



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2四半期 決算説明資料

2025年2月12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

理念型人財の採用とチャネルの多様化

- 内定者146名を対象に内定証書授与式を開催
- 内定者に向けた入社前の「キックオフミーティング」等の開催
- 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



多様な人財の活躍推進

- 「D&I AWARD 2024」にて4年連続で最高位「ベストワークプレイス」に認定
- 企業の女性役員比率向上を目指す「30% Club Japan」に加盟
- インターナショナル社員を対象とした社内交流会を実施
- 中国、韓国、インドネシアの学生を対象としたインターンシップを実施
- 「PRIDE指標2024」にて6年連続「ゴールド」および2年連続「レインボー」認定を獲得
- 特別支援学校の就労促進への貢献に対し、東京都教育委員会から感謝状を受領
- パートナー人事制度の刷新

女性

インターナショナル※

インターナショナル※

セクシュアルマイノリティ

チャレンジド※

パートナー※



活躍を支える体制の強化

- 昨年に続き、正社員における賃金ベースアップを実施
- 希望部署における業務の体験が可能な「ジョブチャレンジ制度」を設置

プレゼンテーション構成

1 第2四半期業績概要

津寺 毅【取締役 常務執行役員 財務・成長戦略担当】

2 第2四半期業績総括

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15.1%増、営業利益2.9%増、経常利益0.4%増、四半期純利益^(※1) 12.4%増

- ・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の増加、ならびに海外事業が好調に推移し増収
- ・営業利益・経常利益は、既存店の増収および店舗数の増加、ならびに海外事業の良化による増益
- ・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△148百万円発生

2 既存店の状況

既存店売上高前年比103.9%

- ・焼肉部門は、名物商品の刷新と集客力の高いフェアメニューの投入に加えて、価格改定、既存店改装の実施により、既存店売上高前年比102.4%
- ・ラーメン部門は、付加価値の高い商品開発と価格改定に加えて、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105.1%
- ・お好み焼部門は、グランドメニューの刷新に加えて、営業力の強化と既存店改装の効果により、既存店売上高前年比104.5%
- ・ゆず庵部門は、高付加価値商品の開発を実施するとともに、テレビCMを刷新し、来客数が伸長。既存店売上高前年比107.2%

3 新規出店の状況

新規出店45店舗（海外15店舗を含む）

- ・国内新規出店 『焼肉きんぐ』14店舗（直営7店舗、FC7店舗）、『丸源ラーメン』7店舗（直営）
『寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵』4店舗（直営）、『焼きたてのかるび』5店舗（直営）
- ・海外新規出店 中国『肉肉大米』12店舗（直営5店舗、FC7店舗）『天天』1店舗（直営） インドネシア『Yakitate KALBI』1店舗（直営）
香港『肉肉大米』1店舗（直営）
- ・期末店舗数 761店舗（直営471店舗、FC251店舗、海外39店舗）

4 財務の状況

自己資本比率58.0%

- ・転換社債の権利行使に伴う資本金および資本準備金の増加、ならびに利益剰余金の積み上げにより、純資産は37,610百万円、自己資本比率は58.0%（前期末差異+10.8ポイント）
- ・有利子負債は8,544百万円（前期末差異6,400百万円減）

5 業績計画

2025年6月期年間配当は1株あたり36円00銭^(※2)を計画（新規上場以来17期連続増配）

- ・売上高は前期比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
	2Q累計	2Q累計		対前年差異		対計画差異		
	実績 (売上比%)	計画 (売上比%)	実績 (売上比%)	%	金額	%	金額	
売上高	52,005	58,465	59,905	115.1	7,900	102.4	1,440	売上高前年差+7,900百万円 ①店舗数増加による増加…………… +4,530百万円 ②既存店舗による増加…………… +2,115百万円 ③FC事業部門他による増加…………… +444百万円 ④海外子会社による増加…………… +810百万円
焼肉部門	26,864(51.6)	29,136(49.8)	30,102(50.2)	112.0	3,238	103.3	965	
ラーメン部門	8,999(17.3)	10,247(17.5)	10,568(17.6)	117.4	1,568	103.1	320	
お好み焼部門	979 (1.8)	1,009 (1.7)	1,073 (1.7)	109.5	93	106.3	63	
ゆず庵部門	8,686(16.7)	9,603(16.4)	9,757(16.2)	112.3	1,071	101.6	154	
専門店部門	1,874 (3.6)	2,513 (4.2)	2,544 (4.2)	135.6	669	101.2	30	
FC部門	3,231 (6.2)	3,417 (5.8)	3,681 (6.1)	113.9	450	107.7	264	
その他部門	1,368 (2.6)	2,537 (4.3)	2,178 (3.6)	159.1	810	85.8	△359	
売上総利益	34,201 (65.7)	38,307 (65.5)	39,267 (65.5)	114.8	5,065	102.5	960	売上総利益率前年差△0.2ポイント ①海外事業の売上総利益率の良化… +1.1ポイント ②既存店舗の売上総利益率の悪化… △0.4ポイント
販売費及び一般管理費	29,991 (57.6)	33,883 (57.9)	34,933 (58.3)	116.4	4,942	103.0	1,050	経常利益前年差+18百万円 ①店舗数増加／FC事業他による増加 +851百万円 ②既存店舗による増加…………… +442百万円 ③海外子会社における増加…………… +169百万円 ④本社経費等による減少…………… △1,445百万円 経常利益率△1.0ポイント ①売上総利益率の悪化…………… △0.2ポイント ②販管費及び一般管理費率の増加… △0.6ポイント ③営業外費用の増加…………… △0.1ポイント
営業利益	4,210 (8.0)	4,423 (7.5)	4,333 (7.2)	102.9	123	97.9	△89	
経常利益	4,256 (8.1)	4,391 (7.5)	4,274 (7.1)	100.4	18	97.3	△117	
四半期純利益	2,459 (4.7)	2,702 (4.6)	2,764 (4.6)	112.4	305	102.3	62	四半期純利益前年差+305百万円 ①特別損失の発生…………… △148百万円
EBITDA	6,306 (12.1)	6,682 (11.4)	6,637 (11.0)	105.2	331	99.3	△45	

※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）

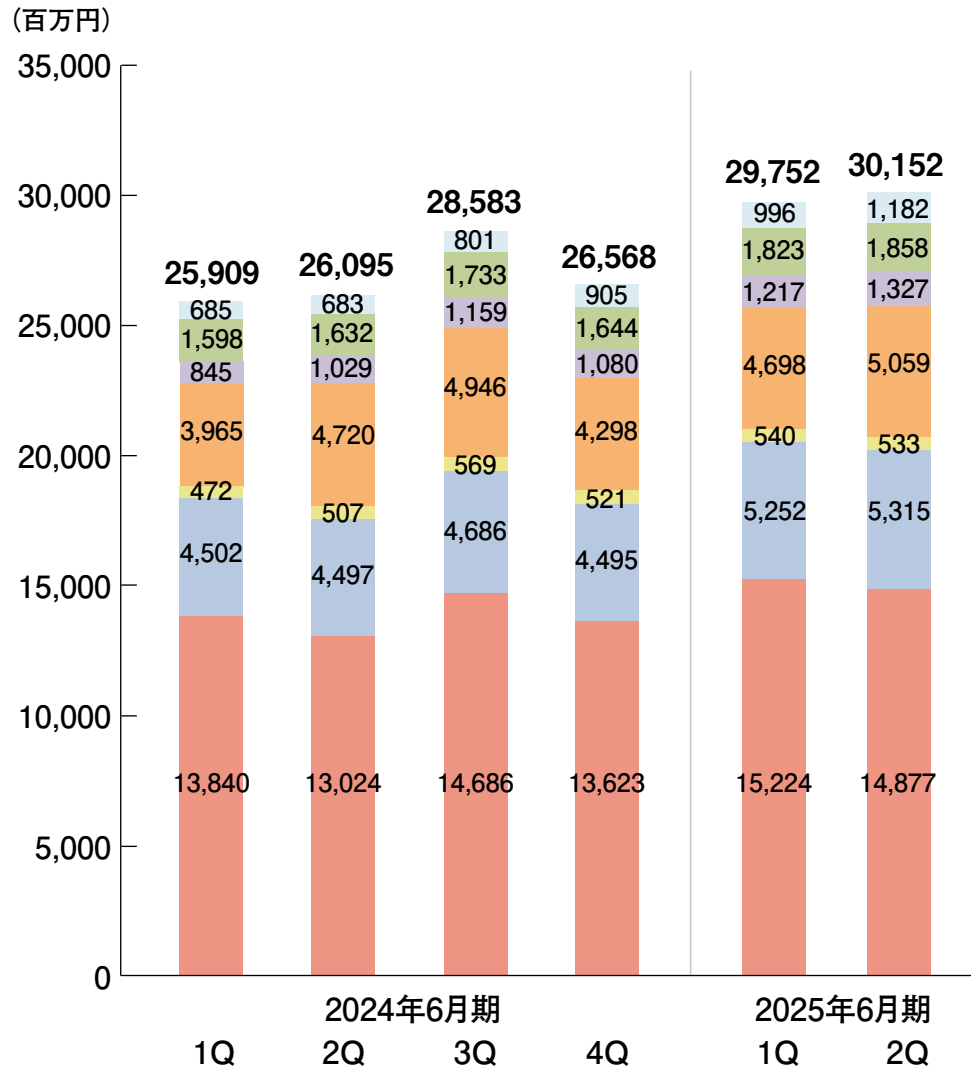
（単位：百万円）

	2024年6月期	2025年6月期					
	2Q累計	2Q累計		対前年差異		対計画差異	
	実績 (売上比%)	計画 (売上比%)	実績 (売上比%)	%	金額	%	金額
売上高	52,005	58,465	59,905	115.1	7,900	102.4	1,440
国内	50,646(97.3)	55,927(95.6)	57,736(96.3)	113.9	7,090	103.2	1,808
中国	1,297(2.4)	2,292(3.9)	1,943 (3.2)	149.8	646	84.8	△ 348
インドネシア	61(0.1)	192(0.3)	125 (0.2)	203.0	63	65.2	△ 66
香港	—	53 (0)	99 (0.1)	—	99	—	46
連結調整額	—	—	—	—	—	—	—
営業利益	4,210(8.1)	4,423(7.6)	4,333(7.2)	102.9	123	97.9	△89
国内	4,354(8.6)	4,213 (7.5)	4,290(7.4)	98.5	△63	101.8	77
中国	△105 (—)	241(10.5)	89(4.6)	—	194	—	△152
インドネシア	△39 (—)	△6 (—)	△41 (—)	—	△2	—	△34
香港	— (—)	△24 (—)	△28 (—)	—	△28	—	△4
連結調整額	1 (—)	0 (—)	24 (—)	—	24	—	24
経常利益	4,256(8.1)	4,391(7.5)	4,274(7.1)	100.4	18	97.3	△117
国内	4,388(8.6)	4,182 (7.4)	4,236(7.3)	96.5	△151	101.3	54
中国	△87 (—)	242(10.5)	103(5.3)	—	191	42.9	△138
インドネシア	△36 (—)	△8 (—)	△41 (—)	—	△4	—	△ 33
香港	— (—)	△24 (—)	△27 (—)	—	△27	—	△3
連結調整額	△ 7 (—)	0 (—)	2 (—)	—	9	—	2

業績概要③ (四半期業績の推移)

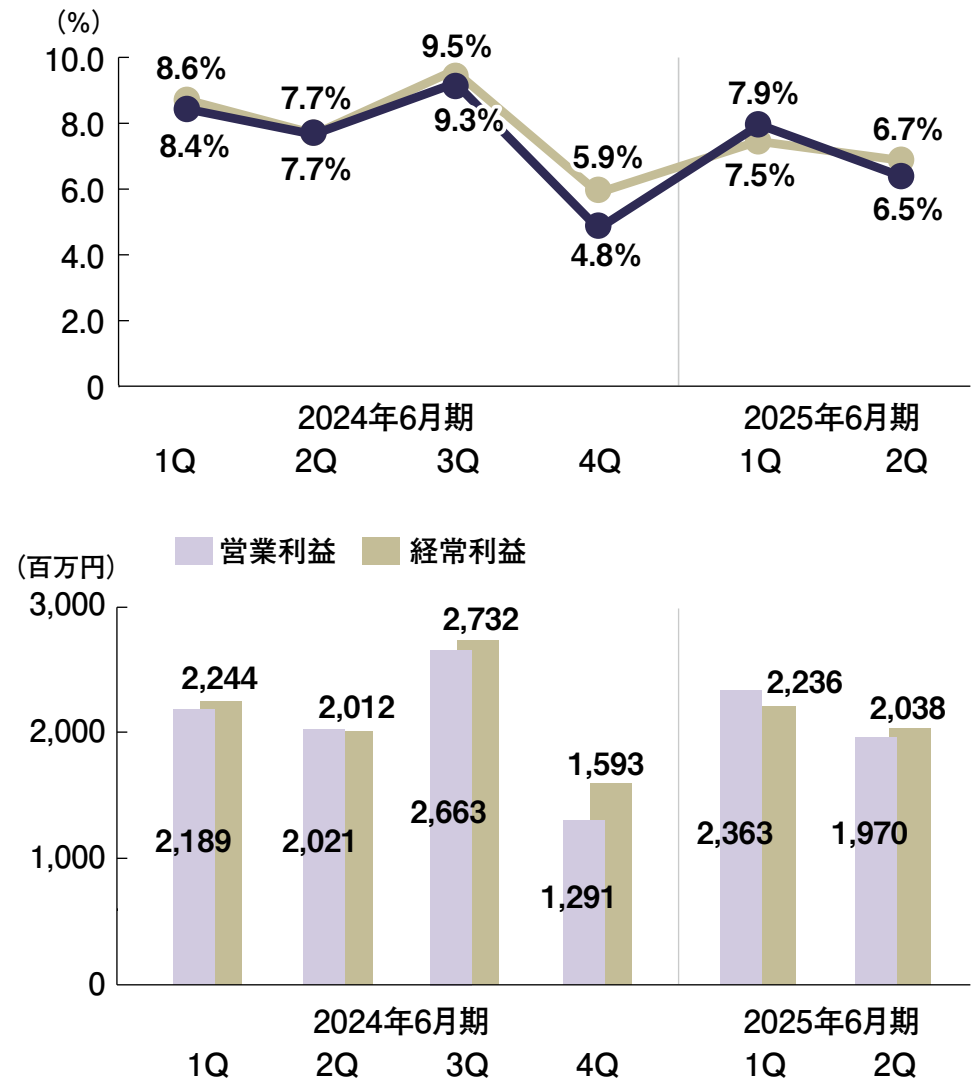
売上高

- 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

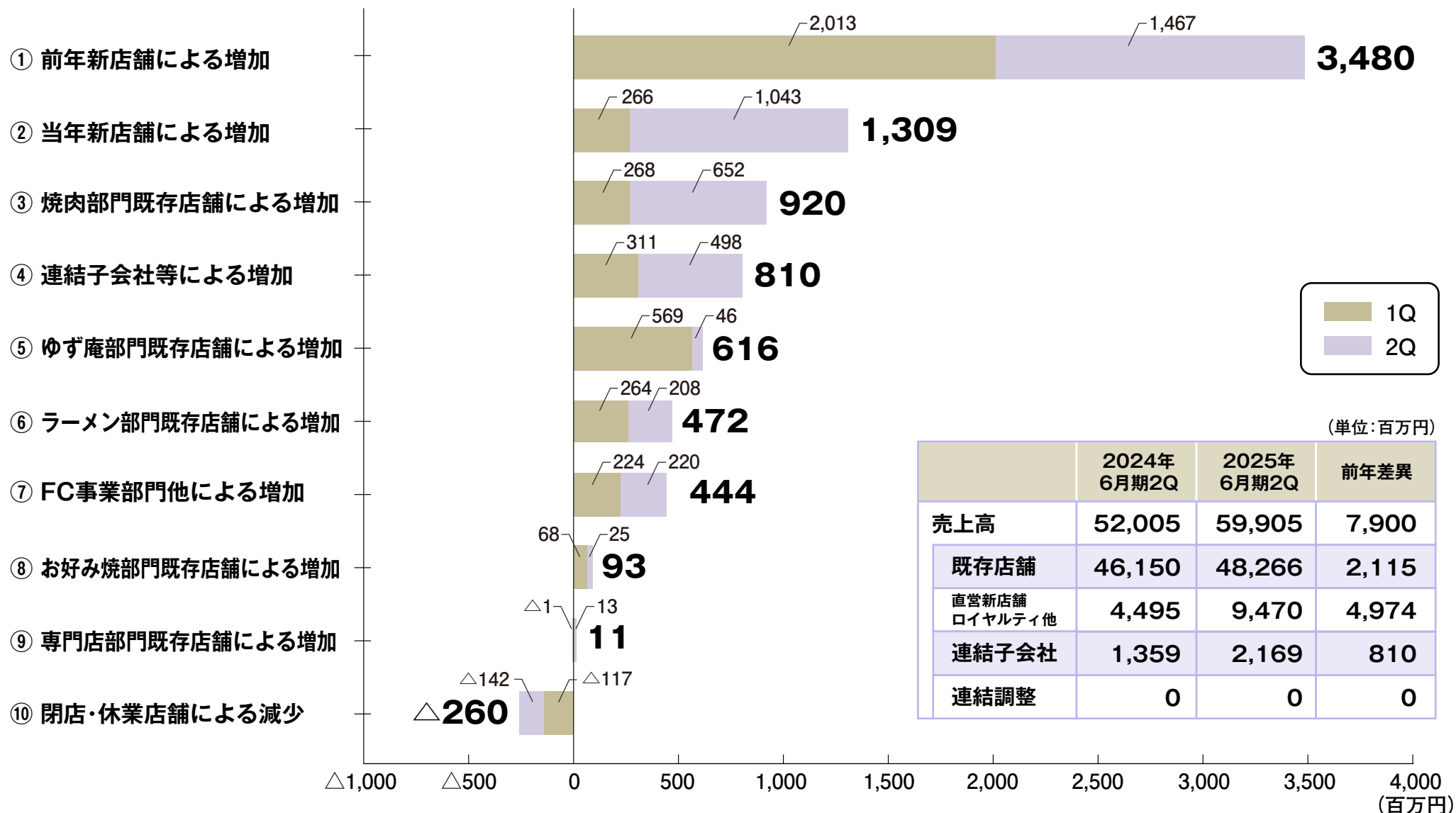


営業・経常利益

- 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)

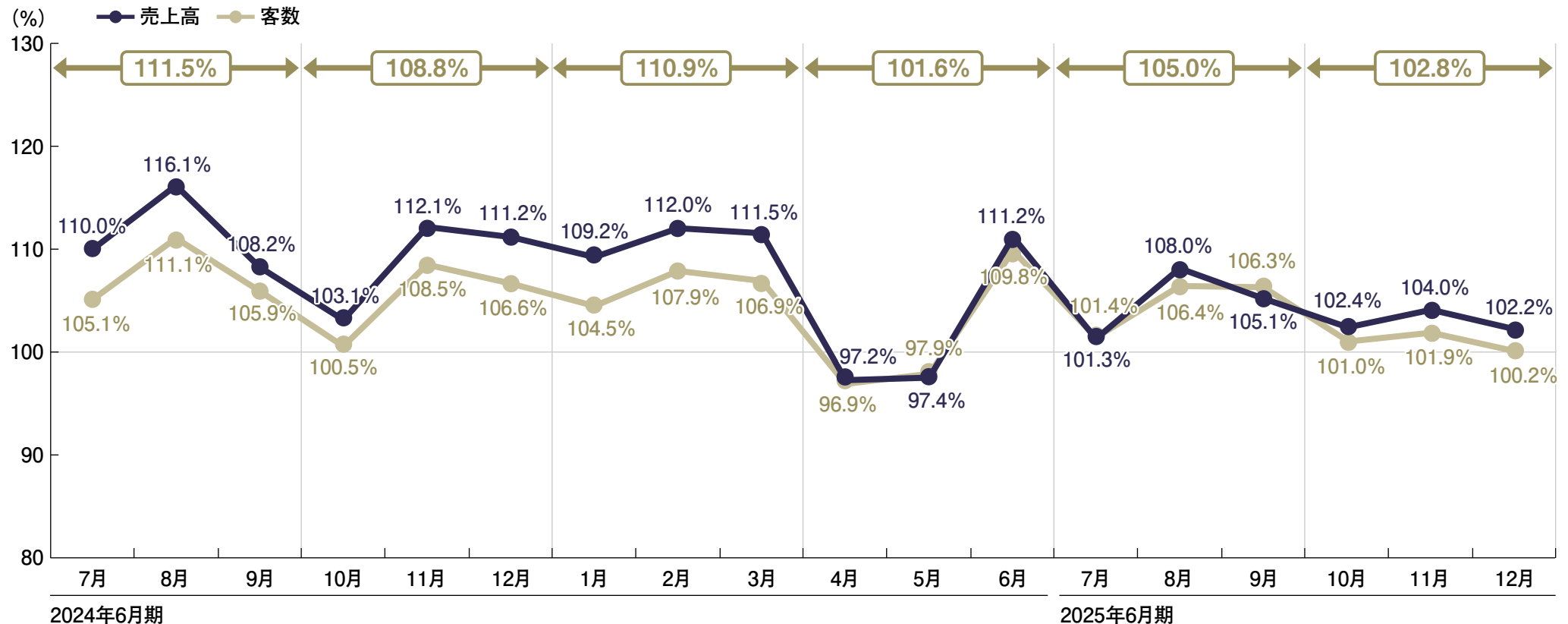


※連結子会社等とは、物語(上海)企業管理有限公司、PT. Agrapana Niaga Gemilang、物語香港有限公司ならびに連結調整額、Storyteller株式会社の合計です

※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

既存店売上高前年比推移(国内・直営)



	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	10月	11月	12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	102.4	104.0	102.2	103.9
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	101.0	101.9	100.2	102.9
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	101.4	102.1	102.0	101.0

※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

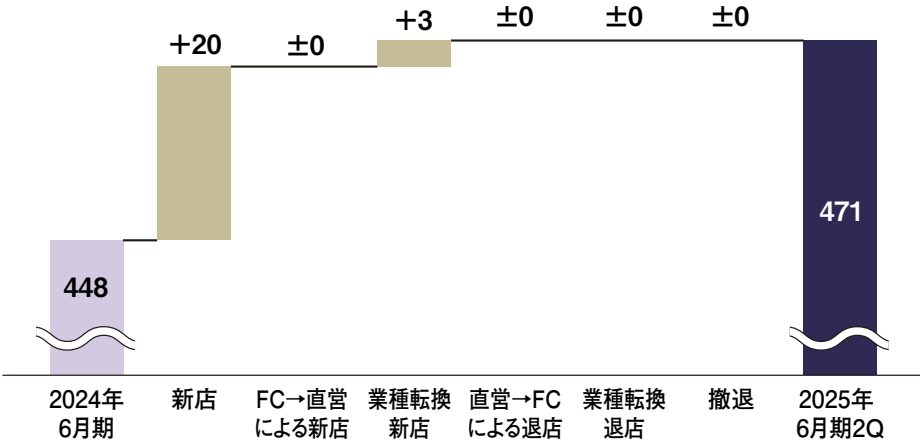
出退店状況

(単位:店舗)

部門	種別	2024年 6月期	2025年6月期				2Q 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	7	1	0	212
	FC	120	10	7	0	0	127
ラーメン	直営	115	18	7	0	0	122
	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	4	1	0	85
	FC	16	1	0	0	0	16
専門店	直営	31	15	5	0	0	36
	FC	0	1	0	0	0	0
その他	海外	28	19	15	2	4	39
国内・直営合計		448	61	23	2	0	471
FC合計		244	17	7	0	0	251
海外合計		28	19	15	2	4	39
合 計		720	97	45	4	4	761

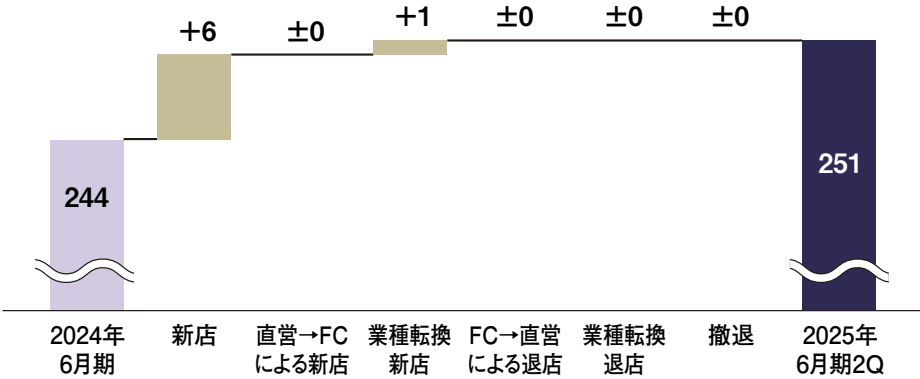
国内・直営店舗数

(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12月31日現在)

(単位:店舗)

部門	業態名	直営	FC	合計
焼肉	焼肉きんぐ	212	127	339
ラーメン	丸源ラーメン	116	103	219
	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	85	16	101
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	27	—	27
	濃厚中華そば 餃子 丸福	2	—	2
	果実屋珈琲	1	—	1
合計		471	251	722

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 10店舗
(●2 ■2 ●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 6店舗
(●3 ■1 ●2)

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)

高知県 4店舗
(■1 ■3)

岡山県 6店舗
(●2 ●3 ●1)

大阪府 41店舗
(●15 ■3 ●1 ■19)
(●2 ●1)

徳島県 2店舗
(■2)

和歌山県 7店舗
(■3 ■3 ●1)

三重県 17店舗
(●6 ●2 ■5 ●3 ●1)

奈良県 6店舗
(●1 ●1 ■3 ●1)

滋賀県 8店舗
(●4 ●1 ■3)

愛知県 83店舗
(●14 ■15 ●17 ■11)
(●4 ■1 ●8 ●1 ■12)

岐阜県 14店舗
(●5 ●1 ■3 ●1)
(●2 ●2)

静岡県 34店舗
(●5 ■7 ●4 ■6)
(●3 ●5 ●2 ●2)

山梨県 4店舗
(●1 ■1 ■1 ■1)

神奈川県 55店舗
(●25 ■2 ●12 ■4)
(●3 ●7 ●2)

千葉県 45店舗
(●15 ■8 ●8 ■6)
(●1 ●5 ●2)

東京都 52店舗
(●22 ■1 ●14 ■2)
(●1 ●6 ●6)

茨城県 20店舗
(●4 ■8 ●4 ■1)
(●1 ●2)

埼玉県 57店舗
(●19 ■8 ●12 ■4)
(●6 ●8)

福島県 12店舗
(●6 ●2 ●4)

宮城県 17店舗
(●5 ■2 ●3 ■1)
(●2 ●4)

岩手県 2店舗
(●1 ■1)

北海道 11店舗
(●2 ■7 ●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)

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)

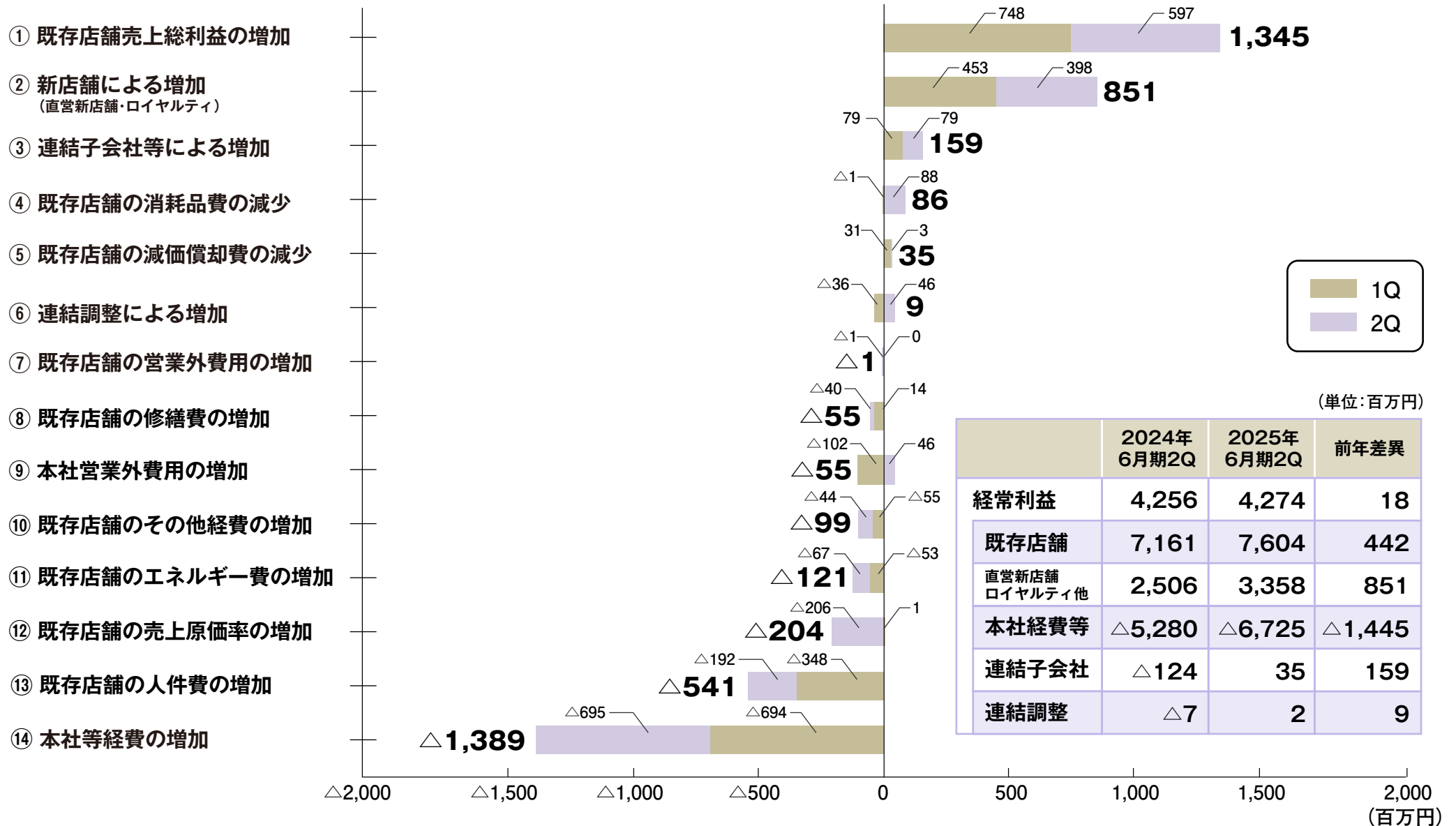
京都府 5店舗
(●3 ■2)

兵庫県 18店舗
(●7 ●4 ■4 ●2 ■1)

鳥取県 2店舗
(■1 ■1)

※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、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、Storyteller株式会社の合計です
 ※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)

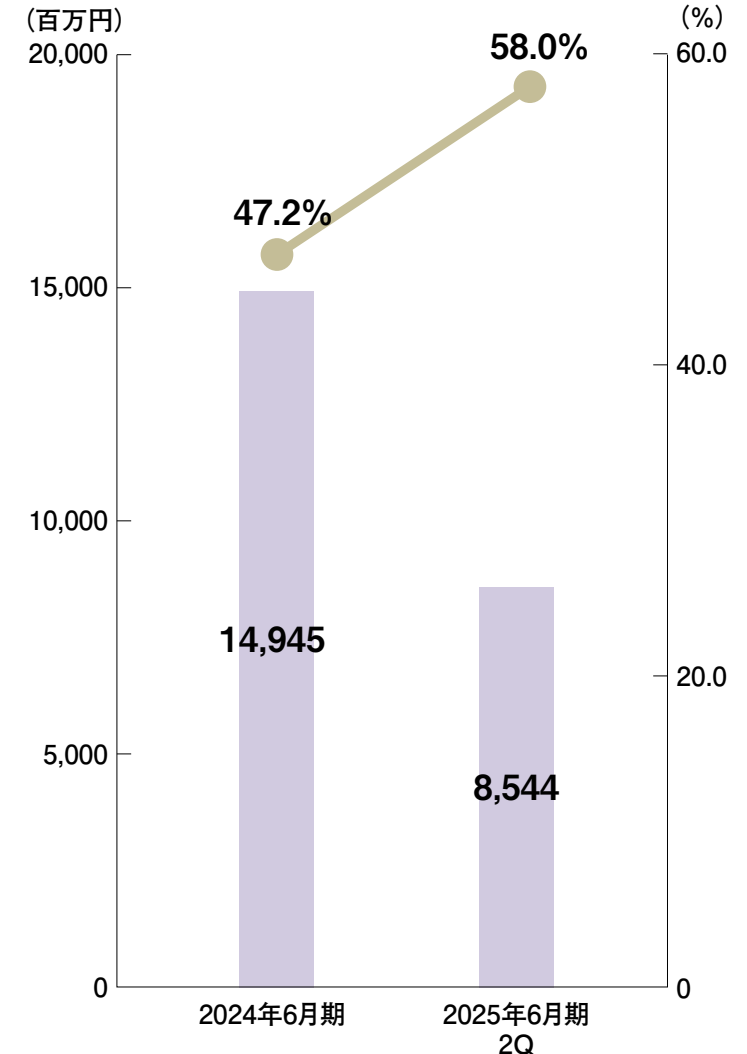
貸借対照表(連結)

(単位:百万円)

	2024年 6月期	2025年 6月期2Q	主な増減
資産の部			
流動資産	19,482	19,798	現金及び預金の減少 ……△1,069百万円 売掛金の増加 …………… 948百万円 商品及び製品の増加 ……… 347百万円
固定資産	42,048	44,764	有形固定資産の増加 ……… 2,284百万円 差入保証金の増加 …………… 342百万円
負債の部			
流動負債	17,329	17,778	買掛金の増加 …………… 1,343百万円 1年以内返済予定の長期借入金… 215百万円 短期借入金の減少 ………△1,000百万円
固定負債	14,642	9,173	転換社債の減少……………△5,887百万円 長期借入金の増加 …………… 278百万円
純資産の部			
純資産	29,558	37,610	資本金の増加 …………… 3,080百万円 資本剰余金の増加 …………… 3,070百万円 利益剰余金の増加 …………… 2,151百万円

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

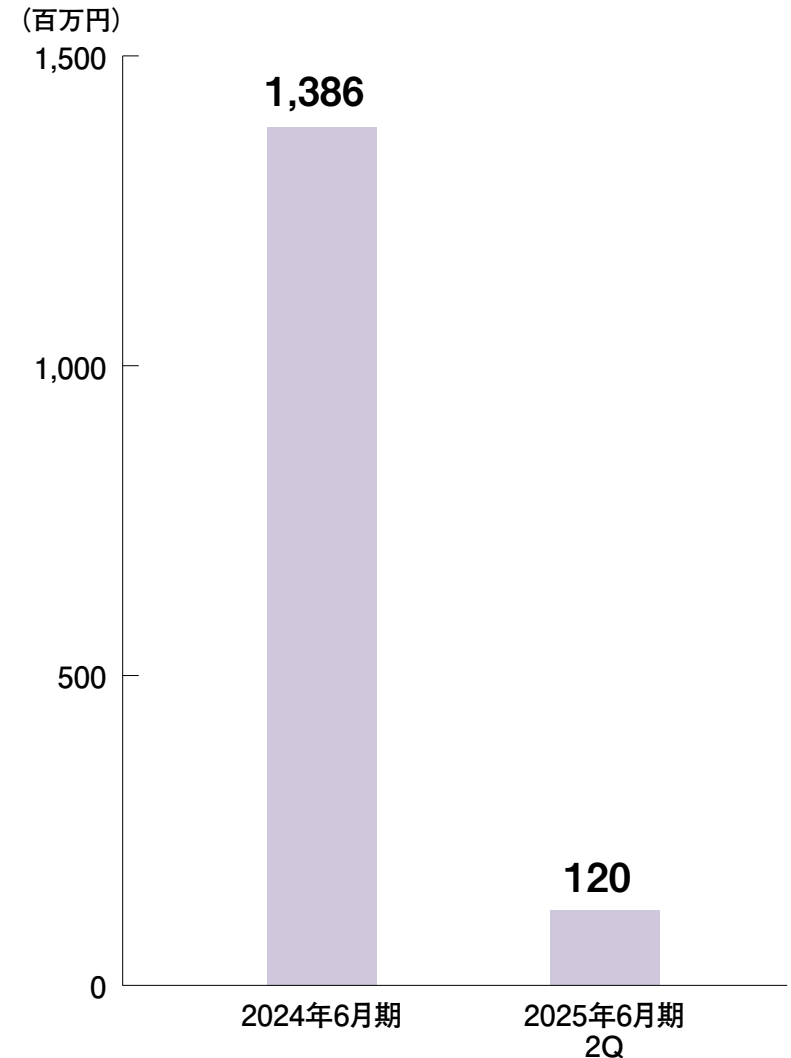
キャッシュ・フロー(連結) 概要

キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	2025年6月期 2Q累計	増減内容
営業活動による キャッシュ・フロー	5,887	税金等調整前四半期純利益 4,125百万円、 減価償却費2,397百万円の キャッシュ・フローなどを反映したもの
投資活動による キャッシュ・フロー	△5,767	新規出店などに伴う 有形固定資産の取得による支出が 5,272百万円、差入保証金の 差入による支出が480百万円あった ことなどによるもの
財務活動による キャッシュ・フロー	△1,120	長期借入金による調達 が1,600百万円あった一方で、 長期借入金の返済による支出が 1,106百万円、配当金の支払額が 609百万円あったことなどによるもの
現金及び現金同等物の 純増加(減少)額	△1,000	
現金及び現金同等物の 期首残高	11,803	
現金及び現金同等物の 期末残高	10,802	

フリー・キャッシュ・フローの状況



※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 (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)	-	465(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(-)	-(-)	-	-(-)	-	-(-)	-

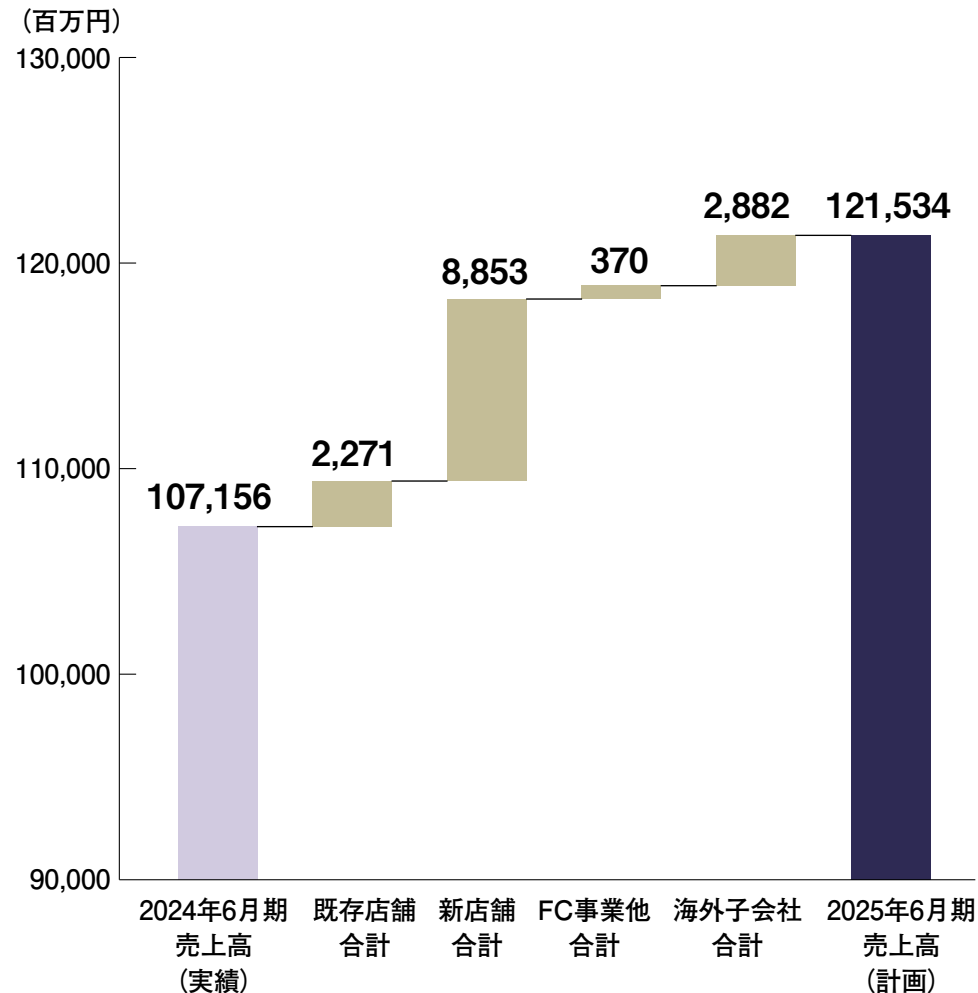
業績計画(連結)③(期初出店計画)

(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

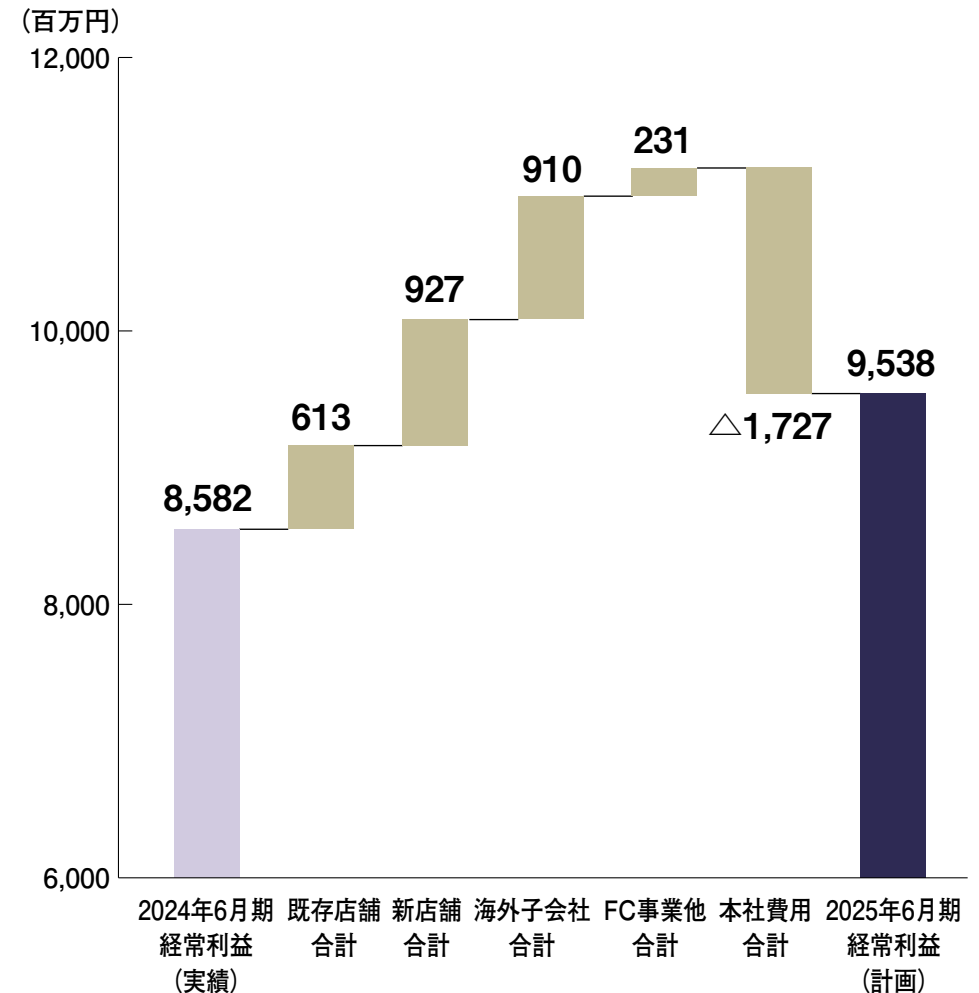
業績計画(連結)④(売上高・経常利益増減)

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）

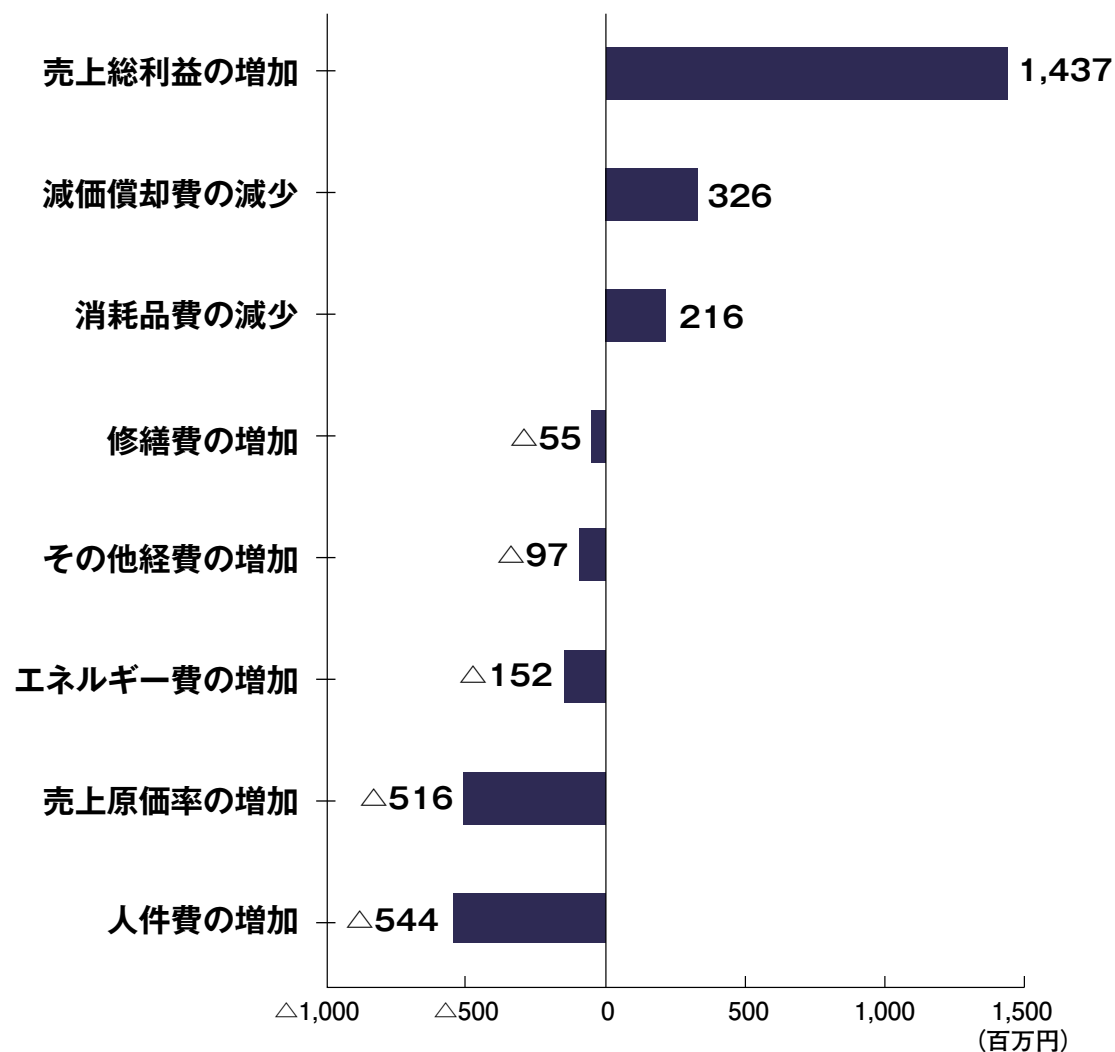
既存店売上高計画の前年対比

（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	下半期の見通し
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%	『焼肉きんぐ』『丸源ラーメン』において実施した価格改定の効果も受け、国内事業は計画を達成する見通し
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	今期末見通し 合計806店舗(国内755店舗、海外51店舗) 前年同期比86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55店舗、FC10店舗、 海外:29店舗(中国25店舗、インドネシア2店舗、香港2店舗)出店
(退店数)	国内直営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、国内直営1店舗(焼肉)、FC1店舗(丸源)、 海外6店舗(中国・上海)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	9店舗の店舗数増に留まるが、既存店が好調に推移し計画通りの推移
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	・既存店の大規模追加改装は以下のとおり実施 『焼肉きんぐ』1店舗の追加改装を実施(「特急レーン」を導入) 『丸源ラーメン』1店舗の追加改装を実施 ・直営店の原材料費の上昇は計画通りに推移する見通し ・社員採用は計画通りの見通し ・海外子会社は通年において黒字化の見通しだが、計画は下回る未通し
純利益	・通期で300百万円の特別損失発生を計画	・計画通り、特別損失300百万円発生の見通し

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

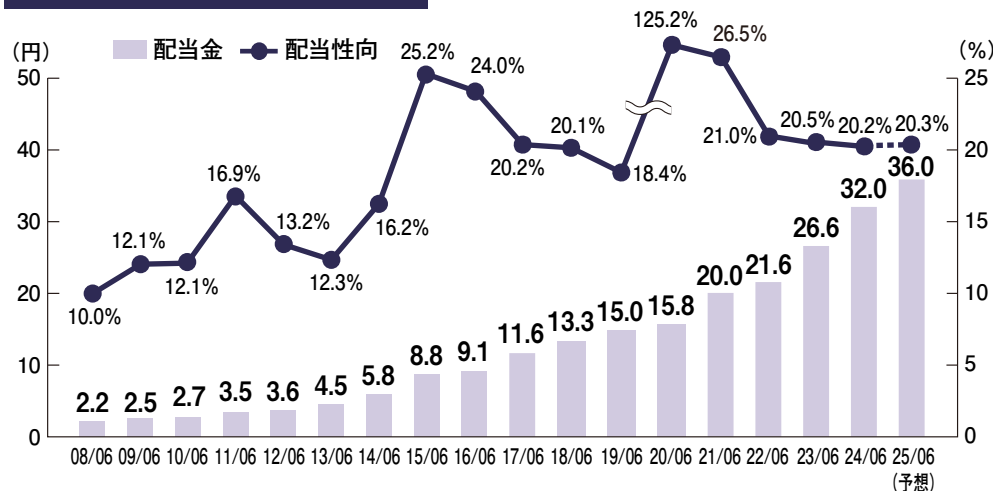
通期 **32.0円** ※ 中間実績 15.0円
期末実績 17.0円

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



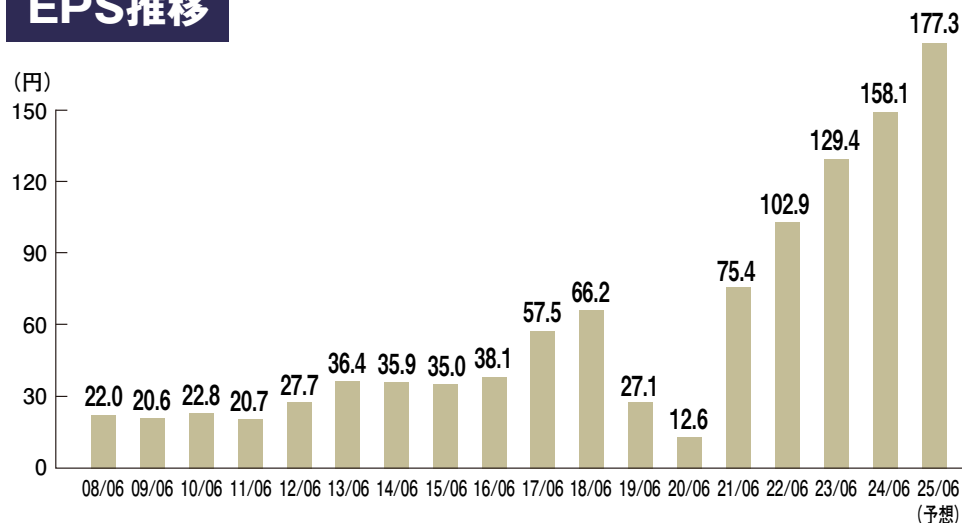
※2010年12月1日付けで普通株式1株につき3株の分割を行っております

※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単位(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

※株主様の利便性向上、ペーパレス化の推進の観点から、従来、紙(冊子型)で配布しておりました株主優待券を、使い切り型の電子カードに変更いたします

なお、贈呈基準や優待内容等その他につきましては変更ございません

プレゼンテーション構成

1 第2四半期業績概要

津寺 毅【取締役 常務執行役員 財務・成長戦略担当】

2 第2四半期業績総括

加藤 央之【代表取締役社長】

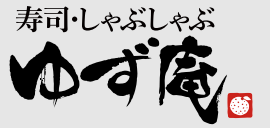
トピックス

- 1 各種コストの増加に対する取り組み**
- 2 海外展開の拡大**

各種コストの増加に対する取り組み

国内事業において原材料価格や人件費等の上昇を受け、各ブランドで価格改定を行いました。改定後の第2四半期における既存店の状況については客数は堅調に推移、客単価は価格改定を受けて上昇となりました。

■各ブランドの価格改定内容と改定後の状況

ブランド	時期	内容	第2四半期の状況 (国内直営 既存店前年比)	
			客数	客単価
	9月25日～	■各種食べ放題コース 100～300円値上げ	100.1%▲	103.0%▲
	10月3日～	■肉そばを除く一部商品 20円～60円値上げ	102.2%▲	101.2%▲
	12月3日～	■肉そばカテゴリーおよび餃子 30円値上げ		
	9月10日～	■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	100.4%▲	100.7%▲

トピックス① 各種コストの増加に対する取り組み

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や生産性の向上に向けた取り組みを実施いたしました。

生産性向上に向けた取り組み

- 配膳ロボットの機能開発および導入台数の拡充
- 特急レーン、自動案内システムの導入
- セルフレジの導入台数の拡充
- メニューの絞り込み
- 店内作業の見直し
- キッチンディスプレイの導入による厨房業務の効率化

コスト削減に向けた取り組み

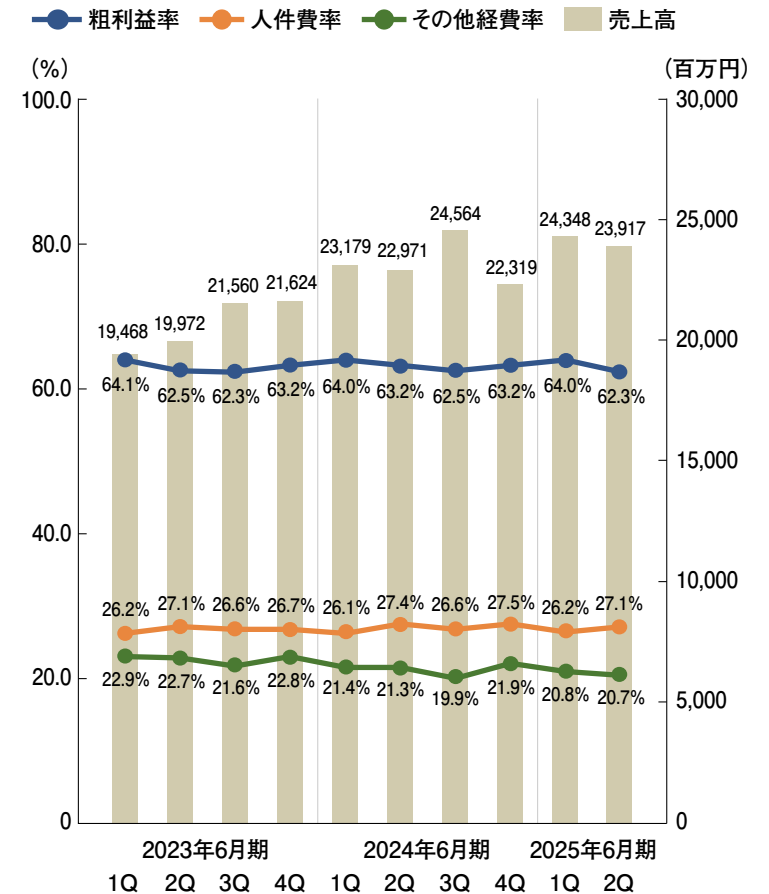
- 主要食材における調達先の多様化
- メニューミックスによる原価の適正化

売上向上に向けた取り組み

- 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期間限定商品の投入
- タッチパネル、メニューブックデザインの刷新
- テレビ CM 等プロモーションの強化
- 公式アプリの利便性向上
- Web 広告の強化
- 都市型価格の対象店舗を拡大
- デリバリーサービスの強化
- ライフスタイルの変化に合わせた営業時間の見直し
- 予約システムの刷新

収益構造

(国内直営 既存店)



トピックス ② 海外展開の拡大

中国、香港、インドネシアに加えて、台湾などのアジア地域における事業展開の準備を進めています。



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

エリア 中国・香港 店舗数 26店舗

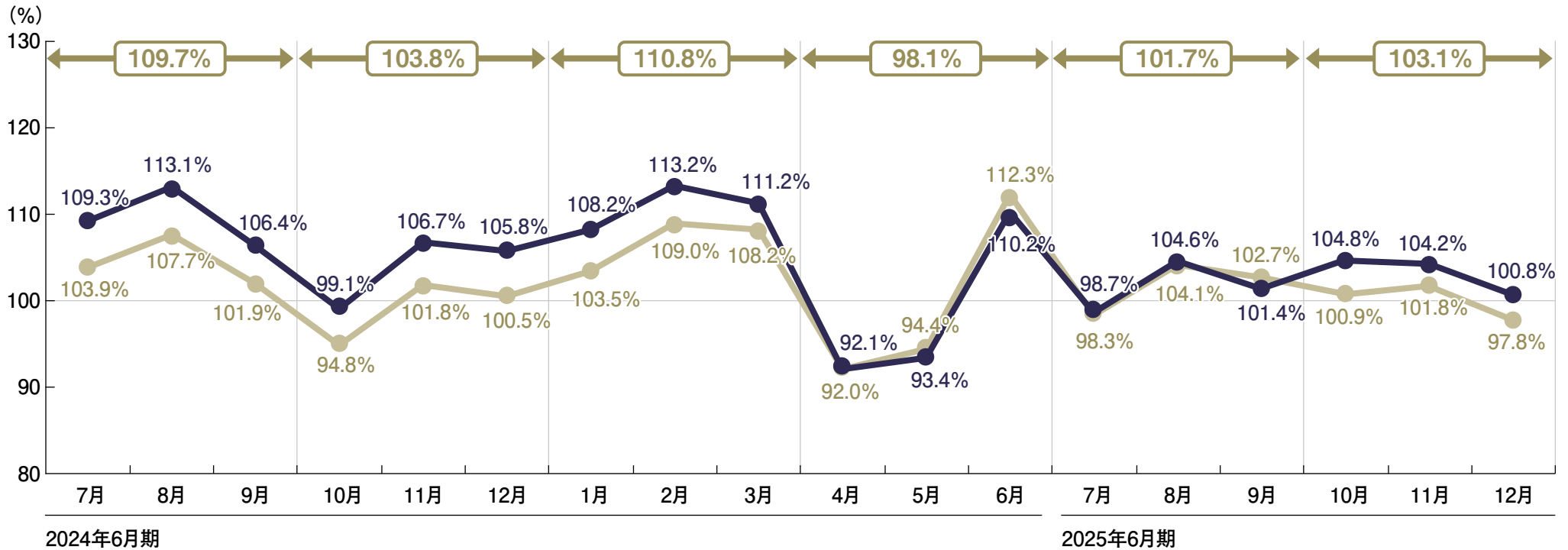


焼肉 YAKITATE KALBI YAKINIKU-DON

エリア インドネシア 店舗数 5店舗

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	10月	11月	12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	104.8	104.2	100.8	102.4
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	100.9	101.8	97.8	101.0
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	103.8	102.4	103.0	101.4

※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カ月以上稼動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



▲郊外ロードサイドの出店を継続



▲都市型ビルイン店舗を地方都市に出店



2 生産性を高める取り組み

■ 業務効率化や顧客利便性向上に向けたDX



▲特急レーンを続々と導入



▲自動案内システムにより
案内待ちの混雑を緩和

3 選ばれるブランドづくり

■ 期間限定フェアによる来店促進



▲商品の刷新を図るとともに
集客力の高いフェアを実施

■ ブランド価値を伝えるプロモーションの強化



▲新テレビCMの放映やWeb広告をととして機能性をPR

■ 期待にこたえる営業状態



▲クオリティマスターの育成



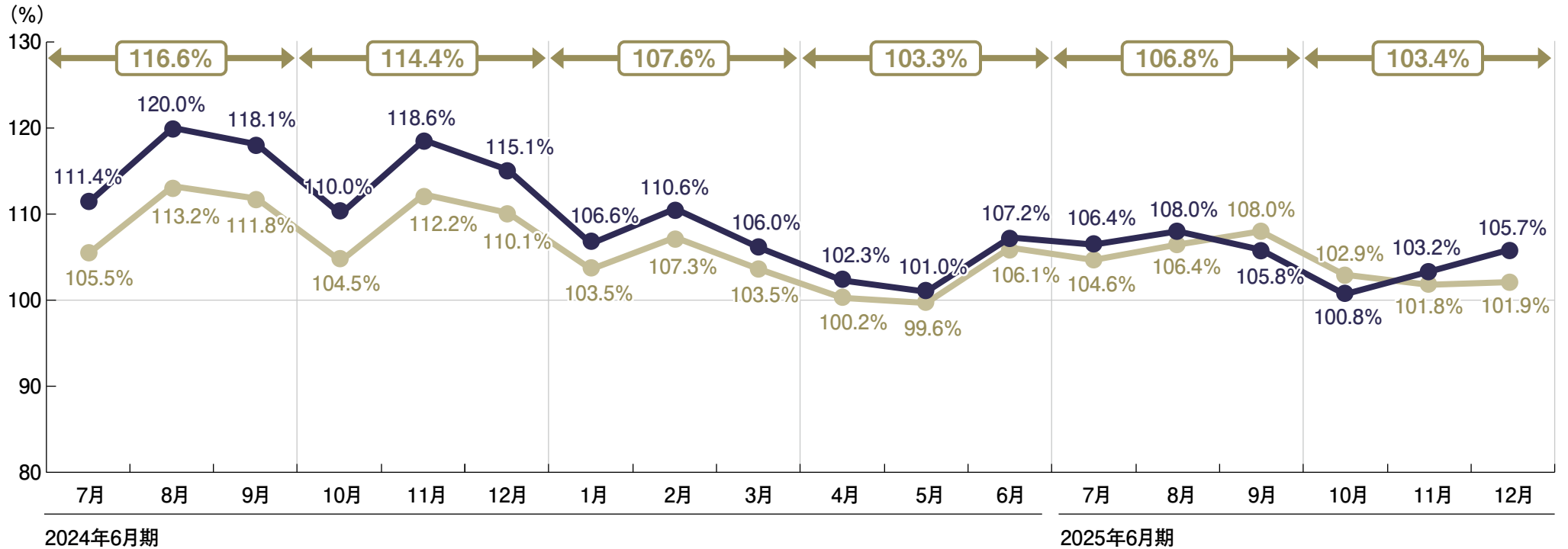
▲おせっかいマスターの育成



▲焼肉屋のシズル感と
本物感を伝えるため
ブランドサイトを刷新

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



(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	10月	11月	12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	100.8	103.2	105.7	105.1
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	102.9	101.8	101.9	104.3
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	98.0	101.4	103.7	100.7

※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



▲首都圏の出店を強化



▲駅前型店舗とSC型店舗の検証

2 生産性を高める取り組み

■ 業務効率化や顧客利便性向上に向けたDX



▲セルフレジやタッチパネルの導入を推進



▲配膳ロボットによる
食器回収を検証

3 選ばれるブランドづくり

■ 商品力の強化



▲肉そばマスターの育成

■ 期間限定商品による来店促進



▲年8回の商品変更

■ 営業時間の見直し



▲需要がある店舗において営業時間の延長

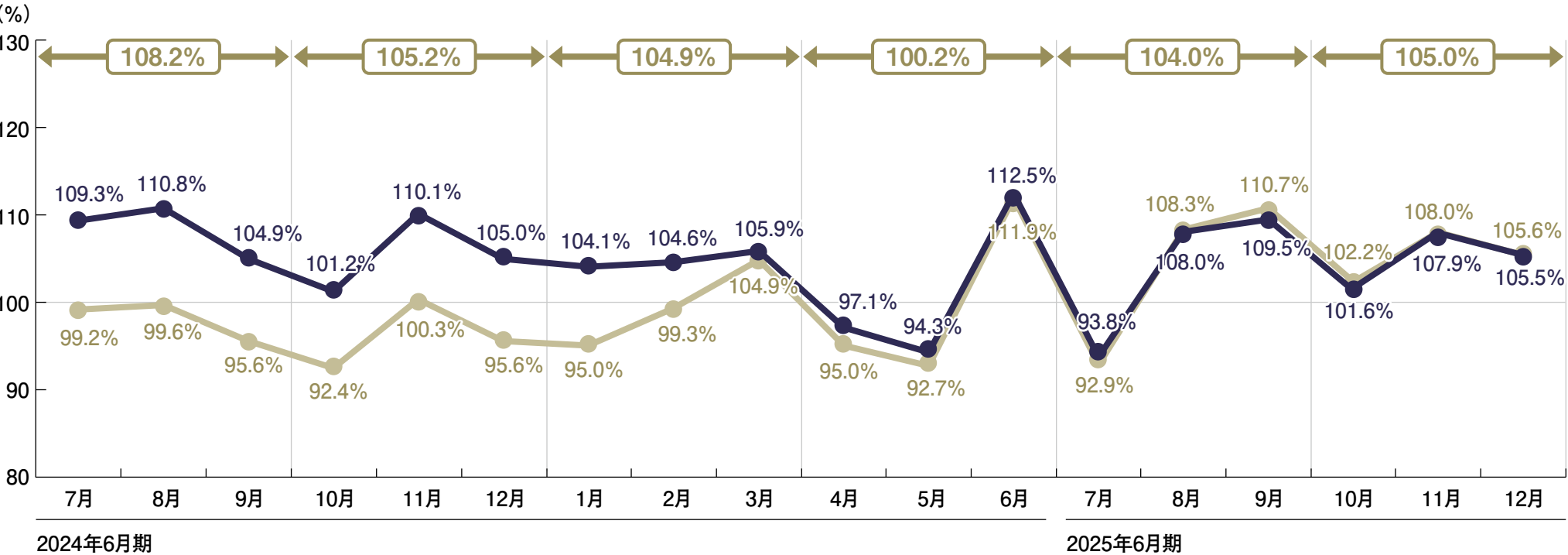
■ プロモーションの強化



▲顧客参加型キャンペーンの実施

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						
	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	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	101.6	107.9	105.5	104.5
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	102.2	108.0	105.6	104.8
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	99.4	99.9	99.9	99.7

※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

お好み焼業界No.1に向けた選ばれる店づくり

1 出店再開にむけた選ばれるブランドづくり

■ マーケットの大きい関西地区に初出店を計画



▲ お好み焼文化が土着しているエリアへの挑戦

■ マーケットサイズの拡大



▲ メインカテゴリに串カツを加え、新たなマーケットを取り込む

■ 顧客満足度を高めるメニュー展開



▲ 中心価格帯のおこほんコースの名物商品を刷新



▲ バリエティに富んだ食べ放題コース

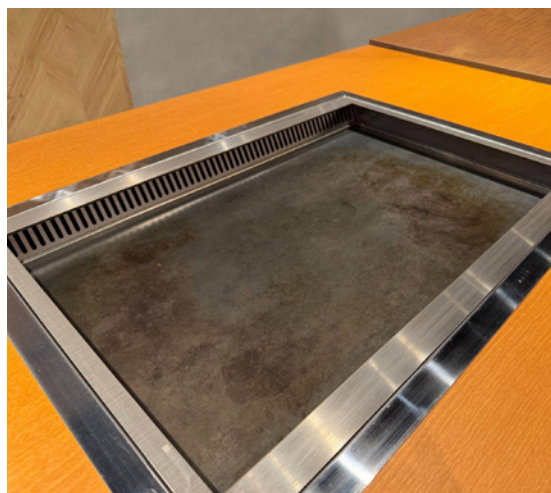
■ 期間限定フェアによる来店促進



▲ 鉄板焼きと親和性の高いフェアメニューを季節に合わせて変更



■ 来店阻害要因の排除と生産性向上に向けた取り組み



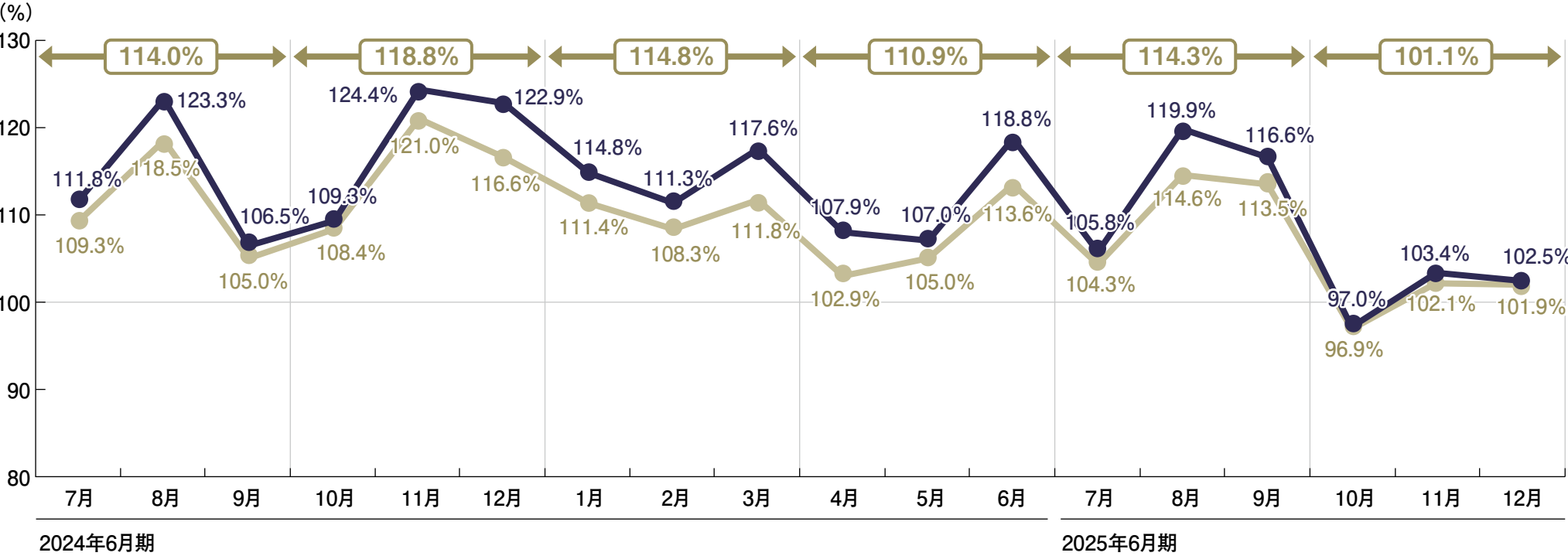
▲ 無煙ロースターの検証



▲ 複数台の配膳ロボットが活躍

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



(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	10月	11月	12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	97.0	103.4	102.5	107.2
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	96.9	102.1	101.9	105.3
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	100.2	101.2	100.6	101.8

※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

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



▲郊外ロードサイドの出店を強化

■ 認知度の向上



▲独自性のある
寿司・しゃぶしゃぶの食べ放題



▲初の都市型ビルイン店舗を都心の秋葉原に出店、
インバウンド需要を獲得



▲インバウンド需要にも
対応した商品展開

■ 生産性を高めるDX



▲複数台の配膳ロボットが
活躍



▲新予約システム
による効率的な
席配置を実現

2 選ばれるブランドづくり

■ 高付加価値商品の限定販売



▲年末年始に「かにしゃぶ」を提供

■ 期間限定商品による来店促進



▲ごちそう感のあるメニューで
和食専門店の価値を訴求

■ ハレの日需要に応えるプラン



▲お祝い需要の取り込み

焼肉ファストカジュアルのトップブランドを目指して



**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

■ 出店エリアの拡大



▲関東・関西エリアへの出店を強化



▲駅直結店舗における検証の継続

■ 教育体制の充実



▲出店拡大に備えたトレーニングセンターの設置

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

■ 原価率の適正化と顧客満足度の両立



▲価格改定およびメニューミックス施策の実施



▲定番商品の定期的な改良

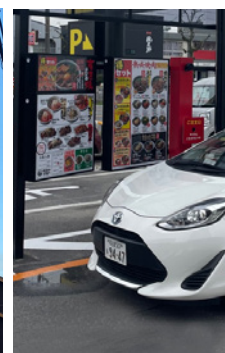
■ 期間限定商品による来店促進



▲年8回の商品変更

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9店舗に設置（2024年12月末時点）

■ 販売チャネルの拡充



▲モバイルオーダーに対応した公式アプリの展開

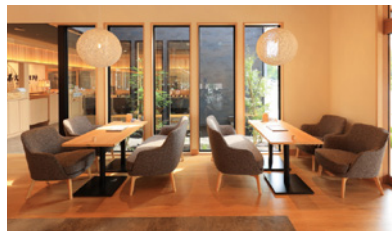
新たな成長エンジンへ 新業態開発



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



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



▲神奈川県、静岡県、愛知県で展開中



標準店舗面積	40坪
想定客単価	1,000円
店舗数	6店舗



「濃厚中華そば」と「丸福餃子」が名物の
中華そば専門店



▲愛知県で展開中



標準店舗面積	40坪
想定客単価	1,000円
店舗数	2店舗

海外事業の拡大

中国・香港



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



▲積極的な出店を継続



標準 店舗面積	30坪
想定 客単価	中国 80元 (約1,600円) 香港 130香港ドル (約2,600円)
店舗数	中国 25店舗 香港 1店舗

中国



目の前で揚げた出来たての
天ぷらと炊きたてご飯を
手軽に楽しめる天ぷら専門店



▲10月に上海で1号店を出店



標準店舗面積	30坪
想定客単価	70元 (約1,400円)
店舗数	1店舗

インドネシア



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



▲メニューラインナップの拡充等を実施



標準店舗面積	53坪
想定客単価	85,000rp (約820円)
店舗数	5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 今後も力強い成長を継続

	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		



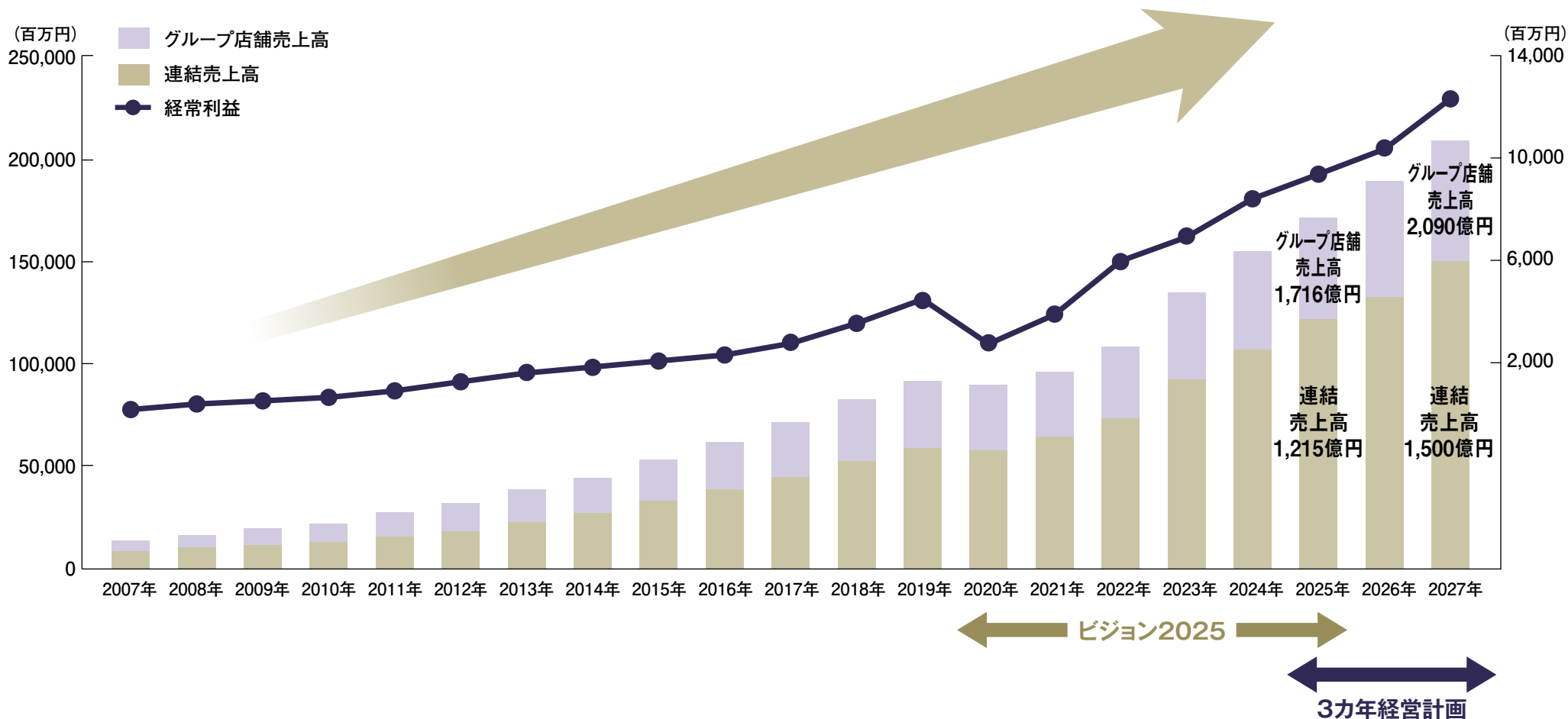
※新たな中期ビジョンは2025年8月に発表予定

「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

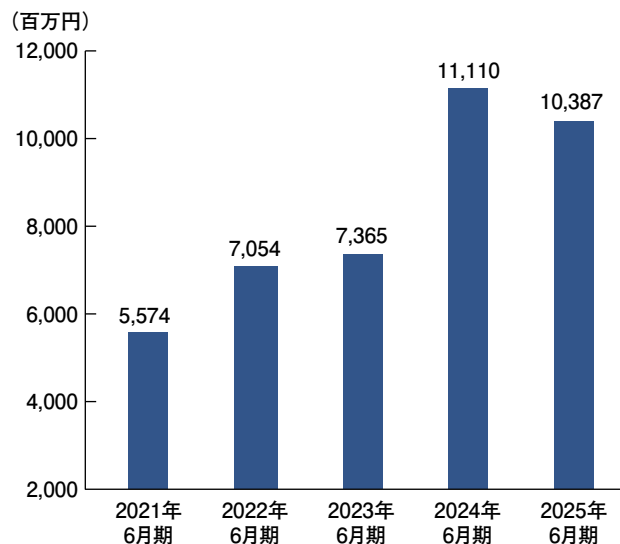
		業 態	今後の方向性	2025年 グループ店舗売上高	2019年→2025年 グループ店舗売上高 年平均成長率
拡大事業		焼肉きんぐ	出店エリア拡大	934億円	112%
		丸源ラーメン		398億円	112%
育成・再成長事業		お好み焼本舗	育成→拡大	28億円	93%
		寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵		227億円	109%
		焼きたてのかるび		30億円	—
既存強化事業		しゃぶとかに 源氏総本店・魚貝三昧 げん屋	収益強化	10億円	101%
		熟成焼肉 肉源		6億円	99%
新規事業	国 内	熟成醤油ラーメン きゃべとん・濃厚中華そば 餃子 丸福	事業の育成	14億円	117%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

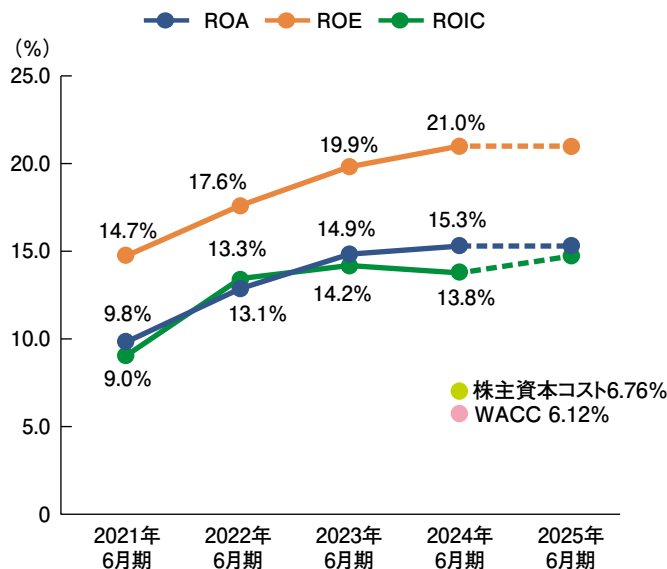
高いリターンを意識した
積極的な出店／改装投資



- 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

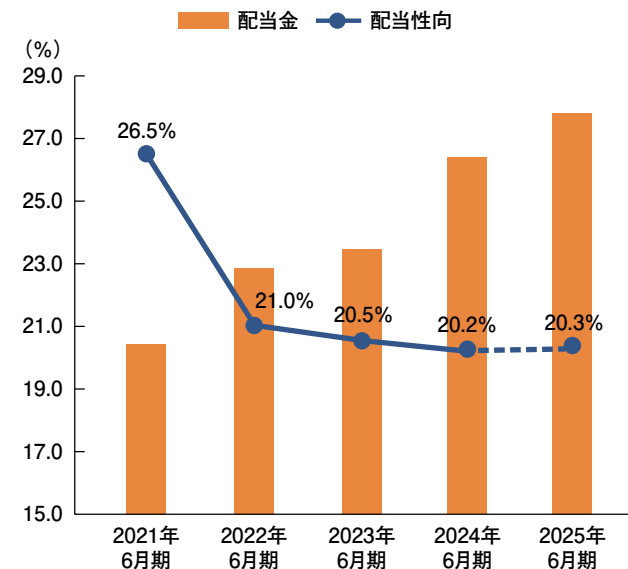
ROE・ROIC
15%以上を維持



- 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 E	気候変動への対応 (脱炭素社会への貢献)	・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	・売上百万円当たりのGHG排出量を2020年対比で33%削減 ・売上高百万円あたりの食品ロス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	・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	・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	・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)	・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	・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	・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	・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	・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	・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	・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

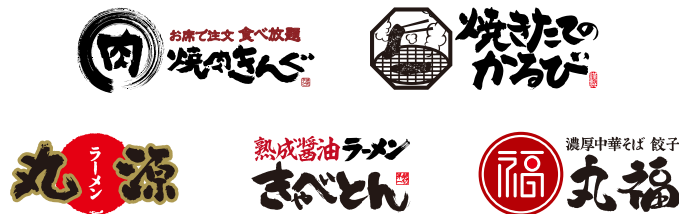
中国・香港

インドネシア

大型店舗



中小型店舗



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

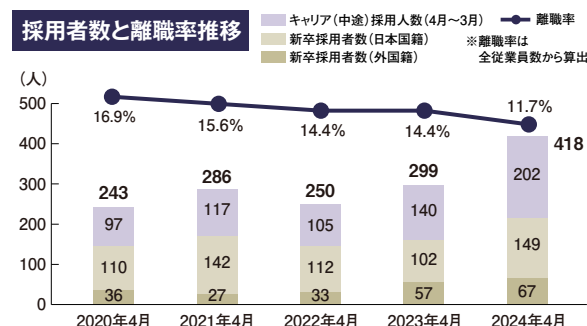


ワークエンゲージメントの向上 (働きがいと働きやすさ)

- 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10カ月
年間所定労働時間	2,016時間
月間平均残業時間	17.0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

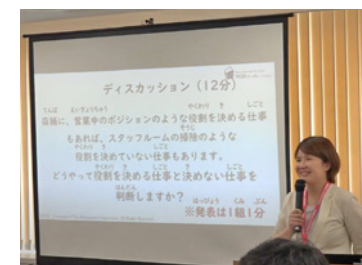
- 女性
- チャレンジド
- セクシュアルマイノリティ
- パートナー
- インターナショナル
- シニア

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	68.8%
新入社員に占める女性比率	40.3%
男性育休取得率	59.6%
チャレンジド雇用率	3.7%
インターナショナル社員比率	15.5%

※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

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



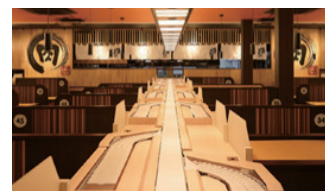
- ウェルフェアトレードへの賛同

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

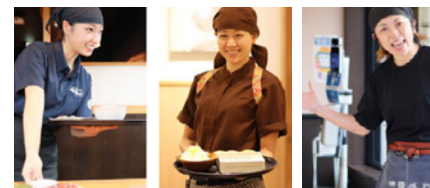


- ラーメン業態でのタッチパネル、セルフレジ、食券機の導入
- 店舗来店予約のAI化
- 配膳ロボットの効果的な活用
- 特急レーン付焼肉きんぐの展開



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



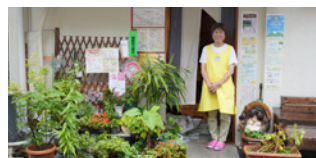
- プラスチックコップを店舗で使用するボールペンにリサイクル



- 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>

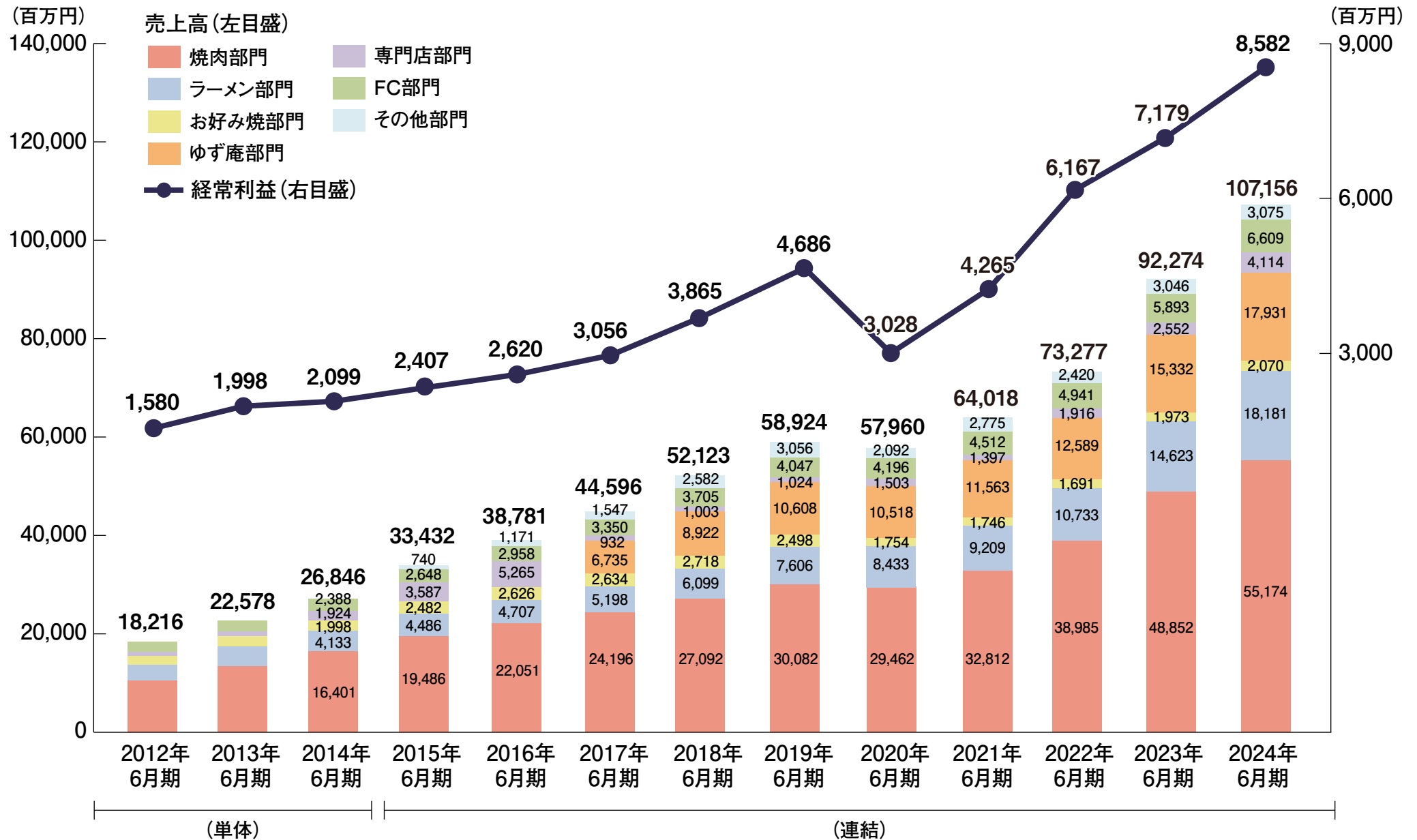
物語コーポレーションとは

郊外ロードサイド型レストランを中心に761店舗を展開
(うち直営471店舗、FC251店舗、海外39店舗)

2024年12月31日現在

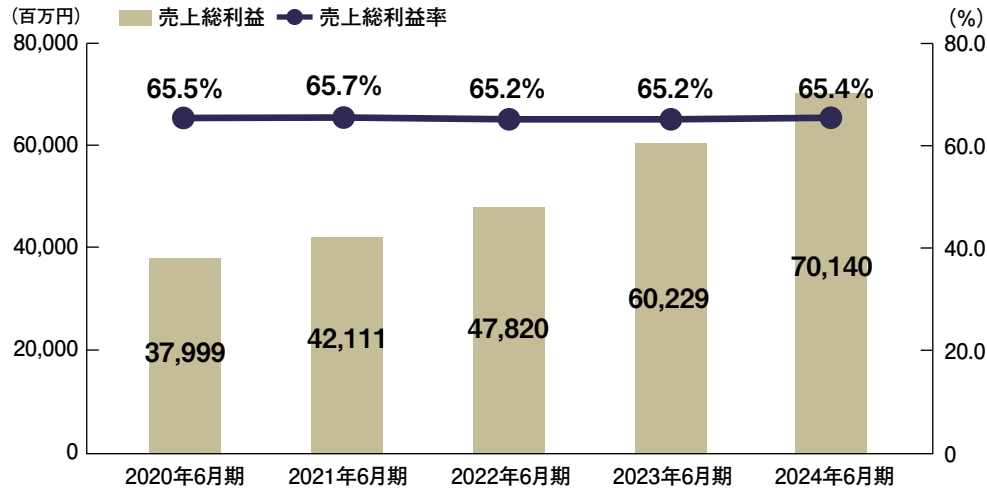
	焼 肉	ラーメン	お好み焼	寿司・しゃぶしゃぶ	専門店	海 外
市場 売上高 順位	1位	2位	4位	3位	—	—
	 焼肉きんぐ ▶ 焼肉きんぐ	 丸源ラーメン ▶ 丸源ラーメン ▶ 二代目丸源 ▶ 熟成醤油ラーメン きゃべとん	 お好み焼本舗 ▶ お好み焼本舗	 寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵 ▶ 寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵	 焼きたてのかるび ▶ 魚貝三昧 げん屋 ▶ しゃぶとかに 源氏総本店 ▶ 牛たん大好き 焼肉はっぴい ▶ 熟成焼肉 肉源 ▶ 焼きたてのかるび ▶ 濃厚中華そば 餃子 丸福 ▶ 果実屋珈琲	 肉肉大米 ▶ 北海道 蟹の岡田屋総本店 ▶ 焼肉専門店肉源 焼肉王 ▶ 熟成牛挽肉と炊き立てごはん 肉肉大米 ▶ Yakitate KALBI ▶ 天天 天麩羅専門店
店舗数	339店舗	226店舗	20店舗	101店舗	36店舗	39店舗
直 営	212 店舗	122 店舗	16 店舗	85 店舗	36 店舗	39 店舗
F C	127 店舗	104 店舗	4 店舗	16 店舗	0 店舗	

業績推移

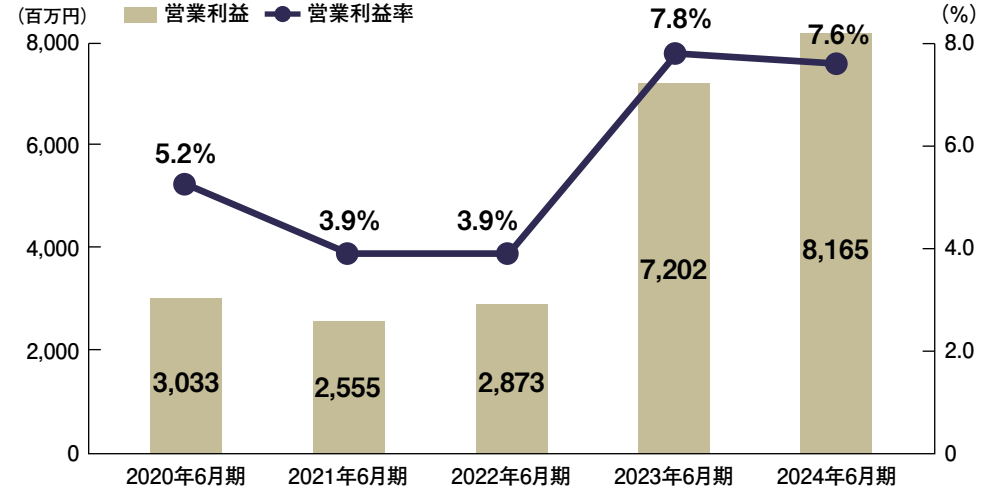


主要指標推移①

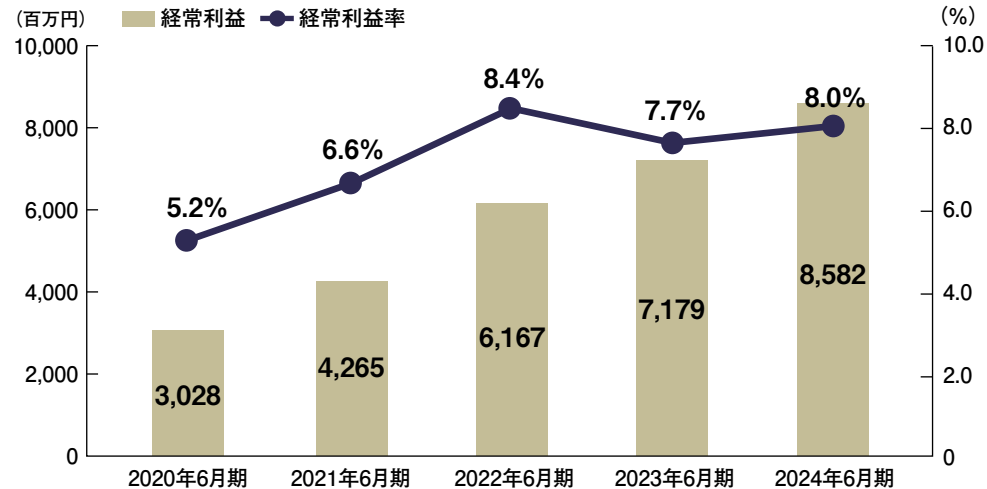
売上総利益と売上総利益率



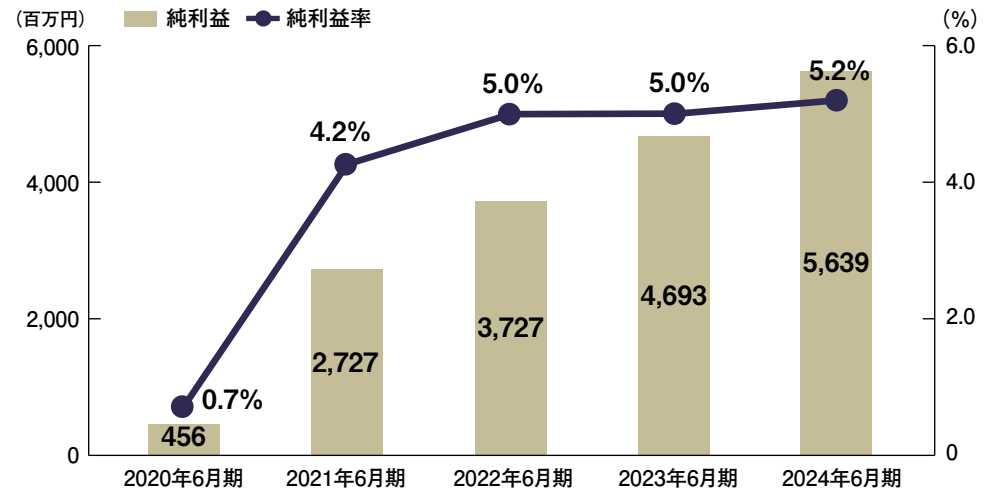
営業利益と営業利益率



経常利益と経常利益率

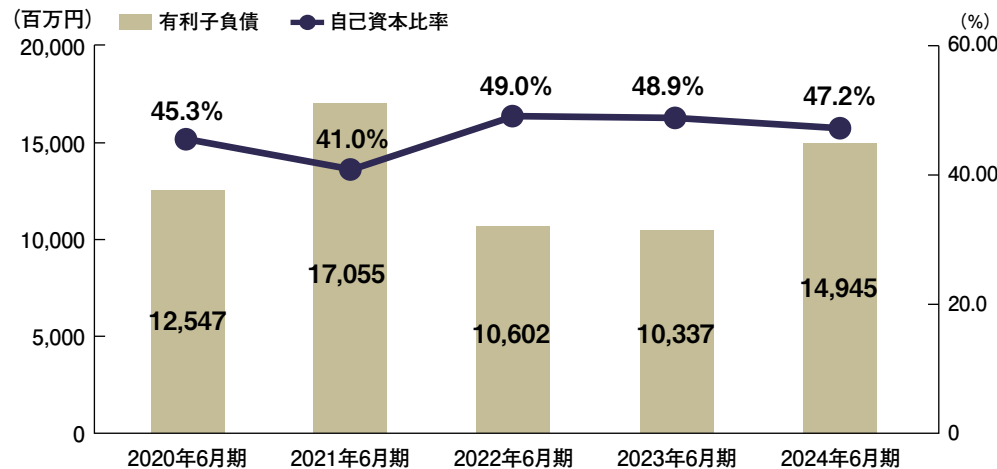


純利益と純利益率



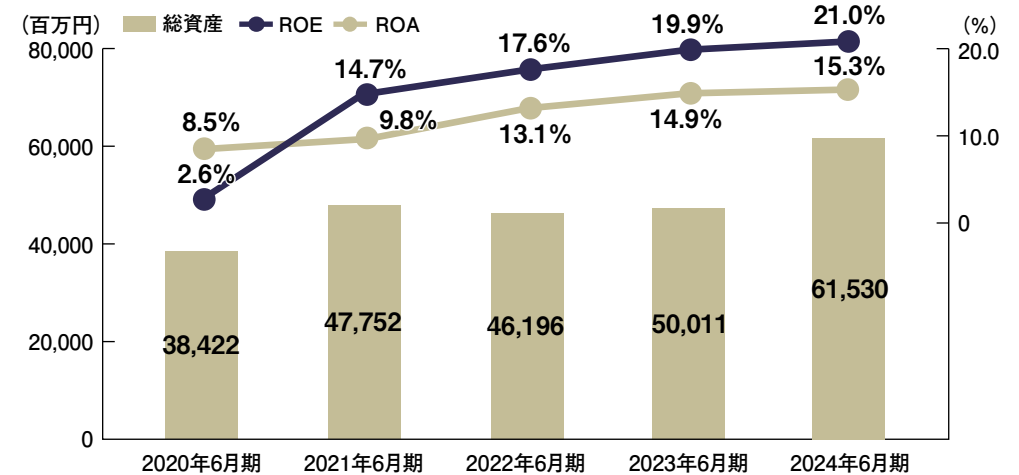
主要指標推移②

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

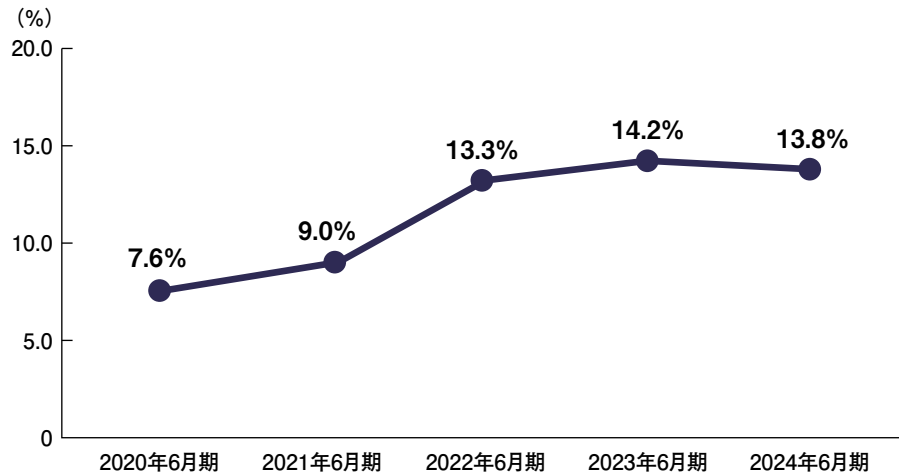
ROE・ROA



※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

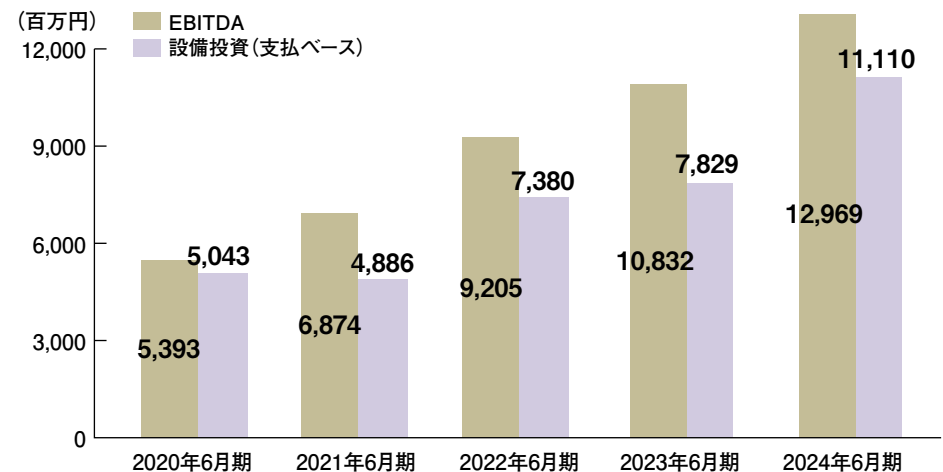
※ROA・ROEの計算式のそれぞれの分母は、期中平均の数値を採用しています

ROIC



※ROIC=税引後経常利益／(自己資本+有利子負債)

設備投資・EBITDA

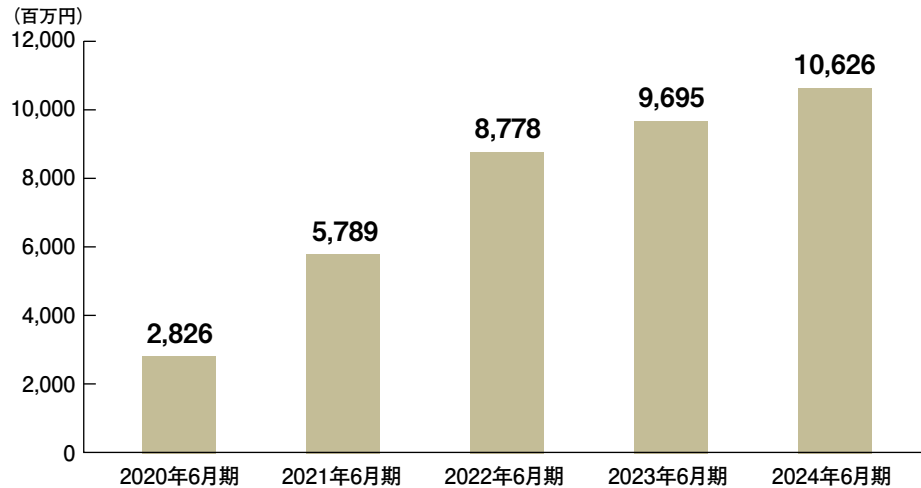


※EBITDAとは、経常利益+減価償却費としております

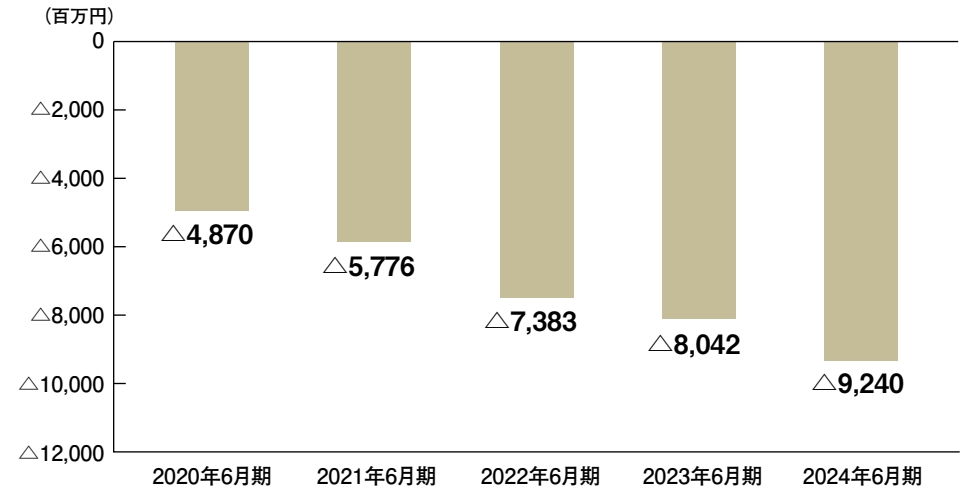
※設備投資(支払ベース)とは、有形固定資産の取得+無形固定資産の取得+差入保証金の差入れとしています

主要指標推移③

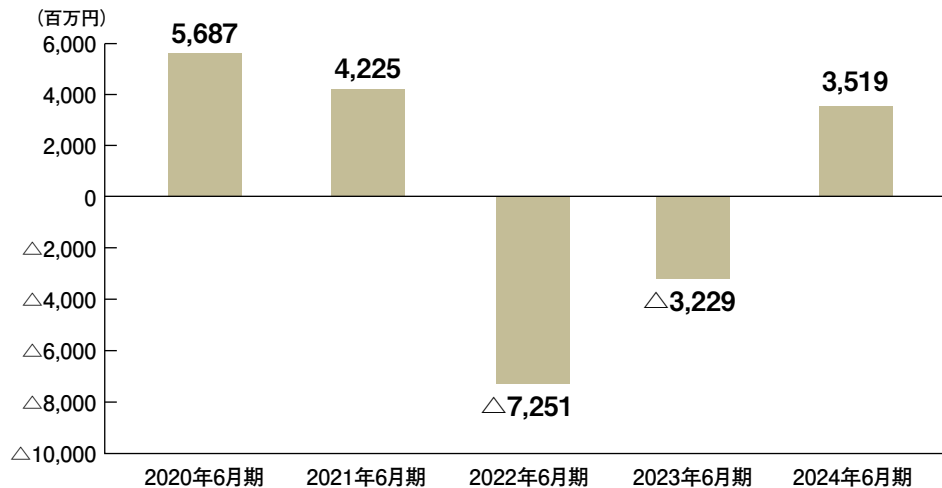
営業活動によるキャッシュ・フロー



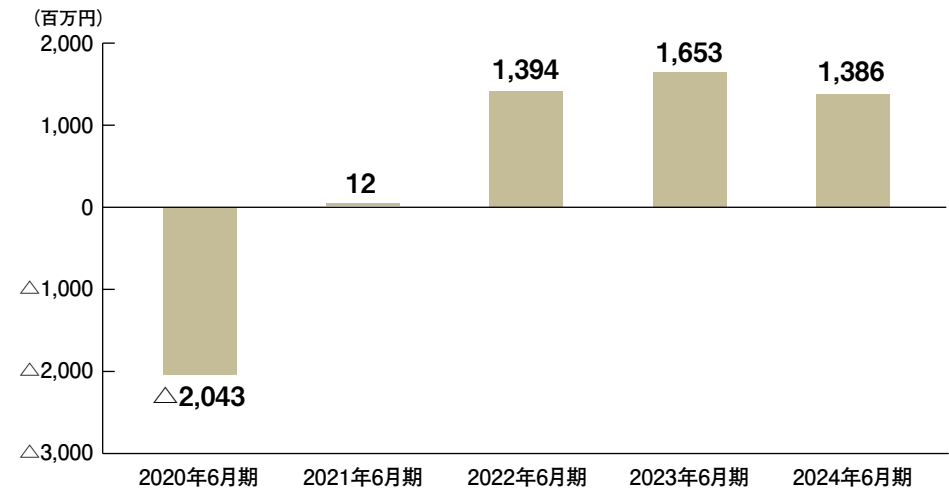
投資活動によるキャッシュ・フロー



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

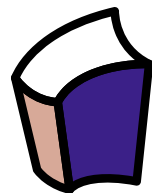


※フリー・キャッシュ・フローとは、営業キャッシュ・フローと投資キャッシュ・フローを加算したものです

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