

2025年8月決算期

決算説明資料

板前がいる町の酒場



DAISYO CORPORATION



<u>I. 2025／8月期決算の概要</u>	2
1. 連結売上高・損益の状況	3
(1) 連結損益計算書 (P / L)	
(2) セグメント別の状況	
(3) 既存店売上高の状況	
2. 販売費及び一般管理費の内訳	6
3. 連結営業外損益・特別損益の内訳	7
4. 連結貸借対照表 (B / S)	8
5. 連結キャッシュ・フロー	9
6. 店舗の状況	10
<u>II. 2026／8月期の経営戦略及び具体的施策</u>	11
<u>III. 通期連結業績予想について</u>	25

The background features a large, light blue globe with white grid lines. Below the globe, there is a stylized white fork. The text is centered over the globe.

I . 2025／8月期 決算の概要

1. 連結売上高・損益の状況

(1) 連結損益計算書 (P/L)

(単位:百万円)

	2024/8月期 実績		2025/8月期 実績		増減額	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	前年比/ 比率差
売上高	50,586	100.0%	52,556	100.0%	1,969	<u>103.9%</u>
売上原価	30,935	61.2%	32,216	61.3%	1,280	+0.1%
販売費及び一般管理費	18,650	36.9%	19,143	36.4%	493	▲0.4%
営業利益	1,000	2.0%	1,196	2.3%	195	+0.3%
営業外収益	406	0.8%	185	0.4%	▲220	▲0.5%
営業外費用	249	0.5%	185	0.4%	▲63	▲0.1%
経常利益	1,157	2.3%	1,196	2.3%	38	▲0.0%
特別利益	264	0.5%	463	0.9%	198	+0.4%
特別損失	173	0.3%	324	0.6%	150	+0.3%
税金等調整前当期純利益	1,248	2.5%	1,335	2.5%	86	+0.1%
法人税等	121	0.2%	143	0.3%	21	+0.0%
法人税等調整額	▲207	▲0.4%	18	0.0%	225	+0.4%
非支配株主に帰属する当期純利益	0	0.0%	0	0.0%	0	+0.0%
親会社に帰属する当期純利益	1,333	2.6%	1,172	2.2%	▲160	▲0.4%

[当該期末店舗数 (直営店)]

(243店)

(232店)

※営業外損益・特別損益については7ページをご参照ください。

1. 連結売上高・損益の状況

(2) セグメント別の状況（内部売上高含む）

（単位:百万円）

	2024/8月期 実績		2025/8月期 実績		増減額	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
飲食事業	23,505	1,448	23,794	1,303	289	▲144
卸売・ロジスティクス事業	31,695	715	34,476	945	2,780	230
不動産事業	1,815	384	1,820	440	5	56
F C・V C事業 ※1	915	347	911	349	▲4	2
その他	640	0	633	▲1	▲6	▲1
調整額 ※2	▲7,986	▲1,895	▲9,081	▲1,842	▲1,094	53
合 計	50,586	1,000	52,556	1,196	1,969	195

※1：2025/8月期より、「フランチャイズ事業」を「F C・V C事業」へ名称変更

※2：セグメント間の取引消去、各セグメントに配分していない全社費用

- 飲食事業：既存店売上高が前年比103.7%と増加したこと等により売上高 + 289百万円の増
営業利益1,303百万円 ⇒ 原材料や各種コストの増加等の影響もあり前期比では144百万円減
- 卸売・ロジスティクス事業：卸売・運送も含めた総合物流サービスによる外部売上増加等により、
売上高 + 2,780百万円、営業利益 + 230百万円の増

1. 連結売上高・損益の状況

(3) 既存店売上高（対前年比）

< 前年比実績推移表 >

(単位：%)

	'23/8月 期	'24/8月 期	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	'25/8月 期
売上高	141.2	110.4	105.0	102.3	106.6	102.4	105.9	105.3	100.4	101.9	103.2	103.3	103.0	106.1	103.7
客数	125.2	104.0	104.7	102.7	105.5	102.1	104.8	104.2	100.1	100.8	100.9	101.3	100.2	102.7	102.4
客単価	112.8	106.2	100.3	99.6	101.0	100.3	101.1	101.0	100.3	101.1	102.2	102.0	102.8	103.4	101.2

< カテゴリー別前年比実績 >

	昼	宴会	夜フリー	2025/8月期 累計
売上高	103.6%	118.4%	102.4%	103.7%
客数	102.0%	114.3%	102.0%	102.4%
客単価	101.5%	103.6%	100.5%	101.2%

< カテゴリー別売上構成比 >

	昼	宴会	夜フリー
2023/8月期 累計	22.4%	4.2%	73.4%
2024/8月期 累計	21.8%	6.4%	71.9%
2025/8月期 累計	21.7%	7.3%	71.0%
比率差異	▲0.0%	+0.9%	▲0.9%

2. 販売費及び一般管理費の内訳

(単位:百万円)

	2024/8月期 実績		2025/8月期 実績		増減額	
	金額	対売上比率	金額	対売上比率	金額	比率差
人件費	10,098	20.0%	10,254	19.5%	156	▲0.5%
地代家賃	2,871	5.7%	2,850	5.4%	▲21	▲0.3%
水道光熱費	1,178	2.3%	1,193	2.3%	14	▲0.1%
支払手数料	949	1.9%	1,122	2.1%	173	0.3%
減価償却費	835	1.7%	858	1.6%	23	▲0.0%
消耗備品費	712	1.4%	730	1.4%	18	▲0.0%
運搬費	200	0.4%	300	0.6%	100	0.2%
販促・広宣費	239	0.5%	260	0.5%	21	0.0%
衛生費	259	0.5%	233	0.4%	▲25	▲0.1%
その他	1,305	2.6%	1,337	2.5%	32	▲0.0%
販売費及び一般管理費	18,650	36.9%	19,143	36.4%	493	▲0.4%
営業利益	1,000	2.0%	1,196	2.3%	195	0.3%

- 人件費増加：従業員の功労に報いる為、業績（大庄単体の利益額）に応じた業績賞与の支給を決定
⇒2025/8月期費用として、賞与引当金繰入額116百万円を新たに計上
- 支払手数料・運搬費の増加：卸売・ロジスティクス事業の外部売上高の拡大に伴う増加
その他、売上高の増加等に伴う消耗備品費の増加や、猛暑影響等による電気料等が増加
⇒販管費及び一般管理費は+493百万円の増加

3. 連結営業外損益・特別損益の内訳

(単位: 百万円)

	2024/8月期	2025/8月期	増減額	備考
営業利益	1,000	1,196	195	
受取保険金・受取損害賠償金	63	94	30	
投資有価証券売却益	235	23	▲211	
受取利息	21	9	▲11	
貸倒引当金戻入額	4	4	0	
受取配当金	2	3	0	
その他	78	49	▲29	
営業外収益	406	185	▲220	
支払利息	98	114	16	
支払手数料	41	26	▲15	
貸倒引当金繰入額	9	0	▲9	
その他	99	43	▲55	
営業外費用	249	185	▲63	
経常利益	1,157	1,196	38	
固定資産売却益	86	364	278	不動産 2 物件売却
受取補償金	178	98	▲79	
特別利益	264	463	198	
固定資産除却損	87	193	105	
減損損失	46	115	69	
店舗関係整理損	28	9	▲19	
固定資産売却損	10	3	▲7	
店舗閉鎖損失引当金繰入額	0	3	2	
特別損失	173	324	150	
税引前当期純利益	1,248	1,335	86	

4. 連結貸借対照表（B／S）

DAISYO CORP.

（単位：百万円）

	2024/8月期	2025/8月期	増減額
流動資産	14,615	11,486	▲3,129
現金	9,007	5,395	▲3,611
売掛金	3,889	4,132	243
棚卸資産	1,097	1,126	28
その他	620	832	211
固定資産	18,903	18,033	▲869
有形固定資産	10,941	9,465	▲1,475
無形固定資産	1,983	2,023	40
敷金・保証金	4,950	4,485	▲464
投資有価証券	381	1,087	705
その他	645	969	324
繰延資産	5	4	▲1
資産合計	33,524	29,523	▲4,001

	2024/8月期	2025/8月期	増減額
有利子負債	13,666	8,610	▲5,056
現金	9,007	5,395	▲3,611
NET有利子負債	4,659	3,215	▲1,444
自己資本比率	31.0%	38.2%	7.2%
有利子負債依存度	40.8%	29.2%	▲11.6%

	2024/8月期	2025/8月期	増減額
負債合計	23,121	18,236	▲4,885
買掛金	2,542	2,506	▲36
未払金	1,608	1,823	214
借入金（長短）	13,351	8,385	▲4,966
社債	315	225	▲90
リース債務	317	202	▲115
資産除去債務（長短）	798	803	5
賞与引当金	234	366	131
退職給付に係る負債	1,638	1,550	▲88
その他	2,313	2,373	60
純資産合計	10,402	11,286	884
株主資本	10,377	11,257	879
資本金	100	100	—
資本剰余金	7,657	7,657	—
利益剰余金	2,870	3,749	879
自己株式	▲250	▲250	▲0
その他包括利益累計額	24	29	4
非支配株主持分	—	0	0
負債・純資産合計	33,524	29,523	▲4,001

5. 連結キャッシュ・フロー

(単位：百万円)

	2024/8月期	2025/8月期	増減額
1. 営業活動 C F	1,536	2,148	612
税金前当期純利益	1,248	1,335	86
減価償却費	1,060	1,051	▲9
有形固定資産売却益	▲86	▲364	▲278
売上債権の増減額	▲807	▲243	564
仕入債務の増減額	223	▲36	▲259
その他営業 C F	▲102	406	509
2. 投資活動 C F	370	295	▲74
有形固定資産の取得による支出	▲822	▲849	▲27
有形固定資産の売却による収入	664	1,302	638
投資有価証券売却による支出	▲307	▲159	148
投資有価証券売却による収入	768	49	▲719
その他投資 C F	66	▲48	▲114
※ フリーキャッシュ・フロー	1,906	2,444	537
3. 財務活動 C F	▲1,041	▲5,468	▲4,427
長短借入金の純増減額	▲565	▲4,966	▲4,400
社債の償還支出	▲110	▲90	20
配当金の支払額	▲250	▲294	▲43
その他財務 C F	▲115	▲118	▲2
4. 現金及び現金同等物に係る換算差額	6	▲2	▲9
5. 現金及び現金同等物の期首残額	8,129	9,001	872
6. 現金及び現金同等物の増減額	872	▲3,026	▲3,898
7. 現金及び現金同等物の期末残額	9,001	5,974	▲3,026

6. 店舗の状況

◆新規出店・改装店、及びグループ店舗状況

	2025/8月期
新規出店	3
店舗改装	20
閉店	14

※VC移行5店舗含む

<地域別 グループ店舗数>

	店舗数
東北・北海道	9
関東	249
中部	31
近畿	2
中国・四国	8
九州・沖縄	12
合計 (28/47県)	311

<関東 県別店舗数>

	店舗数
東京	134
神奈川	37
千葉	36
埼玉	29
群馬	7
栃木	3
茨城	3

	'23/8月末 店舗数	'24/8月末 店舗数	新規出店		改装	業態転換 による改装		閉 店		'25/8月末 店舗数	増減	FC	VC	グルー プ 計	'24/8月末 対比 増減
				VCより 譲受		増加	減少		VCへ 移行						
庄 や	66	64			2	1	▲3	▲2		60	▲4	25	20	105	▲15
満 天 酒 場	18	28	1			2		▲4	▲4	27	▲1		13	40	+3
大 庄 水 産	23	19	1	1	1		▲1			19			6	25	▲1
日 本 海 庄 や	17	15				3	▲1	▲3	▲1	14	▲1	3	3	20	
とり家 蛸 び 寿	13	12				2				14	+2		3	17	+2
築 地 日 本 海	12	12								12				12	
築 地 寿 司 岩	10	11								11				11	
呑 兵 衛	6	6								6			1	7	
お 多 福	5	5				1				6	+1			6	+1
定 食 の ま る 大	6	5			1	1		▲1		5			1	6	
お 魚 総 本 家	4	5								5				5	
お 好 み も ん じ ゃ	1	1	1			3				5	+4			5	+4
悟 大	5	5					▲1			4	▲1		2	6	▲1
大 喜 利	3	3				1				4	+1			4	+1
RUMP CAP	6	5					▲1			4	▲1			4	▲1
三 村	3	5					▲1			4	▲1			4	▲1
M I Y A B I	4	5						▲1		4	▲1			4	▲1
そ の 他 業 態	42	37				2	▲8	▲3		28	▲9		2	30	▲
合 計	244	243	3	1	4	16	▲16	▲14	▲5	232	▲11	28	51	311	▲19



Ⅱ. 2026／8月期の 経営戦略及び具体的施策

➤ 足許状況

- * 景気は緩やかな回復傾向にあるものの、地政学的な緊張や不安定な世界情勢による物価や各種コストの上昇に加え、米国通商政策などによる景気の下振れリスクなど、引き続き先行きは不透明な状況が続いている
- * 飲食業界では、物価上昇と実質賃金の伸び悩みによる消費者の節約志向の高まりや、原材料価格・人件費コストなどの上昇が続いており、厳しい経営環境は続いている

➤ 基本方針

- * 先行き不透明な事象が多い現代において、人々に必要なのは、
「居心地の良い場所」、「気の置けない仲間とのコミュニケーション」、「親切への感動」
⇒ 誠実な商いを通じて人々の幸せに奉仕したい
- * 利潤第一ではなく、お客様一人ひとりの健康・心の安寧に貢献していく
⇒ 安全・安心の食材を使用し、確かな調理技術でお客様に提供する
健康的な旬の食材の食べ方など、店舗・卸売を通じて伝えていきたい
- * 『人類の健康と心の豊かさに奉仕する』という企業理念のもと、
「利他の心」を持って誠実な店舗運営に努め、日本の食文化と居酒屋文化の発展に貢献していく

2026/8月期 基本戦略（サマリー）

* 各種営業施策や店舗状況に応じたりニューアル等の店舗出店戦略、事業ポートフォリオの更なる充実化に邁進し、「**売上高の確保**」と「**営業利益率の向上**」に拘っていく

1. 事業ポートフォリオ戦略

- * 卸売・ロジスティクス事業の拡大強化
- * 不動産事業及びF C・V C事業等の取組み強化

2. 店舗業態戦略

- * 強化業態の新規出店・業態変更推進
- * 「庄や」および各業態のブランディング強化
- * 業態ポートフォリオの充実化
⇒「ハレの日」「大衆」「インバウンド」

3. 収益力の強化

- * 店舗改装等の事業投資を本格化 ⇒収益源の確保
- * 仕入の工夫と、厳選食材を使用したメニュー開発
⇒付加価値創出による集客力強化と、原価の抑制
⇒但し「食の安全・安心」は担保

4. D X 推進

- * 攻め ⇒集客、店舗オペレーション効率化
- * 守り ⇒間接部門等の省人化・自動化推進

5. 従業員モチベーション向上

- * V C 施策推進
- * インセンティブ他、独自制度の継続
- * 安心して働ける環境整備

1. 営業施策・店舗戦略

(1) 店舗出店戦略

➤これまで構築してきた「業態ポートフォリオ」を基盤に、「ブランディング強化」と「強化業態」の出店を推進

①『庄や』業態のリニューアル

➤主要業態の『庄や』におけるブランディング強化

⇒店舗リニューアルを積極的に推進

*『庄や』柏西口店を9月に全面リニューアル

⇒1階には土間や大きな囲炉裏席を設け、
通りからも酒場の賑わいがのぞける開放的な造り

*『庄や』南浦和店が11月にリニューアルオープン

～他、当期中に複数店舗でリニューアルを実施予定



庄や 柏西口店

②その他の出店予定

➤立地や店舗状況に合わせた業態変更や改装を実施

* 全面リニューアル

『大庄水産』京急鶴見店、橋本北口店 他

* 食事業態強化

『定食のまる大』矢口渡店、『築地日本海』二子玉川店、『蕎麦蔵 結』業態 他

* その他強化業態

『お魚総本家』新橋店、『OH! TORO KITCHEN』赤羽店 他



大庄水産 京急鶴見店

II. 2026／8月期の経営戦略及び具体的施策

1. 営業施策・店舗戦略

(2) メニュー・集客戦略

①2025年旬メニュー ～季節の食材を使った旬メニューを引き続き毎月更新し提供



【9月】

- ・戻りかつお 特製旨ダレ
- ・焼茄子 冷浸し
- ・かぼちゃの田舎煮 他



【10月】

- ・生さんま 刺身/塩焼き
- ・秋鮭と木の子のガーリックバター焼き
- ・蕪の風呂吹き 他

②飲料販売強化

* 日本酒販売強化

⇒各酒造協力によるセミナーの実施や唎酒師資格取得により知識向上を図る

⇒「日本酒を愉しもう」キャンペーン（開催期間：10/1～10/3）～庄や他112店舗で実施

10月1日の「日本酒の日」を機会に、協賛いただいた全国29の酒蔵から、
店舗ごとに1つの酒造を取り上げ、定番酒から季節のお酒まで3銘柄を販売し、
「日本酒の素晴らしさ」「蔵人の想い」を届けるイベント

* ビール販売強化 ⇒各ビール会社実施の認定店制度の取得による生ビールの品質向上

* その他 ⇒果実を使用した特別感のあるドリンクや、健康志向のニーズに合わせた
ノンアルコール・低アルコールドリンクの強化



③集客キャンペーン

* 「国産生牡蠣 1個100円」キャンペーン

⇒2月、6月の実施時にいずれも大きな反響があった。今後も定期的な実施を予定

* 半額イベント・大感謝セールの実施

⇒個別店対策として名物料理の割引等を実施し、集客の底上げを図る



1. 営業施策・店舗戦略

(3) デジタルマーケティング等の販促活動による集客力の強化

➤メニュー戦略による差別化や店舗別の情報など、当社のブランド・こだわり等を発信し集客に繋げる

①大庄公式YouTubeチャンネル「庄Tube」

～コンテンツの拡充による動画プロモーションを着実に推進

* 大庄の魅力を伝え、他社業態との差別化を図ると共に自社情報発信ツールとして発展させる



大庄グループの業態を紹介
【ブランド動画】



調理人の料理や仕事への思いを紹介
【板前の道】



調理人の技術を紹介
【板前の技】



大庄No.1の調理人を目指す
【全国調理甲子園大会】



インフルエンサーによる
【バラエティ番組「ハイ！ よろこんでch」】



庄Tube【大庄公式】

<https://www.youtube.com/@syo-tube>



1. 営業施策・店舗戦略

②デジタルマーケティング施策

- *「LINE」施策 ～会員数の獲得、利用率の向上により囲い込みを図る
 - ⇒各店舗・業態毎のおすすめメニュー情報やキャンペーン等の告知、メニュー改定の告知や「おためしクーポン」の配信 ～対象店舗・業態を拡充
- *「Googleビジネスプロフィール」
 - ⇒定期投稿・自動投稿の強化、タイムリーなメニュー情報の更新



③WEB予約獲得の推進

- *「ホットペッパー」「食べログ」「楽天ぐるなび」等の拡充による予約獲得強化
 - ⇒「レスラク」を活用したグルメサイト予約管理の自動化・一元運用の拡充
 - ⇒店舗毎のページ原稿のブラッシュアップ、管理強化による費用対効果の向上



④インバウンド・団体客 対策

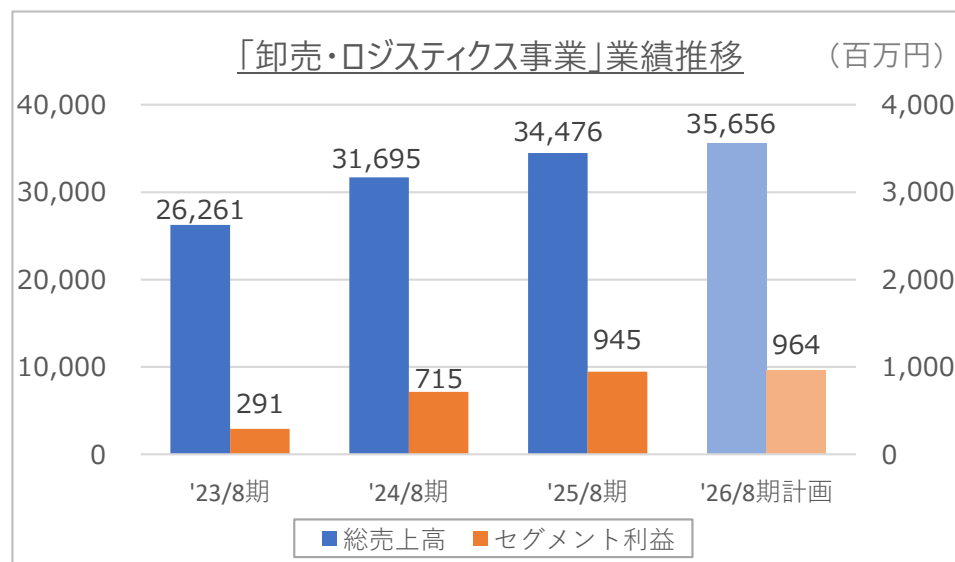
- *『庄や』羽田エアポートガーデン店が7月にオープン
 - ⇒羽田空港国際線ターミナル直結の複合商業施設に『庄や』を出店
 - ⇒国内外のお客様に居酒屋文化の魅力を発信する
- *グランドメニューの外国語メニューブック、Googleの英語・多言語ページの随時更新、インバウンド対応モバイルオーダー導入の拡充
- *団体観光客向けグルメ情報・飲食店予約サイト等の活用による誘致強化



II. 2026／8月期の経営戦略及び具体的施策

2. 卸売・ロジスティクス事業の強化

- 自社所有の物流センター『DS・L・ヘッドクォーター羽田』を拠点として、物流子会社ディ・エス物流等を実運送業者とする「第一種貨物利用運送事業」を強化
- * 外販・倉庫・運送を一体化した「総合物流サービス」の機能向上
 - ⇒ 飲食店等のあらゆるニーズにワンストップでお応えする「総合支援プラットフォーム」として引き続き業容拡大を図っていく
- * 外販先新規獲得、既存取引の拡大により売上高及び収益力を強化
 - ⇒ 地方センター機能の向上により外販先へのサービス提供の拡充を図る
- * 各子会社の収益力向上、連携・機能強化により、セグメント利益増に寄与
 - ・ 物流子会社『ディ・エス物流』
 - ⇒ 各地方営業所の活用、効率的な物流網の最適化により総合物流サービスの中核を担う
 - ・ 鮮魚卸売子会社『米川水産』
 - ⇒ 各地の新鮮な魚介類を調達し、魅力ある商品提案により業容拡大図る



【卸売・ロジスティクス事業セグメント 業績推移】 (百万円)

	総売上高 (うち外売)		セグメント利益
2023/8期実績	26,281	(20,189)	291
2024/8期実績	31,695	(24,213)	715
2025/8期実績	34,476	(25,902)	945
増減額	2,780	(1,688)	230
2026/8期計画	35,656	(27,320)	964

⇒ 大庄含め各社の機能強化・業容拡大により、セグメント売上高は着実に成長を続けている

3. その他各セグメント事業の強化

(1) 不動産事業

- * 前期まで進めてきた、遠隔地やノンコア物件の整理は一服
- * 新規出店への取組み強化に注力すると共に、自社物件の開発に着手していく
- * 子会社『アサヒビジネスプロデュース』
⇒不動産管理事業における安定的収益の維持と、害虫防除サービスの強化を図る

(2) F C・V C事業

- * V C（ボランタリーチェーン）制度の拡大・進化を図る
⇒「大庄ブランド」の維持・向上と、成長を見据えた制度設計・運用の確立
⇒大庄内の「パートナー事業管理部／サポート部」による事務代行業務の効率化、
営業指導等コンサル機能拡充により付加価値の向上を図る
- * **V C店舗数** ⇒ 2025/8月末：51店舗（当期 1 店舗増）

(3) その他事業

- * ミヤビ事業：『カフェ＆ベーカリー ミヤビ』での商品提供、
外部委託販売・催事販売など事業の拡大・収益力強化を図る
- * 子会社『光寿』
⇒業務用食器販売事業において、海外を含む新規販売先獲得により業容拡大を図る



4. 従業員のやりがい・生きがいを高める施策

◆ V C（ボランタリーチェーン）制度

- * 「努力が報われる会社である」という基本方針に基づき、独立支援制度である V C 事業の拡大を推進
⇒ 少額の資金負担で従業員の“独立の夢”を支援する制度で、夢を実現する機会を広げる

◆ 「能力開発・やる気」をサポートする各種制度

- * 究極の調理人を目指す 「調理甲子園大会」
- * 優秀な寿司職人を優遇する 「調理専任職制度」
- * 100時間の研修で一人前を目指す 「寿司職人養成研修」
- * 日々の業務の質的向上を図る 「調理検定」「接客検定」

◆ 「努力が報われる」賃上げ施策

- * 担当店舗業績に見合う歩合給（幹部に毎月支給）
- * 店舗業績連動の年間報奨金（店長・調理長/年1回）
- * 売上高拡大特別報奨金（店長・調理長/毎月）
- * 従業員紹介特別賞与（最高60万円）
- * 調理責任者育成手当（対象1名あたり月1万円支給）
- * 唎酒師資格取得支援制度
（取得費用貸付・5年在職で返済免除）
- * 会社業績連動の特別賞与（年1回）
⇒ 支給要件を見直した上で、本年10月に業績賞与支給（現制度では初）

◆ 「安心して、いきいきと働くことができる」環境整備

- * 従業員の生活習慣病予防をサポートする
健康診断管理システム・アフターフォロー制度
- * 育児・介護・看護と就業の両立をサポートする
柔軟な勤務体系（大庄ママ制度）
- * 病気治療と就業の両立をサポートする
総合福祉団体的保険・3大疾病見舞金制度
- * ベンチマークとしての
「健康経営優良法人2025（大規模法人部門）」認定



5. 業務効率化・経費削減等への取組み

(1) D X 取組み推進の継続

➤テーマは「生産性の向上」

⇒システム化、デジタル化にこだわらず、抜本的な業務効率化を目指し、スピード感をもって取り組む

＊「D X 推進委員会」のもと、全社ベースでのD X 化推進を継続

営業部門 ⇒ 今期予定の**店舗システムのリプレイス**や動画研修の活用による店舗運営改善
モバイルオーダー・タブレットオーダー、ネット予約の拡充による顧客利便性向上

管理部門 ⇒ 前期において**人事システム刷新**及び給与計算のアウトソーシングにより人事部門の
省人化・効率化を実現

R P A による自動化推進や電子化・ペーパーレス化、A I の活用等によるコスト削減の継続

物流部門 ⇒ 業容拡大の中で引き続き仕入サイドにおけるE D I 化を增強、R P A 活用を推進

(2) その他経費削減等の取組み

＊原価率 ⇒ 仕入の工夫やメニュー開発、調理専任部門による店舗別の改善指導等により低減を図る

＊地代家賃 ⇒ 店舗・不動産の減額交渉と賃料引上げの抑制及び保証金一部返還交渉の継続

＊その他コスト削減取組み

⇒節水コマの設置による水道料の削減や、商品仕様の見直しによる消耗備品費の削減 等

➤引き続きD X 推進による「生産性向上」を図ると共に、継続的に固定費等の削減を図る

6. 財務・資金面について

- ① 自己資本の状況 * 2025/8月末時点（連結ベース） 1 1 2 億円（自己資本比率 3 8. 2 %）
⇒ 前期末対比 + 8 億円（自己資本比率 + 7. 2 %）
有利子負債 5 0 億円減少と併せ、財務健全性は大きく改善
- ② 資金面 * 2025年6月にシンジケーション型コミットメントライン締結により資金繰も大きく改善
一定額の年度資金調達を行いつつ、引き続き有利子負債の圧縮を図っていく
- ③ 保証金の適正化 * 2025/8月末時点（連結ベース） 保証金・敷金 4 4 億円
⇒ 一部返還交渉を引き続き継続していく

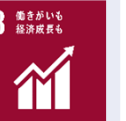
7. 剰余金の配当

- * 当期期末配当：（1株当たり） 8 円 ※ 中間配当 6 円、年間計 1 4 円
⇒ 前期比同額・当初計画通り
- * 次期配当予想：（同） 中間 6 円／期末 8 円、年間計 1 4 円
⇒ 前期比同額の配当予想、今後も安定した配当の継続と適正な利益還元に努める

8. サステナビリティに関する取組み

＊創業以来、「人類の健康と心の豊かさに奉仕する」という企業理念を実現するために、「安全・安心・鮮度・旬・健康」というサステナビリティの考え方を取り入れた事業展開を行ってきた

⇒引き続き従来の取組みを継続し、マテリアリティ毎の方針を基に今後必要な取組みの検討も含め、推進していく

マテリアリティ	取組み内容	関連するSDGs
①食の安全・安心の確保	当社グループ独自の厳しい安全基準（＝大庄基準）を設定し、2つの自社研究所において、農産物の残留農薬・食品添加物管理、衛生管理等の徹底を図る。各研究所で行った検証・検査結果を当社ホームページにて公表。	
②フードロスの低減	食材の購入から店舗での調理、廃棄までのサイクル全体でフードロス低減を目指し、サプライヤーや生産者と連携しながら取組みを推進する。また、メニュー開発・食材仕入管理の観点からもフードロス低減に取り組む。	
③持続可能な食材の調達	農産物に関しては国内生産者との密接な関係を築きトレーサビリティを確保し、水産物に関しては近海鮮魚を積極的に仕入れるなど、地産地消の考えに沿った食材調達を行う。	 
④資源循環型社会実現への貢献	限りある資源を効率的に活用するとともに、廃棄物抑制・リサイクルの観点から持続可能な循環型社会の実現への貢献に取り組む。【取組み】ダンボールのリサイクル、発泡スチロールの再利用、プラスチックカトラリー削減、廃油のリサイクル	  
⑤気候変動への適応とその緩和	気候変動への対応は重要課題として認識しており、CO2を含む温室効果ガスの排出量をグループ全体で把握し、目標を立てて削減を図っていく。	
⑥人材の育成および社内環境整備	創業より積極的に行ってきた人的資本への投資を継続し、環境や働き方の変化などに対応すべく、人材の育成と社内環境の整備を推進する。	  

II. 2026／8月期の経営戦略及び具体的施策

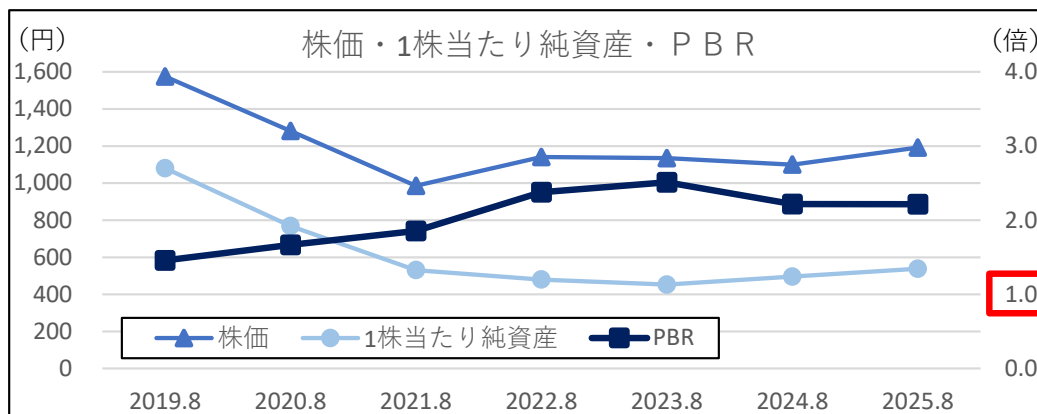
9. 資本コスト・株価を意識した経営の実現に向けた対応

【主要計数 推移】

(単位：百万円)

	2019/8期	2020/8期	2021/8期	2022/8期	2023/8期	2024/8期	2025/8期	2026/8期 計画
売上高	61,032	44,827	28,836	35,799	45,495	50,586	52,556	53,700
営業利益	734	▲3,311	▲5,949	▲5,390	▲461	1,000	1,196	1,270
経常利益	805	▲3,253	▲5,818	▲410	▲486	1,157	1,196	1,220
当期純利益	150	▲6,308	▲4,864	▲770	▲769	1,333	1,172	920
総資産	42,805	40,799	35,129	33,738	33,188	33,524	29,523	29,205
有利子負債	9,847	15,326	15,761	14,773	14,342	13,667	8,610	7,667
自己資本	22,461	16,130	11,140	10,065	9,485	10,402	11,286	11,912
売上高営業利益率	1.2%	▲7.4%	▲16.8%	▲15.1%	▲1.0%	2.0%	2.3%	2.4%
自己資本比率	52.5%	39.5%	31.7%	29.8%	28.6%	31.0%	38.2%	40.8%
R O A	0.4%	-	-	-	-	4.0%	3.7%	3.1%
R O E	0.7%	-	-	-	-	13.4%	10.8%	8%程

(1) 株価指標について



* 市場評価 P B R : 2.2 2 倍 (2025/8月末)

(2025/8月末 株価終値 ÷ 2025/8月末 1株当たり純資産)

⇒資本収益性の課題とされる「1倍割れ」には該当しない

* 株価対策として安定的な株主還元 (配当・株主優待) を継続

(2) 資本コストについて

* まずは「財務の健全化」を優先

➢ 2024/8期に以下財務指標の目標を掲げる

・有利子負債の圧縮：3年以内(2027/8期迄)の50億円圧縮
⇒2025/8期末で▲50億円減少、**1年で圧縮を実現**

・自己資本の絶対額の積み増し：150億円規模を展望
⇒2025/8期末で自己資本112億円 (**前期比+8億円**)

➢ 「財務の健全化」優先の背景として、

・新型コロナによる業績悪化の影響で自己資本が大きく毀損、
2019/8月末 224億円 ⇒ 2023/8月末 94億円 (▲130億円)
業種特性を踏まえ、変事抵抗力を高める必要有
・新リース会計基準適用 (2027年度義務化) により、
大幅な資産・負債の増加による自己資本比率低下が見込まれる
⇒ 今後、影響度合を精査していく

* 資本効率の分析については R O E を指標とし、安定的な収益の確保により、資本コストを吸収していく

⇒ 8 % 確保を目安とする

〈参考〉R O E : 2025/8月期 実績 : 10.8 %

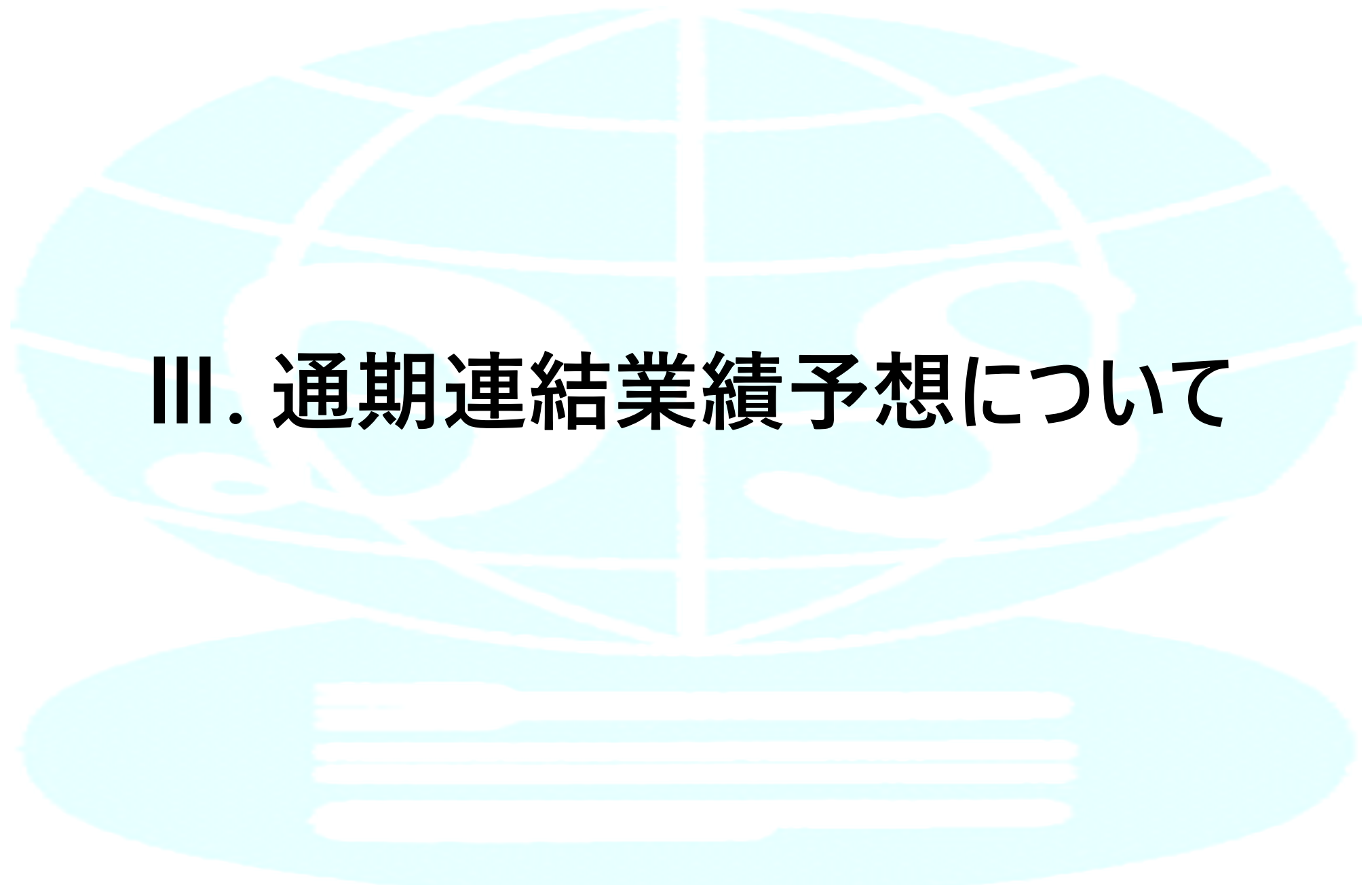
2026/8月期 通期計画ベース : 8 % 程

{ 当期純利益 ÷ (自己資本(期首+期末) ÷ 2) }

(3) 当社における重要経営指標

* 「売上高営業利益率」⇒ 収益性指標として、5.0 % 達成を目標とする

* 「R O A」⇒ 効率性分析の指標として注視していく
分子には償却前利益(EBITDA)等も対象に加えていく



III. 通期連結業績予想について

Ⅲ. 通期連結業績予想について

◆通期計画（上期／下期）前期比増減

（単位:百万円）

	2025/8月期 上期実績	2025/8月期 下期計画	2025/8月期 通期計画	2024/8月期 実績	前期比 増 減
売 上 高	26,860	26,840	53,700	52,556	1,144
営 業 利 益	605	665	1,270	1,196	74
経 常 利 益	575	645	1,220	1,196	24
当 期 純 利 益	480	440	920	1,172	▲252

* 計画策定の前提：主要事業である飲食事業、卸売・ロジスティクス事業を中心に、
全社ベースで「売上高の確保」、「利益率の向上」を図っていく。

* 売上高：通期で前期比+1,144百万円増（102.2%）を想定

* 営業利益：1,270百万円（前期比+74百万円）⇒飲食事業の利益増を中心に前期比増

* 営業外損益等：通期で営業外損益▲50百万円、特別損益▲150百万円を想定
⇒税引前当期純利益 1,170百万円

Ⅲ. 通期連結業績予想について

◆セグメント別 計画（内部売上高含む）

（単位:百万円）

	2025/8月期 実績		2026/8月期 計画		前期比	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
飲食事業	23,794	1,303	23,971	1,474	177	171
卸売・ロジスティクス事業	34,476	945	35,656	964	1,180	19
不動産事業	1,820	440	1,797	455	▲23	15
F C・V C事業 ※1	911	349	869	330	▲42	▲19
その他	633	▲1	711	12	78	13
調整額 ※2	▲9,081	▲1,842	▲9,304	▲1,967	▲223	▲125
合 計	52,556	1,196	53,700	1,270	1,144	74

※1：2025/8月期より、「フランチャイズ事業」を「F C・V C事業」へ名称変更

※2：セグメント間の取引消去、各セグメントに配分していない全社費用

- * 飲食事業：一定数の改装・業態変更を織込み
既存店客数・客単価を前期比増で想定、売上高を確保
- * 卸売・ロジスティクス事業：地方センターを含む新規外販先の獲得、及び収益力の強化
- * 不動産事業：前期の不動産一部売却と足許の賃貸状況を織込み。
- * F C・V C事業：足許のFC・VC店舗状況を織込み。引き続きV C事業の拡大推進
- * その他：その他事業（ミヤビ事業等）の収益改善を図る

【将来見通しに関する注意事項】

本資料に記載されている、当期ならびに将来の業績見通し等に関する記述内容につきましては、当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。

従いまして、実際の業績等は、様々な要因により大きく変動する可能性があることをご承知おきください。実際の業績に影響を与える要因としては、当社グループを取り巻く経済・社会情勢や市場環境、会計基準や法律・諸制度の変更などがあります。さらに、自然災害などの予測不可能なリスク要因も含まれております。

また、当資料は、当社グループをより深く理解いただくために、株主、投資家の皆様への情報提供を目的としたものであり、必ずしも投資をお勧めするものではないことをご認識いただくようお願い申し上げます。

**IRお問い合わせ先**

担当部：株式会社大庄 経営企画部

電話：03-5764-2229

FAX：03-5764-2237