

当PDF文書は上に示されている企業に関する詳細レポートのアップデート版として作成されたものです。  
詳細レポート全体につきましては[弊社ウェブサイト](#)をご覧ください。

### 2019年1月10日、株式会社吉野家ホールディングスは2019年2月期第3四半期決算を発表した。

四半期業績推移 (累計) (百万円)	17年2月期				18年2月期				19年2月期			19年2月期	
	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	進捗率	通期会予
売上高	46,529	93,481	140,616	188,623	48,493	97,689	146,443	198,503	49,794	100,339	150,016	73.2%	205,000
前期比	1.5%	0.5%	1.4%	1.6%	4.2%	4.5%	4.1%	5.2%	2.7%	2.7%	2.4%		3.3%
売上総利益	29,479	59,376	89,904	120,237	31,646	63,713	95,293	128,912	31,977	64,416	96,311		
前期比	3.3%	3.2%	5.0%	4.7%	7.4%	7.3%	6.0%	7.2%	1.0%	1.1%	1.1%		
売上総利益率	63.4%	63.5%	63.9%	63.7%	65.3%	65.2%	65.1%	64.9%	64.2%	64.2%	64.2%		
販管費	29,328	58,431	88,702	118,371	30,898	61,577	92,699	124,893	32,156	64,361	96,873		
前期比	4.1%	3.7%	4.7%	4.6%	5.4%	5.4%	4.5%	5.5%	4.1%	4.5%	4.5%		
売上高販管費比率	63.0%	62.5%	63.1%	62.8%	63.7%	63.0%	63.3%	62.9%	64.6%	64.1%	64.6%		
営業利益	151	945	1,201	1,865	748	2,136	2,594	4,019	-178	55	-562	-	1,100
前期比	-58.4%	-20.7%	41.5%	15.6%	395.4%	126.0%	116.0%	115.5%	-	-97.4%	-	-	-72.6%
営業利益率	0.3%	1.0%	0.9%	1.0%	1.5%	2.2%	1.8%	2.0%	-0.4%	0.1%	-0.4%		0.5%
経常利益	319	1,178	1,807	2,750	837	2,448	2,993	4,604	-44	332	-129	-	1,700
前期比	-46.6%	-20.7%	31.2%	17.3%	162.4%	107.8%	65.6%	67.4%	-	-86.4%	-	-	-63.1%
経常利益率	0.7%	1.3%	1.3%	1.5%	1.7%	2.5%	2.0%	2.3%	-0.1%	0.3%	-0.1%		0.8%
四半期純利益	130	1,574	1,688	1,248	419	1,290	1,595	1,491	-388	-850	-1,558	-	-1,100
前期比	-48.6%	137.4%	817.4%	49.1%	222.3%	-18.0%	-5.5%	19.5%	-	-	-	-	-
四半期純利益率	0.3%	1.7%	1.2%	0.7%	0.9%	1.3%	1.1%	0.8%	-0.8%	-0.8%	-		-0.5%
四半期業績推移 (3ヵ月) (百万円)	17年2月期				18年2月期				19年2月期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q		
売上高	46,529	46,952	47,135	48,007	48,493	49,196	48,754	52,060	49,794	50,545	49,677		
吉野家	23,765	24,647	24,606	24,265	24,001	24,573	24,980	27,528	24,909	25,933	25,490		
はなまる	5,855	6,098	5,933	5,994	6,701	6,909	6,773	6,674	7,355	7,466	7,107		
アークミール	5,931	5,713	5,424	5,911	5,755	5,744	5,275	5,708	5,346	4,990	4,730		
京樽	6,399	6,241	6,276	6,766	6,810	6,560	6,382	6,943	6,958	6,727	6,634		
海外	4,100	3,995	4,244	4,267	4,617	4,908	5,196	5,013	5,005	5,207	5,558		
前期比	1.5%	-0.4%	3.3%	1.9%	4.2%	4.8%	3.4%	8.4%	2.7%	2.7%	1.9%		
吉野家	4.2%	-0.6%	3.3%	0.3%	1.0%	-0.3%	1.5%	13.4%	3.8%	5.5%	2.0%		
はなまる	6.7%	8.3%	10.2%	19.7%	14.4%	13.3%	14.2%	11.3%	9.8%	8.1%	4.9%		
アークミール	-6.1%	-6.4%	-5.7%	-4.4%	-3.0%	0.5%	-2.7%	-3.4%	-7.1%	-13.1%	-10.3%		
京樽	0.2%	2.6%	5.0%	3.6%	6.4%	5.1%	1.7%	2.6%	2.2%	2.5%	3.9%		
海外	-1.2%	-5.5%	-2.2%	-11.0%	12.6%	22.9%	22.4%	17.5%	8.4%	6.1%	7.0%		
売上総利益	29,479	29,897	30,528	30,333	31,646	32,067	31,580	33,619	31,977	32,439	31,895		
前期比	3.3%	3.1%	8.8%	3.7%	7.4%	7.3%	3.4%	10.8%	1.0%	1.2%	1.0%		
売上総利益率	63.4%	63.7%	64.8%	63.2%	65.3%	65.2%	64.8%	64.6%	64.2%	64.2%	64.2%		
販管費	29,328	29,103	30,271	29,669	30,898	30,679	31,122	32,194	32,156	32,205	32,512		
前期比	4.1%	3.3%	6.6%	4.2%	5.4%	5.4%	2.8%	8.5%	4.1%	5.0%	4.5%		
売上高販管費比率	63.0%	62.0%	64.2%	61.8%	63.7%	62.4%	63.8%	61.8%	64.6%	63.7%	65.4%		
営業利益	151	794	256	664	748	1,388	458	1,425	-178	233	-617		
吉野家	601	1,008	1,292	934	915	1,050	1,203	1,896	511	732	910		
はなまる	254	417	136	130	464	551	199	60	392	377	-93		
アークミール	38	11	-148	234	68	142	-98	97	-86	-257	-397		
京樽	88	-53	-98	135	244	33	-119	158	206	-16	-57		
海外	331	278	302	2	314	358	416	155	114	200	272		
前期比	-58.4%	-4.2%	-	-13.1%	395.4%	74.8%	78.9%	114.6%	-	-83.2%	-		
吉野家	14.3%	0.5%	130.3%	-3.1%	52.2%	4.2%	-6.9%	103.0%	-44.2%	-30.3%	-24.4%		
はなまる	-43.2%	4.8%	36.0%	-39.0%	82.7%	32.1%	46.3%	-53.8%	-15.5%	-31.6%	-		
アークミール	-73.0%	-	-	-25.5%	78.9%	1190.9%	-	-58.5%	-	-	-		
京樽	-47.9%	-	-	-12.9%	177.3%	-	-	17.0%	-15.6%	-	-		
海外	359.7%	6.5%	26.9%	-	-5.1%	28.8%	37.7%	7650.0%	-63.7%	-44.1%	-34.6%		
営業利益率	0.3%	1.7%	0.5%	1.4%	1.5%	2.8%	0.9%	2.7%	-0.4%	0.5%	-1.2%		
吉野家	2.5%	4.1%	5.3%	3.8%	3.8%	4.3%	4.8%	6.9%	2.1%	2.8%	3.6%		
はなまる	4.3%	6.8%	2.3%	2.2%	6.9%	8.0%	2.9%	0.9%	5.3%	5.0%	-1.3%		
アークミール	0.6%	0.2%	-2.7%	4.0%	1.2%	2.5%	-1.9%	1.7%	-1.6%	-5.2%	-8.4%		
京樽	1.4%	-0.8%	-1.6%	2.0%	3.6%	0.5%	-1.9%	2.3%	3.0%	-0.2%	-0.9%		
海外	8.1%	7.0%	7.1%	0.0%	6.8%	7.3%	8.0%	3.1%	2.3%	3.8%	4.9%		
経常利益	319	859	629	943	837	1,611	545	1,611	-44	376	-461		
前期比	-46.6%	-3.3%	-	-2.6%	162.4%	87.5%	-13.4%	70.8%	-	-76.7%	-		
経常利益率	0.7%	1.8%	1.3%	2.0%	1.7%	3.3%	1.1%	3.1%	-0.1%	0.7%	-		
四半期純利益	130	1,444	114	-440	419	871	305	-104	-388	-462	-708		
前期比	-48.6%	252.2%	-	-	222.3%	-39.7%	167.5%	-	-	-	-		
四半期純利益率	0.3%	3.1%	0.2%	-0.9%	0.9%	1.8%	0.6%	-0.2%	-0.8%	-	-		
既存店売上高前年比													
吉野家	1.3%	-2.0%	4.4%	-2.7%	-2.4%	-2.5%	-3.3%	14.6%	4.1%	3.8%			
はなまる	-3.2%	-1.6%	1.6%	-2.1%	3.9%	3.7%	3.2%	0.8%	-0.3%	-1.3%			
アークミール	-7.1%	-7.5%	-6.1%	-3.8%	-2.1%	2.8%	-2.5%	-2.6%	-6.5%	-12.9%			
京樽	0.3%	1.1%	0.2%	-1.5%	0.9%	-0.8%	-1.6%	0.1%	0.5%	1.2%			

出所：会社資料によりSR社作成

\*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

## 吉野家月次売上データ (前年比伸び率、%)

		FY2/11	FY2/12	FY2/13	FY2/14	FY2/15	FY2/16	FY2/17	FY2/18*	FY2/19	FY2/20	FY2/21	FY2/22	FY2/23
既存店	売上高	-6.8	-4.9	-2.3	7.3	1.2	0.8	0.1	1.4					
	客数	1.0	-3.9	-6.8	13.4	-6.4	-11.5	1.7	0.2					
	客単価	-7.2	-1.1	4.8	-5.3	8.2	13.9	-1.6	1.3					
全店	売上高	-3.8	-3.3	1.7	11.2	5.3	3.9	3.8	4.8					
	客数	3.9	-2.4	-3.1	17.4	-2.6	-9.0	5.3	3.5					
	客単価	-7.0	-0.9	4.9	-5.3	8.2	14.2	-1.5	1.3					

		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	通期会予
19年2月期	既存店 売上高	3.3	7.0	2.1	6.3	3.3	2.1	4.7	-0.7	-3.0	-1.2			2.6
	客数	3.6	4.4	2.9	7.5	2.9	3.7	3.0	-0.8	-5.4	-2.9			
	客単価	-0.3	2.5	-0.8	-1.2	0.4	0.3	1.6	0.1	2.5	1.8			
全店	売上高	6.6	10.4	5.3	8.9	6.3	4.8	7.5	2.6	-0.4	1.5			
	客数	7.3	8.1	6.6	10.7	6.3	4.4	6.2	2.8	-2.4	0.1			
	客単価	-0.7	2.1	-1.2	-1.6	0.0	0.4	1.3	-0.3	2.1	1.4			

		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	通期
18年2月期	既存店 売上高	1.1	-8.4	0.6	-5.5	-1.2	0.2	1.6	-15.1	5.7	4.5	6.3	36.3	1.4
	客数	0.4	-12.2	-0.7	-7.1	-2.5	-0.9	0.9	-21.6	3.1	2.3	5.1	54.0	0.2
	客単価	0.8	4.4	3.5	1.7	1.3	1.1	0.8	8.2	2.6	2.1	1.2	-11.5	1.3
全店	売上高	4.6	-5.6	3.6	-2.1	1.9	3.3	4.5	-12.6	8.3	7.1	9.3	39.6	4.8
	客数	4.2	-9.3	0.4	-3.6	0.9	2.6	4.0	-19.0	6.0	5.3	8.5	58.3	3.5
	客単価	0.4	4.1	3.2	1.5	1.0	0.7	0.4	7.9	2.2	1.8	0.8	-11.8	1.3

		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	通期
17年2月期	既存店 売上高	-3.0	6.7	0.1	4.7	2.3	-13.1	-2.8	15.1	0.8	-1.1	-2.3	-4.6	0.1
	客数	-4.6	14.1	3.2	6.2	3.5	-12.2	-1.3	21.8	0.9	-1.6	-2.8	-5.9	1.7
	客単価	1.6	-6.5	-3.0	-1.4	-1.1	-1.0	-1.4	-5.5	-0.1	0.5	0.6	1.5	-1.6
全店	売上高	-0.2	10.1	3.6	8.6	5.8	-10.0	0.6	19.2	4.9	2.7	1.2	-1.3	3.8
	客数	-1.8	17.7	6.7	10.1	7.0	-9.3	2.4	26.5	5.4	2.5	0.9	-2.5	5.3
	客単価	1.6	-6.4	-2.9	-1.4	-1.2	-0.8	-1.8	-5.8	-0.5	0.2	0.2	1.2	-1.5

		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	通期
16年2月期	既存店 売上高	-2.9	-0.6	2.9	-3.4	3.0	15.4	5.0	8.0	-7.3	-7.9	-2.3	2.5	0.8
	客数	-18.4	-16.0	-13.4	-17.1	-11.3	-2.7	-11.2	-6.5	-18.8	-15.5	-3.7	1.2	-11.5
	客単価	19.0	18.4	18.8	16.6	16.2	18.5	18.3	15.5	14.1	9.1	1.5	1.4	13.9
全店	売上高	0.5	2.1	5.3	-1.2	5.7	18.8	8.1	11.0	-4.9	-5.3	0.5	5.8	3.9
	客数	-15.6	-13.8	-11.3	-15.3	-9.0	0.2	-8.6	-3.9	-16.8	-13.2	-1.1	4.3	-9.0
	客単価	19.0	18.5	18.8	16.6	16.2	18.6	18.3	15.5	14.2	9.1	1.6	1.4	14.2

		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	通期
15年2月期	既存店 売上高	15.5	-3.3	-5.7	-2.8	-5.1	0.3	1.6	2.9	19.5	0.2	-3.0	-3.1	1.2
	客数	21.1	-9.2	-15.2	-9.8	-10.2	-4.6	-4.5	-3.5	7.6	-8.4	-17.8	-18.1	-6.4
	客単価	-4.6	6.5	11.2	7.7	5.7	5.1	6.4	6.5	11.0	9.4	18.0	18.3	8.2
全店	売上高	19.8	0.8	-1.6	1.4	-0.9	4.5	5.9	7.1	24.3	3.7	0.8	0.7	5.3
	客数	25.5	-5.4	-11.5	-5.9	-6.2	-0.6	-0.5	0.5	12.0	-5.2	-14.6	-14.9	-2.6
	客単価	-4.5	6.5	11.2	7.8	5.7	5.1	6.5	6.5	11.0	9.4	18.0	18.3	8.2

		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	通期
14年2月期	既存店 売上高	-5.0	11.1	15.9	10.8	1.2	2.9	-1.7	2.2	1.5	16.0	14.2	11.9	7.3
	客数	-7.4	13.6	31.0	22.0	7.7	9.1	7.3	12.2	9.3	18.0	16.6	15.1	13.4
	客単価	2.6	-2.2	-11.5	-9.2	-6.1	-5.6	-8.4	-8.9	-7.1	-1.7	-2.0	-2.8	-5.3
全店	売上高	-1.7	14.9	19.8	14.6	4.8	6.7	2.1	6.0	4.8	20.3	18.4	15.6	11.2
	客数	-4.2	17.5	35.4	26.2	11.6	13.1	11.4	16.2	12.7	22.3	20.8	18.9	17.4
	客単価	2.6	-2.2	-11.5	-9.2	-6.1	-5.7	-8.4	-8.8	-7.0	-1.6	-1.9	-2.7	-5.3

		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	通期
13年2月期	既存店 売上高	1.7	-8.3	-10.5	0.1	3.8	0.6	0.9	-3.3	-1.3	-6.0	-3.8	-1.5	-2.3
	客数	-0.3	-7.4	-15.0	-3.7	-4.2	-4.3	-4.0	-8.1	-11.0	-8.3	-11.1	-3.7	-6.8
	客単価	2.0	-0.9	5.3	3.9	8.3	5.2	5.1	5.1	10.8	2.5	8.3	2.3	4.8
全店	売上高	6.8	-3.6	-6.1	4.7	8.2	4.2	4.1	-0.2	2.5	-2.8	-0.4	2.1	1.7
	客数	4.6	-2.8	-10.9	0.7	-0.2	-1.0	-0.9	-5.2	-7.4	-5.1	-8.0	-0.1	-3.1
	客単価	2.1	-0.8	5.5	3.9	8.4	5.3	5.1	5.3	10.7	2.5	8.2	2.2	4.9

		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	通期
12年2月期	既存店 売上高	0.8	-10.2	1.4	1.4	0.6	-4.8	-18.8	-10.3	-6.4	4.4	-7.8	-4.2	-4.9
	客数	10.7	-9.4	14.2	9.7	5.9	-1.4	-23.7	-15.1	-5.9	0.2	-10.3	-7.3	-3.9
	客単価	-8.8	-0.9	-11.3	-7.9	-4.9	-3.6	6.7	5.6	-0.7	4.3	3.0	3.3	-1.1
全店	売上高	-3.1	-10.3	1.0	1.6	1.4	-3.6	-19.2	-9.0	-4.0	8.4	-4.3	-1.6	-3.3
	客数	6.4	-9.6	13.2	10.0	6.6	-0.3	-24.1	-13.9	-3.6	4.0	-7.2	-4.8	-2.4
	客単価	-8.8	-0.7	-10.9	-7.7	-4.8	-3.4	6.4	5.6	-0.2	4.2	3.2	3.5	-0.9

		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	通期
11年2月期	既存店 売上高	-20.6	-6.9	-13.9	-15.1	-10.8	-11.9	5.9	-3.8	-8.2	0.2	5.4	-1.5	-6.8
	客数	-22.3	-3.2	-13.5	-16.1	-6.4	-5.6	24.5	10.6	4.8	13.1	17.2	9.3	1.0
	客単価	2.1	-3.9	-0.4	1.2	-4.8	-6.7	-15.0	-13.0	-12.3	-11.5	-10.0	-9.8	-7.2
全店	売上高	-16.1	-2.2	-9.1	-10.8	-7.2	-8.6	9.2	-2.0	-7.3	2.5	7.2	-1.7	-3.8
	客数	-18.0	1.5	-8.8	-12.0	-2.8	-2.2	28.0	12.4	5.5	15.5	18.9	8.8	3.9
	客単価	2.3	-3.6	-0.2	1.0	-4.5	-6.5	-14.8	-12.9	-12.2	-11.2	-10.0	-9.6	-7.0

出所：会社資料によりSR社作成

## 2019年2月期第3四半期実績

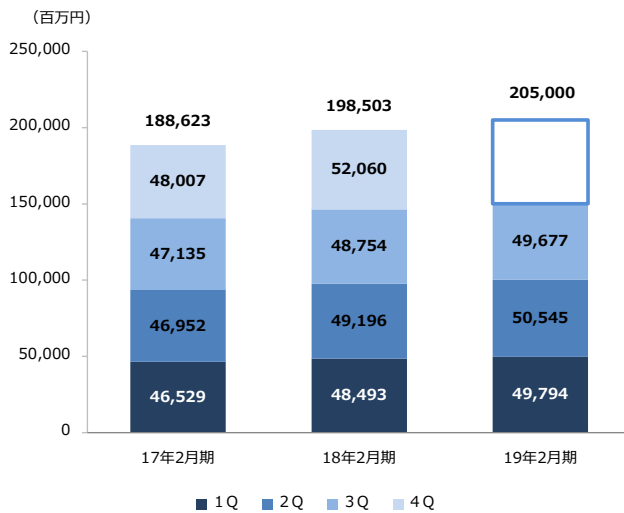
### 業績概要

2019年2月期第3四半期の連結業績は、売上高150,016百万円（前年同期比2.4%増）、売上総利益96,311百万円（同1.1%増）、営業損失562百万円（前年同期営業利益2,594百万円）、経常損失129百万円（同経常利益2,993百万円）、当期損失1,558百万円（同当期利益1,595百万円）となった。

売上高は主力事業である吉野家の既存店売上高が好調に推移したことや、積極的に出店を進めている、はなまる・京樽・海外セグメントの売上高が増加したことにより増収となった。一方で営業利益は、2018年9月に発生した台風や北海道胆振東部地震等により営業時間の短縮や休業を余儀なくされた店舗が多く発生したことに加え、期初より肉・米など食材価格の高騰や、アルバイト・パート時給の上昇といった様々な外的要因が減益の主因となった。また、親会社株主に帰属する四半期純損失は、店舗の撤退等による減損損失を639百万円を計上したことにより減益となった。

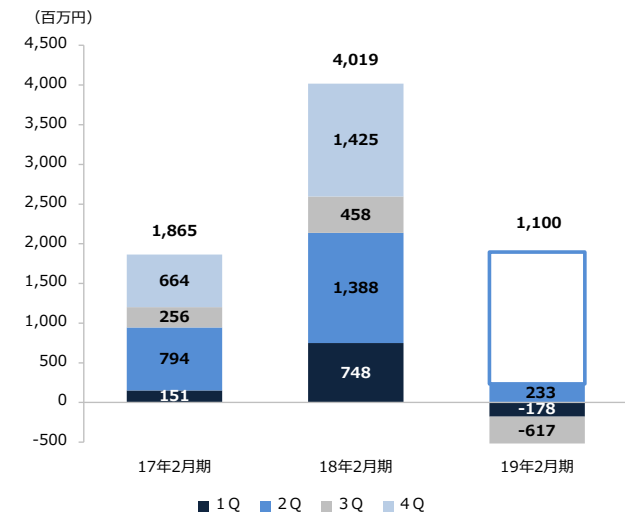
同社は、2025年を最終年度とした長期ビジョン「NEW BEGINNINGS 2025」を掲げており、当期を含むファーストステージの3年間は、セカンドステージ以降における成長のシーズを生み出す期間と位置付けている。集客方法から、原価・経費の管理、従業員教育に至るまで経営内容を見直し、サービスの価値と労働生産性の向上により収益性回復を目指している。ファーストステージの最終年度である当期では、吉野家における新サービスモデルへの転換の最終調整を図るとともに、はなまる・京樽・海外セグメントでは、出店による成長・規模拡大を推進する方針である。

#### 四半期売上高推移



出所：会社資料によりSR社作成

#### 四半期営業利益推移



出所：会社資料によりSR社作成

### セグメント別

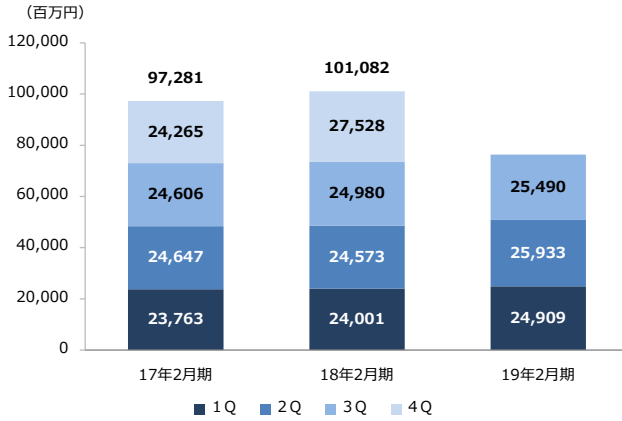
#### 吉野家

- ▶ 売上高：76,332百万円と前年同期比3.8%の増収。主な要因は様々な施策の効果により既存店売上が順調に推移したこと。しかしながら、期初計画に対しては下回った模様
- ▶ 既存店売上高前年比：9月4.7%増、10月0.7%減、11月3.0%減（客数：3.0%増、0.8%減、5.4%減、客単価1.6%増、0.1%増、2.5%増と、主に客単価の伸びによる）
- ▶ 店舗数：1,208店（出店27店、閉鎖19店）
- ▶ 主な施策：4月にはなまるとのコラボ企画「毎日80円引き！定期券」、9月にはグループの垣根を超え、外食として初の試みとなるガスト・はなまる・吉野家共通「3社合同定期券」を販売した。商品面では、3月に「新味豚丼」、4月に「鶏すき丼」といった、豚肉や鶏肉を使った商品を導入し、季節商品として、6月に「麦とろ牛皿御膳」、7月

に「おろし牛カルビ丼」、11月には冬の定番「牛すき鍋膳」等を販売した。また、8月から順次導入を進めていた新型POSレジの導入により、交通系電子マネーへの対応が可能に

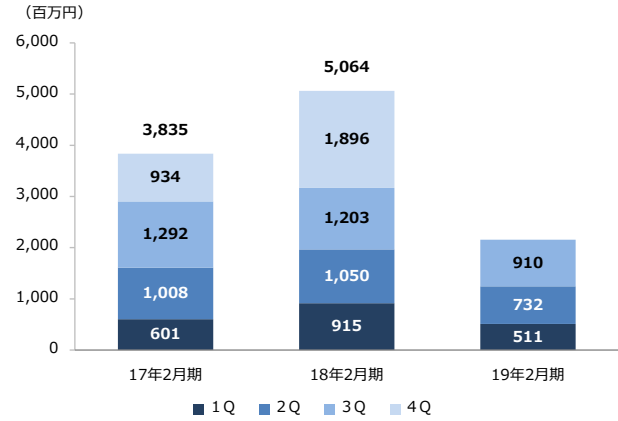
- セグメント利益：既存店売上高が好調に推移し増収したものの、原材料価格の高騰や人件費の増加等により、前年同期比32.0%減の2,153百万円

### 吉野家四半期売上高推移



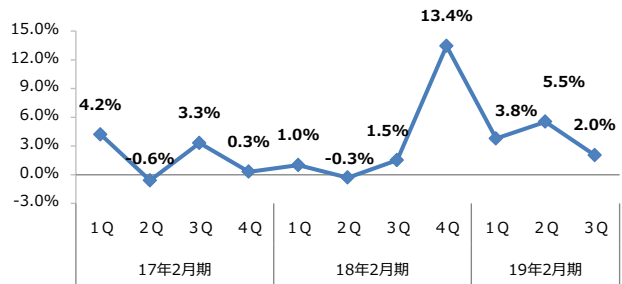
出所：会社資料によりSR社作成

### 吉野家四半期セグメント利益推移



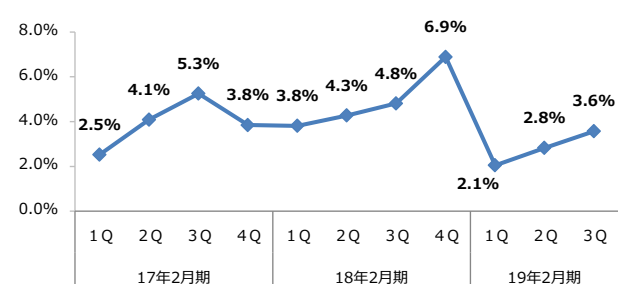
出所：会社資料によりSR社作成

### 吉野家四半期売上高前年同期比推移



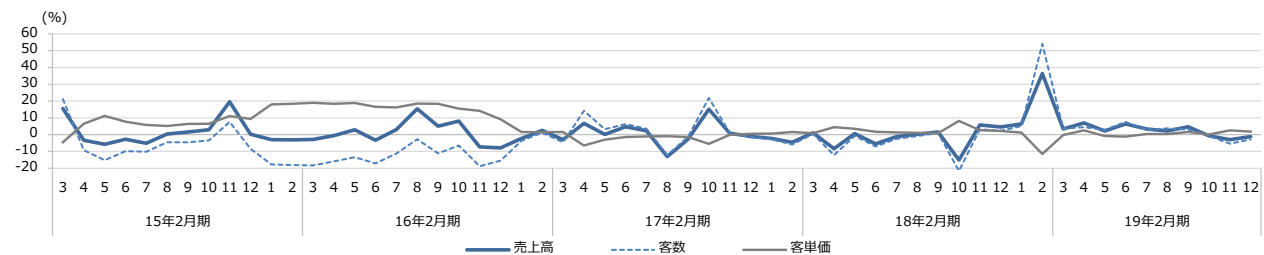
出所：会社資料によりSR社作成

### 吉野家四半期セグメント利益率推移



出所：会社資料によりSR社作成

### 吉野家既存店月次売上高前年比推移



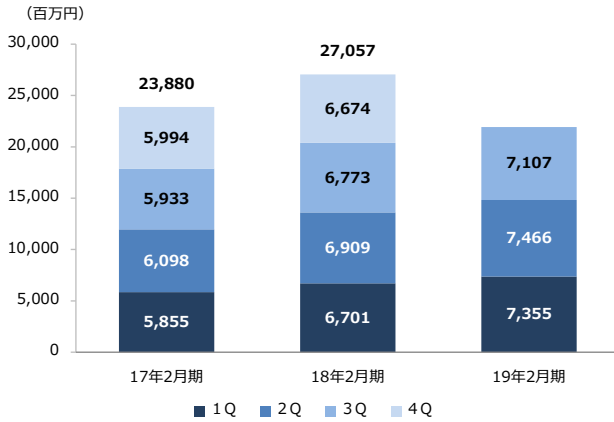
出所：会社資料によりSR社作成

### はなまる

- 売上高：21,929百万円と前年同期比7.6%の増収。主な要因は積極的な出店に伴う店舗数の増加
- 店舗数：507店（出店36店、閉鎖8店）ファーストステージにおいては、事業規模の拡大を図る
- 主な施策：4月に吉野家とのコラボ企画「天ぶら定期券」を実施。9月には「3社合同定期券」を販売し、近畿顧客の獲得と既存顧客の来店頻度の向上を図った。季節商品として、5月に「うどん県のそうめん」、6月に「とろ玉めかぶぶっかけ」を、8月に「ガッツリ肉ぶっかけ」「ピリ辛肉ざる」、9月に「具沢山豚汁うどん」、11月に「四川風麻婆あんかけうどん」を販売した。

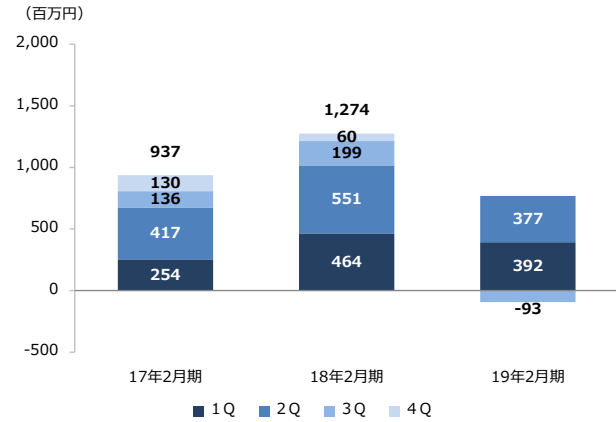
セグメント利益：出店増により増収となったが、既存店売上高が前年未達であったことや、人件費、物流コストの高騰等の影響により前年比44.3%減の676百万円

### はなまる四半期売上高推移



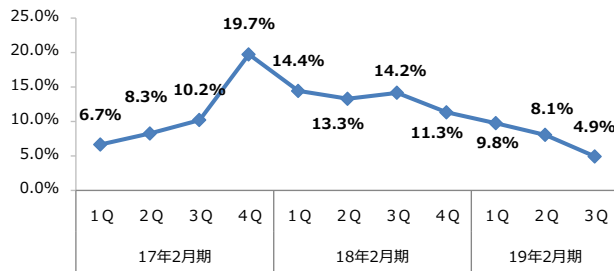
出所：会社資料によりSR社作成

### はなまる四半期セグメント利益推移



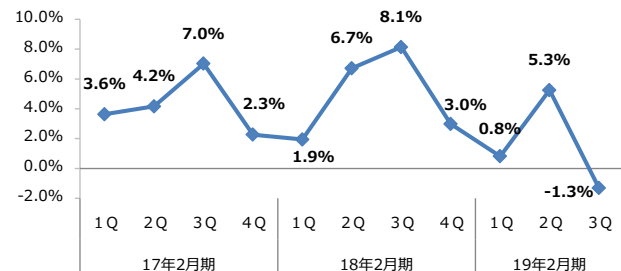
出所：会社資料によりSR社作成

### はなまる四半期売上高前年同期比推移



出所：会社資料によりSR社作成

### はなまる四半期セグメント利益率推移

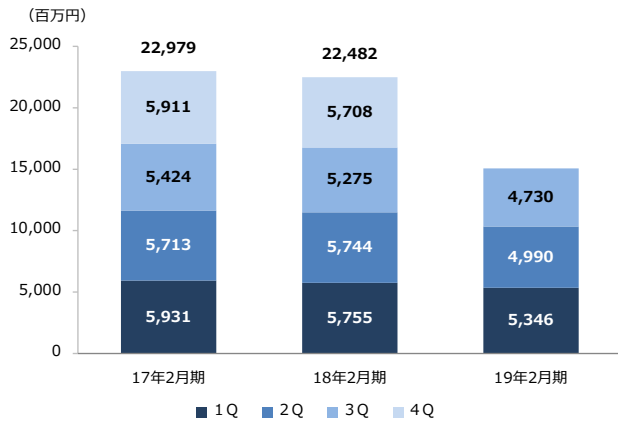


出所：会社資料によりSR社作成

## アークミール

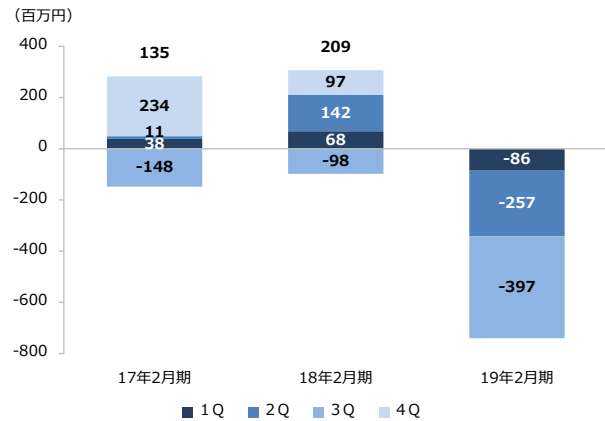
- 売上高15,067百万円と前年比10.2%の減収。主な要因はステーキ・しゃぶしゃぶ業態における競争が激化し既存店売上高が低迷したこと、店舗数が減少したことによる
- 店舗数：173店（出店1店、閉鎖6店）
- 主な施策：9月には「ステーキのどん」において「日替わりハンバーグ」を値段据え置きで30%増量し、バリューアップを図った。11月には「肉の日」を毎月2日、9日の開催から、29日を含む週末4日間の開催へと、家族で来店しやすいイベントに変更した。また、美味しいステーキをおなかいっぱい食べたいというニーズに応え、「ステーキのどん」においては「熟成リブロインステーキ」、「フォルクス」においては「サーロインステーキ」を、それぞれ使用する牛肉を一新した上で、増量キャンペーンを実施
- セグメント利益：減収により、前年同期比852百万円減益の740百万円の赤字

## アークミール四半期売上高推移



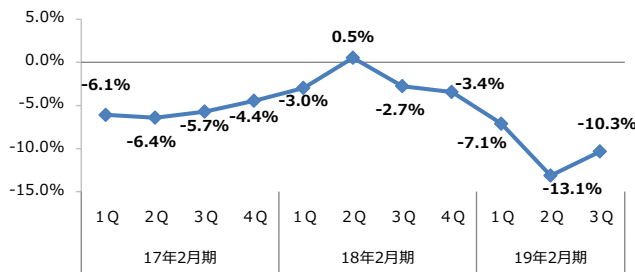
出所：会社資料によりSR社作成

## アークミール四半期セグメント利益推移



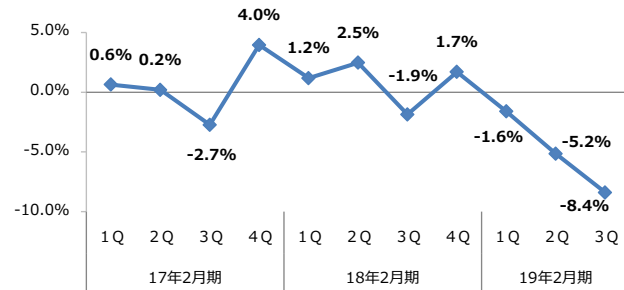
出所：会社資料によりSR社作成

## アークミール四半期売上高前年同期比推移



出所：会社資料によりSR社作成

## アークミール四半期セグメント利益率推移

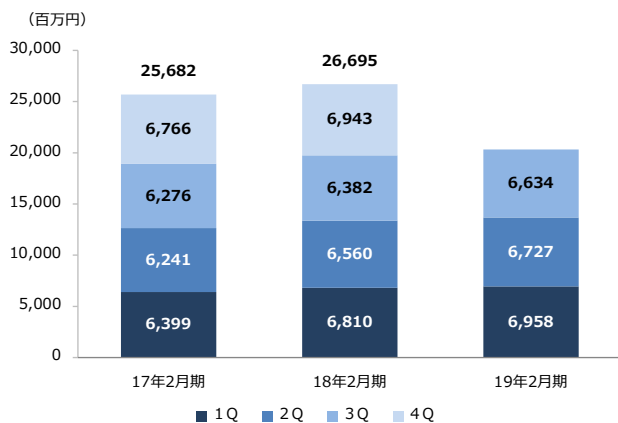


出所：会社資料によりSR社作成

## 京樽

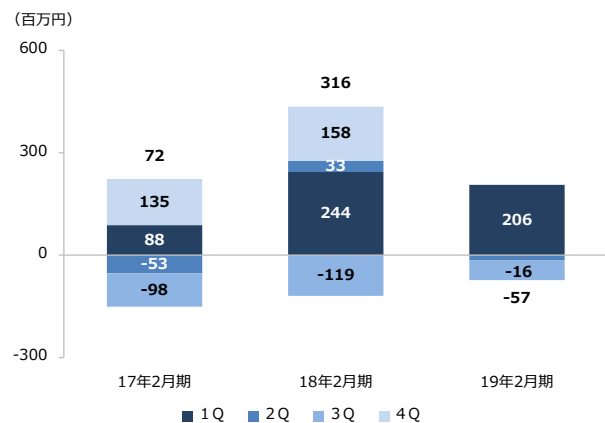
- 売上高：20,319百万円と前年比2.9%の増収。主な要因は首都圏に積極的に出店を行っている回転寿司業態「海鮮三崎港」の店舗数の増加、及びテイクアウト事業の活性化策として江戸前鮨を強化した「京樽・すし三崎港」併設店による売上高の伸長に加え、様々な施策により既存店売上高も堅調に推移したこと
- 店舗数：332店（出店19店、閉鎖17店）
- 主な施策：テイクアウト事業における「中巻セール」や「ハレの日」の各セール、外食事業における「本まぐろ祭」「（店長おすすめ）99円セール」「39円セール」等の効果的な実施
- セグメント利益：増収ではあったが、原材料価格の高騰等により、前年同期比16.0%減の133百万円

## 京樽四半期売上高推移



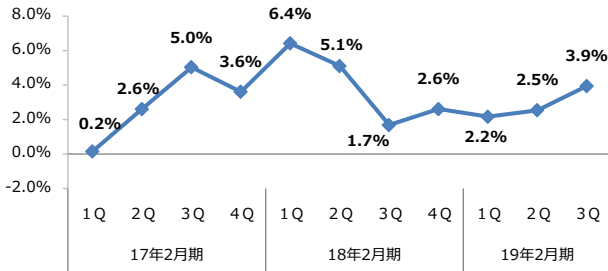
出所：会社資料によりSR社作成

## 京樽四半期セグメント利益推移



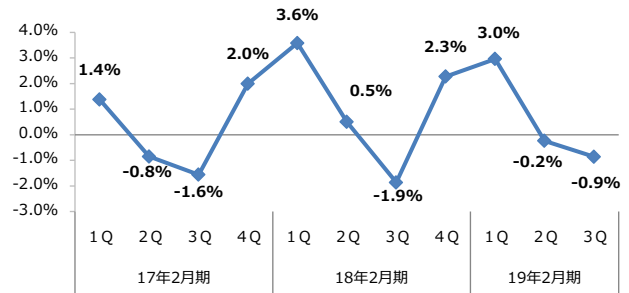
出所：会社資料によりSR社作成

## 京樽四半期売上高前年同期比推移



出所：会社資料によりSR社作成

## 京樽四半期セグメント利益率推移

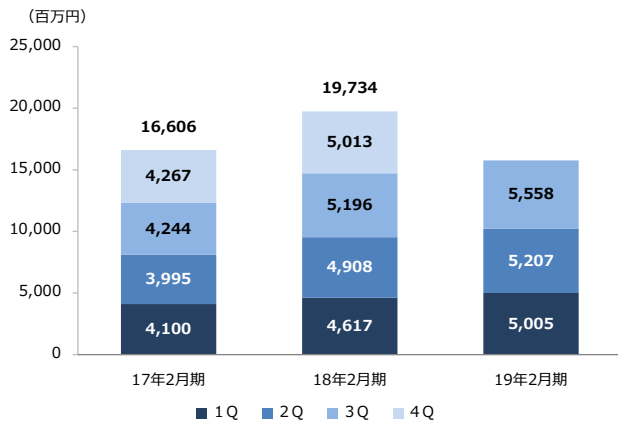


出所：会社資料によりSR社作成

## 海外

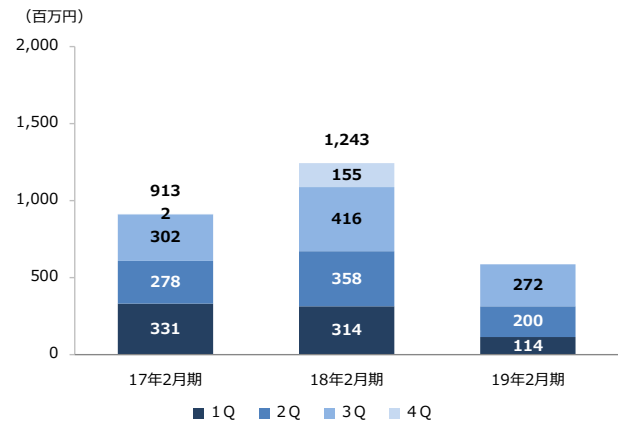
- 売上高：15,770百万円と前年比7.1%の増収。主な要因は、アメリカ・台湾の売上高が好調に推移したこと、フランチャイズも含めた積極的な出店により店舗数が増加したことによる
- 店舗数：891店舗（出店90店、閉鎖20店）
- セグメント利益：各エリアで原材料価格が高騰したこと、人件費および出店や改装による減価償却費が増加したこと等により前年比46.1%減の586百万円

## 海外四半期売上高推移



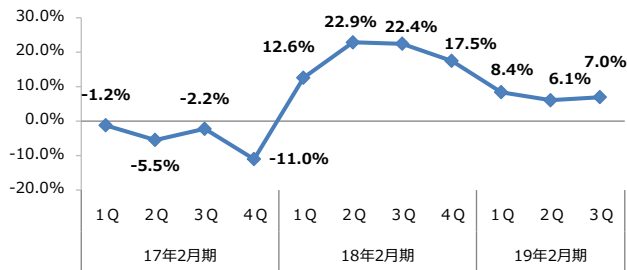
出所：会社資料によりSR社作成

## 海外四半期セグメント利益率推移



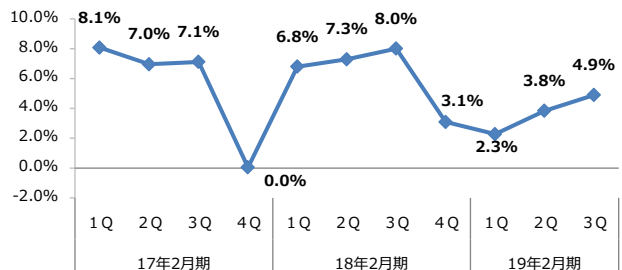
出所：会社資料によりSR社作成

## 海外四半期売上高前年同期比推移



出所：会社資料によりSR社作成

## 海外四半期セグメント利益率推移



出所：会社資料によりSR社作成

このリサーチメモは、掲載企業の[最新版レポート](#)にも掲載されています。

株式会社シェアードリサーチは今までにない画期的な形で日本企業の基本データや分析レポートのプラットフォーム提供を目指しています。さらに、徹底した分析のもとに顧客企業のレポートを掲載し随時更新しています。

### ディスクレーム

本レポートは、情報提供のみを目的としております。投資に関する意見や判断を提供するものでも、投資の勧誘や推奨を意図したものではありません。SR Inc.は、本レポートに記載されたデータの信憑性や解釈については、明示された場合と黙示の場合の両方につき、一切の保証を行わないものとします。SR Inc.は本レポートの使用により発生した損害について一切の責任を負いません。

本レポートの著作権、ならびに本レポートとその他Shared Researchレポートの派生品の作成および利用についての権利は、SR Inc.に帰属します。本レポートは、個人目的の使用においては複製および修正が許されていますが、配布・転送その他の利用は本レポートの著作権侵害に該当し、固く禁じられています。SR Inc.の役員および従業員は、SR Inc.の調査レポートで対象としている企業の発行する有価証券に関して何らかの取引を行っており、または将来行う可能性があります。そのため、SR Inc.の役員および従業員は、該当企業に対し、本レポートの客観性に影響を与える利害を有する可能性があることにご留意ください。

### 金融商品取引法に基づく表示

本レポートの対象となる企業への投資または同企業が発行する有価証券への投資についての判断につながる意見が本レポートに含まれている場合、その意見は、同企業からSR Inc.への対価の支払と引き換えに盛り込まれたものであるか、同企業とSR Inc.の間に存在する当該対価の受け取りについての約束に基づいたものです。

### 連絡先

株式会社シェアードリサーチ / Shared Research Inc.  
東京都文京区千駄木3-31-12  
HP: <https://sharedresearch.jp>  
TEL : (03)5834-8787  
Email: [info@sharedresearch.jp](mailto:info@sharedresearch.jp)