



2023年3月16日

各位

会社名 株式会社丸千代山岡家
代表者名 代表取締役社長 一由 聡
(東証スタンダード・コード3399)
問合せ先 取締役管理本部長 太田 真介
TEL 029-896-5800

中期経営計画策定に関するお知らせ

当社は、2024年1月期から2026年1月期までの3年間を対象とする「中期経営計画」を策定いたしましたので、下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 中期経営計画策定の背景

当社は、全店直営店で運営を行い、セントラルキッチンを持たず店内調理中心のラーメン専門店「ラーメン山岡家」業態を中心に事業展開を行っております。

経営理念を「食を通じて、人と地域社会をつなぐ企業へ 全てのお客様に喜んでもらい、「お客様」「社会」「社員」に必要とされる企業であり続ける」として、全てのステークホルダーから必要とされる企業を目指しております。

3年前から新型コロナウイルス感染症拡大により、首都圏での人流の抑制、テレワーク等が推奨され、首都圏一極集中から「地方」がクローズアップされるなど、外食環境は大きく変化いたしました。また、地政学的リスクや世界各国の金融政策による金利上昇、原材料価格やエネルギーコストの高騰、国内の有効求人倍率上昇に伴う人材不足や賃金の上昇など、様々な不確定要因が見られるなかにおいても、「ラーメン山岡家」の味を求めて多くのお客様にご来店いただき2023年1月期は増収増益を達成することが出来ました。

新型コロナウイルス感染症の影響も限定的となってきたことから、中期経営計画を策定いたしました。当社は全国の幹線道路のロードサイドを中心に出店を行っており、これまでの出店ノウハウを積極的に生かし、全国各地のロードサイドへの出店を推進していきたいと考えております。なお、当中計期間において、最終年度に累計店舗数200店舗を達成したいと考えております。

2. 中期経営計画の基本方針・概要

(1) 期間：2023年2月～2026年1月（3カ年）

(2) 基本方針：全てのお客様に喜んでもらい、「お客様」「社会」「社員」に必要とされる企業として、永続的に存続できることを目指す

(3) 長期ビジョン：全国47都道府県に出店を行い、全国300店舗体制構築を目指す

(4) 中期経営計画スローガン：お客様の喜び・笑顔と共に—MaruchiyoYamaokaya-Vision2026—

(5) 重点課題・施策

① 出店力の強化

- ・2年目は10店舗、3年目以降は每期15店舗以上の出店を目指す
- ・出店エリア…関西から中国地方を経て九州へ。九州への出店は1年目に再進出
既存出店エリアについては、売上が好調な東北や東海地区を強化。また、これまで難しかった、首都圏により近いエリアの開発強化
- ・店舗レイアウトや仕様のブラッシュアップ（従業員がお客様に専念できる環境の整備）
- ・契約状況や経年変化の状況を見て、店舗リニューアル実施
- ・当社が得意とする大型車対応立地への出店強化

②人材育成と定着

- ・教育・トレーニングに更なる投資と座学中心から実務トレーニングの充実（トレーニングセンターの有効活用、早期戦力化の実現）
- ・パートナーの戦力化推進による正社員の定着率向上
- ・採用手段の多様化と強化（週休3日制社員制度採用など）、採用予算増額
- ・早期店長昇格を目的としたキャリア採用の開始
- ・店長候補の育成
- ・技術向上を目的とした技能検定の実施
- ・採用、トレーニング担当と営業部での情報共有による育成スケジュールの構築
- ・SVの役割や業務の見直しによる現場への関与をより強化
- ・クレーム対策の強化（研修実施等）

③ブランドの強化

- ・「ラーメン山岡家」ブランドの出店中心
- ・「極煮干し本舗」「味噌ラーメン山岡家」の出店強化
- ・ブランディング強化（SNS等の発信強化、使用食材のアピール等）

④働きやすい職場環境作り

- ・福利厚生制度の充実
- ・週休二日制の運用強化、年次有給休暇の取得促進
- ・エンゲージメントサーベイ、オピニオンサーベイの導入

⑤その他施策

- ・M&Aの本格検討（対象業種や地域の選定）
- ・店内調理と手作り感へのこだわり
- ・通販サイトでのPBブランド（乾麺、生麺）の商品ラインアップと販売強化
- ・農業事業への本格参入（自社で使用する長ネギの生産からスタート）
- ・DXによるお客様の利便性向上（キャッシュレス券売機の全店導入）や従業員満足度の向上、業務効率化（ペーパーレス、社内・ERPシステムの連携等）
- ・サステナビリティ基本方針の策定、ESG経営の推進
- ・購買、物流体制の強化とコスト効率化の推進

3. 経営数値目標

（単位：百万円）

	2023年1月期実績	2024年1月期計画	2026年1月期計画
売上高	18,676	20,392	23,442
経常利益	582	600	1,000
経常利益率（%）	3.1	2.9	4.3
当期純利益	413	317	533
ROE（%）※1	17.7	11.9	15.4
新規出店数	7	7	15
累計店舗数	176	183	208

（注）1. 参考指標

2. 每期ローリング方式で中期経営計画を更新いたします。

3. 2024年1月期からの3年間で、約40億円の設備投資を予定しております。

※なお、上記の予想は本資料発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は今後の様々な要因によって予想数値と異なる場合があります。

以上



中期経営計画説明資料

— MaruchiyoYamaokaya-Vision2026 —



2023年3月16日
株式会社丸千代山岡家
東証スタンダード（証券コード：3399）



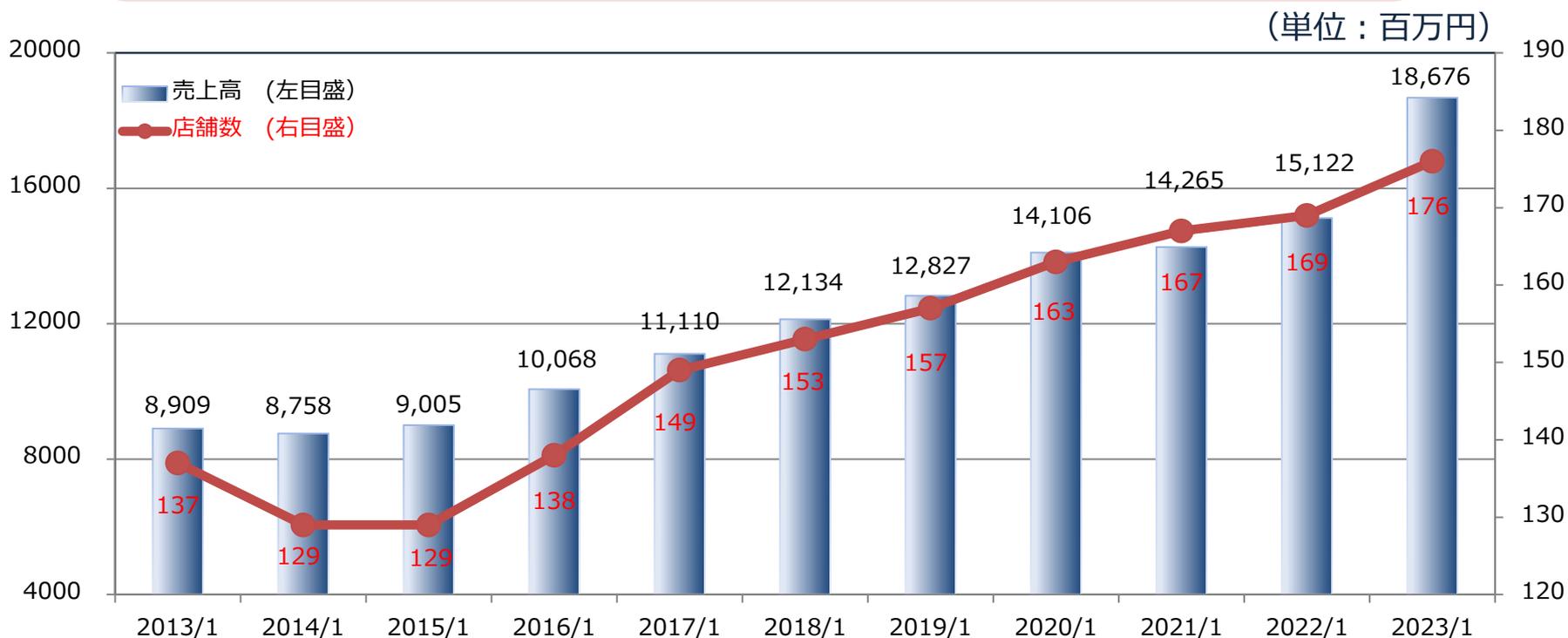
目次

直近の業績推移	P 3~4
当社を取り巻く外部環境	P 6
経営指標の全体像	P 7
経営理念・長期ビジョン	P 8
新中期経営計画	P 9~12



業績推移①（売上高と店舗数の推移）

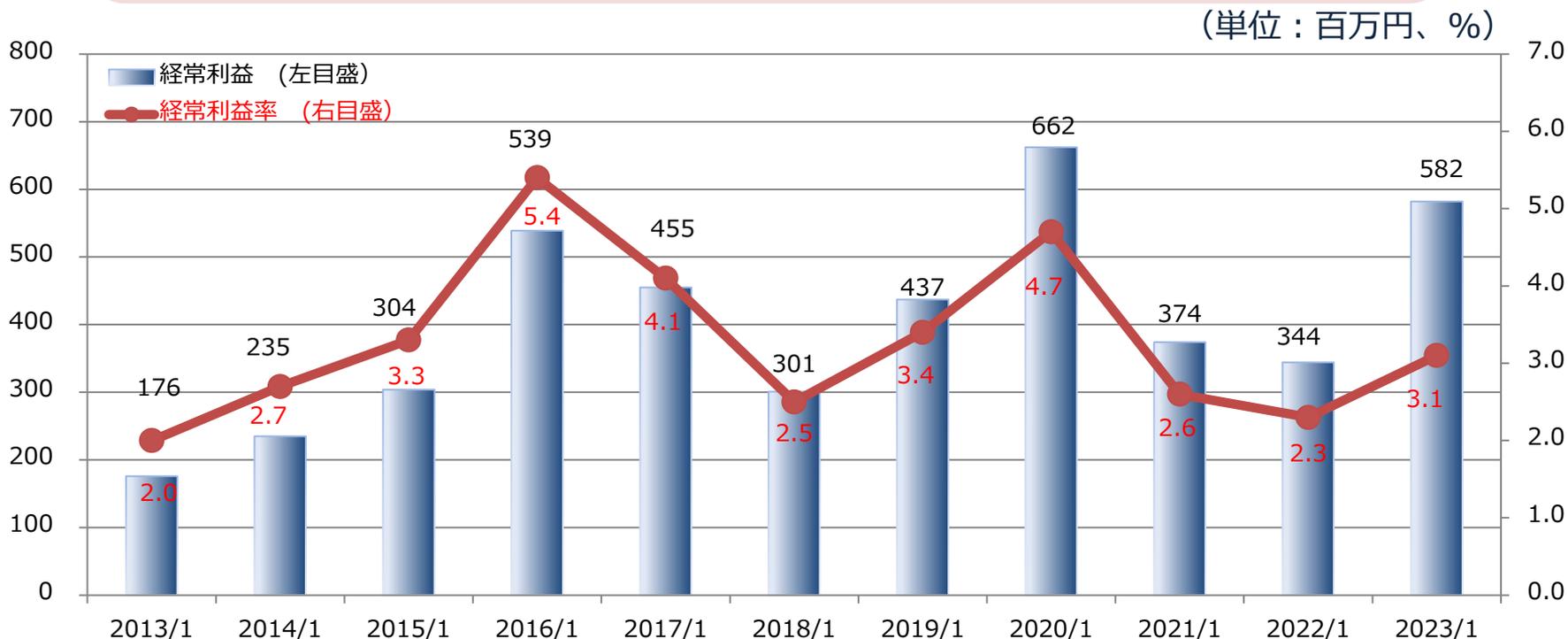
- ▶2014/1期から一時的に新規出店を停止し、既存店の営業力改善及び業績不振店の整理を行った
- ▶2016/1期から新規出店を再開し、以降着実に出店を進めている
- ▶2021/1期以降、新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあったが増収を達成
- ▶2023/1期は、コロナ禍からの反動等もあり大幅な増収となった





業績推移②（経常利益と経常利益率の推移）

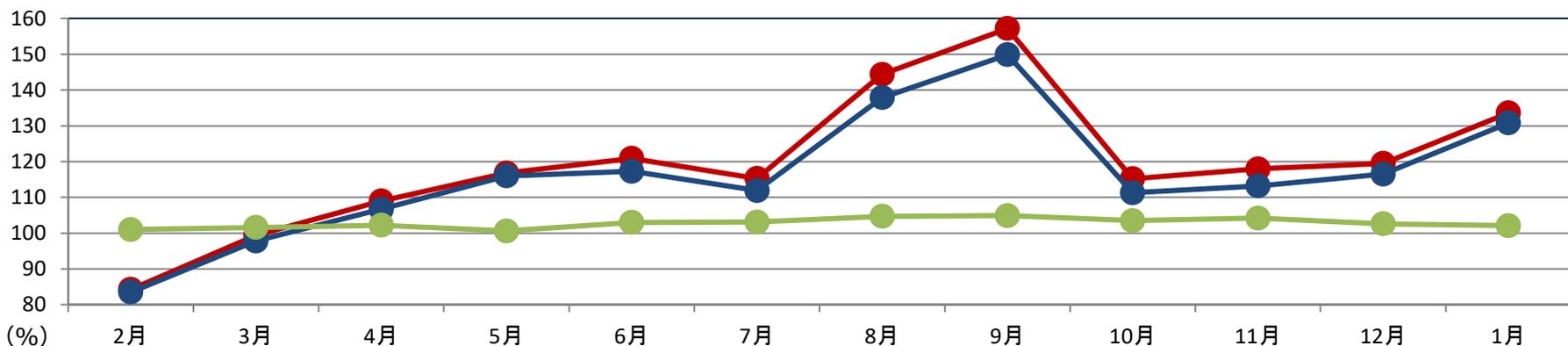
- ▶2013/1期から店舗営業力強化を中心とし業績は改善に向かうが、2017/1期以降は人材不足感が強まり、時給単価上昇等により経常利益が悪化
- ▶2019/1期からインバウンド等による景況感好転が見られ、来店客数が好調に推移
- ▶2021/1期以降、新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあり、再び経常利益が悪化
- ▶2023/1期は、各種コスト増の影響はあったが、売上大幅増により増益





(参考) 2023年1月期 既存店売上高推移 (対前年比)

● 売上高 ● 客数 ● 客単価



(単位：%)

	2023年1月期												
	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	計
売上高	84.3	99.4	109.0	116.8	120.9	115.3	144.4	157.2	115.2	118.0	119.5	133.6	<u>119.3</u>
客数	83.5	97.8	106.7	116.0	117.3	111.9	137.9	149.9	111.3	113.2	116.5	130.8	<u>116.0</u>
客単価	101.0	101.6	102.2	100.6	103.0	103.1	104.7	104.9	103.5	104.2	102.6	102.1	<u>102.9</u>



当社を取り巻く外部環境

国内市場 変化

- ▶新型コロナウイルス・・・
アフターコロナへの対応
ワークスタイルの変化により首都圏一極集中から地方がクローズアップ
世界各国と比較し経済回復が遅れているが、日本経済も回復の兆し見える
- ▶経済回復傾向に伴う人員不足と賃金上昇
- ▶原材料価格、エネルギーコストの高騰
- ▶インフレの方向性が明確
- ▶異業種からの飲食事業参入による競争激化
- ▶DX、SDGsへの対応
- ▶人口減少

海外情勢 & 不確実性

- ▶コロナからの回復基調だが、不確実性がぬぐえない
- ▶地政学的リスクの拡大(米、中、露)
エネルギーコストの上昇基調
需給バランス変動による食料価格の上昇(原材料価格高騰)
- ▶気候変動リスク(日本でも風水害の激甚化)

人材確保と早期戦力化
働きやすい環境作り
各種コスト増・リスクへの対応
店舗アピランスの更新

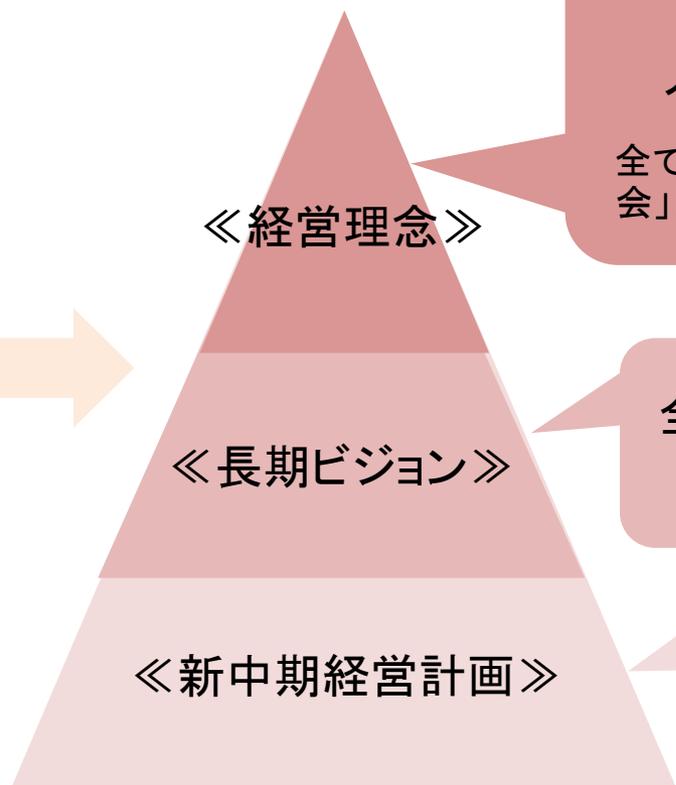
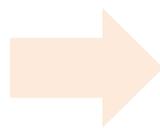
対策が急務！



経営指針等の全体像

国内市場
変化

海外情勢
&
不確実性



《経営理念》

食を通じて、
人と地域社会をつなぐ企業へ
全てのお客様に喜んでもらい、「お客様」「社会」「社員」に必要とされる企業であり続ける

《長期ビジョン》

全国47都道府県、主要な幹線道路に300店舗体制構築

《新中期経営計画》

MaruchiyoYamaokaya-Vision2026



経営理念・長期ビジョン

《経営理念》

食を通じて、人と地域社会をつなぐ企業へ

全てのお客様に喜んでもらい、「お客様」「社会」「社員」に必要とされる企業であり続ける



全てのステークホルダーから必要とされる企業として、
永続的に存続できることを目指す

《長期ビジョン》

全国47都道府県、主要な幹線道路に300店舗体制構築



今回策定の新中期経営計画と合わせ、出来るだけ早期に全国300店舗体制を構築するため、事業戦略・組織戦略・人材戦略・経営システム戦略の整備を行う



新中期経営計画

中期経営計画スローガン：
お客様の喜び・笑顔と共に—MaruchiyoYamaokaya-Vision2026—

(単位：百万円)

	2023年1月期 実績	2024年1月期 計画	2025年1月期 計画	2026年1月期 計画
売上高	18,676	20,392	21,727	23,442
経常利益	582	600	750	1,000
経常利益率 (%)	3.1	2.9	3.5	4.3
当期純利益	413	317	398	533
ROE (%) ※1	17.7	11.9	13.1	15.4
新規出店数	7	7	10	15
累計店舗数	176	183	193	208

(注)1. 参考指標

2. 2024年1月期からの3年間で、約40億円の設備投資を予定



中期経営計画 基本方針

《長期ビジョン》→「目標とする未来像」
全国47都道府県、主要な幹線道路に300店舗体制構築



長期ビジョン達成のために何をすべきか

中期経営計画スローガン：
お客様の喜び・笑顔と共に—MaruchiyoYamaokaya-Vision2026—

基本
方針

出店施策

人材施策

ブランド施策

職場環境

その他施策(M&A、DX、サステナビリティ)



中期経営計画 重点施策①

出店施策

- ▶2年目は10店舗、3年目以降は15店舗以上の出店
- ▶出店エリアは関西から中国地方を経て九州へ 九州への再出店は1年目に計画
- ▶既存出店エリアは東北から東海地区、首都圏近郊エリアを強化
- ▶店舗レイアウトや仕様のブラッシュアップ
- ▶契約状況や経年変化の状況を考慮し、店舗リニューアル実施
- ▶大型車対応立地の出店強化

人材施策

- ▶経営理念・行動指針の浸透
- ▶トレーニングへの更なる投資、座学中心から実務トレーニングの充実 (トレーニングセンターの有効活用)
- ▶採用手段の多様化と強化 (新卒、中途)
- ▶早期店長昇格を目的としたキャリア採用の開始
- ▶店長候補の育成
- ▶技術向上を目的とした技能検定の実施
- ▶採用・トレーニング担当と営業部での情報共有による育成スケジュールの構築
- ▶SVの役割や業務の見直しによる現場への関与強化
- ▶クレーム対策



中期経営計画 重点施策②

ブランド 施策

- ▶引き続き「ラーメン山岡家」ブランドを出店の中心とする
- ▶「極煮干し本舗」の出店再開、「味噌ラーメン山岡家」展開スタート
- ▶ブランディング強化(SNS等の発信強化、使用食材のアピール等)

職場環境

- ▶週休二日制の運用強化、年次有給休暇の取得促進
- ▶エンゲージとオピニオンサーベイの導入

その他 施策

- ▶M&Aの本格検討(対象業種や地域の選定)
- ▶店内調理と手作り感へのこだわり
- ▶通販サイトでのPBブランドのラインアップと販売強化
- ▶農業事業への本格参入(当初は、自社で使用する長ネギの生産からスタート)
- ▶DXによる業務効率化(ペーパーレス、社内・ERPシステムの連携等)
- ▶サステナビリティ基本方針の策定



問い合わせ先

問い合わせ先

部署 財務経理部、経営企画室
電話 029-896-5800
F A X 029-896-5802
E-mail ir@yamaokaya.com
ホームページ <https://www.yamaokaya.com>

本資料につきましては、現時点で入手可能な情報に基づき作成したものであり、今後様々な要因により予想数値と異なる可能性がありますのでご了承下さい。

2023年3月16日
株式会社丸千代山岡家
東証スタンダード（証券コード：3399）