
2025年2月期 第2四半期 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

● 2025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	2025年2月期 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		

● 2025年2月期 計画

P13	2025年2月期通期予想
P14	計画の前提となる既存店前期比
P15	2025年2月期 出店計画

● 2025年2月期(第61期)リンガーハットグループ戦略の進捗状況

P17	第61期経営方針	P33～39	リンガーハット事業
P18～31	トピックス	P40～45	浜勝事業
P32	ありがたい姿	P46～48	海外事業

● Data File

P50	既存店売上高・客数・客単価の前期比推移	P54	設備投資の推移
P51～53	出店形態別の店舗数の推移		

2025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 前期比 +8.2% 21,236百万円
- 営業利益 704百万円、経常利益 595百万円、当期純利益 326百万円

勘定科目	'23/03~'23/08		'24/03~'24/08		'24/03~'24/08		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	22,496		24,000		24,221		107.7%	221	100.9%
売上高	19,631	100.0%	21,000	100.0%	21,236	100.0%	108.2%	236	101.1%
売上原価	6,572	33.5%	6,998	33.3%	7,083	33.4%	107.8%	85	101.2%
売上総利益	13,058	66.5%	14,002	66.7%	14,152	66.6%	108.4%	150	101.1%
販売費及び一般管理費	12,932	65.9%	13,502	64.3%	13,448	63.3%	104.0%	△ 53	99.6%
人件費	6,352	32.4%	6,768	32.2%	6,865	32.3%	108.1%	97	101.4%
販売費	656	3.3%	547	2.6%	531	2.5%	81.1%	△ 15	97.3%
活動費	2,940	15.0%	3,047	14.5%	2,955	13.9%	100.5%	△ 91	97.0%
固定費	2,983	15.2%	3,140	15.0%	3,095	14.6%	103.7%	△ 44	98.6%
営業利益	125	0.6%	500	2.4%	704	3.3%	560.4%	204	140.9%
営業外収益	125	0.6%	18	0.1%	35	0.2%	28.8%	17	199.8%
営業外費用	106	0.5%	148	0.7%	144	0.7%	136.2%	△ 3	97.9%
経常利益	144	0.7%	370	1.8%	595	2.8%	412.7%	225	160.9%
特別利益	0	0.0%	0	0.0%	33	0.2%	---	33	---
特別損失	90	0.5%	35	0.2%	91	0.4%	101.7%	56	262.0%
税引前利益	54	0.3%	335	1.6%	536	2.5%	991.8%	201	160.2%
法人税等	90	0.5%	135	0.6%	209	1.0%	232.7%	74	155.4%
当期純利益	△ 36	---	200	1.0%	326	1.5%	---	126	163.4%

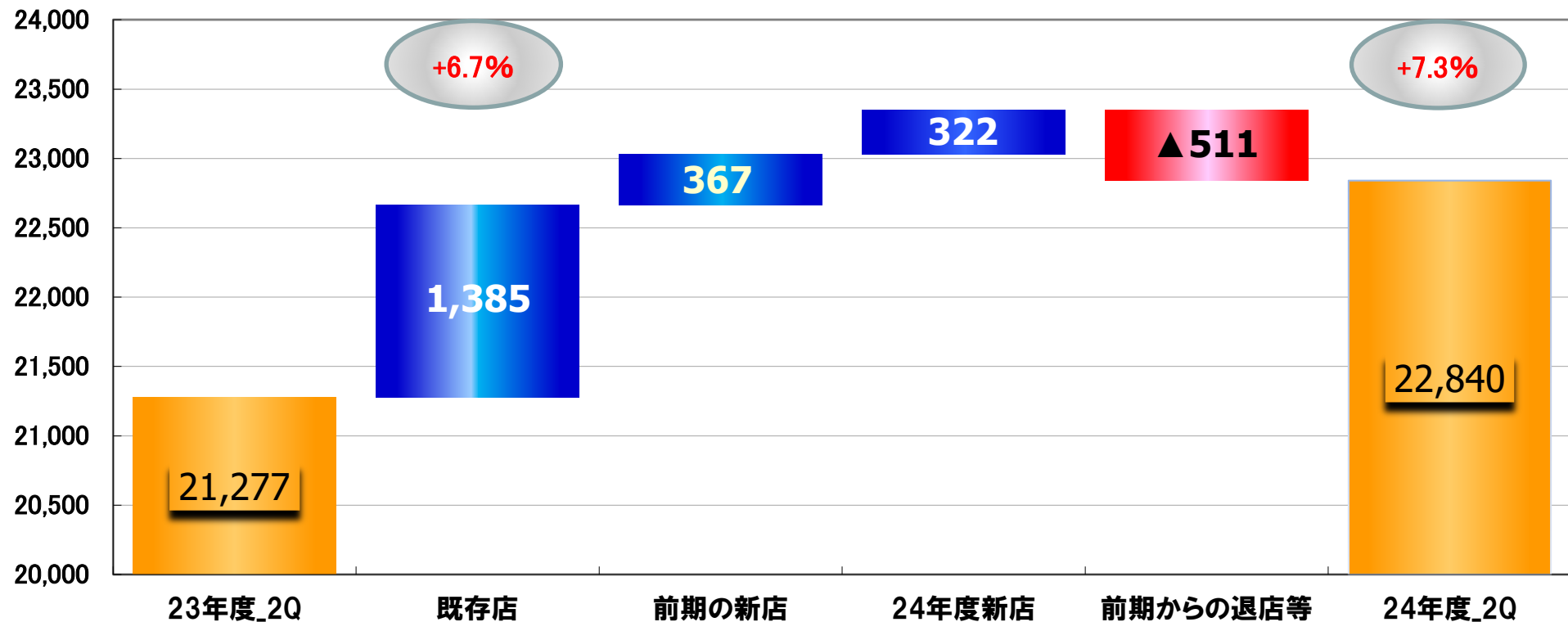
2025年2月期 第2四半期 決算概要

- 売上高 21,236百万円（前期比 +1,605百万円、計画比 +236百万円）
 - 既存店売上高前期比は106.7%。客数：98.6%、客単価：108.2%。
- 売上原価 原価率は33.4%（売上構成前期比 ▲0.1%、売上構成計画比 +0.1%）
 - 前期比 +511百万円、計画比 +85百万円
- 人件費 前期比 +513百万円、計画比 +97百万円（人件費率32.3% 前期比 ▲0.1%）
- 販売費 前期比 ▲124百万円、計画比 ▲15百万円（販売費率 2.5% 前期比 ▲0.8%）
- 活動費 前期比 +14百万円、計画比 ▲91百万円（活動費率13.9% 前期比 ▲1.1%）
- 固定費 前期比 +111百万円、計画比 ▲44百万円（固定費率14.6% 前期比 ▲0.6%）
- 営業利益 704百万円（前期比 +579百万円、計画比 +204百万円）
- 経常利益 595百万円（前期比 +451百万円、計画比 +225百万円）
- 純利益 326百万円（前期比 +362百万円、計画比 +126百万円）

グループ店舗売上高分析...前期比

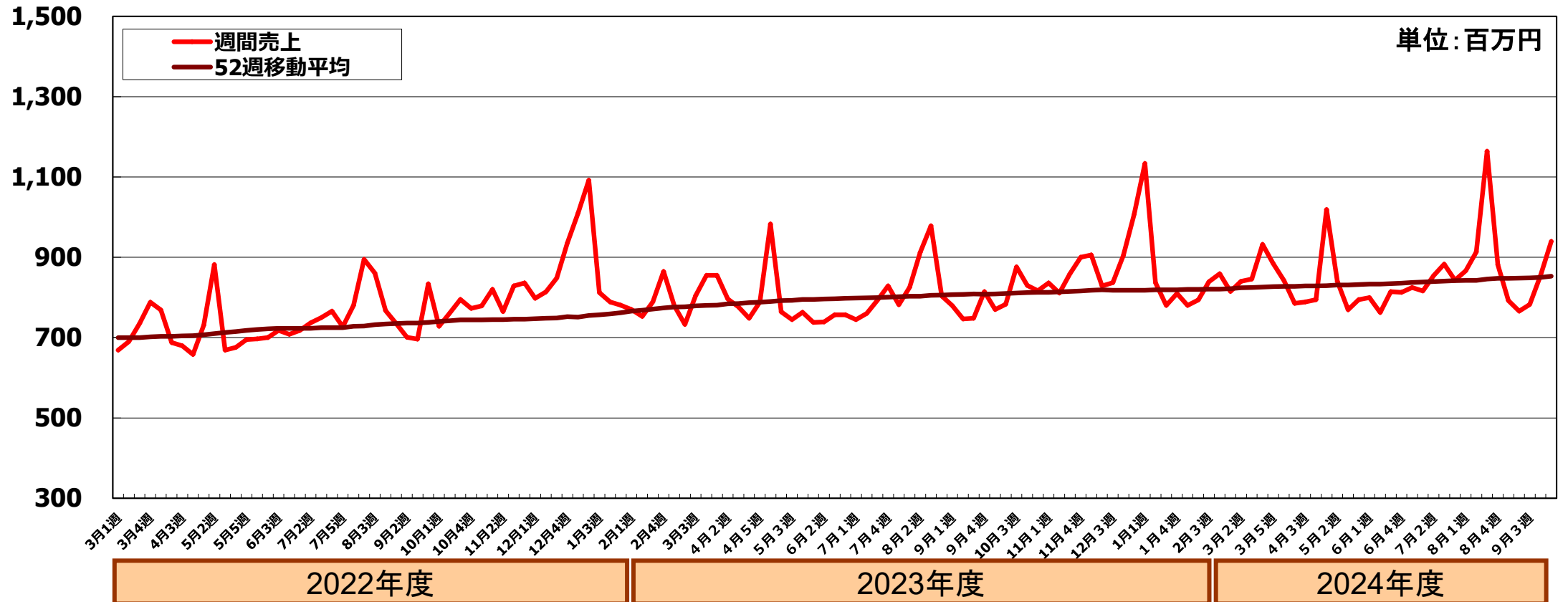
- 既存店は増収、前期比 +6.7%
- フランチャイズ店を含む店舗売上高は、7.3%増加

単位:百万円



売上高傾向・・・グループ全店舗売上高の推移

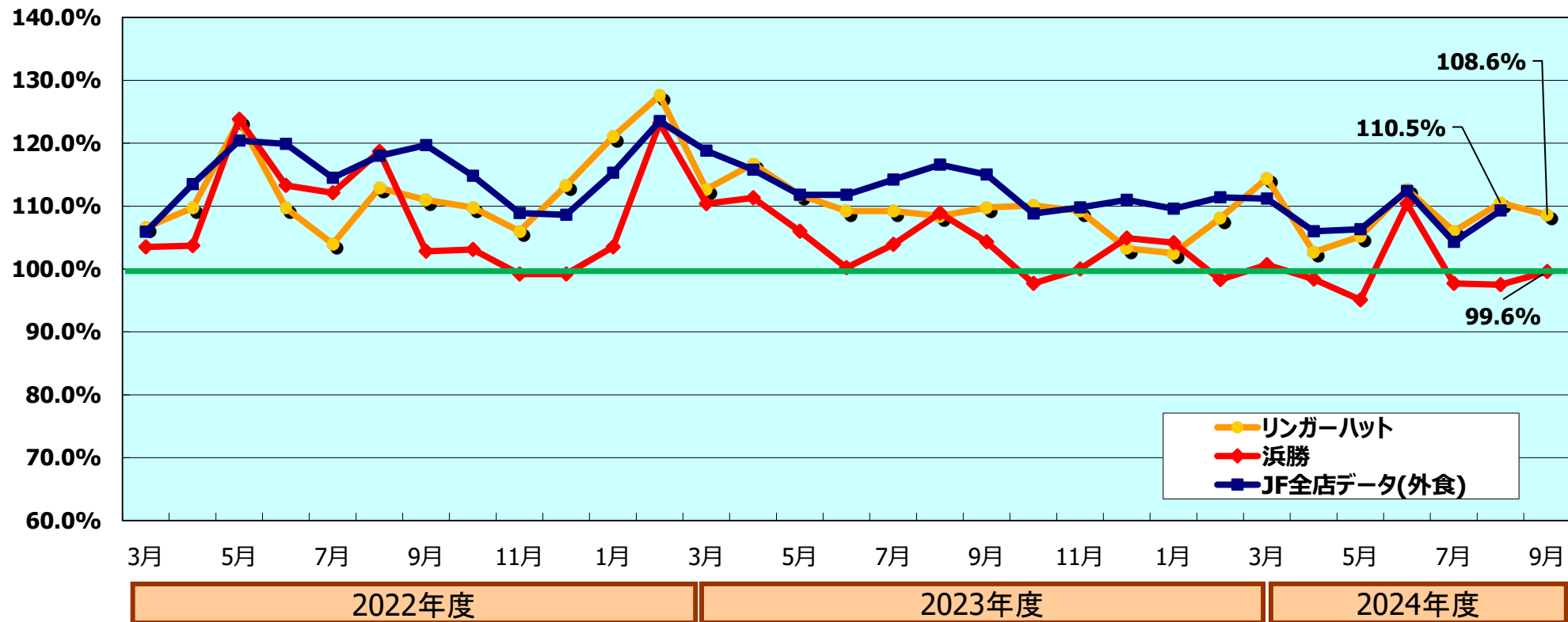
- 個人消費水準の回復傾向と価格改定の影響もあり8月の売上は過去3年間では最高を記録した



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 **108.6%**、濱かつ **99.6%**

- 客数はリンガーハット 98.9%、濱かつ 97.2%、客単価はリンガーハット 109.8%、浜勝 102.5%
- クオリティ、サービスはご指摘半減を目標・マーケティングは選択と集中で1店舗当たりの売上アップを目論む。

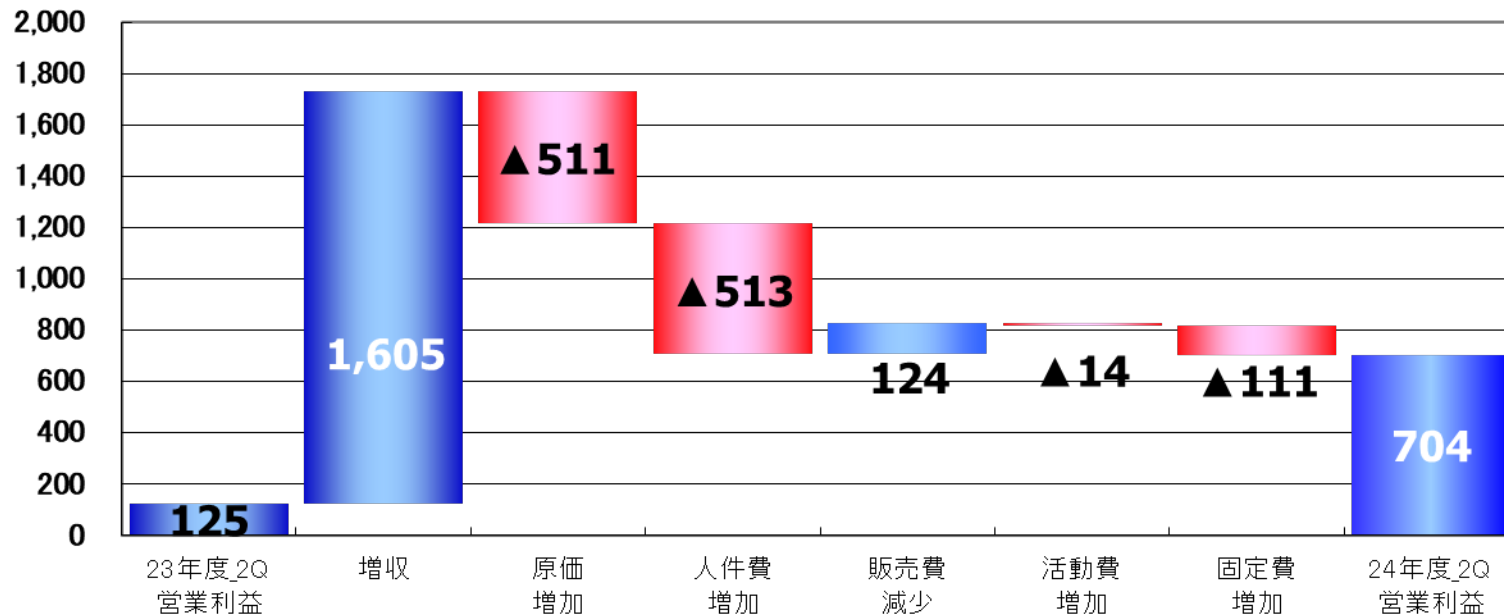


外食データ出所: 日本フードサービス協会: JFデータ(外食)は全店比較

経費分析・・・前年同期比

- 営業利益は、前期比 579百万円増加となった。
- 原価率は、前期比▲0.1ポイントの33.4%となった。(売上が前年から1,605百万円増加しているため構成比では低下しているが売上原価は511百万円増加)。
- 販管費計は 515百万円増加したが、販管費率は63.3%(前期比▲2.6ポイント)となった。
人件費率は32.3%(前期比▲0.1ポイント)、活動費率は13.9%(前期比▲1.1ポイント)、固定費率は14.6%(前期比▲0.6ポイント)。

単位 : 百万円



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

主な特別利益	金額	内容
有価証券売却益	32	
主な特別損失	金額	内容
減損損失	80	店舗設備(退店決定店舗等)
固定資産売却損	7	
固定資産除却損	2	改装時設備入替、退店店舗等

キャッシュ・フロー(前年同期比較)

- 営業キャッシュフローは増加しており次の成長へ向けた投資を実施。

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	954	1,077	122
投資キャッシュ・フロー	△963	△1,285	△322
フリーキャッシュ・フロー	△8	△208	△199
財務キャッシュ・フロー	△240	143	383
現金及び現金同等物に係る換算差額	12	△9	△22
現金及び現金同等物の増加・減少(△)額	△236	△74	162
現金及び現金同等物の期首残高	2,373	2,243	△129
現金及び現金同等物の期末残高	2,136	2,168	32

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 **488**百万円(前期比 **+457**百万円)
とんかつ事業は、 営業利益 **190**百万円(前期比 **+52**百万円)

単位:百万円

		ちゃんぽん 事業	とんかつ 事業	その他 事業	調整額	連結
2025年2月期 第2四半期	売上高 外部	17,139	3,996	100	-	21,236
	内部又は振替	-	-	804	△804	0
	営業費用	16,650	3,805	806	△731	20,531
	営業利益	488	190	97	△73	704
	営業利益率	2.9%	4.8%	10.8%	-	3.3%
2024年2月期 第2四半期	売上高 外部	15,659	3,888	84	-	19,631
	内部又は振替	-	-	727	△727	-
	営業費用	15,627	3,750	737	△609	19,505
	営業利益	31	137	73	△118	125
	営業利益率	0.2%	3.5%	9.1%	-	0.6%

2025年2月期 計画

2025年2月期 通期予想

通期連結業績予想につきましては、原材料費・光熱費の高騰や継続的な採用難など依然として事業を取り巻く環境は厳しいものとなっているため、前回公表した業績予想を据え置いております。

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	2.5%	1,500	3.5%	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	1.9%	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	上半期実績	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	1	2
	小計	8	7	5	12
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	1	3
	小計	10	11	5	16

- 今期は16店舗(上半期11店、下半期5店)を計画。上期は海外含む11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戦略の進捗状況

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

- ブランド力の強化(ブランディング、商品開発、店舗出店改装改造)。
- 新規出店エリアの認知向上施策(SNS利用等)。
- 店舗の生産性向上(厨房の自動化・業務の効率化)。
- 工場の生産ライン自動化・内製化推進し、品質アップと原価低減へ。
- 濱かつ関東再出店への準備・立地選定。
- 海外事業の拡大。

※以下は、次ページ以降で説明

- 外販事業(BtoB)の拡大(リンガーフーズ、リンガーハット開発)。

更なる成長に向けて②

● SDGsへの取り組み

- ダイバーシティ推進(全員参加・グループの結束)。
- 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)
- 食育教室の開催

● ESG活動

- DX推進による業務効率化(ペーパーレス推進)。
- 株主様限定企画(株主報告会、工場見学会、株主倶楽部食育教室)。

● サステナビリティ推進

※詳細は、次ページ以降で説明

【トピックス1】SDGs 全員参加経営（月例会/提案制度）

- <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、成果に繋げる。
 - 2024年度上半期「提案」件数990件 11月にはキャンペーン開催。
 - 月例会効果で採算向上し、優秀店舗は社内表彰を実施。



工場ラインごとに開催

店舗ごとに開催



経営方針発表会で表彰

【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。

- 企業理念の共有(フィロソフィセミナー)

2024年度(上半期):11回、290名参加 2014年～現在Vol.7開催中

- 全社員の繋がり強化(ダイバーシティ推進みらい座談会)

2024年度(上半期):18回、254名参加 累計90回、1,148名参加

- 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)

－ 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

2024年度:店舗採用:33名(インドネシア)、外国人店長1名昇格(累計3名)

－ 外国人正社員に対応した制度の構築



【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。
 - 女性店長・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	20.7% (12名)	535名	30% (160名)	20名	30名	126名	15名	10名	10%以内
目標 2025年3月	2名	0名	58名	15% (9名)	487名	21% (102名)	10名	15名	94名	4名	5名	10%以内
現状 2024年8月 現在	1名	0名	56名	10.7% (6名)	469名	19.6% (92名)	9名	11名	84名	3名	3名	14.3%
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】SDGs(食育教室の開催)

● 食の大切さ、感謝の気持ち、健やかな成長の支援。

- 食育教室・・・開催から10年。オンラインと対面(店舗)の両方で開催中
2024年9月末現在241回開催(参加者:2,010名)



【トピックス4-1】ESGの活動(DX推進)

● デジタル化を推進し、現場の業務を「楽に、早く、正確に」する

◆ ワークスケジュールアプリ

◇ 2024年上期実装済み機能

- 画面表示アップデート(PC・モバイル)
- 労務管理アラート機能
- 管理者機能の充実
- 不足ラインを希望ラインに変更

◇ 2024年下期実装予定

- AIによる自動シフト割当機能
- 複数店舗間の人員過不足状況共有機能

◆ トレーサビリティシステムの完全運用

- 富士小山工場：物流変更対応
- 産地や取引先様から店舗までの製造日やロットの正確な管理
 - － 安全安心につながるマーケティングへの活用
 - － 在庫管理のシステム化によるロス減少

◆ e-ガバナンスによるペーパーレス化

- 社内規程・36協定・その他人事書類
 - － オンライン提出へ変更

【トピックス4-2】 ESGの活動(DX推進)ー今後の計画

● デジタル化を推進し、現場の業務を「楽に、早く、正確に」する

◆ 予算管理システム(2025年3月)

- AI売上予測の活用
- 予算管理の精度向上
- 自社開発による柔軟性



POS



テーブルトップオーダー

◆ 日々決算システム(2025年第2四半期)

- 予定、着地の精度向上
- 全部門、チームでの活用
 - ー 店舗だけでなく生産・間接部門でも利用
- 簡易連結決算機能

◆ 生産計画管理システム(2025年第3四半期)

- 1か月から数カ月先までの生産計画の立案

【トピックス5】サステナビリティ推進(株主様限定企画)

- 第11回株主報告会 再開 2024年11月28日(木) 場所:ホテルニューオータニ(東京)
- 2024年度【株主様限定工場見学】 年2回開催
第1回・・・6月12、13日 佐賀工場 第2回・・・11月13、14日 富士小山工場



- 2024年度【株主様限定食育教室】 年3回開催
第1回・・・3月23日 長崎大橋店 第2回・・・5月11日 福岡橋本店 第3回・・・12月大阪店舗



【トピックス6-1】サステナビリティ推進(サプライチェーン排出量算定)

- BCP対策の更新(危機管理規定第2稿)
ガバナンス研修(2024年度2回開催)
- サプライチェーン排出量算定プロジェクト
 - サプライチェーン排出量(Scope1排出量+Scope2排出量+Scope3排出量)の算定を進めている



○の数字はScope3のカテゴリ

データ出所: 環境省

【トピックス6-2】サステナビリティ推進(CO2削減活動)

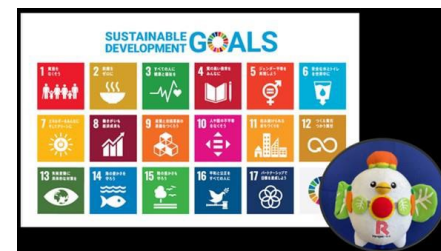
- 環境に良い活動(地球の為に、未来の為に)

『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)

- 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中(計19回実施)



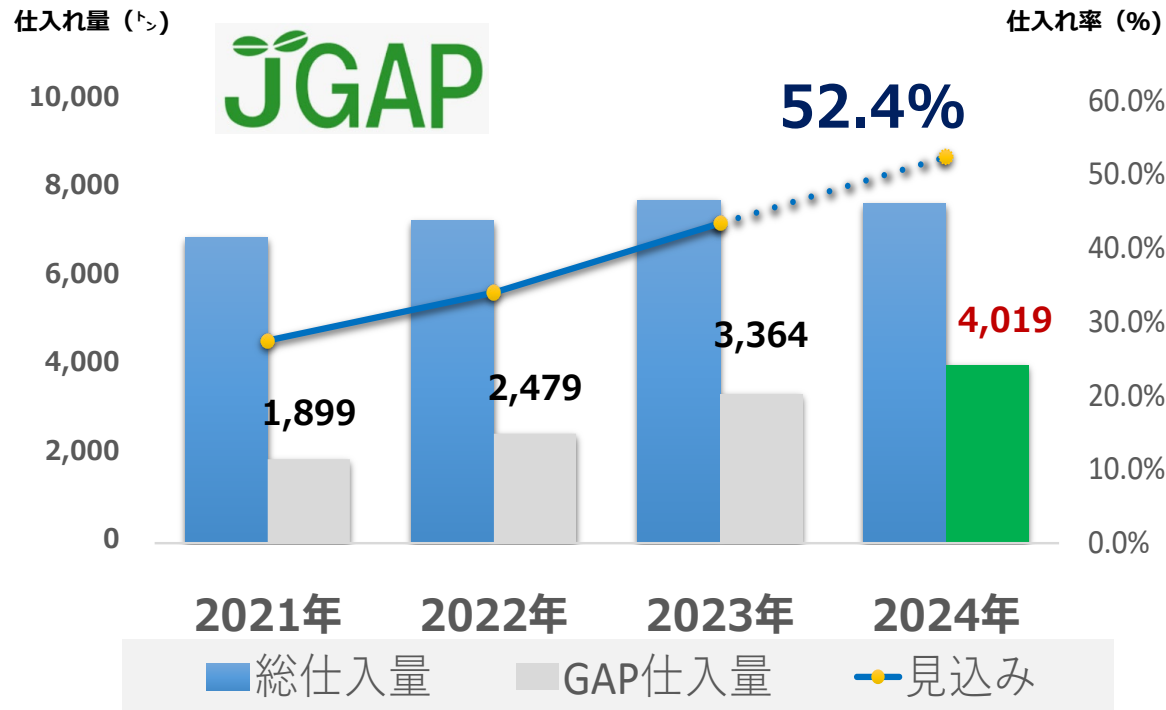
- 使い捨てプラスチック使用量の低減(テイクアウト容器の変更) 年間19.2トン。

【トピックス6-3】サステナビリティ推進(キャベツGAP認証産地)

- キャベツのGAP取得産地率は2024年度52.4%(今期7産地取得予定計34産地)
- 他野菜のGAP取得も継続活動中(今期3産地取得予定)※



キャベツのGAP取得産地からの仕入れ率



他野菜のGAP取得産地の取り組み

■2024年(見込み)

	GAP仕入率 (%)	契約産地数	GAP産地数
人参	36.8%	18	※8(1)
玉ネギ	2.6%	5	※2(1)
小ネギ	39.4%	7	※2(1)
長ネギ	22.4%	8	3
ニラ	0.0%	3	0



【トピックス7-1】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122.4%)。
 - ECサイトを深化(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を開発、販売する(冬向け商品:鍋スープ、クリームちゃんぽん) 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7-2】外販事業(リンガーハット開発)の拡大

- Deama (ディアマ)

- AI検査・・・画像処理技術による外観検査装置



- 廃油ナイス君

- 油ろ過装置



- Tokyo snowman

- マイナス温度帯(-7℃~-18℃)でも凍らせず、フローズンドリンク(アルコール)を 瞬間で作る機器
“今までにない付加価値を生み出す”ドリンク専用“過冷却”冷蔵庫



- 新商材として展示会・営業販売・レンタルなど幅広く計画的に販売していく

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

	2025年2月期 第2四半期	前年同期 実績	増減
売上高	17,139	15,659	+1,480
営業費用	16,650	15,627	+1,023
営業利益	488	31	+457
営業利益率	+2.9%	+0.2%	+2.6%

2024年度重点実施事項(営業事業本部)

- ブランド力の向上(選択と集中)
 - 季節・戦略商品の開発、素材・既存商品のブラッシュアップ
 - 惣菜店舗(濱かつ)の出店
 - 新規店舗出店・既存店舗改装による顧客満足度アップ
- 商品を中心としたマーケティング活動により、売上を確保する。
 - 客数を上げる対策を行う(前年比100%以上)
 - 定点調査の実施(レシートアンケート)
- 観察と行動を実践し、ご指摘件数を前年より半減させる。

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。

メニュー・商品政策

● 季節のグランドメニュー、キャンペーン



フードコート限定

● 戦略商品・地域限定メニュー

➤ 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
- 今期改装は、14店舗を計画。



長崎宿町店(2024.7.19改装オープン) ※50周年記念

<改装店舗>

61期: 14店舗計画 ⇒ 上期: **5店舗**を実施

※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。



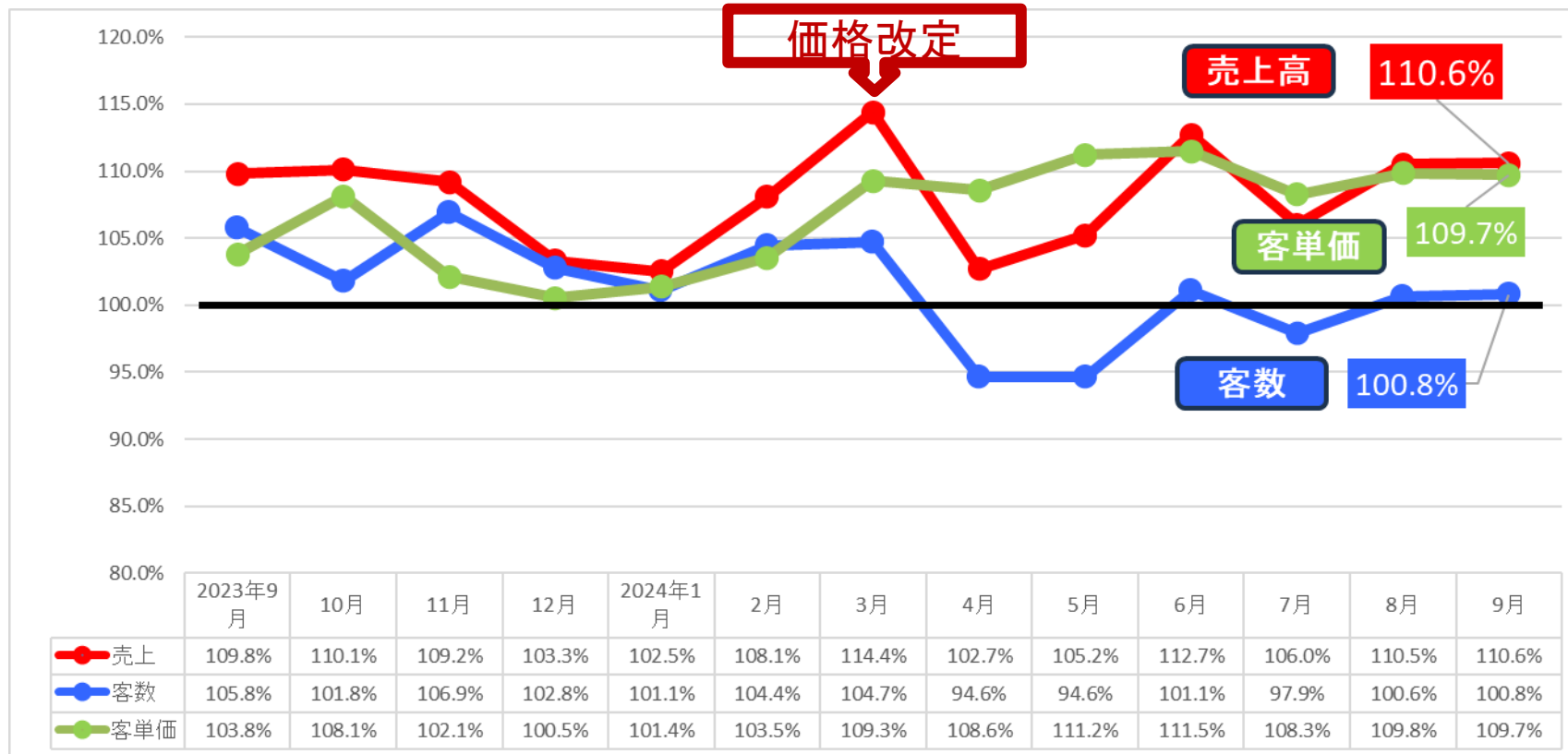
渋谷サクラステージ店(2024.7.25 オープン)



岡山大福店(2024.6.21 オープン)

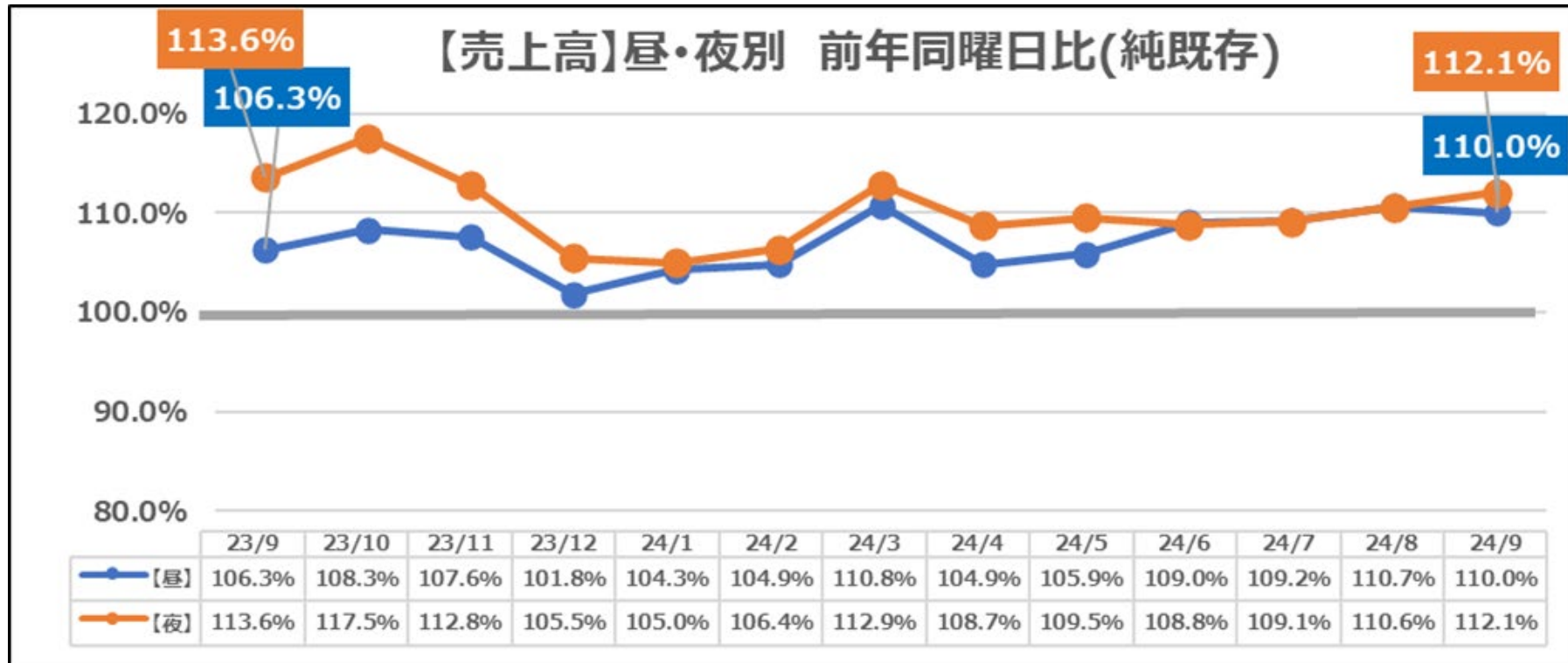
2025年2月期 売上・客数・客単価の推移 (リンガーハット既存店)

- 上半期(前期比)、売上高:108.6% 客数:98.9% 客単価:109.8%
- 下半期(前期比)は、売上高:102.8% 客数:94.9% 客単価:108.3%を目論む。
- 3月に実施した価格改定以降、想定通りで推移



2025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(前期比)、売上高:(昼)108.5% (夜)110.0%



2024年9月実績
 <業態別(昼・夜)>

【昼】110.0%
 ロードサイド : 110.3%
 ビルイン : 110.4%
 フードコート : 109.7%

【夜】112.1%
 ロードサイド : 113.5%
 ビルイン : 110.3%
 フードコート : 111.3%

浜勝事業

とんかつ事業
(濱かつ・卓袱浜勝)

単位:百万円

	2025年2月期 第2四半期	前年同期 実績	増減
売上高	3,996	3,888	+108
営業費用	3,805	3,750	+55
営業利益	190	137	+52
営業利益率	+4.8%	+3.5%	+1.2%

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)

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・炙り)

重ねかつ(明太子)

梅しそ巻

牡蠣ふらい

春の味くサクッ。

期間限定

漬かつ特製無着色明太子を、職人技で丁寧に包み込んだ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

単品もご用意
明太重ねかつ (1個) 510円

梅しそ巻

滋味 沁みわたる

和歌山産 紀州 南高梅

期間限定

梅しそ巻とヒレ御膳 1,980円

梅しそ巻とチキンかつ御膳 1,780円

梅しそ巻 1,880円

梅しそ巻と盛り合わせ御膳 1,880円

梅しそ巻 (1個) 680円

おろしポン酢 (1個) 100円

牡蠣ふらい

期間限定

広島産 牡蠣 使用

牡蠣ふらいとヒレ御膳 1,880円

牡蠣ふらいと盛り合わせ御膳 1,680円

牡蠣ふらい御膳 1,680円

牡蠣ふらいとチキン御膳 1,480円

牡蠣ふらい (1個) 300円

牡蠣

期間限定

広島産

旬の美味しさ

炙りチーズ牡蠣ふらい

とろける旨味

炙りチーズ牡蠣ふらいと盛り合わせ御膳 1,980円

牡蠣ふらいとヒレ御膳 1,880円

〈炙りチーズ牡蠣ふらい〉
一部店舗限定で新登場

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。

惣菜専門店舗：3月25日マイング博多店(福岡県福岡市)

7月26日岩田屋本店(福岡県福岡市)

ロードサイド店舗：4月23日大分西鶴崎店(大分県大分市)



岩田屋本店(惣菜専門店：2024.7.26オープン)

● 今期改装は、5店舗を計画。

<改装店舗>

61期：5店舗計画 ⇒ 上期：1店舗実施

※お色直し小改装、自動フライヤーの導入を順次進める。



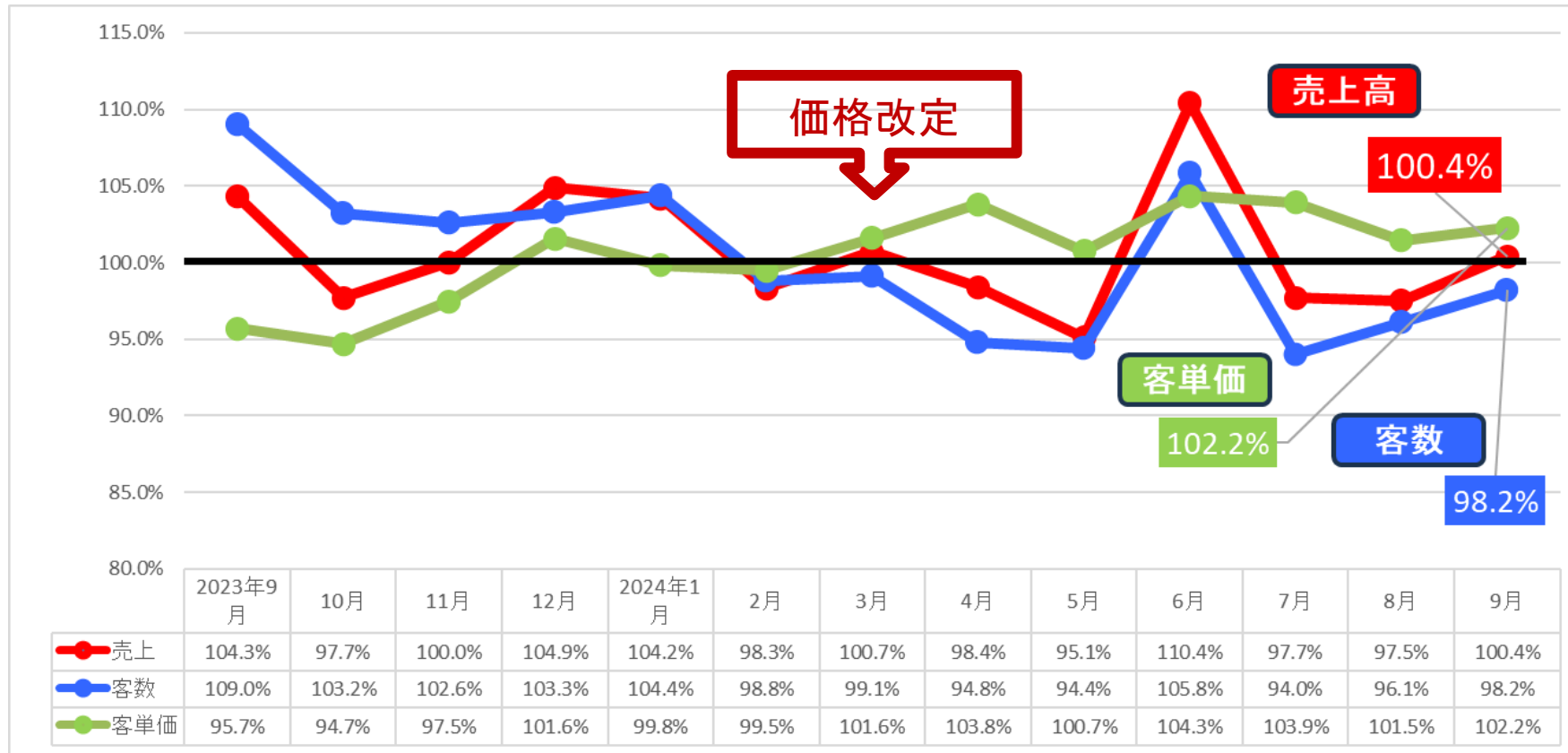
ローズかつ弁当



岩田屋本店の限定商品： 「オランダかつロール」 「濱かつのトルコライス」 盛り合わせ(2~3人前)

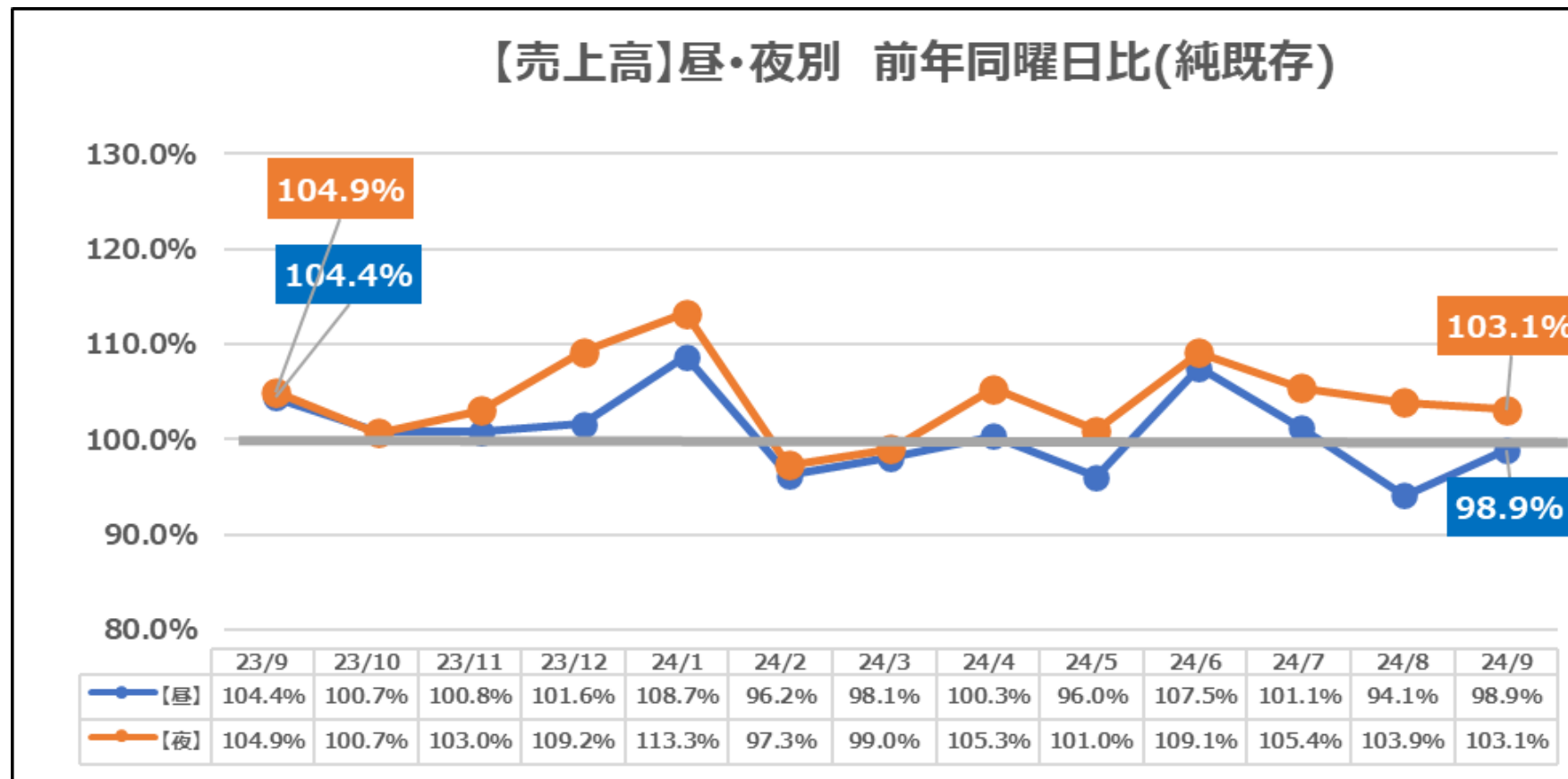
2025年2月期 売上・客数・客単価の推移 (濱かつ既存店)

- 上半期(前期比)、売上高:99.6% 客数:97.2% 客単価:102.5%
- 下半期(前期比)は、売上高:101.8% 客数:98.2% 客単価:103.7%を目論む。



2025年2月期（昼・夜）売上の推移（濱かつ直営既存店）

- 上半期（前期比）、売上高：（昼）99.2%（夜）103.8%



2024年9月実績
 <業態別（昼・夜）>

【昼】 98.9%
 ロードサイド: 99.1%
 SCテナント: 98.3%

【夜】 103.1%
 ロードサイド: 104.1%
 SCテナント: 97.7%

海外事業

海外事業の展開

東南アジア、米国で11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エイ店
ボンケンコン店

●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



ARI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、海外事業拡大へ。
 - － 今期は新店3店舗を出店。カンボジアは初の路面店へ。SNSを活用し、認知度向上へ向けて店舗PRを最大限行う。
 - － ベトナム:子会社設立予定。

海外の店舗展開(新規出店)

- 今期出店は、新店3店舗をオープン。
 - 3月26日 リンガーハット アラモアナセンター店(ハワイ)
 - 6月15日 濱かつ ARI店(タイ)
 - 9月19日 リンガーハット ボンケンコン店(カンボジア)



濱かつ ARI店(タイ)

JAPANESE NOODLE RESTAURANT
Ringer Hut
NAGASAKI CHAMPON

NAGASAKI SARAUDON

Street Level 1, Ewa Wing, near Marshalls

特別生ドレッシング
 FRESH SALAD DRESSING

特製生パン粉
 FRESH BREAD CRUMBS

釜飯
 KAMAMESHI STEAMED RICE

ちゃんぽん・皿うどんセット
 Champon・Saraudon Set

<p>S1 長崎ちゃんぽん きょうざ3個セット CHAMPON GYOZA 3PCS SET 23,000円 (\$5.61)</p>	<p>S2 長崎ちゃんぽん 唐揚げ3個セット CHAMPON DEEP FRIED CHICKEN 3PCS SET 25,000円 (\$6.10)</p>
<p>S3 長崎皿うどん きょうざ3個セット SARAUDON GYOZA 3PCS SET 23,000円 (\$5.61)</p>	<p>S4 長崎皿うどん 唐揚げ3個セット SARAUDON DEEP FRIED CHICKEN 3PCS SET 25,000円 (\$6.10)</p>



リンガーハットボンケンコン店(カンボジア)

Data File

2025年2月期第2四半期

- 目次
1. 既存店売上高・客数・客単価の前期比の推移
 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. 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
リンガーハット	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
	25年2月期	114.4	102.7	105.2	112.7	106.0	110.5	110.6						108.8
濱かつ	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
	25年2月期	100.7	98.4	95.1	110.4	97.7	97.5	100.4						99.7
卓袱浜勝	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
	25年2月期	101.2	100.9	99.0	99.0	94.4	106.7	98.8						99.9
全社	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
	25年2月期	111.5	101.9	103.2	112.2	104.3	107.7	108.6						107.0

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	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
	25年2月期	104.7	94.6	94.6	101.1	97.9	100.6	100.8						99.1
濱かつ	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
	25年2月期	99.1	94.8	94.4	105.8	94.0	96.1	98.2						97.3
卓袱浜勝	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
	25年2月期	84.2	93.4	89.3	89.8	84.9	98.5	90.5						89.7
全社	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
	25年2月期	103.8	94.8	94.4	101.7	97.4	99.9	100.4						98.9

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	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
	25年2月期	109.3	108.6	111.2	111.4	108.2	109.9	109.7						109.8
濱かつ	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
	25年2月期	101.6	102.8	101.8	104.3	103.9	101.4	102.2						102.5
卓袱浜勝	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
	25年2月期	120.2	108.1	110.8	110.3	111.2	108.4	109.1						111.3
全社	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
	25年2月期	107.5	107.5	109.3	110.3	107.1	107.7	108.2						108.2

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	2020.2期			2021.2期			2022.2期			2023.2期			2024.2期			2024.8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	▲4	295	2	▲30	267	1	▲6	262	0	▲7	255	3	▲7	251	5	▲4	252
関東・東海地区	13	▲7	337	10	▲62	285	0	▲3	282	3	▲11	274	3	▲7	270	2	▲5	267
関西・中京地区	8	▲3	130	4	▲26	108	0	▲2	106	2	▲5	103	4	▲5	102	2	▲3	101
東北・北海道地区	2	0	36	0	▲4	32	0	▲3	29	0	▲6	23	0	0	23	0	0	23
海外	4	▲4	17	1	▲6	12	0	▲3	9	1	▲1	9	0	0	9	2	▲1	10
合計	35	▲18	815	17	▲128	704	1	▲17	688	6	▲30	664	10	▲19	655	11	▲13	653
うち直営店舗数			594			497			497			497			492			495
うちFC店舗数			221			207			191			167			163			158

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	2020.2期			2021.2期			2022.2期			2023.2期			2024.2期			2024.8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	▲4	208	2	▲27	183	1	▲6	178	0	▲7	171	1	▲4	168	2	▲3	167
関東・東海地区	12	▲6	318	9	▲46	281	0	▲3	278	3	▲9	272	3	▲6	269	2	▲5	266
関西・中京地区	8	▲3	127	4	▲23	108	0	▲2	106	2	▲5	103	4	▲5	102	2	▲3	101
北陸・東北・北海道地区	2	0	36	0	▲4	32	0	▲3	29	0	▲6	23	0	0	23	0	0	23
海外	4	▲4	14	1	▲5	10	0	▲3	7	1	▲1	7	0	0	7	1	0	8
合計	34	▲17	703	16	▲105	614	1	▲17	598	6	▲28	576	8	▲15	569	7	▲11	565
うち直営店舗数			500			425			425			427			424			425
うちFC店舗数			203			189			173			149			145			140

出店形態	2020.2期			2021.2期			2022.2期			2023.2期			2024.2期			2024.8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	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)

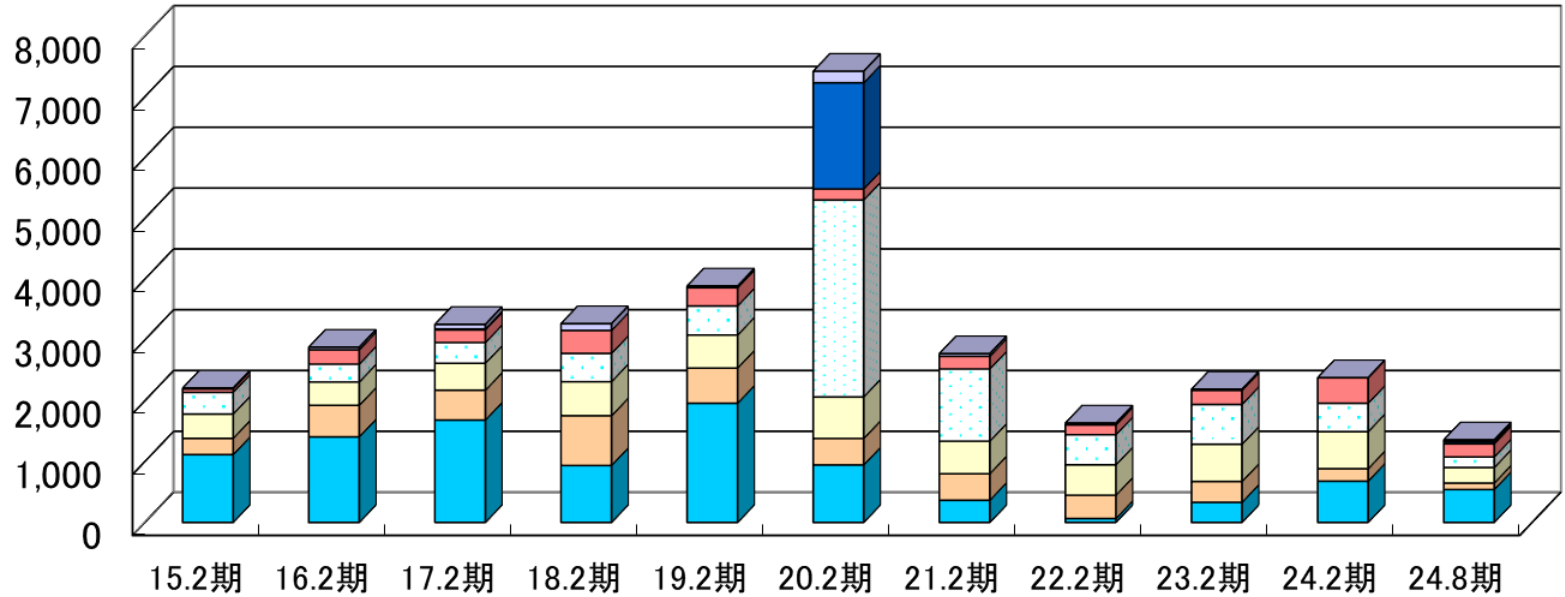
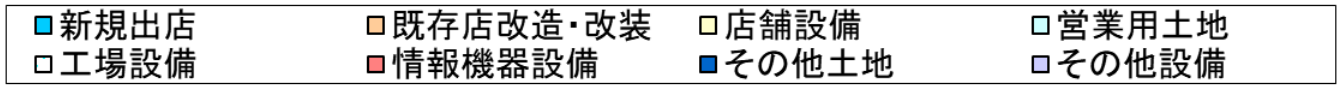
出店形態別の状況 (FC店含む)

年度	2020.2期			2021.2期			2022.2期			2023.2期			2024.2期			2024.8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		▲2	65			65			65		▲3	62	1	▲1	62	
	SC内フードコート等		17		▲1	16			16			16	2		18			18	
	ビルイン(都心型)		2		0	2			2			2			2	2		4	
	合計	0	0	86	0	▲3	83	0	0	83	0	0	83	2	▲3	82	3	▲1	84
関東・東海地区	ロードサイド(郊外型)		4		▲4	0			0			0			0			0	
	SC内フードコート等		▲1	5		▲5	0		0			0			0			0	
	ビルイン(都心型)		2		▲1	1			1		▲1	0			0			0	
	合計	0	▲1	11	0	▲10	1	0	0	1	0	▲1	0	0	0	0	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	0		0			0			0			0	
	ビルイン(都心型)			0			0		0			0			0			0	
	合計	0	0	3	0	▲3	0	0	0	0	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	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	0
	ビルイン(都心型)			0		0			0			0			0	1		1	
	合計	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	▲1	1
合計	ロードサイド(郊外型)	0	0	71	0	▲6	65	0	0	65	0	0	65	0	▲3	62	1	▲1	62
	SC内フードコート等	0	▲1	26	0	▲9	17	0	0	17	0	0	17	2	0	19	0	▲1	18
	ビルイン(都心型)	0	0	4	0	▲1	3	0	0	3	0	▲1	2	0	0	2	3	0	5
	合計	0	▲1	101	0	▲16	85	0	0	85	0	▲1	84	2	▲3	83	4	▲2	85
うち直営店舗数			83			68			68			67			66			68	
うちFC店舗数			18			17			17			17			17			17	

※とんかつ大学へ業態変更

年度	2020.2期			2021.2期			2022.2期			2023.2期			2024.2期			2024.8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)	1		10		▲6	4			4	1	▲2	3		▲1	2			2

5. 設備投資の推移



単位：百万円

区分	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	24.8期
新規出店	1,115	1,407	1,683	936	1,960	945	365	64	330	678	542
既存店改造・改装	267	519	490	817	579	436	436	383	343	205	105
店舗設備	400	382	444	560	543	682	535	500	612	609	256
営業用土地	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
工場設備	356	294	340	465	478	3,239	1,188	495	655	467	174
情報機器設備	56	235	209	379	300	182	207	161	231	418	216
その他土地	0	0	16	0	1	1,746	0	0	0	0	34
その他設備	14	42	73	111	27	189	43	30	19	2	29
設備投資計	2,208	2,880	3,256	3,268	3,887	7,419	2,774	1,634	2,190	2,379	1,356
減価償却費	1,246	1,339	1,448	1,521	1,634	1,932	2,064	1,823	1,865	1,872	965



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