



2026年12月期第 2 四半期決算説明資料

G－F A C T O R Y 株式会社

証券コード：3474

目次

1. 会社概要・事業概要
2. 2026年12月期第2四半期決算概要
3. 2026年12月期通期見通し
4. 成長への取り組み





1. 会社概要・事業概要



夢をカタチに！
和食を世界に！

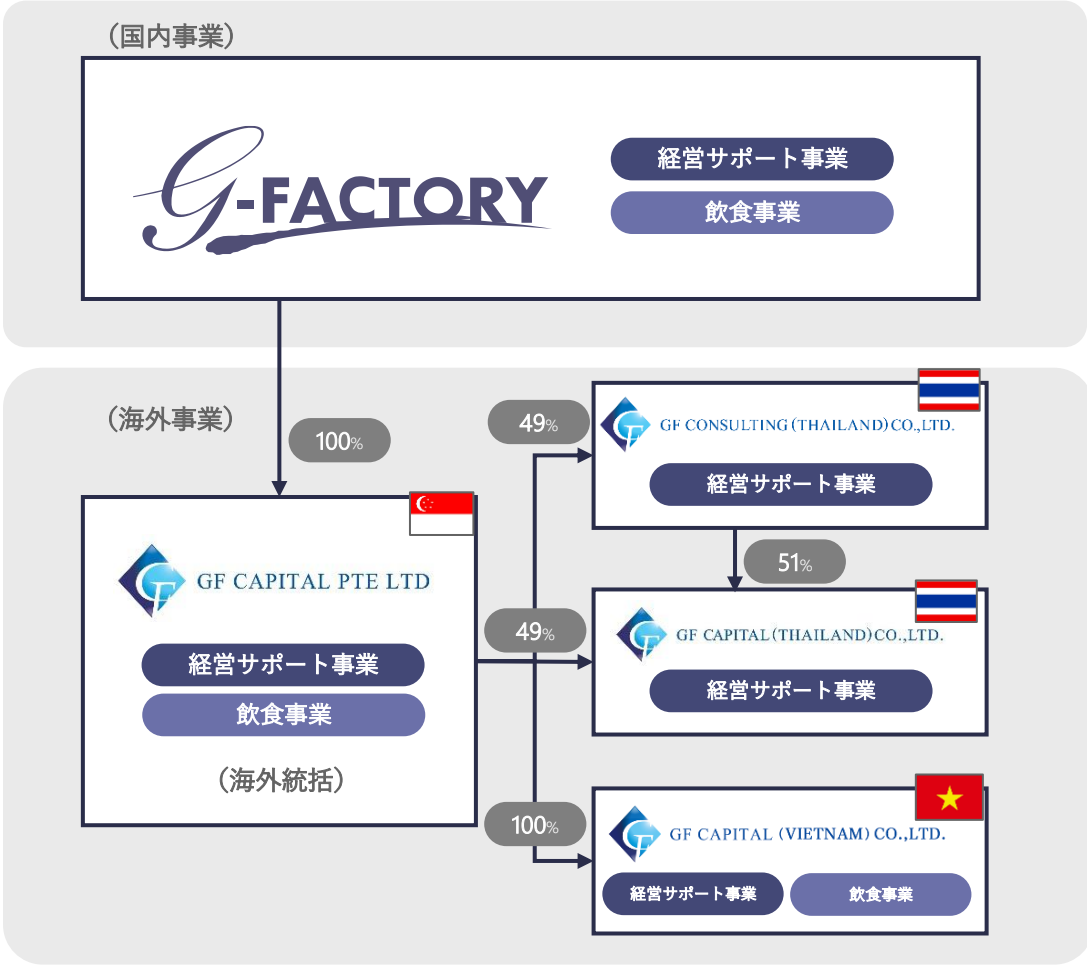
飲食店経営者の課題解決 ソリューションカンパニー

私たちの夢は
世界中でおいしい和食を楽しめる環境を作ることです。
世界に日本の飲食店が出店すれば
日本文化と日本食の魅力がより伝わり
人々の交流を生むことができると考えているからです。
“食”を通じて人・コト・物をつなぐ架け橋となる
ことを目指します。

1. 会社概要・事業概要

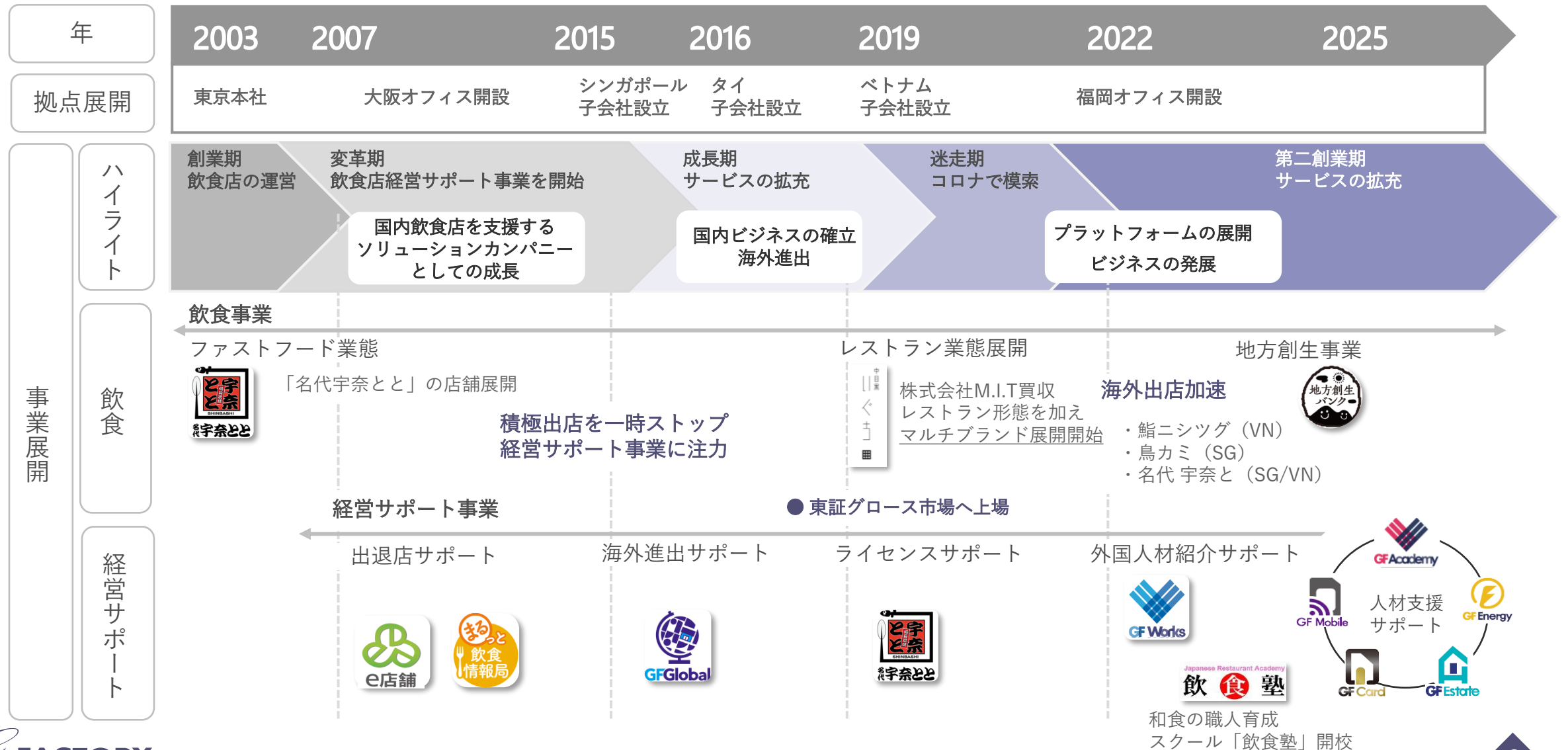
会社概要

会 社 名	G－F A C T O R Y 株式会社	
代 表 者	代表取締役社長 片平 雅之	
設 立	2003年5月	
所 在 地	東京都新宿区西新宿一丁目	
事 業 内 容	経営サポート事業	飲食店における出店・退店時の物件、内装設備に関する取得・処分中心とした出退店サポート及び外国人材紹介サポート等
	飲食事業	名代 宇奈とと、中目黒いぐちなど、マルチブランドの飲食店舗の運営



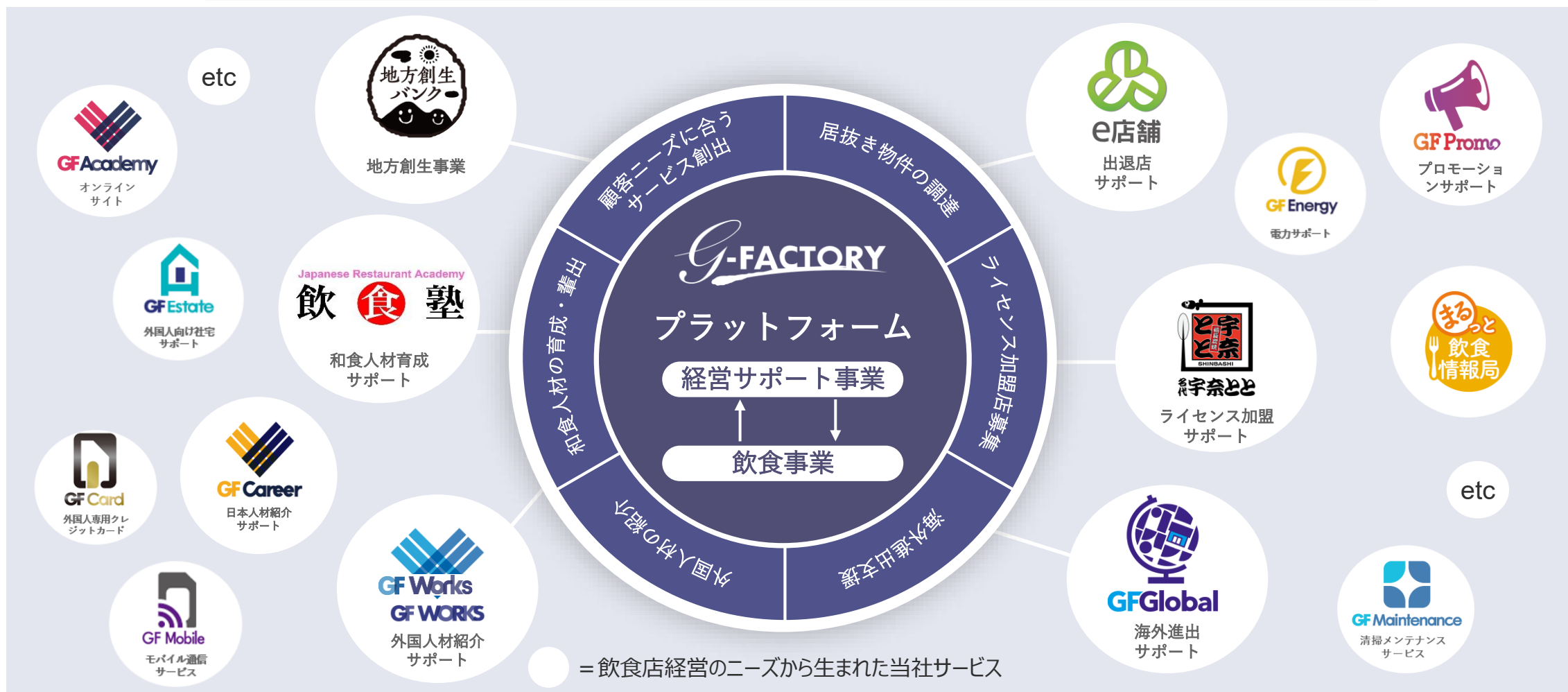
1. 会社概要・事業概要

沿革

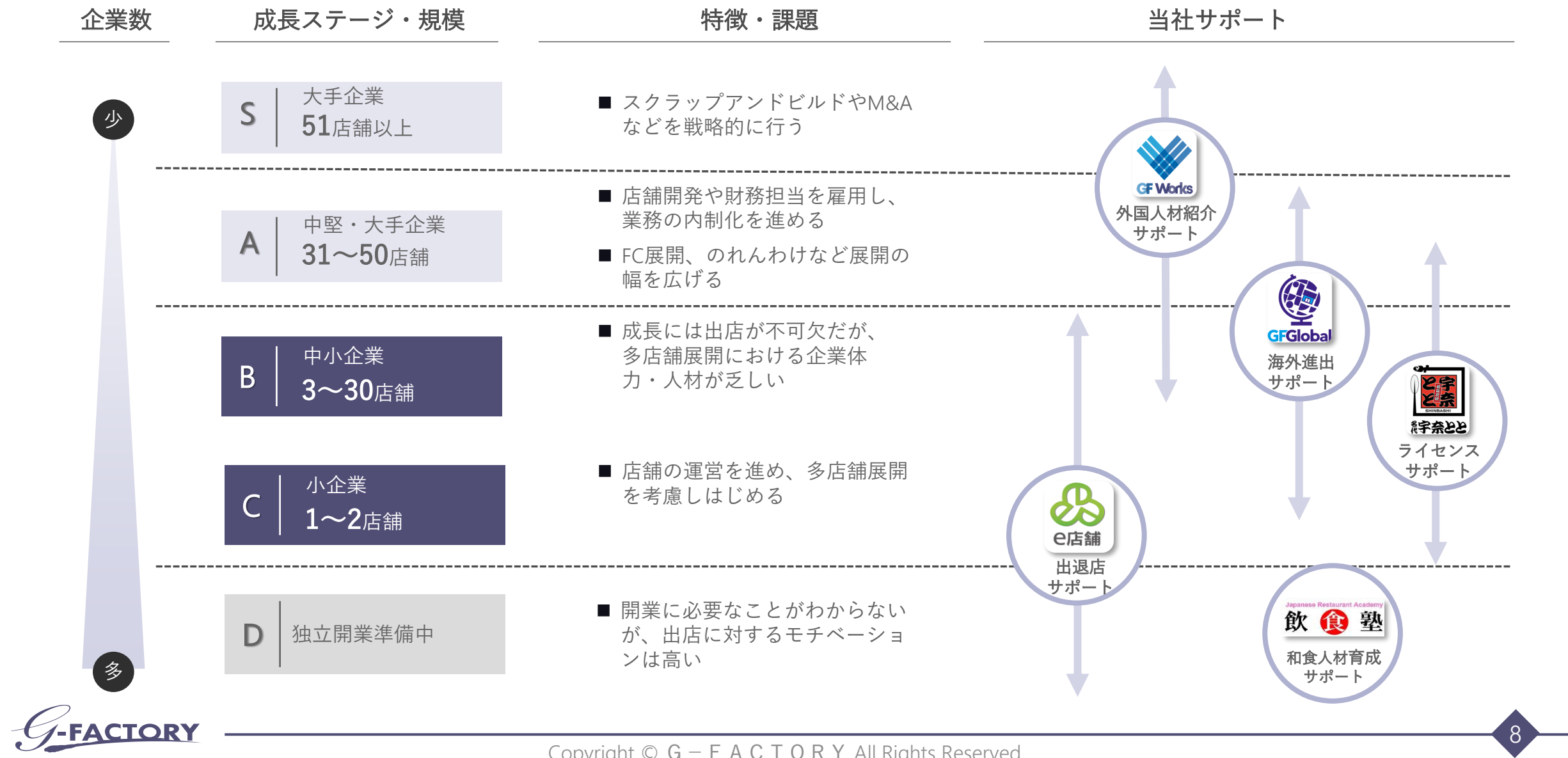


プラットフォームの確立と展開

経営サポート事業と飲食事業の連動によって、サービス創出の「プラットフォーム」を確立
飲食業界に新たなサービスを提供し、挑戦し続けることで企業成長を加速させる



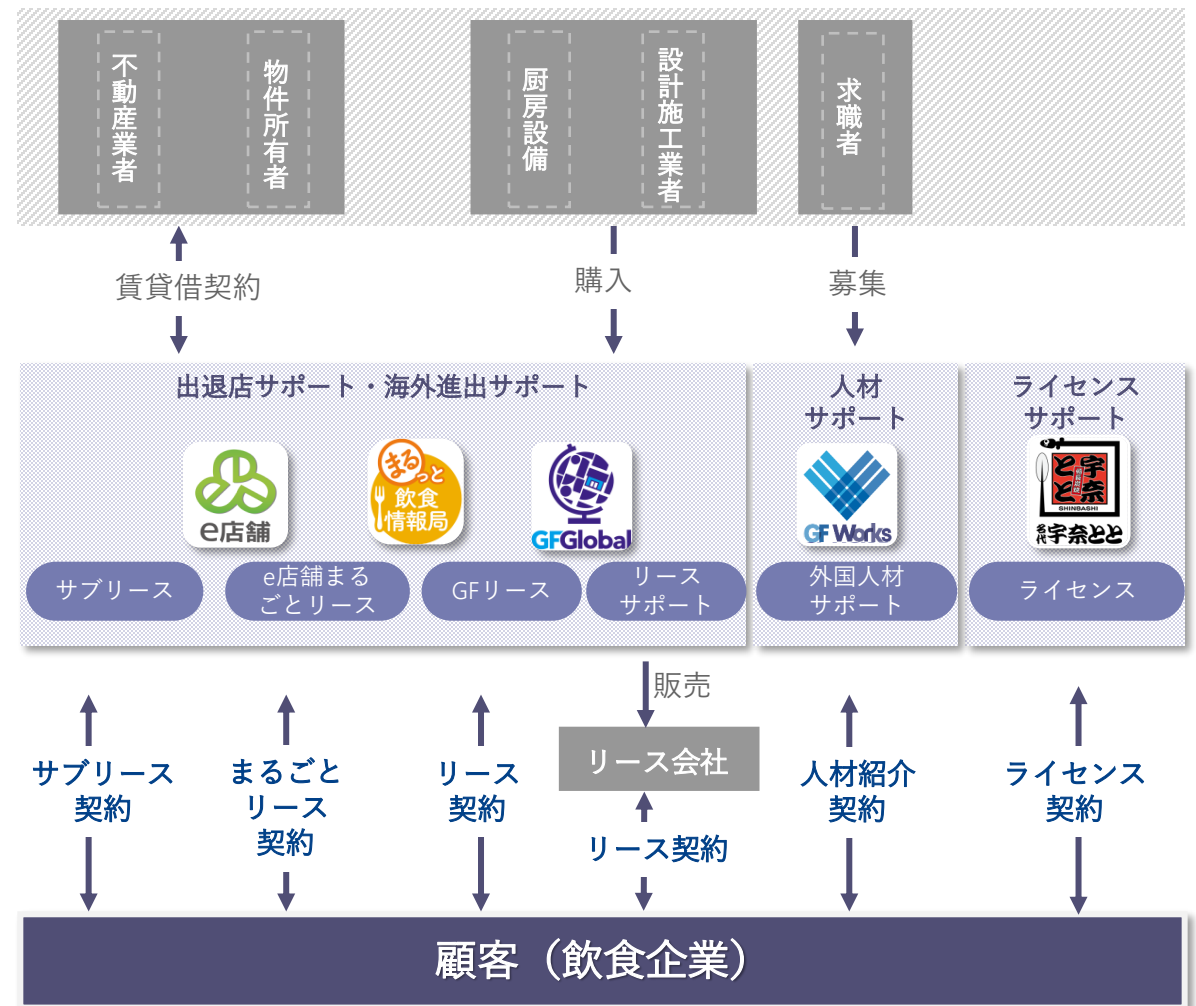
経営サポート事業の顧客と対象サポート



1. 会社概要・事業概要

ビジネスモデル 経営サポート事業

サポート		商品名	サポート内容
出退店サポート	物件情報サポート	サブリース	■ 出店希望者への物件のサブリース及び造作設備の売買 ■ 好立地かつ地下1階・1階・2階までを対象
	内装設備サポート	リースサポート	■ リース会社と顧客との契約締結をサポート
		GFリース	■ 厨房機器等のリース契約 ■ 耐用年数等の観点より契約期間は平均3～5年
	まるごとサポート	e店舗まるごとリース	■ 物件情報サポートと内装設備サポートのワンストップサービス ■ 月額リース料が出店に伴う費用を含んだパッケージとなり、開店に必要な場所・設備をリースで提供
人材関連サポート		GF WORKS	■ 特定技能制度を活用した外国人材紹介サポート
		飲食塾	■ 職人養成スクール「飲食塾」の運営
ライセンスサポート		ライセンス	■ 「名代 宇奈とと」ライセンス店の出店支援 ■ ライセンス契約期間は3～5年で、加盟金は契約期間で按分計上
海外進出サポート			■ 海外進出における会社設立、物件紹介、人材採用、内装設備の調達など、海外において飲食店を出店する際の業務をワンストップでサポート



1. 会社概要・事業概要

ビジネスモデル

飲食事業

事業形態	形態	特徴
ファスト フード 業態	直営	■ 東京・大阪を中心とした国内唯一の「鰻料理」のファストフード
	ライセンス	■ 国内外でのライセンス店舗展開
レストラン 業態	焼き鳥	■ 焼き鳥、イタリアン、和食、鮨、懐石と幅広いジャンルを展開
	イタリアン	
	和食・懐石	■ 高単価業態
	鮨	■ ミシュランを始めとする高い対外評価を得ている店舗
	その他	■ 職人を有する
地方創生事業	直営	■ 食を通じた地方創生事業で地域を活性化

ファストフード業態

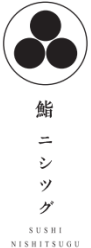
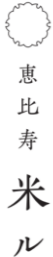
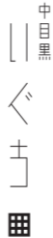


名代宇奈とと



* 2025年12月7日に創業25周年を迎えました

レストラン業態



* 「鳥さき」は4年連続ミシュラン一ツ星獲得

地方創生事業



* 「ITO GRAND」内店舗は休業中

1. 会社概要・事業概要

飲食事業の取扱いブランド

名代 宇奈とと



うなぎ
客単価：¥500～1,500

中日黒
「ぐ」
土
田



焼き鳥
客単価：¥8,000～12,000

鳥
カ
ミ



焼き鳥
客単価：¥15,000～20,000

鳥焼町公認
浜焼き真鶴
HAMAYAKI MANAZURU



海鮮居酒屋
客単価：¥2,000～3,000

恵比寿
米
ル



和食
客単価：¥8,000～12,000

無窮



和食
客単価：¥20,000～35,000

名代 うな(ほろ)酒場



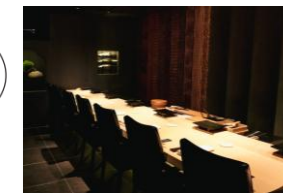
うなぎ×居酒屋
客単価：¥2,000～4,000

RODEO
イタリアメシヤ



イタリアン
客単価：¥8,000～15,000

鯨
ニ
シ
ツ
グ



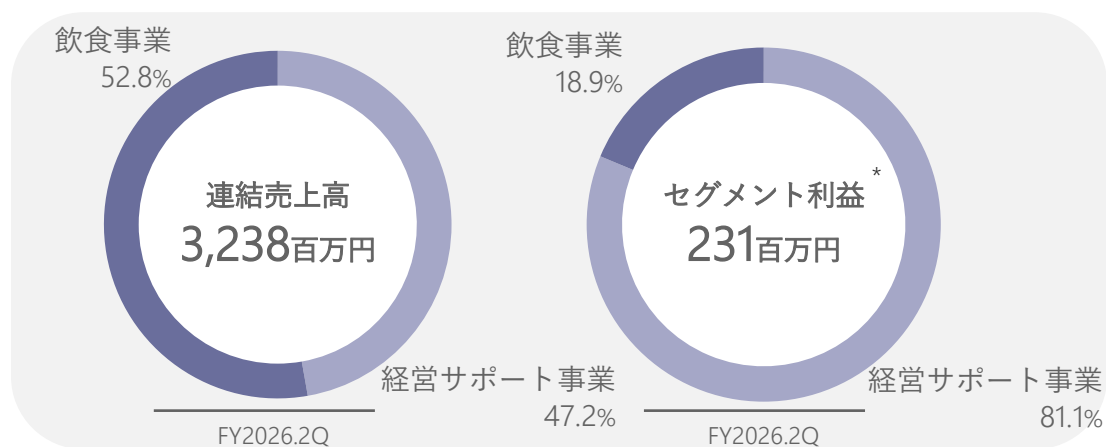
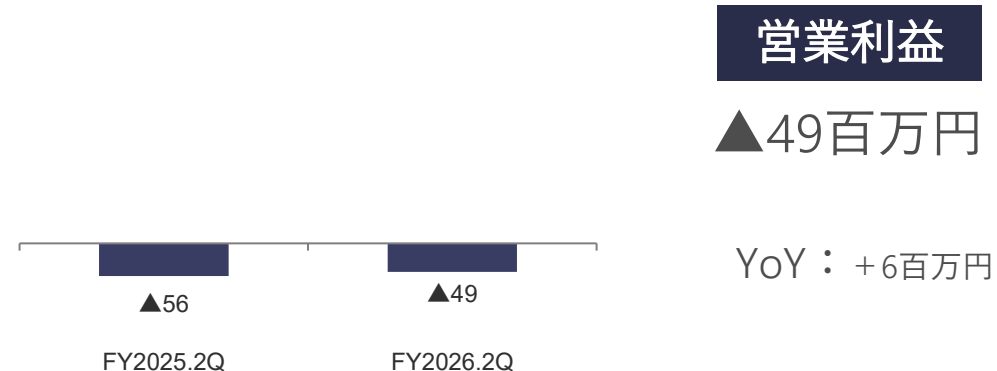
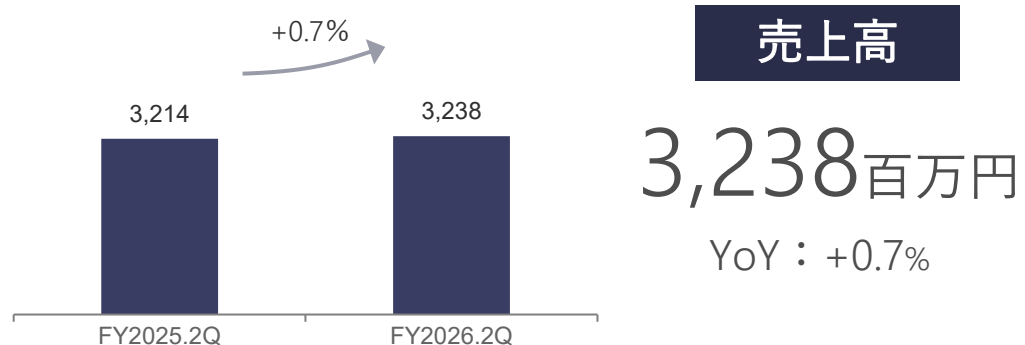
鯨
客単価：¥20,000～35,000



2. 2026年12月期第2四半期決算概要

決算ハイライト

売上高の増収を確保しつつ、構造改革により営業損失を縮小



* 各事業利益の合算（全社費用控除前）

* PER、PBRは2025年度年間数値

業績サマリー

(百万円)	FY2025	FY2026		
	2 Q累計	2 Q累計	増減	YoY
売上高	3,214	3,238	+23	0.7%
売上総利益	1,539	1,493	▲45	▲3.0%
売上総利益率	47.9%	46.1%	▲1.8pt	-
営業利益	▲56	▲49	+6	-
営業利益率	-%	-%	-	-
経常利益	▲118	▲24	+93	-
経常利益率	-	-	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	▲160	▲54	+106	-

売上高： +0.7%の増収、増収基調を維持

- 経営サポート事業：出退店サポートの積み上げによりストック収益は堅調に推移し、全体を下支え。外国人材紹介サポートは、外食業の特定技能新規受入停止を受け、食品加工・介護・宿泊等の他分野への展開を加速し、事業ポートフォリオの分散を推進
- 飲食事業：国内は不採算店舗の整理により減収の一方、ベトナムを中心とした海外事業の急成長（ベトナム売上+39.2%）でカバー、事業全体では増収基調。

営業利益：投資と構造改革が同時進行

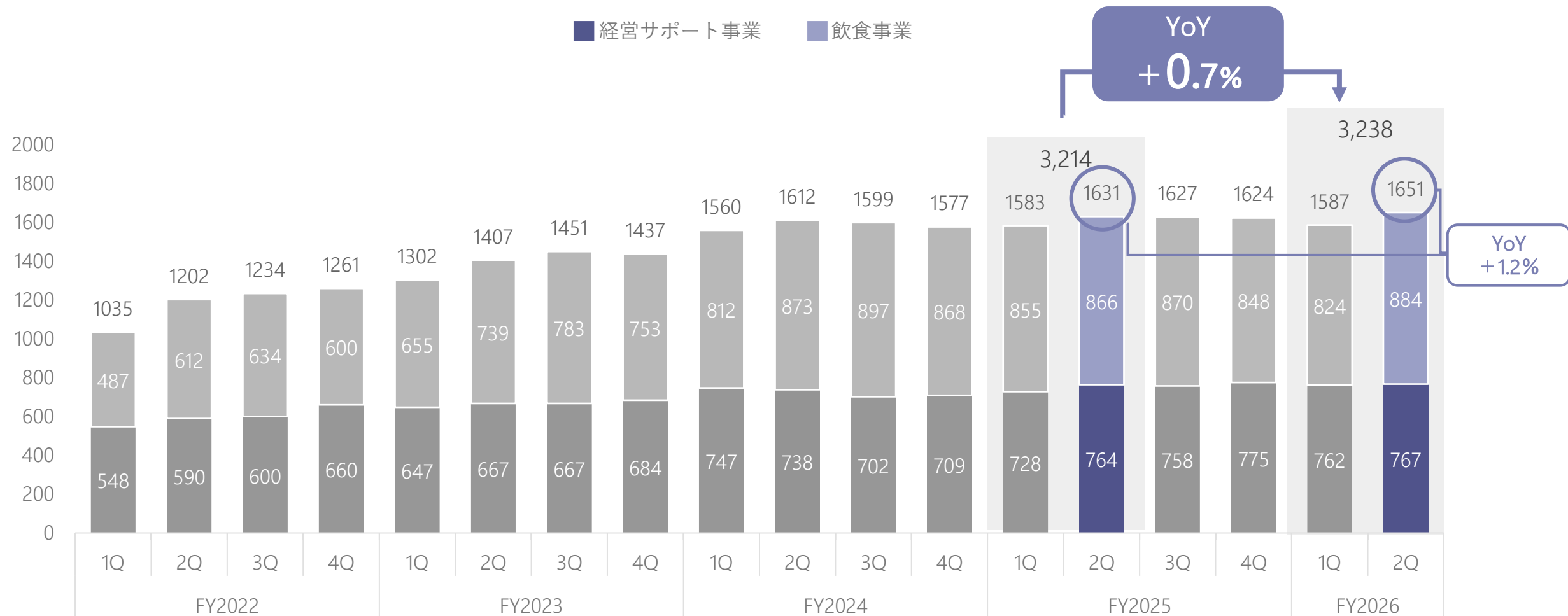
- 先行投資：専門人材の採用強化や外国人材紹介の新規分野（ミャンマー・インドネシア等）開拓、「人的資本投資（賃上げ・採用）」を計画通り実施し、収益最大化に向けた土台を構築。
- 構造改革：国内不採算店舗整理を継続するなど、収益性改善は着実に進展し、2026年度の反転攻勢に向けた体質強化を推進。

経常・純利益：為替変動の影響

- 経常利益：前期の為替差損から、当期は為替差益（+82百万円）へ転換という外部要因により増加。

全社売上高（四半期推移）

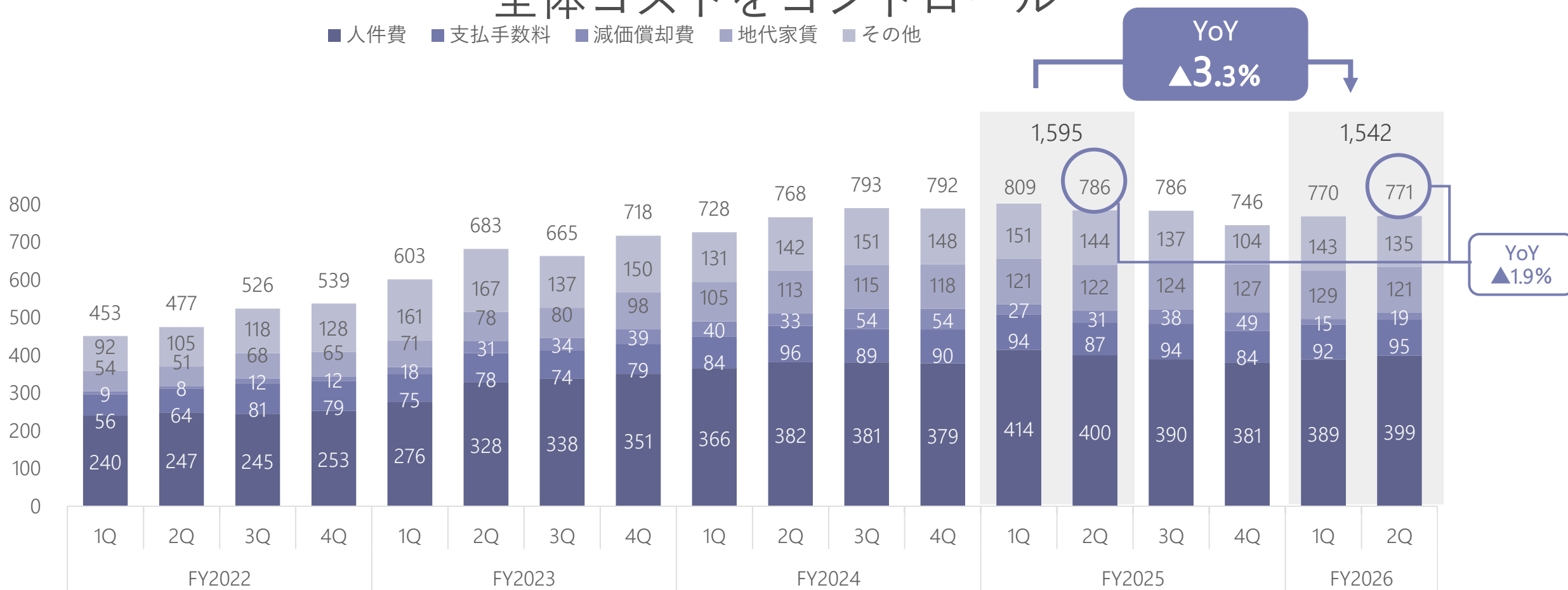
全社売上高は**+0.7%**と増収基調を維持



販管費内訳（四半期推移）

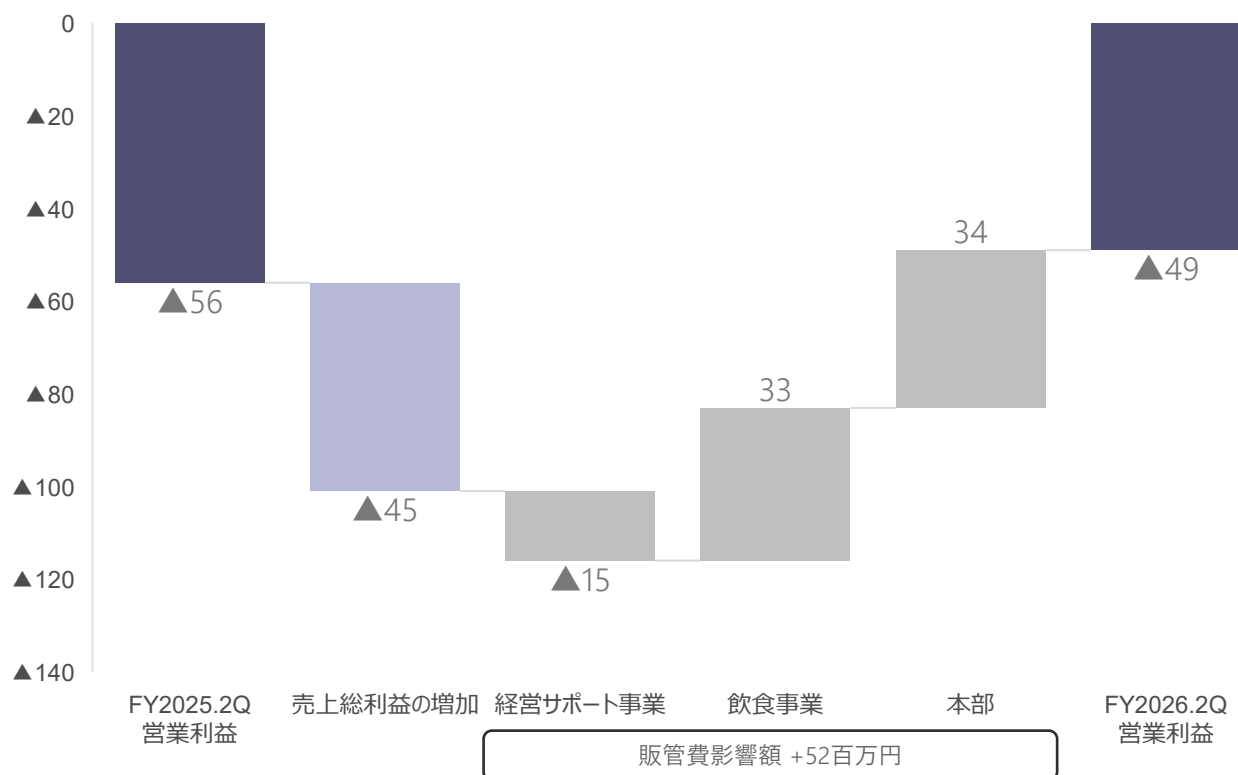
成長分野への投資は継続する一方、不採算分野のコストを抑制し、
全体コストをコントロール

■ 人件費 ■ 支払手数料 ■ 減価償却費 ■ 地代家賃 ■ その他



営業利益増減（対前同期推移）

成長領域への投資と不採算領域の整理を進め、営業損失を縮小



【売上総利益】（全体▲45M）

■ 経営サポート事業（▲12M）

出退店サポートは増収を確保。外国人材紹介サポートは特定技能の受入動向を踏まえ、食品加工・介護・宿泊等の分野への拡充を推進中

■ 飲食事業（▲33M）

海外店舗は業績好調を維持。国内店舗についても不採算店舗の整理と成長領域への投資を並行して推進

【販売管理費】（+52M）

■ 経営サポート事業（▲15M）

成長領域への新卒採用強化に伴う人的投資に加え、外国人材紹介サービスにおいてミャンマー・インドネシア等の新規分野開拓を推進

■ 飲食事業（+33M）

不採算店舗の整理（スクラップ）によるコスト抑制。一方で、成長著しい海外事業へのソース配分を加速

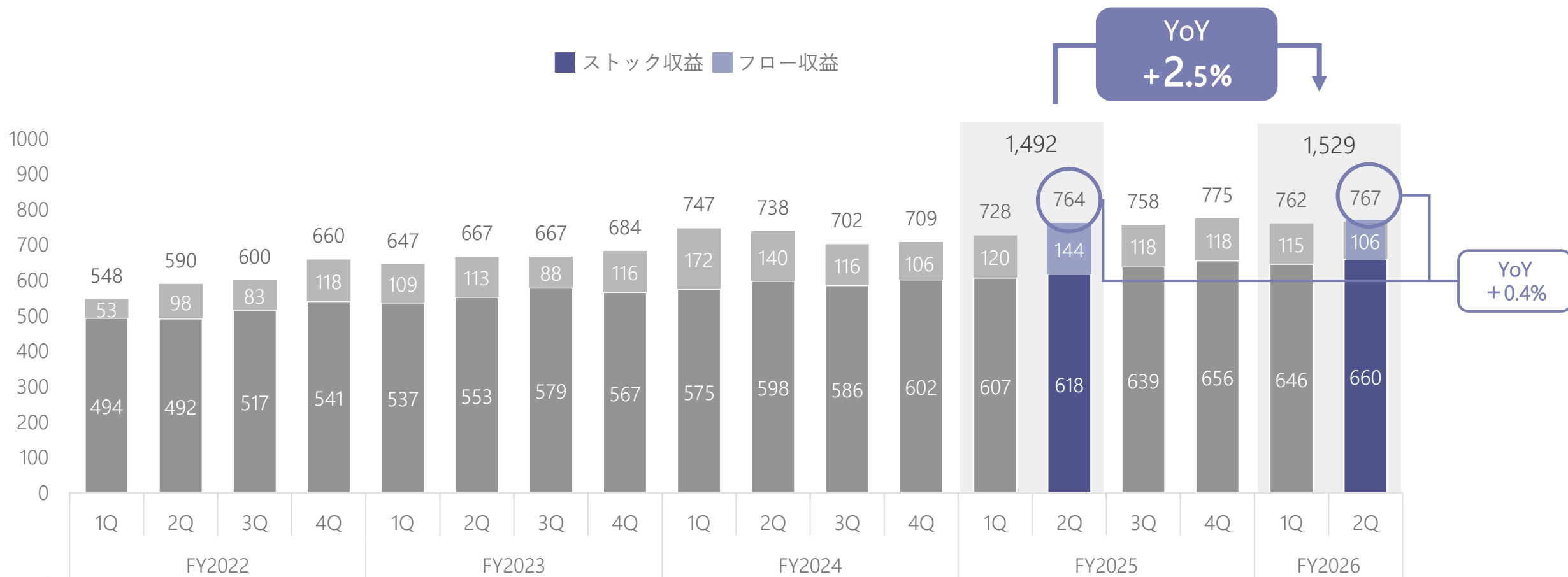
■ 本部（+34M）

人員体制の見直しと全社コスト構造の適正化を推進

経営サポート事業売上高（四半期推移）

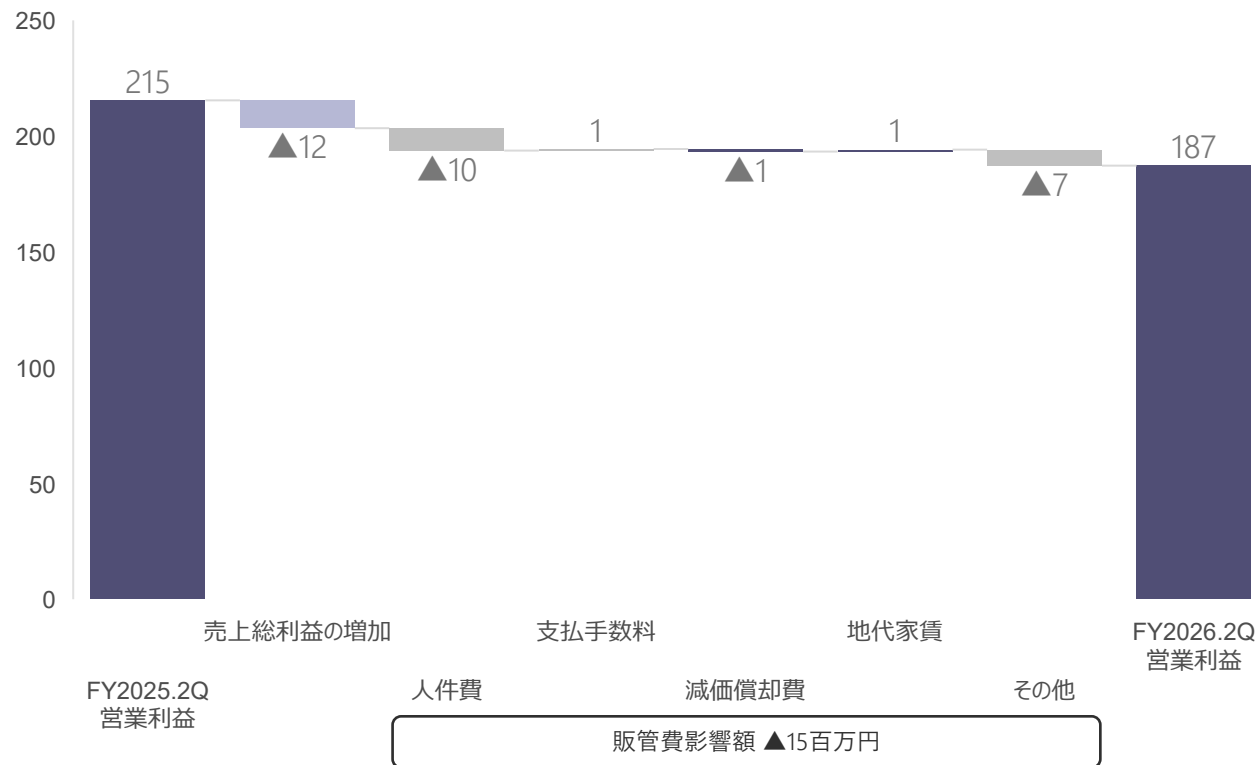
ストック型収益が着実に積み上がり、収益基盤の安定性を推進

出退店サポートの件数増加によりストック収益が成長を牽引。フロー収益の変動を吸収する収益構造が定着



営業利益増減（対前同期推移） 経営サポート事業

ストック収益の伸長と業務効率化を土台に、専門人材・成長領域へ戦略的に再投資



■ 売上総利益（▲12M）:収益構造の高度化と先行投資

- ・【基盤強化】：出退店サポートの管理件数蓄積により、安定性の高いストック型収益が着実に伸長。
- ・【効率化】：営業プロセスを最適化。IT活用による既存事業の自走化と収益性の改善を推進。
- ・【成長投資】：既存事業で創出した原資を、新サービス「GF Estate」等の新規領域へ戦略的に再配分。

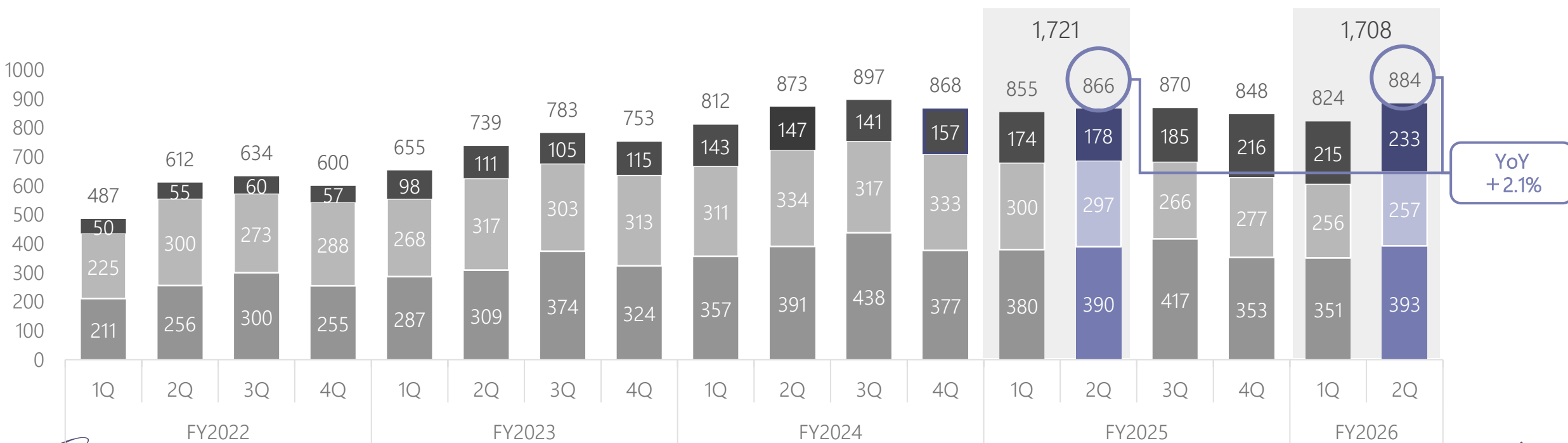
■ 人件費（▲10M）:将来の案件増加および事業拡大を見据えた、専門人材の増強。

飲食事業売上高（四半期推移）

国内店舗の再編を推進しつつ、海外事業の急成長により2Qは増収へ転換

■ 宇奈とと（国内） ■ レストラン業態（国内） ■ 海外

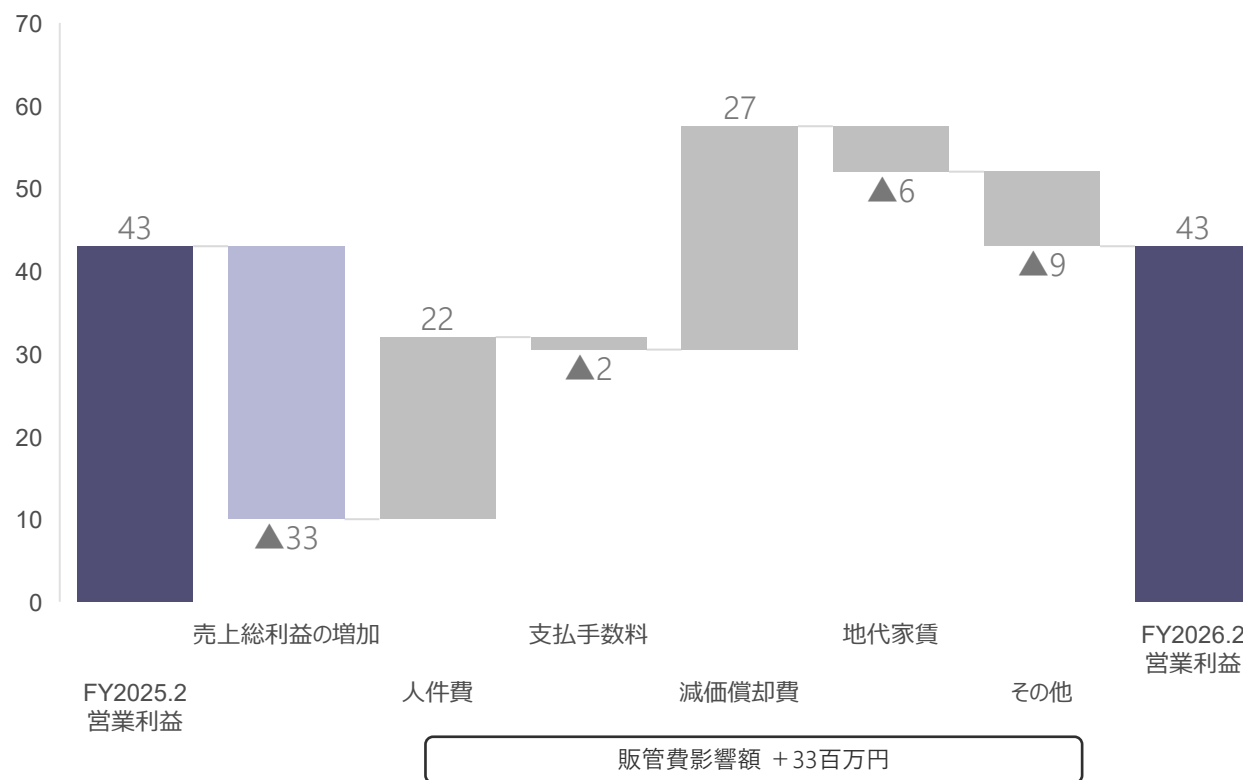
YoY
▲0.8%



YoY
+2.1%

営業利益増減（対前同期推移） 飲食事業

不採算整理と店舗刷新を断行し、持続的な収益構造へ転換



■ 売上総利益（▲33M）

- ・【防衛策】：原材料高騰に対し、国内ライセンス店の事業継続支援を優先し、ロイヤリティ減額措置を継続
- ・【効率化】：国内レストランの徹底した再編成により利益の「質」を改善。
- ・【成長投資】：ベトナム事業が売上+39.2%と急成長し、収益の柱として全体を牽引。

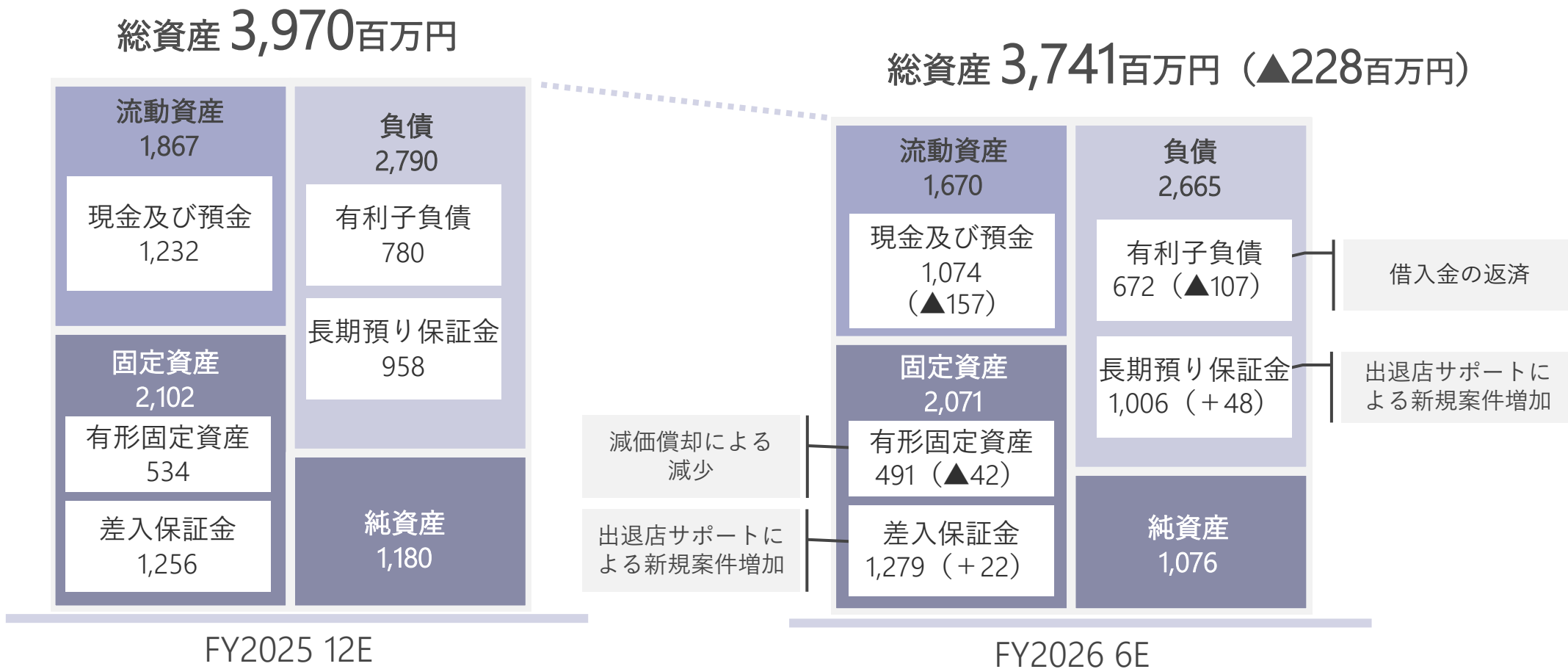
■ 人件費（+22M）：不採算店舗の整理に伴う人件費減少と、店舗運営体制の効率化を推進

■ 減価償却費（+27M）：前期末シンガポール・ベトナム店舗の減損処理により減価償却負担が減少

■ 地代家賃（▲6M）：ベトナム新店舗の通年寄与による増加。

バランスシート

再成長に向けた資産構成の再定義と負債圧縮

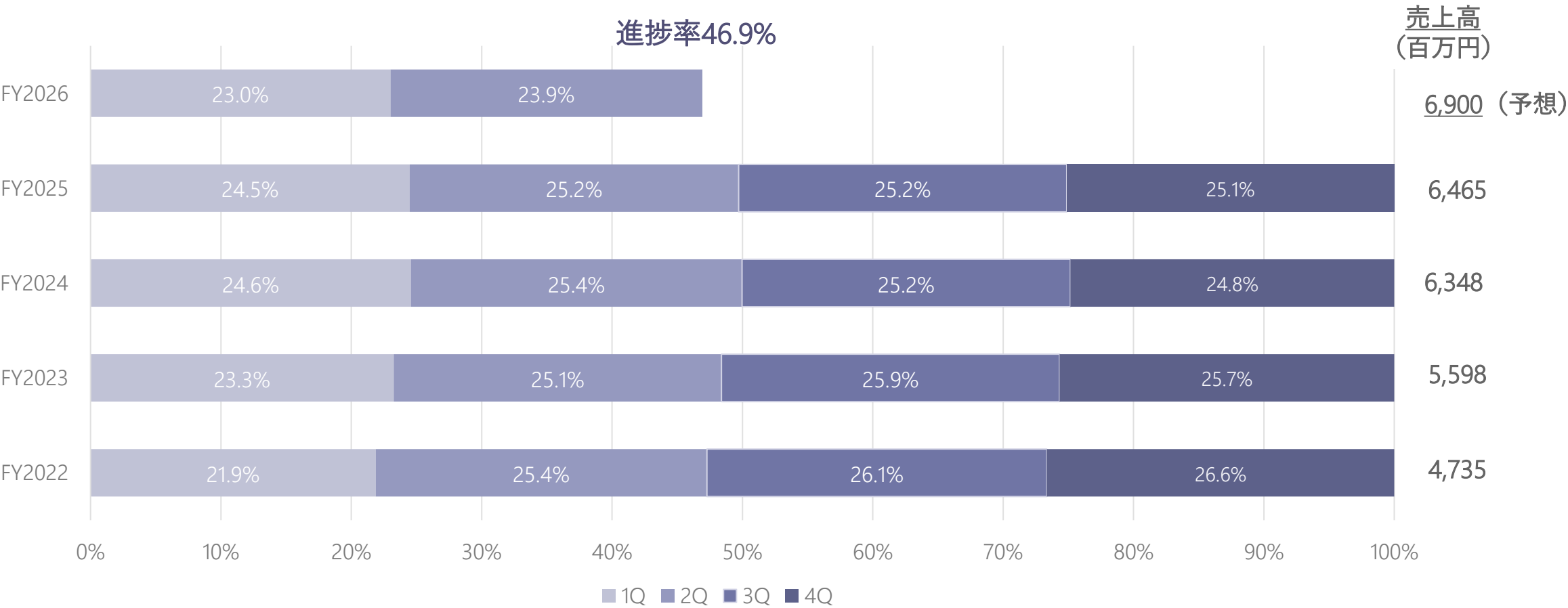




3. 2026年12月期通期見通し

売上進捗

上期は店舗再編の影響でやや慎重な進捗。下期は飲食事業の繁忙期と
ストック収益の積み上げにより伸長を見込み、通期予想は据え置き



通期予想達成に向けた下期の取り組み

下期に営業利益 + 115百万円を創出し、通期66百万円の黒字転換を実現する

通期達成の方程式

上期実績（営業損失）

▲49百万円

+

下期計画（利益創出）

+115百万円

＝

通期計画（営業利益）

66百万円

下期利益を支える4つのドライバー

1

構造改革効果の刈り取り

前期までに閉鎖した不採算店舗の固定費削減効果が下期に本格寄与。赤字店舗の負担が解消済み

2

人材事業の対象分野拡大

外食分野に依存せず、食品加工・介護・宿泊、国内在留外国人の転職支援、日本人紹介へ対象を拡大。成果が見込める分野へ人員と投資を組み替え

3

飲食事業の繁忙期が下期に集中

宇奈とと：土用の丑の日を擁する3Qが年間最大の販売期。レストラン：忘年会需要の4Qが繁忙期

4

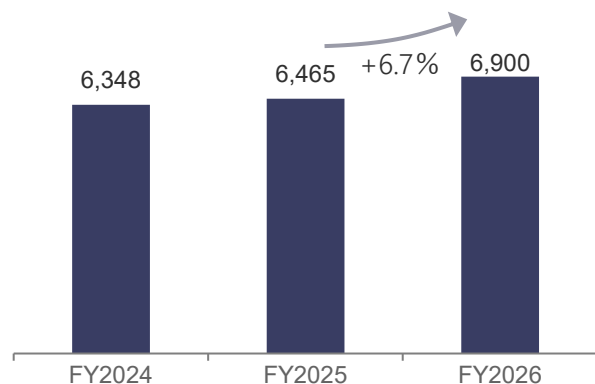
海外・ライセンスの収益貢献

ベトナムの成長持続、シンガポールの収益改善、ライセンス展開を利益へ接続

これらを一つずつ数字へ変え、通期予想を達成する

2026年12月期通期見通しハイライト

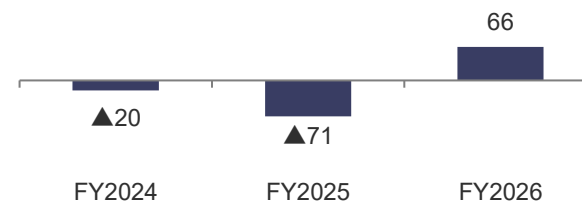
売上高69億円、営業利益66百万円を計画
収益改善の流れを確立し、黒字転換・再成長フェーズへ



売上高

6,900百万円

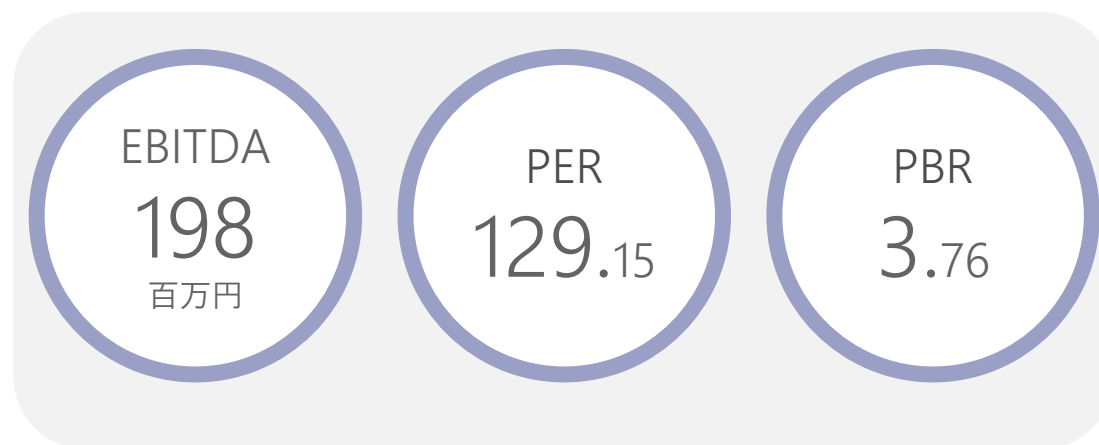
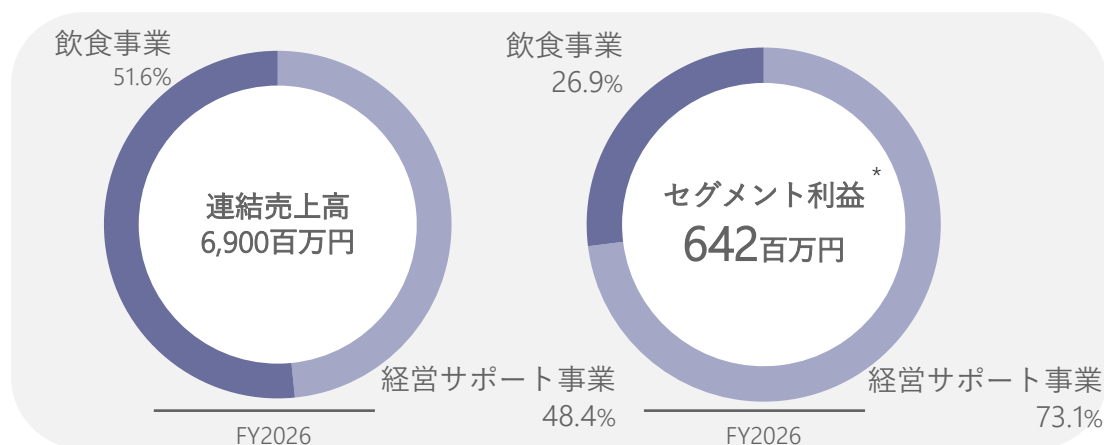
YoY: +6.7%



営業利益

66百万円

YoY: +138百万円



3. 2026年12月期通期見通し

2026年12月期通期見通し

(百万円)	FY2025		FY2026	
	実績	YoY	予想	YoY
売上高	6,465	+1.8%	6,900	+6.7%
売上総利益	3,056	▲0.1%	3,253	+6.5%
売上総利益率	47.3%	-	47.1%	-
営業利益	▲71	-	66	-
営業利益率	-%	-	1.0%	-
経常利益	▲92	-	70	-
経常利益率	-%	-	1.0%	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	▲251	-	34	-

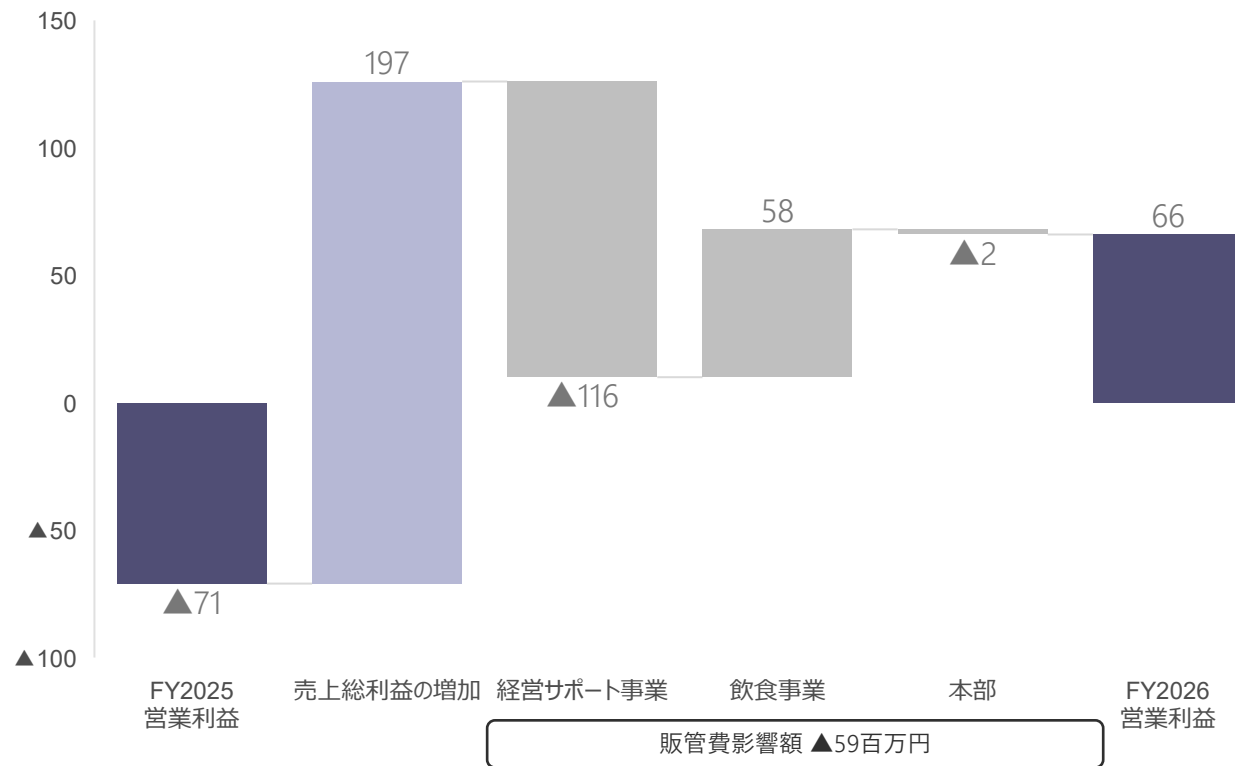
■ **売上高：事業規模の拡大を追求し69億円を計画**
経営サポート事業：出退店サポートの堅調な拡大に加え、人材事業の成長加速。
飲食事業：構造改革を終えた国内飲食の回復、および急成長するベトナム事業が全体を牽引。

■ **営業利益：1.3億円の改善により黒字転換**
前期に実施した国内不採算店舗の整理による赤字要因の払拭、およびDX投資による営業効率化の効果が利益として結実。

■ **経常・純利益：一過性費用解消と収益安定化**
前期に計上した減損損失や為替影響、一過性の費用等の負担が解消。事業利益がストレートに最終利益へ貢献する構造へ。

営業利益増減（対前同期推移）

営業利益は前期比 + 138百万円の改善で黒字転換を計画



■ 売上総利益

両事業の成長により +197百万円

経営サポート事業：ストック収益の堅調な積み上げを主因に、前年比 +126Mの増加を計画。

飲食事業：不採算店舗の整理と成長領域（ベトナム等）への集中により、前年比 +71Mの増加を見込む。

■ 販売管理費

経営サポート事業：将来の収益源への戦略投資

中長期的な収益の柱として期待される人材事業に対し、約1億円の先行投資（人的資本・体制強化）を断行。

飲食事業：構造改革によるコスト圧縮の実現

2025年度に実施した不採算店舗の休業・撤退により、赤字店舗の固定費負担が消滅。

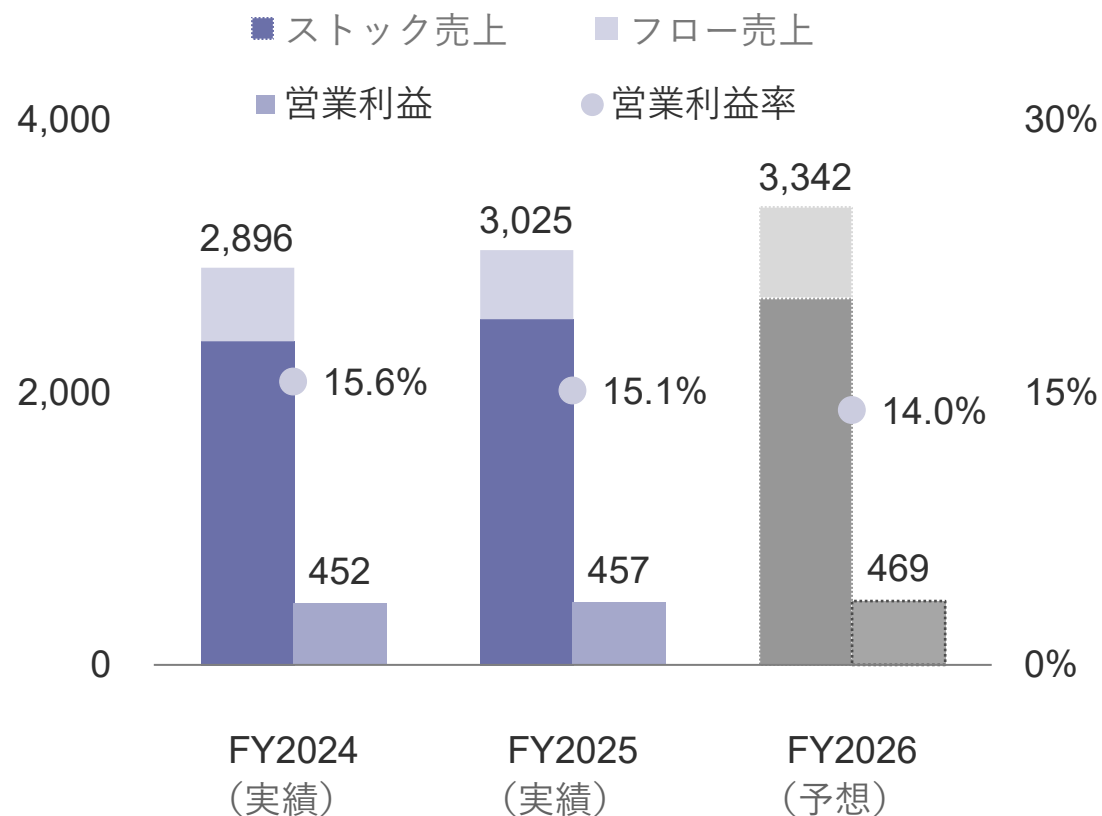
本部：管理体制の効率化と費用の最適化

グループ全体での費用対効果を再精査し、全社的な経費の最適化と管理業務の効率化を推進。

セグメント別の見通し（経営サポート事業）

売上高33.4億円、営業利益4.6億円を計画

中長期的な利益向上を見据え、新事業へ戦略投資を集中



成長率

売上高
+10.4%

営業利益
+2.5%

利益率
▲1.1pt

トピックス

- ・ 出退店サポート：ストック収益の着実な積み上げ
- ・ 外国人材紹介：特定技能分野の拡大と対象国の拡充
- ・ 新規事業：『GF Card』『GF Mobile』『GF Estate』の本格稼働
- ・ 人材紹介：新たな領域への参入
- ・ 経営効率化：DX推進による「人海戦術」からの脱却

セグメント別の成長戦略（経営サポート事業）

飲食店経営の課題を網羅する「包括支援プラットフォーム」



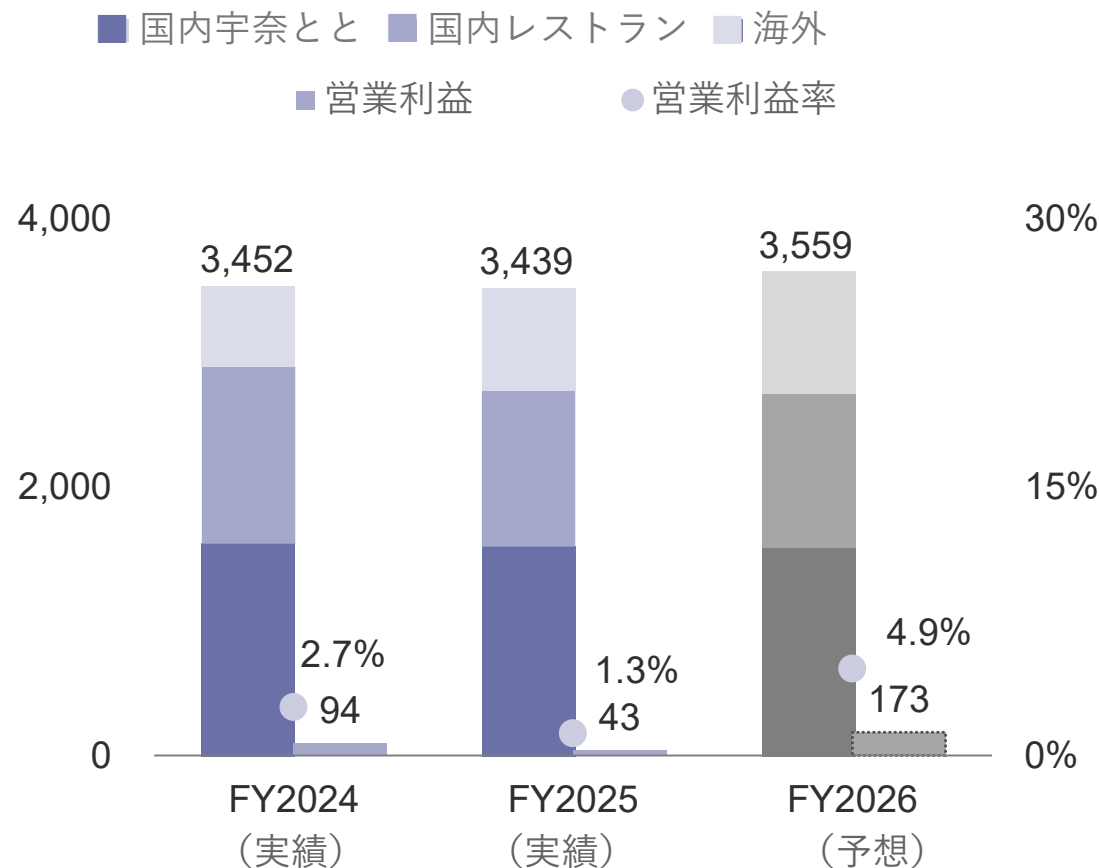
飲食店経営の成功確率を最大化する「高収益・持続成長サイクル」を再現

セグメント別の見通し（飲食事業）

売上高35.5億円、営業利益1.7億円を計画

海外事業を新たな利益柱へ育成し、国内は持続的成長に向けた基盤を強化

成長率



売上高
103.5%

営業利益
397.3%

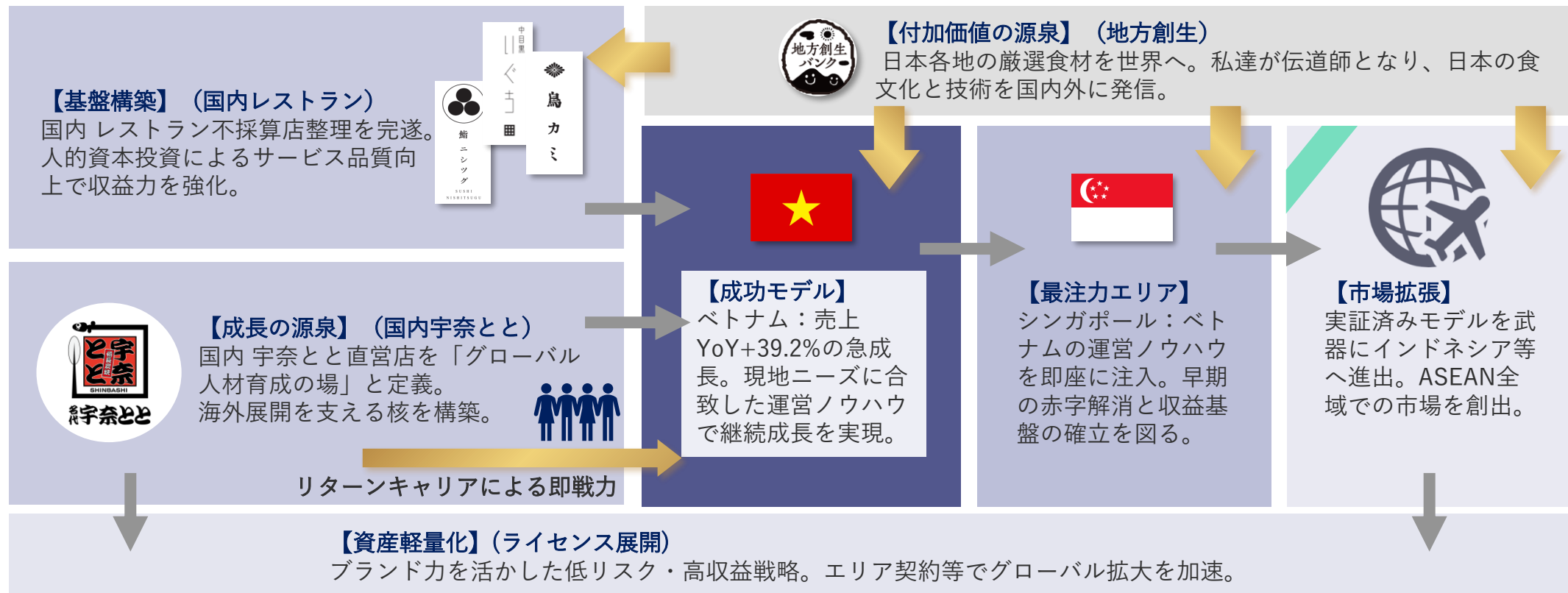
利益率
+3.6pt

トピックス

- 海外事業の飛躍：ベトナムの成功モデルをシンガポールへ横展開
- 国内事業の再定義：構造改革の完了と人的資本への重点投資
- ブランド収益の回復：ライセンスビジネスの再加速と海外展開（台湾においてライセンス契約締結済）
- 人材の高度活用：リターンキャリア制度による現場力の強化

セグメント別の成長戦略（飲食事業）

「人」と「食材」を軸としたグローバル展開の成功モデル横展開

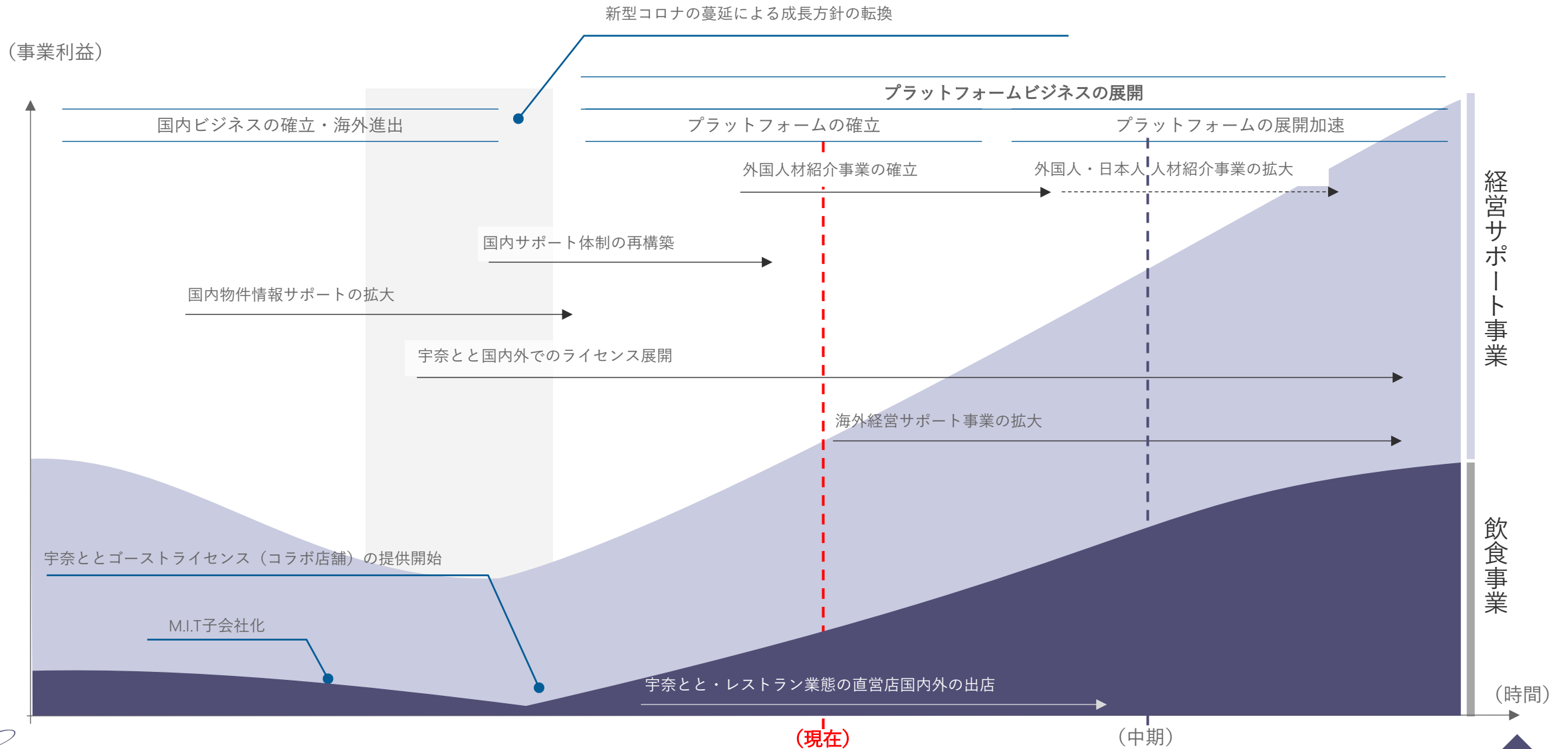


日本食をパッケージ化して世界へ届ける「グローバル成長の勝ちパターン」を確立

*各サービスの詳細は35ページ以降の「成長への取り組み」を参照

3. 2026年12月期通期見通し

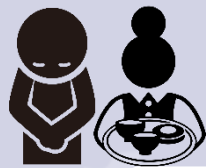
中長期成長イメージ



Our Vision



和食文化伝承の
担い手人材



調理技術・接客技術（おも
てなし）・信頼の衛生基準



安全で高品質な
全国各地の日本食材

和食文化のパッケージ輸出

和食を
世界中に！
夢を





4. 成長への取り組み

4. 成長への取り組み

「オミセクラフト」事業承継の背景と今後の方針

2026年9月1日付で、飲食店開業支援サービス「オミセクラフト」を承継します

承継の背景



開業前の入り口が、さらに強く

物件紹介サイト「e店舗」や出店サポートを通じて、開業前のお客様を支援してきた当社に、Web上の開業支援ツール（開業準備ガイド・収支シミュレーション・内装会社マッチング）が加わります。開業を「検討し始めた段階」のお客様とも出会えるようになります。



物件契約の先、オープンまでを手厚く

これまでの出店サポートは物件のご契約までが中心でしたが、内装や厨房機器の手配、開業資金の融資手続きのサポートなど、お店がオープンするまでの支援を拡充します。



運営中の相談ごと、飲食店の「総合窓口」へ

集客・人材・設備・税務など、運営中のお困りごとにも提携パートナーと共に対応します。提携先は今後も増やし、飲食店の困りごとを何でも相談できる「総合窓口」を目指します。

オミセクラフトとは

飲食店の開業準備をWeb上でサポートするサービス（2024年サービス開始）。開業までのやることリスト、収支シミュレーション、物件探し、内装会社とのマッチングまでを一つのサイトで提供しています。



約1.3万人

会員数（2026年3月末）



約120社

提携パートナー（継続中）

不動産52社・設計施工48社・税務会計などの専門サービス21社
本承継により、当社がこれまで接点を持てていなかった顧客・事業者とのつながりが新たに加わります。

「飲食店と誰よりも早く出会い、誰よりも長く選ばれる会社へ」

「オミセクラフト」事業承継の背景と今後の方針

承継後のサービス全体像

飲食店経営のすべてのライフサイクルステージを、当社サービスと提携パートナーで支援します



当社サービス

太字＝オミセクラフトから加わるサービス

- ・ **開業準備ガイド**
- ・ **収支シミュレーション**
- ・ 和食人材育成サポート「飲食塾」

- ・ 物件サポート
- ・ **内装会社マッチング**
- ・ **厨房設備マッチング**
- ・ **開業融資サポート**

- ・ 人材紹介サポート
- ・ 社宅サポート
- ・ 清掃・メンテナンスサポート
- ・ **DXサポート**
- ・ プロモーションサポート
- ・ まるっと飲食情報局

- ・ 海外進出サポート
- ・ ライセンスサポート
- ・ リースサポート

- ・ 退店サポート
- ・ 後継テナント紹介

提携パートナー約120社と共に — 専門領域はその道のプロと組む



52社 不動産会社

物件情報・仲介



48社 設計・施工会社

店舗の設計・内装工事



21社 専門サービス

税務会計・資金・集客・POSなど

飲食店のライフサイクルを全網羅し、顧客生涯価値（LTV）を最大化する

4. 成長への取り組み

出退店サポート 市場環境

国内成長ポテンシャル

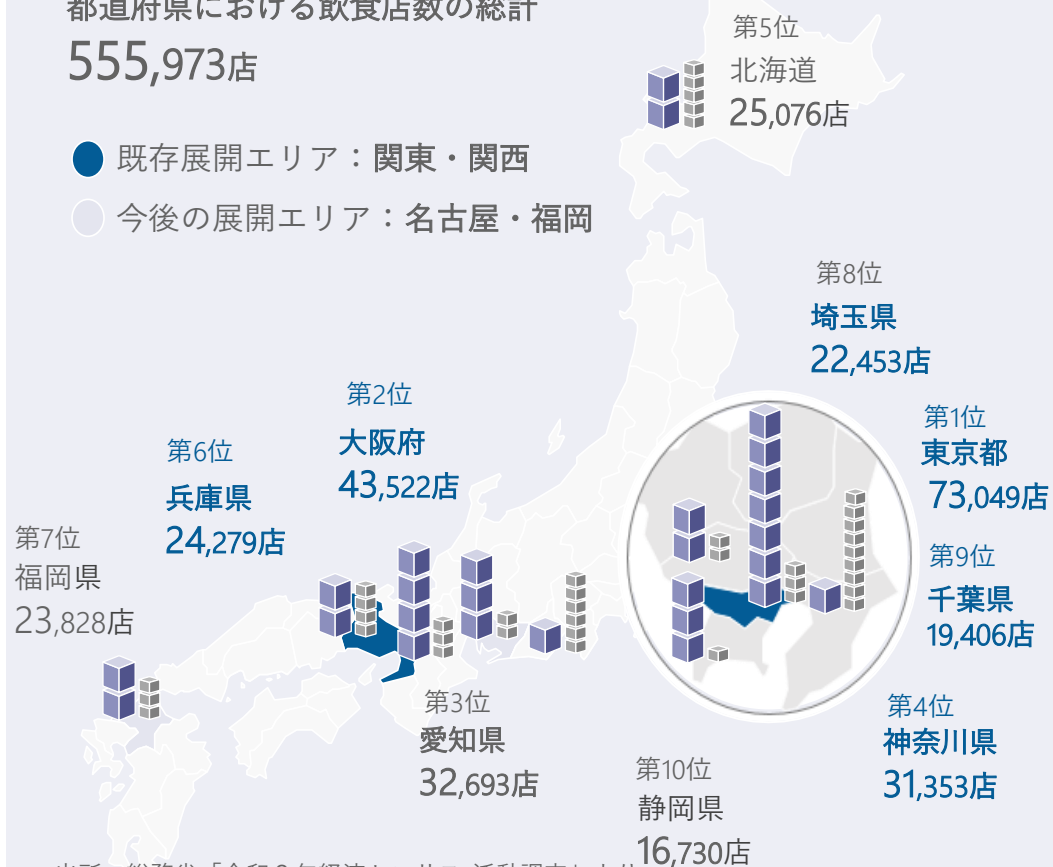
- 国内に55万店以上存在する飲食店は、関東エリアだけで17万店以上、当社の主要展開地域である東京都だけで7万店以上存在、今後のシェア拡大余地が大きい

都道府県における飲食店数の総計

555,973店

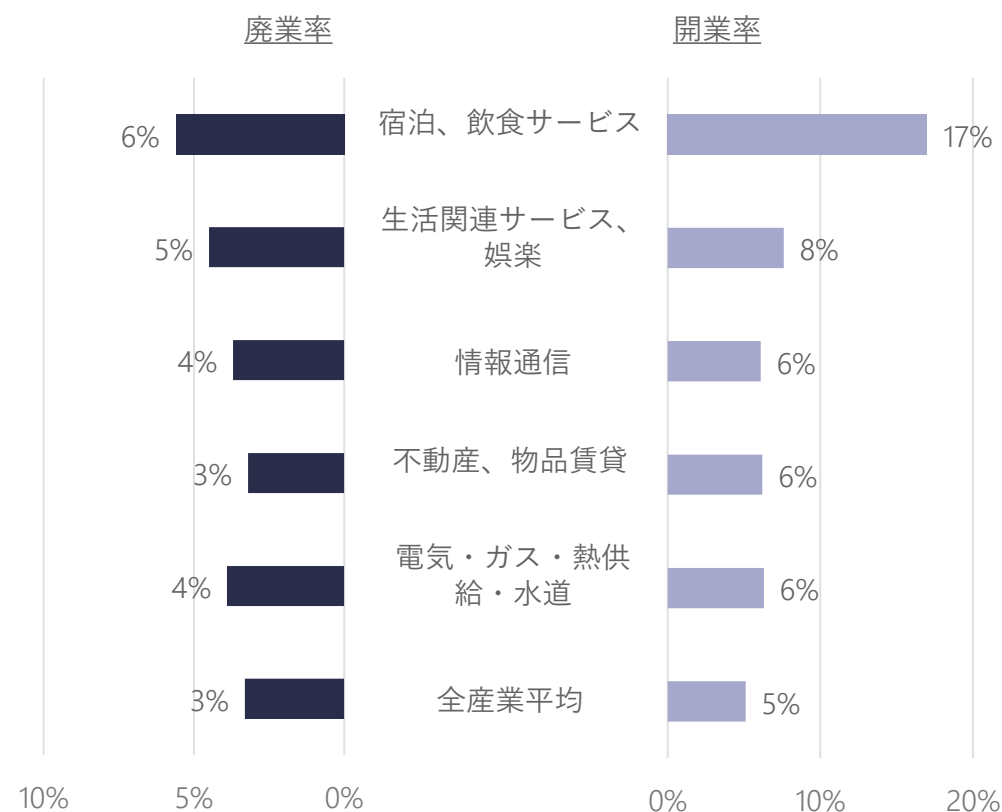
● 既存展開エリア：関東・関西

○ 今後の展開エリア：名古屋・福岡



飲食店の開業・廃業の状況

- 飲食業の廃業率は6%（宿泊業も含む）で、すべての業種の中で最も高い業界
- 開業率も飲食業は17%と業種別でも圧倒的に高く、入れ替わりが活発な業界



出所：中小企業庁 2022年版 小規模企業白書より

出退店コスト削減で飲食企業の成長加速をサポート！

出店・退店における課題

1. 店舗物件の確保の困難性

- 飲食店舗物件は少なく、競争が激しく、良い物件を獲得するのが困難

2. 高額な初期設備投資

- 厨房機器、内装、衛生設備などの初期投資が高額である一方、資金調達も困難なことが多く、新規事業者にとって大きなハードル

3. 退店時も多額のコスト

- 物件を元の状態に戻すための解体費用や、賃貸契約解除による違約金等が発生

居抜物件
情報提供

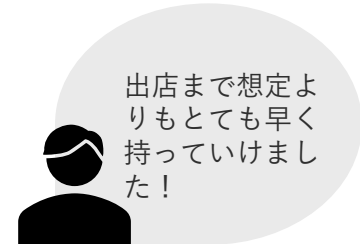
設備投資
圧縮支援

退店費用
圧縮支援

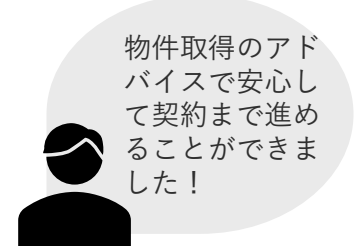
取り組み事例



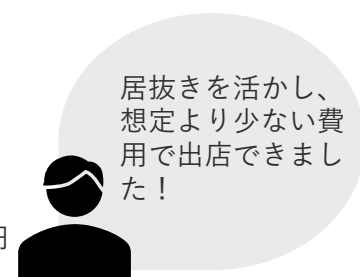
業態 ラーメン
場所 川崎市 1階
面積 8坪 (28㎡)
出店期間 2カ月
圧縮費用 約440万円



業態 台湾料理
場所 杉並区 1階
面積 24坪 (78㎡)
出店期間 2カ月
圧縮費用 約1,200万円



業態 焼肉
場所 杉並区
面積 40坪 (134㎡)
出店期間 1ヶ月
圧縮費用 約2,500万円



※圧縮費用はスケルトンの場合、1坪当たり80万円の投資予算想定した場合（当社試算）

4. 成長への取り組み

外国人材紹介サポート 市場環境

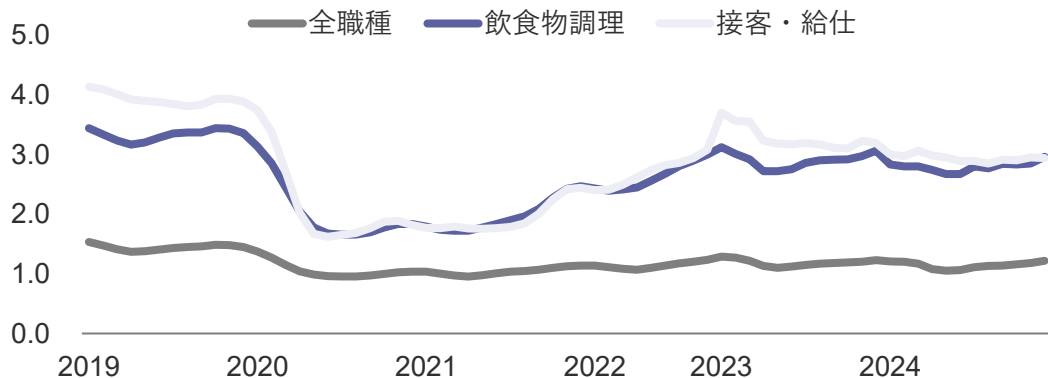
飲食業界における人手不足の状況



飲食含むサービス業は
2035年に384万人
人手不足と推定！

出所：パソナ総合研究所・中央大学「労働市場の未来推計 2035」※サービス業の推定

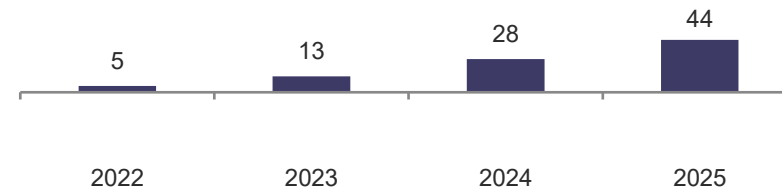
- 飲食業界では慢性的な人手不足の中、新型コロナ感染拡大により、有効求人倍率は一時的に低下したものの回復し、足元では2.5倍程度まで上昇



出所：厚生労働省「一般職業紹介状況（職業安定業務統計）」

「食」分野の成長機会

① 外食業：新規受入は事実上停止

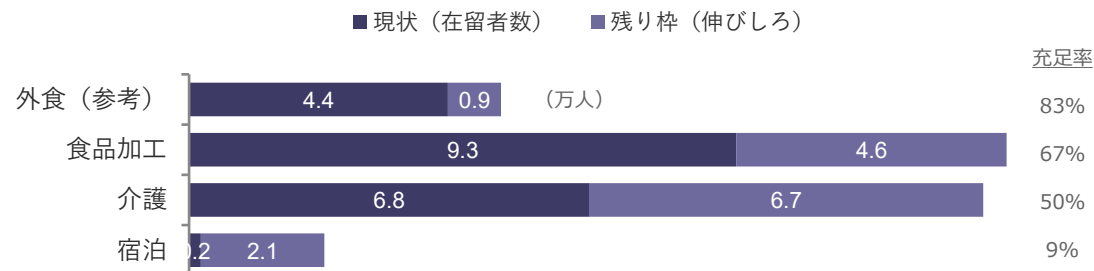


充足率83%

2026年4月～
新規受入停止

- 外食業界の人材不足自体は変わらない
- 受入れ制限により、日本人・外国人を含む転職市場は、より大きくなる見込

② 食品加工・介護・宿泊はまだ伸びしろあり（受入れ上限との比較）



食品加工・介護・宿泊へ、既に横展開済み
特定技能制度の変化を先取りし、「食」を軸とした複数分野でのマッチング体制を構築

出所：出入国在留管理庁「特定技能在留外国人人数（令和7年12月末）」／受入れ見込数は「受入れ見込数の再設定」（令和6年3月29日閣議決定）

『食』分野の人手不足問題を特定技能外国人の採用で解決！

外国人雇用における課題

1. 言語における課題

- 言語の違いがコミュニケーションの問題を引き起こし、業務の効率やチームワークに悪影響を与える可能性がある

2. 文化の違いにおける課題

- 職場のルールや仕事の進め方に対する理解の違いが摩擦を生じる可能性があり、これにより、職場での誤解や対立が発生する可能性がある

3. ビザ手続き等の煩雑さ

- 雇用に必要なビザの取得や更新は複雑であり、これが雇用主にとって手間となり、またプロセスに時間がかかることが課題

特定技能
外国人紹介

外国人材
定着支援

特定技能ビザ
登録支援

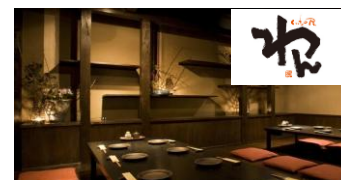
取り組み事例



株式会社札幌かに本家 様



特定技能人材の受入に不安もありましたが、親身なアドバイス、疑問への適切な対応から、安心して任せられる支援会社だと感じています。



株式会社オーイズミフーズ 様



日本語レベルや勤務条件も事前に整理されており、採用後のミスマッチが少なかった点が非常に助かっています。

< 主な取引先様 >



名物串カツ 田中 大阪伝統の味



住居・通信・決済・言語学習の整備で、定着と活躍を支援！

外国人材の「生活の壁」

1. 「住まい」の壁

- 外国人入居可の物件が見つからない、初期費用が高騰、契約手続きが煩雑
- 企業にとって個別対応に追われ本来業務を圧迫

2. 「通信」の壁

- 来日して間もない場合は審査が通りにくく契約自体が難しい
- 銀行口座を作るために電話番号が必須だと言われる

3. 「決済手段」の壁

- 来日直後は日本での信用情報がなく、カードや口座の開設が難しい
- 母国への送金手段が限られており、仕送りなどがスムーズに行えない

4. 「日本語」の壁

- 日本語脳力テストは合格したが、飲食店現場で使う実践日本語は難しい
- 日本人コミュニティに入っていけない孤独

取り組み事例



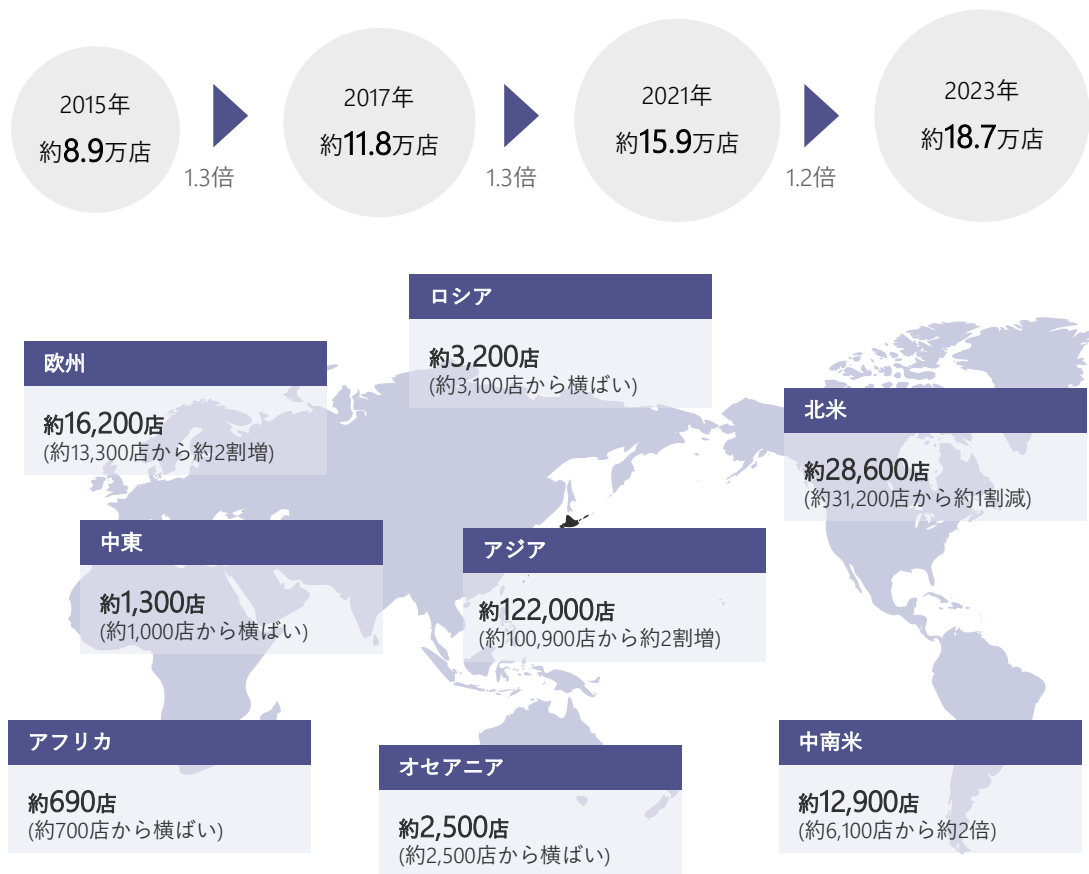
「採用」だけでは足りなかった——！
当社の現場で得た“苦戦”から生まれた、実効性ある外国人材支援。
働く人が根づき、活きる環境こそ、企業の成長を支える

4. 成長への取り組み

海外出店に関する取り組み強化の背景

海外における日本食レストラン数

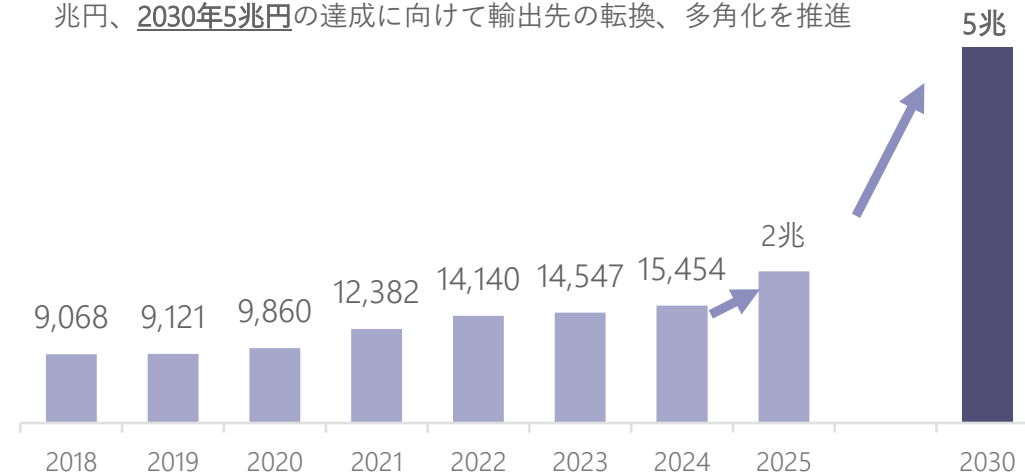
- 世界の日本食レストラン数は増加しており、日本食需要の高さがうかがえる



出所：農林水産省 輸出・国際局「海外における日本食レストランの数」 () 内は2021年調査結果との比較

日本食文化の海外への日本政府の取り組み事例

- 農林水産省は水産物及び農作物や食品加工を含む食品の輸出目標である2025年2兆円、2030年5兆円の達成に向けて輸出先の転換、多角化を推進



- 政府は、その他以下のような取り組みを行い日本の食文化を世界に発信している

ユネスコ
無形文化遺産

クールジャパン
戦略

レストラン
海外展開支援

日本食認証制度

輸出促進政策

食育の推進

海外市場への挑戦！日本食文化の発信！

日本食文化を海外に発信する意義

1. 日本食文化の普及

- 日本各地の伝統的な料理や食材、日本文化を広めることにより、和食のブランド力を向上。

2. 職人技術の国際的評価向上

- 現地スタッフを雇用・教育し、日本のサービス・職人技術を伝えることで、グローバルな人材育成と技術の伝承。

3. 国際的なネットワークの構築

- 海外直営店舗の国際的なビジネスネットワークを構築し、食材調達やマーケティングなどノウハウを蓄積し進出サポートに活かす。

海外運営
ノウハウ蓄積

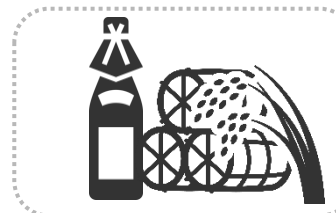
日本食人材
の育成

日本食文化
の発信

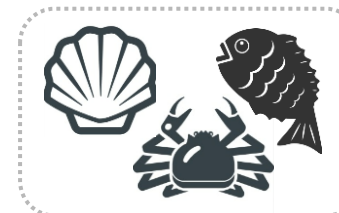
日本産食材
の海外普及

取り組み事例

- 海外直営店舗において、日本産食材を提供



日本酒・米



魚介類



野菜・果物

- 【ベトナム直営店】において、食育・日本食文化を発信！



20年の鮨職人が教える子供向け寿司握り体験会



涼を感じながら、日本食文化を楽しめる「流しそうめん」イベント

- 【ベトナム直営店】において、日本の風物詩「夏祭り」文化を発信！



日本の伝統衣装「浴衣」を着用、季節感や日本文化を体験



夏祭りでおなじみの「射的」、日本の遊び文化に触れてもらう企画

新たな取り組み【リターンキャリア】

外国人材「循環」の時代へ：リターンキャリアが切り拓く和食文化の発展



日本の当社直営店
で育成

日本 (育成と価値創造の拠点)

受入：「特定技能人材の戦略的受入」

単なる労働力確保ではなく、将来の海外拠点リーダー候補として迎え入れる。

育成：「日本食文化と経営ノウハウの修得」

調理技術・接客・衛生管理に加え、店舗運営の仕組みを直営店で徹底教育。

進化：「グローバルリーダーへの進化」

母国と日本を繋ぐ架け橋として、多文化を理解した次世代リーダーを育成。

ワンストップ
サポート

対象国 (成功と市場拡大の舞台)

輩出：「優秀な人材の輩出」

日本で学び、母国で成功するという明確なキャリアパスにより、質の高い人材を確保。

普及：「日本食文化の普及と継承」

日本で培った「本物の技術」を母国の店舗で再現し、現地市場を開拓。

凱旋：「圧倒的な現場力を備えた帰国」

日本文化を熟知したスタッフのマネジメントにより、海外進出の成功率を劇的に向上。



ベトナム母国で
店舗責任者へ



和食を世界へ！海外市場に挑戦する飲食企業をサポート

海外進出における課題

1. 法規制とビジネス慣習

- 各国の異なる法規制、税制、商習慣の把握と遵守が困難

2. 物件、内装設備の調達

- 立地の選定に加え、契約交渉及び設備調達が困難

3. スタッフの採用や教育

- 現地で良い人材を採用し、日本のサービス基準や技術を現地スタッフに教育することが困難

4. 原材料調達や物流の方法

- 日本の品質基準を満たす原材料の現地調達及び、物流ルートの構築とコスト管理が困難

法人設立
サポート

物件取得
サポート

人材採用育成
サポート

サプライヤー
開拓

取り組み事例

- 日本企業・日本人オーナーによる宇奈ととのライセンス店舗がベトナムに初オープン！



「名代 宇奈とと
ファンシックロ
ン店」が3月10
日オープン！



当社グループが
海外進出をフル
サポート！

- 海外マーケット視察ツアーやセミナーの開催



- 既新進出の日系飲食店の視察
- ローカル及び日系ショッピングモールの視察
- ローカル市場の視察
- 既新進出の日系飲食店の視察
- 店舗物件の視察
- 当社直営店にて人材の採用と育成に関する勉強会

- 当社サポート対象国



日本食文化の伝承・世界で活躍できる担い手の育成と輩出!

職人人材が不足することによる社会・業界の影響

1. 伝統技術・文化の消滅

- 職人が減少すると、焼き鳥や寿司などの伝統技術が次世代に伝承されず、日本の食文化が失われる可能性がある

2. 品質の低下

- 熟練した職人が減ることで、料理の品質が低下し、顧客満足度や業界全体の信頼が低下する恐れがある

3. 国際競争力の低下

- 高品質な日本料理が提供できなくなると観光業に悪影響を与え、関連産業にも経済的な損失が生じる可能性がある

取り組み事例



母の日寿司握りイベント

- 「飲食塾」×「イベント」企画の開催
- お寿司をもっと身近に、もっと楽しんでいただけるように、母の日にぴったりな手作り寿司のイベントを開催!



アメリカ人ラーメンYouTuber
ラーメンコラボイベント



海外インフルエンサー向け
寿司体験会

塾設立
実践場所の提供

短期講座の開設
イベントの開催

国内外
就労支援
独立支援

食を通じた地方創生事業で地域を活性化！

当社が取り組む地方創生事業

■ 地方過疎化がもたらす課題

1. 人口減少

- ・若者の流出と高齢化により地方の人口が減少し地域の活力が低下

2. 経済の衰退

- ・地方の主要産業（農業、漁業、林業など）が衰退し、経済が停滞

3. インフラの維持

- ・道路、橋、公共施設などのインフラが老朽化し、維持管理が困難

4. 社会サービスの低下

- ・医療・福祉サービスの不足や教育機関の統廃合

5. 地域コミュニティの崩壊

- ・人口減少による地域コミュニティが弱体化と伝統文化の消滅

地元食材
の活用

地域食文化
の発信

生産者/大学
とのコラボ

地域資源
を活かした
新店舗開発

地域
イベント
の開催

取り組み事例



【地方創生イベント「宇陀那智」】

公民連携推進機構と連携し、奈良県宇陀市、和歌山県那智勝浦町の2自治体とともに、「小虎小路」にてイベント「宇陀那智」を開催

- ・宇陀市の人気酒蔵「久保本家酒造」の清酒「初霞」で鏡開き
- ・勝浦漁港から直送された「一度も冷凍されていない生まぐろ」の解体ショー など



【能登復興支援「能登のカニカマで食べて応援」】

能登地方の復興を支援するため、能登産カニカマを使った特別メニューを提供。食を通じて能登の水産加工業を応援し、地域活性化に貢献。

4. 成長への取り組み

サステナビリティ 当社戦略検証

	メガトレンド	重要課題候補	当社のサービス／取り組み
E 環境	脱炭素社会の実現	－ 内装設備、機械設備等の廃棄処分を抑制	■物件情報サポート等、居抜き店舗の活用で資源の再利用
	フードロス	－ 無駄のない食材活用への取り組み、地産地消	■ベトナムにおける現地食材を利用した日本食の開発・提供
	日本の生産年齢人口、労働人口の減少加速	－ 日本の労働環境における人材の確保 － 和食職人の確保	■飲食事業：外国人材の積極的な採用 ■人材紹介：外国人材の積極的な紹介 ■「飲食塾」で和食職人を比較的短期間で育成
	地方の疲弊、過疎化	－ 地方創生、地方活性化	■真鶴のアンテナ店舗を開業し、魅力を発信 ■「九大新町研究開発次世代拠点」への出店
S 社会構造	FIRE（早期退職）、多様化したキャリア選択の発現	－ リスキリングや起業による新しい業務・仕事への展開	■飲食塾：和食人材の育成、職人技術のリスキリング、ISA導入（出世払い）
	アフターコロナでの外食需要の変化	－ 外食需要の減少による飲食店売上の減少 － 店内飲食を伴う店舗の減少 － デリバリー等の店外売上の落ち着き	■宇奈とと：ライセンスの展開、直営店店舗売上以外の販売強化 ■M.I.T：選ばれる店舗としての魅力・ブランドの再確認
	アフターコロナでのインバウンド需要の回復と変化	－ インバウンド需要店舗の売上増加 － インバウンド需要の取り込みのための宣伝、多言語化への対応	■インバウンド向け商品開発 ■外国人材の採用
	アジア各国でのコロナに伴う出入国管理の混乱	－ 海外での高品質な和食業展開の推進	■直営店出店による経営ノウハウの蓄積
S 教育・文化	豊かな日本の食体験の提供、伝承、発信	－ 人手の確保 － 和食人材の確保	■飲食塾：和食人材の教育、職人技術のリスキリング、ISA導入（出世払い） ■ASEANで和食直営店運営、直営店及び現地百貨店で日本食材を販売 ■国内外の観光客の集客が期待される新たな複合施設「福岡大名ガーデンシティ」への和食店舗出店、観光客へ和食発信
S DX化	業務プロセスのデジタル化	－ デジタルツールの活用によるビジネスモデルや業務の「変革」	■業務改善デジタルツールの導入
S 働き方	飲食業界のホワイト化 長時間労働	－ 社員のワークライフバランスの確保 － 安心して働ける職場の確保	■有給・育児休暇取得率 ■人材育成（研修実施数、資格取得報奨金制度、語学学習支援制度等） ■定着率（もしくは離職率） ■賃金アップ
G コンプライアンス	女性社員の登用	－ 積極的な女性社員の採用、働き方改善の仕組み、育成	女性幹部の ■取締役6名中女性2名（33%） ■女性の働きを支援（G-FACTORY単体女性社員比率50%）

4. 成長への取り組み

サステナビリティ 重要課題



将来見通しに関する注意事項

本資料には、当社グループの現在の計画や業績見通しなどが含まれております。
これらの将来の計画や予想数値などは、現在入手可能な情報をもとに当社が計画・予想したものであります。
実際の業績などは、今後の様々な条件・要素により、この計画・予想などとは異なる場合があります。
この資料はその実現を確約したり、保証するものではありません。
なお、この資料への公認会計士、監査法人の関与はございません。