



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~

2026年6月期  
第2四半期  
決算説明資料  
2026年2月13日

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

## 経営理念

# Smile & Sexy

私たち  
“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.34

## 「ネタのチカラグランプリ 2025」を開催



▲開発力の強化と人財育成を目的として、従業員による新たなネタの提案コンペを開催。優勝ネタは実現に向けたプロジェクトチームを発足

## D&Iの取り組みが評価され、各アワードで最高位に認定



▲「D&I AWARD 2025」で5年連続、「PRIDE指標 2025」で7年連続ゴールドおよび3年連続レインボー認定を獲得

## 「物語サステナビリティ月間」を開催



▲社内におけるサステナビリティの意識向上を目的として、豊橋市やインドネシアでの植林活動など、ESGの取り組みを実施

## 物語上海において全社イベントを開催



▲経営方針の共有や表彰等を通じてグループの団結力を高めることを目的として、連結子会社の物語(上海)企業管理有限公司にてコンベンションを開催

# 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20.6%増、営業利益26.2%増、経常利益28.7%増、四半期純利益<sup>(※1)</sup>30.5%増

- ・売上高は、国内既存店売上高の増収および店舗数の増加、ならびに海外店舗数の増加により増収
- ・営業利益・経常利益は、既存店の増収および店舗数の増加、ならびに粗利益率の良化により増益
- ・四半期純利益は、保険金収入により特別利益+131百万円発生  
一方、固定資産除却損および店舗閉鎖損失等により特別損失△206百万円発生

## 2 既存店の状況

### 国内既存店売上高前年比103.9%

- ・焼肉カテゴリーは、平日夜・ランチ帯を中心に来客数が減少した一方で、価格改定による客单価の上昇が寄与し、既存店売上高前年比100.6%
- ・ラーメンカテゴリーは、商品・サービス力の強化をはじめ、価格改定を実施。来客数、客单価ともに伸長。既存店売上高前年比106.2%
- ・ゆず庵カテゴリーは、高付加価値商品の開発やハレの日需要の獲得により来客数、客单価ともに伸長。既存店売上高前年比111.6%
- ・専門店・新業態カテゴリーは、「お好み焼本舗」「焼きたてのかるび」「果実屋珈琲」の好調な推移を主要因に、既存店売上高前年比103.8%

## 3 新規出店の状況

### 新規出店73店舗(海外37店舗を含む)

- ・国内新規出店 『焼肉きんぐ』12店舗(直営8店舗、FC4店舗)、『丸源ラーメン』11店舗(直営6店舗、FC5店舗)、『熟成醤油ラーメン きゃべとん』1店舗(直営)  
『寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵』7店舗(直営)、『焼きたてのかるび』4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』26店舗(直営17店舗、FC9店舗)、『天天 天麩羅専門店』3店舗(直営)、香港『肉肉大米』3店舗(直営)、台湾『肉肉大米』1店舗(直営)  
インドネシア『肉肉大米』1店舗(合弁)、フィリピン『肉肉大米』1店舗(FC)、『YAKINIKU KING』1店舗(FC)、シンガポール『肉肉大米』1店舗(FC)
- ・期末店舗数は、グループ計877店舗。内訳は、国内784店舗(直営525店舗、FC259店舗)、海外93店舗(直営56店舗、FC等<sup>(※2)</sup>37店舗)

## 4 財務の状況

### 自己資本比率52.2%

- ・利益剰余金の積み上げにより純資産43,096百万円、自己資本比率52.2%(前期末差異△2.1ポイント)
- ・有利子負債は、17,617百万円(前期末差異2,267百万円増)

## 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

※1 四半期純利益=親会社株主に帰属する四半期純利益

※2 海外における「FC等」とは、合弁会社を含む直営以外の形態を指します

# 業績概要①(連結)

(単位:百万円)

	2025年6月期	2026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	<b>59,905</b>	<b>71,680</b>	<b>72,299</b>	<b>120.6</b>	<b>12,393</b>	<b>100.8</b>	<b>619</b>	<b>売上高前年差+12,393百万円</b> ①国内店舗数増加による増加 …… +6,391百万円 ②海外カテゴリーによる増加 …… +4,069百万円 ③国内既存店舗による増加 …… +1,818百万円 ④FCカテゴリーによる増加 …… +113百万円	
焼肉	30,102(50.2)	33,844(47.2)	33,143(45.8)	110.1	3,041	97.9	△700		
ラーメン	10,568(17.6)	12,353(17.2)	12,213(16.8)	115.5	1,644	98.8	△139		
ゆず庵	9,757(16.2)	11,444(15.9)	12,361(17.0)	126.6	2,604	108.0	917		
専門店・新業態	3,617 (6.0)	4,390 (6.1)	4,464 (6.1)	123.4	846	101.6	74		
FC	3,690 (6.1)	3,857 (5.3)	3,877 (5.3)	105.0	186	100.5	20		
海外	2,169 (3.6)	5,781 (8.0)	6,252 (8.6)	288.2	4,082	108.1	471		
連結調整	0	9 (0.0)	△13 (-)	-	-	-	△22		
売上総利益	<b>39,267</b> (65.5)	<b>47,111</b> (65.7)	<b>47,735</b> (66.0)	<b>121.5</b>	<b>8,467</b>	<b>101.3</b>	<b>624</b>	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良化… +0.1ポイント ②海外事業の売上総利益率の良化… +4.1ポイント	
販売費及び一般管理費	<b>34,933</b> (58.3)	<b>42,012</b> (58.6)	<b>42,264</b> (58.4)	<b>120.9</b>	<b>7,330</b>	<b>100.6</b>	<b>252</b>	経常利益前年差+1,229百万円 ①国内既存店舗による増加 …… +906百万円 ②国内店舗数増加/FCカテゴリーによる増加+802百万円 ③連結調整における増加 …… +176百万円 ④海外カテゴリーにおける減少 …… △4百万円 ⑤本社経費・共通経費等による減少… △651百万円	
営業利益	<b>4,333</b> (7.2)	<b>5,099</b> (7.1)	<b>5,470</b> (7.5)	<b>126.2</b>	<b>1,136</b>	<b>107.2</b>	<b>371</b>	経常利益率+0.4ポイント ①売上総利益率の増加 …… +0.4ポイント ②販売費及び一般管理費率の増加… △0.1ポイント ③営業外収益の増加 …… +0.1ポイント	
経常利益	<b>4,274</b> (7.1)	<b>5,017</b> (6.9%)	<b>5,503</b> (7.6)	<b>128.7</b>	<b>1,229</b>	<b>109.7</b>	<b>486</b>	当期純利益前年差+843百万円 ①特別利益の発生 …… +131百万円 ②特別損失の発生 …… △ 206百万円	
四半期純利益	<b>2,764</b> (4.6)	<b>3,459</b> (4.8)	<b>3,608</b> (4.9)	<b>130.5</b>	<b>843</b>	<b>104.3</b>	<b>148</b>		
EBITDA	<b>6,637</b> (11.0)	<b>7,743</b> (10.8)	<b>8,261</b> (11.4)	<b>124.4</b>	<b>1,624</b>	<b>106.6</b>	<b>517</b>		

※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(国内事業・海外事業別)

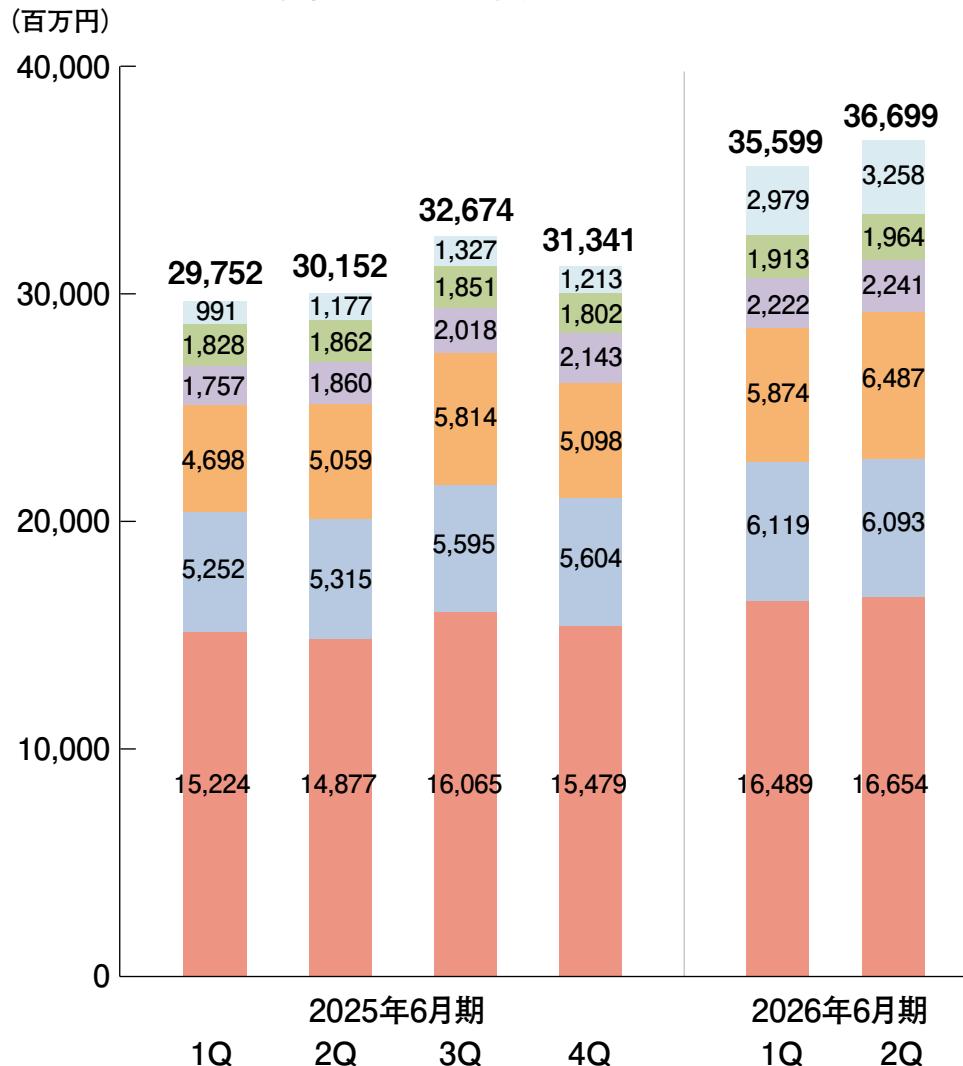
(単位:百万円)

	2025年6月期		2026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	<b>59,905</b>	<b>71,680</b>	<b>72,299</b>	<b>120.6</b>	<b>12,393</b>	<b>100.8</b>	<b>619</b>	
国内	<b>57,736</b> (96.3)	<b>65,889</b> (91.9)	<b>66,060</b> (91.3)	<b>114.4</b>	<b>8,324</b>	<b>100.2</b>	<b>171</b>	
海外	<b>2,169</b> (3.6)	<b>5,781</b> (8.0)	<b>6,252</b> (8.6)	<b>288.2</b>	<b>4,082</b>	<b>108.1</b>	<b>471</b>	
中国	1,943(3.2)	2,485(3.4)	2,949(4.0)	151.7	1,005	118.6	464	
米国	– (–)	2,554(3.5)	2,554(3.5)	–	2,554	100.0	0	
その他	225(0.3)	741(1.0)	747(1.0)	331.8	522	100.8	6	
連結調整	<b>0</b> (–)	<b>9</b> (0.0)	<b>△13</b> (–)	–	<b>△13</b>	–	<b>△22</b>	
営業利益	<b>4,333</b> (7.2)	<b>5,099</b> (7.1)	<b>5,470</b> (7.5)	<b>126.2</b>	<b>1,136</b>	<b>107.2</b>	<b>371</b>	
国内	<b>4,394</b> (7.6)	<b>4,906</b> (7.4)	<b>5,364</b> (8.1)	<b>122.0</b>	<b>970</b>	<b>109.3</b>	<b>458</b>	
海外	<b>△85</b> (–)	<b>△25</b> (–)	<b>△79</b> (–)	–	<b>5</b>	–	<b>△54</b>	
中国	89(4.5)	237(9.5)	258(8.7)	259.4	159	108.8	21	
米国	– (–)	△136 (–)	△108 (–)	–	△108	–	28	
その他	△174 (–)	△127 (–)	△229 (–)	–	△55	–	△102	
連結調整	<b>24</b> (–)	<b>218</b> (–)	<b>185</b> (–)	<b>767.9</b>	<b>161</b>	<b>84.8</b>	<b>△33</b>	

# 業績概要③(四半期業績の推移)

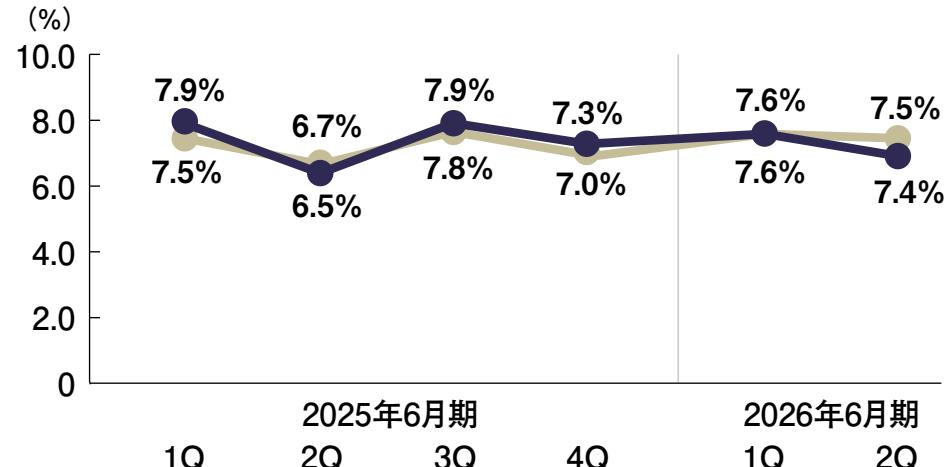
## 売上高

■ 焼肉カテゴリー ■ ラーメンカテゴリー ■ ゆず庵カテゴリー  
 ■ 専門店・新業態カテゴリー ■ FCカテゴリー  
 ■ 海外カテゴリー・連結調整

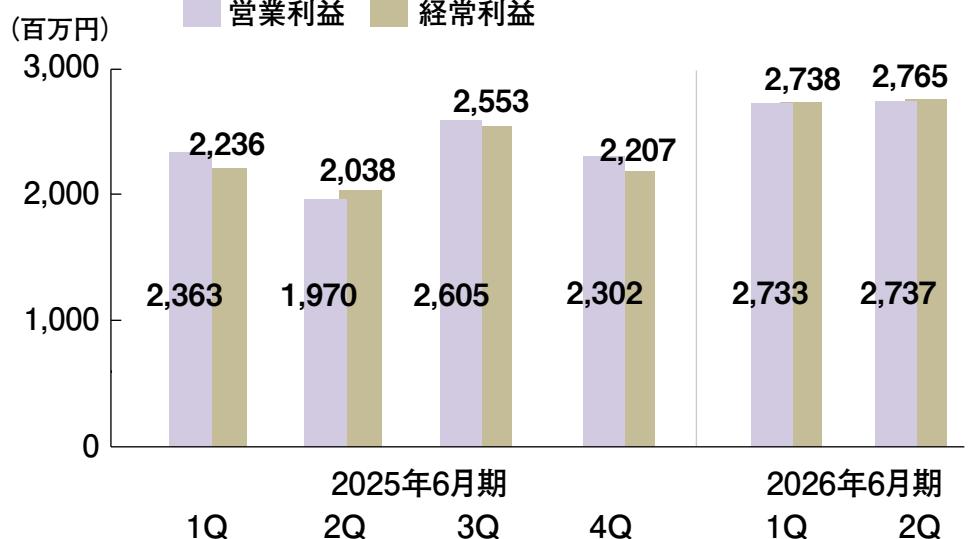


## 営業・経常利益

● 営業利益率  
 ● 経常利益率



■ 営業利益 ■ 経常利益



# 業績概要(売上高の対前年増減要因)

① 前年新店舗による増加

② 海外カテゴリーによる増加  
(連結調整含)

③ 当年新店舗による増加

④ ゆず庵カテゴリー  
既存店舗による増加

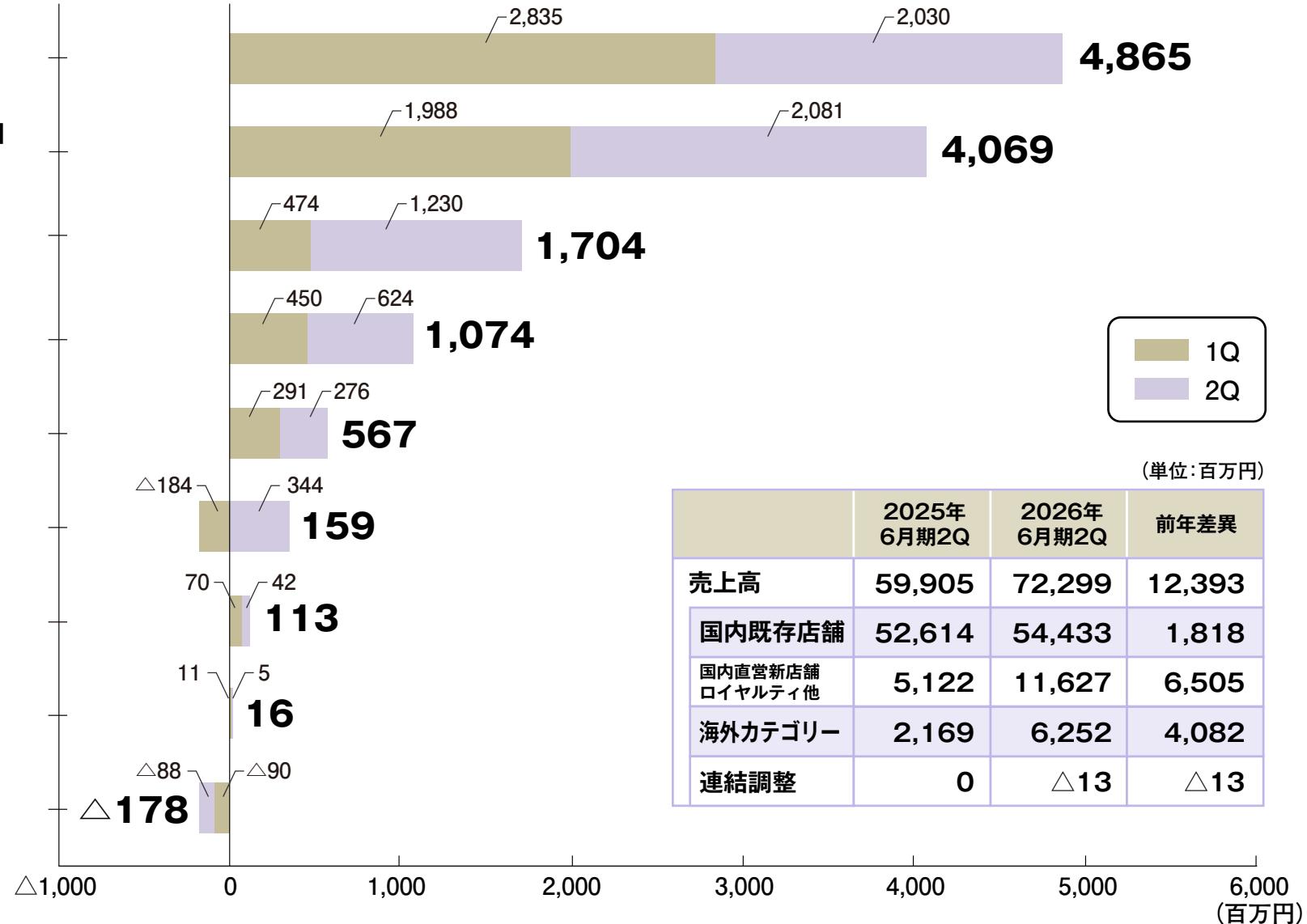
⑤ ラーメンカテゴリー  
既存店舗による増加

⑥ 焼肉カテゴリー  
既存店舗による増加

⑦ FCカテゴリーによる増加

⑧ 専門店・新業態カテゴリー  
既存店舗による増加

⑨ 閉店・休業店舗による減少



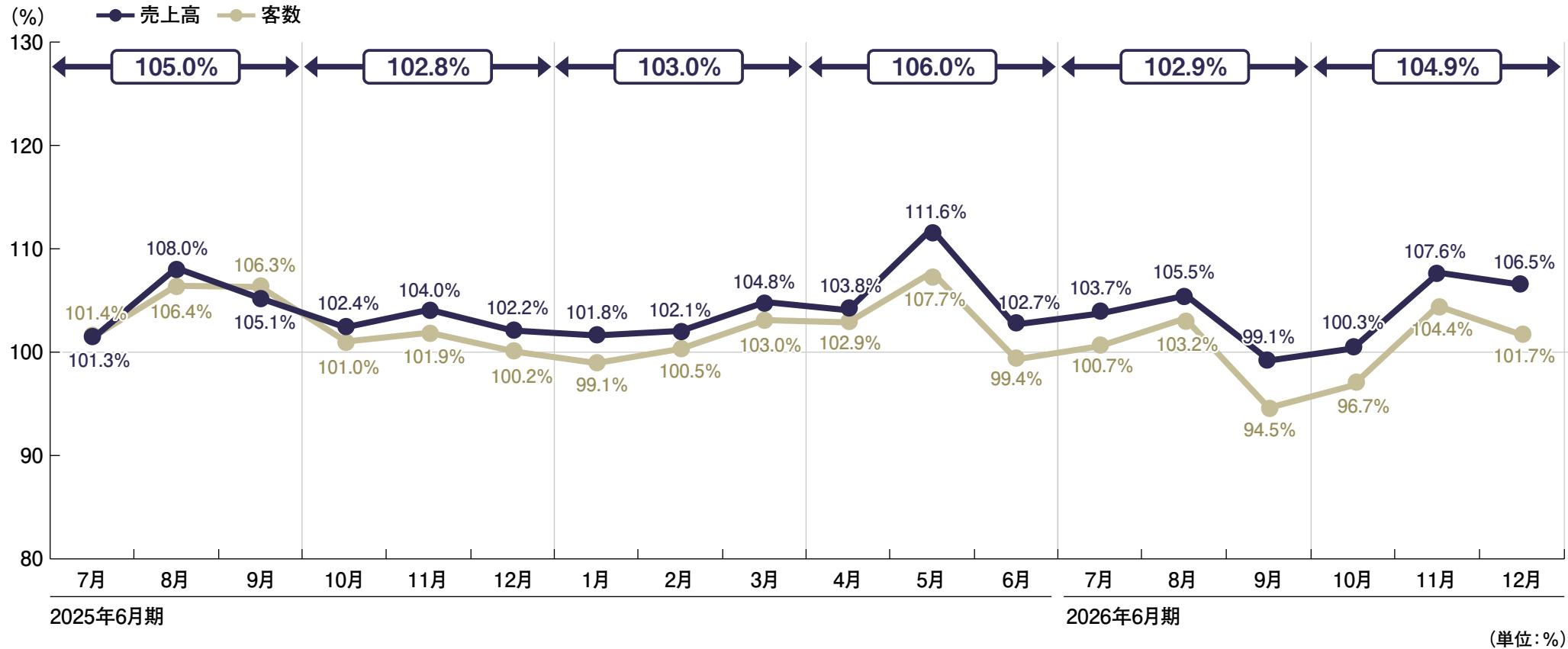
	2025年6月期2Q	2026年6月期2Q	前年差異
売上高	59,905	72,299	12,393
国内既存店舗	52,614	54,433	1,818
国内直営新店舗 ロイヤルティ他	5,122	11,627	6,505
海外カテゴリー	2,169	6,252	4,082
連結調整	0	△13	△13

※海外カテゴリーは、物語(上海)企業管理有限公司、PT.Agrapana Niaga Gemilang、物語香港有限公司、物語台灣股份有限公司、Storytellers USA,Inc.その他6社、海外フランチャイズ加盟店からの売上ロイヤルティ・加盟金・業務委託料の合計です

※この表中の既存店舗とは、2026年6月期を基準とし、前々期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、区分を変更したうえで、期初より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)



\*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ヶ月以上稼動している店舗と定義しております

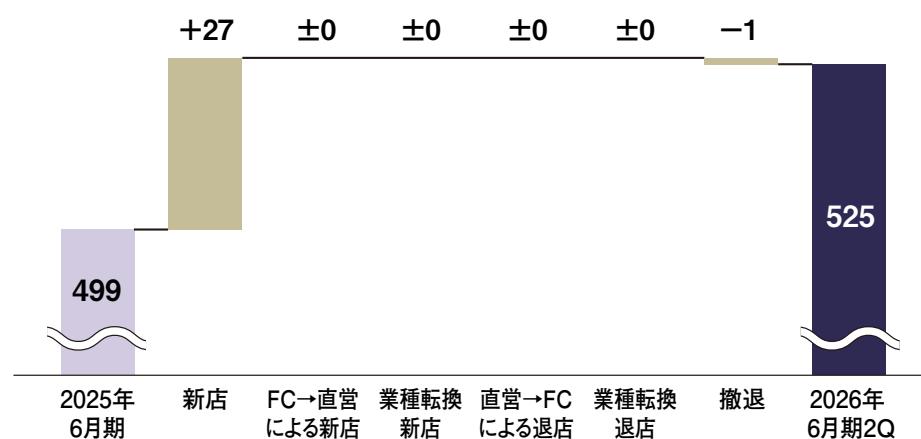
	2025年6月期													2026年6月期							
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	通期	7月	8月	9月	10月	11月	12月	通期	
売上高	101.3	108.0	105.1	102.4	104.0	102.2	101.8	102.1	104.8	103.8	111.6	102.7	104.2	103.7	105.5	99.1	100.3	107.6	106.5	103.9	
客 数	101.4	106.4	106.3	101.0	101.9	100.2	99.1	100.5	103.0	102.9	107.7	99.4	102.5	100.7	103.2	94.5	96.7	104.4	101.7	100.3	
客単価	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	103.0	102.2	104.8	103.7	102.9	104.6	103.5	

# 出退店状況

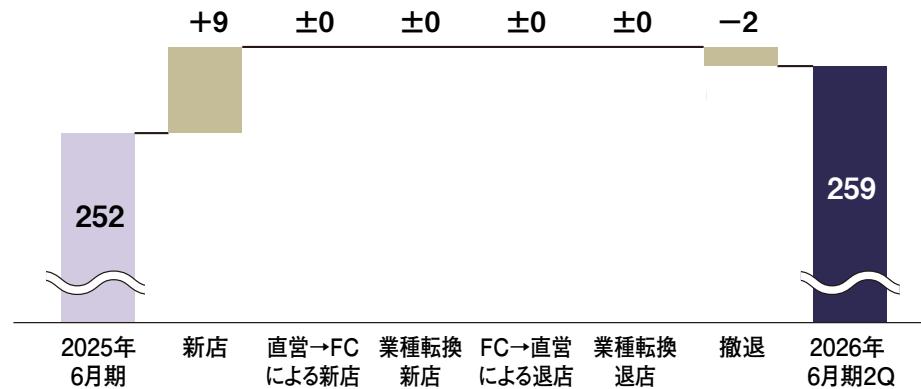
カテゴリ	種別	2025年 6月期	2026年6月期				2Q 店舗数
			出店数		退店数		
		期末 店舗数	期初計画	実績	期初計画	実績	
焼肉	直営	223	15	8	0	0	231
	FC	128	5	4	2	1	131
ラーメン	直営	128	20	7	0	0	135
	FC	104	3	5	1	0	109
ゆず庵	直営	90	14	7	0	0	97
	FC	16	1	0	1	0	16
専門店・ 新業態	直営	58	17	5	0	1	62
	FC	4	0	0	1	1	3
海外合計	直営	34	21	24	3	2	56
	FC等*	25	9	13	0	1	37
国内・直営合計		499	66	27	0	1	525
国内・FC合計		252	9	9	5	2	259
海外合計		59	30	37	3	3	93
合 計		810	105	73	8	6	877

\*FC等は、合弁会社を含む直営以外の形態と定義しております

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12月31日現在)

カテゴリー	業態名	直営	FC	合計
焼肉	焼肉きんぐ	231	131	362
ラーメン	丸源ラーメン	128	108	236
	二代目丸源	—	1	1
ゆず庵	熟成醤油ラーメン きやべとん	7	—	7
専門店・新業態	寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵	97	16	113
	お好み焼本舗	16	3	19
	魚貝三昧 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	35	—	35
	濃厚中華そば 餃子 丸福	1	—	1
	果実屋珈琲	3	—	3
	熟成肉とんかつ ロース堂	1	—	1
	合計	525	259	784

焼肉カテゴリー

(直営● FC■)

ラーメンカテゴリー

(直営○ FC■)

ゆず庵カテゴリー

(直営● FC■)

専門店・新業態カテゴリー

(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 ○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)  
(●1 ○2)

鳥取県 2店舗  
(■1 ○1)

福岡県 31店舗  
(●11 ■6 ○7 ■2 ○5)

佐賀県 3店舗  
(●2 ○1)

兵庫県 23店舗  
(●10 ○5 ■4 ○3 ○1)

大分県 5店舗  
(●1 ■2 ○1 ■1)

高知県 4店舗  
(●1 ○3)

岡山県 8店舗  
(●3 ○3 ○1)

長崎県 6店舗  
(●3 ■1 ○2)

熊本県 10店舗  
(●3 ■2 ○3 ○2)

大阪府 45店舗  
(●17 ■3 ○1 ○20)  
(●2 ○2)

鹿児島県 9店舗  
(●6 ○2 ○1)

宮崎県 8店舗  
(●4 ○2 ○1 ○1)

徳島県 2店舗  
(■2)

和歌山県 8店舗  
(●3 ○4 ○1)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

高知県 4店舗  
(●1 ○3 ○1)

徳島県 2店舗  
(■2)

和歌山県 8店舗  
(●3 ○4 ○1)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

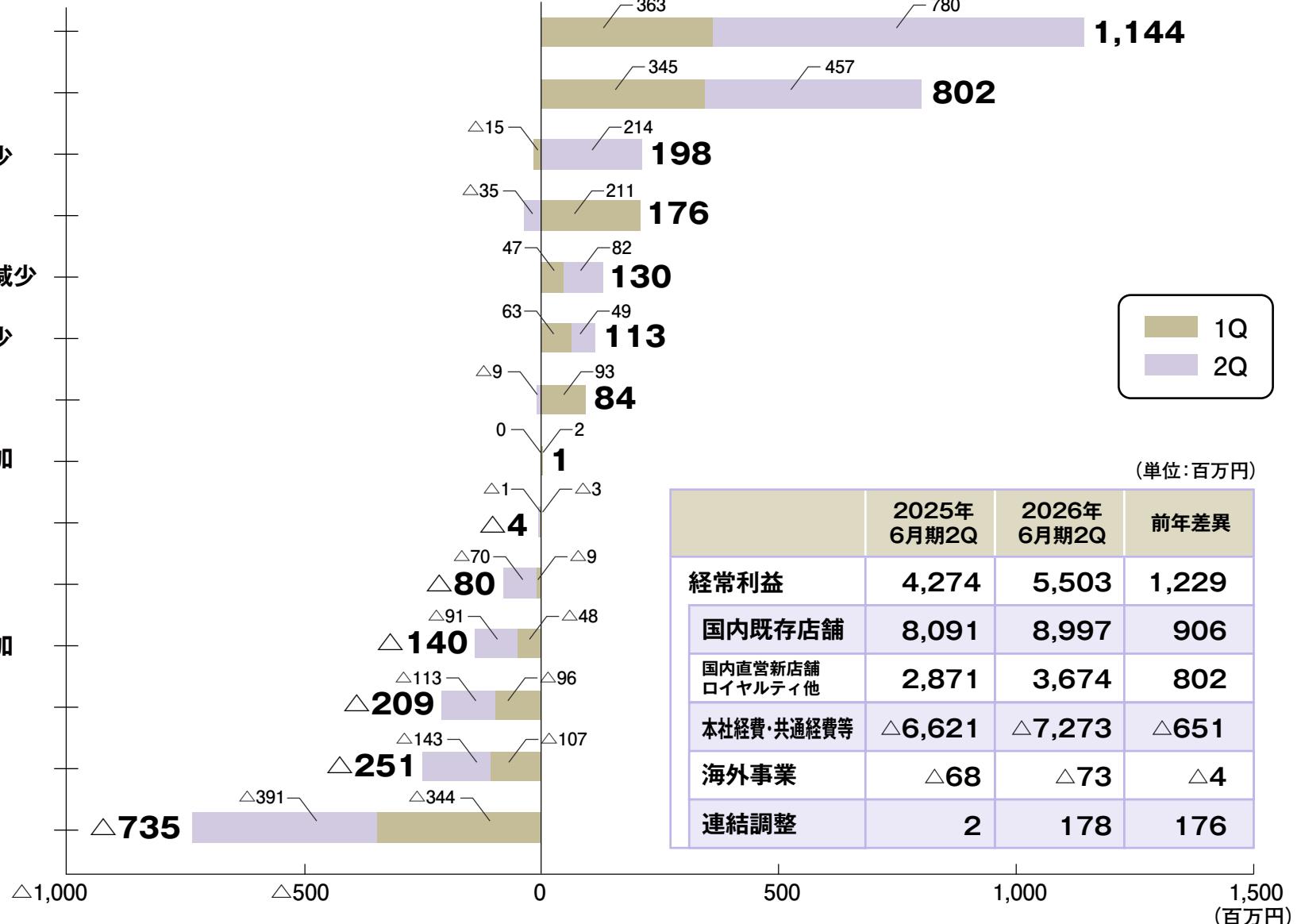
奈良県 8店舗  
(●2 ○1 ○3 ○2)

滋賀県 9店舗  
(●5 ○1 ○3)

奈良県 8店舗  
(●2

# 経常利益(連結)の増減要因

- ① 既存店舗売上総利益の増加
- ② 新店舗等による増加  
(直営新店舗・ロイヤルティ)
- ③ 既存店舗の売上原価率の減少
- ④ 連結調整による増加
- ⑤ 既存店舗のエネルギー費の減少
- ⑥ 既存店舗の減価償却費の減少
- ⑦ 本社営業外収益の増加
- ⑧ 既存店舗の営業外収支の増加
- ⑨ 海外事業による減少
- ⑩ 既存店舗の消耗品費の増加
- ⑪ 既存店舗のその他経費の増加
- ⑫ 既存店舗の人件費の増加
- ⑬ 既存店舗の修繕費の増加
- ⑭ 本社経費・共通経費等の増加



\*海外カテゴリーは、物語(上海)企業管理有限公司、PT.Agrapana Niaga Gemilang、物語香港有限公司、物語台灣股份有限公司、Storytellers USA,Inc.その他6社、海外フランチャイズ加盟店からの売上ロイヤルティ・加盟金・業務委託料の合計です

\*この表中の既存店舗とは、2026年6月期を基準とし、前々期までに出店した店舗としております

\*期中に閉店した店舗は、区分を変更したうえで、期初より洗い替えをしております

# 財務概要(連結)

## 貸借対照表(連結)

	2025年 6月期	2026年 6月期2Q	主な増減
--	--------------	----------------	------

### 資産の部

流動資産	21,139	26,674	現金及び預金の増加 ..... 3,133百万円 売掛金の増加 ..... 1,685百万円
固定資産	52,887	55,615	有形固定資産の増加 ..... 2,556百万円

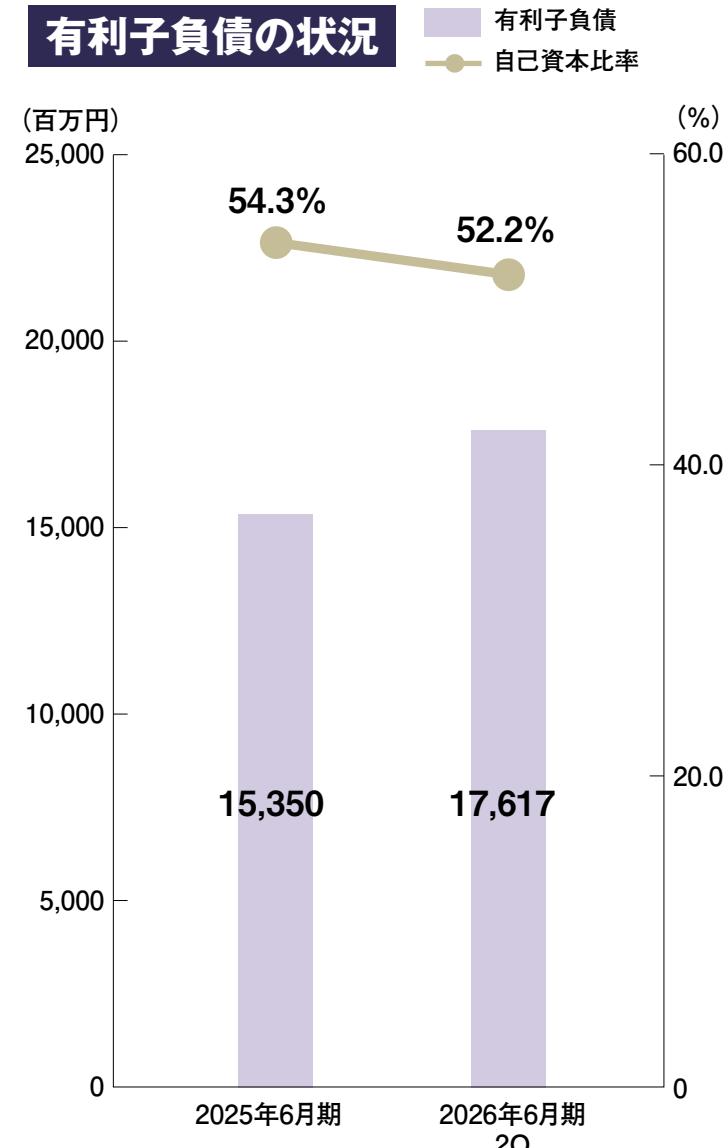
### 負債の部

流動負債	18,811	22,516	買掛金の増加 ..... 1,721百万円 1年内返済長期借入金の増加 ..... 664百万円 未払法人税等の増加 ..... 653百万円 その他流動負債の増加 ..... 600百万円
固定負債	14,851	16,676	長期借入金の増加 ..... 1,706百万円

### 純資産の部

純資産	40,364	43,096	利益剰余金の増加 ..... 2,915百万円
-----	--------	--------	-------------------------

## 有利子負債の状況



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

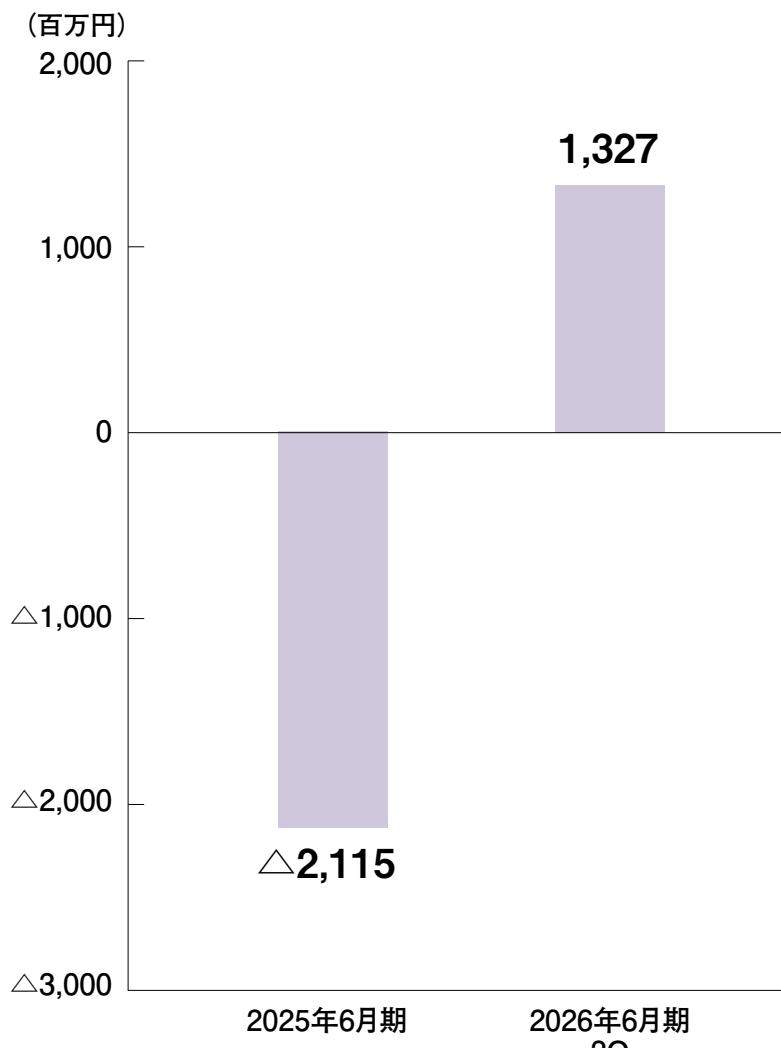
# キャッシュ・フロー(連結)概要

## キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	2026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	7,546	税金等調整前四半期純利益 5,428百万円、 減価償却費2,786百万円の 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	△6,218	新規出店に伴う 有形固定資産の取得による支出が 5,513百万円、差入保証金の 差入による支出が325百万円あった ことなどによるもの
財務活動による キャッシュ・フロー	1,385	長期借入金による調達が 3,600百万円あった一方で、 長期借入金の返済による支出が 1,523百万円、配当金の支払額が 690百万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	2,823	
現金及び現金同等物の 期首残高	12,338	
現金及び現金同等物の 期末残高	15,162	

## 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的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 きやべとん
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 きやべとん
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	<b>123,921</b>	<b>147,159</b>	<b>118.7</b>	<b>71,680</b>	<b>119.6</b>	<b>75,479</b>	<b>117.9</b>	
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	0	0	—	9	—	△8	—	
売上総利益	<b>80,644</b> (65.0)	<b>96,256</b> (65.4)	<b>119.3</b>	<b>47,111</b> (65.7)	<b>119.9</b>	<b>49,145</b> (65.1)	<b>118.7</b>	
販売費及び一般管理費	<b>71,401</b> (57.6)	<b>85,485</b> (58.0)	<b>119.7</b>	<b>42,012</b> (58.6)	<b>120.2</b>	<b>43,473</b> (57.5)	<b>119.2</b>	
営業利益	<b>9,242</b> (7.4)	<b>10,771</b> (7.3)	<b>116.5</b>	<b>5,099</b> (7.1)	<b>117.6</b>	<b>5,672</b> (7.5)	<b>115.5</b>	
経常利益	<b>9,035</b> (7.2)	<b>10,600</b> (7.2)	<b>117.3</b>	<b>5,017</b> (6.9)	<b>117.3</b>	<b>5,582</b> (7.3)	<b>117.2</b>	
当期純利益	<b>6,157</b> (4.9)	<b>7,416</b> (5.0)	<b>120.4</b>	<b>3,459</b> (4.8)	<b>125.1</b>	<b>3,956</b> (5.2)	<b>116.6</b>	
EBITDA	<b>14,007</b> (11.3)	<b>16,373</b> (11.1)	<b>116.8</b>	<b>7,743</b> (10.8)	<b>116.6</b>	<b>8,629</b> (11.4)	<b>117.0</b>	

※純利益=親会社株主に帰属する当期純利益

※EBITDA=経常利益+減価償却費

# 業績計画(国内事業・海外事業別)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	<b>123,921</b>	<b>147,159</b>	<b>118.7</b>	<b>71,680</b>	<b>119.6</b>	<b>75,479</b>	<b>117.9</b>	
国内	<b>119,208</b> (96.1)	<b>134,649</b> (91.4)	<b>112.9</b>	<b>65,889</b> (91.9)	<b>114.1</b>	<b>68,759</b> (91.0)	<b>111.8</b>	
海外	<b>4,712</b> (3.8)	<b>12,509</b> (8.5)	<b>265.4</b>	<b>5,781</b> (8.0)	<b>266.4</b>	<b>6,728</b> (8.9)	<b>264.8</b>	
中国	4,168(3.3)	5,352(3.6)	128.4	2,485(3.4)	127.8	2,867(3.7)	128.9	
米国	0 (-)	5,398(3.6)	-	2,554(3.5)	-	2,843(3.7)	-	
その他	544(0.4)	1,758(1.1)	322.9	741(1.0)	328.8	1,017(1.3)	318.7	
連結調整	<b>0</b> (-)	<b>0</b> (-)	-	<b>9</b> (-)	-	<b>△8</b> (-)	-	
営業利益	<b>9,242</b> (7.4)	<b>10,771</b> (7.3)	<b>116.5</b>	<b>5,099</b> (7.1)	<b>117.6</b>	<b>5,672</b> (7.5)	<b>115.5</b>	
国内	<b>9,379</b> (7.8)	<b>10,138</b> (7.5)	<b>108.0</b>	<b>4,906</b> (7.4)	<b>111.6</b>	<b>5,231</b> (7.6)	<b>104.9</b>	
海外	<b>11</b> (0.2)	<b>387</b> (3.0)	-	<b>△25</b> (-)	-	<b>412</b> (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	<b>△148</b> (-)	<b>246</b> (-)	-	<b>218</b> (-)	-	<b>27</b> (-)	-	

# 業績計画(連結)③(期初出店計画)

(単位:店舗)

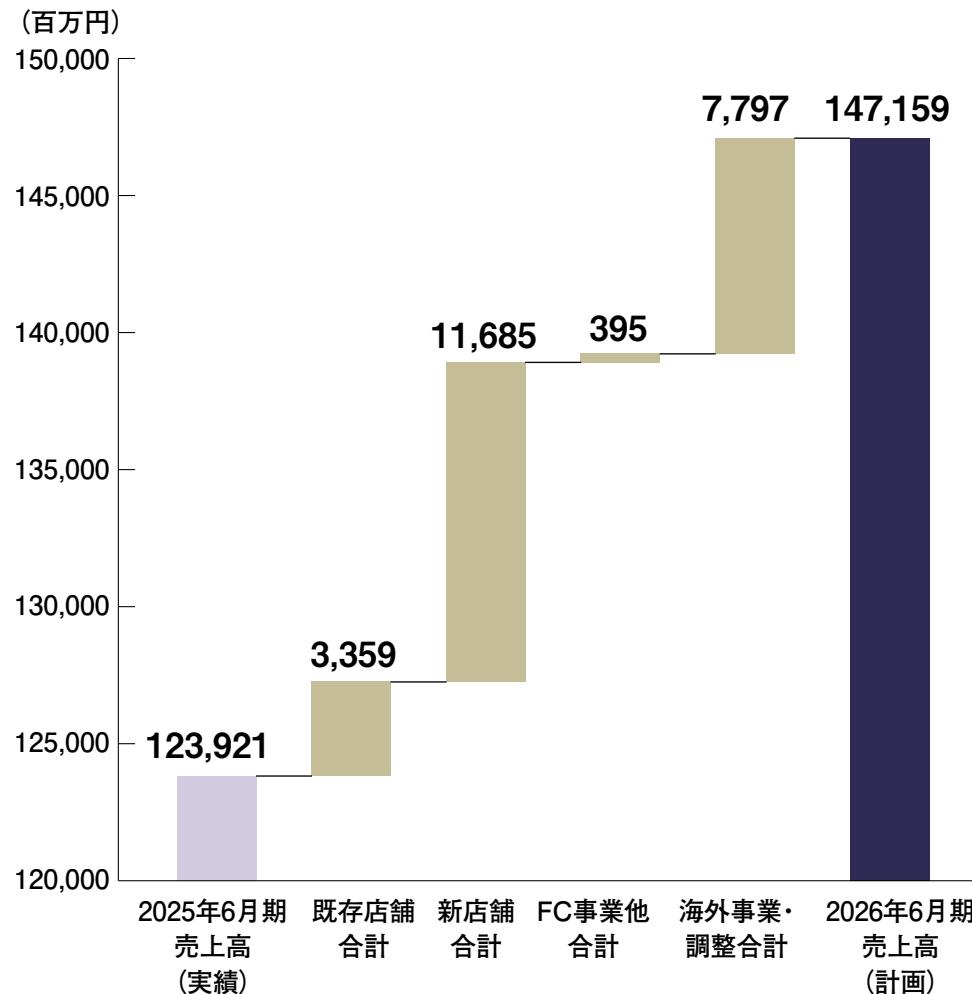
カテゴリー	種別	2025年6月期	2026年6月期	通期計画内訳			
		期末店舗数	通期計画	出店数		退店数	
焼肉	直営	223	238	上期	下期	通期	0
	FC	128	131				
ラーメン	直営	128	148	7	13	20	0
	FC	104	106				
ゆず庵	直営	90	104	6	8	14	0
	FC	16	17				
専門店・新業態	直営	58	75	6	11	17	0
	FC	4	3				
海外	直営	34	52	15	6	21	3
	FC等*	25	34				

国内・直営合計	499	565	28	38	66	0
国内・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

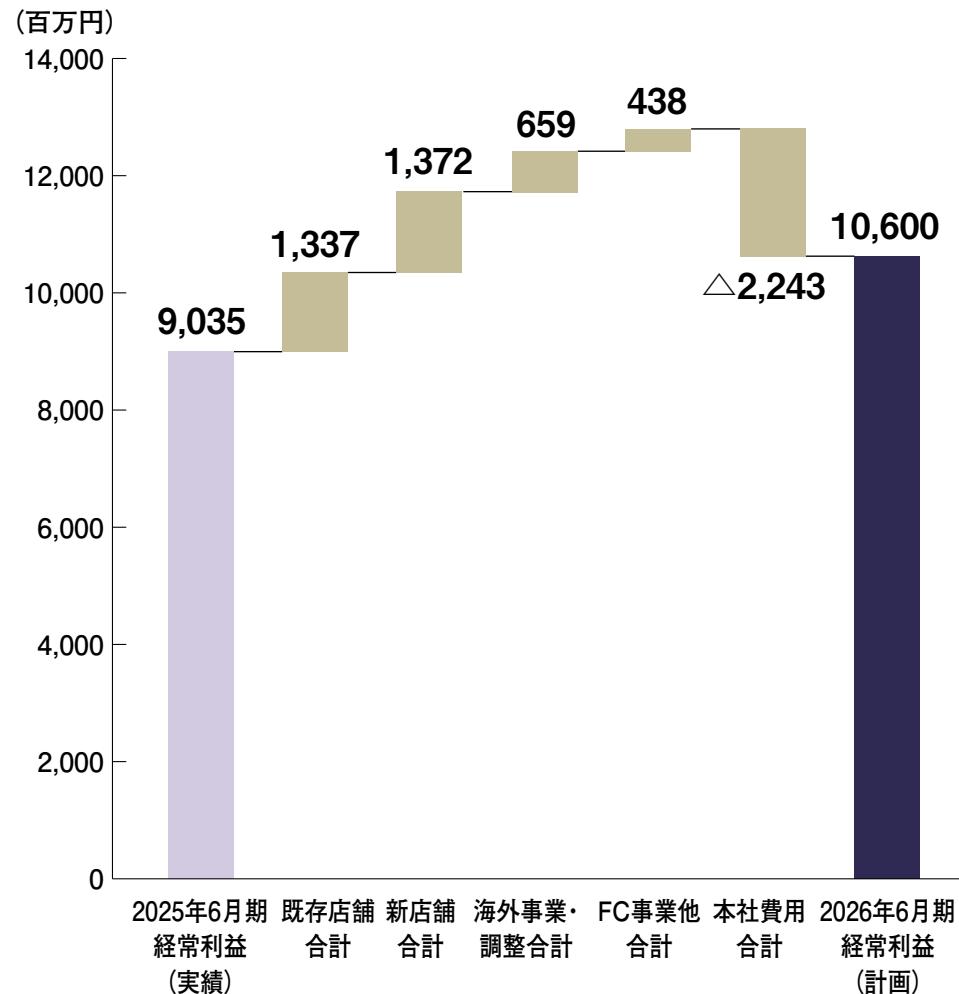
\*FC等は、合弁会社を含む直営以外の形態と定義しております

# 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



## 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

※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

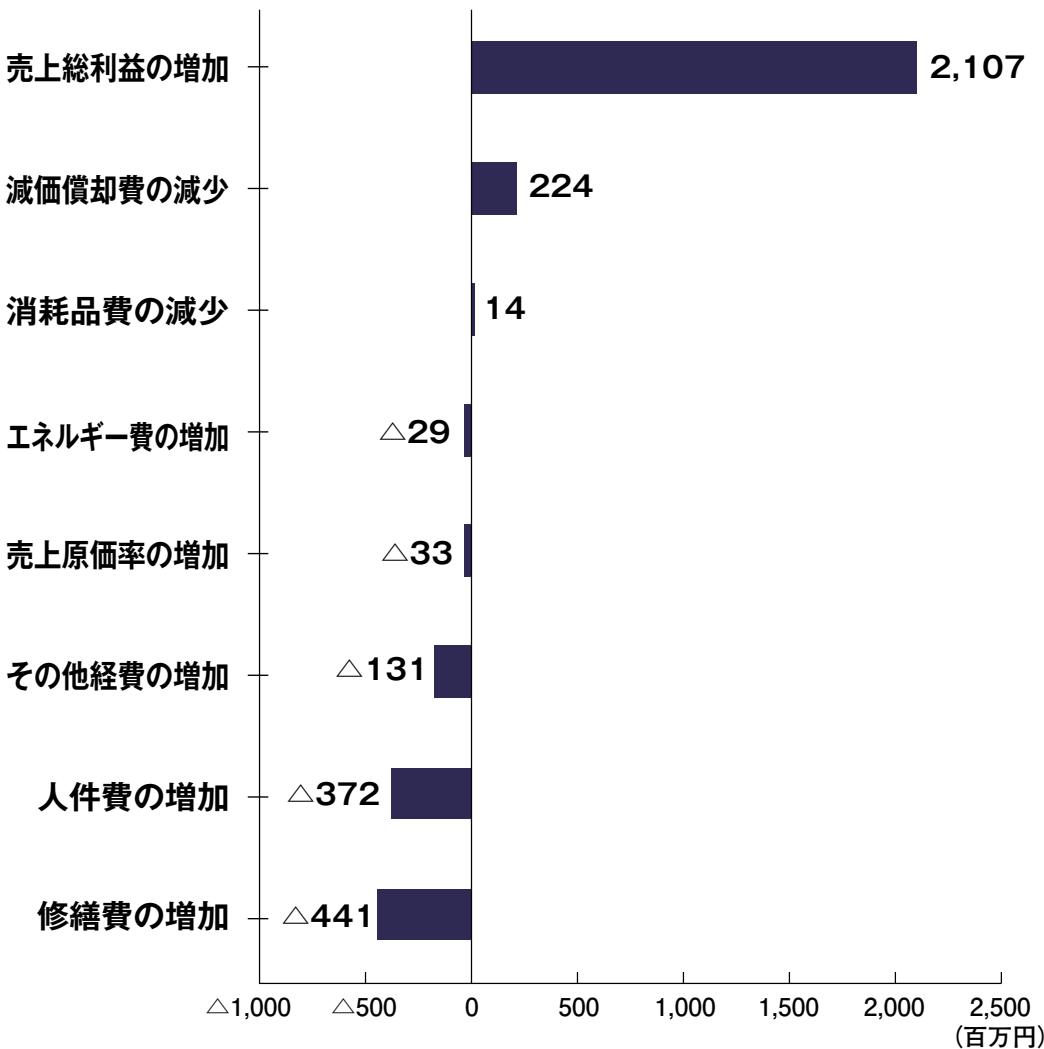
# 業績計画⑤(国内既存店売上高・経常利益の増減)

## 既存店売上高計画の前年対比

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



# 下半期の見通し

項目	期初計画策定条件	下半期の見通し
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%	『ゆず庵』業態における来客数の増加が全体を牽引し、既存店は計画達成の見通し
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917店舗(国内814店舗、海外103店舗) 前年同期比107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52店舗、FC15店舗 海外：48店舗 (中国35店舗、インドネシア1店舗、香港4店舗、米国1店舗、フィリピン2店舗、シンガポール1店舗、台湾3店舗、タイ1店舗)
(退店数)	国内：直営4店舗(焼肉2店舗、丸源1店舗、好み焼1店舗) 海外：直営3店舗(中国3店舗)	通期において、直営1店舗、FC3店舗、海外3店舗退店
FCカテゴリー	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、12店舗の店舗数増に伴う各種ロイヤルティ収入増
海外カテゴリー	通期において、27店舗の店舗数増、ならびに米国事業が加わり 売上高前年比265.4%を計画	通期において、45店舗の店舗数増、ならびに米国事業が加わり 売上高前年比は計画を超過する見通し
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 『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 ・海外カテゴリーの収益化	・既存店の大規模改装などの実施 『焼肉きんぐ』下半期1店舗特急レーン改装を実施し、年間計4店舗を実施 他業態は、計画通りに上半期に改装を実施済  ・『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 ・直営店原材料費は計画内に収まる見通し ・直営店人件費の上昇(計画通りベースアップを実施済) ・海外カテゴリーの収益化を達成の見通し
純利益	・通期で400百万円の特別損失発生を計画	・通期で131百万円の特別利益、ならびに337百万円の特別損失発生の見通し

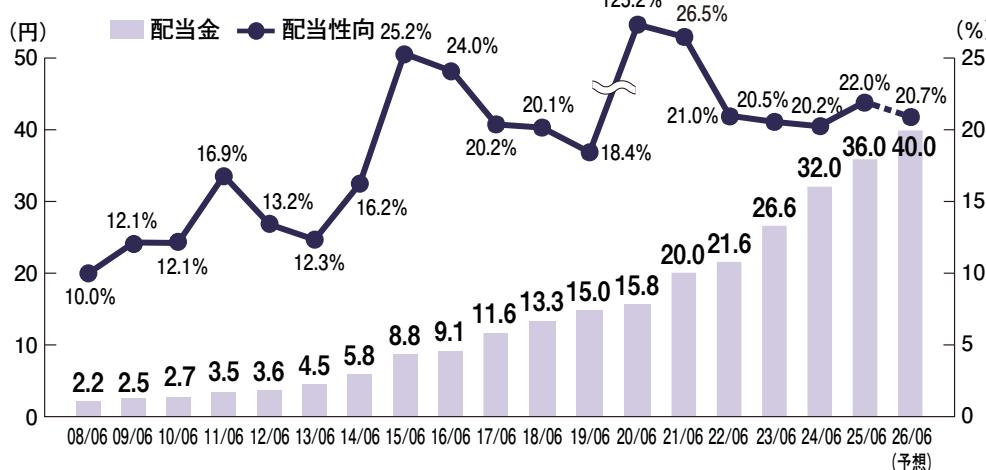
# 配当政策

**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 2026年6月期予想(18期連続増配を計画)**

中間実績 **20.0円** 期末予想 **20.0円** 通期 **40.0円**

## 配当金・配当性向推移



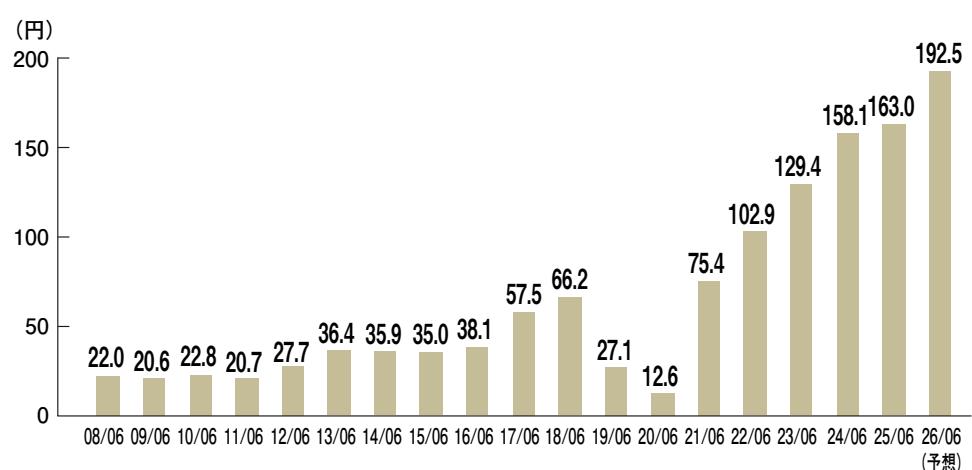
※2010年12月1日付けで普通株式1株につき3株の分割を行っております

※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

株主の皆さんに、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



株主様ご優待券を 年2回贈呈!  
(電子チケット)

所有株式数

\***100株以上**

株主様ご優待券  
(電子チケット)

**3,500円相当**  
(年間7,000円分)

※株主様ご優待券(電子チケット)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日時点、および12月31日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 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 収益性の向上に向けた取り組み**
  
- 2 『肉肉大米』の出店を拡大**

国内事業では、原材料価格の高騰などのコスト増に対応し、収益性の向上に向けた取り組みを強化しました。価格改定に加え、商品・サービス力の向上やDXによる生産性の向上を推進しております。

## 収益性の向上に向けた取り組み

### ■ 価格改定による粗利益率の適正化

ブランド	改定日	内 容
 お肉で最大食べ放題 焼肉凍やさん	25年9月17日	全コース +100円
 丸源	25年7月3日	一部商品 +10~50円
 寿司しゃぶしゃぶ ゆづ庵	25年11月18日	全コース +200~300円

### ■ 都市型、準都市型等の立地別価格の採用

### ■ ランチドリンク飲み放題の有料化

### ■ メニューミックスによる原価の適正化

### ■ DXの推進

- ・新型特急レーンの導入
- ・配膳ロボットの配置適正化および動線改善を伴う店舗改装
- ・セルフレジ、自動案内システム、AIコール等の導入拡大

### ■ 調理オペレーションの簡略化

## 来客数の増加に向けた取り組み

### ■ 名物商品の磨き込み

### ■ 店舗における食材管理や調理方法の見直しによる商品品質向上

### ■ 付加価値の高い期間限定商品の投入

### ■ おせっかいマスターの配置等による接客サービス品質の向上

### ■ テレビCM等によるプロモーションの強化

### ■ ハレの日需要に対応したお祝いコースの拡充

### ■ 多様なニーズに対応した営業時間の拡大

### ■ デリバリー等販売チャネルの拡大

# 『肉肉大米』の出店を拡大

海外事業では、ハンバーグ専門店『肉肉大米』において、中国で上海などの大都市から武漢をはじめとする中級都市へ進出しているほか、東南アジアで出店国を拡大しております。

## 店舗展開

中華圏	中国	63店舗
	香港	4店舗
	台湾	1店舗
東南アジア	インドネシア	2店舗
	フィリピン	2店舗
	シンガポール	1店舗
合計		73店舗



※2025年12月末時点の店舗数、出店地域を記載しております

## 業態の特徴



### 1 シズル感の演出



▲カウンター形式のオープンキッチンで調理のライブ感を演出

### 2 挽きたて、焼きたて、炊きたての本物感



▲挽きたて牛肉のハンバーグと店内精米の炊きたてごはんで差別化

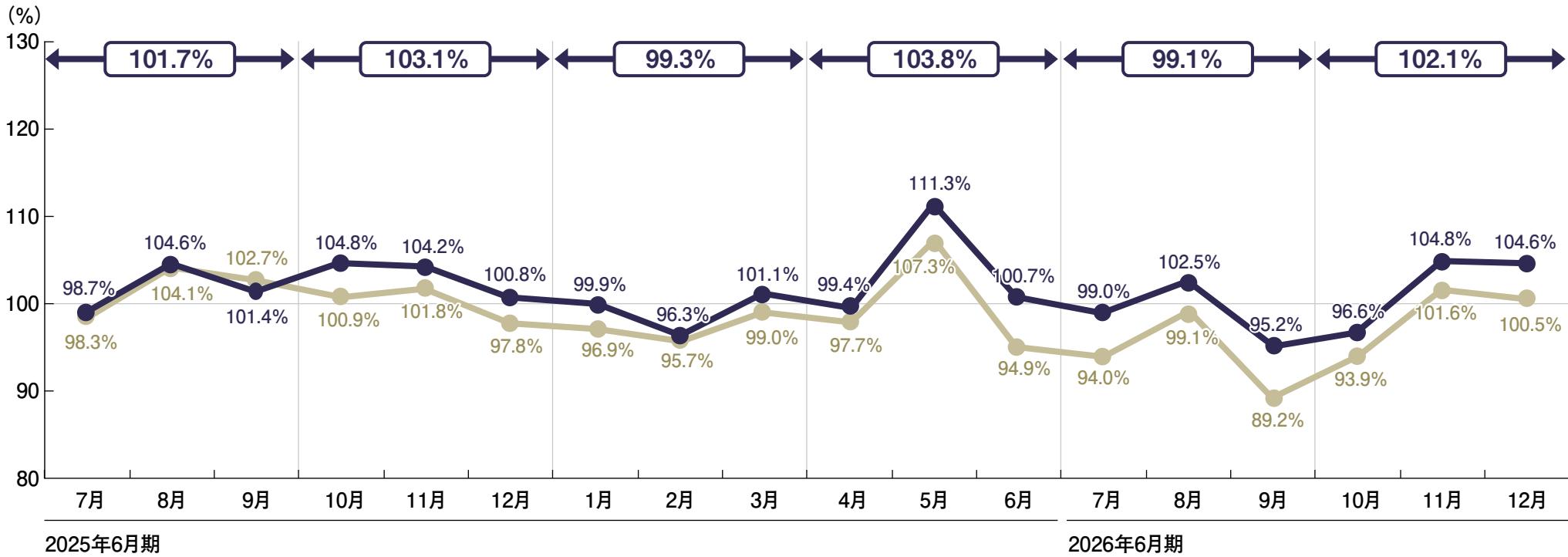
### 3 シンプルなオペレーション



▲メニューの絞り込みによる高い生産性とカウンター席による高い回転率を実現

# 焼肉カテゴリー業績総括

既存店売上高前年比(直営のみ) ● 売上高 ○ 客数



	2025年6月期													2026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	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	99.0	102.5	95.2	96.6	104.8	104.6	100.6	
客 数	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	94.0	99.1	89.2	93.9	101.6	100.5	96.4	
客単価	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	105.3	103.4	106.7	102.9	103.2	104.1	104.3	

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

# 選ばれ続けるブランドとしてさらなる進化

## 1 選ばれるブランドづくり

### ■商品・サービスの強化による顧客体験価値の向上



▲名物商品のリニューアルによる商品力の強化



▲商品品質の向上のため  
肉職人を配置



▲サービス力強化のため  
焼肉ポリスを配置

### ■期間限定商品やプロモーションによる来店促進



▲期間限定フェアの磨き込みやテレビCMの放映



## 2 収益性の向上に向けた取り組み

### ■戦略的な価格改定



▲25年9月に全コースの  
価格改定を実施



▲新型特急レーン  
導入を開始

### ■DXの推進



▲配膳ロボット5台運用に  
による省人化



▲自動案内システムの  
導入を拡大

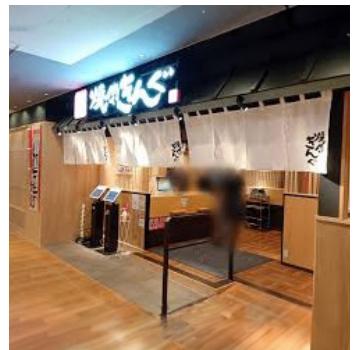
## 3 店舗数拡大に向けた取り組み

### ■郊外ロードサイドの出店



▲出店を継続

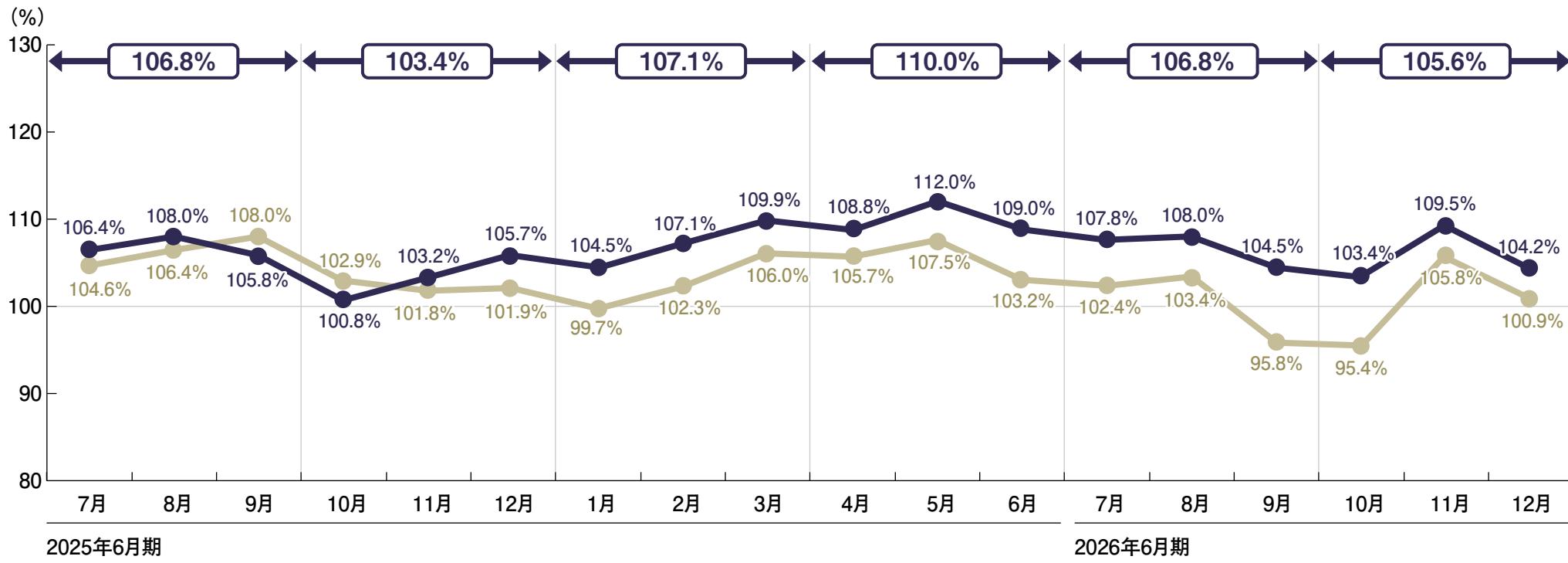
### ■ビルインやSC内の出店



▲25年11月にイオン板橋店  
(東京都)を出店

# ラーメンカテゴリー業績総括

既存店売上高前年比(直営のみ) ● 売上高 ○ 客数



	2025年6月期													2026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	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	107.8	108.0	104.5	103.4	109.5	104.2	106.2	
客 数	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	102.4	103.4	95.8	95.4	105.8	100.9	100.6	
客単価	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	105.1	104.5	109.0	108.4	103.4	103.2	105.5	

\*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ヶ月以上稼動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

### ■商品・サービスの強化による顧客体験価値の向上



▲新スープ開発や肉そばマスターの配置による商品力の強化



▲サービス力強化のためおせつかいさんを配置

### ■期間限定商品やプロモーションによる来店促進



▲期間限定商品の磨き込みやテレビCMの放映



## 2 収益性の向上に向けた取り組み

### ■戦略的な価格改定



▲25年7月に一部商品の  
価格改定を実施

### ■DXの推進



▲フルセルフレジの  
導入を推進



▲タッチパネル機能を拡大

## 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



▲出店を継続

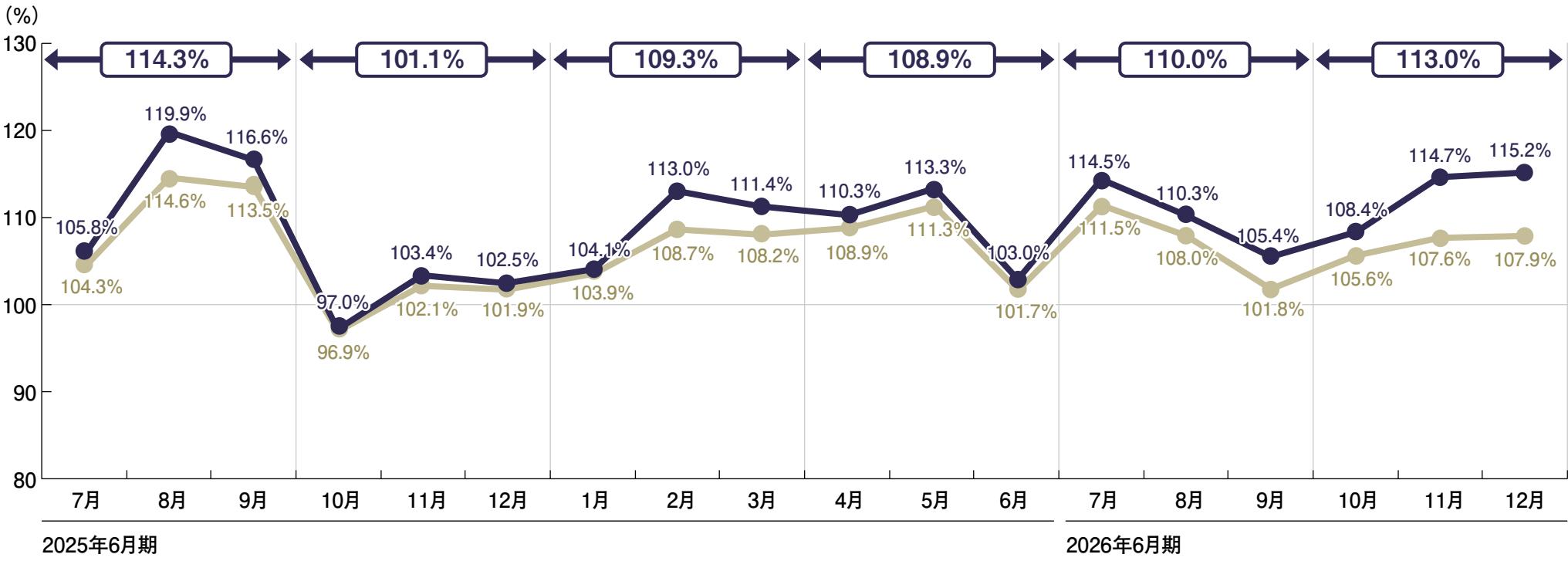
### ■ビルインやSC内の出店



▲25年7月に品川シーサイド店  
(東京都)を出店

# ゆず庵カテゴリー業績総括

既存店売上高前年比(直営のみ) ● 売上高 ○ 客数



2025年6月期

2026年6月期

(単位: %)

	2025年6月期													2026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	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	114.5	110.3	105.4	108.4	114.7	115.2	111.6
客 数	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	111.5	108.0	101.8	105.6	107.6	107.9	107.1
客単価	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	102.6	102.1	103.5	102.6	106.5	106.7	104.1

\*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ヶ月以上稼動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

### ■和食ブランドとしての価値創造



▲商品の磨き込みや寿司職人の配置による商品力の強化



▲サービス力の強化のため  
おせっかいマスターを配置



### ■ハレの日需要への対応



▲ケーキと記念写真の付いた  
プランでお祝い

### ■期間限定商品やプロモーションによる来店促進



▲期間限定商品の磨き込みやテレビCMの放映



## 2 収益性の向上に向けた取り組み

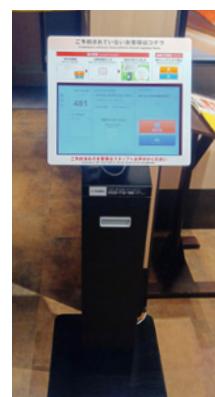
### ■戦略的な価格改定 ■DXの推進



▲25年11月に全コースの  
価格改定を実施



▲配膳ロボット活用のための  
店内改装実施



▲新予約システムを  
活用

## 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



▲出店を継続

### ■ビルインやSC内の出店



▲25年6月に新宿西口  
大ガード店(東京都)を出店

# 主力ブランドに続く新たな収益基盤の創出



お好み焼本舗

お好み焼の最大マーケットである  
関西エリアで出店

## ■選ばれるブランドづくり



▲グランドメニューの継続的な磨き込み



▲期間限定フェアによる来店動機の創出

## ■体験価値向上の取り組み



▲油煙の匂いを防ぐ鉄板の導入

## ■出店計画



▲26年2月にイオンモール橿原店(奈良県)、  
3月に東加古川店(兵庫県)を出店



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

## ■選ばれるブランドづくり



期間限定キャンペーン  
2025年11月28日～2025年11月30日



▲高頻度の期間限定商品の変更

▲来店促進キャンペーンを強化

## ■利便性向上の取り組み



▲デリバリー需要を拡大



▲関東・西日本エリアのほか  
新たに東北エリアへ出店を開始

# 主力ブランドに続く新たな収益基盤の創出



多店舗展開に向けた  
フォーマットの開発



▲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。25年7月に3店舗目となる杉並上井草店(東京都)をオープン



熟成肉とんかつ  
ロース堂  
ファミリー層をターゲットとした  
カジュアルとんかつ業態の開発



▲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。  
25年2月に1店舗目となる豊橋曙本店(愛知県)をオープン



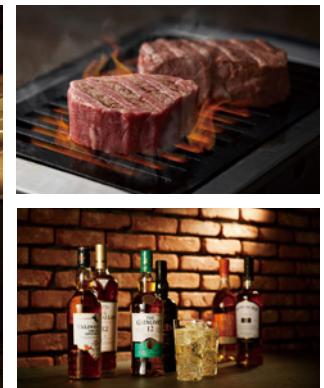
ブランドの磨き込みと出店を再開



▲「熟成醤油きやべとん」が看板商品の中規模ラーメン専門店。  
25年9月に7店舗目となる日野多摩平店(東京都)をオープン



高付加価値ブランドへさらなる深化



▲霜降黒毛和牛と世界のウイスキーで自由な楽しみ方を提案する新しいスタイルの焼肉店。  
リブランディングを実施し、25年10月に赤坂店(東京都)をリニューアルオープン

# 海外事業の拡大

## 中華圏（中国・香港・台湾）



海外展開の成長ドライバーとして出店拡大



今後の新たな出店を計画



▲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。

中国・香港に続き、25年10月に台湾でオープン。現在中華圏で68店舗を展開

▲揚げたての天ぷらと炊きたてのご飯を手軽に楽しめる専門店。

現在中国で4店舗を展開

# 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）



新たな国・地域への出店を計画



▲フィリピンで2号店を出店し、東南アジアで5店舗を展開



高収益フォーマットへの磨き込み



▲『焼きたてのかるび』をローカライズした焼肉丼専門店。インドネシアで5店舗を展開



2号店の出店を計画



▲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。

25年8月にフィリピンで海外初出店

## 北米（米国）



SHOGUN  
TEPPAN STEAK & SUSHI

出店に向け運営基盤を強化



▲ライブパフォーマンスが魅力の郊外ロードサイド型鉄板焼きレストラン。

米国で8店舗を展開

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

# 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877店舗を展開

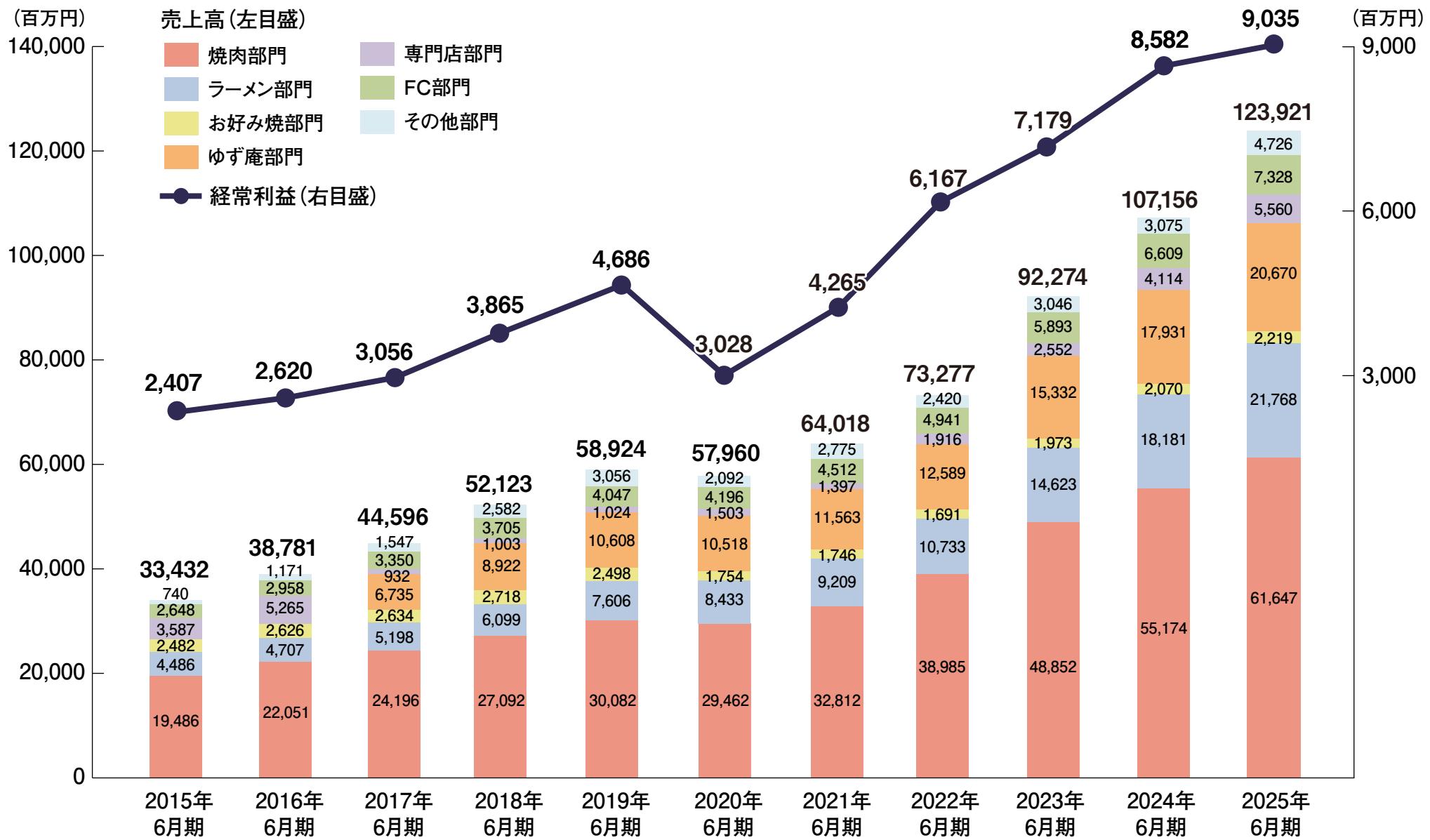
2025年12月31日現在



\*海外カテゴリーにおける「FC等」は、合弁会社を含む、直営以外の形態を指しております

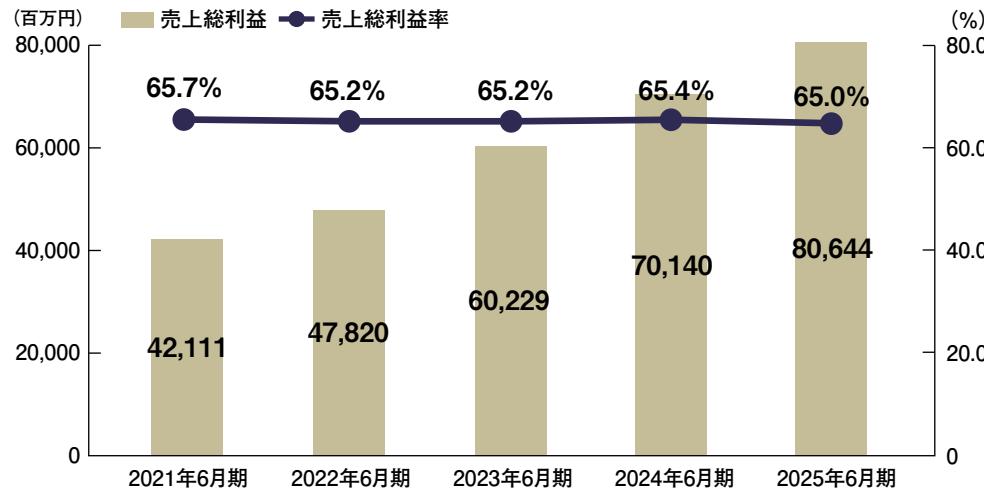
出典：富士経済外食産業マーケティング便覧2025

# 業績推移

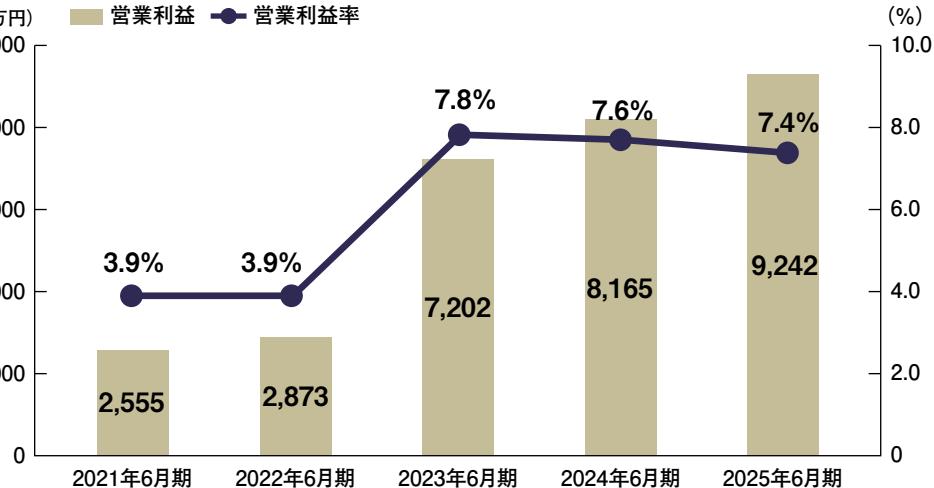


# 主要指標推移①

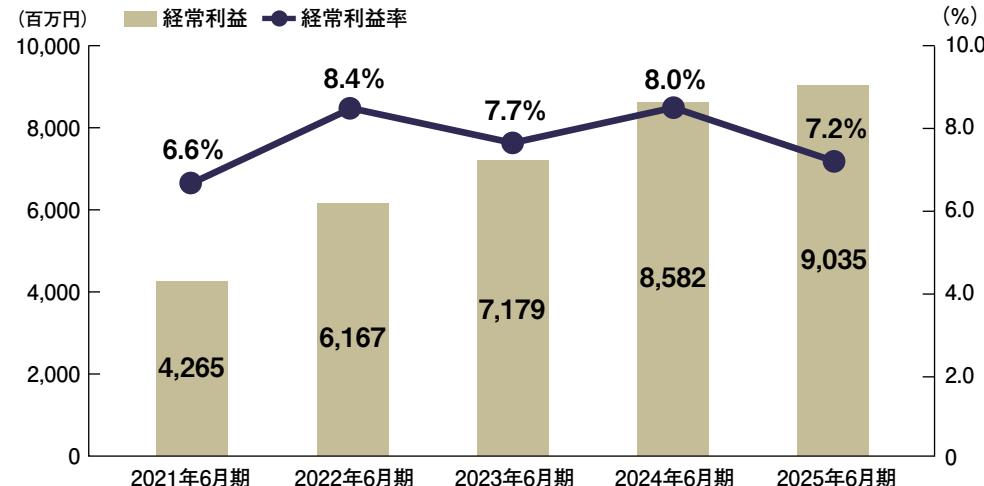
売上総利益と売上総利益率



営業利益と営業利益率



経常利益と経常利益率

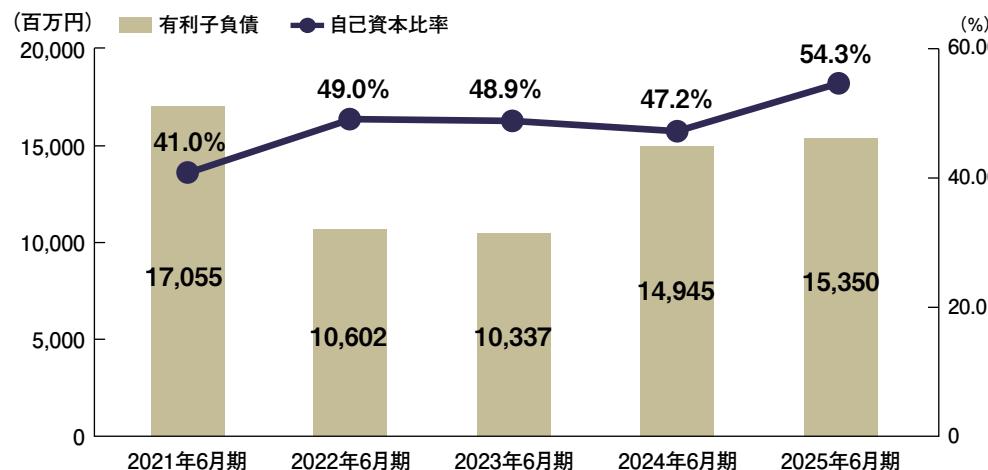


純利益と純利益率



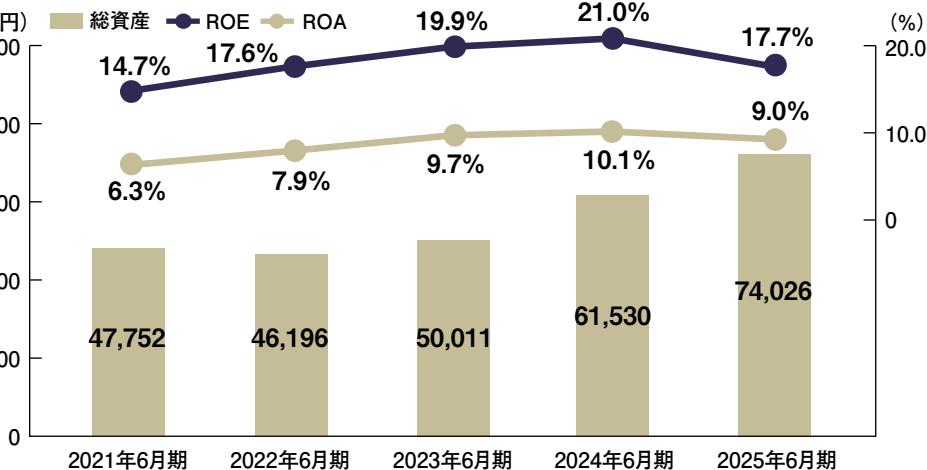
# 主要指標推移②

## 有利子負債と自己資本比率



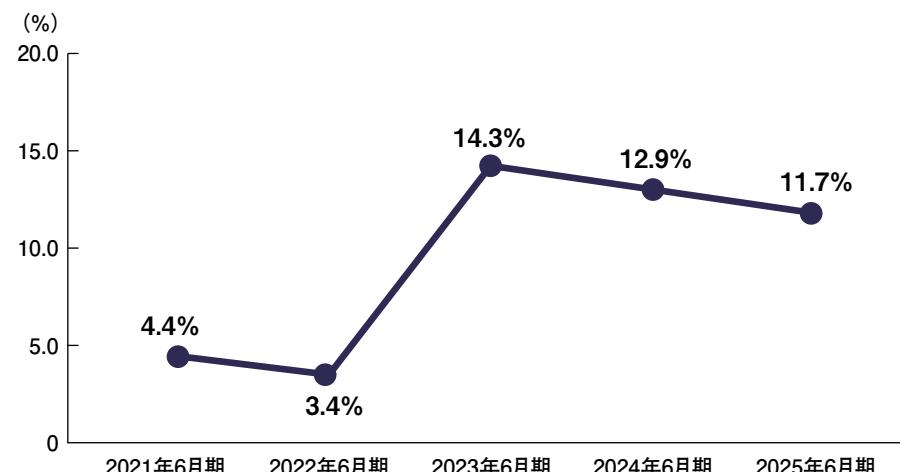
※有利子負債とは、短期借入金、一年内返済長期借入金、社債、長期借入金、リース債務を合算したものです

## ROE・ROA



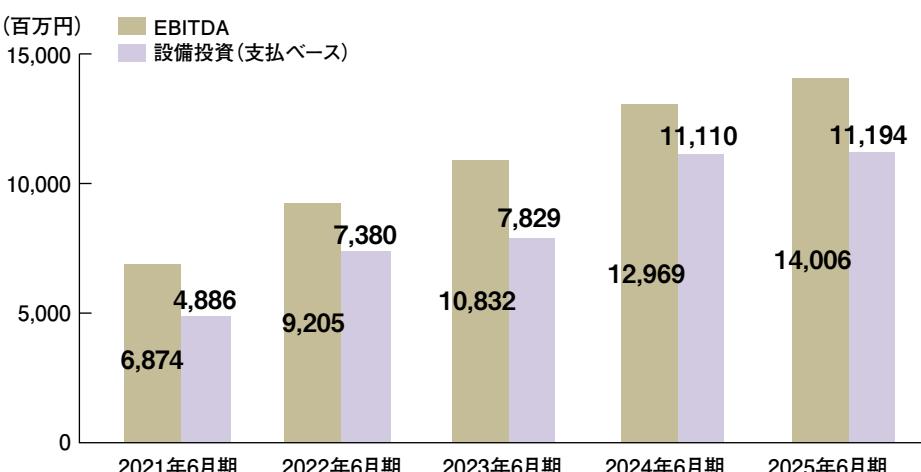
※ROA・ROEの計算式のそれぞれの分母は、期中平均の数値を採用しております

## ROIC



※ROIC=税引後営業利益(NOPAT)／投下資本

## 設備投資・EBITDA

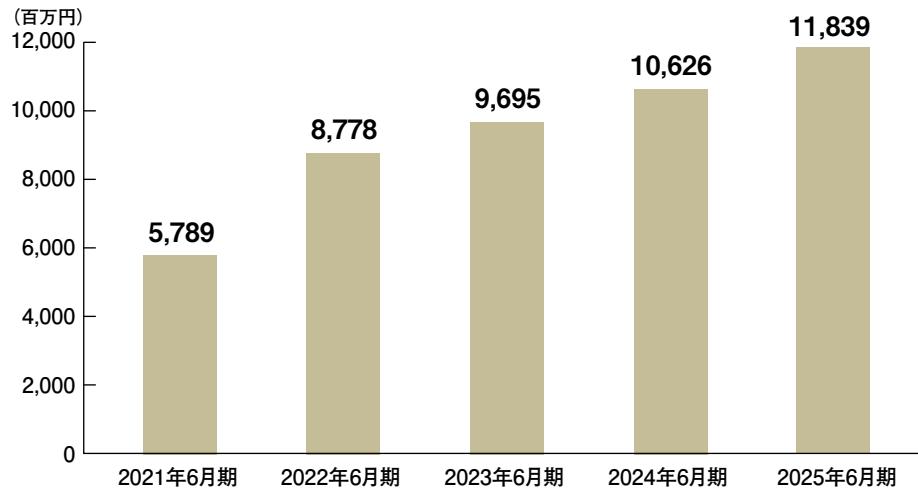


※EBITDAとは、経常利益+減価償却費としております

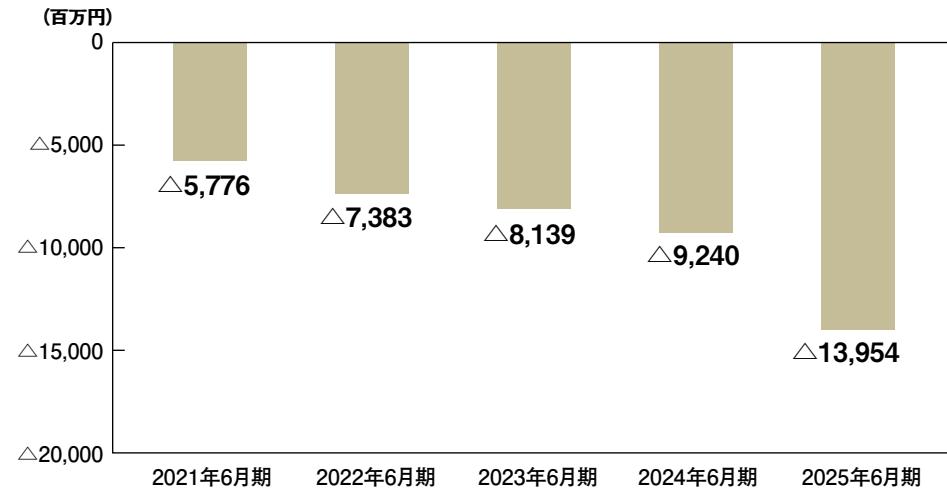
※設備投資(支払いベース)とは、有形固定資産の取得+無形固定資産の取得+差入保証金の差入

# 主要指標推移③

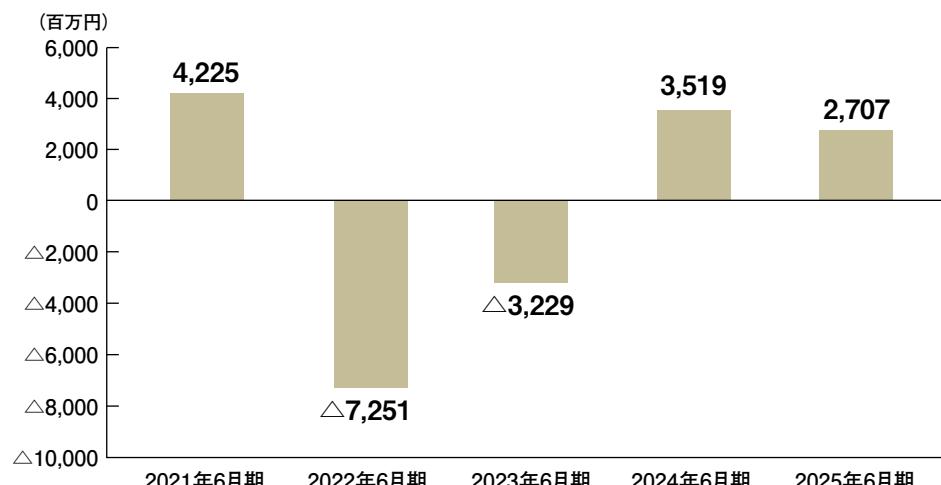
## 営業活動によるキャッシュ・フロー



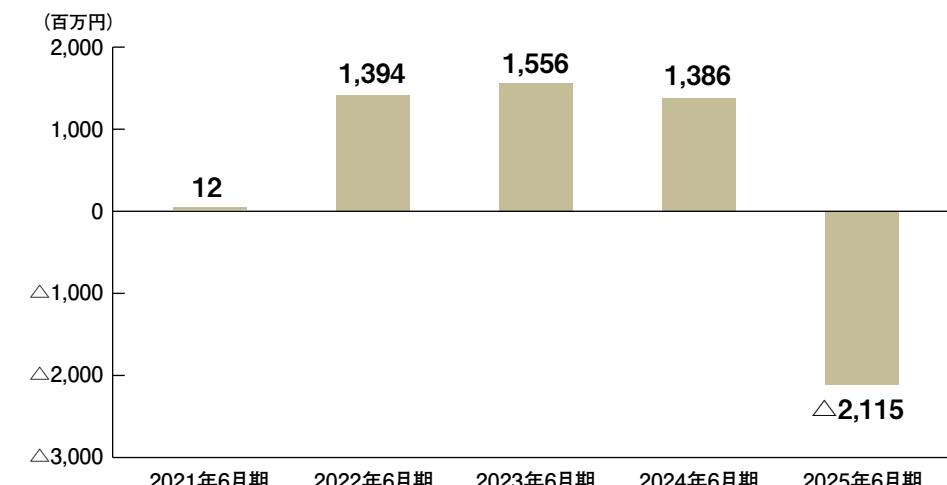
## 投資活動によるキャッシュ・フロー



## 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

# サステナビリティ経営の推進

## 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

- プラスチックカップを店舗で使用するテーブルウェアにリサイクル
- プラスチックカップを店舗で使用するボールペンにリサイクル
- 果実屋珈琲で発生した食品残渣をエコフィードとして活用する取り組みを開始
- 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



## 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
- ハラスマ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
- 「JPX日経中小型株指数」の構成銘柄に選定
- 「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」の構成銘柄に初選定



FTSE Blossom  
Japan Sector  
Relative Index



# 「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	<table border="1"> <thead> <tr> <th>価値ある成長</th> <th>必要とされるブランド</th> <th>稼ぐ力の向上</th> <th>資産の価値創造</th> <th>株主還元</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>既存店売上高・来客数 <b>プラス成長</b></td> <td>グループ店舗売上高 <b>3,000億円</b> 連結売上高 <b>2,200億円</b></td> <td>経常利益率 <b>10.0%</b> 1人当たり経常利益 <b>年平均10%以上成長</b></td> <td>ROE/ROIC <b>15.0%以上</b> ROA <b>7.0%以上</b></td> <td>累進配当 配当性向 <b>20.0%以上</b></td> </tr> </tbody> </table>					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	既存店売上高・来客数 <b>プラス成長</b>	グループ店舗売上高 <b>3,000億円</b> 連結売上高 <b>2,200億円</b>	経常利益率 <b>10.0%</b> 1人当たり経常利益 <b>年平均10%以上成長</b>	ROE/ROIC <b>15.0%以上</b> ROA <b>7.0%以上</b>	累進配当 配当性向 <b>20.0%以上</b>		
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													
既存店売上高・来客数 <b>プラス成長</b>	グループ店舗売上高 <b>3,000億円</b> 連結売上高 <b>2,200億円</b>	経常利益率 <b>10.0%</b> 1人当たり経常利益 <b>年平均10%以上成長</b>	ROE/ROIC <b>15.0%以上</b> ROA <b>7.0%以上</b>	累進配当 配当性向 <b>20.0%以上</b>													
重点戦略	<p>「業態開発力×人財力」で勝ち抜く成長戦略</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>成長戦略 3本柱で成長</th> <th>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</th> <th>「個の覚醒」を加速させる 理念型企業へ進化</th> <th>①多様な理念型人財の採用と活躍 ②個の覚醒とD&amp;I ③プロフェッショナルリーダーの育成</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>サステナビリティ経営戦略</td> <td>サステナビリティ経営の推進</td> <td>コーポレート戦略</td> <td>財務戦略</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>持続的成長を支える 経営基盤のさらなる強化</td> <td>企業価値のさらなる向上</td> </tr> </tbody> </table>					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 理念型企業へ進化	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	財務戦略			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
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 理念型企業へ進化	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	財務戦略														
		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 <b>3,000億円</b>	連結売上高 <b>2,200億円</b>	連結売上高利益の成長性 <b>年平均10%以上</b>
	収益性 効率性 KPI	連結経常利益率 <b>10.0%</b>	1人当たり経常利益 <b>年平均10%以上成長</b>	ROE/ROIC <b>15.0%以上</b>	ROA <b>7.0%以上</b>
	株主還元 KPI	累進配当/配当性向 <b>20.0%以上</b>		TSR <b>15.0%以上</b>	
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 <b>複数獲得</b>	市場シェア1位ブランド <b>複数獲得</b>	育成ブランド獲得 <b>複数獲得</b>	
	D&I KPI	人財力で勝ち抜くための指標			
サステナ KPI		レインボーリストラクチャー <b>100.0%</b>	離職率 <b>15.0%以下</b>	男性社員の育休取得率 <b>85.0%以上</b>	女性管理職比率 <b>10.0%以上</b>
		持続可能社会に貢献するための指標			
		2020年度比GHG排出量 <b>33.0%削減</b>	2020年度比食品廃棄物量 <b>30.0%削減</b>	2020年度比プラスチック使用量 <b>20.0%削減</b>	2020年度比水の使用量 <b>10.0%削減</b>

※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

# 参考データ

詳細データは、ホームページよりご参照ください。

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)

<https://ircms.irstreet.com/doc/257/management-plan-2030.pdf>



統合報告書 2025

<https://www.monogatari.co.jp/ir/library/integratedreport/>



FACT BOOK 決算補足資料

<https://www.monogatari.co.jp/ir/business/>



# 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があることをご承知おきください。

## お問い合わせ先



Storyteller tells the Story

物語コーポレーション IR担当

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