2026年1月期

中間決算説明資料

2025年9月12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
2026年１月期	中間決算概要	P　5～P 21
参考資料		P 22～P 34

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	7,074人（内　正社員725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	193店舗（2025年7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183店舗、その他の業態10店舗（2025年7月31日現在）

2026年１月期　中間決算概要

2026年1月期　中間期実績（１）

累計実績

売上高　：　19,816百万円　（ 前期比26.8%増 ）
経常利益：　2,002百万円　（ 前期比26.0%増 ）

総評

- ✓ 売上高は、前期比26.8%増となり、前期から4,182百万円増収
- ✓ 売上高は、当初計画から1,501百万円の上振れで着地
- ✓ 経常利益は、前期比26.0%増となり、前期から413百万円増益
- ✓ 経常利益は、当初計画から258百万円の上振れで着地
- ✓ 既存店が好調を維持し、売上高前期比22.7%増、来店客数は前期比19.0%増
- ✓ 上記の要因などもあり、当期純利益は前期比26.6%増となり1,375百万円で着地
- ✓ 原価、販管費が上昇傾向であり、先行き不透明な部分があるため通期計画は据え置き

2026年1月期　中間期実績（２）

（ 単位：百万円　%）

	１Q実績		２Q実績		中間期	比率
売上高	9,685	-	10,131	-	19,816	100.0
売上原価	2,937	30.3	3,079	30.4	6,016	30.4
売上総利益	6,747	69.7	7,052	69.6	13,799	69.6
販管費	5,687	58.7	6,153	60.7	11,840	59.7
営業利益	1,060	10.9	898	8.9	1,958	9.9
経常利益	1,081	11.2	921	9.1	2,002	10.1
当期利益	728	7.5	647	6.4	1,375	6.9

- ✓ 既存店が好調を維持し、1Qと2Qともに売上高は計画値を上振れ
- ✓ 2025年4月に価格改定を実施したが、食材の仕入価格上昇により原価率は計画の29.7%から0.7ポイント悪化。仕入価格上昇の主要食材は米、ラード、麺、タレ、海苔など
- ✓ 当社は定期賞与が無く、2Qに従業員への決算賞与を約1.5億円計上したため、2Qの販管費は上昇
- ✓ 原価率上昇により売上総利益率は悪化したが、売上高上昇により固定比率が低下し、経常利益は計画値を達成

2026年1月期　中間期実績　計画対比（３）

（単位：百万円　%）

	2026年1月期 上期計画 （A）	売上 比率	2026年1月期 上期実績 （B）	売上 比率	予算比較 （B）−（A）	
					金額	比率差
売上高	18,315	100.0	19,816	100.0	1,501	-
売上原価	5,440	29.7	6,016	30.4	576	0.7
売上総利益	12,874	70.3	13,799	69.6	925	△0.7
販管費	11,173	61.0	11,840	59.7	667	1.3
営業利益	1,701	9.3	1,958	9.9	257	0.6
経常利益	1,744	9.5	2,002	10.1	258	0.6
当期利益	1,186	6.5	1,375	6.9	189	0.4

- ✓ 来店客数増加により売上高は計画から1,501百万円増加
- ✓ 売上原価は食材の仕入価格上昇により計画から0.7ポイント上昇
- ✓ 販管費は売上高上昇による固定比率の低下により1.3ポイントの改善
- ✓ 粗利率は悪化したが、売上拡大により損益分岐売上を大幅に更新したことにより、各利益ともに計画値を達成
- ✓ 2026年1月期の中間期決算時点では減損損失の計上なし

2026年1月期　中間期実績　対前年比較（４）

（単位：百万円　%）

	2025年1月期 中間期実績 （A）	売上 比率	2026年1月期 中間期実績 （B）	売上 比率	対前年比較 （B）−（A）	
					金額	比率差
売上高	15,633	100.0	19,816	100.0	4,182	−
売上原価	4,538	29.0	6,016	30.4	1,478	1.4
売上総利益	11,095	71.0	13,799	69.6	2,704	△1.4
販管費	9,565	61.2	11,840	59.7	2,275	△1.5
営業利益	1,529	9.8	1,958	9.9	429	0.1
経常利益	1,589	10.2	2,002	10.1	413	△0.1
当期利益	1,086	6.9	1,375	6.9	289	0.0

- ✓ 売上高は40か月連続で対前年売上を超え、既存が好調を維持し4,183百万円の増収
- ✓ 売上原価は食材価格の高騰があり、2025年4月に商品価格の見直しを行ったものの前年から1.4ポイントの悪化
- ✓ 売上総利益率は1.4ポイント悪化したが、売上高の大幅増により固定比率が低下し営業利益・経常利益とも増益
- ✓ 経常利益は売上高の増加に伴い増益だが利益率はほぼ前期並み

2026年1月期　中間期実績　コスト内訳（５）

（単位：百万円　%）

		2026年1月期 計画（A）	売上比率	2026年1月期 中間期実績（B）	売上比率	対計画比較（B）－（A）	
						金額	比率差
売上高		18,315	100.0	19,816	100.0	1,051	－
売上原価		5,440	29.7	6,016	30.4	576	0.7
売上総利益		12,874	70.3	13,799	69.6	925	△0.7
販売費及び一般管理費	給与・雑給	5,524	30.5	6,125	31.2	593	0.7
	法定福利費	549	3.0	628	3.0	46	0.0
	水道光熱費	1,385	7.6	1,388	7.0	3	△0.6
	広告宣伝費	179	1.0	170	0.9	△9	△0.1
	衛生費	200	1.1	221	1.1	21	0.0
	地代家賃	490	2.7	513	2.6	23	△0.1
	保守管理費	312	1.7	382	1.9	70	0.2
	減価償却費	329	1.8	328	1.6	△1	△0.2
	その他	2,205	11.6	2,085	10.3	△79	△1.3
	計	11,173	61.0	11,840	59.7	667	△1.3

- ✓ 4月に価格改定を行ったが、食材仕入価格の上昇により原価率は上昇
- ✓ 給与ベースアップ、確定拠出年金の積立額増額、新規採用スタッフのトレーニングコストにより人件費は増加
- ✓ 水道光熱費は概ね計画値に収まり、売上比率は低減
- ✓ 売上増加に合わせて食材の備蓄を増やしたため、倉庫保管料の保守管理費が増加

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）

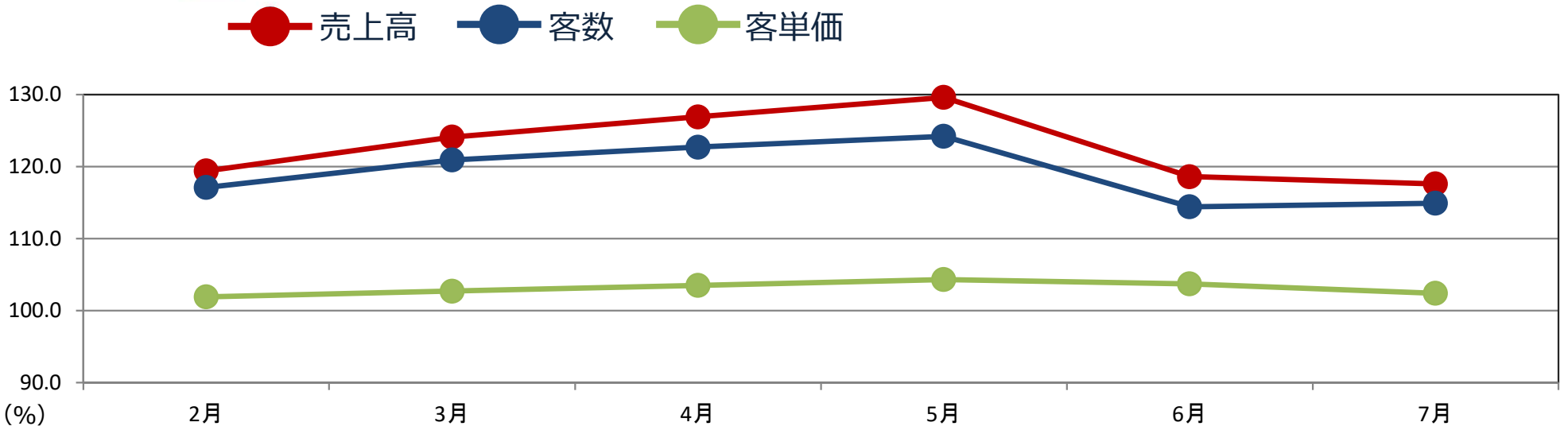
	2026年中間期	前期末比増減		2026年中間期	前期末比増減
流動資産	6,930	△459	流動負債	5,494	△595
棚卸資産	2,426	269	1年以内返済借入金・社債	638	△260
固定資産	7,757	694	固定負債	1,392	△302
有形・無形固定資産	6,224	684	長期借入金・社債	1,280	△245
投資その他の資産	1,533	10	純資産	7,801	1,133
資産合計	14,687	235	**負債・純資産合計**	14,687	235

キャッシュフロー計算書

（単位：百万円）

	2025年1月期	2026年中間期
営業活動によるキャッシュフロー	2,967	921
投資活動によるキャッシュフロー	△1,316	△998
財務活動によるキャッシュフロー	△497	△809

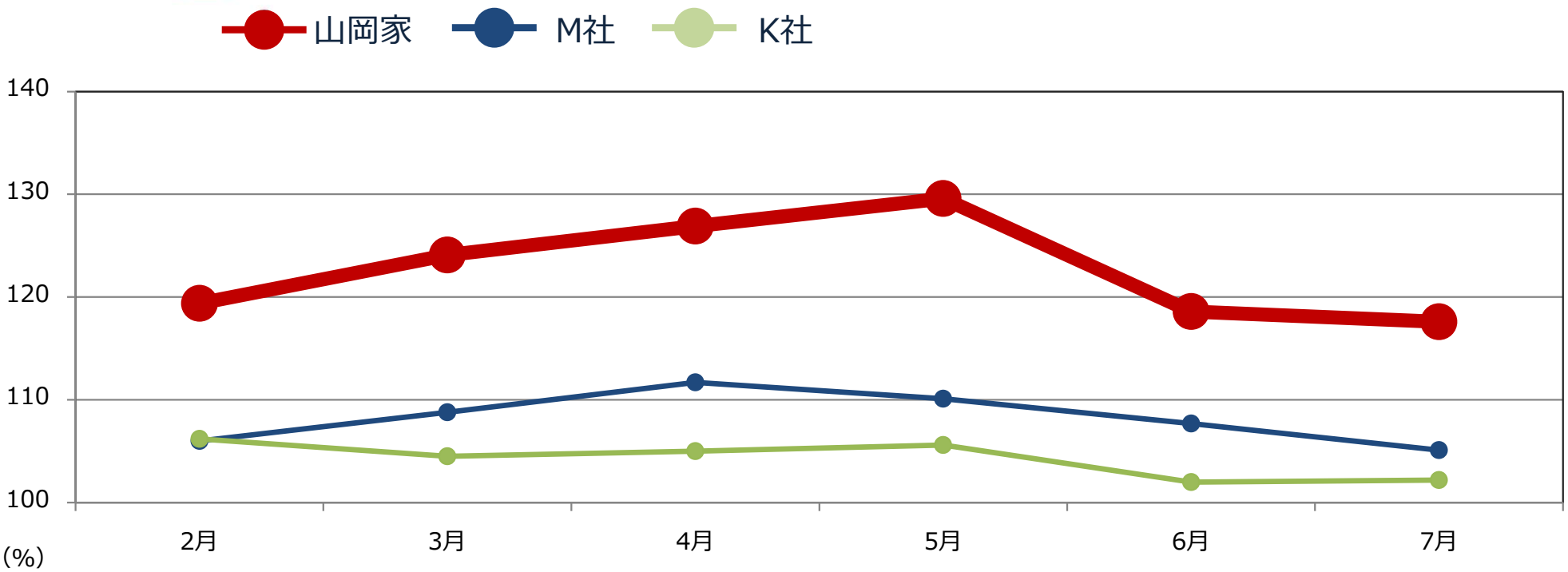
2026年1月期　既存店売上高推移（対前年比）



（単位：%）

	2026年1月期						
	2月	3月	4月	5月	6月	7月	計
売上高	119.4%	124.1%	126.9%	129.6%	118.6%	117.6%	122.7%
客数	117.1%	120.9%	122.7%	124.2%	114.4%	114.9%	119.0%
客単価	101.9%	102.7%	103.5%	104.3%	103.7%	102.4%	103.1%

大手ラーメンチェーンとの既存店売上高前年比較



- ✓ 当社は既存店売上高対前年比が100%以上を継続し、40カ月連続で前年を上回っている
- ✓ 当社の5月はGW後に売上が落ち着く傾向があるが、今期はGW後も集客が好調に推移して、既存店の対前年比較で129.6%という結果となった
- ✓ 2025年4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
- ✓ 6月以降の当社の売上高の前年比が鈍化したように見えるが、対比する2024年6月と7月の売上が高く、その売上高を超えており好調を維持している
- ✓ 大手ラーメンチェーン店も前年比100%を超え、ラーメン業界の集客は概ね好調に推移している

2026年1月期の出店

2025年7月末までに新規出店は5店舗の実績となります。下期は以下の予定となっております。
なお、埼玉県の岩槻店の出店中止、北海道の大曲店は工事進捗に遅れが生じ、今期出店は８店舗の計画に変更いたします。

【上期出店実績】

	店舗名	オープン日	住所
1	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
2	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
3	ラーメン山岡家山口店	2025年5月27日	山口県山口市吉敷中東4丁目2-27
4	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太平通５丁目40
5	ラーメン山岡家羊ヶ丘通店	2025年7月15日	北海道札幌市清田区真栄三条2丁目18-30

【下期の予定】

	店舗名	オープン予定日	住所
1	山岡家岩出店	2025年10月予定	和歌山県岩出市大町27-1
2	山岡家深谷店	2025年10月予定	埼玉県深谷市東方町3丁目36番14
3	山岡家鶴田店	2025年11月予定	栃木県宇都宮市

2026年1月期　エリア別出店状況

北海道・東北エリア

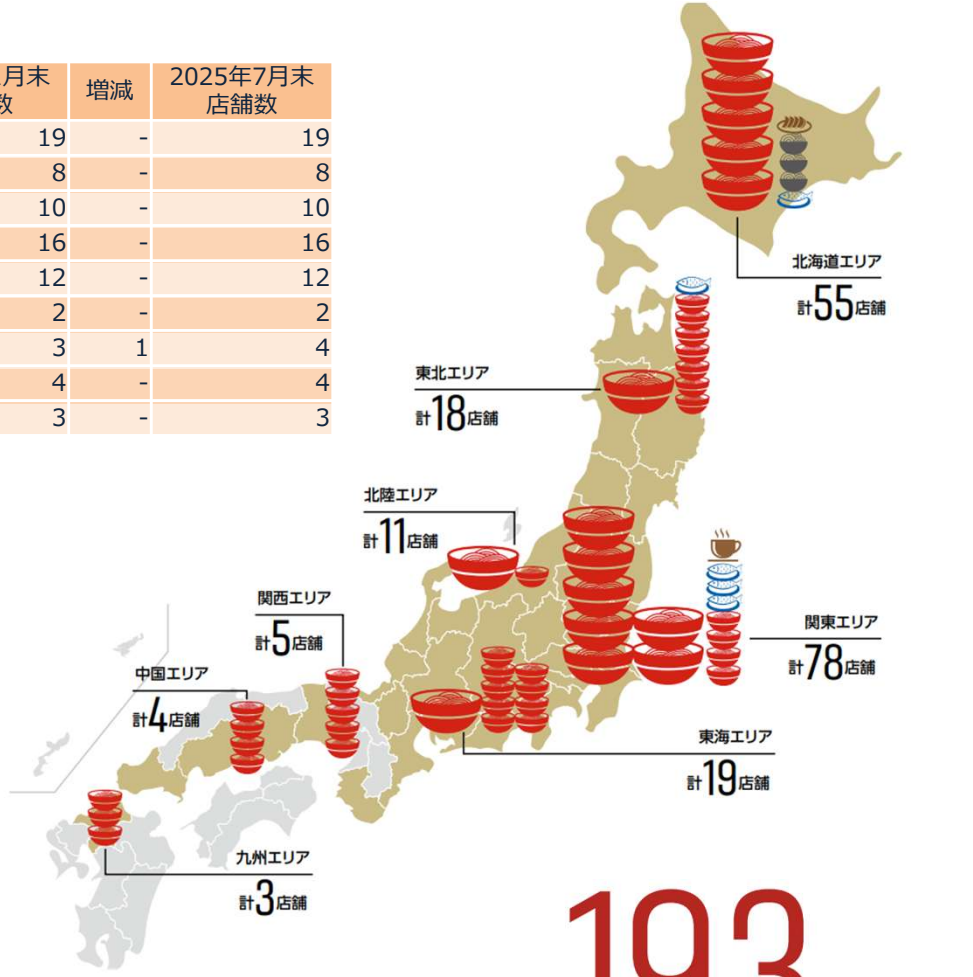
	2025年1月末店舗数	増減	2025年7月末店舗数
北海道	54	1	55
宮城県	4	-	4
福島県	4	-	4
山形県	2	-	2
秋田県	2	-	2
岩手県	2	-	2
青森県	4	-	4

東海・関西・北陸・九州エリア

	2025年1月末店舗数	増減	2025年7月末店舗数
静岡県	7	-	7
岐阜県	1	-	1
愛知県	7	1	8
三重県	3	-	3
新潟県	5	-	5
富山県	2	-	2
石川県	2	-	2
福井県	2	-	2
和歌山県	1	-	1
滋賀県	1	-	1
兵庫県	3	-	3
岡山県	1	-	1
広島県	1	-	1
山口県	1	1	2
福岡県	2	1	3

関東圏エリア

	2025年1月末店舗数	増減	2025年7月末店舗数
茨城県	19	-	19
群馬県	8	-	8
栃木県	10	-	10
千葉県	16	-	16
埼玉県	12	-	12
東京都	2	-	2
神奈川県	3	1	4
山梨県	4	-	4
長野県	3	-	3



193店舗
(2025年7月31日現在)

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
73	78	42	193

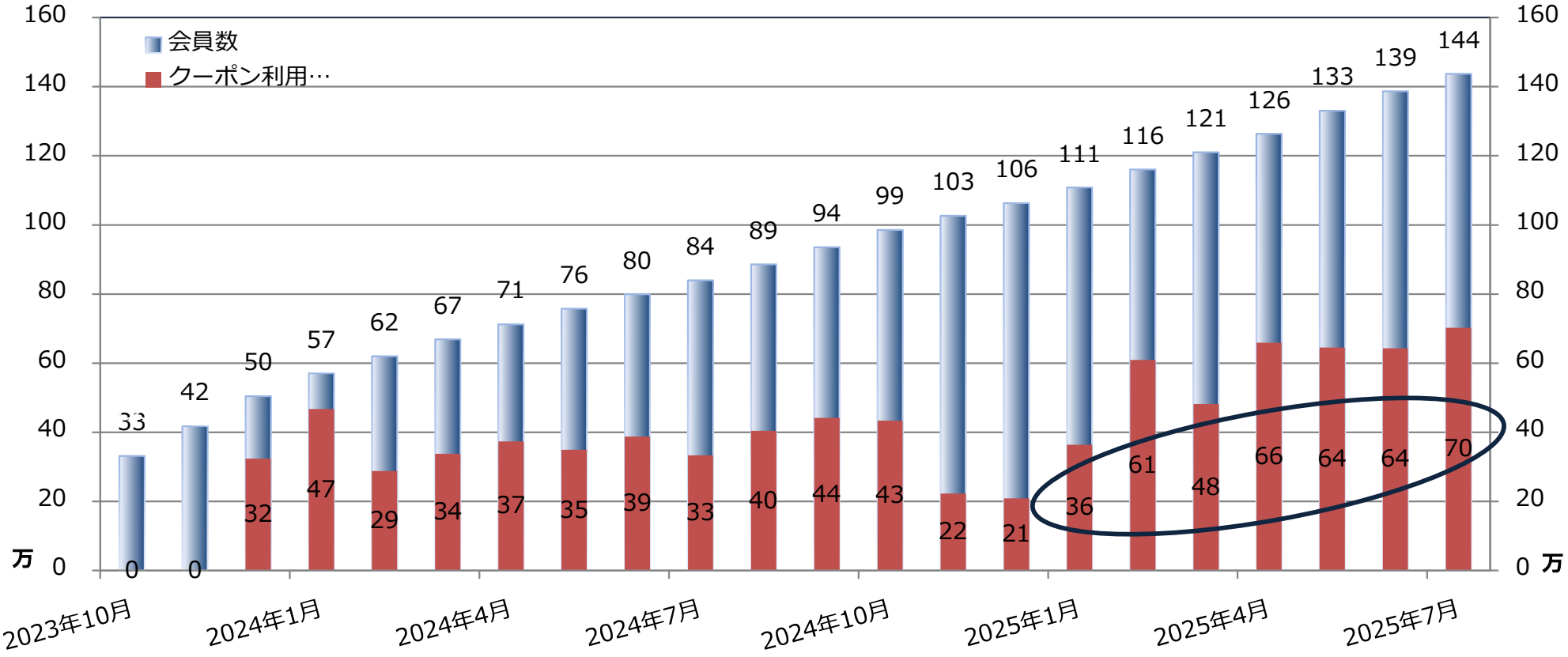
2026年度1月期　期間限定メニューの紹介

- ✓ 上期では山岡家3品、煮干しラーメン山岡家３品、味噌ラーメン山岡家２品の期間限定商品販売
- ✓ 山岡家では新商品となる「特製カレーとんこつラーメン」の販売
- ✓ 煮干しラーメン山岡家では定番の「背脂煮干しラーメン」と「冷やし鯛煮干しラーメン」の販売
- ✓ 味噌ラーメン山岡家では新商品となる「にんにくスタミナ味噌ラーメン」の販売

総客数に対する販売実績は

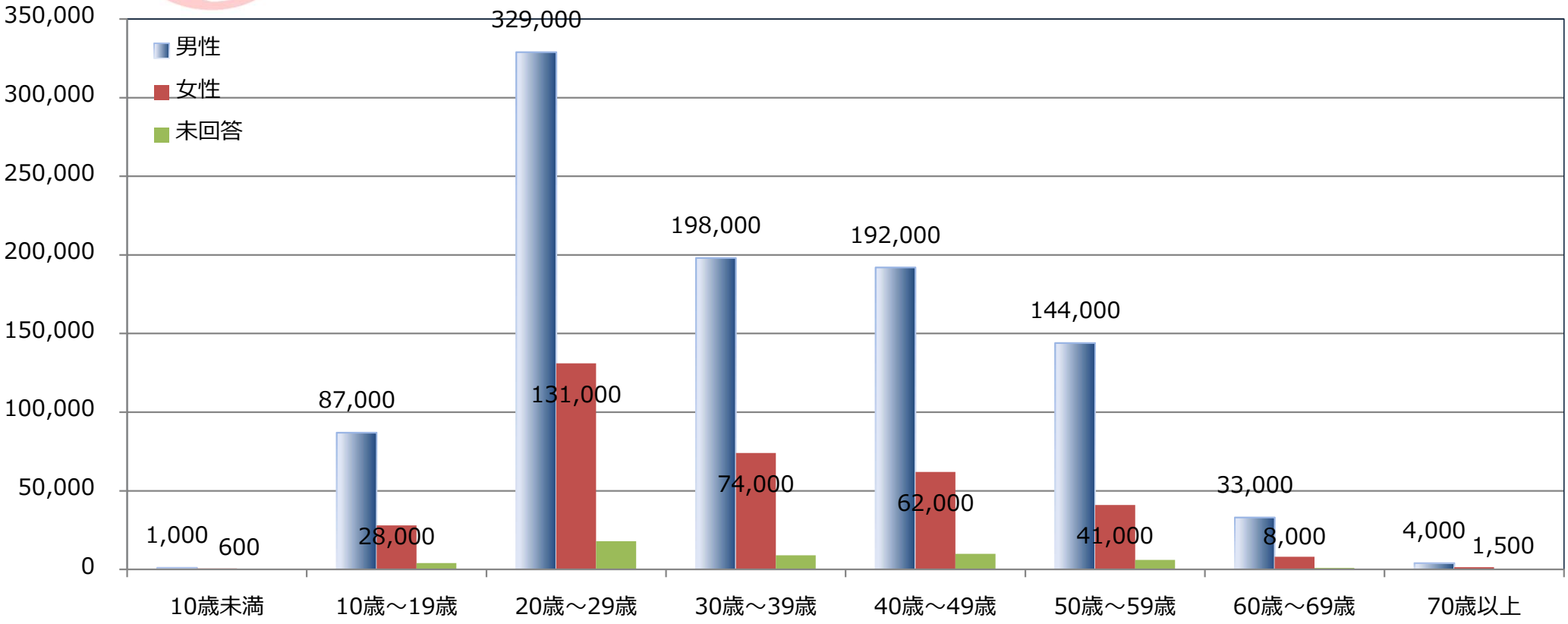
焦がし醤油ラーメン	7.9%
特製カレーとんこつラーメン	4.3%
背脂煮干しラーメン	11.8%
冷やし鯛煮干しラーメン	11.4%
特製白味噌ラーメン	6.6%
にんにくスタミナラーメン	7.8%

当社アプリ会員数とクーポン利用数の推移



(1) アプリ会員数は毎月約5万人増加し2025年7月時点で140万人を突破
(2) 会員数増加によりクーポン配信による販売促進効果が高まると推測
(3) 2025年2月からクーポンを毎週配信に切り替えたことにより、利用件数が増え
集客につながり売上増加につながった

アプリ会員の年齢構成



（1）20代男性の会員数が最も多い
（2）当社のメイン顧客の年齢層は30代～40代が多いと推測していたが、アプリ導入により、10代～20代の顧客層の獲得ができた
（3）10代～20代の新規顧客層の来店により、売上高の底上げにつながっている

2026年1月期　上期の取組み

(1) 5店舗の新規出店と1店舗（山岡家苫小牧糸井店）のリニューアル
(2) 各店舗の売上高に応じた寸胴サイズと豚骨使用量の見直し
(3) 動画マニュアル導入によるQSCの向上と安定化
(3) スキル向上を目的とした全スタッフ対象の接客コンテスト実施
(4) ウェイティング対策として予約システムEPARKを10店舗に試験導入
(5) カスタマーハラスメント基本方針の策定と公開
(6) 全スタッフ向けに倫理規則の新設
(7) アプリクーポンの配信頻度の増加による集客増
(8) アプリに寄せられたお客様のご意見をAIで集約して店舗に週1回自動配信
(9) 新商品を含む定期的な期間限定商品販売による来店頻度向上と新規顧客開拓
(10) 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
(11) 店舗の売上と勤怠管理の基幹システムの新規導入
(12) 健康経営優良法人2025に認定
(13) 業務拡大に対応するための本部人材の増員
(14) 上期で122名の正社員採用
(15) 正社員の基本給平均6.8%のベースアップを3月に実施
(16) 正社員の早期離職防止と待遇改善を目的とした確定拠出年金の拠出金額の増額

まとめ

「売上高の好調要因」
- アプリ会員増加による顧客層の拡大
- アプリクーポンの配信回数を増やすことにより来店頻度向上
- インフルエンサーによる当社の紹介により認知度向上
- 認知度向上により新規出店店舗に限らず既存店の集客増加
- ４月の価格改定による粗利獲得
- 価格改定後の集客減の影響が少なく好調を維持

「コスト面」
- 価格改定による粗利額獲得以上に食材の仕入れ価格が上昇し原価率上昇
- 売上増加に伴う食材の備蓄量の増加により保管料の増加
- 人材確保施策として給与ベースアップと確定拠出年金積立額の増額
- 売上増加と来期以降の出店にむけた人材採用による人件費の増加

以上のことから、
売上高は前年同期比26.8%増の19,816百万円、経常利益は前年同期比26.0%増の2,002百万円、当期純利益は前年同期比26.7%増の1,375百万円となった。

配当・株主優待

✓ 配当

2026年1月31日基準日の株主様へ当初計画から18円を増額した21円の配当を計画
※2025年9月12日に増配発表

✓ 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

「分割と優待拡充」
2025年7月22日に株式分割と同時に優待拡充を発表し、分割後の100株、200株での優待新設、ラーメン無料券の枚数拡大を実施

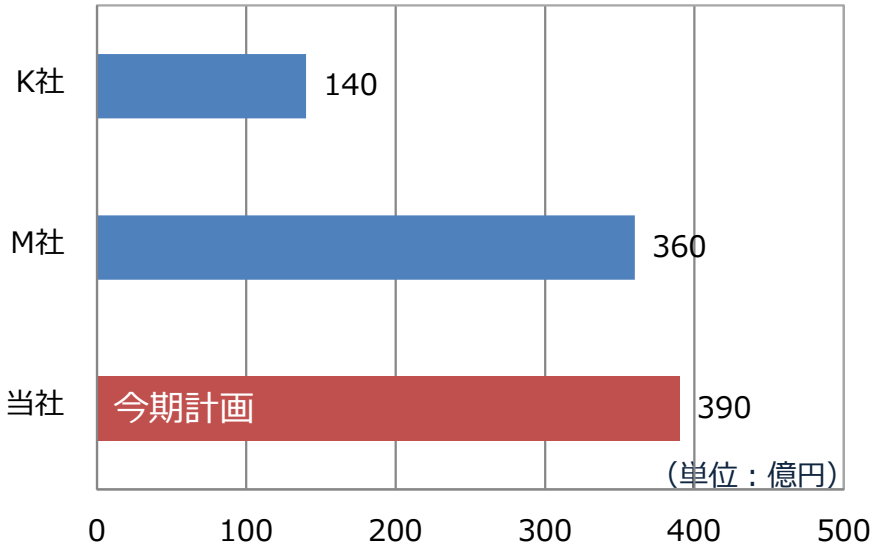
「2025年1月31日基準日の株主優待の申し込み状況」
(1) 株主優待申し込み状況
全株主の91.9%の申込みと高い水準を維持
(2) 優待の商品受注内容
ラーメン無料券70.0%　お米21.8%　乾麺8.2%

参考資料

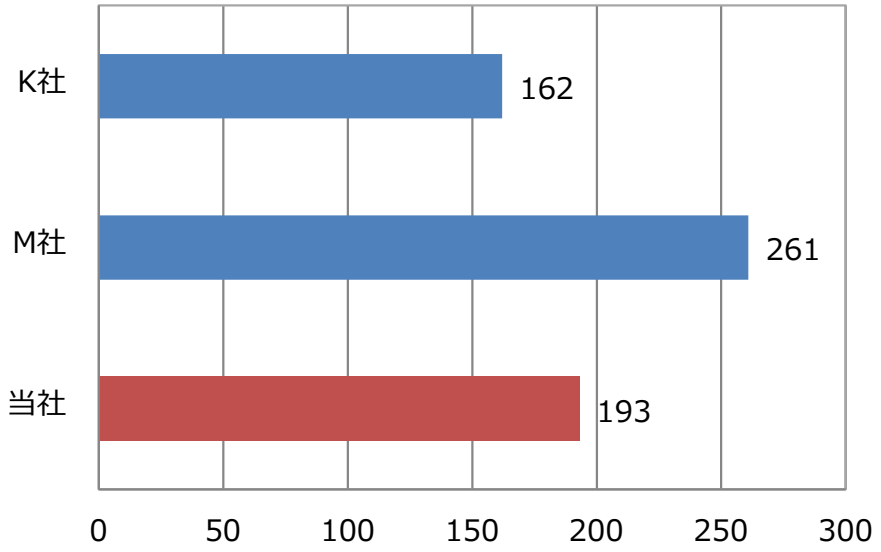
【当社推定のラーメン業界データ】

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7,900億円と仮定し、店舗数はおよそ30,000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。

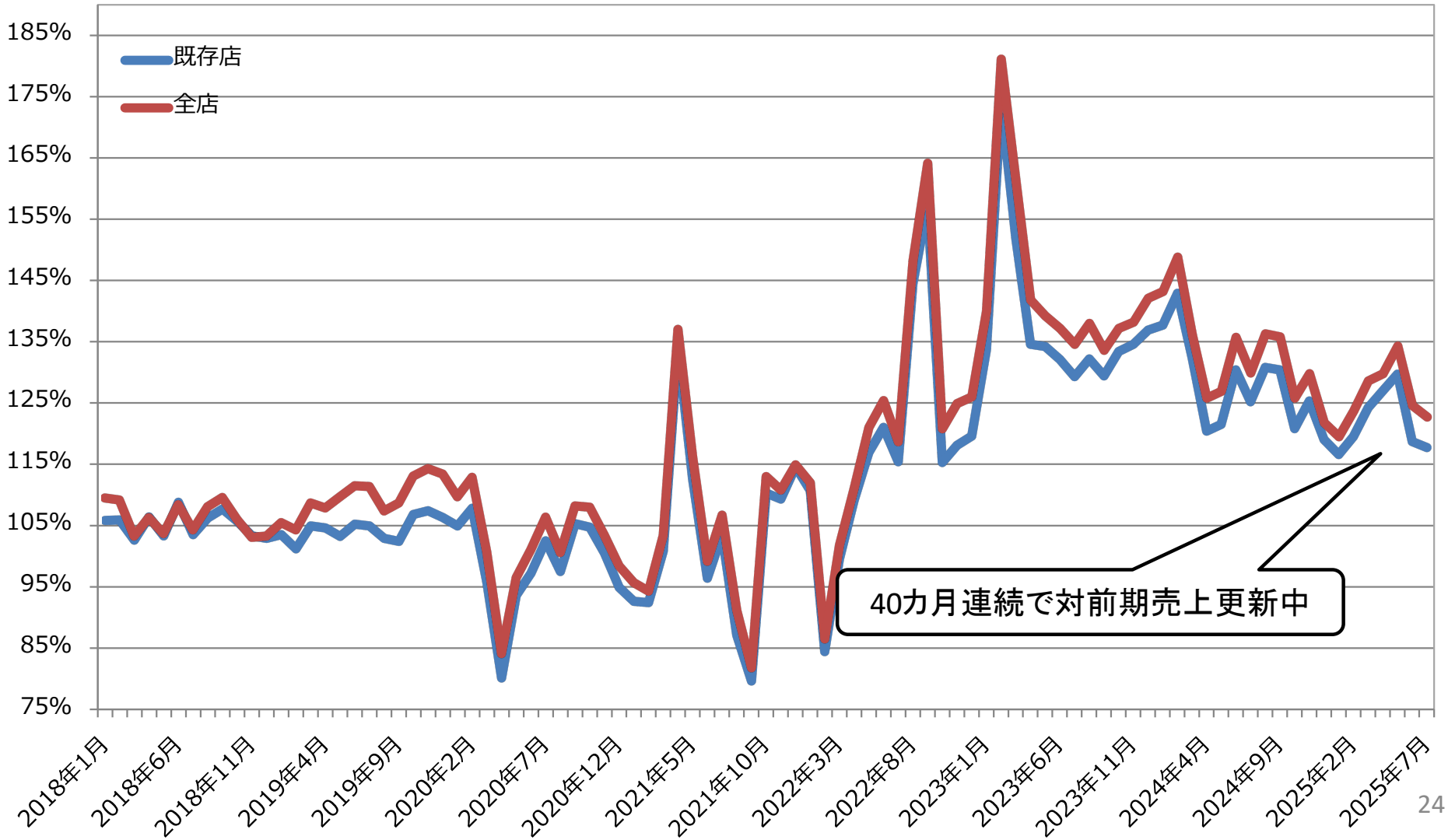
上場他社企業のラーメン事業の売上高



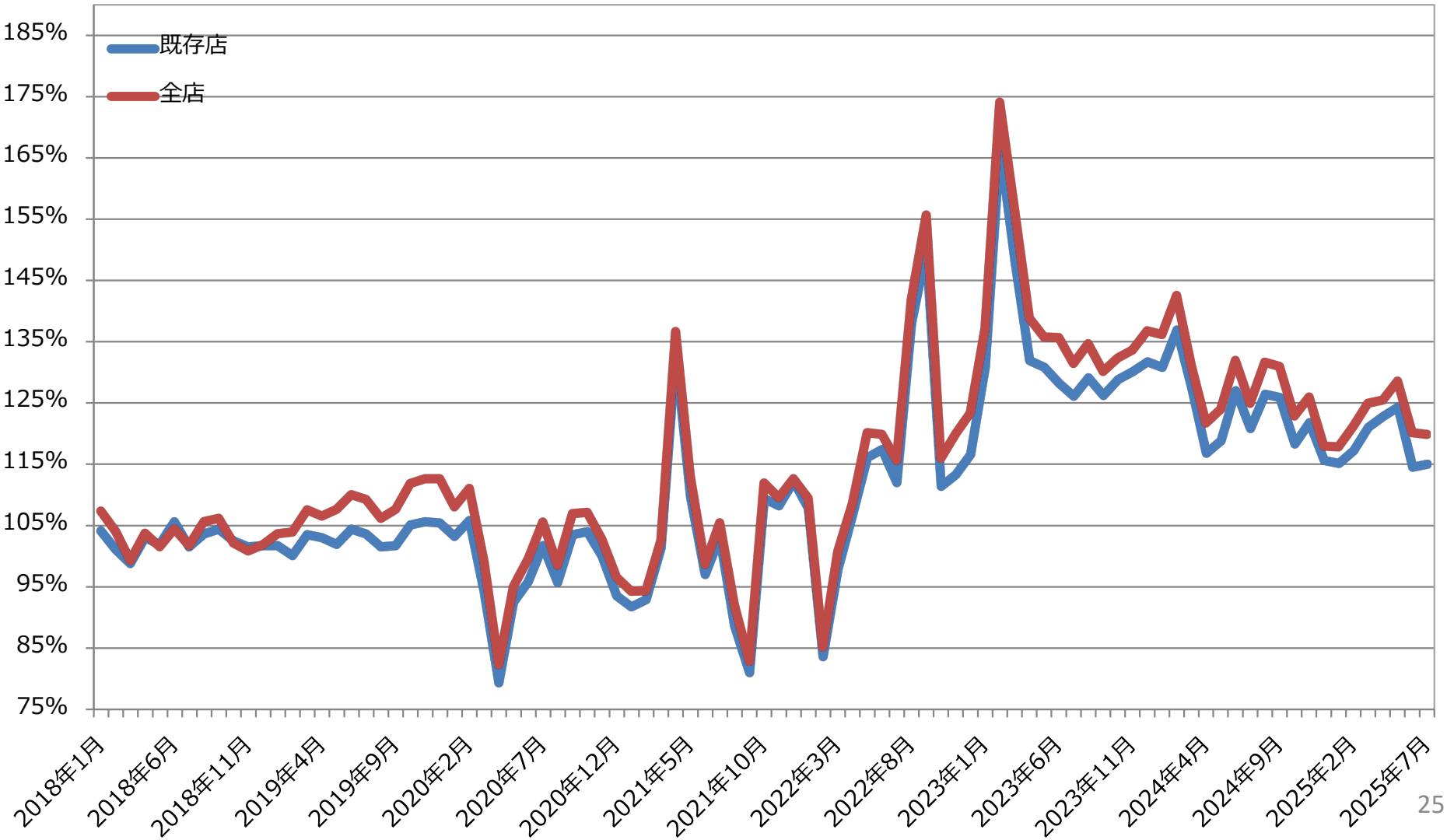
上場他社企業のラーメン店の店舗数



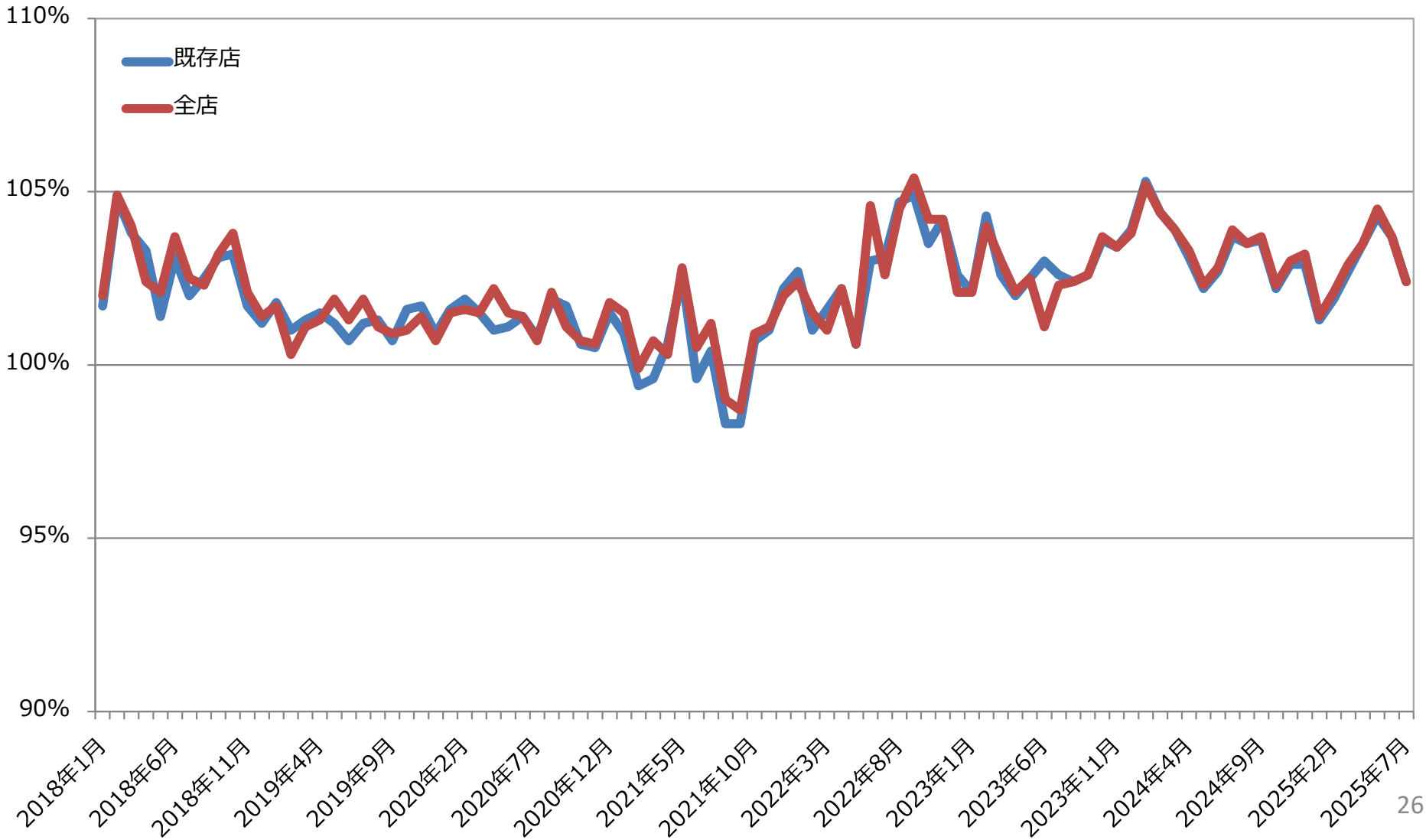
月次売上高推移（対前期比）



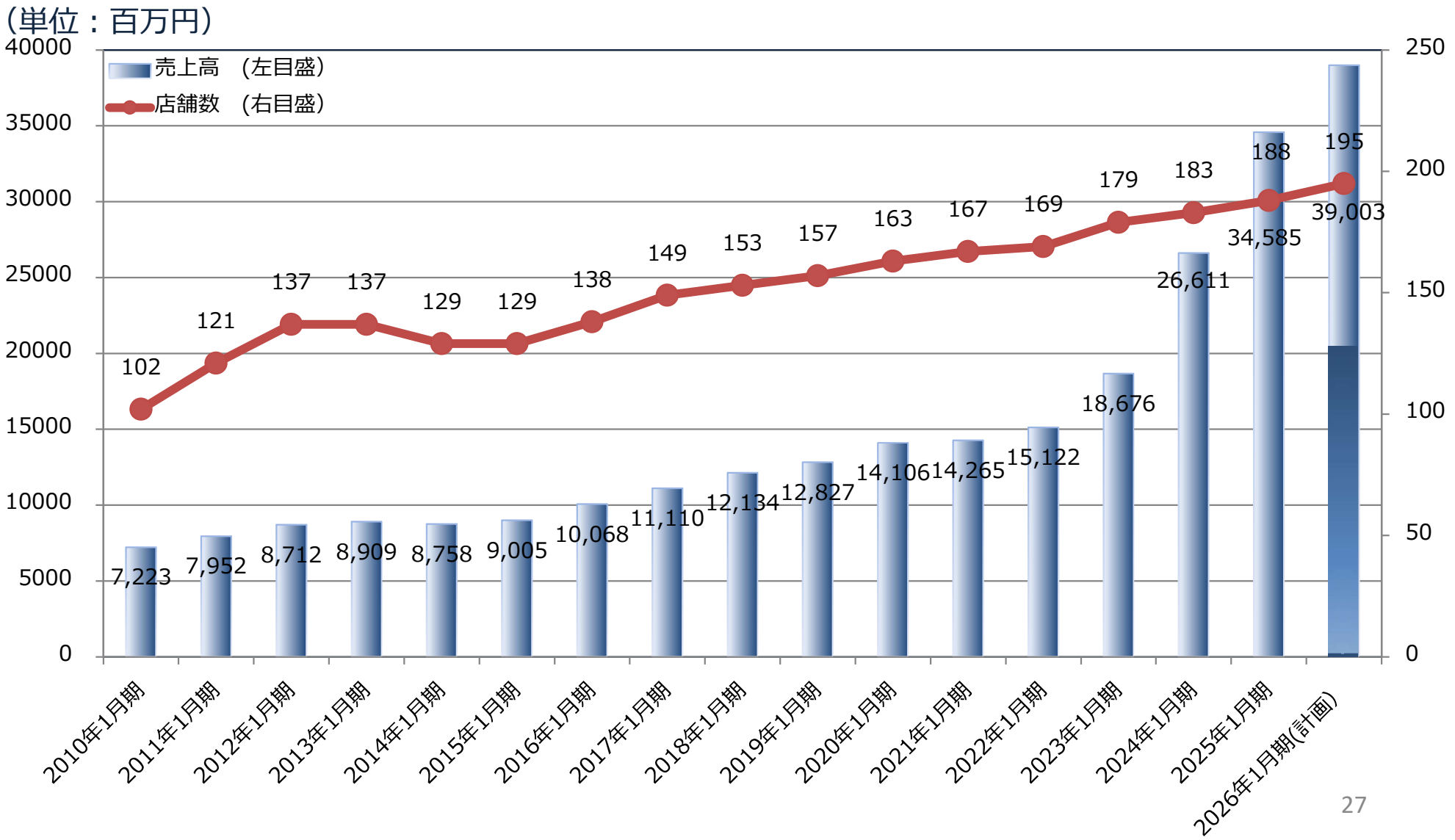
月次客数推移（対前期比）


既存店
全店
185%
175%
165%
155%
145%
135%
125%
115%
105%
95%
85%
75%
2018年1月
2018年6月
2018年11月
2019年4月
2019年9月
2020年2月
2020年7月
2020年12月
2021年5月
2021年10月
2022年3月
2022年8月
2023年1月
2023年6月
2023年11月
2024年4月
2024年9月
2025年2月
2025年7月

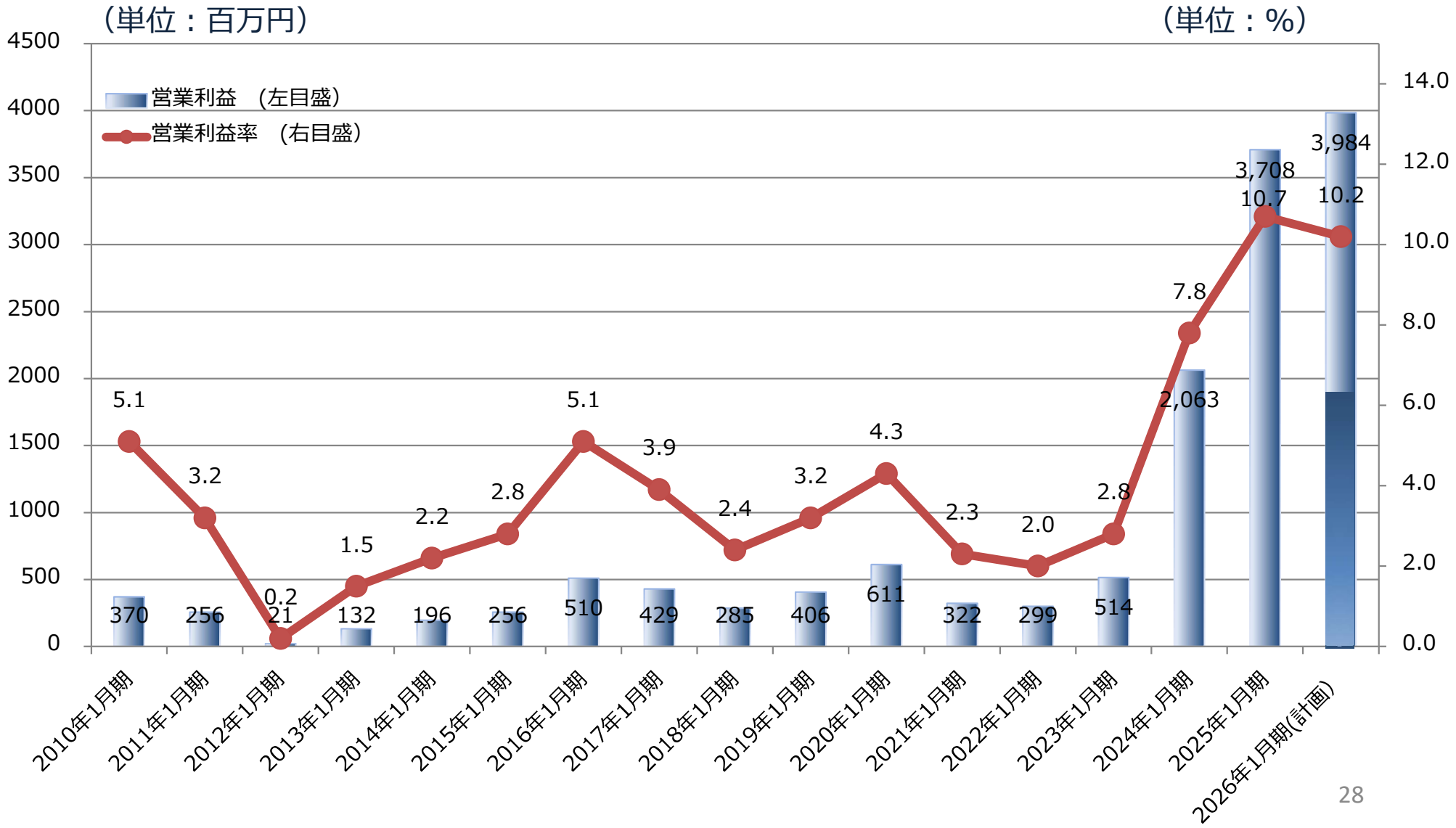
月次客単価推移（対前期比）



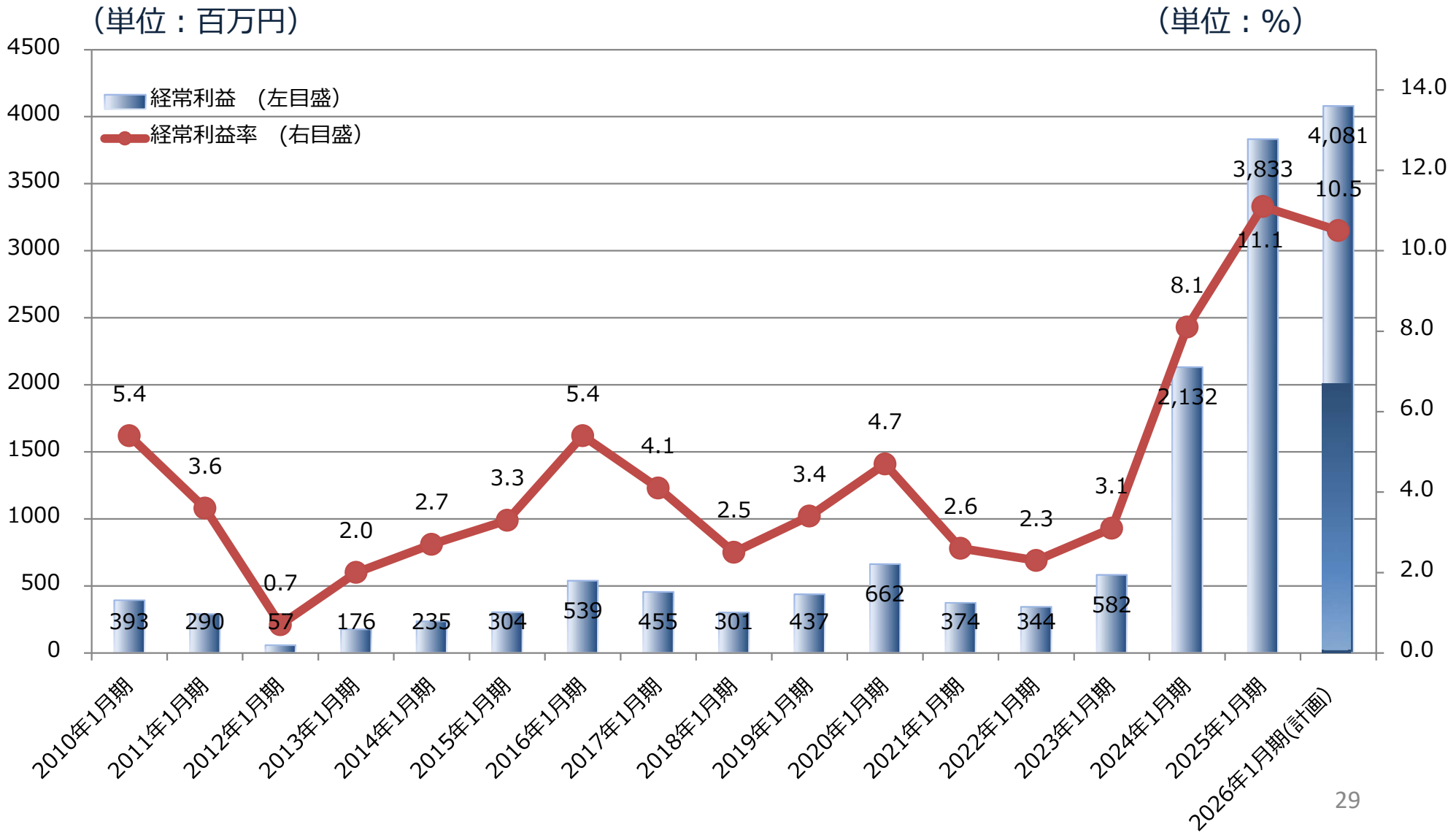
売上高と店舗数の推移


(単位：百万円)
売上高　(左目盛)
店舗数　(右目盛)
40000
35000
30000
25000
20000
15000
10000
5000
0
250
200
150
100
50
0
102
121
137
137
129
129
138
149
153
157
163
167
169
179
183
188
195
7,223
7,952
8,712
8,909
8,758
9,005
10,068
11,110
12,134
12,827
14,106
14,265
15,122
18,676
26,611
34,585
39,003
2010年1月期
2011年1月期
2012年1月期
2013年1月期
2014年1月期
2015年1月期
2016年1月期
2017年1月期
2018年1月期
2019年1月期
2020年1月期
2021年1月期
2022年1月期
2023年1月期
2024年1月期
2025年1月期
2026年1月期(計画)

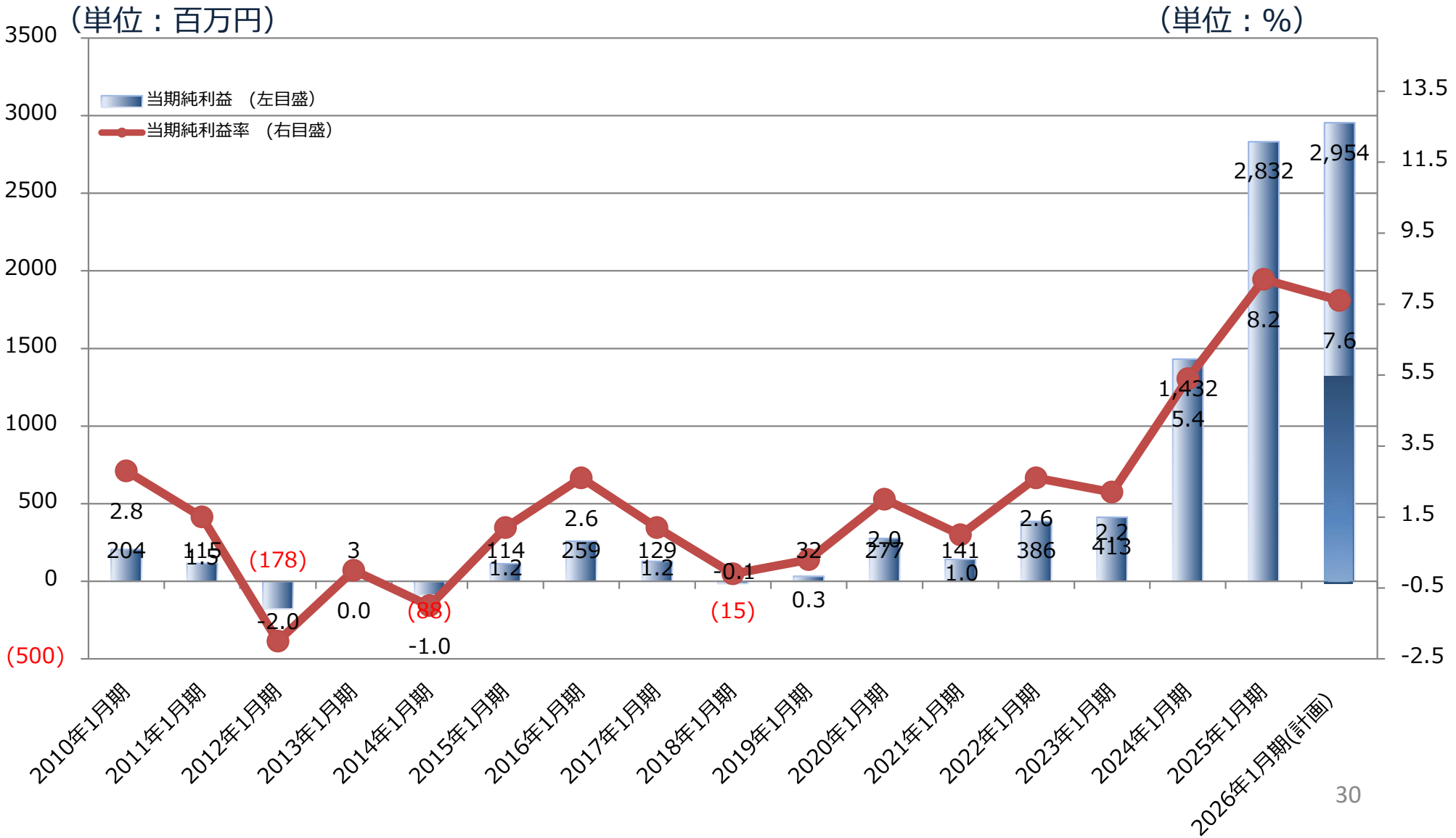
営業利益と営業利益率の推移



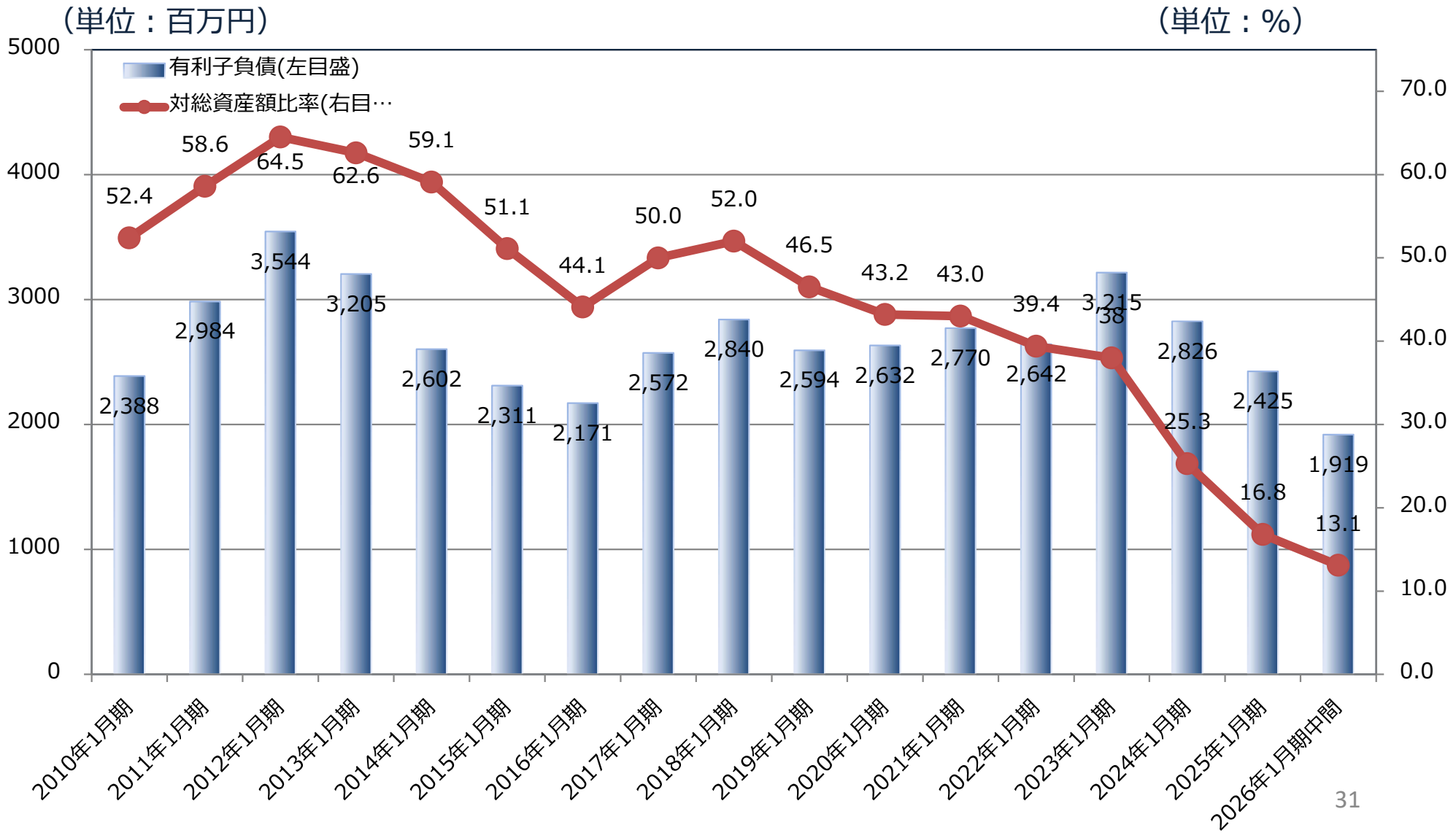
経常利益と経常利益率の推移



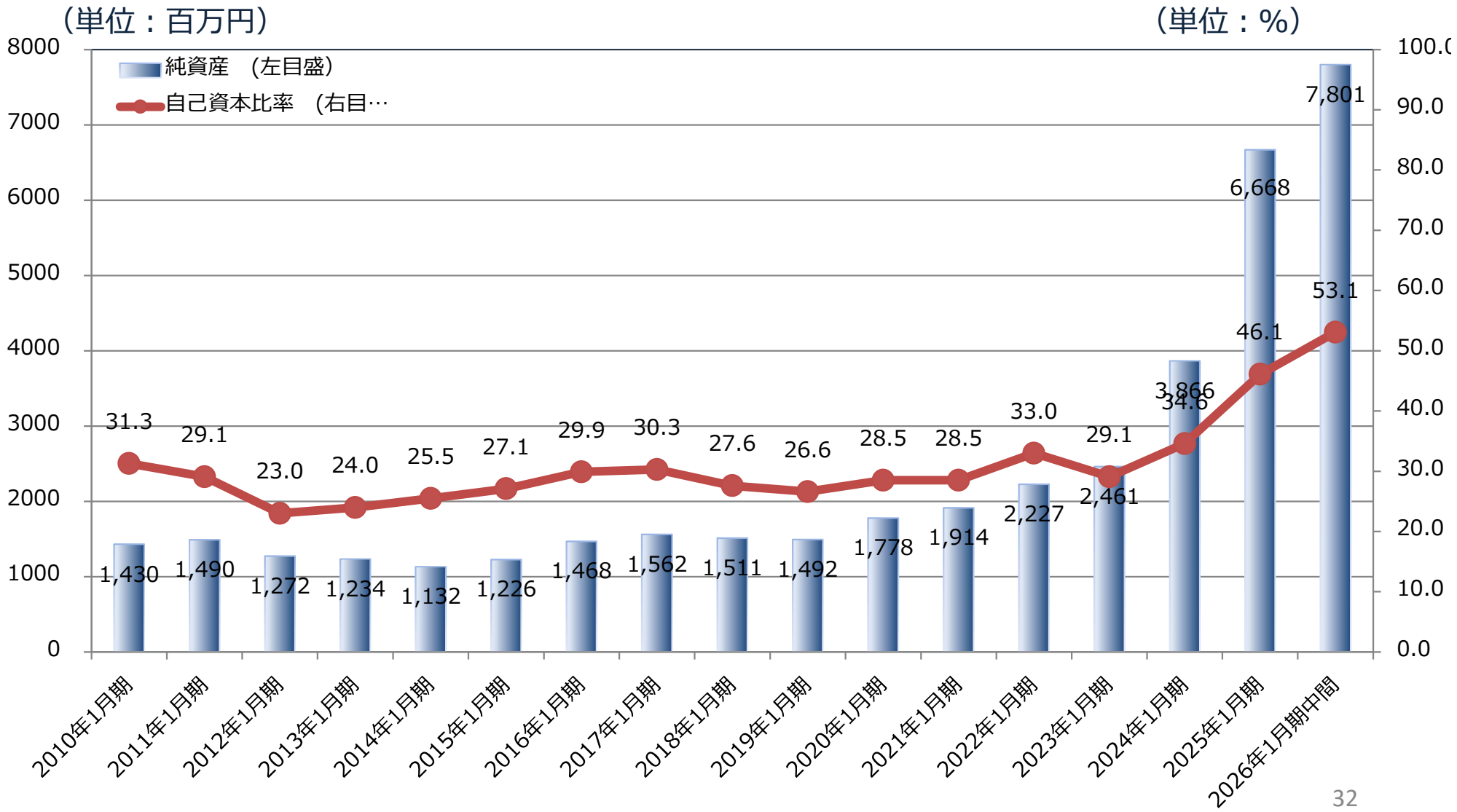
当期純利益と当期純利益率の推移



有利子負債と対総資産額比率の推移

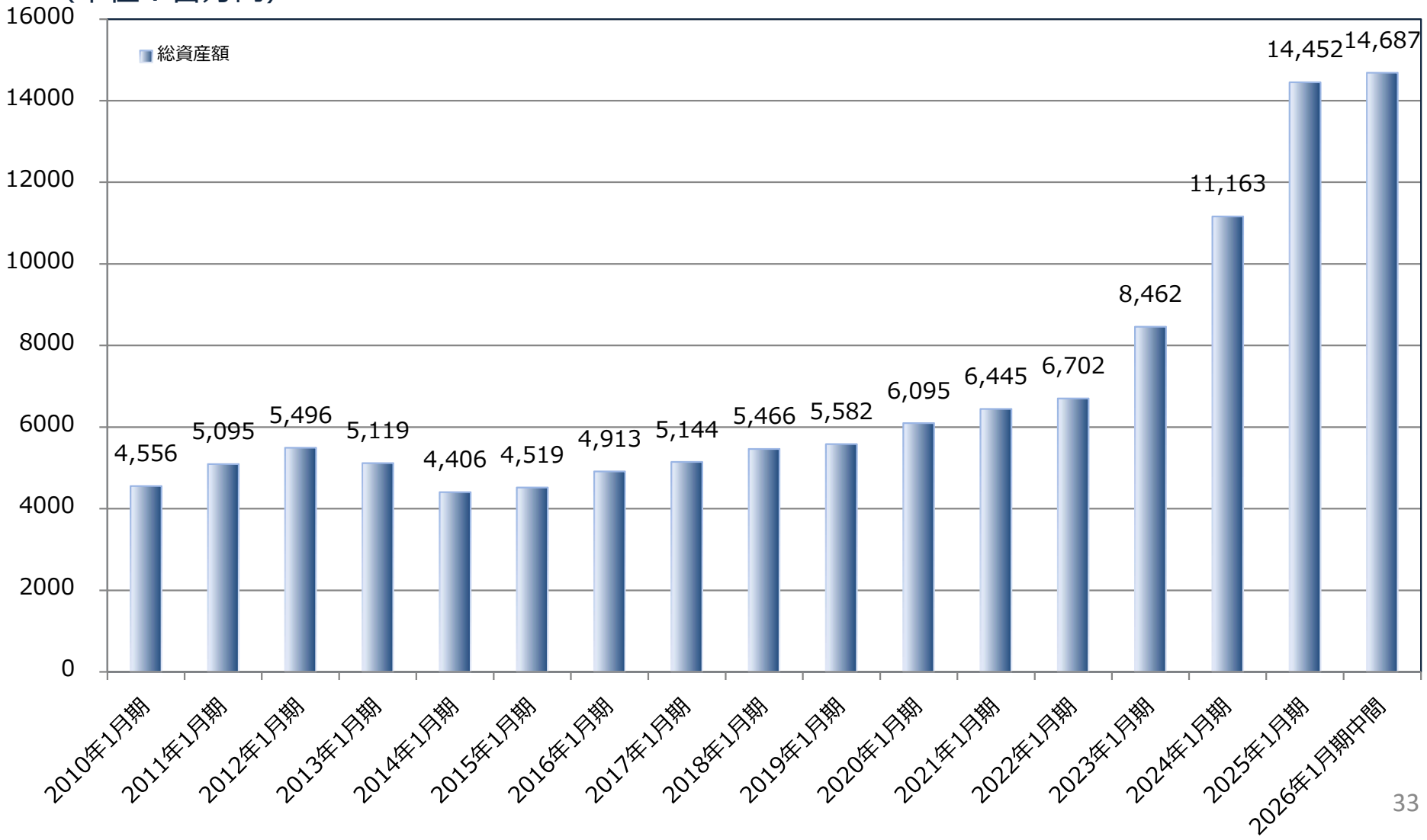


純資産と自己資本比率の推移



総資産の推移

（単位：百万円）



問い合わせ先

部署　　経営企画室（大島）
ＦＡＸ　　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。