


JPX PRIME TOKYO

証券コード：3097

# 2026年6月期 決算説明資料

2026年8月19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.36

## レインボーコミュニケーションプロジェクト







▲差別や偏見のない社会を目指すプロジェクトに賛同し、
従業員のバッジ着用やセミナーなどの啓発活動を実施

## パートナー永年勤続表彰





▲長年働くパートナー（アルバイト）へ感謝の気持ちを込め、
勤続対象者に賞状と記念品を贈るイベントを開催

## もっと!ものがたり






▲一人ひとりの物語から理念を伝え、自己実現を応援するオウンドメディアが
「CONTENT MARKETING GRAND PRIX 2025」で優秀賞を受賞

## FTSE JPX Blossom Japan Index

FTSE JPX Blossom Japan Index

FTSE JPX Blossom Japan Sector Relative Index




▲ガバナンスや気候変動への取り組みがさらに高く評価され、
上位インデックスに初選定

※「もっと！ものがたり」URL
https://mottomonogatari.com/

# 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22.4%増、営業利益31.4%増、経常利益34.1%増、当期純利益(※1)42.0%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
・当期純利益は、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△582百万円発生

## 2 既存店の状況

**国内既存店売上高前年比105.0%**

・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103.9%
・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104.8%
・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109.5%
・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102.5%

## 3 新規出店の状況

**新規出店122店舗（海外59店舗を含む）**

・国内新規出店は、『焼肉きんぐ』21店舗（直営15店舗、FC6店舗）、『丸源ラーメン』19店舗（直営14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』10店舗（直営9店舗、FC1店舗）、『お好み焼本舗』3店舗（直営2店舗、FC1店舗）、
『焼きたてのかるび』7店舗（直営）、『果実屋珈琲』1店舗（直営）、『肉讃岐 もっちりうどん源次郎』1店舗（直営）
・海外新規出店は、中国『肉肉大米』37店舗（直営26店舗、FC11店舗）、『天天 天麩羅専門店』10店舗（直営）、香港『肉肉大米』4店舗（直営）、
台湾『肉肉大米』2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』2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919店舗。内訳は、国内808店舗（直営548店舗、FC260店舗）、海外111店舗（直営73店舗、FC等(※2)38店舗）

## 4 財務の状況

**自己資本比率54.1%**

・利益剰余金の積み上げにより純資産47,215百万円、自己資本比率54.1%（前期末差異△0.2ポイント）
・有利子負債は、17,424百万円（前期末差異2,074百万円増）

## 5 業績計画

**2027年6月期年間配当は、46円00銭を計画（新規上場以来19期連続増配）**

・売上高は、前期比14.1%増の173,084百万円、営業利益は14.1%増、経常利益は12.3%増、純利益は0.1%増。
・年間配当は、1株当たり年間46円00銭（連結配当性向20.1%）を計画

※1 当期純利益＝親会社株主に帰属する当期純利益
※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 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 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** | **123,921** | **147,159** | **151,689** | **122.4** | **27,767** | **103.0** | **4,529** | **売上高前年差+27,767百万円**<br>①国内店舗数増加による増加…… +12,772百万円<br>②海外カテゴリー(連結調整含)による増加 +9,517百万円<br>③国内既存店舗による増加 ……+5,047百万円<br>④FCカテゴリーによる増加…… +428百万円 |
| 焼肉 | 61,647(49.7) | 68,202(46.3) | 69,599(45.8) | 112.8 | 7,952 | 102.0 | 1,397 | |
| ラーメン | 21,768(17.5) | 24,966(16.9) | 25,088(16.5) | 115.2 | 3,320 | 100.4 | 122 | |
| ゆず庵 | 20,670(16.6) | 24,254(16.4) | 25,609(16.8) | 123.8 | 4,938 | 105.5 | 1,354 | |
| 専門店・新業態 | 7,779 (6.2) | 9,546 (6.4) | 9,351 (6.1) | 120.2 | 1,571 | 97.9 | △195 | |
| FC | 7,342 (5.9) | 7,679 (5.2) | 7,809 (5.1) | 106.3 | 466 | 101.6 | 130 | |
| 海外 | 4,712 (3.8) | 12,509 (8.5) | 14,254 (9.3) | 302.4 | 9,541 | 113.9 | 1,744 | |
| 連結調整 | ― (―) | 0 (0.0) | △23 (0.0) | ― | △23 | ― | △24 | |
| **売上総利益** | **80,644** (65.0) | **96,256** (65.4) | **99,620** (65.6) | **123.5** | **18,976** | **103.4** | **3,364** | **売上総利益率前年差+0.5ポイント**<br>①国内事業の売上総利益率の良化… +0.2ポイント<br>②海外事業の売上総利益率の良化… +3.2ポイント |
| **販売費及び一般管理費** | **71,401** (57.6) | **85,485** (58.0) | **87,474** (57.6) | **122.5** | **16,072** | **102.3** | **1,989** | **経常利益前年差+3,086百万円**<br>①国内既存店舗による増加 ……+1,855百万円<br>②国内店舗数増加／FCカテゴリーによる増加+2,037百万円<br>③連結調整における増加 ……+333百万円<br>④海外カテゴリーにおける増加……+173百万円<br>⑤本社経費・共通経費等による減少 △1,313百万円 |
| **営業利益** | **9,242** (7.4) | **10,771** (7.3) | **12,145** (8.0) | **131.4** | **2,903** | **112.7** | **1,374** | |
| **経常利益** | **9,035** (7.2) | **10,600** (7.2) | **12,122** (7.9) | **134.1** | **3,086** | **114.3** | **1,522** | **経常利益率+0.6ポイント**<br>①売上総利益率の増加 …… +0.5ポイント<br>②販売費及び一般管理費率 ……△0.0ポイント<br>③営業外収益の増加 …… +0.1ポイント |
| **当期純利益** | **6,157** (4.9) | **7,416** (5.0) | **8,743** (5.7) | **142.0** | **2,586** | **117.8** | **1,327** | **当期純利益前年差+2,586百万円**<br>①特別利益の発生 ……+148百万円<br>②特別損失の発生 …… △582百万円 |
| **EBITDA** | **14,007** (11.3) | **16,373** (11.1) | **18,248** (12.0) | **130.2** | **4,241** | **111.4** | **1,874** | |

※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（国内事業・海外事業別）

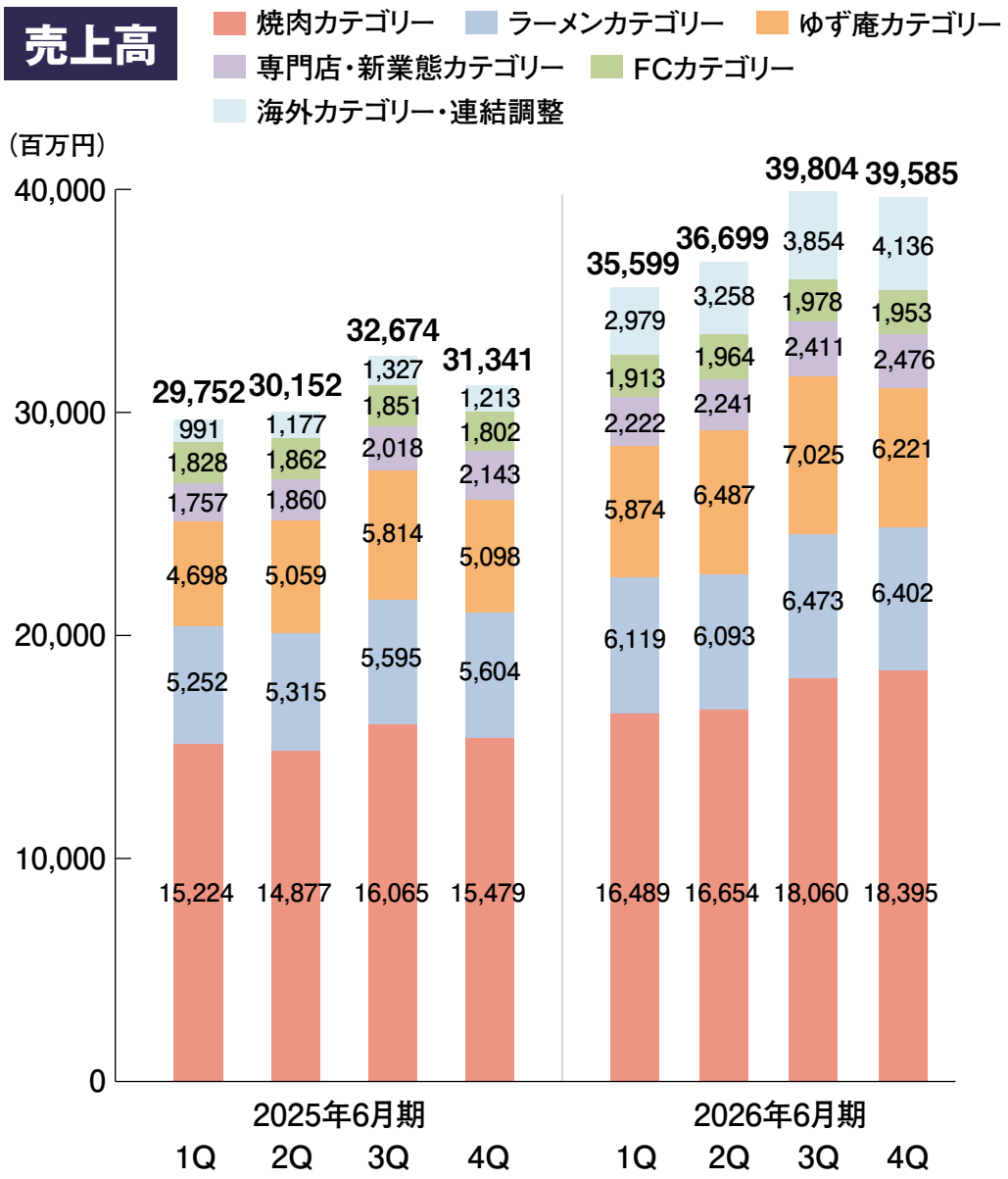
（単位：百万円）

| | 2025年6月期 | 2026年6月期 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 通期 | 通期 | | 対前年差異 | | 対計画差異 | |
| | 実績<br>（売上比%） | 計画<br>（売上比%） | 実績<br>（売上比%） | % | 金額 | % | 金額 |
| **売上高** | **123,921** | **147,159** | **151,689** | **122.4** | **27,767** | **103.0** | **4,530** |
| **国内** | **119,208**<br>(96.1) | **134,649**<br>(91.4) | **137,458**<br>(90.6) | **115.3** | **18,249** | **102.0** | **2,809** |
| **海外** | **4,712**<br>(3.8) | **12,509**<br>(8.5) | **14,254**<br>(9.3) | **302.4** | **9,541** | **113.9** | **1,745** |
| 中国 | 4,168(3.3) | 5,352(3.6) | 7,036(4.6) | 168.8 | 2,867 | 131.4 | 1,684 |
| 米国 | －　(－) | 5,398(3.6) | 5,379(3.5) | － | 5,379 | 99.6 | △19 |
| その他※ | 544(0.4) | 1,758(1.1) | 1,838(1.2) | 337.5 | 1,293 | 104.5 | 80 |
| 連結調整 | －　(－) | 0(0.0) | △23　(－) | － | △23 | － | △23 |
| **営業利益** | **9,242**<br>(7.4) | **10,771**<br>(7.3) | **12,145**<br>(8.0) | **131.4** | **2,903** | **112.7** | **1,374** |
| **国内** | **9,379**<br>(7.8) | **10,138**<br>(7.5) | **11,769**<br>(8.5) | **125.4** | **2,389** | **116.0** | **1,631** |
| **海外** | **11**<br>(0.2) | **387**<br>(3.0) | **171**<br>(1.2) | **1527.4** | **159** | **44.1** | **△216** |
| 中国 | 403(9.6) | 627(11.7) | 676(9.6) | 167.7 | 273 | 107.8 | 49 |
| 米国 | 0　(－) | △36　(－) | 20(0.3) | － | 20 | － | 56 |
| その他※ | △391　(－) | △203　(－) | △ 526　(－) | － | △134 | － | △323 |
| 連結調整 | △148　(－) | 246　(－) | 205　(－) | － | 354 | 83.3 | △41 |

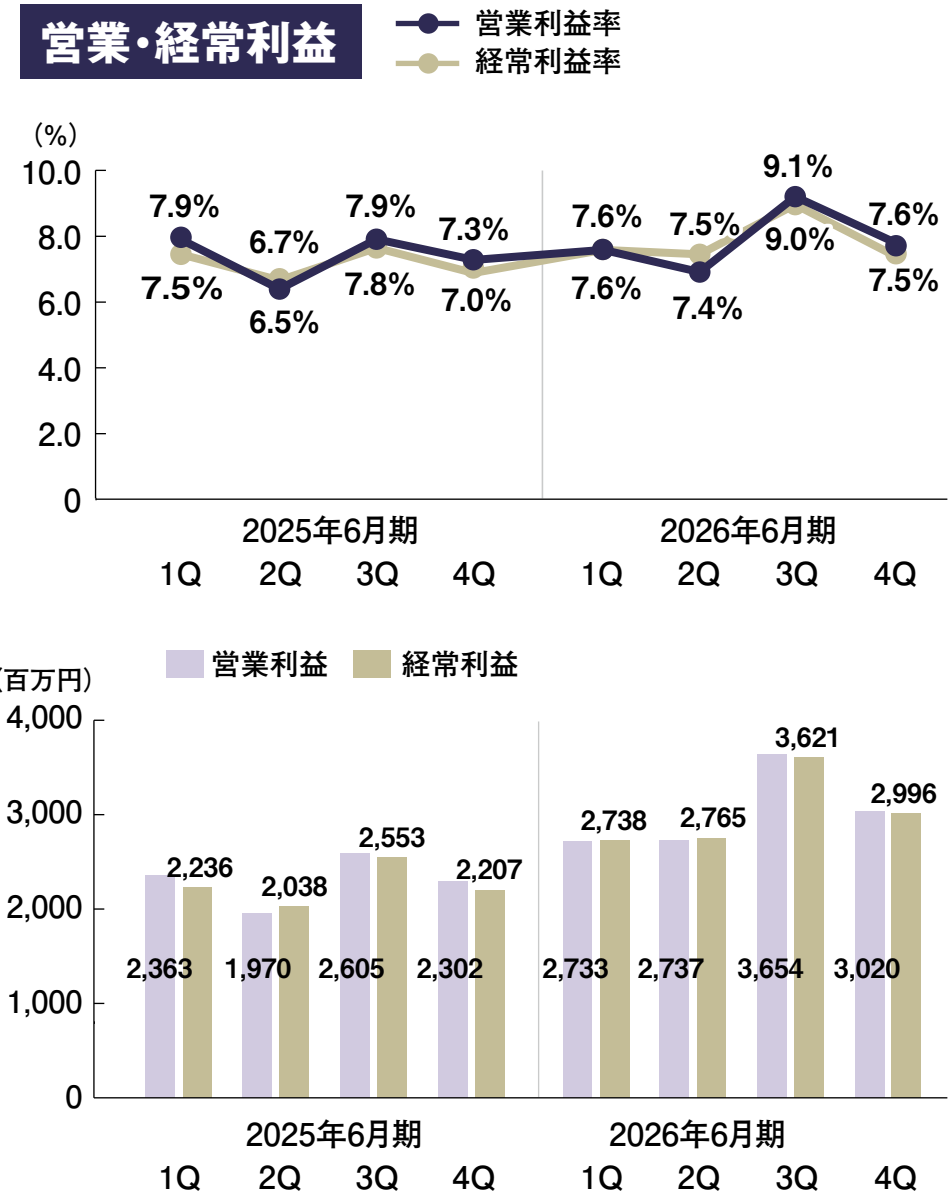
※『PT.Agrapana Niaga Gemilang』、『物語香港有限公司』、『物語台湾股份有限公司』、『Storytellers（Thailand）Co., Ltd』、および海外フランチャイズ加盟店からの売上ロイヤルティ・加盟金・業務委託料等の合計です

# 業績概要③（四半期業績の推移）

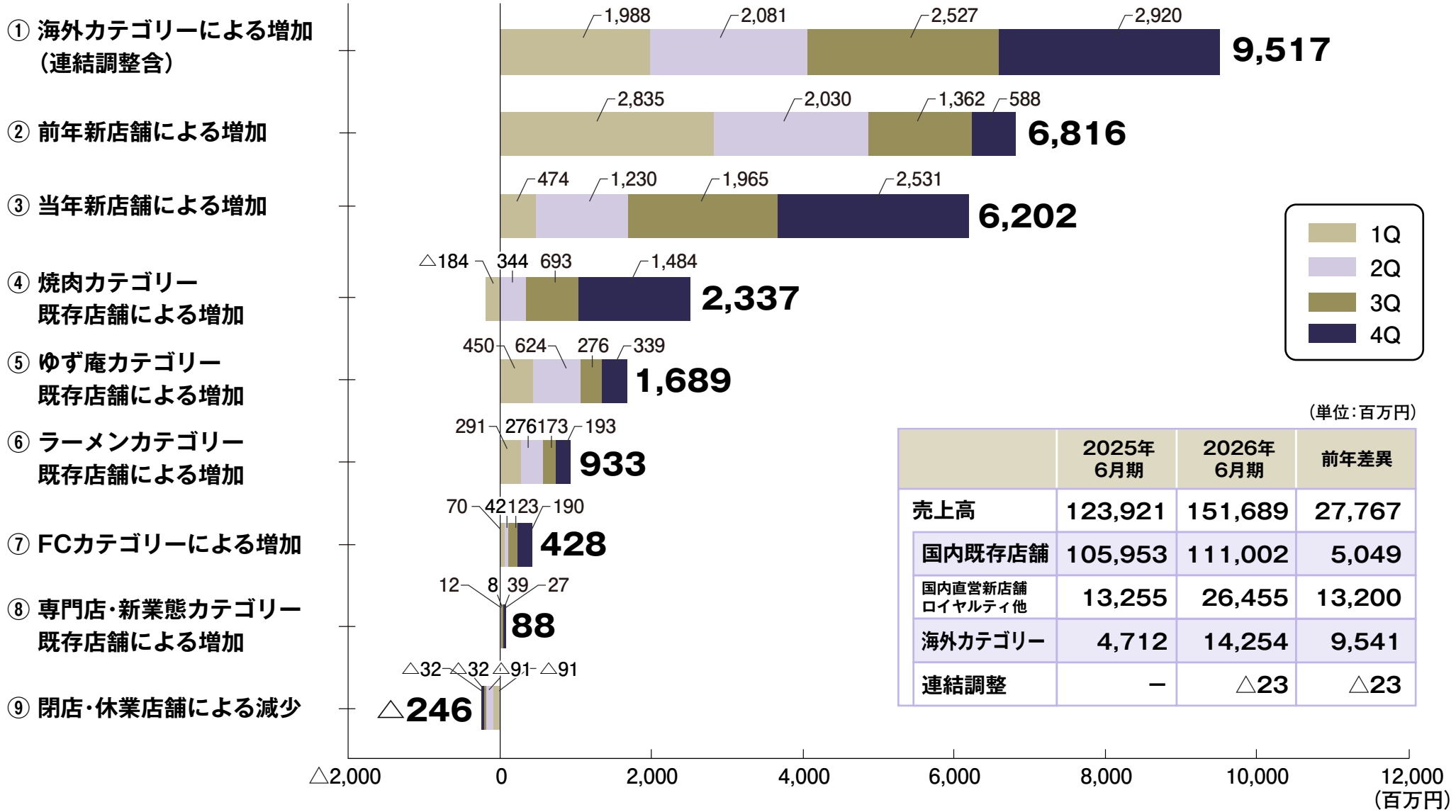
## 売上高




## 営業・経常利益



# 業績概要（売上高の対前年増減要因）

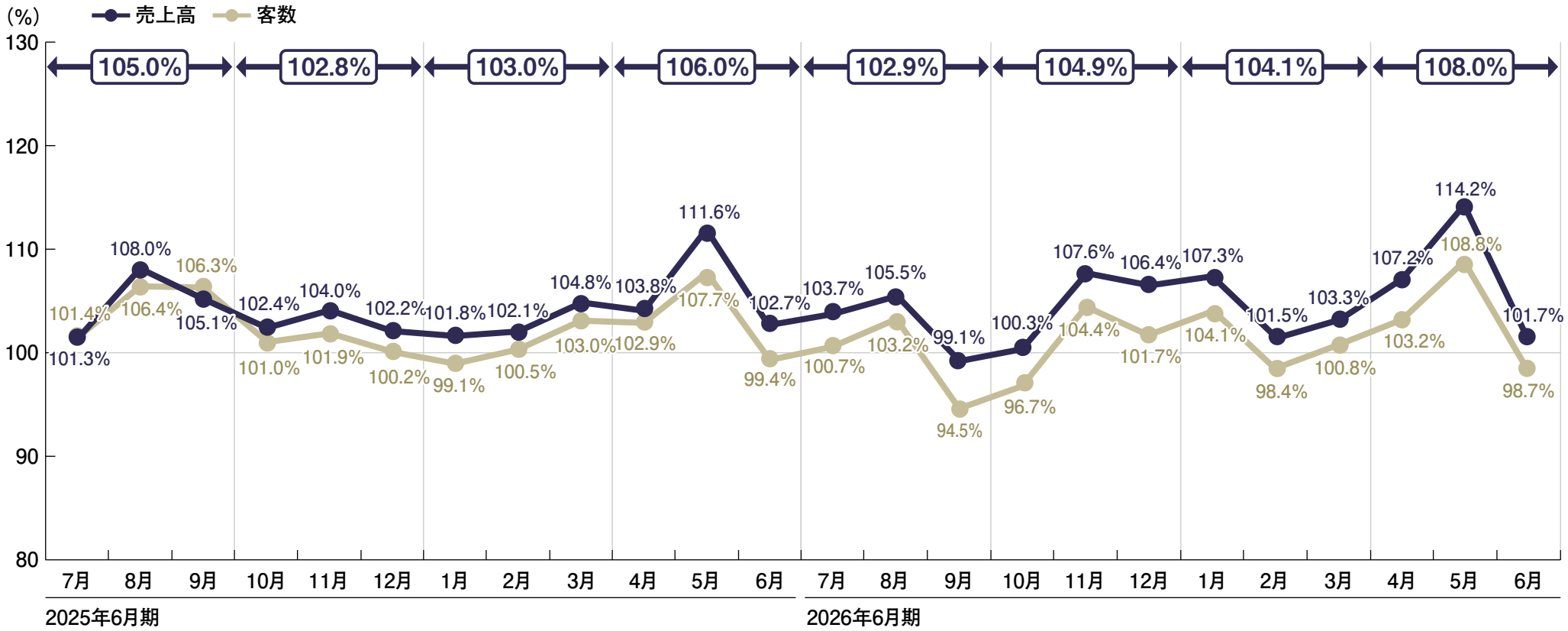



（単位：百万円）

| | 2025年6月期 | 2026年6月期 | 前年差異 |
|---|---|---|---|
| 売上高 | 123,921 | 151,689 | 27,767 |
| 国内既存店舗 | 105,953 | 111,002 | 5,049 |
| 国内直営新店舗 ロイヤルティ他 | 13,255 | 26,455 | 13,200 |
| 海外カテゴリー | 4,712 | 14,254 | 9,541 |
| 連結調整 | － | △23 | △23 |

※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）




（単位：%）

| | 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 |
| 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 |
| 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 |
| 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 |

| | 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 |
| 売上高 | 103.7 | 105.5 | 99.1 | 100.3 | 107.6 | 106.4 | 107.3 | 101.5 | 103.3 | 107.2 | 114.2 | 101.7 | 105.0 |
| 客　数 | 100.7 | 103.2 | 94.5 | 96.7 | 104.4 | 101.7 | 104.1 | 98.4 | 100.8 | 103.2 | 108.8 | 98.7 | 101.4 |
| 客単価 | 103.0 | 102.2 | 104.8 | 103.7 | 102.9 | 104.5 | 103.0 | 103.2 | 102.4 | 103.8 | 105.0 | 103.0 | 103.6 |

※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カ月以上稼動している店舗と定義しております

# 出退店状況

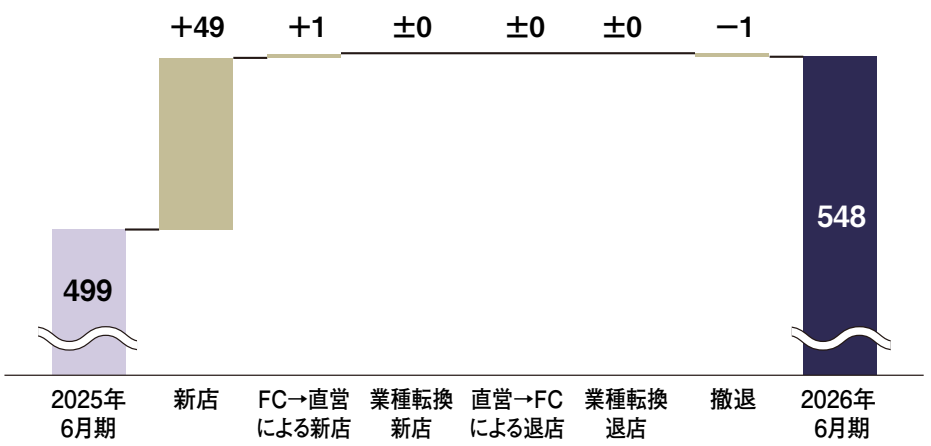
（単位：店舗）

| カテゴリー | 種別 | 2025年6月期 | 2026年6月期 | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 期末店舗数 | 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 | 15 | 0 | 0 | 238 |
| | FC | 128 | 5 | 6 | 2 | 3 | 131 |
| ラーメン | 直営 | 128 | 20 | 15 | 0 | 0 | 143 |
| | FC | 104 | 3 | 5 | 1 | 1 | 108 |
| ゆず庵 | 直営 | 90 | 14 | 9 | 0 | 0 | 99 |
| | FC | 16 | 1 | 1 | 1 | 0 | 17 |
| 専門店・新業態 | 直営 | 58 | 17 | 11 | 0 | 1 | 68 |
| | FC | 4 | 0 | 1 | 1 | 1 | 4 |
| 海外合計 | 直営 | 34 | 21 | 42 | 3 | 3 | 73 |
| | FC等※ | 25 | 9 | 17 | 0 | 4 | 38 |
| 国内・直営合計 | | 499 | 66 | 50 | 0 | 1 | 548 |
| 国内・FC合計 | | 252 | 9 | 13 | 5 | 5 | 260 |
| 海外合計 | | 59 | 30 | 59 | 3 | 7 | 111 |
| 合　計 | | 810 | 105 | 122 | 8 | 13 | 919 |

※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

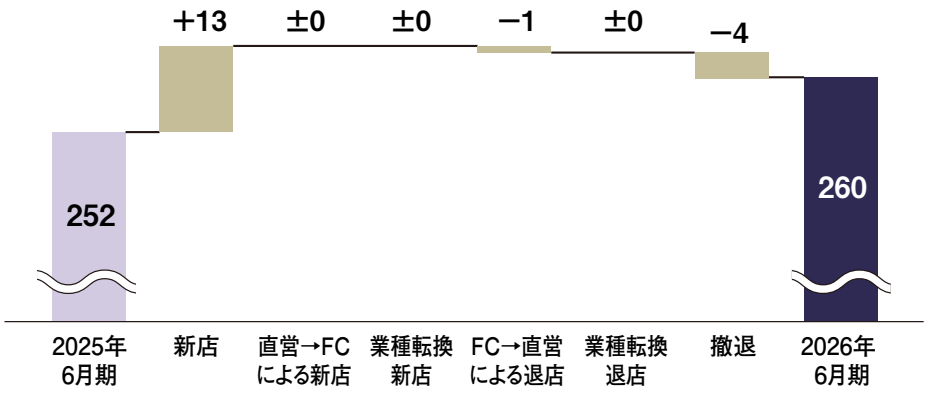
## 国内・直営店舗数

（単位：店舗）




## 国内・FC店舗数

（単位：店舗）



# ご参考：店舗展開（直営・FC等）

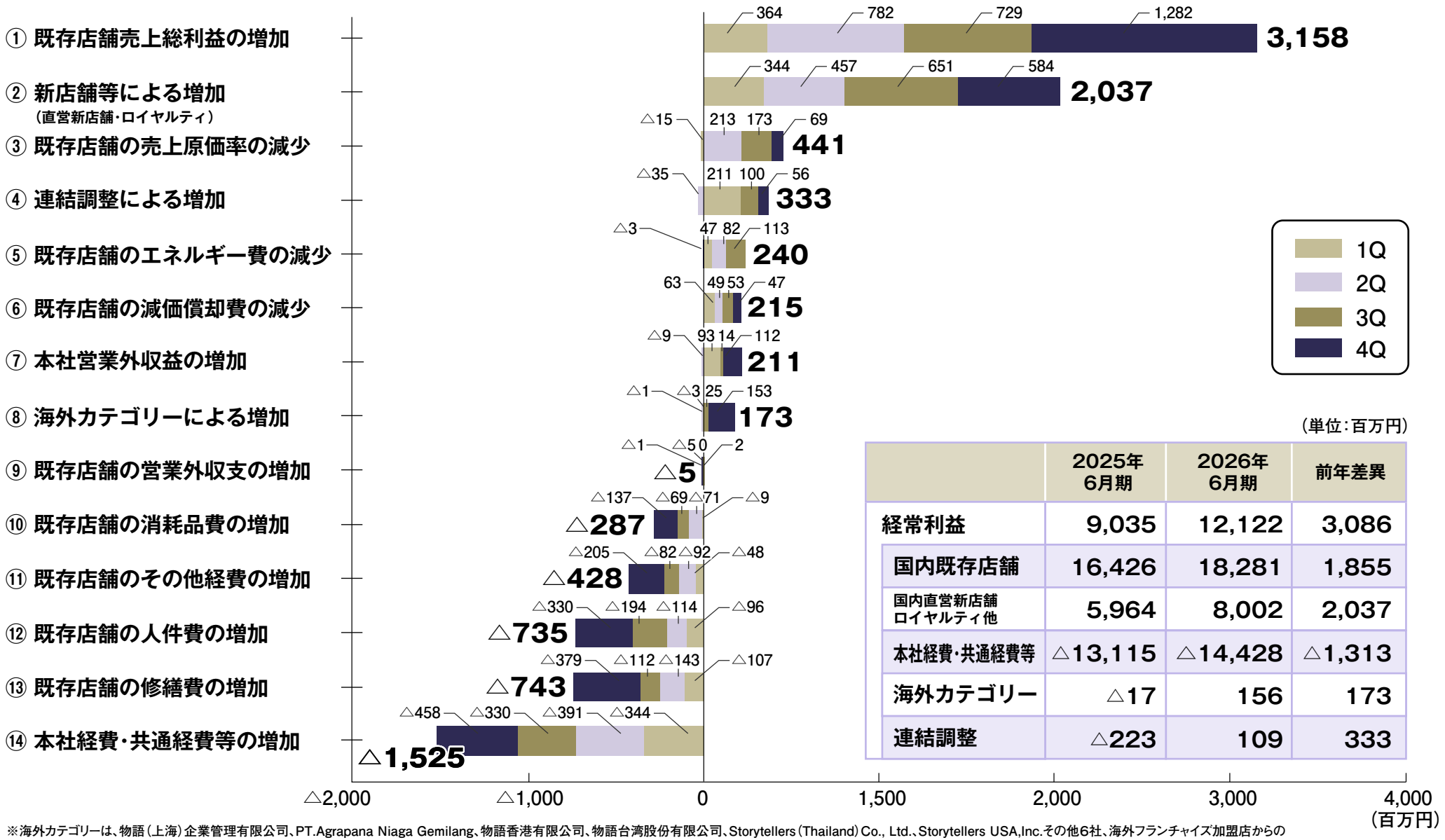
## 9カ国・地域で919店舗を展開（直営・FC等） 2026年6月30日現在




### 展開地域

| 【ブランド】 | 【国・地域】 | 【店舗数】 |
|---|---|---|
| 焼肉きんぐ / 焼肉きんぐ Yakiniku King | 日本 | 369 |
| | フィリピン | 1 |
| 丸源ラーメン / 二代目丸源 / 熟成醤油ラーメン さべとん | 日本 | 251 |
| 寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵 | 日本 | 116 |
| お好み焼本舗 | 日本 | 22 |
| 焼きたてのかるび | 日本 | 38 |
| げん屋 / 源氏 / NIKUGEN / 焼肉ホルモン大好き 焼肉はっぴー | 日本 | 6 |
| 町中華 丸福飯店 / 果実屋珈琲 / 熟成肉とんかつ ロース堂 / 肉酒場 もっちりうどん | 日本 | 6 |
| 肉肉大米 / NIKU NIKU OH!! KOME 肉肉大米 | 中国 | 72 |
| | 香港 | 5 |
| | 台湾 | 2 |
| | インドネシア | 2 |
| | フィリピン | 2 |
| | シンガポール | 2 |
| | タイ | 1 |
| 天天 | 中国 | 11 |
| 蟹料理専門店 岡田屋 | 中国 | 1 |
| Yakitate KALBI YAKINIKU-DON | インドネシア | 4 |
| SHŌGUN TEPPAN STEAK & SUSHI | 北米 | 8 |

# 経常利益（連結）の増減要因




（単位：百万円）

| | 2025年6月期 | 2026年6月期 | 前年差異 |
|---|---|---|---|
| 経常利益 | 9,035 | 12,122 | 3,086 |
| 国内既存店舗 | 16,426 | 18,281 | 1,855 |
| 国内直営新店舗ロイヤルティ他 | 5,964 | 8,002 | 2,037 |
| 本社経費・共通経費等 | △13,115 | △14,428 | △1,313 |
| 海外カテゴリー | △17 | 156 | 173 |
| 連結調整 | △223 | 109 | 333 |

※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

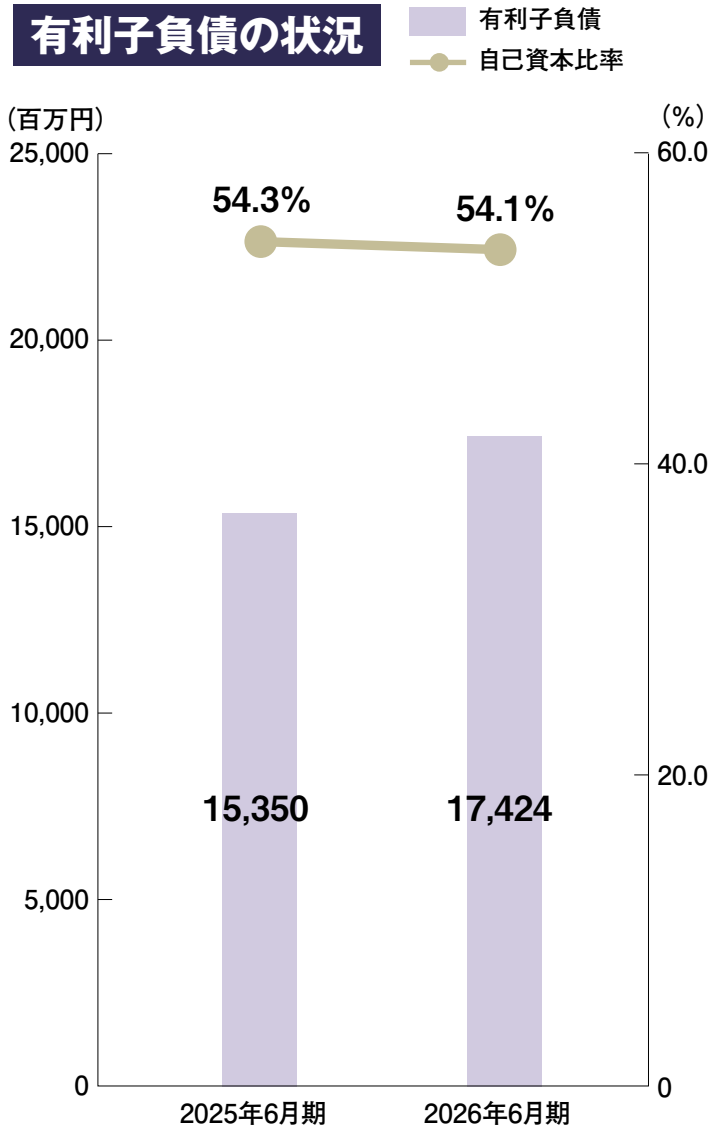
# 財務概要（連結）

## 貸借対照表（連結）

（単位:百万円）

| | 2025年6月期 | 2026年6月期 | 主な増減 |
|---|---|---|---|
| **資産の部** | | | |
| 流動資産 | 21,139 | 27,792 | 現金及び預金の増加 ……4,472百万円<br>売掛金の増加 ……1,079百万円 |
| 固定資産 | 52,887 | 59,205 | 有形固定資産の増加 ……4,837百万円<br>投資その他の資産……1,155百万円 |
| **負債の部** | | | |
| 流動負債 | 18,811 | 22,548 | 未払法人税等の増加 ……1,082百万円<br>1年内返済予定の長期借入金……1,030百万円<br>買掛金の増加 ……727百万円 |
| 固定負債 | 14,851 | 17,233 | 長期借入金の増加 ……2,100百万円 |
| **純資産の部** | | | |
| 純資産 | 40,364 | 47,215 | 利益剰余金の増加 ……7,279百万円 |

## 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

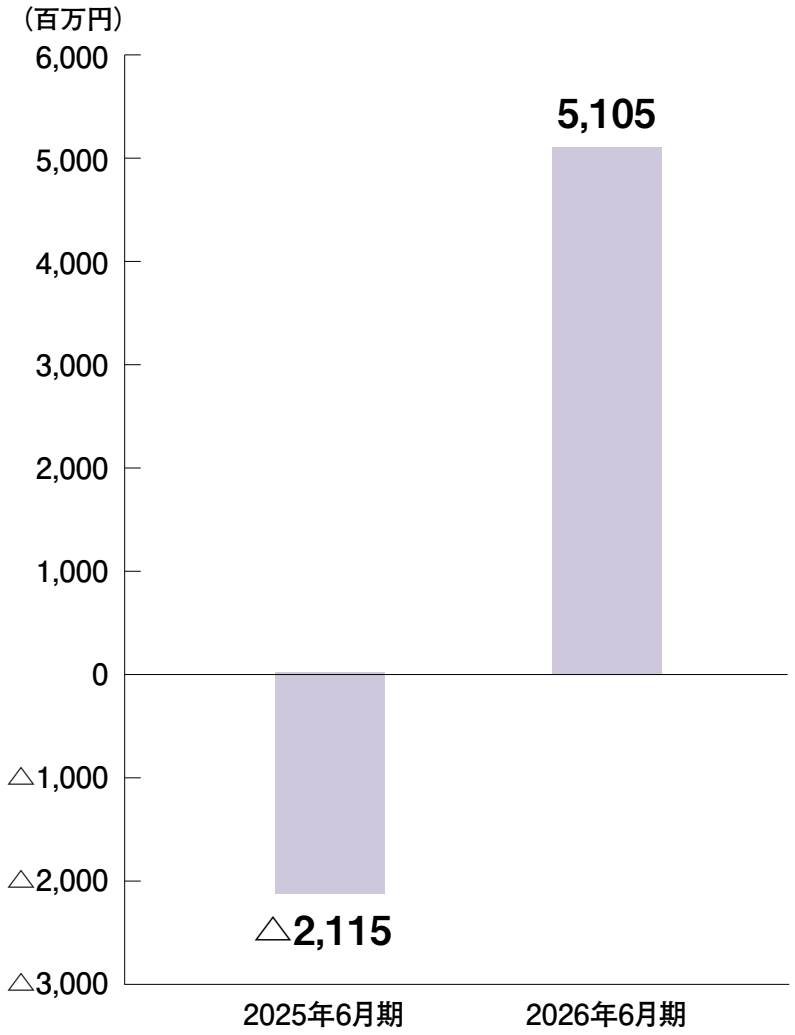
# キャッシュ・フロー（連結）概要

## キャッシュ・フロー計算書

（単位:百万円）

| | 2026年6月期<br>累計 | 増減内容 |
|---|---|---|
| 営業活動による<br>キャッシュ・フロー | 16,033 | 主に税金等調整前当期純利益<br>11,687百万円、<br>減価償却費6,031百万円によるもの |
| 投資活動による<br>キャッシュ・フロー | △10,927 | 主に新規出店に伴う<br>有形固定資産の取得による<br>支出10,039百万円によるもの |
| 財務活動による<br>キャッシュ・フロー | △494 | 主に短期借入金の返済による<br>支出9,000百万円、<br>短期借入れによる<br>収入8,000百万円によるもの |
| 現金及び現金同等物の<br>純増加（減少）額 | 4,654 | |
| 現金及び現金同等物の<br>期首残高 | 12,338 | |
| 現金及び現金同等物の<br>期末残高 | 16,993 | |

## 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

# 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）
# 進捗状況

# 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―

❶ 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】
❷ 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】
❸ 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」**

# 「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<br>**プラス成長** | グループ店舗売上高<br>**3,000億円**<br>連結売上高<br>**2,200億円** | 経常利益率<br>**10.0%**<br>1人当たり経常利益<br>**年平均10%以上成長** | ROE/ROIC<br>**15.0%以上**<br>ROA<br>**7.0%以上** | 累進配当<br>配当性向<br>**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**

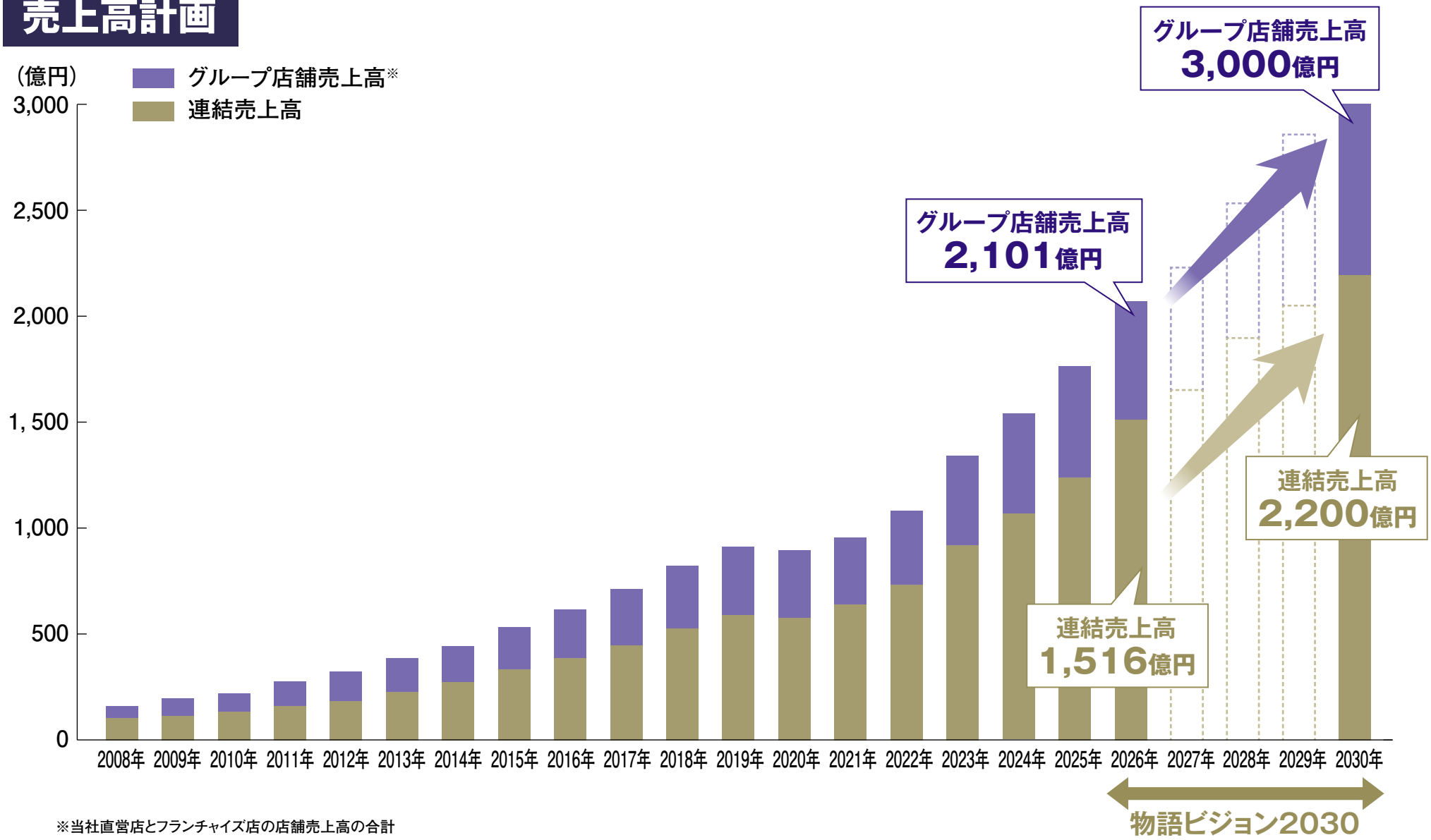
①多様な理念型人財の採用と活躍
②個の覚醒とD&I
③プロフェッショナルリーダーの育成

| サステナビリティ経営戦略 | 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<br>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」業績推移

## 売上高計画

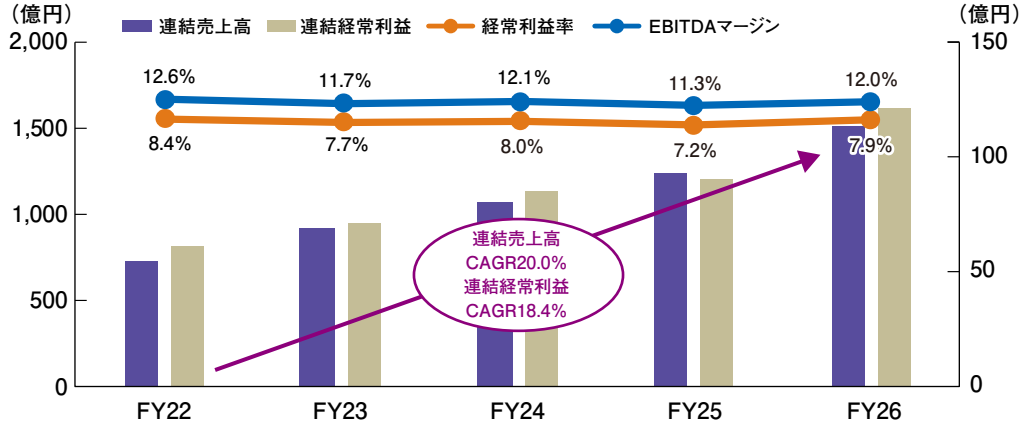



※当社直営店とフランチャイズ店の店舗売上高の合計

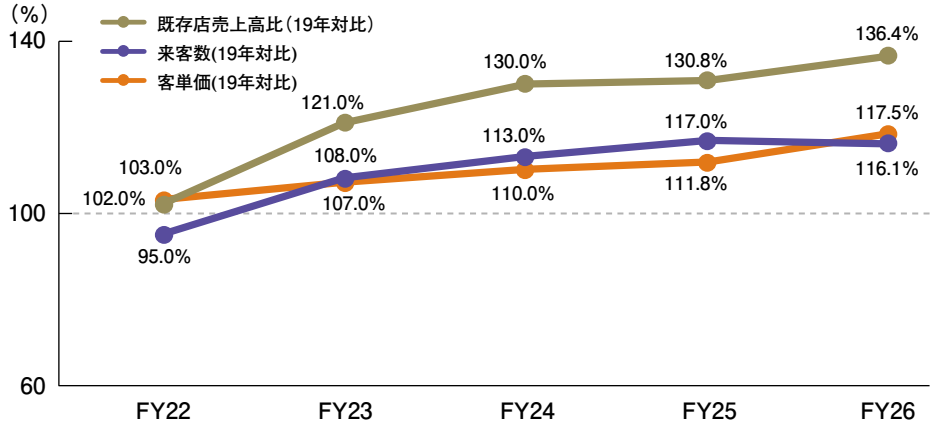
# 連結業績の状況

## 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

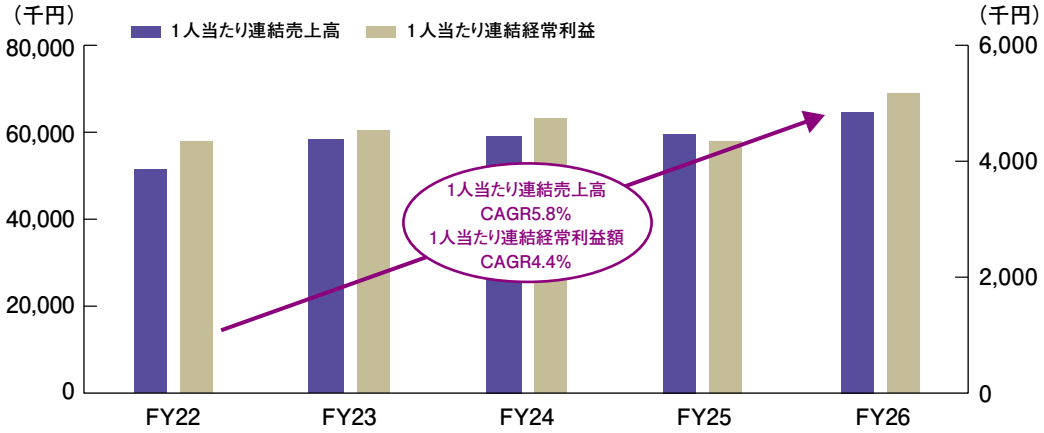
### 連結売上高及び経常利益額推移



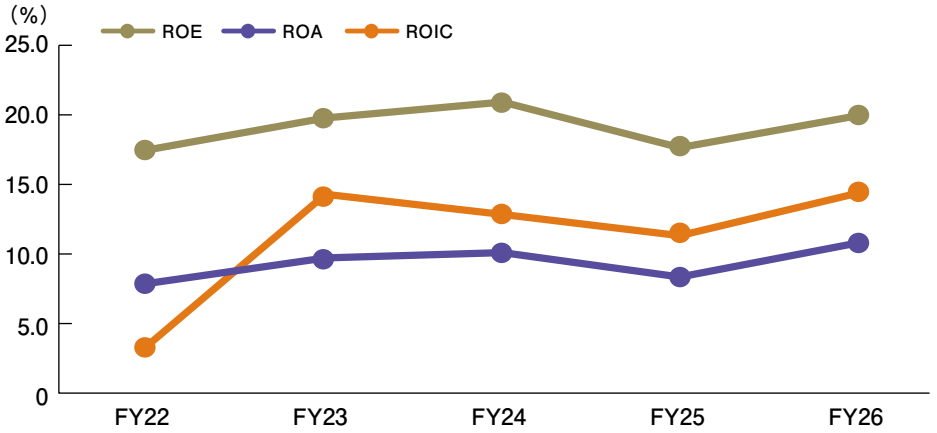

### 既存店売上高前年比及び来客数、客単価の推移




### 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)

# 主要経営目標の状況

| | | 2025年6月期 実績 | 中期3カ年経営計画 2025年8月8日発表 | | | 中期3カ年経営計画 進捗と見通し | | | 物語ビジョン2030 2030年6月期 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 2026年6月期 計画 | 2027年6月期 計画 | 2028年6月期 計画 | 2026年6月期 実績 | 2027年6月期 予想 | 2028年6月期 見通し | |
| 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 | 2,101億円 | 2,357億円 | 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 | 1,516億円 | 1,730億円 | 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 | 121億円 | 136億円 | 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 | | | 105.0% | 103.4% | 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 | | | 101.4% | 100.6% | プラス成長 | プラス成長 |
| 6 | 1人当たり経常利益 | 4.3百万円 | 年平均10%以上成長 | | | 5.1百万円 | 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 | | | 10.8% | 7.0%以上 | | 7.0%以上 |
| 8 | ROE | 17.7% | 15.0%以上 | | | 20.0% | 15.0%以上 | | 15.0%以上 |
| 9 | ROIC | 11.3% | 15.0%以上 | | | 14.5% | 15.0%以上 | | 15.0%以上 |
| 10 | 配当性向 | 21.0% | 20%以上・累進配当 | | | 18.9% | 20%以上・累進配当 | | 累進配当 |
| 11 | TSR | 13.0% | 15.0%以上 | | | 21.4% | 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

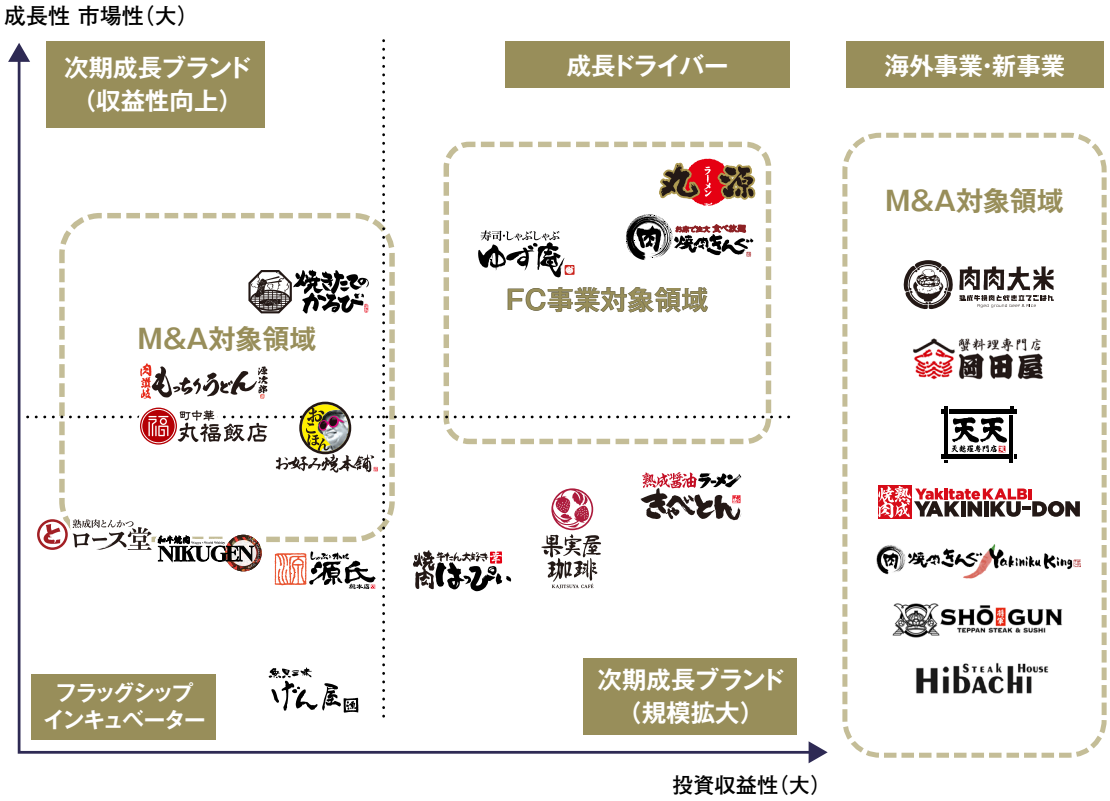
# カテゴリー別売上高の状況

| カテゴリー | | 2025年6月期<br>売上高 | 2026年6月期<br>売上高 | 2028年6月期<br>売上高計画 |
|---|---|---|---|---|
| 主力<br>ブランド | 焼肉<br>ラーメン<br>ゆず庵 | 1,040億円 | 1,202億円 | 1,457億円 |
| 新業態<br>ブランド | 専門店・<br>新業態 | 77億円 | 93億円 | 139億円 |
| FC<br>事業 | FC | 73億円 | 78億円 | 88億円 |
| 海外<br>事業 | 海外 | 47億円 | 142億円 | 238億円 |

# 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**
**世の中をイキイ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

## 中期的方向性

| | |
|---|---|
| 主力ブランド | • 中期経営計画達成の成長ドライバーとして、積極的な展開<br>• 「選ばれる理由」を持つブランドへと進化させ、カテゴリーシェアの拡大を目指す |
| 新業態ブランド | • 次期成長ドライバーとして育成・展開を模索<br>• 主力ブランドに続く新たな収益の柱を育成し、持続的な市場拡張と収益性の向上を図る |
| FC事業 | • 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<br>• 次期成長ブランドのFCフォーマット化の推進 |
| 海外事業他 | • グローバル成長基盤を構築し、2030年6月期海外売上高構成比率10%以上の達成を目指す<br>• M&A・新事業開発により事業領域を拡張 |

# 主要経営目標（非財務）の状況

| | | 2025年6月期 実績 | 2026年6月期 実績 | 物語ビジョン2030 2030年6月期 |
|---|---|---|---|---|
| 事業基盤KPI | 1 成長ドライバーブランド | 3ブランド | 3ブランド | 複数獲得 |
| | 2 市場シェアNo.1ブランド | 1ブランド | 2ブランド | 複数獲得 |
| | 3 育成ブランド獲得 | 6ブランド | 7ブランド | 複数獲得 |
| D&I KPI | 4 レインボー休暇取得率 | 94.2% | 95.9% | 100.0% |
| | 5 正社員離職率 | 15.2% | 16.7% | 15.0%以下 |
| | 6 男性社員の育休取得率 | 61.2% | 65.4% | 85.0%以上 |
| | 7 女性の管理的地位にある労働者の比率 | 6.4% | 7.5% | 10.0%以上 |
| サステナKPI | 8 GHG排出量（2020年度比） | 27.2%削減 | 27.4%削減 | 33.0%削減 |
| | 9 食品廃棄物量（2020年度比） | 2.0%削減 | 3.2%削減 | 30.0%削減 |
| | 10 プラスチック使用量（2020年度比） | 10.3%削減 | 12.9%削減 | 20.0%削減 |
| | 11 水の使用量（2020年度比） | 14.0%削減 | 13.4%削減 | 10.0%削減 |

# 事業環境と経営課題

**社会性ある経営理念が生む「業態開発力×人財力」こそが私たちの強み。**
**「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**

## 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）

### 高収益・高成長の実現

- 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・物流費における増加等インフレへの対応
- 企業価値を支える経営基盤の充実

### 人財力による競争優位の確立

- 理念型人財の採用と育成
- 多様性と個の覚醒を推進
- 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

### サステナビリティ推進と盤石な経営基盤（ガバナンス）の構築

- 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

# 主な取り組み

| 重点戦略 | | 評価 | 主な施策 | 課題 |
|---|---|---|---|---|
| 「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 | ○ | ●既存店売上のプラス成長、経常利益率10%の達成、および各カテゴリーでの国内市場No.1ブランド確立に向け順調に推移<br>●海外市場への展開、M&Aの検討、新業態・新事業の開発を進行<br>●配膳ロボットやセルフレジの全店導入など、AI・ロボティクス活用による業務オペレーションの省力化を推進<br>●購買力を活かした数量・品質・価格の安定確保によるコスト競争力の維持 | ●原材料・エネルギー・物流費の高騰や円安による、損益分岐点の構造的上昇への対応<br>●地政学リスクを見据えた調達ルートの複線化の早期確立<br>●実質賃金低下に伴う消費者の節約志向に対抗する、高付加価値・価格戦略の強化 |
| | 「個の覚醒」を加速させる理念型企業へ進化 | ○ | ●リファラル採用、インターナショナル採用などの多様な理念型人財の採用・活躍推進<br>●競争力ある賃金水準の確保や働きがい向上によるエンゲージメント強化<br>●次世代を担うリーダーや経営人財・プロフェッショナルリーダーの育成<br>●現場の多国籍化に合わせた教育基盤の刷新として、直感的に理解しやすい「マニュアルの多言語化・動画化」を全社展開 | ●好景気に伴う人財採用難および労働力不足の深刻化<br>中期目標である正社員離職率15%の達成に向けた定着強化<br>●事業の急拡大に伴う企業理念の希薄化と、それに伴うQSCs低下の抑制<br>●最低賃金1,500円目標（年率4%程度の人件費上昇）に耐えうる、人時売上高の引き上げと生産性向上の必達 |
| サステナビリティ経営戦略 | | ○ | ●主な外部ESG評価機関からの評価向上（FTSE,CDP等）<br>●GHG排出量の削減、および食品廃棄物量やプラスチック使用量の削減への取り組み<br>●食べ残し削減への啓発 | ●物流ドライバー不足（2024年問題等）に伴う配送網の維持困難リスクへの対応（配送頻度の見直しや他社との共同配送の推進）<br>●重大な食品事故や店舗運営における品質問題の発生防止<br>●労務人権リスクや環境規制への対応 |
| コーポレート経営戦略 | | ○ | ●持続的成長を支える事業機能・コーポレート機能の強化<br>●持続的成長を支えるガバナンスの強化<br>●ITシステムへの依存度向上に伴うサイバーセキュリティ対策・投資の強化 | ●事業急拡大に伴う、内部統制機能の不全およびガバナンスリスクの払拭<br>●ハラスメント等の人権問題の発生防止による、組織崩壊やレピュテーション低下の回避<br>●万が一のシステム障害発生時に営業停止を防ぐための、アナログ運用を含めたBCP訓練の実施 |
| 財務戦略 | | ○ | ●今期は当初計画を超過し、堅調に推移<br>●業界トップクラスの資本効率（ROE/ROIC 15%以上）の維持<br>●積極的な株主還元としての累進配当の継続（配当性向20%）による、資本市場評価（株価・PBR等）の向上<br>●不採算店舗の早期判断による、資産リスクのコントロール | ●原材料・エネルギー費高騰の環境下における、営業経常利益率8%以上の維持<br>●店舗の老朽化や契約更新に関する管理リスクへの対応、および減損リスクの低減<br>●最適資本構成の維持と、資本コスト（WACC等）の低減 |

# キャッシュアロケーション

## 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

| | | 2026年6月期<br>実績 | 2026年6月期～2028年6月期<br>計画 |
|---|---|---|---|
| ストック<br>&<br>キャッシュイン | 資金調達等 | 60億円 | 140億円 |
| | 営業CF | 160億円 | 510億円 |
| アロケーション | 成長投資 | 113億円 | 490億円<br>●国内事業の拡大　395億円<br>●海外事業の拡大　45億円<br>●その他　50億円 |
| | 株主還元 | 20億円 | 58億円<br>●累進配当政策の導入<br>●連続増配の実現 |

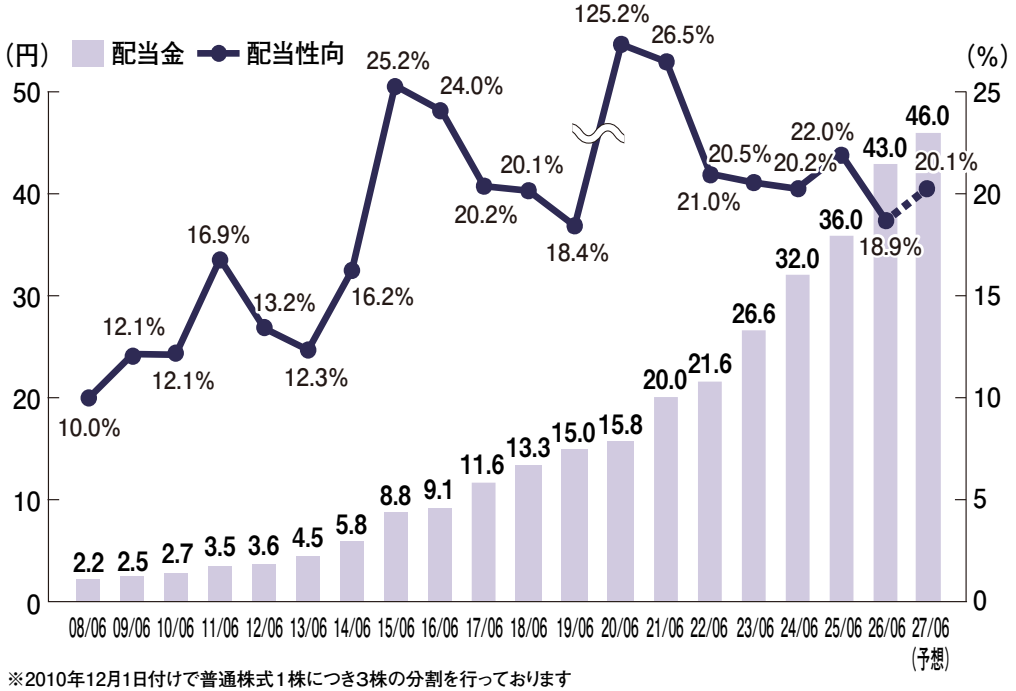
※M&Aを前提としない3カ年計画値

# 配当政策

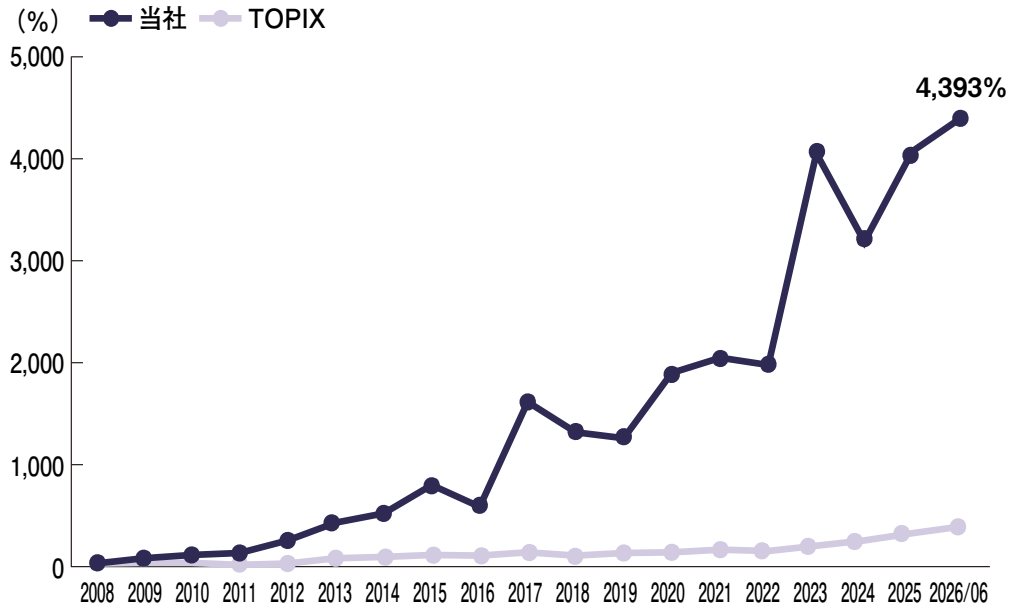
**配当方針**

**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。また「物語ビジョン2030」において年平均TSR15%以上の達成を視野に入れた持続的な企業価値の最大化を目指します**

## 配当金・配当性向推移




## 株価パフォーマンス推移




※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

# 業績計画（期初計画）

# 業績計画（連結）①（期初計画）

（単位：百万円）

| | 2026年6月期 | 2027年6月期 | | 2027年6月期 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 通期実績 | 通期計画 | | 上半期計画 | | 下半期計画 | |
| | 実績<br>（売上比%） | 計画<br>（売上比%） | 対前年差異<br>% | 計画<br>（売上比%） | 対前年差異<br>% | 計画<br>（売上比%） | 対前年差異<br>% |
| **売上高** | **151,689** | **173,084** | **114.1** | **83,736** | **115.8** | **89,347** | **112.5** |
| 焼肉 | 69,599（45.8） | 75,712（43.7） | 108.7 | 36,715（43.8） | 110.7 | 38,997（43.6） | 106.9 |
| ラーメン | 25,088（16.5） | 27,736（16.0） | 110.5 | 13,647（16.2） | 111.7 | 14,088（15.7） | 109.4 |
| ゆず庵 | 25,609（16.8） | 28,962（16.7） | 113.0 | 14,086（16.8） | 113.9 | 14,875（16.6） | 112.2 |
| 専門店・新業態 | 9,351 （6.1） | 11,250 （6.5） | 120.3 | 5,387 （6.4） | 120.6 | 5,862 （6.5） | 119.9 |
| FC | 7,809 （5.1） | 8,566 （4.9） | 109.6 | 4,172 （4.9） | 107.5 | 4,394 （4.9） | 111.7 |
| 海外 | 14,254 （9.3） | 20,808（12.0） | 145.9 | 9,702（11.5） | 155.1 | 11,106（12.4） | 138.7 |
| 連結調整 | △23 （－） | 13 （0.0） | － | 6 （0.0） | － | 7 （0.0） | － |
| **売上総利益** | **99,620**<br>（65.6） | **111,977**<br>（64.6） | **112.4** | **54,728**<br>（65.3） | **114.6** | **57,249**<br>（64.0） | **110.3** |
| **販売費及び一般管理費** | **87,474**<br>（57.6） | **98,140**<br>（56.7） | **112.1** | **48,245**<br>（57.6） | **114.1** | **49,894**<br>（55.8） | **110.3** |
| **営業利益** | **12,145**<br>（8.0） | **13,864**<br>（8.0） | **114.1** | **6,496**<br>（7.7） | **118.7** | **7,368**<br>（8.2） | **110.3** |
| **経常利益** | **12,122**<br>（7.9） | **13,619**<br>（7.8） | **112.3** | **6,359**<br>（7.5） | **115.5** | **7,259**<br>（8.1） | **109.6** |
| **当期純利益** | **8,743**<br>（5.7） | **8,756**<br>（5.0） | **100.1** | **4,042**<br>（4.8） | **112.0** | **4,713**<br>（5.2） | **91.8** |
| **EBITDA** | **18,248**<br>（12.0） | **20,695**<br>（11.9） | **113.4** | **9,738**<br>（11.6） | **116.5** | **10,956**<br>（12.2） | **110.7** |

※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）

| | 2026年6月期 | 2027年6月期 | | 2027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** | **151,689** | **173,084** | **114.1** | **83,736** | **115.8** | **89,347** | **112.5** |
| **国内** | **137,458**（90.6） | **152,261**（87.9） | **110.7** | **74,027**（88.4） | **112.0** | **78,233**（87.5） | **109.5** |
| **海外** | **14,254**（9.3） | **20,808**（12.0） | **145.9** | **9,702**（11.5） | **155.1** | **11,106**（12.4） | **138.7** |
| 中国 | 7,036（4.6） | 10,615（6.1） | 150.8 | 5,113（6.1） | 173.3 | 5,501（6.1） | 134.6 |
| 米国 | 5,379（3.5） | 6,319（3.6） | 117.4 | 3,005（3.5） | 117.6 | 3,313（3.7） | 117.3 |
| その他※ | 1,838（1.2） | 3,874（2.2） | 210.7 | 1,583（1.8） | 211.7 | 2,291（2.5） | 210.1 |
| 連結調整 | △23 （－） | 13（0.0） | － | 6（0.0） | － | 7（0.0） | － |
| **営業利益** | **12,145**（8.0） | **13,864**（8.0） | **114.1** | **6,496**（7.7） | **118.7** | **7,368**（8.2） | **110.3** |
| **国内** | **11,769**（8.5） | **12,862**（8.4） | **109.2** | **6,141**（8.2） | **114.4** | **6,721**（8.5） | **104.9** |
| **海外** | **171**（1.2） | **960**（4.6） | **561.1** | **333**（3.4） | **－** | **626**（5.6） | **249.8** |
| 中国 | 676（9.6） | 1,129 （10.6） | 166.8 | 529（10.3） | 204.6 | 599（10.9） | 143.5 |
| 米国 | 20（0.3） | 169 （2.6） | 813.4 | 14 （0.4） | － | 155 （4.6） | 119.7 |
| その他※ | △526 （－） | △338 （－） | － | △209 （－） | － | △128 （－） | － |
| 連結調整 | 205 （－） | 41（298.9） | 20.2 | 20 （－） | 11.2 | 20 （－） | 103.3 |

※『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』、および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・業務委託料等の合計です

# 業績計画（連結）③（期初出店計画）

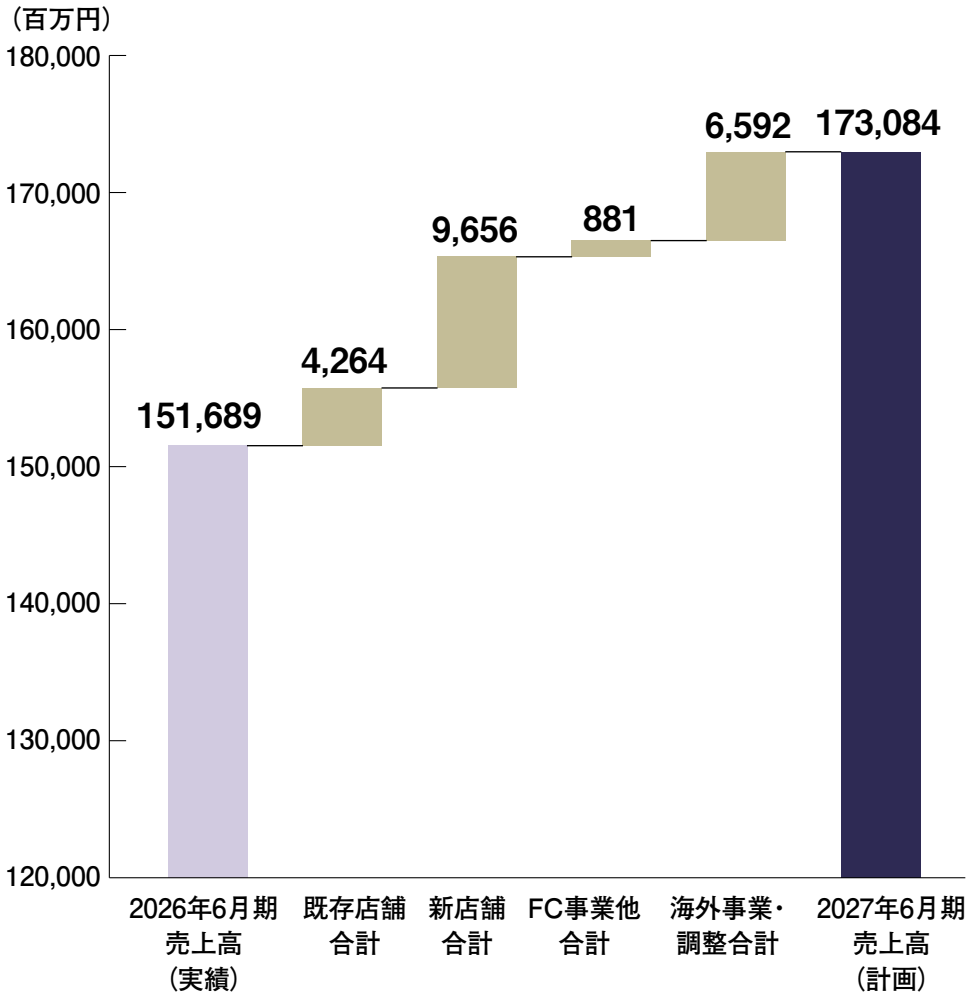
（単位：店舗）

| カテゴリー | 種別 | 2026年6月期 | 2027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 | 238 | 253 | 5 | 10 | 15 | 0 |
| | FC | 131 | 135 | 3 | 1 | 4 | 0 |
| ラーメン | 直営 | 143 | 159 | 4 | 12 | 16 | 0 |
| | FC | 108 | 111 | 2 | 1 | 3 | 0 |
| ゆず庵 | 直営 | 99 | 109 | 8 | 2 | 10 | 0 |
| | FC | 17 | 19 | 1 | 1 | 2 | 0 |
| 専門店・新業態 | 直営 | 68 | 81 | 7 | 6 | 13 | 0 |
| | FC | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 海外 | 直営 | 73 | 91 | 15 | 3 | 18 | 0 |
| | FC等※ | 38 | 55 | 6 | 11 | 17 | 0 |
| 国内・直営合計 | | 548 | 602 | 24 | 30 | 54 | 0 |
| 国内・FC合計 | | 260 | 269 | 6 | 3 | 9 | 0 |
| 海外合計 | | 111 | 146 | 21 | 14 | 35 | 0 |
| 合　計 | | 919 | 1,017 | 51 | 47 | 98 | 0 |

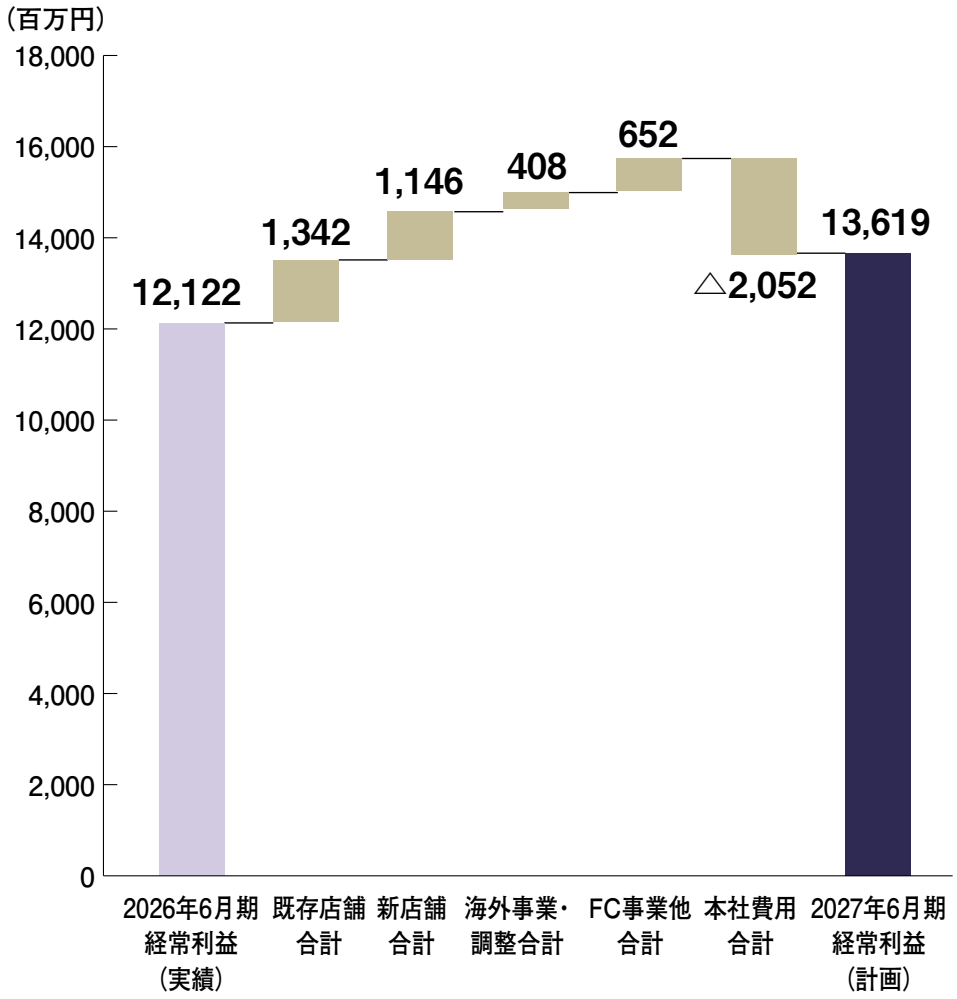
※FC等は、合弁会社を含む直営以外の形態と定義しております

# 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




※表中の既存店舗とは、2025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）

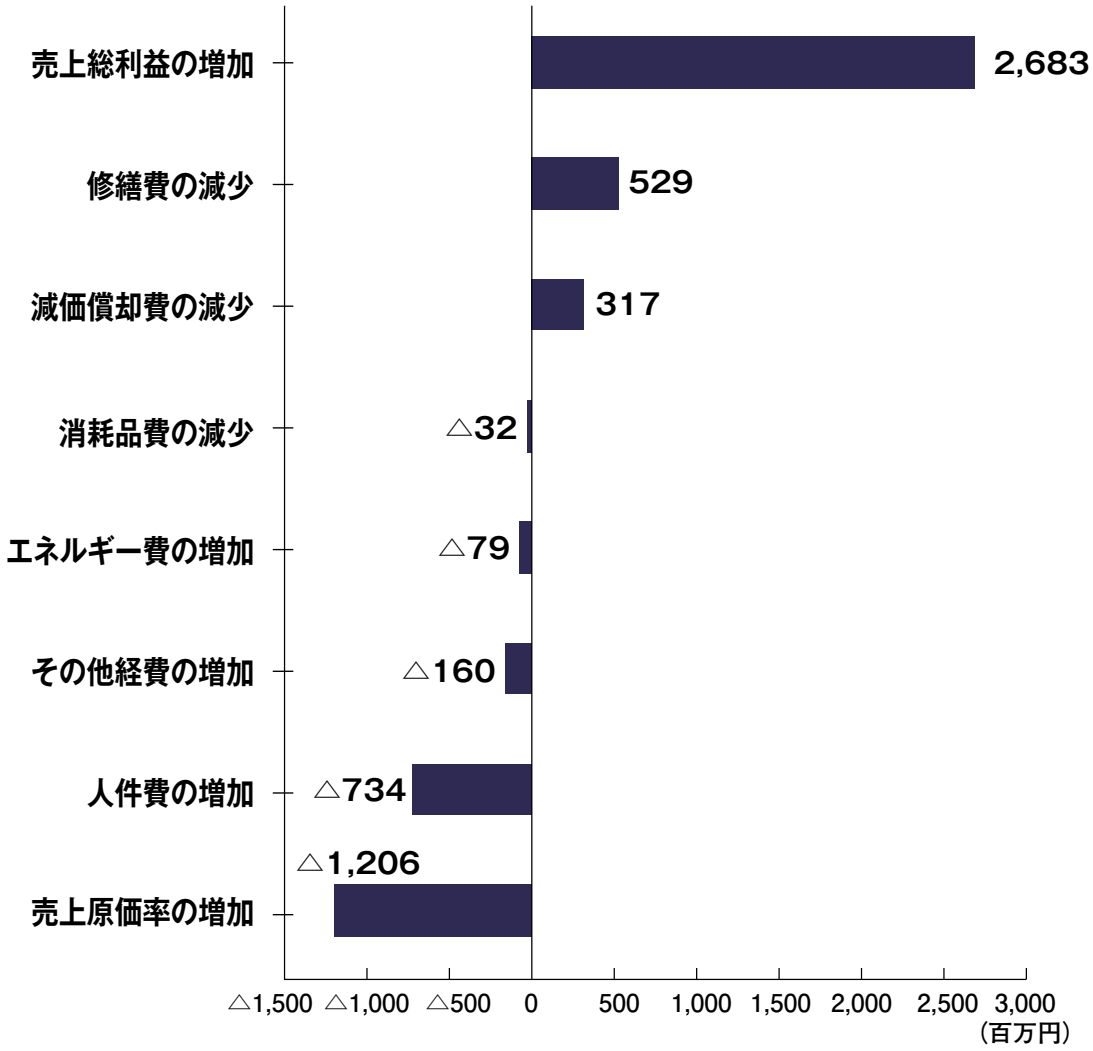
## 既存店売上高計画の前年対比

（単位：%）

| 前年対比 | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 通期 |
|---|---|---|---|---|---|
| 焼肉 | 107.6 | 103.1 | 102.8 | 100.9 | 103.6 |
| ラーメン | 101.7 | 101.9 | 102.6 | 102.2 | 102.1 |
| ゆず庵 | 103.4 | 105.8 | 103.0 | 103.8 | 104.0 |
| 専門店・新業態 | 103.8 | 106.3 | 104.8 | 103.8 | 104.7 |
| 全体 | 105.4 | 103.7 | 103.0 | 101.9 | 103.4 |

※前年対比は、2025年6月期までに開業していた店舗を対象にしています

## 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 |
|---|---|---|
| 国内<br>既存店売上高 | 全社既存店売上前年比103.4%<br>・焼肉カテゴリー既存店売上高前年比103.6%<br>・ラーメンカテゴリー既存店売上高前年比102.1%<br>・ゆず庵カテゴリー既存店売上高前年比104.0%<br>・専門店・新業態カテゴリー既存店売上高前年比104.7% | 国内既存店売上高前年比105.0%<br>・焼肉カテゴリー既存店売上高前年比103.9%<br>・ラーメンカテゴリー既存店売上高前年比104.8%<br>・ゆず庵カテゴリー既存店売上高前年比109.5%<br>・専門店・新業態カテゴリー既存店売上高前年比102.5% |
| グループ<br>店舗数 | 合計1,017店舗（国内871店舗、海外146店舗）<br>前年同期比98店舗増 | 合計919店舗（国内808店舗、海外111店舗）<br>前年同期比109店舗増 |
| （出店数） | 国内：直営54店舗、FC9店舗<br>海外：35店舗出店<br>（中国12店舗、インドネシア3店舗、香港4店舗、フィリピン5店舗、<br>シンガポール3店舗、台湾1店舗、タイ2店舗、米国1店舗、他4店舗） | 国内：直営50店舗、FC13店舗<br>海外：59店舗出店<br>（中国47店舗、インドネシア1店舗、香港4店舗、フィリピン2店舗、<br>シンガポール2店舗、台湾2店舗、タイ1店舗） |
| （退店数） | 通期において、退店予定は無し | 通期において、国内直営1店舗、FC5店舗、<br>海外7店舗（中国、インドネシア）退店 |
| FCカテゴリー | 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 | 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 |
| 海外カテゴリー | 通期において、36店舗の店舗数増、ならびに米国事業が加わり<br>売上高前年比145.9%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<br>売上高前年比302.4% |
| 経常利益 | ・既存店の大規模改装などの実施<br>『焼肉きんぐ』4店舗改装（特急レーン導入）、内外装改装17店舗<br>『丸源ラーメン』3店舗改装<br>『寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵』9店舗店内レイアウト改良工事<br>他、専門店・新業態カテゴリにおいて1店舗の改装を実施<br>・『焼肉きんぐ』『丸源ラーメン』『寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵』の<br>テレビCM放映を積極的に継続実施<br>・直営店原材料費の上昇<br>・直営店人件費の上昇 | ・既存店の大規模改装を実施<br>『焼肉きんぐ』1店舗改装　特急レーン導入<br>『丸源ラーメン』6店舗改装<br>『熟成醤油ラーメン きゃべとん』1店舗改装<br>『寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵』3店舗外装改装、13店舗店内レイアウト改良工事<br>他、専門店・新業態カテゴリーにおいて3店舗の改装を実施<br>・『焼肉きんぐ』『丸源ラーメン』『寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵』の<br>テレビCM放映を積極的に実施<br>・直営店原材料費の上昇<br>・直営店人件費の上昇（計画通りベースアップを実施済）<br>・海外カテゴリーの収益化を達成 |
| 純利益 | ・通期で157百万円の特別利益、ならびに772百万円の特別損失発生の見通し | ・通期で148百万円の特別利益、ならびに582百万円の特別損失発生 |

# 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 19期連続増配を計画

### 2026年6月期

通期 **43.0円**

中間実績 20.0円

期末予想 23.0円

▶

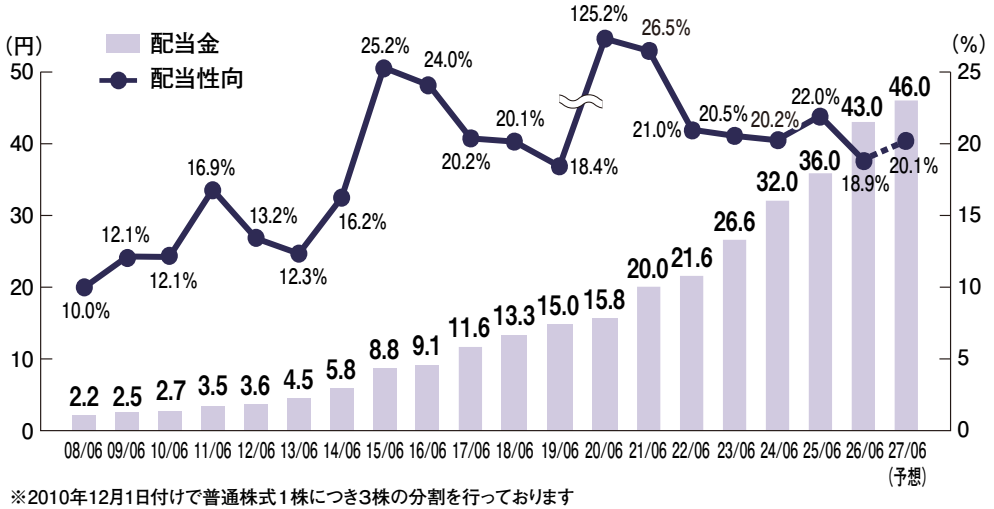
### 2027年6月期

通期 **46.0円**

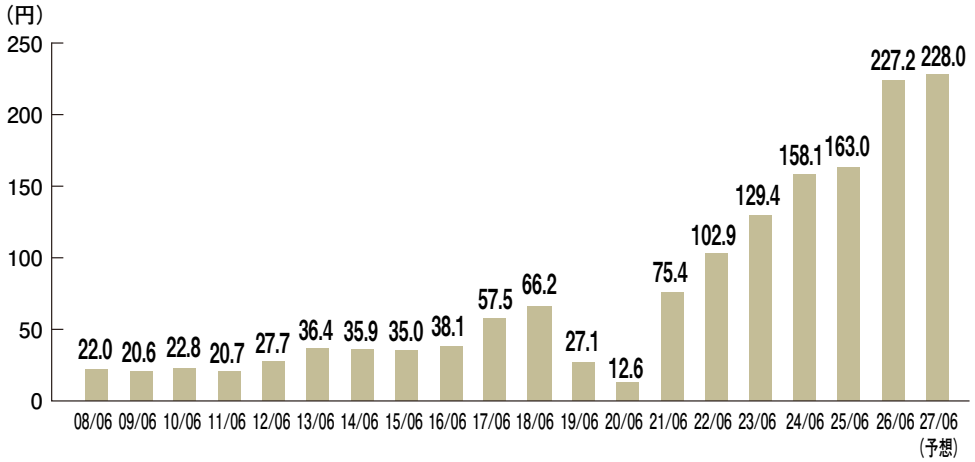
中間予想 23.0円

期末予想 23.0円

## 配当金・配当性向推移




## 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
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（電子チケット）年2回贈呈!

| 所有株式数 | 株主様ご優待券（電子チケット） |
|---|---|
| ※100株以上 | 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 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

「物語ビジョン2030」重点戦略

# 「業態開発力×人財力」で勝ち抜く成長戦略

**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
- 成長を加速させる新業態・新事業開発
- 海外事業の拡大







## ■今期の主な取り組み






町中華 丸福飯店

| | |
|---|---|
| コンセプト | ワンコインラーメンを看板商品とした郊外型町中華業態 |
| 店舗面積 | 40坪 |
| 卓数（席数） | 11卓（46席） |
| 想定客単価 | 980円 |
| 所在地 | 愛知県豊橋市 |






肉讃岐 もっちりうどん 源次郎

| | |
|---|---|
| コンセプト | フルサービスの郊外型うどん業態 |
| 店舗面積 | 74坪 |
| 卓数（席数） | 17卓（93席） |
| 想定客単価 | 1,100円 |
| 所在地 | 神奈川県座間市 |

トピックス

「物語ビジョン2030」重点戦略

# 「業態開発力×人財力」で勝ち抜く成長戦略

**目指す姿** 「個の覚醒」を加速させる理念型企業へ進化

## 多様な理念型人財の採用と活躍

## プロフェッショナルリーダーの育成

## 個の覚醒とD&I



## ■今期の主な取り組み



### 2026年4月 入社激励書授与式を開催

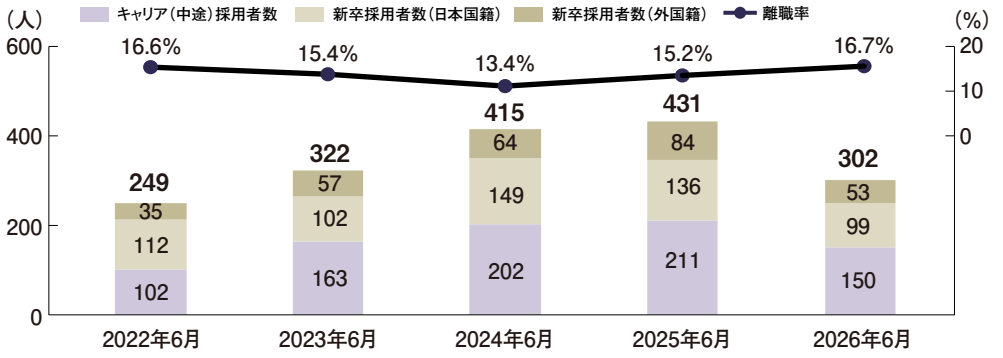
リファラルを含む新卒152名が出席。27年6月期の新卒の初任給改定など、さらなる人財投資を推進しています。



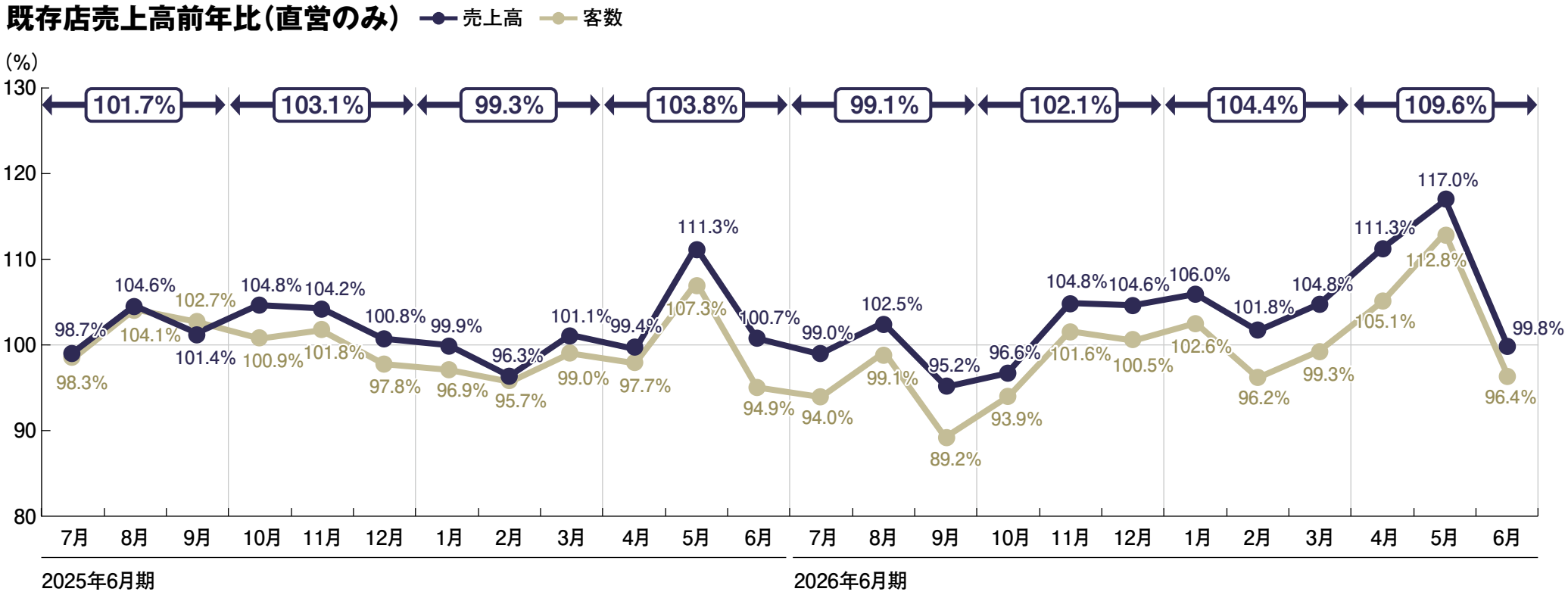
### 物語レシピVOL.15を発行

社員および役職をもったパートナー全員に配布される「理念ブック」。各自が「なりたい自分」「今期の目標」「3年後のビジョン」を記入し、新しい1年をスタートします。

### 採用者数と離職率推移



# 焼肉カテゴリー業績総括




（単位：%）

| | 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 |
| 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 |
| 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 |
| 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 |

| | 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 |
| 売上高 | 99.0 | 102.5 | 95.2 | 96.6 | 104.8 | 104.6 | 106.0 | 101.8 | 104.8 | 111.3 | 117.0 | 99.8 | 103.9 |
| 客　数 | 94.0 | 99.1 | 89.2 | 93.9 | 101.6 | 100.5 | 102.6 | 96.2 | 99.3 | 105.1 | 112.8 | 96.4 | 99.4 |
| 客単価 | 105.3 | 103.4 | 106.7 | 102.9 | 103.2 | 104.1 | 103.2 | 105.8 | 105.4 | 105.9 | 103.7 | 103.5 | 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カ月以上稼動している店舗と定義しております

焼肉カテゴリー
主な取り組み

# 10年後も選ばれ続けるブランドへ進化

## 1 選ばれるブランドとしての価値創造と収益性の両立

### ■基本価値の向上







▲26年7月に「五大名物」や「プレミアムコース」を刷新

### ■価格戦略

| | | |
|---|---|---|
| ランチコース | 2,180円（税込2,398円） | 据え置き |
| 58品コース | 2,980円（税込3,278円） | 据え置き |
| きんぐコース | 3,480円（税込3,828円） | 100円 ⬆ |
| プレミアムコース | 4,580円（税込5,038円） | 200円 ⬆ |

▲26年7月に一部コースの価格改定を実施

## 2 来店頻度の向上に向けた取り組み

### ■期間限定フェアの展開




▲新たなフェアを含め
年5回へ拡充

### ■プロモーションの活用




▲期間限定フェアの魅力を訴求する
CMを放映







▲アプリ機能を
拡充

## 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



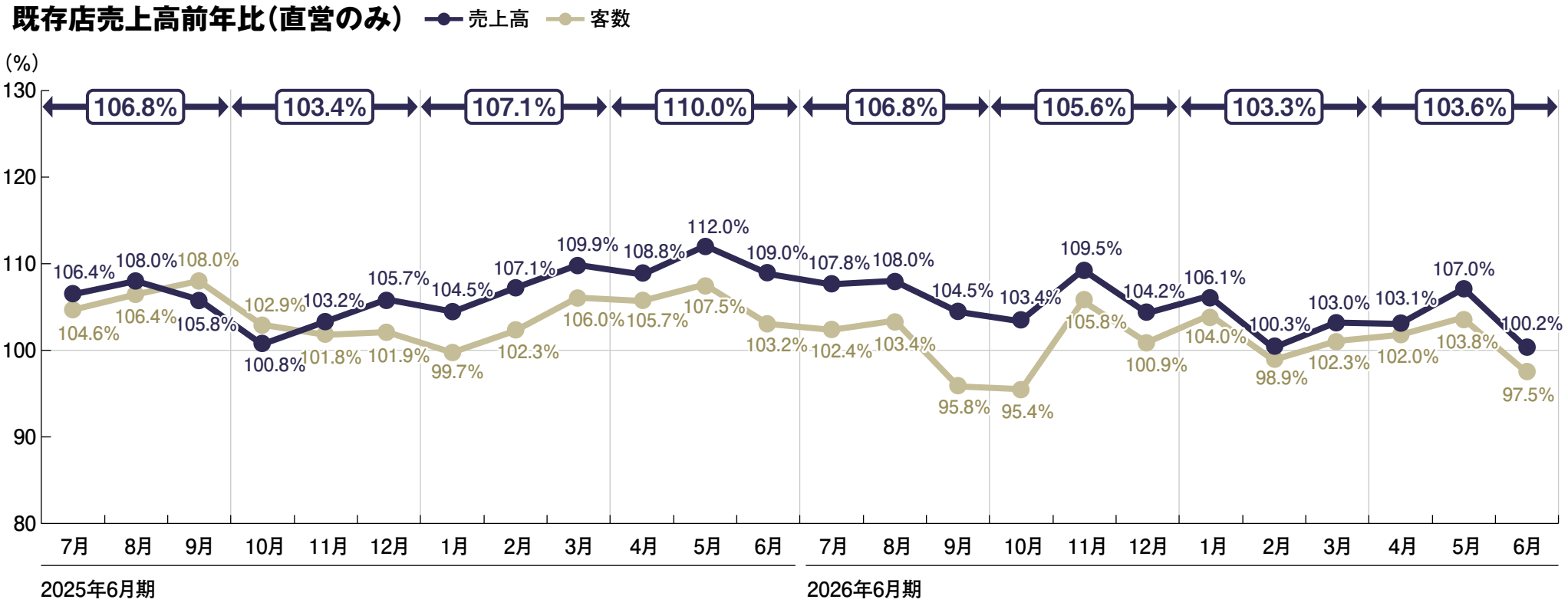
▲郊外を中心に今期21店舗を出店

### ■ビルインやSC内の出店



▲26年5月にカメイドクロック店
（東京都）を出店

# ラーメンカテゴリー業績総括




（単位：%）

| | 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 |
| 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 |
| 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 |
| 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 |

| | 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 |
| 売上高 | 107.8 | 108.0 | 104.5 | 103.4 | 109.5 | 104.2 | 106.1 | 100.3 | 103.0 | 103.1 | 107.0 | 100.2 | 104.8 |
| 客　数 | 102.4 | 103.4 | 95.8 | 95.4 | 105.8 | 100.9 | 104.0 | 98.9 | 102.3 | 102.0 | 103.8 | 97.5 | 101.1 |
| 客単価 | 105.1 | 104.5 | 109.0 | 108.4 | 103.4 | 103.3 | 102.0 | 101.4 | 100.7 | 101.0 | 103.0 | 102.8 | 103.7 |

※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カ月以上稼動している店舗と定義しております

ラーメンカテゴリー
主な取り組み

# ラーメン業界No.1ブランドとして、さらなる成長へ

## 1 選ばれるブランドとしての価値創造と収益性の両立

### ■ 商品の磨き込みなどによる基本価値の向上



▲新スープの導入や肉そばマスターの配置により品質を安定化





▲調理オペレーションを競うコンテストを定期的に実施



▲心温まるおせっかいを提供

### ■メニューの最適化




▲人気の高い期間限定商品を定番化

## 2 来店頻度の向上に向けた取り組み

### ■期間限定商品の展開




▲年8回販売

### ■プロモーションの活用




▲25周年を記念したキャンペーンを実施




▲テレビCMの放映回数を年3回へ拡大




▲コラボ企画によるお子様層への訴求

## 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



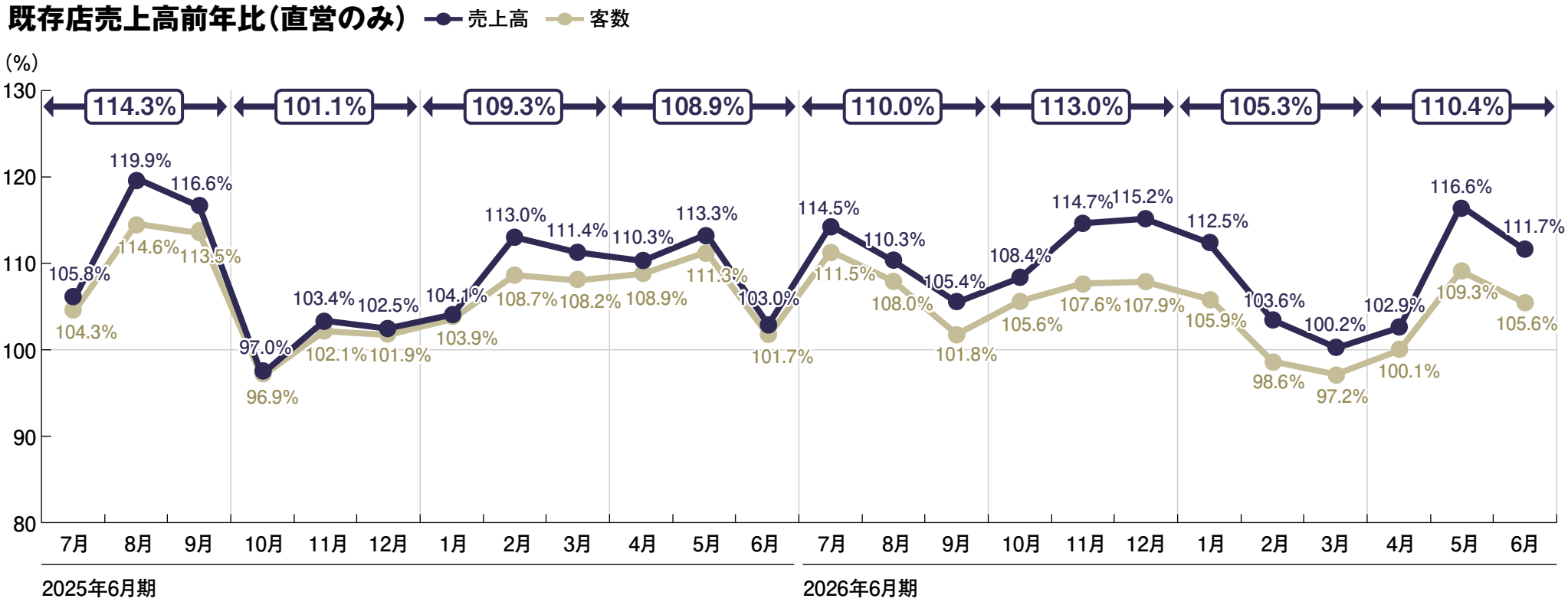

▲郊外を中心に今期19店舗を出店

### ■新エリアへの出店




▲26年5月に山形西田店(山形県)を出店

# ゆず庵カテゴリー業績総括




（単位：%）

| | 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 |
| 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 |
| 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 |
| 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 |

| | 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 |
| 売上高 | 114.5 | 110.3 | 105.4 | 108.4 | 114.7 | 115.2 | 112.5 | 103.6 | 100.2 | 102.9 | 116.6 | 111.7 | 109.5 |
| 客　数 | 111.5 | 108.0 | 101.8 | 105.6 | 107.6 | 107.9 | 105.9 | 98.6 | 97.2 | 100.1 | 109.3 | 105.6 | 104.8 |
| 客単価 | 102.6 | 102.1 | 103.5 | 102.6 | 106.5 | 106.7 | 106.2 | 105.1 | 103.0 | 102.7 | 106.6 | 105.8 | 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カ月以上稼動している店舗と定義しております

ゆず庵カテゴリー
主な取り組み

# オンリーワンブランドとして店舗数拡大へ

## 1 選ばれるブランドとしての価値創造と収益性の両立

### ■基本価値の向上






▲寿司商品の品質向上に向けた取り組みを強化




▲心温まるおせっかいを提供

### ■DXの推進



▲配膳ロボットの稼働率を高める
店内改装を実施




▲予約管理システムを活用して
席稼働率を最適化

## 2 来店頻度の向上に向けた取り組み

### ■期間限定フェアの展開




▲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

### ■プロモーションの活用







▲テレビCM放映や
パブリシティを強化

### ■イベント需要への対応




▲ハレの日需要に応えるプラン

## 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10店舗を
出店

### ■FC店舗の出店再開



▲26年3月につくば店
（茨城県）を出店

専門店・新業態カテゴリー
主な取り組み

# 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に出店**

### ■選ばれるブランドづくり




▲お好み焼と親和性の高い期間限定フェアを展開



▲「焼師」制度を新設




▲アプリ販促による来店促進

### ■関西エリアへの出店



▲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

## 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




▲ラーメンカテゴリーの強化




▲期間限定商品を年8回販売




▲来店促進キャンペーンを強化

### ■収益性の向上に向けた取り組み




▲26年8月にカルビ丼を含む価格改定を実施

### ■出店計画




▲26年8月に39店舗目となる川口道合店（埼玉県）をオープン予定

専門店・新業態カテゴリー
主な取り組み

# 主力ブランドに続く新たな収益基盤の創出

## 肉讃岐 もっちりうどん 源次郎

**手頃な価格で満足感を提供する
フルサービスの郊外型うどん業態を開発**








▲ご年配やお子さま連れのお客様にも優しいフルサービスのうどん専門店。
26年5月に1店舗目となる座間相模が丘店（神奈川県）をオープン

## 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

## 熟成醤油ラーメン きゃべとん

**FC化を目指したフォーマット開発**








▲「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

## 果実屋珈琲 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。26年8月に4店舗目となる八王子南大沢店（東京都）をオープン予定

海外カテゴリー
主な取り組み

# 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を拡大**














▲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79店舗を展開

### 天天
天麩羅専門店

**今後の新たな出店を計画**








▲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11店舗を展開

※2026年6月30日現在の店舗数を記載しております

海外カテゴリー
主な取り組み

# 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）

### NIKU NIKU OH!! KOME 肉肉大米　進出エリアでの多店舗展開を推進





▲今期5店舗を出店し、東南アジアで7店舗を展開

### 焼熟肉成 YakitateKALBI YAKINIKU-DON　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

### 肉 焼肉きんぐ Yakiniku King　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。フィリピンで1店舗を展開

## 北米（米国）

### SHŌGUN 将軍 TEPPAN STEAK & SUSHI　運営モデルの標準化を推進




▲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

### STEAK HOUSE HIBACHI　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。米国で1店舗を展開

### MUSASHI JAPANESE CUISINE　運営モデルの標準化を推進





▲大型商業施設内の鉄板焼きレストラン。26年7月に当社グループ入り。米国で1店舗を展開

※2026年6月30日現在の店舗数を記載しております

# 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919店舗を展開

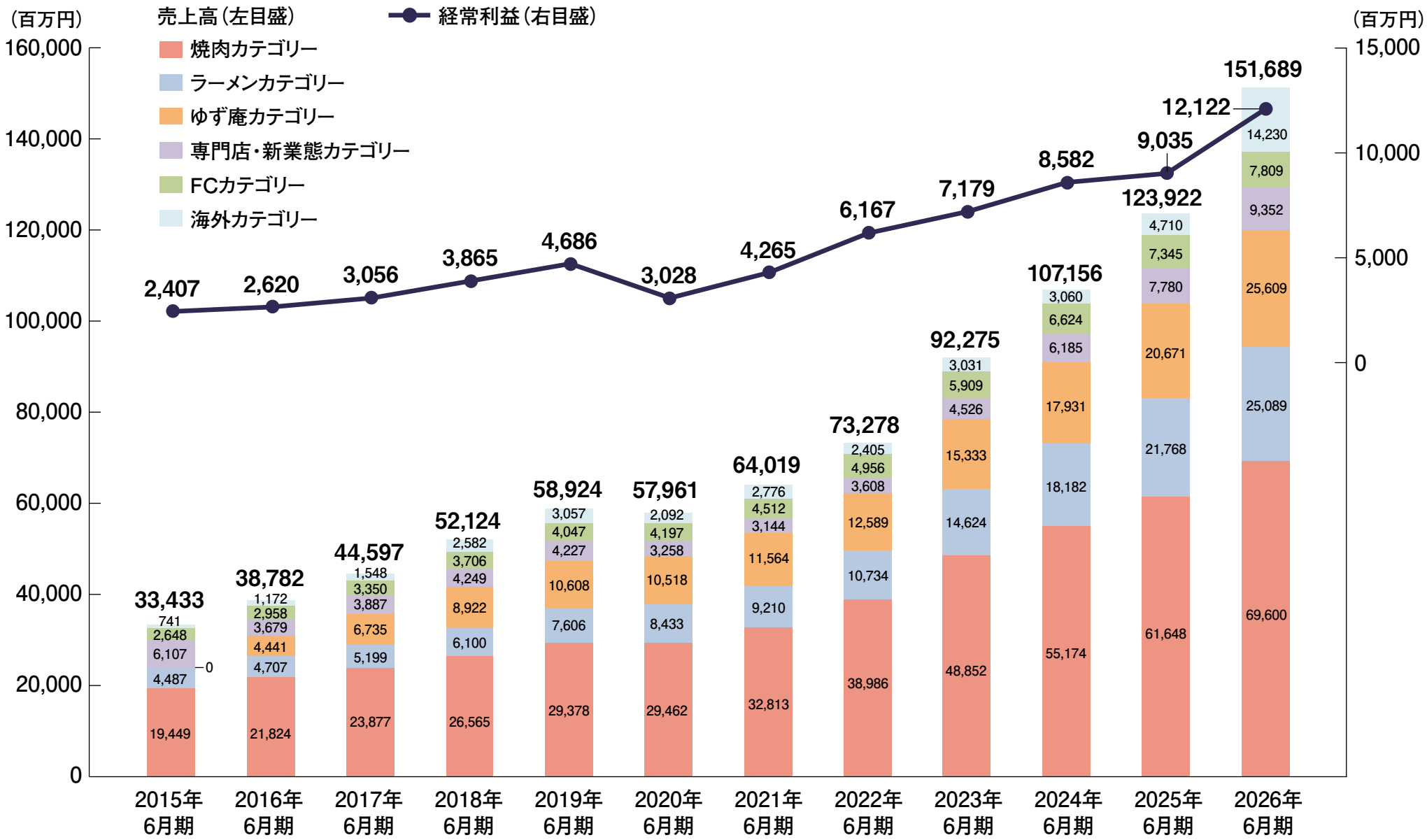
2026年6月30日現在

| | 焼　肉 | ラーメン | 寿司・しゃぶしゃぶ | 専門店・新業態 | 海　外 |
|---|---|---|---|---|---|
| 市場売上高順位 | 1位 | 1位 | 3位 | — | — |
| |  |  |  |  |  |
| | ▶焼肉きんぐ | ▶丸源ラーメン<br>▶二代目丸源<br>▶熟成醤油ラーメン きゃべとん | ▶寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵 | ▶お好み焼本舗<br>▶焼きたてのかるび<br>▶魚貝三昧 げん屋<br>▶しゃぶとかに 源氏総本店<br>▶熟成焼肉 肉源<br>▶牛たん大好き 焼肉はっぴぃ<br>▶果実屋珈琲<br>▶町中華 丸福飯店<br>▶熟成肉とんかつ ロース堂<br>▶肉讃岐 もっちりうどん源次郎 | ▶北海道 蟹の岡田屋総本店<br>▶熟成牛挽肉と炊き立てごはん 肉肉大米<br>▶天天 天麩羅専門店<br>▶Yakitate KALBI<br>▶SHOGUN<br>▶YAKINIKU KING |
| 店舗数 | 369店舗 | 251店舗 | 116店舗 | 72店舗 | 111店舗 |
| 直営 | 238 店舗 | 143 店舗 | 99 店舗 | 68 店舗 | 73 店舗 |
| FC等 | 131 店舗 | 108 店舗 | 17 店舗 | 4店舗 | 38 店舗※ |

※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

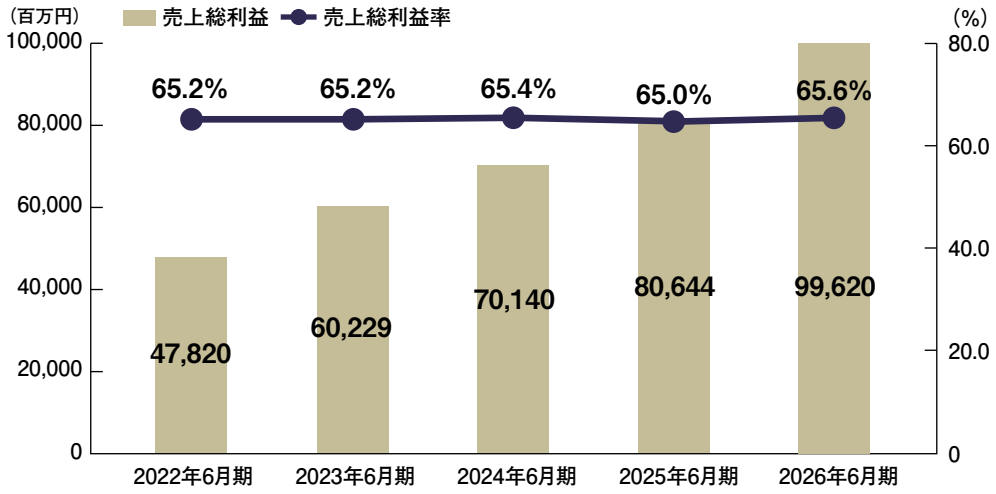
出典：富士経済外食産業マーケティング便覧2026

# 業績推移

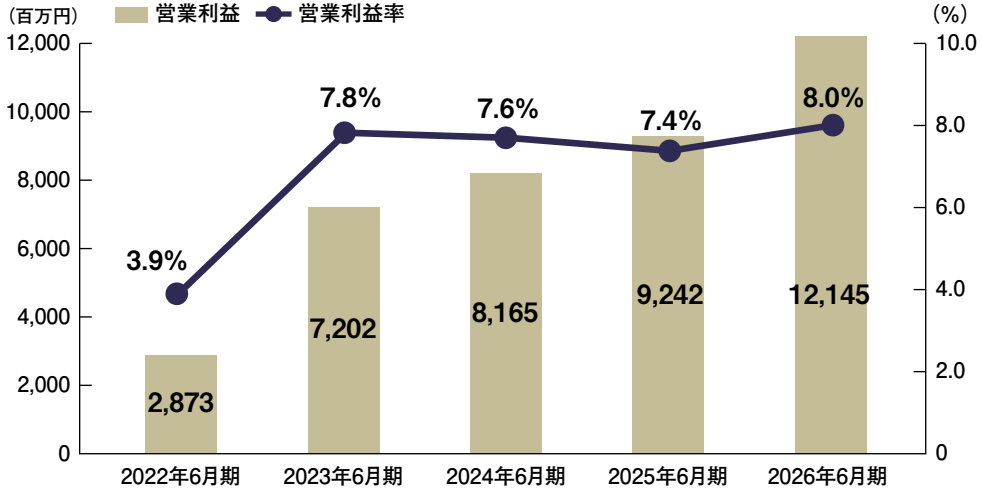

(百万円)
売上高(左目盛)
経常利益(右目盛)
(百万円)
160,000
140,000
120,000
100,000
80,000
60,000
40,000
20,000
0
15,000
10,000
5,000
0
焼肉カテゴリー
ラーメンカテゴリー
ゆず庵カテゴリー
専門店・新業態カテゴリー
FCカテゴリー
海外カテゴリー
2,407
2,620
3,056
3,865
4,686
3,028
4,265
6,167
7,179
8,582
9,035
12,122
151,689
33,433
741
2,648
6,107
4,487
19,449
38,782
1,172
2,958
3,679
4,441
4,707
21,824
44,597
1,548
3,350
3,887
6,735
5,199
23,877
52,124
2,582
3,706
4,249
8,922
6,100
26,565
58,924
3,057
4,047
4,227
10,608
7,606
29,378
57,961
2,092
4,197
3,258
10,518
8,433
29,462
64,019
2,776
4,512
3,144
11,564
9,210
32,813
73,278
2,405
4,956
3,608
12,589
10,734
38,986
92,275
3,031
5,909
4,526
15,333
14,624
48,852
107,156
3,060
6,624
6,185
17,931
18,182
55,174
123,922
4,710
7,345
7,780
20,671
21,768
61,648
14,230
7,809
9,352
25,609
25,089
69,600
2015年 6月期
2016年 6月期
2017年 6月期
2018年 6月期
2019年 6月期
2020年 6月期
2021年 6月期
2022年 6月期
2023年 6月期
2024年 6月期
2025年 6月期
2026年 6月期

# 主要指標推移①

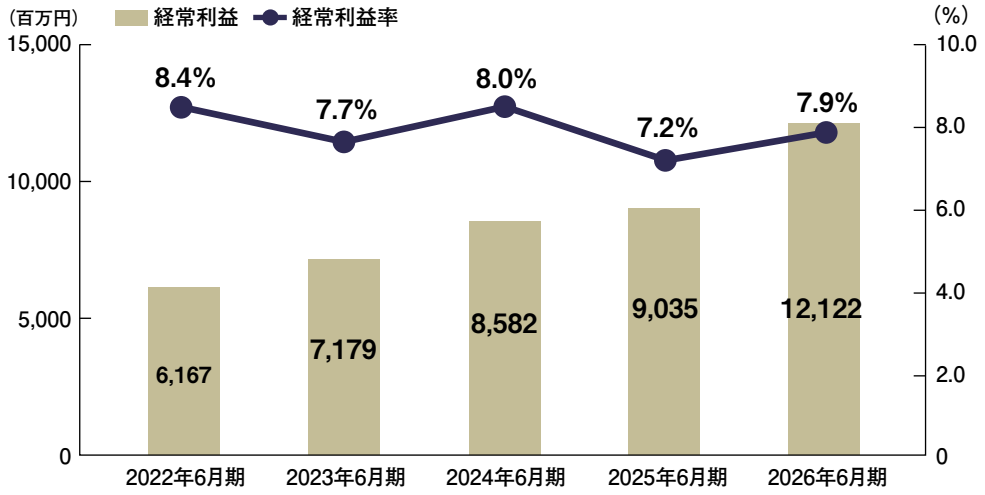
## 売上総利益と売上総利益率



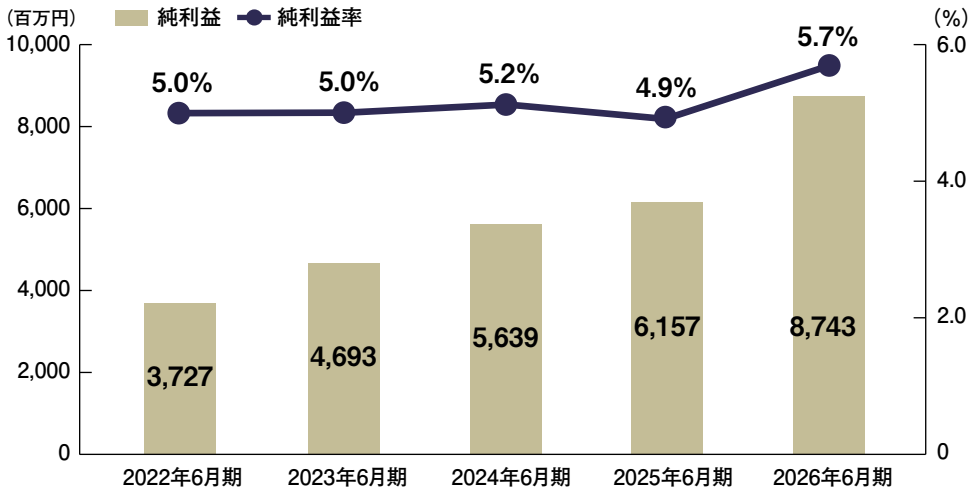

## 営業利益と営業利益率




## 経常利益と経常利益率

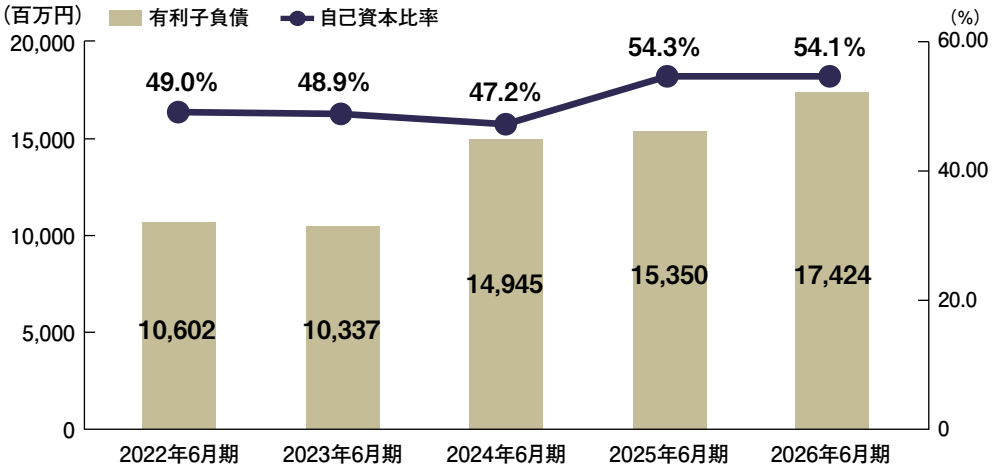



## 純利益と純利益率



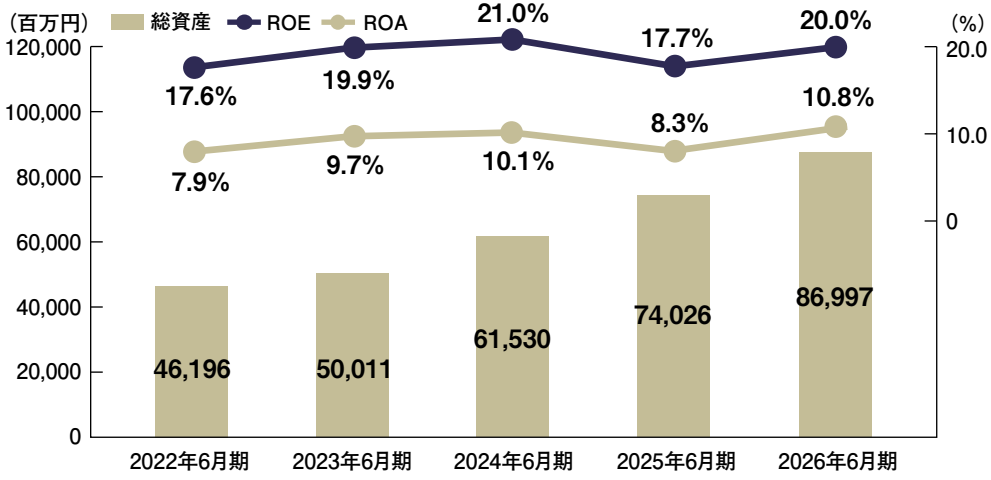
# 主要指標推移②

## 有利子負債と自己資本比率



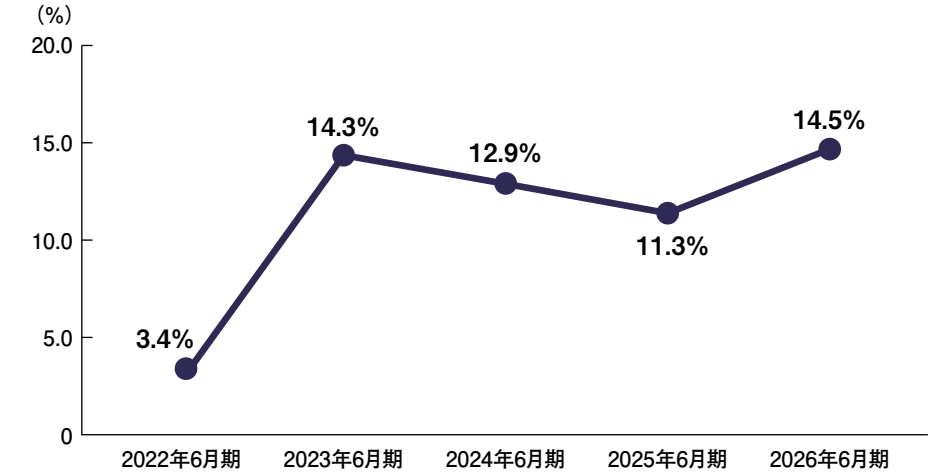

※有利子負債とは、短期借入金、一年内返済長期借入金、社債、長期借入金、リース債務を合算したものです

## ROE・ROA



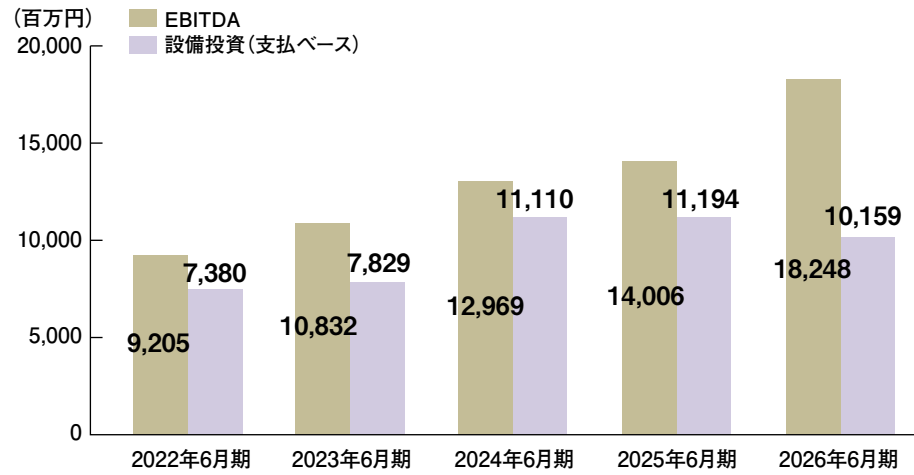

※ROA・ROEの計算式のそれぞれの分母は、期中平均の数値を採用しております

## ROIC




※ROIC=税引後営業利益(NOPAT)／投下資本

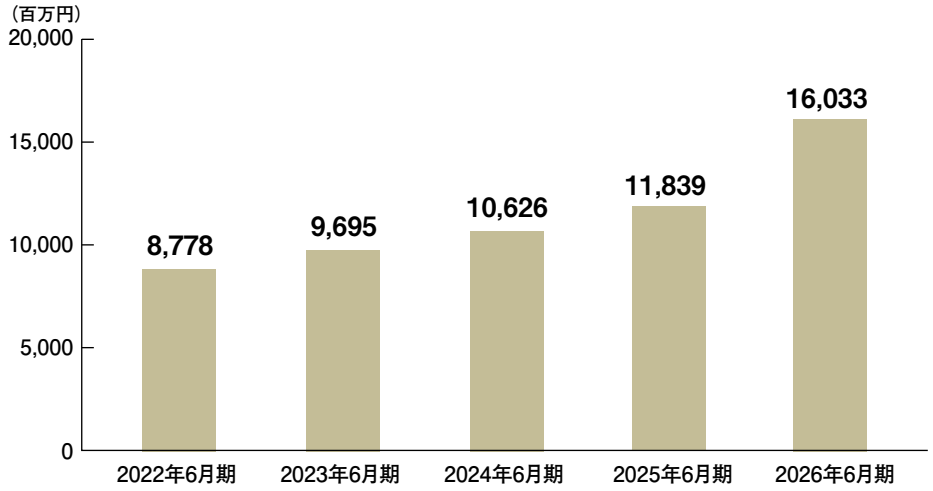
## 設備投資・EBITDA



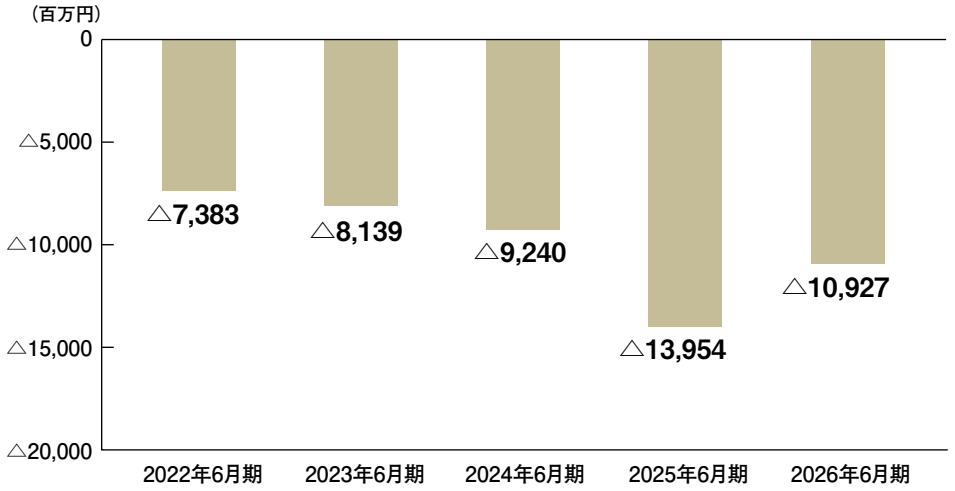

※EBITDAとは、経常利益+減価償却費としております
※設備投資(支払いベース)とは、有形固定資産の取得+無形固定資産の取得+差入保証金の差入

# 主要指標推移③

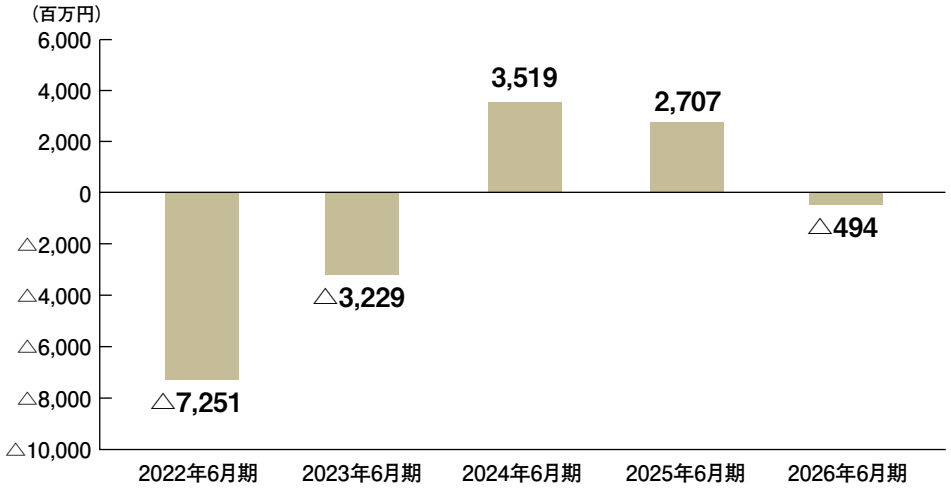
## 営業活動によるキャッシュ・フロー



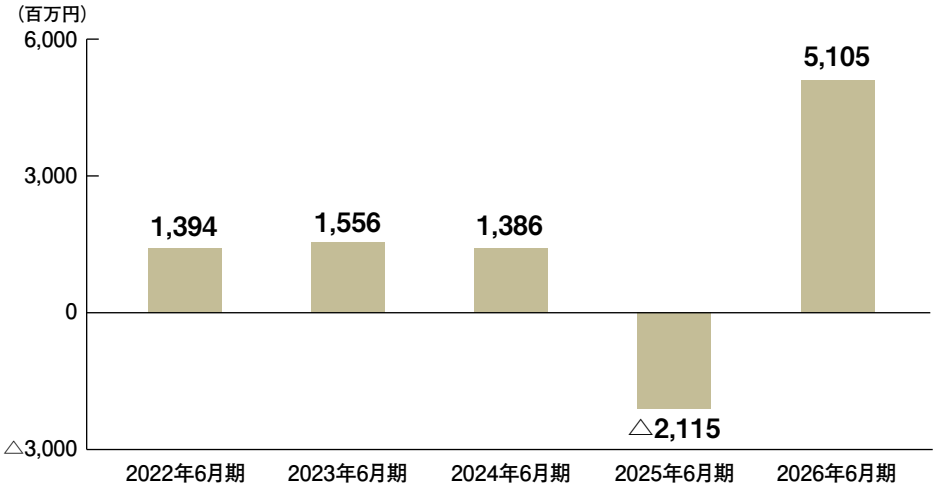

## 投資活動によるキャッシュ・フロー




## 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

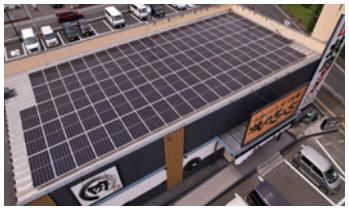
## 環境の取り組み

### 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

■プラスチックコップを店舗で使用する、ボールペン、テーブルウェア、卓上スタンドにリサイクル



■店舗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
■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）

■店舗で余ったシャリを活用したドーナツを商品化




### 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
■「JPX日経中小型株指数」の構成銘柄に選定
■「FTSE JPX Blossom Japan Index」の構成銘柄に初選定

FTSE JPX Blossom Japan 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

2026 健康経営優良法人 KENKO Investment for Health 大規模法人部門

■「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
■社員、パート・アルバイトを対象に「低用量ピル服用費全額補助制度」を導入
■「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サポートブックの発行

D&I AWARD BEST WORKPLACE for diversity & inclusion 2025




■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

work with Pride Rainbow 2025　work with Pride Gold 2025

■「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

ALL GENDER

■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



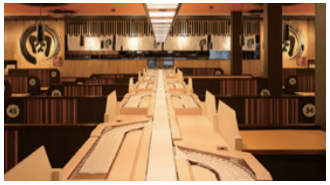
■ウェルフェアトレードへの賛同

### 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



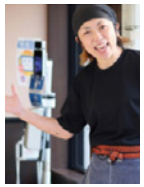

■ラーメン業態でのタッチパネル、セルフレジの導入
■店舗来店予約のAI化
■配膳ロボットの効果的な活用
■焼肉きんぐにおける特急レーンの導入



### 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

豊橋市

■能登半島地震被災地支援活動を実施



■中学校生徒の職場体験を実施



■プロバスケットボールチーム「三遠ネオフェニックス」オフィシャルスポンサー



■東三河サッカー協会「物語コーポレーションカップ兼東三河サッカー選手権」の開催
■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。

# 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

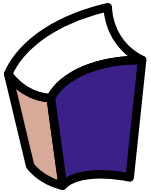
統合報告書 2025
https://www.monogatari.co.jp/ir/library/integratedreport/

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