



2020年1月期

決算説明会



2020年3月19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
2020年1月期	決算概要	P 5～P 19
2021年1月期	通期計画	P 20～P 23
2021年1月期	取り組み等	P 24～P 29
参考資料等		P 30～P 42



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 山岡正
資本金	2億9,146万7,000円
従業員数	2,946人 (内 正社員371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	163店舗 (2020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



ラーメン山岡家151店舗、その他の業態12店舗 (2020年1月31日現在)



2020年1月期 決算概要



2020年1月期 実績（1）

累計実績

売上高	:	14,106百万円	（前期比10.0%増）
経常利益	:	662百万円	（前期比51.3%増）

総評

- ✓ 売上高は前期と比較し、1,279百万円の増収となり過去最高売上高を更新
- ✓ 経常利益は前期と比較し、224百万円の増益となり過去最高益を更新
- ✓ 新規出店の計画10店舗に対して実績8店舗となったが売上計画を達成
- ✓ 2019年10月の消費税増税後も客数の落ち込みが見られず売上計画を達成
- ✓ 売上高、客数、客単価は前年を上回り増収
- ✓ 既存店の売上高が前期比104.5%と好調に推移
- ✓ 食材価格の一部高騰はあったが原価率は想定内
- ✓ 売上高の計画を達成しつつ、エネルギーコストのガス単価が想定を下回り増益



2020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	3,246	3,396	3,635	3,828	14,106	100.0
売上原価	849	894	945	994	3,684	26.1
売上総利益	2,396	2,502	2,689	2,833	10,422	73.9
販管費	2,333	2,407	2,445	2,624	9,810	69.5
営業利益	62	94	244	209	611	4.3
経常利益	73	104	250	233	662	4.7
当期利益	38	54	129	54	277	2.0

- ✓ 当社の売上高は下期偏重となっており、3 Q 4 Qに売上が拡大
- ✓ 3 Qに消費税増税があったが客数への影響はなく3 Q、4 Qの売上が拡大
- ✓ 販管費はエネルギーコストが想定を下回り増益につながった
- ✓ 4 Qの営業利益が3 Qと比較して減少している理由として、決算修正、役員の業績連動株式給付制度（BBT）や決算賞与の支給等が要因
- ✓ 売上不振店の減損損失5店舗の計上をしたが、当期利益は大幅なプラスで着地



2020年1月期 実績 当初予算対比 (3)

(単位：百万円 %)

	2020年1月期 当初予算 (A)	売上 比率	2020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	13,749	100.0	14,106	100.0	357	—
売上原価	3,558	25.9	3,684	26.1	126	0.2
売上総利益	10,190	74.1	10,422	73.9	232	△0.2
販管費	9,736	70.8	9,810	69.5	74	△1.3
営業利益	454	3.3	611	4.3	157	1.0
経常利益	480	3.5	662	4.7	182	1.2
当期利益	251	1.8	277	2.0	26	0.2

- ✓ 出店数は未達だが、既存店が好調に推移し、売上高が当初予算に対して357百万円の増収
- ✓ 売上原価の0.2ポイントの上昇は、豚コレラの影響により豚骨の輸入価格の上昇が要因
- ✓ 販管費のエネルギーコスト（ガス）の減少により、当初予算から1.3ポイント改善
- ✓ 営業利益・経常利益が増益となり当初予算を達成
- ✓ 通期で5店舗の減損損失があったが当期利益は計画を達成



2020年1月期 実績 対前年比較 (4)

(単位：百万円 %)

	2019年1月期 実績 (A)	売上 比率	2020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	12,827	100.0	14,106	100.0	1,279	—
売上原価	3,336	26.0	3,684	26.1	347	0.1
売上総利益	9,490	74.0	10,422	73.9	932	△0.1
販管費	9,083	70.8	9,810	69.5	727	△1.3
営業利益	406	3.2	611	4.3	205	1.1
経常利益	437	3.4	662	4.7	224	1.3
当期利益	32	0.3	277	2.0	244	1.7

- ✓ 全店の売上高は新規に8店舗出店と既存店が好調に推移し、前年と比較し1,279百万円の増収
- ✓ 売上原価は食材価格の高騰（主に豚骨・麺・ネギ）により、前年より0.1ポイント上昇
- ✓ 販管費は前年と比較して人件費は上昇したが、ガス単価が想定以下で推移したことや売上に対する家賃比率の低減などにより△1.3ポイントと大きく改善
- ✓ 営業利益・経常利益は売上高の好調、販管費の低減により過去最高益
- ✓ 当期利益は売上不振店の減損損失5店舗分を計上（前期は7店舗）するも大幅なプラスで着地



2020年1月期 実績 コスト内訳 (5)

(単位：百万円 %)

	2019年1月期 実績 (A)	売上比率	2020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	12,827	100.0	14,106	100.0	1,279	—	
売上原価	3,336	26.0	3,684	26.1	347	0.1	
売上総利益	9,490	74.0	10,422	73.9	932	△0.1	
販売費 及び 一般 管理 費	給与・雑給	4,162	32.5	4,619	32.7	456	0.2
	法定福利費	465	3.6	507	3.6	41	0.0
	水道光熱費	1,376	10.7	1,367	9.7	△9	△1.0
	広告宣伝費	152	1.2	166	1.2	14	0.0
	衛生費	168	1.3	184	1.3	15	0.0
	地代家賃	778	6.1	808	5.7	30	△0.4
	減価償却費	380	3.0	374	2.7	△5	△0.3
	その他	1,602	12.5	1,785	12.7	183	0.2
計	9,083	70.8	9,810	69.5	727	△1.3	

- ✓ 人件費はアルバイトの時給単価上昇により前年から0.2ポイント上昇
- ✓ ガス単価が想定以下で推移し、水道光熱費は1.0ポイント減少
- ✓ 広告宣伝費と衛生費は前年と同水準で推移
- ✓ 減価償却費は5店舗の減損損失を計上し、前年から0.3ポイント減少
- ✓ 販管費総額は増加しているが、売上に対する割合は前年と比較し1.3ポイントの改善



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)

	2020年1月期	前期末比増減		2020年1月期	前期末比増減
流動資産	1,596	258	流動負債	2,583	267
棚卸資産	401	73	1年以内返済借入金・社債	934	39
固定資産	4,499	255	固定負債	1,733	△38
有形・無形固定資産	3,350	216	長期借入金・社債	1,656	△19
投資その他の資産	1,149	38	純資産	1,778	285
資産合計	6,095	513	負債・純資産合計	6,095	513

キャッシュフロー計算書

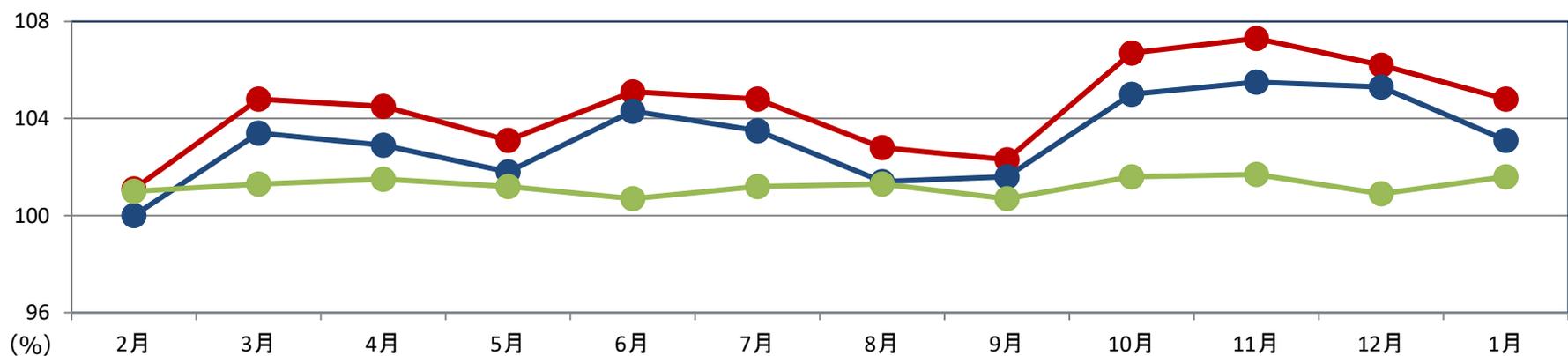
(単位：百万円)

	2019年1月期	2020年1月期
営業活動によるキャッシュフロー	955	997
投資活動によるキャッシュフロー	△542	△812
財務活動によるキャッシュフロー	△231	△39



2020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：%)

	2020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	101.1	104.8	104.5	103.1	105.1	104.8	102.8	102.3	106.7	107.3	106.2	104.8	104.5
客数	100.0	103.4	102.9	101.8	104.3	103.5	101.4	101.6	105.0	105.5	105.3	103.1	103.2
客単価	101.0	101.3	101.5	101.2	100.7	101.2	101.3	100.7	101.6	101.7	100.9	101.6	101.3



2020年1月期の出店・リニューアル



山岡家鶴ヶ島店



極煮干し本舗フォレストモール甲斐店



極味噌本舗すすきの店

店舗名	オープン日	備考	住所
山岡家新文京台店	2019年4月3日	山岡家業態	北海道江別市文京台32番11
山岡家小山駅南町店	2019年4月25日	リニューアル	栃木県小山市駅南町6-26-8
極煮干し本舗フォレストモール甲斐店	2019年4月26日	煮干し業態	山梨県甲斐市富竹新田字大明神河原1714
山岡家半田店	2019年6月21日	山岡家業態	愛知県半田市宮本町6-214-6
極味噌本舗すすきの店	2019年7月4日	味噌業態	北海道札幌市中央区南4条西5丁目
山岡家東雁来店	2019年7月16日	リニューアル	北海道札幌市東区東雁来7条1丁目
立喰いそば・うどん すすきの店	2019年7月20日	そば業態	北海道札幌市中央区南4条西3丁目
山岡家鶴ヶ島店	2019年8月29日	山岡家業態	埼玉県鶴ヶ島市三ツ木194-1
山岡家長岡堺店	2019年11月1日	山岡家業態	新潟県長岡市堺町字浦田60-1
山岡家八戸店	2019年11月27日	山岡家業態	青森県八戸市類家4-1-5



2020年1月期 エリア別出店状況

北海道・東北エリア

	2019年1月末 店舗数	増減	2020年1月末 店舗数
北海道	51	3	54
宮城県	3	-	3
福島県	3	-	3
山形県	2	-	2
秋田県	2	-	2
岩手県	1	-	1
青森県	2	1	3

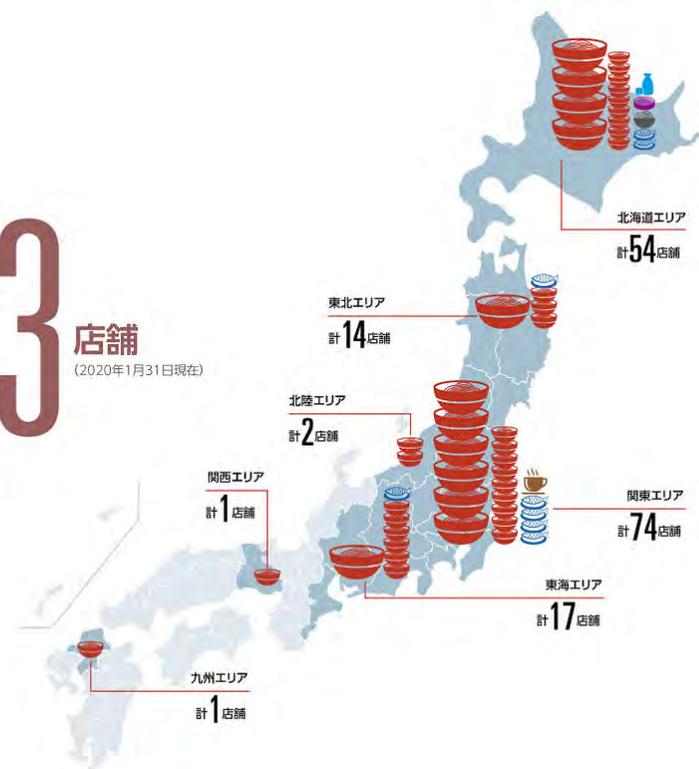
関東エリア

	2018年1月末 店舗数	増減	2019年1月末 店舗数
茨城県	20	△1	19
群馬県	8	-	8
栃木県	9	-	9
千葉県	15	-	15
埼玉県	12	-	12
東京都	1	-	1
神奈川県	3	-	3
山梨県	3	1	4
長野県	3	-	3

東海・関西・北陸・九州エリア

	2018年1月末 店舗数	増減	2019年1月末 店舗数
静岡県	7	-	7
岐阜県	2	-	2
愛知県	6	1	7
三重県	1	-	1
新潟県	1	1	2
兵庫県	1	-	1
福岡県	1	-	1

163 店舗
(2020年1月31日現在)



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	2019年1月末 店舗数
68	74	21	163



2020年度1月期 期間限定メニューの紹介

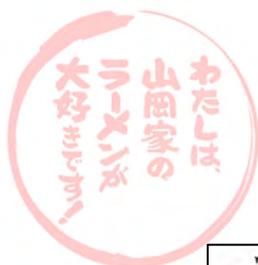
ラーメン山岡家



極煮干し本舗



- ✓ ラーメン山岡家の期間限定商品の中で「旨辛スタミナらーめん」「もやし味噌ラーメン」は過去の販売実績が好調な商品であり再販の定番となっている
- ✓ ラーメン山岡家の「特製まぜそば」は想定を上回る人気となり、再販を望むご意見を多数いただく
- ✓ 極煮干し本舗の「冷やし煮干しラーメン」は夏の定番商品として定着
- ✓ 総客数に対する販売実績は
「旨辛スタミナらーめん11.1%」「地獄の激辛ラーメン2.6%」「背油煮干しラーメン12.7%



2020年1月期 取組み (1)



✓ 販促・営業関係

- (1) 北海道地区でテレビCM放映を年間で6カ月間実施
- (2) 地獄の激辛ラーメンの完食者にバッジとタオルをプレゼントするキャンペーンの実施
※期間限定商品として販売した地獄の激辛ラーメンはレギュラーメニューに昇格
- (3) 2019年10月に消費税増税に合わせて商品価格の見直しを実施
- (4) 極味噌本舗を札幌の繁華街すすきのに2019年7月4日に24時間営業でオープン
- (5) 極味噌本舗でキャッシュレス対応の券売機を試験導入
(クレジットカード・電子マネー決済に対応)
- (6) 新業態の「立喰いそば・うどんすすきの店」が2019年7月20日に24時間営業でオープン
- (7) 年末年始に出社する全従業員に「繁忙期手当」を支給し人材を確保



2020年1月期 取組み (2)



✓ QSC関係

- (1) スローガン実践に基づいた「QSCファーストキャンペーン」の社内コンテスト実施
 - 第1弾 スープ選手権 (知識テスト・他店へ視察・店長によるトレーニング)
 - 第2弾 サービスコンテスト (経営理念のテスト・社長メッセージ動画視聴)
 - 第3弾 チャーシューコンテスト (知識テスト・味・品質の最優秀店舗選出)
 - 第4弾 ネギ切選手権 (各エリアで代表者を選出し調理技術優秀者選出)
- (2) ラーメン山岡家土浦店でHACCP認証を取得

✓ 他

- (1) 株主総会の株主様への報告内容を映像化・ナレーター朗読を実施しビジュアルを向上
- (2) 本部管理職にハラスメントセミナー実施
- (3) 稟議申請書類をウェブ化し事務処理の効率化とペーパーレス化



2020年1月期 取組み (3)



- ✓ 通販サイト 山岡家商店
 - (1) 自社グッズに商品を集中
 - (2) 「STINGRAY」と山岡家のコラボ商品の販売開始



まとめ

【まとめ】

新規出店は計画の10店舗が未達成となり8店舗だったが、既存店の売上高が好調を維持し通期計画の売上高を達成いたしました。

コスト面につきましては、豚コレラの影響から豚骨の輸入価格が上昇し売上原価を当初計画から0.2ポイント上昇させる要因となりました。人件費では、人材採用難による時給の高騰などのコスト増はあったが、適切なワークスケジュール管理を実施し適正にコントロールいたしました。

水道光熱費は、ガス単価が想定を下まわる推移となったことから計画内に収める事ができ、販管費全体では、当初計画・前年と比較しても1.3ポイント減少いたしました。

その結果、通期では5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、過去最高売上と過去最高益となった。

- ✓ 過去最高売上・最高益で当初計画を達成
- ✓ 既存店の売上高は順調に推移し前年対比で104.5%
- ✓ テレビCMを放映した北海道エリアは売上が好調を維持し92ヵ月連続で前年売上を超える
- ✓ 新規出店は新業態を含め8店舗、リニューアルは2店舗を実施、閉店は2店舗
- ✓ 過去に販売して好評だった期間限定商品を投入し集客につなげる
- ✓ 社内コンテストの実施によりQ S Cが向上
- ✓ 食材価格の一部高騰（主に豚骨・麺・ネギ）により、売上原価は計画を0.2ポイント上昇
- ✓ アルバイトの時給単価上昇により人件費は前年と比較し0.2ポイント上昇
- ✓ ガス単価が想定を下回り水道光熱費の低減につながり販管費が計画値で収まる
- ✓ 売上不振店の5店舗の減損損失を計上



2021年1月期 通期計画



2021年1月期 通期計画と前提条件

(単位：百万円 %)

	2021年1月期 上期計画	2021年1月期 下期計画	累計	売上 比率
売上高	7,265	7,907	15,172	100.0
売上原価	1,882	2,039	3,922	25.9
売上総利益	5,382	5,867	11,250	74.2
販管費	5,210	5,530	10,741	70.8
営業利益	171	337	509	3.4
経常利益	194	365	560	3.7
当期純利益	101	196	297	2.0

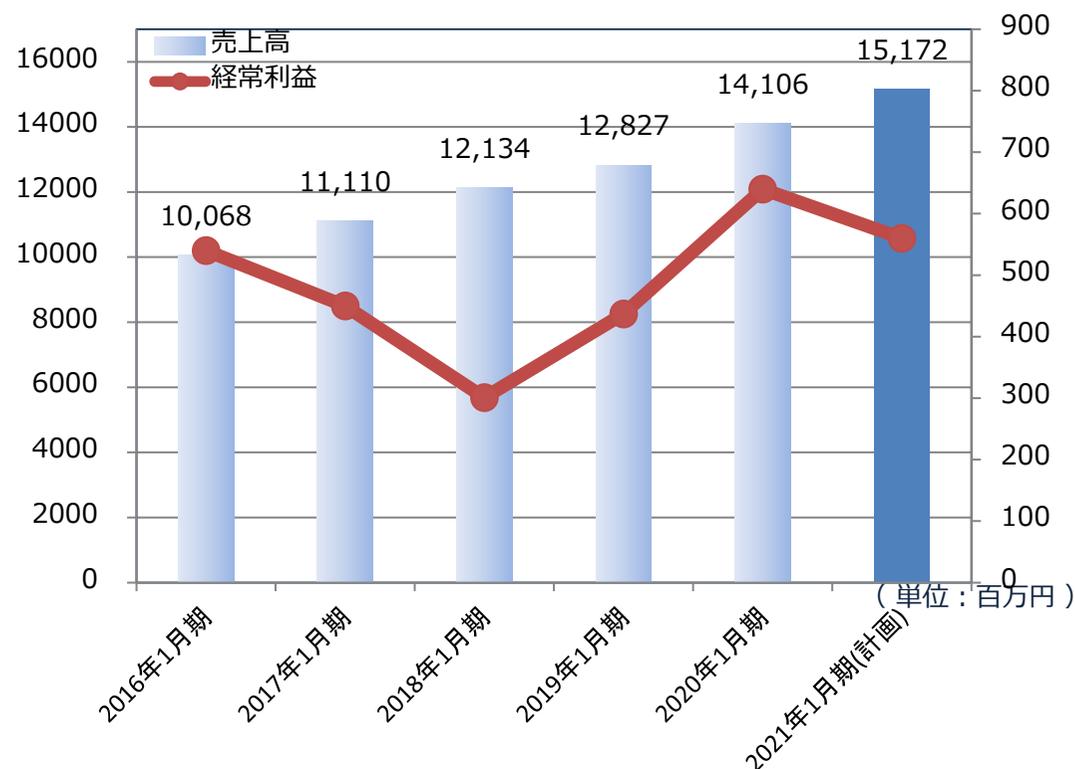
項目	前提条件
新規出店	ラーメン山岡家業態の8店舗の出店計画（リニューアルは含まず）
売上高	既存店の売上高が順調に推移すると予測し、全社で151億7,290万円を計画
原価率	前年と同水準と予測し25.9%
人件費率	人件費率(役員報酬・給与手当・雑給・退職給付費・法定福利費)は38.0%を計画
水道光熱費	前年と同水準と予測し9.9%
販管費率	人材への投資を計画し前年より0.9ポイントアップの70.8%
設備投資	新規出店費用6億5,000万円、改装費用を5,000万円から最大で1億円を計画



対前期比較と売上高推移

(単位：百万円)

	2020年1月期 実績 (A)	2021年1月期 計画 (B)	対予算比較 (B-A)
売上高	14,106	15,172	1,066
売上原価	3,684	3,922	238
売上総利益	10,422	11,250	828
販管費	9,810	10,741	931
営業利益	611	509	△102
経常利益	662	560	△102
当期純利益	277	297	20



- ✓ 売上高は前年比107.6%の151億72百万円を計画
- ✓ 売上計画はコロナウイルスの影響を勘案していない数値
- ✓ 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5億60百万円の増収減益を計画



2021年1月期 出店計画

- ✓ 今期は北海道から東海エリアで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強化
- ✓ 今期の出店は山岡家業態に集中
- ✓ 経年劣化がみられる店舗のリニューアルは2店舗を予定



店舗名	オープン予定日	備考	住所
山岡家新潟新和店	2020年2月10日	山岡家業態	新潟県新潟市中央区新和1-5
山岡家新潟白根大通店	2020年3月26日	山岡家業態	新潟県新潟市南区上塩俵1918
山岡家四日市采女店	2020年5月27日	山岡家業態	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	山岡家業態	福島県須賀川市
山岡家富山店(仮)	未定	山岡家業態	富山県富山市
山岡家福井店(仮)	未定	山岡家業態	福井県福井市



2021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

「感謝」

今期につきましては、「感謝」を全社スローガンとして掲げております。

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。また、店舗の運営には様々な方のご協力が必要であります。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ました。

各店舗には「お客様に感謝」「働く仲間へ感謝」「店舗に感謝」「業者様に感謝」についての社長メッセージを発信し、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)

- ✓ QSC・営業関係
 - (1) QSCの向上、接客スタンダードオペレーションの向上
 - (2) 研修センターとリンクした人材育成
 - (3) 店舗人員配置の適正化によるQSCの向上
 - (4) SV、店長へのスープ管理の指導強化
 - (5) 社会保険加入対象者の増員とスタッフからの社員登用強化による安定労働力の確保
 - (6) 店舗間支援の活性化による時間外労働の調整と安定した休日取得
 - (7) 計画的な権限委譲の実行と正確なワークスケジュールの作成
 - (8) HACCPに基づいた衛生管理マニュアルの更新
 - (9) SVの店舗臨店チェックシートの運用強化
 - (11) キャッシュレス券売機の導入開始
 - (12) 豚骨の安定供給に向けた新規開拓と備蓄増量
 - (13) グランドオープンの売上に対応する特注サイズの寸胴製作
 - (14) 特定技能外国人の採用に向けた調査開始

- ✓ 組織・労務関係
 - (1) 山岡家のSVの増員によるエリアの整備
 - (2) 新店チーム・採用担当者の社内公募実施
 - (3) 庶務課の稼働による店舗サポート開始
(社内の営繕業務・衛生業務・お客様メール対応)
 - (4) 全従業員の36協定の特別条項を含む遵守
 - (5) エンゲージメント測定による課題の洗い出し
 - (6) 健康経営優良法人の認定を目指した取り組み開始





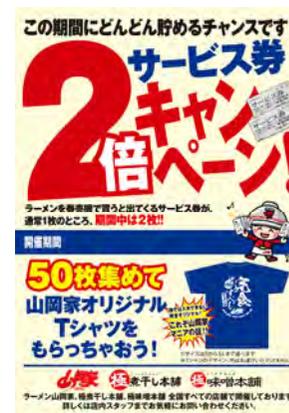
今期の取り組み (3)



(山岡家)3月13日～



(極煮干し本舗)3月1日～



サービス券2倍キャンペーン(仮)

✓ 販促関係

- (1) 年2回の感謝祭イベント開催 (トッピングチケット配布、サービス券2倍など)
- (2) 山岡家の期間限定商品販売 (再販商品を含み年間6品)
- (3) 極煮干し本舗の期間限定商品販売 (再販商品を含み年間4品)
- (4) 北海道地区でのテレビCMの放映とCM動画の新規撮影
- (5) LINE@のクーポンの全店導入と配信強化
- (6) ラーメン山岡家のホームページをリニューアル
- (7) 札幌市の少年野球への協賛 (夏季交流大会実施予定)

✓ 出店・リニューアル関係

- (1) 既存店とのドミナントを意識した山岡家8店舗の出店を計画
- (2) 北陸地区 (新潟県・富山県・石川県・福井県) の物件調査を強化
- (3) 旧山岡家つくば店を研修センターに改修・運用開始



健康経営に向けた取り組み

1. 目的

当社の行動指針の中にある「共に働く仲間を尊重し働きやすい職場を作る」の実現に向けて、従業員が健康で活躍できる会社であることを目指します。

2. 健康経営推進体制

取締役管理本部長、経営企画室で担当チームを組成し、従業員の健康支援や働きやすい環境の整備、ヘルスリテラシーの向上施策を実行してまいります。

3. 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導入

- ・従業員向けに健康コラムの配信
- ・運動メニューの動画配信
- ・健康状態のセルフチェック

(2) 定期健康診断受診率100%に向けた受診促進

(3) 職場での受動喫煙防止対策の継続

(4) 有給休暇の取得促進

(5) 長時間労働の抑制





配当・株主優待

- ✓ 配当
2020年1月31日基準日の株主様へ16円の配当を計画
(2019年12月10日に14円から16円に配当の増配発表)
- ✓ 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・極味噌本舗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)
- ✓ 2019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91.8%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77% お米23%
 - (3) 株主数について
 - ・ 2020年1月末基準日時点の株主数は3,677人
 - 半期で309名の株主数減少





参考資料



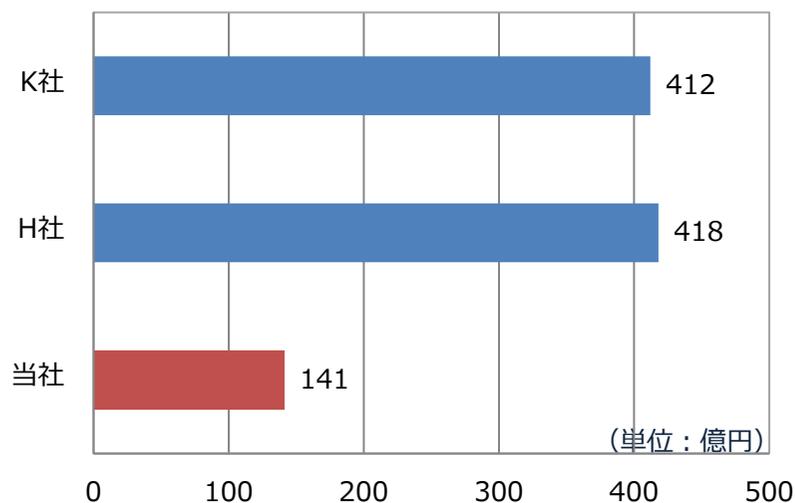
業界データ

【当社推定のラーメン業界データ】

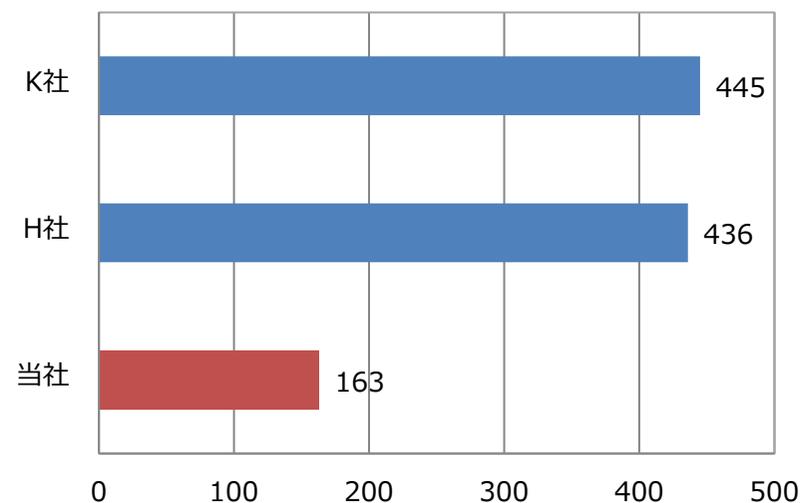
ラーメン業界に特化した統計データではないものの、市場規模は5,000億円~7,000億円、店舗数はおよそ50,000店と推測されております。

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

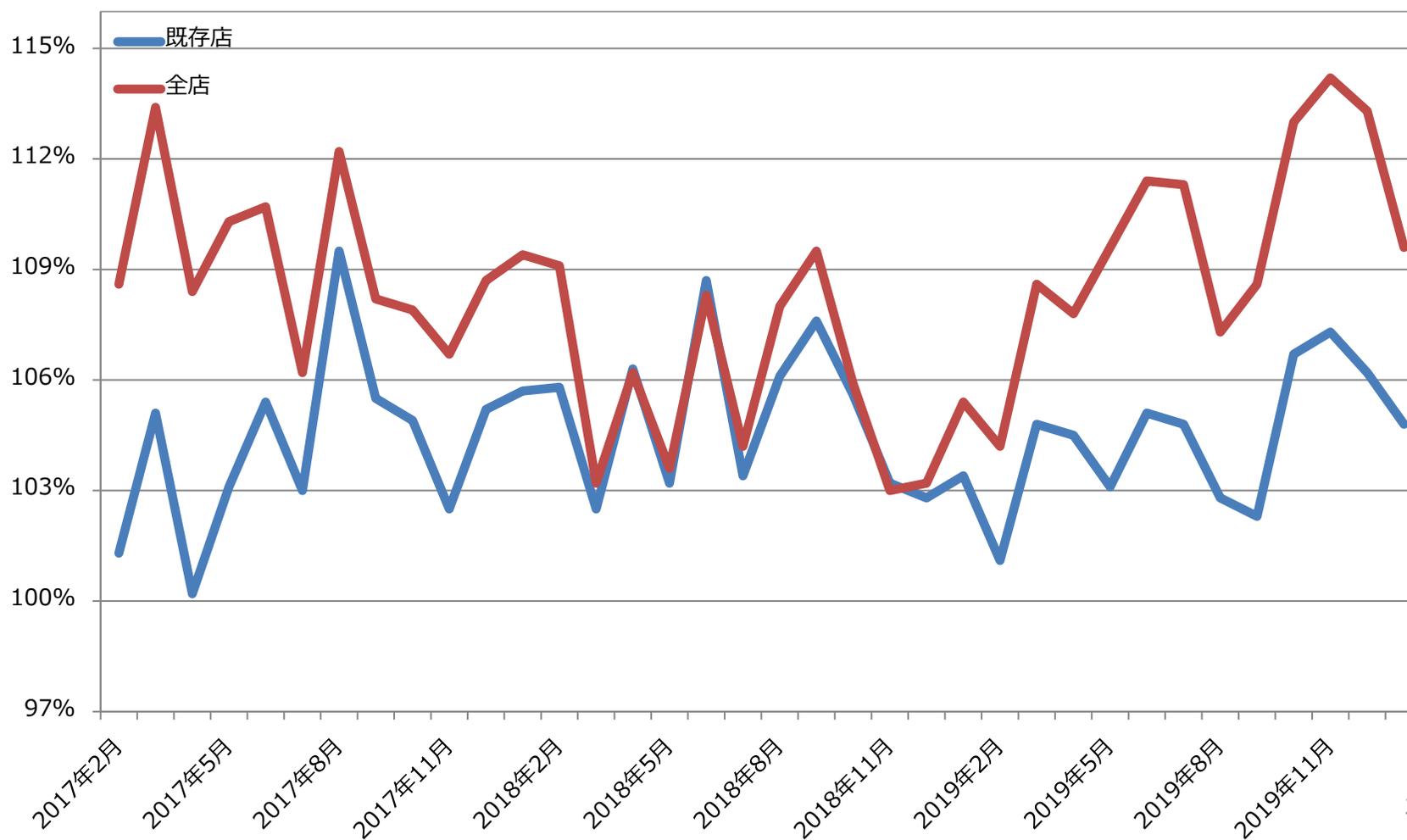


上場企業のラーメン店の店舗数



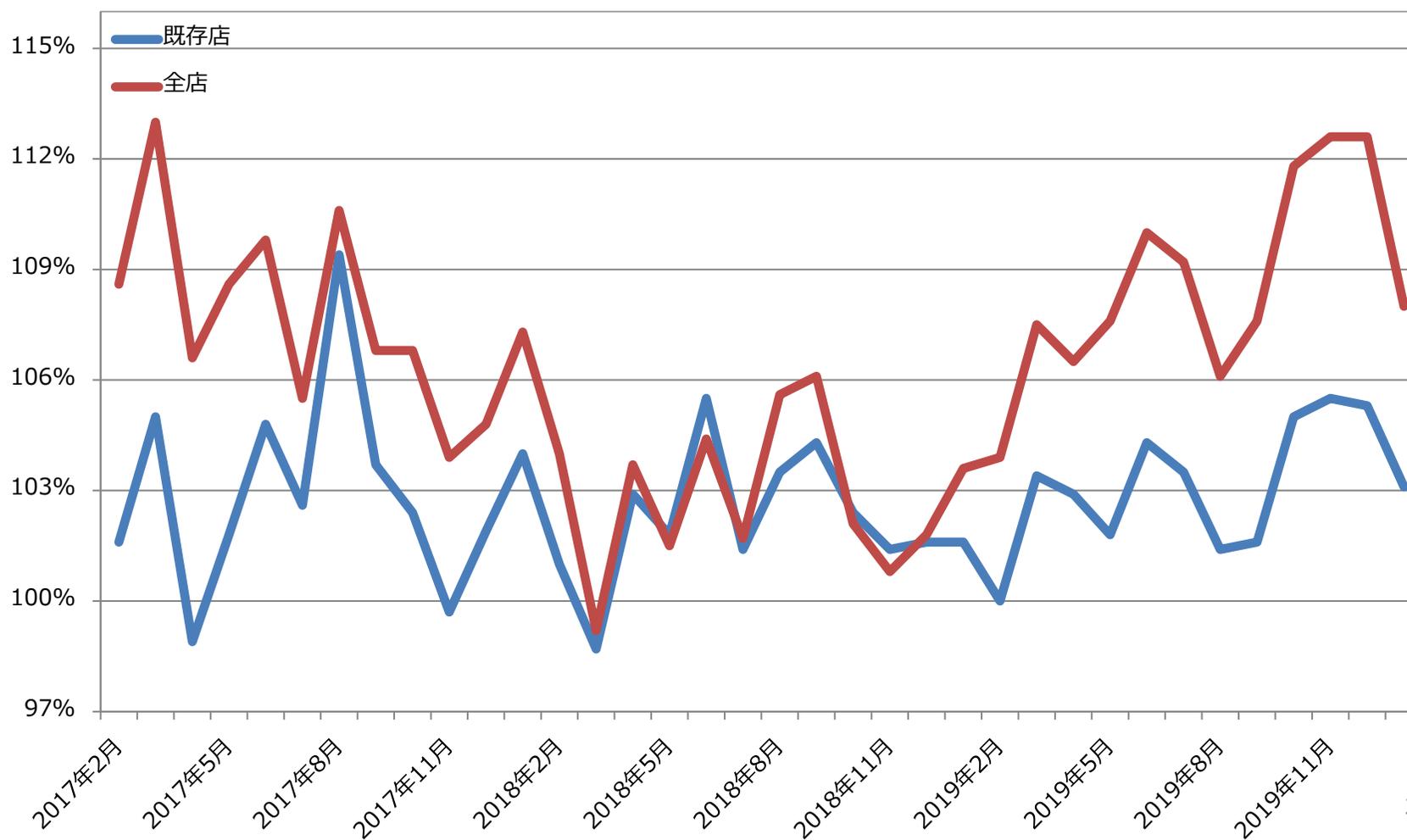


月次売上高推移 (対前年比)



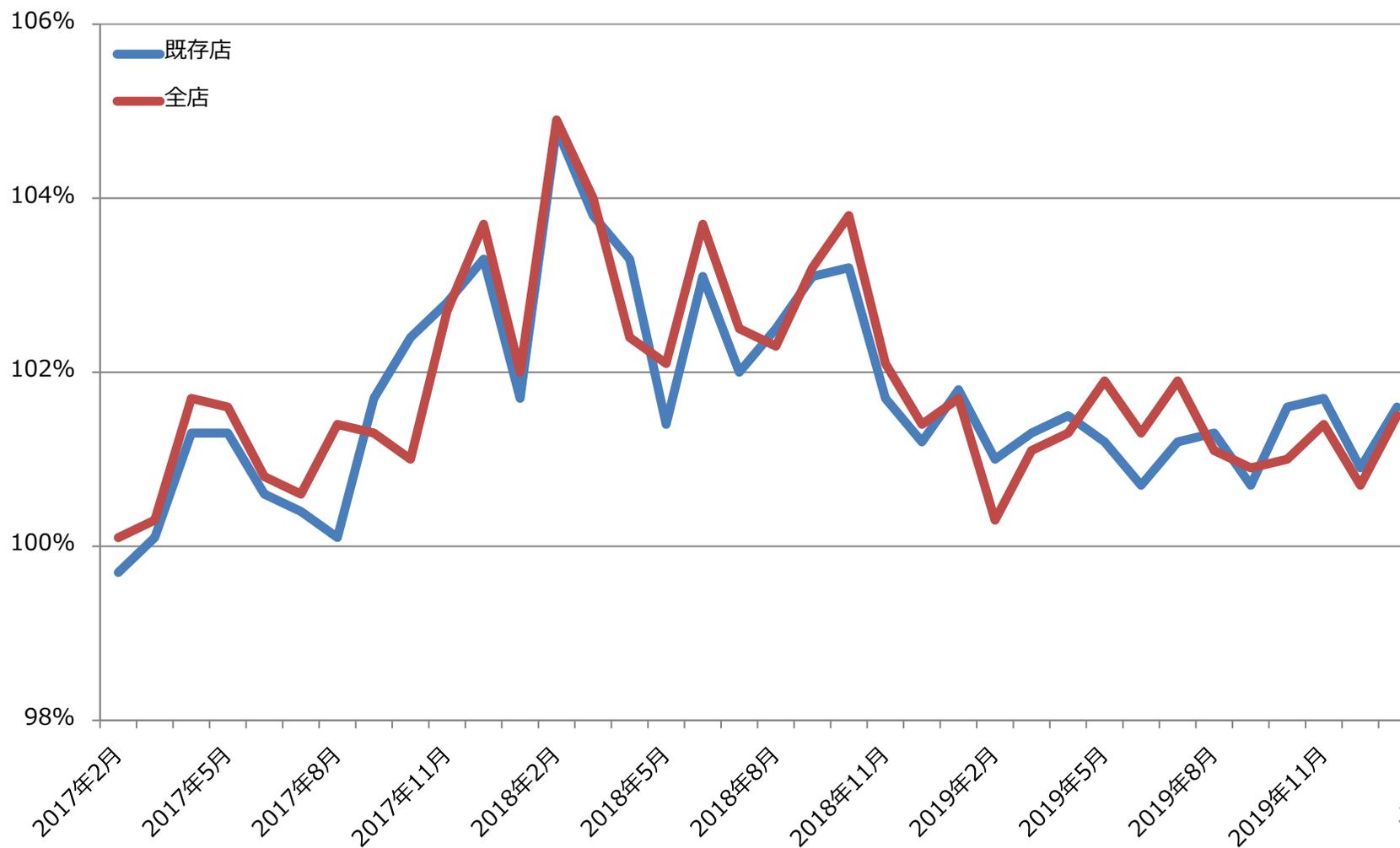


月次客数推移（対前年比）





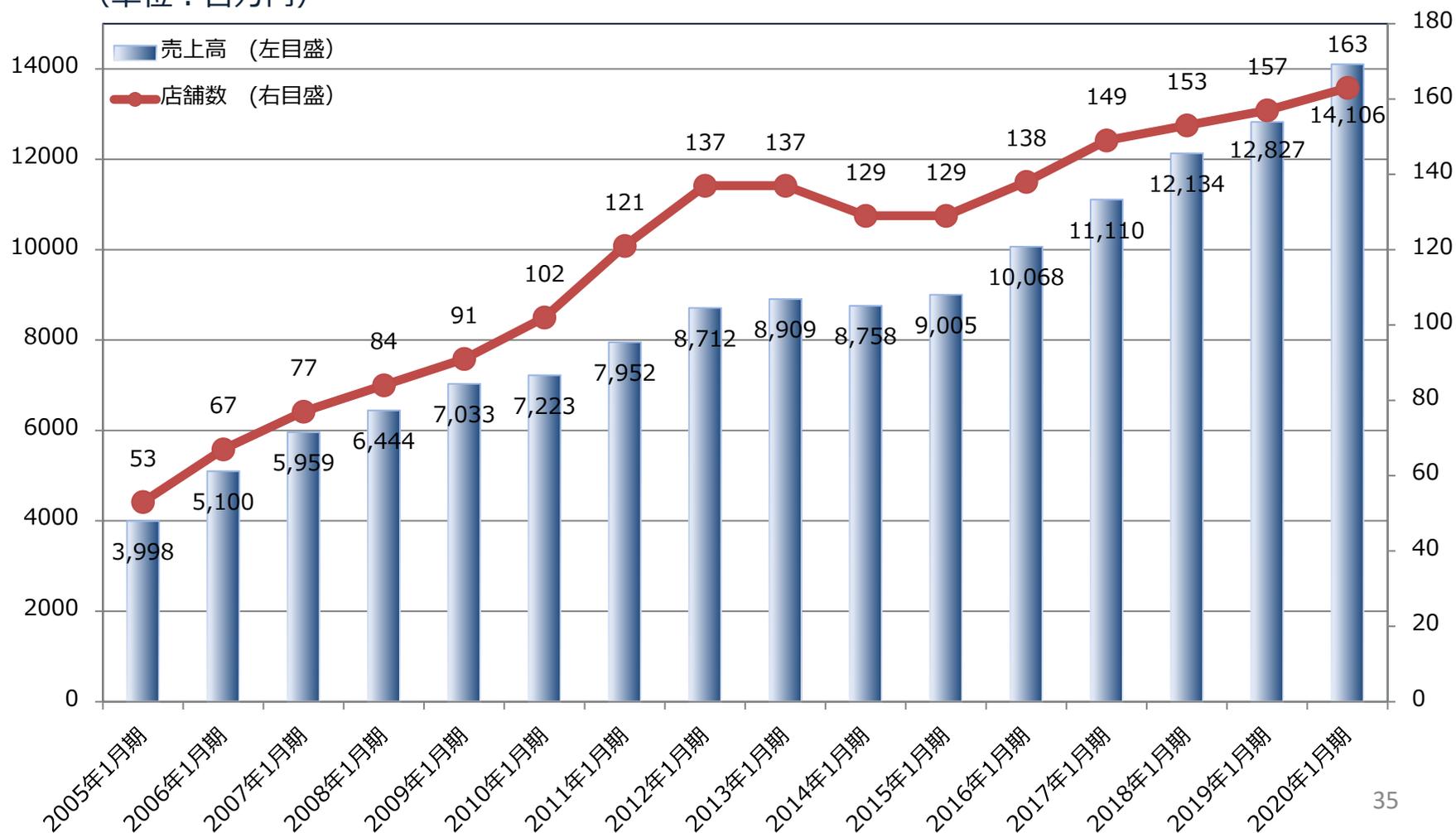
月次客単価推移（対前年比）





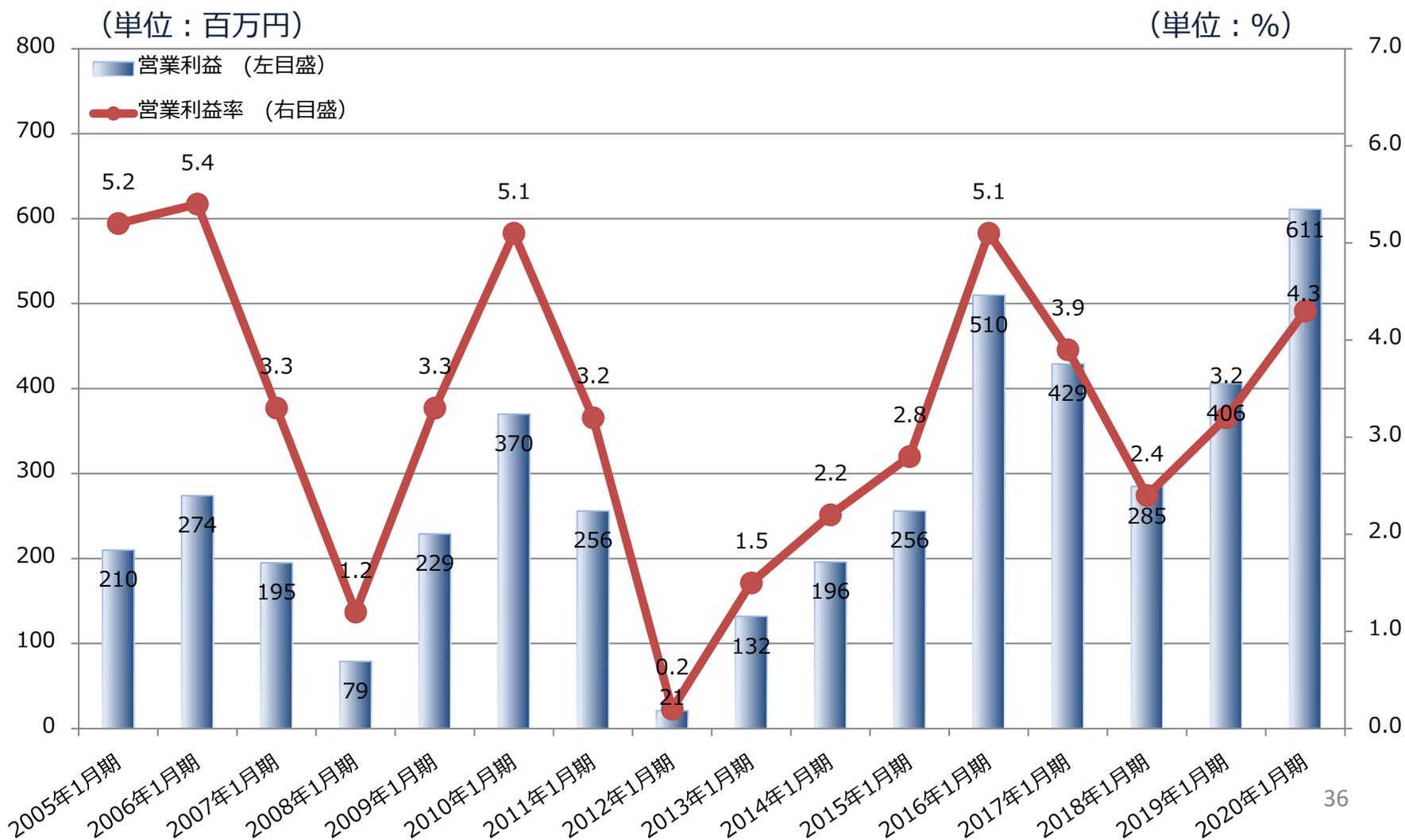
売上高と店舗数の推移

(単位：百万円)



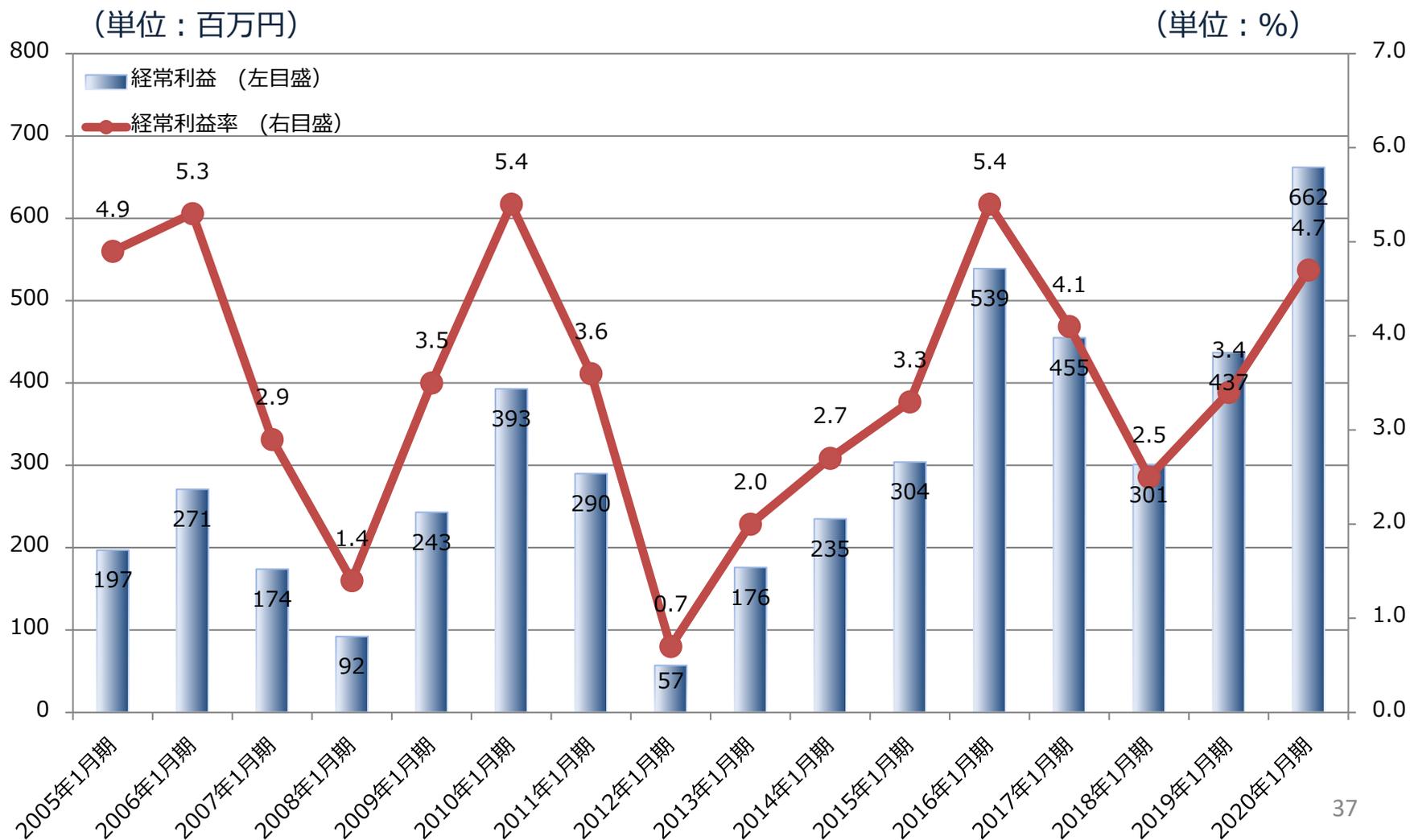


営業利益と営業利益率の推移



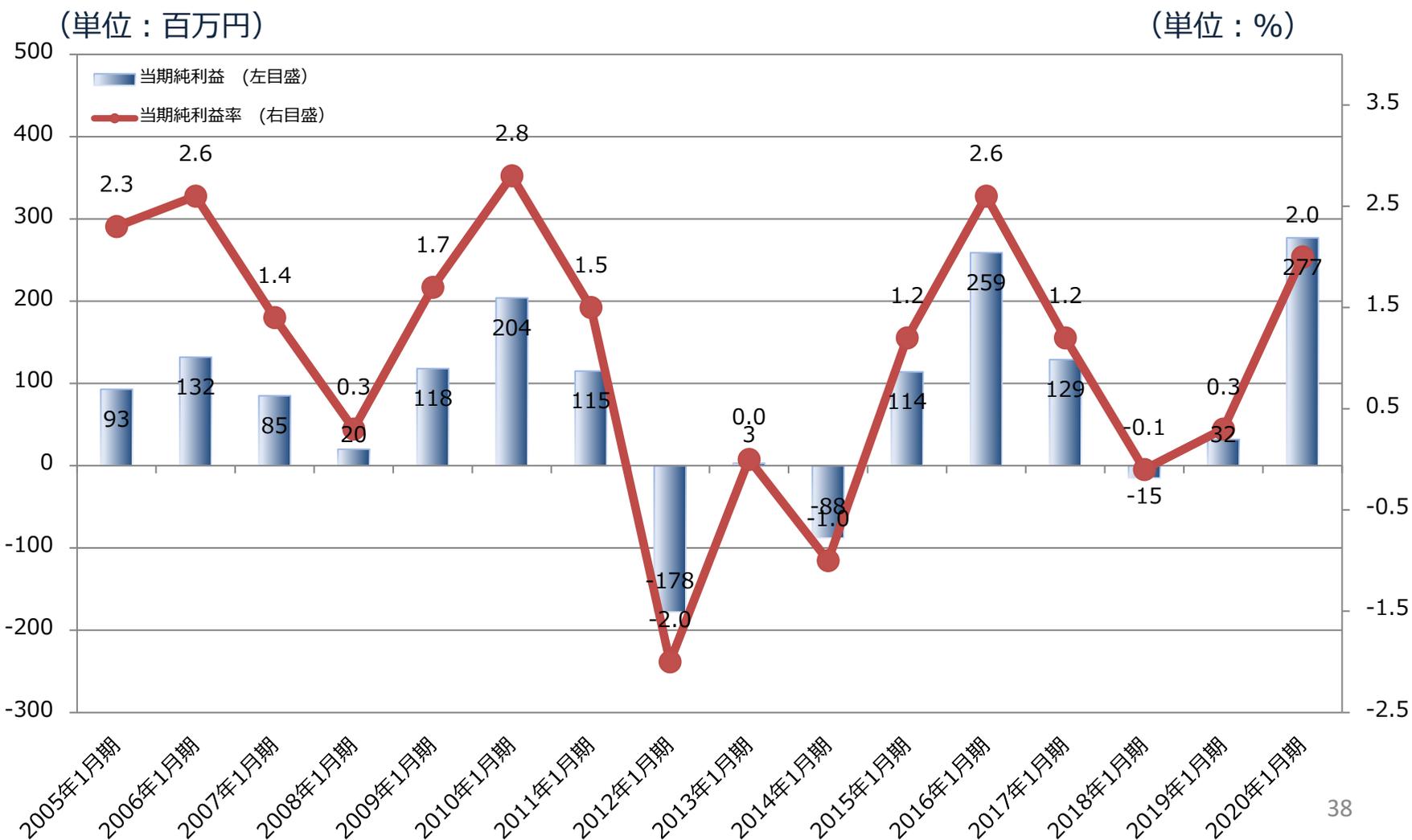


経常利益と経常利益率の推移



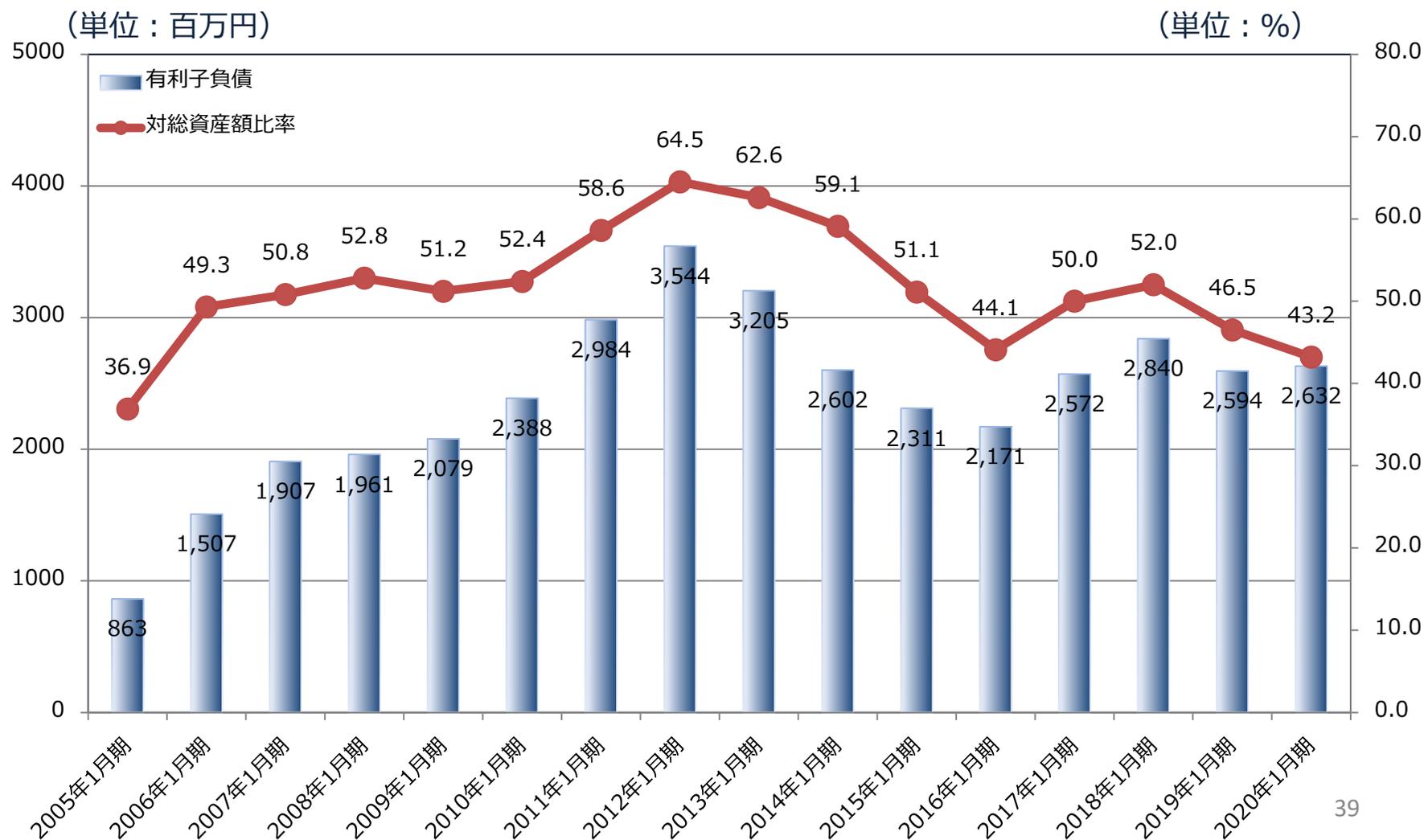


当期純利益と当期純利益率の推移





有利子負債と対総資産額比率の推移

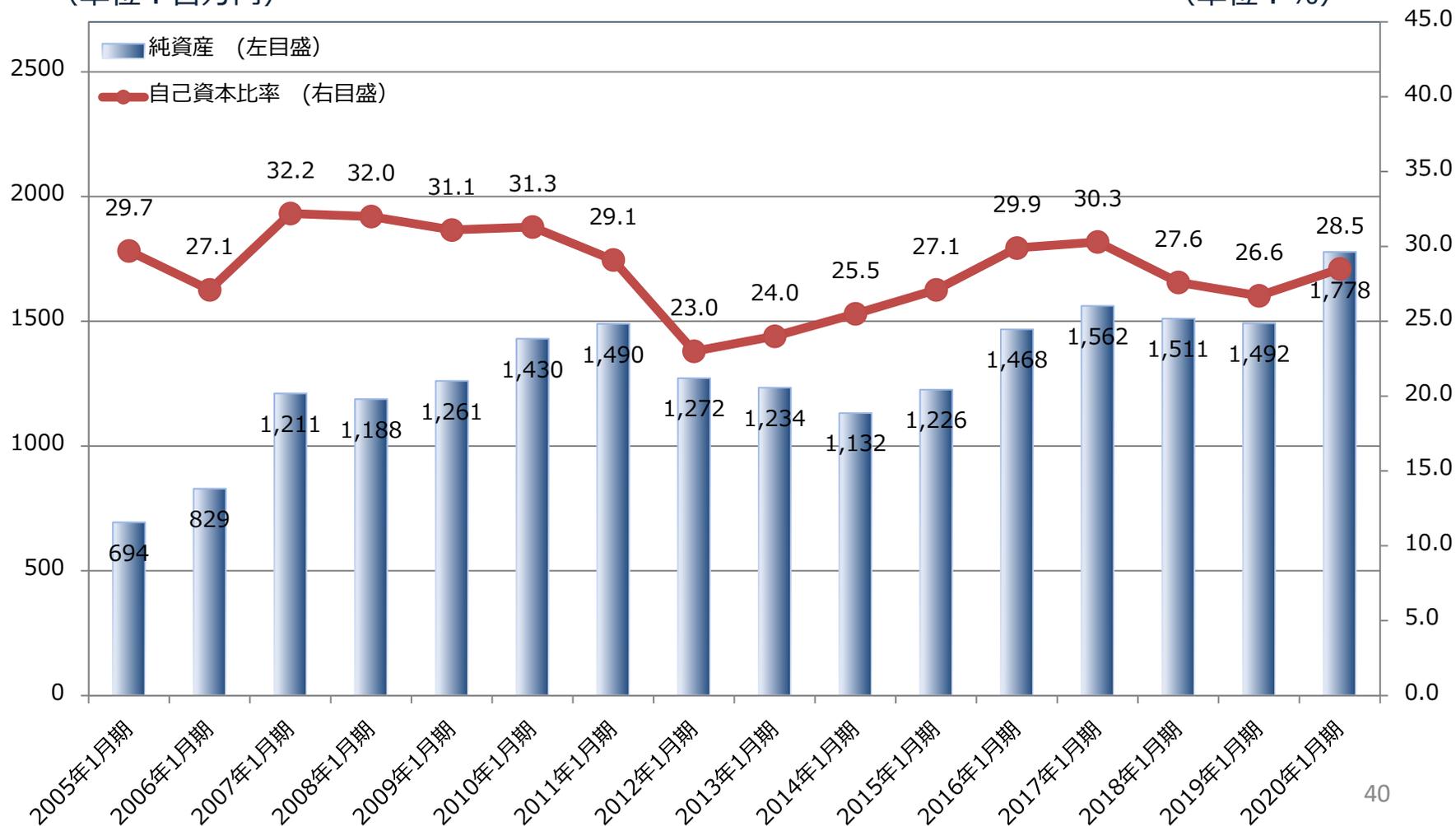




純資産と自己資本比率の推移

(単位：百万円)

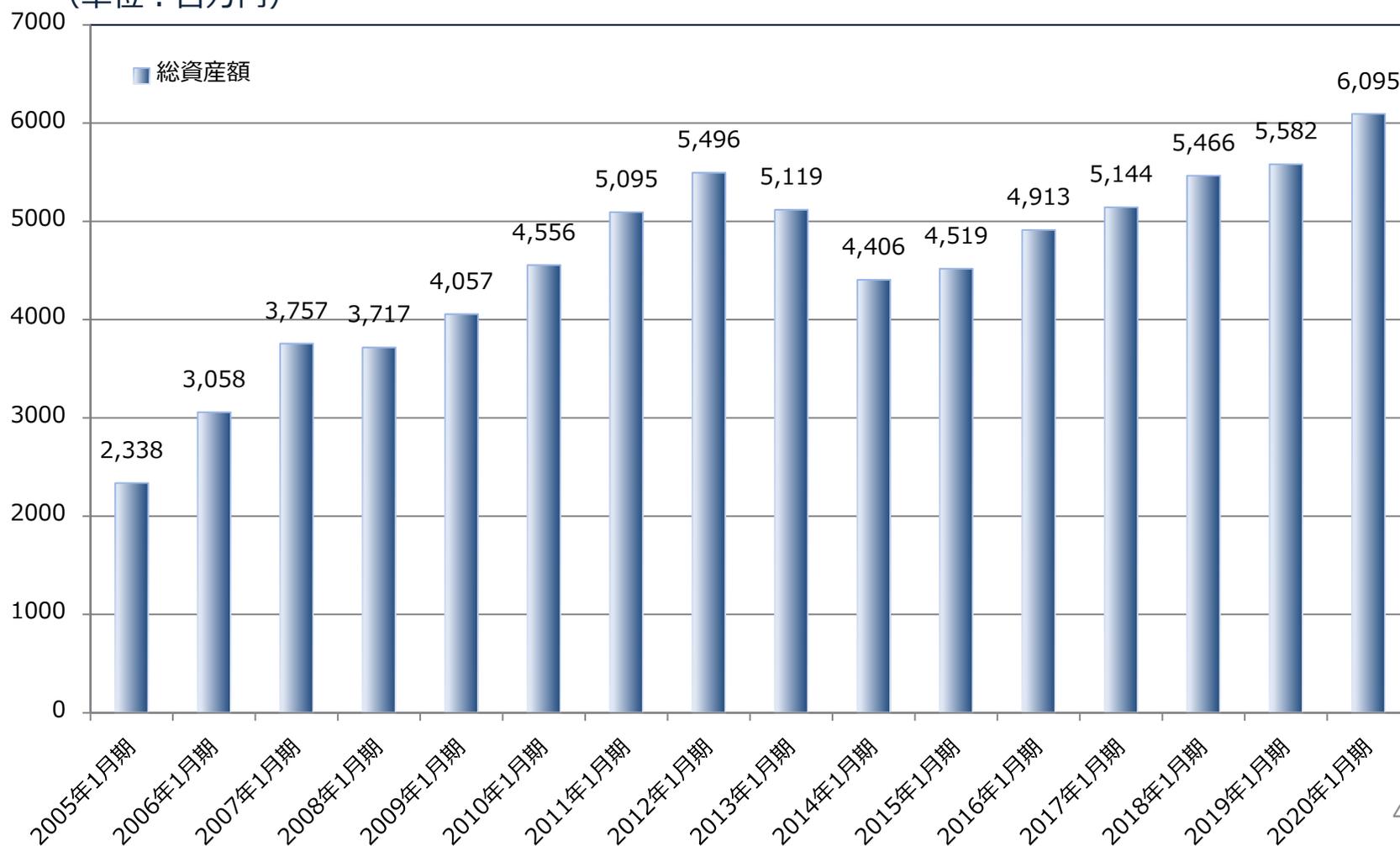
(単位：%)





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。

2020年3月19日
株式会社丸千代山岡家
JASDAQ（証券コード：3399）