

2026年3月期第2四半期 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11月25日

目次



GYOZA OHSHO

01	2026年3月期 第2四半期決算概要・通期計画	3
02	2026年3月期 第2四半期の主な取組み	20
03	2026年3月期 下期以降の成長戦略	29
04	Appendix	40



2026年3月期
第2四半期 決算概要・通期計画



2026年3月期 第2四半期 決算ハイライト



GYOZA OHSHO

連結売上高

585.0億円

前年同期比
+8.6%

連結営業利益

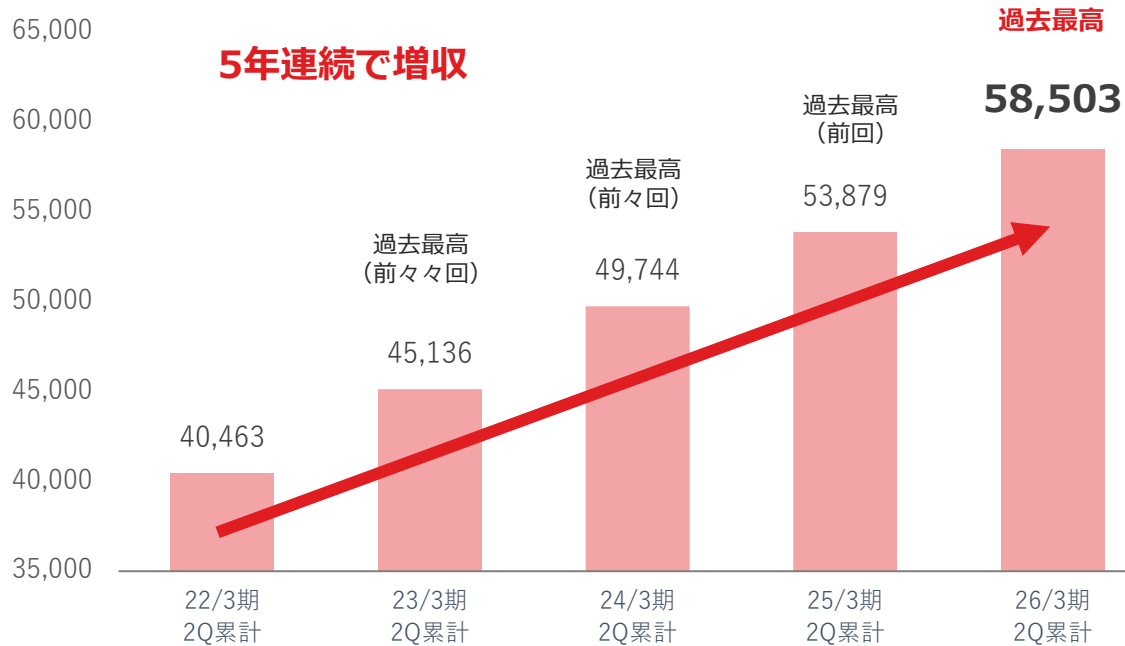
53.1億円

前年同期比
+1.3%

(百万円)

4年連続で過去最高を更新

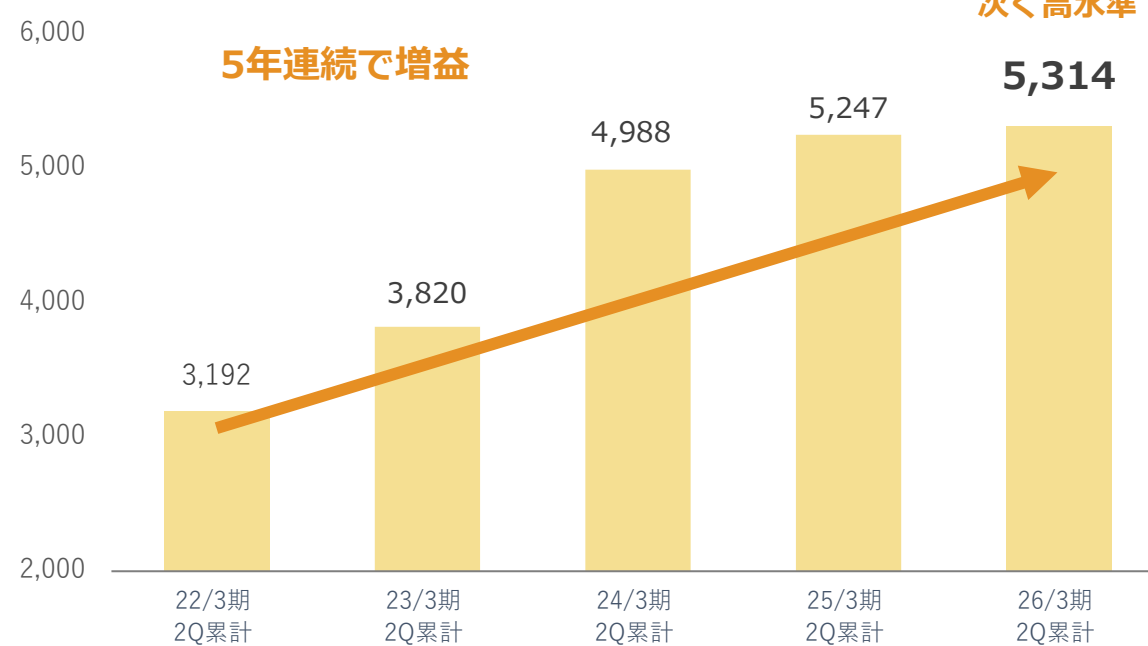
5年連続で増収



(百万円)

過去最高益に
次ぐ高水準

5年連続で増益

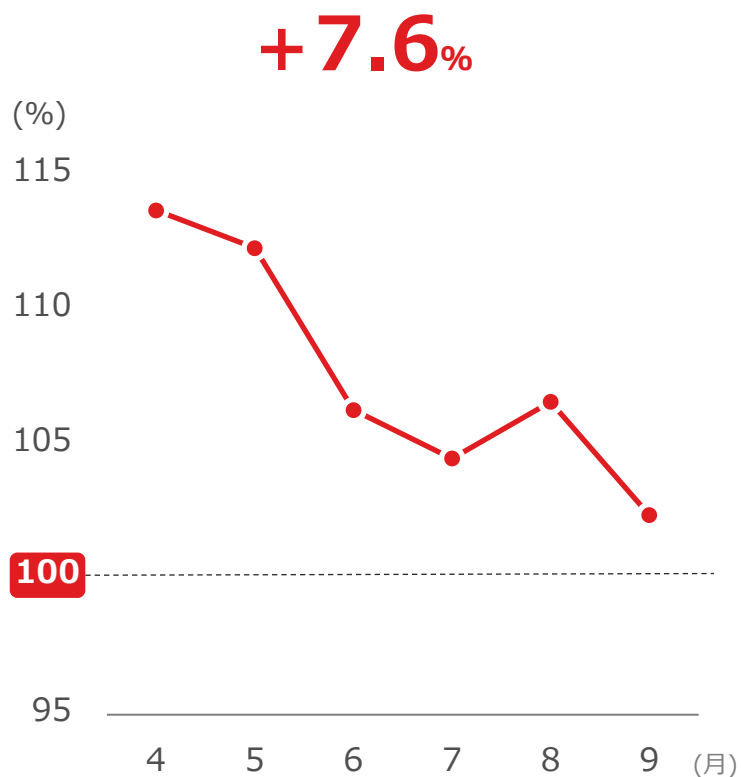


2026年3月期 第2四半期累計期間の既存店動向

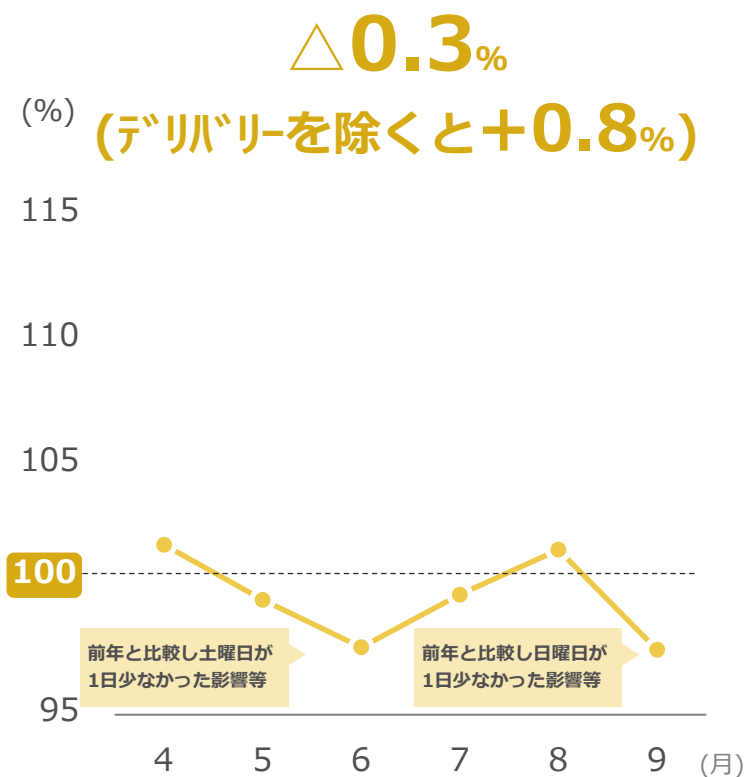


- 客単価の上昇がけん引し、既存店売上高は、すべての月で前年を上回って推移
- 2月14日の価格改定後も客数は前年同月程度の水準を維持、デリバリーを除くと既存店客数は前年比100.8%

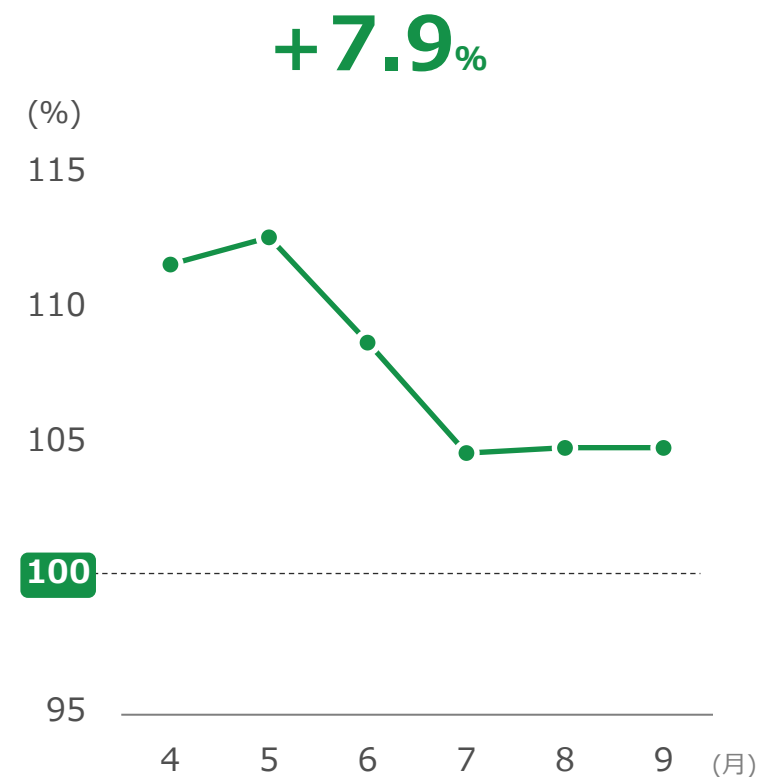
既存店売上高 (Y/Y)



既存店客数 (Y/Y)



既存店客単価 (Y/Y)

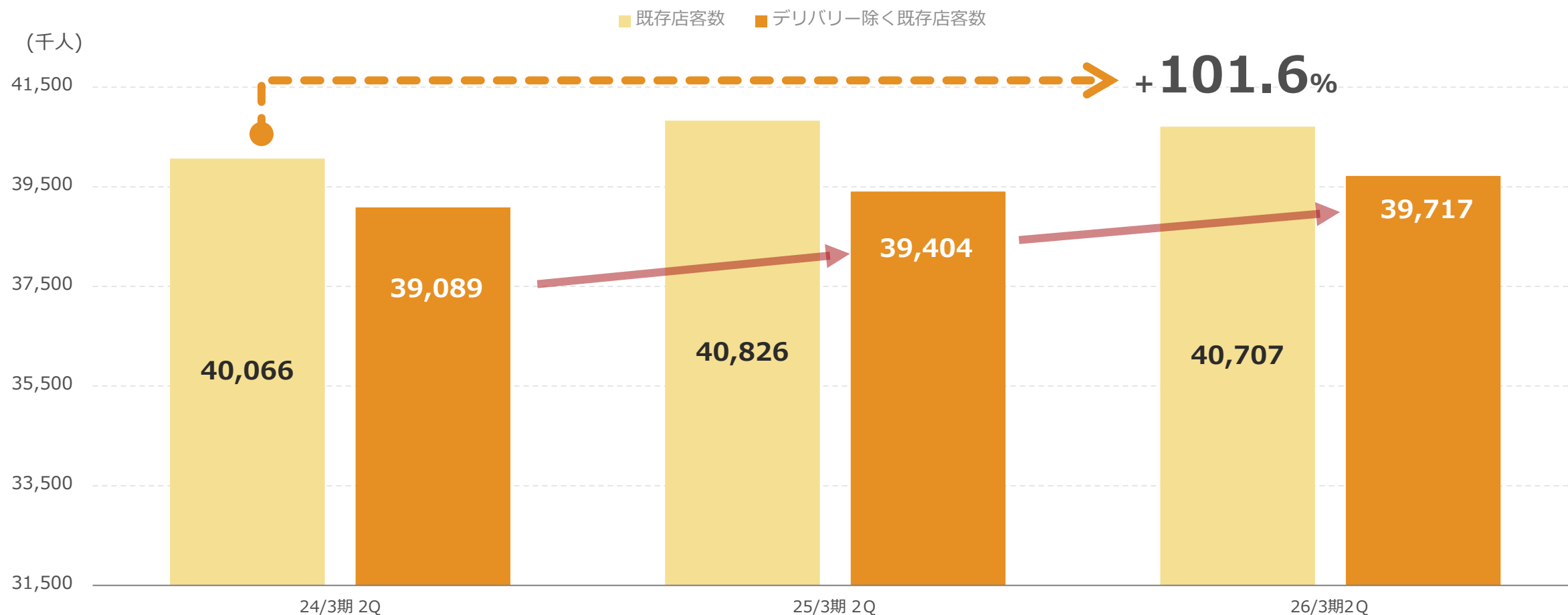


(参考) 既存店客数の推移



GYOZA OHSHO

- 前年比ではデリバリーの落ち込みの影響から既存店客数減少となったものの、前々年との比較では増加
- デリバリーを除く既存店客数は年々着実に増加

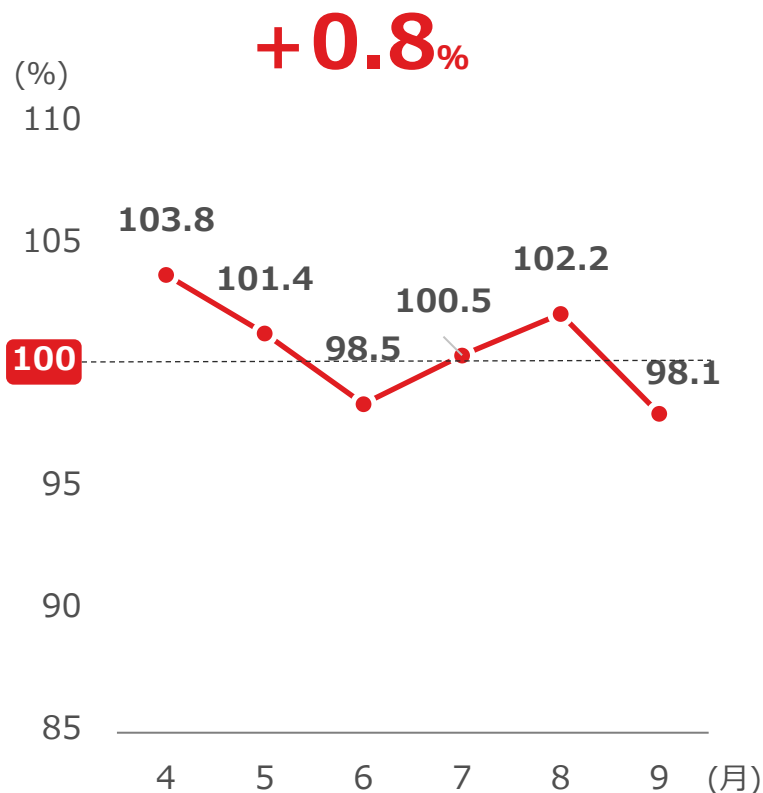


(参考) 直営全店の利用シーン別客数動向

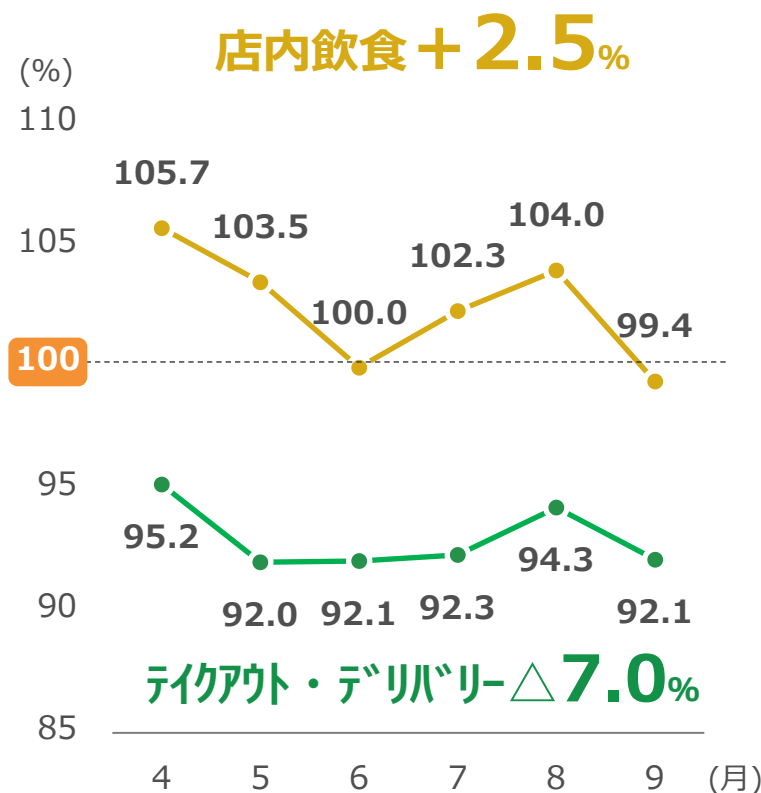


- 店内飲食の利用客数は前年同期比で増加傾向にあり、堅調に推移
- テイクアウト・デリバリーは市場規模の縮小を受け、利用客数は前年比で減少傾向

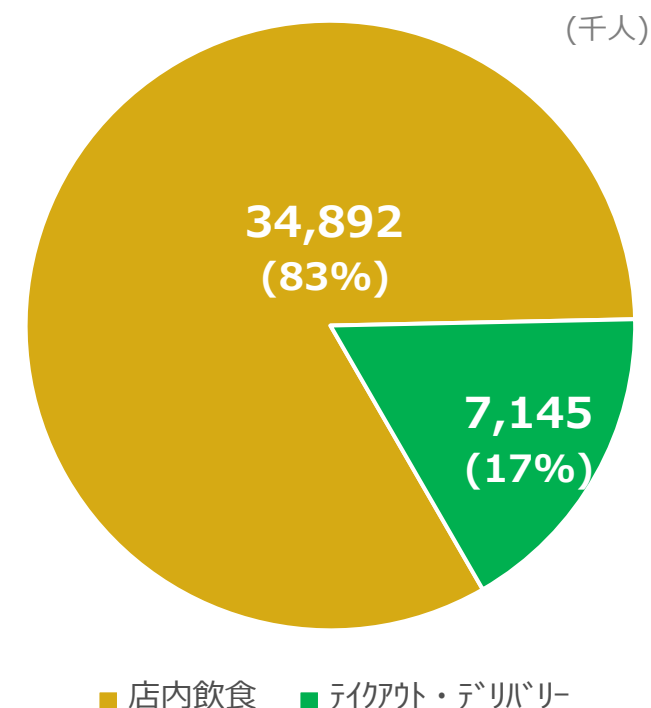
直営全店 (Y/Y)



店内・店外別客数動向 (Y/Y)



客数構成 (2Q累計)



2026年3月期 第2四半期累計期間 損益計算書概要



(百万円)	2024/3期 2Q累計	2025/3期 2Q累計	2026/3期 2Q累計					
			計画 (2025/5/15)	実績	前年同期比		計画比	
					増減額	増減率	増減額	増減率
売上高	49,744	53,879	59,607	58,503	+4,624	+8.6%	▲1,104	▲1.9%
店内飲食*	32,689	36,356	-	40,610	+4,253	+11.7%	-	-
テイクアウト・デリバリー*	12,754	12,836	-	12,884	+47	+0.4%	-	-
FC出荷売上*	4,106	4,470	-	4,779	+309	+6.9%	-	-
売上総利益	33,913	36,953	-	39,577	+2,623	+7.1%	-	-
営業利益	4,988	5,247	5,505	5,314	+67	+1.3%	▲191	▲3.5%
利益率	10.0%	9.7%	9.2%	9.1%	-	-	-	-
経常利益	5,122	5,469	5,606	5,462	▲7	▲0.1%	▲143	▲2.6%
利益率	10.3%	10.2%	9.4%	9.3%	-	-	-	-
親会社株主に帰属する中間純利益	3,896	3,645	3,775	3,655	+10	+0.3%	▲119	▲3.2%
利益率	7.8%	6.8%	6.3%	6.2%	-	-	-	-
1株当たり中間純利益**	69.05円	64.55円	66.81円	68.30円	+3.75円	-	+1.49円	-

*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株当たり中間純利益の算出は分割後の株数で遡及修正

2026年3月期 第2四半期 売上高増減要因分析

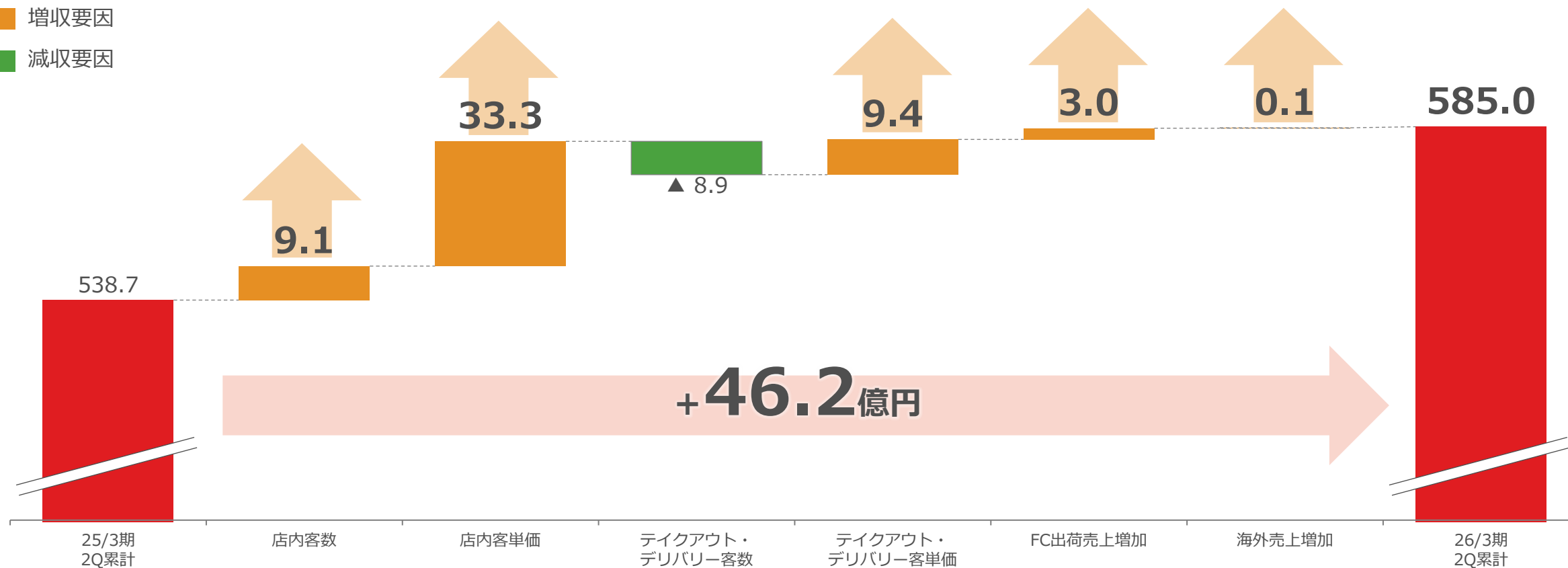


- 店内飲食は客数増・単価も上昇し前年比で堅調に推移し、FC出荷、海外売上高も増加
- テイクアウト・デリバリーは単価は上昇したものの、利用客数は減少、テイクアウト・デリバリー売上はプラスを維持

(億円)

増収要因

減収要因



2026年3月期 第2四半期 営業利益増減要因分析



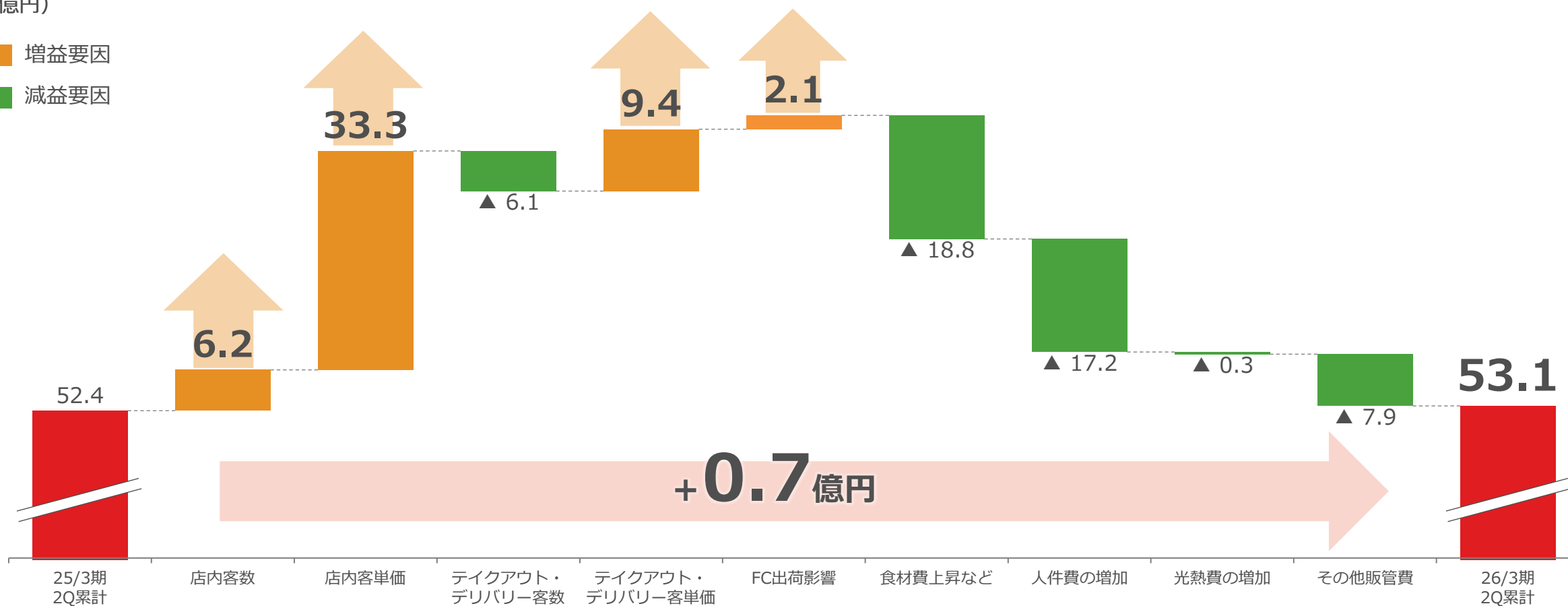
GYOZA OHSHO

- QSCの向上とともにロイヤルカスタマーの抱え込みが奏功。引き続き店内飲食の客数は底堅く推移
- 価格改定による客単価の上昇により食材費の上昇、人件費の増加をカバーし営業増益を維持

(億円)

増益要因

減益要因



2026年3月期 損益計算書概要（四半期）



(百万円)		2024/3期				2025/3期				2026/3期	
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
売上高		24,623	25,121	25,784	25,872	26,421	27,457	27,565	29,588	29,668	28,835
店内飲食*		16,151	16,538	17,034	17,261	17,813	18,543	18,656	20,218	20,539	20,071
テイクアウト・デリバリー*		6,322	6,431	6,434	6,382	6,300	6,535	6,434	6,857	6,580	6,304
FC売上*		2,053	2,053	2,202	2,119	2,209	2,260	2,353	2,386	2,432	2,347
売上総利益		16,785	17,127	17,708	17,937	18,076	18,876	18,631	20,017	20,074	19,502
営業利益		2,415	2,573	2,532	2,764	2,441	2,806	2,346	3,310	2,998	2,316
利益率		9.8%	10.2%	9.8%	10.7%	9.2%	10.2%	8.5%	11.2%	10.1%	8.0%
経常利益		2,517	2,605	2,619	2,754	2,576	2,893	2,416	3,425	3,113	2,349
親会社株主に帰属する四半期純利益		2,135	1,761	1,732	2,281	1,702	1,943	1,560	2,865	2,134	1,521
利益率		8.7%	7.0%	6.7%	8.8%	6.4%	7.1%	5.7%	9.7%	7.2%	5.3%
1株当たり四半期純利益**		37.84円	31.22円	30.71円	40.44円	30.15円	34.41円	27.62円	50.71円	39.23円	29.06円
既存店動向 (前年比)	売上変化	+8.4%	+11.0%	+7.0%	+6.6%	+6.1%	+7.7%	+5.6%	+13.1%	+10.8%	+4.5%
	客数変化	+4.7%	+7.9%	+3.8%	+3.6%	+3.2%	+0.4%	+0.1%	+3.1%	▲0.3%	▲0.3%
	客単価変化	+3.5%	+2.9%	+3.1%	+2.9%	+2.8%	+7.3%	+5.5%	+9.7%	+11.1%	+4.8%

*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

2026年3月期 第2四半期 バランスシートの状況



GYOZA OHSHO

- 株主還元の更なる強化、及び資本効率の向上を目的として、2025年5月に自己株式を取得
- 現預金と利益剰余金を大幅に圧縮、総資産及び純資産は減少

資産の部				
(百万円、%)	2024/3期 金額	2025/3期 金額	2026/3期 2Q 金額	増 減
流動資産	40,607	43,092	28,511	▲14,580
現金預金	36,296	38,120	23,683	▲14,436
固定資産	50,854	53,540	53,653	+113
有形固定資産	37,750	39,596	39,882	+286
建物及び構築物	13,795	15,394	15,636	+241
土地	19,902	19,902	19,902	-
無形固定資産	145	318	404	+86
投資等	12,959	13,626	13,366	▲259
投資有価証券	4,166	4,894	4,718	▲175
差入保証金	4,702	4,705	4,665	▲39
貸倒引当金	▲14	▲13	▲13	+0
資産合計	91,462	96,632	82,165	▲14,467

負債・純資産の部				
(百万円、%)	2024/3期 金額	2025/3期 金額	2026/3期 2Q 金額	増 減
流動負債	14,975	16,011	15,048	▲963
1年内長期借入金	2,000	2,000	2,000	-
固定負債	7,851	6,383	5,382	▲1,000
長期借入金	5,000	3,000	2,000	▲1,000
負債合計	22,827	22,394	20,430	▲1,963
株主資本	68,129	73,516	61,238	▲12,278
資本金	8,166	8,166	8,166	-
資本剰余金	9,459	9,562	9,110	▲451
利益剰余金	61,096	66,344	61,816	▲4,527
自己株式	▲10,593	▲10,556	▲17,855	▲7,299
その他の包括利益累計額	505	721	495	▲225
純資産合計	68,635	74,238	61,734	▲12,503
負債・純資産 合計	91,462	96,632	82,165	▲14,467

2026年3月期 第2四半期 キャッシュ・フローの状況



- 営業活動によるキャッシュ・フローは継続してプラス
- 更なる成長に向けた投資を推進しつつも、フリーキャッシュ・フローは11四半期連続で黒字を計上

	2024/3期				2025/3期				2026/3期	
(百万円)	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,273	2,150	2,489	4,304	1,938	2,688	1,841	4,746	2,989	1,897
税引前中間純利益	2,848	2,621	2,596	2,687	2,554	2,876	2,375	3,350	3,199	2,293
減価償却費	659	679	709	752	729	763	794	819	768	794
債権債務増減	256	▲309	291	▲523	506	▲475	736	▲909	462	▲67
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲408	▲920	▲1,054	▲839	▲1,168	▲1,174	▲1,124	▲1,106	▲1,286	▲976
有形固定資産の取得による支出	▲796	▲841	▲957	▲887	▲1,060	▲1,045	▲1,026	▲1,047	▲1,218	▲870
フリーキャッシュ・フロー	2,865	1,230	1,434	3,464	770	1,514	716	3,639	1,703	921
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲1,910	▲500	▲1,817	▲500	▲1,911	▲501	▲1,912	▲500	▲16,572	▲500
借入金等の増減額（▲は減少）	▲500	▲500	▲500	▲500	▲500	▲500	▲500	▲500	▲500	▲500
自己株式の取得による支出	▲0	▲0	▲0	▲0	▲0	▲1	-	-	▲14,490	-
配当金の支払額	▲1,410	-	▲1,317	-	▲1,411	-	▲1,412	-	▲1,582	-
現金及び現金同等物の期末残高	32,983	33,713	33,332	36,296	35,156	36,172	34,969	38,120	23,237	23,683

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前期比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%
売上総利益	63,657	69,560	75,602	81,136	+5,533	+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	152.60円**	-	-

*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株当たり当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

2026年3月期 通期計画（半期比較）



- 下期には高付加価値の新商品投入など、更なる商品力の強化に取り組み、利益率の回復を見込む
- 通期計画に変更はなし

(百万円)	2024/3期		2025/3期		2026/3期			
	上期	下期	上期	下期	上期	通期計画- 上期実績	対上期比	
							増減額	増減率
売上高	49,744	51,656	53,879	57,154	58,503	61,228	+ 2,725	+ 4.7%
売上総利益	33,913	35,646	36,953	38,648	39,577	41,559	+ 1,982	+ 5.0%
営業利益	4,988	5,297	5,247	5,657	5,314	5,957	+ 643	+ 12.1%
利益率	10.0%	10.3%	9.7%	9.9%	9.1%	9.7%	-	-
経常利益	5,122	5,374	5,469	5,842	5,462	5,955	+ 493	+ 9.0%
利益率	10.3%	10.4%	10.2%	10.2%	9.3%	9.7%	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	3,896	4,014	3,645	4,426	3,655	4,430	+ 775	+ 21.2%
利益率	7.8%	7.8%	6.8%	7.7%	6.2%	7.2%	-	-
1株当たり当期純利益*	69.05円	71.11円	64.55円	78.35円	68.30円	84.30円	+ 16.00円	-

*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株当たり当期純利益の算出は分割後の株数で遡及修正

設備投資の実績と計画



- 新店投資は、収益性と投資回収可能性をしっかりと見極めて着実な出店を行っていく方針
- 既存店改装投資は、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改装工事を実施
- 工場投資は、久御山工場の麺製造ラインや札幌工場の餃子成形機導入を予定

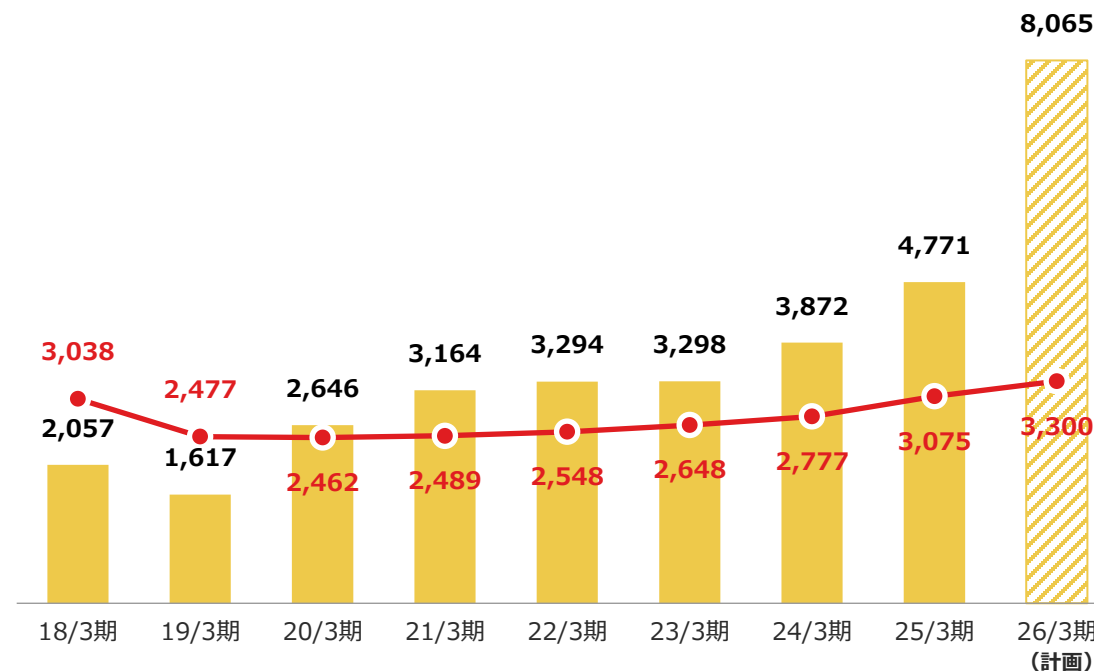
設備投資の実績

(百万円)	2025/3期 2Q累計	2026/3期 2Q累計	増減	通期計画	進捗
新店投資	561	189	▲371	1,640	11.5%
既存店改装投資	1,048	1,417	+368	4,782	29.6%
工場投資	425	230	▲195	1,108	20.8%
その他	200	127	▲73	534	23.8%
合計	2,236	1,965	▲271	8,065	24.4%

設備投資計画

(百万円)

■ 設備投資額 -.- 減価償却費



上期の店舗展開状況と出退店計画



- 上期時点で新規出店4店舗、退店6店舗、リロケート1店舗となり、店舗数は726店舗と2店舗減少
- 収益性と早期投資回収の可能性を見極め、着実な店舗展開を進めていく

上期の店舗展開状況

新規出店 4店舗

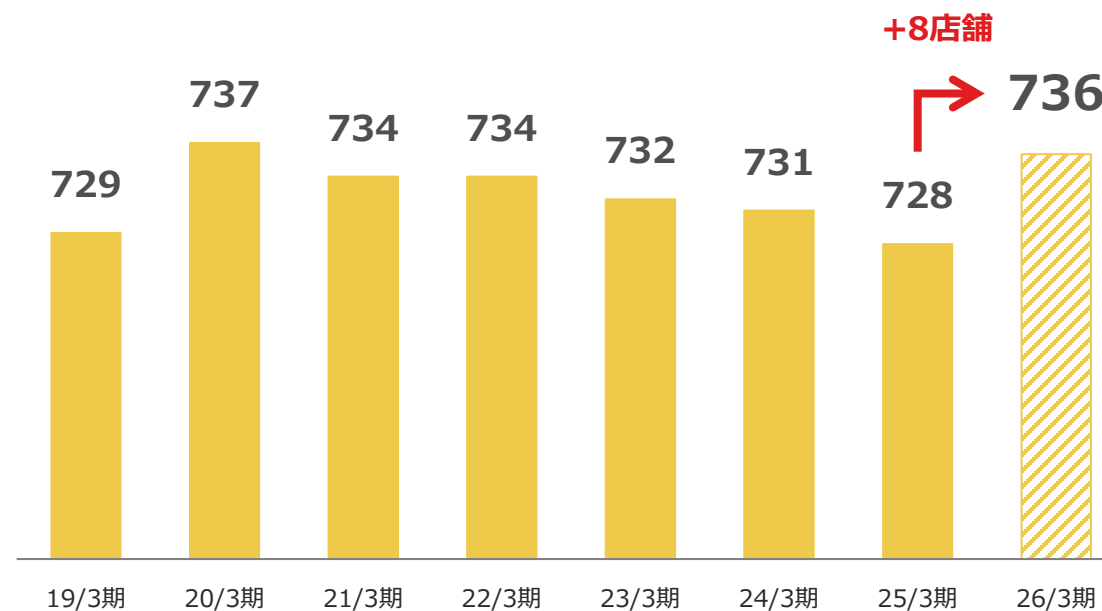


リロケート 1店舗



出退店計画

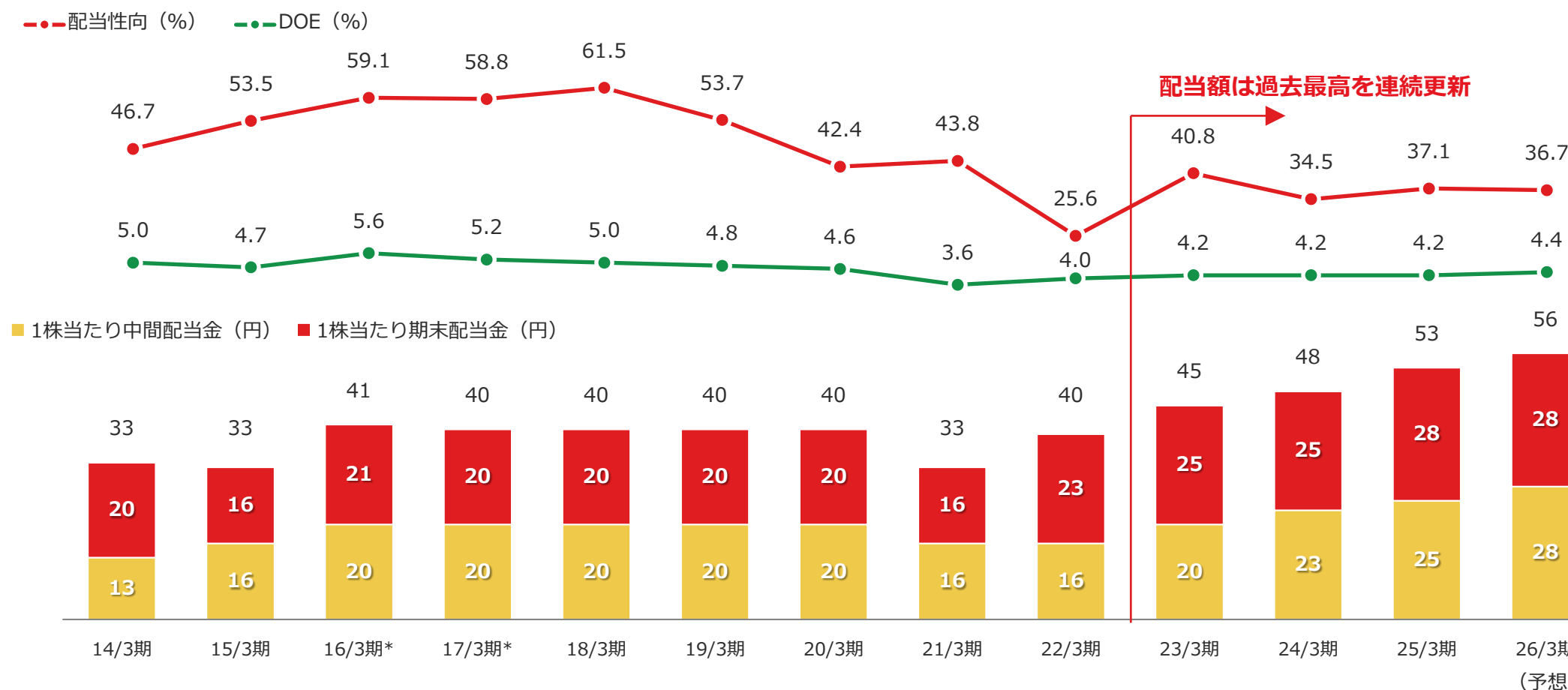
(店)



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



2026年3月期 第2四半期の 主な取り組み

餃子の王将をもっと美味しく
Challenge 2025
配を一から見直す、餃子の王将の極限料理にもっと美味しくなる。

餃子の王将
冷し中華
780円(税込858円)

焼そば あんかけ 豚肉たっぷり
780円(税込858円)

2025 大感謝祭 第一弾
250円割引券プレゼント!
期間 6月19日・20日

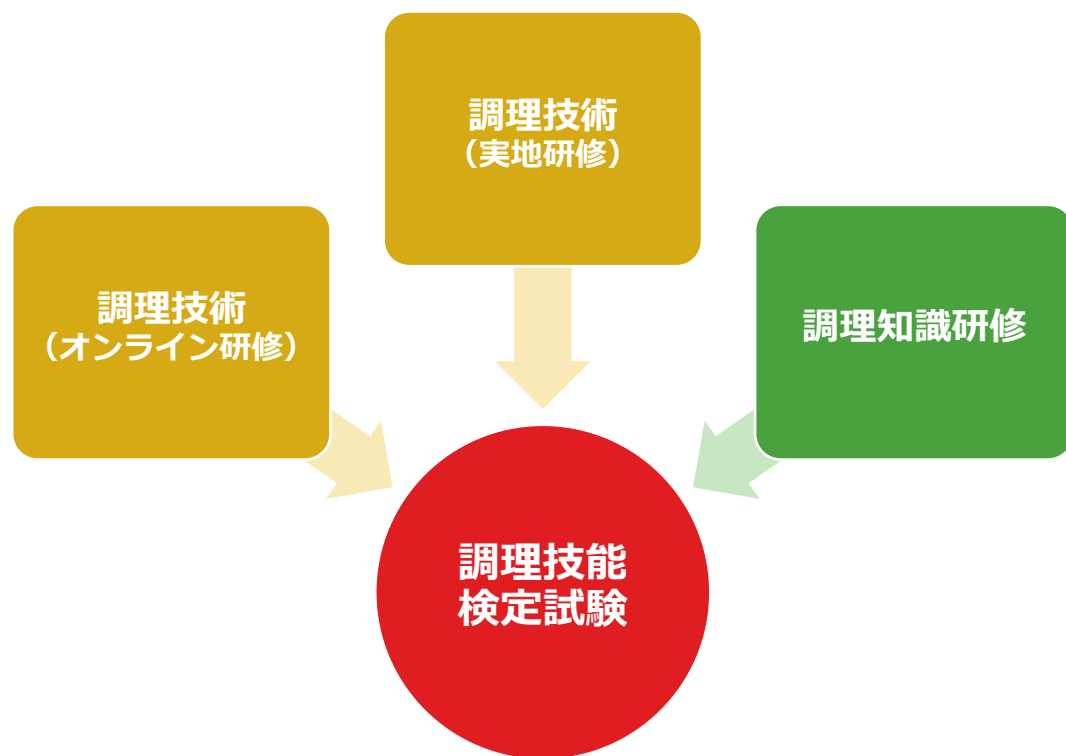
夏の生ビール乾杯キャンペーン
07月1日(水)～31日(水)

調理技術や調理方法を着実に向上

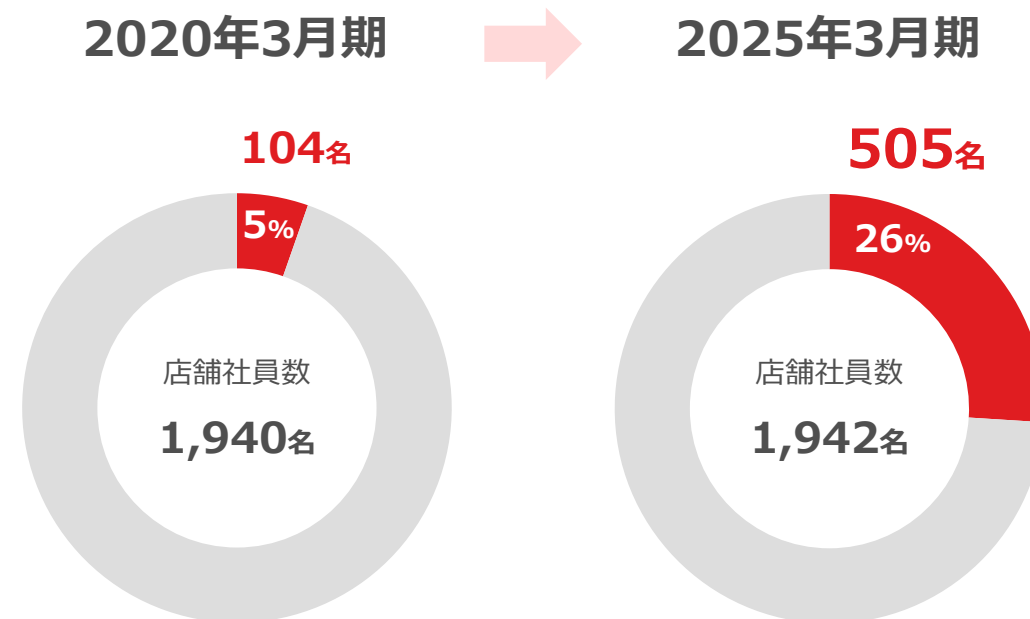


- 調理研修、調理知識研修、及び調理技能検定試験の実施を継続的に積み重ね、調理技術や調理方法は着実に向上
- 現在の調理技能検定試験は2020/3期よりスタート、2025/3期までに店舗社員数の26%が検定試験に合格
- 調理師免許の取得者数も517名まで増加

王将アカデミーの取り組み



調理技能検定試験累積合格者数



餃子の王将をもっと美味しく、今年度は「麺」の品質を向上



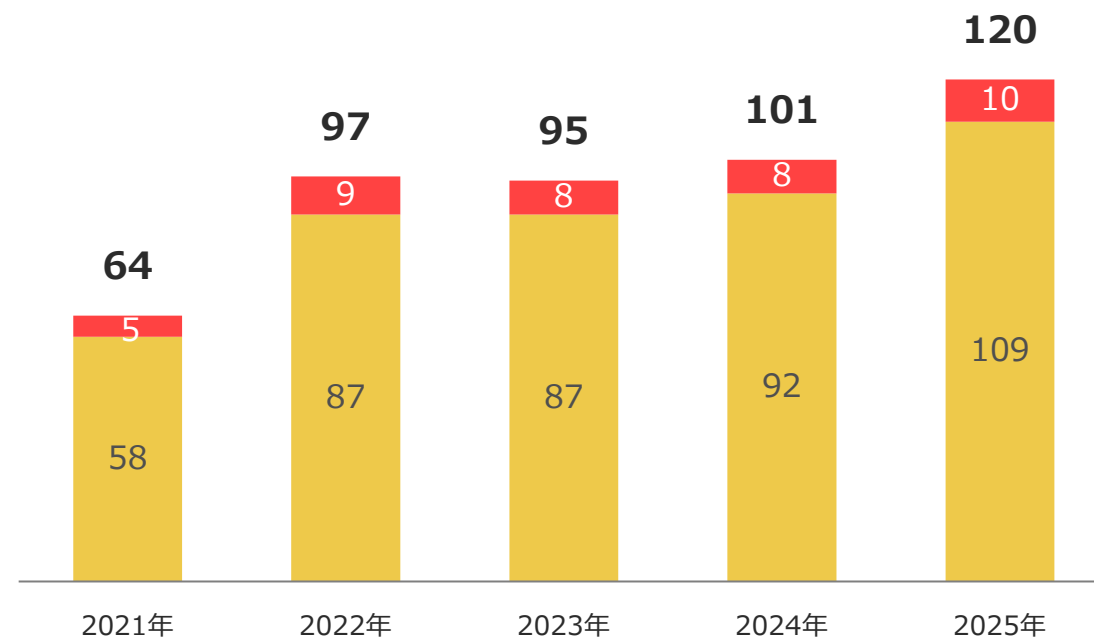
GYOZA OHSHO

- 「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
- 今年度は麺のリニューアルを行い「平打ち麺」を開発。前期には麺の製造ラインを最新設備に更新し、安定供給体制を構築
- 例年好評をいただく冷し中華もリニューアルし、販売数は120万食となり、前年比18%増と業績に貢献

冷やし中華の販売数*

(万食)

■ 冷し中華 ■ 辛い冷し中華



*販売時期は例年4-9月。2023年の減少はグランドメニューへの掲載が遅れたことが主因



販売促進活動にも注力し、各種キャンペーンを積極的に展開



- ぎょうざ倶楽部関連の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
- 6月には『大感謝祭』を開催、合わせてキャンペーンのぶら下がり広告をつけたCMを放映、施策を効果的に展開



	2025年																	
2026年3月期 上半期の主なキャンペーン内容	4月			5月			6月			7月			8月			9月		
2025年版ぎょうざ倶楽部 お客様感謝キャンペーン	1月17日 → 6月8日																	
2026年版ぎょうざ倶楽部 お客様感謝キャンペーン							6月27日～12月14日											
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					
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（値引き、割引券）	4月1日 ～4月30日			5月1日 ～5月15日			6月1日～6月30日			7月1日～7月31日			8月1日 ～8月15日			9月1日～9月30日		
～日頃のご愛顧に感謝を込めて～大感謝祭	30円引き			100円 割引券			2杯目以降 100円引き			30円引き			100円 割引券			2杯目以降 100円引き		
							6月19日 ～6月20日			6月21日 ～6月30日								
							250円割引券 プレゼント			生餃子20円引き								



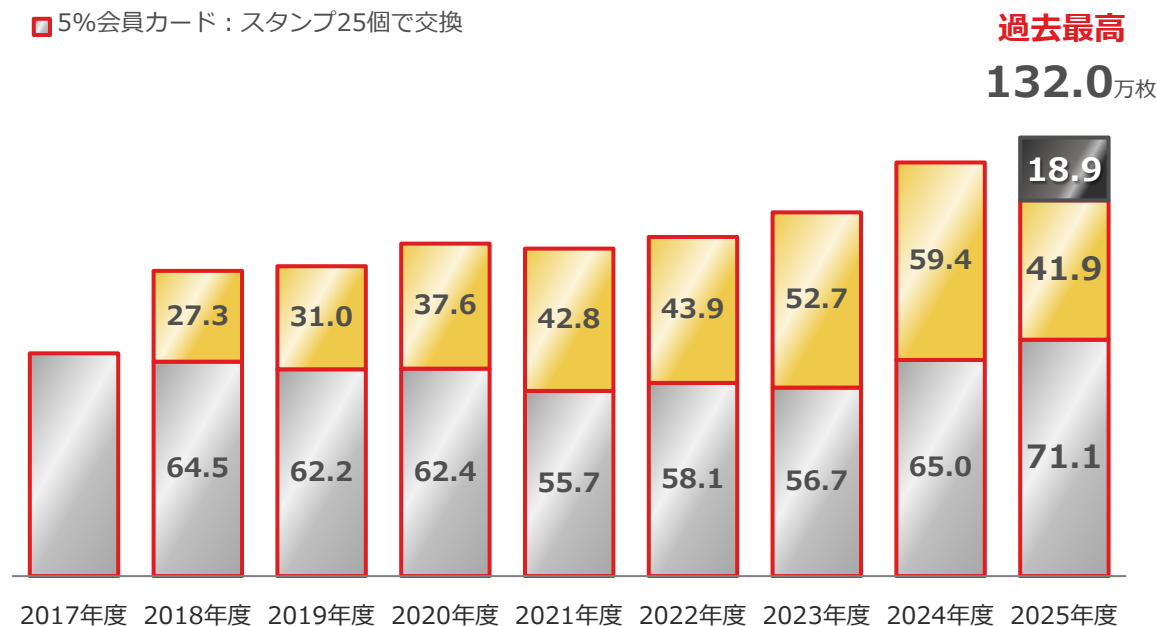
王将ファンの拡充 ゑょうざ倶楽部会員数は過去最高を更新



- 「2025年度版ぎょうざ倶楽部お客様感謝キャンペーン」のカード発行枚数は過去最高の132万枚
- プラチナカードは想定を上回る約19万人、ロイヤルカスタマーによる売上は年々増加し、その割合は22%まで拡大

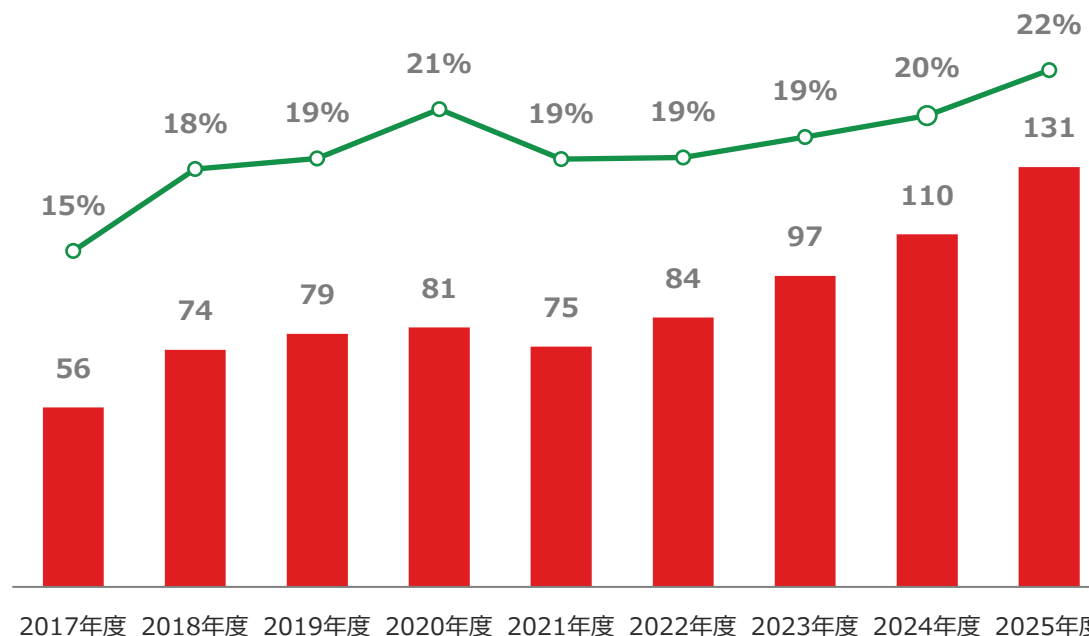
ぎょうざ倶楽部会員カードの発行枚数推移（万枚）

- 10%会員カード：既に7%会員カードをお持ちの方が、さらにスタンプ50個で交換
- 7%会員カード：既に5%会員カードをお持ちの方が、さらにスタンプ25個で交換
- 5%会員カード：スタンプ25個で交換



会員売上高と会員売上高割合の推移

- ゑょうざ倶楽部会員売上高（億円）
- ゑょうざ倶楽部会員の売上割合*



*ぎょうざ倶楽部カード利用売上高（上期）/売上高（上期）

公式スマホアプリの機能拡充



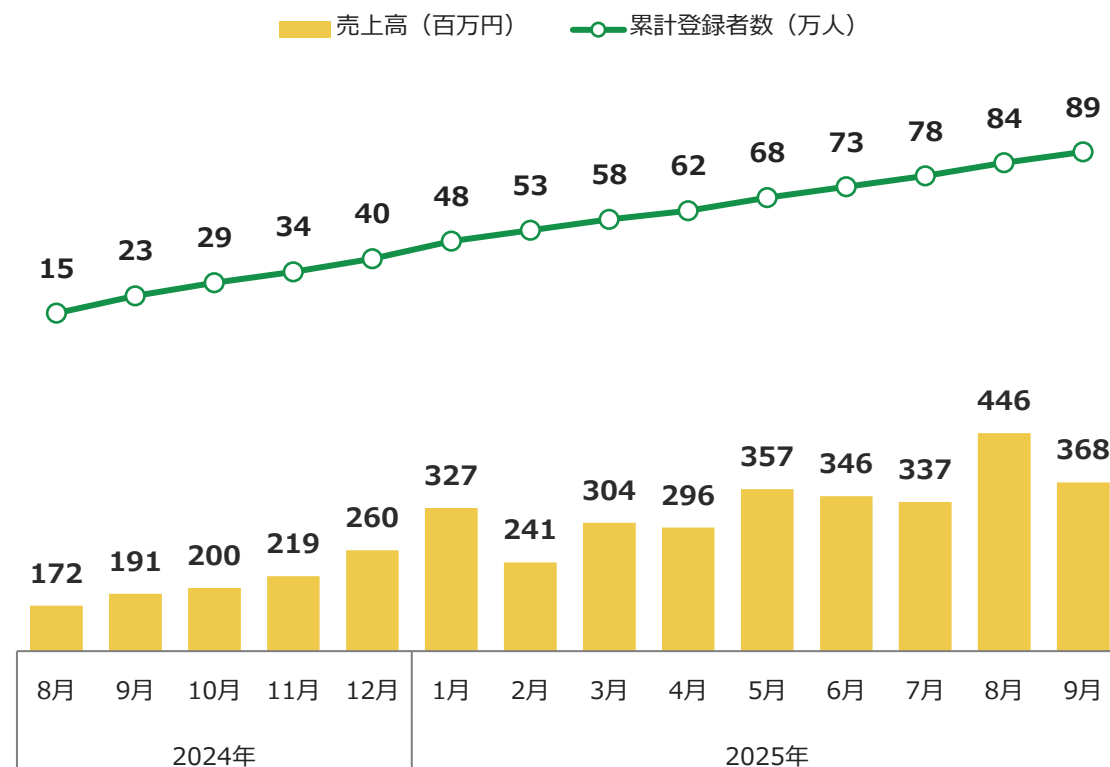
GYOZA OHSHO

- テイクアウトネット予約サービス利用時にも、クーポンの利用や会員割引、スタンプの押印が可能になる機能を拡充
- 利便性の向上により、累計登録者数は順調に増加。FC店への導入も進み、売上高は前年同月比で2倍程度へ成長

機能を拡充



テイクアウトネット予約の利用者数・売上高の推移



従業員へ譲渡制限付株式を交付、従業員持株会拡充

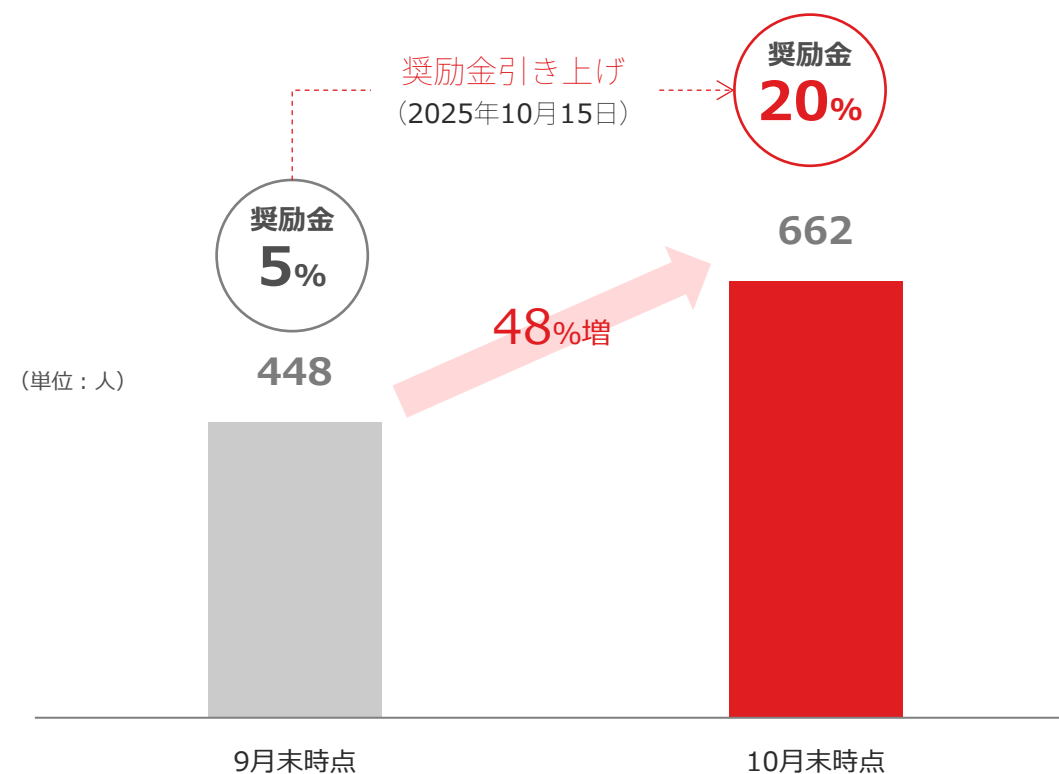


- 人的資本への投資の一環として、従業員に対し譲渡制限付株式を交付、従業員持株会の奨励金を5%から20%に引き上げ
- 従業員と株主が利害を共有することにより、持続的な業績の向上および価値創造への貢献意欲を高める

自己株式処分の概要

払込期日	2025年12月22日
処分する株式の種類	当社普通株式
処分する株式数	190,930株
処分価格	1株につき3,690円
処分総額	704,531,700円
処分予定先	当社の従業員 2,571名
その他	本自己株処分については、金融商品取引法に基づく臨時報告書を提出しております。

従業員持株会の加入状況

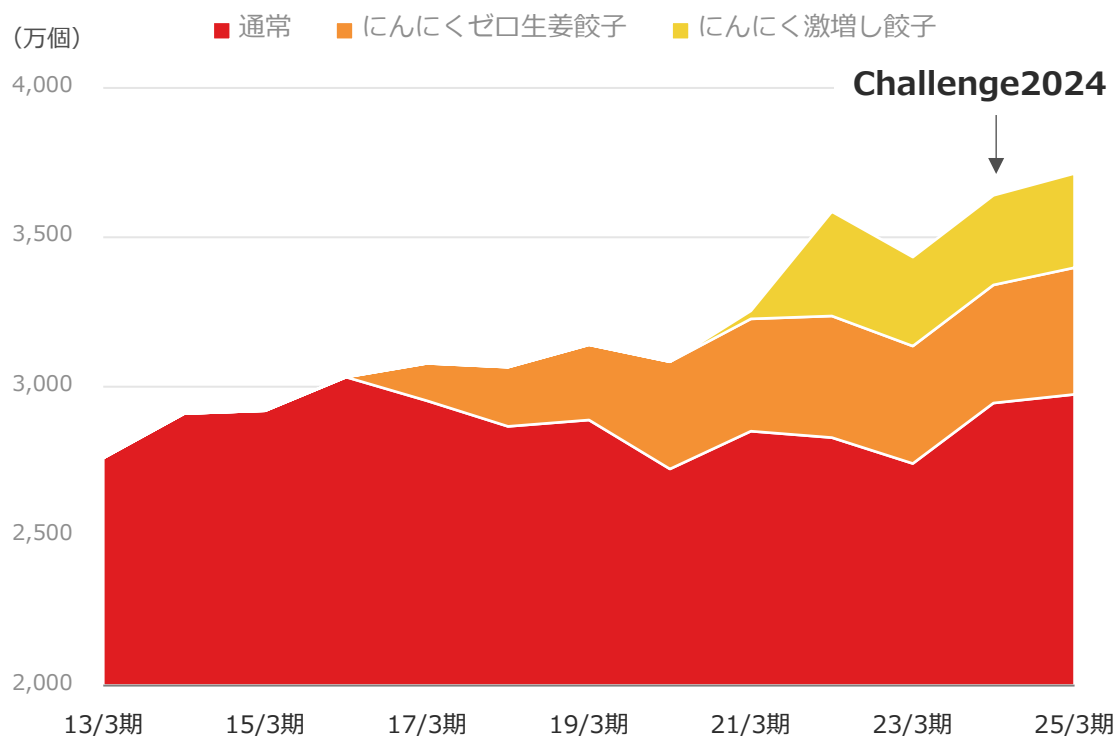


九州工場の生産効率を向上



- Challenge2024も寄与し、看板商品の餃子の生産個数は増加基調、前期に九州工場の餃子製造ラインを最新設備に更新
- 生産能力は約20%向上、これまで人手が必要だった工程の自動化も進み、人時生産性は2.4倍に高まる

餃子の年間生産個数の推移（九州工場）



生産工程の自動化を推進

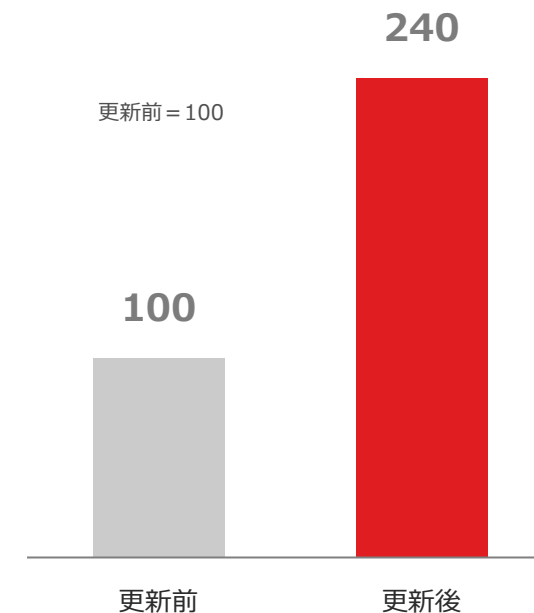


最新の餃子成形機の導入



餃子をパレットに詰める工程を完全自動化

人時生産性の比較



サステナビリティの取り組み：食を通じた子どもたちへの支援



GYOZA OHSHO

- 全国の子ども食堂等への「お子様弁当」無償提供が、累計で110万食超に
- 地域の方に愛され必要とされる『餃子の王将』となれるよう、全従業員が一丸となって、活動を推進



「お子様弁当」の内容



ライス (中)



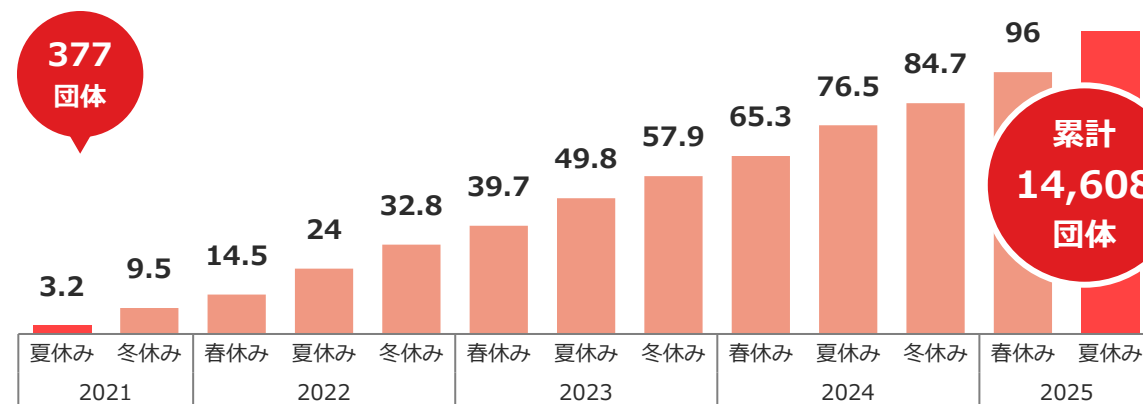
餃子2個、鶏の唐揚げ2個、
シャウエッセン®2本



カルピスウォーター®1本
(アサヒ飲料株式会社様ご協賛)

お子様弁当の累計提供数

(万食)



2026年3月期

下期以降の成長戦略

2025年スローガン

プロの技と、
プロの味と、
プロの誇りを。

代表取締役社長
渡邊直人

おいしい力が、未来を変える。

餃子の
王将
日本を美味しく
GUMMA OHSHO

高付加価値商品を拡充



- 「餃子の王将を極める」からネーミングされた『餃子の王将 極王シリーズ』に人気商品の餃子の王将ラーメンが登場
- より高付加価値な料理の提供を通じ、顧客満足度の向上とともに利益率の上昇を目指す

極王 餃子の王将ラーメン（2025年11月13日発売開始）

人気メニューをさらに進化、深みと満足感を追求した自信作



さらにリッチで食べ応えたっぷりに

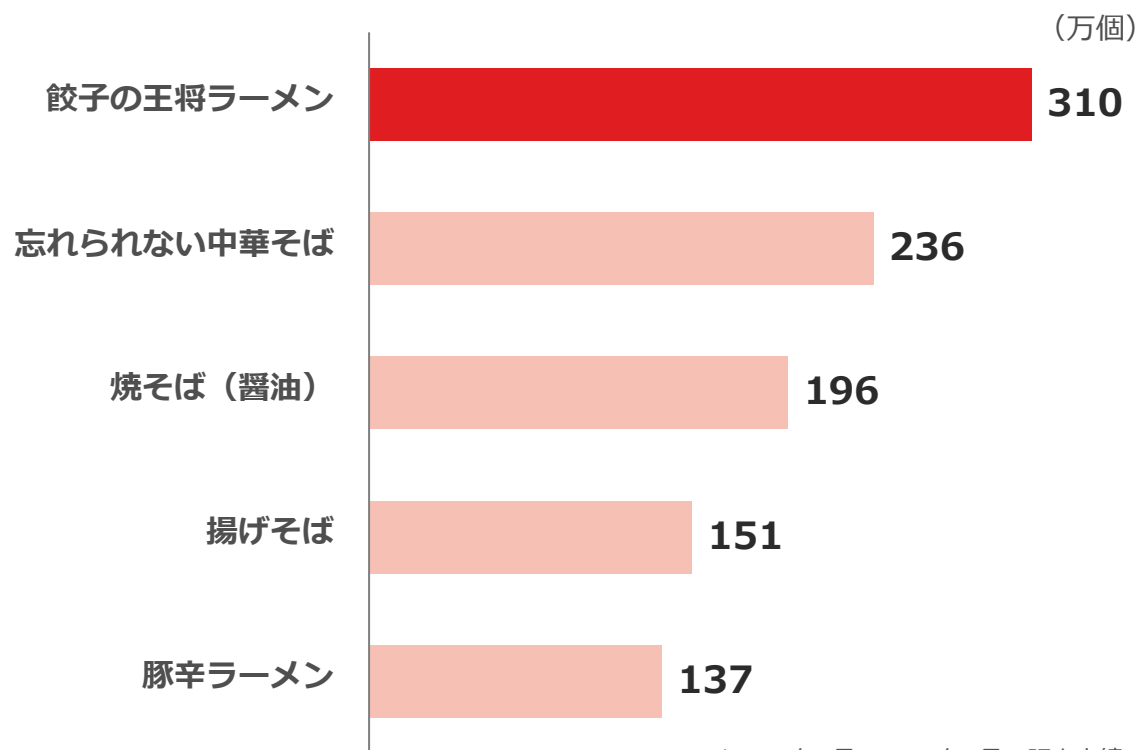
リッチフレーバーなアクセントの
フライドオニオン焦がし葱油

青梗菜と白髪ネギの
華やかな彩り

麦とハーブで育てた
国産豚肉「麦小町®」を使用
炭火でじっくり焼き上げたしっとり柔
らかな旨みと甘みあふれる極上焼豚
ドデカサイズのプレミアム焼豚

*厳選したこだわりの食材を使用し、調理工程にまでこだわったプレミアムな料理

麺類の販売個数ランキング*



*2024年8月～2025年7月の販売実績

「トッピングメニュー」を導入



GYOZA OHSHO

- 麺類全般に、お客様の好みに応じて自由にカスタマイズできる「トッピングメニュー」を導入
- 「自分好みのラーメン」、「自分だけの一杯」という特別感を提供し、客単価アップを図る

自分好みに
カスタマイズ

トッピング
メニュー

美味しさをリッチに上乘せ！

餃子の王将
日本を美味しく

プレミアム焼豚
ひと口で違いがわかる贅沢な一枚！

麦とハーブで育てた
国産豚肉「麦小町」を
炭火でじっくり焼き上げた
しっとり柔らか旨みと甘み
あふれる極上焼豚

プレミアム焼豚
380円(税込418円)

炭火焼焼豚(5枚)
300円(税込330円)

焼豚(3枚)
260円(税込286円)

青森県産にんにく
180円(税込198円)

メンマ
180円(税込198円)

白髪ネギ
180円(税込198円)

煮玉子
150円(税込165円)

こだわりの玉子(生)
130円(税込143円)

おつまみにもおすすめです！
単品でもご注文いただけます。

※トッピングメニューのお持ち帰りはできません。
当店では車(二輪・四輪他)を運転される方、20歳未満の方へのアルコール類の提供はできません。

顧客満足度とカスタマイゼーション

- 焼豚はプレミアム焼豚、炭火焼焼豚を加えた全3種類をご用意
- お客様が自分好みのラーメンを作れるため、満足度が向上
- 味の濃さや量の調整だけでなく、食材の組み合わせで無限のバリエーション
- リピート時に違う組み合わせを試す楽しみが生まれる

リーズナブルでスピーディーな平日限定ランチを新投入



GYOZA OHSHO

- 税込790円という“手頃さ”と、王将らしいスピーディーな提供価値を両立した平日限定「餃子の王将 ランチ」の投入
- ランチ帯の需要を確実に捉え、客数増・稼働率向上により収益基盤を強化

餃子の王将 ランチ 719円 (税込790円)

高コスパランチ登場!!!

月～金曜 開店から17:00まで

餃子の王将 ランチ 719円 (税込790円)

かけ醤油ラーメン ランチ炒飯 鶏の唐揚げ 2ケ (A)

かけ醤油ラーメン ランチ天津飯・鶏の唐揚げ 2ケ (B)

かけ醤油ラーメン ホルモンの味噌炒め ライス (中) (C)

トリピングでさらに満足

プレミアム焼豚 380円 (税込418円)

炭火焼焼豚 (5枚) 300円 (税込330円)

焼豚 (3枚) 260円 (税込286円)

メンマ 180円 (税込198円)

白ネギ 180円 (税込198円)

煮玉子 140円 (税込154円)

こだわりの玉子 (生) 130円 (税込143円)

「餃子の王将 ランチ」展開のメリット

- ・ 昼間帯（開店–17時）の需要を確実に捉え、客数増・稼働率向上を通じて収益基盤を強化
- ・ 価格抑制によって学生・若年層・働く世代の利用機会を創出し、来店頻度およびリピート率の向上を促進
- ・ 平日昼間市場への対応強化を通じ、既存店舗の稼働効率・固定費吸収力の改善に寄与

接客トレーナー認定試験を実施

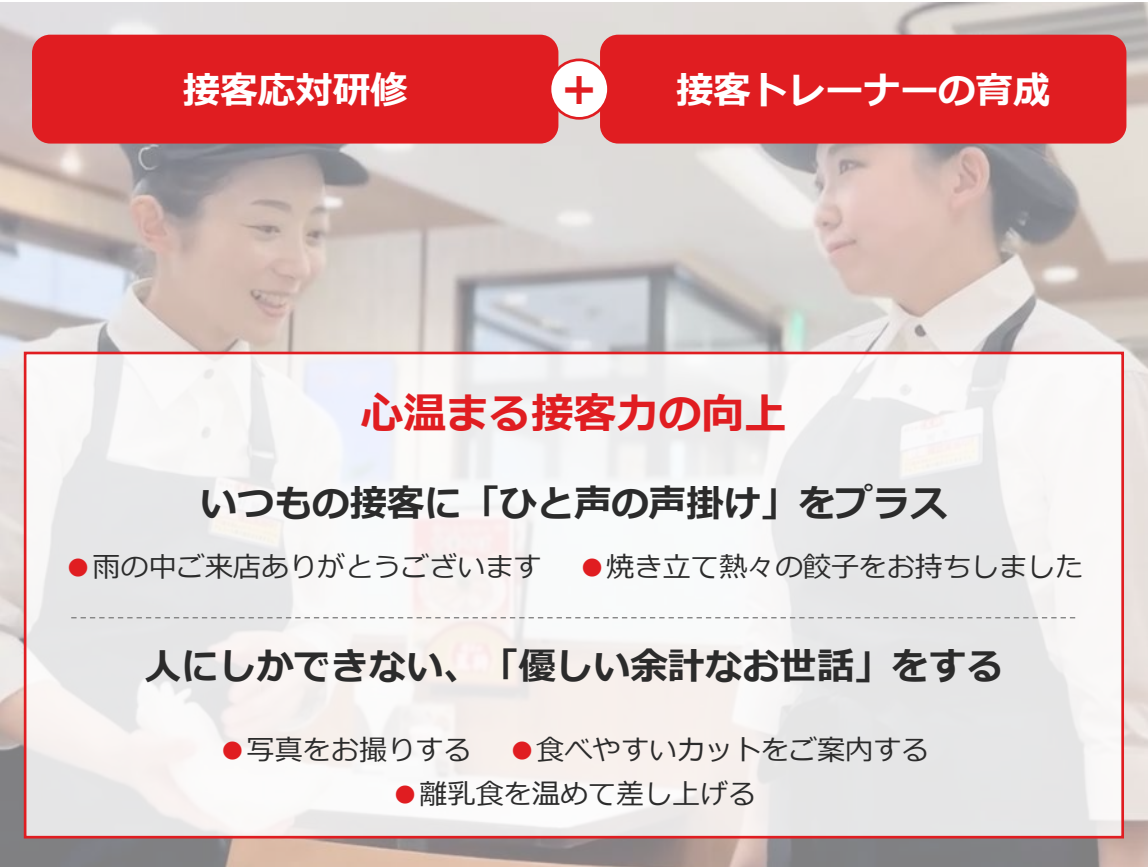


- 前期より外部講師を招き、接客トレーナー研修を実施、接客のプロを育成
- 認定試験に合格した接客トレーナーはこれまでに13名*、今期中に31名の輩出を計画
- 接客トレーナーは外部講師とともに、接客応対研修を全店舗へ水平展開、人にしかできない温かいおもてなしの浸透を加速

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

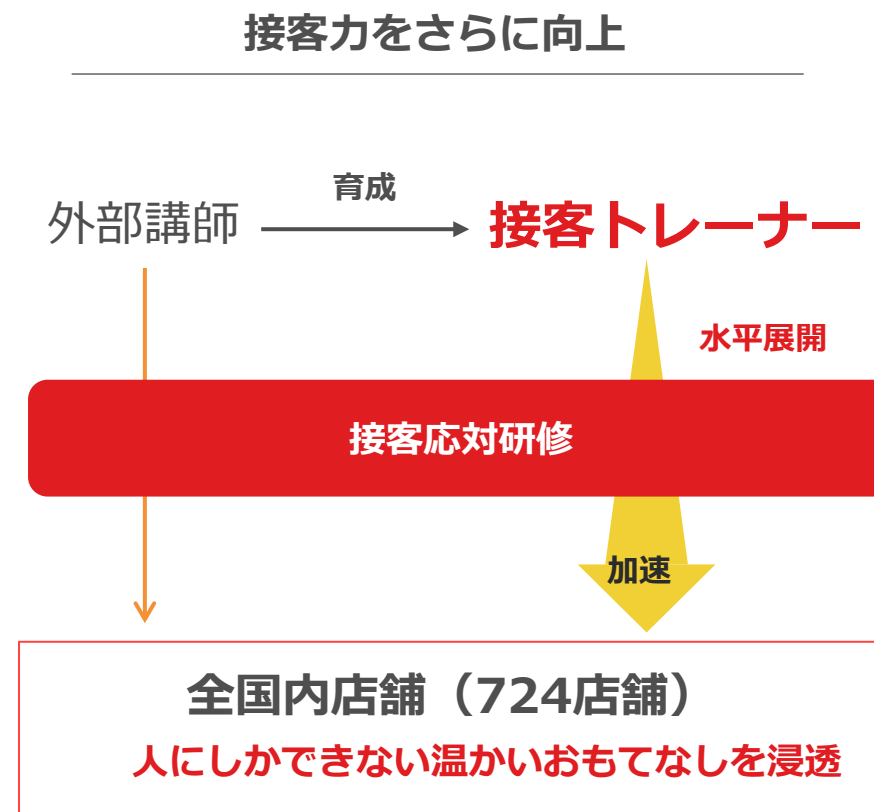
いつもの接客に「ひと声の声掛け」をプラス

- 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

*2025年10月6日時点



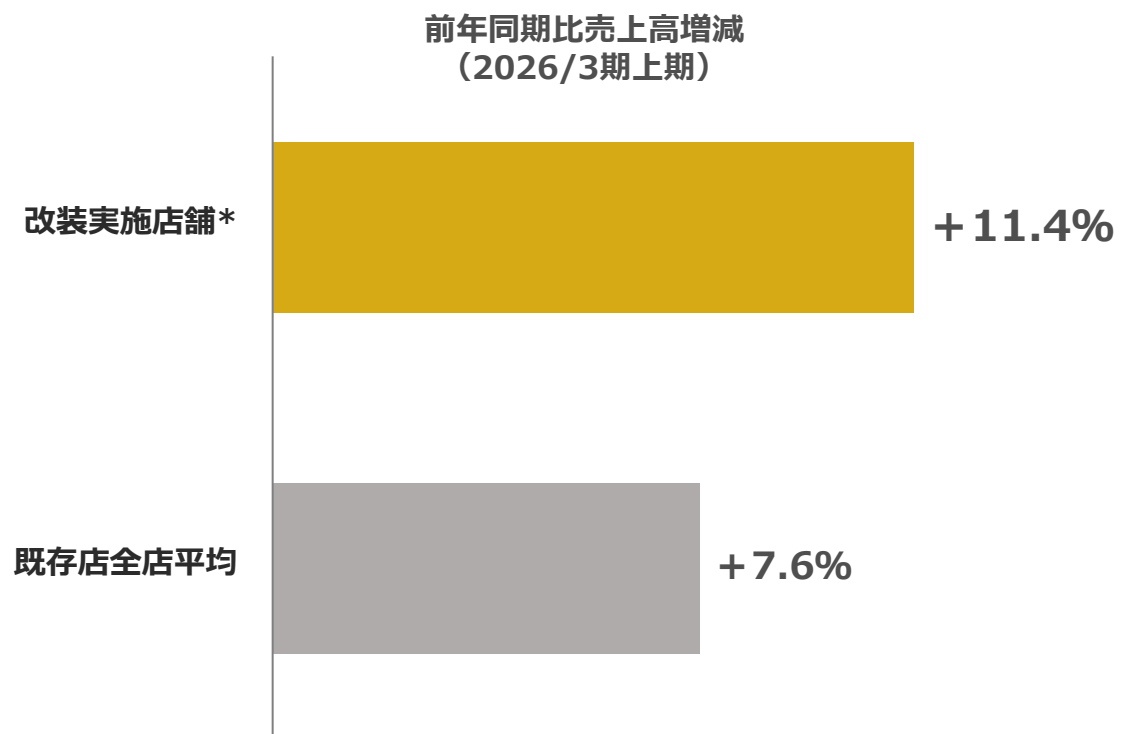


改装投資により既存店の生産性をさらに向上



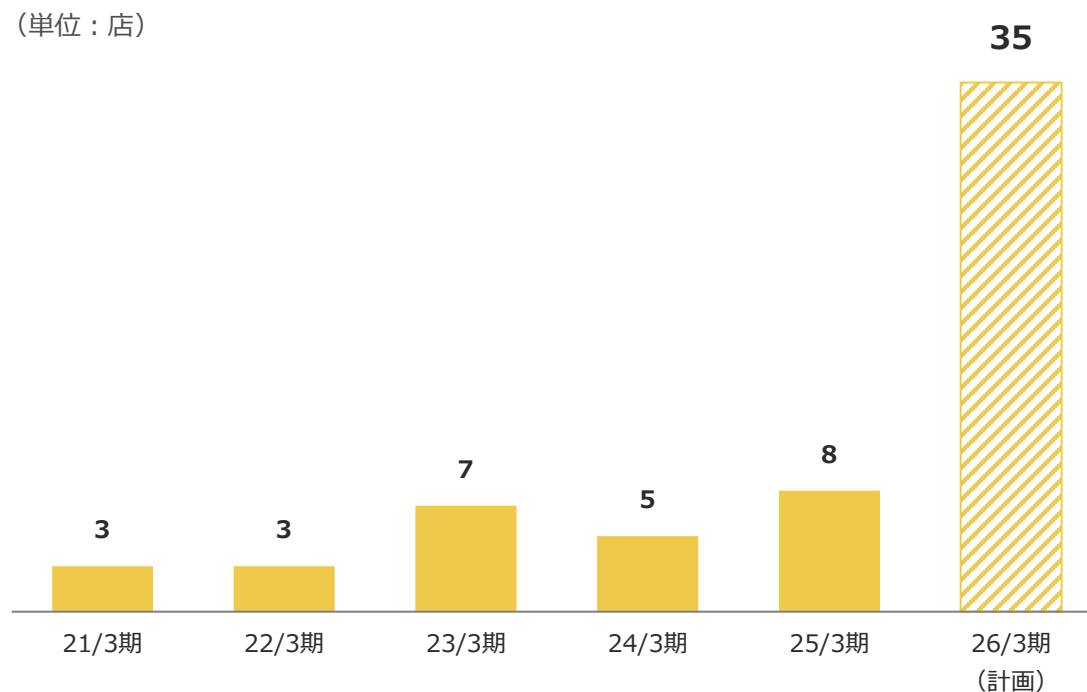
- 2025/3期下期に改装を実施した店舗の売上高は、既存店全店の平均を上回る伸びを記録
- 今期の改装店舗数は昨年から倍増を計画。客席のリニューアルに加え、厨房機器の増設等を行い生産性をさらに向上

改装実施店舗と既存店全店との売上高増減比較



*2025/3期下半期に改装を実施した店舗

改装店舗数*の推移



*既存店改装投資額1,000万円程度以上の店舗数

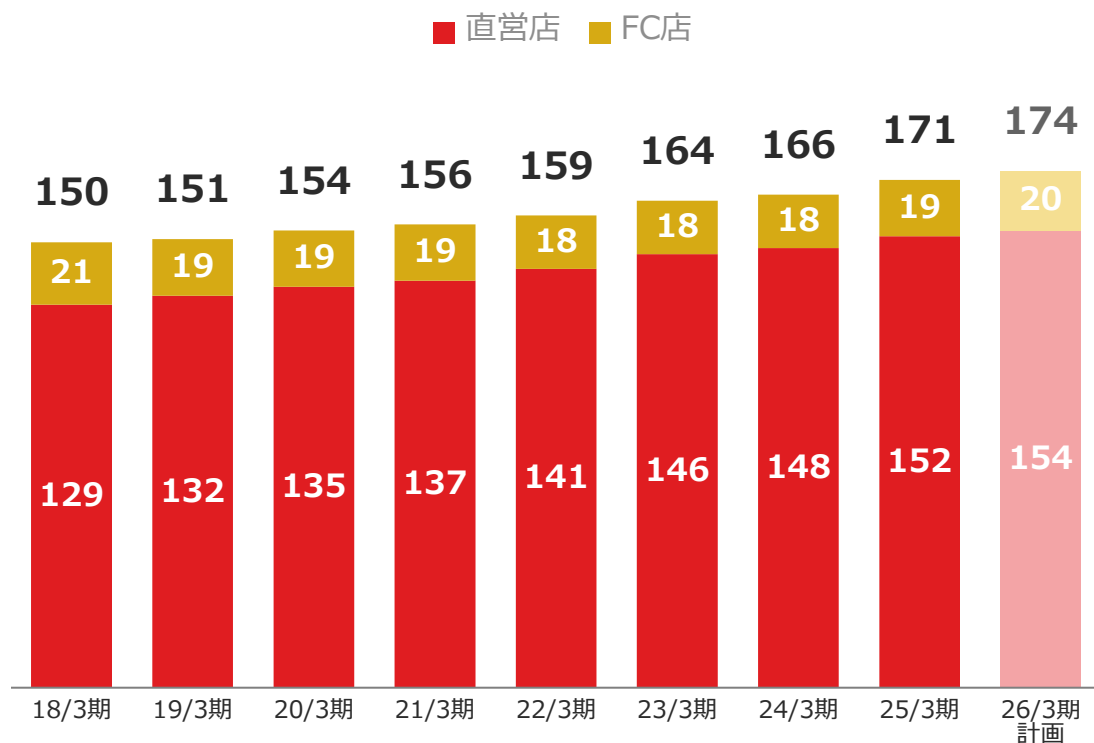
首都圏への積極展開をスタート



- 2018/3期から2025/3期にかけて、首都圏の店舗数は着実に増加
- 前期より、積極展開に向けて約300カ所の出店可能立地を精査、2025年5月には「亀戸店」を新規オープン

首都圏*の店舗数推移

*東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県の一都三県



亀戸店



開店後は想定以上に多くの来店があり、好調な売上で推移





工場の生産設備への投資



- 北海道エリアの店舗へ、より安定して高品質な餃子を供給すべく、札幌工場に餃子成形機を導入
- 久御山工場の麺の製造ラインを更新（2期目）、生産性の向上に加え、自動化、省人化を強化

札幌工場に餃子成形機を導入

北海道エリア店舗へ成形餃子を安定供給
店舗の負担を緩和し、より高品質な餃子を提供



久御山工場の麺の製造ラインを更新

更新により、麺製造の課題を解決



DX投資の環境を整備



- ITに関する専門的な知識・経験を持ち客観的な評価・見立てのできる社外の有識者を構成員に加えた「IT 有識者会議」を取締役会の諮問機関として新たに設置
- システム投資の最適化とイノベーションを実現するための環境を整備

IT 有識者として社外から2名を招聘

井上 宗武 氏

株式会社ディプラネット代表取締役

東京大学工学部卒業後、住友銀行（現 三井住友銀行）に入学し、銀行システムの企画、ITガバナンス体制の構築に従事。その後、日本総合研究所代表取締役副社長を経て、株式会社ディプラネット設立

末吉 亙 氏

KTS法律事務所 弁護士

東京大学法学部卒業後、弁護士登録し、森綜合法律事務所（現 森・濱田松本法律事務所）入所。その後、末吉綜合法律事務所（現 潮見坂綜合法律事務所）共同開設、東京大学法科大学院客員教授、弁護士知財ネット理事長を経て、KTS法律事務所共同設立

最適化・
イノベート



DX投資

お客様にとって
利便性の高いサービス

- ・テイクアウトネット予約システムをFC加盟店へ順次導入
- ・公式アプリとの連携による割引機能の追加

生産性の向上

- ・ホストシステムの刷新
- ・基幹システムの見直し
- ・AIの利活用

海外展開



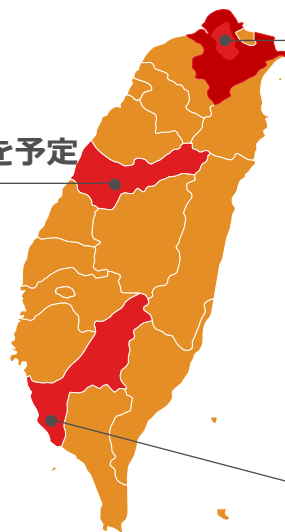
GYOZA OHSHO

- 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、3店舗目となる台中市への出店へ向け調整を進める

ショッピングモールへの出店（50席程度）を予定



3店舗目は台中市を予定



台北統一時代店（82席）



高雄漢神巨蛋店（72席）



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

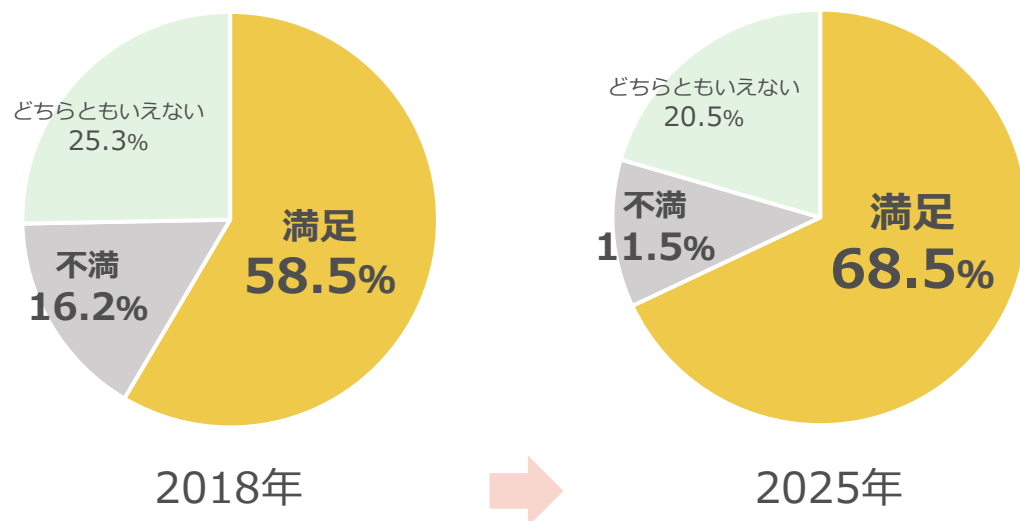


積極的な人的資本投資の成果

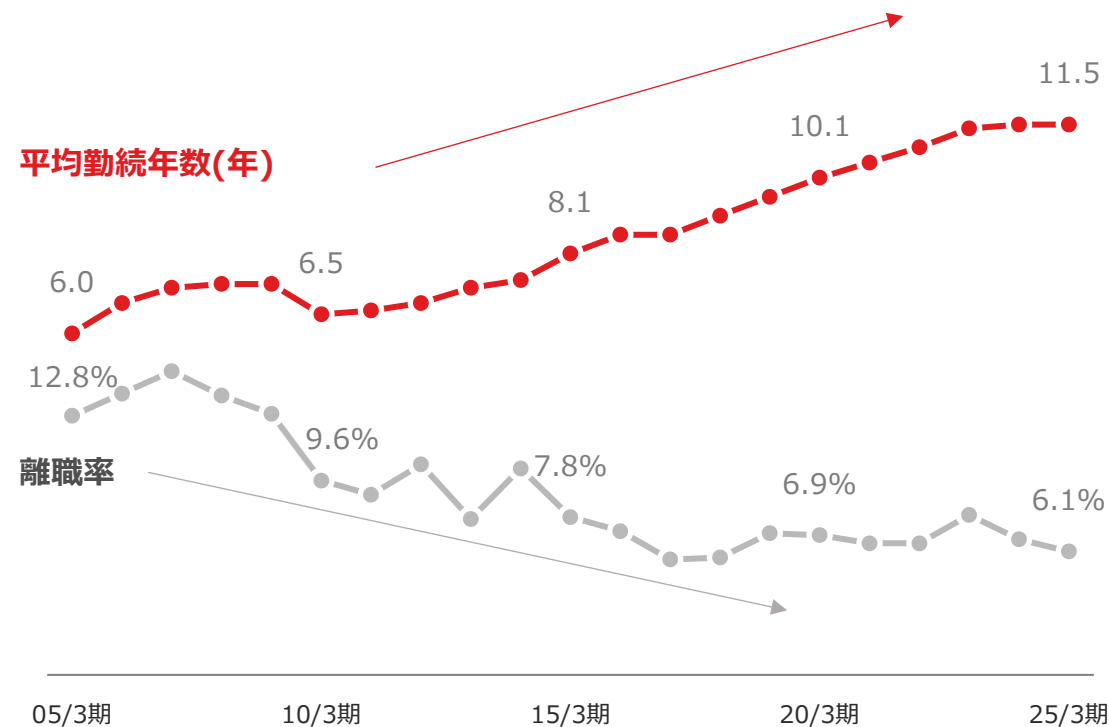


- 現在の仕事・会社・職場に満足している従業員の割合は2018年から増加
- 従業員の平均勤続年数は2005年3月期から約2倍へ伸長し、離職率は6%台と低水準で推移

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
338店舗

セミセルフレジ

導入店舗数
251店舗

POSレジ2台体制

導入店舗数
153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
337店舗

お客様呼出システム

導入店舗数
28店舗

テイクアウト ネット予約

直営店全店に導入
548店舗
FC店127店舗

*店舗数はいずれも2025年11月25日現在

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

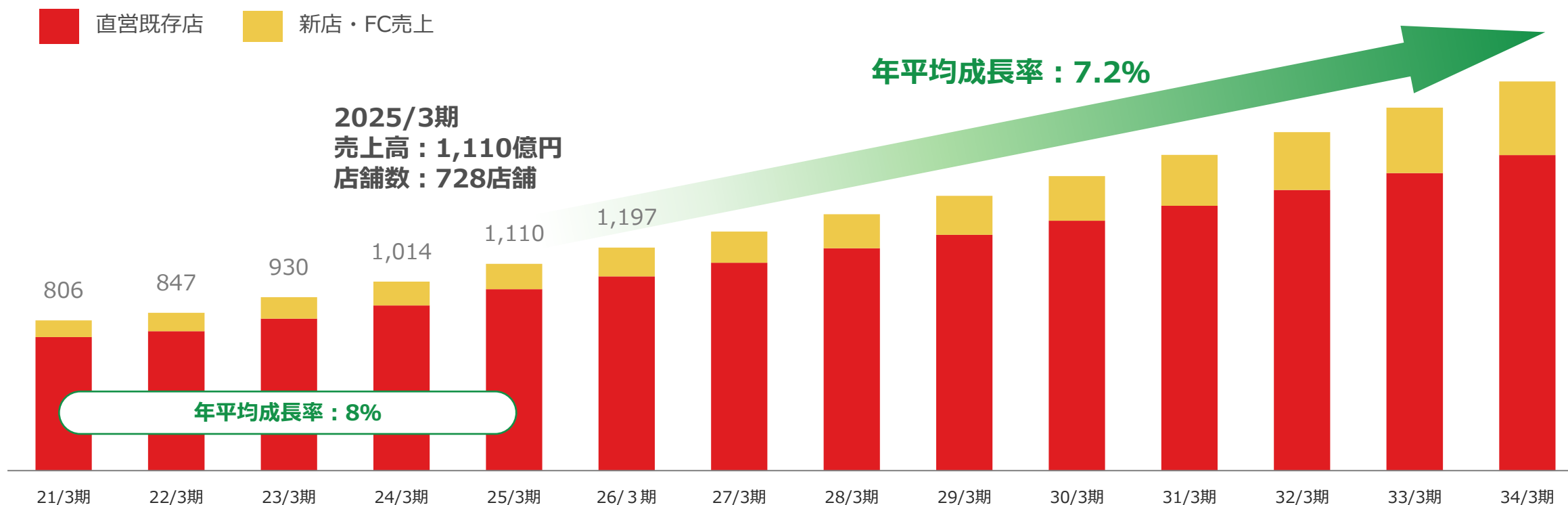
10年後の目標



– 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



中期経営計画の大目標



－ 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

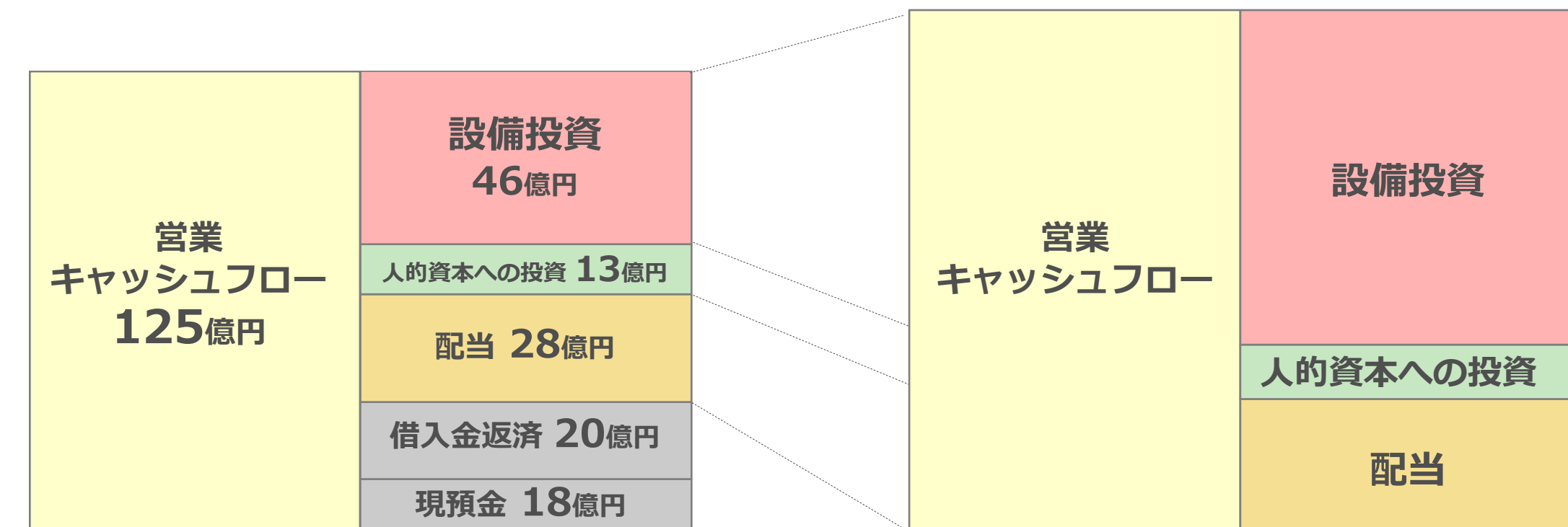
キャッシュアロケーション



- 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

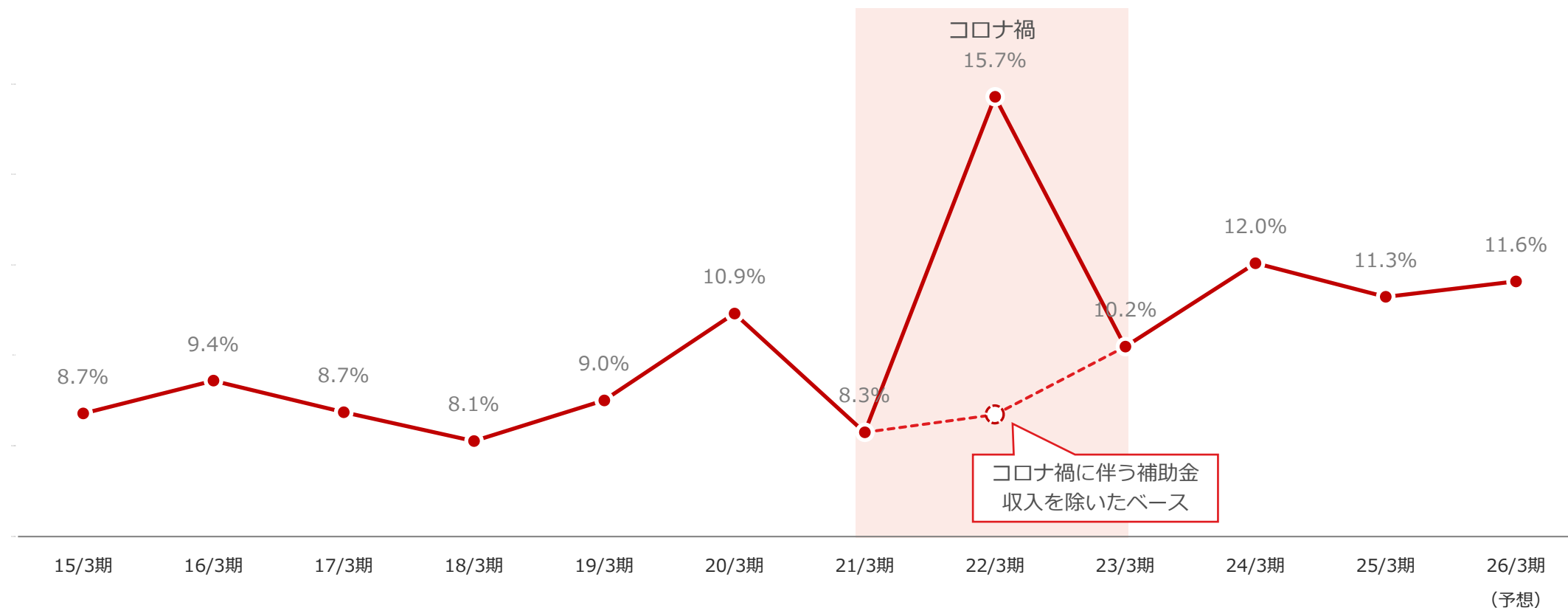


ROEの推移



– 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）※ $\frac{2025/3期当期純利益}{(同期末純資産 - 自己株式取得金額)}$



- 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