

ワタミグループ 2026年3月期上期 決算説明会

1) グループ全体業績

ワタミ株式会社 経営企画本部 本部長 西澤 徹

2) 主力事業の取り組み（国内外食事業、宅食事業、海外事業、その他）

ワタミ株式会社 代表取締役会長 兼 社長 CEO 渡邊 美樹

取締役副社長 CHO 清水 邦晃

取締役 常務執行役員 渡邊 将也

グループ全体業績

2026年3月期
上期実績

経営企画本部 本部長

西澤 徹

1.グループ業績：2026年3月期 上期実績

売上高においては国内外食事業が牽引し増収。
営業利益については宅食事業の広告宣伝費を積極投資した結果減益。
経常利益、当期純利益については為替差損が縮小し増益。

単位：億円・%（▲は損失）

	①	②	①-②	①÷②
	26年3月期 (上期実績)	25年3月期 (上期実績)	前期比 増減	前期比 率
売上高	447.1	433.8	13.2	103.1
営業損益	21.3	22.2	▲ 0.9	95.9
経常損益	22.4	19.0	3.4	117.9
当期純損益	17.1	14.5	2.6	117.9
一株当たり 当期純損益 (円)	36.9	29.8	7.1	123.7

2.事業セグメント別：2026年3月期 上期 実績

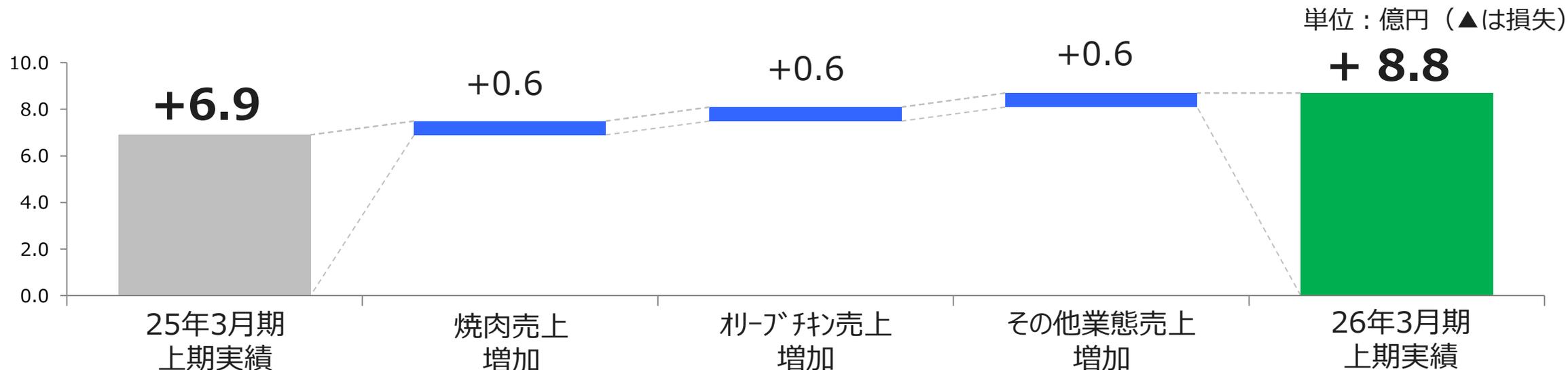
国内外食事業は好調に推移。宅食事業は広告宣伝費を積極投資し減益。
海外事業は一部エリアで苦戦し、微減益。

単位：億円・%（▲は損失）

		①	②	①-②	①÷②
		26年3月期 (上期 実績)	25年3月期 (上期 実績)	前期比 増減	前期比 率
国内外食事業	売上高	180.1	163.7	16.3	110.0
	営業損益	8.8	6.9	1.8	126.9
宅食事業	売上高	199.6	201.5	▲ 1.8	99.1
	営業損益	20.7	23.4	▲ 2.6	88.8
海外事業	売上高	52.1	52.3	▲ 0.2	99.5
	営業損益	0.3	0.9	▲ 0.5	38.1

3.業績要因：[1]国内外食事業

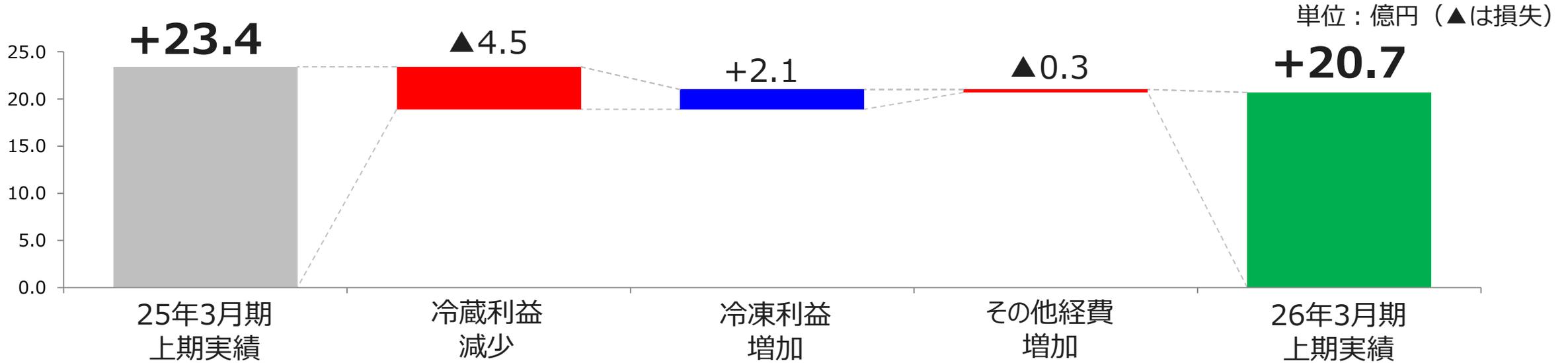
焼肉業態、オリーブチキン業態が増益を牽引。
 営業利益は対前年で1.8億円の増益となり、営業利益は8.8億円の黒字で着地。



	①	②	①-②
	26年3月期 (上期実績)	25年3月期 (上期実績)	前期比 増減
新店 店舗数	12	0	12
転換 店舗数	0	3	▲ 3
撤退 店舗数	8	9	▲ 1
期末店舗数	496	319	177

3.業績要因：[2]宅食事業

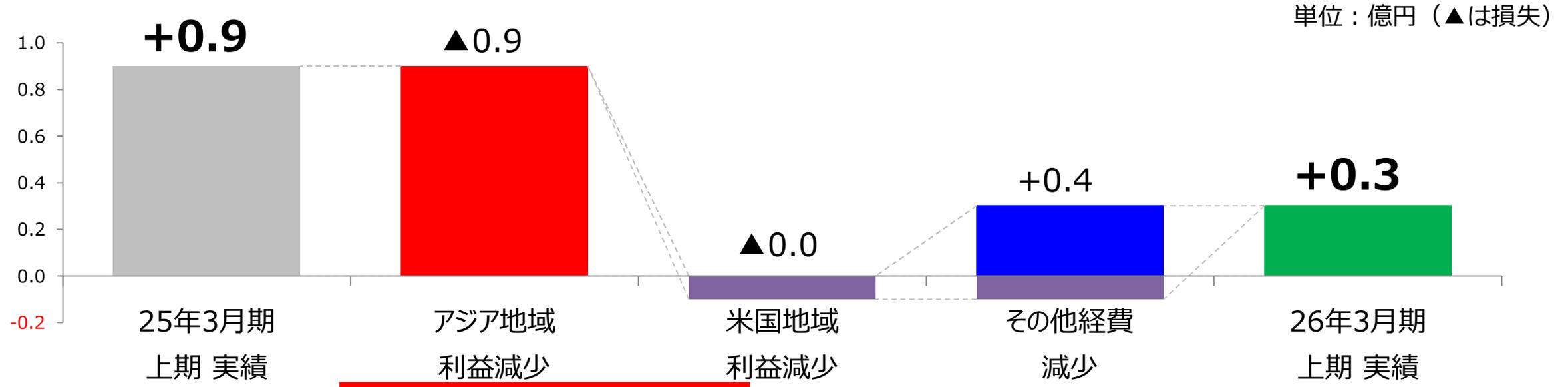
累計調理済食数が前年比97.5%と伸び悩んだことに加え、新商品発売に向けた広告投資を積極的に実施した結果、2.6億円の減益。営業利益は20.7億円の黒字で着地。



	① 26年3月期 (上期 実績)	② 25年3月期 (上期 実績)	①-② 前期比 増減
期末まごころスタッフ数 (人)	6,015	6,490	▲ 475
調理済累計食数 (千食)	28,679	29,406	▲ 727
新規拠点開設数	0	0	0
統廃合拠点数	1	7	▲ 6
期末拠点数	506	516	▲ 10

3.業績要因：[3]海外事業

アジア地域は香港が改善の一方、LF社が原価および人件費の悪化で減益。
 米国地域は、関税問題などの向かい風に直面するも、前年同水準の利益確保。



	①	②	①-②
	26年3月期 (上期実績)	25年3月期 (上期実績)	前期比 増減
新店 店舗数	7	8	▲ 1
転換 店舗数	0	0	0
撤退 店舗数	1	2	▲ 1
期末店舗数	76	62	14

4.財務状況：2026年3月期 上期 実績

自己資本比率は38.1%。
ネットDELシオは▲0.6となり、財務的な安定性は確保。

単位：億円・%（▲は損失）

	26年3月期 (上期 実績)	25年3月期 (実績)	前期比 増減
現預金	398.4	457.5	▲ 59.1
有利子負債	254.2	290.7	▲ 36.5
自己資本	258.6	267.9	▲ 9.3
総資産	677.9	714.9	▲ 36.9
(ネットDELシオ)	▲ 0.6	▲ 0.6	0.1
(自己資本比率)	38.1	37.5	0.7
(自己資本比率) ※資本性ローン加味	42.6	41.7	0.9

5.フリーCF (簡易) 状況 : 2026年3月期 上期 実績

フリーキャッシュフローは13.3億円となり、営業CF内での投資を堅持。

(単位：億円)

	26年3月期 (上期 実績)	25年3月期 (上期 実績)	差異
+) 当期純利益	17.2	14.3	2.9
+) 減価償却費	11.0	11.1	▲ 0.1
-) 設備投資実施額	▲ 14.9	▲ 11.6	▲ 3.3
差引 フリーCF (簡易)	13.3	13.9	▲ 0.6

(※) 設備投資実施額 = 有形固定資産取得額 + 保証金差入額 + 無形固定資産取得額

6.グループ業績：2026年3月期 通期計画

売上、営業利益は増収増益を見込み、営業利益は46.0億円の計画。
USDの為替想定は期初と同水準で見込み、当期純損益は40.0億円の計画。

単位：億円・%（▲は損失）

	① 26年3月期 (計画)	② 25年3月期 (実績)	①-② 前期比 増減	①÷② 前期比 率
売上高	910.0	887.1	22.9	102.6
営業損益	46.0	45.6	0.4	100.7
経常損益	52.5	52.4	0.1	100.1
当期純損益	40.0	35.2	4.8	113.6
一株当たり 当期純損益 (円)	87.8	75.9	11.9	115.6

7. 株主還元：配当方針/第40期計画

年度	第38期	第39期	第40期
	24年3月期 (実績)	25年3月期 (実績)	26年3月期 (予定)
一株当たり配当額 (円)	10.0	10.0	10.0
配当性向 (普通株式のみ)	10.8%	13.2%	11.4%
配当性向 (優先株式込み)	21.0%	25.0%	22.0%

株主優待ルールを見直し、より使いやすく変更

株主様



複数枚使えるようにしてほしい

株主様



ランチでも使いたい



項目	変更前	¹¹ 変更後
ご利用枚数	1回のお会計につき 最大1枚 (条件：税込500円以上)	1回のお会計につき 複数枚 (条件：税込2,000円ごとに1枚)
ご利用時間	ランチタイム不可	全時間帯



2026年5月発行分より適用（有効期限：2026年6月1日～11月30日）

グループおよび各事業 主要取り組み

代表取締役会長 兼 社長 CEO

渡邊 美樹

1.グループ業績：2026年3月期 上期実績

増収減益

国内外食事業が増収を支え、売上高は前期比103.1%と堅調に推移。
宅食・海外事業の影響により、営業損益は前期比95.9%で着地。

単位：億円・%（▲は損失）

	①	②	①-②	①÷②
	26年3月期 (上期実績)	25年3月期 (上期実績)	前期比 増減	前期比 率
売上高	447.1	433.8	13.2	103.1
営業損益	21.3	22.2	▲ 0.9	95.9
経常損益	22.4	19.0	3.4	117.9
当期純損益	17.1	14.5	2.6	117.9
一株当たり 当期純損益 (円)	36.9	29.8	7.1	123.7

2.グループ業績：2026年3月期 通期計画

増収、本業利益も増益

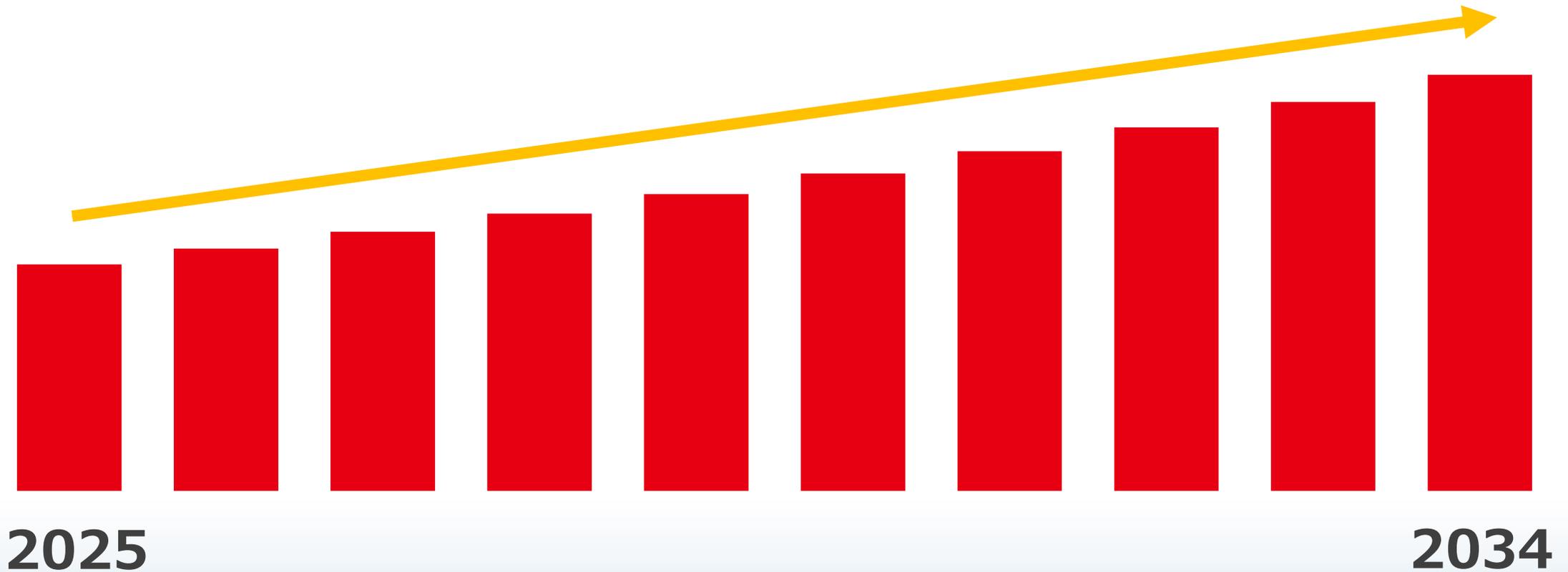
売上、営業利益は増収増益を見込み、営業利益は前年比100.7%、46.0億円の計画。
USDの為替想定は期初と同水準で見込み、当期純損益は40.0億円の計画。

単位：億円・%（▲は損失）

	①	②	①-②	①÷②
	26年3月期 (計画)	25年3月期 (実績)	前期比 増減	前期比 率
売上高	910.0	887.1	22.9	102.6
営業損益	46.0	45.6	0.4	100.7
経常損益	52.5	52.4	0.1	100.1
当期純損益	40.0	35.2	4.8	113.6
一株当たり 当期純損益 (円)	87.8	75.9	11.9	115.6

2025年を起点に、毎年 **7%** の賃上げを継続。

10年後に2025年比で給与水準 **2倍** を目指す。



2025年度上期 宅食事業

冷蔵食数未達および、
 広告宣伝費の積極投資により、減収減益。



単位：億円・%（▲は損失）

	売上高				営業利益			
	今期	前期	前期差	前期比	今期	前期	前期差	前期比
冷蔵	186.8	192.3	▲ 5.6	97.1	22.2	26.7	▲ 4.5	83.1
冷凍	12.4	8.9	3.5	138.6	1.6	0.1	1.5	2,949.8
その他調整・本部等	0.4	0.2	0.3	185.7	▲ 3.0	▲ 3.3	0.4	—
宅食事業	199.6	201.5	▲ 1.8	99.1	20.7	23.4	▲ 2.6	88.8

「ワタミの宅食」アンバサダー
徳光 和夫さん

～新登場キャンペーン～
ご満足いただけなければ
全額返金!!





であい、ふれあい、おいしい



＼10月6日週より全国販売／

- ☑ **業界最安値に挑戦！**
- ☑ **品質と低価格の両立**

お惣菜のみ **450円** (税込)

ごはん付き **500円** (税込)

全国販売から1カ月で、**日あたり2万食突破**

低価格とおいしさのヒミツ①

仕入先を大きく広げ、
世界中からおいしくて安価な食材を仕入

低価格とおいしさのヒミツ②

仕入食材の加工度を下げ、
原材料原価を低減

低価格とおいしさのヒミツ③

設備投資により、
加熱調理と冷却装置を増強



低価格とおいしさのヒミツ④

2日の稼働で6食を製造。
高い生産性を実現



低価格とおいしさのヒミツ⑤

週2回で
6食をお届け

**配送コスト
削減!**



低価格とおいしさのヒミツ⑥

安全性と
おいしさを維持

**消費期限の
延長可能に!**



低価格とおいしさのヒミツ⑦

容器サイズを
ミリ単位で調整

**配送効率
アップ!**



2025年度上期 宅食事業



9月11日 新商品記者発表会 112名90社が参加

メディア露出 (TV/WEB/紙面/地方メディア) : 約**200**件

記者発表を皮切りに販促を加速 前期比約130%の広告投資

【5月クロスメディア】

期間限定 家計応援 キャンペーン

私も食べています。おいしさにびっくり! ですが、ワタミ!

冷菓のお得意! 冷蔵/冷凍/常温/常温冷蔵/常温冷凍/常温冷蔵冷凍/常温冷蔵冷凍冷蔵/常温冷蔵冷凍冷蔵冷凍

1日替わりのお食事をご自宅までお届け!

家計応援キャンペーンで、**1食あたり 390円** (税込) 宅配送料 2,950円 (5食分)

通常価格 590円のところ

ご注文はこちら! ☎ 0120-61-7070

【6月クロスメディア】

日本一売れてる ワタミの宅配弁当

家計応援 50,000食以上 キャンペーン

私も食べています。おいしさにびっくり! ですが、ワタミ!

バランスのとれた品目豊富なお弁当!

1食あたり **390円** (税込) 宅配送料 2,950円 (5食分)

通常価格 590円のところ

ご注文はこちら! ☎ 0120-61-7070

【8月クロスメディア】

まずは2週間「カラダ整う」健康習慣!

2週間おためしセット 10日間分

2週間おためしセット (10食分) **4,700円** (税込)

1200円お買得 実質2食分無料

15年連続売上シェアNo.1!!

ご注文はこちら! ☎ 0120-61-7070

【9月クロスメディア】

ワタミの宅食

業界最安値に挑戦!

私達が2年かけて作りました!! 自信をもってお届けします!!

この価格でこれ以上のお弁当は作れません。

※消費者庁発表の2024年売上上位3社(ワタミの宅食含む)の冷凍弁当の普通食品において、ワタミの宅食「好い日のおかず」1食450円(税込)が最安値。2025年8月末時点。自社調べ。

WATAMI

ご満足いただけなかったら全額返金します!!

好い日の御膳

キャンペーン価格ではありません!! **450円** (税込) 宅配送料込み

新登場 **好い日の御膳** 1食あたり **500円** (税込) 宅配送料込み

私達が2年かけて作りました!! 自信をもってお届けします!!

この価格でこれ以上のお弁当は作れません。

0120-975-047



冷凍惣菜

ワタミの宅食ダイレクト

単位：百万円

売上推移（23年4月～25年9月）



売上前年比（4-9月）は**137%**



「量が足りない...」とのお声に応じて誕生しました!

新登場!

満足ディッシュ



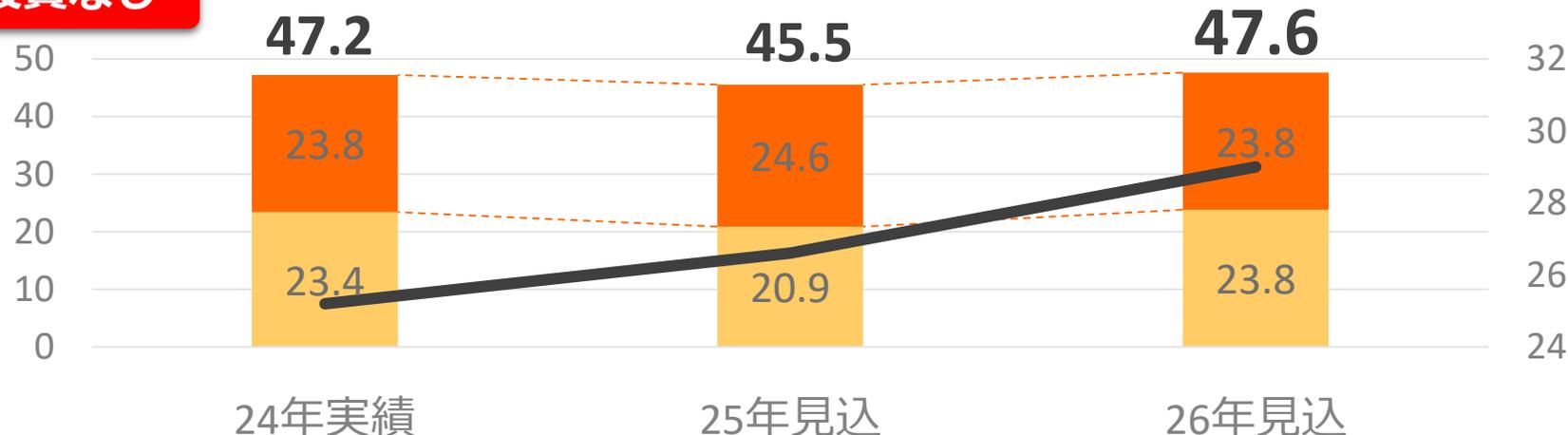
全体量200g以上&
主菜のボリュームUP

お腹も心も満たされるボリューム感

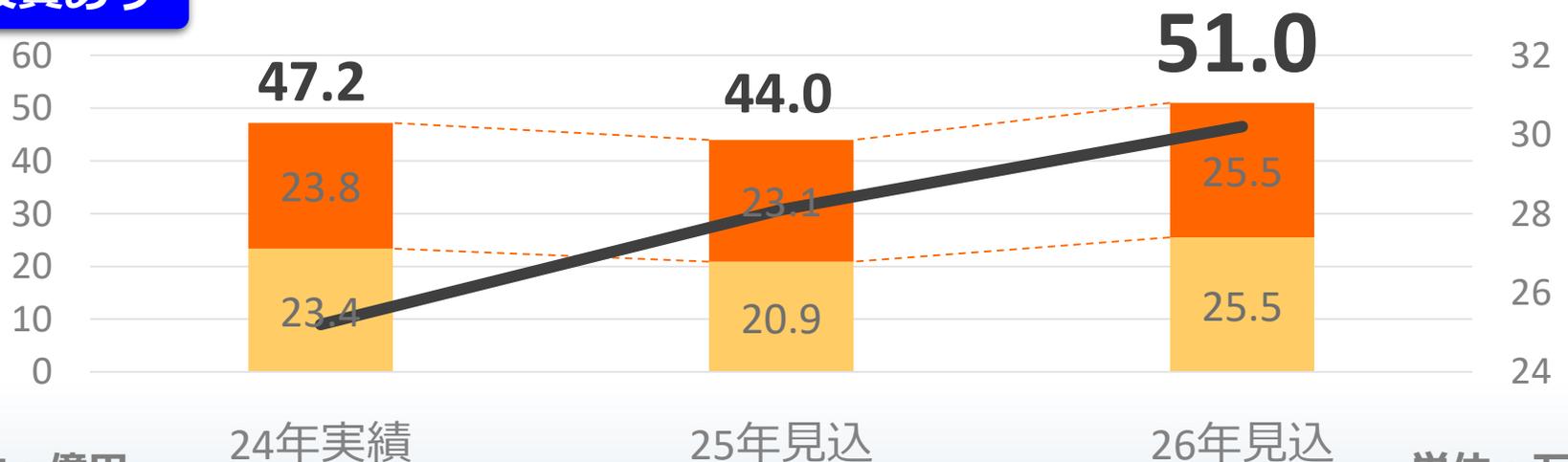
10月新発売 売上目標117%

来期の成長に向けた戦略的投資

投資なし



投資あり



➤ 広告宣伝費の積極投資により、今期（25年3月期）は一時的に減益。

➤ 翌期（26年3月期）は **51.0億円**まで回復。

➤ 26年の食数は、
投資なしで**29万食**
投資ありで**30万食**。

単位：億円

単位：万食

増収増益



焼肉・TGIなど既存事業が堅調に推移。

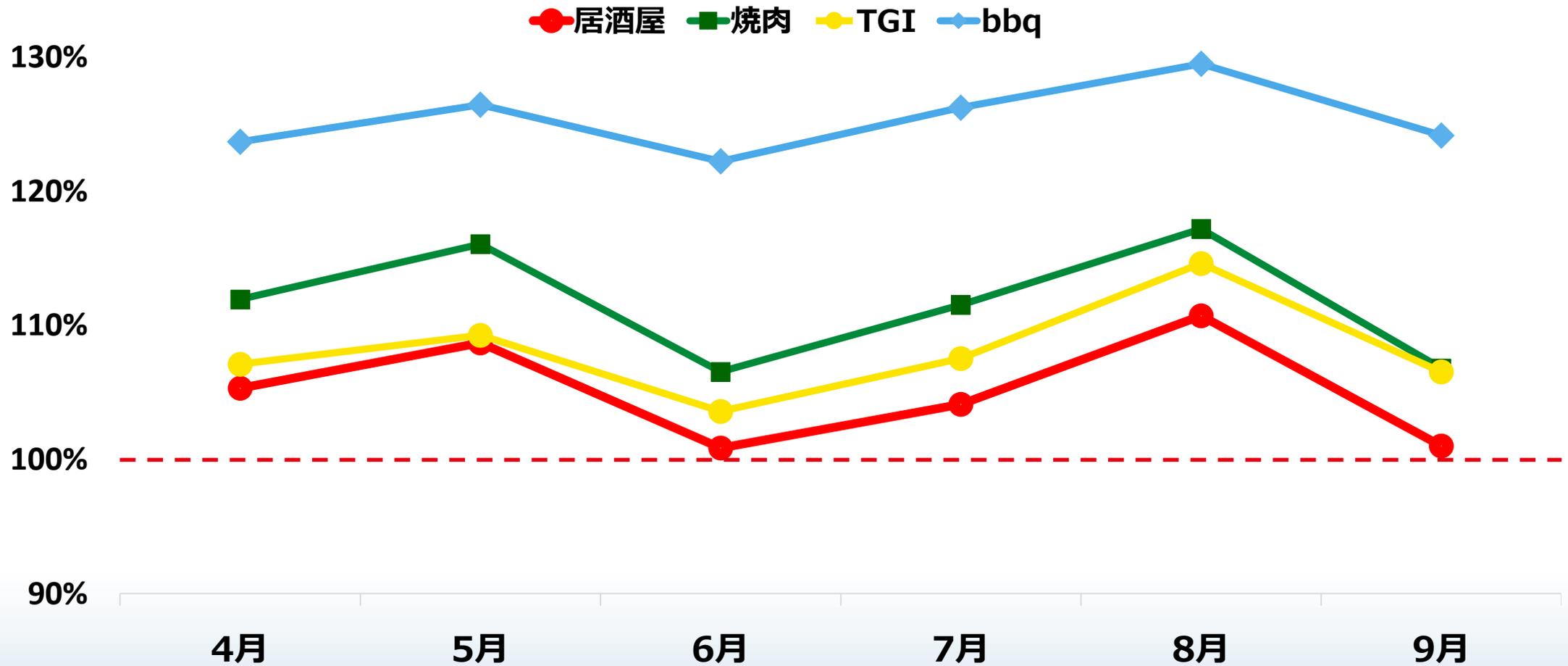
居酒屋の安定した収益に加え、オリーブチキンなどの収益改善が寄与し、国内外食事業は増収増益となった。

単位：億円・%（▲は損失）

	売上高				営業利益			
	今期	前期	前期差	前期比	今期	前期	前期差	前期比
居酒屋業態	89.9	88.9	1.0	101.1	13.7	14.0	▲ 0.3	98.0
焼肉業態	31.1	29.1	1.9	106.6	2.0	1.4	0.6	145.7
TGI業態	16.6	15.2	1.4	109.4	0.3	0.2	0.2	190.6
オリーブチキン業態	6.1	5.0	1.1	121.7	0.4	▲ 0.2	0.6	—
サブウェイ業態	12.4	0.0	12.4	—	0.1	0.0	0.1	—
その他業態・本部等	24.1	25.4	▲ 1.5	94.5	▲ 7.8	▲ 8.4	0.6	—
国内外食事業	180.1	163.7	16.3	110.0	8.8	6.9	1.8	126.9

2025年売上前期比の推移（既存店）

主力業態すべて前期比超え



「QSCのバランスにおいて価格が安いこと」にこだわり続けた

Q 手づくりへのこだわり。商品を順次**店仕込み**に切替。

S グラスフェッドアイスのキャンペーン等を通して接客サービスを強化。期間中は**クレーム0件**を達成。



C 老朽化している店舗は**小改装**を実施。上期は29店舗。

Quality : 商品を順次店仕込みに切替、手づくりにこだわる。看板商品を値下げしコスパUP↑



7月より、「清流若どり もも一本焼き」をチルド化でさらにおいしく。さらに899円⇒799円に値下げ。

上期



10月より、「ワタミカルビ」を598円⇒498円に値下げ。

下期

👑 こだわり その1

希少部位
"プレートフィンガー" 使用

👑 こだわり その2

こだわりの特製のタレを
注文を受けてから揉みこみ

👑 こだわり その3

大・中・小 全サイズ
大幅値下げでお求めやすく





8月に神奈川芸術劇場店をオープンし、8~9月累計で予算比**135%**を達成。
直営のみの「独占開発契約」から「マスターフランチャイズ契約」へと転換し、FC展開が可能となった。
初期投資の小さい**小型版TGIモデル**を確立し、多店舗展開に向けて体制を整備していく。



2025年度上期 国内外食事業【bb.q オリーブチキン】



上期は20の販促企画を実施し、事業収支の黒字化を達成。平均月商は1店舗当たり6,200千円から**7,600**千円へと拡大（9月まで・既存店）し、下期FC展開の基盤を構築。



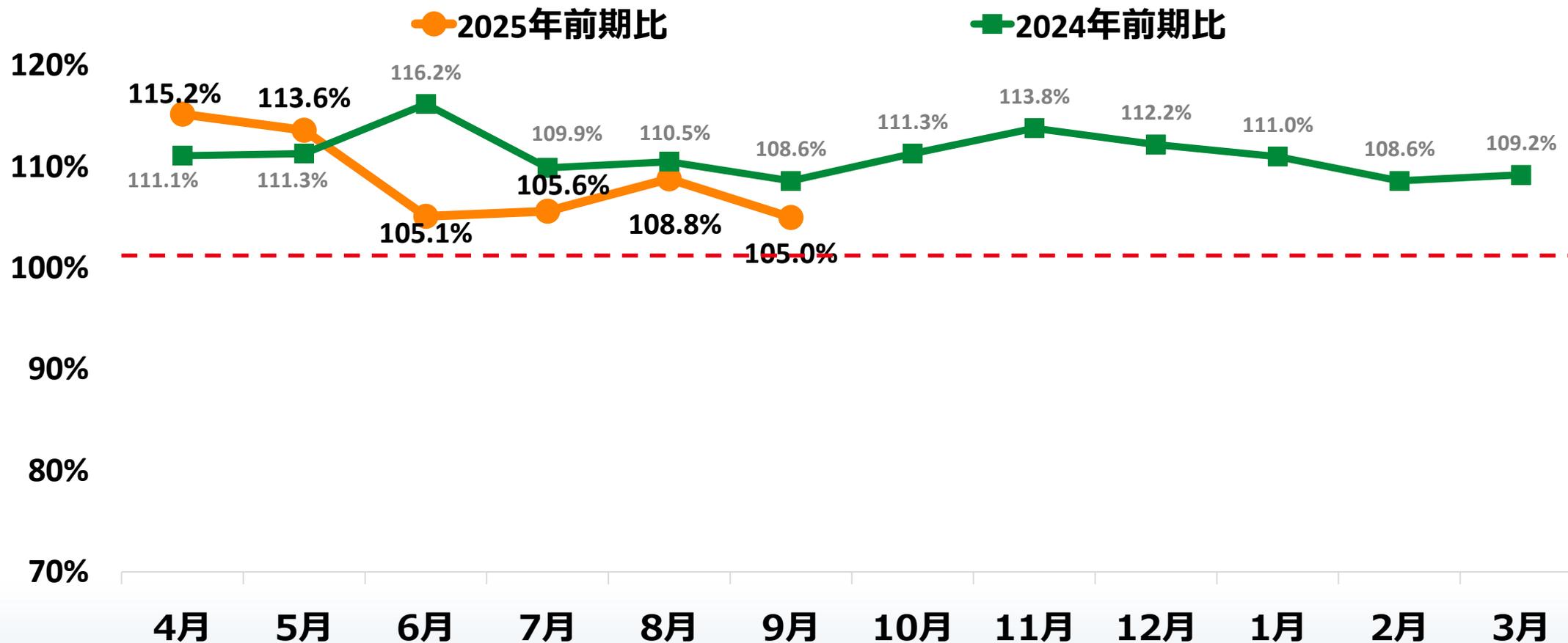
月間平均月商売上（既存店）

単位：千円



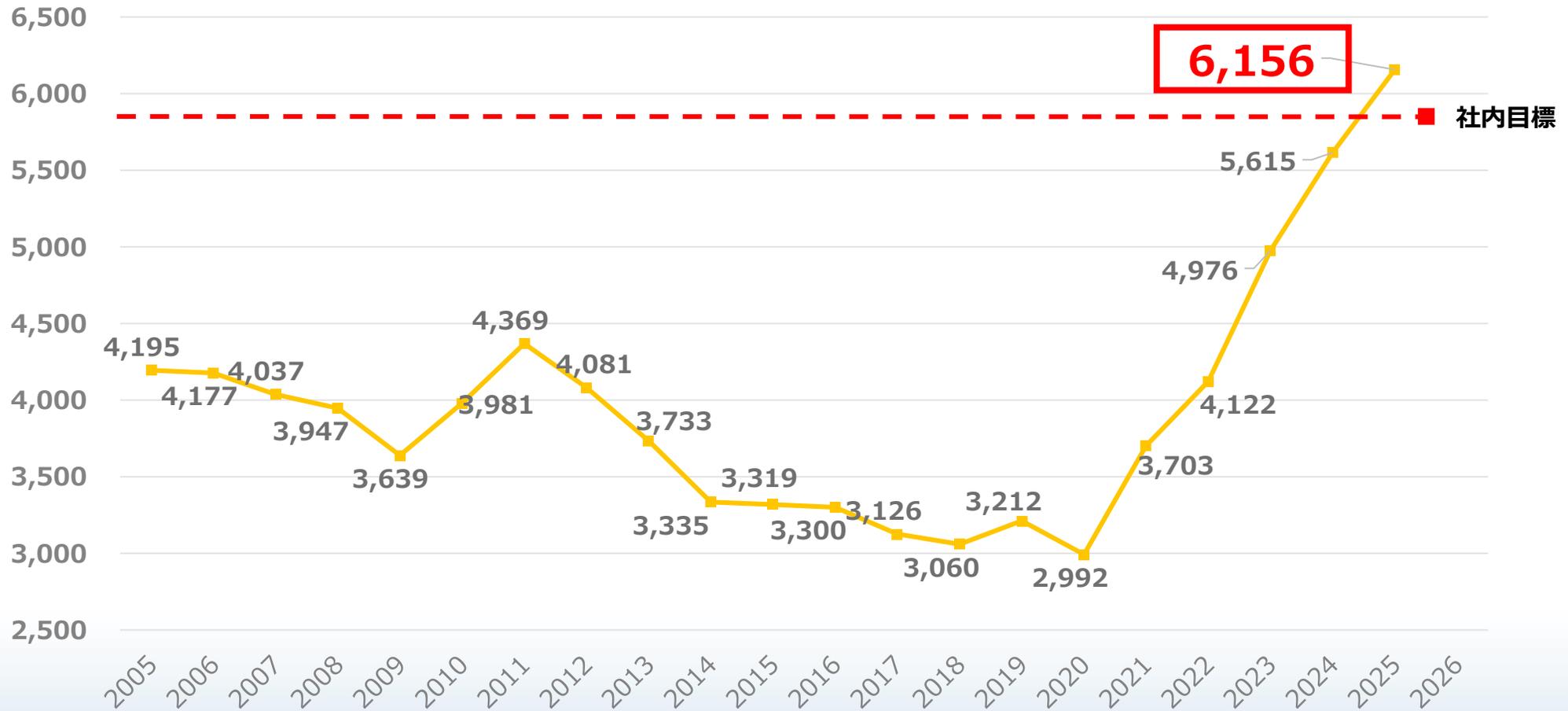
2025年売上前期比の推移（既存店）

既存店前期比 60ヵ月連続更新中



月間平均月商売上（9月まで・既存店）

今期の平均月商目標5,900千円に対して6,156千円の推移



ワタミに合流し、「QSCのバランスにおいて価格が安いこと」にこだわる

Q 商品への徹底的な**こだわり**。



S ワタミグループの**理念**の浸透させ、ワタミの想いを接客サービスに反映。

C 老朽化しているFC店舗は小改装を実施。
直営は居住性を重視した**フレッシュフォワード2.0**の内装へ。

Quality : “サブウェイ基準”の野菜にこだわる



“サブウェイ基準”

① 土壌管理

② 農薬管理

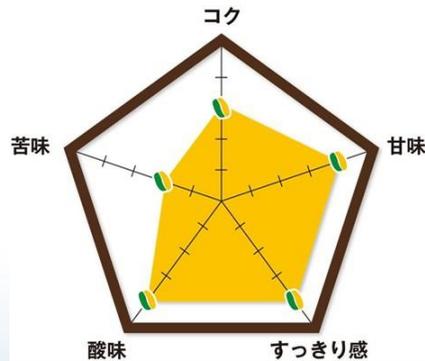
③ 品質管理

約20社と提携し
安定供給へ

Quality : 品質にとにかくこだわったコーヒーと、海外で主力のサイドメニュー“クッキー”を導入

10月1日『新ドリップコーヒー』販売開始

1杯ずつ丁寧に淹れるフレッシュなドリップコーヒー。



サンドイッチに合う
ベストなバランスでブレンド。
コーヒー本来の香りとクリアな味わいが
パンや野菜、お肉のおいしさを
よりいっそう引き立てます。
1杯1杯、お店で淹れた
こだわりのコーヒーです。

1.07g
2.7g
feelgood.



サンド専用
ドリップコーヒー
Special Drip Coffee
HOT S ¥180
*表示価格は税込です。*写真はイメージです。

12月10日『バイクドクッキー』販売開始

店舗で焼き上げるバイクドクッキーを導入。直営店舗テスト導入では販売数開始早々から予算比288.3%を達成。

店舗限定
NEW BAKED COOKIE

クッキー
ドリンクセット
各¥380

- ・チョコチップ
- ・ホワイトマカダミア

単品 ¥250

お店で焼いた
手づくりクッキー!
*ほろほろです

チョコチップ
ホワイトマカダミア

NEW BAKED COOKIE

クッキー
ドリンクセット+¥380 単品 ¥250

※クッキードリンクセットはドリンクサイズはクッキー1個です。※表示価格は税込です。*写真はイメージです。

Service : ワタミ理念の浸透を接客サービスに反映

ビデオレターの配信



理念集配布



オーナー会の実施



Cleanliness : 居住性と清潔感を両立した安らぎの空間へ



◀ 直営店は居住性を重視した店舗デザイン「フレッシュフワード2.0」を採用。

▼ FC店も上期から順次改装を進める。



期間限定メニュー/ディナー/モーニング/キッズセット

「タコス」は昨年以上に盛り上がり、NIGHTバリューは継続して販売強化、モーニングやキッズセットもリニューアル

VIVA!!
3タコス!!
VIVA!!

さく盛り
サルサタコス
- 鶏チリソース
- チーズソース
¥590
税別 ¥530

ココロポテト
チリライム
- チーズソース
¥270
税別 ¥240

濃厚
チーズタコス
- チーズソース
¥590
税別 ¥530

メキシカン
ミートタコス
- チーズソース
¥570
税別 ¥510

この日は HAPPY
FOR YOU
EAT FRESH!
SUBWAY

期間限定「タコス」販売
販売数前年比 **114.7%**

NEW! 毎日 16:00~
NIGHTバリュー →
人気サンド2個で
¥990

期間限定
・BLT ・てり焼きチキン ・えびアボカド
・えびたま ・チーズサラダチキン

Come on!
NIGHTサブ

SUBWAY eat fresh feel good

期間限定「タンダーチキン」導入
構成比 7.8% → **9.0%**

AM 11:00 まで FRESH CHOICE **モーニング**

選べる!
モーニング
スープセット ¥490
Morning Soup Set

選べる!
モーニング
サラダセット ¥490
Morning Salad Set

選べる!
モーニング
ドリンクセット ¥390
Morning Drink Set

選べるメニューは店内にて!

SUBWAY eat fresh feel good

取り扱い店舗拡大
35店舗 → **172店舗**

KIDS SET
キッズセット

キッズてりチキ 180kcal ¥23.40
キッズたまご 170kcal ¥21.50
キッズハムたま 170kcal ¥21.50
キッズてりたま 180kcal ¥23.40

フチサンド
4種類から
えらべます

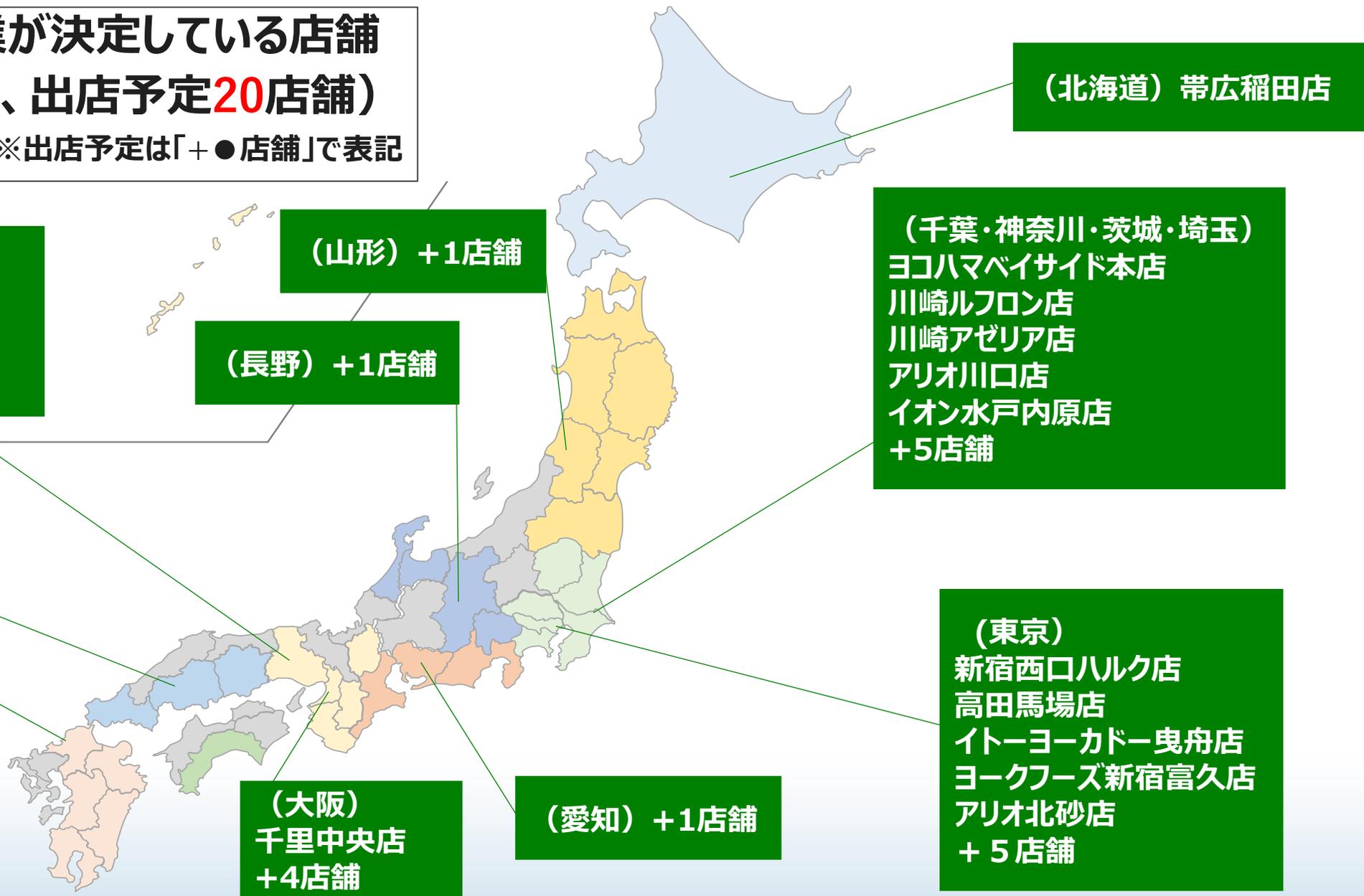
ポテト
ドリンク
S **¥420**

SUBWAY eat fresh feel good

取り扱い店舗拡大
53店舗 → **177店舗**

2025年度に開業が決定している店舗
(出店済み**15**店舗、出店予定**20**店舗)

※出店予定は「+●店舗」で表記



2025年度上期 農業事業

菊芋加工品、乳加工品の販売好調により、増収増益。



単位：億円・%（▲は損失）

	売上高				営業利益			
	今期	前期	前期差	前期比	今期	前期	前期差	前期比
畑作	2.3	1.8	0.6	131.3	▲ 0.1	▲ 0.3	0.2	—
酪農	1.0	0.9	0.1	109.8	▲ 0.1	▲ 0.2	0.1	—
加工	1.7	1.3	0.5	136.2	0.1	▲ 0.2	0.3	—
その他調整・本部等	▲ 1.2	▲ 1.3	0.0	—	▲ 0.2	▲ 0.1	▲ 0.0	—
農業事業	3.8	2.6	1.1	143.8	▲ 0.3	▲ 0.8	0.5	—

来年度より米の生産に着手

対象農地：千葉県香取市

農地面積：20ha以上（予定）

収量目標：100トン以上（自社使用量の約**10%**）



長期目標：



900トン



300トン



1,200トン

自社使用量の**100%**をカバー

2025年度上期 環境事業



夏の猛暑の影響で電力卸市場が高騰し、売上は前期を下回るが営業利益は確保。

単位：億円・%（▲は損失）

	売上高				営業利益			
	今期	前期	前期差	前期比	今期	前期	前期差	前期比
エナジー	15.1	16.5	▲ 1.3	91.9	1.7	1.2	0.5	143.6
その他調整・本部等	▲ 5.0	▲ 4.1	▲ 1.0	—	▲ 0.2	▲ 0.2	▲ 0.0	—
環境事業	10.1	12.4	▲ 2.2	81.6	1.5	1.0	0.5	148.1



法人向け電カプラン

『森林応援でんき』販売スタート

👑 こだわり その1

電気使用量に応じて**森林クレジット**を付与

👑 こだわり その2

契約切替だけで**脱炭素経営**に取り組める仕組み

👑 こだわり その3

森林再生・地域資源循環を促進



海外事業の展開について

取締役 常務執行役員

渡邊 将也

2025年度上期 海外事業

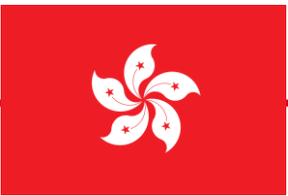
香港は減収ながら、固定費の減少も奏功し、増益。

Leader Foodは、原価および人件費の悪化が主要因となり、減益。

Watami US Corpは、関税問題などの向かい風に直面するも、前年同水準の利益確保。

単位：億円・%（▲は損失）

	売上高				営業利益			
	今期	前期	前期差	前期比	今期	前期	前期差	前期比
香港	20.0	21.0	▲ 1.0	95.1	0.9	0.5	0.4	173.2
台湾	5.4	5.4	▲ 0.0	99.9	0.0	0.2	▲ 0.2	17.2
シンガポール	7.5	8.5	▲ 1.1	87.6	▲ 0.3	▲ 0.3	0.0	-
L/F	16.7	16.3	0.4	102.8	0.5	1.6	▲ 1.1	34.8
US Corp	2.9	1.9	1.1	159.0	0.3	0.3	▲ 0.0	79.7
その他エリア・本部等	▲ 0.4	▲ 0.8	0.4	-	▲ 1.1	▲ 1.5	0.4	-
海外事業	52.1	52.3	▲ 0.2	99.5	0.3	0.9	▲ 0.5	38.1



【香港】小規模のWatami業態

成長へ向けて、新たな挑戦

Kai Tak Mall店
26年2月 OPEN予定
想定月商：12,000千円
店舗面積：45坪

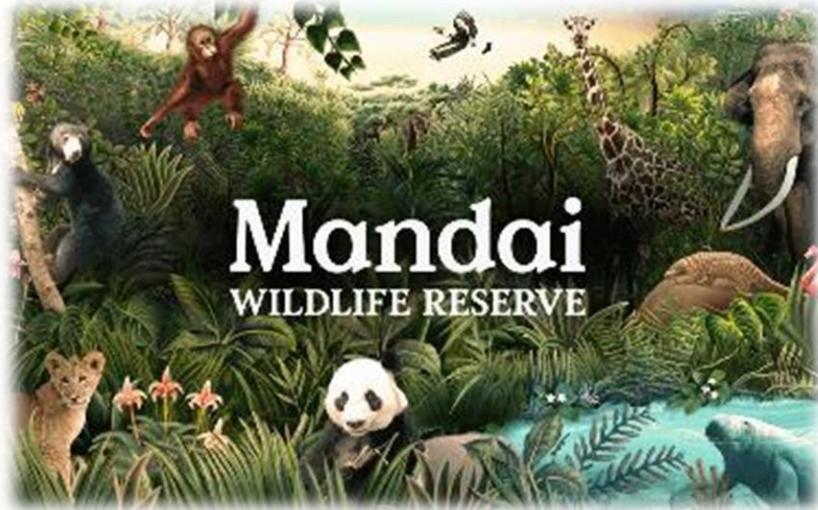


店舗の特徴

- ✓ 今までのモデルからダウンサイズ。国土の狭い香港において、資産効率を高め、出店余地を高めた新しい小型Watami業態。
- ✓ 大型スタジアムやスポーツパーク、商業施設が位置するカイトックエリア。イベント時にはたくさんの人でにぎわう。
- ✓ 香港エリア 再成長のための新モデルへ挑戦。



【シンガポール】 Watami業態 Mandai Wildlife Reserveに新規出店



2025年8月OPEN済
月商：13,000千円
店舗面積：90坪



店舗の特徴

- ✓ Mandai Wildlife Reserveは世界中から年間500万人が訪れる、国内屈指の観光スポット。アジア最大級の動物園や水族館、ナイトサファリを有する。
- ✓ **Watamiブランドの認知を高め、アジアのFC展開をさらに拡大していくための重要な役割を担うフラッグシップ店舗。**



Mandai Wildlife店

自然素材を活かした空間と商品で
ワタミグループの価値観を表現。
サステイナブルな未来を見据えた
デザインコンセプト。





【シンガポール】 Leader Food社

加熱加工品のセントラルキッチンを新設、今年の12月から稼働開始

セントラルキッチン新設の背景

Leader Food -> 既存の非加熱加工卸業中心からドメイン拡大

Watami -> 外食事業のレシピやノウハウを活用し、外販事業へ





【上海】鳥メロ

フラッグシップ店となる2号店の出店が決定 多店舗展開へ向けての布石



2号店「三代目鳥メロ 巴黎春天店」
(パリ・スプリング店)
26年11月 OPEN済
想定月商：5,800千円
店舗面積：30坪



店舗の特徴

- ✓ 2号店は商業施設や飲食店が数多く連なる地域で昼夜問わず活気にあふれる好立地。
- ✓ 将来の多店舗展開につながる「フラッグシップ店舗」再挑戦の中国本土で、成長のドライバーとなる。



【ラスベガス】

観光地に吹く逆風下においても、**不断の挑戦**



新商品提案が奏功し、
多数の新規ホテルとの取引開始

継続した新商品開発により、
スーパーにおける売り場増を狙う





【ロスアンゼルス】

店名「Hayama by WATAMI」

1号店@Culver City Helms Avenue



26年3月 OPEN予定
想定月商：24,000千円
店舗面積：80坪



(店内イメージ)

特徴

✓ Culver Cityは映画産業で発展した最先端を走る街で、ソニーピクチャーズ本社やアマゾンスタジオが所在。

✓ ワタミグループ史上初 北米で祖業の「居食屋」を出店



Hayama by WATAMI

(ブランドロゴ)

新規出店とM&Aを駆使し、来期は100店舗+を目指す



外食事業 展開エリア (25年11月1日時点 計80店舗)

- ① 香港・中国本土 (22)
- ② 台湾 (9)
- ③ シンガポール (7)
- ④ 韓国 (18)
- ⑤ フィリピン (23)
- ⑥ マカオ (1)
- ⑦ アメリカ (26年出店予定)

人材に関する取組みについて

取締役副社長 CHO

清水 邦晃

従業員エンゲージメントの向上にむけて

年2回、従業員満足度調査を実施

設問「ワタミで働いていることに幸せを感じている」

78% (前回比 **+3.7%**)

※2025年8月実績

理念の浸透及びスキル向上にむけて

全社員を対象とした階層別研修会（対面）の復活



【2025年上期実績】

- ・ 四半期開催（他事業合同）
- ・ 管理職・非管理職スキル研修
- ・ 次世代育成研修
- ・ 社員の賞賛の機会

（上期**422**名の社員を表彰）

インナーブランディングを強化

ワタミモデルツアーを通じて、社員の夢や目標を重ね合わせ、成長する機会を創出



理念を体験する“紡ぐツアー”開催

- ①農場（レタス・菊芋収穫）
- ②牧場（見学） ③風車（見学）
- ④ワタミ森（間伐植樹）
- ⑤発展途上国（孤児院・学校等の見学）

参加実績：**207**名

一人でも多くの社員が長く安心して働ける環境へ

定年年齢及び再雇用年齢上限の引き上げを実施

定年 **60**歳 ▶ **65**歳

(再雇用制度上限 **70**歳 ▶ **75**歳)

“ワタミらしい”仲間を増していく

生産性と成長を両立させ、人員拡充を通じて組織基盤を強化

■ 社員数推移 ※M&A除く



【新卒採用計画】

2025年度	実績	： 13名
2026年度	計画	： 30名
2027年度以降	計画	： 50名

【中途採用計画】

2024年度	実績	： 80名
2025年度以降	計画	： 150名
2028年度以降	計画	： 200名

ワタミの取り組みをひとりでも多くの方へ “ワタミモデル”を体験できるインターンシップを開催



1 DAYインターン



2次産業コース



宅食体験コース

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

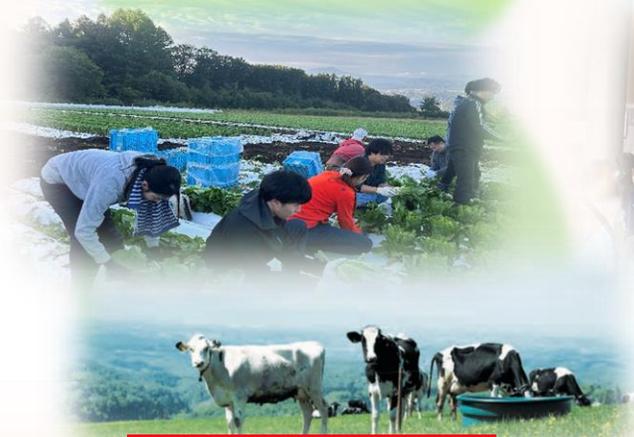
SDGs
環境/SEFコース



外食体験コース

陸前高田 watami
オーガニックランド

オーガニックランド
コース



1次産業コース



SAJ・ボランティア
コース

海外人材の受け入れを強化

特定技能・技能実習生の受け入れによる人材不足解消へ



宅食事業

特定技能人材
2ヶ国 **179**人
技能実習生
2ヶ国 **157**人

外食事業

特定技能人材
8ヶ国 **218**人

農業派遣事業

特定技能人材
4ヶ国 **53**人

合計 8ヶ国
607人



サステナビリティの 主要取り組み

代表取締役会長 兼 社長 CEO

渡邊 美樹

Bangladesh

『ジャパン ドリームストリート プロジェクト』 ～ 日本へ年間3,000人を送り込む ～



**Monohardi Technical Training Center
(モノハルディTTC)**

寮 定員150名
教室 500名収容可能



NATIONAL | 3 months ago

Japan to recruit 100,000 Bangladeshi workers in five years

FE ONLINE DESK



陸前高田市の森林クレジット販売開始



陸前高田市の森林から創出されたクレジット**850t**を販売。
自社初の取り組みとして**CO₂オフセット**の仕組みを構築。

 今期森林クレジット販売目標 **2,000t** 



Save Earth Foundation



「もったいないおかずプロジェクト」×「SAJ子ども夢食堂」

- **食品ロス削減**の取り組み
宅食工場が発生する食品ロス（未利用食品）を活用
- SAJ子ども夢食堂へ毎月提供
上期はのべ187名が参加
- 他施設への展開をテスト中



8月11日
開催



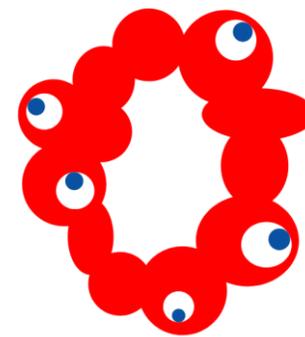
Dreams of youth appeal to society!

高校生みんなの夢AWARD in

大阪・関西万博

エントリー：2,464人 396校

観客数：2,733人



OSAKA, KANSAI, JAPAN
EXPO
2025



1999年から27年間、
小学4年生から6年生を対象に
「わたみ自然学校」を開催



毎年、夏休みに陸前高田
で開催。「命」や「夢」
の大切さを伝える。

(※本年は8月の津波警報は発令に
より、開催時期・場所を変更)

2025年度_社員に寄り添い、一人ひとりの夢実現に向けて

一人でも多くの社員が長く安心して働ける環境へ

定年年齢及び再雇用年齢上限の引き上げを実施

定年 **60**歳 ▶ **65**歳

(再雇用制度上限 **70**歳 ▶ **75**歳)

私たちが紡ぐ物語

私たちは

有機の土をつくり、有機の作物を育てる

生産性高く、安全安心な食品を加工する

笑顔とともに、圧倒的に価値の高い商品を提供する

日本の食文化を世界に広げる

高齢者の方々の生活を支える

おいしく健康のためのお弁当をまごころとともに届ける

未来の子どもたちのために、
美しい地球を美しいまま残すべく、環境と向き合う

未来の子どもたちに恥ずかしくないように
自然エネルギーをつかい普及させる

循環型社会を実現する

開発途上国の子どもたちの幸せに関わる

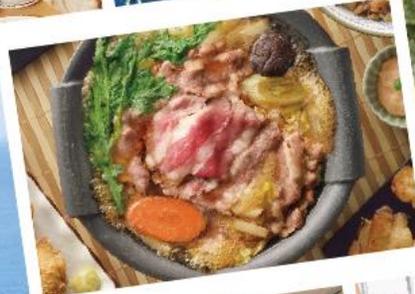
森を守り、森を育てる

素敵な奇跡を起こす「夢」を応援し、私たち自ら「夢」を追い、
「夢」を叶える





ありがとうを、
あつめる。



RE100



免責事項

- 本資料に記載された意見や予測等は資料作成時点での弊社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。
- 本資料に掲載されている事項は、ワタミグループの財務情報および経営情報の提供を目的としたもので、当社が発行する株式の購入、売却および投資アドバイスを目的としたものではありません。投資に関する決定は、ご自身の責任、判断のもとになされますようお願いいたします。
- 本資料に掲載されている事項には、当社に関する将来予測や業績予測が記述されていますが、将来の業績を保障するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。
将来の業績は、経営環境の変化などにより、異なる可能性があることをご承知おきください。
- 本資料に掲載されている事項または、本資料を利用することで生じたいかなる損失や損害に対しても、当社は一切責任を負うものではありません。また、予告なしに情報の掲載中止や変更を行うことがあります。
- 本資料に記載された業績数字に関しては以下の基準に則ります
百万円単位表示の場合、百万円未満は、「切り捨て」
銭単位表示の場合、銭未満を「四捨五入」
%表示の場合、少数第1位未満を「四捨五入」