株式会社 NATTY SWANKY ホールディングス

2023 年 1 月期決算説明会

2023 年 3 月 20 日

イベント概要

[企業名]	株式会社 NATTY SWANKY ホールディングス
[企業 ID]	7674
[イベント言語]	JPN
[イベント種類]	決算説明会
[イベント名]	2023 年 1 月期決算説明会
[決算期]	2022 年度　通期
[日程]	2023 年 3 月 20 日
[ページ数]	32
[時間]	13:30 – 14:03 （合計：33 分、登壇：25 分、質疑応答：8 分）
[開催場所]	103-0026　東京都中央区日本橋兜町 3-3　兜町平和ビル 2 階 第 2 セミナールーム　（日本証券アナリスト協会主催）
[会場面積]	145 ㎡
[出席人数]	19 名
[登壇者]	4 名 代表取締役社長　井石　裕二（以下、井石） 管理部 部長代理　伊藤　正　（以下、伊藤正）

管理部 財務経理課　　黒澤　祐介　（以下、黒澤）

株式会社ダンダダン 取締役 FC 事業部長

伊藤　慎一朗（以下、伊藤慎一朗）

登壇

司会：それでは、定刻となりましたので、ただ今から、株式会社 NATTY SWANKY ホールディングス様の 2023 年 1 月期通期決算説明会を開催いたします。

最初に、同社からお迎えしております 4 名様をご紹介申し上げます。代表取締役社長、井石裕二様。

井石：よろしくお願いします。

司会：株式会社ダンダダン、取締役、FC 事業部長、伊藤慎一朗様。

伊藤慎一朗：よろしくお願いいたします。

司会：管理部、部長代理、伊藤正様。

伊藤正：よろしくお願いします。

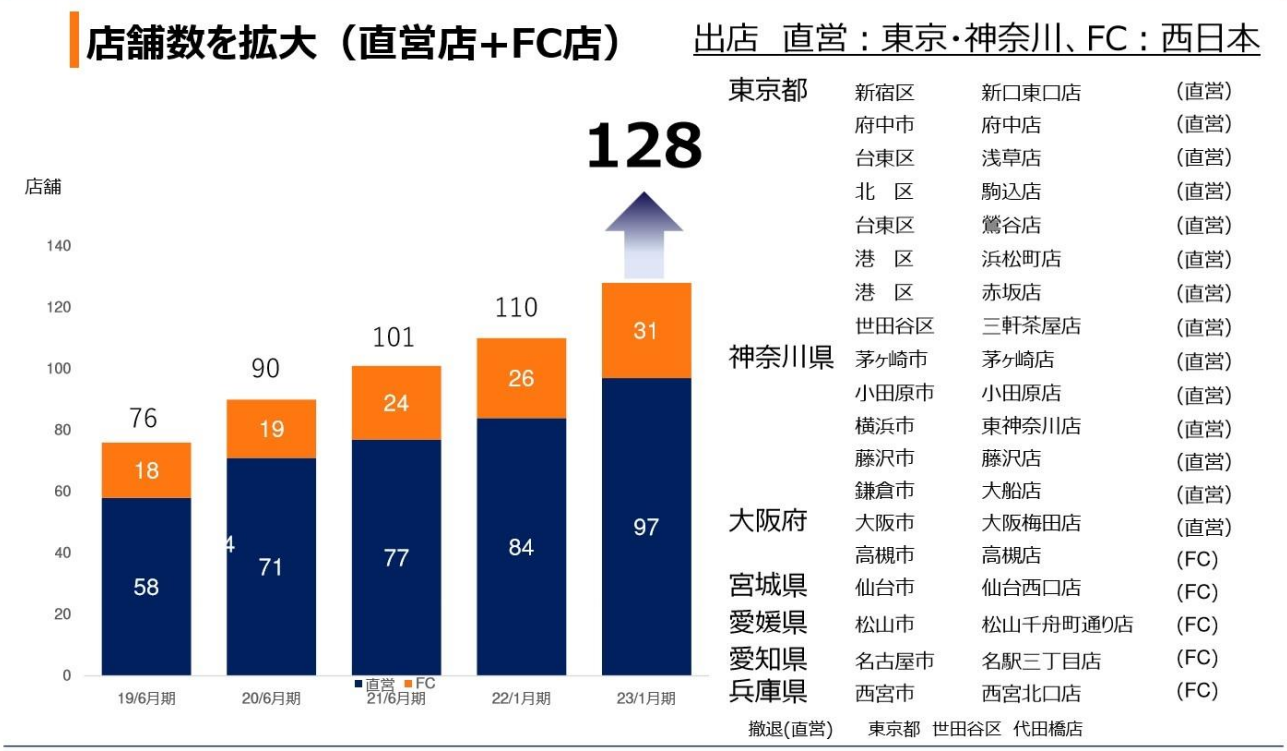
司会：管理部、財務経理課、黒澤祐介様。

黒澤：よろしくお願いいたします。

司会：本日は、代表取締役社長、井石様、株式会社ダンダダン、取締役、伊藤様、このお二方からご説明をいただきます。ご説明いただいた後、質疑応答の時間を取らせていただきます。

それでは、どうぞよろしくお願いいたします。

店舗推移



株式会社NATTY SWANKYホールディングス　2

井石：皆様、本日はお集まりいただき、ありがとうございます。それでは、早速ではございますが、2023 年 1 月期の決算説明をさせていただきたいと思います。

まずは店舗数の推移です。前期末 110 店舗だったのが、23 年 1 月期末で 128 店舗と、18 点の増店となりました。直営店は相変わらず関東を中心に、特に神奈川の南方面に出店をしました。それから大阪進出で、昨年 4 月に大阪梅田店、1 店舗出店しております。フランチャイズは基本的に地方に出店しております。

店舗推移

新規出店数（前期・当期計画比較）

（単位：店舗）

	2022年1月期 ※	2023年1月期 実績	2023年1月期 当初計画	計画との比較	達成率
直営店	8	**14**	24	△10	58.3%
FC店	2	**5**	6	△1	83.3%
合計	10	**19**	30	△11	63.3%

※2022年１月期は決算期（事業年度の末日）を変更したことに伴い7ヶ月間の変則決算となっております。

こちらが新規出店の計画との比較です。直営店 24 店舗の新規出店計画をしていましたが、14 店舗と計画未達に終わっております。フランチャイズは 6 店舗計画が 5 店舗、合計で 30 店舗の計画が 19 店舗になっております。

計画に届かなかった主な要因としましては、やはり想定以上に新型コロナの影響が大きく、特に第 7 波で、6 月、7 月、8 月、9 月と影響が大きかったので、その辺りで出店をちょっと保守的に見て抑えました。

サポート
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com
SCRIPTS Asia's Meetings, Globally

店舗推移

2023年1月期 出店内訳

（単位：店舗）

		2022年1月期	2023年1月期			
		期末店舗数	新規出店	直営→FC	退店等	合計
直営店	関東圏	81	13	–	△1	93
	関東圏以外	3	1	–	–	4
	計	84	14	–	△1	97
FC店	関東圏	16	0	–	–	16
	関東圏以外	10	5	–	–	15
	計	26	5	–	–	31
合計		110	19	–	△1	128

■退店等　東京都　世田谷区　代田橋店（東京都による収用のため）

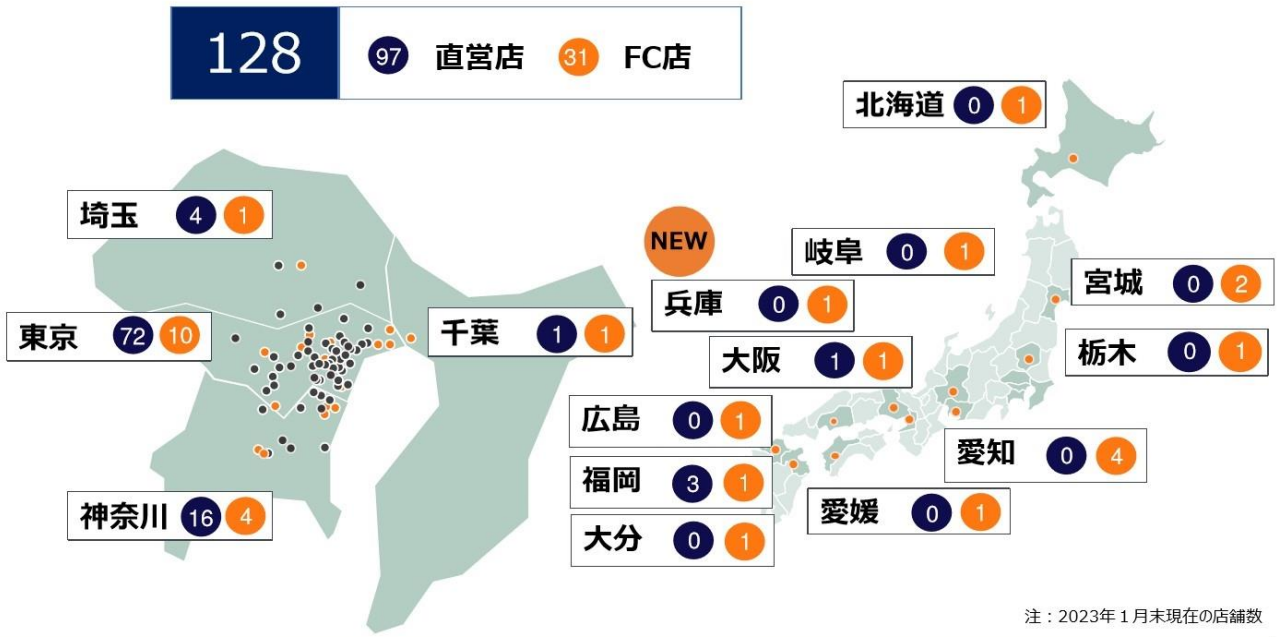
純増
18店舗

株式会社NATTY SWANKYホールディングス　4

こちらが出店の内訳です。退店が直営店で 1 店舗ありました。FC 店に関しましては関東圏以外で 5 店舗、関東圏では出店がありませんでした。

エリア別店舗数

関東以外19店舗まで増加　兵庫県初出店



こちらはエリア別です。特筆するべきとしては大阪に１店舗、フランチャイズも高槻店に１店舗、それから兵庫に西宮店１店舗と、関西進出で３店舗を出しております。いずれも好調で、このまま関西出店には力を入れていきたいと思っているところでございます。

2023年１月期連結業績

計画比較

社会情勢の変化による水道光熱費コスト上昇が想定以上の経費計上

(単位：百万円)

	2023年1月期通期業績			
	当初計画	実績	増減額	計画比(%)
売上高	6,000	**5,846**	△153	97.3
売上総利益	4,254	**4,158**	△95	97.6
販売費及び一般管理費	4,063	**4,288**	229	105.6
営業利益又は営業損失（△）	180	**△130**	–	–
経常利益又は経常損失（△）	170	**△130**	–	–
親会社株主に帰属する当期純利益又は当期純損失（△）	120	**△379**	–	–

次に、連結の業績です。売上高は 60 億円の計画に対して 58 億 4,600 万円、計画比で 97.3%に終わっております。

販管費に関しましては 40 億 6,300 万円のところが 42 億 8,800 万円、こちらにつきましては、特に円高とか戦争等の影響がありまして、水道光熱費が期初より 30%ほど増えてしまったところが大きな要因として考えております。キャッシュレス決済を導入したんですが、そこの決済手数料が想定より重かったところで販管費が増えております。

当期利益は 3 億 7,900 万円のマイナスと、こちらは特に営業利益から減損損失を 14 店舗行いまして、3 億 7,900 万円の赤字と着地しております。

サポート
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com
SCRIPTS Asia's Meetings, Globally

現状の業績動向

売上高内訳

直営店売上の未達を回復することが今後の課題

(単位：百万円)

科目名	2023年１月期 実績	構成比 %	当初計画比 %	増減内容
直営店売上	5,555	95.0	96.4	新規出店14店舗 新型コロナウイルス感染症の影響による集客減
製品卸売上	131	2.2	117.8	FC店売上増による寄与
FC売上	104	1.8	144.0	FC店のロイヤリティ収入増 新規出店５店舗の売上好調
その他売上	55	0.9	98.1	専売料・従量制リベート等
純売上高	5,846	100.0	97.3	-

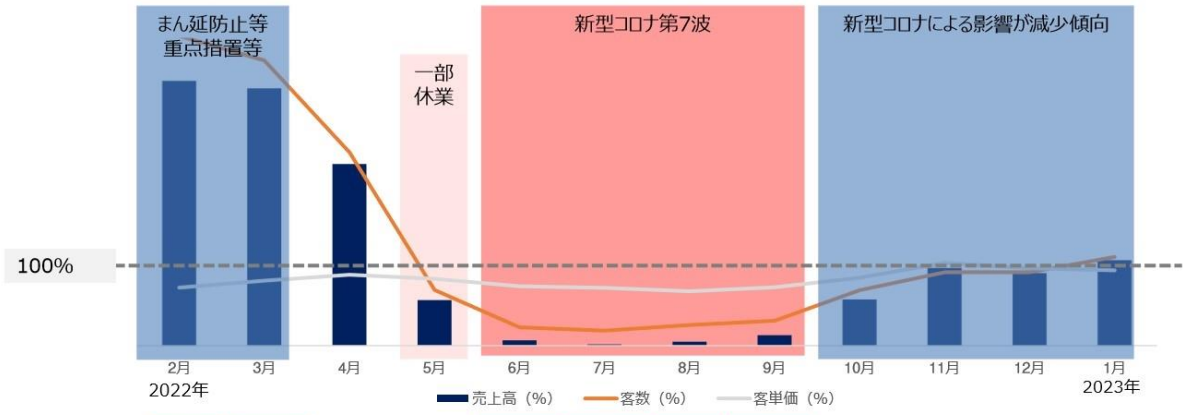
株式会社NATTY SWANKYホールディングス 7

こちらは売上高の内訳です。当社の場合、ほとんどが直営店でのお客様からいただいている売上で95%を占めておりますので、未達分と考えましては直営店、特に既存店の１店舗当たりの売上を回復していくことが今期以降の課題となっております。

製品卸売上はFC店に対する餃子等の卸売上で、FC売上はロイヤリティ等の加盟金、その辺の売上になっております。

既存店前年比較推移

10月以降行動制限が緩和され来店客数が回復の傾向



既存店昨対	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
売上高（%）	197.5	193.6	154.0	82.9	61.8	59.7	61.1	64.5	83.2	99.6	96.9	103.7
客数（%）	220.9	208.2	160.2	88.2	68.6	66.9	69.8	72.0	88.0	97.4	97.4	105.4
客単価（%）	89.4	93.0	96.1	94.0	90.1	89.3	87.5	89.6	94.6	102.3	99.5	98.4

単位：%

注：出店月を除き、18ヶ月経過の店舗を既存店と定義

株式会社NATTY SWANKYホールディングス 8

こちらは既存店前年比の比較です。5 月は一部休業と書いてありますが、餃子不足、製造が追いつかなかったところで一部の店舗を休業してしまったところがございました。

6 月終わりぐらいから始まっていた第 7 波、こちらの影響がやはり想定以上に大きかったところで、秋口以降、10 月からはだんだんと回復傾向にあります。

既存店の昨年対比の数字もグラフのとおりになります。客単価も徐々に回復傾向にあるような推移でございます。

営業利益増減要因

販売費及び一般管理費増減分析

店舗運営における間接コストの上昇が顕著

(単位：百万円)

単位：(百万円)	2023年1月期 当初計画	2023年1月期 実績	販売管理費 構成比	予算比
売上高	6,000	5,838	–	97.3%
人件費	1,854	1,836	42.8%	99.0%
地代家賃	804	837	19.5%	104.1%
水道光熱費	210	288	6.7%	136.9%
支払手数料	179	257	6.0%	143.2%
減価償却費	260	237	5.5%	91.2%
消耗品費	82	93	2.2%	112.6%
旅費交通費	102	81	1.9%	79.9%
通信費	36	69	1.6%	190.0%
株主優待引当金繰入額	24	40	0.9%	167.9%
その他	507	546	12.7%	107.6%

予算比増減要因

・人件費
店舗運営に適切な人員配置によりコントロール

・地代家賃
地代単価が高いエリアへの出店増

・水道光熱費
期初比30%高騰している状況

・支払手数料
キャッシュレス決済及びデリバリー売上に伴う手数料の増加

・減価償却費
出店スピードを調整したことによる減少

株式会社NATTY SWANKYホールディングス 9

こちらは販管費及び一般管理費の増減分析です。やはり店舗運営における間接コストの上昇が顕著に表れています。先ほど申し上げました水道光熱費もだいぶ上がっておりますし、人件費でも、特に最低賃金の引き上げや社会保険の適用拡大、パート・アルバイトに対する適用等で多少販管費が膨れています。

連結貸借対照表サマリー

(単位：百万円)

		2023年１月期 実績	主な内容
資産の部	流動資産	1,703	現金及び預金　1,035百万円 NSHDの消費税中間納付にかかる未収消費税188百万円
	固定資産	2,079	店舗による有形固定資産　1,436百万円 店舗契約にかかる差入保証金　462百万円
	資産合計	3,783	
負債の部	流動負債	1,151	1年以内に返済期限が到来する借入金　391百万円 販売費及び一般管理費にかかる未払金　304百万円
	固定負債	1,076	設備投資資金にかかる借入金　873百万円
	負債合計	2,227	
純資産の部	純資産合計	1,555	
	自己資本比率（%）	40.9	

こちらは B/S です。現預金は借入返済を 5 億円ほど行ったことで 10 億 3,500 万円と減少しております。最終的に大きな赤字を計上してしまいましたが、自己資本比率は引き続き 40.9%と、財務状況はそんなに心配するようなところではないと認識しております。

サポート
日本　050-5212-7790　米国　1-800-674-8375
フリーダイアル　0120-966-744　メールアドレス　support@scriptsasia.com
SCRIPTS Asia's Meetings, Globally

現状の業績動向

連結キャッシュ・フロー計算書サマリー

月商２か月分の手元流動性を確保

(単位：百万円)

	2023年１月期 実績	主な内容
営業活動による キャッシュ・フロー	△ 155	税金等調整前当期純利益 △421 減損損失 312
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 490	有形固定資産の取得 △420 敷金及び保証金の差入 △70
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 300	短期借入金の返済 △520 長期借入金の返済 △339 長期借入金の借入 568
現金及び現金同等物 の増減額	△ 946	
現金及び現金同等物 の期首残高	1,981	-
新規連結に伴う現金及び 現金同等物の増減額	1	-
現金及び現金同等物 の期末残高	1,035	-

こちらはキャッシュ・フローです。期末の現預金は 10 億 3,500 万円で、月商の 2 カ月分ぐらいの現預金は保有しているところです。ここに短期借入金の返済 5 億円と書いてありますが、コミットメントラインで借りた分を返済しました。

サポート
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com
SCRIPTS Asia's Meetings, Globally

株主還元

利益配分の基本方針

将来の事業拡大のために必要な内部留保とのバランスを図りながら
安定的かつ継続的な配当を実施する

- **配当予定**

■前期実績：1株あたり5円00銭
□今期予定：1株あたり5円00銭

継続的なご愛顧に感謝をするとともに、総合的な判断のうえ、株主様へ継続的な利益還元を行う

- **株主優待**

	回数	内容
23.1月期	年2回	肉汁餃子のダンダダンの「お食事券1,000円」10枚進呈（10,000円相当） 基準日につきましては、は７月末、１月末

株式会社NATTY SWANKYホールディングス 12

株主還元ですが、こちらは引き続き変更なく、利益配分の基本方針として、将来の事業拡大のために必要な内部留保とのバランスを図りながら、安定的かつ継続的な配当を実施する方針で行っております。

配当予定としては、1 株当たり 5 円、株主優待に関しましても、引き続き年 2 回、1 万円分の食事券を配布する予定でございます。

2023年１月期トピックス①

社長室広報によるダンダダン情報の拡散、認知拡大

多数のメディアへ露出を実現



報道事例

<テレビ放映>
フジテレビ「めざましテレビ」
TBS「がっちりマンデー」
TBS「坂上＆指原のつぶれない店」
日本テレビ「news zero」
関西テレビ「ちゃちゃいれマンデー」
毎日放送「よんチャンTV」他

<Webメディア>
Yahoo!ニュース・経営者JP・グノシー 他

<新聞報道>
産経新聞・毎日新聞・日本経済新聞 他

<ラジオ放送>
ラジオ大阪・ラジオNIKKEI・渋谷クロスFM

株式会社NATTY SWANKYホールディングス　13

次に、23 年 1 月期のトピックスになります。社長室を立ち上げたというお話しさせてもらったと思いますが、広報認知活動に力を入れてまいりました。特にテレビや Web メディア、テレビ放映は 30 件以上を獲得し、Web メディアも 500 件以上の掲載がありました。

特にテレビ番組では、やはりゴールデンタイムに放送した TBS のつぶれない店等は、だいぶ売上にも寄与したところでございました。

2023年１月期トピックス②

IP（知的財産）とのタイアップによる新規顧客の拡大







※過去実施コラボキャンペーン

「コト消費」として目的来店を促進

- 特別メニュー・限定グッズの提供
- ダンダダンでしか体験できない環境の提供
- SNSでの情報の拡散・話題を提供
- 店舗における体験価値の向上
- 商品単価・来店頻度の向上に寄与

新しい新規顧客の開拓で、アニメや、下に書いた三國志のゲームですが、ゲームとコラボして新規認知を上げていくところを行ってまいりました。コラボの内容としては、特別メニューや限定グッズ、ダンダダン限定グッズを販売したり、それによって SNS で情報を拡散したり、店舗における体験価値を向上しました。こちらもダンダダンのユニフォームを着たアニメのキャラがポスターになって、アニメファンに訴えているところです。

サポート
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com
SCRIPTS Asia's Meetings, Globally

2023年１月期トピックス③

ブランド認知向上に向けた多人数参加イベントへの出店







ダンダダンブランドの認知機会増

餃子ファンへ実体験の場を提供

顧客との接点・商品認知機会を創出



実店舗の広告による集客

近隣店舗の紹介チラシ配布

来店動機付けの周年祭等の告知実施

ブランド認知向上に向けたイベントへの出店と書いてありますが、特にこちらは関西方面です。関西方面のダンダダンの認知度はまだまだ低いので、関西方面の、はらぺこ CIRCUS ですとか、クラフト餃子フェスといった大阪でやるイベントに出店して、ダンダダンの餃子の認知度を上げていくことを行いました。

サポート
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com
SCRIPTS Asia's Meetings, Globally

2023年１月期トピックス④

ファンが継続して来店するための仕掛け



※過去実施実績イベント

イベント企画を継続的・タイムリーに実施

ここでしか飲めないドリンクの提供

季節に合わせたフード販売

既存客・ロイヤルカスタマーの深耕

リピート顧客へ新企画の提案

ファンが継続して来店するための仕掛けです。飽きさせないようにとか、そういうところを狙って行っているのが月ごと、四半期に１回ですとか、季節ごともですが、おすすめのドリンクメニューやフードメニューです。

フードメニューは、特に新メニューをつくることではなくて、継続的にやってきたものをなかなか通ってくれているお客様でも同じメニューしか頼まないという声が結構多かったので、そういうところを新しく掘り起こしていくように、各お客様におすすめして、POP 等を作りながら出数を増やす施策を行ってまいりました。

サポート
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com
SCRIPTS Asia's Meetings, Globally

2023年１月期トピックス⑤

アフターコロナを見据えた販売チャネルの拡充



インバウンド客への来店の仕組化

外国人ツアー客へ
“GYOZA”の顧客体験（CX）を提供

訪日外国人向けローカル体験提供サービス
「MagicalTrip」の運営先とタイアップ

ツアー客の継続的な受入体制の構築

こちらは新しい取り組みとして、やはりコロナが終わった後のインバウンド需要をどう取っていくかです。当社は繁華街よりも郊外が店舗数としては多いですが、最近は都内でも中心部に出店も進んでいますし、特に新宿、渋谷はお店も多くて売上も高いので、その辺でインバウンド客を取り込む仕組みを行っております。

訪日外国人向けローカル体験提供サービスと書いてありますが、ツアーコンダクターみたいな会社がありまして、そこと提携して当店に連れてきていただいて、日本の焼き餃子を体験していただく取り組みを始めています。

サポート
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com
SCRIPTS Asia's Meetings, Globally

今後の戦略①

販売価格の改定　コスト増の対応と理念体現に向けた体制つくりへ



■対象商品 ：全商品のうち84% (デリバリー・テイクアウト商品含む)
■価格改定幅： 10 円～230 円
■開始日 ： 2023 年3月 16 日（木）～

【主な価格改定】	現行価格(税抜)	新価格(税抜)	差額
■餃子	478 円	558 円	80 円
■プレミアムモルツ	498 円	598 円	100 円
■角ハイボール	478 円	498 円	20 円
■フードメニュー	88 円～988円	118円～1,188円	10円～230円
■ドリンクメニュー	188 円～688 円	228 円～798 円	10 円～130円

次に、進行期以降の戦略になります。一番大きいところでは、先日発表させていただきましたが、大幅な価格改定を 16 日から行いました。全商品のうち 84%の商品を値上げしました。改定幅としては、10 円から 230 円で、特に大きく注文点数の上位を占める餃子と生ビール、それからハイボール等の大幅値上げを行っております。

やはりここに関しては店舗運営コスト、水道光熱費も人件費もそうですが上がってきておりますので、今後もやはり上昇が高止まりしていくだろうというところで、このタイミングで値上げをさせてもらいました。今のところネガティブな意見はそんなになく、順調に値上げが受け入れられているのではないかと思っております。

サポート
日本　050-5212-7790　米国　1-800-674-8375
フリーダイアル　0120-966-744　メールアドレス　support@scriptsasia.com
SCRIPTS Asia's Meetings, Globally

今後の戦略②

原材料・資材高騰に対する取組に注力



【AIによる売上予想】【適正発注案の自動作成】

購買・物流コストの最適化

契約条件変更による価格交渉

外注品のPB化による内製

物流の改善によるコスト削減

自動発注システムの活用による食材ロスの削減

発注忘れや欠品に伴う小口購買の頻度が減少

発注量の適正化による食材ロスの削減

原材料・資材高騰に対する取り組みです。もう１回、一から購買・物流コストの最適化で商品課を新しくつくって取り組んでおります。契約条件変更によって価格交渉を進めることもそうですし、外注品のプライベートブランド化による内製をしたりとか、物流を地方とかも含めてもう１回見直して、コストを削減できるところはないかでやっております。

もう一つは、自動発注システム、一昨年入れたものですが、これがちょっとずつ機能してきまして、効果が出始めております。特に発注忘れによる欠品とかはなくなってきていますし、発注忘れのときによく近所のスーパーに小口で買い物に行ったりとか、そういうのも多かったんですが、その辺の頻度が格段に減少して、原価の抑制につながっています。

サポート
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com
SCRIPTS Asia's Meetings, Globally

今後の戦略③

WEBマーケティングによる顧客接点の拡大



スクリーンショット

検索エンジン対策を実施、来店機会を増やす

良質なコンテンツ発信でユーザー体験の最適化

データを活用した顧客体験の改善

SNSを活用したデジタルプロモーションの強化

店舗内だけでなくSNSの露出による間接的な接点強化

動画プラットフォームを活かした集客の多様化

WEB マーケティングによる顧客接点の拡大とありますが、こちらも Google マップですとか TikTok とか、その辺の最新の WEB マーケティングを取り入れて認知の拡大、あとは来店動機の作成、その辺を強化して今後もやっていきたいなと思っております。

今後の戦略④

店舗における顧客満足度の向上



決済手段の拡大　キャッシュレス会計の対応

会計時の利便性の向上

利用者ニーズに対応した決済手段の拡充



季節に合わせたキャンペーンを実施

限定キャンペーンの展開

“お得感”のあるイベントの実施

株式会社NATTY SWANKYホールディングス　21

お客様の利便性の向上で、キャッシュレス決済、現在は PayPay、LINE Pay だけを使えるようにしていましたが、値上げしたこともあってクレジットカードの導入も今検討中でございます。

お得感のあるイベントを、季節限定で生ビール半額キャンペーンを行ったり、そういうキャンペーンを展開していくことで、やはりまだしばらく来ていなかったお客様ですとか、そういう層の掘り起こしをしていくところも行っていきたいと思っております。

今後の戦略⑤

従業員満足度の向上　働きがいのある職場の環境づくり





教育研修によるホスピタリティ人材の育成

研修制度の充実（階層別・店長輩出プログラム）

ビール工場の見学・農業体験・最強店舗等の実地研修

従業員が誇りを持って 働ける環境整備

特定技能外国人の積極採用・育成

社員紹介制度リファラル採用の強化

当社が力を入れているところではございますが、さらに従業員満足度の向上と働きがいのある職場の環境づくりを強化してやっていきたいと思っております。昨今、特に外食産業で人手不足が急速に進んでいますが、当社はほとんど日本人のスタッフだけで運営してきたんですが、外国人の採用を今期から積極的に進めていきたいと思って進めております。

前期から力を入れているところで社員紹介制度、リファラル採用を強化して、アルバイトから社員になる人数もだいぶ増えてきています。

私からは以上となります。引き続き、フランチャイズに関しまして、詳細を伊藤に説明してもらおうと思います。よろしくお願いします。ありがとうございました。

サポート
日本　050-5212-7790　米国　1-800-674-8375
フリーダイアル　0120-966-744　メールアドレス　support@scriptsasia.com
SCRIPTS Asia's Meetings, Globally

今後の戦略⑥

フランチャイズ出店の拡大　兵庫県初進出　関西エリアでの認知拡大



関西エリア　大阪に次ぎ、兵庫県へ出店増加

大阪府高槻市　　22年９月23日

大阪府大阪市　　23年２月16日

三重県四日市市 23年３月１日

（オープン予定）

兵庫県神戸市　　23年３月25日

西宮北口店・園田店(仮)　等

伊藤慎一朗：株式会社ダンダダン、取締役、FC 事業部長の伊藤慎一朗です。私からは、フランチャイズの現状及び拡大の戦略についてご説明をさせていただきます。

まず、フランチャイズ出店の現状につきまして、先ほど井石も申していたとおり、やはり関西エリアの出店を強化しましょうというところで、現在までに大阪で 2 店舗、兵庫で 4 店舗を出店済み及び出店が確定しております。

下の店舗の表を見ていただきたいんですが、今期につきましても 2 月 16 日、大阪の駅前第二ビル店のオープンを皮切りに、最後、園田店まで、今期は既に 5 店舗、FC の関西への出店が確定している状況でございます。

今後の戦略⑦

フランチャイズ加盟店開発の手段の多様化



1．展示会でのFC加盟誘致説明会開催
出店実績：大阪駅前第二ビル店

2．既存オーナーからの増店
出店実績：元町店

3．YouTube等の動画出演による業態紹介

4．『月間ビジネスチャンス』2022年６月号掲載

5．オーナー間での成功ノウハウの共有
出店実績：西宮北口店･園田店(仮)

次に、出店拡大の手法としましては、大きく五つ挙げておりますが、その中で特に実績のあった、まずは 1 番目、展示会での FC 加盟誘致説明会の開催、こちらは 2 月 16 日オープン、大阪駅前第二ビル店が実績として挙げられます。なので、今年の 7 月、また関西で行われるフランチャイズ・ショーには、もう出展申込済みのような状況です。

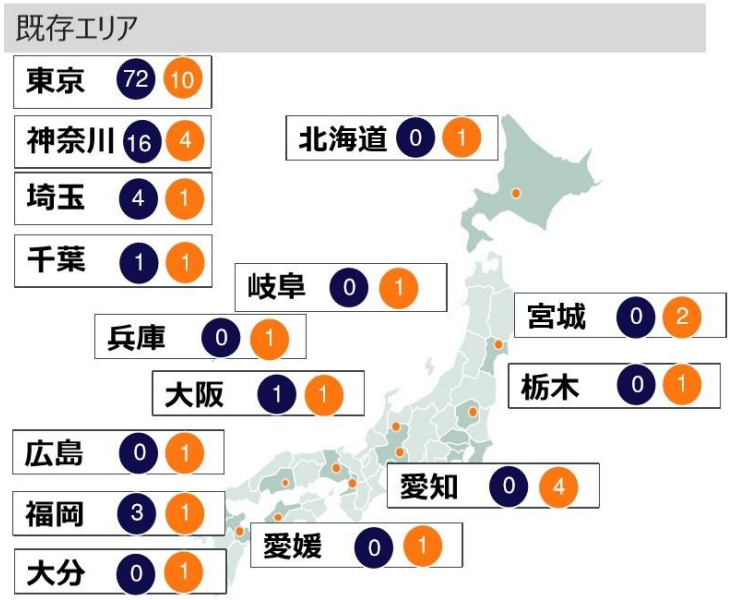
二つ目が 2 番、既存オーナーからの増店です。こちらは去年の 8 月、FC の西宮店をオープンしていただいたオーナー様から元町店、ちょうど今週の土曜日になりますが、神戸の元町で同一オーナー様の増店となっております。

もう一つが 5 番目、オーナー間での成功ノウハウの共有での横展開です。こちらは西宮北口店と園田店が FC 高槻店のオーナー様からのご紹介で出店が確定しておるような状況でございます。なので、五つの中から主に 1、2、5 番に特に注力して出店拡大を考えております。

サポート
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com
SCRIPTS Asia's Meetings, Globally

今後の戦略⑧

全国未出店エリアへ店舗の出店機会を増やす



注：2023年１月末現在の店舗数

フランチャイズ出店エリアの拡大

未出店の府県32県

新規：新潟・静岡・鹿児島など
引き合い増加中

新規出店済15道府県

隣接市区町村での出店可能

株式会社NATTY SWANKYホールディングス 25

最後に、全国未出店エリア店舗の出店機会を増やすにつきましても、まだ未出店の府県が 32 挙げられます。その中で現在、新潟、静岡、鹿児島などから引き合い、要は加盟依頼が来ている状況で、条件の確認と物件の調査を今、併せて進めております。

あとは新規出店済みが 15 道府県ありますが、まだまだ出店できる余地はあると考えておりますので、先に述べました既存オーナー様からの増店を確認して、新しく出店を進めていく所存でございます。

以上となりますが、NATTY SWANKY ホールディングスの決算説明会、全ての説明を終了させていただきます。ご清聴ありがとうございました。

司会：ありがとうございました。

質疑応答

司会 [M]：それでは質疑応答に入らせていただきます。

なお、この IR ミーティングは質疑応答部分も含め、全文を書き起こして公開する予定です。従いまして、質問される際、会社名、氏名を名乗っていただいた場合はそのまま公開されます。もし匿名を希望される場合は、氏名は省略していただいて結構です。

それでは、どうぞよろしくお願いいたします。

質問者 [Q]：すみません。いつもご丁寧なご説明、ありがとうございます。1 点質問できればと思います。

前期、赤字になったのは非常に中間のときからびっくりしていたんですが、今後のご展開の中で、正直コロナによって餃子をメーカーとしてやる会社が増えて、この原価が上がっていく中で御社も値上げをしてという中ですと、この上場した当時のような強みみたいなのが相対的に薄れてしまってきている印象はどうしても持ってしまうんです。今後のご展開の中で、NATTY SWANKY さんとダンダダン酒場さんの強みは、競争力といいますか、他社と比べて優位性をどういうところで磨いていこうとお考えになっているのか。

ちょっとコロナによって状況が変わってきた部分がいろいろあるかと思うんですが、それを踏まえて、今後の軸みたいなところを教えていただければと思います。

井石 [A]：ご質問ありがとうございます。強みが薄れているのではないかでございますが、今後、やはりマーケット的にも居酒屋マーケットは、まだまだ元に戻っているような状況ではないんですが。その中でどうやって成長していくかで、根本的には変わっていないです。やはり餃子のおいしさ、そこは一番の強みになっているし、差別化になっているとは思っています。

それから、お店の雰囲気ですとかサービス、接客、特にお客様に元気になっていただくような活気あるお店づくりを、逆に他社はそこが人手不足も含めてできなくなってきているのは現状だと思うんですが、そこを徹底的に鍛え上げて、ダンダダンというブランドを、おいしい餃子で楽しかったと言ってもらえるようなブランドづくりに邁進していこうと思っております。以上です。

質問者 [Q]：ご説明の中で IP とか、そこら辺のお話も出ましたが。ビジネスモデルとして何か進化というか変化をさせていくような方向感としては、これからお考えのところはあるでしょうか。

井石 [A]：認知を上げるところでは、さらなるこういう施策も取り組んでいきたいとは思っていますが。特に SNS ではまだまだ活用できていなかった部分がありますので、その辺は今期以降強化していきたいと思っています。

あとは、新メニューを今まではなかなかメニュー開発をしないで、より現状のメニューをより良くするための方針で 12 年間、ほぼメニューを変えずに来たのですが、新メニューの投入、季節メニュー等は、今期以降積極的にやっていきたいなと思っております。

司会 [M]：ありがとうございました。続いて、ご質問をどうぞ。

質問者 [Q]：ご説明ありがとうございました。質問は 2 点あります。

1 点目が、今期の課題で 1 店舗当たりの売上を増やしていくことというお話があったかと思うんですが。こちらを増やしていくために何かやっていくことが決まっておりましたら教えてください。

もう 1 点が、出店数、今期の計画はほぼ前期並みかと思うんですが、この出店をどんどんしていくのは、いわゆる餃子酒場といいますか、この業態の中でシェアを拡大していくのが目的なのかどうか、所定の目的がありましたら教えてください。お願いいたします。

井石 [A]：ありがとうございます。まず一つ目、1 店舗当たりの売上高を上げるために決まっているところとしましては、やはり現状、既存店、特に古いお店ですね、その辺等が下がってきているんです。その辺に関して、お客様に飽きられない店づくりをしていくところで、またメニューの掘り起こしですとか、認知の拡大等は、今日、説明させてもらったとおりやっていきたいなと思っております。出店の目的ですが、餃子酒場としてのシェアを拡大は、正直そんなに考えておりません。というのは、12 年やってきて、模倣店ですとか、似たようなお店は、今まで結構出てきているんですが、当社のように出店を進めているような会社は今のところ出てきていないのが現状です。その辺は餃子の差別化も含めて、なかなかまねできないことをやっているのではないかなと自負しております。目的としては、やはり認知の拡大と売上、利益の拡大を目的として出店しているところです。

司会 [M]：ありがとうございました。他にご質問をどうぞ。よろしいですか。特にないようでございます。会社様からもし何か追加事項がございましたらいかがでしょう。よろしいですか。分かりました。それでは、以上をもちまして本日の説明会は終了いたします。どうもありがとうございました。

［了］

脚注

1.　音声が不明瞭な箇所に付いては[音声不明瞭]と記載

2. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、当社は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。さらに、利用者が当社から直接又は間接に本サービスに関する情報を得た場合であっても、当社は利用者に対し本規約において規定されている内容を超えて如何なる保証も行うものではありません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用をしてはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて会員自身の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者自身が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による本規約に基づく利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して会員が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。