

2025 年 6 月 26 日

各 位

会 社 名 ワ イ エ ス フ ー ド 株 式 会 社
代表者名 代表取締役社長 高 田 十 光
(スタンダード・コード番号 3 3 5 8)
問合せ先 取締役管理本部長 中 村 行 男
T E L 0 9 4 7 - 3 2 - 7 3 8 2

今後の経営方針に関するお知らせ

当社は、本日開催の定時株主総会終結後の取締役会において、新たな経営体制を発足させるとともに、今後の企業価値向上に向けた経営方針を策定いたしましたので、下記のとおりお知らせ申し上げます。

記

1. 今後の経営方針の骨子について

以下 3 つの方針に基づき、機動的な意思決定を通じて、多様な味のニーズに応えるブランドを擁する飲食事業会社を目指します。

(1) 既存事業の強化

国内における外食事業については、2025 年 3 月期に続き、店舗数の回復基調を継続するとともに、事業基盤の強化に注力してまいります。出店戦略の加速に加え、DX（デジタルトランスフォーメーション）を活用した店舗運営の高度化に取り組み、収益性の一層の改善を図ります。

(2) グローバル戦略の再定義

経済成長や人口ボーナスが見込まれるグローバルサウス諸国、とりわけ既に当社が進出している東南アジア市場を中心に、海外展開を強化してまいります。現地有力ブランドとの提携や、日本市場への共同展開など、多様な事業スキームを通じて成長を目指します。

(3) M&A の加速的推進

当社は、企業価値の飛躍的な向上を図るべく、M&A を成長戦略の中核に位置づけ、積極的かつ迅速に推進してまいります。国内外においてシナジーの高い有力ブランドや成長企業の獲得を進め、買収後は当社のノウハウ・インフラと融合させることで、早期の統合効果を実現し、グループ全体の競争力を高めてまいります。

当社経営方針の詳細につきましては別添の資料をご確認ください。

今後、本方針に基づき、注力分野ごとの具体的な中期経営計画を策定し、適時適切に開示してまいります。

以上

今後の経営方針ご説明



東証スタンダード 証券コード 3358

2025年6月26日



1

今後の経営方針について

2

新経営体制について

目指す方向性

当社は創業から**55年以上**に渡り、北九州を地盤として
「九州筑豊ラーメン 山小屋」を主軸とした飲食事業を営んできました

近年、当社業績は停滞が続いており、
また、事業環境は不確実性・厳しさを増している状況です

この度、当社は上記の状況を打開すべく、

経営体制を刷新しました

迅速な意思決定による積極果敢な経営を進めます

「一杯のラーメンをお客様に満足していただく」という
創業当時の経営理念のもと、筑豊ラーメンに加え、

多様な味のニーズに応えるブランドを擁する飲食事業会社を目指します



実現に向けた取り組み

既存の国内事業と海外展開の強化を通じて収益力を高め、今後の成長ドライバーとして**M&A**を積極的に推進します



既存事業
強化



M&A推進



グローバル
再定義

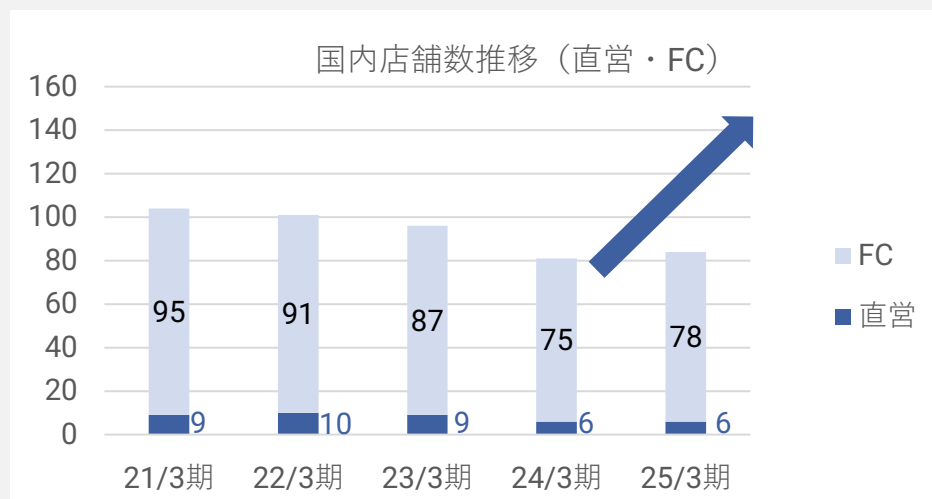


既存事業の強化 (1/2)

主要事業である国内外食事業について、**25年3月期に続き、店舗数を回復基調に乗せ**、事業基盤の強化によるオーガニックな成長を目指します

課題認識：

- 外食事業の中核である国内直営店・FC店の店舗数が減少傾向にある
- 主要な要因として人材不足（現場スタッフの不足、FCオーナーの高齢化・後継者不足）
- また、人員不足の中でのオペレーション負荷が副次的に増大



施策の方向性：

出店強化

店舗運営
DX

利益率改善
施策



既存事業の強化 (2/2)

積極的な出店の過程で運営の高度化を進め、収益性を高めるべく各種施策に取り組めます

出店強化

人材採用

FCから直営への転換

FC開拓

- 本部人材の採用に加え、外国人スタッフやスキマバイト人材を積極的に活用する
- 店舗網の維持拡大のため、退店意向のFCの直営化や、FC加盟説明会等の施策でFC店の開拓を進める

店舗運営DX

注文端末導入 (TTO)

決済端末導入 (セルフレジ)

清掃・配膳ロボット等

- テーブルトップオーダー端末やセルフレジ端末、清掃・配膳ロボット等により、多言語対応（外国人スタッフの雇用環境整備・外国人客の集客）に加え、店舗運営の省力化・効率化を進める

利益率改善施策

高単価業態への転換

来店施策強化

季節メニュー導入徹底

- 店舗の直店化や新規開店を機にラーメン居酒屋業態へ順次転換
- アプリ、割引券等の利用可能店舗の拡大による来店強化や、高単価メニューである季節商品の店舗導入を強化する



グローバル再定義 (1/2)

経済成長や人口ボーナスが期待されるグローバルサウス諸国の中で、地理的・文化的に近い東南アジアを中心に、店舗展開や現地企業とのアライアンスを推進します



取り組み：

- 海外への直営/FC店舗の出店（既存進出国での店舗拡大を中心に、新開拓国への進出を模索）
- 現地有力飲食ブランドと提携・ライセンス取得し、日本国内で当社が店舗展開



グローバル再定義 (2/2)

東南アジアでの店舗出店にあたり、一定の市場規模があり（人口**5,000**万人以上）、年齢構成が若く、所得水準が高い国を対象とします

海外出店先・想定ターゲット：

国名	人口	平均年齢	20～40代比率	1人あたりGNI	既存店舗数
インドネシア	2.81 億人	29 歳	45 %	4,751 USD	6
フィリピン	1.90 億人	24 歳	45 %	4,223 USD	8
タイ	0.66 億人	39.2 歳	43 %	6,975 USD	2

補足)

- ・ 1人あたりGNI（国民総所得）：中所得国（1,136～13,844）のうち、4,465以上が高中所得国に分類される
- ・ （参考）日本の平均年齢：49歳、20～40代比率：33%
- ・ （参考）その他の海外店舗：中国（6）、ミャンマー（1）、イギリス（1）、オーストラリア（1）



M&A推進

積極的なM&Aでラーメン業態におけるマルチブランド化を進め、収益基盤を強化します

1.投資実行

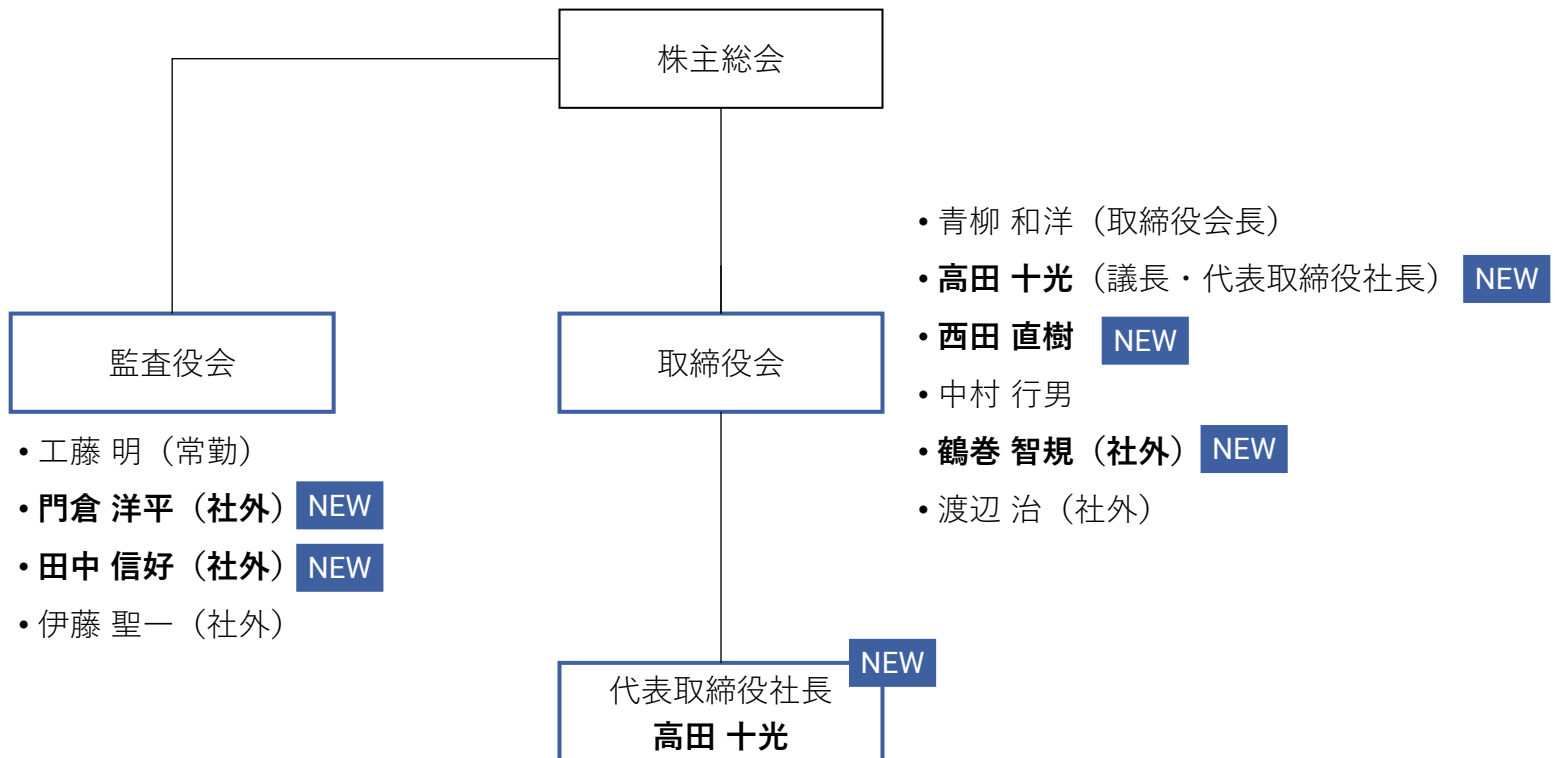
投資方針	将来的なシナジー	経営戦略との整合性	適正価格での投資
Post M&A	取得企業の事業強化・経営改善		

2.シナジー創出

業態の多様化 (多ブランド展開)	- M&Aを通じて多様な味の志向にこたえられるマルチブランド化を進め、多様な客層の獲得、客単価向上、リスク分散を行う - ブランド間で調達・製造・物流の効率化、商品企画の高度化といったシナジーを発揮する
出店の多様化 (地域・出店形態)	多ブランド化による出店力の強化により、以下の展開を加速する - 北九州エリア中心から、多様な地域での新規需要を開拓する - 郊外路面店の他、駅ナカ・駅チカといった人口密集地を開拓する
バリューチェーン強化	外食事業のバリューチェーン（原材料調達、製造・調理、店舗運営、物流・保管、マーケティング）において、当社事業の補完・強化につながる事業会社をターゲットとする

新経営体制について

2025年6月26日開催の当社株主総会・取締役会を機に、新経営体制を始動します



IRサイトのご案内

当社ではIRサイトにおいて、株主・投資家の皆様へ向けて積極的に情報を発信してまいります

IR NEWS



<https://ys-food.jp/investor/>