
2026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

● 2026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
P4	2026年2月期 第2四半期 決算概要
P5	グループ店舗売上高分析
P6	売上高傾向
P7	既存店売上高

P8	経費分析
P9	特別損失の内容
P10	キャッシュ・フロー
P11	セグメント情報

● 2026年2月期 計画

P13～14	2026年2月期 下半期計画・通期予想
P15	計画の前提となる既存店(前期比)

P16	2026年2月期 出店計画
-----	---------------

● 2026年2月期(第62期)リンガーハットグループ戦略の進捗状況

P18	第62期経営方針
P19～27	トピックス
P28～31	リンガーハット事業

P32～35	浜勝事業
P36	外販事業
P37～38	海外事業

● リンガーハットグループ中期経営計画(2026年度～2028年度)

P40～41	ご挨拶・経営理念
P42～43	対処すべき課題・Ringer Hut Vision 2030
P44	2026年度～28年度中期経営方針

P45～46	計数計画・目標数値
P47～53	経営方針実現に向けた取り組み
P54	株主への還元方針

● Data File

P56	既存店売上高・客数・客単価の前期比推移
P57～59	出店形態別の店舗数の推移

P60	設備投資の推移
-----	---------

2026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 105.5%の 22,399百万円。計画に対しても449百万円上回る。
- 営業利益は790百万円、経常利益は844百万円、当期純利益は511百万円と前期、計画とも上回る。

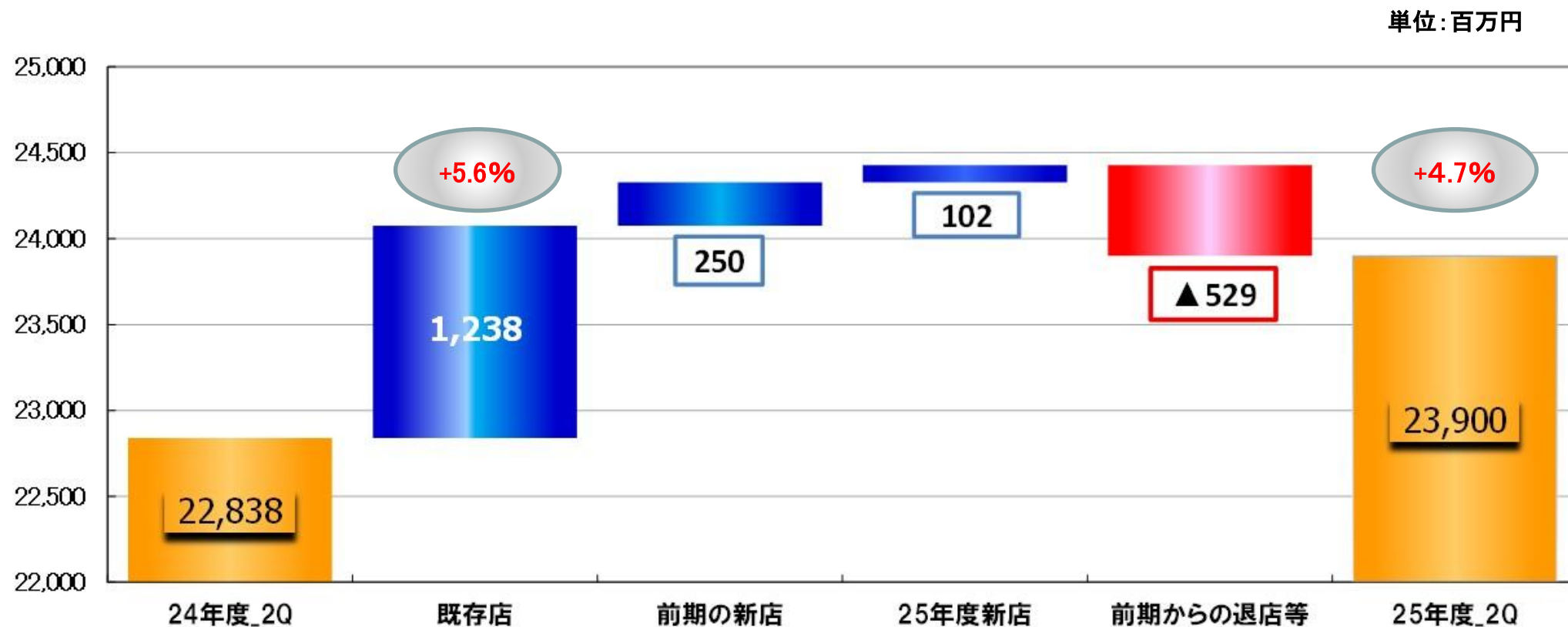
勘定科目	'24/03～'24/08		'25/03～'25/08		'25/03～'25/08		単位: 百万円		
	前期	構成比	計画	構成比	実績	構成比	前期比	計画差	計画比
総売上高	24,219		25,100		25,413		104.9%	313	101.2%
売上高	21,236	100.0%	21,950	100.0%	22,399	100.0%	105.5%	449	102.0%
売上原価	7,083	33.4%	7,543	34.4%	7,703	34.4%	108.7%	160	102.1%
売上総利益	14,152	66.6%	14,407	65.6%	14,695	65.6%	103.8%	288	102.0%
販売費及び一般管理費	13,448	63.3%	14,007	63.8%	13,905	62.1%	103.4%	△ 101	99.3%
人件費	6,865	32.3%	7,132	32.5%	7,136	31.9%	103.9%	4	100.1%
販売費	531	2.5%	611	2.8%	524	2.3%	98.6%	△ 86	85.9%
活動費	2,955	13.9%	3,124	14.2%	3,134	14.0%	106.1%	10	100.4%
固定費	3,095	14.6%	3,140	14.3%	3,109	13.9%	100.5%	△ 30	99.0%
営業利益	704	3.3%	400	1.8%	790	3.5%	112.2%	390	197.6%
営業外収益	35	0.2%	30	0.1%	131	0.6%	366.3%	101	439.1%
営業外費用	144	0.7%	80	0.4%	77	0.3%	53.6%	△ 2	97.1%
経常利益	595	2.8%	350	1.6%	844	3.8%	141.8%	494	241.2%
特別利益	33	0.2%	0	0.0%	0	0.0%	---	0	---
特別損失	91	0.4%	0	0.0%	36	0.2%	40.0%	36	---
税引前利益	536	2.5%	350	1.6%	807	3.6%	150.5%	457	230.7%
法人税等	209	1.0%	130	0.6%	296	1.3%	141.3%	166	228.1%
当期純利益	326	1.5%	220	1.0%	511	2.3%	156.3%	291	232.3%

2026年2月期第2四半期 決算概要

- 売上高 22,399百万円（前期比 +1,162百万円、計画比 +449百万円）
 - － 既存店売上高前期比は105.6%、客数：102.7%、客単価：102.8%。
- 売上原価 原価率は34.4%（売上構成前期比 +1.0pts、売上構成計画比 +0.0pts）
前期比 +619百万円、計画比 +160百万円
- 人件費 前期比 +270百万円、計画比 +4百万円（人件費率31.9% 前期比 ▲0.5pts）
- 販売費 前期比 ▲7百万円、計画比 ▲86百万円（販売費率 2.3% 前期比 ▲0.2pts）
- 活動費 前期比 +179百万円、計画比 +10百万円（活動費率14.0% 前期比 +0.1pts）
- 固定費 前期比 +14百万円、計画比 ▲30百万円（固定費率13.9% 前期比 ▲0.7pts）
- 営業利益 790百万円（前期比 +85百万円、計画比 +390百万円）
- 経常利益 844百万円（前期比 +248百万円、計画比 +494百万円）
- 純利益 511百万円（前期比 +184百万円、計画比 +291百万円）

グループ店舗売上高分析・・・前年同期比

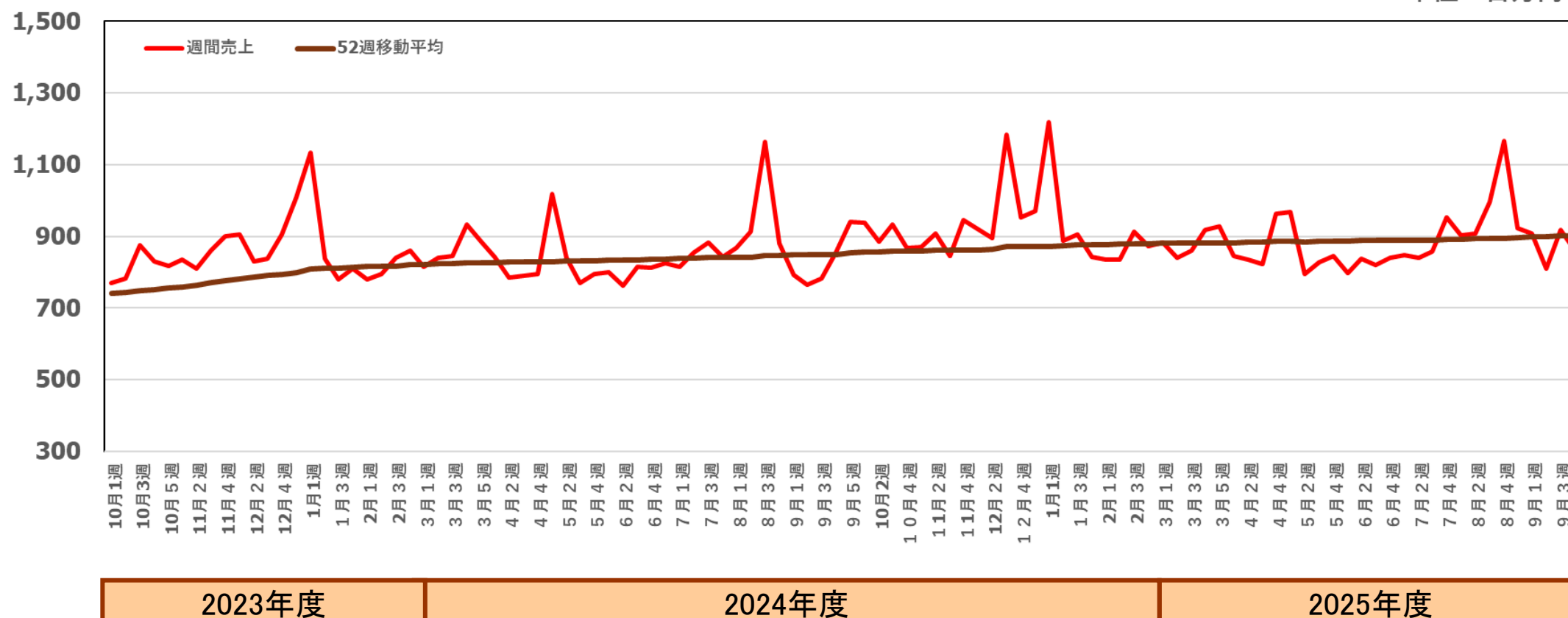
- 既存店は増収、前期比 +5.6%
- フランチャイズ店を含む店舗売上高は4.7%増加



売上高傾向・・・グループ全店舗売上高の推移

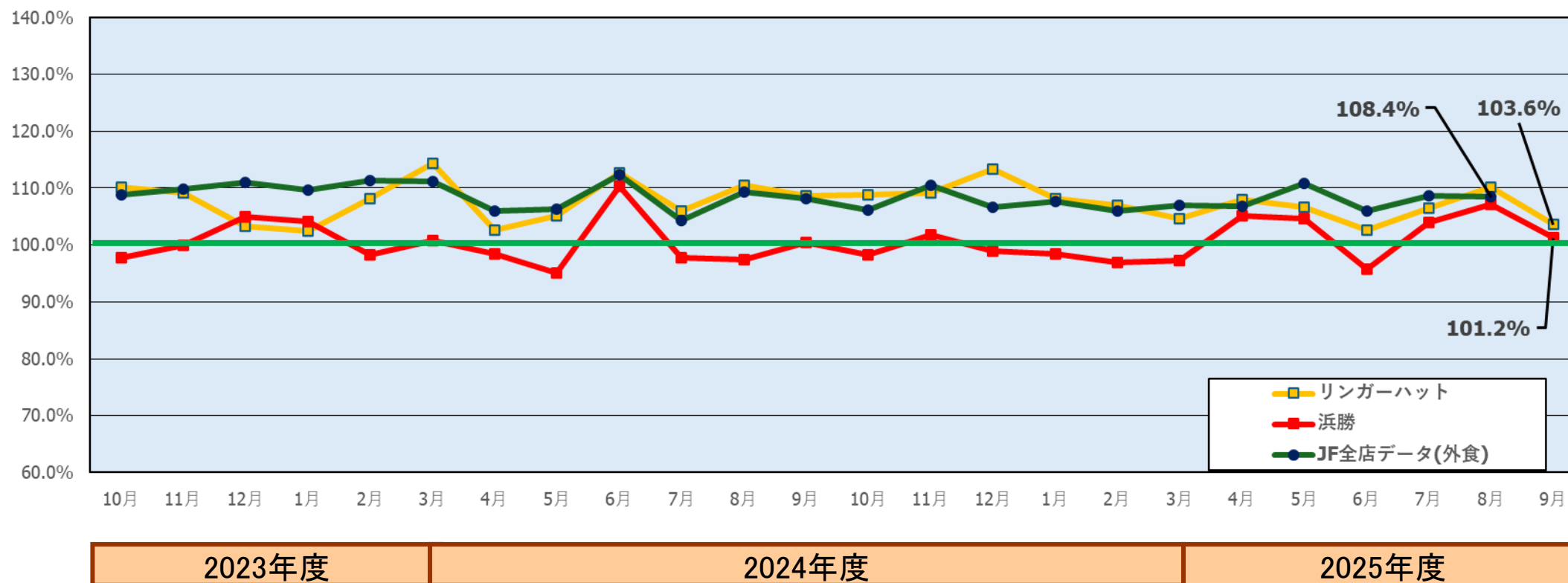
- 原材料高騰の影響により、商品の価格改定を実施。
- 季節・戦略商品の開発・販売、販促企画等により、上昇傾向を維持している。

単位：百万円



既存店売上高・・・外食全体と当社の動向

- (上半期)既存店売上高(前期比) リンガーハット **106.4%**、濱かつ **102.4%**
 - 客数はリンガーハット 102.6%、濱かつ 103.6 %、客単価はリンガーハット 103.7 %、浜勝 98.9%
 - リンガーハットはコロナ禍以降順調に売上を伸ばし50カ月連続で前年を上回る

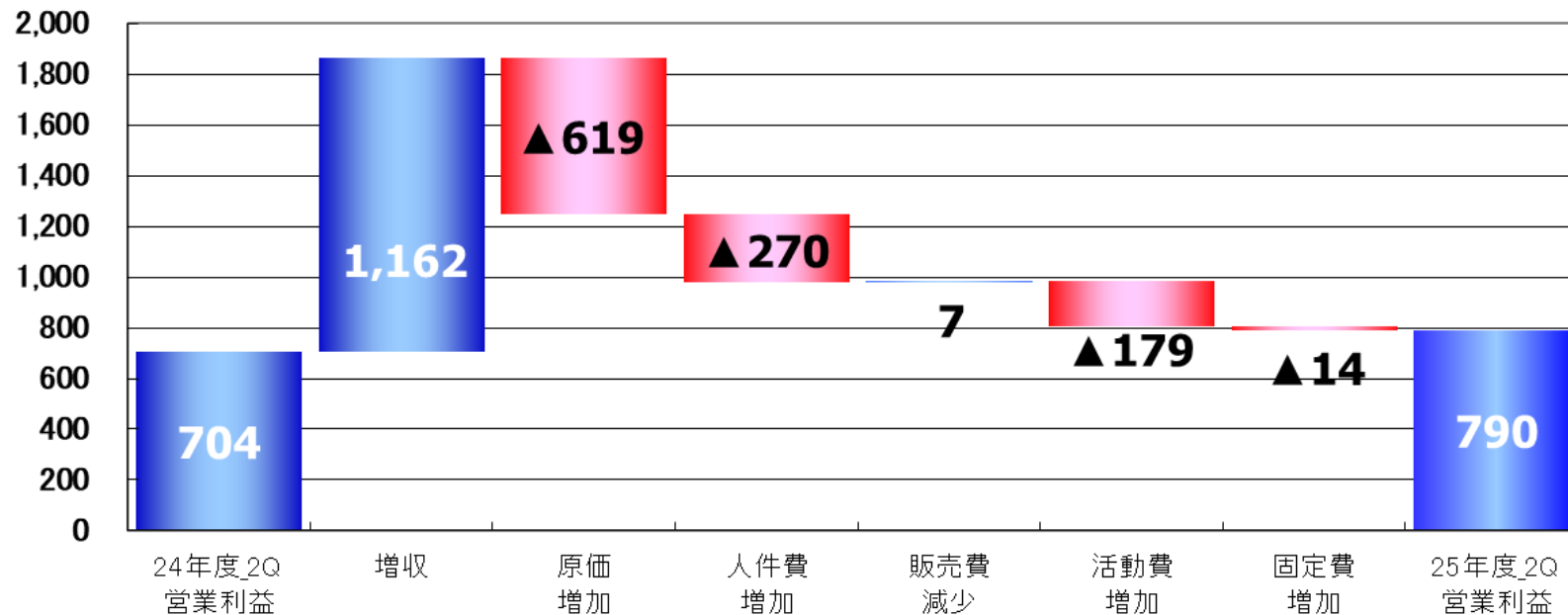


外食データ出所: 日本フードサービス協会: JFデータ(外食)は全店比較

経費分析・・・前年同期比

- 営業利益は790百万円となり前期比85百万円増加した。
- 売上原価は619百万円増となり売上原価率は34.4%と（構成比）前期比+1.0ptsとなった。
（原材料高騰の影響が大きい）
- 販管費計は457百万円増加したが販管費率は62.1%と（構成比）前期比▲1.2ptsとなった。
人件費 前期比+270百万円となったが売上増と適切なコントロールで構成比では31.9%と前期を0.5pts下回った、
販売費 構成比前期比▲ 0.2pts 活動費+ 0.1pts 固定費▲ 0.7pts

単位 : 百万円



特別損失の内容

- 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	34	店舗設備(退店決定店舗等)
固定資産除却損	1	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)

- 増収により営業キャッシュフローは増加。今後も積極的に既存店・工場・DX推進等の投資を進める。

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	1,077	1,127	49
投資キャッシュ・フロー	△1,285	△958	326
フリーキャッシュ・フロー	△208	168	376
財務キャッシュ・フロー	143	385	242
現金及び現金同等物に係る換算差額	△9	△23	△14
現金及び現金同等物の増加・減少(△)額	△74	529	604
現金及び現金同等物の期首残高	2,243	2,194	△48
現金及び現金同等物の期末残高	2,168	2,724	555

セグメント情報

- ちゃんぽん事業は増収増益、とんかつ事業は増収減益となった。
- ちゃんぽん事業は、営業利益 **594**百万円(前期比 **+105**百万円)
とんかつ事業は、 営業利益 **159**百万円(前期比 **▲30**百万円)

ちゃんぽん事業
(リンガーハット)

単位:百万円

	2026年2月期 第2四半期	前年同期 実績	増減
売上高	18,266	17,139	+1,126
営業費用	17,672	16,650	+1,021
営業利益	594	488	+105
営業利益率	+3.3%	+2.9%	+0.4%

とんかつ事業
(濱かつ・卓袱浜勝)

単位:百万円

	2026年2月期 第2四半期	前年同期 実績	増減
売上高	4,039	3,996	+42
営業費用	3,879	3,805	+73
営業利益	159	190	▲30
営業利益率	+4.0%	+4.8%	▲0.8%

2026年2月期 計画

2026年2月期 下半期計画

- 出店計画遅れと原材料高騰分を反映し、下半期の計画を修正した。

単位: 百万円

	下半期 当初 業績予想	構成比	修正後	構成比	増減額	増減率
総売上高	27,000	—	26,800	—	△200	△0.7%
売上高	23,550	100.0%	23,350	100.0%	△200	△0.8%
営業利益	1,300	5.5%	1,200	5.1%	△100	△7.7%
経常利益	1,250	5.3%	1,150	4.9%	△100	△8.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	780	3.3%	720	3.1%	△60	△7.7%

2026年2月期 通期予想

- 上半期実績と、下半期修正計画を反映し、通期予想を上方修正した。

単位: 百万円

	通期 当初 業績予想	構成比	修正後	構成比	増減額	増減率
総売上高	52,100	—	52,213	—	113	0.2%
売上高	45,500	100.0%	45,749	100.0%	249	0.5%
営業利益	1,700	3.7%	1,990	4.3%	290	17.1%
経常利益	1,600	3.5%	1,994	4.4%	394	24.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,000	2.2%	1,231	2.7%	231	23.1%

計画の前提となる既存店（前期比）

- 下半期の既存店計画値は、変更なし。

2026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	103.8%	102.7%	103.2%	99.7%	98.5%	99.1%	104.1%	104.2%	104.2%
濱かつ	100.8%	101.9%	101.4%	101.1%	101.6%	101.3%	99.7%	100.4%	100.1%
全店	103.1%	102.2%	102.6%	99.9%	99.0%	99.4%	103.2%	103.2%	103.2%

参考) 2025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	108.6%	109.6%	109.1%	98.9%	101.5%	100.2%	109.8%	107.9%	108.9%
濱かつ	99.6%	99.1%	99.4%	97.2%	95.8%	96.5%	102.5%	103.5%	103.0%
全店	106.7%	107.6%	107.2%	98.6%	100.7%	99.7%	108.2%	106.8%	107.5%

2026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	8	3	1	4
	FC	0	0	0	0
	海外	2	1	1	2
	小計	10	4	2	6
濱かつ	直営	3	0	0	0
	FC	0	0	0	0
	海外	1	1	0	1
	小計	4	1	0	1
計	直営	11	3	1	4
	FC	0	0	0	0
	海外	3	2	1	3
	小計	14	5	2	7

- 2026年度2月期は、13店舗(上半期6店、下半期7店)を計画。
- 計画遅れにより、上半期は5店舗をオープン、下半期は2店舗オープン予定(期首▲6店舗)。

2026年2月期(第62期) リンガーハットグループ戦略の進捗状況

第62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

【全員参加型経営】月例会



- <全員参加経営> 月例会（ミーティング）を実施し、従業員の意識を変える。

- － 62期累計提案件数（9月末）903件（前期990件）。
- － 月例会効果で採算向上し、優秀店舗は社内表彰を実施。



月例会



工場ラインごとに開催

店舗ごとに開催



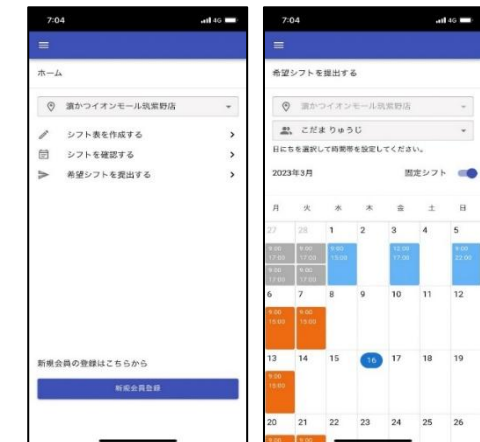
経営方針発表会で表彰

【DX推進1】(AI売上予測を活用)ワークスケジュールアプリ

- 店舗と工場と間接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。

①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)。
- 直営店舗だけでなくFC店舗向けや外販につながるよう改修を実施へ。



②日々決算システム

- AI売上予測をベースに日々の売上や収益の見える化。
- 月次でしか把握が難しかった工場や間接部門の収益を管理し人が行っていた着地等の数値管理を自動化。

【DX推進2】ペーパーレスの推進

- ペーパーレス実現に向けて様々な現場での文書管理を実現
ポータルと連動しKPIを表示(ダッシュボード開発)

- 色々なページを見ることなく、必要な情報を表示。
- その日の実施すべき業務や連絡事項を掲示。



- 株主優待の電子化

- 2025年5月発送時より紙での「食事ご優待券」を廃止し「電子株主優待ポイント」を付与。
- 紙の優待券約90万枚/年を削減。



【ESG経営1】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。
 - 育児休暇取得者に関しては2025年度目標をクリアーしており
新入社員の離職率の低下も進んでいる。



	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	22.4%	540名	30.6%	20名	60名	130名	12名	6名	10%以下
2025年 8月末現在 ↑	2名	0名	59名	10.2%	483名	22.4%	8名	33名	74名	2名	6名	26.2%
2014年2月	0名	0名	63名	1.6%	500名	14.2%	15名	1名	47名	0名	0名	38.0%

【ESG経営2】人財育成：働き方改革

● 昨年からの取り組み事項

- － 企業理念の共有（**フィロソフィセミナー**） 2014年～Ver8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**）
- － 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**）
- － 外国人採用・教育の強化 ※特定技能1号・外国人店長の育成



● 今期取り組み事項

- － 経営方針発表会分科会開催（社員からの提案で実現）
- － **幸福度向上**活動の推進（**ダイバシティ推進みらい座談会**）
- － 障がい者雇用の仕組み構築
- － **健康経営**に対する取り組み（産学連携 AICOG™（アイコグ））
- － 金融リテラシーセミナー開催



【ESG経営3】食育教室



● 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）のハイブリッド方式で開催中。

2025年9月末現在294回開催（参加者：2,407名）

● 2025年8月23日（土）自治体コラボ

- － 愛知県豊田市とリンガーハットの初コラボレーション。
- － 「親子で学ぶ野菜の力でパワーアップ」親子54名が参加。
- － 豊田市の3店舗もポップ掲示で協力。



【ESG経営4】株主様限定企画

● 2025年度【株主様限定工場見学】 年2回(6・11月)開催予定

－ 佐賀工場見学会 6月開催



● 2025年度【株主様限定食育教室】 年3回開催予定



－ 第1回リンガーハット愛知安城店(3月29日)開催



－ 第2回濱かつ福岡春日公園店(7月5日)開催 ※濱かつ業態初



－ 第3回リンガーハット八王子石川店 12月開催予定

【ESG経営5】カスタマーハラスメント

- 4月東京都の「カスタマーハラスメント防止条例」施行を受け、「カスハラ基本方針」を策定。
- カスハラガイドライン完成後、9月中に全国直営店舗向けの研修が終了。



◇厚労省のカスタマーハラスメント対策企業
マニュアルをもとに「リンガーハットグループカスタマーハラス
メント対応ガイドライン」完成

カスタマーハラスメント
対応ガイドライン



【ESG経営6】CO2削減活動

- 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～Scope3の）算定を進めている。

2024年度実績	排出量(t-CO2)	対象範囲
Scope1 + Scope2	30,799	直営店・加盟店、工場、事務所の電気・ガス
Scope3	136,477	対象カテゴリ-NO 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 12

- 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22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等）年間37トン

リンガーハット事業

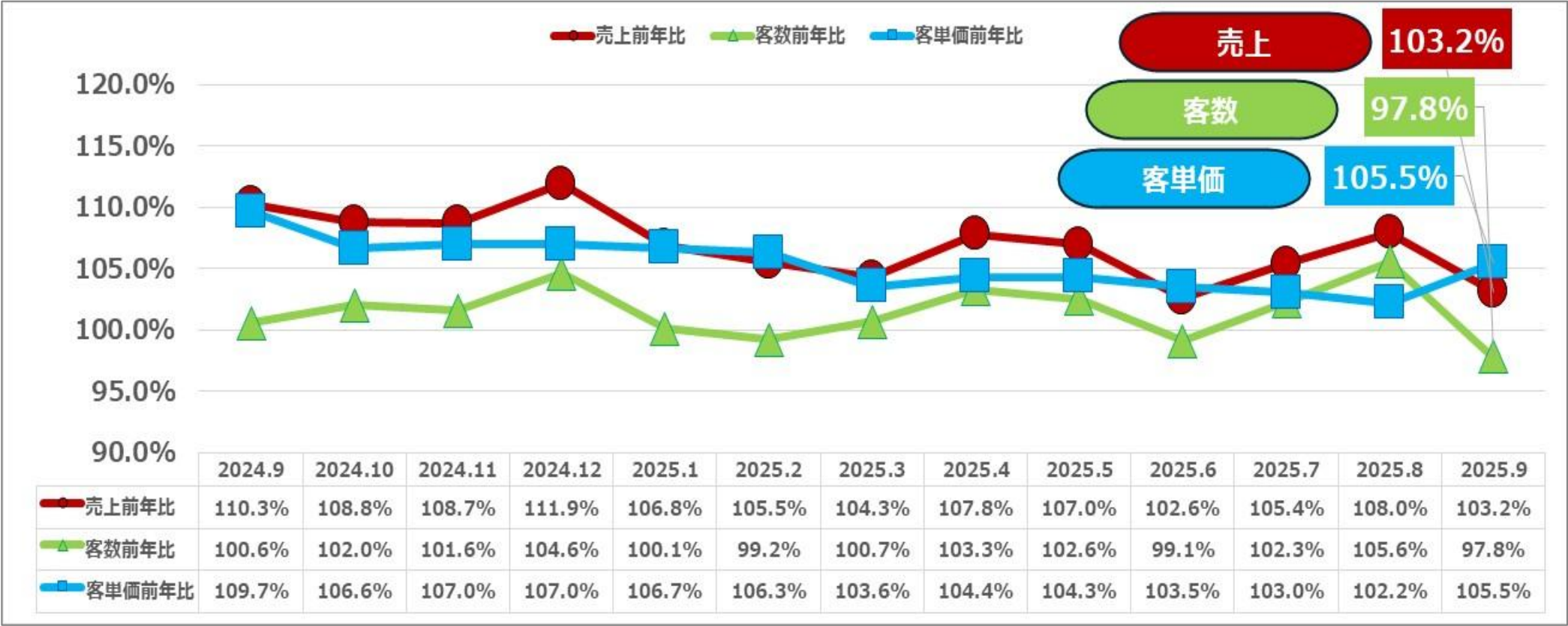
ちゃんぽん事業
(リンガーハット)

単位:百万円

	2026年2月期 第2四半期	前年同期 実績	増減
売上高	18,266	17,139	+1,126
営業費用	17,672	16,650	+1,021
営業利益	594	488	+105
営業利益率	+3.3%	+2.9%	+0.4%

2026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(前期比)売上高:106.1% 客数:102.3% 客単価:103.7%
- 2025年度は(前期比)売上高:104.5% 客数:99.0% 客単価:105.5%を目論む。

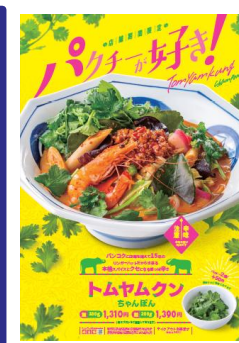


商品政策(リンガーハット)

● 季節のグランドメニュー、キャンペーン



● 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)

● 2025年度は国内4店舗を出店。

－ 上期: **3店舗** 下期: **1店舗**

3月24日 ミナモア広島店

5月29日 倉敷酒津店

6月27日 イオン相模原SC店

9月2日 MARK IS葛飾かなまち店



イオン相模原SC店(神奈川県)



倉敷酒津店(岡山県)

<改装店舗>

● 2025年度改装は、国内16店舗を計画。

－ 上期: **7店舗** 下期: **9店舗**

※店舗オペレーションの効率化と省エネ(LED/節水)

※その他: TTOの導入を進めると共に、今後は立地条件に応じてスマホオーダー(QR)のテスト導入を検討する。



照明を全てLEDへ変更・カウンター拡張
ファサード変更・デジタルサイネージ変更・更衣室・下駄箱新設など
※TTO: テーブルタブレットオーダー

浜勝事業

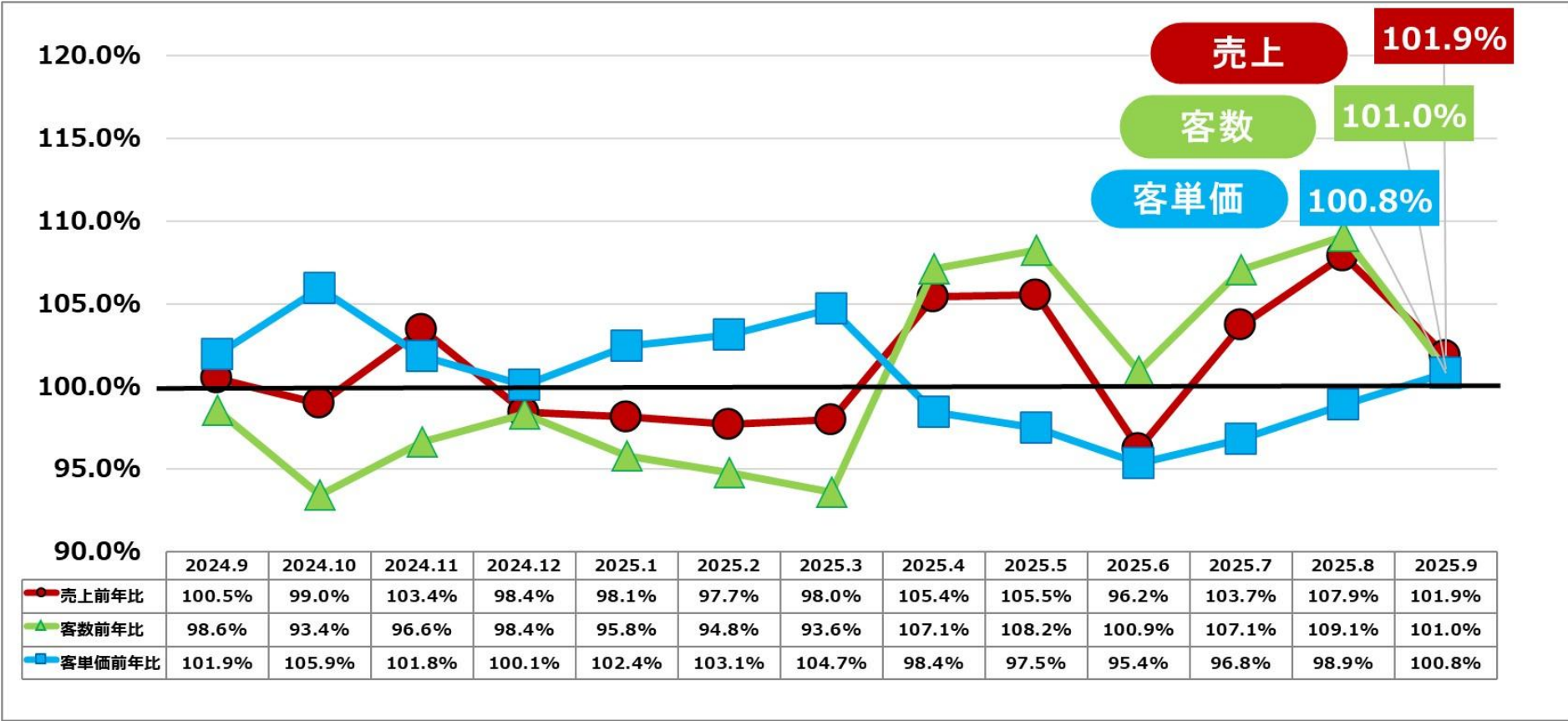
とんかつ事業
(濱かつ・卓袱浜勝)

単位:百万円

	2026年2月期 第2四半期	前年同期 実績	増減
売上高	4,039	3,996	+42
営業費用	3,879	3,805	+73
営業利益	159	190	▲30
営業利益率	+4.0%	+4.8%	▲0.8%

2026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(前期比) 売上高: 102.8% 客数: 104.0% 客単価: 98.8%
- 2025年度は(前期比) 売上高: 100.5% 客数: 102.7% 客単価: 97.8%を目論む。



商品政策(濱かつ)

- 季節商品の販売強化。夏1(あじ巻)・夏2(梅しそ巻き)・秋～(牡蠣ふらい)



長崎13店舗限定

- 定番のロースかつ値下げ 客数増を狙う

- 3月3日より全店展開
- 7月16日よりロース一部改廃



濱かつの店舗展開(新規出店・改装計画)

- 今期国内出店なし。
 - － 関東新店に関しては準備中

<改装店舗>

- 2025年度改装は、国内5店舗を計画。
 - － 上期: **1店舗** 下期: **4店舗**

※ 店舗オペレーションの効率化・調理品質向上

フライヤー(自動昇降装置)設置

エレック設置(調理時間削減、調理油の酸化防止)



フライヤー(自動昇降装置)



エレック(食用油酸化還元装置)



改装前ファサード ⇒ レジ廻り変更



小上がり席 ⇒ 可動テーブル席へ変更

外販事業(リンガーフーズ社)の拡大

- 売上高は、3,000百万円を目論む(前期2,705百万円 前期比105.0%)。
 - 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(楽天市場・Amazon・Yahoo)。
 - 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(鍋スープ・ちゃんぽんチューブ)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。



海外事業の展開(東南アジア・米国13店舗)

● 通期黒字化を目指す。

- 品質を高め、お客さまを増やす。
- 業態別モデル店舗を確立する。
- タイにおけるFC事業成功のための準備。
- ベトナム新店の成功。



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

●カンボジア

●タイ



ゲートウェイエカマイ店
プロンポンスクンビット店
センチュリースクンビットプラザ店
タニヤ店
パラダイスパーク店
アーリー店
パラダイスパーク店



●ベトナム



※2025年10月下旬
オープン予定

●米国(ハワイ)



ハワイアラモアナ店
六角漢かつ



海外新規出店

- 10月下旬独資でのベトナム1号店オープン予定。
 - － 商業施設への出店



- 通常メニューに加え、他国を参考に丼・うどん・ラーメン・天ぷらなども販売。

リンガーハットグループ中期経営計画 (2026年度～2028年度)

株式会社リンガーハット
(証券コード: 8200)

ご挨拶

株主の皆様、そして日頃よりリンガーハットグループをご愛顧いただいている皆様へ

この度、当社は2026年度から2028年度までの中期経営方針を策定いたしました。私たちを取り巻く環境は大きく変化しており、消費者のライフスタイルや外食市場の動向、そして社会貢献への期待はますます高まっています。この変化に柔軟に対応し、持続的な成長を実現するため、今回の計画では、強みである「安全・安心で健康に良い商品」を軸に、「食」をあらゆる販売チャネルで提供し、事業の成長を目指します。外食事業の強化に加え、冷凍食品市場の拡大に対応した外販事業の強化、さらなるアセアン地域への海外出店の強化、DX化による業務効率化、そしてサステナビリティへの取り組みも積極的に進めていきます。これらの事業を通じて、ステークホルダーの皆様と共に、持続的な企業価値の向上を目指してまいります。私たちの経営理念である「すべてのお客さまに楽しい食事のひとときを心と技術でつくる」を胸に皆様の期待に応えるべく、従業員一同、一丸となって邁進してまいります。引き続き、変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。

代表取締役社長兼CEO 佐々野 諸延

リンガーハットの経営理念

企業使命観

すべてのお客さまに楽しい食事のひとときを心と技術でつくる

実践訓（行動規範）

- ①. 健康的で高品質な商品を、手頃な価格で提供する
- ②. 「お客さまの声」を、心を開いてお聞きし、改善に努める
- ③. よろこびのある職場をつくり、ゆとりと豊かさを追求する
- ④. 自然と環境を大切にして、地域の皆さまに愛される店作りをする
- ⑤. 世界、日本、郷土の「味の文化」を発掘し、発展させる

リンガーハットを取り巻く環境の変化と対処すべき課題

環境の変化			対処すべき課題
社会環境の変化	消費者の変化	外食マーケットの回復	■ 外食需要の取り込みに向けた出店強化（都心店中心） ■ 店内の材料供給増に対する生産体制強化
		海外外食市場の伸長	■ タイ、カンボジア、ベトナム地域での出店強化
		冷凍食品市場の拡大	■ 冷凍食品需要の取り込みに向けた生産体制強化 ■ 外販商品の商品品質・ラインナップの強化
		生産年齢人口・労働力人口の減少	■ 従業員不足・時給上昇への対応 ■ DX化/省人化への対応
		原材料高騰、調達数不足	■ 国産野菜へこだわり、安定調達と価格高騰への対応
		物流業界の人財不足、配送コスト高騰	■ 配送の効率化への対応
		CSR・社会貢献活動への期待の高まり	■ サステナビリティ推進

Ringer Hut Vision 2030

Ringer Hut Vision2030 Ideal Dining宣言

あなたの理想の食卓へ

リンガーハット ブランドメッセージ



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」

濱かつ ブランドメッセージ



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。

2026年度～28年度中期経営方針

中期経営方針

「安全・安心で健康に良い商品」を軸に、あらゆる販売チャネルで「食」を提供する。新しい生活様式に対応し、あらゆる食事のシーンでブランド力を活かした商品を提供し各事業を成長軌道に乗せる。



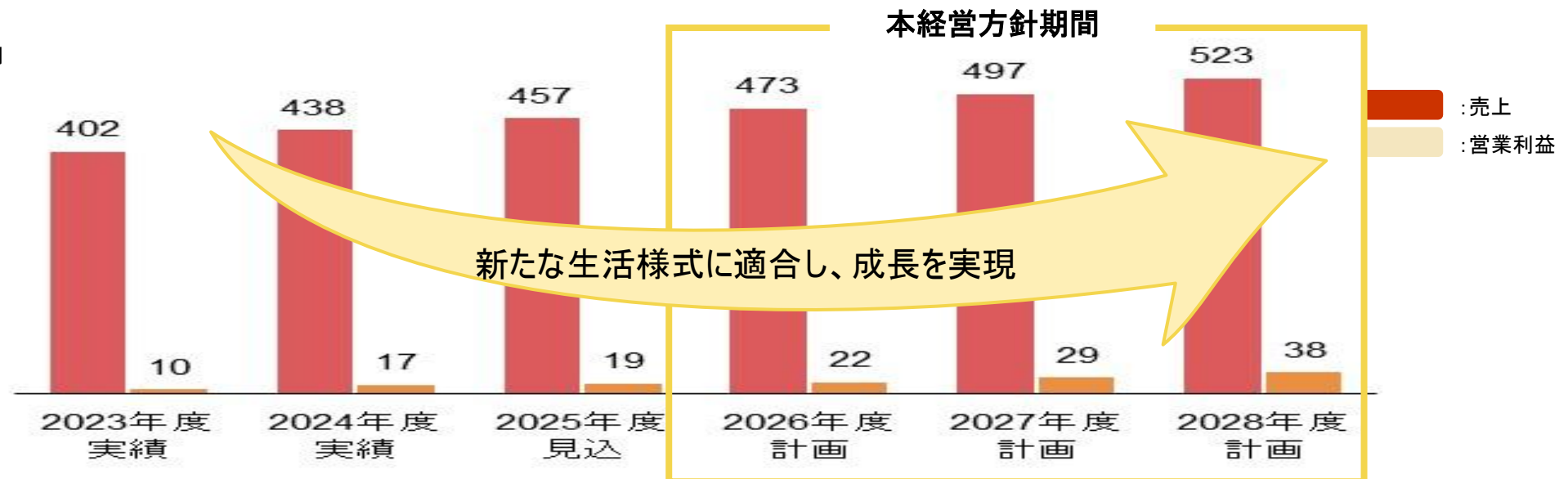
国産野菜をたっぷり使用したメニューを充実し、五感で楽しみ、様々な食のニーズにお応えする、健康を気遣い、おいしさを楽しむ日常の暮らしの中の「理想の食卓 (Ideal Dining 宣言)」を追求



計数計画

	2025年度見込	2026年度計画	2027年度計画	2028年度計画
売上高	457億円	473億円	497億円	523億円
営業利益	19億円	22億円	29億円	38億円

単位：億円

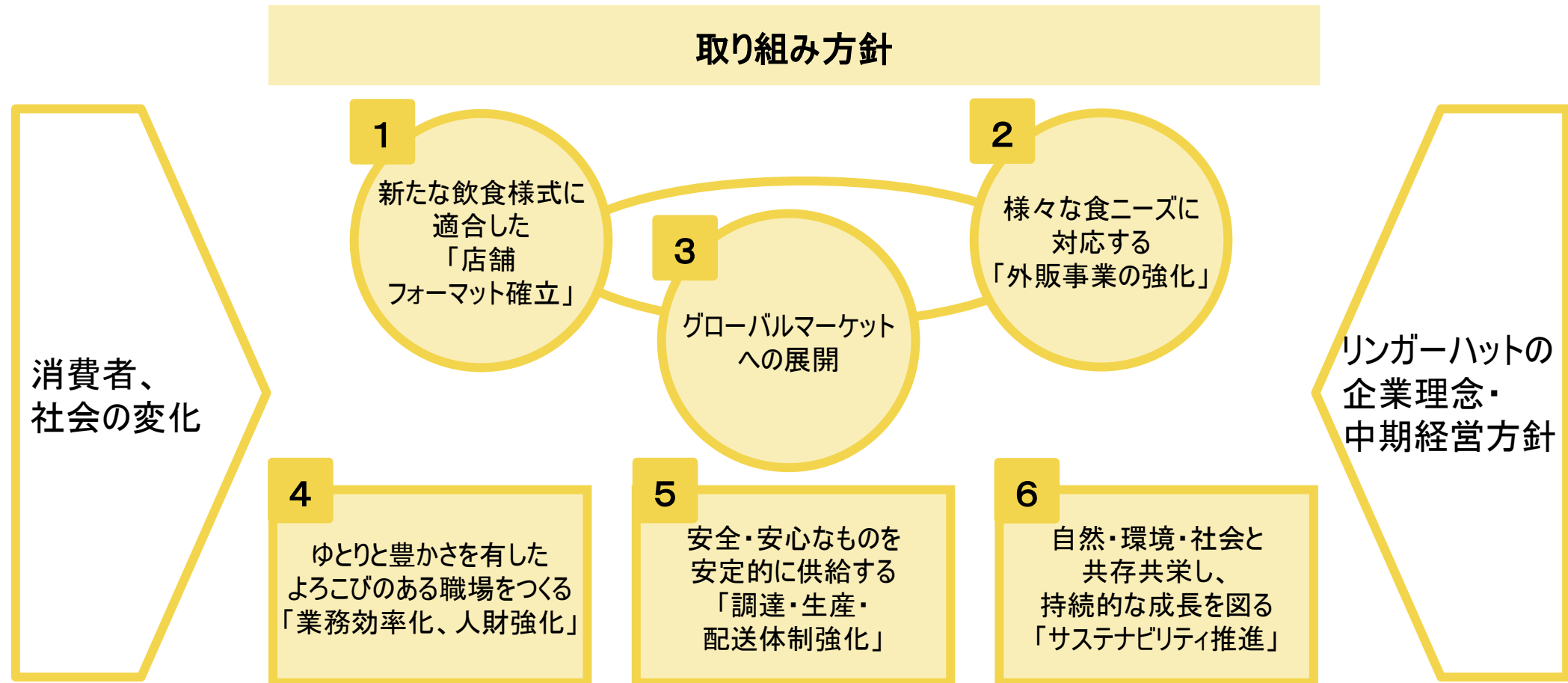


目標数値

	2025年度見込	2026年度計画	2027年度計画	2028年度計画
店舗数	644店舗	655店舗	670店舗	687店舗
うち都心店舗	53店舗	60店舗	67店舗	74店舗
うち海外店舗	14店舗	22店舗	33店舗	46店舗
1店舗当たり売上高	75百万円	77百万円	78百万円	80百万円
うち国内店舗	75百万円	77百万円	79百万円	81百万円
外販事業売上高	30億円	32億円	37億円	42億円
人件費率	31.9%	31.8%	31.0%	30.3%

経営方針実現に向けた取り組み

- 「店舗フォーマット確立」、「外販事業の強化」、「グローバルマーケットへの展開」、「業務効率化、人財強化」、「調達・生産・配送体制強化」、「サステナビリティ推進」の6つ。



取り組み①～店舗フォーマットの確立

- 「モグベジ食堂の強化」、「新たな店舗形態の拡大」、「既存店の改装・リロケート、新規出店」に取り組みます。

理想の食卓 (Ideal Dining) に向けた
モグベジ(メニュー)の強化

国産野菜がたっぷり取れ、健康を気遣いつつ、
おいしさも楽しめる野菜中心メニューを
強化する



既存店舗の改装・リロケート、新規出店

都心店の出店強化に加え、ロードサイド店舗
は引き続き立地および店舗の駐車場スペース
を考慮した改装・リロケートを継続する
濱かつの関東再進出を実施する



目標値

新規出店含めた総店舗数687店舗(現在644店舗)

新たな店舗形態の拡大

リンガーハットの冷凍自販機の設置や
濱かつ惣菜業態の出店を強化する



目標値

惣菜店5店(現在2店)

取り組み②～外販事業の強化

- 「店舗の味の再現に向けた商品品質の向上」、「商品ラインナップの拡大」、「生産体制の強化」に取り組みます。

店舗の味の再現に向けた 商品品質の向上

店舗同様の麺、野菜、スープを活用。加えて、スチーム解凍商品の導入や、加工手法の見直しにより、店舗の味の再現度を高める



商品ラインナップの拡大

既存商品にとらわれず、野菜を軸にした広い視点での商品開発および専用ラインの構築により、商品のラインナップを拡大する



生産体制の強化

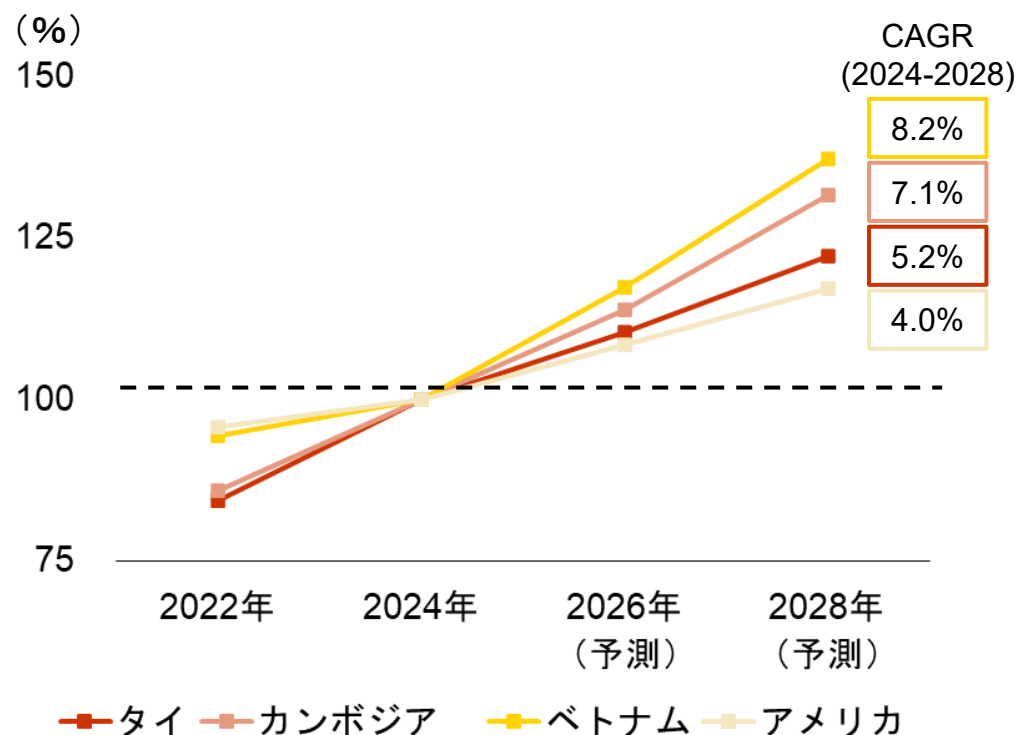
外販商品組立を外部委託開始。社内工場は生産特化型へシフトするとともに、外販商品の専用ラインを増設し生産体制を強化する



取り組み③～グローバルマーケットへの展開

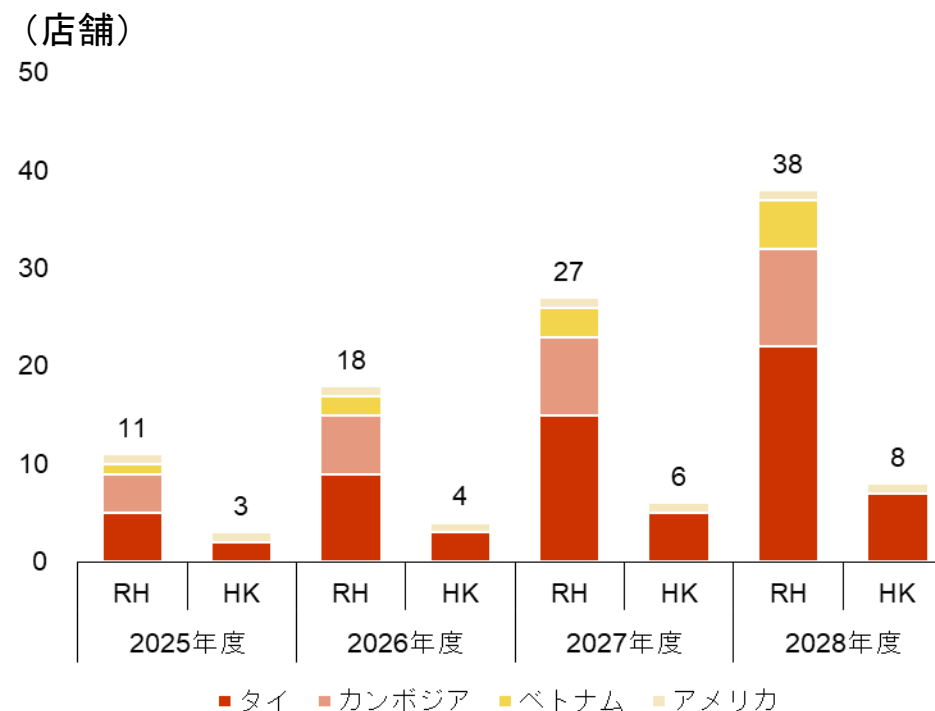
- 拡大する海外の外食市場の取り込みに向けて、タイ、カンボジア、ベトナムの出店を強化。

外食市場の伸び



※各市場2024年の市場規模を100とした時の成長率(Euromonitor社調べ)

海外店舗計画



*RH: リンガーハット, HK: 濱かつ

取り組み④～業務効率化、人財強化

- ゆとりと豊かさを有したよろこびのある職場づくりに向け、「店舗オペレーションの効率化」、「店舗事務・管理業務の効率化」、「採用強化・人財育成」に取り組めます。

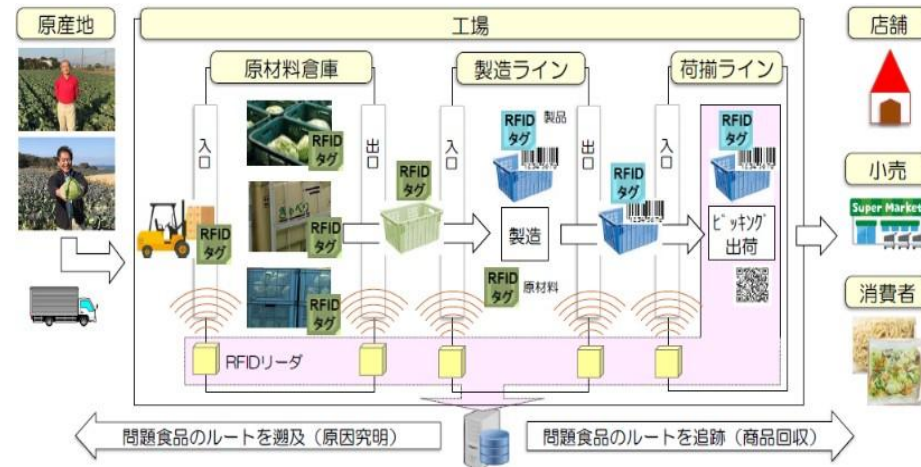
店舗オペレーションの効率化

店舗のDX化を推進し、自働調理機器の導入による調理システムの再構築や、モバイルオーダーの推進を通じて店舗オペレーションを効率化



店舗事務・管理業務の効率化

店舗の発注、シフト作成、決算を自働化
トレーサビリティ管理を構築し店舗事務・管理
業務を効率化



人財確保に向けた採用・育成の強化

年4回の定期採用により人財を継続的に
採用することに加えて、オンライン教育
システムによりコンテンツと教育機会を増やす



取り組み⑤～調達・生産・配送体制強化

- 調達・生産・配送体制を強化し、安全・安心なものを安定的に供給します。

国産野菜の安定調達

国産野菜契約生産者の開拓とスマート農業の支援を実施する
キャベツ生産者のJGAP取得を推進する
他の野菜についても認証取得を目指す



内製化率向上・自動化推進

「製造直売業」を強化し、自社工場の内製化率を上げるとともに、自動化を推進し、品質向上と原価低減を実現する



国内3工場体制による最適生産・配送体制の構築

京都工場の稼働率を上げ、生産性・物流効率を向上させるとともに、物流拠点を再構築し配送体制を最適化する



取り組み⑥～サステナビリティ推進

- 3つのグループマテリアリティを基に、ステークホルダーの皆さまへの価値提供に積極的に取り組みます。

豊かな社会作りへの貢献

食育活動を通じて食文化の形成に貢献
高レベルな店舗衛生環境を保ち、安心して来店できる店舗を提供



目標値

2030年までの累計参加者
食育活動オンライン3,000名、対面1,200名

地球環境への配慮・負荷の低減

サプライチェーンも含めたCO2排出量の低減
食品残渣のリサイクル・リデュースサイクルの
確立



目標値

CO2排出量46%減(対13年)
使い捨てプラスチック50%削減(対21年)
食品リサイクル実施率70%(2024年度65.6%)

誰もが自分らしく安心して 働ける職場づくり

女性活躍推進、男性育休推進
ダイバーシティ推進
従業員満足度向上



目標値

管理職に占める女性の割合 24%
女性店長 100名・外国人店長 15名
男性育児休暇取得率 85%
3年以内離職率5%以下・従業員満足度90%以上

株主への還元方針

- 株主の皆さまはリンガーハットグループのコアユーザーかつ強力な応援団と認識、積極的な還元を目指します。

株主優待制度

所有株式数に応じて当グループ店舗で
使用できる食事ご優待ポイントを年2回贈呈、
長期保有優遇優待制度あり



有効期限：2026年8月31日

ポイントは半角数値でご入力ください。

使用Pt：

Pt

残Pt：5,000 Pt



株主報告会・工場見学会・食育教室

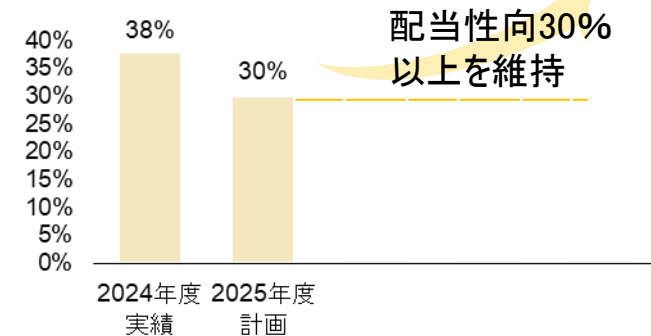
株主の皆さまへ向けた報告会・IR資料や
国内3工場の工場見学会・食育教室等、
株主の皆さまとの接点を拡充



配当性向

各年度の配当性向を30%以上として
利益を配分
(※年度ごとに目標値を設定)

配当性向目標



Data File

2026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	25年2月期	114.4	102.7	105.2	112.7	106.0	110.5	110.6	108.8	109.2	113.3	108.2	106.9	109.1
	26年2月期	104.6	107.9	106.7	102.6	106.4	110.1	103.6						106.0
濱かつ	25年2月期	100.7	98.4	95.1	110.4	97.7	97.5	100.4	98.2	101.8	98.9	98.5	96.9	99.4
	26年2月期	97.3	105.1	104.6	95.8	104.0	107.2	101.2						102.3
卓袱浜勝	25年2月期	101.2	100.9	99.0	99.0	94.4	106.7	98.8	100.5	89.3	117.4	117.4	117.4	100.2
	26年2月期	97.1	102.2	98.3	101.3	85.4	99.1	109.6						97.4
全社	25年2月期	111.5	101.9	103.2	112.2	104.3	107.7	108.6	106.8	107.8	110.5	106.3	105.0	107.2
	26年2月期	103.2	107.3	106.3	101.3	105.9	109.5	103.2						105.3

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	25年2月期	104.7	94.6	94.6	101.1	97.9	100.6	100.8	102.0	101.7	103.6	100.5	100.0	100.2
	26年2月期	101.0	103.4	102.4	99.2	103.1	106.4	98.4						102.0
濱かつ	25年2月期	99.1	95.7	93.5	105.8	94.0	96.1	98.2	92.8	95.1	98.1	96.0	94.3	96.5
	26年2月期	93.0	106.6	107.2	100.2	107.1	108.4	100.3						103.1
卓袱浜勝	25年2月期	84.2	93.4	89.3	89.8	84.9	98.5	90.5	98.3	85.0	105.7	105.7	105.7	91.5
	26年2月期	85.8	90.0	88.4	93.7	77.3	88.6	92.6						87.5
全社	25年2月期	103.8	94.8	94.4	101.7	97.4	99.9	100.4	100.8	100.8	102.9	99.8	99.2	99.7
	26年2月期	99.8	103.8	103.0	99.3	103.6	106.7	98.7						102.2

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	25年2月期	109.3	108.6	111.2	111.4	108.2	109.9	109.7	106.6	107.4	109.4	107.7	106.9	108.9
	26年2月期	103.6	104.4	104.3	103.4	103.2	103.4	105.2						103.9
濱かつ	25年2月期	101.6	102.8	101.8	104.3	103.9	101.4	102.2	105.8	107.0	100.9	102.6	102.7	103.0
	26年2月期	104.6	98.6	97.5	95.6	97.1	98.9	100.9						99.2
卓袱浜勝	25年2月期	120.2	108.1	110.8	110.3	111.2	108.4	109.1	102.2	105.0	111.1	111.1	111.1	112.1
	26年2月期	113.1	113.5	111.2	108.1	110.4	111.8	118.3						111.3
全社	25年2月期	107.5	107.5	109.3	110.3	107.1	107.7	108.2	106.0	107.0	107.4	106.5	105.8	107.5
	26年2月期	103.4	103.4	103.2	102.0	102.1	102.6	104.6						103.0

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)

年度	出店形態	2021.2期			2022.2期			2023.2期			2024.2期			2025.2期			2025.8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)		▲ 13	165		▲ 1	164		▲ 2	162	1	▲ 5	158	2	▲ 5	155	1	▲ 2	154
	SC内フードコート等	2	▲ 15	92		▲ 4	88		▲ 4	84	2	▲ 1	85	1	▲ 1	85		▲ 1	84
	ビルイン(都心型)		▲ 2	10	1	▲ 1	10		▲ 1	9		▲ 1	8	3		11	1	▲ 1	11
		2	▲ 30	267	1	▲ 6	262	0	▲ 7	255	3	▲ 7	251	6	▲ 6	251	2	▲ 4	249
関東・東海地区	ロードサイド(郊外型)	2	▲ 22	64			64	2	▲ 2	64	2	▲ 2	64		▲ 1	63			63
	SC内フードコート等	6	▲ 26	169		▲ 3	166	1	▲ 9	158	1	▲ 4	155		▲ 13	142	1	▲ 1	142
	ビルイン(都心型)	2	▲ 14	52			52			52		▲ 1	51	3	▲ 1	53			53
		10	▲ 62	285	0	▲ 3	282	3	▲ 11	274	3	▲ 7	270	3	▲ 15	258	1	▲ 1	258
関西・中京地区	ロードサイド(郊外型)		▲ 3	20		▲ 1	19	2	▲ 1	20	3		23			23			23
	SC内フードコート等	4	▲ 21	81		▲ 1	80		▲ 2	78	1	▲ 5	74	2	▲ 1	75		▲ 2	73
	ビルイン(都心型)		▲ 2	7			7		▲ 2	5			5			5			5
		4	▲ 26	108	0	▲ 2	106	2	▲ 5	103	4	▲ 5	102	2	▲ 1	103	0	▲ 2	101
東北・北海道地区	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		▲ 4	31		▲ 3	28		▲ 5	23			23			23			23
	ビルイン(都心型)			0			0			0			0			0			0
		0	▲ 4	32	0	▲ 3	29	0	▲ 6	23	0	0	23	0	0	23	0	0	23
海外	ロードサイド(郊外型)		▲ 1	0			0			0			0	1		1			1
	SC内フードコート等	1	▲ 3	8		▲ 3	5	1	▲ 1	5			5	1	▲ 1	5	2		7
	ビルイン(都心型)		▲ 2	4			4			4			4	1		5			5
		1	▲ 6	12	0	▲ 3	9	1	▲ 1	9	0	0	9	3	▲ 1	11	2	0	13
合計	ロードサイド(郊外型)	2	▲ 39	250	0	▲ 2	248	4	▲ 6	246	6	▲ 7	245	3	▲ 6	242	1	▲ 2	241
	SC内フードコート等	13	▲ 69	381	0	▲ 14	367	2	▲ 21	348	4	▲ 10	342	4	▲ 16	330	3	▲ 4	329
	ビルイン(都心型)	2	▲ 20	73	1	▲ 1	73	0	▲ 3	70	0	▲ 2	68	7	▲ 1	74	1	▲ 1	74
		17	▲ 128	704	1	▲ 17	688	6	▲ 30	664	10	▲ 19	655	14	▲ 23	646	5	▲ 7	644
	うち直営店舗数			497			497			497			492			489			490
	うちFC店舗数			207			191			167			163			157			154

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)

年度		2021.2期			2022.2期			2023.2期			2024.2期			2025.2期			2025.8期		
出店形態		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)		▲ 11	99		▲ 1	98		▲ 2	96	1	▲ 2	95	1	▲ 4	92	1	▲ 1	92
	SC内フードコート等	2	▲ 14	76		▲ 4	72		▲ 4	68		▲ 1	67	1	▲ 1	67		▲ 1	66
	ビルイン(都心型)		▲ 2	8	1	▲ 1	8		▲ 1	7		▲ 1	6	1		7	1	▲ 1	7
		2	▲ 27	183	1	▲ 6	178	0	▲ 7	171	1	▲ 4	168	3	▲ 5	166	2	▲ 3	165
関東・東海地区	ロードサイド(郊外型)	1	▲ 18	63			63	2	▲ 2	63	2	▲ 2	63		▲ 1	62			62
	SC内フードコート等	6	▲ 15	169		▲ 3	166	1	▲ 7	160	1	▲ 3	158		▲ 13	145	1	▲ 1	145
	ビルイン(都心型)	2	▲ 13	49			49			49		▲ 1	48	3	▲ 1	50			50
		9	▲ 46	281	0	▲ 3	278	3	▲ 9	272	3	▲ 6	269	3	▲ 15	257	1	▲ 1	257
関西・中京地区	ロードサイド(郊外型)		▲ 3	20		▲ 1	19	2	▲ 1	20	3		23			23			23
	SC内フードコート等	4	▲ 18	81		▲ 1	80		▲ 2	78	1	▲ 5	74	2	▲ 1	75		▲ 2	73
	ビルイン(都心型)		▲ 2	7			7		▲ 2	5			5			5			5
		4	▲ 23	108	0	▲ 2	106	2	▲ 5	103	4	▲ 5	102	2	▲ 1	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	0			0			0			0
	SC内フードコート等		▲ 4	31		▲ 3	28		▲ 5	23			23			23			23
	ビルイン(都心型)			0			0			0			0			0			0
		0	▲ 4	32	0	▲ 3	29	0	▲ 6	23	0	0	23	0	0	23	0	0	23
海外	ロードサイド(郊外型)		▲ 1	0			0			0			0	1		1			1
	SC内フードコート等	1	▲ 2	6		▲ 3	3	1	▲ 1	3			3	1		4	1		5
	ビルイン(都心型)		▲ 2	4			4			4			4			4			4
		1	▲ 5	10	0	▲ 3	7	1	▲ 1	7	0	0	7	2	0	9	1	0	10
合計	ロードサイド(郊外型)	1	▲ 33	183	0	▲ 2	181	4	▲ 6	179	6	▲ 4	181	2	▲ 5	178	1	▲ 1	178
	SC内フードコート等	13	▲ 53	363	0	▲ 14	349	2	▲ 19	332	2	▲ 9	325	4	▲ 15	314	2	▲ 4	312
	ビルイン(都心型)	2	▲ 19	68	1	▲ 1	68	0	▲ 3	65	0	▲ 2	63	4	▲ 1	66	1	▲ 1	66
		16	▲ 105	614	1	▲ 17	598	6	▲ 28	576	8	▲ 15	569	10	▲ 21	558	4	▲ 6	556
うち直営店舗数				425			425			427			424			419			420
うちFC店舗数				189			173			149			145			139			136

年度		2021.2期			2022.2期			2023.2期			2024.2期			2025.2期			2025.8期		
出店形態		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)

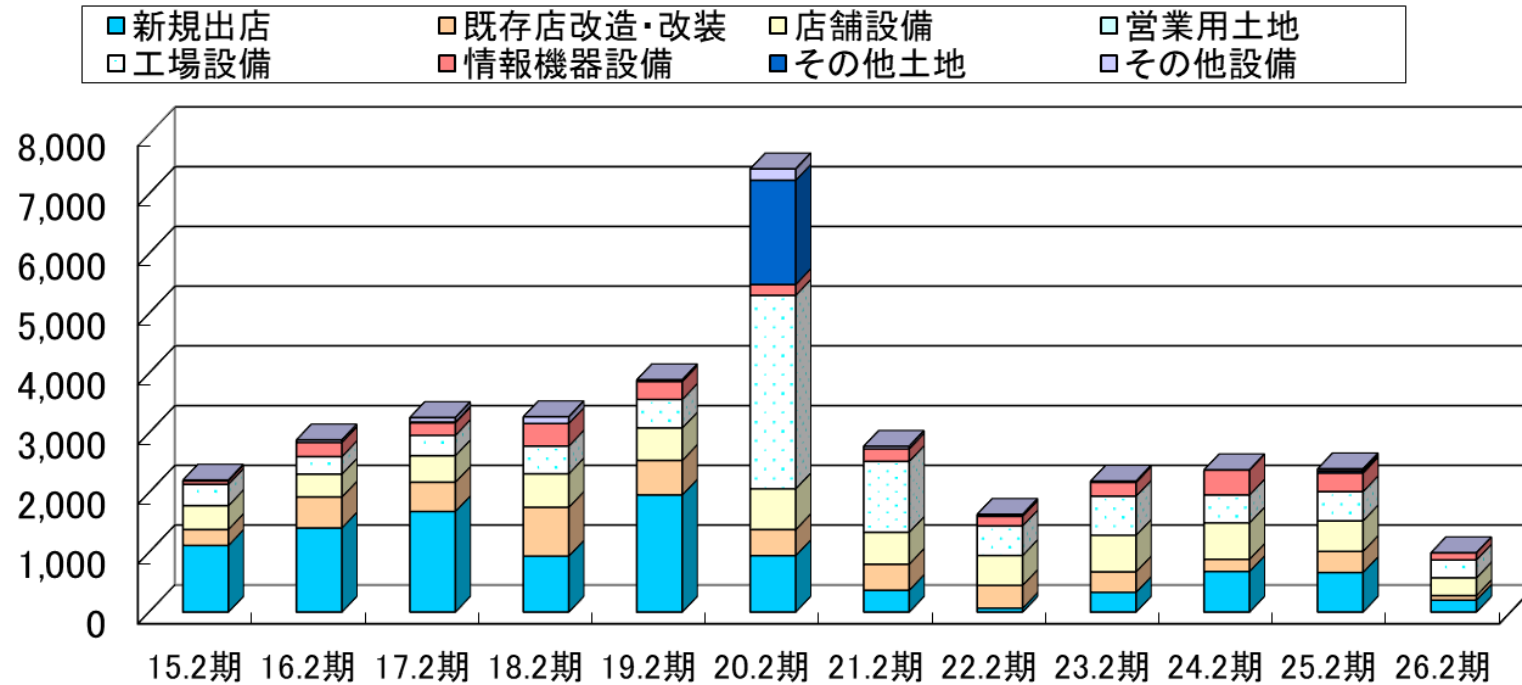
出店形態別の状況(FC店含む)

年度	出店形態	2021.2期			2022.2期			2023.2期			2024.2期			2025.2期			2025.8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)		▲ 2	65			65			65		▲ 3	62	1	▲ 1	62		▲ 1	61
	SC内フードコート等		▲ 1	16			16			16	2		18			18			18
	ビルイン(都心型)		0	2			2			2			2	2		4			4
		0	▲ 3	83	0	0	83	0	0	83	2	▲ 3	82	3	▲ 1	84	0	▲ 1	83
関東・東海地区	ロードサイド(郊外型)		▲ 4	0			0			0			0			0			0
	SC内フードコート等		▲ 5	0			0			0			0			0			0
	ビルイン(都心型)		▲ 1	1			1		▲ 1	0			0			0			0
		0	▲ 10	1	0	0	1	0	▲ 1	0	0	0	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	0			0			0			0			0			0
	ビルイン(都心型)			0			0			0			0			0			0
		0	▲ 3	0	0	0	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
		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	0	1		1
	ビルイン(都心型)			0			0			0			0	1		1			1
		0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	▲ 1	1	1	0	2
合計	ロードサイド(郊外型)	0	▲ 6	65	0	0	65	0	0	65	0	▲ 3	62	1	▲ 1	62	0	▲ 1	61
	SC内フードコート等	0	▲ 9	17	0	0	17	0	0	17	2	0	19	0	▲ 1	18	1	0	19
	ビルイン(都心型)	0	▲ 1	3	0	0	3	0	▲ 1	2	0	0	2	3	0	5	0	0	5
		0	▲ 16	85	0	0	85	0	▲ 1	84	2	▲ 3	83	4	▲ 2	85	1	▲ 1	85
	うち直営店舗数			68			68			67			66			68			68
	うちFC店舗数			17			17			17			17			17			17

※とんかつ大学へ業態変更

年度	出店形態	2021.2期			2022.2期			2023.2期			2024.2期			2025.2期			2025.8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)		▲ 6	4			4	1	▲ 2	3		▲ 1	2			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	25.2期	26.2期
新規出店	1,114	1,407	1,683	936	1,959	944	364	64	329	678	661	199
既存店改造・改装	267	519	490	817	578	436	435	383	343	204	354	75
店舗設備	400	382	444	560	543	682	535	499	612	609	511	298
営業用土地	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
工場設備	356	294	340	464	478	3,238	1,188	495	654	466	488	299
情報機器設備	55	235	208	378	299	181	207	160	230	418	310	118
その他土地	0	0	16	0	0	1,746	0	0	0	0	34	0
その他設備	13	41	72	110	26	189	43	30	19	1	35	0
設備投資計	2,207	2,880	3,255	3,268	3,886	7,419	2,774	1,633	2,189	2,379	2,395	991
減価償却費	1,245	1,339	1,448	1,520	1,633	1,931	2,064	1,822	1,864	1,872	1,955	963



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