



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 決算説明資料

2025年8月20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。

物語のモノガタリ Vol.32

4年連続でRCBプロジェクトに賛同



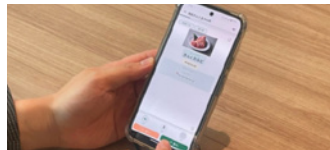
▲D&I推進の啓蒙活動として、全国の店舗で働く従業員がバッジを着用

女性店長コンベンションを開催



▲副店長以上の女性社員約150名を対象に、立場や経験を超えて交流

インターナショナル人財を対象に 研修の実施や日本語教育コンテンツを開発



▲リーダーシップを身につける研修を実施するほか、
日本語教育アプリケーションを通じて独自のコンテンツを開発

「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」の構成銘柄に継続選定



FTSE Blossom
Japan Sector
Relative Index



▲気候ガバナンスと気候変動への取り組みが評価され、2年連続で認定

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15.6%増、営業利益13.1%増、経常利益5.2%増、当期純利益※9.1%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、ならびに海外事業の店舗数の増加により増収
- ・経常利益は、既存店の増収および店舗数の増加により増益
- ・当期純利益は、直営店における収用補償金により、特別利益+333百万円発生
一方で、固定資産除却損および店舗閉鎖損失等により、特別損失△529百万円発生

2 既存店の状況

既存店売上高前年比104.2%

- ・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101.9%
- ・ラーメン部門は、付加価値の高い商品開発と価格改定、およびテレビCMや福袋販売等の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、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106.1%
- ・ゆず庵部門は、高付加価値商品や期間限定商品の開発をはじめ、テレビCM放映数の増加により、来客数と客単価が伸長。既存店売上高前年比108.2%

3 新規出店の状況

新規出店101店舗（海外38店舗を含む）

- ・国内新規出店 『焼肉さんぐ』27店舗（直営19店舗、FC8店舗）、『丸源ラーメン』14店舗（直営13店舗、FC1店舗）、『寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵』10店舗（直営9店舗、FC1店舗）、『焼きたてのかるび』10店舗（直営）、『熟成肉とんかつ ロース堂』1店舗（直営）、『果実屋珈琲』1店舗（直営）
- ・海外新規出店 中国『肉肉大米』25店舗（直営7店舗、FC18店舗）、『天天 天麩羅専門店』1店舗（直営）
インドネシア『Yakitate KALBI』1店舗（直営）、『肉肉大米』1店舗（直営）、香港『肉肉大米』1店舗（直営）、
アメリカ『SHOGUN』8店舗（直営）、フィリピン『肉肉大米』1店舗（FC）
- ・期末店舗数は、810店舗（直営499店舗、FC252店舗、海外59店舗）

4 財務の状況

自己資本比率54.3%

- ・転換社債の権利行使に伴う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40,364百万円、自己資本比率54.3%（前期末差異+7.1ポイント）
- ・有利子負債は、15,350百万円（前期末差異405百万円増）

5 業績計画

2026年6月期年間配当は、40円00銭を計画（新規上場以来18期連続増配）

- ・売上高は、前期比18.7%増の147,159百万円、営業利益は16.5%増、経常利益は17.3%増、純利益は20.4%増
- ・年間配当は、1株当たり年間40円00銭（連結配当性向20.7%）を計画

※純利益＝親会社株主に帰属する当期純利益

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
	年計	年計	年計	対前年差異		対計画差異		
	実績 (売上高%)	計画 (売上高%)	実績 (売上高%)	%	金額	%	金額	
売上高	107,156	121,534	123,921	115.6	16,765	101.9	2,387	売上高前年差+16,765百万円 ①店舗数増加による増加……………+10,008百万円 ②既存店舗による増加……………+4,410百万円 ③海外子会社による増加……………+1,649百万円 ④FC事業部門他による増加……………+697百万円
焼肉部門	55,174(51.4)	60,267 (49.5)	61,647(49.7)	111.7	6,473	102.2	1,380	
ラーメン部門	18,181(16.9)	20,915 (17.2)	21,768(17.5)	119.7	3,586	104.0	852	
お好み焼部門	2,070 (1.9)	2,140 (1.7)	2,219 (1.7)	107.1	148	103.6	78	
ゆず庵部門	17,931(16.7)	19,804 (16.2)	20,670(16.6)	115.2	2,739	104.3	866	
専門店部門	4,114 (3.8)	5,504 (4.5)	5,560 (4.4)	135.1	1,446	101.0	55	
FC部門	6,609 (6.1)	6,943 (5.7)	7,328 (5.9)	110.8	719	105.5	384	
その他部門	3,075 (2.8)	5,957 (4.9)	4,726 (3.8)	153.6	1,651	79.3	△1,231	
売上総利益	70,140 (65.4)	79,079 (65.0)	80,644 (65.0)	114.9	10,503	101.9	1,564	売上総利益率前年差△0.4ポイント ①国内事業の売上総利益率の悪化△0.4ポイント ②海外事業の売上総利益率の良化+2.0ポイント
販売費及び一般管理費	61,975 (57.8)	69,499 (57.1)	71,401 (57.6)	115.2	9,426	102.7	1,902	経常利益前年差+452百万円 ①店舗数増加・FC事業他による増加+1,436百万円 ②既存店舗による増加……………+1,338百万円 ③海外子会社における増加……………+429百万円 ④連結調整における減少……………△599百万円 ⑤本社経費・共通経費等による減少△2,153百万円
営業利益	8,165 (7.6)	9,580 (7.8)	9,242 (7.4)	113.1	1,076	96.4	△338	経常利益率△0.7ポイント ①売上総利益率の悪化……………△0.3ポイント ②販売費及び一般管理費率の減少…+0.2ポイント ③営業外費用の増加……………△0.5ポイント
経常利益	8,582 (8.0)	9,538 (7.8)	9,035 (7.2)	105.2	452	94.7	△502	
当期純利益	5,639 (5.2)	6,323 (5.2)	6,157 (4.9)	109.1	518	97.3	△165	当期純利益前年差+518百万円 ①特別利益の発生……………+333百万円 ②特別損失の発生……………△529百万円
EBITDA	12,969 (12.1)	14,381 (11.8)	14,007 (11.3)	108.0	1,037	97.3	△374	

※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（単体別）

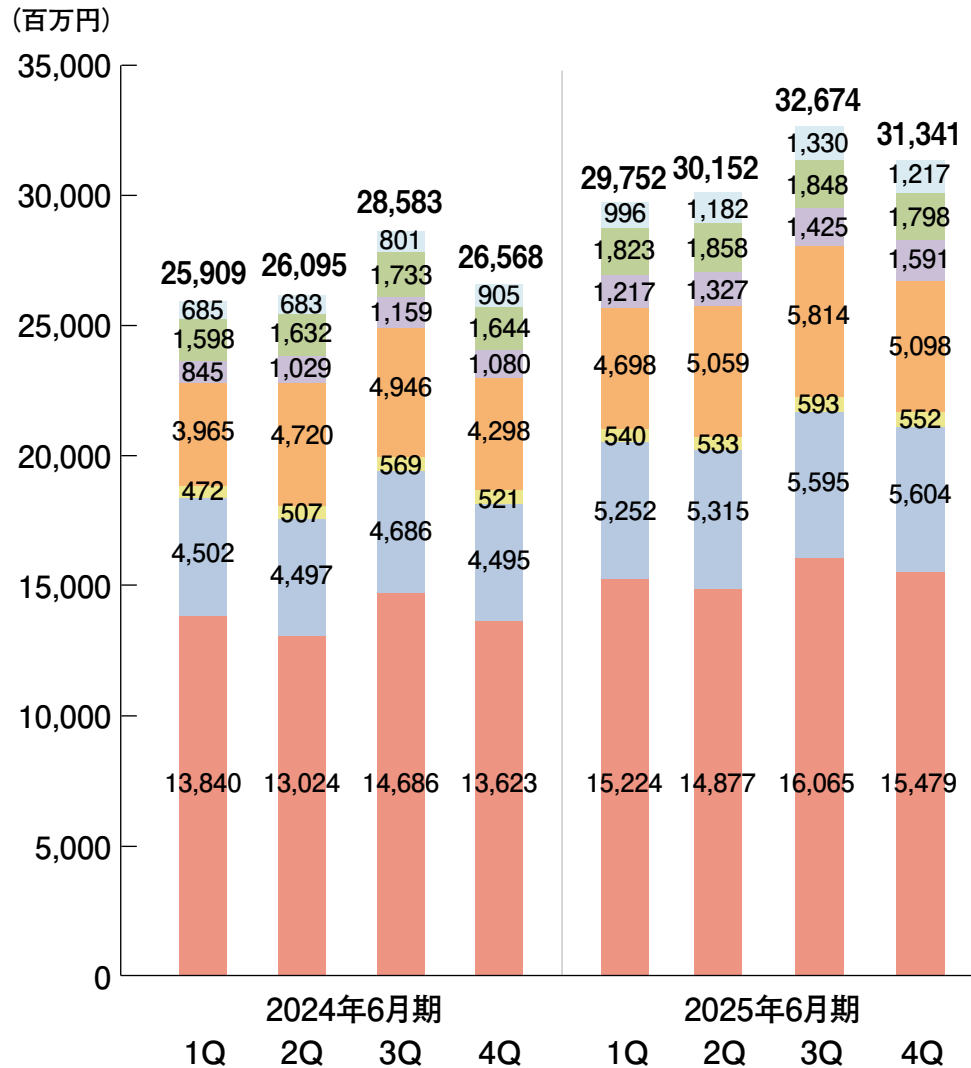
（単位：百万円）

	2024年6月期	2025年6月期				
	通期	通期	対前年差異		対計画差異	
	実績 (売上比%)	実績 (売上比%)	%	金額	%	金額
売上高	107,156	123,921	115.6	16,765	101.9	2,387
国内	104,096(97.1)	119,211(96.1)	114.5	15,115	103.1	3,619
中国	2,911 (2.7)	4,168 (3.3)	143.1	1,256	79.5	△1,071
インドネシア	148 (0.1)	246 (0.1)	166.1	98	48.1	△265
香港	－ (－)	294 (0.2)	－	294	154.9	104
連結調整額	△0 (－)	－	－	－	－	－
営業利益	8,165(7.6)	9,242(7.4)	113.1	1,076	96.4	△338
国内	8,443(8.1)	9,157(7.6)	108.4	714	102.9	259
中国	△172 (－)	392(9.4)	－	564	－	△314
インドネシア	△85 (－)	△98 (－)	－	△13	－	△109
香港	－ (－)	△54 (－)	－	△54	－	△18
台湾	－ (－)	△6 (－)	－	△6	－	△6
連結調整額	△19 (－)	△148 (－)	－	△128	－	△148
経常利益	8,582(8.0)	9,035(7.2)	105.2	452	94.7	△502
国内	8,439(8.1)	9,061(7.6)	107.3	622	102.2	201
中国	△154 (－)	353(8.4)	－	507	49.9	△354
インドネシア	△76 (－)	△97 (－)	－	△20	－	△103
香港	－ (－)	△52 (－)	－	△52	－	△16
台湾	－ (－)	△6 (－)	－	△6	－	△6
連結調整額	375 (－)	△223 (－)	－	△599	－	△223

業績概要③ (四半期業績の推移)

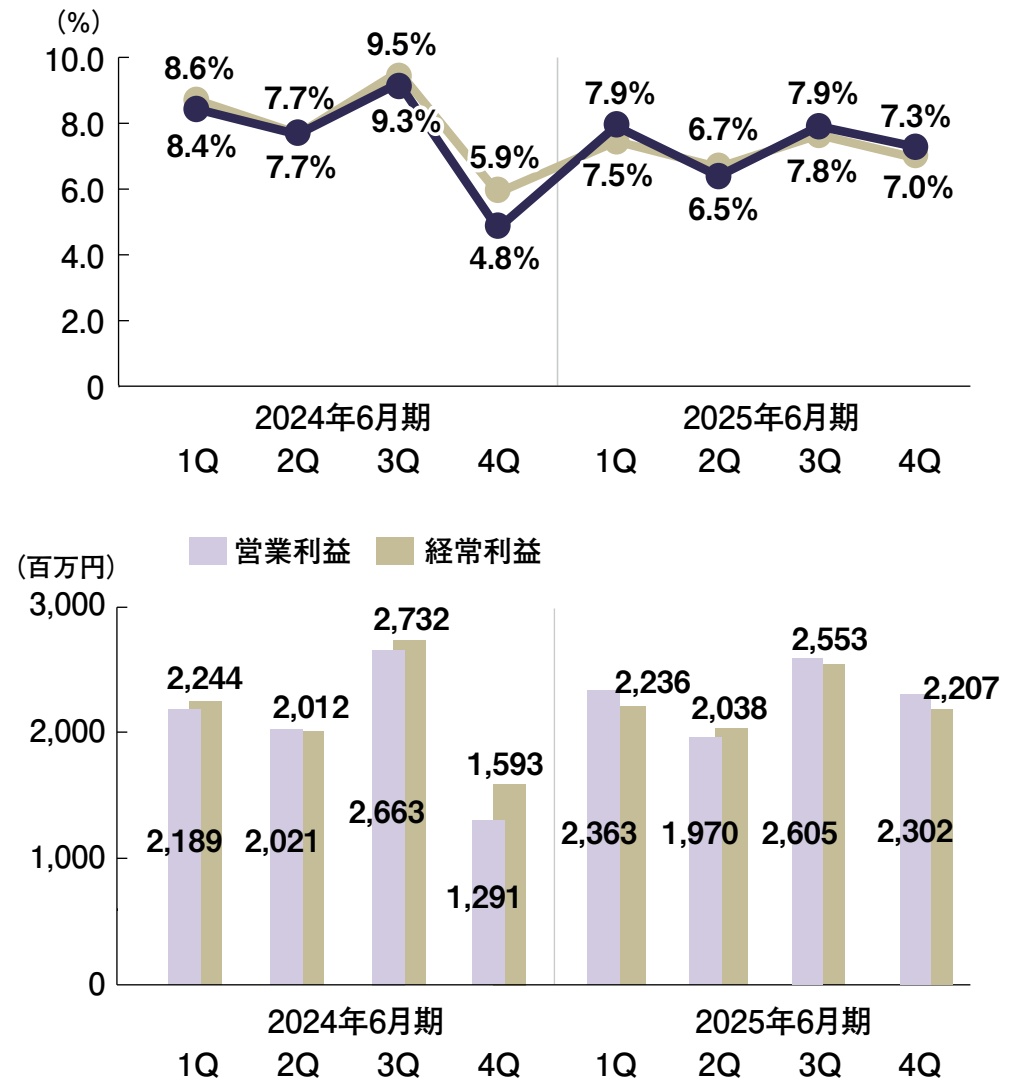
売上高

- 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

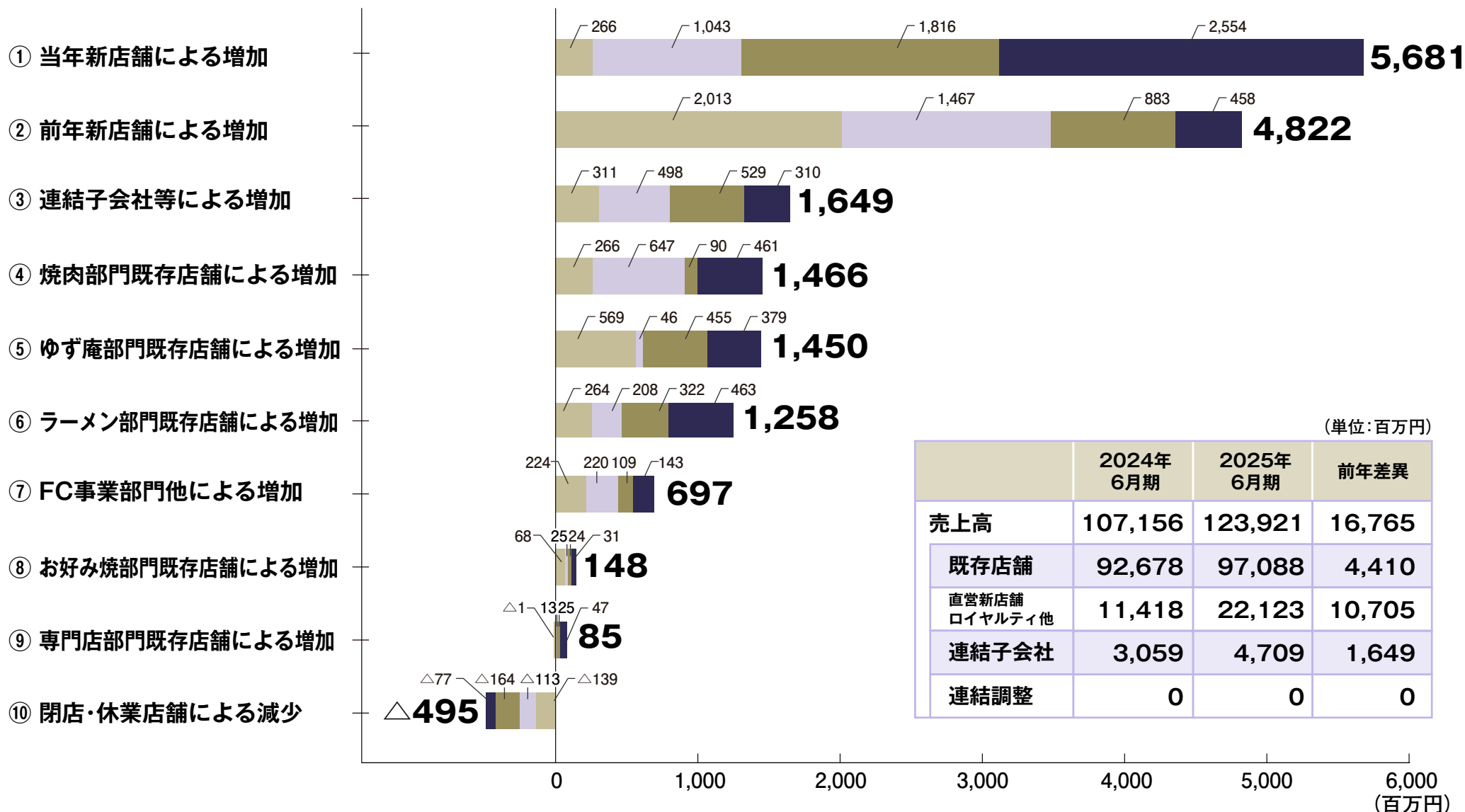


営業・経常利益

- 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)

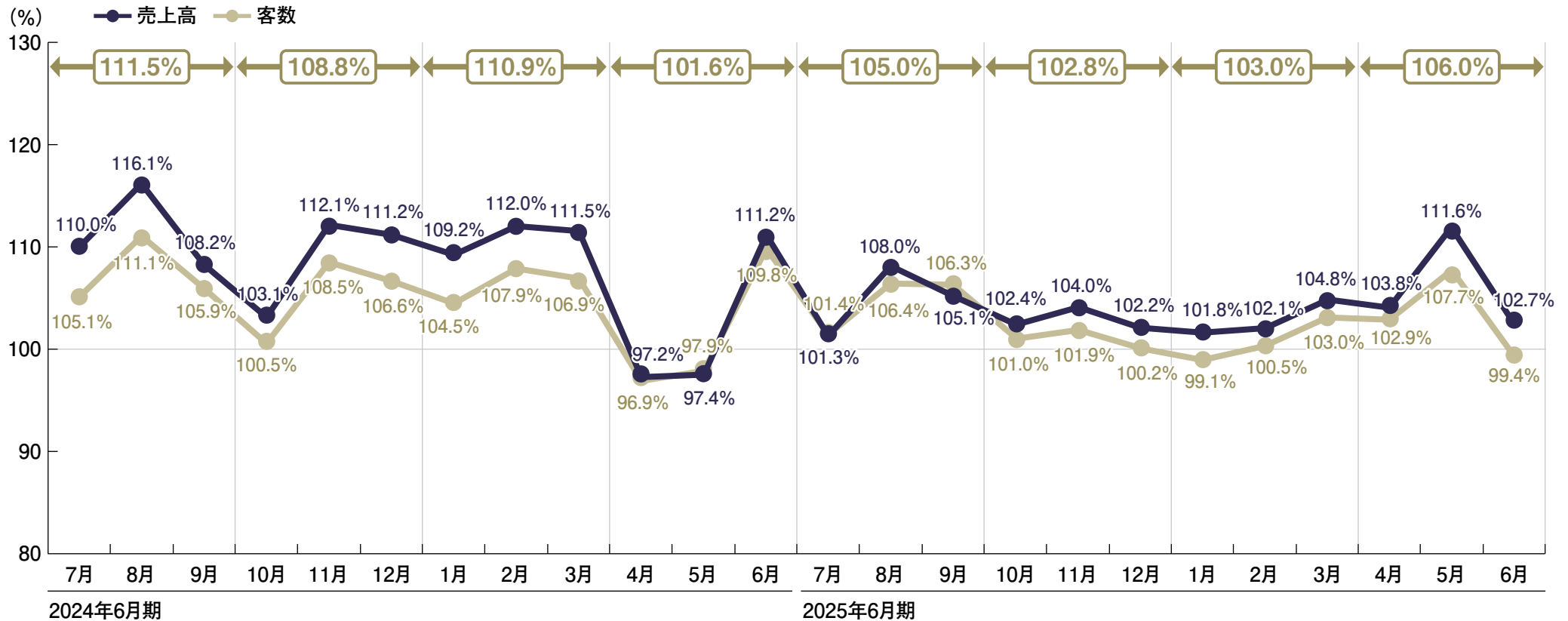


※連結子会社等とは、物語(上海)企業管理有限公司、PT.Agrapana Niaga Gemilang、物語香港有限公司ならびに物語台湾有限公司ならびに、連結調整額、Storyteller株式会社の合計です

※この表中の既存店舗とは、2025年6月期を基準とし、前々期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)



(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	1月	2月	3月	4月	5月	6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	101.8	102.1	104.8	103.8	111.6	102.7	104.2
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	99.1	100.5	103.0	102.9	107.7	99.4	102.5
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	102.7	101.6	101.7	100.8	103.7	103.3	101.7

※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

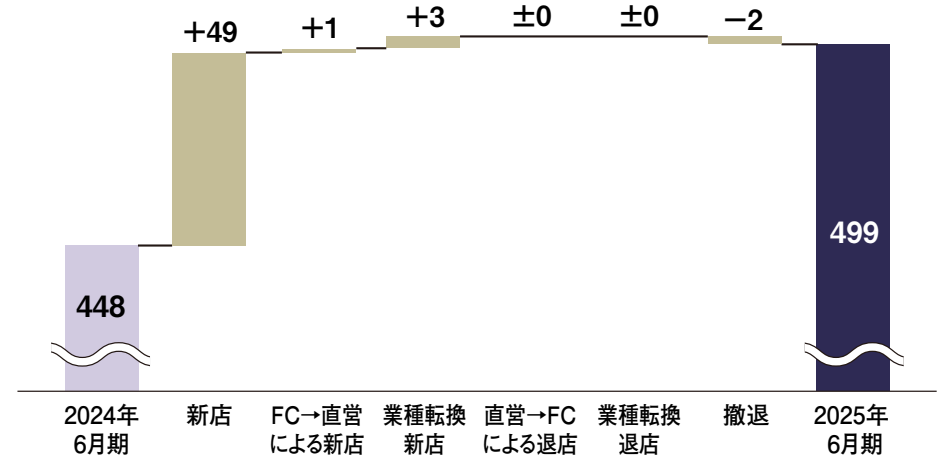
出退店状況

(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	19	1	1	223
	FC	120	10	8	0	0	128
ラーメン	直営	115	18	13	0	0	128
	FC	104	5	1	0	1	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	9	1	0	90
	FC	16	1	1	0	1	16
専門店	直営	31	15	12	0	1	42
	FC	0	1	0	0	0	0
その他	海外	28	19	38	2	7	59
国内・直営合計		448	61	53	2	2	499
FC合計		244	17	10	0	2	252
海外合計		28	19	38	2	7	59
合 計		720	97	101	4	11	810

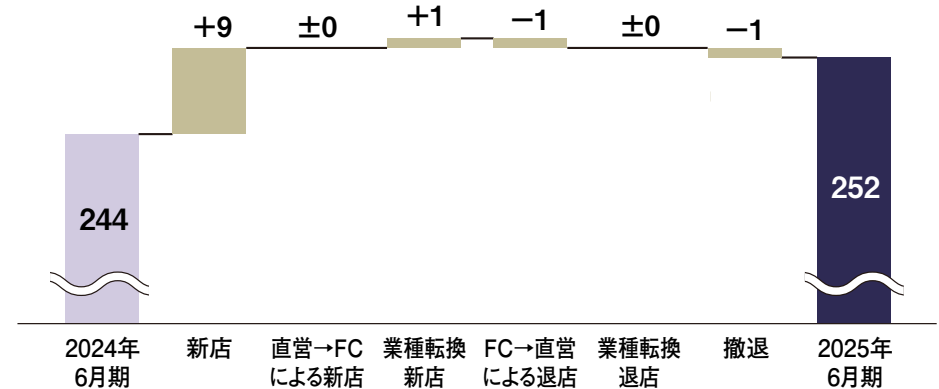
国内・直営店舗数

(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(2025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	223	128	351
ラーメン	丸源ラーメン	122	103	225
	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	90	16	106
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	31	—	31
	濃厚中華そば 餃子 丸福	2	—	2
	果実屋珈琲	2	—	2
	熟成肉とんかつ ロース堂	1	—	1
合計		499	252	751

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 8店舗
 (●3 ●3 ●2)

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 9店舗
 (●5 ●1 ■3)

愛知県 85店舗
 (●15 ■15 ●17 ■11)
 (●4 ■1 ●9 ■1 ●12)

岐阜県 14店舗
 (●5 ●1 ■3 ●1)
 (●2 ●2)

静岡県 36店舗
 (●5 ■7 ●4 ■6)
 (●3 ●5 ●2 ●4)

山梨県 3店舗
 (●1 ■1 ■1)

神奈川県 56店舗
 (●25 ■2 ●12 ■4)
 (●3 ●7 ●3)

千葉県 47店舗
 (●15 ■8 ●9 ■6)
 (●1 ●5 ●3)

東京都 60店舗
 (●26 ■1 ●15 ■2)
 (●1 ●8 ●7)

茨城県 20店舗
 (●4 ■8 ●4 ■1)
 (●1 ●2)

埼玉県 58店舗
 (●19 ■8 ●13 ■4)
 (●6 ●8)

福島県 13店舗
 (●7 ●2 ●4)

宮城県 17店舗
 (●5 ■2 ●3 ■1)
 (●2 ●4)

岩手県 4店舗
 (●2 ■1 ●1)

北海道 13店舗
 (●2 ■8 ●2 ●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 12店舗
 (●3 ■3 ●2 ●2 ●2)

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 9店舗
 (●3 ■1 ●1 ■1)
 (●2 ●1)

福井県 5店舗
 (●1 ■1 ●2 ●1)

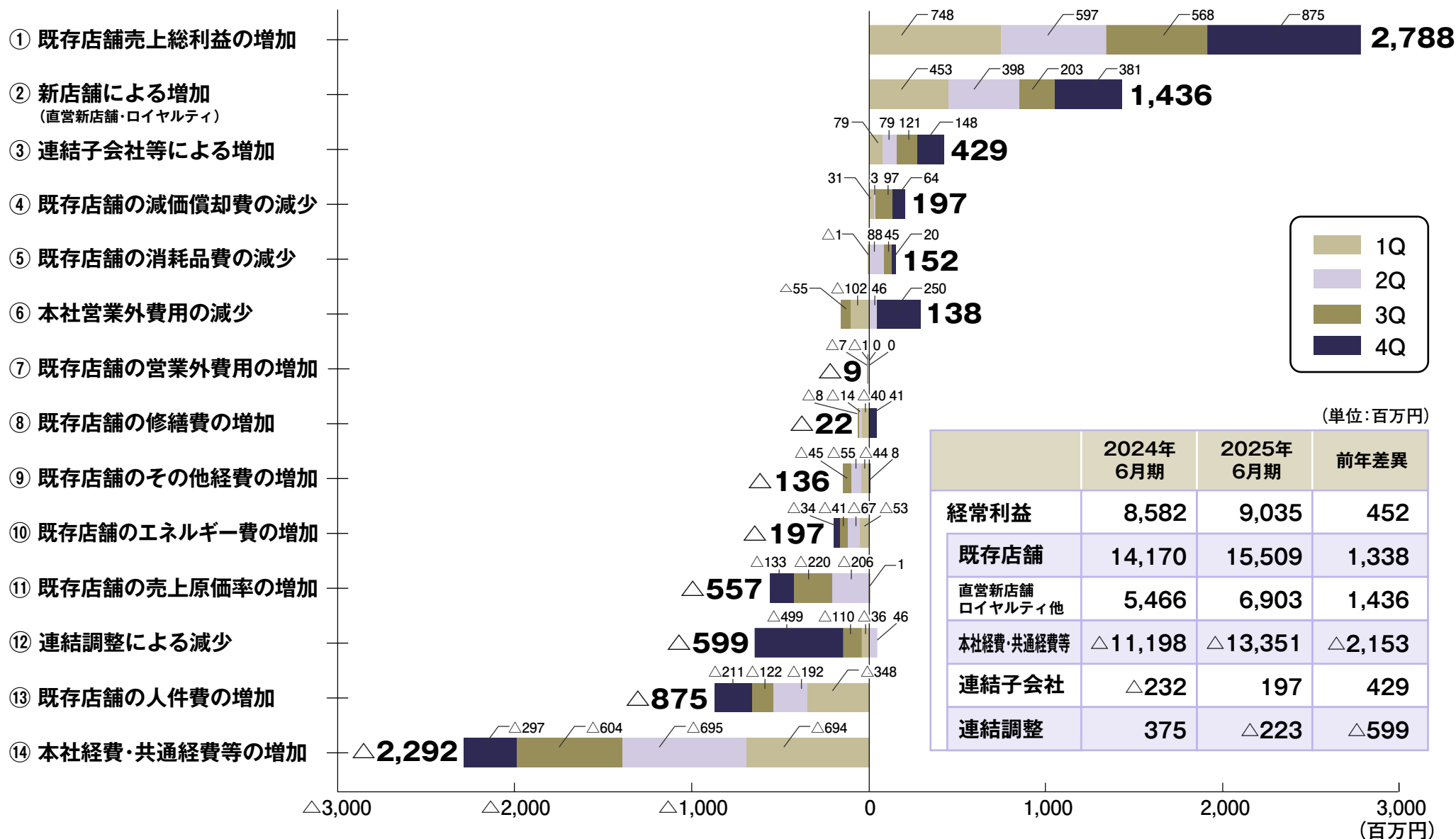
京都府 5店舗
 (●3 ■2)

兵庫県 19店舗
 (●8 ●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物語台湾有限公司ならびに、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、前々期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）

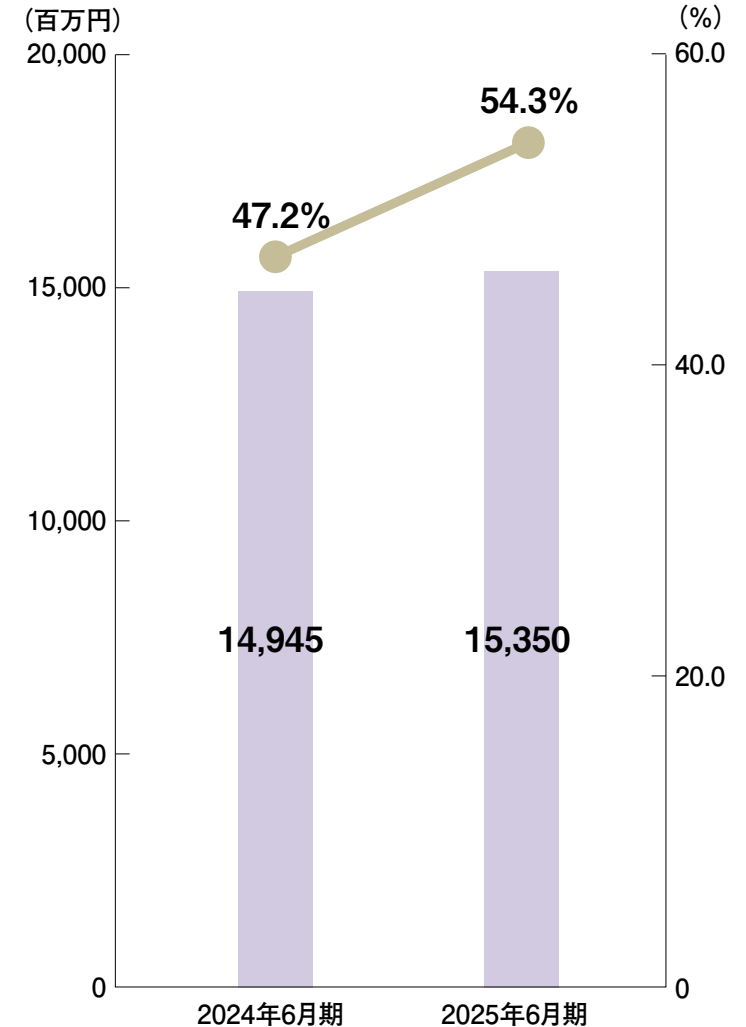
貸借対照表（連結）

（単位：百万円）

	2024年6月期	2025年6月期	主な増減
資産の部			
流動資産	19,482	21,139	売掛金の増加 831百万円 その他流動資産の増加 322百万円 現金及び預金の増加 284百万円 商品及び製品の増加 197百万円
固定資産	42,048	52,887	有形固定資産の増加 7,437百万円 無形固定資産の増加 2,900百万円
負債の部			
流動負債	17,329	18,811	買掛金の増加 659百万円 1年内返済長期借入金の増加 620百万円 株主優待引当金の増加 115百万円
固定負債	14,642	14,851	転換社債の減少 △5,887百万円 長期借入金の増加 3,270百万円 リース債務の増加 2,218百万円 資産除去債務の増加 362百万円
純資産の部			
純資産	29,558	40,364	資本金の増加 3,080百万円 資本剰余金の増加 3,080百万円 利益剰余金の増加 4,852百万円 新株予約権の減少 △282百万円

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

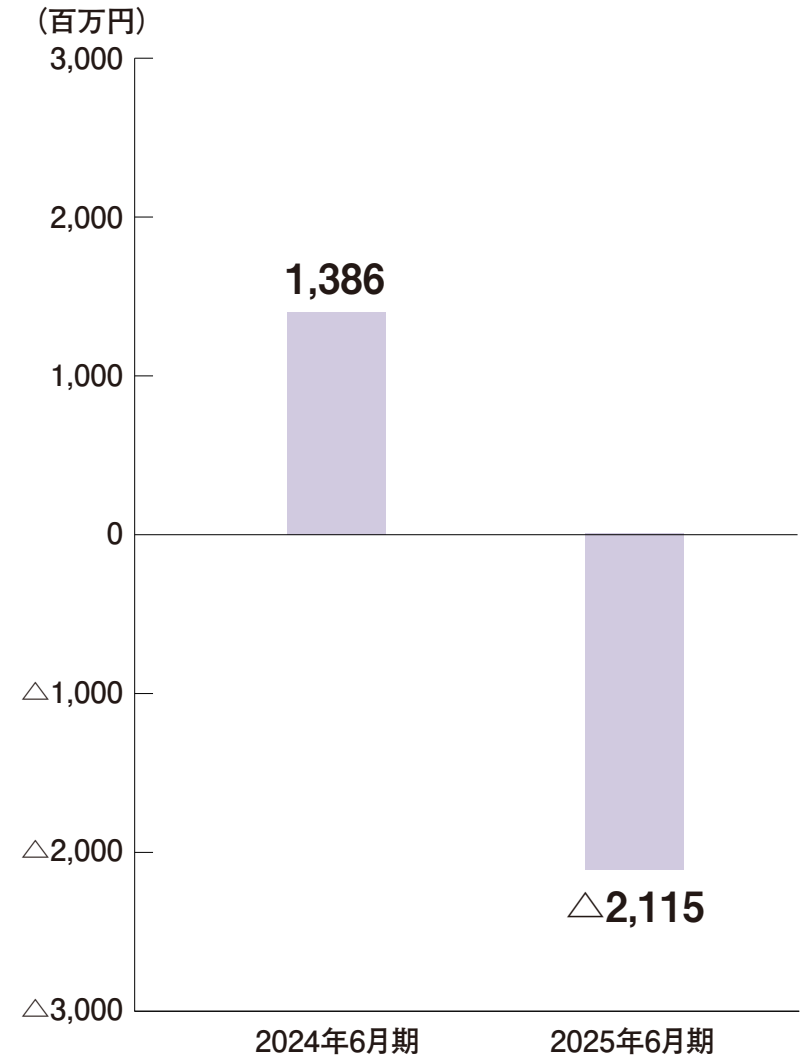
キャッシュ・フロー(連結) 概要

キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	2024年 6月期	2025年 6月期	増減内容
営業活動による キャッシュ・フロー	10,626	11,839	税金等調整前当期純利益 8,838百万円、 減価償却費5,042百万円の キャッシュ・フロー等を反映したもの
投資活動による キャッシュ・フロー	△9,240	△13,954	新規出店などに伴う 有形固定資産の取得による支出が 9,915百万円、米国子会社の 株式取得による支出が3,221百万円 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	3,519	2,707	長期借入金の返済による支出が 2,274百万円、配当金の支払額が 1,299百万円あった一方で、 長期借入金による調達 6,287百万円あったことなどによるもの
現金及び現金同等物の 純増加額	4,949	535	
現金及び現金同等物の 期首残高	6,853	11,803	
現金及び現金同等物の 期末残高	11,803	12,338	

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

お知らせ：IR資料におけるカテゴリー（部門）の一部変更について

新・中期経営ビジョン「物語ビジョン2030」のもと、事業構造の実態をよりの確に反映することを目的とし、開示しているカテゴリーを従来の7部門から新たに6カテゴリーへ再編いたします。

新旧対比表

(旧)2025年6月期以前	
部門	各部門に含まれるブランド等
焼肉部門	焼肉きんぐ
ラーメン部門	丸源ラーメン、二代目丸源、熟成醤油ラーメン きゃべとん
お好み焼部門	お好み焼本舗
ゆず庵部門	寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵
専門店部門	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、熟成焼肉 肉源、牛たん大好き 焼肉はっぴい、果実屋珈琲、濃厚中華そば 餃子 丸福、熟成肉とんかつ ロース堂
FC部門	国内 FC 事業
その他部門	海外事業会社 その他事業



(新)2026年6月期以降	
カテゴリー	各カテゴリーに含まれるブランド等
焼肉	焼肉きんぐ
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
ゆず庵	寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵
専門店・新業態	お好み焼本舗、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、熟成焼肉 肉源、牛たん大好き 焼肉はっぴい、果実屋珈琲、濃厚中華そば 餃子 丸福、熟成肉とんかつ ロース堂
FC	国内 FC 事業 その他事業
海外	海外事業会社 海外 FC 事業

※新・中期経営ビジョン「物語ビジョン2030」は、2025年8月8日に適時開示資料として発表しております
詳しくは当社IRニュースをご覧ください

業績計画(連結)①(期初計画)

(単位:百万円)

	2025年6月期	2026年6月期		2026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	123,921	147,159	118.7	71,680	119.6	75,479	117.9
焼肉	61,647(49.7)	68,202(46.3)	110.6	33,844(47.2)	112.4	34,357(45.5)	108.9
ラーメン	21,768(17.5)	24,966(16.9)	114.6	12,353(17.2)	116.8	12,613(16.7)	112.6
ゆず庵	20,670(16.6)	24,254(16.4)	117.3	11,444(15.9)	117.2	12,810(16.9)	117.3
専門店・新業態	7,779 (6.2)	9,546 (6.4)	122.7	4,390 (6.1)	121.3	5,156 (6.8)	123.8
FC	7,342 (5.9)	7,679 (5.2)	104.5	3,857 (5.3)	104.5	3,822 (5.0)	104.6
海外	4,712 (3.8)	12,509 (8.5)	265.4	5,781 (8.0)	266.4	6,728 (8.9)	264.5
連結調整部門	0 (0.0)	0 (0.0)	—	9 (0.0)	—	△8 (0.0)	—
売上総利益	80,644 (65.0)	96,256 (65.4)	119.3	47,111 (65.7)	119.9	49,145 (65.1)	118.7
販売費及び一般管理費	71,401 (57.6)	85,485 (58.0)	119.7	42,012 (58.6)	120.2	43,473 (57.5)	119.2
営業利益	9,242 (7.4)	10,771 (7.3)	116.5	5,099 (7.1)	117.6	5,672 (7.5)	115.5
経常利益	9,035 (7.2)	10,600 (7.2)	117.3	5,017 (6.9)	117.3	5,582 (7.3)	117.2
当期純利益	6,157 (4.9)	7,416 (5.0)	120.4	3,459 (4.8)	125.1	3,956 (5.2)	116.6
EBITDA	14,007 (11.3)	16,373 (11.1)	116.8	7,743 (10.8)	116.6	8,629 (11.4)	117.0

※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(カテゴリー別)②(期初計画)

(単位:百万円)

	2025年6月期	2026年6月期		2026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	123,921	147,159	118.7	71,680	119.6	75,479	117.9
国内	119,208 (-)	134,649 (-)	112.9	65,889 (-)	130.0	68,759 (-)	100.2
海外	4,712 (-)	12,509 (-)	265.4	5,781 (-)	266.4	6,728 (-)	264.8
中国	4,168(-)	5,352(-)	128.4	2,485(-)	127.8	2,867(-)	128.9
米国	0(-)	5,398(-)	-	2,554(-)	-	2,843(-)	-
その他	544(-)	1,758(-)	322.9	741(-)	328.8	1,017(-)	318.7
連結調整	0 (-)	0 (-)	-	9 (-)	-	△8 (-)	-
営業利益	9,242 (7.4)	10,771 (7.3)	116.5	5,099 (7.1)	117.6	5,672 (7.5)	115.5
国内	9,379 (7.8)	10,138 (7.5)	108.0	4,906 (7.4)	111.6	5,231 (7.6)	104.9
海外	11 (0.2)	387 (3.0)	-	△25 (-)	-	412 (6.1)	-
中国	403(9.6)	627(11.7)	155.5	237(9.5)	238.5	389(13.5)	128.2
米国	0(-)	△36(-)	-	△136(-)	-	99(3.5)	-
その他	△391(-)	△203(-)	-	△127(-)	-	△76(-)	-
連結調整	△148 (-)	246 (-)	-	218 (-)	-	27 (-)	-

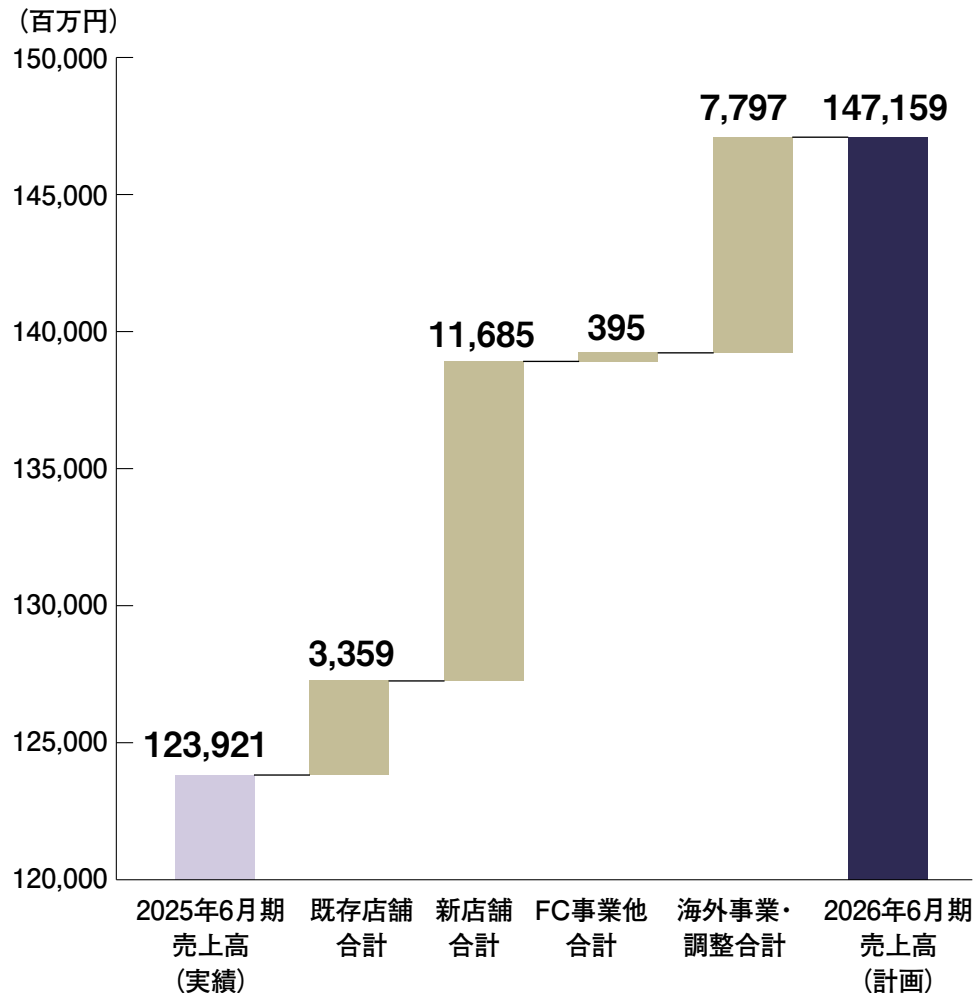
業績計画(連結)③(期初出店計画)

(単位:店舗)

部門	種別	2025年6月期	2026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	223	238	9	6	15	0
	FC	128	131	3	2	5	2
ラーメン	直営	128	148	7	13	20	0
	FC	104	106	3	0	3	1
ゆず庵	直営	90	104	6	8	14	0
	FC	16	17	0	1	1	0
専門店・ 新業態	直営	58	75	6	11	17	0
	FC	4	3	0	0	0	1
海外	直営	40	58	15	6	21	3
	FC	19	28	7	2	9	0
国内・直営合計		499	565	28	38	66	0
FC合計		252	257	6	3	9	4
海外合計		59	86	22	8	30	3
合 計		810	908	56	49	105	7

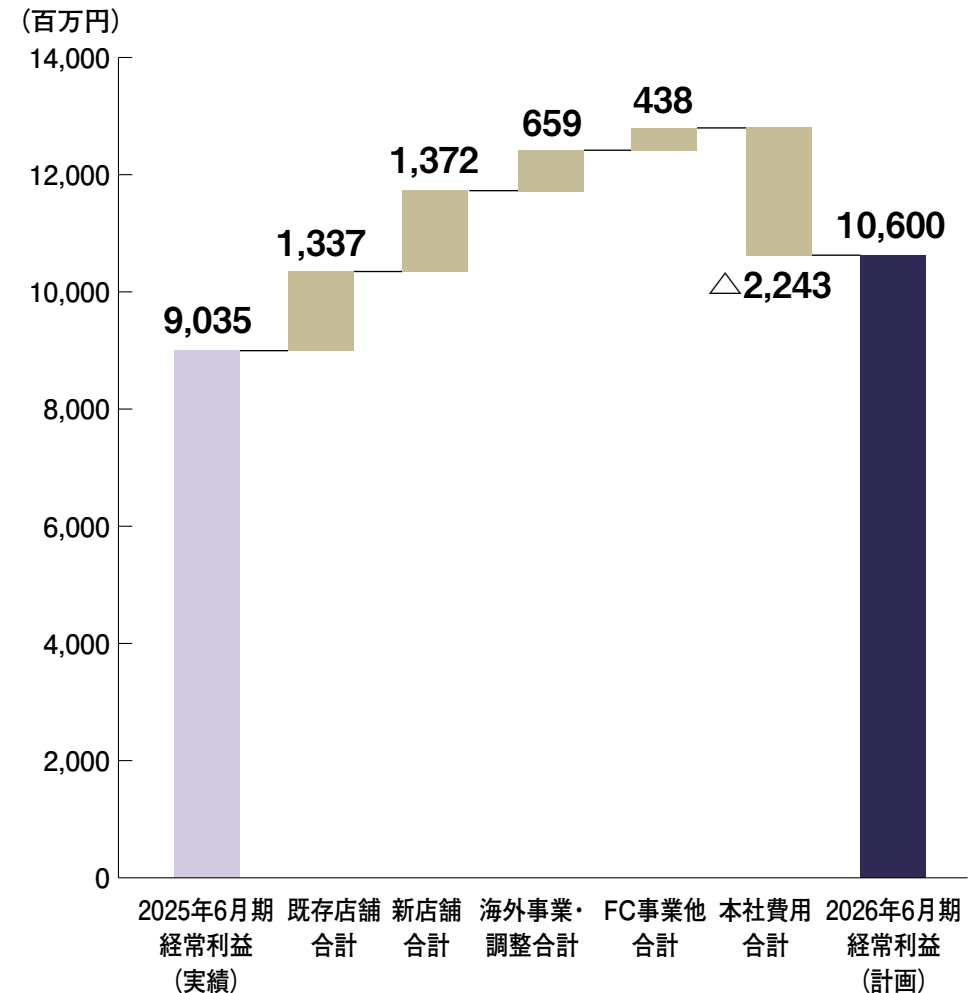
業績計画(連結)④(売上高・経常利益増減)

売上高計画の対前年増減要因



※この表中の既存店舗とは、2024年6月末までに開業した店舗です

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、2024年6月末までに開業した店舗です

業績計画⑤（国内既存店売上高・経常利益の増減）

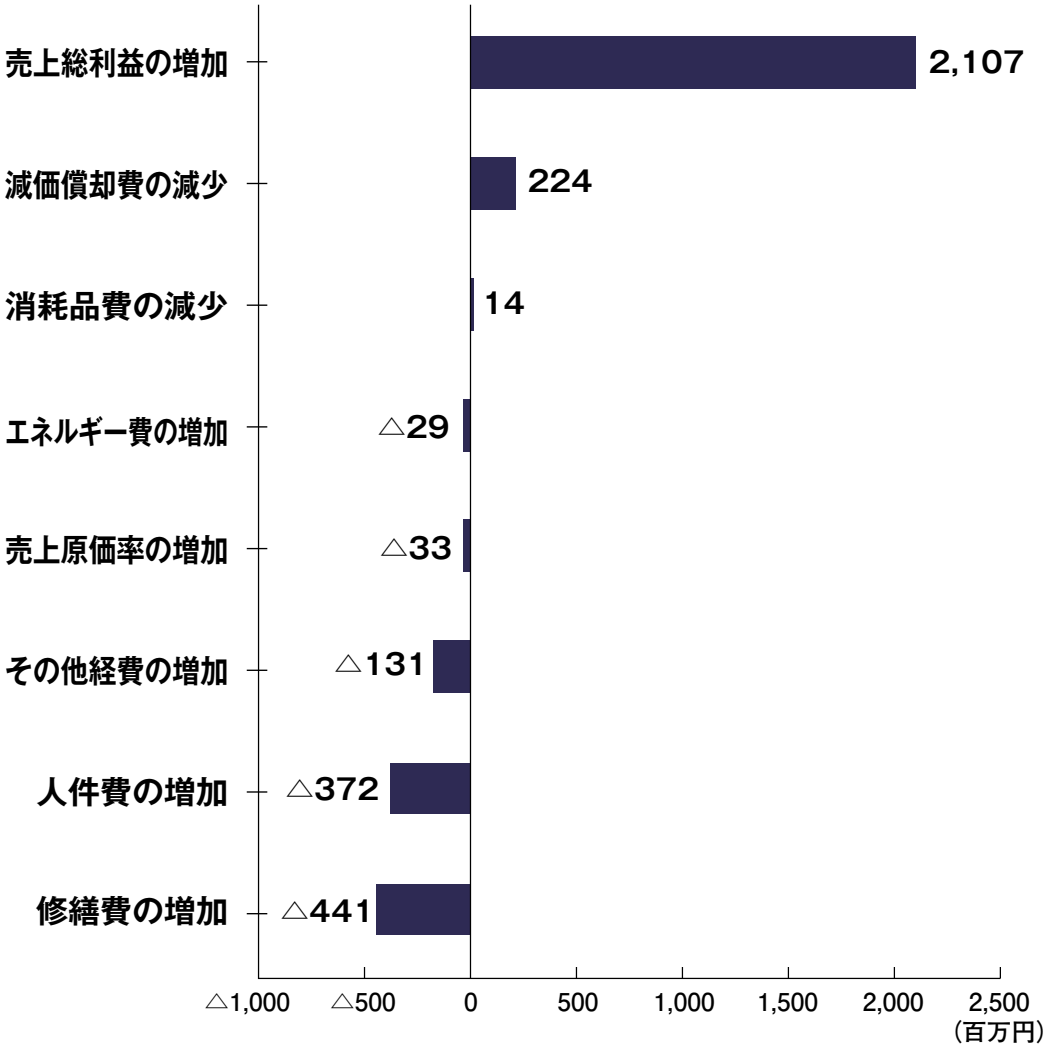
既存店売上高計画の前年対比

(単位：%)

前年対比	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
焼肉	102.4	104.0	101.5	101.8	102.4
ラーメン	106.9	107.4	102.9	101.8	104.8
ゆず庵	104.0	105.7	103.9	105.6	104.8
専門店・新業態	96.7	101.1	102.0	102.1	100.5
全体	103.2	104.8	102.3	102.5	103.2

※前年対比は、2024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
既存店売上高	全社既存店売上前年比103.2% ・焼肉カテゴリー既存店売上高前年比102.4% ・ラーメンカテゴリー既存店売上高前年比104.8% ・ゆず庵カテゴリー既存店売上高前年比104.8% ・専門店・新業態カテゴリー既存店売上高前年比100.5%	全社既存店売上前年比104.7% ・焼肉カテゴリー既存店売上高前年比102.7% ・ラーメンカテゴリー既存店売上高前年比107.4% ・ゆず庵カテゴリー既存店売上高前年比108.1% ・専門店・新業態カテゴリー既存店売上高前年比102.6%
グループ店舗数	合計908店舗(国内822店舗、海外86店舗) 前年同期比98店舗増	合計810店舗(国内751店舗、海外59店舗) 前年同期比82店舗増
(出店数)	国内:直営66店舗、FC9店舗 海外:30店舗(中国18店舗、香港4店舗、台湾3店舗、他5店舗)	国内:直営53店舗、FC10店舗 海外:31店舗(中国26店舗、インドネシア2店舗、香港2店舗、フィリピン1店舗)
(退店数)	国内:直営4店舗(焼肉2店舗、丸源1店舗、お好み焼1店舗) 海外:直営3店舗(中国3店舗)	国内:直営2店舗、FC2店舗 海外:直営7店舗(中国7店舗)
FC事業他	通期において、5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、8店舗の店舗数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』4店舗特急レーン改装 『丸源ラーメン』2店舗改装 『お好み焼本舗』2店舗改装 『寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵』5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 ・海外子会社の収益化	・既存店の大規模改装などの実施 『焼肉きんぐ』2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217名、キャリア212名を採用) ・海外子会社の収益化
純利益	・通期で400百万円の特別損失発生を計画	・通期で333百万円の特別利益、ならびに529百万円の特別損失が発生

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 18期連続増配を計画

2025年6月期

2026年6月期

通期 **36.0円**

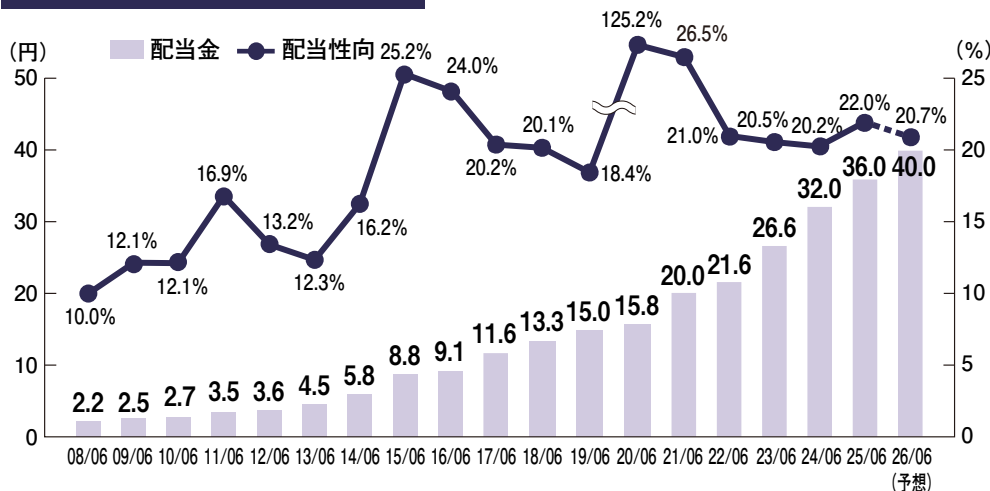
中間実績 18.0円
期末予想 18.0円



通期 **40.0円**

中間予想 20.0円
期末予想 20.0円

配当金・配当性向推移



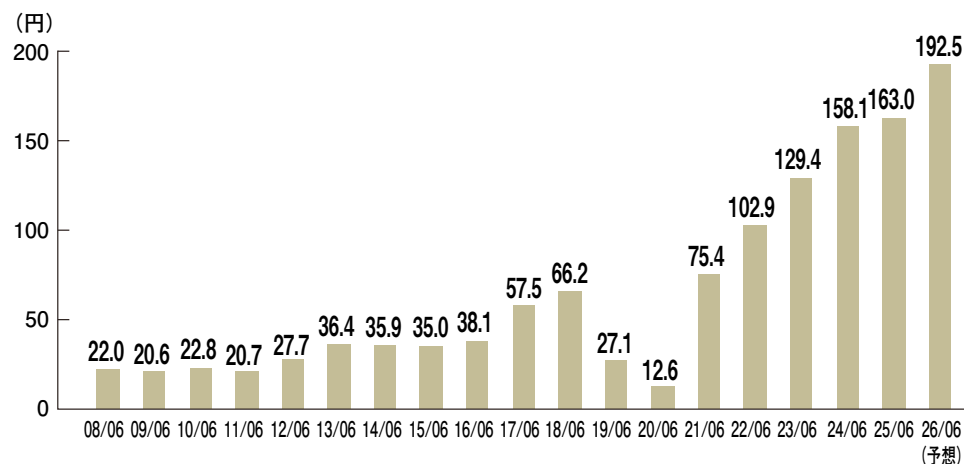
※2010年12月1日付けで普通株式1株につき3株の分割を行っております

※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



株主様ご優待カードを 年2回贈呈!

所有株式数

100株以上

株主様ご優待カード

3,500円相当
(年間7,000円)

※株主様ご優待カードの有効期限は発行日から1年間です

※国内の当社グループ店舗でご利用いただけます

※毎年6月30日末時点、および12月末時点の株主名簿に半年以上(連続2回)同一株主番号で記載された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

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 中期経営ビジョン「物語ビジョン2030」および 中期3カ年経営計画を策定

当社の経営理念と長期経営ビジョンの実現に向けた
2030年までの中期経営方針

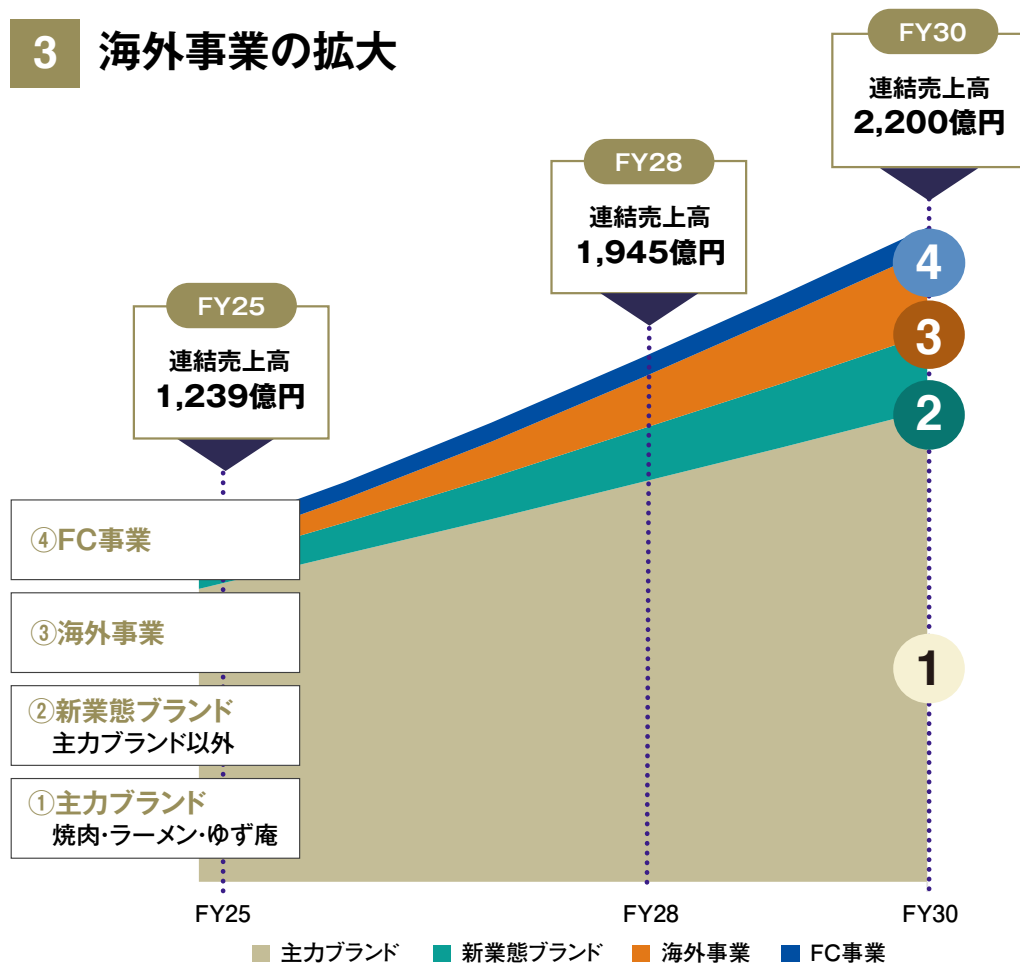
「物語ビジョン2030」の概要

基本方針	テーマ	業態開発型リーディングカンパニー実現に向けた全方位成長戦略				
	目指すべき姿	私たちは、業態開発を軸に、既存ブランドの磨き込みや新たな成長エンジンの創出に取り組み、国内と海外における事業拡大と売上・利益の最大化を図ります。また、成長を支える人財力を競争優位性かつ差別化要因と捉え、育成と活躍を最大化する環境づくりを通じて、持続的な企業価値の向上を目指します。				
主要 経営目標	「業態開発力×人財力」で勝ち抜く成長戦略					
	価値ある成長 既存店売上高・来客数 プラス成長	必要とされるブランド グループ店舗売上高 3,000億円 連結売上高 2,200億円	稼ぐ力の向上 経常利益率 10.0% 1人当たり経常利益 年平均10%以上成長	資産の価値創造 ROE/ROIC 15.0%以上 ROA 7.0%以上	株主還元 累進配当 配当性向 20.0%以上	
重点戦略	成長戦略 3本柱で成長					
	①選ばれるブランドづくり ②成長を加速させる新業態・新事業開発 ③海外事業の拡大		「個の覚醒」を加速させる 理念型企业へ進化		①多様な理念型人財の採用と活躍 ②個の覚醒とD&I ③プロフェッショナルリーダーの育成	
	サステナビリティ経営戦略 サステナビリティ経営の推進	コーポレート戦略 持続的成長を支える 経営基盤のさらなる強化	財務戦略 企業価値のさらなる向上			

※ROA・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
 ※ROIC=税引後営業利益(NOPAT)／投下資本

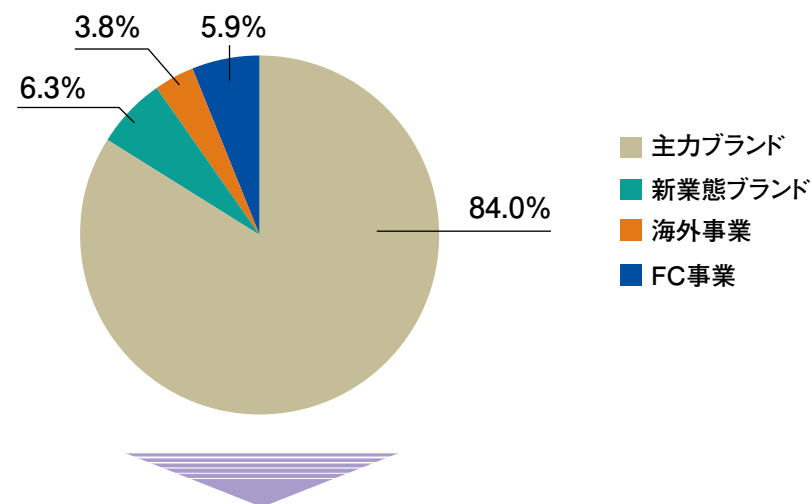
成長戦略3本柱で成長

- 1 選ばれるブランドづくり
- 2 成長を加速させる新業態・新事業開発
- 3 海外事業の拡大

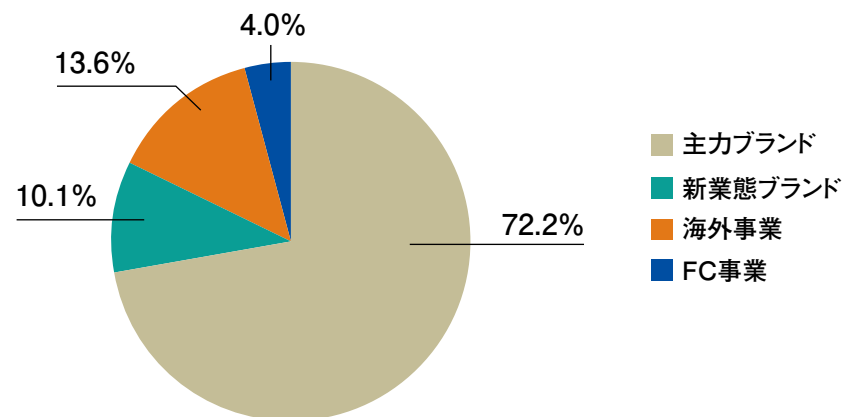


目指す新業態・海外事業売上高構成比

■ 2025年6月期の構成比率 10%



■ 2030年6月期の構成比率 24%



中期3カ年経営計画の主要経営目標

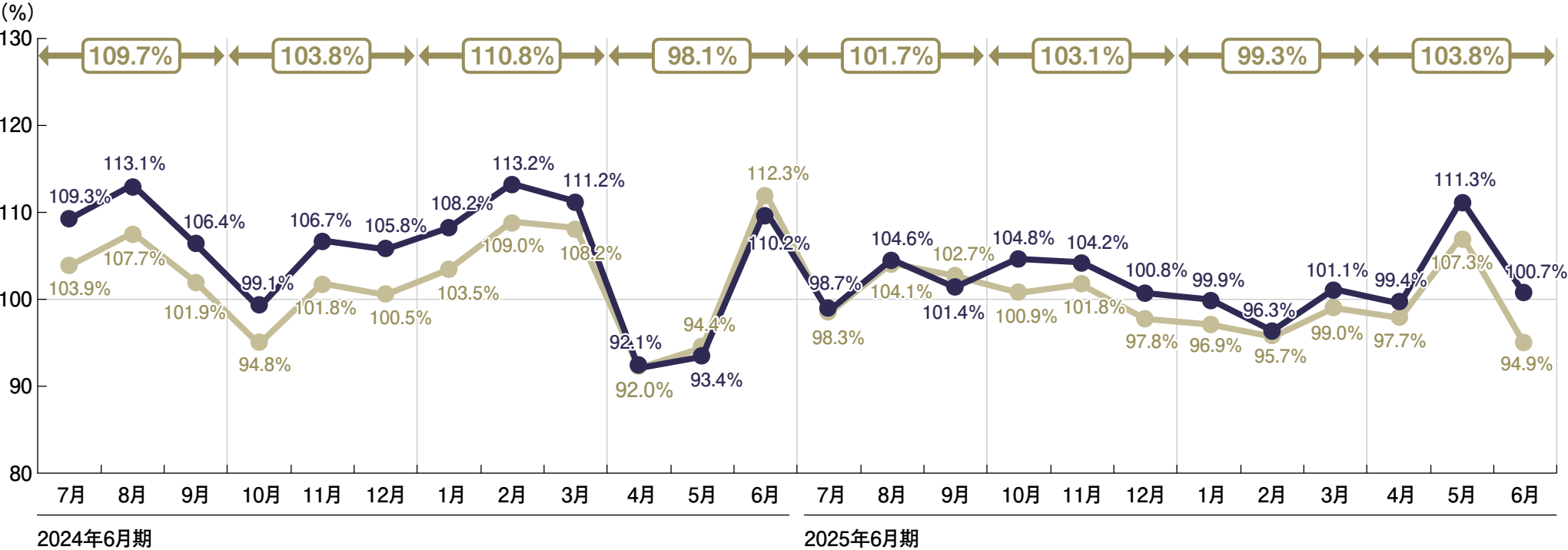
		2025年6月期 実績	中期3カ年経営計画			物語ビジョン2030 2030年6月期
			2026年6月期	2027年6月期	2028年6月期	
1	グループ店舗売上高	1,765億円	2,050億円	2,300億円	2,600億円	3,000億円
2	連結売上高	1,239億円	1,470億円	1,680億円	1,945億円	2,200億円
3	連結経常利益	90億円	106億円	126億円	170億円	年平均10.0%以上成長
4	既存店売上高前年比	104.2%	プラス成長			プラス成長
5	既存店来客数前年比	102.5%	プラス成長			プラス成長
6	1人当たり経常利益	4百万円	年平均10%以上成長			年平均10.0%以上成長
7	ROA	8.3%	7.0%以上			7.0%以上
8	ROE	17.7%	15.0%以上			15.0%以上
9	ROIC	11.3%	15.0%以上			15.0%以上

※ROA・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

※ROIC=税引後営業利益(NOPAT)／投下資本

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	1月	2月	3月	4月	5月	6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	99.9	96.3	101.1	99.4	111.3	100.7	101.9
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	96.9	95.7	99.0	97.7	107.3	94.9	99.7
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	103.0	100.6	102.1	101.8	103.8	106.1	102.2

※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

焼肉業界No.1ブランドとして積極展開

1 選ばれるブランドづくりと収益性の向上



▲肉職人制度を開始



▲繁忙期のテレビCM放映による来店促進



▲商品や期間限定フェアの磨き込み等による基本価値の向上と戦略的な価格設定



▲営業時間の拡大

2 生産性向上に向けた取組み



▲新型特急レーンの開発



▲配膳ロボット
5台運用による省人化

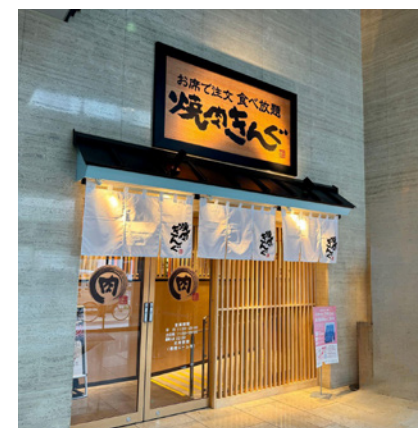


▲自動案内システムを
直営全店に導入を拡大

3 店舗数拡大に向けた取組み



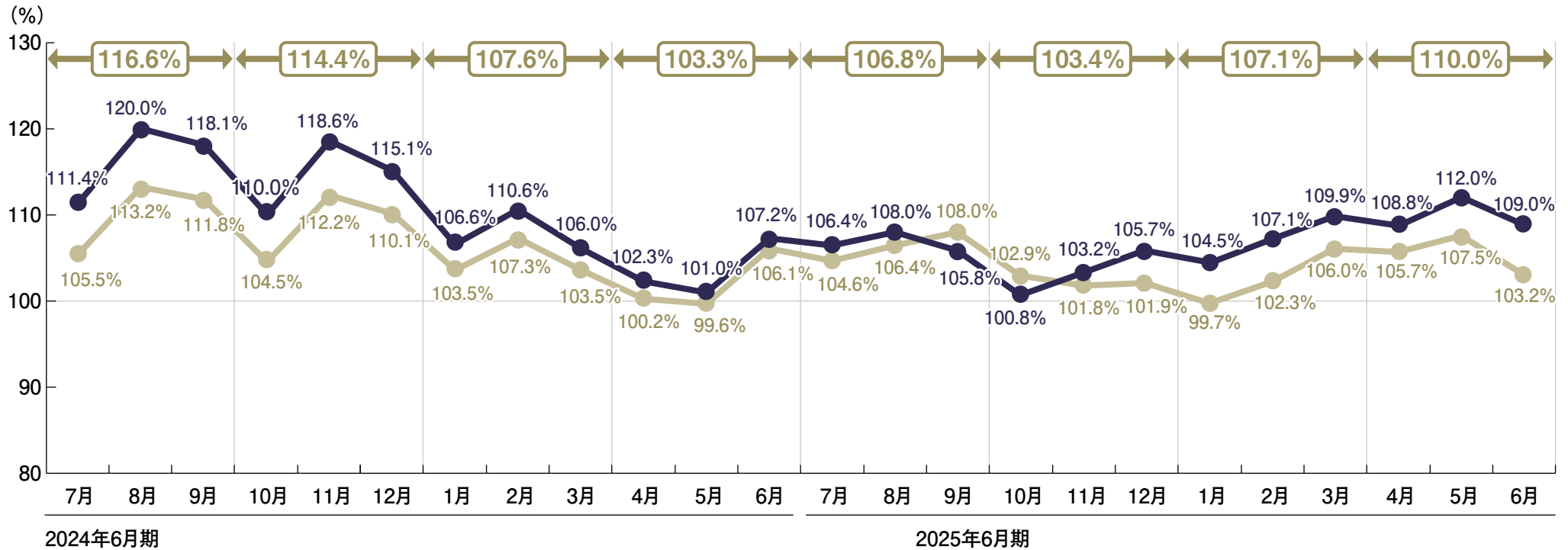
▲郊外ロードサイドの出店を継続



▲ビルインの出店

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



(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	1月	2月	3月	4月	5月	6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	104.5	107.1	109.9	108.8	112.0	109.0	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	102.9	101.8	101.9	99.7	102.3	106.0	105.7	107.5	103.2	104.1
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	104.8	104.7	103.6	103.0	104.2	105.6	102.6

※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 選ばれるブランドづくりと収益性の向上



▲商品や期間限定商品の磨き込み等による基本価値の向上と戦略的な価格設定

▲高品質な新スープの開発や「肉そばマスター」の輩出によりクオリティの向上と安定を実現

▲繁忙期のテレビCM放映による来店促進

2 生産性向上に向けた取り組み



▲フルセルフレジの導入を拡大

▲タッチパネルの機能を拡大

3 店舗数拡大に向けた取り組み

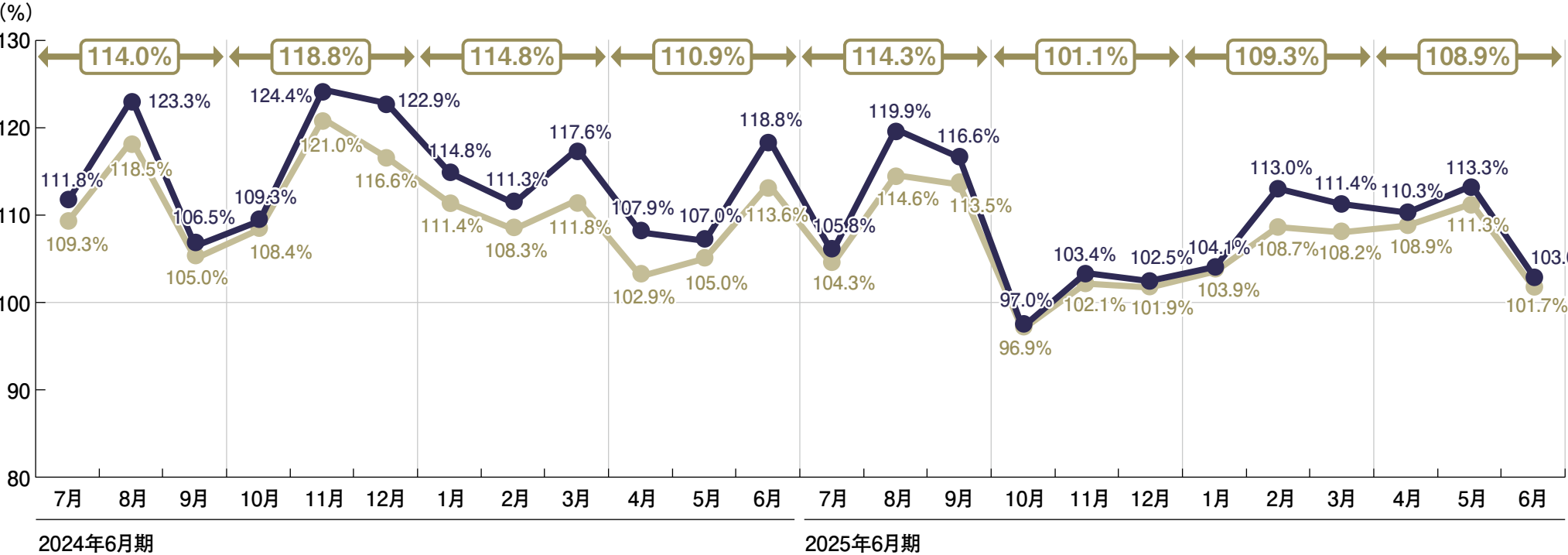


▲郊外ロードサイドの出店を継続

▲ショッピングモール内の出店

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												
	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	111.8	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	104.1	113.0	111.4	110.3	113.3	103.0	108.2
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	103.9	108.7	108.2	108.9	111.3	101.7	106.2
客単価	102.2	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	100.2	104.0	103.0	101.3	101.8	101.3	101.9

※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

オンリーワンブランドとして店舗数拡大へ

1 選ばれるブランドづくりと収益性の向上



▲オリジナルグラスを使用した
お祝いコースを拡充



▲寿司職人など
スペシャリストの輩出



▲認知拡大を狙いとした
販促施策を実施

▲商品や期間限定商品の磨き込み等による基本価値の向上と戦略的な価格設定

2 生産性向上に向けた取り組み



▲配膳ロボット6台運用による省人化



▲新予約システムによる効率的な
席配置を実現

3 店舗数拡大に向けた取り組み



▲郊外ロードサイドの出店を継続



▲ビルインの出店

新たな成長エンジンへ



お好み焼の最大マーケットである
関西で出店を再開



▲関西で出店を予定



▲油煙による匂い移りを防ぐ鉄板を採用



▲新たなランドメニューの開発や親和性の高い期間限定フェアの展開



焼きたての
かるび

焼肉ファストカジュアルブランド
としてフォーマット確立



▲関東・関西を中心に出店



▲ドライブスルーやデリバリー、
テイクアウトの強化



▲新たなランドメニューの開発や魅力的な期間限定商品の展開

新たな成長エンジンへ



果実屋珈琲
KAJITSUYA CAFÉ

多店舗展開に向けた供給網の
確保と店舗体制の整備



▲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。3店舗目となる杉並上井草店をオープン



▲期間限定の旬果実を使用した
デザートが人気

標準店舗面積	90坪
想定客単価	1,700円
店舗数	3店舗



熟成肉とんかつ
とんかつ 羅斯堂

新たなとんかつ専門店として
フォーマット確立



▲こだわりのとんかつをリーズナブルに郊外ロードサイドで楽しめる専門店。
1店舗目となる豊橋曙本店をオープン



▲看板商品の「とんかつ定食」は
ランチで税抜990円

標準店舗面積	65坪
想定客単価	1,150円
店舗数	1店舗

中華圏 (中国・香港・台湾)



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



揚げたての天麩羅と炊きたてのご飯を手軽に楽しめる天ぷら専門店



海外事業の拡大

東南アジア (インドネシア・フィリピン・シンガポール)

焼肉成 **Yakitate KALBI**
YAKINIKU-DON

「焼きたてのかるび」をローカライズした
焼肉丼専門店



NIKU NIKU OH!! KOME
肉肉大米

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



焼肉王 **Yakiniku King**

テーブルオーダーバイキングで食べ放題が
楽しめる焼肉専門店



北米 (米国)

SHOGUN

こだわりぬいた食材とシェフのパフォーマンスが
楽しめる郊外ロードサイド型の鉄板焼専門店



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

中期経営ビジョン「物語ビジョン2030」および 中期3カ年経営計画（2026年～2028年6月期）

2025年8月8日



Storyteller tells the Story

物語コーポレーション

INDEX

1. 前中期経営ビジョン「物語ビジョン2025」の振り返り
2. 中期経営ビジョン「物語ビジョン2030」
3. 中期3カ年経営計画

前中期経営ビジョン「物語ビジョン2025」の振り返り (2020年～2025年6月期)

Chapter 1

「物語ビジョン2025」概要

「物語ビジョン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、日本だけでなく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。

主要経営目標※

グループ店舗売上高※1,500億円 連結売上高1,000億円
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置き、次の成長の柱である新規事業を育成、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。

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ダイバーシティ&インクルージョンで「個」の覚醒
- ⑤新たな価値創造につながるDXや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
ROA・ROE・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

「持続可能でイキイキとした社会づくりへの貢献」と
「お客様に必要とされるブランド・会社づくり」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

※2019年6月期の当初計画

※当社直営店とフランチャイズ店の店舗売上高の合計

「物語ビジョン2025」主要経営目標の達成状況

コロナ渦においても、既存店の継続成長と新規出店により
売上高・経常利益ともに増加し、「物語ビジョン2025」を1年前倒しで達成

2019年6月期		2025年6月期		
実績		当初計画※	実績	計画対比
グループ店舗売上高	914億円	1,500億円	1,765億円	+265億円
連結売上高	589億円	1,000億円	1,239億円	+239億円
経常利益	46億円	82億円	90億円	+8億円
ROE	14.0%	15.0%以上	17.7%	+2.7pt
ROA	15.0%	15.0%以上	13.3%	△1.7pt
ROIC	14.3%	15.0%以上	11.3%	△3.7pt
既存店売上高前年比	107.2%	前年比超	130.8%	+30.8%
配当金	15.0円	累進配当 (配当性向 20%超)	36.0円	17期連続増配

※2019年6月期通期決算説明会資料における期初計画

※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

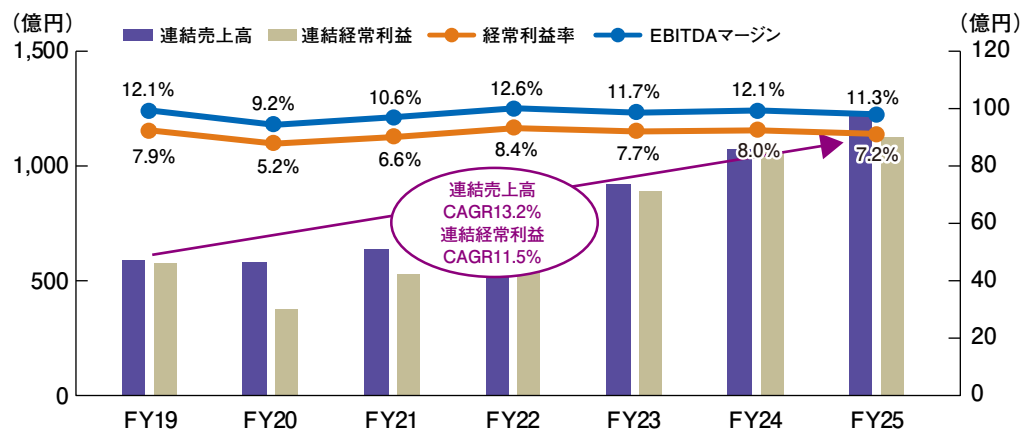
※ROIC=税引後経常利益/(自己資本+有利子負債)

※国内19年対比

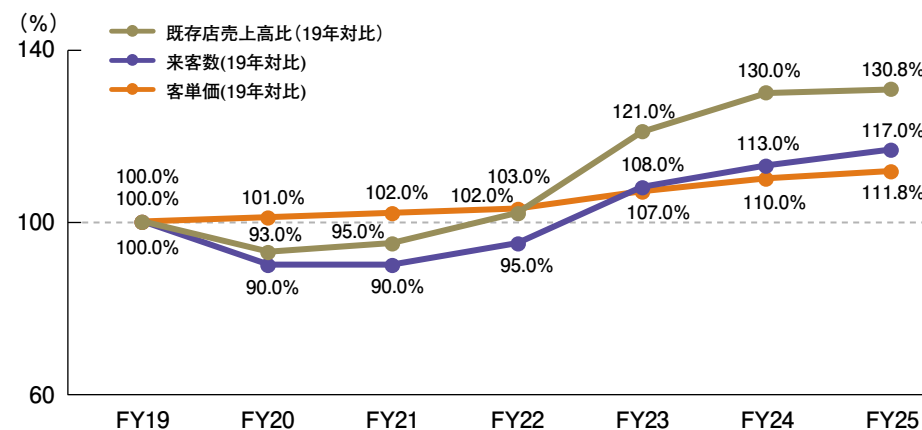
「物語ビジョン2025」業績達成状況サマリ

選ばれるブランドづくりを積み重ね、売上高・経常利益ともに年平均2桁成長を実現

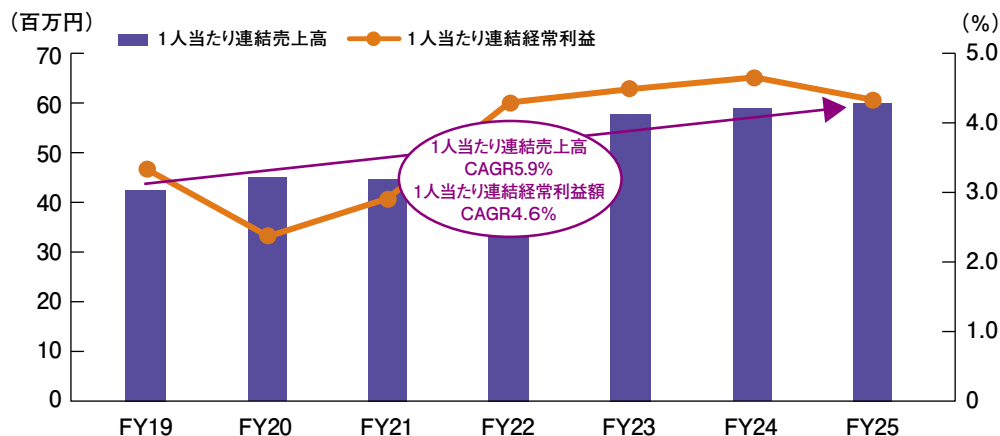
連結売上高及び経常利益額推移



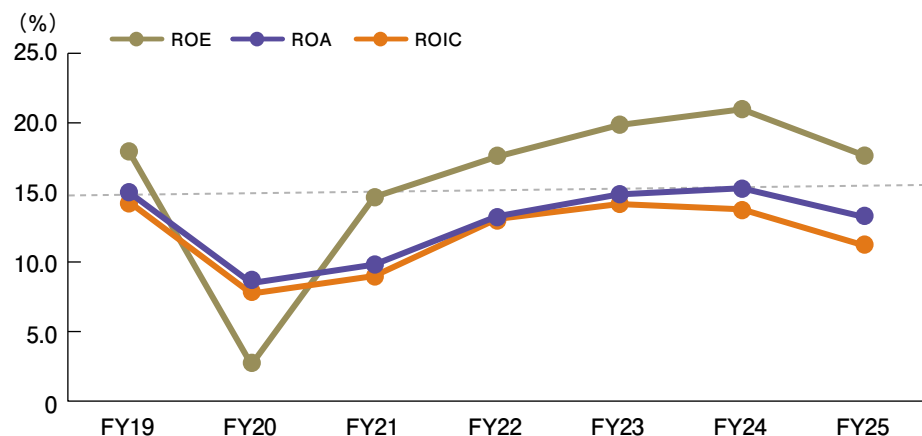
既存店売上高前年比及び来客数、客単価の推移



1人当たり連結売上高及び連結経常利益額の推移



ROE、ROA、ROICの推移



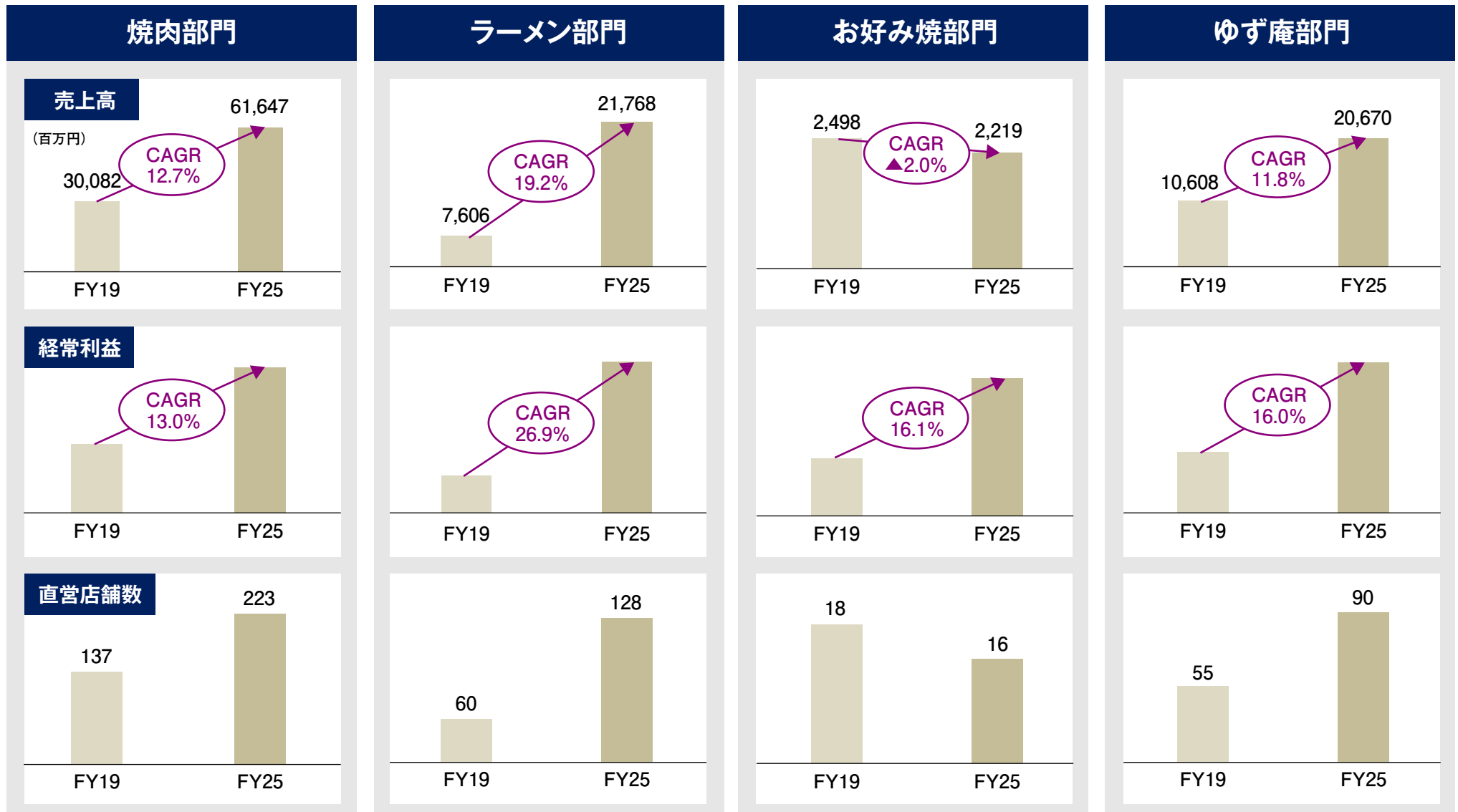
※ROAの分子は経常利益・ROEの分子は親会社株主に帰属する当期純利益を採用しています

※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=税引後経常利益/(自己資本+有利子負債)

事業部別の業績状況(1/2)

事業部毎に戦略的な施策を実行し、主力業態を中心に売上高・経常利益が伸長

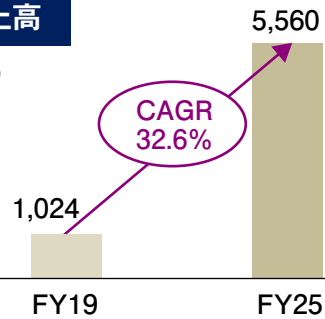


事業部別業績状況 (2/2)

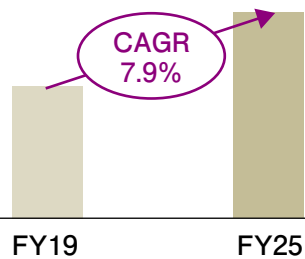
専門店・新業態部門

売上高

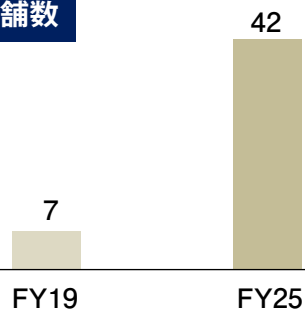
(百万円)



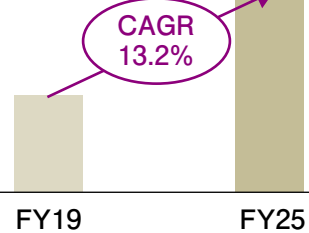
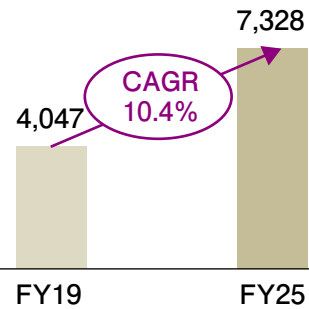
経常利益



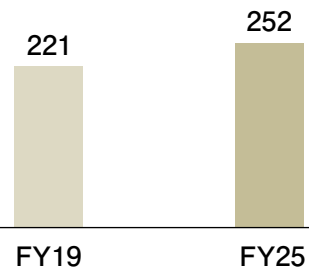
直営店舗数



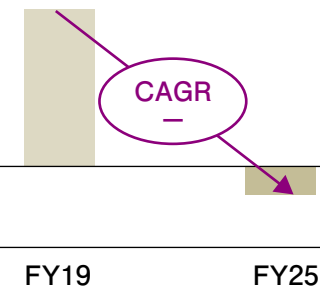
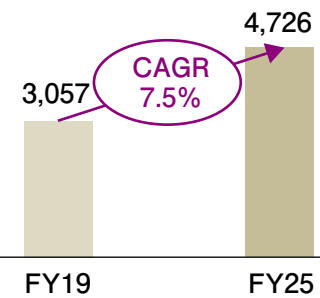
FC部門



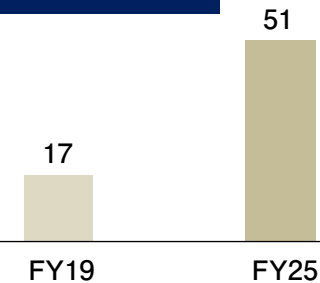
フランチャイズ店舗数



海外部門



海外店舗数 (FC含む)



キャッシュアロケーションの状況 (FY20~FY25)

国内事業等への積極的な成長投資を実施し、さらなる拡大を実現



株主還元の実施内容

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す

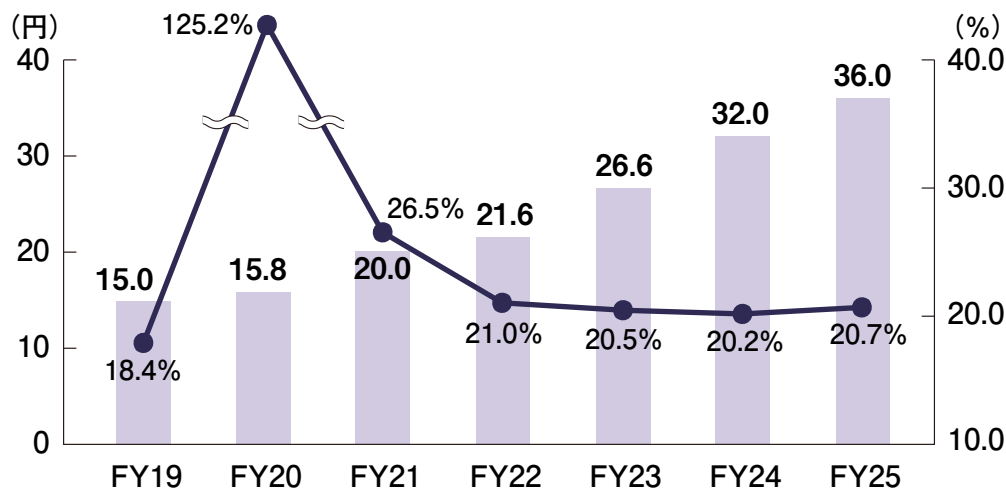
1株当たり配当金 17期連続増配を実現

〔2019年6月期〕 通期 15.0円 ▶ 〔2025年6月期〕 通期 36.0円

※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

配当金・配当性向推移

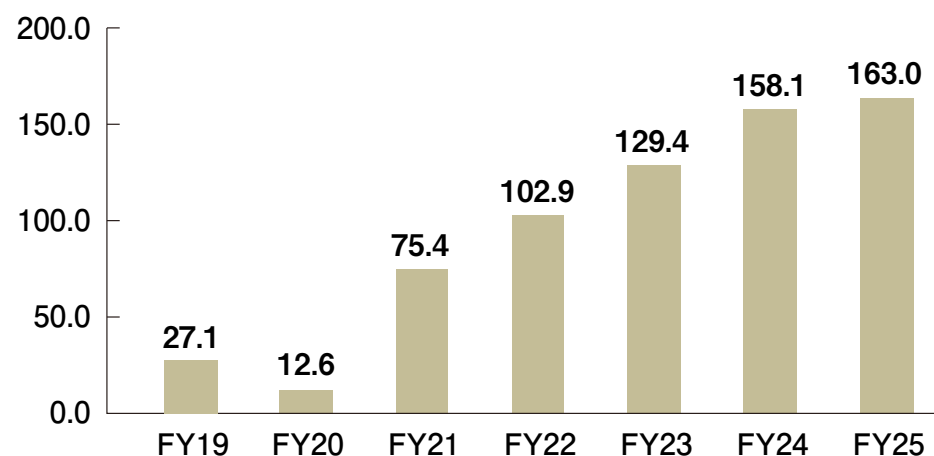
■ 配当金 ● 配当性向



※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

■ EPS



※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

「物語ビジョン2025」主な取り組み

「物語ビジョン2025」の重点戦略に基づき、主要施策を着実に実行

重点戦略	評価	主な施策	課題
既存ブランドの 事業拡大と収益性向上	○	■ 新規出店・既存店の収益拡大ともに順調な推移 ・焼肉、ラーメンの計画を超える順調な出店と、ゆず庵の出店を再加速 ・都市部（焼肉・ゆず庵）、SC（丸源）など新たなロケーションにも進出 ・価格改定や積極的なDX投資により、利益率もコントロール ・テレビCM、業態アプリを中心としたプロモーションを積極的に展開	・郊外ロードサイドにおけるさらなる市場の寡占化 ・焼肉、ラーメンの未出店エリアへの出店 ・既存店舗の継続的な来客数の増加 ・コスト増に対する価格戦略、DX戦略のさらなる実行
新業態・新事業を日本、 海外でチャレンジ	○	■ 新業態10ブランドの開発、海外4地域へ新規進出を達成 ・国内で初のファストカジュアル業態『焼きたてのかるび』を展開 ・『果実屋珈琲』『熟成肉とんかつ ロース堂』を開発し、業種を拡大 ・『肉肉大米』の開発により、中国事業が黒字転換、台湾・香港へも進出 ・米国子会社による『SHOGUN』グループの買収を実施 ・NPS、日本語教育などの新たなHR事業への検討に着手	・新業態の収益化 ・新たな市場開拓に向けた新業態開発とM&Aの実施 ・海外事業の収益化とさらなる展開地域の拡大
多様な理念型人財の採用	○	■ 每期約400名規模での採用体制を確立 ・幹部候補生（新卒社員）を每期約200名規模で採用 ・インターナショナル（外国籍）社員の採用を加速	・競争力のある理念型人財の採用
個の覚醒を促す D&Iと人財育成の推進	○	■ 「D&I宣言」のもと、多様な人財活躍に向けた基盤を整備 ・2年連続にてベースアップを実施 ・myエリア制度・地域限定社員などの新たな雇用形態を導入 ・託児補助、低用量ビル全額補助、ライフパートナーシップ等の制度を整備 ・健康経営優良法人（大規模法人部門）の4年連続取得 ・PRIDE指標2024にて6年連続ゴールド、2年連続レインボー認定を獲得	・多様な人財が「とびっきりの笑顔と心からの元気」でイキイキと活躍できる環境整備と、理念型人財の育成
新たな価値創造を加速させる DXと本社機能強化の推進	○	■ 配膳ロボット、新型特急レーンなど店舗DXをさらに加速 ・ソフトバンクロボティクス社との業務提携による店舗DXの加速 ・次世代型特急レーン、新予約システム、セルフレジ等店舗DXを加速 ・次期基幹システムの構築に着手	・新たなDX戦略の実行による収益力強化 ・企業価値を支える経営基盤の充実
サステナビリティの推進	○	■ FTSE Japan Sector Relative Indexの構成銘柄に初選定 ・COP「気候変動レポート2024」気候変動スコア「C」を獲得 ・女性役員比率向上を目指す「30%Club Japan」に加盟 ・気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）提言へ賛同	・サステナビリティ課題の解決に向けたさらなる取り組み

サステナビリティの取り組みに対する対外評価

環境や人的資本に対する取り組みを中心にサステナビリティ活動を推進し、
外部評価機関からの評価が向上

主な活動

自社の定量的把握

- ・ 非財務情報の収集/分析



社会潮流への対応

- ・ TCFDへの賛同
- ・ 人権方針等の各種方針の策定
- ・ カスタマーハラスメント方針の策定
- ・ CGコードへの対応
- ・ サステナビリティ月間の開催
- ・ 30%Club Japanに加盟



対応能力の向上

- ・ 有価証券報告書への記載
- ・ 各種ESGデータにおける開示内容の充実

主な外部ESG評価機関



FTSE Blossom
Japan Sector
Relative Index



2025
健康経営優良法人
KENKO Investment for Health
大規模法人部門



主な実績

FTSE Blossom Japan
Sector Relative Index
初の構成銘柄に選定

健康経営優良法人
大規模法人部門
4年連続で認定

PRIDE指標
6年連続で「ゴールド」、
2年連続で「レインボー」に認定

CDP「気候変動レポート2024」
気候変動スコア「C」を獲得

中期経営ビジョン「物語ビジョン2030」
(2026年～2030年6月期)

Chapter **2**

当社が目指す姿

経営理念

(物語が時代を超えて社会に対してなすべき使命と
経営のやり方の基本・価値創造の源泉)

Smile & Sexy

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

長期経営ビジョン

(理念を目指す会社組織のありたい姿)

「個」の尊厳を「組織」の尊厳より上位に置き

「とびっきりの笑顔と心からの元気」で
世の中をイキイキさせる

—目指すべき姿—

- ① 正々堂々と明言・意思決定できるリーダーに溢れる会社【多様性の表現】
- ② 活発な議論文化による、清く正しい意思決定とイノベーションを生み出す会社【多様性の表現が生む価値】
- ③ 明るく元気・正直で、人間的温かみ溢れる“個対個”の関係で繋がる大家族【多様性の受容】

バリュー

(ビジョンを達成する上で大切な価値観・規範・ルール)

「意思決定」「個対個」

「自己開示・明言」「プロフェッショナル」

「物語ビジョン2030」の位置づけ

経営理念

(物語が時代を超えて社会に対してなすべき使命と
経営のやり方の基本・価値創造の源泉)

Smile & Sexy

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

長期経営ビジョン

(理念を目指す会社組織のありたい姿)

「個」の尊厳を「組織」の尊厳より上位に置き

「とびっきりの笑顔と心からの元気」で世の中をイキイキさせる

—目指すべき姿—

- ① 正々堂々と明言・意思決定できるリーダーに溢れる会社【多様性の表現】
- ② 活発な議論文化による、清く正しい意思決定とイノベーションを生み出す会社【多様性の表現が生む価値】
- ③ 明るく元気・正直で、人間的温かみ溢れる“個対個”の関係で繋がる大家族【多様性の受容】



物語ビジョン 2030

物語コーポレーションの経営理念と
長期経営ビジョンの実現に向けた 2030 年までの経営方針

2030年までの未来洞察

目指す姿の全体像

実現のための成長指針



中期3カ年経営計画

中期3カ年経営計画(ローリング形式)



持続的な企業価値の向上

持続可能な社会への貢献

事業環境と経営課題

事業環境

外部環境

- 新たな成長機会の獲得（サステナビリティ対応）
- ポストコロナ・ウィズコロナ時代における新たな生活スタイルへの対応
- 競争環境への変化への対応
- 新しい外食ビジネスにおける潮流への対応
- 人的資本の充実、人財不足への対応
- インフレへの対応、実質賃金低下への対応
- 地政学リスクを踏まえた海外事業のあり方
- 持続可能な食材の安定調達
- デジタル社会への対応
- ESGリスクへの対応

内部環境

- 売上高・経常利益ともに10%以上の成長性と高い利益率の継続
- 成長ドライバー（焼肉・丸源・ゆず庵）の収益性が一段と向上
- 既存店売上高・来客数も前年超えを継続
- 成長分野への投資が旺盛
- 各市場における売上高No.1ブランドへの成長とさらなる拡大
- DXの推進・デジタルマーケティング加速
- 採用力・働きがいと働きやすさの向上
- コスト競争力の向上（粗利率・人件費率の維持）
- 理念経営（サステナ経営）推進
- 社員1人当たりの経常利益が成長
- 業界トップクラスの高い資本効率
- 積極的な株主還元（累進配当）

対処すべき経営課題（マテリアリティ）

事業

- 新たな成長機会の獲得・海外事業の拡大
- 競争環境の変化への対応と顧客満足度の向上
- 持続可能な食材の安心・安定調達
- 人件費・物流費の増加等のインフレへの対応
- 企業価値を支える経営基盤の充実

人財

- 理念型人財の採用と育成
- 多様性と個の覚醒
- 働きがい・働きやすさの向上
- プロフェッショナルリーダーの育成

環境・社会

- 気候変動への対応（脱炭素社会への貢献）
- 省資源・廃棄物削減への対応
- 生物多様性の確保と持続可能な食材調達
- すべてのステークホルダーの人権を尊重

**社会性ある経営理念をベースとした「業態開発力×人財力」で
「とびっきりの笑顔と心からの元気」で世の中をイキイキさせる
フードビジネス事業で物語コーポレーションが勝ち抜くチャンス!!**

「物語ビジョン2030」概要

基本方針	テーマ	業態開発型リーディングカンパニー実現に向けた全方位成長戦略				
	目指すべき姿	私たちは、業態開発を軸に、既存ブランドの磨き込みや新たな成長エンジンの創出に取り組み、国内と海外における事業拡大と売上・利益の最大化を図ります。また、成長を支える人財力を競争優位性かつ差別化要因と捉え、育成と活躍を最大化する環境づくりを通じて、持続的な企業価値の向上を目指します。				
主要経営目標	「業態開発力×人財力」で勝ち抜く成長戦略					
	価値ある成長	必要とされるブランド	稼ぐ力の向上	資産の価値創造	株主還元	
重点戦略	既存店売上高・来客数 プラス成長	グループ店舗売上高 3,000億円 連結売上高 2,200億円	経常利益率 10.0% 1人当たり経常利益 年平均10%以上成長	ROE/ROIC 15.0%以上 ROA 7.0%以上	累進配当 配当性向 20.0%以上	
	成長戦略 3本柱で成長					
	①選ばれるブランドづくり ②成長を加速させる新業態・新事業開発 ③海外事業の拡大		「個の覚醒」を加速させる 理念型企业へ進化		①多様な理念型人財の採用と活躍 ②個の覚醒とD&I ③プロフェッショナルリーダーの育成	
	サステナビリティ経営戦略	コーポレート戦略	財務戦略			
	サステナビリティ経営の推進	持続的成長を支える 経営基盤のさらなる強化	企業価値のさらなる向上			

※ROA・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

※ROIC=税引後営業利益(NOPAT)／投下資本

「物語ビジョン2030」経営目標

財務	企業成長に関する KPI	既存店売上高 来客数のプラス成長	グループ店舗売上高 3,000億円	連結売上高 2,200億円	連結売上高利益の成長性 年平均10%以上
	収益性 効率性 KPI	連結経常利益率 10.0%	1人当たり経常利益 年平均10%以上成長	ROE/ROIC 15.0%以上	ROA 7.0%以上
	株主還元 KPI	累進配当/配当性向 20.0%以上		TSR 15.0%以上	

非財務	事業基盤 KPI	業態開発力で勝ち抜くための指標			
		成長ドライバーブランド 複数獲得	市場シェア1位ブランド 複数獲得	育成ブランド獲得 複数獲得	
	D&I KPI	人財力で勝ち抜くための指標			
		レインボー休暇取得率 100.0%	離職率 15.0%以下	男性社員の育休取得率 85.0%以上	女性管理職比率 10.0%以上
	サステナ KPI	持続可能社会に貢献するための指標			
2020年度比GHG排出量 33.0%削減		2020年度比食品廃棄物量 30.0%削減	2020年度比プラスチック使用量 20.0%削減	2020年度比水の使用量 10.0%削減	

※すべて売上百万円あたりの量

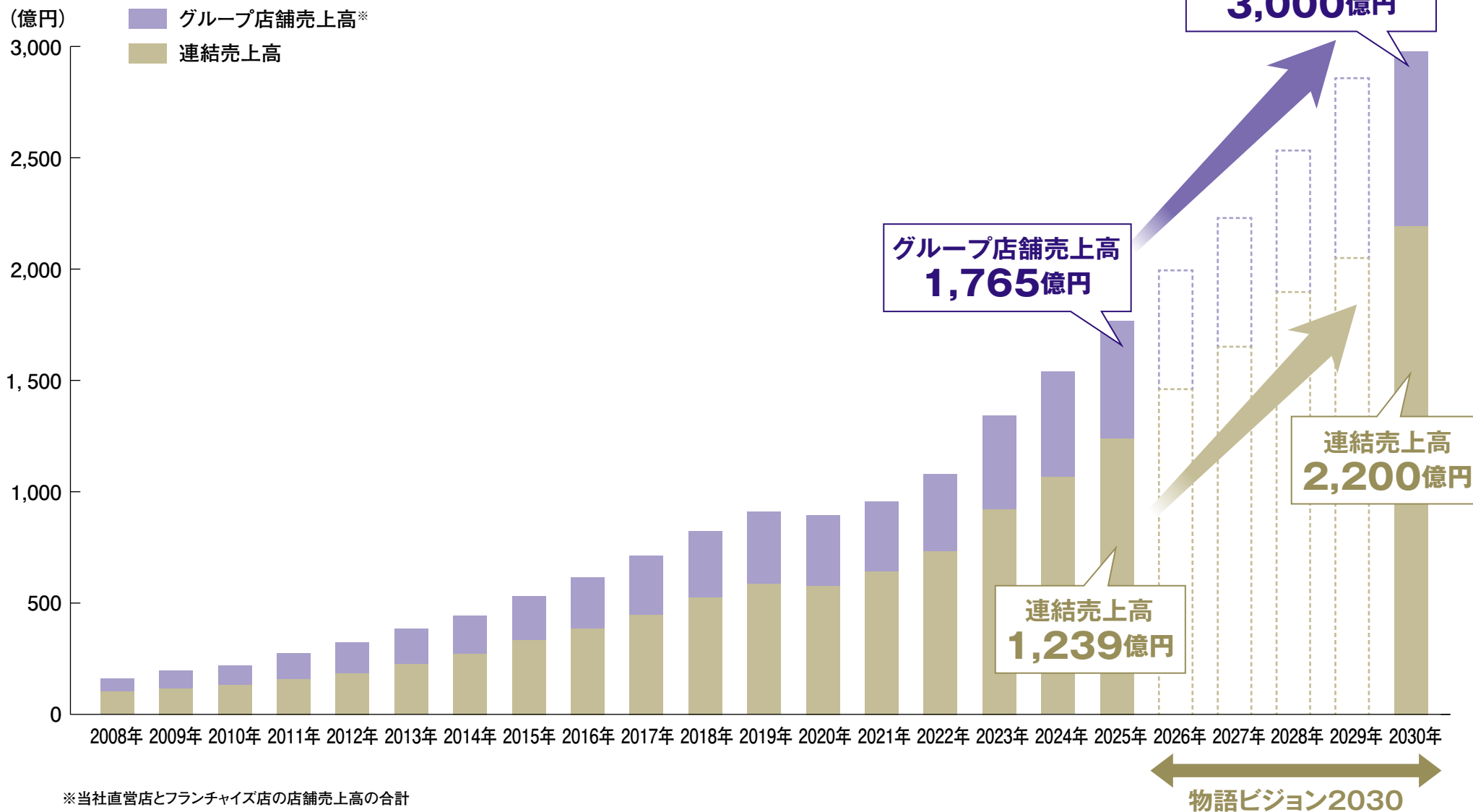
※すべて売上百万円あたりの量

※ROA・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

※ROIC=税引後営業利益(NOPAT)/投下資本

「物語ビジョン2030」業績推移

売上高計画



「物語ビジョン2030」事業ポートフォリオと方向性

戦略ドメイン

「とびっきりの笑顔と心からの元気」で
世の中をイキキさせるフードビジネス事業およびその周辺事業

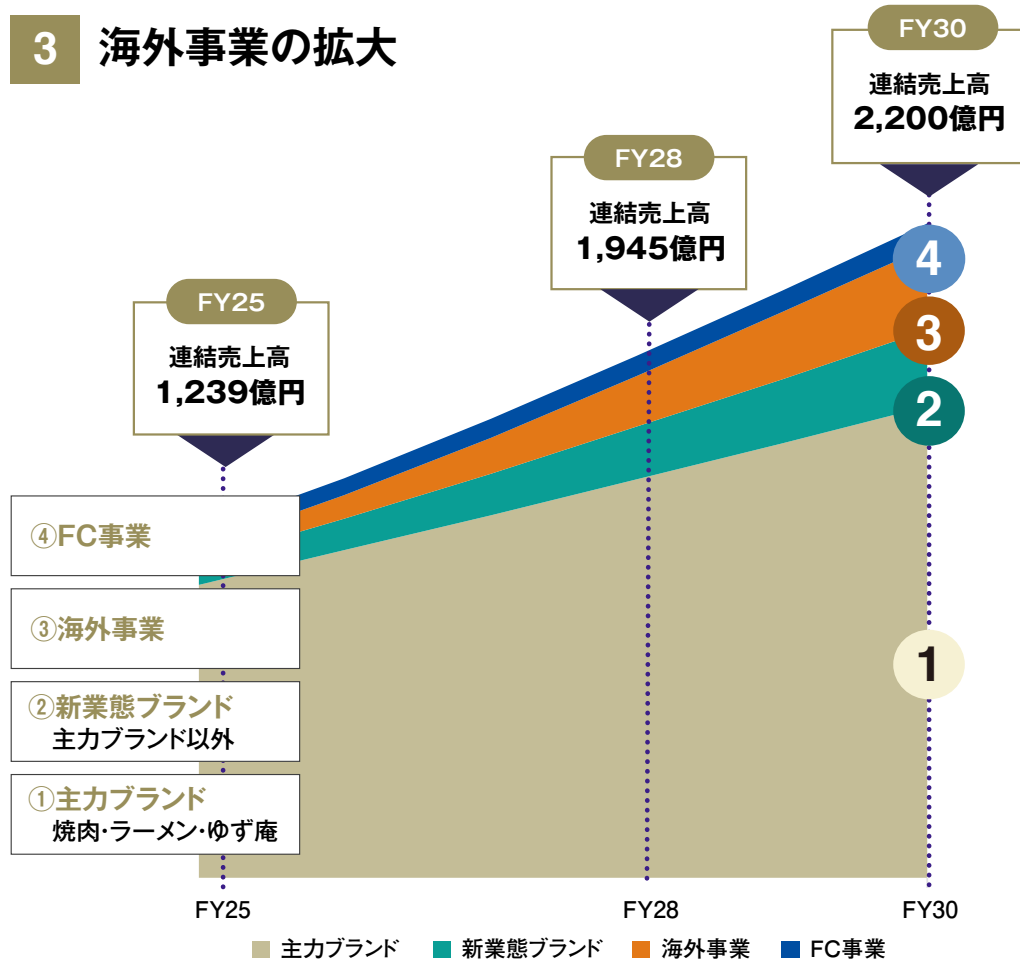


M&A対象 国内外を問わず、飲食業態を中心に成長が見込めるブランドを持つ事業を対象とする

「物語ビジョン2030」目標達成にむけた成長イメージ

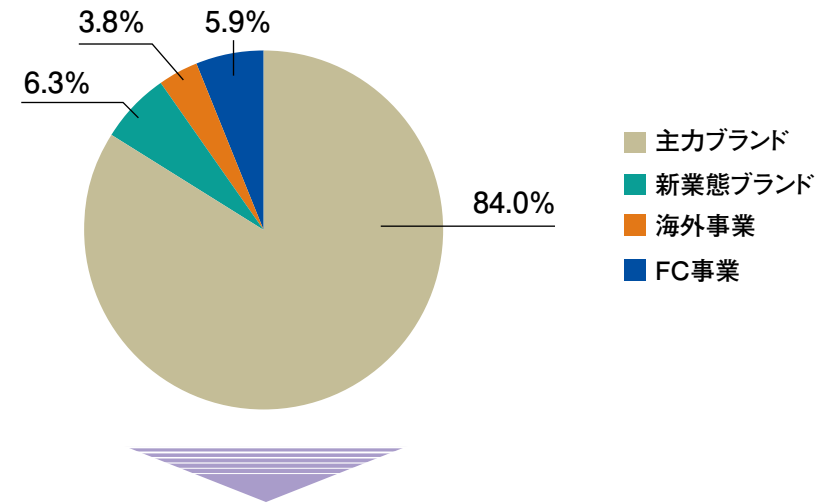
成長戦略3本柱で成長

- 1 選ばれるブランドづくり
- 2 成長を加速させる新業態・新事業開発
- 3 海外事業の拡大

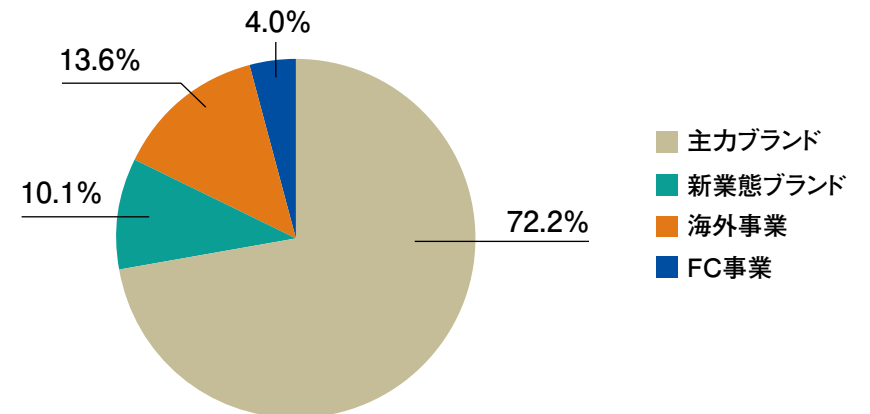


目指す新業態・海外事業売上高構成比

2025年6月期の構成比率 10%



2030年6月期の構成比率 24%



目指す姿

成長戦略3本柱で成長

選ばれるブランドづくり



市場における確かな存在感と収益性の両立を図り、差別化と顧客体験価値の向上を通じて「選ばれる理由」を持つブランドへと進化させ、カテゴリシェアの拡大を目指す

- ・ カテゴリごとの市場シェアTop 10の地位を確立・維持
- ・ 既存店売上高、来客数の継続的な前年超過を定着
- ・ 独自性あるポジショニングを持つ業態として市場内での存在感を強化
- ・ FCフォーマットの収益性を高め、多店舗展開につなげる戦略支援を強化

1

成長を加速させる 新業態・新事業開発



主力ブランドに続く新たな収益の柱を育成し、成長ポートフォリオの多軸化を推進することで、持続的な市場拡張と収益性の向上を図る

- ・ 既存店売上高、来客数の継続的な前年超過を定着
- ・ 売上高100億円・100店舗体制(2030年)に向けた成長基盤を構築
- ・ 収益性と拡張性を兼ね備えた業態の創出
- ・ 成長ドライバーとなる事業・業態の定着と進化
- ・ FC、直営を組み合わせた柔軟な展開モデルの確立
- ・ M&Aを活用した成長機会の獲得

2

海外事業の拡大



複数地域における事業展開を通じて、収益性とスケーラビリティを兼ね備えたグローバル成長基盤を構築し、海外売上高構成比率10%以上の達成を目指す

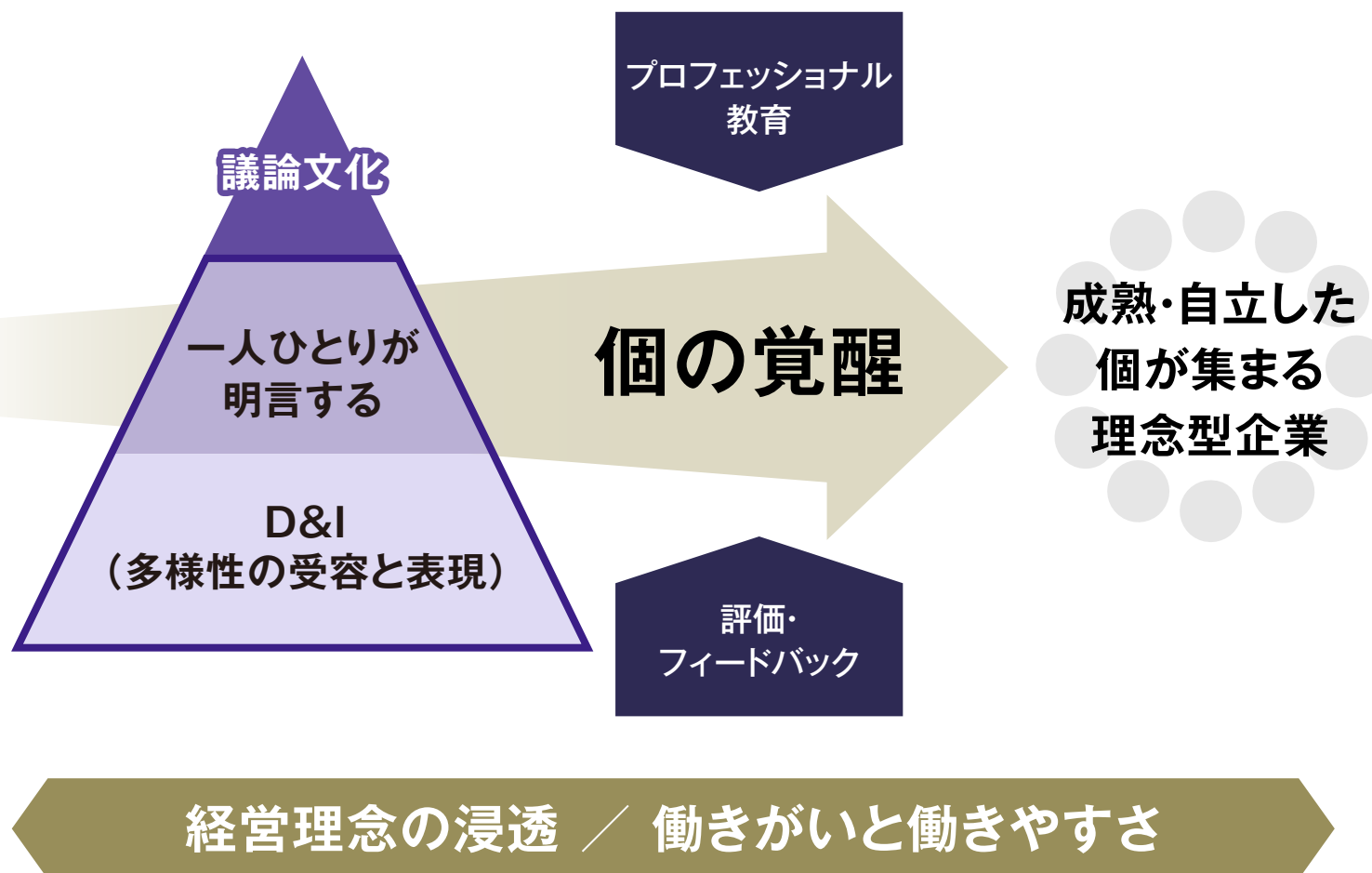
- ・ 新規国、地域への出店および新業態開発の推進
- ・ FC、直営を組み合わせた柔軟な展開モデルの確立
- ・ 海外売上高構成比率10%以上の達成に向けたポートフォリオ構築

3

目指す姿

「個の覚醒」を加速させる理念型企业へ進化

多様な理念型人財の採用



人財力で
競合他社と
差別化

1人当たり
経常利益
年平均
10%以上
成長

離職率の安定
15%以下

目指す姿

外食産業でトップ評価のサステナビリティ経営体制 (ESG評価の向上)

環境

- 気候変動への対応
- 省資源、廃棄物削減への対応
- 生物多様性、持続可能な食材調達

社会

- 少子高齢化社会への対応
- 顧客満足度の向上
- D&I
- 地域社会への貢献

ガバナンス

- 食の安心安全の確保
- 経営基盤の充実

実現に向けた推進体制と進捗管理

■ 実行責任の明確化

サステナビリティ戦略を全社戦略に統合し、
経営陣が推進責任を持つ体制を構築

■ 社内実行体制の整備

ESG施策は各主管部署が運用を担い、
社内横断の連携と推進を図る

■ モニタリング体制とKPI管理

定量KPI (GHG、食品廃棄物量、女性比率など) は年次でレビューを実施
進捗状況は統合報告書、有価証券報告書、社内報などで開示・共有

■ 外部評価との連動

- ・MSCI／FTSEなど外部評価指標に対応し、継続的改善を図る
- ・サステナ月間やPRIDE指標対応なども社内の意識醸成に活用

マテリアリティに基づく指標と目標を設定し、ESG施策の実行と情報開示を推進

「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

	マテリアリティ	指標と目標(2030年)	2025年6月期実績
環境	気候変動への対応 (脱炭素社会への貢献)	●売上高百万円あたりのGHG排出量を2030年までに 2020年対比で33%削減	●2020年対比で27.2%削減
	省資源・廃棄物削減への 対応	●売上高百万円あたりの食品廃棄物を2020年対比で30%削減 ●売上高百万円あたりの水使用量を2020年対比で10%削減 ●売上高百万円あたりのプラスチック使用量を2020年対比で20%削減	●2020年対比で21.3%増加 ●2020年対比で14.0%削減 ●2020年対比で14.2%削減
	生物多様性の確保と 持続可能な食材調達の実施	●持続可能性に配慮した商品調達	●DAIZ社と商品の共同開発
社会	顧客満足度の向上	●NPS(QSCs各92点以上)	●Q:92.3 S:91.9 C:90.1 s:90.3
	ダイバーシティ& インクルージョン	●女性役員比率30% ●女性管理職比率10% ●インターナショナル社員比率30% ●離職率15%未満 ●産育休からの復職率95%以上 ●サプライヤーを含む人権DDの実施 ●海外への進出	●女性役員比率27.2% ●女性管理職比率6.4% ●インターナショナル社員比率18.8% ●離職率15.2% ●産育休からの復職率94.7%以上 ●香港・フィリピンへの進出
	地域社会への貢献	●積極的な出店 ●積極的な新卒、キャリア採用の推進	●国内78店舗の出店計画 ●429名の採用 ●2024年10月分からベースアップ
	少子高齢化への対応	●積極的なDX投資 ●シニア活躍推進 ●健康経営優良法人の取得	●新型特急レーン店舗の開発 ●健康経営優良法人の取得
ガバナンス	食の安全の確保	●衛生管理の徹底 ●調達先の選定及び管理 ●責任ある広告・マーケティング ●加工食品・飲料の負の影響軽減に向けた取り組み	●外部機関による年3回の店舗衛生検査の実施 ●グループ衛生委員会による監査 ●グループ衛生委員会の毎月開催
	経営基盤の充実	●コーポレートガバナンスの遵守 ●ハラスメントゼロ ●環境・社会にポジティブな影響を与える調達体制の確立	●コーポレートガバナンスの順守 ●ハラスメントゼロ ●ESGレーティングの向上

目指す姿

持続的成長を支える経営基盤のさらなる強化

事業機能・コーポレート機能の強化

IT推進

購買・物流・生産

業態開発・マーケティング

店舗・立地開発

営業支援

広報・IR

ガバナンスの強化

品質管理・衛生管理

コンプライアンス・リスクマネジメント

経営管理

内部監査

目指す姿

資本コストを上回る資本効率を意識した経営の実現
持続的な企業価値向上を支える財務資本政策の実施

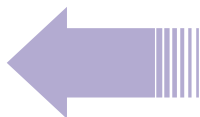
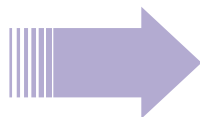
財務目標

成長投資と収益力の強化を両立
高い資本効率の維持

売上成長率 **10%以上**
各利益成長率 **10%以上**
ROE **15%以上**
ROA **7%以上**
ROIC **15%以上**

投資と還元

成長投資とともに累進配当を掲げ株主還元
配当性向 **20%以上**
TSR **15%以上**



ストック&キャッシュ イン

資金調達等
約20億円

営業CF等
約1,000億円

手元現預金

アロケーション

成長投資
約850億円

- 国内事業の拡大 約665億円
- 海外事業の拡大 約85億円
- その他 約100億円

株主還元
約130億円

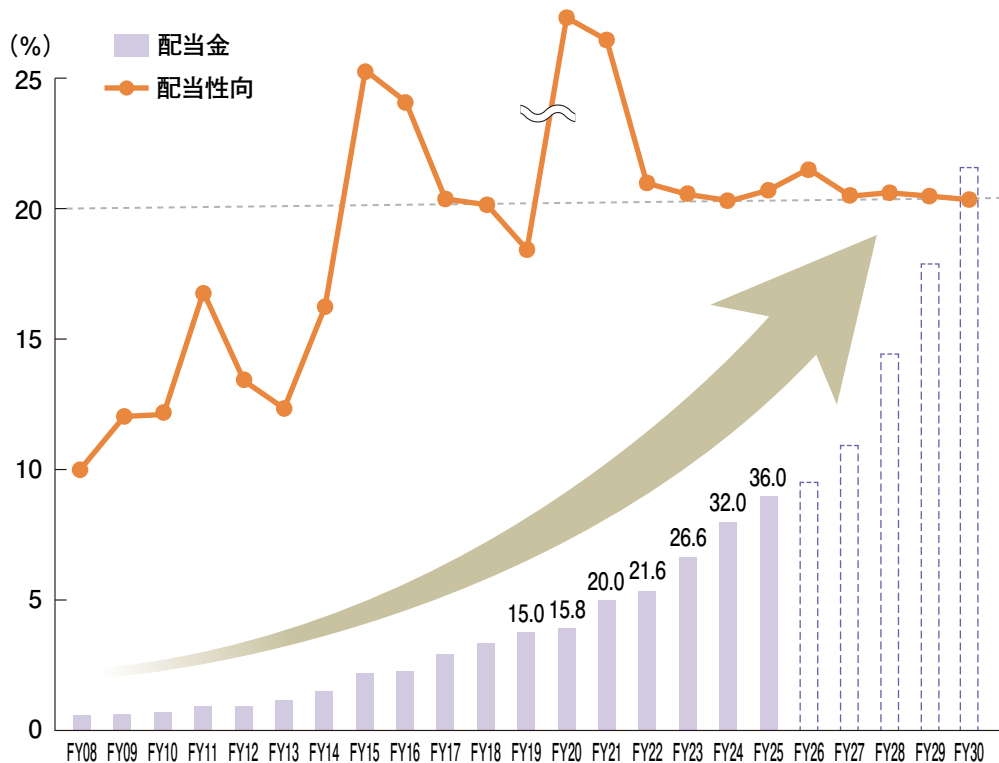
運転資金の増加

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す

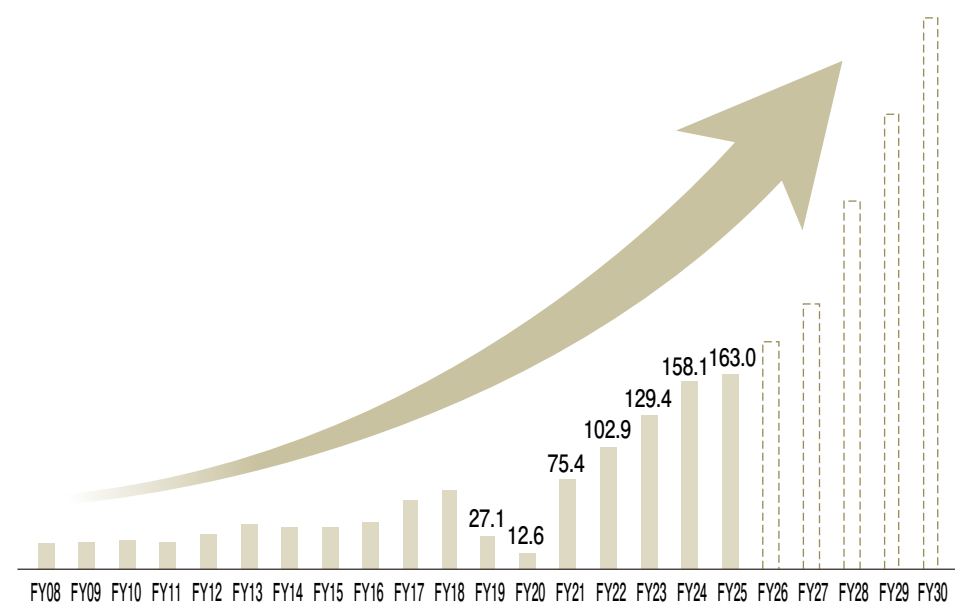
配当金・配当性向推移

連続増配の実現



EPS推移

EPSの持続的な成長を実現



※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

※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

中期3力年経営計画

(2026年~2028年6月期)

		2025年6月期 実績	中期3カ年経営計画			物語ビジョン2030 2030年6月期
			2026年6月期	2027年6月期	2028年6月期	
1	グループ店舗売上高	1,765億円	2,050億円	2,300億円	2,600億円	3,000億円
2	連結売上高	1,239億円	1,470億円	1,680億円	1,945億円	2,200億円
3	連結経常利益	90億円	106億円	126億円	170億円	年平均10.0%以上成長
4	既存店売上高前年比	104.2%	プラス成長			プラス成長
5	既存店来客数前年比	102.5%	プラス成長			プラス成長
6	1人当たり経常利益	4百万円	年平均10%以上成長			年平均10.0%以上成長
7	ROA	8.3%	7.0%以上			7.0%以上
8	ROE	17.7%	15.0%以上			15.0%以上
9	ROIC	11.3%	15.0%以上			15.0%以上

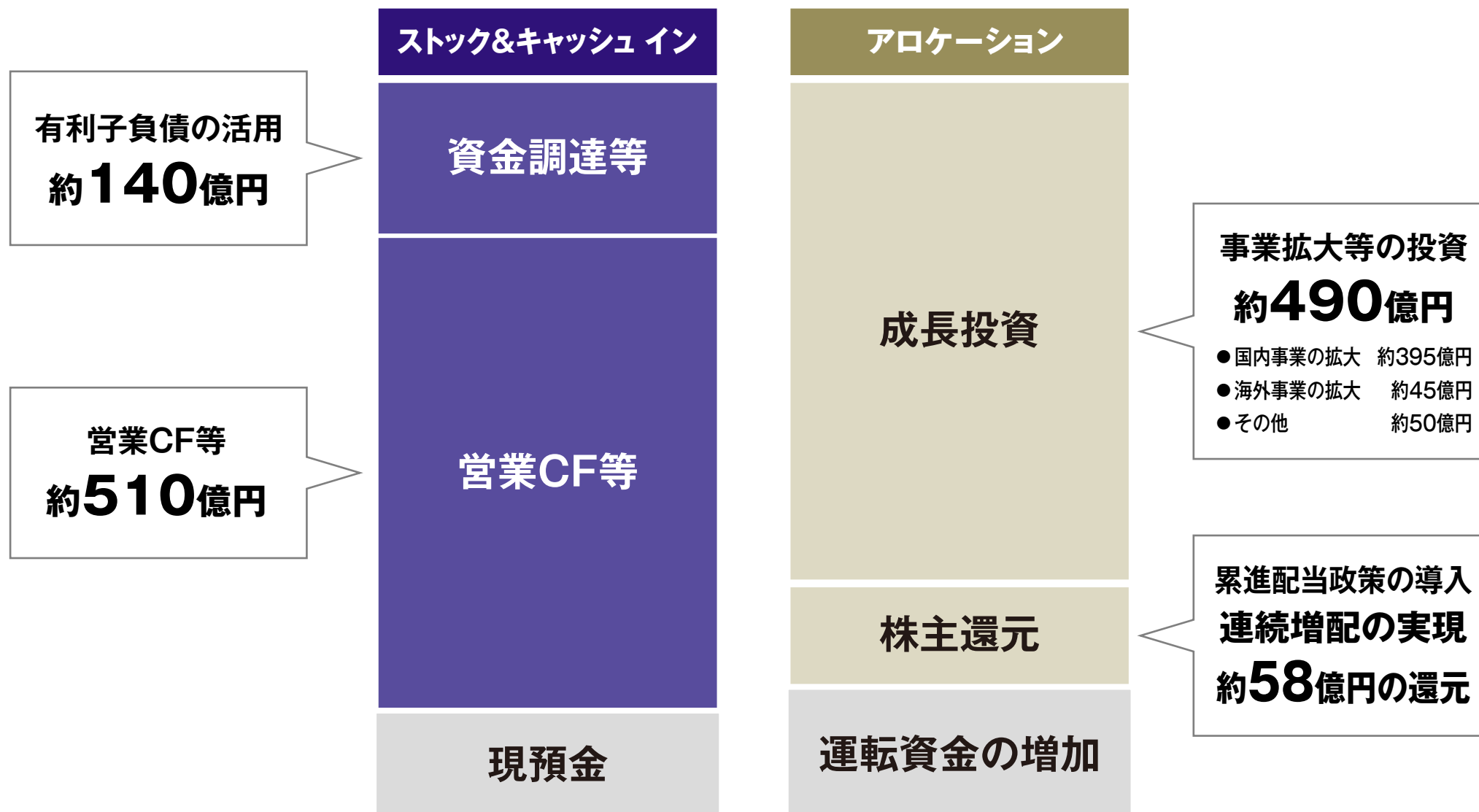
※ROA・ROEの分子は親会社株主に帰属する当期純利益を採用しております
 ※ROIC=税引後営業利益(NOPAT)/投下資本

進捗計測等の視点/方針		指標	2028年6月期目標	2025年6月期実績
財務	企業成長に関する指標	既存店売上高・来客数のプラス成長	100.0%以上	売上高 104.2% 来客数 102.5%
		グループ店舗売上高	2,600億円	1,765億円
		連結売上高	1,945億円	1,239億円
		連結売上高の成長性	年平均10.0%以上成長	15.6%増
	収益性・効率性に関する指標	連結営業・経常利益率	8.5%以上	営業利益率 7.4% 経常利益率 7.2%
		1人当たり経常利益	年平均10.0%以上成長	4百万
		ROE/ROIC	15.0%以上	ROE 17.7% ROIC 11.3%
		ROA	7.0%以上	8.3%
	株主還元に関する指標	累進配当/配当性向	20.0%以上	20.7%
		TSR	年平均15.0%以上	—

カテゴリー別数値目標

カテゴリー		2028年6月期 売上高	増加率	2025年6月期 売上高
主力 ブランド	焼肉	1,470億円	+41.2%増	1,040億円
	ラーメン			
	ゆず庵			
新業態 ブランド	専門店・ 新業態	166億円	+113.8%増	77億円
FC 事業	FC	86億円	+17.4%増	73億円
海外 事業	海外	223億円	+373.5%増	47億円

事業と人財への成長投資と株主還元を強化し、キャッシュ創出力の向上と好循環を実現



※M&Aを前提としない5カ年計画値

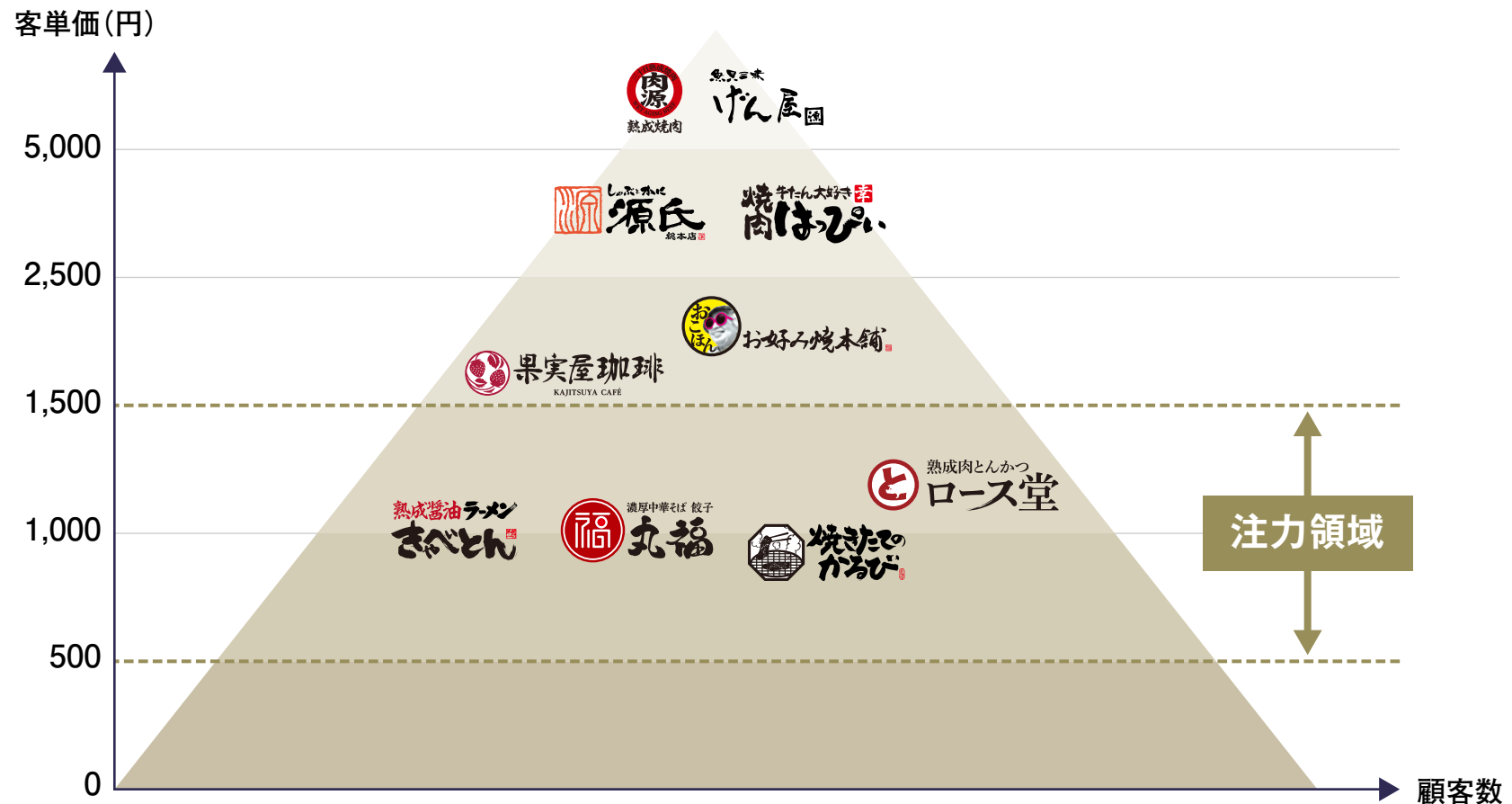
選ばれるブランドづくり

カテゴリー	目指す姿	戦略的な取り組みテーマ
焼肉 	国内焼肉市場 売上高シェアNo.1 継続達成	■ 郊外、大都市圏への継続出店 ■ 都市型、郊外型ビルイン店舗の展開拡大 ■ 特急レーンモデル店舗の拡大推進 ■ 新型プロトタイプ店舗の開発・展開 ■ 戦略的な価格設定による競争力強化
ラーメン 	国内ラーメン市場 売上高シェアNo.1 達成	■ 既存ブランドの収益力向上 ■ 郊外型ロードサイドおよび都市型ビルイン出店の推進 ■ 商品力・販促力の強化による売上高・利益向上 ■ 店舗オペレーションの効率化 ■ 戦略的な価格設定による競争力強化
ゆず庵 	寿司・しゃぶしゃぶ 食べ放題の オンリーワン ポジションを国内で確立	■ 既存店のリニューアルおよび商品力強化による活性化 ■ 郊外、都市型両面での新規出店促進 ■ 高付加価値メニューの開発 ■ 戦略的な価格設定による競争力強化 ■ オペレーション・生産性向上施策の推進

成長を加速させる新業態・新事業開発

新たな成長ドライバーの獲得

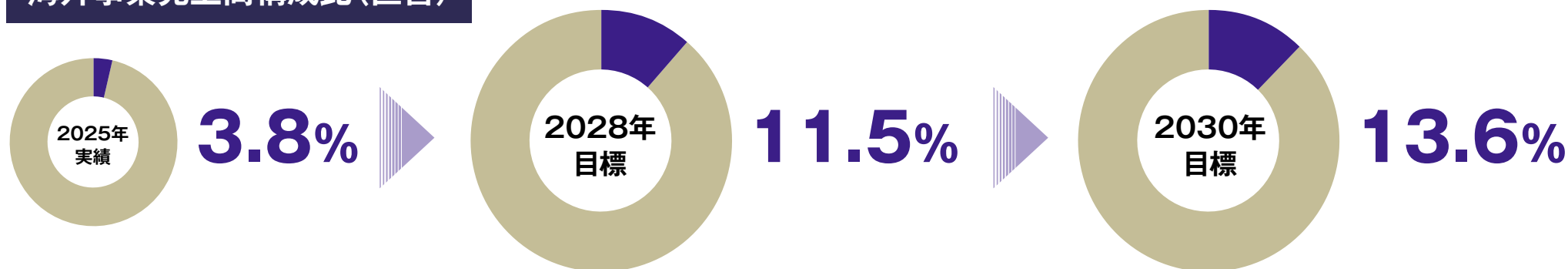
- ・ 拡大成長が見込めるブランドの育成
- ・ 郊外型を中心とした多店舗展開可能な業態開発もしくはM&A
- ・ 既存事業とのシナジー効果が見込める新事業開発



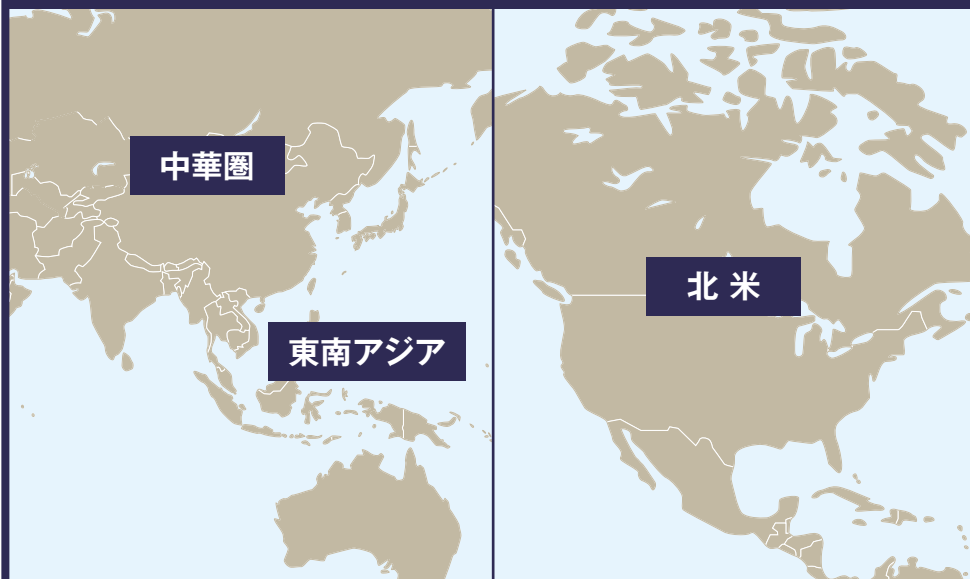
海外事業の拡大

中華圏、東南アジア、北米の3エリアを拠点とし、さらなる海外事業の拡大を目指す

海外事業売上高構成比(直営)



注力地域



展開ブランド



多様な理念型人財の採用と活躍

理念型人財の採用と 採用チャネルの多様化

目標

- 社員採用人数の目標達成
- リファラル採用比率の向上
- 内定者満足度・採用定着率の向上

主な取り組み施策

- 内定者研修や内定者イベント実施数の増加
- 採用ブランディングの強化
- 店舗パートナーのリファラル採用の強化

ワークエンゲージメントの向上 (働きがいと働きやすさ)

目標

- 離職率15.0%以下
- 健康経営優良法人の継続取得
- レインボー休暇取得率100%
- 有給休暇取得率の向上

主な取り組み施策

- 健康経営の推進
- 労働衛生環境の向上
- myエリア制度の拡充
- 柔軟な働き方の推進

個の覚醒を加速

目標

- ジョブチャレンジ制度の年間申請数・異動率の向上
- キャリア面談実施率100%
- 目標設計満足度・達成率向上

主な取り組み施策

- タレントマネジメントシステムの導入
- 人事ポリシーの作成と教育制度の構築検討
- 抜擢人事、ジョブチェンジ、ジョブローテーション、長期滞留の改善

ダイバーシティ & インクルージョンの推進

目標

- 女性管理職比率:2030年に10%
- 男性社員の育休取得率85%以上
- インターナショナル社員の活躍と定着の拡大・多様な人財が安心して働き続けられる職場づくり

主な取り組み施策

- D&I宣言の運用
- 女性活躍推進
(管理職比率・係長級比率目標の設定と進捗管理)
- 男性社員の育休取得促進体制を強化
- 相談窓口の設置
- 時短勤務、多様な働き方制度の整備
- 制度周知、意識醸成のための研修、社内発信の継続

プロフェッショナル人財の輩出

目標

- 開発型人財の教育体制を強化
- 経営幹部人財の育成を強化

主な取り組み施策

- 問題解決研修の実施
- 能力開発機会の充実
- マネジメント向け研修の実施

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」を4年連続で認定



- 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
- インターナショナルサポートブックの発行



- 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
- 日本語教育コンテンツの開発
- 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「ゴールド」認定を6年連続、「レインボー」認定を2年連続獲得



- 「レインボーコミュニケーションバッジ（RCB）2025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）
- 女性役員比率向上を目指す「30% Club Japan」へ賛同



- 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



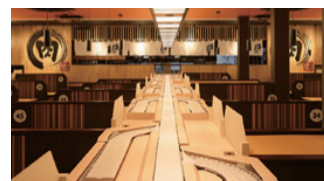
- ウェルフェアトレードへの賛同

少子高齢化社会への対応

- 中国、香港における店舗展開
- インドネシア、フィリピン、シンガポールにおける店舗展開
- パートナー人事制度の発展
- 永年在籍表彰制度の導入（社員・パートナー）※2
- 内定者イベントの開催
- 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
- 焼肉きんぐにおける特急レーンの導入



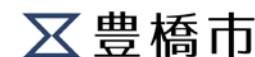
顧客満足度の向上

- 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
- 田原市教育委員会後援イベント「いじめ撲滅&元気ハツラツ!」の協賛

※1）年2回7日間連続休暇か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）永年在籍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。

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6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



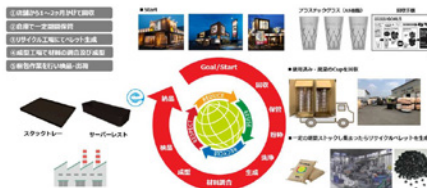
- 豊橋・インドネシアにて植林活動開始



- 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



- 脱炭素社会実現に向けた「Fry to Fly Project」に参画
- 工場(物語フードファクトリー・物語フードラボ)の食品残渣を活用した循環型再生エネルギーシステムを導入
- 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



- 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



ベジブロードで使用されている5つの野菜



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



- 物語フードラボにて食品安全マネジメント規格「JFS-B」認証を取得
- 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

事業機能・コーポレート機能の強化

■IT推進

- ・DX推進
- ・業務整流・生産性向上(IT/AIソリューション)

■購買・物流・生産

- ・調達力・物流の最適化
- ・内製化の強化

■業態開発・マーケティング

- ・業態開発体制の強化
- ・PRマーケティングの活動推進
- ・デジタルマーケティングの強化
- ・マーケティング支援の拡充

■店舗・立地開発

- ・立地分析機能の強化
- ・契約更新体制の拡充
- ・店舗設備・厨房設備の改善
- ・建築投資・メンテナンス費用の削減

■営業支援

- ・店長教育充実
- ・店舗パートナーの活躍推進
- ・デジタルバイジングの活用推進
- ・FC加盟店の内部管理の強化

■広報・IR

- ・企業価値の向上につながるコーポレートブランディング

ガバナンスの強化

■品質管理・衛生管理

- ・グループ衛生管理体制・品質管理体制の強化

■コンプライアンス・リスクマネジメント

- ・法務・リスクマネジメント体制の強化
- ・コンプライアンスの順守
- ・危機発生時対応力強化

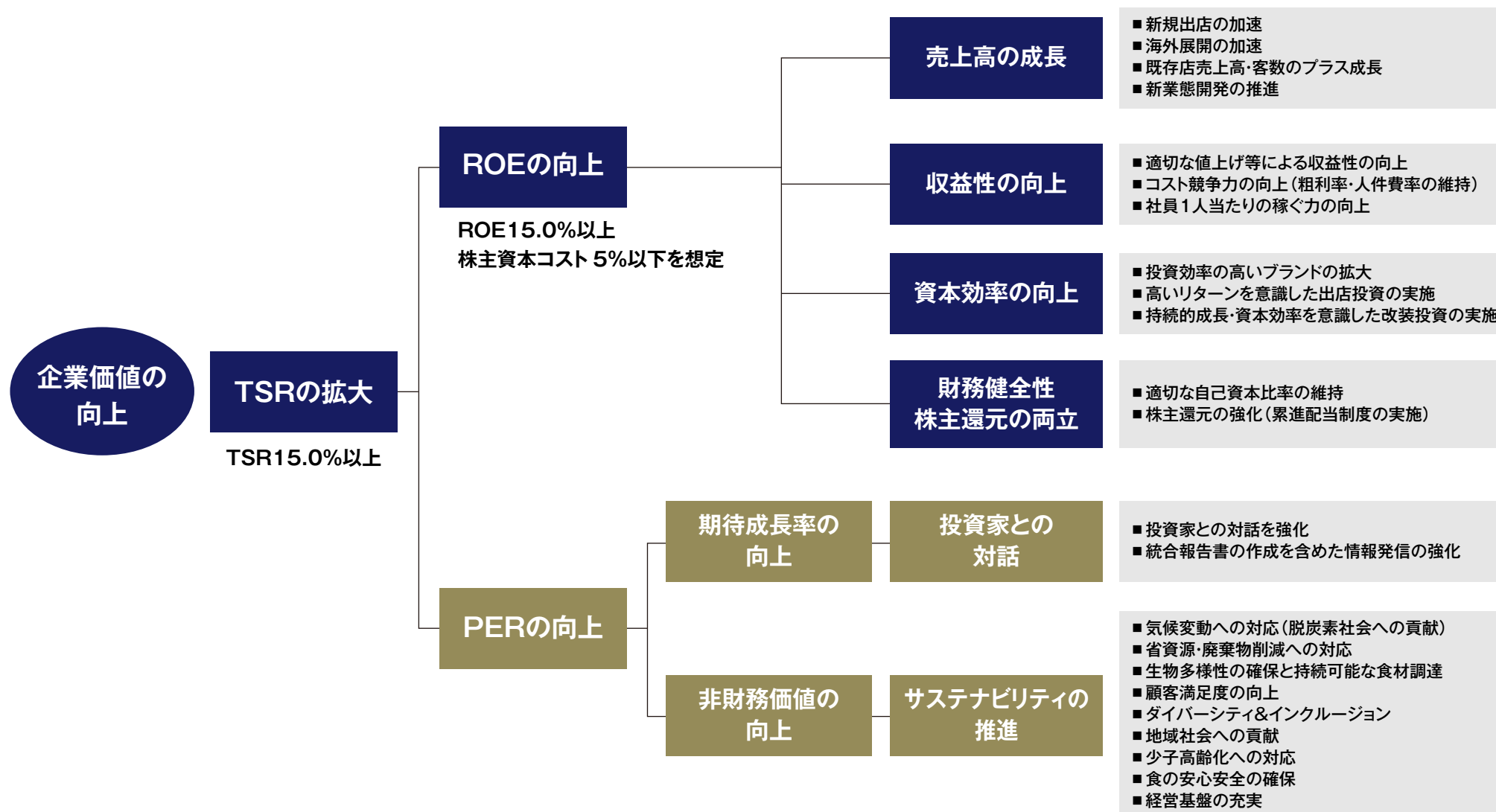
■経営管理

- ・新税制・会計方針対応の遵守
- ・決算早期化と連結決算体制充実
- ・グループ経営を見据えた経営管理手法の改善

■内部監査

- ・内部監査の品質向上と監査体制の拡充

資本コストを上回る高いリターンを意識した経営の実現



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>

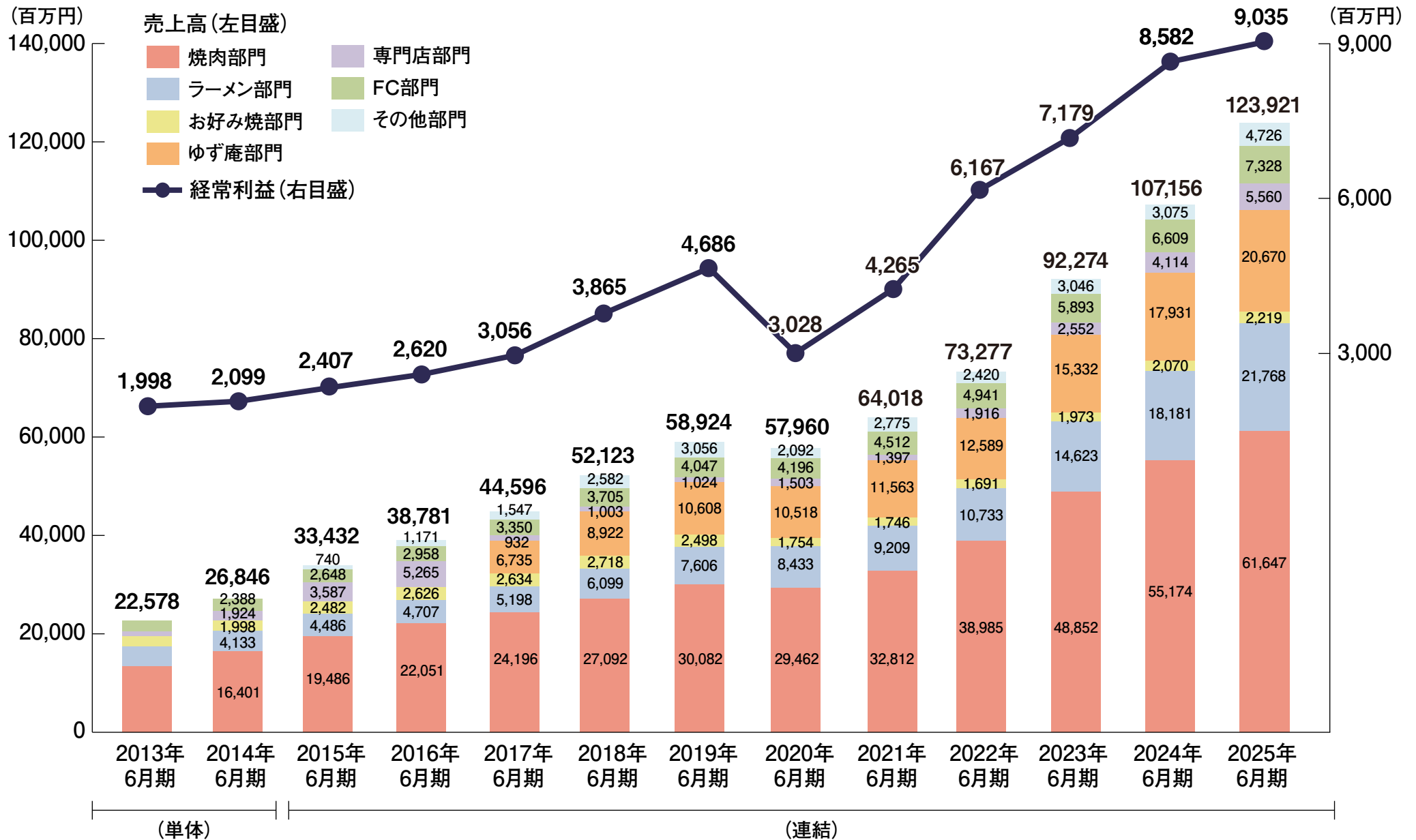
物語コーポレーションとは

郊外ロードサイド型レストランを中心に810店舗を展開
(うち直営499店舗、FC252店舗、海外59店舗)

2025年6月30日現在

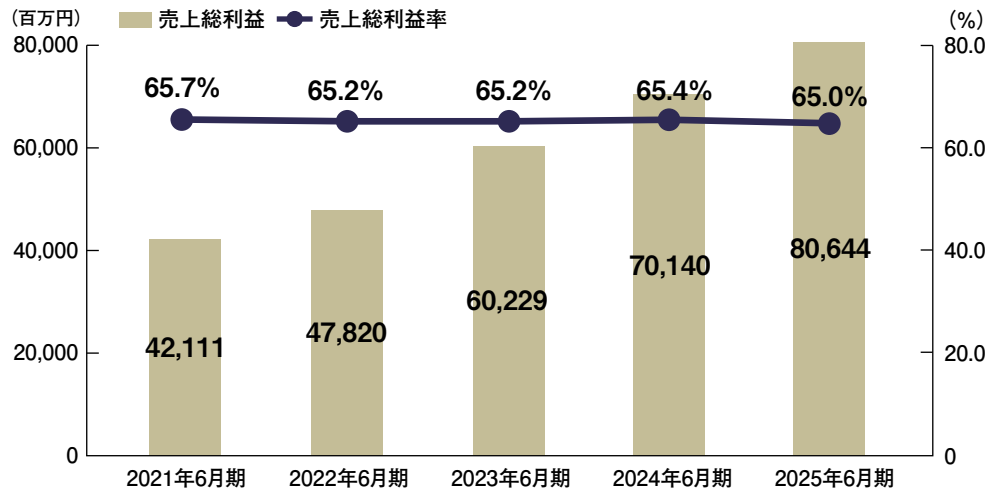
	焼 肉	ラーメン	お好み焼	寿司・しゃぶしゃぶ	専門店	海 外
市場 売上高 順位	1位	2位	4位	3位	—	—
	 焼肉きんぐ ▶ 焼肉きんぐ	 丸源ラーメン ▶ 丸源ラーメン ▶ 二代目丸源 ▶ 熟成醤油ラーメン きやべとん	 お好み焼本舗 ▶ お好み焼本舗	 寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵 ▶ 寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵	 焼きたてのかるび ▶ 魚貝三昧 げん屋 ▶ しゃぶとかに 源氏総本店 ▶ 牛たん大好き 焼肉はっぴい ▶ 熟成焼肉 肉源 ▶ 焼きたてのかるび ▶ 濃厚中華そば 餃子 丸福 ▶ 果実屋珈琲 ▶ 熟成肉とんかつ ロース堂	 肉肉大塚 ▶ 北海道 蟹の岡田屋総本店 ▶ 熟成牛挽肉と炊き立てごはん 肉肉大塚 ▶ 天天 天麩羅専門店 ▶ Yakitate KALBI ▶ SHOGUN
店舗数	351店舗	232店舗	20店舗	106店舗	42店舗	59店舗
直 営	223店舗	128店舗	16店舗	90店舗	42店舗	59店舗
F C	128店舗	104店舗	4店舗	16店舗	0店舗	

業績推移

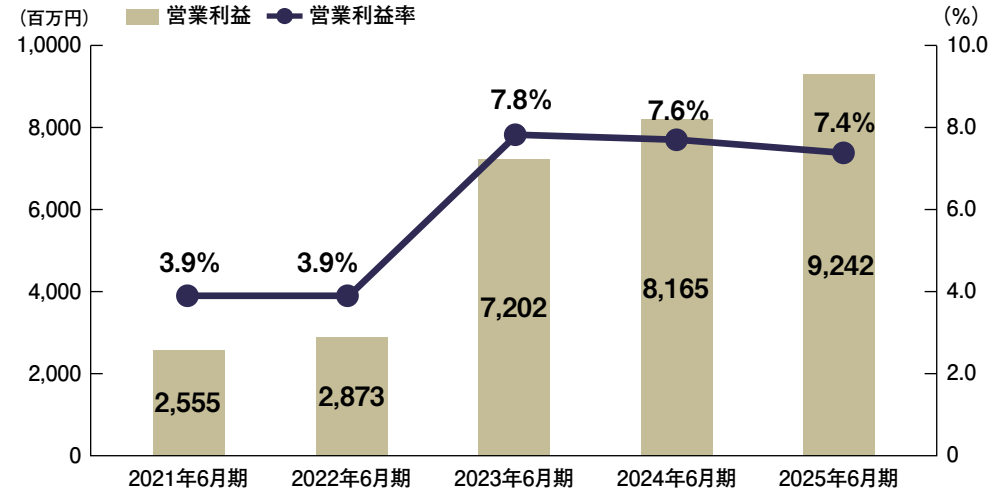


主要指標推移①

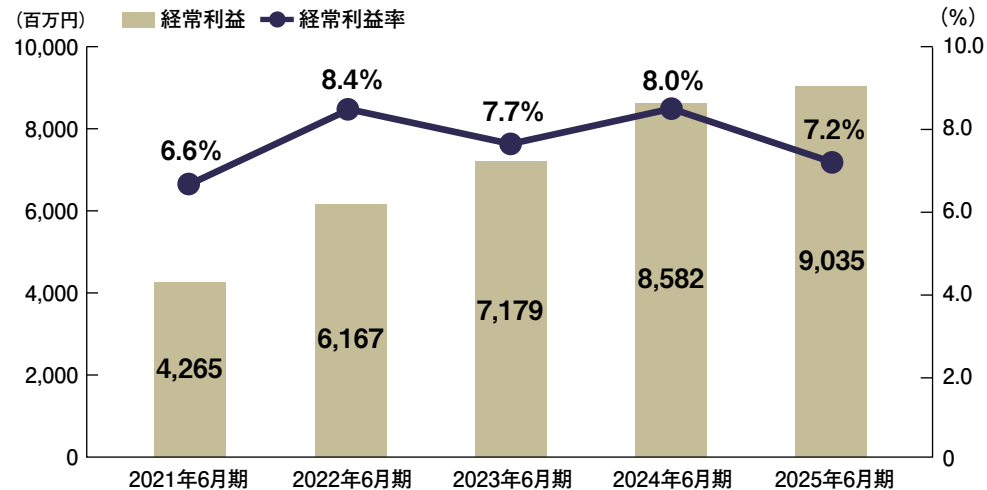
売上総利益と売上総利益率



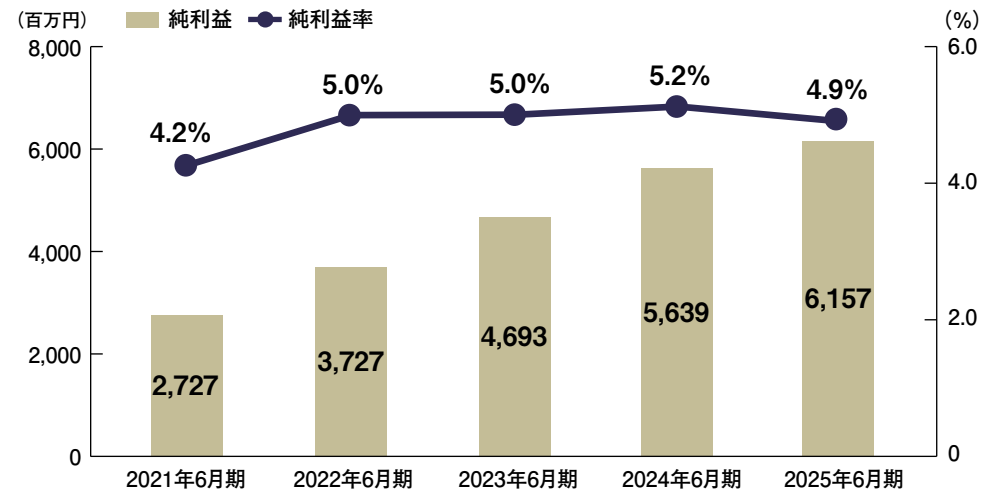
営業利益と営業利益率



経常利益と経常利益率

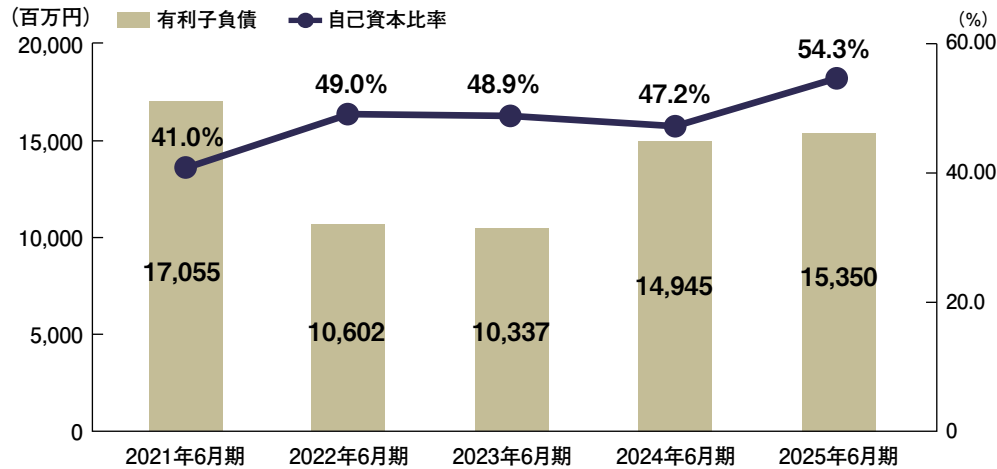


純利益と純利益率



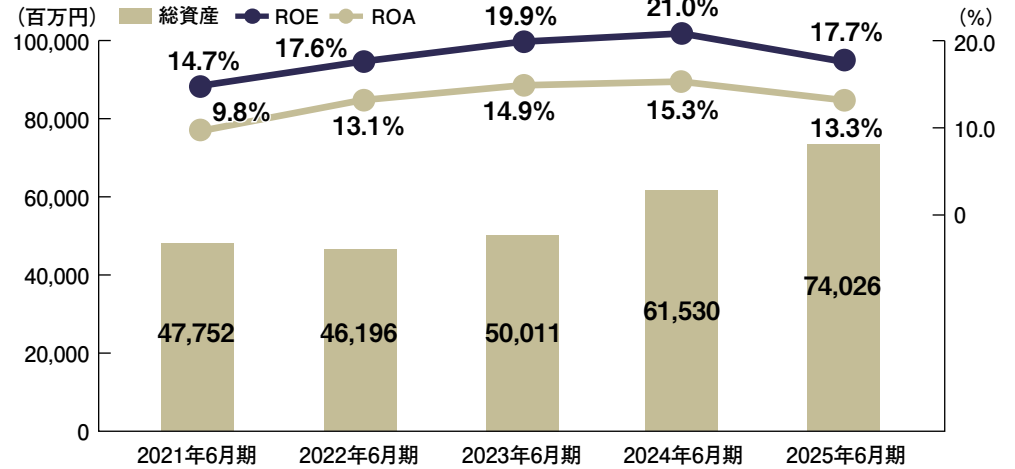
主要指標推移②

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

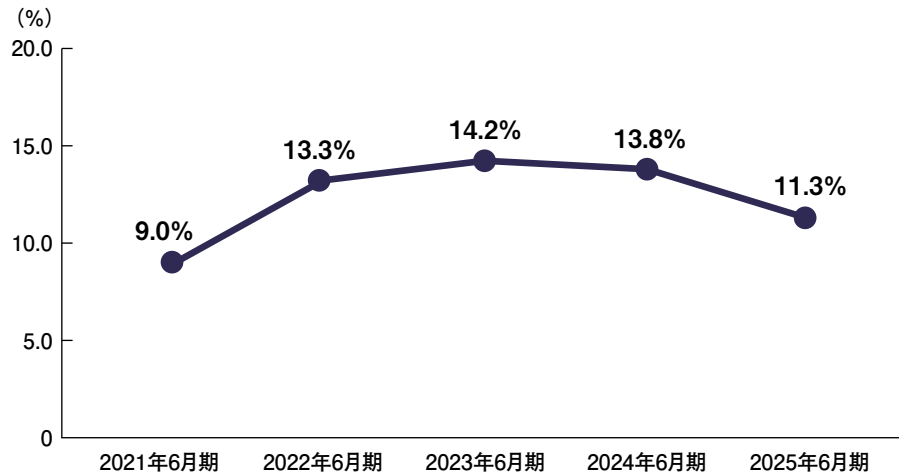
ROE・ROA



※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

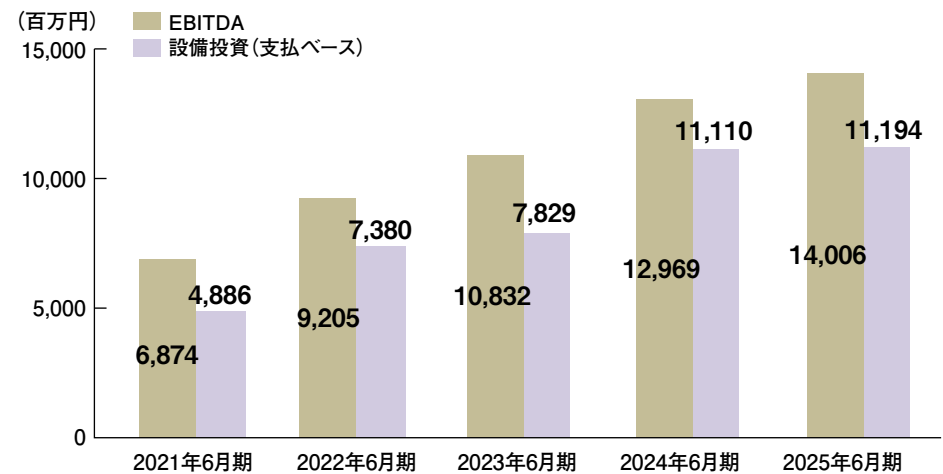
※ROA・ROEの計算式のそれぞれの分母は、期中平均の数値を採用しています

ROIC



※ROIC=税引後経常利益 / (自己資本+有利子負債)

設備投資・EBITDA

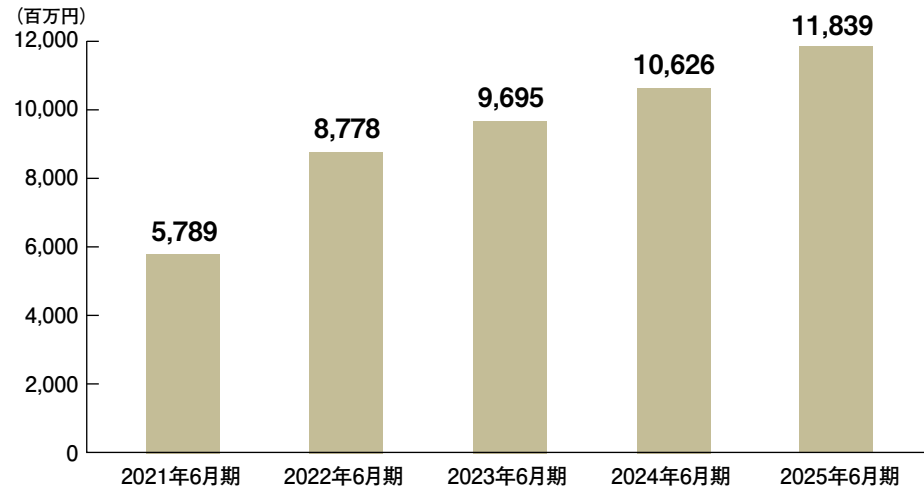


※EBITDAとは、経常利益+減価償却費としております

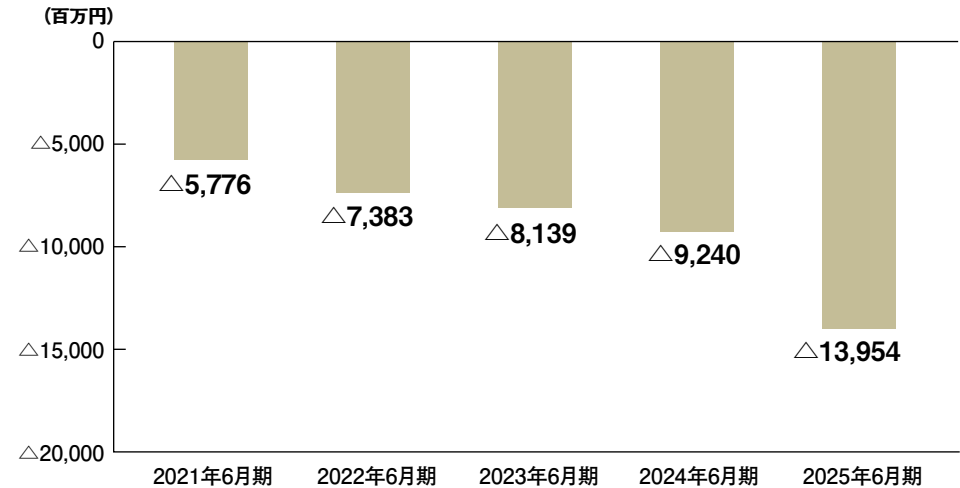
※設備投資(支払ベース)とは、有形固定資産の取得+無形固定資産の取得+差入保証金の差入れとしています

主要指標推移③

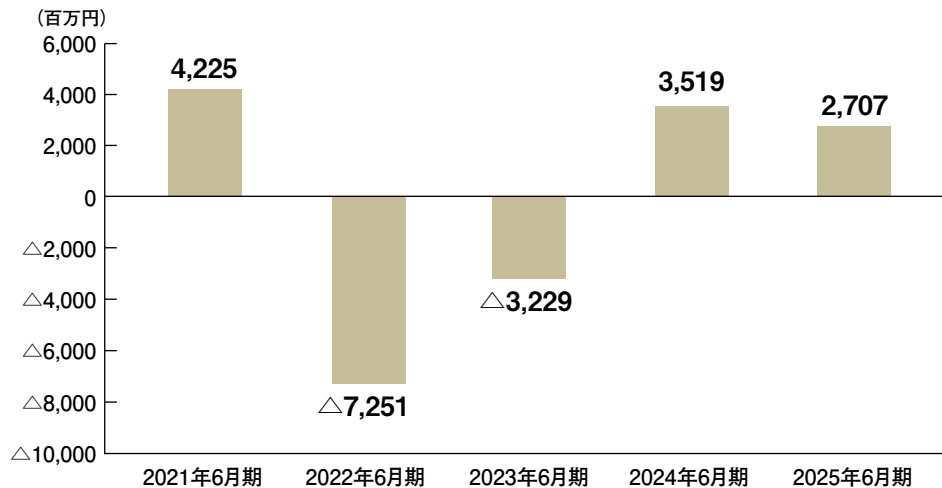
営業活動によるキャッシュ・フロー



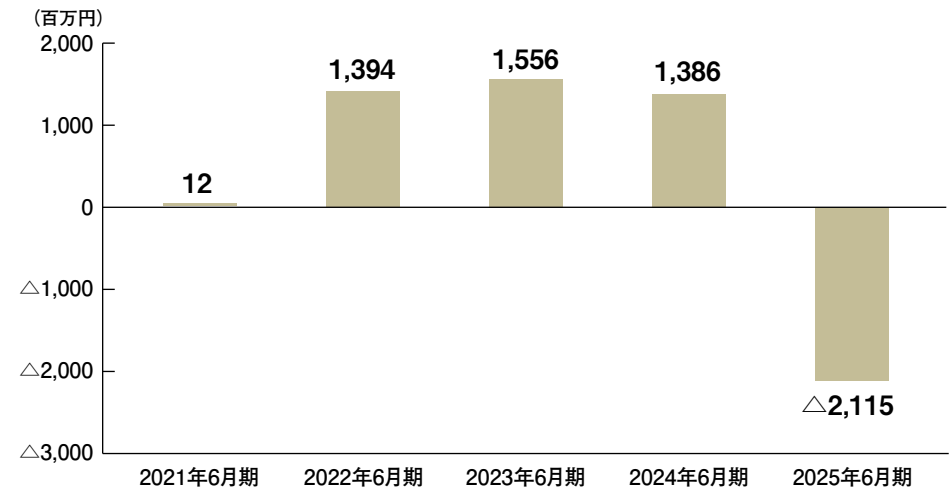
投資活動によるキャッシュ・フロー



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

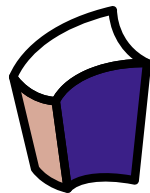


※フリー・キャッシュ・フローとは、営業キャッシュ・フローと投資キャッシュ・フローを加算したものです

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