



2026 年 2 月 13 日

各 位

東 京 都 墨 田 区 太 平 四 丁 目 1 番 3 号  
株 式 会 社 ペ ッ パ ー フ ー ド サ ー ビ ス  
代 表 取 締 役 社 長 C E O 一 瀬 健 作  
(コード番号：3053) 東証スタンダード  
問 い 合 わ せ 先 常 務 取 締 役 猿 山 博 人  
開 発 本 部 長 兼 総 務 本 部 長  
電 話 番 号 0 3 ( 3 8 2 9 ) 3 2 1 0

### 中期経営計画の策定に関するお知らせ

当社は、2026 年 12 月期～2029 年 12 月期に係る中期経営計画を策定いたしましたのでお知らせいたします。なお、本計画の詳細は添付資料をご参照下さい。

※ 本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的と判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

以 上

# 株式会社ペッパーフードサービス 中期経営計画 【2026年～2029年】



株式会社 ペッパーフードサービス  
PEPPER FOOD SERVICE CO.,LTD.

2026年2月13日

市場：東証スタンダード

証券コード：3053

URL:<https://www.pepper-fs.co.jp/>

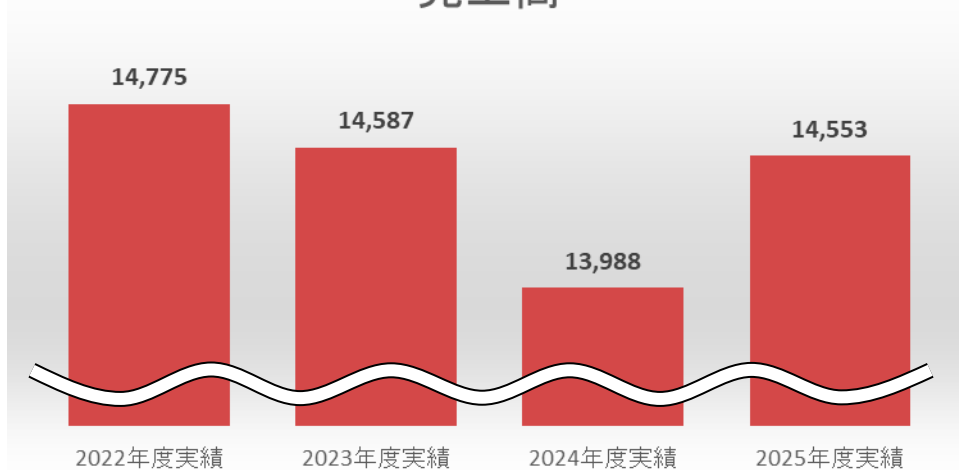


# 前中期経営計画期間の振り返り(売上高・営業利益)

- これまで国内では、収益改善に向けた店舗最適化を進め、海外では成長市場への計画的な出店を推進した結果、2024年度には黒字転換、2025年度も黒字を維持しております。  
これらの取り組みにより、国内外双方において、収益基盤と成長基盤の再構築が進み、今後の持続的成長に向けた体制が強化されました。

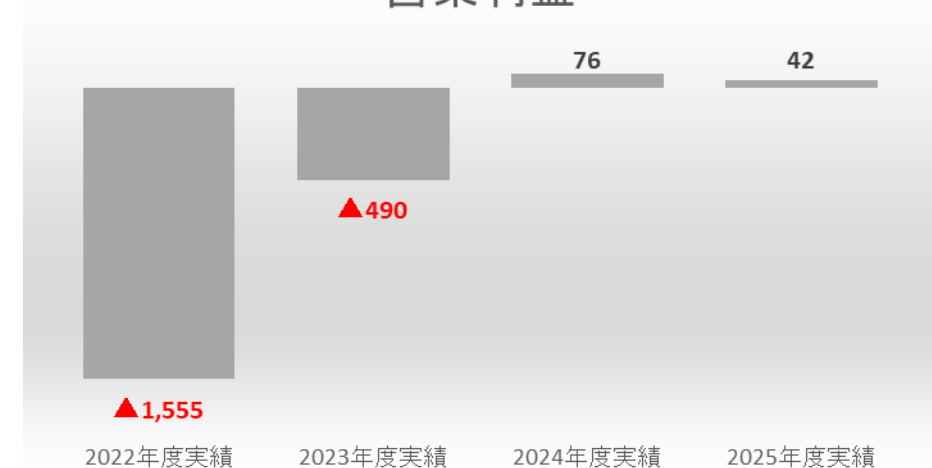
単位:百万円

売上高



単位:百万円

営業利益



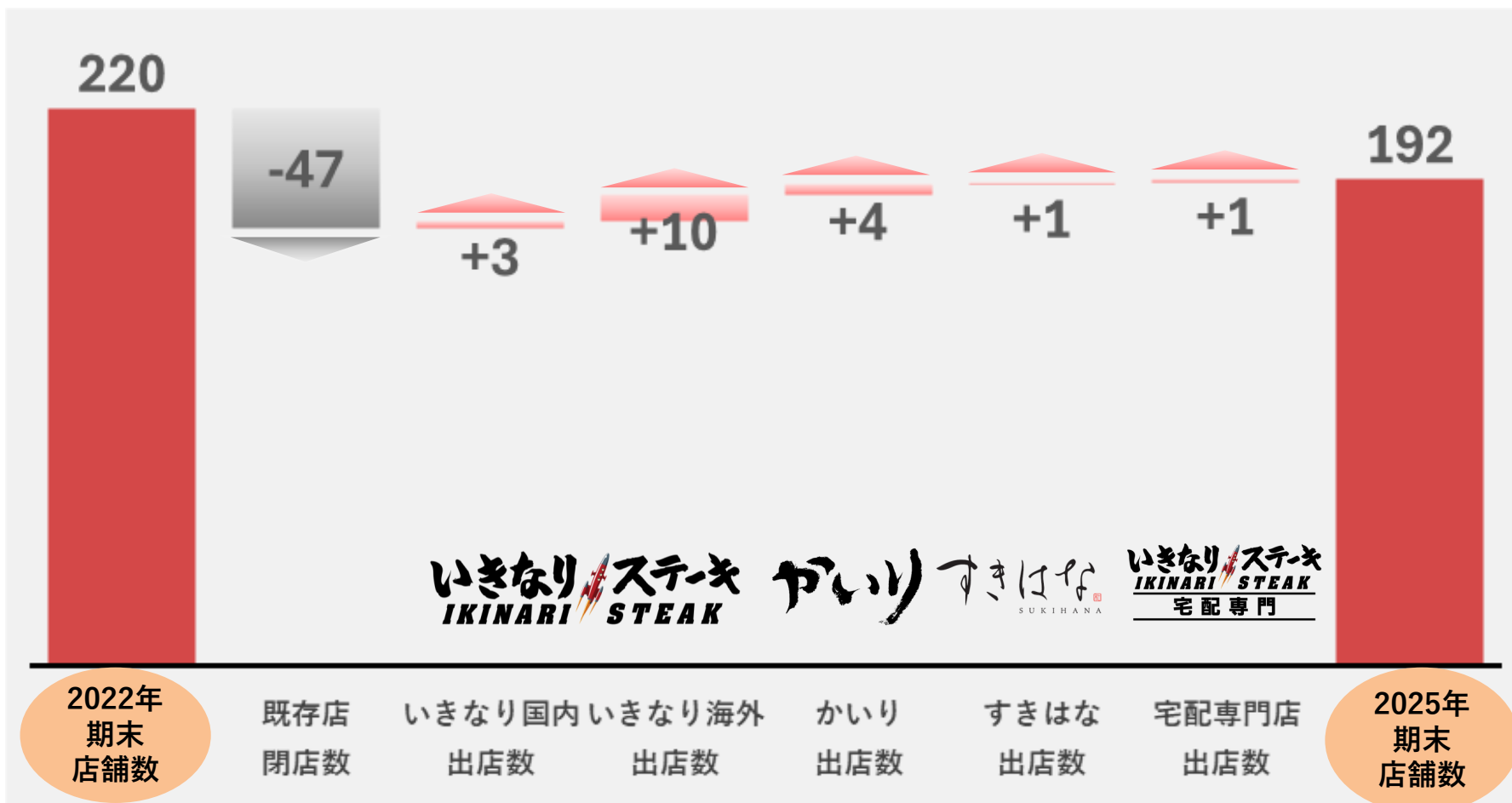
	2022年度実績	2023年度実績	2024年度実績	2025年度実績
売上高 (百万円)	14,775	14,587	13,988	14,553
営業利益 (百万円)	▲1,555	▲490	76	42
当期純利益 (百万円)	▲1,925	▲710	28	▲114
EBITDA (百万円)	▲938	▲265	257	230



## 前中期経営計画期間の振り返り(店舗数)

- 店舗数推移において、国内では収益改善に向けた店舗の最適化を進め、また段階的に不採算店の整理を行ってまいりました。一方、海外店舗は増加基調が一段と強まることとなりましたが、国内外におけるブランド展開の強化が進むとともに、特に海外市場での成長基盤強化が大きく前進する形となりました。

単位: 店舗



# これまでの取組状況の総括





# 「肉マイレージシステム」に関する振り返り①

肉マイレージ

DX投資

出店

販売促進

- 肉マイレージシステムにおけるアプリ会員特典は、これまで段階的なリニューアルを進めてまいりました。

	
実施期間	2020年12月24日～ 2023年1月15日
特典内容等	来店ポイントによる食事 クーポンを付与
主な目的	来店の動機づくりを強化
	
実施期間	2023年1月16日～ 2024年5月12日
特典内容等	来店毎に次回利用可能な クーポンを付与
主な目的	より短いサイクルでのリピート来店を 促進
	
実施期間	2024年5月13日～現在
特典内容等	マイレージ基準を「お肉のグラム数」 から「会計金額」へと改定
主な目的	特典内容の分かりやすさを高め、利 用しやすい仕組みへと改善





# 「肉マイレージシステム」に関する振り返り②

肉マイレージ

DX投資

出店

販売促進

- これまで、新規および既存のアプリ会員を対象とした各種施策を定期的実施してまいりました。  
これらの取り組みにより、新規アプリ会員の獲得ならびに既存会員の来店頻度の向上に寄与しております

いきなりステーキ  
IKINARI STEAK  
大感謝10周年

## 創業祭

2023年11月1日(水)~12月20日(水)  
1日最大2回カウント(15時までのお会計で1回、15時以降で1回)

お食事2回毎に!  
アプリスクラッチ  
抽選祭り

(2回毎のお会計後にスクラッチがアプリに連携されます)

1等 10,000円分  
(1,000円×10回、1,000円×10回、5,000円×1回)

2等 1,000円分  
3等 500円分

さらに!  
1 お食事20回で!  
達成者全員に! ロゴ入り  
サイン&フォーク  
2月中旬頃に自宅へ  
発送いたします

さらに!  
2 肉マイレージで!  
期間中のランキング!  
上位10名様に  
割引クーポン進呈

2人1人  
当選確率  
50%

肉マイレージ  
新ランク  
ロイヤル・ダイヤモンド  
誕生記念

累積  
肉マイレージ  
300kg  
達成

肉マイレージカード  
ROYAL DIAMOND  
Beef Mileage Card

300kg  
達成記念  
特製メダル  
カード進呈

3日 10日 17日 24日  
9月の毎週火曜日は

アプリ会員限定  
お食事特典  
肉マネー  
クーポン

# 2回分 進呈

新規でアプリ登録された会員様限定で  
すぐに使える! クーポン  
配布中!

開催期間:  
7月1日(水)~  
8月18日(月)

夏はやっぱり  
生ビール(中)

1杯まで  
通常 590円 ▶▶ 10円

ソフトドリンクOK

※お食事をご注文のお客様に限りです

7週連続発行! 毎週 火曜日に  
すぐに使える アプリクーポン  
配布中

ソフトドリンク 50円  
特保、レッドフル  
アルコールもOK 150円

※お食事をご注文のお客様に限りです

20歳未満のお客様、及びお車・自転車等を運転されるお客様へのアルコールの販売はお断りいたします。

施策名	スクラッチ祭り	肉の日2回分進呈	新規・既存会員ドリンク割引
施策内容	お食事1回につき、割引クーポンが当たるスクラッチを進呈。 また、お食事20回のご利用で、景品を進呈。	通常は1回のお食事につき特典を1回分進呈のところ、お食事2回分相当の肉マネークーポンを進呈	新規登録頂いたお客様に、登録後すぐにご利用可能なドリンク10円クーポンを配布。 7週連続で、ソフトドリンクまたはアルコールの割引クーポンを配布



# 「肉マイレージシステム」に関する振り返り③

肉マイレージ

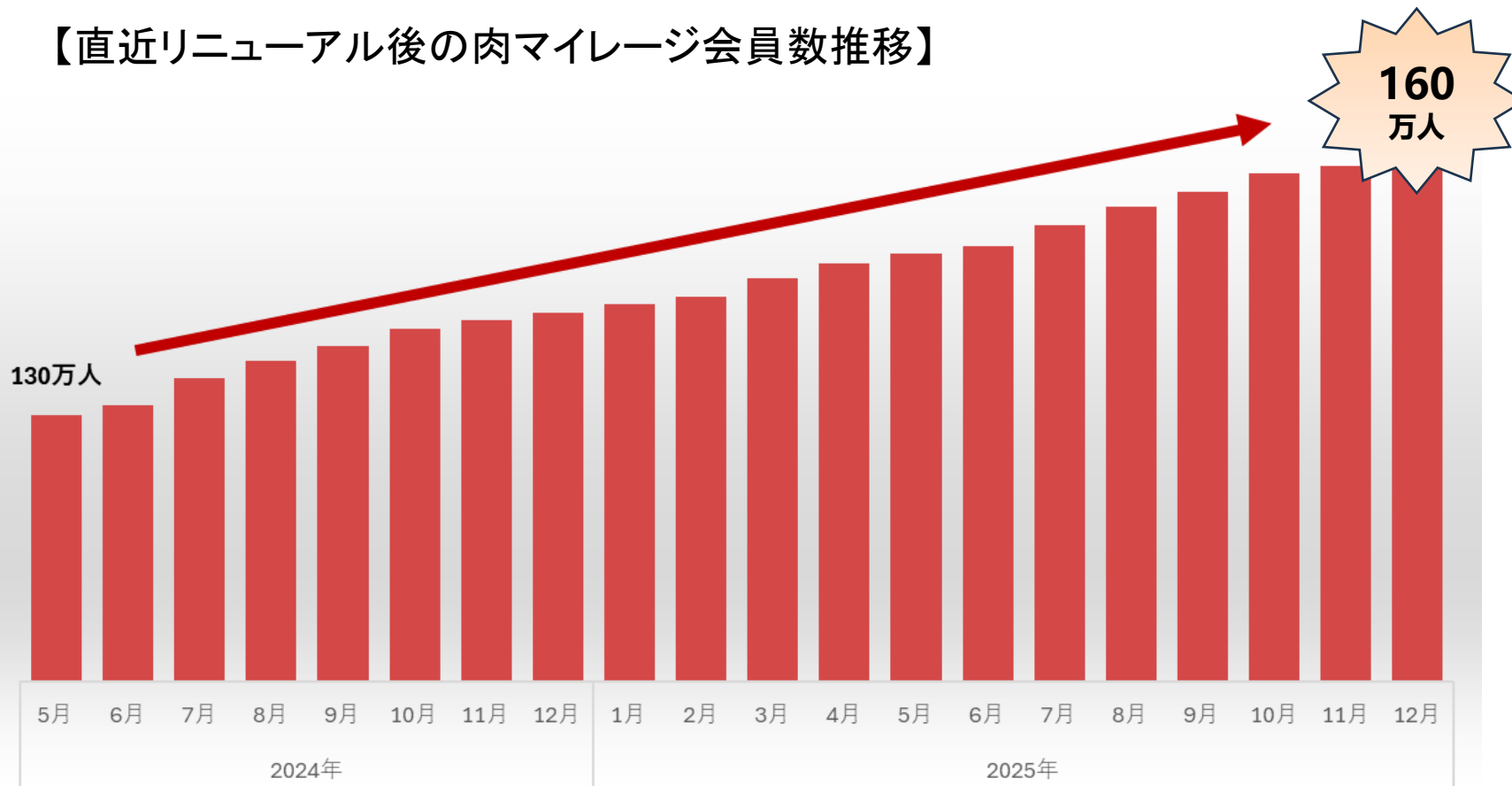
DX投資

出店

販売促進

- 特典のリニューアル及び各種施策を実施した結果、これまで会員数は順調に上昇しており、かつ特典が受け取りやすくなったとの声も多く寄せられるなど、利用促進と満足度向上に寄与していることが確認されております。

【直近リニューアル後の肉マイレージ会員数推移】







# 「セルフレジおよび券売機」に関する導入状況①

肉マイレージ

DX投資

出店

販売促進

- 店舗運営の効率化とサービス向上を目的に、2024年度からセルフレジ・券売機の導入を段階的に進めてまいりました。導入店舗では、人員配置の最適化や、待ち時間短縮などの効果が確認されており、業務効率化と顧客満足度向上に寄与しております。

## ○ 券売機



## ○ セミセルフレジ



## ○ タブレットオーダー





# 「セルフレジおよび券売機」に関する導入状況②

肉マイレージ

DX投資

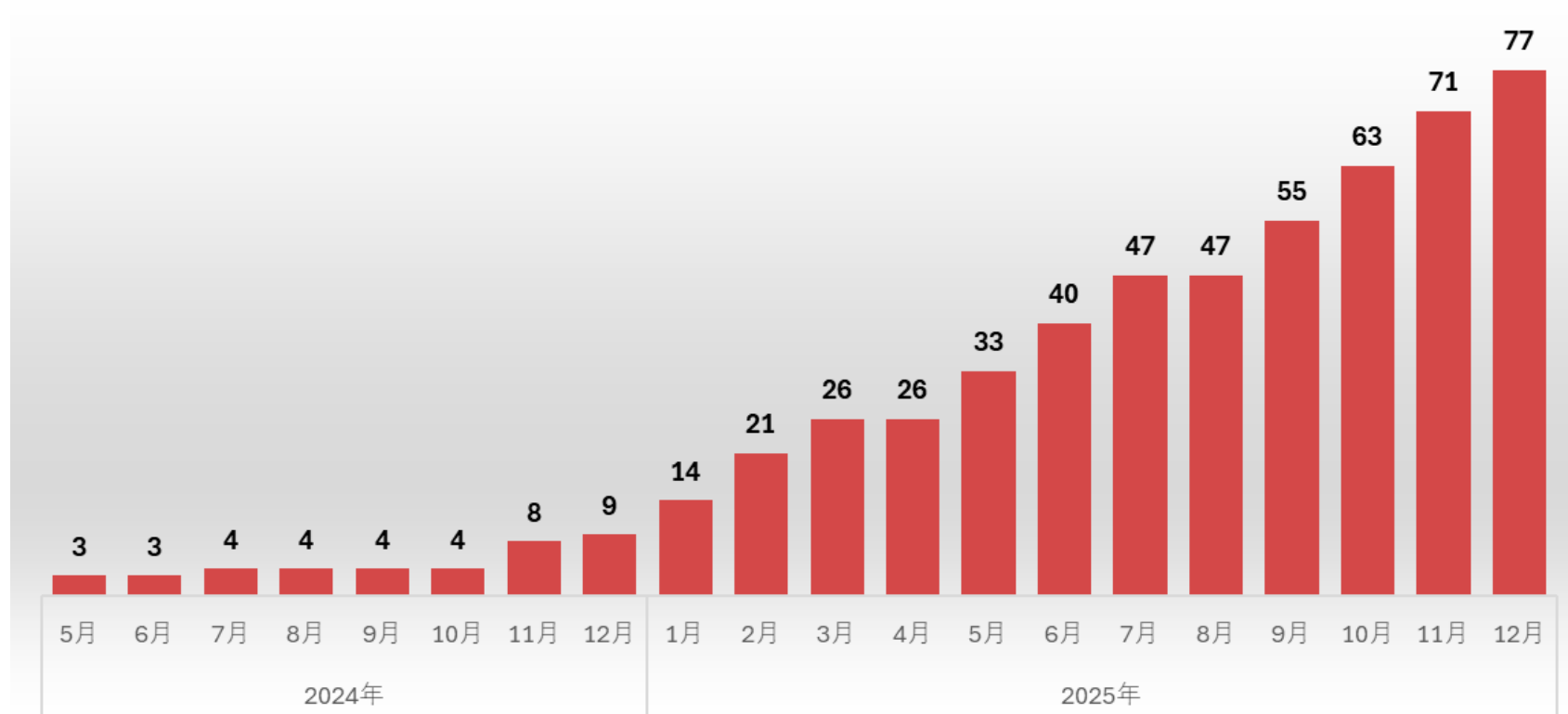
出店

販売促進

- 導入店舗数の推移につきましては、2024年度に9店舗、2025年度に68店舗へ導入を進めてまいりました。2026年度以降につきましても、計画的に導入を進めてまいります。

【累計導入店舗数推移】

単位: 店舗





# 「出店」に関する振り返り

肉マイレージ

DX投資

出店

販売促進

- これまで国内では、収益改善に向けた店舗の最適化や運営効率の向上に取り組むとともに、M&Aを含む各種施策を通じて、収益基盤の強化を進めてまいりました。  
また、海外においても、成長余地の大きい市場への戦略的な出店を推進し、事業成長に向けた基盤づくりを着実に進めております。



いきなりステーキ  
IKINARI STEAK  
宅配専門



ロケーション	国内(いきなり)	国内(レストラン)	国内(宅配専門)	海外(いきなり)
店舗名	いきなり！ステーキ 神田北口店 他	かいり吉祥寺店 他	いきなり！ステーキ 宅配専門笹塚店	Ikinari Steak Alabang Town Center店 他





# 「出店」に関する振り返り(いきなり！ステーキ)

肉マイレージ

DX投資

出店

販売促進

- 国内ではこれまで、「いきなり！ステーキ BRANCH博多パピヨンガーデン店」や次世代型店舗「いきなり！ステーキ神田北口店」をオープンしました。

## BRANCH博多パピヨンガーデン店の特徴

- セルフオーダーシステム(テーブルタブレット端末)の導入
- ご家族やグループでのお客様もゆったりとお食事を楽しめるよう、客席もベンチシートを増やした店内設計

## 神田北口店の特徴

- 空間デザインの革新  
おひとり様向けの座席は対面で相席になった時のストレスを感じさせない設計  
ボックス席を設け、ご家族や複数人でのお食事でもゆったりと楽しめる空間  
モダンで開放的なインテリアにより、より気軽にご利用いただける環境
- 調理技術の進化  
スチームコンベクションオーブンを新たに導入  
ステーキの旨味・ジューシーさ・焼き加減の正確さを従来以上に追求  
より安定した品質のもと、理想的なステーキ体験を提供





# 「出店」に関する振り返り(レストラン)

肉マイレージ

DX投資

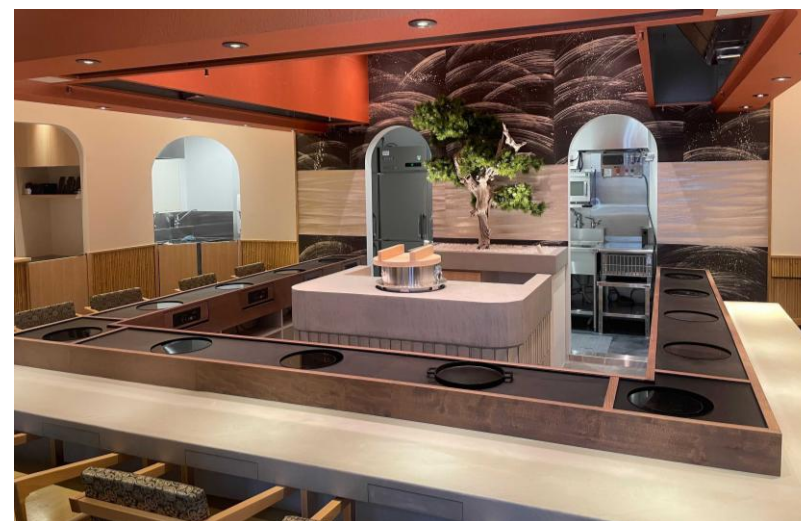
出店

販売促進

- 当社の新業態となるすき焼き専門店「すきはな 新橋銀座口店」をオープンしました。

## すきはな新橋銀座口店の特徴

- 「いきなり！ステーキ」とは異なり、店内は落ち着いたある「離れの茶室」をイメージ
- 店員がお客様の目の前で肉を焼くスタイルで、カウンター席の一人一人に焦点を当てる調理方法を採用
- お客様の様々なニーズにこたえるべく、ランチメニューやコースメニュー・テイクアウト・デリバリーを展開





# 「出店」に関する振り返り(レストラン)

肉マイレージ

DX投資

出店

販売促進

- 「かいり」ブランド牡蠣居酒屋事業を2025年3月1日付で譲り受け、その後当社として新店舗となる「牡蠣海幸かいり 吉祥寺店」をオープンしました。

## 「かいり」の特徴

- 東京都渋谷区内に3店舗立地し名物である「痛風鍋」を世に出した店
- 新鮮な牡蠣をメインに、店舗ごとに牡蠣×海老、牡蠣×貝類と2タイプの異なる自慢の味を提供

## 吉祥寺店の特徴

- 「かいり」各店で人気を博してきた名物「痛風鍋」を主軸に、牡蠣・海老・蟹などの海鮮を贅沢に盛り込んだ構成
- 既存メニューに加え、伊勢海老を贅沢に使用した「痛風鍋」や、痛風鍋の出汁を用いた「痛風ダレのおでん」などを販売
- 幅広いシーンで活用できるようテーブル個室・小上がり個室を完備、また、お食事を気軽に楽しめるよう落ち着いた和モダン空間設計







# 「出店」に関する振り返り(宅配専門)

肉マイレージ

DX投資

出店

販売促進

- 当社初となるゴーストキッチン事業として「いきなり！ステーキ宅配専門笹塚店」をオープンしました。  
当社が運営する「かいり」や「すきはな」などの複数ブランドを同一拠点から順次オープンする計画です。

## 宅配専門笹塚店の特徴

- テイクアウトは実施せず、デリバリーに特化した“宅配専門店”を運営
- 午後5時から深夜1時までの営業により、仕事終わりの会社員や深夜帯など、実店舗では対応出来なかった時間帯を強化



いきなりステーキ  
IKINARI STEAK  
宅配専門

こだわりとんかつ  
かつき亭  
東京  
宅配専門



# 「出店」に関する振り返り(海外:台湾)

肉マイレージ

DX投資

出店

販売促進

- これまで台湾に1店舗をオープンし、現地ニーズに合わせた商品展開や季節施策により、安定した集客を確保しております。

## 台湾に関する主な特徴および販促について

- 商業施設内への出店により、家族利用やグループ需要を安定的に取り込み、集客基盤を確保。
- 現地の食文化に合わせた親しみやすい店舗づくりと、一部商品のローカライズを実施。
- ホリデーシーズンに合わせた限定商品や、夏場の気候を意識した施策により来店動機を創出。





# 「出店」に関する振り返り(海外:インドネシア)

肉マイレージ

DX投資

出店

販売促進

- これまでインドネシアに5店舗をオープンし、宗教・文化に配慮した商品展開をはじめ、各種販促施策により、集客および収益性の向上を図っております。

## インドネシアに関する主な特徴および販促について

- 商業施設内を中心に展開し、家族・グループ利用を軸とした安定的な集客を実現。
- イスラム文化や宗教行事を考慮した商品設計やボリューム感・付加価値型商品を展開。
- ラマダンやホリデー期間、ランチ限定商品などの施策により、集客力および収益性の向上に寄与した。







# 「出店」に関する振り返り(海外:フィリピン)

肉マイレージ

DX投資

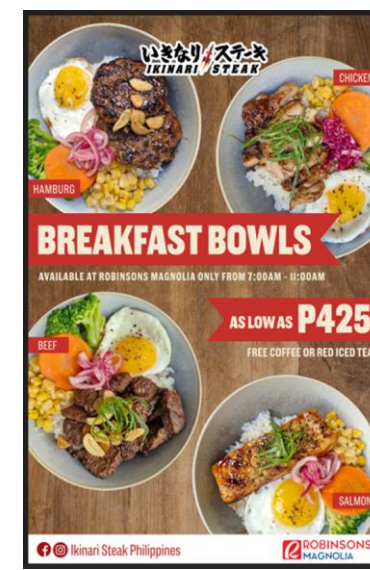
出店

販売促進

- これまでフィリピンに5店舗をオープンし、高級感と親しみやすさを両立した店舗づくりと販売施策により、家族連れや若年層、パーティー利用まで幅広い用途での利用が可能となっております。

## フィリピンに関する主な特徴および販促について

- 商業施設内を中心としつつ一部路面店舗も展開し、出店形態の幅を持たせた店舗運営を実施。
- 高級感と親しみやすさを両立した店舗設計に加え、朝食やお子様向け商品など柔軟な商品構成を採用。
- ホーリーウィーク向け商品や各種キャンペーンにより、需要期対応と来店動機を創出。





# 「販売促進」に関する振り返り①

肉マイレージ

DX投資

出店

販売促進

- これまで顧客満足度の向上と新規顧客の獲得に向け、さまざまな販売促進施策を実施してまいりました。特に企業とのコラボレーション企画は大きな話題を生み、更なるブランド認知の向上や顧客層の拡大に大きく寄与しております。



開催期間	2023年7月17日(月)～ 9月30日(土)	2024年6月1日(土)～ 6月30日(日)
コラボレーション企画	マジカルラブリーの野田クリスタル『いきなりアンバサダー』就任	女性VTuberグループ「ホロライブ」所属の「ホロライブゲームズ」×いきなり！ステーキ





## 「販売促進」に関する振り返り②

肉マイレージ

DX投資

出店

販売促進

- 若年層を含む新たな顧客層への拡大を図るため、IPコラボの継続および人気TVアニメとのコラボレーションを開催いたしました。



開催期間	2025年6月1日(日)～6月30日(月)	2025年7月19日(土)～8月31日(日)
コラボレーション企画	プロゲーミングチーム『Crazy Raccoon』 (クレイジーラクーン) × いきなり！ステーキ	人気TVアニメ「Re:ゼロから始める異世界生活」× いきなり！ステーキ





# 「販売促進」に関する振り返り③

肉マイレージ

DX投資

出店

販売促進

- これまで顧客満足度の向上を目的として、各種商品キャンペーンを継続的に実施してまいりました。併せて、ステーキ商品に加え、季節性や部位に応じたトッピングの拡充にも取り組んでおります。



商品名	ブレードミートステーキ	イチボステーキ
特徴	牛一頭から1kgほどしか取れない希少部位を使用	牛一頭から2kgほどしか取れない希少部位を使用



# 「販売促進」に関する振り返り④

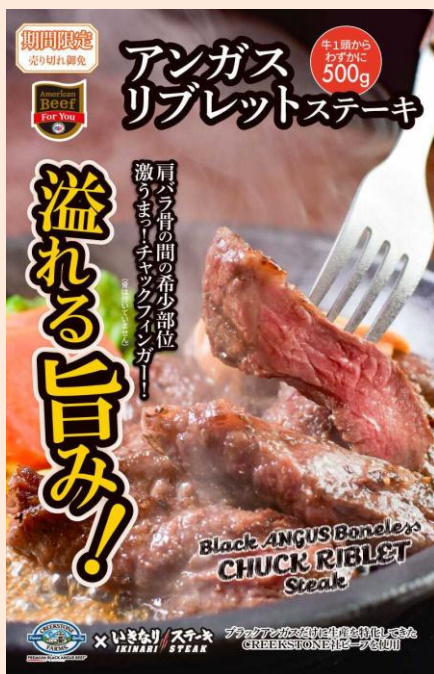
肉マイレージ

DX投資

出店

販売促進

- 2024年～2025年には、当社として初めて取り扱う部位のステーキ販売を実施し、これにより、既存のお客様に加え、新規顧客の獲得にも寄与しております。



商品名	アンガスリブレットステーキ	うわみすじステーキ
特徴	牛一頭から500gしか取れないチャックフィンガーと呼ばれる牛の肩バラの部位を使用	牛一頭から1kgほどしか取れない肩甲骨内側にあるミスジ上部の希少部位を使用

# 中期（4か年）における数値目標 および重点課題について





# 中期数値目標

- 2026年～2029年度の数値目標を以下の通り策定し、中期経営計画の実現に向け、重点課題の取り組みと成果の最大化を図ります。

	2024年度 実績	2025年度 実績	2026年度 計画	2027年度 計画	2028年度 計画	2029年度 計画
売上高 (百万円)	13,988	14,553	15,548	16,777	18,133	19,922
営業利益 (百万円)	76	42	101	238	372	537
当期純利益 (百万円)	28	▲114	50	188	322	487
EBITDA (百万円)	258	230	334	543	715	940
店舗数(合計)	186	192	198	214	232	262
いきなりステーキ(国内)	175	171	172	183	196	217
内( )出店	(0)	(3)	(8)	(12)	(13)	(21)
内( )退店	(11)	(7)	(7)	(1)	(0)	(0)
いきなりステーキ(海外)	6	12	15	18	21	26
内( )出店	(2)	(6)	(3)	(3)	(3)	(5)
レストラン事業	5	9	11	13	15	19
内( )出店	(1)	(4)	(2)	(2)	(2)	(4)

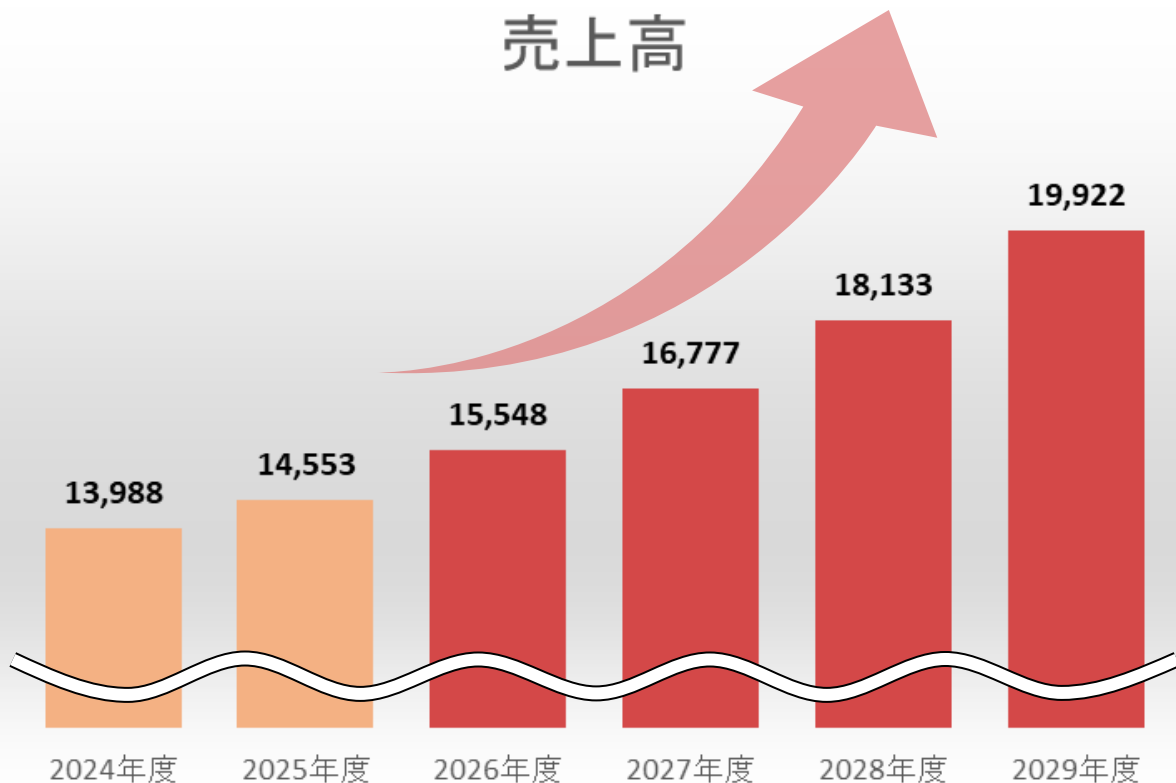


## 中期数値目標(売上高・営業利益)

- 2026年～2029年度における売上高および営業利益につきましては、店舗数の拡大ならびに各種販売施策等の実施により、着実な増加を図ってまいります。

単位:百万円

売上高



単位:百万円

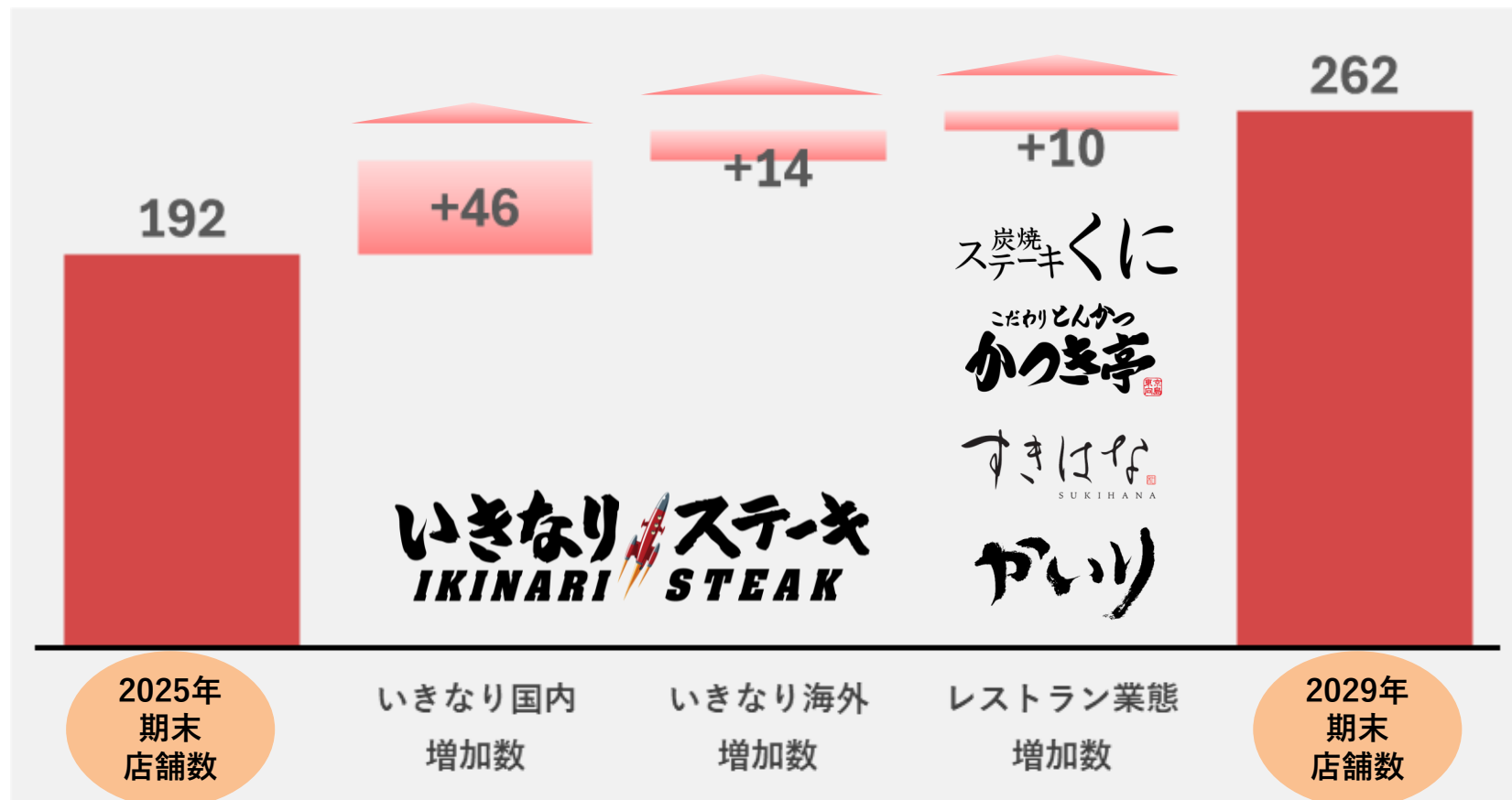
営業利益





## 中期数値目標(店舗数推移)

- 2026年～2029年度における店舗数の推移につきましては、各業態において計画的な出店を進めていく方針です。これにより、2029年期末の店舗数は262店舗を計画しております。





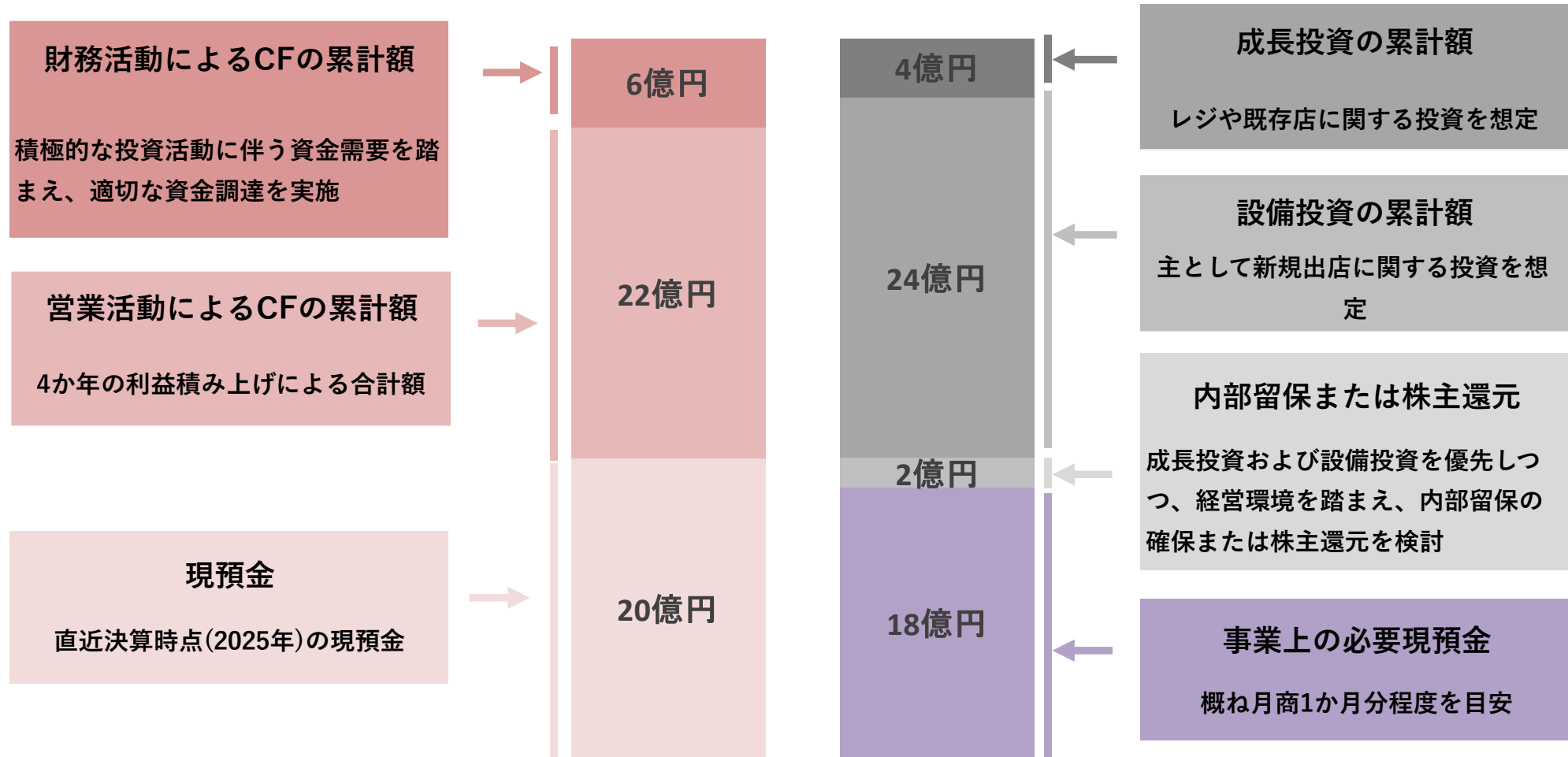


# 4か年のキャピタル・アロケーションの見通し

- 中期的な企業価値向上を目的として、新規出店を中心とした設備投資へ重点的に資金配分を行う方針です。

ストック & キャッシュイン

アロケーション





# 重点課題について①

- 2026年～2029年度における中期計画では、持続的な成長と企業価値向上に向け、以下の項目を重点課題として取り組んでまいります。

## 1.新規出店の継続

## 2.各種販売促進

スケジュール : 2026年～2029年度

### 実施概要

今後4か年における出店において、

- 市場環境や立地条件を綿密に分析し、各業態ごとに見合った立地に出店を進めていく方針。
- 2026年～2029年の4か年において、
  - いきなりステーキ事業は54店舗
  - レストラン事業は10店舗

の出店を計画。

### 実施概要

今後4か年における販売促進において、

- IP施策コラボや各種タイアップ企画を継続的に展開し、話題性を創出することで、新規顧客の獲得を積極的に進める。
- アプリを活用した販促活動をこれまで以上に強化することで、既存顧客との接点を強化し、来店動機の拡大やリピート促進につなげていく。



## 重点課題について②

- 2026年～2029年度における中期計画では、持続的な成長と企業価値向上に向け、以下の項目を重点課題として取り組んでまいります。

### 3.DX投資

### 4.FC加盟店拡大

スケジュール：2026年～2029年度

#### 実施概要

セルフレジ・券売機の導入を図ることで、

- 決済業務の省人化を図り、生産性の向上を実現させる。
- 接客に注力できる環境を整備し、顧客満足度の向上を目指す。
- 販売データを収集し、データに基づくオペレーションの最適化および販売促進施策を強化する。

#### 実施概要

FC加盟店の拡大を図るため、

- 既存のFCパッケージを再評価し、改定を行う。
- 「かいり」、「かつき亭」等のレストラン事業及び「いきなり！ステーキ神田北口店」をモデルとした新規FCパッケージを作成。
- 各種販売施策の強化を推進させるとともに、併せて経営指導の充実を通じて、加盟店のさらなる業績向上と長期的な成長基盤の確立を目指す。



## 重点課題について③

- 2026年～2029年度における中期計画では、持続的な成長と企業価値向上に向け、以下の項目を重点課題として取り組んでまいります。

### 5.海外展開の拡大

### 6.事業柱の育成および新規事業の創出

スケジュール : 2026年～2029年度

#### 実施概要

今後4か年における海外展開において、

- 今後は、さらなる進出エリアの拡大に加え、現在交渉中であるマレーシア・ベトナムをはじめ、香港やタイなどその他アジア市場への参入も検討することで、事業を一層拡大していく方針。
- 2026年～2029年の4か年において、
  - 台湾1店                      ●フィリピン4店
  - インドネシア1店      ●その他アジア市場 8店の出店を計画。

#### 実施概要

- いきなり！ステーキに継ぐ第二の事業柱の育成を重点課題と位置づけ、収益性の高い事業における本格的な量産化を視野に入れた強化を図る。
- 事業拡大および新規事業創出に向け、継続的にM&A投資を検討していく方針。
- 「いきなり！ステーキ神田北口店」で得られた成功事例やノウハウを蓄積することで、既存店の水平展開および今後の新業態の開発へと発展させる計画。



## 注意事項

本資料に記載されている計画や見通しは、資料作成時点での当社の判断に基づくものであり、記載された将来の計画値や施策の実現を確約したり、保証するものではなく、今後、予告なしに変更されることがあります。

この情報に基づいて被ったいかなる損害についても、当社は一切責任を負いませんので、ご承知おきください。



株式会社ペッパーフードサービス  
PEPPER FOOD SERVICE CO.,LTD.

いきなりステーキ  
IKINARI STEAK

炭焼  
ステーキ くに

こだわりとんかつ  
かつき亭

すきはな  
SUKIHANA

がいに