

SEC 01

2027年3月期 第1四半期 決算報告

Financial Results FY2027

株式会社エー・ピーホールディングス（AP HOLDINGS CO.,LTD.）

証券コード：3175（東京証券取引所 スタンダード市場）

2026年8月14日 開示

目次 — CONTENTS

1	決算ハイライト	P3
2	セグメント別 業績（売上高・営業利益・EBITDA）	P4
3	セグメント詳細（国内外食・海外・中食／生産流通）	P9
4	成長に向けた取り組み 中食の進捗／業態変更／国内ライセンス／AI×人的資本経営／店舗数の推移／M&A方針	P12
5	連結財務諸表・資本政策 連結損益計算書・貸借対照表／キャッシュフロー／資本政策／通期進捗率	P22
6	APPENDIX 中期経営計画 VISION 2031／企業理念・会社概要	P27

2027年3月期 第1四半期 決算ハイライト

1Q 業績サマリー

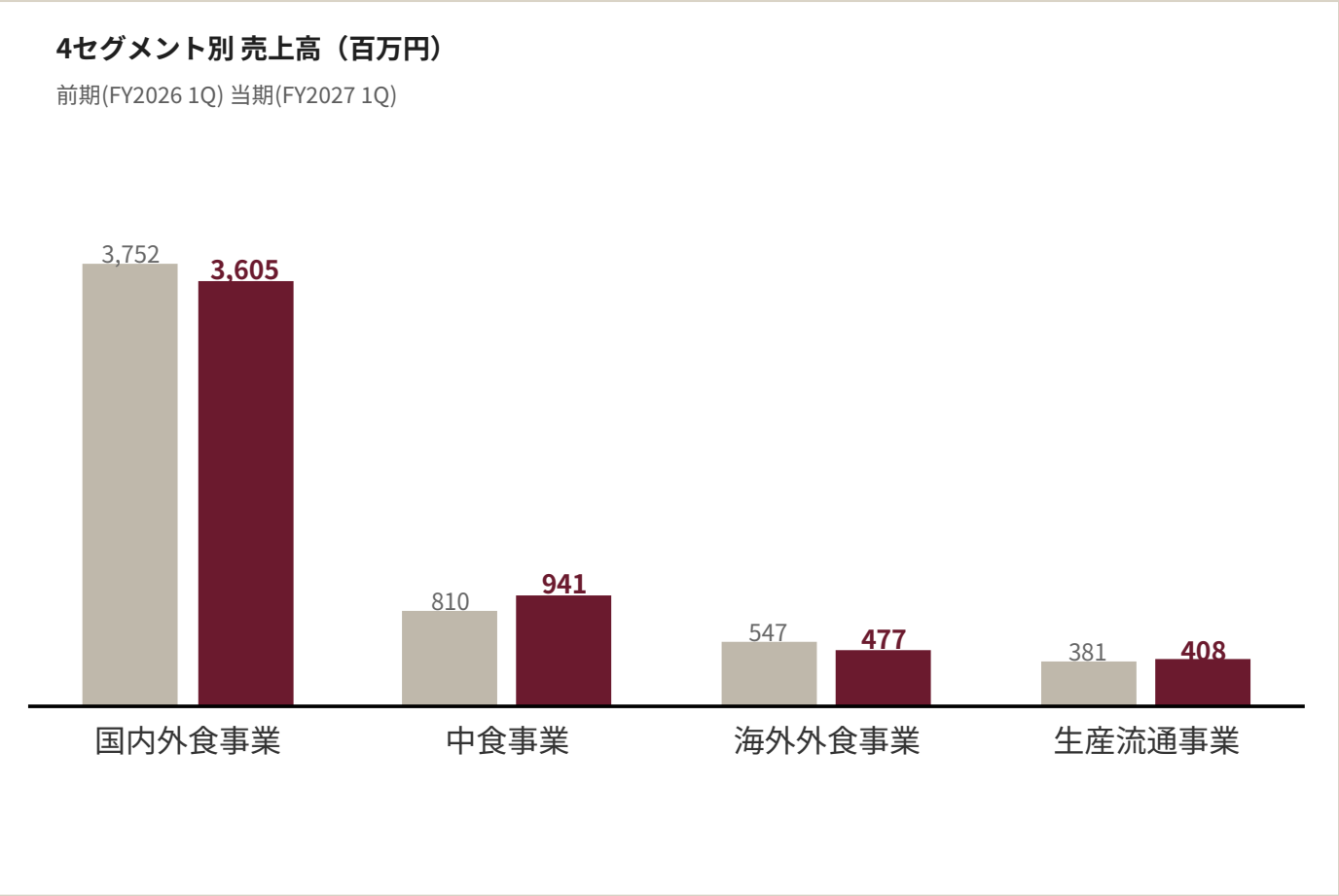
- 全社売上高は**前期比▲1.8%**（リアルテイスト（RT）売却の反動 ▲2.6pt・約1.4億円、不採算店の撤退・ライセンス移管、6月の台風影響）。一方、**国内既存店昨対103.1%・中食116.2%**と足元の集客力は維持。
- 中計達成に向けて**積極投資を実行**（業態変更4店舗／ライセンス店舗への業態転換3店舗〈7月まで〉／中食の製造能力拡大に向けた設備投資）。
- 1Qは開業費用等が先行して発生も、**先行投資**であり今後の収益拡大への寄与を見込む。
- **EPS▲1.01円**は、四半期純利益45百万円の黒字を確保する中、優先株式への配当控除に伴う普通株主帰属ベースの表示によるもの。
- 1Qは計画線上で推移。**通期業績予想は据え置く**（2026年5月15日公表から変更なし）。

売上高 5,277 百万円 前期比 ▲1.8%	営業利益 91 百万円 前期差 ▲83百万円（▲47.4%）	経常利益 56 百万円 前期差 ▲51百万円（▲47.8%）	親会社株主に帰属する四半期純利益 45 百万円 530百万円 → 45百万円（▲91.4%）	EBITDA 172 百万円 前期比 ▲98百万円（▲36.3%）
国内既存店昨対 103.1 % 前期は102.7%	EPS ▲1.01 円 前期37.15円 → ▲1.01円（※）	直営店舗数 140 店舗 前年同期比 ▲7店舗	有利子負債 +14 百万円 4,588百万円→4,602百万円	自己資本比率 12.8 % 前期末14.0% → 12.8%

※ EPS＝（親会社株主に帰属する四半期純利益-優先株式配当）÷期中平均普通株式数（12,757,944株）。四半期純利益は45百万円の黒字を確保しており、EPSのマイナスは優先株式への配当控除に伴う普通株主帰属ベースの表示によるもの。

売上高の前年比較 — 4セグメント別

連結売上高は前期比 ▲1.8% の 5,277百万円。国内外食事業（居酒屋・専門店・レストラン）は減収も、中食事業・生産流通事業は増収。

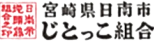
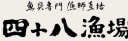
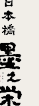
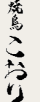
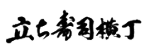


セグメント	前期	当期	前期比
国内外食事業	3,752	3,605	▲3.9%
└居酒屋	1,537	1,461	▲4.9%
└専門店	1,271	1,312	+3.2%
└レストラン	944	832	▲11.9%
中食事業	810	941	+16.2%
海外外食事業	547	477	▲12.8%
生産流通事業	381	408	+7.1%
連結	5,375	5,277	▲1.8%

※ 生産流通・海外外食は決算短信の開示セグメントに準拠、国内外食・中食は連結調整前の社内管理ベース。国内外食事業は居酒屋・専門店・レストランを合算。

セグメント別 事業概要 — 売上シェア・店舗数・主なブランド

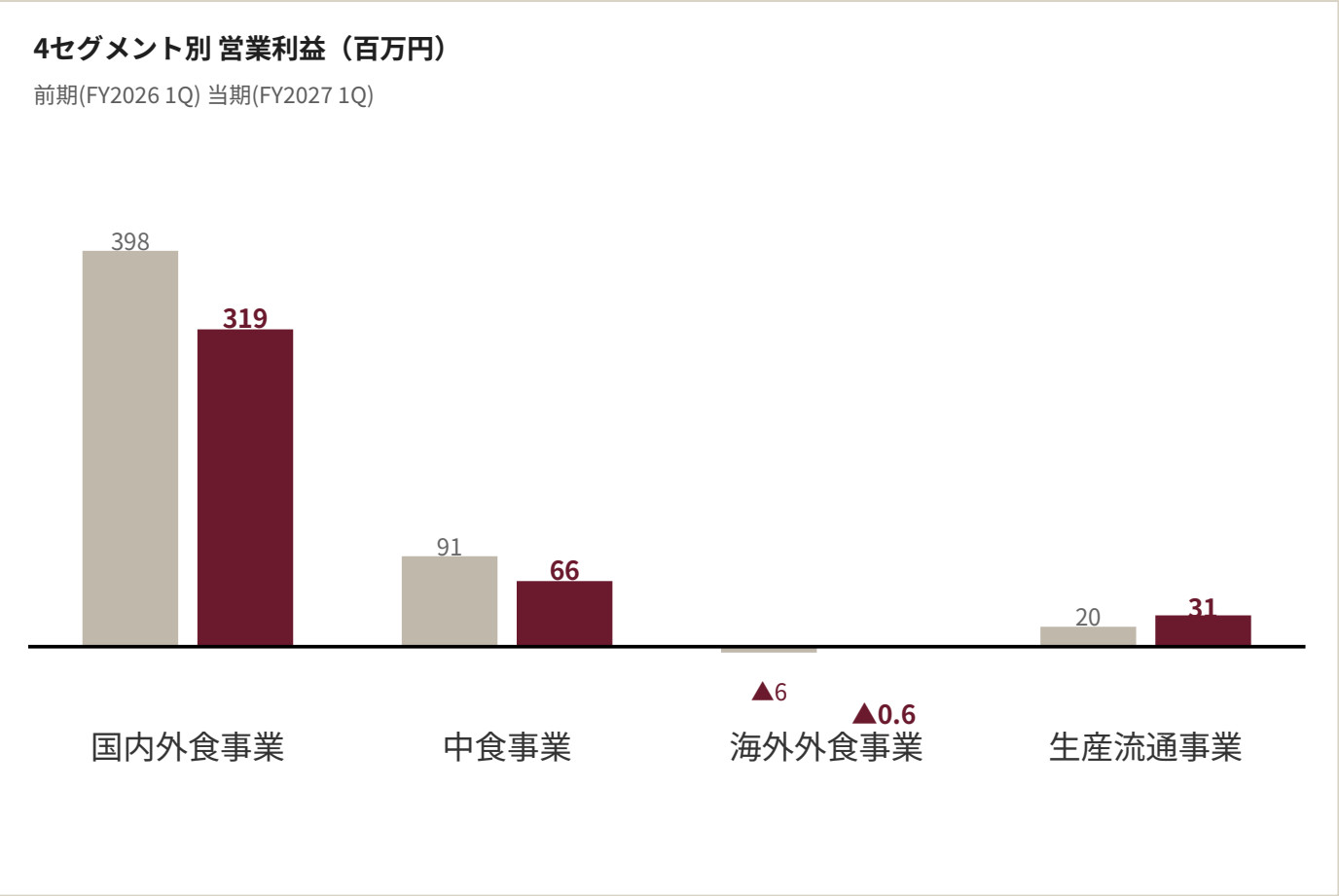
国内外食が売上の約7割。塚田農場中心の居酒屋はシェアが低下する一方、専門店・レストランのシェアは上昇。中食（弁当事業）もシェアを伸ばし事業ポートフォリオの多様化が進展。

セグメント		売上シェア（26末→1Q）	店舗数	事業内容	主な業態（ブランド）
国内外食	居酒屋	30.0% → 28.9% ↓	54店 (直営)	塚田農場を中心とした居酒屋事業（ライセンス〈じとっこ組合等〉の売上を含む）	    
	専門店	19.4% → 19.5% ↑	49店 (直営)	鮮魚・地鶏・ホルモン等の素材を生かした専門店業態	       
	レストラン	19.0% → 19.4% ↑	17店 (直営)	商業施設中心にランチ〜ディナーを提供する業態	     
海外外食		9.4% → 9.0% ↓	21店 (直営13・FC8)	シンガポール・米国・香港・インドネシア等で展開	    
中食		16.4% → 17.7% ↑	7店 (店頭販売)	弁当宅配・店頭販売等の中食業態	 
生産流通		5.8% → 5.6% ↓	—	地鶏の飼育・加工・販売等	

※ 売上シェアは社内管理ベース（本部除く6セグメント構成比）。居酒屋にはライセンス事業（じとっこ組合等）の売上を含む。矢印は26年3月期末→27年3月期1Qの増減。
※ 店舗数は2026年6月末（海外はFC含む、生産流通は生産拠点）。国内ライセンス店19店は別掲（直営148店＋ライセンス19店＝総167店）。ロゴは主な展開ブランド。

営業利益の前年比較 — 4セグメント別

連結営業利益は前期比 ▲47.4% の 91百万円。前期のコスト抑制の反動に加え、当期は業態変更4店舗の開業費用や居酒屋の座敷解体によるオペレーション効率化など、収益に資する先行投資を実行。**損失拡大ではなく先行投資**の局面であり、今後の利益貢献を見込む。



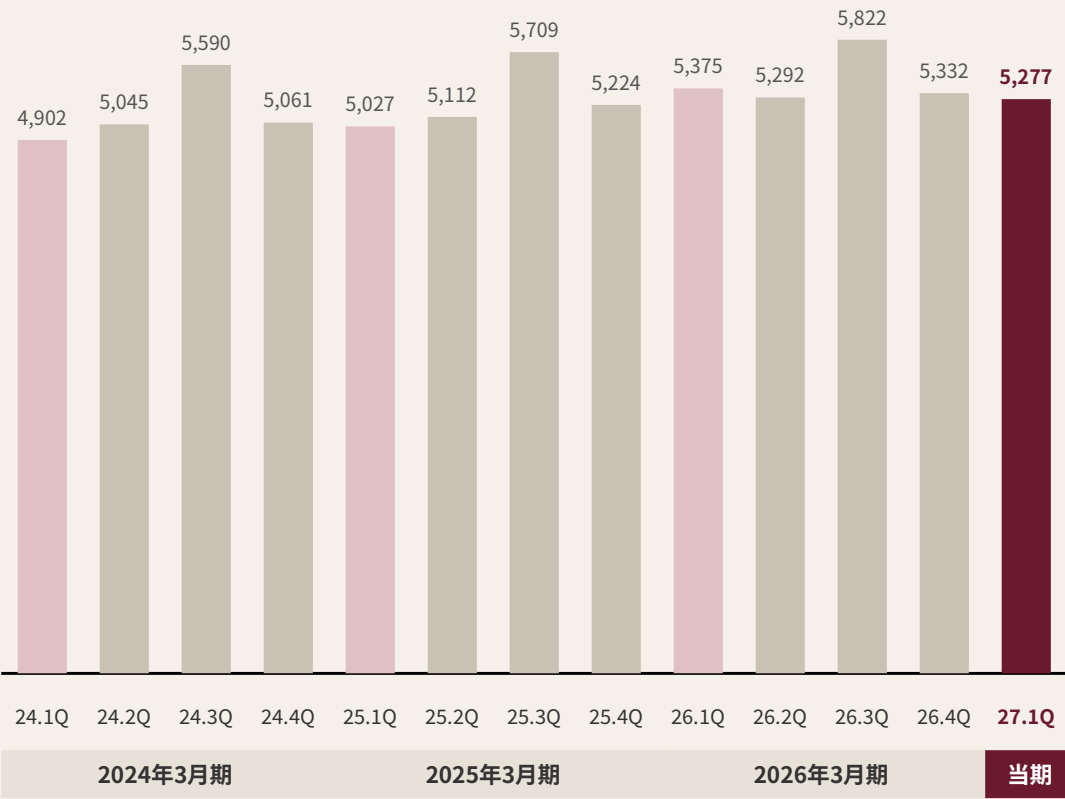
セグメント	前期	当期	前期比
国内外食事業	398	319	▲19.8%
ト居酒屋	170	133	▲21.8%
ト専門店	112	96	▲14.3%
└レストラン	116	90	▲22.4%
中食事業	91	66	▲27.5%
海外外食事業	▲6	▲0.6	—
生産流通事業	20	31	+53.0%
連結	174	91	▲47.4%

※ 生産流通・海外外食は決算短信の開示セグメントに準拠、国内外食・中食は連結調整前の社内管理ベース。国内外食事業は居酒屋・専門店・レストランを合算。

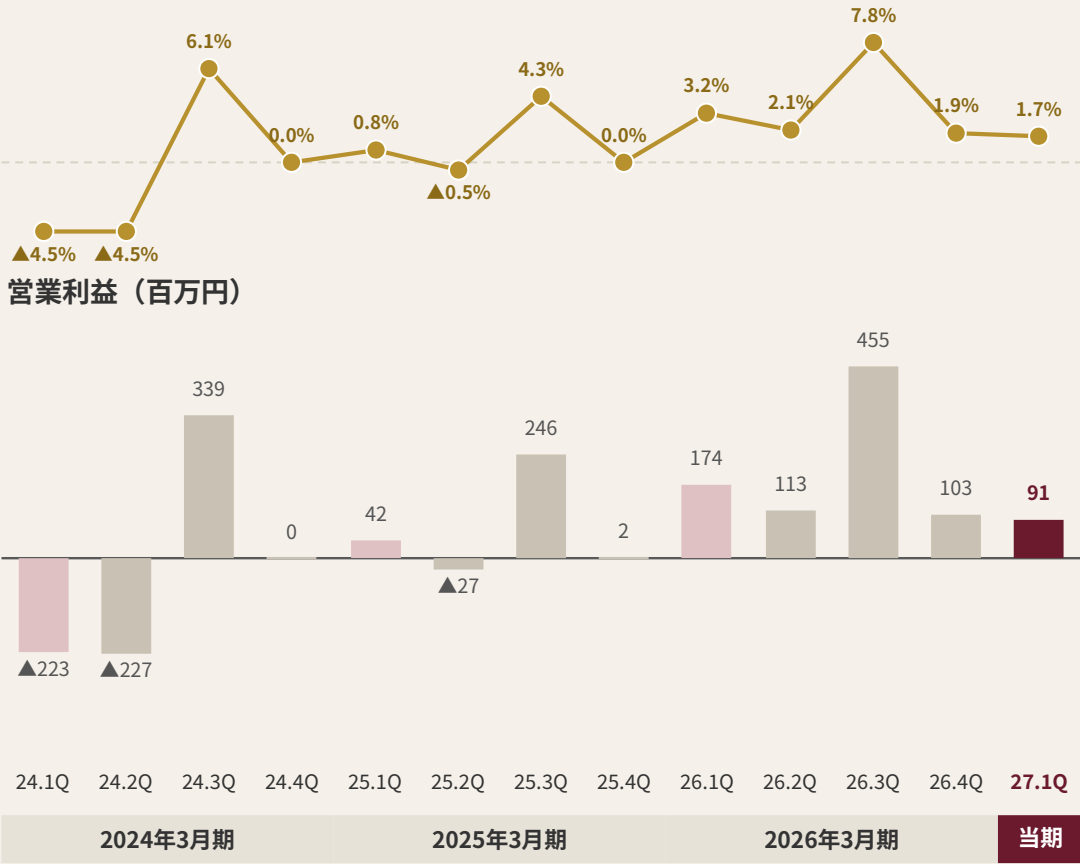
四半期業績推移 — 売上高・営業利益（2024年3月期～）

売上高は3Qを季節ピークに、年々切り上がる緩やかな成長基調。営業利益は人件費・地代等の固定費比率が高い損益構造のため、繁忙期の下期（特に3Q：10～12月）に営業レバレッジが効いて利益が偏重する季節性があり、1Qは例年低め。2025年3月期以降は構造改革を経て黒字基調へ。

売上高（百万円）

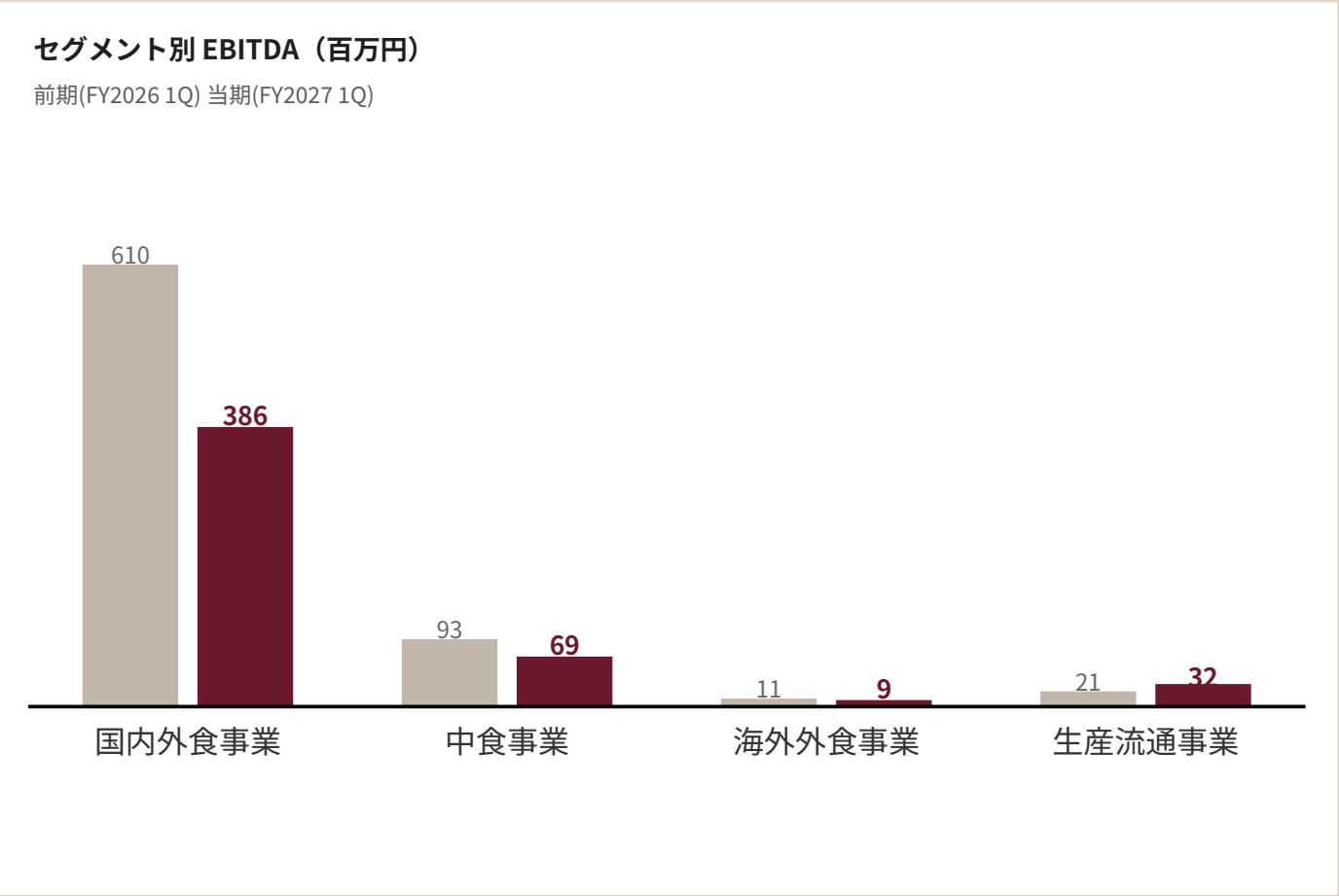


営業利益率（%）



EBITDAの前年比較 — セグメント別

EBITDAマージンは5.0%→3.3%に低下も、前期（構造改革フェーズ）の高採算の反動と6月の天候要因が主因。足元のキャッシュ創出力は維持されており2Q以降の回復を見込む。



セグメント	前期	当期	前期比
国内外食事業	610	386	▲36.7%
ト居酒屋	256	161	▲37.1%
ト専門店	178	119	▲33.1%
└レストラン	176	106	▲39.8%
中食事業	93	69	▲25.8%
海外外食事業	11	9	▲18.2%
生産流通事業	21	32	+52.4%
連結	270	172	▲36.3%

ポイント

連結 EBITDA は ▲98百万円（▲36.3%）の減少。

前期（構造改革フェーズ）の高採算の反動に加え、国内外食事業・中食・生産流通・海外の全セグメントでEBITDAが減少。

※ EBITDA＝営業利益＋減価償却費。生産流通・海外外食は決算短信の開示セグメントに準拠、国内外食・中食は連結調整前の社内管理ベース。国内外食事業は居酒屋・専門店・レストランを合算。

セグメント詳細 ① — 国内外食事業（居酒屋・専門店・レストラン）

国内外食事業は既存店堅調（昨対103.1%）。業態別では専門店が増収で健闘。レストランは前期にリアルティスト（串亭10店舗、2025/5/30売却）を含む反動で前期比減も、当該店を除く既存ベースでは増収。

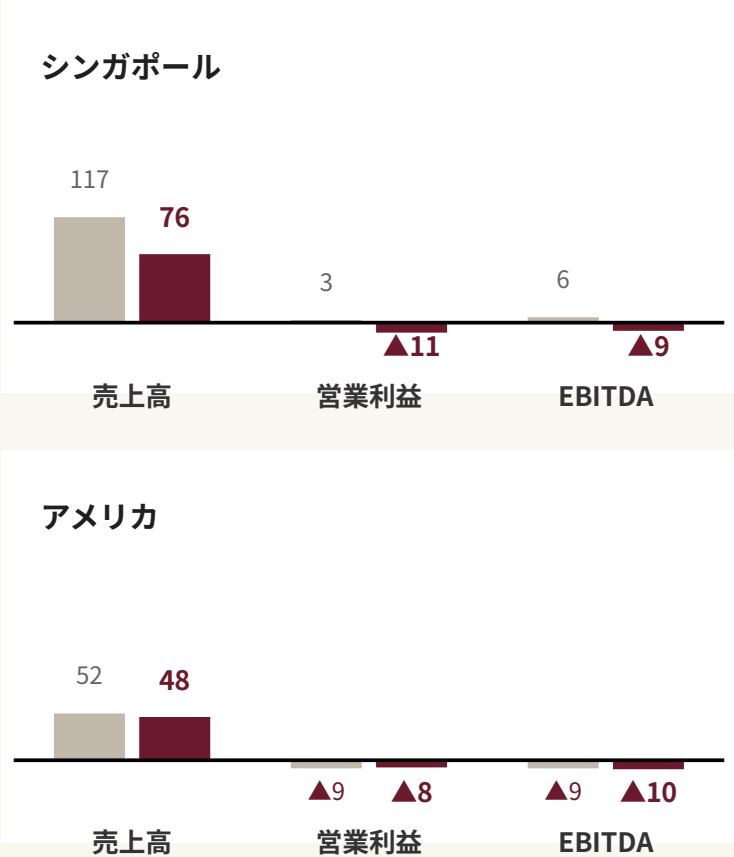
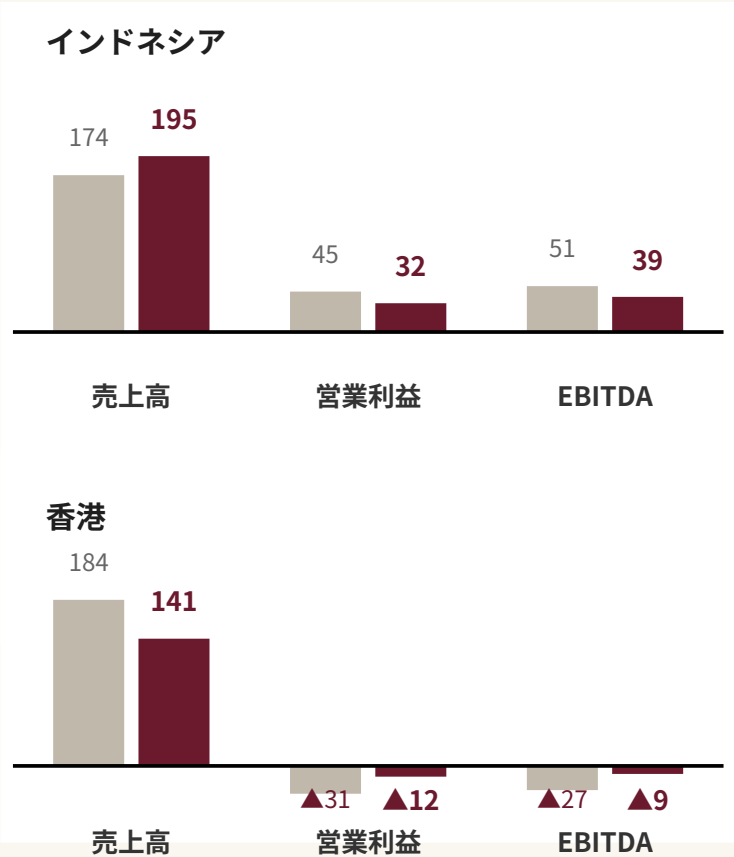
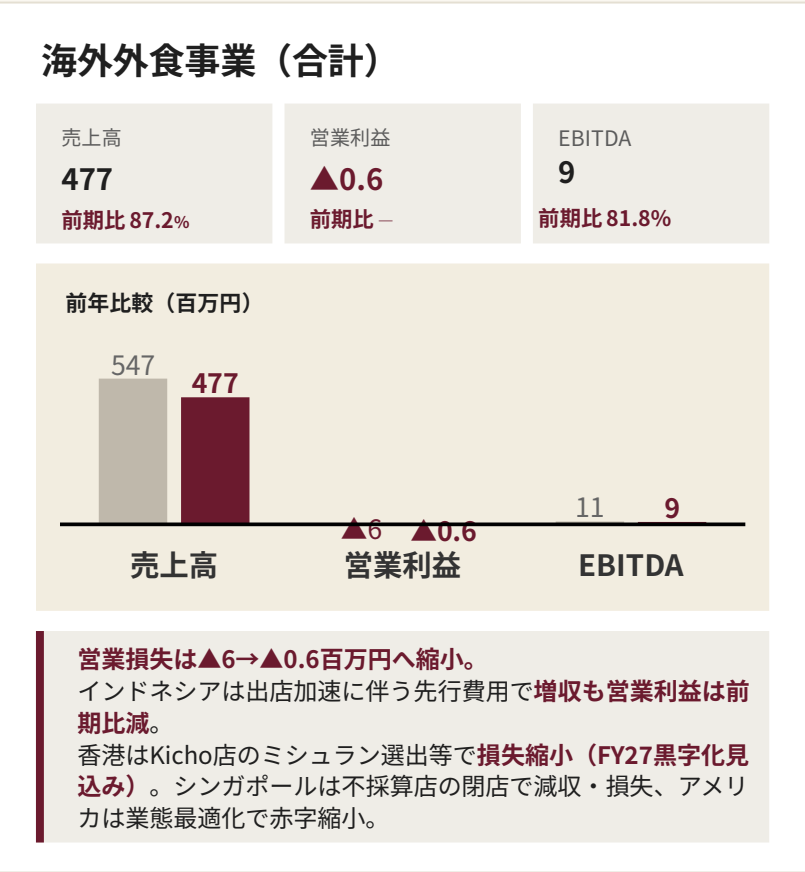
居酒屋 <table><tr><td>売上高</td><td>営業利益</td><td>EBITDA</td></tr><tr><td>1,461</td><td>133</td><td>161</td></tr><tr><td>前期比 95.1%</td><td>前期比 78.2%</td><td>前期比 62.9%</td></tr></table> 前年比較（百万円） <table><thead><tr><th>項目</th><th>前年</th><th>今年</th></tr></thead><tbody><tr><td>売上</td><td>1,537</td><td>1,461</td></tr><tr><td>営業利益</td><td>170</td><td>133</td></tr><tr><td>EBITDA</td><td>256</td><td>161</td></tr></tbody></table> 減収・減益は業態変更・LC化に伴う店舗数減（▲4店・54店）と前期（構造改革フェーズ）の高採算の反動が主因。既存店は堅調（国内外食既存店昨対103.1%）で、業態別では炭火焼鳥塚田農場が客数・客単価とも前年超と好調。	売上高	営業利益	EBITDA	1,461	133	161	前期比 95.1%	前期比 78.2%	前期比 62.9%	項目	前年	今年	売上	1,537	1,461	営業利益	170	133	EBITDA	256	161	専門店 <table><tr><td>売上高</td><td>営業利益</td><td>EBITDA</td></tr><tr><td>1,312</td><td>96</td><td>119</td></tr><tr><td>前期比 103.2%</td><td>前期比 85.7%</td><td>前期比 66.9%</td></tr></table> 前年比較（百万円） <table><thead><tr><th>項目</th><th>前年</th><th>今年</th></tr></thead><tbody><tr><td>売上</td><td>1,271</td><td>1,312</td></tr><tr><td>営業利益</td><td>112</td><td>96</td></tr><tr><td>EBITDA</td><td>178</td><td>119</td></tr></tbody></table> 売上は前期比+3.2%と増収。四十八漁場・希少魚・地鶏・ホルモン等の素材特化業態が牽引し、既存店の客数・客単価が伸長。営業利益・EBITDAは前期の高水準から反落も、高採算業態として安定推移。	売上高	営業利益	EBITDA	1,312	96	119	前期比 103.2%	前期比 85.7%	前期比 66.9%	項目	前年	今年	売上	1,271	1,312	営業利益	112	96	EBITDA	178	119	レストラン <table><tr><td>売上高</td><td>営業利益</td><td>EBITDA</td></tr><tr><td>832</td><td>90</td><td>106</td></tr><tr><td>前期比 88.1%</td><td>前期比 77.6%</td><td>前期比 60.2%</td></tr></table> 前年比較（百万円） <table><thead><tr><th>項目</th><th>前年</th><th>今年</th></tr></thead><tbody><tr><td>売上</td><td>944</td><td>832</td></tr><tr><td>営業利益</td><td>116</td><td>90</td></tr><tr><td>EBITDA</td><td>176</td><td>106</td></tr></tbody></table> 減収・減益は、前期に含まれるリアルティスト（串亭10店舗、2025/5/30売却）の売上約1.4億円の剥落が主因。同店を除く既存ベースでは増収で、店舗稼働は底堅く推移。	売上高	営業利益	EBITDA	832	90	106	前期比 88.1%	前期比 77.6%	前期比 60.2%	項目	前年	今年	売上	944	832	営業利益	116	90	EBITDA	176	106
売上高	営業利益	EBITDA																																																															
1,461	133	161																																																															
前期比 95.1%	前期比 78.2%	前期比 62.9%																																																															
項目	前年	今年																																																															
売上	1,537	1,461																																																															
営業利益	170	133																																																															
EBITDA	256	161																																																															
売上高	営業利益	EBITDA																																																															
1,312	96	119																																																															
前期比 103.2%	前期比 85.7%	前期比 66.9%																																																															
項目	前年	今年																																																															
売上	1,271	1,312																																																															
営業利益	112	96																																																															
EBITDA	178	119																																																															
売上高	営業利益	EBITDA																																																															
832	90	106																																																															
前期比 88.1%	前期比 77.6%	前期比 60.2%																																																															
項目	前年	今年																																																															
売上	944	832																																																															
営業利益	116	90																																																															
EBITDA	176	106																																																															

※ 本ページの業態別および国内外食事業合計の数値は連結調整前の社内管理ベース。決算短信の開示セグメント（国内外食事業）とは配賦方法等の違いにより一致しません。

国内外食事業 合計	売上高	営業利益	EBITDA
	3,605 百万円	319 百万円	386
	前期 3,752百万円	前期 398百万円	前期 610百万円

セグメント詳細 ② — 海外外食事業

海外外食事業は店舗再構築の影響等により売上は減少も、営業損失は縮小（売上547百万円→477百万円、営業損失▲6百万円→▲0.6百万円）
※社内管理ベース



※ 海外外食事業（合計）は決算短信の開示セグメント（当期 営業損失▲0.6百万円）と整合。各国別の数値は連結調整前の社内管理ベース。為替換算差額（前期▲0.2百万円／当期▲1百万円）は各国データに含まれない全社共通調整のため、4カ国合計と海外外食事業合計は一致しません。

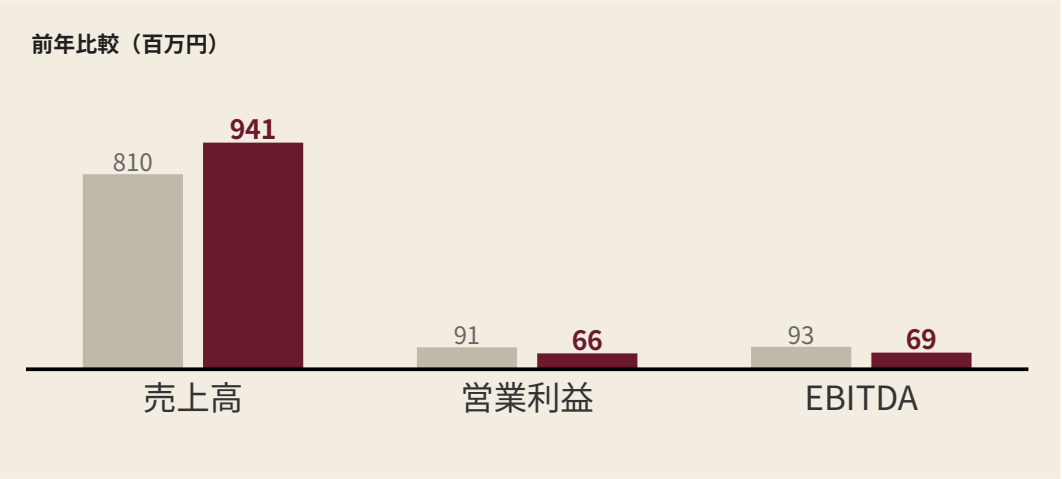
セグメント詳細 ③ — 中食（塚田農場プラス）・生産流通

中食は宅配・駅ナカ拡大等で売上 +16.2%。営業利益は原価高騰と生産能力増強のための工場増設等の先行投資で減益。かねて進める中食強化に、食料品の消費税減税（店内飲食は対象外）が追い風。生産流通は国内外食向け・地鶏外販の拡大と原価率抑制で増収増益。

中食（塚田農場プラス）

「つか弁」などのお弁当の宅配・卸・駅ナカ店頭販売等

売上高	営業利益	EBITDA	営業利益率
941	66	69	7.0%
前期比 116.2%	前期比 72.5%	前期比 74.2%	前期差 ▲4.2pt



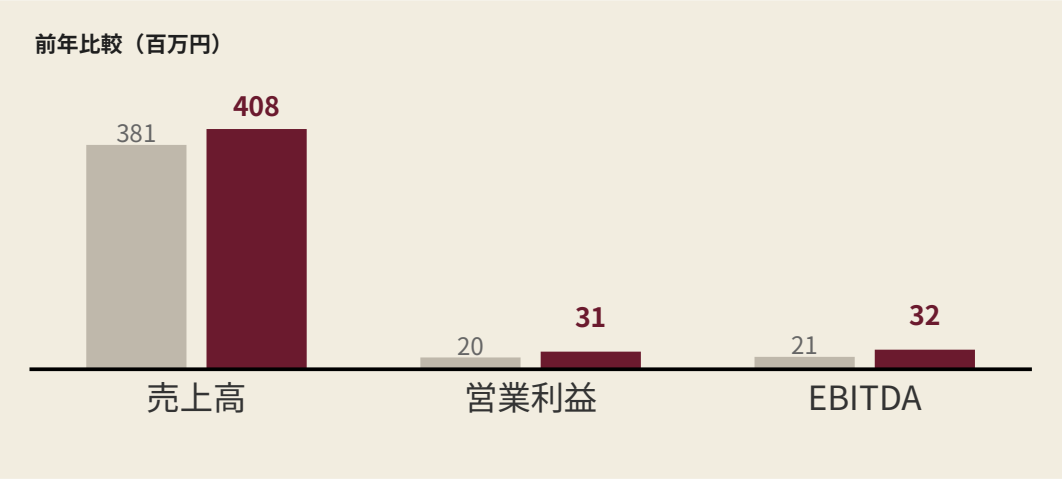
売上は過去最高水準で推移。 宅配・駅ナカとも堅調に拡大も、原価高騰や生産能力増強に向けた工場増設等の先行コストにより営業利益率は低下するものの、完全稼働後の収益拡大を見込む。

※ 生産流通は決算短信の開示セグメントに準拠、中食は連結調整前の社内管理ベース。

生産流通

地鶏の飼育・生産・加工・販売等

売上高	営業利益	EBITDA	営業利益率
408	31	32	7.6%
前期比 107.1%	前期比 153.0%	前期比 152.4%	前期差 +2.4pt



国内外食向け販売と原価率抑制で増収増益も、地鶏外販はミシュラン焼鳥店等を中心に伸長。**VISION 2031：生産流通 16億円→50億円**（養鶏・加工25億＋魚事業25億）を掲げ、**地鶏の品質向上・PB自社養鶏・外販強化**で領域を拡大し、生販直結モデルで収益基盤を強化。

中食事業の進捗 — 中期経営計画「戦略-3」に対する製造基盤の強化

中期経営計画「戦略-3（中食 37億円→70億円）」の達成に向け、新工場（2026年8月稼働）への自動炊飯ライン新設が完了し、既存工場の生産能力も拡大中。3つの販売チャンネルで売上高70億円を積み上げる。

中期経営計画「戦略-3：中食」進捗サマリー <再掲>

FY2031 売上目標	FY2031 営業利益目標	工場増設投資額	工場増設後 製造能力
70 億円（37→70）	6～8 億円	4.8 億円	2 倍 (FY2026年12月既存工場の製造能力拡大工事完了予定)

3つの販売チャンネルで70億円を積み上げる		
宅配	卸（スーパー等）	エキナカ店頭販売
- 製造能力拡大で繁忙期の受注を全量消化 - 既存の配送ネットワークで即効性の高い増収 - 法人・ケータリング需要でリピート基盤を構築	- FY2026から本格的な卸営業を開始、引き合い増加 - AP産地直結・高品質食材でスーパーへ供給拡大 - 量販店・百貨店等、多様なチャンネルへ展開	- 東京・品川・上野に続く新規駅立地への出店を加速 - 通勤層・観光客へのリーチで認知と売上を獲得 【実績】新規出店 7月・8月 各1店舗 OPEN済 - 塚田農場OBENTO & DELI 日本橋三越（7月） - 塚田農場OBENTO & DELI イイトルミネ新宿店（8月）

投資の効果 — 製造基盤の増強（進捗）

- 新工場への自動炊飯ラインを新設 → 工事完了
- 既存工場の生産能力を拡大 → 進行中

新工場 — 製造能力拡大の実行



※ 中計目標・投資額・販売チャンネル戦略は2026年5月発表の中期経営計画「戦略-3：中食」からの再掲。エキナカ新規出店（7月・8月 各1店舗）は実績。

2027年3月期1Q 国内外食事業の取り組み①

第1四半期は業態変更4店舗が順調に立ち上がり、前年同月（旧業態）比で売上・利益ともに大きく改善。

炭火酒場 おやどりや（中野）

専門店セグメント

【業態変更】

やきとりスタンダード 中野北口店
→ 炭火酒場 おやどりや

OPEN：2026年4月28日



強みである炭火・焼鳥を軸に、より付加価値の高い業態へ業態変更。前年同月（旧業態）を上回る売上・利益で立ち上がり、単月黒字化を達成。

業態変更後の業績 — 2026年6月実績（前年同月比・旧業態対比）

売上高 前年同月比
125.2%

営業利益 前年同月比
122.3%

OPEN 4/28・立ち上げ期

6月 単月黒字化

7月 増益

焼鳥酒場 みのり堂（岐阜）

レストランセグメント

【業態変更】

塚田農場 名鉄岐阜駅前店 → 焼鳥酒場 みのり堂

OPEN：2026年5月7日



地域の食材・特色を前面に打ち出した焼鳥業態へ業態変更。前年同月（旧業態）を大きく上回り、早期に単月黒字化を達成。

業態変更後の業績 — 2026年6月実績（前年同月比・旧業態対比）

売上高 前年同月比
189.3%

営業利益 前年同月比
大幅増益

OPEN 5/7・立ち上げ期

6月 単月黒字化

7月 さらに増収

※ 前年同月比は業態変更前（旧業態・前年同月）との比較。単月黒字化はOPEN後の各月単月ベース。7月は見込み。個店の売上・営業利益等の実額は非開示。

2027年3月期1Q 国内外食事業の取り組み②

「塚田農場」からレストラン業態・地方展開型新業態へ業態変更し、ブランドポートフォリオを入替え。

裏の山の木の子 吉祥寺（吉祥寺）

レストランセグメント

【業態変更】
塚田農場 吉祥寺駅前店 → 裏の山の木の子 吉祥寺店
OPEN：2026年6月4日



「塚田農場 吉祥寺駅前店」をレストラン業態「裏の山の木の子」（きのこ火鍋）へ業態変更。6月4日OPENの立ち上げ期ながら、売上は前年同月を大きく上回る好スタート。7月は単月黒字化を達成。

業態変更後の業績 — 2026年6月実績（前年同月比・旧業態対比）

売上高 前年同月比	営業損益（7月見込）
167.3%	単月黒字化

OPEN 6/4・立ち上げ期

7月 単月黒字化

本格稼働フェーズへ

焼鳥 たてやま（富山）

専門店セグメント

【業態変更】
塚田農場 富山駅前店 → 焼鳥 たてやま
OPEN：2026年6月17日



「塚田農場 富山駅前店」を新業態「焼鳥 たてやま」へ業態変更（6/17 OPEN）。フル稼働初月となる7月は前年同月を大きく上回る売上を見込み、単月黒字化を達成。

業態変更後の業績 — 2026年7月見込（前年同月比・旧業態対比）

売上高 前年同月比	営業損益（7月見込）
186.6%	単月黒字化

OPEN 6/17・立ち上げ期

7月 単月黒字化

本格稼働フェーズへ

※ 前年同月比は業態変更前（旧業態・前年同月）との比較。吉祥寺は6月実績、たてやまはOPEN月〔6月〕が一部営業のためフル稼働初月の7月見込ベース。個店の実額は非開示。

AP HOLDINGS Copyright © 2026 AP HOLDINGS CO.,LTD. All Rights Reserved.

14

国内ライセンス・プロデュース事業の進捗 — 中計「戦略-5」に対する1Qの動き

中計目標（FY2031 売上15億円・展開70店舗）に対し、1Qは新業態の立ち上げと加盟オーナーとの協議が進行。

中計目標（FY2031）＜再掲＞

売上目標 15 億円	営業利益 5～7 億円	展開店舗（FY2031） 70 店	展開予定（FY2027） 10 店
----------------------	-----------------------	-----------------------------	-----------------------------

2つの展開モデル

国内ライセンス

APブランド・業態を使用するライセンス契約。ライセンスフィーと指定食材供給が収益源。

プロデュース（新設）

店名は加盟店が自由に決定。APは職人育成・ブランディング・指定食材供給のみで関与する新モデル。

1Q進捗 — 新業態の立ち上げ状況

業態	モデル	1Qの状況	店舗数（発表日時点）
じとっこ組合	ライセンス（既存）	継続運営（安定稼働）	16 店
裏の山の木の子	ライセンス	出店進行（決定 3 店）	3 店舗 OPEN
焼鳥プロデュース	プロデュース	出店準備（決定 1 店）	1 店舗 OPEN
炭火焼鳥 塚田農場	ライセンス	加盟オーナーと協議中	進行中
芝浦食肉	ライセンス	加盟オーナーと協議中	進行中

1Q末 展開店舗 3 店舗	検討中案件 2 件進行中	FY2027 出店計画 約 10 店舗
-------------------------	------------------------	-------------------------------

1. AI活用の目的

作業を効率化し、「顧客体験の向上」 × 「従業員満足の向上」 へ

1 従業員の業務負担の軽減

予約・注文・集計・報告など「機械ができる業務」はAIに任せる。
転記や二重入力をなくし、現場の過度な負担を取り除く。

2 人材育成へ時間を使う

生まれた時間を教育とスキルアップへ再投資。一人ひとりの
成長を支援し、店舗を担う次世代の人材育成を強化。

3 顧客体験を創出する

産地・生産者の想いを伝える「共感コミュニケーション」に
集中。人にしかできない価値で、お客様体験を高めます。



AIは、単に人員削減ではなく「人が人にしかできない仕事に集中する」ための投資。

2. データサイエンスとAIを活用した実証実験とリテラシー向上

データサイエンスとAIを活用した「仕組み」と、個々のリテラシーを向上させるための「育成」の両輪で推進。

① システムの一本化 × システム連携 × AIエージェント活用

現状と、これから

As-Is | 今

POS・レジ	予約台帳
勤怠・シフト	社内連絡
売上・経営数値	

- ・システムごとに数字が分断
- ・転記・突合に時間が奪われる
- ・数字が見えるのは月末

To-Be | これから

AIエージェント

統合データ基盤（1つの仕組み）

- ・全データを集約しAIが横断分析
- ・数字が毎日見える／その日に打ち手

想定される効果

シフト作成

月4時間 → 月1時間

日次の報告作業

手入力 → ゼロへ

数字が見えるまで

月末 → 毎日

入社手続き

30分 → 約5分

8月より対象店舗で実証実験を開始

② AIリテラシーの底上げ × 個々の生産性向上

AI研修の導入

AI研修を導入し、生成AIを使いこなす力を全社の標準スキルにする

① 全社員向け

生成AI活用リテラシー

全社員がAIを「使える」状態へ

チャットを活用した業務効率化

文章・メール・要約／情報収集・リサーチ／資料作成／Excel・スプレッドシート／議事録／アイデア整理・壁打ち／安全・ルールの知識

習得ステップ

知る・触れる 入門

調べ物・壁打ち 基本

定型業務の効率化 最低ライン

研修回数

14回

② エキスパートクラス

業務活用・業務効率化

部門・全社の業務を「変える」状態へ

AIエージェントの活用・自動化プログラムの活用

リサーチ／データ分析／資料作成／業務自動化／AIソリューション構築／クリエイティブ制作
※ より高度な活用スキルを育成

習得ステップ

定型業務の効率化 個人の効率化

業務プロセス組込 部門への実装

自律活用・応用 全社へ展開

延べ受講人数

204人

※ 効果は他社導入事例および試算に基づく想定値。実際の効果はトライアルを通じて検証。

連鎖型カンパニー制の進捗 ① — 私たちが大切にしている文化

VISION 食の未来を広げていく。FOOD CREATIVE FIRM

食の未来を広げるために、生販直結モデルを基盤に、生産・加工・流通・販売までを一気通貫で展開し、多様な事業・ブランドを通じて新たな食の価値創造と、その価値を生み出すフードクリエイター人材を育成し輩出する。

“フードクリエイター”とは——単なる“飲食人”ではなく、
「食を通じて新たな価値・体験・事業を創造する人材」

フードクリエイターを育む、APHDの3つの文化

1 EMPATHY

ミッションに共感し、 産地へ感情移入する文化

私たちが向き合うのは、食材だけじゃない。その先にいる“人”——漁師、農家、蔵元、お客様と本気でつながり、こだわりやストーリーごと美味しさを届けます。「誰かのために」を力に変え、心でつながる“感情移入文化”こそ原動力です。

「誰かのために」を原動力にする組織

2 PROFESSIONAL

食の専門性を極める 食のスペシャリスト文化

接客・鶏・魚・野菜・焼酎など、自分の“好き”や“こだわり”を徹底的に磨く。知識や技術を身につけるだけでなく、産地や生産者にまで想いを馳せ、自分なりの「おいしい」を追求。一人ひとりの「好き」が、やがてAPHDならではの食の強さになる。

「好き」を突き抜けることが価値になる組織

3 CHALLENGE

出る杭を伸ばす 挑戦文化

APHDには多様なキャリアが存在する。年次や常識に捉われず、やりたいことを発信し、自らキャリアを切り拓ける。出る杭は打たれずに伸ばされる。「やってみたい」という想いを起点に、挑戦の機会が生まれていく。失敗を恐れず一歩踏み出す人を、仲間や会社が本気で応援する。

挑戦した人にチャンスが集まる組織

連鎖型カンパニー制の進捗 ② — 取り組み事例③ CHALLENGE

今期より社内公募・FA制度・ハイブリット制度を導入。1Q（4月～6月）の活用実績。

手を挙げた人に、チャンスが開かれる。 1Qで **22名** が挑戦。

① 社内公募制度

会社・事業が抱える重要テーマや新規事業に対し、会社が提示するテーマへ社員が自ら応募。一定期間、成果責任を持って挑戦する制度。

応募者累計（応募テーマ 3件）

8名

② 社内FA制度

一定の勤続年数や実績を持つ従業員が、自らの意思で希望する事業・ポジションへ異動を申請できる制度。

応募者累計

4名

③ ハイブリット制度

現在の事業部（店舗）に所属したまま、週の一部の時間を活用して本部やグループ会社で飲食事業以外の専門業務に挑戦できる制度。

応募者累計

10名

応募者の声（1Q・一部抜粋）

■ ハイブリット_人材開発部（新卒採用・教育）を志望

「入社当時からずっと挑戦したいと思っていました。幅広い価格帯の地鶏業態で店舗運営とスタッフ育成をしてきた面白さを、学生にも伝えられると思います。」

■ ハイブリット_ブランドコミュニケーション部を志望

「“好き（料理）”と“好き（デザイン）”を掛け合わせたい。ホール・キッチン両方の責任者経験があり、10年分の現場の生の声を届けられます。」

■ ハイブリット_マーケティングコミュニケーション部を志望

「この美味しさをもっと世の中の人に知ってもらいたい。SNSを強化し、現場が現場の仕事に集中できる改善もしていきたいです。」

■ FA制度_九州塚田農場カンパニーを志望

新卒入社後、2業態3店舗の立ち上げを経験。祖父の米農家をきっかけに一次産業や地産地消に関心を持ち、これまでの経験を活かして、生産者と食をつなぐ挑戦がしたい。将来の地方での暮らしも見据え、応募しました。

■ FA制度_APNBカンパニーを志望

「インバウンドのお客様に“美味しい”は伝わっても、地鶏や食材の価値は伝えきれていない。『本物の日本食体験を届ける』に強く共感しました。」

■ FA制度_E.Tカンパニーを志望

「生産者さんの想いを最前線で感じ、その土地にしかない食材を全力で届けたい。将来は現地のバイヤーとして繋がりを大切にしたい。」

店舗数の推移 — 業態変更・LC化で国内直営を最適化

第1四半期は新規出店なし。業態変更・ライセンス店舗化（LC化）により国内直営は前期末比▲3店の120店、総店舗数167店（直営140・ライセンス／FC 27）。今期後半～来期にかけ出店予定が積み上がり、**今期は約10店舗の新規契約（中食を含む）**を想定。

直営店（各月末）

区分	前期末	4月	5月	6月末	前期末比
居酒屋事業	58	58	56	54	▲4
専門店事業	49	49	49	49	±0
レストラン事業	16	16	16	17	+1
小計（国内直営）	123	123	121	120	▲3
海外 直営	13	13	13	13	±0
中食	7	7	7	7	±0
合計（直営）	143	143	141	140	▲3

ライセンス・プロデュース・FC店（各月末）

区分	前期末	4月	5月	6月末	前期末比
じとっこ・じとっこ組合	16	16	16	16	±0
その他事業	0	0	1	3	+3
海外 FC	8	8	8	8	±0
小計（ライセンス・FC）	24	24	25	27	+3

当第1四半期の出退店

業態変更（4店）

- ・ やきとりスタンダード 中野北口店 → 炭火酒場おやどりや（4月）
- ・ 塚田農場 名鉄岐阜駅前店 → 焼鳥酒場みのり堂（5月）
- ・ 塚田農場 吉祥寺駅前店 → 裏の山の木の子 吉祥寺（6月）
- ・ 塚田農場 富山駅前店 → 焼鳥 たてやま（6月）

業態転換・LC化

- ・ 塚田農場 梅田ギャザ阪急店 → 裏の山の木の子 梅田店（5月）
- ・ 塚田農場 三宮本店 → 裏の山の木の子 三宮店（6月）
- ・ 塚田農場 名駅笹島店 → 裏の山の木の子 名古屋店（7月）

※ 直営・ライセンス店舗数は各月末時点。前期末比は6月末-前期末。構成比は国内直営120店に対する比率。

今後のM&A方針の進捗 — 中期経営計画「戦略-6」に対するソーシング状況

中期経営計画方針（対象規模・対象領域）に沿ってソーシングを推進。外食M&A市場の環境変化を追い風に、複数の案件を継続的に検討中。

今後のM&A方針＜中期経営計画「戦略-6」再掲＞		
対象規模 数店舗～数十店舗のM&Aから開始し、CF成長に応じてターゲット規模を段階的に拡大。	対象事業領域 メイン＝国内外食（直営の非連続成長を加速）／サブ＝生産流通・中食・その他（シナジー創出）。	想定インパクト M&Aによる売上上乘せ 50～100億円（5年間）を別途想定。AP流バリューアップで投資回収を短縮。
AP流M&A方程式：インフレ環境 × AP食材 × 豊富な業態数 × AP流人的資本経営 × AI → 投資回収 一般7年をAP流バリューアップで4～5年へ		
① 外食M&A市場の状況	・ M&A仲介会社・マッチングプラットフォーム企業の増加で、案件情報の流通が活発化。 ・ 人材不足・仕入れ価格高騰・後継者不在等を背景に、中小外食企業の売却ニーズ（売り案件）が増加。 ・ 良質な案件に接する機会が拡大し、当社の非連続成長の追い風に。	
② ターゲット企業イメージ	・ 規模＝数店舗～数十店舗。大手・ファンドの主戦場より小さく、個人店より大きい"隙間"。 ・ 価格帯＝中価格帯（レアマス）。安売りでも高級でもない"ど真ん中"（5.6兆円市場）／専門店・小規模チェーン等。 ・ AP食材・業態・人的資本経営とのシナジーで、AP流バリューアップが効く企業。	
③ ソーシング状況	・ 中期経営計画方針に沿って複数の案件を継続的に検討中。規律あるソーシングで、条件の合う案件から段階的に検討を深める（具体的な検討先・件数は非開示）。	
④ 資金源	・ 手元資金及び借入で対応。	

※ 「今後のM&A方針」は2026年5月発表の中期経営計画「戦略-6」からの再掲。

【連結】 損益計算書 — 直近3期1Q実績比較

- **【3年の構造転換】**
25.3期は業態変更を含めて13店舗の積極出店により先行投資が進んだ（営業利益42百万円）→ 26.3期は出店抑制・コスト構造改革で改善（174百万円）→ 27.3期は再成長フェーズへ移行し積極投資（先行費用で91百万円）。
- **【当1Q】**
売上高は**前期比▲1.8%の5,277百万円**。営業利益91百万円（▲47.4%）・経常利益56百万円（▲47.8%）と3期連続の黒字を維持。純利益45百万円（▲91.4%）は前期の関係会社株式売却益438百万円の反動。
- **【店舗数】**
直営店舗数（国内＋海外直営）は**154→143→133店**（各1Q末）と2年で▲21店スリム化（うちリアルティスト〈串亭〉10店の譲渡を含む）。売上は維持～増加し1店当たり収益性が着実に向上。

単位：百万円

勘定科目	25.3期1Q		26.3期1Q		27.3期1Q（当期）		前期比	前期差
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比		
売上高	5,027	100.0%	5,375	100.0%	5,277	100.0%	▲1.8%	▲98
売上総利益	3,257	64.8%	3,442	64.0%	3,346	63.4%	▲2.8%	▲96
販売費及び一般管理費	3,214	63.9%	3,268	60.8%	3,254	61.7%	▲0.4%	▲14
営業利益	42	0.8%	174	3.2%	91	1.7%	▲47.4%	▲83
経常利益	86	1.7%	107	2.0%	56	1.1%	▲47.8%	▲51
親会社株主に帰属する四半期純利益	77	1.5%	530	9.9%	45	0.9%	▲91.4%	▲485
EBITDA	138	2.7%	270	5.0%	172	3.3%	▲36.3%	▲98

※ 構成比＝対売上高比率。EBITDA＝営業利益＋減価償却費（のれん償却費は含まず試算）。全期間、決算短信ベースの実数。

【連結】 貸借対照表 — 1Q末時点

四半期純利益45百万円の計上や優先株式配当128百万円の支払い等により、純資産は前期末1,124百万円→当期989百万円へ▲135百万円減少。有利子負債は+14百万円とほぼ横ばい。なお、8月17日実施予定の資本増強により自己資本比率の改善を見込む。

単位：百万円			
項目	26.3月期末	27.3期1Q末	前期差
■ 資産の部			
流動資産（うち現預金 1,174→839）	3,297	2,972	▲325
固定資産（有形+無形+投資その他）	4,715	4,777	+62
資産合計	8,012	7,750	▲262
■ 負債の部			
流動負債（うち1年内有利子負債 2,943→1,312）	4,982	3,204	▲1,778
固定負債（うち1年超有利子負債 1,645→3,289）	1,905	3,556	+1,651
負債合計	6,888	6,760	▲128
■ 純資産の部			
株主資本	1,218	1,136	▲82
その他包括利益累計額・新株予約権・非支配株主持分	▲93	▲146	▲53
純資産合計	1,124	989	▲135
負債・純資産合計	8,012	7,750	▲262

財政状態のポイント

- 現預金は▲335百万円・839百万円に（1Q資金収支）
営業収支はほぼ均衡（▲2）、中食工場の改修・内装等で▲243、財務収支▲90（新規借入+270に対し優先株配当▲102・返済等）。差引▲335。
- 有利子負債はほぼ横ばい（短期→長期へ借換）
合計4,588→4,602百万円（+14）。返済期限を長期化し財務の安定性を高めた。
- 純資産1,124→989百万円、自己資本比率12.8%
四半期純利益45百万円を計上も、優先株式配当の支払い等で純資産は▲135百万円。自己資本比率は14.0%→12.8%（▲1.2pt）。
- 【トピック】2026年8月17日 資本政策を実施予定
普通株式・C種優先株式の第三者割当増資（総額2.5億円）。自己資本の増強・成長投資の原資に充当し、自己資本比率12.8%→約15.5%（試算）へ改善見込み。

※ 内容・時期・金額は予定、比率は当1Q末実績に基づく試算値。

キャピタルアロケーション — 中期経営計画と足元の進捗

FY2026営業CF約11億円→FY2031へ大幅改善を見込み、成長投資・財務健全性・株主還元の最適バランスを追求（計画値は中計再掲）。

資金使途の優先順位 — ①を最優先に、上位から順次充当			
① 成長投資	② 優先株償還＋優先配当	③ 普通株主への配当	④ 有利子負債返済
中期経営計画（再掲） 出店・工場増設 新規事業投資・M&A 足元（当1Q） 中食事業の新工場は完成済。直近出店のEBITDA回収は中計基準（3.5年）内で、出店強化フェーズへ計画どおり進行。	中期経営計画（再掲） A種：2028年3月 B・C種：2029年6月 足元（当1Q） 中期経営計画から遅れなく、計画どおりの償還スケジュールで検討中。	中期経営計画（再掲） 優先株償還完了後 （FY2029以降）に本格化。 足元（当1Q） 成長投資・優先株償還を優先し、現時点で普通配当は未実施。方針は据え置き。	中期経営計画（再掲） ネット有利子負債／EBITDA FY26 約2.8倍 → FY31 3～4倍へ 足元（当1Q） 当1Q末の有利子負債は4,602百万円（前期末比＋14）とほぼ横ばい。短期→長期へ借換え、財務健全性を維持。

優先株償還スケジュール（中計 再掲）				
種別	元本	配当率	年間優先配当	償還期限
A種優先株	10億円	5%	5,000万円/年	2028年3月
B種優先株	3億円	2.9%	870万円/年	2029年6月
C種優先株（予定）	1.5億円	2.9%	435万円/年	2029年6月（予定）

※「計画」は中期経営計画（2026年5月公表）の再掲。足元は当1Q末実績・直近の取り組み等に基づく。増資は内容・時期・金額とも予定、自己資本比率は当1Q末実績に基づく試算値。

資本政策 — 第三者割当増資による資金調達

成長投資の加速と財務基盤の強化に向け、第三者割当増資により総額250百万円を調達。普通株式・C種優先株式を発行し、払込期日は2026年8月17日。

① 普通株式	
割当先	株式会社NIGITA
発行株式数	109,052 株
発行価額	917 円／株
調達額	100 百万円（100,000,684 円）
払込期日	2026年8月17日
希薄化率	最大 0.84%

② C種優先株式	
割当先	サントリー株式会社
発行株式数	150 株
発行価額	1,000,000 円／株
調達額	150 百万円
払込期日	2026年8月17日
希薄化	なし（無議決権）

目的・意義

構造改革の完遂を経て成長フェーズへ移行。機動的な成長投資を支える財務基盤の抜本的な強化を企図。

割当先の選定理由

株式会社NIGITA：酒類・飲材の調達パートナー。安定調達と調達コストの最適化を図りつつ、中長期の安定株主として支援。／サントリー株式会社：資本関係の強化で財務健全性・社会的信用・企業価値の向上。

資金使途

差引手取概算額 約242百万円 — ① 新規出店に伴う設備投資 150百万円／② 業態転換・既存店リニューアル 92百万円（2026年7月～2027年6月）。

※ 第三者割当増資の内容。払込期日2026年8月17日。調達額は総額250百万円（普通株式100百万円＋C種優先株式150百万円）。

2027年3月期 通期業績予想に対する1Q進捗率

通期業績予想（2026年5月15日公表）は据え置き。

1Q売上高は、通期業績予想に対する進捗率24.0%と概ね計画線上で推移し、利益は例年1Qが季節的に軽い期のため、通期の1/4（25%）を下回る水準。

単位：百万円（進捗率＝1Q実績÷通期予想）

	2027年3月期 通期予想	2027年3月期 1Q実績	進捗率
売上高	22,000	5,277	24.0%
営業利益	860	91	10.6%
経常利益	740	56	7.6%
親会社株主に帰属する四半期（当期）純利益	585	45	7.7%

【参考】1Qの通期進捗率 — 過去3年比較

	前々期 (2025年3月期)	前期 (2026年3月期)	当期 (2027年3月期)
売上高	25.1%	26.8%	24.0%
営業利益	10.5%	36.2%	10.6%
経常利益	28.6%	28.1%	7.6%
当期純利益	38.5%	81.5%	7.7%

1Q進捗の評価と通期見通し

- 売上高は計画線上で推移
1Q進捗率24.0%は通期計画の1/4（25%）にほぼ見合う水準。
国内既存店・中食・生産流通の堅調が下支え。
- 利益進捗率は季節性による例年並みの進捗
下期（特に3Q）偏重の収益構造のため、1Qの進捗率のみで通期は判断しない。
- 通期業績予想は据え置き
2026年5月15日公表から修正なし。7月は計画に沿って好調に推移し、下期の稼働ピークで通期予想の達成を見込む。
- 純利益進捗率は特別要因の影響に留意
前期(26.3期)の81.5%は特別利益（リアルティスト売却益等）を含むため、前々期(25.3期)の38.5%は通期予想2億円に対し1Q実績が77百万円と予想が小さかったため。

APPENDIX

中期経営計画（VISION 2031）

以下は 2026年5月29日 発表「2026年3月期 決算説明会 & VISION 2031（中期経営計画）」からの抜粋ページ再掲。

▼ 中期経営計画（VISION 2031）表紙



※ 本セクションの中期経営計画ページは 2026年5月発表資料の再掲であり、数値・計画は発表時点のものです。

策定の背景・外部環境

外部環境（機会）

デフレからインフレへの転換

消費者の「価値ある食・体験」への支出意欲が高まり、高付加価値業態の成長機会が拡大。

インバウンド需要の拡大

訪日外国人の急増により、日本食・食体験への世界的関心がさらに高まっている。

AI時代における食産業の価値創造

生販直結モデルを持つAPは、AI活用による効率化と価値創造で競合優位を発揮できる環境へ。

内部環境（転換点）

アフターコロナの構造改革、完了。

コロナ禍～FY2026にかけて断行してきた事業構造改革が完了。不採算店舗の整理・業態の絞り込み・財務基盤の立て直しを経て、今期より本格的な成長フェーズへ移行する。

今中計のテーマ

飲食事業単独の成長モデルを超え、「食の総合プロデュースカンパニー」へ

ビジョン：2031年に目指す姿

FOOD CREATIVE FIRM ～ 食の総合プロデュースカンパニーへ

グループ流通総額

約460

億円（FY2031目標）

CAGR +14.9%

連結売上高（純売上）

約430

億円（FY2031目標）

CAGR +14.6%

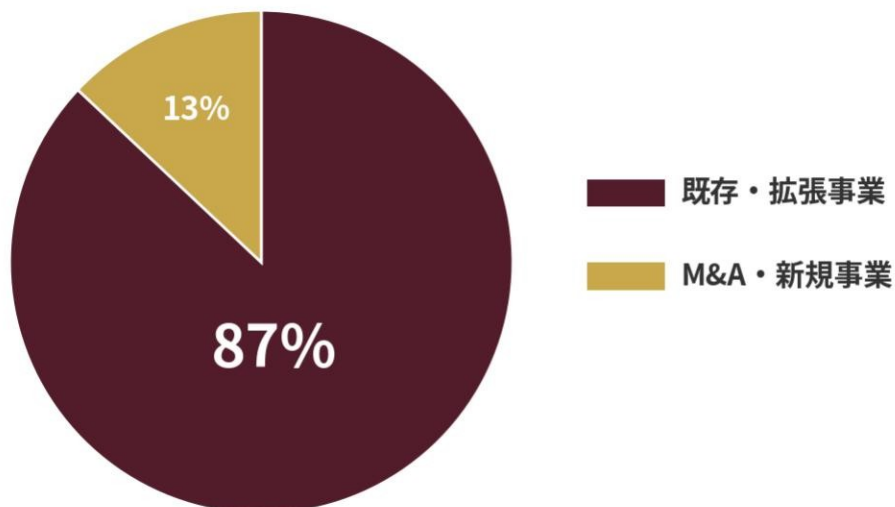
営業利益

30～45

億円（FY2031目標）

CAGR +29～40%

事業構成イメージ（FY2031）



営業利益率改善の3ドライバー

AI・DX全振り

聖域を設けない生産性追求で本部コストを年率10%削減

垂直統合の深化

生産流通事業の拡大で中間流通を排除しマージンを改善

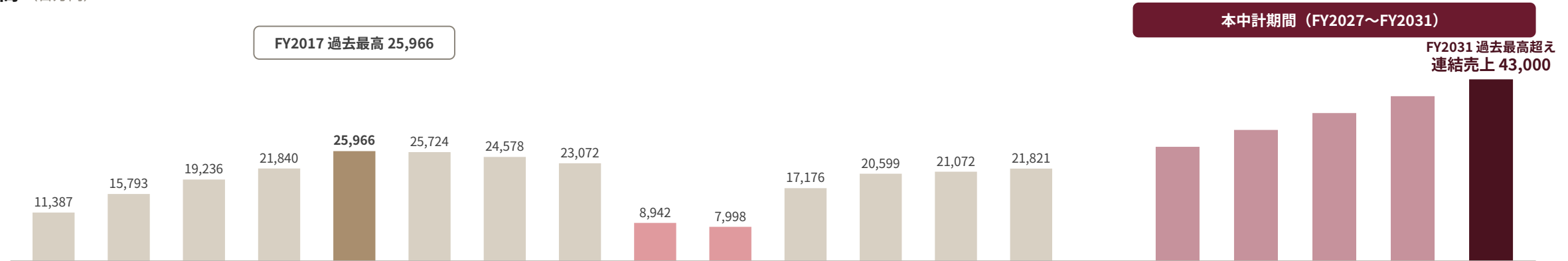
高利益率事業の拡大

ライセンス・中食・EC事業の成長で利益率ミックスを改善

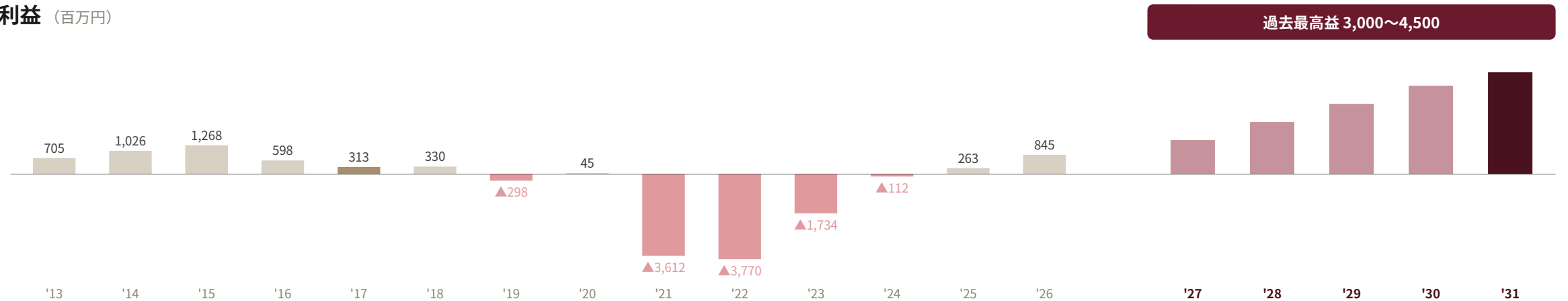
アフターコロナでの構造改革が完了し、新たな成長フェーズへ

4

売上高 (百万円)



営業利益 (百万円)

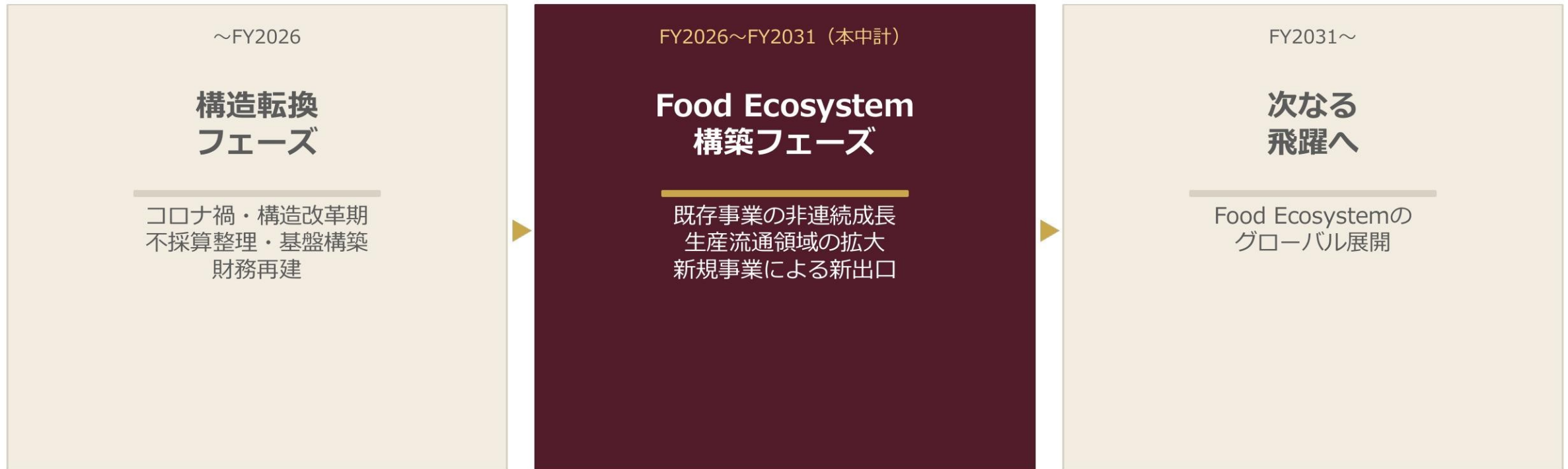


フェーズ



本中計の位置付け

本中計（FY2026～FY2031）の位置づけ



3つの成長エンジン

① 既存事業の非連続成長

直営出店・中食工場増設・M&A

② 生産流通領域の拡大

垂直統合の深化・外販・輸出

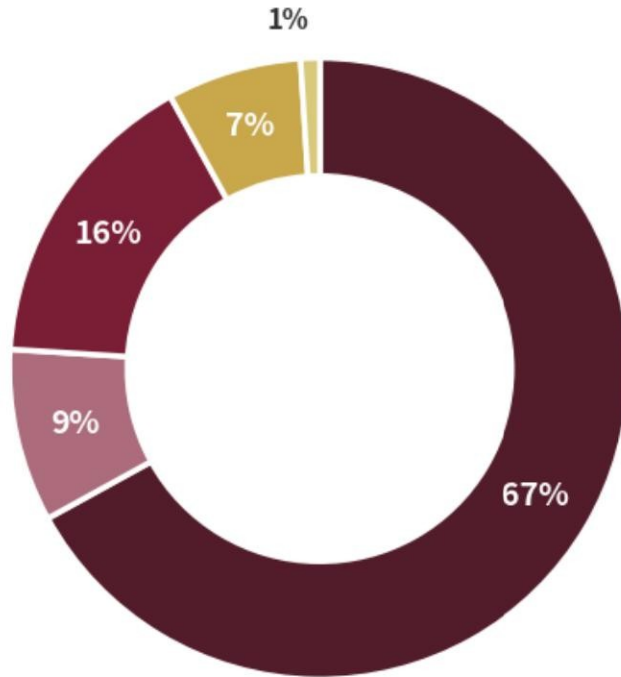
③ 新規事業による新出口

地方創生・地域プロデュース・EC等

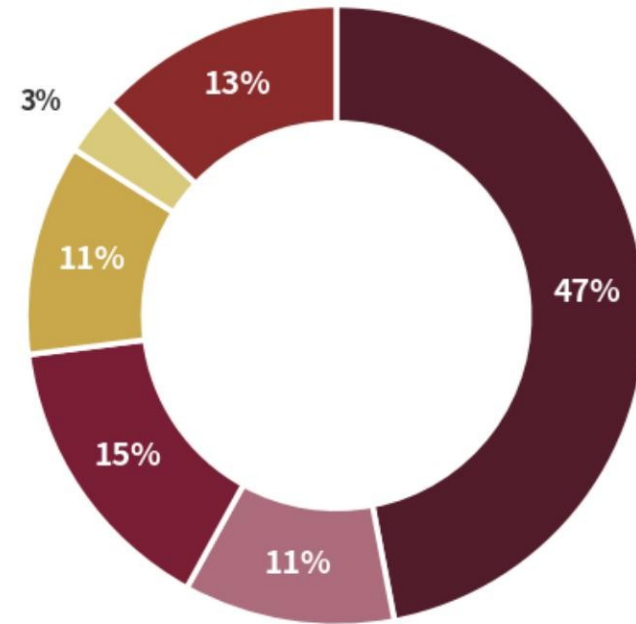
成長戦略の全体フレーム

FY2026（現状）→ FY2031（目標） グループ流通総額の構成変化

FY2026 約230億円



FY2031 約460億円（目標）



+230億円
(+100%)

■ 国内外食（直営） ■ 海外外食（直営+FC） ■ 中食

■ 生産流通

■ ライセンス

■ M&A・新規事業

成長戦略：既存事業の深化と非連続成長

FY2031 連結流通総額

国内外食＋海外外食＋中食＋生産流通＋ライセンス＋M&A・新規事業

＝ 約460億円

① 既存事業の深化 ～ベース業績を着実に積み上げる～

5事業合計：400億円

国内外食（直営）	既存	海外外食（直営+FC）	既存	中食	既存	生産流通	既存	ライセンス	既存
156億 → 215億		21億 → 50億		37億 → 70億		16億 → 50億		4億 → 15億	
▶ 年間9店舗の確実な出店 ▶ 組織コンディション徹底 ▶ 投資対効果の見極め徹底		▶ インドネシア直営5年20店 ▶ アジア・オセアニアFC30店 ▶ 6カ国展開（現行）		▶ 工場増設完了（製造2倍） ▶ 電鉄・駅・エキナカ拡大 ▶ 既存業態の需要性あり		▶ 養鶏・加工事業25億 ▶ 魚事業25億（内販15+外販10） ▶ AP目利き食材の外販・輸出		▶ 70店舗展開 ▶ プロデュースモデル確立 ▶ 食材供給連携で多様化	

② 非連続成長 ～事業ポートフォリオの拡大～

60億円

M&A・新規事業	新規
0億 → 60億	▶ M&A：自社ポートフォリオ補完・強化（売上上乗せ50～100億円規模） ▶ 新規事業：地方創生・地域プロデュース等 ▶ APの食・産業ノウハウを地域と掛け合わせた事業展開

まずベース業績の確実な成長、新規事業・M&Aで非連続成長を創る。

資本コストを意識した経営

FY2026を起点に資本効率の継続的な改善にコミット

FY2026 ベースライン

ROIC 約10.3% / WACC 約6.6%

ROE ※参考外
(FY2025まで純資産マイナスのため)

FY2026 : 黒字転換・純資産プラス転換を達成

【WACC 6.6% 算定前提】FY2026/3末時点

- ・自己資本コスト 5.7% (CAPM: $r_f 2.36\% + \beta 0.35 \times ERP 9.21\%$) 実効税率 34.6%
- ・負債コスト 1.6% (実績) / 資本構成 株主:有利子負債 = 71:29

FY2031 目標

ROE **20%以上**

ROIC **15%以上**

資本効率改善の3つのドライバー

資本効率の高い出店モデル

業態開発力を活かした居抜き物件開発で投資抑制。
ライセンス・プロデュースで自社投資を伴わない収益拡大

AI・DXによる生産性革命

本部コストを年率10%削減。AIマーケ・オペ見直しで店舗あたり売上を改善し、利益率と資産回転率を同時改善

垂直統合×高利益率事業

生産流通拡大で中間マージン内部化+ライセンス
・中食・ECで利益率・資本収益性ミックスを改善

株主還元方針

現フェーズの考え方

成長投資と優先株償還を最優先

現時点では普通株主への配当は実施していない。事業成長による企業価値向上そのものが、現フェーズにおける最大の株主還元と考えている。

今後の方針

FY2029：優先株償還完了

FY2029までの優先株償還完了をマイルストーンとして、普通株主への還元方針を明確化・開示する予定。

配当性向・具体的な配当額については、償還完了が見えるタイミングで正式に明文化する。

株主還元ロードマップ

～FY2028

A種優先株償還完了

FY2029

B・C種優先株
償還完了

FY2029以降

普通株主への
配当方針明文化・実施

APPENDIX

企業理念・会社概要

当社の経営理念（Mission／Vision）と強み、および会社概要をご紹介します。

1. 経営理念（1）



Misson : 私たちの使命

食のあるべき姿を追求する

食とは本来、人生に欠かせないものであり、
生活の中の楽しみや人とのつながりを育んでくれるものです。
その本質が揺らぎ、変革が必要な場面に、
私たちエー・ピーホールディングスは果敢に挑みます。
私たちは、社会が抱える食の課題に先頭に立って挑み、
生産者、販売者、消費者の誰もが夢や希望を抱くことができる
「食のあるべき姿」を追求してまいります。



1. 経営理念（2）



Vision：私たちの目指す姿

FOOD CREATIVE FIRM



時代が求める「食のあるべき姿」を追求した先に、
私たちが実現したいのは、
誰もが食が持つ素晴らしい価値にふれ、新しい感動や発見を味わえる社会です。

これまで培ってきた産地ネットワークや商品開発など固有の経営資産は
全ブランド・全ビジネスで共有しながら、
地域やお客様ニーズに合わせた個性ある飲食ブランドやビジネスを多様に展開していきます。

変化への対応力や人材不足など、業界が抱える様々な課題を解消し、
食の未来を広げるフードクリエイター集団＜ FOOD CREATIVE FIRM ＞を私たちは目指します。

2. 当社の強み ～六次産業化モデル（1）

生産から流通、販売に至るまで、一貫して手がける独自の『生販直結』という六次産業化モデルを展開し、食産業全体に寄与する ALL-WIN を実現



2. 当社の強み ～六次産業化モデル（2）

従来の商習慣に囚われず、生産・加工・流通・販売を全て自社で行うことで、
高品質な食材を適正な価格で消費者に届けることが可能に

塚田農場 地鶏モデルの生産から販売まで

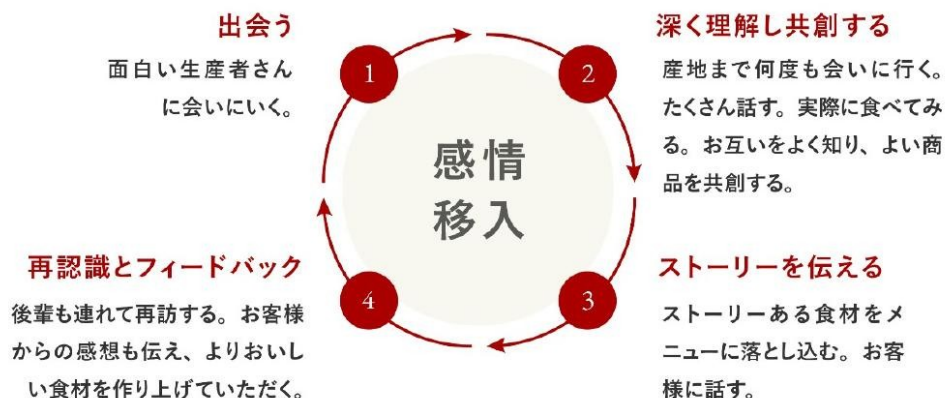


「塚田農場」の地鶏は、自社で地鶏のヒナをかえし、現地契約農家が育成。それを当社が買い取り、自社センターで加工してお店に届きます。通常ならこの過程で何社も介すところを、当社は2006年から一貫で対応する仕組みを構築しているため、おいしく価値ある地鶏を安価に提供することができています。

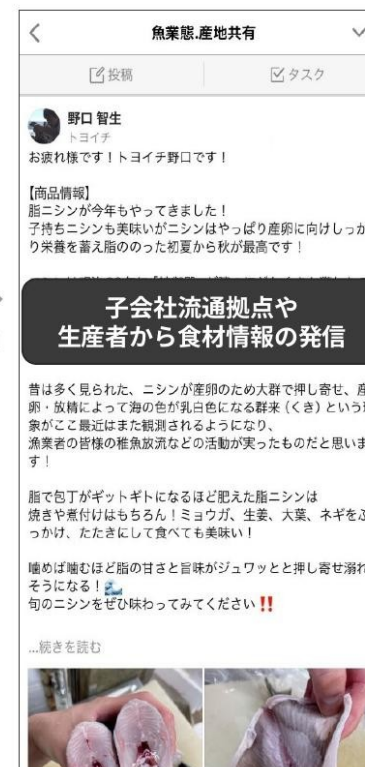
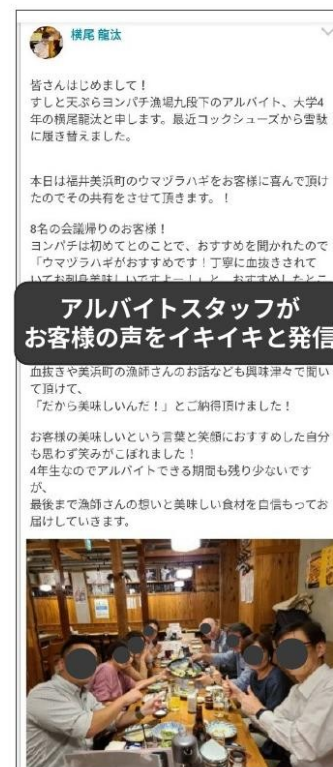
3. 当社の強み ～独自の感情移入文化サイクル

産地と店舗が深い関係を構築しながら情報交流を重ねることで双方の熱量が増幅、商品の価値向上や社会貢献性の高いサイクルを構築

産地への深い理解から生まれる感情移入文化サイクル



社内 SNS を活用し生産者と店舗が濃密な情報交流
～コロナ禍で一時中断していたものを再活性化～



会社概要

社名	株式会社エー・ピーホールディングス（AP HOLDINGS CO.,LTD.）
設立	2001年10月29日
資本金	50,000,000円
代表者	代表取締役会長兼社長 米山 久
本部所在地	〒171-0021 東京都豊島区西池袋1丁目10-1 ISOビル5階
上場市場	東京証券取引所 スタンダード市場
証券コード	3175（東京証券取引所 スタンダード市場）
上場年月日	2012年9月25日
決算期	3月末日
従業員数	正社員66名、パート・アルバイト8名（2026.3月現在）
事業内容	飲食店及び食品販売店の経営、フランチャイズチェーン店の加盟店募集・指導、養鶏場及び牧場の経営、漁業、農業、食鳥の処理・加工及び販売、食品の加工・流通・輸出入及び販売
グループ企業	株式会社エー・ピーカンパニー ほか計11社

関連情報（QRコードからアクセスできます）



コーポレートサイト（IR）
ap-holdings.jp/ir/



決算短信
（2027年3月期1Q）
ap-holdings.jp/ir/library/financial/



月次営業レポート
ap-holdings.jp/ir/report/



中期経営計画
ap-holdings.jp/ir/keiei/mtmp/

※ 会社概要は当社コーポレートサイト（会社情報）に基づく。各QRコード／リンクは2026年8月時点。

免責事項

本資料に関するご注意

本資料は、株式会社エー・ピーホールディングス（以下「当社」）が投資家の皆様への情報提供を目的として作成したものです。本資料の内容は、現時点において入手可能な情報および合理的と判断される一定の前提に基づいて作成されておりますが、将来に関する記述については、リスクや不確実性が含まれており、実際の業績や結果は、記載された内容と大きく異なる可能性があります。

本資料は投資勧誘を目的とするものではありません。投資判断は、ご自身の責任においてなされるようお願いいたします。当社は、本資料に記載された情報の正確性・完全性を保証するものではなく、本資料の使用により生じたいかなる損害についても責任を負いません。

本資料に記載された将来に関する見通しは、本資料作成時点における当社の判断であり、経営環境の変化等により、予告なく変更される場合があります。本資料の著作権は当社に帰属します。無断での転用・複製はお断りいたします。