



Plant-based SHIROMARU

株式会社 カの源ホールディングス 【証券コード: 3561】

# 2024年3月期 第1四半期 決算補足説明資料

2023年8月10日



Plant-based AKAMARU

---

IPPUDO's **Plant-based Ramen**

- 1. 2024年3月期 Q1業績報告** P.2～P.20
- 2. 2024年3月期 計画** P.21～P.25
- 3. 2028年3月期へのVision** P.26～P.27
- 4. 付属資料** P.28～P.34

1

# 2024年3月期 Q1業績報告

# 2024年3月期 Q1業績ハイライト



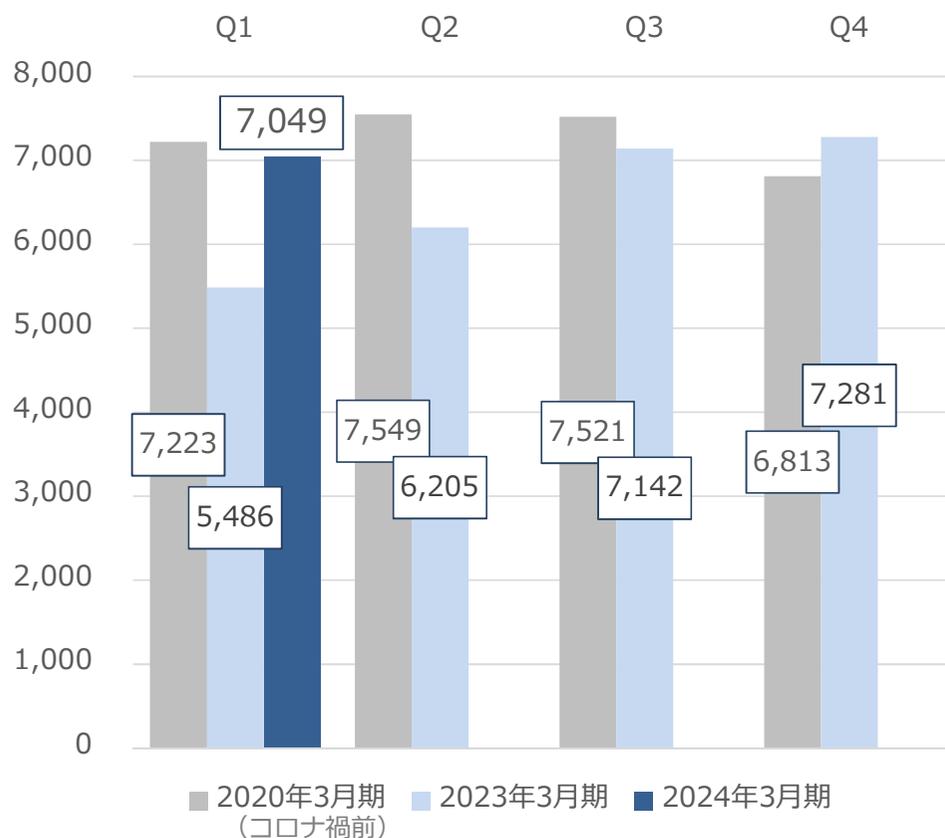
売上高は、前年同期比28.5%増  
営業利益は前期に引き続き、同期比較で過去最高を達成

		Q1計画比	Q1前期比	Q1コロナ禍前比
売上高	<b>7,049</b> 百万円	+6.5 %	+28.5 %	-2.4 %
営業利益	<b>573</b> 百万円	+153 百万円	+286 百万円	+472 百万円
営業利益率	<b>8.1 %</b>	6.3 %	5.2 %	1.4 %
当期純利益	<b>470</b> 百万円	+140 百万円	+170 百万円	+350 百万円
当期純利益率	<b>6.7 %</b>	5.0 %	5.5 %	1.7 %

# 連結四半期別売上高・営業利益推移

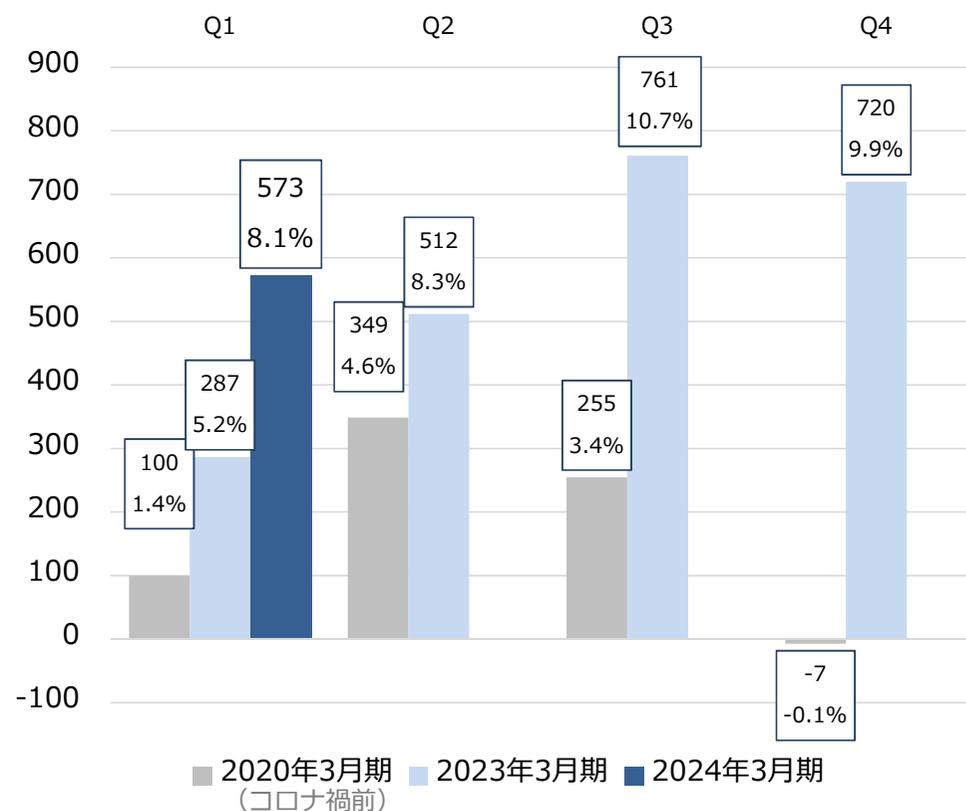
売上高は、前年同期比128.5%。店舗数はコロナ禍前同期比では13店舗純減（国内-14店、海外+1店）したものの、営業利益は、前年同期比199.6%、コロナ禍前同期比568.3%と同期比較で過去最高を達成

## 売上高



## 営業利益 (下段は営業利益率)

単位：百万円

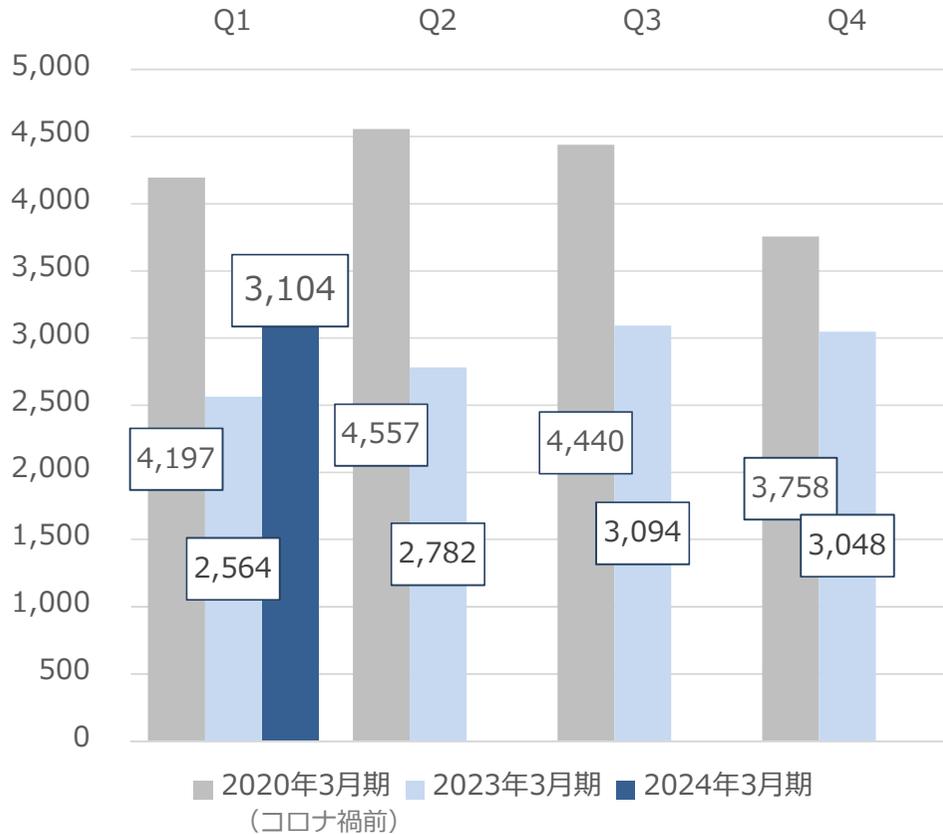


# 国内店舗運営事業 四半期別売上高・営業利益推移 (2023年4月~6月)



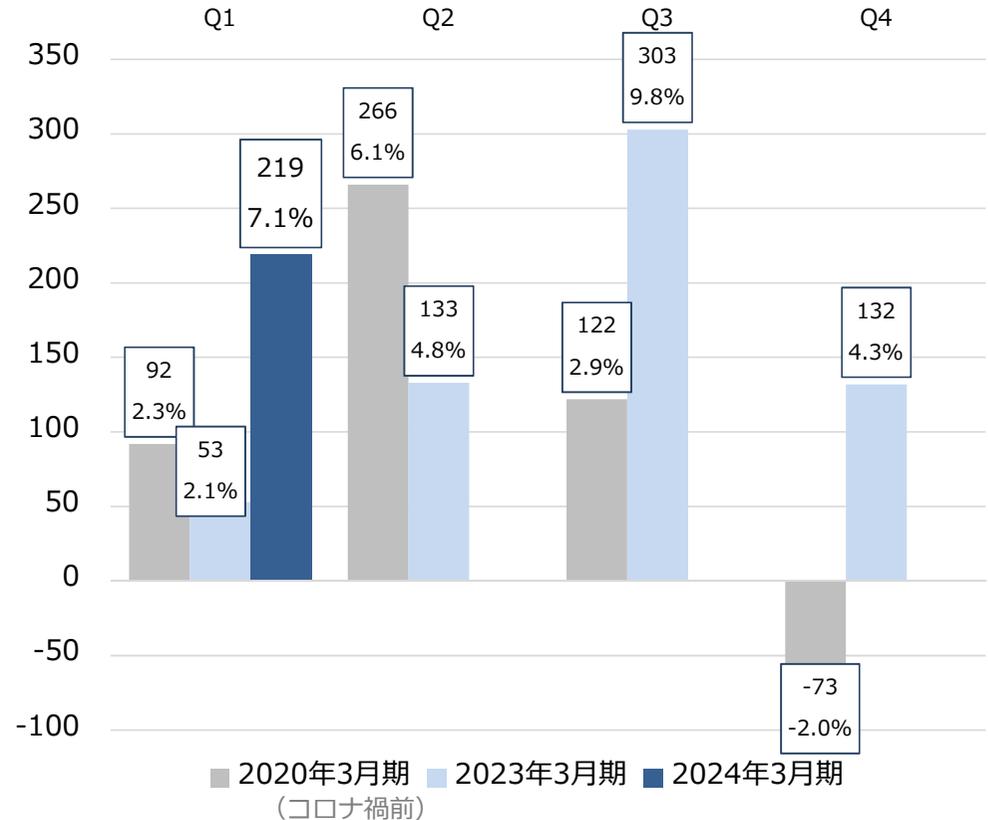
国内は、コロナ禍前同期比では、深夜営業の未再開や店舗数14店舗減少（譲渡及び不採算店舗の閉店）等が要因となり、売上は届かなかったものの、インバウンドの戻りも徐々に始まり、売上前期比は121.1%と好調に推移  
DX施策等により収益性が改善し、営業利益は前期比408.9%、コロナ禍前同期比210.2%

## 売上高



## 営業利益 (下段は営業利益率)

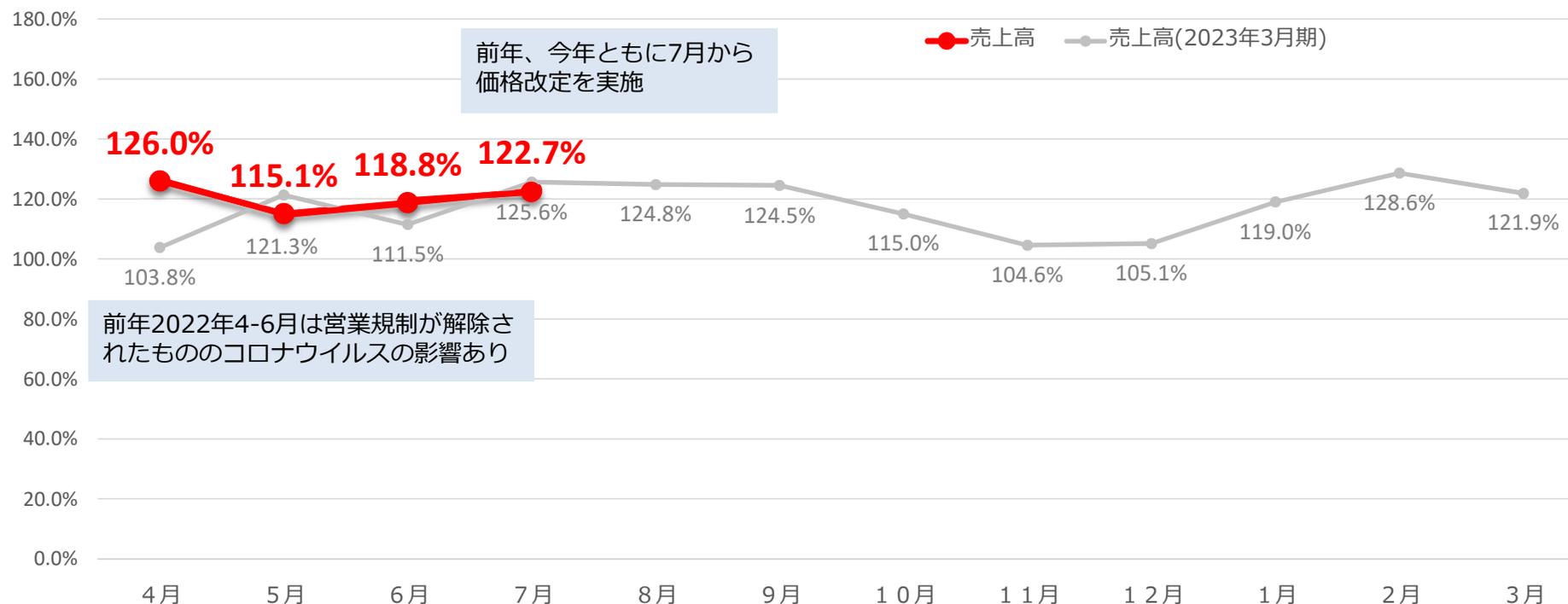
単位：百万円



# 国内既存店前年比119.8% (Q1累計)



## 2024年3月期 国内既存店の売上高/客数/客単価の推移



	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	Q1累計
売上高	126.0%	115.1%	118.8%	120.7%									119.8%
客数	117.4%	107.5%	110.5%	112.7%									111.6%
客単価	107.3%	107.1%	107.5%	107.1%									107.3%

# 国内店舗運営事業トピックス

## ■ 売上高

- ✓ コラボイベントの開催や、メディア露出増加により客数増
- ✓ 入国規制解除に伴うインバウンドの回復により、都心、観光地、空港の店舗の売上伸長
- ✓ Q1では一風堂を4店舗出店（樹モール川口店、THE OUTLETS SHONAN HIRATSUKA店、佐野高萩店、金沢FORUS店）

## ■ 営業利益

- ✓ モバイルオーダーやタブレットオーダー導入等、DX施策による収益性の改善が進み、営業利益率が前年同期比較で2.1%から7.1%に増加



稲とアガベイベント商品  
男鹿塩ラーメン



人類みな麺類イベント商品  
人類みな一風堂



G7提供商品  
プラントベース白丸



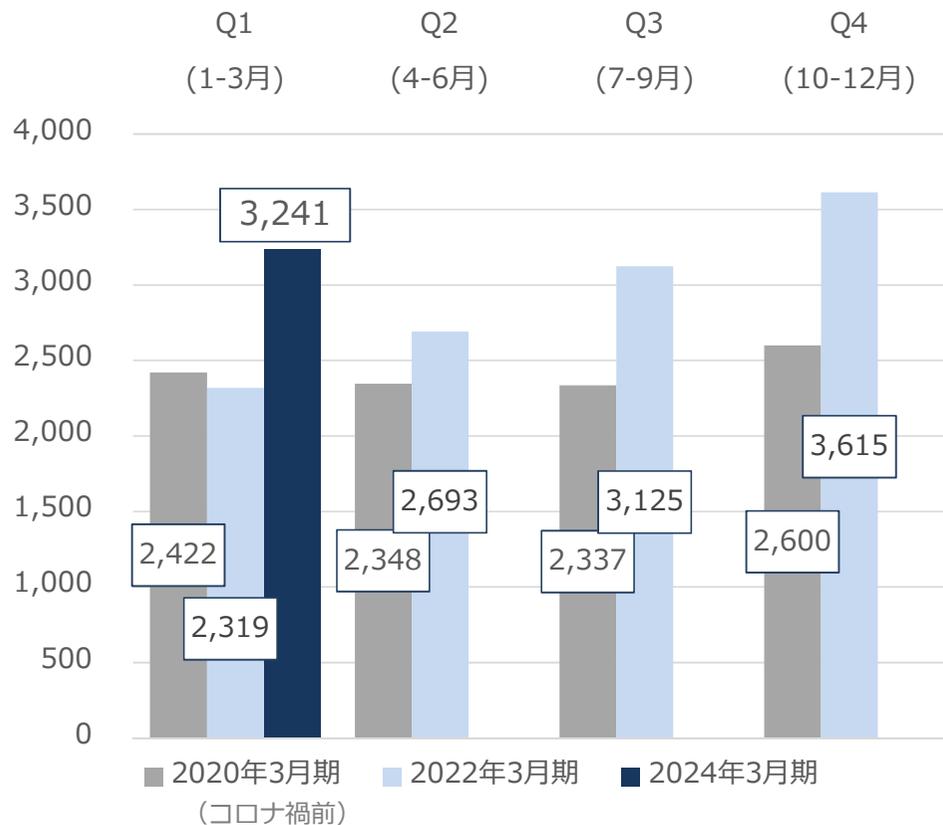
新宿ルミネエスト店限定商品  
大地香る醤油ラーメン

# 海外店舗運営事業 四半期別売上高・営業利益推移 (2023年1月~3月)



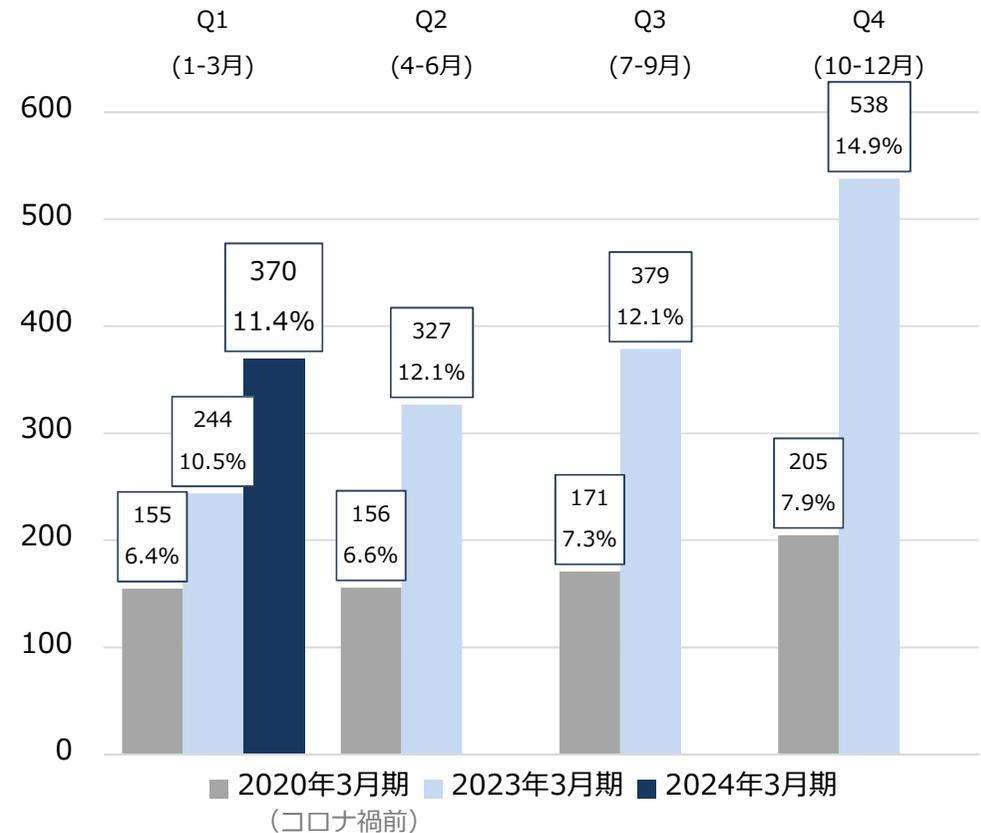
海外の売上高は、前期比139.7%。営業利益は、原価や人件費のコントロールにより、前期比152.0%。前期に引き続き為替相場が円安に推移したことも後押しし、売上・利益ともにコロナ禍前を超える結果

## 売上高



## 営業利益 (下段は営業利益率)

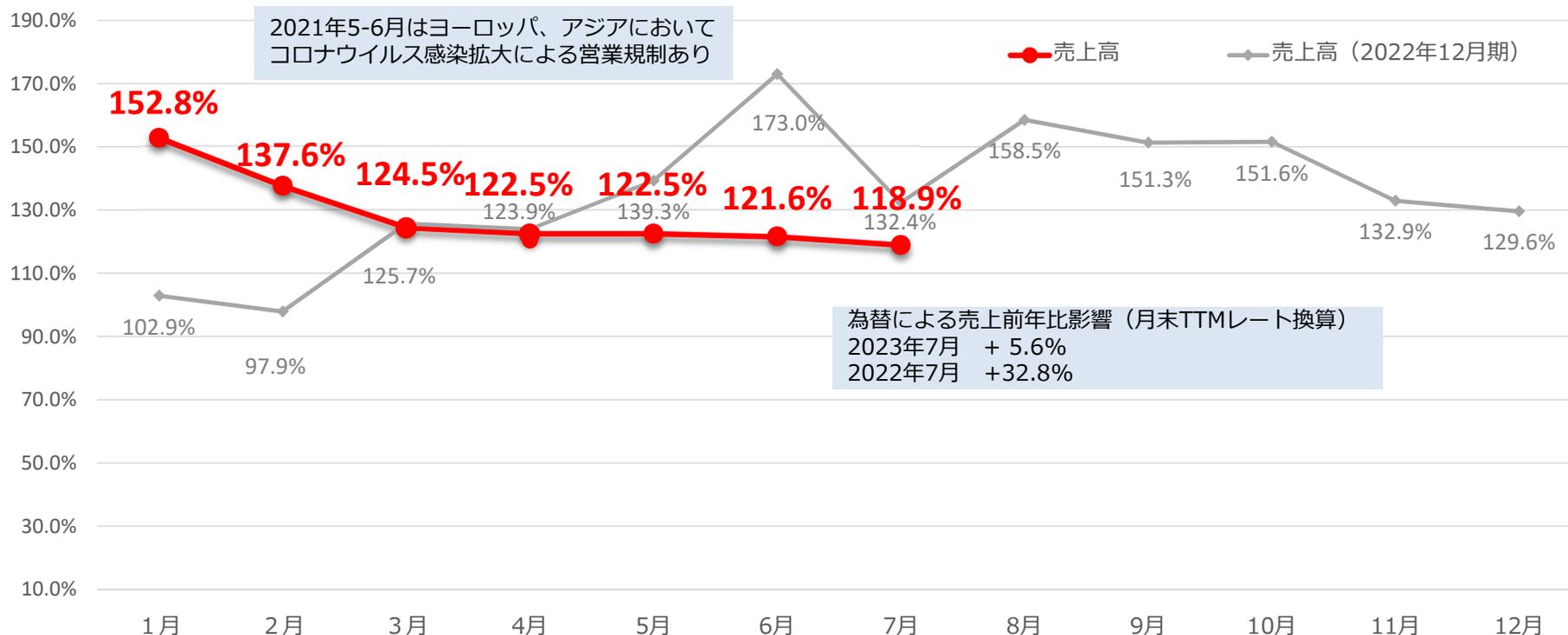
単位：百万円



# 海外既存店前年比137.2% (2023年1月~3月)



## 2023年12月期 海外既存店の売上高/客数/客単価の推移



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	Q1累計
売上高	152.8%	137.6%	124.5%	122.5%	122.5%	121.6%	118.9%						137.2%
客数	131.9%	113.5%	109.0%	115.3%	111.8%	111.4%	109.0%						117.7%
客単価	115.8%	121.2%	114.2%	106.2%	109.6%	109.1%	109.1%						116.6%

# 海外店舗運営事業トピックス (2023年1月~3月)

## ■ 売上高

- ✓ 期間限定商品の販売のほか、価格改定やグランドメニュー内容の改定、デザートメニューの導入等を実施
- ✓ 前期に続き為替相場が円安に推移したことにより増収増益
- ✓ Q1では、直営エリアで1店舗（シンガポール）、ライセンスエリアで2店舗（中国・香港）を出店

## ■ 営業利益

- ✓ 原材料やエネルギー価格の高騰等、様々なインフレ要因を受け、各エリアにて価格改定やコストの調整を実施
- ✓ 国内同様にモバイルオーダーの導入等、DX推進で収益性が改善

注：5月12日開示の業績予想値には、海外の1月、2月実績をすでに織り込んでおり、Q1末時点での業績予想との差は軽微であります



IPPUDO AUSTRALIA  
バンズ



IPPUDO HK  
鶏白湯ラーメン



IPPUDO CA  
デザート

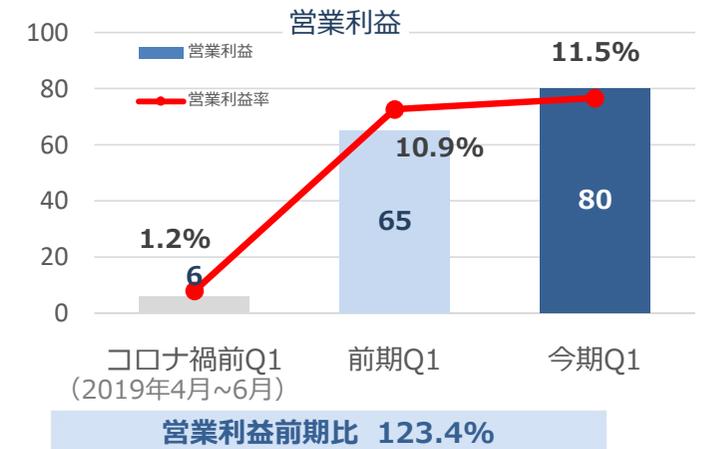
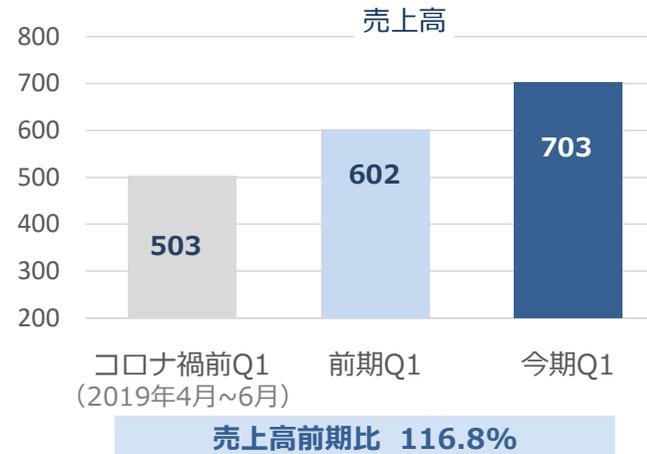


IPPUDO THAILAND  
デリバリー商品

# 商品販売・全社コスト

## 商品販売

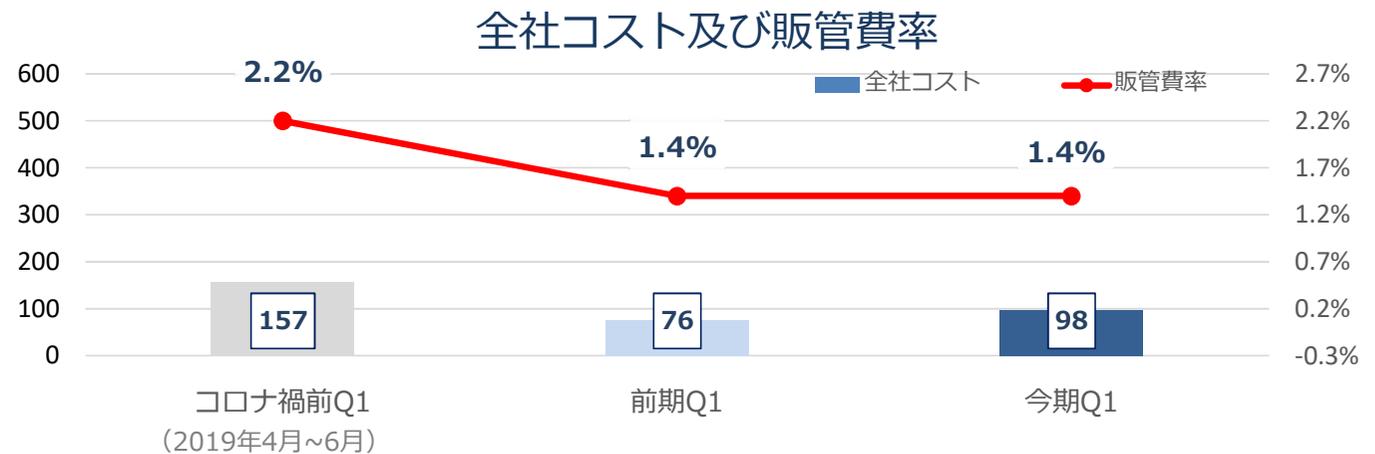
ECサイトや一風堂関連商品、海外商品の販売が堅調に推移、売上高は前期比16.8%増、営業利益は売上増により、15百万円増



## 全社コスト

連結売上高に対する販管費率1.4%の水準を維持  
引き続き採用、教育、海外研修等、人的資本への投資を行い、次の成長ステージの土台作りに努める

※販管費率 = 全社コスト ÷ 連結売上高

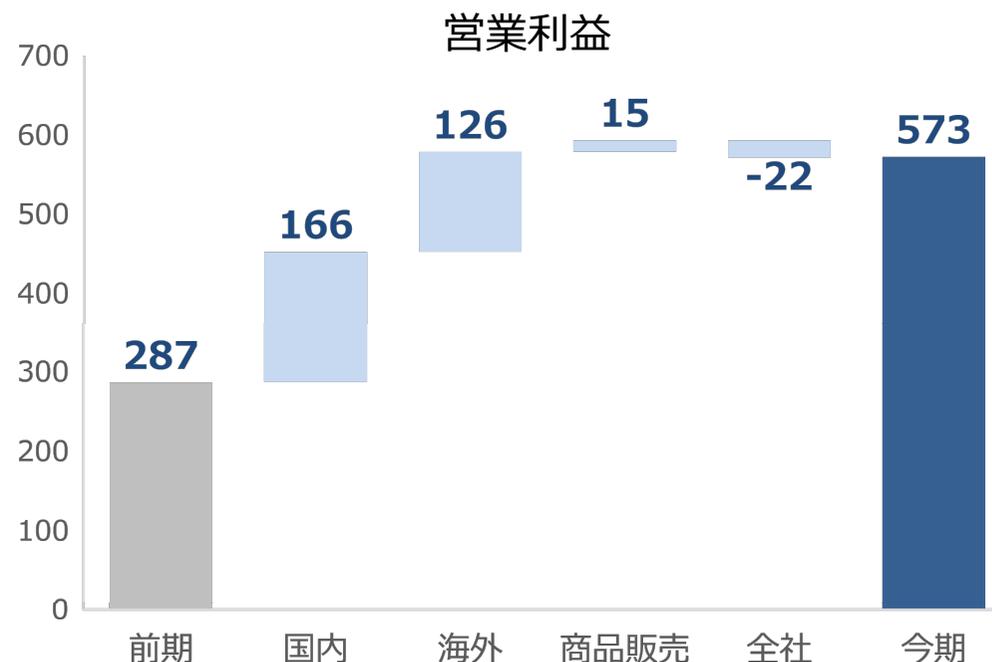
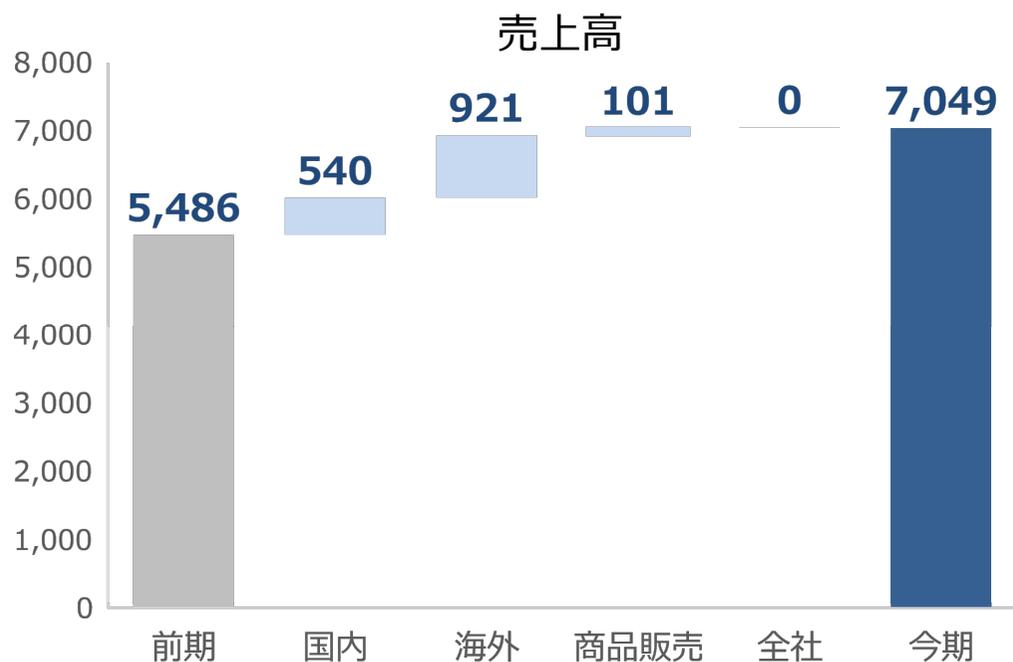


# セグメント別売上高及び営業利益、営業利益率（前期比較）



国内・海外・商品販売のセグメントにおいて、売上、営業利益ともに前期を上回る結果

単位：百万円



セグメント別営業利益率

	国内	海外	商品販売	全社	合計
今期	7.1%	11.4%	11.5%	-	8.1%
前期	2.1%	10.5%	10.9%	-	5.2%

# 連結貸借対照表

短期借入金の弁済、並びに配当金の支払いにより現金及び預金が減少したものの、業績の回復により自己資本比率が48.8%に上昇。

単位：百万円

	2023年 3月末	2024年 6月末	GAP
流動資産	8,891	7,016	-1,875
うち現金及び預金	6,744	4,958	-1,784
有形固定資産	5,488	5,547	+57
無形固定資産	157	156	-1
投資その他の資産	2,940	2,964	+24
固定資産	8,586	8,668	+80
資産合計	17,477	15,684	-1,793

## ■資産

・現金及び預金の減少	-	1,784百万円
・出店等による有形固定資産の取得	+	57百万円
・繰延税金資産の減少	-	36百万円

	2023年 3月末	2024年 6月末	GAP
負債合計	9,837	8,035	-1,801
うち短期借入金	2,500	-	-2,500
うち長期借入金	2,918	3,677	+759
株主資本	7,231	7,258	+27
その他包括利益累計額	408	390	-18
純資産合計	7,640	7,648	+8
負債純資産合計	17,477	15,684	-1,793

## ■負債

・有利子負債の減少	-	1,740百万円
-----------	---	----------

## ■純資産

・利益剰余金の増加	+	470百万円
・配当金の支払いによる利益剰余金の減少	-	451百万円

※自己資本比率48.8%（2023年3月末43.7%）

# 連結損益計算書

単位：百万円	2024年3月期 Q1実績	2024年3月期 Q1計画	2023年3月期 Q1実績	2020年3月期 (コロナ禍前) Q1実績
売上高	7,049	6,617	5,486	7,223
前年対比成長率	+28.5%	-	-	-
売上総利益	4,983	-	3,886	5,145
販売費及び一般管理費	4,410	-	3,599	5,044
営業利益	573	419	287	100
営業利益率	8.1%	6.3%	5.2%	1.4%
経常利益	683	428	370	70
経常利益率	9.7%	6.5%	6.8%	1.0%
税金等調整前当期純利益	651	-	393	144
親会社株主に帰属する当期純利益	470	330	300	120
当期純利益率	6.7%	5.0%	5.5%	1.7%

# 新店舗オープン (4月~6月)

国内において一風堂4店舗、海外において一風堂2店舗を出店



一風堂 樹モール川口店



一風堂 佐野高萩店



一風堂 THE OUTLETS  
SHONAN HIRATSUKA店



一風堂 金沢FORUS店



IPPUDO MALAYSIA  
Pearl Point Shopping Mall 店



PARIS  
Kitchen Tiquetonne 店

# エリア別店舗数

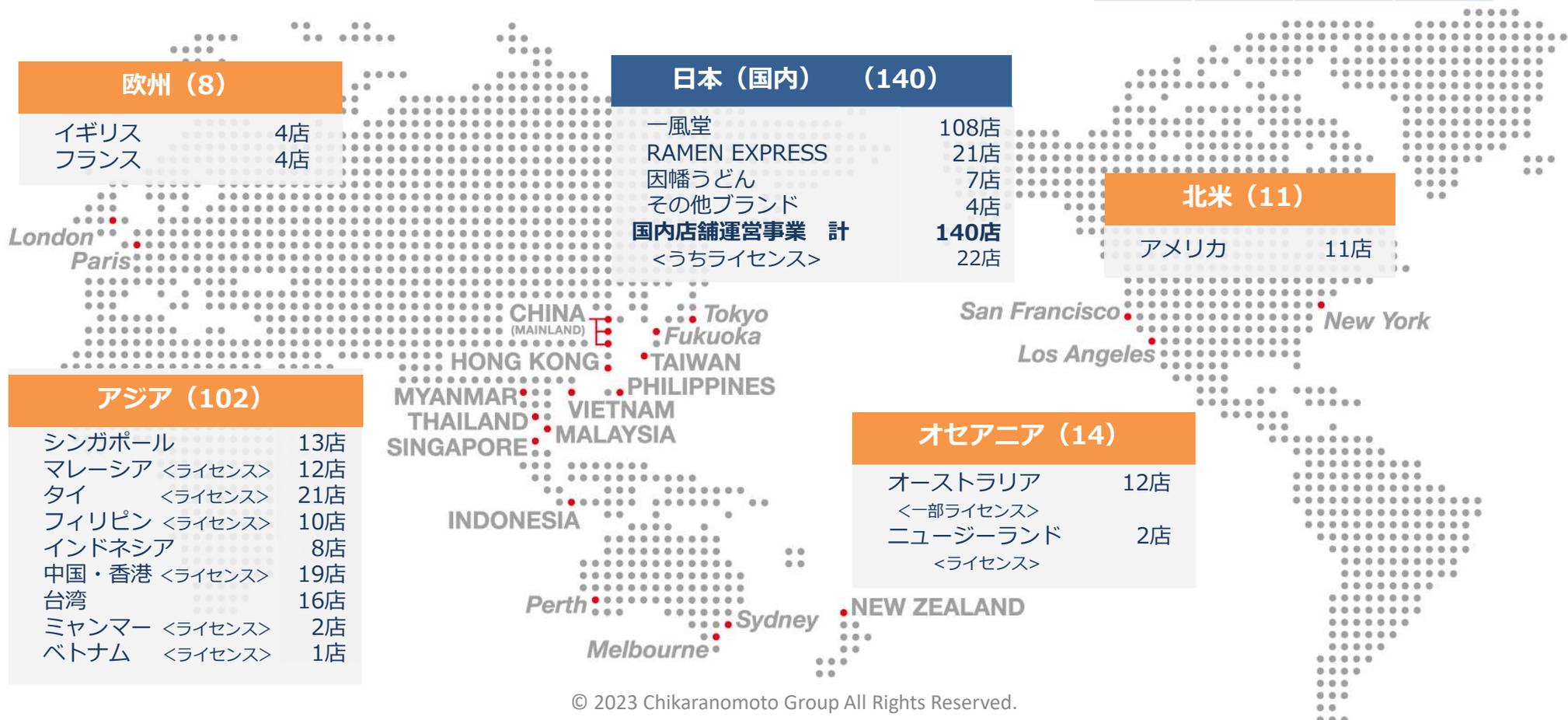
[ FY19 : 288店舗 FY20 : 280店舗 FY21 : 277店舗 FY22 : 273店舗 ]



## Global 15ヶ国・地域 Total 275店舗

(前期末からの増減+2店舗)

	直営	ライセンス	合計
国内	118	22	140
海外	65	70	135
合計	183	92	275



# 販売促進について



地域創生の一環として、秋田県男鹿（おが）市のクラフトサケ醸造所「稲とアガベ株式会社」とコラボレーションし、男鹿のまちをラーメンで盛り上げる「男鹿ラーメンプロジェクト」を発足。5月、一風堂 浜松町店にてメディア向けイベントを実施し、8月4日、男鹿市にて開業



2023年6月15日（木）～6月21日（水）の7日間にわたり、大阪の有名店が運営するラーメン店「人類みな麺類」とのコラボレーションイベントを開催  
長蛇の列ができSNSやネットニュースで反響を呼んだ



店舗限定商品6月20日（火）から夏の定番メニュー「太つけ麺」を、期間限定で販売

# 商品販売の取組について

## 国内/ECサイト

蕎麦・らーめん・うどんの販売  
母の日には「いつもありがとう」の  
メッセージ海苔つきのギフトセットを販売

■ ECサイト

<https://mensmarket.jp/index.html>



博多  
うどん  
博多うどんを  
ご家庭で。  
手間暇かけた素材をご家庭でもお楽しみください。

## 国内/量販店・コンビニエンスストア

コンビニエンスストア、空港、量販店などで、  
幅広い顧客のニーズに合わせた商品を販売

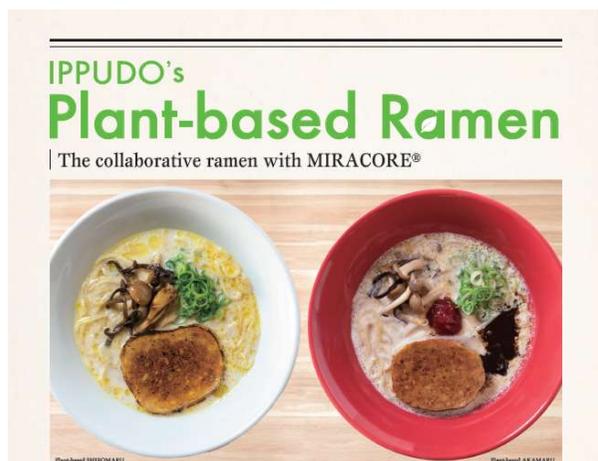


## 海外/量販店

乾麺タイプのプラントベースラーメンが好調に推移



## G7広島サミット



5月19日、「G7広島サミット」にて  
海外のメディア関係者へ  
プラントベースラーメン260食を  
約2時間で提供  
動物性原材料を使用しない  
商品を開発するなど、  
持続可能な社会の実現に向けて  
積極的に行動

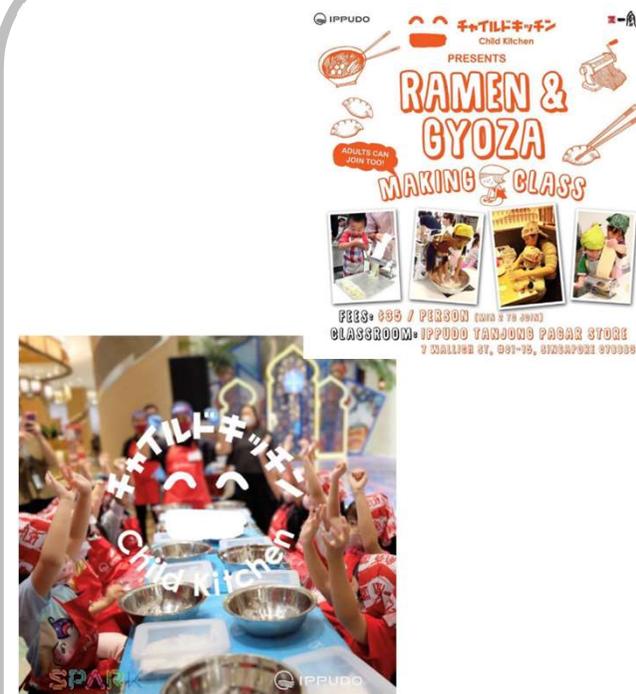
## 理念

食を通して  
世界をもっと笑顔にしたい  
ありがとうと言い合える  
温かみのある社会をつくりたい

力の源グループは「食を通して新しい価値を創造し  
『笑顔』と『ありがとう』とともに世界中に伝えていく。」ことを  
創業の精神に掲げる企業として、  
これまで社会や環境に貢献できる取り組みを行なってきました。  
わたしたちは今後もこの想いを胸に、  
社会がより良い姿で在り続けられるよう、積極的に行動していきます

以下のリンクからご覧ください  
[力の源グループのSDGsへの取り組みに関するお知らせ](#)

## ワークショップ



自分で作ることの楽しさ、食の大切さ、  
夢を持つことの大切さを伝える  
ワークショップを海外で再開

# 7月以降の取り組みについて



7月1日より、原材料費や運送費・人件費上昇の中、商品・サービスへのこだわりを変えずに提供するため、価格改定を実施



報道関係者各位

## 「一風堂」および各ブランドにおける価格改定のお知らせ 7月1日（土）より、各種ラーメン及びラーメン定食、トッピング価格等を10～40円変更します

株式会社 力の源ホールディングス（本社：福岡県福岡市、代表取締役社長：山根智之）傘下の株式会社 力の源カンパニーは、2023年7月1日（土）より順次、各ブランドのラーメン等の販売価格を変更いたします。今回の変更の対象は、全国の「一風堂」およびフードコート業態「IPPUDO RAMEN EXPRESS」、「RAMEN EXPRESS 博多一風堂」全店にて販売する各種ラーメン、ラーメン定食とトッピング価格等です。それぞれ10円～40円の価格変更となり、各種ラーメンとラーメン定食（お子さまラーメンセットを除く）はすべて一律30円の価格変更です。ラーメン各種の価格変更は2022年7月ぶりですが、替玉やごはんもの、餃子等サイドメニューの価格は据置きとなります。

当社では昨今の原材料費や運送費、人件費の上昇等、外食産業を取り巻く大きな環境の変化を受け、各種コスト削減策に取り組んで参りましたが、お客様にご納得いただけるおいしさと安全性を確保すべく、この度の価格変更を決定いたしました。各ブランドでは引き続き、商品・サービスへのこだわりを変えずに、一杯のラーメンを通して「笑顔とありがとう」を伝え続けること、変わり続ける社会においてもお客様の力の源となり続けることを使命として、全社一丸となって一層の努力に励んでまいります。

# 2 2024年3月期 計画

# 2024年3月期 計画

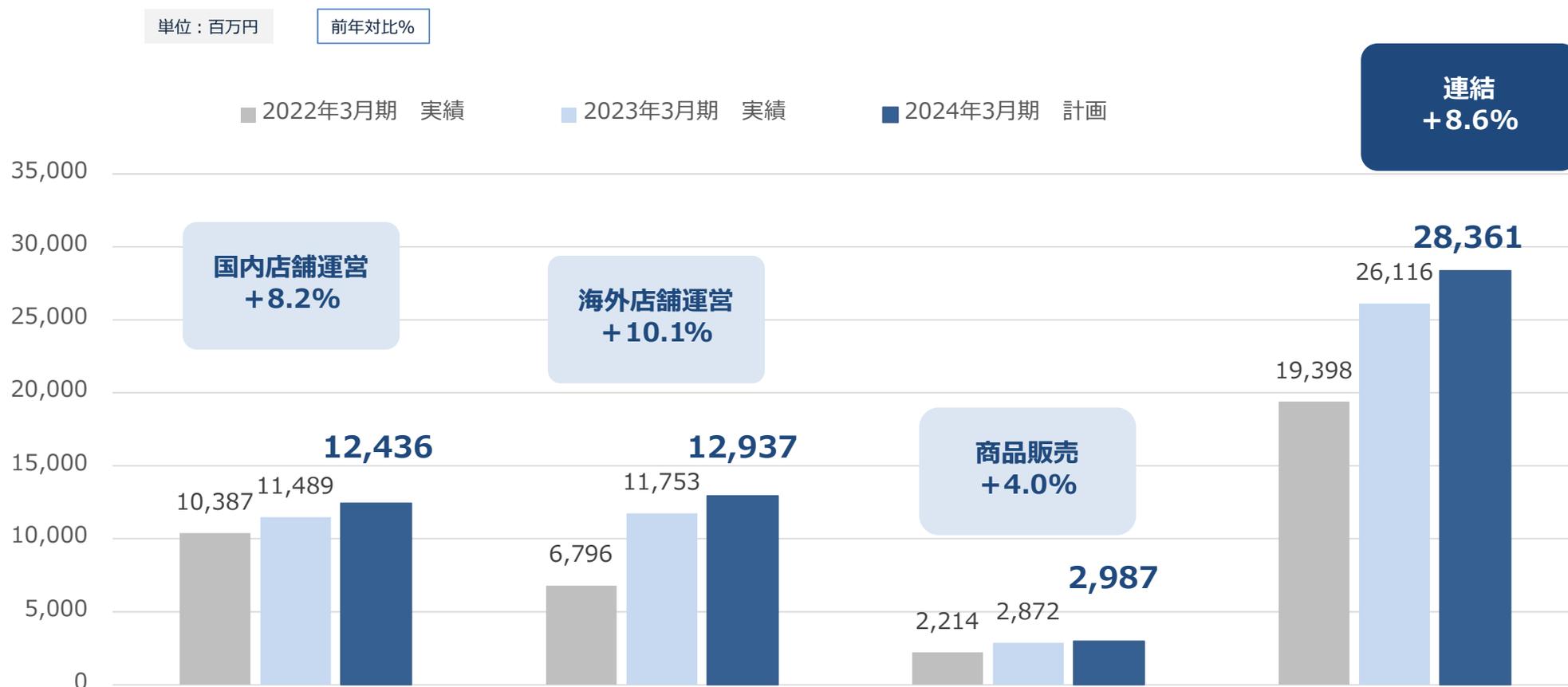


国内海外共に、地政学リスクや為替の変動による、原材料やエネルギー価格変動等、コスト増リスクが予見されるものの、前期に引き続き各施策の継続により、堅実な成長を見込む  
 2025年3月期以降の成長を加速させるために、国内海外共に、人材の確保やグローバル人材育成等の人的資本への戦略投資を行う。また、為替レートは2023年3月期は大幅に円安に振れたものの、金融政策等の影響による為替リスクを考慮し、2023年2月末TTMの+15%円高を想定

単位：百万円	2023年 3月期 実績	2024年 3月期 計画	前年比		2024年3月期 Q1		過年度実績進捗率		通貨	想定 レート
			増加額	増加率	実績	計画 進捗率	コロナ禍前 3カ年平均 (2018年3月期- 2020年3月期)	2023年 3月期		
売上高	26,116	28,361	+2,245	+8.6%	7,049	24.9%	23.8%	21.0%	USD	115.88
営業利益	2,281	2,540	+259	+11.4%	573	22.6%	11.7%	12.6%	EUR	122.92
経常利益	2,321	2,564	+243	+10.5%	683	26.6%	11.5%	16.0%	GBP	139.77
親会社株主に帰属する 純利益	1,628	1,821	+192	+11.8%	470	25.8%	13.1%	18.4%	SGD	86.02
									AUD	78.12

# 2024年3月期 業績予想（売上高）

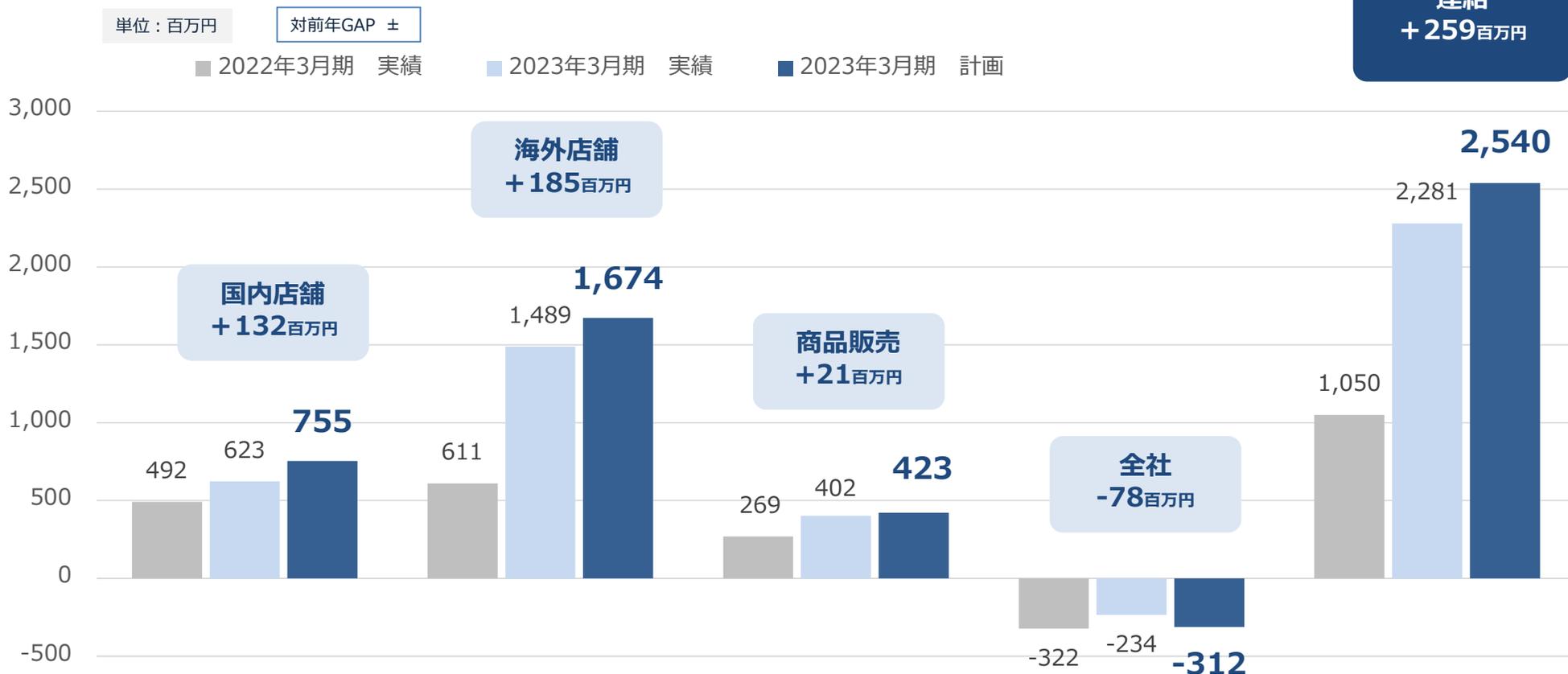
国内海外ともに、既存店の穏やかな成長と、新規出店による売上の増加を見込む。特に海外は出店を加速。商品販売は、一風堂関連商品の拡販を継続し、連結売上8.6%増を計画



# 2024年3月期 業績予想（営業利益）

国内海外共に、地政学リスクや為替の変動による、原材料やエネルギー価格変動等、コスト増リスクは  
 予見されるものの、引き続きコストコントロールおよび、各種DX施策の推進等により増益の見込み  
 全社コストは人的資本投資により、販管費率で1.1%の見込み（前年同期は0.9%）

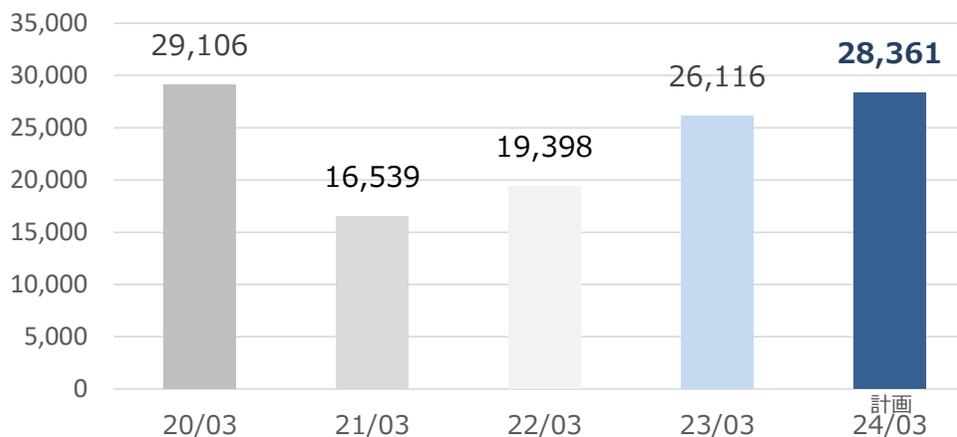
**連結**  
**+259百万円**



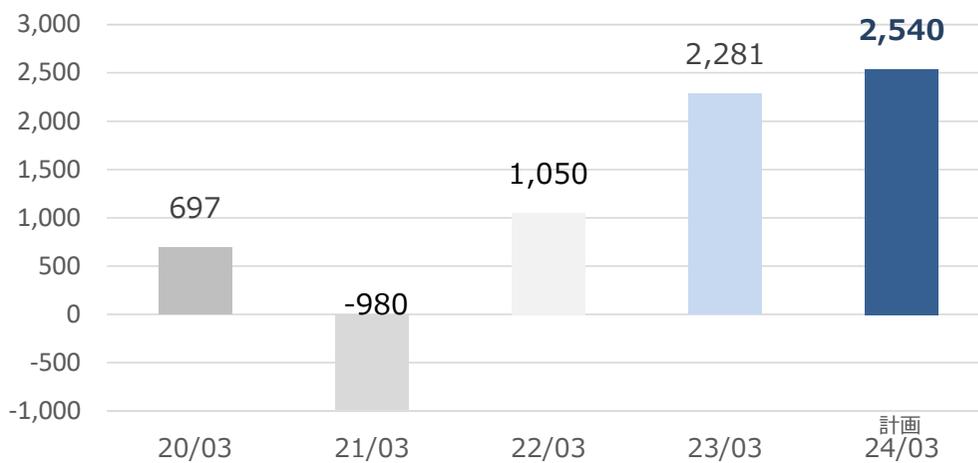
# 参考 経営指標 (5力年)



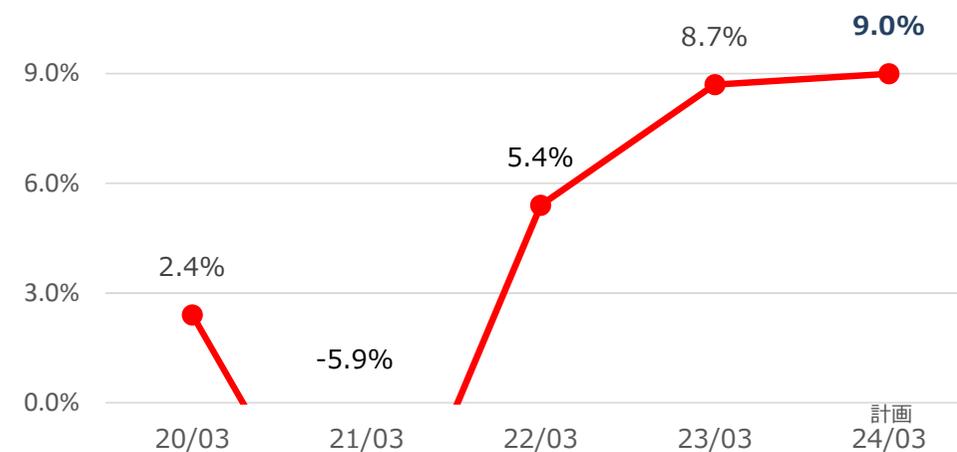
## 売上高



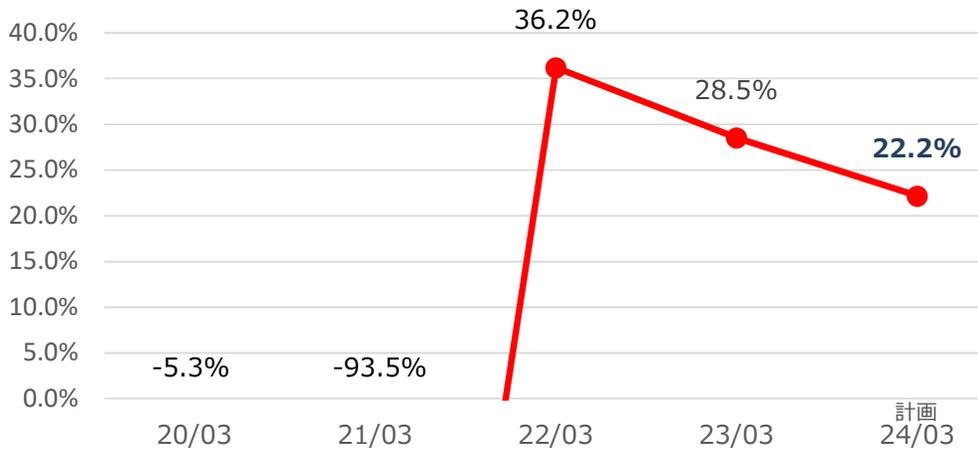
## 営業利益



## 営業利益率



## ROE

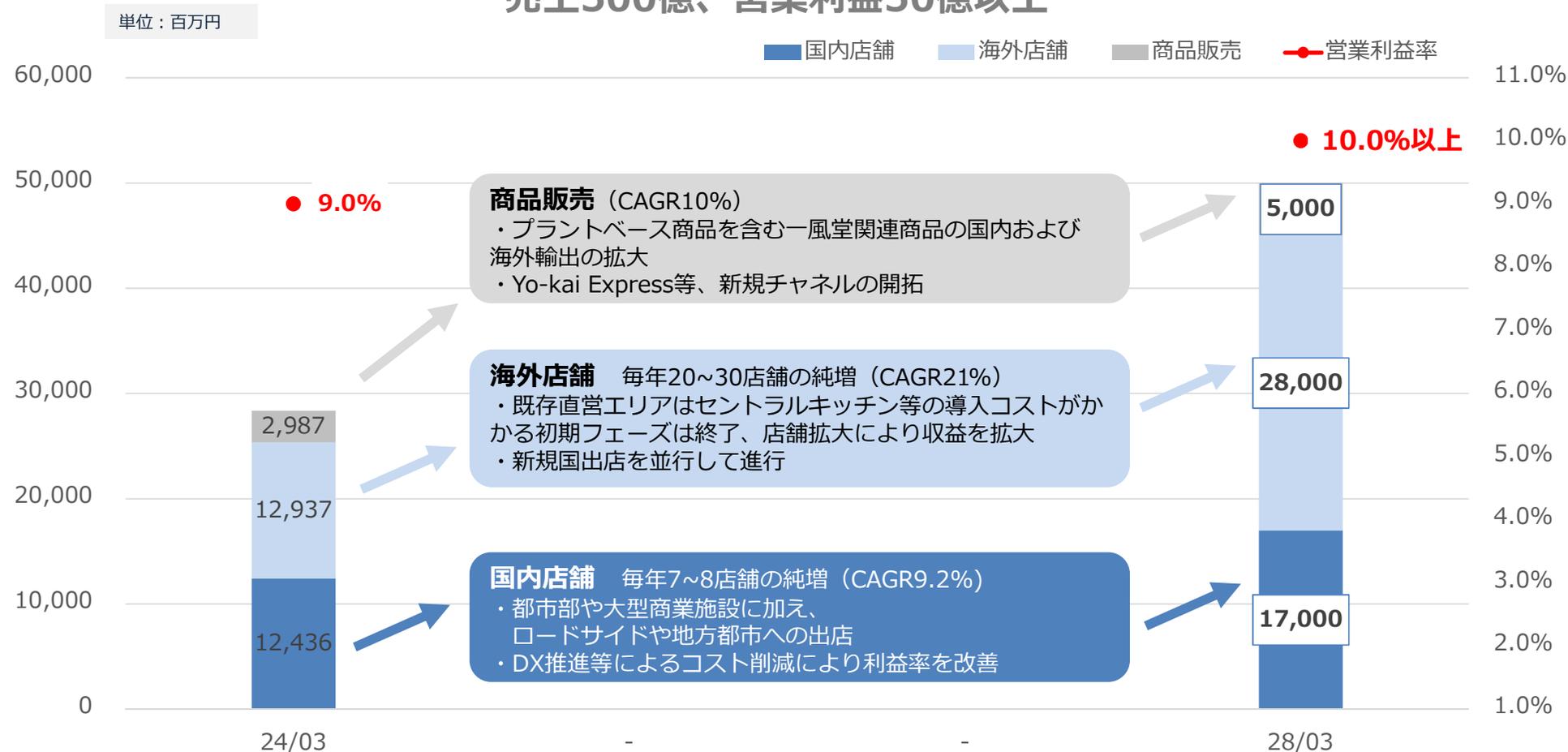


# 2028年3月期へのVision

# 3

# 2028年3月期へのVision (2023年5月12日開示)

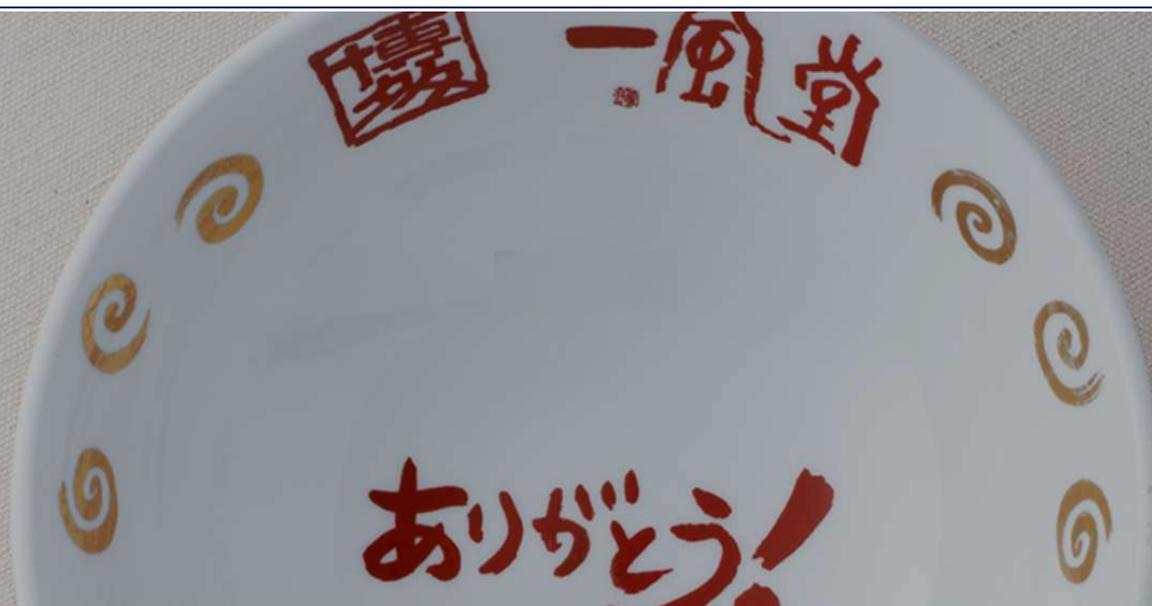
## 売上500億、営業利益50億以上



既存店の強化 / グローバル人材の採用・育成 / 店舗、サポート部門のDX推進 / グローバルSCMの構築  
 経営理念の浸透 / 安定的な財政基盤

付属資料

4



食を通して新しい価値を創造し  
「笑顔」と「ありがとう」とともに  
世界中に伝えていく。

**変わらないために、変わり続ける。**

## 株式会社 力の源ホールディングス

【証券コード:3561】

- 所在地 福岡市中央区大名一丁目13番14号
- 設立 1986年（昭和61年）10月30日
- 資本金 31億 2,154万円（発行済株式数：30,105,400株）
- 決算期 3月
- 従業員数 24名（連結510名） ※臨時従業員除く
- 役員構成

代表取締役会長 兼 Founder	河原 成美	Mr. Shigemi Kawahara
代表取締役社長 兼 CEO	山根 智之	Mr. Tomoyuki Yamane
専務取締役	中尾 徹	Mr. Toru Nakao
取締役（監査等委員）	齋藤 晃宏	Mr. Akihiro Saito
取締役（監査等委員／社外） 独立役員	辻 哲哉	Mr. Tetsuya Tsuji
取締役（監査等委員／社外） 独立役員	田鍋 晋二	Mr. Shinji Tanabe

（2023年6月末現在）

原点の一杯  
**白丸元味**



## 白丸元味

原点の一杯

創業当時の味を今に引き継ぐ、一風堂の豚骨ラーメンの本流であり、原点の味。

シンプルな豚骨の旨味を極限まで抽出した豊かで香り高いシルキーなスープに、小麦本来の風味が香る博多の細麺がマッチします。

革新の一杯  
**赤丸新味**



## 赤丸新味

革新の一杯

特製の香味油と辛みそを加えることで、一杯のラーメンの中でいくつもの味の奥行きと調和を楽しめます。

白丸が正統派ならば、赤丸新味は豚骨ラーメンの可能性を広げた“革新派”。

コクと深みを追求した、一風堂の自信作です。

極からか麺



## 極からか麺

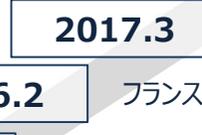
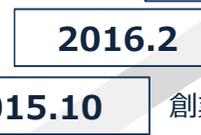
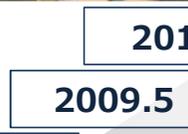
刺激の一杯

1989年に大名本店で誕生したスパイシーな豚骨ラーメン。

シルキーな豚骨スープに、特製ラー油と香油を合わせ辛味とコクをプラスし、数種類のスパイスを合わせた肉味噌と「シーズニング天かす」を大胆にトッピング。

別皿で添えた「胡麻ばくだん」を途中で溶かすと、担担麺風に味が変化します。

## 世界中に笑顔とありがとうを



1985.10.16

**創業：福岡市中央区大名に「博多 一風堂」を1号店をオープン**

1979.11

福岡市博多区に レストランバー「アフターザレイン」をオープン

1994.3

横浜市の「新横浜ラーメン博物館」に出店。関東初進出

1995.4

東京 第1号店「一風堂 恵比寿店」をオープン

1997.1

テレビ東京「TVチャンピオン」にてラーメン職人選手権優勝。3連覇

2008.3

アメリカ・NYに、海外1号店をオープン

2009.5

シンガポールに、アジア1号店をオープン

2014.10

イギリス ロンドンに初出店（欧州初進出）

2015.10

創業30周年 記念イベント実施

2016.2

フランス パリに初出店

2017.3

東京証券取引所マザーズに株式を上場

2018.3

**東京証券取引所市場第一部に変更**

2018.11

海外100店舗を達成

2019.10

Global Leadership Conference開催

2022.4

東京証券取引所  
プライム市場に移行

本資料は、株式会社力の源ホールディングス（以下「当社」）の企業情報の提供のために作成されたものであり、日本における当社の発行する株式その他の有価証券への勧誘を構成するものではありません。

本資料は事前の通知なく変更されることがあります。本資料またはその内容については、当社の事前の書面による同意がない限り、いかなる目的においても第三者が利用することはできません。

本資料に記載される業界、市場動向、または経済情勢等に関する情報は、現時点で入手可能な情報に基づいて作成しているものであり、当社がその真実性、正確性、合理性及び網羅性について保証するものではありません。

本資料に記載される当社グループの計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、現時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社グループの経営成績、財務状態、その他結果は、経済情勢、外食産業の市場動向、消費者の嗜好の変化、原材料価格の変動等により、本資料記載の内容またはそこから推測される内容と大きく異なることがあります。したがって、将来情報に関する記述に依拠することのないようご注意ください。新たな情報、将来の出来事やその他の発見に照らして、将来情報に関する記述を変更または訂正する一切の義務を当社は負いません。

