

2025年3月期 決算説明会



株式会社王将フードサービス

東証プライム 9936

2025年5月27日

目次



01	2025年3月期 決算概要・2026年3月期 通期計画	3
02	2025年3月期の取り組み	17
03	2026年3月期の取り組み	29
04	株主還元	36
05	中期経営計画（～2027/3期）	40
06	Appendix	46





2025年3月期 決算概要 2026年3月期 通期計画



2025年3月期 決算ハイライト



連結売上高

1,110.3億円

前期比
+9.5%

連結営業利益

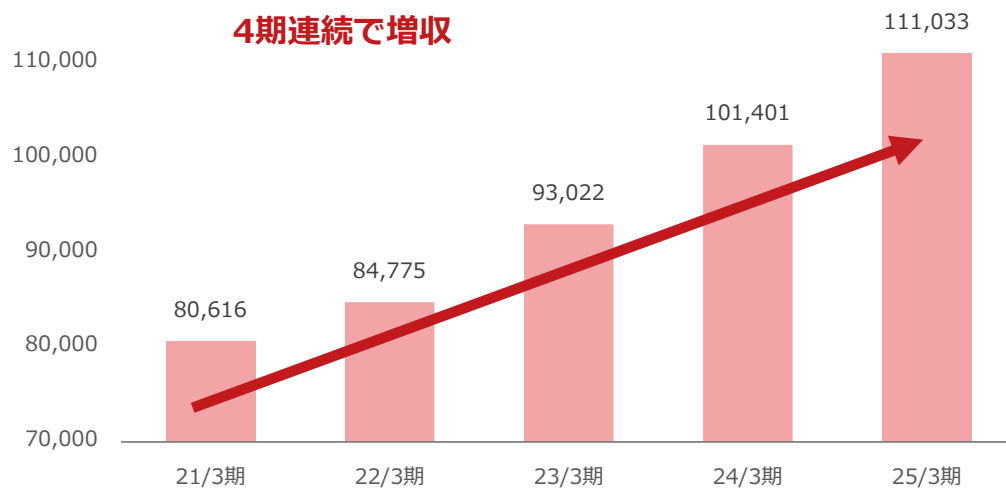
109.0億円

前期比
+6.0%

(百万円)

3期連続で過去最高を更新

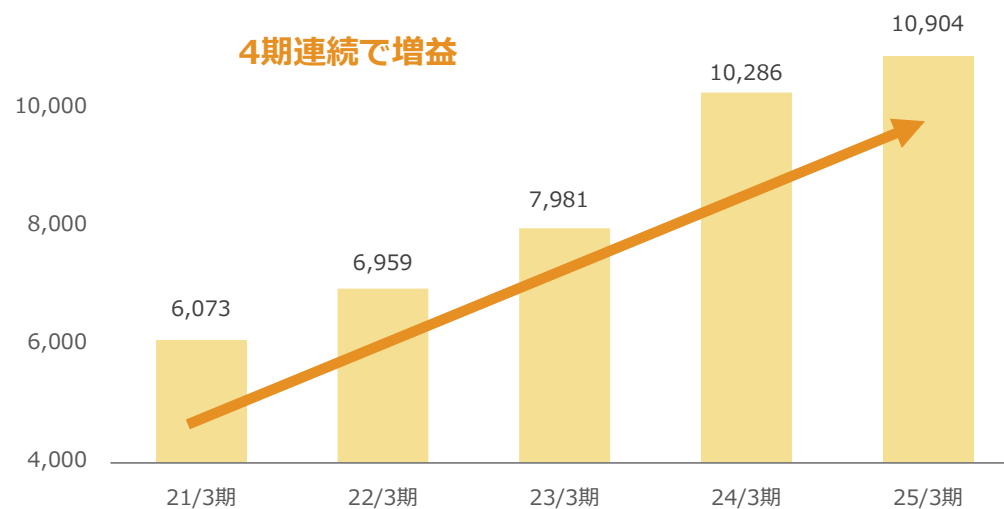
4期連続で増収



(百万円)

2010/3期以来
過去最高を更新

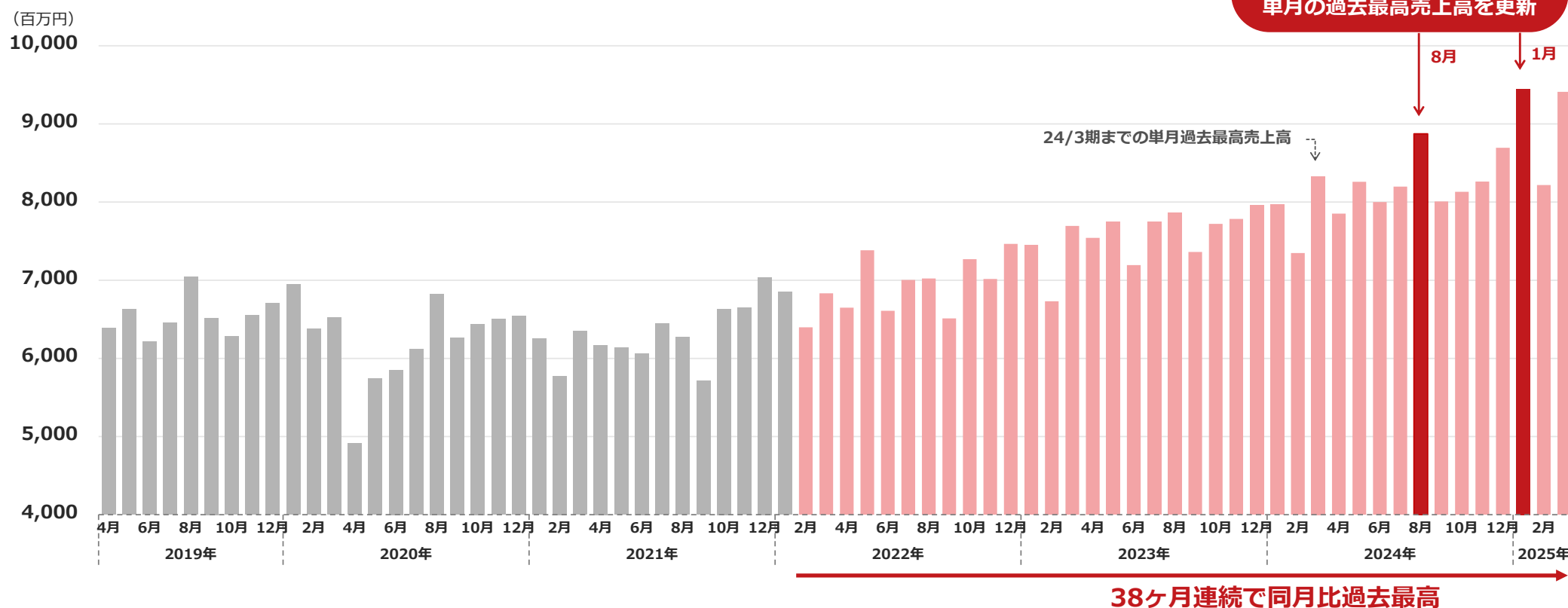
4期連続で増益



同月比過去最高売上を38ヶ月連続で更新



- FC店への食材出荷売上を含むチェーン全店において**38ヶ月連続で同月比過去最高を更新**
- 2024年8月と2025年1月に単月売上高で**創業以来、過去最高を更新**



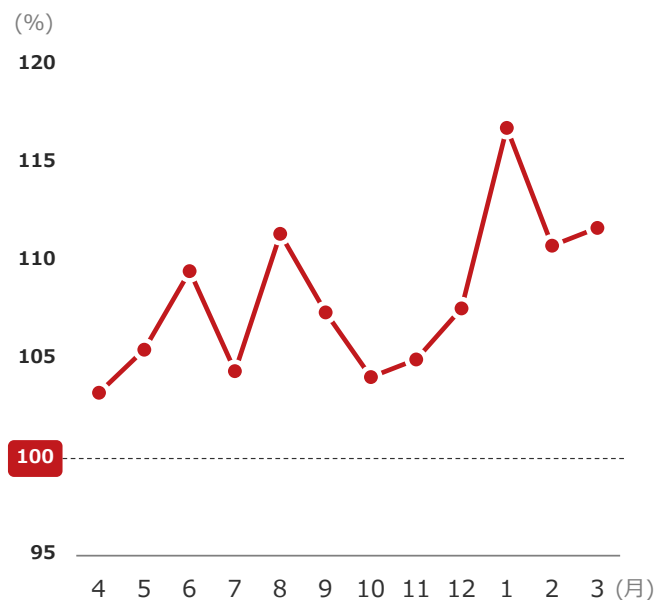
2025年3月期の既存店動向



- 既存店売上高は、すべての月で前年を上回り推移
- 2024年6月と2025年2月に実施した2回の価格改定後も客数は増加し、好調を継続

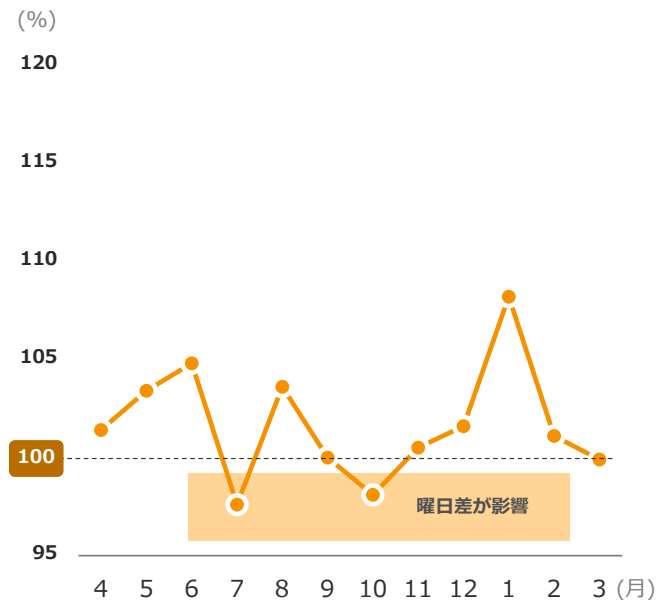
既存店売上高

+8.2%



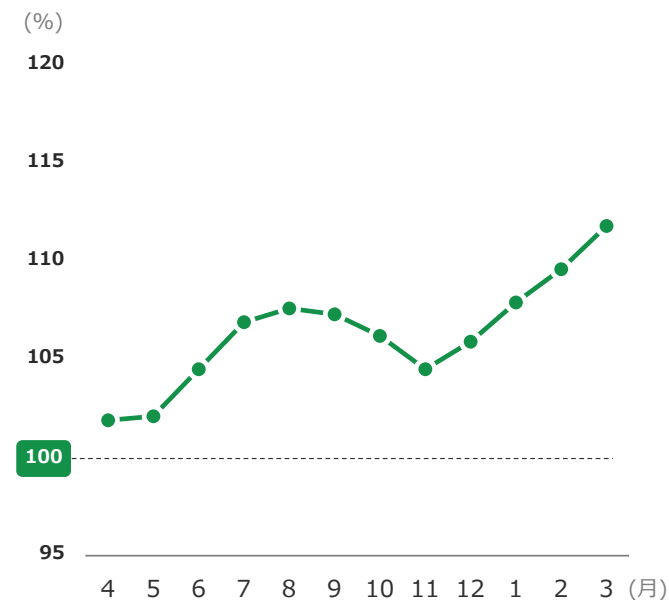
既存店客数

+1.7%



既存店客単価

+6.4%

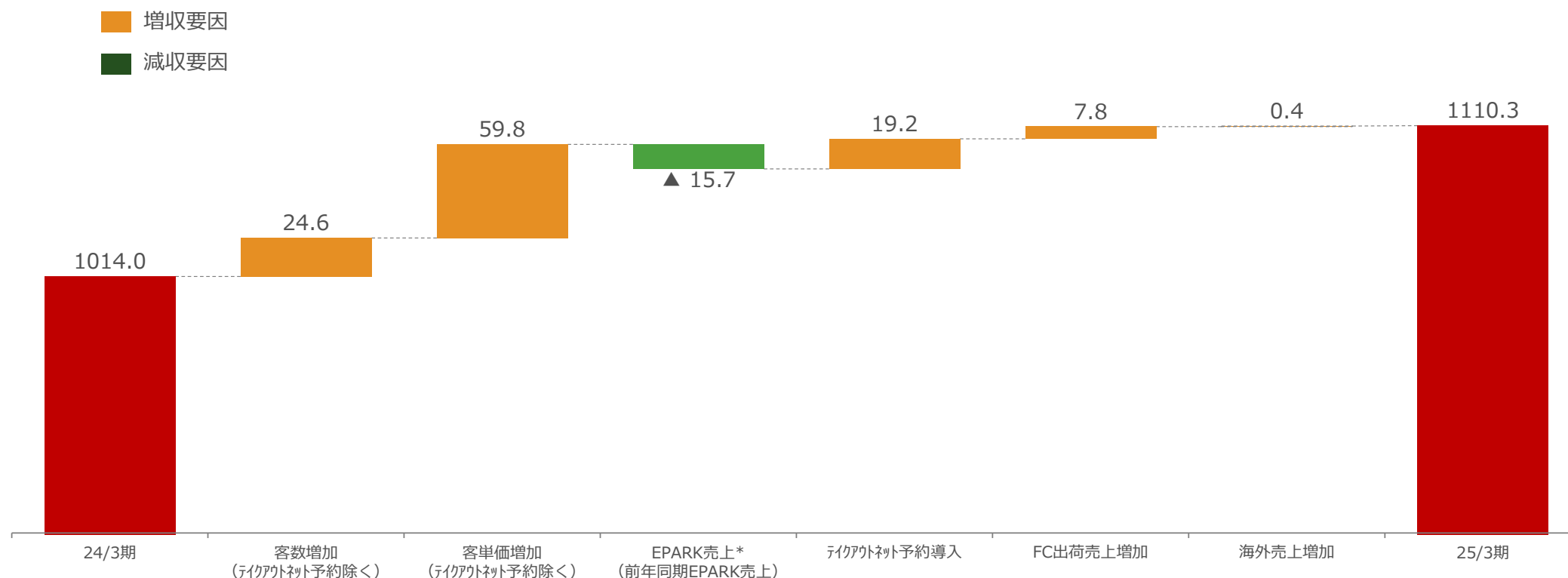


2025年3月期 売上高増減分析



- 価格改定による客単価増加に加え、客数も引き続き増加
- 昨年8月に直営全店に導入したテイクアウトネット予約がさらなる需要の取り込みに貢献

(億円)



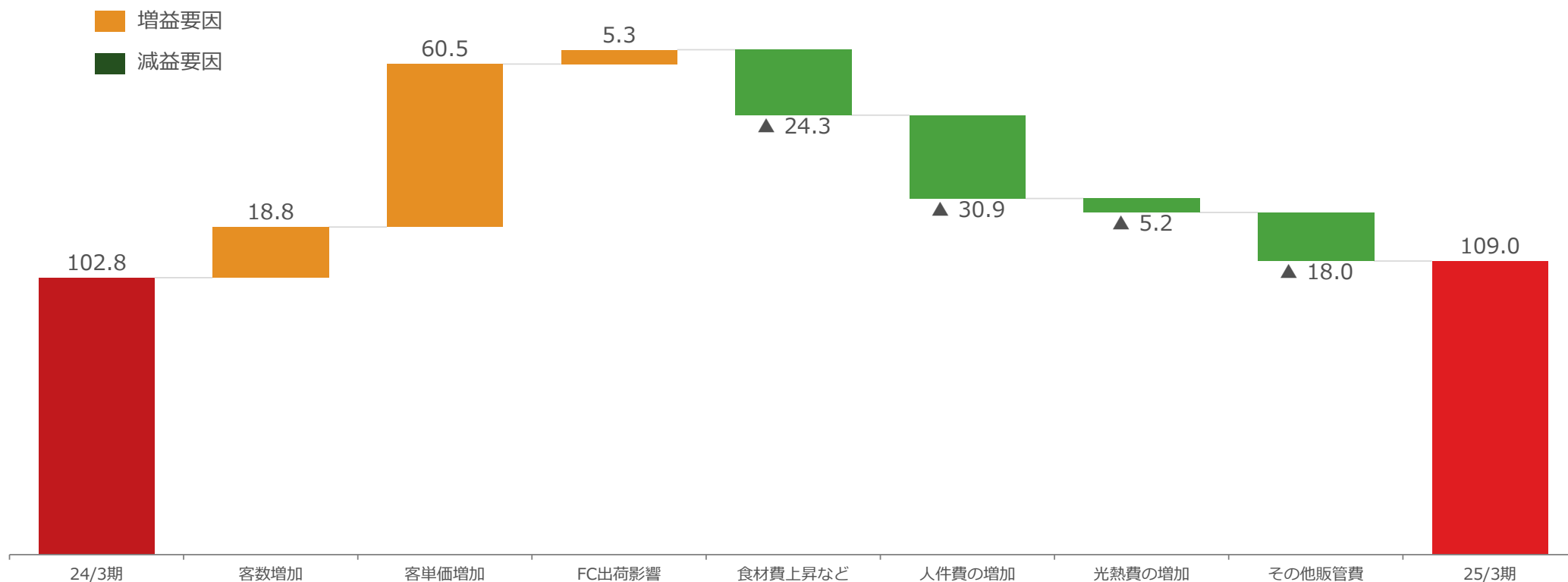
*EPARKテイクアウトサービスは2023年11月末で終了しております

2025年3月期 営業利益増減分析



- 増益の主因は客数増や2度の価格改定による客単価の上昇。客数はQSC向上とともにロイヤルカスタマーの抱え込みが奏功
- 食材価格の上昇や人件費など諸コストの増加を増収効果で吸収し、営業増益を達成

(億円)



2025年3月期 損益計算書概要



(百万円)	2023/3期	2024/3期	2025/3期					
			期初計画	実績	前期比		期初計画比	
					増減額	増減率		
売上高	93,022	101,401	109,875	111,033	+9,632	+9.5%	+1,158	
店内飲食*	58,703	66,985	-	75,232	+8,247	+12.3%	-	
テイクアウト・デリバリー*	26,113	25,571	-	26,129	+558	+2.2%	-	
FC売上*	7,891	8,428	9,022	9,209	+781	+9.3%	+186	
売上総利益	63,657	69,560	75,037	75,062	+6,042	+8.7%	+564	
営業利益	7,981	10,286	11,196	10,904	+618	+6.0%	▲291	
利益率	8.6%	10.1%	10.2%	9.8%	-	-	-	
経常利益	9,140	10,496	11,373	11,312	+815	+7.8%	▲61	
親会社株主に帰属する当期純利益	6,213	7,911	7,970	8,071	+160	+2.0%	+101	
利益率	6.7%	7.8%	7.3%	7.3%	-	-	-	
1株当たり当期純利益**	110.17	140.15	141.16	142.88	-	-	-	
既存店動向 (前年比)	売上変化	+8.7%	+8.2%	+6.7%	+8.2%	±0pt	-	+1.5pt
	客数変化	+5.3%	+5.0%	-	+1.7%	▲3.3pt	-	-
	客単価変化	+3.2%	+3.1%	-	+6.4%	+3.3pt	-	-

*国内店舗 **2024年10月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割。1株当たり四半期純利益の算出は分割後の株数で遡及修正

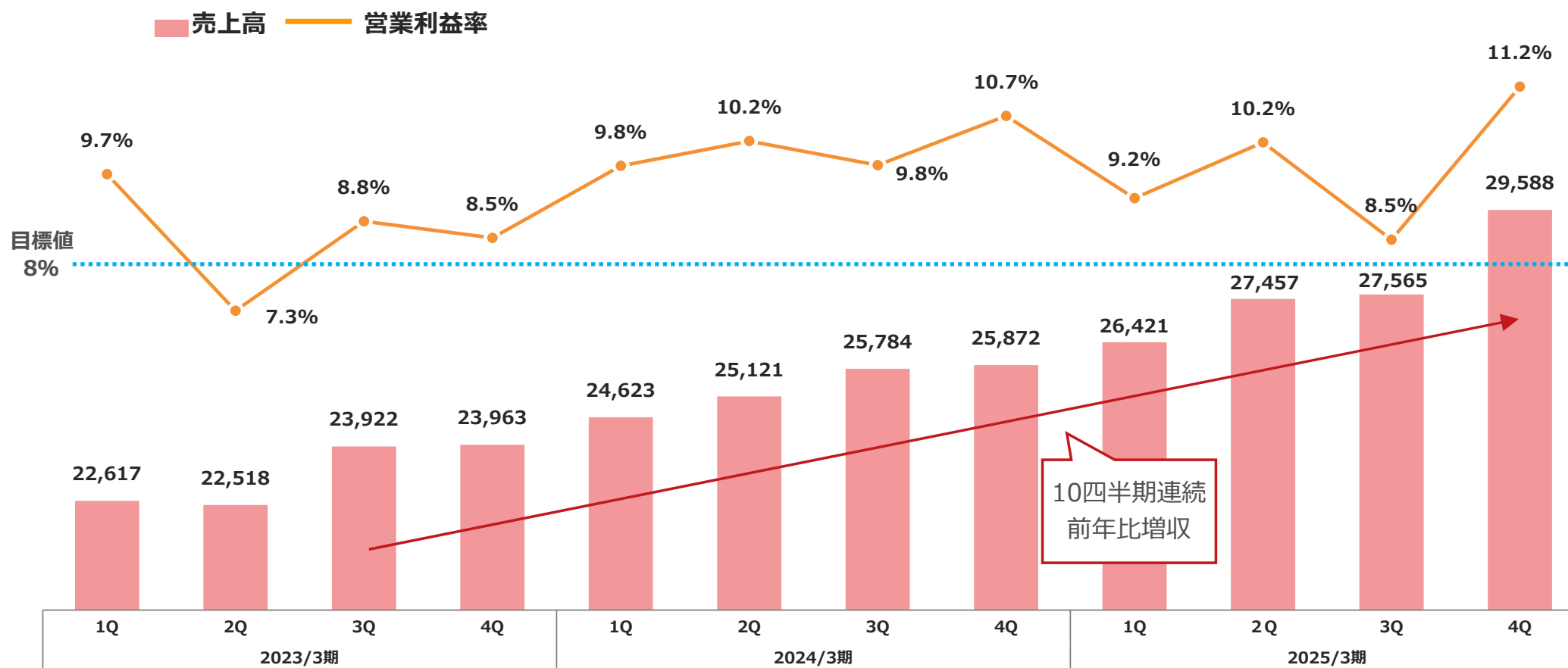
2025年3月期 損益計算書概要（四半期）



(百万円)		2023/3期				2024/3期				2025/3期			
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高		22,617	22,518	23,922	23,963	24,623	25,121	25,784	25,872	26,421	27,457	27,565	29,588
店内飲食*		14,125	13,970	15,191	15,415	16,151	16,538	17,034	17,261	17,813	18,543	18,656	20,218
テイクアウト・デリバリー*		6,517	6,568	6,563	6,464	6,322	6,431	6,434	6,382	6,300	6,535	6,434	6,857
FC売上*		1,912	1,919	2,072	1,986	2,053	2,053	2,202	2,119	2,209	2,260	2,353	2,386
売上総利益		15,555	15,413	16,288	16,400	16,785	17,127	17,708	17,937	18,076	18,876	18,631	20,017
営業利益		2,185	1,635	2,113	2,047	2,415	2,573	2,532	2,764	2,441	2,806	2,346	3,310
利益率		9.7%	7.3%	8.8%	8.5%	9.8%	10.2%	9.8%	10.7%	9.2%	10.2%	8.5%	11.2%
経常利益		3,044	1,811	2,177	2,105	2,517	2,605	2,619	2,754	2,576	2,893	2,416	3,425
親会社株主に帰属する四半期純利益		1,872	1,200	1,434	1,706	2,135	1,761	1,732	2,281	1,702	1,943	1,560	2,865
利益率		8.3%	5.3%	6.0%	7.1%	8.7%	7.0%	6.7%	8.8%	6.4%	7.1%	5.7%	9.7%
1株当たり四半期純利益**		33.2円	21.26円	25.4円	30.23円	37.84円	31.22円	30.71円	40.44円	30.15円	34.41円	27.62円	50.71円
既存店動向 (前年比)	売上変化	+10.2%	+9.7%	+6.2%	+8.8%	+8.4%	+11.0%	+7.0%	+6.6%	+6.1%	+7.7%	+5.6%	+13.1%
	客数変化	+8.3%	+7.4%	+2.1%	+4.1%	+4.7%	+7.9%	+3.8%	+3.6%	+3.2%	+0.4%	+0.1%	+3.1%
	客単価変化	+1.7%	+2.1%	+4.0%	+4.6%	+3.5%	+2.9%	+3.1%	+2.9%	+2.8%	+7.3%	+5.5%	+9.7%

*国内店舗 **2024年10月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割。1株当たり四半期純利益の算出は分割後の株数で遡及修正

(参考) 四半期発生ベースの業績推移



2025年3月期 キャッシュ・フローの状況



- 好調な業績を背景に営業活動キャッシュ・フローは継続してプラス
- 更なる成長に向けて投資キャッシュ・フローも増加基調にあるものの、**フリーキャッシュ・フローは9四半期連続で黒字計上**

	2023/3期				2024/3期				2025/3期			
(百万円)	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,353	1,743	478	3,751	3,273	2,151	2,489	4,304	1,938	2,689	1,842	4,746
税引前四半期純利益	2,804	1,804	2,163	1,987	2,848	2,621	2,596	2,688	2,554	2,876	2,376	3,350
減価償却費	636	647	674	715	659	679	710	753	729	763	795	820
債権債務増減	322	▲333	173	▲158	255	▲308	291	▲524	505	▲474	737	▲910
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲654	▲613	▲984	▲978	▲408	▲920	▲1,055	▲839	▲1,168	▲1,174	▲1,125	▲1,107
有形固定資産の取得による支出	▲838	▲555	▲940	▲873	▲796	▲841	▲958	▲887	▲1,060	▲1,046	▲1,027	▲1,047
フリーキャッシュ・フロー	515	1,188	▲380	2,796	2,865	1,231	1,434	3,465	770	1,515	717	3,639
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲4,673	▲2,659	▲1,676	▲500	▲1,910	▲500	▲1,818	▲500	▲1,911	▲502	▲1,913	▲500
借入金等の増減額（▲は減少）	▲3,358	▲2,658	▲547	▲500	▲500	▲500	▲500	▲500	▲500	▲500	▲500	▲500
配当金の支払額	▲1,315	0	▲1,128	0	▲1,410	0	▲1,317	0	▲1,411	0	▲1,413	0
現金及び現金同等物の期末残高	33,466	31,939	29,757	32,029	32,983	33,713	33,332	36,296	35,156	36,172	34,969	38,120

2025年3月期 バランスシートの状況



– 財務安定性はさらに強化。自己資本比率は76.8%

資産の部				
(百万円、%)	2023/3期	2024/3期	2025/3期	増 減
流動資産	35,869	40,607	43,092	+2,484
現金預金	32,029	36,296	38,120	+1,823
固定資産	48,234	50,854	53,540	+2,686
有形固定資産	36,129	37,750	39,596	+1,846
建物及び構築物	12,177	13,795	15,394	+1,599
土地	20,134	19,902	19,902	-
無形固定資産	197	145	318	+172
投資等	11,907	12,959	13,626	+667
投資有価証券	3,855	4,166	4,894	+728
差入保証金	4,510	4,702	4,705	+2
貸倒引当金	▲14	▲14	▲13	0
資産合計	84,103	91,462	96,632	+5,170

負債・純資産の部				
(百万円、%)	2023/3期	2024/3期	2025/3期	増 減
流動負債	12,624	14,975	16,011	+1,035
1年内長期借入金	2,000	2,000	2,000	-
固定負債	8,709	7,851	6,383	▲1,467
長期借入金	7,000	5,000	3,000	▲2,000
負債合計	21,333	22,827	22,394	▲432
株主資本	63,561	68,129	73,516	+5,387
資本金	8,166	8,166	8,166	-
資本剰余金	9,393	9,459	9,562	+102
利益剰余金	56,630	61,096	66,344	+5,247
自己株式	▲10,629	▲10,593	▲10,556	+36
その他の包括利益累計額	▲791	505	+721	+216
純資産合計	62,770	68,635	74,238	+5,602
負債・純資産 合計	84,103	91,462	96,632	+5,170

2026年3月期 通期計画（年度比較）



- 売上高の前提となる既存店売上高は通期で7.0%増を想定。売上高・営業利益ともに過去最高の更新を計画
- 利益率は更なるコストアップが影響

(百万円)	2023/3期 実績	2024/3期 実績	2025/3期 実績	2026/3期		
				通期計画	前期比	
					増減額	増減率
売上高	93,022	101,401	111,033	119,731	+8,697	+7.8%
（既存店売上）	-	-	99,874	106,817	+6,943	+7.0%
売上総利益	63,657	69,560	75,602	81,136	+5,534	+7.3%
営業利益	7,981	10,286	10,904	11,271	+366	+3.4%
利益率	8.6%	10.1%	9.8%	9.4%	-	-
経常利益	9,140	10,496	11,312	11,417	+104	+0.9%
利益率	9.8%	10.4%	10.2%	9.5%	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	6,213	7,911	8,071	8,085	+13	+0.2%
利益率	6.7%	7.8%	7.3%	6.8%	-	-
1株当たり当期純利益*	110.17円	140.15円	142.88円	154.57**	-	-

*2024年10月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割。1株当たり四半期純利益の算出は分割後の株数で遡及修正 **2025年5月16日の自己株式取得を反映して算出。2025年5月15日発表の決算短信より更新

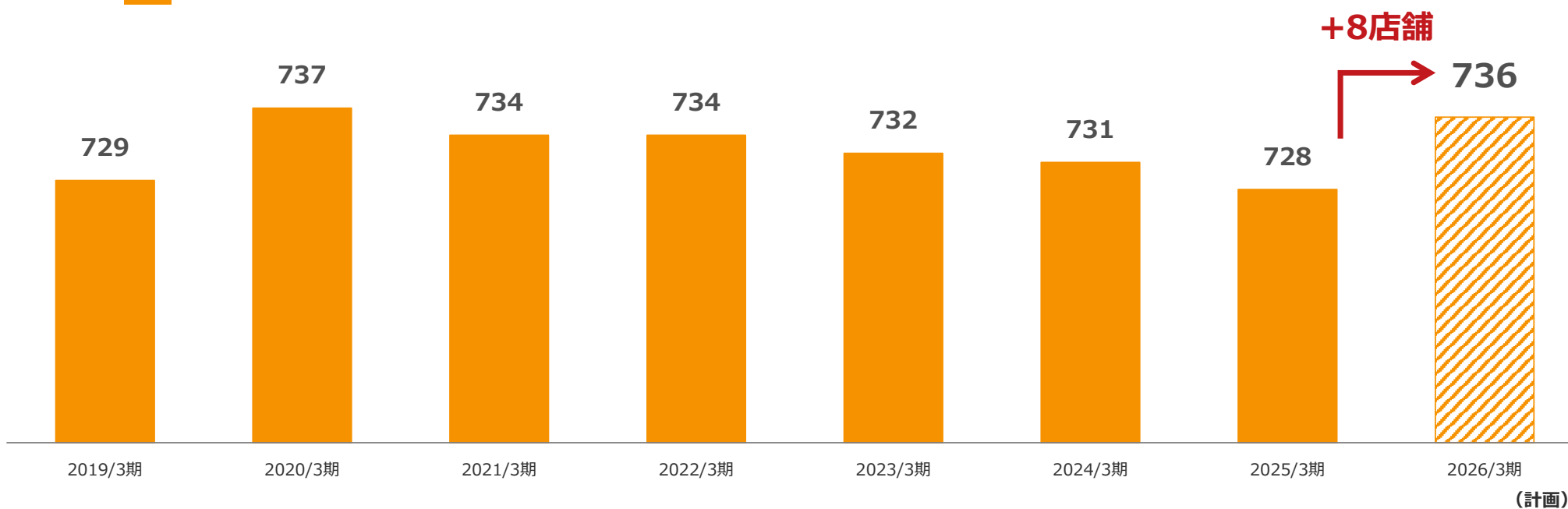
出退店計画



- 2026年3月期は新規出店12店舗（直営8店舗、FC4店舗）、退店4店舗（直営1店舗、FC3店舗）、FCの直営化4店舗
- 期末店舗数は、8店舗増の736店舗を計画

期末店舗数

(店)



設備投資計画

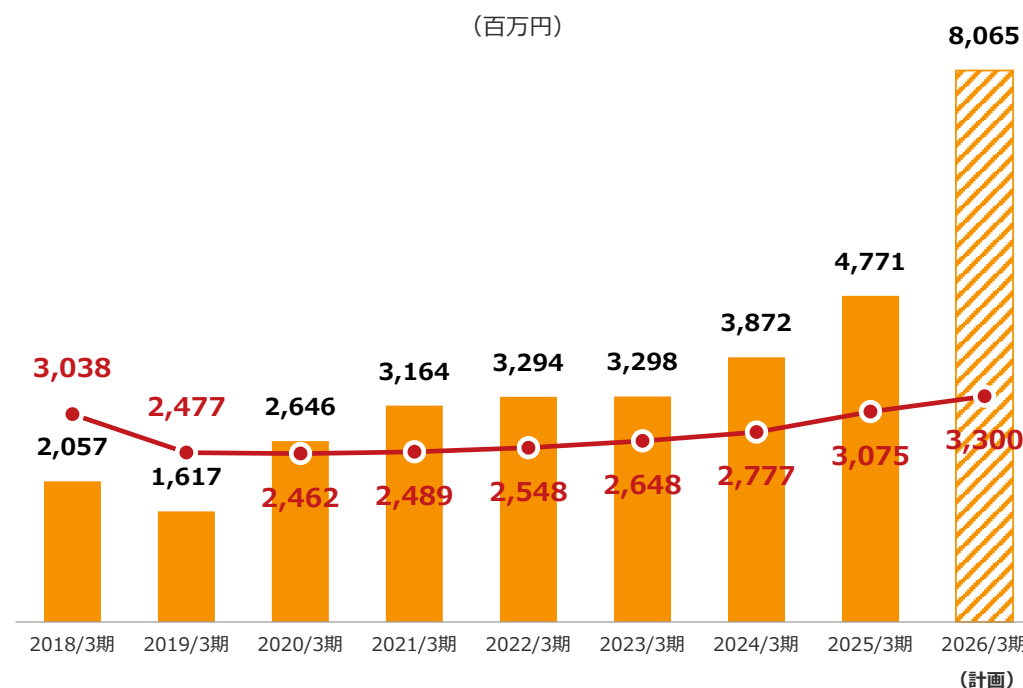


- 2026年3月期は80億円と積極的な投資を計画
- 満席率の向上を目的とした客席レイアウトの変更や厨房の生産性向上を目的とした既存店改装投資を拡大
- 久御山工場の麺の製造ラインへの投資など品質と生産性の向上を目的とした投資を実施

設備投資額

(百万円)	2025/3期 実績	2026/3期 計画
新店投資	956	1,640
既存店改装投資	2,716	4,782
工場投資	780	1,108
その他	318	534
合計	4,771	8,065

■ 設備投資額 -●- 減価償却費





2025年3月期の取り組み

餃子の王将をもっとおいしく challenge 2024 vol.1 餃子

にんにくだけじゃない！
生姜を活かせば、
餃子はもっと旨くなる。

餃子に使用する生姜の調理方法を
一から見直してみた

にんにくと生姜をベストバランスに!!

1月28日
餃子をもっとおいしくなった

どうぞお試しください。

餃子の王将 challenge 2024

一億三百万人の餃子の王将ファンの皆さまへ。

餃子の王将 challenge 2024

餃子が美味しい王将から、中華が美味しい王将へ。
餃子、日本をほじめ、ブランドをアップデート。商品のおいしさをアップデートしました。

2025年度 ぎょうぎ倶楽部 お客様感謝 キャンペーン

お祝い 10% OFF

500円

スタンプ獲得期間 2025年1月17日(金)～6月8日(日)

スタンプ25個で

5%OFF + 250円 2*

さらに25個で

7%OFF + 250円 2*

さらに50個で

10%OFF + 250円 4*

商品交換期間 2025年6月15日(日)

春の生ビール 乾杯キャンペーン

3月1日(土)～31日(月)まで

生ビール(中) 1杯目 380円(税込) 418円(税込)

2杯目以降 生ビール(中) 100円引き!

※餃子は別売りです

テイクアウト ネット予約が 便利です!

Take Out

さっくり 温んで

ラクラク 注文

待たずに 受取り

ご注文はこちら

公式 スマホアプリからも注文できます!

便利なおトクに使える、アプリ登録はこちら! >>>

餃子の王将は、2月14日より
グランドメニュー26品目の価格改定を
実施させていただきます。

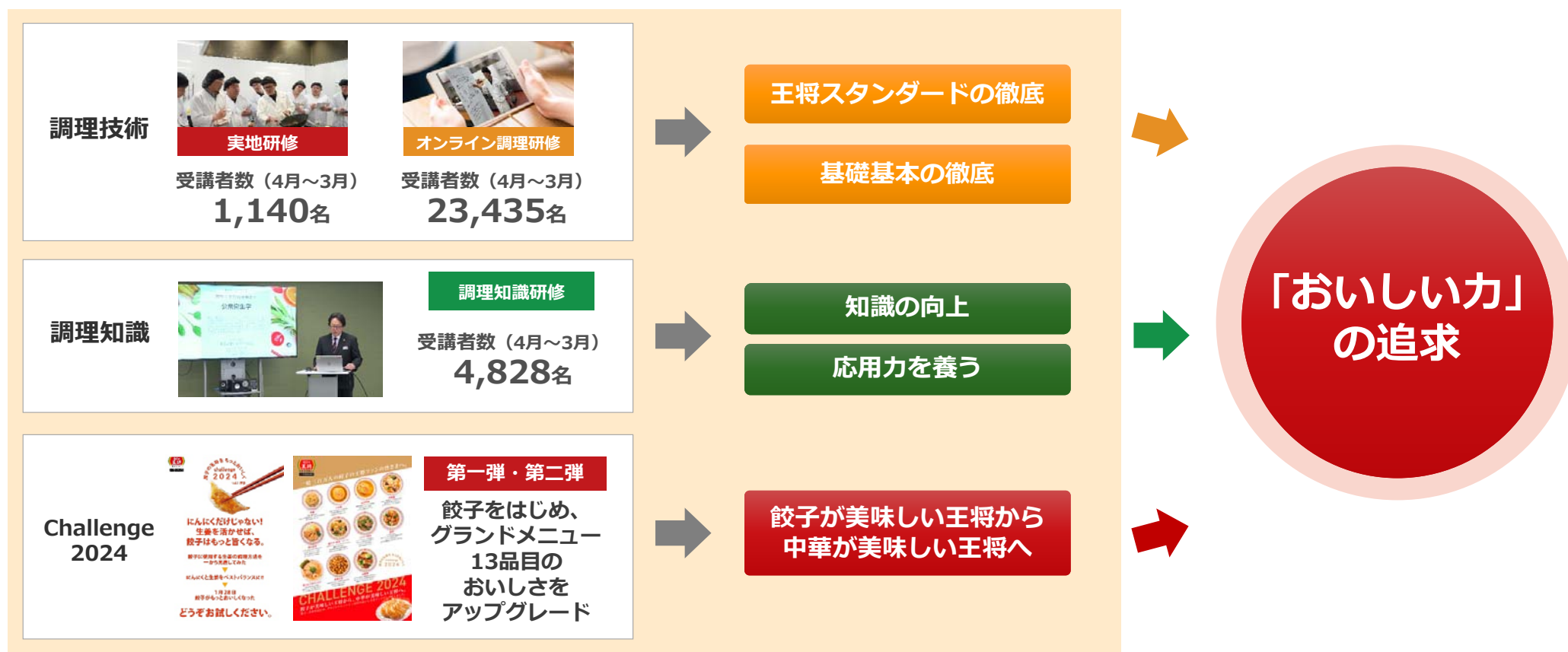
お知らせ

お約束

継続的な「おいしい力」の追求



- 王将調理道場での調理研修を引き続き実施、料理人の技術と知識を向上
- 「餃子の王将をもっと美味しく challenge2024」と掲げ、料理のさらなる品質向上を推進



心温まる接客力をさらに向上



- 引き続き外部の講師による接客応対研修を実施
- 接客のプロである「接客トレーナー」の育成を目的とした実践研修をスタート
- 人にしかできない「心温まる接客力」をさらに向上、お客様から寄せられるお褒めメールも増加基調

接客応対研修

+

接客トレーナーの育成

心温まる接客力の向上

いつもの接客に「ひと声の声掛け」をプラス

- 雨の中ご来店ありがとうございます
- 焼き立て熱々の餃子をお持ちしました

人にしかできない、「優しい余計なお世話」をする

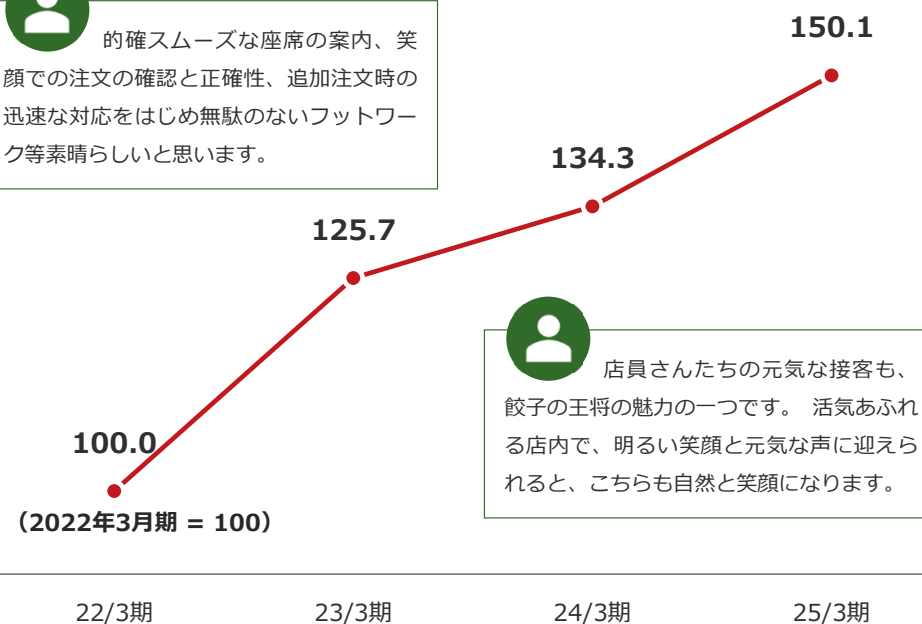
- 写真をお撮りする
- 食べやすいカットをご案内する
- 離乳食を温めて差し上げる



お褒めメール件数の推移



的確スムーズな座席の案内、笑顔での注文の確認と正確性、追加注文時の迅速な対応をはじめ無駄のないフットワーク等素晴らしいと思います。



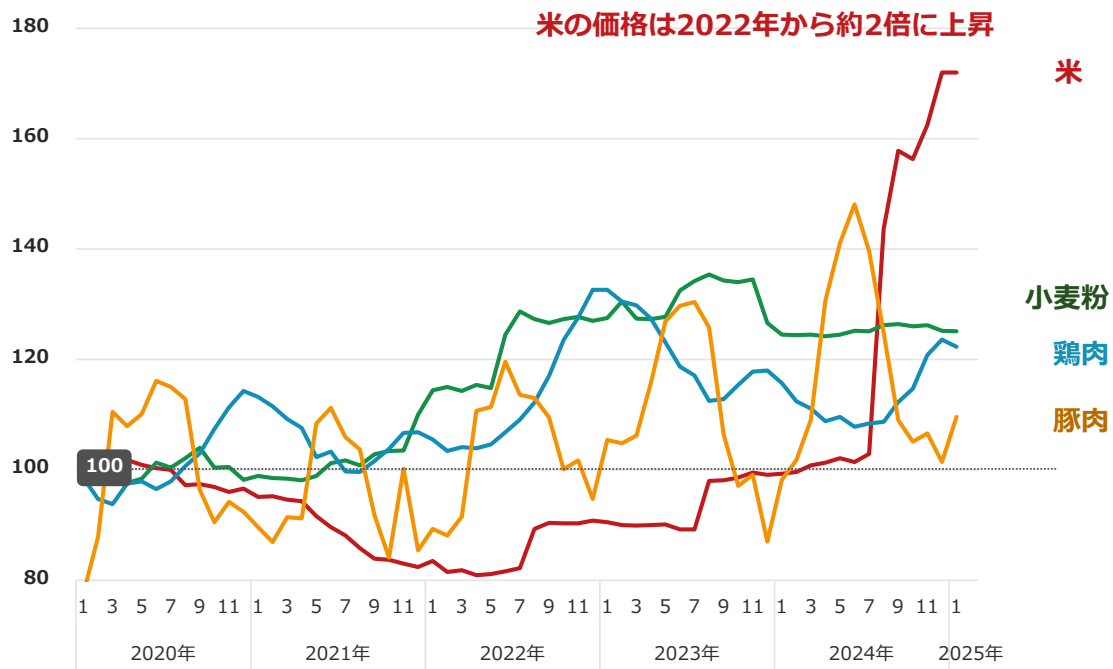
店員さんたちの元気な接客も、餃子の王将の魅力の一つです。活気あふれる店内で、明るい笑顔と元気な声に迎えられると、こちらも自然と笑顔になります。

当期2回目の価格改定を実施



- 米をはじめとする原材料価格や、物流費、光熱費等の著しい高騰を背景に、2025年2月に2度目となる価格改定を実施
- 2回の価格改定による増収効果は+6.7%

原材料の国内卸売物価指数推移



(出所) 日本銀行 *2020年の平均を100とした推移

2月14日からグランドメニューを価格改定

餃子の王将は、2月14日より
グランドメニュー26品目の価格改定を
実施させていただきます。

報告

この度は、原材料価格の高騰を背景に、2月14日よりグランドメニュー26品目の価格改定を実施させていただきます。価格改定は、お約束の通り、2月14日より実施いたします。価格改定は、お約束の通り、2月14日より実施いたします。価格改定は、お約束の通り、2月14日より実施いたします。

お約束

価格改定は、お約束の通り、2月14日より実施いたします。価格改定は、お約束の通り、2月14日より実施いたします。価格改定は、お約束の通り、2月14日より実施いたします。

餃子の王将
日本を美味しく

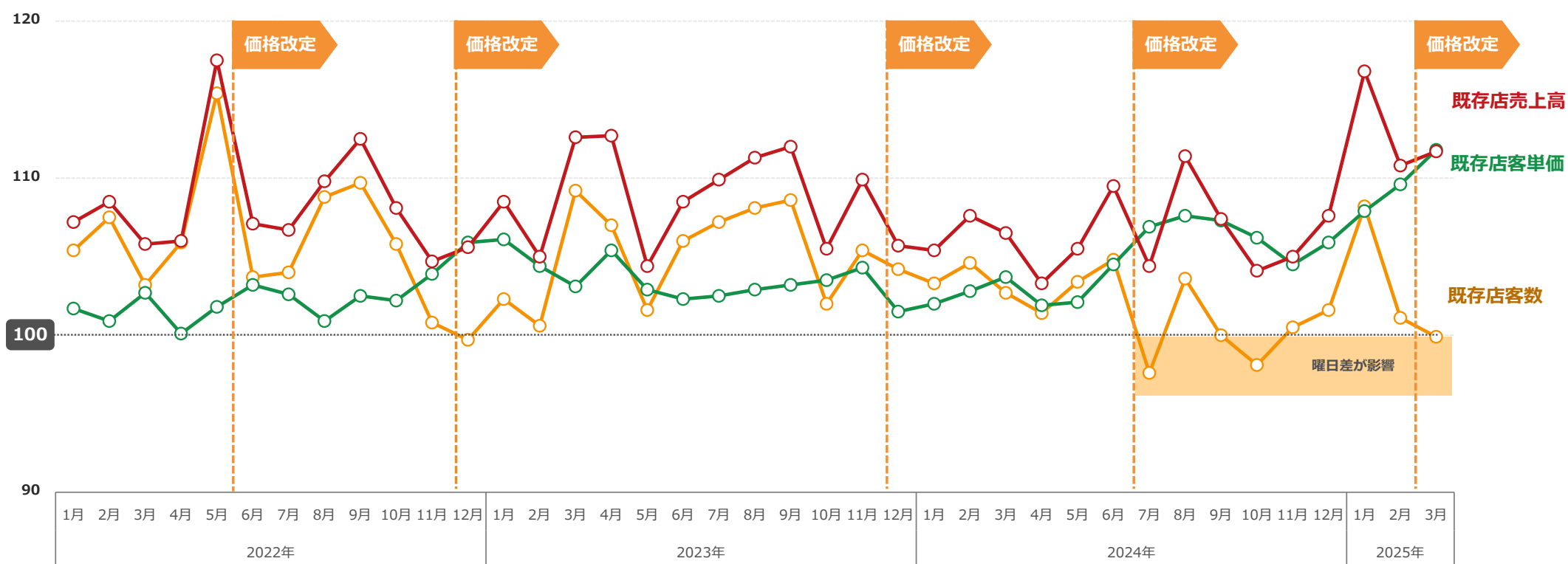
グランドメニュー
26品目を改定

20円～150円 改定 (税抜)

価格改定後も客数は増加、さらなるファンを獲得



– 料理品質向上の取り組みにより価格以上の価値を感じていただき、価格改定後も客数・客単価は好調に推移



販売促進活動にも注力、各種キャンペーンを積極的に展開



－ ぎょうざ倶楽部を軸に、ロイヤルカスタマー創出につながるキャンペーンを推進



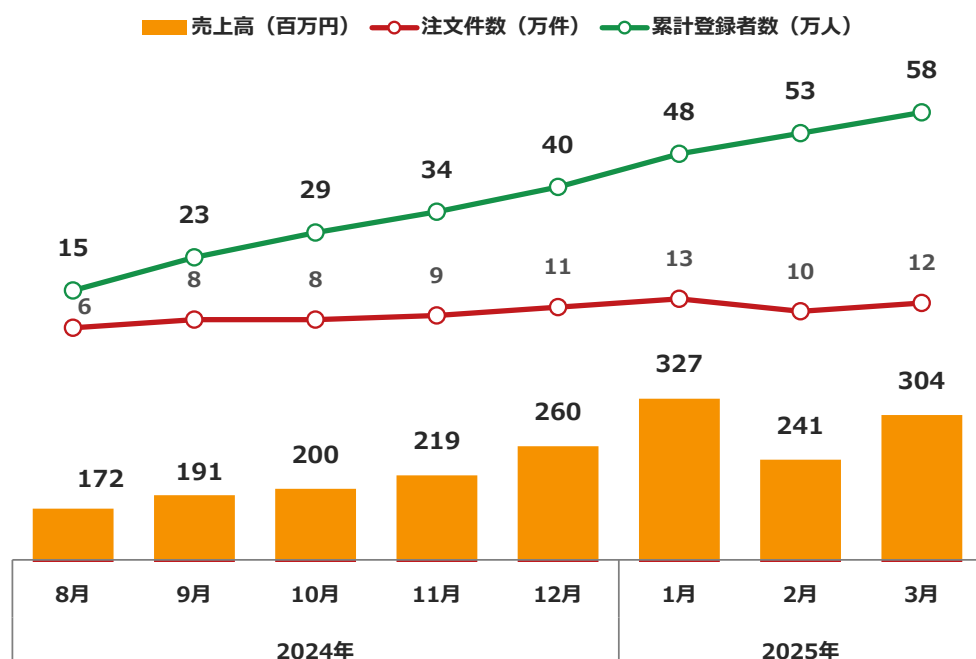
	2024年 価格改定									2025年 価格改定		
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
2025年3月期の 主なキャンペーン内容												
2024年版ぎょうざ倶楽部 お客様感謝キャンペーン	1月15日～6月9日											
2025年版ぎょうざ倶楽部 お客様感謝キャンペーン				6月28日～12月15日						1月15日～6月9日		
「1,000億円突破大感謝祭」		5月1日～6日 → スタンプ 2倍押し	6月13日・14日 → 250円 割引券贈呈									
ぎょうざ倶楽部 「スタンプ2倍押し!!」キャンペーン	4月16日 ～4月30日 →	5月16日 ～5月31日 →				9月16日 ～9月30日 →	10月16日 ～10月31日 →	11月16日 ～11月30日 →				3月16日 ～3月31日 →
生餃子 スタンプキャンペーン					8月1日～11月30日							
生ビール 乾杯キャンペーン	4月1日 ～4月30日 →	5月1日 ～5月15日 → 100円 割引券	6月1日 ～6月30日 → 2杯目以降 100円引き	7月1日 ～7月31日 → 30円引き	8月1日 ～8月15日 → 100円 割引券	9月1日 ～9月30日 → 2杯目以降 100円引き	10月1日 ～10月31日 → 30円引き	11月1日 ～11月15日 → 100円 割引券	12月1日 ～12月30日 → 2杯目以降 100円引き	営業開始日 ～1月31日 → 30円引き	2月1日 ～2月15日 → 100円 割引券	3月1日 ～3月31日 → 2杯目以降 100円引き
年末年始お客様感謝キャンペーン									2024年12月16日 ～2025年1月13日 →			
令和6年 創業祭										12月24日・25日 → 250円 割引券贈呈		

テイクアウトネット予約を直営全店に導入



- 2024年8月から、スマホで決済まで可能な「テイクアウトネット予約」を直営全店に導入し、FC加盟店へも拡大
- 機能の拡充と利便性の向上により、利用者の更なる増加、ロイヤルカスタマーの創出を推進

テイクアウトネット予約の利用者数・売上高の推移



今後の機能拡充予定

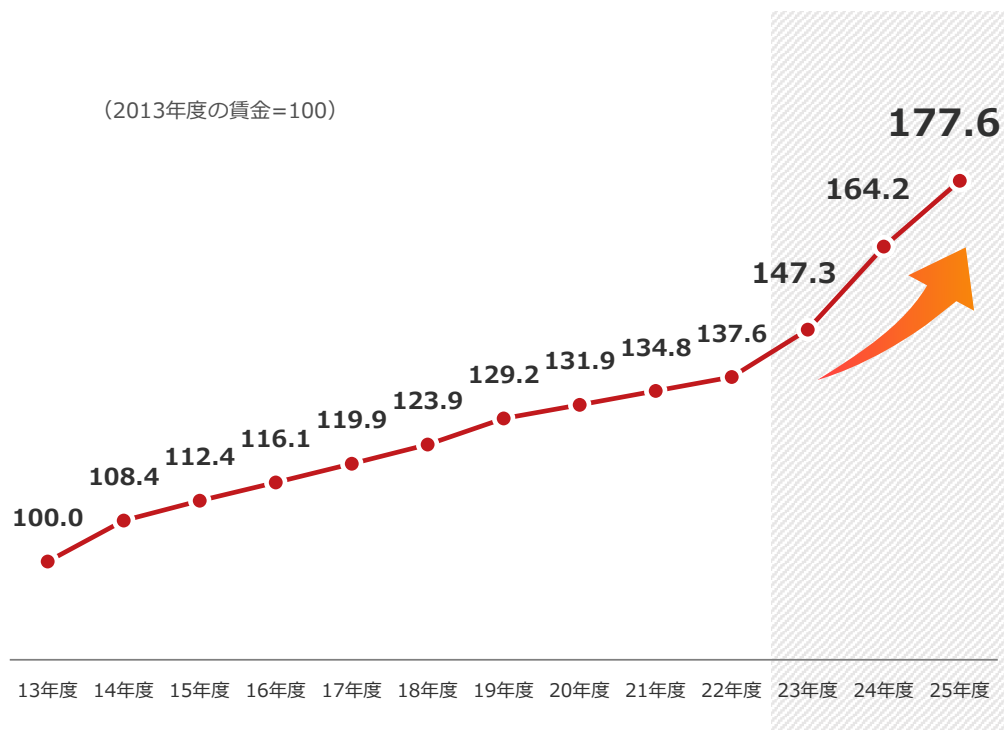


人的資本への投資を積極的に推進



- 2014年度より、継続的に人的資本への投資を実施。2013年度からの賃金改定率の累計は177.6%
- 昨年に引き続き1人当たり平均30,139円と高水準の賃上げ（賃上げ率8.2%）を実施。直近3年間の賃上げ率は約29%

賃金改定率の累計



2025年月例給引き上げ額

一人当たり平均

30,139円

直近3年間の賃上げ率

約29%

店舗展開状況



- 直営12店舗（リロケート含む）、FC2店舗を新規出店
- 2025年3月期末の店舗数は728店舗

新規出店

14店舗

（リロケート含む）



工場への設備投資を強化



GYOZA OHSHO

- 久御山工場の麺の製造ラインや、九州工場の餃子成形機を最新設備に更新するなど、品質の向上と生産能力の増強
- 積極的な投資が今後の成長基盤へ

久御山工場

麺の製造ラインを更新
投資額 約3億3,000万円



九州工場

餃子成形機を最新設備へ更新
投資額 約 1 億円



子どものいまと未来に向けた取組：食を通じた子どもたちへの支援



- 食を通じた子どもたちへの支援を目的に、2021年の初回支援以降、累計提供食数は96万食超に
- 被災地復興応援メニューを販売し、2024年度は代金の内80円を能登半島地震・豪雨 被災地の子どもたちのための支援活動に寄付

お子様弁当食事支援

	実施時期	提供団体数	提供数
2024年	春休み	1,022団体	7万4千食
	夏休み	1,300団体	11万2千食
	冬休み	1,009団体	8万2千食
2025年	春休み	1,711団体	11万3千食
初回（2021年夏休み）からの 合計 12回		11,468団体	96万4千食

- 学校の長期休み期間に合わせて、当社の全国の直営店舗が各地のこども食堂等に「お子様弁当」を無償で提供



被災地復興応援メニューの販売

販売月	販売数量	寄付金額
2025年3月	34万食	2,725万円
初回（2011年6月）からの 合計	420万5千食	2億277万円



- 2011年東日本大震災時に炊き出しをしたラーメンをベースにし、毎年3月のフェアメニューとして販売
- 売上1杯当たり80円を、セーブ・ザ・チルドレンが実施する能登半島地震・豪雨 被災地の子どもたちのための支援活動に寄付

餃子の王将キッチンカー 初始動による食を通じた社会貢献



GYOZA OHSHO

- 能登半島復興支援として、石川県七尾市の小学校へ餃子・野菜煮込みラーメンの食事を提供（2025年4月26日）
- 今後キッチンカーを活用した災害支援や、外食が難しい高齢者に対し、高齢者施設等への訪問などを検討



被災地にてキッチンカー初始動





2026年3月期の取り組み



おいしい力が、未来を変える。



引続きQSCレベルの向上に着手



- QSCレベル向上の好循環サイクルにより、好調な売り上げの継続を図る
- 現場力の強化には、調理技術・調理知識の向上、心温まる接客力の向上が基盤となる

現場力の強化

王将アカデミー
(人材育成)

「王将道場での研修強化」
技術・知識向上

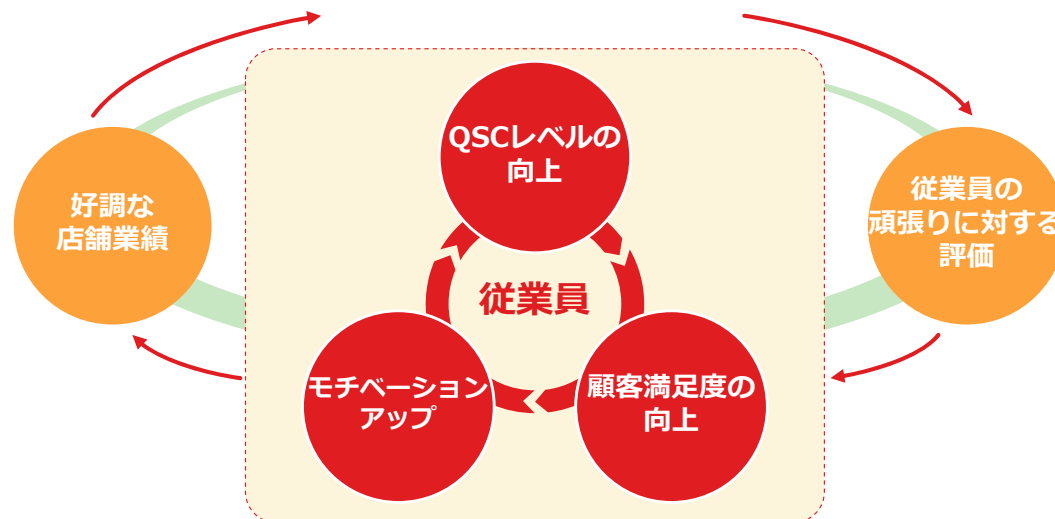
「プロ集団の形成」
調理師免許の取得支援

人にしかできない
「心温まる接客力」

「接客トレーナーの育成」
外部講師による接客研修



好調な売上の継続



QSCレベル向上の好循環サイクルにより
既存店売上100%以上を継続

餃子の王将をもっと美味しく、今年度は「麺」をリニューアル



- 「餃子の王将をもっと美味しく Challenge 2025」と題し、料理のさらなる品質向上を目指した取り組みを継続
- 今年度は**餃子の王将史上最高の旨麺を開発**、4月12日より提供開始
- 毎年大人気の期間限定メニュー「冷し中華」「辛い!冷し中華」をさらに美味しくリニューアル



改良のポイント

麺に使用する卵の調合などを見直し、麺の厚みや小麦粉の練り具合などを絶妙なバランスにすることで、コシのあるしっかりとした弾力感とコクが加わりました。北海道産小麦の風味をより味わっていただけます。

新登場の「平打ち麺」

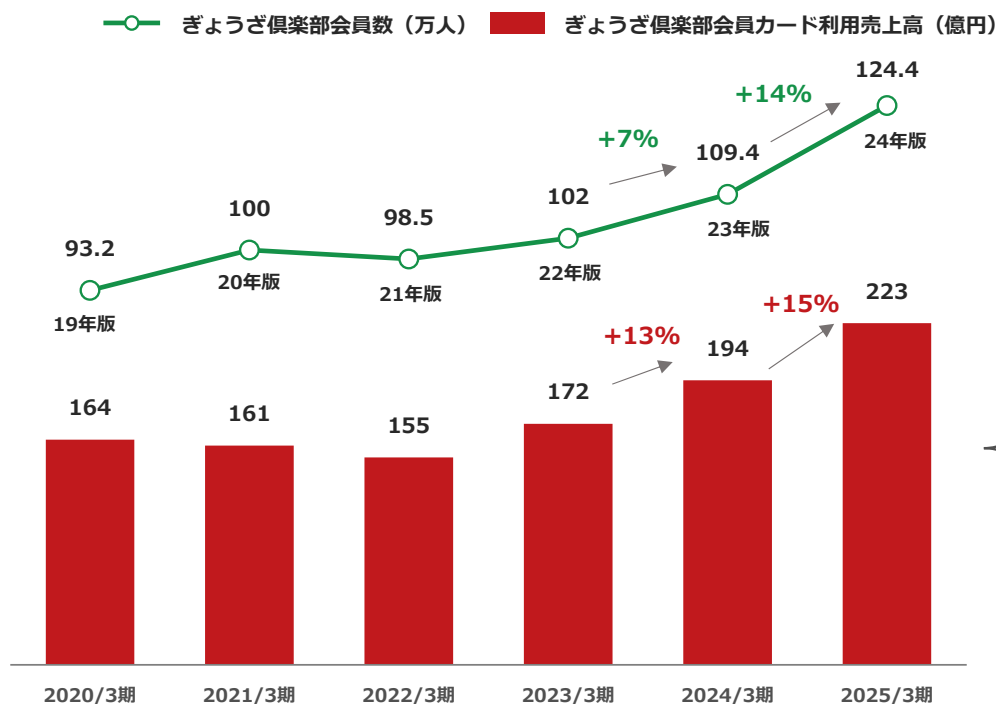
配合を改良した上で、更に太さのある「平打ち麺」を新開発。
太さがあることでラーメンスープに良く絡み、具材に負けない存在感と食べ応えがアップ。

プラチナ会員カードを導入、ロイヤルカスタマーをさらに拡大



- ぎょうざ倶楽部会員（ロイヤルカスタマー）は会員数、売上高ともに23/3期以降増加のペースが加速
全社売上に占めるロイヤルカスタマーの割合は2割超
- 2025年版キャンペーンでは新たにプラチナ会員カードを導入、ロイヤルカスタマーをさらに拡大

ぎょうざ倶楽部会員の売上高推移



2025年度版からスタート



プラチナ会員カード
(10%割引)

さらに
スタンプ
50個で交換

2017年度版からスタート



ゴールド会員カード
(7%割引)

さらに
スタンプ
25個で交換

2000年度版からスタート



シルバー会員カード
(5%割引)

スタンプ
25個で交換

お会計金額税込み500円毎にスタンプ1個押印

改装投資を大幅に増額し、既存店の生産性をさらに向上



- 餃子レンジなど厨房機器を増設し、既存店の生産性をさらに向上
- 客席のリニューアルも含めた既存店改装投資額は、前期比76%増の47億円を計画

厨房・客席の改修投資

厨房機器の
増設による
生産性向上

餃子レンジを増設



中華レンジを増設



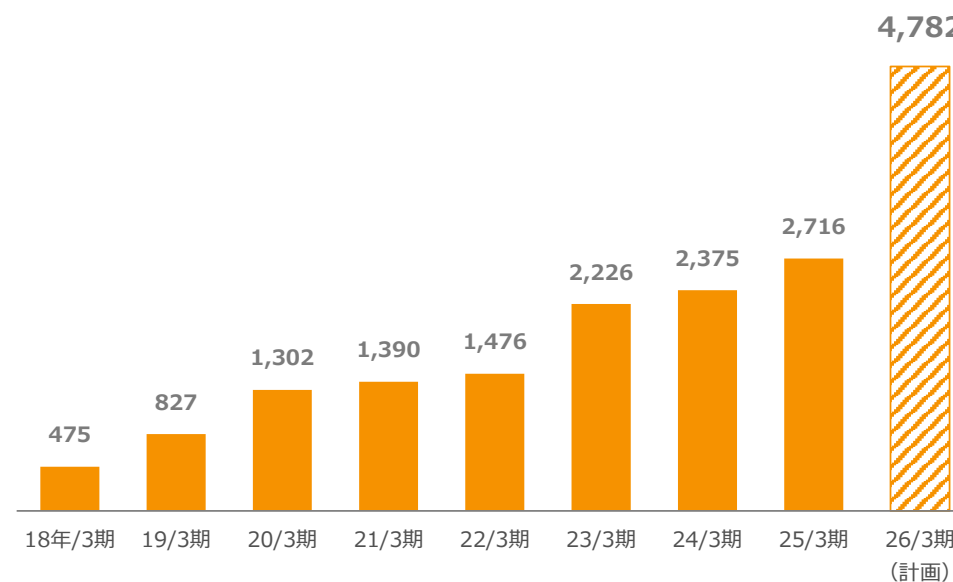
清潔感がある
入しやすい
店舗への改装

店内の家具の入れ替や照明のLED化、ポスターパネルを設置



既存店改装投資額の推移

(単位：百万円)



人的資本への積極的な投資を継続、人材を確保



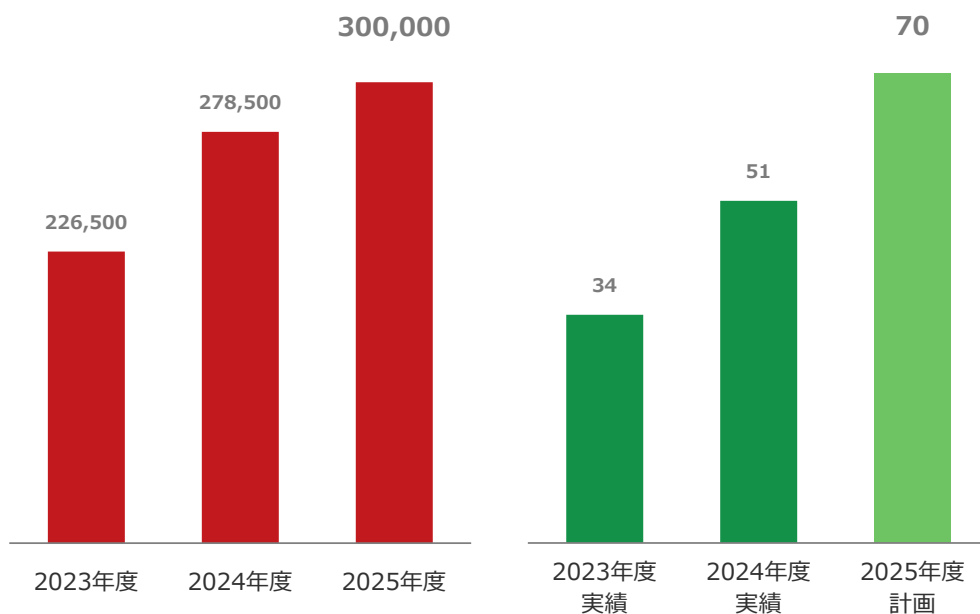
- 大卒初任給は21,500円引き上げて、業界トップレベルの30万円とし、昨年度を上回る70名の大卒採用を計画
- 採用活動を強化し、事業拡大に寄与できる人材の獲得を目指す

大卒初任給の推移

(円)

大卒採用実績と計画

(人)



採用活動を強化



社長セミナーの開催

トップ自らが会社のビジョンや魅力を語ることで、求職者の共感と志望度を高める



映像コンテンツの製作

リクルート映像制作・配信

インナー採用の強化

エリア別社内説明会を実施

海外展開



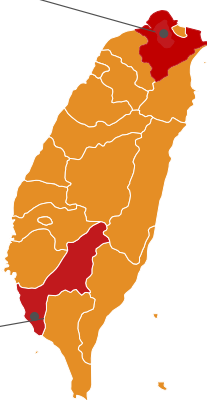
- 現地の嗜好に合わせた味付けや日本式の焼き餃子は大変好評であり、コロナ禍を乗り越えて業績は好調に推移
- 昨年9月に台湾子会社の増資を実施、新規出店を含めた今後の更なる積極展開に備える



台北統一時代店

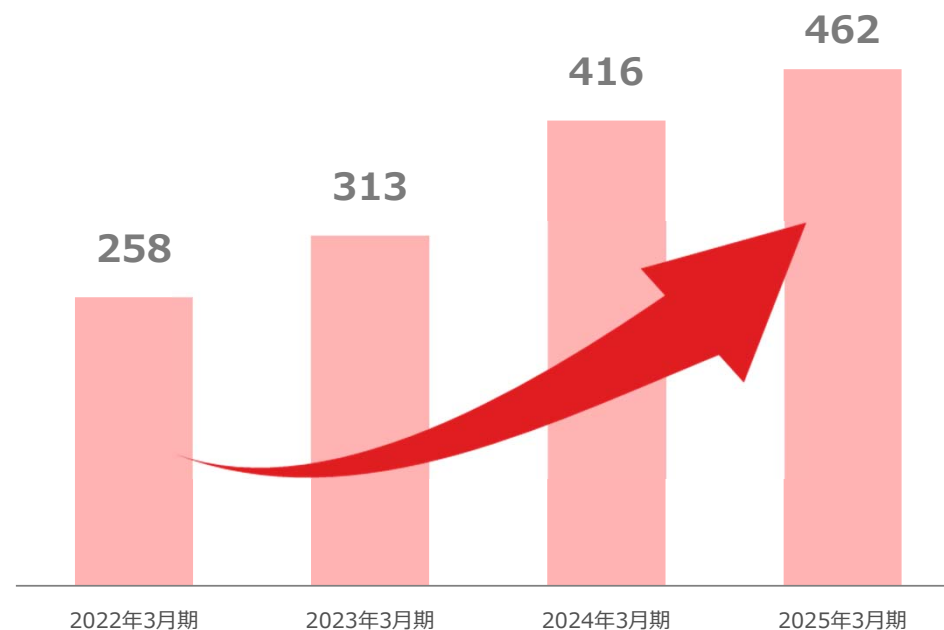


高雄漢神巨蛋店



台湾売上高*（直営店2店舗）

（単位：百万円）



注：連結子会社（12月末決算）における単体の実績



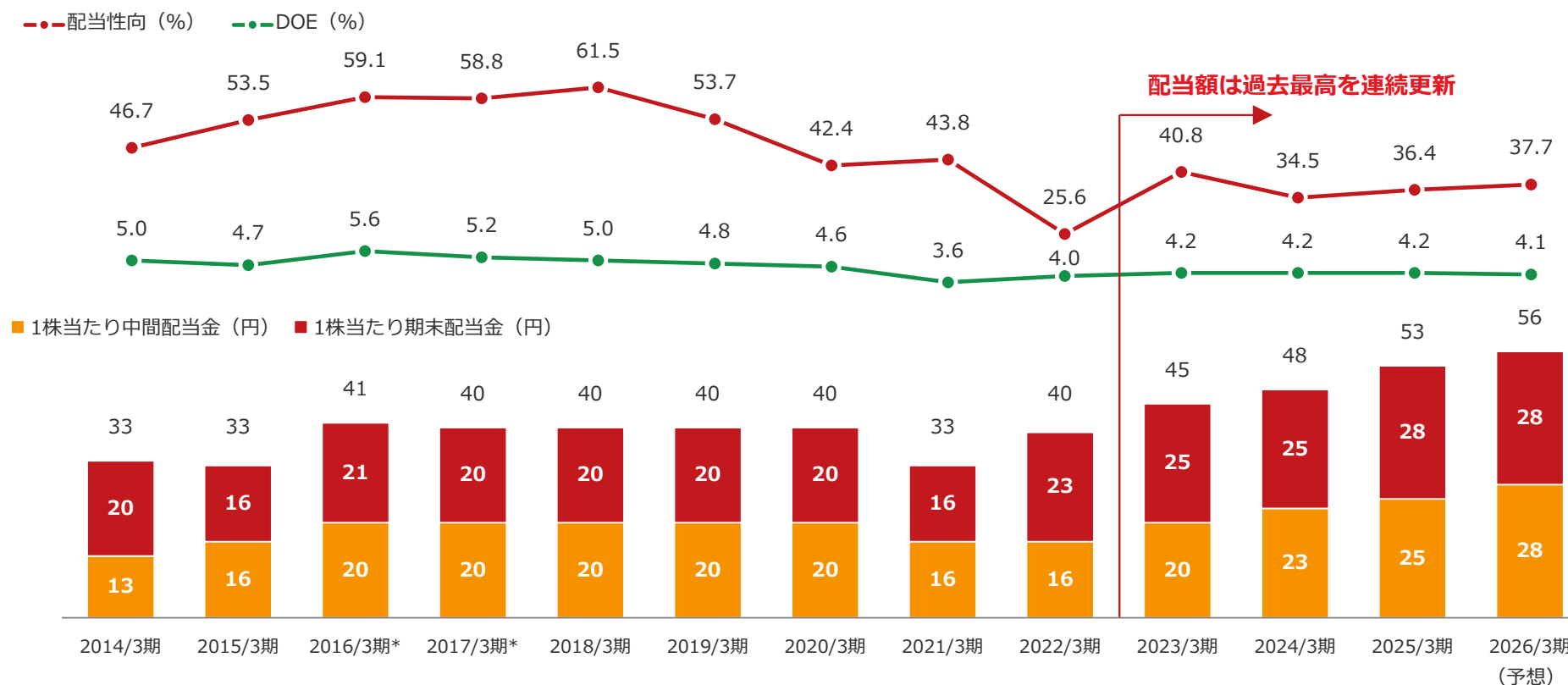
株主還元



株主還元



- コロナ禍以降、DOE（株主資本配当率）は約4%、配当性向は30～40%で推移
- 当面はこの水準を意識しつつ、安定配当と成長投資加速の両立を図る
- 2026年3月期の年間配当は56円への増配を計画（中間配当は28円）、4年連続で過去最高を更新する見込み



*2016/3期は記念配当を含む *2016/3期、2017/3期は単体

**2024年10月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割。1株当たり配当金の算出は分割後の株数で遡及修正

自己株式の取得と消却を発表



– 2025年5月に自己株式の取得を実施、自己株式の消却を予定

自己株式の取得

1.自己株式取得の狙い

さらなる株主還元強化、資本効率の向上

2.取得の内容

取得した株式の種類	当社普通株式
取得した株式の総数	4,200,000株
株式の取得価格の総額	14,490,000,000円
取得日	2025年5月16日
取得方法	東京証券取引所の自己株式立会外買付取引 (ToSTNeT-3) による買付け

自己株式の消却

- 1.消却する株式の種類 : 当社普通株式
- 2.消却する株式の総数 : 5,000,000株
- 3.消却予定日 : 2025年5月30日

ご参考

発行済み株式数と自己株式数の増減

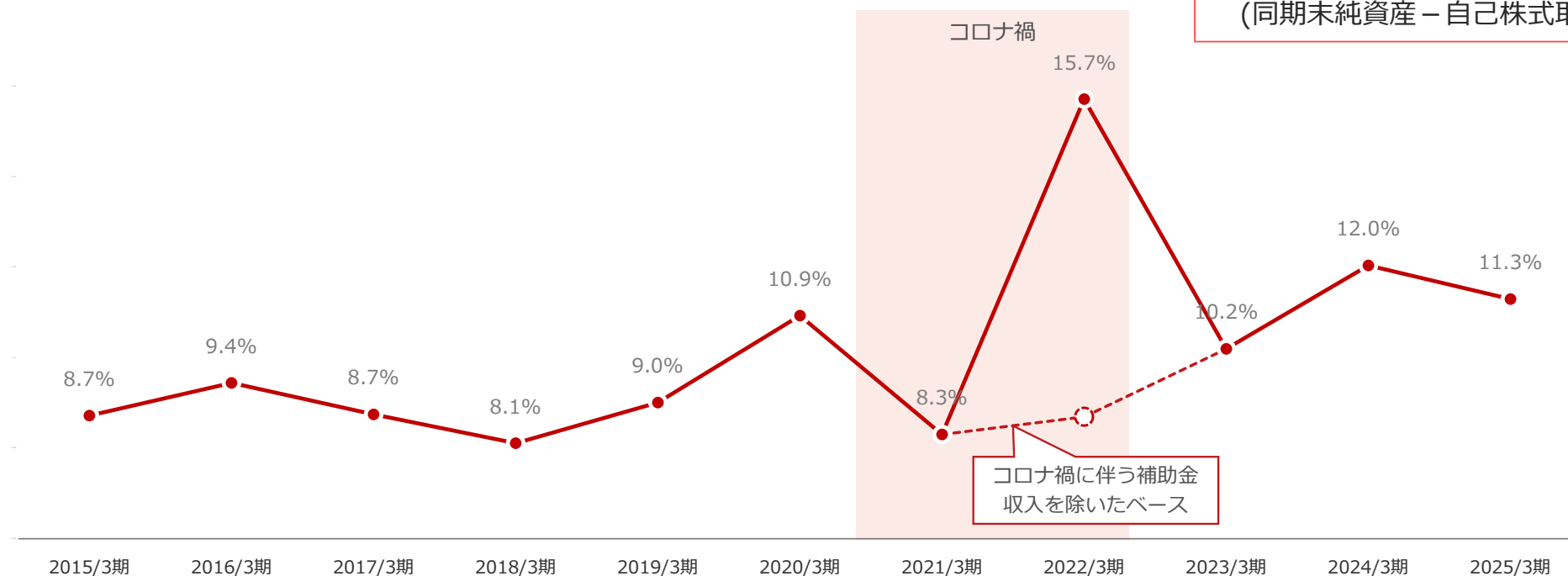
	2025年3月末	2025年5月末 (予定)	増減株数	増減率
発行済株式数	69,858,690株	64,858,690株	▲5,000,000株	▲7.2%
自己株数	13,348,629株	12,548,629株	▲800,000株	▲6.0%
発行済株式数 (自己株式除く)	56,510,061株	52,310,061株	▲4,200,000株	▲7.4%

ROEの推移



- ROEはコロナ禍などの影響があったものの、上昇基調。2025/3期も11%超と二桁の水準
- 自己株式取得の実施により、ROEのさらなる上昇を見込む（押し上げ効果は2.2ポイント※）

※ <押し上げ効果(参考値)の算出方法>
$$\frac{2025/3期当期純利益}{(同期末純資産 - 自己株式取得金額)}$$





中期経営計画（～2027年3月期）



10年後の目標

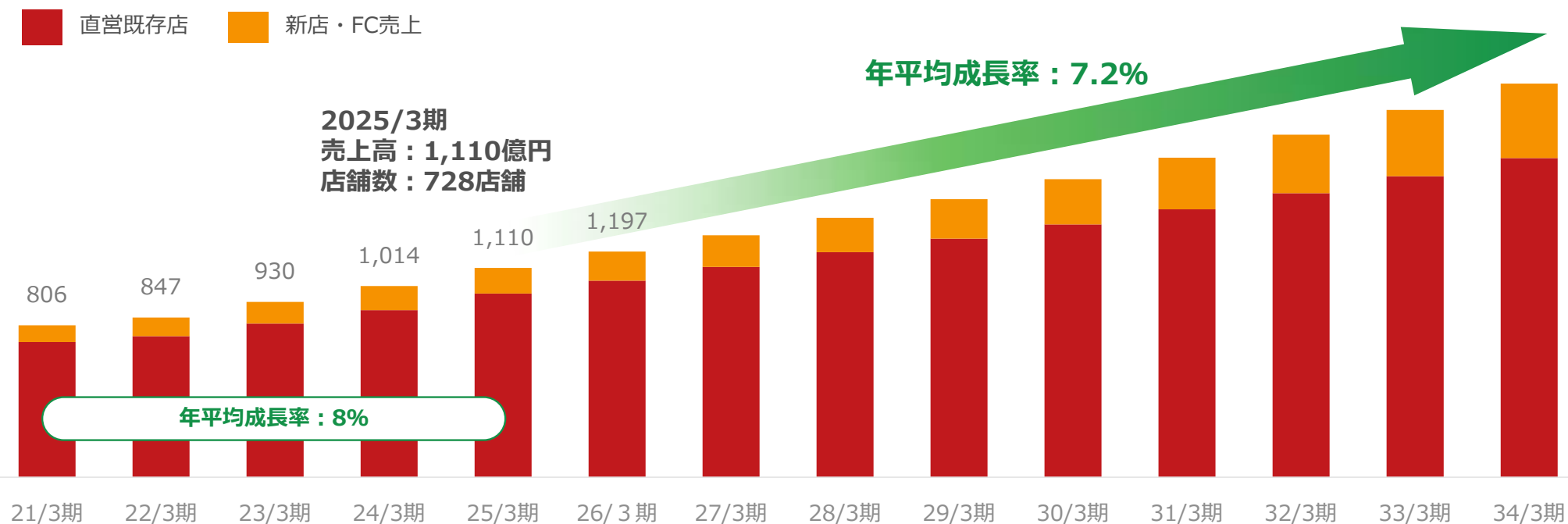


- 高い増収ピッチを着実に継続し、10年後に2,000億円達成を目指す

目標に向けた売上高の推移

2034/3期
売上高：2,000億円
店舗数：1,000店舗

年平均成長率：7.2%



大目標



- 中期経営計画の遂行により一層の資本収益性を高め、今後の成長性に対する市場の評価を得るための施策を進める

大目標

店舗のQSC レベルの更なる向上	計画的・効果的な新規出店・リロケート
人材育成・教育体制の構築	資本コストや株価を意識した経営の実現
店舗の生産性向上	統合報告書の作成
FC事業の拡大	レピュテーション管理体制の構築
ロイヤルカスタマーの獲得	人材採用強化とインナー採用推進
キッチンカー（移動販売）事業	人事DX
海外事業の拡大	ダイバーシティ＆インクルージョンの推進
品質保証への取り組み	デジタルの利活用
工場自動化（DXシステム導入）	安心・安全なシステムの提供
物流省力化	ハラスメント・不祥事の撲滅

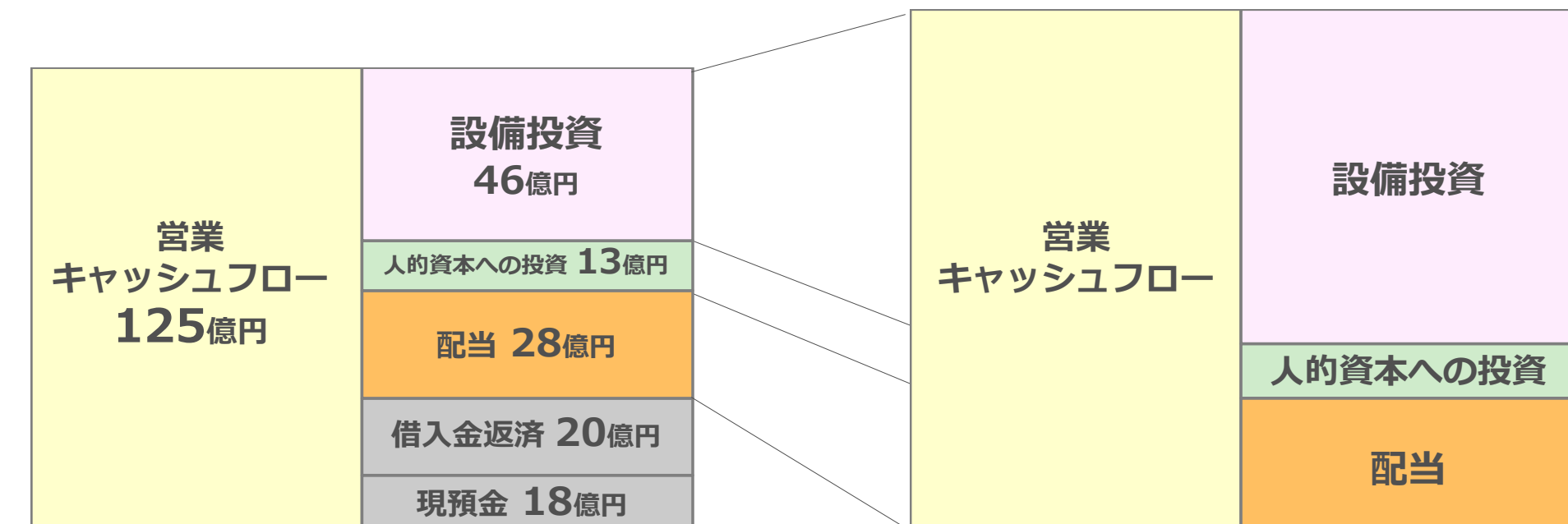
キャッシュアロケーション



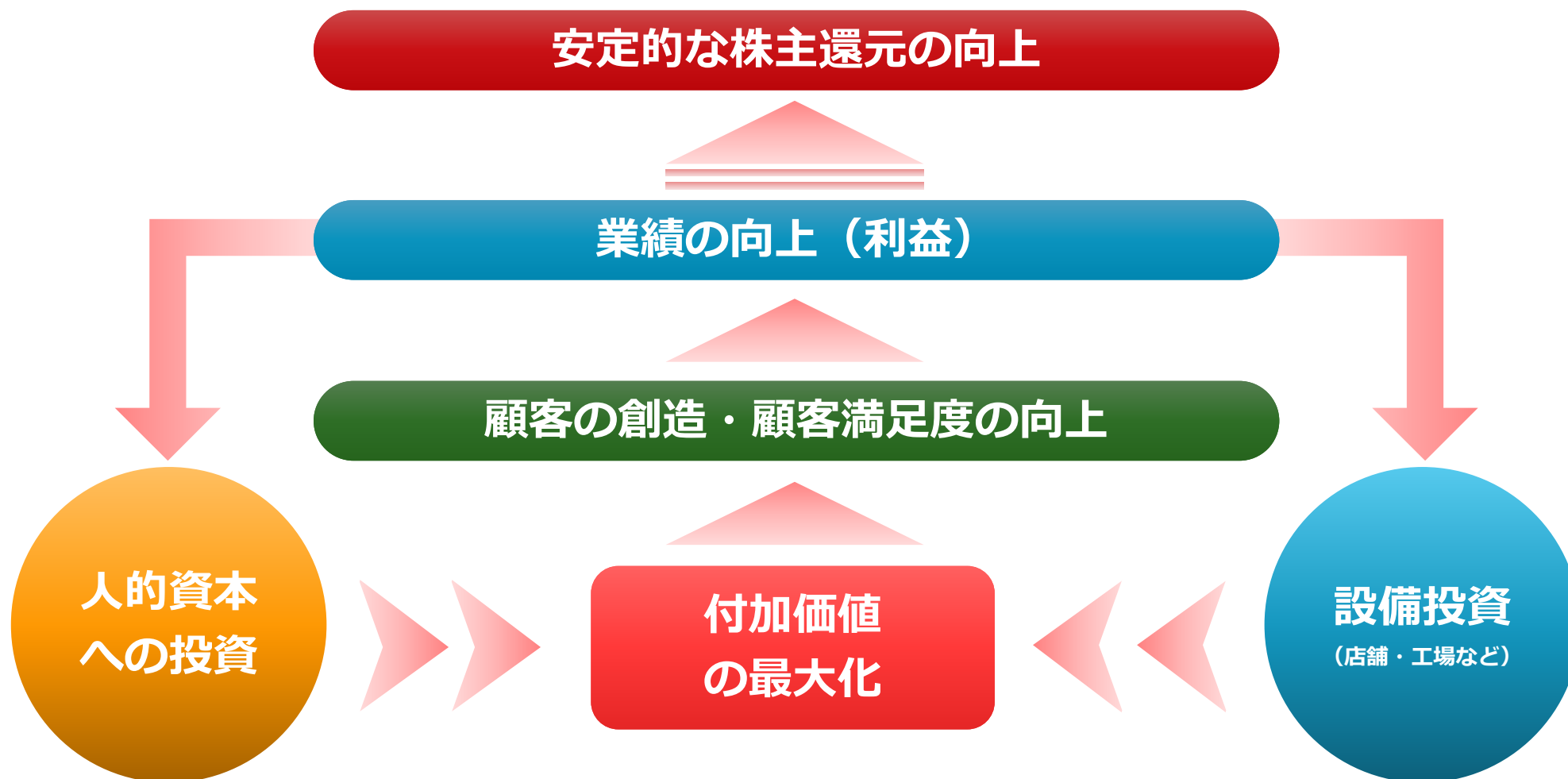
- 今後は当期に発生したキャッシュフローの全額を、人的資本・設備を含む成長投資と、株主還元（配当）に分配する方針
- 現預金については一部を借入金の返済原資とするとともに、別途活用を検討

2025/3期 実績

2026/3期～ 方針



当社が目指す好循環な経営サイクル





日本を美味しく

GYOZA OHSHO

餃子の王将をもっと美味しく

Challenge
2025

おいしい力が、未来を変える。



Appendix

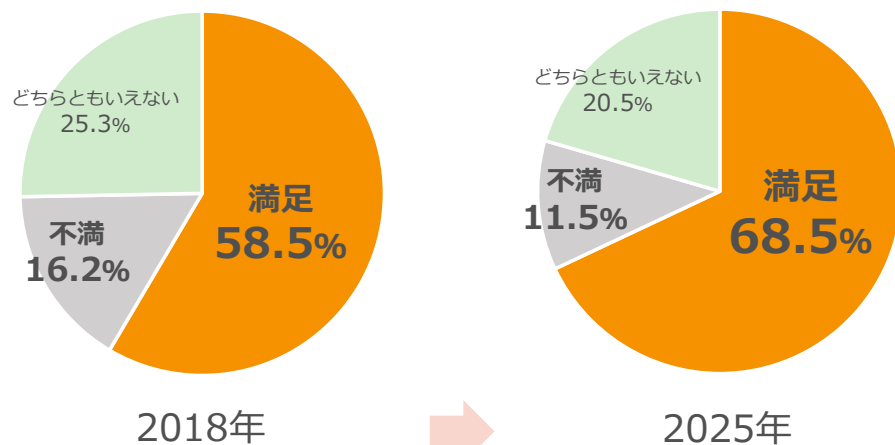


積極的な人的資本投資の成果

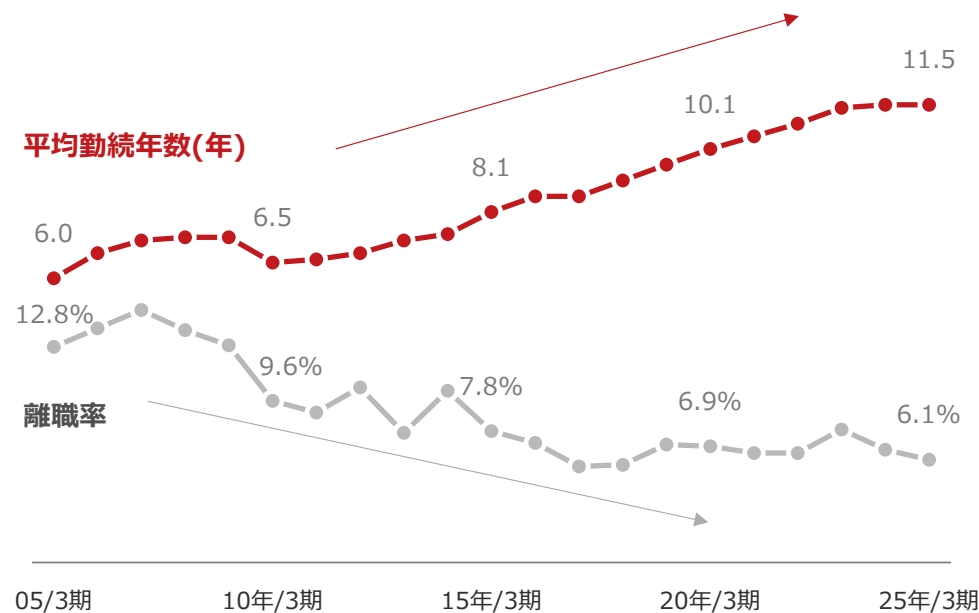


- 現在の仕事・会社・職場に満足している従業員の割合は2018年から増加
- 従業員の平均勤続年数は2005年3月期から約2倍へ伸長し、離職率は6%台と低水準で推移

従業員の総合満足度



平均勤続年数と離職率の推移



デジタル技術活用による人にしか提供できない価値の向上



- 店舗のQSCと生産性の向上に向けて、店舗へのデジタル投資を本格化
- デジタル技術で効率化した時間を接客サービスや従業員とのコミュニケーション向上に活用

店舗オペレーションのデジタル投資戦略

POSの入れ替えを本格展開

自動釣銭機

導入店舗数
329店舗

セミセルフレジ

導入店舗数
242店舗

POSレジ2台体制

導入店舗数
149店舗

テイクアウト・デリバリー関連システム導入

デリバリー注文一元化システム

導入店舗数
339店舗

お客様呼出システム

導入店舗数
23店舗

NEW

テイクアウト ネット予約

直営店全店に導入
549店舗
FC店49店舗

効率化した時間を
接客サービスの向上に活用

店舗運営のデジタル投資戦略

売上高の予測に基づく
シフト管理サポートシステムの導入



効率化した時間を
従業員とのコミュニケーションの向上に活用

- 将来予想に関連する記述については、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。
- 予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用下さい。

お問い合わせ先

広報IR部

部長	稲垣 雅弘
副部長	加藤 博也
副部長	庄司 達生
課長	相川 隆

E-mail : ir@ohsho.co.jp