

2025 年 6 月 27 日

各 位

会 社 名 株式会社フレンドリー
代 表 者 名 代表取締役社長 八木 徹
(コード番号 8209 東証スタンダード)
問合せ先責任者 取締役営業本部長 小松 大介
(TEL 072-874-2747)

中期経営計画の修正に関するお知らせ

当社は、2024年6月21日に公表した中期経営計画の修正について、2026年3月期計画を修正することとしたので、下記の通りお知らせいたします。

記

1. 修正内容

	売上計画	営業利益	営業利益率
2024 年 6 月 21 日修正計画	2,312 百万円	63 百万円	2.7%
2025 年 6 月 27 日修正計画	2,420 百万円	80 百万円	3.3%
差	+108 百万円	+17 百万円	+0.6%
(参考) 当初計画 (2022 年 5 月 13 日公表)	2,247 百万円	125 百万円	5.6%

2. 修正の理由

当社は、2022 年 5 月 13 日に 2026 年 3 月期を最終年度とする中期経営計画を公表後、2024 年 6 月 21 日に修正計画を公表し、アフターコロナを見据えた各種施策に取り組んでまいりました。2025 年 3 月期は、主力商品であるうどんを中心に、麺をお値段そのまま 3 玉まで増量できるサービスは堅持しつつ、付加価値の高い高単価商品を導入したことや、兵庫県の三井アウトレットパークマリニピア神戸において、香の川製麺として初となるフードコートへの新規出店を果たし、売上前期比 1.7%増となりました。一方で、世界情勢の緊迫化、資源価格や原材料価格の高騰による物価上昇や人件費、物流費の上昇など、当社を取り巻く事業環境は引き続き厳しい状況にあります。

2026 年 3 月期修正計画の売上は、2024 年 6 月 21 日に公表した修正売上計画に対して増収となっております。これは、新カテゴリーである「中華そば」を中心とした付加価値の高い高単価商品が好調であり、客単価を押し上げているためであります。

また、「カミサリー」(食品加工工場)において製品の内製化が推進し、さらに人件費コントロールの精度の向上により、収益構造が改善したため、営業利益率を見直しました。

3. 中期経営計画の進捗状況

中期経営計画の進捗状況は以下の通り

i) 営業施策による売上高・客数向上

2023 年 3 月期下期より、店舗従業員の労働環境改善を目的として、全店の閉店時間を従来の 22 時から 21 時へと前倒ししておりました。しかし、パート時給の積極的な改定等により人員体制が整った店舗から順次、従来の営業時間（22 時まで）に戻してまいりました。その結果、2024 年 11 月より対象店舗においては 22 時営業を安定的に継続できる体制が整い、今期は通期で営業時間延長の効果が売上に寄与する見込みです。

さらに、2024 年 8 月より販売を開始した「中華そば」は、うどんや丼と比較して販売価格が高いため、客単価の向上に寄与しております。加えて、「中華そば」の購入を目的とした来店も増加傾向にあり、客数の増加にも貢献しています。今期においてはメニュー数を拡充することで、高単価商品である「中華そば」の構成比を高め、売上の増加が期待されます。

また、2024 年 11 月には兵庫県の「三井アウトレットパーク マリンピア神戸」において、「香の川製麺」としては初となるフードコートへの新規出店を実施し、当該店舗の売上は好調に推移しており今期は通期で新規店の売上が増加する予定です。兵庫県内における新規出店による店舗数の増加により、同県内での市場浸透が進むとともに、商圈の広い大型商業施設への出店によって、兵庫県外の地域においてもブランド認知度の向上が期待されます。これにより、大阪府北部エリアにおける客数の増加も見込まれております。

さらに、2024 年 10 月に実施した自社アプリのバージョンアップにより、従来以上にお客様一人ひとりの嗜好に応じたきめ細かなプロモーションが可能となりました。今後もアプリの活用を推進し、「香の川製麺」ブランドのファンの来店頻度を高める取り組みを強化してまいります。

ii) 原価低減活動の継続実施と生産性のさらなる向上による収益性向上

当社は、食品加工工場「カミサリー」を活用することで、原価の低減および店舗オペレーションの効率化を推進し、収益性の向上を図ってまいりました。カミサリーにおいては設備投資を実施し、製造品目数の拡充を進め、製麺に加えてソース類等の多岐にわたる製造体制を整備しております。この製造体制の強化により、社内加工品を活用したうどんメニューの展開のみならず、うどんに次ぐ主力商品として成長した丼や、2024 年 8 月に導入した「中華そば」など、商品の幅を広げることが可能となりました。これにより、外部環境による食材仕入れコストの高騰に対しても、影響を最小限に抑えることができております。

また、「うどん」「丼」「中華そば」の販売構成比については、各食材の価格動向を注視しながら、原価率の低い商品の販売比率を調整・管理することで、商品価格の上昇を抑えつつ、原価率の低減を実現しています。今後は、原価率が低く収益性の高い「中華そば」の商品ラインナップをさらに戦略的に拡充することで、前期を上回る原価率の削減を目指します。

さらに、昨今の米価高騰への対策としては、より安価で安定した仕入先への切り替えを進めるとともに、米を使用する商品の販売比率を抑え、原価率の低いうどんや中華そばの構成比を高める取り組みを継続することで、コスト上昇の抑制を図ってまいります。

加えて、人件費やエネルギー価格の上昇などによるコスト増への対応としては、収益性の高い高

単価商品の積極的な導入を進めるほか、適正な販売価格への継続的な見直しを行い、収益率の維持・向上に努めてまいります。

iii) 業績管理の日次・月次でのきめ細かい分析とスピーディーな経営判断による業績向上

当社は、店舗ごとの業績管理において、よりきめ細かい分析と迅速な経営判断を実現するため、「スーパーインテンデント制度（3～4 店舗を統括する責任者）」を導入し、個店に対する経営指導体制の強化を図っております。あわせて、既に導入済みの「スーパーインテンデント向け管理業務支援システム」については、新規採用社員でも短期間で効果的に運用できるよう、教育体制の充実を図り、早期の戦力化を推進しています。

また、昨今の時給単価上昇による人件費の増加に対しては、過去の売上実績データを活用した売上予測の精度向上に取り組むことで、より適正なシフト設計を可能とし、投入労働時間の最適化を実現しております。加えて、商品販売データを日々細かく分析・活用することにより、店舗ごとの仕込み量の精度が向上し、フードロスの削減にもつながっております。

これらの取り組みにより、全店舗での適切なコストコントロールを徹底し、収益性の改善と業績の向上を持続的に実現してまいります。

以上