



2025年1月期

決算説明資料



2025年3月24日
株式会社丸千代山岡家
東証スタンダード（証券コード：3399）



目次

会社概要・沿革		P 3～P 4
2025年1月期	決算概要	P 5～P 19
2026年1月期	通期計画	P 20～P 23
2026年1月期	取り組み等	P 24～P 32
参考資料		P 33～P 44



会社概要

社名	株式会社丸千代山岡家
本社所在地	北海道札幌市東区東雁来7条1丁目4-32
関東事務所	茨城県つくば市小野崎127-1
設立	1993年3月8日
代表者	代表取締役社長 一由聡
資本金	3億2,583万2,000円
従業員数	6,522人（内 正社員654人）
事業内容	主にラーメン山岡家、味噌ラーメン山岡家、煮干しラーメン山岡家、餃子の山岡家の運営
店舗数	188店舗（2025年1月31日現在）

【ラーメン山岡家の特徴】

当社は、郊外のロードサイドを中心に24時間営業を行っているラーメンチェーン店で、全国に100店舗以上を展開しています。

特徴的なのは、セントラルキッチンや濃縮スープを使用せず、すべて手作りでスープを仕込み、食材も店舗内で調理していることです。

このこだわりが、他のラーメン店との差別化につながっています。



沿革

- 1980年 東京都に(有)丸千代商事を設立し創業
1988年 茨城県牛久市に「ラーメン山岡家牛久店」開店
1993年 札幌市中央区に(株)山岡家を設立
2002年 (株)丸千代商事を吸収合併し、(株)丸千代山岡家に商号変更
2006年 ジャスダック証券取引所へ上場
2009年 ラーメン山岡家100店舗達成
2016年 2016年1月期売上高100億円突破 来客数1,000万人突破
インターネットショップ「山岡家商店」開始
茨城県土浦市に「極煮干し本舗荒川沖店」開店
2017年 全店で150店舗達成
2021年 「味噌ラーメン山岡家すすきの店」開店
2022年 2022年1月期売上高150億円突破 来客数1,600万人突破
東京証券所の市場区分見直しに伴い東京証券取引所スタンダードに上場
「餃子の山岡家すすきの店」開店
2023年 新業態の「煮干しラーメン山岡家」を札幌市中央区に1号店出店
2024年 2024年1月期売上高250億円突破 来客数2,600万人突破
2025年 2025年1月期売上高345億円突破 来客数3,200万人突破



煮干しラーメン山岡家

味噌ラーメン山岡家

餃子の山岡家

ラーメン山岡家178店舗、その他の業態10店舗 (2025年1月31日現在)



2025年1月期 決算概要



2025年1月期 実績（1）

累計実績

売上高 : 34,585百万円 (前期比30.5%増)
経常利益 : 3,833百万円 (前期比79.7%増)

総評

- ✓ 売上高は、前期から引き続き時間帯を問わず来店客数が増加傾向にあり、前期比30.5%増となり8,090百万円の大幅増収
- ✓ 新規出店は、計画10店舗に対して実績6店舗と計画未達
- ✓ 既存店の売上高は、前期比36.7%増、来店客数は前期比32.5%増
- ✓ 経常利益は、前期比79.7%増となり1,700百万円の大幅な増益
- ✓ 上記の要因などもあり、当期純利益は前期比97.7%増となり2,832百万円と過去最高を更新



2025年1月期 実績（2）

（単位：百万円 %）

	1 Q実績	2Q実績	3 Q実績	4 Q実績	累計	比率
売上高	7,628	8,005	9,312	9,738	34,585	100.0
売上原価	2,122	2,415	2,775	2,925	10,239	29.6
売上総利益	5,416	5,679	6,536	6,712	24,345	70.4
販管費	4,657	4,908	5,133	5,937	20,637	59.7
営業利益	758	771	1,403	775	3,708	10.7
経常利益	766	822	1,428	815	3,833	11.1
当期利益	524	562	984	761	2,832	8.2

- ✓ 好調な売上を維持し、各四半期で過去最高売上を更新
- ✓ 新規出店は6店舗と計画未達だが、既存店の売上が好調に推移し出店未達分以上の増加
- ✓ 12月と1月は過去最高の月次売上を更新（1月は月商33.5億突破）
- ✓ 食材価格の高騰が続き2回の価格改定を実施。原価率低減ではなく、価格上昇分の粗利獲得の最小限の値上げのために原価率は高騰
- ✓ 当社は定期賞与が無く、4Qに従業員へ約4億円の決算賞与計上を行った
- ✓ 通期の営業利益率・経常利益率は創業以来初めての10%超え



2025年1月期 実績 計画対比 (3)

(単位：百万円 %)

	2025年1月期 修正計画 (12月公表) (A)	売上 比率	2025年1月期 累計実績 (B)	売上 比率	修正予算比較 (B)-(A)	
					金額	対改善率
売上高	34,500	100.0	34,585	100.0	85	0.2
売上原価	10,000	28.9	10,239	29.6	239	2.4
売上総利益	24,500	71.1	24,345	70.4	△155	△0.6
販管費	20,800	60.3	20,637	59.7	△163	△0.8
営業利益	3,700	10.7	3,708	10.7	8	0.2
経常利益	3,800	11.0	3,833	11.1	33	0.9
当期利益	2,600	7.5	2,832	8.2	232	8.9

- ✓ 通期で来店客数の大幅増加により、9月と12月に2度の業績修正を発表
- ✓ 売上原価は食材価格の上昇が継続。人件費等もベースアップ・売上増加に伴い増加しているが、売上高増により売上比率は減少。販管費率も同様
- ✓ 損益分岐売上を大幅に更新したことにより、売上高・各利益ともに過去最高となった
- ✓ 減損損失の計上はなし



2025年1月期 実績 対前年比較（4）

（単位：百万円 %）

	2024年1月期 実績 (A)	売上 比率	2025年1月期 実績 (B)	売上 比率	対前年比較 (B) - (A)	
					金額	対改善率
売上高	26,494	100.0	34,585	100.0	8,091	-
売上原価	7,657	28.9	10,239	29.6	2,582	0.7
売上総利益	18,836	71.1	24,345	70.4	5,509	△0.7
販管費	16,772	63.3	20,637	59.7	3,865	3.6
営業利益	2,063	7.8	3,708	10.7	1,645	2.9
経常利益	2,132	8.1	3,833	11.1	1,701	3.0
当期利益	1,432	5.4	2,832	8.2	1,400	2.8

- ✓ 売上高は新規に6店舗出店、34か月連続で対前年売上を超え、既存店売上前年比25.5%増と好調を維持し8,091百万円の増収
- ✓ 売上原価は全般的に食材価格の高騰があり、7月・11月に商品価格の見直しを行ったものの前年から0.7ポイントの悪化
- ✓ 売上総利益率は悪化したが、売上高の大幅増により営業利益・経常利益ともに過去最高
- ✓ 賃上げ促進税制適用により約1.7億円の税額控除もあり当期利益が過去最高



2025年1月期 実績 コスト内訳 (5)

(単位：百万円 %)

	2024年1月期 実績 (A)	売上比率	2025年1月期 実績 (B)	売上比率	対前年比較 (B) - (A)		
					金額	対改善率	
売上高	26,494	100.0	34,585	100.0	8,091		
売上原価	7,657	28.9	10,239	29.6	2,582	0.7	
売上総利益	18,836	71.1	24,345	70.4	5,509	△0.7	
販売費及び一般管理費	給与・雑給	8,538	32.2	10,790	31.2	2,252	△1.0
	法定福利費	858	3.2	1,085	3.1	227	△0.1
	水道光熱費	2,232	8.4	2,595	7.5	363	△0.9
	広告宣伝費	414	1.6	403	1.2	△11	△0.4
	衛生費	298	1.1	382	1.1	84	-
	地代家賃	909	3.4	961	2.8	52	△0.6
	減価償却費	559	2.1	617	1.8	58	△0.3
	その他	2,964	11.2	3,804	11.0	840	△0.2
	計	16,772	63.3	20,637	59.7	3,865	△3.6

- ✓ 売上原価は全般的に上昇傾向、7月と11月の価格改定行ったが原価率は悪化
- ✓ 給与・雑給は売上高増に対応するためや人員配置見直し、2024年2月に行った従業員のベースアップなどにより金額は上回ったが、売上比率は売上高大幅増により改善
- ✓ 売上高の大幅増により家賃比率が2.8%に低減



貸借対照表・キャッシュフロー計算書

貸借対照表

(単位：百万円)

	2025年1月期	前期末比増減		2025年1月期	前期末比増減
流動資産	7,389	2,545	流動負債	6,089	939
棚卸資産	2,157	986	1年以内返済借入金・社債	899	16
固定資産	7,062	743	固定負債	1,694	△452
有形・無形固定資産	5,394	649	長期借入金・社債	1,526	△642
投資その他の資産	1,523	29	純資産	6,668	2,802
資産合計	14,452	3,289	負債・純資産合計	14,452	3,289

キャッシュフロー計算書

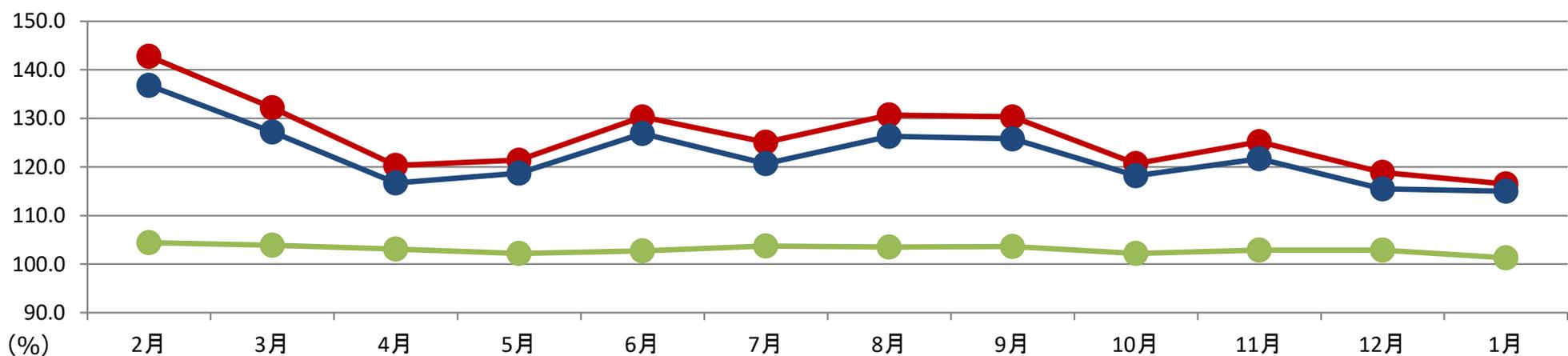
(単位：百万円)

	2024年1月期	2025年1月期
営業活動によるキャッシュフロー	2,441	2,967
投資活動によるキャッシュフロー	△1,368	△1,316
財務活動によるキャッシュフロー	466	△497



2025年1月期 既存店売上高推移（対前年比）

● 売上高 ● 客数 ● 客単価



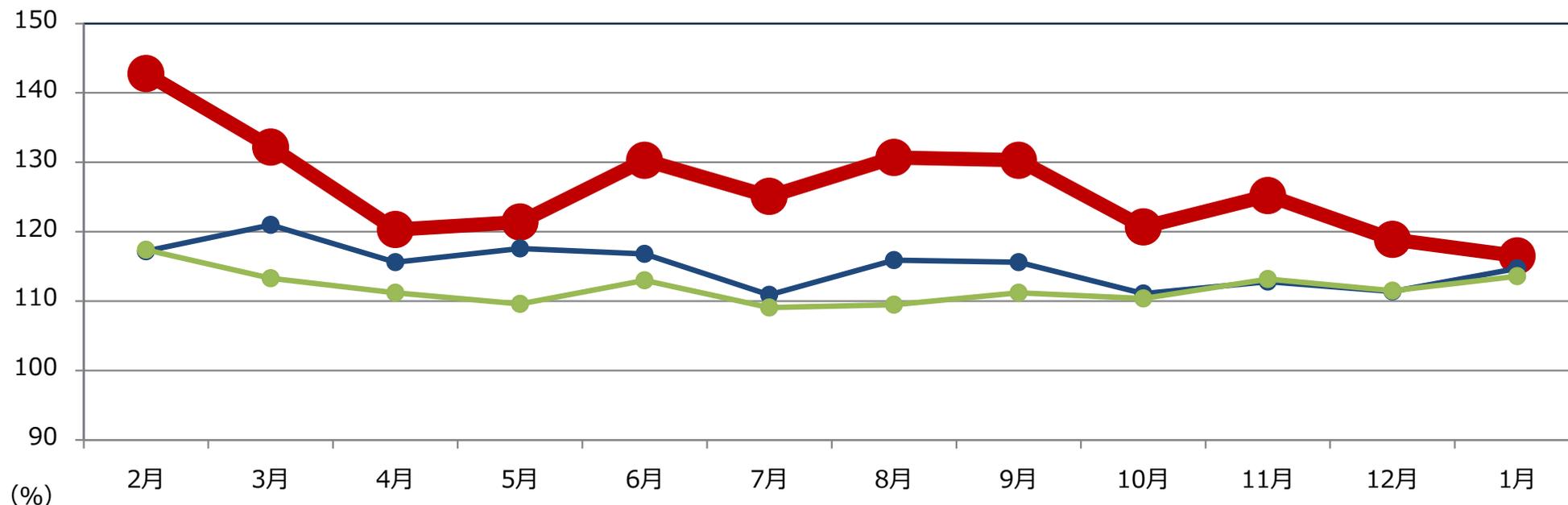
(単位 : %)

	2025年1月期												
	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	計
売上高	142.8	132.2	120.3	121.4	130.3	125.1	130.7	130.3	120.7	125.2	118.9	116.5	125.5
客数	136.8	127.2	116.7	118.7	126.9	120.7	126.3	125.8	118.2	121.7	115.5	115.0	121.9
客単価	104.4	103.9	103.1	102.2	102.7	103.7	103.5	103.6	102.2	102.9	102.9	101.3	102.9



大手ラーメンチェーンとの既存店売上高比較

● 山岡家 ● K社 ● H社



- ✓ 当社は2025年1月の期間の全期間で既存店売上高対前年比が100%以上を継続し、現在までに35カ月連続で前年を上回っている
- ✓ 2024年7月と11月に商品の価格改定を行ったが、集客に影響はみられなかった
- ✓ 当社の繁忙期は8月と12月と1月だったが、繁忙期を問わず好調な売上高を維持
- ✓ 大手ラーメンチェーン店も前年比100%を超え好調を維持しているが、当社はその数値以上に推移し、2025年1月期の既存店売上高前年比は25.5%増となった。



2025年1月期の出店・業態転換

2025年1月期の新規出店はラーメン山岡家が6店舗、業態転換は4店舗となりました。
極煮干し本舗全店の「煮干しラーメン山岡家」へ業態転換が完了いたしました。

【新規出店】

	店舗名	オープン日	住所
1	ラーメン山岡家新結城店	2024年3月9日	茨城県結城市結城下り松33街区7画地
2	ラーメン山岡家たつの店	2024年3月27日	兵庫県たつの市揖保川町原787番地1
3	ラーメン山岡家大田原店	2024年4月19日	栃木県大田原市下石上2111-8
4	ラーメン山岡家青梅店	2024年6月26日	東京都青梅市新町4丁目21-5
5	ラーメン山岡家高岡インター店	2024年7月25日	富山県高岡市北島301番1
6	ラーメン山岡家和歌山紀三井寺店	2025年1月29日	和歌山県和歌山市紀三井寺631-1

【業態転換】

	店舗名	オープン日	住所
1	煮干しラーメン山岡家久喜店	2024年5月21日	埼玉県久喜市高柳1169-1
2	煮干しラーメン山岡家荒川沖店	2024年7月3日	茨城県土浦市中村南3-3-24
3	煮干しラーメン山岡家 フォレストモール甲斐店	2024年10月7日	山梨県甲斐市富竹新田字大明神河原 1714-1
4	煮干しラーメン山岡家弘前店	2024年11月14日	青森県弘前市大字外崎4丁目1-5



2025年1月期 エリア別出店状況

北海道・東北エリア

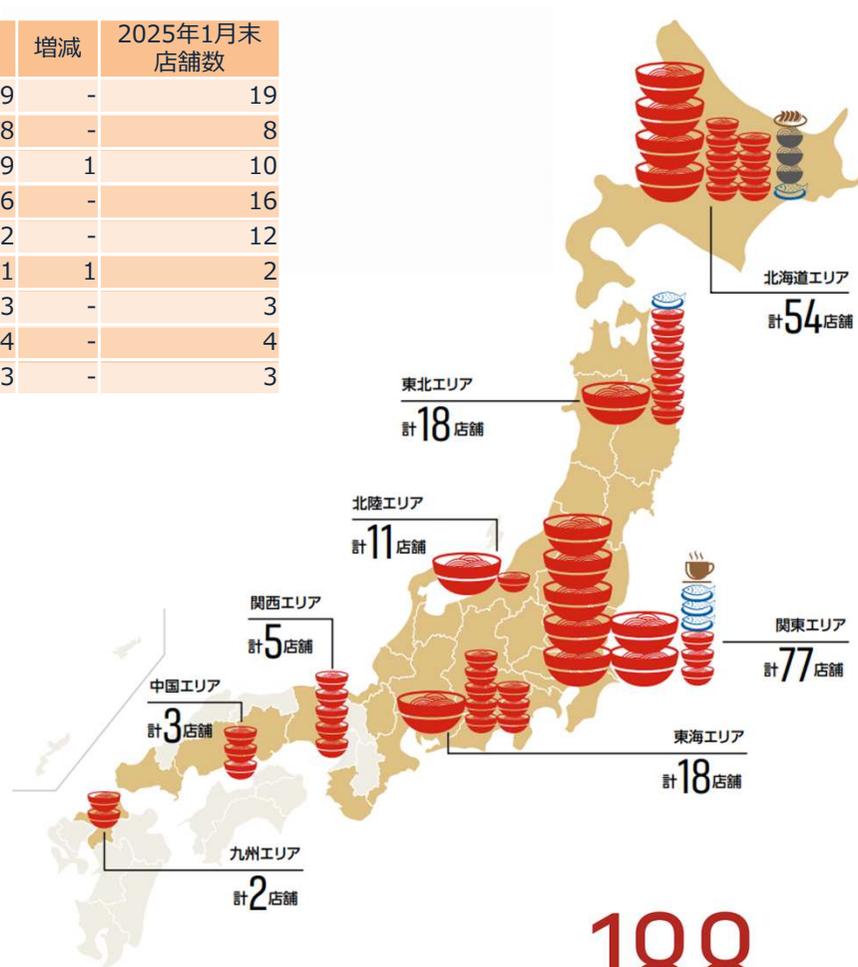
	2024年1月末 店舗数	増減	2025年1月末 店舗数
北海道	54	-	54
宮城県	4	-	4
福島県	4	-	4
山形県	2	-	2
秋田県	2	-	2
岩手県	2	-	2
青森県	4	-	4

東海・関西・北陸・九州エリア

	2024年1月末 店舗数	増減	2025年1月末 店舗数
静岡県	7	-	7
岐阜県	1	-	1
愛知県	7	-	7
三重県	3	-	3
新潟県	5	-	5
富山県	1	1	2
石川県	2	-	2
福井県	2	-	2
和歌山県	0	1	1
滋賀県	1	-	1
兵庫県	2	1	3
岡山県	1	-	1
広島県	1	-	1
山口県	1	-	1
福岡県	2	-	2

関東圏エリア

	2024年1月末 店舗数	増減	2025年1月末 店舗数
茨城県	19	-	19
群馬県	8	-	8
栃木県	9	1	10
千葉県	16	-	16
埼玉県	12	-	12
東京都	1	1	2
神奈川県	3	-	3
山梨県	4	-	4
長野県	3	-	3



合計

北海道・東北 エリア	関東エリア	東海・関西・ 北陸・九州エリア	2025年1月末 店舗数
72	77	39	188



2025年度1月期 期間限定メニューの紹介



- ✓ 山岡家で6品、煮干しラーメン山岡家で5品、味噌ラーメン山岡家で5品の期間限定商品販売
- ✓ 今年度もラーメン山岡家の冬の定番商品の「プレミアム醤油とんこつラーメン」を年末年始に合わせて販売し集客増に寄与した
- ✓ 例年は夏に販売する「旨辛スタミナラーメン」を春に販売したところ好調な売上となった
- ✓ 煮干しラーメン山岡家では極煮干し本舗の時のレギュラー商品の「鬼煮干しラーメン」を復刻の要望に応じて人気商品となった
- ✓ 味噌ラーメン山岡家では中華鍋を使って調理する特徴を生かして「麻婆麺」を販売

総客数に対する販売実績は

プレミアム醤油とんこつラーメン	10.5%
旨辛スタミナらーめん	10.5%
鬼煮干しラーメン	11.8%
麻婆麺	6.9%



2025年1月期 取組み (1)

「営業関連」

- (1) 全店の券売機に電子マネー、QR、クレジットのキャッシュレス機器増設
- (2) 全店の券売機の新札対応完了 (2024年11月末)
- (3) PayPayクーポンによる販売促進(北海道の味噌ラーメン山岡家と煮干しラーメン山岡家)
- (4) 山岡家アプリの活用
 - ・クーポンの定期配信による来店頻度向上
 - ・プッシュ通知による情報の発信と不定期クーポン配信
 - ・お客様アンケートによる情報収集と店舗への改善内容送信
- (5) トレーニング動画視聴用の iPad を全店に導入
- (6) 新規入社の子社員を対象に基礎オペレーション習得の研修の実施
- (7) S V の知識向上を目的とした研修の開催
- (8) 社内コンテスト実施による調理・サービスレベルの底上げ
- (9) スープ知識向上を目的とした山岡会長のスープ講習開催
- (10) 店長経験者のジョブローテーション(トレーニング・商品開発など)
- (11) 中途採用181名の採用
- (12) フィリピンから特定技能人材2期生4名の採用
- (13) 週休3日正社員の採用強化による店舗社員数の増加
- (14) ウェイティング対策として予約システムEPARK試験導入





2025年1月期 取組み (2)

「出店関連」

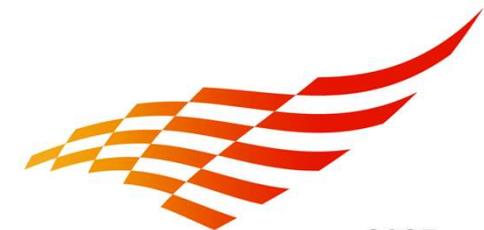
- (1) ラーメン山岡家5店舗の新規出店（和歌山県初出店含む）
- (2) 極煮干し本舗から「煮干しラーメン山岡家」への業態転換実施
- (3) 九州・中国地方出店に向けた物件調査の強化

「福利厚生関連」

- (1) 従業員満足度調査を2回実施
- (2) 健康経営優良法人に認定
- (3) 健康診断の脳ドック・人間ドックの費用負担による検査内容拡充(40歳以上)
- (4) 長時間勤務者への産業医面談の手配

「他」

- (1) CSR活動としてフードバンク茨城に食材の寄付
- (2) 農業事業の冬季のネギ出荷量の月間25t達成
- (3) 2024年9月に日清食品から当社カップラーメン販売
- (4) 本部機能強化に伴う関東事務所の拡張工事実施
- (5) 内部通報窓口に女性担当者配属



2025

健康経営優良法人

KENKO Investment for Health

大規模法人部門



まとめ

「売上高の好調要因」

- ・ 既存店が通年を通して売上が好調であった
- ・ 税込み690円のメイン商品が他社との価格差で優位になった
- ・ YouTubeやSNSで当社が紹介され認知度向上
- ・ 深夜営業の飲食店が減り24時間年中無休の当社の利便性が高まった
- ・ アプリ会員100万人突破による販促効果の向上
- ・ 7月と11月、12月の商品価格改定による粗利獲得
- ・ 全店キャッシュレス対応による現金を使わない層の顧客獲得
- ・ 商品クオリティへの意識向上による味の安定化

「コスト面」

- ・ 食材価格上昇による原価増は値上げによる粗利増で一部カバー
- ・ 売上増加にともなう大幅な人員採用で人件費は増加傾向
- ・ 損益分岐点を超える売上高により営業利益確保

以上のことから、売上高は前期比30.5%増の34,585百万円、経常利益は前期比79.7%増の3,833百万円、当期純利益は前期比97.7%増の2,832百万円となり、過去最高の売上利益となった



2026年1月期 通期計画



2026年1月期 通期計画と前提条件

(単位：百万円 %)

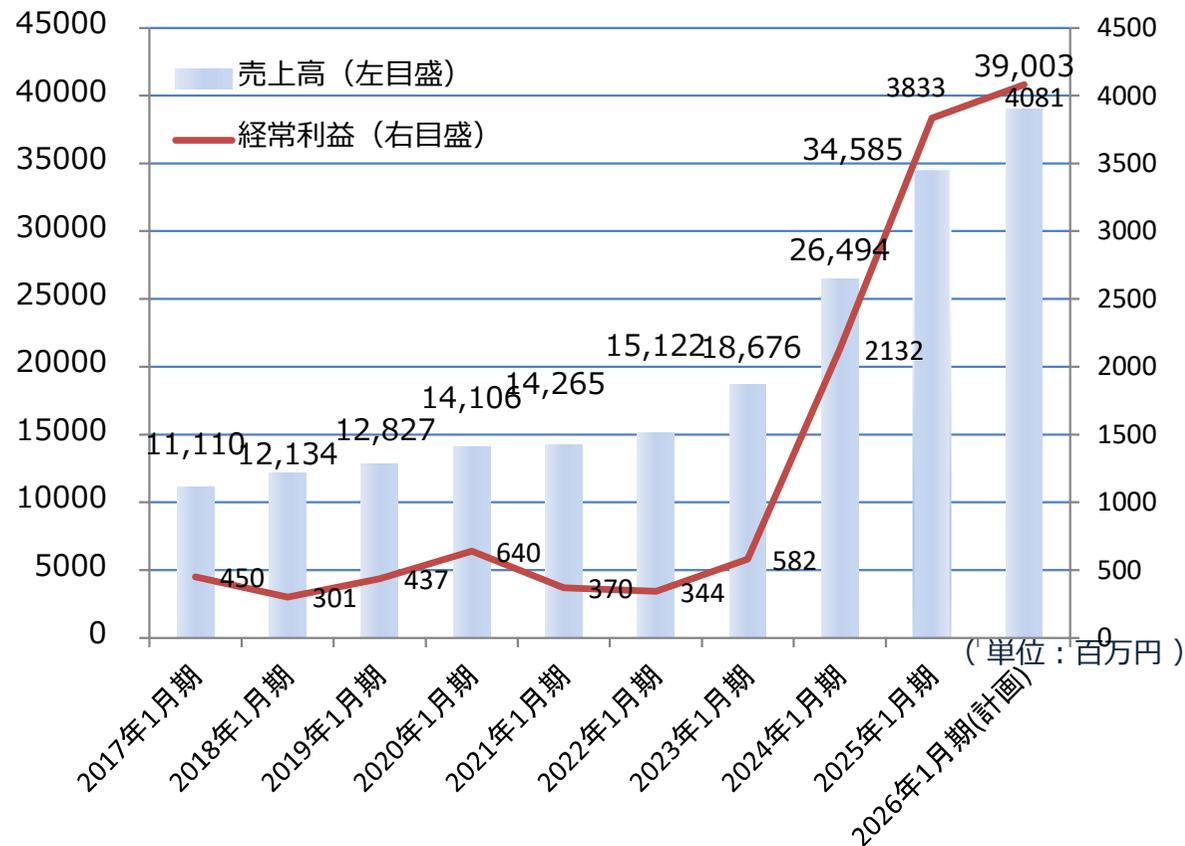
	2026年1月期 上期計画	2026年1月期 下期計画	累計	売上 比率
売上高	18,315	20,687	39,003	100.0
原価計	5,440	6,182	11,623	29.8
売上総利益	12,874	14,505	27,379	70.2
販管費	11,173	12,221	23,395	60.0
営業利益	1,701	2,283	3,984	10.2
経常利益	1,744	2,337	4,081	10.5
当期純利益	1,186	1,767	2,954	7.6
項目	前提条件			
新規出店	ラーメン山岡家10店舗の出店を計画し売上高11.3億円を計画			
売上高	既存店の売上高を前年比109.0%を計画し、全社で378億8,700万円			
原価率	原材料費の高騰が継続しており、前期後半の推移をベースに29.8%を計画			
人件費率	人件費率(役員報酬・給与手当・雑給・退職給付費・法定福利費)は34.5%を計画			
水道光熱費	電気代、ガス代の価格は前期からやや改善と予想し売上比で7.7%			
販管費率	概ね前年並みに推移すると予測し60.0%			
設備投資	新規出店費用、リニューアル、来期物件取得費用を含めて16.5億円を計画			



対前期比較と売上高推移

(単位 : 百万円)

	2025年1月期 実績 (A)	2026年1月期 計画 (B)	対予算比較 (B-A)
売上高	34,585	39,003	4,418
売上原価	10,239	11,623	1,384
売上総利益	24,345	27,379	3,034
販管費	20,637	23,395	2,758
営業利益	3,708	3,984	276
経常利益	3,833	4,081	248
当期純利益	2,832	2,954	122



- ✓ 売上高は前期比112.8%増の390億円の増収を計画
- ✓ 既存店の売上高前年比は109%の設定
- ✓ 今期の新規出店はラーメン山岡家10店舗を計画
- ✓ 10店舗の新規出店の他に、既存店舗のリニューアルを計画
- ✓ 経常利益は前期比6.5%増40.8億円の増益と計画



2026年1月期 出店計画

- ✓ 今期は山岡家10店舗の出店を計画
- ✓ 出店候補地は引き続き関東圏から九州をメインに物件調査
- ✓ 九州・関西圏出店に向けた物件調査を強化
- ✓ 山岡家既存店舗の改装を計画
- ✓ 売上の好調な既存店エリアの出店を目指し、ドミナントの強化と売上の分散を計画（札幌市内と関東圏）



店舗名	オープン予定日	住所
ラーメン山岡家平塚田村店	2025年4月18日	神奈川県平塚市田村5丁目1-8
ラーメン山岡家福岡松島店	2025年4月29日	福岡県福岡市東区松島5丁目27-29
ラーメン山岡家山口店	2025年5月27日	山口県山口市
ラーメン山岡家名古屋太平通店	2025年6月20日	愛知県名古屋市中川区
ラーメン山岡家羊ヶ丘通店	2025年7月頃	札幌市清田区新栄
ラーメン山岡家岩出店	2025年下期	和歌山県岩出市
ラーメン山岡家大曲店	2025年下期	北海道北広島市大曲幸町
ラーメン山岡家岩槻店	2025年下期	埼玉県さいたま市岩槻区



2026年1月期 取り組み等



今期の取り組み（1）

今期のスローガン

「 お客様に喜んで貰う 」

今期も引き続き、前期からのスローガンである「お客様に喜んで貰う」を掲げてまいります。

まだ達成には至っていない部分もありますが、当社にご来店いただいたお客様に対し、高いQSCを維持し、期待値以上の満足を提供することが必要不可欠だと考えています。また、年中無休24時間営業で店内調理という方針を守りつつ、引き続き47都道府県への出店を目指し、より多くのお客様に当社の商品をお届けし、喜んでいただけるよう精進してまいります。

今後もおお客様のご来店があつてこそ
当社の事業が成り立っていることを再認識し、
スローガンを共有して全社一丸となり行動してまいります。





今期の取り組み (2)

「売上利益獲得の施策」

- (1) スタンダードなQSCレベルの追求
- (2) 新規出店10店舗による売上の拡大
- (3) 中規模改装6店舗による既存店の売上拡大と継続的な集客の実現
- (4) 勤務ポジションの明確化による店舗の回転率の向上
- (5) 棚卸精度向上と売上に応じた仕込み量によるロスの低減
- (6) 水道・ガス・電気の使用量適正化によるエネルギーコストの低減
- (7) 計画的な期間限定商品販売による集客増加
- (8) 期間限定商品の告知動画のクオリティ向上とSNSの活用
- (9) アプリクーポン配信による来店動機の強化
- (10) グーグルマップ上位表示のためのMEO対策の継続
- (11) 農業事業のネギ収穫量増加による原価率の低減





今期の取り組み (3)

「QSC向上・人材育成の施策」

- (1) SVの担当店舗削減による店舗臨店回数の増加
- (2) 売上に応じた豚骨使用量と寸胴サイズの設定
- (3) スープの知識向上を目的とした会長によるスープ講習会の実施
- (4) スキル向上を目的とした社内コンテストの開催
- (5) 計画的なマイスター育成による従業員のスキル向上
- (6) ウェイティング時の案内業務の確立
- (7) 注文時の復唱と提供時の確認による商品配膳ミスの撲滅
- (8) HACCPに基づいた衛生管理マニュアルの更新と啓蒙活動実施
- (9) お客様担当によるクレームの集計分析と情報の共有
- (10) 北海道北広島市大曲にトレーニングセンターの支所開設
- (11) 経営理念・行動指針のパートナーへの浸透
- (12) カスタマーハラスメント方針の全従業員への浸透
- (13) 倫理規則の新設と啓蒙活動実施
- (14) 動画マニュアル導入によるスキルに応じた教育と進捗管理
- (15) 店長のマネジメントマニュアルの作成
- (16) トレーニングセンター主催の各種研修による社員定着率の向上
- (17) 新規オープン店舗のトレーニングマニュアルの確立と水平展開
- (18) アルバイトの評価制度改定とリリース
- (19) SVの知識向上研修の年4回実施





今期の取り組み（4）

「福利厚生関連の施策」

- (1) 36協定の特別条項遵守と長時間労働者の産業医面談実施
- (2) 管理監督者の労働時間管理
- (3) 年次有給休暇の5日以上取得のための予実管理の実施
- (4) 健康診断受診率100%継続と再検査の受信管理強化
- (5) 40歳以上の人間ドック・脳ドックの会社負担施策の継続
- (6) 特別休暇の健康診断休暇の利用促進
- (7) 健康経営優良法人認定維持と福利厚生の拡充
- (8) 確定拠出年金の倍増と運用メリットの啓蒙活動実施
- (9) 労災の災害発生ケースの告知と防止策の啓蒙活動実施
- (10) 基本給ベースアップによる人材流出の防止
- (11) 育休の取得促進を目的とした規程の立案

「採用関連の施策」

- (1) 年間で230名の中途採用実施
- (2) 2026年度入社の新卒採用は10名を計画
- (3) 本部スタッフのキャリア採用の実施
- (4) 当社採用ホームページの改修による母集団形成強化
- (5) 高校生新卒の採用と高等学校とのパイプ強化
- (6) 障害者雇用2.7%に向けた採用促進
- (7) 特定技能人材第3期生7名の受け入れ計画





今期の取り組み (5)

「その他の施策」

- (1) 店舗の売上管理等向け基幹管理システムの新規導入
- (2) 当社独自の麺を茹でるタイマーの券売機との連動と画面改修
- (3) サイバーセキュリティ向上を目的とした外部コンサルとの連携
- (4) 従業員向けにインサイダー取引についてのセミナーと広報
- (5) 社会貢献活動につながるCSR活動の継続
- (6) 食材備蓄用の国内冷凍倉庫の新規契約
- (7) 農業事業の規模拡大によるネギの増産と農地開拓
- (8) 通販サイトの販路拡大と商品の拡充
- (9) 卸売事業の海外販売ルートの開拓
- (10) 新規出店店舗への入金機導入
- (11) 新リース会計基準の影響度試算
- (12) 請求書システムの新規導入
- (13) 現状に則した社内規程の更新と整備
- (14) Slackを活用した申請ルート構築の拡大





倫理規則の制定

当社には「経営理念」「行動指針」「8つの使命」からなる行動規範がございます。
2026年1月期に行動規範の考えの基となる「倫理規則」を定め全従業員への共有を行います。

倫理規則が記載された冊子を全従業員へ配布し、定期的な面談を通して理解を深めてまいります。
以下、倫理規則の一部を抜粋します。

「個人の尊重」

性別、宗教、信条、国籍、年齢その他個人的な理由に基づく差別やハラスメントを排除し、個人の
人権と人格を尊重する。

「働きがいのある職場環境の整備」

多様性、個性を尊重する働き方を重視し、安全に配慮した働きやすい職場環境を作る。また、働く仲
間の信頼を裏切る行為や職場の風紀を乱す行動を禁止する。

「地域貢献」

47都道府県に出店し日本中に当社の店内調理の味を届け、
出店後の店舗は事業活動によって地域社会との密接な連携と
協調を図ることで地域社会の発展へ貢献する。





配当・株主優待

✓ 配当

2025年1月31日基準日の株主様へ当初計画から3円を増額した8円の配当を計画

※2024年12月13日に1円の増配発表、2025年3月14日に記念配当2円の発表

※2024年5月1日に株式を2分割しており、分割前を基準とすると配当は16円相当

✓ 株主優待

100株以上の株主様に年2回（1月末・7月末基準日）のラーメン無料券を発行

もしくは、北海道米の「おぼろづき」、当社通販サイトで販売している乾麺セットの選択可

✓ 優待内容

山岡家・煮干しラーメン山岡家・味噌ラーメン山岡家のお好きなラーメン1杯と引換

（中盛り・大盛も対応可、ランチセット販売時間はセットメニューとの引換可）

✓ 2024年7月31日基準日の株主優待の申し込み状況

(1) 株主優待申し込み状況 全株主の90.7%の申込みと高い水準を維持

(2) 優待の商品受注内容 ラーメン無料券77.8% お米12.4% 乾麺9.8%





中期経営計画

2024年12月13日発表の

「2025年1月期通期業績予想の修正に関するお知らせ」に
「2025年1月期決算発表時に中期経営計画の内容を開示」と記載いたしましたが、前期実績が予測を大幅に超えて推移したことから、前提条件を見直しております。

現在数値の最終調整段階であり、中期経営計画の発表が遅延してしまい申し訳ありません。

中期経営計画は準備が出来次第開示いたします。



参考資料



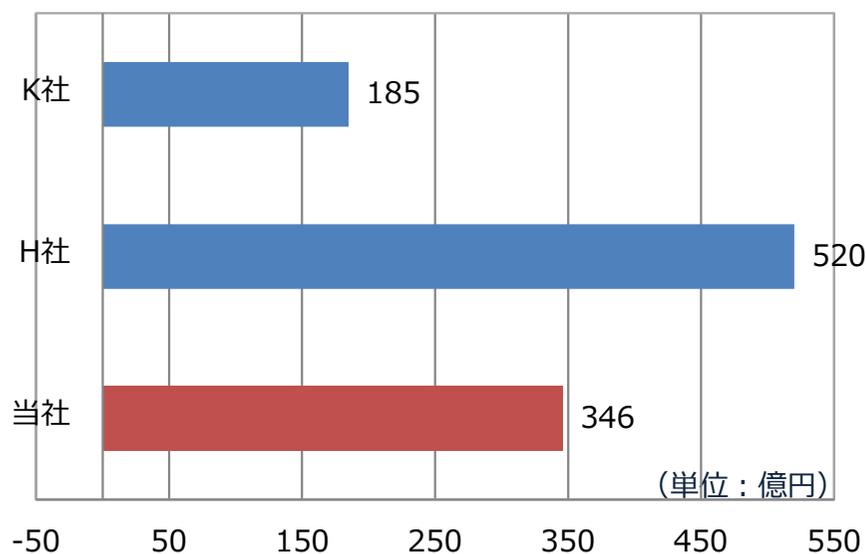
業界データ

【当社推定のラーメン業界データ】

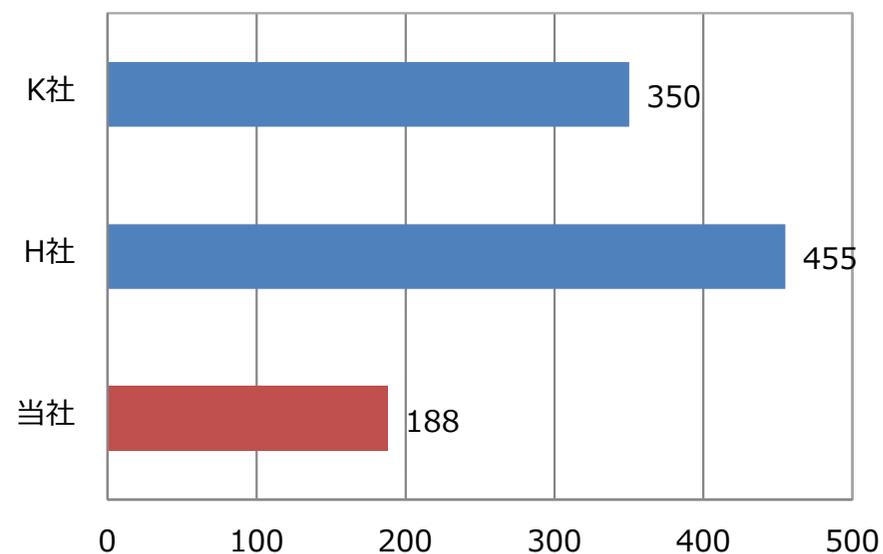
ラーメン業界に特化した統計データではないものの、市場規模は6,000億円と仮定し、店舗数はおおよそ20,000店と推測されております。

上場企業のラーメン事業を行う企業の売上高や店舗数を合計しても、市場規模から比べるとまだまだ小さく、国内のラーメン店の大半は個人店か小規模なチェーン店が多く存在していると考えられます。よって、当社が出店を続けシェアの拡大を行う事は可能と判断しております。

上場他社企業のラーメン事業の売上高

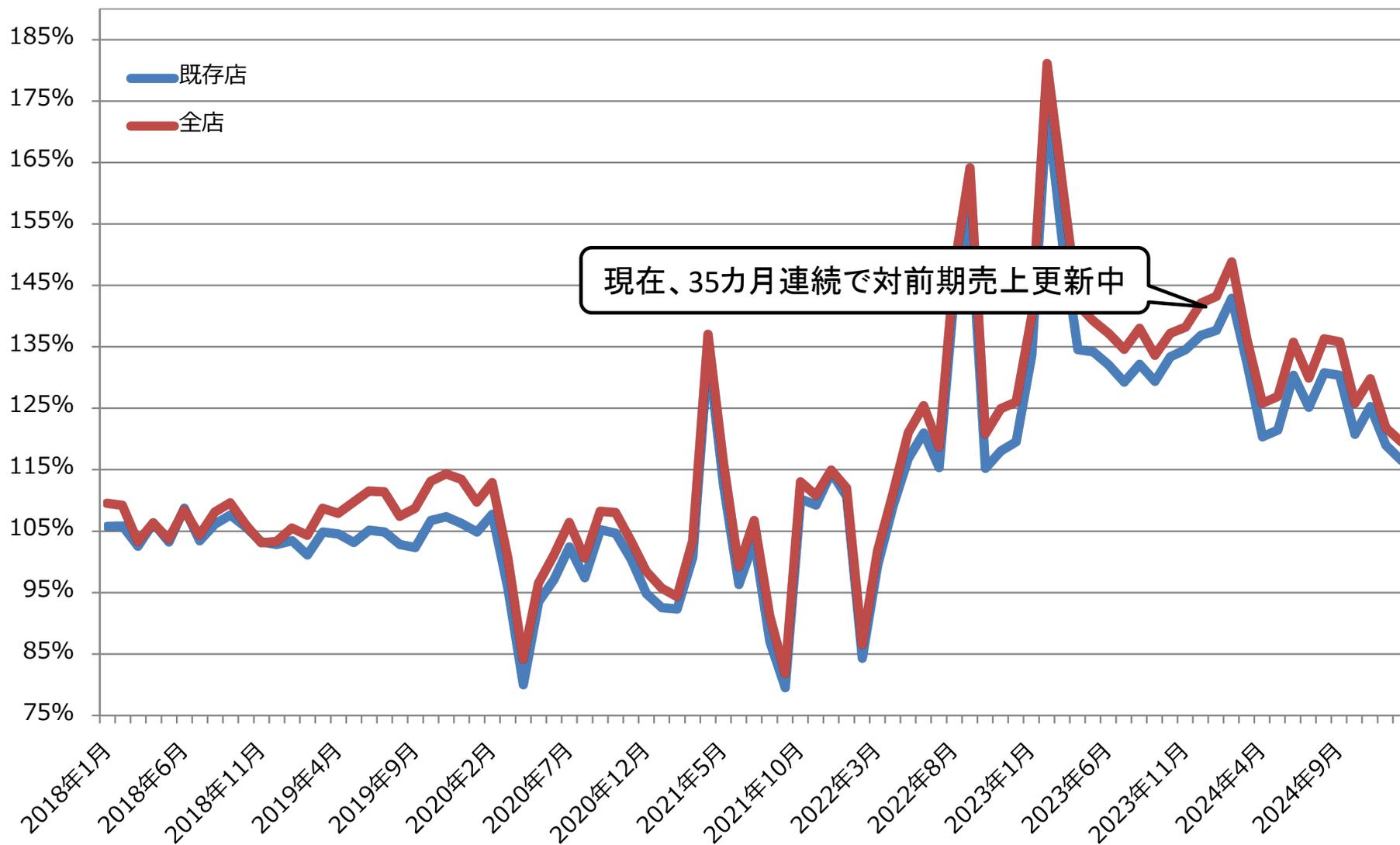


上場他社企業のラーメン店の店舗数



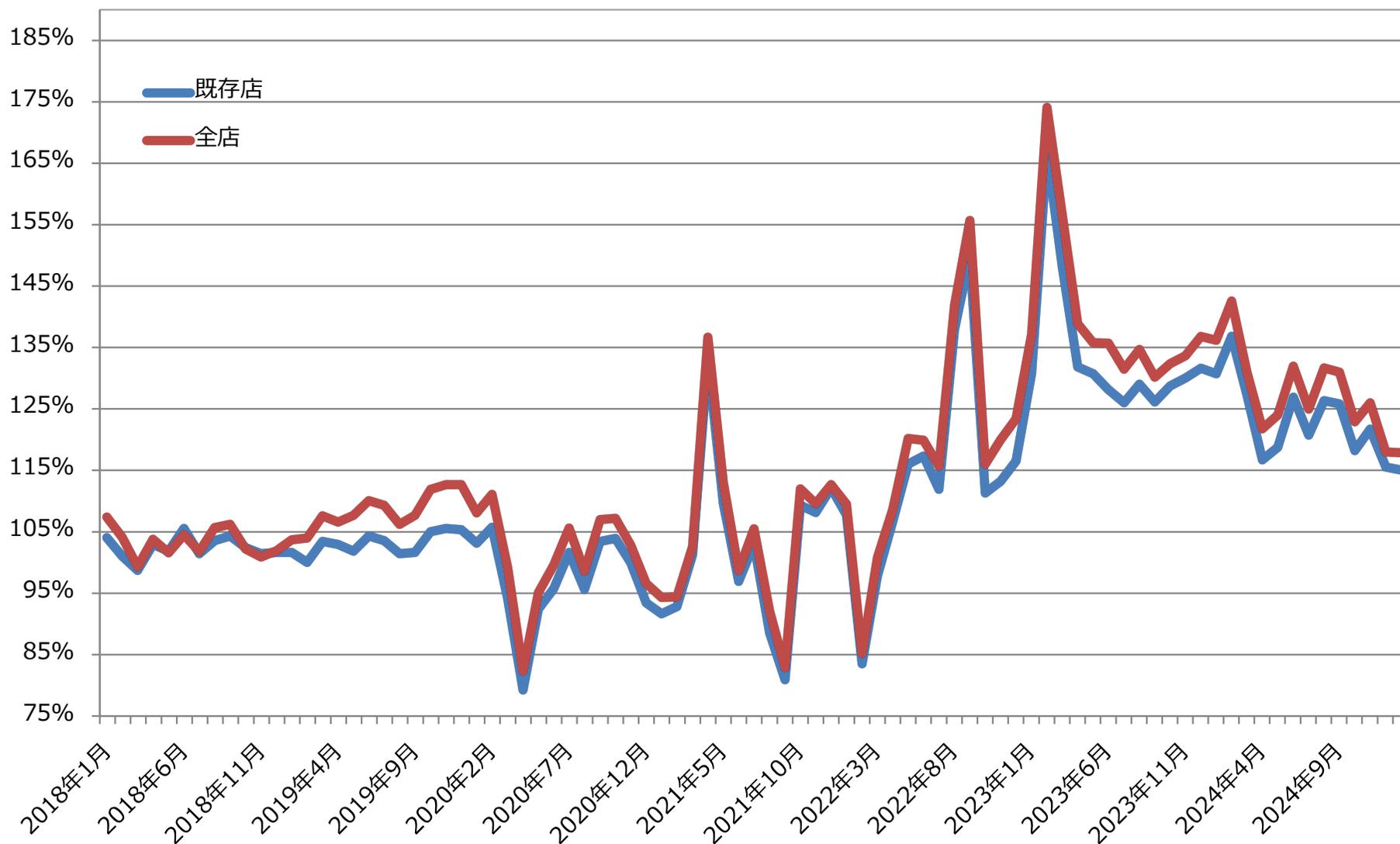


月次売上高推移（対前期比）



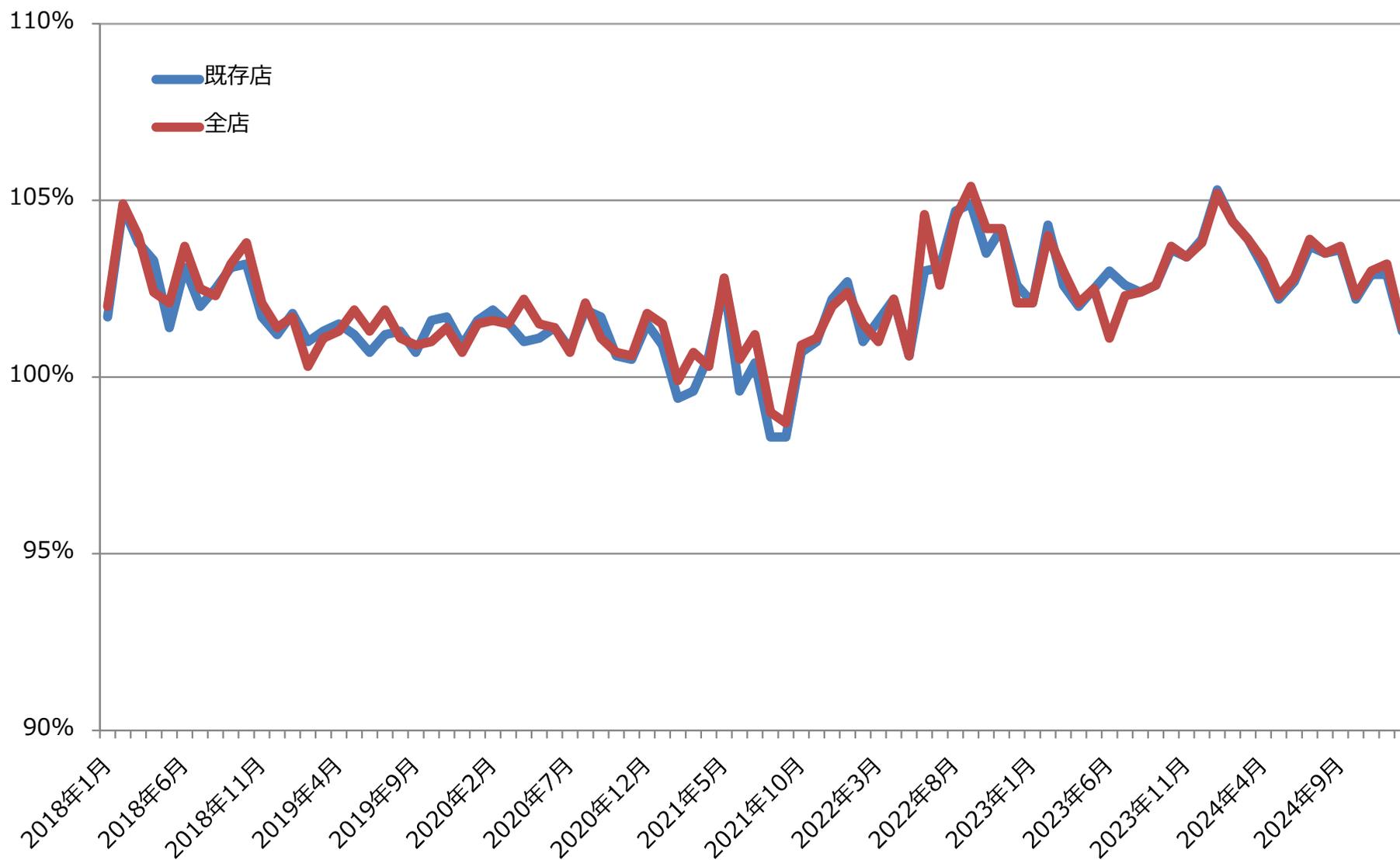


月次客数推移 (対前期比)



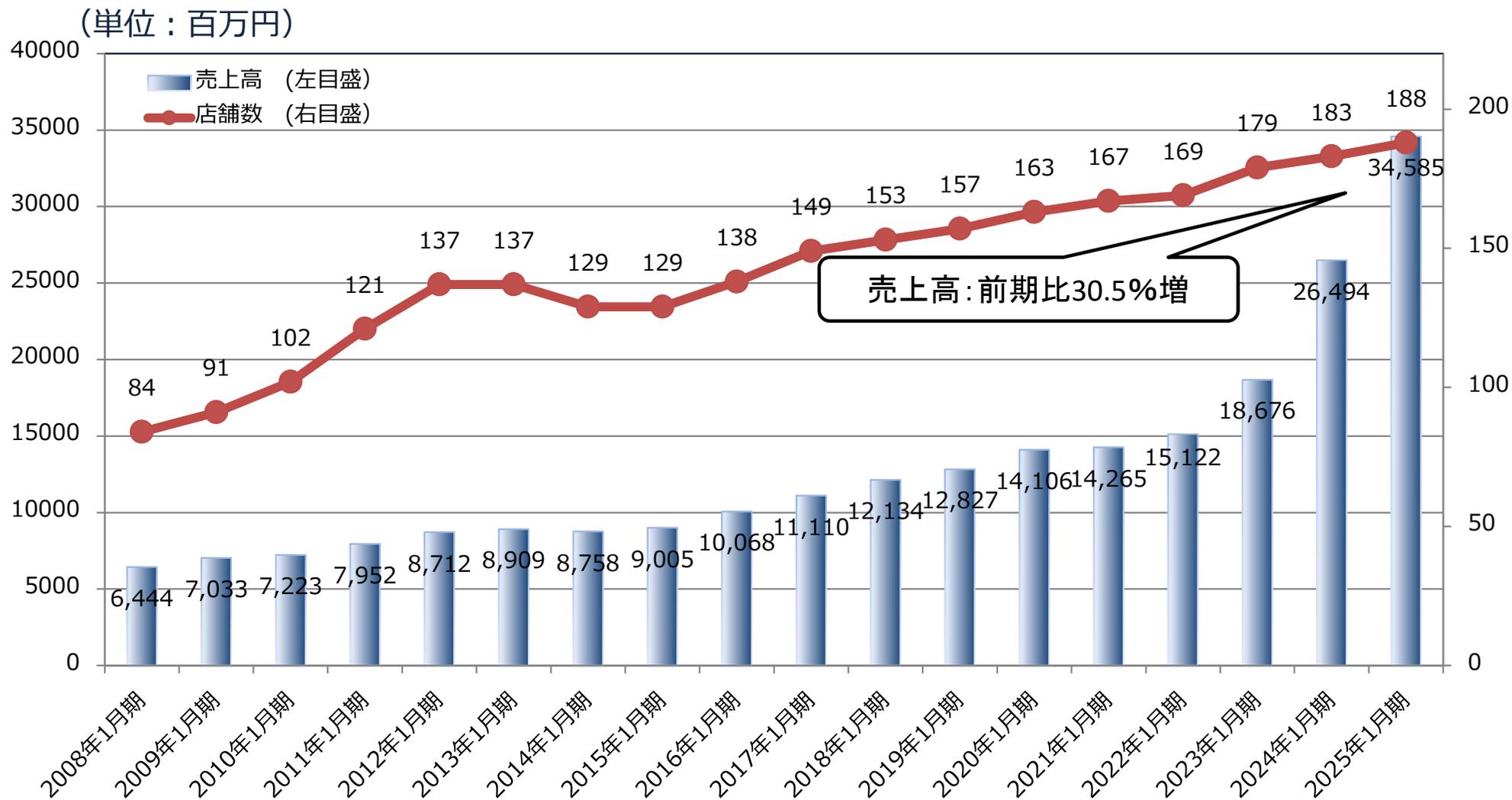


月次客単価推移（対前期比）



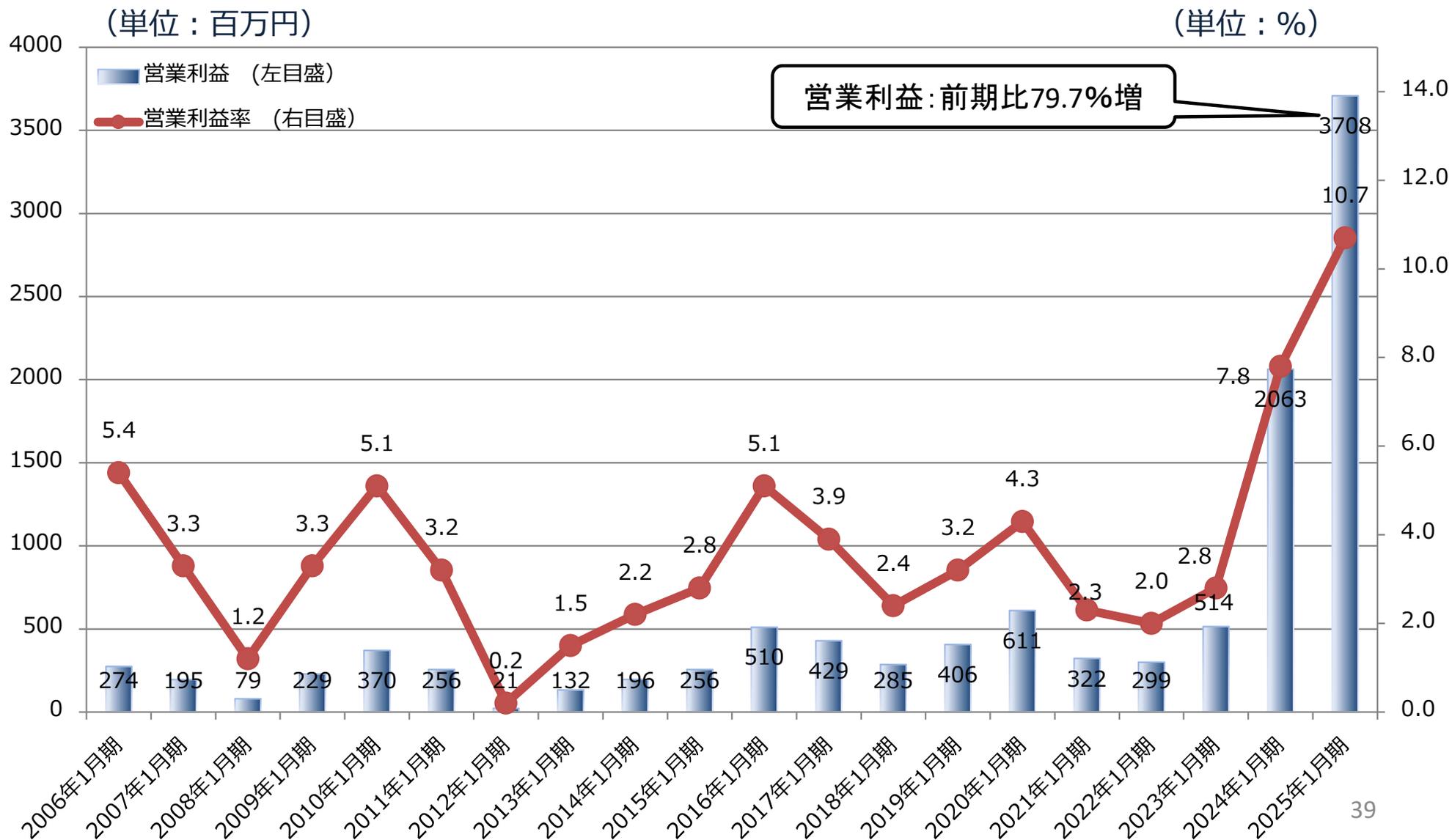


売上高と店舗数の推移



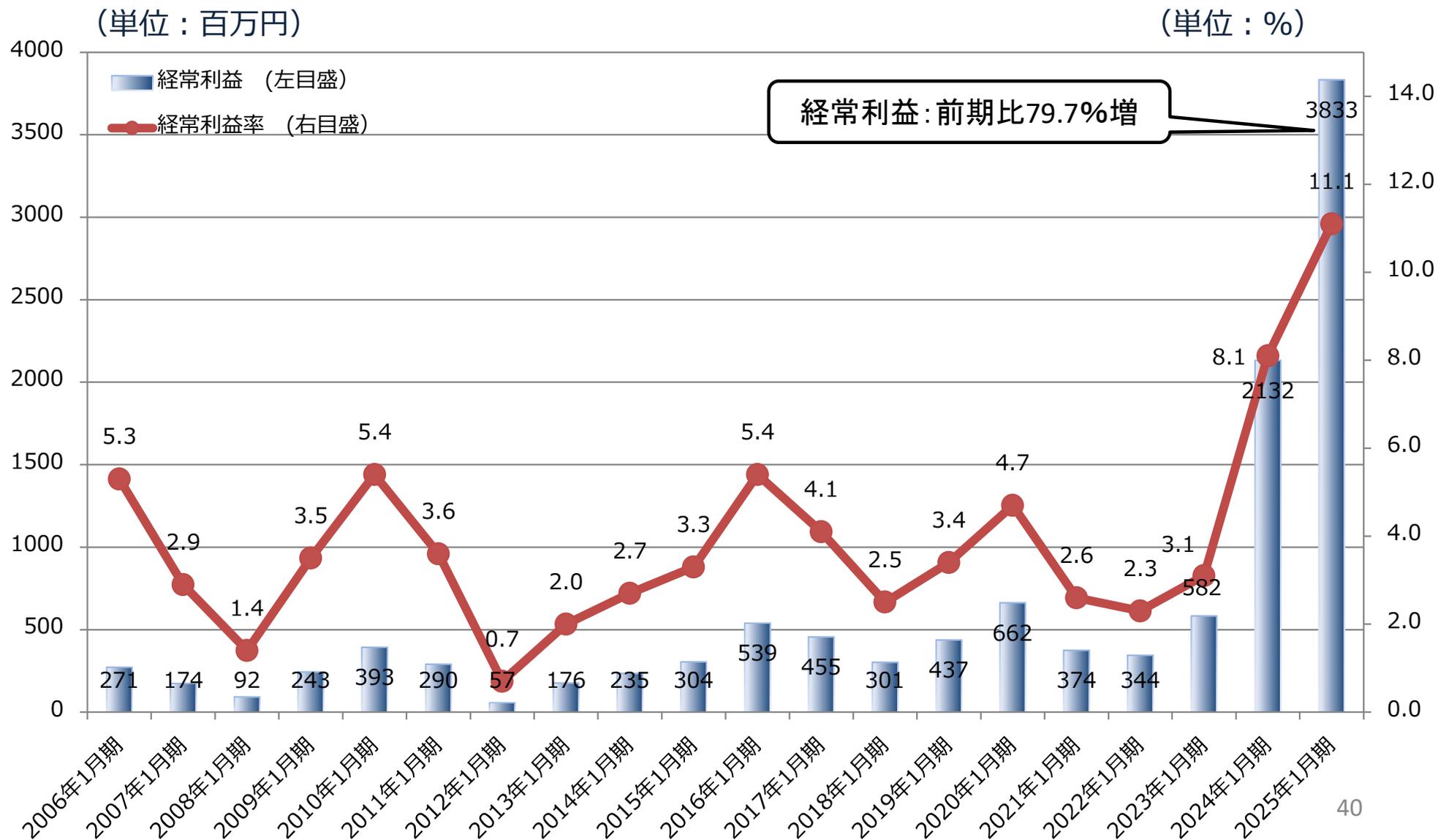


営業利益と営業利益率の推移





経常利益と経常利益率の推移

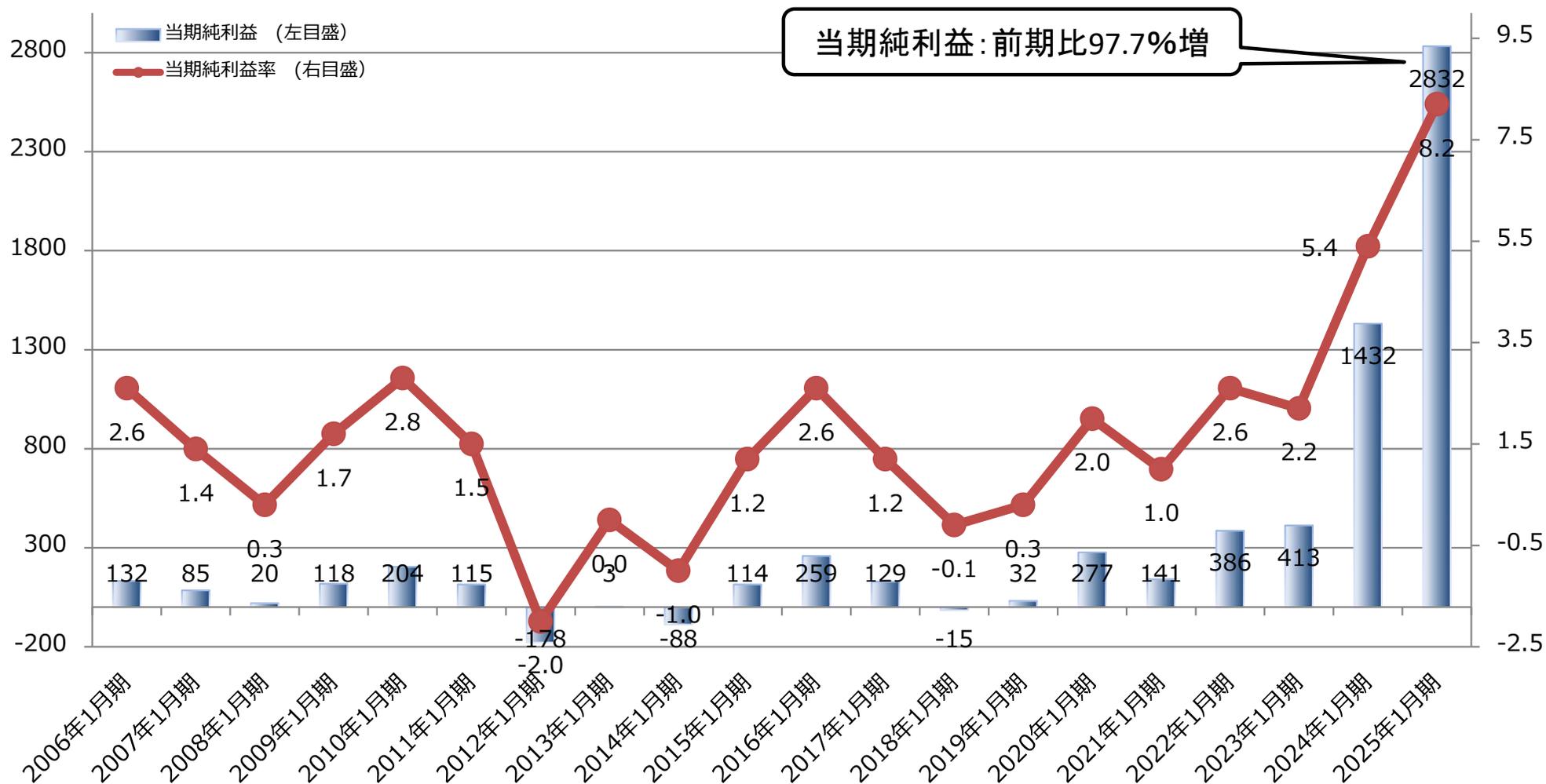




当期純利益と当期純利益率の推移

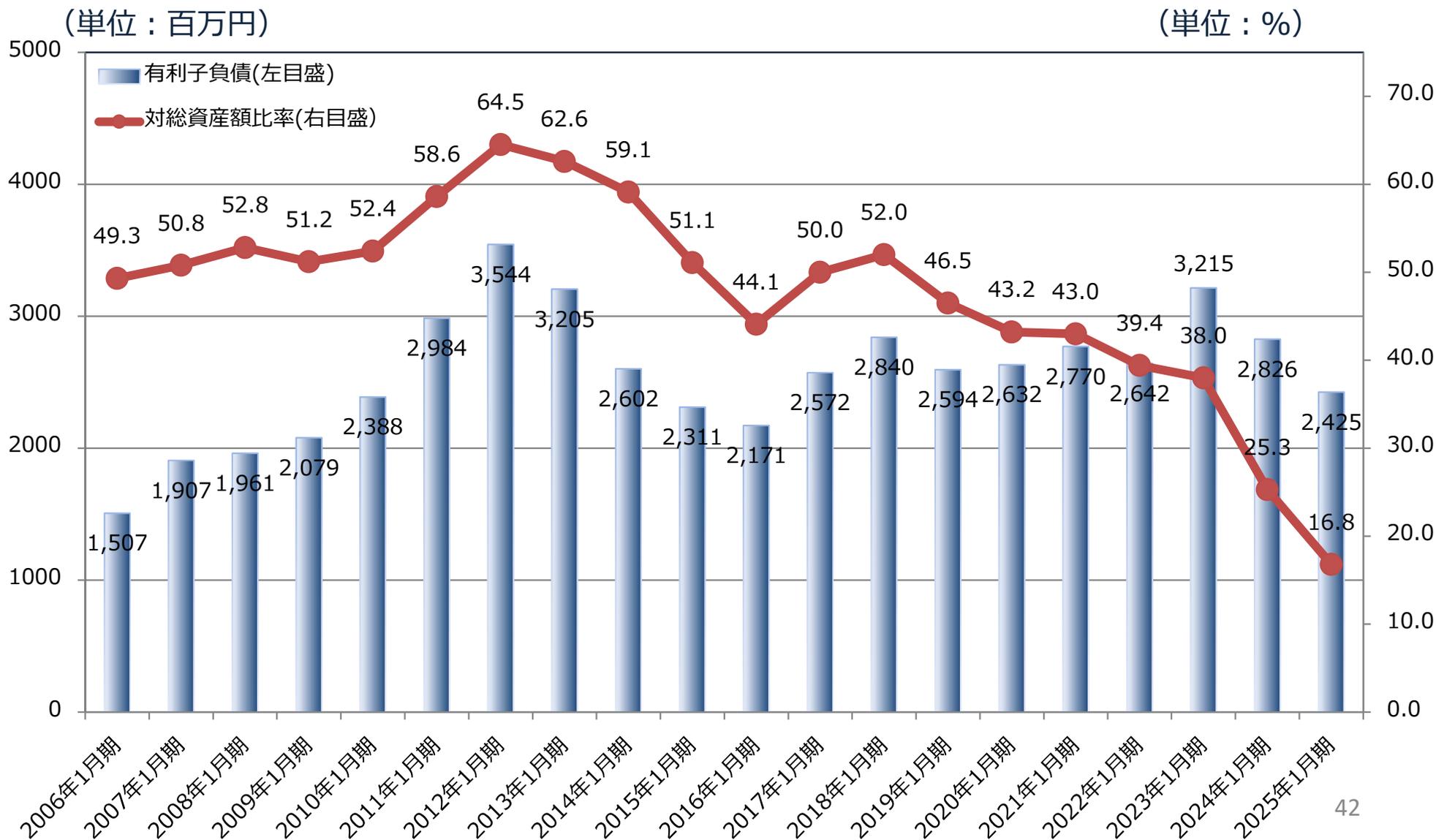
(単位：百万円)

(単位：%)



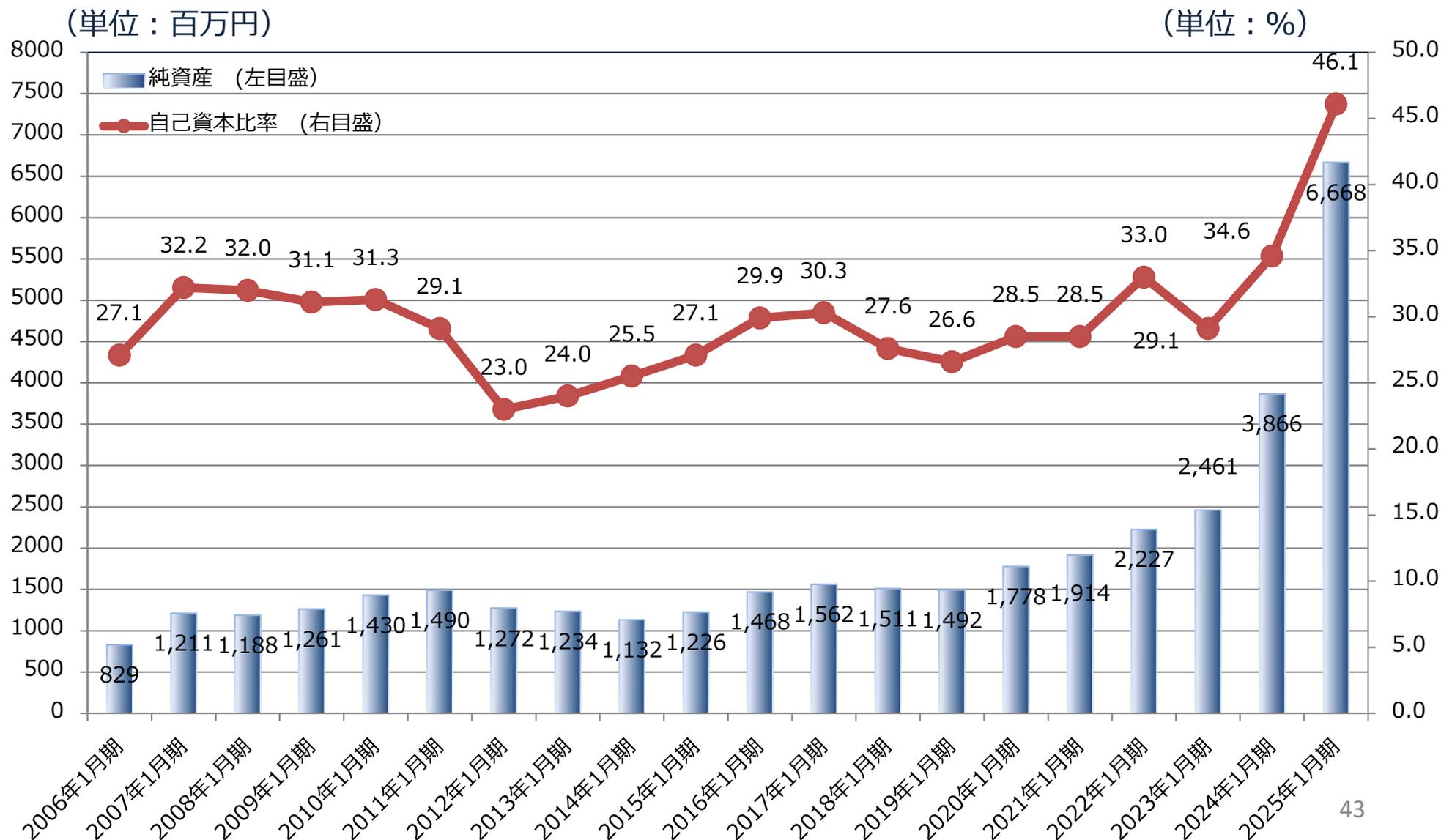


有利子負債と対総資産額比率の推移





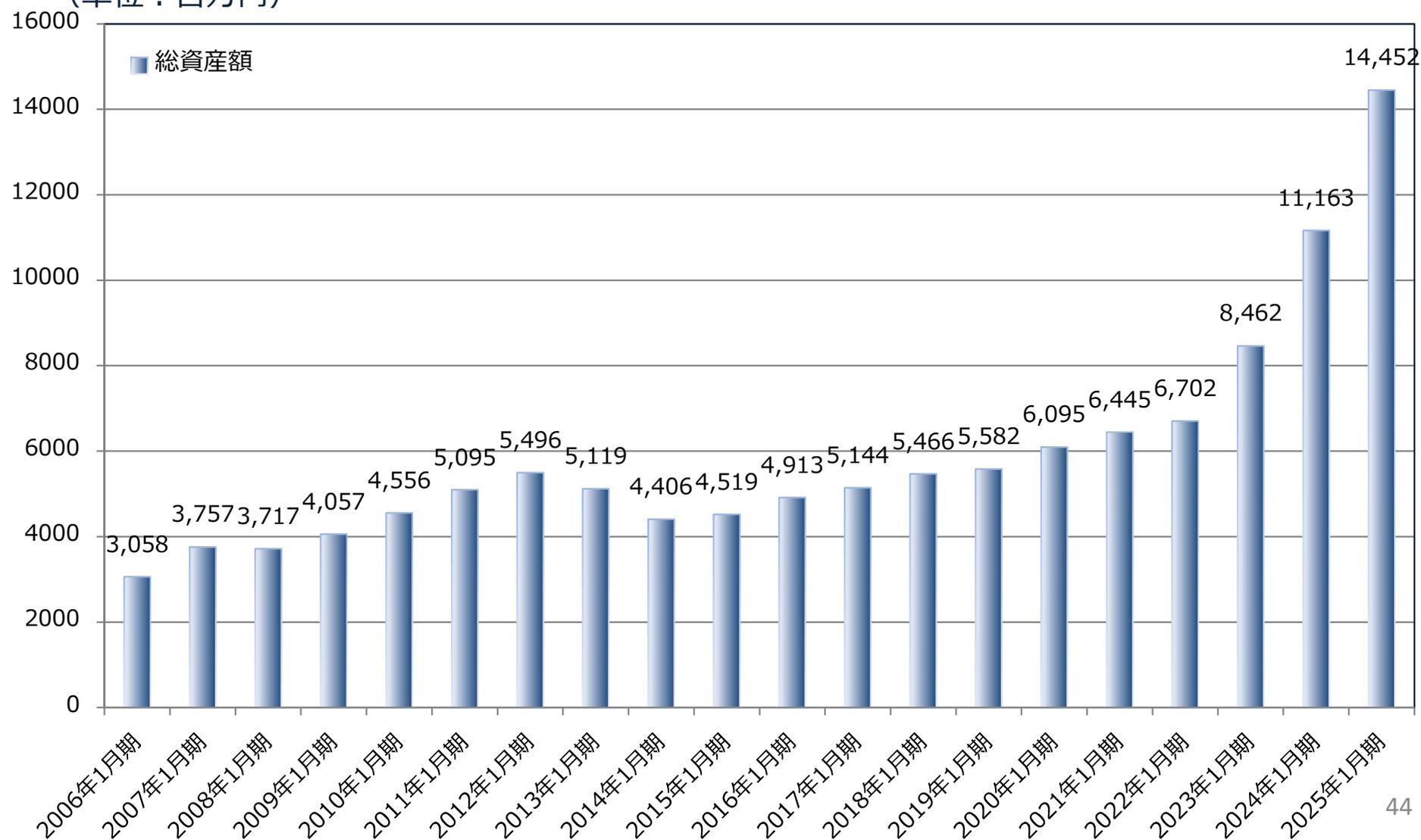
純資産と自己資本比率の推移





総資産の推移

(単位：百万円)





問い合わせ先

問い合わせ先

部署 経営企画室（大島）
電話 029-896-5800
F A X 029-896-5802
E-mail ir@yamaokaya.com
ホームページ <https://www.yamaokaya.com>

本説明会にて提供した情報につきましては、現時点で入手可能な情報に基づき作成したものであり、今後様々な要因により予想数値と異なる可能性がありますのでご了承下さい。

2025年3月24日
株式会社丸千代山岡家
東証スタンダード（証券コード：3399）