

2026年3月期 決算説明会資料

2026年5月21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 連結業績
3. 26/3期 セグメント別業績
4. 27/3期 連結業績予想
5. 23/3期-28/3期 中長期経営計画の進捗
6. 資本コストと株価を意識した経営について
7. 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

26/3期 連結業績の実績

- 売上収益は**過去最高**の2,787億円で、国内事業で**過去最高**を達成
- 事業利益は**過去最高**の215億円
なお、丸亀製麺及び海外事業セグメントは**過去最高**の事業利益
- 営業利益は、Fulham社の事業再構築による減損損失の影響があるものの**106億円と増益**
- 親会社の所有者に帰属する当期利益は23億円と**増益**

27/3期 連結業績の計画

- 売上収益 2,870億円 / 事業利益220億円 / 営業利益170億円を計画
- 丸亀製麺および国内その他セグメントは、**増収増益**
- 海外事業セグメントは、Fulham社の事業再構築の影響により、**減収増益**
- 各セグメントとも、**再成長に向けた「仕込み」のフェーズ**と位置付け、オーガニック成長の加速に加え、成長領域へのリソース再配分を通じた**事業ポートフォリオの強化を推進**する

2. 26/3期 連結業績

26/3期 連結業績

売上収益と事業利益は過去最高を達成。

営業利益および当期利益は、主に海外事業セグメントにおける減損損失の影響はあるものの増益

(百万円)

	累計 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	実績-計画	達成率
売上収益	268,228	最高 278,715	+10,486	+3.9%	282,000	△3,285	98.8%
売上原価	△ 64,292	△ 68,097	△3,805	+5.9%	—	—	—
売上比	24.0%	24.4%	—	+0.5%	—	—	—
販管費	△ 185,731	△ 189,158	△3,427	+1.8%	—	—	—
売上比	69.2%	67.9%	—	△1.4%	—	—	—
事業利益	18,205	最高 21,460	+3,254	+17.9%	19,600	+1,860	109.5%
売上比	6.8%	7.7%	—	+0.9%	7.0%	—	—
その他の営業損益等	△ 9,531	△ 10,882	△1,351	—	△ 5,000	—	—
営業利益	8,674	10,578	+1,904	+21.9%	14,600	△4,022	72.5%
売上比	3.2%	3.8%	—	+0.6%	5.2%	—	—
親会社の所有者に帰属する 当期利益	1,874	2,311	+437	+23.3%	5,500	△3,189	42.0%
売上比	0.7%	0.8%	—	+0.1%	2.0%	—	—

3. 26/3期 セグメント別業績

丸亀製麺

日本国内で本格讃岐うどん専門店「丸亀製麺」等を運営する株式会社丸亀製麺

ここのうどんは、生きている。

丸亀製麺 丸亀製麺

伊吹いりこ汁 讃岐うどん
いぶきうどん 伊吹

揚げたて天ぷらうどん
ふたば製麺 丸亀製麺

うどん 天ぷら・おでん 山口

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

KNOWS COFFEE
GOOD DAY, GOOD VIBES

ZUNDO-YA うどん屋

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

揚げたて
天ぷら定食まきの

炭火焼鳥・唐揚げ・釜めし
とりどーる

立吞み **晩屋**

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

MARUGAME UDON
JAPANESE NOODLES & TEMPURA

WOK TO WALK

Pokeworks

SHORYU

The Original
Boat Noodle

FRANCO MANCA
SOFTFOUNDED PIZZA

THE REAL GREEK
EAT. TOGETHER.

譚仔三哥
TAMJAI SAMGOR MIXIAN

譚仔 雲南米線

TAMJAI MIXIAN
HONG KONG SINCE 1996

山牛将
Yakiniku & Beyond

ZUN 寸屋拉面
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まず

26/3期 セグメント別業績

丸亀製麺は、売上収益及び事業利益で過去最高。国内その他は、過去最高の売上収益となるものの、コスト増を吸収しきれず若干の減益。海外事業は減収となったものの、好調なアジア事業の貢献等により事業利益は過去最高を更新
(百万円)

丸亀製麺	累計 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	達成率
売上収益	128,142	最高 137,193	+9,051	+7.1%	137,000	100.1%
事業利益	20,896	最高 21,955	+1,059	+5.1%	22,100	99.3%
売上比	16.3%	16.0%	-	△0.3%	16.1%	-
国内その他	累計 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	達成率
売上収益	35,412	最高 39,626	+4,214	+11.9%	39,000	101.6%
事業利益	4,447	4,152	△ 295	△6.6%	4,900	84.7%
売上比	12.6%	10.5%	-	△2.1%	12.6%	-
国内合計	累計 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	達成率
売上収益	163,554	最高 176,819	+13,265	+8.1%	176,000	100.5%
事業利益	25,343	最高 26,107	+764	+3.0%	27,000	96.7%
売上比	15.5%	14.8%	-	△0.7%	15.3%	-
海外事業	累計 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	達成率
売上収益	104,674	101,895	△ 2,778	△2.7%	106,000	96.1%
事業利益	2,524	最高 5,285	+2,761	+109.4%	3,600	146.8%
売上比	2.4%	5.2%	-	+2.8%	3.4%	-
事業利益 調整額	△ 9,662	△ 9,933	△271	-	△ 11,000	-
連結売上収益	268,228	278,715	+10,486	+3.9%	282,000	98.8%
連結事業利益	18,205	21,460	+3,254	+17.9%	19,600	109.5%

26/3期 丸亀製麺 – 主な取り組み

TORIDOLL→

ブランド力と顧客体験価値を高めるべく、おいしさの追及に加え、各種キャンペーンやIPコラボなどを実施



無料の薬味・トッピングを6種類→8種類に拡充



期間限定で新たなカテゴリ「丸亀シェイクぴっぴ」を発売。新たな間食ニーズを開拓



丸亀うどんなつの累計販売数が2,000万食※を突破
※24年6月25日～25年9月15日の期間



創業25周年として、創業感謝祭「丸亀うどん祭り2025」開催のほか、様々なイベントを実施



麺増量無料キャンペーンのほか、対象商品を一杯頼むと一杯無料になるキャンペーンを実施。客数増へ大きく貢献



「ドラゴンボールZ」との期間限定コラボレーションが実現。作品の世界観をモチーフにしたコラボ商品を販売し、大人から子供まで幅広い世代に元気をお届け



ブランディングと商品プロモーションを組み合わせ、全店在籍の麺職人によるおいしさの追求により、定番商品の強化と新たな体験価値の創出を両立

1. 季節性・話題性を意識したフェア商品を継続投入

トマたまカレーうどん

鬼おろし肉ぶっかけ・鬼おろし鶏唐ぶっかけ

旨辛豚つけ汁うどん

鴨ねぎうどん

こく旨豚玉ぶっかけ

鬼おろし豚しゃぶぶっかけ

冷たい旨塩うどん (旨塩・海苔・海鮮)

ねばとろ鶏ぶっかけ

旨辛肉盛りニラ玉ぶっかけ

牡蠣たまあんかけ

肉がさね玉子あんかけ

山盛りあさりうどん

牡蠣ぶっかけ

だし玉肉づつみうどん



2. 新たな間食ニーズの開拓/定着化

うどんなつ：新味
いちごみるく味

丸亀シェイクびっぴ
のり塩・コンソメ・シュガーバター味

うどんなつ：コナズコラボ
アサイベリー味

うどんなつ：新味
まるん味、濃厚ダブルチョコ2種



3. 手間ひまかけた、おいしさの追及

新「だし」(無料配布)

ひと口醤油うどん
(無料配布)

わがまちうどん47 年明けうどん

「濃厚ダブルチョコ ごほうびチョコ味」
「濃厚ダブルチョコ しあわせミルク味」
2種同時発売

国内その他 – 売上収益の内訳

国内その他は、コナズ珈琲とずんどう屋が牽引し、新店寄与もあり増収。その他業態では、天ぷらまきのや晩杯屋、やきとり屋とりどーるなどの既存店及び新店が好調に推移

(百万円)

国内その他	累計 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	11,415	13,342	+1,927	+16.9%	13,300	100.3%
ずんどう屋	11,057	12,244	+1,187	+10.7%	12,200	100.4%
その他業態	12,940	14,039	+1,099	+8.5%	13,500	104.0%
セグメント売上収益	35,412	39,626	+4,214	+11.9%	39,000	101.6%



26年2月オープン コナズ珈琲
越谷店（埼玉県）



26年1月オープン ラー麺ずんどう屋
春日井八田町店（愛知県）

各ブランドにおいて、季節商品やフェア施策等の実施により来店動機を強化。新たな業態や商品開発とともに、将来の成長に向けた基盤作りを継続

コナズ珈琲



26年3月オープン KNOWS COFFEE イオンモール津田沼South店（千葉県）

コナズ珈琲の新カフェブランド「KNOWS COFFEE」

“一番近いサンセット”をコンセプトに、木のぬくもりと夕暮れのようなやさしい色合いが広がる店内で、香り豊かなハワイコナ100%コーヒーや、目の前で一枚一枚丁寧に焼き上げるライブ感たっぷりのパンケーキをお楽しみいただけます。5月下旬には、埼玉県越谷市のイオンレイクタウン内に2号店のオープンも決定しており、積極的な出店へ

ラーメンずんどう屋

新商品「濃厚豚骨Evolution」が、冬の期間限定商品として登場

ずんどう屋の定番である濃厚豚骨スープを進化させた“超”濃厚豚骨ラーメン。これまでのスープと比べ、さらにこってりとした濃厚さと、がっつとした豚の旨みのインパクトを追求しました。スープはどろっと濃厚で、麺との相性抜群！寒い冬、体の芯まで沁み渡る超濃厚の期間限定の一品です



やきとり屋とりどーる



26年1月オープン やきとり屋とりどーる 西神戸店（兵庫県）

原点となる創業業態、3年ぶりの西神戸の地に再出店

以前、同じ西区内で店舗を展開していたものの、コロナ禍で惜しまれつつ閉店。約3年ぶりに再度西神戸の地に出店。

職人が目の前で焼き上げる本格炭火焼鳥をリーズナブルにご提供するスタイルは変わらず、テイクアウトメニューも幅広く用意



もも一枚焼き弁当

Tam Jaiは、前期実施の不採算店舗の戦略的閉店により減収。MARUGAMEは、好調なアジア事業が牽引し、好調に推移。Fulhamは、閉店や市況低迷の影響が大きく、減収。その他業態はMonster Curryの連結除外あり
(百万円)

海外事業	累計 実績		前年同期比	
	25/3期	26/3期	増減額	増減率
Tam Jai	54,921	51,780	△3,141	△5.7%
MARUGAME	25,710	26,624	+914	+3.6%
Fulham	20,769	20,284	△485	△2.3%
その他業態	3,274	3,208	△66	△2.0%
セグメント売上収益	104,674	101,895	△2,778	△2.7%









26年2月オープン TamJai Mixian (フィリピン)



26年3月オープン 山牛将 (香港)

Tam JaiとMARUGAMEは、収益性の改善が継続し、増益に寄与。Fulhamは、検証店舗における売上向上や収益性改善の施策に一定程度の成果あり。景気低迷下における抜本的な事業再建策に着手



区分	地域/ブランド	第4四半期の進捗	事業状況	
			売上収益	事業利益
Tam Jai	香港	<ul style="list-style-type: none"> 香港の外食市況の低迷が継続しており、売上は軟調に推移 店舗の収益性改善が継続しており、事業利益は増益 	 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、減収だが赤字幅は削減 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"> 直営のシンガポールと日本において、店舗の収益性が改善 FC事業としてフィリピンで1号店をオープンし、FC事業展開は順調 		
MARUGAME	台湾	<ul style="list-style-type: none"> 高利益率を維持しながら、増収増益を達成し、MARUGAME事業を牽引 	 好調	 好調
	米国	<ul style="list-style-type: none"> フェアメニュー強化、順調な出店、勤務シフト管理強化により増収増益 		
	その他/FC	<ul style="list-style-type: none"> 直営の香港は、順調な出店と徹底した店舗オペレーション管理で増収増益 東南アジアのFC事業は、着実な出店もあり、増収増益 		
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 	 不調	 不調
	ザリアルグリーク	<ul style="list-style-type: none"> 検証店舗で各種施策を先行導入中で、売上増加や収益性改善の成果あり 景気低迷下における構造的な業績改善に向けて、抜本的な事業再建策に着手 		

市況の厳しい英国のFulhamにおいて、法的スキームを活用して、ピザ業態「フランコマンカ」は不採算店舗を解約し、ギリシャ料理業態「ザ リアルグreek」は売却・事業撤退し、抜本的な事業再建を進める

時期	概要
Fulham 買収時	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 2023年7月に、ピザ業態「フランコマンカ」とギリシャ料理業態「ザ リアルグreek」を保有するFulham社を買収 ➢ 買収目的 <ul style="list-style-type: none"> ・“ピザ”というグローバルで展開可能なブランド獲得 ・事業ポートフォリオの多様化 ・欧州進出加速（地理的拡張） ・グループの運営力・資本を活用した価値向上
事業改善 フェーズ	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 買収以降、英国では金利上昇と高インフレのため、経済および外食市場が低迷 ➢ その後、金利とインフレは沈静化するも、外食の需要は回復せず、加えて、最低賃金の上昇もあり、外食にとっては利益も成長も創出しにくい逆風環境が継続し、Fulham社の業績も悪化 ➢ 日本からエキスパート人材を送り、店舗レベルのオペレーションの改善を図る <ul style="list-style-type: none"> ・労務管理・コストコントロール強化 ・サービスレベルの改善 ・新商品の開発 ➢ 個別の店舗単位でオペレーションの改善効果があったが、全社レベルの改善には至らず
事業再建 の検討	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 両ブランドともに、複数の不採算店舗が利益を圧迫し、また、減収により、本部・本社費比率の悪化が継続 ➢ 再建策として、特に本部・本社費比率の高い「ザ リアルグreek」事業から撤退し、主力ブランドの「フランコマンカ」に注力することとし、不採算店舗の解約により、抜本的な事業再建を進める

Fulhamの事業再建 (2/2)

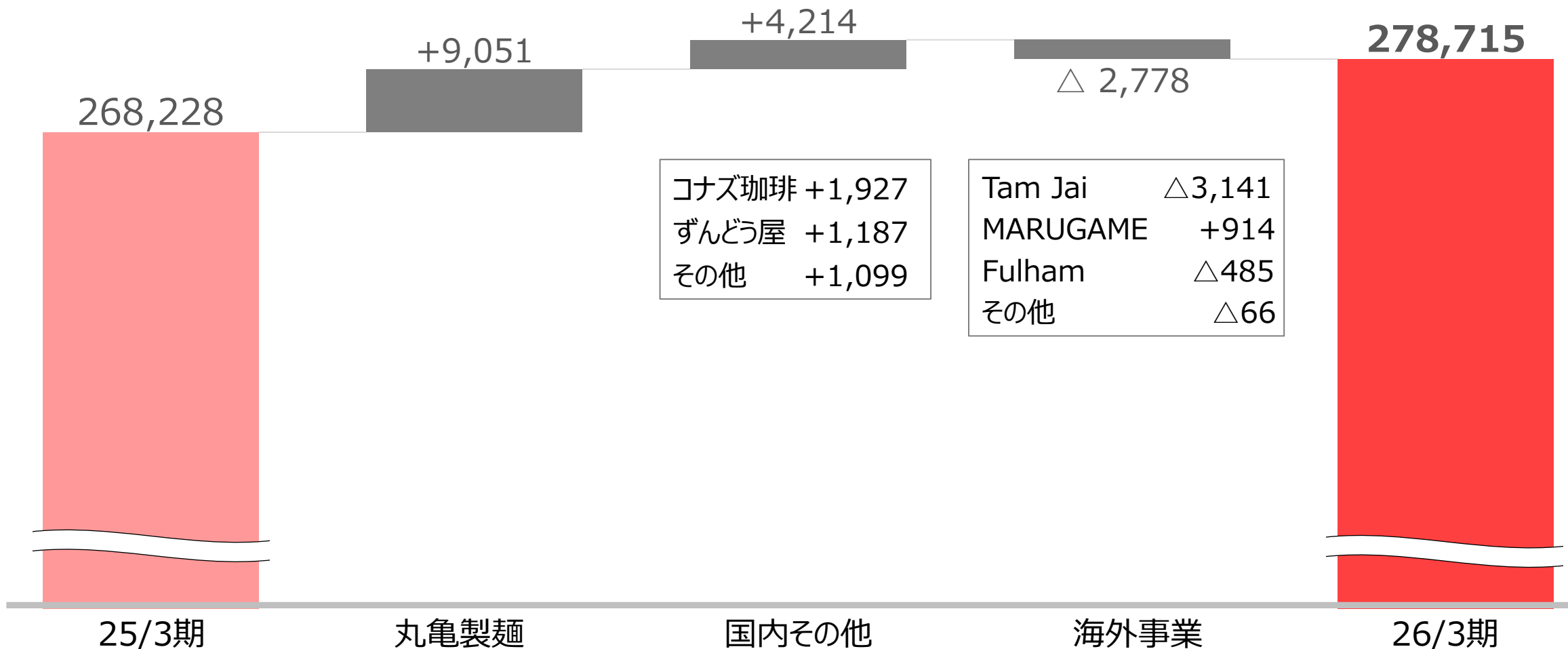
事業再建のスキームとして、「フランコマンカ」はCVAにより不採算店舗を解約し、「ザリアルグreek」はAdministrationと資産譲渡により、事業の撤退を進める

ブランド	26/3期		事業再建			
	累計売上	店舗数	適用スキーム	概要	スケジュール	スキーム適用後の事業
フランコマンカ (ピザ) 	13,680 百万円	68店舗	CVA (Company Voluntary Arrangement)	<ul style="list-style-type: none"> 英国の倒産法制に基づく再建手続き 債権者との合意のもとで契約条件等の見直し 店舗ポートフォリオの見直し <ul style="list-style-type: none"> - 店舗の解約/閉店: 17店舗 - 家賃減額 (3年間): 9店舗 	<ul style="list-style-type: none"> 2026/4/16 CVA申請 2026/5/5 CVA承認 	採算店舗のみに 注力して事業継続 店舗数: 51店舗
ザリアル グreek (ギリシャ料理) 	6,604 百万円	28店舗	Administration + 資産譲渡	<ul style="list-style-type: none"> 英国企業倒産法に基づく倒産更生手続き 管財人のもとで事業再建 Karali社に資産と事業を譲渡 	<ul style="list-style-type: none"> 2026/5/1 Administration の開始 資産譲渡の 契約締結 	事業撤退

26/3期 セグメント別売上収益 増減

丸亀製麺及び国内その他は増収。海外事業は丸亀のアジア及び北米事業が貢献した一方、Tam Jaiが前期実施した不採算店舗の閉店影響のほか、Fulhamの閉店影響もあり、減収

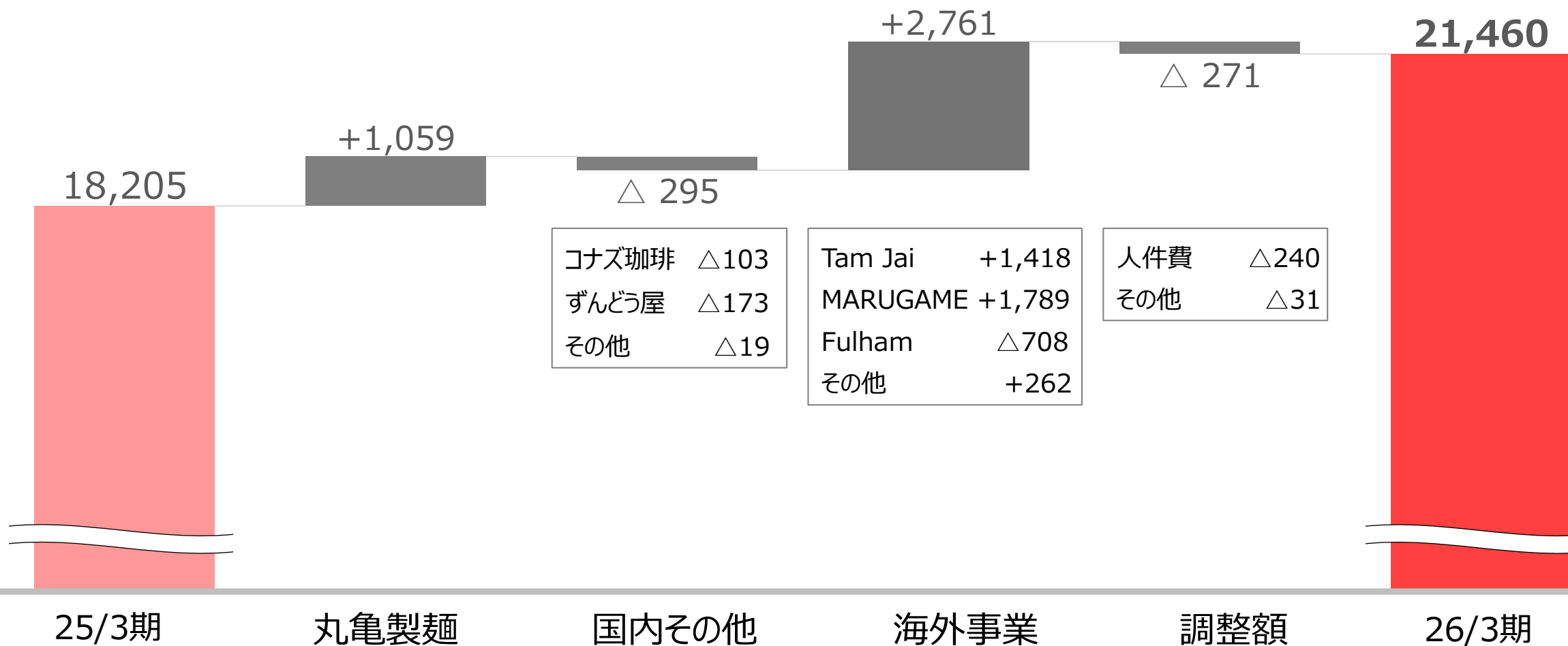
(百万円)



26/3期 セグメント別事業利益 増減

丸亀製麺は増益。国内その他は原価や人件費等の増加影響により減益。海外事業では、Tam Jaiの収益性の改善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の貢献等により大幅に増益

(百万円)



4. 27/3期 連結業績予想

売上収益 2,870億円、事業利益 220億円、および営業利益は170億円の増収増益を計画

(百万円)

	通期			
	26/3期実績	27/3期計画	増減額	増減率
売上収益	278,715	287,000	+8,285	+3.0%
事業利益	21,460	22,000	+540	+2.5%
売上比	7.7%	7.7%	—	△0.0%
その他の営業損益等	△10,882	△5,000	+5,882	—
営業利益	10,578	17,000	+6,422	+60.7%
売上比	3.8%	5.9%	—	+2.1%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	2,311	7,000	+4,689	+202.9%
売上比	0.8%	2.4%	—	+1.6%

27/3期 セグメント別業績予想

丸亀製麺および国内その他は、前期の好調を維持。

海外事業は、ポートフォリオの再編により収益力の強化を図り、再成長計画へ

※なお、Fulhamの事業再構築の実行により、海外事業カテゴリーの売上収益は減少

(百万円)

丸亀製麺	通期			
	26/3期実績	27/3期計画	増減額	増減率
売上収益	137,193	146,000	+8,807	+6.4%
事業利益	21,955	23,000	+1,045	+4.8%
売上比	16.0%	15.8%	-	△0.2%
国内その他	通期			
	26/3期実績	27/3期計画	増減額	増減率
売上収益	39,626	43,000	+3,374	+8.5%
事業利益	4,152	4,400	+248	+6.0%
売上比	10.5%	10.2%	-	△0.2%
海外事業	通期			
	26/3期実績	27/3期計画	増減額	増減率
売上収益	101,895	98,000	△3,895	△3.8%
事業利益	5,285	5,600	+315	+6.0%
売上比	5.2%	5.7%	-	+0.5%
事業利益 調整額	△ 9,933	△11,000	△1,067	-
連結売上収益	278,715	287,000	+8,285	+3.0%
連結事業利益	21,460	22,000	+540	+2.5%

《セグメント別業績予想 当期比》

丸亀製麺	通期		
	26/3期実績	27/3期計画	増減
既存店前年同期比			
売上高	104.5%	104.3%	△0.2%
客数	102.0%	101.2%	△0.8%
客単価	102.5%	103.1%	+0.6%
国内その他	通期		
	26/3期実績	27/3期計画	増減
既存店前年同期比			
売上高	102.3%	105.2%	+2.9%
海外事業	通期		
	26/3期実績	27/3期計画	増減
既存店前年同期比			
売上高	96.9%	100.4%	+3.5%

《国内その他 売上収益の内訳》

(百万円)

国内その他	通期			
	26/3期実績	27/3期計画	増減額	増減率
コナズ珈琲	13,342	15,000	+1,658	+12.4%
セグメント構成比	33.7%	34.9%	-	-
ずんどう屋	12,244	13,200	+956	+7.8%
セグメント構成比	30.9%	30.7%	-	-
その他業態	14,039	14,800	+761	+5.4%
セグメント構成比	35.4%	34.4%	-	-
セグメント売上収益	39,626	43,000	+3,374	+8.5%

《海外事業 売上収益の内訳》

(百万円)

海外事業	通期			
	26/3期実績	27/3期計画	増減額	増減率
Tam Jai	51,780	54,000	+2,220	+4.3%
セグメント構成比	50.8%	55.1%	-	-
MARUGAME	26,624	30,000	+3,376	+12.7%
セグメント構成比	26.1%	30.6%	-	-
Fulham	20,284	11,000	△9,284	△45.8%
セグメント構成比	19.9%	11.2%	-	-
その他業態	3,208	3,000	△208	△6.5%
セグメント構成比	3.1%	3.1%	-	-
セグメント売上収益	101,895	98,000	△3,895	△3.8%

27/3期 店舗数計画

丸亀製麺は、前期以上の出店数を計画。国内その他は前期並みを計画。海外事業は事業再編の実行により一定程度の閉店数はあるものの、前期以上の出店数を計画

セグメント	25/3期	26/3期 累計			27/3期 通期計画		
	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	36	10	887	45	10	922
国内その他	274	25	7	292	25	6	311
コナズ珈琲	47	9	2	54	10	0	64
ずんどう屋	104	7	1	110	5	2	113
その他	123	9	4	128	10	4	134
海外事業	914	86	77	923	110	76	957
Tam Jai	230	13	11	232	24	11	245
MARUGAME	307	38	1	344	44	4	384
Fulham	102	0	6	96	0	45	51
その他業態	275	35	59	251	42	16	277
連結	2,049	147	94	2,102	180	92	2,190

(参考) 海外事業 運営区分別

直営	445	23	32	436	66	62	440
FC	469	63	45	487	44	14	517

※26/3期累計実績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）

※27/3期通期計画におけるFulhamの閉店数は、事業再構築の実行によるものです

それぞれの強みを活かした「新商品」「新ブランド」「新たな立地」へのチャレンジで、さらなる成長へ

丸亀製麺

新たなカテゴリー「丸亀うどんメシ」が新登場！



販売開始後、約1週間で**20万食を突破!**
主食の枠を広げる新カテゴリーとして来店動機の創出に寄与。幅広い年代のお客様に向けて、今後のさらなる展開に期待が膨らみます

「丸亀うどーなつ」には、ふわっと香り広がる抹茶味が登場



春の新作は、京都・宇治の老舗「堀田勝太郎商店」の抹茶を贅沢に使用。今後も季節やこだわり素材を活かした新フレーバーの展開で、お客様に新たな感動をお届けします

コナズ珈琲



PALMWAGON

コナズ珈琲の姉妹ブランドが仙台駅西口に初出店(全国3店舗目)。大人気のマラサダに加え、アヒポキやフォーも提供。仙台限定「ずんだ」味のマラサダもご提供。テイクアウト中心に顧客層拡大へ

ラー麺ずんどう屋



麺師とは

最高水準の技術と知識で常にベストな一杯を提供し、「これぞずんどう屋」と感じる活気ある店舗を創り出す中核人材。店舗の価値と体験を高める役割を担い、2026年度より各地域に1名配置予定

※イメージ画像



goodNess

コナズ珈琲の新ブランドが渋谷にオープン(5月下旬予定)。アルコールも楽しめるハワイアンダイニングとして、非日常のディナー体験を提案。主要都市への展開を目指す



SC初出店(イオンモール神戸北店)フードコート初出店を起点に今後の多店舗展開を見据えた新たな挑戦

既存業態における新たな地域への展開の推進、新業態・新メニュー開発を加速

MARUGAME UDONでは、タイに再進出予定

様々な検討のもと、ブランドの強みである「手作り・出来立て」による体験価値の創出に向けて、直営方式にて展開を予定。まずはバンコクを中心に出店を検討中



Tam Jaiでは、マレーシア・フィリピンへの展開を加速、日本では麻辣湯専門店の新業態を展開へ

麻辣湯専門店「譚仔麻辣湯（タムジャイマーラータン）」の展開を日本でスタート。香港でも麻辣湯業態を展開中



26年4月 譚仔三哥（タムジャイサムゴー）吉祥寺店を、譚仔麻辣湯（タムジャイマーラータン）吉祥寺店としてリニューアルオープン

FRANCO MANCAでは、商品力を強化

商品力において、圧倒的な差別化を図るべく「新生地」を導入。モデル店舗での検証では、客数が前年比で +4.8%UP。順次導入店舗を拡大中

新たな肉業態を開発中！ 中国大陸にて展開を計画

「肉のヤマ牛」をベースに新たにファストカジュアル業態を開発中。塊から切り出される炭火焼の肉を、リーズナブルに提供。高いデリバリー・テイクアウト需要へ訴求。お客様の目の前で仕上げる臨場感あふれる店舗モデルにて、今後中国大陸にて現地法人を立ち上げ、展開予定



店舗改装によって視認性強化



エアリーでふわふわな新生地

MARUGAMEは、2026年3月末時点で直営とFC併せて344店舗であり、今後は既存地域での更なる出店に加えて、積極的な新規国への進出も検討中

形態	アジア		米州・欧州		その他		海外合計	(参考) 日本
	地域/店舗数	今後の事業展開	地域/店舗数	今後の事業展開	地域/店舗数	今後の事業展開	店舗数	店舗数
直営	台湾: 66店舗 香港: 16店舗 カンボジア: 1店舗	<ul style="list-style-type: none"> ■ 既存地域 ・直営地域で積極的に展開強化 ・FC事業のオペレーション支援強化 	米国: 21店舗	<ul style="list-style-type: none"> ■ 既存地域 ・米国で立地重視、低投資モデルで展開強化 ・FC事業のオペレーション支援強化 	-	<ul style="list-style-type: none"> ■ 既存地域 ・FC事業のオペレーション支援強化 	104店舗	887店舗
FC	インドネシア: 143店舗 フィリピン: 58店舗 ベトナム: 18店舗 カンボジア: 5店舗 ブルネイ: 1店舗 韓国: 1店舗	<ul style="list-style-type: none"> ■ 新規地域 ・今期にタイ再進出予定 ・中期的にマレーシア、シンガポール、中国大陸、オーストラリア等に進出検討 	英国: 9店舗 カナダ: 3店舗 グアム: 1店舗	<ul style="list-style-type: none"> ■ 新規地域 ・中期的に欧州(フランス、スペイン、ドイツ等)、メキシコで低投資モデルで進出を検討 	UAE: 1店舗	<ul style="list-style-type: none"> ■ 新規地域 ・中期的に中東(トルコ、サウジアラビア等)の進出を検討 	240店舗	-
合計	309店舗		34店舗		1店舗		344店舗	887店舗

*店舗数は2026年3月末時点

国内外合計
1,231店舗

5. 23/3期-28/3期 中長期経営計画の進捗

外部環境の不透明感を織り込み、計画値をより実現性の高い水準へ見直し。一方で、勝ち筋業態への集中投資、海外事業の収益性改善、資本効率を意識した経営の徹底により、28/3期にはROE8%以上の達成を目指す

26/3期まで

- 丸亀製麺を軸に勝ち筋業態の出店加速
- 海外事業のポートフォリオ見直しと同時に収益性改善が進展
- グループ全体の事業利益率目標を1年前倒しで達成

26/3期

売上収益: 2,787億円
 事業利益: 215億円
 事業利益率: 7.7%
 営業利益: 106億円
 営業利益率: 3.8%
 店舗数: 2,102店舗

27/3期業績予想

- 国内事業は丸亀製麺を中心に出店を継続すると同時に、新業態・新モデルの検証を推進
- 海外事業は再編の次の成長に向けた仕込みを実行

27/3期

売上収益: 2,870億円
 事業利益: 220億円
 事業利益率: 7.7%
 営業利益: 170億円
 営業利益率: 5.9%
 店舗数: 約2,190店舗

28/3期計画

- 国内外での成長と収益性改善を両立
- 資本効率を重視した経営によりROE8%以上を目指す

28/3期

売上収益: 3,050億円
 事業利益: 240億円
 事業利益率: 7.9%
 営業利益: 200億円
 営業利益率: 6.6%
 店舗数: 約2,340店舗
ROE : 8.0%以上

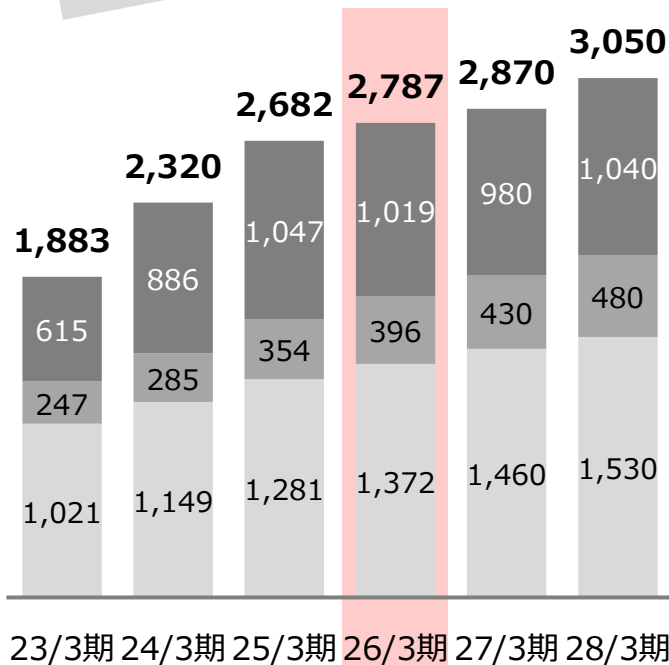
26/3期からの3カ年の数字を更新。オーガニック成長のみで23/3期から5年間の年平均二桁成長を計画

■:丸亀製麺 ■:国内その他 ■:海外事業

売上収益

(億円)

5年CAGR +10%



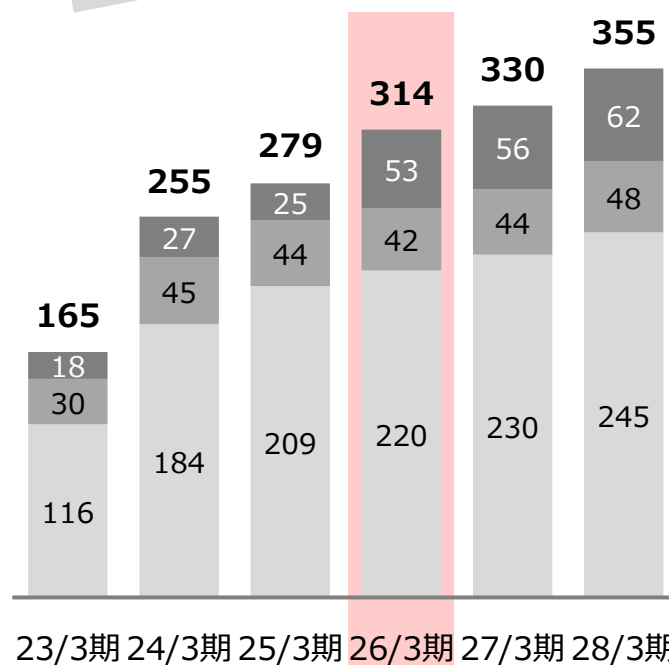
※CAGR(Compound Annual Growth Rate:年平均成長率)

事業利益

(※調整額の控除前の数値)

(億円)

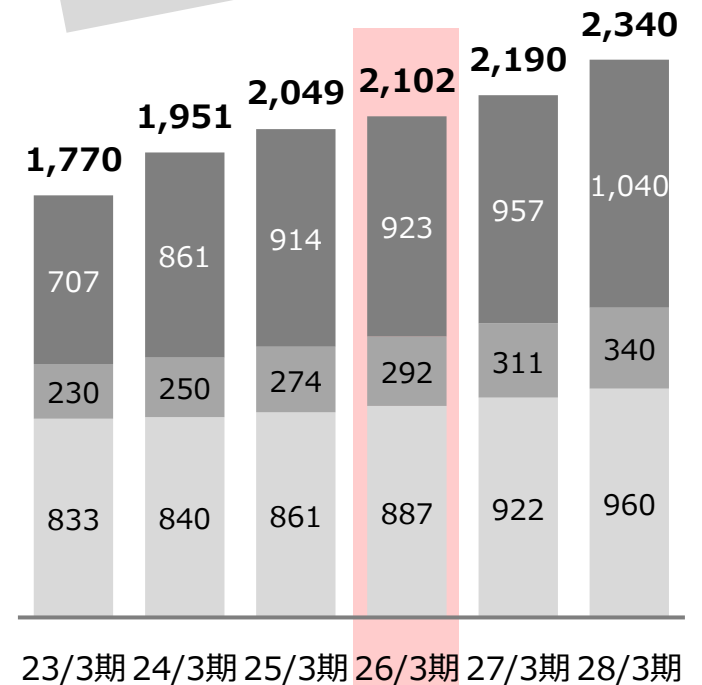
5年CAGR +17%



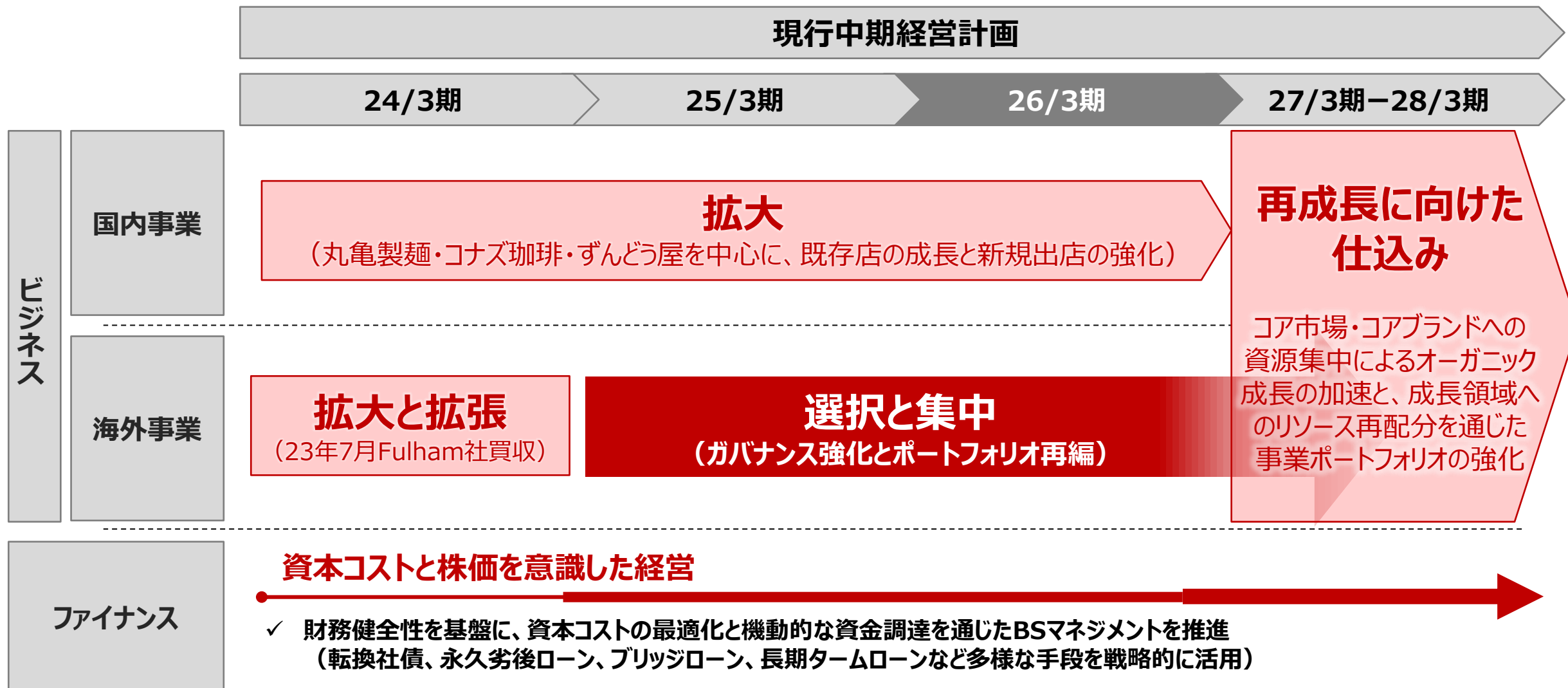
店舗数

(店)

5年間 +570店



直近2期間において、海外事業の「選択と集中」を通じたポートフォリオ再編を推進。一定の目途が立ったことから、27/3期以降は、資本効率を意識しつつ、収益性と成長性を両立する再成長フェーズへ移行



資本効率を軸に、成長投資の強化と非効率資産の整理を通じたポートフォリオ再編を断行

■ 青字：成長性の強化
■ 赤字：ポートフォリオの最適化

ブランド名・カテゴリ

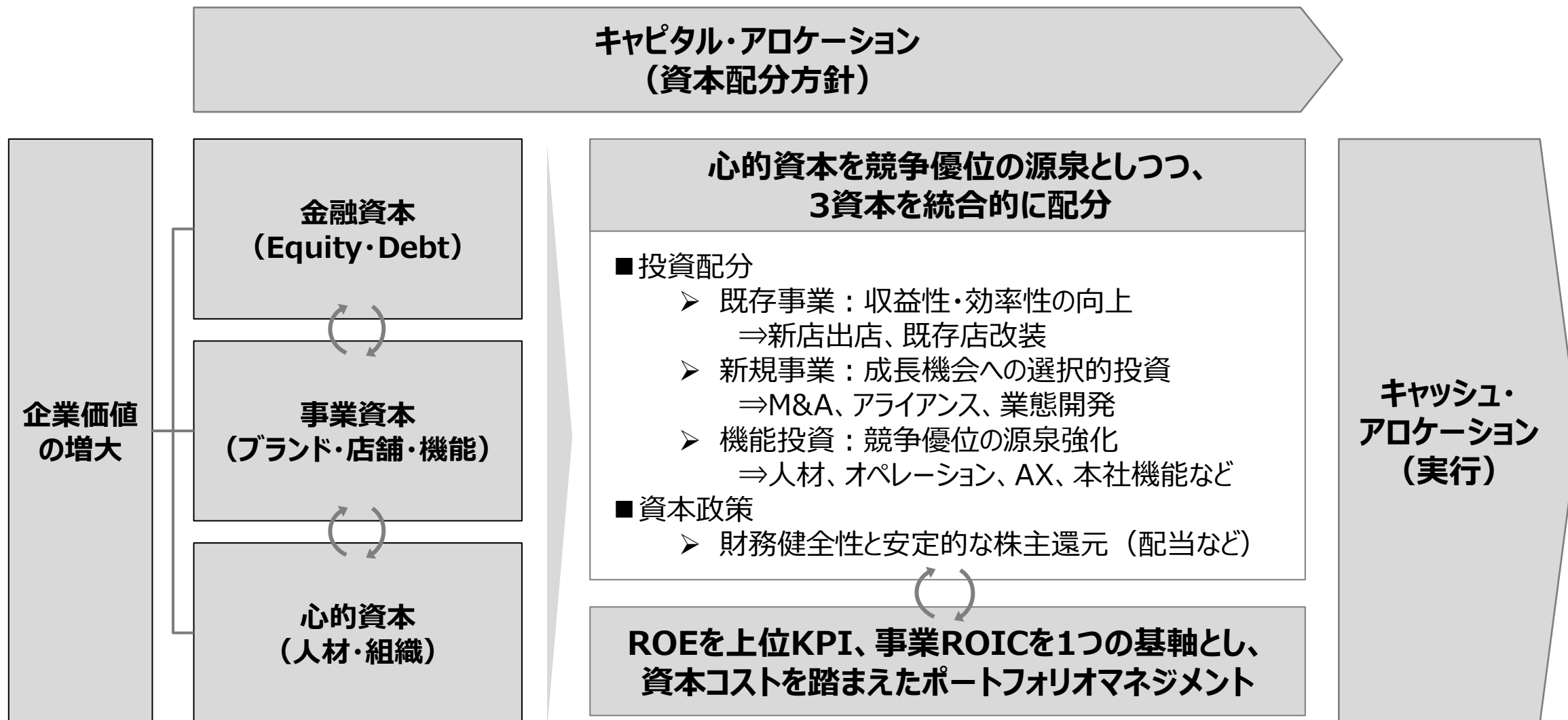
店舗数・展開エリア

コーポレートアクション概要

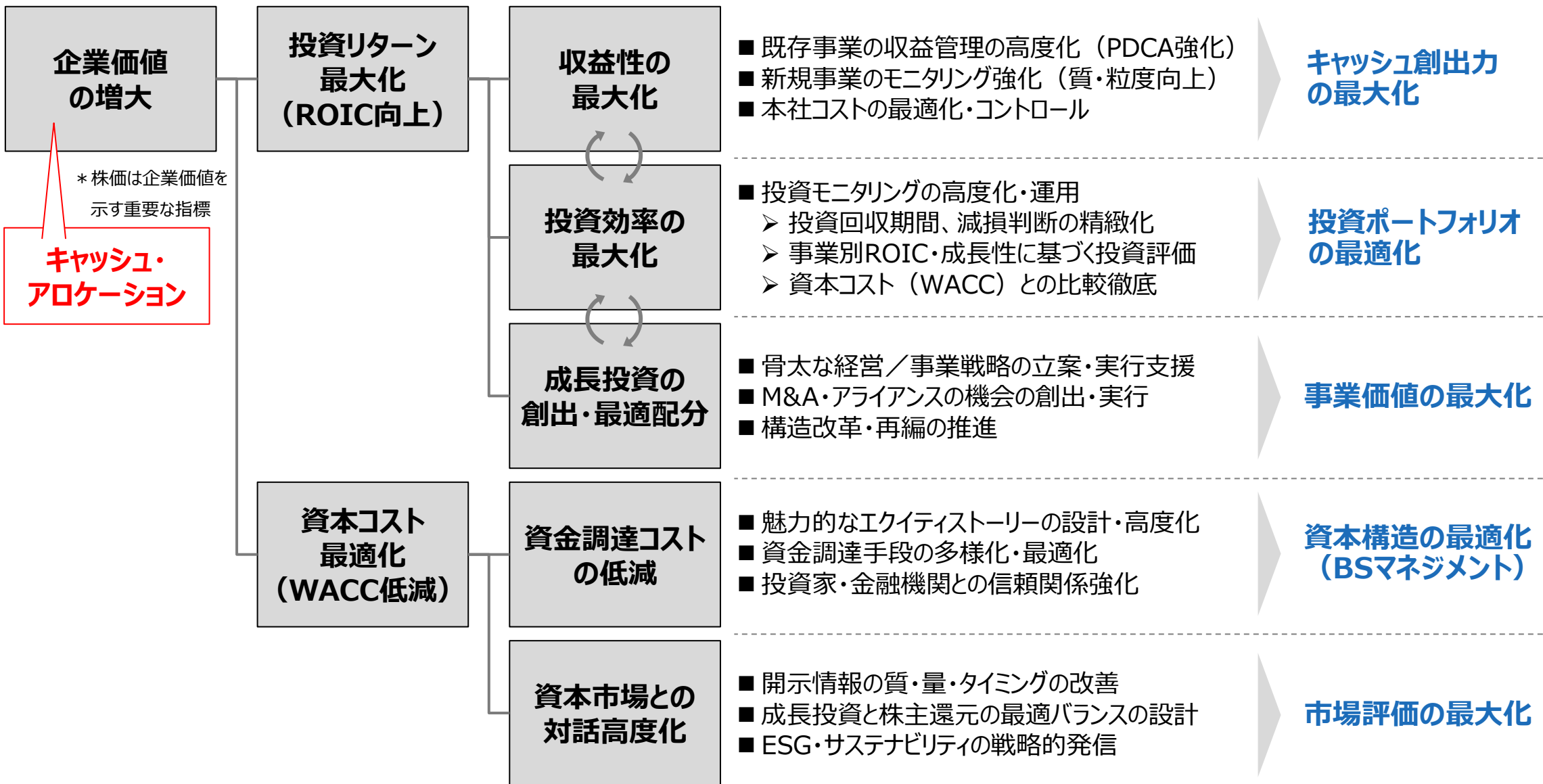
MARUGAME UDON	うどん	■ 9店舗 UK	■ 完全売却／FC化（2025年3月） <ul style="list-style-type: none"> ➢ 当社株式保有比率：99.0% ⇒ 0.0% ➢ 事業ポートフォリオの見直しにより、現地外食企業へ売却し、フランチャイズ化
WOK TO WALK	アジア ヌードル	■ 93店舗 スペイン、ポルトガル、UK、 オランダ、フランス、US等	■ 完全子会社化（2025年8月） <ul style="list-style-type: none"> ➢ 当社株式保有比率：80.0% ⇒ 100.0% ➢ 目的：グローバル展開強化
Tam Jai	米麺	■ 232店舗 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、フィリピン	■ 完全子会社化（2025年8月） <ul style="list-style-type: none"> ➢ 当社株式保有比率：74.3% ⇒ 100.0% ➢ 目的：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
Monster Curry	日式カレー	■ 19店舗 シンガポール、インドネシア	■ 完全売却（2025年9月） <ul style="list-style-type: none"> ➢ 当社株式保有比率：70.0% ⇒ 0.0% ➢ 低収益ポートフォリオの整理
Fulham Shore	ピザ ギリシャ料理	■ 計96店舗 UK	■ 構造改革により再建（2026年5月） <ul style="list-style-type: none"> ➢ FM：68店舗 → 51店舗 ➢ TRG：28店舗 → 事業撤退

6. 資本コストと株価を意識した経営について

心的資本を競争優位の源泉としつつ、ROEを上位KPI、事業ROICを1つの基軸とし、資本コストを踏まえたポートフォリオマネジメントにより、3資本を総合的に最適配分し、持続的な企業価値向上を実現



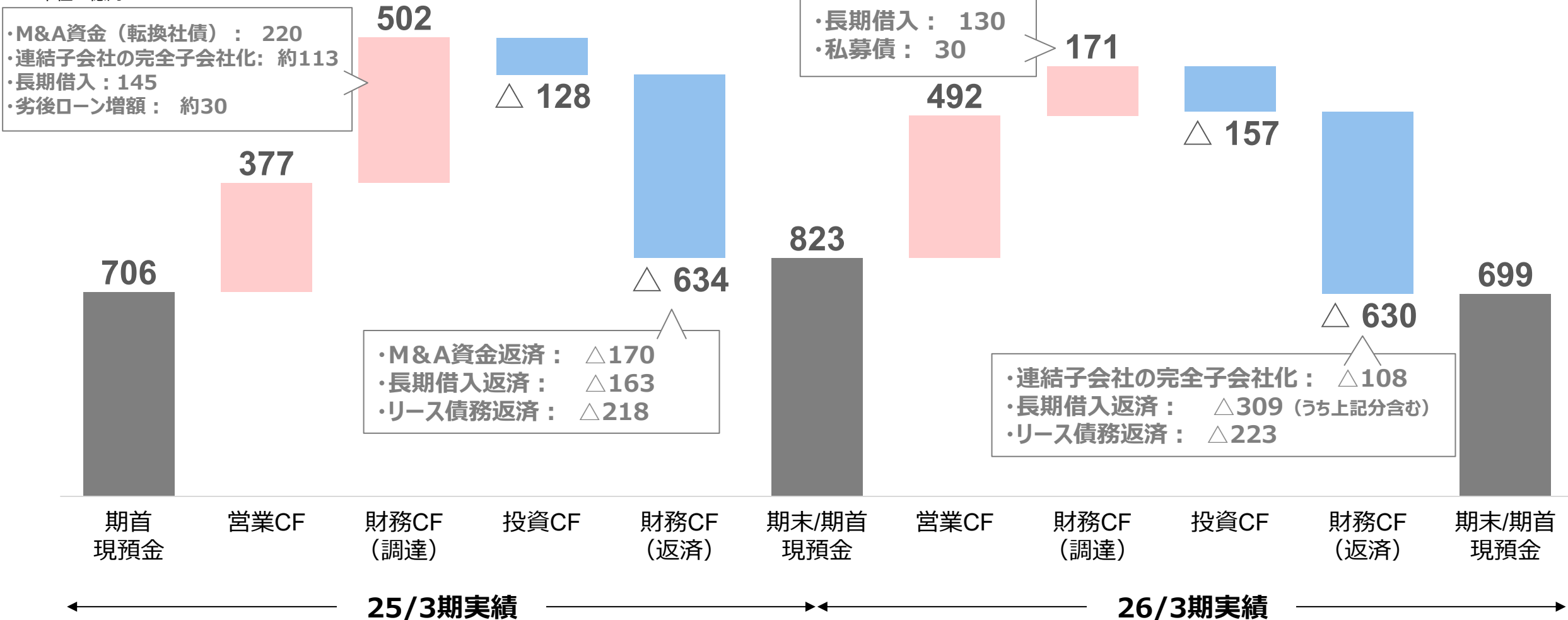
キャッシュ・アロケーションを起点に、投資リターン最大化と資本コスト最適化を両立し、企業価値の最大化を実現する



キャッシュ・フローの概要（連結ベース）

26/3期実績は、海外事業における選択と集中を推進する中、連結子会社の完全子会社化等に伴い100億円超のキャッシュアウトを実施したことから、期末キャッシュポジションは期首比で低下。一方で、安定的な営業CF創出力を基盤に、戦略的な資金調達と借入返済を両立しつつ成長投資を継続することで、財務健全性を維持

単位：億円



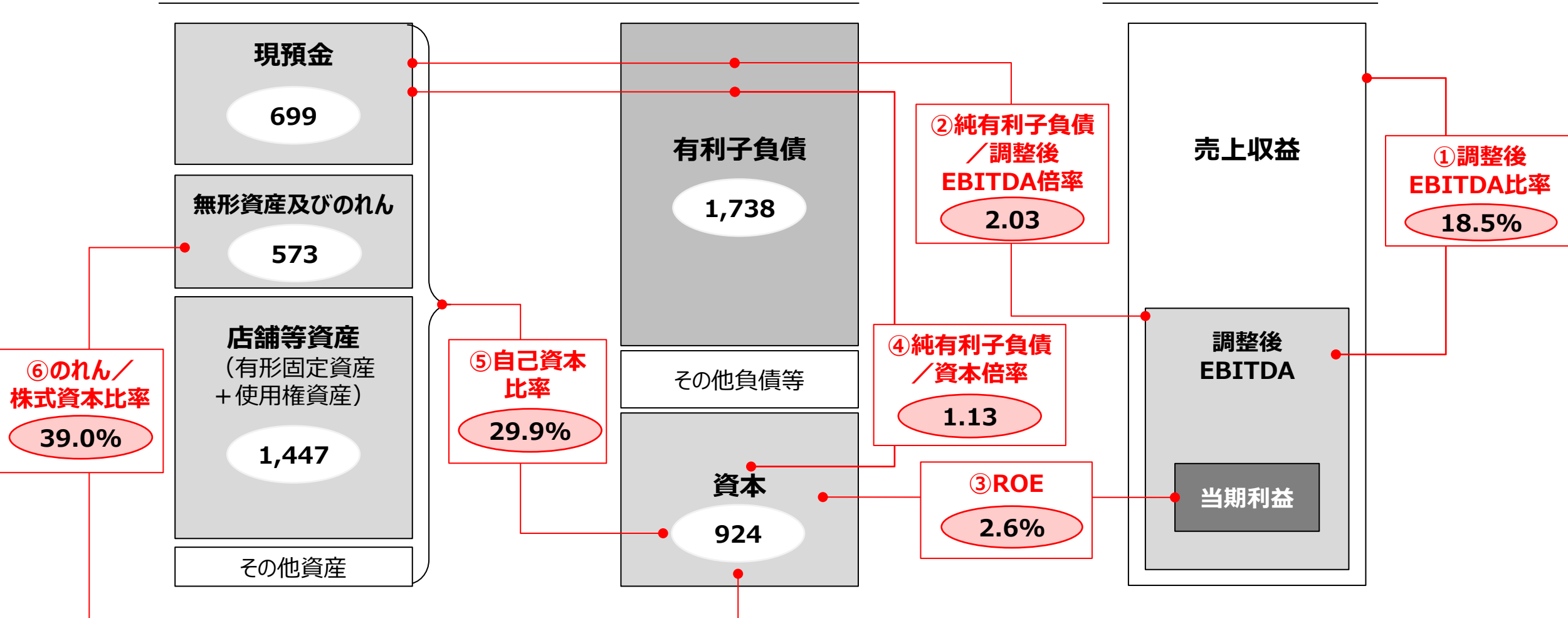
財務重要指標（26/3期実績）

- 6つの財務指標をモニタリングしながら、バランスを重視した事業運営を推進
- 26/3期は、減損損失等により無形資産およびのれん、資本が減少したものの、財務健全性を含む各指標バランスは一定水準を維持

BS数値：億円

B/S

P/L



26/3期は、当初計画どおり、前期比1円増配の1株当たり11.00円とする

27/3期は、キャッシュ・アロケーション、配当方針および事業計画を踏まえ、前期比1円増配の1株当たり12.00円を予想

配当方針

株主の皆様に適正な利益還元を行うことは重要な課題であると考えており、グループの成長のために必要な投資を行うため内部留保の充実を図りながら、業績に応じて累進配当を実施していくことを基本方針とします。

具体的には、原則配当性向（①）20%以上を目標としつつ、安定的かつ継続的に配当を実施するため、調整後配当性向

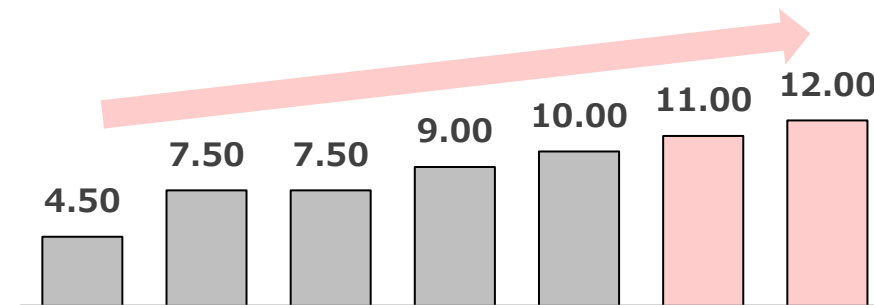
（②）2%を下限とし、かつ、特別配当を除き前期以上の配当を行うこととします。

① 配当総額÷親会社の所有者に帰属する当期純利益×100

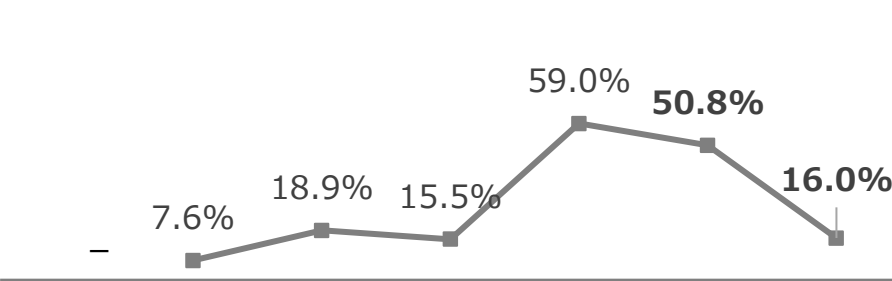
② 配当総額÷（親会社の所有者に帰属する当期純利益+減価償却費及び償却費+その他営業費用-その他営業収益+減損損失+非経常的費用項目）×100

26/3期実績、27/3期予想

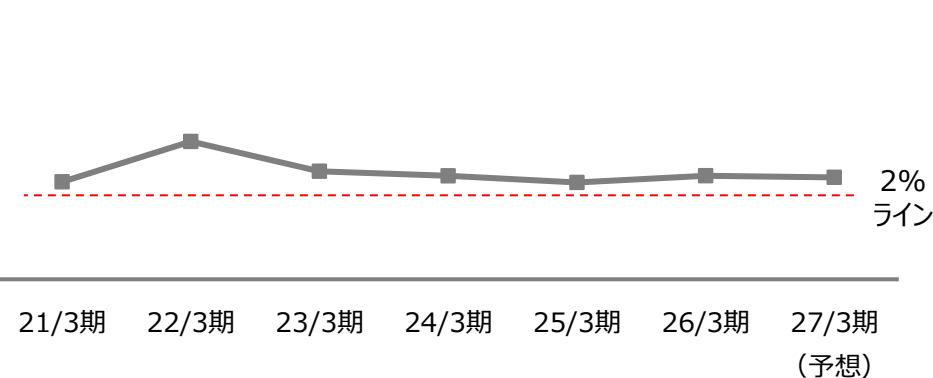
1株当たり
配当金



配当性向



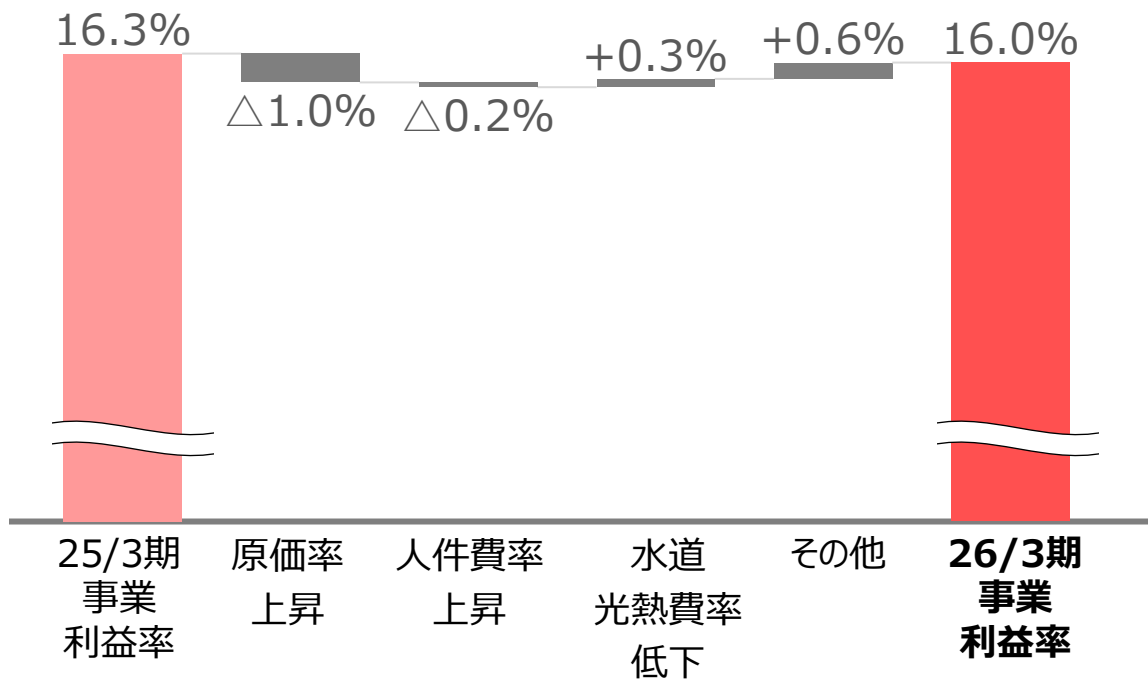
調整後
配当性向



7. 補足資料

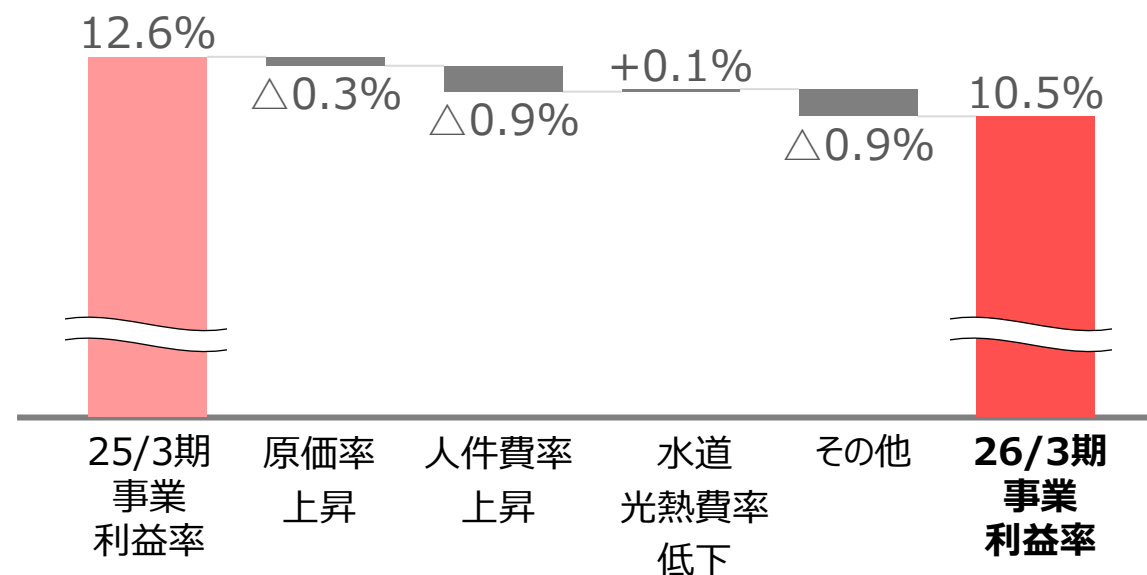
26/3期実績 丸亀製麺

水道光熱費率の低下はあるものの、食材の高騰による原価率の上昇や店舗従業員満足の上昇による人件費の増加等により、事業利益率は低下



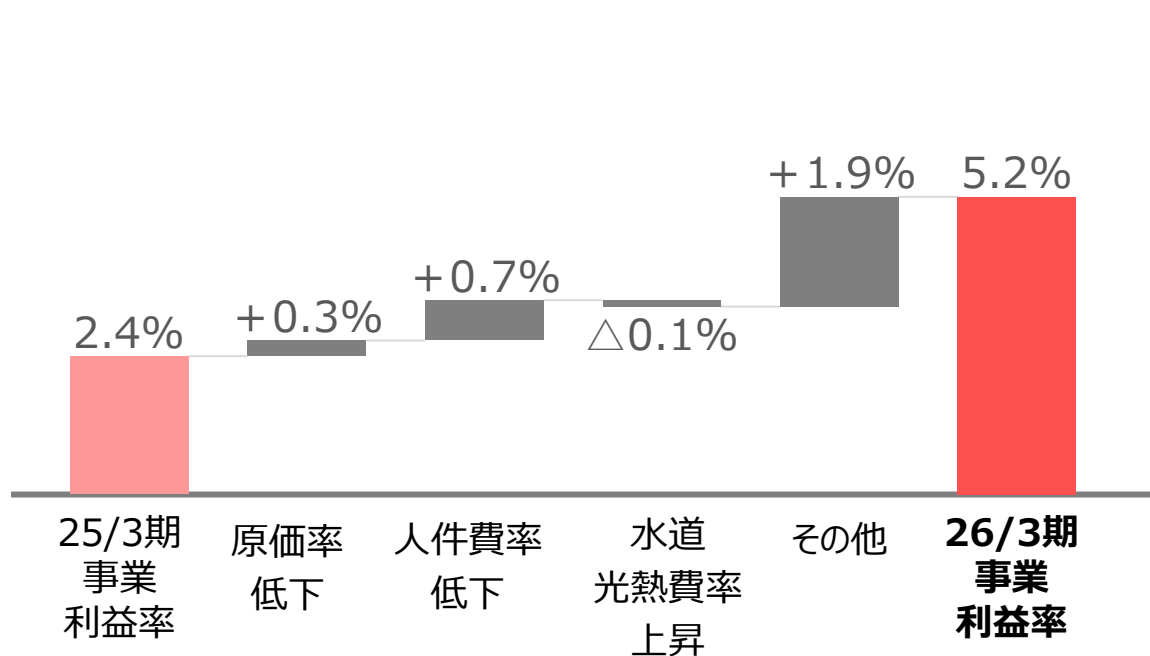
26/3期実績 国内その他

一部食材費の高騰により原価率が上昇。人材の充足により人件費比率も上昇したほか、デリバリー比率の上昇による手数料の増加等により、事業利益率は低下



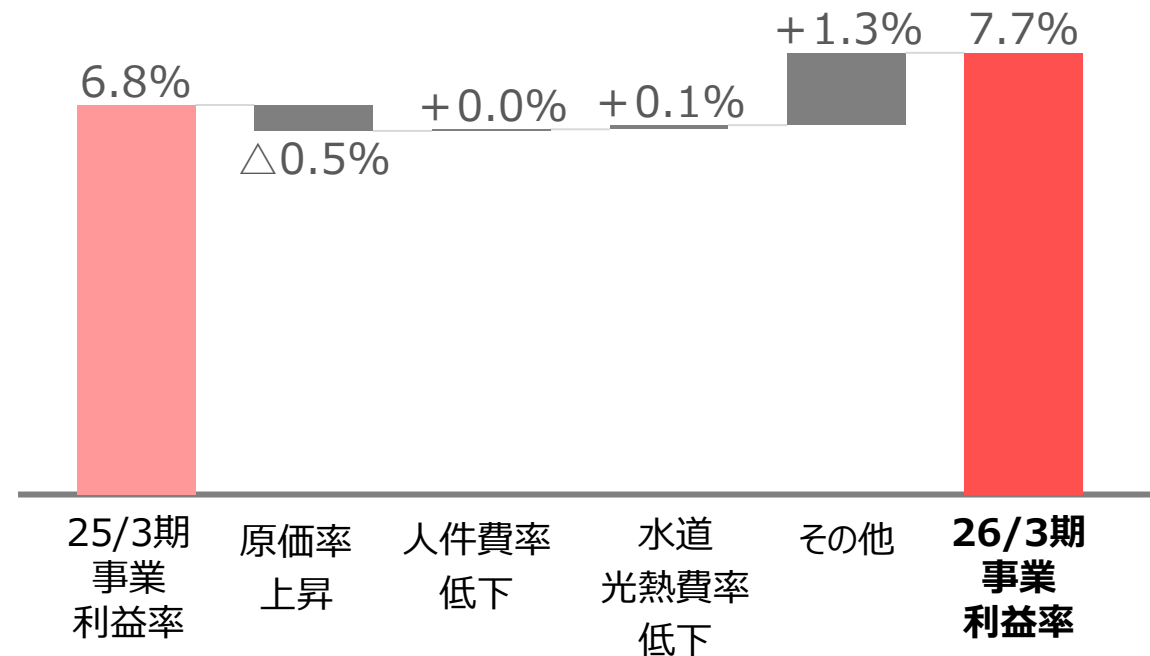
26/3期実績 海外事業

ポートフォリオの再編により、収益性が改善。原価率及び人件費率が低下したほか、減価償却費等の減少もあり、事業利益率は上昇



26/3期実績 連結

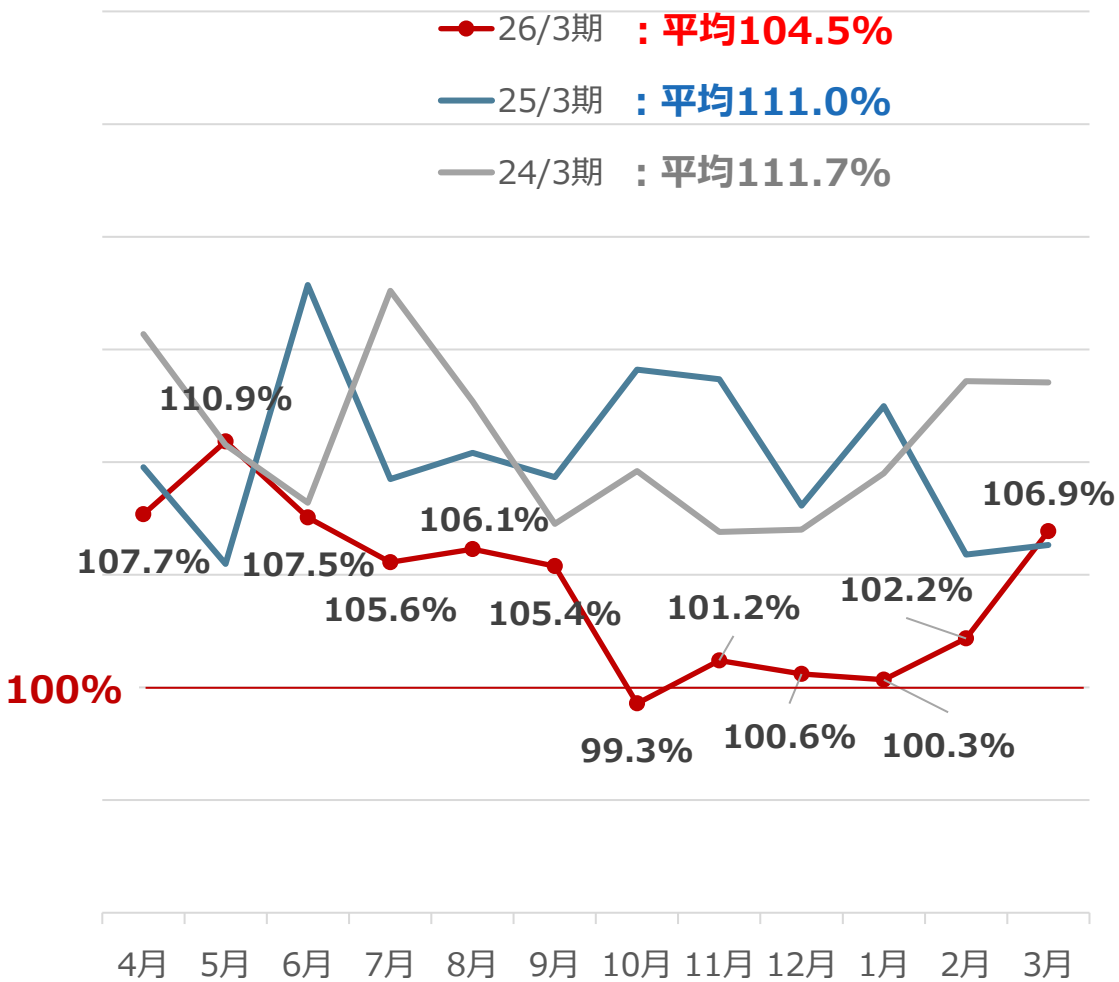
全体としては、原価率は上昇したものの、減価償却費等の減少のほか増収効果もあり、事業利益率は上昇



丸亀製麺事業における既存店前年比の推移

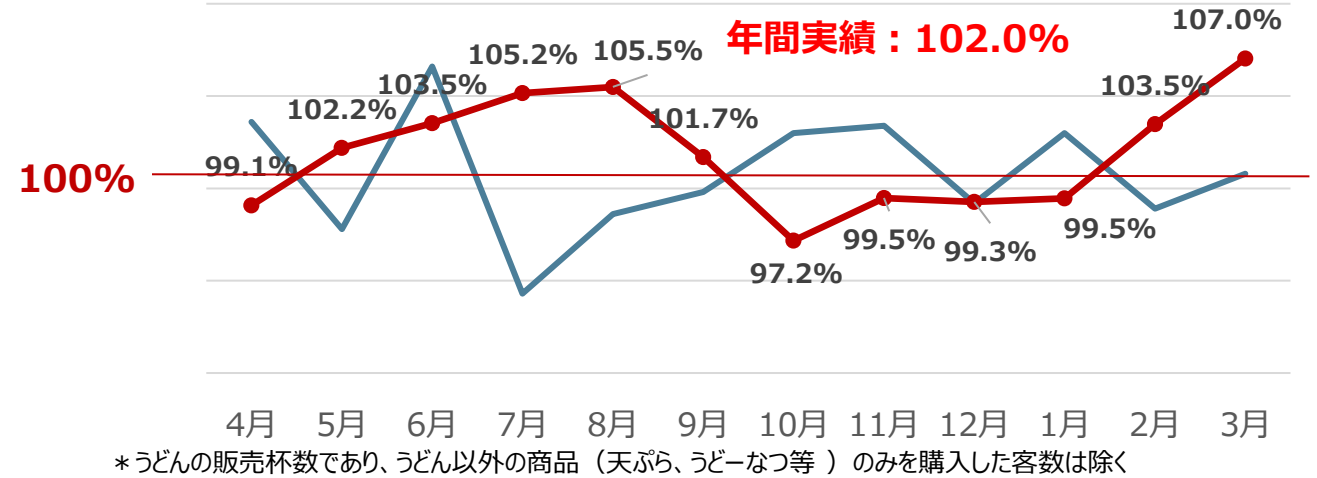
各種施策等により、月次によってバラツキはあるものの、客数・客単価ともに前年同期比で堅調に推移

過去3期における既存店前年比：売上高

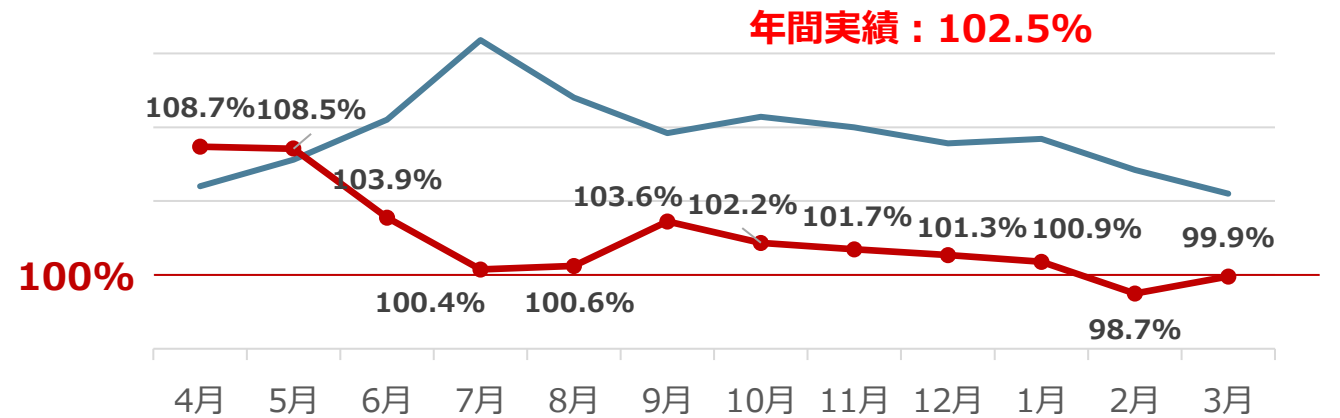


*「既存店」は開店日から18か月経過した店舗

26/3期既存店前年比：客数



26/3期既存店前年比：客単価



(億円)

	23/3期	24/3期	25/3期	26/3期	27/3期	28/3期
	実績	実績	実績	実績	計画	計画
売上収益	1,883	2,320	2,682	2,787	2,870	3,050
丸亀製麺	1,021	1,149	1,281	1,372	1,460	1,530
国内その他	247	285	354	396	430	480
海外事業	615	886	1,047	1,019	980	1,040
事業利益	70	143	182	215	220	240
丸亀製麺	116	184	209	220	230	245
国内その他	30	45	44	42	44	48
海外事業	18	27	25	53	56	62
調整	△95	△112	△97	△99	△110	△115
事業利益率	3.7%	6.2%	6.8%	7.7%	7.7%	7.9%
丸亀製麺	11.4%	16.0%	16.3%	16.0%	15.8%	16.0%
国内その他	12.1%	15.8%	12.4%	10.5%	10.2%	10.0%
海外事業	2.9%	3.0%	2.4%	5.2%	5.7%	6.0%
営業利益	75	114	87	106	170	200
営業利益率	4.0%	4.9%	3.2%	3.8%	5.9%	6.6%
ROE	5.8%	7.3%	2.2%	3.3%	7%以上	8%以上

*27/3期及び28/3期の経営計画の数値は、オーガニック成長のみ

26/3期末 連結BS

TORIDOLL→

資産合計は、主に減損損失の影響等による非流動資産の減少に加え、海外子会社の完全子会社化に係る株式取得等により、現金及び現金同等物が減少。負債合計は、海外子会社の完全子会社化に係る負債返済等により、有利子負債が減少。その結果、親会社所有者帰属持分比率は前期比2.9pt増加の29.9%となり、財務健全性は向上

(百万円)

	25/3期末	26/3期末	増減額
資産合計	323,196	309,072	△ 14,125
流動資産	97,638	86,455	△ 11,183
(うち、現金及び現金同等物)	82,271	69,888	△ 12,383
非流動資産	225,559	222,616	△ 2,942
負債資本合計	323,196	309,072	△ 14,125
負債合計	226,661	216,715	△ 9,946
(うち、有利子負債)	187,028	173,785	△ 13,242
流動負債	80,504	76,141	△ 4,363
非流動負債	146,157	140,574	△ 5,583
資本合計	96,535	92,356	△ 4,179
(うち、親会社の所有者)	87,243	92,411	+5,168

営業CFおよびFCFは、本業収益の堅調な推移を背景に増加。投資CFは主に固定資産取得、財務CFは主に海外子会社の完全子会社化に伴う株式取得および有利子負債返済等により、それぞれ支出が増加。各CF項目の収支バランスおよび期末残高を維持することで、財務健全性を確保するとともに、将来の成長投資に向けた資金調達余力を維持・向上

(百万円)

	25/3期 累計	26/3期 累計	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	37,670	49,238	+11,568
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 12,792	△ 15,659	△2,866
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 13,219	△ 48,132	△34,913
フリーキャッシュ・フロー	24,878	33,579	+8,701
現金同等物の増減額	+11,659	△ 14,553	△26,212
現金及び現金同等物の期末残高	82,271	69,888	△12,383

30ヶ国・地域で**2,102** 店舗を展開 (2026年3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

1,231店舗

- 日本 887
- アジア 309
- アメリカ 22
- イギリス 9
- カナダ 3
- UAE 1

232店舗

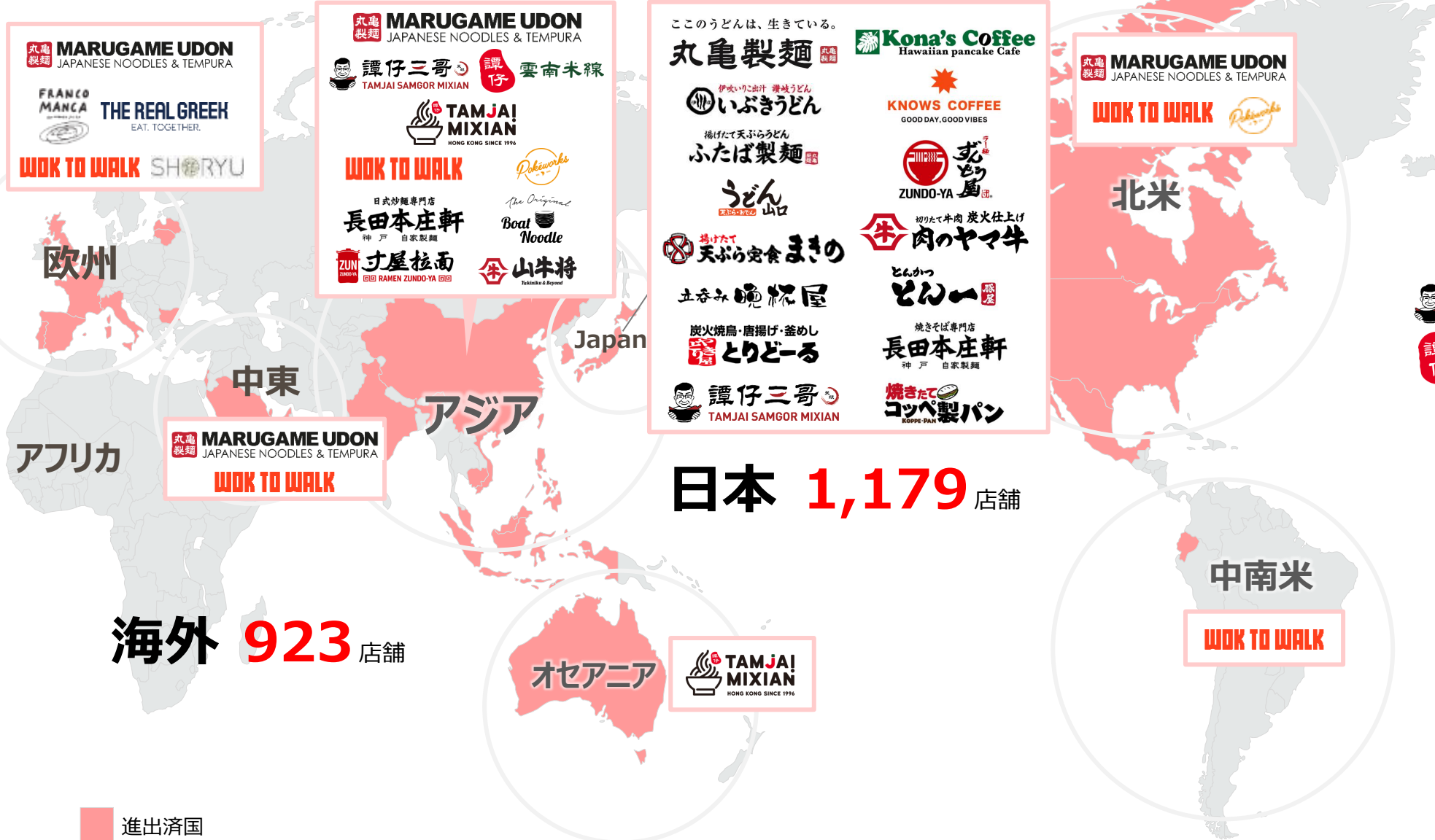
- 譚仔三哥 TAMJAI SAMGOR MIXIAN 香港 203
- 雲南米線 中国大陸 15
- シンガポール 4
- 日本 3
- オーストラリア 3
- マレーシア 3
- フィリピン 1

93店舗

- ヨーロッパ
- 北米/中南米

- 82**店舗
- アメリカ
- カナダ
- 台湾

- 68**店舗
- イギリス



日本 1,179 店舗

海外 923 店舗

進出済国

2026/4/27 譚仔三哥吉祥寺店が、麻辣湯専門店「譚仔麻辣湯(タムジャイマーラータン)」として4月28日(火)リニューアルオープン
<https://pdf.irpocket.com/C3397/Rytt/WLR5/IAgw.pdf>

2026/4/15 コナズ珈琲那覇新都心公園店オープン 荒天時の避難場所や憩いの場として利用できる、大屋根ひろばを併設
<https://pdf.irpocket.com/C3397/nX8G/hDKP/synd.pdf>

2026/4/10 トリドルホールディングス「DX注目企業2026」に選定、二律両立の実現に向けたDXとAXの推進が評価
<https://pdf.irpocket.com/C3397/nX8G/N7sk/yfhw.pdf>

2026/3/31 五感を刺激し本能全開ッ!!「丸亀うどんメシ」爆誕ッ!
<https://pdf.irpocket.com/C3397/LseR/WYgw/eBxh.pdf>

2026/3/27 ラー麺ずんどう屋 創業24周年！感謝の「創業祭」今年も開催！
<https://pdf.irpocket.com/C3397/LseR/CXxt/fMh5.pdf>

2026/3/13 トリドルグループが掲げる「心的資本経営」から生まれた新制度コナズ珈琲で成長感謝ポイント制度「MAHALO（マハロ）」開始
<https://pdf.irpocket.com/C3397/IuL7/JRZy/KB1l.pdf>

2026/2/24 「丸亀製麺」と『ドラゴンボールZ』の7つの驚きのコラボ
<https://pdf.irpocket.com/C3397/doF3/oay4/RdrW.pdf>

2026/2/20 丸亀製麺、「Japan Branding Awards 2025」において最高賞となる「GOLD」を受賞
<https://pdf.irpocket.com/C3397/doF3/hHOH/T9IM.pdf>

2026/2/17 トリドルHD、「心的資本経営」を推進する取り組みとして子育て中の従業員約6,000名を対象に「家族食堂制度」を開始
<https://pdf.irpocket.com/C3397/doF3/O6tn/EhDd.pdf>

2026/2/3 「コナズ珈琲」から新ブランド誕生！「KNOWS COFFEE」3月18日（水）イオンモール津田沼South に第1号店をオープン！
<https://pdf.irpocket.com/C3397/ikpa/EGyq/k4OR.pdf>

2026/2/2 『丸亀お子さまもちもちセット』販売開始から1年で累計販売数630万食突破！
<https://pdf.irpocket.com/C3397/ikpa/UdgJ/ndVJ.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。