

2026年3月期 第2四半期（中間期） 決算説明会資料

2025年11月17日

株式会社トリドールホールディングス

東証 プライム 証券コード: 3397

1. サマリ
2. 26/3期中間期連結業績
3. 26/3期中間期セグメント別業績
4. 26/3期通期連結業績予想について
5. 心的資本経営
6. 補足資料

1. サマリ

※海外セグメントの略称について

- **Tam Jai** : Tam Jai
「譚仔三哥米線(タムジャイサムゴーミーシェン)」、「譚仔雲南米線(タムジャイワンナムミーシェン)」、「TamJai Mixian(タムジャイ ミーシェン)」の運営
- **MARUGAME** : MARUGAME UDON
丸亀製麺の海外展開の名称
- **Fulham** : Fulham Shore
ピザ業態「Franco Manca(フランコ マンカ)」、ギリシャ料理業態「The Real Greek(ザリアル グreek)」を運営

- 売上収益1,418億円、事業利益118億円は、中間期の業績として**過去最高**
- 丸亀製麺は、中間期の業績として**過去最高**の売上収益及び事業利益、事業利益率は中間期**過去最高**の17.8%
- 国内その他も**増収増益**、中間期として**過去最高**の売上収益
- 海外事業は、丸亀英国事業のフランチャイズ化や不採算店舗閉店等に伴い減収の一方、好調なアジア事業が牽引し**増益**
- 営業利益124億円及び親会社の所有者に帰属する中間利益60億円は、中間期の業績として**過去最高**
- 連結業績予想に対して**概ね好調に推移**、足元の進捗状況や下期減損損失計上の可能性を鑑み、**通期業績予想は据え置き**

2. 26/3期中間期 連結業績

26/3期中間期 連結業績

TORIDOLL→

売上収益及び事業利益^{※1}は中間期で過去最高。海外子会社の株式売却損の計上はあるものの、海外子会社における一過性の収益^{※2}によるその他の営業収益の増加もあり、営業利益及び親会社の所有者に帰属する中間利益においても過去最高

(百万円)

| | 中間期 実績 | | 前年同期比 | | 26/3通期計画 | |
|--------------------------|----------|----------------|---------------|---------|----------|--------|
| | 25/3期 | 26/3期 | 増減額 | 増減率 | 計画 | 進捗率 |
| 売上収益 | 133,720 | 141,809 | +8,089 | +6.0% | 282,000 | 50.3% |
| 売上原価 | △ 31,578 | △ 34,304 | △2,726 | +8.6% | — | — |
| 売上比 | 23.6% | 24.2% | — | +0.6% | — | — |
| 販管費 | △ 92,558 | △ 95,730 | △3,173 | +3.4% | — | — |
| 売上比 | 69.2% | 67.5% | — | △1.7% | — | — |
| 事業利益 | 9,584 | 11,774 | +2,190 | +22.8% | 19,600 | 60.1% |
| 売上比 | 7.2% | 8.3% | — | +1.1% | 7.0% | — |
| その他の営業損益等 | △ 2,027 | 617 | +2,644 | — | △ 5,000 | — |
| 営業利益 | 7,558 | 12,392 | +4,834 | +64.0% | 14,600 | 84.9% |
| 売上比 | 5.7% | 8.7% | — | +3.1% | 5.2% | — |
| 親会社の所有者に帰属する 中間(当期)利益 | 2,799 | 5,968 | +3,170 | +113.3% | 5,500 | 108.5% |
| 売上比 | 2.1% | 4.2% | — | +2.1% | 2.0% | — |

※1事業利益：売上収益－売上原価－販売管理費
※2コロナ禍における店舗休業補償に関する保険金等

3. 26/3期中間期 セグメント別業績

セグメント区分

TORIDOLL→

丸亀製麺

日本国内で本格讃岐うどん専門店「丸亀製麺」を運営する株式会社丸亀製麺

このうどんは、生きている。

丸亀製麺 丸亀製麺

国内その他

日本国内で展開する、丸亀製麺以外の業態

Kona's Coffee
Hawaiian pancake Cafe

ZUNDO-YA ずんどう屋

揚げたて 天ぷら定食 まきの

切りたて牛肉 炭火仕上げ
肉のヤマ牛

とんかつ
とん一 豚屋

炭火焼鳥・唐揚げ・釜めし
とりどーる

立呑み 晩 松屋

焼きそば専門店
長田本庄軒
神戸 自家製麺

焼きたて
コッペ製パン
KOPPE-PAN

海外事業

海外を拠点に展開する業態の直営店・フランチャイズ等

丸亀製麺 MARUGAME UDON
JAPANESE NOODLES & TEMPURA

譚仔三哥 譚仔
TAMJAI SAMGOR MIXIAN

譚仔 雲南米線

FRANCO
MANCA
TORIDOLL PIZZA

THE REAL GREEK
EAT. TOGETHER.

WOK TO WALK

Pokeworks

SHORYU

The Original
Boat
Noodle

天ぷらまきの
TEMPURA MAKINO

山牛将
Yakiniku & Beyond

ZUN
ZUNDO-YA
寸屋拉麺
RAMEN ZUNDO-YA

日式炒麵専門店
長田本庄軒
神戸 自家製麺

※「Tam Jai」の日本国内店舗は海外事業セグメントに含みます

© 2025 TORIDOLL Holdings Corporation.

26/3期中間期 セグメント別業績

TORIDOLL→

丸亀製麺は売上収益、事業利益及び事業利益率で中間期として過去最高。国内その他は中間期最高の売上収益、原価及び人件費等の増加を増収で吸収し増益。海外事業は丸亀英国事業のFC化や不採算店舗閉店の影響等により減収となったものの、好調なアジア事業等により増益となり、中間期の事業利益として過去最高を更新

(百万円)

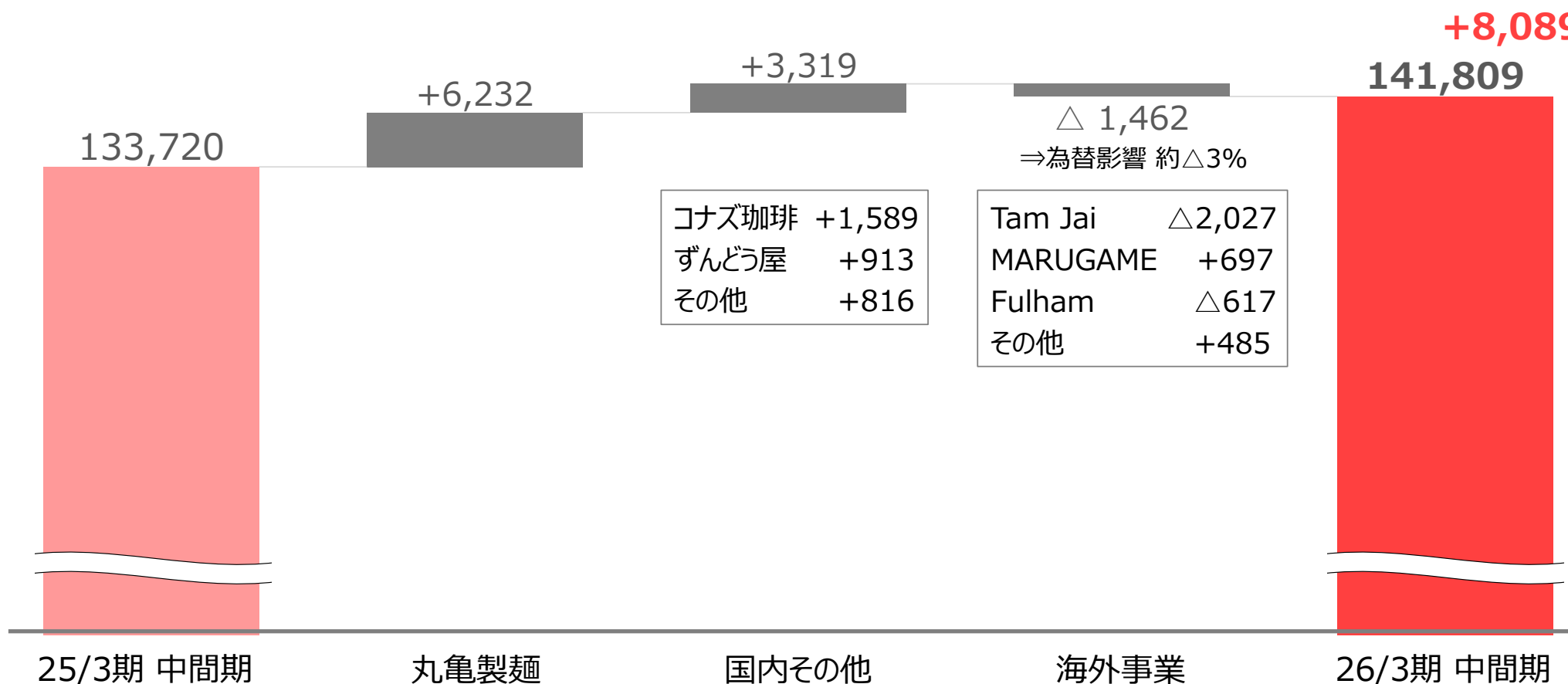
| 丸亀製麺 | 中間期 実績 | | 前年同期比 | | 26/3期 通期計画 | |
|----------|---------|---------|---------|---------|------------|-------|
| | 25/3期 | 26/3期 | 増減額 | 増減率 | 通期計画 | 進捗率 |
| 売上収益 | 65,134 | 71,366 | +6,232 | +9.6% | 137,000 | 52.1% |
| 事業利益 | 11,393 | 12,695 | +1,302 | +11.4% | 22,100 | 57.4% |
| 売上比 | 17.5% | 17.8% | — | +0.3% | 16.1% | — |
| 国内その他 | 中間期 実績 | | 前年同期比 | | 26/3期 通期計画 | |
| | 25/3期 | 26/3期 | 増減額 | 増減率 | 通期計画 | 進捗率 |
| 売上収益 | 17,009 | 20,328 | +3,319 | +19.5% | 39,000 | 52.1% |
| 事業利益 | 2,214 | 2,252 | +38 | +1.7% | 4,900 | 46.0% |
| 売上比 | 13.0% | 11.1% | — | △1.9% | 12.6% | — |
| 国内合計 | 中間期 実績 | | 前年同期比 | | 26/3期 通期計画 | |
| | 25/3期 | 26/3期 | 増減額 | 増減率 | 通期計画 | 進捗率 |
| 売上収益 | 82,143 | 91,694 | +9,551 | +11.6% | 176,000 | 52.1% |
| 事業利益 | 13,607 | 14,947 | +1,340 | +9.8% | 27,000 | 55.4% |
| 売上比 | 16.6% | 16.3% | — | △0.3% | 15.3% | — |
| 海外事業 | 中間期 実績 | | 前年同期比 | | 26/3期 通期計画 | |
| | 25/3期 | 26/3期 | 増減額 | 増減率 | 通期計画 | 進捗率 |
| 売上収益 | 51,577 | 50,115 | △ 1,462 | △2.8% | 106,000 | 47.3% |
| 事業利益 | 918 | 2,550 | +1,631 | +177.7% | 3,600 | 70.8% |
| 売上比 | 1.8% | 5.1% | — | +3.3% | 3.4% | — |
| 事業利益 調整額 | △ 4,941 | △ 5,722 | △781 | — | △ 11,000 | — |
| 連結売上収益 | 133,720 | 141,809 | +8,089 | +6.0% | 282,000 | 50.3% |
| 連結事業利益 | 9,584 | 11,774 | +2,190 | +22.8% | 19,600 | 60.1% |

26/3期中間期 セグメント別売上収益 増減

TORIDOLL→

丸亀製麺及び国内その他は増収。海外事業はTam Jaiが前期実施した中国やシンガポールにおける不採算店舗の閉店影響のほか、Fulhamの回復の遅れもあり減収

(百万円)

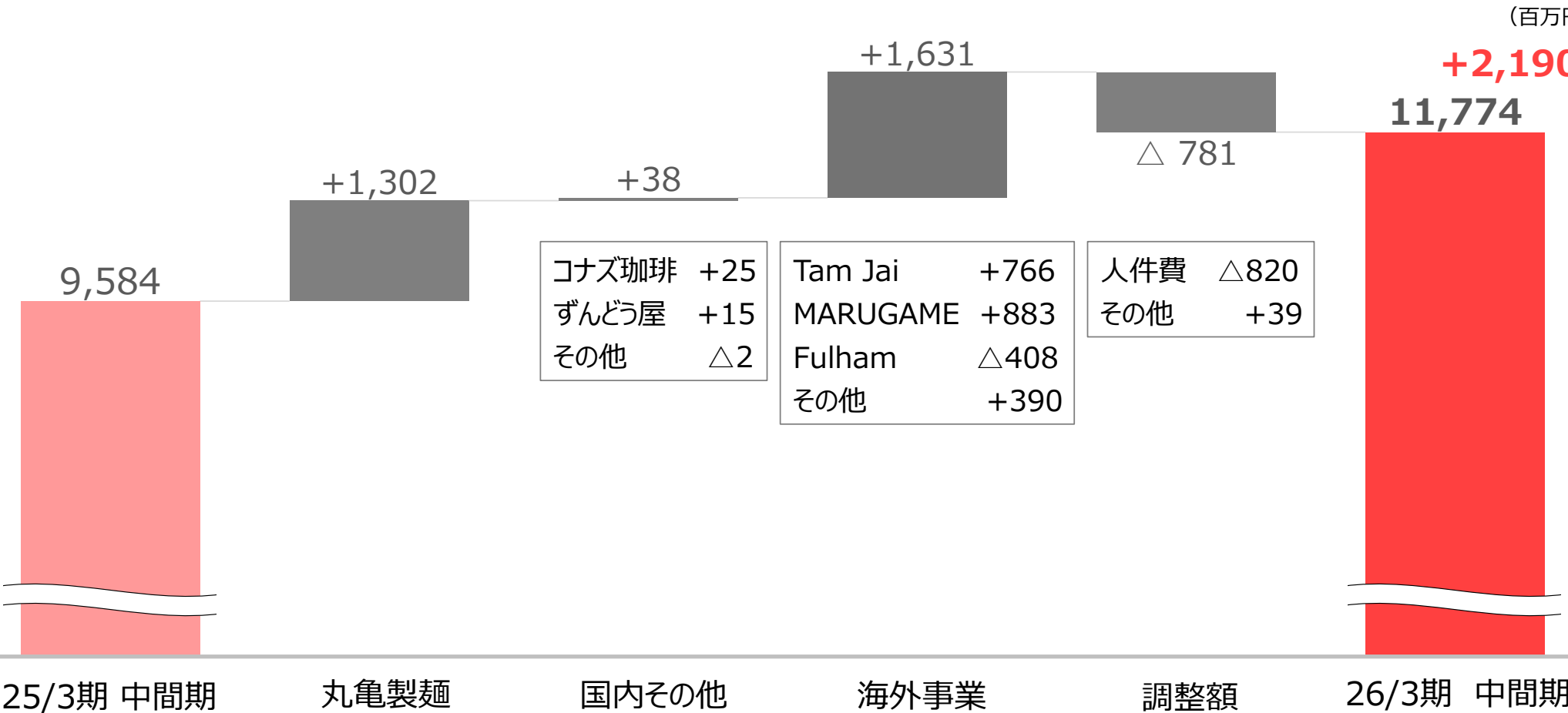


26/3期中間期 セグメント別事業利益 増減

TORIDOLL→

丸亀製麺は増益、国内その他は原価高騰等の影響もあり微増。海外事業では、Tam Jaiの回復及び丸亀英国事業のFC化に伴う黒字化、並びに丸亀アジア事業が牽引したほか、間接部門コストの削減等もあり増益

(百万円)



丸亀製麺 幅広い客層へのアプローチ ファン作りによる客数・客単価UP

TORIDOLL→

暑い夏に“食べたくなる一杯”を全面訴求⇒冷たいうどん関連のフェア商品が好調。

5月から拡充した無料の薬味&トッピングが引き続き客数増を牽引、丸亀うどんなつは2,000万食突破

6/10～夏の定番“鬼おろし”

7/8～新作“旨塩シリーズ”

9/9～暑い秋に“旨辛”か“さっぱり”
か選べる冷たいうどん



夏だけ楽しめるシャキシャキの鬼おろし
「がっつり・さっぱり」感がやみつきの一杯
シリーズで約455万食の大ヒット



昆布とホタテの旨みたっぷりの
今までにない“冷たい塩だし”
シリーズで約425万食の大ヒット



まだまだ暑さが終わらない秋のはじまりに
きりっと冷えた打ち立てうどん2種
「豚つけ汁うどん」は3玉まで同一価格
⇒幅広い客層にアプローチ



5/9～
無料の薬味&トッピングを
6種類から8種類に拡充
⇒客数UPを牽引



※25年6月24日の発売から20日間で100万食突破



※24年6月25日～25年9月15日の期間

客数・客単価
上昇

客単価: 104.2%

客数: 102.9%

《中間期 既存店 客数・客単価 前年同期比》

国内その他 売上収益の内訳

TORIDOLL→

コナズ珈琲及びラー麺ずんどう屋は、順調な既存店及び新店寄与により大幅な増収。その他業態では、天ぷらまきのや晩杯屋などが好調に推移し、メニュー変更などさらなる顧客ニーズへ対応

(百万円)

| 国内その他 | 中間期 実績 | | 前年同期比 | | 26/3期 通期計画 | |
|-----------|--------|--------|--------|--------|------------|-------|
| | 25/3期 | 26/3期 | 増減額 | 増減率 | 通期計画 | 進捗率 |
| コナズ珈琲 | 5,632 | 7,221 | +1,589 | +28.2% | 13,300 | 54.3% |
| ずんどう屋 | 5,186 | 6,099 | +913 | +17.6% | 12,200 | 50.0% |
| その他業態 | 6,192 | 7,009 | +816 | +13.2% | 13,500 | 51.9% |
| セグメント売上収益 | 17,009 | 20,328 | +3,319 | +19.5% | 39,000 | 52.1% |



7/10オープン コナズ珈琲鎌ヶ谷店（千葉県）



7/31オープン コナズ珈琲郡山店（福島県 初出店）



7/11オープン ずんどう屋広島矢野店（広島県）

国内その他 魅力的な商品開発 グループ内初コラボレーションを企画

TORIDOLL→

コナズ珈琲と丸亀製麺で、グループ初の業態間コラボレーションを企画。ラー麺ずんどう屋では、「ずんどう屋流冷やしラーメン」と「黒毛和牛ローストビーフラーメン」を新発売

コナズ珈琲ではハワイで人気の「マラサダ」の**アサイー**味を新発売！
これを機に、一部店舗のみで販売していた**マラサダ**を**全店に展開**へ



Kona's Coffee
Hawaiian pancake Cafe

ここのうどんは、生きている。

丸亀製麺

丸亀製麺では「丸亀うどん
なつ アサイーベリー味」を
新発売

ラー麺ずんどう屋では**期間限定で2種類の商品**を新発売！
こだわりを詰め込んだ至福の一杯を提供



旨み重なる豚清湯と魚介の旨みたっぷりの
ダブルスープに醤油がえしを合わせた
「ずんどう屋流冷やしラーメン」が新登場

ZUNDO-YA ずんどう屋



訪日外国人向けに新提案！
黒毛和牛ローストビーフを使用し、
仕上げにまぶした金粉と和傘の飾
りが、日本らしい華やかさを演出

海外事業 売上収益の内訳

TORIDOLL→

海外事業セグメントの売上収益を、Tam Jai、MARUGAME、Fulham、その他業態の4区分にて開示。
それぞれ増減はあるものの、グループ一体となって業態力・マネジメント力の強化を推進中

(百万円)

| 海外事業 | 中間期 実績 | | 前年同期比 | |
|-----------|--------|--------|--------|--------|
| | 25/3期 | 26/3期 | 増減額 | 増減率 |
| Tam Jai | 27,294 | 25,267 | △2,027 | △7.4% |
| MARUGAME | 12,035 | 12,732 | +697 | +5.8% |
| Fulham | 10,755 | 10,138 | △617 | △5.7% |
| その他業態 | 1,493 | 1,978 | +485 | +32.5% |
| セグメント売上収益 | 51,577 | 50,115 | △1,462 | △2.8% |

Tam Jai

前期実施の中国大陆・シンガポールにおける不採算店舗の戦略的閉店の影響あり

MARUGAME

英国事業のフランチャイズ化による減収の一方、好調な台湾・香港のほか北米の新店が寄与

Fulham

売上向上施策に取り組むも英国の外食市場の回復が遅れている影響あり。
グループ一体となって収益改善に注力

その他業態

香港や中国で展開中の“肉のヤマ牛”が好調に推移



7/29オープン TamJai Mixian (マレーシア)



9/15オープン MARUGAME UDON (韓国)









8/29オープン 山牛将 (台湾)

海外事業 進捗状況

TORIDOLL→





Tam JaiとMARUGAMEは、コストコントロールが奏功し、収益性が大幅に改善し増益に寄与。Fulhamは、市況の影響で業績改善は遅れているものの、売上向上や収益性改善の施策は一定程度効果が出ている

| 区分 | 地域/ブランド | 中間期の進捗 | 事業状況 | |
|----------|----------|---|--|--|
| | | | 売上収益 | 事業利益 |
| Tam Jai | 香港 | <ul style="list-style-type: none"> 市況低迷が継続しており、売上は前年同期比並み 店舗当たりの収益性が大幅に改善し、事業利益は2桁成長 <ul style="list-style-type: none"> 店舗の勤務シフト管理の強化による人件費率の低減 メニューミックスや原材料の見直しによる原価率の低減 デリバリーと自社CRMのテイクアウトのバランスにより手数料の低減 |  軟調 |  好調 |
| | 中国大陸 | <ul style="list-style-type: none"> 前期に相当数の不採算店舗を閉店した影響で、減収だが赤字幅を削減 店舗モデルの見直しや商品開発により、売上及び収益性が改善 | | |
| | その他 | <ul style="list-style-type: none"> オーストラリアやマレーシアで順調にFC出店 | | |
| MARUGAME | 台湾 | <ul style="list-style-type: none"> 高利益率かつ2桁成長の増収増益で、MARUGAME事業を牽引 |  好調 |  好調 |
| | 米国 | <ul style="list-style-type: none"> 施策強化や順調な出店により、増収増益 <ul style="list-style-type: none"> フェアメニュー強化による、リピーター獲得および売上拡大に寄与 店舗の勤務シフト管理の強化による人件費率の低減 | | |
| | その他/FC | <ul style="list-style-type: none"> ドバイや韓国の新規参入を含めて、FC事業も着実に拡大 | | |
| Fulham | フランコマンカ | <ul style="list-style-type: none"> 英国経済は軟調に回復しつつあるが、外食市場の回復は遅れており、両ブランドの売上回復も計画通りには進んでいない 新商品開発やSNSマーケティング強化により、売上向上施策に取り組中 |  不調 |  不調 |
| | ザリアルグリーク | <ul style="list-style-type: none"> 一部店舗でより精度の高い勤務シフト管理を導入し、人件費率の低減に成功 全店導入に向けて準備中 | | |

海外事業 事業再編

TORIDOLL→

収益性の改善に注力している海外事業において、選択と集中の観点で事業再編を推進しており、リソースの最適配置を図っている

| ブランド名 | カテゴリ | | 展開地域 | 当社の株式保有 割合の移動(Q2) | 事業再編内容 |
|---------------|-------------|---|--|-------------------------------|--|
| Tam Jai | 米麺 |  | 香港、中国大陸、 日本、シンガポール、 オーストラリア、 マレーシア | 74.3% ⇒ 100% 完全子会社化 | Tam Jai International Co. Limited の完全子会社 および非上場化の完了。目的は下記の通り ・ 成長戦略の強化 ・ 上場維持費用の削減 ・ グループ資金の有効活用 |
| | | | 229店舗 | | |
| WOK TO WALK | アジア ヌードル |  | ポルトガル、英国、 スペイン、フランス、 オランダ、ベルギー、 米国、インド等 | 80% ⇒ 100% 完全子会社化 | FCビジネスで、グローバル展開強化中の WOK TO WALK FRANCHISE B.V.の完全子会社 の完了 |
| | | | 99店舗 | | |
| Monster Curry | 和式カレー |  | シンガポール インドネシア | 70% ⇒ 0% 完全売却 | シンガポールの不況により、低調な業績が続く MC Group Pte. Ltd.の当社保有の全株式の売却 を完了 |
| | | | 19店舗 | | |
| Boat Noodle | タイ式 ヌードル |  | マレーシア シンガポール フィリピン | 49% 移動なし | オペレーション改善中のUtara 5 Food and Beverage Sdnにおいて、保守的に事業計画を見直すことにより、 当社が保有する株式の評価損を計上 |
| | | | 46店舗 | | |

4. 26/3期 通期連結業績予想について

26/3期 連結業績予想について

TORIDOLL→

足元の状況や、業績改善に関する構造改革の実行、不採算店舗閉鎖等に伴う減損損失計上の可能性を鑑み、通期業績予想は据え置き

(百万円)

| | 中間期 実績 | | | | 通期 | | | |
|--------------------------|---------|---------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 25/3期 | 26/3期 | 増減額 | 増減率 | 25/3期実績 | 26/3期計画 | 増減額 | 増減率 |
| 売上収益 | 133,720 | 141,809 | +8,089 | +6.0% | 268,228 | 282,000 | +13,772 | +5.1% |
| 事業利益 | 9,584 | 11,774 | +2,190 | +22.8% | 18,205 | 19,600 | +1,395 | +7.7% |
| 売上比 | 7.2% | 8.3% | — | +1.1% | 6.8% | 7.0% | — | +0.2% |
| その他の営業損益等 | △2,027 | 617 | +2,644 | — | △9,531 | △5,000 | +4,531 | — |
| 営業利益 | 7,558 | 12,392 | +4,834 | +64.0% | 8,674 | 14,600 | +5,926 | +68.3% |
| 売上比 | 5.7% | 8.7% | — | +3.1% | 3.2% | 5.2% | — | +1.9% |
| 親会社の所有者に帰属する 中間(当期)利益 | 2,799 | 5,968 | +3,170 | +113.3% | 1,874 | 5,500 | +3,626 | +193.5% |
| 売上比 | 2.1% | 4.2% | — | +2.1% | 0.7% | 2.0% | — | +1.3% |
| 為替レート(期中平均) | 実績 | 実績 | | | 実績 | 前提 | | |
| USD | 154.1円 | 147.5円 | | | 152.2円 | 147.0円 | | |
| HKD | 19.5円 | 18.7円 | | | 19.6円 | 18.5円 | | |
| EUR | 166.1円 | 162.2円 | | | 164.4円 | 154.0円 | | |
| GBP | 194.9円 | 196.7円 | | | 195.1円 | 189.0円 | | |

26/3期 セグメント別業績予想 前期比

TORIDOLL→

丸亀製麺及び国内その他セグメントは、新規出店の一部が遅延、下期の出退店数を一部見直し。
海外セグメントは、MARUGAMEが好調な一方、Fulhamの売上回復に一定程度の時間が必要

(百万円)

| 丸亀製麺 | 中間期 実績 | | | | 通期 | | | |
|----------|---------|---------|--------|---------|---------|---------|---------|--------|
| | 25/3期 | 26/3期 | 増減額 | 増減率 | 25/3期実績 | 26/3期計画 | 増減額 | 増減率 |
| 売上収益 | 65,134 | 71,366 | +6,232 | +9.6% | 128,142 | 137,000 | +8,858 | +6.9% |
| 事業利益 | 11,393 | 12,695 | +1,302 | +11.4% | 20,896 | 22,100 | +1,204 | +5.8% |
| 売上比 | 17.5% | 17.8% | — | +0.3% | 16.3% | 16.1% | — | △0.2% |
| 国内その他 | 中間期 実績 | | | | 通期 | | | |
| | 25/3期 | 26/3期 | 増減額 | 増減率 | 25/3期実績 | 26/3期計画 | 増減額 | 増減率 |
| 売上収益 | 17,009 | 20,328 | +3,319 | +19.5% | 35,412 | 39,000 | +3,588 | +10.1% |
| 事業利益 | 2,214 | 2,252 | +38 | +1.7% | 4,447 | 4,900 | +453 | +10.2% |
| 売上比 | 13.0% | 11.1% | — | △1.9% | 12.6% | 12.6% | — | +0.0% |
| 海外事業 | 中間期 実績 | | | | 通期 | | | |
| | 25/3期 | 26/3期 | 増減額 | 増減率 | 25/3期実績 | 26/3期計画 | 増減額 | 増減率 |
| 売上収益 | 51,577 | 50,115 | △1,462 | △2.8% | 104,674 | 106,000 | +1,326 | +1.3% |
| 事業利益 | 918 | 2,550 | +1,631 | +177.7% | 2,524 | 3,600 | +1,076 | +42.6% |
| 売上比 | 1.8% | 5.1% | — | +3.3% | 2.4% | 3.4% | — | +1.0% |
| 事業利益 調整額 | △4,941 | △5,722 | △781 | — | △9,662 | △11,000 | △1,338 | — |
| 連結売上収益 | 133,720 | 141,809 | +8,089 | +6.0% | 268,228 | 282,000 | +13,772 | +5.1% |
| 連結事業利益 | 9,584 | 11,774 | +2,190 | +22.8% | 18,205 | 19,600 | +1,395 | +7.7% |

店舗数 中間期実績と修正計画

TORIDOLL→

中間期における新規出店の進捗は、ややスローペース。現時点での立地選定の進捗と見通しを反映し、出退店における下期計画を見直し。国内外ともに、収益性を重視し立地を厳選

| セグメント | 25/3期 | 26/3期 中間期 | | | 26/3期 通期修正計画 | | |
|-------|-------|-----------|----|-------|--------------|----|-------|
| | 期末店舗数 | 出店 | 閉店 | 期末店舗数 | 出店 | 閉店 | 期末店舗数 |
| 丸亀製麺 | 861 | 16 | 4 | 873 | 41 | 9 | 893 |
| 国内その他 | 274 | 13 | 4 | 283 | 24 | 6 | 292 |
| コナズ珈琲 | 47 | 5 | 1 | 51 | 8 | 1 | 54 |
| ずんどう屋 | 104 | 3 | 1 | 106 | 7 | 1 | 110 |
| その他 | 123 | 5 | 2 | 126 | 9 | 4 | 128 |
| 海外事業 | 914 | 43 | 42 | 915 | 79 | 53 | 940 |
| 直営 | 445 | 8 | 22 | 431 | 18 | 25 | 438 |
| FC | 469 | 35 | 20 | 484 | 61 | 28 | 502 |
| 連結 | 2,049 | 72 | 50 | 2,071 | 144 | 68 | 2,125 |

※26/3期中間期における海外事業の閉店数には、MONSTER CURRYの19店舗（直営13店舗、FC6店舗）が含まれています
（2025年9月末にMONSTER CURRYを運営するMC GROUP PTE. LTD.を連結から除外）

5.心的資本經營

心的資本経営—持続的な事業成長を目指して—

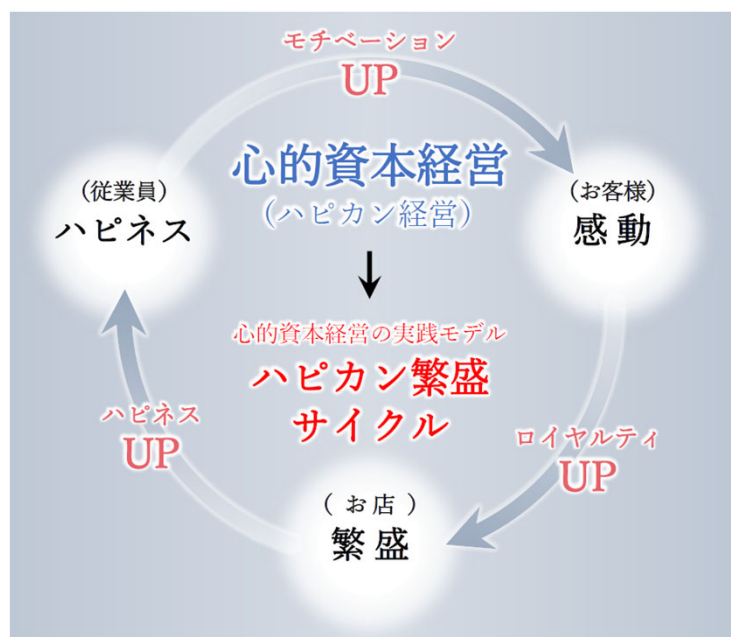
TORIDOLL→

2025年9月17日に、人的資本経営を深化させた“心的資本経営”をリリース

心的資本経営とは

「従業員の“心”の幸せ」と「お客様の“心”の感動」を共に重要な資本ととらえ、
どちらの“心”も満たし続けることで**唯一無二の事業成長を実現する**経営思想

ハピカン繁盛サイクル



従業員の幸せを向上させる取り組みを重ねることで、従業員の**内発的動機**が育まれ、**お客様に提供する食の感動**の質を深化させることにつながり、それが**繁盛**につながる

様々な価値を長期的に創出

永続的な人材確保や離職率の改善
求人や教育コストの削減
地域貢献など

お褒めの言葉
24.5%増加※1

従業員離職率
約12.9%低下※2

「先行して24年6月から「ハピカン経営」※3として社内浸透を推進中」

ポジティブな効果（お褒めの言葉の増加/従業員の離職率の低下等）がすでに少しずつ実績として表れ始め、好調な業績の一端を担う存在へ

グループ全体で持続的な**事業成長**を目指す

※1：トリドールグループに寄せられたお褒めの言葉の件数を2023年度と2024年度で比較

※2：トリドールグループ従業員の離職率を2023年度と2024年度で比較

※3：社内では、ハピネスと感動（カンドウ）の頭文字組み合わせた「ハピカン経営」の呼称

食の感動で、
この星を満たせ。

TORIDOLL→

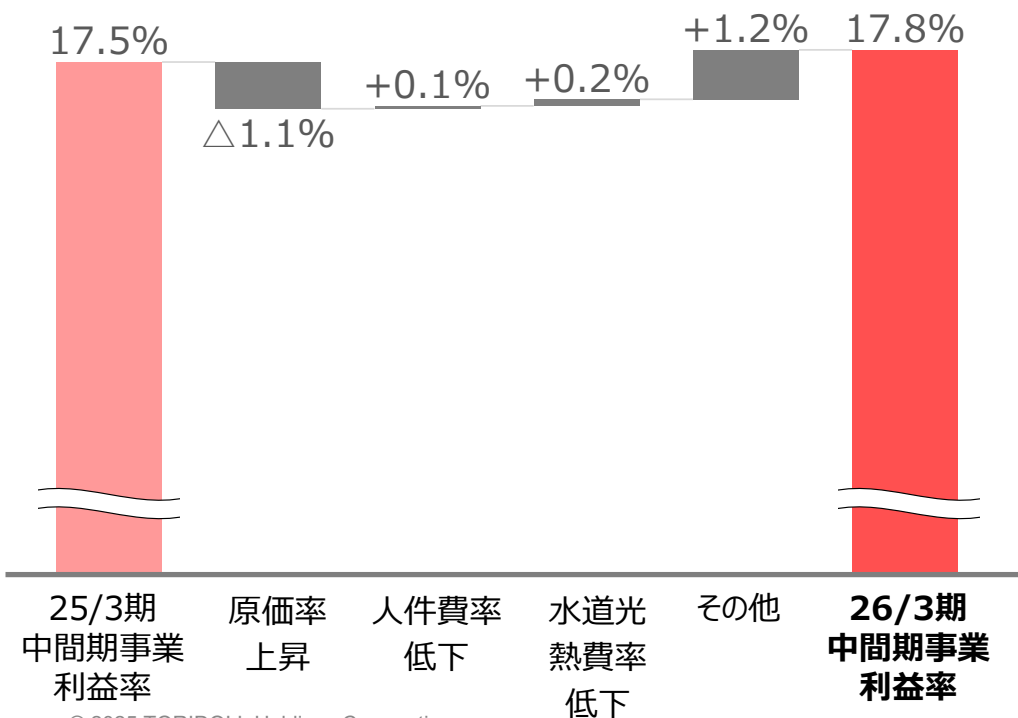
6. 補足資料

26/3期中間期 事業利益率 増減要因 (1/2)

TORIDOLL→

26/3期中間期実績 丸亀製麺

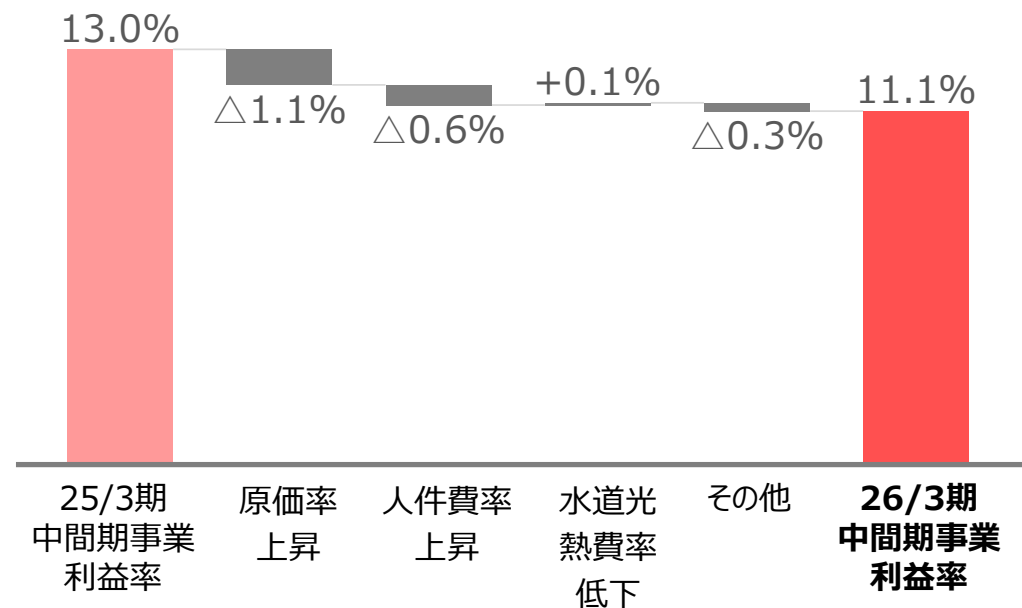
一部食材の高騰により原価率は上昇したものの、増収による固定比率の低下もあり、事業利益率は上昇



© 2025 TORIDOLL Holdings Corporation.

26/3期中間期実績 国内その他

米や肉といった一部食材の高騰により原価率が上昇。店舗従業員の満足度向上のための人材充足により人件費率も上昇し、事業利益率は低下

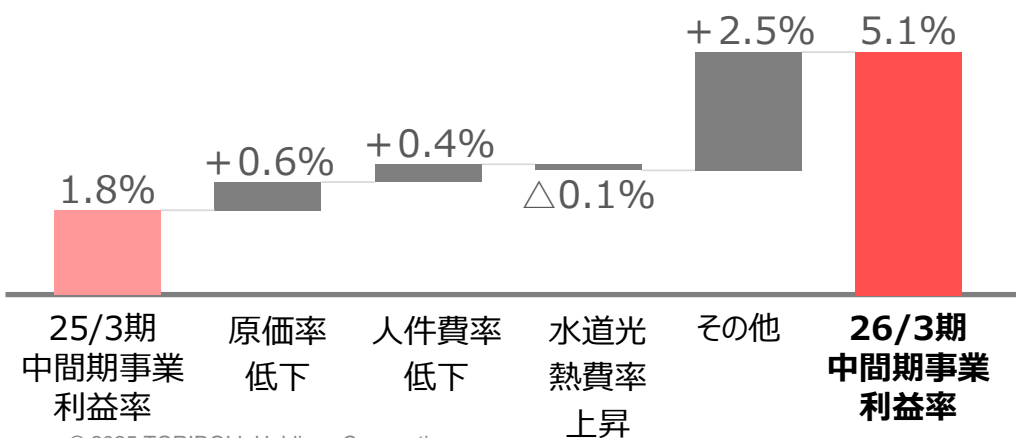


26/3期中間期 事業利益率 増減要因 (2/2)

TORIDOLL→

26/3期中間期実績 海外事業

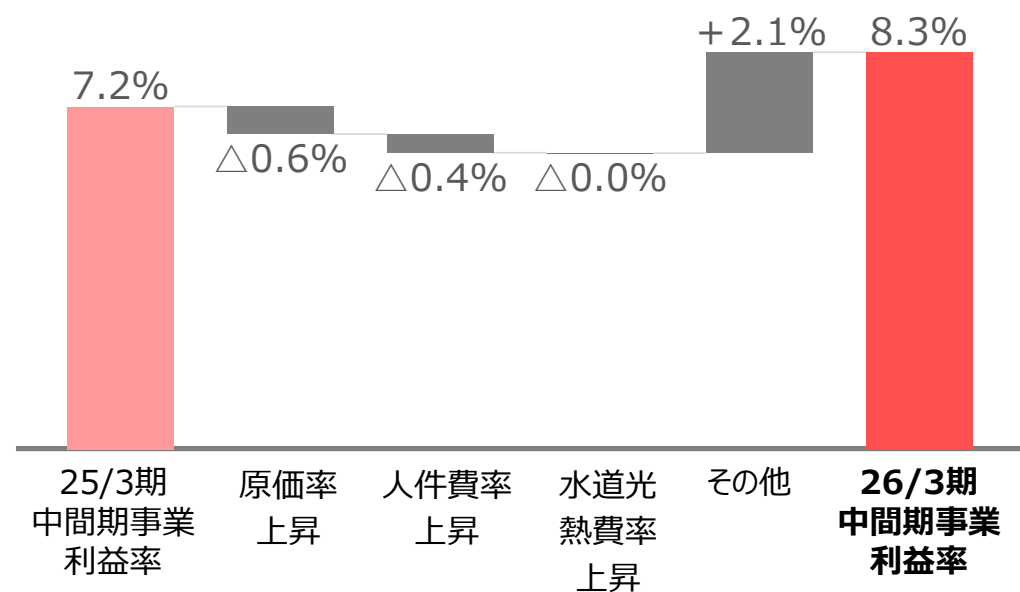
不採算店舗の閉店による収益改善やコストコントロールの強化により、原価率及び人件費率が低下したほか、その他間接部門コストの削減も寄与し、事業利益率は上昇



© 2025 TORIDOLL Holdings Corporation.

26/3期中間期実績 連結

全体として、原価率や人件費率は上昇したものの、事業利益率の高い丸亀製麺の増収・増益により、事業利益率は上昇



26/3期中間期 連結BS

TORIDOLL→

海外子会社の完全子会社化を図ったこと等により、資本合計と現金及び現金同等物が減少。負債合計は、主に新規借入等により増加。

親会社所有者帰属持分比率は、27.0%から28.2%となり財務健全性を維持

(百万円)

| | 25/3期末 | 26/3期中間期末 | 増減額 |
|----------------|---------|-----------|---------|
| 資産合計 | 323,196 | 322,034 | △ 1,162 |
| 流動資産 | 97,638 | 96,571 | △ 1,067 |
| (うち、現金及び現金同等物) | 82,271 | 80,106 | △ 2,165 |
| 非流動資産 | 225,559 | 225,464 | △ 95 |
| 負債資本合計 | 323,196 | 322,034 | △ 1,162 |
| 負債合計 | 226,661 | 231,302 | +4,641 |
| (うち、有利子負債) | 187,028 | 189,129 | +2,102 |
| 流動負債 | 80,504 | 85,230 | +4,725 |
| 非流動負債 | 146,157 | 146,073 | △ 85 |
| 資本合計 | 96,535 | 90,732 | △ 5,803 |
| (うち、親会社の所有者) | 87,243 | 90,785 | +3,542 |

26/3期中間期 連結CF（キャッシュ・フロー）

TORIDOLL→

主に増収の影響により、営業CF及びFCFは大幅に増加。投資CFは、主に新店及び改装等による支出。財務CFは、主に借入による収入と、海外子会社の完全子会社による株式取得、借入金返済等による支出。CF項目の収支バランスや財務健全性を維持しながら、将来の成長投資に備えて資金調達力の向上を図る

(百万円)

| | 25/3期中間期 | 26/3期中間期 | 増減額 |
|------------------|----------|----------|--------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 19,115 | 27,735 | +8,620 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △ 6,088 | △ 9,526 | △3,438 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | △ 11,536 | △ 20,384 | △8,848 |
| フリーキャッシュ・フロー | 13,027 | 18,209 | +5,182 |
| 現金同等物の増減額 | +1,492 | △ 2,174 | △3,666 |
| 現金及び現金同等物の中間期末残高 | 70,951 | 80,106 | +9,155 |

丸亀製麺事業における既存店前年比の推移

TORIDOLL→

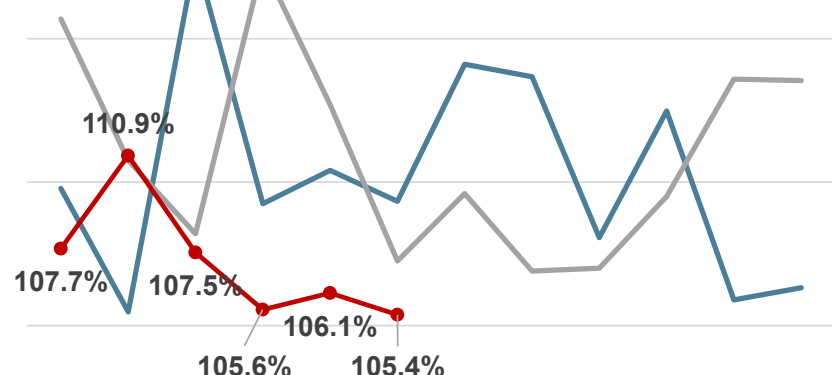
既存店前年比（売上高）は中間期（累計）で107.2%と好調に推移、客数・客単価とも堅調に推移

過去3期における既存店前年比：売上高

26/3期：中間期（累計）107.2%

25/3期：累計110.1%

24/3期：累計111.0%



100%

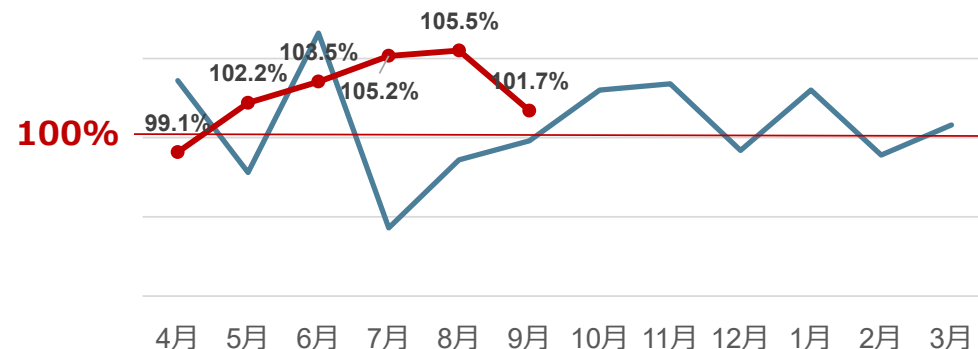
4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月

*「既存店」は開店日から18か月経過した店舗

© 2025 TORIDOLL Holdings Corporation.

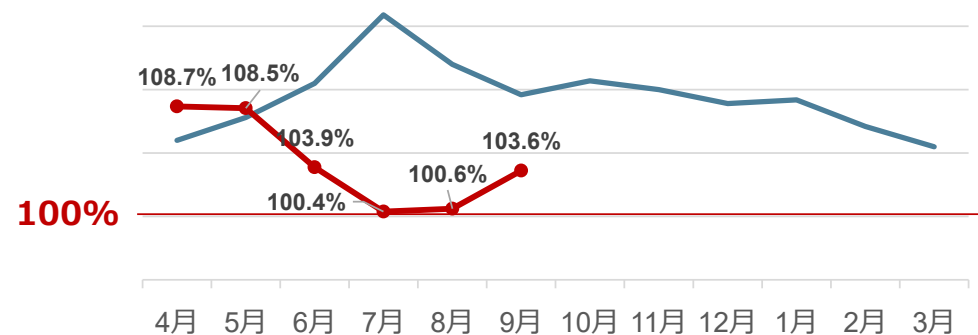
26/3期既存店前年比：客数

中間期（累計）：102.9%



26/3期既存店前年比：客単価

中間期（累計）：104.2%



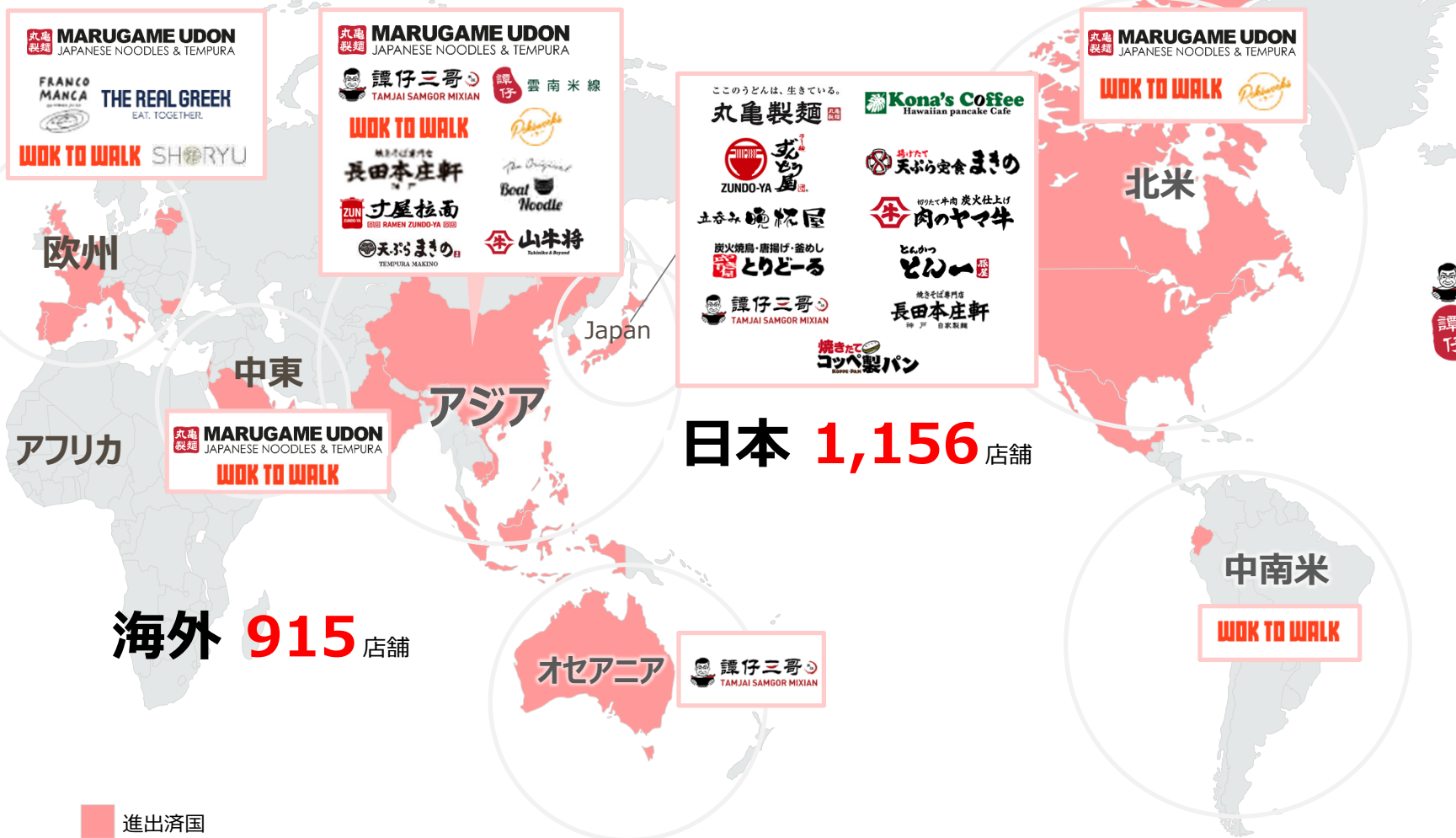
100%

4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月

事業展開国

TORIDOLL→

31ヶ国・地域で**2,071** 店舗を展開 (2025年9月末時点の店舗数)



このうどんは、生きている。

丸亀製麺

MARUGAME UDON
JAPANESE NOODLES & TEMPURA

1,200 店舗

| | |
|------|-----|
| 日本 | 873 |
| アジア | 294 |
| アメリカ | 22 |
| イギリス | 9 |
| カナダ | 1 |
| UAE | 1 |

譚仔三哥
TAMJAI SAMGOR MIXIAN
雲南米線

229 店舗

| | |
|---------|-----|
| 香港 | 201 |
| 中国大陸 | 17 |
| シンガポール | 4 |
| 日本 | 3 |
| オーストラリア | 3 |
| マレーシア | 1 |

WOK TO WALK

99 店舗

ヨーロッパ
北米/中南米

FRANCO MANCA
Sourdough Pizza

71 店舗

イギリス
スペイン

Pokiworks

78 店舗

アメリカ
カナダ
台湾

進出済国

2025/10/28 打ち立てのうどんに、技と想いと感謝を込めて「創業感謝祭」開催
<https://pdf.irpocket.com/C3397/LgpJ/fnyZ/qqI9.pdf>

2025/10/17 渋谷サステナブル・アワード2025にてトリドールHDが大賞受賞
https://xml.irpocket.com/C3397/shibuya_sustainability_award.pdf

2025/10/10 麺職人が考案！地域の食文化や食材を活かした完全新作47商品が登場 全国一斉ご当地企画「わがまちうどん47」
<https://pdf.irpocket.com/C3397/LgpJ/d43n/hQSW.pdf>

2025/10/3 MARUGAME UDONが韓国・ソウルに1号店をグランドオープン、ロッテグループ傘下のLotte GRSとの協業で韓国再展開
<https://pdf.irpocket.com/C3397/K2Hn/BeMh/pZUI.pdf>

2025/9/26 うどん生まれのもっちり食感！「丸亀うどんーなつ」 おかげさまで発売から約1年3か月で2,000万食突破！
<https://pdf.irpocket.com/C3397/K2Hn/TAqZ/Lztg.pdf>

2025/9/24 「丸亀うどん祭り2025」初開催決定！～讃岐うどんの原点と進化を五感で感じる2日間～
<https://pdf.irpocket.com/C3397/K2Hn/tH2R/FzHw.pdf>

2025/9/17 トリドールHD、人的資本経営を深化させた「心的資本経営」で従業員の内発的動機による唯一無二の感動創造に挑戦
<https://pdf.irpocket.com/C3397/CiMB/pKcZ/x3VC.pdf>

2025/8/26 連結子会社 Tam Jai International Co. Limited の完全子会社および非上場化に関する手続きの完了のお知らせ
<https://pdf.irpocket.com/C3397/hGOM/dvLQ/bBvw.pdf>

2025/8/26 『丸亀製麺かき揚げ総選挙2025』結果発表
<https://pdf.irpocket.com/C3397/hGOM/yIKz/uJSg.pdf>

2025/8/7 「焼きたてコッペ製パン」からブランド“初”のフローズン商品『ひやコッペ！』全5種が新登場！
<https://pdf.irpocket.com/C3397/bffO/MCq2/F0PU.pdf>

2025/8/4 こどもが輝く未来の実現に向けて、丸亀製麺『釜揚げうどん』の売上の一部を香川県へ寄付
<https://pdf.irpocket.com/C3397/i6fv/SaBh/Vxsd.pdf>

連結PL&セグメント別収益推移表（Excel）

<https://www.toridoll.com/ir/account/index.html>

食の感動で、
この星を満たせ。

TORIDOLL→

どうしてもなく食べたくなる。

店に行くたびに驚きがある。

味覚だけでなく、五感までも揺さぶられ

食べ終わるのが惜しくなって、

また明日も来たくなる。

本能が欲ぶほどの圧倒的な感動体験で、

目の前のお客さまを、世界中の人々を

毎日ワクワクさせ続けよう。

食の感動に、国境などない。

これからも予測不能な進化を遂げ続けて、

人類を幸せで満たしながら、

食の世界の頂へと駆け上がれ。

それができるのは、きっと私たちしかないから。