

コロワイドグループ 統合報告書 2026

COLOWIDE REPORT

All for our Customers and Employees

編集方針

「コロワイドグループ統合報告書2026」は、国内外の株主・投資家をはじめとするステークホルダーの皆様に、当社グループの中長期的な企業価値向上に向けた取り組みを、財務・非財務の両面からお伝えすることでより深くご理解いただき、今後の当社グループの持続的な成長と発展に寄与するための対話のきっかけになることを目的として発行しています。また当社ウェブサイトでは、より詳細な情報を掲載しておりますので、そちらも併せてご参照ください。

企業情報

<https://www.colowide.co.jp/>



IR関連情報

<https://www.colowide.co.jp/ir/>



サステナビリティ関連情報

<https://www.colowide.co.jp/sustainability/>



報告対象組織

株式会社コロワイド及びコロワイドグループ

報告対象期間

2025年4月1日～2026年3月31日

（一部に前後の活動内容等を含みます）

参考にしたガイドラインなど

- 国際統合報告評議会（IIRC）
「Integrated Reporting（IR）」
- 経済産業省「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」
- GRI（Global Reporting Initiative）「GRI
サステナビリティ・レポーティング・スタンダード」

将来情報に関する留意事項

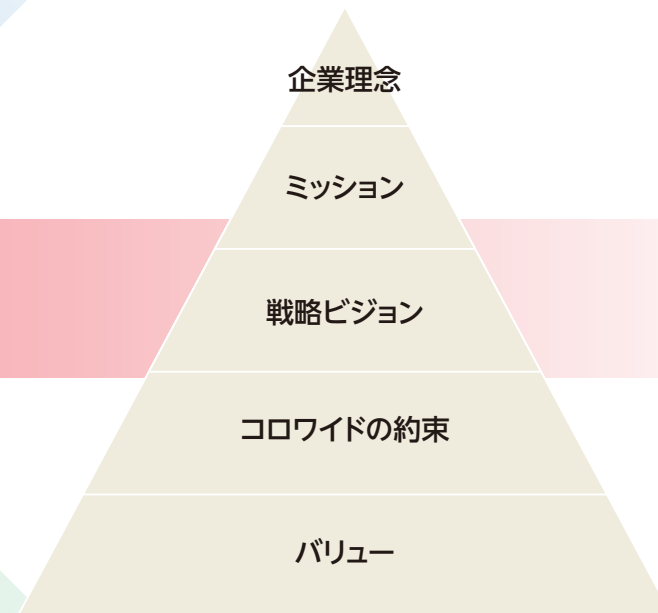
本報告書にて開示されているデータや将来予測は、本報告書作成時点での判断や入手可能な情報に基づくもので、種々の要因により変化することがあり、これらの目標や予想の達成、及び将来の業績を保証するものではありません。またこれらの情報は、今後予告なしに変更されることがあります。



企業理念

すべては、お客さまと社員のために

コロワイドグループは、「すべては、お客さまと社員のために」を企業理念とし、居酒屋からレストラン、カフェ、スイーツ、給食へと事業のフィールドを広げ、企業価値の向上に取り組んできました。これからも、お客様、社員、地域社会、そして株主をはじめとするステークホルダーの皆様と対話しながら、独自のビジネスモデルをひたむきに追求していきます。



CONTENTS

価値創造ストーリー

● コロワイドの企業理念	1
● コロワイドグループの主要ブランド	3
● 数字で見るコロワイドグループ	5
● 社長メッセージ	7
● コロワイドグループの歴史	13
● 価値創造モデル	15
● コロワイドグループの強み	17

成長戦略

● COLOWIDE Vision 2030	19
● 事業戦略	
国内外食事業(レイズインターナショナル・カップ・クリエイト)	23
国内外食事業(アトム・大戸屋ホールディングス)	25
国内外食事業(C-United・コロワイドダイニング)	27
国内外食事業(フレッシュネス)	29
海外外食事業	30
給食事業・スイーツ事業	33

ミッション(使命)

お客様に「楽しかった、美味しかった」と喜ばれる仕事をする事で、社員の幸福を達成すると同時に、「食」を通して社会に貢献する

コロワイドグループの世界中のお店では、年間2億5千万人以上のお客様が時を過ごしています。このすべてのお客様とすべての社員に幸せな時間を提供することが私達の使命です。

戦略ビジョン(あるべき姿)

外食日本一企業の実現、そしてグローバル外食企業へ

コロワイドグループは、「食」の可能性を追求し続ける企業グループとして、国内外のお客様に選ばれるブランドづくりに取り組んでいます。多様なブランドと事業基盤を活かし、お客様に豊かな食体験を提供するとともに、人材の成長と挑戦を原動力に持続的な成長を実現します。私達は、食の未来を創造するリーディングカンパニーを目指します。

コロワイドの約束

- 私達は、お客様に「楽しかった、美味しかった」と喜ばれる仕事をします
- 私達は、成長・繁栄のために全力を尽くします
- 私達は、社員の幸福と生活向上に努力します
- 私達は、創意工夫と人の和をもって前進します
- 私達は、仕事を通して社会に奉仕します

バリュー(行動指針)

モットー

- 一、笑顔で仕事をしよう
- 一、テキパキと仕事をしよう
- 一、清潔な仕事をしよう
- 一、真心を込めた仕事をしよう

COLOWIDE(コロワイド)の社名に込められた意味



- CO - 勇気(Courage)
- LO - 愛(Love)
- WI - 知恵(Wisdom)
- DE - 決断(Decision)

4つのファクターを一つに

コロワイドの社名は、人が生きていく上で大切な4つのファクターを一つにまとめたものです。従業員一人一人がこの4つの大切な精神を常に心に刻み、未来にチャレンジしていく強い意志と勇気が込められた社名です。

サステナビリティ

● 人的資本への取り組み	35
● コロワイドのサステナビリティ経営	40
● 地球環境への貢献	41
● 食の安全・安心の提供	42
● 地域・社会への貢献	42

ガバナンス

● 取締役紹介	43
● 社外取締役メッセージ	45
● 各事業会社 社長一覧	47
● コーポレート・ガバナンス	49
● リスクマネジメント	51
● コンプライアンス	52
データ・会社情報	
● 主要財務データ・非財務データ	53
● 会社情報	55

コロワイドグループの主要ブランド

コロワイドグループは、国内外で多彩なブランドポートフォリオを構築しています。
それぞれのブランドが築き上げてきた品質とサービスを通じて、お客様に豊かな食体験を提供しています。

詳しくは各ブランドのHP、またはこちらをご参照ください。
<https://www.colowide.co.jp/brand/>



国内

焼肉		しゃぶしゃぶ	
 焼肉食堂 Gyu-Kaku	 焼肉食堂 Gyu-Kaku	 本格焼肉 カルビ大将	 しゃぶしゃぶ 湯野菜
おいしい焼肉をリーズナブルに楽しめる焼肉チェーン	フードコートで鉄板焼肉を気軽に味わえる専門店	上質な肉を食べ放題で心ゆくまで楽しめる本格焼肉店	厳選肉と国産野菜をだして味わうしゃぶしゃぶ専門店
回転寿司		定食	
 かっぱ寿司	 にぎりの 徳兵衛 NIGIRI NO TOKUBE	 大戸屋 ごはん処 OOTOYA	 Steak & Hamburg ステーキ
手頃な価格で多彩な寿司を楽しめる回転寿司チェーン	旬と鮮度にこだわり、職人が握るグルメ回転寿司	からだにうまい。毎日に寄り添う、ちゃんとした定食	名物「宮のたれ」で味わうステーキ専門レストラン
とんかつ		ハンバーガー	
 とんかつ 神楽坂 さくら	 とんかつ 神楽坂	 FRESHNESS BURGER	 中華 甘太郎食堂
厚切り銘柄豚のごちそうとんかつを愉しめる専門店	素材と職人技にこだわる贅沢なとんかつ専門店	作りたて、品質にこだわる大人向けバーガーカフェ	ボリューム満点のお腹も心も満足できる町中華
居酒屋・酒場			

 甘太郎 AMATARO	 いろは ほへと	 3.6.5 酒場	 北の味紀行と地酒 北海道
おいしい料理を気軽に楽しめる手作り居酒屋	北海道・東北を中心にこだわりの料理が楽しめる居酒屋	安い・旨い・早いをコンセプトにした大衆酒場	北海道の海鮮や郷土料理を味わえる居酒屋
 DOMA-DOMA	 かまどか 鶏煮揚げ・肴・登りし	 かまどか	 海 魚活鮮 あぶり焼
多彩な創作料理を楽しむくつろぎ居酒屋	名物の釜めしと鶏料理が自慢の和風居酒屋	個室空間で創作料理や炭火焼をゆったり楽しめる居酒屋	旬の海の幸と炙り料理を楽しむ居酒屋

カフェ

 珈琲館 COFFEE-KAN	 CAFFÈ VELOCE	 CAFÉ de CRIÉ	 なぎさ橋珈琲 NAGISA BASHI CAFE
本格珈琲と手づくりの食事が楽しめる老舗喫茶店	スピーディーさと手頃な価格で日常に寄り添うカフェ	ヨーロッパのカフェ文化を取り入れ、毎日を豊かに彩るカフェ	逗子海岸を眺めながら過ごせるカフェレストラン
イタリア料理		カリフォルニア料理	
 La Pausa ラパウザ ITALIAN RESTAURANT	 CANTINA SEASIDE ITALIAN	 WOLFGANG PUCK	 ビアレストラン Beer Thirty
本格イタリアンを手頃な価格で味わえるレストラン	海岸を眺めながら地域食材の料理が楽しめるイタリアン	創作料理とピザを楽しむカリフォルニア料理店	ビールと相性の良い料理を満喫できるビアレストラン

スイーツ

 CHEESE GARDEN	 CRIOLLO Qualité et Simplicité	 pure coco TOKYO	 SILS MARIA
様々なチーズ菓子を開発・販売するチーズ菓子専門店	多彩な本格スイーツを手掛けるパティスリー	驚きの食感と味わいを届ける東京発スイーツブランド	生チョコレート発祥の老舗チョコレート専門店

海外

ステーキ		定食	
 6HEAD	 The Meat & Wine Co	 HUNTER & BARREL	 大戸屋 OOTOYA Japanese Restaurant
最高級ステーキとワインを味わう上質な空間	アフリカ文化薫る高級ステーキハウス	豪快な肉料理と樽熟成ドリンクを味わうステーキハウス	日本の家庭料理を提供する和定食レストラン
焼肉		しゃぶしゃぶ	
 焼肉 Gyu-Kaku	 GYU-BOSS By Gyu-Kaku	 湯野菜 ON-YASAI	 かっぱ寿司 KAPPA SUSHI
日本式焼肉を気軽に楽しめる焼肉チェーン	焼肉丼を楽しむ牛角プロデュースのレストラン	だしにこだわった日本式しゃぶしゃぶ専門店	寿司の文化を世界へ届ける日本発の回転寿司チェーン

数字で見るコロワイドグループ

(2026年3月末現在)

企業概要

創業	グループ会社数	進出している 海外の国・地域
1977年	108社	16

人材・ダイバーシティ・専門人材

従業員	女性社員比率	女性管理職比率
約56,000人 ※パート・アルバイト含む	34.4% ※C-United含む	20.0% ※C-United含む
新卒社員に占める 女性比率	栄養士	管理栄養士
54.4% ※2026年4月入社者実績	223人	90人

事業規模・店舗展開

年間ご来店客数	外食事業
2億5千万人以上	3,198店舗 直営……1,891店舗 FC……1,307店舗 ※C-United含む
給食事業	展開するブランド数
509拠点 病院施設……77拠点 介護施設……309拠点 事業所……82拠点 その他……41拠点	76 ※C-Unitedなど含む

生産・供給体制

工場数	給食提供食数
15工場 ※セントラルキッチン2工場含む	年間約2,200万食

財務・業績

売上収益	事業利益	EBITDA
3,001億円	125億円	225億円

デジタル・会員基盤

公式アプリ会員数
約1,200万人 ※各ブランドのアプリ会員数合算 ※C-United含む

サステナビリティ・社会貢献

CO ₂ 排出量	こども食堂への食材寄付額
年間約12万3千t-CO ₂ ※国内グループ会社のスコープ1・2	約3,500万円 ※「こども食堂なごさ」開設時からの累計
太陽光パネル発電量	CDP2025「気候変動」
年間約101万kWh	Bスコア



当社グループは
国内外の成長機会を着実に捉え、
事業基盤の強化を通じて、
さらなる飛躍に向けた挑戦を
続けてまいります。

代表取締役社長 野尻 公平

日本の「食」は、世界に誇れる成長産業

私は日本の「食」はこれからの日本経済を支える重要な成長産業の一つだと考えています。

日本食は世界中で高く評価されており、「和食」はユネスコ無形文化遺産にも登録されています。世界各国で「最も好きな料理は何ですか」と尋ねれば日本食を挙げる人が年々増加し、日本の食文化は国境を越えて多くの人々に親しまれる存在となりました。

こうした海外での日本食人気の高まりを背景に、和牛や農産品、緑茶などの輸出も拡大しています。いまや日本の食文化そのものが世界中で大きな関心を集めており、今後もさらなる需要の拡大が見込まれる中、当社グループにとっても非常に大きな成長機会が広がっていると考えています。

中期経営計画 「COLOWIDE Vision 2030」の進捗

私達は中期経営計画「COLOWIDE Vision 2030」の実現に向けて当初の計画を上回るペースで成長を続けています。2024年6月に開示した「コーポレート・ガバナンスに関する報告書」では2027年3月期の数値目標として売

上収益2,893億円、EBITDA258億円を掲げていましたが、足元では売上収益3,500億円、EBITDA277億円を見込んでおり全社ベースでは順調に進捗しています。

一方で私達が目指しているのは単なる事業規模の拡大ではありません。持続的な成長を実現するためには収益基盤の多様化を進め、バランスの取れた事業ポートフォリオを構築していくことが重要です。

中期経営計画では「国内外食事業」「海外外食事業」「給食事業」を成長の3本柱と位置付け、2030年3月期における売上収益構成比をそれぞれ50%、30%、20%とすることを目標に掲げています。しかしながら現時点では国内外食事業が売上収益全体の76.7%を占めており、海外外食事業及び給食事業の比率を高めていくことが今後の課題となっています。その中でも大きな成長機会があるのが海外外食事業です。

2026年3月期の海外外食事業の売上収益は555億円ですが、2030年3月期には1,500億円まで拡大することを目指しています。この実現に向けては既存ブランドの競争力を活かしたオーガニックな成長に加え、国内で培ってきた運営ノウハウを活用した着実な店舗展開を進めてまいります。また戦略的なM&Aにも積極的に取り組むことで、事業基盤の拡充と進出エリアの拡大を図り海外外食事業のさらなる成長と収益構成比の向上を実現してまいります。

2026年3月期を振り返って

2026年3月期は、インフレが本格化して4年目に入った一年でした。消費者の皆様にも物価上昇による負担感が広がり、いわゆる「インフレ疲れ」による節約志向の高まりが見られました。当社グループにおいても原材料価格の上昇や物流費の高騰などによりコスト負担が増加し、その対策として価格改定を検討せざるを得ない局面もありました。しかし価格改定が客数の減少につながるケースもあり、慎重な判断が求められる環境が続きました。

一方で消費環境を取り巻く状況には改善の兆しも現れつつあります。国内では大企業を中心に3年連続で賃上げが実施されており、このような動きが実質賃金の改善につながれば個人消費も徐々に回復していくものと期待しています。当社グループとしては今後の消費動向を慎重に見極めながら適切な価格戦略について継続的に検討していく方針です。

業績面ではカップ・クリエイトが客数の減少により苦戦しました。これは「インフレ疲れ」の影響というよりも価格戦略が十分に機能しなかったことが主な要因であると認識しています。

大戸屋をはじめコロナ禍以降のM&Aによりグループに加わったN Baton CompanyやSeagrassは好調に推移しグループ全体の成長を力強く牽引しました。

その結果グループ全体では売上収益の拡大に加え事業利益から税引前利益まで過去最高益を達成することができました。親会社の所有者に帰属する当期利益については一部子会社における繰延税金資産の取り崩しなど一時的な要因の影響を受け過去最高には至らなかったものの、グループ全体としては着実な成果を積み上げることができた一年であったと考えています。

Seagrassをグループに迎えた背景と戦略的意義

2025年6月、当社はM&Aによりオーストラリア及びUAEにおいてステーキブランドを展開するSeagrassをグループに迎え入れました。その目的の一つが海外外食事業におけるサプライチェーンの強化と流通収益の拡大です。

当社グループは従来から、牛角を中心とする海外外食事業において食肉をはじめとする食材を安定的かつ競争力のある価格で調達し、フランチャイズ店舗や直営店舗

へ供給するサプライチェーンの構築を重要な経営課題と位置づけてきました。現在、海外外食事業はフランチャイズ店舗を含めた売上高が1,000億円規模にまで成長しています。しかしその事業規模に比べ国内事業のような食材供給を通じた流通収益を十分に獲得できていないことが課題となっていました。

こうした中、当社は海外店舗向けの食材供給体制の強化を視野に入れ、食肉メーカーと連携しながら調達基盤の整備を進めてきました。特に近年は米国産牛肉の価格上昇が続いていることから比較的価格競争力の高いオーストラリア産牛肉に注目していました。その一環としてオセアニア地域で有力なパートナーを探索する中で出会ったのがSeagrassです。

Seagrassはオセアニア地域で高い知名度を誇るステーキチェーンレストランとして、オーストラリア国内の有力な食肉パッカーと強固な信頼関係を構築している企業です。同社をグループに迎えることで食肉調達におけるスケールメリットの創出に加え、海外店舗ネットワークへの食材供給体制を強化することができます。これにより海外外食事業におけるサプライチェーンの構築をさらに推進し、これまで十分に取り込めていなかった流通収益の拡大につなげることが可能になると考えました。

さらにSeagrassは高い収益力と安定した事業基盤を持つ優良企業でもあります。実際に前年度は当社グループ内でもトップクラスの収益を創出しており、今後はサプライチェーン面でのシナジー創出とともに海外外食事業の成長を支える中核企業としてグループ全体の成長に貢献することを期待しています。

C-Unitedのグループ化によるシナジー創出

2026年4月、カフェ業態を展開するC-UnitedがM&Aにより当社グループに加わりました。私達はカフェ市場を中長期的な成長が期待できる有望な市場であると捉えています。近年では、友人や同僚との会食後に会話を楽しむ場としてカフェを利用するなど消費者の利用シーンも多様化しています。またC-Unitedが展開する業態も当社グループがこれまで十分にカバーできていなかった1,000円未満の低価格帯を中心としており、景気変動局面においても一定の需要が期待できる業態です。同社が加わったことにより当社グループの事業ポートフォリオはさらに



強化されました。

C-Unitedの参画によって期待されるのがグループ各社との協業を通じたシナジー創出です。例えばグループが保有する「御用邸チーズケーキ」をはじめとするスイーツブランドとの取り組みです。これらのブランドはカフェ業態との親和性が非常に高く商品開発や販促施策における協業を通じて双方のブランド価値向上と収益拡大が期待できます。

また当社グループはレイنزインターナショナル、大戸屋、フレッシュネスバーガーなどを通じて培ってきたフランチャイズ展開の知見と幅広い加盟店ネットワークを有しています。C-Unitedの業態はフランチャイズ展開との相性が良く、既存のプラットフォームを活用することでさらなる出店拡大を加速できると考えています。

さらにカフェ業態は一般的な飲食店と比較して設備投資や施工コストを抑えやすく出店の柔軟性が高い特徴があります。そのためグループに寄せられる多様な出店案件に対し物件特性に応じた最適なブランド提案が可能になります。加えて既存の郊外型レストランへのカフェ併設など、新たな店舗活用の可能性も広がることからグループ全体の成長機会の拡大にもつながると考えています。

こうした戦略的シナジーに加えC-Unitedは高い収益力を有する企業でもあります。グループ内でも高水準の利益貢献が期待されており今後の企業価値向上と持続的な成長を支える重要な存在になると考えています。

外食産業を取り巻く市場環境について

現在の外食産業を取り巻く事業環境は多くの課題に直面しています。特に円安の長期化は海外から多くの食材を調達する当社グループにとって大きなコスト増加要因となります。

このような事業環境を背景に株式市場では外食を含む内需関連企業への評価は相対的に低い状況が続いています。足元ではAIや半導体関連など一部の成長分野へ投資資金が集中していますが、内需関連企業の中には厳しい事業環境下においても堅調な業績を維持している企業が数多く存在します。今後市場の関心が幅広い産業へ向かう中で、安定した需要基盤を持つ内需関連企業の価値についても改めて評価が進むことを期待しています。

また外食産業の将来性については人口減少を背景に成長余地を懸念する見方もあります。しかし私達は人口動態だけで市場の将来性は測れないと考えています。確かに日本では人口減少が進んでいますが女性の社会進出や共働き世帯の増加、働き方改革の浸透などにより、人々のライフスタイルは大きく変化しています。家庭内で調理に費やす時間が減少する中、内食から外食・中食へのシフトは着実に進んでおり、外食需要は人口動態の変化と同じペースで縮小するとは考えていません。むしろこうした社会構造の変化を追い風に、外食・中食に対する需要は今後も底堅く推移すると見えています。

「外食離れ」を防ぐ最善の策

2026年8月時点において、政府は2027年4月から2年間に限り食料品の消費税率を引き下げる方針を示しています。仮にこの政策が実施された場合、外食と中食の競争環境に一定の影響を及ぼす可能性があります。

当社グループとしては今後公表される制度の詳細や外食事業者向けの支援策の内容を注視しながら、必要に応じてテイクアウトやデリバリーの強化を含む適切な対応を検討していきます。

ただし私達が最も重視しているのは減税への対応そのものではなく外食ならではの価値を一層高めていくことです。外食の最大の魅力は作りたての料理を最もおいしい状態でお客様にご提供できることにあります。さらに店舗の雰囲気や接客サービス、ご家族やご友人との団らんなど店舗で過ごす時間そのものも外食ならではの大きな魅力です。お客様は単に空腹を満たすためだけではなく心地よい時間や特別な機会を求めて店舗に足を運ばれています。

外食市場を活性化するためには制度に依存するのではなくお客様に「また来たい」と思っただけの魅力ある店舗づくりが続けることが重要です。当社グループは今後

も商品力、サービス力、店舗の快適な空間づくりのさらなる向上に真摯に取り組み、お客様に「楽しかった、美味しかった」と喜ばれる店舗づくりを進めることが「外食離れ」を防ぐ最善の策であると考えています。

企業価値向上に向けたサステナビリティの推進

当社グループは社会の持続的な発展への貢献と企業価値の向上に向けて5つのマテリアリティ(重要課題)に基づきサステナビリティ経営を推進しています。

「地球環境への貢献」では2030年度までにCO₂排出量原単位を2020年度比で50%削減する目標を掲げ2026年3月期時点で33.9%の削減を達成しました。目標の達成に向けて計画どおり推移しており脱炭素社会の実現に向けた取り組みは着実に前進しているものと考えています。

また「働く仲間の成長と多様性の尊重」では多様な人材がそれぞれの能力を最大限に発揮できる環境づくりを進めています。特に女性活躍の推進を重要なテーマの一つとして位置付けており女性社員比率は前期末で34.4%と既に目標の30%を超えました。引き続き女性管



理職比率の向上に向けた研修や育成プログラムの充実を図りながら現在の20%を目標の2030年度までに30%に引き上げていきます。当社グループにはメニュー開発やマーケティングをはじめ、多様な視点や感性が価値創出につながる職種が数多くあります。女性をはじめとする多様な人材が活躍できる環境づくりを進め、組織の活性化と成長につなげてまいります。

「食の安全・安心の提供」では主力工場を中心にJFS規格認証などを取得し安全・安心に細心の注意を払っています。

「地域・社会への貢献」ではこども食堂の利用者が12万5,000人を超えたほか災害時支援の整備を図り、3t車と2t車のキッチンカー2台を準備しました。また地域住民の皆様やこども達に喜んでいただくため、創業の地「逗子」と本社がある「横浜」で花火大会に特別協賛を行っており地域社会とのつながりを大切に活動しています。

そして「経営基盤の強化」では、有価証券報告書の株主総会前開示をはじめ情報開示の充実やガバナンスの強化を通じて経営の透明性向上に取り組んでいます。

こうした取り組みの結果ESG評価をはじめとする外部評価指標も着実に向上しました。今後も各マテリアリティへの取り組みを着実に推進し事業成長と社会課題の解決の両立を図ることで、より一層の企業価値の向上を目指してまいります。

ステークホルダーの皆様へ

当社は資本コストを重要な経営指標として認識していますが資本コストの低減そのものを目的とした経営は行っていません。一般的には自社株買いなどを通じて自己資本を縮小し株主資本コストの改善を図る手法があります。しかし当社は現時点においてそうした施策を優先するのではなく株主の皆様からお預かりした資本を成長投資に活用し事業の拡大を通じて持続的なリターンを創出することを重視しています。

現在、当社の株主資本コストは7.4%、WACCは5.5%であり、PBRも2.8倍であることから、資本効率の観点においても概ね適切な水準にあると認識しています。

成長戦略の面では「COLOWIDE Vision 2030」で掲げる売上収益5,000億円の実現に向けて積極的なM&Aを実施しています。直近2年間で4社をグループに迎え入れ事業領域の拡大と収益基盤の強化を進めてきました。

こうした成長投資に伴い一時的に有利子負債は増加していますが、それと同時にキャッシュフロー創出力も着実に拡大しています。当社は借入金の額ではなく、Net DebtとEBITDAの倍率を重要な財務指標としており、その水準を3倍以内に維持することを基準としています。2028年3月期には同倍率が2.8倍まで改善する見込みであり、成長投資と財務健全性の両立を図ることができると考えています。

さらに、株主価値創出の指標であるROEについては、資本コストを上回ることを前提に、8%以上を目標として掲げています。2029年3月期には8.7%に達する見通しであり、今後も成長に向けた投資を着実に実行するとともに健全な財務基盤を維持しながら事業規模の拡大と収益力の向上を図ってまいります。

挑戦する姿勢と感謝の気持ちを忘れずに

当社グループの社員には「自ら考えて行動すること」の大切さを繰り返し伝えていきます。グループの規模が小さかった頃、私達は何もないところから事業や仕組みを築いてきました。現在のシステムや業務プロセスも、決して最初から完成されたものではなく数多くの挑戦と試行錯誤の積み重ねによって形作られてきたものです。だからこそ現状を当たり前のものとして受け入れるのではなく、「もっと良くするにはどうすればよいか」「お客様や社会にさらに大きな価値を提供するためには何が必要か」を常に考え挑戦し続けてほしいと思っています。

そして、当社グループの社員に対してもう一つ伝えてほしいということです。私達は決して自分一人の力だけで成長し、成果を上げることはできません。家族や恩師、仲間、取引先、お客様、地域社会など多くの人々の支えがあって今の自分があります。私達が大きな仕事に挑戦できるのも会社という看板があり、共に働く仲間の協力があるからです。感謝の心を持つ人には自然と信頼が集まり、周囲の協力を得ることが出来ます。「おかげさまで」という謙虚な気持ちは、人と人とのつながりを強くし、組織の成長を支える原動力になります。

挑戦する姿勢と感謝の気持ち。この二つを大切に、一人一人が知恵を出し合いより良い未来を創り上げていく。その積み重ねこそが、当社グループの持続的な成長と企業価値の向上につながるものと確信しています。

コロワイドグループの歴史

コロワイドグループの原点は、逗子市に開店した一軒の居酒屋です。そこから49年。レストラン、カフェ、スイーツ、給食へと事業を広げながら、多様な食のニーズに応え続けてきました。そして、そのフィールドは日本国内にとどまらず世界へと広がっています。私たちはこれからも「食」の可能性を追求し、新たな価値の創造に挑戦し続けます。

創業

1977年～ 炉ばた焼「手作り居酒屋 甘太郎」を逗子に開店

1977年、創業者の蔵人金男（現・当社代表取締役会長）が神奈川県逗子市に開店した炉ばた焼業態の「手作り居酒屋 甘太郎」が当社グループの創業となります。

「甘太郎」という名前は、1963年の会社設立時から逗子で運営していた甘味処の人気メニュー「甘太郎焼き」が由来です。

創業の「手作り居酒屋 甘太郎」は28坪。当初は全額借金からの船出でしたが、若者をターゲットにしたお店はメニューの評判も良く、連日満員の大盛況となりました。このお店の成功により、当社グループの長い歴史が幕を開けました。

当社グループは創業の地である逗子とのつながりを現在も大切にしており、「逗子海岸花火大会」に特別協賛するなど、逗子と深く関わりながら地域とともに歩み続けています。



手作り居酒屋 甘太郎 桜木町店



逗子海岸花火大会

成長

1981年～ 多店舗展開から多業態ドミナント戦略へ

1981年に「手作り居酒屋 甘太郎 大船1号店」を開店しました。1986年には町田1号店を出店し東京に初進出。多店舗展開を進めます。その後も商品の差別化や当時始まりつつあった居酒屋ブームの機も捉えて、次々と店舗を展開しました。そして1987年に新業態「日本料理 三間堂」を海老名市に開店、1992年には新業態「ダイニングカラオケ デイ・トリッパー」を開店するなど、多業態ドミナント戦略へ向けて新業態の開発を進めました。

1994年～ マーチャンダイジング戦略の本格稼働

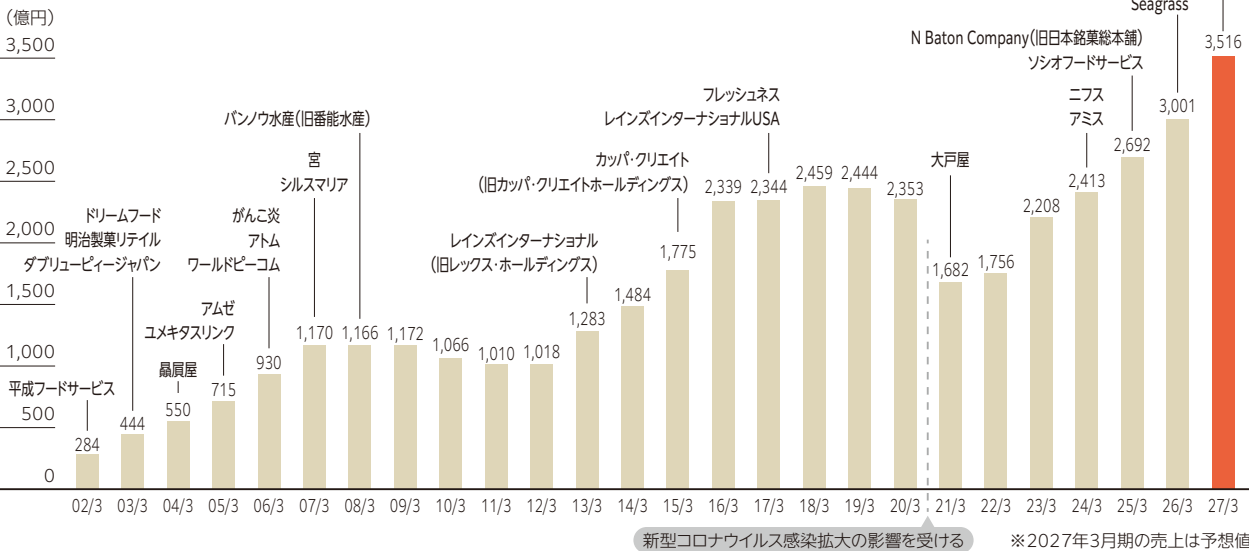
1994年10月に逗子の食品加工工場を閉鎖し、鎌倉市に400坪の鎌倉キッチン配送センターを新設。

「自分達で作って、自分達で運んで、自分達で売る」という当社グループのマーチャンダイジング戦略が本格的に始まりました。

1999年～ 株式を店頭登録

1999年10月に日本証券業協会に株式を店頭登録。2000年10月には東京証券取引所市場第二部に上場しました。

●これまでのM&A・売上収益推移



発展

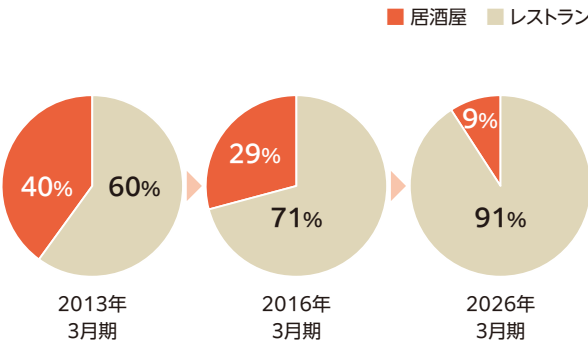
2002年～ M&A戦略・そして祖業の居酒屋からレストランへ

2002年1月、居酒屋「北海道」などを展開する㈱平成フードサービスを連結子会社化。当社グループのM&A戦略が始まりました。そしてM&A成立に合わせて本社を横浜市に移転。同年9月には株式を東京証券取引所市場第一部に上場しました。

その後「外食日本一企業の実現」を長期ビジョンとしていた当社グループは、より市場規模の大きいレストラン業態の拡大に軸足を移します。2005年に「にぎりの徳兵衛」などを展開する㈱アトム、2012年に「牛角」「しゃぶしゃぶ温野菜」などを展開する㈱レックス・ホールディングス（現㈱レイズインターナショナル）、2014年に「かっぱ寿司」のカッパ・クリエイトホールディングス（現カッパ・クリエイト）、2016年に「FRESHNESS BURGER」の㈱フレッシュネス、2020年に「大戸屋ごはん処」の㈱大戸屋ホールディングスなどを続々と連結子会社化し、レストラン業態の構成比を飛躍的に高めると同時に、多業態ドミナント戦略とマーチャンダイジング戦略のシナジーを創出しました。

※㈱フレッシュネスは㈱レイズインターナショナルが連結子会社化しています。

●居酒屋・レストランの店舗数比率



FRESHNESS BURGER 1号店(富ヶ谷店)

2006年～ スイーツブランド・カフェ業態の拡充、海外外食事業・給食事業の展開へ

2006年10月、生チョコレート発祥の㈱シルスマリアを連結子会社化。2024年4月には「チーズガーデン」や「クリオロ」を展開する㈱日本銘菓総本舗（現㈱N Baton Company）を連結子会社化し、スイーツブランドの拡充を進めました。

海外外食事業においては、2010年の香港現地法人 COLOWIDE ASIA CO.,LTD.設立を皮切りに展開を進めており、2016年12月にはREINS INTERNATIONAL (USA) CO.,LTD.*1を子会社化。2024年には経済成長が見込まれる中東への進出に向けて、REINS PALACE MIDDLE EAST SPV LTDを設立。同年11月に中東第1号店をアラブ首長国連邦(UAE)に出店しました。そして2025年6月、プレミアムステーキハウス「6HEAD」などを運営するSeagrass Holdco Pty Ltd*2の全株式を取得しオーストラリアへ進出しました。

給食事業は2019年12月に本格参入し、2024年には㈱ニフスやソシオフードサービス（現ニフス）など*2を連結子会社化。2025年4月より㈱ニフスを中心とする体制を構築しています。

2026年4月には「珈琲館」「カフェ・ベローチェ」「カフェ・ド・クリエ」の3業態を中心に、日本全国でカフェ業態を展開するC-United*2を連結子会社化しました。

このようにして、当社グループは国内の外食事業を基盤としながら、より成長余地の高い市場へと事業領域を広げてきました。

※1 REINS INTERNATIONAL (USA) CO.,LTD.は㈱レイズインターナショナルが連結子会社化しています。
※2 Seagrass Holdco Pty Ltd、㈱ニフス、ソシオフードサービス（現ニフス）、C-United（現）は㈱コロワイドMDが連結子会社化しています。



牛角海外1号店(West Los Angeles)

価値創造モデル

コロワイドグループは独自のビジネスモデルを追求し、企業価値の向上と、社会の持続的発展に貢献します。

価値創造モデル ●



コロワイドグループの強み

コロワイドグループの強み ●

私達の事業の持続的な成長は、独自のマーチャンダイジング戦略、多業態ドミナント戦略、グローバル戦略、そして積極的なM&Aによって支えられてきました。これからも、それぞれの強みを最大限に活かしながら、グループ全体のシナジーをさらに高め、持続的な成長と事業拡大を推進してまいります。

事業拡大の中心にあるマーチャンダイジング戦略

当社グループは、独自のマーチャンダイジング戦略のもと、安全・安心な食材を提供することで、お客様への提供価値の最大化を追求しています。

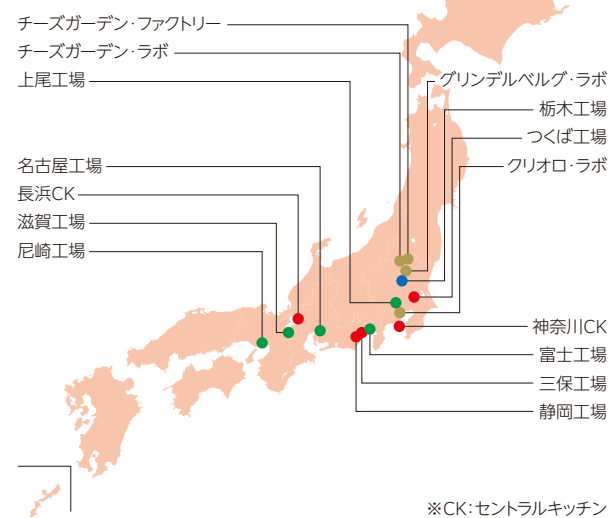
グループ全体のマーチャンダイジング機能を担うコロワイドMDでは、商品の研究開発から食材の調達、製造、物流までを一貫して管理しています。グループ横断での商品開発を通じて、原材料の歩留まり向上による原価低減を図るとともに、業態ごとの差別化を実現した商品を提供しています。こうした取り組みにより、多様な顧客ニーズに応えるブランド展開を支える中核的な役割を果たしています。

●セントラルキッチンの中核とした生産・製造体制

コロワイドMDが運営する全国の工場は、グループ全体のセントラルキッチンとして機能しています。これにより、各店舗における仕込み業務の負担を軽減するとともに、グループならではのオリジナリティあふれる「独自の味」を安定的に提供しています。

また当社グループには、デリカ事業を展開するジャパンフレッシュ、業務用及び一般消費者向けのたれの製造・販売を手掛けるエムワイフーズ、スイーツ事業を展開するN Baton Companyなどの製造拠点があります。これらのグループ企業が連携することで、それぞれの強みを最大限に活かしたシナジーを創出し、外食事業に加えて中食分野においても事業を拡大しています。

- (株)コロワイドMD
- (株)ジャパンフレッシュ
- (株)エムワイフーズ
- (株)N Baton Company



●研究開発機能の強化

当社グループは、2022年10月にコロワイドMD研究所を開設し、グループ各社における食材の共通化や規格の標準化を推進しています。また原材料を起点とした多彩な商品開発や食品ロスの削減にも積極的に取り組んでいます。これらの取り組みを通じて、コスト競争力の強化と商品価値の向上を図るとともに、フードビジネスを通じた社会課題の解決に貢献できるよう努めています。



コロワイドMD研究所

●持続可能な食材の調達

当社グループは、「コロワイドグループ調達方針」に基づき、取引先の皆様と連携しながら安全・安心で環境に配慮した食材調達を推進しています。具体的には植物性食品(PBF)の導入拡大、陸上養殖魚の活用、レインフォレスト・アライアンス認証コーヒー豆の使用の推奨などに取り組んでいます。

また農業生産法人ベジフルファームへ資本参加し、青果物の安定調達とサプライチェーンの最適化に取り組むなど、環境・社会に配慮した持続可能な事業運営を推進しています。



農業生産法人(株)ベジフルファーム

持続可能な食材の調達に関する取り組みはこちらをご参照ください。

https://www.colowide.co.jp/sustainability/environment/next_generation.html



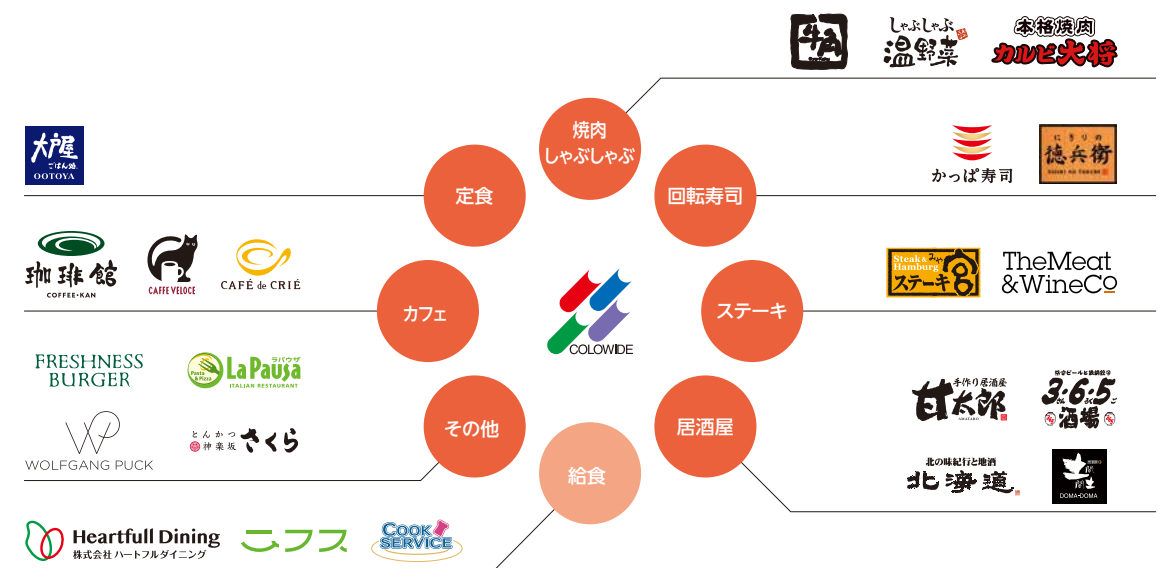
多様なブランド展開による売上機会の拡大とリスク分散

当社グループは、焼肉、定食、回転寿司など多様な飲食ブランドを展開することで、幅広い顧客ニーズの取り込みを進めてきました。さらに、2026年4月にC-Unitedがグループに加わったことでカフェ業態が拡充され、事業ポートフォリオは一層強固なものとなっています。

また同一商圈内においても異なる業態の店舗を展開することで、グループ内ブランド間の競合を抑制しながら、多様な顧客層の来店機会を創出し、エリア全体で効率的

な売上獲得を実現しています。

加えて、BSEや鳥インフルエンザなどの特定食材に起因するリスクが発生した場合でも、主力食材が異なる複数のブランドを保有しているため、影響をグループ全体で分散することが可能です。これにより、市場環境や食材調達環境の変化に対する耐性を高め、安定した事業運営の実現につなげています。



グローバル外食企業へ向けた様々な戦略

当社グループは、「牛角」「大戸屋ごはん処」「かっぱ寿司」などの主力ブランドを中心に海外出店を拡大するとともに、高い経済成長が期待される新たな国・地域への進出を積極的に推進しています。

海外展開においては、各地域の食文化や市場特性に応じて最適な業態を展開するほか、市場知見や事業基盤が十分でない地域では、現地有力企業とのジョイントベンチャーやフランチャイズモデルを活用し、投資リスクを抑制しながら成長機会の獲得を図っています。また自社ブランドの展開に加え、現地で高いブランド力や顧客基盤を有する企業へのM&Aを実施することで、事業基盤の強化と成長の加速を進めています。

近年では、成長市場である中東において新ブランド「GYU BOSS」を展開するとともに、「牛角」の中東1号店を出店しました。さらに、オセアニア地域有数のステーキレストランチェーンを運営するSeagrassがグループに加

わったことで、地域・業態の両面において事業領域を拡大しています。

このように、オーガニック成長とM&Aを組み合わせた多面的な成長戦略を推進することで、事業ポートフォリオの拡充と収益基盤の強化を図り、グローバル市場における持続的な成長の実現を目指しています。



中東における「牛角」1号店 Palm Jumeirah Mall (UAE)

COLOWIDE Vision 2030

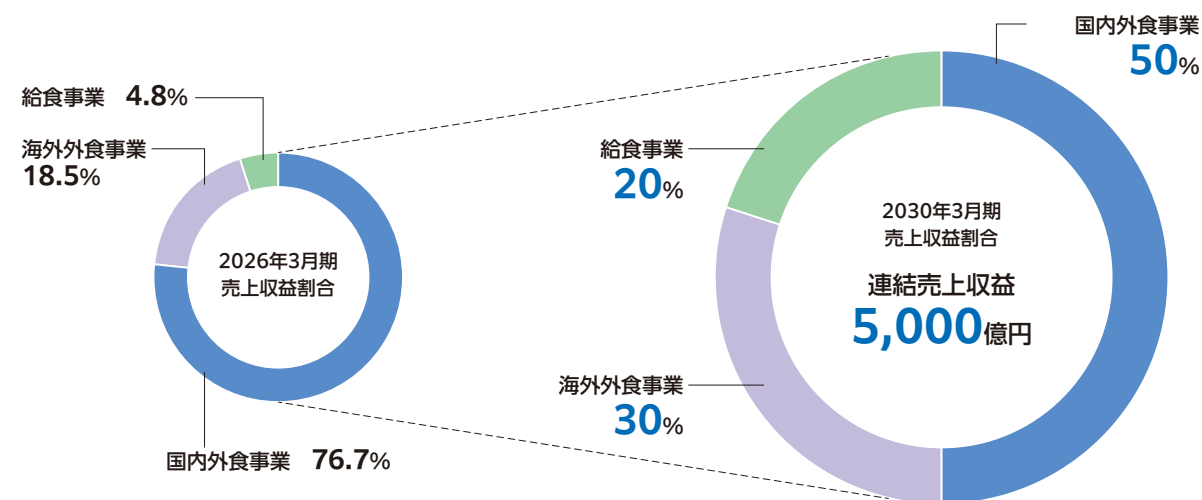
COLOWIDE Vision 2030

「外食日本一企業の実現、そしてグローバル外食企業へ」

当社グループの中期経営計画「COLOWIDE Vision 2030」の進捗をご説明します。

連結売上収益目標

国内外食事業の着実な成長に加え、海外・給食・カフェ事業の拡大を通じ、2030年売上収益5,000億円の実現に向けて事業ポートフォリオの進化を加速しています。2026年3月期は売上収益3,000億円を突破し、新たな成長ステージへ移行しました。



積極投資をする3分野

M&Aによる事業拡大

国内外食事業	レストラン業態の新規出店と既存店への再投資
海外外食事業	新規エリアの開拓と既存エリアにおける新規出店
給食事業	持続可能な運営モデルの構築と展開・人材基盤の強化

国内外食事業

進捗 ①

●既存業態による来店促進施策の強化

国内外食事業では、「牛角」「しゃぶしゃぶ温野菜」における定期的なメディア露出や、「ステーキ宮」の新テレビCM放映を通じてブランド認知度の向上を図りました。また「かつぱ寿司」では平日限定の税込90円メニュー導入や食べ放題施策の拡大を実施したほか、「大戸屋ごはん処」では人気スポーツアニメとのコラボレーション企画、季節感や楽しさを感じられる特別メニューの提供、ならびに公式アプリのポイントランクアッププログラム「大戸屋POINT+」の導入を実施しました。さらに、「FRESHNESS BURGER」では旬の食材を活用したメニュー提供によりカフェタイム

利用を促進するなど、各ブランドにおいて来店促進施策を強化しました。



しゃぶしゃぶ温野菜テレビCM

進捗 ②

●レストラン業態を中心とした新規出店、業態転換などの取り組み

国内外食事業の主要ブランドである「牛角」をはじめ、その派生業態である「牛角焼肉食堂」や「しゃぶしゃぶ温野菜」、「大戸屋ごはん処」などのレストラン業態を中心に出店を推進するとともに、スイーツ事業においては「チーズガーデン」の出店拡大にも取り組みました。

またチョコレートブランド「シルスマリア」では、最大の繁

忙期であるバレンタイン催事への出店を強化した結果、過去最高の売上収益を達成しました。さらに、新たな成長機会の創出に向けて、町中華業態「甘太郎食堂」を横浜に出店するなど、新業態の開発・展開を推進しました。

加えて、既存店舗の改装やリロケーション、業態転換にも取り組み、店舗網の最適化と収益力の向上を図りました。

●2026年3月期における新規出店・業態転換など



牛角焼肉食堂 そよ三条店



チーズガーデン 仙台エスパル店



甘太郎食堂 馬車道店



しゃぶしゃぶ温野菜 昭島モリタウン店



大戸屋ごはん処 東海店(業態転換)



シルスマリア バレンタイン催事

TOPICS

新たな成長基盤となるカフェ事業

2026年4月、「珈琲館」「カフェ・ベローチェ」「カフェ・ド・クリエ」の3業態を中心に、日本全国でカフェ事業を展開するC-United(株)を完全子会社化しました。今後はカフェ市場における一層の成長に加え、当社グループの「チーズガーデン」をはじめとする複数のスイーツブランド製品の販売による売上拡大や、立地開発、フランチャイズ開拓力の強化、仕入・物流の効率化など、グループシナジーを最大限に活用し、さらなる事業価値の向上を目指します。



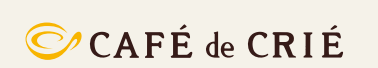
珈琲館

1970年の創業以来、「一杯のコーヒーに心をこめて。」という経営ポリシーの下、オーダーを受けてから一杯ずつ丁寧に淹れる本格派の珈琲を提供しています。



カフェ・ベローチェ

1986年の創業以来、おひとりおひとりに寄り添った接客を目指し、スピーディーな商品提供と気持ちの良いサービスを心掛けています。



カフェ・ド・クリエ

1994年の創業以来、「一杯のしあわせ」からはじまる「いっぱいしのあわせ」というコンセプトの下、バラエティ豊富なメニューを提供しています。

海外外食事業

進捗 3

●新規エリアの開拓

2025年6月、オーストラリア及びUAEでステーキレストラン事業を展開するSeagrass Holdco Pty Ltdの全株式を取得し完全子会社化しました。同社は高品質な料理と洗練された空間・サービスを提供する「6HEAD」等のプレミアムステーキハウスを展開しており、2026年3月期には2店舗の新規出店を実施しました。これにより、2026年3月末時点の店舗数は21店舗となっています。

また1店舗あたりの売上規模が高く、代表的な店舗である「6HEAD The Rocks NSW」の年間売上高は31.5億円に達するなど、高い事業性と収益性を有しています。

今後は、当社グループが既に進出しているアジア諸国及び中東において、同社ブランドの出店拡大を強力にサポートし新規出店を促進するとともに、オーストラリア国内

の有力な食肉パッカーと強固な信頼関係と取引関係を構築している同社の強みを活かし、当社グループにおける豪州産牛肉のサプライチェーン網構築による将来の流通収益強化を目指します。



6HEAD The Rocks NSW

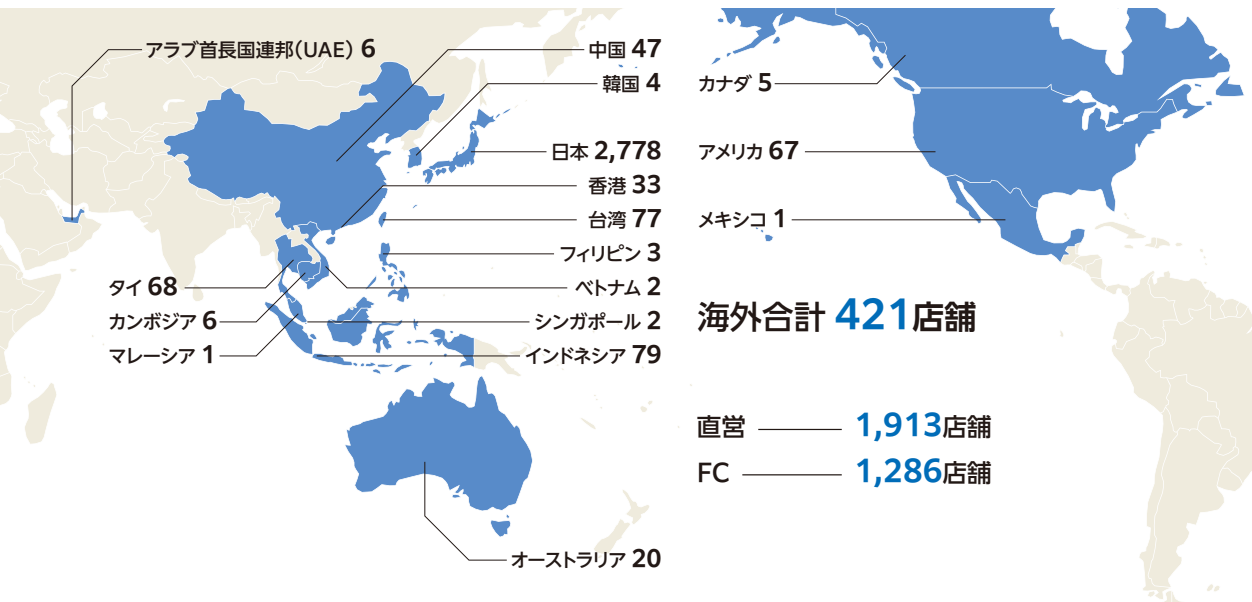
進捗 4

●既存エリアにおける新規出店

北米・アジア・中東などの既存展開エリアでは、新業態の開発及び新規出店を推進しています。北米エリアでは、2025年10月にメキシコで「牛角」のフランチャイズ店舗を初出店しました。アジアエリアでは、インドネシアにおいて既存業態である「牛角」に加え、ノンハラル焼肉という新たな需要の取り込みを目的とした新業態「六角」を出店しまし

た。また「かっぱ寿司」の出店も進めています。さらに台湾やタイでも新規出店を実施し、フィリピンでは「大戸屋ごはん処」のフランチャイズ店舗1号店を出店しました。中東エリアでは、これまで展開してきたフードコート向け業態「GYU BOSS」に加え、2026年3月に「牛角」1号店を出店するなど、各エリアにおいて新規出店を推進しています。

●出店状況(2026年6月末現在)



給食事業

進捗 5

●グループシナジーを活かした給食事業の競争力強化

給食事業では、多様な受託施設のニーズに応える持続可能な運営モデルの構築を通じて営業力を強化しています。新規拠点の獲得と収益構造の改善を継続的に推進した結果、2026年3月期末の契約拠点数は509拠点となりました。フードサービスカンパニーとして培った提案力と、グループシナジーを活かした商品開発力を強みに、付

加価値の高いサービスを提供することで業容拡大と収益性向上を推進しています。また北海道から九州まで全国のヘルスケア施設を中心に事業基盤を展開し、グループインフラを活用した効率的な運営により原価高騰への対応を図るとともに、利用者の体験価値向上にも取り組んでいます。



かっぱ寿司の「出張回転寿司」



献立イメージ

マーチャンダイジング及びサステナビリティの推進

進捗 6

●マーチャンダイジング機能強化への取り組み

グループのマーチャンダイジングを統括するコロワイドMDでは、商品のさらなる品質向上や原材料価格高騰などへの対応を目的に、調達の効率化や原材料を起点とした多彩な商品開発を推進しています。また物流ネットワークの整備を継続的に進め、2026年3月期においては配送センターを11拠点到集約することでサプライチェーンの最適化を強化しました。さらに「牛角」や「ステーキ宮」向けの肉加工をはじめとする商品の内製化を推進し、原価低減と店舗オペレーションの効率化を通じて、グループ全体の収益力向上を支えています。



コロワイドMD 長浜CK

進捗 7

●サステナビリティの推進

コロワイドMDが管轄する全国の工場において廃棄物の削減を継続的に進めています。また食品安全管理体制の強化を進め、神奈川県CK及び栃木工場では「JFS-B Plus」の認証を取得しました。店舗においても、「かっぱ寿司」では食品ロスの削減を目的に「おいしいを無駄にしない」という取り組みを開始しており、「大戸屋」では、気候変動と生物多様性の保全への意思を示すため1時間の消灯を行う世界最大級のイベント「EARTH HOUR 2026」に参加するなど、グループ全体でサステナビリティへの取り組みを推進しています。



EARTH HOUR 2026

国内外食事業

株式会社レインズインターナショナル



代表取締役社長
澄川 浩太

●事業概略・対象ブランドの説明

レインズインターナショナルは、「牛角」・「牛角焼肉食堂」、「しゃぶしゃぶ温野菜」、「居酒屋 土間 土間」等の複数のブランドを直営店舗及びフランチャイズ方式により展開しています。基幹事業である牛角は1996年に創業し、「焼肉」をフランチャイズ事業として開拓・拡大し、500店舗規模へと成長しました。近年では、フードコート業態である「牛角焼肉食堂」を新たに事業化し、ブランドとしてますます飛躍しております。しゃぶしゃぶ温野菜は、かつては高級業態であったしゃぶしゃぶ・すき焼きを大衆化し、フランチャイズビジネスとして200店舗以上を展開しています。

店舗数：国内1,094店舗、海外248店舗（連結子会社及びFC含む）
従業員数：14,479名（連結子会社含む）

（2026年3月末現在）



●事業の強み・特長

牛角・しゃぶしゃぶ温野菜の両業態は、フルサービスレストラン（FSR）でありながら、フランチャイズ展開を可能とする事業オペレーションとビジネスモデルを構築しています。外食産業に求められる価値が益々多様化する中で、FSRとして高い付加価値が求められるシーン・オケージョンに適した稀有な業態です。



メニューイメージ（左から：牛角、しゃぶしゃぶ温野菜、とんかつ神楽坂さくら）

●2026年3月期レビュー（主な取り組み）

- 牛角においては、テレビCMを中心とした広告活動による認知拡大、各種コンテンツとのコラボ企画の強化及び趣向を凝らした販売促進活動を通じて、多様な顧客層の新規獲得・再来店動機の促進に注力しました。
- しゃぶしゃぶ温野菜においては、提供品質・メニューラインナップの改善を推進し、既存店売上高の成長を実現しました。
- 牛角焼肉食堂・とんかつ神楽坂さくらは、新規出店のドライバーとして累計137店舗の出店を実現し、当社事業の拡大・発展に貢献しました。

●企業価値の向上に向けたこれからの取り組み

実質賃金の上昇による消費者心理の好転までには一定の時間を要すると考えられる環境下、主力業態である牛角・しゃぶしゃぶ温野菜事業においては、FSRとしての提供品質・サービス品質の改善に継続的に取り組むことで付加価値の向上を実現し、ハレの日需要のさらなる獲得を強化・推進する計画です。

また各種コスト上昇を踏まえた販売価格の見直しを行うことで収益性を確保しつつ、「お値打ち感」を高めるための販売促進活動の強化等を通じて、再来店及び新規双方の来店動機獲得に努めます。

加えて、牛角焼肉食堂を中心とする新規出店を通じて、マーケットシェアを拡大し、事業基盤のさらなる強化・成長を推進してまいります。

カッパ・クリエイト株式会社



代表取締役社長
山角 豪

●事業概略・対象ブランドの説明

カッパ・クリエイトは、グループの主力ブランドである「かっぱ寿司」を全国に展開する回転寿司チェーン事業を行っています。店内はカウンター席からゆったりとお食事できるボックス席まで揃えており、おひとりでもご家族、ご友人とでも快適に過ごすことができる場所を提供しています。また幅広い顧客層が満足できるように110円（税込）の定番商品から、季節商品やコラボ商品などの付加価値の高い高価格帯商品まで取り揃えています。

店舗数：国内302店舗、海外10店舗（連結子会社含む）
従業員数：17,562名（連結子会社含む）

（2026年3月末現在）



●事業の強み・特長

いちばん身近でいちばん頼れる“みんなのフリエイティブレストラン”として、お客様にワクワクを届けるために「かっぱの挑戦ACTION」に取り組んでいます。旨みを逃さないように塩水で解凍して一枚一枚丁寧に切り付ける毎日店内仕込みのまぐろ、天ぷら粉から開発した揚げたてサクサクの天ぷら、中トロなどの高級ネタからサイドメニュー・スイーツまで約100種類の食べ放題、二貫110円（税込）の常識を覆す一貫55円（税込）からの提供等、様々な「かっぱの挑戦ACTION」を実施しています。



メニューイメージ（かっぱ寿司）

Kappa Sushi Pondok Indah Mall 1（インドネシア）

●2026年3月期レビュー（主な取り組み）

- 店舗における顧客体験価値の向上を図るためキッチンマイスター及びサービスマイスターの育成と消費動向に応じたプライシング、食べ放題の全店拡大、営業時間の拡大等を実施し、既存店のQSC向上と集客施策に取り組みました。
- 事業成長を図る新規出店として、大都市駅前や郊外型商業施設、新規商圏の立地開発を進め、新規商圏である北陸を中心とした新規出店を実施しました。
- 韓国事業の収支構造の改善及びインドネシア事業のシェア拡大に向けた店舗改装、新規出店を実施等、成長領域へ事業拡大を加速し、持続可能な企業価値向上に取り組めました。

●企業価値の向上に向けたこれからの取り組み

2027年3月期においては、既存店の競争力向上、店舗ポートフォリオの最適化、サステナビリティ、関連事業拡大の4つを経営戦略の柱として取り組む計画です。国内事業の既存店の再成長を収益基盤とし、顧客及び株主、従業員への還元や成長投資の拡大、強固な財務基盤の構築を進めます。

カッパ・クリエイトは海なし県の長野県で創業し、回転寿司チェーンのパイオニアとして様々な挑戦を続けてきました。この挑戦をこれからも絶やすことなく、社是である「お客様の喜びが私たちの喜びです」を実現し、再び回転寿司業界No.1の定位置に戻るべくこれからも取り組んでまいります。

株式会社アトム



代表取締役社長
植田 剛史

●事業概略・対象ブランドの説明

アトムは、中部・東北・北関東エリアを中心に、専門性の高い郊外型レストランを展開しています。主力ブランドである「ステーキ宮」をはじめ、「本格焼肉カルビ大将」、グルメ廻転寿司「にぎりの徳兵衛」、「こだわりとんかつ かつ時」等、来店目的が明確な専門業態を展開しています。各ブランドにおいて、家庭では再現が難しい高付加価値な商品と高品質な接客サービスを通じて、お客様に選ばれる店舗づくりを推進しています。

店舗数:国内247店舗(FC含む)
従業員数:8,282名

(2026年3月末現在)



●事業の強み・特長

アトムは、地方創生を重要な経営テーマとし、地域社会との共生や地元食材の活用、雇用創出を通じて地域経済に貢献しています。また地方都市でのドミナント戦略を推進するとともに、グループの調達・商品開発・物流機能を活用し、収益性向上と安定運営を実現しています。これらを通じて、地域に新たな食の価値を提供し、地域に根差した成長を継続しながら企業価値の向上を目指しています。



メニューイメージ(左から:ステーキ宮、本格焼肉カルビ大将、にぎりの徳兵衛)

●2026年3月期レビュー(主な取り組み)

- ステーキ宮では商品・価格・利用形態を見直し、付加価値メニューやサイドメニューを強化しました。焼肉業態では国産牛食べ放題コースを拡充し、寿司業態ではフェア施策や商品力向上によりブランド価値を高め、安定成長を実現しました。
- 「グリエ・ミア!」や「鎌倉かぶと」など新規業態の育成を進めるとともに、複合業態や「大戸屋ごはん処」への業態転換を推進し、運営効率化と収益性向上を図りました。
- 福井県を中心に教育支援や子ども食堂支援、プロバスケットボールクラブ「福井ブローウィングス」との連携、地域密着型プロモーションを通じて、地域との関係強化とブランド価値向上に取り組めました。

●企業価値の向上に向けたこれからの取り組み

2027年3月期は、外食企業としての原点回帰を基本姿勢とし、安全・安心を前提とした質の高い商品とサービスの提供を通じて、お客様から信頼され、地域に支持される店舗づくりを進めていくことが、収益基盤の強化に重要であると認識しています。アトムのありたい姿は、食を通じて地域に貢献することであり、ローカルチェーンとして地域に愛され続ける店舗を作り、その地域におけるNo.1を目指しこれからも取り組みを進めてまいります。

株式会社大戸屋ホールディングス



代表取締役社長
三森 智仁

●事業概略・対象ブランドの説明

大戸屋ホールディングスは、国内及び海外において「大戸屋ごはん処」をはじめとする外食事業の企画・運営・管理を行っています。定食屋チェーンのパイオニアである「大戸屋ごはん処」は、素材と店内調理にこだわり、手間ひまを惜しまず一品一品丁寧に仕上げた「日本の食卓ごはん」を提供しています。日常の食事を通じて、からだにうれしく、心まで満たされる食体験を届けることを目指し、国内外でブランド価値の向上に取り組んでいます。

店舗数:国内321店舗、海外141店舗(連結子会社及びFC含む)
従業員数:6,536名(連結子会社含む)

(2026年3月末現在)



●事業の強み・特長

大戸屋の強みは、「素材へのこだわり」「店内調理」「栄養バランス」「無添加への取り組み」にあります。「からだにうまい。」のブランドメッセージのもと、主食・主菜・副菜を組み合わせたバランスの良い定食スタイルと、素材本来のおいしさを活かした手作りの料理を提供しています。日常の食事としての価値を追求し、幅広い世代に選ばれるブランドを目指しています。



メニューイメージ(大戸屋ごはん処)

●2026年3月期レビュー(主な取り組み)

- アプリを活用した顧客基盤の強化に取り組み、新規会員の獲得を推進するとともに、ランクシステムの導入により来店頻度や利用状況に応じた施策を実施しました。
- IPコンテンツとのコラボレーション企画を展開し、従来接点の少なかった新たな顧客層の来店促進とブランド認知の向上に取り組めました。
- SNS広告の運用強化や情報発信の充実を通じてブランドコミュニケーションを強化し、大戸屋の価値や魅力の発信に努めました。

●企業価値の向上に向けたこれからの取り組み

2027年3月期においては、新たなブランドスローガン「からだにうまい。」のもと、「大戸屋ごはん処」ならではの価値をさらに磨き上げるとともに、多様なチャネルを活用した顧客接点の拡大やアプリ施策の強化を推進します。また店内調理による手づくり感や栄養バランスに配慮した健康的な食事の提供といった当社ならではの強みを、より多くのお客様にお届けすることで、ブランド価値の向上と新たなファンの創出に取り組んでまいります。

C-United株式会社



代表取締役社長
友成 勇樹

●事業概略・対象ブランドの説明

C-Unitedは、「珈琲文化の創造と発展を通して人を幸せにすること」を経営理念に掲げ、「珈琲館」「カフェ・ベローチェ」「カフェ・ド・クリエ」を中心としたカフェブランドを展開しています。創業以来50年以上にわたりコーヒービジネスに取り組み、地域に根差した喫茶店として親しまれてきた「珈琲館」、手頃な価格とスピーディーなサービスで日常使いのニーズに応える「カフェ・ベローチェ」、お客様の健康を考え、からだにやさしい商品を提供する「カフェ・ド・クリエ」など、それぞれ異なる価値を持つブランドを通じて、お客様の日常に寄り添い、街の財産となるお店づくりを推進しています。

店舗数：国内565店舗（FC含む）
従業員数：9,770名

（2026年3月末現在）



●事業の強み・特長

C-Unitedの強みは、異なる顧客層や利用シーンに対応するブランドポートフォリオにあります。立地特性や市場ニーズに応じて最適なブランドを展開するマルチブランド戦略により、多様化する顧客ニーズへの対応力を高めるとともに、ブランドポートフォリオの分散による事業基盤の強化を図っています。



メニューイメージ（左から：珈琲館、カフェ・ベローチェ、カフェ・ド・クリエ）

●2026年3月期レビュー（主な取り組み）

- 創業55周年を迎えた「珈琲館」では、起源である「珈琲専門店」としてのこだわりを大切にしながら、珈琲の味わいを引き立てる「フードマリアージュ」の提案を強化し、珈琲文化の魅力発信とブランド価値の向上に取り組みました。
- 「カフェ・ベローチェ」において、鷺ノ宮駅店が初のフランチャイズ店舗として開業しました。直営店運営で培ったノウハウを活用し、新たな成長基盤の構築に取り組みしました。
- 「カフェ・ド・クリエ」では、2025年3月より推進してきた「次世代カフェ・ド・クリエ」への転換の一環として、アレンジコーヒー・ラテを中心にドリンクメニューを約20種類拡充。選ぶ楽しさを広げる商品ラインアップへと進化しました。

●企業価値の向上に向けたこれからの取り組み

2027年3月期においては、新規出店や既存店改装による店舗競争力の強化に加え、立地・商圈に応じた出店モデルの高度化を推進する計画です。またQSC+V（品質・サービス・清潔さ・価値）の向上を通じて顧客体験のさらなる向上を図るとともに、店頭物販の拡充による顧客接点の拡大や収益基盤の強化に取り組みます。さらに人材を企業価値創造の源泉と位置付け、企業内大学「珈琲大学」を通じて珈琲文化の継承・発展を担う人材の育成を強化し、持続的な成長と企業価値向上の実現を目指してまいります。

株式会社コロワイドダイニング



代表取締役社長
頼住 厚哉

●事業概略・対象ブランドの説明

コロワイドダイニングは、グループの創業ブランドである「手作り居酒屋 甘太郎」をはじめ、「うまいものいっぱい いろはにほへと」、「北の味紀行と地酒 北海道」などの居酒屋業態を中心に展開しています。また安い旨い早いをコンセプトにした「大衆酒場 3・6・5酒場」、本格イタリアンを手頃な価格で味わえるレストラン「La Pausa」など、多様なブランドを国内で展開し、幅広い顧客ニーズに対応しています。

店舗数：国内203店舗（FC含む）
従業員数：5,544名

（2026年3月末現在）



●事業の強み・特長

客単価1,000円台から5,000円台までの幅広い業態を同一商圈内に展開することで、多様な顧客ニーズに対応するとともに、自社ブランド間の競合を抑制しながら集客機会の最大化を図っています。またグループの強みであるマーチャンダイジング機能を活用し、食材の共通化や調達の効率化を進めることで、原材料価格や物流費の高騰による影響を抑制し、お客様への提供価値のさらなる向上に努めています。



メニューイメージ（左から：うまいものいっぱい いろはにほへと、北の味紀行と地酒 北海道、大衆酒場 3・6・5酒場）

●2026年3月期レビュー（主な取り組み）

- 顧客満足度の向上及び新規顧客の獲得・FIT施策としてGoogleビジネスプロフィール活動を実施。また継続したLINE会員獲得活動により、2026年3月期時点で104万名の有効会員数を獲得しました。
- 市場環境の変化や顧客ニーズの多様化に対応するため、新業態として「すし酒場」及び「中華食堂」を開発し、事業ポートフォリオの拡充を推進しました。
- 増加し続けている訪日外国人への対応として、旅行代理店向けの説明会を開催し、インバウンド需要の積極的な獲得に努めました。

●企業価値の向上に向けたこれからの取り組み

法人宴会の減少や若年層のアルコール離れに加え、原材料費や人件費などのさらなる上昇及び人手不足といった構造的なコスト増は今後も継続すると見込まれており、事業を取り巻く環境は引き続き厳しい状況と想定しています。こうした中でもグループシナジーの活用や、人材育成をはじめとした各種施策を進め、店舗運営力の一層の強化を実現します。加えて、新業態へのチャレンジや業態転換等の投資を着実に進めることにより、事業ポートフォリオの最適化を推進し、お客様に必要とされ続ける存在を目指してまいります。

株式会社フレッシュネス



代表取締役社長
齋藤 健太郎

●事業概略・対象ブランドの説明

フレッシュネスは、「大人がくつろげるバーガーカフェ」をコンセプトにしたハンバーガーチェーン「FRESHNESS BURGER」を全国に展開しています。ゆっくりとくつろげる空間で、こだわりのある手作りのハンバーガーやドリンクを提供し、味覚はもちろん心も満たしてくれる、日常のちょっとした贅沢を楽しめる空間を提案しています。

店舗数：国内153店舗(FC含む)
従業員数：2,019名

(2026年3月末現在)



FRESHNESS
BURGER

●事業の強み・特長

人の健康を第一に考えた新鮮な素材を使ったハンバーガーを提供したいという思いから、英語で「新鮮」を意味する「FRESHNESS」を冠した「FRESHNESS BURGER」では、創業からの理念である3H(Hospitality・Homemade・Healthy)への想いを大切に、他チェーンでは非合理的とも思えるような『ひと手間』を惜みず、おいしい商品と居心地のいい空間を提供することにこだわっています。



メニューイメージ(FRESHNESS BURGER)

●2026年3月期レビュー(主な取り組み)

- 年8回の新商品プロモーションに加え、夏のビールフェアやクリスマスチキン販売など、季節性を活かした各種キャンペーンを展開し、来店促進及び売上拡大に取り組みしました。
- 夜間帯の利用促進を目的に夜限定メニューを刷新し、「フレバールセット」の販売を開始しました。アルコールと夜限定メニューを気軽に楽しめる商品ラインナップにすることで、多様な利用ニーズへの対応を図り、来店機会の創出に取り組みしました。
- コーヒーとの相性に優れた作りたてのスコーンサンドを販売し、商品ラインナップを拡充しました。ハンバーガー利用にとどまらず、コーヒーやスイーツをきっかけに気軽に立ち寄れる“バーガーカフェ”としての魅力を高めることで、「日常の中のサードプレイス」として、様々な利用シーンに対応できる店舗づくりを推進しました。

●企業価値の向上に向けたこれからの取り組み

2027年3月期においては、国内最大規模のポイントサービスであるVポイントを導入し、新規顧客層へのアプローチ、既存顧客の来店頻度向上を図ります。

1992年12月に東京都内の小さな1店舗からスタートした「FRESHNESS BURGER」は、こだわりへの共感者であるフランチャイズ店舗のオーナーや、お店で働く店長やパートナーの皆様の「FRESHNESS BURGERのおいしい商品を届けたい」という想いからここまで成長してきました。これからも手間を惜みず、お客様が心より満足できる「サードプレイス」を目指して取り組みを進めてまいります。

海外外食事業

Seagrass Holdco Pty Ltd



代表取締役社長
Ravi Singh

●事業概略・対象ブランドの説明

Seagrassは、プレミアムステーキハウスブランドである「The Meat & Wine Co」「6HEAD」「Hunter & Barrel」をオーストラリア及び中東で展開するレストラングループです。厳選された食材とワイン、独創的なレストランデザイン、そして心のこもったホスピタリティを通じて、特別なダイニング体験を提供しています。また生産者やワイナリーとの強固なパートナーシップ、テクノロジーの積極的な活用を中核に据えた独自の事業モデルを構築しており、これらの強みを基盤として今後はアジア市場への事業拡大も計画しています。

店舗数：オーストラリア19店舗、UAE2店舗(連結子会社含む)
従業員数：1,067名(連結子会社含む)

(2026年3月末現在)



●事業の強み・特長

Seagrassの最大の強みは、社員一人一人と、それを支える「信頼」「尊重」「一体感」を基盤とした家族のような企業文化にあります。また生産者やサプライヤーとの直接的な関係構築による高品質な食材の調達力に加え、ブランドごとの明確なコンセプトと革新的な店舗デザインを組み合わせることで、他社との差別化を図り、顧客に価値ある体験を提供しています。



メニューイメージ(6HEAD)



The Meat & Wine Co Bligh Street



Hunter & Barrel Emirates Hills

●2026年3月期レビュー(主な取り組み)

- 既存店舗では、料理・飲料の品質向上やホスピタリティ強化を通じて顧客体験の向上に取り組み、全体として計画を上回る業績を達成しました。
- 成長戦略の一環として、「The Meat & Wine Co」のサウスパース店、「Hunter & Barrel」のアデレード店及びキャンベラ店を開業し、いずれも堅調なスタートを切りました。
- より緻密な人材管理や主要サプライヤーとの長期契約などを通じて、コスト管理体制の強化と収益性向上に取り組みしました。

●企業価値の向上に向けたこれからの取り組み

2027年3月期においては、既存店舗の収益力向上と新規出店による成長戦略を推進していきます。今後はメルボルンでの「The Meat & Wine Co」、パースでの「Hunter & Barrel」の出店に加え、中東ではバーレーン及びラス・アル・ハイマでの新店舗開業を予定しています。またアジア市場への進出準備も進めており、新たな成長機会の創出を目指しています。

私達の成功を支えるのは社員と企業文化です。社員一人一人が尊重され、自由に意見を交わしながら自分らしく活躍できる環境を整えることで、優秀な人材を惹きつけ、長期的な成長へとつなげています。引き続き人材育成と企業文化の強化を通じて、食のイノベーションとサービス品質の卓越性で市場をリードし続け、持続的な企業価値向上の実現に取り組んでまいります。

REINS INTERNATIONAL(USA) CO.,LTD.

代表取締役社長
戸津 涼

●事業概略・対象ブランドの説明

REINS INTERNATIONAL (USA)は、北米エリアにおいて、「牛角」を展開しています。アメリカ合衆国では、カリフォルニア州やニューヨーク州をはじめとする18州で直営店及びフランチャイズ(FC)店舗を、カナダでは4州でFC店舗を展開しています。さらに2025年にはメキシコへ初進出を果たし、同国初となる「牛角」のFC第1号店をオープンしました。

店舗数:アメリカ合衆国63店舗、カナダ5店舗、メキシコ1店舗(連結子会社及びFC含む)
従業員数:798名(連結子会社含む)

(2026年3月末現在)



●事業の強み・特長

店内には無煙ロースターを採用し、煙やにおいを抑えた快適な空間で、高品質な肉と豊富なメニューを提供しています。また肉類に使用するソースをすべてグルテンフリーとするなど、健康志向の高い北米市場のニーズにも対応し、現地のお客様へ新しい食体験を提供しています。進出当初は、「自分でお肉を焼くのになぜチップを払うの?」といった声も聞かれました。しかしステーキとは異なり、自分の好みの焼き加減で、最後の一口まで焼きたてのおいしさを楽しめるJapanese BBQ(日本式焼肉)スタイルは、徐々に現地のお客様に受け入れられ、現在では北米エリアにおいて着実に支持を広げています。



メニューイメージ(牛角 北米エリア)



牛角メキシコ1号店 Mexico City

●2026年3月期レビュー(主な取り組み)

- 顧客価値の底上げを目的に、A5和牛の展開を促進するとともに、日本酒や抹茶、ゆずといった注目度の高い日本ならではの商品を継続的に導入。日本の「食」の価値を訴求しました。
- 2025年10月にはメキシコシティにメキシコ1号店(FC)を開業しています。また内部統制の強化を目的に基幹システムの切り替えを行い、効率的でタイムリーな管理統制が叶う環境構築に努めました。

●企業価値の向上に向けたこれからの取り組み

2027年3月期においては、引き続き多様な文化的背景を有する顧客と向き合い評価をいただいくことに注力します。訪日された方の増加やSNS等の情報により、お客様の日本食・日本文化に対する期待はますます高まっています。しっかりと「日本基準」の商品・サービスを安定的に提供できることにこだわると同時に、お客様により驚きを与えるような商品や企画を順次投入する計画です。また今年は北米事業25周年に当たる年でもあり、より一層の認知向上、リピーター獲得に向けた施策を展開してまいります。

北米エリアで展開する
牛角以外のコロナイド
グループブランド

大戸屋ごはん処ユニオンスクエア店



天婦羅まつ井

PT. REINS MARINDO INDONESIA

代表取締役社長
篠崎 孝太

●事業概略・対象ブランドの説明

REINS MARINDO INDONESIAは、2015年にインドネシア現地企業との合併会社として設立され、レインズインターナショナルが51%を出資しています。設立以来、インドネシア国内で「牛角」の出店を積極的に推進しており、ジャカルタを擁するジャワ島に加え、スマトラ島、スラウェシ島、カリマンタン島、バリ島へと店舗網を拡大しています。

店舗数:インドネシア56店舗(FC含む)
従業員数:1,538名

(2026年3月末現在)



●事業の強み・特長

きめ細かなブランドマネジメントのもと、定期的かつ効果的なマーケティング施策を展開するとともに、インドネシア国内の主要都市にある大型ショッピングモールを中心に出店を進めています。またアラカルトメニューをビュッフェ形式でも楽しめる「Japanese BBQ」レストランとして高い評価を獲得しており、幅広い顧客層から高い認知度と支持を得ています。



メニューイメージ(牛角 インドネシア)



メニューイメージ(六角 インドネシア)



六角 Ratu Plaza

●2026年3月期レビュー(主な取り組み)

- スマトラ島・メダンへ初進出しました。また首都移転計画に伴い注目を集めるカリマンタン島・バリクパパンへの出店も実現し、営業エリアの拡大を推進しました。
- ジャカルタにおいて、ノンハラル焼肉業態の新ブランド「六角」を出店しました。
- インドネシアにおける「牛角」ブランド10周年を記念し、アニバーサリービュッフェを実施しました。また静岡県産抹茶を使用したデザートの販売し、多くのお客様からご好評をいただきました。

●企業価値の向上に向けたこれからの取り組み

2027年3月期においては、日本のIPコンテンツとのコラボレーションをはじめ、他業態との共同プロモーション企画も予定しており、さらなる認知度向上を推進します。新たな商圈としてはシンガポールからの来訪者も多いバタム島への出店を予定しています。また原材料コストの上昇を踏まえた適切な価格改定、定期的な新商品や期間限定メニューの投入等を通じて、さらなる事業の成長を目指してまいります。

REINS MARINDO INDONESIAは、インドネシアの外食産業の発展に貢献することを使命とし、「インドネシアNo.1のテーブルレストランチェーン」を目標に掲げ、今後も積極的な事業展開とブランド価値の向上に取り組んでまいります。

その他のアジア諸国に
おけるコロナイドグループ

コロナイドグループはインドネシア以外にも、アジア各国において現地ニーズとの親和性が高い様々な業態の展開を進めています。



かっぱ寿司 AEON MALL DELTAMAS(インドネシア)



しゃぶしゃぶ温野菜 大直美麗華(台湾)

給食事業

株式会社ニフス



代表取締役社長
松原 茜

●事業概略

ニフスは、高齢者介護施設や病院等のヘルスケア関連の給食サービスを中心に、事業所給食や学食なども含め、様々な施設での給食サービスを展開しており、フードサービスカンパニーとしての優位性とグループシナジーを活かして、安全・安心でおいしく選ばれる給食サービスを提供しています。また給食事業の受託以外にも、高齢者介護施設用の調理済食品を開発し、人手不足に悩む給食施設等への販売も行っています。

契約拠点数:国内487拠点(連結子会社含む)
従業員数:3,463名(連結子会社含む)

(2026年3月末現在)



●事業の強み・特長

創業から20年超の給食受託の実績があり、利用者様の幸せを願い毎日のお食事を提供し続けてきました。現在はコロナウィドグループの給食事業会社として、グループの調達力を活かした購買を推進し、昨今の原材料価格高騰の市況に対応できるよう、調達の工夫や食材選びの工夫を進めています。そして他社には無い外食テイストを活かした自社工場での内製品(完全調理品)の活用や、外食ブランドを活かしたコラボレーションメニューの開発や提供を行っています。



献立イメージ(ニフス)



かつぱ寿司の「出張回転寿司」

●2026年3月期レビュー(主な取り組み)

- 省人化運営モデルの実現に向け、新たな調理済食品の開発に着手し、関係取引企業様との自社開発製品の供給体制を整えています。
- DX化推進の一環として、ITインフラの拡充や献立ソフトの導入を継続して進めました。
- 大型商業施設でのキッチンカー出店、かつぱ寿司の「出張回転寿司」・高齢者向け牛角丼の商品開発を進め、利用者様より「楽しく食べられた」「また実施して欲しい」とお喜びのお声もいただきました。

●企業価値の向上に向けたこれからの取り組み

2027年3月期は、省人化運営モデルのオペレーション実現に向け、新たに開発した調理済食品の導入を推進しています。社員が働きやすい環境の整備とクライアント施設のサステナブルな運営への貢献を進める計画です。

ニフスが主に手掛けるヘルスケア給食は、一人一人の体調に合わせた食を365日3食休まずに提供するという使命を持った、いわば命を支える仕事です。遅配・誤配・欠食は許されないシビアな環境の中でも、「すべての人生に『おいしい』を」の企業理念のもと、いかなる時も食を止めないという責務を全うし、食がもたらす「心躍る瞬間と、明日への力」を追求していきます。これからも信頼される給食事業を通じ、お客様、取引先とともに社会課題の解決に取り組み、持続可能な社会の実現に貢献し、より社会に必要とされるよう企業価値の向上を目指してまいります。

スイーツ事業

株式会社N Baton Company



代表取締役社長
久保田 令

●事業概略・対象ブランドの説明

N Baton Companyは、御用邸チーズケーキなどの焼菓子を製造・販売する洋菓子ブランド「チーズガーデン」などの運営を行う庫や、バラエティ豊かな本格スイーツをラインナップする「クリオロ」を運営するエコール・クリオロ、生チョコレート発祥の店「シルスマリア」を運営するシルスマリアを傘下に持つスイーツカンパニーです。チーズガーデンのカフェ併設店舗では、チーズにこだわったスイーツやドリンク、フードの提供など、多様な食シーンへの展開も行っています。

店舗数:国内44店舗(連結子会社含む)
従業員数:945名(連結子会社含む)

(2026年3月末現在)

CHEESE
GARDEN

CRIOLO
Qualité et Simplicité

SILSMARIA



●事業の強み・特長

チーズガーデンは那須高原の豊かな自然を背景に、チーズスイーツで唯一無二のブランドを目指し、素材や配合、手仕事にこだわった菓子作りをしています。クリオロは世界的に名譽ある賞を受賞したサントスシェフが創業したパティスリーです。10分間で2,000本を売り上げたこともある『幻のチーズケーキ』をはじめ、四季折々のケーキなどを製造・販売しています。国内コンテストで受賞歴のあるパティシエも多数在籍しており、個性豊かな唯一無二のスイーツを展開しています。シルスマリアは、生チョコレート発祥の店として、創業以来、素材・製法・品質にこだわり、「特別なひととき」をお届けしています。



各ブランドイメージ(左から:チーズガーデン、クリオロ、シルスマリア)

●2026年3月期レビュー(主な取り組み)

- コアとなる商品カテゴリーにおける季節限定商品の拡充、フードメニューの改定、季節ドリンクの展開などによる各ラインナップの強化を継続し、カテゴリー売上が増加しました。
- 国内出店を加速し6店舗を出店。また海外事業強化を目指し、引き続きシンガポールにおいて期間限定ポップアップストアを数回実施しました。
- バレンタイン催事出店を過去最大数で取り組み、バレンタインイベント期間中の売上増加を実現しました。

●企業価値の向上に向けたこれからの取り組み

2027年3月期においては、前事業年度までに行ってきた上記取り組みを継続することで、引き続き事業基盤の構築・安定化を図ります。その上で、成長に向けた施策として、出店パターンの構築、ブランディング強化、そして組織体制の強化を図り、安定した事業運営から持続的に成長可能な事業運営へとつなげる計画です。

社名にある「N」に込めた想いは、複数の個性ある企業が「n」社集まり、累乗するようにシナジーを生み出し、さらなる価値を創出することであり、「Baton」には、オーケストラの指揮者のように、指揮棒(バトン)によってグループで奏でるハーモニーを生み出し、世界中に感動をお届けしたいとの想いが込められています。「日本をつなぐ、世界をつなぐ、総合スイーツカンパニーへ」、N Baton Companyはこれからも成長を続けてまいります。

人的資本への取り組み

人的資本は、コロワイドグループの持続的な成長を支える重要な経営基盤です。

多様な人材の採用・育成・活躍を促進するとともに、誰もが能力を最大限発揮できる環境づくりに取り組み、中長期的な企業価値向上を目指しています。

人材戦略

当社グループは、人材戦略を重要な経営戦略の一つであると認識し、「すべては、お客さまと社員のために」という企業理念に基づき、「人材育成方針」と「社内環境整備方針」を定め、従業員の能力向上支援、活躍機会の提供、女性活躍やダイバーシティの推進、働きやすく働きがいのある職場環境づくり等に積極的に取り組んでいます。また人材の管理や人の育成に係る費用をコストとみなすのではなく、人材を「資本」と捉えて積極的な「投資」も行っています。

当社グループが目指す「COLOWIDE Vision 2030」を実現するためには、人材の成長が必要不可欠との認識のもと、さらなる職場環境の整備を進め、社員一人一人が働きがいを感じ成長し、当社グループの成長スピードに合わせて、グローバルに活躍できる優れた人材の育成と確保を目指し、これからも取り組みを進めてまいります。



人材育成方針

当社グループは、一人一人が働きがいを感じ成長することが、グループ全体の発展につながることに、「持続可能な社会への貢献」と「企業価値の向上」の両立を実現することができるように、すべての従業員が自律的に成長できる機会を提供し、自己成長していく人材を育成してまいります。

社内環境整備方針

当社グループは、多様な人材がそれぞれの能力・スキル、ライフステージに合わせて働き方を選択できる制度など、多様な就業形態や活躍機会を提供することで、働きやすく、働きがいのある職場環境を整備してまいります。

従業員の能力向上支援

●資格取得支援制度

当社グループでは、会社が推奨する資格を取得した社員に対しての合格奨励金、会社が定めた資格を保持し、業務上において活用している社員に対して資格手当を支給する「資格取得支援制度」を設け、社員の能力開発や専門性強化を促進しています。

対象となる主な資格(2026年6月末時点)

レストランサービス技能検定(1級～3級)、管理栄養士、調理師、TOEICテスト、日商簿記検定試験(1級・2級)、社会保険労務士等

●研修制度の整備による自律的成長の支援

当社グループでは、社員一人一人の適性や目的に応じ、主体的に学び続けることができるよう様々な教育・研修制度を導入しています。

eラーニングシステムにおける全社員向けの「SmartSkill Campus」においては、ビジネスマナーからロジカルシンキング、コーチング、マーケティング、経営戦略など多種多様な講座を自由に受講することができ、管理職者には別途「GLOBIS学び放題」も導入し、いつでもどこでも学べる環境を提供しています。また海外への積極出店やインバウンド需要の増加などの状況を踏まえ、オンライン英会話サービスの「Native Camp」を導入し、社員が日常的に英語を学べる環境も整えています。

自律的成長を強く希望する社員に対しては、「階層別選抜研修」を提供し、経営幹部候補、女性管理職候補の育成を行うなど、社員のキャリア形成を積極的に支援しています。

活躍機会の提供

●JOB型人事制度

当社グループでは、人に仕事をあてはめるメンバーシップ型人事制度ではなく、仕事に人をあてはめるJOB型人事制度を導入しています。

JOB型人事制度においては、年齢・性別・国籍等の属性を問わず、社員一人一人の適性やスキル・能力に応じた配置によりミスマッチを防ぎ、職務内容、必要なスキル・能力、報酬条件がジョブディスクリプションで明確になることによるモチベーションの向上、スキル・能力アップにもつながり、多様な人材が活躍できる機会を提供しています。

女性活躍の推進

当社グループでは、多様な人材が活躍できる組織づくりを推進しており、その指標として女性社員比率及び女性管理職比率とともに30%超とする目標を掲げています。女性社員が意欲を持って働き続けられる職場環境の整備を進めるとともに、社内交流会や各種研修を通じて、女性社員のみならず男性社員を含む全社員の意識改革を促進しています。また各種制度の充実を図ることで、女性活躍の推進に積極的に取り組んでいます。

これらの取り組みの結果、女性社員比率についてはすでに2024年度に目標を達成しました。2025年度時点においても34.4%となっており、今後もその水準の維持に努めてまいります。一方、女性管理職比率は2025年度時点で20.0%であり、2030年度までの目標達成に向けて、計画的な人材育成やキャリア形成支援を推進してまいります。

今後も、女性社員一人一人がその能力を最大限に発揮できる環境と機会の提供に継続的に取り組むことで、多様な人材が活躍できる組織づくりを推進し、持続的な企業価値の向上を目指してまいります。

●えるばし認定取得

コロワイドとフレッシュネスは、女性活躍の推進に関する状況等が優良な企業として、厚生労働大臣が定める「えるばし認定」を取得しています。



●キャリアチャレンジ制度

当社グループでは、JOB型人事制度と連動して、社員が自らの意思で自己の適性に合った部署への異動を希望することのできるグループ横断公募制度として「キャリアチャレンジ制度」を導入しています。

本制度は、グループ内の各社各部署から出された公募条件に対し、自らの判断で自由に応募することができ、適性検査や面接などの各種選考を経て異動を決定する制度です。2020年の導入開始以降、68名の社員に新たなステージへの就業機会を提供しています。

「えるばし認定」の評価項目には、「採用」「継続就業」「労働時間等の働き方」「管理職比率」「多様なキャリアコース」の5項目があり、コロワイドは4項目の基準を満たし3段階中の2段階目(2つ星)、フレッシュネスは5項目すべての基準を満たし3段階目(3つ星)に認定されています。

VOICE

女性の活躍を推進

株式会社フレッシュネス
マーケティング本部 商品部 部長



逆井 里奈

コロワイドグループは、女性が能力を発揮し、様々なことに挑戦できる環境づくりを積極的に推進していると感じています。特に商品開発の分野では、女性ならではの視点や感性が新たな価値創出につながる場面も多くあります。

部長に就任して約2年が経過しました。マネジメントの醍醐味は、部下の成長や成功を間近で見られることです。一人一人が主体的に考え、行動できる人材となるよう、自律的な成長を後押しすることを常に意識しています。

今後は、これまで以上に広い視野と高い視座を持ち、組織全体の成長を支えるマネジメントに注力していきたいと考えています。さらに、商品開発者としてだけでなく管理職としてもロールモデルとなり、女性活躍のさらなる推進と、より良い組織づくりに貢献していきます。

●女性活躍推進プロジェクト

当社グループでは、女性社員一人一人の成長に向けたチャレンジを後押しするため、「女性活躍推進プロジェクト」を2021年4月に発足しています。

本プロジェクトでは、月に1度「スキルアップ交換会」を開催し、社外講師や社内ロールモデルによる講演を実施しています。また2026年3月には、国連が制定する3月8日の「国際女性デー（International Women's Day）」に合わせたグループ共通イベントを3年連続で開催するなど、女性が生き生きと働き続けることができる職場環境づくりを目指し、積極的に取り組みを進めています。



「国際女性デー」に合わせたグループ共通イベントの様子

「国際女性デー」に合わせたグループ共通イベントの詳細はこちらをご参照ください。

https://www.colowide.co.jp/datafile_new/sustainability_pdf_file_177422613121.pdf



ダイバーシティの推進

●外国人雇用

当社グループでは、少子高齢化への対応、グローバル外食企業への実現のため、多様な国の外国籍の従業員を積極的に採用しており、専用の相談窓口（「JUST SOUDAN」）を設置し、外国籍の従業員の定着を促進しています。

「JUST SOUDAN」においては、5ヶ国語（日本語、英語、中国語、タイ語、ネパール語）に対応しており、生活相談や

就労ビザ更新などの各種申請手続きのサポート、個々の能力開発につながる試験情報、書籍情報、日本で生活する上での豆知識などを提供し、外国籍の従業員一人一人の特性を活かし、働き続けることができるよう支援を行っています。

また2026年5月には、働きやすく働きがいのある職場環境の整備を目的として、国連が制定した5月21日の「対話と発展のための世界文化多様性デー」に合わせたイベント、「コロワイド・グローバル・フェスティバル」を2年連続で開催しました。イベントでは、外国籍社員と日本人社員が参加する講演やグループワーク、国際交流会などを通じて、様々な文化背景を持つ社員同士の交流を促進しました。



「コロワイド・グローバル・フェスティバル」の様子

「コロワイド・グローバル・フェスティバル」の詳細はこちらをご参照ください。

https://www.colowide.co.jp/datafile_new/sustainability_pdf_file_178036319699.pdf



●高齢者雇用

当社グループでは、生涯現役社会の実現に向けて意欲と能力のある高齢者に生きがいを持って長く働いていただけるよう、正社員については70歳までの継続雇用制度、パート・アルバイト従業員については70歳定年制度を導入しています。

●障がい者雇用

当社グループでは、障がい者の社会への完全参加と平等の理念に基づき、特例子会社の株式会社コcottを2007年12月に設立し、社員同士が思いやりを持ちともに成長し、就労を通じて社会的活躍が実現できるよう、職場環境の充実を目指して取り組みを進めています。

業務支援を行うジョブコーチの育成、一人一人の就労意欲に応じた雇用形態の選択、能力に応じた給与水準を明確化した「キャリアパス制度」の導入や、実習生や新入社員の緊張や不安を和らげるための「新人サポート隊」などの様々な制度を導入することで、社員が働きやすく意欲を持てる職場環境を構築しています。

コcottの取り組みはこちらをご参照ください。

<https://www.cocot.co.jp/>



●もにす認定取得

コcottは、障がい者雇用の促進及び雇用の安定に関する取り組みの実施状況が優良な企業であるとして、厚生労働大臣が定める「もにす認定」を横浜市内の特例子会社として初めて取得しています。



VOICE

外国人雇用

株式会社コロワイド
コーポレートサービス本部 人事企画部

周 卓琳



大学卒業後、日本の文化や生活への関心から来日しました。将来はグローバルな環境で活躍したいと考え、海外展開を進めるレインズインターナショナルに入社。店舗勤務を経て、キャリアチャレンジ制度を活用し、現在の部署へ異動しました。

入社後、私と同じ外国籍社員の多くが、言葉や文化の違いによる悩みを抱えていることを知りました。またその一方で、日本人社員もコミュニケーションに課題を感じていることも分かりました。そこで相互理解を深める機会として「グローバル・フェスティバル」を企画。立ち上げには多くの調整が必要でしたが、参加者から「異文化理解が深まった」「モチベーションが向上した」等の声をいただき、大きなやりがいを感じています。今後も多様な人材が活躍できるグローバル企業を目指して、さらなる支援強化に取り組んでいきます。

働きやすい職場環境づくり

●フレキシブル社員制度

働きやすい職場環境を提供し、多様な人材の活躍を促進するため「フレキシブル社員制度」を導入しています。

フレキシブル社員制度では、通常の正社員と同様に無期雇用契約で賞与・確定拠出型年金受給の対象でありながらも、週休3日・1日5時間といった就業日・就業時間、残業一切なしも選択できるといったフレキシブルな就業形態を可能とし、通常の正社員と同様の就業形態への復帰の機会も提供することで、子育て・介護等のライフステージにいる方が正社員として就業を開始・継続できるような環境を提供しています。

●奨学金返還支援制度

当社グループの未来を担う若者が、入社後も奨学金返還の負担に煩わされることなく安心して働くことができる環境の整備を目的として、奨学金の返還を会社が肩代わりする「奨学金返還支援制度」を導入し、仕事に専念できる環境を整えています。



●360度評価

当社グループでは、一人の社員に対して様々な関係者が評価を行う「360度評価（多面評価）」を一定の役職以上の管理職者を対象に実施しています。

「360度評価」は、上司だけではなく同僚や部下も対象者の評価を行う評価手法であり、上司だけでは観察しにくい対象者の特性を把握することで、人物評価の信頼性・妥当性を高めることが可能となります。

複数の評価者の意見を総合することで対象者にとっての納得感を高められ、自省・意識改革を促すことによる管理職者としての成長と、これにより評価者にとっても働きやすい職場環境を実現することが可能となります。

●エンゲージメント調査

当社グループでは、グループ全社員を対象とした「エンゲージメント調査(従業員意識調査)」を定期的の実施し、組織風土改革を推進しています。

本調査では、社員のモチベーションの高さや会社への信頼感などを数値的に測定し、調査結果を組織ごとに統計的に分析し、職場環境改善の参考指標として活用することで、個々の職場の活性化や生産性の向上、社員のエンゲージメント向上を図っています。



●メンター制度

豊富な経験と知識を有する先輩社員(メンター)が後輩社員(メンティー)に対して、業務上のみならずキャリア形成なども含めた幅広い支援活動を行う「メンター制度」を導入し、若手社員のさらなる成長と定着の後押しに取り組んでいます。



●健康経営の推進

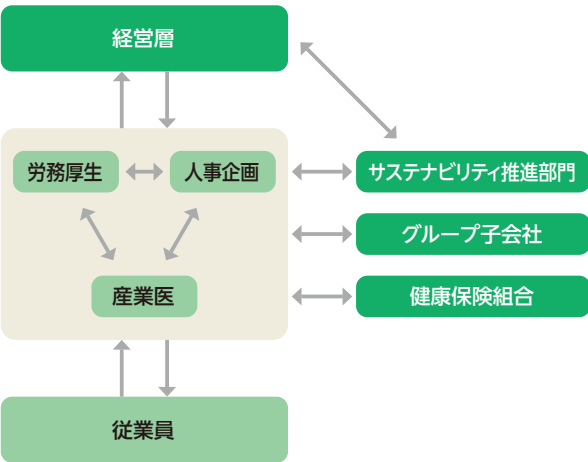
当社グループでは、企業理念である「すべては、お客さまと社員のために」の考えのもと、「健康経営宣言」と健康経営の推進体制を定め、従業員の健康の保持増進を目的として、様々な取り組みを進めています。

その結果、経済産業省と日本健康会議が定める「健康経営優良法人認定制度」において、コロナイド、コロナイドMD、アトム、レイズインターナショナル、フレッシュネス、カップ・クリエイト、大戸屋ホールディングス、大戸屋が「健康経営優良法人2026(大規模法人部門)」に認定され、ココットが「健康経営優良法人 2026(中小規模法人部門)」に認定されています。



健康経営宣言

私達コロナイドグループは、「人材こそが最も重要な経営資源の一つである」との認識のもと、従業員一人一人が心身ともに健康で安心して働けることが、従業員のパフォーマンス向上、企業の持続的な成長のために重要であると考え、従業員の健康意識向上と、働きやすい職場環境づくりに積極的に取り組んでまいります。



コロナイドのサステナビリティ経営

社会や環境を取り巻く課題が複雑化する中、企業には持続的な成長と社会課題の解決の両立が求められています。コロナイドグループは、すべてのステークホルダーとともに、持続可能な未来の実現を目指しています。

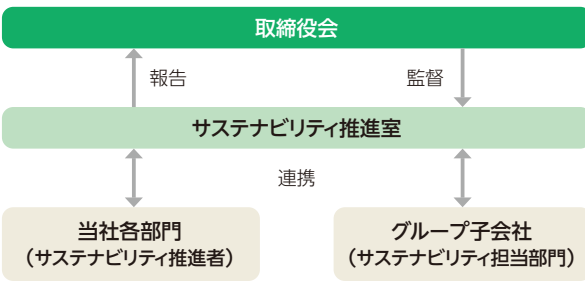
サステナビリティ基本方針

私達は、企業理念である「すべては、お客さまと社員のために」の考えのもと、食のインフラの担い手として、社会の持続可能な発展への貢献と企業価値の向上を目指します

推進体制とマテリアリティ(重要課題)

●推進体制

サステナビリティの推進を担うサステナビリティ推進室と、各事業部門及びグループ子会社のサステナビリティ推進担当者が連携し、グループのサステナビリティを推進しています。またサステナビリティ推進に関わる重要な方針や施策については、取締役会で審議を行い重要事項の決定を行っています。



●マテリアリティの特定プロセス

当社グループはサステナビリティ基本方針に従い、ステークホルダーの期待や要請に応じていくため、重点的に取り組んでいくマテリアリティ(重要課題)を特定しています。

STEP 1	STEP 2	STEP 3	STEP 4
課題の抽出	課題の整理と集約	重要性の評価	取締役会での議論と決定
マテリアリティの特定にあたり、GRIスタンダード、SDGsやESG評価機関の評価項目、業界で認識される課題などを参考に、当社グループに関連する課題を抽出しました。	STEP1で抽出した課題について、関係者に対しヒアリング調査を実施し、取り組んできた事項を整理の上、グループとして取り組む必要性のある課題について集約しました。	集約した課題について、「社会」と「コロナイドグループ」の2軸で測定し、重要性を評価しました。	評価した課題を軸に、取締役会の審議を経て、マテリアリティを決定しました。特定したマテリアリティについては、社会環境や戦略の変化に応じ、適宜見直しを行い、効果的な取り組みを推進してまいります。

特定プロセスの詳細につきましてはこちらをご参照ください。
<https://www.colowide.co.jp/sustainability/sustainability/index.html>



●特定したマテリアリティ

マテリアリティ		関連するSDGs
地球環境への貢献	「地球環境への貢献」は、次代への責務であり、気候変動の緩和、循環型社会の形成に向けて、再生可能エネルギーの安定的利用や資源の有効活用に取り組んでいく	➡ P.41
食の安全・安心の提供	「食の安全・安心の提供」は、外食企業として持続可能な成長の基盤であり、バリューチェーン全般における衛生管理と品質の追求、情報公開などを通じてお客様の信頼に応えていく	➡ P.42
働く仲間の成長と多様性の尊重	「働く仲間の成長と多様性の尊重」は、サービス業として欠かせない競争力の源泉であり、従業員が働きやすく、それぞれの成長を目指せる職場環境を提供していく	➡ P.35
地域・社会への貢献	「地域・社会への貢献」は、持続的かつ安定的な事業運営に欠かせぬものであり、雇用創出・人材育成を通じた地域経済振興、食育や寄付を通じた地域交流促進に努めていく	➡ P.42
経営基盤の強化	「経営基盤の強化」は、持続的な成長に欠かせない重要課題の一つであり、経営の透明性を確保しつつ戦略の立案・実行及び監査を継続不断的取り組みとして充実させていく	➡ P.49

地球環境への貢献

気候変動をはじめとする環境課題は、社会や企業活動に様々な影響を及ぼしています。コロワイドグループでは、「地球環境への貢献」を重要課題の一つと位置付け、環境負荷の低減を通じて持続可能な社会の実現に取り組んでいます。

私達が拠って立つ地球。その環境の保全は次代への責務であり、企業活動における重要課題であると考えています。「未来のお客様と未来の社員のために」、循環型社会の形成、気候変動の緩和に向けて、資源の有効活用や再生可能エネルギーの安定的利用に取り組むことで、「地球環境への貢献」に努めていきます。

●CO₂排出量削減に向けた取り組み

当社グループのマーチャンダイジング機能を担うコロワイドMDでは、2022年より主力5工場への太陽光発電設備の導入を推進しており、年間約101万kWhの再生可能エネルギーを安定的に活用しています。さらに2026年



長浜CKに増設した太陽光発電設備

7月には神奈川CK及び長浜CKにおいて太陽光発電設備を増設し、再生可能エネルギーの利用拡大を進めています。

また物流分野においても、配送センターの集約や一部商品の輸送手段を従来のトラック輸送から鉄道輸送へ切り替えるなど、CO₂排出量の削減に向けた取り組みを積極的に推進しています。

●CO₂排出量の削減

目標	2030年度までに2020年度対比 原単位 ^{※1} で50%削減					
	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
排出量 ^{※2} (t-CO ₂)	135,687	123,929	123,753	122,037	126,111	123,192
排出量 (原単位)	0.547	0.524	0.439	0.399	0.388	0.361

※1 売上高百万円あたりの排出量
※2 対象範囲は国内グループ会社のスコープ1、2

2020年度対比▲33.9%

スコープ3の算定に関する詳細、及びCO₂排出量削減に向けた当社グループの様々な取り組みはこちらをご参照ください。

<https://www.colowide.co.jp/sustainability/environment/co2.html>



TCFD提言に基づく情報開示

当社グループでは、気候関連財務情報開示の重要性を認識し、金融安定理事会(FSB)により設置された気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)が提言するフレームワークの活用を通じて、気候変動への対応や、気候変動による財務的な影響に関する情報開示を推進しています。TCFD提言に基づく開示は適宜見直しを図り、発展させてまいります。

より詳しい情報についてはこちらをご参照ください。

<https://www.colowide.co.jp/sustainability/environment/tcfd.html>



●気候変動リスクと機会

リスク・機会の分類			想定されるリスク・機会の概要	事業及び財務への影響
リスク	移行リスク	政策と法	●炭素税導入による事業運営コストの増加 ●CO ₂ 排出量の規制強化による事業運営コストの増加 ●プラスチック規制への対応による調達コストの増加 ●規制強化に伴う事業運営コストの増加 ●規制強化に伴う店舗等の投資コストの増加	◎ 非常に大きい
		評判	●環境課題への対応遅れに伴うステークホルダーからの信用失墜 ●ブランド価値の毀損 ●従業員採用難度の上昇 ●FC加盟店の離脱	◎ 非常に大きい
		市場と技術	●食材調達コストの増加 ●再生可能エネルギーへの転換に伴う調達コストの増加 ●プラスチックの容器や包材の再生可能資源に置き換えることによるコストの増加 ●消費者嗜好の変化による売上の変化	◎ 非常に大きい
	物理的リスク		●大規模自然災害の発生に伴う店舗や工場等の閉鎖による営業機会の損失 ●サプライチェーン断絶による調達コストの増加、店舗や工場におけるエネルギーコストの増加 ●従業員の健康リスクの増加と生産性の低下	◎ 非常に大きい
機会	エネルギー/技術		●省エネ推進に伴う電力使用コストの削減 ●SAF(Sustainable Aviation Fuel)の原料となる廃食用油の供給による廃棄物の削減 ●物流の効率化による輸送コストの減少 ●次世代食材の調達	○ 大きい
	市場		●サステナビリティ推進によるステークホルダーからの共感獲得 ●環境配慮型商品・サービスの開発による売上の増加 ●気温上昇による嗜好の変化に合わせた商品・サービスの開発 ●災害時の対応による社会的信頼の獲得	○ 大きい

食品ロス・食品リサイクル対策

コロワイドMD及びジャパンフレッシュが管轄する国内10工場では、食品リサイクル率の向上に継続的に取り組んだ結果、2023年11月に食品リサイクル率100%を達成しました。また「かつぱ



オートウェイター型高速レーン

寿司」では、2018年から「オートウェイター型高速レーン」の導入を推進し、従来の回転レーンを廃止

することで、食品ロス的大幅な削減を実現しています。さらに当社グループの店舗及び受託運営事業所から発生する廃食用油については、持続可能な航空燃料(SAF)への再資源化を推進するなど、資源循環の促進と環境負荷の低減に取り組んでいます。

その他の、食品ロス・食品リサイクル対策に関する取り組みはこちらをご参照ください。

https://www.colowide.co.jp/sustainability/environment/food_loss.html



食の安全・安心の提供

2021年6月の「HACCPに沿った衛生管理」の完全施行を受け、当社グループでは、各工場において「HACCPに基づく衛生管理」を実践し、原料調達から製造、出荷に至るすべての工程において食品の安全・安心の確保に努めています。そして、より厳格な管理体制の構築と維持を目的として、食品安全マネジメントシステムに関する認証取得を推進してきました。その結果、ジャパンフレッシュの全工場において食品安全マネジメントシステム規格「FSSC22000」の認証を取得するとともに、コロワイドMDの全工場及びエムワイフーズ栃木工場において、国内規格である「JFS-B」の適合証明を取得しています。

さらに2025年度には神奈川CK及びエムワイフーズ栃木工場が、従来のJFS-B規格の要求事項に加え、国際的な業界団体が策定した食品安全能力向上プログラムに

基づく組織向け要求事項を含む「JFS-B Plus」規格の認証を取得するなど、食品安全レベルのさらなる向上に継続的に取り組んでいます。またグループ各店舗においては、「HACCPの考え方を取り入れた衛生管理」のもと、衛生管理計画の策定、第三者機関による外部監査の実施、衛生管理状況の定期的な確認などを推進しています。今後もグループ一体となって衛生管理体制の強化・維持に努め、安全・安心な食の提供を継続してまいります。



適合証明範囲：株式会社コロワイドMD 神奈川工場(CK)
製品群：食肉加工品、惣菜、惣菜半製品、たれ、カット野菜の製造

その他の、食の安全・安心の提供に関する取り組みはこちらをご参照ください。

<https://www.colowide.co.jp/sustainability/food/index.html>



地域・社会への貢献

当社グループは、「食」を通じた地域交流の促進を目的として、公益財団法人蔵人記念財団が横浜市の京急富岡及び六浦に開設した「こども食堂なぎさ」の運営を受託するとともに、運営に必要な食材などの寄贈を行っています。「こども食堂なぎさ」では、管理栄養士監修のもと、栄養バ



こども食堂イメージ

ランスに配慮した食事を提供しており、中学生以下のお子様とその保護者を対象に運営しています。開設以来、2026年6月末までの累計提供食

数は約12万5千食に達し、地域の子どもたちとその家族を支える交流の場として、多くの方々に利用されています。また当社グループ創業の地である逗子では、2004年から「逗子海岸花火大会」への特別協賛を継続しています。さらに2025年からは花火大会翌日に実施される海岸清掃活動にも参加し、地域の環境保全や海岸景観の維持に積極的に取り組んでいます。

その他の、地域・社会への貢献に関する取り組みはこちらをご参照ください。

<https://www.colowide.co.jp/sustainability/social/index.html>



取締役紹介

取締役



代表取締役 会長
くろうど かね お
蔵人 金男

1966年 4月 当社入社
1975年 12月 当社取締役
1983年 3月 当社代表取締役社長
2007年 2月 当社代表取締役会長兼社長
2012年 4月 当社代表取締役会長(現任)



代表取締役 副社長
くろうど まさ き
蔵人 賢樹

2010年 4月 当社入社
2011年 6月 当社取締役
2012年 4月 当社常務取締役
2016年 4月 当社専務取締役
2017年 6月 ㈱コロナイドMD代表取締役社長
2020年 11月 ㈱大戸屋ホールディングス代表取締役社長
㈱大戸屋代表取締役社長
2026年 6月 当社代表取締役副社長(現任)



取締役
まつ み だいすけ
松見 大輔

1998年 4月 YKK㈱入社
2007年 12月 ㈱レックス・ホールディングス
(現㈱レイズインターナショナル)入社
2015年 4月 ㈱レイズインターナショナル取締役
2020年 4月 当社執行役員
2021年 5月 当社執行役員 人事法務本部本部長
6月 当社取締役 人事法務本部本部長
2023年 1月 当社取締役 コーポレートサービス本部本部長(現任)



取締役
ふく だ もり お
福田 守雄

1987年 4月 警察庁入庁
2007年 1月 京都府警警務部長
2010年 3月 大阪府警交通部長
2011年 8月 警察庁長官官房参事官
2018年 7月 国土交通省大臣官房審議官
2021年 8月 公安調査庁調査第一部長
2023年 12月 明治安田生命保険相互会社顧問
2024年 6月 当社社外取締役(現任)



代表取締役 社長
の じり こう へい
野尻 公平

1993年 3月 当社入社
1997年 6月 当社取締役
2001年 8月 当社常務取締役
2002年 1月 当社専務取締役
2009年 9月 当社代表取締役専務
2012年 4月 当社代表取締役社長(現任)



取締役
い そ の たけ お
磯野 健雄

1996年 4月 ㈱新潟ニチイ(現イオンリテール㈱)入社
2004年 8月 ㈱ワタミファーム入社
2018年 6月 ワタミ㈱取締役MD本部本部長
2020年 10月 ㈱コロナイドMD入社 顧問
11月 同社取締役副社長
2021年 3月 同社代表取締役社長(現任)
6月 当社取締役(現任)



取締役
もく の じゅん こ
空野 純子

1984年 4月 横河ヒューレット・パッカード フィールドシステムエンジニア
1991年 7月 アーサー・D・リトル・ジャパン(㈱)
2002年 1月 ㈱ポケモン執行役員
2008年 9月 ウォルト・ディズニー・ジャパン コンシューマー・リレーション
シップ・マネジメント ディレクター
2015年 10月 ㈱円谷プロダクション マーケティング本部長 執行役員
2019年 6月 当社社外取締役(現任)
7月 ㈱TRAILマネージングディレクター(現任)
2023年 5月 ㈱メディアドゥ社外取締役(現任)
6月 クールジャパン機構(㈱海外需要開拓支援機構)社外取締役(現任)

執行役員



執行役員
おお ば りょう じ
大場 良二

1999年 3月 ㈱レックス・ホールディングス
(現㈱レイズインターナショナル)入社
2015年 4月 ㈱レイズインターナショナル取締役
2016年 12月 ㈱フレッシュネス取締役
2019年 3月 同社常務取締役(現任)
4月 当社執行役員システム企画本部
本部長(現任)
2021年 6月 ワールドピーコム㈱取締役
2023年 6月 同社代表取締役社長(現任)

取締役(監査等委員)



取締役(監査等委員)
う だ たけ し
宇田 猛

1984年 4月 ㈱日伸食品(現カップ・クリエイト㈱)入社
1995年 7月 同社東日本事業部部长
2005年 8月 同社取締役
2015年 6月 同社常勤監査役
2018年 6月 同社取締役(監査等委員)
2019年 6月 当社取締役(監査等委員・常勤)(現任)



取締役(監査等委員)
ひ ぐち かず なり
樋口 一成

1980年 4月 ㈱富士銀行(現㈱みずほ銀行)入行
2009年 4月 ㈱みずほコーポレート銀行(現㈱みずほ銀行)執行役員
業務監査部長
2011年 5月 ユーシーカード㈱代表取締役社長
2016年 6月 太陽日酸㈱(現日本酸素ホールディングス㈱)常勤監査役
2020年 6月 ㈱フレハ社外取締役
2022年 4月 ㈱プロクレアホールディングス社外取締役
2023年 6月 当社社外取締役(監査等委員)(現任)



取締役(監査等委員)
ふくざき しん や
福崎 真也

1997年 3月 司法修習修了(49期)
4月 弁護士登録(東京弁護士会)九段総合法律事務所入所
2001年 10月 番町スクエア法律事務所開設
2016年 6月 当社社外取締役(監査等委員)(現任)
ヤマシンフィルタ㈱社外取締役(監査等委員)
福崎法律事務所開設(現任)
2017年 7月 福崎法律事務所開設(現任)
2023年 3月 ㈱フォーサイト 社外取締役(監査等委員)



取締役(監査等委員)
しらいし えり こ
白石 絵里子

2006年 12月 あずさ監査法人(現有限責任あずさ監査法人)入所
2017年 7月 白石公認会計士事務所設立
2021年 12月 ㈱レバレッジ(現VALX㈱)社外監査役(現任)
2023年 7月 ㈱Morght社外監査役(現任)
2024年 6月 ㈱レイズインターナショナル社外取締役(監査等委員)
2025年 6月 当社社外取締役(監査等委員)(現任)

●スキルマトリックス

氏名	役位	社外	独立	特に期待する経験・知見					
				経営全般	フード ビジネス	M&A 財務・会計	法務リスク マネジメント	テクノロジー	サステナ ビリティ
蔵人 金男	代表取締役 会長			●	●				
野尻 公平	代表取締役 社長			●	●	●	●		●
蔵人 賢樹	代表取締役 副社長			●	●				●
磯野 健雄	取締役				●				●
松見 大輔	取締役						●		●
空野 純子	取締役	○	○	●			●	●	●
福田 守雄	取締役	○	○				●		
宇田 猛	取締役(監査等委員)					●	●		
福崎 真也	取締役(監査等委員)	○	○				●		●
樋口 一成	取締役(監査等委員)	○	○			●	●		●
白石 絵里子	取締役(監査等委員)	○	○			●			
大場 良二	執行役員							●	

社外取締役メッセージ

コロワイドグループのコーポレート・ガバナンスをより機能させていくため、客観的なご意見をいただき経営に取り込むことは重要であるとの認識のもと、5名の社外取締役に以下のテーマでお話を伺いました。

- テーマ① 持続的成長を支えるガバナンスの進化
- テーマ② 人的資本経営における課題認識と期待値

社外取締役 もくのじゅんこ
空野 純子

テーマ① グループ会社の経営状況を把握するために、グループ会社社長から各ブランドの事業状況について定期的に報告を受ける機会があることは、ホールディングスの経営判断にとって有効だと考えます。一方で、ホールディングスと事業会社間における事業計画と進捗に関するコミュニケーションは、さらに踏み込んだものを期待します。数値管理にとどまらず、事業運営が明確な戦略に沿って実践されているかを監督していくことが要請されます。

今後、強化・拡大する海外事業においては、海外グループ会社の自由度、戦略柔軟性を担保しつつ、ガバナンスを維持するための体制・人材の強化が必要であると考えます。

テーマ② 外食事業において、サービス・事業の競争力の源泉としての人材の重要性とリソース不足は、継続的な課題であると認識しています。事業採算に人件費・待遇

が深く関与する構造の中、職場環境を含めた投資の成果が事業結果に短時間で反映されることは見えにくいです。そうした中、教育面や人事制度で階層別選抜研修・キャリアチャレンジ制度など、意欲ある人材に魅力的なプランを導入していることは評価しています。一般的に職場環境や勤務形態は女性の管理職への挑戦にネガティブに働く可能性もあり、総合的な人的資本投資の強化が今後も重要であると考えます。

社外取締役 ふくだもりお
福田 守雄

テーマ① 外食・給食事業の店舗等では、安全・安心を大前提に、楽しい、おいしいと感じていただける時間と空間を、お客様に提供させていただいております。そして、お客様から支持を頂戴し、信頼を寄せていただき続けるには、従業員一人一人が、自らのすべきことをなし、お客様の期待に応えているかを自覚して仕事に取り組むことが不可欠と

思います。そのために、各従業員に即した業務指導や研修と、セーフガードとなる監査を両輪として、引き続き、直向きにガバナンスに取り組んでいくことが必要と考えます。

テーマ② 少子化と人口減少が進行する中、15歳から64歳までの生産年齢人口も減り続けています。これにより、雇用環境もますます厳しくなる中、会社が持続的に成長していくためには、良き人材を積極的に採用することもさることながら、採用後にその定着を図ることがいよいよ重要になっていると考えます。

新卒、中途の採用とともに、外国人雇用を含め、多様な人材の採用が進められています。採用された人たちが、会社を支え、長く活躍することのできる職場環境づくりに期待したいと思います。

社外取締役 ふくざきしんや
福崎 真也

テーマ① 持続的成長の実現には、事業拡大のスピードに見合ったガバナンスの進化が不可欠です。M&Aなどの「攻める経営」を進める中、事業ポートフォリオは多様化し、リスク構造は一層複雑化しています。こうした状況に対し、形式的な統制ではなく、経営陣との継続的な対話を通じて実態を深く理解し、取締役会での実質的な議論を積み重ねることが重要だと考えています。弁護士としての知見を活かし、意思決定プロセスの透明性や監督機能の実効性を高める視点を提供しながら、挑戦を支える規律あるガバナンスの強化に取り組んでまいります。

テーマ② 成長戦略を真に企業価値向上へと結び付ける原動力は「人」の力です。事業拡大に伴い多様な人材や企業文化の融合、労務・雇用面でのコンプライアンス体制整備など、人に関わる課題はより高度化しています。社外取締役として重視するのは、対話を通じて現場の実態を丁寧に把握し、中長期的な視点から人材戦略の方向性を取締役会で実質的に議論することです。その上で、従業員が安心して力を発揮できる公正な職場環境の構築を後押しし、人的基盤の強化に向けた提言を行ってまいります。「人」の力こそが、挑戦を価値創造へと変える基盤であると認識しています。

社外取締役 ひぐちかずなり
樋口 一成

テーマ① M&A等の攻め、食の安全や法令遵守等の守りを支えるガバナンスの第一歩は、幅広い情報共有です。その上で、自由闊達な議論が肝要であり、取締役会で

は心理的安全性を保ち、建設的多面的な参画を促す議事運営により実効性が向上しています。最も重要なガバナンスの要諦は、経営者や従業員の人間性・組織風土です。私の過去の社外役員としての経験や他社の不正事案を見ても、最後は人！

社長メッセージにある「感謝」に強く共感し、「創意工夫と人の和をもって、勇気を発揮し、すべてはお客さまと社員のために」、今後とも貢献してまいります。

テーマ② 人的資本とは、人材をコストではなく資本と捉えて投資する考え方ですが、外食産業の人材は企業価値そのものだと考えています。現場の店舗に訪問し、経営戦略を深く議論する中で、当社グループの従業員や経営幹部の真摯な姿勢に感銘を受けることが多々あります。そうした人材がさらに活躍できるよう、様々な育成機会を提供する会社の取り組みは高く評価します。しかし、最後はこうした仕組みや機会を自らの成長のために活かす各人の「覚悟」が大切です。そして、人材を愛し育てる経営陣の思いにさらに期待し、私も協働していきたいと考えています。

社外取締役 しらいしえりこ
白石 絵里子

テーマ① グループ規模の拡大は成長機会をもたらす一方で、各社が個別最適に陥り同じ失敗を繰り返すリスクも高まります。そのため、グループ横断で知見を共有し、成功も失敗もグループ全体の資産へ変えていくことが重要です。現在、主要子会社の監査等委員による定期的な情報交換や、不正防止ミーティング等を通じた事例の紹介により、グループ全体で学びを次につなげる取り組みが進められています。こうしたネットワークがさらに活発になり、各社が孤立することなく知見を取り入れられる環境づくりを後押しすることで、グループ全体の企業価値向上につなげていきたいと思っています。

テーマ② 事業拡大を持続的な成長につなげるためには、グループ全体で人材が力を発揮できる環境をつくることが重要です。外食業界では夜間営業や立ち仕事などの業務特性から、やりがいを感じながらもライフステージの変化によって働き続けることが難しくなる人も少なくありません。当社グループには多様な業態や職種があります。その強みを活かし、一人一人が長く活躍できる環境を整えることが、人材の定着や経験・ノウハウの継承につながると考えます。社外取締役として、その仕組みが機能しているかを中長期的な視点で見極め、必要に応じて提言していきたいと考えています。



左から樋口一成氏、福田守雄氏、空野純子氏、白石絵里子氏、福崎真也氏

各事業会社 社長一覧

各事業会社 社長一覧



株式会社レインズインターナショナル
代表取締役社長
すみかわ こうた
澄川 浩太

- 2001年 4月 監査法人トーマツ(現有限責任監査法人トーマツ)入社
- 2004年 4月 みずほコーポレートアドバイザー(株)(現みずほ銀行)入社
- 2013年 7月 日清食品(株)入社
- 2016年 7月 当社入社
- ワールドビーコム(株)代表取締役社長
- 2017年 6月 カッパ・クリエイト(株)取締役
- 10月 同社代表取締役専務
- 2018年 6月 当社取締役
- 2020年 11月 (株)大戸屋ホールディングス取締役
- 2021年 3月 (株)レインズインターナショナル代表取締役社長(現任)



株式会社アトム
代表取締役社長
うえだ たけふみ
植田 剛史

- 2001年 9月 (株)平成フードサービス(現(株)コロワイド)入社
- 2005年 6月 (株)アトム代表取締役社長
- 2011年 6月 (株)コロワイド東日本(現(株)コロワイドMD)代表取締役社長
- 6月 当社取締役
- 2023年 4月 (株)ダブルユーピーージャパン代表取締役社長
- 6月 当社取締役 開発本部本部長
- 2024年 4月 当社取締役 コントラクト事業本部本部長
- 12月 (株)ハートフルダイニング代表取締役社長
- 2025年 6月 (株)アトム代表取締役社長(現任)



株式会社ジャパンフレッシュ
代表取締役社長
いそべ はるお
磯部 晴男

- 1984年 4月 (株)ジャパンフレッシュ入社
- 2011年 6月 同社取締役 生産部長
- 2013年 6月 同社専務取締役
- 2014年 6月 同社代表取締役社長(現任)



株式会社N Baton Company
代表取締役社長
くぼた りょう
久保田 令

- 2003年 4月 (株)大広入社
- 2006年 10月 (株)ローランド・ベルガー入社
- 2011年 5月 (株)サマンサタバサジャパンリミテッド入社
- 2013年 8月 (株)ジーユー入社
- 2016年 1月 MARK STYLER(株)入社
- 2018年 4月 (株)経営共創基盤入社
- 2022年 4月 カッパ・クリエイト(株)入社 執行役員経営戦略本部本部長
- 6月 同社取締役経営戦略本部本部長
- 2023年 3月 同社取締役経営戦略本部本部長兼第二営業本部本部長
- 8月 同社取締役
- (株)日本銘菓総本舗(現 (株)N Baton Company)
- 代表取締役社長(現任)
- (株)庫や代表取締役社長(現任)
- エコー・フリオ(株)取締役
- 2025年 6月 エコー・フリオ(株)代表取締役社長(現任)



カッパ・クリエイト株式会社
代表取締役社長
やまかど つよし
山角 豪

- 2000年 5月 (株)すかいらく(現(株)すかいらくホールディングス)入社
- 2015年 6月 同社店舗開発政策グループディレクター
- 2017年 5月 ニラックス(株)取締役
- 2018年 1月 (株)ダイナミクス入社 CSO(経営企画室長)
- 6月 (株)シュゼット入社 外販営業部長兼カサネオ営業部長
- 2020年 5月 (株)アトム入社 顧問
- 6月 同社代表取締役社長
- 2022年 6月 カッパ・クリエイト(株)取締役
- 10月 同社代表取締役社長(現任)



Seagrass Holdco Pty Ltd
代表取締役社長
ラビ シン
Ravi Singh

- 2008年 7月 City Pharmacy Group Limited. 最高経営責任者(CEO)
- 2018年 3月 MBf Holdings Berhad 最高調達責任者(CPO)
- 2019年 3月 Seagrass Holdco Pty Ltd 最高執行責任者(COO)
- 2024年 5月 Seagrass Holdco Pty Ltd 最高経営責任者(CEO)(現任)



株式会社ニフス
代表取締役社長
まつばら あかね
松原 茜

- 2004年 4月 (株)レインズインターナショナル入社
- 2021年 5月 当社採用教育部部長
- 2023年 11月 当社労務統括部統括部長(採用教育部部長兼務)
- 2024年 3月 (株)ニフス代表取締役社長(現任)
- 2025年 4月 当社コントラクトフードサービス事業本部本部長
- (株)ワックサービス取締役
- 2026年 4月 (株)ワックサービス代表取締役社長(現任)



株式会社大戸屋ホールディングス
代表取締役社長
みつもり ともひと
三森 智仁

- 2011年 4月 三菱UFJ信託銀行(株)入社
- 2013年 4月 (株)大戸屋入社
- 2014年 8月 同社執行役員社長付
- 2015年 6月 (株)大戸屋ホールディングス常務取締役海外事業本部本部長
- 2016年 2月 (株)スリーフォレスト代表取締役(現任)
- 2019年 11月 合同会社H・M・T代表社員(現任)
- 2020年 11月 (株)大戸屋ホールディングス非業務執行取締役
- 2023年 7月 全日本相続技研(株)代表取締役(現任)
- 2026年 6月 (株)大戸屋ホールディングス代表取締役社長(現任)
- (株)大戸屋代表取締役社長(現任)



株式会社コロワイドダイニング
代表取締役社長
よりずみ あつや
頼住 厚哉

- 1988年 4月 UCC上島珈琲(株)入社
- 2016年 4月 ワタミ(株)執行役員 外食業態企画本部本部長
- 2018年 4月 ワタミ(株)執行役員 MD事業 宅食事業商品本部本部長
- 2022年 3月 カッパ・クリエイト(株)商品本部本部長
- 2023年 3月 (株)レインズインターナショナル居酒屋事業本部本部長
- 2024年 3月 (株)チアーズダイニング(現(株)コロワイドダイニング)取締役
- 10月 同社代表取締役社長(現任)
- 2025年 4月 (株)ダブルユーピーージャパン代表取締役社長(現任)



株式会社フレッシュネス
代表取締役社長
さいとう けんたろう
齋藤 健太郎

- 1999年 8月 (株)フレッシュネスバーガー(現(株)フレッシュネス)入社
- 2012年 8月 同社営業部長
- 2016年 12月 同社店舗運営部部長
- 2020年 6月 同社取締役運営本部本部長
- 11月 同社代表取締役社長(現任)



株式会社ココット
代表取締役社長
たなか ようこ
田中 洋子

- 1989年 8月 (株)平成フードサービス(現(株)コロワイド)入社
- 2007年 12月 (株)ココット取締役
- 2010年 9月 同社代表取締役社長(現任)
- 2019年 10月 当社人事総務本部本部長



C-United株式会社
代表取締役社長
ともなり ゆうき
友成 勇樹

- 1986年 3月 日本マクドナルド(株)入社
- 1997年 2月 日本マクドナルド米国支社出向
- 1999年 2月 米国マクドナルド本社出向
- 2001年 1月 米国マクドナルド本社出向解除
- 2002年 9月 日本プレタ・マンジェ(株)設立
- 代表取締役社長(日本マクドナルドからの出向)
- 2004年 4月 ナチュラルビート(株)設立 代表取締役社長
- 2010年 12月 (株)モスダイニング代表取締役会長
- 2014年 6月 (株)モスフードサービス取締役新規事業本部本部長
- 2018年 7月 珈琲館(株)(現 C-United(株))代表取締役社長(現任)



REINS INTERNATIONAL (USA)CO., LTD.
代表取締役社長
とづ りょう
戸津 涼

- 2001年 11月 (旧)(株)レインズインターナショナル入社
- 2012年 10月 (株)レックス・ホールディングス(現(株)レインズインターナショナル)取締役
- 2013年 1月 同社専務取締役
- 10月 (株)コロワイド東日本(現(株)コロワイドMD)取締役
- 2016年 4月 (株)レインズインターナショナル取締役
- 2017年 2月 REINS INTERNATIONAL (USA)CO., LTD. 代表取締役社長(現任)



PT. REINS MARINDO INDONESIA
代表取締役社長
しのざき こうた
篠崎 孝太

- 2006年 4月 (株)レインズインターナショナル入社
- 2013年 6月 REINS INTERNATIONAL (SINGAPORE) PTE. LTD. 取締役
- 2015年 10月 PT. REINS MARINDO INDONESIA 取締役
- 2017年 1月 PT. REINS MARINDO INDONESIA 代表取締役社長(現任)
- 2024年 4月 (株)レインズインターナショナル執行役員アジア統括(現任)

当社は、透明性と公正性の高い経営を実現するため、実効性のあるコーポレート・ガバナンス体制の構築・強化に取り組み、すべてのステークホルダーとの信頼関係の向上を目指しています。

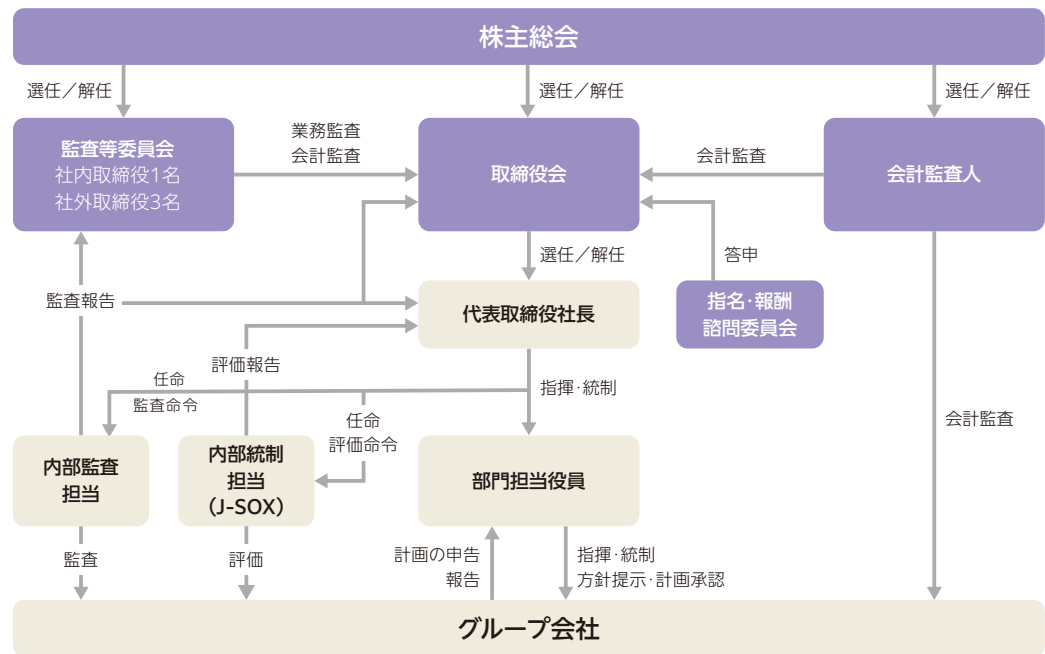
基本的な考え方

当社は、お客様に「楽しかった、美味しかった」と喜ばれる仕事をする事で、「食」を通して社会に貢献するとともに、社員の幸福を達成することを使命としています。

当社グループの主な事業内容は、直営飲食店の展開、飲食店のFC事業展開、病院・介護施設等の給食受託、各種食材・食料品の購買・加工・流通・販売等です。これら飲食業を営む企業の遵守すべき法律としては、食品衛生法、

消防法、個人情報保護法等があり、また上場会社として遵守すべきルールとして、コーポレートガバナンス・コード等があります。これらへのコンプライアンス体制を適切に構築することにより、当社の企業理念や経営戦略を着実に遂行できる基盤が整うことになり、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資するものになると考えています。

●体制図



上記の監査制度を十分に機能させるため、営業のみならず管理部門の責任者より現状報告の体制を敷いています。主なものは以下の通りです。

- ①部門担当の各役員は、定期的または監査等委員の求めに応じて、監査等委員と会合を持ち意見交換を行うこととしています。

②金融商品取引法における内部統制報告義務へ対応するための内部統制担当部門は、定期的または監査等委員の求めに応じて、監査等委員と会合を持ち意見交換を行うこととしています。
- ③食品衛生法、消防法等法令遵守のための内部監査担当部門は、定期的または監査等委員の求めに応じ、監査等委員と会合を持ち意見交換を行うこととしています。

④会計監査人からの監査結果等の聴取及び意見交換のため、監査等委員は随時会計監査人と会合を行うこととしています。

企業統治の体制の概要及び当該体制を採用する理由

当社は、取締役会の監督機能の一層の強化とガバナンス体制の充実を図ることを目的に監査等委員会を設置しています。監査等委員である取締役の過半数が社外取締役で構成され、外部からのチェック機能の強化という観点

から、経営監視機能の充実を図っています。また取締役の指名・報酬等に関する評価・手続きの公平性・透明性・客観性を担保することを目的に、取締役会の任意の諮問機関として指名・報酬諮問委員会を設置しています。

取締役会

取締役会は、原則毎月1回開催される定時取締役会の他、必要に応じて臨時取締役会を開催し、法令・定款及び取締役会規程に定められた事項の他、業務執行に関する重要事項に関して審議・決議を行うとともに、取締役の業務執行を監督しています。取締役11名中5名が社外取締役(内、独立役員5名)であり、経営管理及び外食企業のあり方の観点から、取締役会の意思決定の妥当性・適正性を確保するための助言・提言を行うこととしており、当社の経営上有用な指摘・意見をいただき、経営の透明性と適正性を確保しています。また独立かつ客観的な経営の監督機能の維持・向上を目的に、2022年6月28日開催の第60期定時株主総会において、取締役会の招集権者及び議長が取締役社長に限定されていた定款規定を変更し、同日開催の臨時取締役会より、社外取締役である空野純子氏が選ばれて取締役会の議長を務めています。

実効性評価

当社は、取締役会の実効性向上のため、取締役会の分析・評価を実施しており、その結果の概要を開示しています。

実効性評価の概要はこちらをご参照ください。

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7616/announcement/122513/00.pdf>



●取締役会・委員会の開催状況

会議体	2025年度開催回数
取締役会	24回(うち書面決議4回含む)
監査等委員会	24回
指名・報酬諮問委員会	2回

●社外取締役の選任理由

氏名	監査等委員	独立役員	選任の理由
空野 純子		○	外資系を含む多様な企業において、ITサービス・E-commerce・マーケティングの分野での戦略策定・事業運営を実施。当社グループにおいても同分野が益々重要性を増すことを踏まえ、デジタルマーケティング戦略等の策定と推進の観点で経営に対する管理・監督を行うに適任と判断したもの。
福田 守雄		○	長年にわたる警察組織での豊富な知識と幅広い経験を有し、当該知識及び経験に基づき独立した立場から助言をいただけることが期待され、当社における法務リスクマネジメントの強化を図ることに寄与していただけると判断したもの。
福崎 真也	○	○	企業法務に関する専門知識と豊富な業務経験を有しており、また他社の監査役・監査等委員としての経験も豊富。コーポレート・ガバナンス、コンプライアンスに対する社会の要請が高度化する中、法律面での助言等をいただけると判断したもの。
樋口 一成	○	○	金融機関在任中に得た幅広い業務知識と経験に基づき、財務・会計に関する豊富な知見を有しており、当該知見を活かし、財務・会計に関するガバナンスやコンプライアンスについて専門的な観点から助言等をいただけると判断したもの。
白石 絵里子	○	○	公認会計士として飲食業、証券・投資信託といった金融業を営む企業の会計監査、IPO準備会社のデューデリジェンス、企業の税務申告書作成業務に従事され、財務会計及び税務について豊富な知識・経験を有しており、当社の財務会計や税務について専門的な観点から助言等をいただけると判断したもの。

監査等委員会

当社における監査等委員会は、常勤監査等委員1名及び社外監査等委員3名の計4名で構成しており、監査等委員会は、毎月1回開催することを原則としています。

直近の事業年度における取締役会、監査等委員会、及び指名・報酬諮問委員会の実施状況等、また企業統治に関するその他の事項等の詳細はこちらをご参照ください。

https://ssl4.eir-parts.net/doc/7616/yuho_pdf/S100YG30/00.pdf



独立社外取締役の有効な活用、独立性判断基準及び資質

当社は、独立社外取締役より、多様な視点や経験及び高度な専門知識に基づいて、当社の経営全般に関し、独立した立場から助言・提言を受け、それらの意見を会社経営に取り入れる体制をとっています。

独立社外取締役の独立性判断基準及び資質等の詳細につきましてはこちらをご参照ください。

https://ssl4.eir-parts.net/doc/7616/ir_material1/174920/00.pdf



役員報酬

当社の取締役の報酬等は、固定報酬をベースとし、生活基盤の安定を保障することにより職務に専念させるとともに、部分的に業績連動報酬等及び株式報酬を導入し一定のインセンティブ報酬を支給することで業績向上を図るような報酬体系とし、個々の取締役の報酬等の決定に際しては各職責を踏まえた適正な水準とすることを基本方針としています。

上場子会社を有する意義

当社は、M&Aを成長戦略の柱と位置付け、業容の拡大とともに事業ポートフォリオの最適化を行ってきました。各上場子会社はこれまでのM&Aの結果として当社の連結子会社となったものであり、連結子会社化後も上場を維持し、対象会社の企業価値向上の成果を既存の株主様と

共有させていただくことが望ましいと考えています。当社は、各上場子会社が株式市場での評価を受けながら事業に取り組むとともに、少数株主の利益に配慮した自律的な経営を行うことが各社の持続的成長に資するものと考えています。

リスクマネジメント

コロワイドグループは、事業活動を取り巻く様々なリスクを適切に把握・管理し、持続的な成長と企業価値の向上を支えるリスクマネジメント体制の強化に取り組んでいます。

リスク管理体制の整備状況

経営の健全性確保と企業価値の維持・向上を図るべく、リスクを適切に把握・識別・評価し、低減・是正・改善等のための必要な措置を講じるため、リスク管理基本方針を定めリスク管理を行っています。すべての役職員が能動的にリスク管理に取り組むとの認識のもと「リスク管理規程」に基づき、3線の防衛線に整理したものとしています。想定されるリスクの識別・分類及び分析・対応等について記載した「リスク管理シート」に基づき重要リスクを特定するとともに、その重要性に応じたリスクへの対応の有効性について評価を行っています。

識別したリスクと対応策の概要はこちらをご参照ください。
https://ssl4.eir-parts.net/doc/7616/yuho_pdf/S100YG30/00.pdf



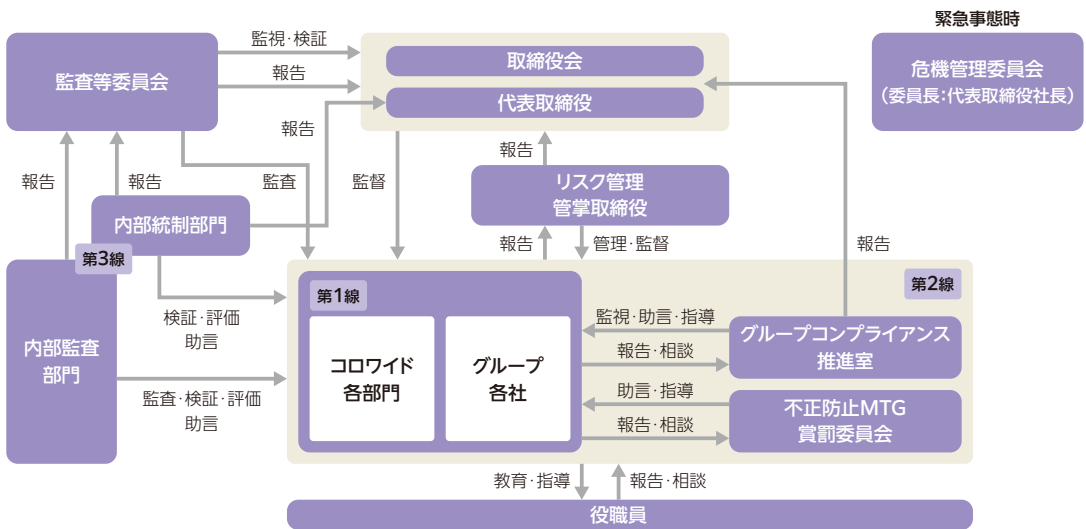
リスク管理基本方針

①当社は、経営の健全性確保と企業価値の維持・向上を図るべく、リスクを適切に把握・識別・評価し、低減・是正・改善等のための必要な措置を講じる。

②当社は、リスク管理基本方針を定め、内外に公表する。

③当社は、経営環境の変化、事業内容及び組織体制等の内外の変化等必要に応じて、リスク管理基本方針を適宜見直す。

●体制図



コンプライアンス

コロワイドグループは、法令等の遵守に加え、高い倫理観に基づく企業活動を実践し、お客様をはじめとするすべてのステークホルダーから信頼される企業であり続けることを目指しています。

コンプライアンスポリシー

コロワイドグループでは、コンプライアンスを単なる法令遵守と限定的に解釈するのではなく、社会規範の遵守を含む、社会からの期待、信頼、要請にこたえる倫理的行動規範と考えています。その上で、コロワイドグループの役員及び在籍し就業するすべての者が、企業の社会的責任を常に認識し、コンプライアンスを実践する態勢を構築することを目的とし、基本方針と推進体制を定めています。

基本方針

- ①法令遵守
コロワイドグループの役員及び在籍し就業するすべての者は、会社経営及び事業活動に関連するすべての法令及び社会規範を誠実に遵守し、公正で良識のある企業活動を行います。
- ②人権の尊重
コロワイドグループの役員及び在籍し就業するすべての者は、コロワイドグループに関わるすべての人の人権を尊重し、一人一人の個性と多様性を認め合います。
- ③高い倫理観に基づく行動
コロワイドグループの役員及び在籍し就業するすべての者は、各自与えられた役割を果たすにあたって、お客様、株主、社会、他の従業員、ひいては自らの家族、友人、愛する人にも胸を張って説明できる行動を選択します。

推進体制

当社は、関係諸法令の徹底を図るためにグループコンプライアンス推進室が中心となり、コンプライアンス体制の整備を促進するとともに、グループ全体におけるコンプライアンスの遵守を推進しています。

コンプライアンスに関する取り組み

当社グループではさらなるコンプライアンスの適切な運用を図るべく「グループコンプライアンス規程」に基づき、グループコンプライアンス推進室が中心となってグループ全体でのコンプライアンス意識の向上に取り組んでいます。定期的なコンプライアンス研修の実施や、研修を効果的に行うためのウェブ環境の整備、グループ全社員を対象として年2回実施するエンゲージメントサーベイにおいて、コンプライアンスに関する意識の状況をモニタリングすること等により、コロワイドグループの役員及び在籍し就業するすべての者のコンプライアンス意識の向上・維持を図っています。

コンプライアンスに関する取り組みの詳細はこちらをご参照ください。

https://ssl4.eir-parts.net/doc/7616/yuho_pdf/S100YG30/00.pdf



主要財務データ・非財務データ

主要財務データ・非財務データ ●

主要財務データ

	2017年度	2018年度	2019年度		2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
売上収益(百万円)	245,911	244,360	235,334		168,181	175,627	220,830	241,284	269,156	300,090
売上原価(百万円)	107,253	105,581	101,168		75,524	78,939	96,619	101,916	112,389	121,345
売上総利益(百万円)	138,658	138,779	134,166		92,657	96,688	124,212	139,368	156,766	178,745
事業利益(百万円)	7,193	8,499	5,632		△8,331	6,133	△196	8,712	9,305	12,527
当期利益(百万円)	1,397	1,150	△6,798		△11,193	3,068	△8,579	4,064	2,255	1,713
親会社の所有者に帰属する当期利益(百万円)	1,170	632	△6,447		△10,085	1,437	△6,801	2,905	1,249	2,233
EBITDA(百万円)	16,761	17,728	14,319		△98	14,416	7,400	16,777	18,486	22,538
営業活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	16,658	15,971	26,072		3,420	23,830	28,783	29,879	28,808	28,714
投資活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	△5,281	△7,457	△15,348		△12,924	△3,522	△8,788	△13,582	△21,606	△30,755
財務活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	△11,390	△9,496	△12,338		15,890	△9,511	△18,755	△20,329	17,954	△6,773
基本的1株当たり当期利益(円)	12.91	5.72	△88.62		△141.30	11.31	△84.45	27.52	7.45	15.73
売上収益事業利益率(%)	2.9	3.5	2.4		△5.0	3.5	△0.1	3.6	3.5	4.2
親会社所有者帰属持分当期利益率(ROE)(%)	2.8	1.2	△22.2		△37.8	2.3	△15.7	6.6	2.0	2.8
資産合計税引前利益率(ROA)(%)	1.2	1.2	△3.8		△5.5	0.8	△3.2	2.5	1.7	2.0
株価収益率(倍)	192.9	400.7	—		—	157.0	—	78.8	230.4	115.4
配当性向(%)	38.7	87.4	—		—	44.2	—	18.2	67.1	31.8
店舗数(店)	2,721	2,709	2,665		2,843	2,785	2,640	2,583	2,586	2,633

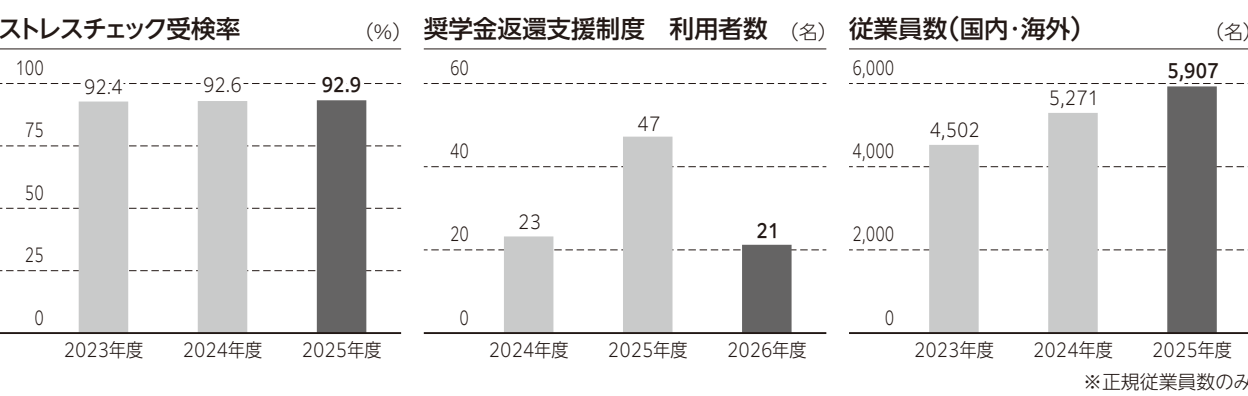
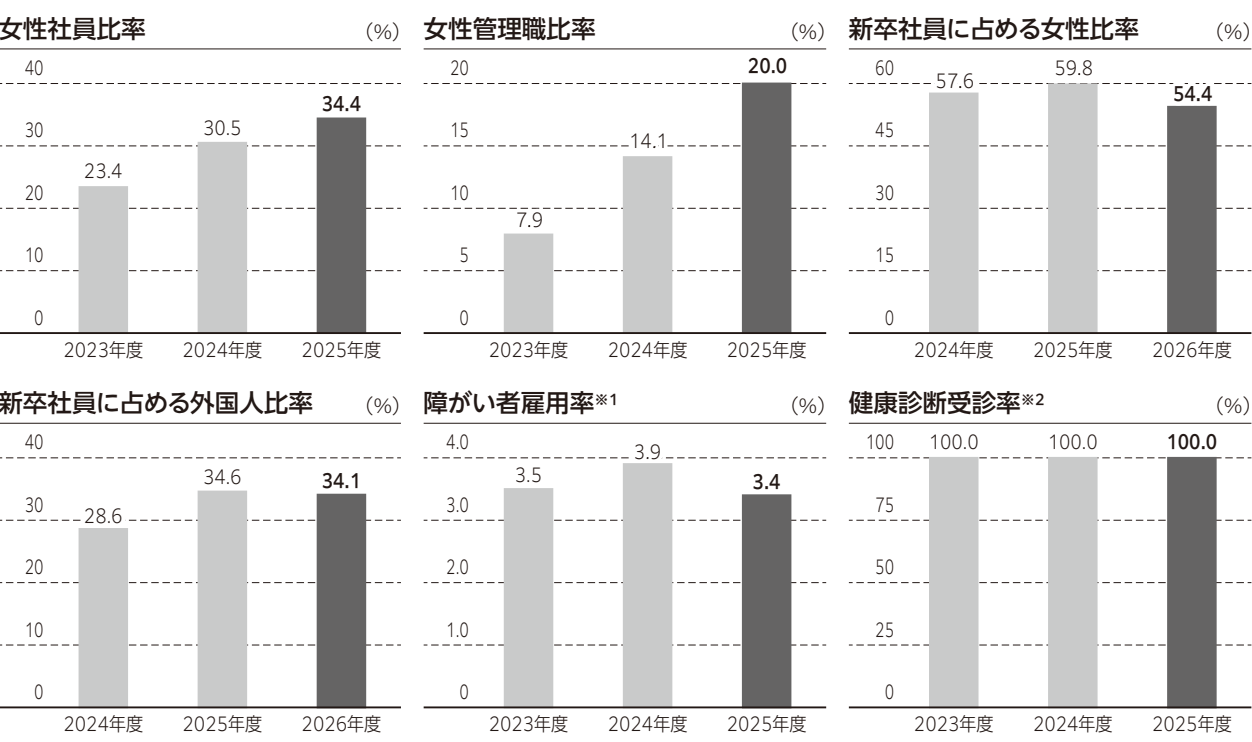
※国際会計基準[IFRS]により作成された連結財務諸表の数値を使用しています。
●事業利益=売上収益-売上原価-販売費及び一般管理費

●EBITDA=事業利益+減価償却費及び償却費(使用権資産の減価償却費を除く)
●売上収益事業利益率=事業利益/売上収益

●ROE=親会社所有者に帰属する当期利益/親会社の所有者に帰属する持分(期中平均)
●ROA=税引前利益/総資産(期中平均)

※株価収益率及び配当性向については、1株当たり当期損失である年度は記載していません。
※店舗数は年度末時点のものとなっています。

非財務データ



※1 集計対象範囲:(株)コロナイド、(株)レインズインターナショナル、(株)コロナイドダイニング、(株)コロナイドMD、(株)ココット

※2 集計対象範囲:(株)コロナイド、カップ・クリエイト(株)、(株)大戸屋ホールディングス、(株)大戸屋、(株)アトム、(株)レインズインターナショナル、(株)コロナイドダイニング、(株)コロナイドMD、(株)ジャパンフレッシュ、(株)フレッシュネス、(株)ココット、(株)シルスマリア、(株)ダブルユーピーージャパン、ワールドピーコム(株)、(株)ベイ・フードファクトリー、(株)エムワイフーズ、(株)フューチャーリンク、(株)Beer Thirty

会社概要		(2026年3月末現在)
商号	株式会社コロワイド	
所在地	神奈川県横浜市西区 みなとみらい二丁目2番1号 ランドマークタワー12階	
設立	1963年4月	
資本金	438億14百万円	
主な事業内容	1. 飲食店の経営 2. 各種食料品の仕入販売及び加工販売 3. フランチャイズ形態による飲食店の経営指導	

株式の状況			(2026年3月末現在)
発行可能株式総数	普通株式	112,999,820株	
	優先株式	30株	
	第2回優先株式	50株	
	第3回優先株式	100株	
発行済株式の総数	普通株式	106,453,541株	
	優先株式	30株	
	第2回優先株式	30株	
	第3回優先株式	90株	
単元株式数	普通株式	100株	
	優先株式	1株	
	第2回優先株式	1株	
	第3回優先株式	1株	
株主数	普通株式	143,672名	
	優先株式	1名	
	第2回優先株式	1名	
	第3回優先株式	1名	

役員		(2026年6月末現在)
代表取締役会長	蔵人 金男	
代表取締役社長	野尻 公平	
代表取締役副社長	蔵人 賢樹	
取締役	磯野 健雄	
取締役	松見 大輔	
社外取締役	空野 純子	
社外取締役	福田 守雄	
取締役(監査等委員)	宇田 猛	
社外取締役(監査等委員)	福崎 真也	
社外取締役(監査等委員)	樋口 一成	
社外取締役(監査等委員)	白石 絵里子	

大株主の状況				(2026年3月末現在)
株主名		持株数 (千株)	持株比率 (%)	
日本マスタートラスト信託銀行(株) (信託口)		9,494	8.9	
(株)サンフロード		5,766	5.4	
蔵人 良子		4,062	3.8	
蔵人 賢樹		2,864	2.7	
蔵人 金男		2,707	2.5	
(株)日本カストディ銀行(信託口)		1,450	1.4	
鈴木 理永		1,094	1.0	
BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG (FE-AC)		471	0.4	
JP JPMSE LUX RE NOMURA INT PLC 1 EQCO		461	0.4	
株式会社日本カストディ銀行 (信託口4)		389	0.4	
※ 持株比率は自己株式(147,750株)を控除して計算しています。				

グループ体制

