

変えよう、毎日の美味しさを。
広めよう、世界に喜びを。

INDEX

トップメッセージ	・・・ P.1
事業概況	・・・ P.4
日本事業	・・・ P.5
海外事業	・・・ P.7
トピックス	・・・ P.8
社会貢献	・・・ P.9
会社概要/株式情報	・・・ P.10
株主メモ/株主優待	・・・ P.11

「スシロー」ブランドを中心に、 「One Company」として グローバル市場での成長を目指します。



社長就任のご挨拶

前任の水留浩一からバトンを引継ぎ、新たに代表取締役社長CEOに就任しました山本です。創業から40年を超え、日本で成長を続ける回転すしチェーンであり、さらにはグローバル市場においても大きな可能性を秘める「スシロー」をはじめとした事業全体を担う立場となり、責任の重みとやりがいを感じています。

私は前期の1年間、副社長執行役員 国内事業COOとして各事業と共に国内事業の回復に注力してきました。また、当社グループに入るまでグローバルで企業のマーケティング活動に関わるビジネスや、国・地域を跨いで事業を行う企業の組織デザインをマネジメントとして行ってきました。その経験や知見を当社グループの成長に大いに活かしたいと考えています。私の役割は長期ビジョンの設定とその実現に向け、グローバルでは「スシロー」事業に資源を集中しブランドの価値をさらに高め、日本では「スシロー」の進化と「京樽」「回転寿司 みさき」「鮨 酒肴 杉玉」各事業のマルチブランド展開を進めることで、世界中に寿司の美味しさと喜びを届けていくことだと認識しています。そのために「One Company」として組織をまとめ、日本を含めたグローバル市場での成長と同時に、サステナブルな事業活動を実現していきます。

代表取締役社長 CEO
山本 雅啓

当社グループが原点とする「スシロー」のこだわり

スシローが使命としている、「うまいすしを、腹一杯。うまいすしで、心も一杯。」が意味するところは非常に奥が深く、「スシロー」ブランドの価値もそこに集約されています。すなわち、美味しさはもちろん、お腹が一杯になるためにはお手頃な価格でなければなりません。そして、心も一杯になるためには店内の雰囲気、わくわく楽しい時間、安全・安心などが揃わなければならないということです。これらすべてが体験価値として、「スシロー」ブランドの価値を構成しています。

私は時間があれば常に店舗を訪れ、店長やスタッフの皆さんと話す機会を持つことが大事だと考えています。そこで感じることは、商品やサービス、店内環境などへのこだわり、多様性のある従業員一人ひとりのひたむきな姿勢です。まさに使命としていることが、それぞれの現場で自分ごとと化され、「スシロー」ブランドの価値を高めていることを実感します。また、調達の現場にも足を運びます。例えば、国内・海外にある養殖場や加工場なども含め、様々な現場を見て回ると、各地で品質管理に対する徹底ぶりを知ることができます。ただ、このような部分はお客さまには見えません。ブランドの価値はお客さまが決めることですので、見えない部分をいかにお伝えできるかも重要です。この点は今後の課題として取り組んでいきます。外食業界は、いずれの企業も味や価格、店内環境、接客などが基本的な提供価値であり、競争が避けられないため新しい価値を付加していく取り組みが重

要と言えます。例えば、段階的に導入している「デジロー」*などはその典型であり、まさに食を通じた新しい体験価値の提供を実践しています。

※デジタルビジョンと回転レーンを融合した「デジタル スシロー ビジョン」(通称、デジロー)は、「ディスプレイ越しに広がるもうひとつのスシローの世界」をコンセプトに、各テーブルに設置された大型タッチディスプレイです。デジタル上で回転レーンを再現し、実際の回転すしのように選べる楽しさを体験していただけます。

外部環境の変化に適応した 中期経営計画について

当社グループは、2023年11月に長期ビジョンおよび中期経営計画(2024年9月期～2026年9月期)を公表しました。長期ビジョンについては、グローバル展開の加速により売上高1兆円超を掲げました。

そして今回、外部環境等を踏まえ、中期経営計画において戦略のフォーカスの再設定と海外出店計画をリバランスするとい

う修正を行いました。最終年度である2026年9月期の目標として、売上収益4,700億円(3年間の年平均成長率14.1%)、営業利益335億円、当期利益200億円、ROE21.1%を目指していきます。重点課題である「海外事業の拡大継続」「国内事業の再構築」「持続可能な事業運営の基盤構築」に取り組む方向性に変更はありません。「海外事業の拡大継続」については、中国大陸における地域を厳選した出店や、スシローの北米進出、マレーシアなどハラル圏でのマーケット拡大などにより海外売上比率35%を目指します。また、「国内事業の再構築」に向けては、「スシロー」を中心に「京樽」「回転寿司 みさき」「鮎酒肴 杉玉」といった他のブランドについても、それぞれの魅力や特長を活かしつつ、各ブランドの提供価値を踏まえたブランドポートフォリオ上の位置付けを明確にすることで、グループ全体の業績の底上げを図っていきます。「持続可能な事業運営の基盤構築」については、養殖事業への投資やDX・AI活用によるフードロスの削減や省人化、人的資本の強化などに取り組みます。

また、グローバル展開において、事業のフォーカスを「スシロー」に据えるとともに、組織を「One Company」として束ね、国内と海外、店舗と本社、本社部門間の連携をこれまで以上に推進していく考えです。具体的には、国内と海外の融合を図るべく、役員兼務を含む人事交流に加え、組織機能のありようについても、グローバル展開の加速に向けた基盤づくりを推進してまいります。

最後に、水産資源の安定調達に寄与する養殖事業については、天然魚の漁獲量が減少傾向にある中で、養殖魚は計画的な生産が可能であること、トレーサビリティの確保ができること、活魚輸送が可能のため鮮度を維持できること、などメリットが大きいです。食の安全・安心や安定調達はブランドの価値や競争力に直結する重要な要素です。養殖事業への投資を通じて共に発展し、持続可能な事業運営を実現していきます。また、今後も種苗や飼料、設備などの水産業の川上にも関与を深めイノベーションも促していきたいと考えています。

グローバルな成長とブランド価値を高める 多様性を活かした人財育成

当社グループの財産は人です。ブランド価値を高める顧客体験はすべて人財によって支えられています。したがって、人的資本の強化を持続的な成長を実現するための重要なテーマのひとつとして捉えています。採用および教育はもちろん、待遇改善や環境整備、成長機会の提供を含め、能力や意欲を引き出すための制度設計が重要です。教育については、研修体系を整備し、階層別研修の充実を図りました。資格取得のサポートや社内公募制度、キャリア申告制度など、自身のキャリア形成に挑戦できる様々な仕組みも導入しています。

中期経営計画目標

(単位:億円)

	FY24目標 <small>※2023年11月公表時</small>	FY24実績 (達成率)	FY25目標 <small>※2024年11月修正</small>	FY26目標 <small>※2024年11月修正</small>	FY24-26 年平均成長率
売上収益	3,500	3,611 (103.1%)	4,080	4,700	14.1%
EBITDA	260	375 (144.2%)	418	540	20.0%
営業利益	115	233 (202.6%)	260	335	19.7%
当期利益	65	146 (224.6%)	150	200	16.9%
ROE	9.0%	20.1% (+11.1ppt)	18.6%	21.1%	—
EPS	56.19円	127.46円(226.8%)	132.60円	172.86円	—

グローバル市場で成長を実現していくためには、グローバル人財を確保することも不可欠です。私は、日本で採用する「スシロー」ブランドを担うグローバルな人財は、日本で一定の経験を積み海外のリード人財として海外で活躍していただきたいと考えています。そのためには、国内と海外とが一体となって採用と育成を行うことが必要となります。「One Company」だからこそできる取り組みが、人的資本の強化にもつながってくるわけです。国内で採用するとき、海外勤務を選択肢として提示できるのは、必要となる人財を確保するうえでも大きな前進です。採用後のローテーションにおける連携の動きはすでに始まっており、実際に海外勤務を希望して入社してくる方も増えてきました。グローバル人財には「スシロー」ブランドを通じた文化の伝播に加え、理念に共感してくれるローカルの仲間を見つけてほしいと思っています。現地採用の人財はそのまま現地に残ってもよいですし、日本で業務を経験することもできます。あるいは他のエリアへ赴任して活躍する機会もあるでしょう。これは、人財戦略にとって有効な手段となるはずで、グローバルな成長を目指すに当たって「多様性」は当社グループの大きな強みになると考えています。

前期の振り返りと今後の計画について

中計1年目となった2024年9月期の業績は、売上収益が前期比19.7%増の3,611億円、営業利益が同112.6%増の233億円、当期利益が同81.9%増の146億円と大幅な増収増益となり、売上・利益共に過去最高を更新しました。各セグメントがそれぞれ好調に推移しましたが、特に国内スシロー事業が大幅な増益となり、全体をけん引しました。創業40周年を迎え、「スシロー」ならではの体験価値を高める様々な取り組みを継続的に打ち出し

たことにより、たくさんのお客さまのご支持をいただいた結果だと思ひ、大変ありがたく思っております。また、海外についても、中国大陸においては環境変化を見極めながら出店計画の見直しを行ったものの、全体として順調に拡大しており、海外売上比率も25%超に引き上げることができました。

2025年9月期の業績予想については、売上収益を前期比13.0%増の4,080億円、営業利益を同11.2%増の260億円、当期利益を同2.5%増の150億円と引き続き増収増益を見込んでいます。当期においても、「スシロー」を軸として既存店強化や海外出店の加速に取り組みます。マレーシアへの進出による東南アジアの市場拡大のほか、米国スシロー1号店にも挑戦します。

2024年9月期の1株当たり期末配当については、前期比5円増配となる普通配当27.5円に記念配当2.5円を加えた合計30円を実施しました。2025年9月期の期末配当についても、普通配当ベースで前期と同額の1株当たり27.5円を予定しています。また、株主の皆さまがお店でお楽しみいただけるよう、株主優待割引券の拡充も2024年12月発行分より実施いたしました。

最後に、株主の皆さまへ

国内経済には変化の兆しも見えますが、物価高もあり消費者の生活実感はまだ改善されていないと思います。一方、モノよりコト消費が重視され、精神的な豊かさを求める傾向がさらに強くなってきました。こういった状況の中で、スシローの使命である「うまいすしを、腹一杯。うまいすしで、心も一杯。」が提供してきた価値や存在意義の重要性を改めて強く認識しています。

また、日本の食文化のすばらしさは海外からの観光客を魅了し、世界的に人気が高まる一方、食糧不足や食の安全・安心は世界的にも取り組むべき課題であり、当社グループの担う役割

や可能性も大きく広がっていると感じています。

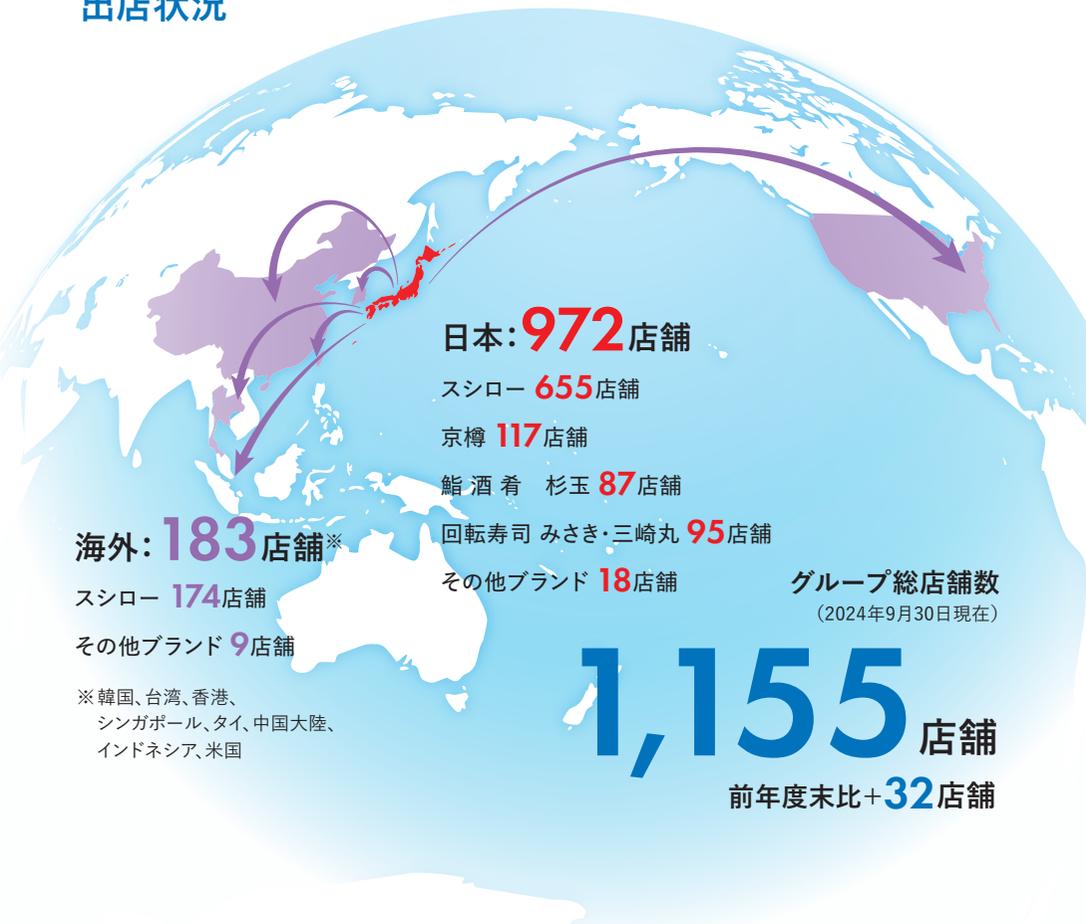
2025年9月期は、「スシロー」では「すしに真っすぐ!」を事業活動のテーマとして設定しました。我々のすし屋としての誇り・意気込み・そして覚悟が込められています。ぜひ、株主の皆さまにもご来店いただき、我々の想いを感じていただければ幸いです。また、「京樽」「回転寿司 みさき」「鮨 酒肴 杉玉」それぞれの魅力をさらに高めていきたいと考えています。これからの当社グループの成長する姿にご期待いただくとともに、長い目で応援いただきますよう、今後ともよろしく願います。



事業概況

2024年9月期の業績は、各セグメントがそれぞれ好調に推移しましたが、特に国内スシロー事業が大幅な増益となり、全体をけん引しました。また、海外では、中国大陆において出店計画の見直しを行ったものの、その他のエリアでは順調に拡大しており、海外売上比率も25%超に引き上げることができました。

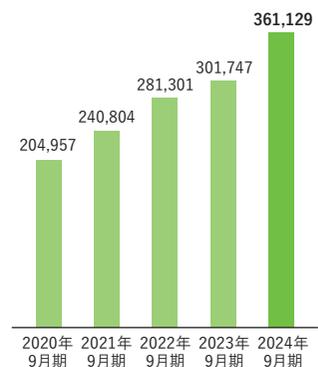
出店状況



主要業績推移(連結)

売上収益

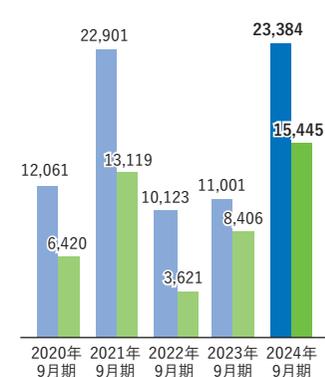
(百万円)



営業利益・当期利益

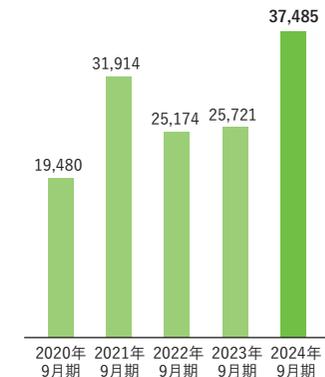
(百万円)

■ 営業利益 ■ 当期利益



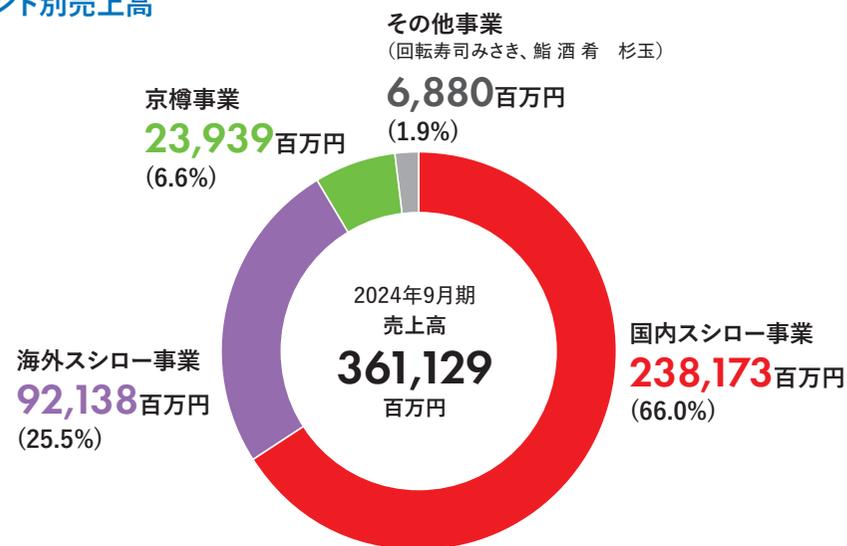
EBITDA*

(百万円)



※ EBITDAは、営業利益に減価償却費及び償却費(使用権資産の減価償却を除く)、減損損失を調整した数値

セグメント別売上高



スシロー事業を軸に全ブランドで、「すし」へのさらなるこだわりを追求します。

スシロー

「うまいすしを、腹一杯。うまいすしで、心も一杯。」を使命に、すしネタ、しゃり、価格、店舗での体験に至るまで徹底したこだわりを貫いてきました。2025年9月期は、その覚悟を「すしに真っすぐ!」というテーマに込めて、さらなる進化を続けます。

創業40周年を軸としたキャンペーンが支持され、増収・増益を達成

2024年9月期は、売上収益で前期比15.7%増と大幅な増収で、国内のスシロー事業が当社グループの業績全体をけん引しました。創業40周年を機に様々な取り組みを通じて顧客体験のアップデートを図ったことが、功を奏しました。

具体的には、40周年の感謝の気持ちとしてトロ、いくら、サーモンなどの人気ネタを税込100円でご提供するキャンペーンや、若年層向けのアニメやゲームなどのコラボを実施し、スシローのうまさと楽しさを改めて提案し、たくさんのお客さまのご支持をいただきました。



「すしに真っすぐ!」すし屋の誇り、意気込み、覚悟をお客さまにも宣言

創業41年目となる2025年9月期は、テーマとして「すしに真っすぐ!」を掲げます。スシローは、大阪・阿倍野の「鯛すし」という立ち寿司からスタートしました。すし屋として、品質へのこだわりをお客さまに改めてお伝えしたいと考え、店内には素材や味に対するこだわりを表現したポスターを掲示し、CMも刷新しました。旨みが凝縮されたスシロー押ししのマグロの厳選した赤身の部位、人肌で提供されるやさしい酸味と米本来の甘みが感じられる国産米のしゃりなど、スシローのこだわりを表現し、今後もお客さまに体験していただきたいと考えています。

2024年9月期に導入を開始した、注文ができるデジタルビジョンと回転レーンが融合したシステム「デジタル スシロービジョン」(通称、デジロー)は、特にファミリー層や若年層に好評を博し、導入店舗ではお客さまの来店数と単価の双方で上昇効果が見られました。2025年9月期末にはデジローの設置を100店舗以上に拡大予定です。また、各テーブルへの専用レーンでおすしをスピーディにお届けできるキッチン内オートウェイター®の設置も170店舗以上に拡大予定です。



こだわりを表現したポスター



こだわりを表現したテレビCM



「デジタル スシロービジョン」(通称デジロー)設置店舗

日本事業



京樽

「ジャパン・フード・セレクション」グランプリ受賞 厳選出店と商品力で収益力を強化

お持ち帰り鮭専門店の京樽は、2024年9月期も引き続き不採算店舗の閉鎖と厳選出店を続け、収益性の改善を目指しました。一方、各種販促、期間限定商品など、商品提案強化に継続的に取り組む中、8月に看板商品である京樽伝統の「茶きん鮭」が、一般社団法人日本フードアナリスト協会が主催する「ジャパン・フード・セレクション」で、最高賞のグランプリを受賞しました。

また、京樽こだわりの味が、ご自宅好きなきときに電子レンジで気軽に楽しめる冷凍鮭は、まるで作り立てのようにふんわり温かく、お客さまから大変ご好評をいただいております。大手スーパーなど販路の拡大にも取り組んでいます。今後も皆さまに、魅力ある商品をお届けできるよう努力していきます。



京樽伝統の「茶きん鮭」グランプリ受賞



冷凍鮭

回転寿司 みさき

販促キャンペーンが効果を発揮し、好調に推移 旗艦店「みさき総本店」がオープン

関東を中心に展開する「回転寿司 みさき」では、2年以上熟成させた酒粕を赤酢に合わせた“特製赤シャリ”で寿司を提供しており、期間限定のフェアや週替りでご登場するお得な商品など、いつご来店いただいても楽しめる販促を多数用意しました。

2024年9月期は、月初にこだわりの商品を提供する「みさきデー」やSNSでのPRなどの販促が功を奏し、売上が前期比110%と好調でした。また、旗艦店として東京・人形町にオープンした「みさき総本店」は、みさきが目指す高水準のサービスが日々実践されるモデル店舗です。スタッフの研修・教育の場としても活用し店舗サービスの向上を目指します。



赤シャリキャンペーンポスター



みさき総本店

鮭酒肴 杉玉

店舗数は100店舗を目前とする87店舗に 四国・東北にも初出店しエリアを拡大

2024年9月期は、テレビ・SNSでのPR効果により、多くの新しいお客さまに杉玉を体験いただくとともに、リピーターのお客さまも増加しました。さらに、当社グループが持つ調達力を活かし、お客さまの体験価値を高めるグランドメニューの刷新と魅力的な販促商品の提供にも努め、売上は前期比120%を超えました。

また、四国・東北地区にも新規に出店をし、店舗数は87店まで拡大しました。全国各地から出店要請もあり、直営・フランチャイズとともに、今後も出店拡大を進めていきます。



杉玉 いわき駅前



杉玉 JR高松駅前

Topic

「こどもスシロー」プロジェクト、スタート

お子さま連れでも安心してお食事を楽しめるように、メニュー開発と接客対応などの店舗づくりの両面で工夫を凝らした取り組みを行っています。

「こどもスシロー」の詳細

- “ミニしゃり”を使ったお子さま向けのセットメニュー「ぶちローセット」(右写真)
- 「まるごとチーズハンバーグにぎり」など、なまものが苦手なお子さま向けメニュー
- 色々なおすしが楽しめる1皿2ネタの相盛りメニュー
- お子さまに人気のキャラクターやアニメとのコラボレーション展開
- 店内注文用タッチパネルにお子さまにおすすめのメニューをまとめたタブを用意
- ネギ抜きや細巻きの8等分カットへの個別対応



海外事業

日本のすしの美味しさで、さらなる成長を目指します。

日本で磨き上げたスシローを中心に世界中のお客さまに美味しさで喜びを広げていきます。既存の国・地域に加え、新規エリアへの出店拡大を進め、2026年9月期末で海外事業の売上比率35%を目指します。

海外事業は成長を続け183店舗まで拡大

2024年9月期末時点で、海外における店舗数は183店舗となっています。

中国大陸では、景気低迷の影響を受けたものの業績は回復傾向にあります。店舗展開における選択と集中を進め、成長が見込める地域での出店強化に努めました。

香港や台湾は積極的な出店が功を奏し、好調な業績を維持しました。

東アジア・東南アジアの事業環境は総じて好調でした。韓国では4年ぶりとなる店舗を2024年9月に明洞にオープンし、好調なスタートを切りました。タイでは、郊外などの小商圏におけるフォーマットが確立したことで出店地域が拡大し、ブランド認知が広がりました。加えてシンガポールで3店舗、インドネシアで4店舗の新店をオープンし、東南アジアでの店舗展開は順調に進んでいます。ハラール圏においては、ムスリムフレンドリーなメニューの提供など、国や地域のニーズを踏まえた対応を進めています。

海外の出店戦略をリバランスし、さらなる成長を目指す

海外事業においては、修正後の中期経営計画の通り、拡大路線は継続しつつ、各国・地域における事業環境を踏まえ、出店戦略をリバランスします。

中国大陸では高い売上を狙える地域にフォーカスし出店を継続します。成長余力があると見られる東アジア・東南アジアについては、新たなエリアへと市場開拓を進めていきます。2025年9月期は、中間所得層の増加に伴い外食市場の拡大が見込まれることから、マレーシアへの出店を予定しています。

出店計画は、2026年9月期末時点で香港・台湾・中国大陸では190～193店舗、東アジア・東南アジアは116～123店舗、北米は3～4店舗として、合計310～320店舗の達成を目指します。売上収益については1,620億円とし、海外事業の売上比率35%を目指します。

Topics

アメリカ・ボストンに「鮭酒肴 杉玉」の1号店「酒林」を出店

「鮭酒肴 杉玉」業態の米国1号店となる「酒林(Sakabayashi Sushi Tavern Back Bay)」が、2024年4月25日、ボストンにオープンしました。本格的でありながら遊び心のある料理とお酒、こだわった店舗の内装、手ごろな価格帯など、「杉玉」の体験価値を大切に具現化しました。日本の商品開発チームが日本で人気のメニューの再現に努め、鮭を中心に刺身、天ぷら、締めラーメンなど、幅広いメニューを提供しています。また、厳選した日本酒や米国向けに開発した日本酒を使ったカクテルなども用意し、「鮭×居酒屋」という「杉玉」の持つ新たなブランドスタイルの認知拡大を進めています。また、店内装飾には、日本と同様のデザインに加え、ボストンならではのモチーフも散りばめ、楽しさを演出しています。ローカルイベントも開催し、お客さまに喜ばれる店づくりに取り組んでいます。

これに続き、米国ではスシロー 1号店の出店計画も進めています。



お客さままで賑わう「酒林(Sakabayashi Sushi Tavern Back Bay)」



オープンを待つお客さまの行列



これまでにない店舗体験が楽しめる「デジロー」

北京に「スシロー西単大悦城店」初出店、大盛況の12時間待ちの行列

2021年の華南の広州を皮切りにスタートした中国大陸での出店は、その後、深圳・成都・天津と北上しながら、ついに2024年8月21日、首都・北京に「スシロー西単大悦城店」をオープンしました。ビジネス・政治・文化・歴史の中心である北京に出店することで、さらにブランドを浸透させていきます。

同店では、新たな回転すしの楽しさを北京のお客さまにも体験いただけるよう、新型のデジタルビジョンと回転レーンを融合させた「デジロー」を導入しております。また、大人数で食事を楽しむ食文化に合わせて、中国大陸で初めて個室も用意しました。オープン当初は12時間待ちの行列ができ、連日満席の好調なスタートを切りました。

2025年日本国際博覧会への出店決定 大阪から世界へ、「未来のすし屋」を発信します

スシロー未来型万博店は、会場中心部の“静けさの森”の近くに出店します。お店の中から“静けさの森”を眺めることができ、自然の中で食事をしているような空間を提供します。

海洋水産資源の持続的な調達の可能性が危ぶまれる近年、その解決に資する陸上養殖といった様々な技術も目まぐるしく進歩しており、場所を選ばず水産資源の生産を行うことが当たり前となる未来が来る可能性も十分考えられます。スシロー未来型万博店は、“森の中でも、新鮮でうまいすしを食べることができる”そういった未来を感じさせる店舗になります。

当社グループは、事業活動における未来を見据えた持続可能な取り組みが不可欠だと考え、大阪・関西万博の「いのち輝く未来社会のデザイン」というテーマに共感し、出店を決定しました。万博への出店は、2020年のドバイ万博で唯一の日本館レストランとして出店して以来、今回が2回目となります。大阪・関西万博へお越しの際は、ぜひご来店ください。



スシロー未来型万博店外觀イメージ

ウニ畜養を展開するウミノミクス社と資本業務提携 調達基盤構築と磯焼け対策の実現を目指します

2024年7月、当社グループは、世界でウニ畜養業を手がけるベンチャー、ウミノミクス株式会社と資本業務提携をしました。現在、地球温暖化などの環境変化が主な原因となり、増えすぎたウニによって藻場が食い荒らされる磯焼け問題は、日本を含め世界各国で深刻な環境・社会問題となっています。ウミノミクス社は、磯焼けによって生じる“痩せた身入りの少ないウニ”を高品質なウニとして商品化する独自の陸上養殖技術を有しています。

ウミノミクス社との業務提携により、将来的に当社グループの基準に合う良質な畜養ウニの開発ならびに店舗販売に向けた体制を構築すると同時に、近年社会課題となっている天然ウニ漁獲量の減少や磯焼け問題の解決に向けても取り組むことで、ブルーカーボン生態系の保全にも貢献していきます。

ウミノミクス社が行う、この循環型ビジネスモデルは、ユネスコの「持続可能な開発のための国連海洋科学の10年」から公式推薦を授与されるなど、世界的にも注目されています。



ウミノミクスのウニ畜養工場(山口県長門市の例)



畜養したウニ

いきいきと自分らしく、 より働きやすい環境づくりを目指して

当社グループでは、働きやすい仕組みや制度を導入することで、従業員がいきいきと自分らしく活躍できる環境整備に努めています。

国内スシローの店舗では、国籍や性別、年齢が異なる約5万人を超える人々が働いています。当社グループの行動指針の一つである「個性あつての多様性。」を反映し、個性を尊重した働きやすい環境実現の一環として、2023年11月から店舗スタッフのドレスコードを改定しました。衛生面に配慮し、お客さまに不快感を与えない前提のもと、髪色やひげなどを自由にしました。加えて、ムスリムの女性が頭髪を隠すためのヒジャブの着用も可能としました。ドレスコードの改定を通じて、店舗スタッフが個性を活かしながらいきいきと働くことで、お客さまへの価値向上につなげていきます。

また、2019年から「より働きやすい環境づくり」の一環として、全店一斉休業日を設けております。2024年9月期においても5月14日～15日の2日間を一斉休業日としました。

そのほか当社グループでは、年2回の5連休取得の推奨や、男性の育休取得支援を制度化するなど、従業員一人一人のワークライフバランスを尊重した、いきいきと働ける環境づくりを推進しています。



社会貢献

被災地支援

石川県輪島市にお寿司をお届け

「令和6年能登半島地震」により亡くなられた方々のご遺族に深くお悔やみを申し上げます。また、被災された皆さまに謹んでお見舞い申し上げます。

当社グループでは、被災地支援として2月5日と3月29日の2回、京樽の看板商品である「茶きん鮎」などを含む合計7,000食以上のお寿司を石川県輪島市の避難所などにお届けいたしました。

被災地域の皆さまの安全と、一日も早い復旧・復興を心からお祈り申し上げます。引き続き、被災地の状況や要請などを踏まえて、必要な支援の提供を検討してまいります。



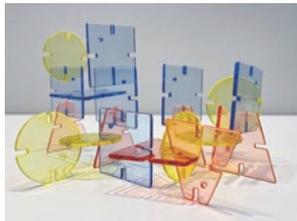
社員による避難所でのすしの配布の様子

環境

アクリルの再資源化とアップサイクル

国内のスシロー店舗で、コロナ禍に設置していた「飛沫防止用アクリルパーティション」を再資源化し、その一部を知育玩具として立体型パズルへとアップサイクルいたしました。このパズルは、大阪府社会福祉協議会を通じて、大阪府内の施設で暮らすお子さまたちへ寄贈されました。

当社グループは、この取り組みをはじめとし、環境に配慮した事業活動を行うとともに、地域社会への貢献に取り組んでまいります。



寄贈した知育玩具

パズルについて

お寿司を扱う会社らしく魚の形をモチーフにしたこの立体型パズルは、想像力を働かせながら自由に組み合わせることで、様々な形に変化します。一人でも、複数人でも使用でき、楽しみながら学ぶことができるおもちゃです。

食育

生産者とお客さまをつなぐ田植え稲刈り体験ツアー

当社グループは、2015年から農業体験を通じて、生産者への感謝の心や食の大切さを育み、スシローの米に対するこだわりも知っていただく機会として、「スシロー 米 田植え・稲刈り体験ツアー」を開催しています。2024年9月期も、田植えは4月下旬に滋賀県、5月上旬に千葉県で、稲刈りは9月下旬に兵庫県で行い、合計57組178名のご家族に参加いただきました。

農業体験に加え、お米や食べ物の大切さを学ぶクイズ大会や座学を行い、参加されたお子さまに対してはスシロー博士認定証を授与いたしました。このイベントを通じて収穫したお米は、スシロー店舗で提供する予定です。

当社グループでは、しゃりは寿司の命だと考え、生産者と直接対話を重ねながら、より美味しいしゃりの実現に取り組んでいます。今後も生産者の方々と二人三脚で農業や食の大切さを伝えていきたいと考えています。



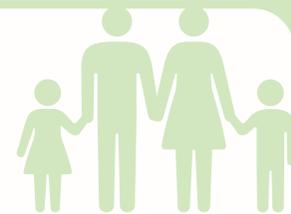
田んぼに入る様子

教育支援

アルバイト従業員を支援する給付型奨学金制度

従業員により働きやすい環境を提供することを目的に、2021年から「FOOD & LIFE COMPANIES奨学金制度」を開始しました。

経済的理由で大学進学や進級をあきらめることがないよう、一定の条件を満たした学生アルバイトの方々に、返済が不要な給付型奨学金を月額2万円支給しています。2024年9月期は、43名を対象に支援を行いました。



学習支援

探求授業で高校生が未来の回転寿司を提案

当社グループと株式会社日本旅行は、未来を担う高校生に探究学習の場を提供するため、2024年6～10月に、関西圏の高校7校より生徒25名、教員9名に対し、オンライン授業、水産現場でのフィールドワーク、店舗視察などを通じて、水産資源の持続可能性と外食産業を考える探究授業を実施しました。

成果発表として、「未来の回転寿司」をテーマに、各校が経営陣に対しプレゼンテーションを実施しました。優秀賞に選ばれた立命館高校の「Fan Fun Sushi」という提案は、当社グループ全社議でも発表していただきました。



養殖場へ向かう船に乗り込む高校生



探求学習の成果を発表する高校生

子育て支援

子どもたちに笑顔を、 子どもスシローまんぶくプロジェクト

美味しさの喜びを広げたいという、当社グループの企業理念を実現すべく、「美味しいお寿司を子どもたちにもっと知ってもらいたい」という想いで、スシローで使えるデジタルチケットをNPO法人を通じて配布する取り組みを実施しています。2024年度は、約600世帯に配布いたしました。



会社概要

社名	株式会社FOOD & LIFE COMPANIES
設立	2015年3月
所在地	大阪府吹田市江坂町一丁目22番2号
資本金	1億円
従業員数	8,978名【社員】(連結)
主要取引銀行	株式会社三井住友銀行 株式会社三菱UFJ銀行 株式会社みずほ銀行
事業内容	フードサービス事業全般、その他周辺事業
グループ事業会社	株式会社あきんどスシロー 株式会社FOOD & LIFE INNOVATIONS 株式会社京樽 株式会社F&LCサポート Sushiro Korea, Inc. Sushiro Taiwan Co., Ltd. Sushiro GH Singapore Pte. Ltd. FOOD & LIFE COMPANIES HONG KONG LIMITED Sushiro GH (Thailand) Ltd. 寿司郎(中国)投資有限公司 広州寿司郎餐飲有限公司 深圳寿司郎餐飲有限公司 成都寿司郎餐飲有限公司 北京寿司郎餐飲有限公司 PT. Indonesia Sushiro Restaurants FOOD & LIFE COMPANIES USA, Corp FOOD & LIFE COMPANIES USA, LLC Sushiro Malaysia Sdn. Bhd.

役員 (2024年12月26日現在)

代表取締役社長 CEO	山本 雅啓
取締役特別顧問	水留 浩一
取締役	近藤 章 三宅 峰三郎 蟹瀬 令子
取締役(監査等委員)	高月 禎一 平 真美 大村 恵実

※ 取締役近藤章、三宅峰三郎および蟹瀬令子、ならびに監査等委員である取締役高月禎一、平真美および大村恵実は社外取締役です。

株式情報

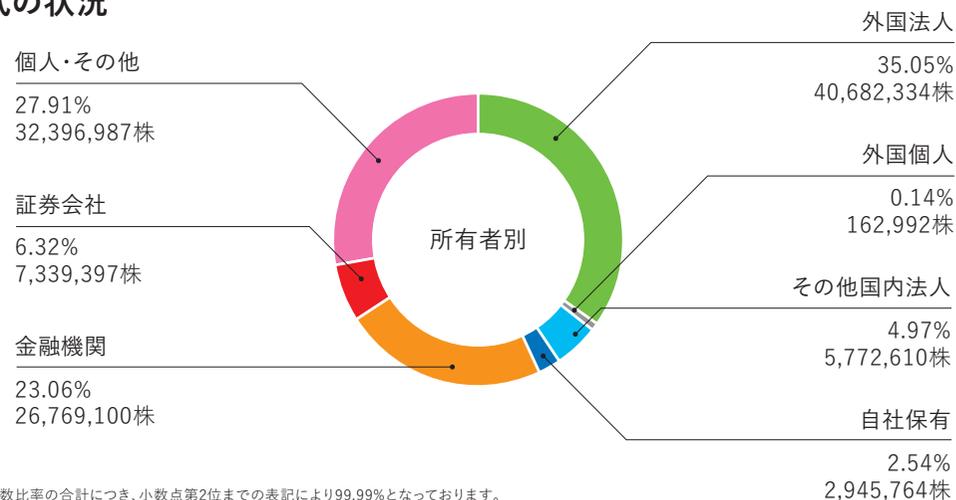
発行可能株式総数	436,000,000株
発行済株式の総数	116,069,184株(自己株式2,945,764株を含む)
株主数	109,851名

大株主 (上位10名)

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	15,275	13.50
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	4,672	4.13
全国農業協同組合連合会	3,744	3.31
BNYM AS AGT / CLTS 10 PERCENT	2,810	2.48
JP JPMSE LUX RE BARCLAYS CAPITAL SEC LTD EQ CO	2,750	2.43
MSIP CLIENT SECURITIES	2,719	2.40
JPモルガン証券株式会社	1,751	1.55
ゴールドマン・サックス証券株式会社BNYM	1,693	1.50
サントリー株式会社	1,666	1.47
BOFAS INC SEGREGATION ACCOUNT	1,538	1.36

※持株比率は自己株式(2,945,764株)を控除して計算しております。

株式の状況



※ 株式数比率の合計につき、小数点第2位までの表記により99.99%となっております。

株主メモ

事業年度	毎年10月1日から翌年9月30日まで
定時株主総会	毎事業年度末日の翌日から3カ月以内
基準日	9月30日
株主名簿管理人	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社
郵便物送付先	東京都杉並区和泉二丁目8番4号(〒168-0063) (電話照会先) 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部 電話 0120-782-031(フリーダイヤル)
公告方法	電子公告にて当社のホームページ https://food-and-life.co.jp/investor/stock/electronic-announcement/ に掲載いたします。ただし、やむをえない理由により 電子公告をすることができない場合は、 日本経済新聞に掲載いたします。

スシローアプリ好評配信中 今すぐダウンロード

iPhone版はこちら

App Store
からダウンロード



Android版はこちら

Google Play
で手に入れよう



※アプリダウンロード後、会員登録していただくことでご利用いただけます。
※スマートフォンのみのご利用となります。(PCおよびスマートフォン以外の携帯端末の方はご利用できません)
※iOSバージョン12.0以降、Android OSバージョン6.0以降搭載の端末でのご利用を推奨いたします。(一部端末では正しく動作しない場合があります)
※スマートフォン以外の機器は、動作保証外です。

株主優待

半期に一度、株主の皆さまには当社グループが運営する国内の各店舗でご利用いただける株主優待割引券を贈呈します。他の割引券との併用が可能な株主優待です。

株主優待割引券の電子化のお知らせ

従来の紙の株主優待割引券は、2024年12月(2024年9月30日時点の株主の皆さま)送付予定分より電子化されます。株主優待割引券の電子化は、セルフレジ設置店での利用が可能となり、破損や紛失のリスクがなくなる等、株主さまの利便性の向上とともに、環境への配慮を目的とした取り組みです。株主さまへ郵送される二次コードをスマートフォン等にて読み取っていただき、電子株主優待割引券として各店舗にてお使いいただけます。詳しくは郵送されるご案内をご覧ください。

また、電子化を機に、贈呈金額についても以下の通り変更いたしました。

対象株主

毎年9月30日(年度末)および3月31日(中間期末)現在の株主名簿に記載された1単元(100株)以上の株式を保有される株主さまを対象といたします。

贈呈金額

9月30日・3月31日の株主名簿に7回連続(3年以上)かつ、同一の株主番号で1単元(100株)以上保有の記録がある長期保有対象の株主さまには、株数に応じた通常の株主優待割引券の金額に加え、1,100円分贈呈いたします。

保有株式	優待内容		
	株式保有期間	9月末基準日 贈呈金額	3月末基準日 贈呈金額
100~199株	3年未満	1,650円分	1,650円分
	3年以上	2,750円分	2,750円分
200~399株	3年未満	2,200円分	2,200円分
	3年以上	3,300円分	3,300円分
400~799株	3年未満	3,300円分	3,300円分
	3年以上	4,400円分	4,400円分
800~1,999株	3年未満	6,600円分	6,600円分
	3年以上	7,700円分	7,700円分
2,000株以上	3年未満	16,500円分	16,500円分
	3年以上	17,600円分	17,600円分

ご利用上の留意点

- 日本国内の次の各店舗にて利用が可能です。
 - ①スシロー
 - ②大衆寿司居酒屋「鮎 酒 肴 杉玉」
 - ③株式会社京樽が運営する店舗(一部店舗を除く)
- 全日営業時間内で使用可能です。
- 他の割引券との併用可能です。
 - ※実際のお会計金額が1,100円(税込)以上であれば、他割引券適用後の金額が1,100円未満となった場合も株主優待割引券をご利用できます。
- 有効期限の超過した株主優待割引券はご利用いただけません。
- つり銭のお渡し、および現金との換金はできません。
- お持ち帰りネット注文や各種デリバリーサービスなどのネット決済ではご利用いただけません。

株主優待割引券の詳細内容はこちらをご覧ください。 <https://food-and-life.co.jp/investor/stock/shareholder-benefit>

株式会社FOOD & LIFE COMPANIES

大阪府吹田市江坂町一丁目22番2号