

---

# 2024年2月期 決算説明資料

---

株式会社リンガーハット  
(証券コード: 8200)

# 目次

## ● 2024年2月期 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		

## ● 2025年2月期 計画

P13～14	2025年2月期 第2四半期累計期間・通期予想	P16	2025年2月期 出店計画
P15	計画の前提となる既存店(2019年度比)		

## ● 2025年2月期(第61期)リンガーハットグループの戦略

P19	第61期経営方針	P35～42	リンガーハット事業
P20～33	トピックス	P43～48	浜勝事業
P34	2年後のありたい姿	P49～51	海外事業

## ● Data File

P53～54	純既存店売上高・客数・客単価の前期(参考:2019年度)比推移	P58	設備投資の推移
P55～57	出店形態別の店舗数の推移		

---

# 2024年2月期 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 +6.6%の 40,209百万円。
- 営業利益は1,004百万円、経常利益は1,115百万円、当期純利益は752百万円(受取補償金152百万円を営業外収益計上した)。

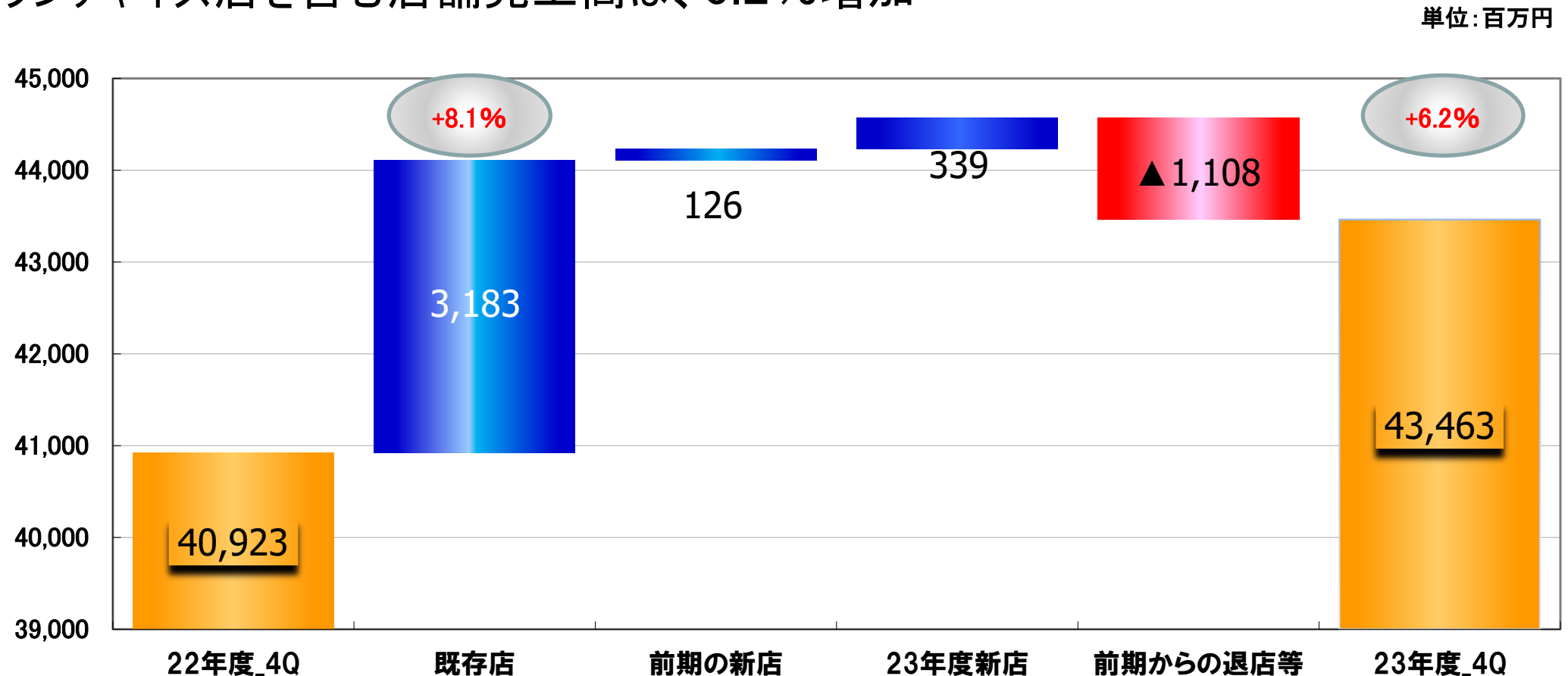
勘定科目	'22/03~'23/02		'23/03~'24/02		'23/03~'24/02		単位:百万円		
	前期	構成比	計画	構成比	実績	構成比	前期比	計画差	計画比
総売上高	43,556		46,900		46,111		105.9%	△ 788	98.3%
売上高	37,734	100.0%	41,000	100.0%	40,209	100.0%	106.6%	△ 790	98.1%
売上原価	13,249	35.1%	13,666	33.3%	13,404	33.3%	101.2%	△ 261	98.1%
売上総利益	24,484	64.9%	27,334	66.7%	26,805	66.7%	109.5%	△ 528	98.1%
販売費及び一般管理費	24,777	65.7%	26,234	64.0%	25,800	64.2%	104.1%	△ 433	98.3%
人件費	12,115	32.1%	13,078	31.9%	12,880	32.0%	106.3%	△ 197	98.5%
販売費	1,238	3.3%	1,167	2.8%	1,169	2.9%	94.4%	2	100.2%
活動費	5,475	14.5%	5,843	14.3%	5,747	14.3%	105.0%	△ 95	98.4%
固定費	5,946	15.8%	6,146	15.0%	6,003	14.9%	101.0%	△ 142	97.7%
営業利益	△ 292	---	1,100	2.7%	1,004	2.5%	---	△ 95	91.4%
営業外収益	820	2.2%	29	0.1%	328	0.8%	40.0%	299	1,132.3%
営業外費用	264	0.7%	229	0.6%	217	0.5%	82.4%	△ 11	95.1%
経常利益	263	0.7%	900	2.2%	1,115	2.8%	423.0%	215	124.0%
特別利益	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	---	0	---
特別損失	359	1.0%	200	0.5%	191	0.5%	53.1%	△ 8	95.5%
税引前利益	△ 95	---	700	1.7%	924	2.3%	---	224	132.1%
法人税等	307	0.8%	300	0.7%	172	0.4%	56.2%	△ 127	57.6%
当期純利益	△ 403	---	400	1.0%	752	1.9%	---	352	188.0%

# 2024年2月期 決算概要

- 売上高 40,209百万円（前期比 +2,475百万円、計画比 ▲790百万円）
  - 既存店売上高前期比は108.1%(2019年度比:94.4%)。客数:105.0%(82.8%)、客単価:103.0%(114.0%)。
- 売上原価 原価率は33.3%（売上構成前期比 ▲1.8%、売上構成計画比 +0.0%）
  - 前期比 +154百万円、計画比 ▲261百万円
- 人件費 前期比 +764百万円、計画比 ▲197百万円（人件費率32.0% 前期比 ▲0.1%）
- 販売費 前期比 ▲69百万円、計画比 +2百万円（販売費率 2.9% 前期比 ▲0.4%）
- 活動費 前期比 +271百万円、計画比 ▲95百万円（活動費率14.3% 前期比 ▲0.2%）
- 固定費 前期比 +57百万円、計画比 ▲142百万円（固定費率14.9% 前期比 ▲0.8%）
- 営業利益 1,004百万円（前期比 +1,297百万円、計画比 ▲95百万円）
- 経常利益 1,115百万円（前期比 +851百万円、計画比 +215百万円）
- 純利益 752百万円（前期比 +1,155百万円、計画比 +352百万円）

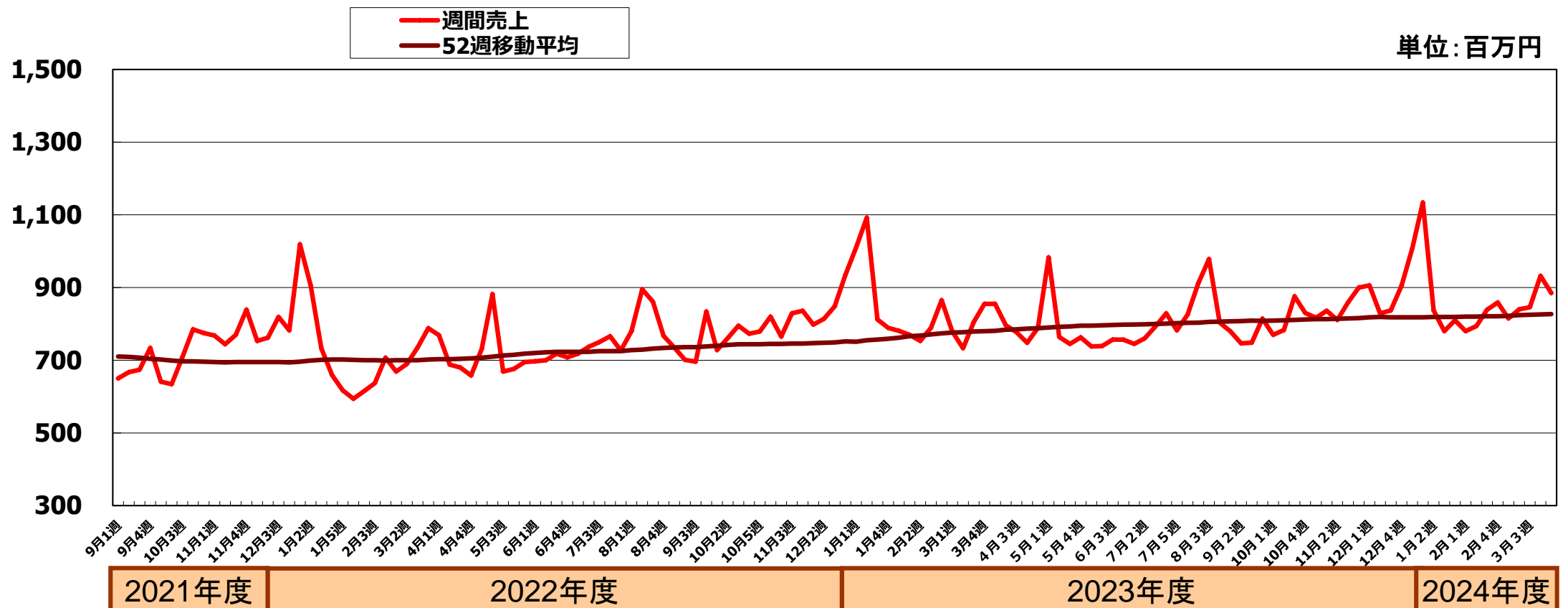
# グループ店舗売上高分析...前期比

- 既存店は増収、前期比 +8.1%
- フランチャイズ店を含む店舗売上高は、6.2%増加



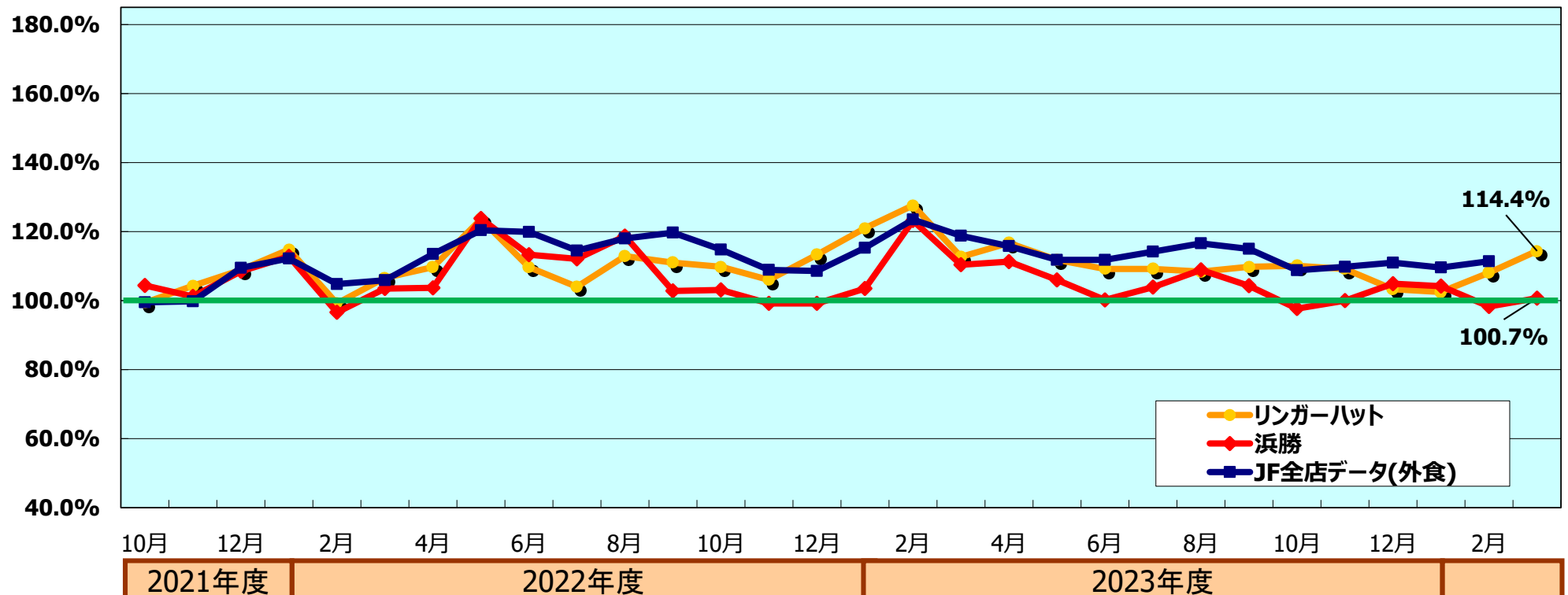
# 売上高傾向・・・グループ全店舗売上高の推移

- 2023年5月に新型コロナウイルス感染症は5類へ移行し、個人消費水準の回復傾向が見られたことにより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 リンガーハット **109.0%**、濱かつ **104.3%**
  - 客数はリンガーハット 104.9%、濱かつ 105.4%、客単価はリンガーハット 103.9%、浜勝 98.9%
  - QSC(クオリティ、サービス、クレンリネス)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。

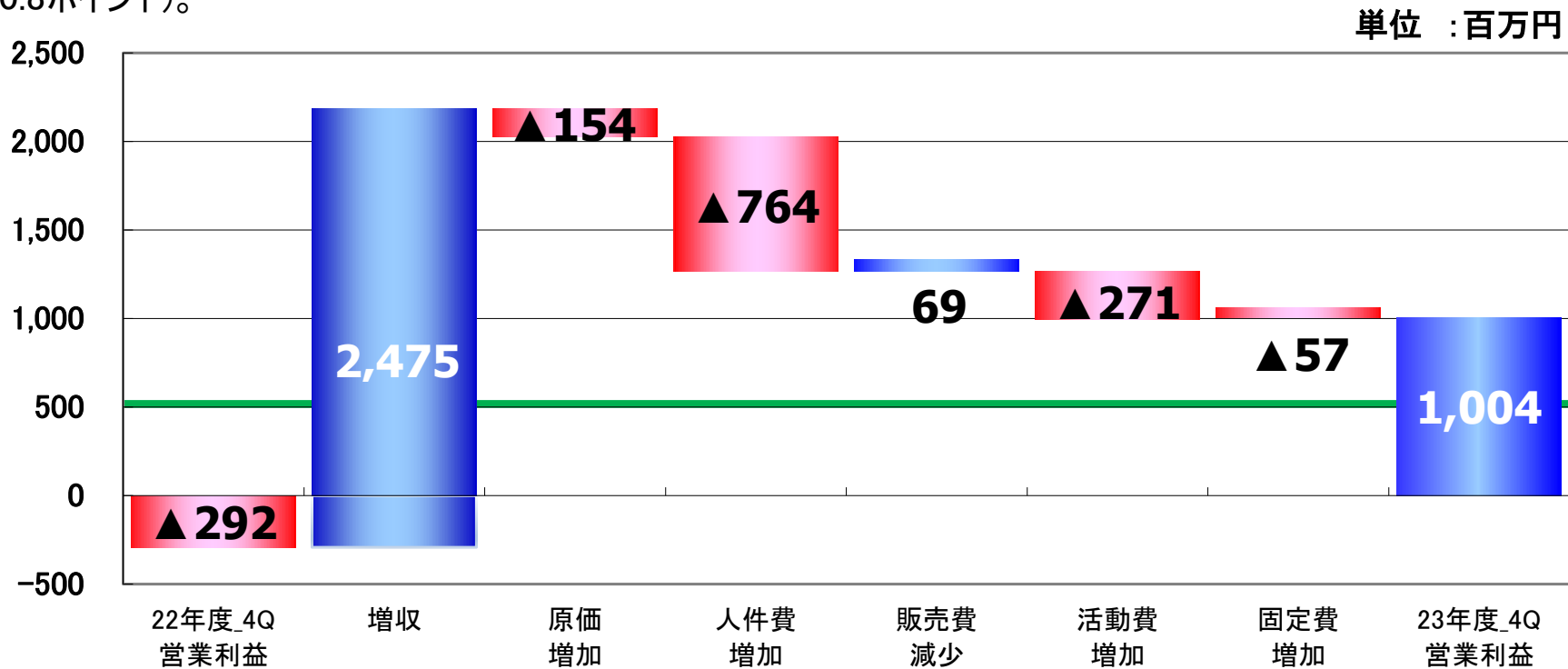


外食データ出所: 日本フードサービス協会: JFデータ(外食)は全店比較



# 経費分析・・・前年同期比

- 営業利益は前期比 1,297百万円増加した。
- 原価率は、前期比▲1.8ポイントの33.3%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▲0.6ポイント。運賃比率は前期比▲0.2ポイント)。
- 販管費計は 1,023百万円増加したが、販管費率は64.2%(前期比▲1.5ポイント)となった。  
 人件費率は32.0%(前期比▲0.1ポイント)、活動費率は14.3%(前期比▲0.2ポイント)、固定費率は賃借料減額等により14.9%(前期比▲0.8ポイント)。



# 特別損益の内容

- 店舗改装・退店・減損等により、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	135	店舗設備
固定資産除却損	48	改装時設備入替、退店店舗等
店舗閉鎖損失	3	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	1,365	2,894	1,529
投資キャッシュ・フロー	△2,076	△1,951	124
フリーキャッシュ・フロー	△710	943	1,654
財務キャッシュ・フロー	△4,832	△1,073	3,758
現金及び現金同等物に係る換算差額	19	0	△19
現金及び現金同等物の増加・減少(△)額	△5,523	△129	5,393
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	2,373	2,243	△129

# 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 **781**百万円(前期比 **+1,188**百万円)  
とんかつ事業は、 営業利益 **320**百万円(前期比 **+244**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 通期	前年同期 実績	増減
売上高	32,366	30,142	+2,223
営業費用	31,584	30,549	+1,033
営業利益	781	△406	+1,188
営業利益率	+2.4%	-	-

とんかつ事業  
(濱かつ・卓袱浜勝)

単位:百万円

	2024年2月期 通期	前年同期 実績	増減
売上高	7,696	7,447	+249
営業費用	7,375	7,370	+4
営業利益	320	76	+244
営業利益率	+4.2%	+1.0%	+3.1%

---

# 2025年2月期 計画

---

# 2025年2月期 第2四半期累計期間予想

- 消費者の購買活動はコロナ禍以前の状態に戻っているが、原材料費・物流費の高騰や継続的な採用難など事業を取り巻く環境は依然として厳しい状況が続くものと予想。業績予想について、既存店売上高は3月の価格改定を加味し前期比の水準に対して、長崎ちゃんぽん事業が105%、とんかつ事業が102%という前提で設定した。

単位：百万円

	2024年2月期 第2四半期累計	構成比	2025年2月期 第2四半期累計	構成比	前期差	前期比
総売上高	22,496	—	24,000	—	1,503	106.7%
売上高	19,631	100.0%	21,000	100.0%	1,369	107.0%
営業利益	125	—	500	2.1%	374	397.8%
経常利益	144	0.7%	370	1.8%	226	256.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	△36	—	200	1.0%	236	—

# 2025年2月期 通期予想

単位:百万円

	2024年2月期 通期実績	構成比	2025年2月期 通期計画	構成比	前期差	前期比
総売上高	46,111	—	49,500	—	3,389	107.3%
売上高	40,209	100.0%	43,000	100.0%	2,790	106.9%
営業利益	1,004	—	1,500	3.0%	495	149.3%
経常利益	1,115	2.8%	1,300	3.0%	184	116.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	752	—	800	1.9%	48	106.4%

# 計画の前提となる既存店(前期比)

## 2025年2月期

(前期比) 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	106.7%	102.8%	104.7%	98.1%	94.9%	96.5%	108.8%	108.3%	108.5%
濱かつ	102.1%	101.8%	102.0%	98.4%	98.2%	98.3%	103.7%	103.7%	103.7%
全店	105.7%	102.6%	104.2%	98.1%	95.4%	96.7%	107.8%	107.6%	107.7%

## 参考)2024年2月期

(前期比) 実績	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	111.3%	106.9%	109.0%	106.1%	103.7%	104.9%	104.8%	103.1%	103.9%
濱かつ	106.9%	101.7%	104.3%	107.5%	103.4%	105.4%	99.4%	98.3%	98.9%
全店	110.4%	105.9%	108.1%	106.3%	103.7%	105.0%	103.9%	102.2%	103.0%



# 2025年2月期 出店計画

(単位: 店舗)

	区分	前期実績	上半期	下半期	通期
リンガーハット	直営	7	6	4	10
	FC	1	0	0	0
	海外	0	1	0	1
	小計	8	7	4	11
濱かつ	直営	2	3	0	3
	FC	0	0	0	0
	海外	0	1	0	1
	小計	2	4	0	4
計	直営	9	9	4	13
	FC	1	0	0	0
	海外	0	2	0	2
	小計	10	11	4	15

- 今期は15店舗(上半期11店、下半期4店)を計画。3月度は4店舗をオープンした。

---

# 2025年2月期(第61期) リンガーハットグループの戦略

---

# 第61期経営方針

---

## ＜今期スローガン＞

- 全員参加で、成長へのアクセルを踏み込もう

## ＜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
- ダイバーシティを推進しよう

# 更なる成長に向けて①

## ● 営業面について

詳細は、事業毎報告時に別途説明

- 価格改定：2024年3月1日（原材料費・物流費・人件費の高騰）。
- ブランド力の強化（ブランディング：SNSの活用、Z世代向け企画、定点調査）。
- 濱かつ惣菜店のチャレンジ・展開
- 損益分岐点を下げる活動を継続し利益向上を目論む。
  - －生産性の向上（厨房自動化・業務の効率化）・人財育成
- 冷凍自販機の1台当たりの売上アップ。
- 外販事業BtoBの拡大。
- 海外事業の黒字化。

## 更なる成長に向けて②

### ● 経費面について

- DX推進による業務効率化（ペーパーレス推進）。
  - －トレーサビリティ管理システムの確立・シフト作成アプリの展開・進化
- 工場の生産ライン自動化を推進し、品質アップと原価低減を図る。
- ダイバーシティ推進（グループの結束）。
  - － フィロソフィセミナー、みらい座談会、エルダー研修
- サステナビリティ推進（ESG経営、SDGSとCO2削減活動）。
- 働きやすい職場づくり（育孫休暇、ハラスメント・人事考課者教育、永年勤続表彰）。
- 株主様限定企画（株主倶楽部食育教室）。

# 【トピックス①】全員参加経営の深化（月例会と提案制度を活用）

- （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（2023年度「提案」件数：1,924件：前年比130%）

## 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

月例会フィードバックシート		提出日2023年12月2日
参加部門	職員	
作成目的	① フィードバック結果を、対象者に、知る共有・気づきを促す。（モチベーションアップ） ② アメーノ経営上の必須事項が盛り込まれているかどうかを確認する。（提案参加型の確認）	
1. 評価	評価	
① 参加者	参加者	
② 参加者	参加者	
③ 参加者	参加者	
④ 参加者	参加者	
⑤ 参加者	参加者	
⑥ 参加者	参加者	
⑦ 参加者	参加者	
⑧ 参加者	参加者	
⑨ 参加者	参加者	
⑩ 参加者	参加者	
⑪ 参加者	参加者	
⑫ 参加者	参加者	
⑬ 参加者	参加者	
⑭ 参加者	参加者	
⑮ 参加者	参加者	
⑯ 参加者	参加者	
⑰ 参加者	参加者	
⑱ 参加者	参加者	
⑲ 参加者	参加者	
⑳ 参加者	参加者	
㉑ 参加者	参加者	
㉒ 参加者	参加者	
㉓ 参加者	参加者	
㉔ 参加者	参加者	
㉕ 参加者	参加者	
㉖ 参加者	参加者	
㉗ 参加者	参加者	
㉘ 参加者	参加者	
㉙ 参加者	参加者	
㉚ 参加者	参加者	
㉛ 参加者	参加者	
㉜ 参加者	参加者	
㉝ 参加者	参加者	
㉞ 参加者	参加者	
㉟ 参加者	参加者	
㊱ 参加者	参加者	
㊲ 参加者	参加者	
㊳ 参加者	参加者	
㊴ 参加者	参加者	
㊵ 参加者	参加者	
㊶ 参加者	参加者	
㊷ 参加者	参加者	
㊸ 参加者	参加者	
㊹ 参加者	参加者	
㊺ 参加者	参加者	
㊻ 参加者	参加者	
㊼ 参加者	参加者	
㊽ 参加者	参加者	
㊾ 参加者	参加者	
㊿ 参加者	参加者	

# 【トピックス②-1】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。
  - 女性店長・育児休暇取得者増加、離職率減。



	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	24% (12名)	500名	30% (150名)	20名	30名	100名	15名	10名	5%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	90名	4名	5名	10%以内
現状 2024年3月 現在	1名	0名	57名	10.7% (6名)	455名	18.9% (86名)	9名	8名	74名	3名	2名	9.4%
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②-2】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。
  - 企業理念の共有(フィロソフィセミナー)
  - 全社員の繋がり強化(ダイバーシティ推進みらい座談会)  
2023年度:33回、434名参加(参加率95%)
  - 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)  
2023年度:14名参加
    - 選べる働き方構築と制度整備
  - 外国人採用・教育の強化 ※特定技能1号・外国人店長の育成  
2023年度:店舗採用:26名(インドネシア)、外国人店長1名昇格
    - 外国人正社員に対応した制度の構築



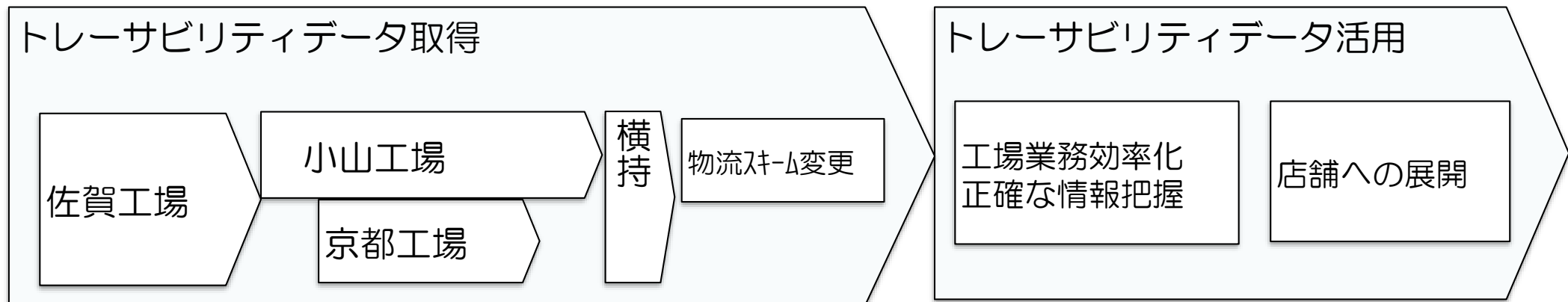


## 【トピックス③-1】DX推進(トレーサビリティ管理)

- 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)。

### ①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)

- 2022年下期から導入を開始し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2024年問題に対応するため、外部倉庫を含めたトレーサビリティシステムを開発中(2024年下期稼働予定)。



# 【トピックス③-2】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。

## ②AI売上予測システムの活用と定着

AI売上予測をベースに時間帯別予測へ展開。

### 1) 自動発注システム

- 効率的な使用方法の啓蒙
- 口スの管理、理論在庫の精度向上

### 2) ワークスケジュール(シフト作成)アプリ

- 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。
- 作業時間短縮と労務違反の撲滅
- シフトの自動割当機能を開発中: 2024年下期稼働予定



# 【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、2,900百万円を目論む(前期2,369百万円 前期比122%)。
  - ECサイトの深化(見え方・使い勝手の工夫)させ、売上を拡大する。
  - 戦略的なパートナーシップを推進し、量販店への販売を拡大する。
  - お客様のニーズに合った商品の開発、販売する(夏向け商品:冷やし・ピリカラちゃんぽん)。
  - コラボ企画のスポット採用から定番化への取組みを継続する(BtoB)。
  - “メイドイン長崎”にこだわる! 安全・安心・高品質を謳う。



## 【トピックス⑤-1】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)

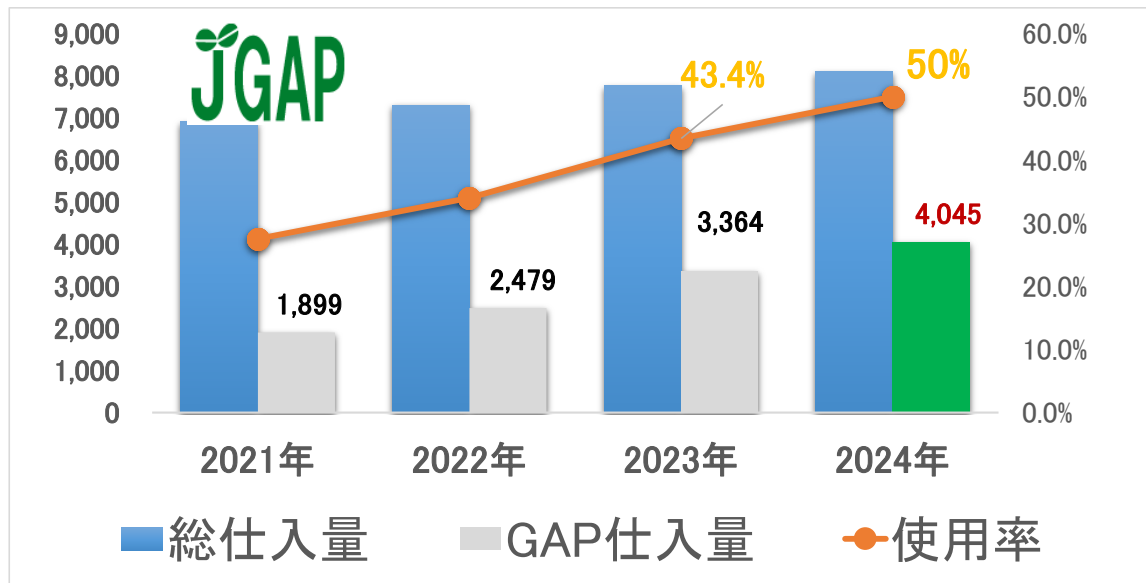
- 社内キャンペーンを実施し理解度アップと意識向上をはかる。

※SDGs推進の動画を作成し配信（計13回実施）



# 【トピックス⑤-2】サステナビリティ推進（キャベツGAP認証産地）

## GAP認証取得産地の達成状況



GAP産地からのキャベツ仕入れ率	2021年	2022年	2023年	2024年
キャベツ総仕入れ量(トン)	6,901	7,291	7,759	8,090
GAP産地からのキャベツ仕入れ量(トン)	1,899	2,479	3,364	4,045
GAP産地からの仕入れ率	27.5%	34.0%	43.4%	50.0%

GAP産地率	2021年	2022年	2023年	2024年
総産地数	80産地	77産地	70産地	67産地
取得産地	14産地	21産地	28産地	34産地
取得産地率	17.5%	27.2%	40%	50.7%

### ＜安定供給・品質向上＞

- ・2022年度は新規7産地のGAP認証取得。
- ・2023年度は新規7産地の認証取得見込み（70産地中28産地取得）。
- ・2024年度：GAP認証キャベツ仕入れ率：50.0%以上を目指す。

# 【トピックス⑤-3】サステナビリティ推進 (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年よりオンラインと対面(店舗)の両方で開催中

2024年3月現在 215回開催(累計参加者:1,820名)



～「リンガーハットグループの食育教室」～

・参加条件: 小学校低学年

・応募方法: ホームページの専用フォームより応募。

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

# 【トピックス⑤-3】サステナビリティ推進 (SDGs: 食育活動)

## ● 第1回株主様限定食育教室を開催。

- 3月23日(土)【長崎県】リンガーハット長崎大橋店(参加者:11名)
- 長崎ちゃんぽん作り体験 今期は年3回開催予定



第2回 5月11日(土) 【福岡県】リンガーハット福岡橋本店  
第3回 12月21日(土) 【大阪府】リンガーハット豊中利倉店

## 【トピックス⑤-4】サステナビリティ推進(米濱・リンガーハット財団)

- 米濱・リンガーハット財団:2015年設立。 <https://yonehama-rh-found.or.jp/>
  - 奨学生(長崎・鳥取県出身の学生に奨学金を無償給付)  
2023年度29名、2024年度奨学生10~20名程度募集予定
  - スポーツ支援:少年サッカー大会主催(鳥取・長崎)  
【米濱・リンガーハットカップ】2023年度第3回(鳥取)/第15回(長崎)を主催





# 【トピックス⑤-5】サステナビリティ推進(ESG・サプライチェーン排出量算定)

- ESGプロジェクト始動。
  - BCPの更新・ガバナンス研修
- サプライチェーン排出量算定プロジェクト始動。
  - サプライチェーン排出量( Scope1排出量 + Scope2排出量 + Scope3排出量)の算定を進める



○の数字はScope3のカテゴリ

データ出所：環境省

## 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
- 社員年俸 業界No1
- 経営効率 経常利益率10%以上



# リンガーハット事業

ちゃんぽん事業  
(リンガーハット)

単位:百万円

	2024年2月期 通期	前年同期 実績	増減
売上高	32,366	30,142	+2,223
営業費用	31,584	30,549	+1,033
営業利益	781	△406	+1,188
営業利益率	+2.4%	-	-

# 2024年度重点実施事項(営業事業本部)

- ブランド力の強化。
  - 3月価格改定・QSCの更なる強化(野菜炒め・盛り付け)
  - 素材・既存商品のブラッシュアップ・夏商品の開発
  - 惣菜店舗の開発
- マーケティング4Pに基づき、MP(=予算)売上を確保する。
  - 客数を上げる対策(前年比100%以上)
  - モデル時間管理、顧客調査
- 観察と行動を実践し、ご指摘件数を前年より半減させる。
- 従業員満足度 90P以上。
  - 設備機器不具合・人員不足解消

# 価格改定について(リンガーハット・濱かつ)

## ● 価格改定日: 2024年3月1日

昨今のエネルギーコストの継続的な上昇や、原材料・人件費・物流費のさらなる高騰を鑑み、やむを得ず商品価格の改定をさせていただくことといたしました。

## ● 主な変更内容 (リンガーハット平均8%、濱かつ平均4%値上げ)

### ➤ 長崎ちゃんぽん

【標準エリア】 780円 (+60円)

【地域別エリア】 800円 (東京23区・沖縄・北海道ほか +50円)

➤ ちゃんぽんスープのバリエーションを増やした(みそ・しょうゆ・鶏白湯) (※1)

➤ 麺を焼いていない「やわらか太めん皿うどん」販売開始 (※1)

➤ (濱かつ) ロースかつ御膳 1,780円 (+130円)

➤ (濱かつ) 「日替わりランチ」を導入、「貝汁・とろろ」は▲20円



(※1) 店舗限定商品

# 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

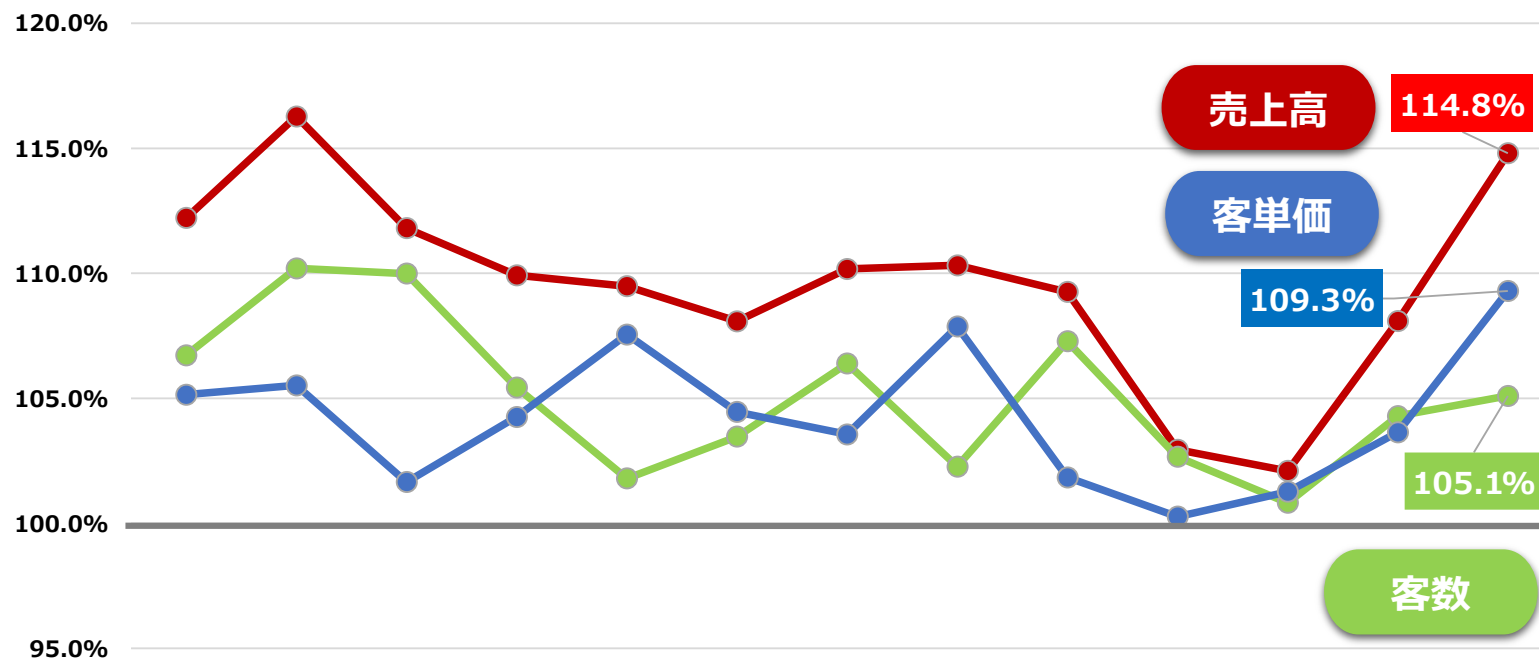
「国産野菜を五感で楽しめる、みんなに美味しい日常食」



- 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)

- 既存店(前期比) 売上高:109.0% 客数:105.0% 客単価:103.8%
- 2024年度は、(前期比)売上高:104.7% 客数:96.5% 客単価:108.5%を目論む。

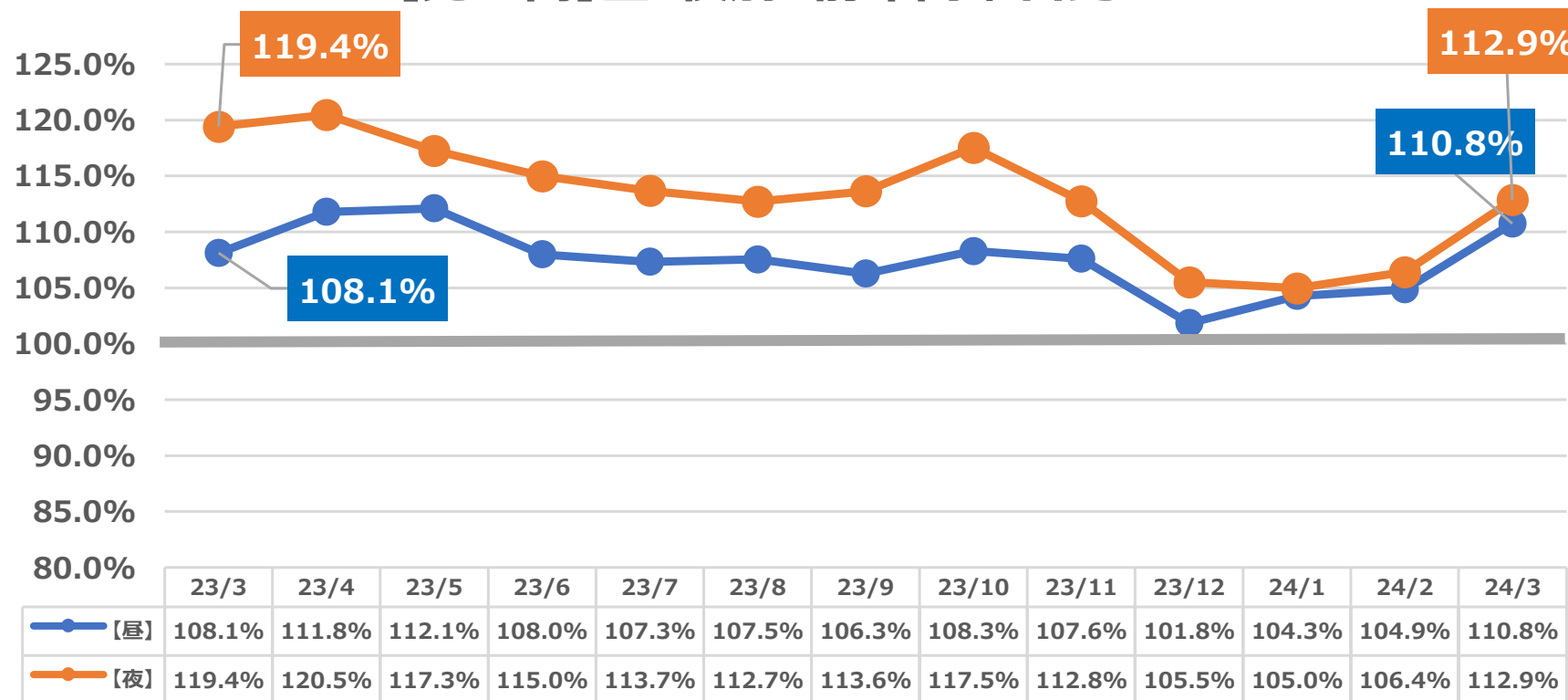


	23.3	23.4	23.5	23.6	23.7	23.8	23.9	23.10	23.11	23.12	24.1	24.2	24.3
● (純) 売上高	112.2%	116.3%	111.8%	109.9%	109.5%	108.1%	110.2%	110.3%	109.3%	102.9%	102.1%	108.1%	114.8%
● (純) 客数	106.7%	110.2%	110.0%	105.4%	101.8%	103.5%	106.4%	102.3%	107.3%	102.7%	100.8%	104.3%	105.1%
● (純) 客単価	105.1%	105.5%	101.7%	104.3%	107.6%	104.5%	103.6%	107.9%	101.8%	100.3%	101.3%	103.6%	109.3%

# 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)

- 既存店(前期比) 売上高:(昼)107.1% (夜)113.0%

【売上高】昼・夜別 前年同曜日比



2024年3月実績  
 <業態別(昼・夜)>

【昼】112.9%  
 ロードサイド : 109.8%  
 ビルイン : 111.3%  
 フードコート : 111.0%

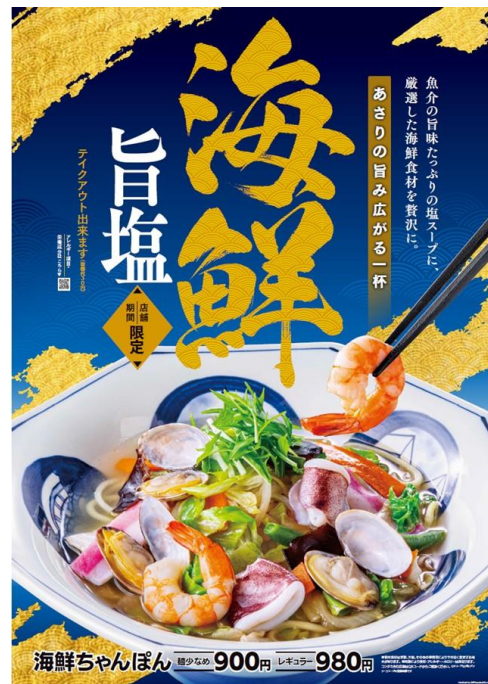
【夜】110.8%  
 ロードサイド : 112.2%  
 ビルイン : 116.8%  
 フードコート : 110.8%



# 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



# 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10店舗を計画。

- 上期6店舗、下期4店舗を計画

(3月13日博多デイトスアネックス店(福岡県福岡市)

3月15日イオンモールりんくう泉南店(大阪府泉南市))

- 今期改装は、15店舗を計画。

<国内直営店舗>

<新店>

60期: 7店舗 ⇒ 61期: **8店舗**

<改装店舗>

60期: 11店舗 ⇒ 61期: **15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。

※その他、テーブルタブレット・デジタルサイネージ設置も進める。



イオンモールりんくう泉南店(2024.3.15 オープン)



博多デイトスアネックス店(2023.3.13 オープン)



# 浜勝事業

とんかつ事業  
(濱かつ・卓袱浜勝)

単位:百万円

	2024年2月期 通期	前年同期 実績	増減
売上高	7,696	7,447	+249
営業費用	7,375	7,370	+4
営業利益	320	76	+244
営業利益率	+4.2%	+1.0%	+3.1%

# 濱かつのブランディング

## ● 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。

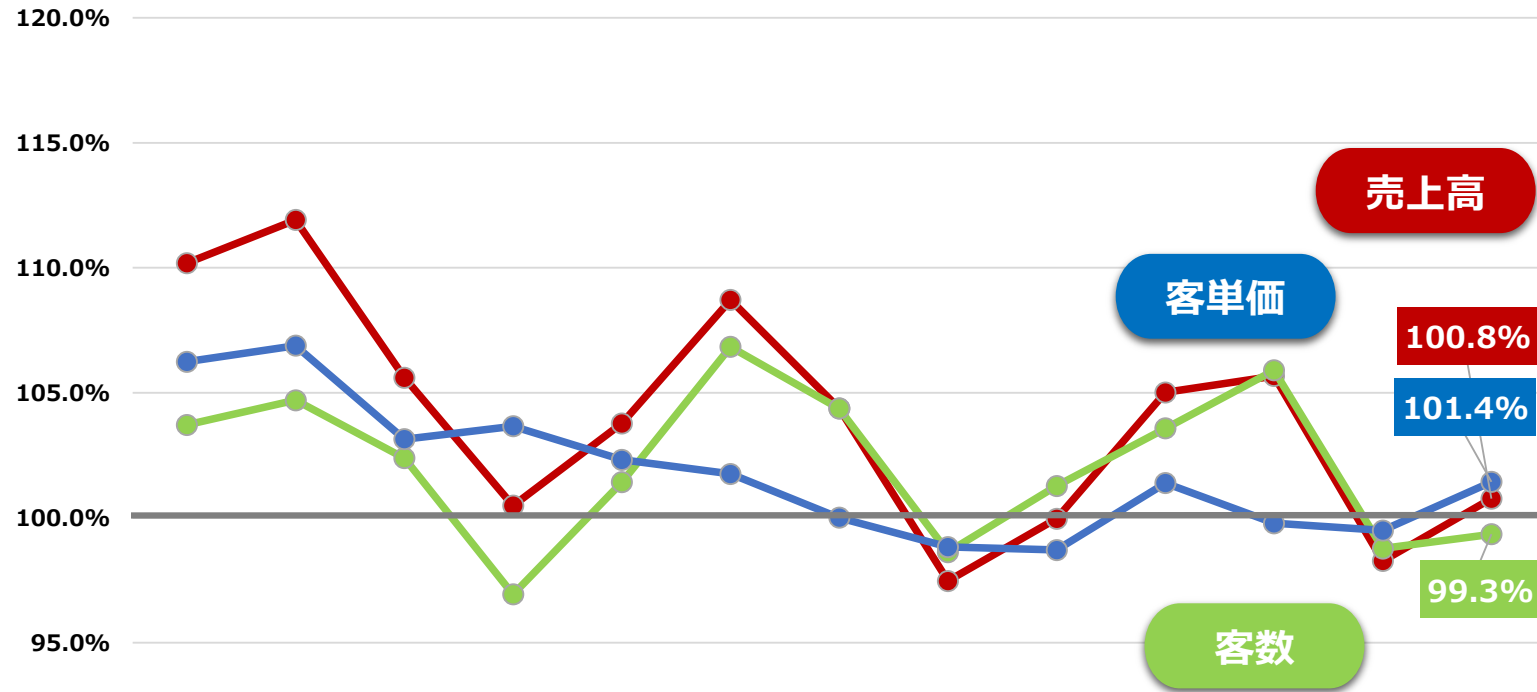
そしてお客さまの幸せと共に、私たちの幸せを、私たちの行動で実現していきます。

「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:クリンリネス(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)

- 既存店(前期比) 売上高:104.4% 客数:102.5% 客単価:101.9%
- 2024年度は、(前期比)売上高:102.0% 客数:98.3% 客単価:103.7%を目論む。

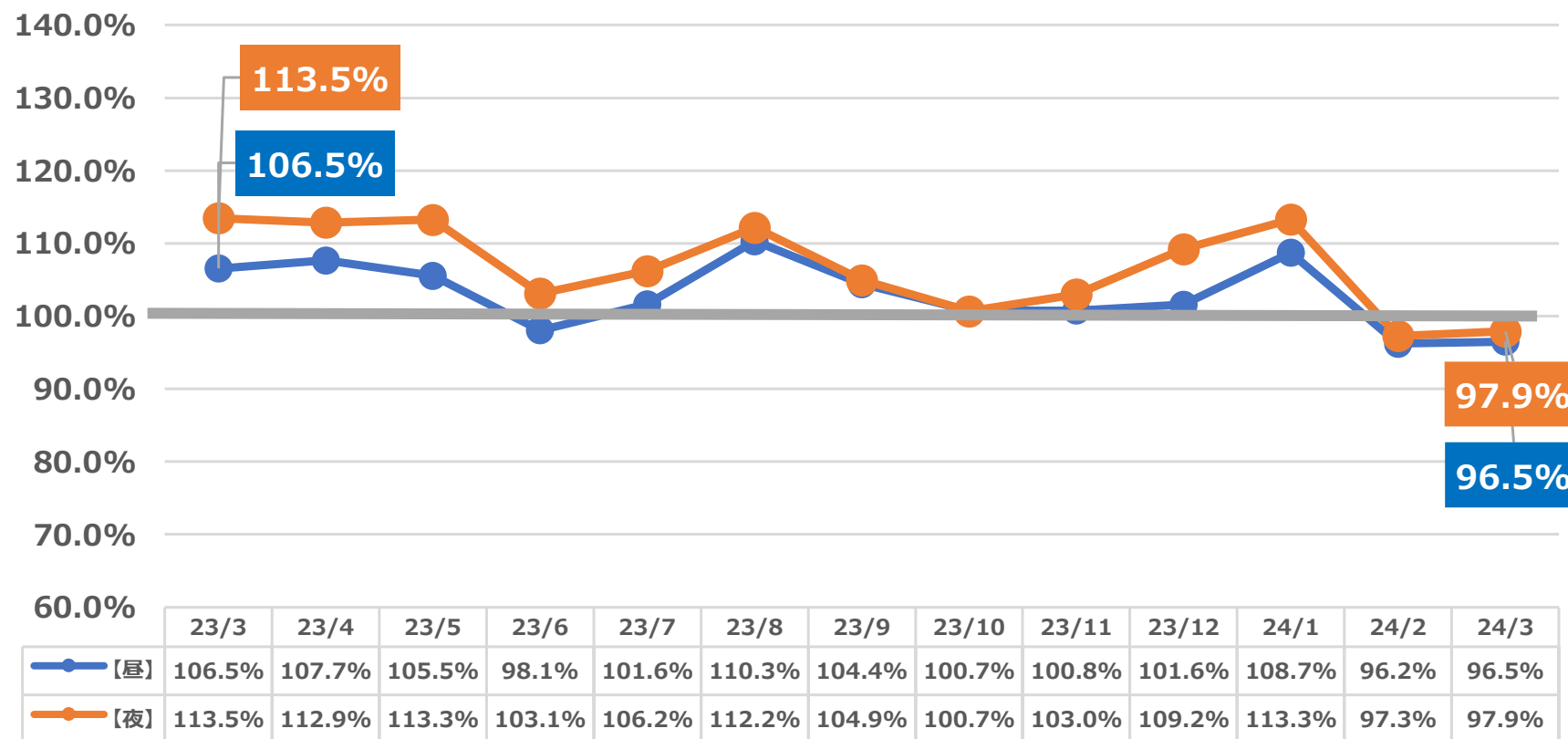


	23.3	23.4	23.5	23.6	23.7	23.8	23.9	23.10	23.11	24.12	24.1	24.2	24.3
(純) 売上高	110.2%	111.9%	105.6%	100.5%	103.8%	108.7%	104.4%	97.5%	100.0%	105.0%	105.7%	98.3%	100.8%
(純) 客数	103.7%	104.7%	102.4%	96.9%	101.4%	106.8%	104.4%	98.6%	101.3%	103.6%	105.9%	98.8%	99.3%
(純) 客単価	106.2%	106.9%	103.1%	103.7%	102.3%	101.8%	100.0%	98.8%	98.7%	101.4%	99.8%	99.5%	101.4%

# 2024年2月期（昼・夜）売上の推移（濱かつ直営既存店）

- 既存店（前期比） 売上高：（昼）103.6%（夜）107.5%

【売上高】昼・夜別 前年同曜日比



2024年3月実績  
 <業態別（昼・夜）>

【昼】 96.5%  
 ロードサイド： 95.8%  
 SCテナント： 99.5%

【夜】 97.9%  
 ロードサイド： 98.1%  
 SCテナント： 96.6%

# 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)

梅しそ巻

牡蠣ふらい

**春の咲くサクッ。**

期間限定

重ねかつ特製無着色明太子を職人技で丁寧に包みました。サクッとやわらかなこの季節だけの味わいです。

明太重ねかつとヒレ御膳 1,890円

明太重ねかつ盛り合わせ御膳 1,690円

明太重ねかつとオランダかつ御膳 1,490円

おかしんポン 510円

おかしんポン 100円

涼を巻く、旬の御膳。

期間限定

梅しそ巻とヒレ御膳 1,980円

梅しそ巻盛り合わせ御膳 1,890円

季節のパラエティかつ御膳 1,890円

特製ハンバーグ

梅しそ巻とハンバーグ御膳 1,980円

おかしんポン 510円

おかしんポン 100円

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

季節のパラエティかつ御膳 1,790円

ボリューム満点

牡蠣ふらいと盛り合わせ御膳 1,790円

ローズもヒレも

104 牡蠣ふらい 350円

105 特製ハンバーグ 580円

あふれる肉汁、特製ハンバーグ

111 牡蠣ふらいとハンバーグ御膳 1,690円

112 牡蠣ふらい御膳 たっぶり 1,790円

113 牡蠣ふらいとローズ御膳 1,490円

114 牡蠣ふらいと国産ハーブチキン御膳 1,390円

牡蠣ふらい/おすすめの食べ方3選

- 何もしせずに 牡蠣本来の旨みと、脂がたてオマケの食感を堪能してください。
- 特製タルタルソースで 毎日召し上がる特製タルタルソースが、牡蠣ふらいの濃厚な旨みを引き立てます。
- 秘伝のソースで 家かつのこだわり秘伝のソースは、牡蠣ふらいの旨みも抜群です。

# 濱かつの店舗展開(新規出店・改装計画)

- 今期出店は、国内3店舗を計画。

- 上期3店舗を計画

- 3月21日マイング博多店(福岡県福岡市):惣菜専門店

- 4月23日大分西鶴崎店(大分県大分市)



- 今期改装は、5店舗を計画。

<国内直営店舗>

<新店>

60期:2店舗 ⇒ 61期: **3店舗**

<改装店舗>

60期:5店舗 ⇒ 61期: **5店舗**

※お色直し小改装、自動フライヤーの導入を順次進める。



マイング博多店(惣菜専門店:2024.3.21オープン)



---

# 海外事業

---

# 海外事業の展開

## 東南アジア、米国で10店舗を展開

### ●カンボジア



イオンモールプノンペン店  
イオンモールセンソックシティ店  
イオンモールミエンチェイ店

### ●タイ



ゲートウェイエカマイ店  
pronponskunbitt店  
センチュリースクンビットプラザ店  
タニヤ店



トンロー店

### ●米国(ハワイ)



アラモアナセンター店



六角 漢かつ

- 各国の事業状況を精査し、海外事業を黒字化へ。
  - － 今期はリロケート2店を出店予定。2024年3月アラモアナセンター店(ハワイ)がオープン。
  - － 各国の商品政策の再考、人材育成を進め黒字化体質を創る。

# 海外の店舗展開(新規出店)

- 今期出店は、リロケート2店舗を計画。
  - 3月26日 アラモアナセンター店(ハワイ)
  - 6月15日 タイ オープン予定



Ringer Hut JAPANESE NOODLE RESTAURANT					
<b>NAGASAKI CHAMPON</b>  10. Special Champon (100g) 11. Special Champon (200g) 12. Special Champon (300g) 13. Special Champon (400g) 14. Special Champon (500g)	<b>SPECIAL CHAMPON</b>  15. Special Champon (100g) 16. Special Champon (200g) 17. Special Champon (300g) 18. Special Champon (400g) 19. Special Champon (500g)	<b>NAGASAKI SARAU DON</b>  20. Special Sarau Don (100g) 21. Special Sarau Don (200g) 22. Special Sarau Don (300g) 23. Special Sarau Don (400g) 24. Special Sarau Don (500g)	<b>GYOZA</b>  25. Gyoza (10 pieces) 26. Gyoza (20 pieces) 27. Gyoza (30 pieces) 28. Gyoza (40 pieces) 29. Gyoza (50 pieces)	<b>UDON</b>  30. Special Udon (100g) 31. Special Udon (200g) 32. Special Udon (300g) 33. Special Udon (400g) 34. Special Udon (500g)	<b>RAMEN</b>  35. Special Ramen (100g) 36. Special Ramen (200g) 37. Special Ramen (300g) 38. Special Ramen (400g) 39. Special Ramen (500g)
<b>SET MEAL</b>  40. Special Set Meal (100g) 41. Special Set Meal (200g) 42. Special Set Meal (300g) 43. Special Set Meal (400g) 44. Special Set Meal (500g)	<b>SET MEAL</b>  45. Special Set Meal (100g) 46. Special Set Meal (200g) 47. Special Set Meal (300g) 48. Special Set Meal (400g) 49. Special Set Meal (500g)	<b>DONBURI, SOFT DRINK</b>  50. Special Donburi (100g) 51. Special Donburi (200g) 52. Special Donburi (300g) 53. Special Donburi (400g) 54. Special Donburi (500g)	<b>CURRY RICE, LIQUOR</b>  55. Special Curry Rice (100g) 56. Special Curry Rice (200g) 57. Special Curry Rice (300g) 58. Special Curry Rice (400g) 59. Special Curry Rice (500g)	<b>APPETIZERS</b>  60. Special Appetizer (100g) 61. Special Appetizer (200g) 62. Special Appetizer (300g) 63. Special Appetizer (400g) 64. Special Appetizer (500g)	<b>SIDE DISH</b>  65. Special Side Dish (100g) 66. Special Side Dish (200g) 67. Special Side Dish (300g) 68. Special Side Dish (400g) 69. Special Side Dish (500g)

**TO GO** For take-out, an additional \$1.00 will be charged for the container.  
※アフターの場合は、別途容器代としてお見積りいたします。



# Data File

## 2024年2月期

- 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

## ①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
リナーハット	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	110.1	109.2	103.3	102.5	108.1	109.0
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	97.7	100.0	104.9	104.2	98.3	104.3
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	132.6	113.2	91.8	107.3	91.6	123.5
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	107.7	107.4	103.6	102.9	106.1	108.1

## 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
リナーハット	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	101.8	106.9	102.8	101.1	104.4	104.9
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	103.2	102.6	103.3	104.4	98.8	105.4
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	105.4	99.2	87.3	105.5	105.9	111.1
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	102.0	106.3	102.8	101.6	103.6	105.0

## 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
リナーハット	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	108.1	102.1	100.6	101.4	103.5	103.9
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	94.6	97.5	101.6	99.9	99.5	98.9
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	125.9	114.1	105.2	101.7	86.5	112.1
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	105.6	101.1	100.7	101.3	102.4	103.0

# 1-2. 既存店売上高・客数・客単価の2019年度比推移

①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
リンガーハット	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	104.2	100.6	100.4	96.7	104.0	94.8
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	98.2	93.4	95.3	93.2	93.1	92.7
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	92.9	97.7	108.8	96.3	116.5	97.0
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	102.9	99.2	99.3	95.9	101.7	94.4

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
リンガーハット	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	87.5	84.4	82.8	81.5	85.2	82.0
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	93.2	89.6	86.4	88.5	89.1	87.7
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	75.4	79.0	78.7	76.4	91.3	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	88.2	85.1	83.3	82.5	85.7	82.8

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
リンガーハット	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	119.0	119.2	121.2	118.6	122.1	115.6
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	105.3	104.2	110.3	105.2	104.5	105.7
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	123.2	123.6	138.3	125.9	127.6	121.7
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	116.6	116.5	119.2	116.3	118.7	114.0

## 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	年度	2019.2期			2020.2期			2021.2期			2022.2期			2023.2期			2024.2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	1	▲ 5	158
	SC内フードコート等	9	▲ 3	98	8	▲ 1	105	2	▲ 15	92		▲ 4	88		▲ 4	84	2	▲ 1	85
	ビルイン(都心型)	2	▲ 1	12			12		▲ 2	10	1	▲ 1	10		▲ 1	9		▲ 1	8
	合計	11	▲ 9	291	8	▲ 4	295	2	▲ 30	267	1	▲ 6	262	0	▲ 7	255	3	▲ 7	251
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	2	▲ 2	64
	SC内フードコート等	23	▲ 6	183	11	▲ 5	189	6	▲ 26	169		▲ 3	166	1	▲ 9	158	1	▲ 4	155
	ビルイン(都心型)	7	▲ 4	64	2	▲ 2	64	2	▲ 14	52			52			52		▲ 1	51
	合計	30	▲ 14	331	13	▲ 7	337	10	▲ 62	285	0	▲ 3	282	3	▲ 11	274	3	▲ 7	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	3		23
	SC内フードコート等	8	▲ 2	94	7	▲ 3	98	4	▲ 21	81		▲ 1	80		▲ 2	78	1	▲ 5	74
	ビルイン(都心型)	2		8	1		9		▲ 2	7			7		▲ 2	5			5
	合計	11	▲ 3	125	8	▲ 3	130	4	▲ 26	108	0	▲ 2	106	2	▲ 5	103	4	▲ 5	102
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
	合計	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
	合計	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	6	▲ 7	245
	SC内フードコート等	47	▲ 15	418	31	▲ 12	437	13	▲ 69	381	0	▲ 14	367	2	▲ 21	348	4	▲ 10	342
	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	10	▲ 19	655
	うち直営店舗数			576			594			497			497			497			492
	うちFC店舗数			222			221			207			191			167			163

# 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			2023.2期			2024.2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	8	▲6	204	8	▲4	208	2	▲27	183	1	▲6	178	0	▲7	171	1	▲4	168
関東・東海地区	24	▲10	312	12	▲6	318	9	▲46	281	0	▲3	278	3	▲9	272	3	▲6	269
関西・中京地区	11	▲3	122	8	▲3	127	4	▲23	108	0	▲2	106	2	▲5	103	4	▲5	102
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	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	8	▲15	569
うち直営店舗数			482			500			425			425			427			424
うちFC店舗数			204			203			189			173			149			145

出店形態	2019.2期			2020.2期			2021.2期			2022.2期			2023.2期			2024.2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)

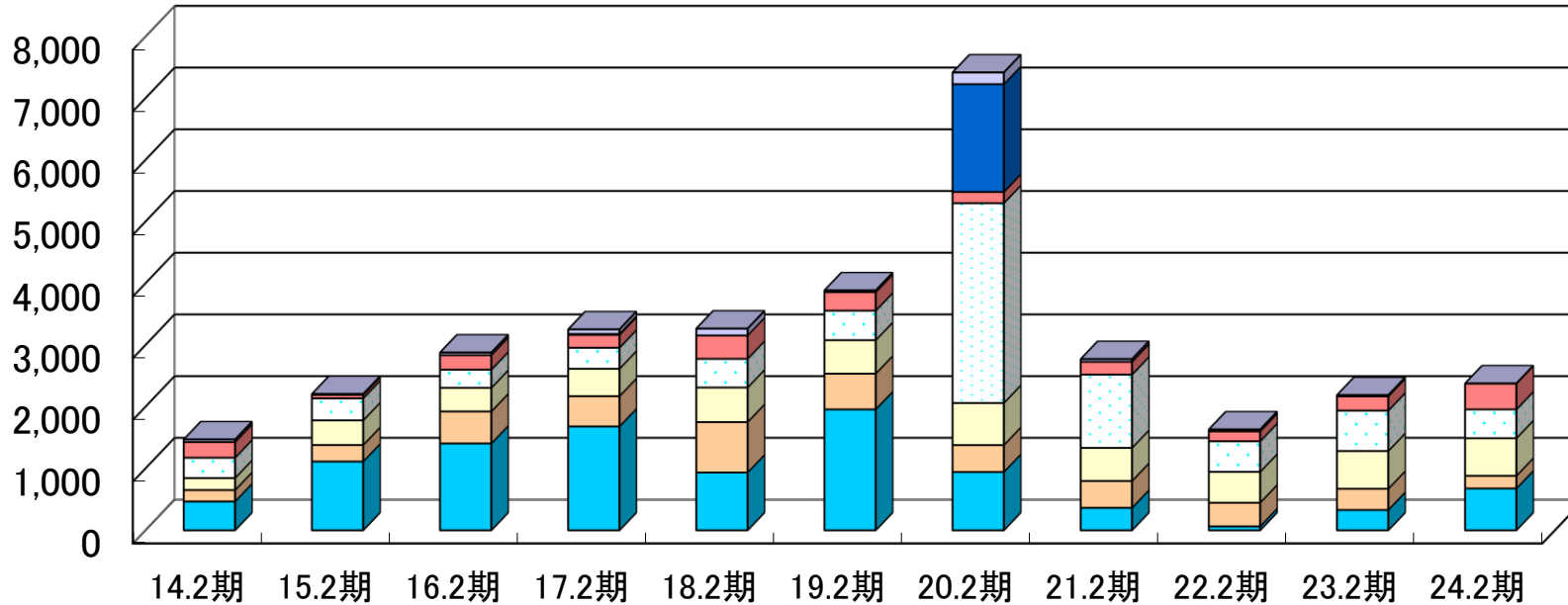
年度	2019.2期			2020.2期			2021.2期			2022.2期			2023.2期			2024.2期			
	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	増加	減少	期末	
九州・中国・四国地区	ロードサイド(郊外型)		67			67		▲2	65			65			65		▲3	62	
	SC内フードコート等	2	▲1	17		17		▲1	16			16			16	2		18	
	ビルイン(都心型)		▲1	2		2		0	2			2			2			2	
	合計	2	▲2	86	0	0	86	0	▲3	83	0	0	83	0	0	83	2	▲3	82
関東・東海地区	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	
	合計	0	▲3	12	0	▲1	11	0	▲10	1	0	0	1	0	▲1	0	0	0	
関西・中京地区	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	
	合計	0	0	3	0	0	3	0	▲3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
北陸・東北・北海道地区	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	
	合計	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
海外	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	
合計	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	2	0	19
	ビルイン(都心型)	0	▲1	4	0	0	4	0	▲1	3	0	0	3	0	▲1	2	0	0	
	合計	2	▲5	102	0	▲1	101	0	▲16	85	0	0	85	0	▲1	84	2	▲3	83
うち直営店舗数			84			83			68			68			67			66	
うちFC店舗数			18			18			17			17			17			17	

※とんかつ大学へ業態変更

年度	2019.2期			2020.2期			2021.2期			2022.2期			2023.2期			2024.2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		▲1	2

# 5. 設備投資の推移

- 新規出店
- 既存店改造・改装
- 店舗設備
- 営業用土地
- 工場設備
- 情報機器設備
- その他土地
- その他設備



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	24.2期
新規出店	468	1,115	1,407	1,683	936	1,960	945	365	64	330	678
既存店改造・改装	185	267	519	490	817	579	436	436	383	343	205
店舗設備	195	400	382	444	560	543	682	535	500	612	609
営業用土地	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
工場設備	329	356	294	340	465	478	3,239	1,188	495	655	467
情報機器設備	254	56	235	209	379	300	182	207	161	231	418
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	2
<b>設備投資計</b>	<b>1,472</b>	<b>2,208</b>	<b>2,880</b>	<b>3,256</b>	<b>3,268</b>	<b>3,887</b>	<b>7,419</b>	<b>2,774</b>	<b>1,634</b>	<b>2,190</b>	<b>2,379</b>
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	1,872



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