


板前がいる町の酒場



<u>I. 2025／8月期中間期決算の概要</u>	2
1. 連結売上高・損益の状況	3
(1) 連結損益計算書 (P / L)	
(2) セグメント別の状況	
(3) 既存店売上高の状況	
2. 販売費及び一般管理費の内訳	6
3. 連結営業外損益・特別損益の内訳	7
4. 連結貸借対照表 (B / S)	8
5. 連結キャッシュ・フロー	9
6. 店舗の状況	10
<u>II. 2025／8月期の経営戦略及び具体的施策</u>	11
<u>III. 通期連結業績予想について</u>	26



I. 2025 / 8月期中間期 決算の概要

1. 連結売上高・損益の状況

(1) 連結損益計算書 (P/L)

(単位:百万円)

	2024/8月期 中間期実績		2025/8月期 中間期実績		増減額	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	比率差
売上高	25,014	100.0%	26,211	100.0%	1,196	—
売上原価	15,321	61.3%	16,065	61.3%	743	+0.0%
販売費及び一般管理費	9,226	36.9%	9,545	36.4%	319	▲0.5%
営業利益	466	1.9%	600	2.3%	133	+0.4%
営業外収益	351	1.4%	74	0.3%	▲277	▲1.1%
営業外費用	89	0.4%	80	0.3%	▲8	▲0.1%
経常利益	729	2.9%	594	2.3%	▲134	▲0.6%
特別利益	245	1.0%	364	1.4%	119	+0.4%
特別損失	73	0.3%	128	0.5%	54	+0.2%
税金等調整前中間純利益	901	3.6%	830	3.2%	▲70	▲0.4%
法人税等	52	0.2%	68	0.3%	15	+0.1%
法人税等調整額	▲4	▲0.0%	53	0.2%	57	+0.2%
非支配株主に帰属する中間純利益	—	—	0	0.0%	0	+0.0%
親会社に帰属する中間純利益	852	3.4%	708	2.7%	▲144	▲0.7%

[当該期末店舗数 (直営店)]

(245店)

(236店)

※営業外損益・特別損益については7ページをご参照ください。

1. 連結売上高・損益の状況

(2) セグメント別の状況（内部売上高含む）

（単位:百万円）

	2024/8月期 中間期実績		2025/8月期 中間期実績		増減額	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
飲食事業	11,632	689	11,888	675	255	▲14
卸売・ロジスティクス事業	15,274	344	17,113	467	1,839	123
不動産事業	916	193	924	220	8	27
F C・V C事業 ※1	460	173	467	186	7	13
その他	320	▲1	311	4	▲8	5
調整額 ※2	▲3,588	▲932	▲4,495	▲954	▲906	▲21
合計	25,014	466	26,211	600	1,196	133

※1：2025/8月期より、「フランチャイズ事業」を「F C・V C事業」へ名称変更

※2：セグメント間の取引消去、各セグメントに配分していない全社費用

- 飲食事業：既存店売上高が前年比104.5%と増加したこと等により売上高 + 255百万円の増
営業利益675百万円 ⇒ 原材料や各種コストの増加等の影響もあり前期比では微減
- 卸売・ロジスティクス事業：卸売・運送も含めた総合物流サービスによる外部売上増加等により、
売上高 + 1,839百万円、営業利益 + 123百万円の増

1. 連結売上高・損益の状況

(3) 既存店売上高（対前年比）

<前年比実績推移表>

	2023/8月期	2024/8月期	9月	10月	11月	12月	1月	2月	2025/8月期 中間期計	3月
売上高	141.2	110.4	105.0	102.3	106.6	102.4	105.9	105.3	104.5	100.4
客数	125.2	104.0	104.7	102.7	105.5	102.1	104.8	104.2	103.9	100.1
客単価	112.8	106.2	100.3	99.6	101.0	100.3	101.1	101.0	100.5	100.3

<カテゴリー別前年比実績>

	昼	宴会	夜フリー	2025/8月期 中間期計
売上高	106.0%	129.6%	101.8%	104.5%
客数	105.6%	127.3%	101.4%	103.9%
客単価	100.4%	101.8%	100.4%	100.5%

<カテゴリー別売上構成比>

	昼	宴会	夜フリー
2023/8月期 中間期計	23.0%	3.2%	73.8%
2024/8月期 中間期計	21.6%	6.3%	72.0%
2025/8月期 中間期計	21.9%	7.9%	70.2%
比率差異	+0.3%	+1.5%	▲1.9%

2. 販売費及び一般管理費の内訳

(単位:百万円)

	2024/8月期 中間期実績		2025/8月期 中間期実績		増減額	
	金額	対売上比率	金額	対売上比率	金額	比率差
人件費	5,009	20.0%	5,106	19.5%	97	▲0.5%
地代家賃	1,435	5.7%	1,419	5.4%	▲15	▲0.3%
水道光熱費	581	2.3%	620	2.4%	38	0.0%
減価償却費	406	1.6%	420	1.6%	14	▲0.0%
消耗備品費	348	1.4%	363	1.4%	14	▲0.0%
販促・広宣費	116	0.5%	127	0.5%	11	0.0%
衛生費	127	0.5%	118	0.5%	▲8	▲0.1%
その他	1,201	4.8%	1,368	5.2%	167	0.4%
販売費及び一般管理費	9,226	36.9%	9,545	36.4%	319	▲0.5%
営業利益	466	1.9%	600	2.3%	133	0.4%

- 売上高増に伴い人件費、消耗備品費等、変動要素のある科目が増加。猛暑影響等により電気料が増加。
 その他：売上高増に伴う運搬費等
 ⇒販管費及び一般管理費は+319百万円増加

3. 連結営業外損益・特別損益の内訳

(単位:百万円)

	2024/8月期 中間期	2025/8月期 中間期	増減額	備考
営業利益	466	600	133	
投資有価証券売却益	224	23	▲200	
受取保険金・受取損害賠償金	55	13	▲42	
受取利息	10	2	▲7	
貸倒引当金戻入額	1	0	▲0	
受取配当金	1	0	▲0	
その他	58	32	▲25	
営業外収益	351	74	▲277	
支払利息	42	56	14	
貸倒引当金繰入額	5	1	▲3	
支払手数料	0	1	0	
その他	39	20	▲19	
営業外費用	89	80	▲8	
経常利益	729	594	▲134	
固定資産売却益	85	364	279	不動産2物件売却
受取補償金	159	—	▲159	
特別利益	245	364	119	
固定資産除却損	31	103	72	当期2Q計上額 66
減損損失	28	22	▲6	当期2Q計上額 15
店舗関係整理損	5	1	▲3	
固定資産売却損	1	0	▲1	
店舗閉鎖損失引当金繰入額	6	—	▲6	
特別損失	73	128	54	
税金等調整前中間利益	901	830	▲70	

4. 連結貸借対照表 (B / S)

(単位：百万円)

	2024/8月期	2025/8月期 中間期	増減額
流動資産	14,615	11,023	▲3,591
現預金	9,007	6,245	▲2,761
売掛金	3,889	2,983	▲906
棚卸資産	1,097	1,105	7
その他	620	689	69
固定資産	18,903	18,293	▲609
有形固定資産	10,941	9,797	▲1,144
無形固定資産	1,983	1,968	▲14
敷金・保証金	4,950	4,549	▲401
投資有価証券	381	1,039	657
その他	645	938	293
繰延資産	5	5	▲0
資産合計	33,524	29,322	▲4,201

	2024/8月期	2025/8月期 中間期	増減額
有利子負債	13,666	9,521	▲4,144
現預金	9,007	6,245	▲2,761
NET有利子負債	4,659	3,276	▲1,383
自己資本比率	31.0%	37.3%	6.3%
有利子負債依存度	40.8%	32.5%	▲8.3%

	2024/8月期	2025/8月期 中間期	増減額
負債合計	23,121	18,371	▲4,750
買掛金	2,542	2,151	▲390
未払金	1,608	1,476	▲132
借入金(長短)	13,351	9,251	▲4,099
社債	315	270	▲45
リース債務	317	261	▲56
資産除去債務(長短)	798	791	▲6
賞与引当金	234	350	115
退職給付に係る負債	1,638	1,607	▲31
その他	2,313	2,210	▲102
純資産合計	10,402	10,950	548
株主資本	10,377	10,918	541
資本金	100	100	—
資本剰余金	7,657	7,657	—
利益剰余金	2,870	3,411	541
自己株式	▲250	▲250	▲0
その他包括利益累計額	24	31	7
負債・純資産合計	33,524	29,322	▲4,201

5. 連結キャッシュ・フロー

(単位：百万円)

	2024/8月期 中間期	2025/8月期 中間期	増減額
1. 営業活動 C F	959	1,533	573
税金等調整前中間純利益	901	830	▲70
減価償却費	522	522	0
有形固定資産売却益	▲85	▲364	▲279
売上債権の増減額	224	906	682
仕入債務の増減額	▲226	▲390	▲164
その他営業 C F	▲375	28	404
2. 投資活動 C F	731	82	▲649
有形固定資産の取得による支出	▲454	▲440	13
有形固定資産の売却による収入	475	1,175	700
投資有価証券売却による支出	0	▲1,152	▲1,152
投資有価証券売却による収入	684	530	▲153
その他投資 C F	27	▲29	▲56
※ フリーキャッシュ・フロー	1,691	1,615	▲75
3. 財務活動 C F	▲2,148	▲4,372	▲2,223
長短借入金の純増減額	▲1,899	▲4,099	▲2,200
社債の償還支出	▲65	▲45	20
配当金の支払額	▲126	▲167	▲40
その他財務 C F	▲57	▲59	▲2
4. 現金及び現金同等物に係る換算差額	21	-	▲21
5. 現金及び現金同等物の期首残額	8,129	9,001	872
6. 現金及び現金同等物の増減額	▲435	▲2,756	▲2,320
7. 現金及び現金同等物の期末残額	7,693	6,244	▲1,448

6. 店舗の状況

◆新規出店・改装店、及びグループ店舗状況

	2025/8月期 中間期
新規出店	0
店舗改装	11
閉店	7

※VC移行2店舗含む


<地域別 グループ店舗数>

	店舗数
東北・北海道	9
関東	257
中部	31
近畿	2
中国・四国	9
九州・沖縄	13
合計 (29/47県)	321

<関東 県別店舗数>

	店舗数
東京	137
神奈川	37
千葉	37
埼玉	30
群馬	7
栃木	6
茨城	3

	'23/8月末 店舗数	'24/8月末 店舗数	新規 出店	改装	業態転換 による改装		閉店		'25/2月末 店舗数	増減	FC	VC	グループ 計	'24/8月末 対比 増減
					増加	減少		VCへ 移行						
庄 や	66	64		1			▲1		63	▲1	29	23	115	▲5
満天酒場	18	28			2		▲2	▲2	28			11	39	+2
大庄水産	23	19		1					19			7	26	
日本海庄や	17	15				▲1	▲2		12	▲3	3	2	17	▲3
とり家 魚び寿	13	12							12			3	15	
築地日本海	12	12							12				12	
築地寿司岩	10	11							11				11	
呑兵衛	6	6							6			1	7	
お多福	5	5			1				6	+1			6	+1
定食のまる大	6	5		1					5			1	6	
お魚総本家	4	5							5				5	
悟大	5	5				▲1			4	▲1		2	6	▲1
RUMP CAP	6	5				▲1			4	▲1			4	▲1
M I Y A B I	4	5					▲1		4	▲1			4	▲1
三村	3	5				▲1			4	▲1			4	▲1
大喜利	3	3			1				4	+1			4	+1
その他業態	43	38			4	▲4	▲1		37	▲1	1	2	40	▲1
合計	244	243	0	3	8	▲8	▲7	▲2	236	▲7	33	52	321	▲9



II. 2025 / 8月期の 経営戦略及び具体的施策

➤ 足許状況

- * 経済活動の正常化が進んでいる中で景気は緩やかに回復しつつあるものの、地政学的リスクの顕在化、不安定な世界情勢、物価や各種コストの上昇等により、先行きは引き続き不透明な状況が続いている
- * 飲食業界では、引き続きインフレ基調の中、今後も節約志向の消費者から様々なニーズが求められていく

➤ 基本方針

- * 先行き不透明な事象が多い現代において、人々に必要なのは、「居心地の良い場所」、「気の置けない仲間とのコミュニケーション」、「親切への感動」
⇒ 誠実な商いを通じて人々の幸せに奉仕したい
- * 利潤第一ではなく、お客様一人ひとりの健康・心の安寧に貢献していく
⇒ 安全・安心の食材を使用し、確かな調理技術でお客様に提供する
健康的な旬の食材の食べ方など、店舗・卸売を通じて伝えていきたい
- * 『人類の健康と心の豊かさに奉仕する』という企業理念のもと、「利他の心」を持って誠実な店舗運営に努め、日本の食文化と居酒屋文化の発展に貢献していく

2025/8月期 基本戦略（サマリー）

* コロナ禍以降、前期まで取り組んできた各種施策を継続し、着実な事業発展と収益力の強化及び安定化を図っていく

1. 事業ポートフォリオ戦略

- * 卸売・ロジスティクス事業の拡大強化
- * 不動産事業及びF C・V C事業等の取組み強化

2. 店舗業態戦略

- * 強化業態の新規出店・業態変更推進
- * 各業態のブランディング強化
- * 業態ポートフォリオの充実化
⇒「ハレの日」「大衆」「インバウンド」

3. 収益安定化・補強

- * 仕入の工夫、グランドメニュー改定等による原価管理の徹底
⇒但し「食の安全・安心」は担保
⇒厳選食材を使用した各メニューの充実による集客力強化
- * 惣菜や鮮魚のフィレ加工などによる仕込み負担軽減

4. DX推進

- * 攻め ⇒集客、店舗オペレーション効率化
- * 守り ⇒間接部門等の省人化・自動化推進

5. 従業員モチベーション向上

- * V C施策推進
- * インセンティブ他、独自制度の継続
- * 安心して働ける環境整備

1. 営業施策・店舗戦略

(1) 店舗出店戦略

- 今まで構築してきた「業態ポートフォリオ」を踏まえ、各業態が軸をぶらさず、本来の強みに磨きをかけていくと共に、強化業態の出店を推進していく

①『庄や』業態のリニューアル

- 主要業態の『庄や』（現在63店舗）におけるブランディングを強化
 - ⇒ 店舗毎の状況に応じてリニューアルや業態変更も含めた見直しを推進
 - ～料理・接客のクオリティアップも含め、ブランドに磨きをかけていく

* 川崎408店を11月に、立川南口店を4月に全面リニューアル

- ⇒ 前期改装の本八幡南口店を含め、大々的な庄やのリニューアルを実施、好評を頂いている



庄や 川崎408店



庄や 立川南口店



1. 営業施策・店舗戦略

②食事主体業態の強化

⇒『定食のまる大』業態を中心に食事主体業態の出店を図る

* 定食のまる大多摩センター店の改装 ～開放感のあるフロアに一新し、11月にリニューアルオープン



定食のまる大 多摩センター店 内観



各種定食メニュー

③その他の主な上期出店実績（改装含む）

* 『三四味屋』笹塚店11月オープン

⇒グループ会社である豊洲市場の老舗仲卸「米川水産」から直送の本当に旨い旬の魚を、コスパ良く楽しむことができる大衆酒場

* 『満天酒場』浦和(9月)、自由が丘店(11月)、葛西店(3月・新規出店) オープン

⇒インフレ基調のなか好調な“元祖低価格業態”、引き続き出店強化

* 『お好みもんじゃ』立川店(9月)、蒲田西口店(11月)、水道橋店(3月)、赤羽店(4月) オープン

⇒既存の横浜西口店と合わせて、5店舗を展開。オープンイベント等で集客を図る



豊洲市場のオヤジ盛り
(三四味屋)

1. 営業施策・店舗戦略

(2) メニュー・宴会戦略

* グランドメニュー等の改定

グランドメニュー・ランチメニュー ⇒ 原材料価格が高騰している中、メニュー構成・内容を工夫し原価抑制

宴会コースメニュー ⇒ 各業態の特徴を活かした春の歓送迎会メニュー提供 ～ 一部メニューの構成変更

* 2025年旬メニュー ～ 板前の技術を活かした、季節の食材を使った旬メニューを引き続き毎月更新し提供



1月：
・寒ぶり刺身
・鱈白子(ぼん酢・天婦羅)
・風呂吹き大根
・鶏そぼろ味噌 他



2月：
・竹の子 土佐煮
・春キャベツ回鍋肉
・菜の花からし和え
・鰯とせりのぬた 他



3月：
・初かつおと新玉ネギの
たたきポン酢
・生しらす刺身
・桜鯛 胡麻茶漬け 他



4月：
・初かつお刺身
・にしんの炙り刺身
・山菜天布羅盛り
・ふきのとう お浸し 他

* 期間限定キャンペーンの開催

⇒ 国産生牡蠣 1個100円 (開催期間：2/1～2/28)
～ 庄や他106店舗で実施

⇒ グループ全員が生ビール乾杯で「鶏唐揚げ」を
お一人様2個プレゼント (開催期間：4/1～4/15)



1. 営業施策・店舗戦略

(3) デジタルマーケティング等の販促活動による集客力の強化

➤メニュー戦略による差別化や店舗別の情報など、当社のブランド・こだわり等を発信し集客に繋げる

①大庄公式YouTubeチャンネル「庄Tube」

～コンテンツ拡充による動画プロモーション戦略を立上げ

*『『庄や』には板前がいる』という認知を拡大、『庄や』の魅力を伝え、他社業態との差別化を図ると共に自社情報発信ツールとして発展させる

⇒幅広い客層への当社ブランドの認知向上、中長期的な集客にも繋げていく



『庄や』他各業態を紹介
【ブランド動画】



熟練の板前の技を紹介
【庄や板前の技】



インフルエンサーによる
【新バラエティ番組】



庄Tube【大庄公式】 <https://www.youtube.com/@syo-tube>



1. 営業施策・店舗戦略

②デジタルマーケティング施策

*「LINE」施策 ～会員数の獲得、利用率の向上により囲い込みを図る

⇒各店舗からのおすすめメニュー情報配信、業態毎のキャンペーン等の告知の他、旬メニュー情報・新グランドメニューの告知と併せて「おためしクーポン」の配信

*「Googleビジネスプロフィール」

⇒定期投稿・自動投稿の強化、タイムリーなメニュー情報の更新

③WEB予約獲得の推進

*「ホットペッパー」、「食べログ」等の拡充による予約獲得強化

⇒グルメ媒体活用の拡充と効率的な運用により宴会予約の獲得・集客に繋げる

⇒「レスラク」を活用したグルメサイト予約管理の自動化・一元運用の拡充

⇒店舗毎のページ原稿のブラッシュアップ、管理強化による費用対効果の向上

④インバウンド・団体客 対策

* グランドメニューの外国語メニューブック、Googleの英語・多言語ページの随時更新、インバウンド対応モバイルオーダー導入の拡充

⇒業態別・店舗別での集客による囲い込みを図る

* インバウンド団体集客の取組み

⇒団体観光客向けグルメ情報・飲食店予約サイト等の活用による誘致強化



2. 卸売・ロジスティクス事業の強化

➤ 飲食店等のあらゆるニーズにワンストップでお応えする「総合支援プラットフォーム」
として、引続き機能強化・業容拡大を図っていく

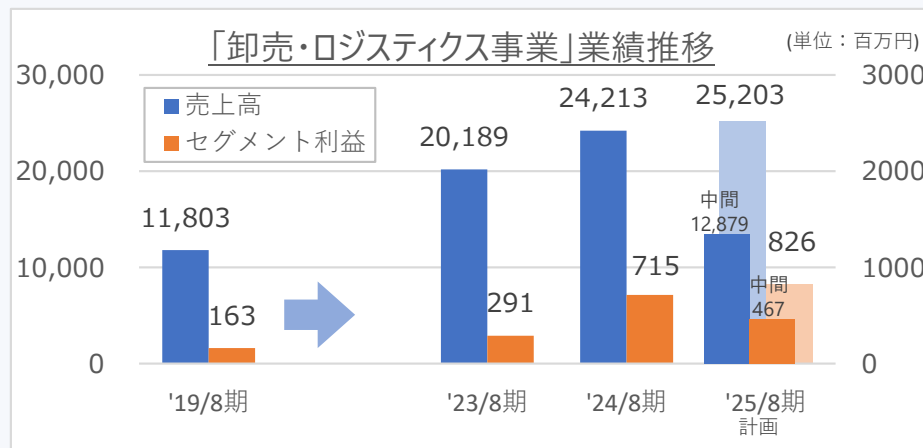
* 物流センター『DS・L・ヘッドクォーター羽田』を拠点とし、物流子会社ディ・エス物流
等を実運送業者とする「第一種貨物利用運送事業」を強化

* 「卸売・ロジスティクス事業」の展開

⇒ 外販・倉庫・運送を一体化した「総合物流サービス」の展開を推進していく

* 旬の食材や野菜など価値の高いものをご要望に応えながら提案販売していく

⇒ 同業の飲食店経営を行う方々を支えることで、外食産業の活況化を図りたい



	売上高	セグメント利益
2019/8期実績	11,803 百万円	163 百万円
2024/8期実績	24,213 百万円	715 百万円
増減額	12,410 百万円	552 百万円
2025/8期計画	25,203 百万円	826 百万円
(2025/2中間実績)	12,879 百万円	467 百万円

※2019/8期実績は、旧「卸売事業」「運送事業」の合算
売上高は外部顧客への売上高

⇒ 2018年の羽田のセンター稼働以降、外部への卸売強化に取り組み、新規取引先獲得への注力等により
外販を中心に業容を大きく拡大してきた

⇒ 今期は、引き続き業容拡大及び収益力の強化を図る

* 地方店舗の仕入管理、配送機能の向上、外販先へのサービス提供の拡充を図るため、地方センター機能を拡大

⇒ 2025年3月に福岡に新たな物流拠点「九州センター」を立上げ

3. 従業員のやりがい・生きがいを高める施策

◆ VC（ボランタリーチェーン）制度

- * 「努力が報われる会社である」という基本方針に基づき、独立支援制度であるVC事業の拡大を推進
⇒ 少額の資金負担で従業員の“独立の夢”を支援する制度で、夢を実現する機会を広げる

◆ 「能力開発・やる気」をサポートする各種制度

- * 究極の調理人を目指す 「調理甲子園大会」
- * 優秀な寿司職人を優遇する 「調理専任職制度」
- * 100時間の研修で一人前を目指す 「寿司職人養成研修」
- * 日々の業務の質的向上を図る 「調理検定」「接客検定」

◆ 「努力が報われる」賃上げ施策

- * 担当店舗業績に見合う歩合給（幹部に毎月支給）
- * 店舗業績連動の年間報奨金（店長・調理長/年1回）
- * 売上高拡大特別報奨金（店長・調理長/毎月）
- * 従業員紹介特別賞与（最高60万円）
- * 調理責任者育成手当（対象1名あたり月1万円支給）
- * 唎酒師資格取得支援制度
（取得費用貸付・5年在職で返済免除）

◆ 「安心して、いきいきと働くことができる」環境整備

- * 従業員の生活習慣病予防をサポートする
健康診断管理システム・アフターフォロー制度
- * 育児・介護・看護と就業の両立をサポートする
柔軟な勤務体系（大庄ママ制度）
- * 病気治療と就業の両立をサポートする
総合福祉団体定期保険・3大疾病見舞金制度
- * ベンチマークとしての
「健康経営優良法人2025（大規模法人部門）」認定



4. その他各セグメント事業の強化

(1) 不動産事業

- * 自社物件のリーシング強化、新規出店への取組み強化
- * 自社物件の方針見直しにより、遠隔地やノンコア等の物件を整理
⇒ 当中間期 不動産 2 物件売却 ……売却益 364 百万円計上

(2) FC・VC事業

- * VC（ボランタリーチェーン）制度の拡大・進化を図る
⇒ 「大庄ブランド」の維持・向上と、成長を見据えた制度設計・運用の確立
⇒ 大庄内の「パートナー事業管理部／サポート部」による事務代行業務の効率化、
営業指導等コンサル機能拡充により付加価値の向上を図る
- * VC 店舗数 ⇒ 2025/2月末：52店舗（当期2店舗増）

(3) その他事業

- * ミヤビ事業：当社『カフェ＆ベーカリー ミヤビ』での商品提供、
外部委託販売・催事販売など事業の拡大・収益力強化を図る



5. 業務効率化・経費削減等への取組み

(1) DXによる業務効率化推進継続

- テーマは「生産性の向上」 ～ 全社ベースでのDX化推進を継続
 - ⇒システム化、デジタル化にこだわらず、抜本的な業務効率化を目指し、スピード感をもって取り組む
- * 環境整備 ⇒「DX推進委員会」による取組み推進、研修・教育による意識改革、インフラ整備
- * 営業部門 ⇒モバイルオーダー・タブレットオーダー、シフト管理、ネット予約管理、動画研修、店舗システムのリプレイス
- * 管理部門 ⇒RPAによる業務の自動化、電子契約、ワークフローシステム、電子化・ペーパーレス化、人事システム刷新、AIの活用、アウトソーシングの活用
- * 物流部門 ⇒EDI化、RPAによる業務の自動化

(2) その他経費削減等の取組み

- * 原価率の管理 ⇒理論原価との乖離を把握、店舗別の改善指導により是正を図る
- * 地代家賃 ⇒店舗・不動産の賃料減額交渉及び保証金一部返還交渉の継続
- * その他コスト削減取組み
 - ⇒店舗別の要因分析・指導の強化による、水光熱費や店舗修繕コスト等の削減
 - 取扱商品の仕様などの再検証・見直しによる消耗備品費等の削減
- 引き続きDX推進による業務効率化・省人化を図ることにより、継続的に固定費等の削減を図る

6. 財務・資金面について

- ① 自己資本の状況 * 2025/2月末時点（連結ベース）109億円（自己資本比率 37.3%）
⇒前期末対比+5億円（自己資本比率+6.3%）
自己資本の積み増しにより財務の健全性の向上を図っていく
- ② 資金面 * 2021/12月に活用した日本政策投資銀行の制度融資（総額30億円）を
2024/12月に期日一括返済済み
⇒年度資金として一定額の資金調達は行っていくが、今期以降有利子負債の
圧縮を図っていく
- ③ 保証金の適正化 * 2025/2月末時点（連結ベース）保証金・敷金 45億円
⇒一部返還交渉を引き続き継続していく












7. 剰余金の配当

- * 当期中間配当：1株当たり6円（当初計画通り）
- * 期末配当予想： // 8円 ⇒年間計14円
⇒前期比同額の年間配当予想、今後も安定した配当の継続と適正な利益還元を努める

8. サステナビリティに関する取組み

* 創業以来、「人類の健康と心の豊かさに奉仕する」という企業理念を実現するために、「安全・安心・鮮度・旬・健康」というサステナビリティの考え方を取り入れた事業展開を行ってきた

⇒従来の取組みに加え、今後必要となる施策を選定やマテリアリティ毎に現在の取組み方針を定め推進していく

マテリアリティ	取組み内容	関連するSDGs
①食の安全・安心の確保	当社グループ独自の厳しい安全基準（＝大庄基準）を設定し、2つの自社研究所において、農産物の残留農薬・食品添加物管理、衛生管理等の徹底を図る。各研究所で行った検証・検査結果を当社ホームページにて公表。	
②フードロスの低減	食材の購入から店舗での調理、廃棄までのサイクル全体でフードロス低減を目指し、サプライヤーや生産者と連携しながら取組みを推進する。また、メニュー開発・食材仕入管理の観点からもフードロス低減に取り組む。	
③持続可能な食材の調達	農産物に関しては国内生産者との密接な関係を築きトレーサビリティを確保し、水産物に関しては近海鮮魚を積極的に仕入れるなど、地産地消の考えに沿った食材調達を行う。	 
④資源循環型社会実現への貢献	限りある資源を効率的に活用するとともに、廃棄物抑制・リサイクルの観点から持続可能な循環型社会の実現への貢献に取り組む。【取組み】ダンボールのリサイクル、発泡スチロールの再利用、プラスチックカトラリー削減、廃油のリサイクル	  
⑤気候変動への適応とその緩和	気候変動への対応は重要課題として認識しており、CO2を含む温室効果ガスの排出量をグループ全体で把握し、目標を立てて削減を図っていく。	
⑥人材の育成および社内環境整備	創業より積極的に行ってきた人的資本への投資を継続し、環境や働き方の変化などに対応すべく、人材の育成と社内環境の整備を推進する。	  

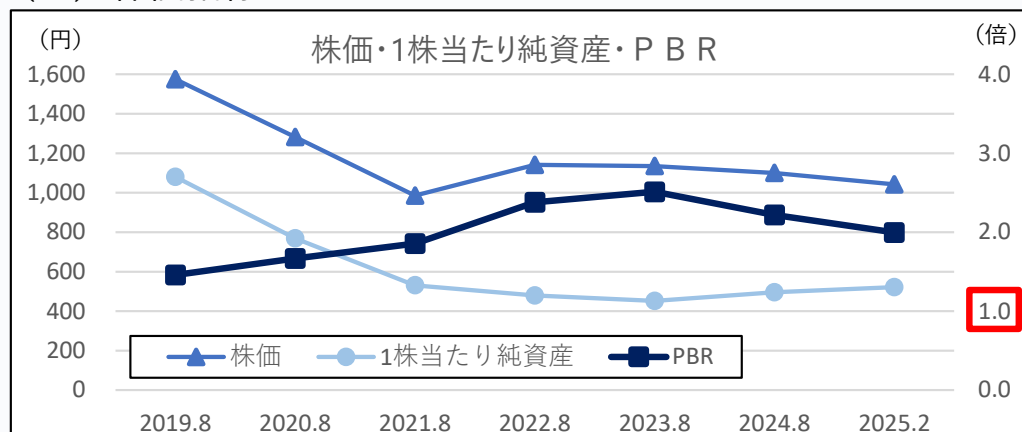
9. 資本コスト・株価を意識した経営の実現に向けた対応

【主要計数 推移】

(単位：百万円)

	2019/8期	2020/8期	2021/8期	2022/8期	2023/8期	2024/8期	2025/8期 計画
売上高	61,032	44,827	28,836	35,799	45,495	50,586	52,018
営業利益	734	▲3,311	▲5,949	▲5,390	▲461	1,000	1,250
経常利益	805	▲3,253	▲5,818	▲410	▲486	1,157	1,184
当期純利益	150	▲6,308	▲4,864	▲770	▲769	1,333	1,180
総資産	42,805	40,799	35,129	33,738	33,188	33,524	29,788
有利子負債	9,847	15,326	15,761	14,773	14,342	13,667	9,641
自己資本	22,461	16,130	11,140	10,065	9,485	10,402	11,296
売上高営業利益率	1.2%	▲7.4%	▲16.8%	▲15.1%	▲1.0%	2.0%	2.4%
自己資本比率	52.5%	39.5%	31.7%	29.8%	28.6%	31.0%	37.9%
R O A	0.4%	-	-	-	-	4.0%	3.7%
R O E	0.7%	-	-	-	-	13.4%	10.9%

(1) 株価指標について



* 市場評価 PBR：2.00倍 (2025/2月末)

(2025/2月末 株価終値 ÷ 2025/2月末 1株当たり純資産)

⇒資本収益性の課題とされる「1倍割れ」には該当しない

* 株価対策として安定的な株主還元 (配当・株主優待) を継続

(2) 資本コストについて

* まずは「財務の健全化」を優先

・ 有利子負債の圧縮 ⇒ 3年以内(2027/8期迄)に
50億円程度の圧縮

・ 自己資本の絶対額の積み増し ⇒ 150億円規模を展望

背景として、

・ 新型コロナによる業績悪化の影響で自己資本が大きく毀損、
2019/8月末 224億円 ⇒ 2023/8月末 94億円 (▲130億円)
業種特性を踏まえ、変事抵抗力を高める必要有

・ 新リース会計基準適用 (2027年度義務化) により、
大幅な資産・負債の増加による自己資本比率低下が見込まれる
⇒ 今後、影響度合を精査していく

* 資本効率の分析についてはR O Eを指標とし、安定的な収益の
確保により、資本コストを吸収していく

⇒ 8%以上確保を目安とする

〈参考〉R O E：2024/8月期 実績 : 13.4%

2025/8月期 通期計画ベース : 10.9%

{ 当期純利益 ÷ (自己資本(期首 + 期末) ÷ 2) }

(3) 当社における重要経営指標

* 「売上高営業利益率」 ⇒ 収益性指標として、5.0%達成を
目標とする

* 「R O A」 ⇒ 効率性分析の指標として注視していく
分子には償却前利益(EBITDA)等も対象に加えていく



III. 通期連結業績予想について

Ⅲ. 通期連結業績予想について

◆通期計画（上期／下期）前期比増減

(単位:百万円)

	2025/8月期 上期実績	2025/8月期 下期計画	2025/8月期 通期計画	2024/8月期 実績	前期比 増減
売上高	26,211	25,807	52,018	50,586	1,432
営業利益	600	650	1,250	1,000	250
経常利益	594	590	1,184	1,157	27
当期純利益	708	472	1,180	1,333	▲153

* 計画策定の前提：各セグメントにつき上期～足許の状況を鑑み当初計画を一部修正

* 売上高：通期で前期比102.8%の増加を想定

* 営業利益：前期比+250百万円 ⇒ 飲食、卸売・ロジスティクス事業を中心に利益増
当初計画比▲174百万円 ⇒ 原材料・物価の高騰による原価・各種コスト増の影響

* 営業外損益等：通期で営業外損益▲66百万円、特別損益+116百万円を想定

III. 通期連結業績予想について

◆セグメント別 計画 (内部売上高含む)

(単位:百万円)

	2024/8月期 実績		2025/8月期 計画		前期比	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
飲食事業	23,505	1,448	24,116	1,530	611	82
卸売・ロジスティクス事業	31,695	715	33,352	826	1,657	111
不動産事業	1,815	384	1,799	417	▲16	33
F C・V C事業 ※1	915	347	915	349	0	2
その他	640	0	645	4	5	4
調整額 ※2	▲7,986	▲1,895	▲8,811	▲1,877	▲825	18
合計	50,586	1,000	52,018	1,250	1,432	250

※1：2025/8月期より、「フランチャイズ事業」を「F C・V C事業」へ名称変更

※2：セグメント間の取引消去、各セグメントに配分していない全社費用

- * 飲食事業 : 上期実績及び足許の原価・各種コスト増の影響を鑑み、営業利益を下方修正
- * 卸売・ロジスティクス事業 : 売上高の拡大と並行して、食材の厳選等仕入の強化及び収益力の強化を図る
- * 不動産事業 : 足許の不動産一部売却と賃貸状況を織込み。リーシング強化を継続
- * F C・V C事業 : 9月に2店舗VC移行。その他足許状況を織り込み。VC店舗の拡大を推進
- * その他 : その他事業（ミヤビ事業等）の収益改善を図る

【将来見通しに関する注意事項】

本資料に記載されている、当期ならびに将来の業績見通し等に関する記述内容につきましては、当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。

従いまして、実際の業績等は、様々な要因により大きく変動する可能性があることをご承知おきください。実際の業績に影響を与える要因としては、当社グループを取り巻く経済・社会情勢や市場環境、会計基準や法律・諸制度の変更などがあります。さらに、自然災害などの予測不可能なリスク要因も含まれております。

また、当資料は、当社グループをより深く理解いただくために、株主、投資家の皆様への情報提供を目的としたものであり、必ずしも投資をお勧めするものではないことをご認識いただくようお願い申し上げます。

**IRお問い合わせ先****担当部：株式会社大庄 経営企画部****電話：03-5764-2229****FAX：03-5764-2237**