

---

# 2026年2月期 決算説明補足資料

---

株式会社リンガーハット  
(証券コード: 8200)

# 目次

## ● 2026年2月期 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	2026年2月期 決算概要	P9	特別損失の内容
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		

## ● 2027年2月期 計画

P13~14	2027年2月期 第2四半期累計期間・通期予想
P15	計画の前提となる既存店(前期比)
P16	2027年2月期 出店計画

## ● 2027年2月期(第63期)リンガーハットグループの戦略について

P19	第63期経営方針	P32~35	浜勝事業
P20~26	第63期進捗	P36~37	海外事業
P27~31	リンガーハット事業		

## ● 中期経営計画

P38~47	経営方針実現に向けた取り組みについて
--------	--------------------

## ● Data File

P49	既存店売上高・客数・客単価の前期比推移
P50~52	出店形態別の店舗数の推移
P53	設備投資の推移

---

# 2026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 +2.9%の 45,084百万円。営業利益は1,418百万円、経常利益は1,598百万円。
- 繰延税金資産の見直しにより法人税等調整額を△597百万円計上し、当期純利益は1,727百万円となり計画を上回った。

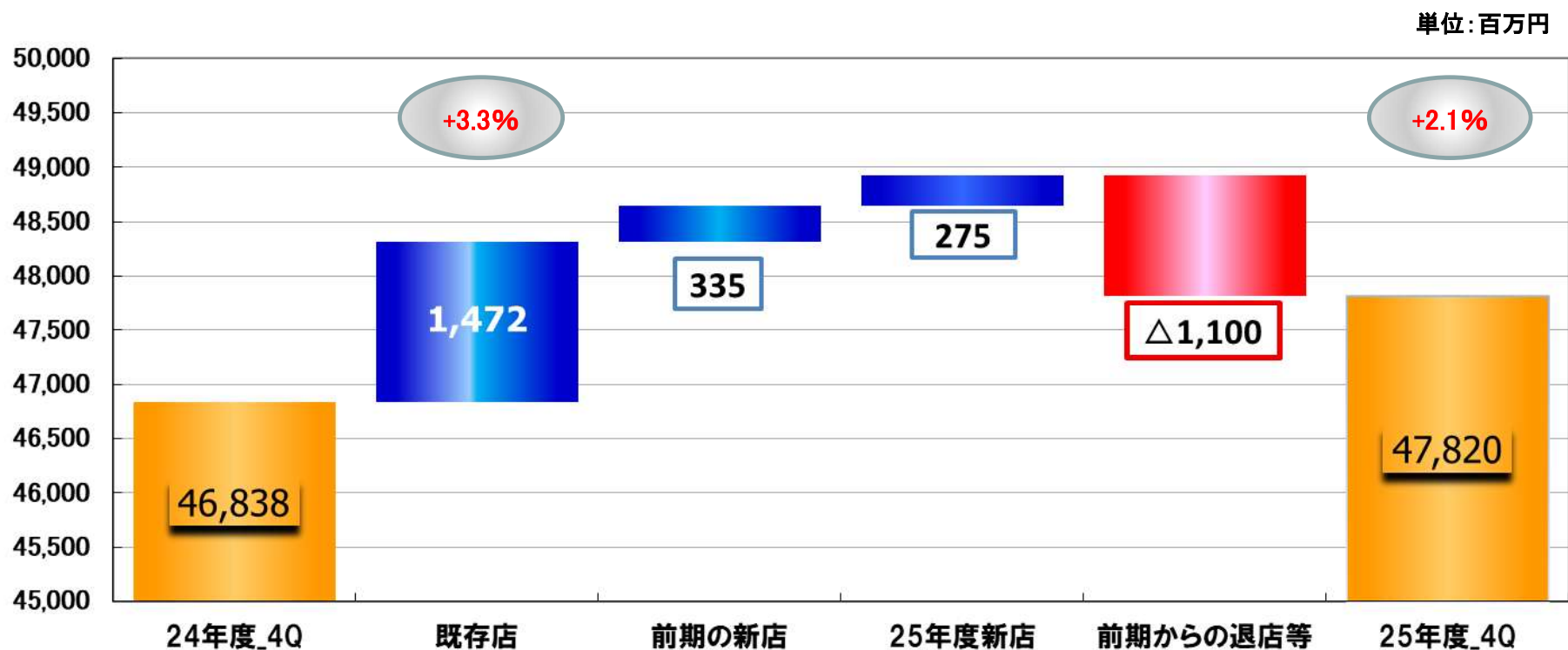
勘定科目	'24/03~'25/02		'25/03~'26/02		'25/03~'26/02		単位:百万円		
	前期	構成比	計画	構成比	実績	構成比	前期比	計画差	計画比
総売上高	49,908		52,213		51,040		102.3%	△ 1,172	97.8%
売上高	43,794	100.0%	45,749	100.0%	45,084	100.0%	102.9%	△ 664	98.5%
売上原価	14,913	34.1%	15,659	34.2%	15,443	34.3%	103.6%	△ 216	98.6%
売上総利益	28,881	65.9%	30,089	65.8%	29,641	65.7%	102.6%	△ 447	98.5%
販売費及び一般管理費	27,187	62.1%	28,099	61.4%	28,223	62.6%	103.8%	124	100.4%
人件費	13,801	31.5%	14,539	31.8%	14,332	31.8%	103.8%	△ 207	98.6%
販売費	1,083	2.5%	1,087	2.4%	1,181	2.6%	109.0%	94	108.7%
活動費	6,021	13.8%	6,179	13.5%	6,279	13.9%	104.3%	99	101.6%
固定費	6,280	14.3%	6,292	13.8%	6,430	14.3%	102.4%	137	102.2%
営業利益	1,694	3.9%	1,990	4.3%	1,418	3.1%	83.7%	△ 571	71.3%
営業外収益	97	0.2%	144	0.3%	327	0.7%	336.5%	182	226.1%
営業外費用	208	0.5%	140	0.3%	146	0.3%	70.4%	6	104.5%
経常利益	1,582	3.6%	1,994	4.4%	1,598	3.5%	101.0%	△ 395	80.2%
特別利益	33	0.1%	0	0.0%	0	0.0%	---	0	---
特別損失	270	0.6%	66	0.1%	119	0.3%	44.4%	53	179.7%
税引前利益	1,345	3.1%	1,927	4.2%	1,478	3.3%	109.9%	△ 448	76.7%
法人税等	377	0.9%	696	1.5%	△ 249	---	---	△ 945	---
当期純利益	968	2.2%	1,231	2.7%	1,727	3.8%	178.4%	496	140.4%

## 2026年2月期 決算概要

- 売上高 45,084百万円（前期比 +1,289百万円、計画比  $\Delta$ 664百万円）
  - 既存店売上高前期比は +3.3%、客数： $\Delta$ 0.3%、客単価：+3.6%。
- 売上原価 原価率は34.3%（売上構成前期比 +0.2pts、売上構成計画比 +0.0pts）
  - 前期比 +529百万円、計画比  $\Delta$ 216百万円
- 人件費 前期比 +530百万円、計画比  $\Delta$ 207百万円（人件費率31.8% 前期比 +0.3pts）
- 販売費 前期比 +98百万円、計画比 +94百万円（販売費率 2.6% 前期比 +0.2pts）
- 活動費 前期比 +257百万円、計画比 +99百万円（活動費率13.9% 前期比 +0.2pts）
- 固定費 前期比 +149百万円、計画比 +137百万円（固定費率14.3% 前期比  $\Delta$ 0.1pts）
- 営業利益 1,418百万円（前期比  $\Delta$ 275百万円、計画比  $\Delta$ 571百万円）
- 経常利益 1,598百万円（前期比 +15百万円、計画比  $\Delta$ 395百万円）
- 純利益 1,727百万円（前期比 +759百万円、計画比 +496百万円）

## グループ店舗売上高分析...前年同期比

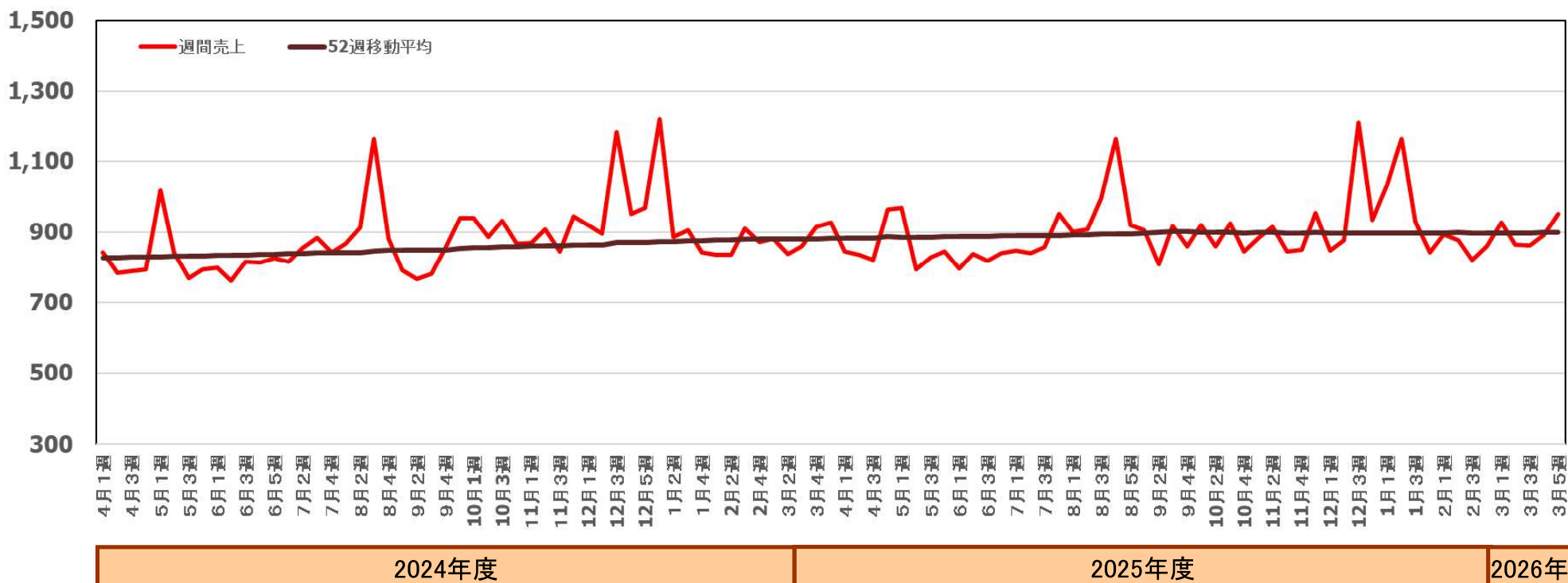
- 既存店は増収、前期比 +3.3%
- フランチャイズ店を含む店舗売上高は、前期比 +2.1%



# 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、2025年3月、2026年2月に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。

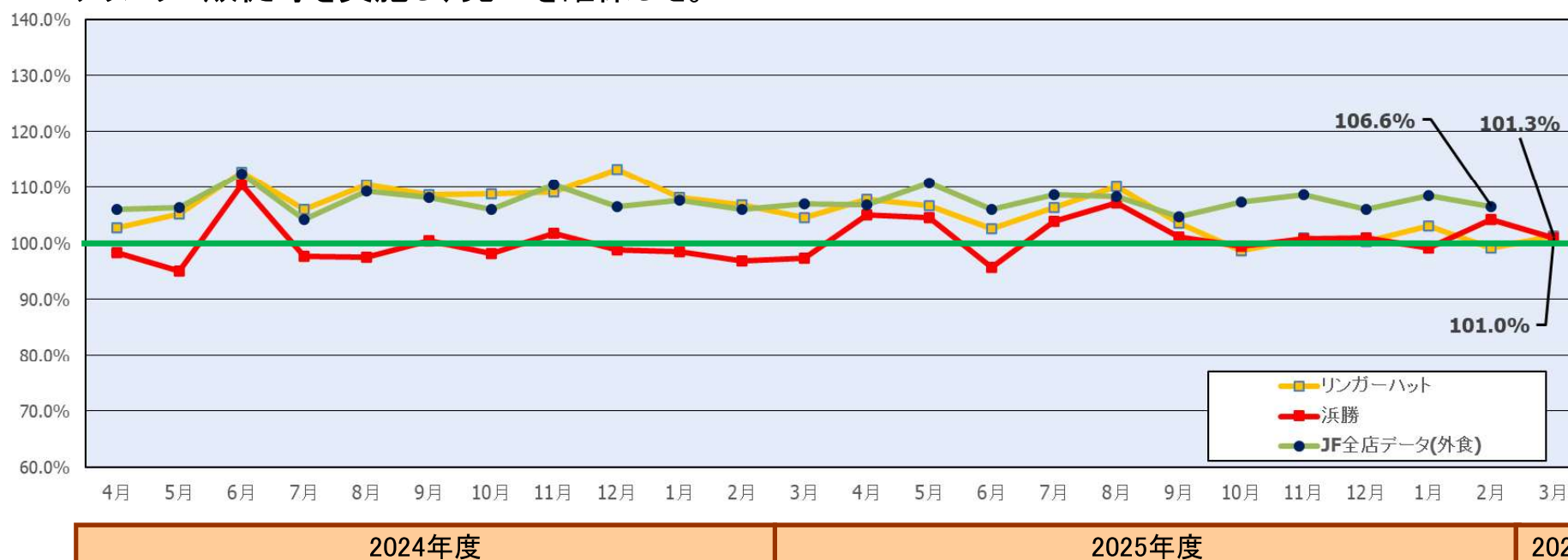
単位：百万円



## 既存店売上高・・・外食全体と当社の動向

### ● (2026年2月期) 既存店売上高(前期比) リンガーハット **+3.6%**、濱かつ **+1.7%**

- 客数はリンガーハット  $\Delta 0.8\%$ 、濱かつ  $+3.1\%$ 、客単価はリンガーハット  $+4.5\%$ 、浜勝  $\Delta 1.3\%$
- 前期のメディア露出効果により10月の売上高前期比は落ち込んだが、デリバリー販促等を実施し、売上を確保した。



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

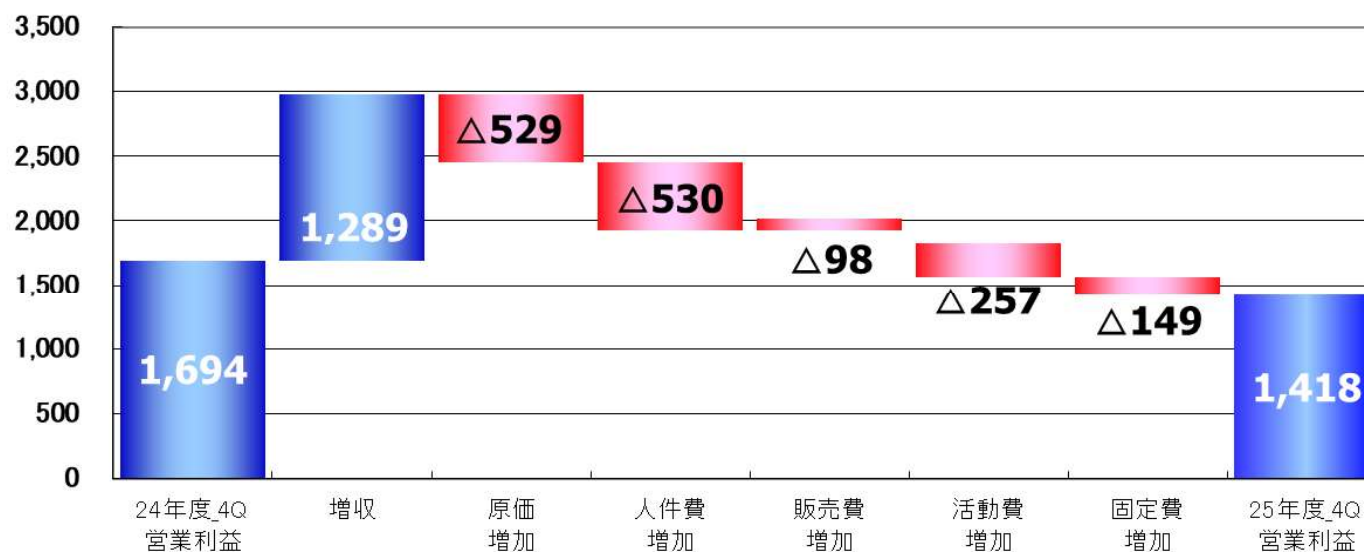
## 経費分析・・・前年同期比

- 営業利益は1,418百万円。
- 売上原価は、原材料高騰の影響により、529百万円増。  
売上原価率は34.3%（前期比+0.2pts。）
- 販管費計は1,035百万円増となり販管費率は62.6%（前期比+0.5pts）。

構成比前期比 人件費 +0.3pts 販売費 +0.2pts 活動費 +0.2pts 固定費△ 0.1pts

最低賃金の上昇、デリバリー手数料の増加等により構成比が上昇

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	74	店舗設備(退店決定店舗等)
店舗閉鎖損失	1	
固定資産除却損	43	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)

- 今後も既存店・工場・DX推進等の投資を計画的に進める。

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	3,122	2,945	△ 176
投資キャッシュ・フロー	△ 2,266	△ 2,037	229
フリーキャッシュ・フロー	855	908	52
財務キャッシュ・フロー	△ 944	△ 818	126
現金及び現金同等物に係る換算差額	40	12	△ 27
現金及び現金同等物の増加・減少(△)額	△ 48	102	151
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	2,194	2,296	102

# 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減益。
- ちゃんぽん事業は、営業利益 1,145百万円(前期比  $\Delta 220$ 百万円)  
とんかつ事業は、営業利益 140百万円(前期比  $\Delta 149$ 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 通期	前年同期 実績	増減
売上高	36,884	35,722	+1,161
営業費用	35,738	34,356	+1,382
営業利益	1,145	1,366	$\Delta 220$
営業利益率	+3.1%	+3.8%	$\Delta 0.7\%$

とんかつ事業  
(濱かつ・卓袱浜勝)

単位:百万円

	2026年2月期 通期	前年同期 実績	増減
売上高	8,008	7,901	+106
営業費用	7,867	7,611	+255
営業利益	140	289	$\Delta 149$
営業利益率	+1.8%	+3.7%	$\Delta 1.9\%$

---

# 2027年2月期 計画

---

## 2027年2月期 第2四半期累計期間予想

- 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 2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103.2%、とんかつ事業が103.0%という前提で設定した。

単位：百万円

	2026年2月期 第2四半期累計	構成比	2027年2月期 第2四半期累計	構成比	前期差	前期比
総売上高	25,413	—	25,640	—	227	100.9%
売上高	22,399	100.0%	23,170	100.0%	771	103.4%
営業利益	790	3.5%	900	3.9%	110	113.9%
経常利益	844	3.8%	820	3.5%	▲24	97.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	511	2.3%	470	2.0%	▲41	92.0%

## 2027年2月期 通期予想

- 2026年度～2028年度中期経営計画をもとに策定した。

単位：百万円

	2026年2月期 通期実績	構成比	2027年2月期 通期計画	構成比	前期差	前期比
総売上高	51,040	—	52,250	—	1,210	102.4%
売上高	45,084	100.0%	47,300	100.0%	2,215	104.9%
営業利益	1,418	3.1%	2,200	4.7%	781	155.1%
経常利益	1,598	3.5%	2,040	4.3%	441	127.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,727	3.8%	1,200	2.5%	▲527	69.5%

# 計画の前提となる既存店(前期比)

## 2027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	102.4%	103.9%	103.2%	97.6%	99.6%	98.6%	105.0%	104.4%	104.7%
濱かつ	102.9%	103.2%	103.0%	97.5%	98.6%	98.0%	105.5%	104.7%	105.1%
全店	102.5%	103.8%	103.1%	97.6%	99.4%	98.5%	105.1%	104.4%	104.7%

## 参考)2026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	106.4%	101.0%	103.6%	102.6%	95.9%	99.2%	103.7%	105.3%	104.5%
濱かつ	102.4%	100.9%	101.7%	103.6%	102.5%	103.1%	98.9%	98.4%	98.7%
全店	105.6%	101.0%	103.3%	102.7%	96.8%	99.7%	102.8%	104.3%	103.6%

# 2027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	4	6	4	10
	FC	0	0	1	1
	海外	2	2	1	3
	小計	6	8	6	14
濱かつ	直営	0	0	2	2
	FC	0	0	0	0
	海外	1	1	0	1
	小計	1	1	2	3
計	直営	4	6	6	12
	FC	0	0	1	1
	海外	3	3	1	4
	小計	7	9	8	17

- 2027年度2月期は、17店舗(上半期9店、下半期8店)を計画。



---

# 2027年2月期(第63期) リンガーハットグループの戦略について

---

## 第63期経営方針

---

### <今期スローガン>

- 全員参加で、成長へのアクセラを踏み込もう

### <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期提案件数（2月末）1,753件。
  - 63期も営業・工場からの提案をキャンペーン等で幅広く受け付け活性化させる
  - 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】業務の効率化

### ● 63期実施事項

- 日々決算システム稼働(2026年11月)
- 契約書の電子化(2026年7月～)
- 人事考課システム導入フォロー(2026年5月～)
- セキュリティ、BCPアセスメント実施と対策(2026年5月)
- 店舗オーダーシステム運用整備
- 生成AIを利用した自動問合せシステム稼働
- 新リース会計導入準備(2027年2月)
- システム変更によるペーパーレス化(作業低減へ繋がる)
  - 雇用契約書・年末調整・申請業務など



# 【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。
  - 目標達成へ向けて取り組む。新たに導入した**幸福度**に関しては「繋がり強化」「多様化に対応する環境作り」「成長する企業」の観点から80P以上を目指す。



	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	※幸福度
	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	80P以上
2026年 2月末現在 ↑	2名	0名	58名	10.3%	486名	22.6%	11名	39名	82名	3名	6名	22.2%	63P
2020年実績 ↑	0名	0名	66名	6.1%	542名	15.5%	14名	6名	48名	1名	0名	42.7%	-
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%	-

※幸福度・・・やりがい(働きがい)と心身の充実感を表す指標

# 【ESG経営2】人財育成：働き方改革



## ● 継続取り組み事項

- 企業理念の共有（フィロソフィセミナー） 2014年～2026年Ver9開催
- 幸福度向上活動の推進で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）
- 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



## ● 63期取り組み事項

- アルムナイ（卒業生）採用を進める
- 外国人座談会（店長への早期育成・リテンション活動）



## 【ESG経営3】SDGs(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12年。

オンラインと対面(店舗)のハイブリッド方式で開催中。

2026年2月末現在310回開催(参加者:2,537名)

- 2026年度目標:40回開催(420名)

- 2026年1月24日(土)Vファーレン長崎とのコラボ

- 2026年度も「食育サポーター」としての活動。

- 長崎スタジアムシティにて開催。ファンクラブの親子対象。

- 親子30名が参加Vファーレン応援「勝つサンド」づくり体験教室。



×



# 【ESG経営4】食品ロス対策

- 工場・店舗全体で「食品ロス」へ取り組み拡大中。

## 【工場】食材再利用施策の横展開

- キャベツの芯のぎょうざ具材への活用／食材の直売／ぎょうざの皮を活用したかりんとう製造・販売 など



## 【店舗】食べ残しゼロ店の拡大

- (全国) 食品ロス削減国民運動 (NO-FOODLOSS PROJECT)
- (九州) 九州食べきり協力店 : リンガーハット132店・濱かつ73店 計205店
- (埼玉県) 埼玉県彩の国エコぐるめ協力店: リンガーハット46店
- (神奈川県) 横浜市食べきり協力店 川崎市食品ロス削減協力店 計33店
- (千葉県) ちば食品ロス削減パートナー: リンガーハット41店



## 【ESG経営5】CO2削減活動

### ● サプライチェーン排出量算定プロジェクト

- 2024年よりサプライチェーン排出量（Scope1～Scope3の）算定を進めている。
- 毎年店舗3%、工場1% 構造的削減で目標達成へ。

サプライチェーン排出量 (t-CO2)	2024年度実績	2025年度実績	2030年度目標
Scope1+Scope2	30,799	28,711	28,372
Scope3	136,477	算定中	取引先とプロジェクト で打合せ中

### ● 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22回）継続



### ● 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）

- 前年比年間24トン（2025年度）。2030年までに残り27トンの低減を目指す。

# リンガーハット事業

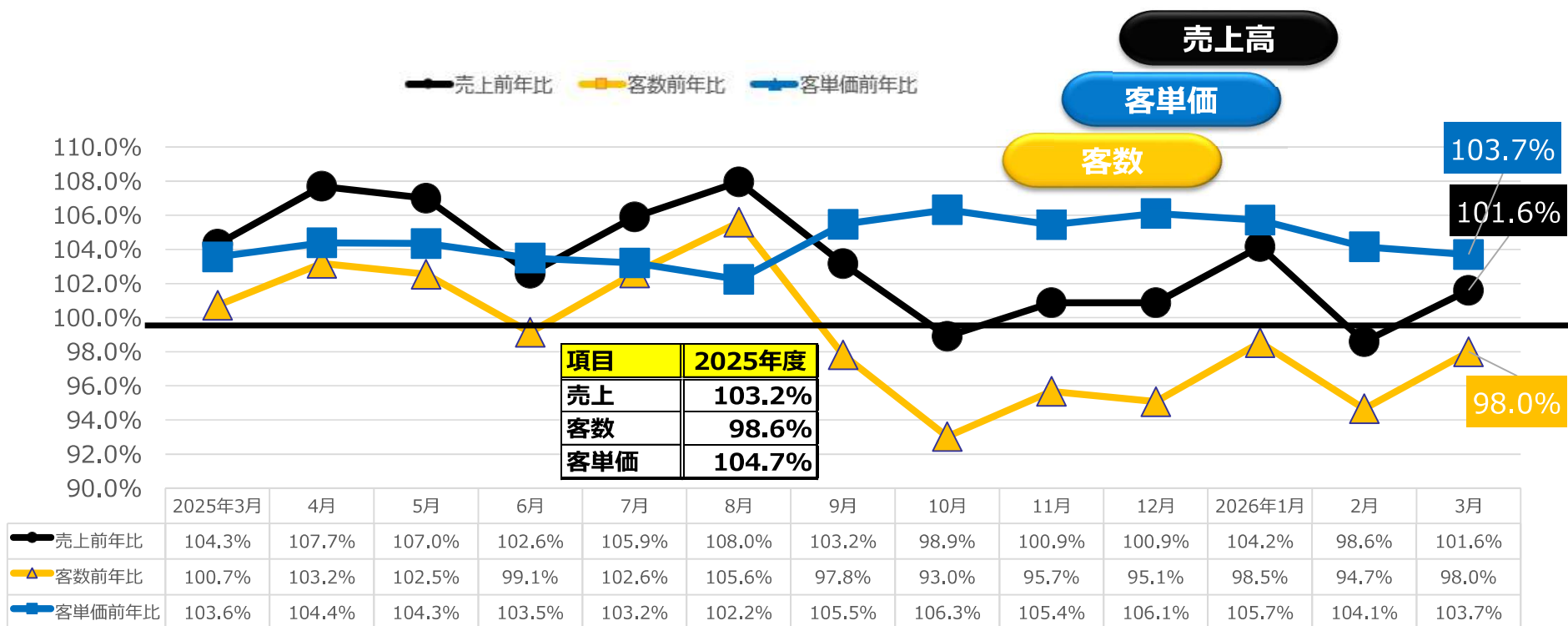
ちゃんぽん事業  
(リンガーハット)

単位: 百万円

	2026年2月期 通期	前年同期 実績	増減
売上高	36,884	35,722	+1,161
営業費用	35,738	34,356	+1,382
営業利益	1,145	1,366	△220
営業利益率	+3.1%	+3.8%	△0.7%

## 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)

- (通期) 既存店 (前期比) 売上高: 103.4% 客数: 99.0% 客単価: 104.5%
- 2026年度は (前期比) 売上高: 103.2% 客数: 98.6% 客単価: 104.7% を目論む。



# モグベジ食堂の強化(ブランドの浸透)

- 戦略メニュー投入で幅広い年齢層にブランドを浸透させる。

⇒3月18日～5日間  
「お試しフェア」  
4種スープがちゃんぽん価格で販売。



既存のお客様

⇒令和8年3月1日は「野菜の日」国産野菜の日キャンペーン「モグベジ編」ちゃんぽんの野菜が100g増量で355gにボリュームアップ。



⇒ 2月16日ロードサイド店舗  
野菜も一緒に楽しめる新メニュー「モグベジパスタ」。

初めて &  
若年層のお客様



⇒ 3月1日～「野菜たっぷりちゃんぽん背徳MAX」国産野菜たっぷり480g。ターゲット: 男性層・若年層。



ステッカーも登場!

⇒3月23日～夏の冷やし麺に加え  
「牛肉ちゃんぽん 青唐スープ」  
「麻婆なすの麻辣湯ちゃんぽん」

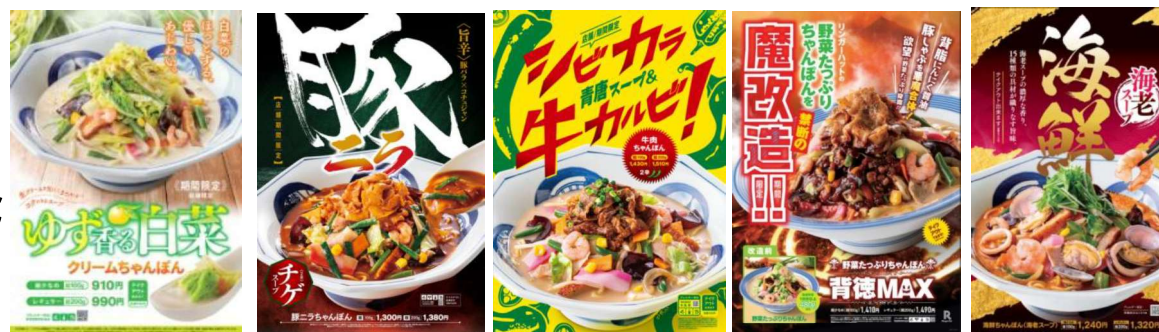
# 商品政策(リンガーハット)

## ● 季節のグランドメニュー



## ● 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)

- 2026年度の出店は、国内11店舗を計画。

➤ 上期： 6店舗      下期： 5店舗

福岡空港限定  
ちゃんぽん



4月1日オープン福岡空港国内線ターミナル店

### <改装店舗>

- 2026年度の改装は、国内36店舗を計画。

➤ 上期： 23店舗      下期： 13店舗



沖縄ライカム店  
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

# 浜勝事業

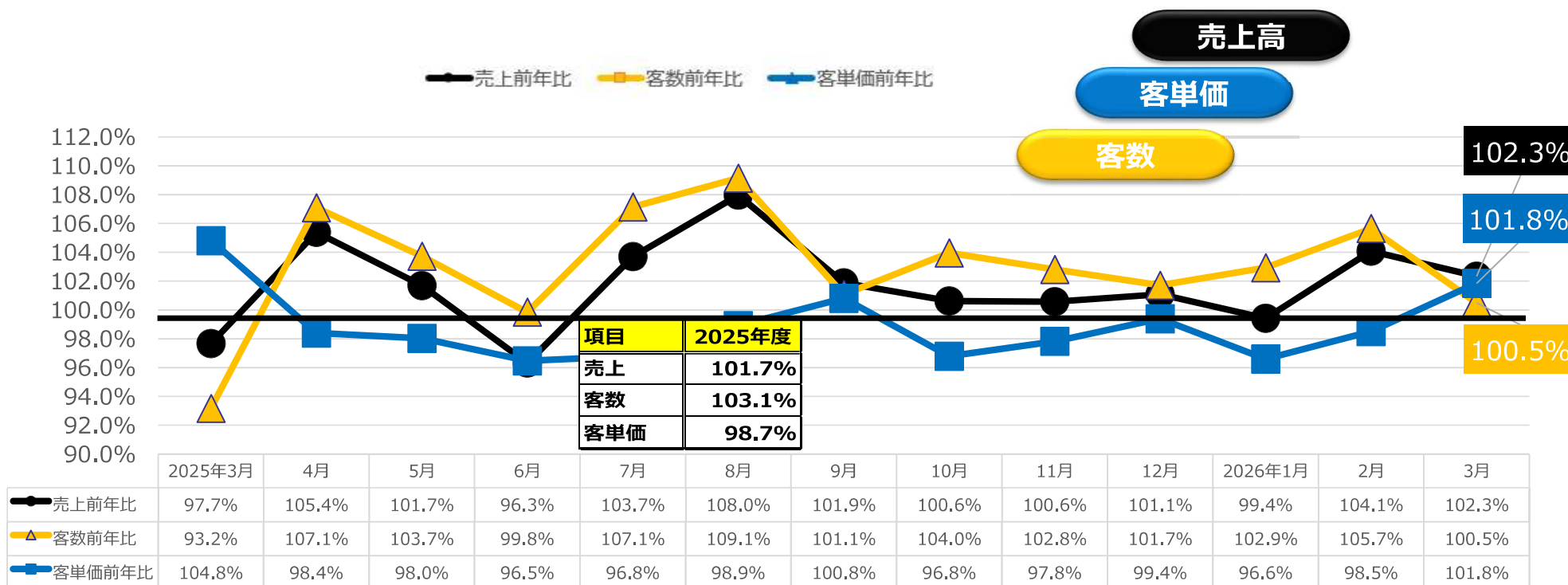
とんかつ事業  
(とんかつ・卓袱浜勝)

単位: 百万円

	2026年2月期 通期	前年同期 実績	増減
売上高	8,008	7,901	+106
営業費用	7,867	7,611	+255
営業利益	140	289	△149
営業利益率	+1.8%	+3.7%	△1.9%

## 2026年2月期 売上・客数・客単価の推移 (濱かつ直営既存店)

- (通期) 既存店 (前期比) 売上高: 100.9% 客数: 103.1% 客単価: 97.9%。
- 2026年度は (前期比) 売上高: 103.0% 客数: 98.0% 客単価: 105.1% を目論む。



# 商品政策(濱かつ)

- 季節商品の販売強化。・秋～(牡蠣ふらい)・春(アスパラ大葉重ねかつ)



- 戦略商品(期間限定)を効果的に活用。

- 唐揚げうどんセット
- カレーパンなど



「雑炊」⇒  
ご飯の代  
わりに選  
べる



## 濱かつの店舗展開(新規出店・改装計画)

- 2026年度の出店は、国内2店舗を計画。

➤ 下期： 2店舗

### <改装店舗>

- 2026年度改装は、国内4店舗を計画。

➤ 上期： 2店舗      下期： 2店舗



フライヤー(自動昇降装置)



エレック(食用油酸化還元装置)



※ 店舗オペレーションの効率化・調理品質向上  
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

## 海外事業の展開(東南アジア・米国で13店舗を展開)

### ● 海外事業、出店を加速し、収益向上を目指す。

- 2026年度 上期: 3店舗 下期: 1店舗を計画
- 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。



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



アーリー店  
パラダイスパーク店

●ベトナム



エステラプレイス店

●米国(ハワイ)



ハワイアラモアナ店  
六角 漢

## 海外初の取組—カンボジア(食育教室)

- 海外初「食育教室」開催。今後、ベトナムでも開催予定。
  - リンガーハットを知ってもらう機会。野菜のクイズや栄養に関する学習、ちゃんぽんの調理体験を通じ、食への理解と関心を高め、自ら体験しながら学ぶ機会を提供。



# 中期経営計画

単位:百万円

	2026年2月期 実績	2027年2月期 計画	2028年2月期 計画	2029年2月期 計画
売上高	45,084	47,300	49,700	52,300
営業利益	1,418	2,200	2,900	3,800

- 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、ESG視点での経営基盤を固め、事業の成長を目指します。



# 中期経営計画具体的施策

## 1 店舗フォーマット確立

- 1) 商品開発強化とラインナップの拡大、2) とんかつ業態の関東再進出・惣菜業態の強化
- 3) 既存店の改装改造

## 2 外販事業の強化

- 1) 店舗の味を再現する商品の品質向上、2) 商品ラインナップの拡大、3) 生産体制の強化

## 3 グローバルマーケットへの展開

- 1) 海外店舗出店拡大、2) ヒトとカネへの投資

## 4 業務効率化、人財強化

- 1) 店舗オペレーションの効率化、2) 店舗事務・管理業務の効率化、3) 採用強化・人財育成

## 5 調達・生産・配送体制強化

- 1) 国産野菜の安定調達、2) 内製化率向上・原価低減、3) 生産・配送体制の構築

## 6 サステナビリティ推進

- 1) 食育活動の推進、2) 地球環境への配慮・負荷の低減、3) ダイバシティー推進・幸福度向上

## 取り組み 1 3 【新規出店:3ヶ年計画】

- 3ヶ年の出店は国内60店舗、海外16店舗を計画。
  - (国内)リンガーハットは都心店を中心に、濱かつは関東再進出及び惣菜事業の確立。
  - (海外)タイ、カンボジア、ベトナム直営の店舗拡大。

(単位:店舗)

	2025年 実績	2026年 計画	2027年 計画	2028年 計画	3ヶ年計
国内					
ちゃんぽん事業	4	11	15	15	41
とんかつ事業	0	2	6	11	19
(国内計)	4	13	21	26	60
海外	3	4	6	6	16
計	7	17	27	32	76

# 取り組み①【新たな店舗形態の拡大】濱かつ惣菜事業

- 現在1店舗マイング博多店での店舗モデルの確立と、店舗展開を目指す。



ひとくちヒレかつ  
(8月25日～)

期間限定の新品も続々投入



餃子かつ 黒豚ヒレかつサンド  
(2月20日～) (12月15日～)



串かつ



濱かつ巻



季節の商品: トマトの豚肉巻き(5月1日～6月30日)



## 取り組み 2 【外販事業の強化】リンガーフーズ社

- 売上高は、2028年度5,000百万円を目論む(2025年度:2,815百万円)。
  - **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



リンガーハットTik Tok Shop店  
1月末オープン



## 取り組み④【業務効率化】計画的なDX3ヶ年計画

### ● 基幹システム刷新（新リース対応、賃貸管理強化）

- 財務と販売管理を含む次期システムの開発の要件定義が進み、管理会計の即時性と正確性を強化。

### ● 店舗DX推進

- POS、iPad、QRオーダーを統合し、年間100店舗規模でPOSリプレースを継続的に実施。



メニュー管理システムの統合

### ● AIによる業務効率化

- 自動発注精度向上や売上予測、シフト最適化で生産性と予測精度を高め、生成AIを利用した問合せシステムの導入。

### ● セキュリティ・BCP強化

- セキュリティ評価を基にリスク対策とBCPを強化。

## 取り組み⑤【国産野菜の安定調達】生産性の向上

### ● (工場)安全、衛生、品質優先の取り組み強化

- 全国4工場で「国産野菜100%」を支える徹底した品質管理とトレーサビリティで味と鮮度をキープ。工場加工した食材を毎日配送。
- 歩留まり改善でさらに生産性を向上、工場生産ライン・店舗厨房の自動化を推進し効率化。
- 直売所を設け、地域住民の方々との良好な関係を築き、SDGsへの貢献。



### ● (購買)GAP認証の国産野菜を推奨

- 「国産野菜100%」で「安全・安心」と「持続可能な農業」を目指す。
- 農業由来の環境負荷を減らし、SDGsへの貢献。
- 食の安全と安心でブランド信頼性の向上。



## 取り組み⑥【サステナビリティ推進】スポーツ支援での地域貢献

- Jリーグ「Vファーレン長崎」とオフィシャルパートナー契約締結(2026年～2028年)
  - コロナ禍で断念も復活支援。
  - 食育活動やイベント開催などコラボ企画開催予定。
  - 「食育サポーター」としても活動継続。



# 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

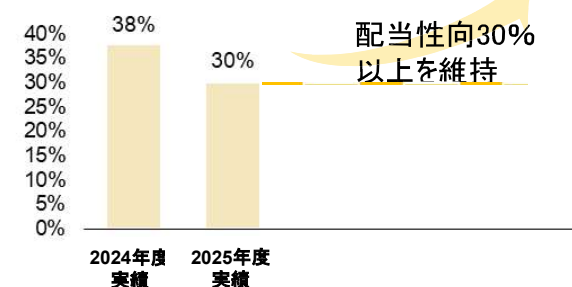
株主の皆さまへ向けた報告会・IR資料や国内3工場の工場見学会・食育教室等、株主の皆さまとの接点を拡充



## 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



## 【株主への還元方針】株主様限定企画

- 株主報告会：年1回開催 株主様と役員との積極的な対話を通じた交流で対話の場を広げる。



- 工場見学：年2回（7・11月）開催予定
- 食育教室：年3回開催予定



---

# Data File

## 2026年2月期

---

- 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(濱かつ・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	14.4%	2.7%	5.2%	12.7%	6.0%	10.5%	10.6%	8.8%	9.2%	13.3%	8.2%	6.9%	9.1%
	26年2月期	4.6%	7.9%	6.7%	2.6%	6.4%	10.1%	3.6%	-1.3%	1.0%	0.3%	3.1%	-0.8%	3.6%
濱かつ	25年2月期	0.7%	-1.6%	-4.9%	10.4%	-2.3%	-2.5%	0.4%	-1.8%	1.8%	-1.1%	-1.5%	-3.1%	-0.6%
	26年2月期	-2.7%	5.1%	4.6%	-4.2%	4.0%	7.2%	1.2%	-0.5%	0.8%	0.9%	-0.8%	4.2%	1.7%
卓袱浜勝	25年2月期	1.2%	0.9%	-1.0%	-1.0%	-5.6%	6.7%	-1.2%	0.5%	-10.7%	17.4%	7.9%	-12.3%	-0.4%
	26年2月期	-2.9%	2.2%	-1.7%	1.3%	-14.6%	-0.9%	9.6%	4.6%	11.3%	46.2%	-20.6%	18.5%	5.3%
全社	25年2月期	11.5%	1.9%	3.2%	12.2%	4.3%	7.7%	8.6%	6.8%	7.8%	10.5%	6.3%	5.0%	7.2%
	26年2月期	3.2%	7.3%	6.3%	1.3%	5.9%	9.5%	3.2%	-1.1%	1.0%	0.6%	2.3%	0.2%	3.3%

## 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	4.7%	-5.4%	-5.4%	1.1%	-2.1%	0.6%	0.8%	2.0%	1.7%	3.6%	0.5%	0.0%	0.2%
	26年2月期	1.0%	3.4%	2.4%	-0.8%	3.1%	6.4%	-1.6%	-6.8%	-4.0%	-5.2%	-1.9%	-4.6%	-0.8%
濱かつ	25年2月期	-0.9%	-4.3%	-6.5%	5.8%	-6.0%	-3.9%	-1.8%	-7.2%	-4.9%	-1.9%	-4.0%	-5.7%	-3.5%
	26年2月期	-7.0%	6.6%	7.2%	0.2%	7.1%	8.4%	0.3%	2.7%	3.2%	1.5%	2.6%	5.1%	3.1%
卓袱浜勝	25年2月期	-15.8%	-6.6%	-10.7%	-10.2%	-15.1%	-1.5%	-9.5%	-1.7%	-15.0%	5.7%	-3.3%	-13.0%	-8.5%
	26年2月期	-14.2%	-10.0%	-11.6%	-6.3%	-22.7%	-11.4%	-7.4%	-6.6%	-0.6%	-6.9%	-25.4%	-2.4%	-10.1%
全社	25年2月期	3.8%	-5.2%	-5.6%	1.7%	-2.6%	-0.1%	0.4%	0.8%	0.8%	2.9%	-0.2%	-0.8%	-0.3%
	26年2月期	-0.2%	3.8%	3.0%	-0.7%	3.6%	6.7%	-1.3%	-5.6%	-3.1%	-4.3%	-1.3%	-3.4%	-0.3%

## 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	9.3%	8.6%	11.2%	11.4%	8.2%	9.9%	9.7%	6.6%	7.4%	9.4%	7.7%	6.9%	8.9%
	26年2月期	3.6%	4.4%	4.3%	3.4%	3.2%	3.4%	5.2%	6.0%	5.2%	5.8%	5.1%	4.1%	4.5%
濱かつ	25年2月期	1.6%	2.8%	1.8%	4.3%	3.9%	1.4%	2.2%	5.8%	7.0%	0.9%	2.6%	2.7%	3.0%
	26年2月期	4.6%	-1.4%	-2.5%	-4.4%	-2.9%	-1.1%	0.9%	-3.2%	-2.3%	-0.6%	-3.3%	-0.8%	-1.3%
卓袱浜勝	25年2月期	20.2%	8.1%	10.8%	10.3%	11.2%	8.4%	9.1%	2.2%	5.0%	11.1%	11.5%	0.8%	8.9%
	26年2月期	13.1%	13.5%	11.2%	8.1%	10.4%	11.8%	18.3%	12.0%	11.9%	57.1%	6.4%	21.4%	17.1%
全社	25年2月期	7.5%	7.5%	9.3%	10.3%	7.1%	7.7%	8.2%	6.0%	7.0%	7.4%	6.5%	5.8%	7.5%
	26年2月期	3.4%	3.4%	3.2%	2.0%	2.1%	2.6%	4.6%	4.8%	4.2%	5.1%	3.6%	3.6%	3.6%

## 2. 出店形態別の店舗数の推移(全店)

出店形態別の状況 (FC店含む)

出店形態	2021.2期			2022.2期			2023.2期			2024.2期			2025.2期			2026.2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	2	△ 30	267	1	△ 6	262	0	△ 7	255	3	△ 7	251	6	△ 6	251	2	△ 7	246
関東・東海地区	10	△ 62	285	0	△ 3	282	3	△ 11	274	3	△ 7	270	3	△ 15	258	2	△ 2	258
関西・中京地区	4	△ 26	108	0	△ 2	106	2	△ 5	103	4	△ 5	102	2	△ 1	103	0	△ 3	100
東北・北海道地区	0	△ 4	32	0	△ 3	29	0	△ 6	23	0	△ 23	23	0	△ 23	23	0	△ 23	23
海外	1	△ 6	12	0	△ 3	9	1	△ 1	9	0	△ 9	9	3	△ 1	11	3	△ 1	14
合計	17	△ 128	704	1	△ 17	688	6	△ 30	664	10	△ 19	655	14	△ 23	646	7	△ 12	641
うち直営店舗数			497			497			497			492			490			488
うちFC店舗数			207			191			167			163			156			153

### 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	2021.2期			2022.2期			2023.2期			2024.2期			2025.2期			2026.2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	2	△ 27	183	1	△ 6	178	0	△ 7	171	1	△ 4	168	3	△ 5	166	2	△ 4	164
関東・東海地区	9	△ 46	281	0	△ 3	278	3	△ 9	272	3	△ 6	269	3	△ 15	257	2	△ 2	257
関西・中京地区	4	△ 23	108	0	△ 2	106	2	△ 5	103	4	△ 5	102	2	△ 1	103	0	△ 3	100
北陸・東北・北海道地区	0	△ 4	32	0	△ 3	29	0	△ 6	23	0		23	0		23	0		23
海外	1	△ 5	10	0	△ 3	7	1	△ 1	7	0		7	2		9	2		11
合計	16	△ 105	614	1	△ 17	598	6	△ 28	576	8	△ 15	569	10	△ 21	558	6	△ 9	555
うち直営店舗数			425			425			427			424			420			420
うちFC店舗数			189			173			149			145			138			135

出店形態	2021.2期			2022.2期			2023.2期			2024.2期			2025.2期			2026.2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	△ 1	1			1			1			1			1			1

## 4. 出店形態別の店舗数の推移(濱かつ・卓袱浜勝)

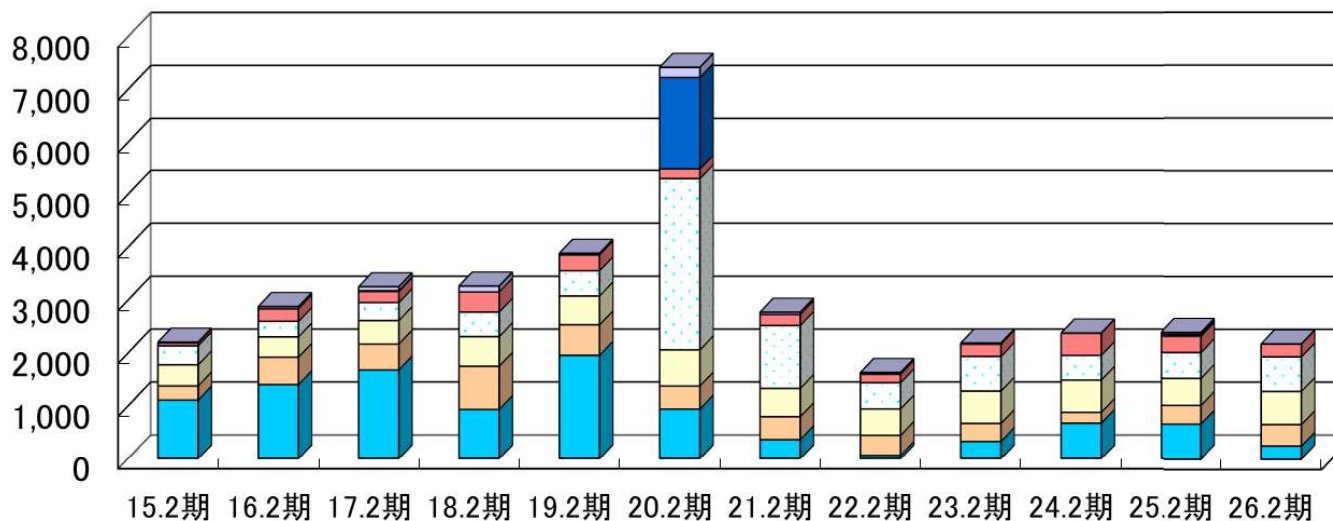
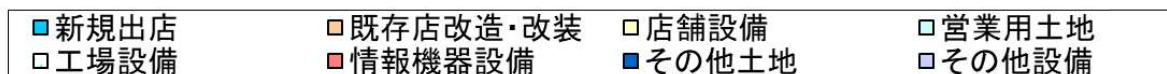
出店形態別の状況 (FC店含む)

出店形態	2021.2期			2022.2期			2023.2期			2024.2期			2025.2期			2026.2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)		△ 2	65			65			65		△ 3	62	1	△ 1	62		△ 2	60
SC内フードコート等		△ 1	16			16			16	2		18			18			18
ビルイン(都心型)			2			2			2			2	2		4		△ 1	3
九州・中国・四国地区	0	△ 3	83	0		83	0		83	2	△ 3	82	3	△ 1	84	0	△ 3	81
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
関東・東海地区	0	△ 10	1	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	0			0			0			0			0			0
ビルイン(都心型)			0			0			0			0			0			0
関西・中京地区	0	△ 3	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
北陸・東北・北海道地区	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
海外	0		1	0		1	0		1	0		1	1	△ 1	1	1		2
ロードサイド(郊外型)	0	△ 6	65	0		65	0		65	0	△ 3	62	1	△ 1	62	0	△ 2	60
SC内フードコート等	0	△ 9	17	0		17	0		17	2		19	0	△ 1	18	1		19
ビルイン(都心型)	0	△ 1	3	0		3	0	△ 1	2	0		2	3		5	0	△ 1	4
合計	0	△ 16	85	0		85	0	△ 1	84	2	△ 3	83	4	△ 2	85	1	△ 3	83
うち直営店舗数			68			68			67			66			68			66
うちFC店舗数			17			17			17			17			17			17

※とんかつ大學へ業態変更

出店形態	2021.2期			2022.2期			2023.2期			2024.2期			2025.2期			2026.2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	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	244
既存店改造・改装	267	519	490	817	578	436	435	383	343	204	354	408
店舗設備	400	382	444	560	543	682	535	499	612	609	511	626
営業用土地	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
工場設備	356	294	340	464	478	3,238	1,188	495	654	466	488	654
情報機器設備	55	235	208	378	299	181	207	160	230	418	310	241
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	2
<b>設備投資計</b>	<b>2,207</b>	<b>2,880</b>	<b>3,255</b>	<b>3,268</b>	<b>3,886</b>	<b>7,419</b>	<b>2,774</b>	<b>1,633</b>	<b>2,189</b>	<b>2,379</b>	<b>2,395</b>	<b>2,178</b>
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	2,079



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