
2024年2月期 第2四半期 決算説明会資料

株式会社リンガーハット
(証券コード:8200)

目次

● 2024年2月期 第2四半期 財務・業績の概況

P3	連結損益計算書ハイライト	P8	経費分析
P4	2024年2月第2四半期決算概要	P9	特別損益の内容
P5	グループ店舗売上高分析	P10	キャッシュ・フロー
P6	売上高傾向	P11	セグメント情報
P7	既存店売上高		

● 2024年2月期 計画

P13	2024年2月期 通期予想	P15	2024年2月期 出店計画
P14	計画の前提となる既存店(2019年度比)		

● 2024年2月期(第60期)リンガーハットグループ戦略の進捗状況

P17	第60期経営方針	P32～40	リンガーハット事業
P18～30	トピックス	P41～48	浜勝事業
P31	2年後のありたい姿	P49～50	海外事業

● Data File

P52～53	純既存店売上高・客数・客単価の前期(参考:2019年度)比推移	P57	設備投資の推移
P54～56	出店形態別の店舗数の推移		

2024年2月期 第2四半期 財務・業績の概況

連結損益計算書ハイライト

- 売上高は、前期比 +9.2%の 19,631百万円。
- 営業利益は125百万円、経常利益は144百万円、当期純損失は36百万円。

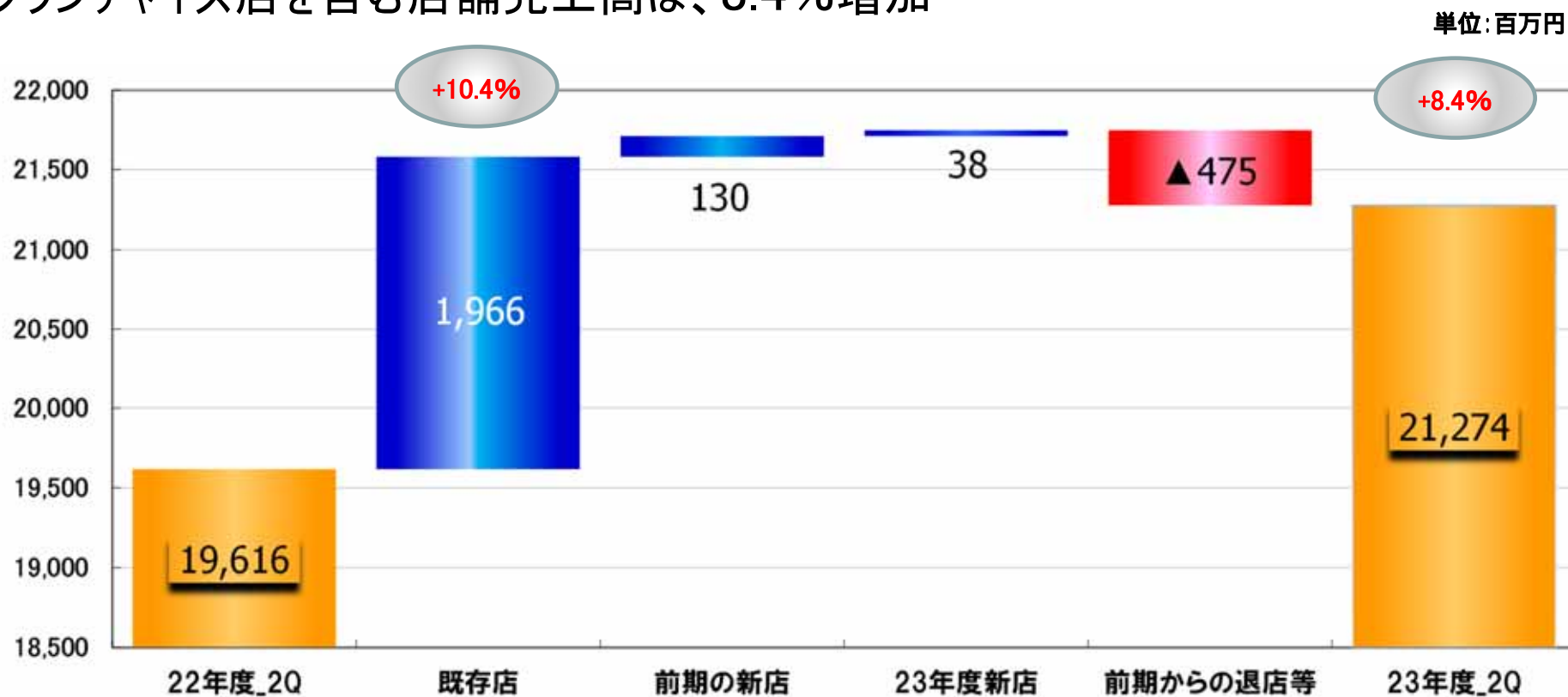
勘定科目	'22/03~'22/08		'23/03~'23/08		'23/03~'23/08		単位:百万円		
	前期	構成比	計画	構成比	実績	構成比	前期比	計画差	計画比
総売上高	20,814		23,000		22,496		108.1%	△ 503	97.8%
売上高	17,981	100.0%	20,100	100.0%	19,631	100.0%	109.2%	△ 468	97.7%
売上原価	6,304	35.1%	6,747	33.6%	6,572	33.5%	104.3%	△ 174	97.4%
売上総利益	11,677	64.9%	13,353	66.4%	13,058	66.5%	111.8%	△ 294	97.8%
販売費及び一般管理費	12,229	68.0%	13,007	64.7%	12,932	65.9%	105.8%	△ 74	99.4%
人件費	6,052	33.7%	6,407	31.9%	6,352	32.4%	105.0%	△ 54	99.2%
販売費	605	3.4%	572	2.8%	656	3.3%	108.4%	84	114.7%
活動費	2,637	14.7%	2,983	14.8%	2,940	15.0%	111.5%	△ 42	98.6%
固定費	2,933	16.3%	3,045	15.1%	2,983	15.2%	101.7%	△ 61	98.0%
営業利益	△ 552	---	346	1.7%	125	0.6%	---	△ 220	36.3%
営業外収益	719	4.0%	18	0.1%	125	0.6%	17.4%	107	694.6%
営業外費用	149	0.8%	114	0.6%	106	0.5%	71.4%	△ 7	93.4%
経常利益	18	0.1%	250	1.2%	144	0.7%	792.6%	△ 105	57.7%
特別利益	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	---	0	---
特別損失	73	0.4%	100	0.5%	90	0.5%	122.8%	△ 9	90.2%
税引前利益	△ 55	---	150	0.7%	54	0.3%	---	△ 95	36.1%
法人税等	126	0.7%	80	0.4%	90	0.5%	71.4%	10	112.7%
当期純利益	△ 181	---	70	0.3%	△ 36	---	---	△ 106	---

2024年2月期 第2四半期 決算概要

- 売上高 19,631百万円（前期比 +1,649百万円、計画比 ▲468百万円）
 - 既存店売上高前期比は110.4%(2019年度比:90.9%)。客数:106.3%(81.6%)、客単価:103.9%(111.4%)。
- 売上原価 原価率は33.5%（売上構成前期比 ▲1.5%、売上構成計画比 ▲0.1%）
 - 前期比 +268百万円、計画比 ▲174百万円
- 人件費 前期比 +300百万円、計画比 ▲54百万円（人件費率32.4% 前期比 ▲1.3%）
- 販売費 前期比 +50百万円、計画比 +84百万円（販売費率 3.3% 前期比 ▲0.0%）
- 活動費 前期比 +303百万円、計画比 ▲42百万円（活動費率15.0% 前期比 +0.3%）
- 固定費 前期比 +49百万円、計画比 ▲61百万円（固定費率15.2% 前期比 ▲1.1%）
- 営業利益 125百万円（前期比 +678百万円、計画比 ▲220百万円）
- 経常利益 144百万円（前期比 +126百万円、計画比 ▲106百万円）
- 純損失 36百万円（前期比 +145百万円、計画比 ▲106百万円）

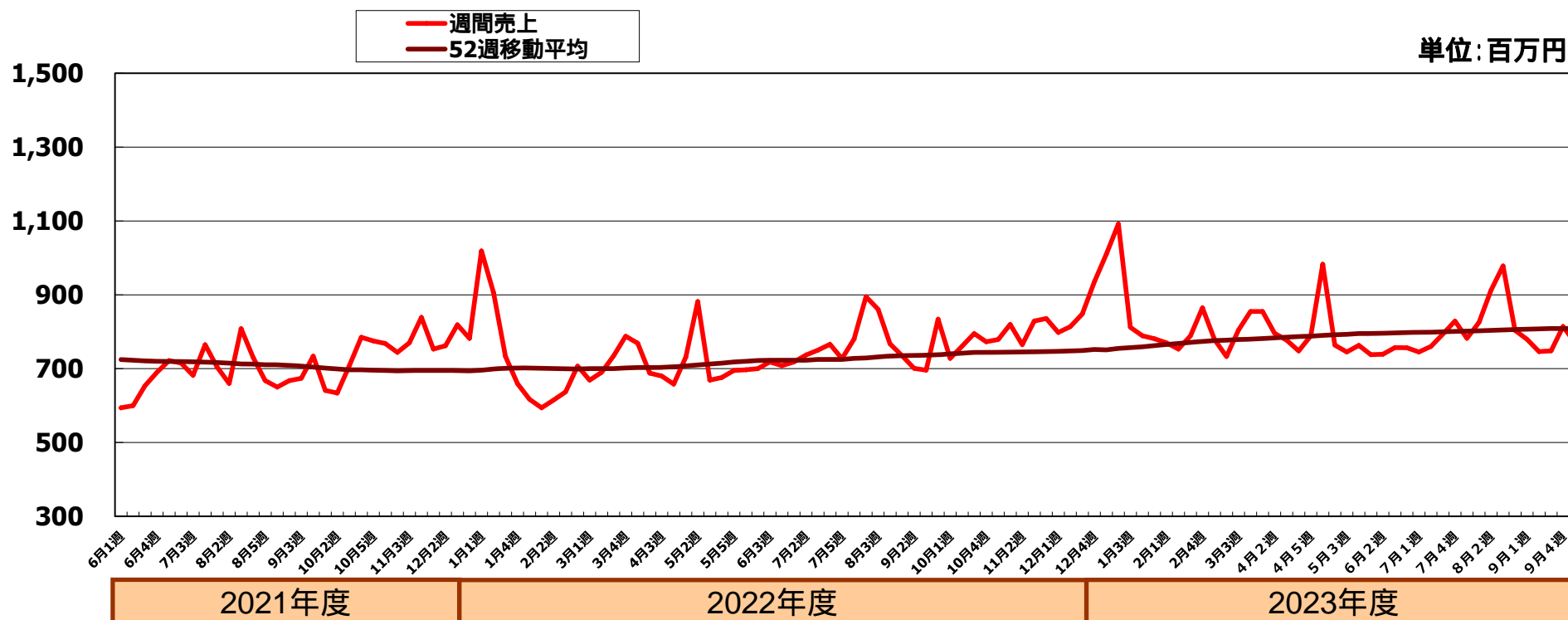
グループ店舗売上高分析…前期比

- 既存店は増収、前期比 +10.4%
- フランチャイズ店を含む店舗売上高は、8.4%増加



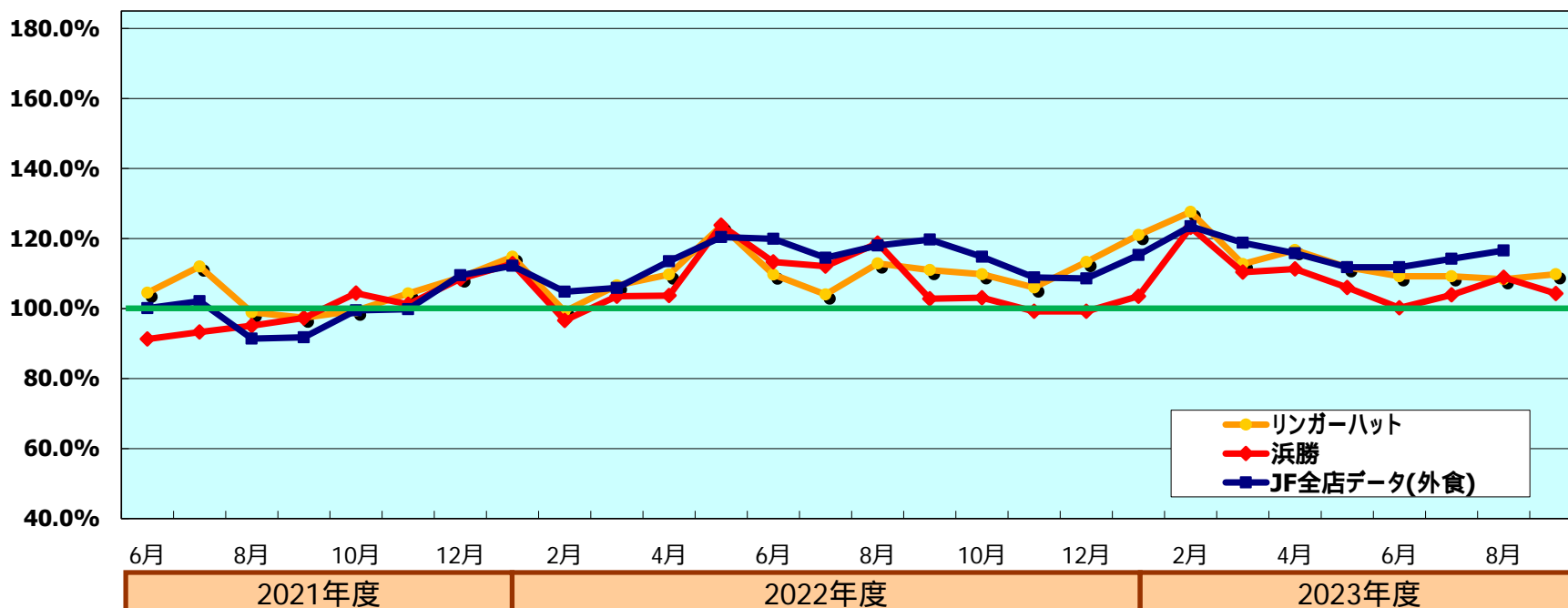
売上高傾向・・・グループ全店舗売上高の推移

- 2022年3月まん延防止等重点措置解除、2023年5月に新型コロナウイルス感染症は5類へ移行し、売上は上昇している。



既存店売上高・・・外食全体と当社の動向

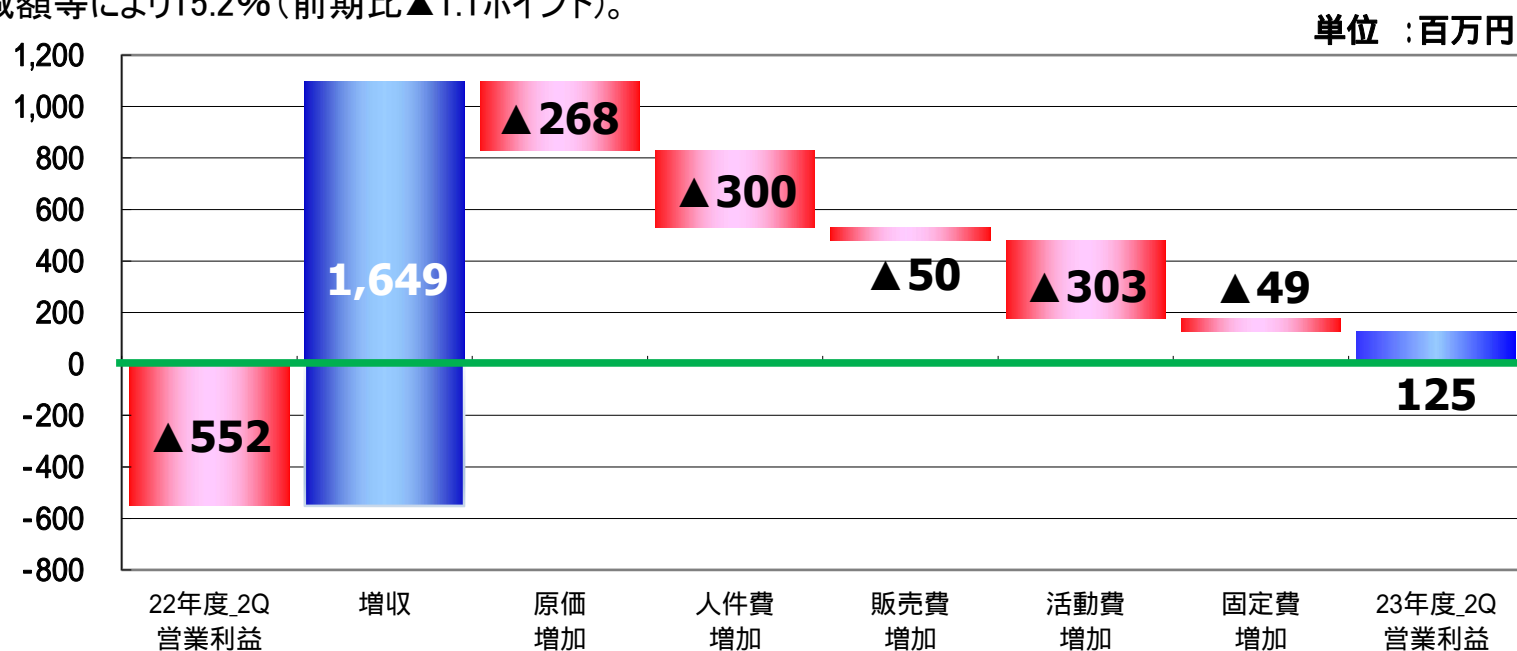
- 既存店売上高前年比(上半期) リンガーハット **111.3%**、濱かつ **106.9%**
 - 客数はリンガーハット 106.1%、濱かつ 107.5%、客単価はリンガーハット 104.8%、浜勝 99.4%
 - QSC(クオリティ、サービス、クリンリネス)向上・新商品の販売促進等で1店舗当たりの売上アップを目論む。



外食データ出所: 日本フードサービス協会: JFデータ(外食)は全店比較

経費分析・・・前年同期比

- 営業利益は前期比 678百万円増加した。
- 原価率は、前期比▲1.5ポイントの33.5%となった。(原材料費・エネルギー価格は高止まりしているが、増収で工場稼働率は向上した。製造労務費比率・製造経費比率は前期比▲0.4ポイント。運賃比率は前期比▲0.4ポイント)。
- 販管費計は 703百万円増加し、販管費率は65.9%(前期比▲2.1ポイント)となった。
 人件費率は32.4%(前期比▲1.3ポイント)、活動費率はエネルギー価格高騰等により15.0%(前期比+0.3ポイント)、固定費率は賃借料減額等により15.2%(前期比▲1.1ポイント)。



特別損益の内容

- 店舗改装、退店等により、特別損失を計上した。

単位:百万円

主な特別損失	金額	内容
減損損失	62	店舗設備
固定資産除却損	24	改装時設備入替、退店店舗等
店舗閉鎖損失	2	退店店舗

キャッシュ・フロー(前年同期比較)

- 新規出店再開、既存店投資(ポストコロナ対応の店舗づくり)を進める。

単位:百万円

区分	前年同期	当期	増減額
営業キャッシュ・フロー	362	954	591
投資キャッシュ・フロー	1,097	963	134
フリーキャッシュ・フロー	734	8	725
財務キャッシュ・フロー	3,782	240	3,541
現金及び現金同等物に係る換算差額	51	12	38
現金及び現金同等物の増加・減少()額	4,465	236	4,228
現金及び現金同等物の期首残高	7,896	2,373	5,523
現金及び現金同等物の期末残高	3,430	2,136	1,294

セグメント情報

- ちゃんぽん事業、とんかつ事業ともに増収増益となった。
- ちゃんぽん事業は、営業利益 **31**百万円(前期比 **+604**百万円)
とんかつ事業は、営業利益 **137**百万円(前期比 **+133**百万円)

ちゃんぽん事業(リンガーハット)

単位:百万円

	2024年2月期 第2四半期	前年同期 実績	増減
売上高	15,659	14,242	+1,416
営業費用	15,627	14,815	+811
営業利益	31	572	+604
営業利益率	+0.2%	-	-

とんかつ事業(濱かつ・卓袱浜勝)

単位:百万円

	2024年2月期 第2四半期	前年同期 実績	増減
売上高	3,888	3,663	+224
営業費用	3,750	3,659	+90
営業利益	137	3	+133
営業利益率	+3.5%	0.1%	+3.4%

2024年2月期 計画

2024年2月期 通期予想

- 上半期は、原材料費・人件費・エネルギーコストの高騰、及び夏の異常気象、価格改定に伴うツール費用などの影響もあり、連結業績の計画値には至りませんでした。しかしながら、今後の業績回復に対する自信とともに、通期目標達成に向けて各種施策に取り組んでいくことを勘案し、通期予想を据え置いております。

単位：百万円

	2023年2月期 通期実績	構成比	2024年2月期 通期計画	構成比	前期差	前期比
総売上高	43,556		47,100		3,543	108.1%
売上高	37,734	100.0%	41,000	100.0%	3,266	108.7%
営業利益	292		1,100	2.3%	1,392	
経常利益	263	0.7%	900	2.2%	636	341.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	403		400	1.0%	803	

計画の前提となる既存店(2019年度比)

2019年度比 修正計画	売上高			客数			客単価		
	上半期 実績	下半期 修正	通期	上半期 実績	下半期 修正	通期	上半期 実績	下半期 修正	通期
リンガーハット	90.6%	99.9%	95.5%	80.7%	86.9%	83.8%	112.2%	115.0%	113.7%
濱かつ	91.9%	98.5%	95.4%	87.0%	93.1%	90.0%	105.6%	105.8%	105.7%
全店	90.9%	99.7%	95.5%	81.6%	87.9%	84.8%	111.4%	113.4%	112.6%

2019年度比 参考)当初計画	売上高			客数			客単価		
	上半期	下半期	通期	上半期	下半期	通期	上半期	下半期	通期
リンガーハット	93.5%	97.9%	95.6%	84.0%	87.7%	85.9%	111.2%	111.6%	111.4%
濱かつ	93.7%	98.4%	96.0%	89.5%	93.1%	91.3%	104.7%	105.7%	105.2%
全店	93.5%	98.0%	95.7%	84.9%	88.5%	86.7%	110.2%	110.7%	110.4%

2024年2月期 出店計画

(単位:店舗)

	区分	前期実績	上半期実績	下半期	通期
リンガーハット	直営	5	0	7	7
	FC	0	1	0	1
	海外	1	0	0	0
	小計	6	1	7	8
濱かつ	直営	0	1	1	2
	FC	0	0	0	0
	海外	0	0	0	0
	小計	0	1	1	2
計	直営	5	1	8	9
	FC	0	1	0	1
	海外	1	0	0	0
	小計	6	2	8	10

- 上半期はリンガーハット、濱かつ各1店、計2店舗オープンした。
- 下半期は、リンガーハット7店、濱かつ1店の計8店を計画。海外(ハワイ)は来期3月オープン予定。

2024年2月期(第60期) リンガーハットグループ戦略の進捗状況

第60期経営方針

<今期スローガン>

- 全員参加で、永続する企業体質をつくろう

<今期経営方針>

- 月例会を徹底し、お客さまを増やそう
- 現地・現物・現実で、改善のスピードを上げよう
- 自ら考え、新たなチャンスに向けて行動しよう

更なる成長に向けて①

● 営業面について

詳細は、各事業報告時に別途説明

- 新たなマーケティングへのトライ、ブランド力の強化。
 - ー社員食堂出張販売
- 損益分岐点を下げる活動を継続し利益向上を目論む。
 - ー生産性の向上(厨房自動化・業務の効率化)、人財育成、賃料低減交渉
- 価格改定(ちゃんぽん業態:7月1日)。
- テーブルオーダー・ドライブスルーの活用推進。
- 外販事業BtoBの拡大。
- 海外事業の黒字化。

更なる成長にむけて②

● 経費面について

- デジタル化推進による業務効率化
 - トレイサビリティシステムの確立（最小在庫）。
 - 売上予測による自動発注・シフト作成の確立（モデル時間の平準化）。
 - リングラム（店舗マニュアル）、業務基準書（本部）を活用（標準化推進）。
- 工場生産ラインの自動化を推進し、品質アップと原価低減を図る。
- 物流：2024年問題対応。
- ダイバーシティ推進（全社員の繋がり強化）。
- エルダー研修（持続して働く環境づくり）。
- サステナビリティ推進（ESG経営、SDGsとCO2削減活動、TCFD）。

【トピックス①】全員参加経営（月例会と提案制度の活用）

- （全員参加型）月例会（ミーティング）を実施し、従業員の意識を変える。
 - － 月例会で出たアイデアなどを、「提案制度」を活用し、仕事のやり方を変え続ける
 - － 現場の工夫を成果（採算向上）に繋げる（上半期の「提案」件数：1,106件）

事前準備

活動共有（良いこと事例）

主役は参加者全員

振り返り

責任者と事前打合せ



先月の振り返り



GD(グループディスカッション)



責任者と反省会



人財直轄表・重点項目シート



リングラム(マニュアル)
・提案案件の確認



取り組み事項を全員で決定

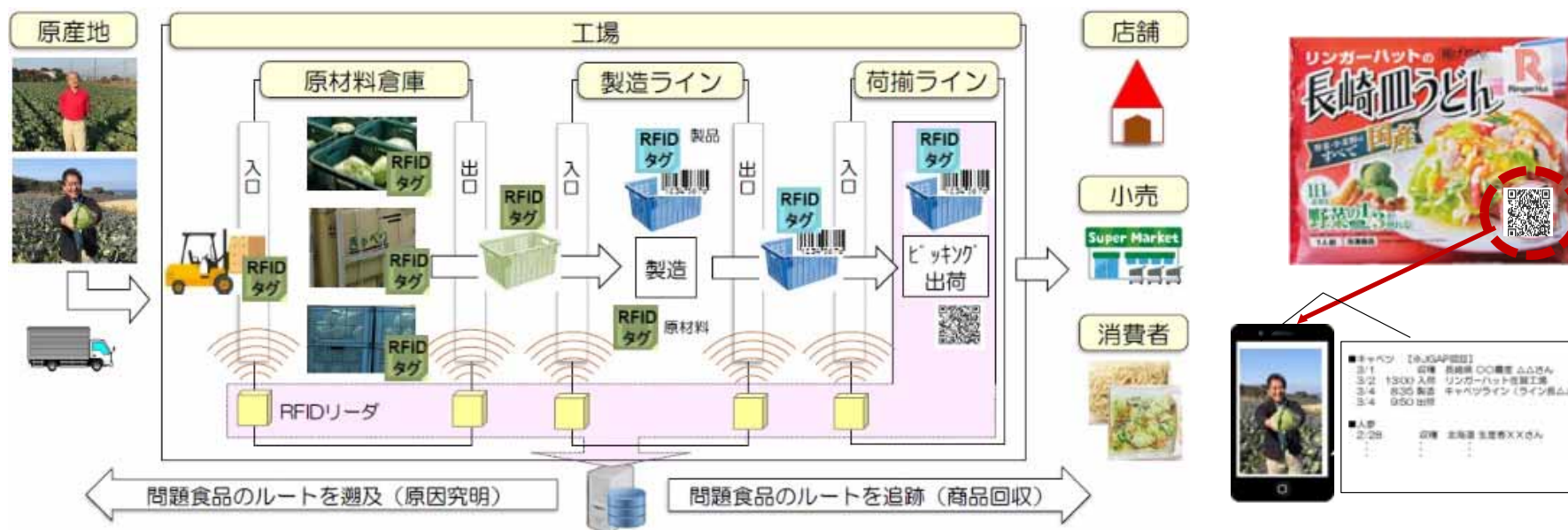


月例会フィードバックシート



【トピックス②-1】DX推進(トレーサビリティ管理)

- 店舗・工場・間接部門をシステムで繋ぎ経営効率を高める(全社最適化)。
トレーサビリティ管理(生産計画からトレーサビリティ強化、店舗の発注まで一気通貫)
受発注から入荷・製造・出荷・決算までを「楽に、早く、正確に」する。
 - 2022年下期から佐賀工場から導入を開始し2023年8月に全工場へ導入、データ取得開始。
 - 業務効率化や歩留まりの向上へデータ活用の基盤を整備中(物流スキーム変更分も対応)。



【トピックス②-2】DX推進(AI売上予測を活用)

- 店舗・工場・間接部門をシステムで繋ぎ経営効率を高める(全社最適化)。

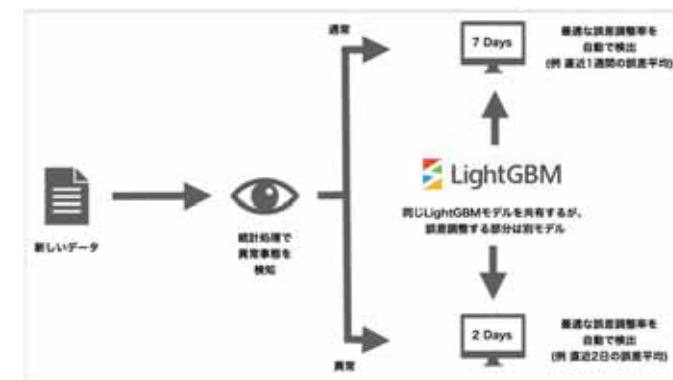
現場のQSC向上に専念できるシステム化を推進する。

ワークスケジュール(シフト作成)アプリ

- AI売上予測をベースに店舗別時間帯別予測へ展開。
- 時間帯別売上予測をベースに必要人数を算出し、シフト作成作業を効率化。
- 手間のかかる希望シフトの収集・登録をExcelからWebシステムへ移行(労務、法規対応)。

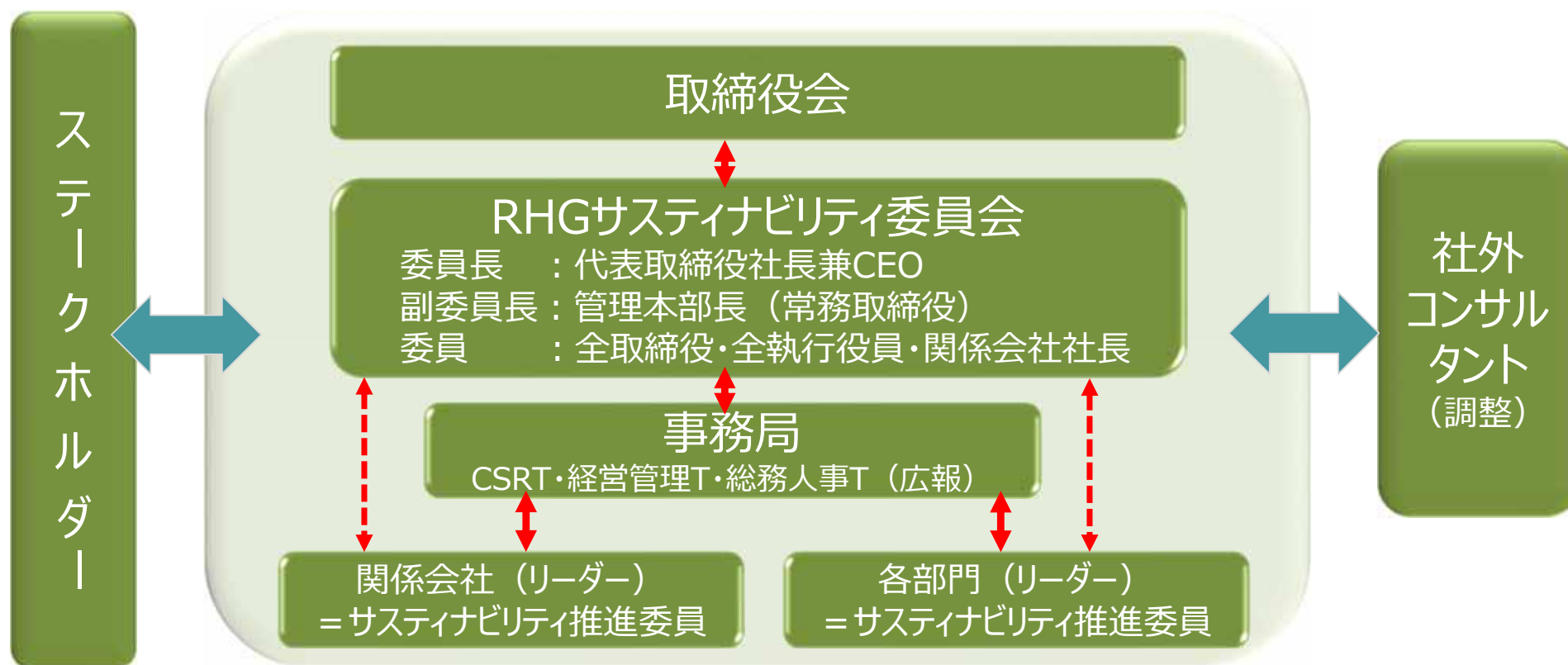
2023年9月:とんかつ濱かつ直営店より運用開始。

- 【フルバージョン開発中】:シフトの自動割り当てを含む自動化への開発:2024年下期稼働を目指す。



【トピックス③-1】サステナビリティ推進体制

- リンガーハットグループのサステナビリティ推進体制（4つの分科会で活動中）
 - 【1】TCFD会 【2】店舗CO2削減会 【3】工場CO2削減会 【4】SDGs進化会



【トピックス③-2】サステナビリティ推進（CO2削減活動）

- 環境に良い活動（地球の為に、未来の為に）

『リンガーチャレンジ2030』として取り組む

毎年 前年比で3%使用量を低減する
（対象:電気・ガス・動力）

- 今期は、3回の社内キャンペーンを実施し理解度アップと意識向上をはかる。

夏期…提案制度を活用:施策の理解・意識向上（提案実績:148件）

秋期…店長基地店舗での使用量低減の取り組み（店長対抗）

冬期…全店舗で使用料低減の取り組み（店舗対抗で）

※SDGs推進の動画を作成し配信（計8回実施）



【トピックス③-3】SDGs(ダイバーシティ推進:働き方改革)

- 既存社員の活性化を図り、企業価値を向上させる。
 - 女性パート店長・育児休暇取得者増加。



	役員数		管理職数		従業員数(正社員)				店長数(P店長含む)		育児休暇	離職率
	女性	30代	全体	女性	全体	女性	再雇用	外国人	女性	外国人	取得者	3年未満
目標 2030年3月	2名	1名	58名	20% (12名)	500名	30% (150名)	20名	25名	100名	10名	10名	10%以内
目標 2025年3月	2名	0名	58名	15% (9名)	500名	20% (100名)	10名	15名	100名	5名	5名	15%以内
現状 2023年8月 現在	1名	0名	55名	10.7% (6名)	458名	18% (86名)	7名	7名	77名	2名	2名	—
2014年2月	0名	0名	70名	(0名)	500名	14% (71名)	15名	1名	47名	0名	0名	18.9%

【トピックス③-4】SDGs(ダイバーシティ推進:働き方改革)

- 既存社員の活性化を図り、企業価値を向上させる。



- 全社員の繋がり強化(ダイバーシティ推進みらい座談会)

2022年度:開催実績39回、391名参加(参加率:88.1%)

2023年度(上半期):開催実績16回、221名参加(参加率44.6%)

- 持続して働くことのできる環境・意識づくり(エルダー研修)

2022年度:9名参加

2023年度:18名参加

- 外国人採用・教育の強化 ※特定技能1号

店舗採用(上半期):22名(インドネシア)



【トピックス③-5】SDGs(食育活動)

- 食の大切さと感謝の啓蒙や健やかな成長の支援。
 - 食育教室・・・2014年より累計197回(参加者1,674名)
ハイブリッド(①オンライン②店舗(対面))で開催中。



～「リンガーハットグループの食育教室」～

<https://ringerhut-syokuiku.jp/>

・参加条件：小学校低学年



【トピックス③-6】SDGs(フードロス対策)

- 終売商品等の食材を長崎県社会福祉協議会を通じて寄附
 - 2022年7月より計9回実施 全14品を寄附



こんにちは
先日の宅所で頂いた生クリームで作りました。
中身はカステラの切れ端(冷凍していたもの)とジャムです。
他にはシチューなどお料理に使って、残りはホイップして適当に絞り冷凍しています。
冷凍後は1口アイスみたいにそのまま食べたり、ホットケーキやパンにデコるだけで子供たちのテンション爆アガリ👏。
ウィンナーコーヒーも出来ます。カップアイスにのせればパフェの完成👏
といった感じで親子で楽しく美味しく頂きました。
有り難うございました。(人^v^)



【トピックス③-7】SDGs(キャベツGAP認証取得産地の取り組み)

- GAP認証キャベツ仕入れ率: 40%以上を目指す。



GAP認証取得産地の達成状況



	2021年	2022年	2023年
総仕入れ量(トン)	6,901	7,291	7,887
GAP産地仕入れ量 (トン)	1,899	2,479	3,154
GAP産地仕入れ率	27.5%	34.0%	40.0%
	2021年	2022年	2023年
取得産地	14産地	21産地	28産地
取得産地率	17.5%	27.2%	40%
総産地数	80産地	77産地	70産地

- ・22年度は、7産地のGAP認証取得。
- ・23年度は、7産地の認証取得 (28/70産地)を計画。

【トピックス④】外販事業(リンガーフーズ社)の拡大

- 売上高は、2,700百万円を目論む(前期2,406百万円 前期比112%)。
 - Amazon(ECモール)、直販オンラインサイトへ誘導できる仕組みを作り、売上を拡大する。
新規顧客の獲得(折込チラシ活用)
 - 各部門と連携し、新たな主力商品を開発、販売する(常温温度帯の商品)
 - コラボ企画のスポット採用から定番化への取組み(BtoB)
 - “メイドイン長崎”にこだわる！安全・安心・高品質を謳う

リンガーハットオンラインショップ
<http://www.rhk-shopping.jp/>



2年後のありたい姿

- 顧客満足度 業界1位
- 従業員満足度 90P以上
- 経営効率 経常利益率10%以上



リンガーハット事業

ちゃんぼん事業(リンガーハット)

単位:百万円

	2024年2月期 第2四半期	前年同期 実績	増減
売上高	15,659	14,242	+1,416
営業費用	15,627	14,815	+811
営業利益	31	572	+604
営業利益率	+0.2%	-	-

2023年度重点実施事項(営業事業本部)

- ブランド力の強化(リブランディング: SNSの活用)。
- マーケティング4Pに基づき、MP (=予算) 売上を確保する。
 - MP (=予算) 売上を確保するための施策の立案と実行。
 - PDCAをしっかりと回し、実験→展開を行う。
- 効率化を進め、生産性を上げる。
 - 事務ワークの低減(提出物の低減、簡略化)。
 - 工場内製化を強化し、店舗の仕込み作業を低減する。
 - 求人・採用・トレーニング方法を見直し、人不足を無くす。
- 「観察と行動」を実践する。
 - 「気づく」・・・「気づく」ことができる人財を育成する。
 - 「行動」・・・放置しない。優先順位をつけて行動できる人財を育成する。



時間当たり
採算

人時売上高



リンガーハットのブランディング

● ブランドメッセージ「モグベジ食堂へようこそ」

Ringer Hut Vision 2030
Ideal Dining 宣言
～あなたの理想の食卓へ～

モグベジ食堂

国産野菜をモグモグ楽しめる。みんなが気楽に楽しめる。
親しみやすく使いやすい店

モグベジ商品

「国産野菜を五感で楽しめる、みんなに美味しい日常食」



- ちゃんぽんの枠を超えた **野菜中心のメニュー開発。**
- 従来のお客さまに加えて、**若年層とくに女性**がお一人でも入りやすい店づくり。

2024年2月期 売上・客数・客単価の推移 (リンガーハット直営既存店)

- 上半期既存店(2019年度比) 売上高:91.1% 客数:81.8% 客単価:111.3%
 下半期は、(2019年度比)売上高:99.9% 客数:86.9% 客単価:115.0%を目論む

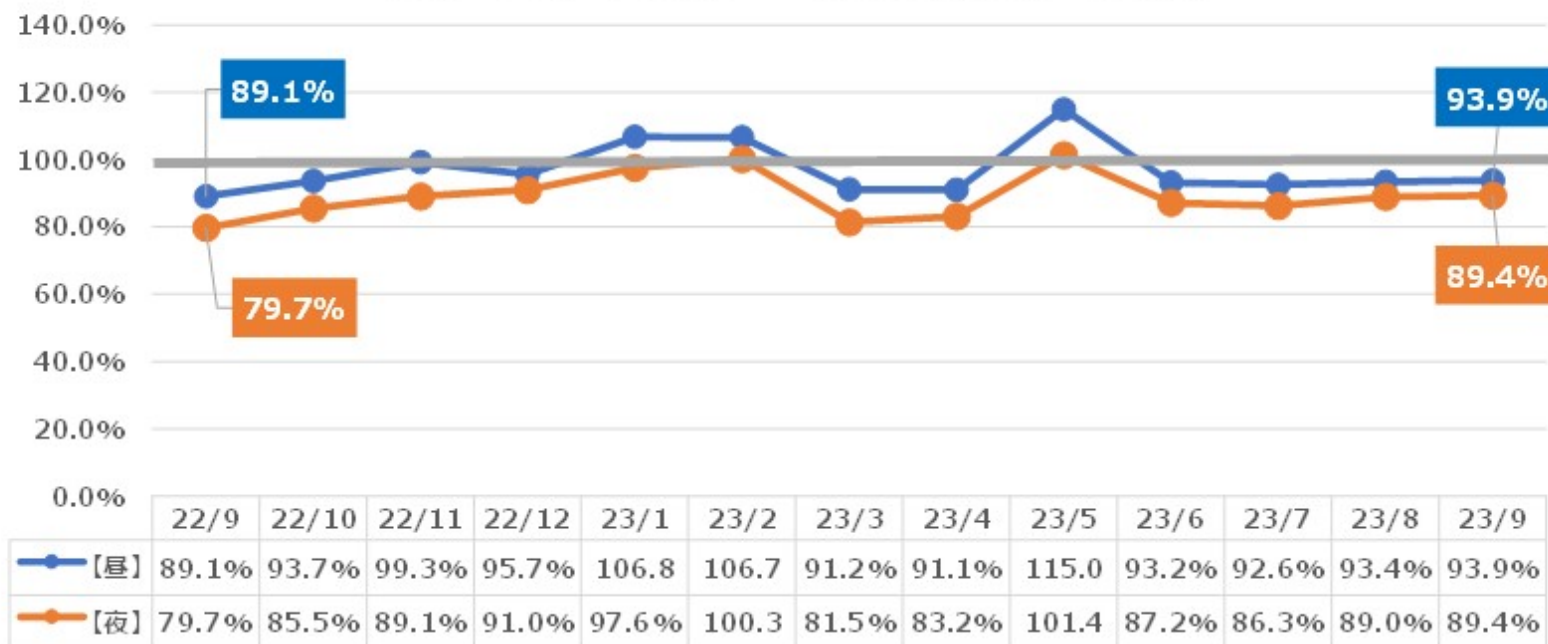


< 曜日別平均売上高 >
 【平日】
 6月:57百万円(22日)
 7月:60百万円(20日)
 8月:65百万円(20日)
 9月:58百万円(20日)
 【土曜】
 6月:86百万円(4日)
 7月:88百万円(5日)
 8月:86百万円(4日)
 9月:88百万円(4日)
 【日祝】
 6月:93百万円(4日)
 7月:94百万円(6日)
 8月:90百万円(7日)
 9月:92百万円(6日)

2024年2月期(昼・夜)業態別売上の推移(リンガーハット直営既存店)

- 上半期既存店(2019年度比) 売上高:(昼)95.5% (夜)87.7%

【売上高】昼・夜別19年同曜日比(既存店)



2023年(上半期)実績
<業態別(昼・夜)>

【昼】95.5%
ロードサイド : 107.3%
ビルイン : 99.4%
フードコート : 88.9%

【夜】87.7%
ロードサイド : 91.8%
ビルイン : 94.6%
フードコート : 80.1%

リンガーハットの価格改定について

- 価格改定日：7月5日 (2022年に原材料費、物流費、人件費等の高騰により価格を改定したが、昨今のエネルギーコストの上昇やそれらに起因する調達コストにおいて想定以上の上昇があったため)
- 主な変更内容 (平均3.0%値上げ、共通メニュー単品59品目中約70%を価格改定)
 - 長崎ちゃんぽん【標準エリア】 720円 (+30円)
【地域別エリア】 750円 (東京23区・沖縄・北海道 +10円)
 - 野菜と麺がレギュラーの半分の量となる「スモールちゃんぽん(皿うどん)」を再開。
 - 「野菜たっぷりちゃんぽん(皿うどん)」は、新たに地域別価格を設定し、標準価格は据え置き。
 - 単品の「ぎょうざ3個」「にんにく竹炭ぎょうざ3個」は160円 (▲20円)に、「ぎょうざ5個」「にんにく竹炭ぎょうざ5個」は260円 (▲20円)。

価格改定のお知らせ

2023年7月5日(水)から

平素よりリンガーハットをご利用いただき、誠にありがとうございます。

弊社は昨年、商品の価格改定を実施しましたが、昨今のエネルギーコストの上昇、さらなる原材料・人件費等の高騰が続いていることから、お心を察し再度、商品価格の改定をさせていただきます。

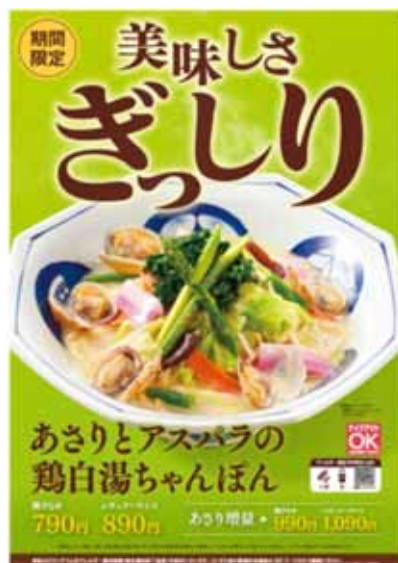
リンガーハットは今後もさらなるお心遣いを提供し、お客様に使用した商品にも感謝を届けようと考えています。大変心強いお願いではありますが、何卒、ご理解をいただきますようお願い申し上げます。

東京23区・沖縄・北海道は価格が異なります。



メニュー・商品政策

- 季節のグランドメニュー



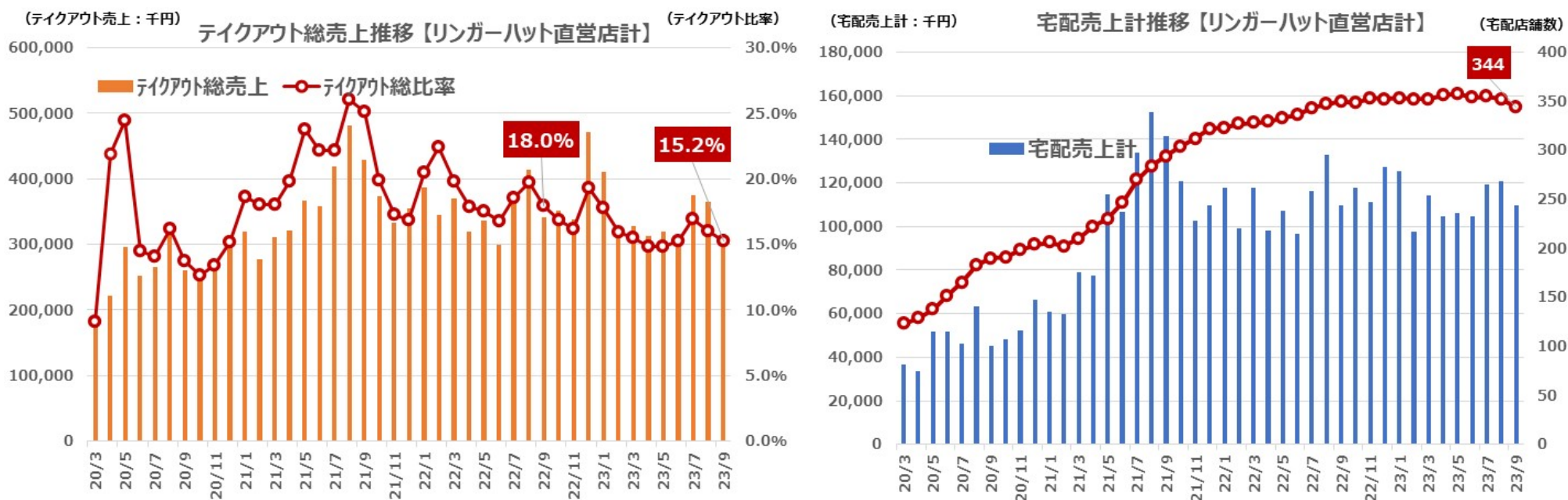
- 戦略商品・季節商品のブラッシュアップ。

- 各店舗の客層にあった商品の開発



「テイクアウト(冷凍商品)商品」の販売状況

- 9月テイクアウト比率15.2%、宅配344店舗。モバイルオーダー・ドライブスルーの活用。冷凍自動販売機は2023年9月現在、130拠点に設置(新商品販売「太麺皿うどん」「クラムチャウダーちゃんぽん」)



リンガーハットの店舗展開(新規出店・改装計画)

- 今期出店は、国内8店舗を計画。
 - 上期の新店1店、下期は7店舗を計画
(10月7日小倉朝日ヶ丘店(福岡県北九州市)
10月12日イオンモール大日店(大阪府守口市))



イオンモール大日店(2023.10.12 オープン)

- 今期改装は、16店舗を計画。

<国内直営店舗>

<新店>

59期:5店舗 ⇒ 60期: **8店舗**

<改装店舗>

59期:19店舗 ⇒ 60期: **16店舗**

※ファサード・お色直し小改装、
増席を含めた改装を順次進める。



小倉朝日ヶ丘店(2023.10.7 オープン)

浜勝事業

とんかつ事業(瀧かつ・卓袱浜勝)

単位:百万円

	2024年2月期 第2四半期	前年同期 実績	増減
売上高	3,888	3,663	+224
営業費用	3,750	3,659	+90
営業利益	137	3	+133
営業利益率	+3.5%	0.1%	+3.4%

濱かつのブランディング

● 新ブランドメッセージ

もっと、
おもてなし。



私たちは、すべてのお客さまへ「濱かつらしいおもてなし」を通して、いつもおいしく、ちょっと贅沢な時間をお届けします。

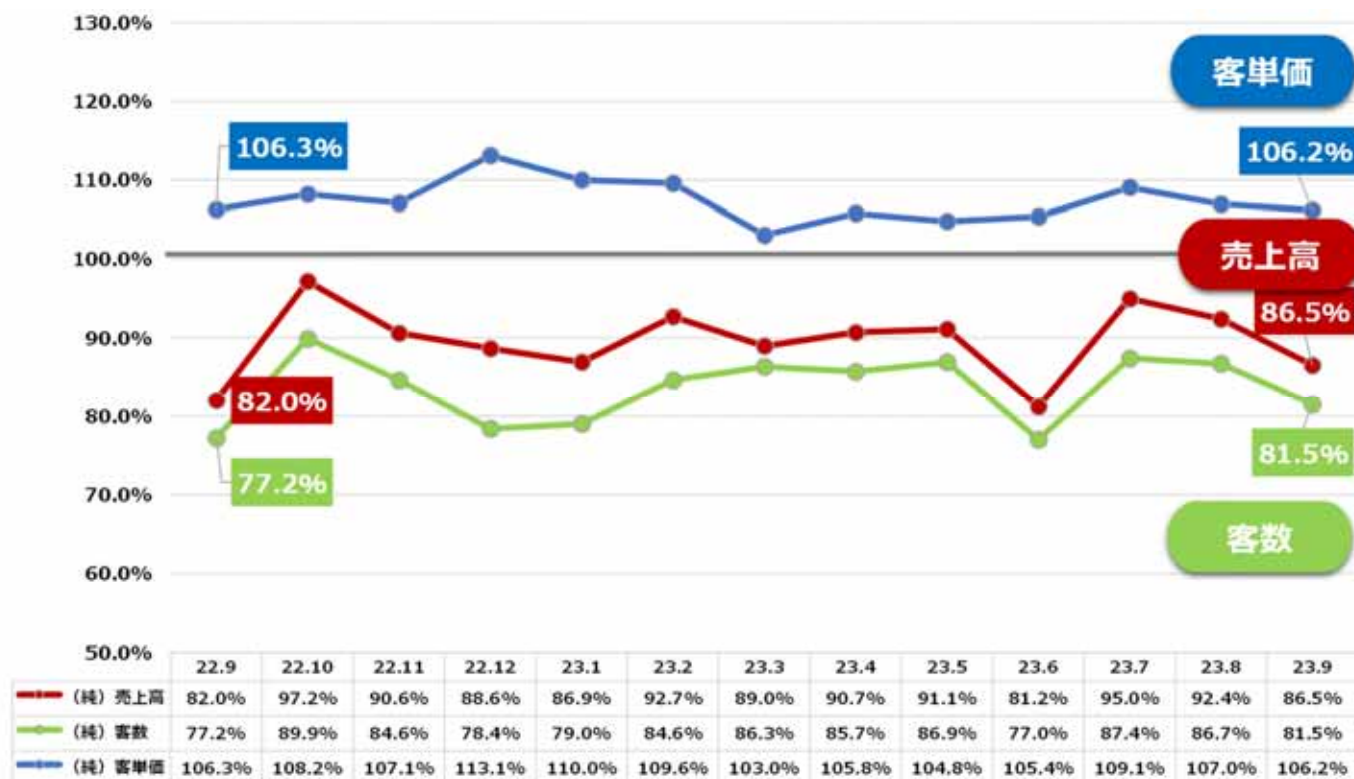
そしてお客さまの幸せと共に、私たちの幸せを、私たちの行動で実現していきます。

「もっと、おもてなし。」は 「QSC+H」

※Q:クオリティ(料理)、S:サービス(接客)、
C:クリンネス(清潔・清掃)
+H:ホスピタリティ(おもてなし)

2024年2月期 売上・客数・客単価の推移 (濱かつ直営既存店)

- 上半期既存店(2019年度比) 売上高:90.0% 客数:85.2% 客単価:105.7%
 下半期は、(2019年度比)売上高:98.5% 客数:93.1% 客単価:105.8%を目論む。

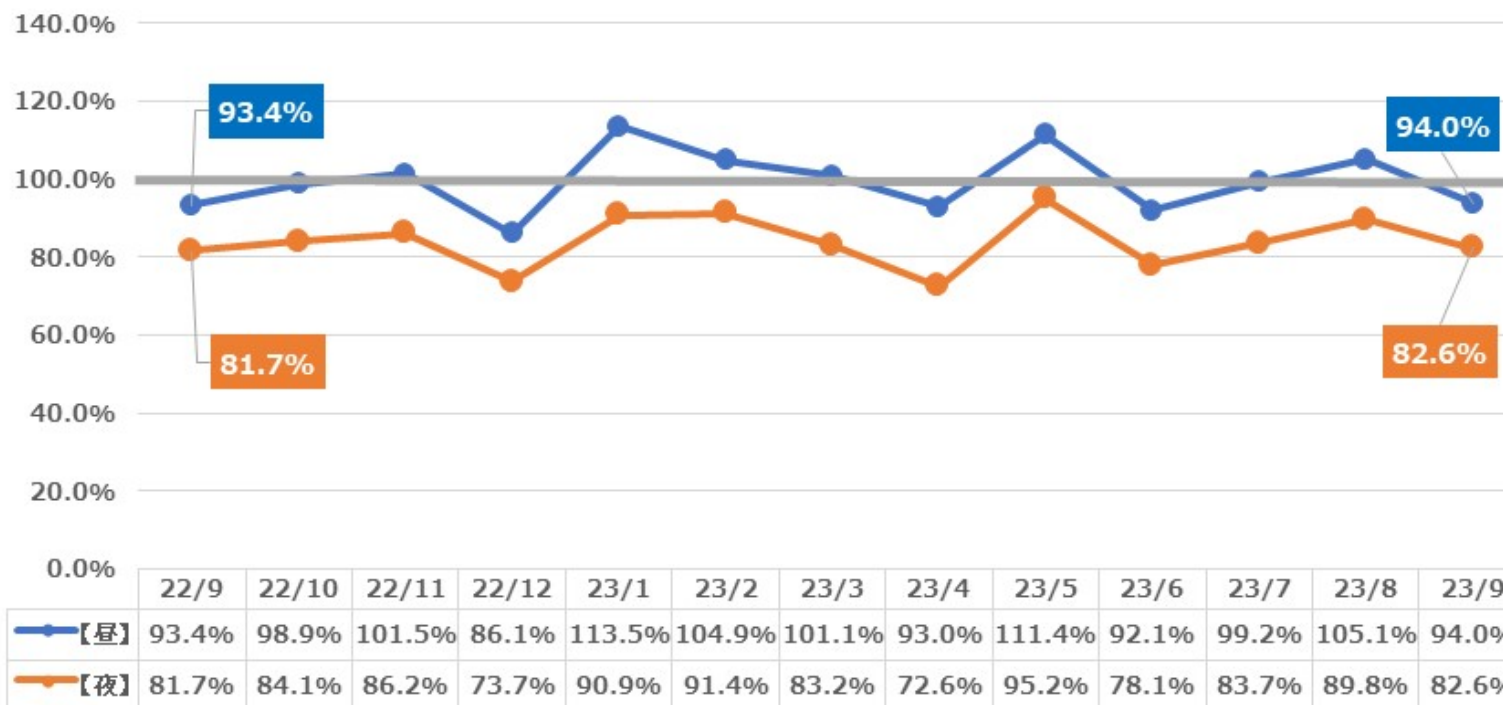


< 曜日別平均売上高 >
 【平日】
 6月:12百万円(22日)
 7月:14百万円(20日)
 8月:16百万円(20日)
 9月:13百万円(20日)
 【土曜】
 6月:22百万円(4日)
 7月:23百万円(5日)
 8月:28百万円(4日)
 9月:21百万円(4日)
 【日祝】
 6月:25百万円(4日)
 7月:26百万円(6日)
 8月:31百万円(7日)
 9月:24百万円(6日)

2024年2月期（昼・夜）売上の推移（濱かつ直営既存店）

- 上半期既存店（2019年度比） 売上高：（昼）100.2%（夜）83.5%

【売上高】昼・夜別19年同曜日比（既存店）



2023年上半期実績
＜業態別（昼・夜）＞

【昼】100.2%
 ロードサイド:100.2%
 S Cテナント:100.1%

【夜】83.5%
 ロードサイド:83.4%
 S Cテナント:85.8%

季節メニューの販売

- 季節商品の販売強化。春(重ねかつ)・夏(梅しそ巻)・秋冬(牡蠣ふらい)

重ねかつ(明太子・アスパラ)

梅しそ巻

牡蠣ふらい

春
期間限定

明太子
明太子重ねかつとヒレ御膳 1,790円(税込)
明太子重ねかつ 480円(税込)

明太子重ねかつとハンバーグ御膳 1,790円(税込)
※100円追加でアスパラをプラス

重ねかつとアスパラ巻かつ御膳 1,490円(税込)

明太子重ねかつとオランダかつ御膳 1,390円(税込)

明太子重ねかつ盛り合わせ御膳 1,590円(税込)

涼を巻く、旬の御膳。賞沢 御膳

梅しそ巻とヒレ御膳 1,980円(税込)

梅しそ巻盛り合わせ御膳 1,890円(税込)

季節のパラエチかつ御膳 1,890円(税込)

梅しそ巻とハンバーグ御膳 1,980円(税込)

期間限定 梅しそ巻

瀬戸内産 牡蠣ふらい

期間限定

牡蠣ふらいとヒレ御膳 1,890円(税込)

定番人気

季節のパラエチかつ御膳 1,790円(税込)

ボリューム満点

牡蠣ふらいと盛り合わせ御膳 1,790円(税込)

ローズもヒレも

牡蠣ふらい 350円(税込)

特製ハンバーグ 580円(税込)

あふれる肉汁、特製ハンバーグ

牡蠣ふらいとハンバーグ御膳 1,690円(税込)

牡蠣ふらい御膳 たっぷり 1,790円(税込)

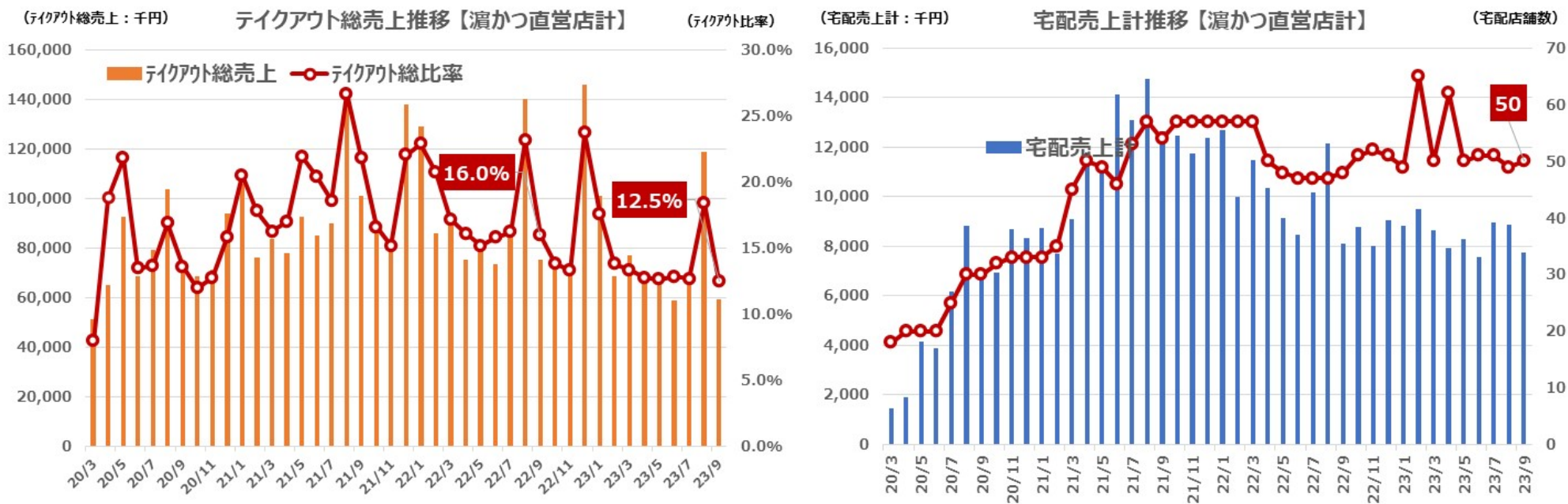
牡蠣ふらいとロース御膳 1,490円(税込)

牡蠣ふらいと国産ハーブチキン御膳 1,390円(税込)

おすすめのおすめ3選

「テイクアウト商品」の販売状況

- 9月テイクアウト比率12.5%、宅配50店舗。お弁当・お惣菜、店頭商品も充実。
- 冷凍商品（冷凍ヒレかつサンド・冷凍ロースかつサンド）を販売開始。



「もっと、おもてなし」浸透活動

- サービス・調理レベルの向上（教育・コンテスト開催）



調理・サービス教育



第2回サービスコンテスト(2023.6長崎で開催)



濱かつの店舗展開(新規出店・改装計画)

- 今期出店は、国内2店舗を計画。
 - 上期の新店1店、下期は1店舗を計画
(8月21日イオンモール福岡店(福岡県粕屋郡))
※「とんかつ濱かつ」では、5年ぶりの出店



- 今期改装は、5店舗を計画。

<国内直営店舗>

<新店>

59期:0店舗 ⇒ 60期: **2店舗**

<改装店舗>

59期:8店舗 ⇒ 60期: **5店舗**

※お色直し小改装、テーブルタブレット端末の導入を順次進める。



イオンモール福岡店(2023.8.21オープン:67席)

海外事業

海外事業の展開

東南アジア、米国で9店舗を展開



- 各国の事業状況を精査し、黒字化体質を創る。
 - － 体質改善を進め、海外事業計で黒字化し業態を確立させる。カンボジアは好調、出店検討中。
 - － 各国の商品政策の再考、人材育成(特に店長)、ハワイ新店の準備(2024.3月オープン予定)。

Data File

2024年2月期 第2四半期

- 目次
- 1-1. 既存店売上高・客数・客単価の前期比の推移
 - 1-2. 参考) 既存店売上高・客数・客単価の2019年度比の推移
 - 2. 出店形態別店の店舗数の推移(全店)
 - 3. 出店形態別店の店舗数の推移(リンガーハット)
 - 4. 出店形態別店の店舗数の推移(浜勝・卓袱浜勝)
 - 5. 設備投資の推移

1-1. 既存店売上高・客数・客単価の前期比推移

売上高

		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	累計
リガ-ハット	23年2月期	106.6	109.7	123.6	109.7	104.0	112.9	111.0	109.8	106.0	113.3	121.0	127.6	112.6
	24年2月期	112.7	116.7	111.8	109.2	109.2	108.4	109.8						111.0
濱かつ	23年2月期	103.5	103.7	123.8	113.3	112.1	118.7	102.8	103.1	99.2	99.2	103.5	123.2	108.1
	24年2月期	110.4	111.3	106.0	100.2	103.9	108.9	104.3						106.5
卓袱浜勝	23年2月期	114.4	147.1	329.0	312.1	161.3	230.6	319.1	161.8	135.1	100.7	127.7	255.2	166.8
	24年2月期	169.2	151.0	138.5	145.0	152.3	118.1	126.7						142.2
全社	23年2月期	106.0	108.5	123.9	110.6	105.6	114.3	109.5	108.5	104.7	110.1	117.1	127.0	111.8
	24年2月期	112.4	115.7	110.6	107.5	108.2	108.5	108.8						110.2

客数

		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	累計
リガ-ハット	23年2月期	101.5	106.0	119.0	105.5	102.0	112.7	108.8	108.2	97.3	102.4	114.4	124.9	108.0
	24年2月期	107.1	110.5	109.8	104.8	101.6	103.6	105.8						106.1
濱かつ	23年2月期	99.5	99.3	117.1	106.5	104.3	110.4	95.2	94.0	94.8	94.7	103.0	123.2	102.7
	24年2月期	108.4	109.0	107.4	101.0	105.9	111.9	109.0						107.7
卓袱浜勝	23年2月期	105.9	162.2	310.1	209.3	150.7	186.9	219.5	167.3	126.6	93.5	135.1	247.8	156.8
	24年2月期	156.7	115.9	114.5	116.2	118.1	102.1	110.5						118.8
全社	23年2月期	101.2	105.1	118.8	105.6	102.3	112.3	106.8	106.1	97.0	101.2	112.7	124.6	107.2
	24年2月期	107.3	110.3	109.4	104.3	102.2	104.8	106.2						106.3

客単価

		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	累計
リガ-ハット	23年2月期	105.1	103.5	103.8	104.0	102.0	100.2	102.0	101.5	108.9	110.6	105.7	102.2	104.3
	24年2月期	105.3	105.6	101.8	104.2	107.5	104.6	103.8						104.7
濱かつ	23年2月期	104.0	104.4	105.7	106.3	107.5	107.5	107.9	109.8	104.6	104.8	100.4	100.0	105.2
	24年2月期	101.8	102.0	98.7	99.2	98.1	97.3	95.7						99.0
卓袱浜勝	23年2月期	108.1	90.7	106.1	149.2	107.0	123.4	145.3	96.7	106.7	107.6	94.6	103.0	106.4
	24年2月期	108.0	130.3	120.9	124.8	128.9	115.7	114.7						119.7
全社	23年2月期	104.7	103.3	104.3	104.6	103.3	101.7	102.5	102.3	108.0	108.8	103.9	101.9	104.2
	24年2月期	104.7	104.9	101.1	103.1	105.9	103.6	102.5						103.7

1-2. 既存店売上高・客数・客単価の2019年度比推移

売上高 24年2月期・23年2月期どちらも、2019年度比で記載

		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	累計
リガ-ハット	23年2月期	75.8	79.5	86.2	79.8	84.4	81.6	82.1	94.5	92.2	97.1	94.2	96.2	86.8
	24年2月期	85.8	93.3	96.8	87.5	92.3	88.6	90.2						90.6
濱かつ	23年2月期	82.3	82.7	87.9	82.5	93.3	87.1	84.3	100.1	93.2	90.7	89.2	94.5	88.9
	24年2月期	90.9	92.0	93.1	82.7	97.0	95.0	88.3						91.4
卓袱浜勝	23年2月期	57.6	57.0	67.3	54.5	73.0	79.1	81.4	70.0	86.4	118.5	89.7	127.2	78.5
	24年2月期	97.4	86.1	93.2	79.0	111.2	93.4	103.1						93.7
全社	23年2月期	77.0	79.9	86.3	80.1	86.0	82.7	82.5	95.4	92.3	95.7	93.1	96.0	87.1
	24年2月期	86.9	93.0	95.9	86.5	93.3	90.0	89.8						90.7

客数

		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	累計
リガ-ハット	23年2月期	72.0	75.4	79.3	75.4	79.1	74.8	74.5	85.9	79.1	80.6	80.6	81.6	78.2
	24年2月期	77.3	83.6	87.2	79.2	80.3	77.5	78.8						80.5
濱かつ	23年2月期	81.1	79.6	82.4	77.3	84.9	80.2	77.1	90.1	87.2	83.4	84.6	89.9	83.1
	24年2月期	88.0	86.8	88.5	78.1	89.9	89.9	84.3						96.6
卓袱浜勝	23年2月期	56.8	60.1	69.8	59.6	75.7	75.8	78.2	71.5	79.7	90.1	72.4	86.2	72.3
	24年2月期	89.0	69.7	79.9	69.2	89.5	77.4	86.4						79.7
全社	23年2月期	73.2	75.9	79.6	75.6	79.8	75.5	74.8	86.4	80.1	81.0	81.1	82.7	78.8
	24年2月期	78.9	84.0	87.3	79.1	81.7	79.3	79.5						81.3

客単価

		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	累計
リガ-ハット	23年2月期	105.4	105.5	108.7	105.8	106.7	109.1	110.2	110.0	116.6	120.4	117.0	117.9	111.1
	24年2月期	111.0	111.7	111.0	110.4	114.9	114.3	114.4						112.5
濱かつ	23年2月期	101.5	103.9	106.7	106.7	110.0	108.6	109.3	111.2	106.9	108.7	105.4	105.1	107.0
	24年2月期	103.3	106.0	105.2	105.8	107.8	105.7	104.8						105.5
卓袱浜勝	23年2月期	101.3	94.8	96.4	91.5	96.4	104.4	104.0	97.9	108.4	131.5	123.8	147.5	108.5
	24年2月期	109.4	123.5	116.6	114.2	124.3	120.7	119.3						117.6
全社	23年2月期	105.1	105.3	108.4	106.0	107.8	109.6	110.2	110.4	115.2	118.2	114.8	116.0	110.6
	24年2月期	110.1	110.7	109.8	109.4	114.3	113.5	113.0						111.6

2. 出店形態別の店舗数の推移(全店)

出店形態別の状況 (FC店含む)

出店形態	2019.2期			2020.2期			2021.2期			2022.2期			2023.02期			2023.08期		
	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末
九州・中国・四国地区																		
ロードサイド(郊外型)		5	181		3	178		13	165		1	164		2	162		4	158
SC内フードコート等	9	3	98	8	1	105	2	15	92		4	88		4	84	1	1	84
ビルイン(都心型)	2	1	12			12		2	10	1	1	10		1	9		1	8
九州・中国・四国地区	11	9	291	8	4	295	2	30	267	1	6	262	0	7	255	1	6	250
関東・東海地区																		
ロードサイド(郊外型)		4	84			84	2	22	64			64	2	2	64		1	63
SC内フードコート等	23	6	183	11	5	189	6	26	169		3	166	1	9	158	1	3	156
ビルイン(都心型)	7	4	64	2	2	64	2	14	52			52			52		1	51
関東・東海地区	30	14	331	13	7	337	10	62	285	0	3	282	3	11	274	1	5	270
関西・中京地区																		
ロードサイド(郊外型)	1	1	23			23		3	20		1	19	2	1	20			20
SC内フードコート等	8	2	94	7	3	98	4	21	81		1	80		2	78		2	76
ビルイン(都心型)	2		8	1		9		2	7			7		2	5			5
関西・中京地区	11	3	125	8	3	130	4	26	108	0	2	106	2	5	103	0	2	101
東北・北海道地区																		
ロードサイド(郊外型)			1			1			1			1		1	0			0
SC内フードコート等	6	2	33	2		35		4	31		3	28		5	23			23
ビルイン(都心型)			0			0			0			0			0			0
東北・北海道地区	6	2	34	2	0	36	0	4	32	0	3	29	0	6	23	0	0	23
海外																		
ロードサイド(郊外型)			1			1		1	0			0			0			0
SC内フードコート等	1	2	10	3	3	10	1	3	8		3	5	1	1	5			5
ビルイン(都心型)	3		6	1	1	6		2	4			4			4			4
海外	4	2	17	4	4	17	1	6	12	0	3	9	1	1	9	0	0	9
合計																		
ロードサイド(郊外型)	1	10	290	0	3	287	2	39	250	0	2	248	4	6	246	0	5	241
SC内フードコート等	47	15	418	31	12	437	13	69	381	0	14	367	2	21	348	2	6	344
ビルイン(都心型)	14	5	90	4	3	91	2	20	73	1	1	73	0	3	70	0	2	68
合計	62	30	798	35	18	815	17	128	704	1	17	688	6	30	664	2	13	653
うち直営店舗数			576			594			497			497			497			489
うちFC店舗数			222			221			207			191			167			164

3. 出店形態別の店舗数の推移(リンガーハット)

出店形態別の状況 (FC店含む)

出店形態	2019.2期			2020.2期			2021.2期			2022.2期			2023.02期			2023.08期		
	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末
九州・中国・四国地区																		
ロードサイド(郊外型)		5	113		3	110		11	99		1	98		2	96		1	95
SC内フードコート等	6	1	81	8	1	88	2	14	76		4	72		4	68		1	67
ビルイン(都心型)	2		10			10		2	8	1	1	8		1	7		1	6
九州・中国・四国地区	8	6	204	8	4	208	2	27	183	1	6	178	0	7	171	0	3	168
関東・東海地区																		
ロードサイド(郊外型)		4	80			80	1	18	63			63	2	2	63		1	62
SC内フードコート等	18	2	172	10	4	178	6	15	169		3	166	1	7	160	1	2	159
ビルイン(都心型)	6	4	60	2	2	60	2	13	49			49			49		1	48
関東・東海地区	24	10	312	12	6	318	9	46	281	0	3	278	3	9	272	1	4	269
関西・中京地区																		
ロードサイド(郊外型)	1	1	23			23		3	20		1	19	2	1	20			20
SC内フードコート等	8	2	91		7	95	4	18	81		1	80		2	78		2	76
ビルイン(都心型)	2		8	1		9		2	7			7		2	5			5
関西・中京地区	11	3	122	8	3	127	4	23	108	0	2	106	2	5	103	0	2	101
北陸・東北・北海道地区																		
ロードサイド(郊外型)			1			1			1			1		1	0			0
SC内フードコート等	6	2	33	2		35		4	31		3	28		5	23			23
ビルイン(都心型)			0			0			0			0			0			0
北陸・東北・北海道地区	6	2	34	2	0	36	0	4	32	0	3	29	0	6	23	0	0	23
海外																		
ロードサイド(郊外型)			1			1		1	0			0			0			0
SC内フードコート等	1	2	7	3	3	7	1	2	6		3	3	1	1	3			3
ビルイン(都心型)	3		6	1	1	6		2	4			4			4			4
海外	4	2	14	4	4	14	1	5	10	0	3	7	1	1	7	0	0	7
合計	53	23	686	34	17	703	16	105	614	1	17	598	6	28	576	1	9	568
うち直営店舗数			482			500			425			425			427			422
うちFC店舗数			204			203			189			173			149			146

出店形態	2019.2期			2020.2期			2021.2期			2022.2期			2023.02期			2023.08期		
	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末
その他(リンガー食堂)	1	2	1			1	1	1	1			1			1			1

4. 出店形態別の店舗数の推移(濱かつ・卓袱浜勝)

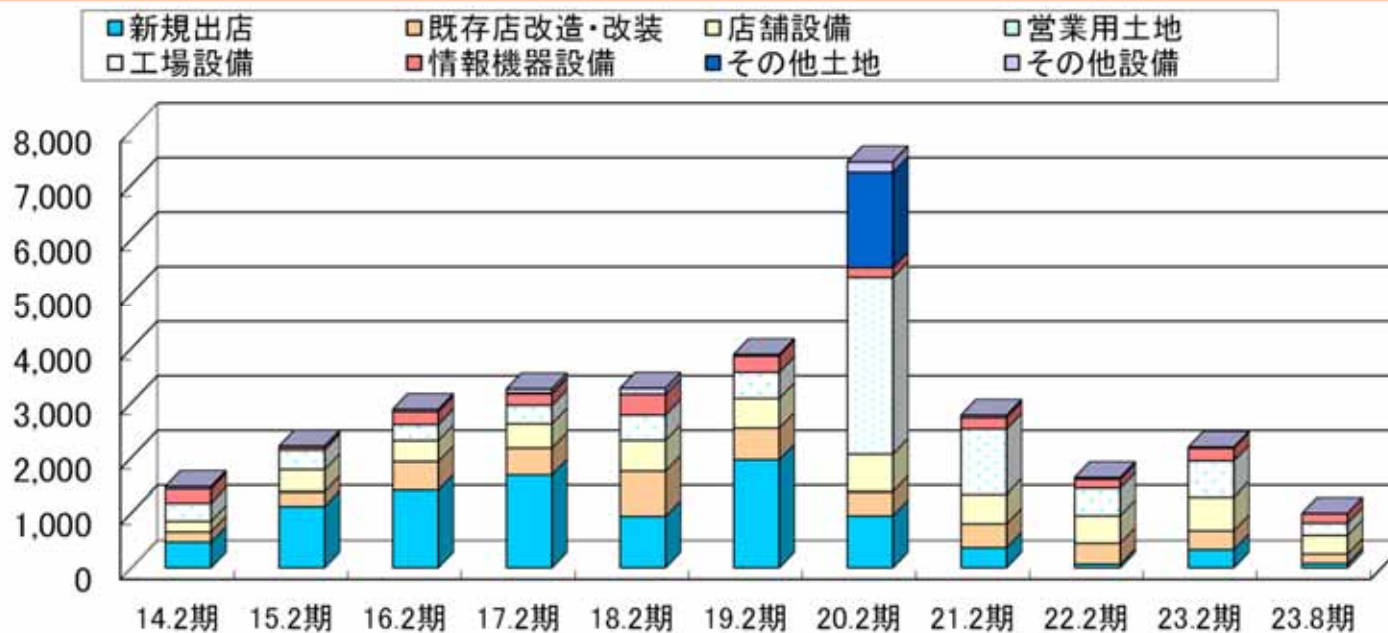
出店形態別の状況 (FC店含む)

出店形態	年度	2019.2期			2020.2期			2021.2期			2022.2期			2023.02期			2023.08期		
		増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末
九州・中国・四国地区				67			67	2		65			65			65			62
ロードサイド(郊外型)				67			67	2		65			65			65			62
SC内フードコート等		2	1	17			17	1		16			16			16	1		17
ビルイン(都心型)			1	2			2	0		2			2			2			2
関東・東海地区		2	2	86	0	0	86	0	3	83	0	0	83	0	0	83	1	3	81
ロードサイド(郊外型)				4			4	4		0			0			0			0
SC内フードコート等			3	6		1	5		5	0			0			0			0
ビルイン(都心型)				2			2		1	1			1		1	0			0
関西・中京地区		0	3	12	0	1	11	0	10	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0
ロードサイド(郊外型)				0			0			0			0			0			0
SC内フードコート等				3			3		3	0			0			0			0
ビルイン(都心型)				0			0		0	0			0			0			0
北陸・東北・北海道地区		0	0	3	0	0	3	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ロードサイド(郊外型)				0			0			0			0			0			0
SC内フードコート等				0			0			0			0			0			0
ビルイン(都心型)				0			0			0			0			0			0
海外		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ロードサイド(郊外型)				0			0			0			0			0			0
SC内フードコート等				1			1			1			1			1			1
ビルイン(都心型)				0			0			0			0			0			0
合計		0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
ロードサイド(郊外型)		0	0	71	0	0	71	0	6	65	0	0	65	0	0	65	0	3	62
SC内フードコート等		2	4	27	0	1	26	0	9	17	0	0	17	0	0	17	1	0	18
ビルイン(都心型)		0	1	4	0	0	4	0	1	3	0	0	3	0	1	2	0	0	2
うち直営店舗数		2	5	102	0	1	101	0	16	85	0	0	85	0	1	84	1	3	82
うちFC店舗数				84			83			68			68			67			65
				18			18			17			17			17			17

とんかつ大学へ業態変更

出店形態	年度	2019.2期			2020.2期			2021.2期			2022.2期			2023.02期			2023.08期		
		増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末
その他(卓袱浜勝、六角浜かつ)		6		9	1		10		6	4			4	1	2	3			2

5. 設備投資の推移



単位: 百万円

区分	14.2期	15.2期	16.2期	17.2期	18.2期	19.2期	20.2期	21.2期	22.2期	23.2期	23.8期
新規出店	468	1,115	1,407	1,683	936	1,960	945	365	64	330	77
既存店改造・改装	185	267	519	490	817	579	436	436	383	343	174
店舗設備	195	400	382	444	560	543	682	535	500	612	340
営業用土地	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
工場設備	329	356	294	340	465	478	3,239	1,188	495	655	222
情報機器設備	254	56	235	209	379	300	182	207	161	231	176
その他土地	0	0	0	16	0	1	1,746	0	0	0	0
その他設備	42	14	42	73	111	27	189	43	30	19	1
設備投資計	1,472	2,208	2,880	3,256	3,268	3,887	7,419	2,774	1,634	2,190	991
減価償却費	1,216	1,246	1,339	1,448	1,521	1,634	1,932	2,064	1,823	1,865	941



本資料に掲載されている業績の見通し等将来に関する情報は、現在入手可能な情報に基づいて当社経営陣が合理的と判断したものです。実際の業績は市場動向、経済情勢など様々な要因の変化により大きく異なる可能性がありますことをご承知おきください。

本資料に関する問い合わせは下記にお願いいたします。

TEL 03-5745-8611 管理部 IR担当