



証券コード:3097

Storyteller  
tells the Story

~自立した語り部は、それぞれの  
自分物語、会社物語を語る~

# 2024年6月期 決算説明資料

2024年8月21日

Storyteller tells the Story  
物語コーポレーション

## 経営理念

# Smile & Sexy

私たちは  
“Smile & Sexy”  
すなわち  
素敵に自由に  
正々堂々、人間味豊かに  
それぞれの「自分物語」  
みんなの「会社物語」  
を語る  
Storyteller: 語り部  
でありつづけます

「自分を表現しよう」：Be Sexy!

「自分を磨こう」：Smile!

“Smile”は、「笑顔」「元気」「マナー」「表現力」、

“Sexy”は、「自分物語を作ろう」

「個性を豊かに表現しよう」という意味です。

自分らしく生きる中で経験する成功や失敗は、  
人を成長させ魅力的にします。

常に成長を続ける人間は、自然に成熟自立の道を歩み、  
自らの意思決定が出来るようになります。

まさしく「自己実現する人」となるのです。

素敵な生き方をしながら自分物語を歩む人間が  
集まるところが会社であれば、  
おのずとそこには素敵な会社物語が生まれます。

# ダイバーシティ&インクルージョンの主な取り組み

## 理念型人財の採用

- 幹部候補生216名を対象とした入社激励書授与式を開催
- 2025年度新卒内定者イベント「物語オンラインサロン」開催



## 理念浸透に向けた取り組み

- 東京フォーラムオフィス移転
- 社内報「The Monogatari」第80～82章を発行



## 女性活躍推進

- 全国の女性店長・副店長が集結する「女性店長コンベンション」を開催



## インターナショナル活躍推進

- 全体の15.6%にあたる256名が在籍※
- 海外における採用活動を実施
- 「日本語リーダーシップ研修」を実施



※2024年6月末時点の全社員数1,637名に対する割合

## セクシュアルマイノリティ活躍推進

- 「レインボーコミュニケーションバッジ(RCB) 2024プロジェクト」に賛同
- 「埼玉県アライチャレンジ企業登録制度」に登録



# プレゼンテーション構成

---

## 1 通期業績概要

津寺 毅【取締役 常務執行役員 財務・成長戦略担当】

## 2 通期業績総括

加藤 央之【代表取締役社長】

# 決算サマリー

## 1 業績の状況

### 売上高16.1%増、営業利益13.3%増、経常利益19.5%増、純利益<sup>(※1)</sup>20.1%増

- ・売上高は、国内すべての部門における既存店売上高の増収ならびに店舗数増加による増収
- ・営業利益、経常利益は、既存店の増収および店舗数の増加による増益
- ・当期純利益は、東京フォーラムオフィス売却による特別利益+390百万円発生的一方、改装投資による固定資産除却損および退店に伴う店舗閉鎖損失などの特別損失△891百万円発生

## 2 既存店の状況

### 既存店売上高前年比108.1%

- ・焼肉部門は、名物商品の刷新と価格改定、テレビCM等のPR強化をはじめ、積極的な改装、特急レーン導入を実施。既存店売上高前年比105.5%
- ・ラーメン部門は、専門性の高い商品開発をはじめ、主力商品の価格改定、テレビCMの刷新や積極的なDX投資を実施。既存店売上高前年比110.2%
- ・お好み焼部門は、熟成肉の導入等、グランドメニューの大幅改定に加えて、増卓等の改装投資を実施。既存店売上高前年比104.4%
- ・ゆず庵部門は、「ハレの日」需要獲得に向けて、高付加価値商品の開発を強化。テレビ番組への出演効果もあり来客数が伸長。既存店売上高前年比114.7%

## 3 新規出店の状況

### 新規出店74店舗（海外17店舗を含む）

- ・国内新規出店 『焼肉きんぐ』20店舗（直営16店舗、FC4店舗）、『丸源ラーメン』19店舗（直営16店舗、FC3店舗）  
『寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵』3店舗（直営）、『焼きたてのかるび』14店舗（直営）、『濃厚中華そば 餃子 丸福』1店舗（直営）
- ・海外新規出店 中国『北海道 蟹の岡田屋総本店』1店舗・『肉肉大米』12店舗、インドネシア『Yakitate KALBI』4店舗
- ・期末店舗数は、720店舗（直営448店舗、FC244店舗、海外28店舗）

## 4 財務の状況

### 自己資本比率47.2%

- ・利益剰余金の積み上げにより、純資産29,558百万円、自己資本比率47.2%（前期末差異△1.7ポイント）
- ・有利子負債は、14,945百万円（前期末差異+4,607百万円）

## 5 業績計画

### 2025年6月期年間配当は、36円00銭<sup>(※2)</sup>を計画（新規上場以来17期連続増配）

- ・2025年6月期連結売上高は13.4%増の121,534百万円、営業利益は17.3%増、経常利益は11.1%増、純利益は12.1%増
- ・年間配当は、1株当たり年間36円00銭<sup>※2</sup>（連結配当性向20.3%）を計画

※1 純利益＝親会社株主に帰属する当期純利益

※2 2023年3月1日を効力発生日として、普通株式1株を3株の割合で株式分割を行っております

# 業績概要①(連結)

(単位:百万円)

|                | 2023年6月期         | 2024年6月期         |                  |       |        |       |        | 前年差異ポイント                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------|------------------|------------------|------------------|-------|--------|-------|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                | 年計               | 年計               | 年計               | 対前年差異 |        | 対計画差異 |        |                                                                                                                                                                                                                               |
|                | 実績<br>(売上高%)     | 計画<br>(売上高%)     | 実績<br>(売上高%)     | %     | 金額     | %     | 金額     |                                                                                                                                                                                                                               |
| 売上高            | 92,274           | 105,607          | 107,156          | 116.1 | 14,881 | 101.4 | 1,548  | 売上高前年差+14,881百万円<br>①店舗数増加による増加 …… +8,066百万円<br>②既存店舗による増加 …… +6,077百万円<br>③FC事業部門他による増加 …… +708百万円<br>④海外子会社による増加 …… +28百万円                                                                                                  |
| 焼肉部門           | 48,852(52.9)     | 54,750(51.8)     | 55,174(51.4)     | 112.9 | 6,321  | 100.7 | 423    |                                                                                                                                                                                                                               |
| ラーメン部門         | 14,623(15.8)     | 17,558(16.6)     | 18,181(16.9)     | 124.3 | 3,557  | 103.5 | 622    |                                                                                                                                                                                                                               |
| お好み焼部門         | 1,973 (2.1)      | 2,211 (2.0)      | 2,070 (1.9)      | 104.9 | 97     | 93.6  | △141   |                                                                                                                                                                                                                               |
| ゆず庵部門          | 15,332(16.6)     | 16,280(15.4)     | 17,931(16.7)     | 116.9 | 2,598  | 110.1 | 1,651  |                                                                                                                                                                                                                               |
| 専門店部門          | 2,552 (2.7)      | 4,222 (3.9)      | 4,114 (3.8)      | 161.1 | 1,561  | 97.4  | △107   |                                                                                                                                                                                                                               |
| FC部門           | 5,893 (6.3)      | 6,297 (5.9)      | 6,609 (6.1)      | 112.1 | 715    | 104.9 | 311    |                                                                                                                                                                                                                               |
| その他部門          | 3,046 (3.3)      | 4,287 (4.0)      | 3,075 (2.8)      | 100.9 | 28     | 71.7  | △1,211 |                                                                                                                                                                                                                               |
| 売上総利益          | 60,229<br>(65.2) | 68,637<br>(64.9) | 70,140<br>(65.4) | 116.4 | 9,910  | 102.1 | 1,503  | 売上総利益率前年差+0.2ポイント<br>①既存店舗の売上総利益率の良化<br>②海外事業の売上総利益率の良化                                                                                                                                                                       |
| 販売費及び<br>一般管理費 | 53,027<br>(57.4) | 60,367<br>(57.1) | 61,975<br>(57.8) | 116.8 | 8,948  | 102.6 | 1,608  | 経常利益前年差+1,402百万円<br>①店舗数増加／FC事業他による増加 +1,630百万円<br>②既存店舗による増加 …… +1,511百万円<br>③海外子会社における減少 …… △201百万円<br>④本社経費等の増加 …… △1,537百万円<br>経常利益率+0.3ポイント<br>①営業外収益の増加 …… +0.4ポイント<br>②売上総利益率の良化 …… +0.2ポイント<br>③売上販管費率の減少 …… △0.4ポイント |
| 営業利益           | 7,202<br>(7.8)   | 8,270<br>(7.8)   | 8,165<br>(7.6)   | 113.3 | 962    | 98.7  | △104   |                                                                                                                                                                                                                               |
| 経常利益           | 7,179<br>(7.7)   | 8,250<br>(7.8)   | 8,582<br>(8.0)   | 119.5 | 1,402  | 104.0 | 332    |                                                                                                                                                                                                                               |
| 当期純利益          | 4,693<br>(5.0)   | 5,269<br>(4.9)   | 5,639<br>(5.2)   | 120.1 | 945    | 107.0 | 369    |                                                                                                                                                                                                                               |
| EBITDA         | 10,832<br>(11.7) | 12,567<br>(11.9) | 12,969<br>(12.1) | 119.7 | 2,136  | 103.1 | 401    |                                                                                                                                                                                                                               |

※純利益=親会社株主に帰属する当期純利益

※EBITDA=経常利益+減価償却費

# 業績概要②(単体)

## 物語コーポレーション単体

(単位:百万円)

|      | 2023年6月期       | 2024年6月期       |                |       |        |       |       |
|------|----------------|----------------|----------------|-------|--------|-------|-------|
|      | 年計             | 年計             |                | 対前年差異 |        | 対計画差異 |       |
|      | 実績<br>(売上比%)   | 計画<br>(売上比%)   | 実績<br>(売上比%)   | %     | 金額     | %     | 金額    |
| 売上高  | 89,243         | 101,335        | 104,096        | 116.6 | 14,852 | 102.7 | 2,761 |
| 経常利益 | 7,210<br>(8.0) | 7,979<br>(7.8) | 8,439<br>(8.1) | 117.0 | 1,228  | 105.7 | 459   |

### 計画差異ポイント

#### ① 売上高

各ブランドにおける主力商品の刷新や、積極的なプロモーション活動等により各店舗の来客数が好調に推移し、計画を上回ったもの

#### ② 経常利益

上述の売上高計画の超過を主要因に、原価率、電気代等のエネルギーコストが計画を下回る推移。これらにより、計画を上回ったもの

## 物語(上海)企業管理有限公司 + Storyteller株式会社

(単位:百万円)

|      | 2023年6月期     | 2024年6月期     |              |       |      |       |        |
|------|--------------|--------------|--------------|-------|------|-------|--------|
|      | 年計           | 年計           |              | 対前年差異 |      | 対計画差異 |        |
|      | 実績<br>(売上比%) | 計画<br>(売上比%) | 実績<br>(売上比%) | %     | 金額   | %     | 金額     |
| 売上高  | 3,031        | 4,039        | 2,911        | 96.0  | △119 | 72.0  | △1,127 |
| 経常利益 | △28<br>(-)   | 293<br>(7.2) | △155<br>(-)  | —     | △127 | —     | △448   |

### 計画差異ポイント

#### ① 売上高

既存ブランドにおける来客数の計画未達に加えて、業績不振店の計画外閉店を戦略的に実施したことを主要因に計画を下回ったもの

#### ② 経常利益

上述の売上高計画の未達が主要因となり計画を下回ったもの

## PT.Agrapana Niaga Gemilang

(単位:百万円)

|      | 2023年6月期     | 2024年6月期     |              |       |     |       |     |
|------|--------------|--------------|--------------|-------|-----|-------|-----|
|      | 年計           | 年計           |              | 対前年差異 |     | 対計画差異 |     |
|      | 実績<br>(売上比%) | 計画<br>(売上比%) | 実績<br>(売上比%) | %     | 金額  | %     | 金額  |
| 売上高  | —            | 233          | 148          | —     | 148 | 63.6  | △84 |
| 経常利益 | —<br>(-)     | △22<br>(-)   | △76<br>(-)   | —     | △76 | —     | △54 |

### 計画差異ポイント

#### ① 売上高

計画4店舗に対して、インドネシア・ジャカルタに4店舗を開業主に1店舗目が計画を下回るスタートであったことから計画を下回ったもの

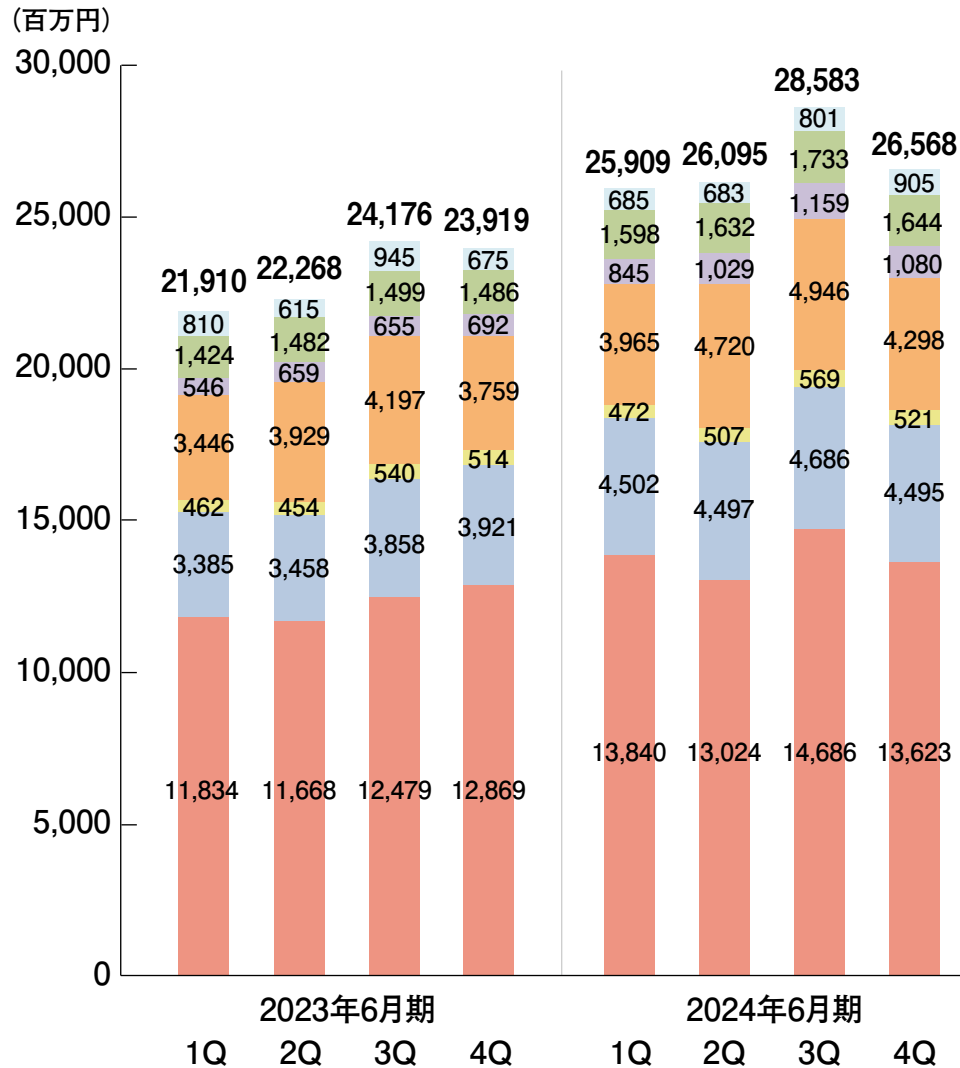
#### ② 経常利益

上記の売上高計画の未達に加え、開業に係る各種経費、ハラル対応のための改装費用が計画外にて発生し、計画を下回ったもの

# 業績概要③ (四半期業績の推移)

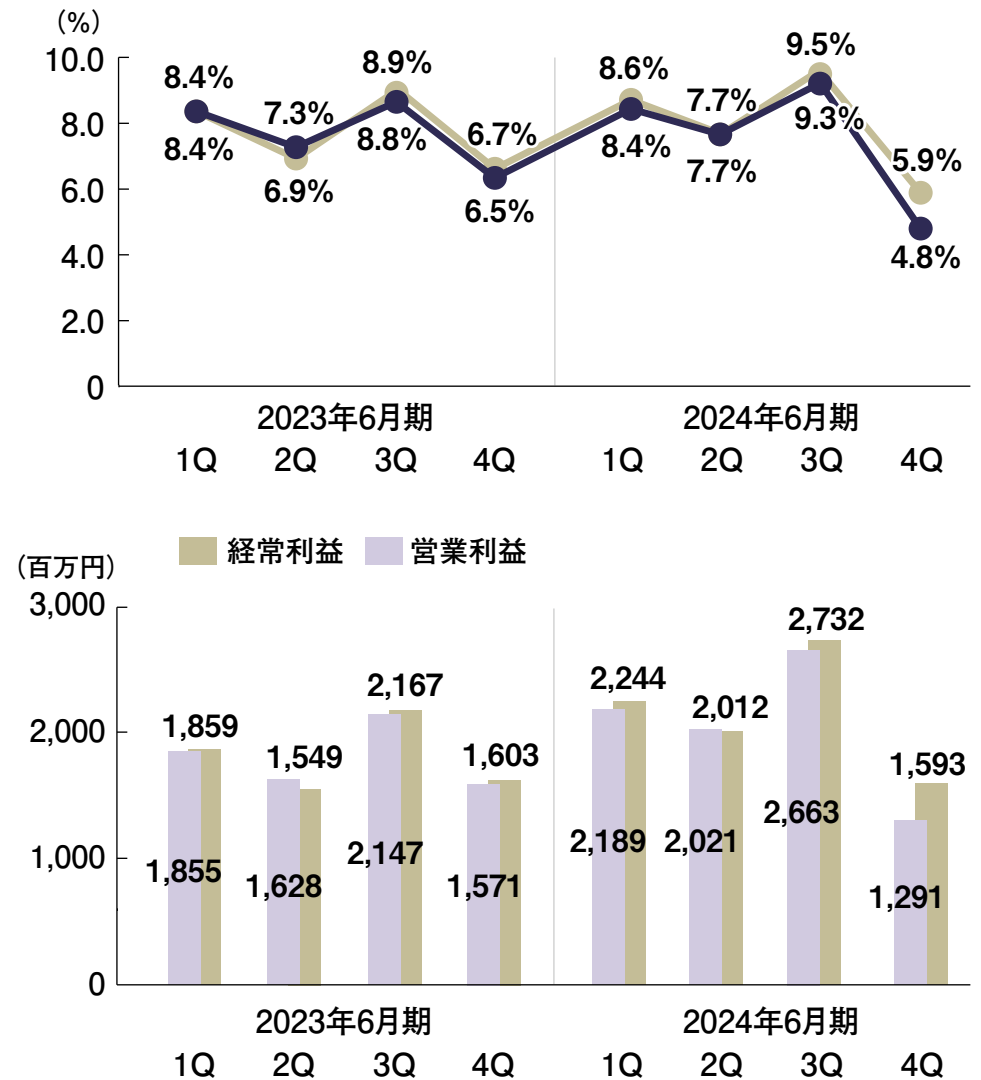
## 売上高

- 焼肉部門
- ラーメン部門
- お好み焼部門
- ゆず庵部門
- 専門店部門
- FC部門
- その他部門

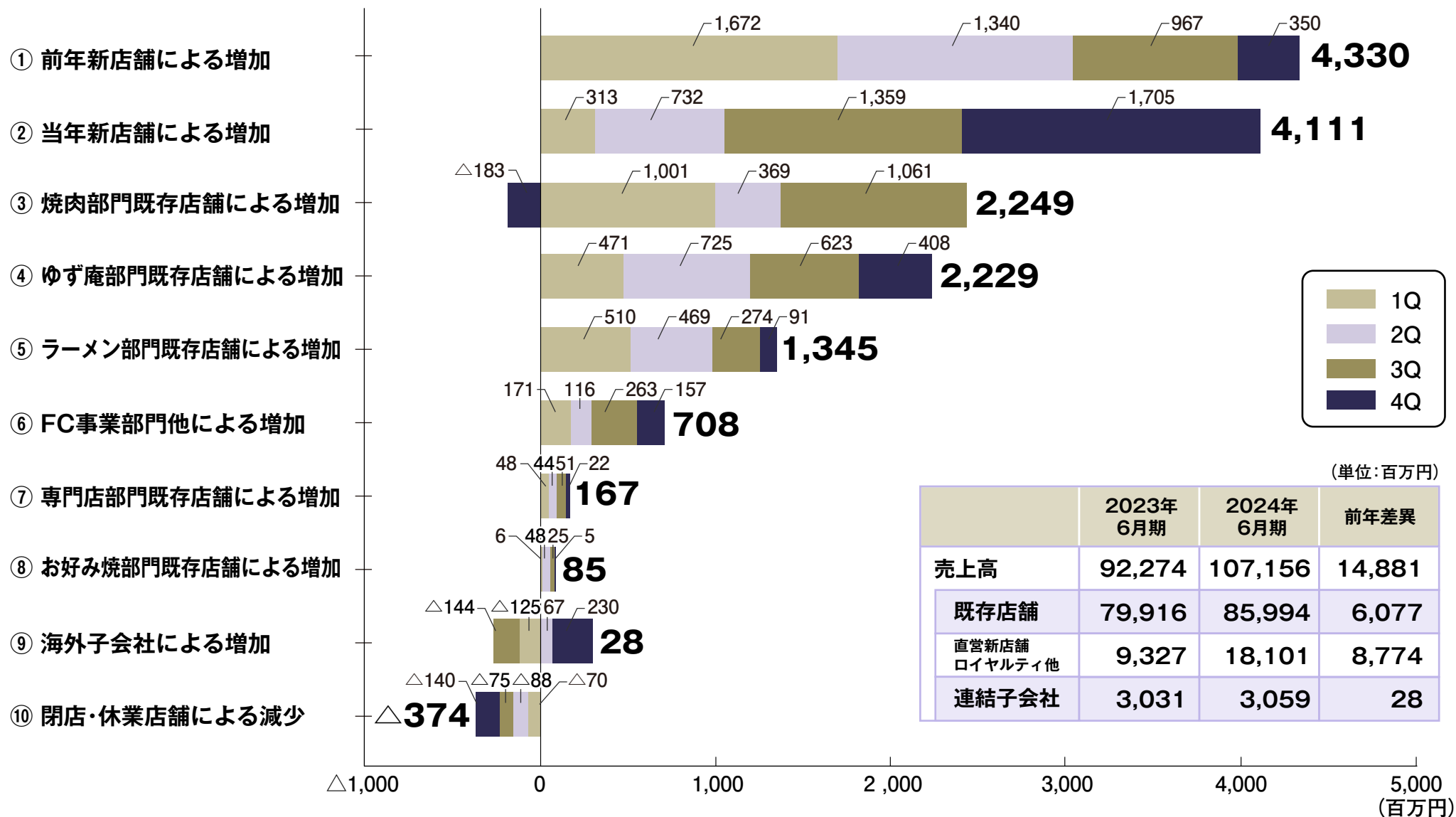


## 営業・経常利益

- 経常利益率
- 営業利益率

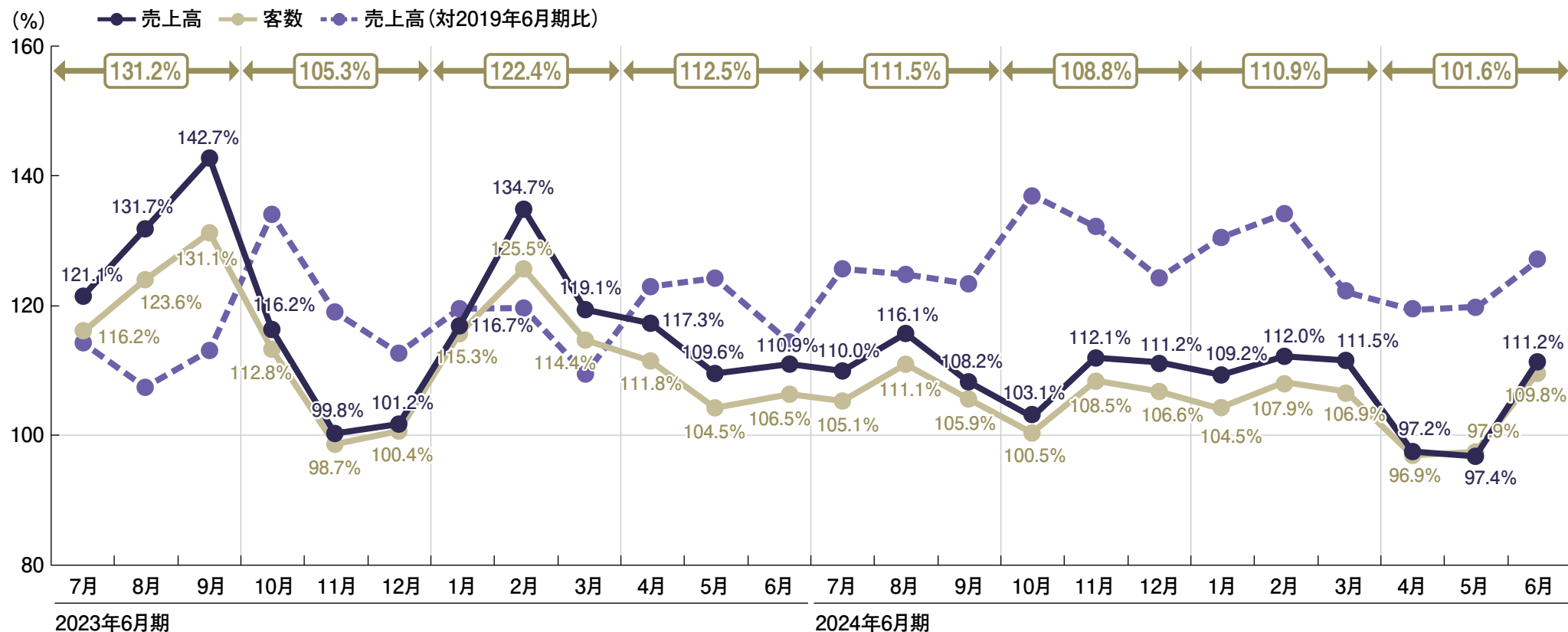


# 業績概要 (売上高の対前年増減要因)



※この表中の既存店舗とは、2024年6月期を基準とし、前々年までに开店した店舗としております  
 ※期中で閉店した店舗は、区分を変更した上で期初より計算の洗い替えをしております

# 既存店売上高前年比推移(国内・直営)



|     | 2023年6月期 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 2024年6月期 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |      |       |       |
|-----|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|
|     | 7月       | 8月    | 9月    | 10月   | 11月   | 12月   | 1月    | 2月    | 3月    | 4月    | 5月    | 6月    | 通期    | 7月       | 8月    | 9月    | 10月   | 11月   | 12月   | 1月    | 2月    | 3月    | 4月    | 5月   | 6月    | 通期    |
| 売上高 | 121.1    | 131.7 | 142.7 | 116.2 | 99.8  | 101.2 | 116.7 | 134.7 | 119.1 | 117.3 | 109.6 | 110.9 | 117.0 | 110.0    | 116.1 | 108.2 | 103.1 | 112.1 | 111.2 | 109.2 | 112.0 | 111.5 | 97.2  | 97.4 | 111.2 | 108.1 |
| 客数  | 116.2    | 123.6 | 131.1 | 112.8 | 98.7  | 100.4 | 115.3 | 125.5 | 114.4 | 111.8 | 104.5 | 106.5 | 112.6 | 105.1    | 111.1 | 105.9 | 100.5 | 108.5 | 106.6 | 104.5 | 107.9 | 106.9 | 96.9  | 97.9 | 109.8 | 105.0 |
| 客単価 | 104.2    | 106.5 | 108.8 | 103.0 | 101.1 | 100.8 | 101.3 | 107.3 | 104.1 | 104.9 | 104.9 | 104.1 | 103.9 | 104.7    | 104.5 | 102.1 | 102.6 | 103.3 | 104.3 | 104.6 | 103.8 | 104.4 | 100.3 | 99.6 | 101.3 | 102.9 |

※このページにおける既存店とは、HP等で発表している「月次売上高前年比」と同様に新規開店より18カ月以上稼働している店舗と定義しております

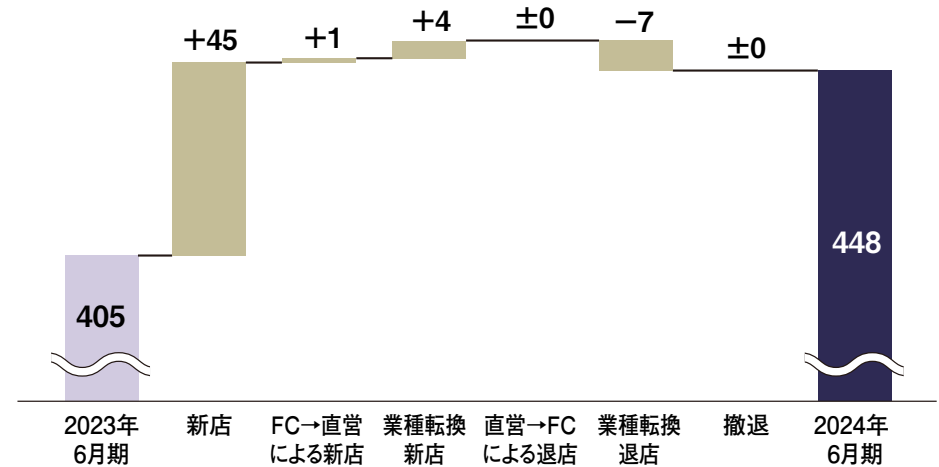
# 出退店状況

(単位:店舗)

| 部門      | 種別 | 2023年<br>6月期 | 2024年6月期 |    |      |    | 期末<br>店舗数 |
|---------|----|--------------|----------|----|------|----|-----------|
|         |    | 期末<br>店舗数    | 出店数      |    | 退店数  |    |           |
|         |    |              | 期初計画     | 実績 | 期初計画 | 実績 |           |
| 焼肉      | 直営 | 189          | 14       | 16 | 0    | 0  | 205       |
|         | FC | 116          | 5        | 4  | 0    | 0  | 120       |
| ラーメン    | 直営 | 100          | 13       | 16 | 0    | 1  | 115       |
|         | FC | 101          | 5        | 3  | 0    | 0  | 104       |
| お好み焼    | 直営 | 16           | 1        | 0  | 0    | 0  | 16        |
|         | FC | 6            | 0        | 0  | 0    | 2  | 4         |
| ゆず庵     | 直営 | 78           | 3        | 3  | 0    | 0  | 81        |
|         | FC | 16           | 0        | 0  | 0    | 0  | 16        |
| 専門店     | 直営 | 22           | 23       | 15 | 0    | 6  | 31        |
|         | FC | 0            | 0        | 0  | 0    | 0  | 0         |
| その他     | 海外 | 21           | 10       | 17 | 2    | 10 | 28        |
| 国内・直営合計 |    | 405          | 54       | 50 | 0    | 7  | 448       |
| FC合計    |    | 239          | 10       | 7  | 0    | 2  | 244       |
| 海外合計    |    | 21           | 10       | 17 | 2    | 10 | 28        |
| 合 計     |    | 665          | 74       | 74 | 2    | 19 | 720       |

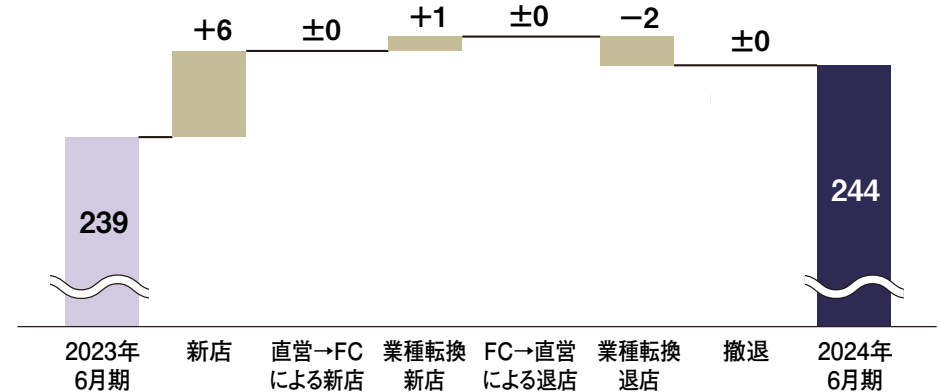
## 国内・直営店舗数

(単位:店舗)



## 国内・FC店舗数

(単位:店舗)



# ご参考:店舗展開(国内直営・FC)

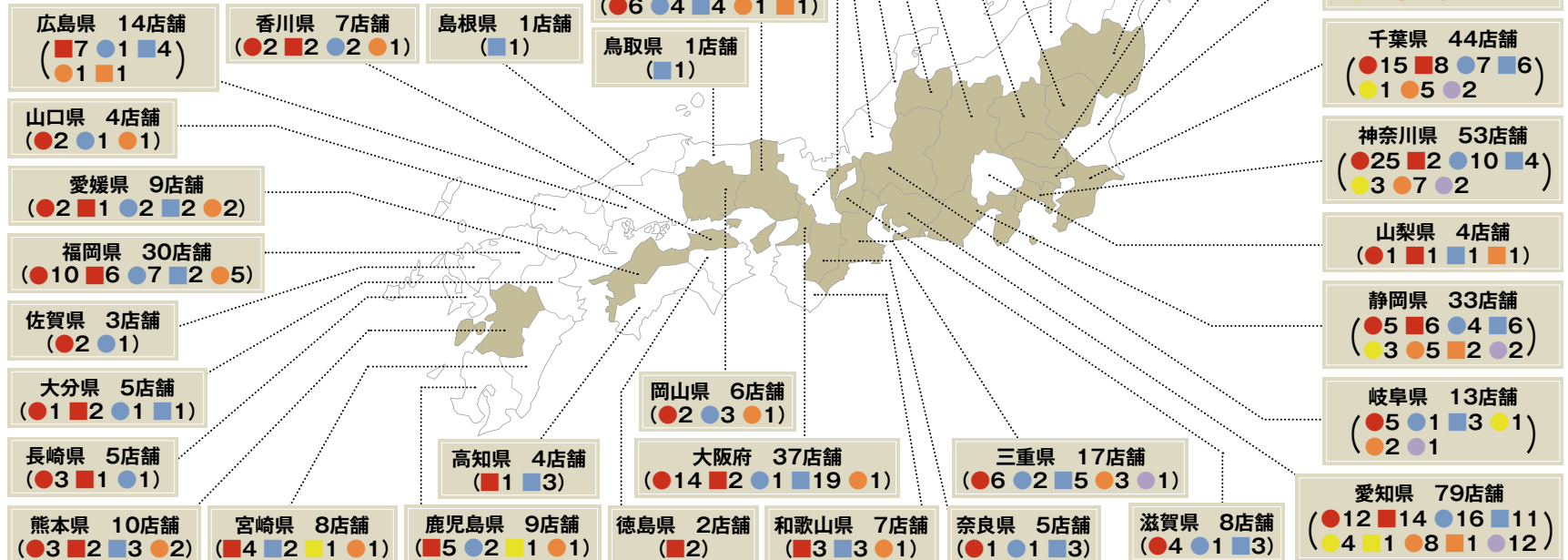
各業態の店舗数(2024年6月30日現在)

(単位:店舗)

| 部門      | 業態名            | 直営  | FC  | 合計  |
|---------|----------------|-----|-----|-----|
| 焼肉      | 焼肉きんぐ          | 205 | 120 | 325 |
| ラーメン    | 丸源ラーメン         | 109 | 103 | 212 |
|         | 二代目丸源          | —   | 1   | 1   |
|         | 熟成醤油ラーメン きゃべとん | 6   | —   | 6   |
| お好み焼    | お好み焼本舗         | 16  | 4   | 20  |
| ゆず庵     | 寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵  | 81  | 16  | 97  |
| 専門店・新業態 | 魚貝三味 げん屋       | 1   | —   | 1   |
|         | しゃぶとかに 源氏総本店   | 2   | —   | 2   |
|         | 熟成焼肉 肉源        | 2   | —   | 2   |
|         | 牛たん大好き 焼肉はっぴい  | 1   | —   | 1   |
|         | 焼きたてのかるび       | 22  | —   | 22  |
|         | 濃厚中華そば 餃子 丸福   | 2   | —   | 2   |
|         | 果実屋珈琲          | 1   | —   | 1   |
|         | 合計             | 448 | 244 | 692 |

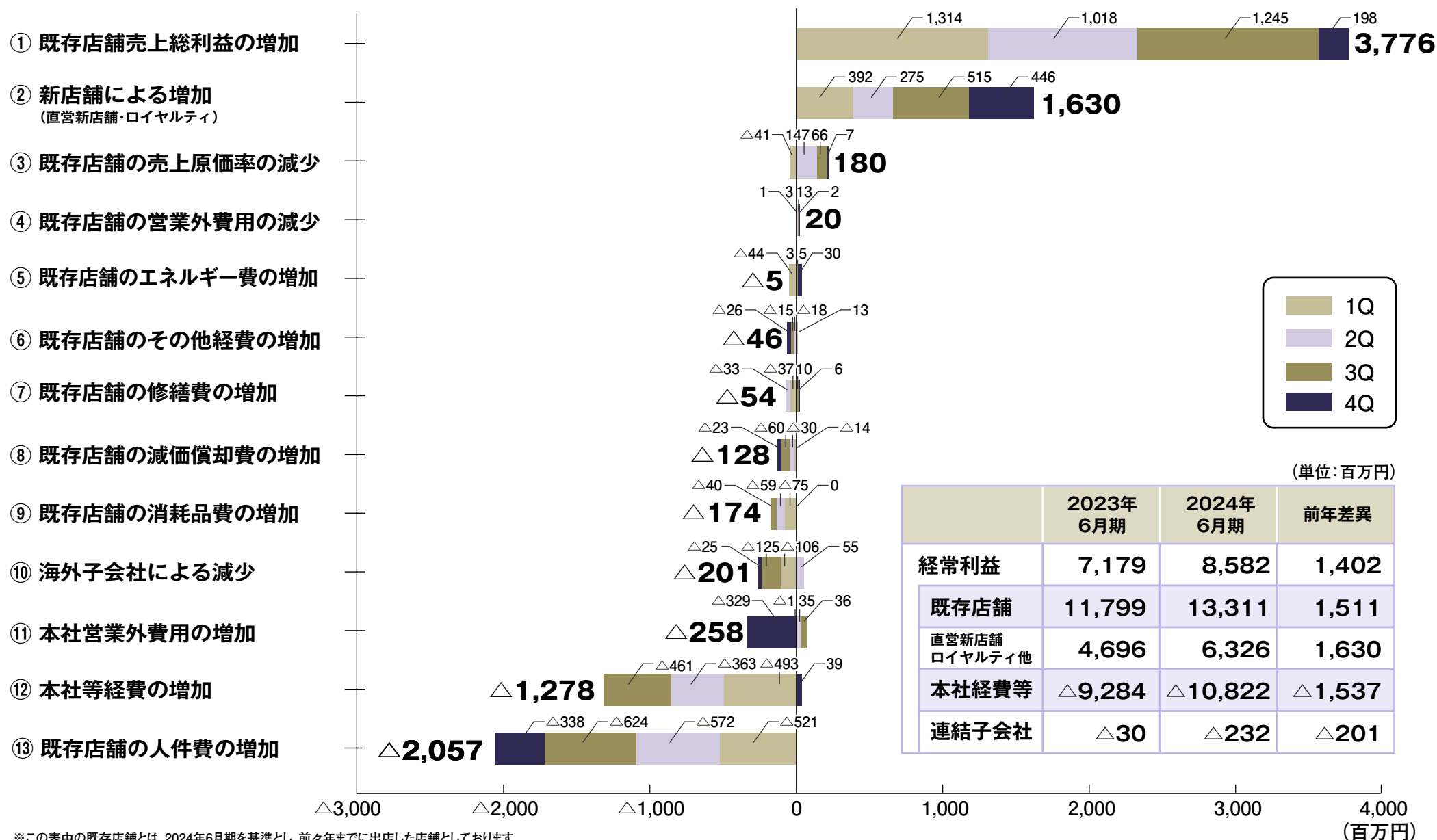
焼肉部門 [直営 ● FC ■]  
 ラーメン部門 [直営 ● FC ■]  
 お好み焼部門 [直営 ● FC ■]  
 ゆず庵部門 [直営 ● FC ■]  
 専門店部門 [直営 ● FC ■]

沖縄県 9店舗  
 (●6 ■3)



※当期に新規出店した都道府県を地図上で塗りつぶしております

# 経常利益(連結)の増減要因



※この表中の既存店舗とは、2024年6月期を基準とし、前々年までに outlets した店舗としております  
※期中で閉店した店舗は、区分を変更した上で期初より計算の洗い替えをしております

# 財務概要（連結）

## 貸借対照表（連結）

（単位：百万円）

|  | 2023年<br>6月期 | 2024年<br>6月期 | 主な増減 |
|--|--------------|--------------|------|
|--|--------------|--------------|------|

### 資産の部

|      |        |        |                                                                          |
|------|--------|--------|--------------------------------------------------------------------------|
| 流動資産 | 13,231 | 19,482 | ①現金及び預金の増加……………4,887百万円<br>②売掛金の増加……………1,070百万円                          |
| 固定資産 | 36,779 | 42,048 | ①有形固定資産の増加……………4,265百万円<br>②差入保証金の増加……………737百万円<br>③無形固定資産の増加……………114百万円 |

### 負債の部

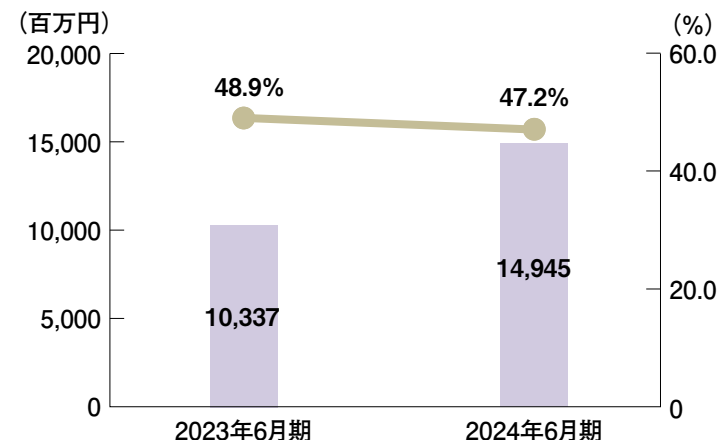
|      |        |        |                                                                                                       |
|------|--------|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 流動負債 | 13,335 | 17,329 | ①短期借入金の増加……………1,000百万円<br>②1年以内返済予定の長期借入金の増加…783百万円<br>③買掛金の増加……………563百万円<br>④その他流動負債の増加……………1,156百万円 |
| 固定負債 | 11,720 | 14,642 | ①長期借入金の増加……………2,805百万円                                                                                |

### 純資産の部

|     |        |        |                        |
|-----|--------|--------|------------------------|
| 純資産 | 24,954 | 29,558 | ①利益剰余金の増加……………4,569百万円 |
|-----|--------|--------|------------------------|

## 有利子負債の状況

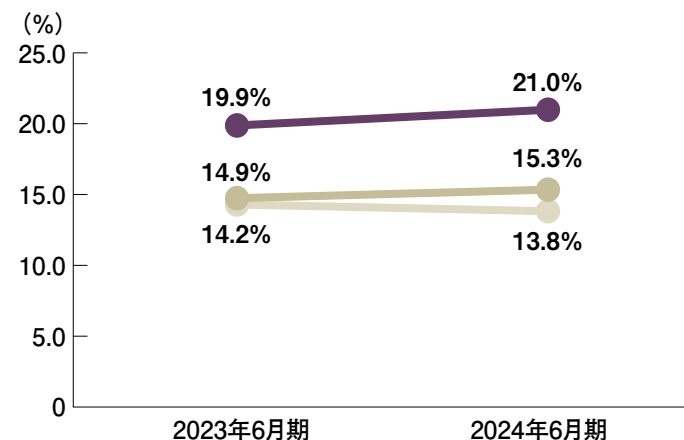
有利子負債  
自己資本比率



※有利子負債とは、一年以内返済長期借入金、社債、長期借入金、リース債務を合算したものです

## ROE / ROA / ROIC

ROA  
ROE  
ROIC



※ROAの分子は経常利益・ROEの分子は親会社株主に帰属する当期純利益を採用しております  
 ※ROA・ROEの計算式のそれぞれの分母は、期中平均の数値を採用しております  
 ※ROIC＝税引後経常利益／（自己資本＋有利子負債）

# キャッシュ・フロー(連結) 概要

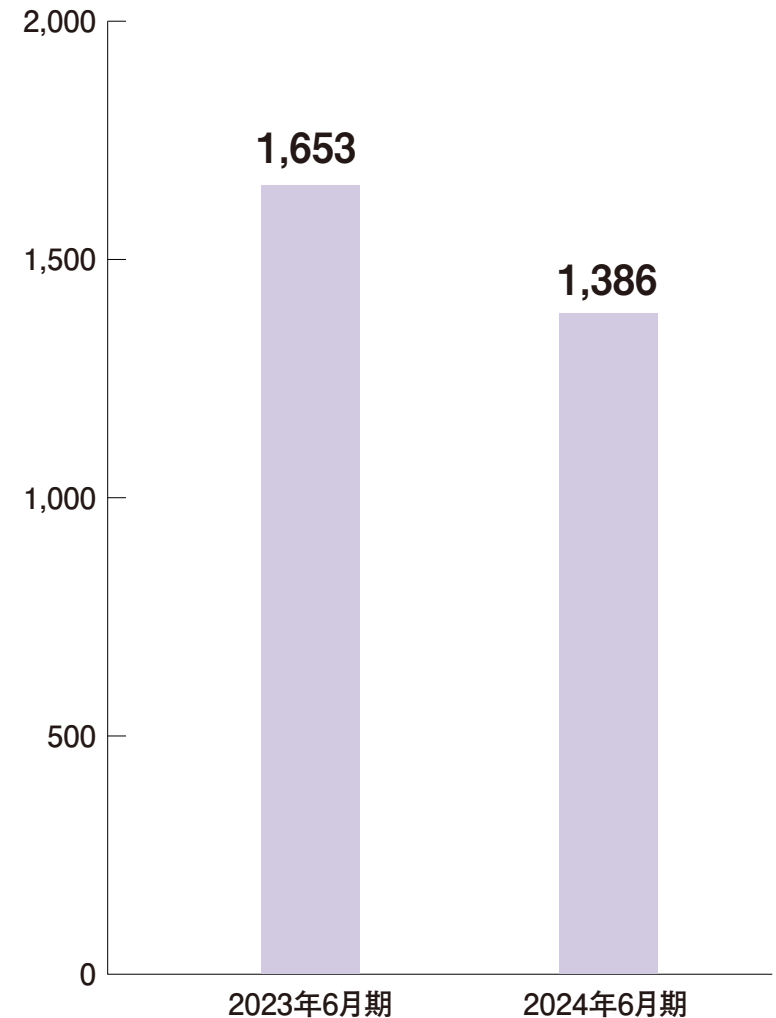
## キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

|                      | 2023年<br>6月期 | 2024年<br>6月期 | 増減内容                                                                                              |
|----------------------|--------------|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 営業活動による<br>キャッシュ・フロー | 9,695        | 10,626       | 税金等調整前四半期純利益が<br>8,081百万円、減価償却費が<br>4,464百万円あった一方で<br>法人税等の支払額が2,325百万円<br>あったことなどによるもの           |
| 投資活動による<br>キャッシュ・フロー | △8,042       | △9,240       | 新規出店などに伴う<br>有形固定資産の取得による<br>支出が9,750百万円あった<br>ことなどによるもの                                          |
| 財務活動による<br>キャッシュ・フロー | △3,229       | 3,519        | 長期借入金による調達<br>が5,300百万円あった一方で、<br>長期借入金の返済による<br>支出が1,710百万円、<br>配当金の支払額が1,067百万円<br>あったことなどによるもの |
| 現金及び現金同等物の<br>純増加額   | △1,611       | 4,949        |                                                                                                   |
| 現金及び現金同等物の<br>期首残高   | 8,464        | 6,853        |                                                                                                   |
| 現金及び現金同等物の<br>期末残高   | 6,853        | 11,803       |                                                                                                   |

## フリー・キャッシュ・フローの状況

(百万円)



※フリー・キャッシュ・フローとは、営業キャッシュ・フローと投資キャッシュ・フローを加算したものです

# 業績計画(連結)①(期初計画)

(単位:百万円)

|                | 2024年6月期                | 2025年6月期                |              | 2025年6月期                |              |                         |              |
|----------------|-------------------------|-------------------------|--------------|-------------------------|--------------|-------------------------|--------------|
|                | 通期実績                    | 通期計画                    |              | 上半期計画                   |              | 下半期計画                   |              |
|                | 実績<br>(売上比%)            | 計画<br>(売上比%)            | 対前年差異<br>%   | 計画<br>(売上比%)            | 対前年差異<br>%   | 計画<br>(売上比%)            | 対前年差異<br>%   |
| 売上高            | <b>107,156</b>          | <b>121,534</b>          | <b>113.4</b> | <b>58,465</b>           | <b>112.4</b> | <b>63,068</b>           | <b>114.3</b> |
| 焼肉部門           | 55,174(51.4)            | 60,267(49.5)            | 109.2        | 29,136(49.8)            | 108.4        | 31,130(49.3)            | 109.9        |
| ラーメン部門         | 18,181(16.9)            | 20,915(17.2)            | 115.0        | 10,247(17.5)            | 113.8        | 10,667(16.9)            | 116.1        |
| お好み焼部門         | 2,070 (1.9)             | 2,140 (1.7)             | 103.3        | 1,009 (1.7)             | 103.0        | 1,131 (1.7)             | 103.7        |
| ゆず庵部門          | 17,931(16.7)            | 19,804(16.2)            | 110.4        | 9,603(16.4)             | 110.5        | 10,201(16.1)            | 110.3        |
| 専門店部門          | 4,114 (3.8)             | 5,504 (4.5)             | 133.7        | 2,513 (4.2)             | 134.0        | 2,991 (4.7)             | 133.5        |
| FC部門           | 6,609 (6.1)             | 6,959 (5.7)             | 105.2        | 3,417 (5.8)             | 105.7        | 3,542 (5.6)             | 104.8        |
| その他部門          | 3,075 (2.8)             | 5,942 (4.8)             | 193.2        | 2,537 (4.3)             | 185.4        | 3,404 (5.3)             | 199.4        |
| 売上総利益          | <b>70,140</b><br>(65.4) | <b>79,079</b><br>(65.0) | <b>112.7</b> | <b>38,307</b><br>(65.5) | <b>112.0</b> | <b>40,771</b><br>(64.6) | <b>113.4</b> |
| 販売費及び<br>一般管理費 | <b>61,975</b><br>(57.8) | <b>69,499</b><br>(57.1) | <b>112.1</b> | <b>33,883</b><br>(57.9) | <b>112.9</b> | <b>35,615</b><br>(56.4) | <b>111.3</b> |
| 営業利益           | <b>8,165</b><br>(7.6)   | <b>9,580</b><br>(7.8)   | <b>117.3</b> | <b>4,423</b><br>(7.5)   | <b>105.0</b> | <b>5,156</b><br>(8.1)   | <b>130.3</b> |
| 経常利益           | <b>8,582</b><br>(8.0)   | <b>9,538</b><br>(7.8)   | <b>111.1</b> | <b>4,391</b><br>(7.5)   | <b>103.1</b> | <b>5,146</b><br>(8.1)   | <b>118.9</b> |
| 当期純利益          | <b>5,639</b><br>(5.2)   | <b>6,323</b><br>(5.2)   | <b>112.1</b> | <b>2,702</b><br>(4.6)   | <b>109.8</b> | <b>3,620</b><br>(5.7)   | <b>113.8</b> |
| EBITDA         | <b>12,969</b><br>(12.1) | <b>14,381</b><br>(11.8) | <b>110.8</b> | <b>6,682</b><br>(11.4)  | <b>105.9</b> | <b>7,698</b><br>(12.2)  | <b>115.5</b> |

※純利益＝親会社株主に帰属する当期純利益

※EBITDA＝経常利益＋減価償却費

# 業績計画(単体)②(期初計画)

## 物語コーポレーション単体

(単位:百万円)

|      | 2024年6月期              | 2025年6月期              |              | 2025年6月期              |              |                       |              |
|------|-----------------------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|
|      | 通期実績                  | 通期計画                  |              | 上半期計画                 |              | 下半期計画                 |              |
|      | 実績<br>(売上比%)          | 計画<br>(売上比%)          | 対前年差異<br>%   | 計画<br>(売上比%)          | 対前年差異<br>%   | 計画<br>(売上比%)          | 対前年差異<br>%   |
| 売上高  | <b>104,096</b>        | <b>115,592</b>        | <b>111.0</b> | <b>55,927</b>         | <b>110.4</b> | <b>59,664</b>         | <b>111.6</b> |
| 経常利益 | <b>8,439</b><br>(8.1) | <b>8,860</b><br>(7.6) | <b>104.9</b> | <b>4,182</b><br>(7.4) | <b>95.3</b>  | <b>4,677</b><br>(7.8) | <b>115.4</b> |

## 海外子会社計

(単位:百万円)

|              | 2024年6月期           | 2025年6月期             |              | 2025年6月期            |              |                      |              |
|--------------|--------------------|----------------------|--------------|---------------------|--------------|----------------------|--------------|
|              | 通期実績               | 通期計画                 |              | 上半期計画               |              | 下半期計画                |              |
|              | 実績<br>(売上比%)       | 計画<br>(売上比%)         | 対前年差異<br>%   | 計画<br>(売上比%)        | 対前年差異<br>%   | 計画<br>(売上比%)         | 対前年差異<br>%   |
| 売上計          | <b>3,060</b>       | <b>5,942</b>         | <b>194.2</b> | <b>2,537</b>        | <b>186.7</b> | <b>3,404</b>         | <b>200.1</b> |
| 中国事業         | 2,911(-)           | 5,239(-)             | 179.9        | 2,292(-)            | 176.6        | 2,947(-)             | 182.6        |
| インドネシア事業     | 148(-)             | 512(-)               | 345.0        | 192(-)              | 310.8        | 320(-)               | 369.4        |
| 香港事業         | -(-)               | 190(-)               | -            | 53(-)               | -            | 137(-)               | -            |
| Storyteller社 | 0(-)               | -(-)                 | -            | -(-)                | -            | -(-)                 | -            |
| 経常利益計        | <b>△231</b><br>(-) | <b>678</b><br>(11.4) | <b>-</b>     | <b>209</b><br>(8.2) | <b>-</b>     | <b>468</b><br>(13.7) | <b>-</b>     |
| 中国事業         | △77(-)             | 707(13.5)            | -            | 242(10.6)           | -            | 466(15.8)            | -            |
| インドネシア事業     | △76(-)             | 6(1.2)               | -            | △8(-)               | -            | 14(4.5)              | -            |
| 香港事業         | -(-)               | △35(-)               | -            | △24(-)              | -            | △11(-)               | -            |
| Storyteller社 | △76(-)             | -(-)                 | -            | -(-)                | -            | -(-)                 | -            |

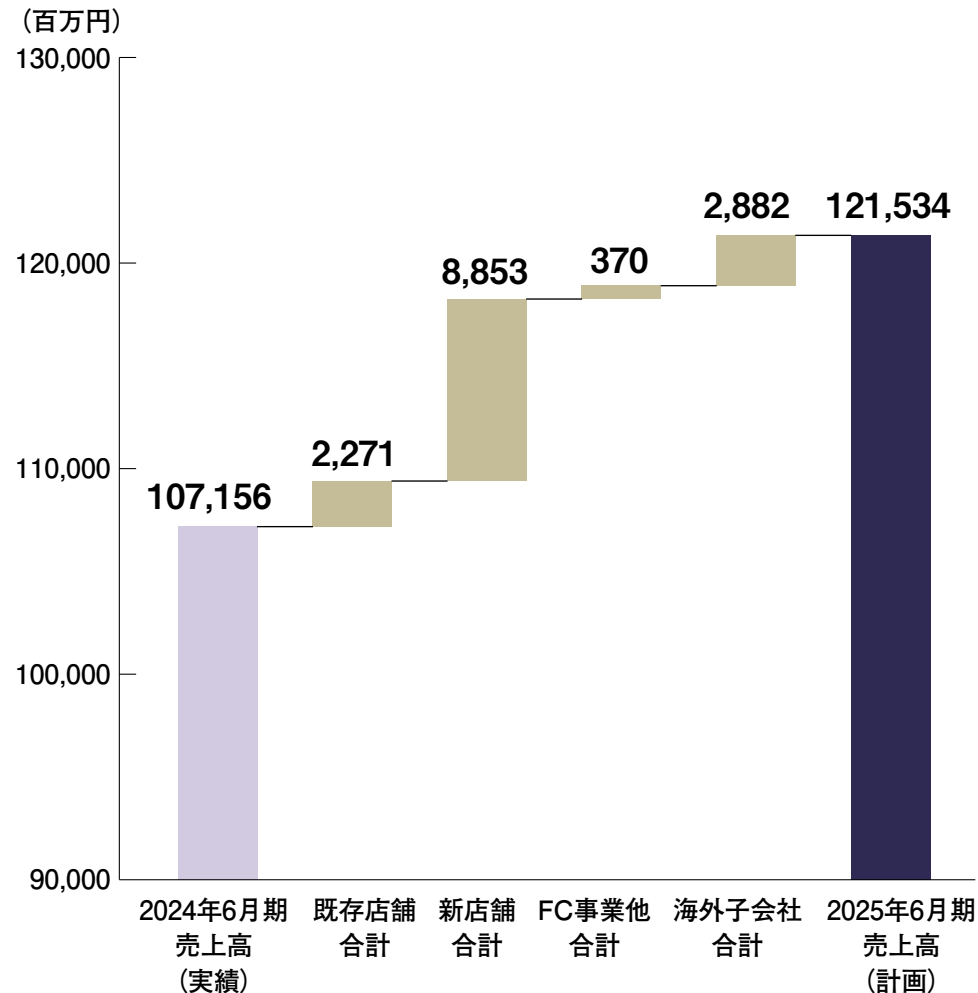
# 業績計画(連結)③(期初出店計画)

(単位:店舗)

| 部門      | 種別   | 2024年6月期 | 2025年6月期 | 通期計画内訳 |    |    |     |
|---------|------|----------|----------|--------|----|----|-----|
|         |      | 期末店舗数    | 通期計画     | 出店数    |    |    | 退店数 |
|         |      |          |          | 上期     | 下期 | 通期 | 通期  |
| 焼 肉     | 直営   | 205      | 223      | 10     | 9  | 19 | 1   |
|         | FC   | 120      | 130      | 8      | 2  | 10 | 0   |
| ラーメン    | 直営   | 115      | 133      | 11     | 7  | 18 | 0   |
|         | FC   | 104      | 109      | 0      | 5  | 5  | 0   |
| お好み焼    | 直営   | 16       | 18       | 0      | 2  | 2  | 0   |
|         | FC   | 4        | 4        | 0      | 0  | 0  | 0   |
| ゆず庵     | 直営   | 81       | 87       | 3      | 4  | 7  | 1   |
|         | FC   | 16       | 17       | 0      | 1  | 1  | 0   |
| 専門店     | 直営   | 31       | 46       | 4      | 11 | 15 | 0   |
|         | FC   | 0        | 1        | 0      | 1  | 1  | 0   |
| その他     | 海外直営 | 28       | 41       | 8      | 7  | 15 | 2   |
|         | 海外FC | 0        | 4        | 0      | 4  | 4  | 0   |
| 国内・直営合計 |      | 448      | 507      | 28     | 33 | 61 | 2   |
| FC合計    |      | 244      | 261      | 8      | 9  | 17 | 0   |
| 海外合計    |      | 28       | 45       | 8      | 11 | 19 | 2   |
| 合 計     |      | 720      | 813      | 44     | 53 | 97 | 4   |

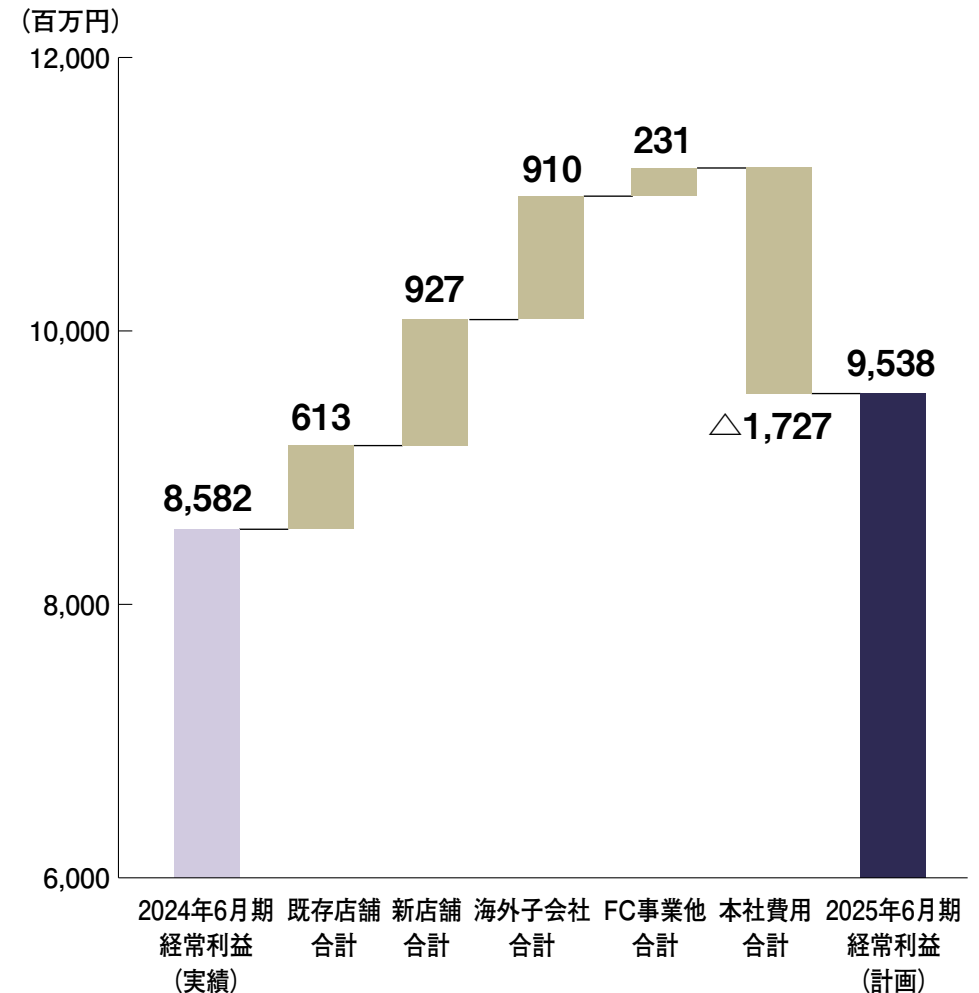
# 業績計画(連結)④(売上高・経常利益増減)

## 売上高計画の対前年増減要因



※この表中の既存店舗とは、2023年6月末までに開業した店舗としております

## 経常利益計画の対前年増減要因



※この表中の既存店舗とは、2023年6月末までに開業した店舗としております

# 業績計画⑤（国内既存店売上高・経常利益の増減）

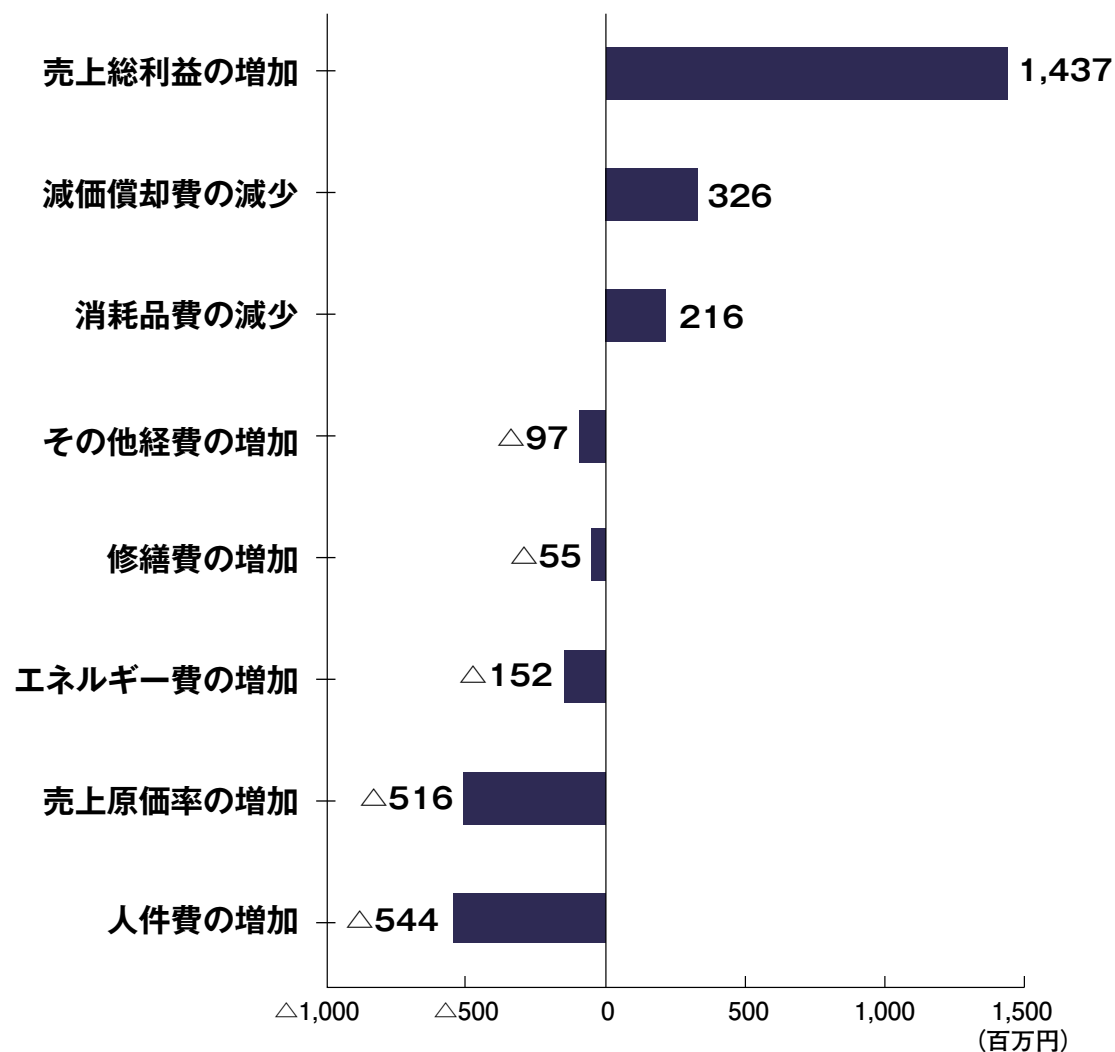
## 既存店売上高計画の前年対比

（単位：％）

| 前年対比 | 1Q    | 2Q    | 3Q    | 4Q    | 通期    |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 焼 肉  | 100.0 | 102.3 | 102.4 | 102.6 | 101.8 |
| ラーメン | 102.2 | 102.7 | 101.9 | 104.0 | 102.7 |
| お好み焼 | 110.6 | 95.7  | 100.6 | 98.6  | 101.2 |
| ゆず庵  | 112.1 | 101.0 | 103.0 | 102.0 | 104.3 |
| 専門店  | 100.8 | 102.5 | 102.9 | 102.9 | 102.3 |
| 全 体  | 102.7 | 102.0 | 102.4 | 102.6 | 102.4 |

※前年対比は、2023年6月期までに開業していた店舗を対象にしております

## 既存店経常利益計画の対前年増減要因



# 業績計画(連結)⑥(期初計画策定条件)

| 項目      | 期初計画策定条件                                                                                                                                                                                  | 前期実績                                                                                                                                                                                             |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 既存店売上   | 全社既存店売上前年比102.4%<br>・焼肉部門既存店売上高前年比101.8%<br>・ラーメン部門既存店売上高前年比102.7%<br>・お好み焼部門既存店売上高前年比101.2%<br>・ゆず庵部門既存店売上高前年比104.3%<br>・専門店部門既存店売上高前年比102.3%                                            | 全社既存店売上前年比108.1%<br>・焼肉部門既存店売上高前年比105.5%<br>・ラーメン部門既存店売上高前年比110.2%<br>・お好み焼部門既存店売上高前年比104.4%<br>・ゆず庵部門既存店売上高前年比114.7%<br>・専門店部門既存店売上高前年比105.8%                                                   |
| グループ店舗数 | 合計813店舗(国内768店舗、海外45店舗)<br>前年同期比89店舗増                                                                                                                                                     | 合計720店舗(国内692店舗、海外28店舗)<br>前年同期比56店舗増                                                                                                                                                            |
| (出店数)   | 国内:直営61店舗、FC17店舗、<br>海外:19店舗(中国13店舗、インドネシア3店舗、香港2店舗、他1店舗)出店                                                                                                                               | 国内:直営50店舗、FC7店舗、<br>海外:17店舗(中国13店舗、インドネシア4店舗)出店                                                                                                                                                  |
| (退店数)   | 国内2店舗(焼肉・ゆず庵)、海外2店舗(中国・上海)退店                                                                                                                                                              | 通期において、直営7店舗、FC2店舗、海外10店舗退店                                                                                                                                                                      |
| FC事業他   | 17店舗の店舗数増に伴う各種ロイヤルティ収入増                                                                                                                                                                   | 通期において、5店舗の出店増に伴う各種ロイヤルティ収入増                                                                                                                                                                     |
| 経常利益    | ・既存店の大規模改装などの実施<br>『焼肉きんぐ』1店舗特急レーン改装<br>『お好み焼本舗』1店舗改装<br>『ゆず庵』3店舗外装改装<br>・『焼肉きんぐ』『丸源ラーメン』『ゆず庵』のテレビCM放映を積極的に継続実施<br>・直営店原材料費の上昇<br>・直営店人件費の上昇<br>・社員採用の強化(新卒250名、キャリア200名目標)<br>・海外子会社の収益化 | ・既存店の大規模改装などは以下の通り実施<br>『焼肉きんぐ』12店舗の改装(うち9店舗は「特急レーン」を導入)<br>『丸源ラーメン』6店舗の改装を実施<br>『お好み焼本舗』6店舗改装を実施<br>『寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵』2店舗外装改装<br>・『焼肉きんぐ』『丸源ラーメン』『寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵』のテレビCM放映を継続実施<br>・東京フォーラムオフィス移転の実施 |
| 純利益     | ・通期で300百万円の特別損失発生を計画                                                                                                                                                                      | ・通期で891百万円の特別損失ならびに390百万円の特別利益が発生                                                                                                                                                                |

# 配当政策

**配当方針** 連結配当性向20%以上を目安とし、持続的な利益成長を通じて、  
安定的・持続的な増配を原則とする累進配当を目指してまいります。

## 1株当たり配当金予想 17期連続増配を計画

2024年6月期(期末配当は1株当たり2円の上方修正)

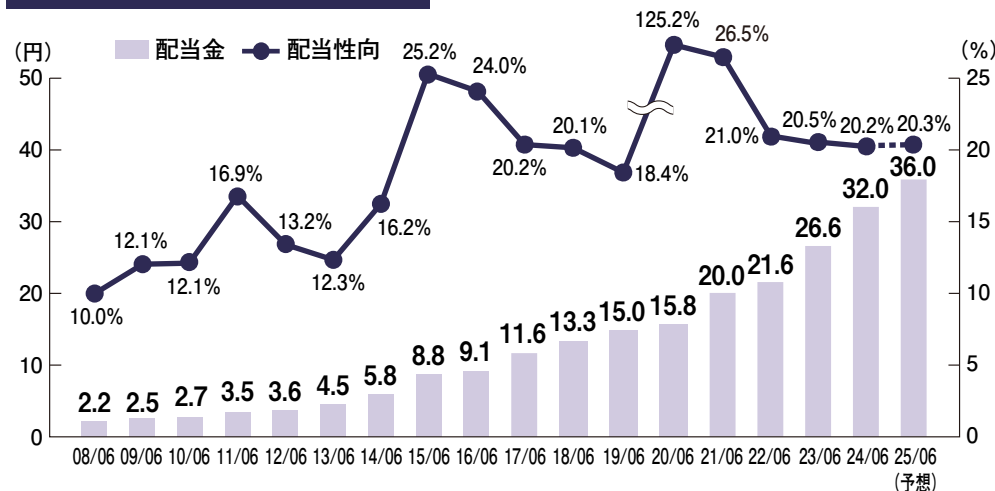
通期 **32.0円** ※ 中間実績 15.0円  
期末予想 17.0円

2025年6月期

通期 **36.0円** 中間予想 18.0円  
期末予想 18.0円

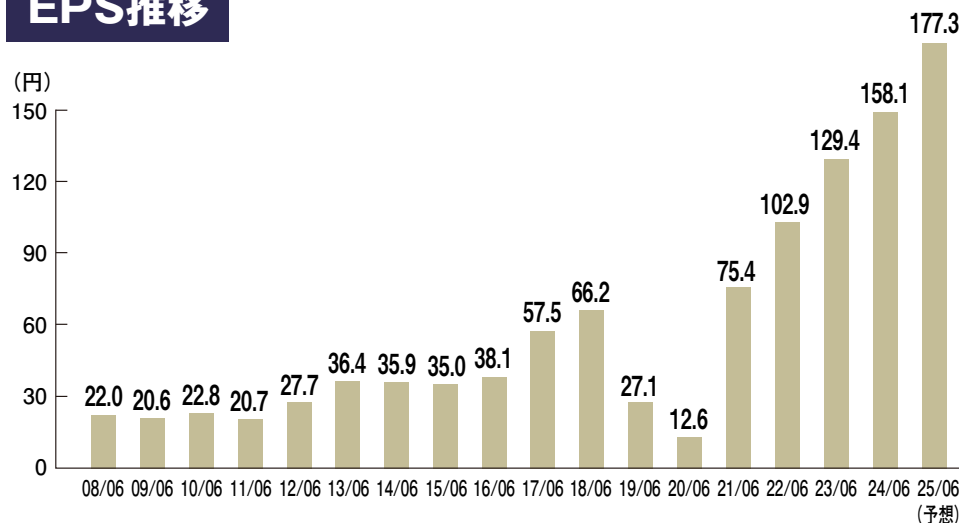
※2023年3月1日付けで普通株式1株につき3株の分割を行っております  
株式分割前換算において1株あたり80円に相当いたします

### 配当金・配当性向推移



※2010年12月1日付けで普通株式1株につき3株の分割を行っております  
※2021年3月1日付けで普通株式1株につき2株の分割を行っております  
※2023年3月1日付けで普通株式1株につき3株の分割を行っております  
上のグラフでは、当該株式分割に伴う影響を加味した遡及計算値を示しております

### EPS推移



※2010年12月1日付けで普通株式1株につき3株の分割を行っております  
※2021年3月1日付けで普通株式1株につき2株の分割を行っております  
※2023年3月1日付けで普通株式1株につき3株の分割を行っております  
上のグラフでは、当該株式分割に伴う影響を加味した遡及計算値を示しております

# ご参考：株主優待制度

株主の皆さまに、当社店舗を  
より理解していただきたいという想いを込めて



## 株主様お食事ご優待券を 年2回贈呈!

所有株式数

**100株以上**

株主様お食事ご優待券

**3,500円相当**  
(年間7,000円)

※株主様お食事ご優待券の有効期限は発行日から1年間です

※毎年6月30日現在、および12月31日現在の株主名簿並びに実質株主名簿に記載又は記録された1単元(100株)以上の株式を保有いただいている株主様が対象です

※株主様お食事ご優待券は物語コーポレーションの国内すべての店舗(直営店、FC加盟店運営店舗を含む)でご利用いただけます

ただし『焼きたてのかるび』各店舗ではご利用いただけませんので予めご了承ください

# プレゼンテーション構成

---

## 1 通期業績概要

津寺 毅【取締役 常務執行役員 財務・成長戦略担当】

## 2 通期業績総括

加藤 央之【代表取締役社長】

# トピックス

---

- 1 香港現地法人を設立**
- 2 中期経営計画「ビジョン2025」と  
3カ年経営計画**

# トピックス① 香港現地法人を設立

今後も高い経済成長が期待されるアジア市場の一つである香港への事業展開を進め、海外事業を強化してまいります。



## 肉肉大米

熟成牛挽肉と炊き立てごはん  
Aged ground beef & Rice

客席の目の前で焼き上げる  
ハンバーグ専門店



### ■ 新設事業会社の概要

名 称：物語香港有限公司

(英文表記) MONOGATARI HK CO.LIMITED

代 表 者：岡田 雅道(当社代表取締役 専務執行役員)

本店所在地：中華人民共和国香港特别行政区

設立年月日：2024年5月28日

事業の内容：レストラン経営

資 本 金：15 百万香港ドル(日本円約 307 百万円)

出資比率：当社 100%

※参考:2024年5月15日の三菱UFJ銀行参考為替相場(1香港ドル=20.47円)

## 1 「ビジョン2025」経営計画上方修正

当初計画を1年前倒しで達成し、経営計画を上方修正

### 背景

- ・当初想定を上回る既存店売上高の推移
- ・順調な新規出店
- ・コスト低減等が想定を上回る進展

### 修正

グループ店舗売上高※ 1,500億円→1,716億円  
 連結売上高 1,000億円→1,215億円  
 経常利益 82億円→ 95億円

## 2 2027年6月期までの3カ年経営計画

「ビジョン2025」では、「日本・海外における『業態開発型リーディングカンパニー』の実現」をテーマに掲げています。

|           | 2019年6月期<br>実績 | 2024年6月期<br>実績 | 2025年6月期<br>当初目標 | 2025年6月期<br>計画(修正) | 2026年6月期<br>計画 | 2027年6月期<br>計画         |
|-----------|----------------|----------------|------------------|--------------------|----------------|------------------------|
| グループ店舗売上高 | 914億円          | 1,550億円        | 1,500億円          | 1,716億円            | 1,885億円        | 2,000億円<br>(平均成長率10%超) |
| 連結売上高     | 589億円          | 1,071億円        | 1,000億円          | 1,215億円            | 1,330億円        | 1,500億円<br>(平均成長率10%超) |
| 経常利益      | 46億円           | 85億円           | 82億円             | 95億円               | 105億円          | 124億円<br>(平均成長率10%超)   |
| ROE       | 14%            | 21%            | 15%以上            | 15%超               |                |                        |
| ROA       | 18%            | 15%            | 15%以上            | 15%超               |                |                        |
| ROIC      | 13%            | 14%            | 15%以上            | 15%超               |                |                        |
| 既存店売上高前年比 | 107.2%         | 107.2%         | 前年超              | 前年超                |                |                        |
| 連結配当性向    | 20.3%          | 20.2%          | 20.0%超           | 20.0%超             |                |                        |

※直営店およびFC加盟店を含む合計店舗売上高

## 今後の重点成長戦略

### 選ばれるブランドづくり (No.1戦略)



差別化の積み重ねと顧客体験価値の向上にこだわり、シェアを拡大

### 成長を加速させる 新業態開発



新たな収益の柱の育成を目的に、新業態開発への取り組みを強化

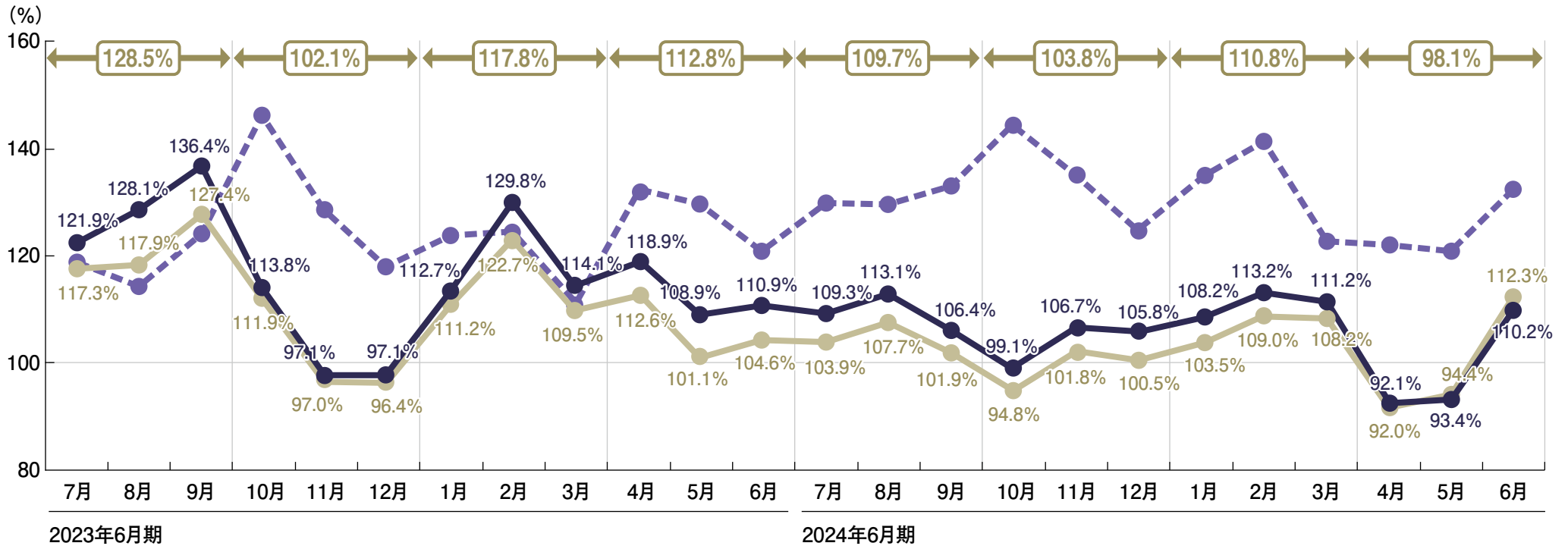
### 海外事業の 展開加速



持続的な成長を目指し、新たな国・地域への進出や新業態を開発

# 焼肉部門業績総括

既存店売上高前年比(直営のみ) ● 売上高 ● 客数 ● 売上高(対2019年6月期比)



(単位: %)

|     | 2023年6月期 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 2024年6月期 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |      |       |       |
|-----|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|
|     | 7月       | 8月    | 9月    | 10月   | 11月   | 12月   | 1月    | 2月    | 3月    | 4月    | 5月    | 6月    | 通期    | 7月       | 8月    | 9月    | 10月   | 11月   | 12月   | 1月    | 2月    | 3月    | 4月    | 5月   | 6月    | 通期    |
| 売上高 | 121.9    | 128.1 | 136.4 | 113.8 | 97.1  | 97.1  | 112.7 | 129.8 | 114.1 | 118.9 | 108.9 | 110.9 | 114.5 | 109.3    | 113.1 | 106.4 | 99.1  | 106.7 | 105.8 | 108.2 | 113.2 | 111.2 | 92.1  | 93.4 | 110.2 | 105.5 |
| 客数  | 117.3    | 117.9 | 127.4 | 111.9 | 97.0  | 96.4  | 111.2 | 122.7 | 109.5 | 112.6 | 101.1 | 104.6 | 109.9 | 103.9    | 107.7 | 101.9 | 94.8  | 101.8 | 100.5 | 103.5 | 109.0 | 108.2 | 92.0  | 94.4 | 112.3 | 102.4 |
| 客単価 | 103.9    | 108.6 | 107.1 | 101.7 | 100.1 | 100.8 | 101.3 | 105.8 | 104.2 | 105.6 | 107.7 | 106.0 | 104.2 | 105.2    | 105.0 | 104.3 | 104.6 | 104.8 | 105.2 | 104.6 | 103.9 | 102.8 | 100.1 | 99.0 | 98.1  | 103.0 |

※このページにおける既存店とは、HP等で発表している「月次売上高前年比」と同様に新規開店より18カ月以上稼働している店舗と定義しております

# 焼肉業界No.1ブランドとして積極展開

## 1 店舗数拡大に向けた取り組み

### ■積極的な出店



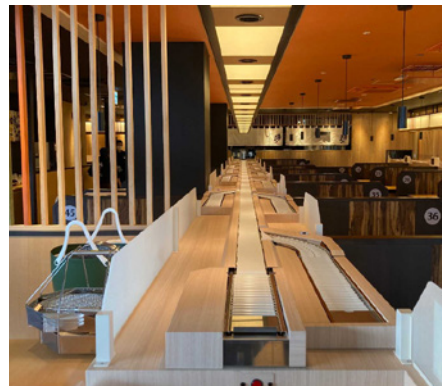
▲大都市圏の出店を強化



▲ビルイン店舗の出店

## 2 労働力減少に備えた改善

### ■顧客利便性を高めるDXの取り組み



▲特急レーンを新店および  
既存店舗へ続々と導入



▲案内待ちの混雑を緩和する  
自動案内システム

## 3 選ばれるブランドづくり

### ■競争優位性のあるメニュー展開



▲五大名物の定期的なブラッシュアップ



▲来店動機を創出する  
期間限定フェア

◀名物デザートが  
「ふんわり名人  
きなこ餅」とコラボ



### ■ブランド想起を狙いとしたプロモーション



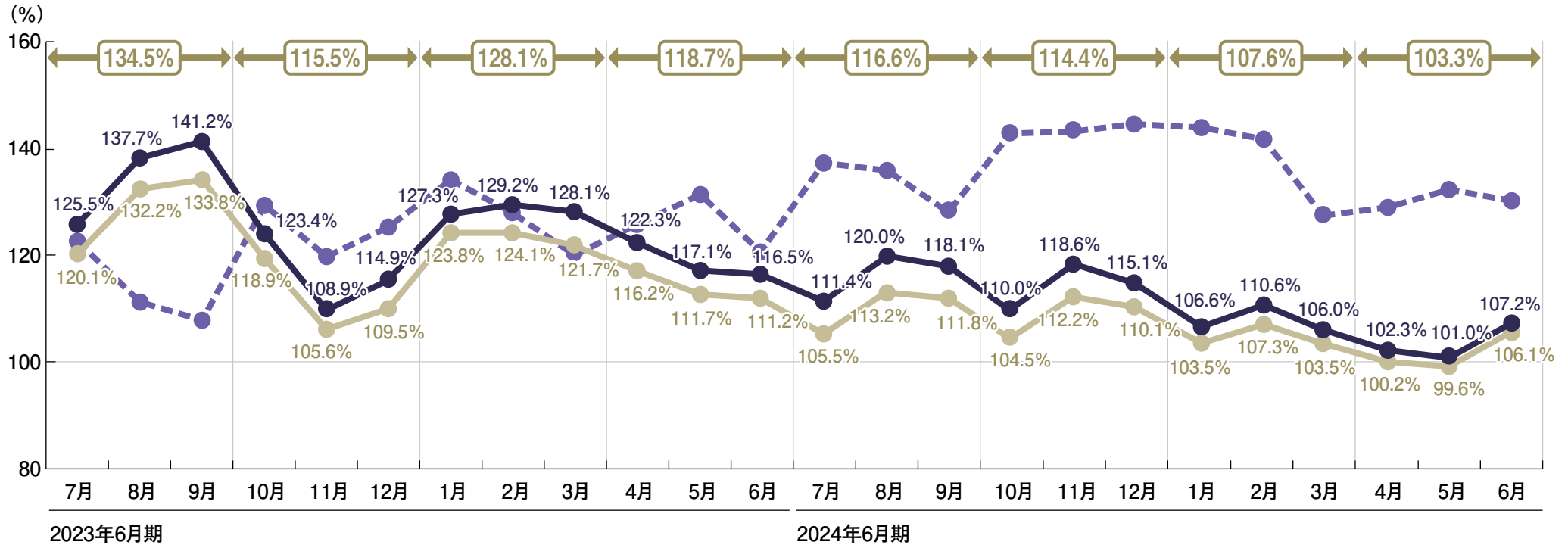
▲繁忙期に合わせて  
テレビCMを放映

SNSを活用した  
WEB広告の実施



# ラーメン部門業績総括

既存店売上高前年比(直営のみ) ● 売上高 ● 客数 ● 売上高(対2019年6月期比)



(単位: %)

|     | 2023年6月期 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 2024年6月期 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|-----|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|     | 7月       | 8月    | 9月    | 10月   | 11月   | 12月   | 1月    | 2月    | 3月    | 4月    | 5月    | 6月    | 通期    | 7月       | 8月    | 9月    | 10月   | 11月   | 12月   | 1月    | 2月    | 3月    | 4月    | 5月    | 6月    | 通期    |
| 売上高 | 125.5    | 137.7 | 141.2 | 123.4 | 108.9 | 114.9 | 127.3 | 129.2 | 128.1 | 122.3 | 117.1 | 116.5 | 123.7 | 111.4    | 120.0 | 118.1 | 110.0 | 118.6 | 115.1 | 106.6 | 110.6 | 106.0 | 102.3 | 101.0 | 107.2 | 110.2 |
| 客数  | 120.1    | 132.2 | 133.8 | 118.9 | 105.6 | 109.5 | 123.8 | 124.1 | 121.7 | 116.2 | 111.7 | 111.2 | 118.6 | 105.5    | 113.2 | 111.8 | 104.5 | 112.2 | 110.1 | 103.5 | 107.3 | 103.5 | 100.2 | 99.6  | 106.1 | 106.3 |
| 客単価 | 104.5    | 104.2 | 105.5 | 103.8 | 103.1 | 104.9 | 102.8 | 104.1 | 105.2 | 105.3 | 104.8 | 104.8 | 104.3 | 105.6    | 106.1 | 105.6 | 105.2 | 105.7 | 104.5 | 102.9 | 103.1 | 102.4 | 102.0 | 101.4 | 101.1 | 103.7 |

※このページにおける既存店とは、HP等で発表している「月次売上高前年比」と同様に新規開店より18カ月以上稼働している店舗と定義しております

# ラーメン業界No.1ブランドを目指して

## 1 店舗数拡大に向けた取り組み

### ■ 積極的な出店



▲全国の郊外ロードサイドで出店を継続



▲駅前型店舗の拡大

## 2 労働力減少に備えた改善

### ■ 顧客利便性を高めるDXの取り組み



▲セルフレジにより会計待ちの行列を緩和



▲FC店舗を含めた全店で  
タッチパネルを導入

## 3 選ばれるブランドづくり

### ■ 商品力の強化



▲商品のクオリティを追求する研修を  
全店対象に実施

### ■ 付加価値の高い期間限定商品



▲年8回の  
入れ替えを  
計画

### ■ サービス力の強化



▲お出迎え専任のポジションを  
配置

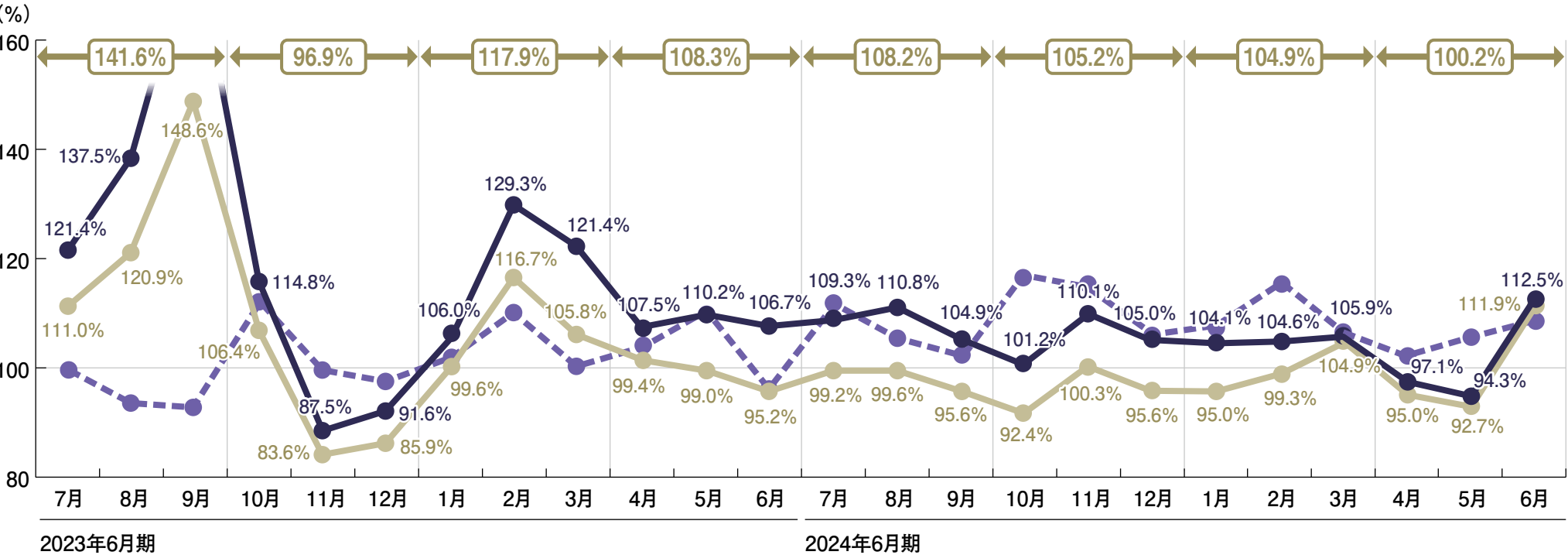
### ■ コラボやキャンペーンの強化



▲看板商品「熟成醤油ラーメン肉そば」の  
20周年記念企画を展開

# お好み焼部門業績総括

既存店売上高前年比(直営のみ) ● 売上高 ● 客数 ● 売上高(対2019年6月期比)



(単位: %)

|     | 2023年6月期 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 2024年6月期 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|-----|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|     | 7月       | 8月    | 9月    | 10月   | 11月   | 12月   | 1月    | 2月    | 3月    | 4月    | 5月    | 6月    | 通期    | 7月       | 8月    | 9月    | 10月   | 11月   | 12月   | 1月    | 2月    | 3月    | 4月    | 5月    | 6月    | 通期    |
| 売上高 | 121.4    | 137.5 | 178.6 | 114.8 | 87.5  | 91.6  | 106.0 | 129.3 | 121.4 | 107.5 | 110.2 | 106.7 | 114.5 | 109.3    | 110.8 | 104.9 | 101.2 | 110.1 | 105.0 | 104.1 | 104.6 | 105.9 | 97.1  | 94.3  | 112.5 | 104.4 |
| 客数  | 111.0    | 120.9 | 148.6 | 106.4 | 83.6  | 85.9  | 99.6  | 116.7 | 105.8 | 99.4  | 99.0  | 95.2  | 104.3 | 99.2     | 99.6  | 95.6  | 92.4  | 100.3 | 95.6  | 95.0  | 99.3  | 104.9 | 95.0  | 92.7  | 111.9 | 98.2  |
| 客単価 | 109.4    | 113.7 | 120.2 | 108.0 | 104.7 | 106.6 | 106.4 | 110.8 | 114.7 | 108.1 | 111.3 | 112.1 | 109.7 | 110.2    | 111.2 | 109.8 | 109.5 | 109.8 | 109.9 | 109.6 | 105.3 | 101.0 | 102.2 | 101.6 | 100.5 | 106.3 |

※このページにおける既存店とは、HP等で発表している「月次売上高前年比」と同様に新規開店より18カ月以上稼働している店舗と定義しております

# お好み焼業界No.1に向けた選ばれる店づくり

## 1 出店再開に向けた取り組み

### ■ マーケットが大きい関西エリアへ初出店



▲ 今期出店を予定



▲ 適正店舗規模の新フォーマットを確立

### ■ 新たな名物商品の開発



▲ 中心価格のおこほんコースにボリューム満点の新名物を追加



## 2 選ばれるブランドづくり

### ■ 顧客満足度の向上に向けたメニュー展開



▲ 鉄板焼きと親和性の高い期間限定「夏祭り」フェア

### ■ サービス力の強化



▲ おこほんならではのパフォーマンスで楽しさを創出

## 3 来店促進を狙いとしたプロモーション

### ■ 公式アプリの強化



▲ アプリ会員30万人を突破

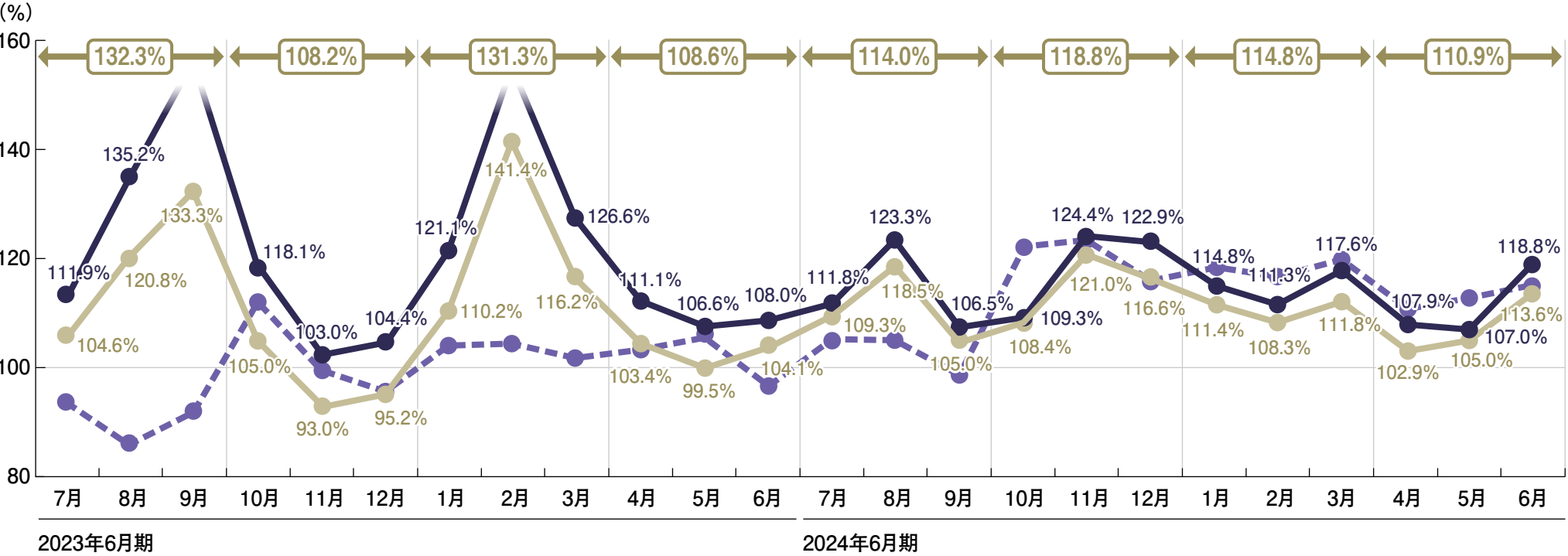
### ■ 記念日マーケティングの実施



▲ 毎月20日限定の来店特典

# ゆず庵部門業績総括

既存店売上高前年比(直営のみ) ● 売上高 ● 客数 ● 売上高(対2019年6月期比)



(単位: %)

|     | 2023年6月期 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 2024年6月期 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|-----|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|     | 7月       | 8月    | 9月    | 10月   | 11月   | 12月   | 1月    | 2月    | 3月    | 4月    | 5月    | 6月    | 通期    | 7月       | 8月    | 9月    | 10月   | 11月   | 12月   | 1月    | 2月    | 3月    | 4月    | 5月    | 6月    | 通期    |
| 売上高 | 111.9    | 135.2 | 156.2 | 118.1 | 103.0 | 104.4 | 121.1 | 154.9 | 126.6 | 111.1 | 106.6 | 108.0 | 118.8 | 111.8    | 123.3 | 106.5 | 109.3 | 124.4 | 122.9 | 114.8 | 111.3 | 117.6 | 107.9 | 107.0 | 118.8 | 114.7 |
| 客 数 | 104.6    | 120.8 | 133.3 | 105.0 | 93.0  | 95.2  | 110.2 | 141.4 | 116.2 | 103.4 | 99.5  | 104.1 | 108.8 | 109.3    | 118.5 | 105.0 | 108.4 | 121.0 | 116.6 | 111.4 | 108.3 | 111.8 | 102.9 | 105.0 | 113.6 | 111.0 |
| 客単価 | 106.9    | 111.9 | 117.1 | 112.5 | 110.7 | 109.6 | 109.9 | 109.5 | 109.0 | 107.5 | 107.2 | 103.7 | 109.3 | 102.3    | 104.0 | 101.4 | 100.8 | 102.8 | 105.4 | 103.1 | 102.8 | 105.2 | 104.9 | 101.9 | 104.6 | 103.4 |

※このページにおける既存店とは、HP等で発表している「月次売上高前年比」と同様に新規開店より18カ月以上稼働している店舗と定義しております

# オンリーワンブランドとしての店舗数拡大へ

## 1 出店加速に向けた取り組み

### ■ 新たな外装デザインの確立



▲業態訴求力を高めたデザイン

### ■ 生産性を高めるDXの推進



▲キッチンディスプレイを直営全店に導入



▲タッチパネルの刷新により作業負荷を軽減



▲1店舗最大6台の配膳ロボットが活躍

### ■ 教育体制の強化



▲役職を持つパートナー数は4年で2倍増

## 2 選ばれるブランドづくり

### ■ 旬の食材を中心とした限定商品



▲夏の商戦にあわせ、贅沢コースで「本まぐろ」を限定提供



▲鮭やピリッとした担々鍋だしを使用した期間限定メニュー



▶ランチ限定の松花堂御膳は年7回の入れ替えを計画

◀ゆず庵で初となる企業コラボのデザートを展開

### ■ ブランド価値を伝えるプロモーション



▲テレビCMの放映



# 焼肉ファストカジュアルトップブランドとしての地位確立へ



焼きたての  
かるび

熟成肉を使用した「焼きたてのカルビ丼」と厳選した牛肉の旨み特徴の「ユッケジャンスープ」が名物の焼肉ファストカジュアル業態

## 1 積極出店に向けた取り組み

### ■ 新商圈への出店拡大



▲ 今期11店舗の出店を計画

### ■ 教育体制の強化



▲ トレーニングセンターを設置

## 2 メニューラインナップの充実

### ■ 新たなカテゴリの開発



▲ 焼肉と親和性の高い  
麺カテゴリ



▲ 旬の素材や季節感のある食材を使用し、  
年8回の入れ替えを計画



## 3 利便性向上に向けた取り組み

### ■ ドライブスルーの設置



▲ 全国7店舗で設置 (2024年7月末時点)



### ■ 販売チャネルの拡充



▲ アプリからモバイルオーダーやデリバリー注文が可能に



専門店部門  
主な取り組み

# 新たな成長エンジンへ 新業態開発



**果実屋珈琲**

KAJITSUYA CAFE

和の装いでフルーツをふんだんに使った  
サンドイッチやデザートが自慢のカフェ&ショップ



▲今期2店舗の出店を計画



|        |        |
|--------|--------|
| 標準店舗面積 | 90坪    |
| 想定客単価  | 1,700円 |
| 店舗数    | 1店舗    |



濃厚中華そば 餃子

**丸福**

「濃厚中華そば」と「丸福餃子」が名物の  
中華そば専門店



▲愛知県で展開



|        |        |
|--------|--------|
| 標準店舗面積 | 40坪    |
| 想定客単価  | 1,000円 |
| 店舗数    | 2店舗    |

**熟成醤油ラーメン**  
**ぎべとん**

揚げたてきやべつと巻きバラチャーシューを使用した  
「熟成醤油ぎべとん」が名物の地域密着型小規模店舗



▲東海・関東エリアで展開



|        |      |
|--------|------|
| 標準店舗面積 | 42坪  |
| 想定客単価  | 980円 |
| 店舗数    | 6店舗  |

※2024年6月末時点の店舗数

# 海外事業の拡大

## 中国

### 『肉肉大米』を積極的に出店



**肉肉大米**

熟成牛挽肉と炊き立てごはん  
Aged ground beef & Rice

カウンターの目の前で焼き上げるハンバーグ専門店



今期末20店舗体制へ

|        |                  |
|--------|------------------|
| 標準店舗面積 | 30坪              |
| 想定客単価  | 80元<br>(約1,600円) |
| 店舗数    | 13店舗             |

## インドネシア

### 売上強化施策と販促の本格化



日本で展開する『焼きたてのかるび』をローカライズした焼肉丼専門店



今期末6店舗体制へ

|        |                     |
|--------|---------------------|
| 標準店舗面積 | 53坪                 |
| 想定客単価  | 85,000rp<br>(約820円) |
| 店舗数    | 4店舗                 |

# 「ビジョン2025」経営計画上方修正・2027年までの3カ年経営計画策定

## 当初計画を1年前倒しで達成し、経営計画を上方修正

|           | 2024年6月期<br>実績 |   | 2025年6月期<br>当初目標 |   | 2025年6月期<br>計画(修正) |
|-----------|----------------|---|------------------|---|--------------------|
| グループ店舗売上高 | 1,550億円        | ⇔ | 1,500億円          | ▶ | 1,716億円            |
| 連結売上高     | 1,071億円        |   | 1,000億円          |   | 1,215億円            |
| 経常利益      | 85億円           |   | 82億円             |   | 95億円               |

|    |                      |                                                                                    |
|----|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| 背景 | 当初計画を上回る<br>既存店売上高推移 | 2024年6月期計画104.6%→実績108.1%<br>すべてのブランドにおいて既存店前年超えを達成<br>2025年6月期も、前年比101.8%と前年超えを計画 |
|    | 順調な新規出店              | 2024年6月期計画74店舗→実績74店舗<br>国内主力業態ならびに、海外新業態を積極的に出店<br>2025年6月期においても過去最高の出店数を計画       |
|    | コスト低減等が<br>想定を上回る進展  | 価格改定やメニューミックス等により粗利益率計画を達成<br>人件費率も増収の効果を受けて低減傾向                                   |

# ビジョン「2025」経営計画上方修正・2027年までの3カ年経営計画策定

## 2027年6月期までの「3カ年経営計画」を策定 今後も力強い成長を継続

|           | 2019年6月期<br>実績 | 2024年6月期<br>実績 | 2025年6月期<br>当初目標 | 2025年6月期<br>計画(修正) | 2026年6月期<br>計画 | 2027年6月期<br>計画         |
|-----------|----------------|----------------|------------------|--------------------|----------------|------------------------|
| グループ店舗売上高 | 914億円          | 1,550億円        | 1,500億円          | 1,716億円            | 1,885億円        | 2,000億円<br>(平均成長率10%超) |
| 連結売上高     | 589億円          | 1,071億円        | 1,000億円          | 1,215億円            | 1,330億円        | 1,500億円<br>(平均成長率10%超) |
| 経常利益      | 46億円           | 85億円           | 82億円             | 95億円               | 105億円          | 124億円<br>(平均成長率10%超)   |
| ROE       | 14%            | 21%            | 15%以上            | 15%超               |                |                        |
| ROA       | 18%            | 15%            | 15%以上            | 15%超               |                |                        |
| ROIC      | 13%            | 14%            | 15%以上            | 15%超               |                |                        |
| 既存店売上高前年比 | 107.2%         | 107.2%         | 前年超              | 前年超                |                |                        |
| 連結配当性向    | 20.3%          | 20.2%          | 20.0%超           | 20.0%超             |                |                        |



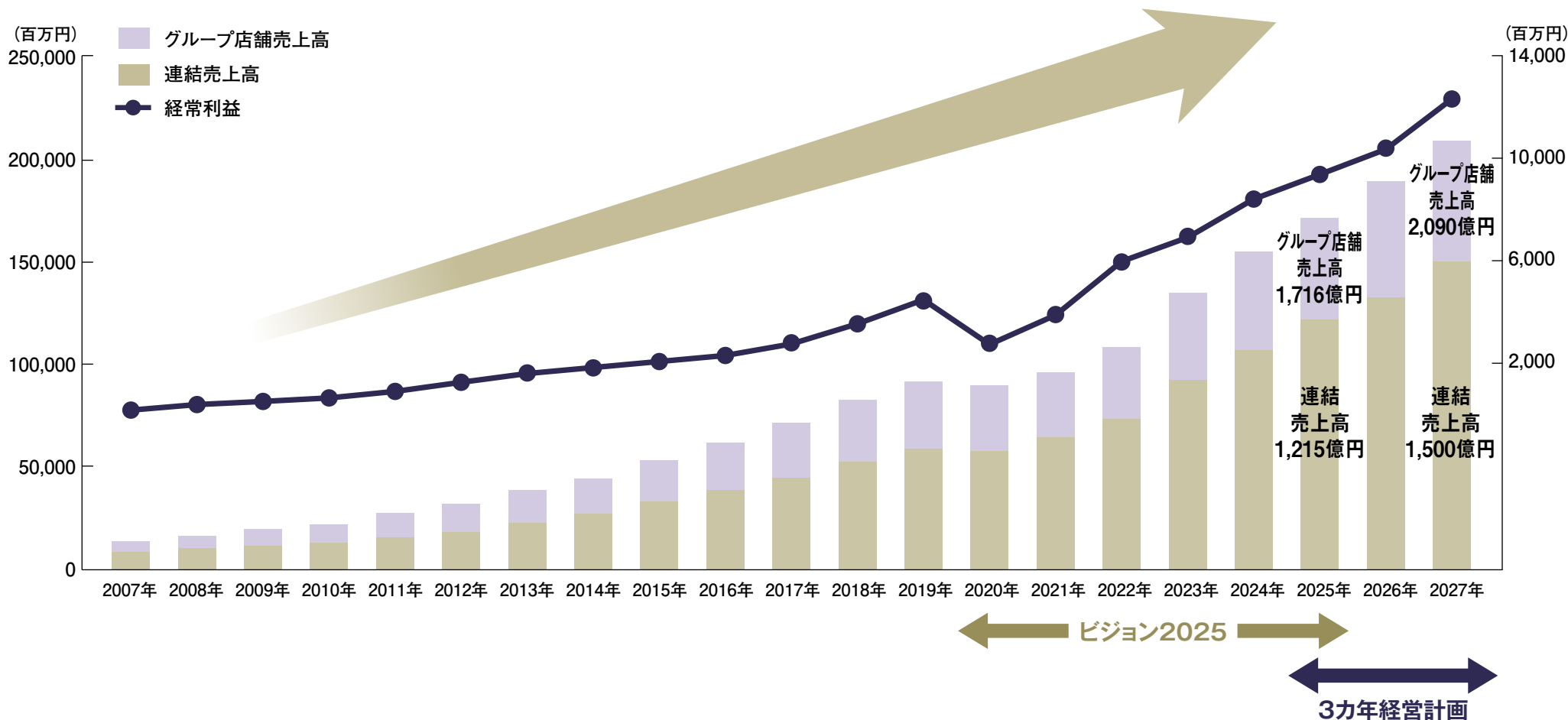
※新たな中期ビジョンは2025年8月に発表予定

# 「ビジョン2025」・3カ年経営計画

## 日本・海外における「業態開発型リーディングカンパニー」の実現

私たち独自のビジネスモデル（物語独自の価値創造）を追求し、日本のみならず海外においても顧客・社会に価値提供できる「業態開発型リーディングカンパニー」の実現を目指します。

### 売上高と経常利益計画



# 「ビジョン2025」

## ビジョン2025テーマ

### 日本・海外における「業態開発型リーディングカンパニー」の実現

私たち独自のビジネスモデルを追求し、日本のみならず海外においても顧客・社会に価値提供できる  
「業態開発型リーディングカンパニー」の実現を目指します

#### 2025年経営計画（上方修正）

グループ店舗売上高 **1,716億円** 連結売上高 **1,215億円**

営業利益、経常利益 年平均10%以上の成長  
ROA、ROE、ROICの15%以上の達成

#### 事業戦略

##### 成長シナリオ

既存事業の回復・投資効率の高い事業への拡大に重きを置き、次の成長の柱である新規事業の育成、郊外型フォーマットの展開拡大、海外の拡大、新業態・新事業の育成を実施

##### 重点戦略

- ① 既存ブランドの事業拡大と収益性向上
- ② 新業態・新事業を日本、海外でチャレンジ
- ③ 多様な理念型人財の採用
- ④ 個の覚醒を促すD&Iと人財育成の推進
- ⑤ 新たな価値創造を加速させるDXと本社機能強化の推進
- ⑥ サステナビリティの推進

#### 財務戦略

企業価値向上のために成長投資を継続  
ROEの15%以上の維持  
ROICの15%以上の維持  
利益成長を通じた1株当たり配当金の安定的・持続的な増加  
配当性向の水準として20%超を目安

#### 非財務戦略

「豊かな社会」と「お客様に必要とされるブランド・会社」の  
両立の実現を目指し、社会の課題解決と持続的発展に貢献

# 「ビジョン2025」事業戦略

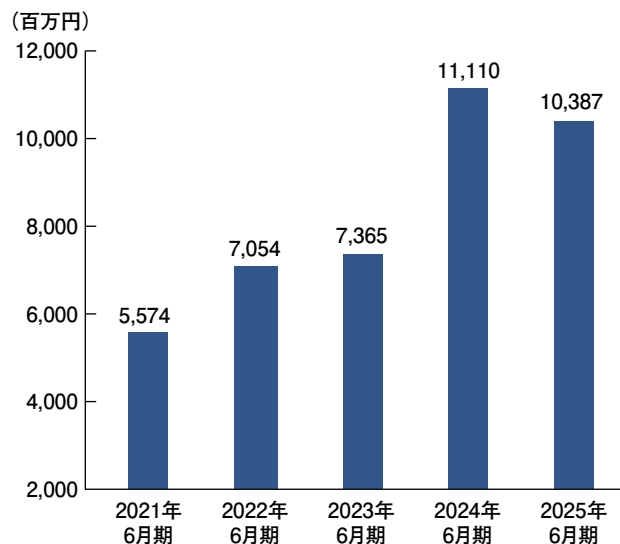
|          |     | 業 態                         | 今後の方向性  | 2025年<br>グループ店舗売上高 | 2019年→2025年<br>グループ店舗売上高<br>年平均成長率 |
|----------|-----|-----------------------------|---------|--------------------|------------------------------------|
| 拡大事業     |     | 焼肉きんぐ                       | 出店エリア拡大 | 934億円              | 112%                               |
|          |     | 丸源ラーメン                      |         | 398億円              | 112%                               |
| 育成・再成長事業 |     | お好み焼本舗                      | 育成→拡大   | 28億円               | 93%                                |
|          |     | 寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵               |         | 227億円              | 109%                               |
|          |     | 焼きたてのかるび                    |         | 30億円               | —                                  |
| 既存強化事業   |     | しゃぶとかに 源氏総本店・魚貝三昧 げん屋       | 収益強化    | 10億円               | 101%                               |
|          |     | 熟成焼肉 肉源                     |         | 6億円                | 99%                                |
| 新規事業     | 国 内 | 熟成醤油ラーメン きゃべとん・濃厚中華そば 餃子 丸福 | 事業の育成   | 14億円               | 117%                               |
|          |     | 牛たん大好き 焼肉はっぴい               |         | 1億円                | 112%                               |
|          |     | 他新業態(果実屋珈琲)                 |         | 4億円                | —                                  |
|          | 海 外 | 中国事業                        | 事業の育成   | 52億円               | 104%                               |
|          |     | インドネシア事業                    |         | 5億円                | —                                  |
|          |     | 香港事業                        |         | 2億円                | —                                  |
|          | 異業種 | M&Aによる成長機会の追求               | —       | —                  | —                                  |

# 「ビジョン2025」財務戦略

高い資本と財務の健全性を両立し、企業価値向上のために成長投資を継続的に行うことを基本方針とします。

## 成長投資への集中

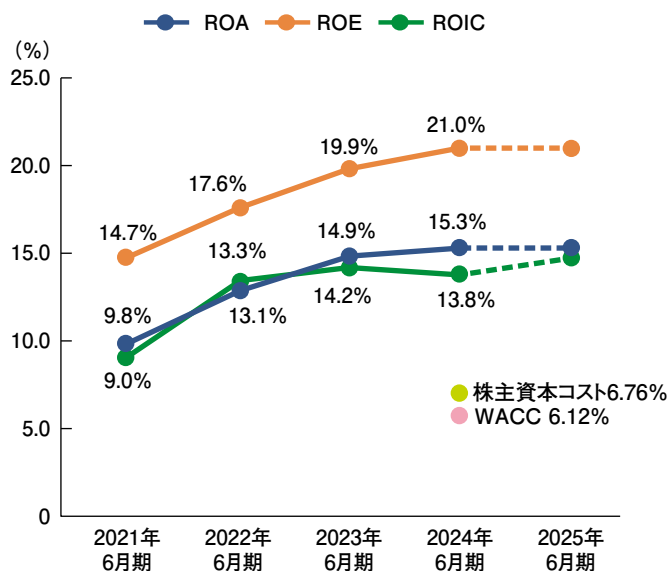
高いリターンを意識した  
積極的な出店／改装投資



- 高いリターンを意識した出店投資の実施
- 持続的成長・資本効率を意識した改装にも投資
- 新業態・新事業への先行投資
- 経営基盤の拡充(各種インフラ)にも投資

## 資本効率の向上

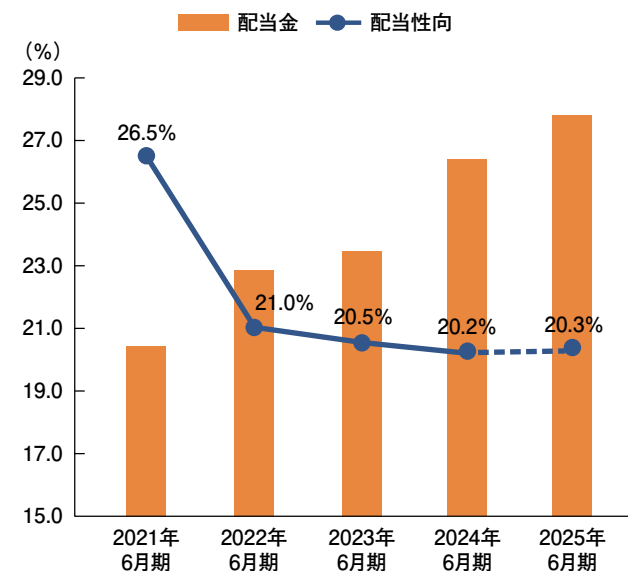
ROE・ROIC  
15%以上を維持



- ROAを15%以上達成
- ROEを15%以上維持
- ROICを15%以上維持

## 株主還元の強化

業績に応じた累進配当の実施  
配当性向20%以上を維持



- 利益成長を通じた1株当たり配当金の安定的・継続的な増加を基本とする(累進配当の実施)
- 配当性向の水準として20%超を維持

# 「ビジョン2025」非財務戦略(サステナビリティ戦略)

「お客様に必要とされるブランド・会社」の両立  
事業活動を通じた「豊かな社会」と

| 大項目        | 当社のマテリアリティ              | 当社の取組みのキーワード                                                                                                                                                                                                          | 2030年目標                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 環境<br>E    | 気候変動への対応<br>(脱炭素社会への貢献) | <ul style="list-style-type: none"> <li>・TCFD対応</li> <li>・省エネルギー</li> <li>・再生可能エネルギー購入</li> <li>・GHG排出量の多い牛肉への対応</li> </ul>                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>・売上百万円当たりのGHG排出量を2020年対比で33%削減</li> <li>・売上高百万円あたりの食品ロス30%削減</li> <li>・使い捨てプラスチックのバイオマス素材比率80%達成</li> <li>・お客様1000人当たりの水使用量が2020年対比で10%削減されている状態</li> <li>・3Rの取り組みが継続的に実施されている</li> <li>・生態系保全のための対策が施されている</li> <li>・認証食材が安定供給されるルートが確立されている</li> </ul>                                                                                                                        |
|            | 省資源・廃棄物削減への対応           | <ul style="list-style-type: none"> <li>・食品ロスへの対応</li> <li>・脱プラスチック</li> <li>・水資源の有効活用</li> </ul>                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|            | 生物多様性の確保と<br>持続可能な食材調達  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ポストタンパク質への対応</li> <li>・認証食材の調達</li> </ul>                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 社会<br>S    | 少子高齢化社会への対応             | <ul style="list-style-type: none"> <li>・海外展開</li> <li>・労働力の確保(採用活動の強化)</li> <li>・省力化投資(ロボットなどの導入)</li> </ul>                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>・海外での新規出店、新業態開発が行われており、成長計画が描けている</li> <li>・少子高齢化に対応した店づくりが展開できている</li> <li>・省力化により、少人数でも運営できる店舗づくりが実現されている</li> <li>・独自性や魅力を備えた競争力のあるメニューの開発が行われている</li> <li>・お客様が満足するサービス提供が実現されている</li> <li>・時代や生活様式にあった新業態が開発され続けている</li> <li>・離職率15%を達成</li> <li>・健康経営優良法人認定制度取得維持</li> <li>・多様性にあふれ、一人ひとりが活躍できる環境が整っている</li> <li>・地域に根差し、地域に愛される店舗の実現</li> <li>・地域スポーツへの継続的な支援</li> </ul> |
|            | 顧客満足度の向上                | <ul style="list-style-type: none"> <li>・競争力あるメニュー開発(価格・味)</li> <li>・顧客が満足する丁寧な接客サービスの提供</li> <li>・ポストコロナの生活スタイル変化に対応した多様な業態開発、出店計画</li> <li>・食事の時間・空間の提供(核家族化・ファミリーとして集まる場所の提供)</li> <li>・FCとの緻密なコミュニケーション</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|            | ダイバーシティ&インクルージョン        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・健康経営・ワークライフバランス</li> <li>・ダイバーシティ&amp;インクルージョン</li> </ul>                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|            | 地域社会への貢献                | <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域社会から支持される店舗運営</li> <li>・地域スポーツへのスポンサー</li> </ul>                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| ガバナンス<br>G | 食の安心安全の確保               | <ul style="list-style-type: none"> <li>・衛生管理の徹底(店舗および自社工場並びに仕入先工場)</li> <li>・調達先の選定および管理</li> </ul>                                                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・当社品質管理部による検査が徹底され、重大事故ゼロ</li> <li>・認証食材が使用されている状態</li> <li>・コーポレートガバナンスコードが遵守されている</li> <li>・重大事故、ハラスメントゼロに向けた施策が行われている</li> <li>・DX推進による効果が最大化されている</li> <li>・環境、社会にポジティブな影響を与える調達体制の構築検討</li> </ul>                                                                                                                                                                          |
|            | 経営基盤の充実                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・コーポレートガバナンスの充実</li> <li>・コンプライアンス・リスクマネジメント</li> <li>・DX戦略</li> <li>・ESG調達</li> </ul>                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

# 中期経営計画「ビジョン2025」重点方針

---

- 1 既存ブランドの事業拡大と収益性向上
- 2 新業態・新事業を日本、海外でチャレンジ
- 3 多様な理念型人財の採用
- 4 個の覚醒を促すD&Iと人財育成の推進
- 5 新たな価値創造を加速させるDXと本社機能強化の推進
- 6 サステナビリティの推進

# 既存ブランドの事業拡大と収益性向上

## 目指す姿

## 戦略的な取り組みテーマ



焼肉市場売上高シェア  
No.1継続達成

- 大都市圏および都市型ビルイン店舗の出店加速
- 小商圏・未出店エリアへの出店
- 特急レーンモデル店舗拡大
- 時流に合わせたフォーマット改善



ラーメン市場売上高シェア  
No.1達成

- 郊外立地（特に東京近郊）への積極出店
- 駅前型店舗の出店加速
- 小商圏・未出店エリアへの出店
- 低投資フォーマットの確立
- ラーメン専門店としての商品力強化



お好み焼き市場売上高シェア  
No.1達成  
(2030年)

- 関西エリアの出店
- DX化を組み込んだ新フォーマットの開発
- コト利用の取り込み



寿司・しゃぶしゃぶ  
食べ放題の  
オンリーワンポジションを  
確立

- 地方大商圏の一番立地へ展開
- 都市型ビルイン店舗の検証
- インバウンドエリアへの出店
- DX化を組み込んだ新フォーマットの確立
- 名物商品の確立

### 【全ブランド共通】

- おせっかいサービスの強化
- DX・省力化推進
- SNS・デジタル販促強化
- 新たな顧客層獲得に向けたアプローチ獲得

# 中期経営計画 ② 新業態・新事業を日本、海外でチャレンジ

## 多店舗展開

### 国内市場

### 海外市場

#### 郊外型

#### 駅前・繁華街型

#### 中国・香港

#### 大型店舗



#### 中小型店舗



#### インドネシア



## インキュベーター

### 専門店



### M&A

M&A案件の探索

# 多様な理念型人財の採用

## 理念型人財の採用を強化 (新卒・キャリア)

- 社長が理念について発信する  
トップセミナーを月4回実施
- 信頼関係を築くとともに人を育てる  
1対1の個人面接を実施
- 入社まで個別にサポートするメンター制度を  
導入するなどフォロー体制を確立



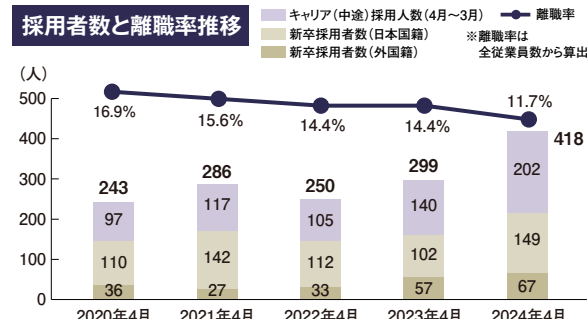
## 採用チャネルの多様化

- リファラル採用
  - ・長期休みに合わせた本社見学ツアーの開催
  - ・就活応援セミナーの実施
  - ・パートナー人事制度の刷新
  - ・2024年度新卒入社の  
リファラル採用過去最多(60名)
- 海外における採用活動
  - ・インドネシアのデンバサール・  
マハサラスワティ大学と産学協定を締結
  - ・韓国、ネパール、フィリピン、ベトナムで  
会社説明を実施
- 大学・専門学校と連携強化
  - ・短期大学の非常勤講師に就任
  - ・店舗インターンシップを実施
  - ・全国の日本語学校と連携した採用活動



## ワークエンゲージメントの向上 (働きがいと働きやすさ)

- 健康経営優良法人としての質向上
- 賃金ベースアップおよび初任給の引き上げを  
適宜実施
- ジョブチャレンジ制度の導入
- 低用量ピル服用費全額補助制度の導入
- myエリア制度の導入
- ダブルレインボー休暇制度の導入
- 地域限定社員
- 託児補助制度
- ライフパートナーシップ  
制度



|          |         |
|----------|---------|
| 平均勤続年数   | 4年11カ月  |
| 年間所定労働時間 | 2,024時間 |
| 月間平均残業時間 | 18.7時間  |

※算出期間:2023年7月1日~2024年6月30日

# 個の覚醒を促すD&Iと人財育成の推進

人的資本への投資を積極的に行い、事業活動を通じて「豊かな社会」と「お客様に必要とされるブランド・会社」の両立の実現を目指し、社会の課題解決と持続的発展に貢献してまいります。

## D&I（ダイバーシティ&インクルージョン）

人財の多様な価値観を認め合い、「個」の活躍を推進することを目的とした「D&I宣言」を掲げています。

### 多様な人財の活躍を推進

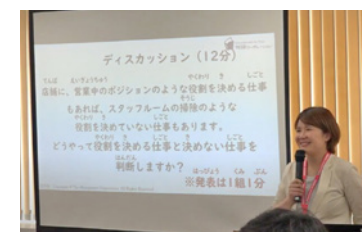
- 女性
- チャレンジド
- セクシュアルマイノリティ
- パートナー
- インターナショナル
- シニア

|               |       |
|---------------|-------|
| 正社員女性比率       | 22.4% |
| 女性管理職比率       | 4.7%  |
| 男女賃金格差率       | 79.7% |
| 新入社員に占める女性比率  | 40.8% |
| 男性育休取得率       | 59.6% |
| チャレンジド雇用率     | 3.3%  |
| インターナショナル社員比率 | 15.6% |

※算出期間：2023年7月1日～2024年6月30日

## 開発型人財の育成

- 「Smile & Sexy」の理念教育を目的とした研修を全社員へ実施
- プロフェッショナル育成を目的とした職業研修を全社員へ実施
- 店長研修
- 物語アカデミーによる階層別研修の実施
- タレントマネジメント／人事評価制度の運用、定着



|               |          |
|---------------|----------|
| 従業員一人あたりの研修時間 | 約45時間    |
| 総研修時間         | 約1,450時間 |
| 研修実施回数        | 440回     |

※算出期間：2023年7月1日～2024年6月30日

# 中期経営計画 ⑤ 新たな価値創造を加速させるDXや本社機能強化の推進

## DX

### DX 推進・IT 推進

- 店舗バックヤード業務ゼロの実現
- 本社費対粗利益比率の低減

### 業態改善・マーケティング

- デジタルマーケティングによる顧客化率・ブランド集客力向上

## 本社機能の強化

### 購買・物流強化

- 新たな物流体制、納品体制の構築
- 内製化品目数の拡充
- 2026年6月期新工場の設置・稼働

### 品質管理・衛生管理

- グループ衛生管理体制の強化
- 工場監査 年20ヶ所以上
- 外部衛生検査 評価Aランク以上率70%

### グループ経営体制

- 海外を含めたグループ経営、子会社管理の強化

# 中期経営計画 ⑥ サステナビリティの推進

## 社会の取り組み

### ダイバーシティ&インクルージョン

#### 健康経営優良法人認定制度取得への取り組み



- 「ダブルレインボー休暇」制度の導入※1
- 「myエリア制度」の導入
- 「低用量ビル服用費全額補助制度」の導入
- 「ジョブチャレンジ制度」の導入
- 社員表彰制度の導入
- 相談窓口の設置（セクシュアルマイノリティ当事者および障がい者は、外部相談窓口設置）
- 「物語ファミリーコンベンション」の開催



- キャリア社員（中途社員）積極採用
- D&I Award ベストワークプレイス受賞



- 託児補助手当
- 産育休Webガイドリリース
- 育休復職トレーニングの実施
- 育休復職者への復帰後フォロー面談の実施
- 「ココロのバリアフリー計画」への賛同
- インターナショナル社員（外国籍社員）の積極採用



- 上海外国語大学・韓国の中央大学校インターンシップ生受け入れ事業の推進
- マハサラスワティ大学外国語学部（インドネシア）学生への奨学金支給・産学連携協定締結
- PRIDE指標「GOLD」認定を5年連続、「レインボー」認定を取得



- 「レインボーコミュニケーションバッジ（RCB）2024プロジェクト」に賛同
- ライフパートナーシップ制度の導入
- オールジェンダートイレの導入（一部店舗を除く）



- 自認の性に合わせた通称名の利用
- 全従業員へのセクシュアルマイノリティ研修・教育の実施



- 障がい者雇用の促進
- 特別支援学校職場体験実習の受け入れ



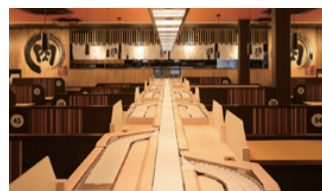
- ウェルフェアトレードへの賛同

### 少子高齢化社会への対応

- 中国での店舗展開
- インドネシアでの店舗展開
- パートナー人事制度の発展
- 永年勤続表彰制度の導入（社員・パートナー）※2
- 内定者イベント「物語オンラインサロン」の開催
- 東京フォーラムオフィス移転

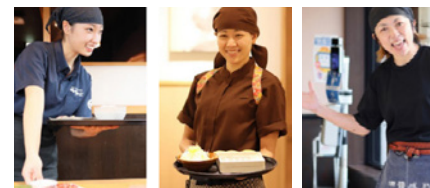


- ラーメン業態でのタッチパネル、セルフレジ、食券機の導入
- 店舗来店予約のAI化
- 配膳ロボットの効果的な活用
- 特急レーン付焼肉きんぐの展開



### 顧客満足度の向上

- 業態ごとに開発担当者を配置し開発力を強化
- デジタルマーケティングによる顧客ロイヤルティの向上
- 顧客満足度調査のタイムリーな共有による改善スピード向上
- 「おせっかい」サービスの浸透



### 地域社会への貢献

- 豊橋市と災害協定を締結



- 能登半島地震被災地支援活動を実施



- 中学校生徒の職場体験を実施



- プロバスケットボールチーム「三遠ネオフェニックス」オフィシャルスポンサー



- 東三河サッカー協会「物語コーポレーションカップ兼東三河サッカー選手権」の開催
- 渥美モーターズ&物語コーポレーション PresentsプロレスリングZERO1田原大会

※1）年2回7日間連続休暇が14日間連続休暇を取得できる制度。単なる福利厚生に留まらず、連休だからこそできる体験をし、自身の価値観や視野を広げることを目的に導入した制度です。

※2）永年勤続者へ感謝の意を伝えるべく、社員およびパートナー（アルバイト）に対して表彰式を開催しています。一人ひとり内容の異なる表彰状と記念品を贈呈します。

# 中期経営計画 ⑥ サステナビリティの推進

## 環境の取り組み

### 気候変動への対応(脱炭素社会への貢献)

- オフィス(東京・豊橋)、工場(物語フードファクトリー・物語フードラボ)の100%グリーン電力化



- 焼肉きんぐ2店舗にて太陽光発電設備を導入



- 省エネ法「事業者クラス分け評価制度」にて5年連続「優良事業者(Sクラス)」に認定
- 物流センターにおける再生可能エネルギーの使用
- デマンドコントロール実施店舗の拡大
- 店舗照明のLED化推進
- TCFD提言への賛同



- 豊橋・インドネシアにて植林活動開始



- 未利用間伐材の有効利用(サステナビリティ推進バッジ作成・使用)

### 省資源・廃棄物削減への対応

- プラスチックコップを店舗で使用するテーブルウェアにリサイクル



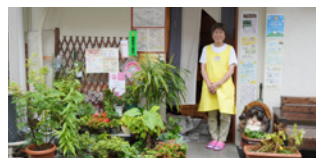
- プラスチックコップを店舗で使用するボールペンにリサイクル



- ENEOS株式会社と廃食油活用に関する連携協定書を締結
- 廃食油のリサイクルの全店実施



- 食品残渣メタン化によるリサイクルの実施
- フードロスチャレンジへの賛同、社内啓発活動実施
- 客席(タッチパネル)でのロス削減POP設置
- 子ども食堂へ食材を寄付



- フードバンクへの食材提供を実施、3年で6団体約200万円分提供(東三河フードバンク等)
- お客様が使用する「ストロー」「持ち帰りスプーン」「持ち帰り袋」をバイオマス素材のものに変更
- 全業態全店エコ箸の使用(一部割りばし使用あり)

### 生物多様性の確保と持続可能な食材調達

- ベジ焼肉(カルビ/ミンチ)のテスト販売実施
- 植物肉「ミラクルミート」のDAIZ社と資本業務提携
- 植物肉「ミラクルミート」の商品化



- 認証食材の調達
- 野菜の皮や芯から生まれた野菜だし「ベジブロード」を使用した茶碗蒸しの商品化



## ガバナンスの取り組み

### 食の安心安全の確保

- 自社品質管理グループによる検査の徹底
- 物語フードファクトリー(製麺工場)の愛知県版HACCP認証取得
- 物語フードラボ(液体調味料工場)の愛知県版HACCP認証取得



- 認証食材の商品化
- 店舗における年3回の外部衛生検査実施
- グループ衛生委員会の毎月開催
- 異物混入件数の減少に向けた啓発活動
- PB(プライベートブランド)工場の監査実施
- 牛肉トレーサビリティ法の遵守
- 米トレーサビリティ法の遵守

### 経営基盤の充実

- コーポレートガバナンス・コードに関する取り組み
- 指名報酬委員会の設置
- 内部通報制度
- 内部統制推進委員会の活動
- ハラスメントゼロマニュアルのリリース
- SNS不適切投稿ZEROコミックのリリース
- IT化の推進
- DX委員会の毎月開催
- 物語レシピにおいてFSC認証紙を使用
- 「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」の構成銘柄に初選定



FTSE Blossom Japan Sector Relative Index

ご清聴ありがとうございました。



Storyteller tells the Story

物語コーポレーション

## 参 考 デ ー タ

詳細データは、FACTBOOKとしてホームページに移動しました。

<http://www.monogatari.co.jp/ir/business.html>

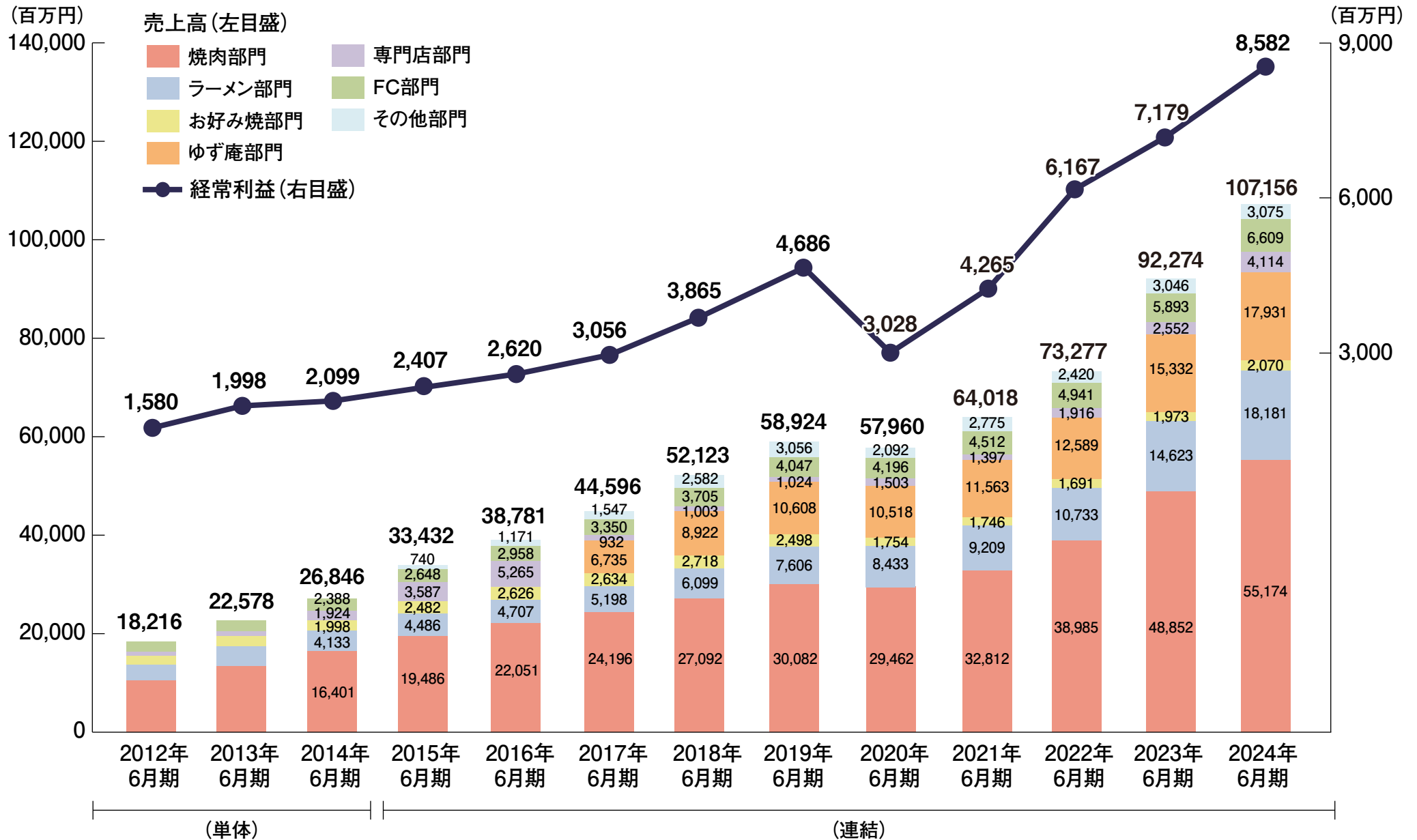
# 物語コーポレーションとは

郊外ロードサイド型レストランを中心に720店舗を展開  
(うち直営448店舗、FC244店舗、海外28店舗)

2024年6月30日現在

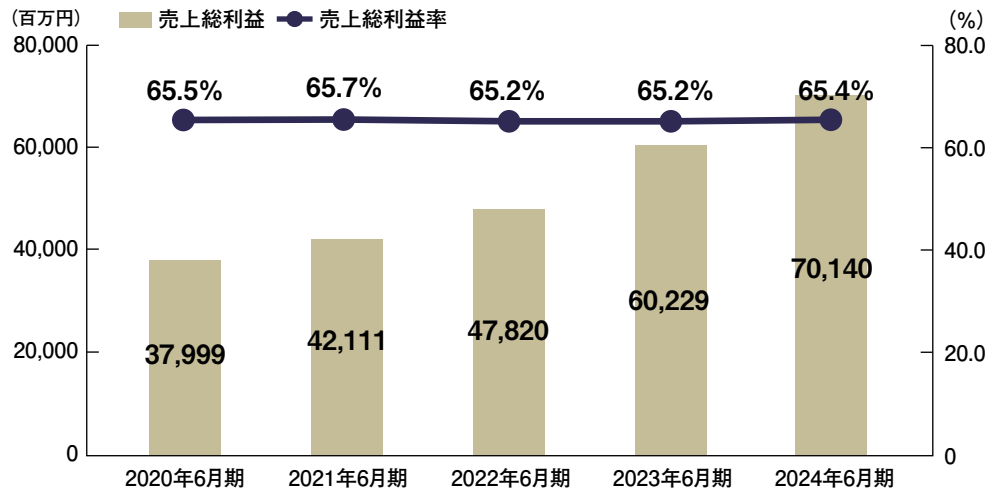
|                 | 焼 肉                                                                                        | ラーメン                                                                                        | お好み焼                                                                                         | 寿司・しゃぶしゃぶ                                                                                            | 専門店                                                                                                     | 海 外                                                                                         |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| 市場<br>売上高<br>順位 | 1位                                                                                         | 2位                                                                                          | 4位                                                                                           | 3位                                                                                                   | —                                                                                                       | —                                                                                           |
|                 | <br>焼肉きんぐ | <br>丸源ラーメン | <br>お好み焼本舗 | <br>寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵 | <br>焼きたてのかるび         | <br>肉肉大米 |
|                 | ▶ 焼肉きんぐ                                                                                    | ▶ 丸源ラーメン<br>▶ 二代目丸源<br>▶ 熟成醤油ラーメン<br>きゃべとん                                                  | ▶ お好み焼本舗                                                                                     | ▶ 寿司・しゃぶしゃぶ<br>ゆず庵                                                                                   | ▶ 魚貝三昧 げん屋<br>▶ しゃぶとかに 源氏総本店<br>▶ 牛たん大好き 焼肉はっぴい<br>▶ 熟成焼肉 肉源<br>▶ 焼きたてのかるび<br>▶ 濃厚中華そば 餃子 丸福<br>▶ 果実屋珈琲 | ▶ 北海道<br>蟹の岡田屋総本店<br>▶ 焼肉専門店肉源 焼肉王<br>▶ 熟成牛挽肉と炊き立てごはん<br>肉肉大米<br>▶ Yakitate KALBI           |
| 店舗数             | 325店舗                                                                                      | 219店舗                                                                                       | 20店舗                                                                                         | 97店舗                                                                                                 | 31店舗                                                                                                    | 28店舗                                                                                        |
| 直 営             | 205 店舗                                                                                     | 115 店舗                                                                                      | 16 店舗                                                                                        | 81 店舗                                                                                                | 31 店舗                                                                                                   | 28 店舗                                                                                       |
| F C             | 120 店舗                                                                                     | 104 店舗                                                                                      | 4 店舗                                                                                         | 16 店舗                                                                                                | 0 店舗                                                                                                    |                                                                                             |

# 業績推移

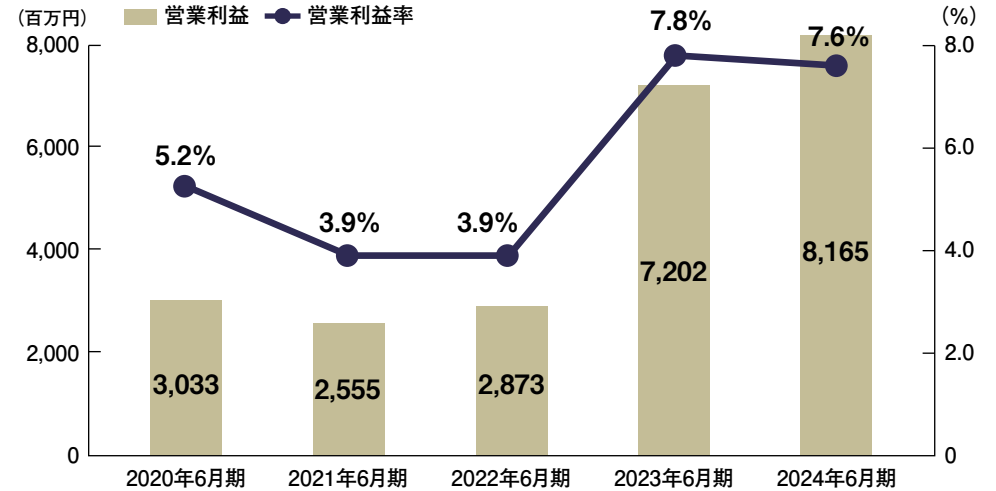


# 主要指標推移①

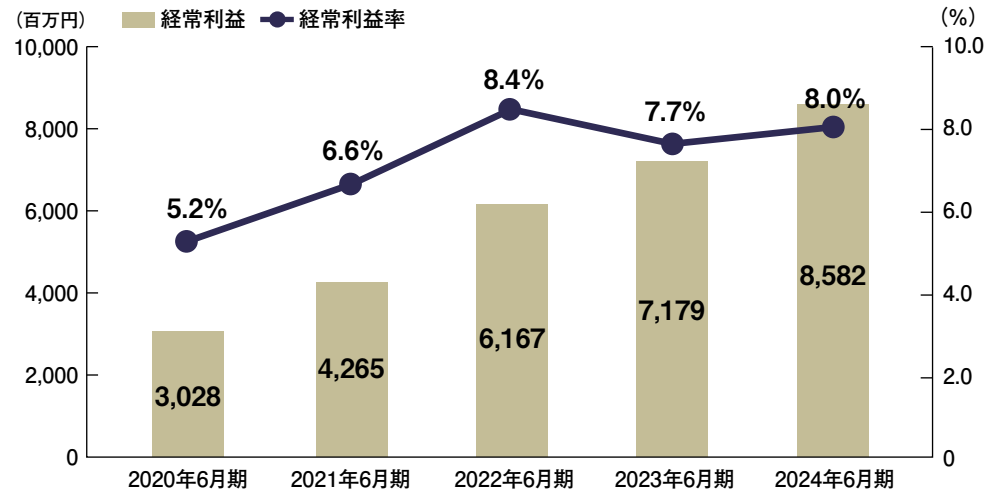
## 売上総利益と売上総利益率



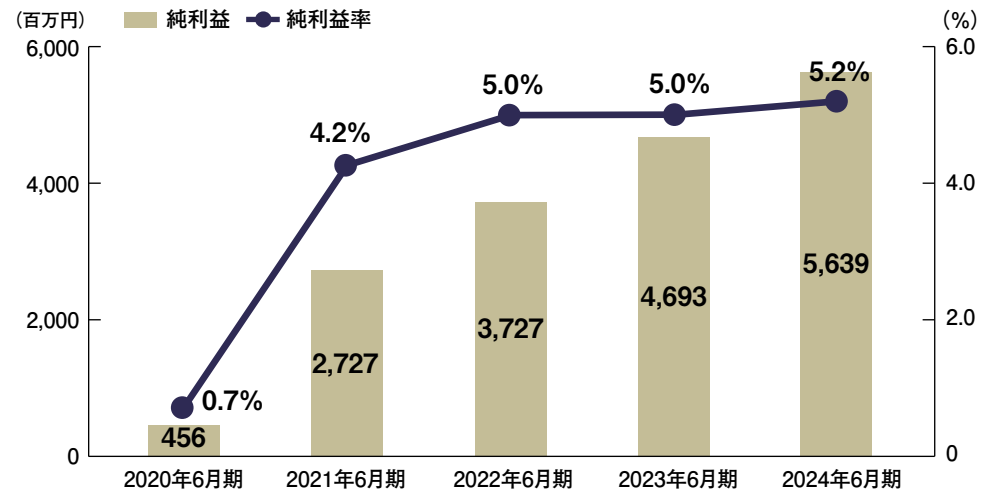
## 営業利益と営業利益率



## 経常利益と経常利益率

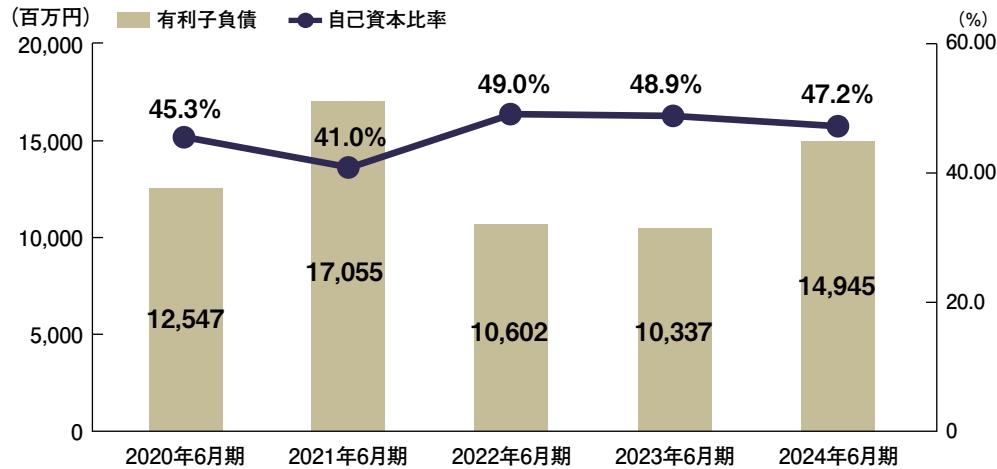


## 純利益と純利益率



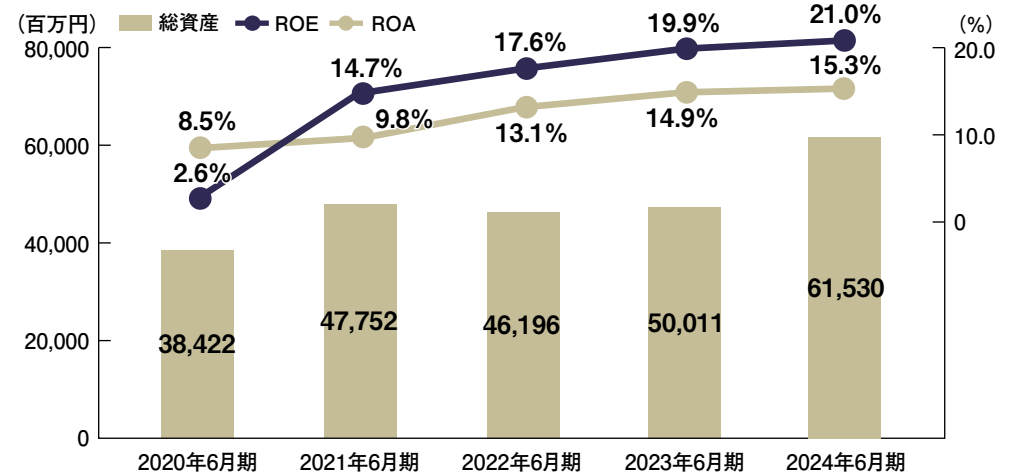
# 主要指標推移②

## 有利子負債と自己資本比率



※有利子負債とは、一年以内返済長期借入金、社債、長期借入金、リース債務を合算したものです

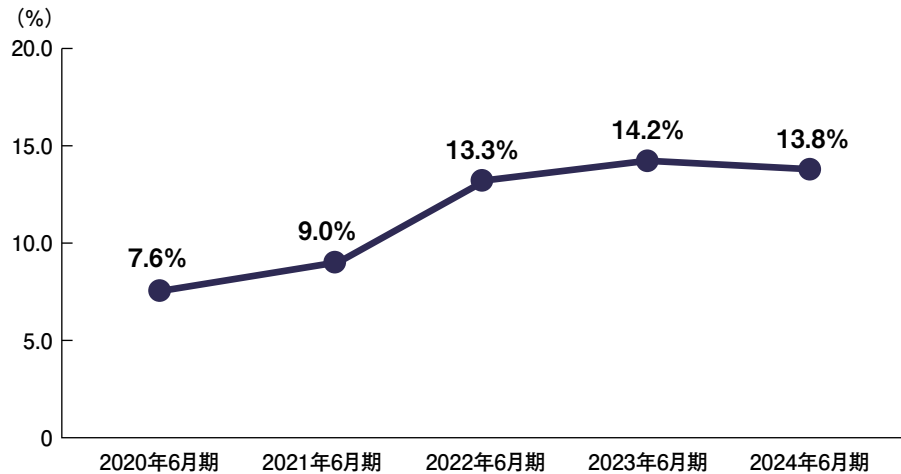
## ROE・ROA



※ROAの分子は経常利益・ROEの分子は親会社株主に帰属する当期純利益を採用しています

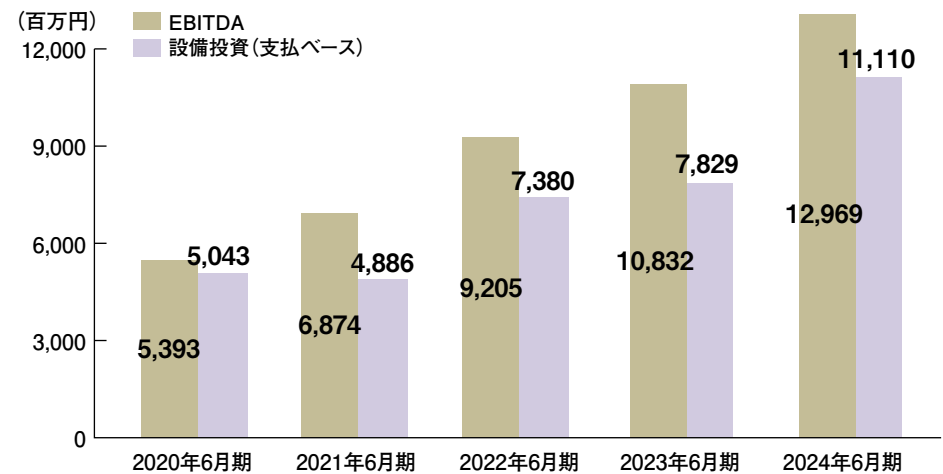
※ROA・ROEの計算式のそれぞれの分母は、期中平均の数値を採用しています

## ROIC



※ROIC=税引後経常利益／(自己資本+有利子負債)

## 設備投資・EBITDA

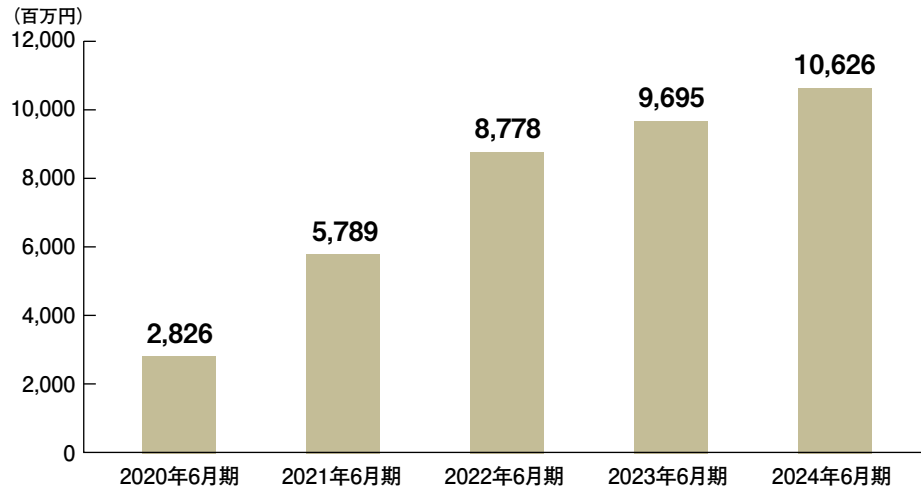


※EBITDAとは、経常利益+減価償却費としております

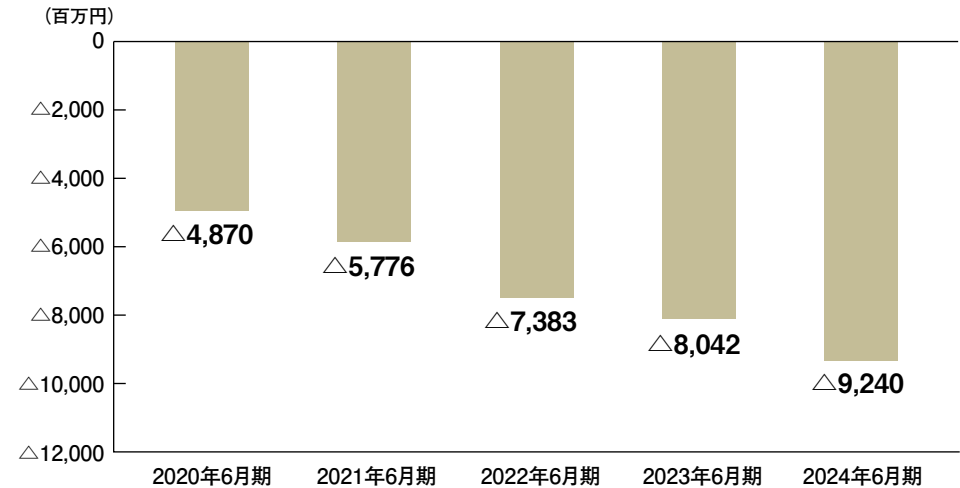
※設備投資(支払ベース)とは、有形固定資産の取得+無形固定資産の取得+差入保証金の差入れとしています

# 主要指標推移③

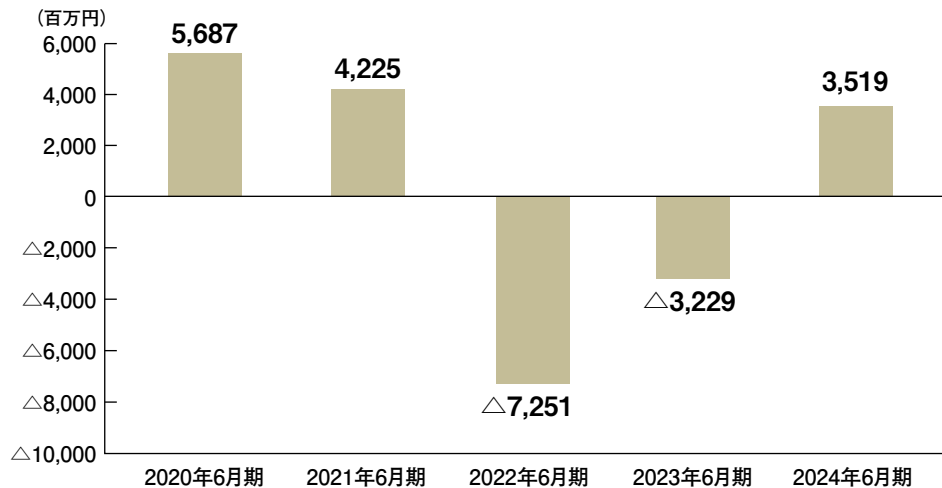
## 営業活動によるキャッシュ・フロー



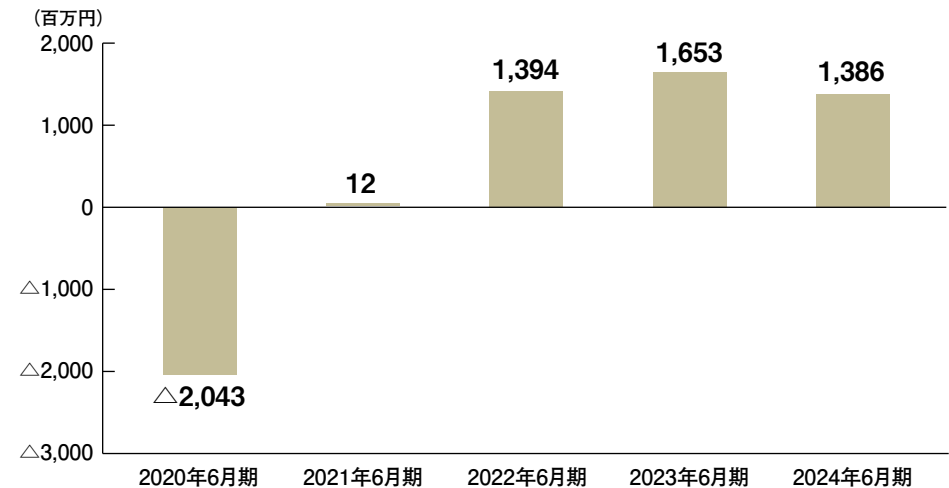
## 投資活動によるキャッシュ・フロー



## 財務活動によるキャッシュ・フロー



## フリー・キャッシュ・フロー

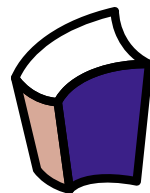


※フリー・キャッシュ・フローとは、営業キャッシュ・フローと投資キャッシュ・フローを加算したものです

# 本資料お取扱上のご注意

本資料は当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。本資料を作成するに当たっては正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。本資料中の情報によって生じた障害や損害については、当社は一切責任を負いません。本資料中の業績予想ならびに将来見通しは、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績は言及または記述されている将来見通しとは大きく異なる結果となることをご承知おきください。

お問い合わせ先



Storyteller tells the Story

物語コーポレーション IR担当

Email : [ir@monogatari.co.jp](mailto:ir@monogatari.co.jp)