



2025 年 10 月期 通期決算について想定されるご質問に対する回答

本資料は、本日開示した 2025 年 10 月期通期決算について想定されるご質問に対する回答を皆様のご参考として開示するものです。

Q1：第4四半期（3か月）は前年同期比で大幅な増収増益となっていますが、なぜでしょうか。また、第4四半期の計画および下期の計画に対する評価はいかがでしょうか。

A1：当第4四半期（3か月）は、上期に発生した想定外のコスト上昇（原材料の想定以上の上昇や、キャストシフトを多く設定しすぎたことによる人件費の上昇）に対して講じた対策が完了し、一定の改善効果が見られました。また、前第4四半期では改装による休業が7.1か月（16店舗）発生していたのに対し、当第4四半期は0.1か月（1店舗）に減少したこともあり、前年同期比で大幅な増収増益となりました。

一方で、第4四半期の計画および下期の計画に対しては上振れたものの、海外事業における出店費用の先行や、国内直営店の出店が第4四半期に大きくズレこんだことから、上期の未達分を十分に取り返すことができず通期計画に対しては下振れて着地しております。（決算説明資料3、6、7、8、9、10、11、13、14ページ参照）

Q2：海外事業の進捗を教えてください。

A2：直営店は、アメリカ、中国、スイスに出店しております。アメリカは、ニューヨーク3号店は堅調なものの当期オープンのニュージャージー店が立地と業態のミスマッチにより売上が伸び悩んでおり赤字となっております。ニュージャージー店は2025年11月にリニューアルオープンし収益性の改善を目指して取り組んでおります。

中国は上海に3店舗展開しており、いずれも堅調な売上ですが、現在は立ち上げ期で仕入のスケールメリットが得られず、また経験豊富な社員が現場に入っており人件費負担も重いいため赤字となっているものの、多店舗展開によりコストを抑制することで収益化は可能と考えており、来期は更なる出店を予定しております。

スイスは2025年8月にオープンし好調に推移しております。ただし、スイス子会社の決算期は7月であり、当期は出店コストのみ先行計上されており、収益の取り込みは来期以降の見込みです。



FC 事業につきましては、既出店国、新規出店国ともに着実に出店数を増やしており、また来期は、物価水準の高い国での開店を控えていることから、収益性は向上する見通しです。（決算説明資料 9、10 ページ参照）

Q 3：上期の想定外のコスト上昇の内容と対策について教えてください。

A 3：上期においては、コメやキャベツなどの原材料価格が想定以上に上昇いたしましたが、3 月に価格改定を行い、適切に価格転嫁を実施しております。

また、社員の労働負担を軽減し人材を確保するため、キャストシフトを手厚く設定しておりました。一方で、シフトの設定を売上ベースで行っていたことから、値上げにより客数は変わらないものの客単価が上昇し、売上だけが増加しているように見えておりました。そのため、実際の客数に対して必要以上にシフトを多く組んでしまい、人件費が想定以上に上昇する要因となりました。この点については、4 月以降、シフト管理の適正化（シフトの設定基準を売上ベースから客数ベースへ変更）に取り組むことで改善を図っております。（決算説明資料 8 ページ参照）

Q 4：2025 年 3 月の価格改定以降は、価格の改定は実施しましたか。

A 4：当社は、店舗運営コストの上昇分を価格改定させていただく方針で運営しております。原材料の中でもコメ、キャベツの想定外のコスト上昇があり、緊急で 3 月に価格改定を実施しました。一方で、3 月以降は原材料の高騰も落ち着き、今後半年間の店舗運営コストを見積もったところ、コスト上昇は抑制できる見通しとなったことから、7 月の価格改定は見送っております。

Q 5：店舗を改装しているようですが、意図と当期ペースを教えてください。また、あとどれくらいで改装は完了しますか。

A 5：社内での検証の結果、スープを保温する温度を一定に保つことがスープクオリティの安定につながるが分かりました。スープ保温においては、ガスよりも IH を使用した調理機器の方が温度管理を容易に一定に保つことができ、あわせて CO₂排出量の削減（約 10%）にも寄与することから、当社では IH の導入を進めております。



主力ブランドである「町田商店」については、新店の開店時からIHを導入しており、既存店についても改装のタイミングでIHおよび最新レイアウトを導入する工事を順次進めております。これにより、IH化によるスーパークオリティの一層の安定化と、最新レイアウトによる生産性の向上を図っております。

当期は、電力量や建物側設備の制約によりIHの導入が困難な店舗が一部生じたことから、期初計画と比べて改装店舗数は減少したものの、年間としては10店舗の改装を実施しました。IH設備の導入は来期に完了する見込みです。（決算説明資料11ページ参照）

Q6：来期の出店計画の達成の見通しはいかがでしょうか。

A6：来期の出店計画につきましては、直営店65店舗（国内60店舗、海外5店舗）、プロデュース・FC店54店舗（国内40店舗、海外14店舗）の出店を計画しております。鉄道会社や商業施設などの連携を強化し物件開発力を底上げするとともに、積極的な人材確保を継続しており、来期の出店計画達成に向けて着実に取り組みを進めております。（決算説明資料23ページ参照）

Q7：人材確保の状況は、いかがでしょうか。

A7：人材確保のため様々な施策を実施及び計画しており、徐々に効果は出てきております。採用サイトを更新するとともに、2025年1月に7%の大幅な賃上げを実施し、働きやすい環境を整備しております。その結果、今期の退職率（年率）は前年同期の15.4%から12.4%と、3ポイント低下させることができいております。退職率の低減（働きやすさと働きがいの両立）と採用力の強化（応募者数増加と内定率向上）に、引き続き取り組んでまいります。（決算説明資料4、18ページ参照）

Q8：日中の政治的な緊張を背景に、インバウンド向け店舗や中国国内店舗の売上への影響を懸念する声もありますが、足元の状況および今後の見通しについてどのようにお考えでしょうか。

A8：現時点におきましては、インバウンド需要を含めた国内店舗の売上および中国国内店舗の売上につきまして、顕著な影響は確認されておられません。また、中国における出店につきましても、当初計画に変更はなく、引き続きスピード感をもって推進していく方針でございます。

一方で、外部環境の不確実性を踏まえ、成長機会の分散は重要であると考えており、スイスにおける更なる出店、他のアジア地域でのフランチャイズ展開、ならびに米国事業の立て直しなど、複数の成長ドライバーをバランスよく確保していく方針でございます。

以上