

おなかいっぱい幸せを

2018年3月期第3Q 決算概要

イートアンド株式会社

(東証一部:証券コード2882)



第3Q決算概要

- ① 第3Q決算サマリー
- ② 損益の状況(連結)
- ③ 開店店舗の推移状況
- ④ トピックス

第3Q決算サマリー

業績の概況(連結)

売上高	208億 89百万円
(対前年同期比)	106.8 %
営業利益	5億 93百万円
(対前年同期比)	136.5 %
経常利益	5億 73百万円
(対前年同期比)	142.3 %

通期業績予想(連結)

売上高	277億 82百万円
(対前年同期比)	105.6 %
営業利益	6億 92百万円
(対前年同期比)	114.0 %
経常利益	6億 92百万円
(対前年同期比)	121.2 %

食品事業の状況

- ・「羽根つき餃子」「ぷるもち水餃子」の配荷が引き続き伸張
 - ・「羽根つき餃子」(対前比110.0%)、「ぷるもち水餃子」(対前年比136.0%)と売上牽引
 - ・製造単価低減継続
- ⇒ 利益率が更に向上し、利益増に寄与

外食事業の状況

- ・既存店売上高(大阪王将)は、引き続き100%を堅持
- ・子会社2社は、前年同時期より改善
- ・第3四半期においても、不振店舗の廃店・減損損失を積極的に実施

■ 損益の状況（連結）

売上高は食品、外食共に前年比増。食品事業は第3四半期終了時点で100億円突破。

これにより売上高ならびに売上総利益を含む各利益何れも前年を上回る。

単位:百万円、%	2017年 3月期 第3Q	2018年 3月期 第3Q	対前期比
売上高	19,559	20,889	106.8
食品（構成比）	9,504 (48.6)	10,363 (49.6)	109.0
外食（構成比）	10,054 (51.4)	10,525 (50.4)	104.7
売上総利益	7,653	8,315	108.6
販売費及び一般管理費	7,218	7,721	107.0
営業利益	434	593	136.5
営業利益率	2.2	2.8	+0.6pt
経常利益	403	573	142.3
親会社株主に帰属する当期純利益	187	189	101.3

損益の状況_セグメント別（連結）

食品セグメントでは、CM出稿により利益率はやや鈍化するも売上・利益ともに堅調に推移。

外食セグメントは、前年の減損処理等により利益改善。また子会社2社も引き続き利益改善に寄与。

単位:百万円、%		2017年 3月期 第3Q	2018年 3月期 第3Q	対前期比
食 品	売上高	9,504	10,363	109.0
	セグメント利益	371	461	124.1
	利益率	3.9	4.3	+0.5pt
外 食	売上高	10,054	10,525	104.7
	セグメント利益	253	304	120.2
	利益率	2.5	2.9	+0.4pt

財務の状況（連結）

単位：百万円	2017年 3月末現在	2017年 12月末現在	ポイント
資産の部	13,348	15,761	
流動資産	6,513	8,486	売掛金の増加
固定資産	6,834	7,275	
負債の部	8,676	10,971	
流動負債	7,014	9,199	買掛金・短期借入金・未払金の増加
固定負債	1,661	1,772	長期借入金の増加
純資産の部	4,671	4,790	

（有形固定資産の補足） 2017年12月末の減価償却累計額 : 4,151百万円
 2018年3月期第3Qの設備投資額 : 1,270百万円

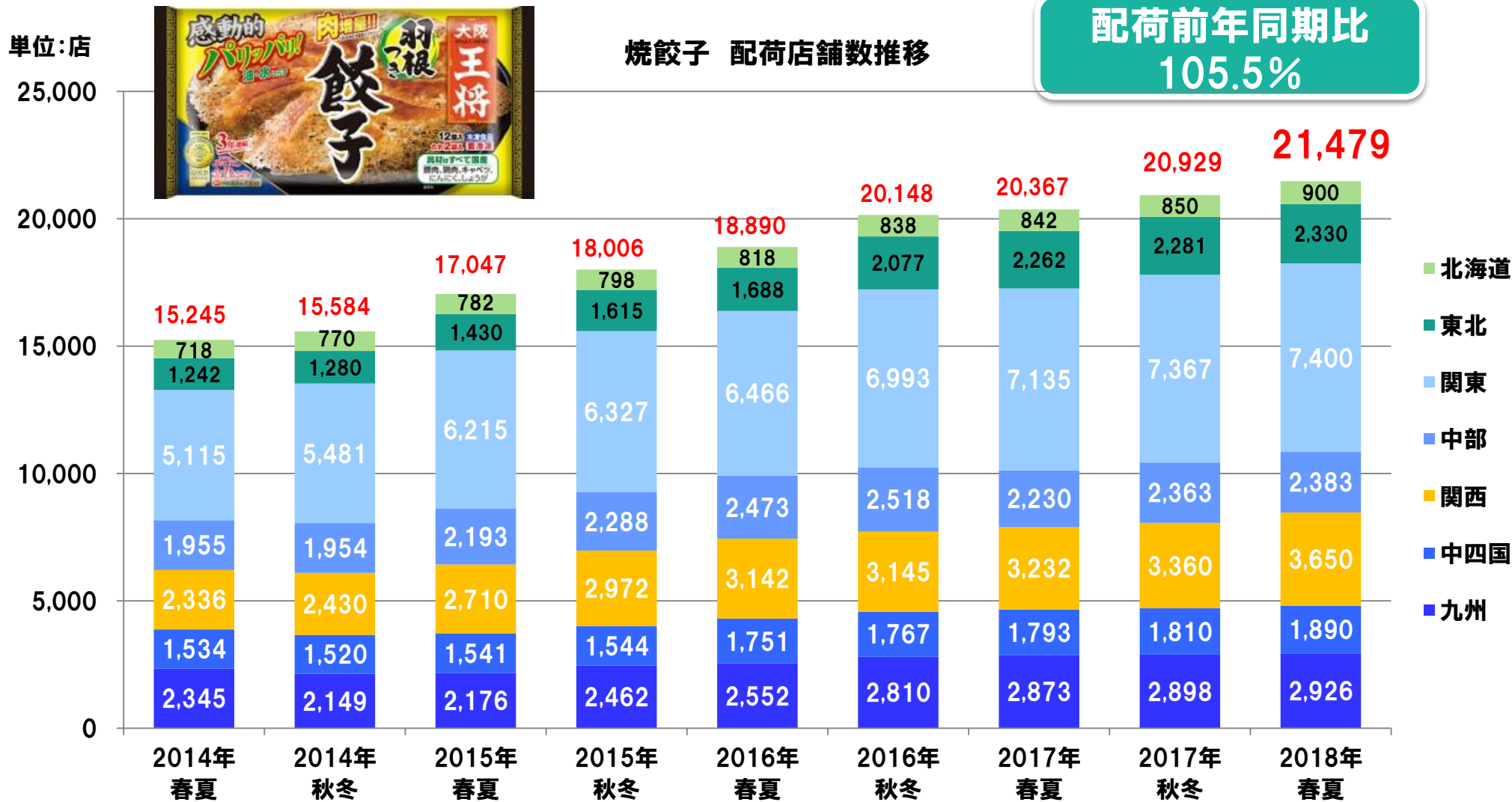
2018年3月期の計画(連結)

単位:百万円、%	2017年3月期	2018年3月期	対前期比
売上高	26,304	27,782	105.6
食品(構成比)	12,781 (49)	13,418 (48)	105.0
外食(構成比)	13,522 (51)	14,363 (52)	106.2
売上総利益	10,252	10,811	105.5
販売費及び一般管理費	9,645	10,119	104.9
営業利益	607	692	114.0
営業利益率	2.3	2.5	+0.1pt
経常利益	571	692	121.2
当期純利益	156	200	128.0

2018年3月期 セグメント別計画(連結)

単位:百万円、%		2017年3月期	2018年3月期	対前期比
食 品	売上高	12,793	13,418	105.0
	セグメント利益	513	576	112.3
外 食	売上高	13,522	14,363	106.2
	セグメント利益	334	364	108.7
全 社	売上高	26,304	27,782	105.6
	営業利益	607	692	114.0

「大阪王将羽根つき餃子」取り扱い量販店の推移状況



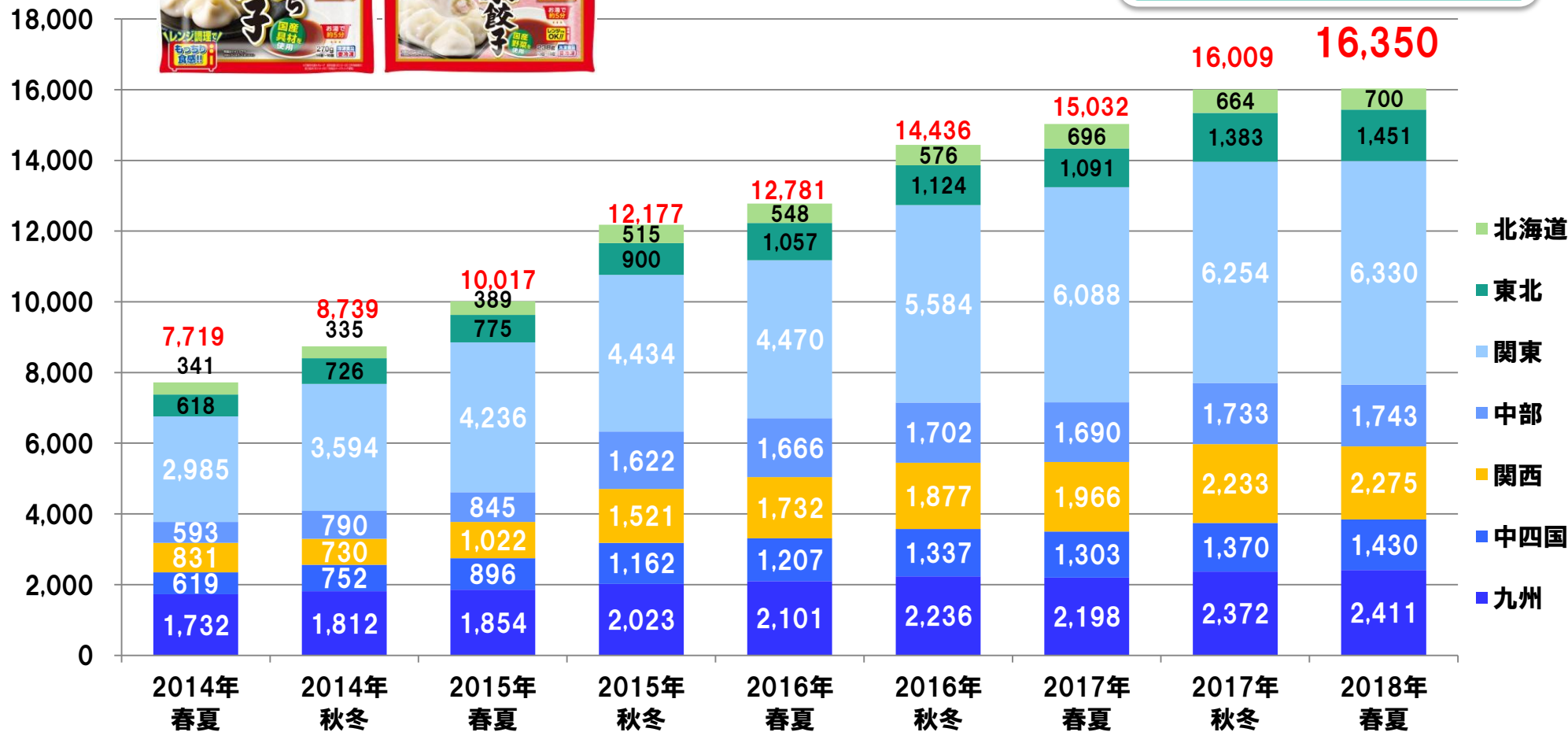
「大阪王将ぷるもち水餃子」取り扱い量販店の推移状況



水餃子 配荷店舗数推移

配荷前年同期比
108.8%

単位:店



開店店舗の推移状況（全体）

	2017年3月末 店舗数			2017年12月 実績						2017年12月末 店舗数		
	直営	加盟	全店	出 店			退 店			直営	加盟	全店
				直営	加盟	全店	直営	加盟	全店			
大阪王将	31	326	357	6	9	15	8	8	16	29	327	356
ラーメン	20	28	48	3	0	3	6	4	10	17	24	41
よってこや	3	15	18	0	0	0	0	3	3	3	12	15
太陽のトマト麺	9	12	21	2	0	2	0	1	1	11	11	22
ビースト	6	1	7	1	0	1	4	0	4	3	1	4
その他	15	9	24	7	3	10	3	1	4	19	11	30
カフェ・ベーカリー	10	7	17	5	3	8	1	1	2	14	9	23
海外	0	38	38	0	17	17	0	6	6	0	49	49
計	66	401	467	16	29	45	17	19	36	65	411	476
子会社	6	0	6	9	0	9	3	0	3	12	0	12
連結計	72	401	473	25	29	54	20	19	39	77	411	488




開店店舗の出店見込（全体）

	2017年3月末 店舗数			2018年3月期 見込						2018年3月末 店舗数		
	直営	加盟	全店	出 店			退 店			直営	加盟	全店
				直営	加盟	全店	直営	加盟	全店			
大阪王将	31	326	357	9	10	19	8	11	19	32	325	357
ラーメン	20	28	48	4	0	4	7	4	11	17	24	41
よってこや	3	15	18	1	0	1	0	3	3	4	12	16
太陽のトマト麺	9	12	21	2	0	2	0	1	1	11	11	22
ビースト	6	1	7	1	0	1	5	0	5	2	1	3
その他	15	9	24	6	3	9	5	1	6	16	11	27
カフェ・ベーカリー	10	7	17	5	3	8	1	1	2	14	9	23
海外	0	38	38	0	21	21	0	8	8	0	51	51
計	66	401	467	19	34	53	20	24	44	65	411	476
子会社	6	0	6	11	0	11	3	0	3	14	0	14
うち大阪王将	0	0	0	8	0	8	3	0	3	5	0	5
連結計	72	401	473	30	34	64	23	24	47	79	411	490

2019年3月期の出店イメージ

	2018年3月末 店舗数			2019年3月期 計画						2019年3月末 店舗数		
	直営	加盟	全店	出 店			退 店			直営	加盟	全店
				直営	加盟	全店	直営	加盟	全店			
大阪王将	32	325	357	4	17	21	0	8	8	36	334	370
ラーメン	17	24	41	6	4	10	1	2	3	22	26	48
よってこや	4	12	16	3	0	3	0	0	0	7	12	19
太陽のトマト麺	11	11	22	3	4	7	1	1	2	13	14	27
ビースト	2	1	3	0	0	0	0	1	1	2	0	2
その他	16	11	27	5	4	9	0	0	0	21	15	36
カフェ・ベーカリー	14	9	23	2	4	6	0	0	0	16	13	29
海外	0	51	51	0	22	22	0	3	3	0	70	70
計	65	411	476	15	47	62	1	13	14	79	445	524
子会社	14	0	14	7	0	7	0	0	0	21	0	21
うち大阪王将	5	0	5	5	0	5	0	0	0	10	0	10
連結計	79	411	490	22	47	69	1	13	14	100	445	545

■ 連結子会社の状況

グループ会社名	 9 BLOCK ナインブロック	 FR フードランナー	 A & B Co.,Ltd A&B
資本比率	91.3%	100.0%	100.0%
株式取得の年月	2012年6月	2014年7月	2014年8月
業態の内容	通販サイト運営	CVS複合店舗運営	ビアレストラン運営

該当企業

- イートアンドに**付加価値**をもたらす会社
- 外食事業、食品事業に**シナジー効果**をもたらす会社

■ トピックス 日本アクセス春季フードコンベンション2018

【第1位】『大阪王将 羽根つきチーズ餃子』 バイヤーズグランプリ



東西総合 <冷凍食品部門>

トピックス 他社商品とのコラボ販促

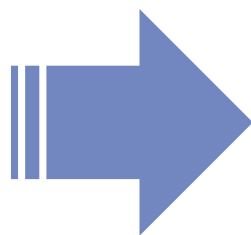
クローズドキャンペーン・他社コラボ企画・メニュー提案

メニュー提案で売上UP!



136.0%

※売上前年比(4~12月)



トピックス 鳴龍×よってこや 共同開発商品販売

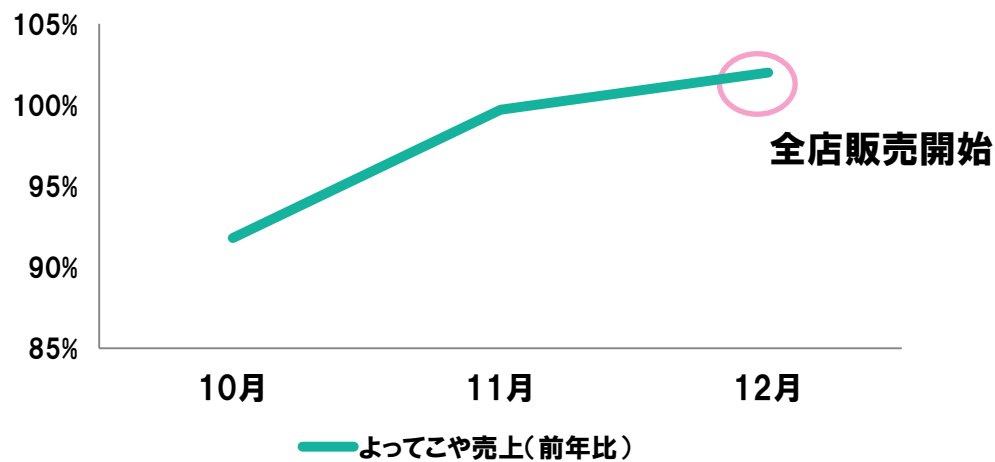
極担担麺 叶奏～かなで～

名店とのコラボによる

圧倒的・感動的な商品提案

12月恵比寿本店オーダー率

48.7%



圧倒的な商品力

トピックス 太陽のトマト麺 冬季限定商品

好評につき2月末まで販売延長！

オーダー率進捗
12.6%



客数前年比 108.1%
客単価前年比 103.0%

**インパクト商品で新規獲得
高単価商品のため客単価前年比26円アップ！**

濃密 トマトビスクの カニクリ!

濃厚なトマトソースとクリームチーズを合わせた濃厚なクリームトマトソースに、豆板醤と一味の辛味、蟹の旨味がたっぷり詰まったトマト麺史上、最もリッチなピリ辛仕立ての冬季限定トマト麺です。

910円 税抜
冬季限定 税込982円

VEEVEE RAMEN

太陽のトマト麺は、実際に店舗内で「日本のベジタリアンラーメンブランド」に認定されています。

トピックス 株式分割

■普通株式1株を2株に分割 ■効力発生日:平成30年1月1日

■目的:投資単位あたりの金額を引き下げることにより、株式の流動性の向上と投資家層の拡大を図る

100株より株主優待の対象

株主優待制度の実質拡充



GROWING STORY

- ① GROWING STORY
- ② 具体的な施策
- ③ 海外事業のエリア展開

GROWING STORY

外食事業

・外食全方位戦略の店舗多角化

- 大阪王将全国展開 500店
- ラーメン専門店展開 250店
- 新業態店舗多角化 100店
- カフェベーカリーの店舗多角化 150店



マーケティング インテジデータ

- 餃子サークル
- セールスプロモーション

M&A

- メーカー機能強化
- 外食新業態

EAT & GROWING STORY

生産事業

・インパクトのある新商品開発

- 生産工場のハイクオリティー化
- R&D(リサーチ&デベロップメント)化戦略
- 生産地⇒加工⇒販売の6次化戦略
- 仕入・購買のグローバル化
- 産学連携による企画開発

食品事業

・流通チャネルの多角化

- 冷凍食品
- 常温加工食品
- プライベートブランド商品
- ネット通販向け商品
- 量販店デリカ商材



アジアを中心とした海外展開

- FCシステム
- JV方式
- ロイヤリティ



施策1.食品事業の取組み

ランチエスター戦略の拡大

- 取り扱い高拡大
- 取り扱い量販店店舗数拡大
- 自社製品の比率増大
- 新販路の開拓
- NEXTアイテムの育成



■ 施策1. 食品事業の実績

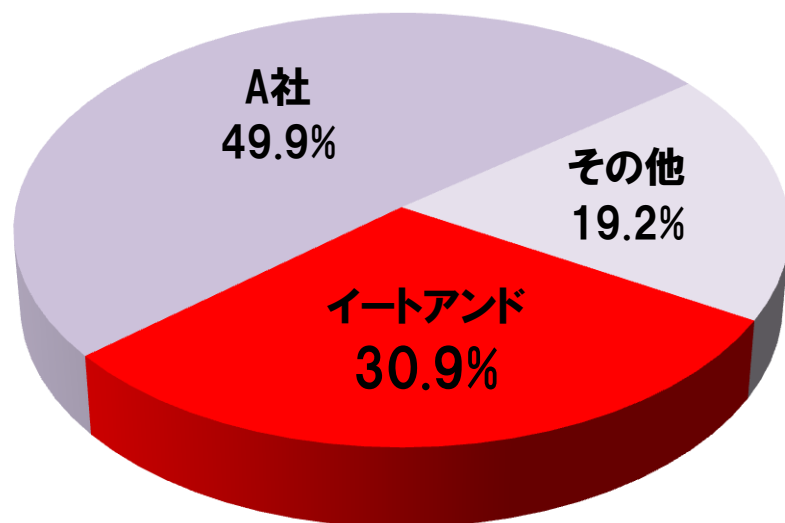
・ 冷凍餃子（焼餃子・水餃子）の市況及びシェア

【2017年4月-2017年12月：冷凍餃子 市場動向】

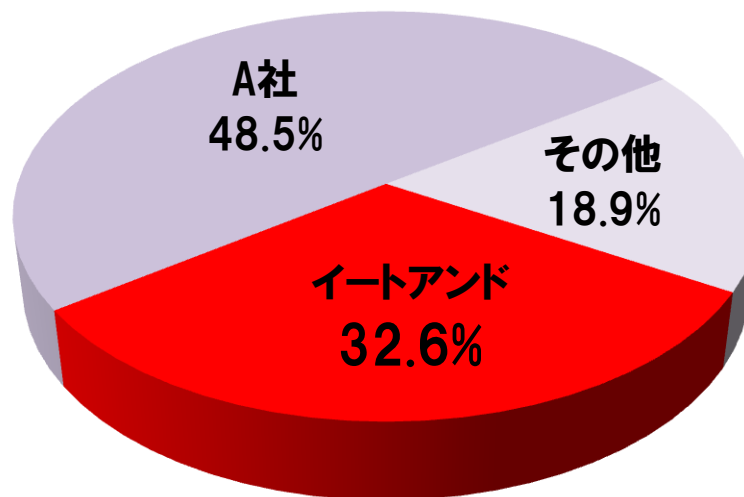
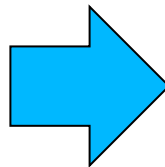
※前年同期比

冷凍餃子全体 : 101.7%

イトアンド : 107.1%



2017年3月期
4月～12月



2018年3月期
4月～12月

※データソース：インテージ SC I データ 平均購入規模（×100）（金額） エリア：全国 購入ルート：スーパー、DS、ドラッグストア

■ 施策1. 食品事業の取組み

業務用ふるもち水餃子が好調

- ◆ 外食メニューでの採用(水餃子メニュー自体が少ない)
- ◆ 新規提案の可能性あり
- ◆ 商品力の強さ、高評価

事例



寿司チェーン メニュー採用
(2か月100,000パック販売)



居酒屋チェーン 期間限定メニュー採用

第3Q累計 **121.6%** (前年同期比)

もっともっと餃子宣言！



施策1. 食品事業の取組み

2018年春夏シーズン 新商品・リニューアル品

新商品 5品 (冷凍食品・常温調味料)



大阪王将 羽根つきチーズ餃子



大阪王将 羽根つき餃子
味噌だれ付き



大阪王将 ぷるもちえび水餃子
トムヤムクンたれ付き



大阪王将
四川麻婆豆腐の素
(大辛)



大阪王将
麻婆ふりかけ

施策1. 食品事業の取組み

リニューアル品 11品 (冷凍食品・常温調味料)



大阪王将 羽根つき餃子



大阪王将 ぶるもち水餃子



大阪王将 ぶるもち水餃子
ボリュームパック



大阪王将
ぶるもちえび水餃子



大阪王将 小籠包



大阪王将
直火で炒めた炒飯



大阪王将 直火で炒めた炒飯
ボリュームパック



大阪王将
若鶏のから揚げ



大阪王将
蟹あんかけチャーハン



大阪王将
なすのひき肉はさみ揚げ



大阪王将
餃子の素

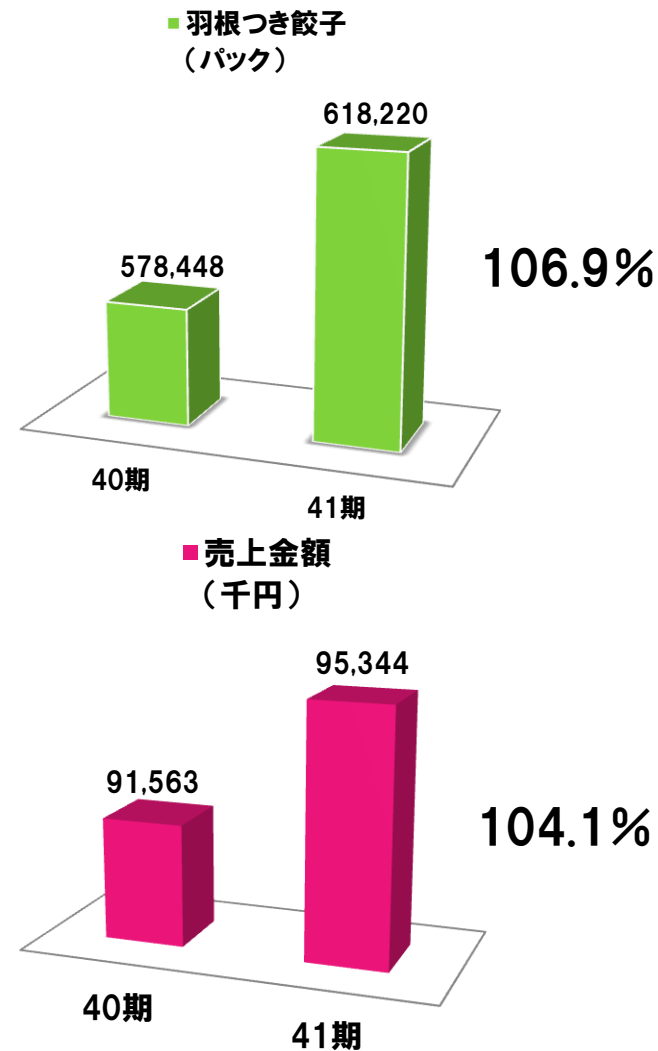
施策1. 食品事業の取組み

餃子大使 鈴木奈々さんとの販売イベント



販売数量・売上 共に伸長！

鈴木奈々さんイベント効果



施策1. 食品事業の取組み

羽根つき餃子、ぷるもち水餃子CM放映

■ぷるもち水餃子 新TVCM
「うまいでしょ」篇(15秒)

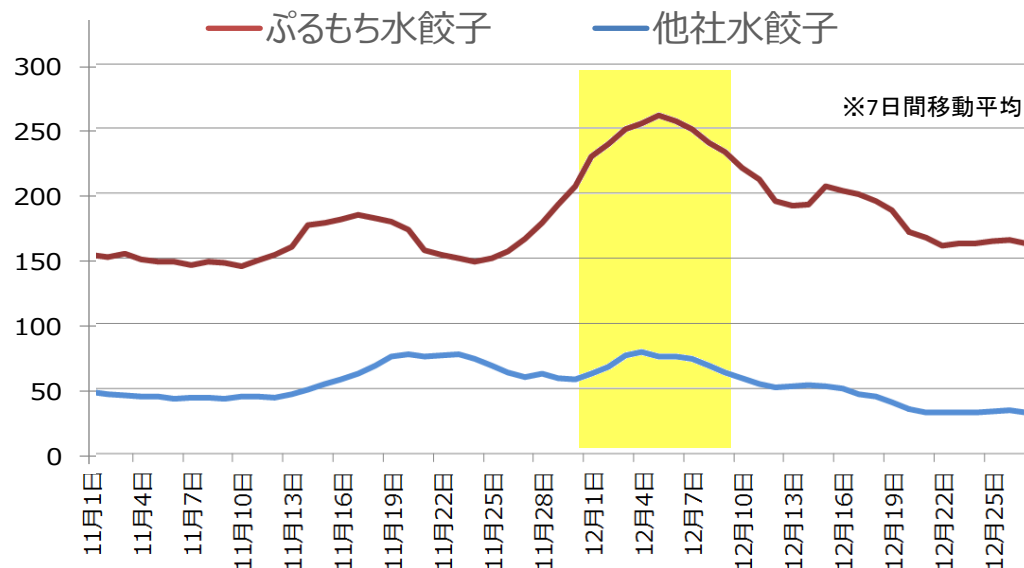


初の全国放映!

売上 147.1%

※売上前年比(2017年12月単月)

売上推移 (日経POS/千人当たり売上 :円)



放映期間中の売上は170.8%、放映後も堅調に推移

施策1. 食品事業の取組み 有料パブリシティの状況①

【中四国エリア Mチェーン】



売上前年比 177.3%
羽根つき餃子 175.6%

各エリアで売上好調
⇒継続して実施へ

【中四国エリア Sチェーン】



売上前年比 196.4%
羽根つき餃子 214.8%
ぷるもち水餃子 107.5%

販促効果により羽根つき餃子二桁増

施策1. 食品事業の取組み 有料パブリシティの状況②

【九州エリア Eチェーン】

売上前年比 **328.6%**

羽根つき餃子 423.1%

ふるもちえび水餃子 183.3%



- ・番組内にて店内・店外のイベントスペースより生放送！
- ・近隣大学の学生による大阪王将商品のアレンジコラボメニュー紹介
- ・大阪王将を前面に押し出した販促キャンペーンを実施
- ・大規模な大阪王将試食会・即売会実施

前年配荷のない状況からの巻き返し！ 売上に大きく貢献！

■ 施策1. 食品事業の取組み 餃子カテゴリー全体の売上UPを提案

餃子市場全体の
シェア拡大に貢献

北海道(K社:108店舗)

売上数量
12月POS実績
前年比 **168.0%**

※水餃子実績

関西(K社:87店舗)

売上数量
12月POS実績
前年比 **230.9%**

※羽根つき餃子実績

九州(T社:92店舗)

売上数量
12月POS実績
前年比 **220.1%**

※羽根つき餃子実績

施策1. 食品事業の取組み

水餃子・小籠包 簡単調理を訴求

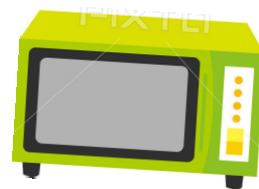


レンジで簡単調理 & 驚きのクオリティ！
ブラッシュアップした新商品をPR

【FOODEX JAPAN出展】

開催日程: 2018年3月6日～9日(4日間)

会場: 幕張メッセ(千葉県)



★テーマ: レンジで驚き！ショートタイムクッキング



ぷるもち水餃子



小籠包



トムヤムえび水餃子



SHOW
Speedy
Healthy
Originality
Wellness



■ 施策2. 次世代大阪王将の展開

次世代大阪王将展開の目的

人材不足時代への対応

職人技術に頼らない

クオリティのブレを低減

初期投資軽減→加盟意欲をあげる

施策2. 次世代大阪王将の展開

	餃子食堂	餃子酒場	餃子専門
営業時間	11:00～23:00	11:00～15:00 17:00～26:00	11:00～23:00
原価率	33%	30%	35%
人件費率	25%	23%	20%
FLコスト	58%	53%	55%
賃料比率	10%(2.5万/坪)	15%(6.0万/坪)	12%(4.0万/坪)
FLLRコスト	68%	68%	67%
坪数	30坪(郊外・駅前)	25坪(繁華街)	18坪(駅前)
想定月商	7,000千円(23万/月坪)	10,000千円(40万/月坪)	6,000千円(33万/月坪)
償却前利益	17%	17%	18%
ターゲット	主婦・ファミリー	会社員	日常利用
客単価	850円	1150円	800円
特徴	持ち帰り売上構成比 20% 定食中心 商品数50品	ドリンク比率 25% おつまみ商品 商品数30～40品	餃子売上構成比 55% 餃子カテゴリー強化 商品数20～30品

施策2. 次世代大阪王将の展開



大阪王将菊川店

店舗タイプ	餃子食堂タイプ
坪数/席数	23坪/ 30席
オープン日	2017年9月21日
営業時間	11:00~23:00
ターゲット	近隣住民・主婦・ファミリー

KPI	
売上(千円)	7,000
客数(人)	8,235
客単価(円)	850
原価率	33%
人件費率	25%
FLR	68%
償却前利益	17%

・次世代モデルの機能構築
(少人数ハイクオリティ)

・**食堂タイプ**の検証

施策2. 次世代大阪王将の展開

大阪王将 菊川店実績 (単位:千円)		10月		11月		12月	
		金額	対売比	金額	対売比	金額	対売比
売上		9,403	100.0%	7,848	100.0%	6,967	100.0%
売上原価		3,091	32.9%	2,545	32.4%	2,376	34.1%
売上総利益		6,312	67.1%	5,303	67.6%	4,591	65.9%
人件費計		2,492	26.5%	1,955	24.9%	1,694	24.3%
賃料		750	8.0%	750	9.6%	750	10.8%
償却費		558	5.9%	558	7.1%	558	8.0%
他販管費		938	10.0%	962	12.3%	918	13.2%
他販管費計		2,246	23.9%	2,270	28.9%	2,226	32.0%
販管費計		4,738	50.4%	4,225	53.8%	3,921	56.3%
営業利益		1,574	16.7%	1,077	13.7%	670	9.6%
償却前利益		2,132	33.3%	1,635	20.8%	1,228	17.6%

施策2. 次世代大阪王将の展開



大阪王将西五反田店

店舗タイプ	餃子酒場タイプ
坪数/席数	26.8坪/40席
オープン日	2017年12月15日
営業時間	11:00~23:00
ターゲット	会社員

KPI	
売上(千円)	9,000
客数(人)	8,411
客単価(円)	1,070
原価率	30%
人件費率	23%
FLR	68%
償却前利益	17%

・次世代モデルの機能構築
(少人数ハイクオリティ)

・酒場タイプの検証



施策2. 次世代大阪王将の展開



大阪王将南池袋店

店舗タイプ	餃子酒場タイプ
坪数/席数	39.6坪/55席
オープン日	2018年2月6日
営業時間	11:00~26:00 (15~17閉)
ターゲット	会社員

KPI	
売上(千円)	12,000
客数(人)	11,214
客単価(円)	1,070
原価率	30%
人件費率	23%
FLR	68%
償却前利益	17%

・次世代モデルの機能構築
(少人数ハイクオリティ)

・酒場タイプの検証

・「よってこや」併設店舗



施策3. 大阪王将の戦略__41期

～大阪王将創業50周年に向けて～

大阪王将 リバイタライズ戦略

【目標】

- ◎客数前年比 105%
- ◎客単価前年比 100%
- ◎売上前年比 105%

超生産性

包丁レス・餃子拡販



超ファン化

店舗・フードコートも！
お客様のスマホから注文



施策3. 超生産性 包丁レス、仕込レス進捗

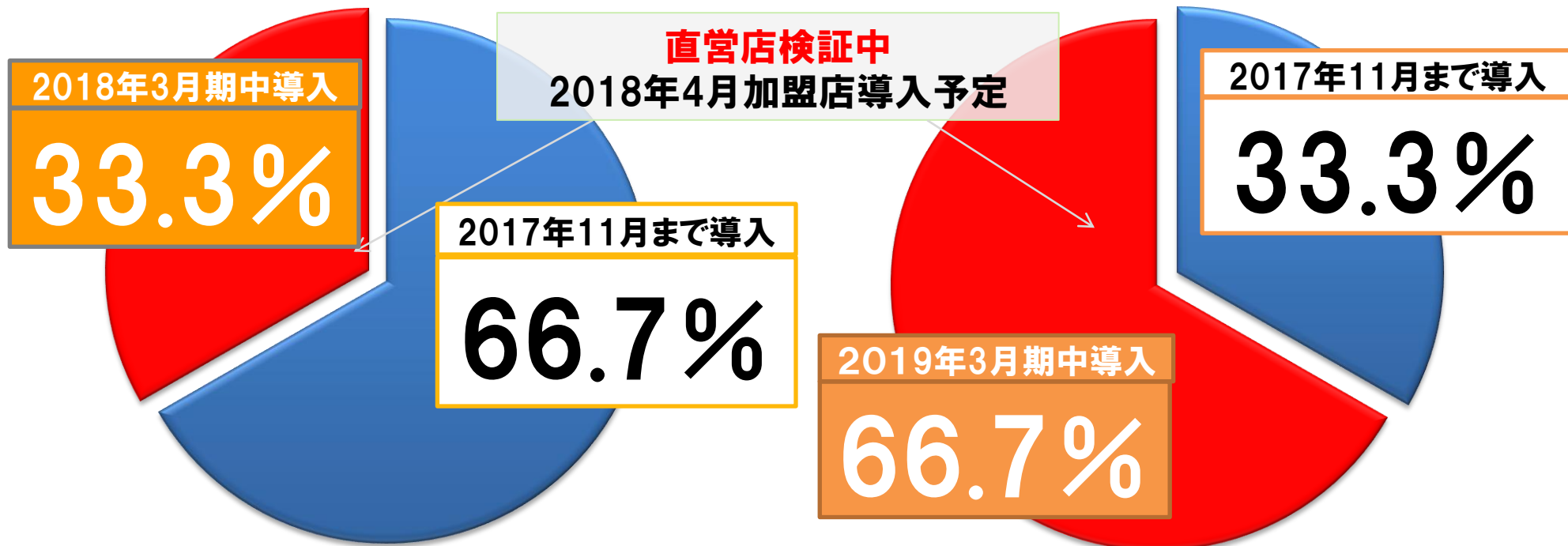
<人件費30%超⇒28%>

【包丁レス】 27品目中**18品目**完了

【仕込レス】 15品目中**5品目**完了

■ 導入済 ■ 今後導入予定

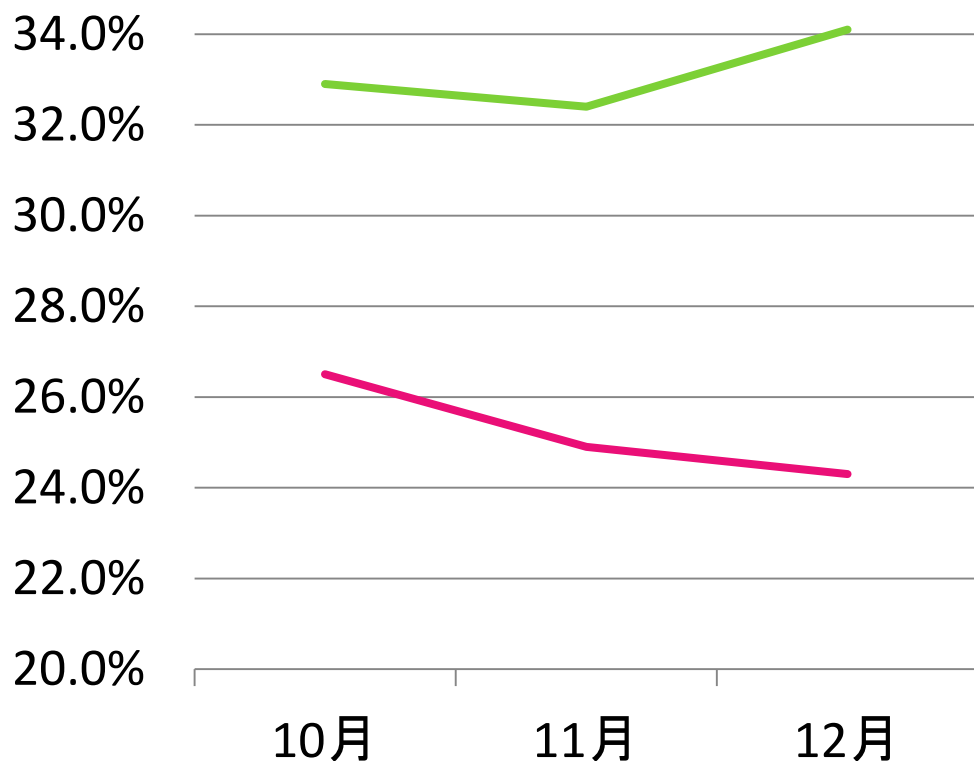
■ 導入済 ■ 今後導入予定



原価率0.3~0.6%上昇

施策3. 超生産性 包丁レス、仕込レス進捗

直営検証結果(菊川店実績)



包丁レス・仕込レスで
人件費削減！

10月より19品検証

原価率 1.2ptアップ

人件費率 2.2ptダウン



1.0pt生産性向上

— 人件費率
— 原価率

施策3. 超生産性 レス-厨房の実現

少人数 ハイクオリティ

2019年4月
ポーションパック
導入予定

創業
50周年

2017年
4月
レス食材
9品

2017年
11月
レス食材
14品

2018年
4月
レス食材
19品

2017年

2018年

2019年

2020年



包丁レス



仕込レス

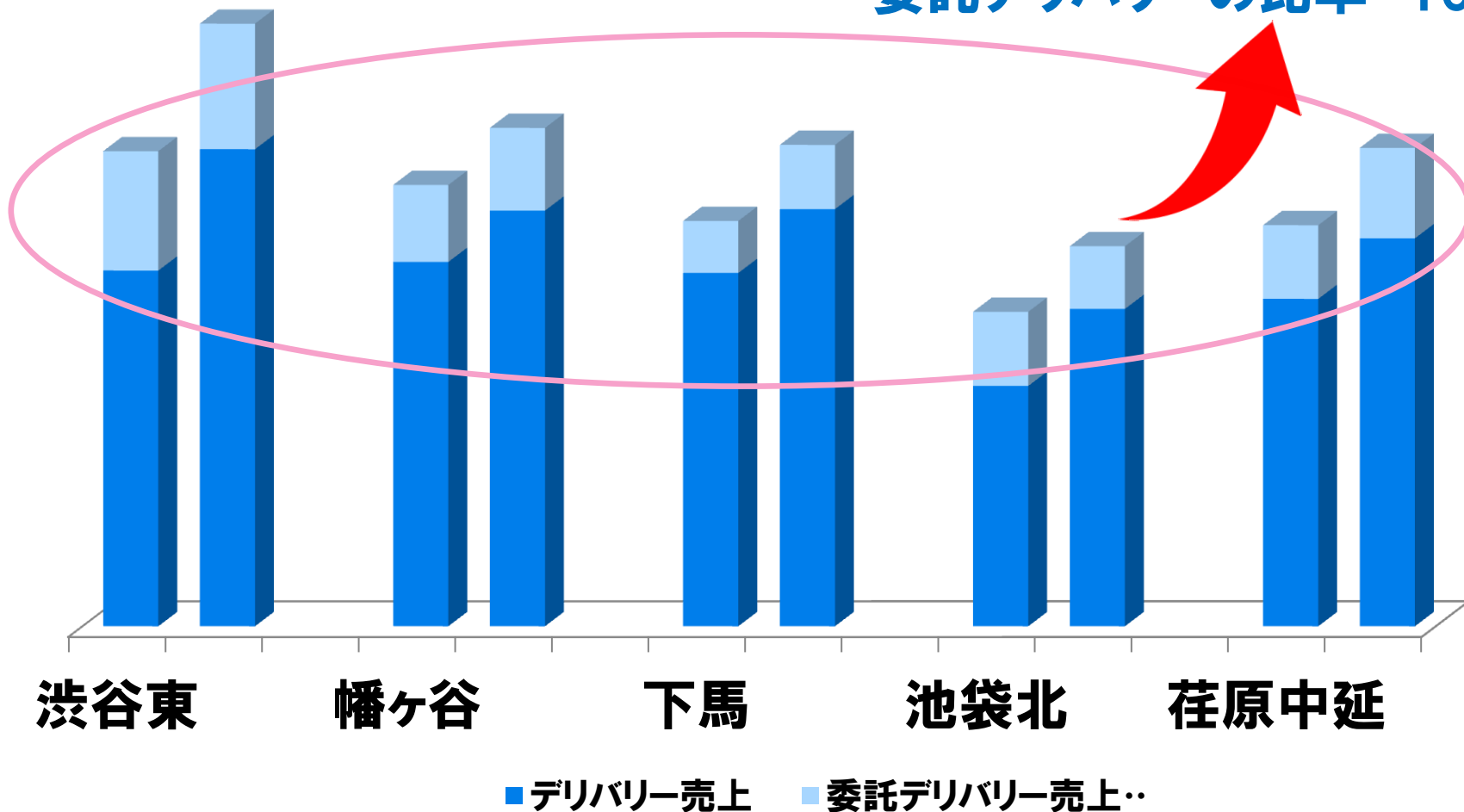


職人レス

施策3. 超ファン化 委託デリバリーの状況

既存の売上にプラス！

委託デリバリーの比率 13~25%



※2017年12月、2018年1月売上

施策3. 超ファン化

Tポイントカード利用開始

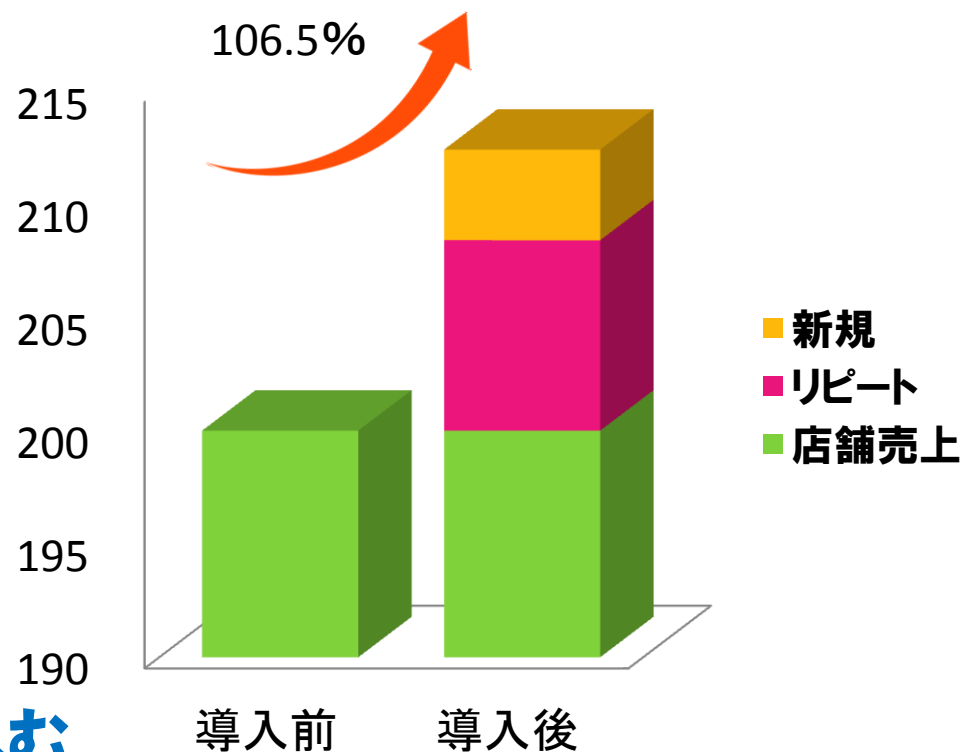
新規来店・リピート来店喚起



新規利用及びリピート売上を見込む

売上12億円増見込

大阪王将店頭売上イメージ比較 (億円)



施策3. 超ファン化 観光客向け決済サービス導入

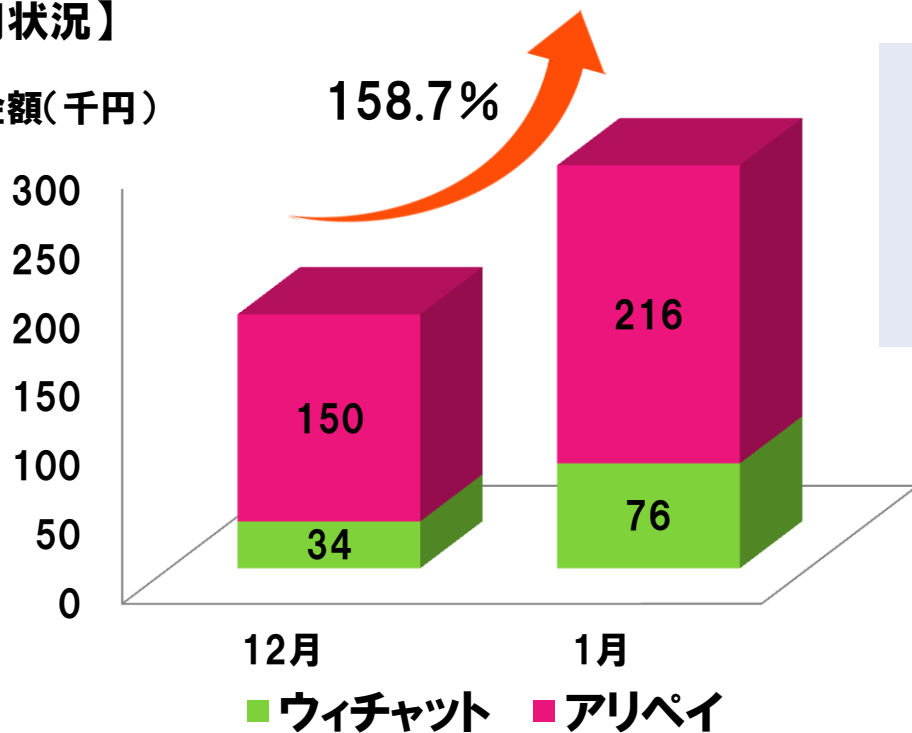


現金を持ち歩かない中国人観光客向け 決済サービスを導入
⇒利用動機拡大、お客様ストレスの緩和

利用動機になるよう
ガイドブック等への
掲載を進めていく

【利用状況】

金額(千円)



利用件数

172件

※12月・1月
導入1店舗の実績



微信支付



支付宝™
ALIPAY



施策4. 海外事業のエリア展開

海外の既存出店エリアと新規エリア

大阪王将インドネシア2号店オープン！
グランドインドネシア 店（11/29）



NEW!



<今後の新規出店エリア>
マレーシア

～9拠点・49店舗へ～



施策4. 海外事業のエリア展開

計画15店舗に対し⇒**21店舗**確定済



タイ
3店舗



ベトナム
2店舗



シンガポール
1店舗



インドネシア
2店舗



台湾
13店舗



施策5. 外食新業態の確立 カフェベーカリー業態の出店状況

★ 出店予定

● 既存店



R Baker
Inspired by court rosarian
東京都品川区(直営)
2018年2月OPEN

R Baker
Inspired by court rosarian
東京都台東区(直営)
2017年12月OPEN



R Baker
Inspired by court rosarian
神奈川県海老名市(直営)
2017年11月OPEN



施策6. 生産事業の取組み 外国人技能実習生受入れ



優秀・勤勉な外国人実習生の
受入れにより人材を確保



製造部門を強化



※11月より、ベトナム人
実習生14名を受入れ



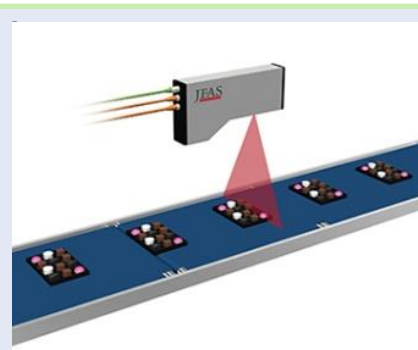
■ 施策6. 生産事業の取組み



色彩選別機



デュアル式X線
検査器



カメラでの
検品強化

食の安心・安全に対する
更なる設備投資

餃子の具材に使用する
原料中の異物除去
関東工場 8月導入

具材のミンチ肉加工後の
硬骨片の除去
関東・関西工場 9月導入

高解像度カメラでの付着
異物除去
関東・関西工場 3月導入

ご参考資料

- ① 会社概要
- ② 新のれんチャイズ
- ③ 産地連携
- ④ CSR活動
- ⑤ 本資料の取り扱い

会社概要

<2017年12月31日現在>

- | | |
|-----------|-------------------------------------|
| 社名 | ■ イートアンド株式会社 |
| 英語名 | ■ EAT&Co.,Ltd |
| 東京ヘッドオフィス | ■ 東京都品川区東品川4-12-8 品川シーサイドイーストタワー15階 |
| 大阪オフィス | ■ 大阪府中央区南久宝寺町2-1-5 |
| 設立年月 | ■ 昭和52年8月 |
| 資本金 | ■ 9億6,007万円 |
| 発行済株式総数 | ■ 8,870,490株 ※株式分割後 |
| 決算期 | ■ 3月末日 |
| 代表者 | ■ 代表取締役会長 文野 直樹
■ 代表取締役社長 仲田 浩康 |
| 従業員数 | ■ 1,188名【社員382名・パートアルバイト806名(8h換算)】 |
| 業種 | ■ 飲食店経営および冷凍食品販売 |
| 営業店舗数 | ■ 488店舗（直営店 77店舗、加盟店 362店舗、海外49店舗） |
| 監査法人 | ■ 東陽監査法人 |

新のれんチャイズ

「のれんチャイズ」は当社独自の加盟店システム

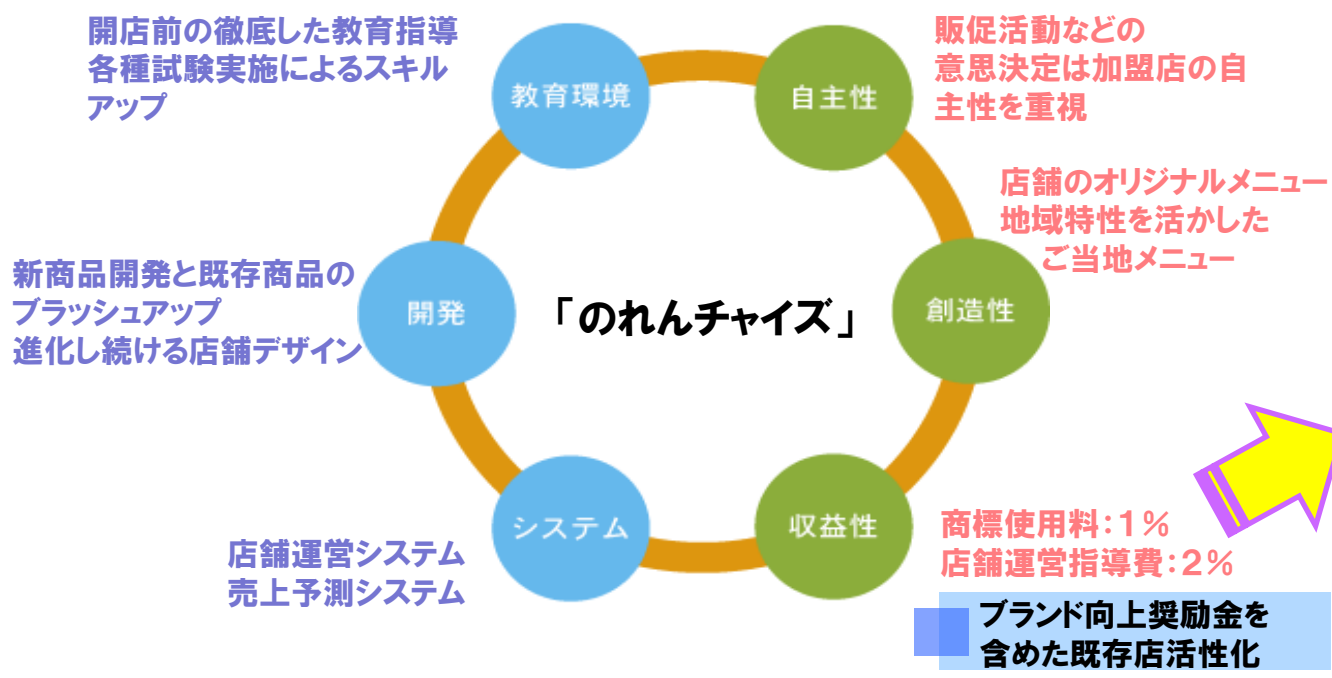
一般的なFCの弱点(FCオーナーの視点)

- × 創造性が発揮できない
- × 個性あふれる店になりにくい
- × ロイヤリティーによる収益圧迫



当社の「のれんチャイズ」

- メニュー、販促の自主性尊重
- 店舗内外装にオーナーの自由意思
- チェーン運営費は1% *



*チェーン加盟店から当社への売上 (大阪王将FCの例)

- 商標使用料 店舗売上の1.0%
⇒売上の前年同月対比に準じて変動
110%以上=0.5%
105%以上=0.7%
100%以上=0.8%
100%未満=1.0%
- 店舗運営指導費 店舗売上の2.0%
⇒加盟1年目:2.0%
⇒加盟2年目以降
EAT&が定める調理資格保有者の人数に準じて変動
2名以上=無し
1名 =1.0%
不在 =2.0%
- 加盟店に対する食材の販売

産地連携

宮崎・鹿児島を中心に7万坪以上の土地面積を使用し、各地域の農家とニンニク・生姜・キャベツを栽培



北海道



秋田県



茨城県



長野県



香川県



宮崎県



宮崎県

安心・安全・美味しい理由

豚肉
国産の豚肉を使用する事により、独特の旨みを引き出しています。

ニンニク
コブ味(甘み)の質が良い、国産のニンニクを使います。

生姜
国産の生姜を使用し、風味を十分に引き上げます。

キャベツ
国産の農家から産出したキャベツを使用します。

餃子の原料
国産原料
100%

国産原料にこだわる

とこどん「旨い」を追求し続けます。

大阪王将
OSAKA GHEHO

2010年より国産原料へ切替

CSR活動

Keep on Challenging Project 活動

『子供たちに餃子を届けようプロジェクト』の実施

全国の養護施設を訪問し、餃子の巻き体験を実施。

「餃子ができるまで」というテーマの下VTRと共に食育授業を展開。



訪問実績：25施設 2018年2月時点

※2/10 都内施設訪問

本資料の取り扱い

- 本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により、実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。
- 別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。
- 当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。
- 本書は、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申込み又は買付けの申込みの勧誘(以下「勧誘行為」という。)を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。投資に関する決定は、閲覧者ご自身の判断と責任で行われますようお願いいたします。