

2024年3月期 決算説明会



株式会社王将フードサービス

東証プライム 9936

2024年5月28日

2024年3月期の総括

◆売上高は9.0%増と過去最高、営業利益は28.9%と大幅増を達成

- 売上高は初めて1,000億円を超え、過去最高売上を2年連続で更新
- 同月比過去最高売上を26か月連続で更新、単月としての過去最高売上を6度更新
- 営業利益は価格改定によりコスト増を吸収し大幅増益、売上高営業利益率は10.1%

2025年3月期の計画

◆売上高は8.4%増、営業利益は8.8%増で過去最高を計画

- 設備及び人的資本への成長投資をさらに推進
- 今後のさらなる物価や人件費の上昇には、価格改定を検討
- 現場力を一層強化し、お客様に、より高い価値をご提供

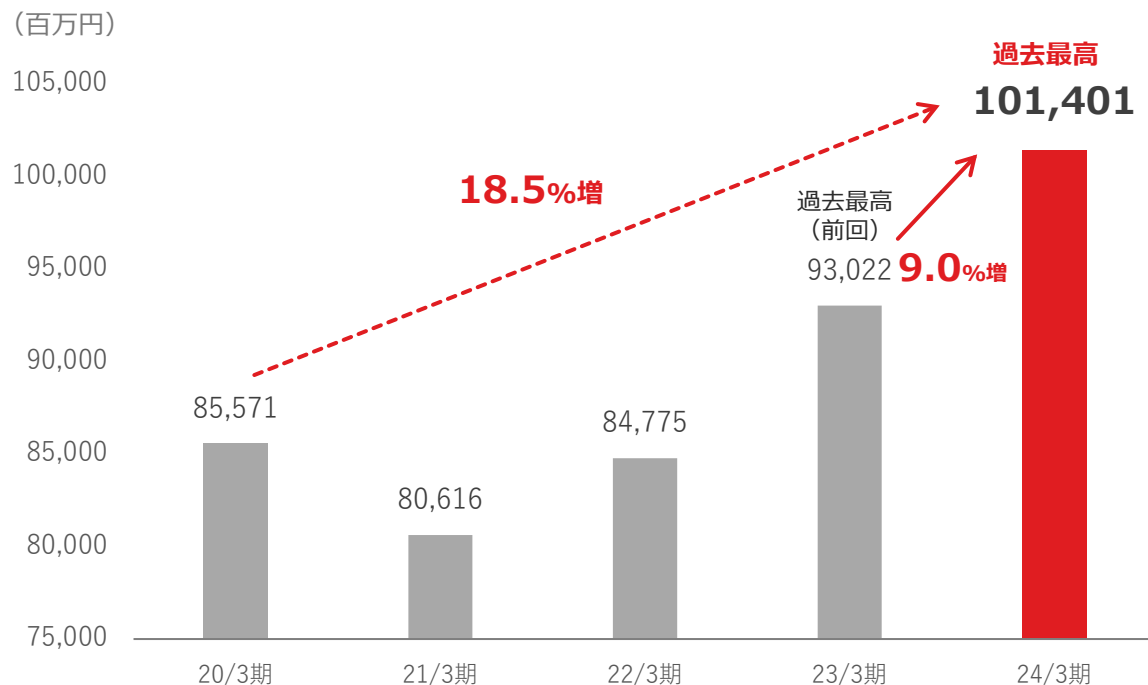
2024年3月期 決算ハイライト



連結売上高

1,014億1百万円

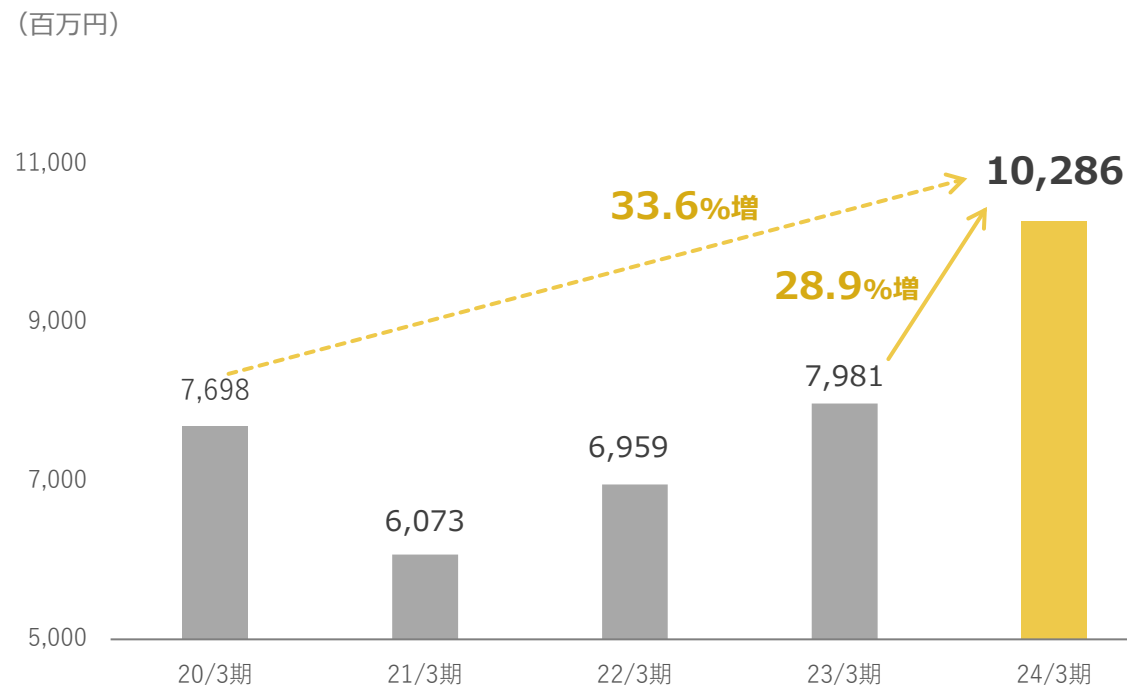
前年同期比
9.0%増



連結営業利益

102億86百万円

前年同期比
28.9%増



*一部の企業は年度下期の業績数値(単純計算)を活用

2024年3月期 損益計算書概要（半期）



(百万円)	2023/3期	2024/3期					
		上期	下期	通期	前年同期比増減率		
					上期	下期	通期
売上高	93,022	49,744	51,656	101,401	+10.2%	+7.9%	+9.0%
店内飲食*	58,703	32,689	34,295	66,985	+16.3%	+12.1%	+14.1%
テイクアウト・デリバリー*	26,113	12,754	12,816	25,571	▲2.5%	▲1.6%	▲2.1%
FC売上*	7,891	4,106	4,321	8,428	+7.2%	+6.5%	+6.8%
売上総利益	63,657	33,913	35,646	69,560	+9.5%	+9.0%	+9.3%
営業利益	7,981	4,988	5,297	10,286	+30.6%	+27.3%	+28.9%
利益率	8.6%	10.0%	10.3%	10.1%	—	—	—
経常利益	9,140	5,122	5,374	10,496	+5.5%	+25.5%	+14.8%
利益率	9.8%	10.3%	10.4%	10.4%	—	—	—
親会社株主に帰属する四半期純利益	6,213	3,896	4,014	7,911	+26.8%	+27.8%	+27.3%
利益率	6.7%	7.8%	7.8%	7.8%	—	—	—
1株当たり四半期純利益	330.50円	207.15円	213.35円	420.46円	—	—	—

*国内店舗

2024年3月期 損益計算書概要（四半期）



GYOKA OHSHO

(百万円)	2023/3期	2024/3期					
		1Q	2Q	2Q累計	3Q	4Q	通期
売上高	93,022	24,623	25,121	49,744	25,784	25,872	101,401
店内飲食*	58,703	16,151	16,538	32,689	17,034	17,261	66,985
テイクアウト・デリバリー*	26,113	6,322	6,431	12,754	6,434	6,382	25,571
FC売上*	7,891	2,053	2,053	4,106	2,202	2,119	8,428
売上総利益	63,657	16,785	17,127	33,913	17,708	17,937	69,560
営業利益	7,981	2,415	2,573	4,988	2,532	2,764	10,286
利益率	8.6%	9.8%	10.2%	10.0%	9.8%	10.7%	10.1%
経常利益	9,140	2,517	2,605	5,122	2,619	2,754	10,496
利益率	9.8%	10.2%	10.4%	10.3%	10.2%	10.6%	10.4%
親会社株主に帰属する四半期純利益	6,213	2,135	1,761	3,896	1,732	2,281	7,911
利益率	6.7%	8.7%	7.0%	7.8%	6.7%	8.8%	7.8%
1株当たり四半期純利益	330.5円	113.54円	93.66円	207.15円	92.15円	121.32円	420.46円

*国内店舗

24年3月期 バランスシート状況



– 財務安定性がさらに強化。自己資本比率は75.0%

資産の部

(百万円、%)	2023/3期	2024/3期		増 減
	金額	金額	構成比	
流動資産	35,869	40,607	44.4%	+4,738
現金預金	32,029	36,296	39.7%	+4,267
固定資産	48,234	50,854	55.6%	+2,620
有形固定資産	36,129	37,750	41.3%	+1,620
建物及び構築物	12,177	13,795	15.1%	+1,617
土地	20,134	19,902	21.8%	▲231
無形固定資産	197	145	0.2%	▲52
投資等	11,907	12,959	14.2%	+1,051
投資有価証券	3,855	4,166	4.6%	+310
差入保証金	4,510	4,702	5.1%	+192
繰延税金資産	2,316	2,011	2.2%	▲305
貸倒引当金	▲14	▲14	▲0.0%	0
資産合計	84,103	91,462	100.0%	+7,358

負債・純資産の部

(百万円、%)	2023/3期	2024/3期		増 減
	金額	金額	構成比	
流動負債	12,624	14,975	16.4%	+2,351
1年内長期借入金	2,000	2,000	2.2%	0
固定負債	8,709	7,851	8.6%	▲858
長期借入金	7,000	5,000	5.5%	▲2,000
負債合計	21,333	22,827	25.0%	+1,493
株主資本	63,561	68,129	74.5%	+4,568
資本金	8,166	8,166	8.9%	0
資本剰余金	9,393	9,459	10.3%	+65
利益剰余金	56,630	61,096	66.8%	+4,466
自己株式	▲10,629	▲10,593	▲11.6%	+36
その他の包括利益累計額	▲791	505	0.6%	+1,297
純資産合計	62,770	68,635	75.0%	+5,865
負債・純資産合計	84,103	91,462	100.0%	+7,358

24年3月期 キャッシュ・フローの状況



- 営業活動によるキャッシュ・フローが前年同期に比べ大きく増加
- フリーキャッシュ・フローは大幅なプラス

(百万円)	2023/3期	2024/3期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	7,325	12,210	4,884
税引前当期純利益	8,758	10,753	1,994
減価償却費	2,672	2,801	129
法人税等の支払額	▲5,191	▲1,368	3,822
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲3,229	▲3,215	14
有形固定資産の取得による支出	▲3,206	▲3,482	▲276
フリーキャッシュ・フロー	4,095	8,994	4,898
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲9,508	▲4,728	4,779
借入金等の増減額 (▲は減少)	▲7,063	▲2,000	5,063
配当金の支払額	▲2,443	▲2,727	▲284
現金及び現金同等物の期末残高	32,029	36,296	4,267

2025年3月期 通期計画



- 既存店売上を106.7%と計画
- 営業利益は過去最高益を計画

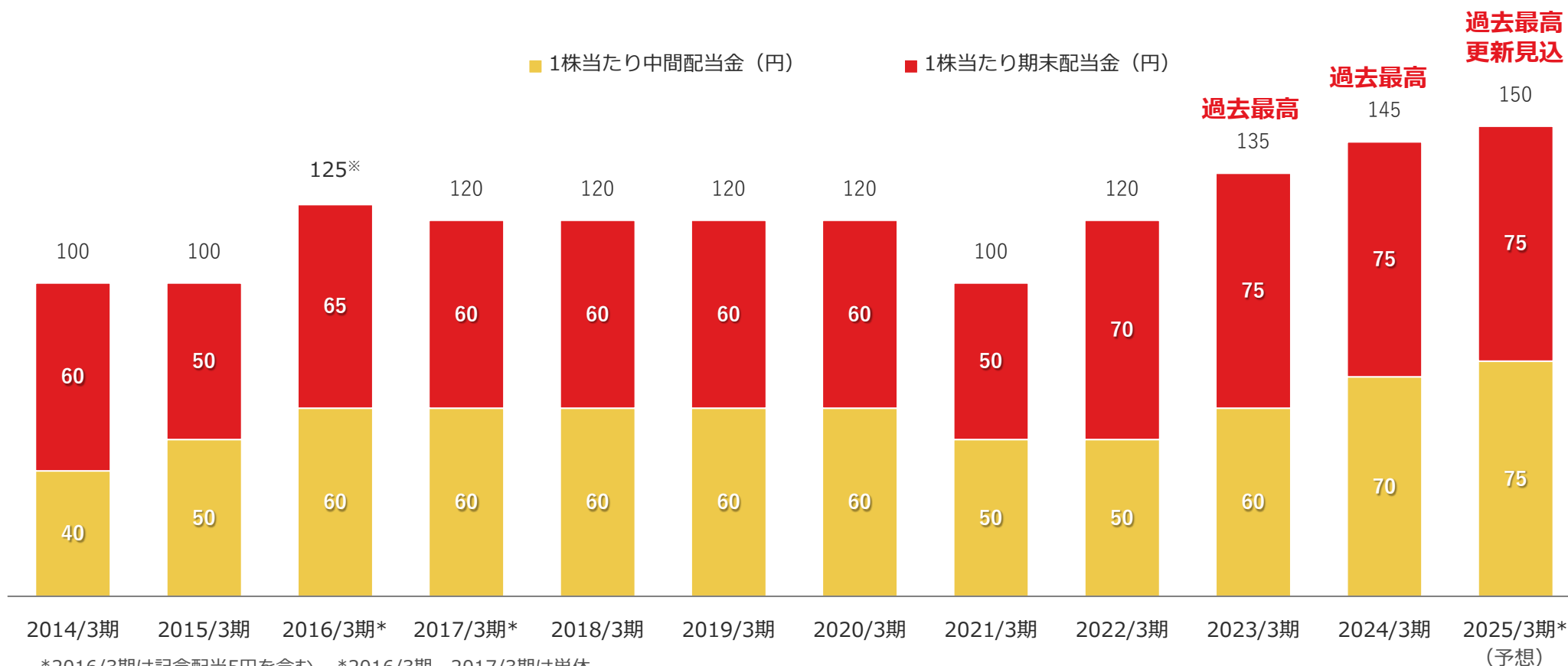
(百万円)	2022/3期 実績	2023/3期 実績	2024/3期 実績	2025/3期			(参考) 2020/3比 増減率
				通期計画	前期比		
					増減額	増減率	
売上高	84,775	93,022	101,401	109,875	+8,473	+8.4%	+28.4%
売上総利益	58,175	63,657	69,560	75,037	+5,477	+7.9%	+24.8%
営業利益	6,959	7,981	10,286	11,196	+909	+8.8%	+45.4%
利益率	8.2%	8.6%	10.1%	10.2%	+0.1pt	-	-
経常利益	13,024	9,140	10,496	11,373	+876	+8.4%	+40.7%
利益率	15.4%	9.8%	10.4%	10.4%	0.0pt	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	8,807	6,213	7,911	7,970	+58	+0.7%	+50.1%
利益率	10.4%	6.7%	7.8%	7.3%	▲0.5pt	-	-
1株当たり当期純利益	469.01円	330.50円	420.46	423.49円	+3.03円	-	-

株主還元



- 2025年3月期の中間配当は75円、期末配当は75円、年間配当で150円を計画(※)
- 3年連続で過去最高を更新する見込み

※2024年9月30日を基準日とする株式分割により期末配当は25円に修正。上記期末配当および年間配当は株式分割前換算の金額



*2016/3期は記念配当5円を含む *2016/3期、2017/3期は単体
 *2025/3期の期末配当および年間配当は株式分割前換算の金額

株式分割を実施、株主優待を拡充



- 投資しやすい環境を整え、投資家層の更なる拡大を図るべく、普通株式1株につき3株の割合をもって分割
- 株主優待の贈呈基準も変更し、株主の皆様への還元を強化

配当予想の修正について

	一株当たりの配当金		
	第2四半期	期末	年間
2025年3月期の従来予想 (2024年5月15日発表)	75円	75円	150円
2025年3月期 (予想)	75円	25円	-
(株式分割前換算)	(75円)	(75円)	(150円)
2024年3月期 (前期実績)	70円	75円	145円

(注) 2024年9月30日を基準日とする第2四半期末の1株当たり配当金については、株式分割前の株式数を基準に実施

2024年5月23日発表 [『株式分割及び配当予想の修正並びに株主優待制度の変更に関するお知らせ』](#)

株主優待制度の変更について

現行		変更後	
所有株式数	「株主様ご優待券」贈呈額	所有株式数	「株主様ご優待券」贈呈額
100株以上	2,000円分 (年間4,000円分)	100株以上	2,000円分 (年間4,000円分)
200株以上	3,000円分 (年間6,000円分)	300株以上	3,000円分 (年間6,000円分)
500株以上	6,000円分 (年間12,000円分)	500株以上	4,000円分 (年間8,000円分)
1,000株以上	12,000円分 (年間24,000円分)	1,000株以上	6,500円分 (年間13,000円分)
-	-	2,000株以上	12,500円分 (年間25,000円分)
-	-	4,000株以上	17,500円分 (年間35,000円分)
100株以上 (3月末のみ)	「株主様ご優待カード」 1枚を贈呈	変更ありません	

(注) 2024年9月末日現在の株主名簿に記録された単元株(100株)以上を保有する株主様に対しては、今回に限り、2024年9月末日現在の保有株式数を3倍した株数に応じて、上記変更後の内容を適用



価値創造への取り組み

～現在までの取り組み～



餃子の品質向上の変遷



主要食材の 国産化



にんにく ゼロ餃子



にんにくゼロ餃子 リニューアル



にんにく 激増し餃子



ニンニク ヌーボー



challenge 2024



2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024

東松山工場の建設



久御山工場の増強



餃子レンジの規格統一



お客様のニーズを把握し、新たな価値を生み出す

・ ジャストサイズメニュー

少量でいろいろな種類の料理を
楽しみたいというニーズへの対応

・ 極王シリーズ

少し価格は高いがちょっとした
贅沢を求めるお客様に向けた高
付加価値メニューの開発



「懐かしいのに、初めての味」がコンセプト

企画・開発力

技術

アイデア

現場の声



※価格は西日本価格

昭和レトロブームを背景に
情緒に訴える新商品

忘れられない 中華そば

累計販売数 476万杯を
突破する大ヒット商品
※2024年3月末時点

新コンセプト店「GYOZA OHSHO」の出店

王将女子チームによる、女性をターゲットとした店舗開発

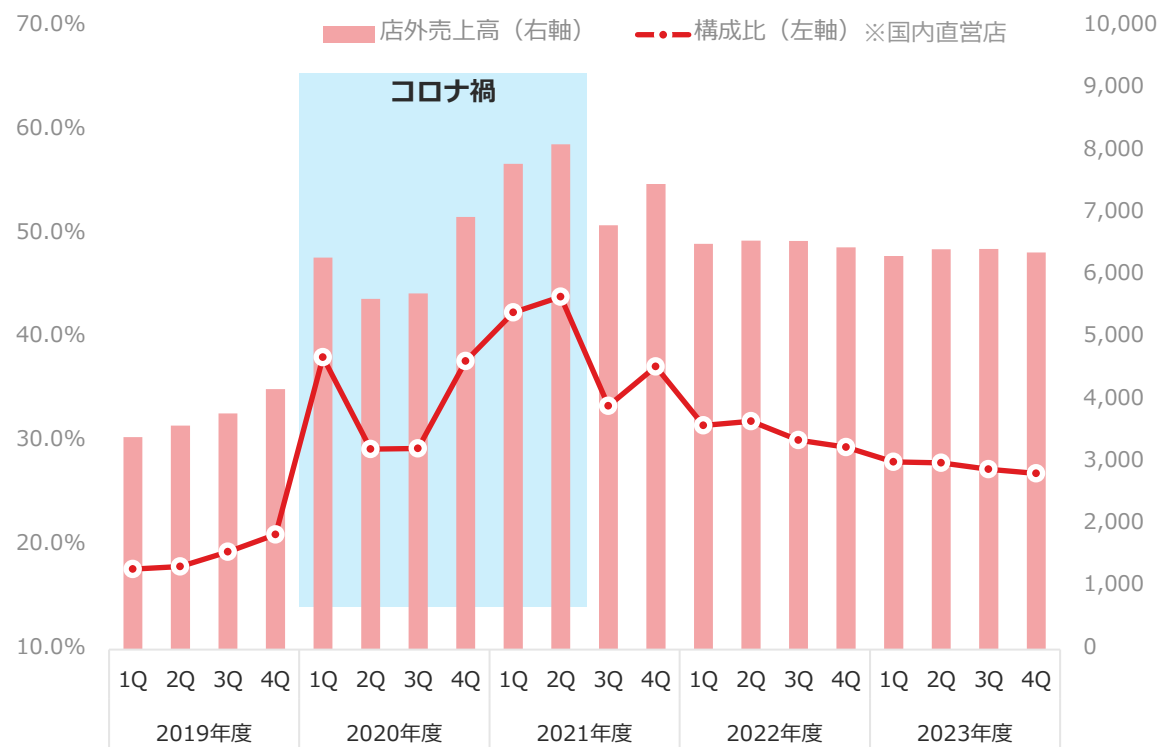


コロナ禍を契機に対応店舗を急拡大。新たな市場を開拓

コロナ禍での店内売上の減少をカバーし、新たなお客様も開拓



テイクアウト・デリバリーの売上高と構成比*

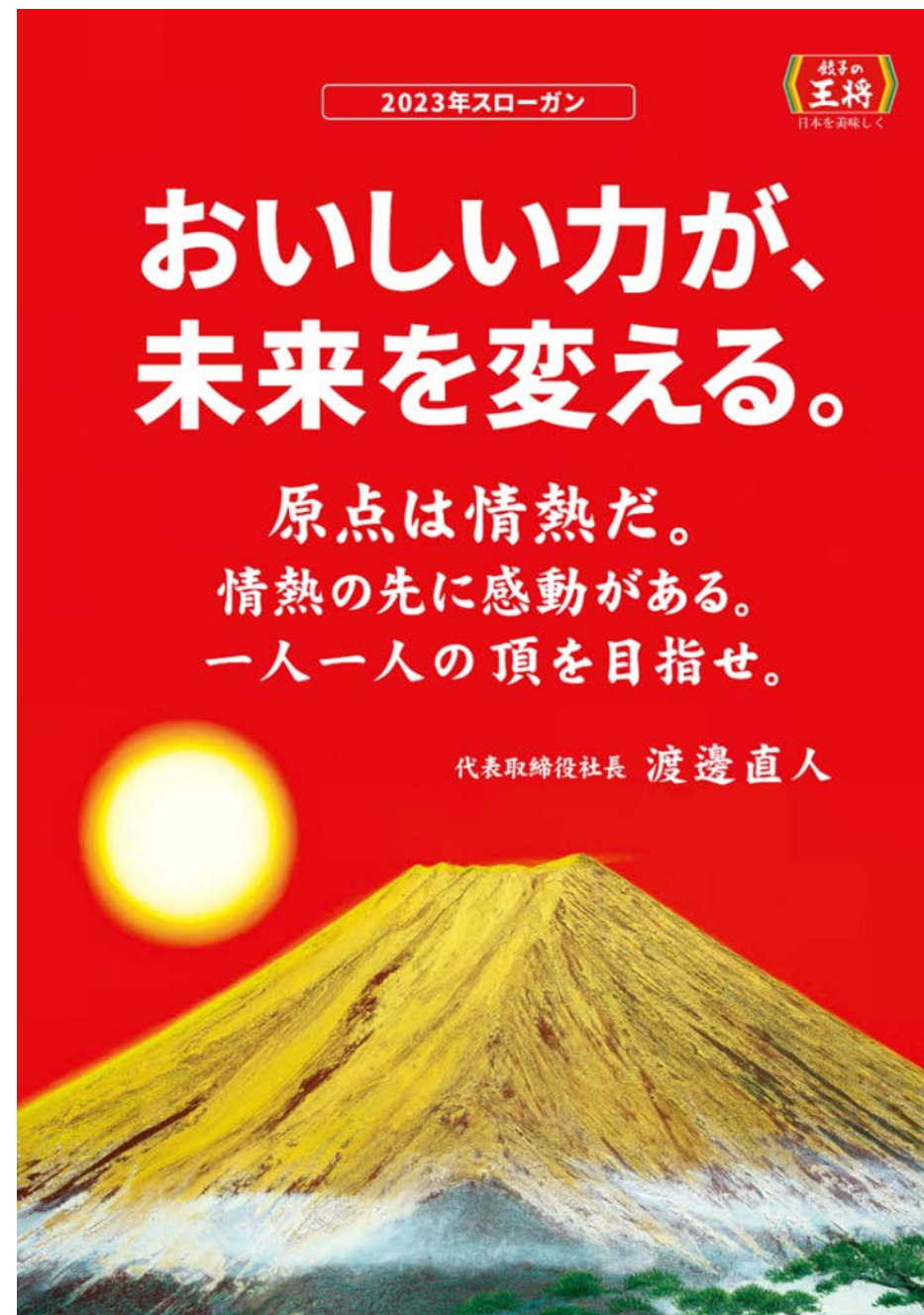


テイクアウト需要の高まりに対応した新業態

ニューノーマルな暮らしのニーズにお応えし、電子レンジ対応容器を用いた、豊富なメニューラインナップにより、新しい中華の楽しみ方を提案



2023年度の取り組み ～おいしい力が、未来を変える。～



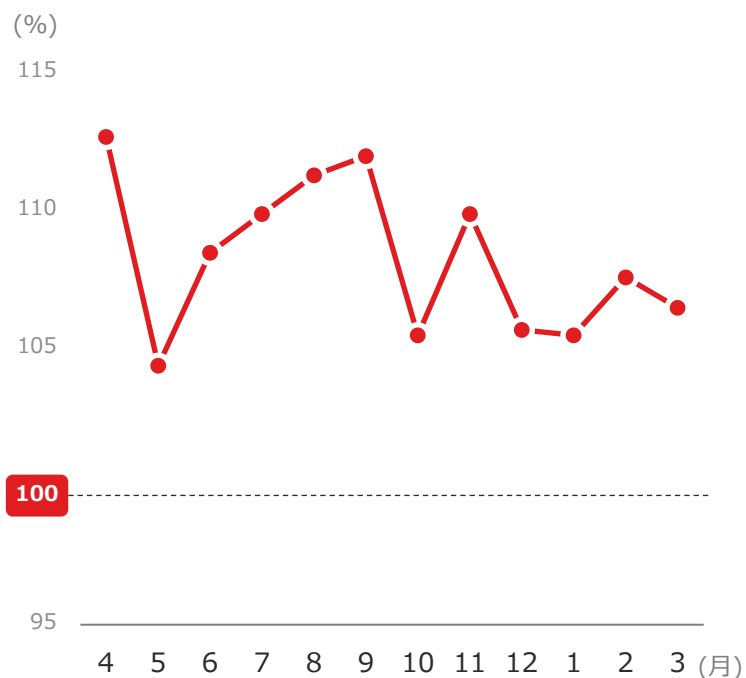
2024年3月期の既存店動向



- 既存店売上高・客数・客単価すべての項目がすべての月で前年を上回る好調な推移
- 全社売上高は26ヶ月連続で同月比過去最高を更新、単月としての過去最高売上高を6度更新

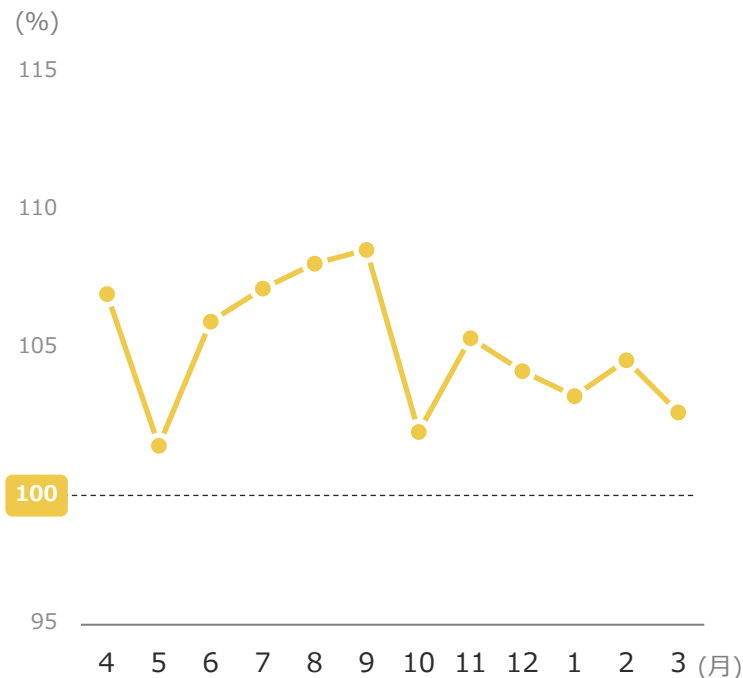
既存店売上高 (Y/Y)

+8.2%



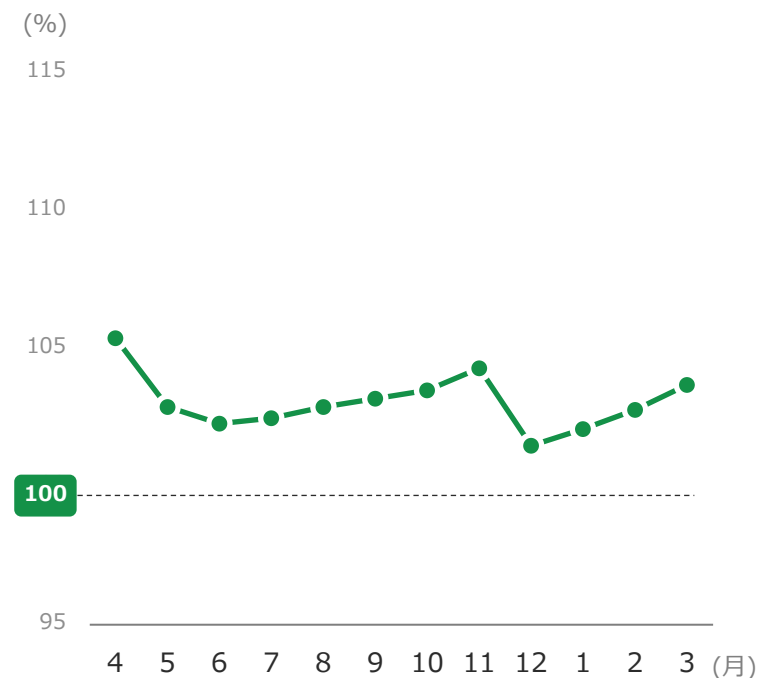
既存店客数 (Y/Y)

+5.0%



既存店客単価 (Y/Y)

+3.1%



価格改定の実施



- 原材料価格の著しい高騰を背景に、一部商品に絞り、3回目の価格改定を実施
- 足もとの原材料価格は依然として上昇傾向

10月17日からの一部商品の価格改定



餃子
にんにくゼロ生姜餃子
にんにく激増し餃子



炒飯



天津飯



鶏の唐揚

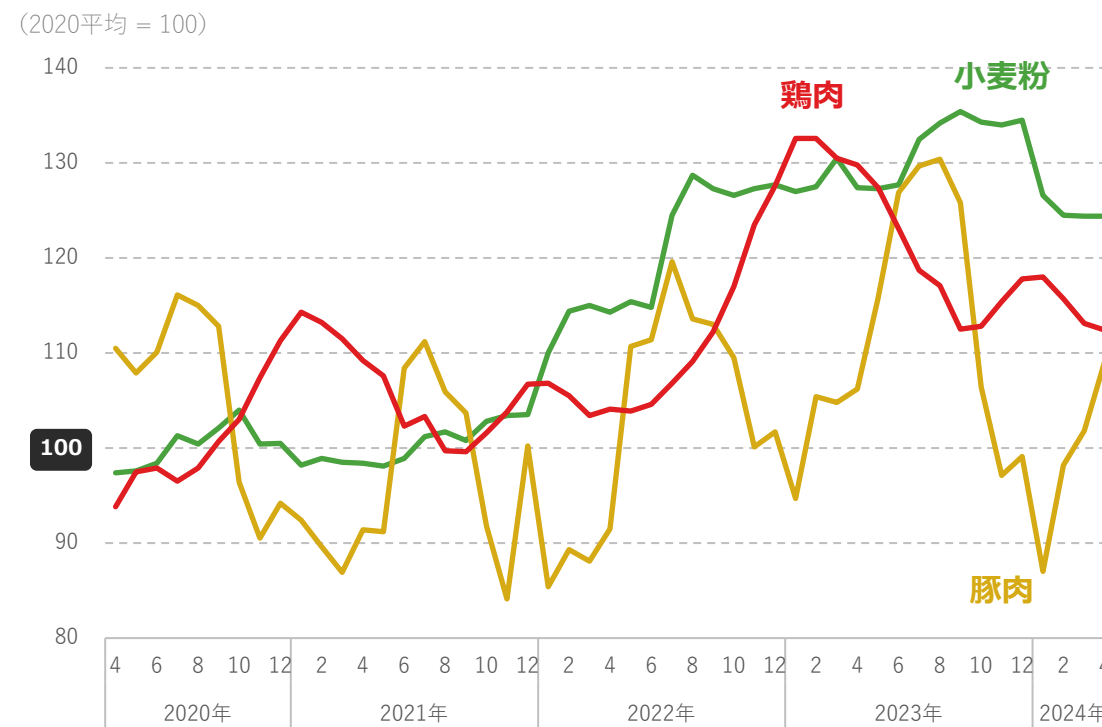


餃子の王将ラーメン

グランドメニューのうち 7商品

20円～50円 改定 (税抜)

原材料の国内卸売物価指数推移



(出所) 日本銀行

継続的な「おいしい力」の追求



GYOZA OHSHO

- 何度食べてもおいしいと思っただけの料理に向けての研鑽を継続
- 実地研修、オンライン調理研修、調理知識研修を継続実施し、「おいしい力」を追求



王将のホスピタリティをさらに高める研修を新たに展開



GYOZA OHSHO

- ホスピタリティのさらなる向上を目的に、外部の専門家を活用する研修を新たに開始
- お客様から「褒められる店」を創るため、『定型』ではない思いやりでサービスを強化

一部の店長や従業員が持つ課題意識

接客が不得意な店長も

みんなができるとは限らないことも

人員不足でゆとりがもてないことも

コミュニケーションが苦手な
高校生アルバイトも

ホスピタリティ研修

- 思い込みや固定観念の解消
- 「定型」ではない思いやり事例の紹介
- 想像力の発揮
- 褒める文化・環境づくり

王将の目指す姿

美味しい料理

笑顔で元気なスタッフ

気持ちのよい接客

何度でも行きたくなるお店



店内で調理するライブ感・ワクワク感とQSC向上の成果



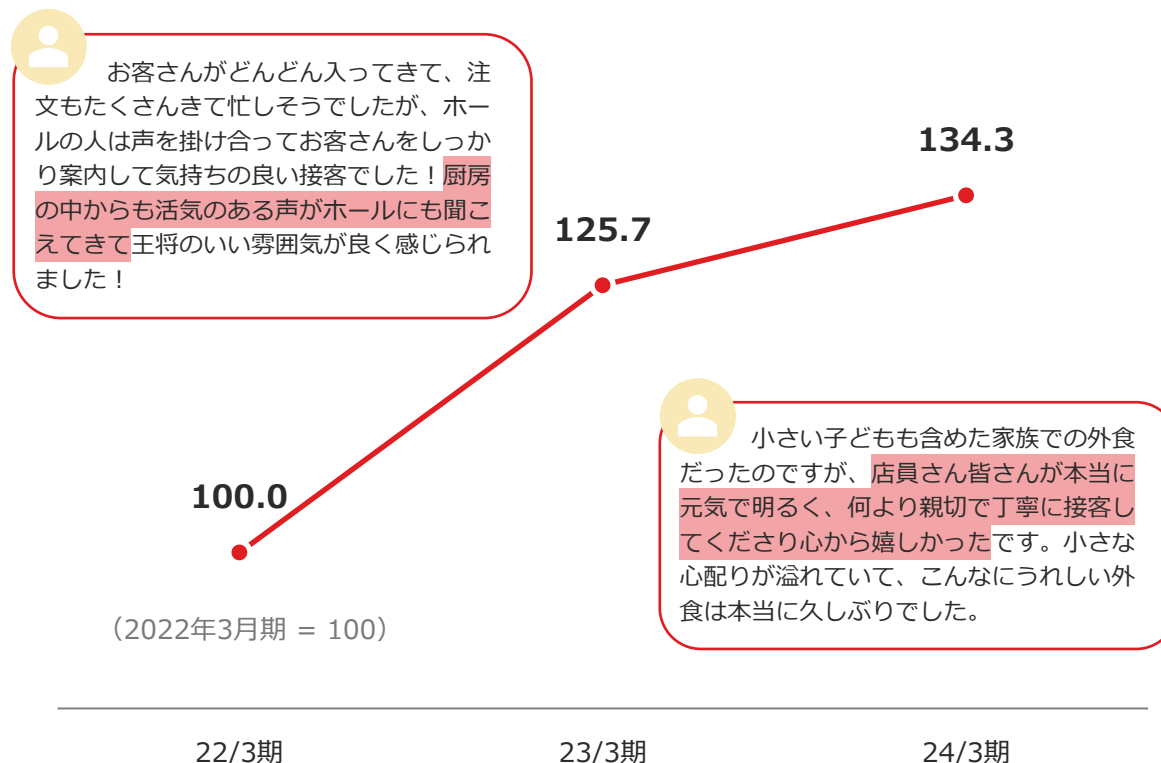
- 全国で1万人以上の料理人がオープンキッチンで調理することでライブ感・ワクワク感を提供
- おいしさの五感での堪能とQSC向上の成果として、お客様からのお褒めのメールが増加

店内調理とオープンキッチンにこだわる理由

- 店舗はキッチンを中心に設計
- オープンキッチンで料理人が心を込めて料理
- 実技研修等による無駄のない調理動作
- 五感で楽しむ料理とホスピタリティ接客の相乗効果



お褒めメール件数の推移とお褒めの声



- 王将スタンダードを徹底することで、FC店でのQSCレベルをさらに向上
- FC店向け出荷売上高はコロナ禍でも上昇、足もとで上昇ペースが加速

FC店への王将スタンダードの徹底

料理品質の更なる向上

王将料理道場での研修（反復と実践）をFC店を含む全店で実施、調理のスタンダードを習得

調理人のステータスの向上を図るため、FC店でも調理知識研修を実施



接客サービスの強化

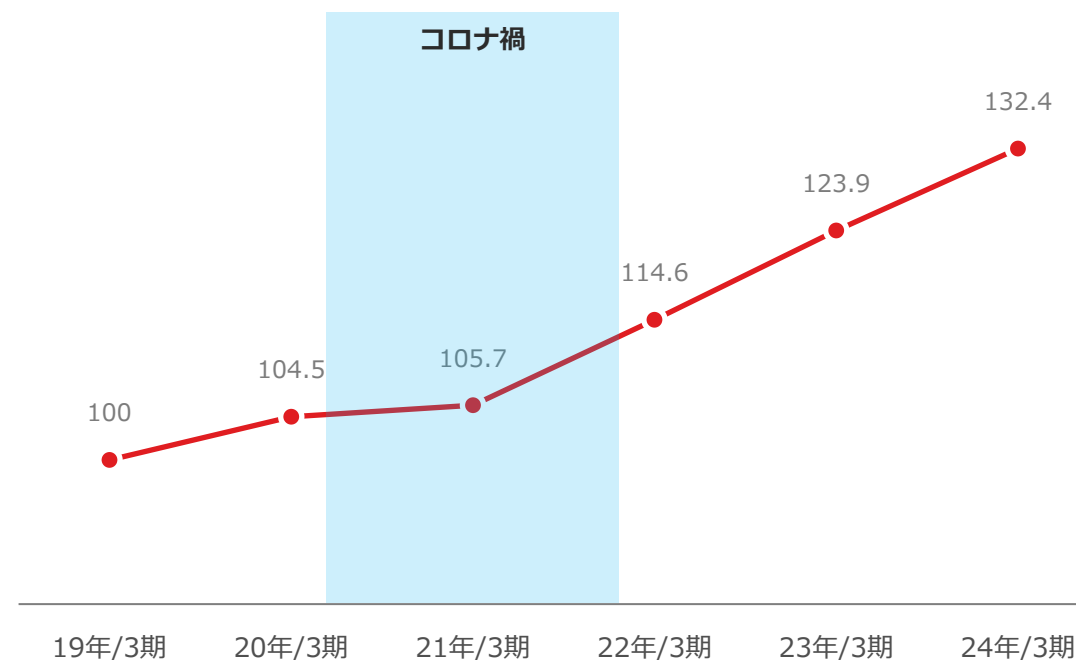
「接客動画」「接客対応マニュアル」を活用し、FC店を含む全店で、接客の王将スタンダードを確立

衛生管理・清掃をFC店でも徹底



FC店向け出荷売上高の推移


(2018年度のFC出荷売上高=100)



販売促進活動にも注力し、各種キャンペーンを積極的に展開



- 日々美味しさを追求しているメニューを食べて頂くための集客力の高いキャンペーンを推進
- 新型コロナの5類感染症への移行や猛暑の影響もあり生ビールキャンペーンが特に効果を発揮

	2023年										2024年		
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
 <p>2024年3月期の 主なキャンペーン内容</p>													
2023年版ぎょうざ倶楽部 お客様感謝キャンペーン	1月16日→6月11日												
2024年版ぎょうざ倶楽部 お客様感謝キャンペーン				6月23日～12月10日							1月15日～6月9日		
ぎょうざ倶楽部 「スタンプ2倍押し!!」キャンペーン	4月16日 ～4月30日	5月16日 ～5月31日					9月16日 ～9月30日	10月16日 ～10月31日					
生餃子 スタンプキャンペーン						8月1日～11月30日							
生ビール値引き キャンペーン	4月1日 ～4月30日	5月1日 ～5月15日	6月1日 ～6月30日	7月1日 ～7月31日	8月1日 ～8月15日	9月1日 ～9月30日	10月1日 ～10月31日	11月1日 ～11月15日	12月1日 ～12月30日	営業開始日 ～1月31日	2月1日 ～2月15日	3月1日 ～3月31日	
		100円 割引券	2杯目以降 100円引き	30円引き	100円 割引券	2杯目以降 100円引き	30円引き	100円 割引券	2杯目以降 100円引き	30円引き	100円 割引券	2杯目以降 100円引き	
年末年始お客様感謝キャンペーン									2023年12月11日 ～2024年1月14日				

ぎょうざ倶楽部会員数は過去最高を更新

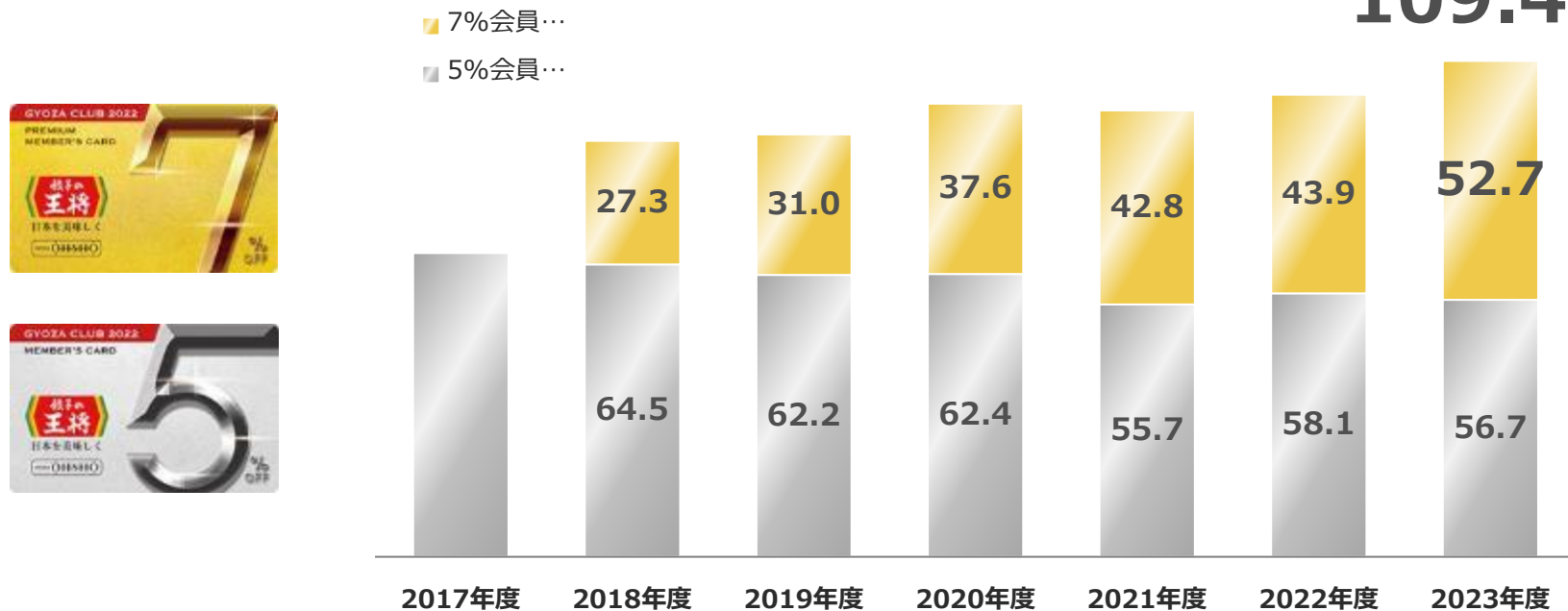


- 「2023年度版ぎょうざ倶楽部お客様感謝キャンペーン」の会員数は過去最高の109.4万名
- 特に7%会員数の増加は、より来店頻度の高いロイヤルカスタマーの増加を反映
- 2024年版のグッズ交換数も好調

ぎょうざ倶楽部会員数の推移（万名）

5%会員：スタンプ25個で獲得

7%会員：既に5%会員証をお持ちの方が、さらにスタンプ25個で獲得



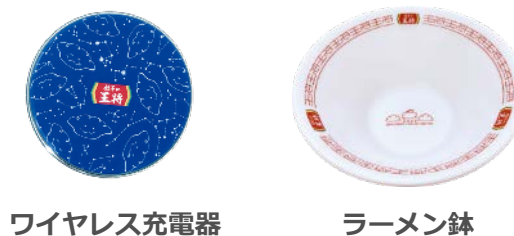
過去最高
109.4万名

2024年版のオリジナルグッズの交換動向
前年同期比+14% (2023年6~12月)

35ポイント賞品



50ポイント賞品



※ アプリによる交換状況

従業員の頑張りを評価し、人的資本への投資を積極的に推進



- 2024年冬期賞与の一人当たりの平均加算額は過去最高額を更新
- 従業員の頑張りに対して適切な評価をすることで、やる気やモチベーションをさらに高める

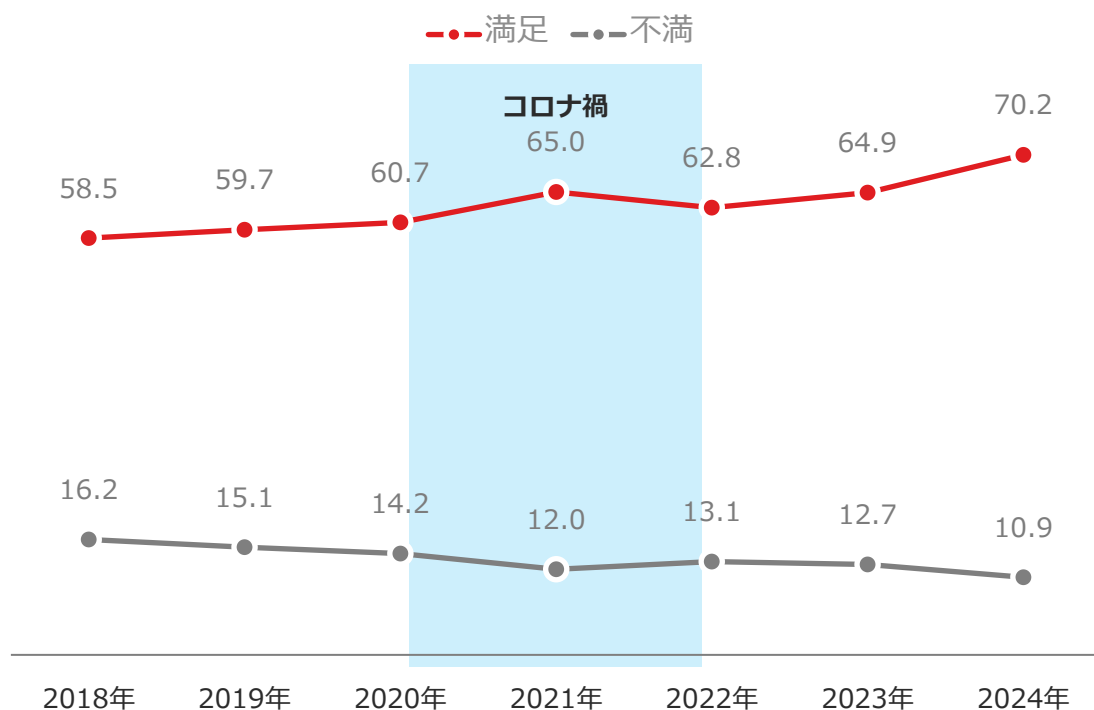
	2022年度				2023年度			
	4月	7月	12月	3月	4月	7月	12月	3月
月例給・賞与(要求)		夏期賞与 労働組合への満額回答	冬期賞与 労働組合への満額回答	月例給引き上げ 労働組合要求 20,000円 満額回答		夏期賞与 労働組合への満額回答 加算 8.5%の要求	冬期賞与 労働組合への満額回答 加算 10.0%の要求	月例給引き上げ 労働組合要求 20,220円 (5.9%)
		+	+			+	+	+
加算(妥結)	コロナ功労金 1.9億	特別加算金 0.7億円 加算8.5% 過去最高	生活支援加算 0.8億円 加算10.0% 過去最高	妥結 22,000円 賃上げ率7.0% 過去最高	決算賞与 約3億円	加算賞与 0.7億円 加算8.5%	加算賞与・特別加算 2.1億円 加算計20%超 過去最高	妥結 39,162円 賃上げ率11.5% 過去最高

積極的な人的資本投資の成果

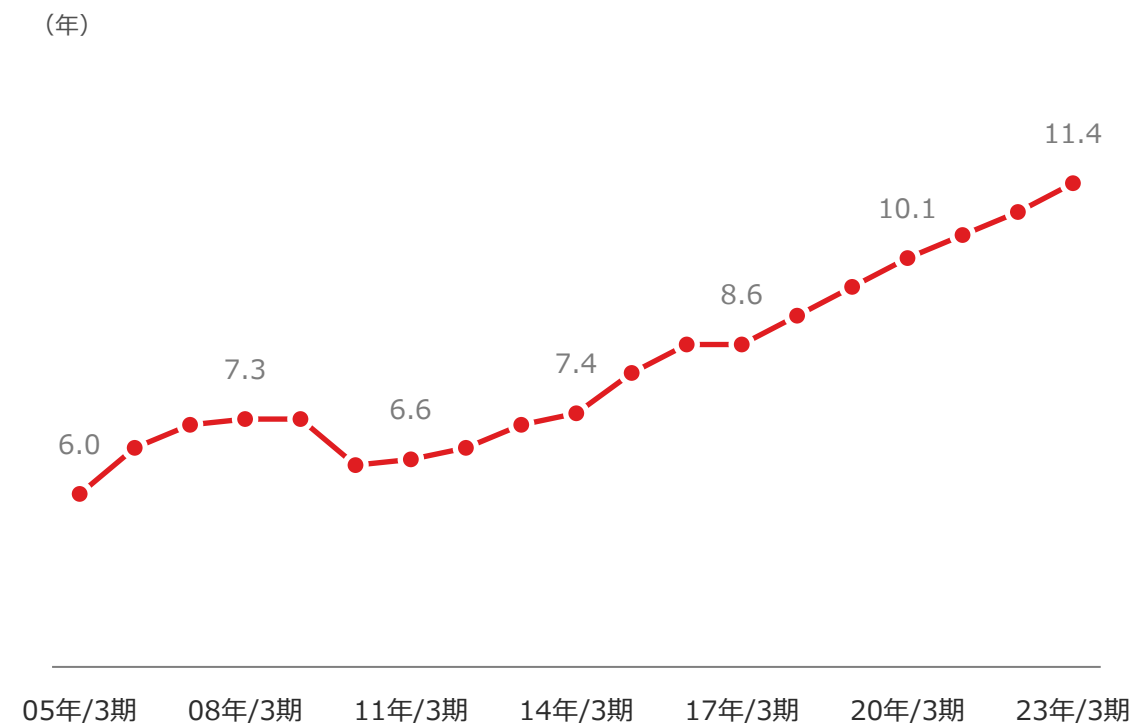


- 従業員満足度は年々高まる一方で、不満度は低下
- 従業員の平均勤続年数は05年/3期に比べて約2倍の水準まで伸長

従業員満足度の推移



平均勤続年数の推移



店舗展開状況



- 新店10店舗を出店。4店舗をリニューアル、FCから直営1店、直営からFC1店の移行を実施
- 2024年3月期末の店舗数は729店舗

新規出店 10店舗



リニューアル 4店舗



移行 FC→直営 1店舗 直営→FC 1店舗



子どものいまと未来に向けた取組：食を通じた子どもたちへの支援



- 当社の全国の店舗が各地のこども食堂等に「お子様弁当」を無償で提供
- 2023年度は学校の休み期間に約25万食を無償提供し、子どもたちの食事を支援



		実施期間		提供団体数	提供数
2023	春休み	3月27日(月)～4月7日(金)	12日間	981団体	69,661食
	夏休み	8月2日(水)～8月31日(日) (お盆期間除く)	20日間	1,342団体	101,620食
	冬休み	12月26日(火)～1月14日(日) (年末年始を除く)	13日間	1,154団体	81,074食
2024	春休み	3月26日(火)～4月6日(土)	12日間	1,022団体	74,090食
初回(2021年夏休み)からの累計(9回)				8,600団体	65万6千食

お子様弁当の内容(2023年冬休み)

- 餃子2個
- 鶏の唐揚げ2個
- シャウエッセン®2本
- ライス(中)
- カルピスウォーター® 1缶(160g) ※



※アサヒ飲料株式会社様のご賛同、ご協力を頂きました

野菜煮込みラーメンで被災地の復興を応援



- 能登半島地震被災地の七尾市に赴き、被災された方々へ「野菜煮込みラーメン」と「餃子」を提供
- 被災地復興応援メニューを販売し、代金の内80円を義援金として寄付

能登半島地震での被災者支援

- 餃子 **770食**、野菜煮込みラーメン **540食** 提供



被災地応援メニューのご提供

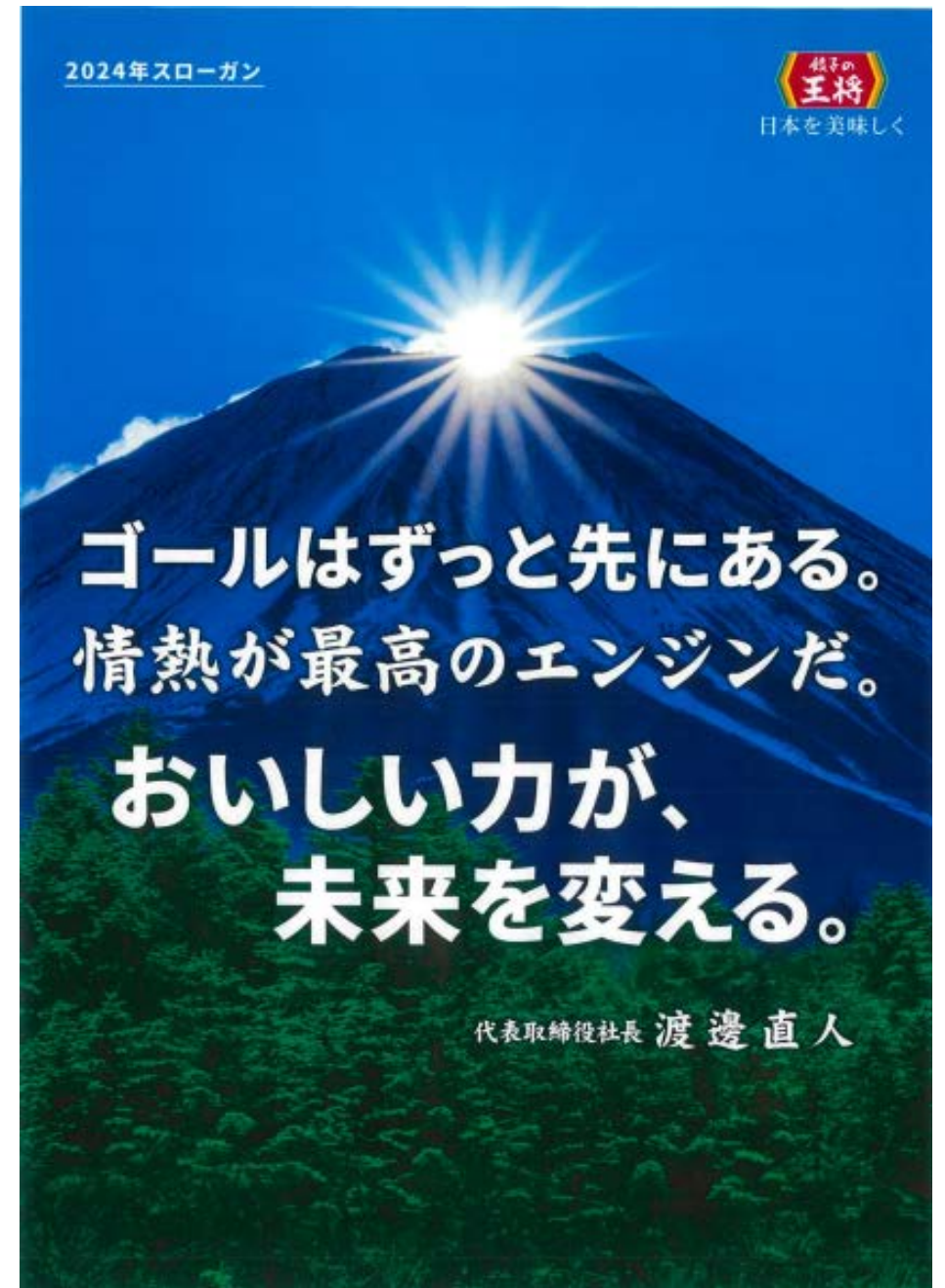


- 2011年の東日本大震災の際、野菜をたっぷり入れた体の温まる生姜をきかせた湯麺を提供
- その後もリニューアルを繰り返して、毎年3月のフェア商品として販売
- 今年は、能登半島地震災害義援金として1杯当たりの寄付金額に50円上乗せ（1杯当たり合計80円）、フェア期間を通常よりも長い2か月間とし、日本赤十字社へ寄付

販売期間	販売数量	寄付金総額
2024年2月1日～3月31日	76.5万食	6,122万円
初回（2011年6月）からの累計	371.1万食	1億6,019万円

2024年度以降の成長戦略

～ゴールはずっと先にある。～



業績好調を踏まえ、成長のための投資を加速



- コロナ前から続く業績の好調を踏まえ、成長に向けた人的投資・設備投資を加速
- 人的資本への投資を積極化することで、従業員を起点にして、全てのステークホルダーの満足度を高める

業績好調



成長投資の
加速

成長投資

人材
投資



人材育成

調理知識・技術、接客サービス研修の継続と研修内容のブラッシュアップを通じたQSCの不断の向上



従業員への還元

人でしか創れない価値の源泉である従業員の頑張りに報いることで、やる気やモチベーションを向上

店舗
投資



国内店舗戦略

既存店売上高100%を維持しながら、年間10~20店を着実に出店し、国内1,000店舗を目指す



海外店舗戦略

短期的には台湾3号店の出店を視野に入れつつ、将来的には他のアジア地域への出店を検討

お客様

株主

従業員

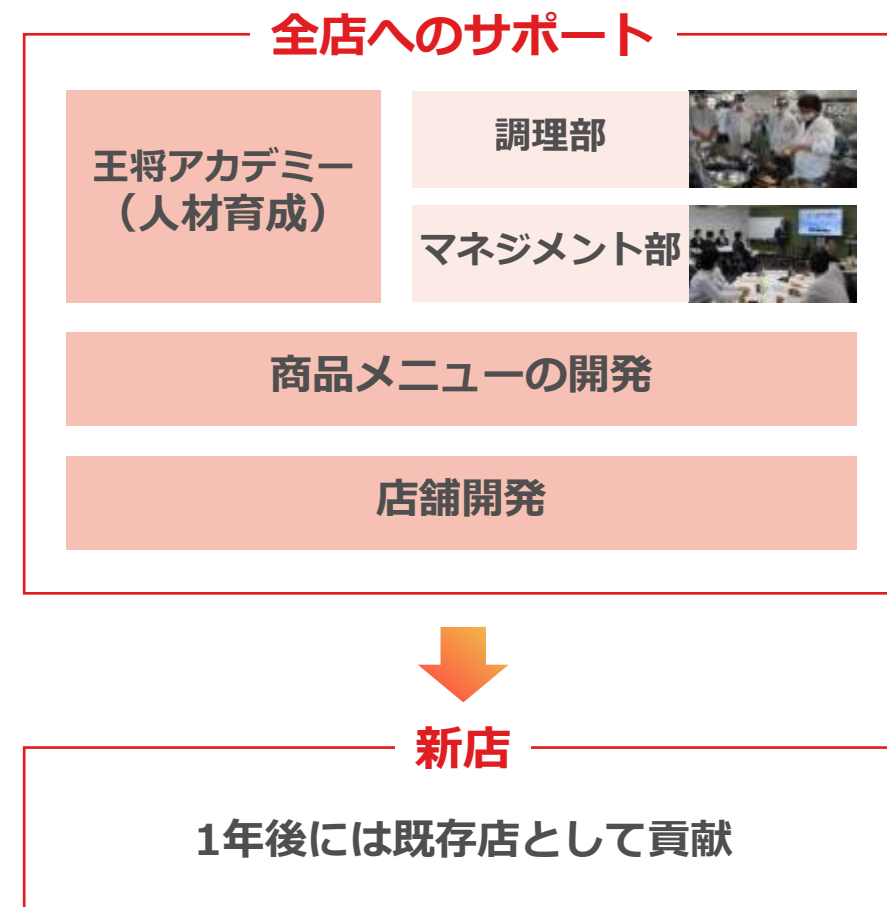
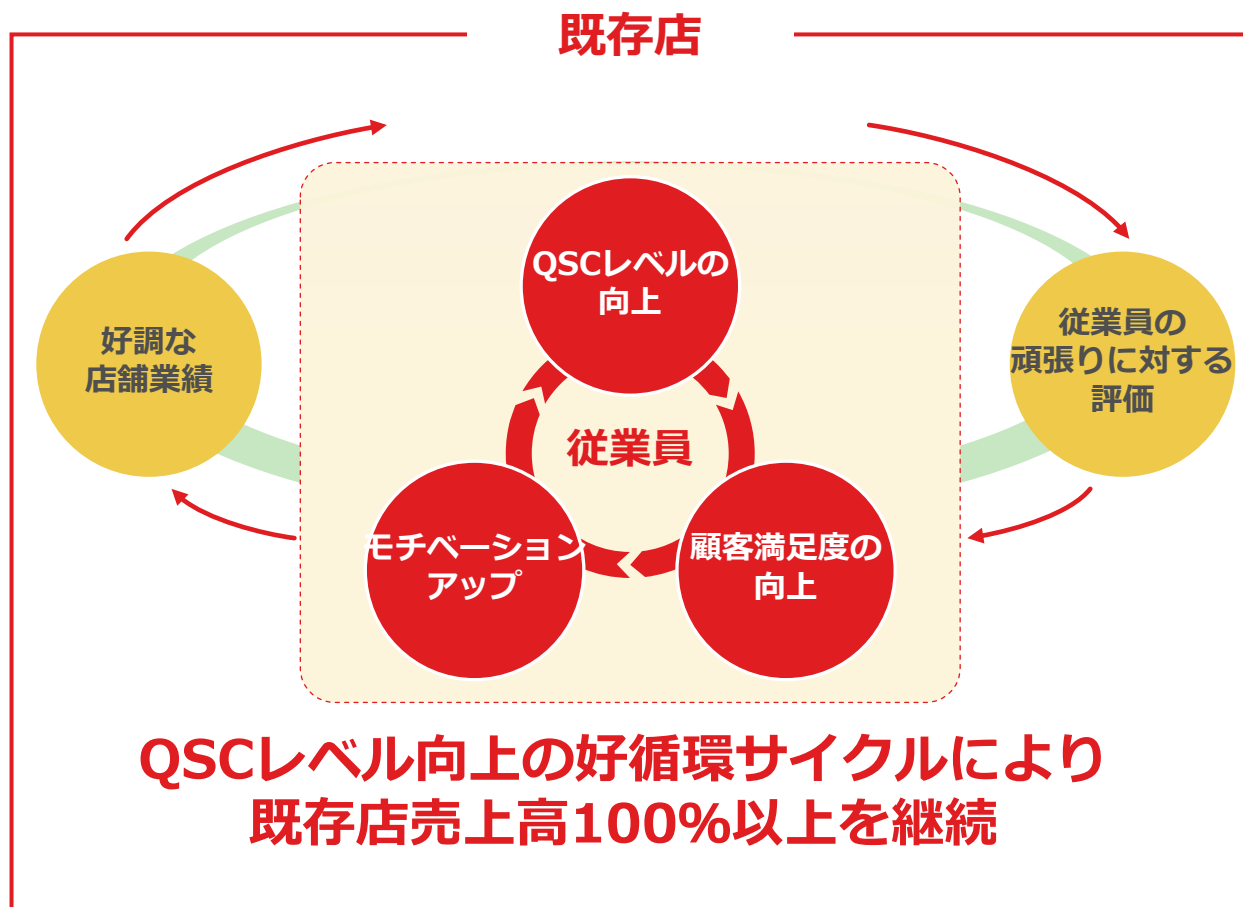
成長を通じた
ステークホル
ダーのさらなる
満足度の向上

お取引先

既存店の業績拡大に新店が加わり成長を加速



- QSCレベル向上の好循環サイクルにより、既存店売上高100%以上を継続
- 既存店の成長を基盤とし、新店を加えることで成長をさらに加速



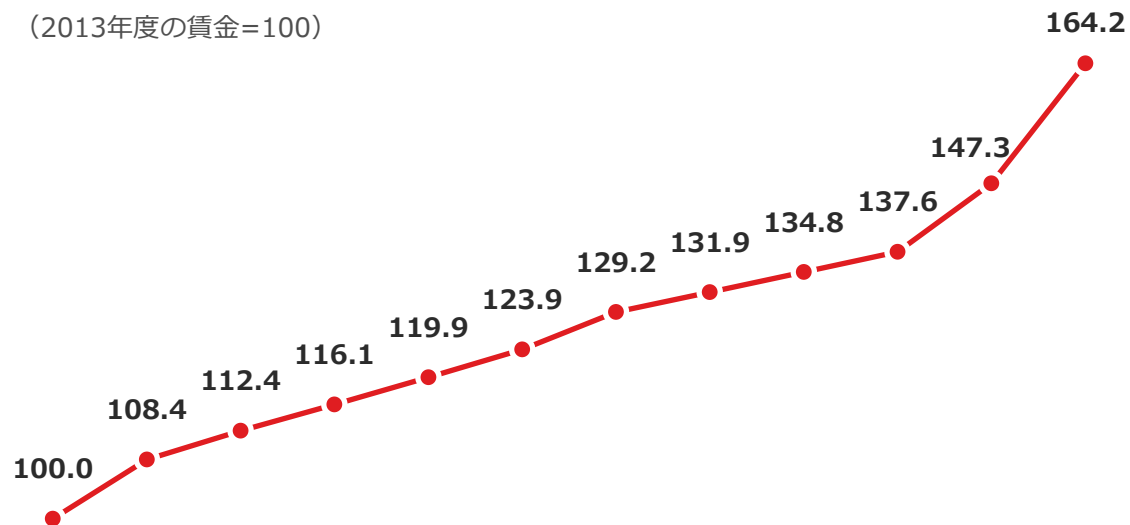
従業員の頑張りに対する還元はこれからも継続



- 2年連続で過去最高額となる、一人当たり平均39,162円の賃上げを実施。2024年度の賃上げ率は11.5%
- 新卒初任給は業界トップレベルの金額へ引き上げ

賃金の推移

(2013年度の賃金=100)



13年度 14年度 15年度 16年度 17年度 18年度 19年度 20年度 21年度 22年度 23年度 24年度

新卒初任給 (大卒)

引き上げ額 : 52,000円/月

278,500円

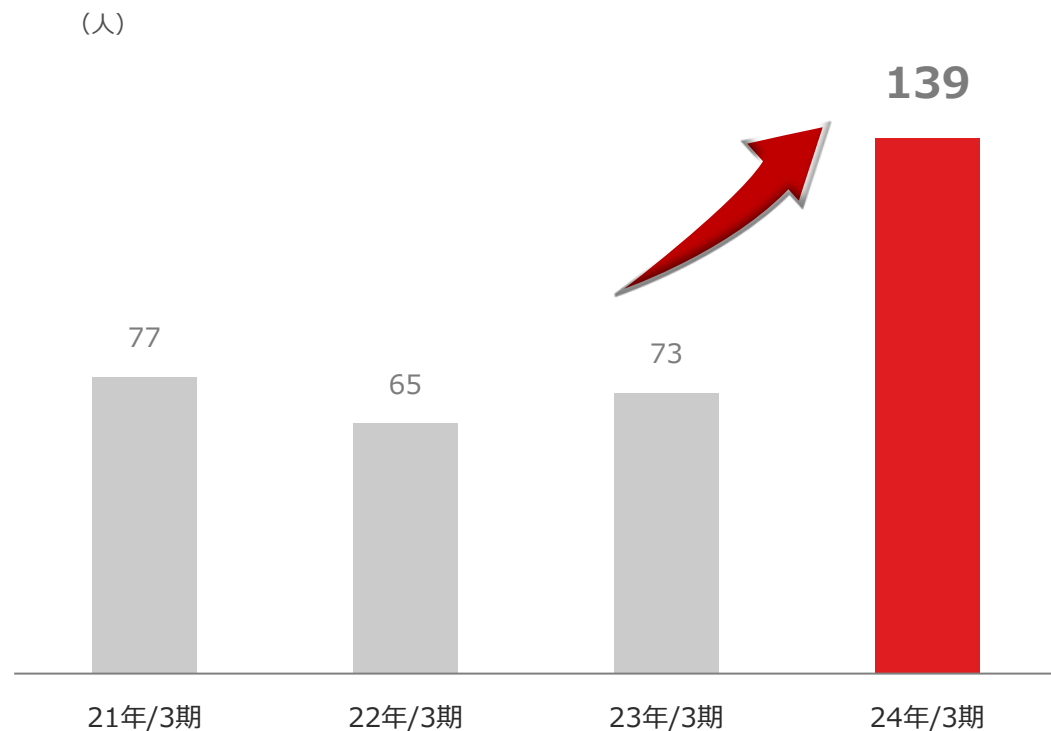


業界トップレベルの金額
将来を見据えた人材の確保を
積極的に進める

インナー採用の強化

- 2023年11月よりインナー採用を強化
- 当社の価値創造の考え方に共感する学生を即戦力として迎える
- 約4ヶ月で54名の人材を獲得、2024年3月期のインナー採用数は139名と大幅に増加

インナー採用数の推移



インナー採用

パート・アルバイトスタッフの正社員登用を積極的に実施
学生アルバイトの新卒採用では、一般の採用とは違った面接ルートも用意
定着率が高く、即戦力として期待できる



インナー採用施策

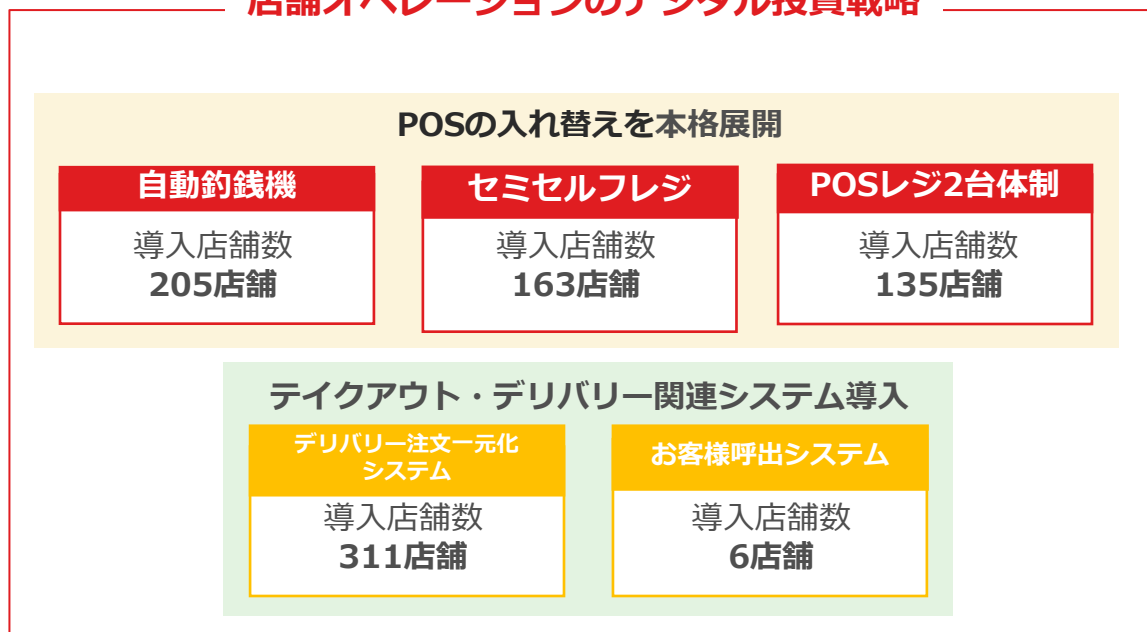
- 入社祝い金の支給
- 紹介者手当の支給
- 勤務店舗配属を確約

デジタル技術活用による人にしか提供できない価値の向上



- 店舗のQSCと生産性の向上に向けて、2023年3月期下期以降、店舗へのデジタル投資を本格化
- デジタル技術で効率化した時間を接客サービスやお客様とのコミュニケーション向上に活用

店舗オペレーションのデジタル投資戦略



効率化した時間を
接客サービスの向上に活用

店舗運営のデジタル投資戦略



効率化した時間を
お客様とのコミュニケーションの向上に活用

出店戦略



GYOZA OHSHO

- 重点エリアおよび未出店地域への進出も含めて、積極的に行っていく方針
- 年間10~20店を着実に出店し、国内1,000店舗を目指す
- ジョイ・ナーホの拡大も進めていく

直営店

重点エリアおよび未出店地域への出店

重点エリア

関東

京阪神

東海

九州北部

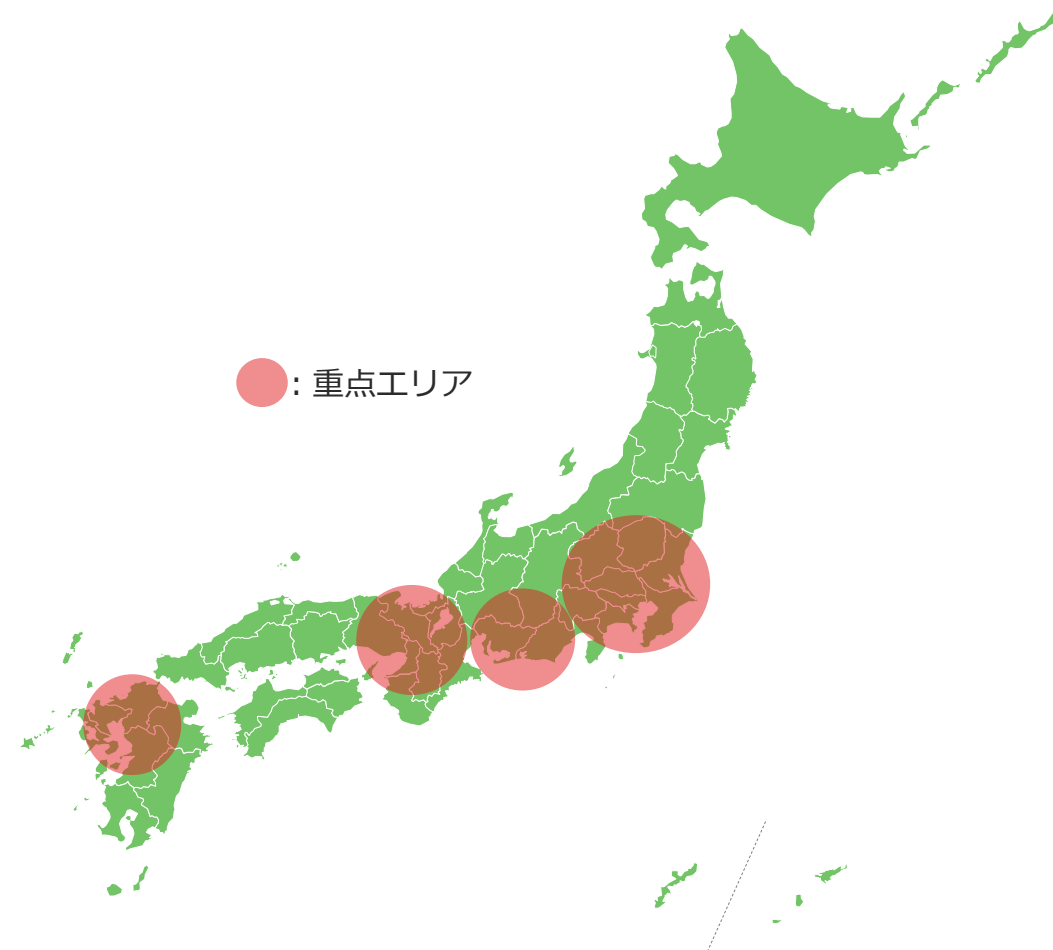
主要出店 フォーマット

ロードサイド

ビルイン

SC内

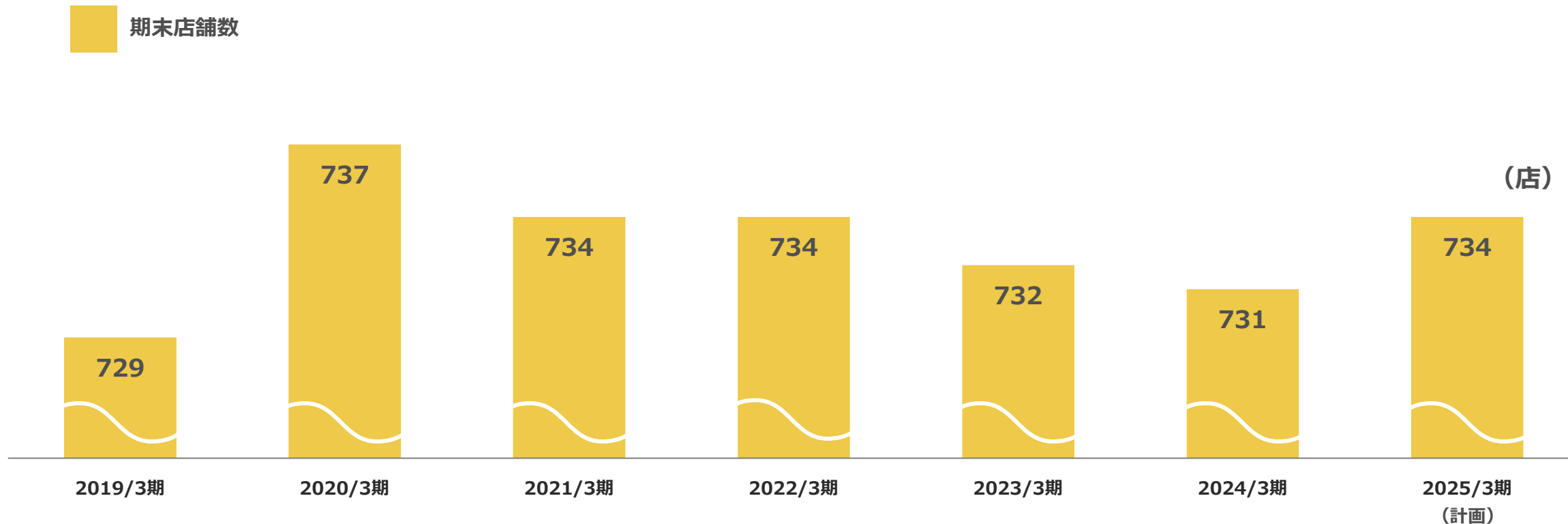
ジョイ・ナーホ



出退店計画



- 2025年3月期は新規出店10店舗、退店7店舗を計画し、期末には3店舗増の734店舗を計画
- 直営店は550店舗（5店舗増）、FC店は184店舗（2店舗減）になる見込み

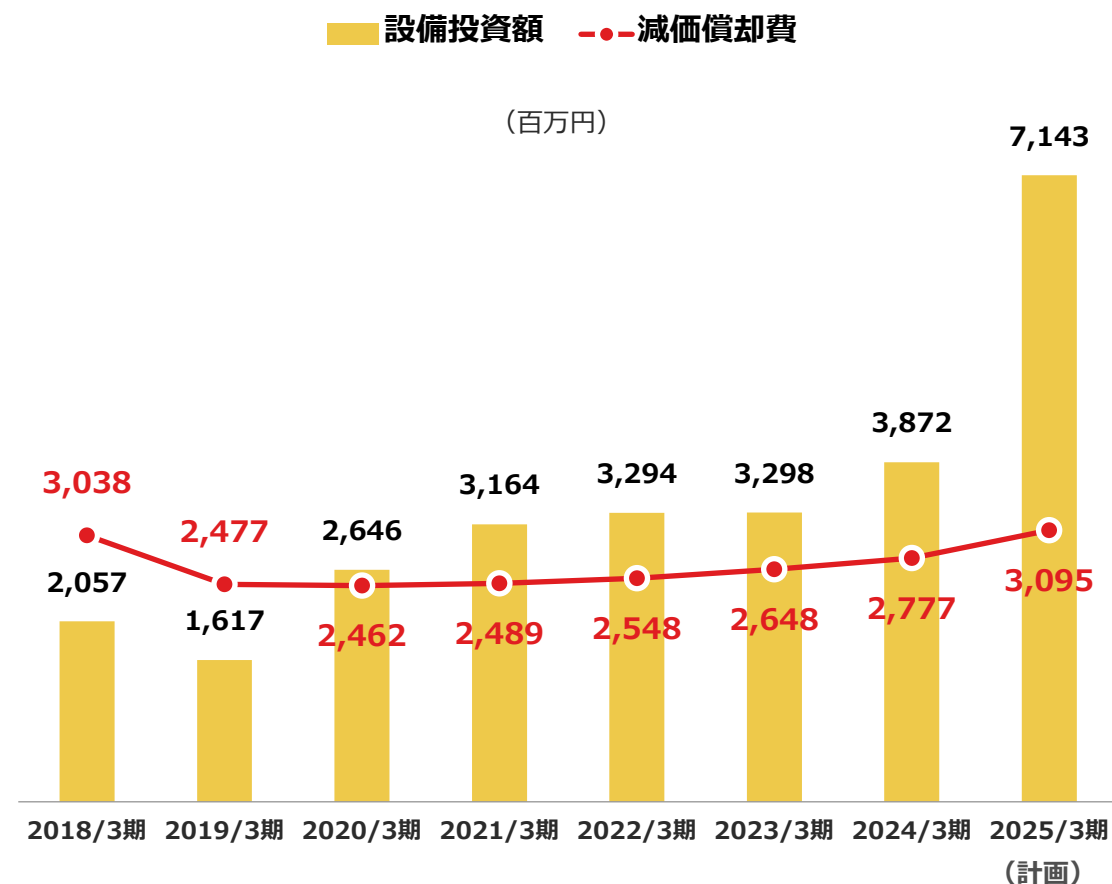


設備投資額と減価償却費推移



- 2025年3月期の設備投資額は71億円と積極的な投資を計画
- 将来の成長を見据えてCK投資を大幅に増強
- 新店投資、既存店の改装投資も積極的に実施

設備投資額		
(百万円)	2024/3期 実績	2025/3期 計画
新店投資	957	1,711
既存店改装投資	2,375	2,778
CK投資	476	1,903
その他	64	749
合計	3,872	7,143



リロケートによる効果

福山蔵王店（旧福山春日店）

- 幹線道路沿い店舗を住宅密集地の生活道路沿いに移転
- 店舗内装と共に、厨房の設計を工夫し、効率化推進

リロケート前



リロケート



リロケート



店舗売上高 : 116%増* ↑
持帰り売上高 : 141%増* ↑

河内花園駅前店

- 裏通りに位置していた旧店舗から、表通りの駅前に移転
- お持ち帰り・デリバリーを更に拡充するため、厨房区画面積を拡大

リロケート前



リロケート



リロケート



店舗売上高 : 131%増* ↑
持帰り売上高 : 264%増* ↑

*2024年1月～3月POS実績前期比較

- 久御山工場および東松山工場を中心に、品質と生産性の向上および生産能力増強のための設備投資を計画
- 将来の積極的な出店戦略に備えた、次期製造体制・物流体制を構築

久御山工場

東海および京阪神への
出店強化のため
生産能力の増強を計画



札幌工場

東松山工場

関東におけるさらなる
店舗展開を可能とする
生産能力を保有



九州工場

海外展開



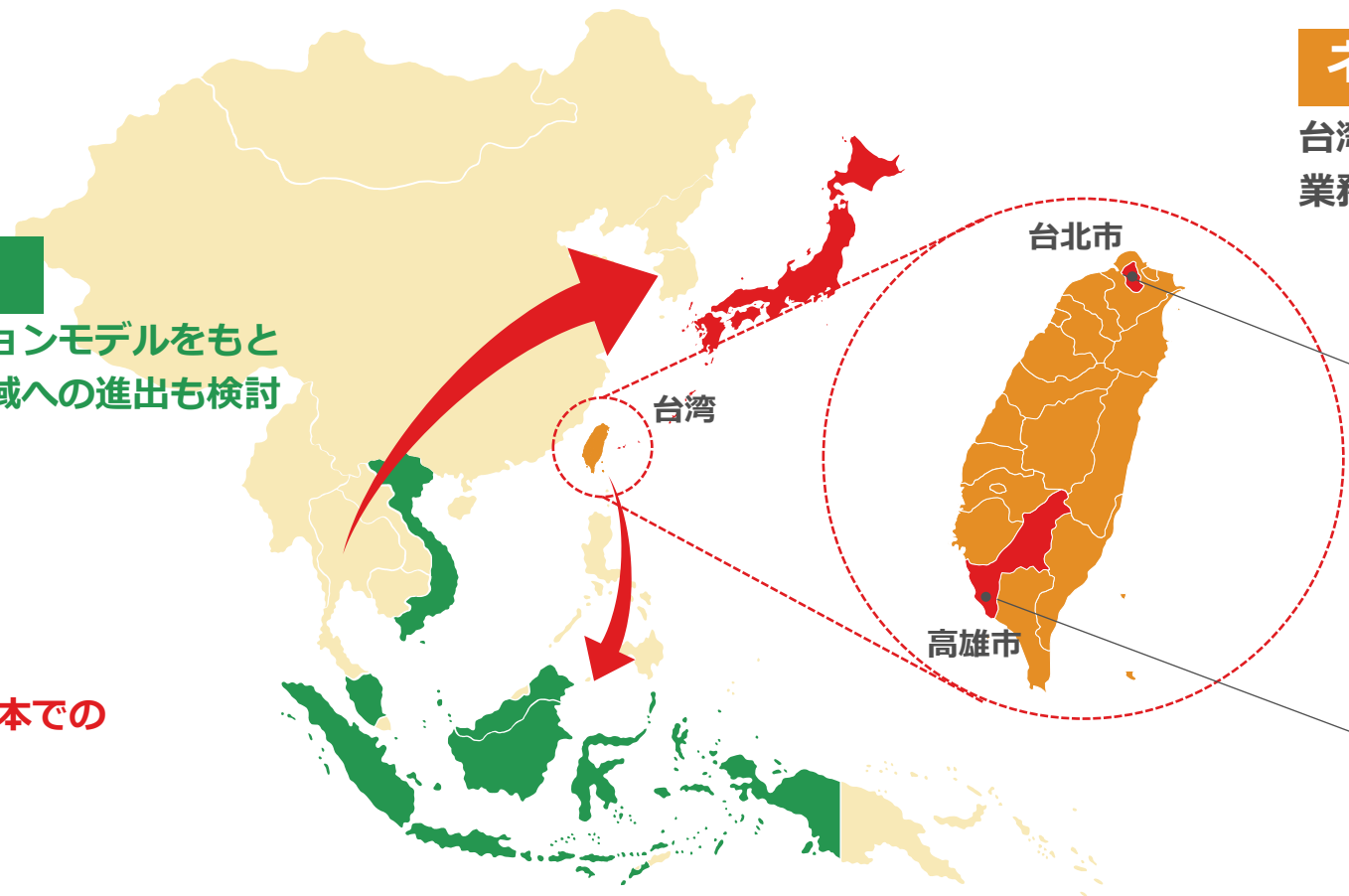
- 台湾3号店の出店に向けて、業務オペレーションを効率化し、横展開を図る方針
- 他のアジア地域への進出や将来的には少子化が進む日本での人材活用も視野

将来構想①

台湾でのオペレーションモデルをもとにその他のアジア地域への進出も検討

将来構想②

将来的に少子化が進む日本での人材活用も視野



ネクストステップ

台湾での3号店の出店に向けて既存店の業務オペレーションを効率化



台北統一時代店



高雄漢神巨蛋店

ゴールはずっと先にある。
情熱が最高のエンジンだ。
おいしい力が、
未来を変える。



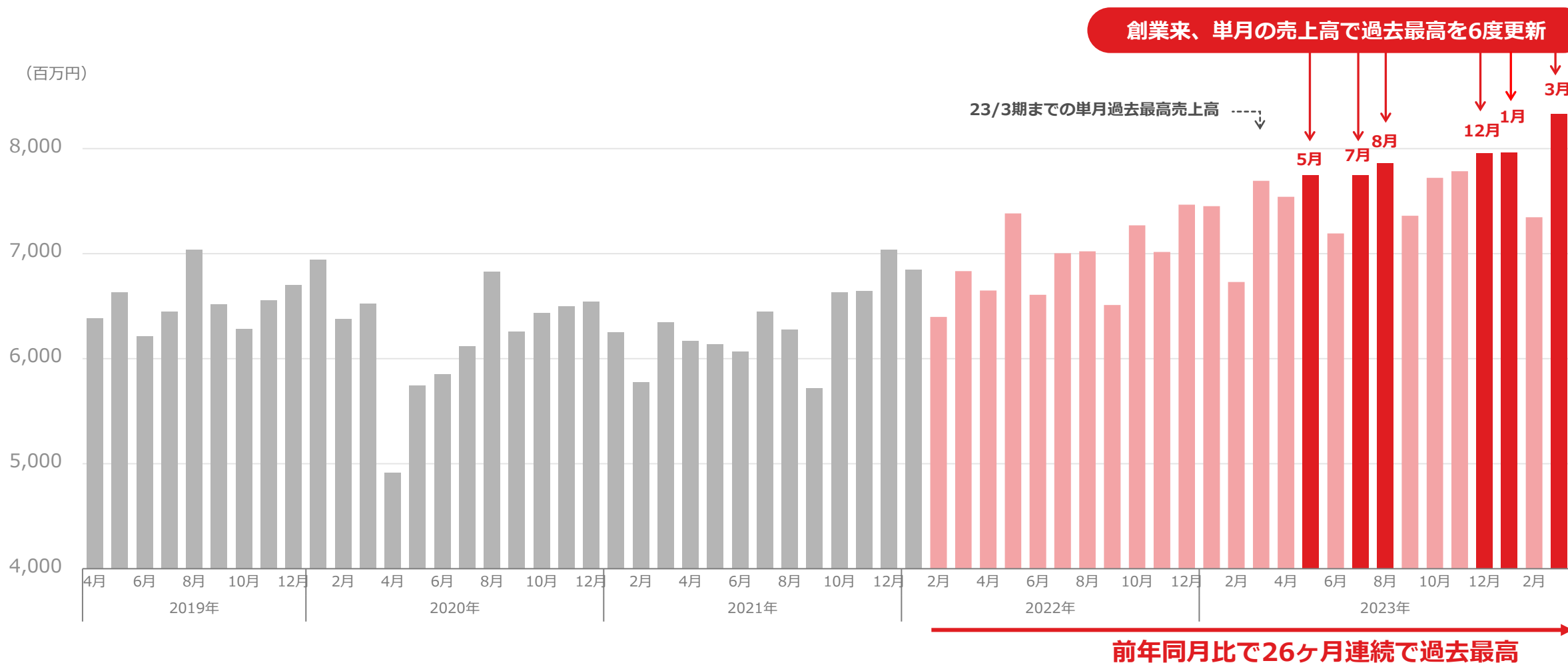
06

appendix

月次売上高は創業来の過去最高売上高を6度更新



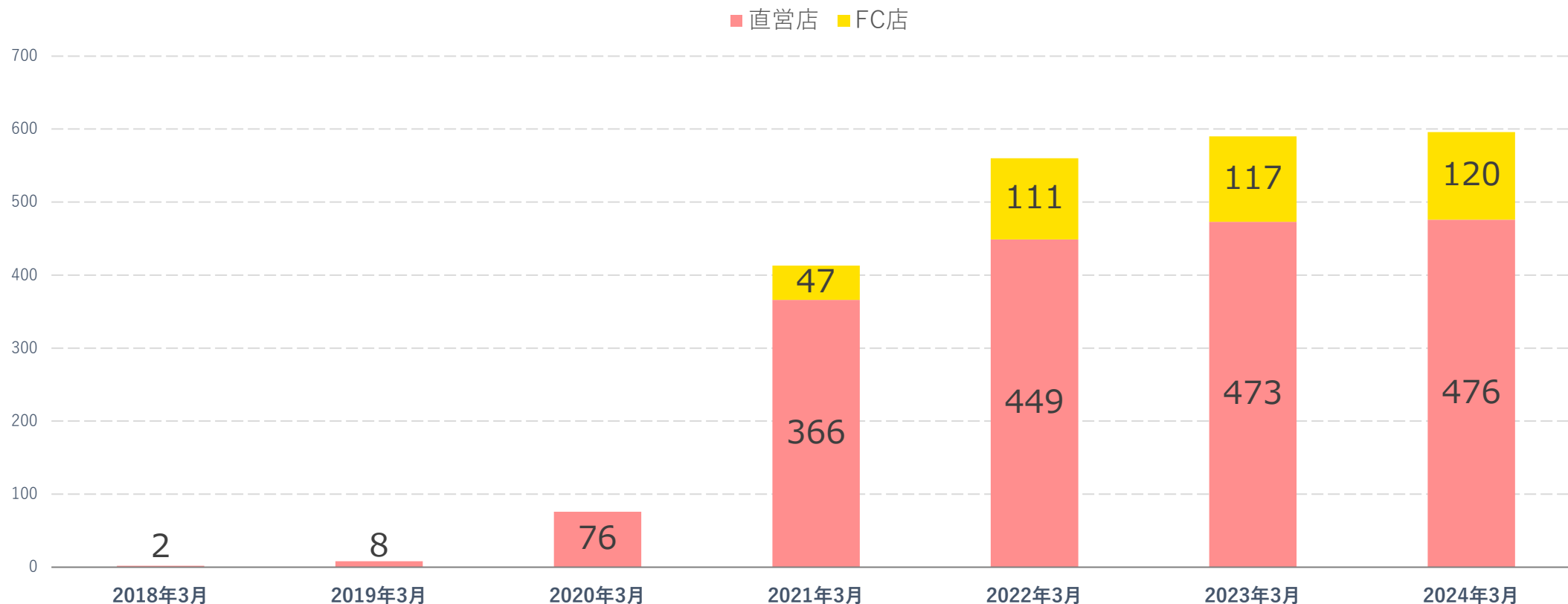
- FC店の店舗売上を含むチェーン全店において26ヶ月連続で同月比過去最高を更新
- 2023年5月、7月、8月、12月、2024年1月、3月は単月売上高で創業来の過去最高を更新



デリバリー対応店舗数の推移



- デリバリー対応を行う店舗を2020年から急拡大させ、2023年3月末時点では直営店の約9割がデリバリー対応済み
- 2024年3月期のテイクアウト・デリバリーの売上シェア（直営店）は25.6%と高水準を維持し、新しい売上構造を形成している



公式アプリを活用した販売促進

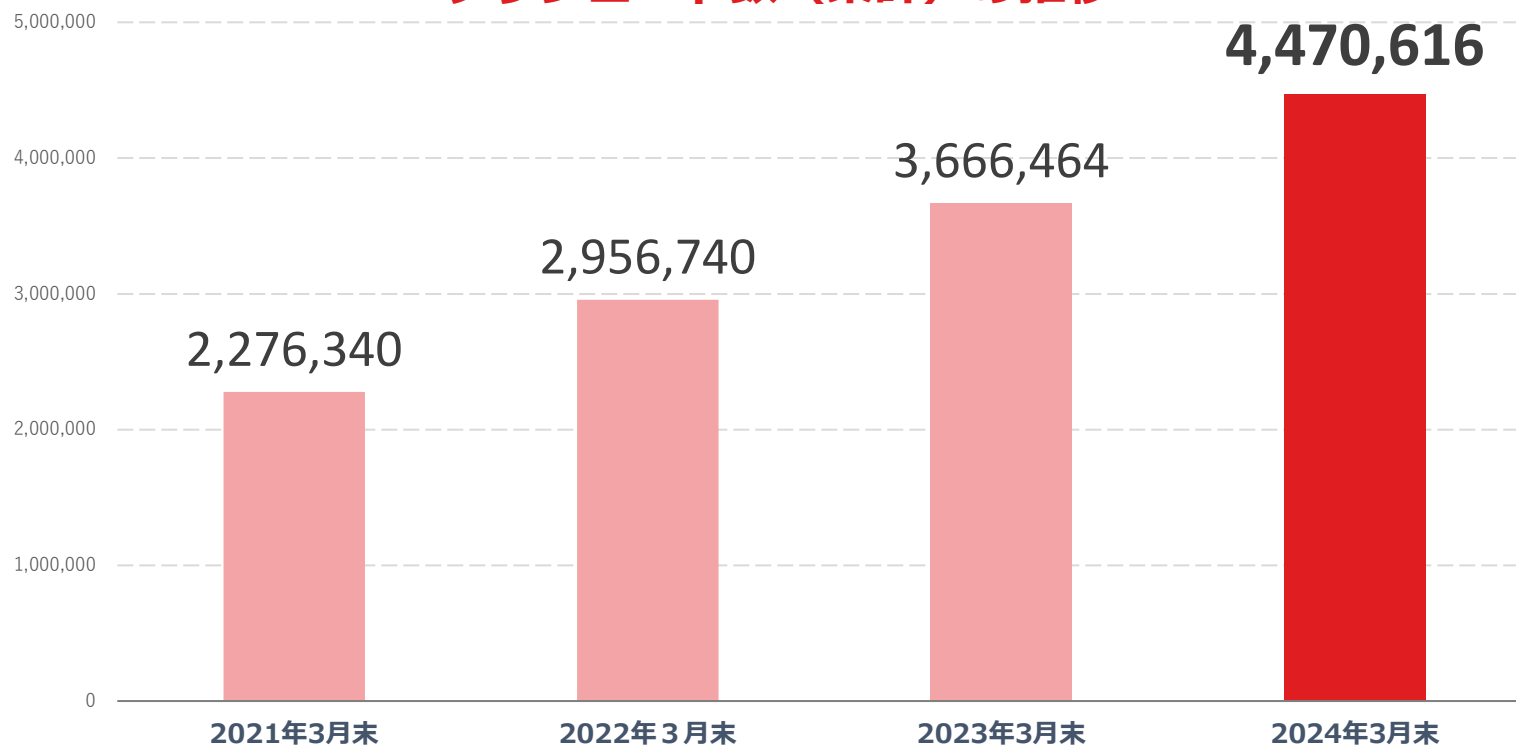


- ぎょうざ倶楽部会員カード機能やクーポン配信などによる来店頻度向上
- ダウンロード数が447万を突破（2024年3月末時点）



(ダウンロード数)

ダウンロード数（累計）の推移



- 将来予想に関連する記述については、目標や予測に基づいており、
確約や保証を与えるものではありません。
- 予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用下さい。

お問い合わせ先

広報IR部

部 長	稲垣	雅弘
副部長	加藤	博也
副部長	庄司	達生
課 長	相川	隆

E-mail : ir@ohsho.co.jp