

既存店 成長

1

業態転換と店舗改装

店舗資産価値の最大化による 持続的成長

業態 転換 1. 戦略的な転換によるエリア収益の最大化

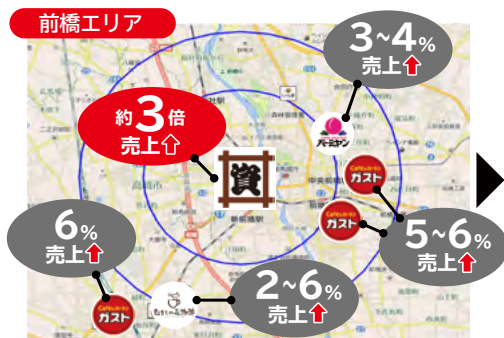
すかいらーくグループの強みは、20以上の多彩なブランドポートフォリオを持ち、同一エリア内でのカニバリゼーション（自社競合）を解消しながら、その立地に最も適したブランドへ再構築できる点にあります。

■エリア収益最大化事例

- 地方都市における「資さんうどんへの転換」で収益最大化



同一エリアに複数あるガストの1店を資さんに転換
● 自店 約3倍の売上増
● 周辺店舗の2～6%売上増



■2025年実績

区分	実施店舗数	2025年実績
業態転換	36店 (国内34店、海外2店)	売上高効果 : +101% カニバリ解消効果 : +5.4%

人口減少が進む
地方でもマーケットの
ポテンシャルを高め、
外食の新しい
ご利用動機を創出

—2026年転換方針—

収益力が最も高いしゃぶ葉や、全国に出店の呼び声の高い資さんうどんを柱に、2026年度は年間50店の転換を計画しています。

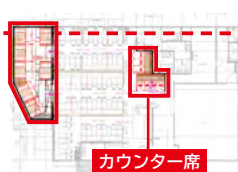
店舗 改装 2. データに基づいた店舗改装（リモデル）と看板設置での売上最大化

既存店の魅力を再構築し、客数および客単価の向上を図るため、時代の変化に合わせた空間づくりを継続的に実施しています。またリードサイン（誘導看板）や店頭看板の設置を強化することで、来店機会の接点を増やし、売上増に寄与しています。

施策項目	2025年度 実績	投資効果・成果	2026年予定
店舗改装	223店	居心地よい空間づくりやコンセプトに合わせた新デザイン 店舗ごとの来店組人数に対応したテーブルレシオで席効率を向上 客数効果 +4.3%	230店～240店
リードサイン（誘導看板）	364店	来店理由として最も高い「通りがかり」のお客様を誘引するための視認性向上策 客数効果 +2.1%	300店
店頭看板	398店	来店理由として最も高い「通りがかり」のお客様を誘引するための視認性向上策 客数効果 +1.1%	300店

■リモデル事例

バーミヤン横浜野島公園店 **客数効果 +13.3%**



グラフィック看板の設置、3面ポール看板のデザイン変更により視認性改善を行う

看板
増床実施
増床を実施し、大幅な席卓増
31卓110席 ⇒ **48卓131席**
(+17卓、+21席)



中期事業計画

既存店
成長

2

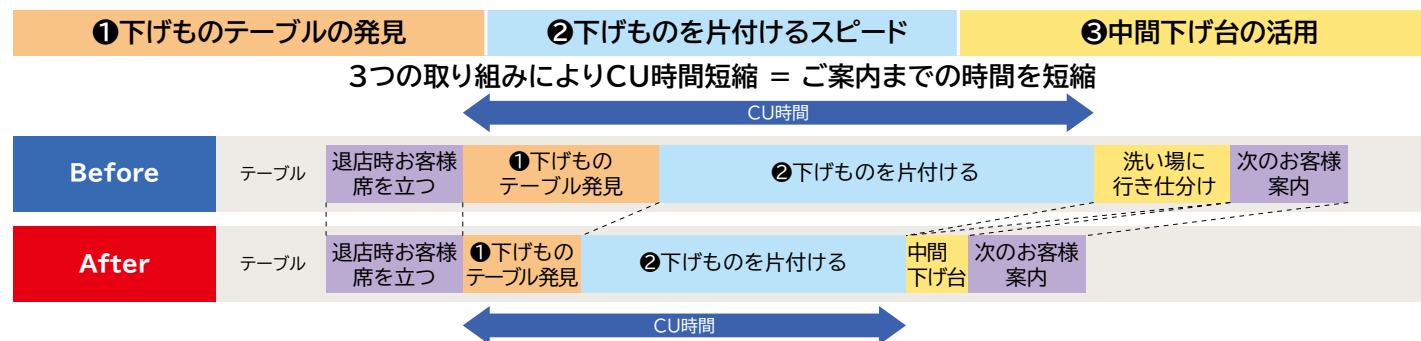
店舗オペレーション力の向上

オペレーションおよび労働時間の可視化で
生産性・売上高を大きく改善

当社は、国内3,000店規模の店舗網における収益力を最大化するため、経営の軸を「店舗中心経営」へと完全にシフトさせています。店舗運営能力を高める点で、店舗オペレーションを細かく分解し、各工程で作業改善を行うことで、生産性を高める取り組みをしています。その際に基準となるのが、「オペレーションの可視化」です。2024年に、お客様が退店されてから、テーブルのセッティングが完了する時間（クリーンアップタイム＝CU時間）をデータで見える化し、CU時間を短縮する取り組みを実施し、回転率の向上により客数効果を上げています。

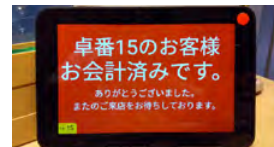
「オペレーションの可視化」現地現物×DX

各工程においてCU時間を短縮し、回転率を改善



CU時間とは？ ➡ お客様が退店されてからテーブルのセッティングが完了する時間

①退店された卓をタブレットに表示。
下げ卓の発見までの時間を短縮



②下げものを片付ける
スピードアップ訓練



全員が同じ動作手順でできる
動画マニュアルの作成と訓練

一つの席を2名で下げる
作業割り当ての変更でご案内効率をUP



③中間下げ台の設置・活用による歩行時間・
仕分け時間の短縮

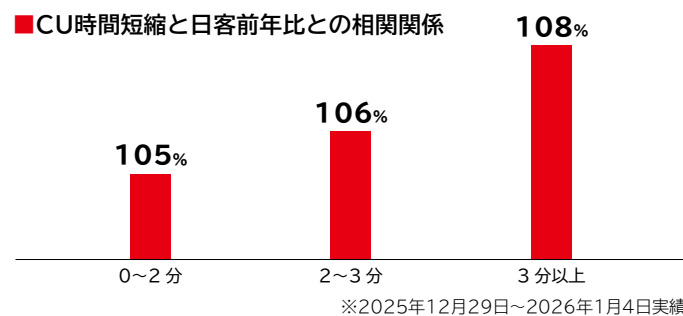


店舗面積によっては、下げた食器を洗い場までや、
運ぶまでの歩行数がかかる点を改善

改善効果

CU(クリーンアップ)時間と客数には相関関係があり、CU時間が改善している店舗ほど、客数前年比が高い傾向にあります。客数増の有効な手法として、個店ごとにデータ分析→改善活動を行っています。

■CU時間短縮と日客前年比との相関関係



勤怠管理システム「らくしふ」の導入による労働時間の可視化

店舗の売りきり力を高めるための攻めの人員配置プラットフォームとして、シフト管理アプリ「らくしふ」を全店に導入しました。

希望シフトのブラックボックス化解消と組織的送客

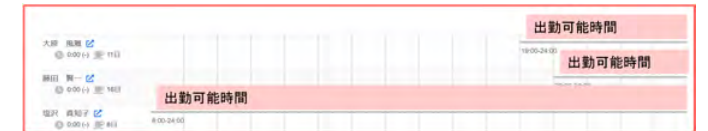
従来は店舗マネジャーのみが個別に管理していた「従業員・クルーの希望シフト情報」を、営業部長までリアルタイムに一元閲覧できる体制へ刷新しました。これにより、「シフトの希望(働く意志)を出しているにもかかわらず、自店の時間帯枠の関係でシフトが割り当てられていない従業員(余剰リソース)」が組織全体で一目で可視化されるようになりました。

勤を抑制して正社員の公休管理や有給取得を適正化しつつ、最も売上が上がる時間帯に機動的に「労働時間を投資」できる柔軟な労務環境を構築しています。

出勤者のワークスケジュール(黒いラインが希望シフト・青いラインが実シフト)



希望を出したが、シフトに入っていないクルーさん



ヘルプ・交渉のピンポイント化と労務の適正管理

本システムの導入により、週末や繁忙期のピークタイムに人員が不足している周辺店舗へのピンポイントなヘルプ要請をデータに基づいて科学的に実行できるようになりました。無駄な超

自社開発の単日バイト「スポットクルー制度」の確立

時代とともに、スキマ時間を有効活用して働きたいというニーズが増加しており、全国約2,600のすかいらくグループ店舗の募集シフトをマッチングする単日バイトの内製化を2025年7月1日より始動いたしました。「空き時間に学校の近くで少し働きたい」「帰省の際に、一定期間働きたい」といったニーズにきめ細かく対応した環境づくりを推進し、突発的な人員不足の解消や商盛期における労働時間の確保につなげています。

「元クルー（退職者）」の即戦力化プラットフォーム

マッチングした外部スポットクルーの約2割は「過去5年以内のすかいらく退職者(元クルー)」によって構成されています。年間約4.5万人が卒業などで入れ替わりますが、退職後も希望する日程で気軽に勤務できることで、習熟度の高い人材が長きにわたり即戦力で活躍いただける独自のプラットフォームを構築しています。

全国約2,600店舗

- ☑スキマ時間を有効活用
- ☑マニュアルが統一されておりすぐ活躍！

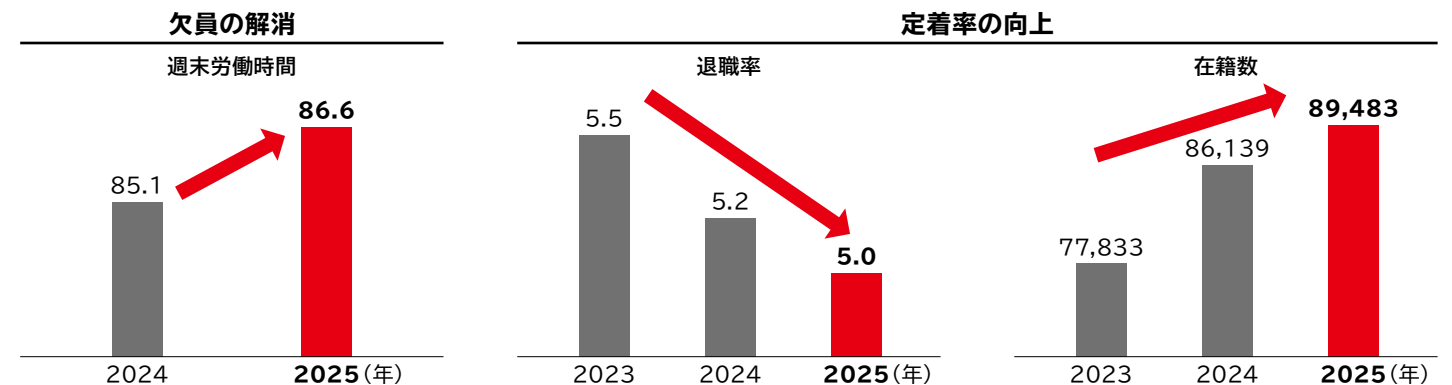
2026年4月末時点で
約7万人が登録



クルーポイント制度

客数が増える週末や繁忙期に、クルーポイントを付与することで、パートアルバイトの方の出勤率を高め(+2%up)、週末労働時間の確保につなげています。

これらの取り組みにより、退社率の低下および定着率が向上し、従業員の習熟度が向上することで店舗運営能力が高まり、客数・売上増に寄与しています。



中期事業計画

既存店
成長

3

マーケティングの深化

デジタル基盤とデータ分析の高度化による
顧客体験の創造

当社グループは、国内3,000店規模の店舗網と3,300万ダウンロードを超える「すかいらーくアプリ」を重要な経営リソースとして位置づけ、デジタルとリアルを高度に融合させたマーケティング戦略を推進しています。2025年度は、従来の画一的なプロモーションから脱却し、顧客データを軸としたデータドリブンなマーケティング施策への転換が奏功。既存店売上高前年比108.0%（客数102.0%・客単価106.0%）という強い成長を実現しました。2026年度はAI解析によるパーソナライズ化をさらに加速させ、持続的な売上成長と顧客体験価値の最大化を追求してまいります。

1. 「すかいらーくアプリ」による顧客理解の深化とOne to Oneマーケティングの確立

会員の属性情報、来店履歴、注文データ、アンケート回答などを詳細に分析することで、お客様一人ひとりの嗜好やニーズを深く理解するCRMの高度化を推進しています。

●アプリと連動したパーソナライズコミュニケーションの推進

自社のポイント基盤である「すかいらーくポイント」とアプリを連動させ、個別の喫食履歴に基づいたおすすめメニューの提案やキャンペーン告知を自動配信。セグメント別のサンクスメールやバースデークーポンを最適化することで、ロイヤルティ向上と来店頻度の最大化を図っています。

●顧客ステージに応じたエンゲージメント強化施策の設計

顧客の利用ステージ（新規、リピート、ファン、休眠）に応じたコミュニケーション施策を設計。ブランドの魅力を知っていただく発信に加え、AIによるデータ分析に基づき顧客の属性や利用状況（頻度・嗜好）を分析し、最適な『タイミング（時期・日時）』『コンテンツ（商品・イベント）』『チャンネル（ツール）』を選択して配信することで、顧客の来店意欲を効果的に高めるコミュニケーションを構築しています。



2. 個人別ダイナミッククーポンの本格稼働

顧客に魅力を感じていただき、且つ、利益率と客数を最大化させる「ダイナミッククーポン」の運用を本格化させています。

●個人ごとに最適化されたクーポン配信

従来のブランド一律の割引から、地域別・県別・個店別、さらにはお客様の嗜好・利用シーンに応じた適切なクーポンを最適なタイミングで発行。お客様の視線に触れる提案と効率の高い販促を同時に達成しました。さらに、曜日や時間帯、店舗ごとの閑散期の予測データと連動し、機動的に需要を創出することで、店舗のオペレーション負荷を平準化しつつ、過度な値引きに依存せず、顧客満足による再来店促進と、注文点数増加に伴う客単価アップを目指しています。

3. データ分析に基づくメニュー開発とプロモーションの深化

高度なデータ分析を基にしたマーケットインの戦略策定と戦術実行の加速と収益の最大化を図り、消費者の心がときめく新メニューの開発や既存商品のブラッシュアップを行っています。

■「やまや監修もつ鍋」のブラッシュアップ事例

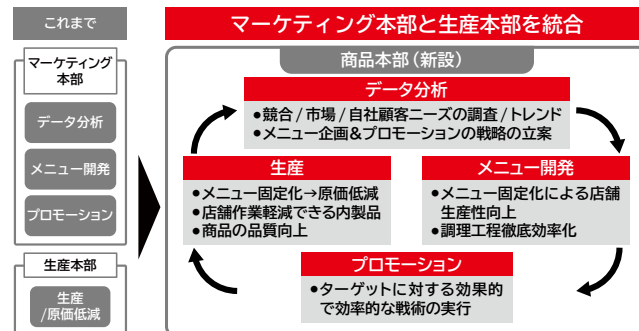


販売単価
+110円

期間販売数
約3倍UP

前年の検証データにおいて要望が多かった「もつ増量」や各種トッピング、ちゃんぽんセットの導入、卓上コンロでの提供といった改善を実施。顧客満足度の向上と客単価アップの両立を実現しました。

■メニュー開発・プロモーション・生産までを一気通貫した新組織を組成



4. 生成AIを活用したマーケターメニュー開発人材の育成

高度化するマーケティングテクノロジーや生成AIを現場で確実に収益へ結びつけ、市場での競争力を維持し続けるための組織的な人材育成プログラムを強化しています。

●AI駆動型開発へのシフト

企画立案から試食承認までのプロセスにAIを組み込み、企画品質の向上を図る専門研修を実施。

●過去知見の資産化とデータ基盤整備

過去の膨大な開発知見やデータを、AIが即座に活用できる「データレイク」や「RAG（検索拡張生成）」としてシステム基盤へ整備。蓄積されたノウハウを組織全体で科学的に再現できる体制を構築。

●多角的なデータ分析と企画の自動生成

過去3年間のSNSや喫食データをAIで解析し、ペルソナを自動生成。「NotebookLM」や画像生成ツール、専用の「メニュー企画アプリ」を駆使して、消費者の心をときめかせる商品企画を迅速に行えるプロフェッショナルを育成。

生成AI活用を主導

IT本部 AI推進チームリーダー 藤本 祥恵

Googleのイベント登壇や日経ウーマンに取り上げられるなど、外食業界におけるAI活用を広く推進。すかいらーくホールディングスの全本部に対し業務AI活用を手掛ける。



5. 第3の成長ドライバー「宅配やテイクアウト・通販・外販」の進化

①『自社受注ハイブリッド宅配システム』の構築と収益性改善

コロナ禍以降も宅配市場が拡大基調にある中、当社グループは2025年度より自社受注における「ハイブリッド配達システム」の開発と社会実装を強力に推進しています。自社サイト・アプリで受注した注文を、AIが店舗の出勤状況や時間帯に応じて「自社配達員」と「外部の配達代行（UberDirect等）」へリアルタイムかつ自動的に最適に振り分けるものです。これにより、ピークタイムにおける受注上限のボトルネックが解消され、車輛等の固定費減少と人件費の効率化の同時達成を目指しています。

テイクアウトにおいては、価格戦略や利用シーンに合わせたテイクアウト限定メニューの開発に力を入れ、売上増を図ります。

② 通販・外販（冷食）事業の飛躍的拡大とグループシナジー

通販・外販事業の拡大を進め、2025年年間累計売上高・営業利益は、ともに前年比139%の大幅な増収増益を達成。3,300万ダウンロードを突破したアプリ会員基盤と、全国3,000店の強力なブランド認知と開発力を最大の優位性として市場を開拓しています。

販路拡大を支える商品企画と能動的な営業・販促活動

外販領域

展示会出展やバイヤーへの直接提案、店頭活動を積み重ねることで、大型量販店や小売店など110社を超える主要量販店・ドラッグストアへの配荷拡大に成功。

通販領域

自社サイトに加えて楽天市場、Amazon、Yahoo!ショッピング、さとふるなど7大ECモールへ網羅的に出店。季節ごとのイベント企画やメルマガ販促、緻密なSEO対策により、au PAY マーケットでの売上伸び率アワード受賞をはじめ高い実績を挙げています。



販売例：株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス、ユニー株式会社、株式会社ドン・キホーテ 等