



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~

2025年6月期 第1四半期 決算説明資料

2024年11月8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。

理念型人財の採用

- 内定者146名を対象に内定証書授与式を開催
- 全国で働くパートタイマーをオフィスに招待する「夏休みの本社見学ツアー」を実施
- ベトナム、フィリピン、インドネシア、韓国における採用活動を加速
- ウズベキスタンの人財育成と就業支援における包括連携・協力に関する覚書を締結



働きがいと働きやすさの両立

- 昨年に続き、賃金ベースアップを実施
- 「物語ファミリーコンベンション」を開催
- 永年勤続表彰式を開催
- ジョブチャレンジ制度の設置



チャレンジド^(※1)活躍推進

- 令和6年度障害者雇用エクセレントカンパニー賞において東京都知事賞を受賞
- 令和6年度障害者雇用優良事業所表彰においてJEED^(※2)理事長努力賞を受賞
- サステナビリティ月間において「ココロのバリアフリー」の推進

※1 当社では、「障がい者」を「チャレンジド」と呼称しております

※2 JEEDとは、独立行政法人高齢・障害・求職者雇用支援機構の英文略称です

プレゼンテーション構成

1 第1四半期業績概要

津寺 毅【取締役 常務執行役員 財務・成長戦略担当】

2 第1四半期業績総括

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14.8%増、営業利益7.9%増、経常利益0.3%減、四半期純利益^(※1) 1.5%減

- ・売上高は、国内事業における既存店売上高の増収および店舗数増加、ならびに海外事業の増収
- ・営業利益は、既存店の増収および店舗数の増加、ならびに海外事業の良化による増益
- ・経常利益は、為替差損の発生により減益
- ・四半期純利益は、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△116百万円発生

2 既存店の状況

既存店売上高前年比105.0%

- ・焼肉部門は、商品力の強化と価格改定、テレビCM等のPR強化をはじめ、既存店の積極的な改装の効果により、既存店売上高前年比101.7%
- ・ラーメン部門は、専門性が高く付加価値の高い商品開発をはじめ、テレビCMや20周年キャンペーンなどのPRを強化。既存店売上高前年比106.8%
- ・お好み焼部門は、ランドメニューの刷新に加えて、既存店の改装の効果により、既存店売上高前年比104.0%
- ・ゆず庵部門は、「ハレの日」需要の獲得に向けて高付加価値商品の開発を実施。テレビCMも刷新し、来客数が伸長。既存店売上高前年比114.3%

3 新規出店の状況

新規出店17店舗（海外4店舗を含む）

- ・国内新規出店 『焼肉きんぐ』6店舗（直営4店舗、FC2店舗）、『丸源ラーメン』4店舗（直営）
『寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵』1店舗（直営）、『焼きたてのかるび』2店舗（直営）
- ・海外新規出店 中国『肉肉大米』4店舗（直営1店舗、FC3店舗）
- ・期末店舗数は、733店舗（直営459店舗、FC246店舗、海外28店舗）

4 財務の状況

自己資本比率54.8%

- ・資本金および資本剰余金の増加、ならびに利益剰余金の積み上げにより、純資産33,797百万円、自己資本比率54.8%（前期末差異+7.6ポイント）
- ・有利子負債は、11,405百万円（前期末差異3,539百万円減）

5 業績計画

2025年6月期年間配当は、36円00銭^(※2)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^{※2}（連結配当性向20.3%）を計画

※1 四半期純利益＝親会社株主に帰属する四半期純利益

※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)

	2024年6月期	2025年6月期					前年差異ポイント
	1Q累計	1Q累計	対前年差異		2Q累計	通期	
	実績 (売上比%)	実績 (売上比%)	%	金額	計画 (売上比%)	計画 (売上比%)	
売上高	25,909	29,752	114.8	3,843	58,465	121,534	売上高前年差+3,843百万円 ①店舗数増加による増加 …… +2,137百万円 ②既存店舗による増加 …… +1,169百万円 ③FC事業部門他による増加 …… +224百万円 ④海外子会社による増加 …… +311百万円
焼肉部門	13,840(53.4)	15,224(51.1)	110.0	1,384	29,136(49.8)	60,267(49.5)	
ラーメン部門	4,502(17.3)	5,252(17.6)	116.6	750	10,247(17.5)	20,915(17.2)	
お好み焼部門	472 (1.8)	540 (1.8)	114.4	68	1,009 (1.7)	2,140 (1.7)	
ゆず庵部門	3,965(15.3)	4,698(15.7)	118.4	732	9,603(16.4)	19,804(16.2)	
専門店部門	845 (3.2)	1,217 (4.0)	143.9	371	2,513 (4.2)	5,504 (4.5)	
FC部門	1,598 (6.1)	1,823 (6.1)	114.0	224	3,417 (5.8)	6,959 (5.7)	
その他部門	685 (2.6)	996 (3.3)	145.4	311	2,537 (4.3)	5,942 (4.8)	
売上総利益	17,149 (66.1)	19,746 (66.3)	115.1	2,597	38,307 (65.5)	79,079 (65.0)	売上総利益率前年差+0.2ポイント ①既存店舗の売上総利益率の良化 ②海外事業の売上総利益率の良化
販売費及び一般管理費	14,959 (57.7)	17,383 (58.4)	116.2	2,423	33,883 (57.9)	69,499 (57.1)	経常利益前年差△8百万円 ①店舗数増加/FC事業他による増加 …… +453百万円 ②既存店舗による増加 …… +291百万円 ③海外子会社における増加 …… +43百万円 ④本社経費等による減少 …… △796百万円
営業利益	2,189 (8.4)	2,363 (7.9)	107.9	173	4,423 (7.5)	9,580 (7.8)	経常利益率△1.1ポイント ①売上総利益率の良化 …… +0.2ポイント ②販管費および一般管理費率の増加 …… △0.7ポイント ③営業外費用の増加 …… △0.6ポイント
経常利益	2,244 (8.6)	2,236 (7.5)	99.6	△8	4,391 (7.5)	9,538 (7.8)	
四半期純利益	1,335 (5.1)	1,314 (4.4)	98.4	△20	2,702 (4.6)	6,323 (5.2)	四半期純利益前年差△20百万円 ①特別損失の発生 …… △116百万円
EBITDA	3,236 (12.4)	3,361 (11.2)	103.8	125	6,682 (11.4)	14,381 (11.8)	

※四半期純利益=親会社株主に帰属する四半期純利益

※EBITDA=経常利益+減価償却費

業績概要② (単体別)

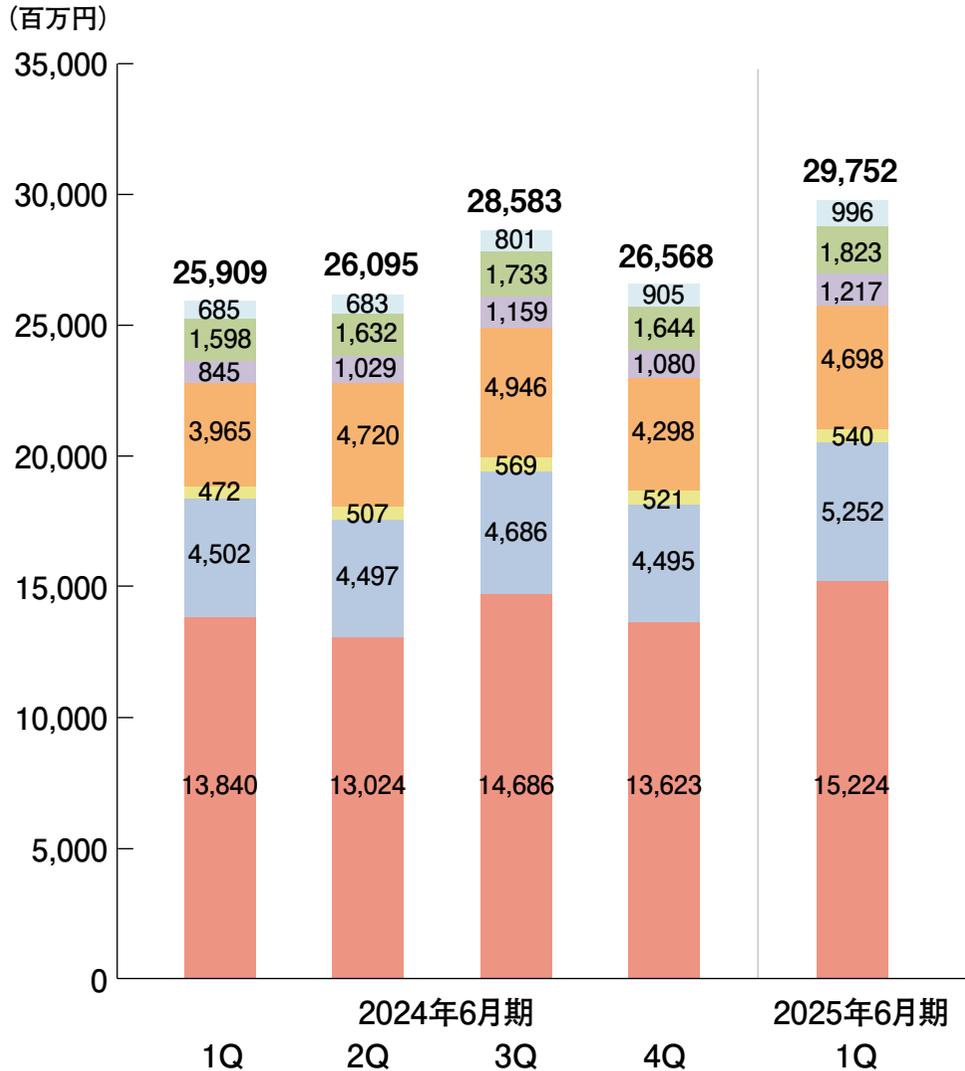
(単位:百万円)

	2024年6月期		2025年6月期			
	1Q累計	1Q累計	対前年差異		2Q累計	通期
	実績 (売上比%)	実績 (売上比%)	%	金額	計画 (売上比%)	計画 (売上比%)
売上高	25,909	29,752	114.8	3,843	58,465	121,534
国内	25,229	28,761	113.9	3,531	55,927	115,592
中国	657	930	141.5	273	2,292	5,239
インドネシア	22	61	274.7	38	192	512
香港	—	0	0	0	53	190
連結調整額	—	—	—	—	—	—
営業利益	2,189 (8.5)	2,363 (7.9)	107.9	173	4,665 (8.0)	10,287 (8.5)
国内	2,261(9.0)	2,338(8.1)	103.3	76	4,213 (7.5)	8,898 (7.7)
中国	△45 (—)	43(4.7)	—	89	241(10.5)	707(13.5)
インドネシア	△28 (—)	△20 (—)	—	7	△6 (—)	10 (2.0)
香港	— (—)	△22 (—)	—	△22	△24 (—)	△35 (—)
連結調整額	1 (—)	24 (—)	—	24	0 (—)	0 (—)
経常利益	2,244 (8.6)	2,236 (7.5)	99.6	△ 8	4,391 (7.5)	9,538 (7.8)
国内	2,309(9.1)	2,257(7.8)	97.7	△51	4,182 (7.4)	8,860 (7.6)
中国	△38 (—)	57(6.1)	—	95	242(10.5)	707(13.5)
インドネシア	△27 (—)	△20 (—)	—	6	△8 (—)	6 (1.2)
香港	— (—)	△22 (—)	—	△22	△24 (—)	△35 (—)
連結調整額	0 (—)	△36 (—)	—	△36	0 (—)	0 (—)

業績概要③ (四半期業績の推移)

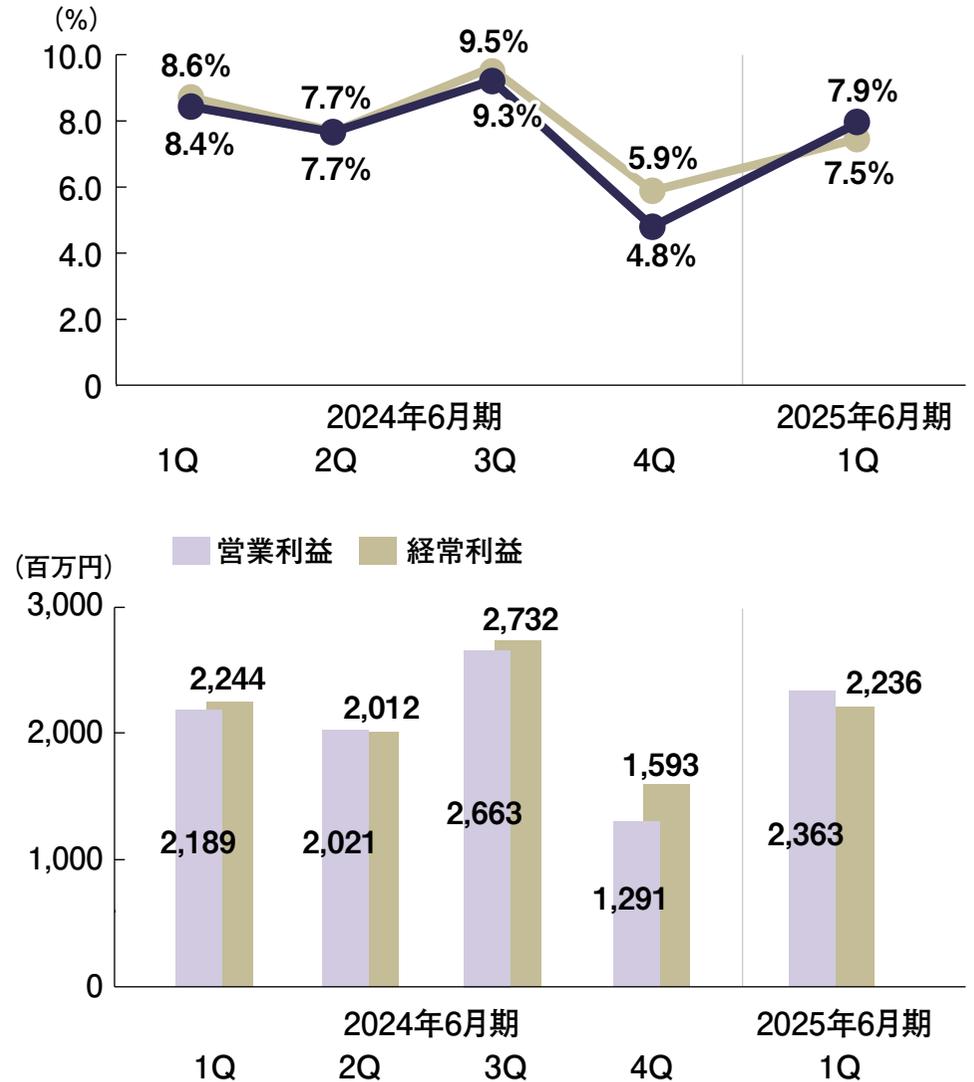
売上高

- 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

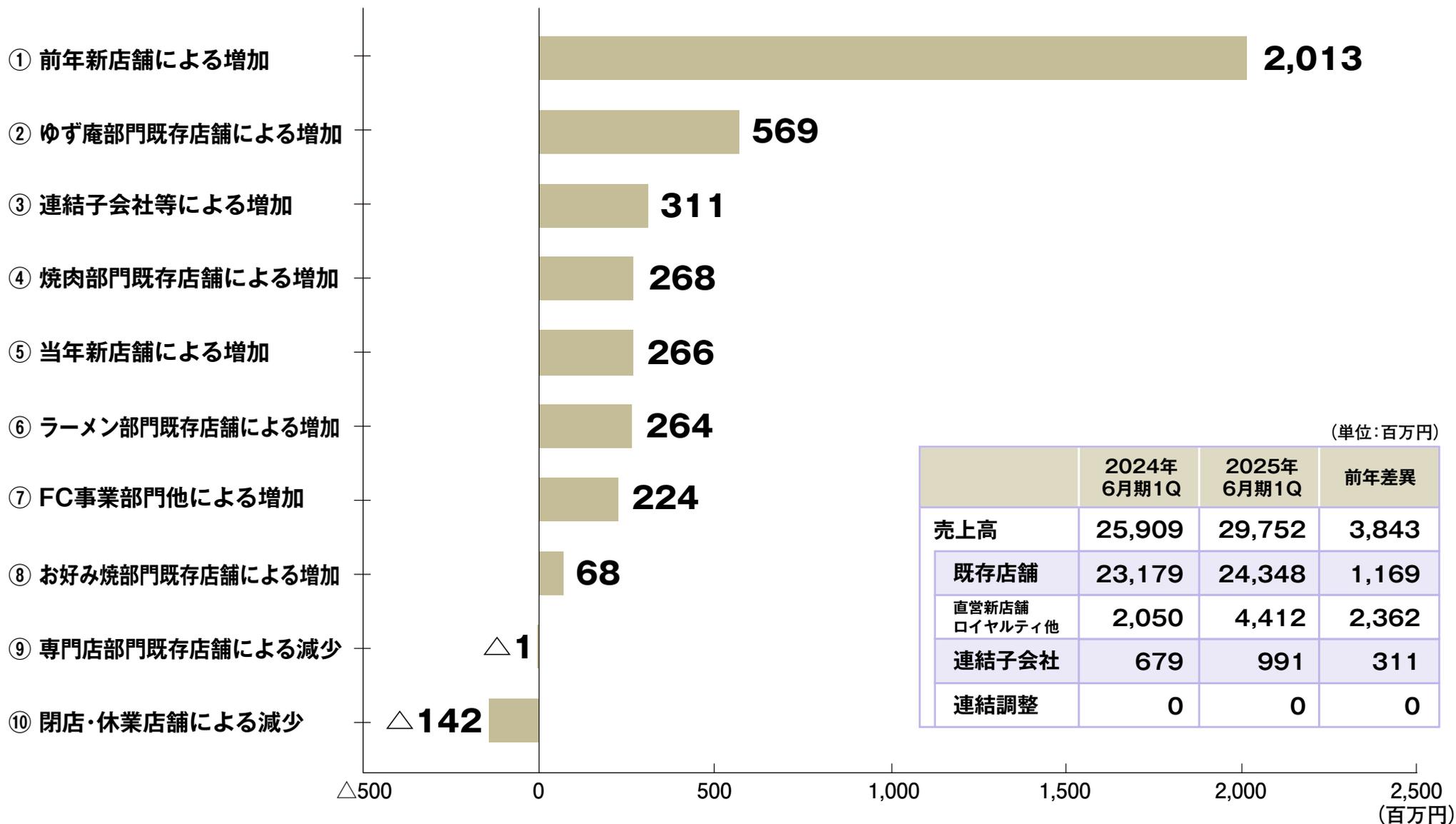


営業・経常利益

- 営業利益率
- 経常利益率

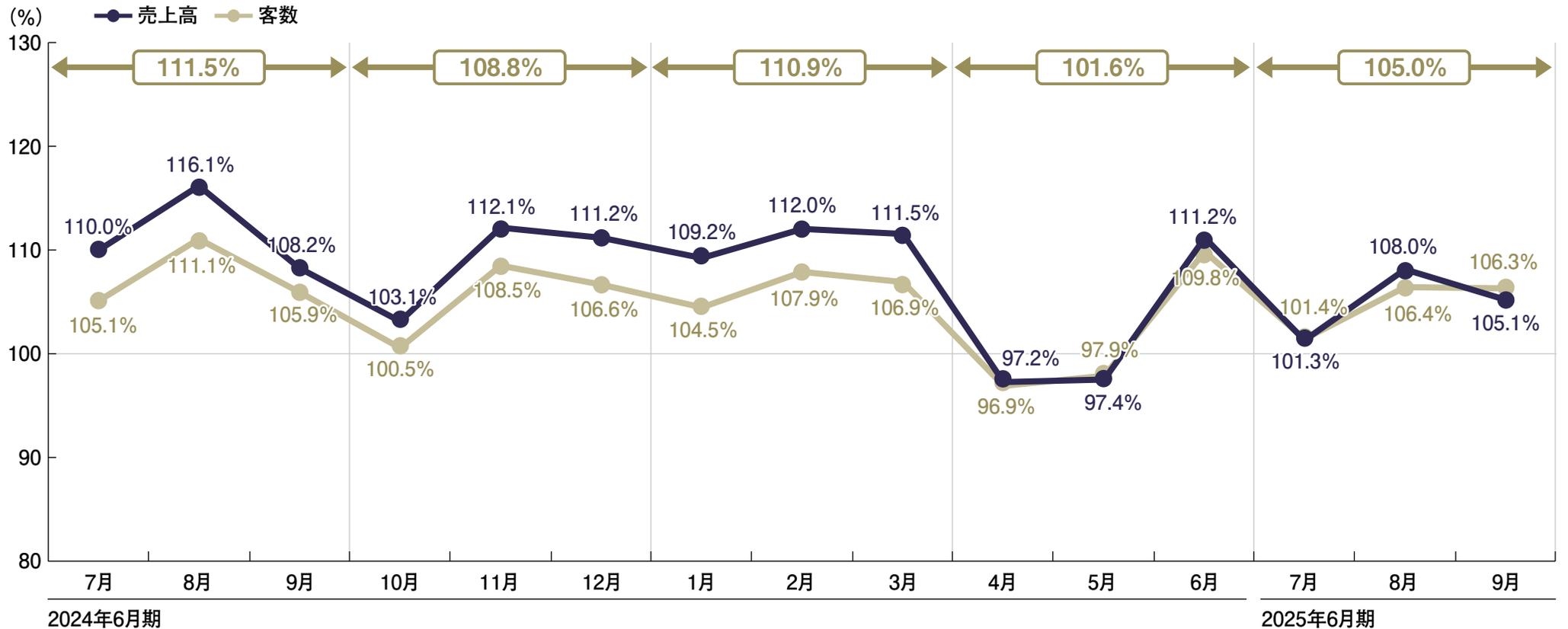


業績概要 (売上高の対前年増減要因)



※連結子会社等とは、Storyteller株式会社、物語(上海)企業管理有限公司、PT. Agrapana Niaga Gemilang、物語香港有限公司ならびに連結調整額の合計です
 ※この表中の既存店舗とは、2025年6月期を基準とし、前々年までに出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)



(単位: %)

	2024年6月期													2025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	通期
売上高	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	101.3	108.0	105.1	105.0
客数	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	101.4	106.4	106.3	104.8
客単価	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	99.9	101.5	98.9	100.2

※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

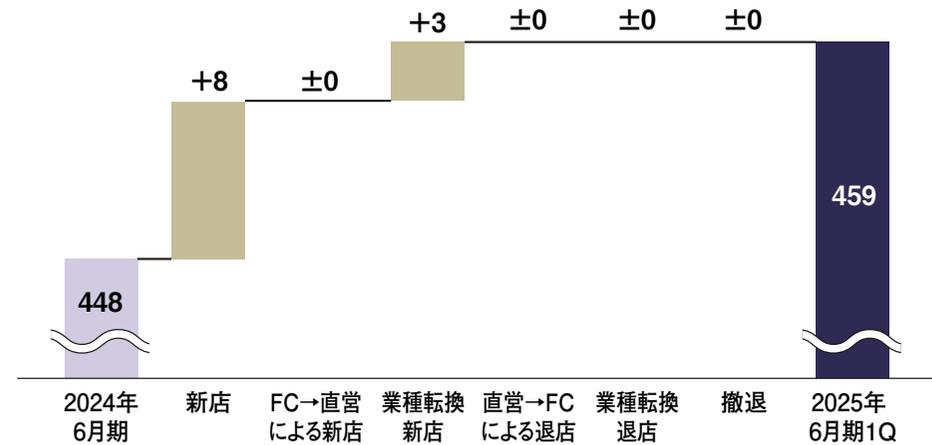
出退店状況

(単位:店舗)

部門	種別	2024年 6月期	2025年6月期				期末 店舗数
		期末 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	205	19	4	1	0	209
	FC	120	10	2	0	0	122
ラーメン	直営	115	18	4	0	0	119
	FC	104	5	0	0	0	104
お好み焼	直営	16	2	0	0	0	16
	FC	4	0	0	0	0	4
ゆず庵	直営	81	7	1	1	0	82
	FC	16	1	0	0	0	16
専門店	直営	31	15	2	0	0	33
	FC	0	1	0	0	0	0
その他	海外	28	19	4	2	4	28
国内・直営合計		448	61	11	2	0	459
FC合計		244	17	2	0	0	246
海外合計		28	19	4	2	4	28
合計		720	97	17	4	4	733

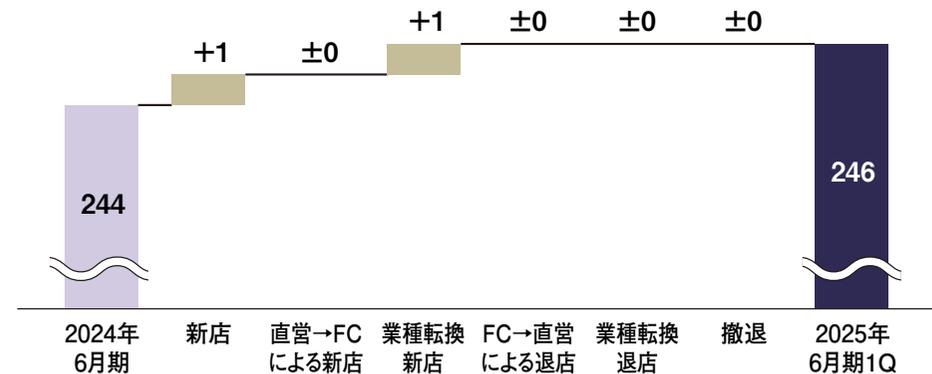
国内・直営店舗数

(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9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	209	122	331
ラーメン	丸源ラーメン	113	103	216
	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	82	16	98
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	24	—	24
	濃厚中華そば 餃子 丸福	2	—	2
	果実屋珈琲	1	—	1
	合計	459	246	705

- 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)

広島県 14店舗 (●7 ■1 ●4) (●1 ■1)

香川県 7店舗 (●2 ■2 ●2 ●1)

島根県 1店舗 (■1)

山口県 5店舗 (●2 ●2 ●1)

愛媛県 9店舗 (●2 ■1 ●2 ■2 ●2)

福岡県 30店舗 (●10 ■6 ●7 ■2 ●5)

佐賀県 3店舗 (●2 ●1)

大分県 5店舗 (●1 ■2 ●1 ■1)

長崎県 5店舗 (●3 ■1 ●1)

熊本県 10店舗 (●3 ■2 ■3 ●2)

宮崎県 8店舗 (■4 ■2 ●1 ●1)

鹿児島県 9店舗 (■5 ●2 ●1 ●1)

栃木県 17店舗 (●9 ■4 ●4)

群馬県 11店舗 (●3 ■3 ●2 ●2 ●1)

長野県 15店舗 (●2 ■5 ●2 ■2) (●1 ■3)

富山県 9店舗 (●3 ■1 ●2 ■1) (●1 ■1)

石川県 8店舗 (●3 ■1 ■1 ●2 ●1)

福井県 5店舗 (●1 ■1 ●2 ●1)

京都府 5店舗 (●3 ■2)

兵庫県 16店舗 (●6 ●4 ■4 ●1 ●1)

鳥取県 2店舗 (■1 ■1)

北海道 10店舗 (●2 ■6 ●1 ■1)

青森県 2店舗 (■2)

秋田県 2店舗 (■1 ■1)

山形県 6店舗 (●4 ●2)

新潟県 8店舗 (■6 ■2)

岩手県 2店舗 (●1 ■1)

宮城県 17店舗 (●5 ■2 ●3 ■1) (●2 ●4)

福島県 12店舗 (●6 ●2 ●4)

埼玉県 55店舗 (●19 ■8 ●12 ■4) (●6 ●6)

茨城県 20店舗 (●4 ■8 ●4 ■1) (●1 ●2)

東京都 49店舗 (●20 ■1 ■14 ■2) (●1 ●5 ●6)

千葉県 44店舗 (●15 ■8 ●7 ■6) (●1 ●5 ●2)

神奈川県 55店舗 (●25 ■2 ●12 ■4) (●3 ●7 ●2)

山梨県 4店舗 (●1 ■1 ■1 ■1)

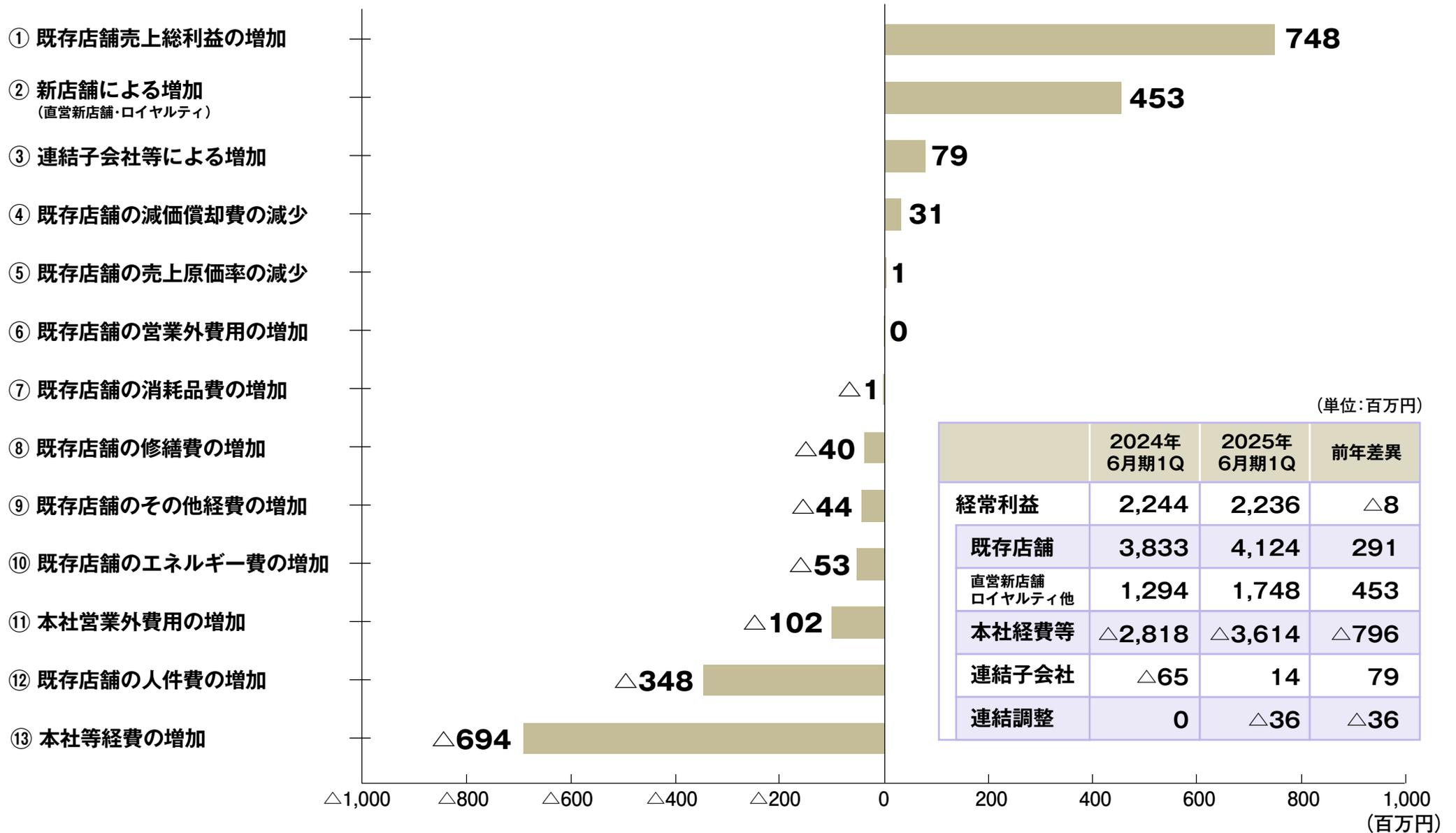
静岡県 33店舗 (●5 ■6 ●4 ■6) (●3 ●5 ●2 ●2)

岐阜県 14店舗 (●5 ●1 ■3 ●1) (●2 ●2)

愛知県 81店舗 (●14 ■14 ●16 ■11) (●4 ■1 ●8 ■1 ●12)

※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



※連結子会社等とは、Storyteller株式会社、物語(上海)企業管理有限公司、PT. Agrapana Niaga Gemilang、物語香港有限公司ならびに連結調整額の合計です
 ※この表中の既存店舗とは、2025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

財務概要 (連結)

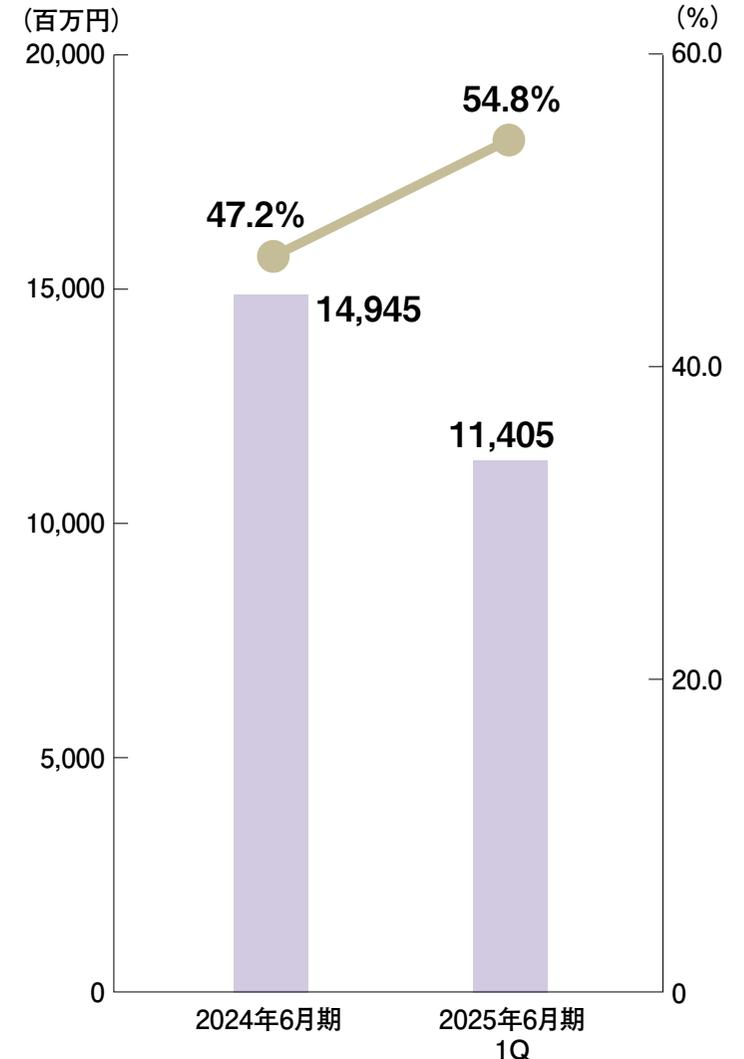
貸借対照表 (連結)

(単位:百万円)

	2024年 6月期	2025年 6月期1Q	主な増減
資産の部			
流動資産	19,482	18,225	現金及び預金の減少 ……△1,239百万円 売掛金の増加 …………… 182百万円
固定資産	42,048	42,912	有形固定資産の増加 …… 722百万円
負債の部			
流動負債	17,329	15,450	短期借入金の減少 ……△1,000百万円 未払法人税等の減少 ……△960百万円
固定負債	14,642	11,889	社債の減少 ……△3,603百万円 長期借入金の増加 …… 804百万円
純資産の部			
純資産	29,558	33,797	資本金の増加 …………… 1,885百万円 資本剰余金の増加 …… 1,876百万円 利益剰余金の増加 …… 697百万円

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

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 (売上比%)	計画 (売上比%)	対前年差異 %	計画 (売上比%)	対前年差異 %	計画 (売上比%)	対前年差異 %
売上高	107,156	121,534	113.4	58,465	112.4	63,068	114.3
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	70,140 (65.4)	79,079 (65.0)	112.7	38,307 (65.5)	112.0	40,771 (64.6)	113.4
販売費及び 一般管理費	61,975 (57.8)	69,499 (57.1)	112.1	33,883 (57.9)	112.9	35,615 (56.4)	111.3
営業利益	8,165 (7.6)	9,580 (7.8)	117.3	4,423 (7.5)	105.0	5,156 (8.1)	130.3
経常利益	8,582 (8.0)	9,538 (7.8)	111.1	4,391 (7.5)	103.1	5,146 (8.1)	118.9
当期純利益	5,639 (5.2)	6,323 (5.2)	112.1	2,702 (4.6)	109.8	3,620 (5.7)	113.8
EBITDA	12,969 (12.1)	14,381 (11.8)	110.8	6,682 (11.4)	105.9	7,698 (12.2)	115.5

※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 (売上比%)	計画 (売上比%)	対前年差異 %	計画 (売上比%)	対前年差異 %	計画 (売上比%)	対前年差異 %
売上高	104,096	115,592	111.0	55,927	110.4	59,664	111.6
経常利益	8,439 (8.1)	8,860 (7.6)	104.9	4,182 (7.4)	95.3	4,677 (7.8)	115.4

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 (売上比%)	計画 (売上比%)	対前年差異 %	計画 (売上比%)	対前年差異 %	計画 (売上比%)	対前年差異 %
売上計	3,060	5,942	194.2	2,537	186.7	3,404	200.1
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	△231 (-)	678 (11.4)	-	209 (8.2)	-	468 (13.7)	-
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(-)	-(-)	-	-(-)	-	-(-)	-

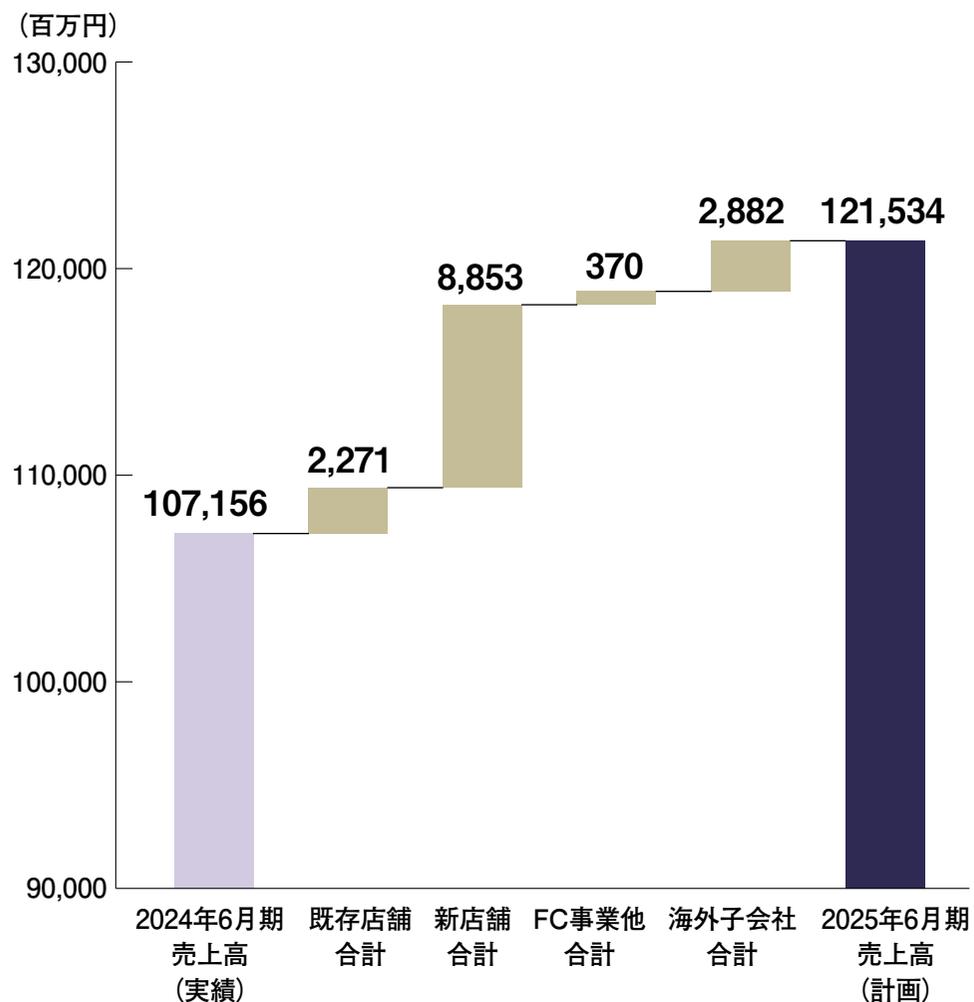
業績計画(連結)③(期初出店計画)

(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

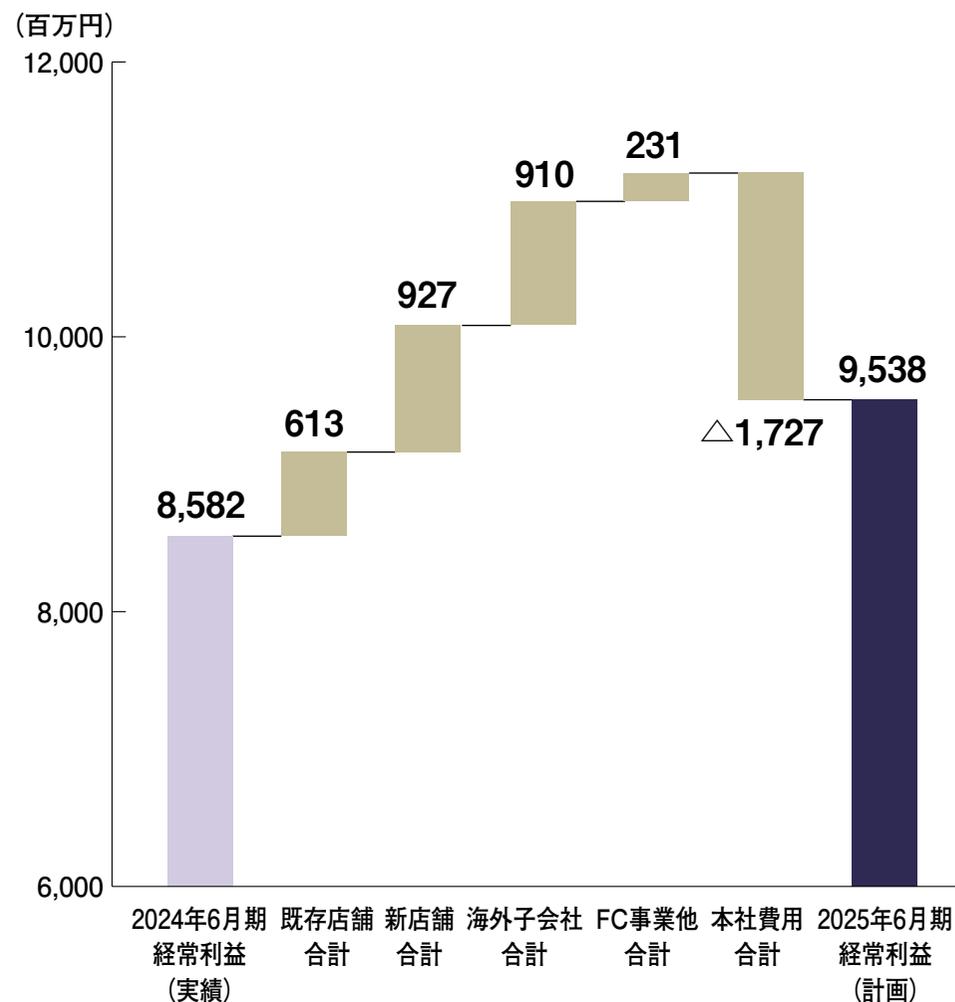
業績計画(連結)④(売上高・経常利益増減)

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

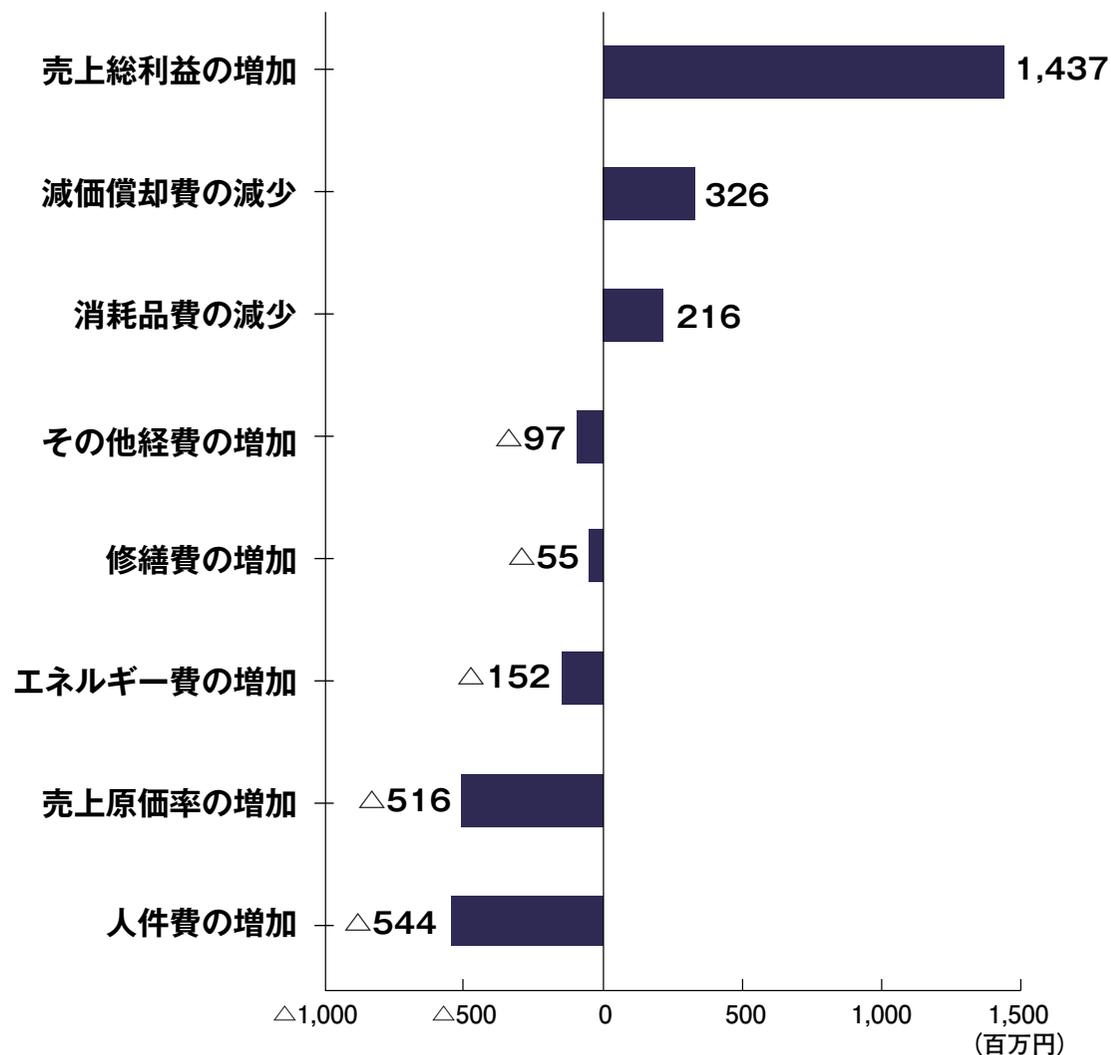
業績計画⑤（国内既存店売上高・経常利益の増減）

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

既存店経常利益計画の対前年増減要因



※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

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% ・焼肉部門既存店売上高前年比101.8% ・ラーメン部門既存店売上高前年比102.7% ・お好み焼部門既存店売上高前年比101.2% ・ゆず庵部門既存店売上高前年比104.3% ・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% ・焼肉部門既存店売上高前年比105.5% ・ラーメン部門既存店売上高前年比110.2% ・お好み焼部門既存店売上高前年比104.4% ・ゆず庵部門既存店売上高前年比114.7% ・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) 前年同期比89店舗増	合計720店舗(国内692店舗、海外28店舗) 前年同期比56店舗増
(出店数)	国内:直営61店舗、FC17店舗、 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、 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 『焼肉きんぐ』1店舗特急レーン改装 『お好み焼本舗』1店舗改装 『寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵』3店舗外装改装 ・『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放映を積極的に継続実施 ・直営店原材料費の上昇 ・直営店人件費の上昇 ・社員採用の強化(新卒250名、キャリア200名目標) ・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 『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) 『丸源ラーメン』6店舗の改装を実施 『お好み焼本舗』6店舗の改装を実施 『寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵』2店舗の外装改装を実施 ・『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 ・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

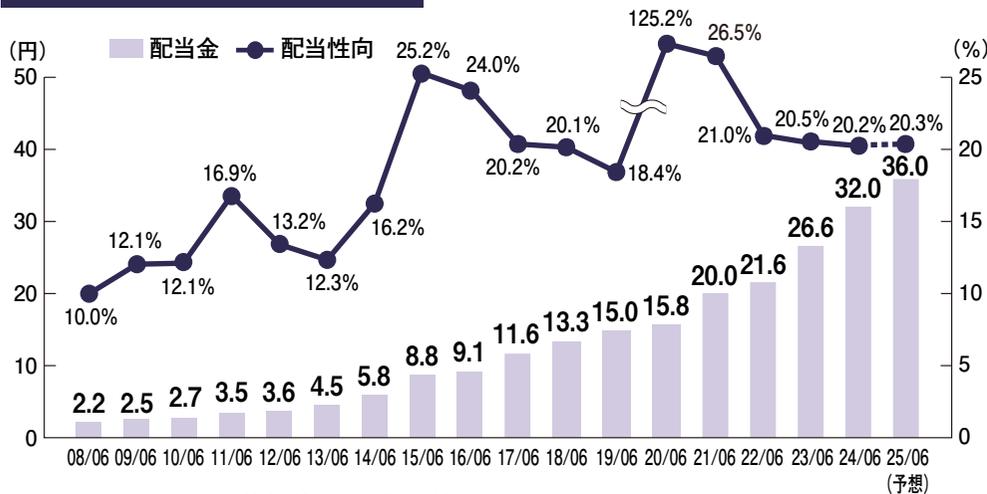
通期 **32.0円** ※ 中間実績 15.0円
期末実績 17.0円

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

配当金・配当性向推移



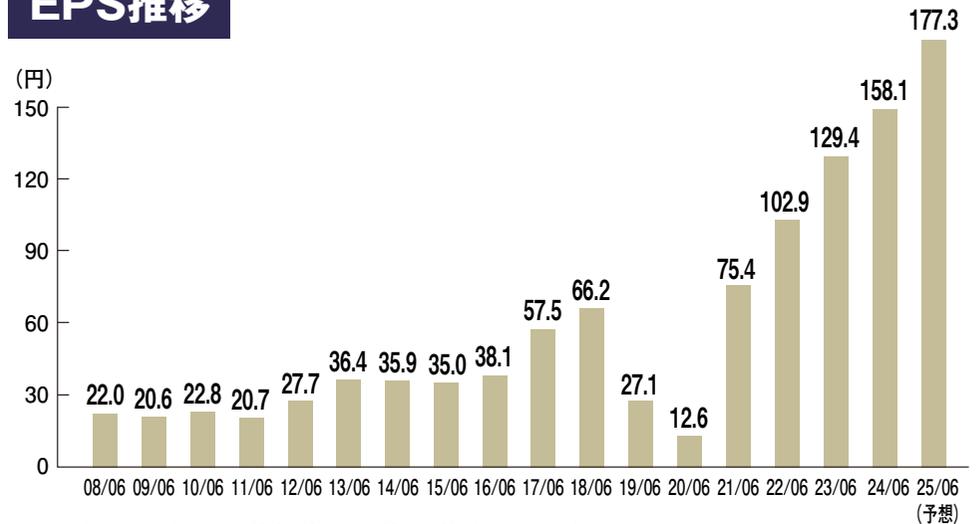
※2010年12月1日付けで普通株式1株につき3株の分割を行っております

※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 第1四半期業績概要

津寺 毅【取締役 常務執行役員 財務・成長戦略担当】

2 第1四半期業績総括

加藤 央之【代表取締役社長】

トピックス

- 1 各種コストの増加に対する取り組み**
- 2 内定証書授与式を実施**

各種コストの増加に対する取り組み

原材料価格や人件費等の上昇を受け、価格改定を行うとともに
お客様に価値を感じていただけるメニュー変更等を併せて実施いたしました。

ブランド	価格改定	売上および生産性の向上に向けた取り組み
	9月25日～ 各種食べ放題コース 100～300円値上げ	<ul style="list-style-type: none"> ■ 都市型価格の対象店舗を拡大 ■ テレビCM等プロモーションの強化 ■ 特急レーン、自動案内システムの導入 ■ 配膳ロボットの機能開発および導入台数の拡充 ■ セルフレジの導入台数の拡充
	10月3日～ 肉そばを除く一部商品 20～60円値上げ	<ul style="list-style-type: none"> ■ デリバリーサービスの強化 ■ テレビCM等プロモーションの強化 ■ ライフスタイルの変化に合わせた営業時間の見直し ■ セルフレジの導入台数の拡充
	9月10日～ <ul style="list-style-type: none"> ■ 平日ランチ 100円値上げ ■ 都市型店舗価格の対象店舗において「贅沢コース」200円値上げ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 都市型価格の対象店舗を拡大 ■ テレビCM等プロモーションの強化 ■ 予約システムの刷新 ■ 配膳ロボットの機能開発および導入台数の拡充 ■ キッチンディスプレイの導入による厨房業務の効率化
	9月19日～ <ul style="list-style-type: none"> ■ 丼商品 40～60円値上げ ■ 定食商品 100円値上げ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ドライブスルー店舗の拡充 ■ ピックアップドアの設置による省人化 ■ トレーニングセンターの設置

【全ブランド共通】

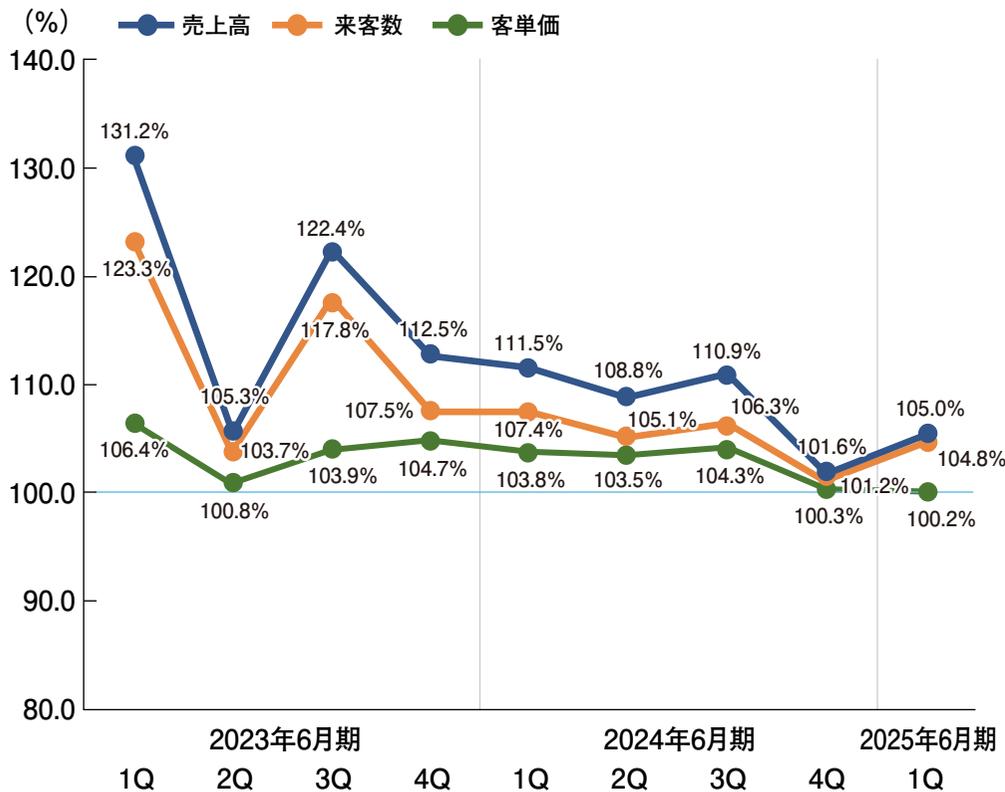
- 名物商品の磨き込み
- 新商品・新カテゴリの開発
- 高付加価値を感じさせる季節限定商品の投入
- 主要食材における調達先の多様化
- メニューミックスによる原価の適正化
- タッチパネル・メニューブックデザインの刷新
- 公式アプリの利便性向上
- Web広告の強化

トピックス ① 各種コストの増加に対する取り組み

売上高・来客数・客単価 前年比 (国内直営 既存店)

来客数 商品・サービス力において他社との差別化を図りながら、テレビCMやSNS、公式アプリを使用したプロモーションを積極的に展開したことにより伸長

客単価 主要ブランドの価格改定や季節限定の高付加価値商品を投入したことなどにより伸長

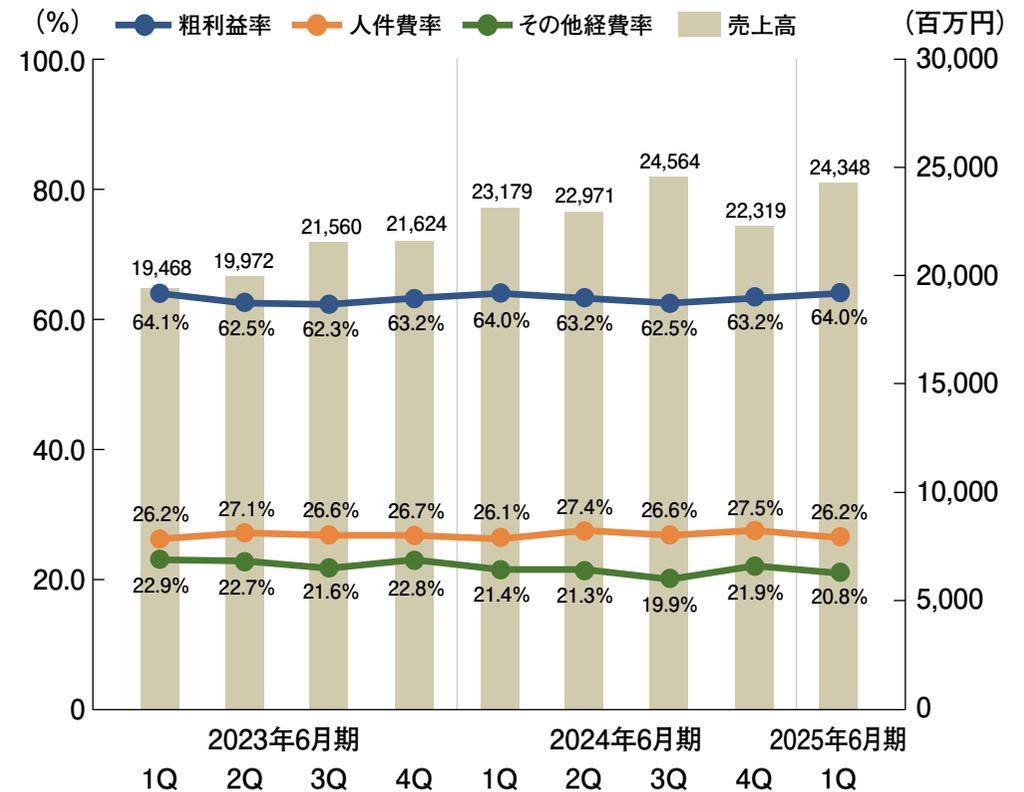


収益構造 (国内直営 既存店)

粗利益率 価格改定や改善の積み重ねにより、同水準を維持

人件費率 増収やDX化推進により同水準を維持

その他経費率 増収により低減傾向



内定証書授与式を実施

10月1日(火)に内定者146名が参加する「内定証書授与式」を実施しました。成長の源泉である理念型人財の積極採用に向けて、採用チャネルの拡大を推進するほか、内定者の入社に向けたフォロー活動を強化しています。



▲一人ひとり異なるメッセージを記載した内定証書を読み上げて授与



▲入社に向けた意気込みや自己開示を行う内定者

採用チャネルの拡大

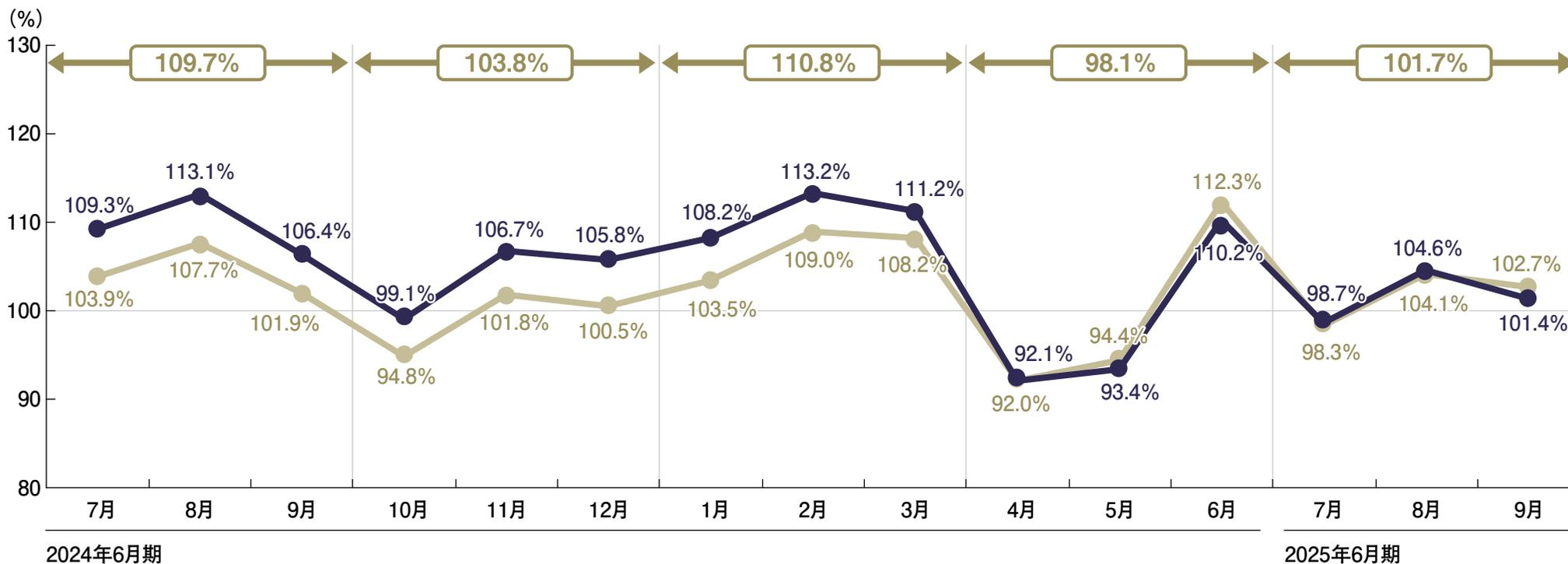
- **リファラル採用(パートタイマーの社員登用)**
 - ・長期休暇に合わせた本社見学ツアーの開催
 - ・就活応援セミナーの実施
 - ・人事制度刷新により役職を持つパートタイマーの輩出を加速
- **海外における採用活動**
 - ・インドネシアのデンパサール・マハサラスワティ大学と産学協定を締結
 - ・ベトナム、フィリピン、インドネシア、韓国において会社説明会を実施
- **大学・専門学校と連携強化**
 - ・店舗インターンシップを実施
 - ・全国の日本語学校と連携した採用活動
 - ・短期大学の非常勤講師に就任

入社に向けたフォロー活動

- **メンター制度**
 - ・入社まで個別にサポートを実施
- **物語オンラインサロンを開催**
 - ・セミナーやパネルディスカッションを通じて会社の成長性や社風を体感
- **内定者インターンシップを実施**
 - ・人材開発部で次年度の新卒採用業務に関わることで企業文化への適応を促進
- **キックオフミーティングを開催**
 - ・配属となる事業部の理解を深めるとともに入社へのモチベーションを高める

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



(単位: %)

	2024年6月期													2025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	通期
売上高	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	98.7	104.6	101.4	101.7
客数	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	98.3	104.1	102.7	101.8
客単価	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	100.4	100.4	98.7	99.9

※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

焼肉業界No.1ブランドとして積極展開

1 コスト増への対応とブランド価値向上に向けた取り組み

■ 価格改定

ランチコース	1,980円 ▶ 2,080円 (税込2,178円) (税込2,288円)	100円 ↑
58品コース	2,780円 ▶ 2,880円 (税込3,058円) (税込3,168円)	
きんぐコース	3,180円 ▶ 3,280円 (税込3,498円) (税込3,608円)	
プレミアムコース	3,980円 ▶ 4,280円 (税込4,378円) (税込4,708円)	

▲コース価格の値上げおよび都市型価格店舗を拡大

■ 満足度を高める名物商品の刷新



▲「五大名物」に大判サーロインや厚切り上ロースを追加

■ 集客力の高いフェアの投入



▲新大久保の名店とコラボレーションを実施した新たな「韓国フェア」

2 来店動機の創出に向けたプロモーション

■ テレビCMの放映



▲劇団ひとりさんを起用した新たなテレビCMを全国で放映

■ お子様向けコンテンツの刷新



▲アプリ会員限定でトレーディングカードを配布

3 店舗数拡大に向けた取り組み

■ 積極的な出店



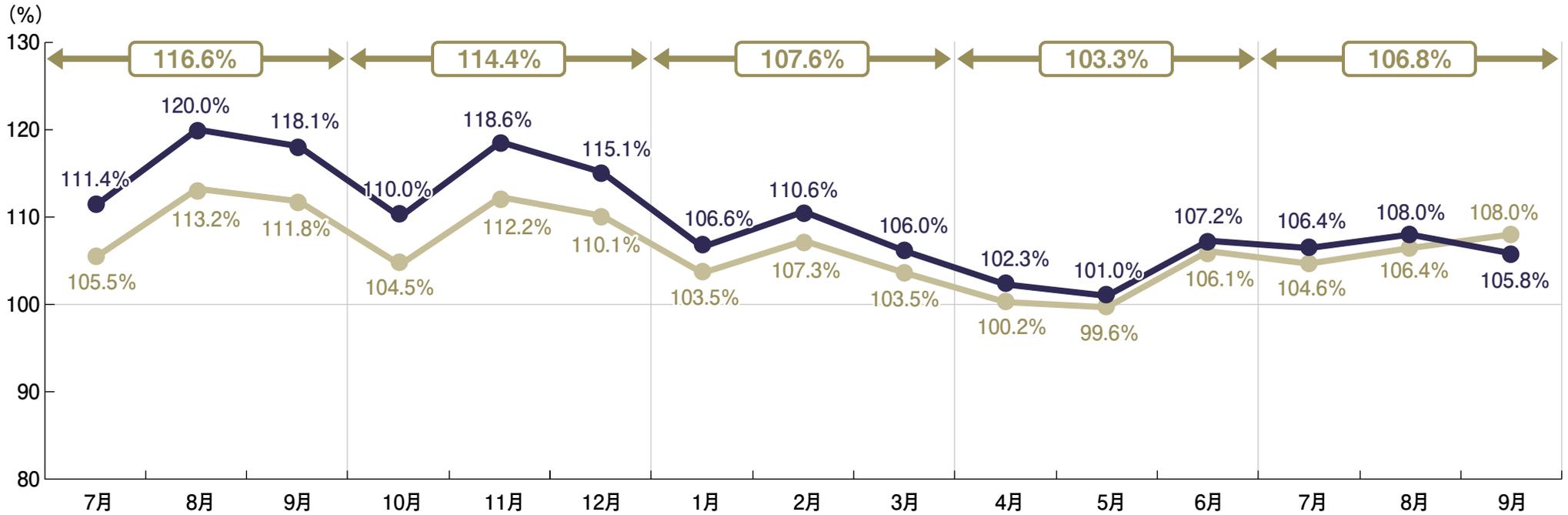
▲大都市圏の出店を強化



▲ビルイン店舗の出店

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



2024年6月期

2025年6月期

(単位: %)

	2024年6月期													2025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	通期
売上高	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	106.4	108.0	105.8	106.8
客数	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	104.6	106.4	108.0	106.4
客単価	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	101.7	101.5	98.0	100.4

※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

ラーメン業界No.1ブランドを目指して

1 コスト増への対応とブランド価値向上に向けた取り組み

- 価格改定およびメニューラインナップの拡充
- 高付加価値・高単価商品の投入
- 回転率を向上させるDX推進
- 再来店を促進する店舗体験の提供



▲一部商品の値上げおよびつけ麺カテゴリを新設



▲年8回入れ替える期間限定商品



▲セルフレジの拡充を計画



▲お客様との接点を増やしサービス力を強化



▲肉そばマスターの全店配置を計画

2 来店動機の創出に向けたプロモーション

- テレビCMの放映
- 肉そば誕生20周年企画の開催



▲繁忙期の夏休み期間にあわせて放映



▲特別クーポンの配布や復刻特製肉そばを販売

3 店舗数拡大に向けた取り組み

- 積極的な出店



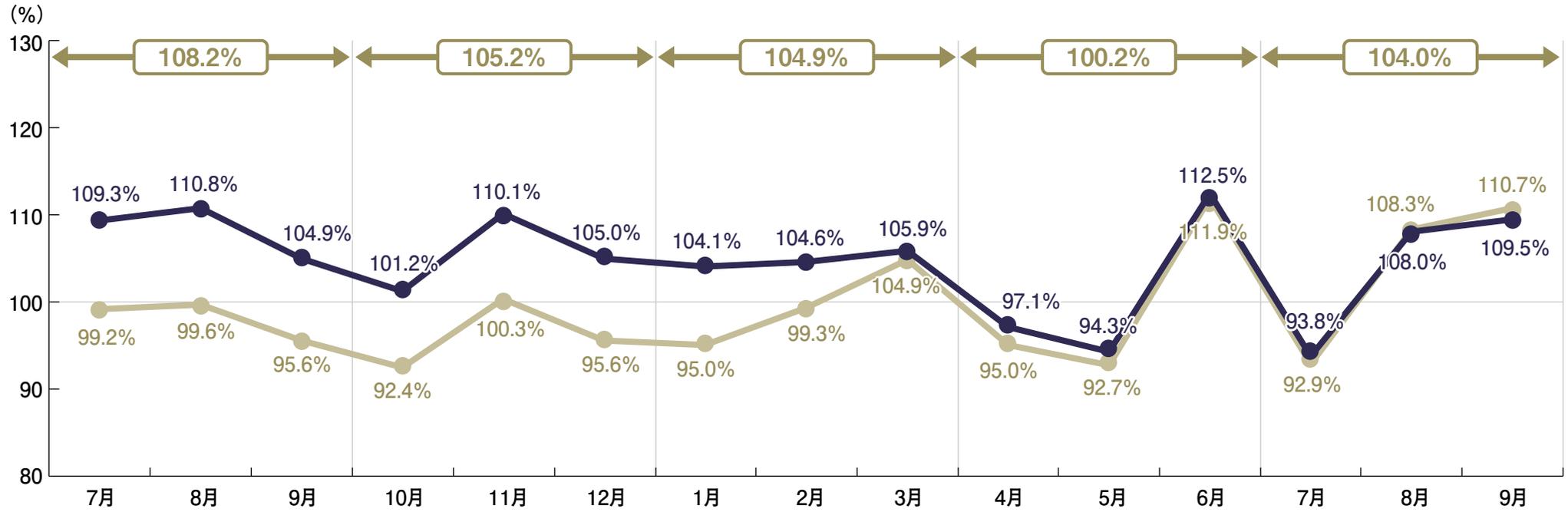
▲全国の郊外ロードサイドで出店を継続



▲駅前型店舗の検証

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



2024年6月期

2025年6月期

(単位: %)

	2024年6月期													2025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	通期
売上高	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	93.8	108.0	109.5	104.0
客数	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	92.9	108.3	110.7	104.3
客単価	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	101.0	99.7	98.9	99.8

※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

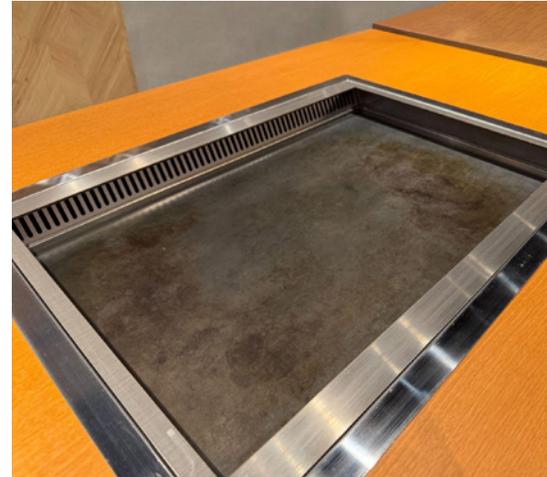


▲ 今期出店を予定

■ 適正フォーマットの検証



▲ 適正店舗規模の検証



▲ 無煙ロースターの検証



▲ 1店舗最大5台の
配膳ロボットが活躍

2 顧客体験価値の向上に向けた取り組み

■ 満足度を高める期間限定メニューの展開



▲ 食欲の秋にぴったりな「濃厚グルメ」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



▲ クーポンがもらえるおみくじ機能を追加

■ 割引キャンペーンの実施

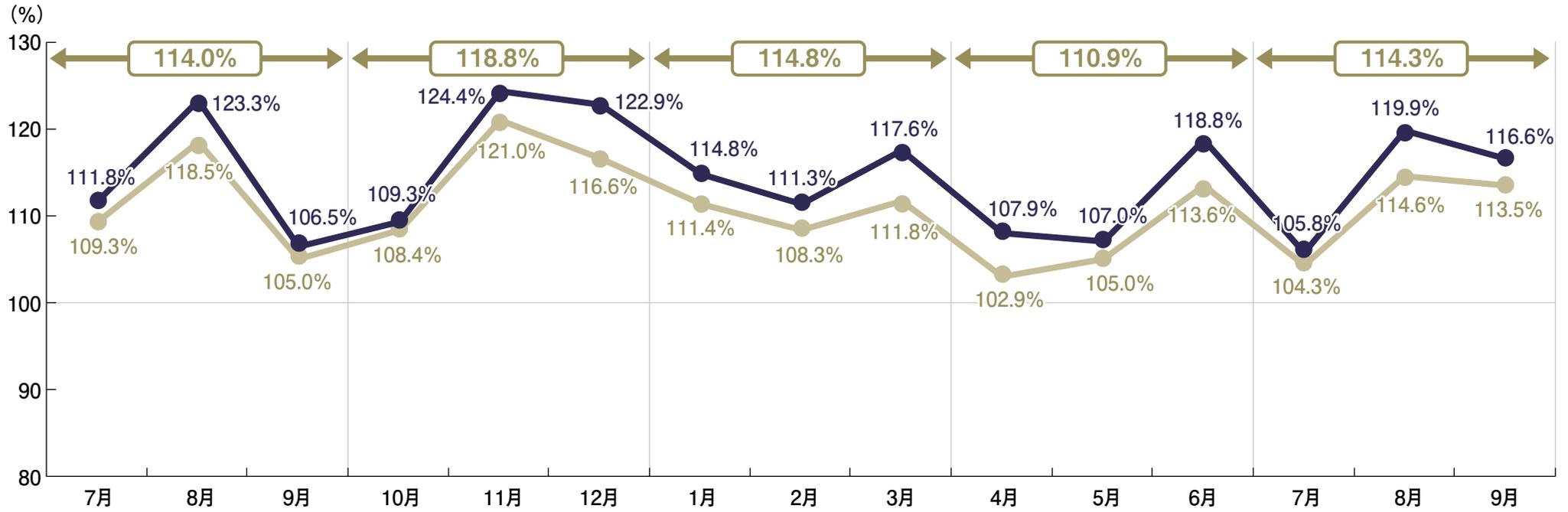


▲ 累計利用枚数は
13,000枚を突破 ※2020年~

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



2024年6月期

2025年6月期

(単位: %)

	2024年6月期													2025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	通期
売上高	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	105.8	119.9	116.6	114.3
客数	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	104.3	114.6	113.5	110.9
客単価	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	101.5	104.6	102.7	103.1

※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 店舗数拡大に向けた取り組み

■ 積極的な出店



▲関西エリアの出店を強化

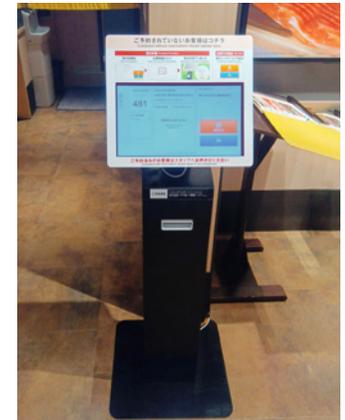


▲初の駅前繁華街店舗を秋葉原にオープン

■ 生産性を高めるDX推進



▲1店舗最大6台の配膳ロボットが活躍



▲新たな予約システムを導入

2 顧客体験価値の向上に向けた取り組み

■ 満足度を高める期間限定メニューの展開



▲旬の食材を中心とした寿司や鍋だしで季節感を演出

■ 教育体制の強化



▲おせっかいマスターの育成

3 ブランド価値を伝えるプロモーション

■ 公式サイトやSNSの発信



▲お祝いコースの訴求

■ テレビCMの放映



▲商品・ブランドの魅力を表現



専門店部門
主な取り組み

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の特徴の「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 店舗数拡大に向けた取り組み

■ 積極的な出店



▲ 新商圏である関西エリアや23区に初出店



▲ 初の駅直結店舗を綾瀬にオープン

2 コスト増への対応とブランド価値向上に向けた取り組み

■ 価格改定およびメニューラインナップの拡充

■ 高付加価値・高単価商品の投入



▲ 丼や定食の値上げおよび豚カルビカテゴリを新設



▲ 年8回入れ替える期間限定商品

3 利便性を高める取り組み

■ ドライブスルーの設置



▲ 全国8店舗で設置 (2024年10月末)

■ 公式アプリをリニューアル



▲ モバイルオーダー機能やポイントシステムを刷新

■ ピックアップドアの設置



▲ テイクアウト商品の引き渡し業務を省人化

専門部門
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 CAFÉ

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



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



▲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



標準店舗面積	40坪
想定客単価	1,000円
店舗数	2店舗

▲愛知県で展開

熟成醤油ラーメン
まべとん

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



標準店舗面積	42坪
想定客単価	980円
店舗数	6店舗

▲東海・関東エリアで展開

海外
主な取り組み

海外事業の拡大



肉肉大米

熟成牛挽肉と炊き立てごはん
Aged ground beef & Rice

挽きたて、焼きたて、炊きたてが楽しめる
ハンバーグ専門店

エリア

中国

香港



出店都市

上海	深圳
杭州	東莞
北京	廈門
南京	香港

積極的な出店

標準 店舗面積	30坪
想定客単価	80元 (約1,600円)
店舗数	中国18店舗 香港 1店舗



Yakitate KALBI YAKINIKU-DON

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

エリア

インドネシア



ハラル認証を取得

標準 店舗面積	53坪
想定客単価	85,000rp (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 実績	2025年6月期 当初目標	2025年6月期 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 既存店売上高推移	2024年6月期計画104.6%→実績108.1% すべてのブランドにおいて既存店前年超えを達成 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 国内主力業態ならびに、海外新業態を積極的に出店 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 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 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 今後力強い成長を継続

	2019年6月期 実績	2024年6月期 実績	2025年6月期 当初目標	2025年6月期 計画(修正)	2026年6月期 計画	2027年6月期 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 (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 (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 (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		



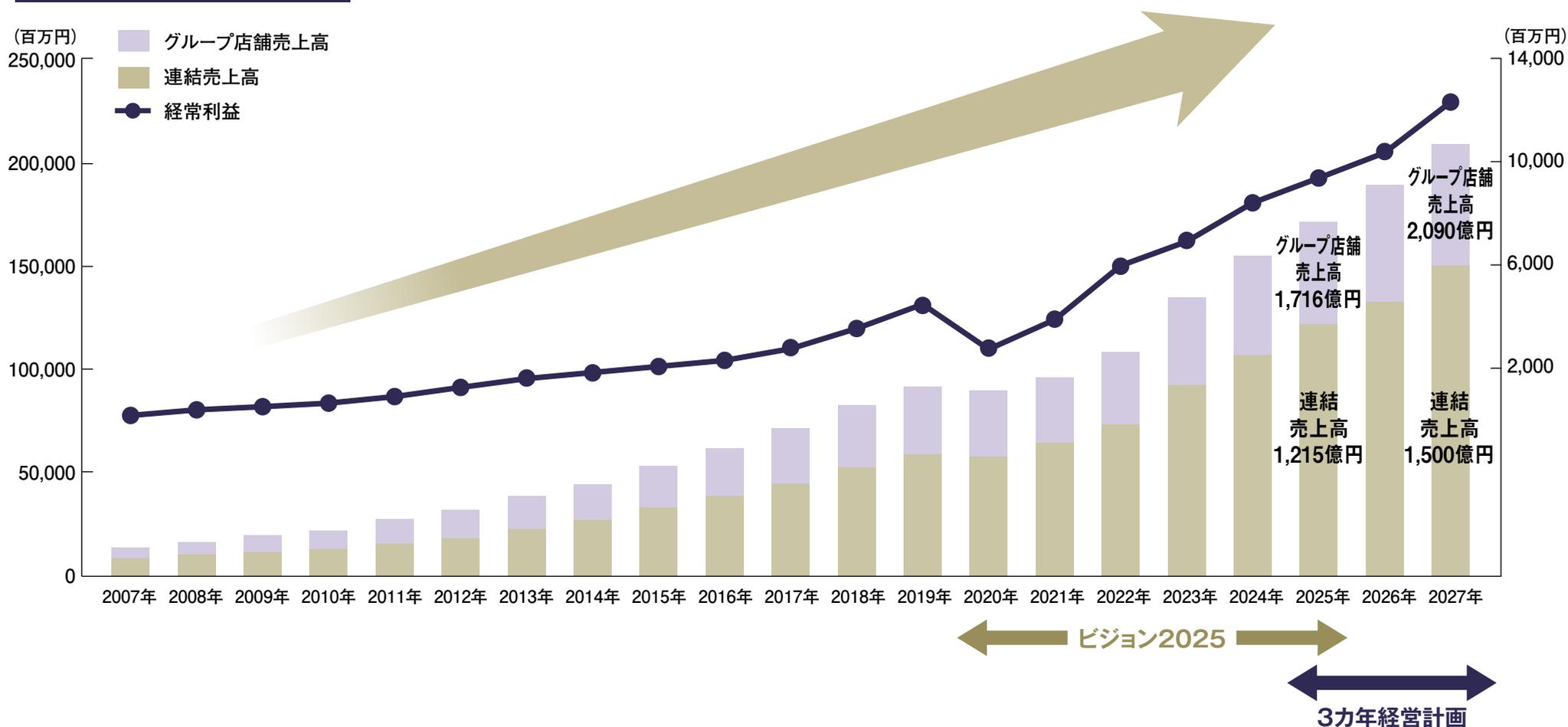
※新たな中期ビジョンは2025年8月に発表予定

「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

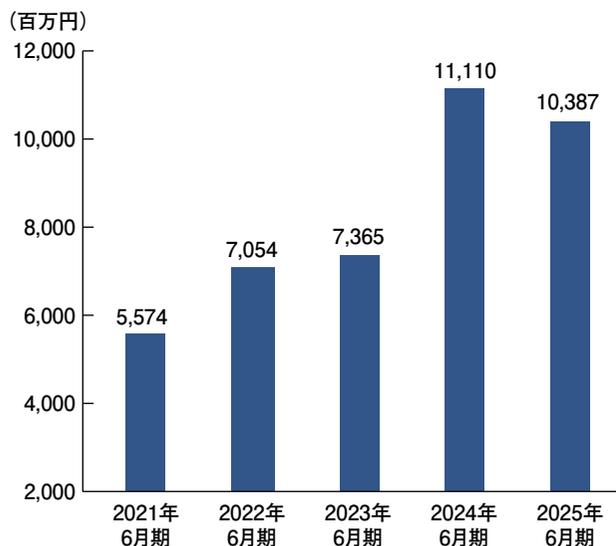
		業 態	今後の方向性	2025年 グループ店舗売上高	2019年→2025年 グループ店舗売上高 年平均成長率
拡大事業		焼肉きんぐ	出店エリア拡大	934億円	112%
		丸源ラーメン		398億円	112%
育成・再成長事業		お好み焼本舗	育成→拡大	28億円	93%
		寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵		227億円	109%
		焼きたてのかるび		30億円	—
既存強化事業		しゃぶとかに 源氏総本店・魚貝三昧 げん屋	収益強化	10億円	101%
		熟成焼肉 肉源		6億円	99%
新規事業	国内	熟成醤油ラーメン きゃべとん・濃厚中華そば 餃子 丸福	事業の育成	14億円	117%
		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

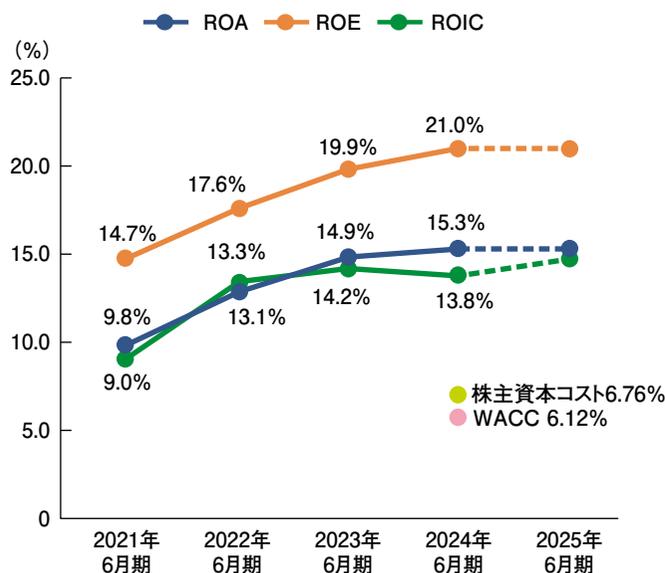
高いリターンを意識した積極的な出店／改装投資



- 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

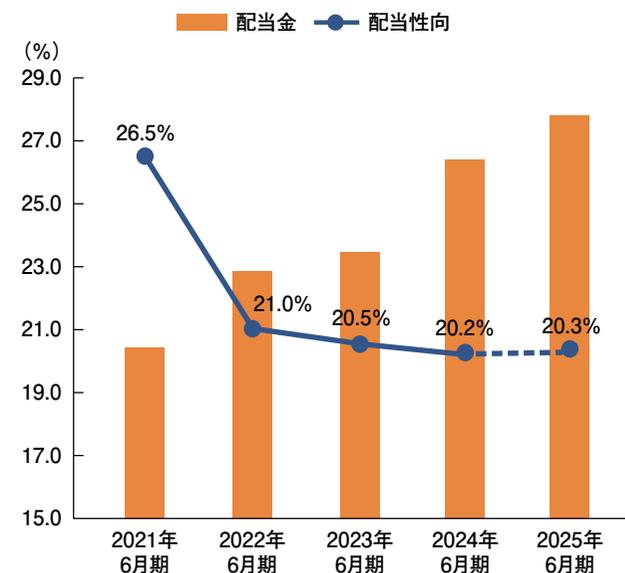
ROE・ROIC 15%以上を維持



- 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 E	気候変動への対応 (脱炭素社会への貢献)	<ul style="list-style-type: none"> TCFD対応 省エネルギー 再生可能エネルギー購入 GHG排出量の多い牛肉への対応 	<ul style="list-style-type: none"> 売上百万円当たりのGHG排出量を2020年対比で33%削減 売上高百万円当たりの食品ロス30%削減 使い捨てプラスチックのバイオマス素材比率80%達成 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 3Rの取り組みが継続的に実施されている 生態系保全のための対策が施されている 認証食材が安定供給されるルートが確立されている
	省資源・廃棄物削減への対応	<ul style="list-style-type: none"> 食品ロスへの対応 脱プラスチック 水資源の有効活用 	
	生物多様性の確保と 持続可能な食材調達	<ul style="list-style-type: none"> ポストタンパク質への対応 認証食材の調達 	
社会 S	少子高齢化社会への対応	<ul style="list-style-type: none"> 海外展開 労働力の確保(採用活動の強化) 省力化投資(ロボットなどの導入) 	<ul style="list-style-type: none"> 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 少子高齢化に対応した店づくりが展開できている 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 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 お客様が満足するサービス提供が実現されている 時代や生活様式にあった新業態が開発され続けている 離職率15%を達成 健康経営優良法人認定制度取得維持 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 地域に根差し、地域に愛される店舗の実現 地域スポーツへの継続的な支援
	顧客満足度の向上	<ul style="list-style-type: none"> 競争力あるメニュー開発(価格・味) 顧客が満足する丁寧な接客サービスの提供 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 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) FCとの緻密なコミュニケーション 	
	ダイバーシティ&インクルージョン	<ul style="list-style-type: none"> 健康経営・ワークライフバランス ダイバーシティ&インクルージョン 	
	地域社会への貢献	<ul style="list-style-type: none"> 地域社会から支持される店舗運営 地域スポーツへのスポンサー 	
ガバナンス G	食の安心安全の確保	<ul style="list-style-type: none"> 衛生管理の徹底(店舗および自社工場並びに仕入先工場) 調達先の選定および管理 	<ul style="list-style-type: none"> 当社品質管理部による検査が徹底され、重大事故ゼロ 認証食材が使用されている状態 コーポレートガバナンスコードが遵守されている 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 DX推進による効果が最大化されている 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
	経営基盤の充実	<ul style="list-style-type: none"> コーポレートガバナンスの充実 コンプライアンス・リスクマネジメント DX戦略 ESG調達 	

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

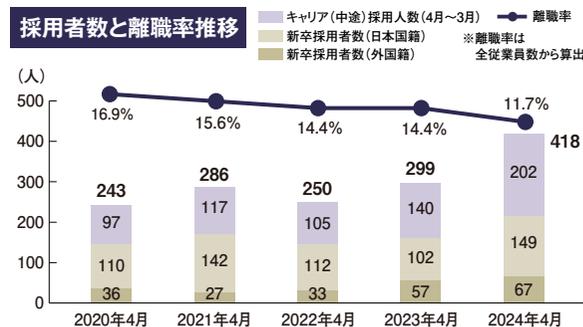


ワークエンゲージメントの向上 (働きがいと働きやすさ)

- 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



採用者数と離職率推移



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

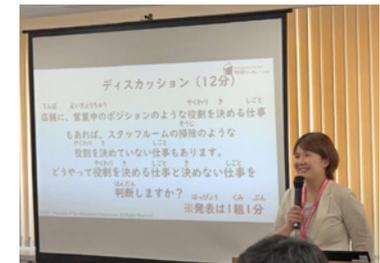
- 女性
- チャレンジド
- セクシュアルマイノリティ
- パートナー
- インターナショナル
- シニア

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
- 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

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
- 内製化学品目数の拡充
- 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
- 「低用量ピ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

豊橋市

- 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株式会社と廃食用油に関する連携協定書を締結
- 廃食用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
- こ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>

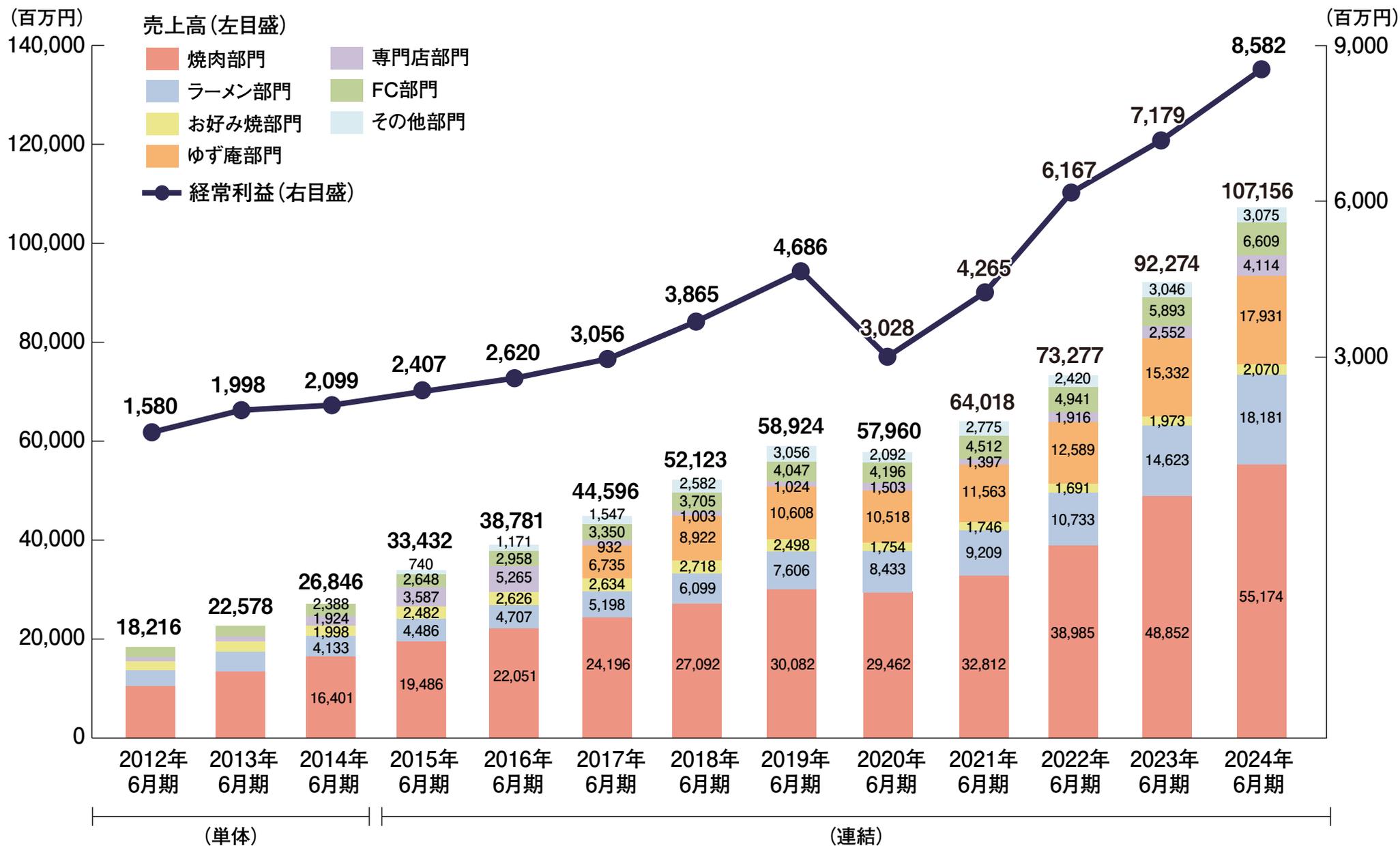
物語コーポレーションとは

郊外ロードサイド型レストランを中心に733店舗を展開
(うち直営459店舗、FC246店舗、海外28店舗)

2024年9月30日現在

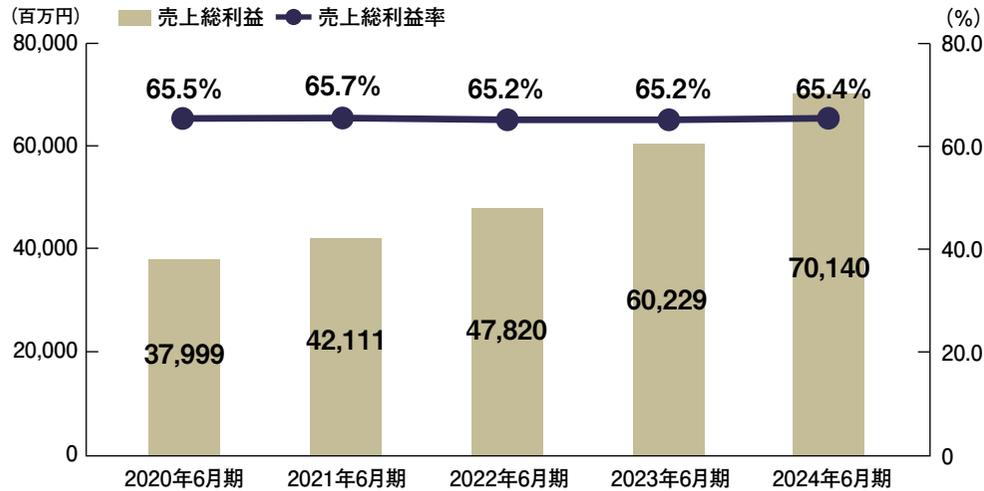
	焼肉	ラーメン	お好み焼	寿司・しゃぶしゃぶ	専門店	海外
市場 売上高 順位	1位	2位	4位	3位	—	—
	 <p>焼肉きんぐ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 焼肉きんぐ 	 <p>丸源ラーメン</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 丸源ラーメン ▶ 二代目丸源 ▶ 熟成醤油ラーメン ぎゃべとん 	 <p>お好み焼本舗</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ お好み焼本舗 	 <p>寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵 	 <p>焼きたてのかるび</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 魚貝三昧 げん屋 ▶ しゃぶとかに 源氏総本店 ▶ 牛たん大好き 焼肉はっぴい ▶ 熟成焼肉 肉源 ▶ 焼きたてのかるび ▶ 濃厚中華そば 餃子 丸福 ▶ 果実屋珈琲 	 <p>肉肉大米</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 北海道 蟹の岡田屋総本店 ▶ 焼肉専門店肉源 焼肉王 ▶ 熟成牛挽肉と炊き立てごはん 肉肉大米 ▶ Yakitate KALBI
店舗数	331店舗	223店舗	20店舗	98店舗	33店舗	28店舗
直営	209店舗	119店舗	16店舗	82店舗	33店舗	28店舗
FC	122店舗	104店舗	4店舗	16店舗	0店舗	

業績推移

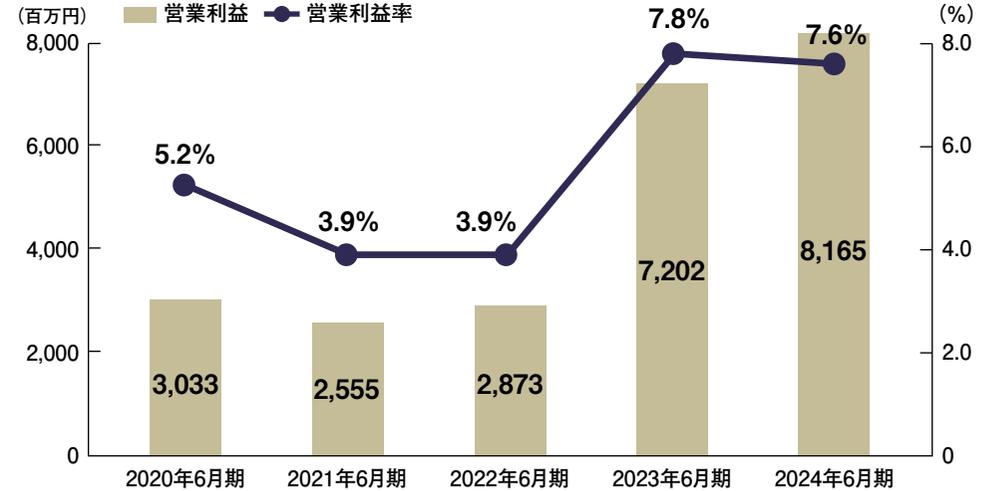


主要指標推移①

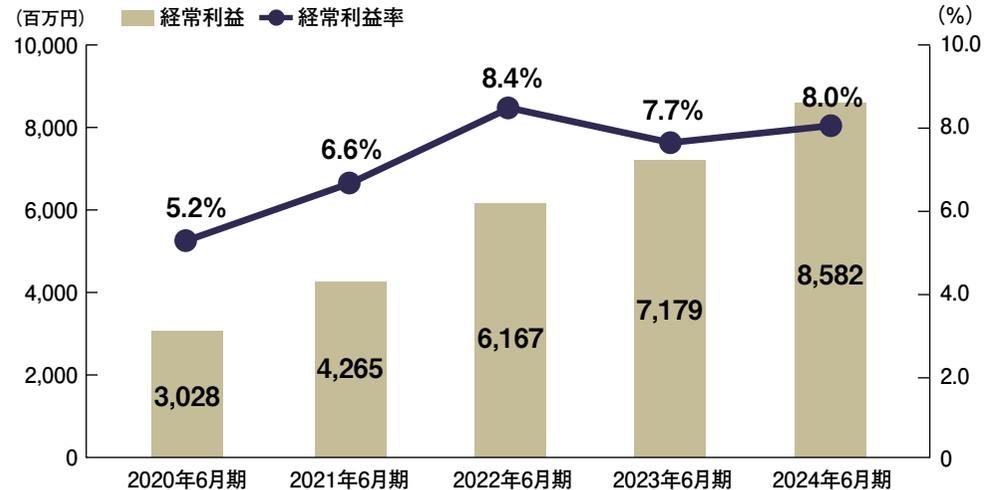
売上総利益と売上総利益率



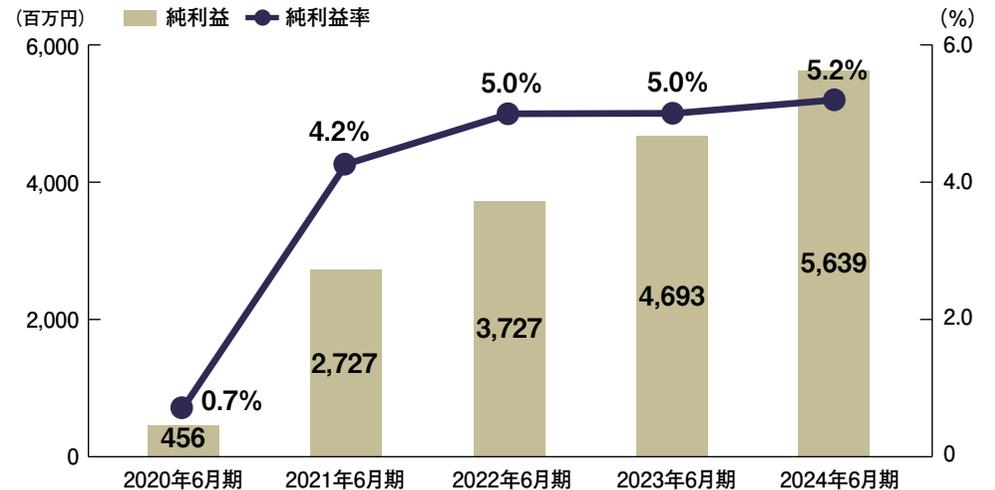
営業利益と営業利益率



経常利益と経常利益率

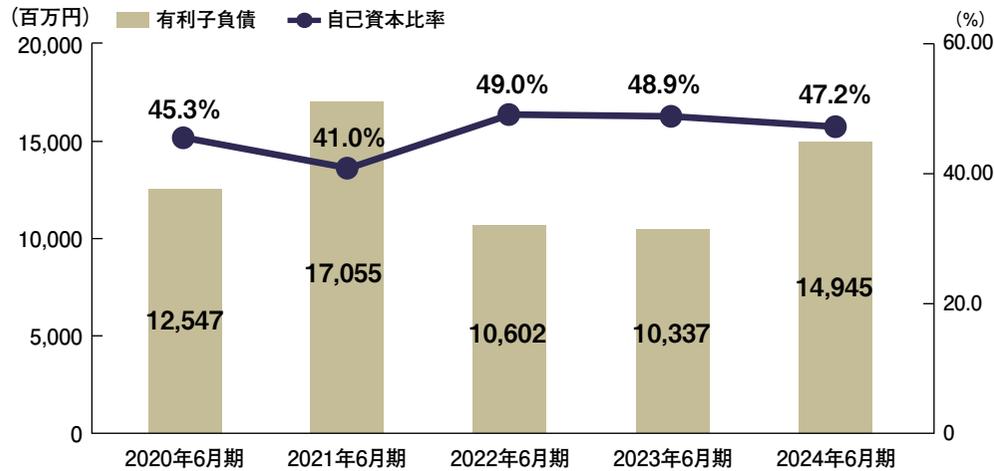


純利益と純利益率



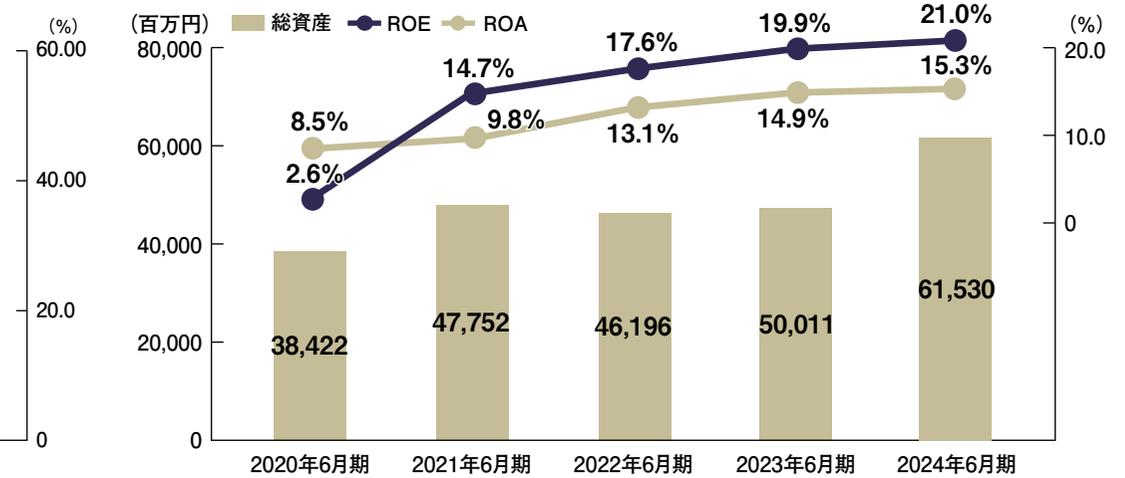
主要指標推移②

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

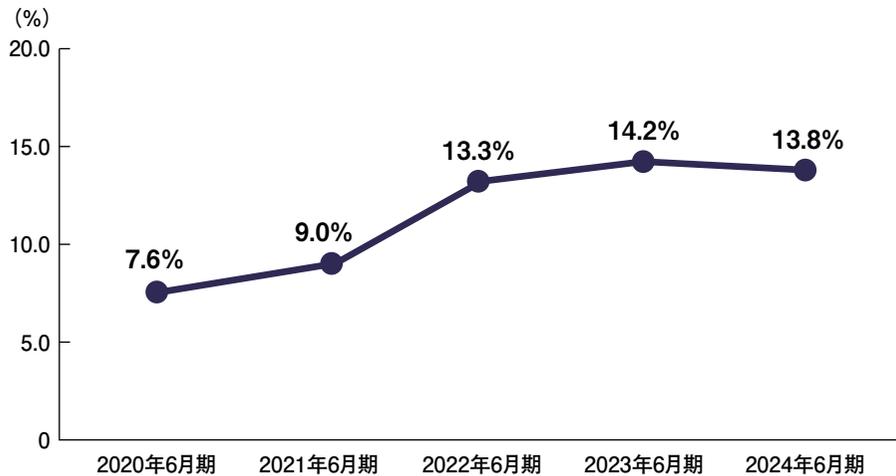
ROE・ROA



※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

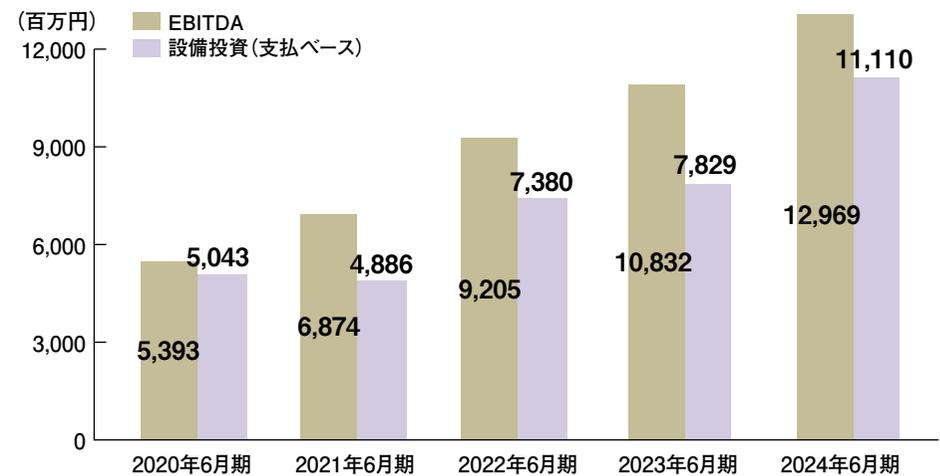
※ROA・ROEの計算式のそれぞれの分母は、期中平均の数値を採用しています

ROIC



※ROIC=税引後経常利益 / (自己資本+有利子負債)

設備投資・EBITDA

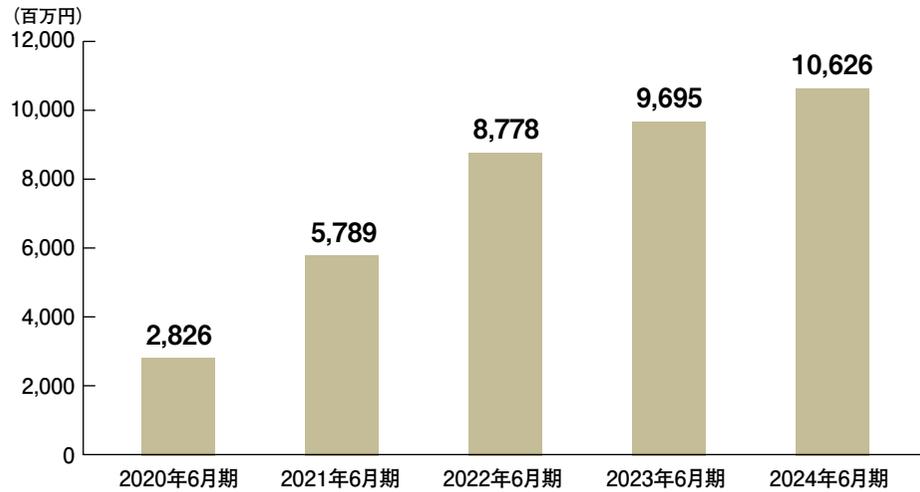


※EBITDAとは、経常利益+減価償却費としております

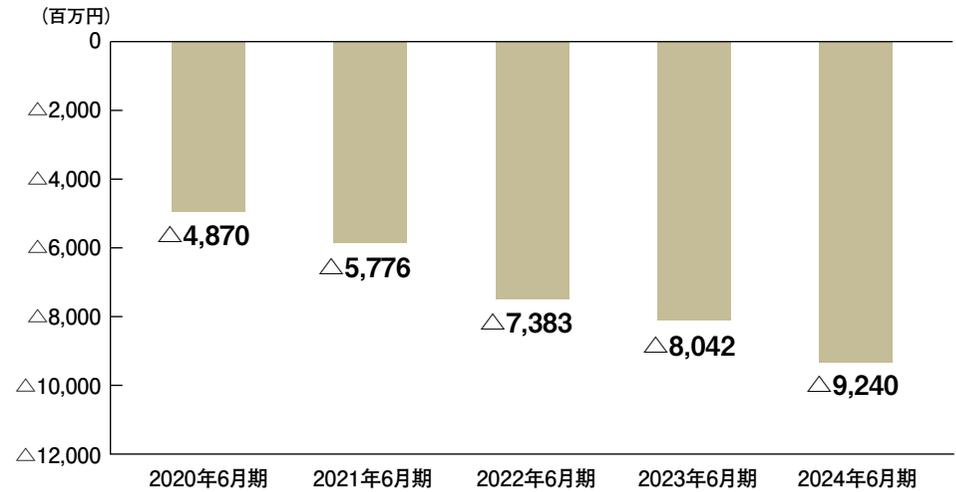
※設備投資(支払ベース)とは、有形固定資産の取得+無形固定資産の取得+差入保証金の差入れとしています

主要指標推移③

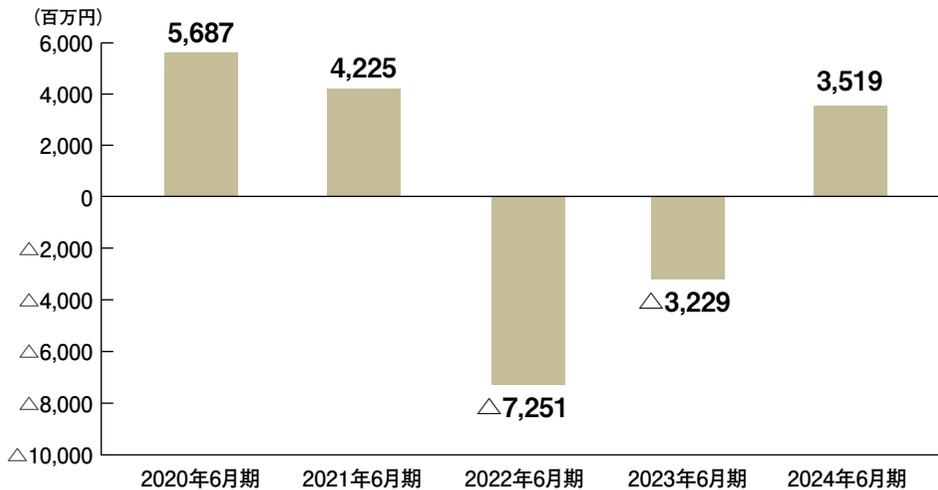
営業活動によるキャッシュ・フロー



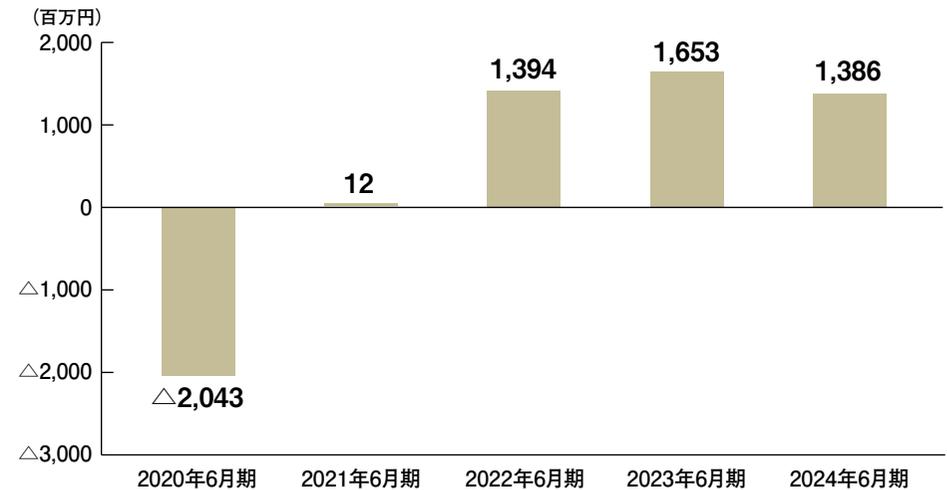
投資活動によるキャッシュ・フロー



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