

2026年3月期「決算説明会」開催のご報告

2026年5月21日に開催した「2026年3月期決算説明会」の内容について、下記のとおり公開いたしておりますので是非ご覧ください。

◆決算説明会動画は[こちらから](#)

<https://www1.daiwair.jp/qlviewer/e-cast/2605217554iWqVrBiXwa/index.html>

◆決算説明会質疑応答の内容は[下記](#)のとおりでございます。

2026年3月期決算説明会質疑応答の内容

2026年5月21日に開催した決算説明会におきまして、投資家やアナリストの皆様より寄せられたご質問とそれらに対する回答の要旨は下記のとおりでございます。

Q1 500店舗達成に向けた出店加速の理由と根拠、新戦略と駅前型店舗の詳細について

▶出店理由と根拠

商圈人口8,000人～10,000人強のエリアでも安定した年商を確保できている実績から、東北6県に十分な出店余地があると判断しております。なお、今期の目標としている新規出店10店舗中8店舗は契約間近の状況まで進展しております。

▶人材教育の徹底

過去の急進的な出店による失敗を反省し、現在は新規・リニューアル時に1週間～10日間の研修期間を設け、高いQSC（品質・サービス・清潔さ）を提供できる体制構築を最優先しております。

▶駅前型店舗の戦略

1号店は福島県内を検討しております。従来のロードサイド向けパッケージではなく、安さと美味しさを維持しつつ、駅前のビジネスパーソンや若年層に特化した新メニューを開発して出店する計画です。

Q2 長期目標である「西日本への再出店」の時期と最終的な目標店舗数について

▶西日本進出の時期

過去に飛び地出店で撤退した教訓から、まずは関東・東北の既存商圈でのドミナント戦略を優先する考えです。西日本進出の時期については、500店舗達成後（2033年以降）に再挑戦してまいります。

▶最終目標

「100・300・500店舗の壁」を越えた先にある長期的な最終目標として、国内「1,000店舗」体制を目指してまいります。なお、過去最高の店舗数は560店舗でした。

Q3 ヒットした新商品の具体例と今後の商品開発について

▶ご好評いただいた商品例

定番の「郡山ブラック」を除くと、塩・味噌・魚介・豚骨系ラインナップが注文率10%を超える支持を集めております。例えば、ブラッシュアップして再投入した「濃厚魚介つけ麺」は好評で大反響をいただきました。

▶今後の戦略

「中華そば」(490円)等、グランドメニューは維持しつつ、スポットメニューやシーズンナルメニューを投入し、新たな顧客層を開拓してまいります。今期は既に15~16品の新メニューが完成しスタンバイしております。今後も開発・改良を行ってまいります。

Q4 6月の社長交代について

▶社長交代について

新社長に就任予定の芳賀専務は現場に詳しい叩き上げです。経営理論に精通し、既に各施策で成果をあげております。信頼できる人物です。

Q5 中期経営計画の利益目標が保守的である理由と業績上振れの余地について

▶保守的な要因

物価高の影響を厳密に織り込んでいるほか、従業員の待遇改善(人件費)を織り込んでいるため手堅い内容となっております。

▶価格戦略と上振れ

約4年間グランドメニューの値上げは行っておりません。客数や支持率を最優先する方針です。想定以上に客数が伸びれば利益は上振れる状況となります。

▶今期の成長施策

既存店の好調を維持しつつ、「新規出店10店舗」と「24時までの営業時間延長(フードコート除く約300店舗対象)」に取組み、5%前後の着実な成長を目指してまいります。

Q6 郡山新工場計画（2028年末稼働予定）にかかる建設コスト高騰の影響と供給規模について

▶建設コスト高騰の影響

資材高騰の影響については懸念しております。

現在、基本設計を行っておりコストコントロールを細かく詰めている最中のため、具体的な投資額の公表は控えさせていただきます。

▶供給規模

「500店舗体制」に向けて、自社製造の高品質な麺・餃子・チャーハンを安定供給できるキャパシティを想定し設計を進めております。

以上