

様式第五十の二（第48条第6項関係）

認定事業適応計画の（最終）実施状況の概要の公表 （令和7年度）

1. 認定の日付

令和4年7月22日

2. 認定事業適応事業者の名称

株式会社リンガーハット

リンガーハットジャパン株式会社

浜勝株式会社

3. 認定事業適応計画の実施期間

令和4年8月から令和8年2月

4. 認定事業適応計画の実施状況

（1）事業適応計画に係る事業の目標の達成状況

本計画では、非接触・非対面方式でリンガーハットブランドの冷凍商品を24時間いつでも購入していただける冷凍商品自動販売機を全国に展開することにより、中食事業の拡大へ新たな事業展開を起こしたいとしている。

◎株式会社リンガーハット

令和7年度（2025年度）においては、直営店舗の冷凍商品自動販売機での販売状況が芳しくなかったため、昨年度と同じく、フランチャイズ店舗への冷凍商品自動販売機の設置実績なしとなった。

◎リンガーハットジャパン株式会社

令和7年度（2025年度）においては、令和5年5月に新型コロナウイルス感染症が5類に移行して以降、冷凍商品自動販売機1台あたりの売上高が減少傾向となった。設置台数拡大を一旦ストップし、立地や販売商品の見直し等、1台あたりの売上高を向上させることに集中したため、昨年度と同じく投資実績なしとなった。

◎浜勝株式会社

令和7年度（2025年度）においては、令和5年5月に新型コロナウイルス感染症が5類に移行して以降、冷凍商品自動販売機1台あたりの売上高が減少傾向となった。ちゃんぽん関連商品だけでなく、とんかつ関連の商品開発を進めてきたが、売上高を向上させることに集中したため、投資実績なしとなった。

(2) 生産性を相当程度向上させること又はその生産し、若しくは販売する商品若しくは提供する役務に係る新たな需要を相当程度開拓することを示す目標の達成状況

◎株式会社リンガーハット

生産性の向上に関する数値目標であるROAにおいて、基準年度（令和3年度）▲0.3%、令和4年度▲0.6%、令和5年度2.1%、令和6年度0.8%、令和7年度目標値4.8%に対し、令和7年度実績1.2%となった。

令和7年度（2025年度）においては、当初計画から下回る結果となった。これは原材料価格やエネルギー価格及び人件費の高騰による影響が大きかったために目標未達となった。

◎リンガーハットジャパン株式会社

生産性の向上に関する数値目標であるROAにおいて、基準年度（令和3年度）▲78.8%、令和4年度▲24.9%、令和5年度6.9%、令和6年度38.2%、令和7年度目標値55.8%に対し、令和7年度実績17.5%となった。当初計画から下回る結果となったものの、法定要件修正ROAの2%ポイントの向上は達成できた。

◎浜勝株式会社

生産性の向上に関する数値目標であるROAにおいて、基準年度（令和3年度）▲25.7%、令和4年度1.0%、令和5年度4.4%、令和6年度▲0.2%、令和7年度目標値53.8%に対し、令和7年度実績▲1.7%となった。当初計画から下回る結果となったものの、法定要件修正ROAの2%ポイントの向上は達成できた。

(3) 財務内容の健全性の向上を示す目標の達成状況

◎株式会社リンガーハット

有利子負債／CF が 1.5 倍、経常収支比率が 103.9%となった。

◎リンガーハットジャパン株式会社

有利子負債／CF が 0.5 倍、経常収支比率が 102.4%となった。

◎浜勝株式会社

有利子負債／CF が 11.7 倍、経常収支比率が 101.7%となった。

(4) 実施した事業適応計画の内容

◎株式会社リンガーハット

令和7年度（2025年度）においては、投資実績なしとなった。これは新型コロナウイルス感染症の影響が薄れ、自動販売機での販売を強化し、1台あたりの売上を向上させるまでは新規投資を見合わせたことによるものである。なお、冷凍自動販売機は計画期間中、500台設置予定だったところ2台の設置にとどまり、計画最終年度である令和7年度（2025年度）において、冷凍商品自動販売機の売上高が全体の売上高の3.10%以上となることを目標としていたが、冷凍商品自動販売機の売上高は全体の売上高の0.15%にとどまっている。

◎リンガーハットジャパン株式会社

令和7年度（2025年度）においては、投資実績なしとなった。これは新型コロナウイルス感染症の影響が薄れ、自動販売機での販売を強化し、1台あたりの売上を向上させるまでは新規投資

を見合わせたことによるものである。なお、冷凍自動販売機は計画期間中、400 台設置予定だったところ 130 台の設置にとどまり、計画最終年度である令和 7 年度（2025 年度）において、冷凍商品自動販売機の売上高が全体の売上高の 2.17%以上となることを目標としていたが、冷凍商品自動販売機の売上高は全体の売上高の 0.22%にとどまっている。

◎浜勝株式会社

令和 7 年度（2025 年度）においては、投資実績なしとなった。これは新型コロナウイルス感染症の影響が薄れ、自動販売機での販売を強化し、1 台あたりの売上を向上させるまでは新規投資を見合わせたことによるものである。なお、冷凍自動販売機は計画期間中、65 台設置予定だったところ 1 台の設置にとどまり、計画最終年度である令和 7 年度（2025 年度）において、冷凍商品自動販売機の売上高が全体の売上高の 1.45%以上となることを目標としていたが、冷凍商品自動販売機の売上高は全体の売上高の 0.01%にとどまっている。

新商品の全体の売上高比は 3 社とも目標未達となったが、冷凍自動販売機の導入は 24 時間無人販売でき、人件費の削減や食品ロスの減少、非対面での購入が可能となる利点があり、今後も増設に向け、取組を継続していく。