


板前がいる町の酒場



<b><u>I. 2024／8月期決算の概要</u></b>	2
1. 連結売上高・損益の状況	3
(1) 連結損益計算書 (P / L)	
(2) セグメント別の状況	
(3) 既存店売上高の状況	
2. 販売費及び一般管理費の内訳	6
3. 連結営業外損益・特別損益の内訳	7
4. 連結貸借対照表 (B / S)	8
5. 連結キャッシュ・フロー	9
6. 店舗の状況	10
(1) 新規出店・改装等、及びグループ店舗状況	
(2) 都道府県別分布状況	
<b><u>II. 2025／8月期の経営戦略及び具体的施策</u></b>	12
<b><u>III. 通期連結業績予想について</u></b>	24



# I. 2024 / 8月期 決算の概要

# 1. 連結売上高・損益の状況

## (1) 連結損益計算書 (P/L)

(単位:百万円)

	2023/8月期 実績		2024/8月期 実績		増減額	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	比率差
<b>売上高</b>	45,495	100.0%	50,586	100.0%	5,090	—
売上原価	27,053	59.5%	30,935	61.2%	3,882	+1.7%
販売費及び一般管理費	18,903	41.6%	18,650	36.9%	▲253	▲4.7%
<b>営業利益</b>	▲461	▲1.0%	1,000	2.0%	1,461	+3.0%
営業外収益	219	0.5%	406	0.8%	186	+0.3%
営業外費用	245	0.5%	249	0.5%	3	▲0.0%
<b>経常利益</b>	▲486	▲1.1%	1,157	2.3%	1,644	+3.4%
特別利益	147	0.3%	264	0.5%	117	+0.2%
特別損失	767	1.7%	173	0.3%	▲593	▲1.3%
<b>税引前当期純利益</b>	▲1,106	▲2.4%	1,248	2.5%	2,355	+4.9%
法人税等	120	0.3%	121	0.2%	1	▲0.0%
法人税等調整額	▲458	▲1.0%	▲207	▲0.4%	251	+0.6%
非支配株主に帰属する当期純利益	—	—	0	0.0%	0	+0.0%
<b>当期純利益</b>	▲769	▲1.7%	1,333	2.6%	2,102	+4.3%

[当該期末店舗数 (直営店) ]

(244店)

(243店)

※営業外損益・特別損益については7ページをご参照ください。

# 1. 連結売上高・損益の状況

## (2) セグメント別の状況（内部売上高含む）

（単位:百万円）

	2023/8月期 実績		2024/8月期 実績		増減額	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
飲食事業	22,531	528	23,505	1,448	973	919
卸売・ロジスティクス事業 ※1	26,261	291	31,695	715	5,434	423
不動産事業	1,815	362	1,815	384	0	21
フランチャイズ事業	872	326	915	347	43	20
その他	541	▲27	640	0	99	27
調整額 ※2	▲6,526	▲1,943	▲7,986	▲1,895	▲1,460	47
合計	45,495	▲461	50,586	1,000	5,090	1,461

※1：2024/8月期より、旧「卸売事業」と「運送事業」を統合

※2：セグメント間の取引消去、各セグメントに配分していない全社費用

➤ 飲食事業：既存店売上高前年比110.4%

⇒ 飲食需要の回復や各種営業施策の取組みにより、売上高 + 973百万円

➤ 卸売・ロジスティクス事業：卸売含む総合物流サービスによる外部売上増加により、売上高 + 5,434百万円

# 1. 連結売上高・損益の状況

## (3) 既存店売上高（対前年比）

<前年比実績推移表>

	'22/8月 期	'23/8月 期	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	'24/8月 期	9月
売上高	148.0	141.2	124.2	111.9	115.6	122.9	114.3	111.1	106.8	104.8	105.5	106.7	101.2	104.5	110.4	105.0
客数	135.0	125.2	108.7	101.3	104.0	111.1	107.3	104.8	102.0	100.9	102.5	103.8	99.8	102.7	104.0	104.7
客単価	109.6	112.8	114.3	110.5	111.2	110.6	106.6	106.0	104.7	103.9	102.9	102.8	101.4	101.8	106.2	100.3

➤ '21/7月～9月、'22/1月～3月「緊急事態宣言」及び「まん延防止等重点措置」等により、臨時休業及び一部時短営業を実施

<カテゴリー別前年比実績>

	昼	宴会	夜フリー	2024/8月期 累計
売上高	107.8%	186.2%	106.9%	110.4%
客数	100.0%	182.7%	103.5%	104.0%
客単価	107.8%	101.9%	103.3%	106.2%

<カテゴリー別売上構成比>

	昼	宴会	夜フリー
2022/8月期累計	25.4%	2.3%	72.3%
2023/8月期累計	22.4%	4.2%	73.4%
2024/8月期累計	21.8%	7.1%	71.0%
比率差異	▲0.5%	+2.9%	▲2.4%

## 2. 販売費及び一般管理費の内訳

(単位:百万円)

	2023/8月期 実績		2024/8月期 実績		増減額	
	金額	対売上比率	金額	対売上比率	金額	比率差
人件費	9,946	21.9%	10,098	20.0%	151	▲1.9%
地代家賃	3,062	6.7%	2,871	5.7%	▲190	▲1.1%
水道光熱費	1,444	3.2%	1,178	2.3%	▲265	▲0.8%
減価償却費	886	1.9%	835	1.7%	▲50	▲0.3%
消耗備品費	681	1.5%	712	1.4%	30	▲0.1%
衛生費	295	0.6%	259	0.5%	▲36	▲0.1%
販促・広宣費	153	0.3%	184	0.4%	30	0.0%
その他	2,433	5.3%	2,509	5.0%	76	▲0.4%
販売費及び一般管理費	18,903	41.6%	18,650	36.9%	▲253	▲4.7%
営業利益	▲461	▲1.0%	1,000	2.0%	1,461	3.0%

➤ 売上高増に伴い人件費、及び消耗備品費など変動要素のある科目中心に増加  
一方、店舗数の減少等により地代家賃他、固定費科目を中心に減少

➤ 水道光熱費は、主に電気料、次いでガス料が減少 ⇒ 販管費及び一般管理費は▲253百万円減少

### 3. 連結営業外損益・特別損益の内訳

(単位:百万円)

	2023/8月期	2024/8月期	増減額	備考
営業利益	▲461	1,000	1,461	
投資有価証券売却益	12	235	223	11銘柄売却
受取保険金・受取損害賠償金	73	63	▲10	
受取利息	7	21	13	
受取配当金	5	4	▲1	
貸倒引当金戻入額	5	2	▲2	
受取負担金	22	—	▲22	
その他	92	78	▲15	
営業外収益	219	406	186	
支払利息	83	98	14	
支払手数料	32	41	8	融資手数料
その他	128	108	▲19	
営業外費用	245	249	3	
経常利益	▲486	1,157	1,644	
受取補償金	142	178	35	立退きによる補償金
固定資産売却益	4	86	82	不動産売却等
特別利益	147	264	117	
固定資産除却損	136	87	▲48	
減損損失	518	46	▲472	うち16百万円は3月不動産売却分
店舗関係整理損	104	28	▲75	
固定資産売却損	7	10	2	
店舗閉鎖損失引当金繰入額	0	0	▲0	
特別損失	767	173	▲593	
税引前当期純利益	▲1,106	1,248	2,355	



# 4. 連結貸借対照表 (B / S)

(単位：百万円)

	2023/8月期	2024/8月期	増減額
流動資産	12,954	14,615	1,660
現預金	8,165	9,007	842
売掛金	3,082	3,889	807
棚卸資産	1,084	1,097	13
その他	623	620	▲2
固定資産	20,225	18,903	▲1,322
有形固定資産	11,808	10,941	▲866
無形固定資産	1,994	1,983	▲10
敷金・保証金	5,171	4,950	▲220
投資有価証券	883	381	▲502
その他	367	645	277
繰延資産	7	5	▲1
資産合計	33,188	33,524	336

	2023/8月期	2024/8月期	増減額
有利子負債	14,342	13,666	▲675
現預金	8,165	9,007	842
NET有利子負債	6,177	4,659	▲1,517
自己資本比率	28.6%	31.0%	2.4%
有利子負債依存度	43.2%	40.8%	▲2.4%

	2023/8月期	2024/8月期	増減額
負債合計	23,702	23,121	▲580
買掛金	2,319	2,542	223
未払金	1,524	1,608	84
借入金(長短)	13,917	13,351	▲565
社債	425	315	▲110
リース債務	411	317	▲93
資産除去債務(長短)	807	798	▲9
賞与引当金	232	234	1
退職給付に係る負債	1,632	1,638	6
その他	2,432	2,313	▲118
純資産合計	9,485	10,402	916
株主資本	9,301	10,377	1,076
資本金	100	100	—
資本剰余金	8,871	7,657	▲1,214
利益剰余金	579	2,870	2,290
自己株式	▲250	▲250	▲0
その他包括利益累計額	184	24	▲160
非支配株主持分	—	—	—
負債・純資産合計	33,188	33,524	336

# 5. 連結キャッシュ・フロー

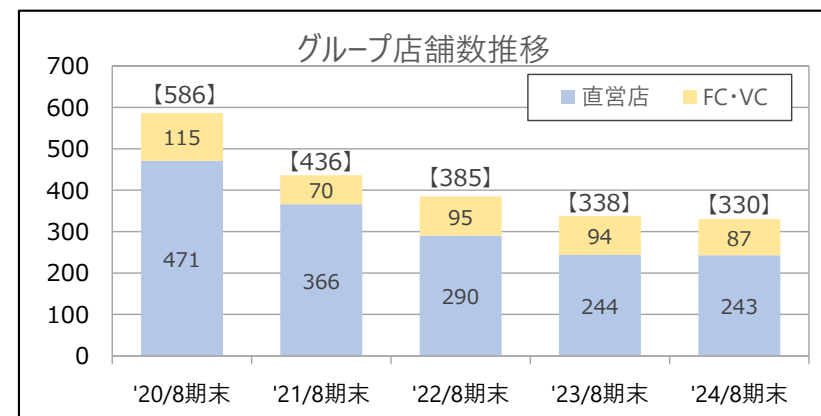
(単位：百万円)

	2023/8月期	2024/8月期	増減額
<b>1. 営業活動 C F</b>	784	1,536	752
税引前当期純利益	▲1,106	1,248	2,355
減価償却費	1,127	1,060	▲66
減損損失	518	46	▲472
投資有価証券売却益	▲12	▲235	▲223
売上債権の増減額	▲995	▲807	188
仕入債務の増減額	775	223	▲552
新型コロナウイルス感染症協力金の受取額	397	—	▲397
その他営業 C F	80	▲0	▲81
<b>2. 投資活動 C F</b>	▲372	370	742
有形固定資産の取得による支出	▲1,190	▲822	368
有形固定資産の売却による収入	7	664	657
無形固定資産取得による支出	▲56	▲31	24
投資有価証券売却による支出	▲55	▲307	▲252
投資有価証券売却による収入	324	768	444
敷金・保証金の差入・回収純増減額	915	154	▲761
その他投資 C F	▲318	▲56	261
※ フリーキャッシュ・フロー	412	1,906	1,494
<b>3. 財務活動 C F</b>	▲544	▲1,041	▲496
長短借入金の純増減額	▲300	▲565	▲264
社債の償還支出	▲130	▲110	20
配当金の支払額	▲0	▲250	▲249
その他財務 C F	▲113	▲115	▲1
<b>4. 現金及び現金同等物の期首残額</b>	8,229	8,129	▲100
<b>5. 現金及び現金同等物の増減額</b>	▲100	872	972
<b>6. 現金及び現金同等物の期末残額</b>	8,129	9,001	872

# 6. 店舗の状況

## (1) 新規出店・改装店、及びグループ店舗状況

	2024/8月期
新規出店	7
店舗改装	21
閉店	8



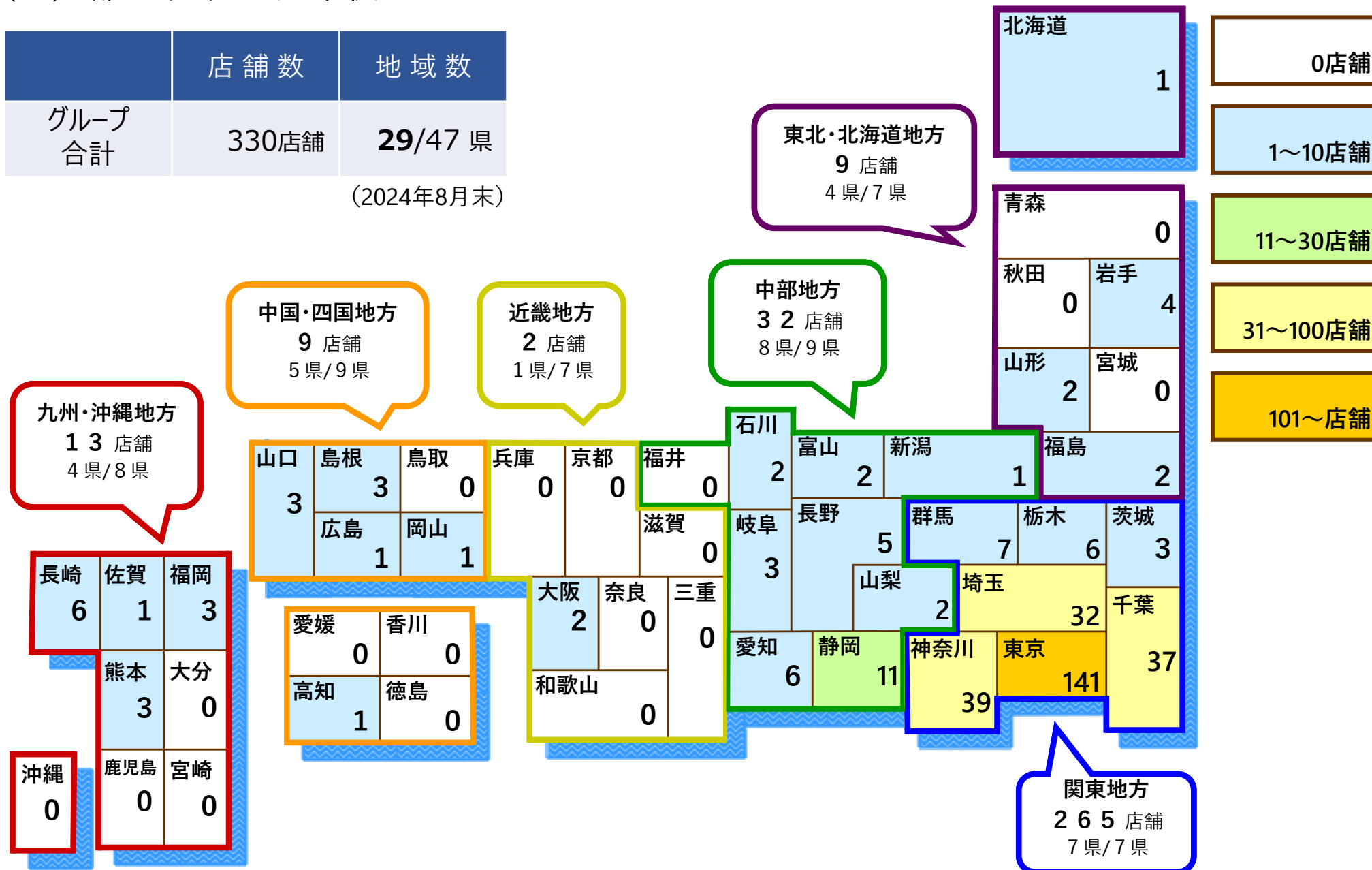
	'22/8月末 店舗数	'23/8月末 店舗数	新規出店		改装	業態転換 による改装		閉店		'24/8月末 店舗数	増減	FC	VC	グループ 計
			VCより 譲受			増加	減少		VCへ 移行					
庄 や	91	66	1		1		▲3			64	▲2	33	23	120
満天酒場	16	18	1	1		9				28	+10		9	37
大庄水産	29	23					▲2	▲2		19	▲4		7	26
日本海庄や	24	17					▲1	▲1		15	▲2	3	2	20
とり家 糸び 寿	15	13						▲1	▲1	12	▲1		3	15
築地日本海	12	12								12				12
築地寿司岩	8	10	1							11	+1			11
呑兵衛	9	6								6			1	7
悟大	5	5	1				▲1			5			2	7
定食のまる大	7	6			1		▲1			5	▲1		1	6
RUMP CAP	7	6					▲1			5	▲1			5
お多福	5	5								5				5
MIYABI	4	4	1							5	+1			5
お魚総本家	3	4				1				5	+1			5
三村	3	3				2				5	+2			5
大喜利	3	3								3				3
その他業態	49	43	2		1	6	▲9	▲4		38	▲5	1	2	41
合計	290	244	7	1	3	18	▲18	▲8	▲1	243	▲1	37	50	330


# 6. 店舗の状況

## (2) 都道府県別 分布状況

	店舗数	地域数
グループ 合計	330店舗	<b>29/47</b> 県

(2024年8月末)





## II. 2025／8月期の 経営戦略及び具体的施策

### ➤ 足許状況

- \* 経済活動の正常化が進んでいる中で景気は緩やかに回復しつつあるものの、地政学的な緊張や不安定な為替市場等により物価や各種コストが上昇しており、消費者や企業の負担増により先行きは引き続き不透明な状況が続いている

### ➤ 基本方針

- \* 先行き不透明な事象が多い現代において、人々に必要なのは、「居心地の良い場所」、「気の置けない仲間とのコミュニケーション」、「親切への感動」  
⇒ 誠実な商いを通じて人々の幸せに奉仕したい
- \* 利潤第一ではなく、お客様一人ひとりの健康・心の安寧に貢献していく  
⇒ 安全・安心の食材を使用し、確かな調理技術でお客様に提供する健康的な旬の食材の食べ方など、店舗・卸売を通じて伝えていきたい
- \* 『人類の健康と心の豊かさに奉仕する』という企業理念のもと、「利他の心」を持って誠実な店舗運営に努め、日本の食文化と居酒屋文化の発展に貢献していく

### 2025/8月期 基本戦略（サマリー）

\* コロナ禍以降、前期まで取り組んできた各種施策を継続し、着実な事業発展と収益力の強化及び安定化を図っていく

#### 1. 事業ポートフォリオ戦略

- \* 卸売・ロジスティクス事業の拡大強化
- \* 不動産事業及びフランチャイズ事業等の取組み強化

#### 2. 店舗業態戦略

- \* 強化業態の新規出店・業態変更推進
- \* 各業態のブランディング強化
- \* 業態ポートフォリオの充実化  
⇒「ハレの日」「大衆」「インバウンド」

#### 3. 収益安定化・補強

- \* 仕入の工夫、グランドメニュー改定等による原価管理の徹底  
⇒但し「食の安全・安心」は担保  
⇒厳選食材を使用した各メニューの充実による集客力強化
- \* 惣菜や鮮魚のフィレ加工などによる仕込み負担軽減

#### 4. DX推進

- \* 攻め ⇒集客、店舗オペレーション効率化
- \* 守り ⇒間接部門等の省人化・自動化推進

#### 5. 従業員モチベーション向上

- \* VC施策推進
- \* インセンティブ他、独自制度の継続
- \* 戦略的な配置転換 \* 健康経営の推進

### 1. 営業施策・店舗戦略

#### (1) 店舗出店戦略

##### ➤各業態のブランディング強化、業態ポートフォリオ充実化

##### ①前期リニューアル好事例

\*「庄や」本八幡南口店、「三村」熊本下通り店、「定食のまる大」国分寺南口店 等

##### ②足許実績（9月、10月）

\*「名代 もつ鍋 お多福」博多グリーンホテルアネックス内店、「お好みもんじゃ」立川店、「満天酒場」浦和店 等

##### ③今後の予定

\*「お好みもんじゃ」蒲田西口店、「三四味屋」笹塚店、「大喜利」東中野店、「満天酒場」自由が丘店

\*メインブランドである「庄や」、定食のまる大や寿司業態などの食事主体業態の強化

⇒ ブランディング強化の一環として、一定数のリニューアルを計画

「庄や」川崎408店：11月に全面リニューアルオープン



#### (2) メニュー・宴会戦略

\* 季節の食材を使った旬メニューの改定を隔月から毎月に変更

10月：旬の木の子 天布羅、さば味噌煮、秋茄子生姜焼き 等

⇒旬メニューをより楽しんでもらう為、料理に合う日本酒2種を厳選

\* 水産卸売子会社「米川水産」が全国から仕入れる、日替わりの天然鮮魚を提供

\* 宴会集客の強化を図り、回復基調である年末年始の宴会需要を取り込む





### 1. 営業施策・店舗戦略

#### (3) デジタルマーケティング等の販促活動による集客力の強化

##### ① デジタルマーケティング施策

- \* 「LINE」施策 ⇒ 各種配信により囲い込みを図る ～宴会コース告知、クーポン等の配信
- \* 「Google」 ⇒ 定期投稿・自動投稿の強化、メニュー情報の発信
- \* 大庄公式Youtubeチャンネル「庄Tube」コンテンツ拡充  
⇒ 各業態のプロモーション動画の他、レシピ動画、店舗のニュース動画等の配信強化  
⇒ 「調理甲子園」動画公開  
～調理技術の向上と継承を目的に、5年ぶり開催
- \* WEBグルメ媒体の拡充 ⇒ ホットペッパー、食べログ等

##### ② インバウンド対策／団体客

- \* 外国語メニューブック、Googleの英語・多言語ページの随時更新と拡充  
⇒ 業態別・店舗別での集客による囲い込みを図る
- \* インバウンド団体集客の取組み  
⇒ ホームページに「インバウンド・団体利用」に対する問い合わせページを設置

##### ③ 『庄や』を中心とした、ブランディング強化

- \* 「デジタルマーケティング」の取組みにより、メニュー戦略による差別化や店舗別の情報など、当社のブランド・こだわり等を発信していき集客に繋げる



## 2. 卸売・ロジスティクス事業の強化

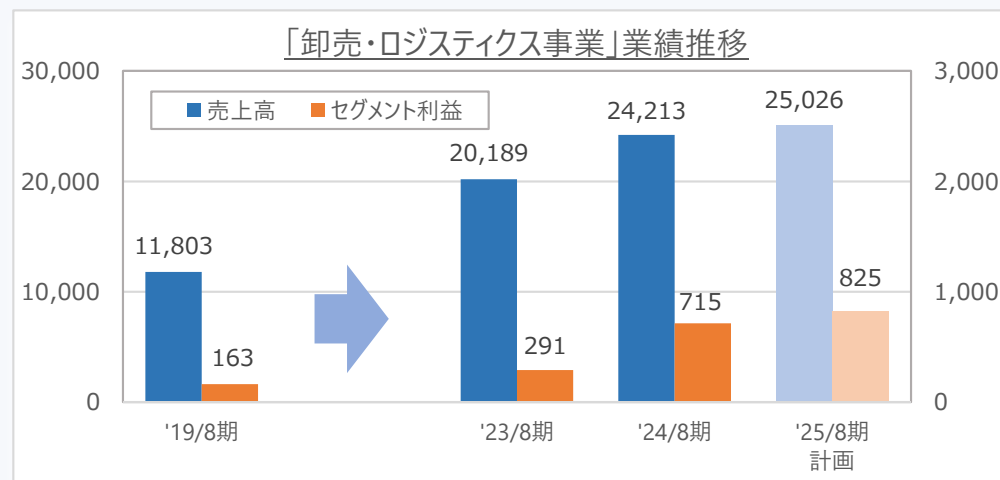
➤ 飲食店等のあらゆるニーズにワンストップでお応えする「総合支援プラットフォーム」  
として、引き続き機能強化・業容拡大を図っていく

\* 物流センター『DS・L・ヘッドクォーター羽田』を拠点とし、物流子会社ディ・エス物流  
等を実運送業者とする「第一種貨物利用運送事業」を強化

\* 「卸売・ロジスティクス事業」の展開

⇒ 前期よりセグメント分類を見直し、旧「卸売事業」と「運送事業」を統合  
外販・倉庫・運送を一体化した「総合物流サービス」の展開を推進していく

\* 旬の食材や野菜など価値の高いものをご要望に応えながら提案販売していく  
⇒ 同業の飲食店経営を行う方々を支えることで、外食産業の活況化を図りたい



	売上高	セグメント利益
2019/8期実績	11,803 百万円	163 百万円
2024/8期実績	24,213 百万円	715 百万円
増減額	12,410 百万円	552 百万円
2025/8期計画	25,026 百万円	825 百万円

※2019/8期実績は、旧「卸売事業」「運送事業」の合算  
売上高は外部顧客への売上高

⇒ 2018年の羽田のセンター稼働以降、外部への卸売強化に取り組み、新規取引先  
獲得への注力等により外販を中心に業容を大きく拡大してきた

⇒ 今期は、引き続き業容拡大及び収益力の強化を図る



### 3. 従業員確保／モチベーション向上取組み

#### (1) VC（ボランタリーチェーン）事業の推進

\* 「努力が報われる会社である」という基本方針に基づき、独立支援制度であるVC事業の拡大を推進

#### (2) 従業員の正当評価、各種インセンティブ

\* 研修や調理技術検定に重点を置き、能力のある人材を適正に評価

⇒ 接遇検定、寿司職人育成研修など研修の充実化

\* 各種インセンティブ制度 ⇒ 社長賞（売上過去対比評価）、幹部の歩合給、インセンティブ制度（年間利益評価）、調理責任者育成手当 等

#### (3) 人員の再配置

\* 適材適所の人員配置により、生産性の高い体制構築を図る

⇒ 引き続き、強化学業等への人員配置の強化と管理部門・本社部門の省人化・コンパクト化を推進

#### (4) 健康経営の推進



\* 健康経営の推進

⇒ 従業員の心身の健康を経営上の重要課題と認識して各種取組みを推進

⇒ アブセンティーズム・プレゼンティーズムの解消、ワークエンゲージメントの向上目的

\* 健康管理のサポート

⇒ 健康管理システム導入による生活習慣病の予防、メンタルヘルスの維持向上体制の強化

\* 就業と病気治療・育児・介護の両立支援

⇒ ライフイベントに応じた柔軟な働き方、保険や福利厚生制度の拡充

### 4. その他各セグメント事業の強化

#### (1) 不動産事業

- \* 自社物件のリーシング強化、新規出店への取組み強化
- \* 自社物件の方針見直しにより、遠隔地やノンコアの物件を整理  
⇒2024/8期に不動産 6 物件を売却 ……売却損益計 + 5 8 百万円  
今期、足許で 1 物件売却予定 ……売却益約 7 0 百万円計上見込

#### (2) フランチャイズ事業

- \* V C (ボランタリーチェーン) 制度の拡大・進化を図る  
⇒「大庄ブランド」の維持・向上と、成長を見据えた制度設計・運用の確立  
⇒大庄内の「パートナー事業管理部／サポート部」による事務代行業務の効率化、  
営業指導等コンサル機能拡充により付加価値の向上を図る
- \* V C 店舗数 ⇒ 2024/8月末：50店舗

#### (3) その他事業

- \* ミヤビ事業：当社「カフェ＆ベーカリー ミヤビ」での商品提供、  
外部委託販売・催事販売など事業の拡大・収益力強化を図る



### 5. 業務効率化・経費削減等への取組み

#### (1) DXによる業務効率化推進継続

- テーマは「生産性の向上」 ～ 全社ベースでのDX化推進を継続
  - ⇒システム化、デジタル化にこだわらず、抜本的な業務効率化を目指し、スピード感をもって取り組む
- \* 環境整備 ⇒「DX推進委員会」による取組み推進、研修・教育による意識改革、インフラ整備
- \* 営業部門 ⇒モバイルオーダー・タブレットオーダー、シフト管理、ネット予約管理、動画研修、店舗システムのリプレイス
- \* 管理部門 ⇒RPA、電子契約、ワークフローシステム、電子化・ペーパーレス化、人事システムの見直し、アウトソーシングの活用
- \* 物流部門 ⇒EDI化、RPA

#### (2) その他経費削減等の取組み

- \* 原価率の管理 ⇒理論原価との乖離を把握、店舗別の改善指導により是正を図る
  - \* 水光熱費等 ⇒店舗の水光熱費や、店舗修繕コスト等の削減を図る
  - \* 地代家賃 ⇒店舗・不動産の賃料減額交渉及び保証金一部返還交渉の継続
- 引き続きDX推進による業務効率化・省人化を図ることにより、継続的に固定費等の削減を図る

### 6. 財務・資金面について

- ① 自己資本の状況      \* 2024/8月期末時点（連結ベース）104億円（自己資本比率31.0%）  
⇒ 前期末対比+9億円（自己資本比率+2.4%）  
    自己資本の積み増しにより財務の健全性の向上を図っていく
- ② 資金面                \* 2024/3月にシンジケートローンおよびコミットライン契約を締結（総額43億円）  
    \* 2021/12月に実施した日本政策投資銀行の制度融資（総額30億円）を  
    期日一括返済予定（2024/12月）  
⇒ 年度資金として一定額の資金調達は行っていくが、今期以降有利子負債の圧縮を図っていく
- ③ 保証金の適正化      \* 2024/8月期末時点（連結ベース）保証金・敷金49億円  
⇒ 前期末対比▲2億円（コロナ前2019/8月期末対比▲38億円）  
⇒ 一部返還交渉を引き続き継続していく











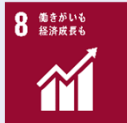
### 7. 剰余金の配当

- \* 当期期末配当：（1株当たり）8円 ※ 中間配当6円、年間計14円（前期比+8円）  
⇒ 黒字転換した通期業績を踏まえ、利益剰余金よりコロナ前2019/8月期と同額の配当実施
- \* 次期配当予想：（同）中間6円／期末8円、年間計14円（前期比同額）  
⇒ 前期同額の配当予想、今後も安定した配当の継続と適正な利益還元をめぐる

## 8. サステナビリティに関する取組み

\* 創業以来、「人類の健康と心の豊かさに奉仕する」という企業理念を実現するために、「安全・安心・鮮度・旬・健康」というサステナビリティの考え方を取り入れた事業展開を行ってきた

⇒ 基本方針に準じた従来の取組みに加え今後必要となる施策を選定、適宜目標・指標等を設定し推進していく

マテリアリティ	取組み内容	関連するSDGs
① 食の安全・安心の確保	当社グループ独自の厳しい安全基準（＝大庄基準）を設定し、2つの自社研究所において、農産物の残留農薬・食品添加物管理、衛生管理等の徹底を図る。各研究所で行った検証・検査結果を当社ホームページにて公表。	
② フードロスの低減	食材の購入から店舗での調理、廃棄までのサイクル全体でフードロス低減を目指し、サプライヤーや生産者と連携しながら取組みを推進する。また、メニュー開発・食材仕入管理の観点からもフードロス低減に取り組む。	
③ 持続可能な食材の調達	農産物に関しては国内生産者との密接な関係を築きトレーサビリティを確保し、水産物に関しては近海鮮魚を積極的に仕入れるなど、地産地消の考えに沿った食材調達を行う。	 
④ 資源循環型社会実現への貢献	限りある資源を効率的に活用するとともに、廃棄物抑制・リサイクルの観点から持続可能な循環型社会の実現への貢献に取り組む。【取組み】ダンボールのリサイクル、発泡スチロールの再利用、プラスチックカトラリー削減、廃油のリサイクル	  
⑤ 気候変動への適応とその緩和	気候変動への対応は重要課題として認識しており、CO2を含む温室効果ガスの排出量をグループ全体で把握し、目標を立てて削減を図っていく。	
⑥ 人材の育成および社内環境整備	創業より積極的に行ってきた人的資本への投資を継続し、環境や働き方の変化などに対応すべく、人材の育成と社内環境の整備を推進する。	  

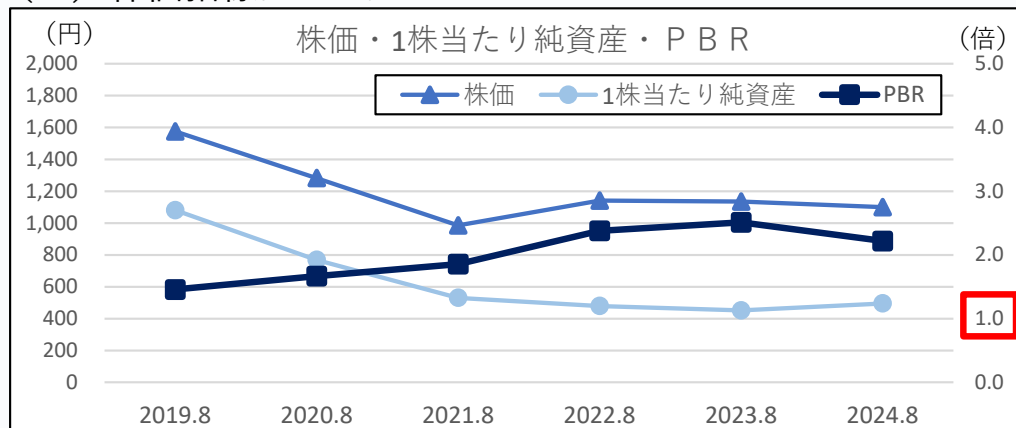
## 9. 資本コスト・株価を意識した経営の実現に向けた対応

### 【主要計数 推移】

(単位：百万円)

	2019/8期	2020/8期	2021/8期	2022/8期	2023/8期	2024/8期	2025/8期 計画
売上高	61,032	44,827	28,836	35,799	45,495	50,586	51,520
営業利益	734	▲3,311	▲5,949	▲5,390	▲461	1,000	1,424
経常利益	805	▲3,253	▲5,818	▲410	▲486	1,157	1,324
当期純利益	150	▲6,308	▲4,864	▲770	▲769	1,333	1,074
総資産	42,805	40,799	35,129	33,738	33,188	33,524	31,139
有利子負債	9,847	15,326	15,761	14,773	14,342	13,667	10,501
自己資本	22,461	16,130	11,140	10,065	9,485	10,402	11,182
売上高営業利益率	1.2%	▲7.4%	▲16.8%	▲15.1%	▲1.0%	2.0%	2.8%
自己資本比率	52.5%	39.5%	31.7%	29.8%	28.6%	31.0%	35.9%
R O A	0.4%	-	-	-	-	4.0%	3.3%
R O E	0.7%	-	-	-	-	13.4%	10.0%

### (1) 株価指標について



\* 市場評価 PBR：2.22倍 (2024/8月末)  
(2024/8月末 株価終値 ÷ 2024/8月期 1株当たり純資産)

⇒資本収益性の課題とされる「1倍割れ」には該当しない

\* 株価対策として安定的な株主還元 (配当・株主優待) を継続

### (2) 資本コストについて

\* まずは「財務の健全化」を優先

- ・有利子負債の圧縮 ⇒ 3年以内に50億円程度の圧縮
- ・自己資本の絶対額の積み増し ⇒ 150億円規模を展望

背景として、

- ・新型コロナによる業績悪化の影響で自己資本が大きく毀損、2019/8月末 224億円 ⇒ 2023/8月末 94億円 (▲130億円) 業種特性を踏まえ、変事抵抗力を高める必要有
- ・新リース会計基準適用 (2027年度義務化) により、大幅な資産・負債の増加による自己資本比率低下が見込まれる ⇒ 今後、影響度合を精査していく

\* 資本効率の分析についてはR O Eを指標とし、安定的な収益の確保により、資本コストを吸収していく

⇒ 8%以上確保を目安とする

〈参考〉R O E：2024/8月期 実績 : 13.4%

2025/8月期 通期計画ベース : 10.0%

(2025/8月期計画 当期純利益 ÷ 2025/8月期計画 自己資本)

### (3) 当社における重要経営指標

\* 「売上高営業利益率」⇒ 収益性指標として、5.0%達成を目標とする

\* 「R O A」⇒ 効率性分析の指標として注視していく  
分子には償却前利益(EBITDA)等も対象に加えていく





## III. 通期連結業績予想について

### Ⅲ. 通期連結業績予想について

#### ◆通期計画（上期／下期）前年比増減

(単位:百万円)

	2025/8月期 上期計画	2025/8月期 下期計画	2025/8月期 通期計画	2024/8月期 実績	前年比 増減
売上高	25,780	25,740	51,520	50,586	934
営業利益	685	739	1,424	1,000	424
経常利益	645	679	1,324	1,157	167
当期純利益	575	499	1,074	1,333	▲259

- \* 計画策定の前提 : 事業の柱である飲食、卸売・ロジスティクス事業を中心に、前期までに積み上げた収益力を強化し、今後の収益安定化に繋げていく
- \* 売上高 : 通期で前期比101.8%の増加を想定、改装・閉店等予定店舗を織込み
- \* 営業利益 : 飲食事業、卸売・ロジスティクス事業を中心に利益増 ⇒ 前期比 + 424百万円
- \* 営業外損益等 : 通期で営業外損益▲100百万円、特別損益▲130百万円を想定

### III. 通期連結業績予想について

#### ◆セグメント別 計画 (内部売上高含む)

(単位:百万円)

	2024/8月期 実績		2025/8月期 計画		前期比	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
飲食事業	23,505	1,448	23,883	1,698	378	250
卸売・ロジスティクス事業 ※1	31,695	715	33,036	825	1,341	110
不動産事業	1,815	384	1,808	414	▲7	30
フランチャイズ事業	915	347	946	359	31	12
その他	640	0	681	14	41	14
調整額 ※2	▲7,986	▲1,895	▲8,836	▲1,888	▲850	7
合計	50,586	1,000	51,520	1,424	934	424

※1：2024/8月期より、旧「卸売事業」と「運送事業」を統合

※2：セグメント間の取引消去、各セグメントに配分していない全社費用

- \* 飲食事業 : 既存店売上高前年比102.7%で想定。店舗改装・ブランディング等の店舗戦略、原価率及び経費のコントロール等により増益を図る
- \* 卸売・ロジスティクス事業 : 売上高の拡大と並行して、食材の厳選等仕入の強化及び収益力の強化を図る
- \* 不動産事業 : 前期の不動産一部売却と足許の空室減を織込み。リーシング強化を継続
- \* フランチャイズ事業 : 9月に2店舗VC移行、VC店舗の拡大を推進
- \* その他 : その他事業（ミヤビ事業等）の収益改善を図る

**【将来見通しに関する注意事項】**

本資料に記載されている、当期ならびに将来の業績見通し等に関する記述内容につきましては、当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。

従いまして、実際の業績等は、様々な要因により大きく変動する可能性があることをご承知おきください。実際の業績に影響を与える要因としては、当社グループを取り巻く経済・社会情勢や市場環境、会計基準や法律・諸制度の変更などがあります。さらに、自然災害などの予測不可能なリスク要因も含まれております。

また、当資料は、当社グループをより深く理解いただくために、株主、投資家の皆様への情報提供を目的としたものであり、必ずしも投資をお勧めするものではないことをご認識いただくようお願い申し上げます。

**IRお問い合わせ先****担当部：株式会社大庄 IT・経営企画部****電話：03-5764-2229****FAX：03-5764-2237**