



事業計画及び成長可能性に関する事項

G - F A C T O R Y 株式会社

証券コード：3474

| | |
|------------------|----|
| 1. 会社概要 | 3 |
| 2. ビジネスモデル | 8 |
| 3. 市場環境 | 16 |
| 4. 競争優位性 | 21 |
| 5. 2022年12月期決算概要 | 26 |
| 6. 事業計画 | 34 |
| 7. リスク情報 | 52 |



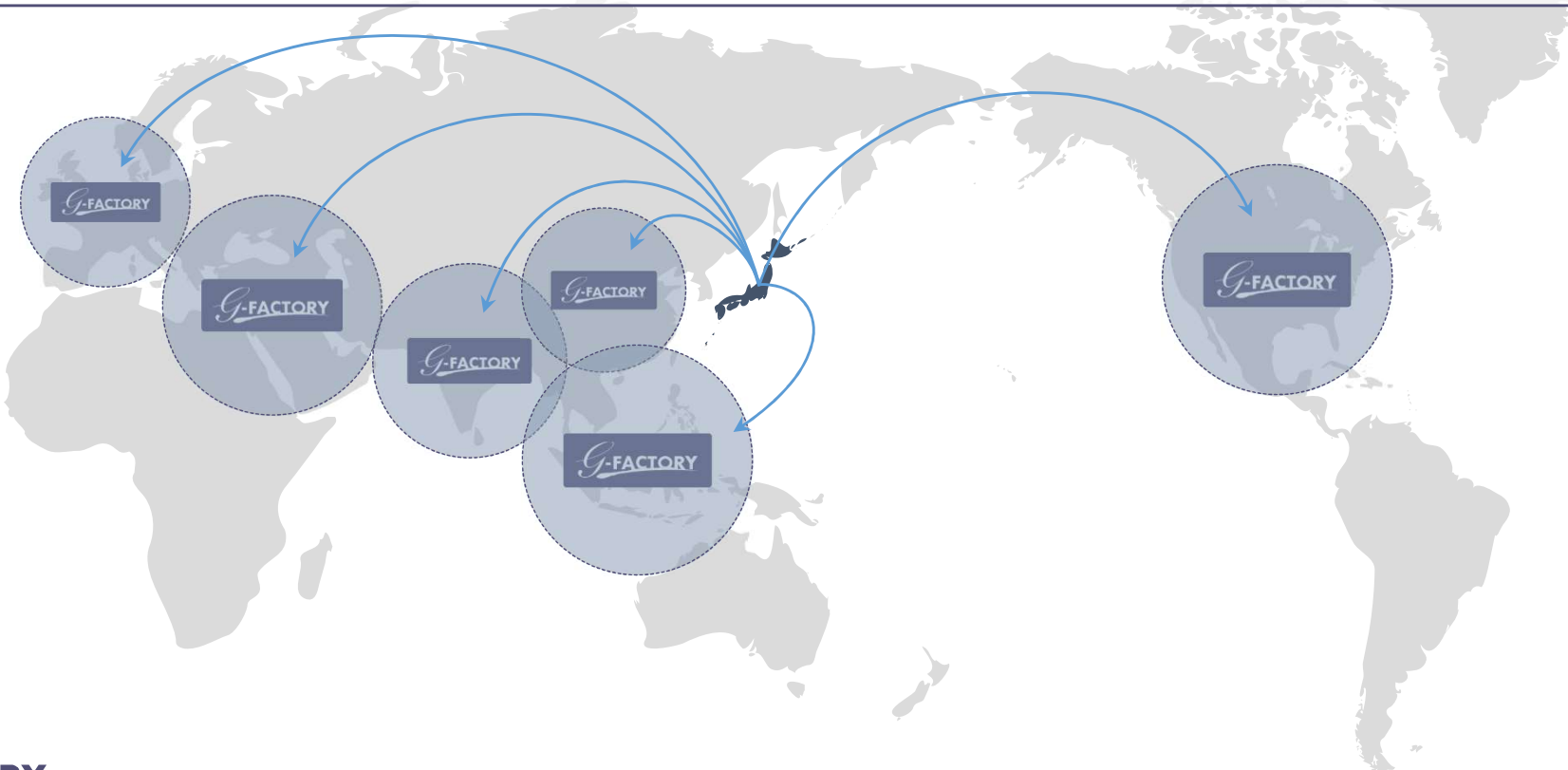
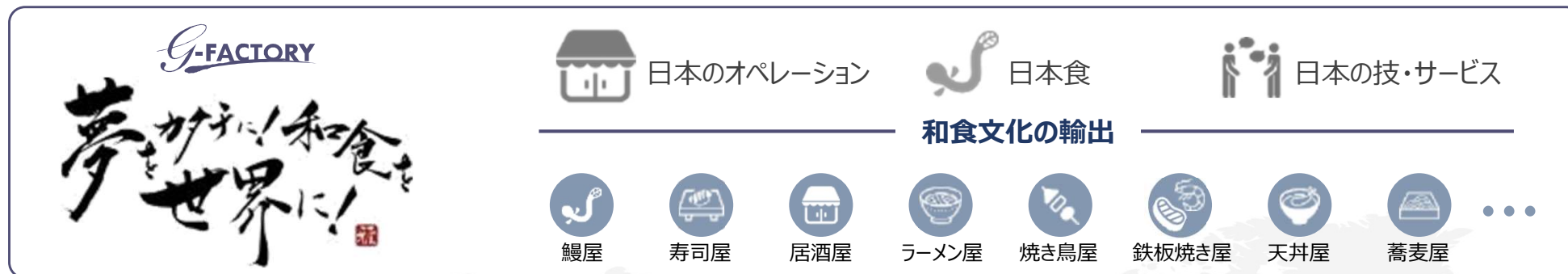
G-FACTORY

1. 会社概要



当社の目指す姿～Our Vision

国内の飲食店等を中心としたサービス業の成長を助けることを第一に、「夢をカタチに！和食を世界に！」という企業スローガンを掲げ、国内の和食文化を世界の様々な地域へ輸出する架け橋となることを目標としています。





1. 会社概要

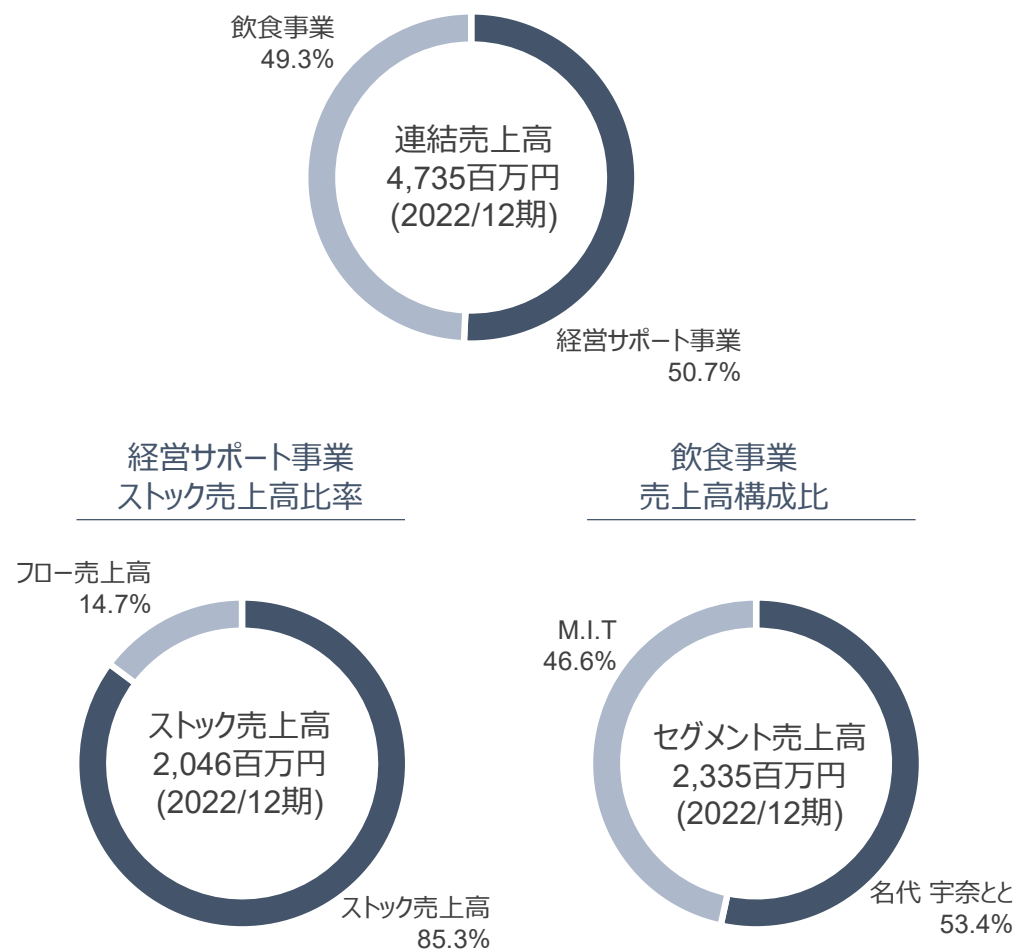
会社概要

当社グループは、飲食店の成長支援を行う経営サポート事業に加え、「鰻」をファストフードとして提供する鰻チェーンおよび焼き鳥、鮨、イタリアン等、職人形態の高付加価値飲食店を運営しています。なお、経営サポート事業は、売上高の8割から9割が安定的なストックビジネスで構成されています。

会社概要

| | | |
|-----------------|---------------|--|
| 会社名 | G-FACTORY株式会社 | |
| 代表者 | 代表取締役社長 片平 雅之 | |
| 設立 | 2003年5月 | |
| 所在地 | 東京都新宿区西新宿一丁目 | |
| 事業内容 (セグメント) | 経営サポート事業 | 飲食店等を中心としたサービス業の物件取得や内装設備の導入サポート等を中心とした出退店支援 |
| | 飲食事業 | 名代 宇奈とと、中目黒いぐちなど、様々な業態の飲食店舗の運営 |

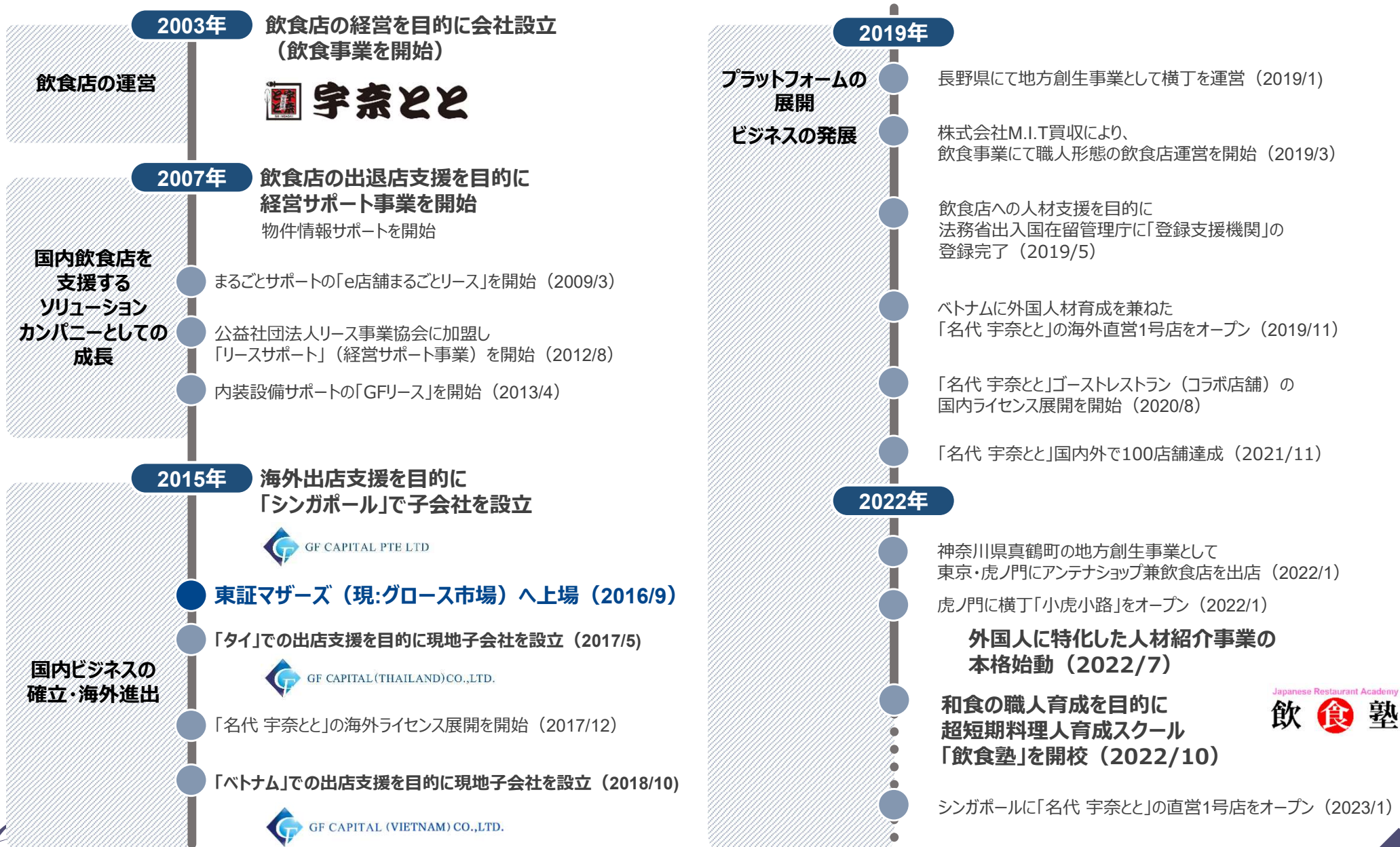
売上高構成比



1. 会社概要

沿革

当初は「飲食店の経営」を目的として設立も、中小規模の飲食店では出店の際に情報収集や専門知識を有した人材確保に強くニーズがあることが分かり、出退店支援を目的とした「経営サポート事業」を開始し、同事業を中心に業容を拡大してきました。



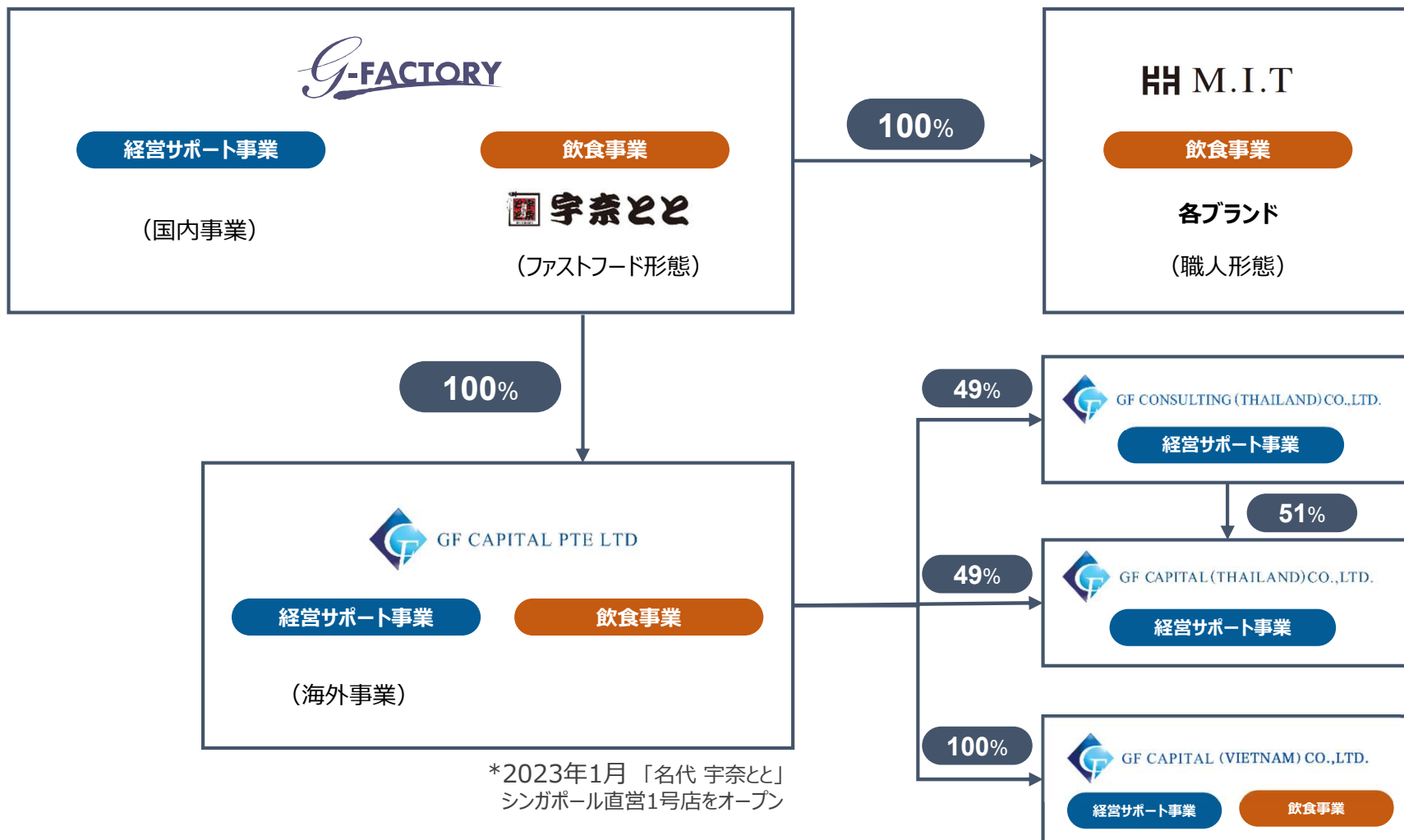


1. 会社概要

G-FACTORYグループの概要

□ 当社グループ

● 出資比率





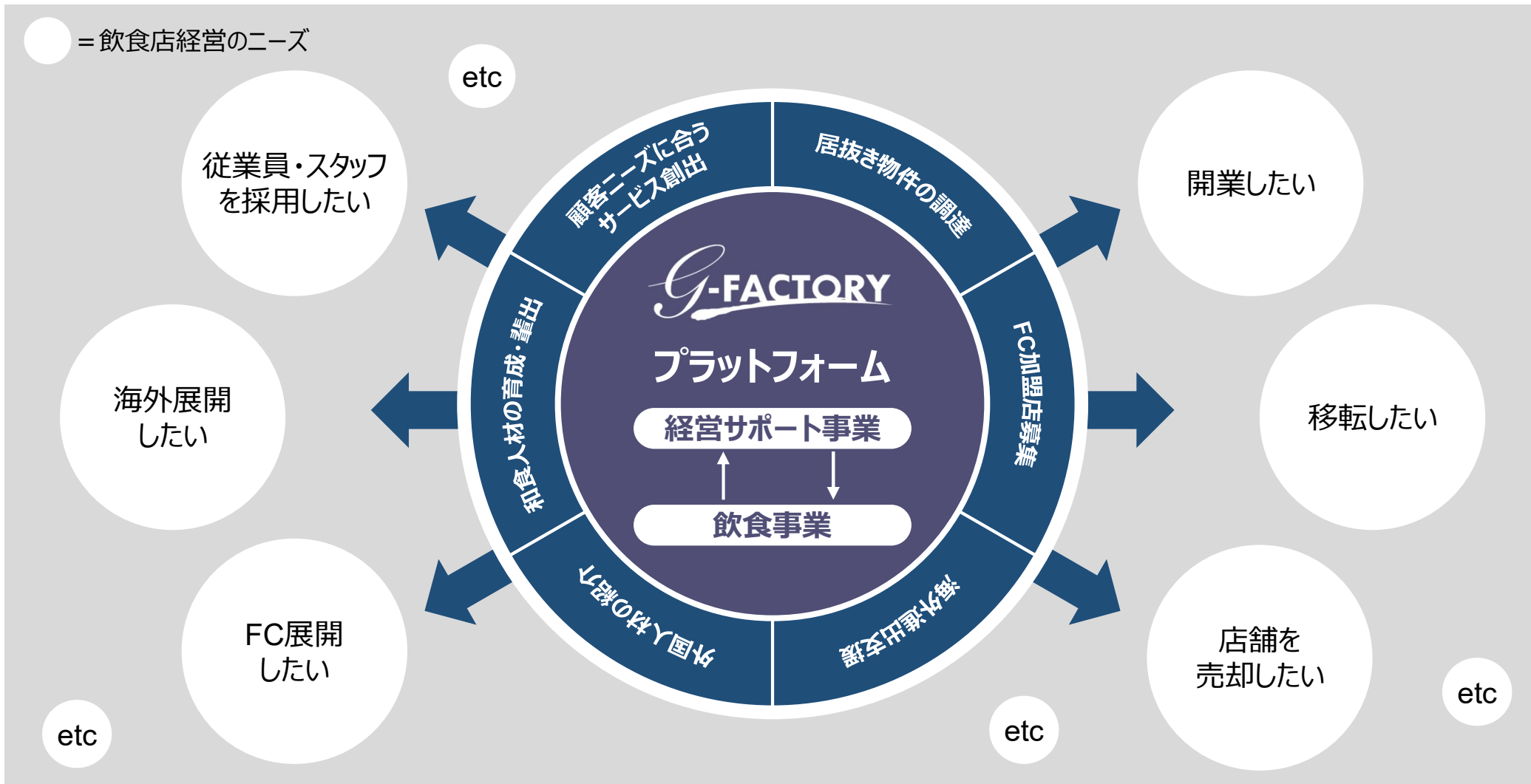
G-FACTORY

2. ビジネスモデル 事業の内容と収益構造



国内飲食業界で確立したプラットフォーム

経営サポート事業と飲食事業の連動によって、当社の「プラットフォーム」が形成されており、両事業を併せ持つことによるシナジーで収益を創出するビジネスモデルを確立。プラットフォームであるために、多額の投資をせずとも新サービス提供が可能。飲食事業で培ったノウハウや課題解決力を活かし、時代と共に変化する飲食店経営のニーズに対応した新サービス提供を推進。





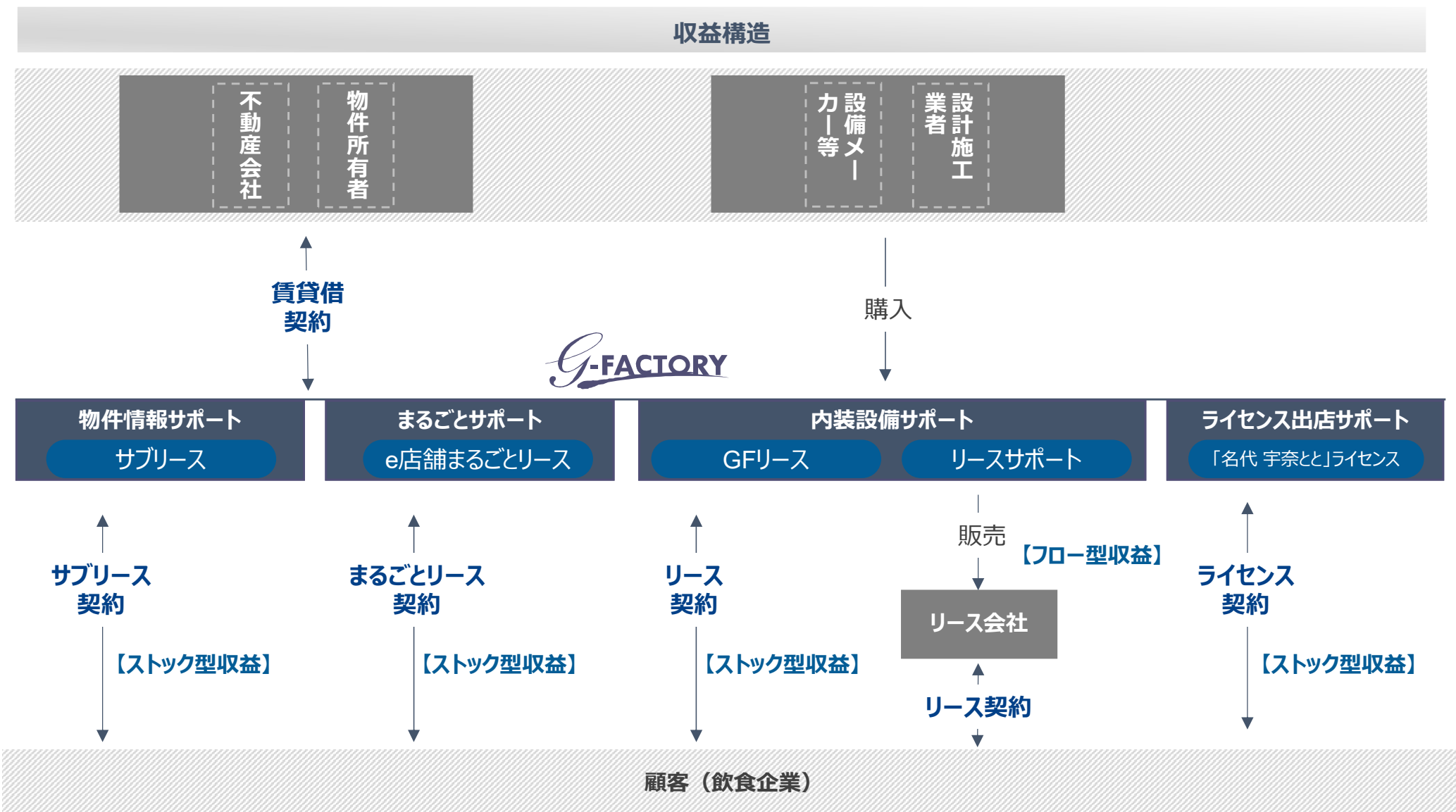
経営サポート事業 – 事業内容と収益構造 (1/3)

経営サポート事業では、飲食店の成長をサポートするトータルソリューションカンパニーになるべく、企業の成長に必要な各種サービスを提供しています。主な顧客層としては多店舗展開や飲食店経営において急速な成長を求める、3～30店舗を運営する企業を中心としています。

| サポート | 商品名 | サポート内容 |
|-------------|---|---|
| 物件情報サポート | サブリース 【ストック型収益】 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 出店希望者への物件のサブリースおよび造作設備の売買 ■ 好立地かつ地下1階・1階・2階までを対象 |
| 内装設備サポート | リースサポート 【フロー型収益】 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 顧客のニーズに従い、当社が設備等を調達 ■ その後、リース会社へ設備等を販売し、同時にリース会社と顧客との契約締結をサポート |
| | GFリース 【ストック型収益】 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 厨房機器等のリース契約 ■ 耐用年数等の観点より契約期間は平均3～5年 |
| まるごとサポート | e店舗まるごとリース 【ストック型収益】 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 物件情報サポートと内装設備サポートのワンストップサービス ■ 月額リース料が出店に伴う費用を含んだパッケージとなり、開店に必要な場所・設備をリースで提供 |
| ライセンス出店サポート | 「名代 宇奈とと」ライセンス 【ストック型収益】 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 「名代 宇奈とと」ライセンス店の出店支援 ■ ライセンス契約期間は3～5年で、加盟金は契約期間で按分計上 |
| 海外進出サポート | <ul style="list-style-type: none"> ■ 海外進出における会社設立、物件紹介、内装設備の調達など ■ 海外において飲食店を出店する際の業務をワンストップでサポート 【ストック型収益】 | |



経営サポート事業 – 事業内容と収益構造 (2/3)

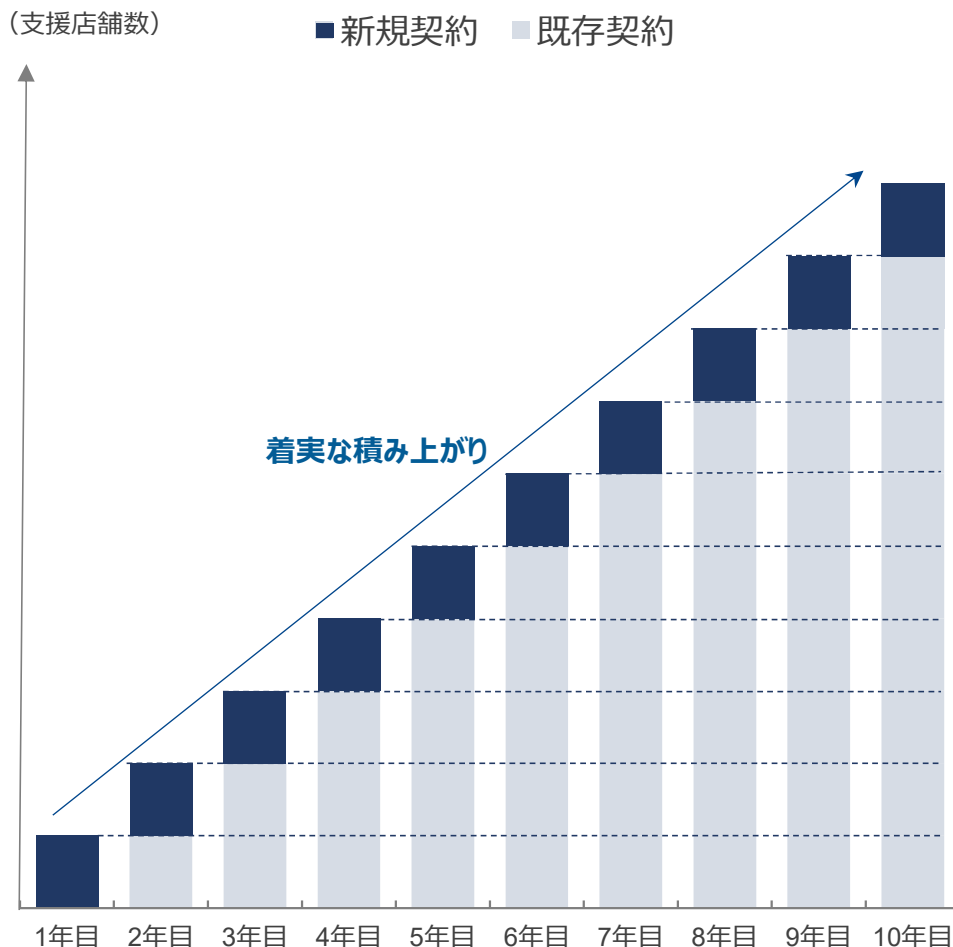




経営サポート事業 – 事業内容と収益構造 (3/3)

出店ニーズが高くかつ居抜き物件を対象としている物件情報サポートでは、「サブリース」を中心としたストック型収益の積み上げを達成しており、今後も収益の安定拡大が見込まれます。

飲食店における物件のサブリース支援イメージ

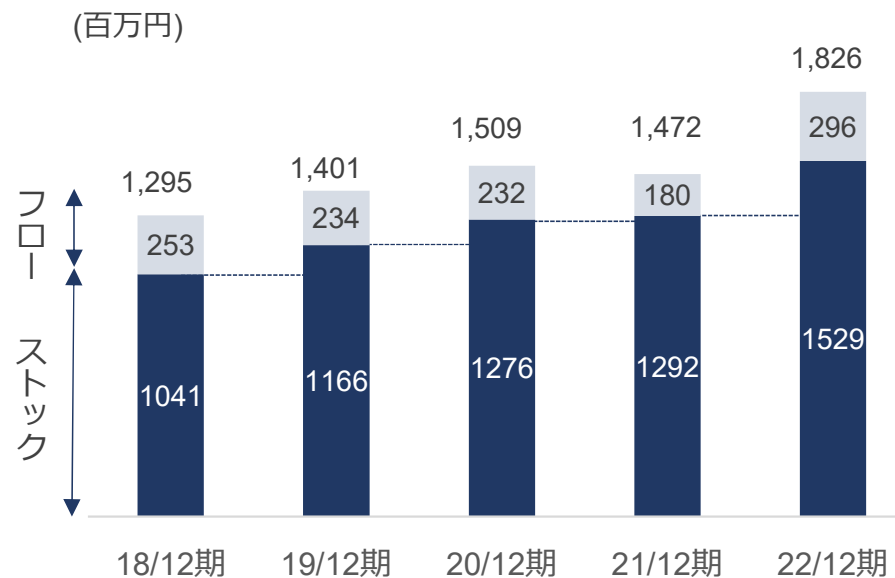


ストックビジネスの安定性

▶ 物件情報サポートにおけるストックビジネス

- 物件情報サポートのサブリースについては、出店ニーズが高くかつ居抜き物件を対象としているため、退店後の借り手に困りません
- 飲食店の開業が景気動向に左右され難いことから、同ビジネスの安定性をより高める要因となっています

【物件情報サポート】





飲食事業 – 事業内容と収益構造 (1/2)

「鰻料理」を世界唯一のファストフード形態として展開する「名代 宇奈とと」の他、高付加価値飲食店を展開する株式会社M.I.Tを運営。これら飲食事業は当社の経営サポート事業および海外戦略を牽引する役割も担います。

| 事業形態 | 運営母体 | 運営店舗数 ^{*1} | | 特徴 |
|---------|------------------------|---------------------|-----------------------------------|---|
| ファストフード | 当社およびベトナム子会社 | 国内 | 直営15店舗 ^{*2} ライセンス92店舗 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 東京・大阪を中心とした国内唯一の「鰻料理」のファストフード ■ 国内外でのライセンス店舗展開（主にロイヤリティ収入と食材の卸売り） ■ デリバリー・テイクアウト事業（ライセンス店舗を含む）の実施 |
| | | 海外 | 直営5店舗 ^{*2} ライセンス5店舗 | |
| 職人 | 株式会社M.I.T 当社100%子会社 | 焼き鳥 | 5店舗 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 焼き鳥、イタリアン、和食、鮨、懐石・会席と幅広いジャンルを展開 ■ 高単価業態 ■ ミシュランを始めとする高い対外評価を得ている店舗が多い ■ 職人を有する ■ 個室中心 |
| | | イタリアン | 3店舗 | |
| | | 和食 | 4店舗 | |
| | | 鮨 | 1店舗 | |
| | | 懐石・会席 | 1店舗 | |

*1 2022年12月末時点の店舗数

*2 「名代 宇奈とと」以外の業態を含む

宇奈とと

一般的には高価なイメージを持つ「鰻」の常識を打ち破るファストフード



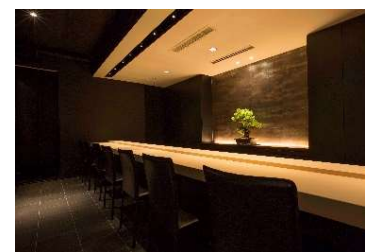
メニュー例

うな丼



HH M.I.T

洗練された食事・空間を提供する高付加価値飲食店



焼き鳥



懐石・会席



鮨



イタリアン

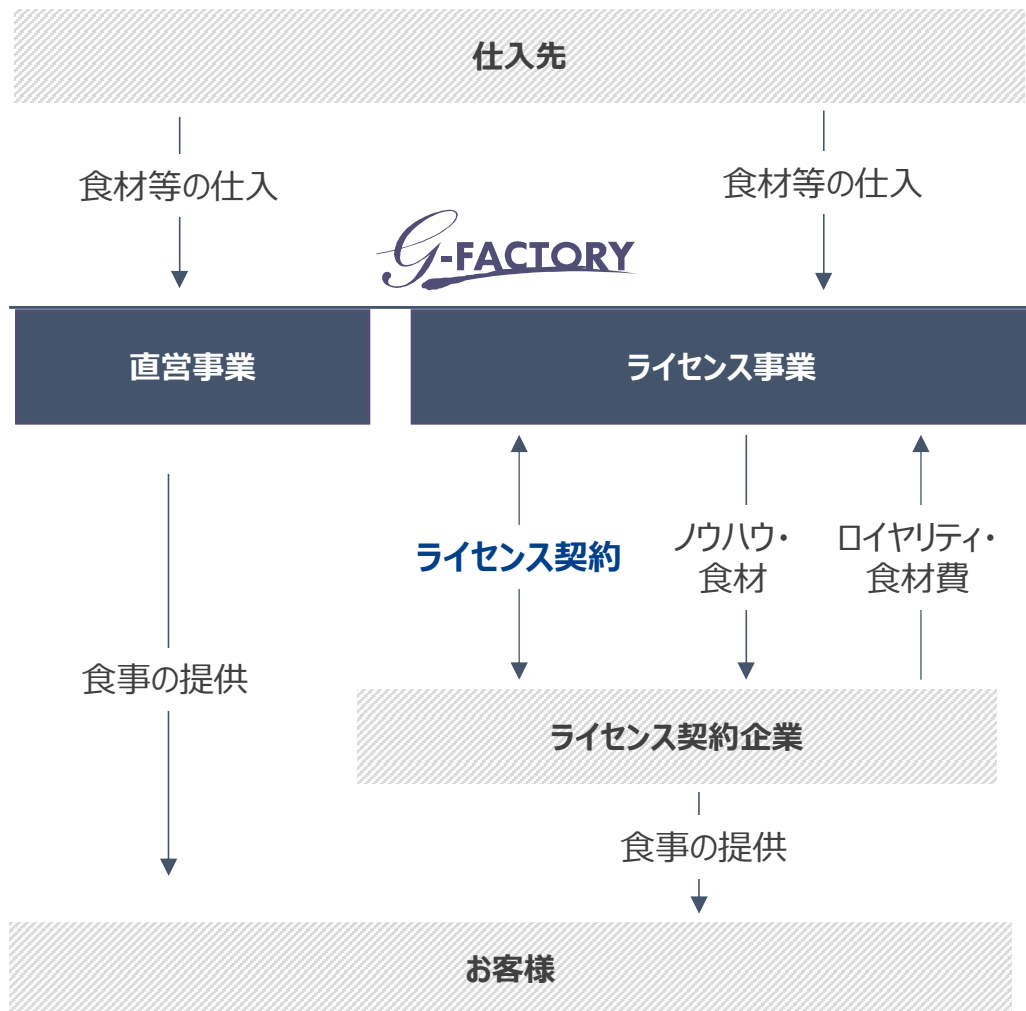
...



飲食事業 – 事業内容と収益構造 (2/2)

当社および連結子会社により、直営およびライセンスによる外食事業を国内と海外にて展開しております。主な業態は、鰻料理のファストフード店「名代 宇奈とと」および株式会社M.I.Tが運営する「RODEO」「米ル」等の高付加価値業態であります。

収益構造



収益形態

| | | | |
|-------------------------|------------------|-----------------|---------------------|
| 店 内 売 上 | 店内売上 | 直営店の店内における食事の提供 | |
| | 店 外 売 上 | デリバリー | デリバリー業者を利用した食事の提供 |
| ライ セン ス 売 上 | 店 外 売 上 | テイクアウト | 店頭受け渡しによる食事の提供 |
| | ライセンス売上 | ロイヤリティ | 店舗営業開始後の毎月のロイヤリティ |
| | ライセンス売上 | 食材卸等 | ライセンス契約企業に対する食材等の提供 |



費用構造

主要な費用項目として、売上原価については、経営サポート事業の地代家賃等、飲食事業の食材等です。販管費については、人件費、事業所の地代家賃等です。

売上原価・販管費の内訳

| (百万円) | 2021/12期 | | 2022/12期 | |
|-------|----------|-------|----------|-------|
| | 金額 | 売上高比率 | 金額 | 売上高比率 |
| 売上原価 | 2,046 | 56.2% | 2,524 | 53.3% |
| 人件費 | 903 | 24.8% | 959 | 20.3% |
| 外注費 | 63 | 1.7% | 46 | 1.0% |
| 消耗品費 | 46 | 1.3% | 88 | 1.9% |
| 水道光熱費 | 44 | 1.2% | 66 | 1.4% |
| 支払手数料 | 211 | 5.8% | 281 | 5.9% |
| 減価償却費 | 38 | 1.1% | 42 | 0.9% |
| その他 | 297 | 8.2% | 509 | 10.8% |
| 販管費計 | 1,605 | 44.1% | 1,996 | 42.2% |



G-FACTORY

3. 市場環境



3. 市場環境

日本の飲食業界のポテンシャル

当社サービスのターゲットとなる日本の飲食業界は、世界でも有数の店舗数を誇ります。飲食店を評価し星の数で評価する『ミシュランガイド』の都市別で見た星獲得店舗数も266店舗で最多となっています。素材の質や、料理技術の高さ等が総合的に評価されていることから日本の飲食業界は世界でもトップレベルに洗練されていると推察。

世界の主要都市飲食店店舗数

| 順位 | 都市名 (国名) | 店舗数 |
|-----|---------------|---------|
| 1位 | ソウル (韓国) | 83,239店 |
| 2位 | 東京 (日本) | 79,601店 |
| 3位 | 深圳 (中国) | 59,985店 |
| 4位 | 大阪 (日本) | 47,739店 |
| 5位 | パリ (フランス) | 44,896店 |
| 6位 | 愛知 (日本) | 36,039店 |
| 7位 | ボゴタ (コロンビア) | 34,248店 |
| 8位 | 神奈川 (日本) | 33,057店 |
| 9位 | ロサンゼルス (アメリカ) | 29,560店 |
| 10位 | 兵庫 (日本) | 27,622店 |

高い評価を受ける日本の飲食店

- 世界共通の基準で飲食店を評価し星の数で表すレストランガイド『ミシュランガイド』において、都市別の星獲得店舗数ランキングTOP5に日本の3都市がランクイン※1
- 世界共通の評価基準
 - 1 - 素材の質
 - 2 - 料理技術の高さ
 - 3 - 独創性
 - 4 - 価値に見合った価格
 - 5 - 常に安定した料理全体の統一性

| 順位 | 都市名 | 星獲得数 |
|----|--------|------|
| 1位 | 東京 | 266 |
| 2位 | パリ | 119 |
| 3位 | 京都 | 108 |
| 4位 | 大阪 | 98 |
| 5位 | ニューヨーク | 76 |

出所：総務省「平成28年経済センサス-基礎調査」、World Cities Culture Forum 2019

※1：各地の2020年度版を基に集計



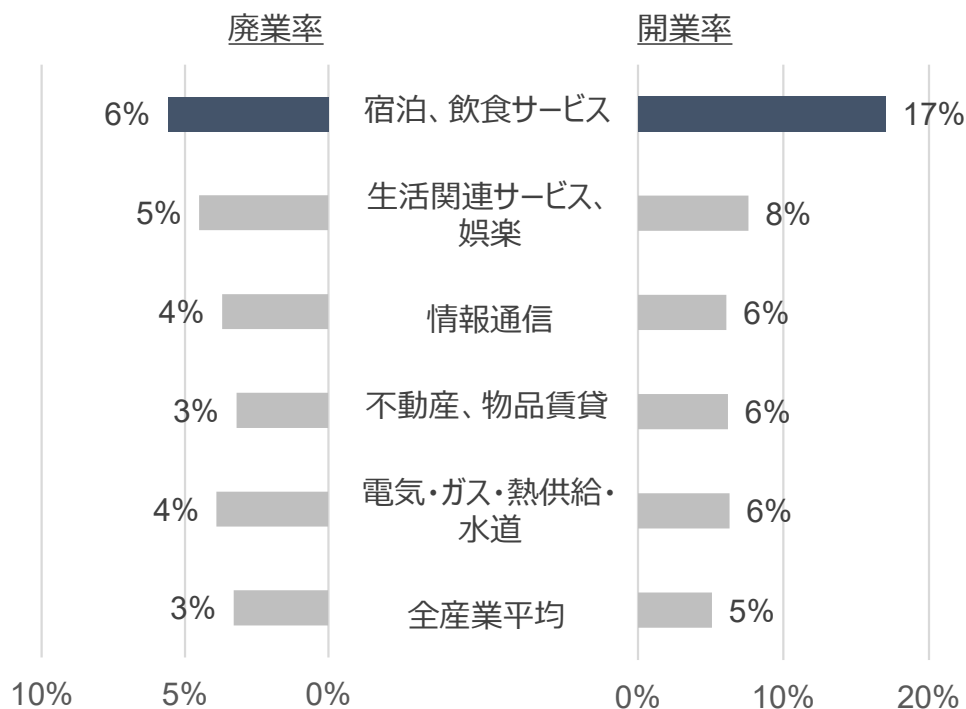
3. 市場環境

経営サポート事業におけるビジネス機会

飲食店の開業・廃業は、景気動向に限らず活発に行われています。特に出店から退店までにおける店舗運営をトータルでサポート可能な当社にとっては、飲食業の出店だけでなく、店舗の移転、改装、スクラップアンドビルドにしても、様々なビジネス機会となります。

飲食店の開業・廃業の状況

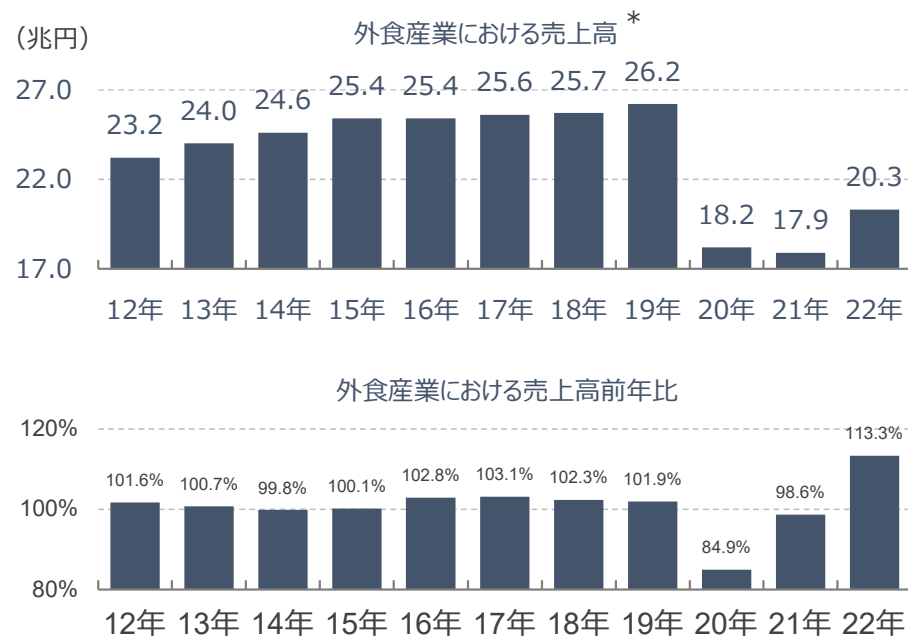
- ▶ 飲食店においては景気動向に限らず開業および廃業が活発に行われています
 - 既存顧客の出店だけでなく、退店（閉店）、移転、スクラップアンドビルドは居抜き物件での賃貸契約のみならず新たなビジネス機会を創出します



出所：中小企業庁 2022年版 小規模企業白書より

外食産業の市場規模推移

- ▶ 外食産業では景気回復による出店数の増加による市場売上高が増加していたが、2020年には新型コロナで減少
- ▶ 2022年にはコロナの収束にともない回復傾向にあり、売上高前年比も100%を超える



出所：一般社団法人 日本フードサービス協会 外食産業市場動向調査資料より。

*2021年と2022年の売上高は同協会「外食産業市場動向調査 2022年年間結果報告」を基に当社算出



3. 市場環境

経営サポート事業における国内成長ポテンシャル

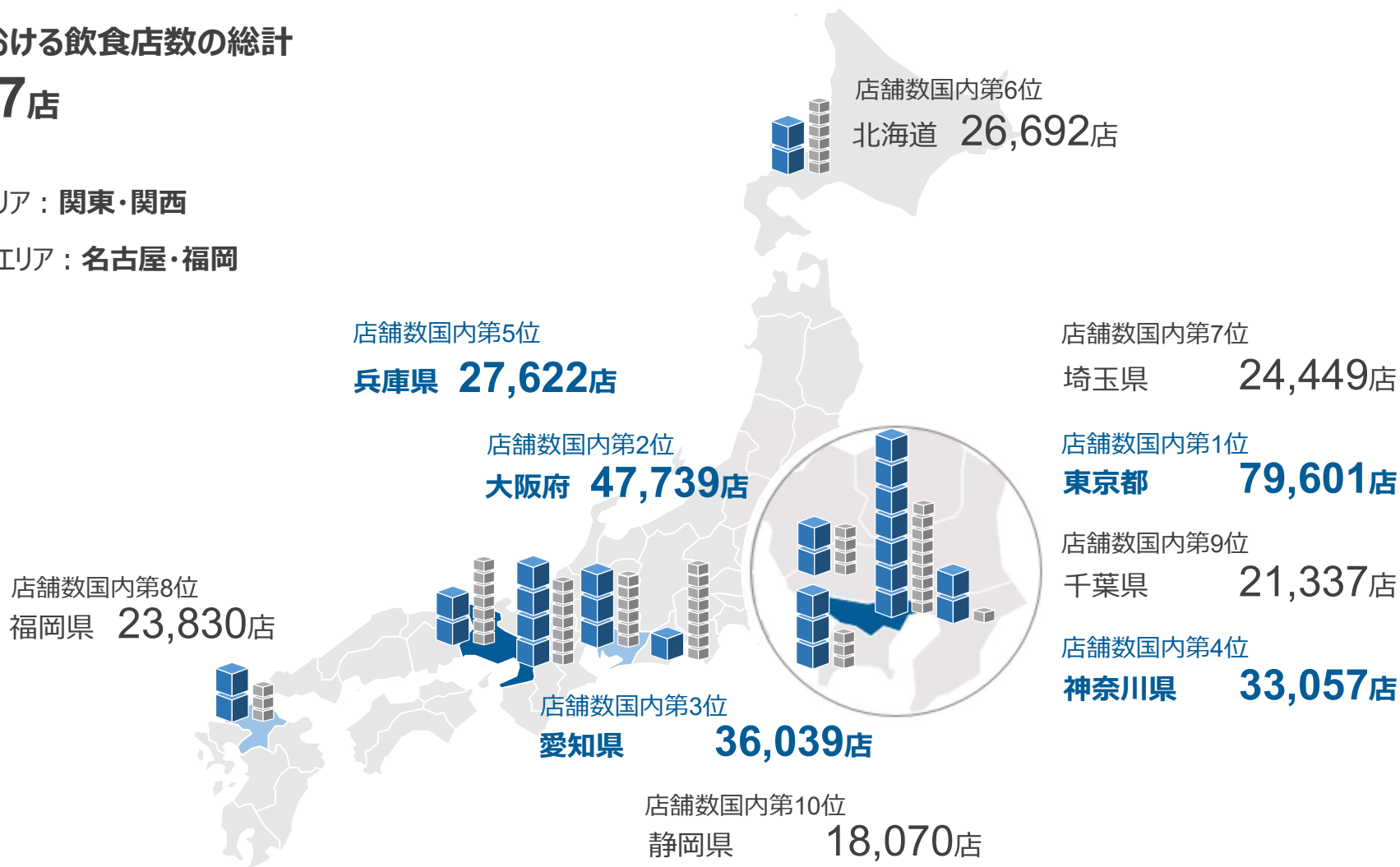
国内に59万店以上存在する飲食店は、関東エリアだけで15万店以上、当社の主要展開地域である東京都だけで7万店以上存在しているため、今後のシェア拡大余地が大いにあることがうかがえます。

都道府県における飲食店数の総計

590,847店

● 既存展開エリア：関東・関西

● 今後の展開エリア：名古屋・福岡





3. 市場環境

海外市場動向 成長ポテンシャル

今後は、人口ボーナス期を迎え、高い外食率を誇る魅力的なASEAN市場での展開を当社の成長ドライバーとして捉えています。また、世界的な「和食」ブランドの確立・誘致ニーズの高まりは、当社の海外進出サポートの追い風となっています。

国内外食市場の環境

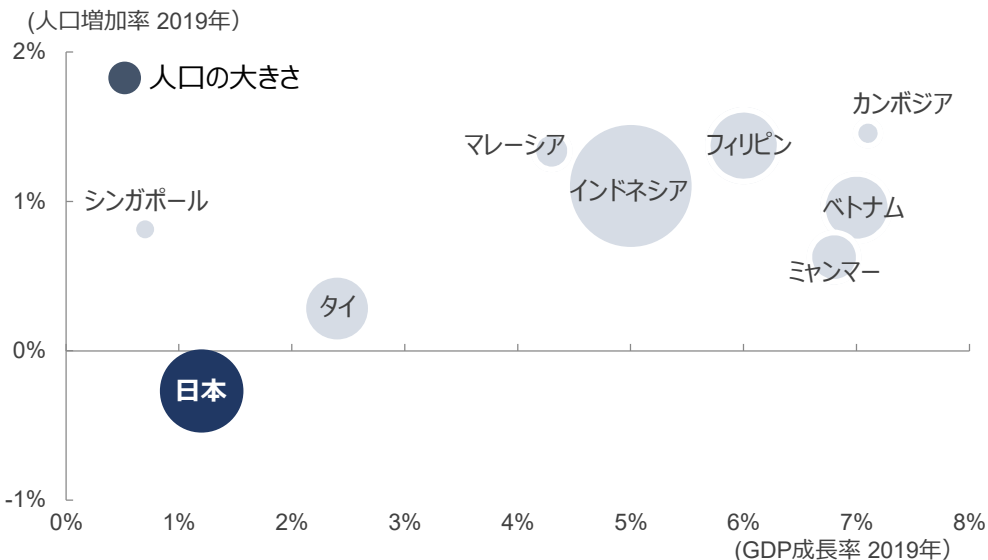
- 1 人材不足による労働力不足
 - 採用コスト上昇。営業時間や出店計画の見直し
- 2 外食比率の低下
 - 賃金の伸びは鈍く、若年層の人口減少で外食需要は先細り
- 3 賃金の上昇・食材価格の上昇
 - 人件費、食材コストは上がり、外食産業の経営を圧迫



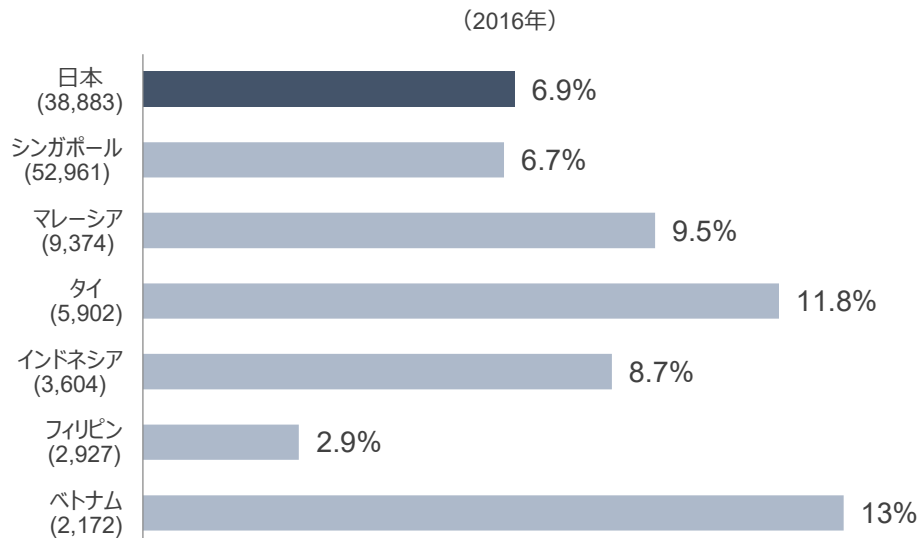
海外外食市場の環境

- 1 人口増加・1人あたりGDPの増加
 - 外食需要は旺盛で、拡大余地が大きい
- 2 国内に比べ高い外食比率
 - 文化的に従来から外食志向が強い
- 3 確立された「和食」ブランド価値
 - 日本へ旅行した人も多く、「和食」は大人気

ASEAN主要国（発展途上国）の人口増加率とGDP成長率



ASEAN主要国における1人あたりGDPに占める外食の割合





G-FACTORY

4. 競争優位性



4. 競争優位性

経営サポート事業の特徴

飲食店の成長をサポートするトータルソリューションカンパニーとして、物件や内装設備に関係した様々な商品を提供するとともに、飲食店を経営することで顧客と同じ目線にたちサービスを提供することができます。

物件や内装設備の様々な商品を提供（総合力）

- 店舗物件の転貸に係る「サブリース」、店舗設備のリースである「GFリース」、物件と設備をパッケージでリースを行う「まるごとリース」など、様々な商品を提供

先行優位

- 優良物件の確保による安定したストック収益
- 店舗の出退店や運営に関わる不動産業者やリース会社等との事業者ネットワーク構築に加え、既存顧客の出退店や移転等に伴い、今後の更なる支援機会を享受できる体制を構築

株式上場

- 店舗物件や店舗設備の調達には多額の初期費用を要するが、株式上場しており流動的な資金調達ができる
- 株式上場により社会的信用力や知名度が比較的高く、優秀な人材を獲得することができる

海外進出支援実績

- 海外子会社を設置し駐在員がいることで、現地の飲食環境の生きた情報をタイムリーに入手できる
- 日本の飲食会社の海外進出支援実績に加え、自らも海外に直営店を出店しており、海外における出店ノウハウを有する

飲食店を経営

- 飲食店運営のノウハウを有し、外食産業の課題やニーズに対して顧客と同じ目線で、サービスを提供することができる
- 飲食店を経営しているからこそそのユニークな商品ラインナップ（「名代 宇奈とと」ライセンスの提供）



4. 競争優位性

経営サポート事業の競合他社との比較

飲食会社による海外進出の支援実績、自社で飲食店を営んでいることによる飲食店経営ノウハウの保有をはじめとして、競合他社が有していない、業界唯一のサービスを提供できる環境にあります。

| | G-FACTORY | サブリース業競合他社 *1 | | |
|------------------------|-----------|-------------------|-------------------|--------------------|
| | | A : 上場会社 首都圏中心 | B : 非上場会社 東京特化 | C : 上場子会社 首都圏中心 |
| 物件や内装設備の様々な商品を提供 (総合力) | ↑ ↓ | ↑ | ↕ | ↑ |
| 先行優位 | | ↓ | ↕ | ↓ |
| 株式上場 | | | | |
| 海外進出支援実績 | | | | |
| 飲食店を営営 | | | | |

*1 サブリース業競合他社は、飲食店を対象とした物件のサブリースを主たる事業とする会社で、業界の主要な会社を選定しています。



4. 競争優位性

飲食事業「名代 宇奈とと」の特徴

国内唯一の「鰻」を商品の中心としたファストフード店を展開。「鰻」を扱っていることでファストフードの中でも、平均単価が高く、広告宣伝費を掛けない展開により高水準の営業利益を保っております。同様のサービスを提供する競合他社はなく、業界唯一のサービスを提供できる環境にあります。

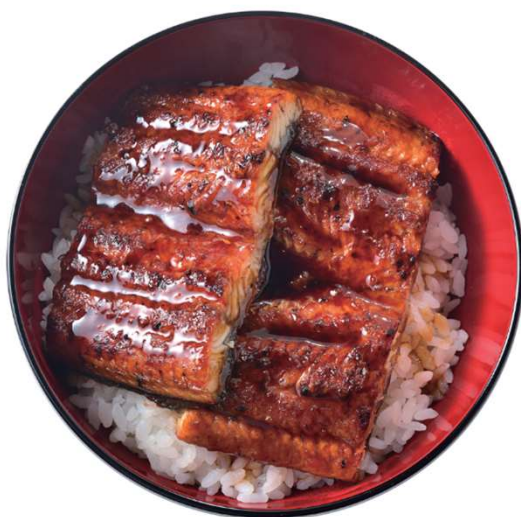
1 世界唯一の鰻のファストフード

- 通常高価格な客単価の鰻料理を、オペレーションの標準化、購買管理の徹底によりファストフード価格を実現



2 デリバリー・テイクアウトサービスの充実

- 中食需要を見込み2017年から強化を続けるデリバリー・テイクアウトサービス



東京エリア：7社

Uber Eats、
出前館、
くるめし弁当、
FineDine、menu、
Wolt、テイクイーツ

大阪エリア：5社

Uber Eats、
出前館、
くるめし弁当、
menu、
テイクイーツ



3 国内・海外のライセンスの展開

- オペレーションの標準化により、国内・海外でライセンス展開
ライセンス店舗数 国内92店、海外5店（2022年12月末）



4. 競争優位性

飲食事業 M.I.Tの特徴

焼き鳥、イタリアン、和食など複数の業態を独自のブランド価値を確立し、高い対外評価を受けています。
高いブランド価値を活かした店舗展開、集客が可能となります。

M.I.T店舗のブランド価値

- お客様にご満足いただける高いブランド価値を保有

非日常を感じられる隠れ家的な空間の高揚感



カウンター越しに料理ができて上がる臨場感

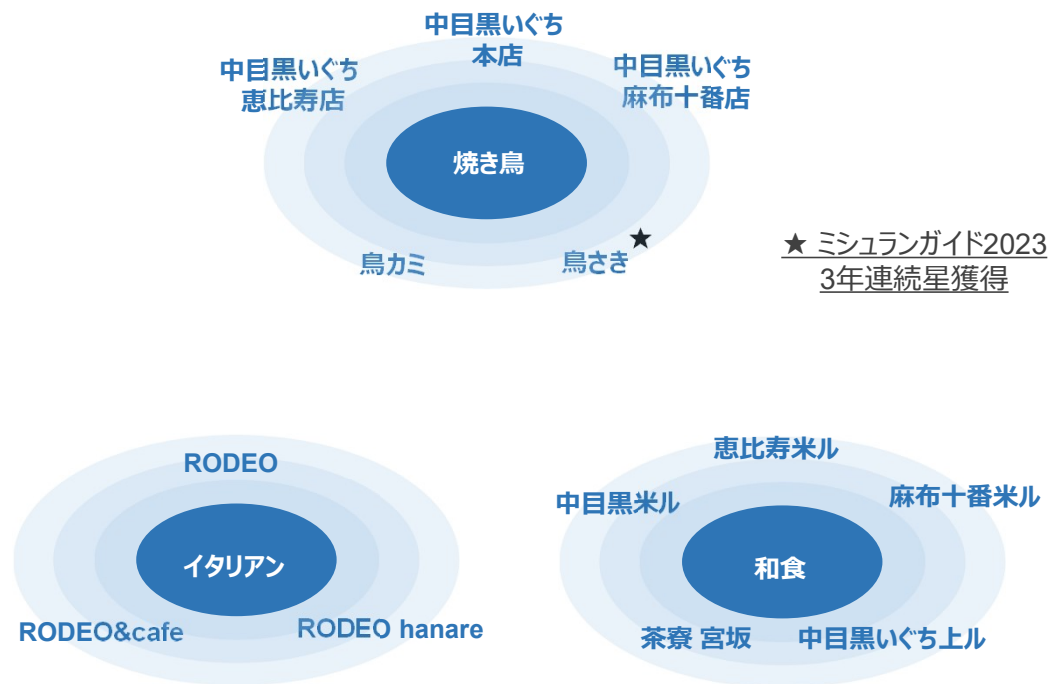


顧客の体験価値 (Customer Experience) の提供



ブランド価値の展開

- 高いブランド価値を有し店舗展開することで、新店舗でも早期の客付を可能とする



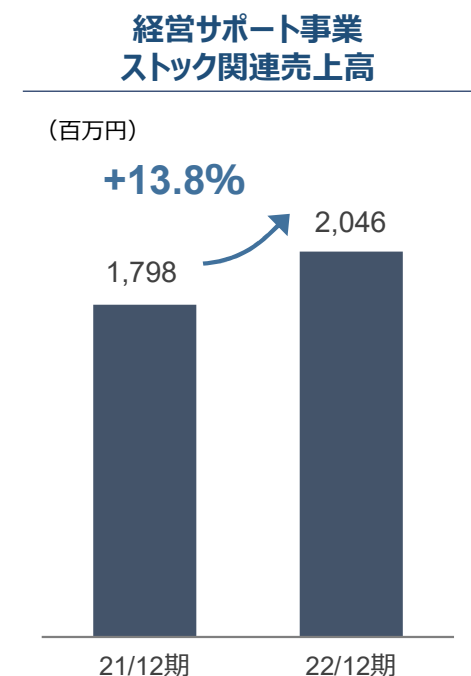
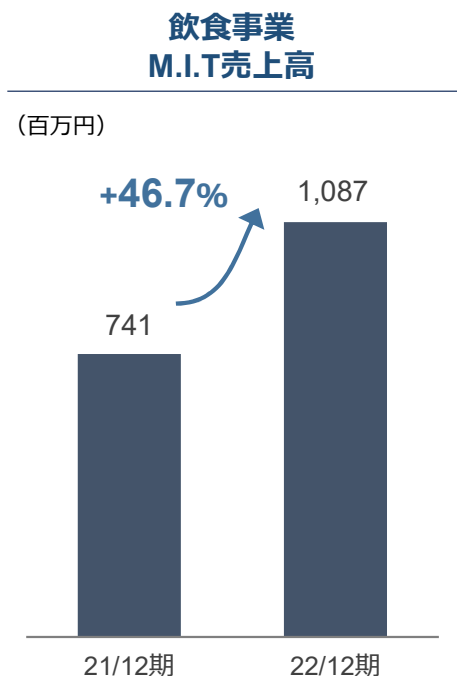


5. 2022年12月期決算概要



2022年12月期決算ハイライト

- 売上高、利益は11月の修正値を更に超え、営業利益は黒字回復
- コロナ規制終了後、需要が回復・変化する中、当社がコロナ禍に進めていた様々な体質強化策の効果が顕在化
- 経営サポート事業において、コロナ補助金の終了で空きが出た好立地の賃貸契約獲得に成功し、物件情報サポート契約が増加
- 名代 宇奈ととは、国内需要の回復、ライセンス店向け食材卸の増加、海外店舗の増加に伴い、売上高が増加
- 子会社M.I.Tは、コロナ禍で休業等を余儀なくされたが、休業期間中に各種管理体制強化、店舗や人員配置の見直し等、収益の最大化・改善策を検討・実施。この取り組みが奏功し、コロナ規制終了後の売上回復に伴い、黒字化を達成





2022年12月期P/L

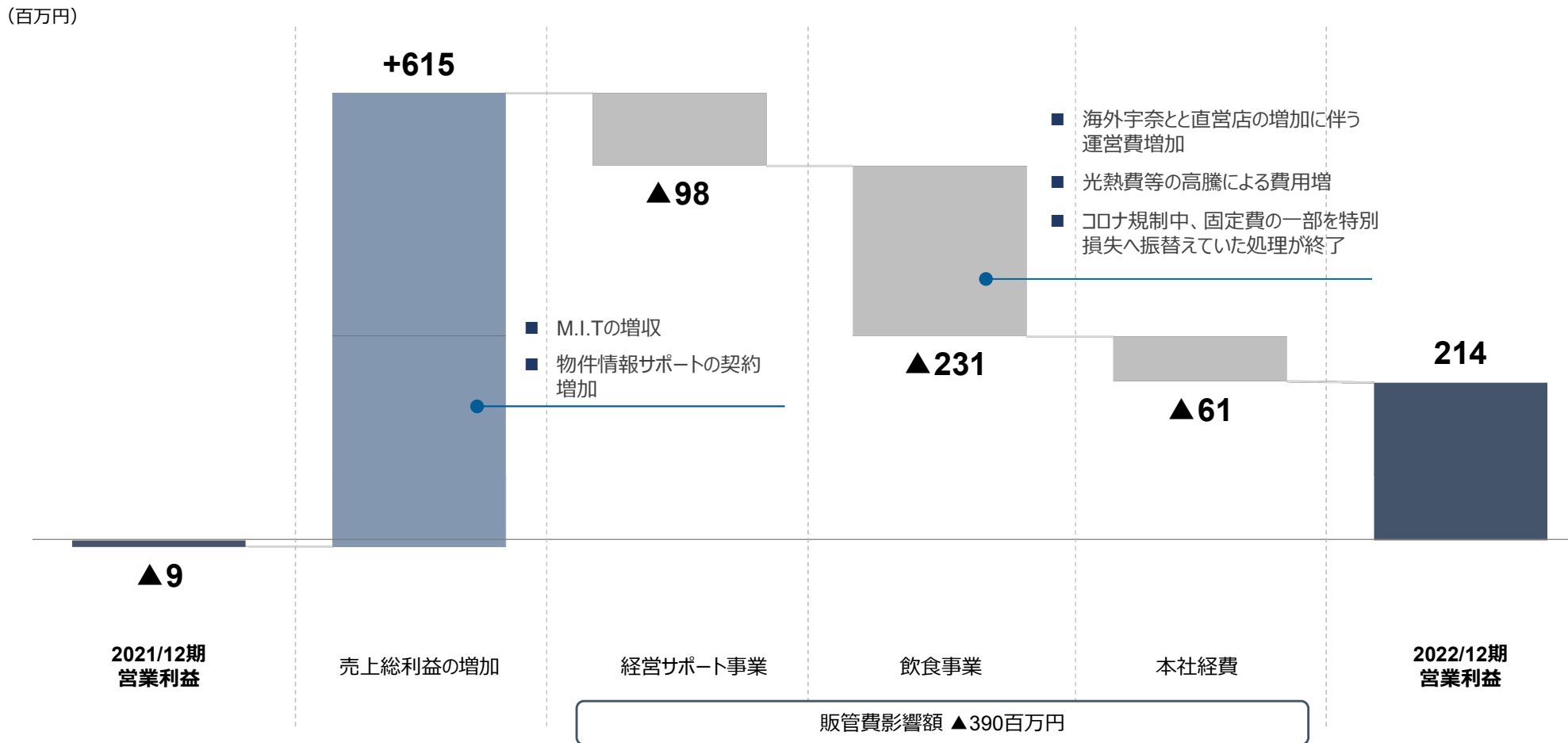
経営サポート事業、飲食事業ともに売上は大幅に増加。原価の高騰が続いたものの、高粗利率のライセンス売上により売上総利益率が増加。海外での新規出店等、先行投資の積極化に伴い販売管理費は増加したものの、売上拡大効果が大きく、営業利益は黒字化を達成。新型コロナに起因する助成金収入は減少したものの売上増加が最終利益の減少を限定的に留める。

| (百万円) | 2021/12期 | 2022/12期 | | | |
|----------------|------------|----------------------|--------------|---------------|---------------|
| | 実績 | 予想 (2022/11/11公表) | 実績 | 前期比 | 予想比 |
| 売上高 | 3,641 | 4,634 | 4,735 | +30.0% | +2.2% |
| 売上総利益 | 1,595 | - | 2,211 | +38.6% | - |
| 売上総利益率 | 43.8% | - | 46.7% | +2.9pt | - |
| 営業利益 | ▲9 | 162 | 214 | 黒字化 | +31.8% |
| 営業利益率 | - | 3.5% | 4.5% | - | +1.0pt |
| 経常利益 | ▲14 | 183 | 213 | 黒字化 | +16.6% |
| 経常利益率 | - | 3.9% | 4.5% | - | +0.6pt |
| 親会社株主帰属する当期純利益 | 292 | 213 | 271 | ▲7.3% | +27.0% |
| 当期純利益率 | 8.0% | 4.6% | 5.7% | ▲2.3pt | +1.1pt |



営業利益の増減要因（前年同期との比較）

経営サポート事業の物件情報サポートの契約増加、飲食事業ではM.I.Tの増収が売上総利益増加に寄与。海外宇奈とと直営店の増加に伴い販管費は増加したものの、増収幅が大きいことから販管費率は低下し、営業利益は黒字化。

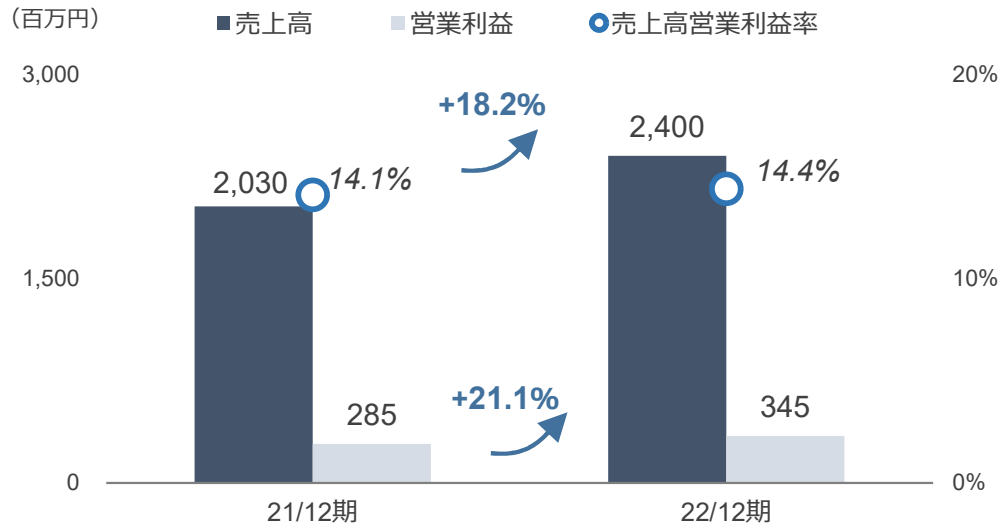




経営サポート事業の概況

コロナ助成金の終了に伴い飲食店の出退店が活発化し、物件情報サポートの契約増加が主に増収に寄与。「名代 宇奈とと」ライセンス加盟金収入が利益増に寄与し利益率も上昇。

経営サポート事業



国内事業 売上高：2,259百万円（前期比：+18.6%）

- 飲食店への助成金終了に伴い飲食店の出退店が活発化し、物件情報サポートの契約が増加
- 「名代 宇奈とと」のライセンス加盟金収入が利益に寄与

海外事業 売上高：141百万円（前期比：+13.0%）

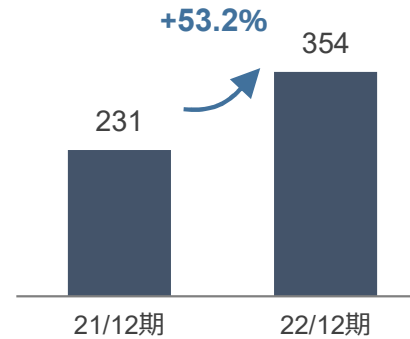
- 海外事業は為替の影響で増収

フロー・ストック売上高の前年同期比較

■ 物件情報サポート、まるごとサポートの案件増加によりフロー売上高、ストック売上高ともに増加

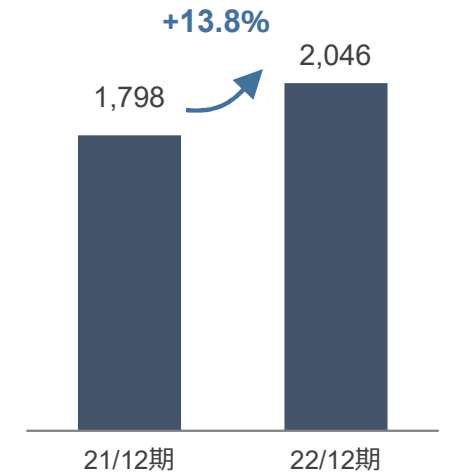
フロー売上高 *1

(百万円)



ストック売上高

(百万円)

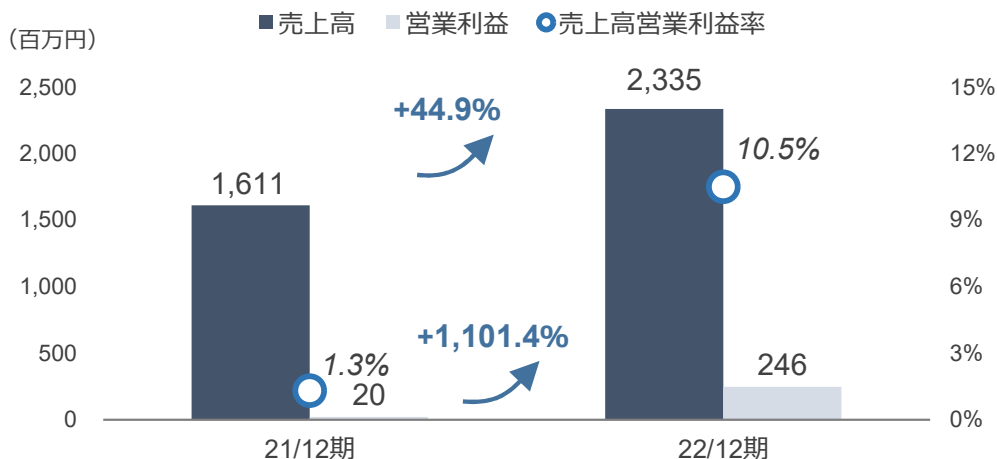




飲食事業の概況

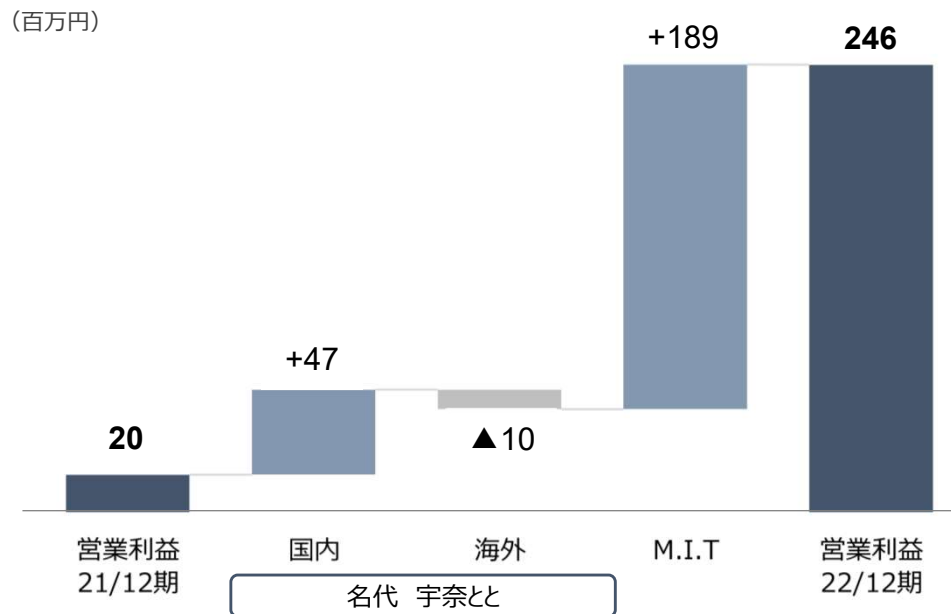
国内ではコロナ規制終了に伴い、「名代 宇奈とと」、M.I.Tの売上高が大幅に回復し利益率も回復。海外では前期オープンした「名代 宇奈とと」ベトナム2号店の通期寄与、ベトナム3号店が5月にオープンし売上高が増加。

飲食事業



営業利益の増減要因

- 「名代 宇奈とと」国内は、ライセンス店舗売上の通期寄与によりロイヤリティ収入、食材卸売上が増加し、利益に寄与
- 「名代 宇奈とと」海外は、ベトナム2号店、3号店が売上・利益増に貢献したものの、ベトナム4号店（2022年11月オープン）、シンガポール1号店（2023年1月オープン）開店費用が利益を押し下げ
- M.I.Tは、売上高の回復に伴い利益も大幅に回復



名代 宇奈とと (国内) 売上高：1,023百万円 (前期比：+27.1%)

- インバウンドの回復により既存店の売上高が増加
- ライセンス店向けのロイヤリティ収入および食材卸売上が増加、利益に寄与

名代 宇奈とと (海外) 売上高：223百万円 (前期比：+244.7%)

- ベトナム2号店（2021年12月オープン）の通期寄与、ベトナム3号店（2022年5月オープン）による売上増加

M.I.T 売上高：1,087百万円 (前期比：+46.7%)

- 休業要請・時短営業が終了、酒類提供解禁により売上高が大幅に回復



販管費・特別損益の状況

海外直営店の増加による運営費用の増加等で、販管費は391百万円の増加。時短営業・休業等の対応による助成金減少により特別利益が減少。通常営業再開により特別損失も減少。

販管費の前年同期比較

| (百万円) | 2021/12期 | 2022/12期 | 差 |
|-------|----------|----------|------|
| | 実績 | 実績 | |
| 人件費 | 903 | 959 | +56 |
| 外注費 | 63 | 46 | ▲16 |
| 消耗品費 | 46 | 88 | +41 |
| 水道光熱費 | 44 | 66 | +22 |
| 支払手数料 | 211 | 281 | +70 |
| 減価償却費 | 38 | 42 | +4 |
| その他 | 290 | 621 | +196 |
| 販管費計 | 1,605 | 1,996 | +391 |

特別損益の状況

| (百万円) | 2021/12期 | 2022/12期 |
|------------|----------|----------|
| | 実績 | 実績 |
| 特別利益 | 705 | 416 |
| 違約金収入 | - | 250 |
| 受取和解金 | 26 | 30 |
| 臨時休業等助成金収入 | 669 | 135 |
| 特別損失 | 247 | 205 |
| 固定資産売却損 | 37 | 99 |
| 固定資産除却損 | - | 2 |
| 減損損失 | 21 | 63 |
| 和解金 | 20 | 16 |
| 臨時休業等関連損失 | 167 | 23 |
| 特別損益計 | 458 | 210 |

新型コロナに起因した
特別損益項目



バランスシートの概況

物件情報サポートの案件増加、及び、新規出店の増加に伴い、国内・海外で固定資産が増加。コロナ禍で借り入れた資金の返済が開始したことで有利子負債が減少。

| (百万円) | 21/12期4Q末 | 22/12期4Q末 | 前期末差 |
|---------------|--------------|--------------|-------------|
| 資産の部 | | | |
| 流動資産 | | | |
| 現金及び預金 | 2,240 | 2,127 | ▲112 |
| 売掛金 | 90 | 92 | +1 |
| 割賦売掛金 | 12 | 1 | ▲10 |
| リース投資資産 | 149 | 94 | ▲55 |
| 流動資産合計 | 2,738 | 2,598 | ▲139 |
| 固定資産 | | | |
| 有形固定資産 | 748 | 945 | +196 |
| のれん | 121 | 67 | ▲54 |
| 無形固定資産 | 123 | 77 | ▲46 |
| 差入保証金 | 901 | 1,053 | +151 |
| 投資その他の資産 | 1,061 | 1,258 | +196 |
| 固定資産合計 | 1,934 | 2,280 | +346 |
| 資産合計 | 4,672 | 4,879 | +207 |
| 負債の部 | | | |
| 流動負債 | | | |
| 買掛金 | 104 | 165 | +60 |
| 有利子負債 | 229 | 273 | +43 |
| 流動負債合計 | 1,037 | 1,016 | ▲21 |
| 固定負債 | | | |
| 有利子負債 | 1,289 | 1,019 | ▲269 |
| 長期預り保証金 | 658 | 789 | +130 |
| 固定負債合計 | 2,093 | 1,960 | ▲132 |
| 負債合計 | 3,130 | 2,976 | ▲154 |
| 純資産の部 | | | |
| 株主資本合計 | 1,528 | 1,800 | +272 |
| その他の包括利益累計額合計 | 3 | 77 | +73 |
| 非支配株主持分 | 8 | 12 | +3 |
| 純資産合計 | 1,541 | 1,903 | +362 |
| 負債純資産合計 | 4,672 | 4,879 | +207 |



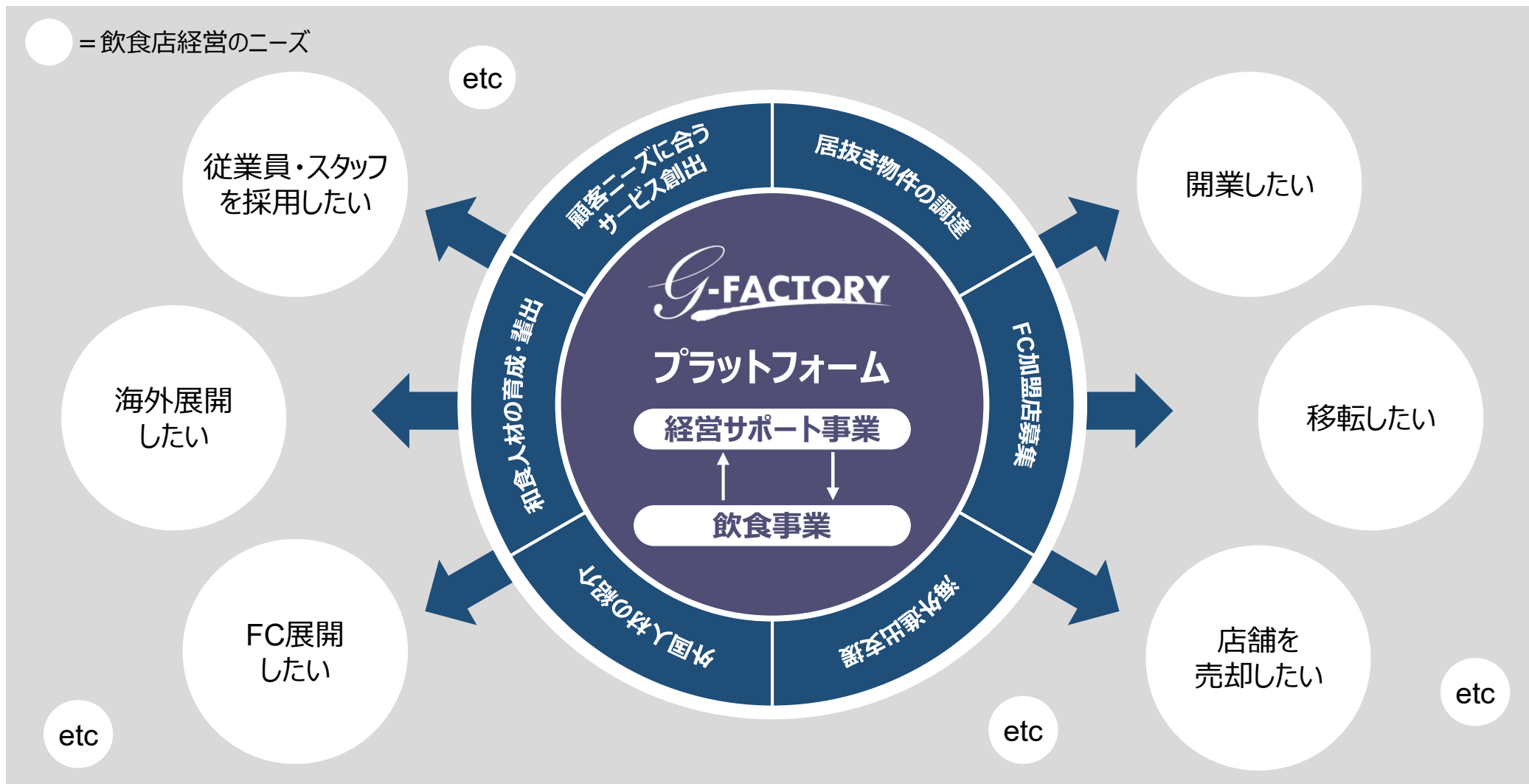
G-FACTORY

6. 事業計画 A. 成長戦略



プラットフォームビジネスによる成長戦略

経営サポート事業と飲食事業が連動する「プラットフォーム」が形成されていることをあらためて認識。プラットフォームビジネスを確立し、市場やニーズの変化を捉えて、成長戦略の要として展開する。コロナ渦で増加した「名代 宇奈とと」ライセンス店舗を維持し、プラットフォームによる他種サービスの提供に結びつける。





顧客・社会への貢献を通じた当社の成長戦略、取り組み

上場から6年を経て、コロナ禍の経験もあり、日本の飲食企業をサポートする当社が、今後どのようにして顧客・社会に貢献することで、業績成長を達成していけるのか、**サステナビリティの見地**からの検証を実施。当社固有の強みの確認、マテリアリティ候補の選定、これに対する取り組みについて、現在、以下のように把握している。

当社の強み



国内外での 飲食店経営ノウハウ

- ファストフード「名代 宇奈とと」直営店、FC展開
- 職人形態の焼き鳥、イタリアン、和食等幅広いジャンルを展開



海外自社拠点

- シンガポール、タイ、ベトナムに現地法人を保有
- ベトナム、シンガポールで直営店を運営



安定した財務基盤

- ストックのビジネスモデルによる安定したキャッシュ・フローの獲得
- 流動比率256%



サステナビリティの見地から、当社戦略を検証

| | メガトレンド | 重要課題候補 | 当社のサービス／取り組み |
|---------------|---------------------------|--|--|
| E 環境 | 脱炭素社会の実現 | - 内装設備、機械設備等の廃棄処分を抑制 | ■物件情報サポート等、居抜き店舗の活用で資源の再利用 |
| | フードロス | - 無駄のない食材活用への取り組み、地産地消 | ■ベトナムにおける現地食材を利用した日本食の開発・提供 |
| S 社会構造 | 日本の生産年齢人口、労働人口の減少加速 | - 日本の労働環境における人材の確保 - 和食職人の確保 | ■飲食事業：外国人材の積極的な採用 ■人材紹介：外国人材の積極的な紹介 ■「飲食塾」で和食職人を比較的短期間で育成 |
| | 地方の疲弊、過疎化 | - 地方創生、地方活性化 | ■真鶴のアンテナ店舗を開業し、魅力を発信 ■「九大新町研究開発次世代拠点」への出店 |
| | FIRE（早期退職）、多様化したキャリア選択の発現 | - リスキングや起業による新しい業務・仕事への展開 | ■飲食塾：和食人材の教育、職人技術のリスキング、ISA導入（出世払い） |
| | アフターコロナでの外食需要の変化 | - 外食需要の減少による飲食店売上の減少 - 店内飲食を伴う店舗の減少 - デリバリー等の店外売上の落ち着き | ■宇奈とと：ライセンスの展開、直営店店舗売上以外の販売強化 ■M.I.T：選ばれる店舗としての魅力・ブランドの再確認 |
| | アフターコロナでのインバウンド需要の回復と変化 | - インバウンド需要店舗の売上増加 - インバウンド需要の取り込みのための宣伝、多言語化への対応 | ■インバウンド向け商品開発 ■外国人材の採用 |
| | アジア各国でのコロナに伴う出入国管理の混乱 | - 海外での高品質な和食業展開の推進 | ■直営店出店による経営ノウハウの蓄積 |
| S 教育・文化 | 豊かな日本の食体験の提供、伝承、発信 | - 人手不足 - 和食人材の不足 | ■飲食塾：和食人材の教育、職人技術のリスキング、ISA導入（出世払い） ■ASEANで和食直営店運営、直営店及び現地百貨店で日本食材を販売 ■国内外の観光客の集客が期待される新たな複合施設「福岡大名ガーデンシティ」への和食店舗出店、観光客へ和食発信 |
| S DX化 | 業務プロセスのデジタル化 | - デジタルツールの活用によるビジネスモデルや業務の「変革」 | ■業務改善デジタルツールの導入 |
| S 働き方 | 飲食業界のホワイト化 長時間労働 | - 社員のワークライフバランスの確保 - 安心して働ける職場の確保 | ■有給・育児休暇取得率 ■人材育成（研修実施数、資格取得報奨金制度、語学学習支援制度等） ■定着率（もしくは離職率） ■賃金アップ |
| G コンプライアンス | 女性社員の登用 | - 積極的な女性社員の採用、働き方改善の仕組み、女性幹部の育成 | ■取締役6名中女性2名（33%） ■女性の働きを支援（G-FACTORY単体女性社員比率50%） |

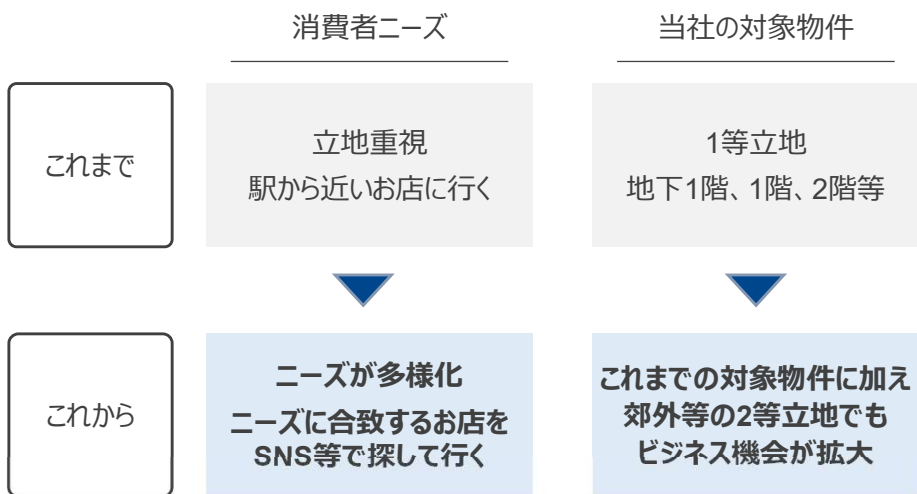
※網掛けの項目については次頁以降に詳細を記載



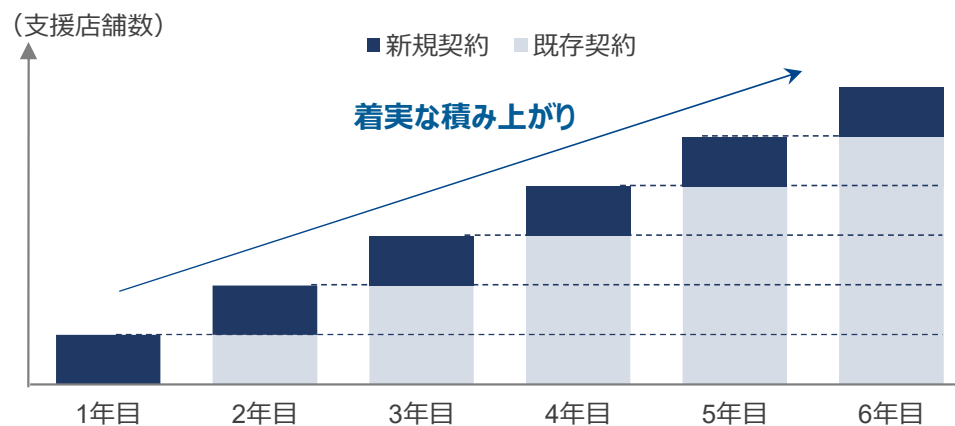
経営サポート事業の成長方針（1/3）：物件情報サポートの成長

飲食店への来店動機の変化により、これまでは好立地かつ地下1階、1階、2階を対象としていたが、1.5等立地、2等立地のニーズが発生し、商圈が拡大。支援店舗数増加によるストック売上拡大で成長加速を見込む。

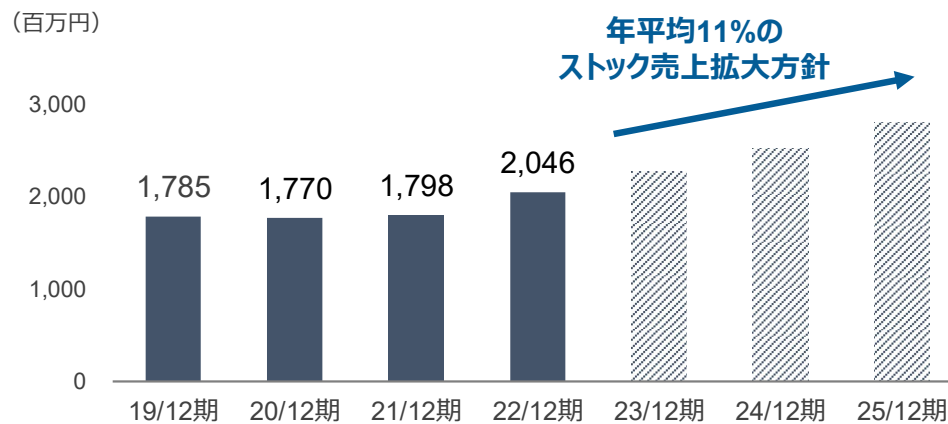
コロナ禍以降の消費者ニーズの変化と当社のビジネス機会



飲食店における物件の物件情報サポート支援イメージ



経営サポート事業のストック売上高計画





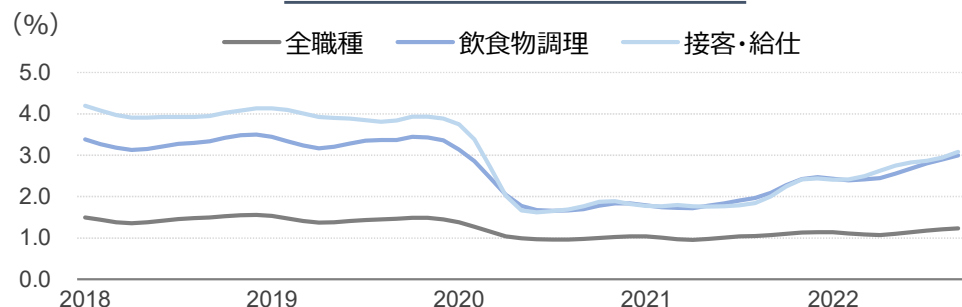
経営サポート事業の成長方針（2/3）：外国人材紹介ビジネス

飲食業界の慢性的な人手不足の解消のため、特定技能制度を活用した外国人紹介ビジネスを開始。特定技能ビザが創設された2019年～現在まで「名代 宇奈とと」にて、特定技能外国人を採用・育成している経験から得た独自の外国人採用・ビザ取得ノウハウを活用。

飲食業界の人手不足解消に向けた外国人材の活用

- 飲食業界では「少子高齢化」や「働き方の変化」の影響を受け慢性的に人材が不足
- 新型コロナの感染拡大により、有効求人倍率は一時的に低下したものの、足元では3倍程度まで上昇
- このような状況に対処して、人材を十分に確保するためには、一定の専門性・技能を有する即戦力の外国人を受け入れることが必要不可欠

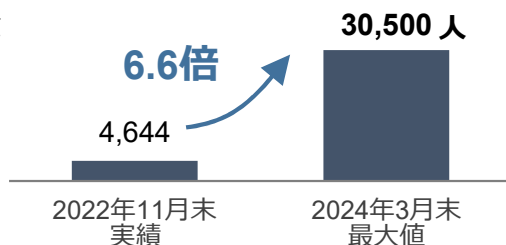
飲食分野の有効求人倍率の推移



出所：厚生労働省「一般職業紹介状況（職業安定業務統計）」

特定技能制度による外国人受入数

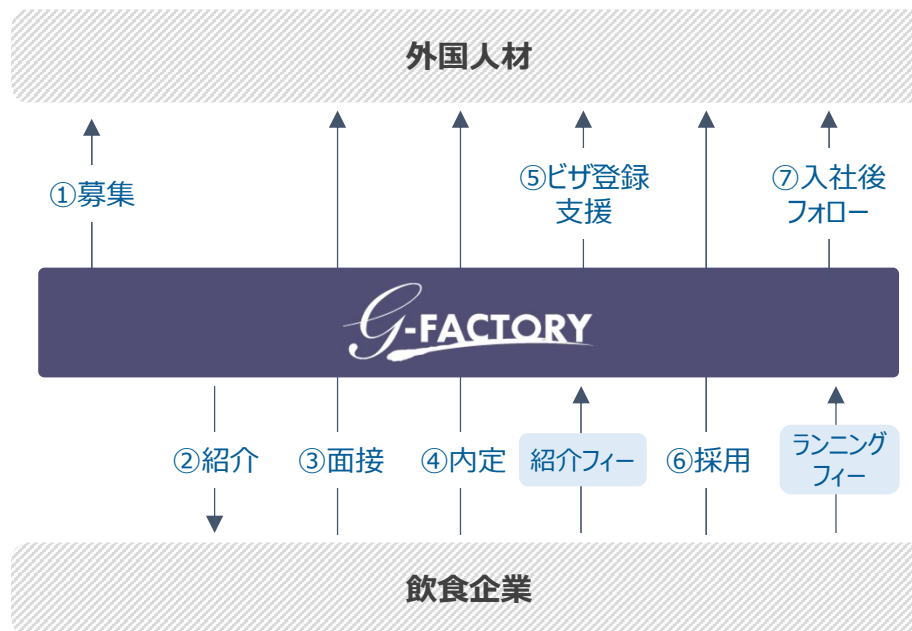
- 2019年4月に「特定技能ビザ」が新設され、外国人が飲食業で正社員として就業することが可能に
- 2024年3月末までに最大3万500人の外国人の受け入れを実施



出所：出入国在留管理庁「外国人材の受け入れ及び共生社会実現に向けた取組」

外国人材紹介ビジネスの立ち上げ

- 特定技能制度を利用し、日本国内在住のベトナム人材を募集、飲食企業に紹介
- 特定技能ビザの取得から、登録後のサポートまで一貫してサポート
- 特定技能ビザが創設された2019年～現在までの約3年間、「名代 宇奈とと」にて、特定技能外国人を採用・育成している経験から得た独自の外国人採用・ビザ取得ノウハウを活用

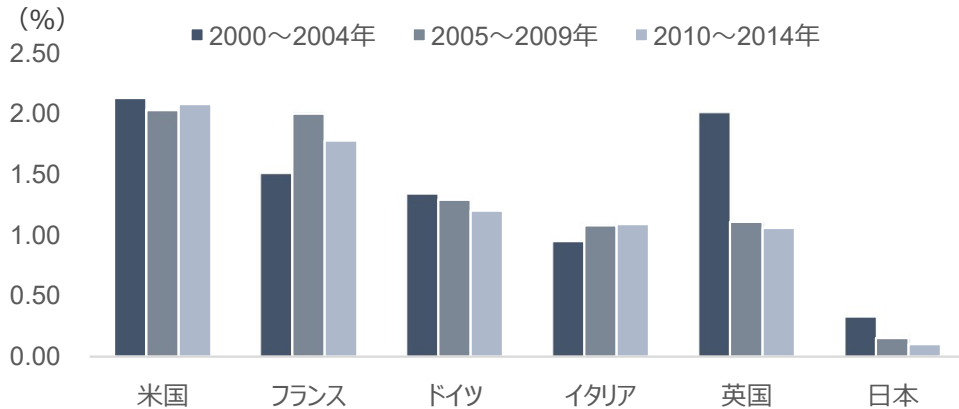




経営サポート事業の成長方針（3/3）：職人養成スクール「飲食塾」

他国比で日本企業が社員の能力開発に費用を割く割合は低く、上昇余地は大。また日本でも異業種への転出、FIRE（早期退職）とキャリア選択は多様化しており、生涯教育、リスキリングへの関心は高い。従来、一人前のすし職人になるには10年の修行が必要とされてきたが、若年層の人口減少が顕著で、職人育成のスピードアップが課題。職人養成スクール「飲食塾」を立ち上げ。

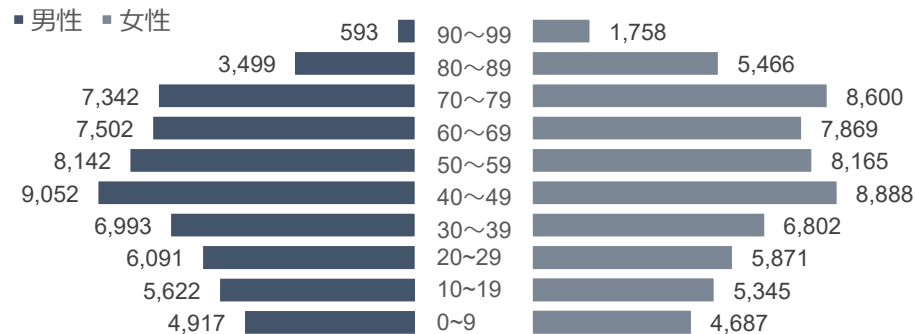
GDPに占める企業の能力開発費の割合の国際比較



出所：厚生労働省「平成30年度版労働系経済の分析」

日本の年齢層別人口構成（千人）

■ 40～49歳の層をピークに、若年層の人口は減少傾向が顕著



出所：総務省統計局「国勢調査（2020年）」

職人養成スクール「飲食塾」の立ち上げ

- 世界で加速度的に需要が高まっている日本食の料理人を育成することを目的に、職人養成スクール「飲食塾」を立ち上げ、10月に開校
- 一般的な1年制の調理師学校のカリキュラムを、短期集中型の濃密なプログラムに圧縮し、実際に飲食店で就業する際に役立つ実技や知識を学び、即戦力として通用する技術を身に付ける
- 中期から教室に隣接する店舗（店名：守破離）で、実際にお客様に料理を提供



飲食塾



守破離





飲食事業の成長方針（1/3）：国内地方への進出①

福岡市が産学連携により新産業・新事業の創出を目指す新たな拠点「九大新町研究開発次世代拠点」において、集客の要として飲食棟の運営を当社が受注。次世代を担うスタートアップの創出・育成を「食」を通じて支援するとともに、地方経済への貢献に寄与。M.I.Tのイタリアレストラン「RODEO」ほか、新業態を出店。

九大新町研究開発次世代拠点「いとLab+」の特徴

- 福岡市と九州大学が連携した新産業・新事業の創出を目的とした研究開発次世代拠点
- 研究開発棟に加えて蔦屋書店棟、飲食や物販を目的としたテナント棟（飲食棟を含む）などの生活便利施設、住居棟が一体となった、一つの街の様相を呈する複合施設
- 九州大学伊都キャンパス（福岡市西区）から近く、周辺に立地する福岡市産学連携交流センターや、有機光エレクトロニクス実用化開発センターと併せて研究開発拠点を形成



当社の取り組み

- 「いとLab+」の飲食棟の運営を当社が受注。当社グループによる直営店の出店のほか、経営サポート事業の顧客による飲食店の出店をサポート
- M.I.Tが運営するイタリアレストラン「RODEO」ほか、新業態を4月にオープン予定。「RODEO」は西日本初進出
- 飲食棟の運営を通じて、産学連携の後押しと地方経済への貢献を図る





飲食事業の成長方針（2/3）：国内地方への進出②

「アジアの玄関口」と言われ、アジアのリーダー都市を目指す福岡市が九州最大の繁華街・天神で進める再開発プロジェクト「天神ビッグバン」で新たに開業する複合施設「福岡大名ガーデンシティ」に、M.I.Tの「米ル」と焼き鳥店「鳥カミ」を出店。インバウンド需要の回復が強く見込まれる福岡出店により、海外への認知度向上を目指すとともに、日本の食文化の発信と発展に貢献。

「福岡大名ガーデンシティ」の特長

- アジアの拠点都市としての役割・機能を高め、新たな空間と雇用の創出を目指すプロジェクト「天神ビッグバン」の一つでホテルやオフィス、商業エリアなどで構成される複合施設
- 九州初のラグジュアリーホテル「ザ・リッツ・カールトン福岡」を誘致
- 約3,000㎡の広場やコワーキングスペースなどを通じた世界や市域との多様な交流拠点
- グローバル人材企業の集積拠点としてグローバルとローカルの科学反応を起こすイノベーションハブ

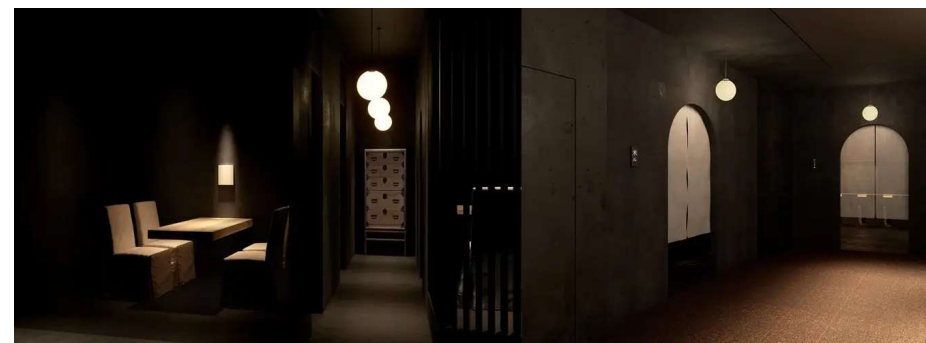


〔商業フロア：福岡大名ガーデンシティ・ビオスクエアのイメージ〕



出店概要

- 「福岡大名ガーデンシティ」の商業フロアである「福岡大名ガーデンシティ・ビオスクエア」に、M.I.T運営の予約困難店として話題を集める和食店「米ル」と焼き鳥店「鳥カミ」が、6月8日にオープン予定。「米ル」と「鳥カミ」は西日本初進出
- アジアの玄関口として一層発展が見込まれる福岡への出店により、アジアへの認知度向上を目指すとともに、日本の食文化の発信と発展に貢献

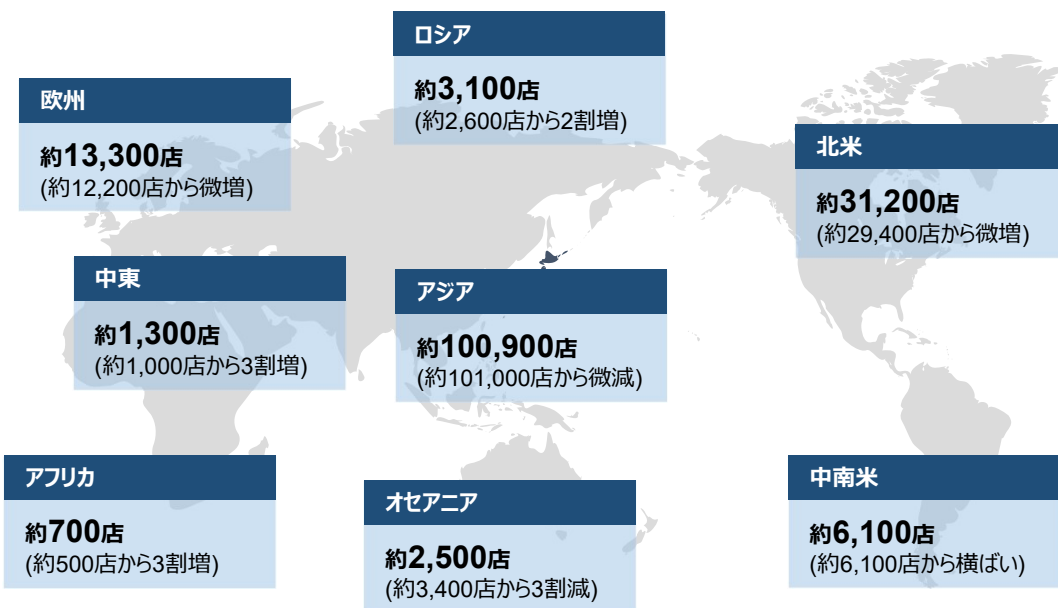




飲食事業の成長方針（3/3）：海外出店の拡大

新型コロナに対応した各国の政策には差があることから、日本の企業は海外での新規進出に関し、現状では慎重な姿勢を保持。そんな中でも、世界の日本食レストラン数は増加しており、日本食需要の高さがうかがえる。この状況に鑑み、当社は直営店舗の出店にフォーカスし、ノウハウ蓄積とネットワーク拡大による今後のサービス支援体制の強化を図る。

海外における日本食レストラン数



出所：農林水産省 輸出・国際局「海外における日本食レストランの数」
2021年7月調査時点159,046店、（）内は2019年時点

「名代 宇奈とと」の海外直営店の出店強化

- これまでの海外戦略は、経営サポート事業での他社の海外進出支援が中心であったが、各国の相次ぐロックダウン等の政策を目の当たりにした当社顧客は、新型コロナ前と比較して新規海外進出のタイミングを計りかねている
- 当社は直営店出店を進め、現地の飲食店運営ノウハウの蓄積、ネットワークの拡大をすることで、海外進出サポートの体制強化と品質向上を図る

直近の出店店舗

ベトナム

- ベトナム有数の高級住宅街と昔ながらの下町風情漂う街並みが共存するホーチミン7区に、祭りやぐらや縁日スペースを備えたベトナム4店舗目の「名代 宇奈とと グエンティタップ店」が11月にオープン
- 現地のさらなる日本食文化の浸透を図るべく、2023年春、ホーチミンに「飲食塾」の卒業生が料理人の一人を担う鮭業態の運営を開始予定



シンガポール

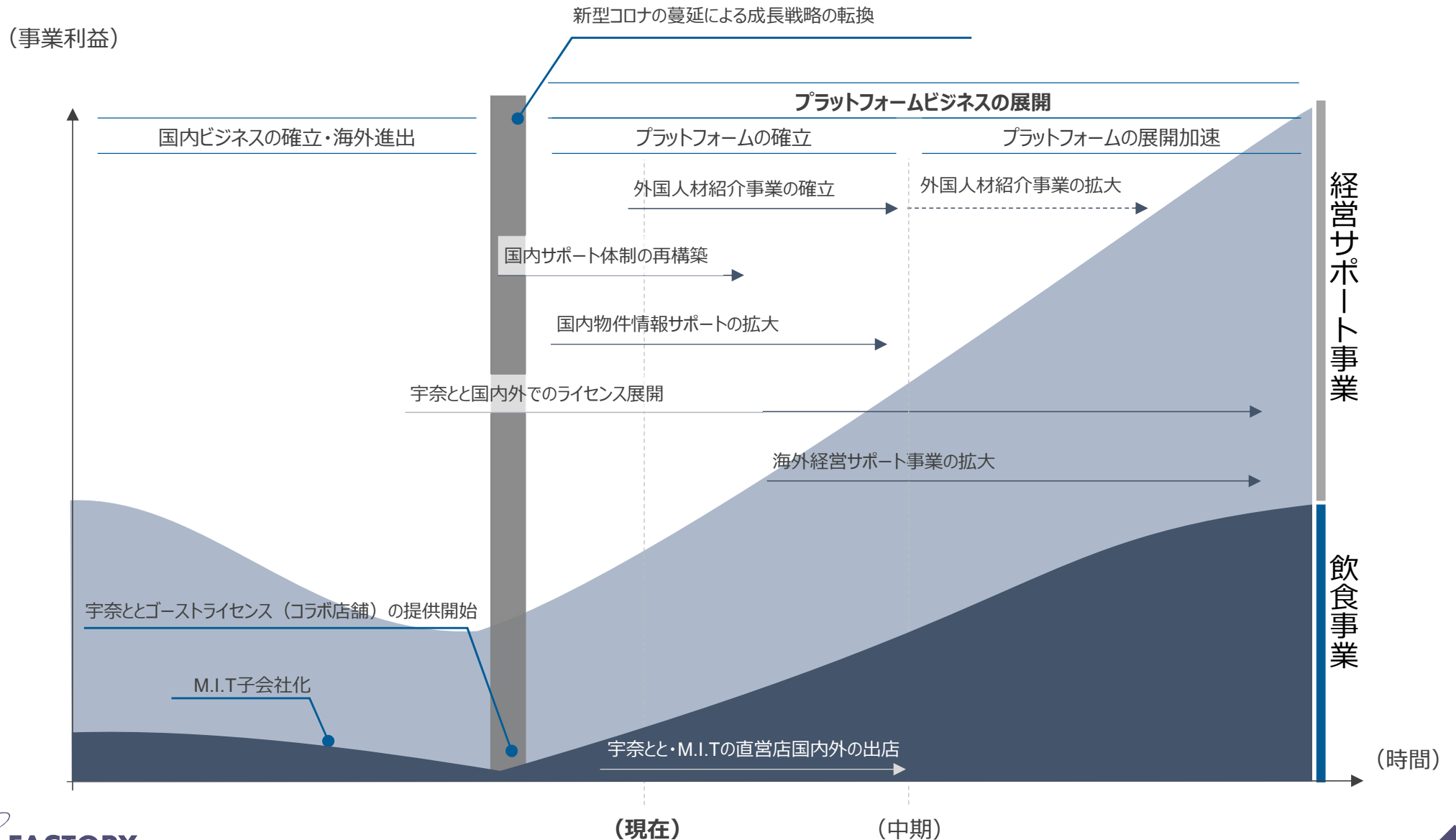
- シンガポール随一のオフィス街・タンジョンパガーにあり、同国最高層ビルとして知られるGuoco Towerに、シンガポール1号店「名代 宇奈とと Guoco Tower店」が2023年1月にオープン





中長期成長イメージ：自社のプラットフォームを活用し、顧客・社会への貢献を通じた成長

当社は変化の激しい飲食業界において、経営サポート事業と自社の飲食事業が連動する「プラットフォーム」を構築。市場やニーズの変化を捉えて、プラットフォームを活用した戦略を機動的あるいは先行的に司ることで、顧客と社会への貢献を通じた成長を達成していく。





G-FACTORY

6. 事業計画 B. 経営指標



経営サポート事業

経営サポート事業のビジネスモデルの中心は、物件情報サポート等のストックビジネスであり、今後もストックビジネスで安定した収益の拡大を図る。そのため、重要な経営指標は、ストック収益額と考えている。
2022年12月期は、物件情報サポート、まるごとサポートの案件増加によりストック収益が堅調に進捗。

経営指標と採用理由

重要な経営指標

ストック収益額

採用理由

当社ビジネスモデルは、ストックビジネスによる安定した収益拡大であり、ストック収益額が最も重要な指標と位置づけているため



2. ビジネスモデル 事業内容と収益構造

経営サポート事業 - 事業内容と収益構造 (3/3)

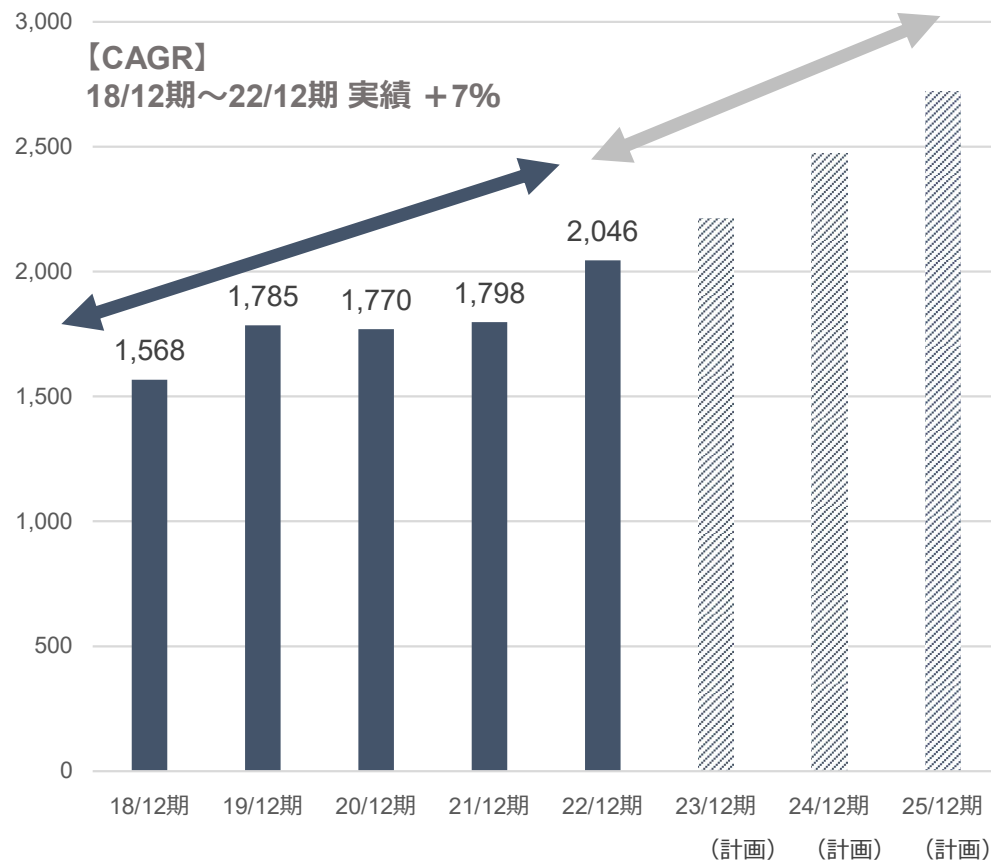
出店ニーズが高かつ居抜き物件を対象としている物件情報サポートでは、「サブリース」を中心としたストック型収益の積み上げを達成しており、今後も収益の安定拡大が見込まれます。



ストック収益額の推移

(百万円)

【CAGR】
23/12期～25/12期 計画 +11%



6. 事業計画 B. 経営指標

飲食事業

飲食事業では、店舗数の増加が売上高の増加に与える影響が大きい。そのため重要な経営指標は、店舗数と考える。コロナ過に飲食店支援の考え方で生まれた「名代 宇奈とと」国内ライセンス展開は、コロナが収束した現在では店舗数を維持し、プラットフォームビジネスによる他種サービスの提供に結びつける。今後は地方・海外での出店を想定する。

経営指標と採用理由

重要な経営指標

店舗数

採用理由

飲食事業の売上高の増加において、もっとも影響ある係数が店舗数であるため

2. ビジネスモデル 事業の内容と収益構造

飲食事業 (1/2)

「鍋料理」を世界唯一のファストフード形態として展開する「名代 宇奈とと」を運営。これら飲食事業は当社の経営サポート事業および海外戦略の中心として展開する。

店舗数の状況

| 事業形態 | 運営母体 | 運営店舗数 ¹⁾ | 店舗数 ²⁾ | |
|---------|------------------------|---------------------|---------------------------------|--|
| ファストフード | 当社および ベトナム子会社 | 国内 | 直営15店舗 ライセンス22店舗 | 東京・大阪を中心とした国内唯一の「鍋料理」のファストフード 国内外でのライセンス店舗展開 (主にロイヤリティ収入と食材の卸売り) |
| | | 海外 | 直営5店舗 ²⁾ ライセンス5店舗 | デリバリー・テイクアウト事業 (ライセンス店舗を含む) の実施 |
| 職人 | 株式会社M.I.T 当社100%子会社 | 焼き鳥 | 3店舗 | 焼き鳥、イタリアン、和食、蕎麦、懐石・会席と幅広いジャンルを展開 |
| | | イタリアン | 3店舗 | 高単価業態 |
| | | 和食 | 4店舗 | ミシュランを始めとする高い対外評価を誇る店舗が多い |
| | | 蕎麦 | 1店舗 | 職人を有する |
| | | 薬石・会席 | 1店舗 | 個室中心 |

「名代 宇奈とと」

一般的には高単価なイメージを持つ「鍋」の常識を打ち破るファストフード

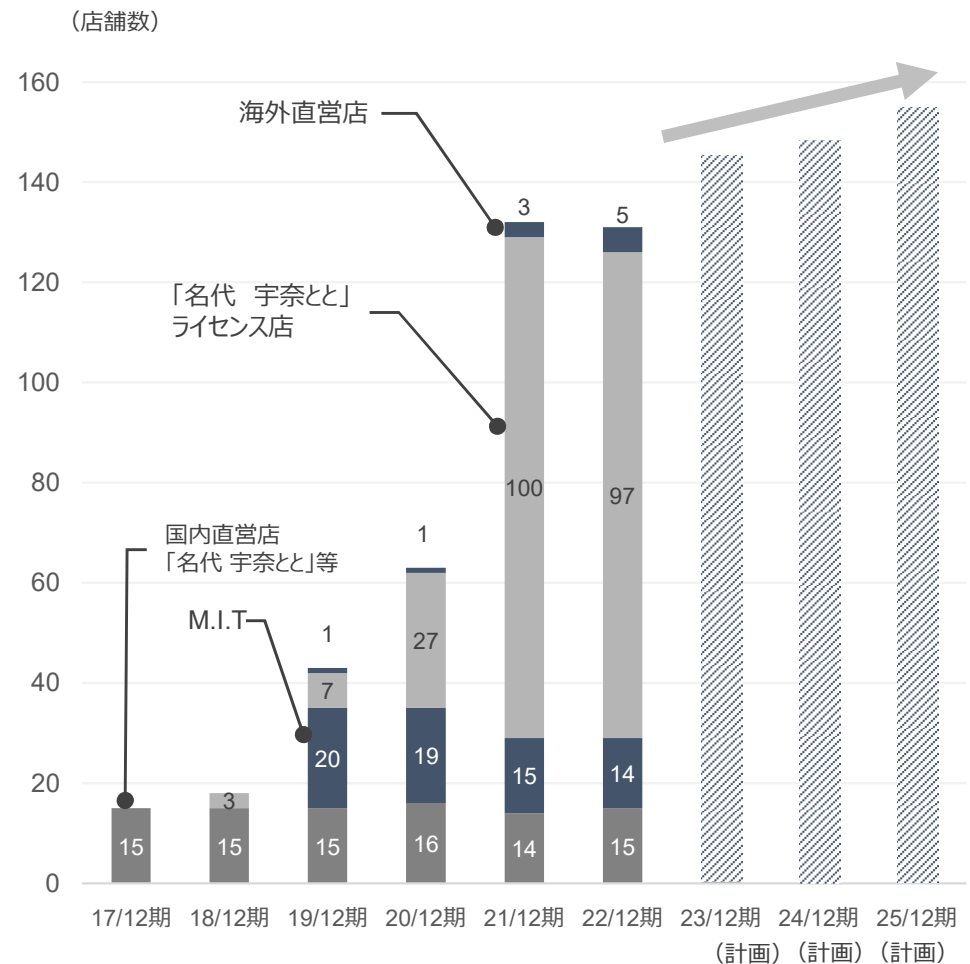


M.I.T

洗練された食事・空間を提供する高付加価値飲食店



グループ店舗数の推移





G-FACTORY

6. 事業計画 C. 2023年12月期連結業績予想



2023年12月期見通し P/L

経営サポート事業、飲食事業ともに増収増益を見込む。新規事業、地方・海外での自社出店といった先行投資は発生するものの、売上拡大効果で営業利益率は良化が続く。前期特別利益に計上した助成金がなくなるため最終利益は減益を予想。

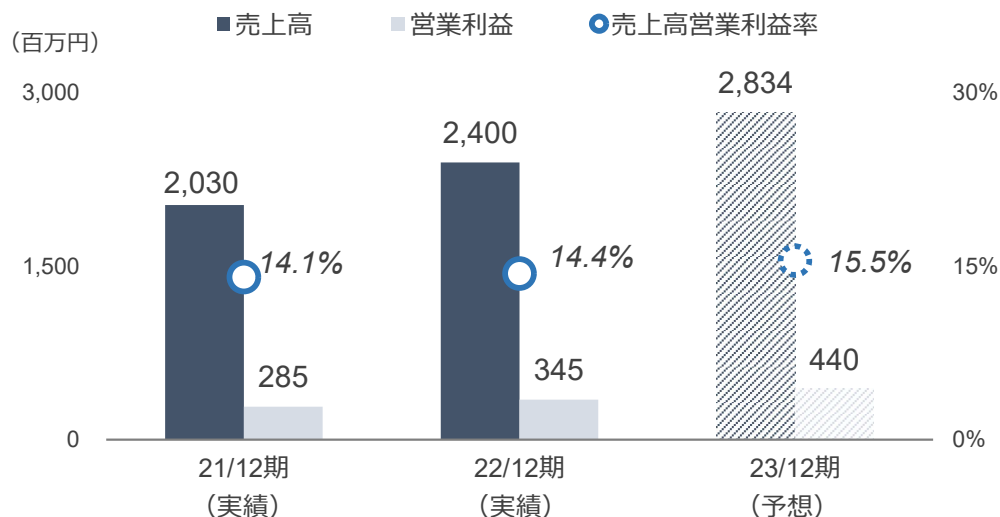
| (百万円) | 2021/12期 | 2022/12期 | 2023/12期 | |
|---------------------|----------|----------|----------|--------|
| | 実績 | 実績 | 予想 | 前期比 |
| 売上高 | 3,641 | 4,735 | 5,663 | +19.6% |
| 売上総利益 | 1,595 | 2,211 | 2,702 | +22.2% |
| 売上総利益率 | 43.8% | 46.7% | 47.7% | +1.0pt |
| 営業利益 | ▲9 | 214 | 232 | +8.5% |
| 営業利益率 | - | 4.5% | 4.1% | ▲0.4pt |
| 経常利益 | ▲14 | 213 | 226 | +6.0% |
| 経常利益率 | - | 4.5% | 4.0% | ▲0.5pt |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 292 | 271 | 121 | ▲55.2% |
| 当期純利益率 | 8.0% | 5.7% | 2.1% | ▲3.6pt |



セグメント別収益見通し

経営サポート事業は、国内事業が成長を牽引。物件情報サポート案件の増加や利益率の高い人材紹介ビジネスの立ち上がりを見込み、増収増益を予想。利益率も上昇する見通し。飲食事業は、「名代 宇奈とと」の海外直営店の売上増加、M.I.Tの新規出店による売上増加で増収増益を見込むも、M.I.T新規出店に係る費用の計上により利益率は低下する見通し。

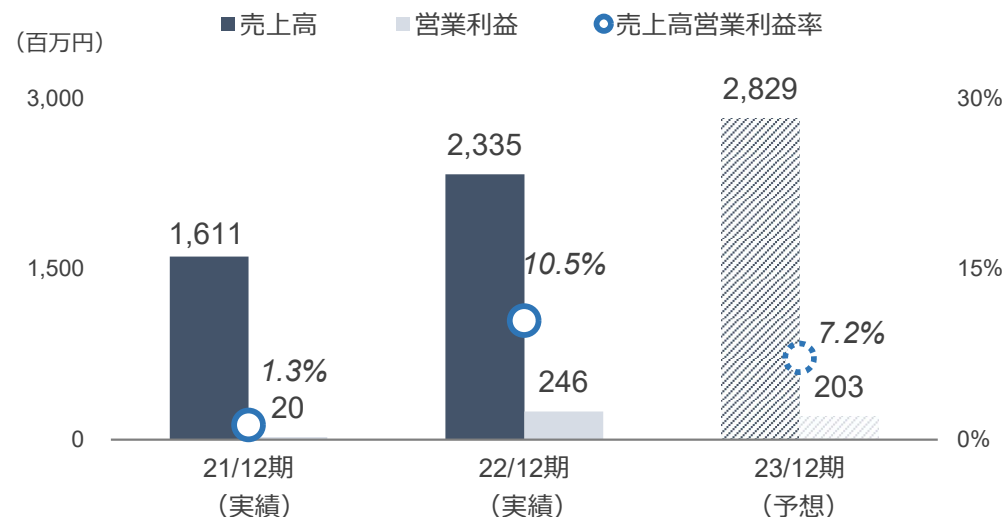
経営サポート事業



23/12期予想の前提条件

- 国内事業：売上成長率 +20.1%
 - 飲食店の出退店活性化を見込み、物件情報サポートを中心に新規獲得および入替えが増加すると予想
 - 人材紹介ビジネスの収益寄与も見込む
- 海外事業：売上成長率 ▲14.0%
 - コロナ禍による当面の積極的な展開は控えるが、リモート出店支援を継続

飲食事業



23/12期予想の前提条件

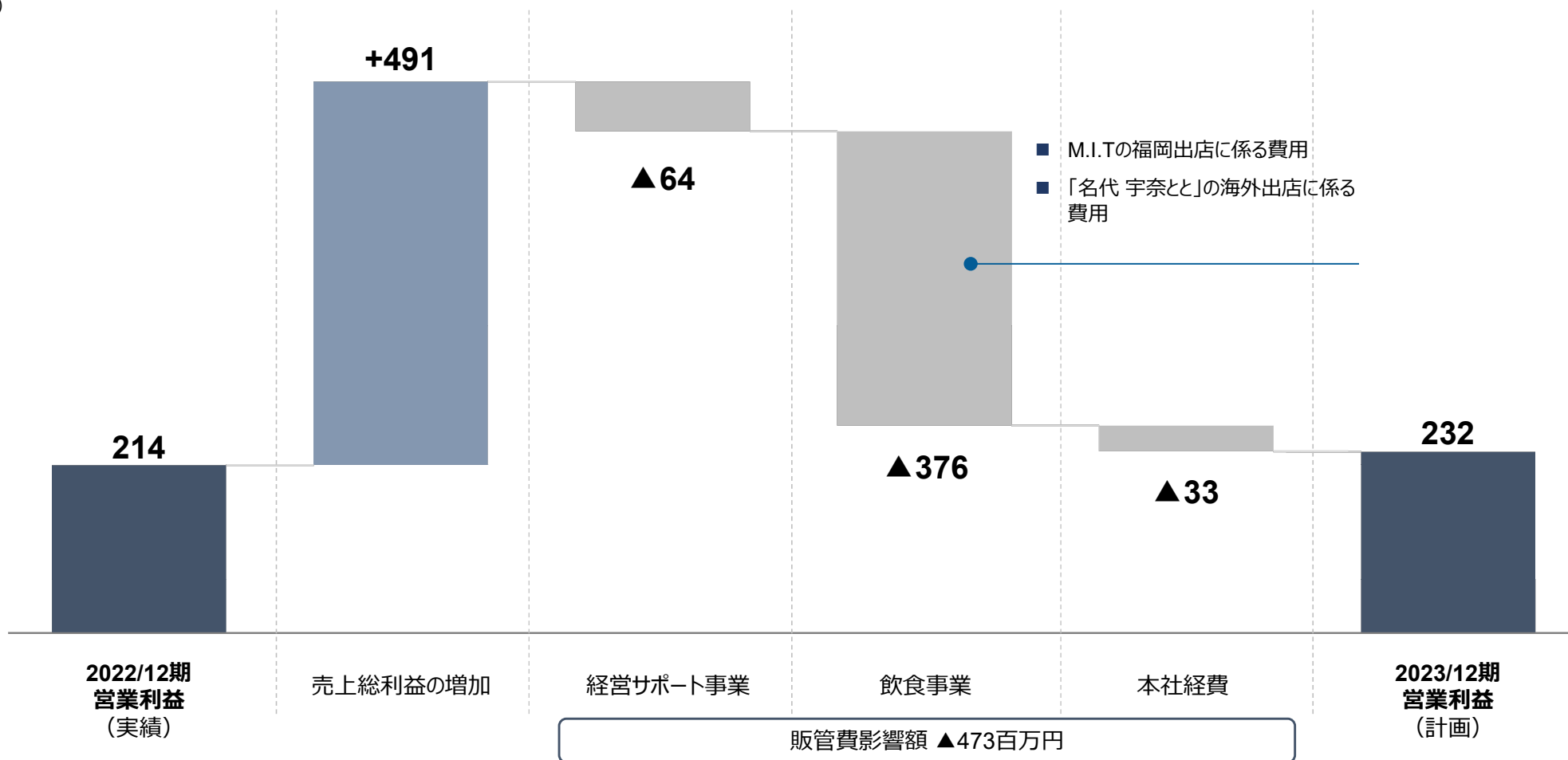
- 名代 宇奈とと（国内）：売上成長率 +0.1%
 - 売上高は横ばいを予想
- 名代 宇奈とと（海外）：売上成長率 +2.2倍
 - ベトナム3号店、4号店の通期寄与、シンガポール1号店（2023年1月）による売上増加を予想
- M.I.T：売上成長率 +21.1%
 - 福岡県（九大新町研究開発次世代拠点、福岡大名ガーデンシティ）への出店により売上高増加を予想



営業利益の増減要因（前年との比較）

経営サポート事業、飲食事業ともに売上増加を見込み、増益を予想。飲食事業ではM.I.Tの福岡出店に係る費用、「名代 宇奈とと」の海外出店に係る費用増を見込み、販管費は増加するものの、営業利益は増益を見込む。

(百万円)







リスク情報 (1/2)

成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える主要なリスク及びその対応策は次の通りです。

| 項目 | 影響する事業セグメント | 主要なリスク | 顕在化の可能性／時期 | 顕在化した場合の影響度 | リスク対応策 |
|------------|---|--|------------|-------------|---|
| 固定資産の減損リスク | <p>経営サポート事業</p> <p>飲食事業</p> | <p>経営サポート事業については、まるごとサポートの支援先の経営状況の変化</p> <p>飲食事業については各店舗の業績の悪化に伴い保有固定資産の経済価値が低下した場合、減損処理を実施する可能性</p> | 中／中長期 | 中 | <p>経営サポート事業については、定期的に支援先の経営状況をモニタリングし動向を注視</p> <p>飲食事業については、店舗ごとの状況に応じた販売施策、コストコントロール等を実行して対応</p> |
| 取引先の信用リスク | 経営サポート事業 | <p>取引先の倒産等により、滞納賃料や原状回復費用、リース料等の回収が困難になる可能性、及び、明渡訴訟等の訴訟費用が発生する可能性</p> <p>顧客と設備販売業者が共謀した場合には、正常なリース契約を維持できない可能性</p> | 低／不明 | 中 | <p>取引開始時に、当社グループ独自の審査及び与信管理を実施。保証金を預かり、定期的に取り先の経営状況をモニタリングすることで未収賃料等の発生回避を対応</p> <p>多重リースや空リース等の悪質なリース契約を排除するため、設備販売業者にも審査を行い対応</p> |
| 食の安全性リスク | 飲食事業 | <p>食材への異物混入や食中毒等の衛生問題が発生した場合、「食の安全性」に対する消費者の不安心理が高まり、店舗ブランドイメージの失墜や客数が減少する可能性</p> | 低／不明 | 大 | <p>食品衛生法を遵守するため、管轄保健所から営業許可を取得し、食品衛生管理者を管轄保健所に届け出で対応</p> <p>衛生管理強化策として各店長による日常点検、エリアマネージャーによる検査、内部監査室における監査にて対応</p> |



成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える主要なリスク及びその対応策は次の通りです。

| 項目 | 影響する事業セグメント | 主要なリスク | 顕在化の可能性／時期 | 顕在化した場合の影響度 | リスク対応策 |
|------------------|---|---|------------|-------------|--|
| 感染症の拡大や自然災害等のリスク | <p>経営サポート事業</p> <p>飲食事業</p> | <p>新型コロナ等感染症の拡大に伴う緊急事態宣言等の影響により、営業時間の短縮又は臨時休業を余儀なくされる可能性</p> <p>地震・台風などの自然災害、などの影響により店舗の営業休止、修繕等が生じた場合、来店者数の減少、売上低下等の可能性</p> <p>これらに伴い、当社グループの業績が想定以上に悪化する可能性</p> | 中／中期 | 大 | <p>経営サポート事業については、賃料滞納等が発生しないよう取引先状況等のモニタリング体制を平時よりも一層強化して対応。従来では積極的に取り扱っていなかった住宅街エリアにおける物件情報サポート等、環境対応した市場を開拓して対応</p> <p>飲食事業については、環境に対応した新たなサービス提供により収益基盤の確保・顧客ニーズへの対応を実施し、お客様が安心できる環境を整備して対応</p> <p>両事業によるプラットフォームビジネスにより、市場や顧客ニーズの変化を捉えてサービスを展開</p> |

※ 有価証券報告書の「事業等のリスク」に記載している内容のうち、成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを抜粋して記載しております。その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。



本資料の取り扱いについて

本資料には、当社グループの現在の計画や業績見通しなどが含まれております。
これらの将来の計画や予想数値などは、現在入手可能な情報をもとに当社が計画・予想したものであります。
実際の業績などは、今後の様々な条件・要素により、この計画・予想などとは異なる場合があります、この資料はその実現を確約したり、保証するものではありません。
なお、この資料への公認会計士、監査法人の関与はございません。

当資料のアップデートは今後、本決算後 2 月下旬から3月上旬を目途として開示を行う予定です。