


板前がいる町の酒場



<b><u>I. 2026／8月期中間期決算の概要</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
<b><u>II. 2026／8月期の経営戦略及び具体的施策</u></b>	11
<b><u>III. 通期連結業績予想について</u></b>	26



# I. 2026 / 8月期中間期 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)

	2025/8月期 中間期実績		2026/8月期 中間期実績		増減額	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	前期比 比率差
<b>売上高</b>	26,211	100.0%	<b>26,617</b>	100.0%	406	<u>101.6%</u>
売上原価	16,065	61.3%	16,539	62.1%	474	+0.8%
販売費及び一般管理費	9,545	36.4%	9,631	36.2%	85	▲0.2%
<b>営業利益</b>	600	2.3%	<b>446</b>	1.7%	▲153	▲0.6%
営業外収益	74	0.3%	106	0.4%	32	+0.1%
営業外費用	80	0.3%	84	0.3%	4	+0.0%
<b>経常利益</b>	594	2.3%	<b>468</b>	1.8%	▲125	▲0.5%
特別利益	364	1.4%	84	0.3%	▲279	▲1.1%
特別損失	128	0.5%	199	0.8%	71	+0.3%
<b>税金等調整前中間純利益</b>	830	3.2%	353	1.3%	▲477	▲1.8%
法人税等	68	0.3%	78	0.3%	10	+0.0%
法人税等調整額	53	0.2%	▲92	▲0.3%	▲146	▲0.6%
非支配株主に帰属する中間純利益	0	0.0%	0	0.0%	0	+0.0%
<b>親会社に帰属する中間純利益</b>	708	2.7%	<b>367</b>	1.4%	▲341	▲1.3%

[当該期末店舗数 (直営店)]

(236店)

(229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）

	2025/8月期 中間期実績		2026/8月期 中間期実績		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	11,888	675	11,787	556	▲101	▲119
卸売・ロジスティクス事業	17,113	467	17,816	504	703	37
不動産事業	924	220	907	242	▲17	21
F C・V C事業	467	186	423	151	▲44	▲35
その他	311	4	359	5	47	0
調整額 ※	▲4,495	▲954	▲4,676	▲1,012	▲181	▲58
合計	26,211	600	26,617	446	406	▲153

※：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：既存店売上高が前年比101.8%と増加した一方、直営店舗数の減少により、売上高は前期比微減  
営業利益は556百万円 ⇒ 原材料価格の高騰による原価率上昇等により前期比減
- 卸売・ロジスティクス事業：卸売・運送も含めた総物流サービスによる外部売上増加等により、売上高は前期比増  
営業利益は504百万円、前期比+37百万円増
- F C・V C事業：閉店影響や営業権利用料の更新等により、売上高、営業利益共に前期比減
- 調整額（全社費用）：人事システム刷新に係る費用、賞与引当金繰入額等が増加

# 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>

(単位：%)

	2024/8月期	2025/8月期	9月	10月	11月	12月	1月	2月	2026/8月期 中間期計	3月
売上高	110.4	103.7	99.7	101.8	103.7	103.2	103.3	98.8	101.8	100.4
客数	104.0	102.4	97.2	97.8	100.3	99.9	100.6	96.1	98.8	99.5
客単価	106.2	101.2	102.5	104.1	103.3	103.3	102.6	102.8	103.1	100.9

<カテゴリー別前年比実績>

	昼	宴会	夜フリー	2026/8月期 中間期計
売上高	101.5%	104.6%	101.6%	101.8%
客数	96.3%	99.5%	100.3%	98.8%
客単価	105.5%	105.1%	101.3%	103.1%

<カテゴリー別売上構成比>

	昼	宴会	夜フリー
2024/8月期 中間期計	21.6%	6.3%	72.0%
2025/8月期 中間期計	22.1%	7.9%	69.9%
2026/8月期 中間期計	22.0%	8.2%	69.8%
比率差異	▲0.1%	+0.2%	▲0.2%

➤ 宴会売上高が104.6%、売上構成比では8.2%（前期比+0.2%）と増加傾向

## 2. 販売費及び一般管理費の内訳

(単位：百万円)

	2025/8月期 中間期実績		2026/8月期 中間期実績		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	5,106	19.5%	5,128	19.3%	21	▲0.2%
地代家賃	1,419	5.4%	1,420	5.3%	1	▲0.1%
支払手数料	556	2.1%	576	2.2%	20	+0.0%
水道光熱費	620	2.4%	553	2.1%	▲66	▲0.3%
減価償却費	420	1.6%	442	1.7%	21	+0.1%
消耗備品費	363	1.4%	367	1.4%	4	▲0.0%
運搬費	141	0.5%	181	0.7%	39	+0.1%
販促・広宣費	127	0.5%	139	0.5%	11	+0.0%
修繕費	143	0.5%	137	0.5%	▲5	▲0.0%
その他	645	2.5%	683	2.6%	38	+0.1%
販売費及び一般管理費	9,545	36.4%	9,631	36.2%	85	▲0.2%
営業利益	600	2.3%	446	1.7%	▲153	▲0.6%

- ▶ 運搬費の増加 ⇒ 卸売・ロジスティクス事業の外部売上高の増加に伴う
- ▶ 支払手数料の増加 ⇒ クレジット手数料の増加、人事システム刷新に係る手数料（一方で省人化・効率化を実現）
- ▶ 水道光熱費の減少 ⇒ 節電の取組みや一部契約の見直しによる電気料減少、節水コマ設置拡充による水道料削減  
⇒ 販売費及び一般管理費は+85百万円の増加（販管費比率は▲0.2%の減）

### 3. 連結営業外損益・特別損益の内訳

(単位：百万円)

	2025/8月期 中間期	2026/8月期 中間期	増減額	備考
営業利益	600	446	▲153	
投資有価証券売却益	23	38	14	
受取保険金・受取損害賠償金	13	34	21	
受取利息	3	6	2	
受取配当金	0	2	1	
貸倒引当金戻入益	0	1	0	
その他	31	23	▲8	
営業外収益	74	106	32	
支払利息	56	56	▲0	
支払手数料	1	2	1	
貸倒引当金繰入額	1	0	▲1	
その他	20	24	4	
営業外費用	80	84	4	
経常利益	594	468	▲125	
受取補償金	—	83	83	立退きによる補償金
固定資産売却益	364	1	▲363	
特別利益	364	84	▲279	
減損損失	22	94	72	閉店に伴う減損（中間期末計上額70）
固定資産除却損	103	88	▲14	
固定資産売却損	—	11	11	
店舗関係整理損	1	5	4	
店舗閉鎖損失引当金繰入額	0	—	▲0	
特別損失	128	199	71	
税金等調整前中間利益	830	353	▲477	

# 4. 連結貸借対照表 (B / S)

(単位：百万円)

	2025/8月期	2026/8月期 中間期	増減額
流動資産	11,486	10,465	▲1,020
現預金	5,395	4,906	▲489
売掛金	4,132	3,768	▲364
棚卸資産	1,126	1,213	87
その他	832	577	▲254
固定資産	18,033	18,420	387
有形固定資産	9,465	9,971	505
無形固定資産	2,023	2,016	▲7
敷金・保証金	4,485	4,236	▲249
投資有価証券	1,087	1,145	58
その他	969	1,051	81
繰延資産	4	3	▲0
資産合計	29,523	28,889	▲634

	2025/8月期	2026/8月期 中間期	増減額
有利子負債	8,610	8,707	96
現預金	5,395	4,906	▲489
NET有利子負債	3,215	3,801	585
自己資本比率	38.2%	39.8%	+1.5%
有利子負債依存度	29.2%	30.1%	+1.0%

	2025/8月期	2026/8月期 中間期	増減額
負債合計	18,236	17,401	▲835
買掛金	2,506	2,018	▲487
未払金	1,823	1,730	▲93
借入金(長短)	8,385	8,527	141
社債	225	180	▲45
リース債務	202	147	▲54
資産除去債務(長短)	803	795	▲8
賞与引当金	366	409	42
退職給付に係る負債	1,550	1,559	9
その他	2,373	2,032	▲340
純資産合計	11,286	11,487	201
株主資本	11,257	11,456	199
資本金	100	100	—
資本剰余金	7,657	7,657	—
利益剰余金	3,749	3,949	199
自己株式	▲250	▲250	—
その他包括利益累計額	29	30	1
非支配株主持分	0	0	0
負債・純資産合計	29,523	28,889	▲634

# 5. 連結キャッシュ・フロー

(単位：百万円)

	2025/8月期 中間期	2026/8月期 中間期	増減額
<b>1. 営業活動 C F</b>	1,553	643	▲909
税金等調整前中間純利益	830	353	▲477
減価償却費	522	530	8
有形固定資産売却益	▲364	▲1	363
売上債権の増減額	906	364	▲542
仕入債務の増減額	▲390	▲487	▲96
その他営業 C F	48	▲115	▲164
<b>2. 投資活動 C F</b>	595	▲1,026	▲1,621
有形固定資産の取得による支出	▲440	▲1,032	▲591
有形固定資産売却による収入	1,175	53	▲1,121
投資有価証券取得による支出	▲159	▲73	85
投資有価証券売却による収入	49	—	▲49
その他投資 C F	▲29	25	55
※ フリーキャッシュ・フロー	2,148	▲382	▲2,531
<b>3. 財務活動 C F</b>	▲4,372	▲128	4,243
長短借入金の純増減額	▲4,099	141	4,241
社債の償還支出	▲45	▲45	—
配当金の支払額	▲167	▲167	0
その他財務 C F	▲59	▲58	1
<b>4. 現金及び現金同等物に係る換算差額</b>	▲1	7	8
<b>5. 現金及び現金同等物の期首残額</b>	9,001	5,974	▲3,026
<b>6. 現金及び現金同等物の増減額</b>	▲2,225	▲503	1,721
<b>7. 現金及び現金同等物の期末残額</b>	6,776	5,471	▲1,304

# 6. 店舗の状況

## ◆新規出店・改装店、及びグループ店舗状況

	2026/8月期 中間期
新規出店	3
店舗改装	8
閉店	6

※VC移行1店舗含む


<地域別 グループ店舗数>

	店舗数
東北・北海道	8
関東	248
中部	30
近畿	2
中国・四国	5
九州・沖縄	11
合計 (27/47県)	304

<関東 県別店舗数>

	店舗数
東京	133
神奈川	37
千葉	36
埼玉	29
群馬	7
栃木	3
茨城	3

	'24/8月末 店舗数	'25/8月末 店舗数	新規出店		改装	業態転換 による改装		閉店		'26/2月末 店舗数	増減	FC	VC	グループ 計	'25/8月末 対比 増減
			VCより 譲受			増加	減少	VCへ 移行							
庄 や	64	60			2		▲1	▲1		58	▲2	25	21	104	▲2
満天酒場	28	27	1	1						28	+1		11	39	
大庄水産	19	19			2					19			5	24	▲1
日本海庄や	15	14								14		3	3	20	
とり家 糸び 寿	12	14	1					▲2		13	▲1		2	15	▲2
築地日本海	12	12								12				12	
築地 寿司 岩	11	11								11				11	
呑兵衛	6	6								6			1	7	
定食のまる大	5	5				1				6	+1		1	7	+1
お多福	5	6								6				6	
お魚 総本家	5	5			1	1				6	+1			6	+1
お好みもんじゃ	1	5								5				5	
OHITORO KITCHEN	3	3	1	1		1				5	+2			5	+2
悟 大	5	4								4			1	5	▲1
三 村	5	4								4				4	
M I Y A B I	5	4								4				4	
大喜利	3	4								4				4	
その他業態	39	29					▲2	▲3	▲1	24	▲5		2	26	▲5
合計	243	232	3	2	5	3	▲3	▲6	▲1	229	▲3	28	47	304	▲7



## II. 2026／8月期の 経営戦略及び具体的施策

### ➤ 足許状況

- \* 景気は緩やかな回復傾向にあるものの、米国通商政策による影響や、地政学的な緊張や不安定な世界情勢による原油価格高騰・各種コストの上昇により、引き続き先行きは不透明な状況が続いている
- \* 飲食業界では、物価上昇と実質賃金の伸び悩みによる消費者の節約志向の高まりや、原材料価格や人件費、エネルギー価格など運営コストの上昇が未だ続いており、厳しい経営環境は続いている

### ➤ 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

### 2026/8月期 基本戦略（サマリー）

\* 各種営業施策や店舗状況に応じたリニューアル等の店舗出店戦略、事業ポートフォリオの更なる充実化に邁進し、「売上高の確保」と「営業利益率の向上」に拘っていく

#### 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F C・V C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
- \* 「庄や」および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. 収益力の強化

- \* 店舗改装等の事業投資を本格化 ⇒収益源の確保
- \* 仕入の工夫と、厳選食材を使用したメニュー開発  
⇒付加価値創出による集客力強化と、原価の抑制  
⇒但し「食の安全・安心」は担保

#### 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

- \* V C施策推進
- \* インセンティブ他、独自制度の継続
- \* 安心して働ける環境整備

### 1. 営業施策・店舗戦略

#### (1) 店舗出店戦略

➤これまで構築してきた「業態ポートフォリオ」を基盤に、「ブランディング強化」と「強化業態」の出店を推進

#### ◆上期実績

##### ①『庄や』『大庄水産』業態のリニューアル

➤店舗リニューアルを積極的に推進、主力ブランドのブラッシュアップを図る

⇒主要業態の『庄や』におけるブランディング強化

\*『庄や』柏西口店（9月）

\*『庄や』南浦和店（11月）～創業当時の趣きを再現した昭和レトロな空間へと一新

⇒『大庄水産』では水産市場さながらの活気あふれる店構えを強化

\*『大庄水産』京急鶴見店（10月）

\*『大庄水産』橋本店（12月）



庄や 南浦和店



大庄水産 橋本店

## 1. 営業施策・店舗戦略

### ②強化業態の出店

➤立地や店舗状況に合わせた業態変更を実施

\* 食事業態・・・『定食のまる大』矢口渡店（10月）

\* 好調業態・・・『OH!TORO KITCHEN』赤羽店（11月）、静岡駅前店（12月）、  
『お魚総本家』銀座店（12月）他



OH!TORO KITCHEN 赤羽店



お魚総本家 銀座店



### ◆下期予定

➤エリア・立地に合わせ、食事業態を中心に業態変更を推進

\* 4月出店

『満天酒場』中目黒店

『定食のまる大』鴻巣店

『築地日本海』築地本店

\* 5月以降出店予定

『蕎麦蔵 結』笹塚店、『定食のまる大』青物横丁店 他



定食のまる大 鴻巣店



築地日本海 築地本店

## 1. 営業施策・店舗戦略

### (2) メニュー・集客戦略

#### ①2026年旬メニュー ～季節の食材を使った旬メニュー&季節のおすすめ日本酒を提供



【3月】

- ・初かつお 刺身/漬け
- ・桜鯛の柚庵焼き
- ・生しらす刺身 他



【4月】

- ・桜鯛刺身
- ・メバルの粕漬け焼
- ・そら豆〈焼き〉 他



【3、4月日本酒】

- ・初孫 美咲 生酏純米大吟醸
- ・出羽桜 桜花吟醸酒
- さらさらにごり

#### ②春の宴会コース

- \* 庄や：3,980円、4,980円、5,500円コースの全3プラン  
⇒『庄や』らしい「板前の手作り料理」による宴会コース

#### ③飲料販売強化

- \* 各蔵元協力によるセミナーの実施や唎酒師資格取得により知識向上を図る
- \* 銘酒旅 ⇒4月より、各地域を代表する蔵元の銘柄を毎月ご紹介  
4月【東海】：三千盛 香るしぼりたて（岐阜）、開運 本醸造 夢仕込み（静岡）
- \* その他 ⇒八海山「MLB&ドジャースキャンペーン」：スクラッチカードで当たりが出たら、景品プレゼント  
⇒春のドリンクフェア：桜をイメージしたドリンクの提供



#### ④集客キャンペーン

- \* 割引イベント・大感謝セールの実施  
⇒個別店対策として名物料理の割引等により、集客底上げ

#### ⑤デリバリー事業の取組み

- \* 「ロケットナウ」の活用  
⇒『定食のまる大』や『築地日本海』など食事業態を中心にデリバリー媒体の多様化



## 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

➤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集客に繋げる

#### ①SNS戦略

\* TikTokチャンネル「庄やドラマ」

➤通常の店舗紹介動画では伝えきれない、  
庄やならではの魅力や空気感、人の温度を  
感じられるショートドラマ



⇒ TikTok・Instagram・YouTubeによる総再生回数は、1500万回突破

\* 大庄公式YouTubeチャンネル「庄Tube」

～コンテンツの拡充による動画プロモーションを着実に推進

➤大庄の魅力を伝え、他社業態との差別化を図ると共に自社情報発信ツールとして発展させる



【NEWS・トピックス】

新店やイベント情報を発信



【庄や板前の技】

熟練の板前の技を紹介



【板前の道】

大庄で働く魅力や仕事のやりがいを紹介



庄Tube【大庄公式】

<https://www.youtube.com/@syo-tube>



## 1. 営業施策・店舗戦略

### ② デジタルマーケティング施策

- \* 「LINE」施策 ～会員の獲得、利用率の向上による囲い込み  
⇒各店舗・業態毎のおすすめメニュー情報やキャンペーン等の告知、メニュー改定時の「おためしクーポン」の配信を強化

- \* 「Googleビジネスプロフィール」

- ⇒定期投稿の強化、タイムリーなメニュー情報の更新

### ③ WEB予約獲得の推進

- \* 利用WEB媒体の拡充による、予約獲得強化  
⇒ 「レスラク」を活用したグルメサイト予約管理の自動化・一元運用の拡充  
⇒ 前日・当日コース予約受付を開始、宴会予約の増加に寄与

### ④ インバウンド・団体客 対策

- \* 『庄や』羽田エアポートガーデン店

- ⇒羽田空港国際線ターミナル直結の複合商業施設に『庄や』を出店  
⇒国内外のお客様に居酒屋文化の魅力を発信する

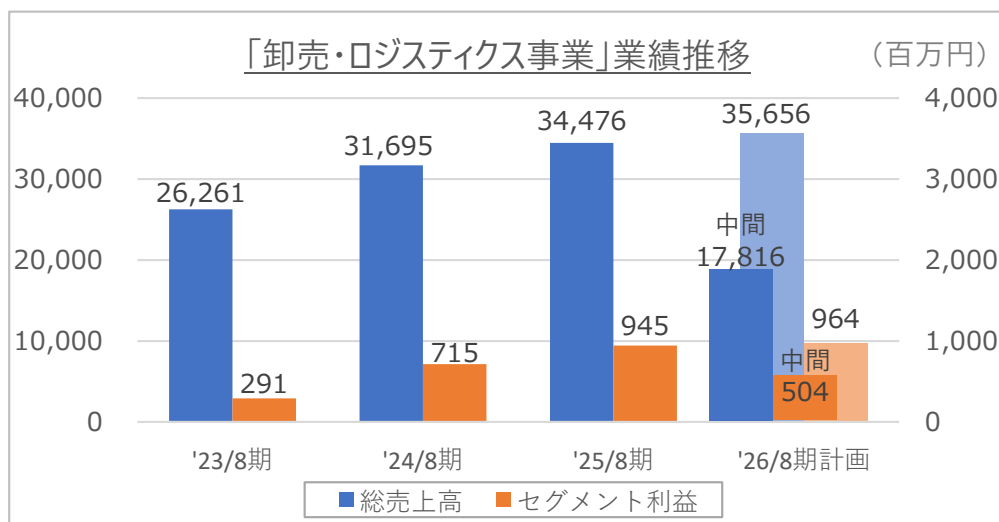
- \* Google対策強化

- ⇒店舗のサービス向上により、Googleページでの高評価獲得、予約の獲得増を図る  
特に、羽田他インバウンド向け店舗での口コミ収集を強化



## 2. 卸売・ロジスティクス事業の強化

- 自社所有の物流センター『DS・L・ヘッドクォーター羽田』を拠点として、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
  - \* 外販・倉庫・運送を一体化した「総物流サービス」の機能向上により、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」として業容拡大を図っていく
  - \* 九州・東北など地方を含め全国にセンター機能・配送網を拡充すると共に、外販取引先の新規獲得も進め配送店舗数を着実に拡大しており、引続き業容拡大と収益力強化を図っていく
  - \* 当社の購買力と物流網を活かし、食材とセットでの「酒類の卸売販売」事業を展望
- 各連結子会社の収益力向上、連携・機能強化により、セグメント利益増に寄与
  - ・物流子会社『ディ・エス物流』
    - ⇒ 関東～中部にかけ複数拠点による物流体制を築き、飲食チェーン店などへの生鮮食品等の配送を担う物価・燃料費高騰の中、新規取引の獲得を含めた売上・利益増で当期連結業績に寄与
  - ・鮮魚卸売子会社『米川水産』
    - ⇒ 全国の漁港・市場との直接連携、夜競りでの買い付けなどの調達体制の強化により鮮度の高い商品の提供、安定した供給体制の構築を進める



【卸売・ロジスティクス事業セグメント 業績推移】 (百万円)

	総売上高 (うち外売)	セグメント利益
2024/8期実績	31,695 (24,213)	715
2025/8期実績	34,476 (25,902)	945
増減額	2,780 ( 1,688)	230
2026/8期計画	35,656 (27,320)	964
(2026/8期中間実績)	17,816 (13,410)	504

⇒ 子会社含む各社の業容拡大によりセグメントの外部売上高は飲食事業を上回り連結売上高の過半を占めるまでに成長

### 3. その他各セグメント事業の強化

#### (1) 不動産事業

- \* 引き続き、新規出店への取組み強化、及び自社物件の開発・収益化を推進
- \* 子会社『アサヒビジネスプロデュース』  
⇒不動産管理事業における安定的収益の維持と、害虫防除サービスの強化を図る

#### (2) FC・VC事業


- \* VC（ボランタリーチェーン）制度のサポート機能強化  
⇒オーナー目線に立ったコンサル機能の強化  
⇒店舗毎の経営課題を把握・分析しスピード感を持って解決策を立案・推進、  
VCオーナーに対するサポート力の向上を図る
- \* **VC店舗数** ⇒ 2026/2月末：47店舗（当期4店舗減、うち直営移行2店舗）  
業績二極化が進み、不振店閉店。下期4店舗出店予定

#### (3) その他事業

- \* ミヤビ事業：『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
- \* 子会社『光寿』  
⇒業務用食器販売事業における営業体制を強化、新規販売先の獲得による  
業容拡大を図る



## 4. 従業員のやりがい・生きがいを高める施策

<p><b>◆ V C (ボランティアチェーン) 制度</b></p>	<p><b>◆ 「能力開発・やる気」をサポートする各種制度</b></p>
<p>* 「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 V C 事業の拡大を推進 ⇒ 少額の資金負担で従業員の“独立の夢”を支援する制度で、夢を実現する機会を広げる</p>	<p>* 究極の調理人を目指す 「調理甲子園大会」 * 優秀な寿司職人を優遇する 「調理専任職制度」 * 100時間の研修で一人前を目指す 「寿司職人養成研修」 * 日々の業務の質的向上を図る 「調理検定」「接客検定」 * 業務の生産性向上を図る 「AI人材育成研修」</p>
<p><b>◆ 「努力が報われる」賃上げ施策</b></p>	<p><b>◆ 「安心して、いきいきと働くことができる」環境整備</b></p>
<p>* 担当店舗業績に見合う歩合給 (幹部に毎月支給) * 店舗業績連動の年間報奨金 (店長・調理長/年1回) * 売上高拡大特別報奨金 (店長・調理長/毎月) * 従業員紹介特別賞与 (最高60万円) * 調理責任者育成手当 (対象1名あたり月1万円支給) * 唎酒師資格取得支援制度 (取得費用貸付・5年在職で返済免除) <b>* 会社業績連動の特別賞与</b> (年1回) ⇒ 支給要件を見直した上で、昨年10月に業績賞与支給 (現制度では初)</p>	<p>* 従業員の生活習慣病予防をサポートする 健康診断管理システム・アフターフォロー制度 * 育児・介護・看護と就業の両立をサポートする 柔軟な勤務体系 (大庄ママ制度) * 病気治療と就業の両立をサポートする 総合福祉団体定期保険・3大疾病見舞金制度 * ベンチマークとしての 「健康経営優良法人2026 (大規模法人部門)」認定</p> <div style="text-align: right;">  </div>

### 5. 業務効率化・経費削減等への取組み

#### (1) DX取組み推進の継続

➤テーマは「生産性の向上」

⇒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

\*「DX推進委員会」のもと、全社ベースでのDX推進を継続

⇒外部研修を活用したAI人材の育成により、全社的なAI活用の浸透を図り、DXの実効性を高める

営業部門 ⇒今期予定の店舗システムのリプレイスや動画研修の活用による店舗運営改善  
モバイルオーダー・タブレットオーダー、ネット予約の拡充による顧客利便性向上

管理部門 ⇒前期における人事システム刷新及びアウトソーシングにより人事部門の省人化・効率化を実現  
RPAによる自動化推進や電子化・ペーパーレス化を図る

物流部門 ⇒業容拡大の中で引き続き仕入サイドにおけるEDI化を增強、RPA活用を推進

#### (2) その他経費削減等の取組み

\*原価率 ⇒原材料価格の高騰に対し、メニュー開発、仕入れ、調理技術など、各担当部門が連携し  
あらゆる側面から原価改善に取り組む

\*地代家賃 ⇒店舗・不動産の減額交渉と賃料引上げの抑制及び保証金一部返還交渉の継続

\*その他コスト削減取組み

⇒全社体制での節電対策による電気料の削減、節水コマ設置の拡充による水道料の削減、  
商品仕様の見直しによる消耗備品費の削減 等

➤引き続きDX推進による「生産性向上」を図ると共に、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 \* 2026/2月末時点（連結ベース）114億円（自己資本比率39.8%）  
⇒前期末対比+2億円（自己資本比率+1.5%）  
前期において有利子負債50億円減少、財務健全性は大きく改善
- ② 資金面 \* 2025年6月にシンジケーション型コミットメントライン締結により資金繰も大きく改善  
一定額の年度資金調達を行いつつ、引き続き有利子負債の圧縮を図っていく
- ③ 保証金の適正化 \* 2026/2月末時点（連結ベース）保証金・敷金42億円  
⇒一部返還交渉を引き続き継続していく












### 7. 剰余金の配当

- \* 当期中間配当：（1株当たり）6円（当初計画通り）
- \* 期末配当予想：（同）8円 ⇒ 年間計14円  
⇒前期比同額の配当予想、今後も安定した配当の継続と適正な利益還元を努める

## 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

⇒引き続き従来の取組みを継続し、マテリアリティ毎の方針を基に今後必要な取組みの検討も含め、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。	  

# II. 2026／8月期の経営戦略及び具体的施策

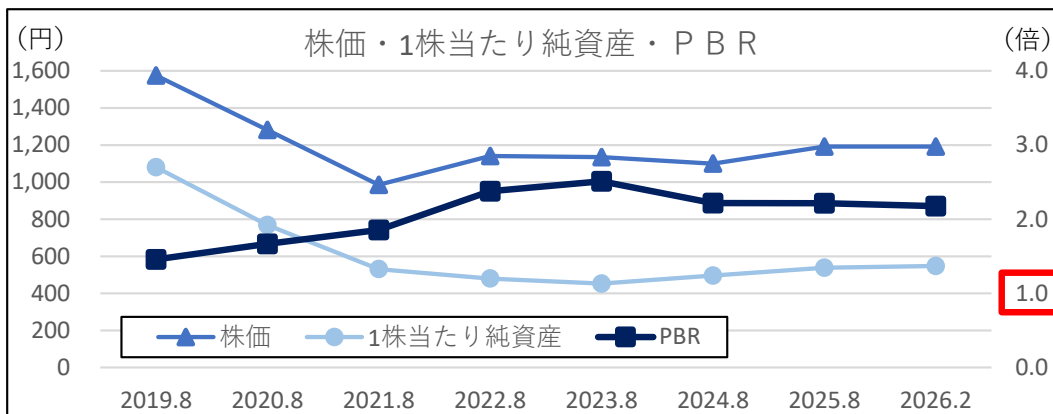
## 9. 資本コスト・株価を意識した経営の実現に向けた対応

### 【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	2026/8期 計画
売上高	61,032	44,827	28,836	35,799	45,495	50,586	52,556	53,700
営業利益	734	▲3,311	▲5,949	▲5,390	▲461	1,000	1,196	1,270
経常利益	805	▲3,253	▲5,818	▲410	▲486	1,157	1,196	1,220
当期純利益	150	▲6,308	▲4,864	▲770	▲769	1,333	1,172	920
総資産	42,805	40,799	35,129	33,738	33,188	33,524	29,523	29,205
有利子負債	9,847	15,326	15,761	14,773	14,342	13,667	8,610	7,667
自己資本	22,461	16,130	11,140	10,065	9,485	10,402	11,286	11,912
売上高営業利益率	1.2%	▲7.4%	▲16.8%	▲15.1%	▲1.0%	2.0%	2.3%	2.4%
自己資本比率	52.5%	39.5%	31.7%	29.8%	28.6%	31.0%	38.2%	40.8%
R O A	0.4%	-	-	-	-	4.0%	3.7%	3.1%
R O E	0.7%	-	-	-	-	13.4%	10.8%	8%程

### (1) 株価指標について



\* 市場評価 PBR：2.18倍 (2026/2月末)

(2026/2月末 株価終値 ÷ 2026/2月末 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

➢ 2024/8期に掲げた目標：3年以内に有利子負債を50億円圧縮

⇒2025/8期末で▲50億円減少、**1年で圧縮を実現**

・自己資本の絶対額の積み増し：150億円規模を展望

⇒新リース会計対応に向け、引き続き積み増しを図り、自己資本の充実を図る。

➢ 「財務の健全化」優先の背景として、

・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%確保を目安とする

〈参考〉R O E：2025/8月期 実績 : 10.8%

2026/8月期 通期計画ベース : 8%程

{ 当期純利益 ÷ (自己資本(期首+期末) ÷ 2 ) }

### (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） 前期比増減

（単位：百万円）

	2026/8月期 上期実績	計画対比	2026/8月期 当初下期計画	2026/8月期 通期計画	2025/8月期 実績	前期比 増減
売上高	26,617	▲242	26,840	53,700	52,556	1,144
営業利益	446	▲158	665	1,270	1,196	74
経常利益	468	▲106	645	1,220	1,196	24
当期純利益	367	▲112	440	920	1,172	▲252

#### ➤ 通期計画は、当初計画を据置き

#### ＜上期実績進捗＞

⇒売上高は計画比▲242百万円、営業利益は計画比▲158百万円、  
当期純利益は計画比▲112百万円の下振れ

⇒引き続き主要事業である飲食事業及び卸売・ロジスティクス事業を中心に、  
全社ベースで「売上高の確保」、「営業利益率の向上」を図り、計画達成を目指す

### 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)

	2026/8月期 上期実績		前期比		計画対比		2026/8月期 計画	
	売上高	営業利益	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	11,787	556	▲101	▲119	▲163	▲155	23,971	1,474
卸売・ロジスティクス事業	17,816	504	703	37	▲63	8	35,656	964
不動産事業	907	242	▲17	21	5	16	1,797	455
FC・VC事業	423	151	▲44	▲35	▲4	▲9	869	330
その他	359	5	47	0	3	▲2	711	12
調整額 ※	▲4,676	▲1,012	▲181	▲58	▲18	▲14	▲9,304	▲1,967
合計	26,617	446	406	▲153	▲242	▲158	53,700	1,270

※：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 : 売上高 ⇒ 上期は、既存店売上高の計画下振れ、店舗数の減少により売上高減  
 営業利益 ⇒ 上期は、売上高減、原価率の上昇による粗利減少により営業利益減  
 ⇒ 下期は、営業施策強化による売上高の確保と原価対策等による収益力の向上、上期迄に実施した  
 改装・業態変更の改善効果、不採算店舗閉鎖の効果等により、当初計画の達成を図る
- \* 卸売・ロジスティクス事業 : 上期は、売上高は計画を下振れたものの、子会社の好調により営業利益は上振れ  
 引き続き地方センターを含む新規外販先の獲得、及び各社事業の収益力を強化
- \* 不動産事業 : 賃貸物件空室の減少、子会社アサヒビジネスプロデュースの業績好調により営業利益は上振れ傾向
- \* FC・VC事業 : 足許で店舗数は減少しているが、下期出店予定有り。引き続き事業拡大を推進していく
- 他 全般 : 電気料金やシステム関係費用など、各契約見直しにより、販管費の削減を図っていく

**【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 経営企画部****電話：03-5764-2229****FAX：03-5764-2237**