



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3四半期 決算説明資料

2026年5月8日

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

経営理念

Smile & Sexy

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

「自分を表現しよう」：Be Sexy!

「自分を磨こう」：Smile!

“Smile”は、「笑顔」「元気」「マナー」「表現力」、
“Sexy”は、「自分物語を作ろう」
「個性を豊かに表現しよう」という意味です。

自分らしく生きる中で経験する成功や失敗は、
人を成長させ魅力的にします。

常に成長を続ける人間は、自然に成熟自立の道を歩み、
自らの意思決定が出来るようになります。
まさしく「自己実現する人」となるのです。

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

物語のモノガタリ Vol.35

『物語フードファクトリー&ラボ前橋』を着工



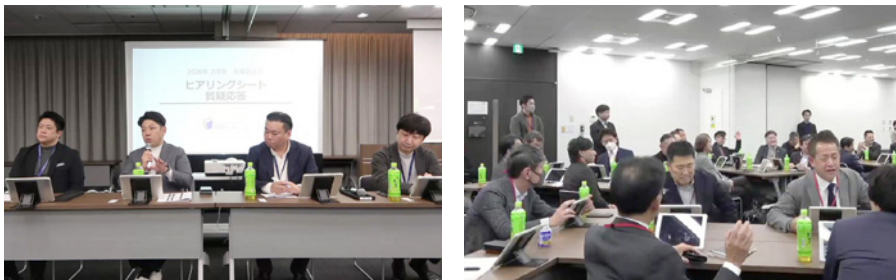
▲今後の出店拡大に向けた生産拠点の拡充を目的として、麺と液体調味料を製造する新工場を着工。27年2月下旬の竣工を予定

『健康経営優良法人』認定を5年連続で取得



▲『健康経営ポリシー』に基づき、ヘルスリテラシーの向上や従業員の健康増進に向けた環境整備を推進

加盟企業が一堂に会する『清正会』を開催



▲経営課題に関する戦略的意思決定を行う「清正会」を定期開催。2024年より全加盟企業が集う「大清正会」を年1回開催

チャレンジドパートナーを対象とした入社激励会を開催



▲特別支援学校を今春卒業した高校生計16名を対象とした入社激励会をオンラインで開催

プレゼンテーション構成

1 第3四半期業績概要

津寺 毅【取締役 常務執行役員 財務・成長戦略担当】

2 第3四半期業績総括

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21.0%増、営業利益31.4%増、経常利益33.6%増、四半期純利益^(※1)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、保険金収入等により特別利益+148百万円発生
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△226百万円発生

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、期間限定フェアの訴求により来客数が伸長するとともに、価格改定による客単価の上昇も寄与し、既存店売上高前年比101.9%
- ・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、客単価ともに伸長。既存店売上高前年比105.2%
- ・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、客単価ともに伸長。既存店売上高前年比109.3%
- ・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102.7%

3 新規出店の状況

新規出店95店舗（海外47店舗を含む）

- ・国内新規出店 『焼肉きんぐ』15店舗（直営10店舗、FC5店舗）、『丸源ラーメン』14店舗（直営9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』9店舗（直営8店舗、FC1店舗）、『お好み焼本舗』2店舗（直営）、『焼きたてのかるび』6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』31店舗（直営22店舗、FC9店舗）『天天 天麩羅専門店』7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）、タイ『肉肉大米』1店舗（合弁）
- ・期末店舗数は、グループ計895店舗。内訳は、国内794店舗（直営535店舗、FC259店舗）、海外101店舗（直営65店舗、FC等^(※2)36店舗）

4 財務の状況

自己資本比率52.3%

- ・利益剰余金の積み上げにより純資産44,309百万円、自己資本比率52.3%（前期末差異△2.0ポイント）
- ・有利子負債は、18,219百万円（前期末差異2,868百万円増）

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
	3Q累計	3Q累計	対前年差異		通期	
	実績 (売上比%)	実績 (売上比%)	%	金額	計画 (売上比%)	
売上高	92,579	112,103	121.0	19,523	147,159	売上高前年差+19,523百万円 ①国内店舗数増加による増加…………… +9,683百万円 ②海外カテゴリー(連結調整含)による増加… +6,596百万円 ③国内既存店舗による増加…………… +3,005百万円 ④FCカテゴリーによる増加…………… +237百万円
焼肉	46,168(49.8)	51,204(45.6)	110.9	5,035	68,202(46.3)	
ラーメン	16,163(17.4)	18,686(16.6)	115.6	2,523	24,966(16.9)	
ゆず庵	15,572(16.8)	19,387(17.2)	124.4	3,814	24,254(16.4)	
専門店・新業態	5,636(6.0)	6,875(6.1)	121.9	1,239	9,546(6.4)	
FC	5,542(5.9)	5,855(5.2)	105.6	313	7,679(5.2)	
海外	3,496(3.7)	10,109(9.0)	289.1	6,613	12,509(8.5)	
連結調整	—	△16(—)	—	△16	0	
売上総利益	60,225 (65.0)	73,604 (65.6)	122.2	13,379	96,256 (65.4)	売上総利益率前年差+0.6ポイント ①国内事業の売上総利益率の良化…………… +0.2ポイント ②海外事業の売上総利益率の良化…………… +2.4ポイント
販売費及び一般管理費	53,285 (57.5)	64,479 (57.5)	121.0	11,193	85,485 (58.0)	
営業利益	6,939 (7.4)	9,125 (8.1)	131.4	2,185	10,771 (7.3)	経常利益前年差+2,297百万円 ①国内既存店舗による増加…………… +1,513百万円 ②国内店舗数増加/FCカテゴリーによる増加 +1,453百万円 ③連結調整における増加…………… +277百万円 ④海外カテゴリーにおける増加…………… +20百万円 ⑤本社経費・共通経費等による減少…………… △967百万円 経常利益率+0.7ポイント ①売上総利益率の増加…………… +0.6ポイント ②販売費及び一般管理費率…………… +0.0ポイント ③営業外収益の増加…………… +0.1ポイント
経常利益	6,827 (7.3)	9,125 (8.1)	133.6	2,297	10,600 (7.2)	
四半期純利益	4,590 (4.9)	5,993 (5.3)	130.5	1,402	7,416 (5.0)	
EBITDA	10,428 (11.2)	13,571 (12.1)	130.1	3,142	16,373 (11.1)	当期純利益前年差+1,402百万円 ①特別利益の発生…………… +148百万円 ②特別損失の発生…………… △226百万円

※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)

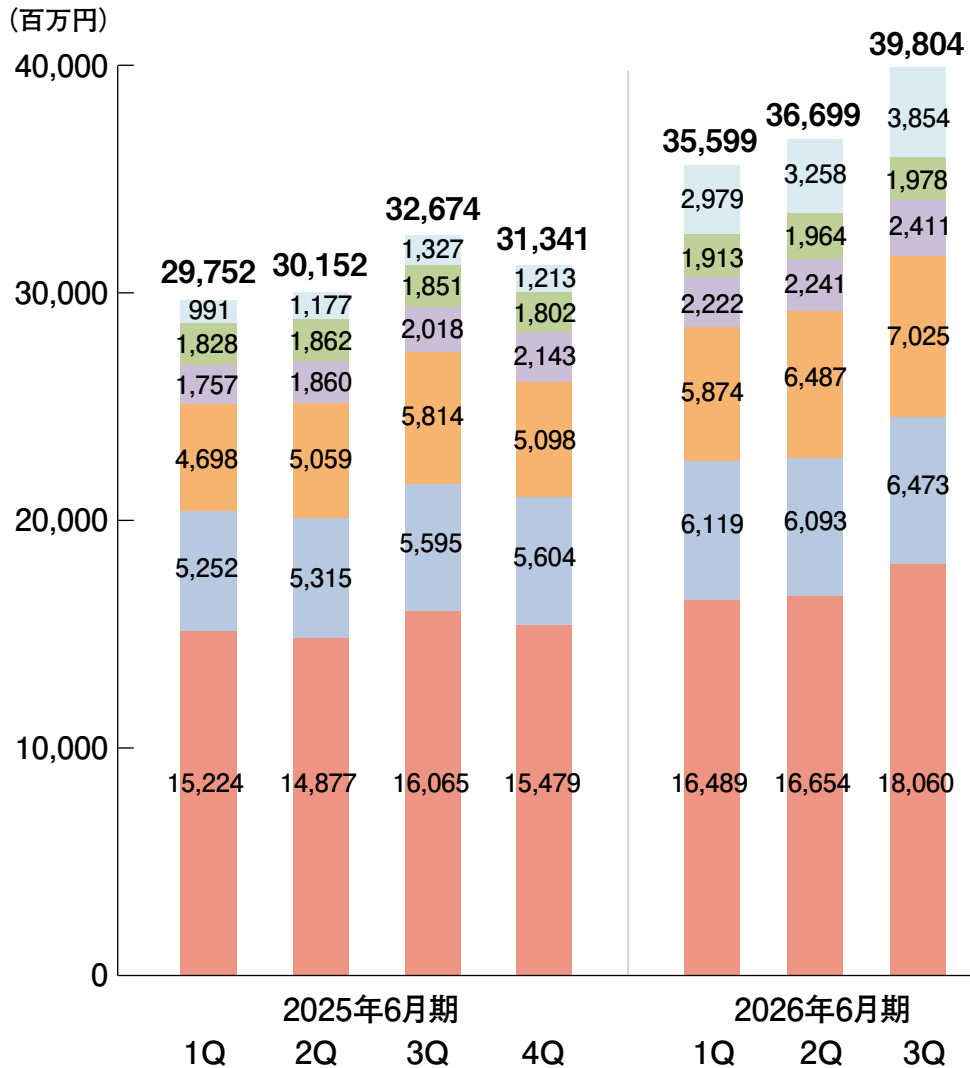
(単位:百万円)

	2025年6月期	2026年6月期			
	3Q累計	3Q累計	対前年差異		通期
	実績 (売上比%)	実績 (売上比%)	%	金額	計画 (売上比%)
売上高	92,579	112,103	121.0	19,523	147,159
国内	89,083 (96.2)	102,010 (90.9)	114.5	12,926	134,649 (91.4)
海外	3,496 (3.7)	10,109 (9.0)	289.1	6,613	12,509 (8.5)
中国	3,114(3.3)	4,901(4.3)	157.3	1,786	5,352(3.6)
米国	— (—)	3,975(3.5)	—	3,975	5,398(3.6)
その他	382(0.4)	1,233(1.1)	322.7	851	1,758(1.1)
連結調整	- (—)	△16 (—)	-	△16	0 (0.0)
営業利益	6,939 (7.4)	9,125 (8.1)	131.4	2,185	10,771 (7.3)
国内	7,032 (7.8)	8,944 (8.7)	127.1	1,911	10,138 (7.5)
海外	△17 (—)	△12 (—)	-	4	387 (3.0)
中国	254(8.1)	446(9.1)	168.7	181	627(11.7)
米国	— (—)	△82 (—)	—	△82	△36 (—)
その他	△282 (—)	△376 (—)	—	△94	△203 (—)
連結調整	△75 (—)	193 (—)	-	269	246 (—)

業績概要③ (四半期業績の推移)

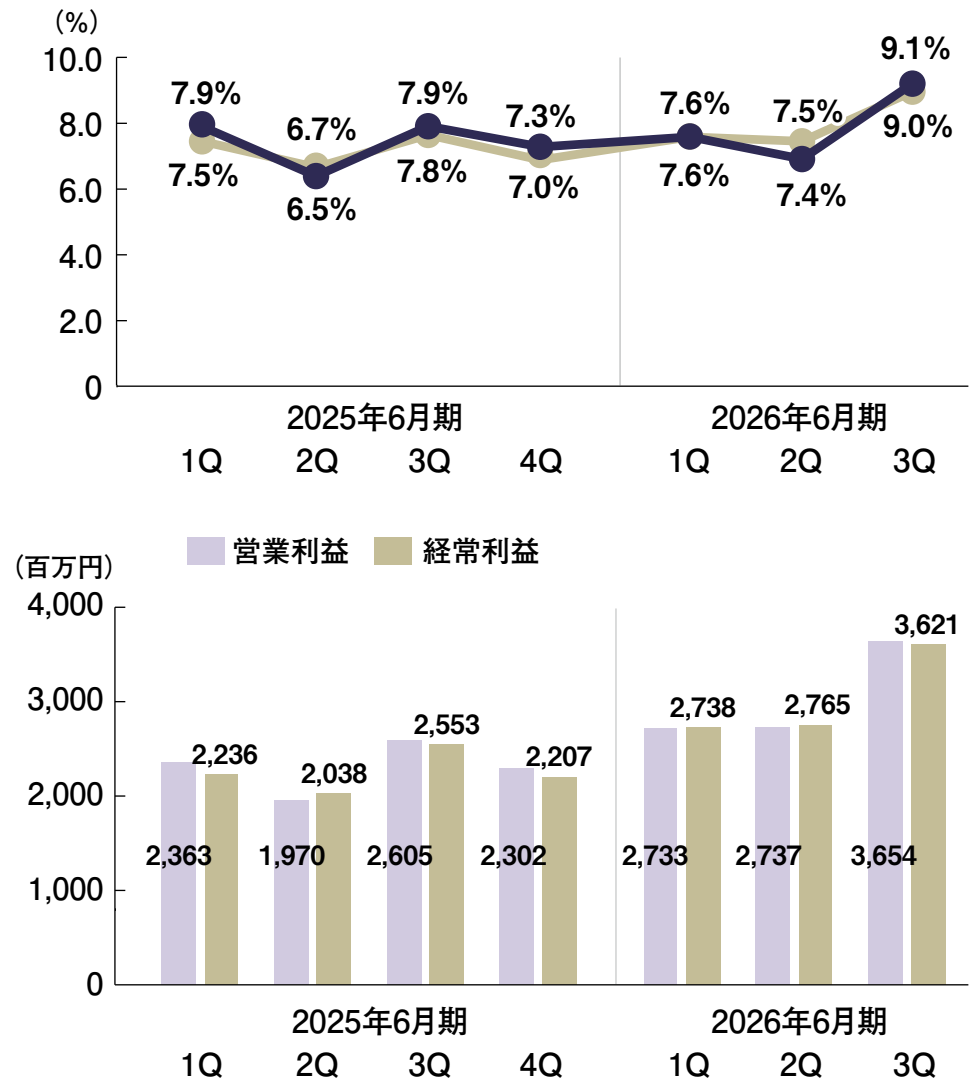
売上高

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

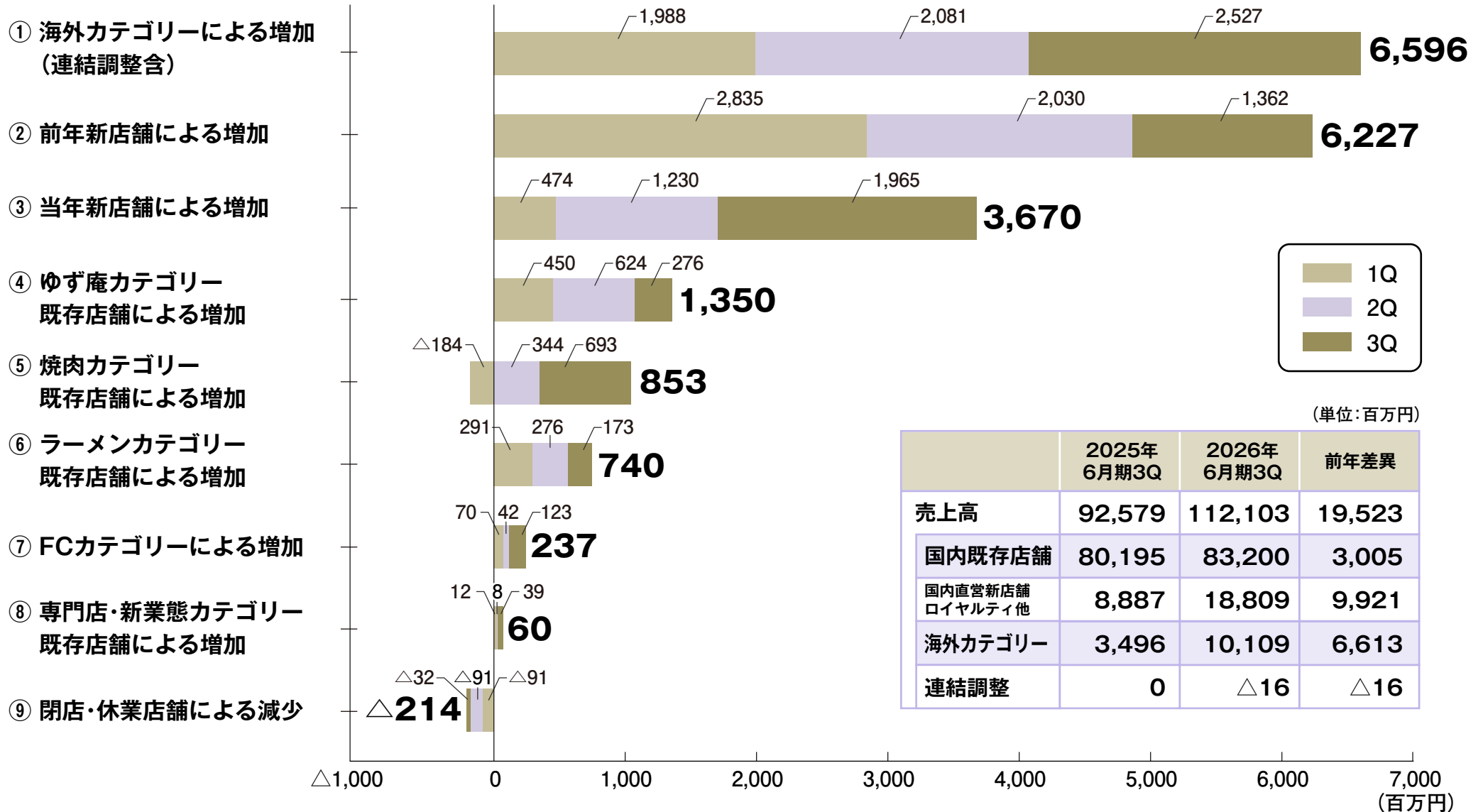


営業・経常利益

- 営業利益率
- 経常利益率

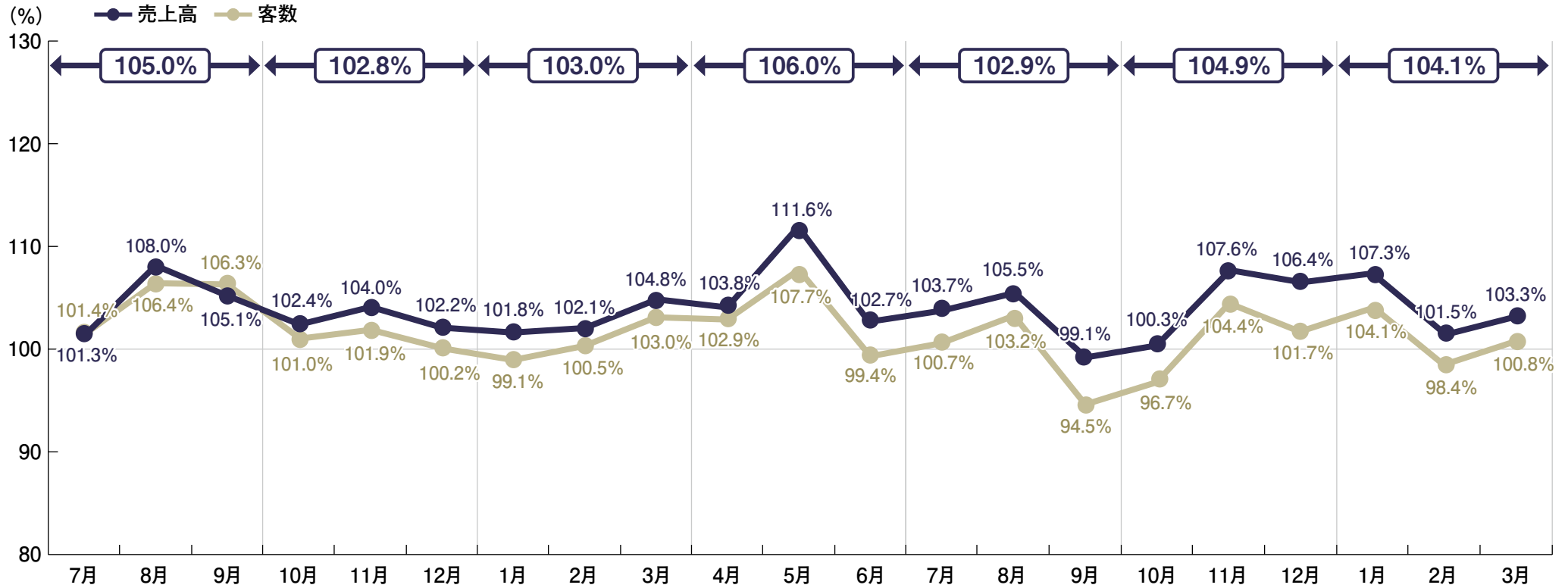


業績概要 (売上高の対前年増減要因)



※海外カテゴリは、物語(上海)企業管理有限公司、PT.Agrapana Niaga Gemilang、物語香港有限公司、物語台湾股份有限公司、Storytellers (Thailand) Co., Ltd.、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)



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	1月	2月	3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	106.4	107.3	101.5	103.3	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	104.1	98.4	100.8	100.6
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	104.5	103.0	103.2	102.4	103.3

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

出退店状況

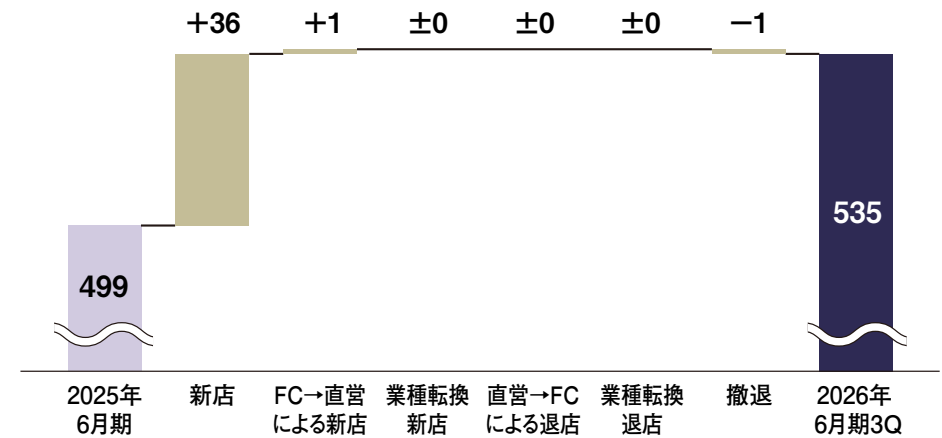
(単位:店舗)

カテゴリー	種別	2025年 6月期	2026年6月期				3Q 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	223	15	10	0	0	233
	FC	128	5	5	2	2	131
ラーメン	直営	128	20	10	0	0	138
	FC	104	3	5	1	1	108
ゆず庵	直営	90	14	8	0	0	98
	FC	16	1	1	1	0	17
専門店・ 新業態	直営	58	17	9	0	1	66
	FC	4	0	0	1	1	3
海外合計	直営	34	21	33	3	2	65
	FC等*	25	9	14	0	3	36
国内・直営合計		499	66	37	0	1	535
国内・FC合計		252	9	11	5	4	259
海外合計		59	30	47	3	5	101
合計		810	105	95	8	10	895

*FC等は、合併会社を含む直営以外の形態と定義しております

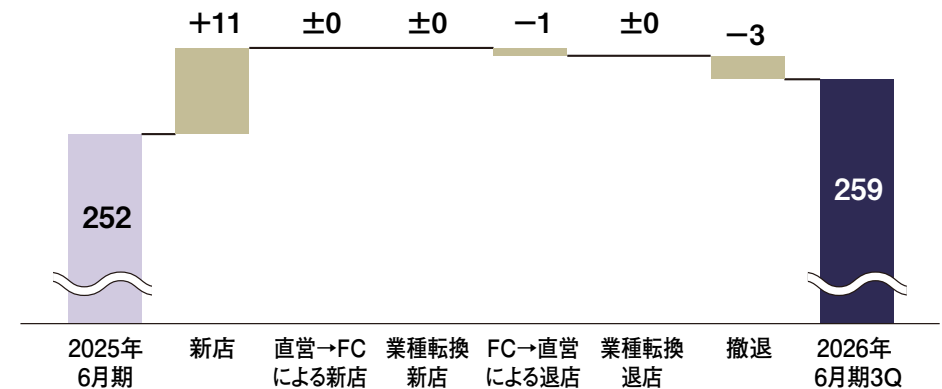
国内・直営店舗数

(単位:店舗)



国内・FC店舗数

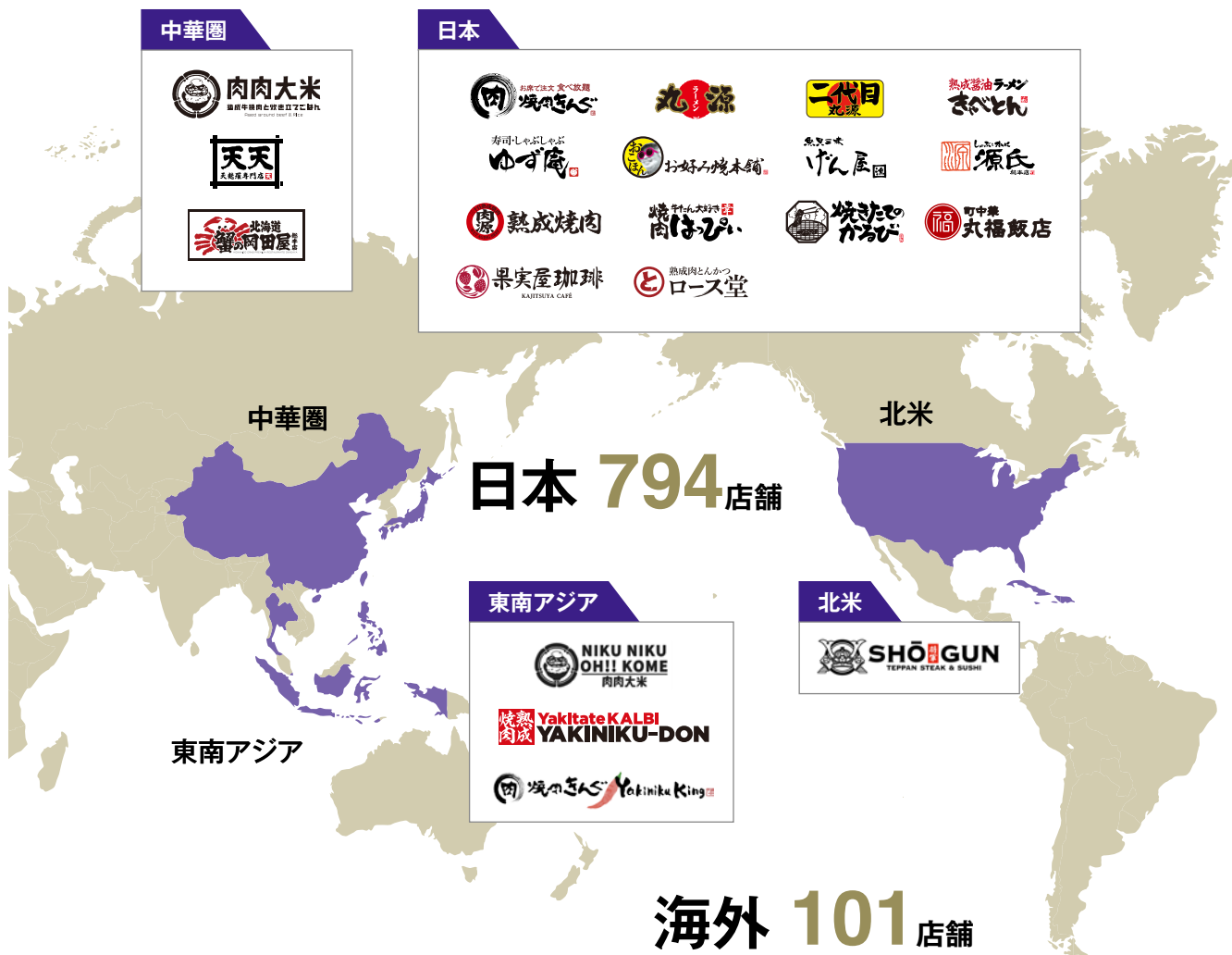
(単位:店舗)



ご参考：店舗展開（直営・FC等）

9カ国・地域で895店舗を展開（直営・FC等）

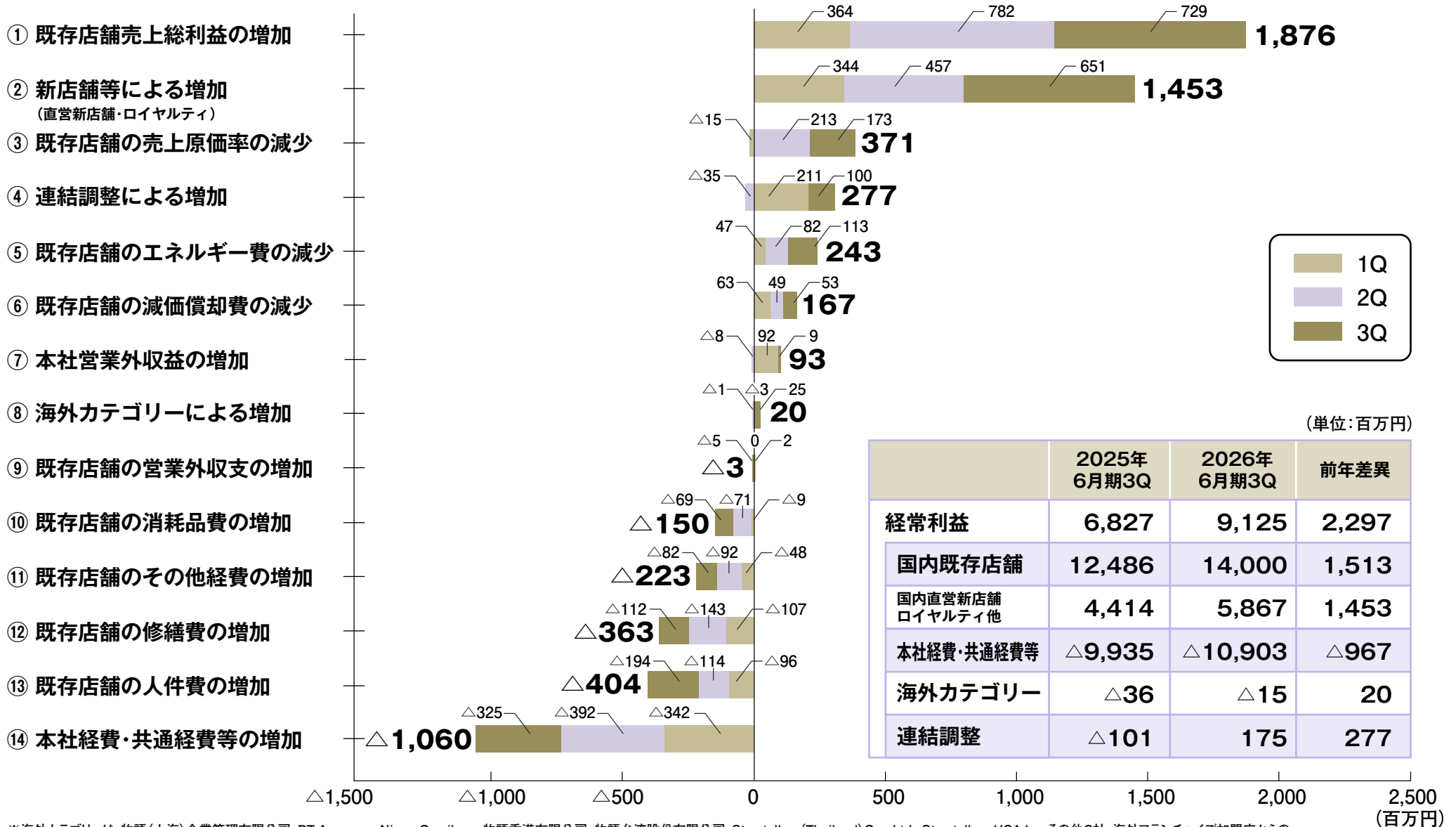
2026年3月末現在



展開地域

【ブランド】	【国・地域】	【店舗数】
焼肉のタカ	日本	364
	フィリピン	1
丸源 二代目 熱成焼肉	日本	246
	日本	115
	日本	21
お好み焼本舗	日本	37
げん屋 源氏 熱成焼肉 焼肉のたか	日本	6
町中華 丸福飯店 果実屋珈琲 と ロース堂	日本	5
	中国	67
	香港	4
	台湾	1
肉肉大米	インドネシア	2
	フィリピン	2
	シンガポール	1
	タイ	1
天天	中国	8
北海道 網屋	中国	2
焼肉 YAKITATE KALBI YAKINIKU-DON	インドネシア	4
SHŌGUN	北米	8

経常利益(連結)の増減要因



※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、物語台湾股份有限公司、Storytellers (Thailand) Co., Ltd.、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)

(単位:百万円)

	2025年 6月期	2026年 6月期3Q	主な増減
--	--------------	----------------	------

資産の部

流動資産	21,139	27,570	現金及び預金の増加 ……3,578百万円 売掛金の増加 ……1,935百万円
固定資産	52,887	56,865	有形固定資産の増加 ……3,427百万円

負債の部

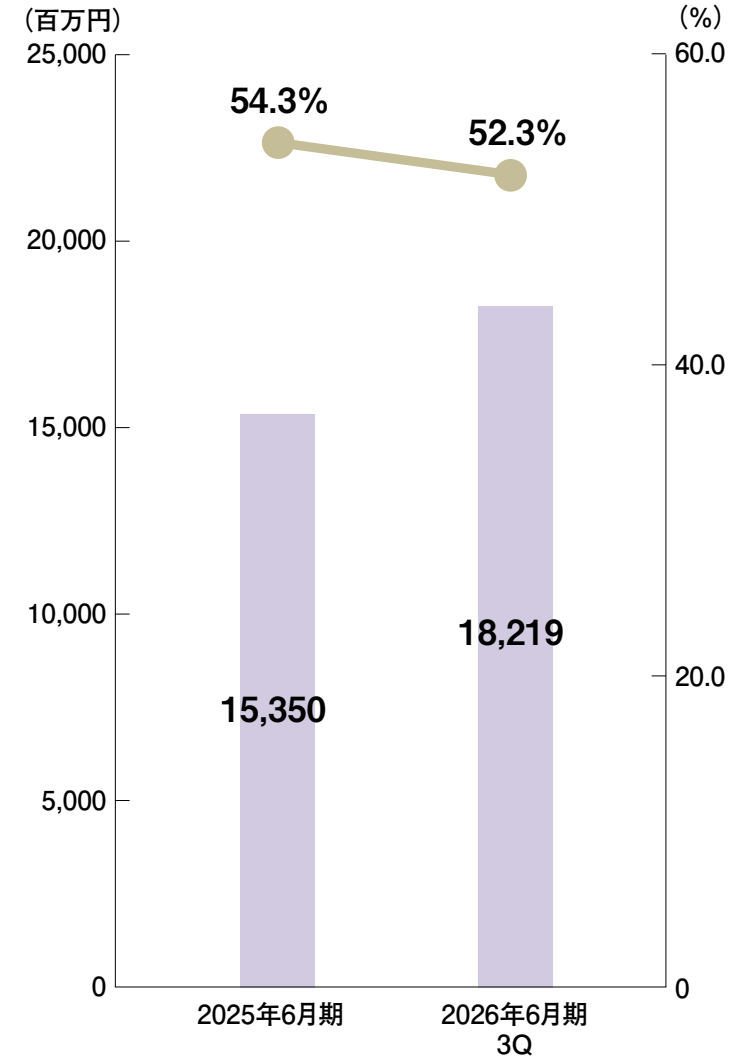
流動負債	18,811	22,304	買掛金の増加 ……1,723百万円 1年内返済長期借入金の増加 ……1,127百万円
固定負債	14,851	17,821	長期借入金の増加 ……2,776百万円

純資産の部

純資産	40,364	44,309	利益剰余金の増加 ……4,529百万円 自己株式の取得等 ……△518百万円
-----	--------	--------	---

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、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

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		(新)2026年6月期以降	
部門	各部門に含まれるブランド等	カテゴリー	各カテゴリーに含まれるブランド等
焼肉部門	焼肉きんぐ	焼肉	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	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
お好み焼部門	お好み焼本舗	ゆず庵	寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵
ゆず庵部門	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、魚貝三味 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、町中華 丸福飯店、熟成肉とんかつ ロース堂
専門店部門	焼きたてのかるび、魚貝三味 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
FC部門	国内 FC 事業	海外	海外事業会社 海外 FC 事業
その他部門	海外事業会社 その他事業		



※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	0	0	—	9	—	△8	—
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(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	123,921	147,159	118.7	71,680	119.6	75,479	117.9
国内	119,208 (96.1)	134,649 (91.4)	112.9	65,889 (91.9)	114.1	68,759 (91.0)	111.8
海外	4,712 (3.8)	12,509 (8.5)	265.4	5,781 (8.0)	266.4	6,728 (8.9)	264.8
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	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)

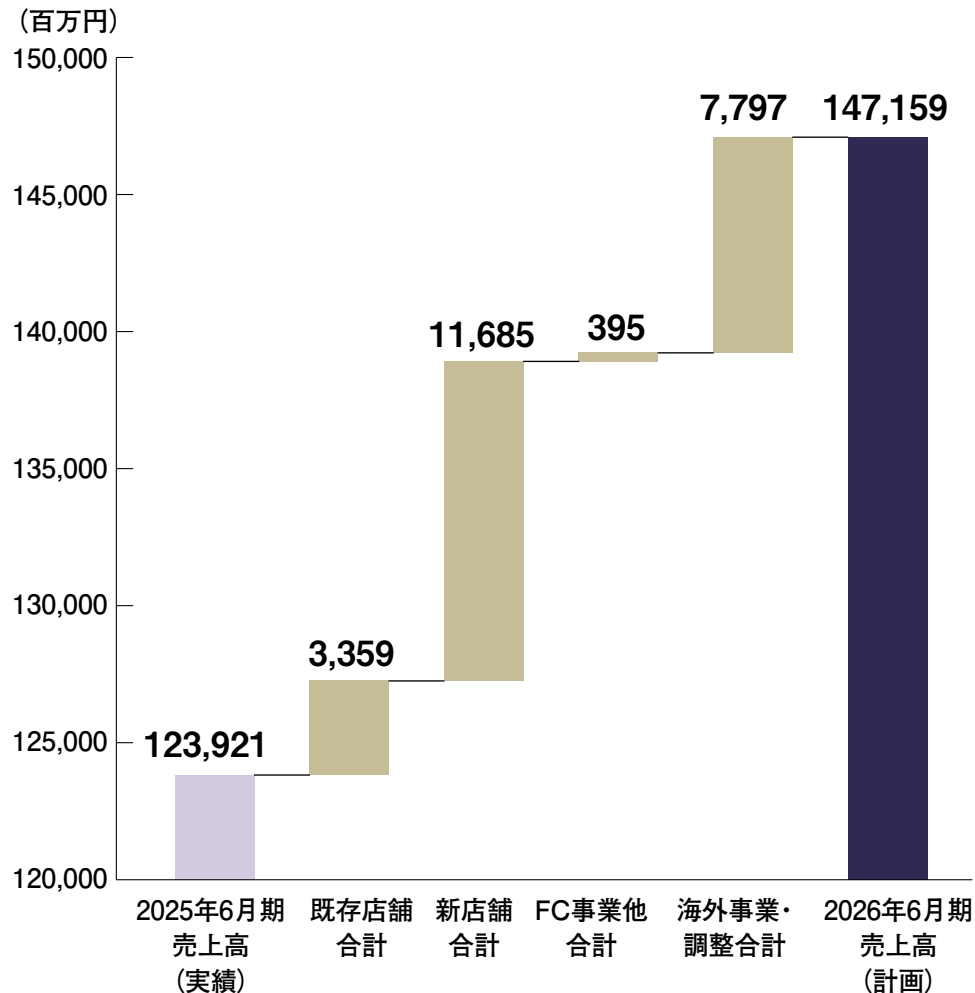
(単位:店舗)

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
				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	34	52	15	6	21	3
	FC等*	25	34	7	2	9	0
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、合併会社を含む直営以外の形態と定義しております

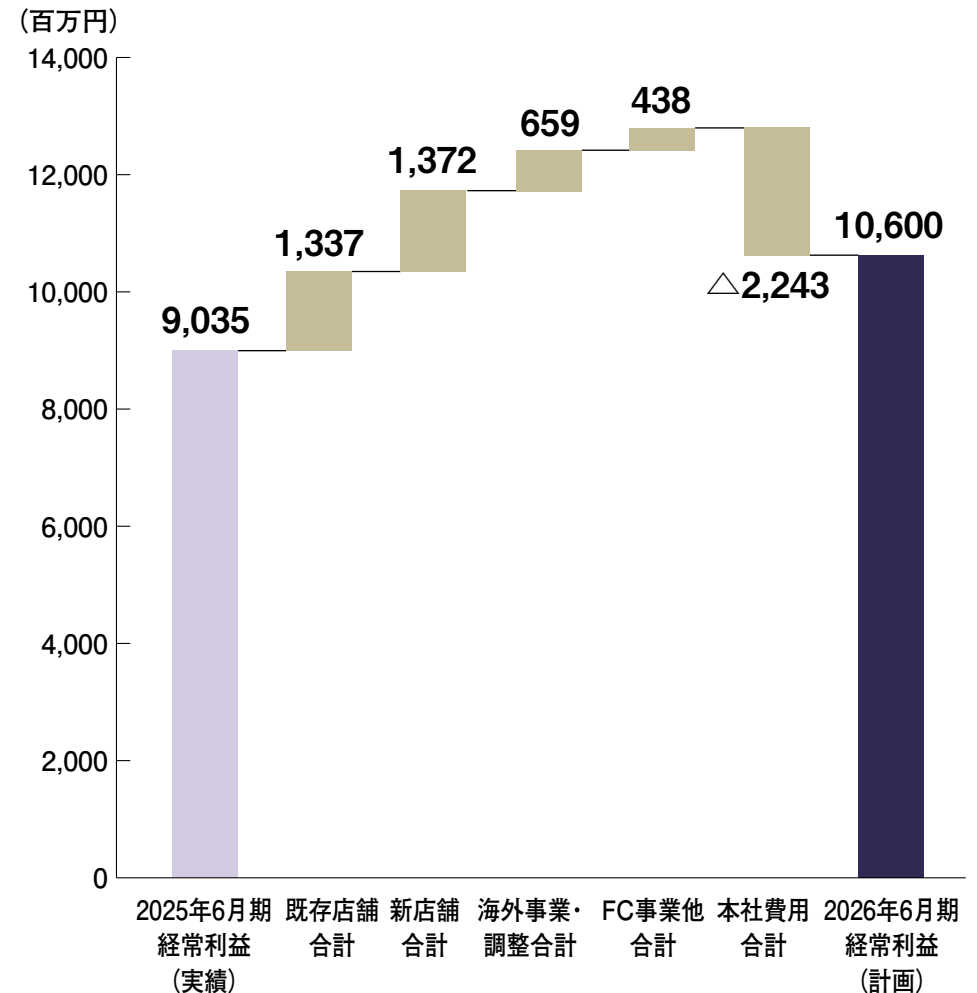
業績計画(連結)④(売上高・経常利益増減)

売上高計画の対前年増減要因



※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）

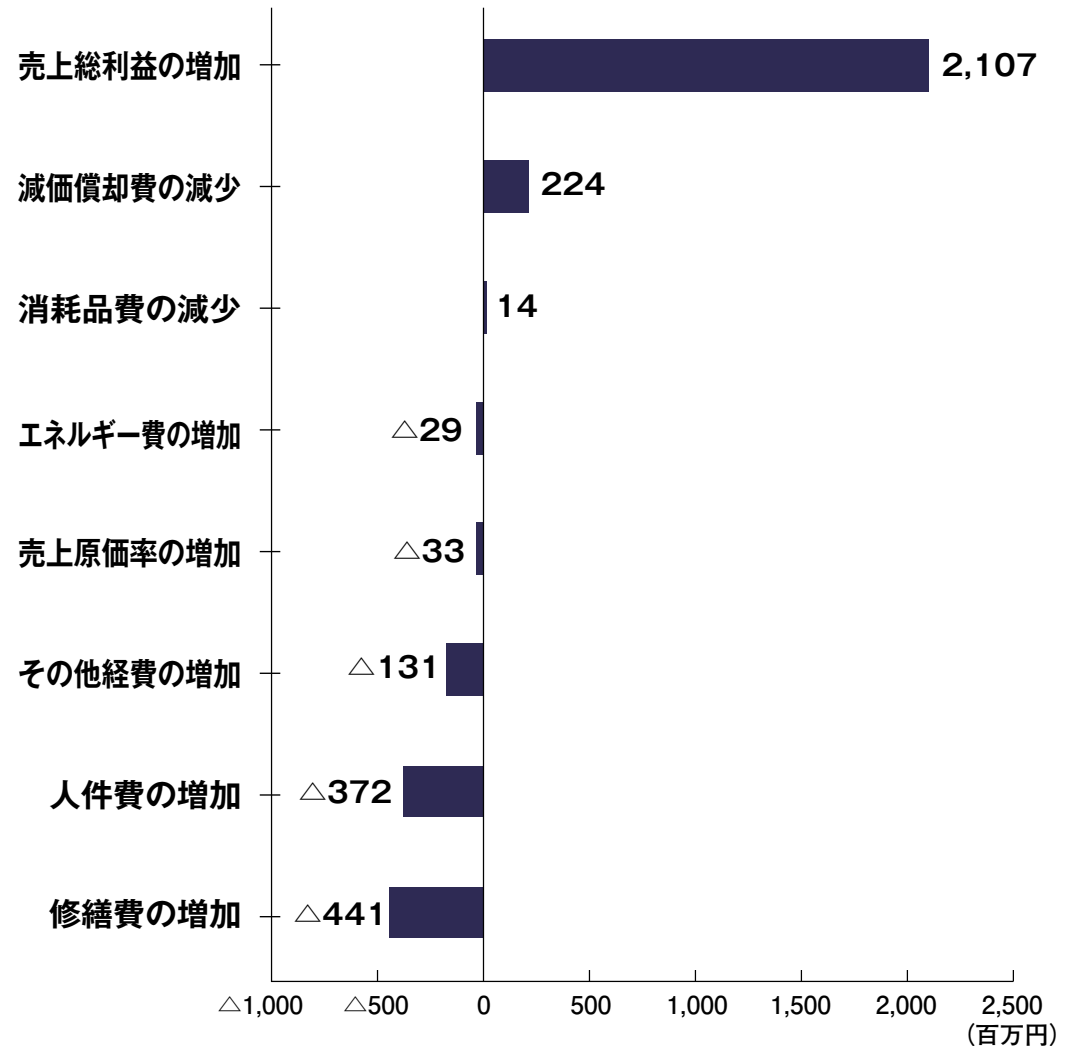
既存店売上高計画の前年対比

(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



通期の見通し

項目	期初計画策定条件	通期の見通し
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%	ゆず庵カテゴリー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919店舗(国内808店舗、海外111店舗) 前年同期比109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50店舗、FC13店舗 海外：57店舗出店 (中国44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2店舗、台湾2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、お好み焼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、FC4店舗、海外5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、9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、52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	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・海外カテゴリーの収益化 	<ul style="list-style-type: none"> ・既存店の大規模改装などの実施 期初計画は計画通りに実施のうえで、 『寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵』については、配膳ロボットの稼働率向上、 ならびに増卓に向けた店内レイアウト変更の工事を追加で14店舗実施 ・『焼肉きんぐ』『丸源ラーメン』『寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵』のテレビCM放映を 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148百万円の特別利益、ならびに333百万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

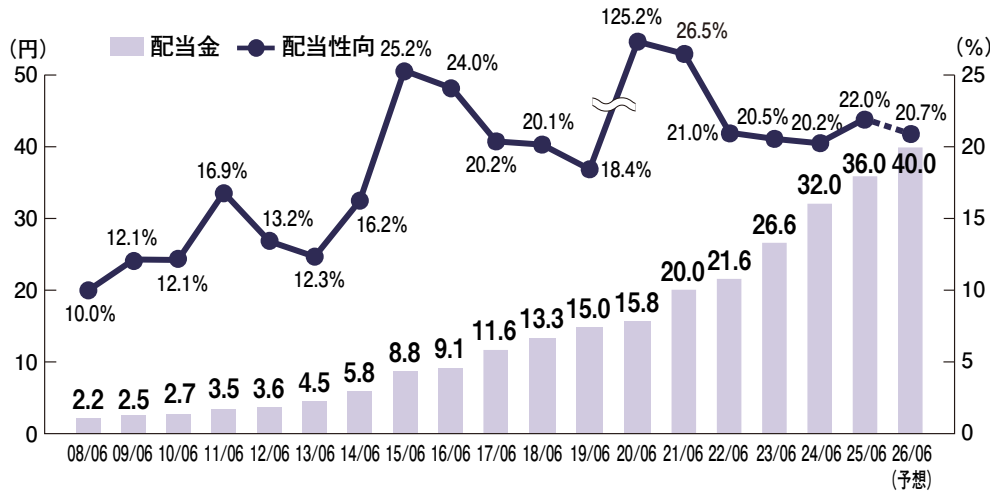
期末
予想

20.0円

通期

40.0円

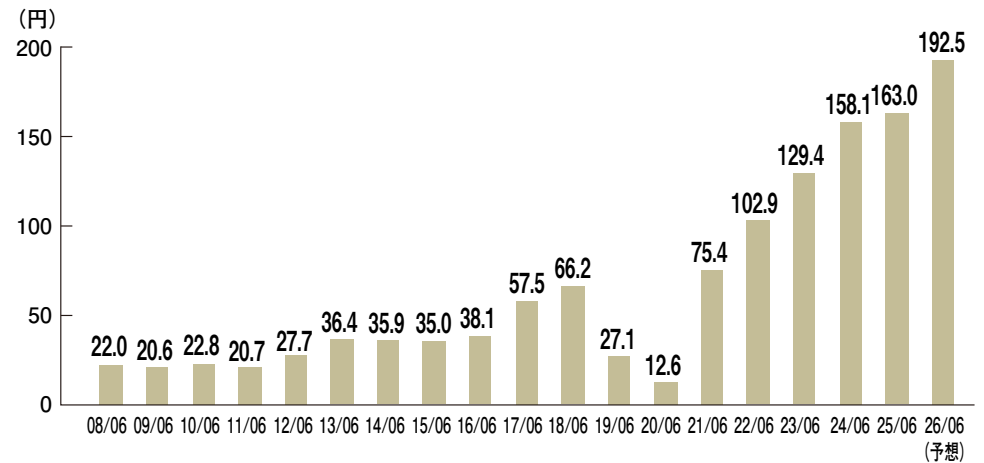
配当金・配当性向推移



※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3四半期業績概要

津寺 毅【取締役 常務執行役員 財務・成長戦略担当】

2 第3四半期業績総括

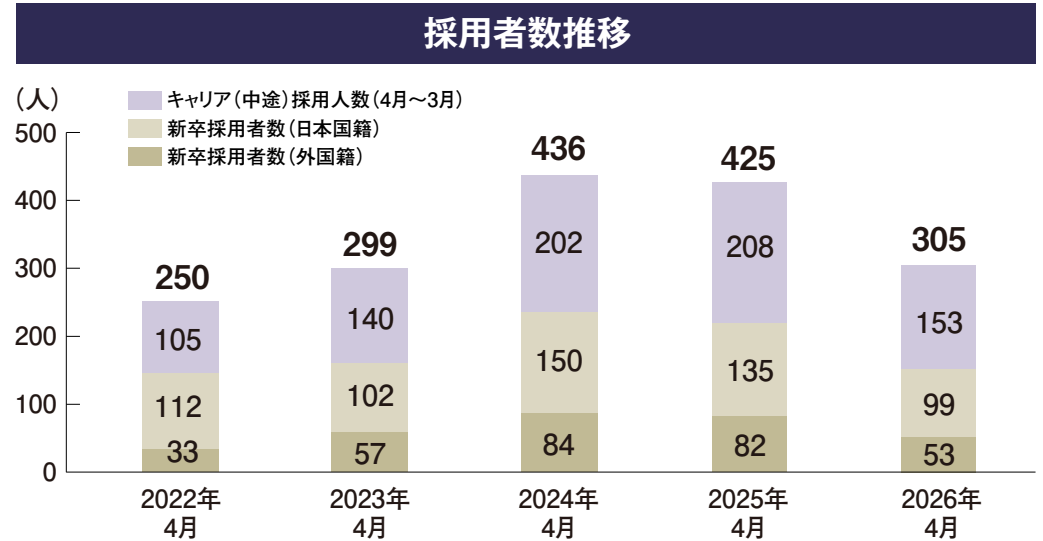
加藤 央之【代表取締役社長】

トピックス

- 1 幹部候補生（新卒社員）計152名が入社**
- 2 海外100店舗を達成し、さらなる拡大へ**

トピックス ① 幹部候補生（新卒社員）計152名が入社

4月1日に「入社激励書授与式」を開催。パートナー（パートタイマー）から社員へ登用されたリファラル社員57名、および8カ国・地域のインターナショナル社員53名を含む、計152名が出席しました。



理念型人財の採用に向けた取り組み

■ トップセミナー



▲ トップ自らが理念を語り理解を深める機会を創出

■ パートナーのリファラル採用を強化



▲ 本社見学ツアーを開催



▲ パートナー活躍を推進する社内イベントを実施



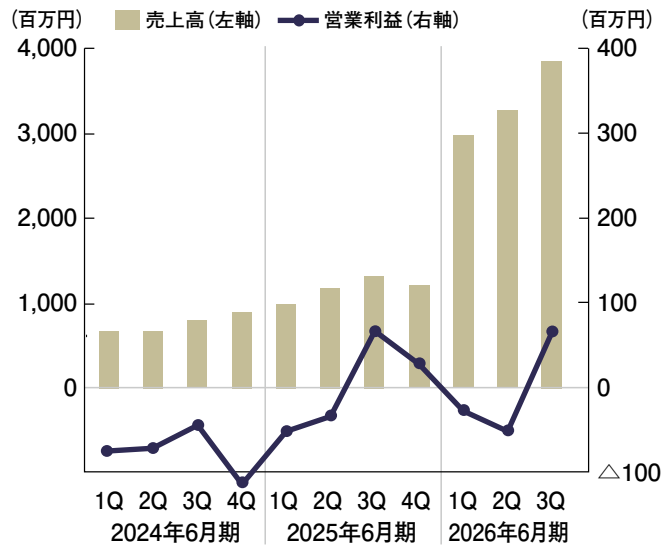
▲ 一人ひとりに異なる激励メッセージを記した入社激励書を授与



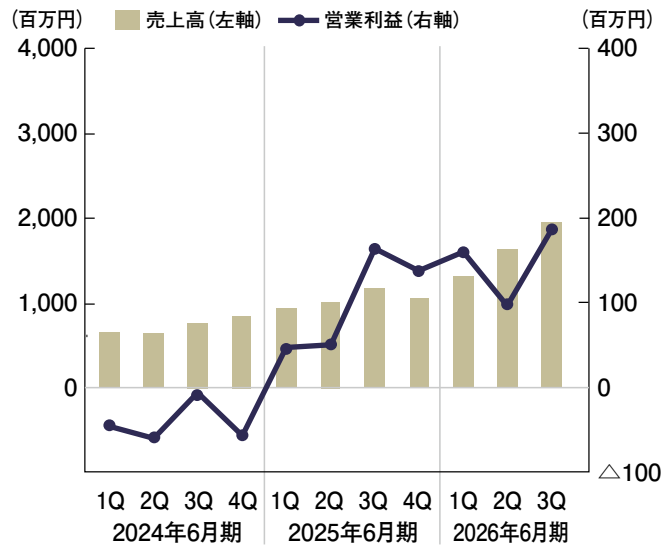
トピックス② 海外100店舗を達成し、さらなる拡大へ

2026年2月末に、海外の総店舗数100店舗を達成しました。中華圏・東南アジア・北米への出店拡大により、収益基盤のさらなる安定化を図ってまいります。

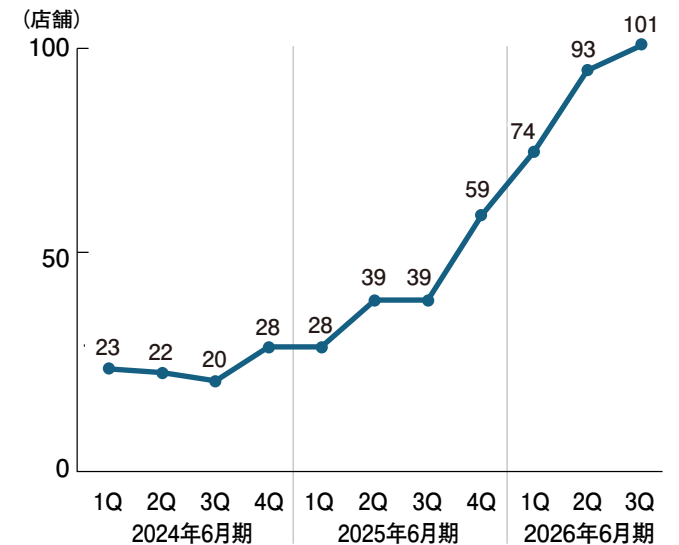
海外カテゴリーの売上高・営業利益



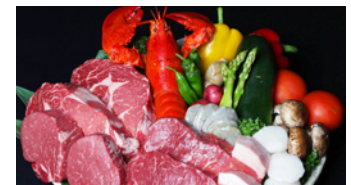
中国事業の売上高・営業利益



海外出店数推移

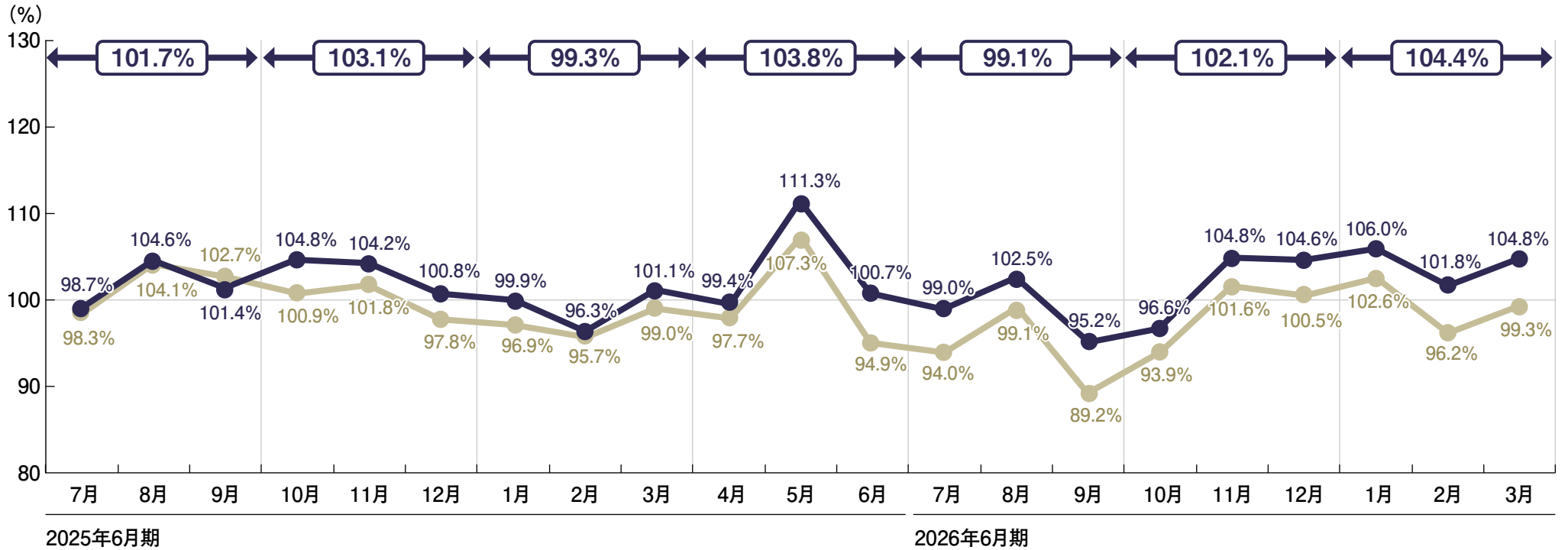


海外における主な展開ブランド



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



(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	1月	2月	3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	106.0	101.8	104.8	101.9
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	102.6	96.2	99.3	97.5
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	103.2	105.8	105.4	104.5

※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カ月以上稼働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

■商品の磨き込みなどによる基本価値の向上



▲「五大名物」に超極厚ハラミなど3商品を新たに追加



▲商品の再現性や提供スピードを向上



▲心温まるおせっかいを提供

■期間限定商品やプロモーションの活用



▲新たなフェアを企画開催



▲期間限定フェアを訴求するテレビCMを放映

2 収益性の向上に向けた取り組み

■価格戦略

	通常	準都市型	都市型
58品コース	2,980円 (税込3,278円)	3,080円 (税込3,388円)	3,180円 (税込3,498円)
きんぐコース	3,380円 (税込3,718円)	3,480円 (税込3,828円)	3,580円 (税込3,938円)
プレミアムコース	4,380円 (税込4,818円)	4,480円 (税込4,928円)	4,580円 (税込5,038円)

▲市場・立地特性に応じた価格の複線化

■DXの推進



▲新型特急レーンの導入を拡大



▲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



▲郊外を中心に今期20店舗の出店を計画

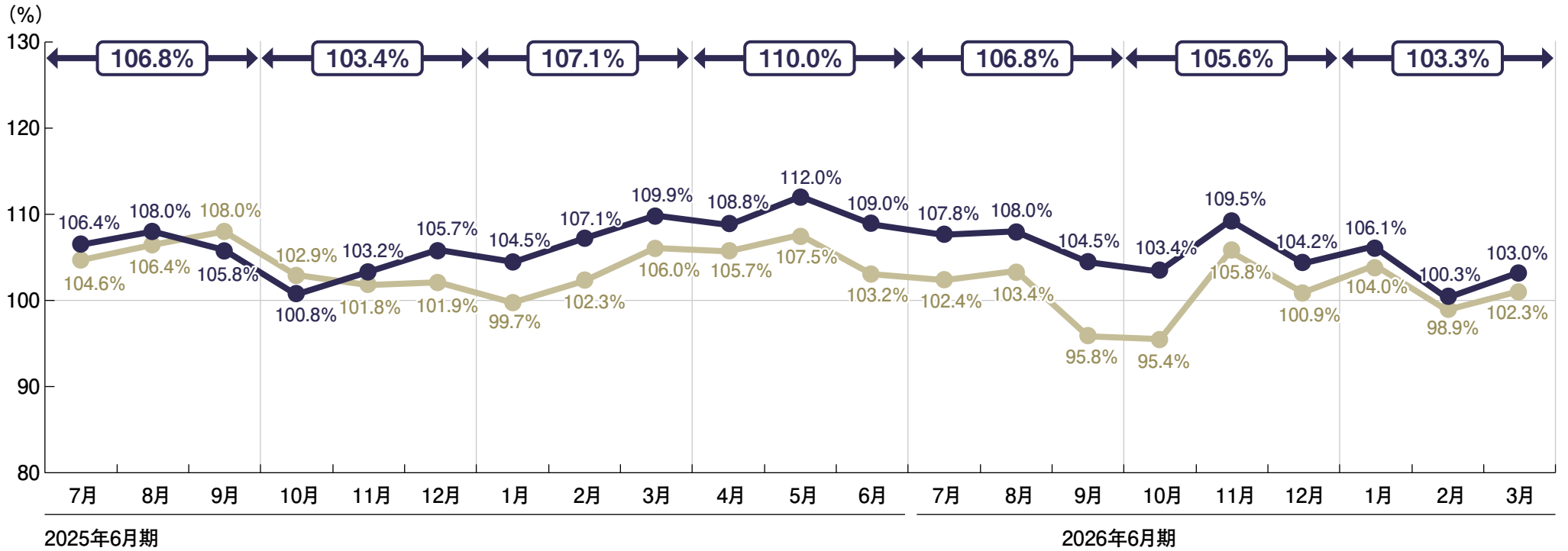
■ビルインやSC内の出店



▲26年2月にnamBaHIPS店(大阪府)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



(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	1月	2月	3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	106.1	100.3	103.0	105.2
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	104.0	98.9	102.3	101.1
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	103.3	102.0	101.4	100.7	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カ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

■商品の磨き込みなどによる基本価値の向上



▲新スープ導入に伴う調理工程の見直しと、肉そばマスターの配置により商品品質を安定化



▲料理提供スピードを競うコンテストを定期的に関催

■期間限定商品やプロモーションの活用



▲集客力の高い期間限定商品を高頻度に販売



▲テレビCMの放映回数を年3回へ拡大

2 収益性の向上に向けた取り組み

■価格戦略



▲看板商品である肉そばの価格は据え置き

■DXの推進



▲セルフレジの複数台導入を推進



▲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



▲郊外を中心に今期23店舗の出店を計画

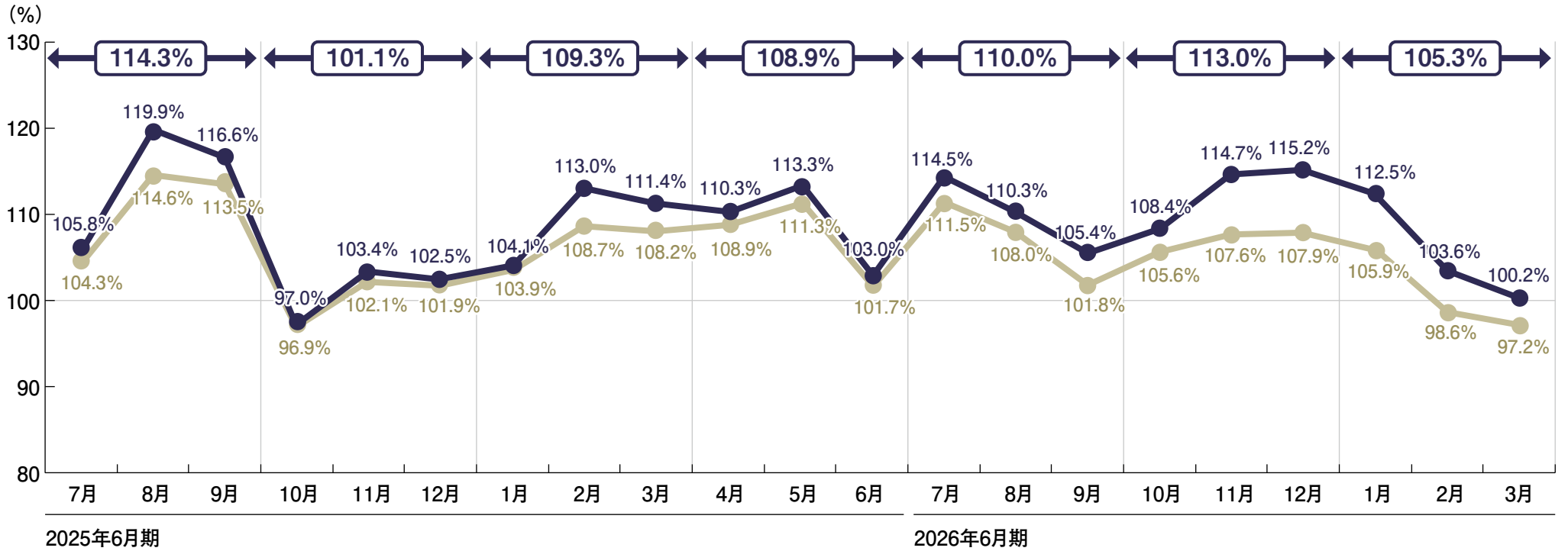
■ビルインやSC内の出店



▲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



(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	1月	2月	3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	112.5	103.6	100.2	109.3
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	105.9	98.6	97.2	104.7
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	106.2	105.1	103.0	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

■ 寿司としゃぶしゃぶの専門店としての価値創造



▲商品の磨き込みなど商品品質の向上に向けた取り組みを強化

■ 期間限定商品による来店促進



▲季節感や高付加価値を追求した期間限定メニューを提供

■ イベント需要への対応



▲ハレの日需要に応えるプラン

インバウンド 観光・団体向けツアー



▲インバウンド向けツアーの窓口を設置

2 収益性の向上に向けた取り組み

■ 価格戦略



▲25年11月に全コースの価格改定を実施

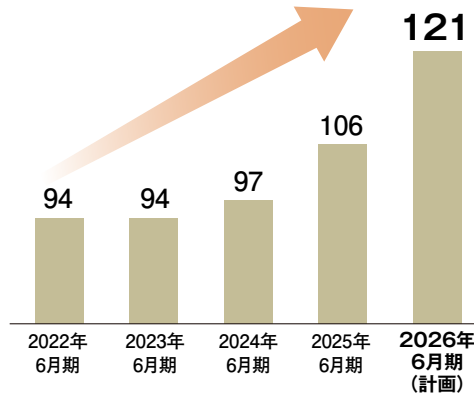
■ DXの推進



▲配膳ロボットの最適化に向けた店内改装を実施

3 店舗数拡大に向けた取り組み

■ 店舗数の推移



▲出店加速フェーズへ移行し今期15店舗の出店を計画

■ FC店舗の出店再開



▲26年3月につくば店(茨城県)を出店

主カ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

■ 出店の再開



▲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



▲ライブ感のあるオープンキッチンと
油煙の匂いを防ぐ鉄板を採用

■ 選ばれるブランドづくり



▲グランドメニューを刷新



▲「焼師」制度を新設



▲期間限定フェアやアプリ販売
により来店を促進



焼きたての
カルビ

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



▲ラーメンカテゴリーの
強化



▲期間限定商品を高頻度に
販売



▲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



▲営業時間を
24時まで延長

■ 出店計画



▲関東・西日本エリアのほか
東北エリアへの出店を開始

主カブランドに続く新たな収益基盤の創出



町中華

丸福飯店

ワンコインラーメンと中華料理を組み合わせた
新たな郊外型町中華業態を開発



▲自家製もちもち麺の中華そばや中華料理をお手頃価格で楽しめる郊外型町中華。
26年2月に1店舗目となる豊橋向山本店(愛知県)をオープン



熟成肉とんかつ

とろろ堂

レストラン型とんかつ市場における
低価格モデルの開発

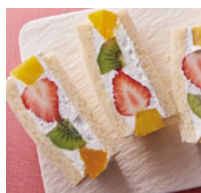


▲こだわりのとんかつをリーズナブルに郊外ロードサイドで楽しめる専門店。
25年2月に1店舗目となる豊橋曙本店(愛知県)をオープン



KAJITSUYA CAFÉ

多店舗展開に向けた
フォーマットの改善



▲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



熟成醤油ラーメン

とろろ堂

ブランドの磨き込みと出店を再開



▲「熟成醤油きゃべとん」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

海外事業の拡大

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

海外展開の成長ドライバーとして店舗数拡大



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。中華圏で72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。中国で8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・タイ)



進出エリアでの多店舗展開を推進



▲26年3月にタイで1号店を出店し、東南アジアで6店舗を展開



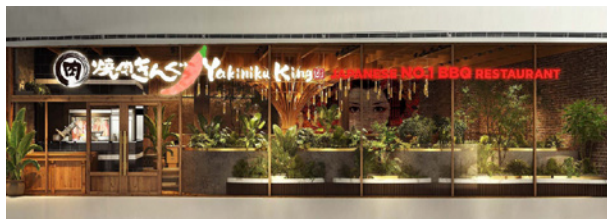
高収益フォーマットへの磨き込み



▲『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4店舗を展開



2号店を出店を計画



▲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)



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



運営モデルの標準化を推進



▲郊外ロードサイド型中規模鉄板焼きレストラン。26年4月に当社グループ入り。
米国で1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895店舗を展開

2026年3月31日現在

市場
売上高
順位

焼肉

1位



焼肉きんぐ

▶ 焼肉きんぐ

ラーメン

1位



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

寿司・しゃぶしゃぶ

3位



寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵

- ▶ 寿司・しゃぶしゃぶ
ゆず庵

専門店・新業態



焼きたてのかるび

- ▶ お好み焼本舗
- ▶ 焼きたてのかるび
- ▶ 魚貝三味 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
- ▶ 町中華 丸福飯店
- ▶ 熟成肉とんかつ ロース堂

海外



肉肉大米

- ▶ 北海道
蟹の岡田屋総本店
- ▶ 熟成牛挽肉と炊き立てごはん
肉肉大米
- ▶ 天天 天麩羅専門店
- ▶ Yakitate KALBI
- ▶ SHOGUN
- ▶ YAKINIKU KING

店舗数

364店舗

直営

233店舗

FC等

131店舗

246店舗

138店舗

108店舗

115店舗

98店舗

17店舗

69店舗

66店舗

3店舗

101店舗

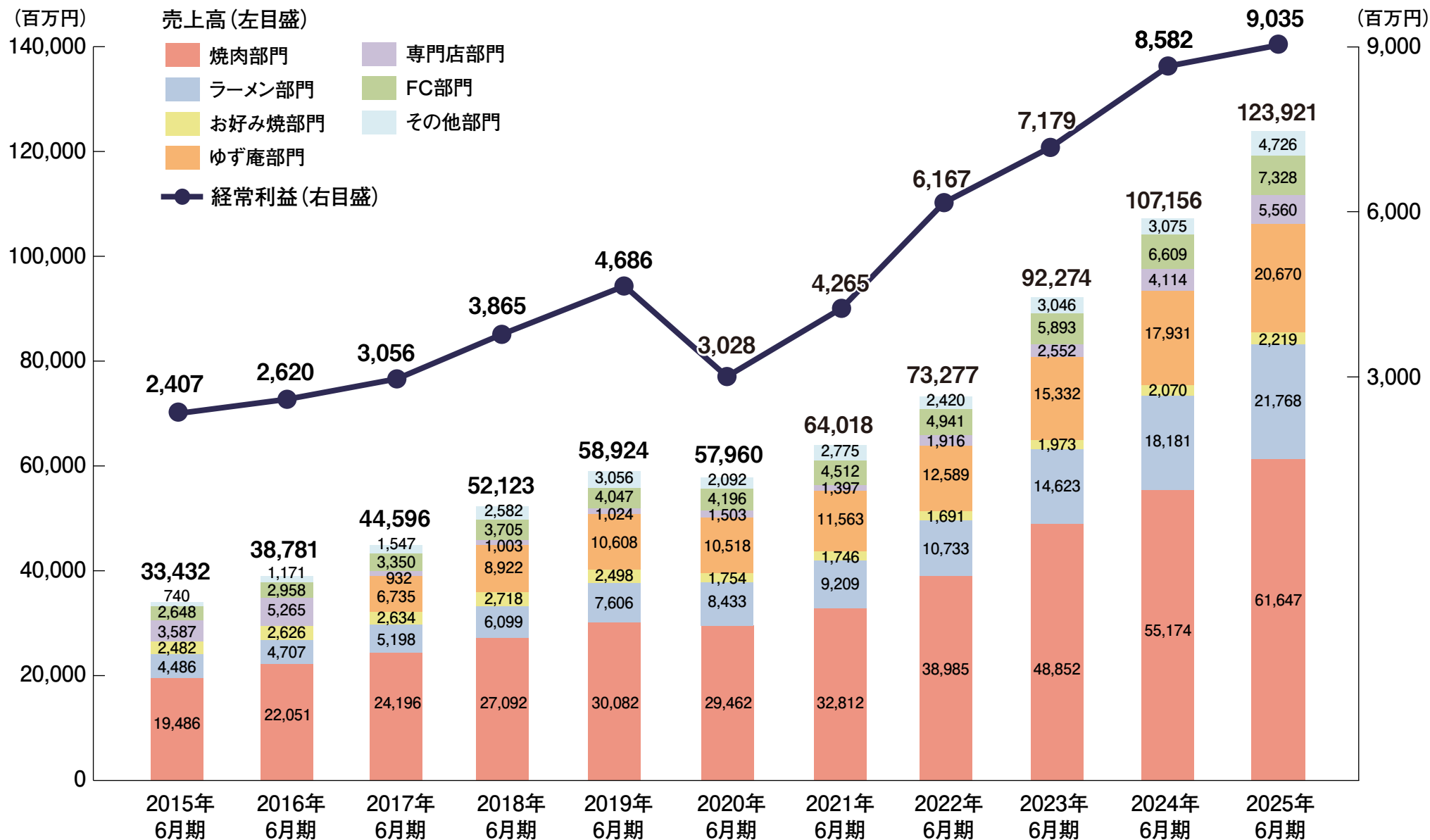
65店舗

36店舗*

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

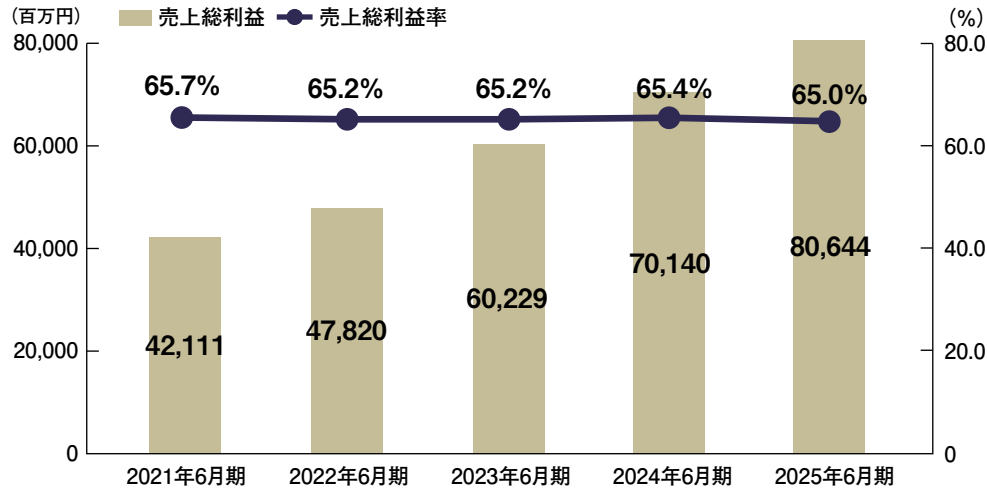
出典：富士経済外食産業マーケティング便覧2026

業績推移

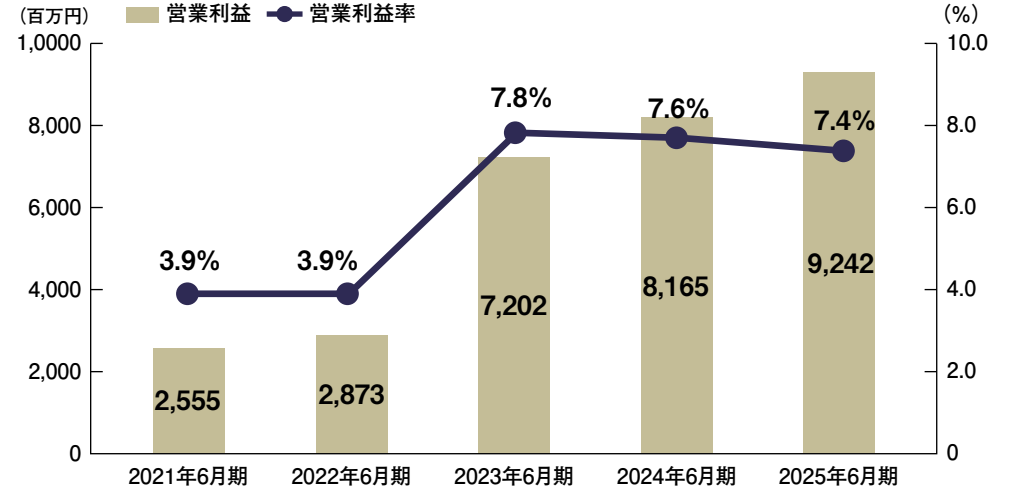


主要指標推移①

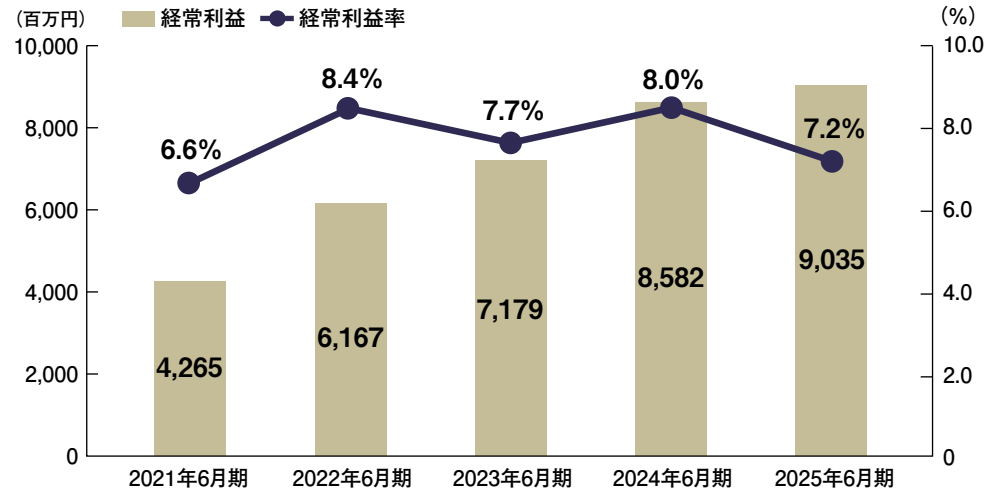
売上総利益と売上総利益率



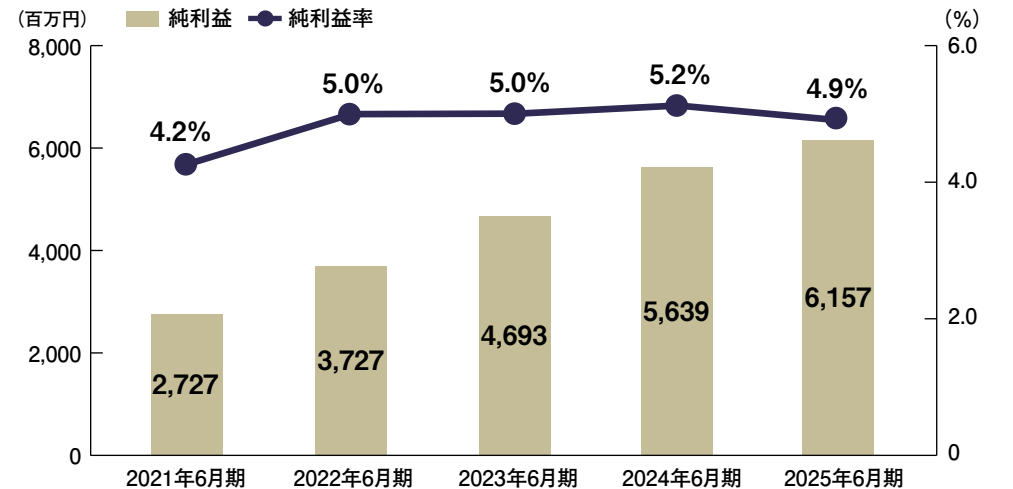
営業利益と営業利益率



経常利益と経常利益率

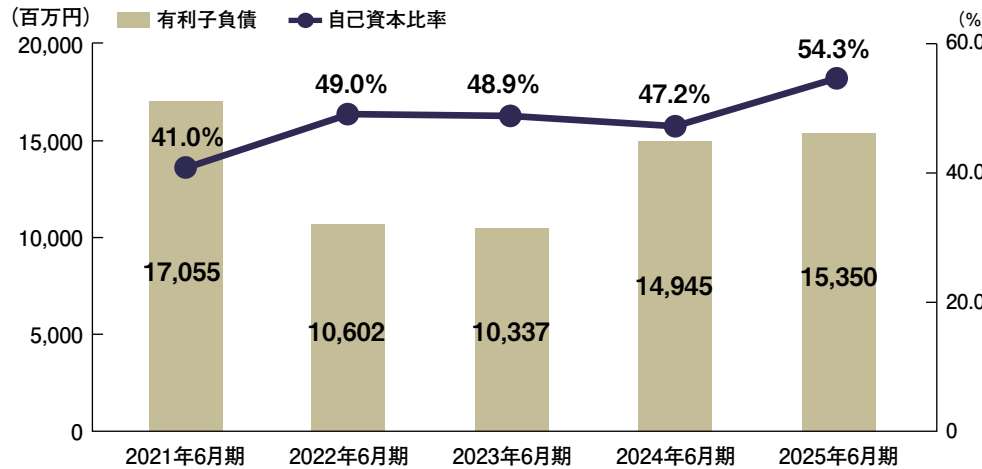


純利益と純利益率



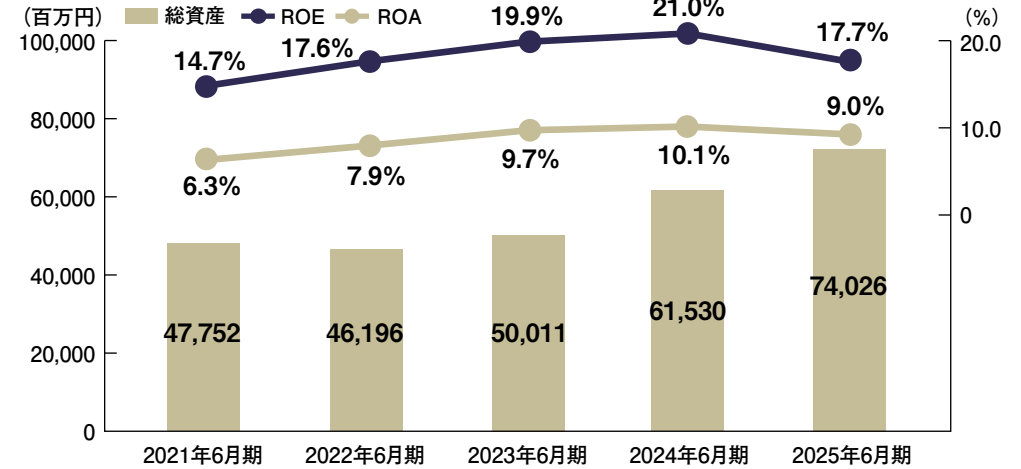
主要指標推移②

有利子負債と自己資本比率



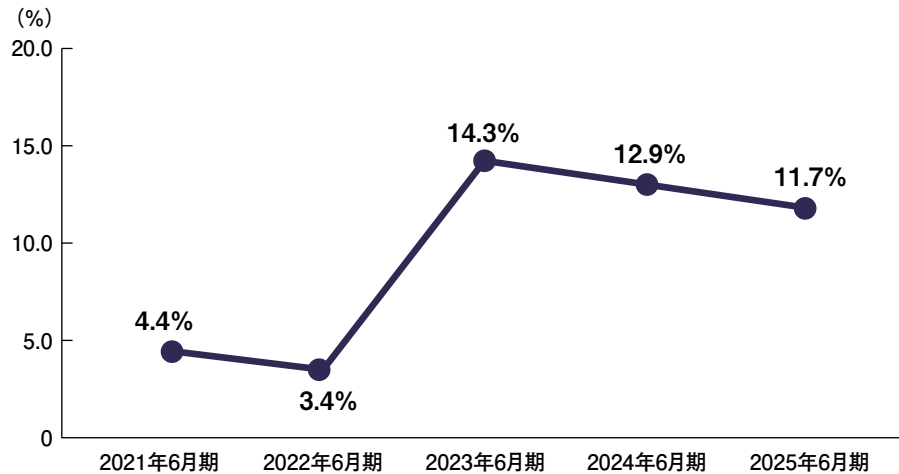
※有利子負債とは、短期借入金、一年内返済長期借入金、社債、長期借入金、リース債務を合算したものです

ROE・ROA



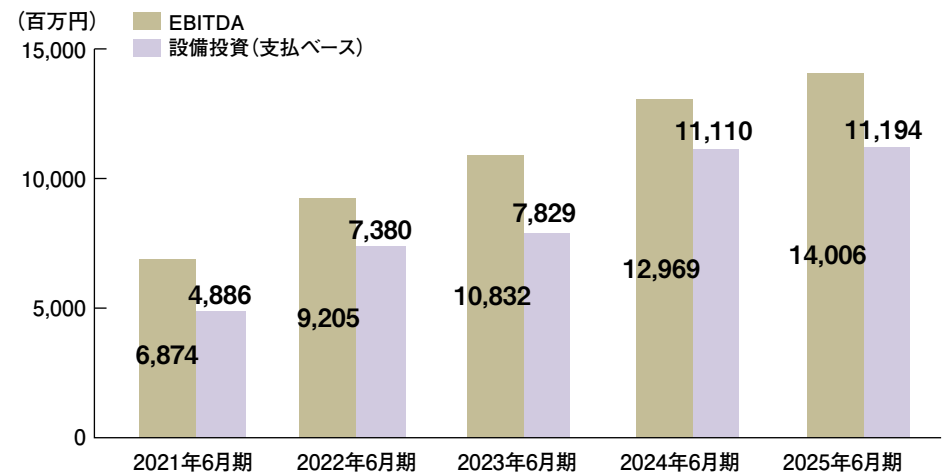
※ROA・ROEの計算式のそれぞれの分母は、期中平均の数値を採用しております

ROIC



※ROIC=税引後営業利益 (NOPAT) / 投下資本

設備投資・EBITDA

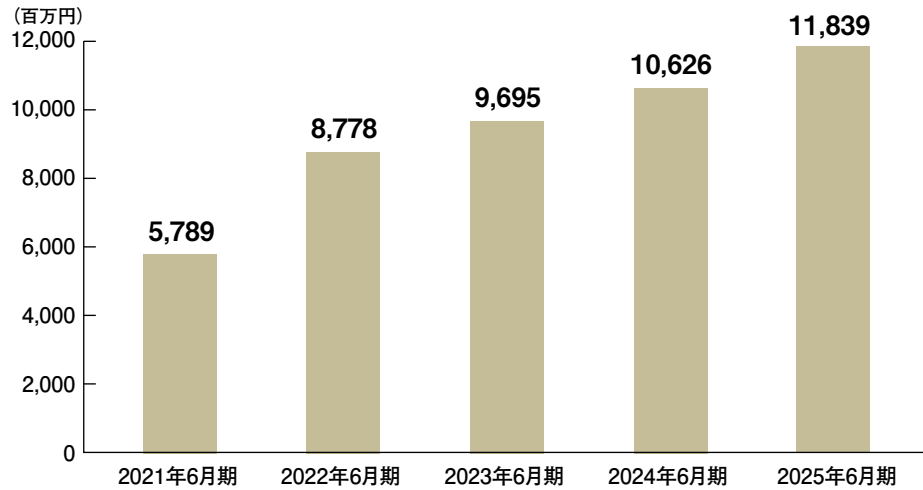


※EBITDAとは、経常利益+減価償却費としております

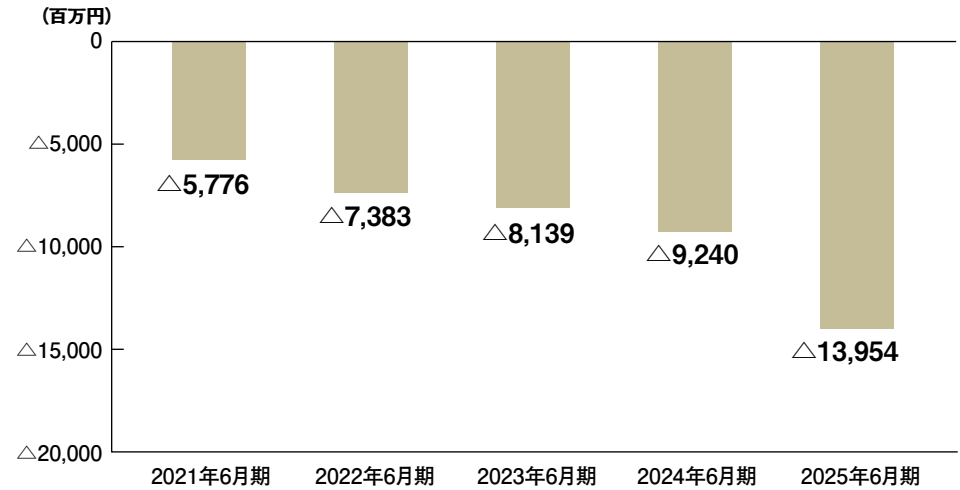
※設備投資 (支払ベース)とは、有形固定資産の取得+無形固定資産の取得+差入保証金の差入

主要指標推移③

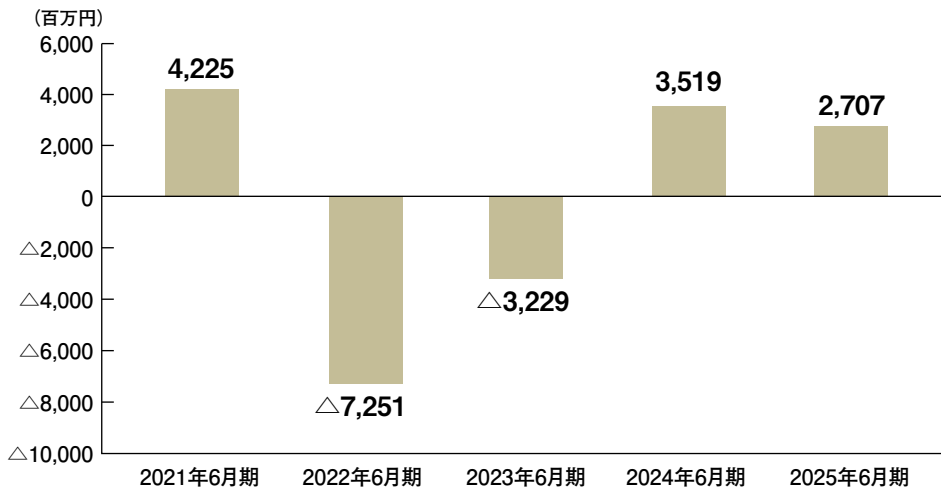
営業活動によるキャッシュ・フロー



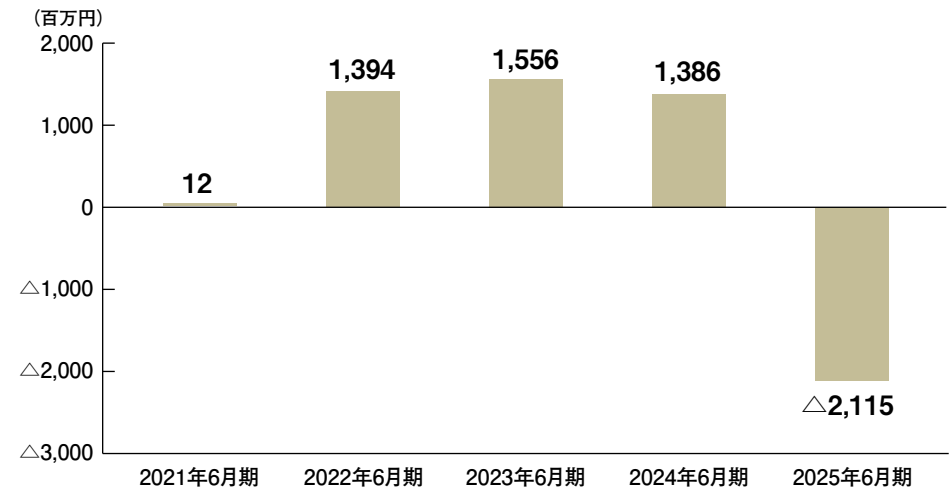
投資活動によるキャッシュ・フロー



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



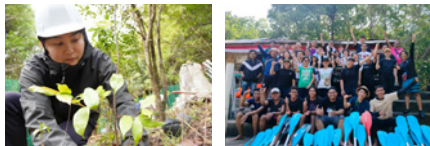
- 焼肉きんぐ2店舗にて太陽光発電設備を導入



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



- 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
- こども食堂へ食材を寄付



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

生物多様性の確保と持続可能な食材調達

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



- 野菜の皮や芯から生まれた野菜だし「ベジロード」を使用した茶碗蒸しの商品化



ベジロードで
使用されている
5つの野菜



- 店舗で余ったシャリを活用したドーナツを商品化



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
- 「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

サステナビリティ経営の推進

社会の取り組み

ダイバーシティ&インクルージョン

健康経営優良法人認定制度取得への取り組み



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



キャリア社員（中途社員）積極採用

- D&I AWARD 「ベストワークプレイス」を5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7年連続、「レインボー」認定を3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



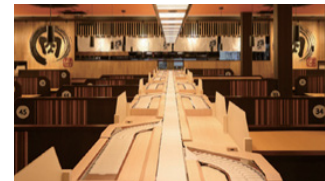
- ウェルフェアトレードへの賛同

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

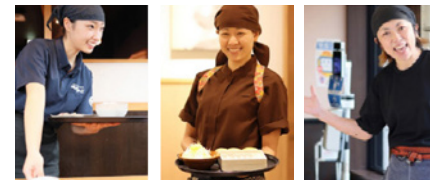


- ラーメン業態でのタッチパネル、セルフレジの導入
- 店舗来店予約のAI化
- 配膳ロボットの効果的な活用
- 焼肉さんぐにおける特急レーンの導入



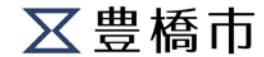
顧客満足度の向上

- 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!」への協賛

※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。一人ひとりに内容の異なる表彰状と記念品を贈呈します。

「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	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 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	
重点戦略	「業態開発力×人財力」で勝ち抜く成長戦略					
	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	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

※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