



KOURAKUEN
HOLDINGS

2019年3月期 決算説明会 (2018年4月～2019年3月)

2019年5月24日

株式会社 幸楽苑ホールディングス

(東証第一部 コード：7554)

決算説明会資料：目次

1. 連結決算概要
2. 今後の経営戦略
3. 参考資料

1. 連結決算概要

連結決算ハイライト

(単位：百万円、百万円未満切捨)

	2019年3月期		2018年3月期		前期比 (増減額)
	金 額	売上高比	金 額	売上高比	
売 上 高	41,268	100.0%	38,576	100.0%	+ 7.0%
売 上 原 価	11,711	28.4%	10,702	27.7%	+ 9.4%
売 上 総 利 益	29,556	71.6%	27,874	72.3%	+ 6.0%
販 売 費 一 般 管 理 費	27,919	67.7%	27,946	72.4%	△0.1%
営 業 利 益	1,636	4.0%	△72	△0.1%	+1,708
経 常 利 益	1,587	3.8%	△114	△0.3%	+1,702
親 会 社 株 主 に 帰 属 す る 当 期 純 利 益	1,009	2.4%	△3,225	△8.3%	+4,234
E P S (円)	67.83	—	△217.64	—	—
設 備 投 資 額	1,328	3.2%	2,348	6.0%	△43.4%
減 価 償 却 費	1,355	3.3%	1,734	4.4%	△21.9%

売上高・経費増減要因

●売上高増減要因

- 増加
- ・ TVCMやSNS等の新しい販促施策の有機的な結合によるブランドイメージの向上
 - ・ アプリや楽天ポイント等による来店頻度増
 - ・ 業態転換と自社競合回避による客数回復

●利益増減要因

- 増加
- ・ ギョーザ無料券の廃止による値引高減
 - ・ 営業時間短縮による店舗費用減
 - ・ 就労コントロールによる店舗人件費減
 - ・ 2018年3月期の店舗閉鎖による費用減
- 減少
- ・ 積極的なTVCM投入による販促費増
 - ・ 本社の業務改革に関連する費用増

営業利益の主な増減要因（前期比）

営業利益 前期 △72百万円 ⇒ 今期 1,636百万円
(差異 +1,709百万円)

【増減要因】

前期 営業利益	△72百万円
① 値引高減少	+817百万円
② 既存店の利益貢献	+640百万円
③ 前期新店の利益貢献	+211百万円
④ 今期新店の利益貢献	△33百万円
⑤ ステーキ事業の利益貢献	+85百万円
⑥ その他	△12百万円
今期 営業利益	1,636百万円

連結財政状態

(単位：百万円、百万円未満切捨)

資産の部				負債・純資産の部			
	2019年 3月末	2018年 3月末	増減額		2019年 3月末	2018年 3月末	増減額
流動資産	4,564	3,216	+1,348	流動負債	6,870	7,179	△309
固定資産	13,692	14,828	△893	固定負債	6,422	7,058	△635
有形固定資産	8,890	9,794	△904	負債合計	13,293	14,237	△944
無形固定資産	178	125	+52	純資産	4,962	3,806	+1,156
投資その他の資産	4,623	4,907	△284	負債・純資産	18,256	18,044	+211
資産合計	18,256	18,044	+211	合 計			

主な増減項目

流動資産 現金及び預金 + 1,329百万円

固定資産 建物及び構築物 △261百万円、土地 △408百万円

流動負債 買掛金 + 125百万円、一年内返済長期借入金 △654百万円

固定負債 長期借入金 △288百万円、リース債務 △264百万円

純資産 利益剰余金 + 1,009百万円、自己株式 + 180百万円

キャッシュ・フロー(CF)要因分析

(単位：百万円、百万円未満切捨)

	2019年3月期	2018年3月期	増減額
営業活動によるCF	3,019	1,471	+1,548
投資活動によるCF	△233	1,152	△1,386
財務活動によるCF	△1,401	△3,811	+2,410
現金及び現金同等物の当期末残高	3,108	1,720	+1,387

営業CF

増減要因

税金等調整前当期純利益 + 4,482百万円
減損損失 △2,546百万円

投資CF

増減要因

有形固定資産取得支出減少 + 378百万円
有形固定資産売却収入減少 △2,083百万円

財務CF

増減要因

短期借入金純減額の減少 + 2,300百万円
配当金支払額の減少 + 222百万円

2020年3月期 連結業績予想

(単位：百万円、百万円未満切捨)

	2020年3月期		2019年3月期		前期増減	
	金 額	売上高比	金 額	売上高比	増減額	増減率
売 上 高	42,000	100.0%	41,268	100.0%	+731	+1.7%
営 業 利 益	2,100	5.0%	1,636	4.0%	+463	+28.2%
経 常 利 益	2,000	4.8%	1,587	3.8%	+412	+26.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,100	2.6%	1,009	2.4%	+90	+8.9%
E P S(円)	73.93	—	67.83	—	—	—

業績予想の前提（通期）

- 新規出店 5店舗
- 業態転換 25店舗
(焼肉業態 他)

●既存店前期比

	上期	下期	通期
売上高	106.0%	98.6%	102.2%
お客様数	102.9%	97.1%	100.0%
お客様単価	102.9%	101.5%	102.2%

2. 今後の経営戦略

今後の経営戦略

1. 2019年3月期業績のハイライト
2. 2019年3月期お客様数増加の分析
3. 2020年3月期の数値目標
4. 2020年3月期の具体的な戦略
5. 中期経営計画の概要

今後の経営戦略

- 1. 2019年3月期業績のハイライト**
- 2. 2019年3月期お客様数増加の分析**
- 3. 2020年3月期の数値目標**
- 4. 2020年3月期の具体的な戦略**
- 5. 中期経営計画の概要**

1. 2019年3月期業績のハイライト

	前期	予想	実績	予想比
売上高	385億円	405億円	412億円	+ 7億円
経常利益	△1.1億円	14.9億円	15.8億円	+ 0.9億円
既存店お客様前比	97.5%	100.0%	102.6%	+ 2.6%

- 売上高412億円

⇒ 創業65年目で初の売上高400億円突破

- 経常利益15.8億円

⇒ 7期ぶりの経常利益10億円超（V字回復達成）

⇒ 当期純利益は過去2番目の数値

- 既存店お客様数前年比 9期ぶりの100%超

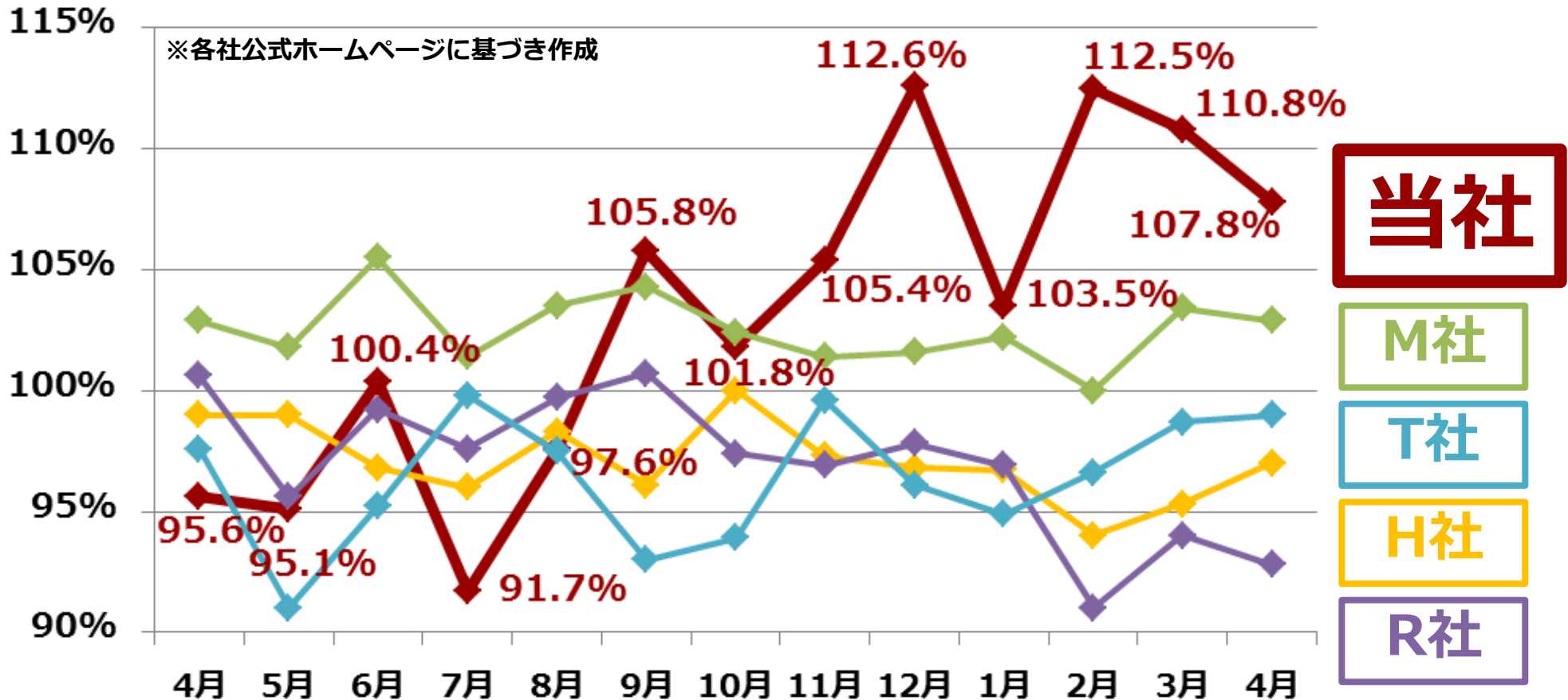
前期の危機的な赤字決算から奇跡のV字回復

今後の経営戦略

1. 2019年3月期業績のハイライト
2. 2019年3月期お客様数増加の分析
3. 2020年3月期の数値目標
4. 2020年3月期の具体的な戦略
5. 中期経営計画の概要

2. 2019年3月期お客様数増加の分析①

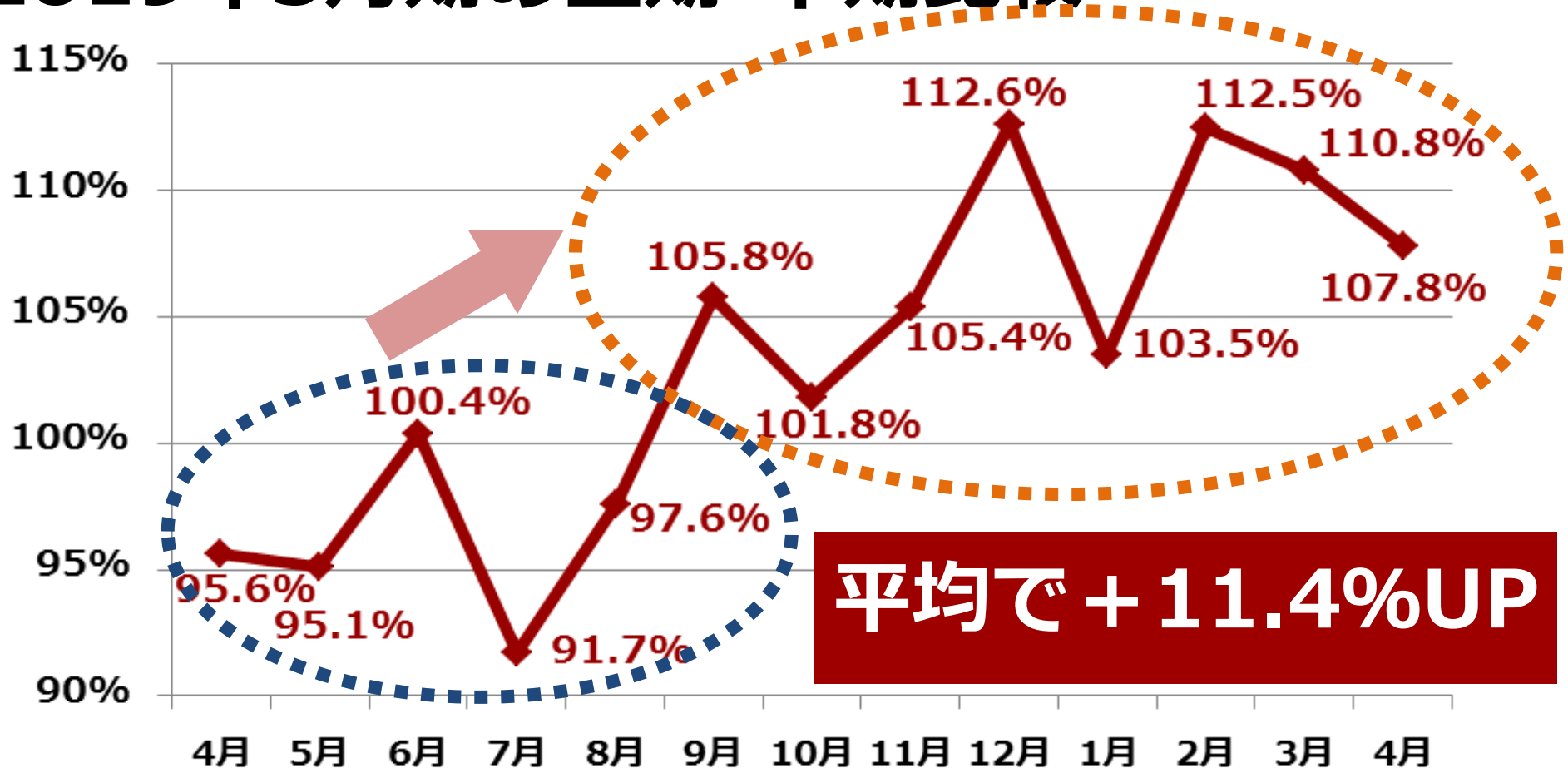
麺業態他社様との比較



9月以降、8ヶ月連続で既存店前年比プラス達成

2. 2019年3月期お客様数増加の分析②

2019年3月期の上期・下期比較



期初に実施した施策の効果が8月頃から顕在化

2. 2019年3月期お客様数増加の分析③

具体的に取り組んだ施策のキーワードは「**S・M・M・C**」

(1) S（セールス）

商品力に注力（新極上中華そば・新餃子「極」等）

(2) M（マーケティング）

ギョーザ無料券廃止、各媒体を連動させたPR

(3) M（モチベーション）

インセンティブ実施、働き方改革

(4) C（コーポレートカルチャー）

勝ち癖を付ける、チャレンジ精神、組織改革

4つの施策が有機的に結合しお客様増に繋がった

2. 2019年3月期お客様数増加の分析④

(1) S (セールス)

- 主力商品の中華そば・餃子のブラッシュアップ
- 期間限定商品を矢継ぎ早に投入

中華そば・餃子の改良



極上中華そば
1,200万食突破
餃子『極』
1,600万皿突破

※2019年4月現在

外食企業の基本として「美味しさ」を追求

2. 2019年3月期お客様数増加の分析⑤

(1) S (セールス) 期間限定商品の投入



期間限定商品を毎月投入しお客様の来店頻度向上

2. 2019年3月期お客様数増加の分析⑥

(2) M（マーケティング）

- 餃子無料券の廃止
- TVCM・チラシ・SNSを連動させたプロモーション

【従来】

- ・ 売上不調・閉店等のネガティブイメージ
- ・ 店舗・TVCM・WEB等の施策に統一性がない
- ・ 何がおすすめ商品なのか分からない

【現在】

- ・ 売上好調・話題・行列等ポジティブイメージ
- ・ 店舗・TVCM・WEB等の施策が統一され連動
- ・ TVCMで見た商品が店でも告知されている

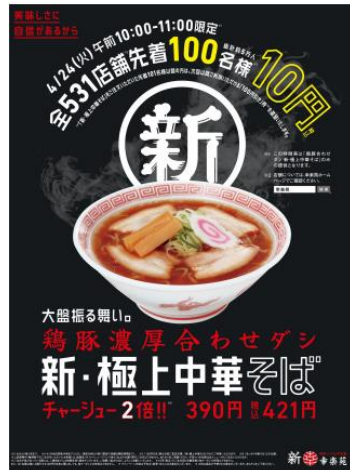
新しいお客様層の開拓と休眠顧客の掘り起し

2. 2019年3月期お客様数増加の分析⑦

(2) M (マーケティング)

➤ 2019年3月期の広報・マーケティング実施例

極上中華そば (11/15~25)



崑伝(きでん)らーめん復活 (11/15~25)



TVCM崑伝(きでん)らーめん復活 篇



幸楽苑、「崑伝(きでん)らーめん」復活 期間、数量限定で販売

2018年11月16日 08時50分

いいね! 22 シェア ツイート B! 2 G+



幸楽苑ホールディングス(HD、郡山市)は15日から、「崑伝(きでん)らーめん」を復活させ、期間、数量限定で販売を始めた。

11月25日までで、売り切れ次第販売終了する。崑伝らーめんは、大量の野菜と鶏がら、生肉を形がなくなるまで煮出した濃厚スープが特徴で、オリジナルの商品と背脂を加えた「こってり味」の2種類を用意。いずれも価格は520円(税別)。

同社は1997(平成9)年に当時の「幸楽苑」「会津っぽ」とは別業態の「崑伝」という屋号で、絞り込んだメニューを提供する店舗を出店。その後、メニューの多様化などで2002年にこの業態はなくなった。今回、復活を望むファンの声を受

幸楽苑 公式アカウント @kourakuen_pr - 2018年11月15日

【11/15から数量限定! 幻のらーめん「崑伝(きでん)らーめん」が復活】復活希望アンケートの投票ありがとうございました! 1万件を超えるみなさまの声にお応えし、復活第1弾はたった5年間しか販売されなかった「崑伝(きでん)らーめん」を復活させます! 詳しくはクリック #幸楽苑 #崑伝_きでん_らーめん

7 93 258

(2) M (マーケティング)

味に渴！キャンペーン（7/18-9/9実施）



[2018/7/23 09:02]

いいね！ 1 シェア ツイート 見る

味の 喝!

- ・モニター募集期間：2018年7月18日(水)～7月31日(火)23:59まで
- ・モニター実施期間：2018年8月7日(火)11:00～9月9日(日)24:00まで
(試食は利用各店舗の開店・閉店時間まで)

TVCM
隠れ旨ら一めん篇



幸楽苑 公式アカウント @kourakuen_pr · 2018年10月10日
「味に汚！キャンペーン」へのご参加ありがとうございました♡ご意見いた

「味に喝!キャンペーン」結果発表!

1位 味噌野菜
たんめん

2位 味噌ね
らーめん

3位 豚汁
ちゃん
めん

味蔵

さとう @1208HW · 2018年7月31日
返信先 @kourakuen_prさん
すぐにも購入に行きたいです！

ワンちゃん @goodjeongwan · 2018年7月30日
返信先 @kourakuen_prさん
今の環境近くにラーメン屋さんが華美苑しかないののでかなり利用しております！絶対に嬉しい味の点数上げますので！よろしくどうぞお願い致します！


かっぴーも @n15r23r11s22g2 · 2018年7月30日
 返信先: @kourakuen_prさん
 参加してみたいと思います

5/5  @Moon_Rab1 · 2016年7月30日

返信先 @kousuken_prさん

森永先生大好きです🍓
学生のころは学校が近くに草葉集があったので毎日部活帰りに通ってました🍓
自分のお気に入りがあるので大体定番メニューばかり頼んでしまいがちですがもし10種類を比べてみたいです🍓🍓
どうか当選報告できますようご縁がありますように🍓🍓🍓


ririco @ccccchahaha - 2016年7月31日
 返信先: @kourekuen_prさん
 音楽が聴きたいですきです！
 ぜひモニターさせて下さい🍀
 #味に気モニター募集

ねこちゃん @nekoyann0929 · 2018年7月31日
返信先: @kourakuen_prさん
子供達、夫、主婦自慢でモニターさせて頂きたいです!! 😊
辛口モニターさせて下さい!

2億円事件（1/30 15時-31実施）

2億円事件。

いかにうまいかが、お正月にいろいろな菓子が登場するようになったのは、
おめでたや成金者、というお年中お祭りや一晩のサマエーンを食ったり、して

にふし、金虎にとって命じられ、林内を大躍で

實況は、なつてはじめての1991年、11月、日の出のおよそ数分前になって、
その日は、この夜を境として、

くれば、¹「愛し人の法持も」が

「うーん、大層な橋くさしだ、みんなが何かに橋くさし、ではあきらまぬ、
橋くさした人間がいて、みんなに謝るおまじなやさんでいいや、」

そこで、64年の計画ではとも、存続一半監査員として改定されたものの、
68年の改正に、法制定されていくこと。

勝つて改革を、お正月にも。」「水戸の正月をおたむし。小の心算でなうさ。」と
お節々までめでたく、一年健康無病といふお祈りに「や、や、や」といって喜
びながら、まだまじりだめなものをどきどきはしてお願ひいたしました。

(5) 500 个 5000 个 10000 个 浙江 11 月

日本の正月を全える条件になってほしい。
12月21日16時～1月1日昼時。
西ノ宮御門を越えてでも、金店様みず。

[illegible]

みっぺ @kyomikaztoeyane · 2018年12月31日
返信先 @kourakuen_prさん
今朝の朝社の新聞広告を見て感動しました。主人も外食チェーン勤め20年。年々年は当たらずに出勤。自分のおせちを食べることなくです。きっと今日の幸楽苑の従業員達はいつも以上に張り切るでしょうね👏
良い年を👍

あかね @2nEjTkObisStr2 · 2018年12月31日
返信先: @kourakuen_prさん
働き方の先駆け敬意を表します

ayu @mof21mof · 2018年12月31日
返信先: @kourakuen_prさん
今年一年美味しいラーメン&餃子&炒飯(個人的好きなセット)を提供してくれてありがとうございます! 従業員の皆さんゆっくり休んでくださいな😊

幸楽苑公式アカウント @kourakuen_pr · 2018年12月31日
【みなさまへ】本日12月31日15時から1月1日終日、フードコート店を除く幸楽苑全店休業させていただきます。今夜の年越しそばは幸楽苑以外でお楽しみください。 kourakuen.co.jp/news

[illegible]

166 7,950 14,627

フジテレビ

約520店舗のうち8割が
12月31日午後3時から休業

2. 2019年3月期お客様数増加の分析⑨

(2) M (マーケティング)

➤ 2019年3月期の広報・マーケティング実施例

チョコレートらーめん (2/1-14販売)



あっさり通過 (中華) そば (2/15-28販売)



2. 2019年3月期お客様数増加の分析⑩

(3) M（モチベーション）

- 新商品販売のインセンティブ
 - ・ 各店舗が創意工夫して取組み店舗にも活気が出てきた
- 働き方改革推進（営業時間短縮・年末年始休業）
 - ・ 2019年3月期は合計210店舗にて営業時間を短縮
 - ・ 創業以来初の年末年始休業を敢行（従業員への感謝）

2億円事件。

いつからでしょうか。お正月にいろいろなお店が営業するようになったのは、
私たち幸楽苑も、いつしか年中無休のらーめんチェーン店を売りにしていました。

たしかに、企業にとって売上は大切。株価も大切です。
でも、それよりもはるかに大切なことがあります。

新社長になってはじめての仕事は、1月1日の売上およそ2億円を失ってでも、
その大切なものを守ることでした。

それは、『働く人の気持ち』です。

サービス業で働くことは、みんなが休む日に働くこと、ではありません。
働く人にも家族がいて、みんなに等しくお正月はやってきます。

そこで、64年の歴史ではじめて、普段一生懸命働いてくれている社員のために、
大晦日の夜と元日を、休業させていただきます。

働き方改革を、お正月にも。日本のお正月を変える、小さな事件となりますように。
お客さまだけでなく、一生懸命頑張っている社員にも『幸』せて『楽』しい時間を。
来年も、まだまだ未熟な私たちをどうぞよろしくお願いいたします。

株式会社幸楽苑ホールディングス代表取締役社長 新井田昇

日本の正月を変える事件になってほしい。
12月31日15時～1月1日終日、
売上2億円を削ってでも、全店休みます。



※「ラード」のマークは、商標登録されている。このマークは「ラード」の商標登録と、登録した商標へ。 <http://www.korakuen.co.jp>

同業他社に先んじて「働き方改革」を推進

2. 2019年3月期お客様数増加の分析⑪

(4) C（コーポレートカルチャー）

- 勝ち癖を付ける施策
 - ・ 新業態へのチャレンジ
 - ・ 業界の常識に囚われない斬新な施策を断行
- 古い体質からの脱却（改革の推進）
 - ・ やり方を中々変えられない社風があった
 - 例）ギョーザ無料券 ⇒ 売上減を危惧し継続
 - 出店の数値目標 ⇒ ドミナント考慮されず
 - ・ 思い切ってギョーザ無料券を廃止
 - ⇒ それに代わるTVCM等の施策で影響は皆無

9年間誰も変えられなかった施策を一気に変えた

2. 2019年3月期お客様数増加の分析⑫

(4) C (コーポレートカルチャー)

新業態にチャレンジしたことでらーめん事業が好転

① 店舗ポートフォリオの変化（国内直営店）

	49期初	構成比		49期末	構成比
らーめん事業	512店舗	98.8%		498店舗	96.7%
ステーキ事業	6店舗	1.2%		16店舗	3.1%
焼肉事業	—	—		1店舗	0.2%

② 業態転換店舗の近隣「幸楽苑」のお客様数前年比

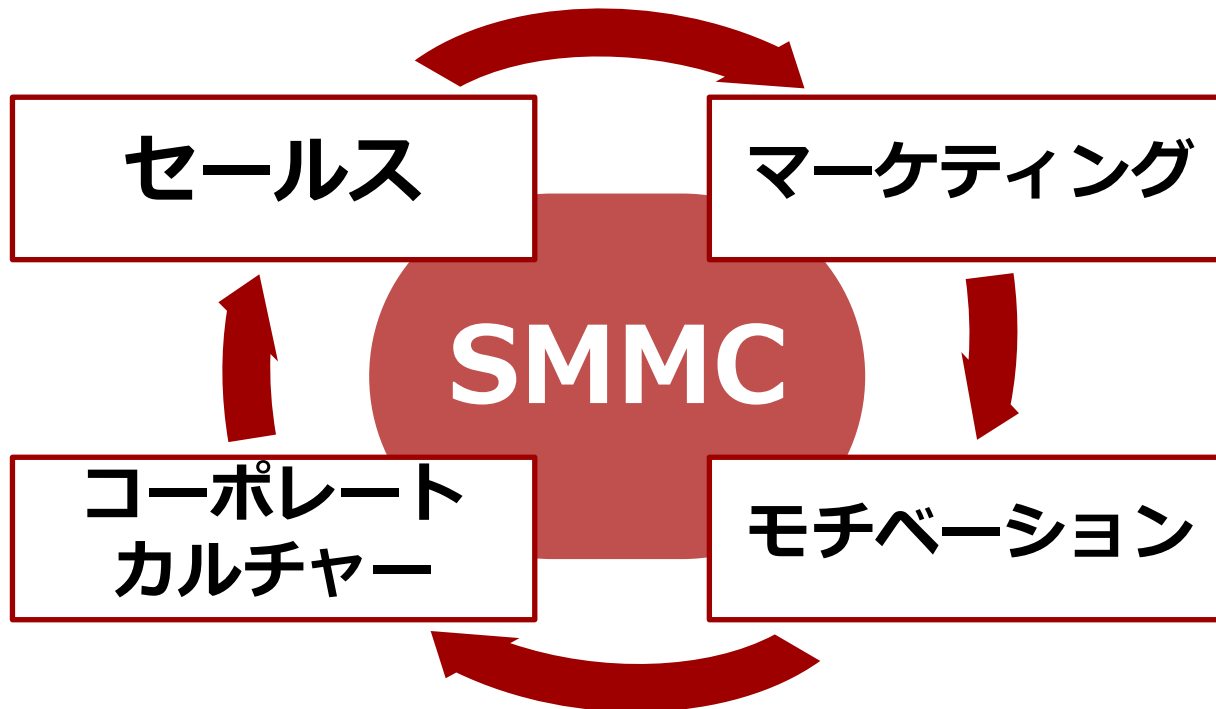
順位	転換店	近隣幸楽苑	3月まで累計
1	富士蓼原店	富士伝法店	139.8%
2	甲府伊勢店	甲府向町店	124.3%
3	扇町店	六丁の目店	120.7%
—	松戸南花島店(焼肉)	松戸古ヶ崎店	119.4%

他事業への業態転換はらーめん事業の収益にも貢献

2. 2019年3月期お客様数増加の分析⑬

- 4つの要素が好循環し業績好調につながった

業績好調のための好循環



4つの要素を有機的に融合させ相乗効果を出した

今後の経営戦略

1. 2019年3月期業績のハイライト
2. 2019年3月期お客様数増加の分析
3. 2020年3月期の数値目標
4. 2020年3月期の具体的な戦略
5. 中期経営計画の概要

3. 2020年3月期の数値目標①

	18/3期	19/3期	20/3期	前期比
売上高	385億円	412億円	420億円	+ 8億円
経常利益	△1.1億円	15.8億円	20.0億円	+ 4.2億円
既存店お客様前比	97.5%	102.6%	100.0%	—

- 売上高目標420億円

「幸楽苑」は引き続き既存店対策に傾注

売上高内訳：らーめん363億円、その他57億円

- 経常利益20億円（前期比+4.2億円 +26.0%）

- 既存店お客様数前年比 100%を必達

- 株主様還元 安定配当を実施、優待券の改善検討

増収増益予算、8期ぶりの経常利益20億円の大台

3. 2020年3月期の数値目標②

【らーめん事業】

- お客様数前年比 100%（上期103%、下期97%）
- お客様単価 前期 676円 ⇒ 今期 690円
- 新規出店 原則ゼロ
※個別検討し3～5店の出店有り

【その他の事業】

- ステーキ事業 既存16店舗の収益改善に傾注
- 焼肉事業 今期9店舗転換を計画
- その他 赤字店対策として15店舗を他の業態へ転換検討（居酒屋・中華）

前期に引き続き既存店の利益改善に注力する

今後の経営戦略

1. 2019年3月期業績のハイライト
2. 2019年3月期お客様数増加の分析
3. 2020年3月期の数値目標
4. 2020年3月期の具体的な戦略
5. 中期経営計画の概要

4. 2020年3月期の具体的な戦略①

2020年3月期の基本戦略

(1) 味の改革

(2) マーケティング手法の抜本的転換

(3) 保有資産の活用と

店舗ポートフォリオの最適化

(4) 筋肉質な経営

(5) 増税時代に対応したリーズナブルなメニュー

(6) ワンランク上のプレミアムラインの追加

前期の4本柱+「幸楽苑 令和戦略」を追加

4. 2020年3月期の具体的な戦略②

(1) 味の改革

① 幸楽苑の主力商品のブラッシュアップ

- ・ 外食企業は「味」が命
- ・ 美味しいと思わなければプロモーションをかけても効果が出ない

② 期間限定商品の開発

- ・ 主力商品に加え期間限定商品を充実させることで、お客様に飽きられない「味の改革」を実施

今期も「味」を重視、お客様の多様な嗜好に対応

4. 2020年3月期の具体的な戦略③

(2) マーケティング手法の抜本的転換

① TVCM放映等の基本方針は踏襲

② 個店別の販促対策を強化

③ SNS、オウンドメディア、公式アプリ等
デジタルコミュニケーションツールを強化



④ 10月増税時の価格据え置きを大々的にPR

TVCMを継続しつつ個店対策に重点を置く

4. 2020年3月期の具体的な戦略④

(3) 保有資産の活用と店舗ポートフォリオの最適化

① 既存の「幸楽苑」業態は新規出店を抑える

- ・ 既存店活性化を強化
- ・ 赤字店対策特命部隊を編成

② 他業態への転換を推進

- ・ ステーキ業態は現状維持
- ・ 焼肉業態は9店舗の転換を予定
- ・ その他、15店舗程度を新業態へ転換予定

既存業態のテコ入れ対策を主軸に新業態を模索

4. 2020年3月期の具体的な戦略⑤

(4) 筋肉質な経営

① コストダウン推進部を新設

- ・ 店舗・工場・本社の各コストをゼロベースで見直し
- ・ 現場に入り込み、現場目線で効率化を図る
- ・ 外部専門家とも連携して本社各部門の業務再編を推進

本社業務の一部アウトソーシングを含めた
省人化・省力化を加速させる

② 工場・物流・品管の大改革プロジェクト

- ・ 外部専門家を入れ原価低減・運搬費改革等を推進し
製造原価低減を図る

小さな本社・大きなサポートをより推進していく

4. 2020年3月期の具体的な戦略⑥

(5) 増税時代に対応したリーズナブルなメニュー



餃子定食 「税込500円～」



シングル定食
500円（税込）



ダブル定食
600円（税込）



ダブル半らー定食
700円（税込）

価格改定は今回の4月のみで、10月以降は改定しない予定
10月以降は価格競争力がより高まると確信

10月の増税を見越し、4月から先取りして戦略を実行

4. 2020年3月期の具体的な戦略⑦

(6) ワンランク上のプレミアムラインの追加

魅力的なプレミアム新商品と主力商品のブラッシュアップ
新発売！

4月 中華そばプレミアム
740円（税込）



ベジタブル餃子
240円（税込）



10月 味噌野菜タンメン
640円（税込）



「おいしさ」の追求とお客様の多様な嗜好に対応

今後の経営戦略

1. 2019年3月期業績のハイライト
2. 2019年3月期お客様数増加の分析
3. 2020年3月期の数値目標
4. 2020年3月期の具体的な戦略
5. 中期経営計画の概要

5. 中期経営計画の概要①

(1) 新経営理念・新ミッション・新ビジョン・新バリュー

● 新経営理念

我々是我々が提供するラーメンと食を通じて
世界中のお客様を幸せにする

～ Japanese Ramen to the world ～

● 2ミッション

①我々は、お客様を原点においしさと健康を
追及し、地域社会、日本、そして世界に
貢献します

②我々は、幸楽苑ラーメンの世界への普及に
命をかけます

5. 中期経営計画の概要①

(1) 新経営理念・新ミッション・新ビジョン・新バリュー

● 新ビジョン

我々はいかなる時もカスタマーファーストの精神を忘れず、常に革新的なことにチャレンジし続けるイノベータータイプでエキサイティングなエクセレントカンパニーになる

● 5バリュー

①Ramen is Entertainment !

～お客様をワクワクさせ我々もワクワクする～

②お客様を大切にする

③働く仲間を大切にする

④お取引様を大切にする

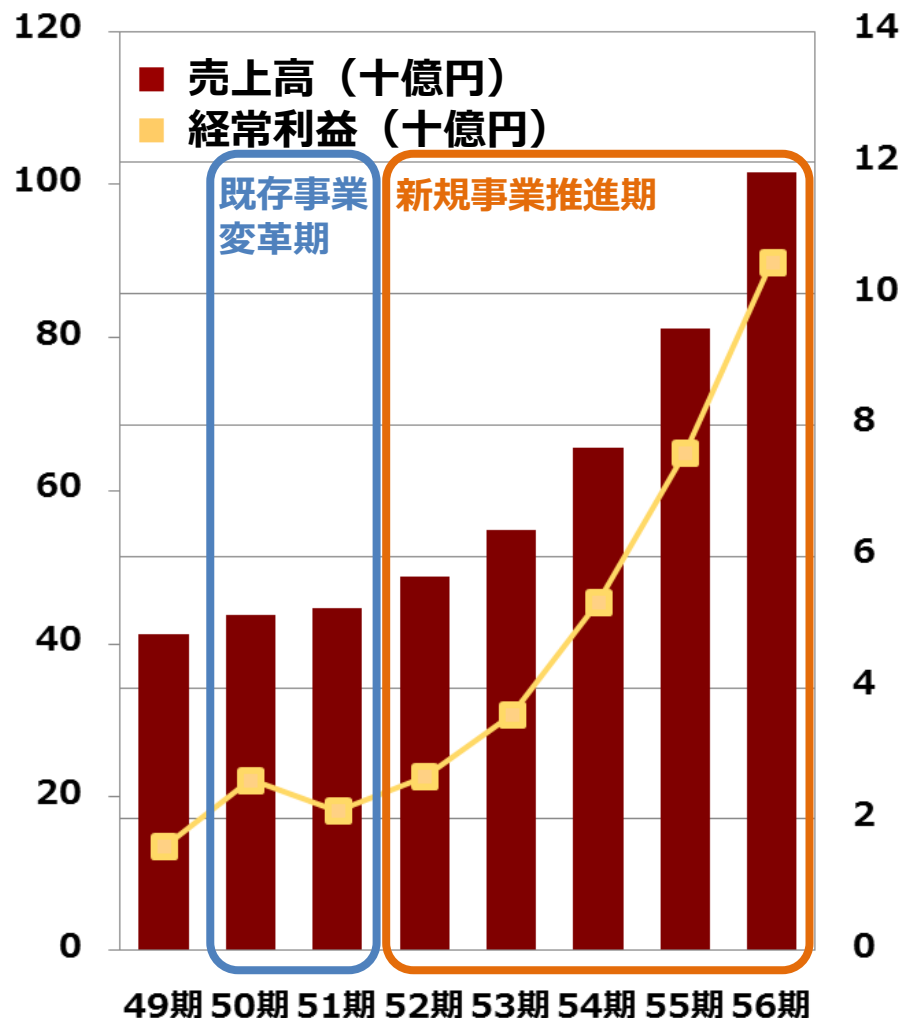
⑤そして誠実に努力する

5. 中期経営計画の概要②

(2) 数値目標

**7年後
(2026年3月期)**

売上高 1,000億円
経常利益 100億円
経常利益率 10.0%



既存事業を2カ年で安定させ、次の5カ年で成長

5. PwCによる経営基盤強化支援

(3) 中計推進のための組織体制

① 外部専門家との更なる関係強化

当社は、**PwC ビジネスアシュアランス合同会社**
(東京都千代田区、代表執行役社長：丸山 琢永、
以下：PwC) の継続的な支援を得て、お客様・
株主・従業員の皆様からのより一層の**信頼**を得る
ために、ガバナンス機能の強化及び業務効率化を
推進してまいります。



当社の成長戦略に耐えうる**強固な経営基盤を確立**

5. PwCについて

PwCのPurpose（存在意義）

“社会における信頼を構築し、
重要な課題を解決する”

PwCは世界最大級のプロフェッショナルサービスネットワーク

PwCは、世界158カ国に及ぶグローバルネットワークに250,000人以上のスタッフを有し、高品質な監査、税務、アドバイザリーサービスを提供しています。

米州
71,222人

欧州・中東・アフリカ
101,779人

アジア太平洋
77,929人

Locations
158カ国 **721**拠点

People **
250,930人



5. 中期経営計画推進のための社内体制①

中計推進のための社内体制作りは既に始まっている

②部長職を積極的にヘッドハンティング

- ・ 広報マーケティング部長 2017年10月
- ・ アライアンス推進部長 2019年 4月
- ・ 物流部長 2019年 4月
- ・ 開発部長 2019年 4月
- ・ システム部長 2019年 5月

更に、IR担当部長やCFO候補の経営戦略部長を
ヘッドハンティングする予定

今後も積極的に即戦力の人財を登用していく

5. 中期経営計画推進のための社内体制②

③取締役・監査役も刷新

【社外取締役】

中畑 裕子 氏（45歳）

小澤 良介 氏（40歳）

【社外監査役】

飯塚 幸子 氏（49歳）

金 武偉 氏（39歳）

- ・ 挑戦への加速及びガバナンス強化を目的に
社外取締役・社外監査役を2名ずつ選任
- ・ 今般の刷新により経営陣の合計年齢552歳となり
△135歳の若返り（一人あたり平均△13.5歳）
- ・ 25年振りとなる女性取締役、初の女性監査役

多様な経営陣の下、専門部隊が諸施策をドライブ

5. 中期経営計画の概要③

(4) 成長戦略

① 既存事業の利益改善と新幸楽苑モデルの開発

- 価格改定や新メニュー導入によるお客様単価増
- 工場プロセス改善による原価率削減
- IT化（券売機・帳票電子化・マニュアル動画化）
- 店舗従業員のPA化促進による人件費低減
- 新研修センターによる徹底した社員教育
- 省人化業態の開発（冷凍麺・チルド餃子・炒飯工場化）
- セルフ式業態、新レイアウト等の開発
- 駅前業態、プレミアム業態等の開発

コア事業の「らーめん事業」を収益化・多様化

5. 中期経営計画の概要④

②新幸楽苑の海外展開と新業態のグループ化

- アジアを中心とした新幸楽苑モデルの積極的海外展開
 - ・ 海外出店を再開
 - ・ アジアの生産拠点はタイのTF社工場を活用
- M&Aを中心とした新たな飲食チェーンのグループ化
 - ・ 新商勢圏におけるらーめん事業の効率的な拡大
 - ・ 単一業態リスクの回避（他業態チェーンの買収）

③新工場の建設に伴う外販事業の拡大

- 新工場建設による生産効率・生産キャパシティの増大
- 製造の優位性を活かし他飲食チェーン向けOEM展開

らーめん事業の海外展開と他業種・他事業開拓

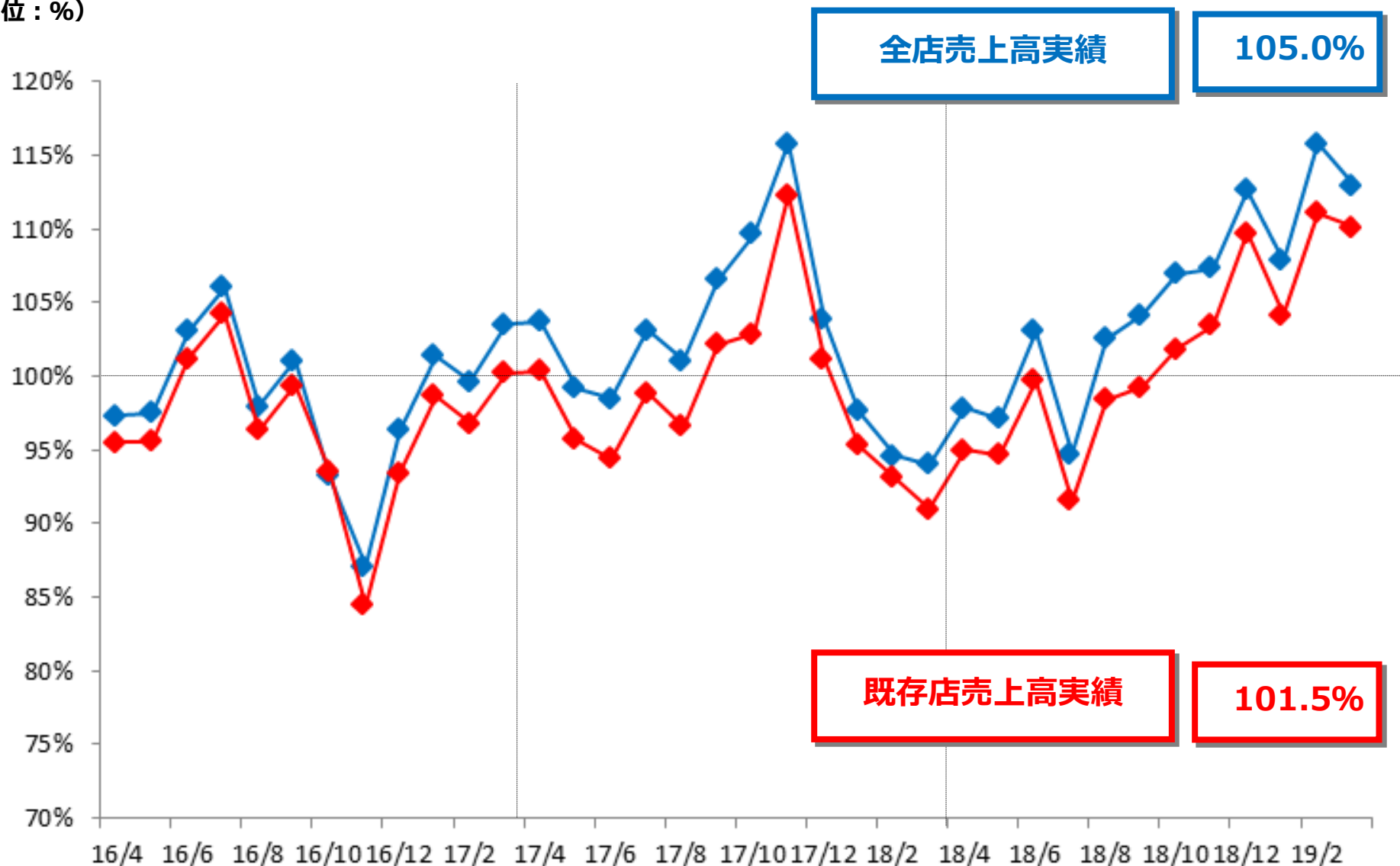


ご清聴ありがとうございました。

3. 参考資料

直営店月次売上高推移（前期比）

（単位：％）



直営店月次お客様数推移（前期比）

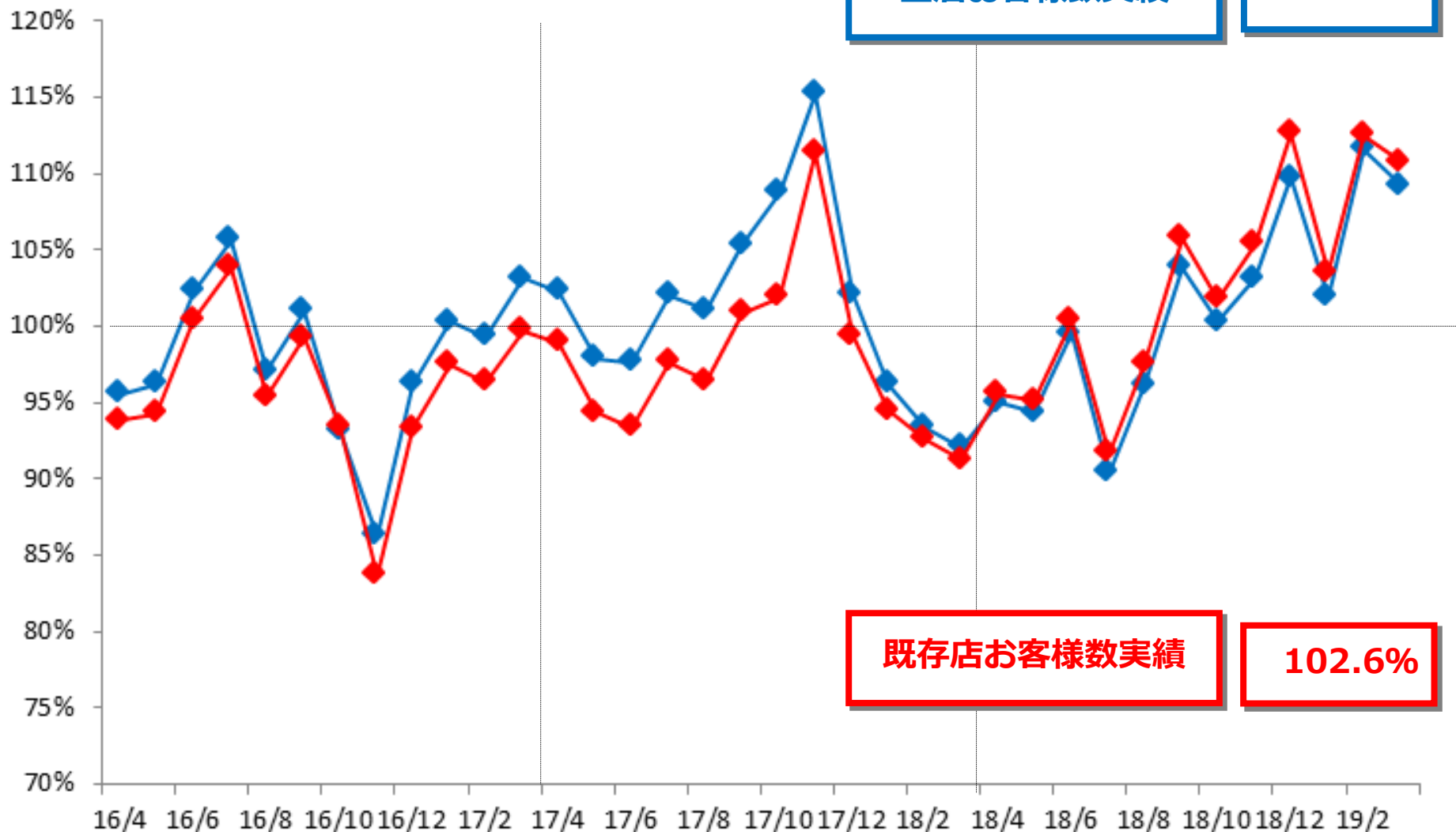
（単位：％）

全店お客様数実績

101.0%

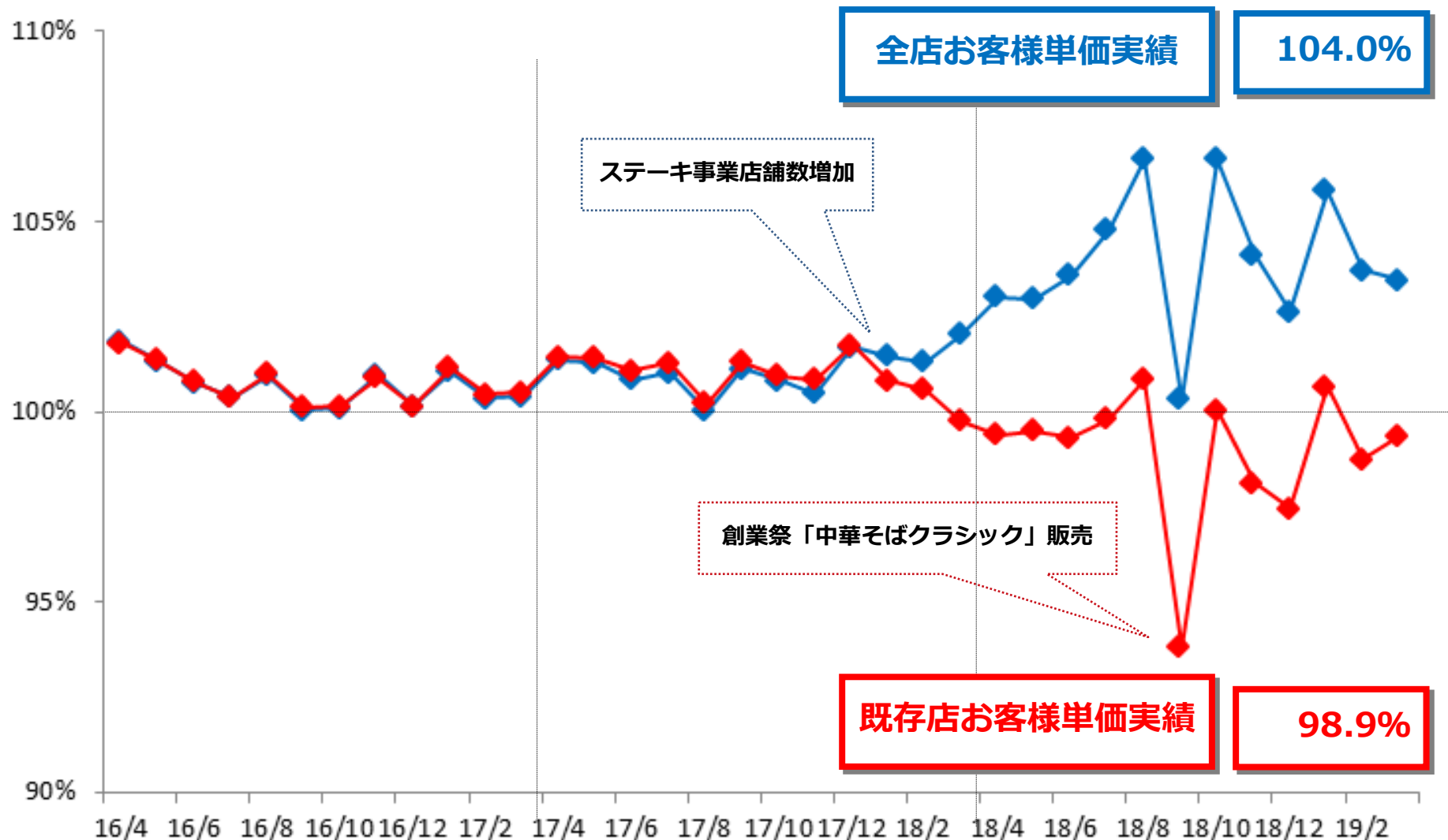
既存店お客様数実績

102.6%



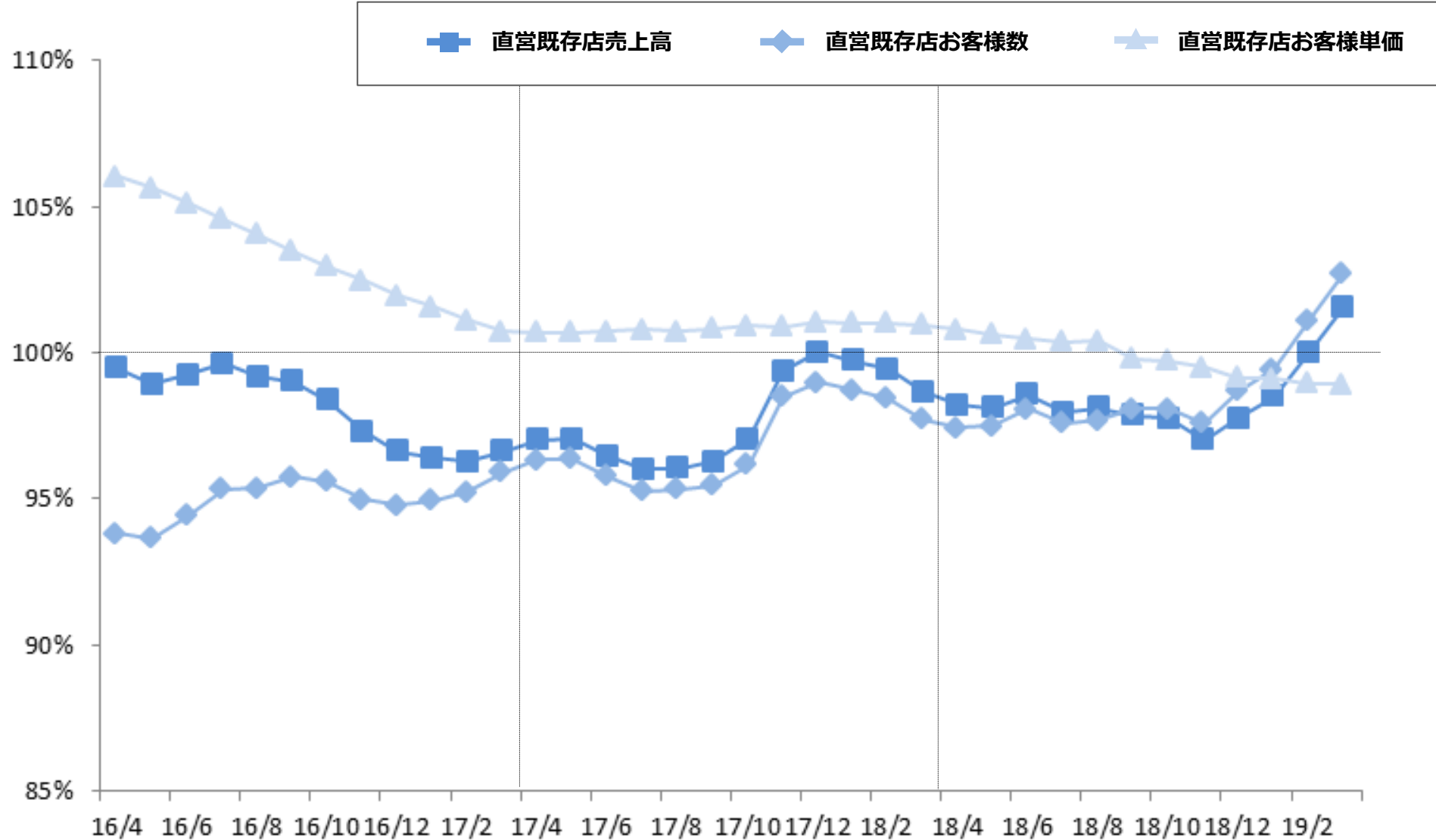
直営店月次お客様単価推移（前期比）

（単位：％）



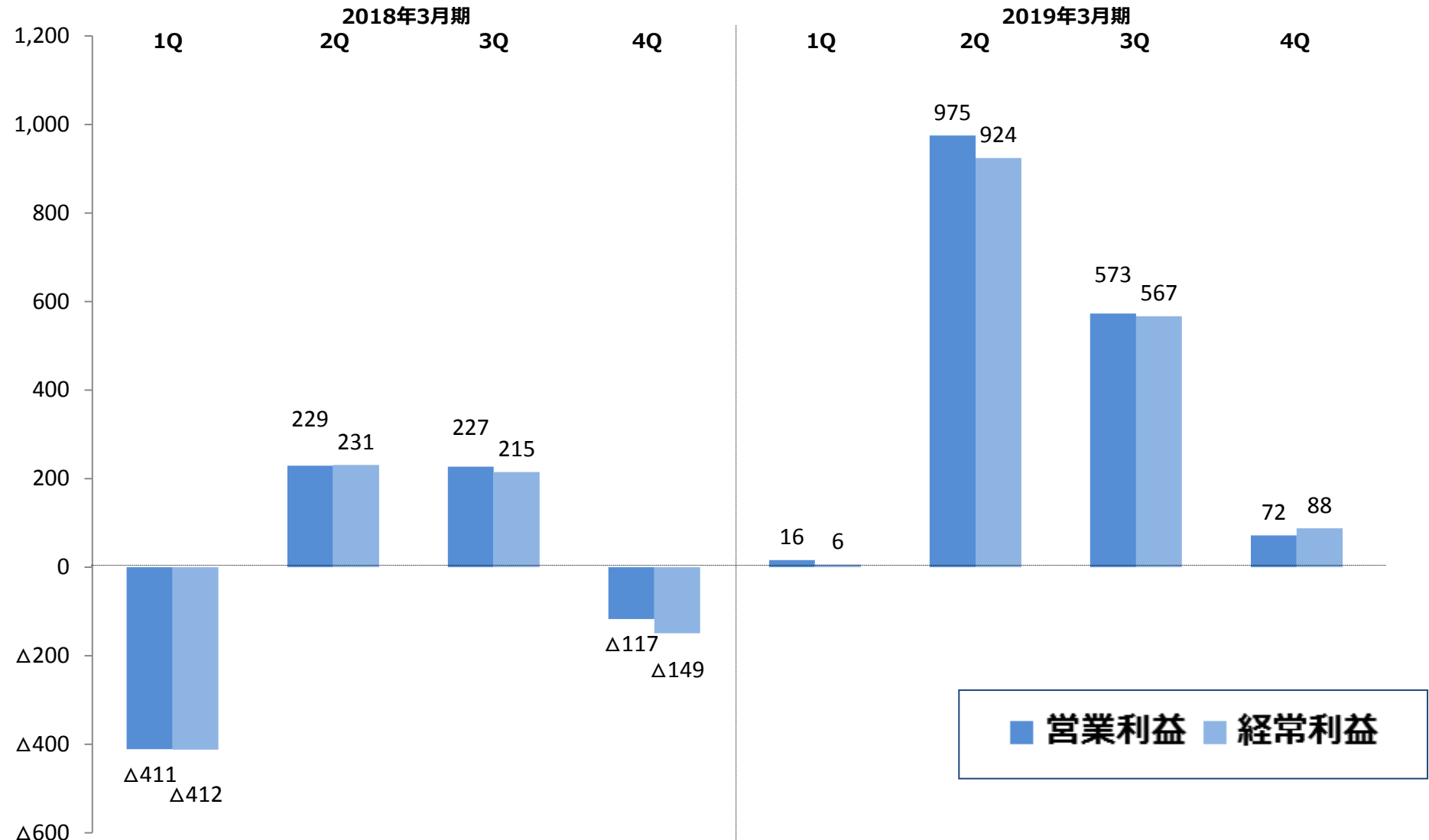
直営既存店月次推移（前期比・12ヶ月移動平均）

（単位：％）



四半期業績推移 (直近2期間)

(単位：百万円、百万円未満切り捨て)

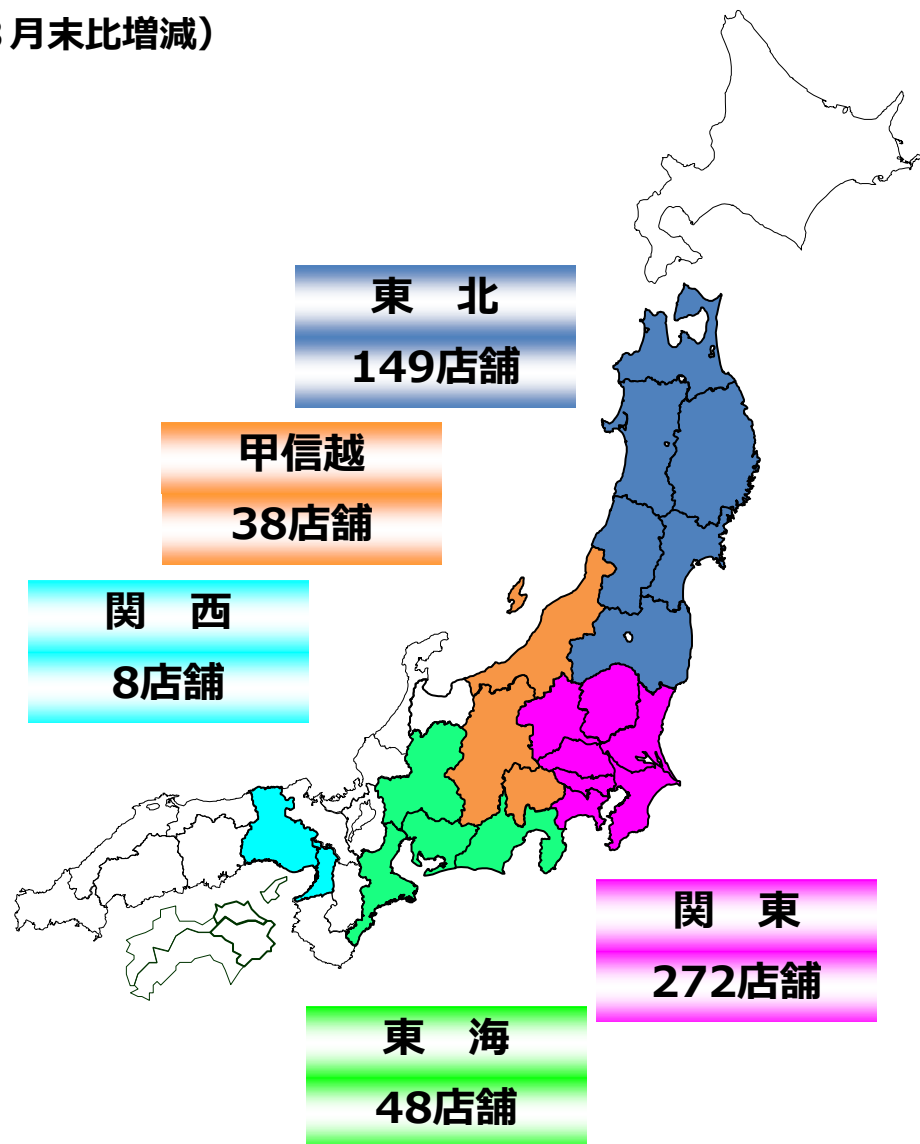


当社の直営店舗出店状況

＜＜国内都道府県別店舗数＞＞2019年3月末現在（2018年3月末比増減）

北海道	-	△1
青森県	10店舗	±0
岩手県	10店舗	+2
宮城県	51店舗	±0
秋田県	15店舗	+1
山形県	14店舗	±0
福島県	49店舗	+2
茨城県	44店舗	+1
栃木県	24店舗	±0
群馬県	17店舗	+1
埼玉県	51店舗	△4
千葉県	56店舗	△2
東京都	34店舗	±0
神奈川県	46店舗	+1

新潟県	20店舗	+1
富山県	-	△1
山梨県	9店舗	+1
長野県	9店舗	±0
岐阜県	5店舗	±0
静岡県	18店舗	±0
愛知県	21店舗	±0
三重県	4店舗	±0
大阪府	4店舗	±0
兵庫県	4店舗	±0
岡山県	-	△1
広島県	-	△1
徳島県	-	△1
香川県	-	△2
愛媛県	-	△1



国内：22都府県 515店舗

(注) 店舗数の（ ）は、2018年3月末比の純増減数



弊社に関する問い合わせ先

業務統括室 高松 Tel:024-943-5242 Fax:024-943-3726

E-mail y_takamatsu@kourakuen.co.jp

<https://hd.kourakuen.co.jp/>