



株式会社 カの源ホールディングス 【証券コード:3561】



2018年2月9日

2018年3月期 第3四半期 決算補足説明資料

- **2018年3月期 第3四半期決算**
 - **業績報告**
 - **主なトピックス**
 - ✓ **国内事業**
 - ✓ **海外事業**
- **2018年3月期
通期業績予想と4Q~来期に向けた注力事項**
- **付 属 資 料**

2018年3月期 第3四半期決算 業績報告



IPPUDO Singapore Starvista店
(2017.11.6 OPEN)

グループ業績の分析（ハイライト連結損益計算書）



単位：百万円

	前期 2017/3月期 第3四半期 実績	当期 2018/3月期 第3四半期 実績	業績予想（公表値）		対前期 増減率 （%）	対期初 達成率 （%）	対修正 達成率 （%）
			2017.5.12 期初	2017.8.10 修正			
売上高	16,713	18,143	18,472	18,218	+8.6%	98.2%	99.6%
売上総利益	11,738	12,873	13,008	12,889	+9.7%	99.0%	99.9%
販売費及び 一般管理費	11,245	12,205	12,410	12,198	+8.5%	98.3%	100.1%
営業利益	493	668	598	690	+35.6%	111.8%	96.8%
経常利益	440	698	578	723	+58.6%	120.9%	96.6%
税金等調整前 四半期純利益	238	679	578	705	+185.0%	117.5%	96.3%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	136	503	419	446	+269.4%	120.0%	112.7%

■ 国内店舗運営事業

◆ セグメント売上高

- 前年比では、RAMEN EXPRESSを中心に新規出店が計画通りに進捗し増収
- 計画比では、天候不順（2～3Q：台風等）やノンコア・ブランド店舗の閉店・譲渡（4店舗）等の要因により未達
- 既存店売上高は、客数アップを目的とする各種販促を実施
- 既存店回復の兆しはあったものの、第3四半期の計画（前年対比98%で計画）には若干未達

◆ セグメント利益

- 生産・製造工程の見直しから生産性が向上し原材料価格上昇の影響を吸収
- 売上高人件費率は、前年水準は上回るものの計画の範囲内で推移
- 大手物流会社による料金値上げ要求の受け入れに伴い下半期から物流コストが大幅に上昇し減益要因となる

■ 海外（海外店舗運営事業）

◆ セグメント売上高

- 新規出店は、概ね計画通りに推移
- 前年比では全エリアにおいて増収
計画比でも新店オープンの遅延があった米国の西海岸を除いて上回っている
(欧州・シンガポール、オーストラリアが好調)
- 既存店売上高は、想定より円安基調であったことも加わって好調に推移

◆ セグメント利益

- 直営店エリアにおいては、欧州エリアの損益の大幅改善が著しい
- その他直営エリア（特にシンガポール、オーストラリア）も好調な推移
- 北米エリアは米国西海岸のオープン遅延があるも利益は計画を上回っている

■ 国内商品販売事業

◆ セグメント売上高

- 「おうちでIPPUDOシリーズ」は、商品拡充と販売強化の注力から売上は増加
- 一方、カップ麺のコンビニエンスストア向け売上の減少分は補えず、計画・前年共に下回る

◆ セグメント利益

- カップ麺の売上減少に伴う利益減少に加え、国内店舗運営事業と同様に配送費の値上げ受け入れに伴う物流費増加が影響し減益

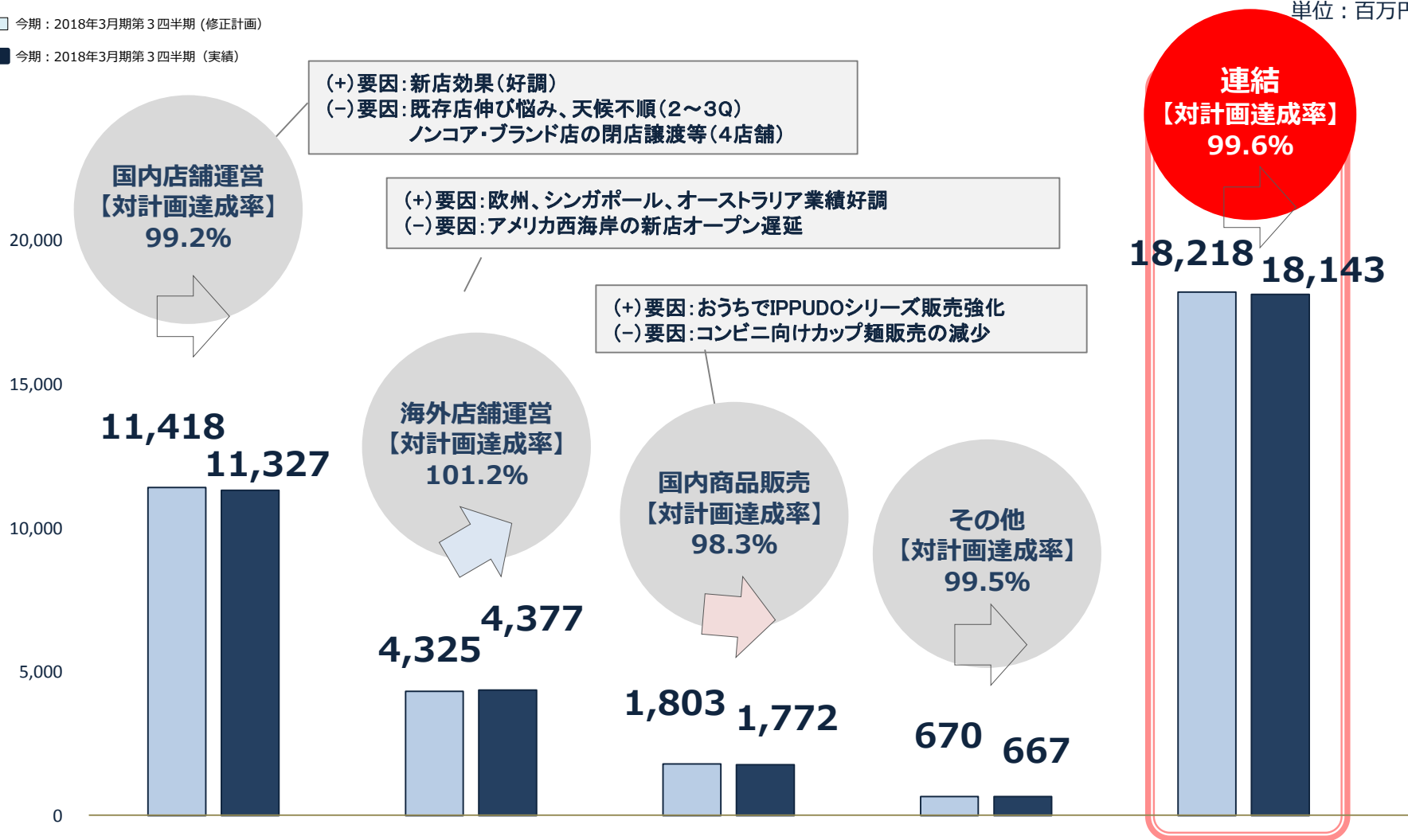
グループ業績の分析（セグメント売上高：対修正計画）



単位：百万円

□ 今期：2018年3月期第3四半期（修正計画）

■ 今期：2018年3月期第3四半期（実績）



海外は引き続き好調トレンドを維持したことから計画は上回っているが、国内が巻き返しには至らず、全体では計画値ラインでの着地となっている

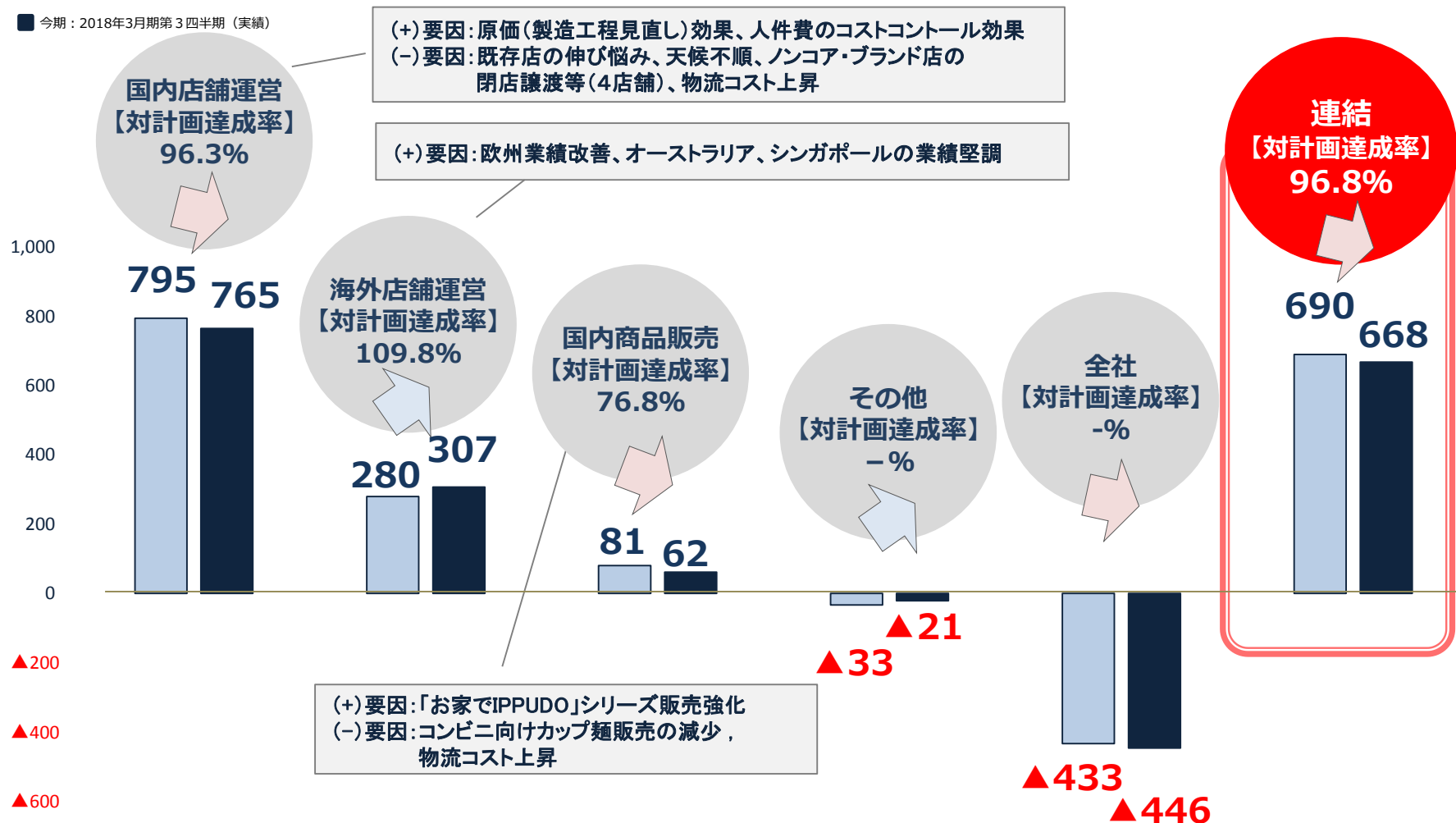
グループ業績の分析（セグメント利益：対修正計画）



単位：百万円

□ 今期：2018年3月期第3四半期（修正計画）

■ 今期：2018年3月期第3四半期（実績）



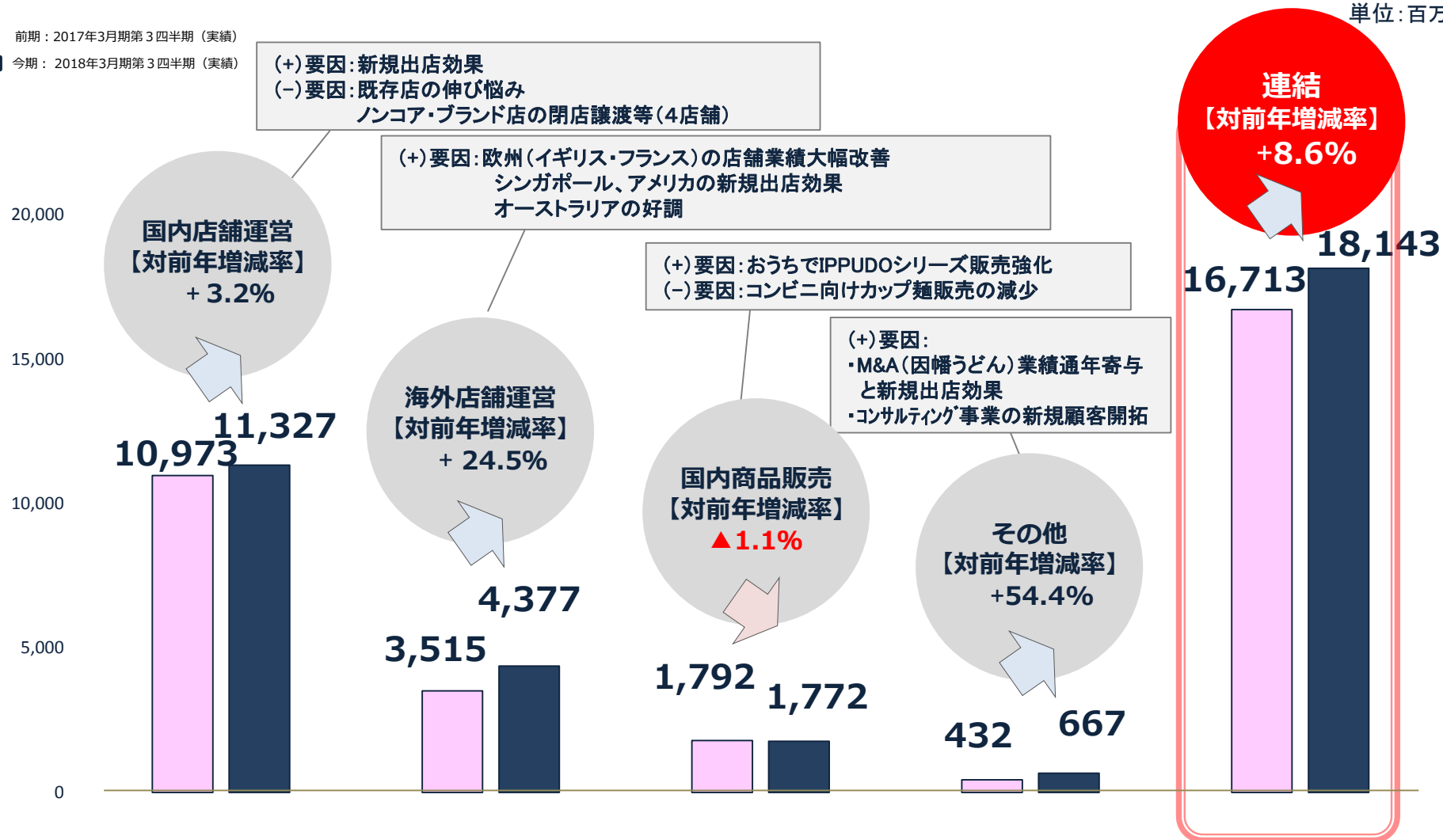
海外は欧州、オーストラリア、シンガポールが牽引し計画を大きく上回ったが、国内事業の未達分を埋めるには至らず全体では僅かに未達となっている

グループ業績の分析 (セグメント売上高：対前年)



単位：百万円

■ 前期：2017年3月期第3四半期 (実績)
■ 今期：2018年3月期第3四半期 (実績)

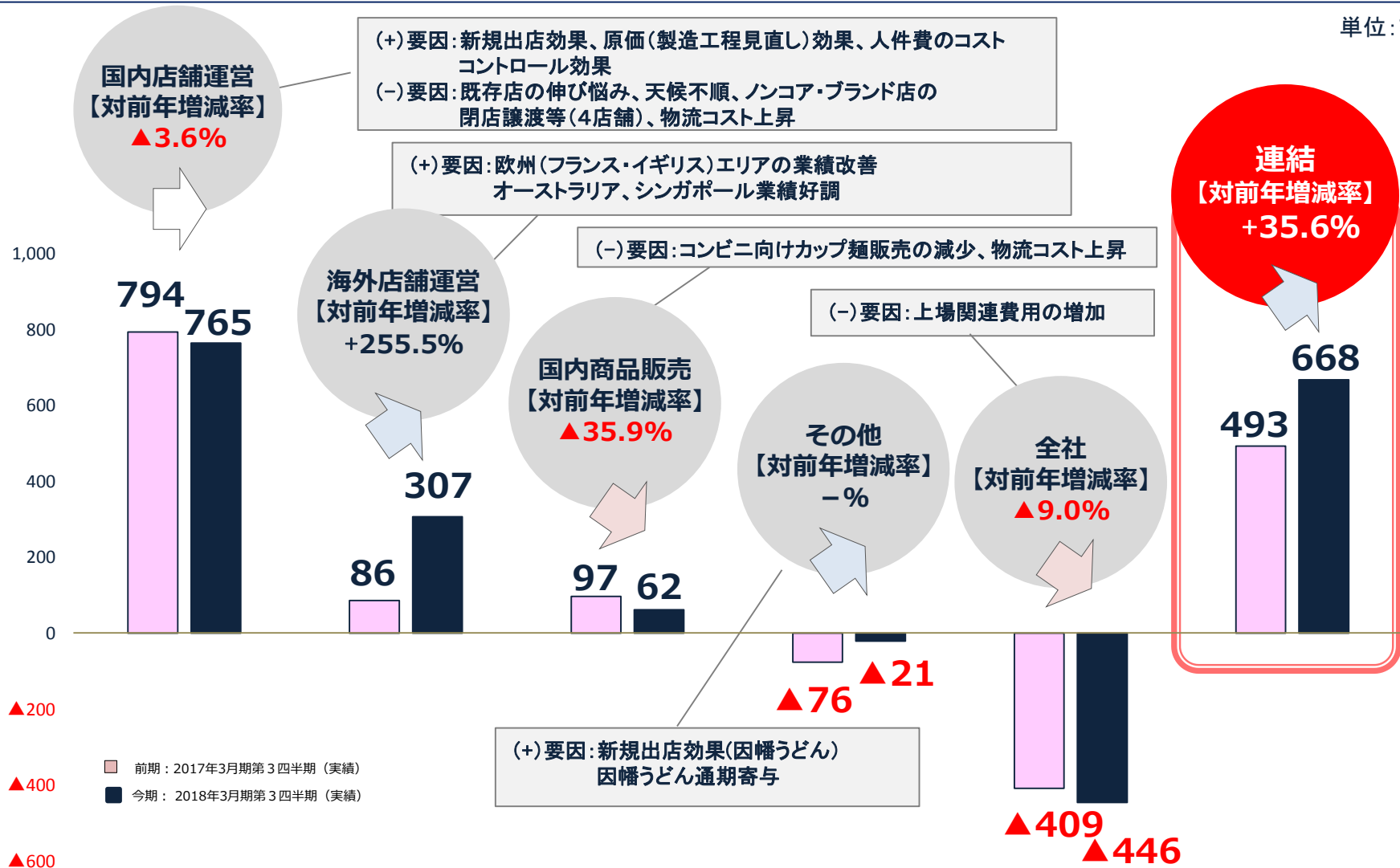


**国内海外ともに新規出店効果から増収
特に海外は24.5%の増収と全社業績アップの牽引役に**

グループ業績の分析 (セグメント利益 : 対前年)



単位: 百万円

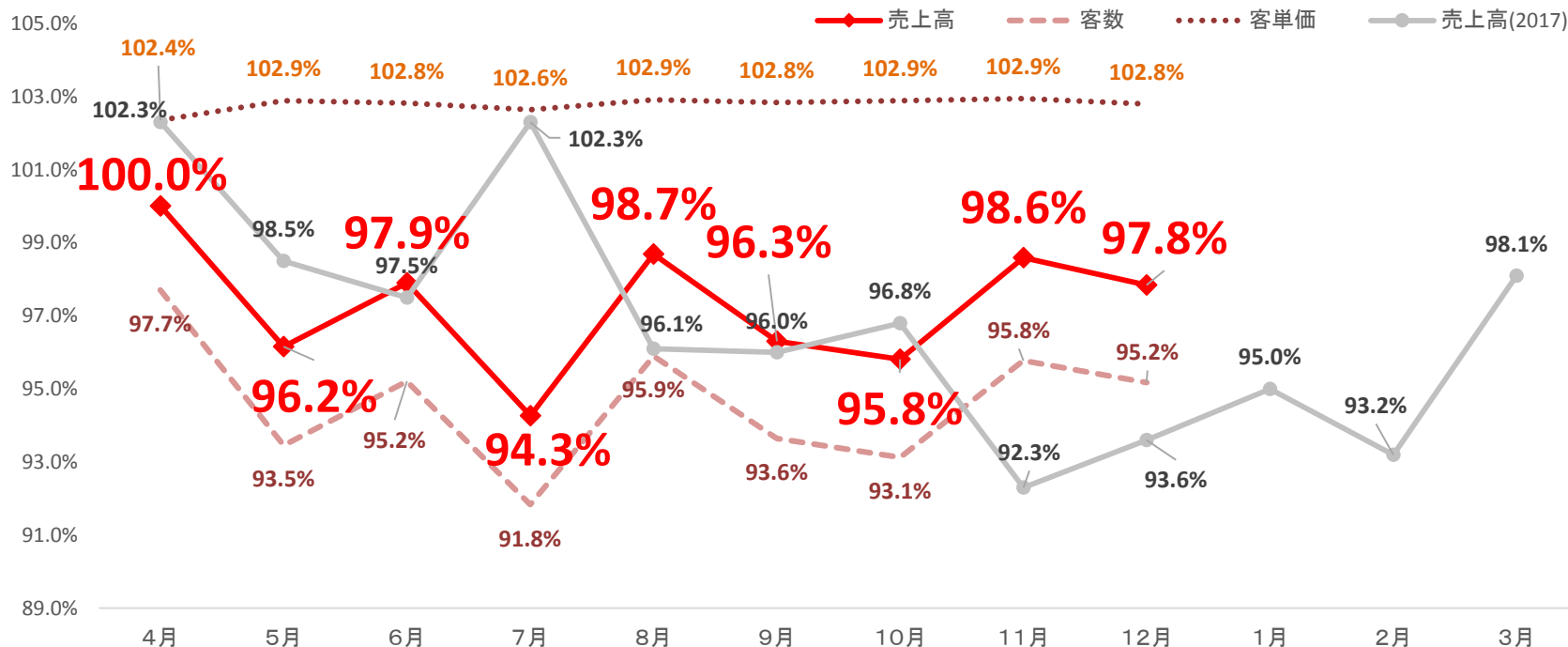


**セグメント利益は、海外が好調で大幅増益
国内店舗運営事業は、物流費上昇で減益となる**

グループ業績の分析（国内既存店 前年比）



2018年3月期 国内既存店の売上高/客数/客単価の推移



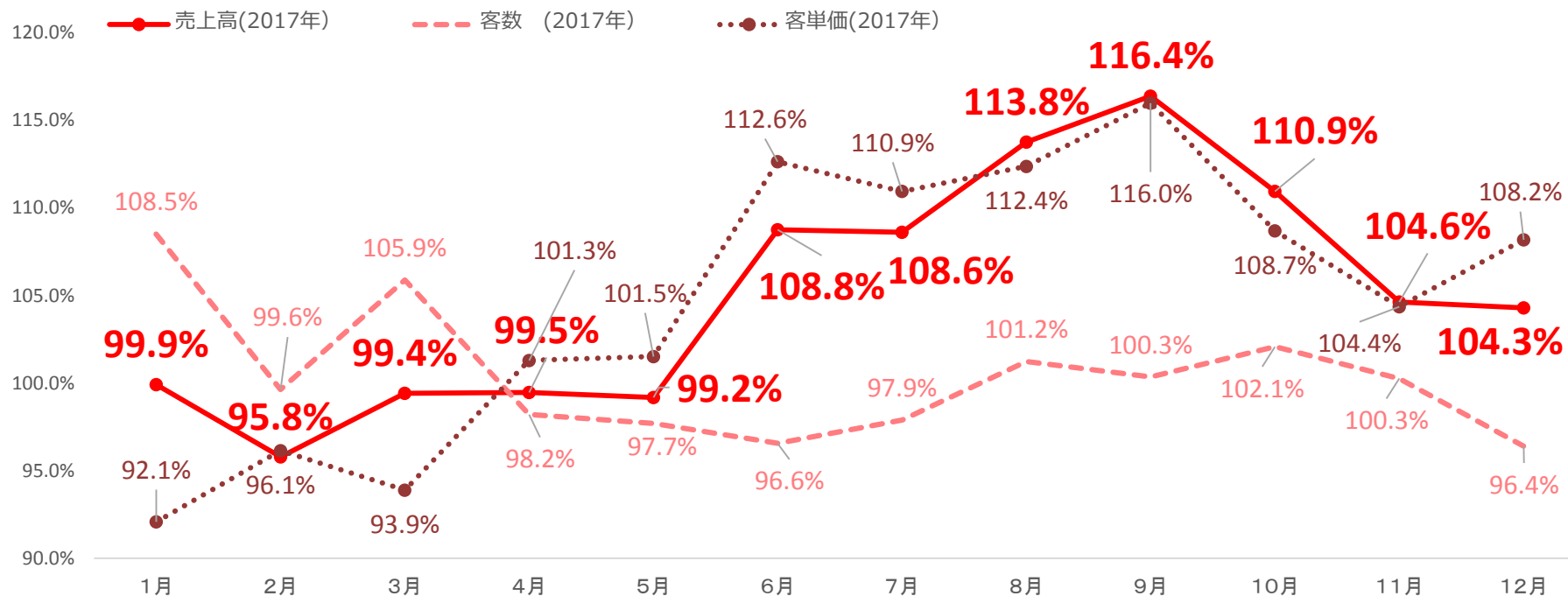
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	累計
売上高	100.0%	96.2%	97.9%	94.3%	98.7%	96.3%	95.8%	98.6%	97.8%	-	-	-	97.3%
客数	97.7%	93.5%	95.2%	91.8%	95.9%	93.6%	93.1%	95.8%	95.2%	-	-	-	94.6%
客単価	102.4%	102.9%	102.8%	102.6%	102.9%	102.8%	102.9%	102.9%	102.8%	-	-	-	102.8%

**国内既存店売上高は、10月以降の各種販促の実施などにより底打ちとなっている
4Qは、販売促進の継続とQSC向上対策を講じていく**

グループ業績の分析（海外既存店 前年比）



2018年12月期 海外既存店の売上高/客数/客単価の推移



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	累計
売上高	99.9%	95.8%	99.4%	99.5%	99.2%	108.8%	108.6%	113.8%	116.4%	110.9%	104.6%	104.3%	105.2%
客数	108.5%	99.6%	105.9%	98.2%	97.7%	96.6%	97.9%	101.2%	100.3%	102.1%	100.3%	96.4%	100.2%
客単価	92.1%	96.1%	93.9%	101.3%	101.5%	112.6%	110.9%	112.4%	116.0%	108.7%	104.4%	108.2%	105.0%

**海外の既存店売上高（直営店）の公表を開始。
各エリアともに好調なうえ出店拡大も進み、事業成長のドライバーとなっている**

グループ業績の分析（全社店舗数推移）



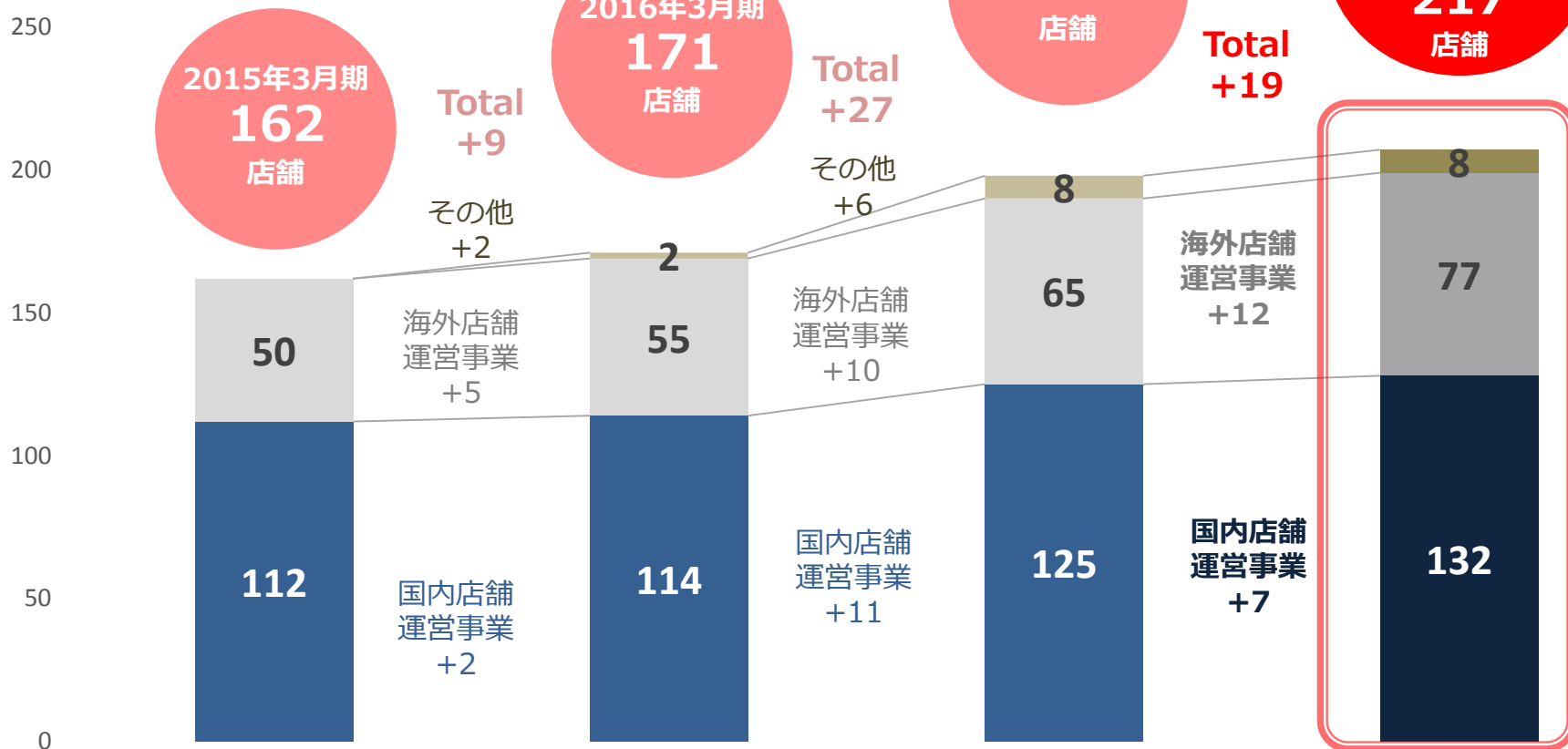
（2017年12月末現在）

店舗数推移（全社）

■ 国内店舗運営事業

■ 海外店舗運営事業

■ その他



第3四半期末のトータル店舗数は217店舗となり期初より19店舗の増加（国内店舗運営+7店舗（出店11店舗／退店4店舗）、海外店舗運営+12店舗）

グループ業績の分析 (ハイライト 連結貸借対照表)



単位:百万円

	2017年3月期末	2018年3月期 第3四半期	GAP
流動資産 (うち現金及び預金)	4,961 (3,316)	5,733 (3,506)	+771 (190)
有形固定資産	6,152	6,872	+719
無形固定資産	177	154	▲22
投資その他の資産	3,031	2,960	▲71
固定資産	9,362	9,987	+625
資産合計	14,323	15,721	+1,397
負債合計	10,746	11,208	+462
株主資本	3,026	3,460	+434
その他包括利益累計額	397	587	+189
非支配株主持分	152	464	+312
純資産合計	3,576	4,512	+935
負債純資産合計	14,323	15,721	+1,398

■資産

- ・ 現預金の増加 +190百万円
- ・ 売上債権の増加
(年越しそば) +228百万円
- ・ 有形固定資産の増加
(新規出店投資等) +719百万円

■負債

- ・ 仕入債務の増加
(年越しそば) +190百万円
- ・ 未払金
(アメリカ設備未払金等) +192百万円

■純資産

- ・ 親会社株主帰属利益 +503百万円
- ・ 配当金支払 ▲124百万円
- ・ 非支配株主持分GAP +311百万円
- ・ 有価証券評価差額金 +214百万円

**有利子負債残高は7,519百万円 (前期末対比▲55百万円)
自己資本比率は25.7%(前期末23.9%) となる**

(2017年12月末現在)

Global 13ヶ国・地域 Total 217 店舗

(期初からの増減 +19店舗)

国内140店舗、海外77店舗

欧州エリア (5)

イギリス	2店
フランス	3店

北米エリア (7)

アメリカ	7店
------	----

アジアエリア (60)

シンガポール	10店
マレーシア	3店
タイ	8店
フィリピン	5店
インドネシア	2店
中国・香港	22店
台湾	9店
ミャンマー	1店

日本 (国内) (140)

一風堂	88店
RAMEN EXPRESS	24店
PANDA EXPRESS	1店
その他ブランド	19店
国内店舗運営事業 計	132店
イチカバチカ	3店
因幡うどん	5店
その他の事業 計	8店

オセアニアエリア (5)

オーストラリア	5店
---------	----

2018年3月期 第3四半期決算 主なトピックス



西海岸（サンフランシスコ）エリアへの初出店
IPPUDO SF Berkeley 店
2017.7.28 OPEN

国内事業



2017年10月16日
創業祭キャンペーン
『ソースとんこつ大発明!』の様子
一風堂 ルミネエスト新宿店 (1/2PPUDO)

国内事業：新規出店の状況（国内 3Q）

- **RAMEN EXPRESS**
プライムツリー赤池店
(11.22 OP)



- **RAMEN EXPRESS**
三井アウトレットパーク 仙台港店
(11.22 OP)



- **博多焦がし味噌専門 五行**
(11.21 OP)



- **SHIROMARU-BASE**
なんばグランド花月店(12.21 OP)



国内 新規出店 4店舗（全て直営）
一風堂(SHIROMARU-BASE) 1店舗、RAMEN EXPRESS2店舗、その他1店舗

国内事業：既存店強化（潜在客・新規顧客の獲得）

□潜在客・新規顧客の獲得 メディア・ミックス・プロモーション（ex.創業祭関連販促）

創業祭（2017年10月16日）

『ソースとんこつ大発明！』

国内85店舗で特別価格キャンペーン



一風堂 ららぽーとTOKYO BAY店



一風堂 梅田店



一風堂 豊洲店



一風堂 marunouchi店



一風堂 クロスガーデン川崎店



一風堂 金沢香林坊店

創業祭ほか3Q実施の各種販促は、話題性の創出、大きな反響を獲得。
来店動機の喚起を促すことにより3Qの既存店売上は底打ち感から回復トレンドへ

国内事業：国内商品販売事業の取り組み



□ヘルシーラーメン&豚骨スープ鍋 (Oisixとのコラボレーション)

Oisix



Oisixが厳選した鶏団子や北海道ポーク、「たつやのにんじん」や「ねぎマドンナ」などのOisixの人気野菜、とんこつを知り尽くした一風堂の豚骨スープと極細の生麺のセット。3週間限定販売も、発売からわずか4日で完売

□一風堂監修「柚子香る鶏豚そばスープ」 (ANA国際線プレミアムエコノミーにて提供)

ANA



2013年からANA国際線ファースト・ビジネスクラスの機内食の企画・監修に参加。ANAシンボルカラーのパッケージに、鶏と豚のうまみを重ねたゆずの香りスープ。空の上でおいしくお楽しみいただける一杯。



とんこつスープとトマトソースを合わせたベジボタスープ、糖質を10%カットした一風堂のヘルシー中華麺、たっぷりのOisixの野菜をミールキット「Kit Oisix」として販売。3週間限定販売も、発売当日で完売

□一風堂 白丸とんこつ豆腐スープ (セブンプレミアムとのコラボレーション)

SEVEN&I PREMIUM



一風堂「豚骨豆腐」をモチーフに仕上げた「白丸豚骨豆腐スープ」。手造りで寄せて手盛りした豆乳入りおぼろ豆腐に、一風堂の白丸とんこつスープを合わせて、同封の専用トレーと使って電子レンジで温めるだけ！夕食やお酒のシメにもオススメです。

「おうちでIPPUDO」シリーズにて、自社プロダクトのライナップの拡充整備のほか異業種の様々な企業とのコラボレーションを実施し販路拡大&認知度向上を推進

海外事業

ZuZutto

IPPUDO LONDON Villiers Street 店
ロンドン（3号店）
2018.1.11 OPEN

海外事業：新規出店の状況（直営 3Q）

□ IPPUDO PARIS Republique店 (12.19 OP)



□ GOGYO SYDNEY Surry Hills店 (12.27 OP)



□ IPPUDO Singapore Star vista店 (11.6 OP)



第3四半期 海外直営店 新規出店 3店舗
IPPUDO 2店舗（パリ、シンガポール）、GOGYO 1店舗（シドニー）

海外事業：新規出店の状況（欧州）



IPPUDO LONDON



1号店
Central Saint Giles
(2014.10.10OPEN)



3号店
Villiers Street
(2018.1.11 OPEN)



2号店
Canary Wharf
(2015.7.12OPEN)



IPPUDO PARIS



1号店
Louvre店
(2016.6.11OPEN)



3号店
Republique
(2017.12.19 OPEN)



2号店
Saint-Germain店
(2016.2.19OPEN)



英・ロンドンは、1月、仏・パリも12月に3号店がオープン
ドミナント形成に伴い知名度も向上しており、これより収益貢献ステージへ

海外事業：新規出店の状況（ライセンス 3Q）



□ IPPUDO THAILAND Central Bangna
(12.8 OP)



□ IPPUDO THAILAND Mega Bangna
(12.15 OP)



□ IPPUDO THAILAND Emquartier
(12.15 OP)



第3四半期 海外ライセンス 新規出店 3店舗
(全てタイ/IPPUDO)

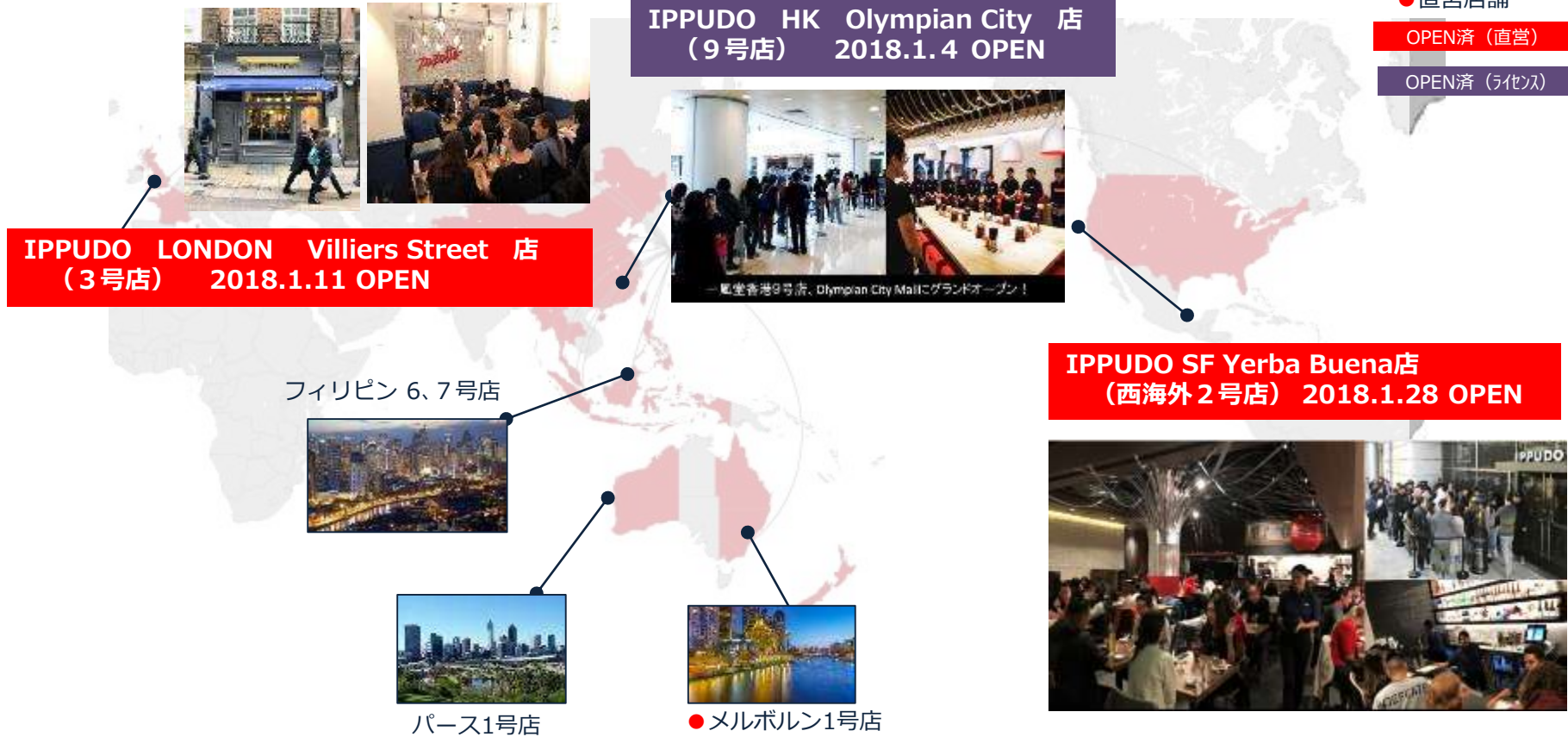
2018年3月までの新規出店（第3四半期オープン済&確定物件）

2017年1月末基準

● 直営店舗

OPEN済（直営）

OPEN済（ライセンス）

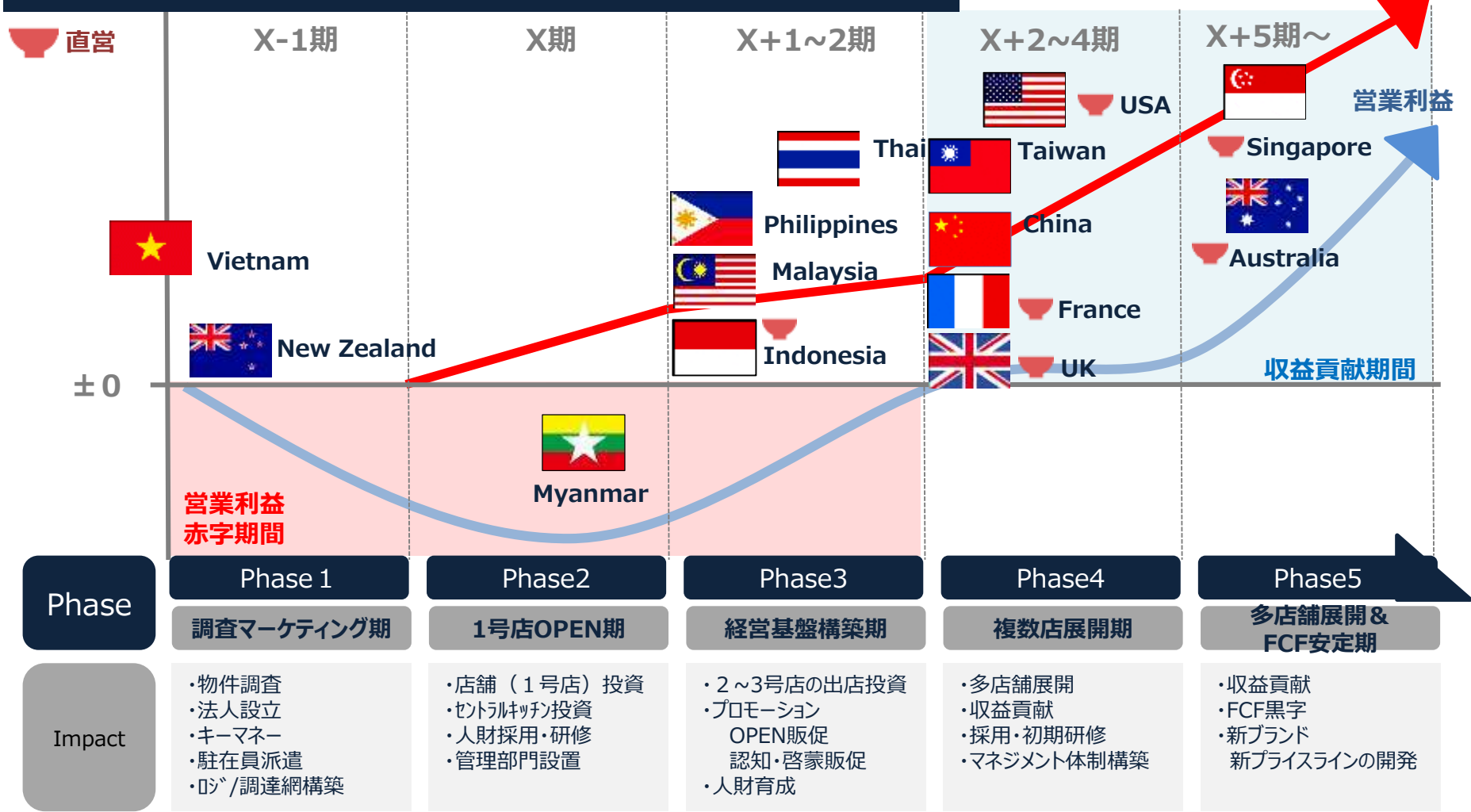


**第4四半期の新規出店パイプラインは7店舗（直営3店舗、ライセンス4店舗）
うち3店舗は2018年1月にオープン済みであり新規出店は堅調に推移**

海外事業：～初期投資とJカーブ、各国の成長ステージ(2017.12)～



2017.12時点の直営店展開エリアの『Jカーブ』と『成長ステージ・マッピング』



直営エリアは、欧州（仏、英）は共に3号店が開業、米・豪州も新規出店が進む
ライセンスエリアも出店が進んでおり、着実にNext Phaseへステップアップしている

2018年3月期

通期業績予想と4Q~来期に向けた注力事項



IPPUDO LONDON Villiers Street 店 (3号店)
2018.1.11 OPEN

2018年3月期 通期業績予想 (連結)



単位：百万円

	当期 (2018/3月期) 業績予想※ 2017.5.12期初	当期 (2018/3月期) 業績予想 (今回)	対計画	前期 (2017/3月期) 業績実績	対前年
			増減率 (%)		増減率 (%)
売上高	25,126	24,508	▲2.5	22,430	+9.3
営業利益	830	920	+10.9	609	+51.1
経常利益	800	930	+16.3	539	+72.5
親会社株主に帰属 する当期純利益	465	610	+31.4	271	+125.1

前回の業績予想からの変更はなし

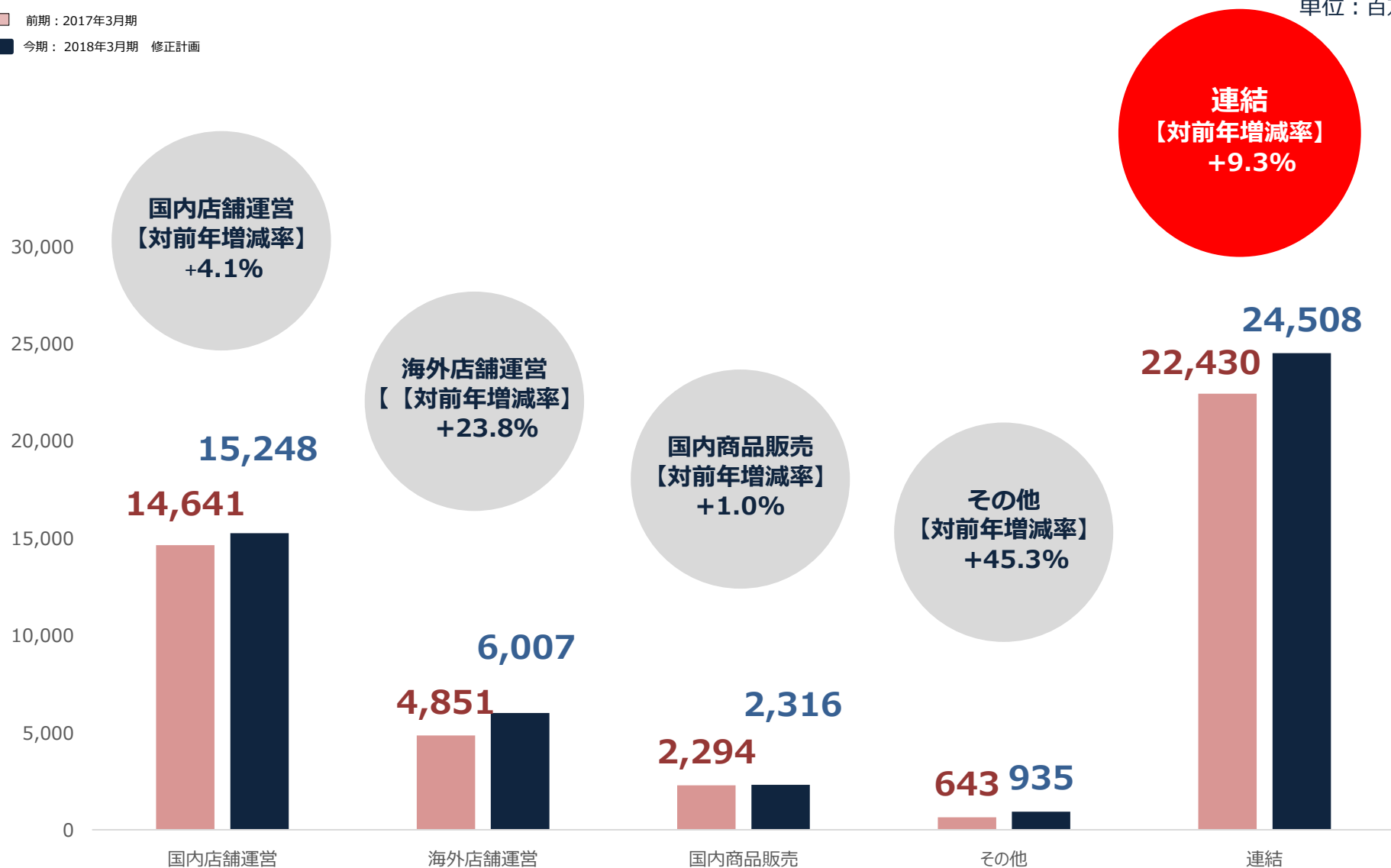
2018年3月期 通期業績予想 (修正売上高)



単位：百万円

■ 前期：2017年3月期

■ 今期：2018年3月期 修正計画



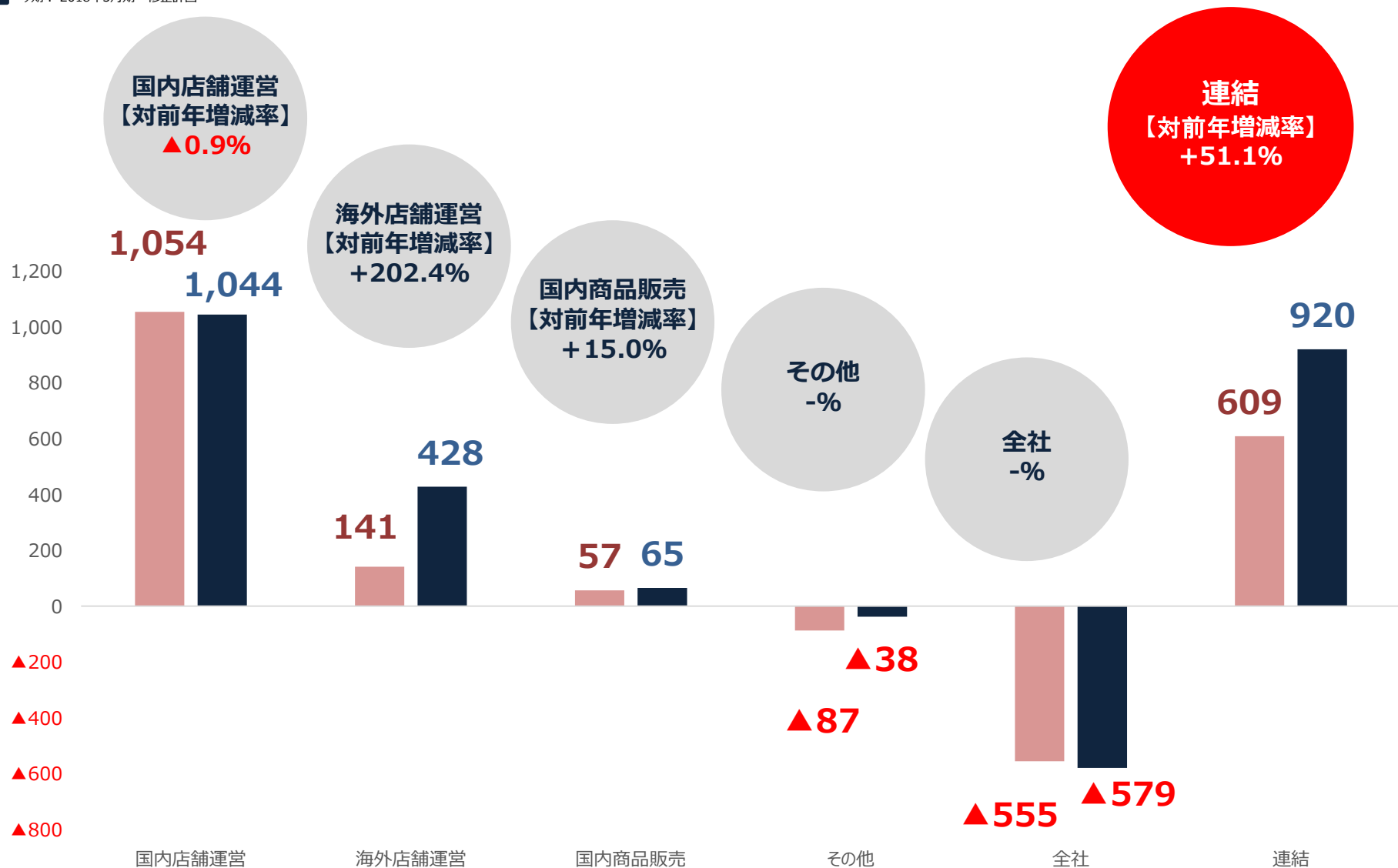
2018年3月期 通期業績予想（修正セグメント利益）



単位：百万円

■ 前期：2017年3月期

■ 今期：2018年3月期 修正計画



2018年3月期 新規出店進捗の状況



□店舗数推移（全社）

2017年12月末現在

セグメント	ブランド	2017年 3月期 (実績)	2018年3月期									
			期初 計画			1~3Q 実績				4Q 物件確定数		期末 (見込)
			出店数		累計	出店数		累計	出店数		累計	
国内 店舗 運営	一風堂	87	+4	(-)	91	+2	(▲1)	88	+1	(-)	89	
	RAMEN EXPRESS	17	+6	(-)	23	+7	(-)	24	+1	(-)	25	
	その他	21	+3	(▲2)	22	+2	(▲3)	20	+1	(▲1)	20	
	小計	125	+13	(▲2)	136	+11	(▲4)	132	+3	(▲1)	134	
海外 店舗 運営	IPPUDO	59	+22	(-)	81	+11	(▲1)	69	+7	(▲1)	75	
	その他 (KURO-OBI他)	6	+3	(-)	9	+2	(-)	8	+1	(▲1)	8	
	小計	65	+25	(-)	90	+13	(▲1)	77	+8	(▲2)	83	
その他	イチカバチカ	3	+4	(-)	7	0	(-)	3	+0	(▲1)	2	
	因幡うどん	5	+1	(-)	6	0	(-)	5	+1	(-)	6	
	小計	8	+5	(-)	13	0	(-)	8	+1	(▲1)	8	
合計		198	+43	(▲2)	239	+24	(▲5)	217	+12	(▲4)	225	

店舗数見込みは、期初より27店舗増のトータル225店舗を見込む

□ 国内店舗運営業

■ 販売促進対策（既存店）の継続実施

- 潜在客・新規顧客の獲得の継続
- ロイヤル・カスタマー対策の実施
- 人財育成・オペレーション強化によるQSCの改善

■ 物流・製造改革の推進

- 製造工程の効率化による原価低減
- 物流コストの見直しに着手
- 新工場は物流改革後に計画を後ろ倒し

□ 海外店舗運営業

- 注力エリアの更なる積極出店（北米、中国、東南アジア）
- 新規エリアの開発着手（欧州、ロシア、中東などへの展開の検討を開始）
- 各国の空港へのEXPRESS出店開発

□ 国内商品販売事業

- 事業の再構築及び各工場の機能・役割の見直し、伴う生産性の向上

付属資料



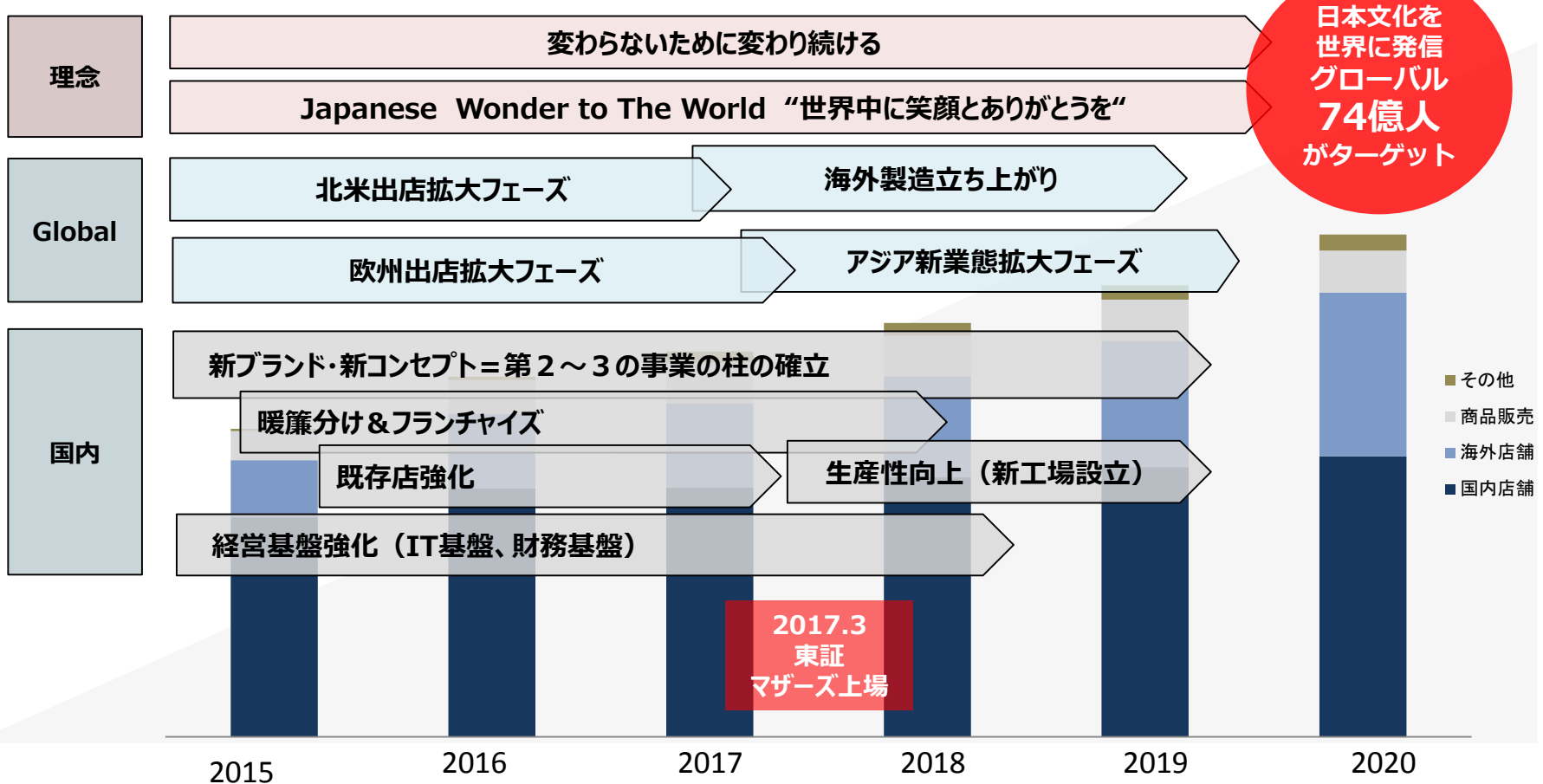
IPPUDO SF Yerba Buena 店（アメリカ西海岸2号店）
2018.1.28 OPEN

中期ビジョン



KURO-OBI (USA:New York) Canal Street Market店
2017.5.15 OPEN

アクションプランと売上高成長イメージ



グローバル74億人がターゲット。2017年以降の世界的な日本及び日本食への注目度の高まりを追い風に、企業価値の向上と理念・ミッションの実現を目指す

2025年に向けて



【経営理念】

“変わらないために変わり続ける”

【ミッション】

Japanese Wonder To The World

“世界中に笑顔とありがとうを”

2025年

国内**300**店舗 海外**300**店舗の実現

100人の経営者（暖簾分け）

グローバル**74億**人がターゲット

2017.3

東京証券取引所マザーズに株式を上場



2016.2

フランス パリに初出店

2015.10

創業30周年 記念イベント実施

2014.10

イギリス ロンドンに初出店（欧州初進出）

2009.5

シンガポールに、アジア1号店をオープン

2009.4

製麺事業の拡大に向け(株)渡辺製麺を子会社化

2008.3

アメリカ・NYに、海外1号店をオープン

1997.1

テレビ東京「TVチャンピオン」にてラーメン職人選手権優勝。3連覇

1995.4

東京 第1号店「一風堂 恵比寿店」をオープン

1994.3

横浜市の「新横浜ラーメン博物館」に出店。関東初進出。

1985.10.16

創業：福岡市中央区大名に「博多 一風堂」を1号店をオープン

1979.11

福岡市博多区に レストランバー「アフターザレイン」をオープン

IPPUDO



一風堂

会社概要



創業の店
一風堂 大名本店

■ 企業理念 ■

変わらないために 変わり続ける



■ 創業の精神 ■

私たちは、常に新しい価値を創造していく集団でありたい。
創造した価値を、人類最高のコミュニケーションの源である
「笑顔」と「ありがとう」とともに世界中に伝えていく。

株式会社 力の源ホールディングス

【証券コード:3561】

- 所在地 福岡県福岡市中央区大名一丁目14番45号 QizTENJIN 801B号
- 設立 1986年（昭和61年）10月30日
- 資本金 12億 1,362 万円
- 発行済株式数 22,786,400 株 ※2017年10月1日付株式分割考慮後
- 決算期 3月
- 従業員数 66名（連結590名） ※2017年3月末現在、臨時従業員除く
- 役員構成

代表取締役会長兼CEO		河原 成美	Shigemi Kawahara
代表取締役社長兼COO		清宮 俊之	Toshiyuki Kiyomiya
常務取締役CFO		粕谷 進一	Shinichi Kasuya
取締役		原田 善治	Yoshiharu Harada
取締役		松田 大作	Daisaku Matsuda
取締役（社外）	独立役員	金子 和斗志	katsushi kaneko
取締役（監査等委員）		鈴木 康義	Yasuyoshi Suzuki
取締役（監査等委員／社外）	独立役員	辻 哲哉	Tetsuya Tsuji
取締役（監査等委員／社外）	独立役員	田鍋 晋二	Shinji Tanabe

※2017年10月末現在

セグメント・ブランド・ポートフォリオ



国内外において、ラーメンをはじめとする「日本食」の普及と、食材の生産、教育、商品開発、製造、流通、販売までを一貫して手掛ける事業モデルを志向

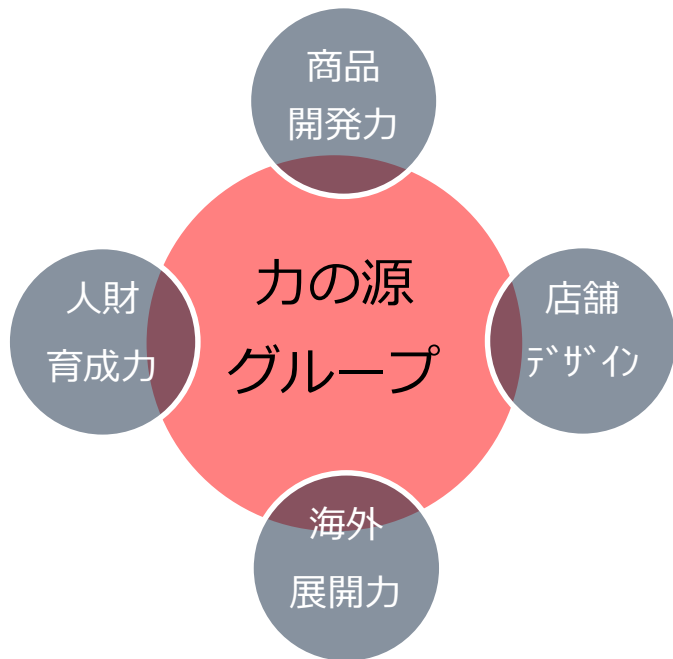
*弊社では、従業員は事業運営における財産であるとの考えから、「人材」は「人財」と記載しております。

特徴・強み



革新の一杯
赤丸新味

【経営理念】
 “変わらないために変わり続ける”
【ミッション】
 Japanese Wonder To The World
 “世界中に笑顔とありがとうを”



商品 開発力	素材～工法まで拘ったラーメンと「日本食」サイドメニュー世界の多種多様な顧客ニーズに迅速に応える商品開発力
店舗空間 デザイン	地域・カルチャー・トレンド・伝統など様々なテイストを織り込みお客様の居心地の良さと楽しさを追及した店舗デザイン
人材 育成力	OJT、研修施設「くしふるの大地」「7つの習慣」充実した研修コンテンツから「おもてなし」の精神とサービスをグローバルに提供する
海外 展開力	グローバル13カ国への事業展開に裏打ちされたナレッジストック

Since 1986

Branding (ブランディング)



理念、人材、商品、店舗デザイン、全てのサービスを高いレベルで融合させる「ブランディング」が『力の源のコア・コンピタンス』

ブランディング ~商品開発力~

全世界共通看板商品「白丸元味」「赤丸新味」
 オリジナルブレンド小麦を使用した自家製麺、独自工法による自社生産スープ
 海外進出国の多様性を取り込んだ「日本食」のサイドメニュー・ラインナップ

原点の一杯
白丸元味



革新の一杯
赤丸新味



Veggie (菜食系/ベジタリアン) 10%



スープ
 博多絹ごしとんこつ



麺
 丸刃麺線 26番



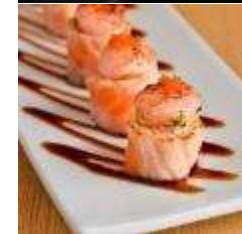
匠がえし一風堂



一風堂専用小麦
 「風の大地」



HAKATA SHOYU
 博多醤油



素材～工法まで拘ったラーメンと「日本食」サイドメニュー
 世界の多種多様な顧客ニーズに迅速に応える商品開発力

白丸元味

原点の一杯



創業当時から今に引き継ぐ一風堂のとんこつラーメンの本流であり、原点の味。18時間の調理と、丸1日の熟成を経て、とんこつの旨味を極限まで抽出した豊かで香り高いシルキーなスープに、博多らしい細麺、丸刃麺線26番がマッチ。

赤丸新味

革新の一杯



自家製の香味油と辛みそを加えることで、一杯のラーメンの中でいくつもの味の奥行きと調和を楽しめる。麺は弾力と存在感を表現した角刃麺線22番。白丸が正統派のとんこつラーメンならば、赤丸新味は豚骨ラーメンの可能性を広げた“革新派”。

一風堂からか麺

刺激の一杯



博多絹ごしとんこつをベースに、豆板醬や甜麵醬などを独自に配合した肉味噌を大胆にトッピング。山椒などのスパイスを効かせた自家製ラー油が全体をピリりとまとめあげ、中太のストレート麺がうま味と辛味を余すところなくすくい上げる。



**地域・カルチャー・トレンド・伝統など様々なテイストを織り込み
お客様の「居心地の良さ」と「楽しさ」を追及した店舗&空間設計と演出**

ブランディング ~人財育成力~



**OJT、研修施設「くしふるの大地」、「7つの習慣」研修プログラム
「おもてなし」の精神と質の高いサービスをグローバルに提供**

出店来歴

【2008年】	ニューヨーク
【2009年】	シンガポール
【2011年】	中国・香港
【2012年】	台湾 中国 (Mainland)
【2013年】	シドニー
【2014年】	クアラルンプール バンコク マニラ ジャカルタ
【2016年】	ロンドン
【2017年】	パリ ミャンマー

グローバル **13**カ国・地域 TOTAL **217**店舗

海外店舗運営事業 **12**カ国・地域 **77**店舗

(2017年12月末現在)

2015年3月期
売上高 (実績)
33.1億円

2016年3月期
売上高 (実績)
43.2億円
前年対比130.7%

2017年3月期
売上高 (実績)
48.5億円
前年対比112.0%

2018年3月期
売上高 (計画)
60.0億円
前年対比123.8%

グローバル 13カ国・地域 (日本含む) への事業展開に裏打ちされたナレッジストック

□ チャイルドキッチン



粉と一緒に遊ぼうよ！子どもたちに食の楽しさを伝える粉食体験型施設“チャイルドキッチン”。運営現在は、福岡1拠点の運営ですが、訪問実施も含めて、海外5カ国での開催を実現しています。



■ 取り組みの実績

【2017年3月期】

参加者数：7,306名（国内）
542名（海外）

【開催総数（累計）】

参加者数：42,867名
1,354名（海外）

【実施国】5カ国

日本、シンガポール、台湾、
マレーシア、タイ

□ 一風堂 WORK SHOP



2003年から小学校を対象に開始したラーメンと餃子づくりを通じて、食の大切さや作る楽しさを子供達に届ける“出前型体験授業”。正しい食のあり方を見つめ、食を通じたコミュニケーションの重要性を伝える食育活動は毎年全国に広がっています。



■ 取り組みの実績

【2017年3月期】

開催校数：91校
参加者数：8,171名

【開催総数（累計）】

開催校数：499校
参加者数：41,498名

「Japanese Wonder To The World」“世界中に笑顔とありがとうを”
ミッション実現に向けた食育活動の展開、将来のファンづくり、地域密着型の繋がり

本資料は、株式会社力の源ホールディングス（以下「当社」または「力の源」）の企業情報の提供のために作成されたものであり、日本における当社の発行する株式その他の有価証券への勧誘を構成するものではありません。

本資料は事前の通知なく変更されることがあります。本資料またはその内容については、当社の事前の書面による同意がない限り、いかなる目的においても第三者に開示されまたは第三者により利用されることはできません。

本資料に記載される業界、市場動向、または経済情勢等に関する情報は、現時点で入手可能な情報に基づいて作成しているものであり、当社がその真実性、正確性、合理性及び網羅性について保証するものではありません。

また本資料に記載される当社グループの計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、現時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社グループの経営成績、財務状態、その他結果は、経済情勢、外食産業の市場動向、消費者の嗜好の変化、原材料価格の変動等により、本資料記載の内容またはそこから推測される内容と大きく異なることがあります。

