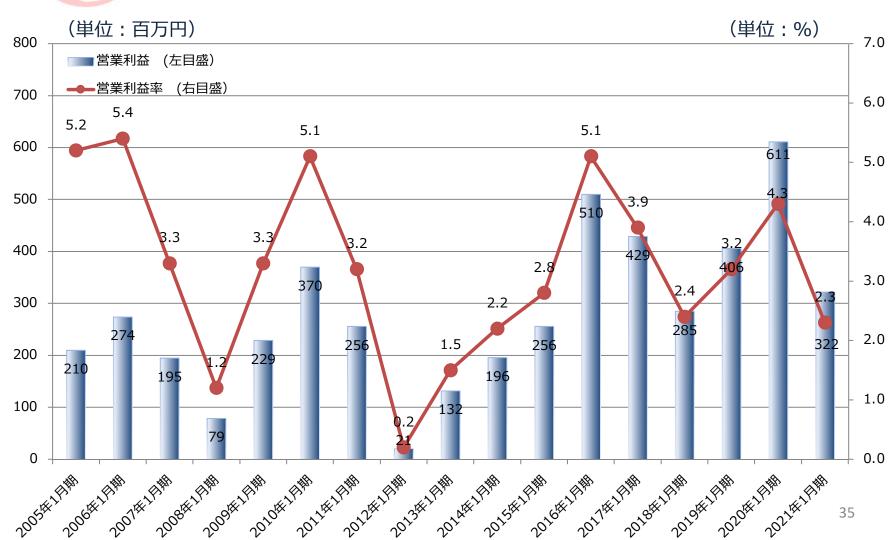


### 売上高と店舗数の推移



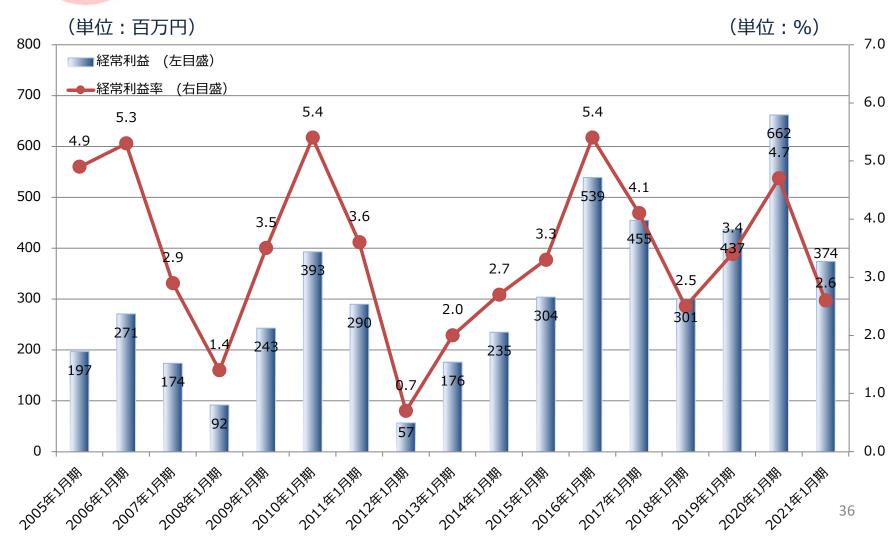


### 営業利益と営業利益率の推移



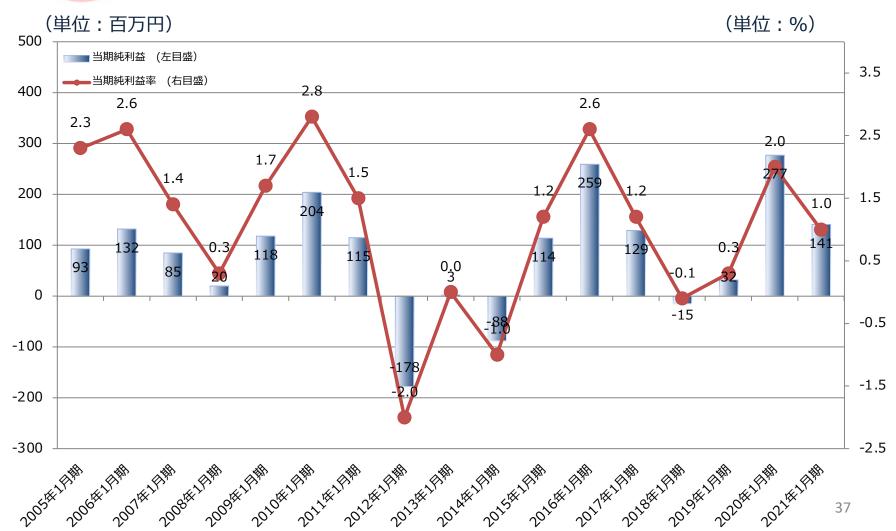


### 経常利益と経常利益率の推移



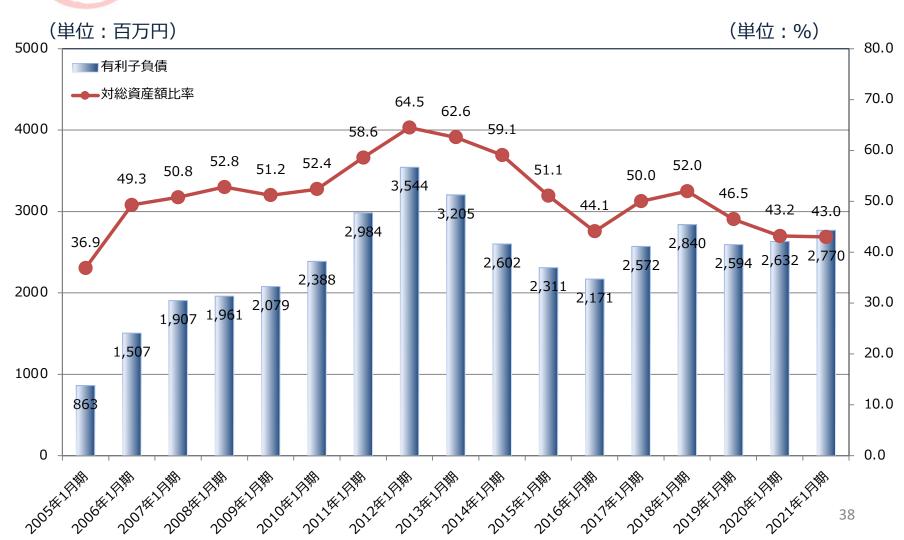


### 当期純利益と当期純利益率の推移



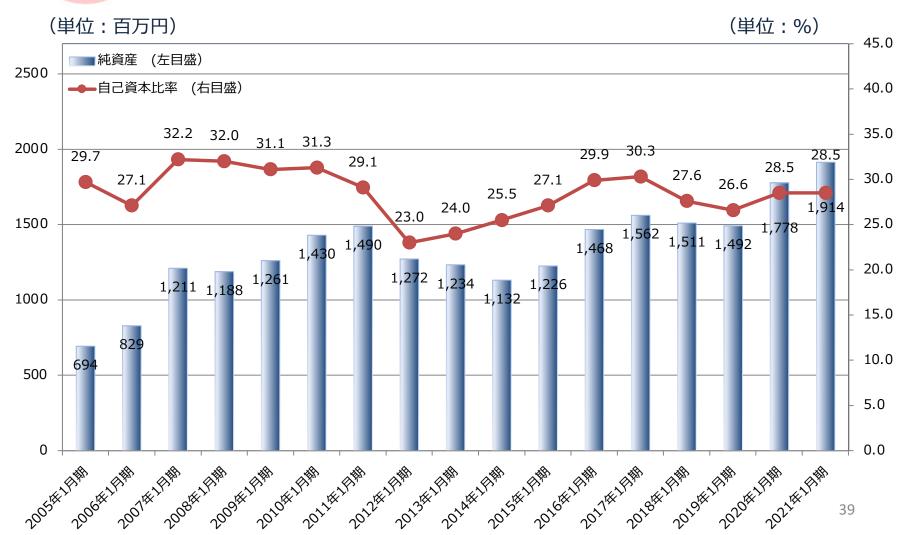


### 有利子負債と対総資産額比率の推移





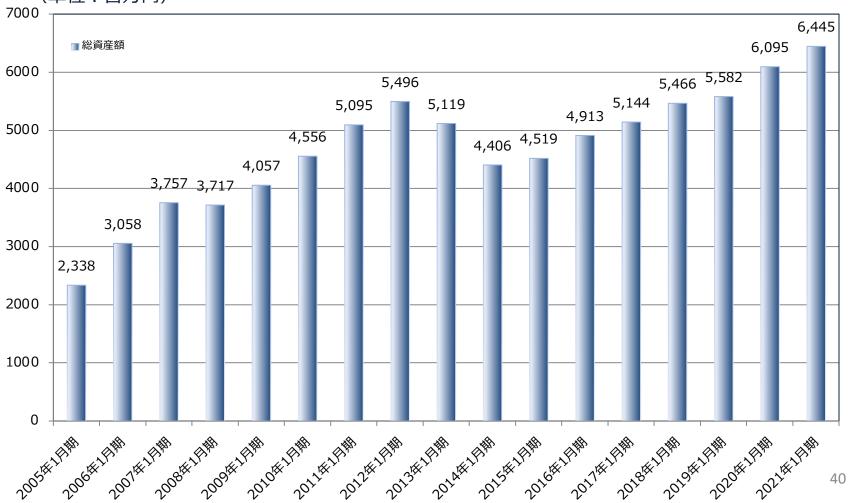
### 純資産と自己資本比率の推移





### 総資産の推移









## 問い合わせ先

部署経営企画室

電話 029-896-5800

FAX 029-896-5802

E-mail <u>ir@yamaokaya.com</u>

ホームページ https://www.yamaokaya.com

本説明会にて提供した情報につきましては、現時点で入手可能な情報に基づき作成したものであり、今後様々な要因により予想数値と異なる可能性がありますのでご了承下さい。