



2026年3月期 上半期 決算説明資料

2025年11月13日



カッパ・クリエイト株式会社

(東証プライム 7421)

免責事項

本資料は、当社グループについての一般的な情報提供を目的としており、当社の発行する株式その他の有価証券への投資の勧誘を目的とするものではありません。

本資料に記載される業界、市場動向又は経済情勢等に関する情報は、現時点で入手可能な情報に基づいて作成しているものであり、当社がその真実性、正確性、合理性及び網羅性について保証するものではありません。

また、本資料に記載される当社グループの計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、現時点における当社の判断又は考えにすぎず、実際の当社グループの経営成績、財政状態その他の結果は、経済情勢、外食産業の市場動向、消費者の嗜好の変化、原材料価格の変動等により、本資料記載の内容又はそこから推測される内容と大きく異なることがあります。

2026年3月期 上半期 連結業績



2026年3月期 上半期 連結業績

- ✓ 売上高は、前年同期に対して+84百万円の37,049百万円となった
- ✓ 国内回転寿司事業の既存店売上高前年比は、顧客体験価値の向上を目的として、短期集客施策よりも人財育成やQSCの磨き込みに注力した結果、94.6%となった
- ✓ 営業利益は、原材料・エネルギー価格の高騰や人手不足によるコストアップが継続し、その影響を受けたものの、前下半期に構築した収支構造を維持・改善したことにより、前年同期に対して+293百万円の832百万円となった
- ✓ 当第2四半期末の回転寿司事業の店舗数は、新規出店2店舗を行った結果、297店舗となった（改装：19店舗）

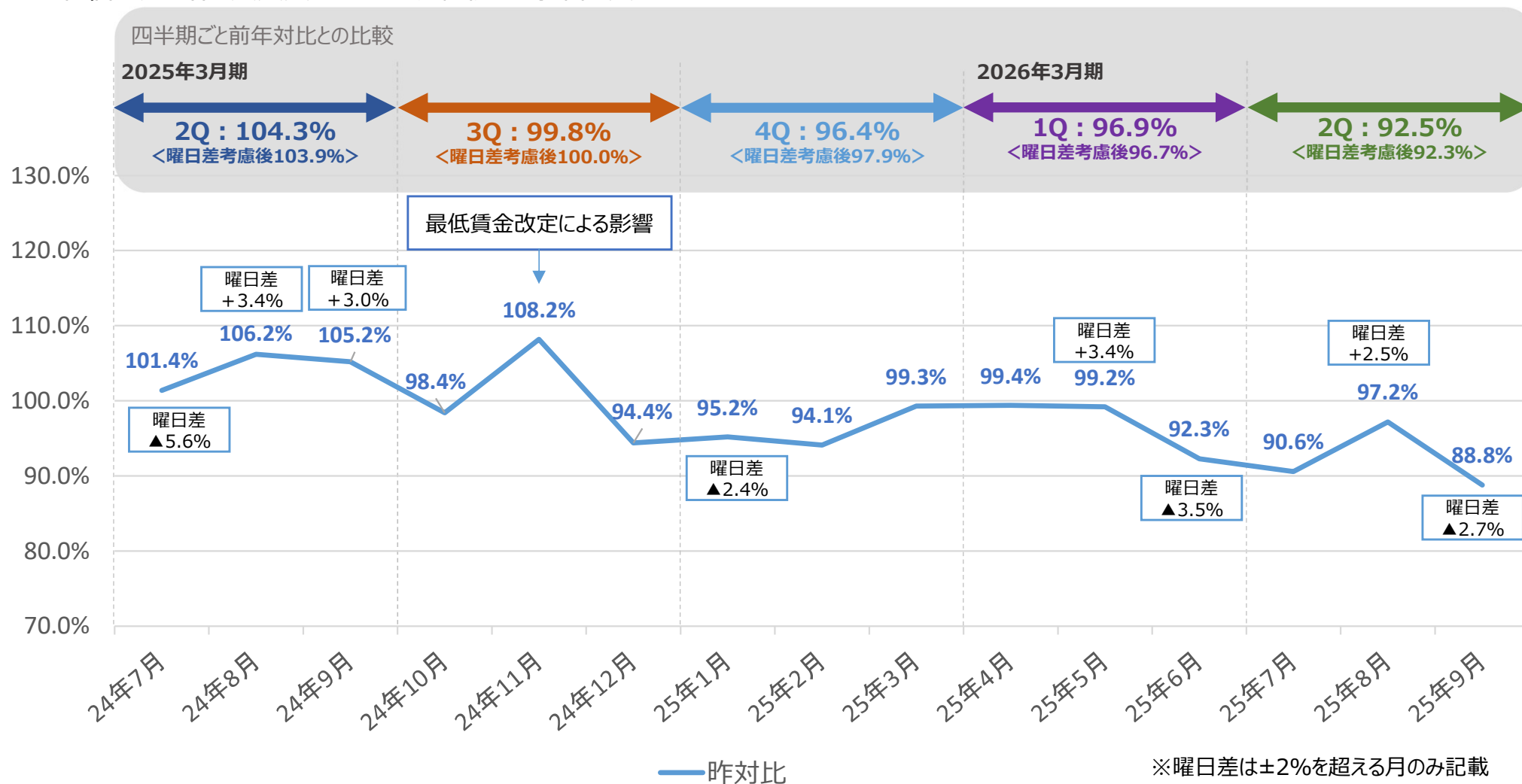
（単位：百万円）

	2025年3月期 上半期	2026年3月期 上半期	前年同期差
売 上 高	36,965	37,049	+84
営 業 利 益	539	832	+293
経 常 利 益	564	840	+276
親 会 社 株 主 に 帰 属 す る 当 期 純 利 益	471	738	+267



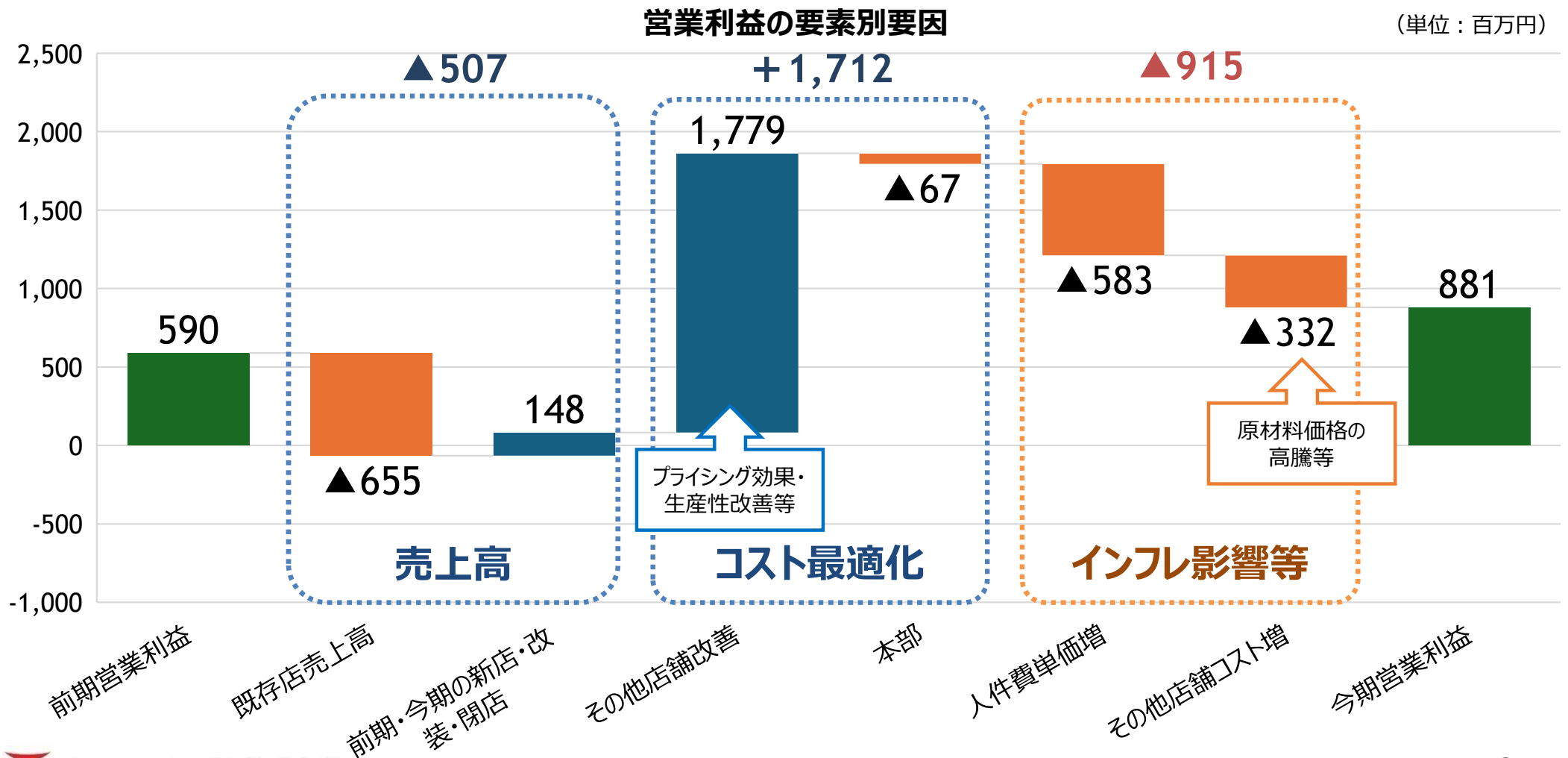
既存店売上高の推移（国内回転寿司事業）

- ✓ 国内回転寿司事業の上半期累計の既存店売上高前年比は、94.6%（曜日差考慮後既存店売上高前年比94.4%）となった
- ✓ 前年の定額減税による可処分所得増加や米不足による外食需要増加の反動に加え、物価上昇に伴う実質賃金マイナスが継続する影響を受けた



営業利益の状況（国内回転寿司事業/上半期）

- ✓ 人件費ならびに原材料の価格高騰等のインフレで915百万円の影響を受けたが、プライシングおよび生産性の改善等で1,712百万円の増益要因となり、国内回転寿司事業の営業利益は前期+291百万円の881百万円となった



貸借対照表の状況

- ✓ 現金預金の合計は、前連結会計年度末 + 158百万円の8,098百万円となり、ネットキャッシュを継続
- ✓ 純資産の合計は、主に利益剰余金の増加により+487百万円の11,376百万円となった
- ✓ 安全性を示す自己資本比率は、当期純利益のプラス影響ならびに買掛金・未払金・長期未払金の減少により、前連結会計年度末+0.9%の35.8%となった

貸借対照表2025年3月末

現金預金, 7,940	長期借入金 社債, 7,240
他資産, 23,132	他負債, 12,943
	純資産, 10,889

自己資本比率
34.9%

貸借対照表2025年9月末
(単位：百万円)

現金預金, 8,098	長期借入金 社債, 7,900
他資産, 23,550	他負債, 12,372
	純資産, 11,376

自己資本比率
35.8%

EBITDA・営業CF・投資CF

- ✓ EBITDAは、前年同期に対して+314百万円の1,972百万円となった
- ✓ 営業CFは、税金等調整前中間純利益834百万円、減価償却費1,135百万円、利息の支払額141百万円、法人税等の支払額165百万円などにより、前年同期に対して▲133百万円の1,533百万円となった
- ✓ 投資CFは、有形固定資産の取得による支出1,135百万円、敷金及び保証金の差入による支出34百万円、無形固定資産の取得による支出6百万円などにより、前年同期に対して▲493百万円の▲1,151百万円となった
- ✓ 投資CF/営業CFは、前年同期に対して+35.6%の75.1%となった。引き続き70%を目安とした投資を行い、企業成長を図る

(単位：百万円)

	2025年3月期 上半期	2026年3月期 上半期	前年同期差
E B I T D A	1,658	1,972	+314
営 業 C F	1,666	1,533	▲133
投 資 C F	▲658	▲1,151	▲493
投 資 C F / 営 業 C F	39.5%	75.1%	+35.6%

2026年3月期 施策・活動方針



2026年3月期 施策・活動方針 サマリー

施策・活動		実施内容	期待・狙い
① 強い既存店づくり	集客力向上	- 従業員育成による店舗運営力の向上 - 戦略商品の磨き込み - 顧客へのコミュニケーションの高度化	- NPS®評点の向上 - 苦情件数の減少 - 好意拡大によるリピーター増加 - マーケティングROIの向上 - 認知拡大による新規顧客の獲得 - 売上高・生産性向上による利益増
	店舗改装	- 顧客の不満を解消する設備投資 - 働きやすさを向上する設備投資 - 改装を契機としたイメージ刷新	
	プライシング	- インフレに適応したプライシング - 価格訴求の進化（日常使い） - 価値訴求の進化（ハレの日・プチ贅沢）	
② 成長投資	新規出店	- 大都市駅前への出店 - 郊外型商業施設およびロードサイド出店 - 新規商圈でのポジション確立	- ドミナント化の推進 - 配荷拡大のための新規出店加速 - 顧客の利便性向上 - 従業員の働きやすさ向上
	DX化・AI活用	- 顧客の利便性を向上するDX化 - 省力化による働きやすさを推進するDX化 - 安定化および効率化を図るAI活用	
③ サステナビリティ	経営基盤の強化 働く仲間の成長と 多様性の尊重	- DEI推進の加速（DEI推進委員会） - マネジメント人材の育成 - 健康経営による各個人の能力の最大化	- 成長拡大に向けて企業基盤の強化 - 従業員エンゲージメント評点の向上 - 女性管理職比率・女性社員比率増加 - 食の安全・安心の提供による信頼性向上 - エネルギーコスト減・ロス改善による利益増
	食の安全・安心の提供	- ディフェンスラインの再構築による安全・安心の提供 - 健康・栄養に配慮した商品の提供 - 顧客ニーズを満たした情報開示	
	地域・社会・地球環境 への貢献	- 水光熱使用量削減に資する投資の実施 - ロス低減に資する商品開発・販売 - 顧客の声を活かす経営体制	
④ 関連事業拡大	デリカ事業	- 顧客ニーズを反映した製品企画・開発 - 企画提案によるポジション確立 - 外食グループとしての価値創造	- デリカ事業における国内でのポジション確立 - 回転寿司事業とデリカ事業のシナジー効果発揮 - 配荷拡大による海外潜在需要の開拓 - 海外事業の成長
	海外事業	- 収益モデル改革による韓国での再出店 - モールを中心としたインドネシアでの出店攻勢 - 第4、第5の国・地域の開拓	



2026年3月期 上半期 施策・活動内容



2026年3月期 施策・活動内容 サマリー

施策・活動		期待・狙い	進捗状況
① 強い既存店づくり	集客力向上	- NPS®評点の向上 - 苦情件数の減少	- NPS®評点： 推奨者・中立者割合 前年同期比97.4% - 苦情件数/1,000組：前年同期比108.9% - 売上高・生産性向上による利益増： +237百万円 - 新規出店：上半期+2店舗
	店舗改装	好意拡大によるリピーター増加	
	プライシング	- マーケティングROIの向上 - 認知拡大による新規顧客の獲得 - 売上高・生産性向上による利益増	
② 成長投資	新規出店	- ドミナント化の推進 - 配荷拡大のための新規出店加速	- オートウェイター型店舗数：上半期+21店舗 - 自動案内機導入数：上半期+3店舗 - セルフレジ導入数：上半期+8店舗
	DX化・AI活用	- 顧客の利便性向上 - 従業員の働きやすさ向上	
③ サステナビリティ	経営基盤の強化 働く仲間の成長と 多様性の尊重	- 成長拡大に向けて企業基盤の強化 - 従業員エンゲージメント評点の向上 - 女性管理職比率・女性社員比率増加 - 食の安全・安心の提供による信頼性向上 - エネルギーコスト減・ロス改善による利益増	- エネルギーコスト減による利益増：+33百万円 - ロス改善による利益減：▲109百万円 - 従業員エンゲージメント評点：61.0 (前回+3.4) - 女性管理職比率：6.3% (前回+0.9%) - 女性社員比率：15.6% (前回+0.8%)
	食の安全・安心の提供		
	地域・社会・地球環境 への貢献		
④ 関連事業拡大	デリカ事業	- デリカ事業における国内でのポジション確立 - 回転寿司事業とデリカ事業のシナジー効果発揮	売上高前年比 デリカ：103.2% 韓国：98.1% インドネシア：167.0%
	海外事業	- 配荷拡大による海外潜在需要の開拓 - 海外事業の成長	



1.強い既存店づくり（国内回転寿司事業）

集客力向上

■ リーダー・トレーナー育成

- ✓ 「リーダー/トレーナー制度」を運用し、再現性の高い店舗運営が可能な時間帯責任者をパートナーから育成
- ✓ 厳しい選択眼を持つ顧客の期待に応えるため、従業員教育を担うトレーナー育成を強化
- ✓ 強固な顧客基盤を構築するために欠かせない顧客満足度向上のKPIとして、NPS®(ネット・プロモーター・スコア)を採用

■ キッチン（切付）・サービスマイスター育成

- ✓ 商品品質向上のため、「キッチン（切付）マイスター制度」を導入し、高い技術を持つマイスターの育成と検定を実施
- ✓ ホールでの接客、サービスレベル向上のため、「サービスマイスター制度」を導入し、マイスターの育成と検定を実施
- ✓ 二極化する需要を満たす商品およびサービスを提供するため、マイスター育成および認定基準を強化



認定人数	2025年3月末 時点	2025年9月末 時点	差異
リーダー	637名	604名	▲33名
トレーナー	741名	754名	+13名
キッチン（切付） マイスター	138名	154名	+16名
サービスマイスター	44名	59名	+15名



1.強い既存店づくり（国内回転寿司事業）

集客力向上

■ 大型メニュー改定による戦略商品の磨き込み

- ✓ 旬の食材や季節ごとに変わるトッピングを活用し、定番メニューを季節に合わせてブラッシュアップ。かっぱ寿司らしい美味しさや楽しさを追求



■ アクティブシニア向けプラチナ優待カード配布

- ✓ 65歳以上のアクティブシニアに向け、平日限定で利用可能なプラチナ優待カードの配布により、外食の楽しさを提供



1.強い既存店づくり（国内回転寿司事業）

集客力向上

■ セット・丼メニューの提供

- ✓ 一部店舗でランチセットや丼メニューを提供し、コスパ・タイパ重視顧客層の取り込みを実施



■ 新しい利用シーンの創出

- ✓ 「かっぱのゆる呑み」を訴求し、お酒を楽しむ場としての利用シーンを創出し、おでんの提供などお寿司以外にも多様な顧客ニーズに対応



1.強い既存店づくり（国内回転寿司事業）

集客力向上

■ 価格訴求×価値訴求の進化

- ✓ 本鮪中トロや大切りとろびんちょうなどの人気ネタを税込110円で提供するフェアを通じ、手頃な価格で高品質な商品を訴求

かっぱの 本鮪 うに蟹いくら 祭り開催

大特価! 本鮪中トロ 100円 (税込110円)

蟹いくら軍艦 264円 (税込290円)

うに軍艦 264円 (税込290円)

本鮪中トロがなんと100円(税込110円)! この夏は、みんなで贅沢し尽くそう!

販売期間 2025年8月7日(木)~8月20日(水) まで

厳選ネタで百十円満点なごほうびを!

三陸産とろいわし 100円 (税込110円)

3種の柚子塩ネタ 食べ比べ 264円 (税込290円)

ししゃもっこ軍艦 100円 (税込110円)

大切りとろびんちょう 100円 (税込110円)

百十円満点 祭り開催!

販売期間 2025年9月25日(木)~10月8日(水) まで

■ 有名店等とのコラボによる体験価値の提供

- ✓ 有名店の味を近くのかっぱ寿司で気軽に楽しめるコラボ商品販売や人気商品とのコラボを通じ、多様な選択肢と新たな食の魅力を提供

本格ラーメンシリーズ 第33弾

山形発祥 元祖 冷しゃもめんの店

栄屋本店

栄屋本店 監修 冷し醤油らーめん 491円(税込540円)~

販売期間 2025.7.31(木)~9.17(水) 予定

ブルボン監修 ルマンド (スイーツ)

ブルボン監修 ルマンド プレミアムプリン 446円 (税込490円)

ブルボン監修 ルマンド プレミアムプリン 355円(税込390円)

販売期間 2025.9.4(木)~12.3(水) 予定

1.強い既存店づくり（国内回転寿司事業）

集客力向上

■ 人気コンテンツとのコラボ実施

- ✓ お子さまに人気の「パウ・パトロール」や「映画キミとアイドルプリキュア」など、ご家族で楽しんでいただけるコラボを実施し、来店動機を創出



■ お子さまメニュー39（サンキュー）%OFF

- ✓ 家族団らんの時間をより楽しめる環境を提供するため、お子さまメニューの割引を実施



1.強い既存店づくり（国内回転寿司事業）

集客力向上

■ 食べ放題の期間限定拡大

- ✓ 9店舗限定で実施中の食べ放題を179店舗に拡大。
主要回転寿司チェーンでは実施していない
食べ放題を楽しむ機会を提供



■ 食べホー平日割/平日限定学割の実施

- ✓ 食べ放題をよりお得に利用できる施策を実施し、
オリジナリティ溢れるコト消費の機会を拡大



1.強い既存店づくり（国内回転寿司事業）

集客力向上

■ 顧客へのコミュニケーションの高度化

- ✓ テレビCM、TVer広告、SNSなど多様な媒体を活用して施策情報を展開し、来店動機を創出



■ 店舗認知を広げるリードサインの設置

- ✓ 各種施策の情報発信と並行し、実店舗の認知拡大を図るリードサインを合計21台設置



2025年3月期
累計実績

2026年3月期
上半期累計実績

前期末差

63台

84台

+21台

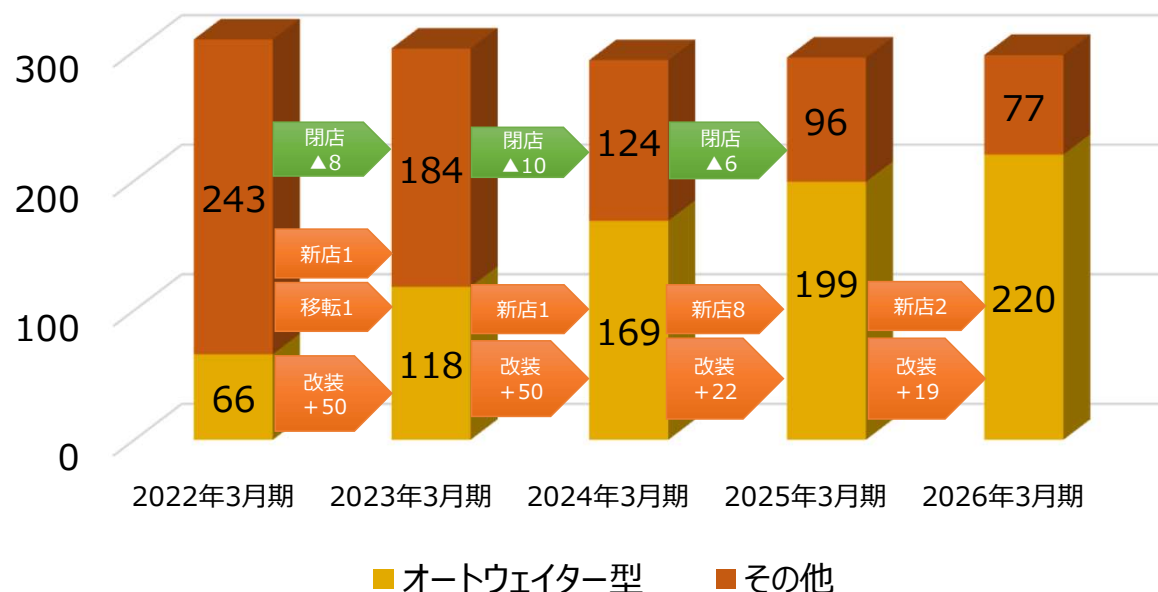
1.強い既存店づくり（国内回転寿司事業）

店舗改装

■ 顧客不満の解消と従業員の働きやすさ向上を両立させる店舗改装

- ✓ 上半期合計19店舗の大型改装を実施
- ✓ 注文品を直送でお届けする注文提供専用高速レーン「オートウェ이터」、複数名で同時に注文が可能なスマホオーダー、受け取り待ち時間が不要なテイクアウトロッカー等を導入し、顧客の利便性を向上
- ✓ 内外装のリニューアルおよび従業員の再教育により、店舗イメージを刷新し、顧客が快適に過ごせる空間を提供

オートウェ이터型店舗数の実績



1.強い既存店づくり（国内回転寿司事業）

プライシング

■ 税込110円以下商品を100種以上

- ✓ 物価高騰に伴い実質賃金が上がらない中、税込110円以下商品を100種以上取り揃える価格訴求を実施



■ 一皿一貫55円～提供の全店展開

- ✓ まずは一貫から試したい、ひとりで様々な味を楽しみたいなど多様な喫食ニーズに対し、手頃な価格で楽しめる価値を提供



2.成長投資（国内回転寿司事業）

新規出店

■ 新規出店の加速（上半期2店舗の出店）

- ✓ 3つの軸での出店を加速
 - ・大都市駅前
 - ・郊外型商業施設およびロードサイド立地
 - ・新規商圏でのポジション確立
- ✓ 2025年6月 ：1店舗出店（新規商圏となる富山県に、富山黒瀬店を出店 ※富山県初出店）
- ✓ 2025年8月 ：1店舗出店（新規商圏となる福井県に、福井大和田店を出店 ※福井県初出店）

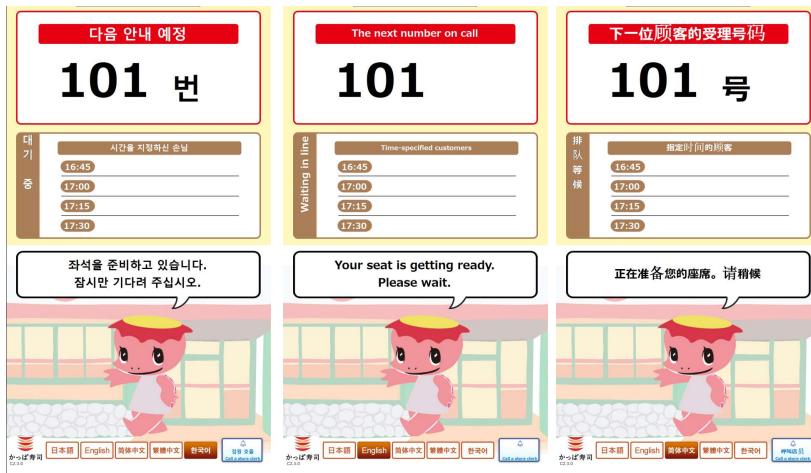


2.成長投資（国内回転寿司事業）

DX・AI活用

■ インバウンド向け対応

- ✓ 自動案内システムやタッチパネルの多言語対応によりインバウンド需要の取り込みを実施



■ 省力化・安定化・効率化を図るDX化・AI活用

- ✓ 従業員の生産性向上を目的に、AIを活用したワークスケジュールやシフト作成のトライアル、トレーニングマニュアルDX化のトライアルを実施中



2.成長投資（国内回転寿司事業）

DX・AI活用

■ 顧客の利便性向上・店舗の生産性向上のための設備導入状況

● 設備の一例 2025年9月末時点の対応店舗数

入店時
自動案内システム



285店舗

前期末差+3店舗

ご注文時
スマホオーダー



227店舗

前期末差+17店舗

お料理提供時
フルオーダー



297店舗(全店舗)

※オートウェ이터型 220店舗

※前期末差+21店舗

お会計時
セルフレジ



247店舗

前期末差+8店舗

テイクアウト受取時
テイクアウトロッカー



154店舗

前期末差+21店舗

3.サステナビリティ（国内回転寿司事業）

経営基盤の強化 働く仲間の成長と多様性の尊重

■ DEI推進の加速

- ✓ DEI推進委員会によるロードマップの策定と実行
 - ・全社員へDEIの理解&浸透
 - ・誰もが活躍できるソフト面とハード面の環境整備
 - ・キャリアプランの作成と育成環境の整備
 - ・働き方に関する制度・運用の見直し

● 目標と実績

指標	2025年3月期	2026年3月期 上半期	前期末差	目標 【2027年3月期】
女性管理職比率	5.4%	6.3%	+0.9%	9.0%以上
女性社員比率	14.8%	15.6%	+0.8%	14.0%以上
正社員採用における 女性比率	41.0%	32.7%	▲8.3%	70.0%以上
外国人管理職比率	1.1%	1.0%	▲0.1%	3.0%以上

■ 次世代の経営人財・マネジメント人財の育成

- ✓ 社員研修の高度化に取り組み、次世代を担う経営人財・マネジメント人財の育成に注力
- ✓ 次のポジションを担える人財を選抜し、階層別研修の実施

3.サステナビリティ（国内回転寿司事業）

経営基盤の強化 働く仲間の成長と多様性の尊重

■ 勤務時間インターバル制度の導入

- ✓ 健康経営の一環として長時間労働を防止するため、勤務時間インターバル制度を導入。誰もが安心して長く働ける環境づくりを推進

■ 従業員の健康管理を支援するアプリの導入

- ✓ 健康診断結果の管理やオンライン診療、日常的なバイタル管理ができるアプリ「Smart One Health」を導入し、健康づくりへの意識醸成



Smart One Health



3.サステナビリティ（国内回転寿司事業）

食の安全・安心の提供

■ ディフェンスラインの再構築

- ✓ 食品衛生の課題や対策の進捗を随時取締役会で確認
- ✓ BCPの内容を定期更新



■ 健康・栄養に配慮した商品開発および提供

- ✓「食の喜び」を長く楽しめるように健康や栄養に配慮した商品の開発および提供



■ 顧客ニーズを満たした情報開示

- ✓ 特定原材料の他、それに準ずるもののアレルギー表示
および原産地情報等を開示するとともに、
より分かりやすく整備し、多くの方に喫食機会を提供

[illegible]

原料原産地一覧				2025/9/30
分類	分類2	品名	原産地	
主食用材	米	米	日本	
主食用材	海藻	のり	日本・韓国・中国	
サブ食品	野菜	白菜	生交：中国 大根：中国	
サード品	野菜	人参	日本	
薬物類	野菜	納豆	大豆：アフリカ	
薬物類	野菜	干ひょう	中国	
野菜類	野菜	はちま	日本	
野菜類	野菜	大葉	中国・日本	
野菜類	野菜	長ねぎ	中国・日本・他	
野菜類	野菜	えんどう	中国・日本	
野菜類	野菜	パスタ	日本・アフリカ・台湾・中国	
野菜類	野菜	なす	日本・中国	
野菜類	野菜	小豆すえ湯け	タイ	
野菜類	野菜	かぶあし（カブ）	中国・ベトナム	
野菜類	野菜	生交・紅生交	生交：中国 他 / 紅生交：しゅうが、タイ	
野菜類	野菜	山芋田口	日本・中国	
野菜類	野菜	かぶ	中国	
野菜類	野菜	油揚げ	大豆：カザフ・アフリカ・その他	
野菜類	野菜	かぶあん	大根：日本	
野菜類	野菜	アボカド	ペルー	
野菜類	野菜	きくらげ	きくらげ：中国	
野菜類	野菜	ほうれんそう	中国	
野菜類	野菜	まいんげ	日本	
野菜類	野菜	アスパラ	チリ	
野菜類	薬物	レモン	アフリカ・チリ・トルコ・南アフリカ	
野菜類	果物	マンゴー	マンゴー果材：インド マンゴー果肉：ペルー	
野菜類	果物	イチゴ	チリ	
野菜類	果物	ゆず	チリ	
野菜類	果物	ラズベリー	チリ	
野菜類	果物	ピスタチオ	アフリカ	
野菜類	果物	いちじく	日本	

3.サステナビリティ（国内回転寿司事業）

地域・社会・地球環境への貢献

■ NPSを見直し、より顧客の声を聴く体制へ

- ✓ NPSアンケートの設問を変更し、より精緻に顧客の声を収集し、それに応えることができる体制の構築



■ 地域活性化に貢献する商品の提供

- ✓ 新店の開店に合わせ、地域に馴染み深い食材を使用した商品を近隣エリア限定で提供。
地産地消を推進し、地域に愛される店舗づくりを実施



■ 食材を余すことなく活用した商品の提供

- ✓ 米の価格高騰、米不足の中で舍利（米）を使い切ることで、食品ロスを削減し、米の流通量へ貢献できる商品の開発や提供をしながら米の美味しさを改めて訴求



3.サステナビリティ（国内回転寿司事業）

地域・社会・地球環境への貢献

■「長野県のおしごと本」に協賛、掲載

- ✓ 創業地である長野県の中学生に向けて発行される「長野県のおしごと本」へ協賛。
長野県内で活躍する社員への密着取材記事を通じ、将来、長野県で働くことへの魅力を告知



■「子ども・若者みらい提案実現プロジェクト」へ賛同

- ✓ 神奈川県事業の「子ども・若者みらい提案プロジェクト」へ賛同し、中学生3名へ商品開発の職業体験を実施。
将来の仕事や未来を考えるきっかけとなる場を提供し、将来・未来の選択肢を広げる活動を実施



4.関連事業成長

デリカ事業

■ 回転寿司事業とのシナジー最大化

- ✓ 寿司ネタの製造、試験販売を実施。
取り扱い店舗やアイテム数の拡大を図る



■ 外食クオリティの製品を中食へ

- ✓ コロワイドグループの各業態のデザート製造。
かっぱ寿司ではテイクアウト商品としてパック販売を実施



■ 企画提案によるポジションの確立

- ✓ 冷凍弁当やテーマパーク業態など、従来取引のなかった
業界への企画提案を通じ、新規市場の開拓



4.関連事業成長

海外事業

■ 韓国事業の収益モデル改善

- ✓ 食べ放題のプライシングやコスト最適化を実施。
営業利益率は、前年同期から2.1%改善



■ インドネシアでの出店攻勢

- ✓ 下半期以降の急速成長に向けた本部体制の整備や、ブランド認知拡大に注力し、売上高前年比167.0%と急速成長



■ 第4、第5の国・地域の開拓

- ✓ 韓国・インドネシアに次ぐ、海外第3ヶ国目の出店候補エリアを調査



2026年3月期 下半期 施策・活動内容



1.強い既存店づくり（国内回転寿司事業）

集客力向上

■ 従業員育成による店舗運営力の向上

- ✓ 教育ツールのデジタル化、動画マニュアルの作成による、店舗業務の標準化や各種マイスター育成に注力し、更なるQSC向上と顧客満足度向上を図る



■ 戦略商品の磨き込み

- ✓ 年4回の大型メニュー改定の際に、まぐろやサーモンなどの顧客人気が高い定番商品に加え、かっぱ寿司らしいオリジナリティ溢れる商品を更に美味しくブラッシュアップ



■ 顧客へのコミュニケーションの進化

- ✓ かっぱ寿司CMテーマソングを復活させ、多様なニーズの顧客の好意形成および来店想起を図りながら、フェア施策の情報を発信



1.強い既存店づくり（国内回転寿司事業）

店舗改装

- 顧客の不満を解消し、従業員の働きやすさを向上する設備投資、改装を契機としたイメージ刷新
- ✓ 下半期で1店舗の改装を実施し、今期20店舗の改装を実施
- ✓ オートウェ이터やテイクアウトロッカーなどの導入により、省力化や顧客利便性の向上を推進
- ✓ 追加の改装店舗の選定を進めるとともに、従来の改装メニューに加えて顧客体験価値を高める次世代型改装を検討



1.強い既存店づくり（国内回転寿司事業）

プライシング

■ 一部商品の価格見直し

- ✓ 大型メニュー改定に合わせ、一部商品の価格の見直しを実施し、顧客満足度の向上と利用機会の拡大を図る

2025.10.23(木)~ 一部商品の価格を見直しました

かっぱの
**おすすめ
チョイス!**

かっぱ寿司スタッフのおすすめの組み合わせで
美味しくおトクにお楽しみください!

かっぱ寿司スタッフの
おすすめ

- ①赤えび燻炙り ¥200(税込)
- ②甘海老にぎり ¥190(税込)
- ③つぶ貝 ¥190(税込)
- ④えんがわ ¥190(税込)
- ⑤サラダ軍艦 ¥110(税込)
- ⑥ちょこっと
ジューシーとり唐揚げ 230(税込)~
- ⑦玉ねぎと油揚げの味噌汁 160(税込)~

旧価格 1,400円(税込)~
新価格 1,270円(税込)~

この組み合わせで
旧価格より
130円(税込)お得!

※店舗により価格が異なります。
※掲載写真はイメージです。

旧価格:2025年10月22日(水)までの各商品の税込価格を合計したものです。
新価格:おすすめの組み合わせをまとめてご注文いただいた場合の合計価格です。

■ 寿司の美味しさを伝える価値訴求

- ✓ 寿司ネタ本来の旨みを引き立てる独自開発の赤酢シャリを期間限定キャンペーンにて展開

かっぱ寿司全店
全商品に赤酢シャリ使用

赤酢シャリ
酸味とコクが
寿司を旨くする

※写真はイメージです。

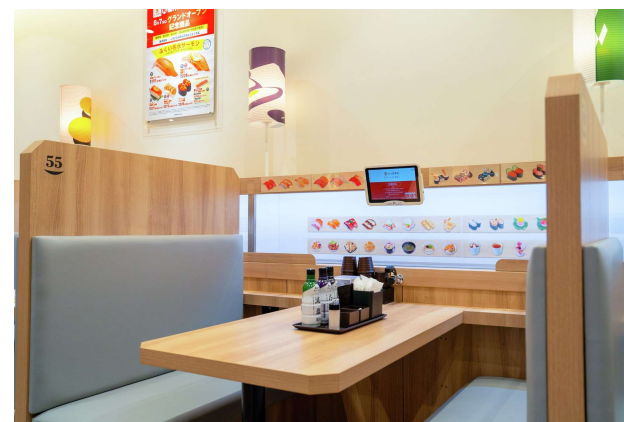
ネタの旨みを引き立てる赤酢のまろやかな
酸味と香りをお楽しみください。

2.成長投資（国内回転寿司事業）

新規出店

■ 新規出店の加速

- ✓ 上半期に引き続き、3つの軸での出店を加速
 - ・大都市駅前
 - ・郊外型商業施設およびロードサイド立地
 - ・新規商圈でのポジション確立
- ✓ 2025年10月 ：1店舗出店（北陸でのポジション確立のため、石川県2店舗目となる小松店を出店）
- ✓ 2025年12月 ：1店舗出店予定（商業施設への出店となるイオン相模原店（神奈川県）を出店予定）



2.成長投資（国内回転寿司事業）

DX・AI活用

■ 顧客の利便性向上を目的としたDX化

- ✓ 自動案内システムやスマホオーダー、セルフレジ、テイクアウトロッカーといった設備の導入を拡大



■ 省力化・安定化・効率化を図るDX化・AI活用

- ✓ AIを活用したワークスケジュールやシフト作成、教育ツールのDX化等を継続して推進し、従業員の生産性向上を図る
- ✓ 新型のタッチパネル端末の導入
- ✓ 顧客の不満解消、従業員負荷軽減のオーダー管理システムの開発

3.サステナビリティ（国内回転寿司事業）

食の安全・安心の提供

■ ディフェンスラインの再構築

- ✓ 定期的な清掃、衛生監査の実施
- ✓ 衛生監査の結果を踏まえ、改善機会を抽出し、取締役会での確認を実施

■ 健康・栄養に配慮した商品開発

- ✓ 美味しいだけではなく、健康や栄養に配慮した商品の開発を通じて、幅広い世代へ「食の喜び」を提供



■ 顧客ニーズを満たした情報開示

- ✓ 特定原材料の他、それに準ずるもののアレルギー表示および原産地情報、栄養成分等の開示をよりわかりやすく開示し、より多くの方に喫食機会を提供



栄養成分に関するご留意事項

- ・仕入れ状況により、予告なしに原材料が変更になる場合があります。常に最新の情報をご確認くださいませようお願いします。
- ・限定商品など本表に記載のない場合がございます。ご了承ください。
- ・栄養成分は1食あたりの数値となりますので、2食商品を1食で注文した場合は半分の数値をご参考にして頂くようお願いいたします。

新フェア・季節定番メニュー

メニュー名		栄養成分 (1食あたり) 概算値				
		エネルギー	たんぱく質	脂質	糖質	食塩相当量
		kcal	g	g	g	g
9/4開始フェア	のどぐろ焼売	37	1.8	0.5	5.9	0.5
9/4開始フェア	みなみ焼中とろぶつる蟹包み	57	2.9	2.3	6.6	0.3
9/4開始フェア	秋の彩り三種盛り	146	5.2	5.6	18.7	0.8
9/4開始フェア	かにかき天にぎり	96	2.5	3.9	12.5	0.6
9/4開始フェア	みなみ焼中とろ	63	1.9	3.1	5.6	0.2
9/4開始フェア	みなみ焼中とろ焼売	63	1.9	3.1	5.6	0.8
9/4開始フェア	透めふわとろ煮六子	53	3.2	1.7	5.9	0.3
9/4開始フェア	かっぱの特製三種盛り	142	6.5	3.5	21.1	0.9
9/4開始フェア	かっぱの彩り三種盛り	168	8.1	6.6	18.5	0.9
9/4開始フェア	みなみ焼中とろぶつ包み	54	2.2	2.3	6.7	0.2
9/4開始フェア	透めふわとろ煮六子焼売	53	3.2	1.7	5.9	0.3
9/4開始フェア	おでん 5種盛り合わせ	99	8.4	3.7	8.1	3.2

夏祭り 2024年10月23日

メニュー名	商品名	栄養成分 (1食あたり) 概算値				
		エネルギー	たんぱく質	脂質	糖質	食塩相当量
		kcal	g	g	g	g
9/25開始フェア	大切りとろびんちよう	41	3.9	0.1	5.6	0.2
9/25開始フェア	三陸産とろいわし	59	4.1	1.8	5.8	0.2
9/25開始フェア	北海道産ワケナシ ボンジョレのせ	32	1.4	0.0	6.0	0.6
9/25開始フェア	ししもち軍艦	66	1.7	0.5	13.3	0.5
9/25開始フェア	あじ電田にぎり	82	3.6	3.3	8.5	0.3
9/25開始フェア	こぼしんがわ刺身包み	53	3.2	1.5	6.6	0.3
9/25開始フェア	3種の柚子塩ネギ食べ比べ	132	5.1	3.6	17.1	1.5
9/25開始フェア	大切りみなみ焼大とろ	84	3.7	4.8	5.6	0.2
9/25開始フェア	みなみ焼大とろぶつ軍艦 & とうもろこし軍艦	101	4.0	3.3	13.2	0.4
9/25開始フェア	ジュースとり唐揚げ 中華野菜あんかけ	385	16.8	26.7	18.3	2.3
9/25開始フェア	中華野菜あんかけ茶碗蒸し	71	6.5	3.2	3.5	1.7
9/25開始フェア	まぐろのプレミアムとろ三種	198	11.0	8.6	17.0	0.6
9/25開始フェア	ごちそう 贅沢人気ネギ三種	152	10.2	4.0	17.5	0.8



3.サステナビリティ（国内回転寿司事業）

経営基盤の強化 働く仲間の成長と多様性の尊重

■ DEI推進の加速

- ✓ 誰もが活躍できるソフト面・ハード面の環境整備の一環として、従業員のアイデアや成功事例を共有できる仕組みを導入
- ✓ 全社員へのDEIに関する理解および浸透への活動として、社員交流会を開催
- ✓ 勤務間インターバルの拡充や育児・介護休暇の取得等のライフワークバランスを充実させるための仕組みづくり

■ 二次健診支援サービスの導入

- ✓ 従業員の健康増進、健康リスクの早期発見・改善を目的に、二次健診支援サービスを導入し、積極的に受診を推奨

3.サステナビリティ（国内回転寿司事業）

地域・社会・地球環境への貢献

■ 顧客の声を活かした経営の実行

- ✓ 顧客の声を分析し、改善点を特定したうえで施策を実施し、顧客満足度の更なる向上を図る

■ 食育や将来の仕事を学ぶ機会の提供

- ✓ 地域・社会への貢献の一環として、未来を担う若者へ魚食に関する食育や出張授業、職業体験の機会を提供し、将来の選択肢を広げる活動を継続実施



■ 地域活性化に貢献する商品の提供

- ✓ 新店の開店に合わせて石川県産ずわい蟹（初競り蟹）を使用した商品を開発し、提供。
地産地消の推進や雇用の創出に寄与するとともに、地域に根付いた店舗づくりを推進



4.関連事業成長

デリカ事業

■ 回転寿司事業とのシナジー最大化

- ✓ 寿司ネタ・デザート製造に加え、かっぱ寿司ブランドを活かしたオリジナル商品の開発や販売を展開。グループ全体での価値創出とシナジー最大化を図る



■ 外食クオリティの製品を中食業界へ展開

- ✓ コロナイドグループの外食ノウハウを活用し、品質を重視した製品を中食業界に展開することで、収益機会の最大化を図る



■ 企画提案によるポジションの確立

- ✓ 顧客ニーズや市場トレンドを加味した企画提案により、顧客との関係性を深化



4.関連事業成長

海外事業

■ 韓国事業の収益モデル強化

- ✓ 顧客ニーズに対応した食べ放題メニューの内容や価格に改定し、収益性を改善



■ インドネシアでの出店攻勢

- ✓ 上半期から下半期にかけて、1店舗の改装を実施。下半期は、首都圏の東部ブカシ県のショッピングモールに5店舗目となる店舗を出店予定



■ 第4、第5の国・地域の開拓

- ✓ 韓国・インドネシアに次ぐ、海外第3ヶ国目の運営を行う子会社設立に向けて活動



資本コストや株価を意識した 経営の実現に向けた対応

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

■ 方針・目標

当社は、損益計算書上の売上高や利益水準だけではなく、バランスシートを基にした資本コストや資本収益性を重視した経営を推進し、2026年3月期目標の実現を図っていきます

■ 主な経営指標

指標	2025年3月期	2026年3月期 上半期 (直近12ヶ月)	前期末差	目標 【2026年3月期】
ROE	9.9%	11.4%	+1.5%	8.0%以上
ROIC	5.2%	5.8%	+0.6%	6.0%以上
自己資本比率	34.9%	35.8%	+0.9%	30.0%以上
Net Debt (純有利子負債)/EBITDA倍率	▲0.2倍	▲0.0倍	+0.2倍	3倍以内

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

■ 取り組み

- ✓ 継続して資本コストを上回る資本収益性を達成し、持続的な成長を果たすための抜本的な取り組みについて検討する
- ✓ 社是である「お客様の喜びが私たちの喜びです」の実現に向けた活動が、全てのステークホルダーとの共栄の起点となると考え、各種施策を推進する
- ✓ ブランドコンセプトを磨き、表現し続けることで、強固な顧客基盤、資本収益性の高い事業構造を構築する
- ✓ 強固な顧客基盤、資本収益性の高い事業構造の構築には、顧客満足度の向上が欠かせないと考えており、KPIにはNPS®を採用し、NPS®評点の継続的な向上に取り組む
- ✓ NPS®評点の継続的な向上には、数多くの従業員の活躍が欠かせないと考えており、KPIには従業員エンゲージメントを採用し、従業員エンゲージメント評点の継続的な向上に取り組む
- ✓ 投資回収、費用回収評価については、それぞれIRR、ROIの目標値を置き、ハードルレートを超えつつ、より大きなリターンが見込めるものを優先して実施

株主との建設的な対話に関する方針

株主との建設的な対話に関する方針

■ 基本的な考え方

当社は、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資するため、株主との建設的な対話に努めております

■ 方策及び取り組み

当社は、以下の方策に基づいてIR（株主・投資家広報）活動を推進し、株主・投資家の皆様の信頼と共感を得られる企業を目指しております。

1. 建設的な対話に関わる統括責任者

代表取締役社長が統括し、経営戦略本部が業務を担当しております。

2. 対話を補助する社内各部門の有機的な連携のための方策

株主との最初の接点については経営戦略本部が窓口となります。

株主との対話の際には、必要に応じて関係部署がサポートする体制を構築しております。

3. 個別面談以外の対話手段の充実に関する取り組み

半期毎にアナリスト及び金融機関に対して経営戦略・業績を説明する決算説明会を実施し、資料の開示を行っております。

また、必要に応じたスモールミーティングの実施などを通じ、個別ミーティング以外の場における対話の充実を図っております。

4. 対話内容の経営陣幹部・取締役会へのフィードバックの方策

合理的な範囲で代表取締役社長自らが株主・投資家と直接対話し、頂いた意見を業務に反映しております。

また、必要に応じて対話内容の概要を経営幹部及び取締役会にフィードバックし、議論を行っております。

5. 対話に際してのインサイダー情報の管理に関する方策

対話に際しては、開示前の情報が漏洩しないようインサイダー情報の管理等に関する規程を定めて運用しており、必要な情

報に関しては、当社ウェブサイト等により株主への適切な開示を行っております。



株主との建設的な対話に関する方針

■ 2026年3月期上半期活動実績

- ✓ 国内外アナリスト・投資家面談：9回（前年同期：10回）
- ✓ アナリスト・金融機関向け決算説明会：1回（前年同期：1回）
- ✓ 主なテーマや関心事
 - ・ 既存店成長および新規出店について
 - ・ 業界動向および競合対策について
 - ・ 海外事業について
 - ・ デリカ事業について



＜本資料の取り扱いに関して＞

本資料は、著作権法及び不正競争防止法上の保護を受けております。資料の一部あるいは全部について、コロワイドグループから許諾を得ずに、複写、複製、転記、転載、改変、ノウハウの使用、営業秘密の開示等を行うことは禁じられております。

本文記載の社名・製品名・ロゴはコロワイドグループ各社の商標又は登録商標です。