

**Genki Global
Dining Concepts**

中期経営計画

2027年3月期～2029年3月期

～川上戦略を起点とする持続的成長モデル～

株式会社Genki Global Dining Concepts

証券コード：9828

2026年5月28日



1. 中期経営計画の方向性と目標
2. 成長戦略
3. 成長を支える経営基盤
4. 参考資料

本日の主なポイント

1 経営環境の変化と新中計の戦略転換

現社長就任に伴う経営方針の見直し
子会社の戦略的機能とグループ内役割
10年後のありたい姿からのバックキャスト

出店戦略の加速と養殖事業の拡張による収益力強化
国内外事業を支える貿易・加工機能によるバリューチェーン強化
世界の寿司QSR市場における店舗数No.1の確立

2 成長戦略の全体像

フェーズ1 (2027年3月期～2029年3月期)
フェーズ2 (2030年3月期～2032年3月期)
フェーズ3 (2033年3月期～2035年3月期)

川上事業の育成と収益基盤の安定化、第2の柱の確立
国内外をつなぐ供給体制と中小型店舗モデルによる成長加速
スケール拡大による競争優位の確立と新たな価値創造

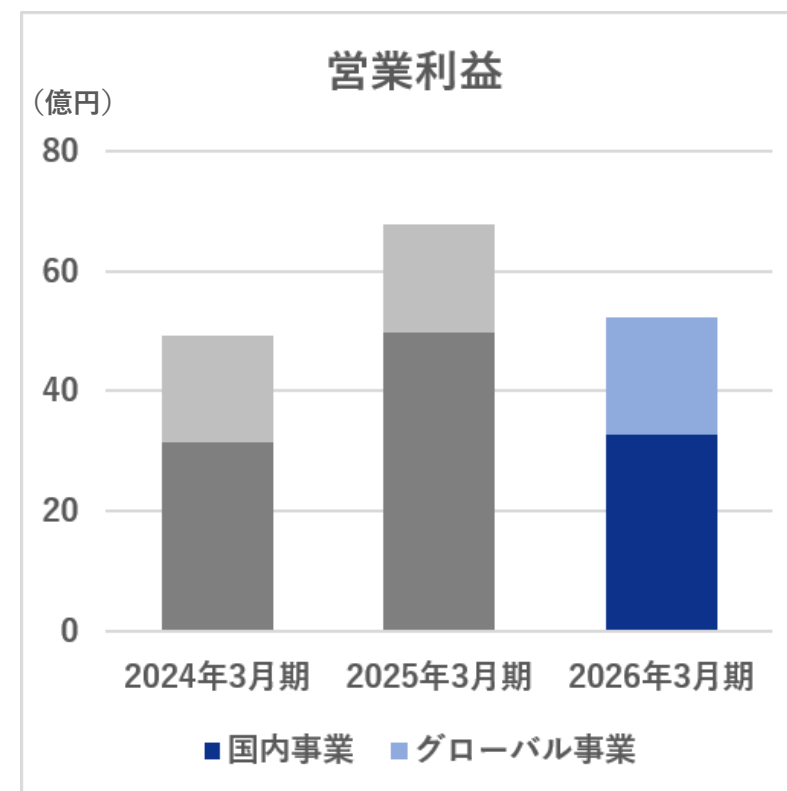
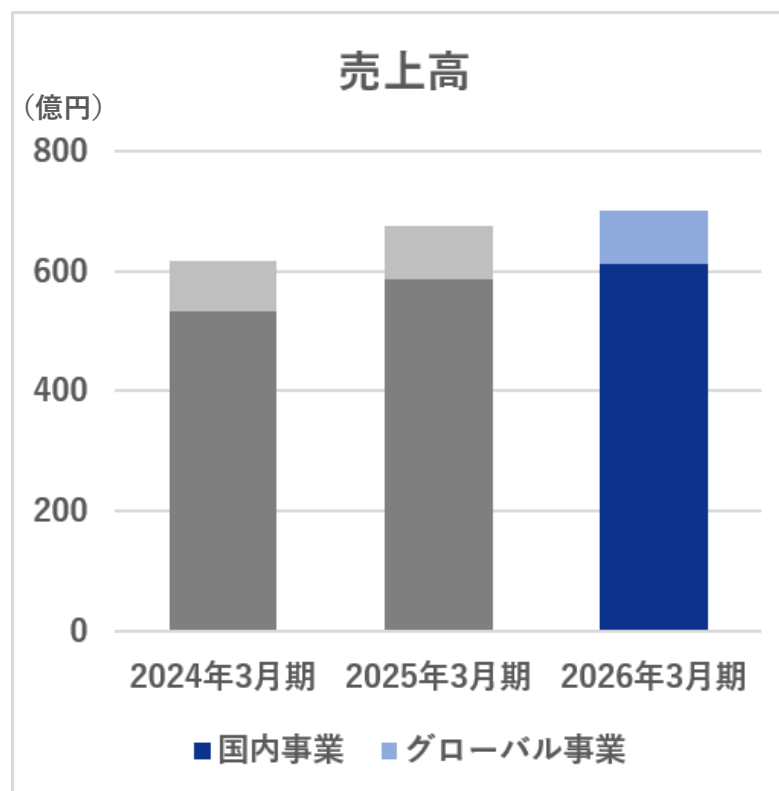
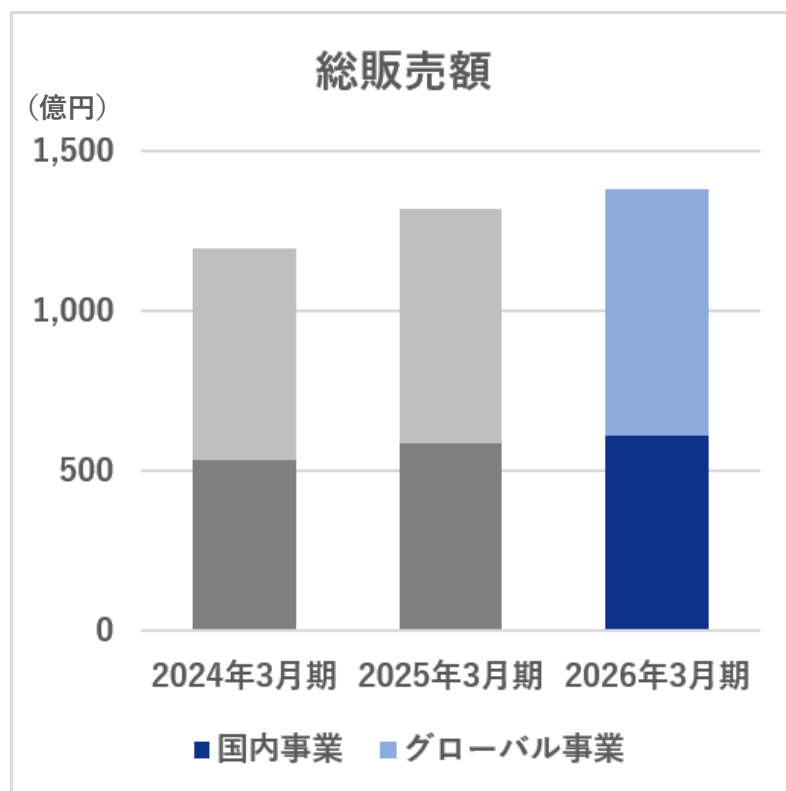
3 持続可能な経営基盤の強化

人的資本の強化戦略
財務基盤の強化戦略
ガバナンス・リスク管理体制の強化

採用や人材育成、能力開発、従業員働きがい向上
成長を支える重点領域への戦略的投資
子会社管理、レピュテーション、海外法規制への対応強化

過去3年間の実績と振り返り

総販売額及び売上高は、価格適正化と出店拡大を背景に、持続的な成長を確保
 営業利益は、コメ価格など原材料価格の上昇に加え、人的投資の先行実行により減益



中期経営計画見直しの背景

市場・競合環境の変化を踏まえ、調達力強化と店舗拡大により成長を加速

Genkiブランドの強みを磨き込み、顧客満足度No.1を実現

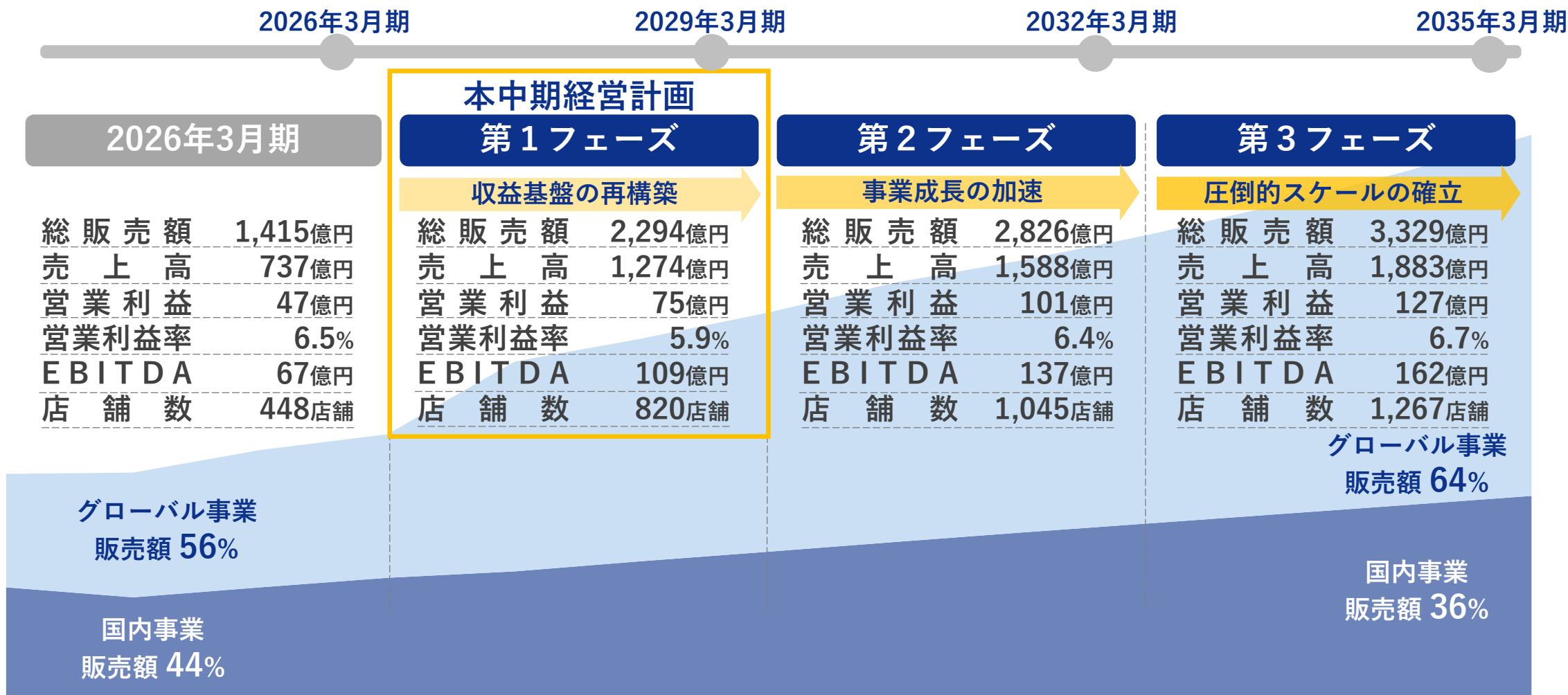
	市場環境（課題）	足元の取組み（現在）	3年後のゴール（未来）
【農業・養殖】 調達力の強化	<ul style="list-style-type: none"> 円安で海外仕入額上昇 世界的な魚類消費量増加 日本食人気の高まりによる調達競争の激化 米価格高騰・高止まり 	<ul style="list-style-type: none"> サーモン・いくら養殖協業 真鯛・ぶり・はまちの養殖協業 清原Genkiファーム設立による米の生産開始 	<ul style="list-style-type: none"> 養殖による安定供給体制を確立 海外FC向けの強化指定魚の供給 国産サーモン・いくらの海外輸出展開 栃木県内店舗における米の自社生産率100%の実現
【分厚い顧客基盤】 国内事業	<ul style="list-style-type: none"> 顧客の節約志向の強まり 外食企業のM&A推進 燃料費・原材料費の高騰 出店コストの上昇 	<ul style="list-style-type: none"> 魚べい業態出店ペース加速 大阪焼肉「うま勝」出店 家計応援キャンペーン IPコラボ、エンタメパネル 	<ul style="list-style-type: none"> 国内出店加速により260店舗体制へ（うち魚べい45店舗出店） 「うま勝」業態の戦略的出店拡大 ファン層の拡大と顧客満足度No.1
【強固なFCモデル】 グローバル事業	<ul style="list-style-type: none"> 出店初期投資の高騰 FC出店ペースの鈍化 東南アジア以外の地域展開における制約 	<ul style="list-style-type: none"> 豪州「Food Odyssey Pty. Ltd.」子会社化 ハワイ「GENKI DINER」出店 	<ul style="list-style-type: none"> （元気）グローバルQSR※業態開発 （元気）中小型店舗モデルのFC展開 （GENKI DINER）米国本土で店舗展開 （Food Odyssey）中東・欧州へ展開

(※)QSR = Quick Service Restaurant

[特色] 迅速な商品提供、セルフサービス(カウンター注文)、標準化されたオペレーション

中期経営計画（2027年3月期～2029年3月期）及び中長期目標

Sushi Sushiのグループ参画を契機としてグローバル出店を加速することで、売上高の拡大を実現
営業利益は、販売事業の参入で利益率は一時的に減少も、利益額は出店規模に比例して増加



中期経営計画 第1フェーズ基本戦略

売上戦略



国内事業

国内店舗 + 70店舗

魚べい及びうま勝の出店拡大



グローバル事業

海外店舗 + 300店舗

元気寿司(QSR)の展開

デリバリー販売強化

Sushi Sushi の出店拡大



その他事業

海外販路の拡大

利益戦略



国内事業

メニューの充実と
商品構成の最適化



グローバル事業

FC店舗の出店拡大
新規FCパートナーの開拓



調達力強化

米の自社生産開始
養殖事業を本格化
仕入調達の強化

中期経営計画 数値目標

単位：億円	本中期経営計画			
	2026年 3月期	2027年 3月期	2028年 3月期	2029年 3月期
総販売額	1,415	1,967	2,099	2,294
国内事業	611	671	713	778
グローバル事業	769	1,134	1,204	1,312
その他	34	161	181	203
売上高	737	1,030	1,157	1,274
国内事業	611	671	713	778
グローバル事業	91	201	263	292
その他	34 ^{※1}	157	181	203
営業利益	47	60	67	75
国内事業	32	36	38	42
グローバル事業	19	20	23	25
その他	-4 ^{※2}	2	5	7
営業利益率	6.5%	5.8%	5.8%	5.9%
EBITDA	67	89	100	109
店舗数	448	677	749	820
国内事業	194	219	242	264
グローバル事業	254	458 ^{※3}	507	556

2029年3月期

成長性

CAGR **20%以上**

収益性

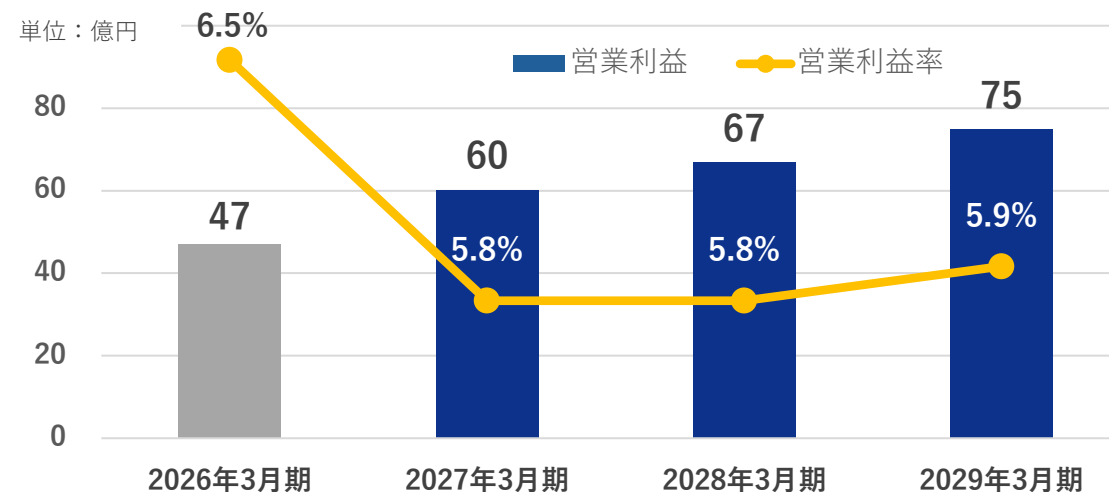
営業利益率 **5.9%以上**

効率性

ROE **16%以上**

KPI

店舗数 **800店舗以上**



※1 「その他」セグメントは、株式会社ゴダック及び株式会社神戸まるかんで構成され、2026年3月期第4四半期より連結に算入しています。

※2 2026年3月期の「その他」には調整額(△370百万円)が含まれております。

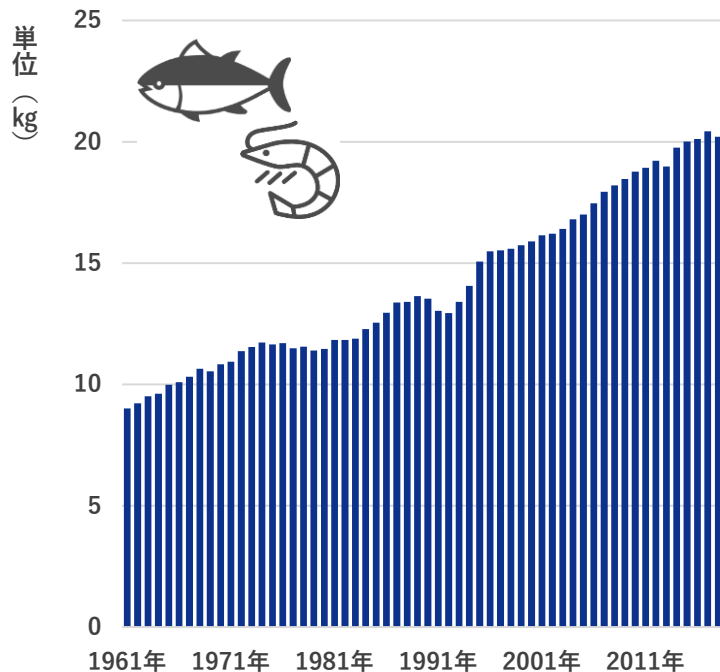
※3 Food Odyssey Pty. Ltd.は、2027年3月期第2四半期より連結対象に含めています。

1. 中期経営計画の方向性と目標
- 2. 成長戦略**
3. 成長を支える経営基盤
4. 参考資料

調達力の強化－外部環境変化への対応

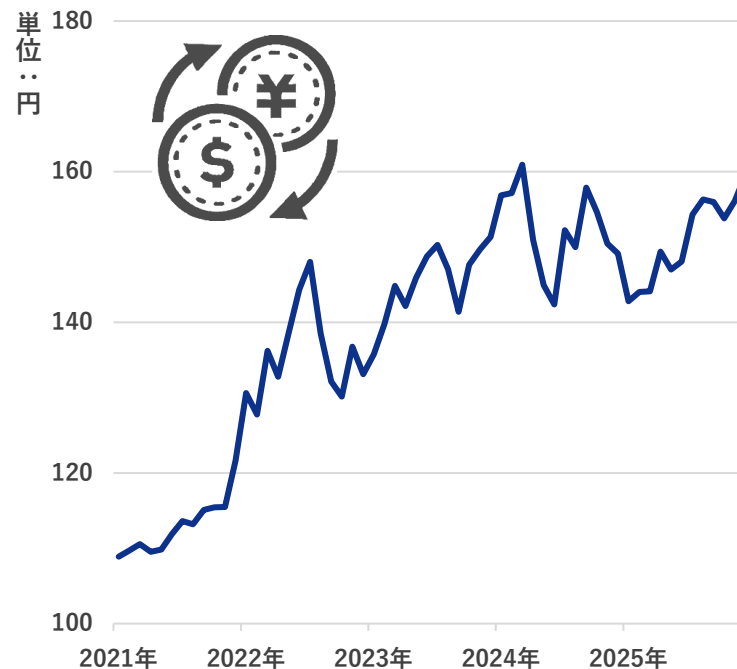
魚介類消費は、人口増加及び一人当たり消費量の上昇を背景に構造的に拡大
一方、円安の長期化により寿司ネタの輸入価格には上昇圧力

世界の1人1年当たり食用魚介類消費量の推移
(粗食料ベース)



出典：FAO 「FAOSTAT Food Balance Sheets」
注：粗食料とは、廃棄される部分も含んだ食用魚介類の数量。

ドル円為替レート推移 (2021年～2025年)



出典：日本銀行 主要時系列統計データ表

【課題】

【施策の方向性】

気候変動による
水産資源の減少

国内養殖による
内製化の推進

円安傾向の継続

国内調達比率の
引き上げ

世界的な魚介類
消費量の増加

グローバル市場
販売拡大

原油・物流コスト
上昇

サプライチェーン
再設計

調達力の強化ーバリューチェーン戦略

川上から川下までの一貫したバリューチェーンにより、全体最適と効率化を推進
品質・原価管理を強化し、グローバル展開を支える基盤を構築

1. 川上（養殖・農業事業）

主力食材の国産ブランド化による付加価値向上

農業
米・野菜



清原Genkiファーム
Kiyohara Genki Farm



養殖
真鯛・はまち・サーモン・いくら



2. 川中（調達・加工機能）

調達強化と来店動機創出に向けた商品共同開発

食材調達
ゴダック社



食材調達・食材加工
神戸まるかん社



3. 川下（販売・店舗運営）

世界供給による圧倒的なスケールメリットの創出

国内店舗



グローバル店舗



調達力の強化－新規事業

2026年3月期

2029年3月期

2032年3月期

2035年3月期

2026年3月期

第1フェーズ

第2フェーズ

第3フェーズ

農業
(清原Genkiファーム)

清原Genkiファーム
設立 (宇都宮市)

米：栃木県内店舗
完全自社生産

米：国内全店舗
20%自社生産

米：国内全店舗
30%自社生産

養殖

サーモン・いくら
国内最大級のスケール
で自社生産の構築に着手 (熊本)

真鯛協業開始 (三重)

はまち・ぶり・かんぱち協業開始 (香川)

サーモン・いくら
・(国内)フェア展開
・(海外)輸出開始
養殖の安定供給

協業体制の確立

- ・真鯛
- ・はまち・ぶり
- ・かんぱち

国内店舗の5割に国産
サーモン・いくらを提供

海外店舗販売用の養殖魚 (ブランド真鯛等) の協業開始

国産サーモン・いくら
国内全店舗で提供

海外店舗販売用の養殖魚 (ブランド真鯛等) の協業拡大

**食材調達
食品加工**

ゴダック子会社化
(水産物輸入商社)

神戸まるかん子会社化
(食品製造・販売)

(ゴダック)
食材を海外FCへ供給
(神戸まるかん)
定番商品供給拡大

(ゴダック)
物流センターの増設、
養殖魚を海外FCへ供給

(ゴダック)
海外物流拠点の増設
(神戸まるかん)
海外店舗へ商品供給

調達力の強化－養殖



調達力の強化－養殖



■国産サーモン・いくらの陸上養殖

- ✓ 2025年10月、サーモン・いくら陸上養殖事業開始
- ✓ 2027年春頃、一部店舗でサーモン・いくらを提供予定
- ✓ 2029年3月期までに水槽の増設400槽を目標に建設
- ✓ 2032年、国内外のグループ店舗へ提供

■ハマチ・鯛の養殖による商品力強化

- ✓ 養殖を通じ、調達価格の安定化と安定供給を実現
- ✓ 魚べいならではのおいしさと品質を磨き込み、商品価値を向上
- ✓ 国内外のグループ店舗へ提供

■財務影響、リスクシナリオ

- ✓ 災害・供給リスク分散のため、養殖と外部調達を併用
- ✓ 温度の安定した、山麓伏流水をかけ流しで使用しているが水温が上昇した場合は生産が減少する可能性あり
- ✓ 異常気象による生存率低下や市場価格下落時、回収期間が1～2年延びる可能性あり
- ✓ 水槽増設に伴う年間投資額は約7億円、回収期間は約7年を見込む

調達力の強化－農業



清原Genkiファーム

田おこし

調達力の強化－農業



■ 清原Genkiファームの設立

- ✓ 2026年4月に設立
(株式会社明地51%、当社49%出資)



■ 設立の目的

- ✓ 米の自社生産による安定調達と価格変動リスクの低減
- ✓ 適正価格での取引を通じた持続可能な事業運営
- ✓ 地域貢献 (CSR)、耕作放棄地の活用・雇用創出・地域交流

■ 運営体制

- ✓ 農業経験豊富な生産者と連携
- ✓ スマート農業の導入
 - ・ドローン導入や、センサーによる圃場モニタリング
 - ・乾田栽培などの先端技術

■ 今後の予定

- ✓ 2026年秋頃より一部店舗へ供給開始
- ✓ 2029年3月期を目標に栃木県内の店舗をカバー (生産量500t)

■ 財務影響、リスクシナリオ

- ✓ 100 t 当たりの生産で、15~20百万円の原価低減効果を見込む
- ✓ 気候変動や自然災害により不作となった場合、市場価格の上昇と連動し原価が上がる可能性あり

調達力の強化－食材調達/食品加工



■(株)ゴダック・(株)神戸まるかんの全株式を取得

- ✓ 原材料の安定調達体制の強化、商品開発及び店舗オペレーション効率化の推進が取得の狙い
- ✓ 将来的な調達リスクに備え、グループ全体の企業価値向上を目指す

■貿易機能の強化

- ✓ 株式会社ゴダックは、海老や貝など世界最高レベルの魚介類の安定的な調達網を有しており、「魚べい」「元気寿司」で仕入販売の実績あり
- ✓ 国内店舗の食材を安定的に調達し、今後は海外にも展開

■工場機能の強化

- ✓ 株式会社神戸まるかんは、茶碗蒸し具材や水産加工品等、中間食材を製造しており、店舗オペレーションの軽減を担っている
- ✓ サイドメニューやソース類等の商品を共同開発

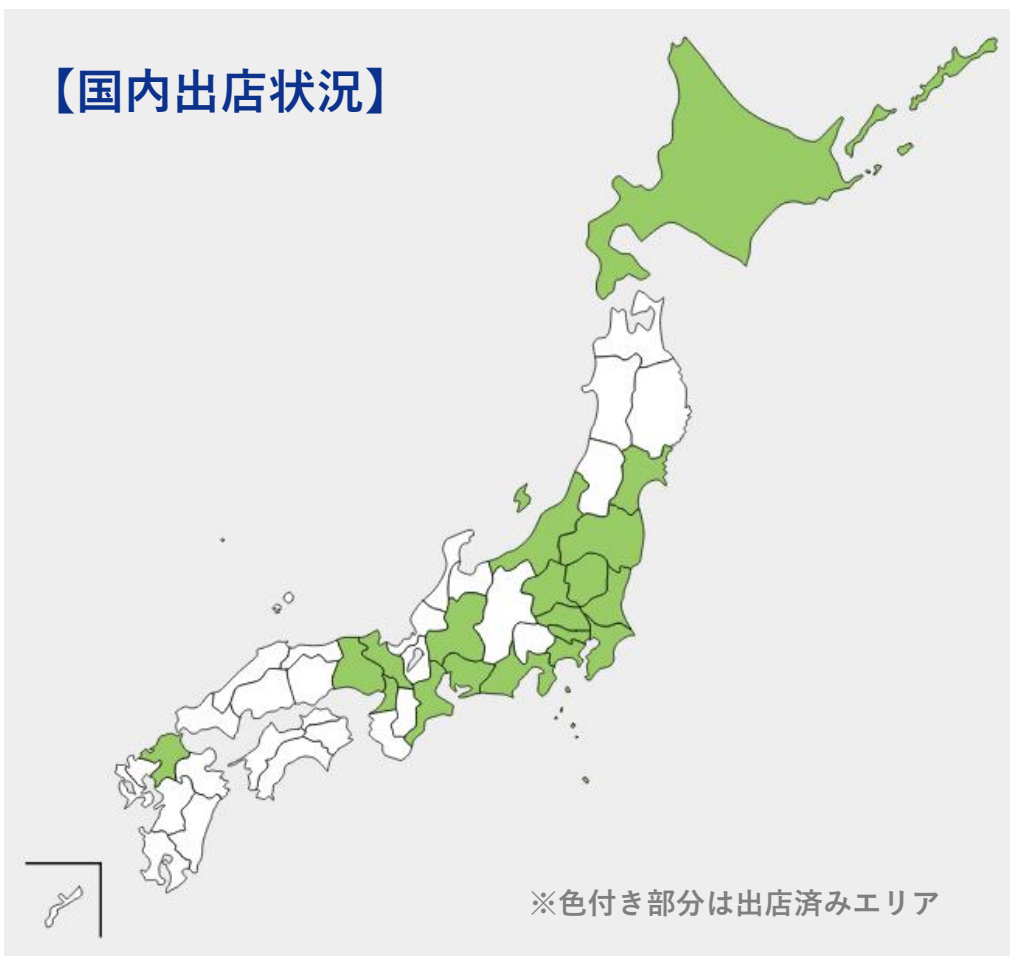
中期経営計画－国内：重点施策

重点施策	具体的な打ち手
店舗出店の加速	<ul style="list-style-type: none"> 回転寿司（魚べい）：新規15～20店舗／年の出店を推進 千両・GENKI SUSHI×魚べい：ブランド力強化と店舗開発を推進 新業態（大阪焼肉うま勝）：業態コンセプト確立を踏まえた出店拡大
既存店売上の最大化 （昨対103%平均）	<ul style="list-style-type: none"> 強みであるスピーディな商品提供と品質管理の継続強化（磨き上げ） 商品ミックス最適化による集客強化と原価最適化 営業時間の延長、平日の集客力強化 人材育成（技術トレーナー・多言語対応）によるサービス力向上
人員体制・人的資本の強化	<ul style="list-style-type: none"> 出店加速に合わせた採用の強化 トレーニングの標準化による教育効率の向上 店長・時間帯責任者の育成強化による現場力の向上
マーケティング力の強化	<ul style="list-style-type: none"> 養殖事業を活用した差別化商品の展開（国内・海外） 海外販売商品の逆輸入による商品ラインナップ拡充 需要予測に基づく最適な価格戦略と商品ミックスの設計 AIを活用した売上最大化とコスト最適化による利益管理の強化
顧客体験価値の向上	<ul style="list-style-type: none"> エンタメパネル「魚ッぴ～」の導入 タッチパネル・アプリ改善による注文体験の高度化 グループシナジーを活用した「Genkiならではの」の商品開発

中期経営計画－国内出店戦略

出店戦略は、商圈人口10万人以上の地方中核都市を中心に未出店エリアへ展開し、都内市街地と比較して来店客数の増加が見込める郊外型店舗を優先。焼肉業態は栃木県を軸に東日本でドミナント展開。

【国内出店状況】



2029年
3月末

国内店舗数 **260** 店舗以上
 (2026年3月期末比 **+70** 店舗以上)



ベッドタウンを中心としたファミリー層の多い郊外において、固定費を抑えられるエリアへの出店を推進

出店目標
45 店舗以上

大阪焼肉
うま勝

魚べいの出店が多い栃木県を中心にドミナント展開を図り、既存事業とのシナジー創出を通じて第二の柱へ育成

出店目標
30 店舗以上

中期経営計画－グローバル：重点施策

重点施策	具体的な打ち手
FC支援体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> 仕込み・食材保管等の技術支援による運営力向上 業績不振店舗の分析及び改善支援の高度化
直営既存店（米国）の運営基盤強化	<ul style="list-style-type: none"> 品質及び提供スピードの管理強化 営業時間延長に対応した人員体制の最適化 技術トレーナー設置及び多言語対応による教育体制の強化
出店拡大	<ul style="list-style-type: none"> （元気寿司）直営・GENKI DINER及びQSR業態の展開 （元気寿司）米国本土への出店再チャレンジ （Food Odyssey）中東での出店拡大及び欧州への進出
本社人材の強化	<ul style="list-style-type: none"> 現地FCパートナーに対する支援体制の強化 分析力・改善提案力を備えた高度なサポート人材の育成
メニュー戦略高度化	<ul style="list-style-type: none"> フランチャイズ運営会社へのメニュー提案機能の強化 国内外フェアメニューの分析と横展開 海外FC独自メニューの分析・フィードバックによる商品力向上

豪州法人 Food Odyssey Pty. Ltd.について



オーストラリア



ニュージーランドに

180店舗以上

sushi sushi™

豪州法人 Food Odyssey Pty. Ltd.についてー沿革

オーストラリアにおいて「Sushi Sushi」ブランドで寿司事業を展開し、同国全土で約180店舗を運営
 ショッピングセンター等の好立地を中心に出店を進め、現地消費者の嗜好を捉えた商品開発と効率的
 な店舗運営により、安定した成長を実現

1998年

- ・オーストラリア・ビクトリア州で
1号店を開業

2008年

- ・初のフランチャイズ提携
- ・50店舗達成

2012年

- ・約100店舗達成

2019年

- ・「Sushi Sushi」がOdysseyにより買収

2022年

- ・スティーブン・アンダース氏がCEOに
就任
- ・「Art of Sushi Sushi」開始

2023年

- ・ Best Restaurant Renovation
(QSR Media Awards) 受賞
- ・最優秀店舗デザイン部門ファイナ
リスト (Inside Retailer Awards)



2024年

- ・Sushi Musaを買収 (9店舗)
- ・ニュージーランドでFC基本条件
合意締結
- ・AFR「働きがいのある企業 (小売
部門)」受賞



2025年

- ・サウジアラビアでFC基本条件合
意締結
- ・192店舗達成
- ・7店舗を買収
- ・「Real Food Ready to Go」ブラ
ンドキャンペーン開始



「Real Food Ready to Go」

- ・独自性のある差別化されたブランド提案
- ・本格的な日本食材を使用
- ・地元産の新鮮食材を使用
- ・卓越した顧客体験
- ・全ての店舗で一貫した品質
- ・独自でサステナブルなパッケージ
- ・美的魅力のある店舗デザイン

豪州法人 Food Odyssey Pty. Ltd.について - 運営

店舗運営形態は持ち帰りを主流としつつ、立地や地域特性に応じて客席併設型や「魚べい」と同様の高速レーン型も展開

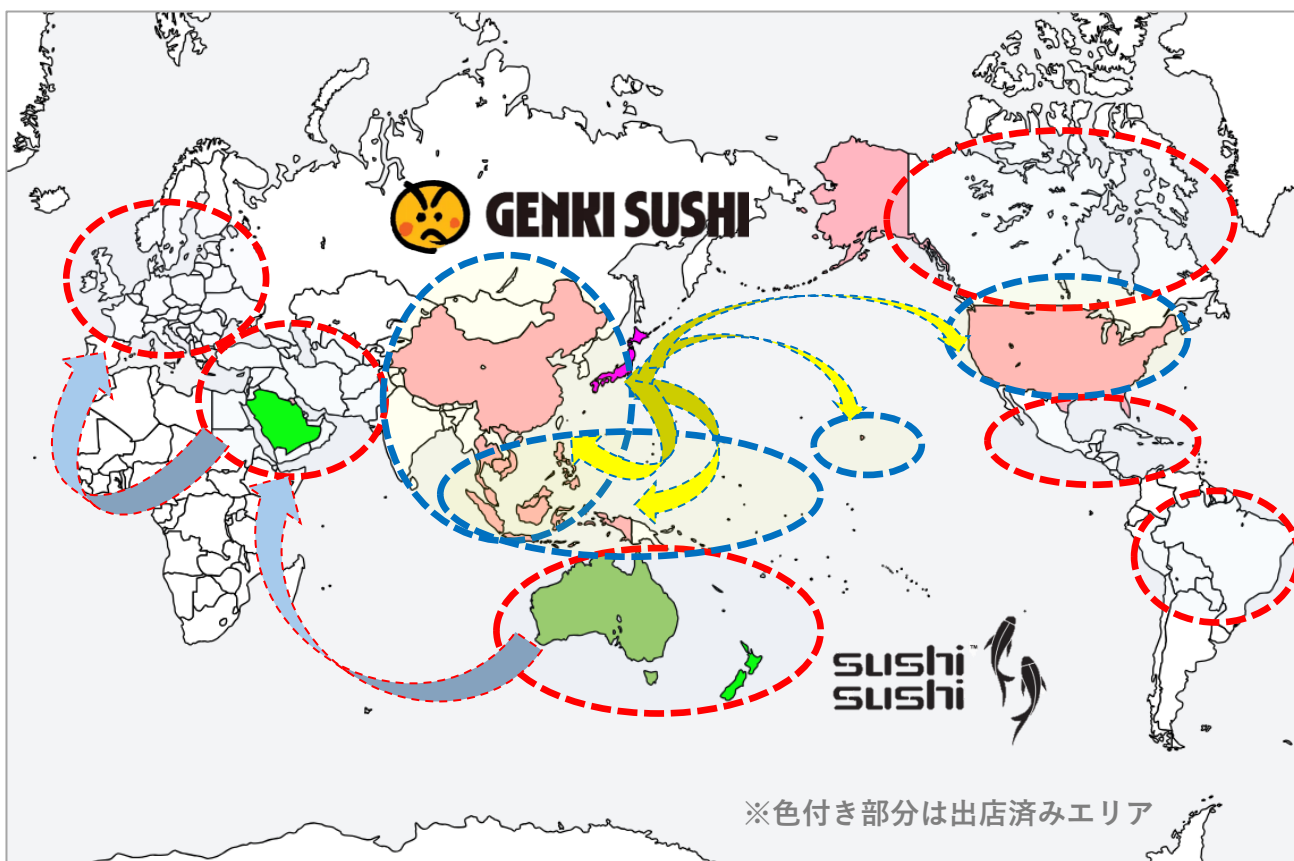
顧客基盤は単身からファミリー層と幅広く、「Grab 'n Go」の手軽さと健康志向が支持を獲得



グローバル事業 - 出店戦略

豪州で「Sushi Sushi」約180店舗を展開するFood Odyssey Pty. Ltd.を子会社化
海外日本食・QSR市場における事業基盤を確立し、グローバルブランドへの進化を加速

【グローバル出店の進捗と今後の拡大戦略】



**2029年
3月末**

海外店舗数 **550** 店舗以上
(2026年3月期末比 **+300** 店舗以上)
※「Sushi Sushi」連結時の180店舗含む



豪州国内での出店拡大を
着実に進めるとともに、
中東・欧州を含む他地域
への展開も視野に入れる

出店目標
70 店舗以上



既存の回転寿司業態の拡
大を推進するとともに、
ブランド力を活かした
QSR領域への展開を加速

出店目標
50 店舗以上



従来の回転寿司は出店コ
ストが高いことから、投
資効率の高い新業態を開
発





出店目標
**2か国以上への
展開**

グローバル事業－ブランド戦略

Genki Global Dining ブランド

海外の状況

店舗展開・コンセプト

 GENKI SUSHI	大型店	郊外 ロード サイド	<p>○市場環境の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 大型店フルサービス店舗の停滞 ✓ クイックサービス・ファストカジュアル業態の拡大 ✓ テイクアウト・デリバリー需要の拡大 ✓ 健康志向・サステナビリティ意識の高まり <p>○市場変化の背景</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 人件費・賃料等の上昇 ✓ チップがない店舗選びが重要視 ✓ 短時間利用志向（タイムパフォーマンス志向）の高まり <p>○日本ブランドの変化</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 「日本食の提供」から「日本のオペレーション提供」に変化 ✓ 国内ブランドのグローバル標準化の推進 ✓ 本部主導から現地主導モデルへの移行 	展開国・地域特性に応じた最適な業態・店舗コンセプトの選択
 GENKI SUSHI (QSR)	QSR (元気業態)	都市中心部 商業施設		東南アジア・欧州・米国において、元気ブランドのQSR業態を展開
	中型店	都市中心部		展開国・地域特性に応じた業態選択と高付加価値志向の展開
GENKI 元気ダイナー DINER HANDROLL + SUSHI	中型 バー業態 ミックス	郊外 都市中心部		業態ミックスで高収益化 ファストカジュアル店舗 まずは直営展開・実証後にFC展開
	QSR (Hand-roll)	都市中心部 商業施設		オセアニア・中東において、ハンドロール寿司を中心としたカジュアル・タイパ型業態を展開

新業態について

うま勝



2026年1月 1号店出店
低価格の焼肉業態
郊外小商圏エリア

郊外ベッドタウンにある既存
魚べい近隣に出店
低投資、低原価、低人件費、
高利益率モデル

Sushi Sushi



2026年4月 子会社化
QSR業態
Hand Roll & にぎり等

オーストラリアを主軸に直営
展開を行い、FCではニュー
ジーランド及び中東への展開
を推進

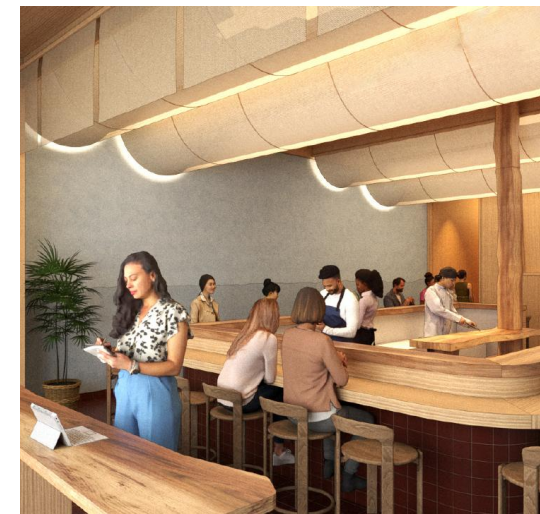
GENKI SUSHI (QSR)



2026年 年末～年明 開店予定
QSR業態
Hand Roll & にぎり等

日本ブランドのQSR寿司店舗
として展開し、軽投資モデル
としてFC展開の選択肢

GENKI DINER



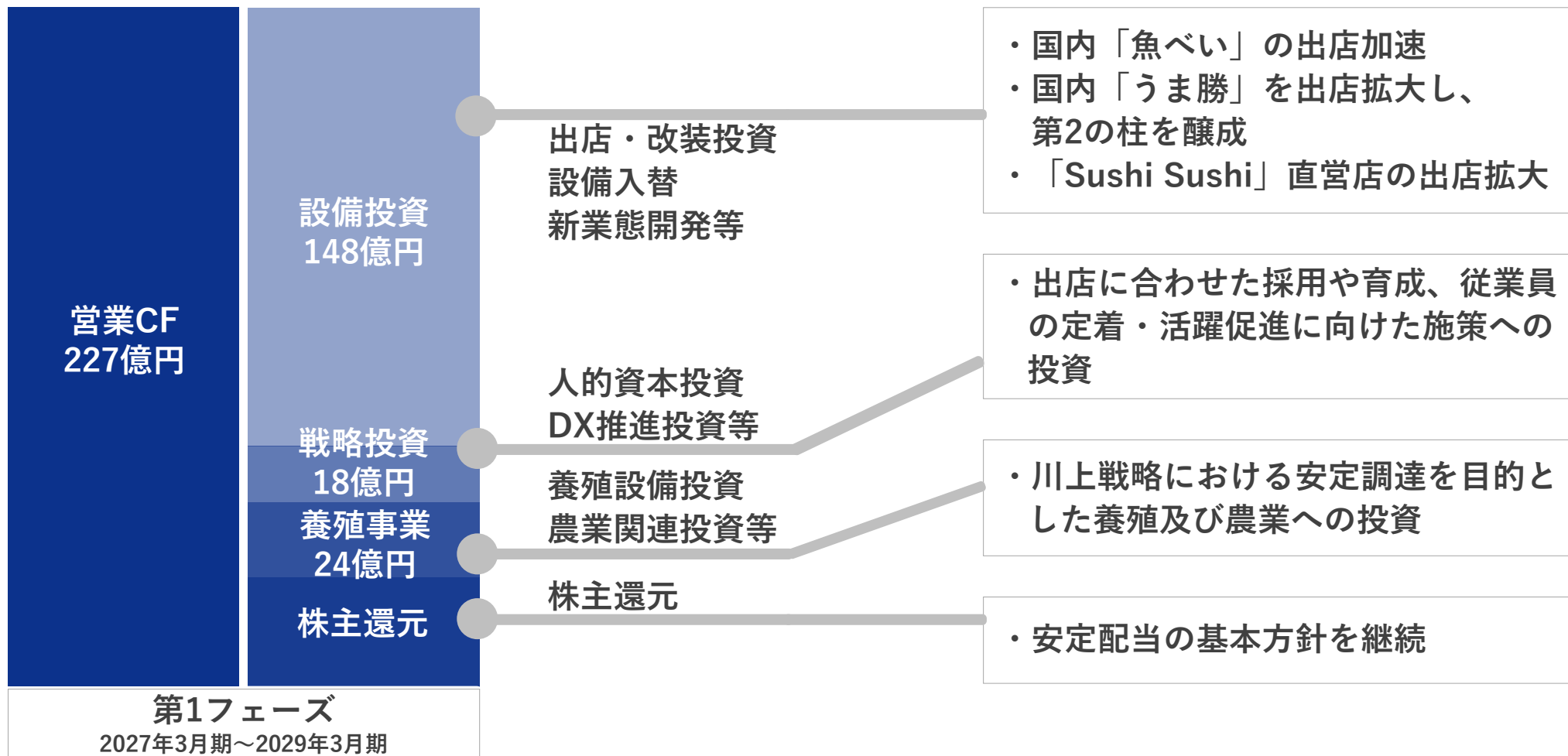
2026年 春～夏 開店予定
カジュアル&バー形態
テイクアウト併設
にぎり、Hand Roll

寿司とバー機能を組み合わせ
た高効率な集客モデルで、地
域の日常利用ニーズに対応す
るコンセプト

1. 中期経営計画の方向性と目標
2. 成長戦略
3. **成長を支える経営基盤**
4. 参考資料

成長に向けた戦略的投資

店舗展開への重点投資を成長の柱に据え、養殖・人的資本への配分を通じて資本効率を最大化
強固な収益基盤をもとに、株主への安定的な還元を目指す



- ・国内「魚べい」の出店加速
- ・国内「うま勝」を出店拡大し、第2の柱を醸成
- ・「Sushi Sushi」直営店の出店拡大

- ・出店に合わせた採用や育成、従業員の定着・活躍促進に向けた施策への投資

- ・川上戦略における安定調達を目的とした養殖及び農業への投資

- ・安定配当の基本方針を継続

人材・組織基盤の強化

川上から川下まで価値をつなぐ人材戦略のもと、必要人材の確保・育成と人材ポートフォリオの最適化、エンゲージメント向上と多様な人材の活躍推進により、持続的成長を支える組織基盤を構築

「川上から川下まで“おいしさ”を再現・拡張する人的資本戦略」

事業成長を支える “必要人材の確保と育成”への転換

- ①必要人材の定義と確保・育成の明確化
- ②適正かつ中期的な要員計画の策定
- ③人材獲得するための愛着に根差した採用手法

採用力の強化

- ・事業展開を支える人材群の定義と人材フローの定義化
- ・出店に合わせた人材計画の策定
- ・アルバイトからの採用を強化

ガバナンス・コンプライアンス

- ・法令遵守
- ・公正な職場環境
- ・コンプライアンス意識の高い組織風土
- ・人事制度の更新

Genkiで働きたい・働き続けたいを増やす組織改革

- ①多様な人材が活躍できる職場環境の整備
- ②従業員の健康維持、取り組みの推進
- ③人事制度の継続的な見直し・改善

健康経営

- ・メンタルヘルス支援
- ・健康教育・健康促進
- ・予防医療



ダイバーシティ&インクルージョン

- ・女性管理職比率20%以上
- ・外国人の管理職採用
- ・福利厚生の充実
- ・働き方の柔軟化
- ・育児・介護の両立支援

多様な事業を支える 人材継承体制の構築

- ①事業経営者人材育成プログラムの実行
- ②現場の推進力を引き出す管理職層早期育成
- ③新事業を支えるリスキルプログラムの確立

能力開発

- ・eラーニングの更新（多言語対応等）
- ・事業経営者育成プログラムの実行
- ・現場管理職の早期育成
- ・資格取得支援制度の導入
- ・学びたい方が学べる選択制講座の提供
- ・定期研修の充実

中期経営計画の着実な実行に向けて、①内部統制・リスク管理、②子会社管理の体制を強化
ステークホルダーを意識した情報開示についても充実を図る

コーポレート部門拡充を通じてリスクを適切にコントロールする体制へ

内部統制・リスク管理体制

取締役社長執行役員を委員長とするリスク・コンプライアンス委員会を年2回以上開催。全社的なリスクマネジメントを推進。

子会社管理体制

子会社運営の円滑化と成果の早期発現を図る。海外展開加速に伴い、為替・規制・地域別の収益性や撤退基準・レピュテーションリスク管理等、事業推進上のリスク増大に対しては担当人員を増強しコントロールを堅確化。

情報開示の充実

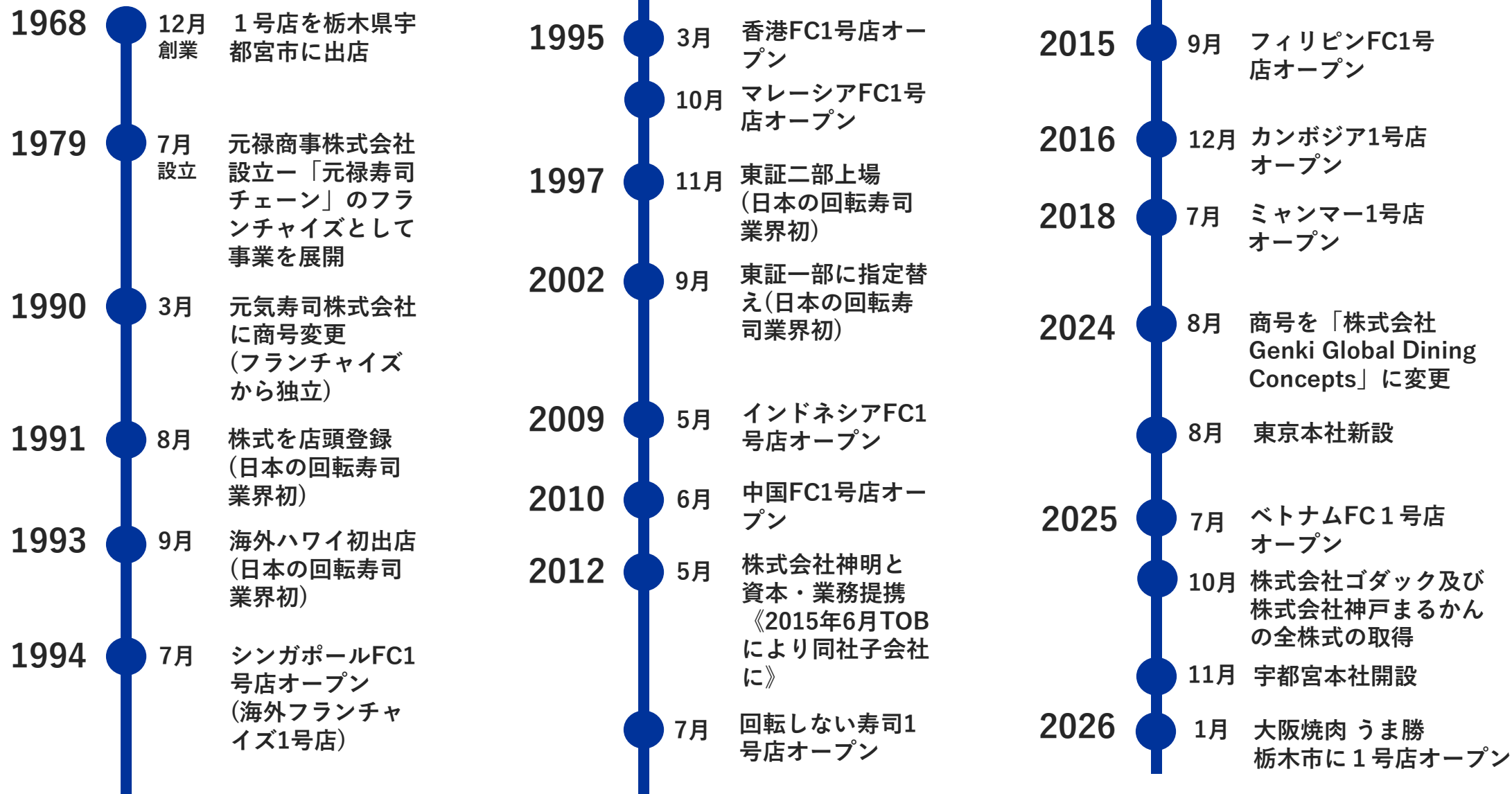
質の高いプレスリリースによる情報発信、戦略的メディアリレーション構築により、ブランド認知度を向上。

1. 中期経営計画の方向性と目標
2. 成長戦略
3. 成長を支える経営基盤
4. **参考資料**

会社概要

商号	株式会社Genki Global Dining Concepts
代表者	代表取締役 社長執行役員 藤尾 益造
創業・設立	創業：1968年12月 設立：1979年7月
事業内容	国内・海外におけるレストランチェーンの運営
東京本社	東京都台東区上野3丁目24番6号 上野フロンティアタワー19階
宇都宮本社	栃木県宇都宮市大通り1丁目4番22号 MSC第2ビル2階
従業員数 (連結)	604名 (2026年3月末)
上場取引所	東京証券取引所 スタンダード市場 (証券コード：9828)

沿革

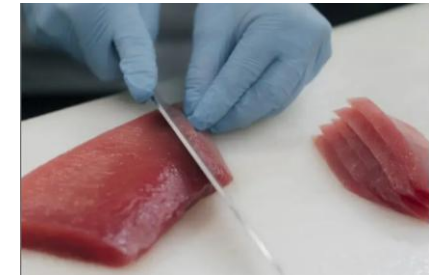
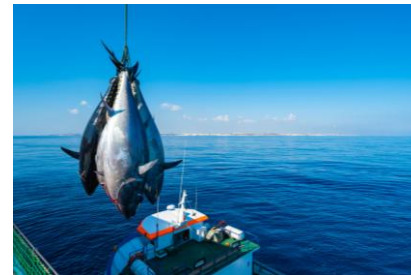


企業理念

私たちは、まごころ込めた一皿で、

ひととき
豊かで楽しい時間を提供し、

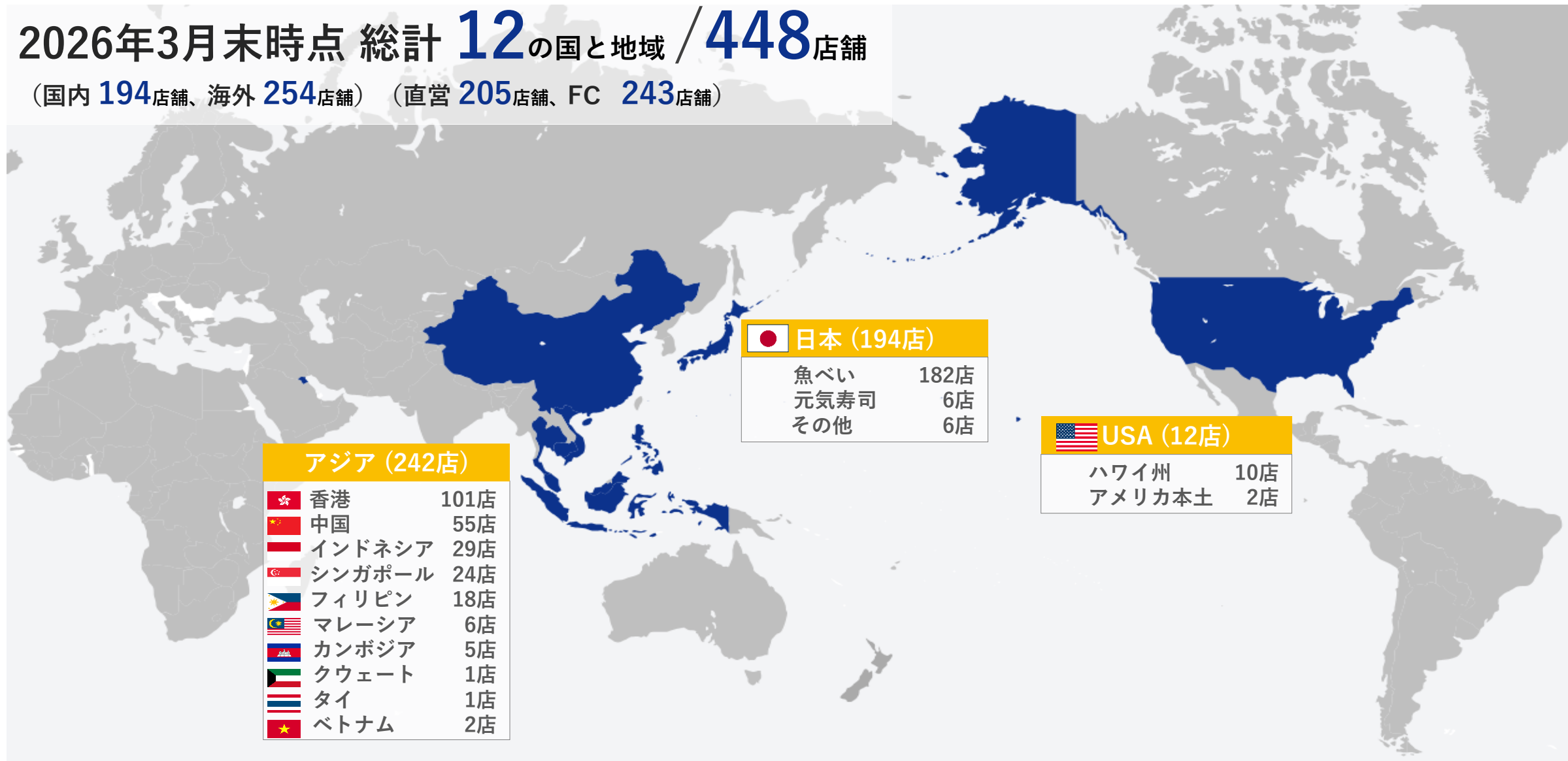
世界中を“元気”にします



現在店舗数・出店エリアマップ

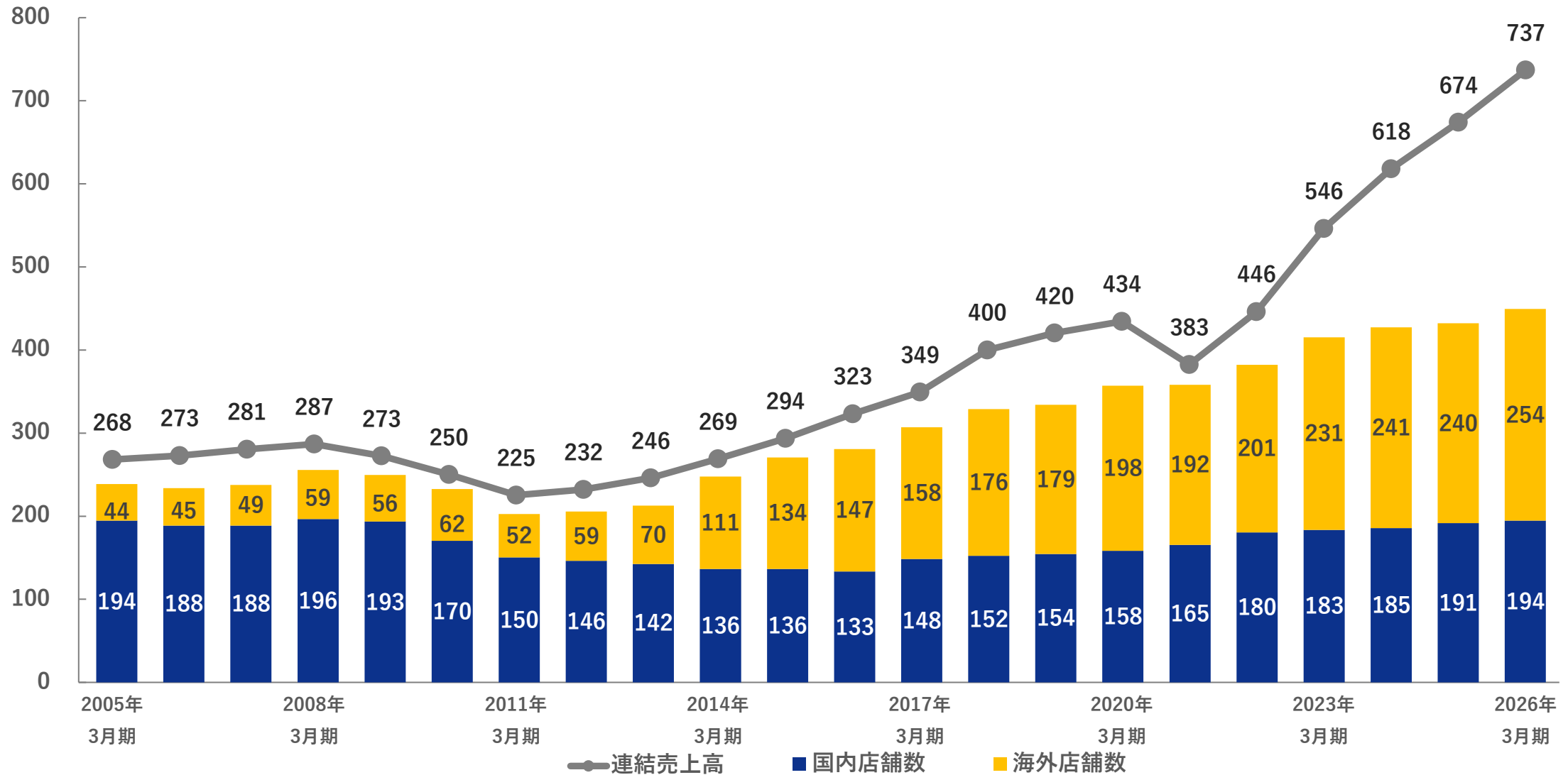
2026年3月末時点 総計 **12** の国と地域 / **448** 店舗

(国内 **194** 店舗、海外 **254** 店舗) (直営 **205** 店舗、FC **243** 店舗)



連結売上高・国内及び海外店舗数推移

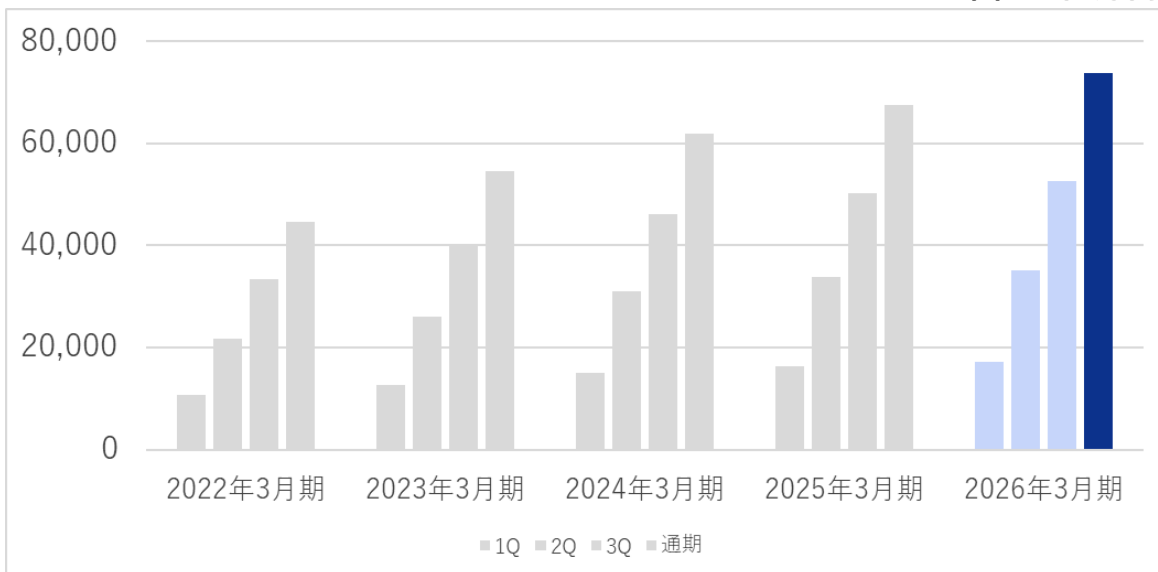
(店)(億円)



四半期 売上高・営業利益推移

売上高

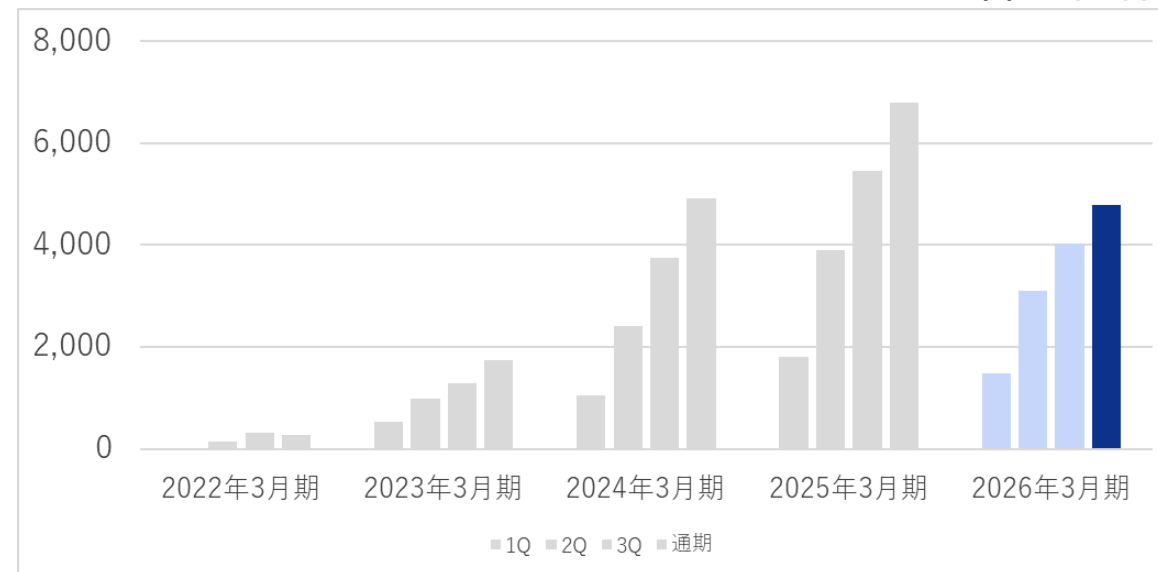
単位：百万円



売上高	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
1Q	10,712	12,644	15,019	16,318	17,242
2Q	21,710	26,132	30,949	33,796	35,205
3Q	33,316	40,227	46,130	50,277	52,638
通期	44,607	54,614	61,838	67,472	73,711

営業利益

単位：百万円



営業利益	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
1Q	22	538	1,048	1,813	1,483
2Q	147	990	2,406	3,906	3,108
3Q	315	1,287	3,749	5,463	4,040
通期	265	1,736	4,917	6,792	4,797

- 本資料には、当社の現在の計画や業績見通しなどが含まれています。将来の計画や予測数値は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が策定・予測したものです。
- 実際の業績等は、今後のさまざまな要因により、記載内容と異なる可能性があります。本資料は、記載された内容の実現を確約または保証するものではありません。
- 本資料の情報に基づいて生じたいかなる損害についても、当社及び情報提供者は一切の責任を負いかねますので、あらかじめご了承ください。



Genki Global Dining Concepts

《お問合せ先》 株式会社Genki Global Dining Concepts 経営企画部
ir@genki-gdc.co.jp