



2022年1月期

決算説明資料



2022年3月23日
株式会社丸千代山岡家
JASDAQ（証券コード：3399）



目次

会社概要・沿革		P 3～P 4
2022年1月期	決算概要	P 5～P 19
2023年1月期	通期計画	P 20～P 23
2023年1月期	取り組み等	P 24～P 28
参考資料		P 29～P 41



会社概要

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 一由聡
資本金	3億2,158万8,000円
従業員数	3,250人 (内 正社員407人)
事業内容	ラーメン山岡家、極煮干し本舗、味噌ラーメン山岡家の運営
店舗数	169店舗 (2022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 北海道札幌市に「味噌ラーメン山岡家すすきの店」を開店





2022年1月期 決算概要



2022年1月期 実績（1）

累計実績

売上高 : 15,122百万円 (前期比6.0%増)
経常利益 : 344百万円 (前期比7.9%減)

総評

- ✓ 売上高は前期と比較し、857百万円の増収となったが、緊急事態宣言や蔓延防止等重点措置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、30百万円の減益となり当初計画を未達
- ✓ 新規出店の計画8店舗に対して実績9店舗(新業態・業態転換含む)となった
- ✓ 既存店の売上高が前期比103.5%と営業時間短縮をしている状況で前年を上回る
- ✓ 新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴う休業協力金等の助成金の収入を434百万円を特別利益として計上
- ✓ 営業利益、経常利益は当初計画を未達だが、当期利益は達成し前期比172.2%



2022年1月期 実績（2）

（単位：百万円 %）

	1 Q実績	2 Q実績	3 Q実績	4 Q実績	累計	比率
売上高	3,518	3,686	3,655	4,261	15,122	100.0
売上原価	939	985	970	1,109	4,005	26.5
売上総利益	2,579	2,700	2,684	3,152	11,116	73.5
販管費	2,541	2,651	2,654	2,969	10,816	71.5
営業利益	37	48	30	182	299	2.0
経常利益	37	63	42	200	344	2.3
当期利益	108	89	108	79	386	2.6

- ✓ 当社の繁忙期である8月と1月が営業時間短縮の影響を受け売上高が想定を下回る
- ✓ 3 Q後半以降の10月、11月、12月は通常の営業時間に戻り、既存店の売上高は前年比で約110%以上で推移
- ✓ 4 Qの営業利益が3 Qと比較して増加している理由として、3 Qの8月と9月は本来繁忙期ですが、営業時間短縮の影響が大きく売上利益ともに伸び悩んだため
- ✓ 売上不振店の減損損失13店舗の計上をしたが、休業協力金等の助成金を特別利益として計上し当期利益は計画を達成



2022年1月期 実績 計画対比 (3)

(単位：百万円 %)

	2022年1月期 計画 (A)	売上 比率	2022年1月期 累計実績 (B)	売上 比率	当初予算比較 (B)-(A)	
					金額	対改善率
売上高	15,479	100.0	15,122	100.0	△357	—
売上原価	4,102	26.5	4,005	26.5	△96	0.0
売上総利益	11,377	73.5	11,116	73.5	△261	0.0
販管費	11,014	71.2	10,816	71.5	△198	0.3
営業利益	362	2.3	299	2.0	△62	△0.3
経常利益	400	2.6	344	2.3	△55	△0.3
当期利益	209	1.4	386	2.6	176	1.2

- ✓ 売上高は8月と9月の蔓延防止等重点措置による営業時間短縮の影響が大きく当初計画を未達
- ✓ 売上原価は計画通りに推移
- ✓ 販管費はガス・電気の単価高騰によりエネルギーコスト増、人件費は休業手当の支給があったが、販管費総額では計画内に収まる
- ✓ 営業利益・経常利益は売上高の未達により当初計画を下回る
- ✓ 通期で売上不振店13店舗の減損損失が発生したが、当期利益は過去最高益を達成



2022年1月期 実績 対前年比較（4）

（単位：百万円 %）

	2021年1月期 実績 (A)	売上 比率	2022年1月期 実績 (B)	売上 比率	対前年比較 (B)-(A)	
					金額	対改善率
売上高	14,265	100.0	15,122	100.0	856	—
売上原価	3,804	26.7	4,005	26.5	201	△0.2
売上総利益	10,461	73.3	11,116	73.5	655	0.2
販管費	10,138	71.1	10,816	71.5	678	0.4
営業利益	322	2.3	299	2.0	△23	△0.3
経常利益	374	2.6	344	2.3	△29	△0.3
当期利益	141	1.0	386	2.6	244	1.6

- ✓ 売上高は新規に9店舗出店、既存店前年売上103.5%と好調を維持し856百万円の増収となったが、緊急事態宣言や蔓延防止等重点措置に伴う営業時間短縮により、売上高の伸びは低調となった
- ✓ 売上原価は一部食材価格の高騰により麺やラードの原価上昇はあったが、販売価格の見直しを行い前年から△0.2ポイントとなった
- ✓ 営業利益・経常利益は前年と比較し減少
- ✓ 当期利益は売上不振店の減損損失13店舗分を計上（前期は6店舗）するもプラスで着地



2022年1月期 実績 コスト内訳 (5)

(単位 : 百万円 %)

	2021年1月期 実績 (A)	売上比率	2022年1月期 実績 (B)	売上比率	対前年比較 (B) - (A)		
					金額	対改善率	
売上高	14,265	100.0	15,122	100.0	856	—	
売上原価	3,804	26.7	4,005	26.5	201	<u>△0.2</u>	
売上総利益	10,461	73.3	11,116	73.5	655	0.2	
販売費及び一般管理費	給与・雑給	4,888	34.3	5,072	33.5	184	<u>△0.8</u>
	法定福利費	535	3.8	562	3.7	26	△0.1
	水道光熱費	1,340	9.4	1,557	10.3	216	<u>0.9</u>
	広告宣伝費	119	0.8	130	0.9	11	0.1
	衛生費	208	1.5	220	1.5	11	0.0
	地代家賃	805	5.6	840	5.6	35	0.0
	減価償却費	385	2.7	409	2.7	24	0.0
	その他	1,858	13.0	2,026	13.4	168	0.4
	計	10,138	71.1	10,816	71.5	678	0.4

- ✓ 売上原価は一部食材価格の高騰はあったものの計画内に収まる
- ✓ 給与・雑給は緊急事態宣言や蔓延防止等重点措置による営業時間短縮の休業手当の支給を含めても、金額は当初計画内に収まり、売上比率は概ね計画通りに推移
- ✓ 水道光熱費の使用量は前年並みだが、ガス・電気単価高騰により想定を上回る金額で着地



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)

	2022年1月期	前期末比増減		2022年1月期	前期末比増減
流動資産	2,283	275	流動負債	2,597	△200
棚卸資産	538	118	1年以内返済借入金・社債	822	△248
固定資産	4,418	△18	固定負債	1,877	143
有形・無形固定資産	3,246	12	長期借入金・社債	1,786	123
投資その他の資産	1,172	△30	純資産	2,227	313
資産合計	6,702	256	負債・純資産合計	6,702	256

キャッシュフロー計算書

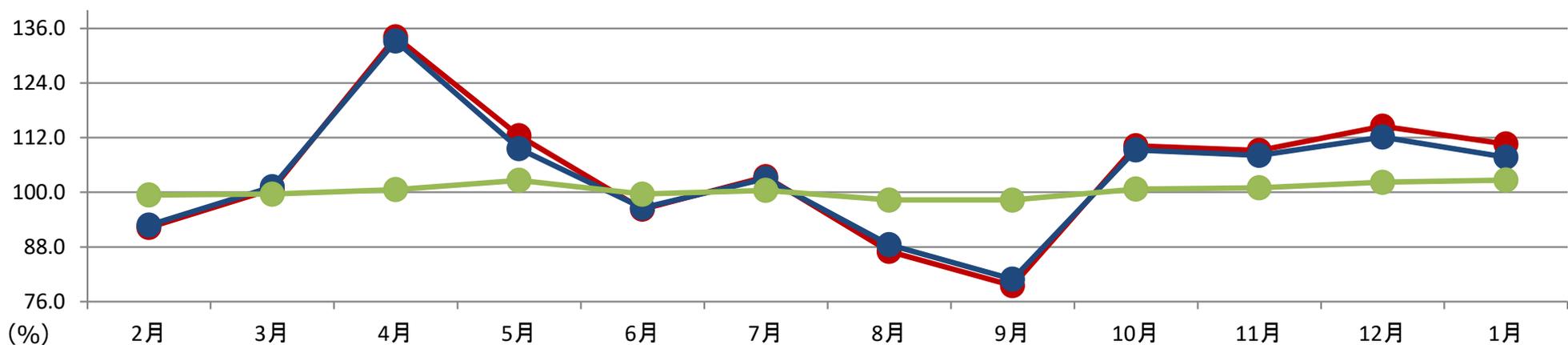
(単位：百万円)

	2021年1月期	2022年1月期
営業活動によるキャッシュフロー	753	969
投資活動によるキャッシュフロー	△366	△630
財務活動によるキャッシュフロー	54	△239



2022年1月期 既存店売上高推移（対前年比）

● 売上高 ● 客数 ● 客単価

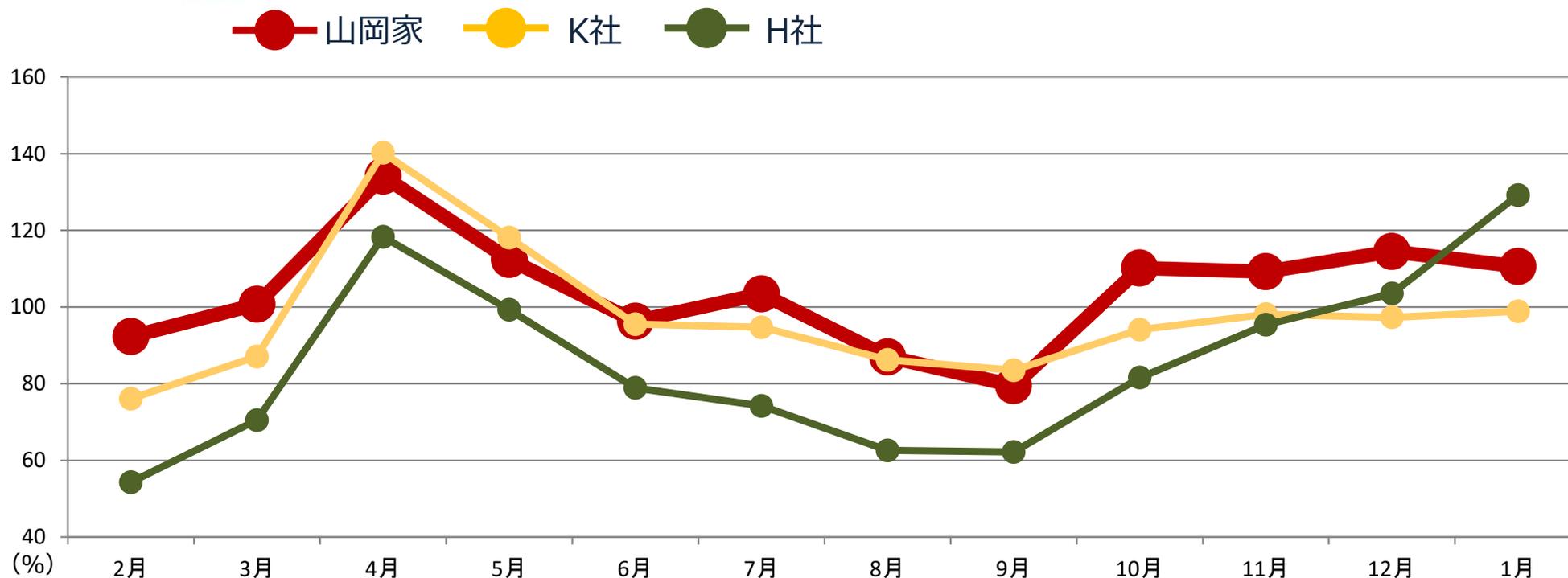


(単位 : %)

	2022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	92.3	100.7	134.1	112.4	96.9	103.4	87.0	79.5	110.2	109.2	114.5	110.6	103.5
客数	92.8	101.2	133.2	109.6	96.9	103.0	88.5	80.9	109.3	108.1	112.1	107.7	102.9
客単価	99.4	99.6	100.6	102.6	99.6	100.4	98.3	98.3	100.7	101.0	102.2	102.7	100.6



大手ラーメンチェーンとの既存店売上高比較



- ✓ 当社は緊急事態宣言や蔓延防止等重点措置などによる時短営業はあったが、既存店売上高の前年比は通期計で103.5%となった
- ✓ 時短営業が解除になった3月や10月以降は、集客が回復し売上高が前年比を大きく超えた
- ✓ 都心部の飲食店は売上の低迷が続いたが、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最小限に抑えられた
- ✓ 大手ラーメンチェーン店と比較すると、当社は既存店売上高の前年比が100%を超える月も多く、24時間営業をすることによる集客の増加も大きかった



2022年1月期の出店・閉店

	店舗名	オープン日	住所
1	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菊良ビル
2	山岡家新潟藤見店	2021年4月6日	新潟県新潟市東区藤見町2丁目40-1
3	山岡家加古川平岡店	2021年5月13日	兵庫県加古川市平岡町中野793-1
4	山岡家岡山奥田店	2021年7月12日	岡山県岡山市北区奥田2丁目4番34号
5	餃子の山岡家南4条西3丁目店	2021年8月2日	北海道札幌市中央区南4条西3-9 2 Mビル
6	山岡家定禅寺通店	2021年9月25日	宮城県仙台市青葉区国分町2丁目15-16
7	山岡家新大垣店	2021年11月20日	岐阜県大垣市新田町3丁目1227-1
8	山岡家江別店	2021年12月4日	北海道江別市一番町30番27
9	山岡家小松店	2022年1月26日	石川県小松市平面町234-1

	店舗名	閉店日	住所
1	極味噌本舗すすきの店	2021年3月1日	北海道札幌市中央区南4条西5丁目6-3
2	極煮干し本舗すすきの店	2021年3月1日	北海道札幌市中央区南5条西4丁目7番地6菊良ビル
3	山岡家岐阜瑞穂店	2021年3月31日	岐阜県瑞穂市穂積605-1
4	立喰そば・うどんすすきの店	2021年7月31日	北海道札幌市中央区南4条西3-9 2 Mビル
5	山岡家大垣店	2021年9月28日	岐阜県大垣市内原2-283-2
6	山岡家宇都宮鶴田店	2021年11月14日	栃木県宇都宮市鶴田町3492-11
7	山岡家野幌店	2021年11月25日	北海道江別市野幌町48-5



2022年1月期 エリア別出店状況

北海道・東北エリア

	2021年1月末 店舗数	増減	2022年1月末 店舗数
北海道	53	△1	52
宮城県	3	1	4
福島県	4	-	4
山形県	2	-	2
秋田県	2	-	2
岩手県	1	-	1
青森県	3	-	3

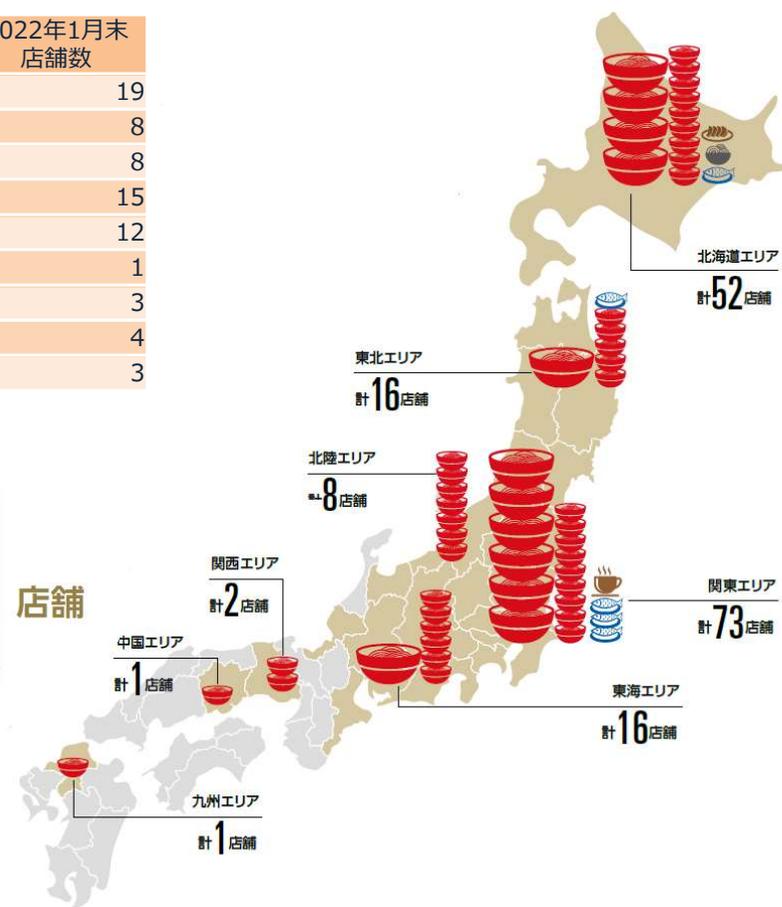
関東エリア

	2021年1月末 店舗数	増減	2022年1月末 店舗数
茨城県	19	-	19
群馬県	8	-	8
栃木県	9	△1	8
千葉県	15	-	15
埼玉県	12	-	12
東京都	1	-	1
神奈川県	3	-	3
山梨県	4	-	4
長野県	3	-	3

東海・関西・北陸・九州エリア

	2021年1月末 店舗数	増減	2022年1月末 店舗数
静岡県	6	-	6
岐阜県	2	△1	1
愛知県	7	-	7
三重県	2	-	2
新潟県	4	1	5
富山県	1	-	1
福井県	1	-	1
石川県	0	1	1
兵庫県	1	1	2
福岡県	1	-	1
岡山県	0	1	1

169 店舗



合計

北海道・東北 エリア	関東エリア	東海・関西・ 北陸・九州エリア	2022年1月末 店舗数
68	73	28	169



2022年度1月期 期間限定メニューの紹介



- ✓ 「プレミアム醤油とんこつラーメン」「G系特製もやし味噌ラーメン」は、お客様からの再販のご要望が多く冬の期間限定商品の定番として定着。極煮干し本舗では「背油煮干しラーメン」が人気商品となりました
- ✓ 総客数に対する販売実績は
 「プレミアム醤油とんこつラーメン12.9%」 「G系特製もやし味噌ラーメン12.0%」
 「背油煮干しラーメン11.3%」



2022年1月期 取組み (1)



餃子の山岡家外観



餃子の山岡家店内



餃子の山岡家
外観



味噌ラーメン山岡家店内



茹で麺タイマー

- (1) 北海道札幌市に新業態の「味噌ラーメン山岡家すすきの店」を3月22日に出店
- (2) 北海道札幌市に新業態の「餃子の山岡家南4条西3丁目店」を8月2日に出店
- (3) 岡山県1号店の「ラーメン山岡家岡山奥田店」を7月12日に出店
- (4) 西日本への出店拡大を想定し第三営業部を新設
- (5) SVの臨店のチェックシートをWeb化し、フィードバックや指導を効率化
- (6) キャッシュレス券売機を19店舗に導入
- (7) 自社開発のタッチパネル式茹で麺タイマーを40店舗に導入
- (8) 勤務間インターバル制度導入(11時間)により労務状況の改善
- (9) 健康診断日が特別休暇となる健康診断休暇制度導入
- (10) 健康診断結果を産業医が就労判定し従業員の健康管理強化
- (11) 産業医と専属契約を結び、面談や休職の復帰のアドバイス実施
- (12) 健康リスク保持者の保健師面談の開始



2022年1月期 取組み (2)



農業事業参入

- ✓ 茨城県つくば市でネギ栽培を目的とした農業事業開始
- ✓ 当社のネギ栽培は茨城県からリーディングアグリプレイヤー事業に認定
- ✓ つくば市内に約20,000坪の農地を確保
- ✓ 市内の耕作放棄地を借り整備したのち農地として利用
- ✓ 社内の新たな雇用の創造
- ✓ ネギ専門農家の「つくばさわやかファーム」の指導のもとネギ栽培の技術習得中
- ✓ 2022年春から本格的に苗の植え付けを開始
- ✓ 3年後までにラーメン山岡家のネギの年間使用量2割の自社生産を目指す



まとめ

【まとめ】

2022年1月期は新型コロナウイルスによる緊急事態宣言や蔓延防止等重点措置による営業時間短縮が長期間にわたり行われました。既存店の売上高の前年比は通期で103.5%と好調を維持したが、当社の繁忙期である8月に営業時間短縮で大きく売上を落としました。売上高は当初の計画通りには推移しませんでした。経常利益は黒字で着地することができました。

新規出店は8店舗の計画を上回る9店舗となりました。ラーメン山岡家では岡山県初出店となる岡山奥田店は現在も好調な売上高を維持し、今後の中国地方出店の基幹店舗となっております。

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、ガス・電気単価高騰による水道光熱費の増加はありましたが、販管費は当初計画内の金額で収まりました。

原価では、小麦やラードなど一部食材の価格高騰がありましたが、販売価格の改定を行い、原価率は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概ね計画内に収めました。

その結果、通期では13店舗の売上不振店の減損損失を計上いたしました。休業協力金等の特別利益を計上し当期利益は過去最高の386百万円で着地いたしました。



2023年1月期 通期計画



2023年1月期 通期計画と前提条件

(単位：百万円 %)

	2023年1月期 上期計画	2023年1月期 下期計画	累計	売上 比率
売上高	7,665	8,861	16,527	100.0
原価計	2,013	2,316	4,330	26.2
売上総利益	5,651	6,544	12,196	73.8
販管費	5,572	6,104	11,676	70.7
営業利益	79	440	520	3.2
経常利益	91	458	550	3.3
当期純利益	46	244	290	1.8

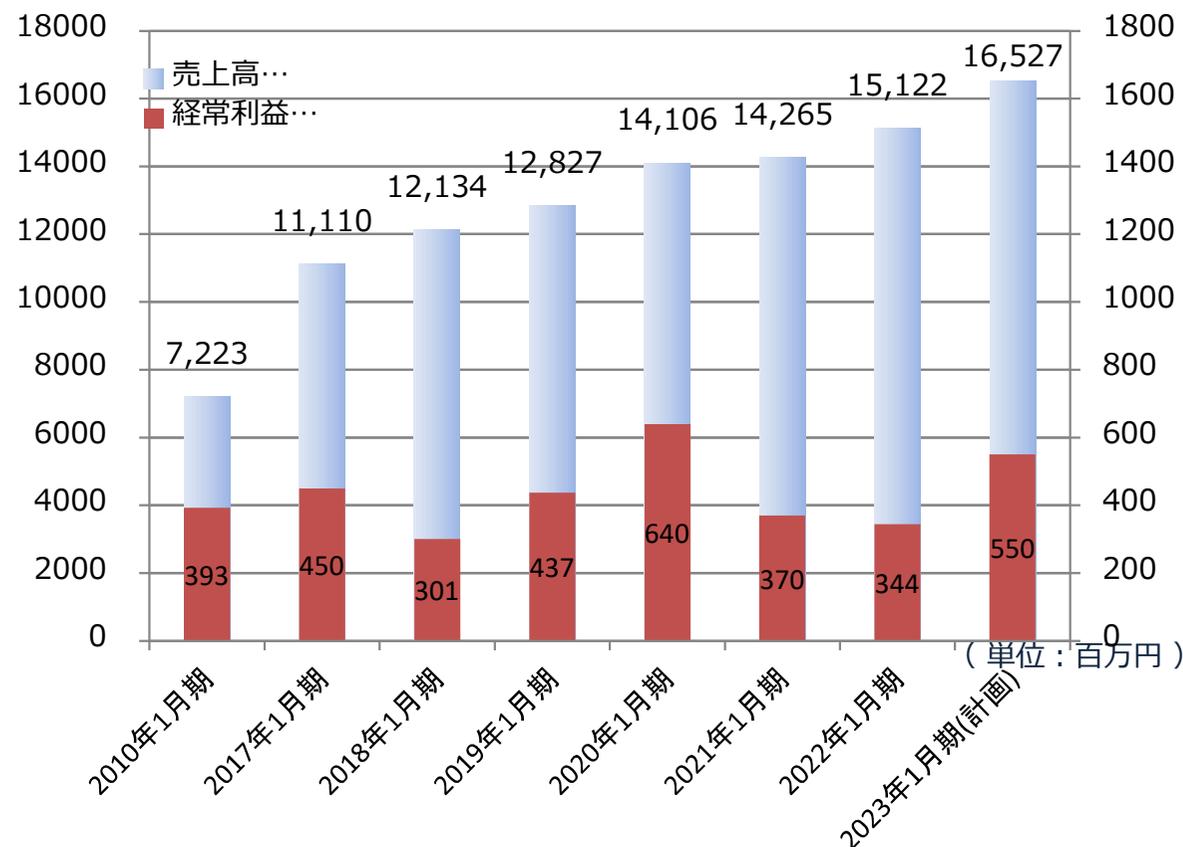
項目	前提条件
新規出店	ラーメン山岡家・極煮干し本舗・味噌ラーメン山岡家を合わせて10店舗の出店を計画
売上高	既存店の売上高が前年比104.1%と計画し、全社で165億円
原価率	原価率は前年並みと推測し26.2%を計画
人件費率	人件費率(役員報酬・給与手当・雑給・退職給付費・法定福利費)は37.6%を計画
水道光熱費	売上比で前年から下がると予測し9.9% (単価は前年並みに推移した場合)
販管費率	概ね前年並みに推移すると予測し70.7%
設備投資	新規出店費用、リニューアル、来期物件取得費用を含めて9億円を計画



対前期比較と売上高推移

(単位：百万円)

	2022年1月期 実績 (A)	2023年1月期 計画 (B)	対予算比較 (B-A)
売上高	15,122	16,527	1,404
売上原価	4,005	4,330	324
売上総利益	11,116	12,196	1,080
販管費	10,816	11,676	859
営業利益	299	520	220
経常利益	344	550	205
当期純利益	386	290	△95



- ✓ 売上高は前年比109.2%の165億27百万円の増収を計画
- ✓ 通期計画の中の売上は新型コロナウイルスによる時短営業の影響をほぼ加味していない数値
- ✓ 今期の新規出店はラーメン山岡家8店舗、その他業態2店舗を計画
- ✓ 10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5.5億円の増益を計画



2023年1月期 出店計画

- ✓ 今期は北海道地区から中国地区で10店舗の新規出店を計画
- ✓ 山岡家8店舗、極煮干し本舗1店舗、味噌ラーメン山岡家1店舗を計画
- ✓ 中国地区で物件調査を強化
- ✓ 2024年に九州出店を計画し物件調査開始
- ✓ 店舗開発部の物件調査人材を増員
- ✓ 食材配送センターを名古屋から神戸に拠点変更予定



店舗名	オープン予定日	住所
味噌ラーメン山岡家苫小牧店	2022年4月27日	北海道苫小牧市新中野町
ラーメン山岡家松戸北小金店	2022年4月29日	千葉県松戸市小金
ラーメン山岡家焼津店	2022年夏ごろ	静岡県焼津市八楠
ラーメン山岡家四日市塩浜店	2022年夏ごろ	三重県四日市市塩浜
ラーメン山岡家栃木店	未定	栃木県栃木市
ラーメン山岡家長府店	未定	山口県下関市長府
ラーメン山岡家青森店	未定	青森県青森市



2023年1月期 取り組み等



今期の取り組み（1）

今期のスローガン

「 ありがとうを創る 」

今期は、昨年度の「感謝」という全社スローガンを発展させ、「ありがとうを創る」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が、「共に働く仲間たち」や店舗を運営していく上でご協力していただいている「お取引先」など皆様のご支援が必要になります。

そのご支援に「ありがとう」と感謝することが重要であると考え、今期のスローガンを決めました。

各店舗には、会長メッセージの動画を配信し、「ありがとうを創る」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）

具体的方策

- (1) 全社スローガン「ありがとうを創る」の推進
- (2) QSCの向上とクレームの低減
- (3) アルバイトの採用強化と離職防止に向けた対策の検討と実施
- (4) 離職防止を踏まえたエンゲージメントサーベイの導入
- (5) 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
- (6) 全従業員の36協定順守
- (7) 週休二日制の運用強化と年次有給休暇の取得促進
- (8) 保健師による健康リスク保持者の面談実施
- (9) 健康経営優良法人の3期連続認定に向けた社内制度の拡充
- (10) 人事総務部と人材開発部の統合による採用からトレーニングの一本化
- (11) 中途採用80名、新卒採用15名の人材採用
- (12) アルバイト入社書類のペーパーレス化
- (13) 経営理念とスタンダードオペレーションの浸透を目的とした店長研修の実施
- (14) 店長を対象にハラスメントセミナーの実施
- (15) 農業事業でネギの栽培開始
- (16) 山岡家アプリの開発準備
- (17) キャッシュレス券売機30店舗導入
- (18) 入金機50店舗導入による両替業務の低減
- (19) 極煮干し本舗とコラボした山岡家期間限定商品の販売
- (20) 全従業員にコミュニケーション促進にSlack導入





2年連続で健康経営優良法人に認定

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、2022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2022(大規模法人部門)」に認定されました。

当社は前年に続き2年連続の認定となり、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) 健康診断休暇新設
- (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
- (6) 勤務間インターバル制度導入
- (7) 禁煙外来費用助成制度導入





配当・株主優待

✓ 配当

2022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」、
当社通販サイトで販売している乾麺セットの選択可

✓ 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）

✓ 2021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92.6%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74% お米14% 乾麺12% |





参考資料



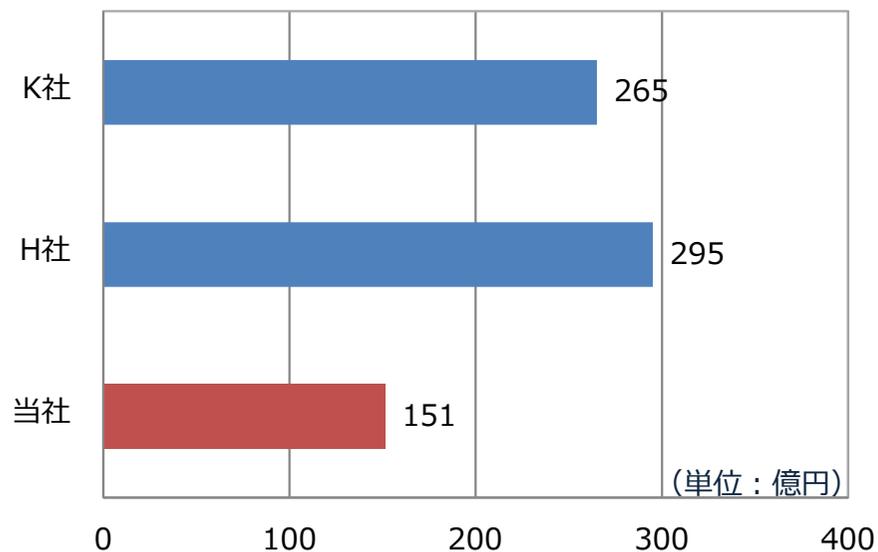
業界データ

【当社推定のラーメン業界データ】

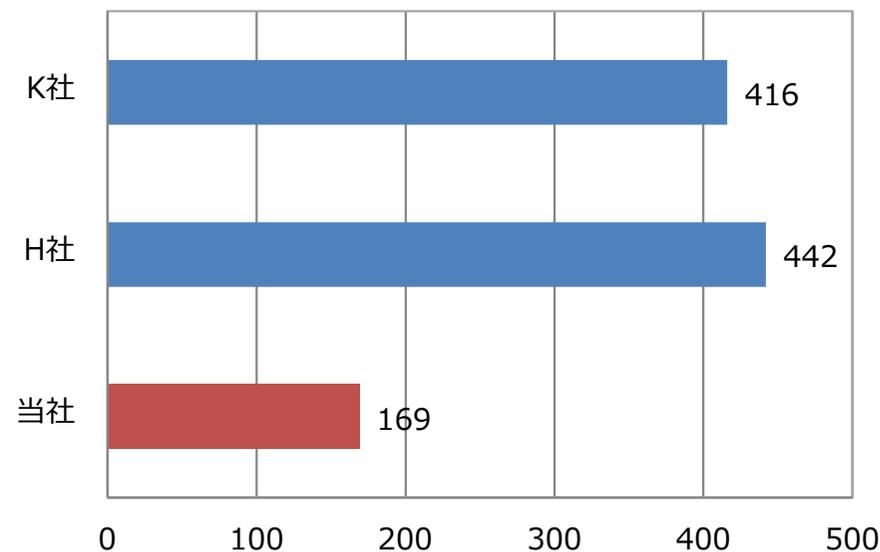
ラーメン業界に特化した統計データではないものの、市場規模は5,000億円~7,000億円、店舗数はおよそ50,000店と推測されております。

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。

上場企業のラーメン事業の売上高

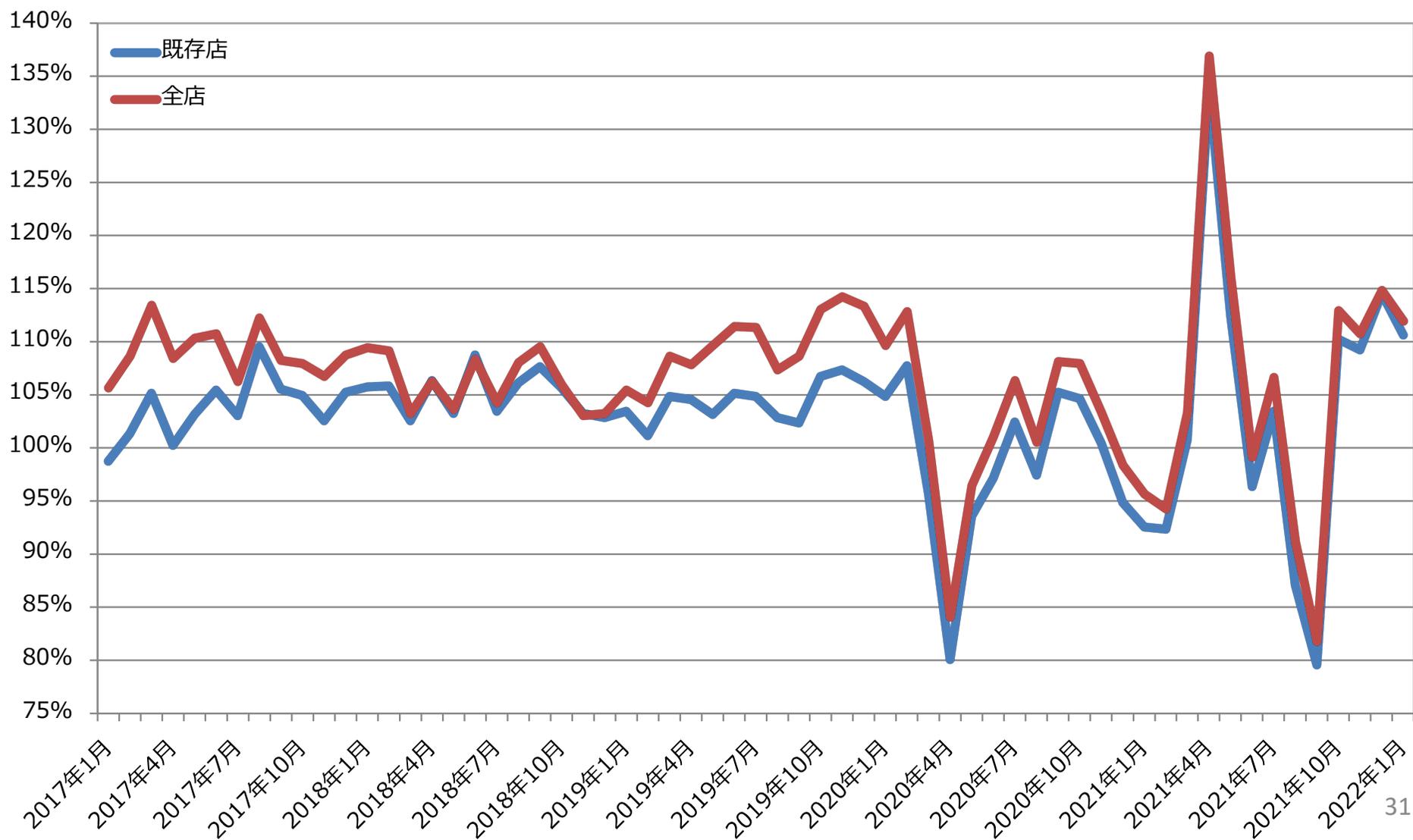


上場企業のラーメン店の店舗数





月次売上高推移（対前年比）



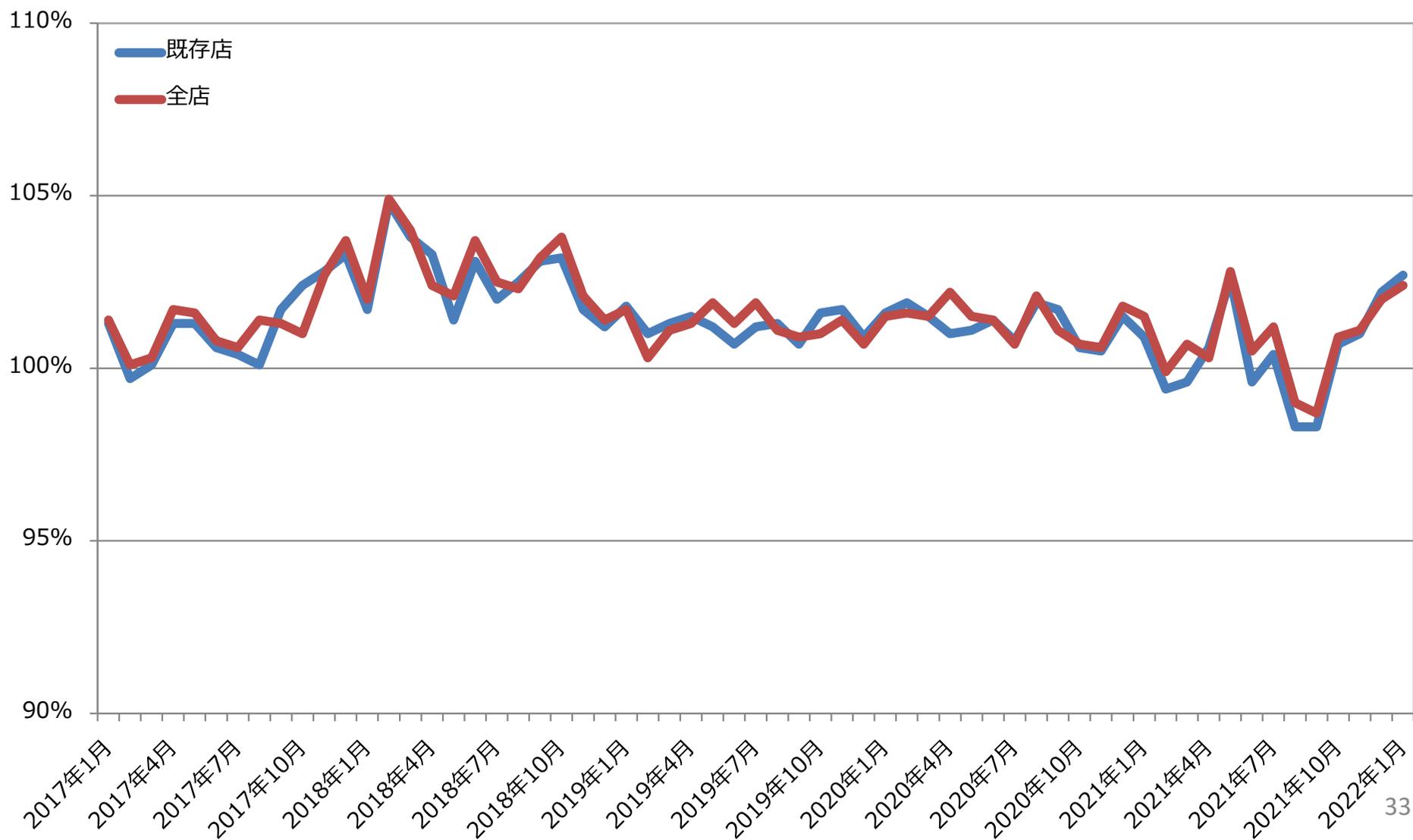


月次客数推移 (対前年比)





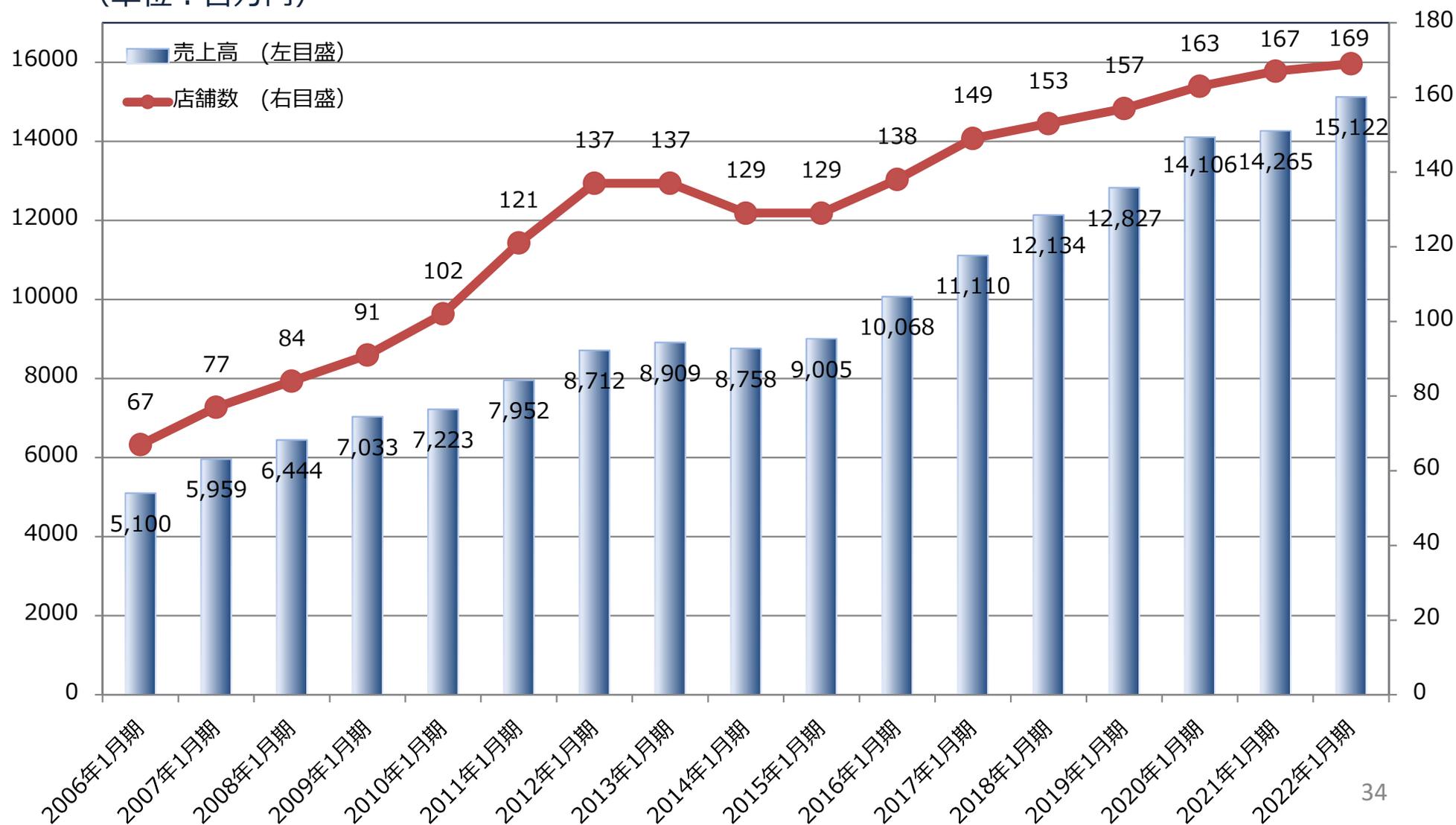
月次客単価推移（対前年比）





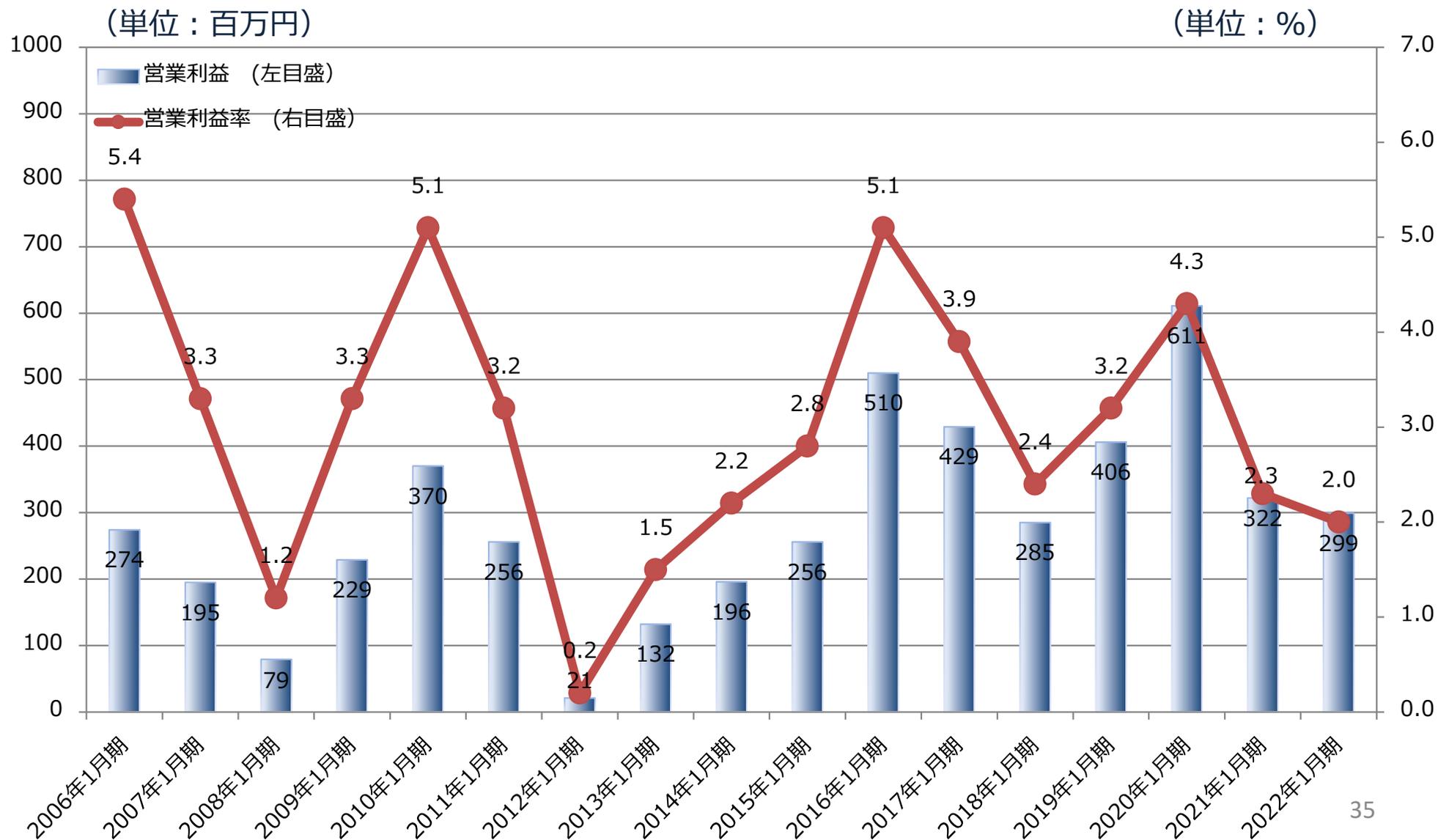
売上高と店舗数の推移

(単位：百万円)



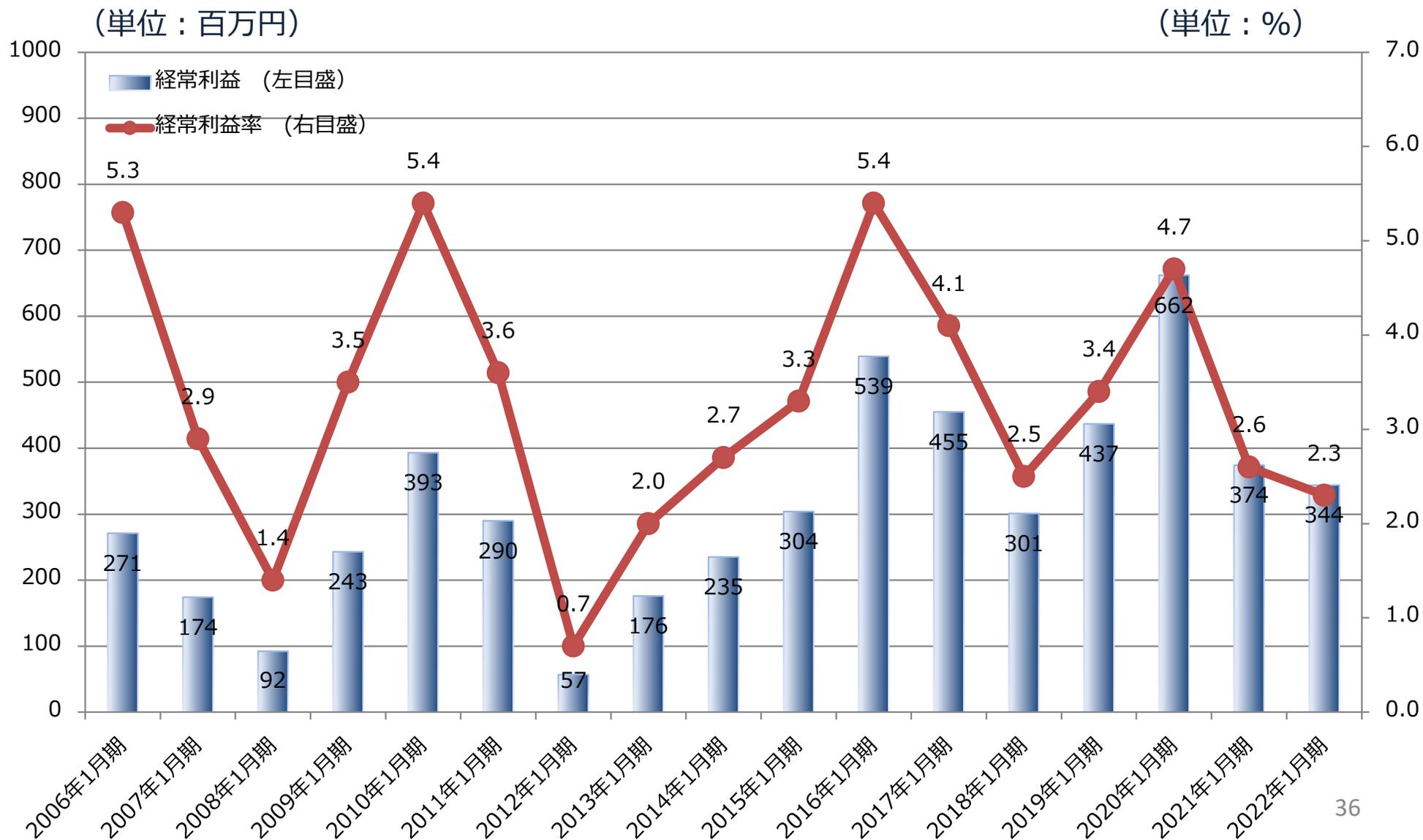


営業利益と営業利益率の推移



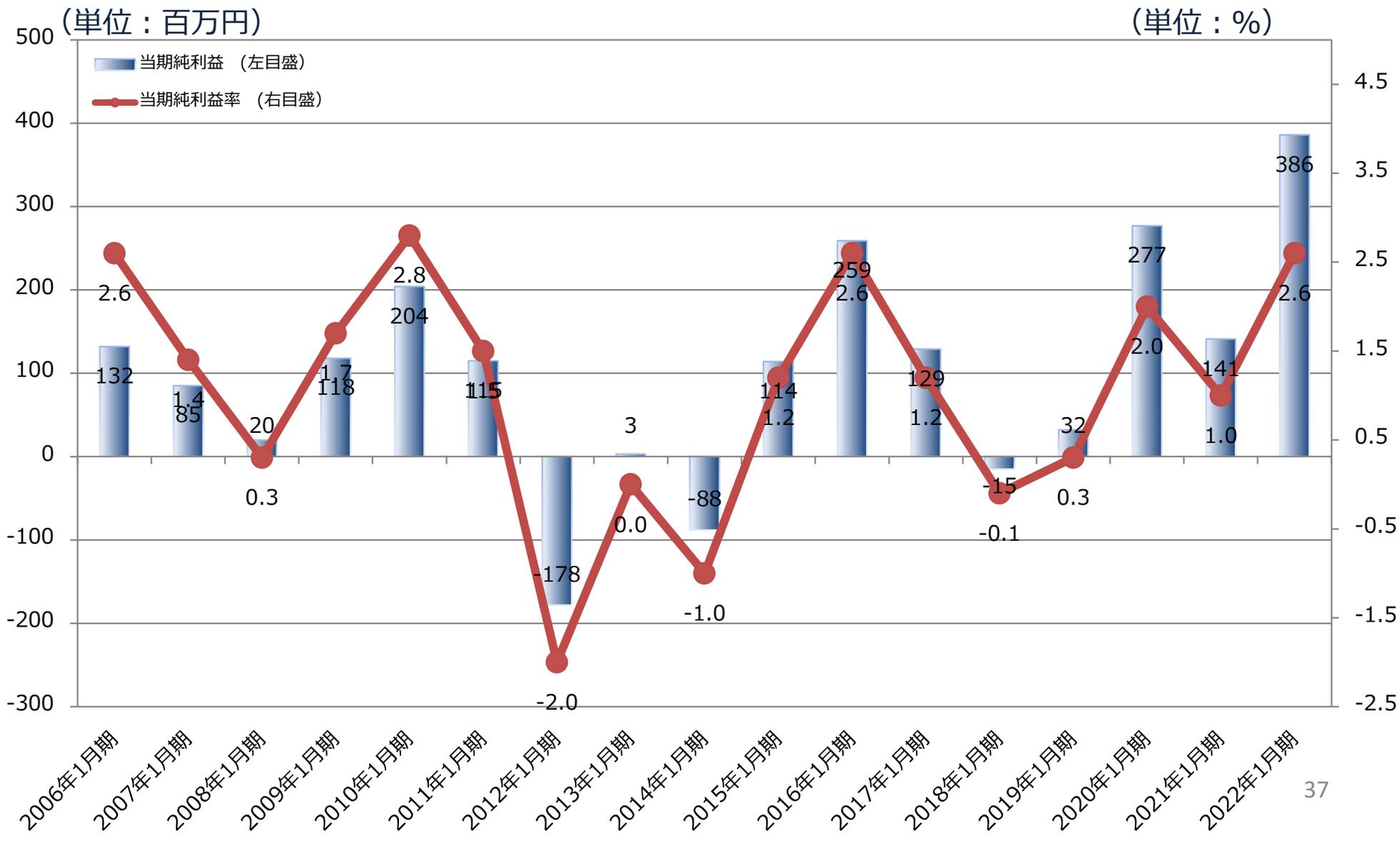


経常利益と経常利益率の推移



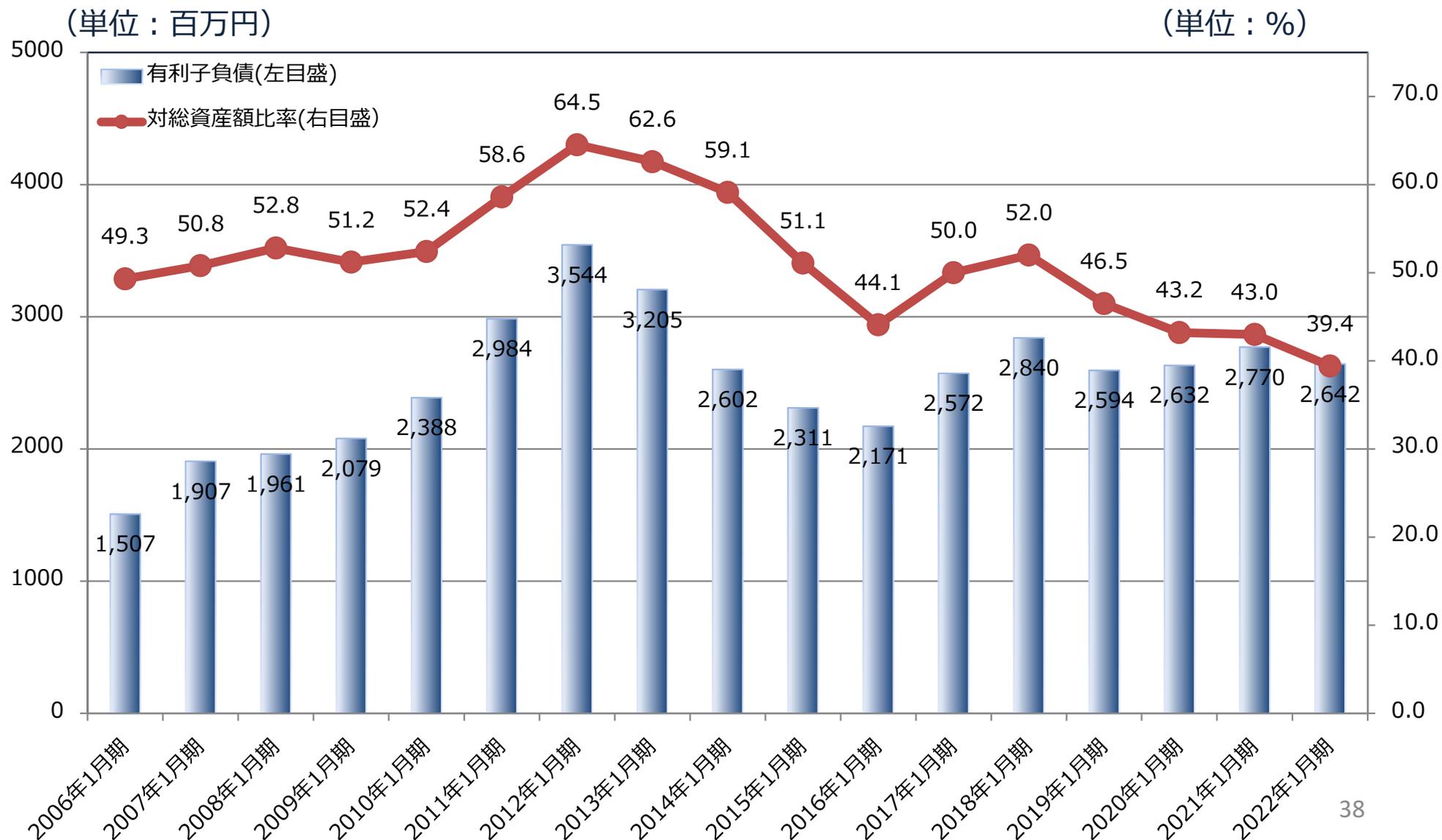


当期純利益と当期純利益率の推移



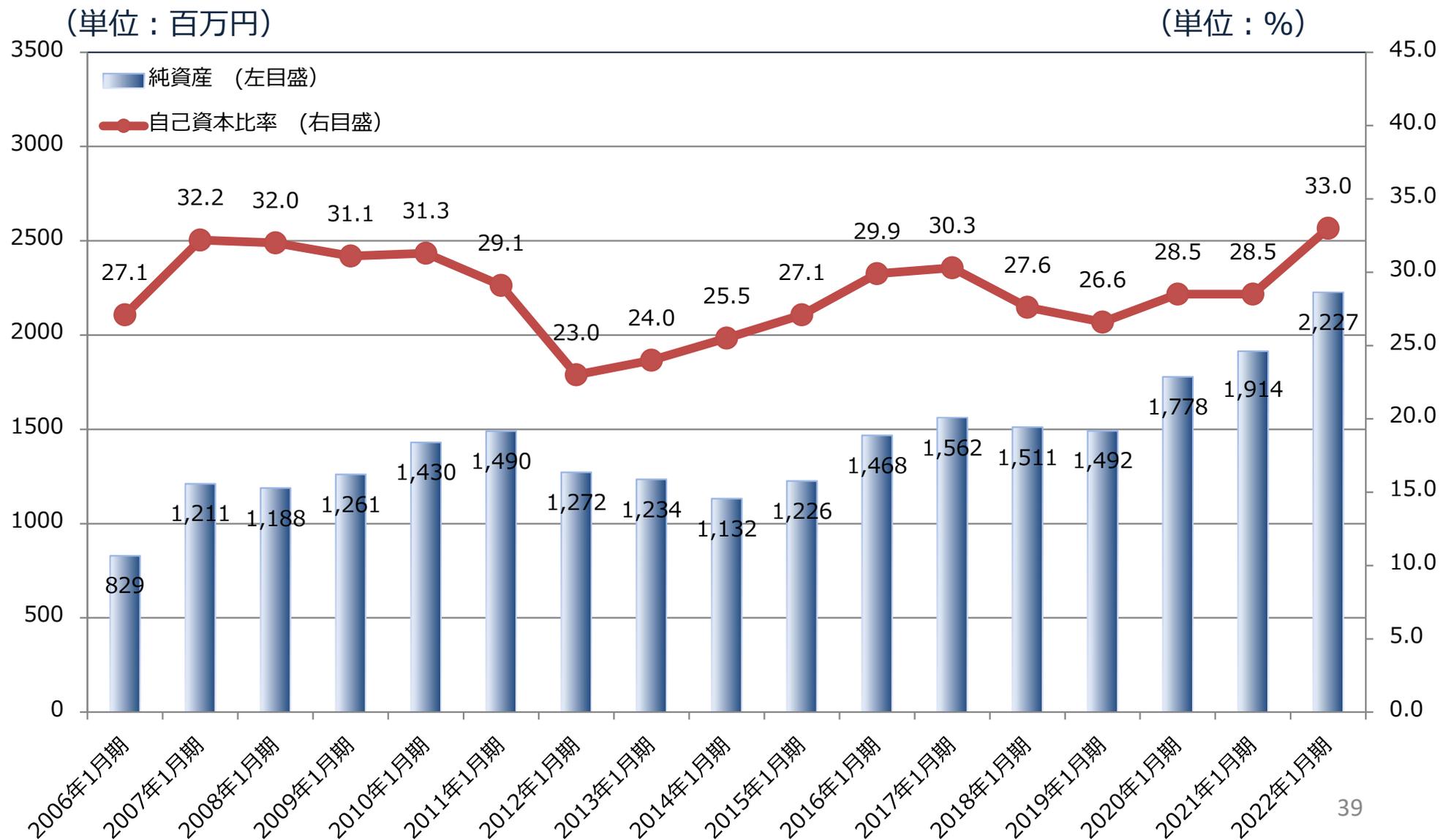


有利子負債と対総資産額比率の推移





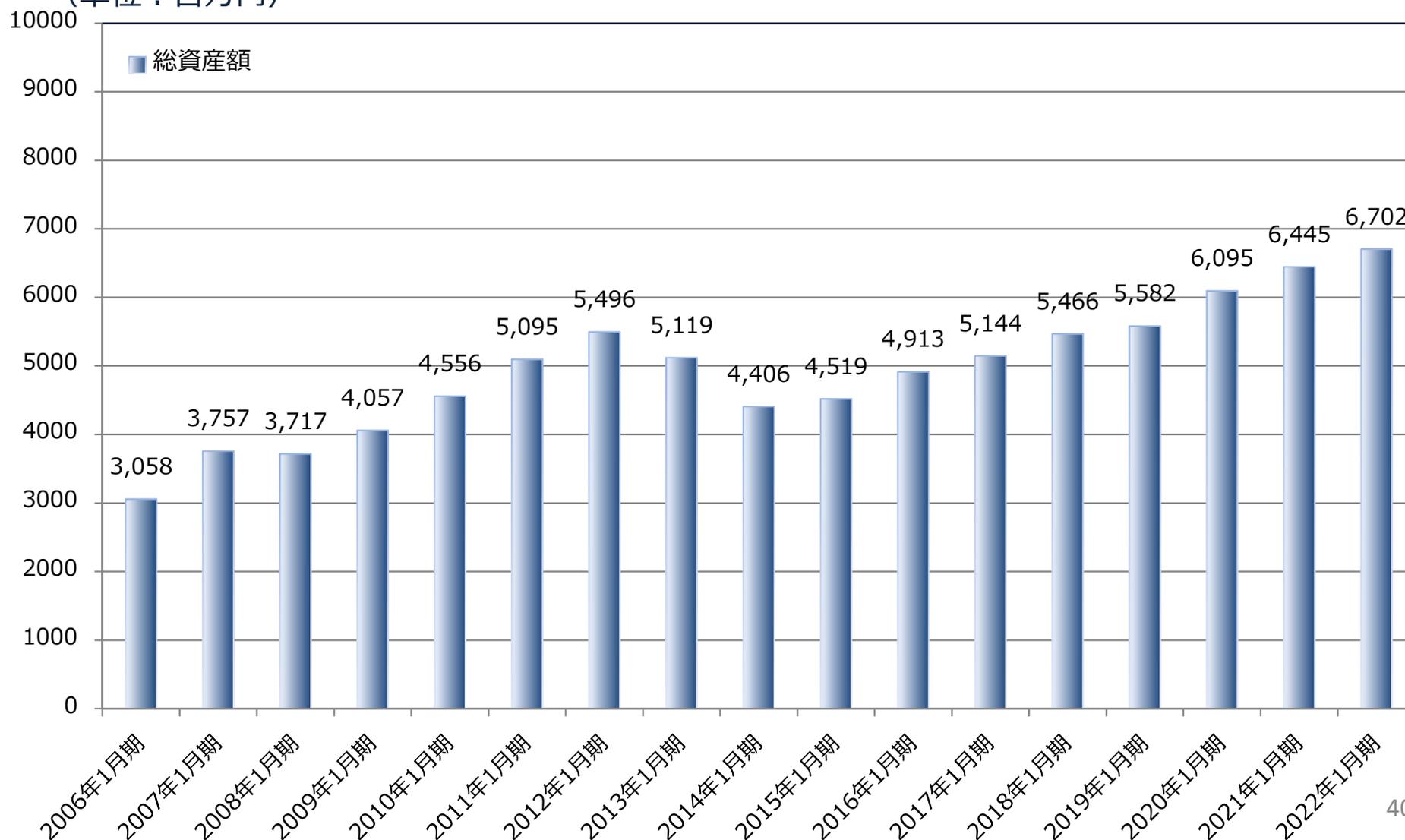
純資産と自己資本比率の推移





総資産の推移

(単位：百万円)





問い合わせ先

問い合わせ先

部署 経営企画室
電話 029-896-5800
F A X 029-896-5802
E-mail ir@yamaokaya.com
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。

2022年3月23日
株式会社丸千代山岡家
JASDAQ（証券コード：3399）