

2025年3月期第2四半期 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11月26日

2025年3月期上期の総括

◆売上高8.3%増と過去最高を更新、営業利益は5.2%増となり、増収増益を達成

- 売上高は3年連続で過去最高を更新し、4年連続となる増収
- 全社売上高は32ヶ月連続で同月比過去最高を更新中、8月には単月としての過去最高売上も更新
- 営業利益は、価格改定効果もあり、過去2番目となる高水準、4年連続の増益

2025年3月期下期の方針

◆通期見通しは据え置き、売上高8.4%増、営業利益は8.8%増と過去最高益を計画

- 将来の成長を見据え、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、価格改定も視野に対応
- 現場力を一層強化し、お客様に、より高い価値をご提供

01	2025年3月期 第2四半期決算概要・通期計画	4
02	2025年3月期 第2四半期の主な取組み	22
03	2024年度以降の成長戦略	36
04	Appendix	44



2025年3月期
第2四半期決算概要・通期計画



2025年3月期 第2四半期 決算ハイライト



連結売上高

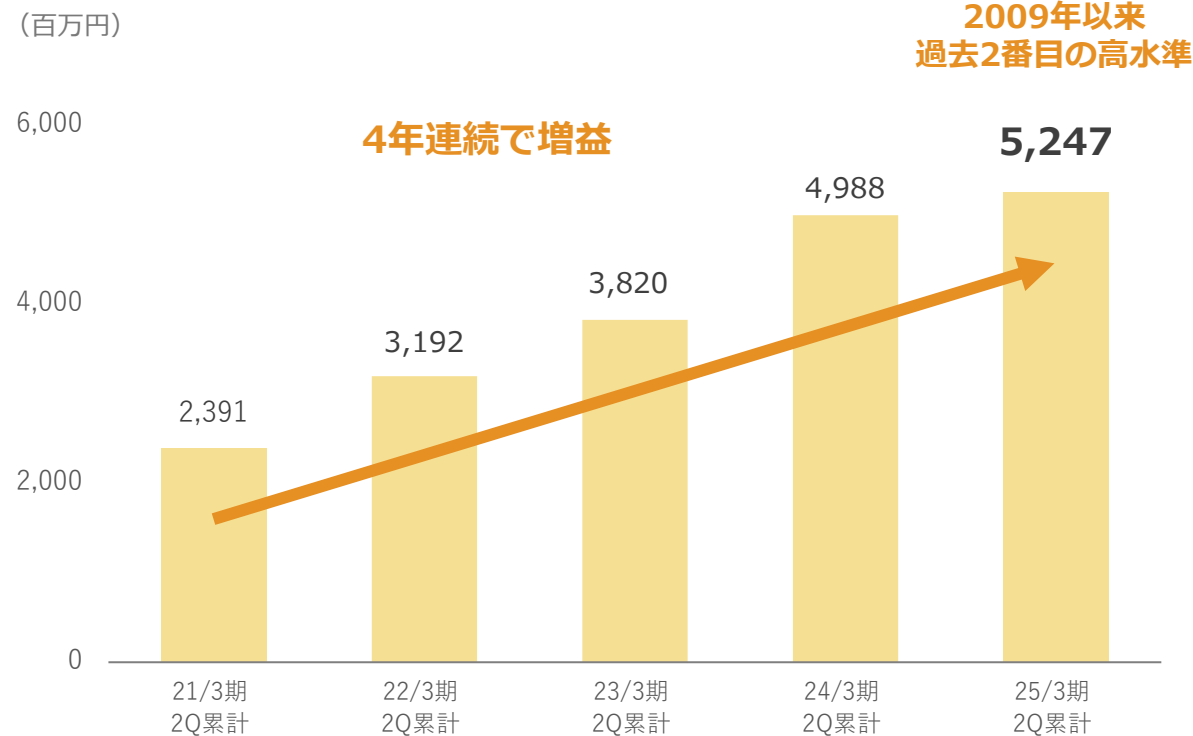
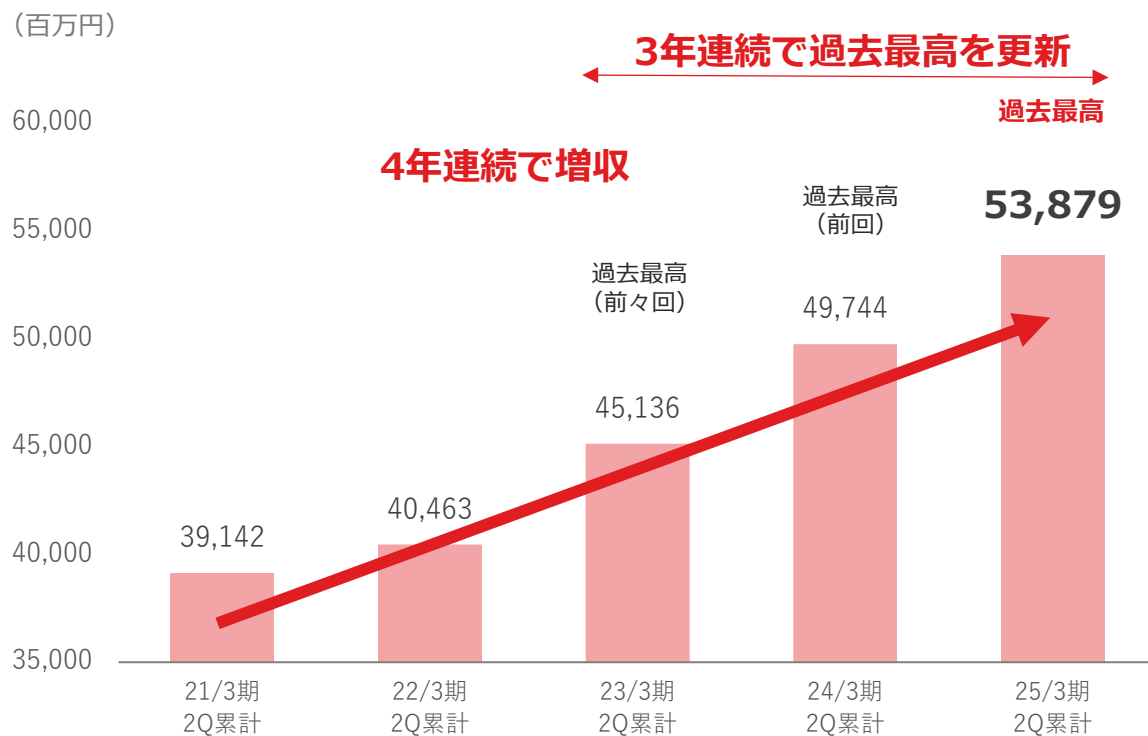
538.7 億円

前年同期比
+8.3%

連結営業利益

52.4 億円

前年同期比
+5.2%



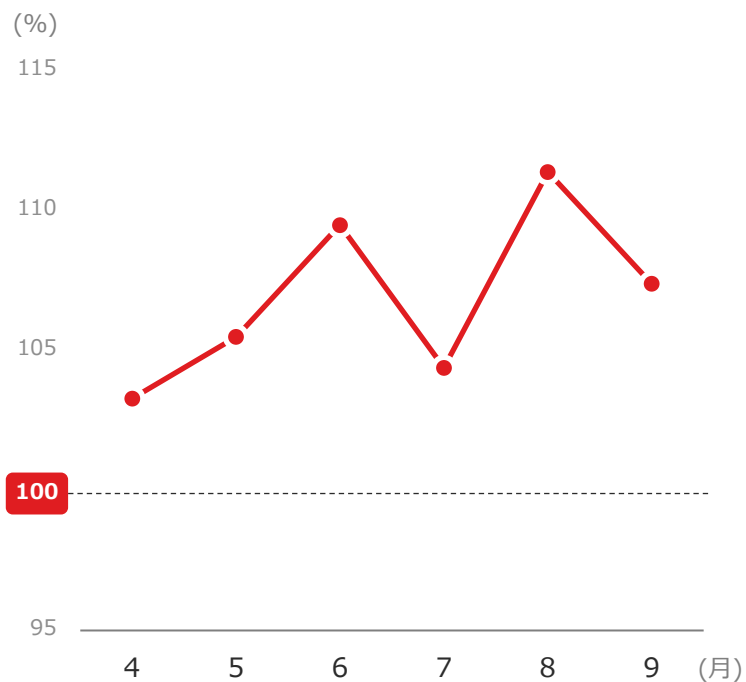
2025年3月期 第2四半期累計期間の既存店動向



- 上期の既存店売上高は、すべての月で前年を上回り推移
- 6月21日の価格改定後も客数・客単価ともに増加し、好調を継続

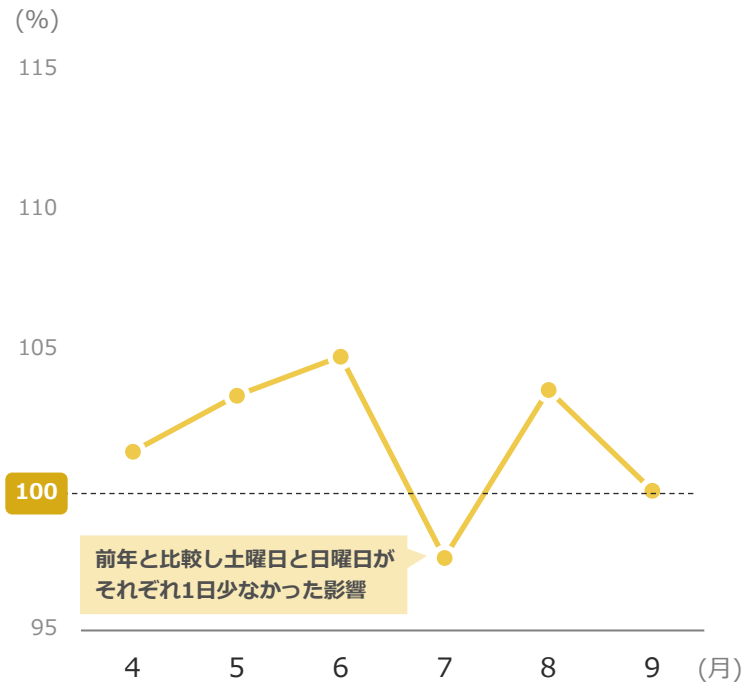
既存店売上高 (Y/Y)

+6.9%



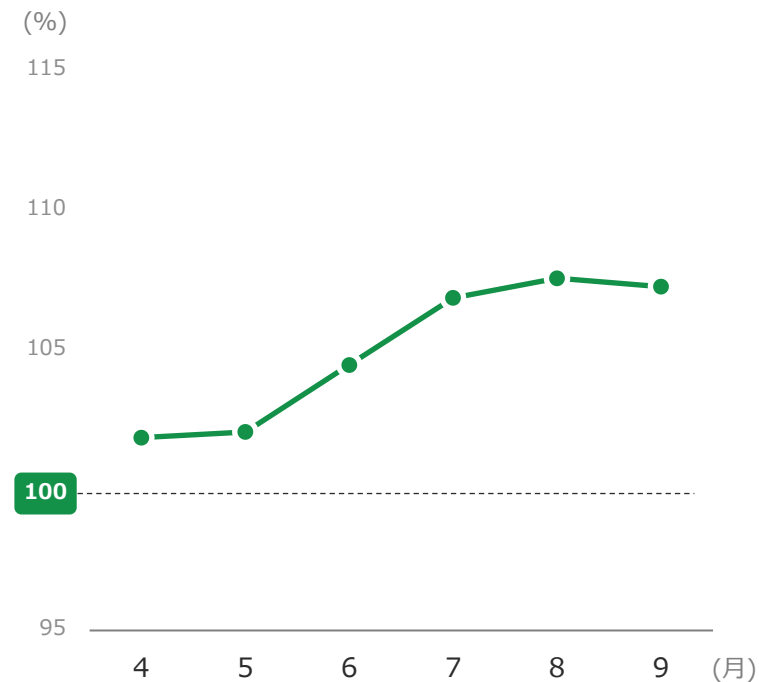
既存店客数 (Y/Y)

+1.8%



既存店客単価 (Y/Y)

+5.0%



2025年3月期 第2四半期累計期間 損益計算書概要



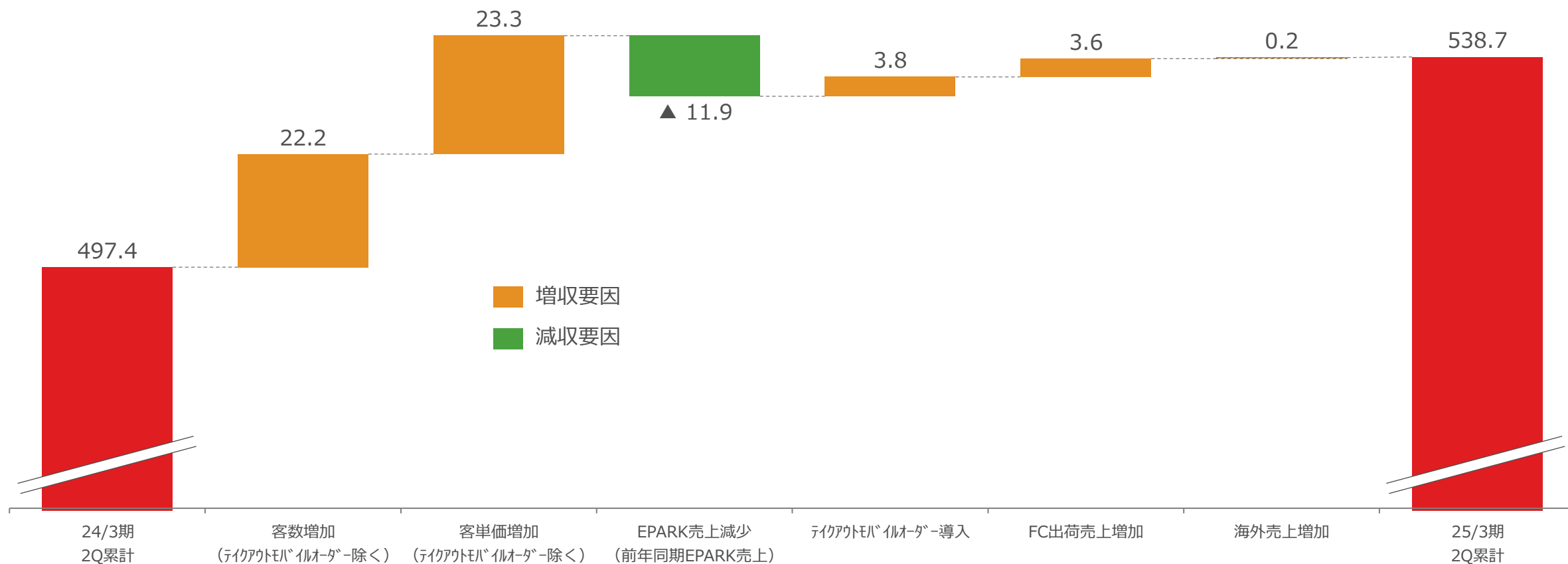
(百万円)	2023/3期 2Q累計	2024/3期 2Q累計	2025/3期 2Q累計					2025/3期 通期	
			従来見通し (2024/5/15)	実績	前年同期比		従来見通し 比較	見通し	上期進捗率
					増減額	増減率			
売上高	45,136	49,744	54,427	53,879	+4,134	+8.3%	▲548	109,875	49.0%
店内飲食*	28,096	32,689	-	36,356	+3,667	+11.2%	-	-	-
テイクアウト・デリバリー*	13,086	12,754	-	12,836	+82	+0.6%	-	-	-
FC売上*	3,832	4,106	-	4,470	+363	+8.9%	-	-	-
売上総利益	30,968	33,913	-	36,953	+3,040	+9.0%	-	-	-
営業利益	3,820	4,988	5,542	5,247	+258	+5.2%	▲294	11,196	46.9%
利益率	8.5%	10.0%	10.1%	9.7%	-	-	-	10.2%	-
経常利益	4,856	5,122	5,662	5,469	+347	+6.8%	▲192	11,373	48.1%
利益率	10.8%	10.3%	10.4%	10.2%	-	-	-	10.4%	-
親会社株主に帰属する中間純利益	3,072	3,896	3,754	3,645	▲251	▲6.4%	▲109	7,970	45.7%
利益率	6.8%	7.8%	6.8%	6.8%	-	-	-	7.3%	-
1株当たり中間純利益**	54.5円	69.05円	66.5円	64.55円	▲4.5円	-	▲1.95	141.16円	-

2025年3月期 第2四半期 売上高増減分析



- 価格改定による客単価増加に加え、客数も引き続き増加
- 昨年11月に終了したEPARK売上の減少はあったものの、8月に全店導入したテイクアウトモバイルオーダーが一部補う

(億円)

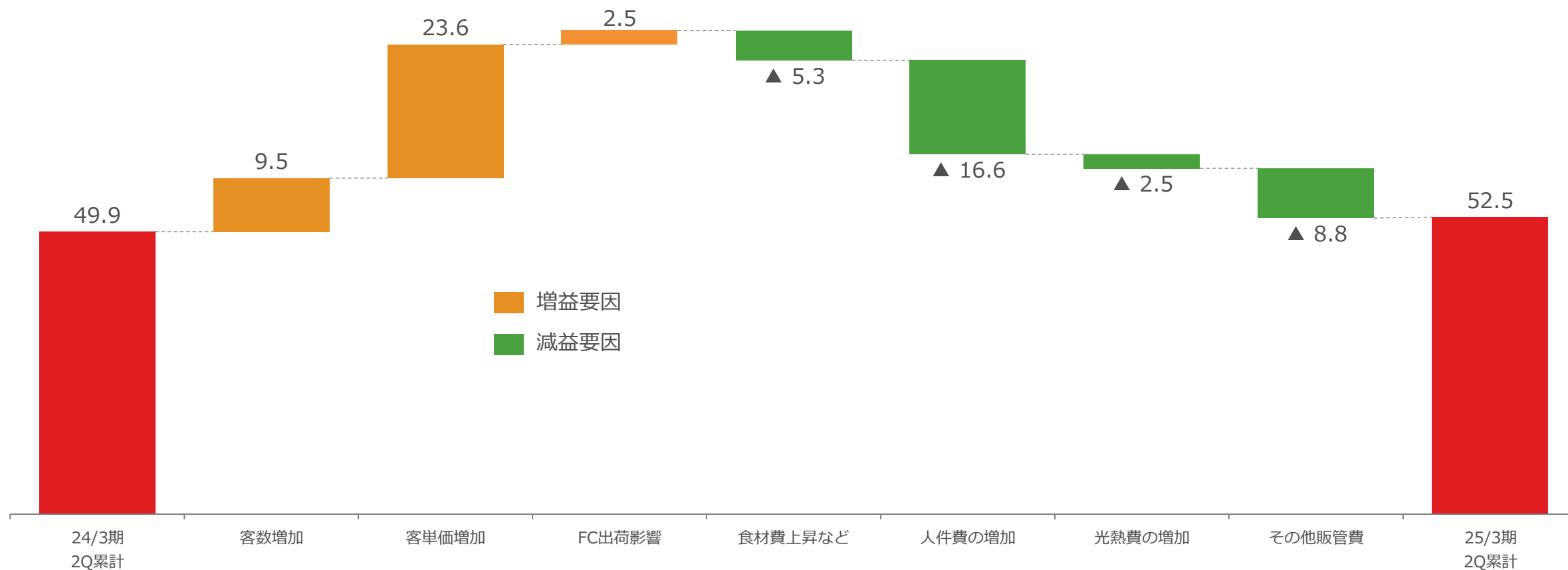


2025年3月期 第2四半期 営業利益要因増減分析



- 食材価格の上昇などは深刻なコストアップ要因ながら、客単価上昇での吸収に成功
- 来客数増により、人件費・光熱費・物流費等の増加も吸収し、全社では営業増益を達成

(億円)



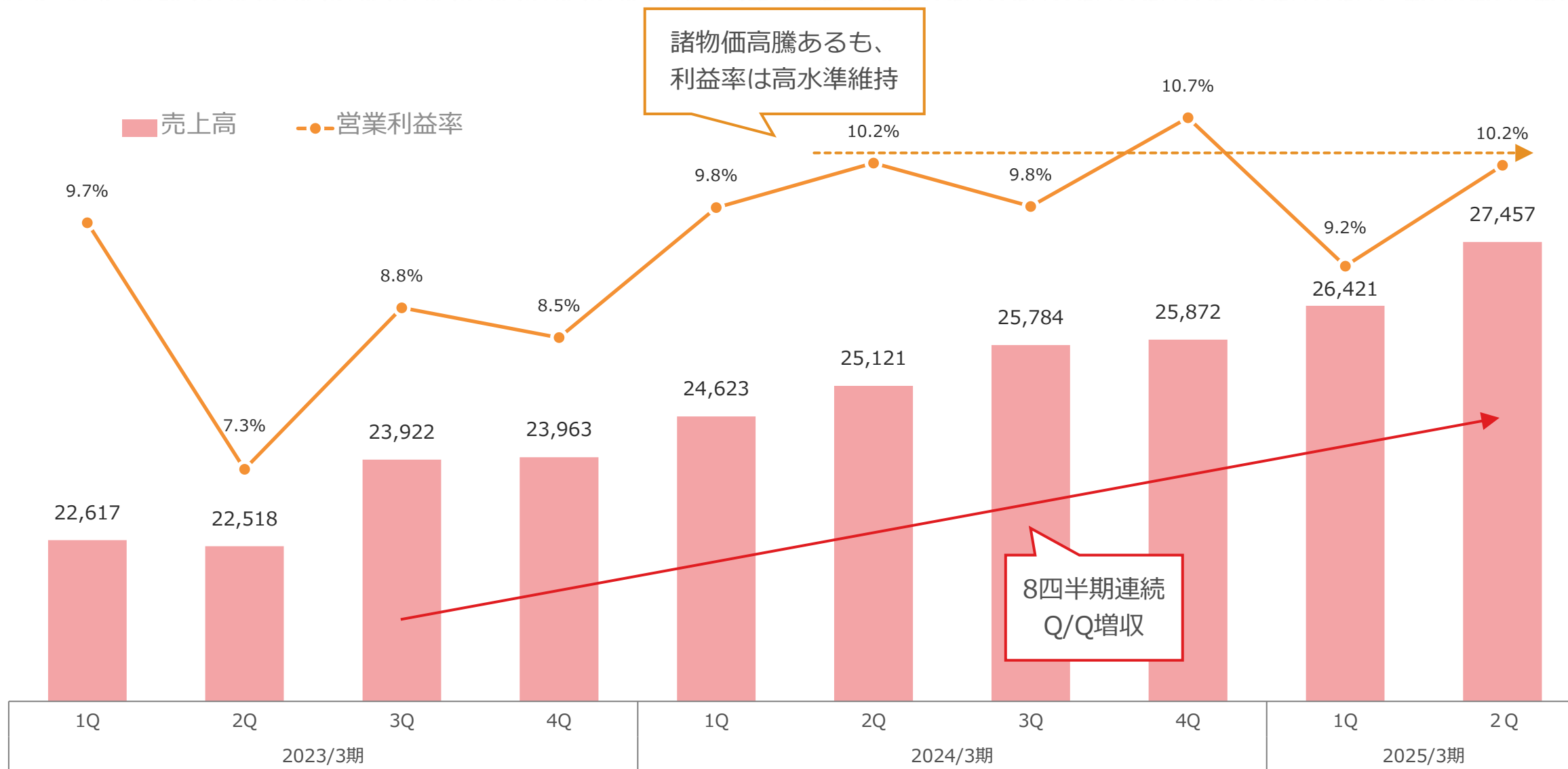
2025年3月期 損益計算書概要（四半期）



(百万円)	2023/3期				2024/3期				2025/3期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
売上高	22,617	22,518	23,922	23,963	24,623	25,121	25,784	25,872	26,421	27,457
店内飲食*	14,125	13,970	15,191	15,415	16,151	16,538	17,034	17,261	17,813	18,543
テイクアウト・デリバリー*	6,517	6,568	6,563	6,464	6,322	6,431	6,434	6,382	6,300	6,535
FC売上*	1,912	1,919	2,072	1,986	2,053	2,053	2,202	2,119	2,209	2,260
売上総利益	15,555	15,413	16,288	16,400	16,785	17,127	17,708	17,937	18,076	18,876
利益率	68.8%	68.4%	68.1%	68.4%	68.2%	68.2%	68.7%	69.3%	68.4%	68.7%
営業利益	2,185	1,635	2,113	2,047	2,415	2,573	2,532	2,764	2,441	2,806
利益率	9.7%	7.3%	8.8%	8.5%	9.8%	10.2%	9.8%	10.7%	9.2%	10.2%
経常利益	3,044	1,811	2,177	2,105	2,517	2,605	2,619	2,754	2,576	2,893
利益率	13.5%	8.0%	9.1%	8.8%	10.2%	10.4%	10.2%	10.6%	9.7%	10.5%
親会社株主に帰属する四半期純利益	1,872	1,200	1,434	1,706	2,135	1,761	1,732	2,281	1,702	1,943
利益率	8.3%	5.3%	6.0%	7.1%	8.7%	7.0%	6.7%	8.8%	6.4%	7.1%
1株当たり四半期純利益**	33.2円	21.26	25.4円	30.23円	37.84円	31.22円	30.71円	40.44円	30.14円	34.41円

*国内店舗 **2024年10月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割。1株当たり四半期純利益の算出は分割後の株数で遡及修正

(参考) 四半期発生ベースの業績推移



2025年3月期 第2四半期 バランスシート状況



GYOZA OHSHO

- 自己資本比率は77.0%と、財務安定性はさらに向上。
- ネットキャッシュは301億円となり、待機資金として今後の積極的な投資に活用

資産の部				
(百万円、%)	2023/3期 金額	2024/3期 金額	2025/3期 2Q 金額	増 減
流動資産	35,869	40,607	40,498	▲108
現金預金	32,029	36,296	36,172	▲124
固定資産	48,234	50,854	51,517	+663
有形固定資産	36,129	37,750	38,323	+573
建物及び構築物	12,177	13,795	14,289	+493
土地	20,134	19,902	19,902	-
無形固定資産	197	145	272	+126
投資等	11,907	12,959	12,922	▲37
投資有価証券	3,855	4,166	4,188	+22
差入保証金	4,510	4,702	4,705	+2
貸倒引当金	▲14	▲14	▲13	+0
資産合計	84,103	91,462	92,016	+554

負債・純資産の部				
(百万円、%)	2023/3期 金額	2024/3期 金額	2025/3期 2Q 金額	増 減
流動負債	12,624	14,975	14,250	▲725
1年内長期借入金	2,000	2,000	2,000	-
固定負債	8,709	7,851	6,873	▲977
長期借入金	7,000	5,000	4,000	▲1,000
負債合計	21,333	22,827	21,124	▲1,703
株主資本	63,561	68,129	70,503	+2,373
資本金	8,166	8,166	8,166	-
資本剰余金	9,393	9,459	9,562	+102
利益剰余金	56,630	61,096	63,331	+2,234
自己株式	▲10,629	▲10,593	▲10,556	+36
その他の包括利益累計額	▲791	505	389	▲116
純資産合計	62,770	68,635	70,892	+2,257
負債・純資産 合計	84,103	91,462	92,016	+554

2025年3月期 第2四半期 キャッシュ・フローの状況



- 好調な業績を背景に営業活動キャッシュ・フローは継続してプラス
- 更なる成長に向けて投資キャッシュ・フロー（支出）も増加基調にあるものの、フリーキャッシュ・フローは7四半期連続で黒字を計上

(百万円)	2023/3期				2024/3期				2025/3期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,353	1,743	478	3,751	3,273	2,151	2,489	4,304	1,938	2,689
税引前中間純利益	2,804	1,804	2,163	1,987	2,848	2,621	2,596	2,688	2,554	2,876
減価償却費	636	647	674	715	659	679	710	753	729	763
債権債務増減	322	▲333	173	▲158	255	▲308	291	▲524	505	▲474
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲654	▲613	▲984	▲978	▲408	▲920	▲1,055	▲839	▲1,168	▲1,174
有形固定資産の取得による支出	▲838	▲555	▲940	▲873	▲796	▲841	▲958	▲887	▲1,060	▲1,046
フリーキャッシュ・フロー	515	1,188	▲380	2,796	2,865	1,231	1,434	3,465	770	1,515
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲4,673	▲2,659	▲1,676	▲500	▲1,910	▲500	▲1,818	▲500	▲1,911	▲502
借入金等の増減額（▲は減少）	▲3,358	▲2,658	▲547	▲500	▲500	▲500	▲500	▲500	▲500	▲500
配当金の支払額	▲1,315	0	▲1,128	0	▲1,410	0	▲1,317	0	▲1,411	0
現金及び現金同等物の期末残高	33,466	31,939	29,757	32,029	32,983	33,713	33,332	36,296	35,156	36,172

2025年3月期 通期計画（年度比較）



- 既存店売上高の前提は通期で6.7%増
- 通期見通しは据置き、営業利益率は10.2%、売上・営業利益ともに過去最高更新の見通し

(百万円)	2022/3期 実績	2023/3期 実績	2024/3期 実績	2025/3期		
				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%
売上総利益	58,175	63,657	69,560	75,037	+5,477	+7.9%
営業利益	6,959	7,981	10,286	11,196	+909	+8.8%
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%
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%
利益率	10.4%	6.7%	7.8%	7.3%	▲0.5pt	-
1株当たり当期純利益*	156.33円	110.16円	140.15円	141.16円	+1.01円	-

*2024年10月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割。1株当たり当期純利益の算出は分割後の株数で遡及修正

2025年3月期 通期計画（半期比較）



– 食材価格の上昇などを織り込むものの、価格改定効果やテイクアウトモバイルオーダーがフルに寄与し、吸収する見通し

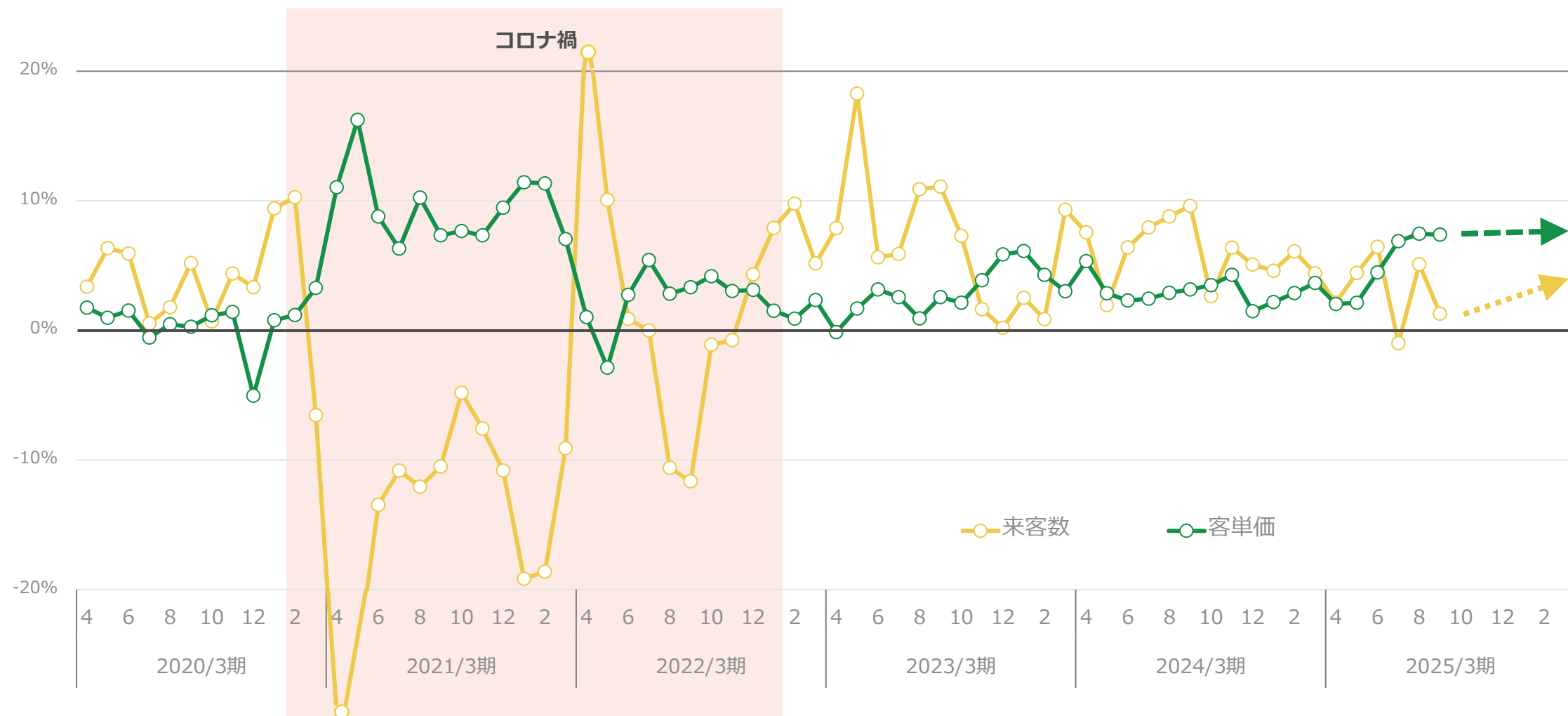
(百万円)	2023/期		2024/3期		2025/3期			
	上期	下期	上期	下期	上期	下期見通し	対上期比	
							増減額	増減率
売上高	45,136	47,886	49,744	51,656	53,879	55,996	+2,117	+3.9%
売上総利益	30,968	32,689	33,913	35,646	36,953	38,084	+1,131	+3.1%
営業利益	3,820	4,160	4,988	5,297	5,247	5,949	+702	+13.4%
利益率	8.5%	8.7%	10.0%	10.3%	9.7%	10.6%	+0.9t	-
経常利益	4,856	4,283	5,122	5,374	5,469	5,904	+435	+8.0%
利益率	10.8%	8.9%	10.3%	10.4%	10.2%	10.5%	+0.3pt	-
親会社株主に帰属する当期純利益	3,072	3,140	3,896	4,014	3,645	4,325	+680	+18.7%
利益率	6.8%	6.6%	7.8%	7.8%	6.8%	7.7%	+0.9pt	-
1株当たり当期純利益*	54.5円	55.66円	69.05円	71.11円	64.55	76.61円	+12.06円	-

*2024年10月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割。1株当たり当期純利益の算出は分割後の株数で遡及修正

2025年3月期 直営全店来店状況



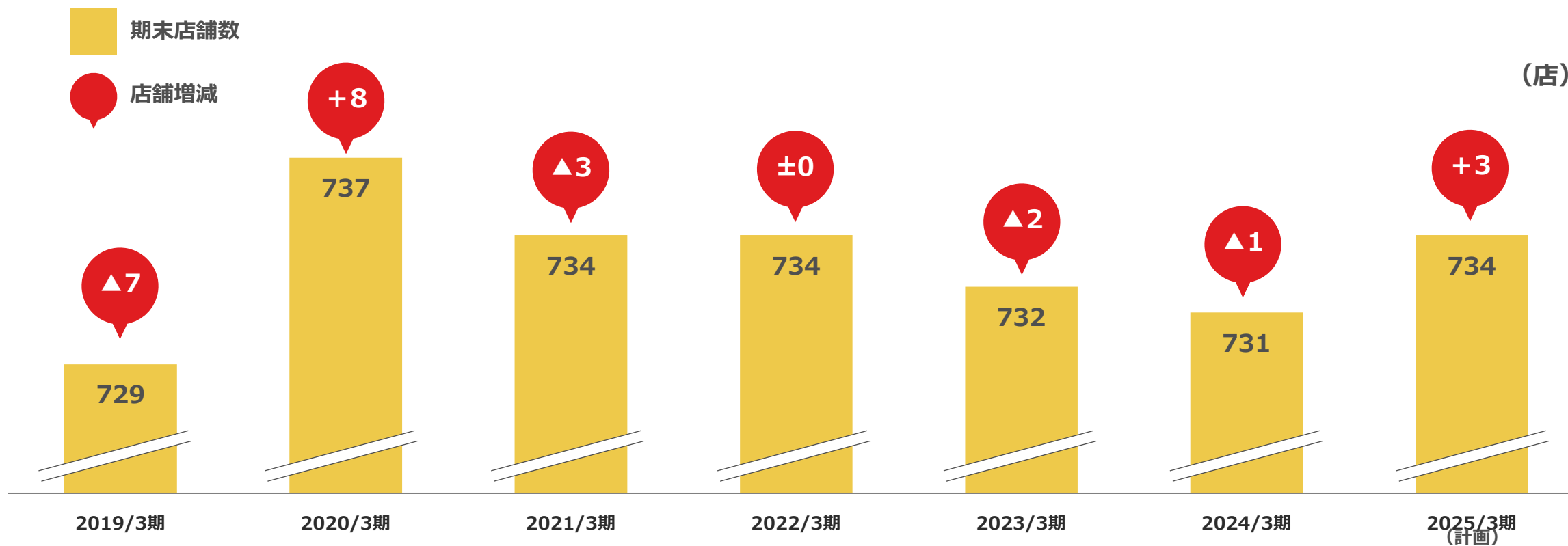
– 下期は引き続き来店客数の増加と、高水準の客単価を見込む



出退店計画



- 2025年3月期は通期で新規出店10店舗、退店7店舗を計画
- 上期時点で新規出店5店、退店8店となり、期初計画を下回る可能性はあるものの、前年比3店増の734店舗（直営店550店舗（+5店舗）、FC店184店舗（▲2店舗））の達成に向けて出退店計画を推進



上期の店舗展開状況



GYOZA OHSHO

- 新店5店舗を出店、2店舗をリニューアル
- 第2四半期末の店舗数は728店舗

新規出店 5店舗



リニューアル 2店舗



設備投資額と減価償却費推移

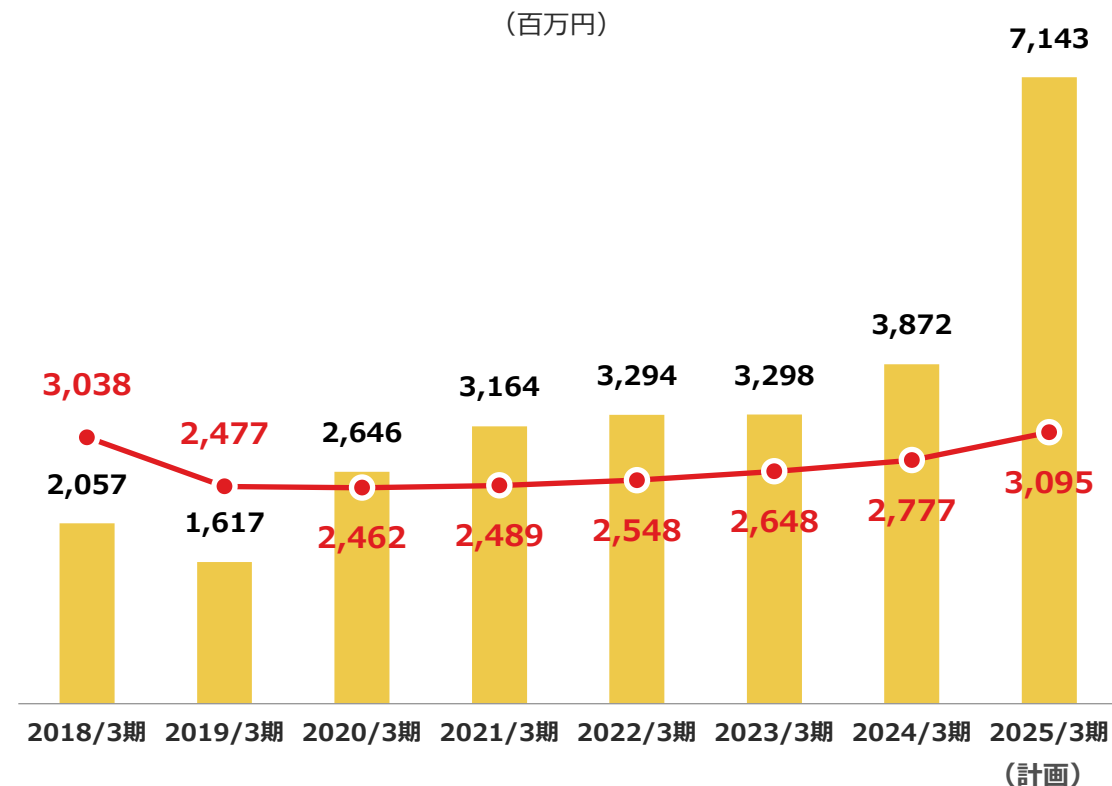


- 2025年3月期の設備投資計画は71億円。前年比33億円増と積極的な投資を計画。特に久御山工場の生産能力向上などセントラルキッチン（CK）投資に注力
- 新店投資、既存店の改装投資ともに高水準で展開する方針

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

■ 設備投資額 -●- 減価償却費



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

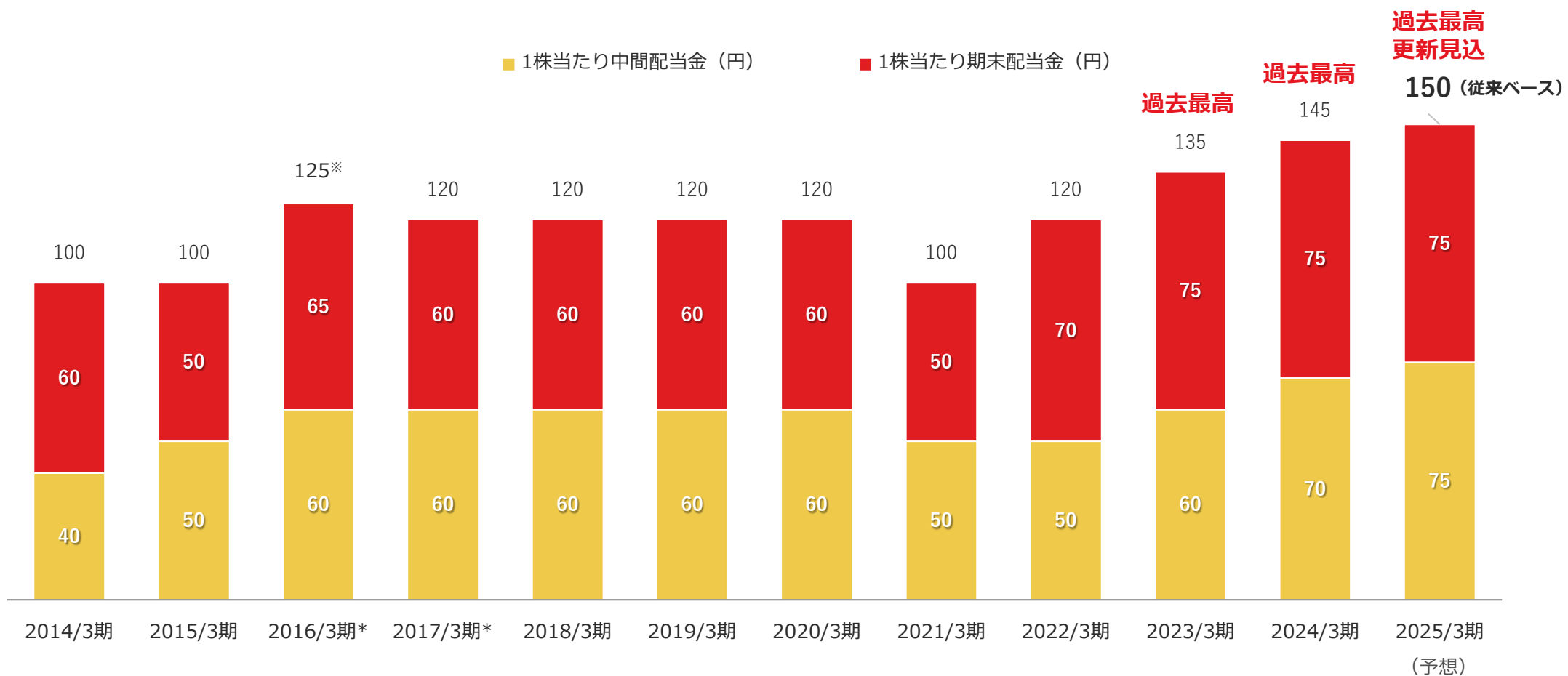
現行		変更後	
所有株式数	「株主様ご優待券」贈呈額	所有株式数	「株主様ご優待券」贈呈額
100株以上	2,000円分 (年間4,000円分)	100株以上	2,000円分 (年間4,000円分)
200株以上	3,000円分 (年間6,000円分)	300株以上	3,000円分 (年間6,000円分)
500株以上	6,000円分 (年間12,000円分)	500株以上	4,000円分 (年間8,000円分)
1,000株以上	12,000円分 (年間24,000円分)	1,000株以上	6,500円分 (年間13,000円分)
-	-	2,000株以上	12,500円分 (年間25,000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

株主還元



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



*2016/3期は記念配当5円を含む *2016/3期、2017/3期は単体

2025年3月期 第2四半期の
主な取り組み

餃子の王将をもっとおいしく
challenge
2024
vol.1 餃子



にんにくだけじゃない!
生姜を活かせば、
餃子はもっと旨くなる。

6月21日に価格改定を実施①

- 原材料価格や人件費、物流費等の著しい高騰を背景に一部商品の価格改定を実施
- 価格改定による増収効果は+3.2%（上期売上高に対する増収率）

6月21日からの一部商品の価格改定

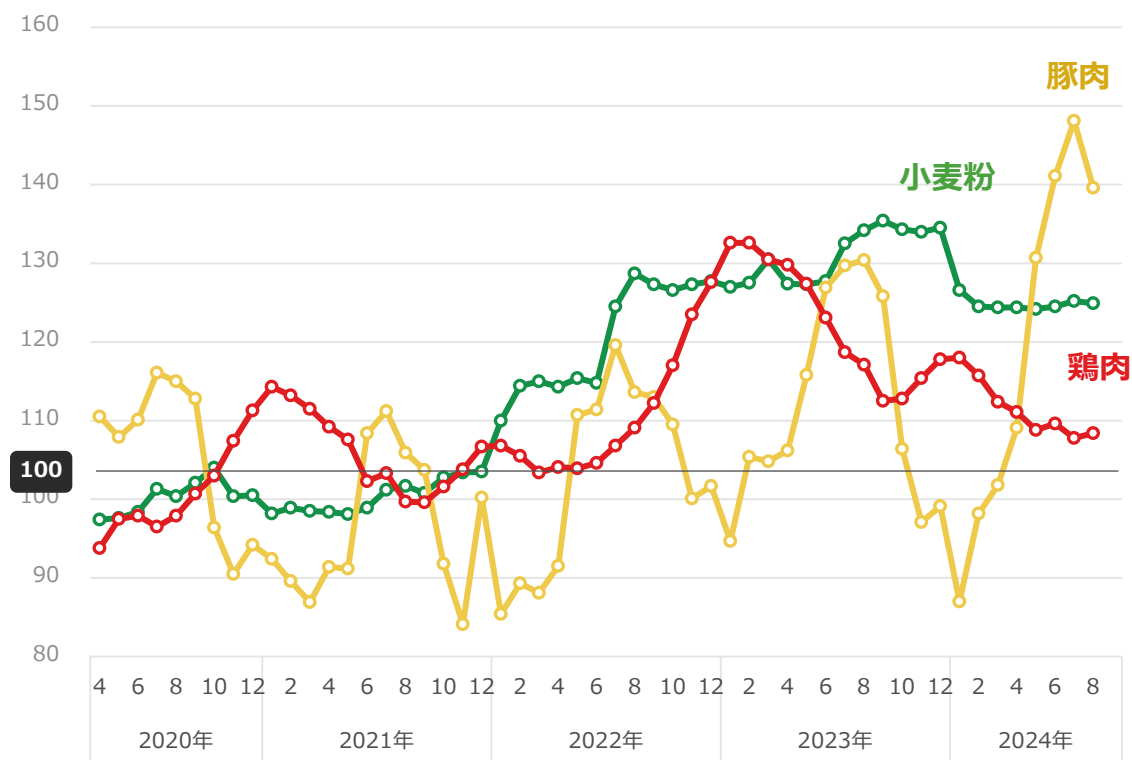


グランドメニューのうち 13商品

20円～110円 改定（税抜）

原材料の国内卸売物価指数推移

食材料価格の上昇傾向継続



6月21日に価格改定を実施②



- さらに美味しい料理を提供できるように商品を改良
- レシピの改良点をわかりやすく告知したことが話題となり、SNSやネットニュースでは価格改定にも好評価

メニューの改良例



餃子

生姜の調理方法を改良し、よりクリアな風味が味わえる餃子になりました。ニンニクと生姜をベストバランスに。



炒飯

炊飯工程を改良。焦がしネギ油を使用し、白ネギを足すことで、香味が格段にアップ。



餃子の王将ラーメン

半熟煮卵と海苔を追加。背脂とニンニクを丁寧に煮込み、リッチで深みのある味わいに。



ニラレバ炒め

レバーの下ごしらえを改良し、なめらかで柔らかな舌触りに。ニンニクと生姜を増量し、香味が格段にアップ。

価格改定のお知らせ

<価格改定表>

商品名		西日本				東日本				商品の改良点
		現行		改定		現行		改定		
		税込	税抜	税込	税抜	税込	税抜	税込	税抜	
餃子	通常	297	270	319	290	319	290	341	310	生姜の調理方法を改良し、よりクリアな風味が味わえる餃子になりました。ニンニクと生姜をベストバランスに。
	にんにくゼロ生姜	297	270	319	290	319	290	341	310	
	にんにく激増し	341	310	363	330	341	310	363	330	
炒飯		517	470	572	520	572	520	627	570	炊飯工程を改良。焦がしネギ油を使用し、白ネギを足す事で、香味が格段にアップ。
天津飯		572	520	627	570	616	560	671	610	炊飯工程と餡のレシピを改良。香味油が奥行きを与え、よりなめらかな味わいに。
天津炒飯		693	630	748	680	693	630	748	680	香味が格段にアップした炒飯となめらかになった餡。ダブルで美味しくさアップ。
中華飯		561	510	616	560	605	550	660	600	白菜、青梗菜など主要食材を増量。香味野菜を隠し味にした華やかでボリュームな逸品に。
餃子の王将ラーメン		627	570	748	680	649	590	748	680	半熟煮卵と海苔を追加。背脂とニンニクを丁寧に煮込み、リッチで深みのある味わいに。
焼そば	醤油	506	460	561	510	550	500	605	550	野菜はよりシャキシャキに仕上がるよう調理工程を改良。自家製麺の焼き時間を見直し、香ばしさがさらに際立ちました。

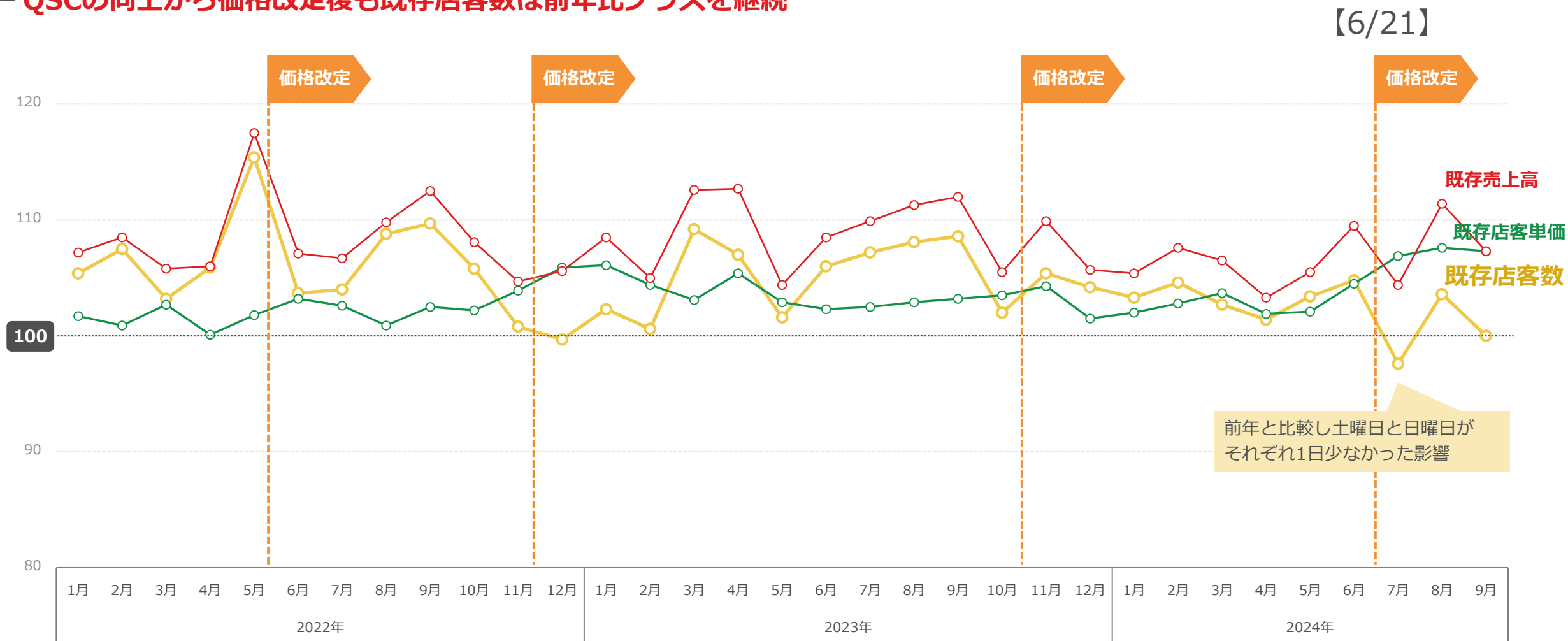
価格改定とともに行った商品改良とその告知が好評価

6月21日に価格改定を実施③

価格改定後も既存店客数は前年比プラスを継続



- 料理のクオリティ、接客サービス、店舗のクレンリネスの向上に最大限の企業努力を実行
- QSCの向上から価格改定後も既存店客数は前年比プラスを継続

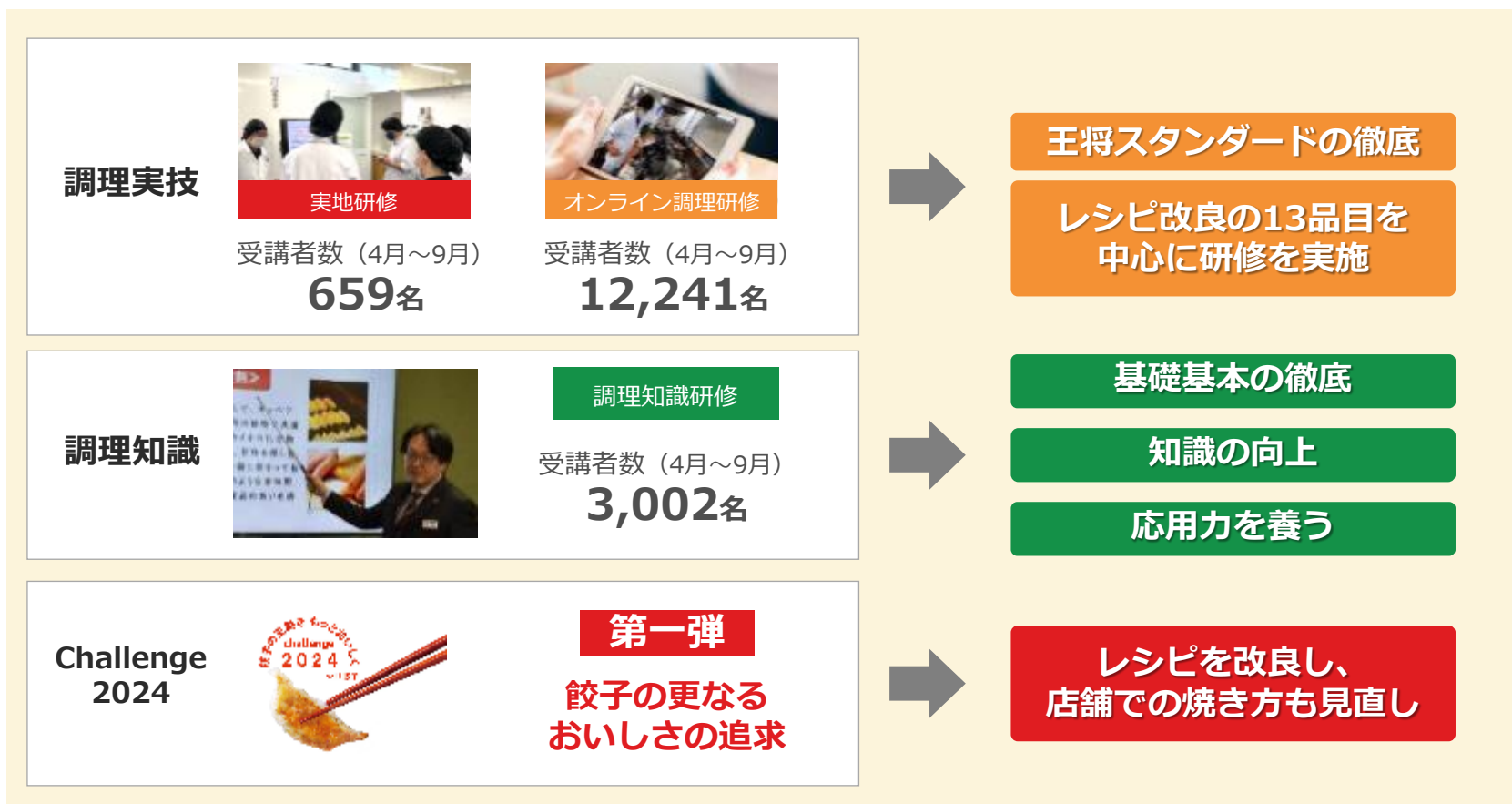


継続的な「おいしい力」の追求



- 上半期はレシピ改良を行った13品目を中心に実地・オンラインの調理研修を実施
- 料理のさらなる品質向上を目指した新たな取組として「餃子の王将をもっと美味しくchallenge2024」をスタート

第一弾：餃子の更なるおいしさの追求



王将のホスピタリティをさらに高める研修を実施



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接客対応研修を実施
- 接客のプロである接客トレーナー育成のための研修を計画

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



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



- ぎょうざ倶楽部関連のロイヤルカスタマー創出につながるキャンペーンを推進
- 5月・6月には年間売上1,000億円達成を記念した『大感謝祭』も開催



2025年3月期 上半期の主なキャンペーン内容	2024年						
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	
2024年版ぎょうざ倶楽部 お客様感謝キャンペーン	1月15日 → 6月9日						
2025年版ぎょうざ倶楽部 お客様感謝キャンペーン				6月28日 ~ 12月15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
生餃子 スタンプキャンペーン					8月1日 ~ 11月30日		
生ビール乾杯キャンペーン (値引き、割引券)	4月1日 ~4月30日 30円引き	5月1日 ~5月15日 100円 割引券	6月1日 ~ 6月30日 2杯目以降 100円引き	7月1日 ~ 7月31日 30円引き	8月1日 ~8月15日 100円 割引券	9月1日 ~ 9月30日 2杯目以降 100円引き	
おかげさまで年間売上1,000億円達成！大感謝祭		5月1日 ~5月6日 スタンプ2倍押し	6月13日 ~ 6月14日 250円割引券 プレゼント				

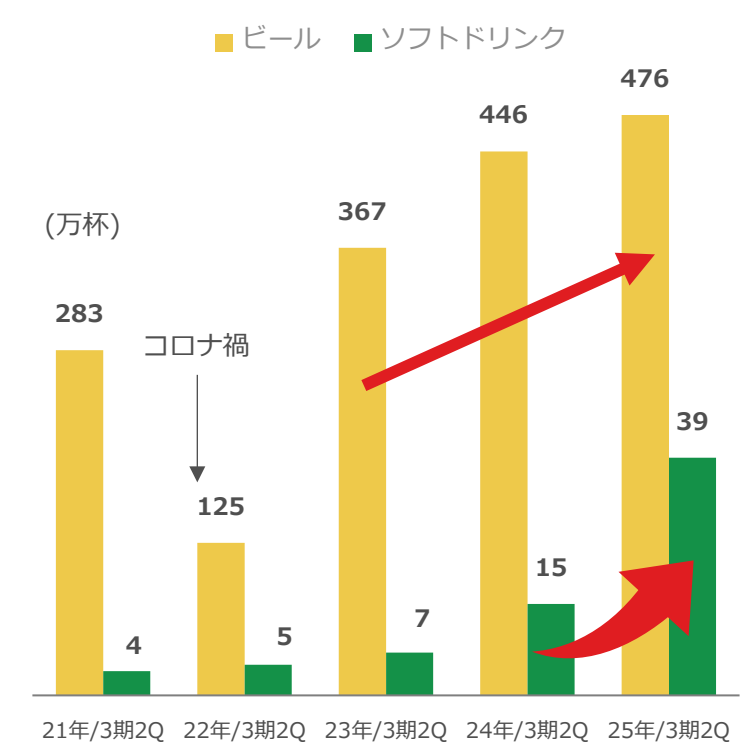
食事とともにドリンクを楽しむ新たな付加価値を提供



- お客様のうち、ビールを注文される方は全体の約1割
- 中華料理にピッタリのドリンクを強化、今年の夏からは「スマドリ」の流行に合わせてノンアルコール飲料の販売をスタート
- 9月には割引券プレゼントキャンペーンも実施、新たな付加価値を提供し、客単価・売上高の増加を見込む

中華料理にピッタリのドリンクを強化

ドリンク販売杯数 (直営全店)



王将ファンの拡充 ぎょうざ倶楽部会員数は過去最高を更新

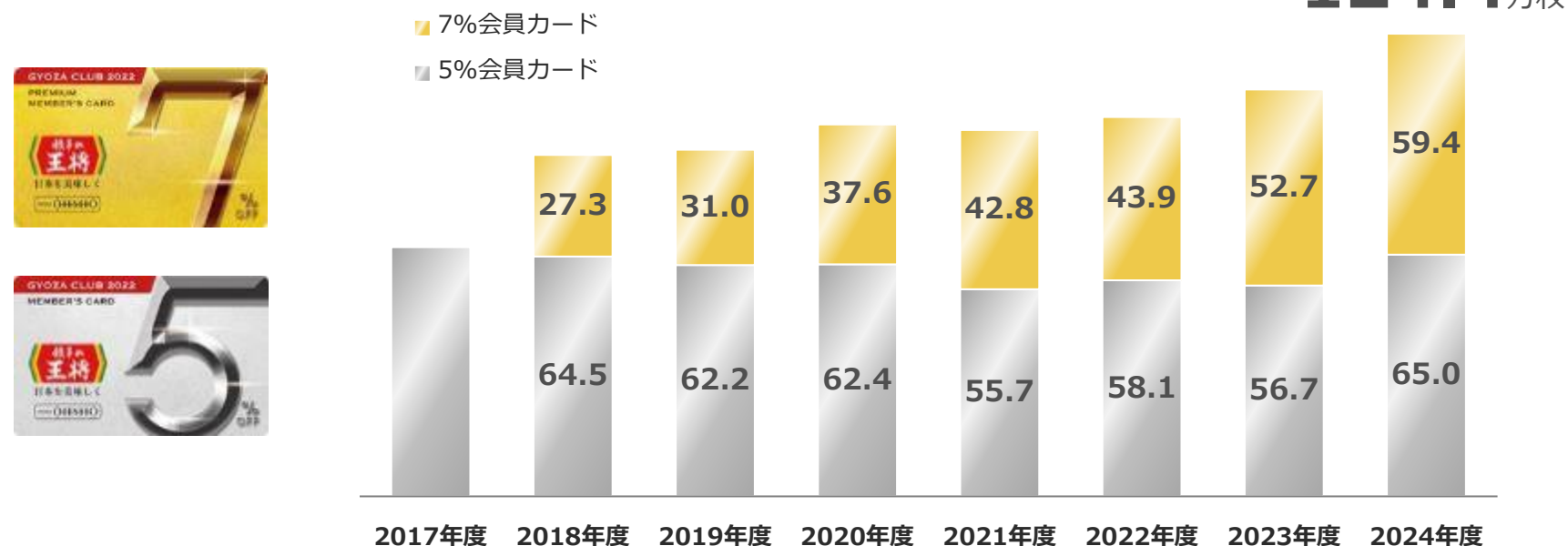


- 「2024年度版ぎょうざ倶楽部お客様感謝キャンペーン」のカード発行枚数は過去最高の124.4万枚
- 5%会員カード、7%会員カードともに、前年度から大幅に躍進
- ロイヤルカスタマーは前年比で13.7%増

ぎょうざ倶楽部会員カードの発行枚数推移（万枚）

5%会員カード：スタンプ25個で交換

7%会員カード：既に5%会員カードをお持ちの方が、さらにスタンプ25個で交換



2025年版のオリジナルグッズ

35ポイント賞品



スマホ
ショルダーストラップ

エコバック
大・小セット

50ポイント賞品



ステンレスマイボトル

ラーメン鉢

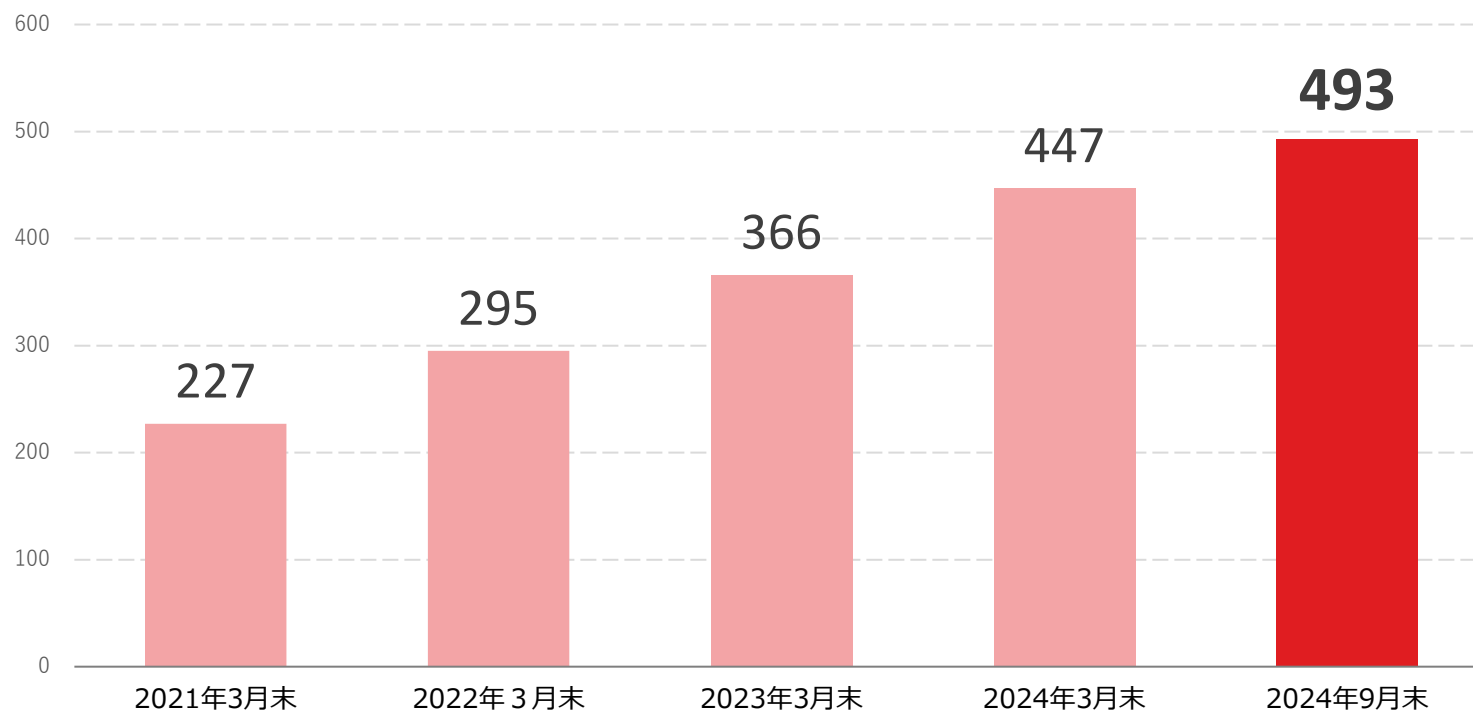
公式アプリを活用した販売促進



- 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
- 決済までスマホで可能な「テイクアウトモバイルオーダー」を直営全店で導入（2024年8月）、テイクアウト需要の取り込みを強化

ダウンロード数（累計）の推移

(単位：万)



当店実施中!

テイクアウト ネット予約が 便利です!

ゆっくり選んで ラクラク注文 待たずに受取り

公式スマホアプリより
ご注文いただけます

ただ今
実施店舗拡大中!

※実施店舗につきましては
ホームページまたは
公式スマホアプリにて
ご確認ください。

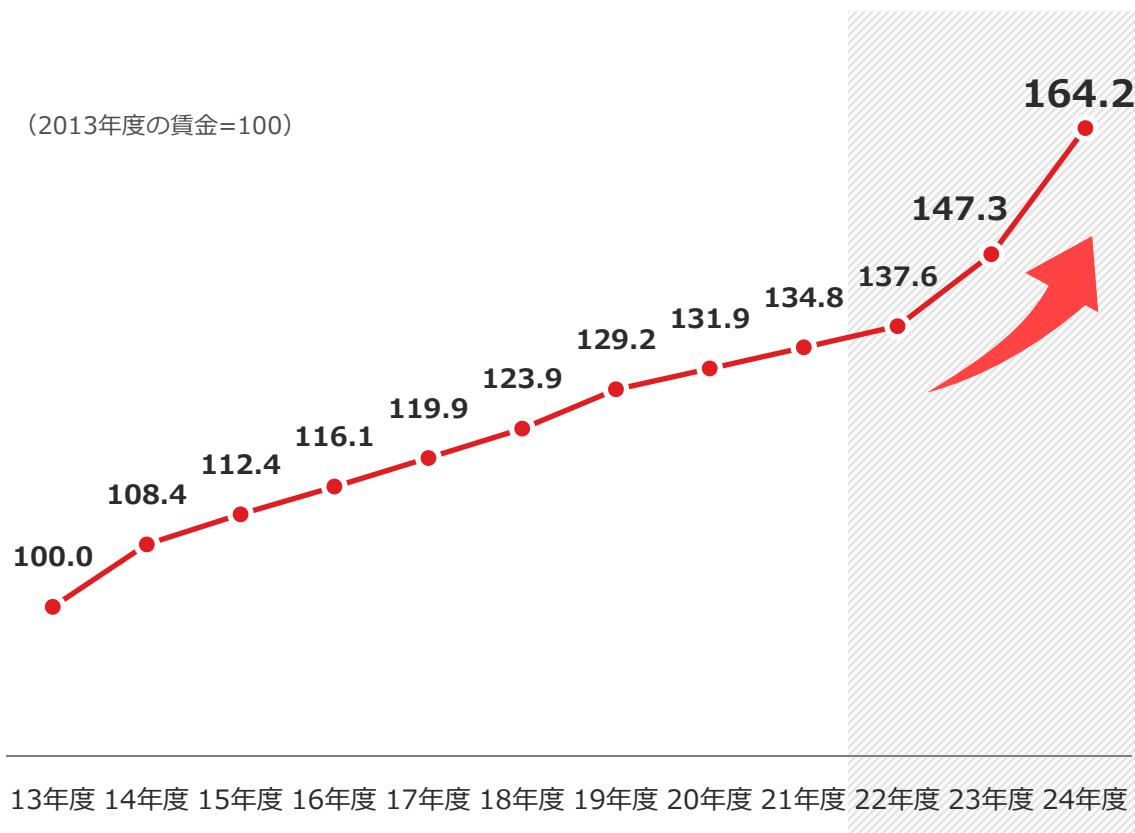
※画面はイメージです

人的資本への投資を積極的に推進し人材確保に効果



- 月例給改定は過去最高となる 1 人平均39,162円の賃上げ（賃上げ率11.5%）を実施、賃金は2013年比で1.6倍超
- 大卒初任給は52,000円引き上げ278,500円に（業界トップレベル）、大卒応募者数は現時点で当期目標数を上回る

賃金の推移



人的資本投資（2022年度～）

年度	月	実績	
22	4	コロナ功労金	1.9億円
	7	特別加算金	0.7億円 過去最高8.5%加算
	12	生活支援加算	0.8億円 過去最高10%加算
	3	月例給引き上げ	22,000円 過去最高賃上げ率7%
23	4	決算賞与	約3億円
	7	特別加算金	0.7億円 8.5%加算
	12	加算・特別加算金	2.2億円 過去最高計20%超の加算
	3	月例給引き上げ	39,162円 過去最高賃上げ率11.5%
		大卒初任給	52,000円 引き上げ
24	4	決算賞与	約5億円 過去最高額※
	7	加算賞与	1.2億円 過去最高13%加算

※2023年度12月の特別加算金約1.2億円（決算賞与前倒し支給）含む

セントラルキッチンへの設備投資を強化



GYOZA OHSHO

- 久御山工場の生産設備を増強（麺の製造ラインを最新設備に更新）
- 人的投資と設備投資をバランスよく実施することで現場の「稼ぐ力」を強化

久御山工場

最新の麺製造ライン



麺の製造ラインを更新し
品質向上と生産能力増強



九州工場

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



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
- 2024年の春休みは約7万食、夏休みは11万食を無償提供し、子どもたちの食事を支援



時期		提供団体数	提供数
2022年	春休み 3月28日～4月7日	682団体	5万食
	夏休み 8月1日～8月31日（お盆時期を除く）	1,153団体	9万5千食
	冬休み 12月26日～2023年1月16日（年末年始を除く）	1,161団体	8万8千食
2023年	春休み 3月27日～4月7日	981団体	6万9千食
	夏休み 8月2日～8月31日（お盆時期を除く）	1,295団体	10万1千食
	冬休み 12月26日～2024年1月14日（年末年始を除く）	1,154団体	8万1千食
2024年	春休み 3月26日～4月6日	1,022団体	7万4千食
	夏休み 8月2日～8月30日（お盆時期を除く）	1,300団体	11万2千食
初回（2021年夏休み）からの合計（10回）		9,853団体	76万8千食

お子様弁当の内容（2024年夏休み）

- 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


お子様弁当・店舗スタッフを通じて、王将ファンの輪に広がり





- 子どもたちや団体から、多数の感謝のメッセージを頂戴、「餃子といえばやっぱり王将！！」など嬉しい声も
- 喜びの声は、当社従業員の情熱に直結、回を重ねるごとに裾野を広げつつ、全員参加型の活動として定着


子どもたちや団体様からのメッセージ




 このようなご支援に心より感謝申し上げますとともに、引き続き餃子の王将様の個人的なファンとして、皆様のすばらしい活動をご存知ない方々にお伝えしていこうと思います。お店にもまた伺わせて頂きます。

 店舗スタッフさまはいつも運ぶのを手伝ってくださったり、お忙しくされている時も気遣ってくださったり、お弁当をいただくだけではなく、いつも優しさに支えていただいています。

 車に運ぶ途中一つ落としてしまいました。店長さんが「直ぐ作り直しますからちょっとお待ち下さい」と言って下さり作ってきて下さいました。大変ありがたかったです。

 子どもたちも今回のような御社のご好意を彼らなりに感じ入っていると思いますし、これからさらに成長していく中で、経験させていただいたことを、今度は自分たちがなにがしかやっていく方で活かされていくことと思います。おなかもですが、御社の皆さまのお気持ちに心も満たされました。

 子どもたちにおなじみの王将さんなので、みんな大変喜んでくれました。子ども食堂を始めなければ、王将さんがこのような取り組みをされていることを知らずに過ごしてしまっていたと思います。世の中、いろんな人とのつながりや助け合いがあることを伝えていけたら良いな、と思います。みんな大好きな王将です。



2024年度以降の成長戦略

～ゴールはずっと先にある。～

2024年スローガン



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。

代表取締役社長 渡邊直人

既存店のリニューアルや新店が加わり成長を加速



- QSCレベル向上や本社による店舗サポート機能の拡充により、既存店売上高100%以上を継続
- 既存店のリニューアル・リロケートや、新規出店が加わることで、成長ペースは加速

既存店

人的資本投資

人材育成

還元

質の高い料理

質の高い調理技術による料理作り

質の高い接客サービス

人にしかできないホスピタリティ

設備投資

セントラルキッチン

高品質な製造品

生産性の高いセントラルキッチンから、高品質な餃子などの製造品を供給

本社による店舗サポート機能の拡充

王将アカデミー
(人材育成)

調理部



マネジメント部



営業本部・FC営業部の東西分離

商品メニューの開発

店舗開発

リニューアル・リロケート

より良い立地へ移転
テイクアウト・デリバリーに対応した厨房への更新

新店

1年後には既存店として貢献

リロケートによる増収効果



- リロケートにより店舗売上高は大きく増加
- テイクアウト・デリバリーに対応した厨房への更新により業務効率がアップ、持帰り売上高は1.5倍に伸長

駐車場のないビルイン型既存店舗「吉塚駅前店」を
駐車場付き商業施設内にリロケート

吉塚駅前店



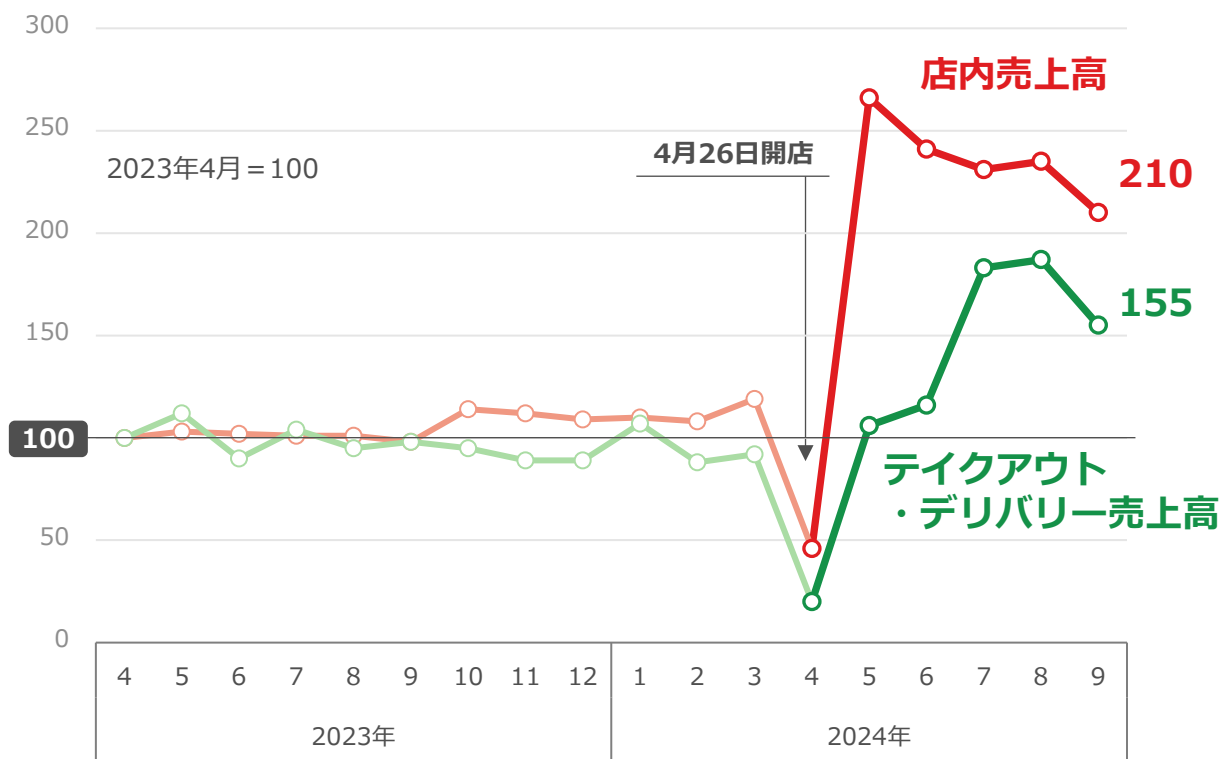
営業面積：31.2坪
席数：28席
駐車場：なし

ランチ博多店



営業面積：50.8坪
席数：42席
駐車場：共用685台

リロケート後の売上高推移



*2024年1月～3月POS実績前期比較

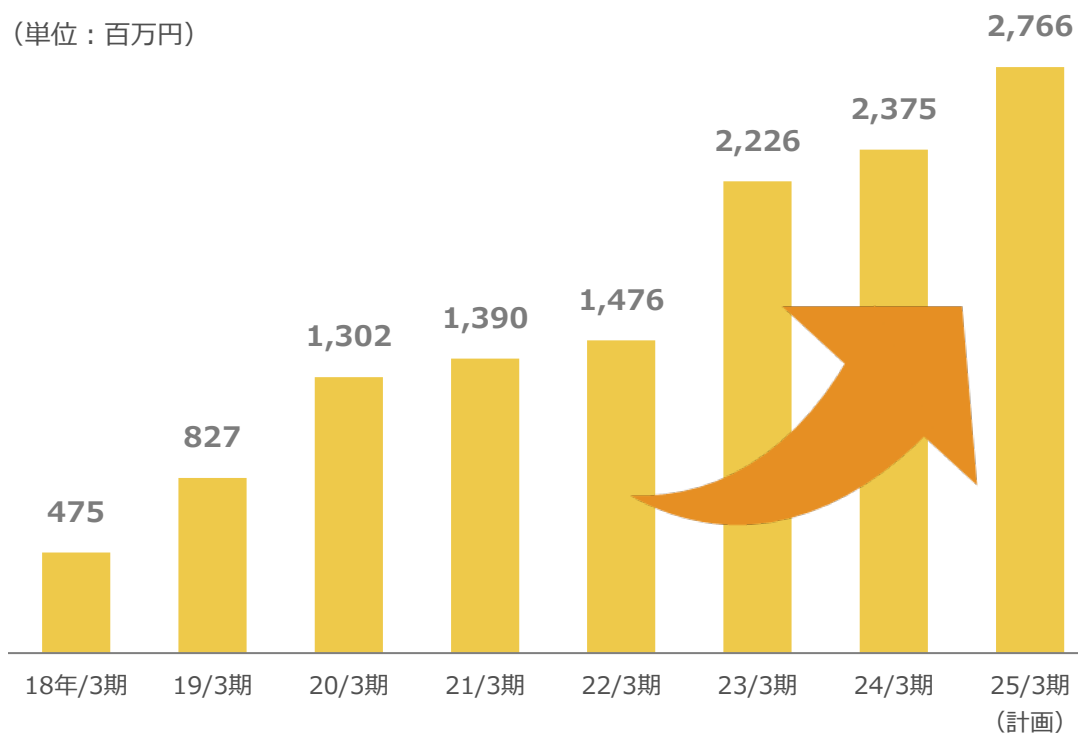
リニューアルによる既存店成長余地



- クレンリネスの意識の高まりから、既存店改装投資額は年々増加
- 座敷席からテーブル席への変更等、客層の変化に応じた客席レイアウトの更新も実施し、満席率の向上を推進

既存店改装投資の推移

(単位：百万円)



クレンリネスの徹底

厨房周りや客席のメンテナンスは逐次実施



客席レイアウトの変更

客層の変化に応じて客席レイアウトを変更満席率の向上を推進

出店戦略



GYOZA OHSHO

- 本年9月に、主に1都3県における店舗物件確保を目的に、大手不動産サービス会社と業務委託契約を締結し、東日本への出店を加速する体制を強化
- 市場調査によると関東地区での出店可能エリアは約300拠点以上
- 東日本営業本部*では、東松山工場の生産力を背景に500店舗体制を目指す

*2024年10月に店舗拡大に伴う組織力強化のため、営業本部を「西日本営業本部」と「東日本営業本部」に分離

東松山工場



全国1,000店舗へ
2025/3期想定 735店舗

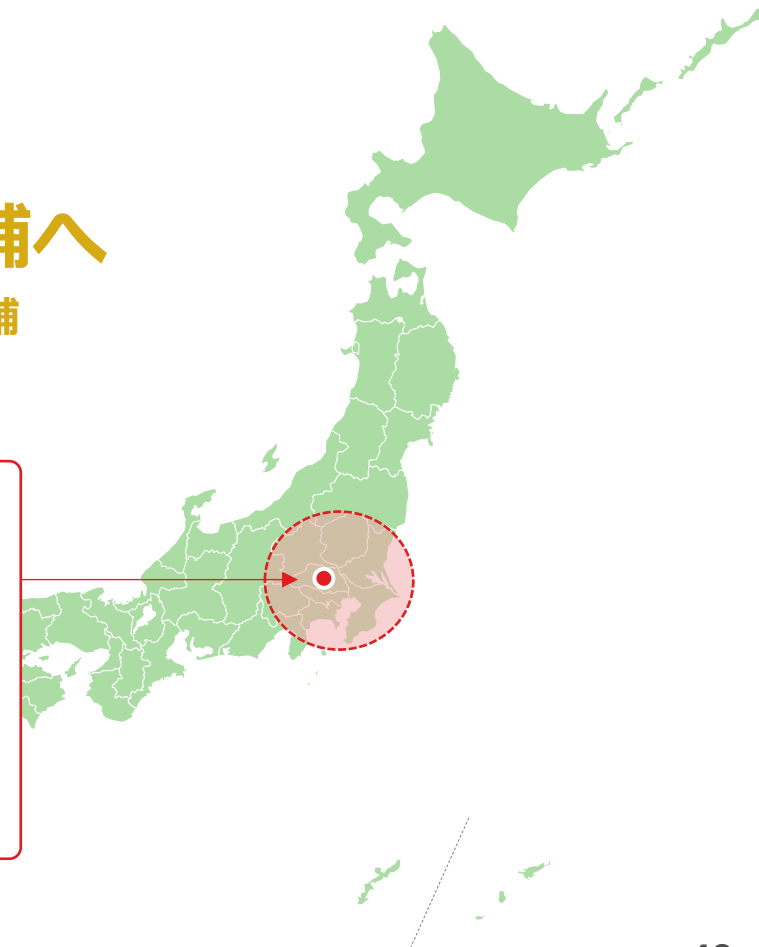
関東地区

東松山工場の生産力を背景に

500店舗体制へ

220店舗(FC店舗含む)

2024年9月末現在



海外展開



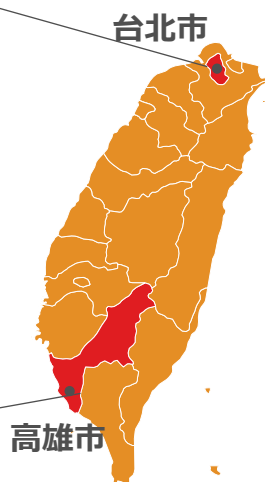
- 現地の嗜好に合わせた味付けや日本式の焼餃子は大変好評であり、コロナ禍を乗り越えて業績は好調に推移
- 9月には台湾子会社の増資を実施、3号店の出店を含めた今後の更なる積極展開に備える



台北統一時代店

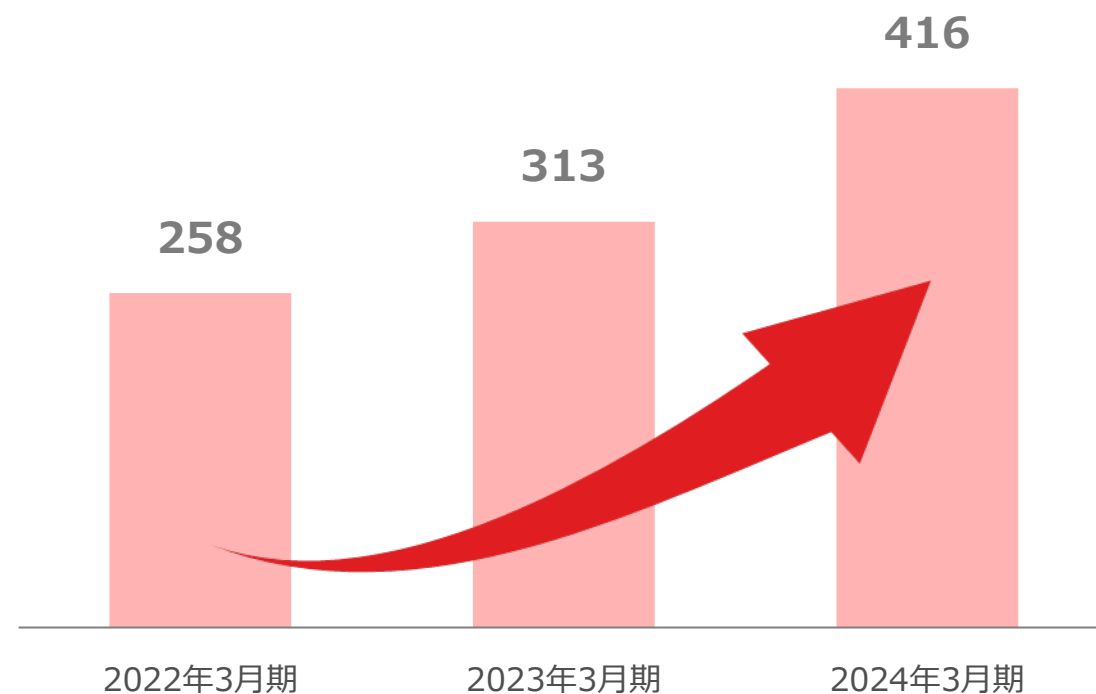


高雄漢神巨蛋店



台湾売上高（直営店2店舗）

(単位：百万円)

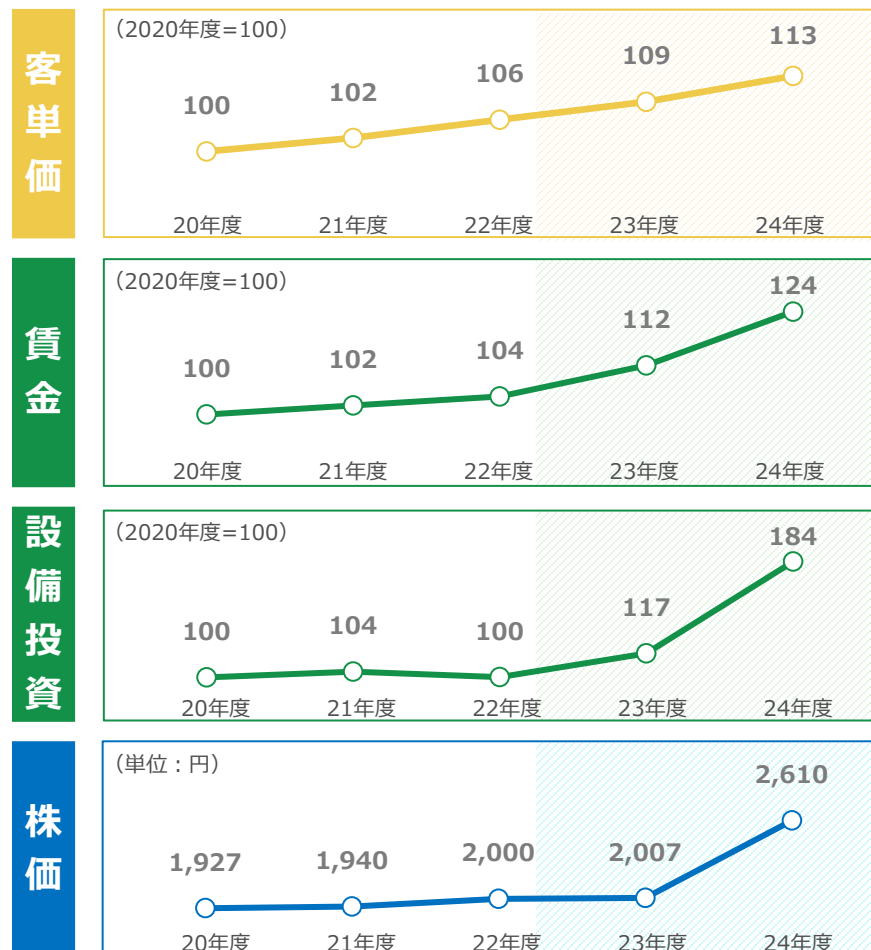


投資とQSC向上の好循環により持続的な成長を目指す



- QSCを向上して価格改定を実施、人材・設備への投資を積極化し、さらにQSCを向上
- 低価格・低コストの競争を脱却、お客様の満足度をいっそう高め、インフレ下においてオンリーワンの持続的な成長を目指す

インフレ下で王将のQSCはさらに向上



*客単価は直性既存店客単価。2024年度の客単価は2Q累計、同設備投資は計画値、株価は3月末の終値（2024年度は9月末終値）

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。



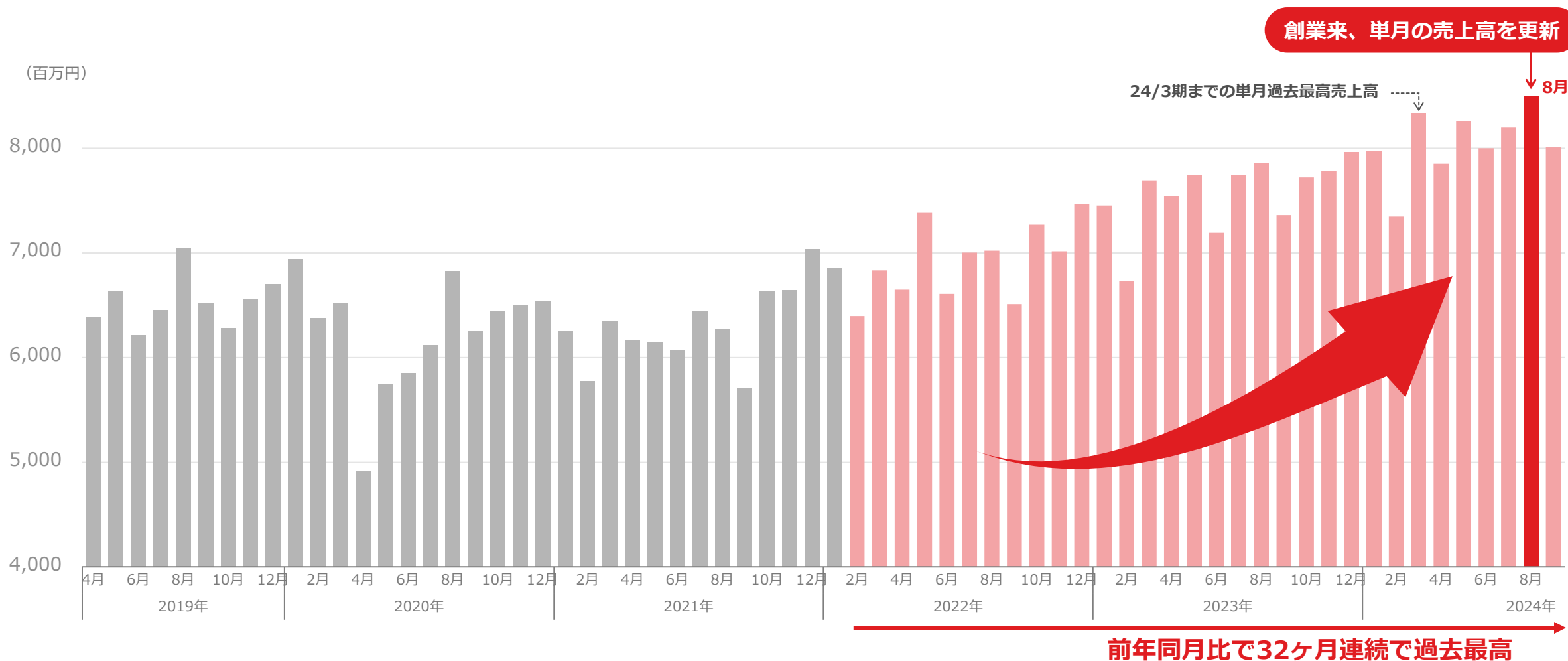
appendix



同月比過去最高売上を32ヶ月連続で更新



- FC店の店舗売上を含むチェーン全店において32ヶ月連続で同月比過去最高を更新
- 2024年8月には単月売上高で創業来の過去最高を更新

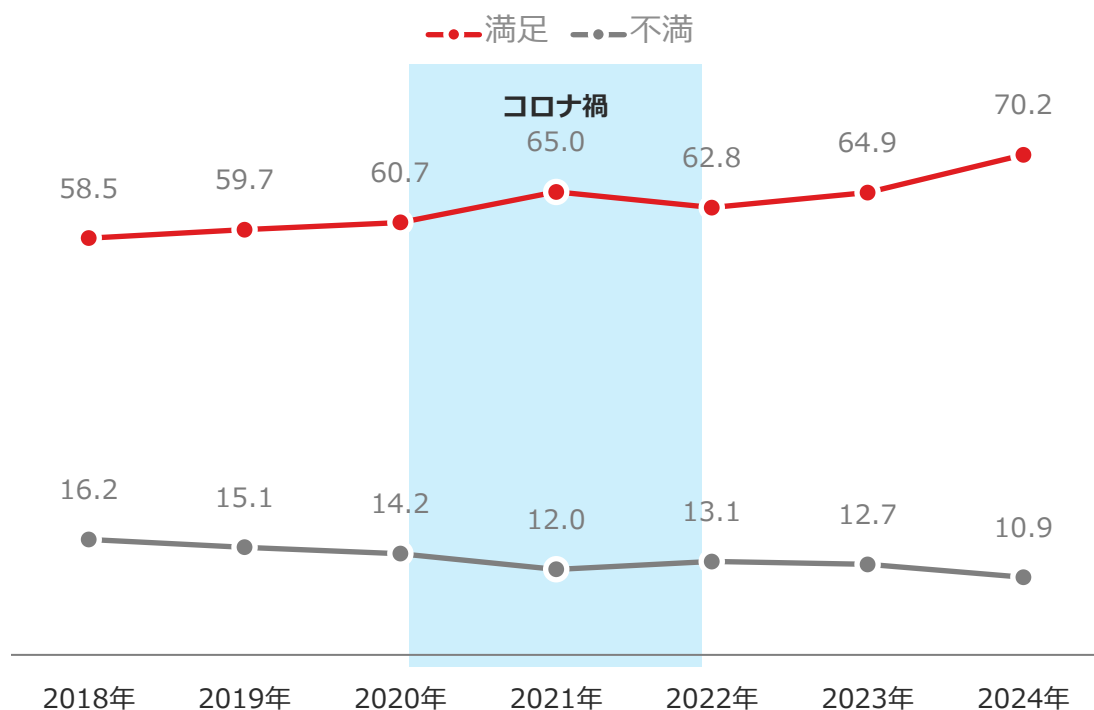


積極的な人的資本投資の成果

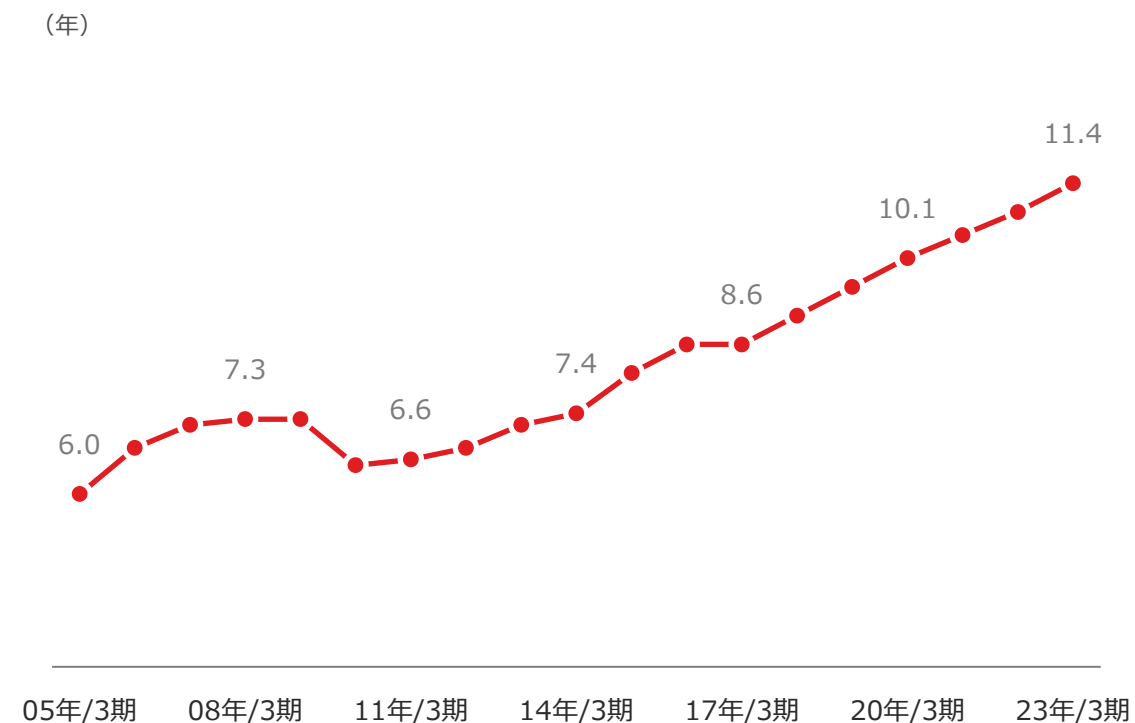


- 従業員満足度は年々高まる一方で、不満度は低下
- 従業員の平均勤続年数は05年/3期に比べて約2倍の水準まで伸長

従業員満足度の推移



平均勤続年数の推移



ジョイ・ナーホ4号店（赤坂見附店）を開店



- 6月7日にテイクアウト・デリバリーを強化した「餃子の王将 ジョイ・ナーホ」4号店をオープン。
- ジョイ・ナーホ4号店は、店内飲食のニーズの高まりに対応し、テイクアウト&デリバリーを主体にしながらイートイン席を備える。



ジョイ・ナーホの特徴

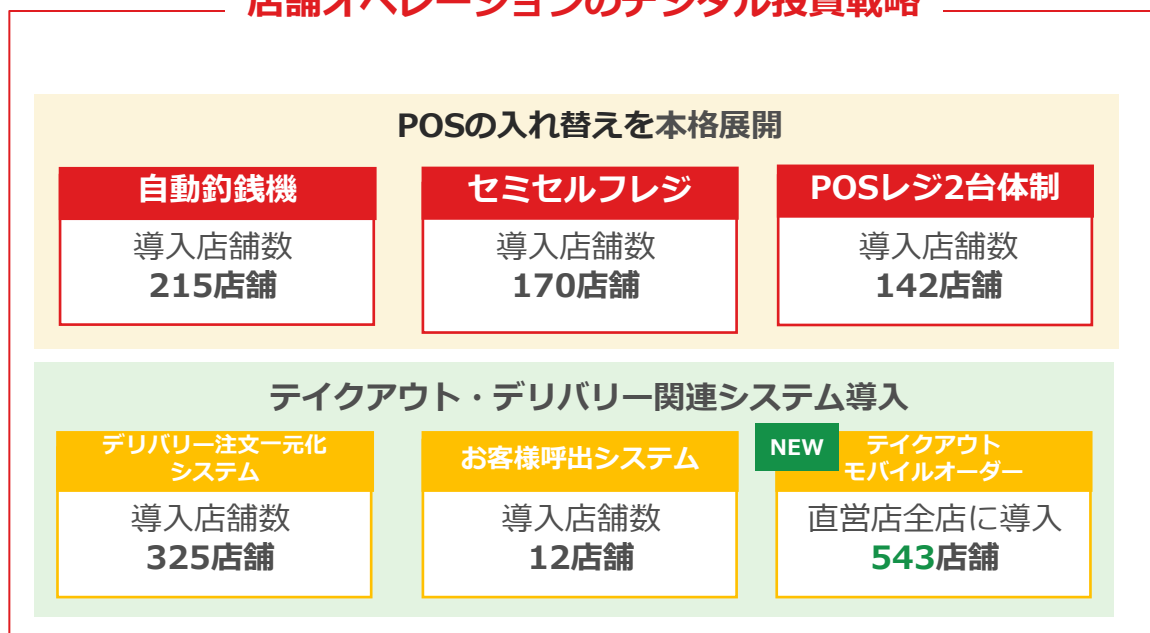
- テイクアウトは、店頭でのご注文の他、事前予約注文で待たずに商品を受取り可能(電話注文も可能)
- お持ち帰りメニューはすべて電子レンジ対応容器を使用
- デリバリーは、出前館、Uber Eats、menu の3つのプラットフォームからご注文が可能
- 赤坂見附店はイートイン席を兼ね備えた店舗

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、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従業員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
従業員とのコミュニケーションの向上に活用

- 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