

# RINGER HUT GROUP REPORT 2026

リンガーハットグループ  
統合報告書

## 私たちの目指す未来

永続する企業として

従業員を筆頭とした

すべてのステークホルダーをしあわせにする

### 企業使命観（経営理念）

すべてのお客さまに楽しい食事のひとときを

心と技術でつくるリンガーハットグループ

### 実践訓

- 一、私たちは、健康的で高品質な商品を手頃な価格で提供します。
- 一、私たちは「お客さまの声」を心を開いてお聞きし改善に努めます。
- 一、私たちはよろこびのある職場をつくり、ゆとりと豊かさを追求します。
- 一、私たちは、自然と環境を大切に、地域のみなさまに愛される店作りをします。
- 一、私たちは世界、日本、郷土の「味の文化」を発掘し、発展させます。

### リンガーハットフィロソフィー

すばらしい人生を送るために

「心を高める」「より良い仕事をする」「正しい判断をする」

「新しい事を成し遂げる」「人生を考える」

経営者意識を高める

「お客さま第一」「日々の仕事を進めるにあたって」

## CONTENTS

### イントロダクション

- 01 私たちの目指す未来
- 03 数字でみるリンガーハットグループ
- 05 私たちのあゆみ

### トップメッセージ

- 07 トップメッセージ



### 価値創造

- 09 価値創造モデル
- 11 事業概況
- 13 ビジョン・中期経営計画
- 15 財務責任者メッセージ



### 成長戦略

- 17 店舗フォーマットの確立
- 18 外販事業の強化
- 19 グローバルマーケットへの展開
- 20 業務効率化、人財強化
- 22 調達・生産・配送体制強化
- 23 サステナビリティ推進



### ガバナンス

- 27 コーポレート・ガバナンス
- 29 役員一覧
- 31 社外取締役メッセージ
- 32 コンプライアンス／リスクマネジメント



### データ

- 33 財務ハイライト
- 34 会社概要／株式情報

### 編集方針

2025年度、リンガーハットグループは、「全員参加で、成長へのアクセルを踏み込もう」をスローガンに、安全・安心で健康的な食の提供はもとより、持続可能な社会への貢献に取り組んでまいりました。また、さらなる飛躍を目指し、2026年度から2028年度までの中期経営計画を策定し、持続的な企業価値の向上に向けた取り組みを推進しております。本報告書では、リンガーハットグループの社会貢献活動に加え、新たに策定した中期経営計画の概要をご紹介しますとともに、マテリアリティ（重要課題）として特定した「豊かな社会づくりへの貢献」「地球環境への配慮・負荷の低減」「誰もが自分らしく安心して働ける職場」について、2025年度に実施した施策・取り組みを中心にご報告いたします。

### 報告対象組織

株式会社リンガーハット  
リンガーハットジャパン株式会社(直営店・加盟店)  
浜勝株式会社(直営店・加盟店)  
リンガーハット開発株式会社 リンガーフーズ株式会社  
Ringer Hut Hawaii Inc. Ringer Hut(Thailand) Co.,Ltd.  
Champion Foods Co.,Ltd. Ringer Hut(Cambodia) Co.,Ltd.  
Ringer Hut Vietnam Co.,Ltd.

### 報告対象期間

2025年3月1日～2026年2月28日

※ 2026年3月1日以降の内容を一部含みます。

### 見直しに関する注意事項

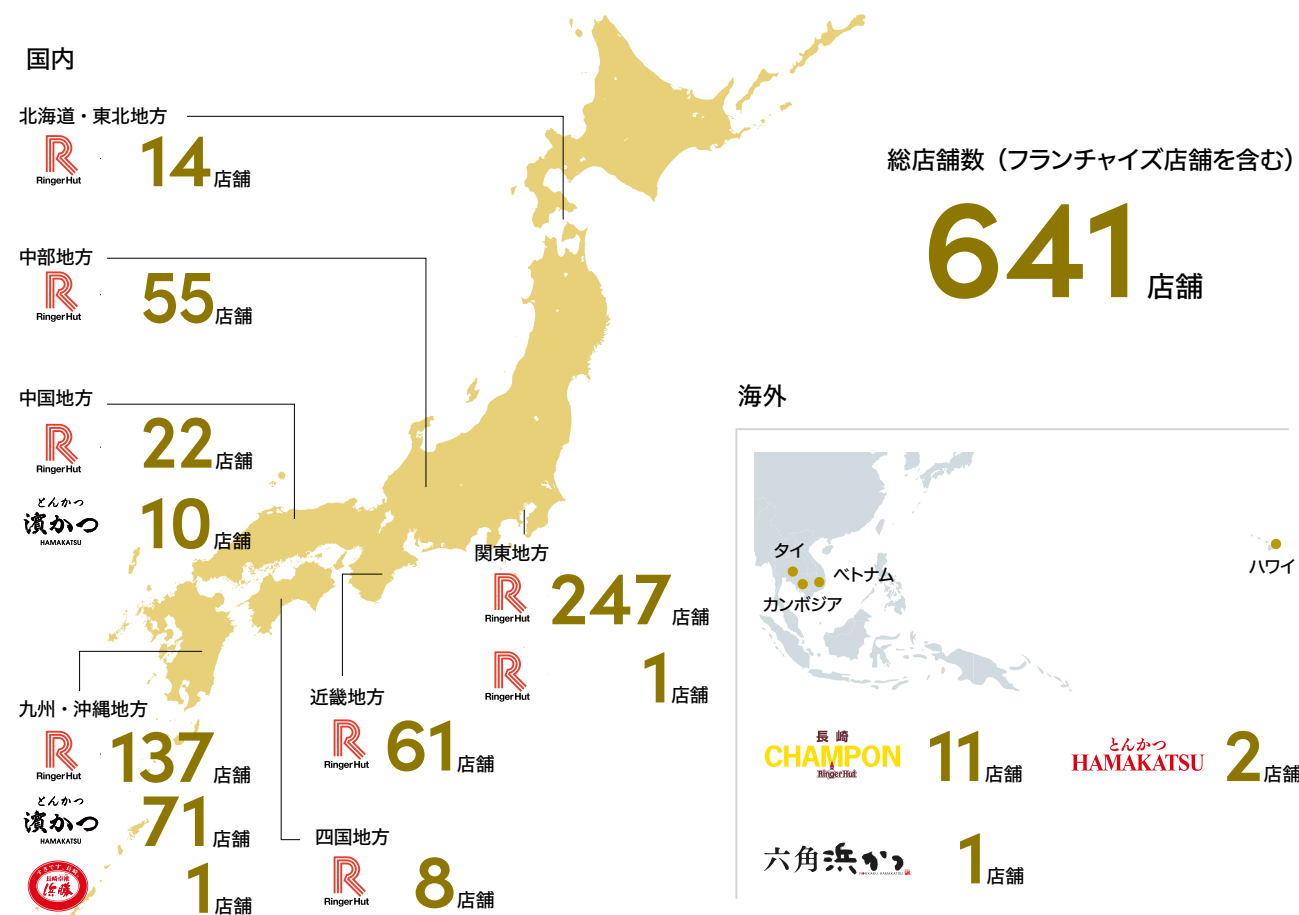
本報告書に記載されている業績見通し等のデータや将来に関する記述は、リンガーハットグループ(リンガーハットおよびグループ会社)が本報告書を作成時点で発信している情報に基づくもので、様々な要因により影響を受けることがあるため、実際の業績等は見通しから異なる可能性があります。当社は将来の出来事等に基づき、これらの将来予測を更新する義務を負うものではありません。

発行 2026年8月31日

### お問合せ

株式会社リンガーハット CSRチーム  
TEL.03-5745-8611 FAX.03-5745-8622  
<https://www.ringerhut.co.jp/>

国内外に広がる店舗



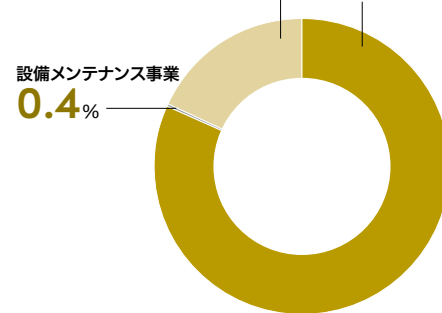
売上高(2025年度)

45,084 百万円



売上高構成比

とんかつ事業 17.8% 長崎ちゃんぽん事業 81.8%



※グループ内の内部取引を除く

国産野菜使用率

100%

GAP 認証※取得産地からのキャベツ仕入れ比率



**57.0** %

女性店長比率

34.3%

外国人店長数



3名

障がい者在籍者数



111名

### 管理職に占める女性の割合



10.3%

正社員育児休暇取得者数



6名

パート・アルバイト者数※



4,175名

※正社員所定労働時間に換算した人数

CO<sub>2</sub>排出量

45.4%削減  
(2013年度比)

食品リサイクル実施率



66.1%

使い捨てプラスチック使用量



197トン

# 私たちのあゆみ

## 1962-1978

日本の外食産業に大きく貢献

### 長崎にて創業

**1962年**

長崎市鍛冶屋町に「とんかつ浜かつ」を創業



**1968年**

「郷土料理別館浜勝」  
(現:長崎卓袱料理専門店「卓袱浜勝」)を開店

### ちゃんぽんでチェーン展開

**1974年**

現在の「リンガーハット」の前身となる「長崎ちゃんめん」  
を長崎市宿町に開店



**1977年**

佐賀県鳥栖市に鳥栖工場を新設  
「リンガーハット」に名前を改めた第1号店を  
福岡県にオープン



## 1979-2000

需要拡大、全国へ店舗展開

### 生産能力を強化し、店舗数を増やす

**1979年**

関東地区第1号店(通算第37号店)を埼玉県与野市  
(現・さいたま市)に開店(大宮バイパス与野店)

**1982年**

株式会社浜勝を株式会社  
リンガーハットに商号変更



**1983年**

佐賀県神埼郡東背振村に  
佐賀工場を新設(現・吉野ヶ里町)



**1985年**

リンガーハット・100号店(福岡  
大橋店)を福岡県福岡市に開店



**1986年**

当社グループにおける店舗建設・メンテナンスを行うため、  
リンガーハット開発株式会社(現・連結子会社)を設立

**1988年**

静岡県駿東郡小山町に  
富士小山工場を新設



**1997年**

リンガーハットグループの創業35周年を記念しハワイにて  
店長会議・経営方針発表会を開催

**2000年**

東証一部指定替え



## 2001-2014

健康な食の追求

### 野菜の国産化へ

**2005年**

リンガーハット500号店  
「福岡橋本店」を開店



**2006年**

とんかつ浜勝100号店「福岡大名店」を開店

**2008年**

キャベツ契約栽培の取り組みに  
ついて、第一回国産野菜の生産・  
利用拡大優良事業者として農林  
水産大臣賞受賞



**2009年**

リンガーハット全店において、  
使用するすべての野菜の国産化を実現  
『野菜たっぷりちゃんぽん』  
販売開始



### 海外へ進出

**2010年**

リンガーハットがタイ国に  
初進出、K-Village店を  
バンコクに開店



**2011年**

移動販売車「リンガー号」  
1号車が完成



## 2015-

さらなる成長のステージへ

### 2030年にありたい姿に向けて

**2015年**

リンガーハットブランドロゴをリニューアル  
ハワイにて店長会議・経営方針発表会を開催



**2016年**

浜勝ブランドロゴをリニューアル



**2019年**

京都工場稼働開始



**2021年**

理想の食卓を目指す  
リンガーハットの新ビジョン  
Ideal Dining宣言



**2022年**

プライム市場へ所属を移行  
リンガーハットグループ創業60周年

**60<sup>th</sup>**  
Ringer Hut History  
since 1962



リンガーハット冷凍食品自動販売機の  
設置を開始

**2025年**

「リンガーハットグループ中期経営計画」策定

### 世の中の動き&食品業界の動き

**1960年代**

高度経済成長とともに外食産業が  
黎明期を迎える。

1964 東海道新幹線開通、  
東京五輪開催  
1965 立ち食いそばチェーン登場  
1968 レトルトカレー登場  
牛丼チェーン展開開始

**1970年代**

外食産業が拡大し、  
ファストフード文化が広がり始める。

1970 ファミリーレストラン1号店  
1971 外資系ハンバーガーチェーン  
1号店開店  
1976 持ち帰り弁当チェーン登場

**1980年代**

バブル経済下で高級レストラン  
や外国料理が普及。

1985 宅配ピザチェーン登場  
1989 平成に改元  
消費税3%導入

**1990年代**

バブル崩壊後ファストフードやファミレスで  
低価格競争が激化。一方でスローフードや  
地産地消への関心が高まる。

1991 牛肉・オレンジ輸入自由化開始  
1995 阪神・淡路大震災  
1997 消費税5%に

**2000年代**

食品ロス問題や環境に配慮し  
た持続可能な食の生産・消費  
が課題になる。

2007 郵政民営化スタート  
2008 iPhone日本初上陸  
リーマン・ショック

**2010年代**

スマートフォンの普及でオンラインでの食品販売やレストランの予約が  
一般的になる。

2011 東日本大震災  
2012 東京スカイツリー完成  
2013 「和食」無形文化遺産に  
登録  
2014 消費税8%に

2015 気候変動枠組条約第21回  
締約国会議(COP21)  
2016 熊本地震  
2019 令和に改元

**2020年代**

新型コロナウイルス感染症の拡大によりテイクアウトや  
デリバリーの需要が急増した他、新たな衛生基準の  
確立やデジタル化が急速に進んだ。

2020 新型コロナウイルス感染症拡大  
2022 ロシア軍、ウクライナ侵攻  
2024 能登半島地震  
2025 大阪・関西万博開催

### 常に現場の声を聞き、 柔軟に議論することで 「3年で営業利益2倍」という 高い目標を目指す。

株式会社リンガーハット  
代表取締役社長兼CEO

福原 扶美勇

#### 現場と海外で培われた 「自責」で変えていく経営哲学

2026年3月1日付で、代表取締役社長に就任しました福原扶美勇です。リンガーハットグループを新たな成長のステージへと導き、すべてのお客さまに楽しい食事のひとつをお届けすべく、邁進してまいります。

私の経営観の根底には二つの大きな経験があります。一つは、中途採用で入社してから数年間、自ら志願して現場で営業経験を積んだことです。重い鍋を振り、上司に商品のできあがりを叱られながら美味しいちゃんぽんを作ろうと努力した日々は、自社の商品がどのようなものかを知る上でかけがえのない経験になりました。



もう一つは海外事業の経験です。とくに、タイで8カ月ほど暮らし、現場の空気を感じながら奔走した日々には大きな刺激を受けました。日本と異なり、「会社に従う」という感覚を持たない現地スタッフとほとんど話し合い、納得できたことはすぐに実行し、それが明確に結果として表れるという経験をしたことは、今、海外展開に人一倍の思い入れがある理由にもなっています。日本国内と比べて何事も即断即決が求められる中、当然、失敗もあるのですが、会社は私に権限を与え、「会社は大丈夫だからどんどん失敗しなさい」と挑戦を許してくれました。今度は私が社員に対して同じことをしなければならないと肝に銘じています。

私が日ごろよく口にするのは「同じことをやって違う結果を期待するほど愚かなことはない」という言葉です。人はつい「今回はたまたま失敗したけれど、次はうまく行くはず」と同じことを繰り返しがちです。しかし、失敗したなら、しっかりと反省し、何かを変えて新しいことをしなければいけない。さもなければ成功はあり得ません。

自身に対しても、常に同じことを言い聞かせています。当社では「全員参加型の経営」を掲げていますが、その本質はトップ自らが社員の声に耳を傾けることにあります。何か問題が起こったとき、「誰が悪いのか」と他責で考えるのではなく、「そういう環境を作っている自分が悪い」とトップ自身が考える。そして、皆の意見を聞き、変えていく。そんなふうに自責で考えられる存在でありたいと思っています。

#### 「3年で利益2倍」を達成するために 今までとは違うチャレンジを

2025年度を振り返りますと、店舗や工場の従業員が立場を超えて改善点を話し合う「月例会」、経営理念への理解を深める「フィロソフィーセミナー」、役職、年齢、性別、国籍の壁を越えた「ダイバーシティ推進みらい座談会」といった活動が実を結び、売上と職場の活性化に貢献しました。売上については、客足が停滞しがちな夏を中心に施策を展開し、上期は予想以上の結果を出せた半面、下期はその勢いで挑戦的な数字を設定したこと、また長引く猛暑の影響もあって目標は未達となりました。ただし通期で見れば当初の目標値は達成しており、来期以降は更なる商品の品質向上により、売上増が可能だと見ています。

2026年度からスタートした中期経営計画では、「3年で営業利益2倍」という非常に高い目標を掲げました。この高い目標は、企業の成長促進を図り、全従業員のチャレンジ精神を刺激する意図もこめたものです。

目標達成に向けた第一段階は、当社の強みでもある700近い既存店の成長です。しかし、営業利益2倍を実現するには今までにないプラス、つまり新規出店が不可欠です。目標は3年で50店規模の出店ですが、そのためには、まずは効率的な出店を可能にする店舗フォーマットを確立しなければなりません。そのうえで、「濱かつ」の関東再進出、新業態としての総菜専門店、さらには海外への積極的な出店に挑みます。外販事業の強化も欠かせません。商品ラインナップを拡充しつつ生産の効率化を図り、海外市場への商品展開を進めています。

こうした方向性を念頭に置きつつも、具体的な施策については日々の状況を見ながら社員たちと具体化してまいります。常に大きな外部環境の変化にさらされている現在の経営環境下では、「過去に決めたからこう進める」などというやり方は通用しません。原則についてはシンプルに捉え、その代わり何が起きても柔軟に議論ができる態勢を徹底して維持してまいります。

#### すべての人が輝ける環境をつくり、 全員で高い目標を目指す

ここ数年、ESG経営についても力を入れてきましたが、今



後特に強化したいのは「人」に関する取り組みです。女性管理職比率や外国人店長数など目標値を掲げているテーマもありますが、実際には、性別、年齢、国籍を問わず意欲あるすべての人が輝き、頑張ることができる会社にしていきたいと考えています。そのための手段としてもDXやIT化をさらに強化し、労働人口が減少する中でも無理なく運営できる状態を実現します。同時に、海外市場での成長を目指すからには海外で現地のリーダーを育てることも必要だと思っています。現地のことを一番よく知る人物が商品の開発や店舗の運営を担うことが、その国や地域に根差した「楽しい食事のひとつ」の提供に繋がると考えるためです。

また、企業価値の向上にはガバナンスの強化も重要です。私が目指すガバナンスとは、極めてシンプルに言えば「嘘をつかない、透明な会社にする」ということです。これを本当に実現するためにも、何か問題が起きればすぐに分かる仕組みや風土をしっかりと作っていくことを目指します。

繰り返しになりますが、高い目標の達成は今までと同じ方法では叶いません。変えるべきことは恐れることなく変え、全員でやり遂げる覚悟です。すでに発表している成長戦略を着実に実行し、業績という結果でステークホルダーの皆さまにお応えしていく所存ですので、リンガーハットグループの挑戦にご期待いただき、ぜひ応援してくださいますようお願い申し上げます。

価値創造モデル

リンガーハットグループは、「すべてのお客さまに楽しい食事のひとときを 心と技術でつくる」という企業使命観のもと、4つの事業を通じて社会課題の解決と企業価値の向上に取り組んでいます。多様な価値を創出し、すべてのステークホルダーのしあわせと持続可能な社会の実現を目指します。

目指す姿

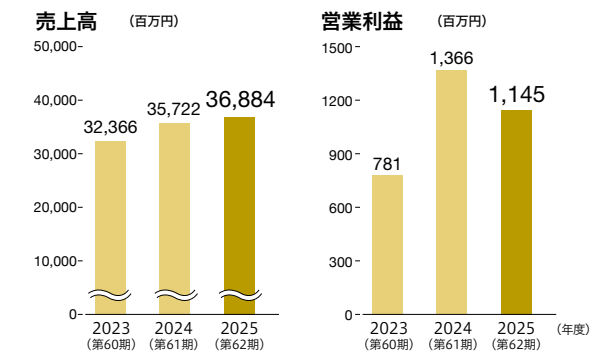
永続する企業として従業員を筆頭としたすべてのステークホルダーをしあわせにする



事業概況



長崎ちゃんぽん事業



長崎ちゃんぽん事業では、4P(①商品、②価格、③販売促進、④店舗)を軸に事業を推進しました。原材料費・人件費などの高騰に対応するため価格改定を実施するとともに、商品面では、「海鮮ちゃんぽん」のリニューアルをはじめ、「冷やしちゃんぽん」「からまろちゃんぽん」「かきちゃんぽん」「北海道コーンみそちゃんぽん」など季節商品を展開し、お客さまから高い支持を獲得しました。販売促進面では、福袋販売や宅配販売の強化を進めるとともに、店舗タイプ別の商品施策を実施し、幅広い顧客層へのアプローチを強化しました。また、将来の成長に向けて店舗改装・改造を年間32店舗で実施しました。その結果、売上高は前年を上回りましたが、店舗改装・改造に伴う一時的な休業や原材料費・人件費の上昇などが利益を押し下げる要因となりました。

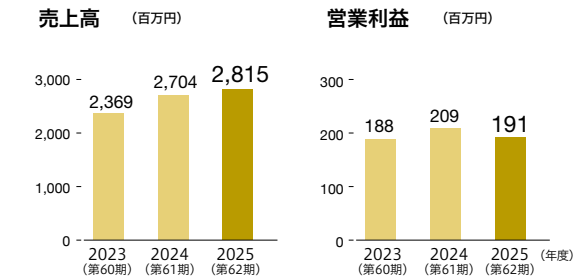
今後の方針・施策

中期経営計画で掲げるブランドメッセージ「モグベジ食堂へようこそ!」のもと、商品開発力の強化やマーケティング施策の高度化を進めるとともに、3年間で50店舗の出店と新規出店店舗の黒字化を目指します。また、店舗オペレーションの効率化や人財育成を推進することで、既存店売上の拡大と店舗競争力の向上を図り、収益基盤の強化に取り組んでいきます。



夏の季節限定メニュー「豚しゃぶ冷やしちゃんぽん」

うち外販事業



外販事業では、EC・量販店・法人向け販路の拡大を通じて事業成長を推進しました。EC市場における競争が激化する中、TikTok Shopや楽天市場2号店を新たに開設し、EC販売チャネルの拡充を図りました。また、「リンガーハットの長崎ちゃんぽんスープ 濃縮タイプ」の発売や、エースコックとの共同開発による2種類のカップ麺の販売を通じて、ご家庭でもリンガーハットの味を楽しめる商品ラインアップの充実に取り組みました。さらに、将来の事業拡大を見据えた外販商品の専用ライン整備など、生産体制の強化を進めました。こうした取り組みにより、新たな販売チャネルの開拓や量販店向け商品の販売が拡大し、売上高は堅調に推移しました。一方、広告費や物流費、販売手数料などの増加により、営業利益は前年度を下回る結果となりました。

今後の方針・施策

店舗品質の再現性を高め、リンガーハットブランドを活かした商品開発を強化します。また、健康志向の高まりを踏まえ、野菜を軸とした商品ラインアップの拡充と生産体制の強化と効率化に取り組めます。加えて、EC事業のさらなる成長と量販店・法人向け販路の拡大を推進し、成長性と収益性を両立できる事業基盤の確立を目指します。



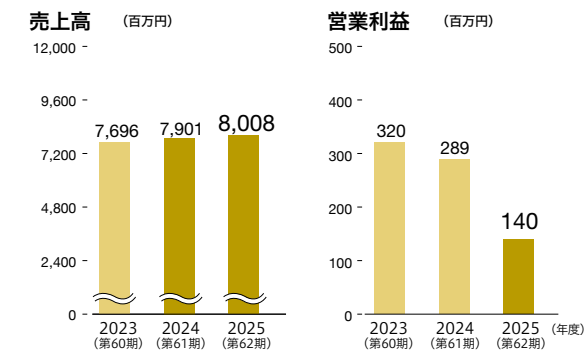
リンガーハット公式



TikTok Shop



とんかつ事業



とんかつ事業では、ブランドメッセージ「もっと、おもてなし」のもと、商品・価格・販売促進施策を通じて、お客さまに選ばれる店舗づくりを推進しました。商品面では、「ロースかつ御膳」のソースのバリエーション拡充に加え、春の季節商品「アスパラと大葉の重ねかつ」が販売比率20%を占める過去最大のヒット商品となりました。また、「梅しそ巻き」「牡蠣ふらい」「冬の御膳」など季節商品の展開や、「お手軽御膳」の販売を通じて、多様化するお客さまニーズへの対応を進めました。販売促進面では、「夏の米得袋」や「GWキッズ応援」「エビ祭り」「杏仁祭り」などのキャンペーンを実施し、客数・売上ともに前年を上回りました。原材料費や人件費の上昇が収益性に影響を及ぼしたものの、ブランド力の強化や顧客基盤の拡大につながる一年となりました。

今後の方針・施策

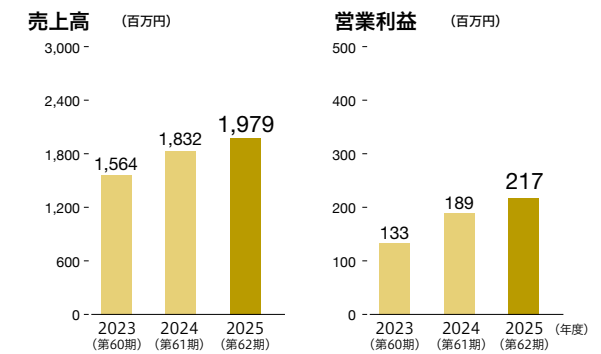
惣菜事業を新たな成長ドライバーと位置づけ、モデル確立と出店拡大を進めていきます。また、都市部テナント型を中心とした関東エリアへの再進出を推進し、新たな商圏の開拓を図ります。これらの成長戦略を実行するとともに、ブランドメッセージ「もっと、おもてなし」に根ざした「QSC+H」を追求し、お客さま体験価値の向上とブランド強化に取り組んでいきます。



「アスパラと大葉重ねかつ御膳」



設備・メンテナンス事業



※内部取引を含む売上高

設備・メンテナンス事業は、資材価格や人件費の高騰に加え、店舗設備の老朽化対策や法令遵守の徹底、協力業者の人手不足への対応など、事業環境の変化への対策が求められました。そのような中、メンテナンスチームによる設備保守点検やLED照明、高効率冷機器への更新提案を推進し、コスト削減とCO<sub>2</sub>排出削減に貢献しました。また、特販事業では、過冷却冷蔵庫「Tokyo Snowman」は近年の猛暑を背景に各企業で熱中症対策として導入が進んだことから年間販売目標を大きく上回る102台を販売するなど、外部売上の拡大を実現しました。さらに、業務の内製化や新規取引先の開拓により原価低減を進めるとともに、機器メーカーとの連携強化を通じて保守品質の向上にも取り組みました。今後は、設備管理DXの推進や外部販売の拡大を通じて、さらなる事業成長を目指していきます。

今後の方針・施策

デジタル技術の活用も視野に、店舗環境の改善と設備管理の高度化を図ります。また、設備提案を通じて店舗の省エネルギー化を推進し、コスト削減と環境負荷の低減に貢献します。さらに、特販事業において、店舗設備・機器の提案を強化し、新たな顧客開拓と事業領域の拡大につなげていきます。



過冷却冷蔵庫「Tokyo Snowman」  
液体状態のドリンクにイチゴを落とすと、  
一瞬にして凍り出す。

# ビジョンと中期経営計画

リンガーハットグループでは、「Ideal Dining – あなたの理想の食卓」の実現に向け、成長戦略と経営基盤強化を両輪で推進する中期経営計画（2026年度～2028年度）を策定しました。「安全・安心で健康に良い商品」を多様なチャネルを通じてお届けし、お客さまの豊かな「食」と「暮らし」に貢献していきます。

## Ringer Hut Vision 2030

### 「Ideal Dining 宣言」 あなたの理想の食卓へ

私たちは、食を通じて人々の毎日に寄り添い、一人ひとりの理想の食卓を創造していきます。  
安全・安心でおいしい食事はもちろん、健康や楽しさ、つながりまで届け、食の価値を広げていく。  
リンガーハットグループは、お客さまの豊かな未来を支える存在であり続けます。

#### リンガーハット ブランドメッセージ



##### モグベジ 食堂

国産野菜をモグモグ楽しめる。  
みんなが気楽に楽しめる。  
親しみやすく使いやすい店。

##### モグベジ 商品

「国産野菜を五感で楽しめる、  
みんなにおいしい日常食」

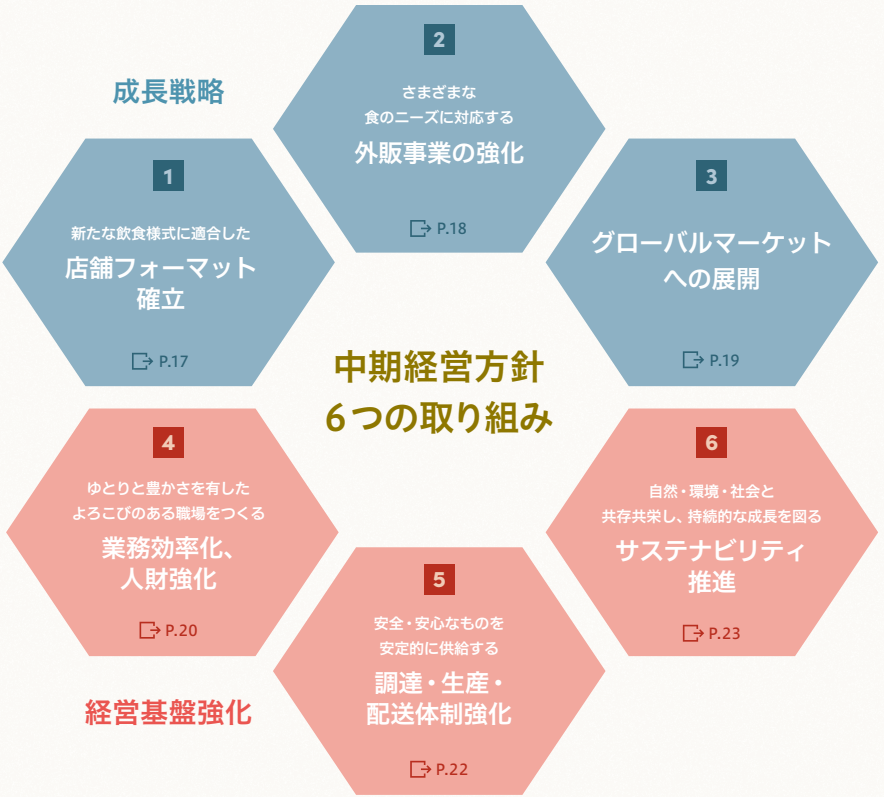
#### 濱かつ ブランドメッセージ



私たちは、すべてのお客さまへ  
「濱かつらしいおもてなし」を通して、  
いつもおいしく、ちょっと贅沢な時間をお届けします。  
そしてお客さまの幸せと共に、私たちの幸せを、  
私たちの行動で実現していきます。

## 中期経営方針(2026年度-2028年度)

「安全・安心で健康に良い商品」を軸に、あらゆる食事シーンでお客さまに価値を届ける。  
それがリンガーハットグループの新たな挑戦です。多彩なチャネルを通じて変化するライフスタイル  
に寄り添いながら、一人ひとりの理想の食卓を創造し、事業のさらなる成長を目指します。



### 目標とする経営指標

#### 財務KPI

|           | 2025年度実績 | 2026年度計画 | 2027年度計画 | 2028年度計画 | 2025年度比 |
|-----------|----------|----------|----------|----------|---------|
| 売上高 (億円)  | 451      | 473      | 497      | 523      | 114%    |
| 営業利益 (億円) | 14       | 22       | 29       | 38       | 271%    |

#### 主要なKPI

|                 | 2025年度実績 | 2026年度計画 | 2027年度計画 | 2028年度計画 | 2025年度比 |
|-----------------|----------|----------|----------|----------|---------|
| 店舗数 (店舗)        | 641      | 655      | 670      | 687      | 107%    |
| うち都心店舗 (店舗)     | 53       | 60       | 67       | 74       | 139%    |
| うち海外店舗 (店舗)     | 14       | 22       | 33       | 46       | 328%    |
| 1店舗当たり売上高 (百万円) | 75       | 77       | 78       | 80       | 106%    |
| うち国内店舗売上高 (百万円) | 75       | 77       | 79       | 81       | 108%    |
| 外販事業売上高 (億円)    | 28       | 32       | 37       | 42       | 150%    |
| 人件費率 (%)        | 31.8     | 31.8     | 31.0     | 30.3     | 95%     |

財務責任者メッセージ

2026年度より中期経営計画をスタート。  
国内外における新規出店、  
DXによる業務効率化を推進します

株式会社リンガーハット  
取締役  
管理本部長 兼 海外事業担当

北原 憲和



取締役就任にあたって

私は、1996年に当社に入社し、まず店舗に配属となり、その後管理部門に異動し、経理、DX、経営企画、そして海外事業に携わり、このたび2026年5月に取締役就任いたしました。当社には、営業部門、生産部門、管理部門がありますが、各部門の強みを活かし、全社で最適化を図ることで、社員や店舗スタッフが働きやすく、前向きに取り組めるようにサポートしていきたいと考えています。

2026年度よりスタートした中期経営計画は、当社として初めて策定した計画となります。全社一丸となって各取り組みを着実に推進し、目標の達成を目指します。

2025年度の振り返り、  
2026年度の見通し

2025年度においては、売上高、経常利益、親会社株主

に帰属する当期純利益は前期に比べ増加し、一方、営業利益は販管費が計画を上回ったことに伴い減少しました。売上高は、2025年3月と2026年2月に価格改定を実施したなかでも、前年度と同水準の客数を確保したことなどにより増加しました。新規出店については、投資回収基準を厳しくしたことから、下期において計画より遅れが生じました。通期で7店舗を出店し、一方で12店舗を退店し、期末における当社グループ店舗数は641店舗となりました。

セグメント別では、ちゃんぽん事業、とんかつ事業ともに増収減益となりました。とんかつ事業は、コロナ禍において多くの店舗を退店し、その後、新規出店が進んでいない状況となっています。惣菜事業の拡充と関東への再進出など、商品施策を含め、既存店の売上を確保しながら、新規出店・店舗改装を行っていく計画です。海外店舗については、2025年度は3店舗を出店し、2026年2月末時点で14店舗となりました。収益については黒字化した段階であり、今後、収益力の強化を図

るとともに出店を進め、2028年度までに30店舗以上の出店を目指しています。

2026年度の業績は、売上高、営業利益、経常利益ともに前期より増加する見通しです。親会社株主に帰属する当期純利益は、前期において税効果会計の見直しに伴い法人税等調整額5億97百万円を計上していたことから、減少する見通しです。新規出店については、2026年度は17店舗を予定しており、これまで全体の店舗数は減少が続いていましたが、増加に転じる計画です。

物価の高騰や金利の上昇などにより、お客さまの動向が変わってくることが予想されるため、商品の価格帯を広げ、幅広いお客さまにご来店いただくための施策を打ち、客数を確保していきたいと考えています。

中期経営計画(2026年度-2028年度)における重点施策

当社は、今期より3カ年の中期経営計画(2026年度-2028年度)をスタートしました。過去最高益を達成した2016年度における営業利益率の水準に引き上げることを目指し、最終年度となる2028年度における目標として、売上高523億円、営業利益38億円(営業利益率7.3%)を掲げました。その達成に向けて、既存店売上高の拡大、新規出店、海外事業の収益体質強化、外販事業の強化、工場の稼働率向上への取り組みに注力していきます。

設備投資については、営業キャッシュフローの範囲内で実施することを基本方針としています。中期経営計画においては、従来どおり、新店投資、既存店投資、工場の設備投資、DX投資を軸に進めますが、新規出店の増加に伴い新店投資が増加する見込みです。

海外展開においては、当社の主力である長崎ちゃんぽん、そしてとんかつを中心に「Japanese Noodle Restaurant」として、ラーメンやうどん、丼ぶりなど、さまざまなメニューを提供し、現地のニーズに合ったものを追求しながら、現地の皆さまに食べていただけるよう取り組んでいます。現在、米国(ハワイ)、タイ、カンボジア、ベトナムへの出店を強化しており、お客

さまが多く来店され、売上を確保できることを重視し、ショッピングセンターを中心に展開しています。中期経営計画策定時はフランチャイズ展開を含めた計画としていましたが、タイにおいて直営での新店を出店できるようになったことを踏まえ、まず直営店舗を展開し、当社の店舗の魅力を広くアピールした上でフランチャイズ化を進めていこうと考えています。

今後のDX投資は契約書電子化や生成AI導入により、店舗業務の効率化を徹底します。これにより創出された時間を活かし、付加価値の高い接客やホスピタリティあふれる店舗サービスへ注力できる体制を構築。顧客の再来店を促進します。

株主還元方針については、前年度の配当を基準としながら、配当性向30%以上を維持することを基本方針としています。2026年度の1株当たり配当金は、前年度と同じ13円を予定しています。また、株主優待制度では、所有持株に応じて当グループ店舗やECサイトで使用できる優待ポイントを年2回贈呈し、長期保有優待制度もあります。その他にも、当社へのご理解を深めていただけるように、株主報告会、工場見学会、食育教室などさまざまな取り組みを行っていきます。

「国産野菜100%」を強みに、企業価値の向上を目指す

当社では、リンガーハットで使用する野菜をはじめ、麺に使う小麦粉やぎょうざの主原料をすべて国産とするなど、食の安全・安心・健康へのこだわりをブランド価値として大切にしています。同時に、食育教室などを通じて、次世代の子どもたちに食文化を伝える活動にも積極的に取り組み、社会とのつながりを深めています。こうした取り組みを積み重ねることで、ブランド価値をさらに高め、中長期的な企業価値の向上につなげてまいります。お客さまをはじめ、株主・投資家、お取引先、地域社会など、あらゆるステークホルダーの皆さまから信頼され、選ばれ続けるグループを目指してまいります。

ステークホルダーの皆さまには、引き続き、当社の取り組みへのご理解、ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

新たな飲食様式に適合した

1 店舗フォーマットの確立

進化する店舗フォーマットで、理想の食卓をカタチにする

「Ideal Dining – あなたの理想の食卓」の実現に向けて、商品・店舗・業態の進化を図ります。国産野菜を活かした商品開発を強化するとともに、お客さまがより利用しやすい店舗づくりや、新たな店舗形態の展開を推進します。より多くのお客さまに、楽しい食事のひとつをお届けする店舗フォーマットの確立を目指します。

① 「Ideal Dining – あなたの理想の食卓」に向けたモグベジ(メニュー)の強化

リンガーハットグループの強みである国産野菜を活かし、「おいしく、楽しく野菜を食べる」体験を提供するモグベジ商品の開発を強化しています。安全・安心で健康的な食事を通じて、幅広いお客さまの食生活を支えるとともに、野菜のおいしさや魅力をより身近に感じていただける商品ラインアップの充実を図ります。「Ideal Dining – あなたの理想の食卓」の実現に向け、食べる楽しさと健康価値を両立した商品提案を進めていきます。



② 既存店舗の改装・リロケート、新規出店

お客さまにとってより快適で利用しやすい店舗環境を実現するため、ロードサイド店舗では立地特性や駐車場スペースなどを考慮した改装・リロケートを進めます。また、人流の多い都市部や成長性の高いエリアへの出店を強化するとともに、濱かつの関東再進出にも取り組みます。多様な立地や利

用シーンに対応した店舗網を構築し、新たな顧客接点の創出につなげていきます。

|         | 新規出店計画 |        |        |       |
|---------|--------|--------|--------|-------|
|         | 2026年度 | 2027年度 | 2028年度 | 3か年合計 |
| リンガーハット | 11     | 12     | 12     | 35    |
| 濱かつ     | 2      | 2      | 2      | 6     |

③ 新たな店舗形態の拡大

お客さまのライフスタイルや購買行動の変化に対応するため、新たな店舗形態の展開を進めています。濱かつ惣菜業態の拡大をはじめ、それぞれのブランドの強みを活かしながら、多様な食のニーズに応える新たな価値を創出します。店舗での飲食にとどまらず、より身近で利用しやすい接点を広げることで、新たな顧客層の獲得と事業機会の拡大を目指します。

|     | 新規出店計画 |        |        |       |
|-----|--------|--------|--------|-------|
|     | 2026年度 | 2027年度 | 2028年度 | 3か年合計 |
| 惣菜店 | 1      | 5      | 10     | 16    |

濱かつらしさに磨きをかけ、新たな市場へ挑戦します

「もっと、おもてなし。」をブランドメッセージに掲げる濱かつでは、九州の食材を活かしたメニューと、特徴である「選べる美味しさ」を通じて、とんかつの新しい楽しみ方や店舗体験の創出に取り組んでいます。現在は関東市場への再進出に向けた準備を進めており、省スペースで一人様でも利用しやすい都心型店舗の展開を計画しています。また、中食需要の高まりを見据え、惣菜業態の拡大にも注力しています。レストランだけでなく、駅ナカや商業施設など日常の導線にも接点を広げることで、より多くのお客さまに濱かつの「おいしさ」と魅力に触れていただく機会を提供してまいります。

事業責任者  
メッセージ

浜勝株式会社  
代表取締役社長  
川内 辰雄

さまざまな食のニーズに対応する

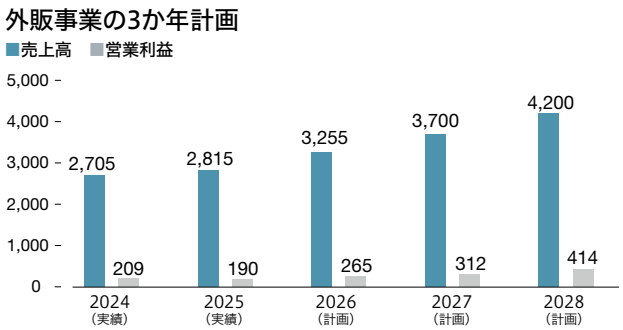
2 外販事業の強化

リンガーハットの「味」を食卓に広げ、外販事業を成長の柱へ

共働き世帯の増加やライフスタイルの変化を背景に、冷凍食品や中食市場は今後も成長が期待されています。また、EC市場の拡大により、食品を購入するチャネルも多様化しています。

外販事業を手掛けるリンガーフーズ株式会社では、店舗事業で培ったブランド力や品質への信頼を活かし、リンガーハットならではの味や価値を家庭でも楽しめる商品開発を推進しています。また、EC・量販店・法人向け販路の拡大を通じて、新たな顧客接点の創出と収益基盤の強化を目指します。

これらの取り組みを通じて、2028年度には売上高42億円、営業利益4.1億円を目指しています。



外販事業の成長戦略

店舗品質の再現と野菜価値の拡大を通じて、新たな顧客接点と収益基盤を創出

1. 店舗の味の再現

店舗で培った品質やおいしさを活かし、ご家庭でも店舗に近い味わいを楽しめる商品の開発を進める。

- 店舗品質の再現性向上
- 製造工程の最適化推進
- 麺・スープを活用した商品開発
- 利便性とおいしさの両立

2. 商品ラインアップの拡充

野菜の価値を活かした商品開発を進めるとともに、多様な利用シーンに対応した商品展開の強化を図る。

- 焼成野菜商品の開発強化
- 鍋スープ市場への展開拡大
- スープ商品の品揃え拡充
- 常温商品の開発・販路拡大

3. 生産体制の強化

野菜を活用した商品の需要拡大に対応するため、生産能力の拡充と安定供給を支える効率的な生産体制を構築する。

- 冷凍野菜の生産能力拡大
- 安定供給を支える体制構築
- 外部パートナーとの連携強化
- 梱包・出荷機能の強化

4. 販売チャネルの拡大

SNS・オンラインショップなどのECおよび量販店向けの販路を拡大し、新たな顧客接点の創出と売上拡大を目指す。

- EC販売チャネルの拡充
- 法人向け販路の開拓推進
- 量販店向け販路の拡大
- 新たな顧客接点の創出

安心して選ばれるリンガーハットの「味」を、より多くのお客さまへ

外販事業は、店舗事業で培った商品開発力や品質へのこだわりを活かしながら、店舗以外のお客さまにもリンガーハットの価値をお届けできる成長領域です。冷凍食品や中食市場、EC市場の拡大を背景に、販売機会は今後さらに広がると考えています。私たちは、店舗品質の再現や野菜の価値を活かした商品の開発を通して、ご家庭をはじめとするさまざまな食シーンに新たな価値を提供するとともに、店舗の枠を超えた顧客接点の拡大に挑戦してまいります。今後も安全・安心で価値ある商品をお届けし、お客さまやお取引先との信頼関係を深めながら、持続的な成長と企業価値の向上を目指します。

事業責任者  
メッセージ

リンガーフーズ株式会社  
代表取締役社長  
浅尾 経一

### 3 グローバルマーケットへの展開

#### 成長著しいASEAN市場で育む第二の収益の柱

ASEAN 地域では人口増加や都市化の進展、中間所得層の拡大を背景に外食市場の成長が続いています。また、世界的な日本食への関心の高まりも追い風となり、海外市場には大きな事業機会が広がっています。

リンガーハットグループでは、タイ・ベトナム・カンボジアを海外事業の重点市場と位置づけ、これまでの成功モデルを横展開することで、効率的な店舗網の拡大を推進しています。併せて、現地の嗜好を捉えた商品開発や最適な価格設定を行う「現地化」と、当社独自の「日本品質」の融合を図り、地域に深く根ざした「Japanese Noodle Restaurant」ブランドの確立を目指します。

#### 海外事業の成長戦略

##### 「現地化」と「日本品質」の融合により、ASEAN 市場で持続的な成長を実現する

#### 1. 成功モデルの横展開

重点市場への経営資源集中と出店戦略の最適化により、店舗網の拡大とスケールメリットの創出を目指す。

- 重点3か国へ集中出店
- 国・エリア別の出店戦略
- 総合和食店ブランド確立
- スケールメリットの創出

#### 2. 「現地化」の推進

現地の嗜好や市場特性を反映した商品・サービスを提供し、各国で支持されるブランドの確立を目指す。

- 消費者動向に根ざした出店
- 価格設定・販促施策の現地化
- 言語対応や接客の現地対応
- 現地調達への推進

#### 3. 日本品質の徹底

商品開発や品質・衛生管理を本社主導で支援し、日本と同水準の安全・安心な商品を提供する。

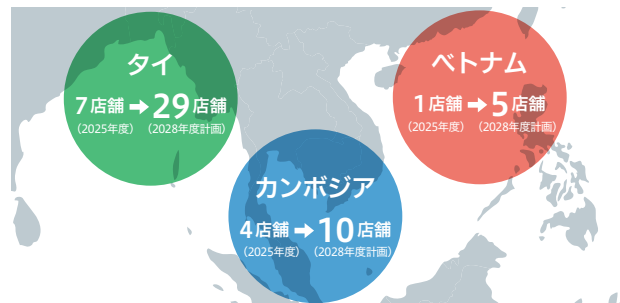
- 本社主導による商品開発
- 衛生管理・品質基準の導入
- 主要食材の日本からの調達
- 本社スタッフの出向・指導

#### 4. 事業基盤の強化

人材育成や運営体制の強化を通じて、収益性の向上と安定的な事業運営を実現し、海外事業全体の競争力向上を図る。

- 現地マネジャーの育成・登用
- オペレーション標準化・省人化
- ハイブリッド調達（日本・現地）
- 直営店主体での基盤構築

#### 海外出店計画



#### Topics 「RingerHut CHIP MONG 271 MEGA MALL 店」(カンボジア)がオープン

2026年6月、プノンペン南部の大型ライフスタイルモール「CHIP MONG 271 MEGA MALL」に、カンボジアで5店舗目となる新店舗をオープンしました。同モールは地域住民を中心に多くのお客さまが利用する複合商業施設です。同店舗では、定番の「長崎ちゃんぽん」や「長崎血うどん」に加え、漬かつの「とんかつ定食」や現地の嗜好に合わせたスパイシーメニューも提供しています。日本ならではの味わいと現地で親しまれるメニューを取り揃え、日本の食文化の魅力を発信しながら、地域の皆さまに愛される店舗づくりを進めています。



RingerHut CHIP MONG 271 MEGA MALL 店

### ゆとりと豊かさを有したよろこびのある職場をつくる

### 4 業務効率化、人財強化

#### DXの活用で、業務効率の最大化を目指す

業界全体で人手不足が深刻化する中、リンガーハットグループでは業務効率化を重要な経営課題と位置づけています。店舗オペレーションや本部業務の見直しに加え、DXを活用した業務改革を推進することで、生産性向上と従業員負担の軽減を実現します。限られた人財で持続的な成長を支える経営基盤の構築を目指します。

#### ① 店舗オペレーションの効率化



モバイルオーダーなどのデジタルツールの活用に加え、店舗作業の標準化や自動調理機器の導入により省人化を推進します。生産性向上と従業員の負担軽減を図りながら、サービス品質のさらなる向上を目指します。

##### 主な取り組み

- 店舗のDX化を推進
- モバイルオーダーの推進
- 店舗作業時間の低減
- オペレーションの標準化

#### ② 事務・管理業務の効率化



ペーパーワークの削減や業務プロセスの見直し、データ活用の推進を通じて、事務・管理業務の効率化を進めます。管理負担の軽減と迅速な意思決定を実現し、生産性向上につなげていきます。

##### 主な取り組み

- 店舗ペーパーワーク50%削減
- 本社管理業務の効率化
- データ活用基盤の整備
- 意思決定の迅速化

#### 中長期の成長を支えるDX戦略(DX推進3か年計画)

デジタル技術の進化やデータ活用の重要性が高まる中、リンガーハットグループではDX推進3か年計画を策定しました。業務のデジタル化とデータを活用し、経営情報の可視化と意思決定の迅速化を図り、経営効率の最大化を目指します。

#### DX推進3か年計画のイメージ

##### システムとデータを統合し、迅速な経営判断を可能に

#### ④ AI・BI※活用の高度化

AIによる売上予測や自動発注、シフト作成の精度向上を進めるとともに、BI※を活用したデータにより、店舗運営や経営判断の高度化を図ります。

#### ③ 日々決算

日次決算システムの導入により、売上や人件費、材料費などをリアルタイムで把握できる体制を構築します。データに基づく迅速な意思決定と継続的な改善を推進します。

#### ② 店舗DX推進

メニュー管理情報の統合やQRコードを活用したオーダーシステムの導入を進め、注文から会計までの業務を効率化します。従業員の負担軽減とサービス品質向上の両立を目指します。

#### ① 基盤整備

基幹システムやPOSシステムの刷新に加え、セキュリティ・BCP対策の強化を進めます。安定した事業運営を支える基盤を整備し、迅速な経営判断につなげます。

※ BI (Business Intelligence) : 経営データを分析・可視化し、経営判断を支援する仕組み。

ゆとりと豊かさを有したよろこびのある職場をつくる

## 4 業務効率化、人財強化

### 成長を支える最重要基盤としての「人財」

リンガーハットグループは、持続的な成長の原動力を「人財」と捉えています。外食業界を取り巻く人手不足や働き方の変化に対応するため、採用強化に加え、教育・育成制度の充実や多様な人財が活躍できる環境づくりを推進しています。従業員の「幸福度」を重視した投資を通じて、人財の力を最大限に引き出し、企業価値の向上につなげていきます。

リンガーハットグループの人的資本経営



人財戦略における4つの重点テーマ

#### ① 採用力の強化

- 年4回の定期採用
- 異業種採用の拡大
- 採用ミスマッチ抑制
- アルムナイ採用

#### ② 人材育成とキャリア形成

- オンライン教育システム
- 次世代リーダー育成
- キャリアパス整備
- タレントマネジメント

#### ③ 多様な人財の活躍推進

- 女性活躍推進
- 外国籍人財の支援
- 両立支援
- みらい座談会

#### ④ 生産性向上と組織力強化

- 人事基盤の高度化
- DX推進
- 省人化推進
- ガバナンス研修

### 人財強化に向けた今後の取り組み

現在、リンガーハットグループでは、「従業員一人ひとりが成長を実感できる制度」をコンセプトとした人事制度改革を進めています。

今後は、1on1を中心とした目標合意型マネジメントの導入を通じて、公正かつ適切な人事評価の仕組みを構築し、従業員の成長や挑戦を後押しします。また、役職適性やスキルを可視化するタレントマネジメントの導入により、一人ひとりの強み

や志向を活かした最適な人財配置と計画的な人財育成を推進します。

同時に、従業員満足度の先にある「幸福度」を経営の重要指標と位置づけ、やりがいや働きやすさ、成長実感を総合的に高める職場環境づくりに取り組みます。

多様な人財が安心して活躍できる基盤を整備し、人財の力を最大限に発揮することで持続的な企業価値向上を目指します。

安全・安心なものを安定的に供給する

## 5 調達・生産・配送体制強化

### サプライチェーン最適化による安定供給

気候変動や物流問題などサプライチェーンを取り巻くリスクが高まる中、リンガーハットグループは調達・生産・配送体制の強化と最適化を推進します。国産野菜100%を支える強固なサプライチェーンを構築し、安定供給と品質向上、持続的な企業価値向上につなげていきます。

#### 国産野菜の安定調達

国産野菜100%の維持に向け、契約農家との連携強化や新規生産者の開拓を進めます。また、生産者のJGAP認証取得を支援するとともに、取得品目の拡充を図ることで、安全・安心な食材調達と環境に配慮した農業を推進します。今後は、IoTやAIを活用したスマート農業について契約農家との情報共有を進め、生産性向上や品質の安定化につなげていきます。

#### 主な取り組み

- 国産野菜100%維持
- 契約農家開拓
- JGAP認証取得推進
- スマート農業支援



契約農家との連携を図り、国産野菜の持続可能な農業を支援

#### 内製化率向上・自動化推進

食材加工の内製化を進めるとともに、自社工場の加工能力を活かした他企業への直接販売を推進します。また、製造工程の見直しや品質管理の強化により、商品の安定供給と原価低減を図ります。さらに、工程間搬送や箱詰め作業などの自動化を推進し、生産性向上と省人化による効率的な生産体制の構築を目指します。

#### 主な取り組み

- 内製化推進
- 製造直売推進
- 品質管理強化
- 搬送・箱詰め自動化



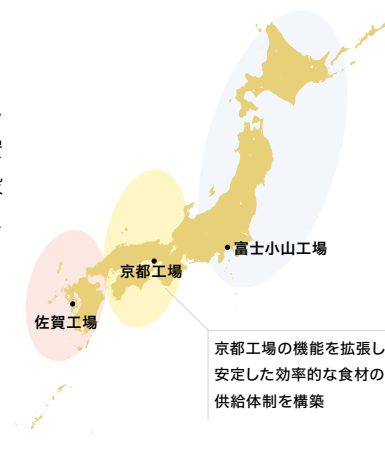
自社工場の内製化率の向上を推し進め、商品の安定供給と原価低減を図る

#### 国内3工場体制と配送網の再構築・最適化

国内3工場体制を活かし、生産拠点と配送ネットワークの最適化を推進します。京都工場を含む各工場の機能や生産品目を見直すことで、食材の安定供給とリスク分散を図ります。また、首都圏を中心とした物流拠点の設置と配送網の再構築を進め、店舗の出退店や物流環境の変化にも柔軟に対応できる配送体制の構築を目指します。

#### 主な取り組み

- 3工場体制強化
- 拠点最適配置
- 首都圏物流強化
- 低温物流強化



京都工場の機能を拡張し、安定した効率的な食材の供給体制を構築

自然・環境・社会と共存共栄し、持続的な成長を図る

6 サステナビリティ推進

リンガーハットグループは、事業活動を通じて社会・環境課題の解決に取り組み、すべてのステークホルダーがしあわせに思える持続可能な社会の実現に貢献します。

サステナビリティ経営

リンガーハットグループは「すべてのお客さまに楽しい食事のひとときを 心と技術でつくる」という企業使命観のもと事業活動に取り組んできました。

今後、当社グループが持続的な発展を遂げるためには、当社を取り巻くステークホルダーとの良好かつ持続可能な関係を保つことが必要であると考え、「永続する企業として、従業員を筆頭としたすべてのステークホルダー

をしあわせにする」という長期ビジョンを策定しました。

長期ビジョンの実現に向け、当社グループを取り巻く社会環境の変化を念頭に、中長期的な視点で事業のリスク・機会を分析し、当社グループが優先的に取り組むべき3つの重要課題(マテリアリティ)を特定し、サステナビリティ活動の指針として示しています。

サステナビリティ推進体制

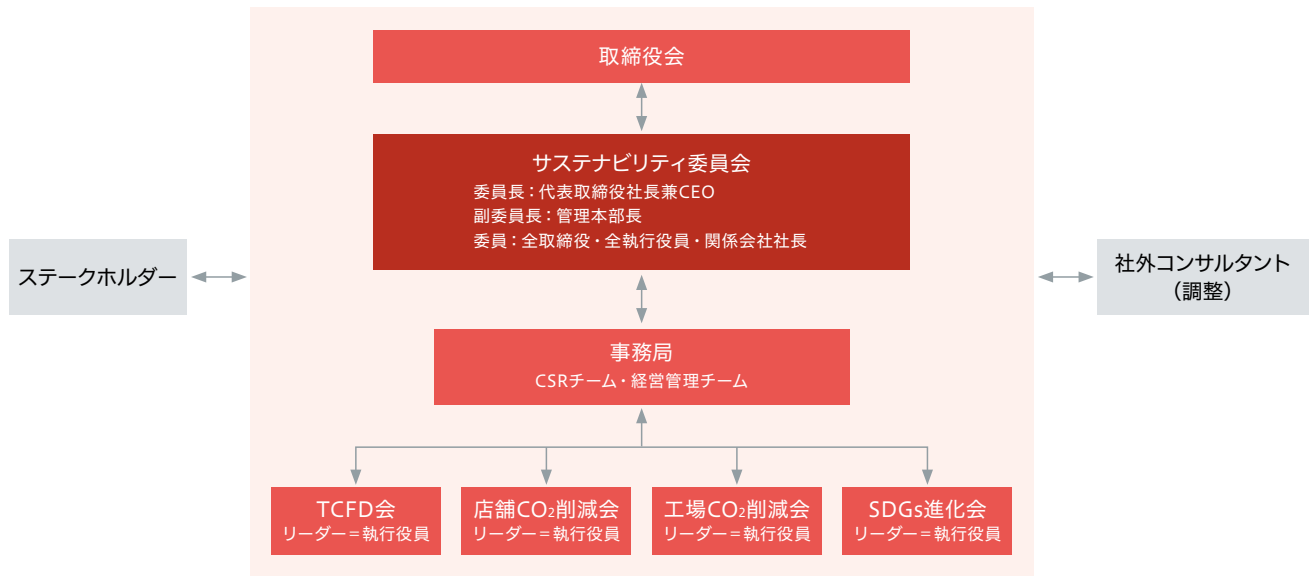
リンガーハットグループでは、代表取締役社長兼CEOを委員長とし、全取締役、全執行役員、関係会社社長を委員とする「RHGサステナビリティ委員会」を設置しています。同委員会は、グループ全体で取り組むべきサステナビリティ上の課題を検討し、その対応に関する方針・計画について議論します。また各関係会社・各部門のサステナビリティ推進委員と連携を図り、全

社のサステナビリティ活動についての進捗把握と評価を行っています。

2025年度は、4つの分科会\*に分かれ議論を深め、気候変動リスクへの対策、店舗・工場のCO<sub>2</sub>削減、全社におけるSDGsへの取り組みを推進しました。

※ (1) TCFD 会、(2) 店舗CO<sub>2</sub>削減会、(3) 工場CO<sub>2</sub>削減会、(4) SDGs 進化会

サステナビリティ推進体制図



マテリアリティ（重点課題）と中期経営計画の重点施策

リンガーハットグループは、事業を通じて持続可能な社会の実現と企業価値の向上を目指しています。その実現に向けて、2022年度に社会からの要請や事業環境の変化、ステークホルダーの期待を踏まえ、当社グループにとって重要性の高い課題を検討し、「豊かな社会づくりへの貢献」「地球環境への配慮・負荷の低減」「誰もが

自分らしく安心して働ける職場づくり」の3つをマテリアリティ(重要課題)として特定しました。

新たな中期経営計画においても、これらのマテリアリティを経営の重要テーマとして位置づけ、事業活動を通じた課題解決と持続的な成長の実現に向けた取り組みを推進していきます。

中期経営計画における重点施策

**豊かな社会づくりへの貢献**

食を通じて地域社会とのつながりを深め、豊かな社会の実現に貢献します。

食育活動をはじめとする社会貢献活動を通じて、次世代への食文化の継承や健康的な食生活の普及を推進します。また、高い衛生基準に基づく安全・安心な商品とサービスを提供し、お客さまに信頼される店舗づくりを進めていきます。

**目標(2030年度まで)**

- 食育参加者(累計) オンライン3,000名、対面1,200名

漬かつでの食育教室

**地球環境への配慮・負荷の低減**

事業活動に伴う環境負荷の低減に取り組み、持続可能な社会の実現を目指します。

サプライチェーン全体での温室効果ガス排出量削減を推進するとともに、食品リサイクルや食品ロス削減、資源の有効活用に取り組みます。環境負荷の低減と資源循環の促進を通じて、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

**目標(2030年度まで)**

- CO<sub>2</sub>排出量46%減(2013年比)
- 使い捨てプラスチック50%削減(2021年比)
- 食品リサイクル実施率70%

京都工場の太陽光パネル

**誰もが自分らしく安心して働ける職場づくり**

従業員一人ひとりが能力を発揮し、いきいきと働ける環境づくりを推進します。

ダイバーシティの推進を通じて、年齢・性別・国籍を問わず、多様な人財が能力を発揮できる職場環境づくりを推進しています。また、働きがいや従業員満足度の向上を図り、誰もが安心して働き続けられる職場づくりを進めています。

**目標(2030年度まで)**

- 管理職に占める女性の割合:24%
- 女性店長:100名/外国人店長:15名
- 男性育児休暇取得率:85%
- 3年以内離職率:5%以下
- 従業員幸福度:90%以上

エルダー研修

# 2025年度 活動ハイライト

## リンガーハットの食育活動

### 食育を通じて、次世代の健やかな成長を支える

次世代を担う子どもたちに食の楽しさや大切さを伝えるため、リンガーハットグループでは、2014年から食育活動を継続しています。店舗での調理体験やオンライン教室などを通じて、食への関心や健康的な食習慣を育む機会を提供しています。2025年度は、愛知県豊田市や長崎のサッカークラブ「V・ファーレン長崎」で出張食育を開催したほか、2026年2月にはカンボジアのリンガーハットボンケンコン店で海外初となる食育教室を実施するなど、国内外へ活動の輪を広げました。



|                |                     |                        |                                        |
|----------------|---------------------|------------------------|----------------------------------------|
| 2014年～<br>活動開始 | 25回<br>店舗開催(2025年度) | 17回<br>オンライン開催(2025年度) | 2026年2月 海外初開催<br>リンガーハットボンケンコン店(カンボジア) |
|----------------|---------------------|------------------------|----------------------------------------|

#### 全国・海外へ広がるリンガーハットの食育



##### 店舗での食育体験

全国の店舗で、実際の食材や調理器具に触れながら、食の楽しさやものづくりの大切さを学びます。



##### オンライン食育教室

全国どこからでも参加できる食育教室を毎月開催。画面越しに一緒に調理しながら楽しく学びます。



##### 地域・団体との連携

幼稚園や自治体、スポーツ団体と連携し、地域に根ざした食育活動を展開しています。



##### 海外での展開

2025年度から海外店舗での食育活動を開始。食の楽しさや日本の食文化を伝える取り組みを進めています。

## 温室効果ガス削減の取り組み

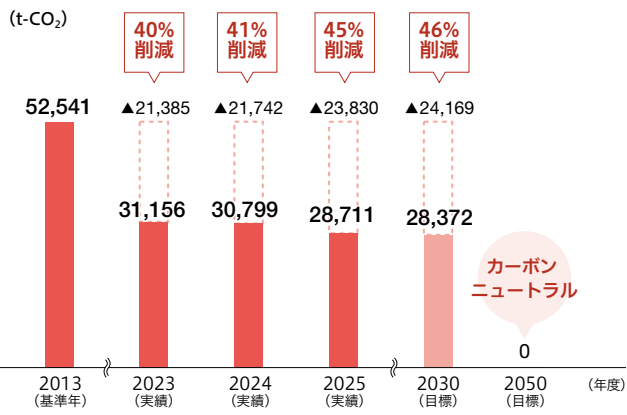
### サプライチェーン全体まで広がるCO<sub>2</sub>削減への取り組み

「リンガーチャレンジ2030※」のもと、グループ全体で温室効果ガスの排出抑制に取り組んでいます。2025年度は、店舗ごとの使用量の見える化や省エネ活動の推進、LED照明への切り替えなどを進めた結果、前年比6.8%のCO<sub>2</sub>排出量削減を達成しました。また、お取引先様と協働し、サプライチェーン全体のCO<sub>2</sub>排出量(Scope 3)の集計を開始しました。今後は、排出量が多い①購入した製品・サービス(Scope 3 カテゴリー1)、②エネルギー使用に伴う間接排出(Scope 2)、③上流の輸送・配送(Scope 3 カテゴリー4)を重点的に分析し、削減効果の高い施策を着実に実施することで、目標の達成を目指してまいります。

※リンガーチャレンジ2030:CO<sub>2</sub>削減を目標とした省エネ活動

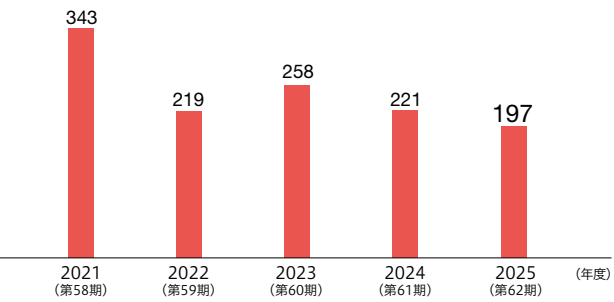
|                                                                            |                                    |                                     |                                      |
|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|
| 2025年度 CO <sub>2</sub> 排出量実績<br>131,264 t-CO <sub>2</sub><br>(Scope 1+2+3) | Scope 1<br>7,964 t-CO <sub>2</sub> | Scope 2<br>20,747 t-CO <sub>2</sub> | Scope 3<br>102,553 t-CO <sub>2</sub> |
|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|

#### CO<sub>2</sub>排出量削減目標(Scope 1 + 2)



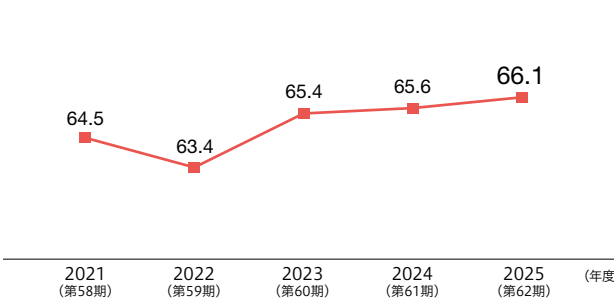
## サステナビリティに関するデータ

### 使い捨てプラスチック使用量 (トン)



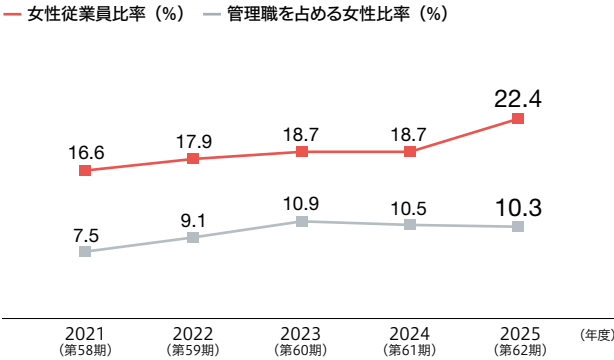
店舗で使用する資材の見直しや代替素材への切り替えを進め、使い捨てプラスチックの削減に取り組んでいます。今後も資源の有効活用を意識した商品・店舗運営を推進し、環境負荷の低減に努めてまいります。

### 食品リサイクル実施率 (%)



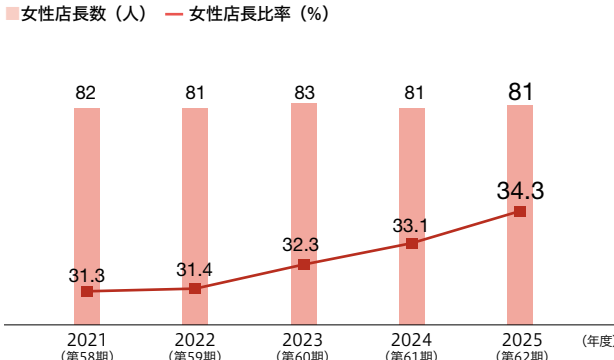
食品残さの適正な分別と再資源化を推進し、食品リサイクル率の向上に取り組んでいます。今後も食品ロスの削減と資源の有効活用を進め、循環型社会の実現に向けた取り組みを継続してまいります。

### 女性従業員比率／管理職に占める女性比率



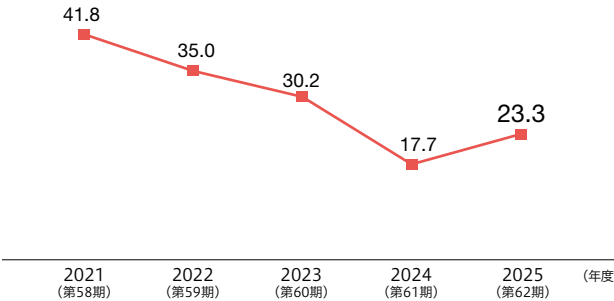
多様な人財が能力を発揮できる職場環境の整備を進め、女性の育成・登用に継続して取り組んでいます。今後も公平なキャリア形成を支援し、多様な視点を生かした組織づくりを推進してまいります。

### 女性店長数／女性店長比率



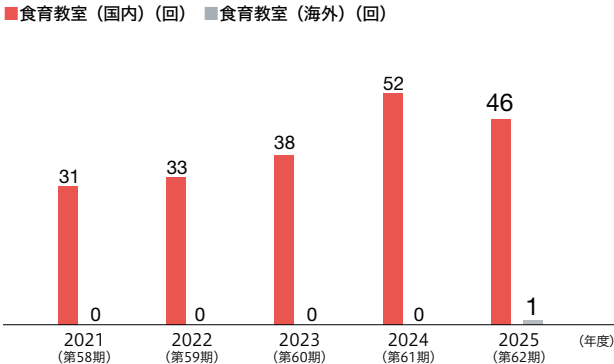
女性店長の育成・登用を積極的に進めるとともに、安心して長く働ける環境づくりに取り組んでいます。今後もキャリア形成を支援し、多様な人財が活躍できる店舗運営を推進してまいります。

### 入社3年以内離職率 (%)



新入社員研修はフィロソフィーを随所に絡めながら、人間関係の構築や当社の考え方について同期全員で学ぶカリキュラムにしました。研修のサーベイ分析結果をもとに、より良い研修を構築してまいります。

### 食育教室 (国内／海外)



店舗やオンラインを通じた食育活動を継続し、国内外で食の大切さや健康への理解を深める機会を提供しています。今後も地域社会とのつながりを大切にしながら、次世代の健やかな成長に貢献してまいります。

# コーポレート・ガバナンス

## 基本的な考え方

リンガーハットグループでは、「株主利益の立場から企業内部に経営をチェックする仕組みを構築すること」を目的にコーポレート・ガバナンスの強化を図っています。迅速・的確な判断を行う「取締役会」と、実務に専念する「執行役員制度」を導入し、経営の「意思決定・監督」と「業務執行」の機能を明確に分離して、透明性が高く公正で効率的な経営を行っています。

この経営体制を外部から厳正にチェックするため、常勤および独立した社外監査役で構成される「監査役会」

を設置し、日常的な経営活動の監視・モニタリングを行っています。同時に、コンプライアンス部門である「CSRチーム」に経営のセルフチェック機能を持たせ、株主利益の観点に立った、客観的で実効性の高い内部統制体制を敷いています。

これらを通じて、株主をはじめとするすべてのステークホルダーに対して経営に関する十分な情報開示と説明責任を果たし、透明性の高い公正で効率的な経営を推進してまいります。

## コーポレート・ガバナンス体制

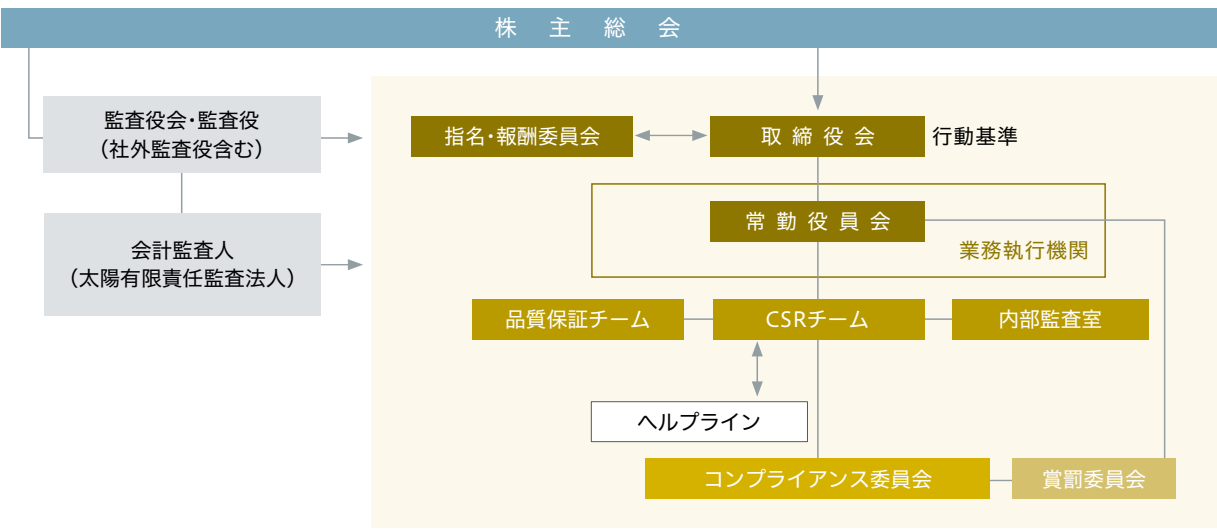
当社グループでは、透明性の高い公正な経営を維持し、株主をはじめとするすべてのステークホルダーに対する説明責任を果たすため、コーポレート・ガバナンス体制の強化に取り組んでいます。

「監査役会設置会社」の枠組みに基づき、株主総会、取締役会、監査役会を設置するとともに、会計監査人を選任し、取締役会の任意の諮問機関として「指名・報酬委

員会」を導入することで、経営の客観性と透明性を高めています。

また、経営の意思決定・監督と業務執行の機能を分離し、各事業の責任体制を明確化するため「執行役員制度」（執行役員11名）を導入しています。迅速な実務執行と適切な経営監督を両立させ、ガバナンスの実効性を高めています。

コーポレート・ガバナンス体制図



### ① 取締役会

- 構成：委員6名（うち社外取締役3名）
- 2025年度開催回数：5回（別途、書面決議3回）
- 役割と活動内容：経営および業務執行に係る最高意思決定機関として、経営に関する重要事項の決定および業務執行状況の監督を行っています。当事業年度においては、各子会社の事業概況や決算、リスクマネジメント、内部統制のほか、サステナビリティ推進や人的資本戦略など、中長期的な企業価値向上に向けた重要議題について審議・決議を行いました。

2025年度における具体的な検討事項

- 株主優待制度の電子化（株主優待ポイントへの移行）
- 中期経営計画（3カ年計画）の策定
- 経営体制変更に伴う代表取締役と役付取締役の異動
- 政策保有株式の保有継続・検証

### ② 監査役会

- 構成：監査役3名（うち社外監査役2名）
- 2025年度開催回数：6回
- 役割と活動内容：ガバナンスのあり方や運営状況を監視し、取締役の職務執行を含む経営活動全般の監査を行っています。各監査役は、取締役会への出席や役職員・会計監査人からの報告收受等の権限を行使しています。特に常勤監

査役は、重要な会議体への出席や事業場への往査などによる現場モニタリングを徹底し、会計監査人とも密接に連携しながら、実効性のある監査体制を構築しています。

2025年度における具体的な検討事項

- 取締役の職務執行状況の監視・検証
- 事業報告、計算書類および附属明細書の相当性確認
- 会計監査人の独立性・監査品質の検証および対話の実施

### ③ 指名・報酬委員会

- 構成：3名以上（うち半数以上は独立社外取締役）
- 2025年度開催回数：2回
- 役割と活動内容：役員の選解任プロセスや役員報酬等の公正性・透明性・客観性を高め、取締役会の監督機能を補完しています。代表取締役および社外取締役を中心に構成され、独立した客観的な視点から審議を行うことで、ガバナンスの実効性を担保しています。

2025年度における具体的な検討事項

- 取締役報酬の改定・決定に係る審議および取締役会への答申
- 代表取締役社長の交代に伴う代表取締役・役付取締役の選定および解職の審議・答申

## Topics 危機管理広報に関するメディアトレーニングを実施

リンガーハットグループでは、お客さまに安全・安心な食事を提供することを最重要課題の一つと位置づけ、平時から危機管理体制の強化に取り組んでいます。2026年7月には、外部専門家の指導のもと、食品事故発生時の危機管理広報や記者会見をテーマとしたメディアトレーニングを実施しました。事故発生時の対応に加え、お客さまの安全を最優先とした情報発信、事実に基づいた透明性の高い説明、ステークホルダーとの信頼関係の維持について、役員を中心に対応方針や意思決定プロセスを確認しました。今後も、定期的な訓練を通じて危機対応能力の向上を図り、万一の事態においても適切な説明責任を果たし、ステークホルダーの皆さまから信頼されるグループを目指してまいります。



メディアトレーニングの様子

役員一覧（2026年5月27日時点）

|                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                               |                                                                                                  |                                                                                                                       |              |
| 代表取締役社長兼 CEO<br>福原 扶美勇                                                                                                                                                                                                         | 取締役<br>川内 辰雄                                                                                                                                                                      | 取締役<br>北原 恵和 <span>新任</span>                                                                                                                                                                            | 社外取締役<br>川崎 享                                                                                   |
| 1997年3月<br>当社入社<br><br>2004年3月<br>当社執行役員東日本営業<br>事業部長<br><br>2014年3月<br>当社取締役海外事業本部<br>担当<br><br>2015年3月<br>当社取締役海外・沖縄事業本部<br>担当<br><br>2019年3月<br>当社専務取締役<br><br>2020年3月<br>当社代表取締役専務<br><br>2026年3月<br>当社代表取締役社長兼CEO<br>(現任) | 1987年11月<br>当社入社<br><br>2014年3月<br>当社執行役員商品開発担当<br><br>2020年3月<br>当社執行役員<br>リンガーハット西日本<br>事業部担当<br><br>2023年11月<br>当社執行役員兼<br>浜勝株式会社代表取締役<br><br>2025年5月<br>当社取締役浜勝事業本部<br>担当(現任) | 1996年4月<br>当社入社<br><br>2019年3月<br>当社執行役員経営管理担当<br><br>2020年3月<br>当社執行役員経営管理兼<br>コスト削減担当<br><br>2024年9月<br>当社執行役員経営管理兼<br>海外事業担当<br><br>2026年3月<br>当社執行役員管理本部兼<br>海外事業担当(現任)<br><br>2026年5月<br>当社取締役(現任) | 2008年5月<br>株式会社エム・アイ・ビー<br>入社<br><br>2013年5月<br>同社代表取締役社長<br>(現任)<br><br>2015年5月<br>当社社外取締役(現任) |

スキルマトリックス

|             |   |   |   |   |
|-------------|---|---|---|---|
| 企業経営        | ● | ● |   | ● |
| 海外事業        | ● |   | ● |   |
| 営業・マーケティング  | ● | ● |   | ● |
| 生産・調達       |   | ● |   | ● |
| 財務・会計       | ● |   | ● | ● |
| 人事・ダイバーシティ  |   |   | ● |   |
| サステナビリティ    | ● | ● | ● | ● |
| 法務・コンプライアンス |   | ● |   |   |
| IT・DX       |   |   | ● |   |

スキルの定義

| スキル項目       | 期待する経験とスキル                                                          |
|-------------|---------------------------------------------------------------------|
| 企業経営        | 企業経営における迅速かつ適切な意思決定、ガバナンス体制の構築に関する専門的見識および実務経験                      |
| 海外事業        | グローバル市場における事業展開、サプライチェーンの構築、または海外子会社のガバナンス・マネジメントに関する実務経験           |
| 営業・マーケティング  | 外食・サービス業における商品開発、ブランド戦略、マルチチャネル(EC・デリバリー等)展開、および店舗マネジメントに関する実務経験    |
| 生産・調達       | 安全・安心な食材の安定調達、生産工程における品質・衛生管理、および原価管理・業務効率化に関する専門的見識および実務経験         |
| 財務・会計       | 財務・会計、資本政策、ポートフォリオ管理に関する実務経験およびM&Aに関する専門的見識                         |
| 人事・ダイバーシティ  | 人的資本経営、次世代リーダーの育成、ダイバーシティ&インクルージョン(D&I)を推進する実務経験と専門的見識              |
| サステナビリティ    | ESG(環境・社会・ガバナンス)課題への対応、フードロス削減や脱炭素などサステナビリティ経営に関する専門的見識および実務経験      |
| 法務・コンプライアンス | 法務、コーポレートガバナンス、リスクマネジメントに関する専門的見識および実務経験                            |
| IT・DX       | IT・デジタル技術を活用したビジネスモデル・業務効率化の変革(DX)の推進、データ分析に基づく顧客価値創造に関する実務経験と専門的見識 |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                         |                                                                                                                                 |                                                                                                                                                 |
| 社外取締役<br>安部 映里                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 社外取締役<br>瓦 美雪 <span>新任</span>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 常勤監査役<br>植木 知彦                                                                                                                                                                                                                             | 監査役<br>山内 信俊                                                                                                                                                                                                       | 監査役<br>佐藤 英之                                                                                                                                                                                                                       |
| 1981年9月<br>日本航空株式会社入社<br><br>2014年11月<br>同社執行役員客室本部長<br><br>2020年4月<br>同社執行役員総務本部<br>ブランドコミュニケーション<br>担当、東京2020オリンピック・<br>パラリンピック<br>推進委員会副委員長<br><br>2021年4月<br>同社執行役員地域事業本部副<br>本部長支援推進担当<br><br>2023年4月<br>同社執行役員ソリューション<br>営業本部副本部長<br><br>2024年6月<br>同社退社<br><br>2025年5月<br>当社社外取締役(現任)<br><br>2025年6月<br>一般財団法人日本航空協会<br>理事(現任) | 1986年4月<br>株式会社丸井入社<br><br>2012年4月<br>株式会社丸井グループCSR推<br>進部長<br><br>2016年4月<br>同社執行役員、株式会社エボス<br>カード取締役営業本部長<br><br>2018年4月<br>同社執行役員、株式会社丸井取<br>締役、上野マルイ店長<br><br>2019年4月<br>同社執行役員、株式会社丸井取<br>締役、マルイファミリー溝口店長<br><br>2021年4月<br>同社執行役員、株式会社丸井取<br>締役、北千住マルイ店長<br><br>2023年4月<br>株式会社エボスカード監査役<br><br>2026年4月<br>株式会社丸井顧問(現任)<br><br>2026年5月<br>当社社外取締役(現任) | 1986年9月<br>当社入社<br><br>2009年5月<br>リンガーハット開発株式会社監<br>査役就任<br><br>2010年5月<br>浜勝株式会社監査役就任<br><br>2016年3月<br>当社経理チーム部長就任<br><br>2018年3月<br>当社経理チーム参与就任<br><br>2019年3月<br>リンガーフーズ株式会社<br>監査役就任、<br>株式会社ミヤタ監査役就任<br><br>2019年5月<br>当社常勤監査役就任(現任) | 1972年4月<br>弁護士登録<br><br>1985年2月<br>尚和法律事務所<br>シニアパートナー<br><br>2002年1月<br>外国法共同事業ジョーンズ・<br>デイ法律事務所東京事務所<br>パートナー<br><br>2015年1月<br>同事務所オブ・カウンセル<br><br>2016年5月<br>当社監査役就任(現任)<br><br>2020年1月<br>山内信俊法律事務所代表<br>(現任) | 1983年4月<br>株式会社三菱銀行<br>(現 株式会社三菱UFJ銀行)<br>入行<br><br>2007年4月<br>株式会社三菱東京UFJ銀行<br>(現 株式会社三菱UFJ銀行)<br>築地支社長<br><br>2008年11月<br>同行新宿支社長<br><br>2011年6月<br>三菱総研DCS株式会社<br>常務執行役員<br><br>2016年12月<br>同社監査役<br><br>2023年5月<br>当社監査役就任(現任) |

取締役会および主要会議体の開催状況(2026年2月期)

|             | 取締役会   | 監査役会   | 指名・報酬委員会 |
|-------------|--------|--------|----------|
| 2025年度の開催回数 | 5回     | 6回     | 2回       |
| 佐々野 諸延      | ◎(5/5) |        | ◎(2/2)   |
| 福原 扶美勇      | ●(5/5) |        | ●(2/2)   |
| 小田 昌広       | ●(1/1) |        |          |
| 山岡 雄二       | ●(4/4) |        |          |
| 川内 辰雄       | ●(4/4) |        |          |
| 川崎 享        | ●(5/5) |        | ●(2/2)   |
| 金子 美智子      | ●(5/5) |        | ●(2/2)   |
| 安部 映里       | ●(4/4) |        |          |
| 植木 知彦       | ●(5/5) | ◎(6/6) |          |
| 山内 信俊       | ●(5/5) | ●(6/6) |          |
| 佐藤 英之       | ●(5/5) | ●(6/6) |          |

- ◎…2025年3月期での議長または委員長を示しています
- 取締役会は5回の開催のほか、書面決議を3回行っております。
  - 取締役小田昌広は、2025年5月28日開催の第61期定時株主総会終結の時をもって任期満了により退任いたしました。
  - 取締役佐々野諸延、金子美智子は、2026年5月27日開催の第62期定時株主総会終結の時をもって任期満了により退任しました。
  - 取締役山岡雄二は、2026年1月8日逝去し、同日をもって退任いたしました。
  - 取締役川内辰雄及び取締役安部映里については、2025年5月28日付で取締役就任後に開催された取締役会のみを対象としています。

社外取締役メッセージ

Message



世界情勢が不安定さを増す中、外食産業を取り巻く経営環境は、原材料・エネルギー・物流コストの上昇や人手不足の深刻化など、依然として厳しい状況が続いています。そのような環境下においても、当社グループは、季節商品や戦略商品の展開、デリバリー需要の取り込み、販促施策の充実などに取り組み、4期連続の増収を達成しました。一方で、今後もコスト上昇への対応や人財確保、生産性の向上など、取り組むべき課題は少なくありません。当社の強みである国産野菜へのこだわり、安全・安心な商品の提供、快適な店舗体験という当社ならではの価値を守りながら、企業価値の向上を図っていくことが重要であると考えています。私たち社外取締役は、これらの取り組みが着実に実行されるよう、外部の視点から経営を監督するとともに、客観的かつ中立的な立場で助言を行い、透明性の高いガバナンスの実現と企業価値の持続的な向上に貢献してまいります。

社外取締役  
川崎 享

社外取締役に就任してこの1年間、当社グループは、社長交代や中期経営計画の策定など大きな転換期を迎えました。長崎で開催する株主総会や東京での株主報告会では、株主の皆さまから直接ご意見を伺う貴重な機会をいただき、皆さまの期待を肌で感じるとともに、その期待に応えていく責任を強く実感しています。私自身も取締役会では、新たな視点を意識しながら議論に参画し、多様な意見を踏まえた意思決定に努めてまいりました。今後も社会情勢や事業環境の変化を的確に捉え、客観的な立場から当社の発展に貢献してまいります。そのためには、会社集う全員が取り組みを理解し、ベクトルを合わせて実践することが不可欠です。また、多様な社員一人ひとりがやりがいを持って仕事に臨み、個々の幸福な生活につながる組織づくりも欠かせません。これからも多くの皆さまに「楽しい食事のひとつとき」を提供し、愛され続ける「リンガーハット」を目指して力を尽くしてまいります。

Message



社外取締役  
安部 映里

Message



当社グループは、経営環境の変化や国内外で多様化する消費者ニーズ等に対応しながら、「全員参加で、成長へのアクセルを踏みこもう」をスローガンに、食の安心・安全・健康とおいしさを通じて「楽しい食事のひとつとき」を提供し続けることで、企業価値の向上を目指しています。会社の持続的成長と中長期的な企業価値の向上は、ステークホルダーの皆さまと共通の目標であり、その目標の達成に向けて、既存事業の深化と新規チャレンジに挑む経営陣の適切なリスクテイクを後押しできるよう努めてまいります。また、「楽しい食事のひとつとき」の提供には、働く従業員全員の力が不可欠です。一人ひとりが生き生きと自分らしく働ける環境で、やりがいを感じながら仕事に取り組むことが、店舗の活気と居心地の良い空間を作り出し、すべてのお客さまに喜んでいただける食体験へとつながります。「食」を通じて、豊かな社会づくりに貢献できるよう、社外取締役として経営を支えてまいります。

社外取締役  
瓦 美雪

コンプライアンス

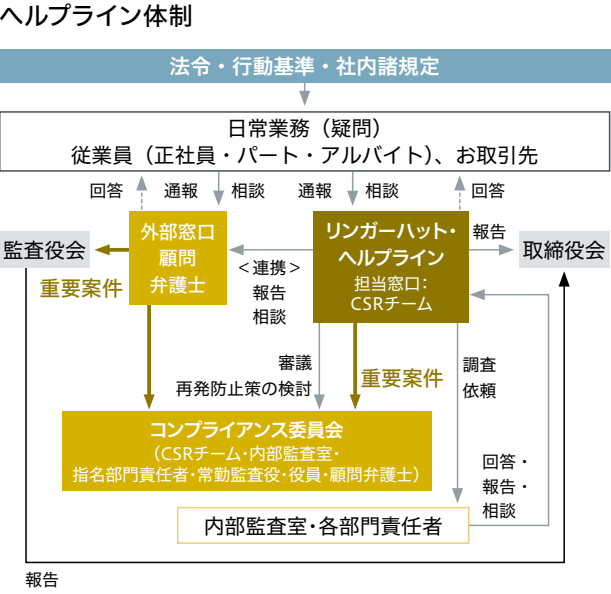
リンガーハットグループは、役員および従業員が誠実かつ公正に業務を遂行する企業風土の醸成に取り組んでいます。人として正しくあるべき姿を明文化した「リンガーハットフィロソフィー」は朝礼での輪読やセミナーを通じて周知を図り、倫理観の向上に努めています。体制面では、担当役員およびCSRチームを中心に「コンプライアンス委員会」を毎月開催し、顧問弁護士の指導・助言のもと、法令遵守の徹底と意識向上を推進しています。

また、法令・定款違反の未然防止を目的に、内部通報制度「リンガーハット・ヘルプライン」を設置しています。CSRチームによる社内窓口に加え、顧問弁護士が直接受け付ける外部窓口を設け、コンプライアンス違反やハラスメントに関する相談・通報に対応しています。通報者保護を徹底するとともに、重大な事案は速やかに監査役会へ報告する体制を整備しています。

リスクマネジメント

リンガーハットグループでは、事業を取り巻くリスクに適切に対応するため、リスクを「自然災害」「事故」「社会・経済」「経営」の4つに分類し、CSRチームを中心にグループ全体のリスク把握・評価・管理を行っています。定期的な評価を通じて重要リスクを特定し、未然防止と発生時の影響最小化に取り組んでいます。

特に、食品安全・品質管理、原材料調達、人財確保、情報セキュリティなど、事業継続や企業価値に大きな影響を及ぼすリスクについては、継続的なモニタリングと対



策強化に取り組んでいます。また、大規模食中毒や南海トラフ地震、富士山噴火などの重大リスクを対象に、リスクアセスメントや事業継続施策の検討を行っています。これらの取り組みを踏まえて策定した「BCP(事業継続計画)」を更新・運用するとともに、継続的な見直しや訓練を通じて、その実効性向上に努めています。

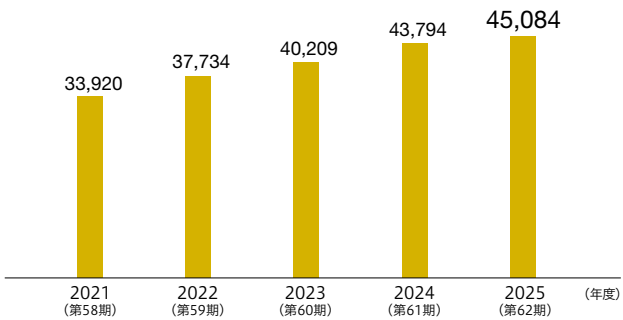
今後もリスク管理体制を強化し、持続的な成長と安定的な事業継続の実現に努めてまいります。

| 主要なリスク              | 主な影響                 | 主な対応                        |
|---------------------|----------------------|-----------------------------|
| 食品安全・品質管理           | 食中毒、異物混入、表示不備による信用失墜 | 品質保証チームによる監査、衛生教育、品質管理体制の強化 |
| 原材料調達・仕入価格変動        | 原材料不足、仕入価格上昇による収益悪化  | 調達先の分散、長期契約、国産食材ネットワークの構築   |
| 自然災害・事業継続           | 店舗休業、物流停止、生産拠点被災     | リスクアセスメント実施、BCPの運用          |
| 人財確保・育成             | 人員不足による店舗運営への影響      | 採用強化、教育体系整備、多様な人財活用         |
| 情報セキュリティ・個人情報保護     | 情報漏えい、信用失墜           | 管理体制強化、従業員教育                |
| コンプライアンス(法令遵守・企業倫理) | 法令違反、SNS等による風評被害     | 内部通報制度、コンプライアンス教育           |

「事業等のリスク」の詳細に関しては有価証券報告書をご覧ください。  
<https://www.ringerhut.co.jp/ir/release/securities.php>

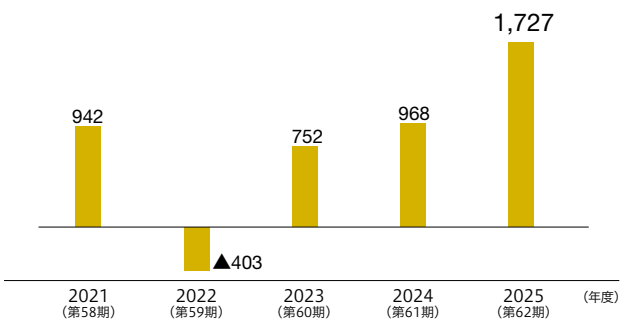
## 財務ハイライト

売上高（連結）  
（百万円）



コロナ禍からの回復に加え、既存店売上の伸長や新規出店により、売上高は着実に成長しています。今後も商品・サービスの価値向上や店舗網の充実を図り、お客さまに選ばれる店舗づくりを通じて持続的な成長を目指します。

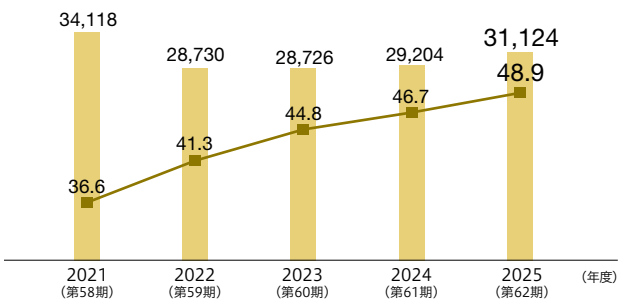
親会社株主に帰属する当期純利益（連結）  
（百万円）



コロナ禍の影響による一時的な赤字から回復し、事業環境の改善と収益力の向上により利益は着実に拡大しています。今後も安定した利益を創出し、企業価値の向上と持続的な成長の実現を目指します。

総資産／自己資本比率

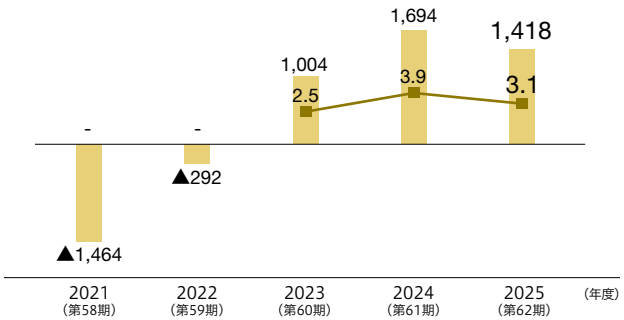
■総資産（人） — 自己資本比率（％）



コロナ禍の影響により総資産は一時減少しましたが、事業の回復に伴い増加基調へ転じています。また、自己資本比率も継続して向上しており、安定した財務基盤の構築と経営体質の強化を進めています。

営業利益／営業利益率（連結）

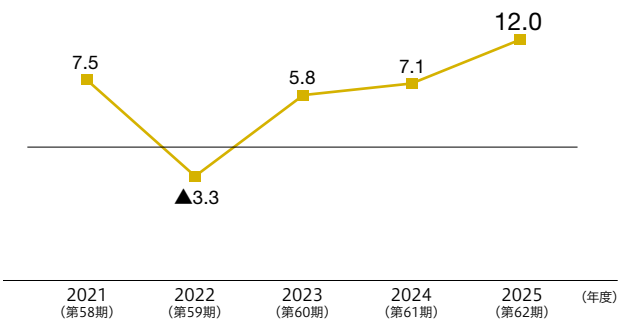
■営業利益（百万円） — 営業利益率（％）



売上高の回復に加え、生産性向上や価格改定などの収益改善施策により、営業利益は大きく改善しました。一方で、人件費や原材料価格の上昇など経営環境の変化に対応しながら、さらなる収益力の向上に取り組んでいます。

自己資本利益率（ROE）

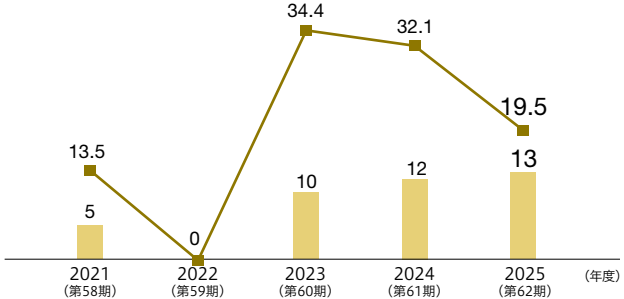
（％）



収益性の改善に伴い、自己資本利益率(ROE)は回復基調となっています。今後も資本効率を重視した経営を推進し、株主資本を有効活用することで企業価値の向上に努めてまいります。

配当金／配当性向

■一株当たり配当金（円） — 配当性向（％）



コロナ禍の影響により一時無配となりましたが、業績の回復に伴い配当を再開し、2026年2月期は年間13円まで回復しました。今後も業績や財務状況を総合的に勘案し、安定的かつ継続的な株主還元を努めてまいります。

## 会社概要（2026年2月28日現在）

### 会社情報

- 会社名 株式会社リンガーハット(RINGER HUT CO., LTD)
- 本社所在地 東京都品川区大崎1-6-1 TOC 大崎ビル14F
- 代表者 代表取締役社長兼 CEO 福原 扶美勇
- 資本金 9,002百万円
- 連結売上高 45,084百万円(2025年度)
- 連結従業員数 正社員587名／パート・アルバイト 4,175名※

※正社員所定労働時間に換算した人数

## 株式情報（2026年2月28日現在）

### 株式情報

- 発行可能株式総数 46,000,000株
- 発行済株式総数 26,067,972株
- 株主数 55,697名
- 上場証券取引所 東京証券取引所プライム市場、福岡証券取引所
- 証券コード 8200

### 大株主

| 名称                                | 所有株式数      | 持株比率  |
|-----------------------------------|------------|-------|
| 日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)           | 2,315,400株 | 8.88% |
| 株式会社十八親和銀行                        | 655,000株   | 2.51% |
| 日本マスタートラスト信託銀行株式会社(米濱・リンガーハット財団口) | 600,000株   | 2.30% |
| 公益財団法人米濱・リンガーハット財団                | 600,000株   | 2.30% |
| 株式会社三菱UFJ銀行                       | 535,095株   | 2.05% |
| 第一生命保険株式会社                        | 425,000株   | 1.63% |
| アサヒビール株式会社                        | 357,500株   | 1.37% |
| 株式会社福岡銀行                          | 348,184株   | 1.34% |
| 麒麟麦酒株式会社                          | 332,780株   | 1.28% |
| 株式会社日本カストディ銀行(信託口)                | 301,200株   | 1.16% |

1. 大株主の持株比率は自己株式2,198株を控除して計算して表示しています。なお、当社グループ株式付与型 ESOP 信託により、日本マスタートラスト信託銀行株式会社（株式付与型 ESOP 信託口）が保有する当社株式151,372株は、自己株式には含めていません。
2. 公益財団法人米濱・リンガーハット財団は、当社グループ創業者（ヨネハマホールディングス有限公司）と当社それぞれの拠出により、育英事業、文化・芸術・スポーツ等の発展普及推進事業を目的に、2015年9月1日に設立された公益財団法人です。（詳しくは<https://www.yonehama-rh-found.or.jp/>をご覧ください）
3. 日本マスタートラスト信託銀行株式会社（米濱・リンガーハット財団口）は、公益財団法人米濱・リンガーハット財団を受益者として設定した他益信託によるものです。

### グループ会社一覧

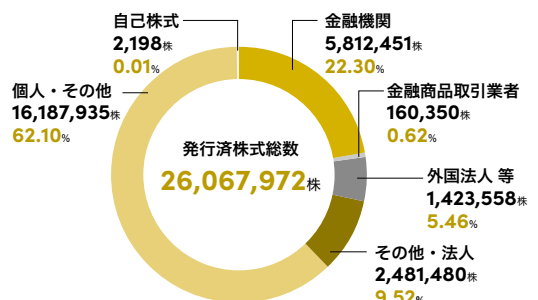
#### 国内

- リンガーハットジャパン株式会社
- 浜勝株式会社
- リンガーフーズ株式会社
- リンガーハット開発株式会社

#### 海外

- Ringer Hut Hawaii Inc.（米国）
- Champion Foods Co., Ltd.（タイ）
- Ringer Hut (Thailand) Co., Ltd.（タイ）
- Ringer Hut (Cambodia) Co., Ltd.（カンボジア）
- Ringer Hut Vietnam Co., Ltd.（ベトナム）

### 所有者別分布状況





株式会社 **リンガーハット**

リンガーハットグループ  
企業情報

