



2021年12月22日

各位

会社名 株式会社力の源ホールディングス
代表者名 代表取締役社長 河原 成美
(コード番号：3561 東証第1部)
問合せ先 取締役CSO 山根 智之
(TEL. 03-6264-3899)

プライム市場選択申請書及び計画書提出のお知らせ

当社は、2022年4月に予定されている株式会社東京証券取引所の市場区分の見直しに関して、本日プライム市場を選択する申請書及び上場維持基準の適合に向けた計画書を提出いたしましたので、お知らせいたします。

記

1. 当社の上場維持基準の適合状況及び計画期間

当社の移行基準日(2021年6月30日)時点における上場維持基準への適合状況は、「流通株式数」、「売買代金」は適合しておりますが、「流通株式比率」及び「流通株式時価総額」については基準を満たしておりません。

しかしながら、当社が企業価値向上と国内外における事業拡大を通して持続的な成長を推し進めていくためには優秀な人材確保及び信用力の強化が不可欠であると考え、プライム市場を選択し上場維持基準を満たすための各種取組みを行ってまいります。

2. 計画期間

計画書提出日から2026年3月期末日までに流通株式時価総額100億円、流通株式比率35%以上の充足を目指してまいります。

3. プライム市場に向けた取組みの基本方針、課題及び取組み内容

「プライム市場上場維持基準の適合に向けた計画書」をご参照ください。

以上



株式会社 カの源ホールディングス 【証券コード: 3561】



2021年12月22日

プライム市場上場維持基準の適合に向けた計画書

1. 上場維持基準の適合状況 . . . P. 2
2. プライム市場適合に向けたロードマップ . . . P. 3
3. 業績目標及び期間 . . . P. 4
4. 国内の戦略 . . . P. 5
5. 海外の戦略 . . . P. 6
6. IR活動・資本政策・サステナビリティの取組 . . . P. 7
7. 流通株式比率向上に向けた取組み . . . P. 8
8. コーポレートガバナンスコード対応 . . . P. 9
9. 参考資料 . . . P. 10

1. 上場維持基準の適合状況

当社の移行基準日（2021年6月30日）におけるプライム市場の上場維持基準への適合状況（※）は、「流通株式時価総額」及び「流通株式比率」については基準を充たしておりません。

	プライム市場上場維持基準	当社の数値	
流通株式数	2万単位以上	○	80,337
流通株式時価総額	100億円以上	▲	50億円
流通株式比率	35.0%	▲	33.4%
売買代金	1日平均売買代金0.2億円以上	○	35,439,008

※「新市場区分における上場維持基準への適合状況に関する一次判定結果について」
(株式会社東京証券取引所より、2021年7月9日付受領)

流通株式比率及び流通株式時価総額の上場維持基準を満たす計画が必要。

2. プライム市場適合に向けたロードマップ

プライム市場適合に向けた取組み

2021年
3月期

2022年
3月期

2025年
3月期

2026年
3月期

現在 2022年4月市場再編

売上高 290億～300億円

流通株式時価総額
基準100億円達成
流通株式比率
基準35%達成

売上高

当期純利益

EPS

2025年3月期
～2026年3月期

290億～300億

14～16億

45円～50円

既存店の強化や新たな収益モデルでの出店による業績拡大を主軸に、
IR活動・資本政策・サステナビリティの取組による企業価値向上、
そして流通株式時価総額の向上を目指します。

3. 業績目標及び期間

プライム市場適合に向けた目標及び期間

業績目標	期	売上高	当期純利益	
	進行期 (2022年3月期)	201億	2億	
	2025年3月期 ～2026年3月期	290億～300億	14億～16億	

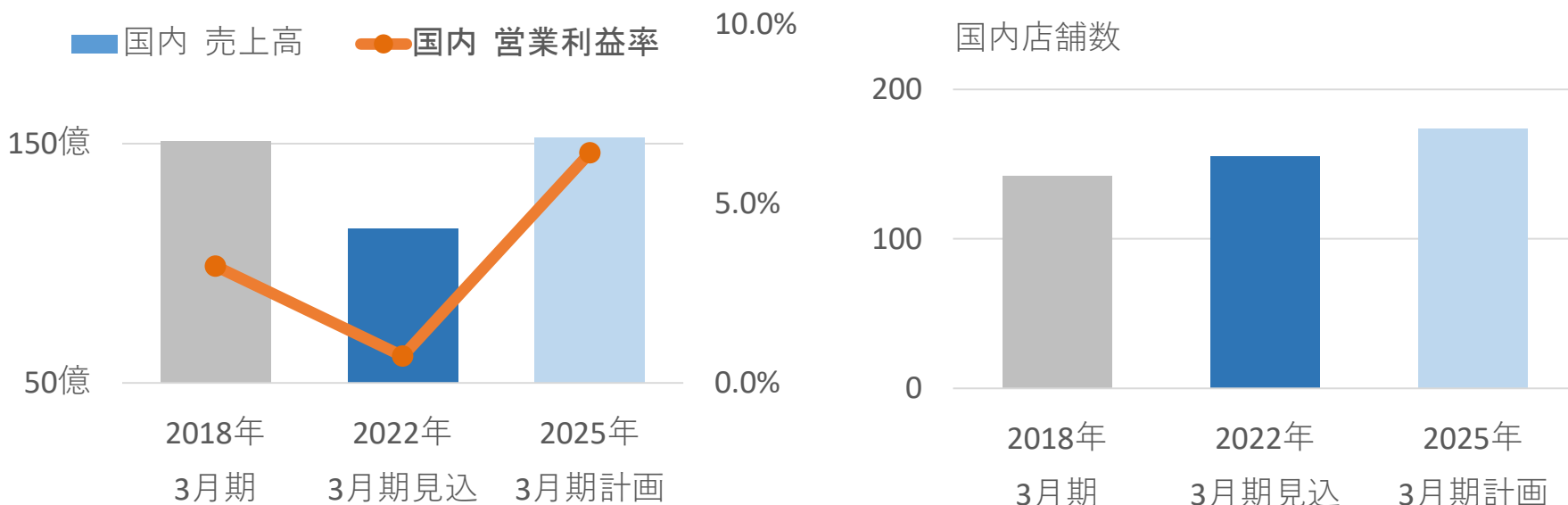
経営指標目標	期	営業利益率	当期純利益率	EPS
	進行期 (2022年3月期)	2.7%	1.2%	9円
	2025年3月期 ～2026年3月期	7.4%～7.7%	4.7%～5.2%	45円～50円

想定時価総額	PER	時価総額	流通株式時価総額
	20	270億	100億
	25	330億	120億

上記業績目標数値達成及び後述の資本政策の遂行により、
流通株式比率及び流通株式時価総額の基準の達成を目指します。

4. 国内の戦略

国内の売上・営業利益率及び店舗数の推移



1 小商圈やロードサイドの出店による市場拡大

コロナ禍による不採算店舗の戦略的閉店は昨年度に一旦完了しており、都市部をメインとした出店からロードサイドや郊外駅前といった小商圈での出店展開を、今後国内の出店戦略の主軸として進める。

2 既存店の活性化

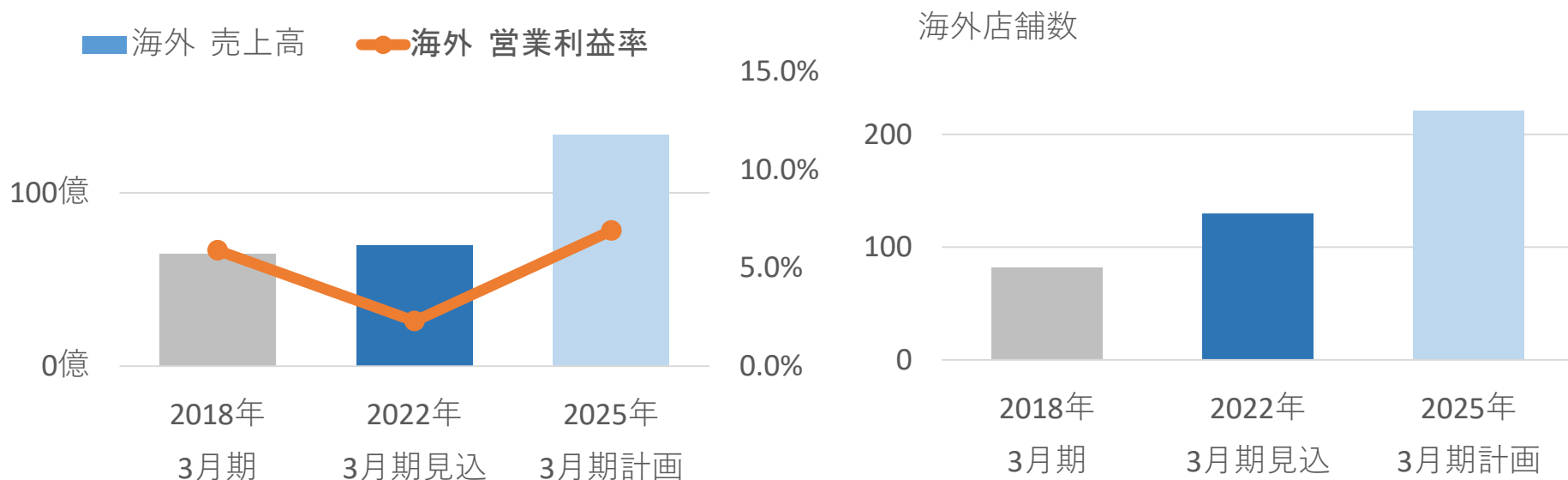
地域に合わせたマーケティングや地域商品の開発、ワークショップ開催による地域密着、一風堂の強みである「おもてなし」や店舗仕込み等、競合との差別化を推進。

3 インフラ統一・DX推進・コスト削減

現在展開している施設SC店舗は一風堂に業態変更することにより購買・物流・販促・人事・経理等の統一することによるコストダウンを見込む。また店舗ではDX推進の一環としてモバイルオーダーシステムを検証し展開していく。また賃料交渉やその他固定費の削減により損益分岐を引き下げる活動を実施していく。

5. 海外の戦略

海外の売上・営業利益率及び店舗数の推移



1 フラグシップ戦略は成長フェーズへ

主要な情報発信都市で展開してきた既存エリアでは、セントラルキッチン等の導入コストのかかる初期フェーズは経過し、地域での複数店舗展開フェーズへと移行し収益の最大化を具現化していく。また新規国での出店展開をFY23以降並行して進める。

2 パートナーシップ戦略

ライセンス展開している既存の現地パートナーと連携することにより、市場変化や地域コンプライアンスに対応でき、より広範囲に顧客をとらえ、多店舗展開できる出店体制を整える。また、新規国でのパートナー開拓を進め世界に展開していく。

3 ブランディング

全世界共通商品である白丸・赤丸を軸に日本食ベースのサイドメニュー、出店国の文化や多様性に合わせた商品開発をラインナップに取り込む。さらにテイクアウトやデリバリー商品、物販商品の開発と各国への展開を進める。

IR

株主、投資家との対話の充実・情報発信の機会の拡大

- ▶取締役CSO及び代表取締役に加え、社外を含む取締役及び監査役との対話
- ▶海外投資家等に向けた英語での情報開示・提供による海外IRの充実

資本政策

資本政策による流通株式比率の向上

- ▶2021年5月31日付にて割り当てた新株予約権による資金調達
- ▶新規の新株予約権による流通株式時価総額増加の検討

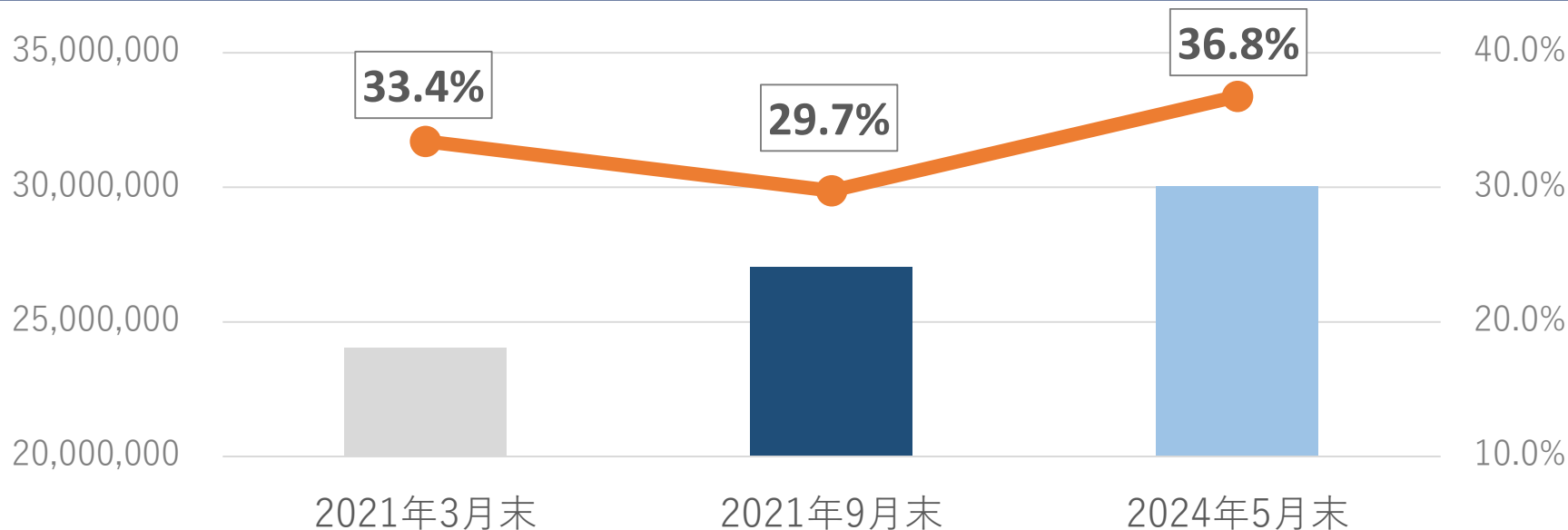
サステナビリティ

ESG、SDGsの取組み

- ▶植物由来の原材料のみを使用した商品（プラントベース）の導入
- ▶割り箸ではなくエコ箸の使用促進の継続的な実施
- ▶子供を対象としたラーメン作り等の体験事業の継続的な実施

流通株式時価総額向上に向けて、上記のアプローチを行ってまいります。

7. 流通株式比率向上に向けた取組み



■ 上場株式数 ● 流通株式比率

新株発行による株式数の増加

新株予約権行使による株式数の増加及び流通株式比率の増加

当社株式を保有する事業会社との株式放出の協議を検討

**2021年5月14日に開示しました資本政策の遂行により、
流通株式比率は2024年5月末までに35%以上を目指します。**

※詳細は2021年5月14日に開示しております資本政策をご参照下さい

8. コーポレートガバナンスコードへの対応

① 補充原則_プライム固有の原則

- 1-2 ④ 機関投資家向けに議決権電子行使プラットフォームを利用可能とすべき
✓ 2022年2月までに導入し第37回株主総会（2022年6月）にて運用を予定しております

- 3-1 ② 開示書類のうち必要とされる情報について、英語での開示・提供を行うべき
✓ 2022年3月期末の決算短信及び決算短信補足説明資料、第37回株主総会招集通知で英文開示を予定しております

- 3-1 ③ TCFDまたはそれと同等の枠組みに基づく開示を行うべき
✓ 持続可能な社会の実現に貢献するため、食べ物残渣削減によるCO2排出量の削減、エコ箸推奨による温暖化抑止、プラントベース商品の導入等への取り組みを推進してまいります

- 4-11① スキルマトリックスをはじめ、取締役のスキルの組み合わせの開示を行うべき
✓ 第37回株主総会での招集通知で掲載を予定しております

2021年6月に改訂されたCGコードのうち、プライム市場のみに適用、あるいはプライム市場に加重される上記の原則を中心に、取組んでまいります。

力の源の社会貢献活動

～ ラーメンから広がる、みんなの笑顔 ～

食を通して

世界をもっと笑顔にしたい

ありがとうと言い合える

温かみのある社会をつくりたい

力の源グループは「食を通して新しい価値を創造し

『笑顔』と『ありがとう』とともに世界中に伝えていく。」ことを

創業の精神に掲げる企業として、

これまで社会や環境に貢献できる取り組みを行ってきました。

わたしたちは今後もこの想いを胸に、

社会がより良い姿で在り続けられるよう、積極的に行動していきます。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



SDGs達成への貢献

2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」の中で「Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)」、略して「SDGs(エスディージーズ)」という国際目標が掲げられました。SDGsは17の目標・169のターゲットから構成され、地球上の誰一人として取り残さないことを誓っています。力の源グループもSDGsの達成に貢献していきます。

一風堂workshopの開催



力の源グループでは、「食の大切さ」、「食を通じたコミュニケーションの大切さ」、「自分で作ることの楽しさ」、「やり遂げることで達成感」などを子供たちに学んでもらうことを目的に、ラーメン作り体験の場を提供するなどの食育活動を行っています。一風堂店舗がある地域の小学校に店舗スタッフが赴きラーメン作りを教える「一風堂workshop」を一風堂が出店しているほぼ全ての都道府県で実施。2003年の初開催以来毎年欠かさず複数校で行っ

ており、17年に渡り750回以上開催しました。延べ参加人数は5.7万人を超えます。



▲小学校の体育館やアイドルタイムの店内を使ってラーメン作り体験

Child Kitchenの運営



2011年から3歳以上の子供を対象にした、ラーメンや餃子作りなどの料理体験教室「Child Kitchen」を福岡市内の専用施設で行っています。毎日受け付けており、約10年で6万人以上の子供たちが参加してくれました。なおChild Kitchenは、2015年



▲自分でつくったラーメンを食べる様子

以降はマレーシア、フランス、タイなどで複数回行い、シンガポールにおいては2017年以降毎月開催。海外においても開催規模を広げています。

子ども食堂でのラーメン提供



2021年から、パートナー企業のみならずにご協力いただきながら、子供やその家族にラーメンを無償で提供する子ども食堂の取り組みを行っています。コロナ禍において、思うように外で遊べない、外食ができない、旅行ができないなど楽しみを制限される状況の中、一人でも多くの方に外で食べるような美味しいラーメンで笑顔になれる瞬間を提供したいという想いで、移動可能なキッチンカーを使い、あつあつのラーメンを各地でお出ししています。



▲子供たちからいただいたお礼の寄せ書き

プラントベース赤丸の開発・販売

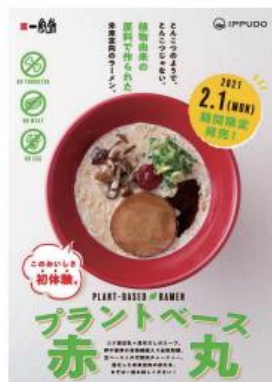


2021年2月から、国内「一風堂」45店舗で動物性食材を一切使っていない豚骨ラーメン「プラントベース赤丸」を期間限定販売しました。もちろん豚骨も豚肉も、卵も使っていません。このような動物性食材不使用のラーメンの開発・販売の経緯には「あらゆる方に「豚骨ラーメンは美味しい」という体験をして頂きたい」「豚骨ラーメンが好きなお方と豚骨ラーメンが食べられない方が同じ空間で食事を楽しめる場を増やしたい」「環境保全について考えるきっかけをつくりたい」という想いがありました。近年このような動物性食材を使わないプラントベースフードが注目されていますが、理由の一つとして、畜産による温室効果ガス発生抑制や地球

資源の消費削減といった環境保全の期待がされている点があります。力の源グループでは今後もプラントベース商品の開発・販売を進めることで、地球環境、資源、人々の生活の持続可能性の実現に寄与したいと考えています。



◀プラントベース赤丸



◀ポスター

環境保全型農業で生産されたお米を使用



力の源グループでは、「一風堂」で使用するお米に環境保全型農業により生産されたお米を使用し、一部店舗で使う野菜に無農薬・有機栽培の野菜を採用しています。環境保全型農業では輪作や有機物の使用、自然本来の力を借りることにより農薬使用量を極力低減。その土地の土壌や近くの海の水を汚さないよう配慮しながら栽培しています。有機栽培は、自然に負担をかけない、やがて自然に還る肥料を使用。このような農法で生産する農家・農協から食材を仕入れることで、力の源グループは

食の安心・安全を目指すとともに環境保全にも取り組んでいます。



▲北海道の大自然の中で化学肥料を最小限に抑えながら生産している

自社農場での食材生産



力の源グループは2009年、大分県竹田市に「くしふるの大地」を設立。このくしふるの大地では、自社農場として数種類の農作物を生産しており、一風堂で無料トッピングとして提供している辛子高菜の高菜の生産も進めています。2021年2月、一部一風堂店舗にてくしふるの大地産の辛子高菜をお出ししました。現在、自社農場産の高菜で作る辛子高菜をさらに多くの店舗で提供できるよう生産を進めています。自社農場で生産する安心安全な食材の

使用、さらにその地元の産業の活性化を目指し、これからも自社農場の取り組みを進めていきます。



▲一風堂の高菜

廃棄物/フードロス軽減



一部を除く力の源グループ店舗では、洗浄して再利用をするエコ箸を採用。これにより年間5トン以上の廃棄物を削減しています。また、消費期限がより長くなるよう工夫して梱包された食材の

仕入れや、トッピングには使わない部分のチャーシューを活用したメニューの販売、料理の残量を計測し残量削減に取り組むなど、廃棄物を極力減らすよう努力しています。

募金活動



◀台湾東部地震の際に行った替玉募金

力の源グループは東日本大震災が起きた際、一風堂店舗にて初めて「替玉募金」を実施。替玉募金とは、お客様がご注文をした替玉の売り上げ金額を全て被災地への義援金に充てるといふ、一風堂の替玉を通して募金ができるものです。2017年に

起きた九州北部豪雨の際に九州地区の「一風堂」[IPPUDO RAMEN EXPRESS]「名島亭」で、2018年に起きた台湾東部地震でも国内一風堂店舗で実施しました。このようなお客様と共に社会を支えるような取り組みも続けています。

本資料は、株式会社力の源ホールディングス（以下「当社」）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。

