



2023年10月期 1Q 決算について想定されるご質問に対する回答

本資料は、本日開示した2023年10月期 1Q 決算について想定されるご質問に対する回答を皆様のご参考として開示するものです。

Q1：売上、営業利益が前年同期を上回っていますが、経常利益、四半期純利益が前年同期を下回っているのはなぜでしょうか。

A1：新規出店、既存店が好調であったことから売上は増収、本業の利益獲得能力である営業利益は増益となっております。一方で、前年同期には、時短協力金などの補助金収入が336百万円計上されており、当期に関しましては補助金収入の計上はほぼないことから、経常利益、当期利益では前年同期比で減益となっております。

Q2：粗利率が前年同期比で低下しているのはなぜでしょうか。

A2：原材料価格やエネルギーコストの上昇による運送費の上昇などにより、仕入価格が上昇しております。各種コストUPに対して、弊社の基本方針はコスト増加分を価格転嫁させていただくという方針のもと運営しており、直営店のメインブランドで昨年は2回、今年は1回の価格改定を実施しております。プロデュース店向けの食材供給に関しましても、仕入先からの価格改定に完全連動して改定を実施しております。当基本方針により粗利額は一定額を確保できる見通しではありますが、粗利率に関しては低下傾向となっております。なお、昨年2回、今年1回の価格改定後、客足への影響はございませんでした。

Q3：後発事象に記載のある株式会社 Craft の買収とは何でしょうか。

A3：昨年発表の中期経営計画にも記載の通り、M&A に関しても積極的に取り組んでおります。ラーメンマーケットの消費者は嗜好性が高く、バーガーや回転寿司のように同じ味のラーメンのみではマーケットシェアを拡大出来ないため、様々なこだわったラーメンを提供することでラーメンの消費者に魅力的な商品を提供していきたいと考えております。そのために、自社開発はもちろんのこと、単店の超繁盛店、チェーン店、工場を M&A の対象として考えております。当買収はその戦略に則った一環の取り組みとなります。



なお、ブランディングの観点から個別具体的な店名の開示は控えさせていただきます。

Q4：直営店の出店の進捗状況はいかがでしょう。

A4：1月末までの進捗としては、直営店は8店舗（純増6店舗）の新規出店を行いました。1Q後の2023年2月においては4店舗の出店を行っております。物件契約数については、計画に対して順調に積み上がっておりますので、引き続き出店計画達成に向けて取り組んでまいります。

Q5：海外の店舗数が、1Q中に、直営店+1、プロデュース店+3と増えていますが、具体的にはどのエリアに出店していますか。

A5：1Qにおいては、直営店は2022年11月にニューヨークの一等立地に、当地における3店舗目を出店しております。

プロデュース店については、ベトナムで2022年11月に新規出店を行いました。また、2023年1月には、タイ・プーケットで「町田商店」フランチャイズ店の初出店（店舗数としてはプロデュース店としてカウント）を行い、FC事業をスタートさせております。引き続き、アメリカ、東南アジアにおいて「町田商店」「豚山」等のブランドをFC事業として展開すべく、精力的な営業活動を展開してまいります。

以上