

2025年2月期 決算説明レポート

書き起こし

株式会社ガーデン

東証スタンダード市場（証券コード：274A）

株式会社ガーデン

2025年2月期 決算説明レポート

1.	会社概要・事業内容	P.3
2.	2025年2月期 業績概要	P.10
3.	2026年2月期 業績見通し	P.26
4.	競争力の源泉	P.29
5.	成長戦略	P.40

Summary

2025年2月期 通期業績概要

**主力ブランドが全体業績を牽引し、
売上・利益共に過去最高を更新**

- 売上高は前期比12.1％増、営業利益は前期比22.0％増、当期純利益は前期比13.3％増
- 営業利益率は10.8％。外食上場企業が約100社ある中、営業利益率を10%以上出している企業はわずか数社
- ROEは23.5％、配当性向は40％以上と計画目標を達成

2026年2月期 通期業績予想

年間13店舗の出店計画と既存店入客数増加で売上高・利益を拡大

- 売上高は6.6％増、営業利益は10.8％増、経常利益は12.1％増、当期純利益は9.3％増を計画
- 主力ブランド「壱角家」と「山下本気うどん」を軸とした安定成長により、営業利益率は11.2％以上、配当性向は40％以上の株主還元を図る

当社の強み

企業再生型のM&A実績、不動産事業の知見・ネットワーク、店舗運営ノウハウ

- 外食企業を中心に12社以上の企業再生型M&Aにより、非連続的な成長を遂げてきた実績とノウハウ
- 不動産事業を営んできた知見とネットワークで、一等地を好条件で次々と取得することが可能
- 好立地と視認性の高い看板により様々な客層がブランドを認知。また、均質化された商品提供による高い集客力と利益率、マニュアル整備による人件費や教育費の低コスト化も強み



本日はご参加いただき、誠にありがとうございます。
ガーデン代表取締役社長の川島です。

2025年2月期通期の決算説明会を開始します。今回は初めての通期決算発表のため、改めてガーデンがどのような会社なのかご説明します。

IRサイトは
こちらから



目次です。最初に会社概要、事業内容からご説明し、2025年2月期の業績概要、2026年2月期の業績見通し、最後に当社の強みや成長戦略についてお話しします。

GARDEN
IRサイトは
こちらから



当社の会社概要と事業内容です。

COMPANY INTRODUCTION

会社概要

会社名	株式会社ガーデン（Garden Co., Ltd.）
設立	2015年 12月
資本金	2,378百万円
従業員数	正社員　：286名 アルバイト：3,326名 ※ 25年2月末時点

役員

代表取締役社長	川島 賢	取締役（監査等委員）	小川 哲史
専務取締役	小澤 修三	社外取締役（監査等委員）	角野 崇雄
取締役	薫田 勇	社外取締役（監査等委員）	田中 達也
取締役	井上 陵太	執行役員	伊藤 貴俊
社外取締役	永野 正剛	執行役員	木村 直樹

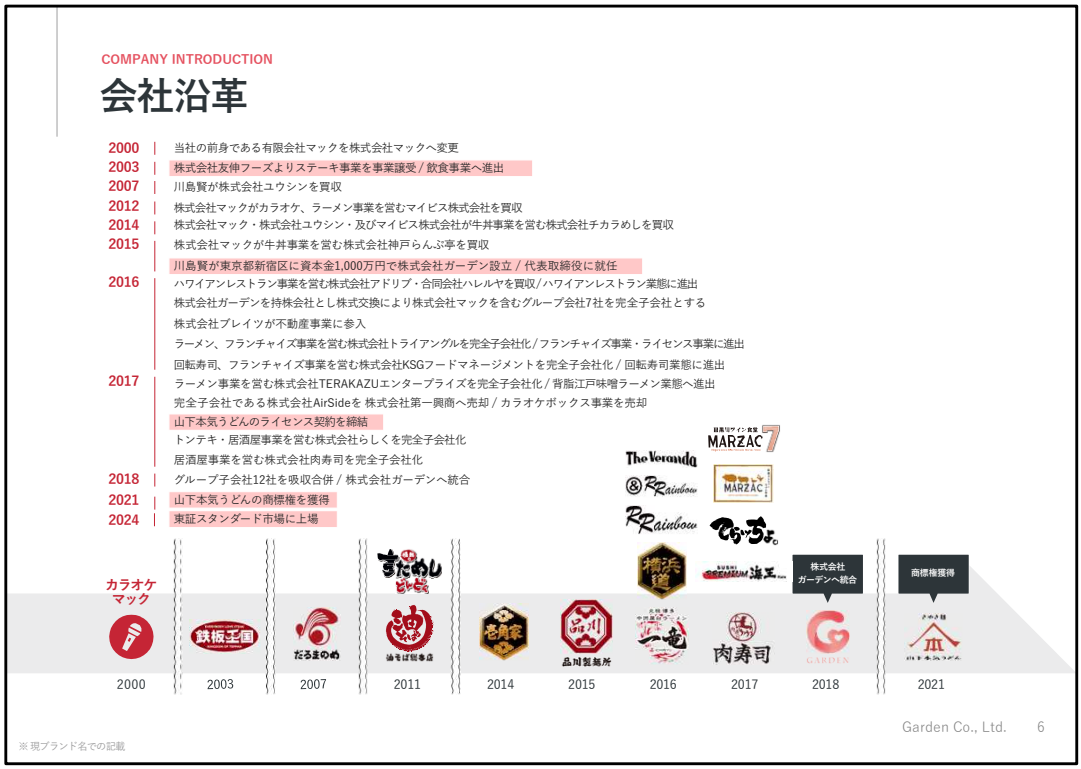
Garden Co., Ltd. 4

IRサイトは
こちらから



企業理念は、「イマをHAPPYに！」です。今をハッピーにすることで、当社と関わるステークホルダーの皆様と、将来をワクワクできるような企業にしていきます。

私達の目的は、まず日本の外食企業でNo.1になることです。そして、世界の誰もが知る、日本を代表するブランドをつくることが当社の目的です。



会社沿革についてご説明します。当社は赤字のカラオケ店を無償で引き継ぎ、再生させることから事業をスタートしました。

当時、カラオケ業界は大手企業の寡占化が進んでおり、中小のカラオケ事業は次々と潰れていくような時代でした。そのような会社を無償で引き継ぎ、再生したことからスタートしています。

カラオケ店舗は当時の設備投資として1億円から3億円ほどかかりました。無償で引き継ぐことで投資回収は不要になり、室料やドリンクを安くすることで大手との差別化を図り、再生を可能にしました。その後、赤字のカラオケ店を次々と無償で引き継ぎ再生していきました。

その様子を周囲の金融機関や取引業者が見ており、今度は赤字の外食企業を再生してみたらどうかとの案件が舞い込むようになりました。M&Aにより外食業界に参入し、以降は12社以上の赤字企業の再生を中心として黒字化してきました。

このように、M&Aによる企業再生を遂げてきたことが当社の特色の一つであり、今後もM&Aによる非連続な成長を遂げていきたいと考えています。



事業紹介です。飲食事業と不動産事業です。当社の特徴は、不動産会社を営んでいたことから、一等地の物件を取得するノウハウやネットワークも持っています。

飲食業において、良い物件で開業することは高収益を生み出せる確率が非常に高くなります。スタート地点からどの程度利益率が高いかについては、リサーチ会社の調査によると、一般的なラーメン店で営業利益率は5.1%です。
当社の営業利益率は100店舗以上を平均しても22%と4倍以上です。

この収益性の高さが当社の強みになります。

GARDEN
IRサイトは
こちらから



ブランド一覧です。これまで12社以上のM&Aを行ってきたとおり、様々なブランドと関わってきた実績があります。いくつものブランドを多角的に分析してきたことで、高い収益を出せるブランドを選定するノウハウが当社にあります。その中で厳選したブランドが家系ラーメン「壱角家」と「山下本気うどん」です。

GARDEN
IRサイトは
こちらから

BUSINESS MODEL

出店地域

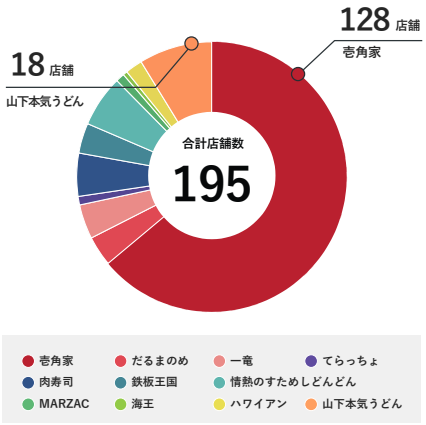
直営店舗は関東を中心に、FC店舗は幅広い地域へ出店

地域＆事業別店舗数

	ラーメン 事業		レストラン 事業		ステーキ 事業		寿司 事業	
出店地域	直営	FC	直営	FC	直営	FC	直営	FC
北海道	0	0	0	0	0	0	0	0
東北	0	1	0	0	0	0	0	0
関東	118	19 (内1)	20	0	20	1 (内1)	2	4
中部	0	2	0	0	0	0	0	1
近畿	0	0	0	0	0	0	0	1
中国・四国	0	2	1	0	0	0	0	0
九州	0	0	0	0	0	0	0	0
海外	0	3	0	0	0	0	0	0
合計	118	27	21	0	20	1	2	6

※ 25年2月末時点 / 単位：店舗 / () 内は業務委託店舗数

事業別店舗数内訳



※ 25年2月末時点 / FC に業務委託含む / 単位：店舗

Garden Co., Ltd. 9

出店地域です。東京の大型ターミナルの駅前を中心に、1都3県の一等地を中心に展開しています。当社の大黒柱となっているラーメン事業は全体の約74%を占めます。

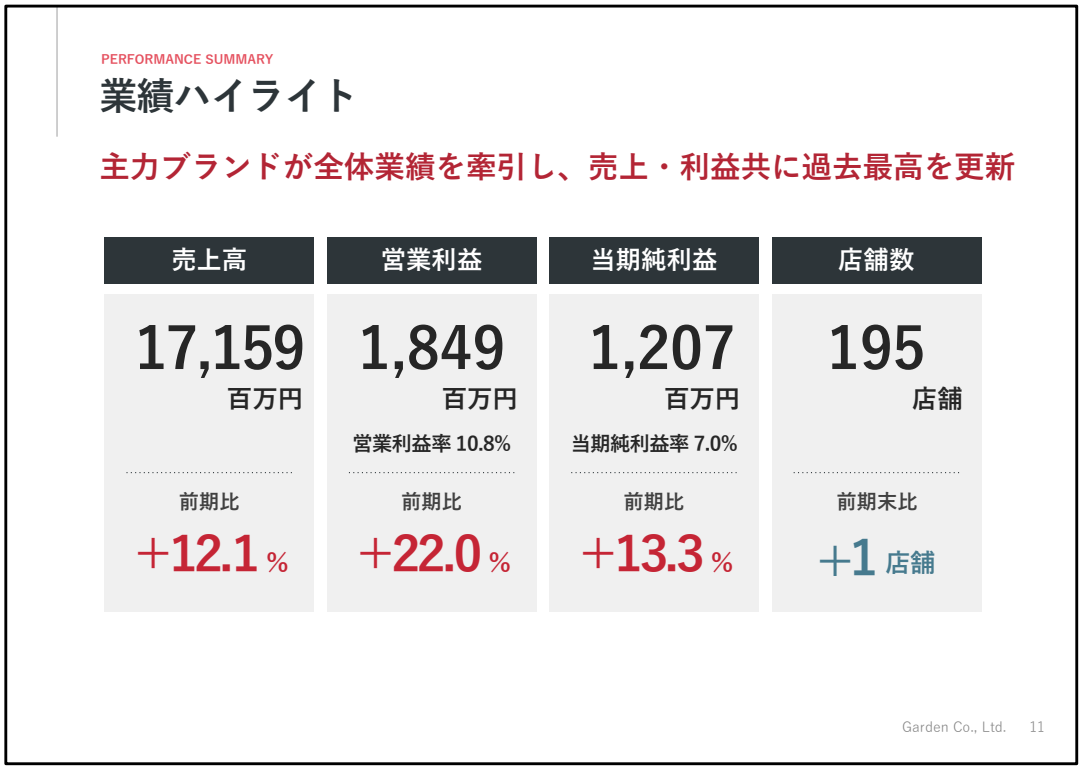
GARDEN

IRサイトは
こちらから



2025年2月期の業績概要です。

IRサイトは
こちらから



主力ブランドが全体の業績を牽引し、売上・利益ともに過去最高を更新しました。売上高は前期比12.1%増加、営業利益は前期比22.0%増加、当期純利益は前期比13.3%増加しました。

IRサイトは
こちらから

PERFORMANCE SUMMARY

2025年2月期 業績概要

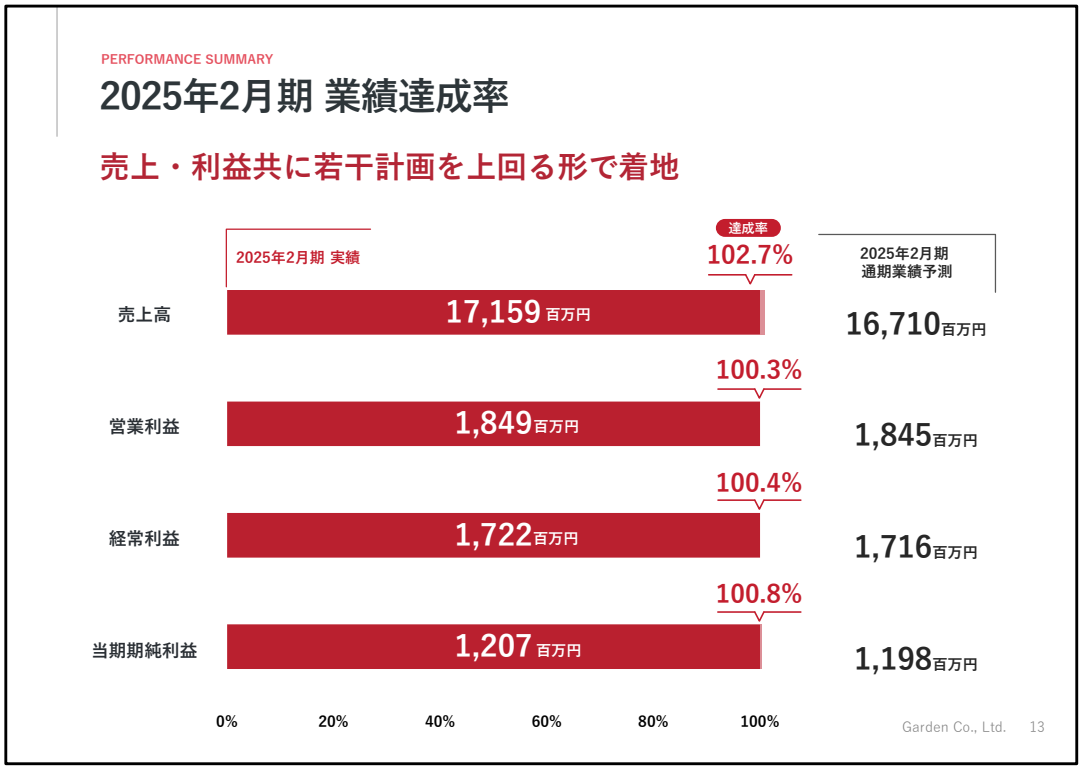
売上は前期比+12.1%、営業利益は+22.0%と着実に成長
営業利益率は0.9pt UPし10.8%に

単位：百万円	24年2月期 実績		25年2月期 実績		前期比	
	金額	売上比率	金額	売上比率	増減額	増減率
売上高	15,311	-	17,159	-	+1,847	+12.1%
売上総利益	10,680	69.8%	12,155	70.8%	+1,475	+13.8%
営業利益	1,516	9.9%	1,849	10.8%	+333	+22.0%
経常利益	1,441	9.4%	1,722	10.0%	+281	+19.5%
当期純利益	1,065	7.0%	1,207	7.0%	+141	+13.3%

Garden Co., Ltd. 12

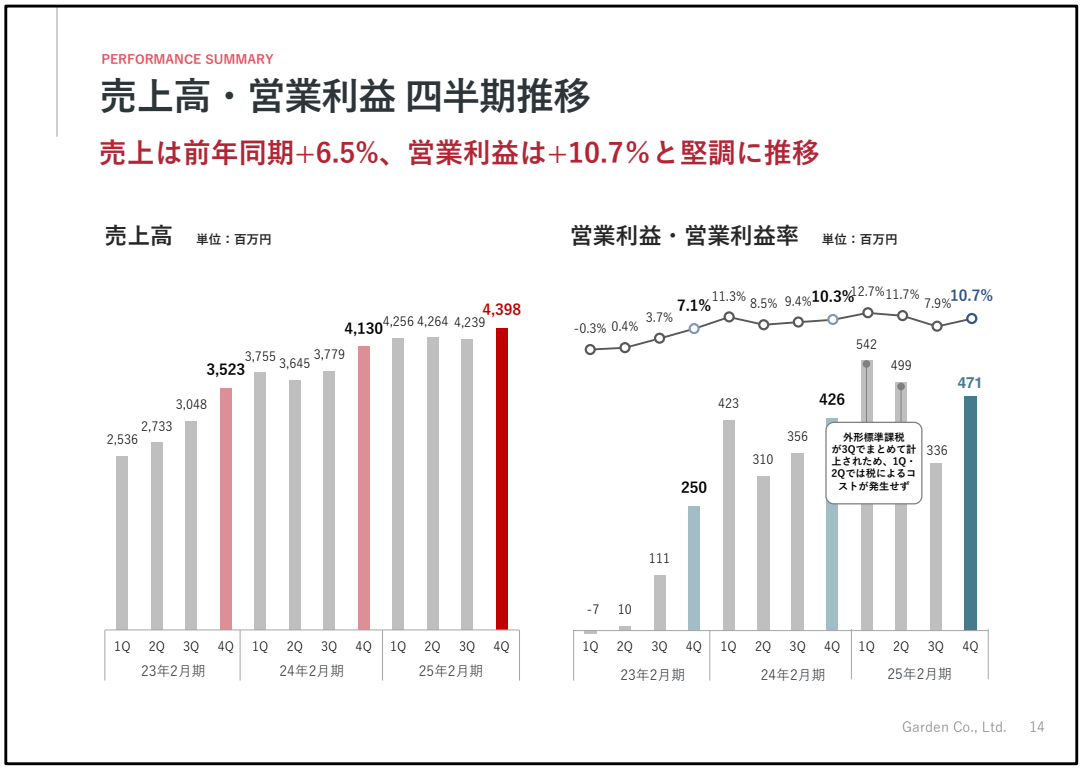
前期実績との比較です。営業利益率は0.9ポイント増加し、10.8 %です。外食上場企業は約100社ありますが、営業利益率を10 %以上出している企業はわずか数社と認識しております。

GARDEN
IRサイトは
こちらから



業績達成率については、売上・利益のほか全ての項目で目標を達成しました。

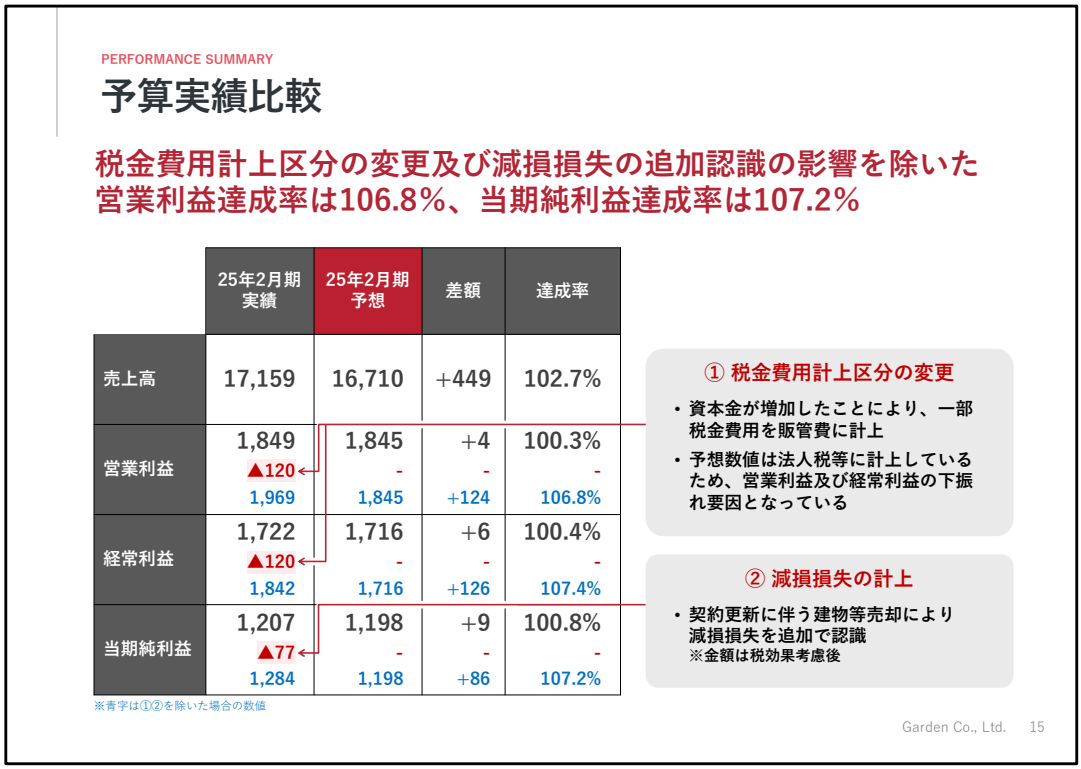
GARDEN
IRサイトは
こちらから



続いて、売上高・営業利益の四半期推移です。

売上高・営業利益ともに堅調に推移しています。売上高は前年同期比2億6,800万円の増加（6.5 %増加）、営業利益は前年同期比4,500万円の増加（10.7 %増加）となりました。

GARDEN
IRサイトは
こちらから



予算との実績の比較です。

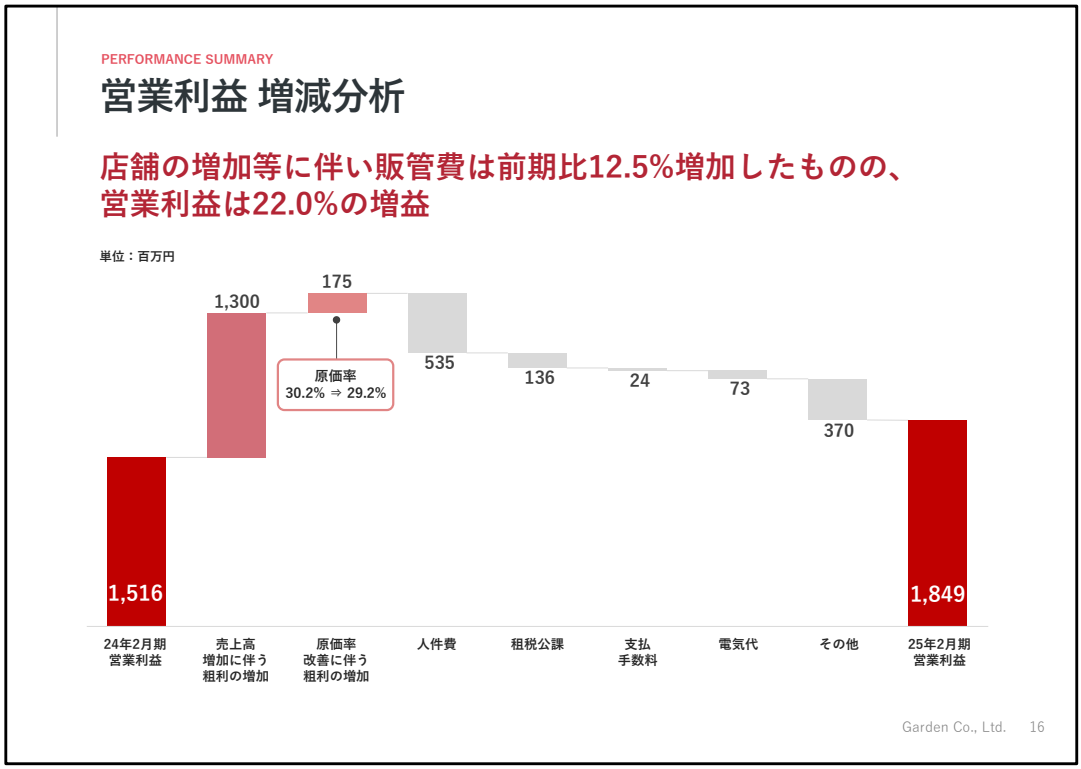
売上高は4億4,900万円の増加、達成率は102.7 %、
営業利益は400万円の増加、達成率は100.3 %、
経常利益は600万円の増加、達成率は100.4 %、
当期純利益は900万円の増加、達成率は100.8 %でした。

営業利益と経常利益については、資本金が1,000万円から23億7,800万円に増加したことで税金費用区分の変更があり、一部の税金費用を販管費に計上しました。

予算の段階において、法人税等で計上していたため、営業利益と経常利益の下振れ要因になりました。しかし、販管費ではなく、法人税等で計上された場合、スライドの青字で記載されているように営業利益は予算比で1億2,400万円の増加、達成率は106.8 %、経常利益は予算比で1億2,600万円の増加、達成率107.4 %になります。

当期純利益は、契約更新、定期借家の契約更新に伴う自社建物等の売却により、減損損失を7,700万円ほど追加で認識しました。これを除いた場合、当期純利益は予算比で8,600万円の増加、達成率は107.2 %となります。

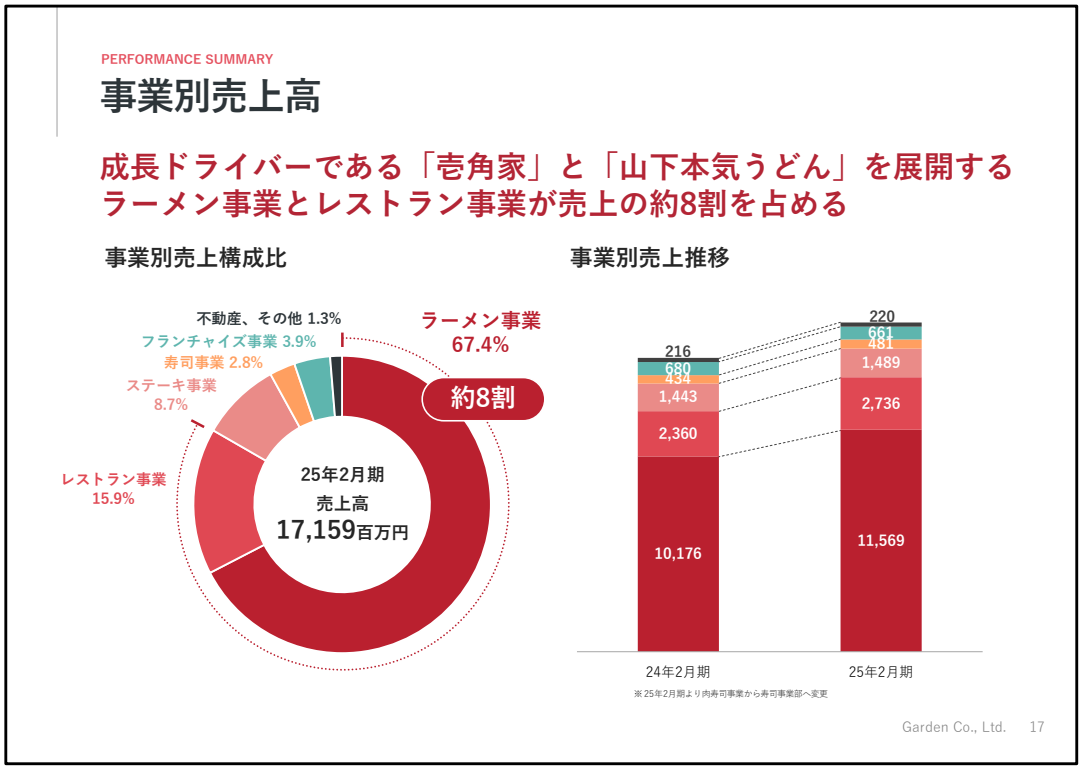
GARDEN
IRサイトは
こちらから



営業利益の前期比との増減分析です。店舗の増加に伴い、販管費は前期比で12.5 %増加したものの、営業利益は3億3,300万円増加と22.0 %の増益になりました。

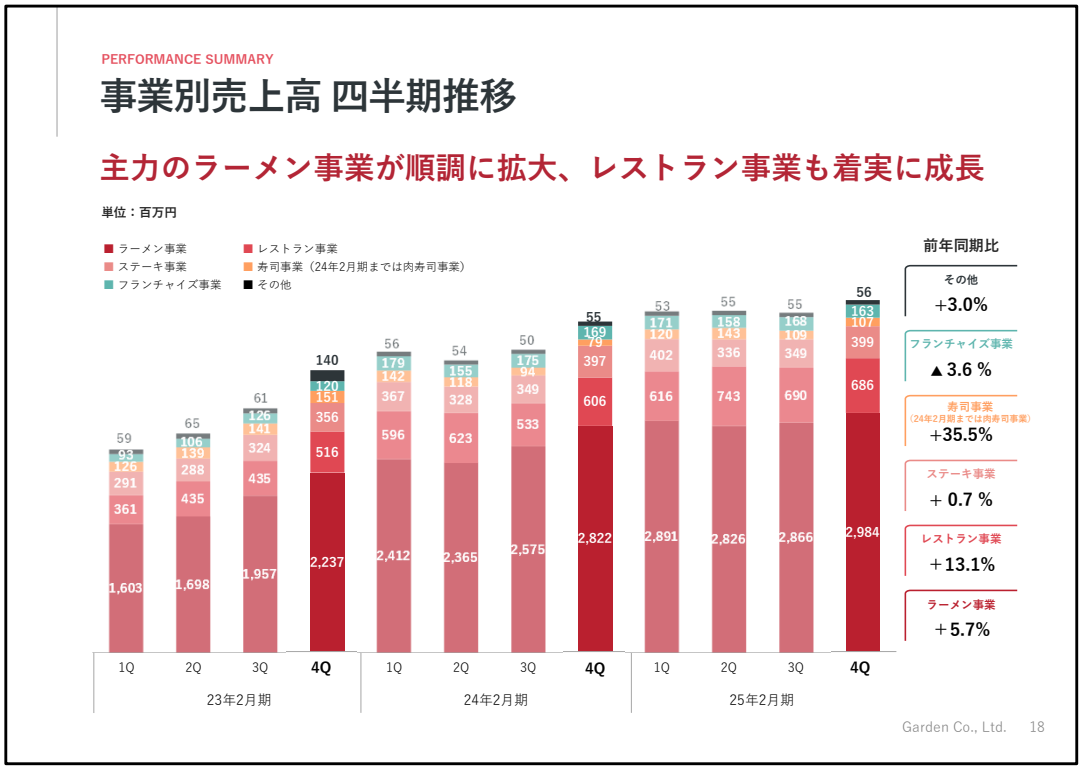
また、昨今の外食業界は原価高騰が課題となる中、当社の原価率は30.2 %から29.2 %と1ポイントの改善を図れています。

GARDEN
IRサイトは こちらから



事業別売上高です。主力の成長ドライバーであるラーメン事業「壱角家」が全体の67.4 %を占めています。第2の成長ドライバーである「山下本気うどん」を含むレストラン事業が15.9 %と、2つの事業で全体の約8割に及びます。

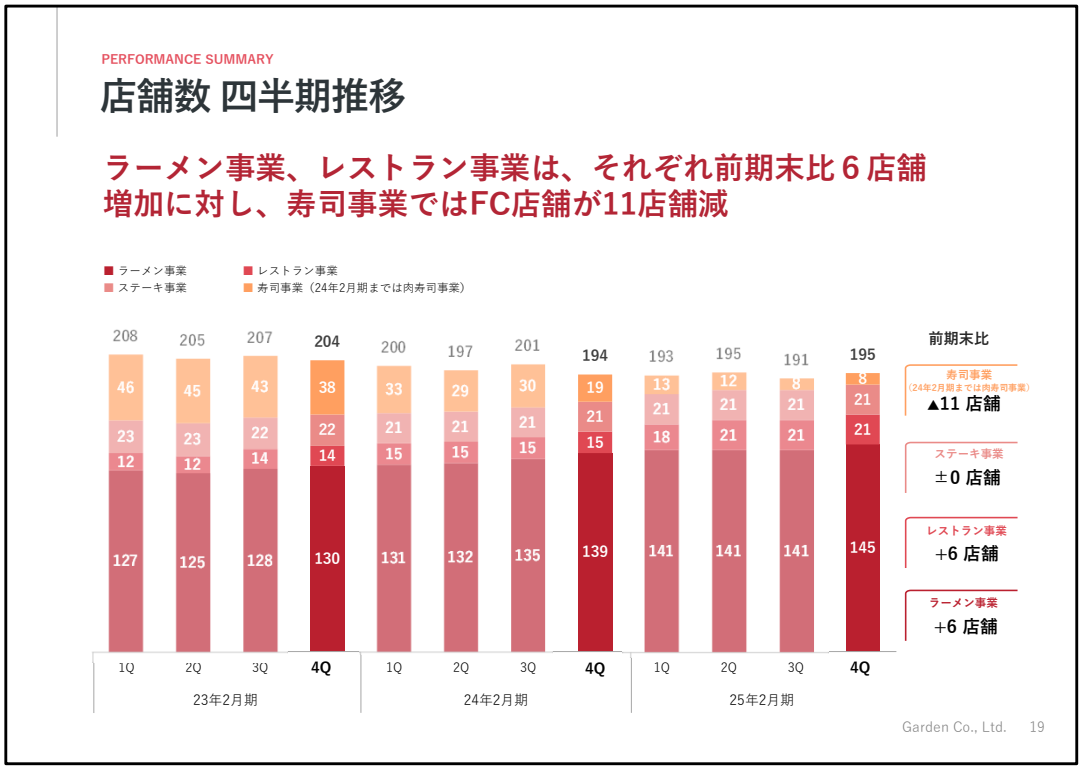
GARDEN
IRサイトは
こちらから



事業別売上高の四半期推移です。主力のラーメン事業が前年同期比で1億6,200万円の増加（5.7 %増加）、「山下本気うどん」を含むレストラン事業は、前年同期比で8,000万円の増加（13.1 %増加）になります。

外食業界は全体的に12月頃の年末年始が強いこと、また当社の主力のラーメン事業は寒い時期に強いことから、第4四半期の収益は比較的に高くなります。

GARDEN
IRサイトは
こちらから

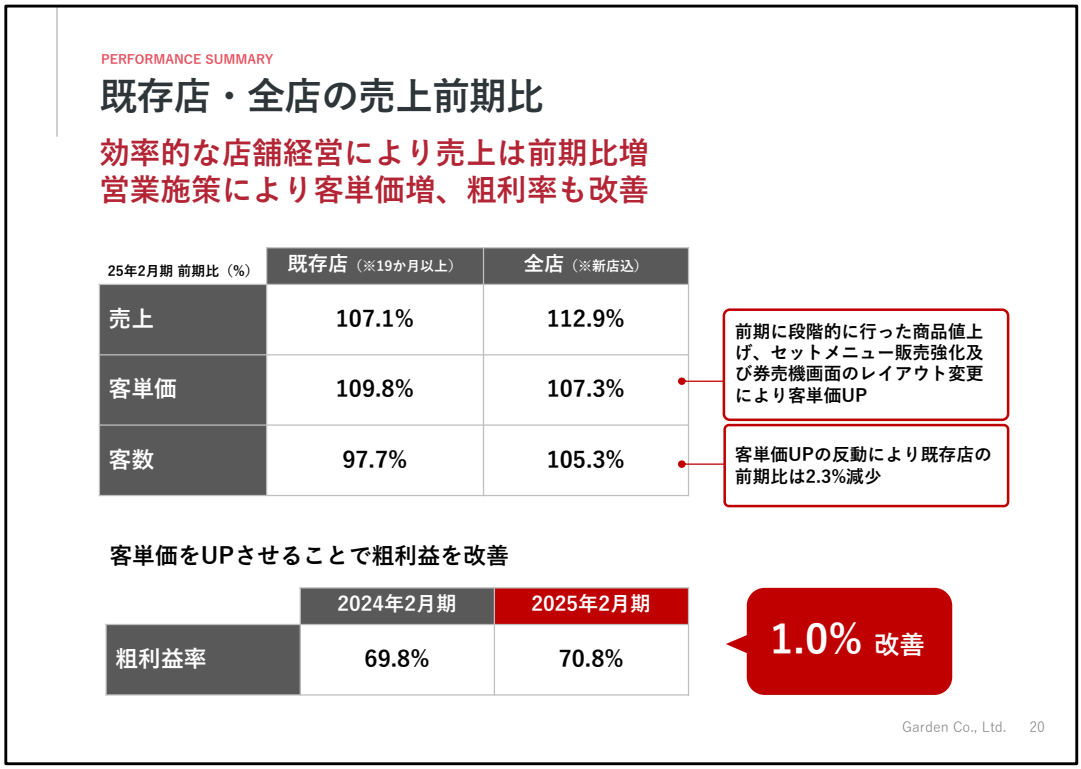


店舗数の四半期推移です。第4四半期は前年比で1店舗の増加です。

一方、直営店は15店舗を出店しました。直営店のうち定期借家契約で1店舗が退店、ロケーションの移転による1店舗の計2店舗の減少がありました。主に居酒屋系ブランド「肉寿司」などのフランチャイズを11店舗撤退した背景があります。

しかし、ほとんどがフランチャイズの撤退なので、売上や利益への影響は極めて軽微です。

IRサイトは
こちらから



既存店全店の売上前期比です。

既存店の売上高は107.1%、
客単価は109.8 %、
客数は97.7 %、

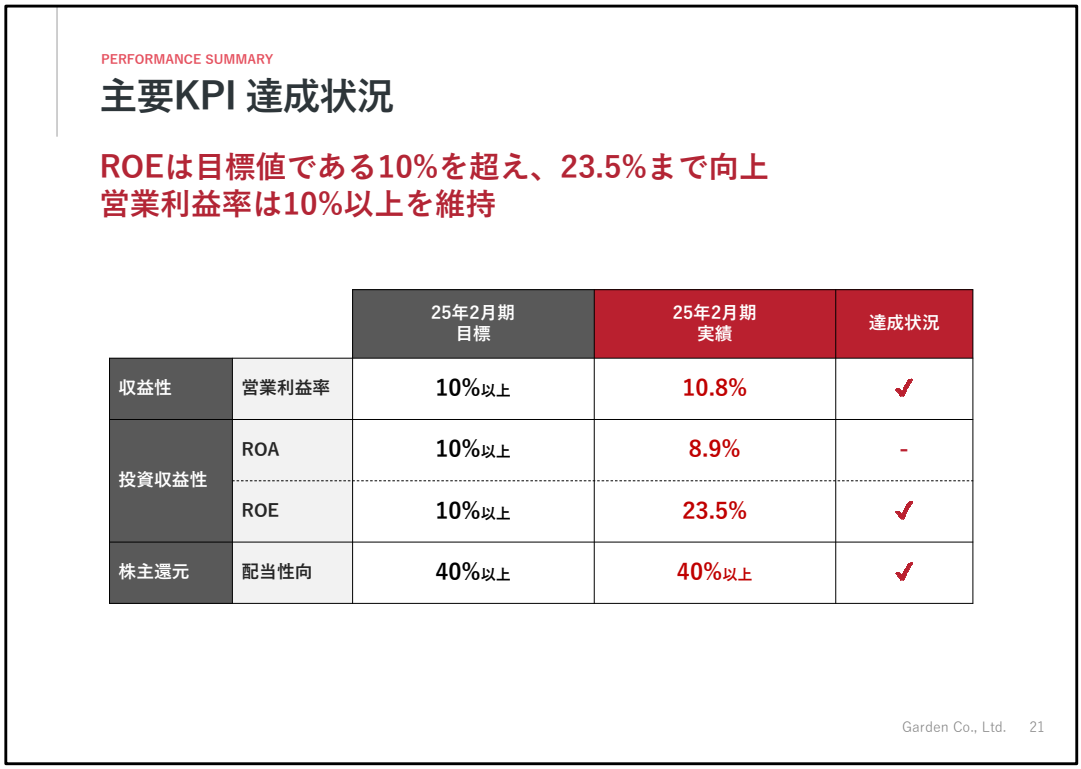
新店含めた全店は、
売上高は112.9 %、
客単価は107.3 %
客数は105.3 %となっております。

客単価の上昇については、段階的に行った商品の値上げや、家系ラーメン「壱角家」では無料のライスを有料化しました。また、ドリンクやサイドメニューとのセットメニューの販売強化により客単価を押し上げました。

既存店の客数が減っているところは、気温の高止まりによる主力ブランドのラーメンの集客が伸び悩んだことや、値上げにより客単価アップの反動がありました。これは一定期間続くものと考えています。

既存店前年対比で売上高が減少していましたが、適正な値上げ幅を進め、バランスを持ったコスト改善を行ってきたことで、売上や客数は減少しておりますが、利益は堅調に推移しています。

GARDEN
IRサイトはこちらから



PERFORMANCE SUMMARY

主要KPI 達成状況

ROEは目標値である10%を超え、23.5%まで向上
営業利益率は10%以上を維持

		25年2月期 目標	25年2月期 実績	達成状況
収益性	営業利益率	10%以上	10.8%	✓
投資収益性	ROA	10%以上	8.9%	-
	ROE	10%以上	23.5%	✓
株主還元	配当性向	40%以上	40%以上	✓

KPI（目標）に対する実績です。4項目のうち3項目で達成することができました。

達成できなかったのはROAです。上場による約47億円の資金調達を達成できたことで、総資産の増加によりパーセントが下がっています。

今後は潤沢な現預金を有効活用し、素早く利益に繋げ、ROAの改善を図っていきたいと考えています。

GARDEN

IRサイトは
こちらから

SHAREHOLDER RETURN

株主還元

2025年2月末より株主優待制度を新設、今後さらなる拡充を予定

対象となる株主様

毎年２月末日の当社株主名簿に記載又は記録されている1単元（100 株）以上を保有の株主様を対象といたします。

株主優待の内容

壱角家全店で使える家系ラーメン並（醤油or塩）又は油そば（並or大）無料券を下記保有株数及び継続保有状況に応じて進呈いたします。

保有株数	継続保有状況	
	1年未満	1年以上
1単元（100株）以上	2枚	4枚



進呈予定時期

毎年5月に発送予定です。

Garden Co., Ltd. 22

株主還元です。

2025年2月末より株主優待制度を新設しました。優待の無料券を現在使用できる店舗は、「壱角家」の一部商品のみとなります。現場の体制が整い次第、対象の商品を増やしたり、他のブランドでも利用できるように、優待内容の拡充を随時図っていきます。

SHAREHOLDER RETURN

株主還元

当社は、株主の皆様へ利益還元を経営の最重要課題であると認識し、
企業価値の継続的な拡大を図り、将来の事業展開と経営体質の強化のために必要な内部留保を確保しつつ、安定した配当を継続して実施していくことを方針としております。

配当金（1株）

2025年2月期

当初の期末配当金80円＋記念配当10円→年間配当金 90円に決定

2026年2月期

期末配当金を10円増額→年間配当金90円を計画

		2025年2月期 期初計画	2025年2月期 実績	2026年2月期 予想
配当金（1株）	期末配当	80円	80円	90円
	記念配当	-	10円	-
	年間配当金	80円	90円	90円

Garden Co., Ltd. 23

配当金は記念配当を含め90円としました。2026年2月期も90円の配当を続けて計画しております。

GARDEN

IRサイトは
こちらから

BUSINESS RECORD

貸借対照表 (BS)

単位：百万円	24年2月期	25年2月期	増減額
流動資産	**7,317**	**11,661**	**+4,343**
現金・預金	6,479	10,660	+4,162
売掛金	424	531	+107
その他	82	124	+42
固定資産	**3,688**	**4,084**	**+396**
有形固定資産	1,838	2,112	+274
無形固定資産	174	127	▲46
投資その他資産	1,676	1,844	+168
繰延資産	**143**	**121**	**▲21**
礼債発行費	143	121	▲21
資産合計	**11,149**	**15,867**	**+4,717**

単位：百万円	24年2月期	25年2月期	増減額
流動負債	**4,645**	**4,090**	**▲554**
買掛金	361	386	+24
短期借入金	127	66	▲60
1年以内長期借入金	1,684	1,290	▲394
その他	306	194	▲106
固定負債	**4,199**	**3,823**	**▲375**
長期借入金	1,206	1,161	▲44
その他	149	137	▲11
負債合計	**8,844**	**7,913**	**▲930**
純資産合計	**2,305**	**7,953**	**+5,648**
資本金	10	2,378	+2,368
資本余剰金	300	2,669	+2,368
利益余剰金	1,902	2,790	+887
その他	91	115	+24
負債純資産合計	**11,149**	**15,867**	**+4,717**

Garden Co., Ltd. 24

BSです。自己資本比率は50 %以上と安定した経営を図れております。
また、106億円以上の潤沢な現預金を有効活用し、オーガニックな視点で着実に収益を伸ばしながら、M&Aによる非連続な成長を続けていきます。

GARDEN
IRサイトは
こちらから

CASH FLOW

キャッシュフロー

単位：百万円	24年2月期	25年2月期	主な内訳
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,789	1,418	・税引前当期純利益 1,576百万円 ・減価償却費 359百万円 ・その他償却額 123百万円 その他、未払消費税等の増減額 106百万円　等
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲591	▲819	・敷金及び保証金の回収による収入 +71百万円 ・預り保証金の受入による収入 +17百万円 ・敷金及び保証金の差入による支出 ▲133百万円 ・有形固定資産取得による支出 ▲707百万円　等
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,072	3,563	・株式の発行による収入 +4,710百万円 ・長期借入れによる収入 +1,393百万円 ・社債の発行による収入 +586百万円 ・長期借入金の返済による支出 ▲1,831百万円 ・社債の償還による支出 ▲851百万円　等
現金及び現金同等物の期末残高	6,479	10,660	

Garden Co., Ltd.　25

キャッシュフローです。12店舗の投資活動については、直営店出店の投資がありましたが、営業キャッシュフローの範囲内で賄えております。
財務活動については、上場で約47億円調達したため、大きく増加しています。

IRサイトは
こちらから



2026年2月期の業績見通しについてご説明します。

GARDEN
IRサイトは
こちらから

EARNINGS GUIDANCE

2026年2月期 業績見通し

QSCの向上、既存店入客数増加に注力し、売上高と利益のさらなる拡大を図る

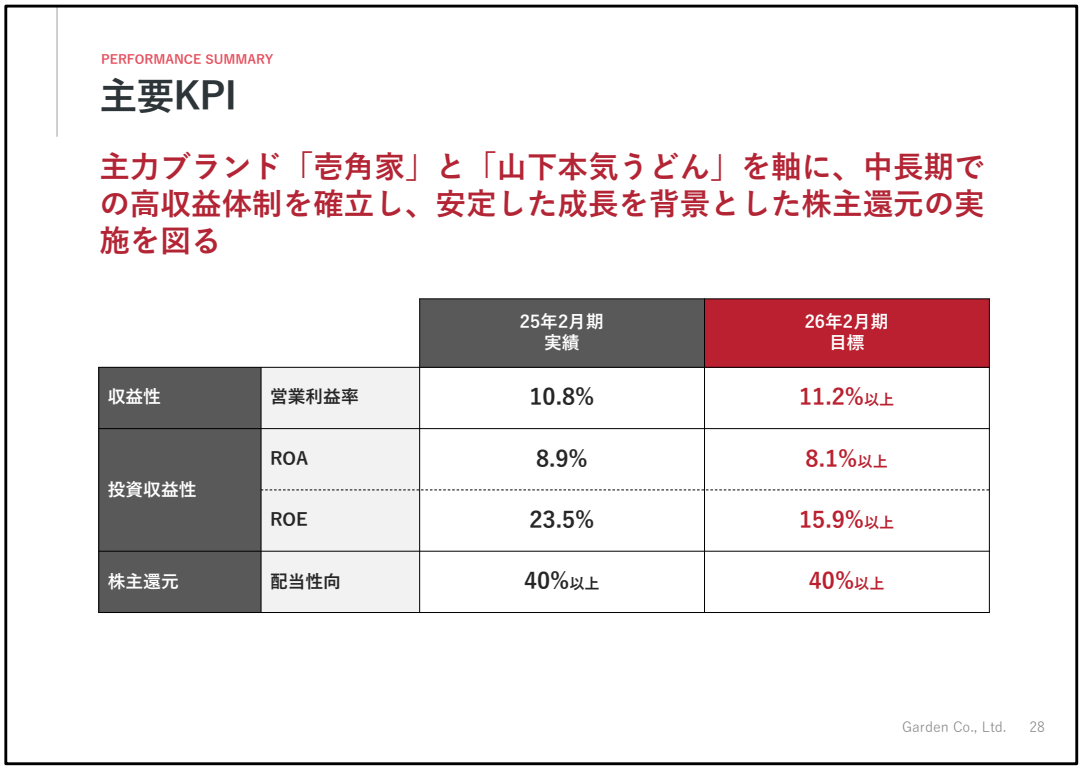
単位：百万円	25年2月期 実績		26年2月期 予想		前期比	
	額	率	額	率	額	率
売上高	17,159	-	18,290	-	+1,130	+6.6%
営業利益	1,849	10.8%	2,050	11.2%	+200	+10.8%
経常利益	1,722	10.0%	1,930	10.6%	+207	+12.1%
当期純利益	1,207	7.0%	1,320	7.2%	+112	+9.3%

Garden Co., Ltd. 27

既存店の業績と年間約13店舗の直営店の出店計画により、

売上高は前期比で11億3,000万円の増加（6.6 %増加）、
営業利益は前期比で2億円の増加（10.8 %増加）、
経常利益は前期比で2億700万円の増加（12.1 %増加）、
当期純利益は前期比で1億1,200万円の増加（9.3 %増加）を計画しております。

GARDEN
IRサイトは
こちらから



PERFORMANCE SUMMARY

主要KPI

主力ブランド「壱角家」と「山下本気うどん」を軸に、中長期での高収益体制を確立し、安定した成長を背景とした株主還元の実施を図る

		25年2月期 実績	26年2月期 目標
収益性	営業利益率	10.8%	11.2%以上
投資収益性	ROA	8.9%	8.1%以上
	ROE	23.5%	15.9%以上
株主還元	配当性向	40%以上	40%以上

Garden Co., Ltd. 28

今期のKPIの目標です。安定した成長と財務体制を背景としながら、引き続き配当性向は40%以上の株主還元を行っていきたいと考えております。



当社の強みについてご説明します。

GARDEN
IRサイトは
こちらから



当社の強みは、スライド下側の赤い部分で示す「3つの土台」です。

1つ目は、12社以上の企業再生型のM&Aをしてきたことによる非連続な成長を成し遂げてきた実績とノウハウです。

2つ目に、不動産会社を営んできたことで、一等地の物件を取得できるノウハウとネットワークを持っています。

3つ目として、当社はブランドを十数ほど保有しております。その中でも収益性が高く、成長性を見込めるラーメン「壱角家」と「山下本気うどん」の2本柱の成長ドライバーを持っています。



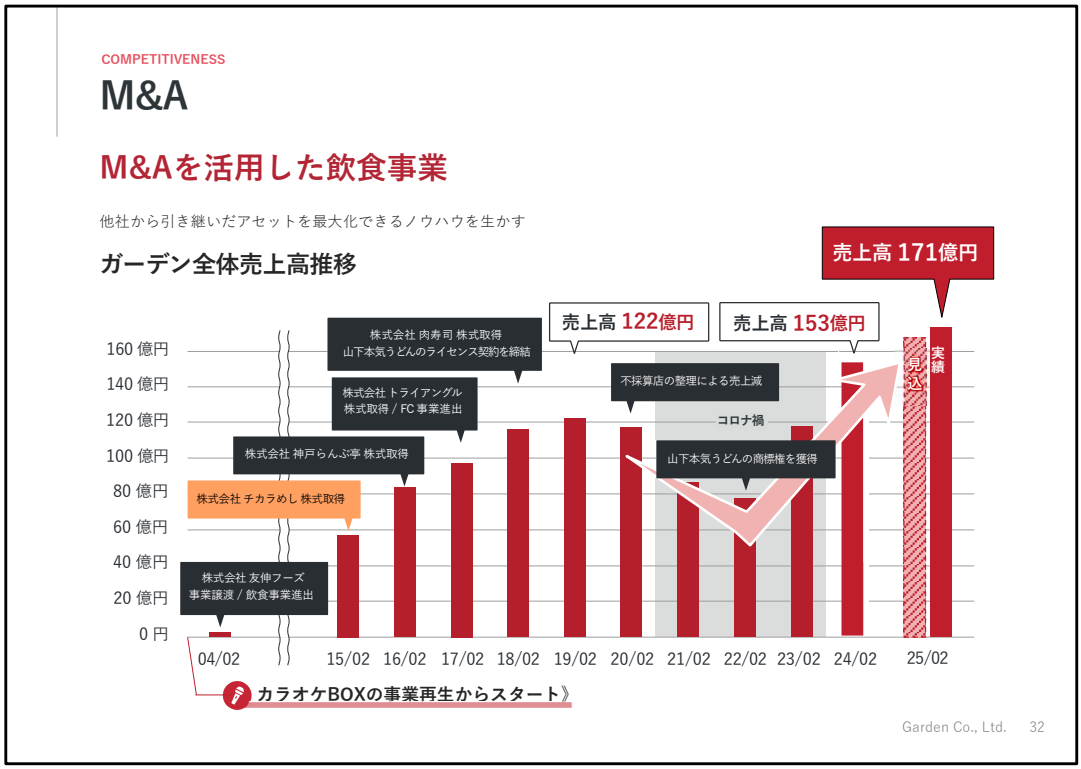
M&Aについてです。当社は外食企業を中心としたあらゆるケースの企業再生型のM&Aを行ってきました。収益悪化する企業を買収し、より早く事業再生させるノウハウを持っています。

再生のポイントはいたってシンプルです。不採算事業は素早く切り捨て、当社の強いブランドと入れ替えます。つまり業態転換を行います。

もう一つは、有効活用できていない資産をその会社が保有していれば売却して現金化し、投資に回します。

また、買収した企業に伸びる事業があれば、それを拾い上げてブラッシュアップし、収益化を図ってきました。

IRサイトは
こちらから



スライドの棒グラフのとおり、当社はM&Aにより非連続な成長を果たしてきました。代表的な2つの事例をご紹介します。

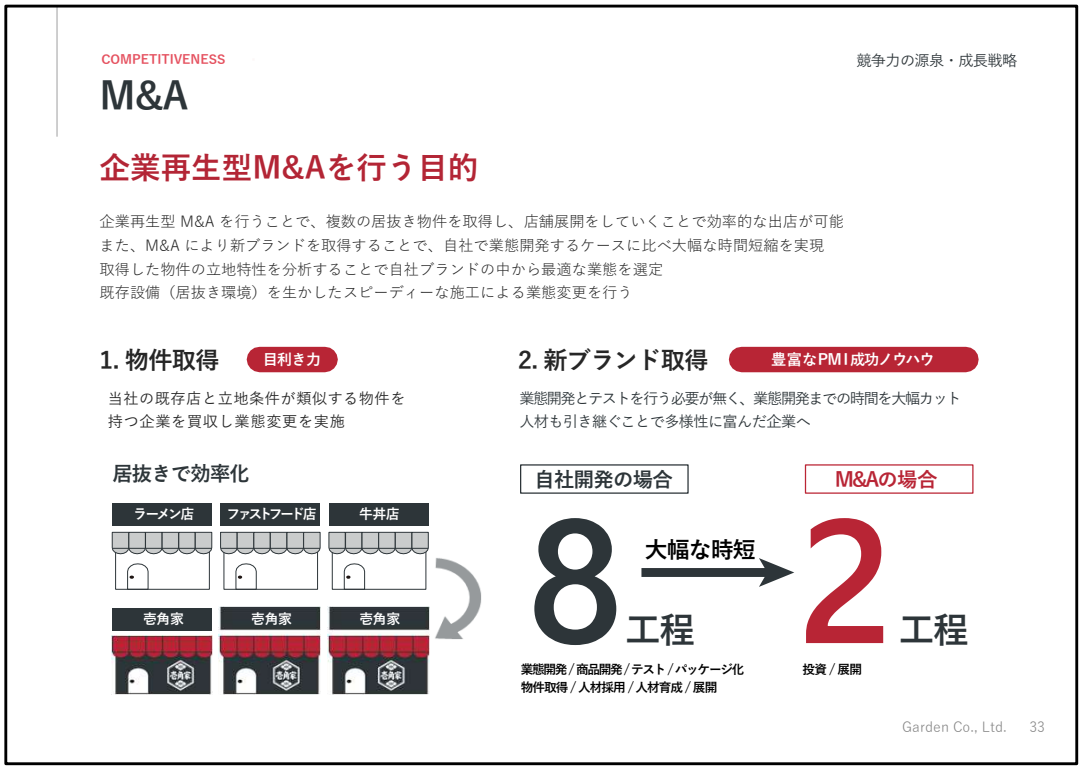
1つ目は、スライド左側のオレンジ色の牛丼店「東京チカラめし」という60店舗展開していた企業を買収した例です。この会社は駅前一等地という好立地にありながら、毎月8,000万円の赤字を出していました。そこで当社は過当競争である牛丼を切り捨てました。

横浜家系ラーメンの「壱角家」に業態転換することで、毎月8,000万円の赤字がおよそ半年で黒字化しています。現在、「壱角家」の売上高は100億円、営業利益は22億円にまで成長しています。

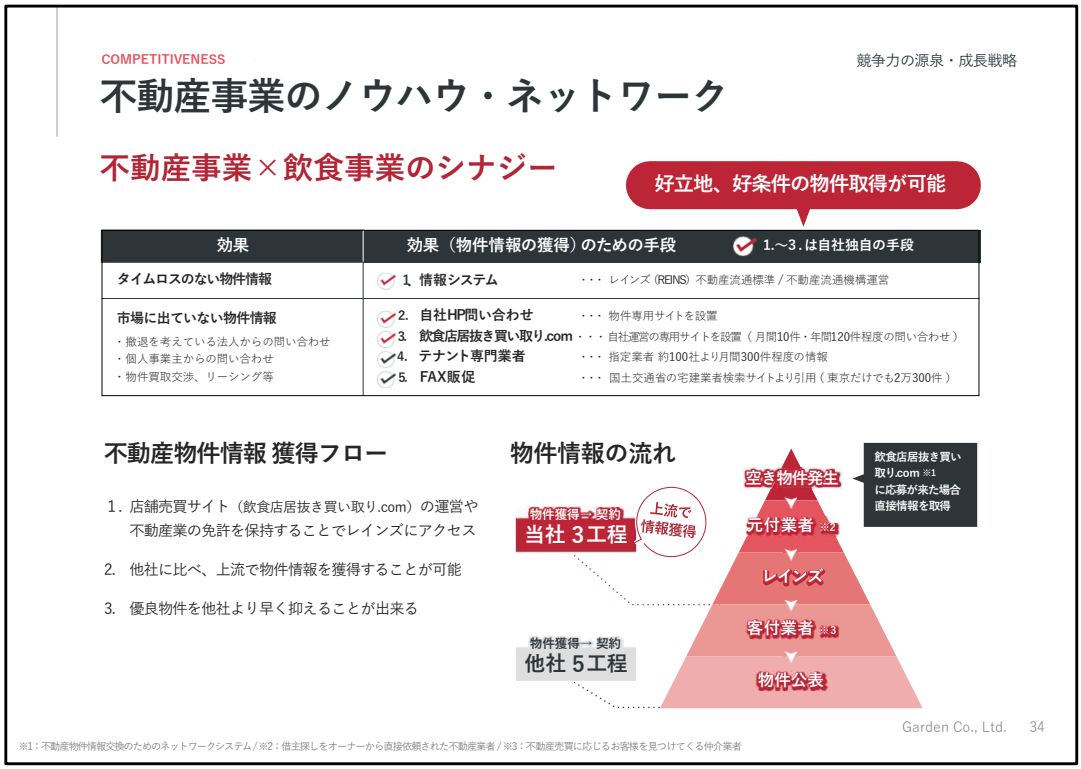
2つ目は、「山下本気うどん」の業態再生です。目黒駅から離れた住宅街にある2等地のうどん屋さんでしたが、当社はこれを買収しました。香川県の老舗企業からうどん粉を発注して店内で製麺し、また本格的な出汁も開発するなど、取り組んでいただきました。味のベースはしっかりしていたので、ここに当社の一等地戦略などのシナジーを持ち込めば必ず成功すると思い、2等地の目黒から一等地の渋谷に移転しました。これによって一気に黒字化しました。

また移転だけではなく、女性が入りやすいような内装にしたり、SNS映えするような創作うどんをメニューに加えることで、世間の注目を一気に浴びるようになりました。現在では18店舗展開するなど、第2のドライバーに成長しています。

GARDEN
IRサイトは
こちらから



ご説明したとおり、M&Aの再生事例についてスライドでも解説しております。
スライド左側の「1.物件取得」は、「東京チカラめし」の再生事例であり、物件を業態転換しました。スライド右側の「2.新ブランド取得」は、良いブランドを見出し、ブラッシュアップして展開するといった内容です。



当社の強みである不動産事業と飲食事業のシナジーについてです。当社は不動産事業を運営していたことから、一等地の優良物件を取得できるネットワークとノウハウを持っています。

飲食店において、一般的に物件次第で収益性はほぼ確実に取れます。当社は一等地を良い条件で次々と取得しています。良い物件で強いブランドを展開することで、高い収益性の実現に成功しています。

GARDEN
IRサイトは
こちらから



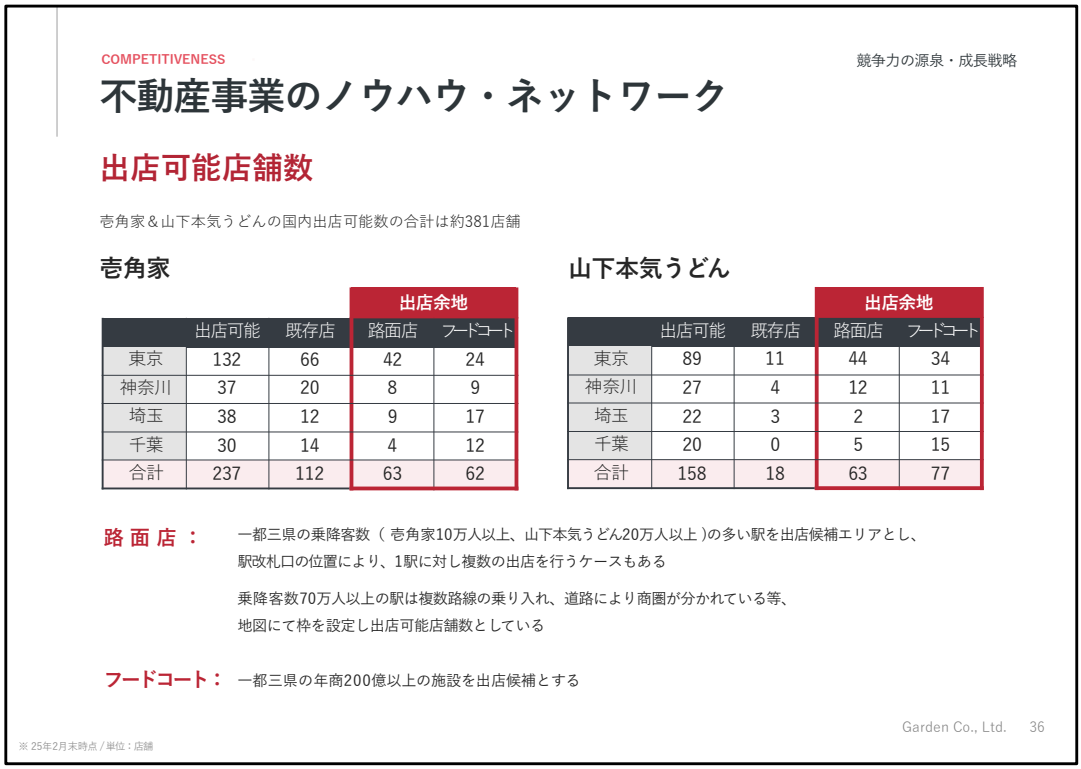
スライドの写真は、新宿靖国通りの歌舞伎町に入る大型スクランブル交差点にあるビル1棟でオープンした家系ラーメン「壱角家」です。

ビル1棟を最大限活用し、視認性の非常に高い看板により、圧倒的な存在感を出しています。また、新宿だけでも当社は27店舗もあります。一定地域に集中して出店するドミナント戦略により、街中を歩けばよく見かける店と認識され、店舗知名度も向上して安心感にも繋がり、それが来店動機にも繋がります。

このような施策により、当社は宣伝費をほぼかけずに高い集客を可能にしています。また、人材面のメリットでは、ドミナント戦略によりエリア内で採用した人材を柔軟に配置できます。さらに、タイミーさんなどのスポットワーカーの希望エリアの受け皿が常にあることでリピート率も高く、店舗の人員不足防止に繋がっています。

また、エリア内での店舗間が近いことで食材等の素早い移動も可能であり、食品ロスを防ぐだけではなくチャンスロスも防ぐことに繋がり、他にはない高い利益率を誇っています。

GARDEN
IRサイトは
こちらから



COMPETITIVENESS

競争力の源泉・成長戦略

不動産事業のノウハウ・ネットワーク

出店可能店舗数

壱角家＆山下本気うどんの国内出店可能数の合計は約381店舗

壱角家

	出店可能	既存店	出店余地	
			路面店	フードコート
東京	132	66	42	24
神奈川	37	20	8	9
埼玉	38	12	9	17
千葉	30	14	4	12
合計	237	112	63	62

山下本気うどん

	出店可能	既存店	出店余地	
			路面店	フードコート
東京	89	11	44	34
神奈川	27	4	12	11
埼玉	22	3	2	17
千葉	20	0	5	15
合計	158	18	63	77

路面店： 一都三県の乗降客数（壱角家10万人以上、山下本気うどん20万人以上）の多い駅を出店候補エリアとし、駅改札口の位置により、1駅に対し複数の出店を行うケースもある

乗降客数70万人以上の駅は複数路線の乗り入れ、道路により商圏が分かれている等、地図にて枠を設定し出店可能店舗数としている

フードコート： 一都三県の年商200億以上の施設を出店候補とする

※ 25年2月末時点 / 単位：店舗

Garden Co., Ltd. 36

出店については、東京を中心とした1都3県、駅前一等地に出店しています。今までのように駅前一等地だけではなく、最近では集客の高い人気のショッピングセンターや、フードコートへの出店も加速しているので、出店の余地は非常に多くなっています。



ブランド力と店舗運営ノウハウについてご説明します。

スライド左側の写真は、歌舞伎町のど真ん中にありTOHOシネマズ新宿（ゴジラビル）のはす向かいです。ほぼビル1棟を当社で借りていて、1階と地下1階を家系ラーメン「壱角家」、2階から5階を「山下本気うどん」で展開しています。

このように賃料のバランスを分散することで、非常に高い収益力の店舗になっております。スライド右側のビル1棟で存在感を放っている写真は、2025年2月にオープンした池袋西口店です。

当社の家系ラーメン「壱角家」は、わずか1ヶ月の間で池袋駅西口、津田沼駅前、五反田駅前、王子駅前の視認性の高い超一等地で出店を続けました。このように圧倒的に目立つ外観を誇ることで、インバウンドの方々を含め様々な客層を取り込み、高い収益力を生み出す店舗展開を実現しています。

GARDEN
IRサイトは
こちらから



当社の特徴は、セントラルキッチンを持っていないことです。ファブレス化による仕組みを作っています。ファブレス化により、店舗が急速に増えても設備投資をする必要はなく、仮に店舗が減少しても固定費を維持しなくてもよいので、コストが固定化されない仕組みとなっています。

また、ファブレス化により衛生や品質も保たれています。さらに外国人の方やアルバイトでも、短期間の研修で本格的な専門店の職人レベルの美味しいラーメンを提供できる仕組みを作ることでチェーン展開を可能にしています。

さらに24時間営業なども可能にしています。属人化する専門店では、職人によって味が変わる一方、当社は味の均質化により、どの店舗に行っても安定した味を楽しめる安心感が他の専門ラーメン店にはない高い集客力と利益率を生み出しています。

コスト面でも職人を育てる研修期間が不要で、人件費や教育費を安く抑えられます。各店舗で仕込みをしないことで水道光熱費も非常に抑えられ、店内調理の工程を最低限に減らしているので、厨房スペースもコンパクトにし、調理の集中化が図れています。それにより作業生産性の高い仕組みが出来上がっています。



人材育成・採用についてです。当社の目的の一つに、外食業界における労働環境を改善させたいとの強い思いを常に掲げています。今までの外食業界の労働環境の固定概念を変えていける良い労働環境を提供していきたいと考えています。当社の強い目的の一つです。

また、当社は12社以上のM&Aを繰り返していますが、教育制度についても買収した企業のマニュアルの良いところを次々と拾い上げて集約し、ブラッシュアップしてきた経験が強みです。そのため、外国人の方や飲食経験のない方でもわかりやすいマニュアルが整備されております。

さらに、当社の年収は業界トップクラスです。直近2年間で賞与は3倍にしました。それだけではなく、福利厚生も年々拡充しています。大手の外食企業から転職してきた方が当社の労働環境に好感を持ち、元々の企業から知人や友人をどんどん紹介してくれるような良い循環が生まれています。

もう一つ、「賞与や給料をそれだけ急激に上げて利益はどうするのですか」とご質問を受けることもありますが、賞与や給与を高めるのに十分な利益をあげられています。



続いて成長戦略です。



成長ドライバーである「家系ラーメン」と「山下本気うどん」についてポイントをご説明します。

GARDEN
IRサイトは
こちらから

GROWTH STRATEGY

成長戦略 直営展開

1.柱となる2つの直営ブランド

1）横浜家系ラーメン
壱角家

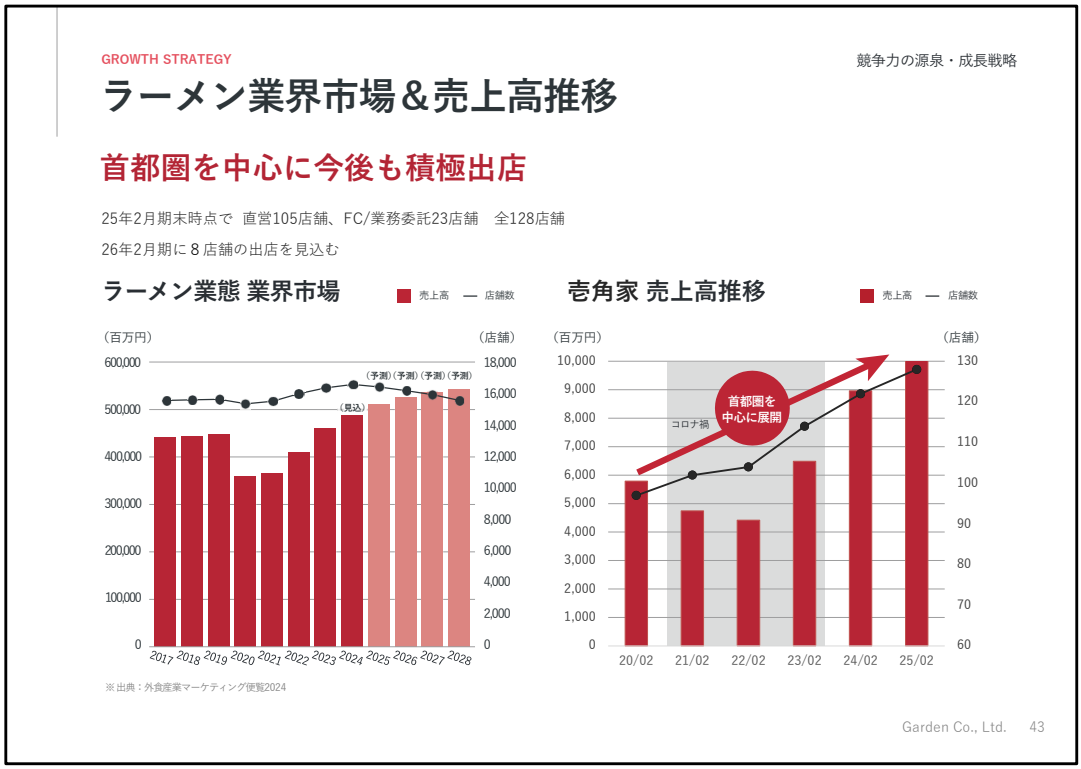
ラーメン業界市場＆売上高推移
首都圏を中心に今後も積極出店

立地戦略
一等地戦略で好立地へ出店

商品戦略
競合店との差別化



IRサイトは
こちらから



まずラーメン業界の市場です。例えばハンバーガーや牛丼の市場では、上位3社の大手で約90パーセントもの寡占化が進んでいるので、そこに割って入る余地は少ないと考えています。

一方、ラーメン業界は個人事業主や小規模チェーンがほとんどであり、大手上位数社でも寡占化は20%を占めておりません。ここ数年、ラーメン屋の倒産件数が激増しているとのニュースがよく流れていますが、倒産しているのは個人事業主や小規模チェーン店です。

ラーメン市場は今後、競争力が強く、付加価値を付けられるチェーン店が十分に伸びていける市場であると考えています。

GARDEN
IRサイトは
こちらから



立地戦略です。ご説明したとおり、東京を中心とした1都3県の好立地です。また、駅前一等地だけではなく、大型ショッピングセンターのフードコートにも出店を続けています。

フードコート出店の特性についてご説明します。フードコートの場合、ショッピングセンターに既に席があるため、厨房区画のみの投資で済むため投資額が極めてが低くなります。当社はそこに重点を置き、今後は駅前一等地だけではなくフードコートへの出店も加速しています。

飲食店の平均的な投資回収期間は約3年から6年と言われています。それを当社は早くて4ヶ月、平均しても1年以内で実現しています。

GARDEN
IRサイトは
こちらから



商品戦略です。

他の駅への専門ラーメン店と比べると当社はメニューが豊富です。家系ラーメンだけではなく、ガッツリ系の次郎系ラーメン、油そば、本場のとんこつラーメン、博多一竜、スタミナ丼、麺なしベジタブルなど多数取り揃えております。何度来店されても飽きさせないラインナップになっています。

また、お客様のターゲットを広げています。例えば家系やラーメン自体が苦手な方でも、他のメニューがあることでグループでも来店しやすく、ファミリー層も取り込めるような施策をしています。

なぜ、このように豊富な商品構成を提供できるのかと言えば、M&Aによって強いブランドを買収し、ブランドのいいところを集約化して、商品提供できるオペレーションの仕組みを作ってきたからです。ここは他の専門店と当社が大きく異なるところです。

IRサイトは
こちらから

GROWTH STRATEGY

成長戦略 直営展開

1.柱となる2つの直営ブランド

2）さぬき麺
山下本気うどん

うどん業界市場＆売上高推移
新たな成長ドライバーとして位置づける

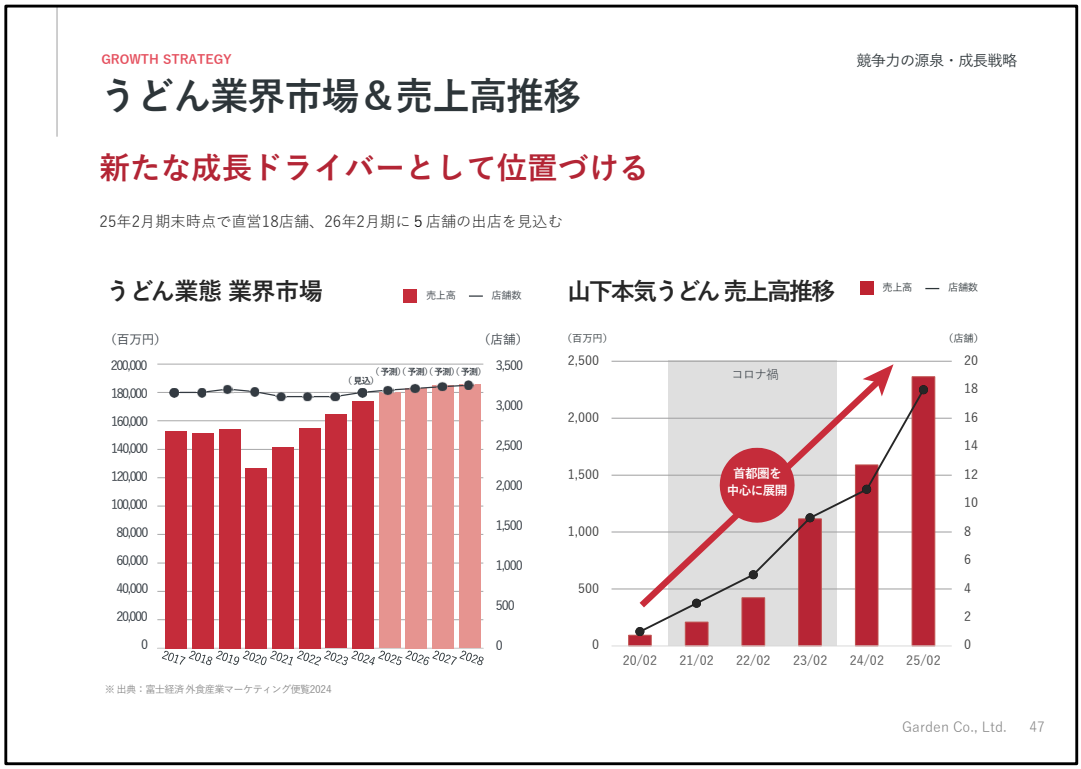
立地戦略
積極的な出店を計画

商品戦略
山下本気うどんが人気の理由



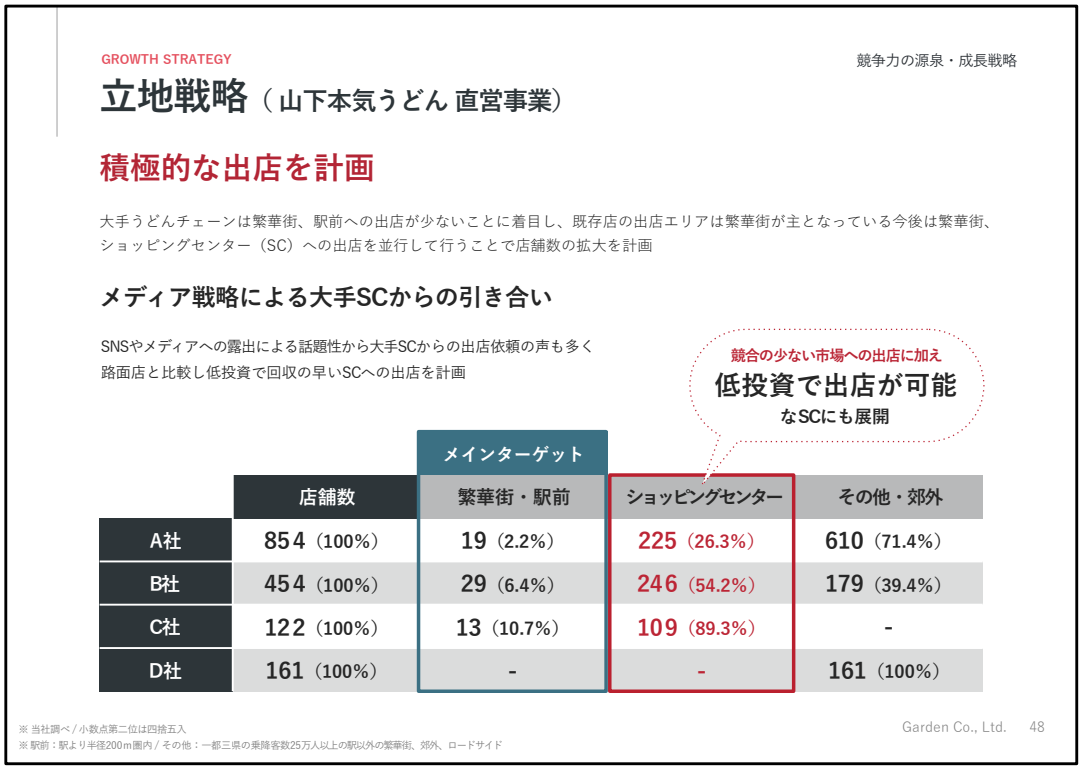
GARDEN

IRサイトは
こちらから



「山下本気うどん」についても、うどん市場は個人店が多く、寡占化がまだ進んでない巨大市場と外食業界では言われています。従ってチェーン展開として伸ばせる余地は十分にあると考えています。

GARDEN
IRサイトは
こちらから



GROWTH STRATEGY

競争力の源泉・成長戦略

立地戦略（山下本気うどん 直営事業）

積極的な出店を計画

大手うどんチェーンは繁華街、駅前への出店が少ないことに着目し、既存店の出店エリアは繁華街が主となっている今後は繁華街、ショッピングセンター（SC）への出店を並行して行うことで店舗数の拡大を計画

メディア戦略による大手SCからの引き合い

SNSやメディアへの露出による話題性から大手SCからの出店依頼の声も多く
路面店と比較し低投資で回収の早いSCへの出店を計画

競合の少ない市場への出店に加え
低投資で出店が可能
なSCにも展開

	店舗数	メインターゲット		その他・郊外
		繁華街・駅前	ショッピングセンター	
A社	854（100%）	19（2.2%）	225（26.3%）	610（71.4%）
B社	454（100%）	29（6.4%）	246（54.2%）	179（39.4%）
C社	122（100%）	13（10.7%）	109（89.3%）	-
D社	161（100%）	-	-	161（100%）

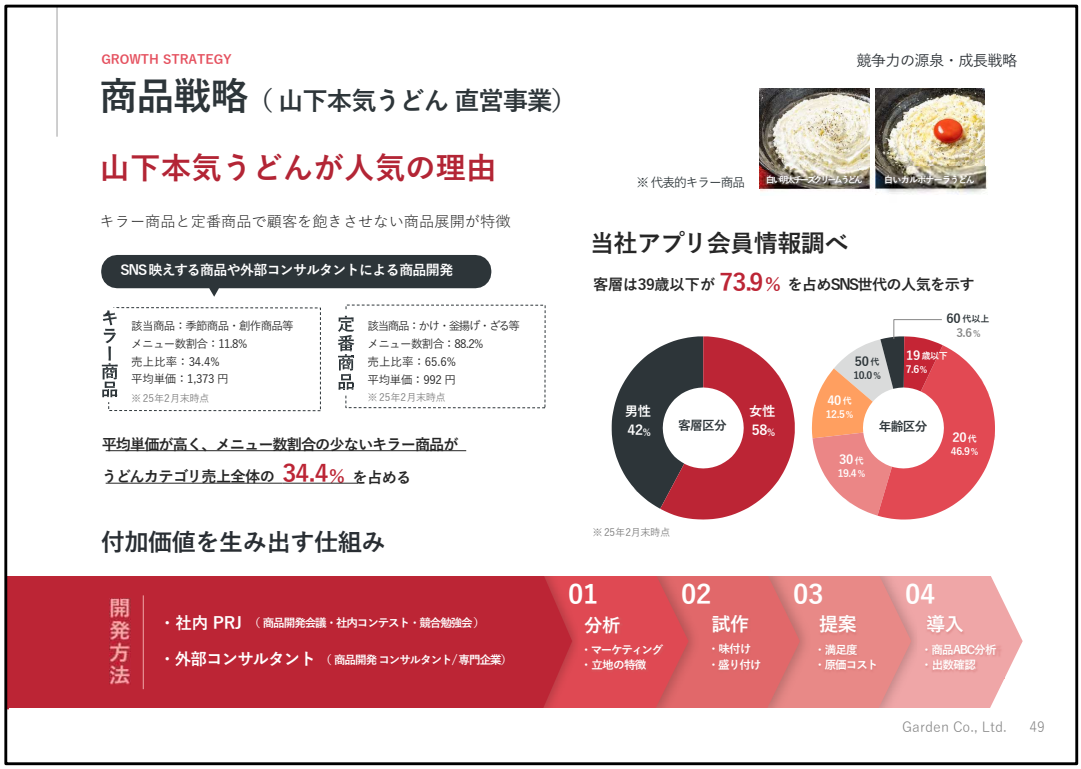
※ 当社調べ / 小数点第二位は四捨五入
※ 駅前：駅より半径200m圏内 / その他：一都三県の乗降客数25万人以上の駅以外の繁華街、郊外、ロードサイド

Garden Co., Ltd. 48

うどんの競合他社の出店地域です。スライドの下表にもあるとおり、業界最大手は1,000店舗近くありますが、ロードサイドが主流であり駅前や繁華街はわずか2％にすぎません。当社は今までありそうでなかった駅前の一等地のうどんチェーンとして、渋谷などの日本全国の有名ショッピングセンターへの出店も加速しています。

GARDEN

IRサイトは
こちらから



「山下本気うどん」の特徴はスライド右上にあるようなにクリームチーズなど創作うどんを多数取り揃えています。直近ではファンケル様とのコラボ商品として、「白い明太 FANケールうどん」などを販売をして話題を集めています。

客層は女性が約6割を占め、39歳以下が約74 %であることも特徴です。これらの商品力の強さや渋谷という立地で展開している特性により、客層にSNSなどで自然と拡散され、高い集客力を生み出しています。

IRサイトは
こちらから



今後のビジネス展開について3つのポイントをお話します。

1つ目として、当社は上場直後から一貫して言い続けている「純利益30億円を早く達成する」です。

2つ目として、当社の成長戦略である「オーガニックな国内出店による着実な成長」と、「M&Aによる非連続な成長」です。

3つ目として、海外企業とのジョイントや、その国と地域にあるローカライズ、ローカルマーケティングなどです。色々なものを準備しています。中長期的には国外シェアを高めていき、日本の食文化を世界に発信できる企業になりたいと考えています。

これらの成長戦略によって皆様のご期待に沿えるように成長していきますので、今後のガーデンにご期待ください。

ご清聴ありがとうございました。

GARDEN
IRサイトは
こちらから

注意事項

DISCLAIMER

IRサイトは
こちらから

DISCLAIMER

本資料における注意事項

本資料は投資家の参考に資するよう、弊社の現状を理解していただくために作成したものです。

本資料には、弊社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。

これら将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、

当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。

様々な要因により、実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。

投資を行う際には、ご自身の判断において行っていただきますよう、お願いいたします。

IRサイトは
こちらから