



2026年1月期

決算説明資料



2026年3月16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	決算概要	P 5～ P 24
2027年1月期	通期計画	P 25～ P 27
2027年1月期	取り組み等	P 28～ P 33
参考資料		P 34～ P 46



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	7,364人（内 正社員776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	195店舗（2026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、1月31日現在、全国に195店舗を展開しています。

当社商品は味にこだわりセントラルキッチンや濃縮スープを使用せず、手作りでスープを仕込み、食材の中心となるチャーシュー・長ネギの仕込みも店舗内で行っております。このこだわりが、他のラーメンチェー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
- 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
- 2025年 2025年1月期売上高345億円突破 来客数3,200万人到達
- 2026年 2026年1月期売上高430億円突破 来客数3,900万人到達 上場20周年達成



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185店舗、その他の業態10店舗（2026年1月31日現在）



2026年1月期 決算概要



2026年1月期 実績（1）

累計実績

売上高 : 43,000百万円 (前期比24.3%増)
経常利益 : 4,844百万円 (前期比26.4%増)

総評

- ✓ 売上高は、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24.3%増となり8,415百万円の大幅増収
- ✓ 新規出店は、計画10店舗に対して実績8店舗と計画未達
- ✓ 既存店の売上高は、前期比19.1%増、来店客数は前期比15.8%増
- ✓ 経常利益は、前期比26.4%増となり1,011百万円の大幅な増益を達成
- ✓ 上記の要因などもあり、当期純利益は前期比30.2%増の3,688百万円となり、過去最高を更新



2026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	9,685	10,131	11,390	11,794	43,000	100.0
売上原価	2,937	3,079	3,489	3,624	13,129	30.5
売上総利益	6,747	7,052	7,901	8,171	29,871	69.5
販管費	5,687	6,153	6,286	7,067	25,193	58.6
営業利益	1,060	899	1,615	1,104	4,678	10.9
経常利益	1,081	921	1,696	1,146	4,844	11.3
当期利益	729	647	1,118	1,194	3,688	8.6

- ✓ 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8店舗と計画未達だが、昨年に続き既存店売上が好調に推移
- ✓ 1月は過去最高の月次売上を更新（月商41.5億突破）
- ✓ 食材価格の高騰が続き、4月・10月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ための最小限の値上げで原価率は上昇
- ✓ 当社は定期賞与が無く、4Qに従業員へ約5.1億円の決算賞与を計上
- ✓ 通期の営業利益率・経常利益率は昨年に続き10%超えを維持



2026年1月期実績 対計画比較（3）

（単位：百万円 %）

	2026年1月期 修正計画 (12月12日発表) (A)	売上 比率	2026年1月期 累計実績 (B)	売上 比率	修正予算比較 (B)－(A)	
					金額	比率差
売上高	42,700	100.0	43,000	100.0	300	-
売上原価	13,000	30.4	13,129	30.5	128	0.1
売上総利益	29,700	69.6	29,871	69.5	171	△0.1
販管費	25,300	59.3	25,193	58.6	△108	△0.7
営業利益	4,400	10.3	4,678	10.9	279	0.6
経常利益	4,600	10.8	4,844	11.3	244	0.5
当期利益	3,230	7.6	3,688	8.6	450	1.0

- ✓ 通期で来店客数の大幅増加により、12月12日に業績修正を発表
- ✓ 売上原価は食材価格高騰により2回の価格改定を行うが、原価率は上昇、販管費率は売上増により低減
- ✓ 売上拡大により損益分岐売上を大幅に更新したことから、各利益とも計画を達成し、昨年引き続き売上高・各利益ともに過去最高を記録



2026年1月期実績 対前年比較（4）

（単位：百万円 %）

	2025年1月期 実績 (A)	売上 比率	2026年1月期 実績 (B)	売上 比率	対前年比較 (B) - (A)	
					金額	比率差
売上高	34,585	100.0	43,000	100.0	8,415	-
売上原価	10,239	29.6	13,129	30.5	2,890	0.9
売上総利益	24,345	70.4	29,871	69.5	5,526	△0.9
販管費	20,637	59.7	25,193	58.6	5,276	△1.1
営業利益	3,708	10.7	4,678	10.9	970	0.2
経常利益	3,833	11.1	4,844	11.3	1,011	0.2
当期利益	2,832	8.2	3,688	8.6	856	0.4

- ✓ 売上高は新規に8店舗出店、46か月連続で対前年売上を超え、既存店売上前年比19.1%増と好調を維持し8,415百万円の増収
- ✓ 売上原価は食材価格の高騰があり、4月・10月に価格改定を行ったものの前年から0.9ポイントの悪化
- ✓ 売上総利益率は0.9ポイント悪化したが、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
- ✓ 営業利益率・経常利益率ともに昨年に続き10%以上を達成



2026年1月期実績 コスト内訳（5）

（単位：百万円 %）

	2025年1月期 実績 (A)	売上比率	2026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	34,585	100.0	43,000	100.0	8,415		
売上原価	10,239	29.6	13,129	30.5	2,890	0.9	
売上総利益	24,345	70.4	29,871	69.5	5,526	△0.9	
販売費及び一般管理費	給与・雑給	10,790	31.2	13,561	31.5	2,771	0.3
	法定福利費	1,085	3.1	1,396	3.2	311	0.1
	水道光熱費	2,595	7.5	2,831	6.6	236	△0.9
	広告宣伝費	403	1.2	438	1.0	35	△0.2
	衛生費	382	1.1	462	1.1	80	0
	地代家賃	961	2.8	1,046	2.4	85	△0.4
	減価償却費	617	1.8	664	1.6	47	△0.2
	その他	3,804	11.0	4,795	11.2	990	0.2
	計	20,637	59.7	25,193	58.6	4,556	△1.1

- ✓ 給与・雑給はベースアップ、確定拠出年金の拠出額増額、店舗売上増に対応するための人員増により0.3ポイント上昇
- ✓ 売上高の大幅増により家賃比率が2.4%に低減
- ✓ 水道光熱費は年中無休・24時間営業が主体の当社にとって固定費的な側面があり、売上比率は0.9ポイント低減



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)

	2026年1月期	前期末比増減		2026年1月期	前期末比増減
流動資産	9,843	2,454	流動負債	6,858	769
棚卸資産	1,848	△309	1年以内返済借入金・社債	596	△303
固定資産	8,439	1,377	固定負債	1,295	△399
有形・無形固定資産	6,852	1,314	長期借入金・社債	1,200	△494
投資その他の資産	1,587	64	純資産	10,129	3,461
資産合計	18,282	3,830	負債・純資産合計	18,282	3,830

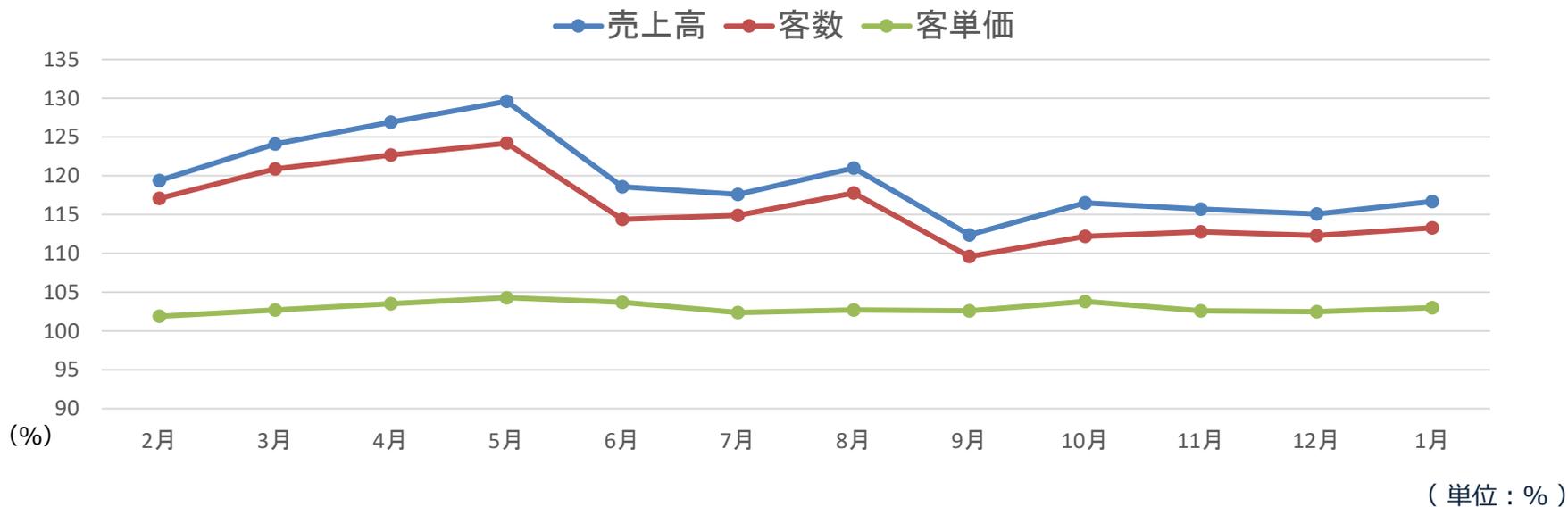
キャッシュフロー計算書

(単位：百万円)

	2025年1月期	2026年1月期
営業活動によるキャッシュフロー	2,967	5,144
投資活動によるキャッシュフロー	△1,316	△2,001
財務活動によるキャッシュフロー	△497	△953



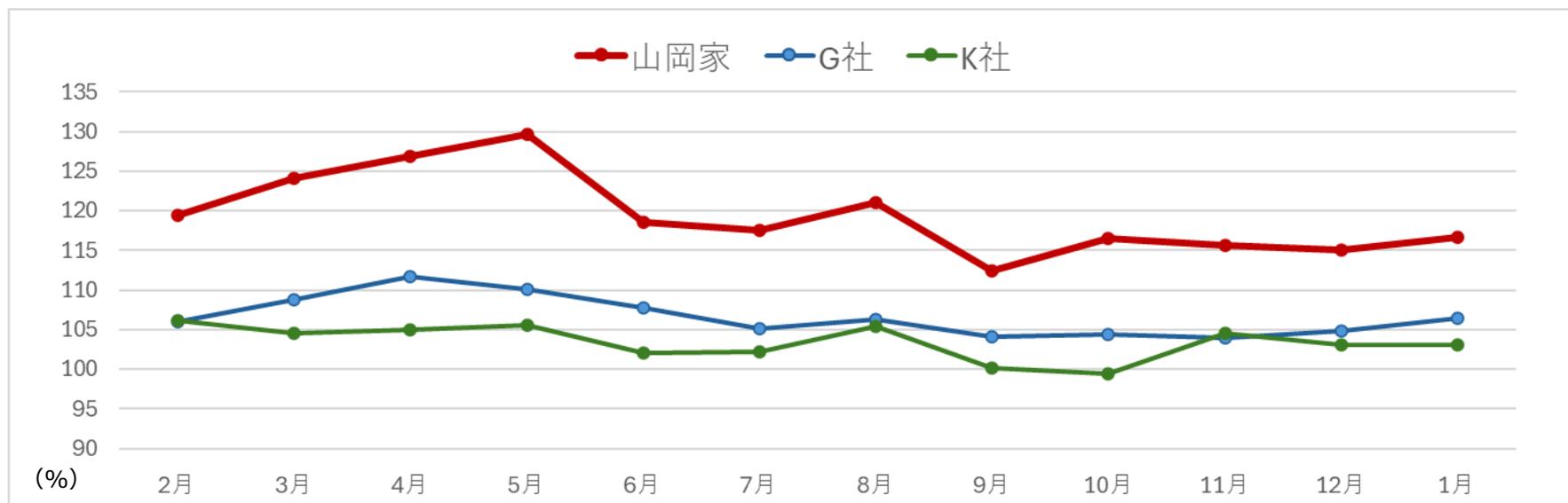
2026年1月期 既存店売上高推移（対前年比）



	2026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	119.4	124.1	126.9	129.6	118.6	117.6	121.0	112.4	116.5	115.7	115.1	116.7	119.1
客数	117.1	120.9	122.7	124.2	114.4	114.9	117.8	109.6	112.2	112.8	112.3	113.3	115.8
客単価	101.9	102.7	103.5	104.3	103.7	102.4	102.7	102.6	103.8	102.6	102.5	103.0	102.9



大手ラーメンチェーンとの既存店売上高比較



- ✓ 当社は2026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、2026年1月末時点で46ヶ月連続で前年を上回っている。
- ✓ 2025年4月と10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月だが、繁忙期を問わず好調な売上高を維持している。
- ✓ 大手ラーメンチェーン店は概ね前年比100%を超え比較的好調を維持しているが、当社はその数値以上に推移し、2026年1月期の既存店売上高前年比は19.1%増となった。



2026年1月期の新規出店・閉店

2026年1月期はラーメン山岡家を8店舗新規出店、1店舗閉店し純増7店舗を達成し、期末の店舗数は195店舗となりました。

【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	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	札幌市清田区真栄三条2丁目18-30
6	ラーメン山岡家岩出店	2025年10月1日	和歌山県岩出市大町字角井田27番1
7	ラーメン山岡家深谷店	2025年10月9日	埼玉県深谷市東方3丁目36番14
8	ラーメン山岡家鶴田店	2025年11月6日	栃木県宇都宮市鶴田町3399-1

【閉店】

	店舗名	オープン日	住所
1	ラーメン山岡家熊谷店	2025年9月21日	埼玉県熊谷市新堀1029-2



2026年1月期 エリア別出店状況

北海道・東北エリア

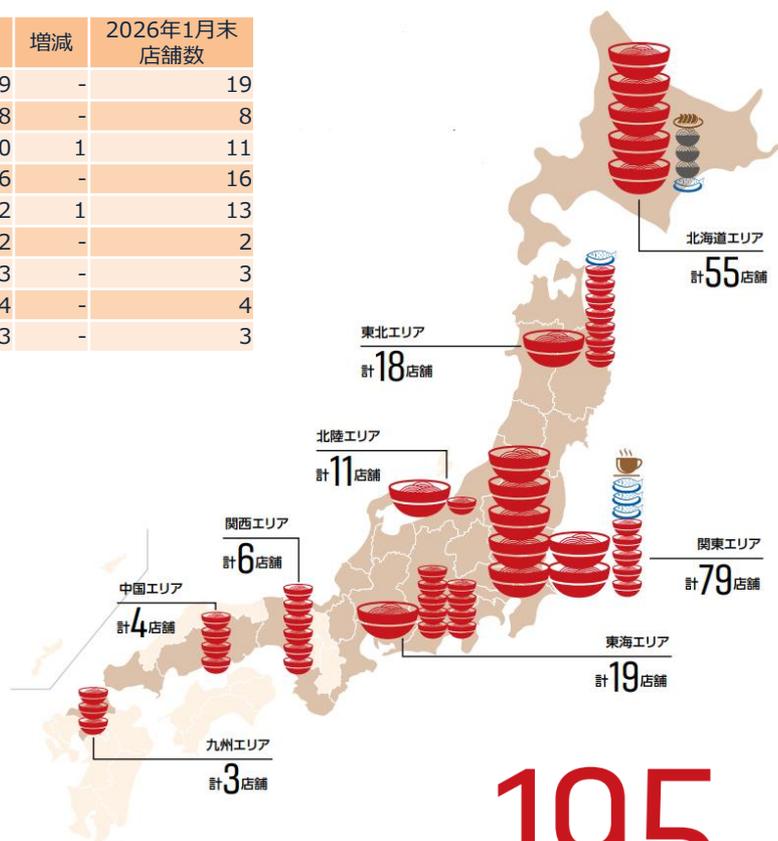
	2025年1月末 店舗数	増減	2026年1月末 店舗数
北海道	54	1	55
宮城県	4	-	4
福島県	4	-	4
山形県	2	-	2
秋田県	2	-	2
岩手県	2	-	2
青森県	4	-	4

東海・関西・北陸・九州エリア

	2025年1月末 店舗数	増減	2026年1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	2
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	2026年1月末 店舗数
茨城県	19	-	19
群馬県	8	-	8
栃木県	10	1	11
千葉県	16	-	16
埼玉県	12	1	13
東京都	2	-	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
73	79	43	195

195 店舗
(2026年1月31日現在)



2026年度1月期 期間限定メニューの紹介



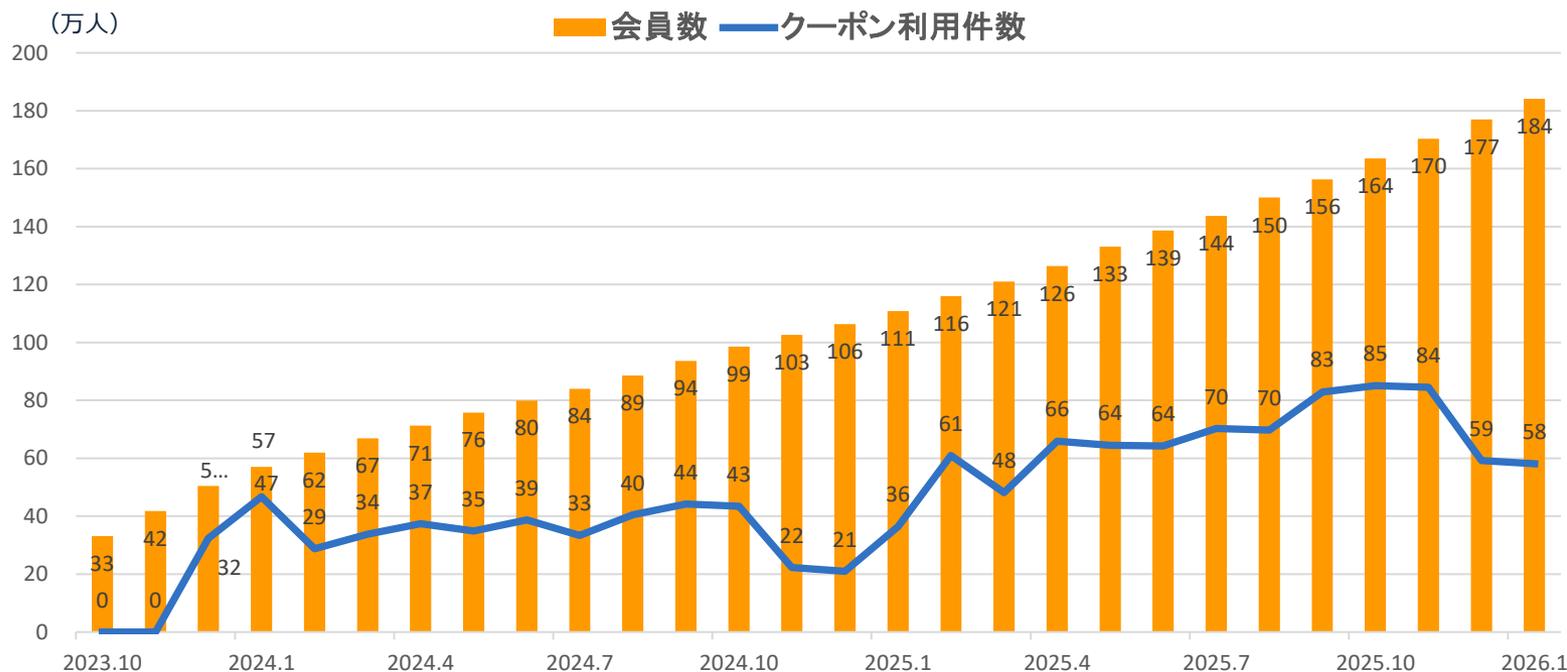
- ✓ 山岡家で6品、煮干しラーメン山岡家で5品、味噌ラーメン山岡家で4品の期間限定商品を販売
- ✓ ラーメン山岡家では、秋冬にかけての新品「白みそとんこつラーメン」を販売
- ✓ 煮干しラーメン山岡家では、過去の限定商品を改良した「煮干し味噌ラーメン」を販売
- ✓ 味噌ラーメン山岡家では、まぜそばの新品「特製味噌まぜそば」を販売

総客数に対する販売実績(一部抜粋)

白みそとんこつラーメン	13.1%
煮干し味噌ラーメン	17.3%
特製味噌まぜそば	9.1%



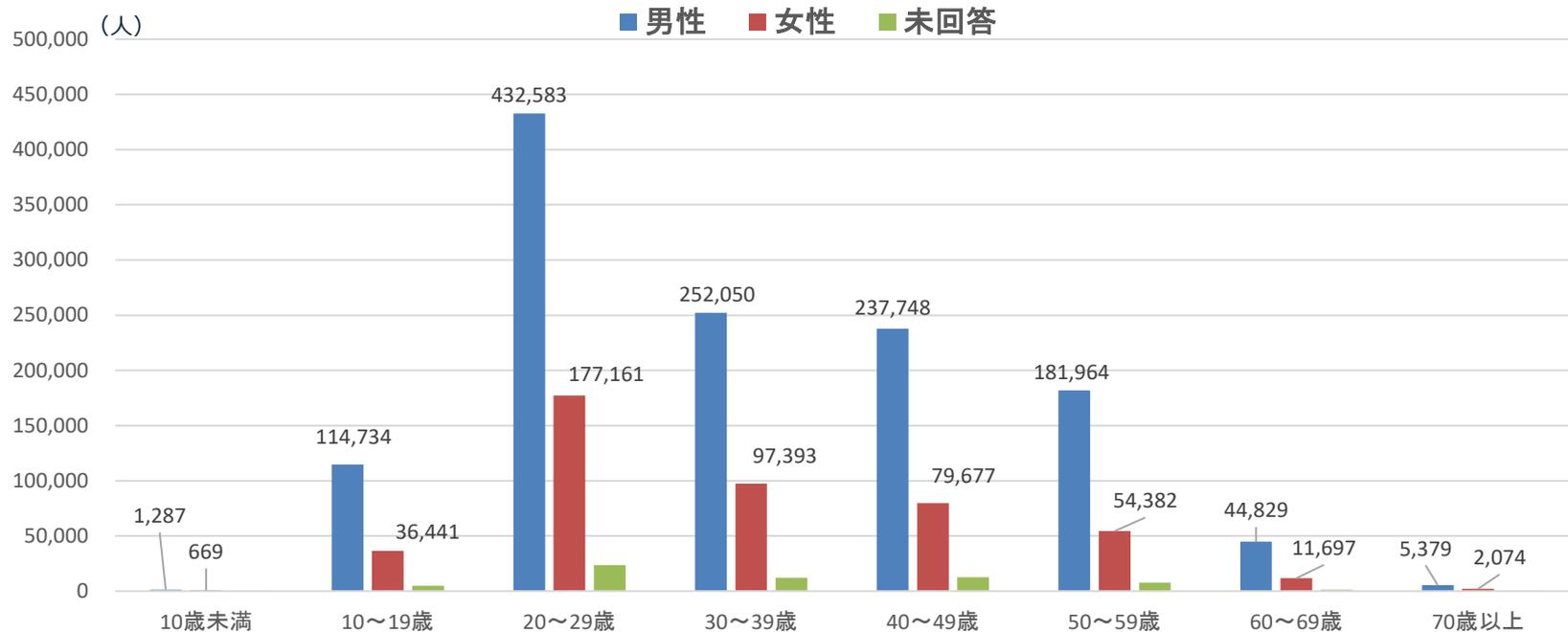
当社アプリ会員数とクーポン利用数の推移



- (1) アプリ会員数は月平均で約6万人増加し、2026年1月時点で180万人を突破
- (2) 2025年2月からクーポンを毎週配信に切り替え、利用件数が増えたため集客につながり売上増加に貢献
- (3) 2025年12月、2026年1月は繁忙期であり、クーポンの配信を減らして店舗オペレーションの負荷を軽減



アプリ会員の年齢構成



- (1) 幅広い年齢層から支持を受け、男女比はおおよそ7 : 3
- (2) 20歳男性の会員数が約25%と最も多い
- (3) SNSや動画配信等の投稿による知名度・話題性の向上が若年層や女性客の増加につながっていると推測



2026年1月期 取組み (1)

「営業関連」

- (1) スーパーバイザー増員により店舗臨店回数を増加しQSCチェックと営業力を強化
- (2) 個々のスキル・商品力向上のための山岡会長によるスープ講習会や社内コンテストの開催
- (3) 新店チームによるオープン時トレーニングマニュアルの水平展開
- (4) 山岡家アプリの活用
 - ・クーポンの定期・不定期配信による訴求力の向上
 - ・来店ポイント付与によるリピーターの獲得
 - ・店舗、限定商品情報等のタイムリーな配信による会員との情報共有
- (5) 動画マニュアル(ABILI CLIP)導入と各種情報の社内共有推進
- (6) SV研修の年4回実施と店長マネジメントマニュアルの作成・周知
- (7) 店長候補の育成と進捗情報の共有
- (8) 適正人員配置に向けた計画的な採用と育成
- (10)SV面談によるアルバイトパートからの積極的な社員登用
- (11)正社員は中途採用197名、新卒採用8名を達成
- (12)特定技能人材3期生7名の採用、3年経過で現在15名が在籍
- (13)カスタマーハラスメント方針の策定と社内共有
- (14)お客様相談室へ届いた意見、クレームの集計・分析と社内共有





2026年1月期 取組み (2)

「出店関連」

- (1) ラーメン山岡家 8 店舗の新規出店
- (2) 未出店エリアを含む関西以西及び売上好調な関東エリアの物件調査強化と出店

「福利厚生関連」

- (1) 正社員の待遇改善・資産形成を目的とした確定拠出年金の拠出金増額と運用面のフォロー
- (2) 健康経営優良法人に 3 年連続で認定
- (3) 40 歳以上従業員の人間ドック費用負担と健康リスク低減
- (4) 50 歳以上従業員には人間ドックに加え、脳ドックも費用負担し健康リスク軽減
- (5) 従業員満足度調査を社員、パートアルバイト向けに計 3 回実施

「他」

- (1) 株主還元策として株主優待制度の拡充、増配
- (2) 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
- (3) 農業事業の新規農地拡大と増産に向けた準備
- (4) お客様相談室に寄せられた意見・クレームの集計・対応
- (5) CSR活動としてフードバンク茨城に継続的に食材を寄付





カスタマーハラスメント方針について

近年、カスタマーハラスメントが社会問題化しており、2025年6月の法改正により、企業による防止措置を講じることが義務化されました。

お客様からの不当・悪質なクレームや暴行、脅迫、ひどい暴言、不当な要求といった著しい迷惑行為は、労働者本人に過度な精神的・肉体的ストレスをかけるほか、就業環境を害し企業側にも多大な損失を招くことが想定され、企業としての体制整備が必要とされています。

当社はカスタマーハラスメントの防止策として、社内研修での周知を行っているほか、店舗掲示用のポスターを作成し社内でも共有を図っております。

このポスターは、山岡家のロゴと「やそこまでハラスメントです!」というメッセージを掲げ、4つの禁止行為とその法的リスクを示しています。

暴力・器物破損 暴行罪・器物損壊罪など	大声・暴言・威嚇・長時間の拘束 業務妨害罪、脅迫罪など
過剰・不当な要求 強要罪	謝罪動画などSNSへの拡散 名誉棄損罪、侮辱罪など

知らないうちにやっているかも?
悪質なカスタマーハラスメント行為は、暴行罪、業務妨害罪、強要罪、侮辱罪などに問われる可能性があります。被害が認められた場合にはすみやかに警察へ通報いたします。



まとめ

「売上高の好調要因」

- ・ 安定した商品品質と他社に負けない接客・サービスの提供
- ・ 4月と10月の価格改定後も落ち込みの無い来店客数
- ・ レギュラー商品690円が他社と比較して割安感あり優位に作用
- ・ アプリ会員数が通期で約68万人増加し180万人を突破、販促効果が年々向上
- ・ YouTubeやSNSで当社が多数紹介され話題性や認知度が向上
- ・ コロナ明け以降、深夜営業の飲食店が減少し年中無休24時間営業の優位性が継続
- ・ 福岡、和歌山の新規出店店舗の業績好調

「コスト・利益面」

- ・ 原材料価格高騰に伴う原価増は価格改定による粗利増加で一部をカバー
- ・ 1店舗の平均売上上昇によりコストを吸収し損益分岐点を超える店舗が増加
- ・ 安定供給に向けた倉庫備蓄量増加による保管料のアップ
- ・ 売上増加に伴う大幅な人員採用と給与のベースアップで人件費は増加傾向
- ・ 中間、期末の決算賞与により従業員へ還元、特に第4四半期のコストは上昇傾向

以上の結果、売上高は前期比24.3%増の43,000百万円、経常利益は前期比26.4%増の4,844百万円、当期純利益は前期比30.2%増の3,688百万円となり、通期で過去最高の売上・利益を達成した。



配当・株主優待

✓ 配当

2026年1月31日基準日の株主様へ23円の配当を予定しております。

※2025年9月12日に18円増額し21円の配当を発表

※2026年2月24日に上場20周年記念配当2円増額し23円の配当を発表

✓ 株主優待

100株以上200株未満の株主様に年2回（1月末・7月末基準日）、ラーメン無料券を贈呈
 200株以上の株主様に年2回、ラーメン無料券もしくは、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いずれかを贈呈

✓ 2025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91.2%の申し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68.7% お米21.4% 乾麺9.9%

保有株式	内容
100株以上200株未満	①ラーメン無料券2枚
200株以上500株未満	①ラーメン無料券3枚 ②お米2kg ③乾麺セット1個 のいずれか
500株以上1,000株未満	①ラーメン無料券5枚 ②お米4kg ③乾麺セット2個 のいずれか
1,000株以上2,000株未満	①ラーメン無料券7枚 ②お米6kg ③乾麺セット3個 のいずれか
2,000株以上	①ラーメン無料券9枚 ②お米8kg ③乾麺セット4個 のいずれか





2027年1月期 通期計画



2027年1月期 通期計画と前提条件

(単位：百万円 %)

	2027年1月期 上期計画	2027年1月期 下期計画	累計	売上 比率
売上高	22,439	25,922	48,361	100.0
原価計	6,902	7,898	14,801	30.6
売上総利益	15,537	18,024	33,560	69.4
販管費	13,542	14,835	28,376	58.7
営業利益	1,995	3,189	5,184	10.7
経常利益	2,046	3,254	5,300	11.0
当期純利益	1,393	2,237	3,630	7.5

項目	前提条件
新規出店	ラーメン山岡家15店舗の出店を計画し売上高19.1億円を計画
売上高	既存店の売上高を前年比107%で計画し、全社で483億3,600万円
原価率	原材料費の高止まりが続いており、前期の推移をベースに30.6%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34.9%を計画
水道光熱費	電気、ガス単価水準は前年並みとして、売上比6.6%を計画
販管費率	概ね前年並みに推移すると予測、売上増加を加味し58.7%を計画
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28.4億円を計画

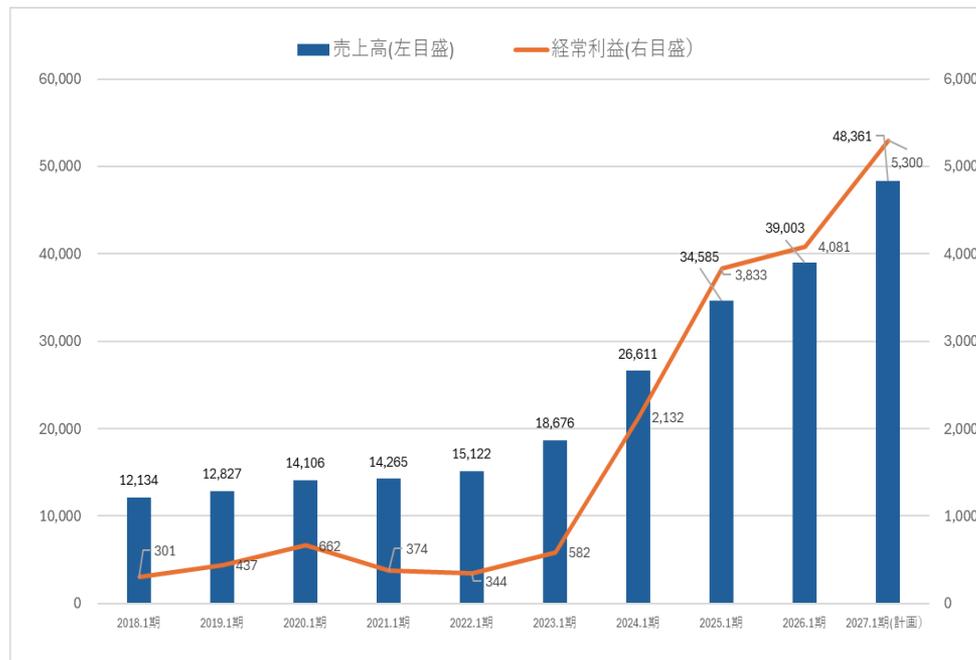


対前期比較と売上高推移

(単位：百万円)

	2026年1月期 実績 (A)	2027年1月期 計画 (B)	対計画比較 (B-A)
売上高	43,000	48,361	5,361
売上原価	13,129	14,801	1,672
売上総利益	29,871	33,560	3,689
販管費	25,193	28,376	3,183
営業利益	4,678	5,184	506
経常利益	4,844	5,300	456
当期純利益	3,688	3,630	△58

(単位：百万円)



- ✓ 売上高は前期比12.5%増の483億円を計画
- ✓ 既存店の売上高前年比は107%の設定
- ✓ 今期の新規出店はラーメン山岡家15店舗を計画
- ✓ 15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9.4%増の53億円を計画



2027年1月期 出店計画

- ✓ 今期は山岡家15店舗の出店を計画
- ✓ 出店候補地は、引き続き未出店エリアを含む関西以西の物件調査を強化
- ✓ 経年劣化の進んだ山岡家既存店舗の改装を計画
- ✓ 煮干し・味噌業態の新規出店を計画
- ✓ 売上好調な既存店エリアのドミナント戦略推進による好調エリアの売上規模拡大



店舗名	オープン予定日	所在地
味噌ラーメン山岡家阿見店	2026年3月11日	茨城県稲敷郡阿見町西郷3丁目1-7
ラーメン山岡家高松中央インター店	2026年4月3日	香川県高松市林町2538-2
ラーメン山岡家福岡月隈店	2026年4月22日	福岡県福岡市博多区立花寺1丁目7-34
ラーメン山岡家瑞穂店（移転）	2026年5月26日	東京都西多摩郡瑞穂町
ラーメン山岡家大曲店	2026年6月17日	北海道北広島市大曲幸町
ラーメン山岡家武蔵村山店	2026年7月下旬	東京都武蔵村山市神明
ラーメン山岡家越谷袋山店	2026年下期	埼玉県越谷市袋山
ラーメン山岡家新宮店	2026年下期	福岡県糟屋郡新宮町
ラーメン山岡家富山太郎丸店	2026年下期	富山県富山市太郎丸西町
煮干しラーメン山岡家瑞穂店	2026年下期	東京都西多摩郡瑞穂町
ラーメン山岡家北谷店	2026年下期	沖縄県中頭郡北谷町



2027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

「お客様に感謝し、喜んで貰う」

今期スローガンは「お客様に感謝し、喜んで貰う」といたしました。

前期は年間累計で4,000万人近いお客様にご来店いただきましたが、数多くのお客様にご来店頂いたことに深く感謝するとともに、これまで以上に商品力、接客力、サービス内容を高め、他社に負けない営業力でお迎えし、常にお客様の期待以上に満足できる店舗づくりを目指してまいります。また、年中無休24時間営業を基本とし店内調理という方針を守りつつ、引き続き全国の皆様に当社商品をお届けできるよう店舗展開、事業拡大を続けてまいります。

今後も、お客様のご来店があってこそ当社事業が成り立っていることに常に感謝し、全社一丸となり事業拡大に取り組んでまいります。





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) 売上に見合った人員配置と人時売上高・変動費のコントロール
- (3) 新規出店15店舗による売上の拡大
- (4) 中規模改装、リロケーションによる既存店の売上拡大と継続的な集客の実現
- (5) 食材ロス低減のための棚卸精度向上と売上に応じた発注・仕込みの実現
- (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) 定期的な期間限定商品販売による新規顧客獲得と集客増加
- (8) アプリクーポンの定期配信、サービス券の配布による訴求効果の向上
- (9) 全社プロモーションに沿った販売促進活動





今期の取り組み (3)

「QSC向上・人材育成の施策」

- (1) 売上に応じた寸胴サイズ使用と豚骨使用料の設定、適切な火力管理
- (2) 仕込技術のスペシャリストであるマイスターの計画的な育成
- (3) 衛生管理プログラムの運用と基礎オペレーションの社内周知と徹底
- (4) 年間で330人の社員採用と売上に応じた適正な社員配置の実現
- (5) 特定技能人材4期生の受け入れと育成
- (6) 店長研修によるマネジメント方法の統一と正社員の育成状況の把握・共有
- (7) 店舗従業員トレーニングに向けたトレーナーの選任・研修実施と各エリア配置
- (8) 動画マニュアル(ABILI CLIP)活用による教育水準の水平展開
- (9) QSC向上を目的とした社内コンテストの開催
- (10) 北海道に山岡家トレーニングセンターを開設
- (11) トレーニングハンドブックの更新
- (12) 営業部長・SVのアルバイト面談による社員登用強化
- (13) メンテナンスマニュアル・動画視聴による店舗修繕方法の教育





今期の取り組み (4)

「労務管理関連の施策」

- (1) 山岡家福利厚生制度の社内周知と利用促進
- (2) 従業員満足度向上を目的とした福利厚生制度の立案・実施
- (3) 健康経営優良法人認定の継続と健康施策の立案・実施
- (4) 40歳以上従業員の人間ドック費用負担継続
- (5) 50歳以上従業員には人間ドックに加え、脳ドックも費用負担継続
- (6) 公益通報者保護法に対応した内部通報窓口の設置
- (7) 労災防止に向けての情報収集と対策立案、社内啓蒙活動の実施
- (8) 社有車へのドライブレコーダー設置とアルコールチェックの徹底
- (9) 給与計算の基幹システムを新規に導入
- (10) 育児休業の取得促進
- (11) 計画的な店舗人員の確保と公休・有給休暇の取得促進

「その他の施策」

- (1) 社会貢献活動につながるCSR活動の継続
- (2) 食材備蓄用の国内冷凍倉庫の新規契約
- (3) 農業事業の農地拡大によるネギ増産と安定した品質の確保
- (4) 通販サイトの商品拡充と売上規模拡大
- (5) 外販事業の増員に伴う取引先別の担当者育成と販路拡大による売上アップ



中期経営計画

昨年3月に公表しました中期経営計画「-Maruchiyamaoka-Vision2028-:期間2025年2月～2028年1月」を、「-Maruchiyamaoka-Vision2029-:期間2026年2月～2029年1月」へ更新いたしました。

当社は2030年1月期までに47都道府県全ての地域で当社商品をお届けするという目標に向けて、未出店地域への新規出店を進めつつ、Q S C向上や人材採用・育成、労務環境整備などの施策に取り組んでまいります。

主な重点施策

- 1 Q S C向上
- 2 人材の採用と育成
- 3 労務環境の整備と人材への投資
- 4 計画的な新規出店と既存店舗の改装
- 5 成長に応じた組織・本部体制の構築

- 1 3年間の売上高は每期10%の成長を目標
 - 2 3年間の経常利益率は每期11%を目標
 - 3 出店数は今期15店舗、以降2年間は20店舗とし3年間で55店舗を計画
- 他、3年間の設備投資累計は約100億円を見込む

経営数値目標

(単位:百万円)

	2026年1月期実績	2027年1月期計画	2028年1月期計画	2029年1月期計画
売上高	43,000	48,362	53,200	58,600
経常利益率	11.3	11.0		
新規出店数	8	15	20	20
累計出店数	195	210	230	250



参考資料



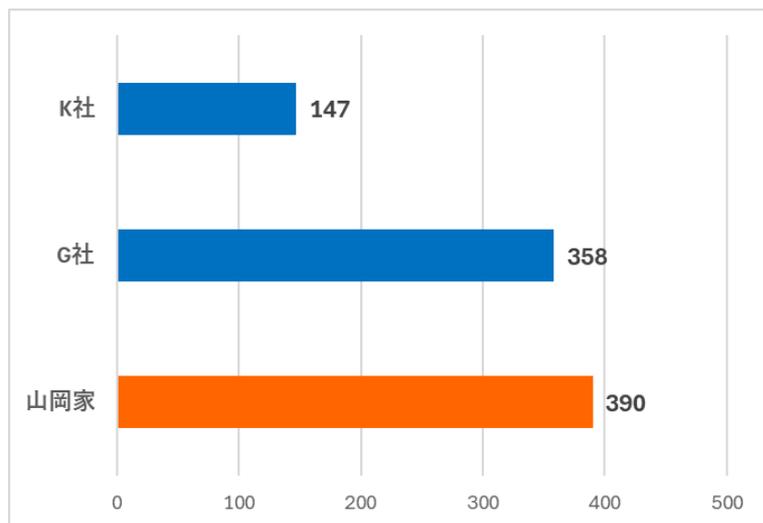
業界データ

【当社推定のラーメン業界データ】

現在、ラーメン業界の市場規模は正規の統計データではないですが、約7,900億円と推定され、店舗数はおよそ30,000店と推測されております。

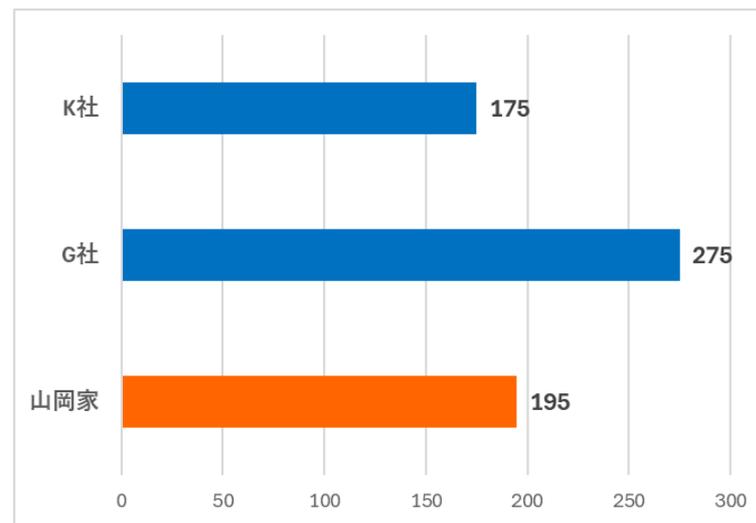
上場企業のラーメン事業を行う企業の売上高や店舗数を合計しても、市場規模から比べるとまだまだ小さく、国内のラーメン店の大半は個人店か小規模なチェーン店が多く存在していると考えられます。よって、当社が出店を続けシェアの拡大を行う事は可能と判断しております。

上場他社企業のラーメン事業の売上高



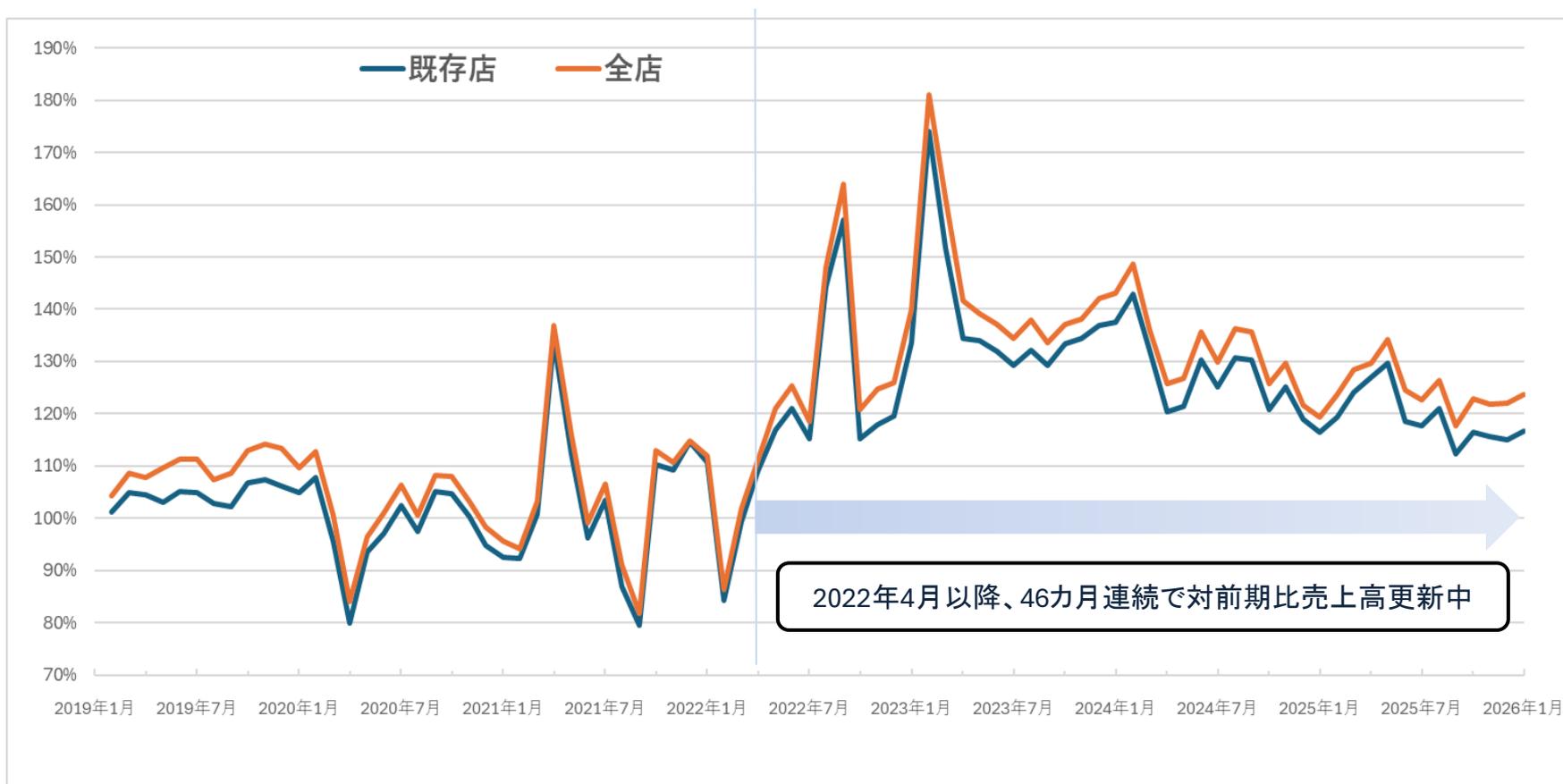
(単位：億円)

上場他社企業のラーメン店の店舗数



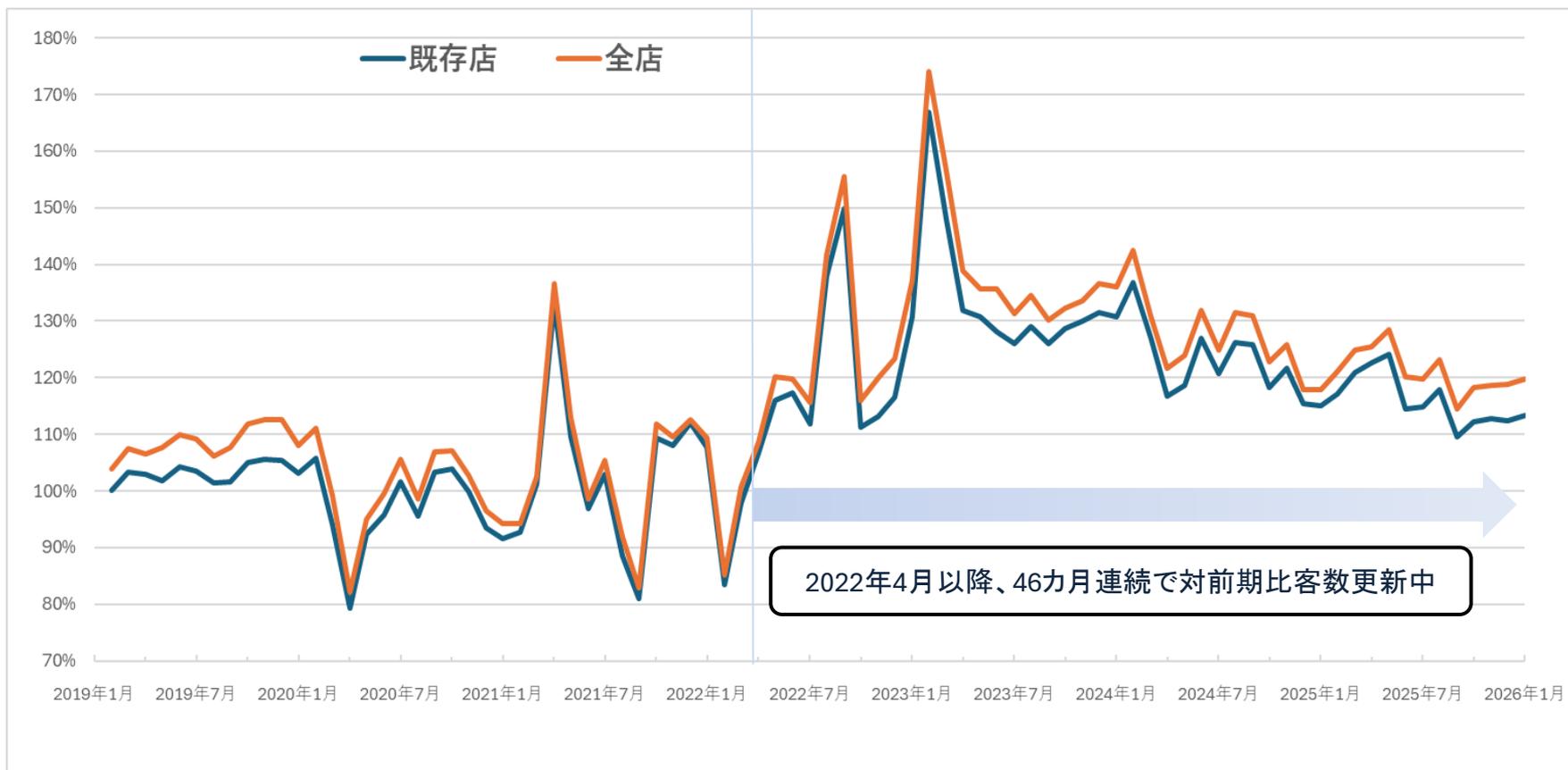


月次売上高推移（対前期比）



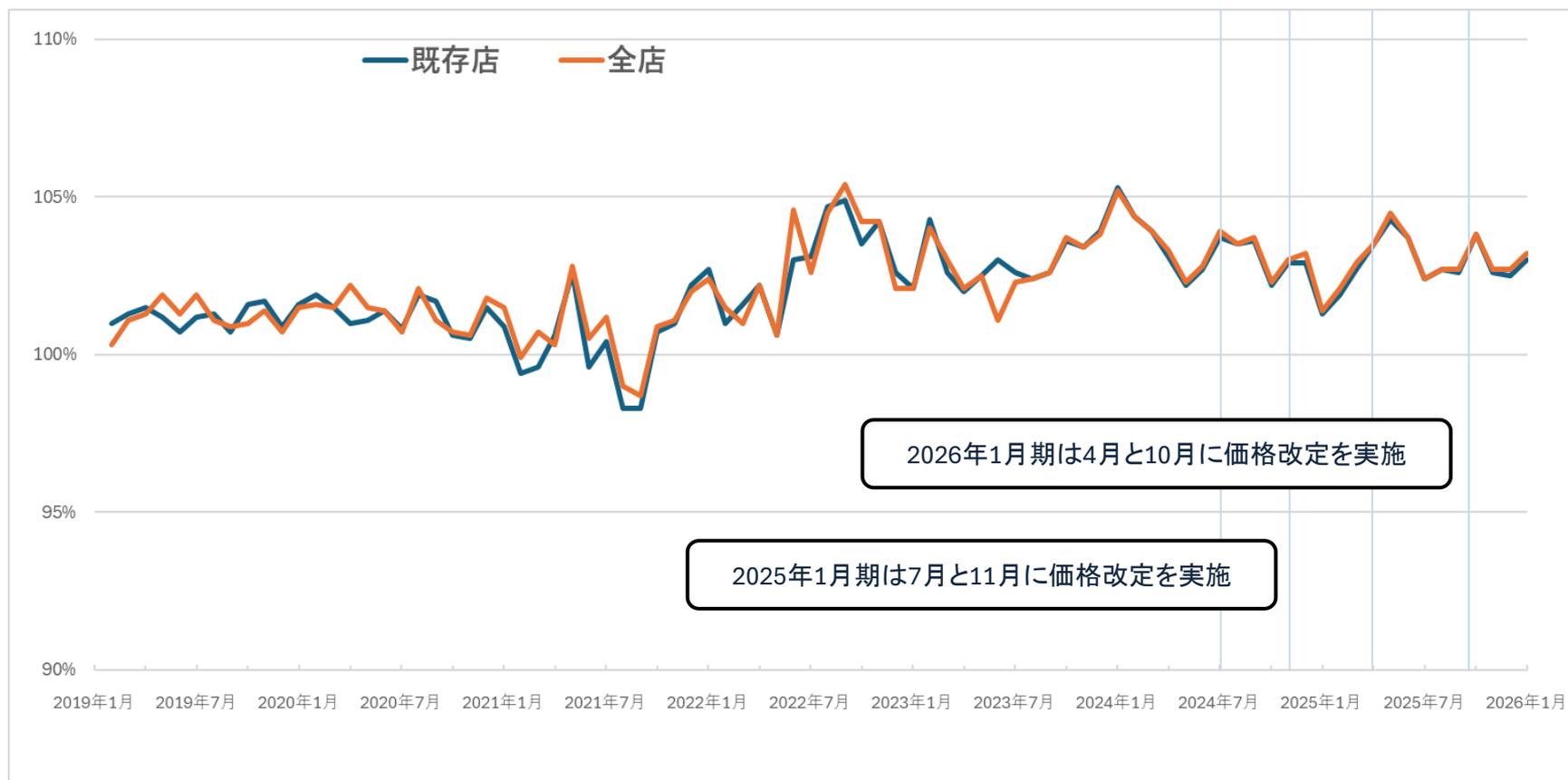


月次客数推移（対前期比）



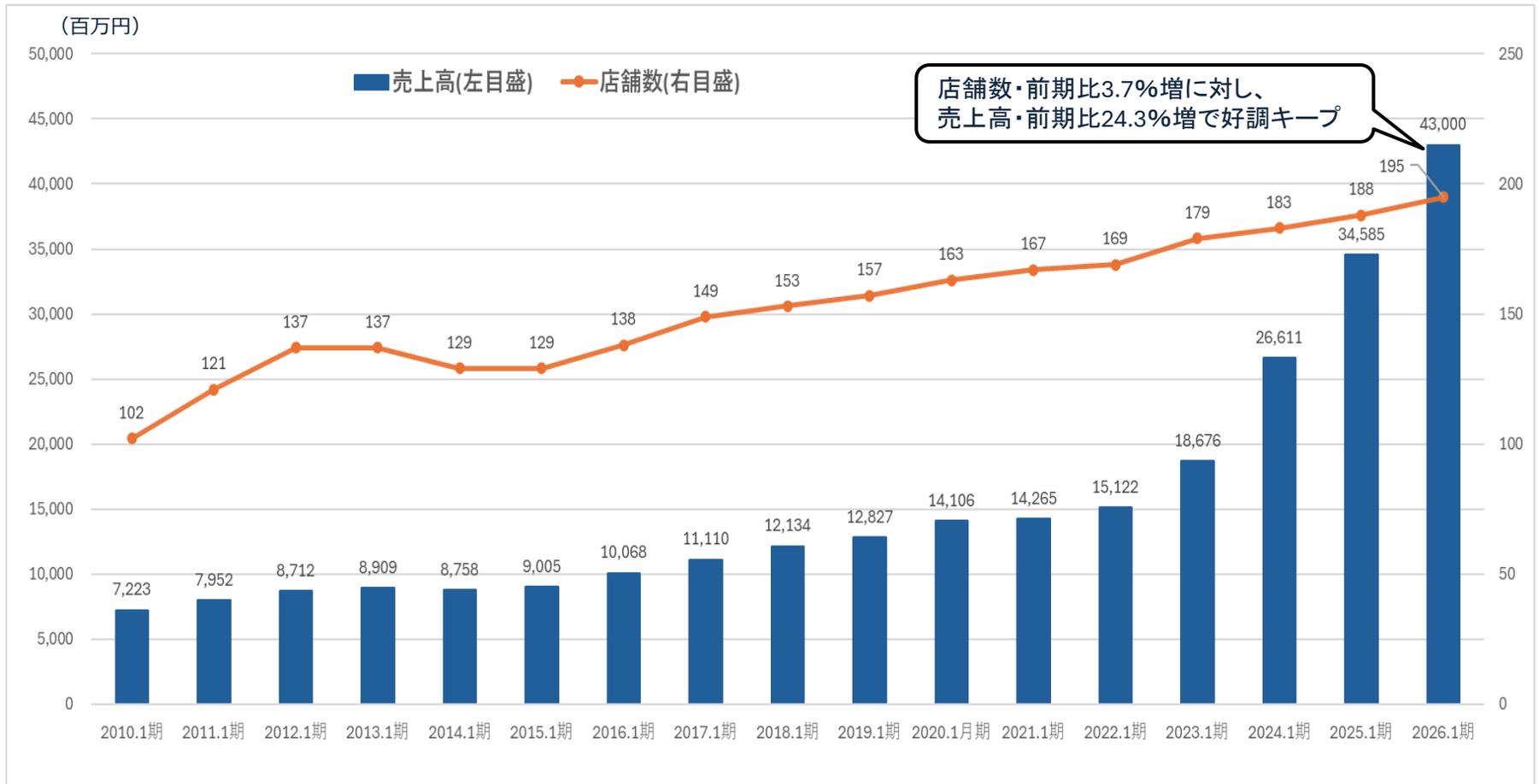


月次客単価推移（対前期比）



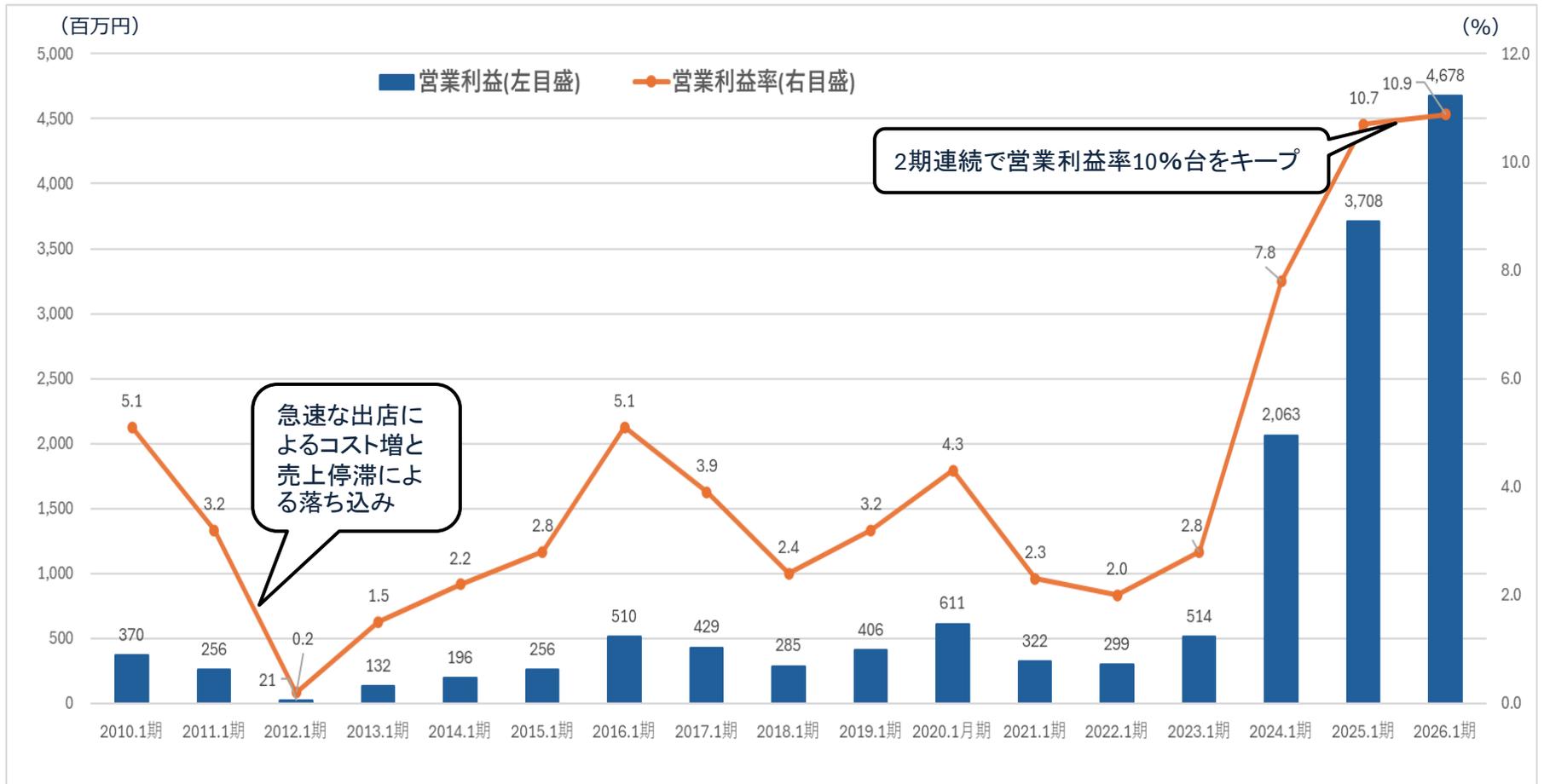


売上高と店舗数の推移



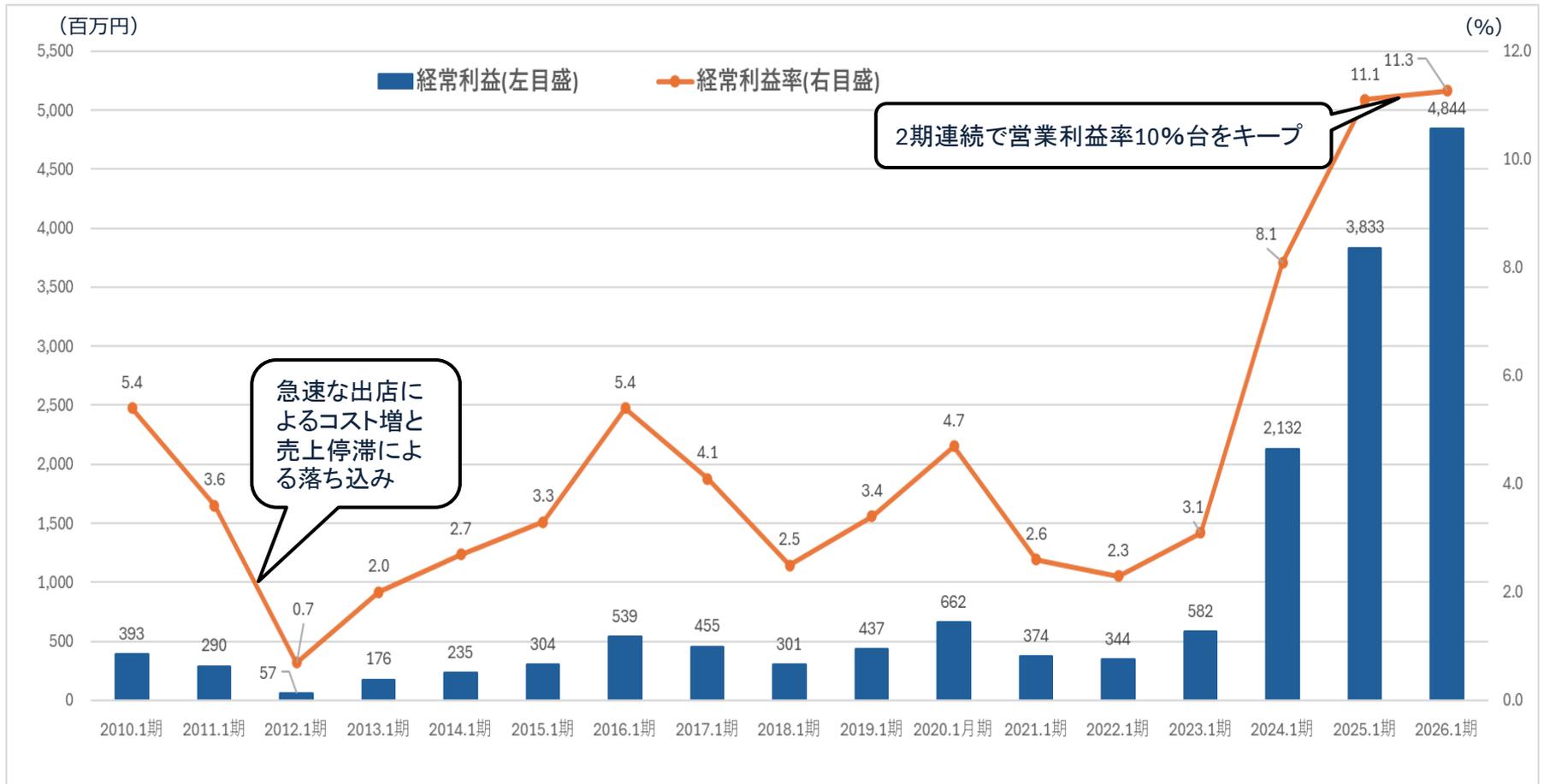


営業利益と営業利益率の推移



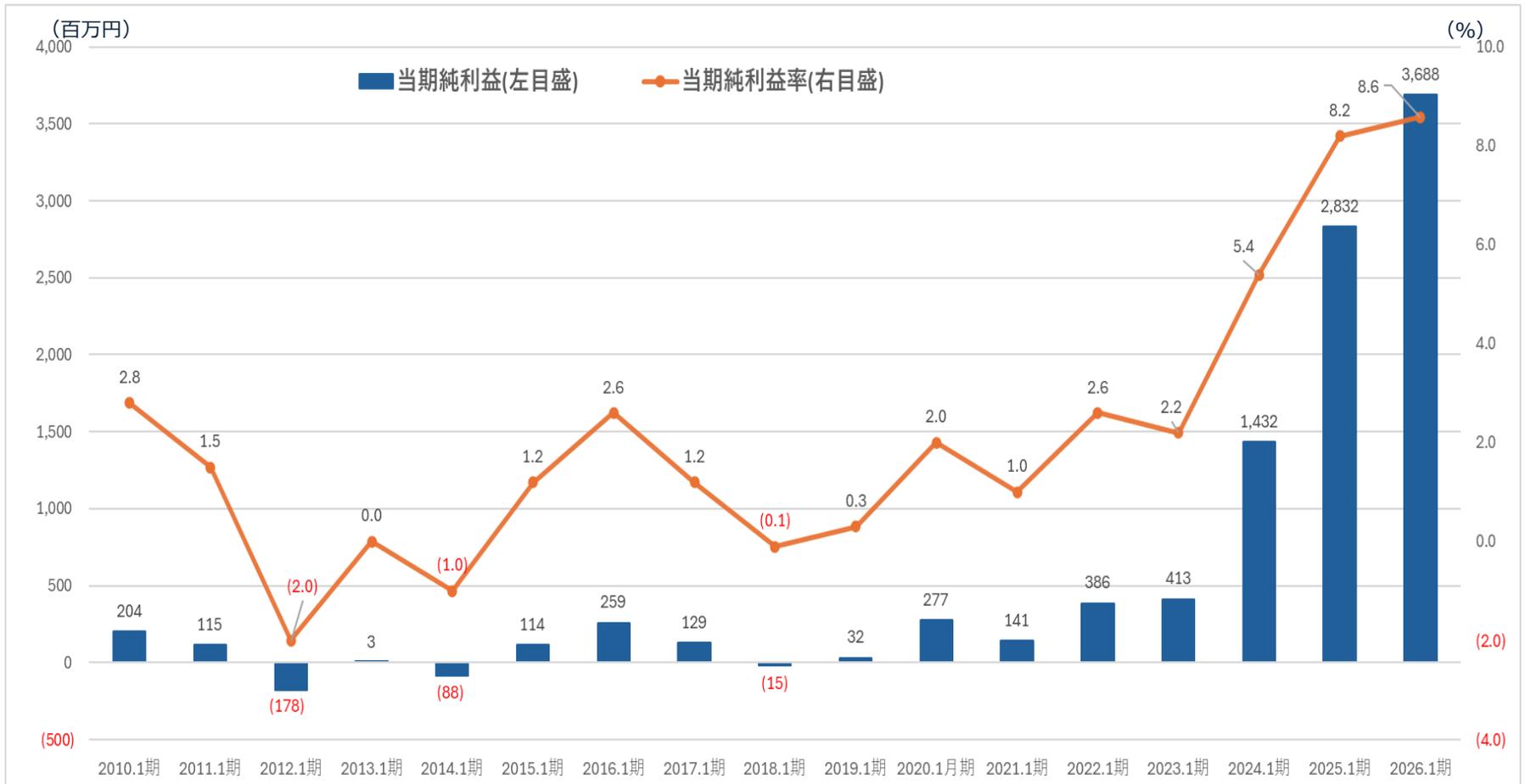


経常利益と経常利益率の推移



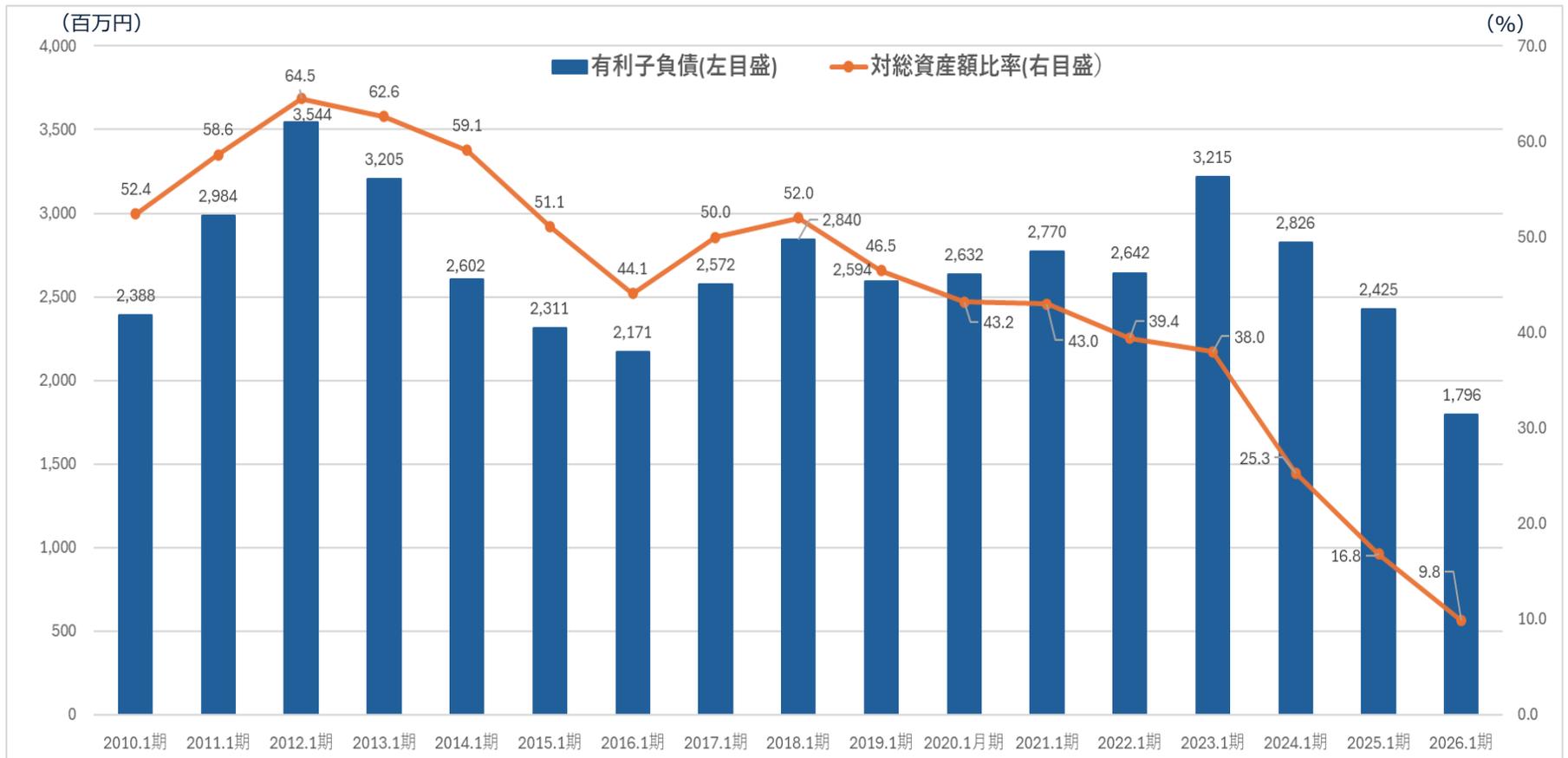


当期純利益と当期純利益率の推移



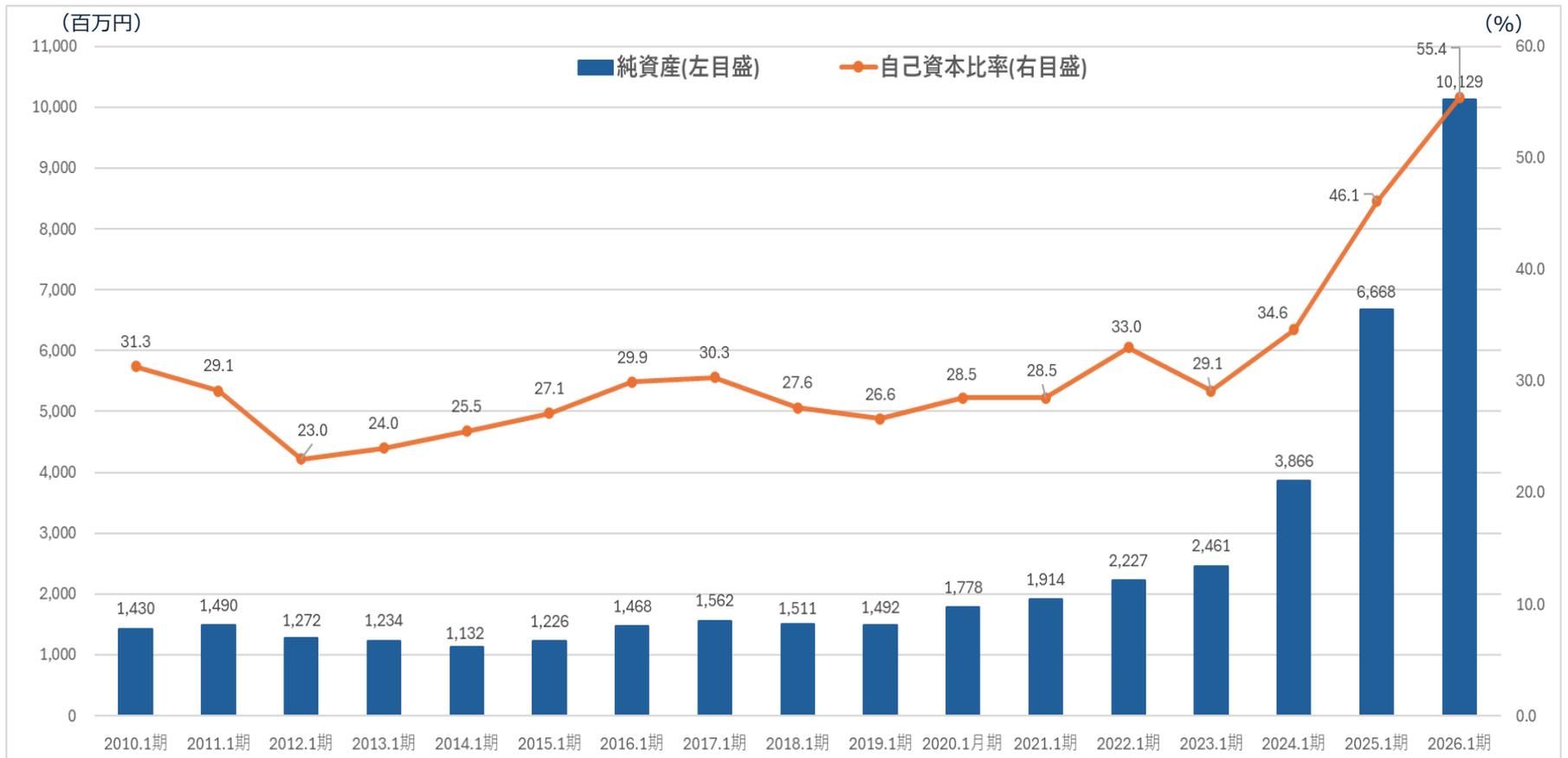


有利子負債と対総資産額比率の推移



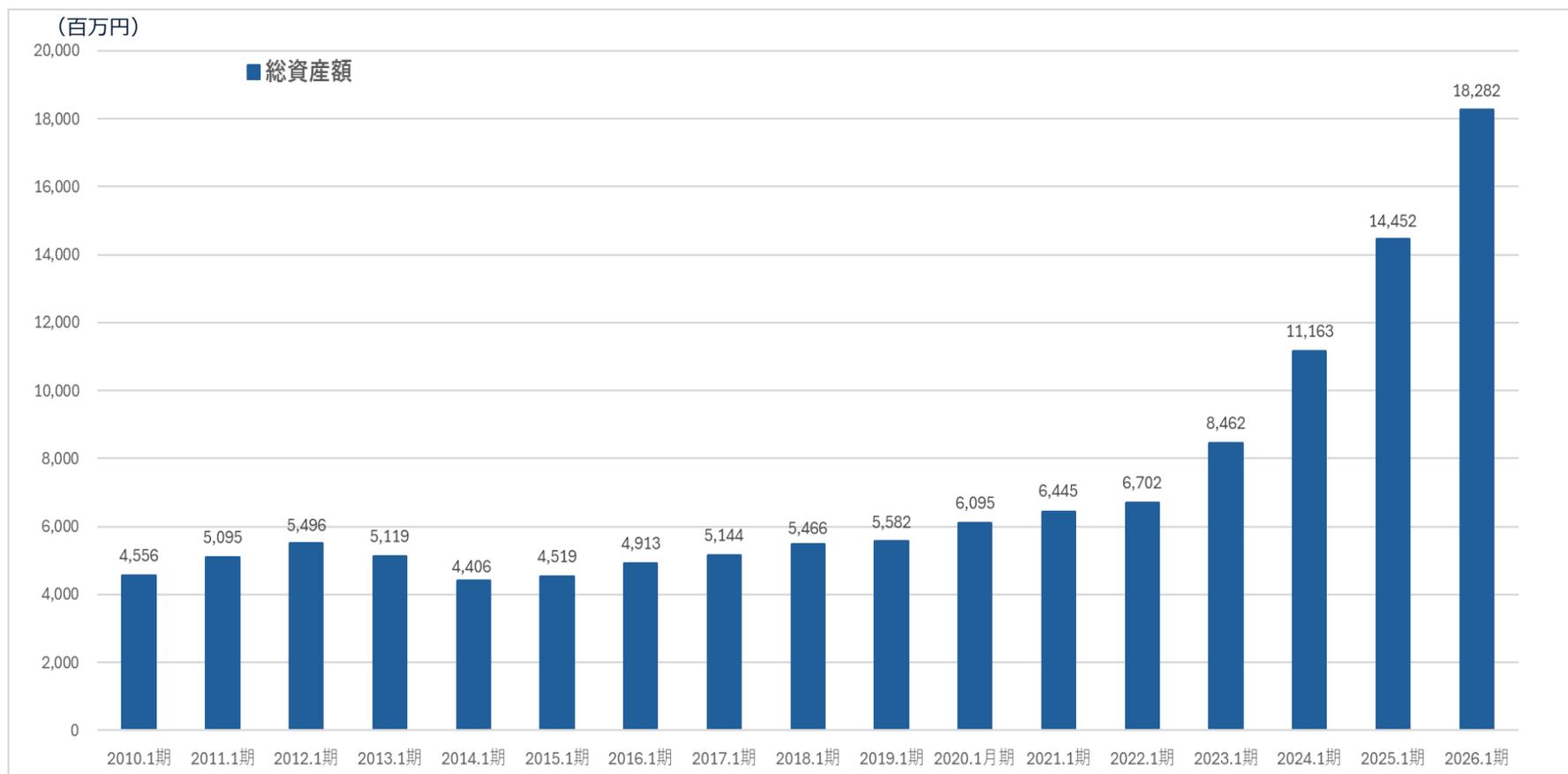


純資産と自己資本比率の推移





総資産の推移





問い合わせ先

問い合わせ先

部署 人事総務部（渡部）
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。

2026年3月16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）