

2023年4月期～2025年4月期 第一次 中期経営計画

東和フードサービス株式会社
2024年7月12日更新



目次

- | | | |
|---|---------|-------|
| 1 | はじめに | ➡P.3 |
| 2 | 経営環境と課題 | ➡P.4 |
| 3 | 中期ビジョン | ➡P.6 |
| 4 | 中期経営戦略 | ➡P.7 |
| 5 | 中期経営目標 | ➡P.19 |
| 6 | おわりに | ➡P.21 |

01 はじめに

東和フードサービス株式会社は、東京圏にて高級喫茶店の「椿屋珈琲」を中心に、カフェ「ダッキーダック」、イタリアンレストラン「イタリアンダイニング DONA」、お好み焼き・もんじゃ焼き「こてがえし」「ぱすたかん」、その他、ケーキ物飯店などをチェーン展開する外食企業です。

都内にケーキ工場と珈琲焙煎所、神奈川県にソース、パスタ、ドレッシングなどの食品加工製造工場を有し、独自性の高い高品質な商品とサービスを提供しています。

本中期経営計画は、3年間(2023年4月期～2025年4月期)を対象とし、当社が直面する課題と、持続的な成長に向けた取り組みを明らかにします。

特に、2024年7月現在の経済情勢や社会課題(円安、インフレ、インバウンド、物価高、企業責任、環境問題、SDGs、DX、人手不足、高付加価値経営)を踏まえ、外食特有の具体例を用いて課題設定を行い、対応方針を策定しました。

1

SWOT分析

強み

- 東京圏の店舗展開(駅前 & 商業施設)
- 自社工場(セントラルキッチン)の活用
- 高品質・高付加価値サービスの提供
- 強い財務基盤(無借金)

弱み

- 限定された出店エリア
- 労働集約型サービス(労働力不足)
- 定期借家契約による退店リスク(商業施設)
- 機械化・デジタル化の遅れ

機会

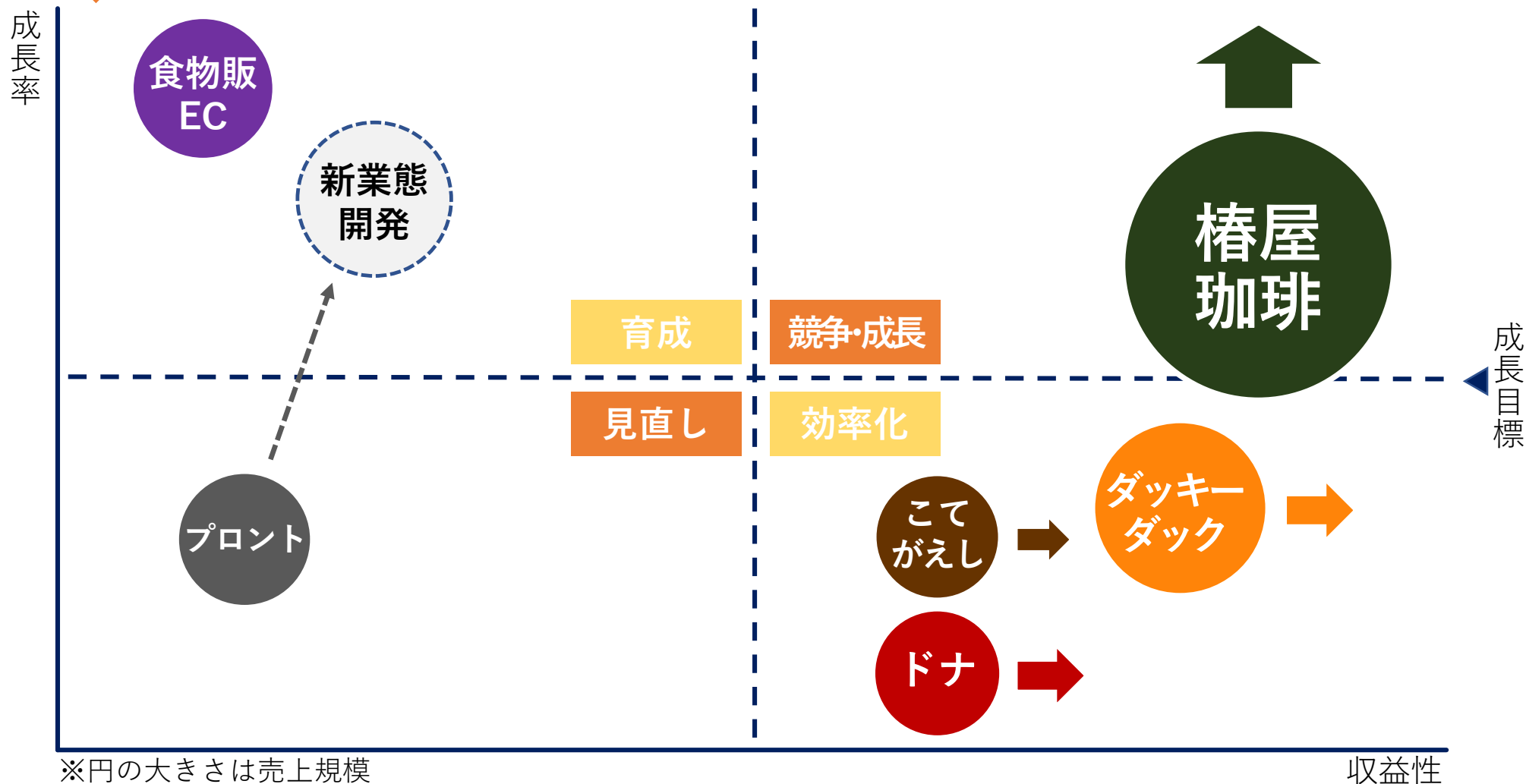
- 高付加価値商品の需要増
- インバウンド需要の増加
- DXの推進
- 環境問題への意識の高まり

脅威

- 競争激化
- 食材価格の高騰
- 人件費の高騰
- 円安・インフレ

02 経営環境と課題

2 事業ポートフォリオ分析



03 中期ビジョン

経営理念

味覚とサービスを通して、
都会生活に安全で楽しい食の場を提供する。

当社は「あったら楽しい」「手の届くぜいたく」をテーマに、高品質な商品とサービスを通して、お客様にゆとりとくつろぎのひとときを提供し、社会に貢献する企業を目指します。



1

顧客満足度向上のための戦略

2

生産性向上

3

人材育成・確保

4

環境・サステナビリティ

顧客満足度向上のための戦略

立地戦略

- 東京圏ベストロケーション、多業態ドミナント出店
- 都心および「臨都心」エリアへの出店強化
- 路面店または基準階±1
- もんじゃ焼き専門店の開発

2024年5月24日(金)オープン「椿屋珈琲 吉祥寺茶寮」



1 顧客満足度向上のための戦略

顧客ニーズに合わせた商品開発

椿屋ブランディング ～スペシャルティコーヒーへのこだわり～

- “From seed to cup”をコンセプトに、生産から抽出まで一貫した品質管理を徹底した「スペシャルティコーヒー」を使用。
- フェアトレードを前提とした生産農家の視察、買い付けを2023年はブラジルで実施。
- 国際資格Qアラビカグレーダーを有する焙煎士がコーヒー豆を選別、自社ロースターにて焙煎。また今秋には、コーヒーへのこだわりを発信する場所として、新たな焙煎所を竣工予定。

現地での買い付け



自社ロースター(今秋竣工)



1 顧客満足度向上のための戦略

顧客ニーズに合わせた商品開発

椿屋ブランディング ～スペシャルティコーヒーへのこだわり～

- 日本スペシャルティコーヒー協会(SCAJ)主催の「ジャパン サイフォニスト チャンピオンシップ」2023年大会にて初優勝。今後、日本代表として世界大会に出場予定。
- 優勝者の名前を冠した「MARINA BLEND」を販売。



1 顧客満足度向上のための戦略

顧客ニーズに合わせた商品開発

茶寮SiKi 椿屋珈琲 クイーンズ伊勢丹仙川店

- 2023年10月4日に「茶寮SiKi」ブランドの2店舗目をオープン。
- 愛知県 西尾の (株)南山園 様とのコラボレーション (抹茶スイーツ・ドリンク)。
- 「ここにしかない」限定感のある業態・メニュー。



1 顧客満足度向上のための戦略

顧客ニーズに合わせた商品開発

TSUBAKIYA Jiyugaoka

- 話題の新施設「JIYUGAOKA de aone」に2023年10月20日にオープン。
- 銀座の名店の味を再現した、作りたての「苺のミルフィーユ」が看板商品。



1 顧客満足度向上のための戦略

顧客ニーズに合わせた商品開発

こてがえし そごう千葉店・浦和パルコ店

- 2023年10月5日に「こてがえし そごう千葉店」をオープン。
2024年3月15日に「こてがえし 浦和パルコ店」をリニューアル。
- 観光・インバウンド需要を取り込むため、素材と出汁にこだわった「築地もんじゃ」を展開。

こてがえし 千葉そごう店



こてがえし 浦和パルコ店



❖ 築地もんじゃ



1 顧客満足度向上のための戦略

顧客ニーズに合わせた商品開発

自社製造へのこだわり

● セントラルキッチンで製造された高付加価値商品の展開

椿屋特製ビーフカレー



生パスタ



シャインマスカットのショートケーキ



1 顧客満足度向上のための戦略

デジタル技術を活用した顧客体験の創造

ネットとリアル連携

- 2023年4月にリリースした「椿屋珈琲グループアプリ」は会員13万人を突破
- EC・実店舗の連携を強化

LINE
22万人

アプリ
13万人

EC
2万人

SNS
2万人

顧客体験価値のさらなる向上



機械化、DXによる店舗・間接部門・生産工場の効率化

店舗

生産性・利便性向上
サービスレベルの維持向上
インバウンド対応

「生産性向上パッケージ」の作成

- ・自動釣銭機(年間▲20,000時間)
- ・テーブルオーダー、会計システム・卓上ボタン
- ・インカム・順番待ち予約管理システム
- ・キッチンディスプレイ
- ・クラウド型デジタルレシピ など

間接部門

- ・事務処理の効率化
(シフト作成・キャッシュレス)

生産部門

- ・生産性向上設備の導入
- ・製造スペースの拡充
- ・位置情報を活用した物流の最適化

職場環境作り・従業員満足度の向上

- ・ 家族手当、住宅手当の拡充
- ・ 奨学金返済支援制度の新設
- ・ 持続的な賃上げ、定期昇給(インフレ対応)

教育研修の制度の見直し

- ・ 定着率向上を目的とした研修カリキュラムの策定
- ・ 研修チームの発足、研修センターの設立(2024年9月予定)
- ・ 職位別集合研修から登用制度へ

人事評価

- ・ 定量・定性評価の見える化(年2回のフィードバック)
- ・ 責任と役割の明確化(職務分掌・権限規定に基づく評価)
- ・ 昇進昇格(降職降格)の基準策定

環境・サステナビリティ

安全・安心への
取り組み

- ・食品安全・労務管理 ※「ISO22000」の取得

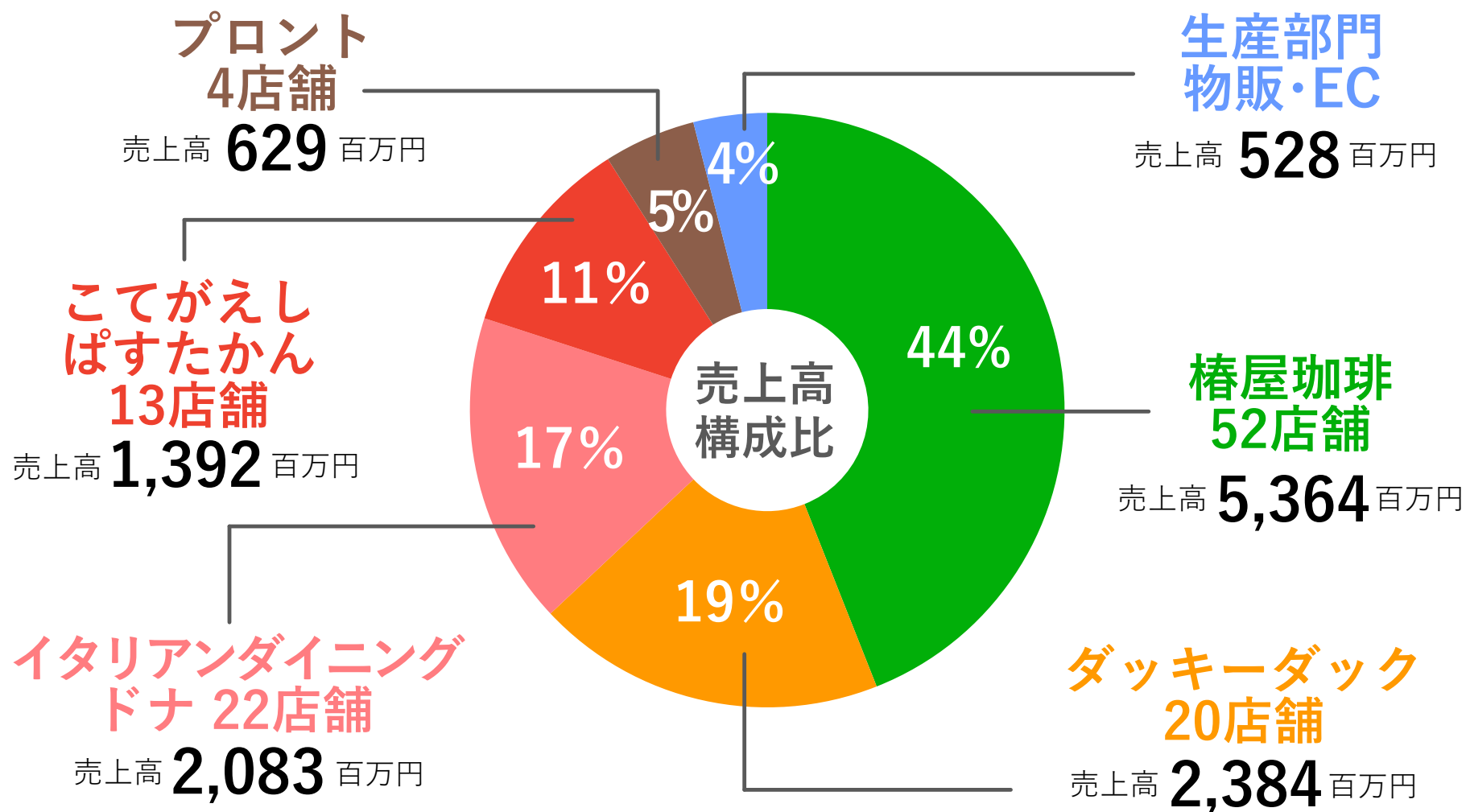
食品ロスの低減

- ・食品リサイクル(生パスタの端材を飼料へ転用)
※日本SDGs協会より「SDGs事業認定」
- ・椿屋特製ビーフカレーに規格外の牛肉を有効活用
(年間1.2トンの食品ロス削減)
- ・仕入れ先で下処理されたカット野菜を加工用食材として使用

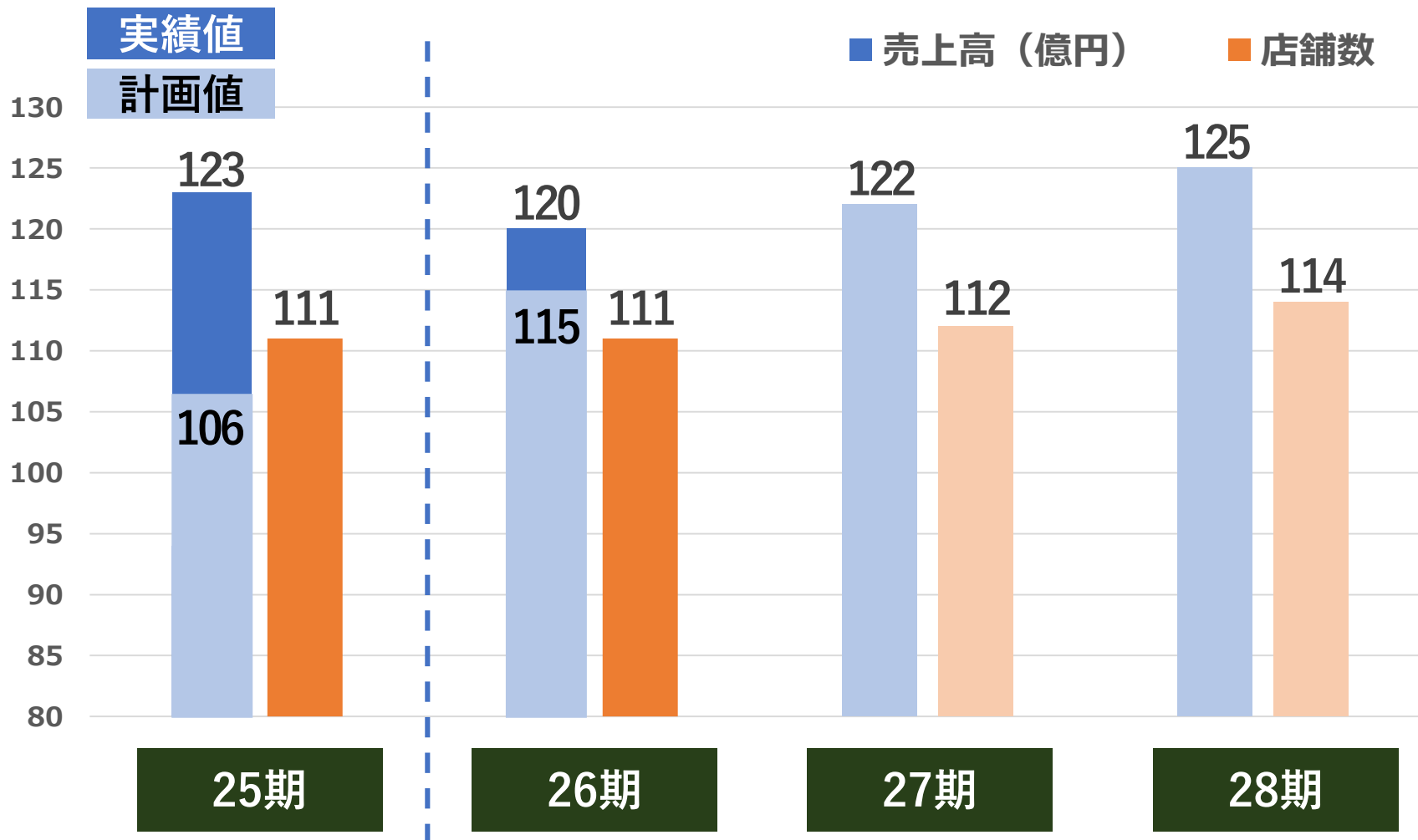
環境・健康志向

- ・サステナブルで健康的なメニューの開発(地産地消の推進)
- ・戸塚カミサリーにて製造過程で排出される約1トンの廃油を
航空機用再利用燃料(SAF)としてリサイクル
- ・深川コンフェクショナリーで発生する動植物性残渣の5.4トン
を飼料原材料へ、また454kWの発電リサイクルに活用

業態別店舗数・売上実績(2024年4月末時点 計111店舗)



売上高と店舗数の推移



当社は、本中期経営計画を実行することで、持続的な成長と収益力向上を実現し、株主の皆さまにご満足いただける企業を目指してまいります。

※本中期経営計画は、2024年7月時点の情報に基づき作成しており、今後変更となる可能性があります。

※本資料は、情報提供のみを目的としており、投資判断の材料として使用されるべきものではありません。