

各 位

2024 年 7 月 12 日  
住 所 東 京 都 港 区 新 橋 三 丁 目 20 番 1 号  
会 社 名 東 和 フード サービス 株 式 会 社  
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 C E O 岸 野 誠 人  
(コード番号：3329 東証スタンダード)  
問 合 せ 先 取 締 役 執 行 役 員 管 理 本 部 本 部 長 長 谷 川 研 二  
T E L : 0 3 - 5 8 4 3 - 7 6 6 6

中期経営計画の進捗ならびに数値目標修正に関するお知らせ

当社は、2023 年 4 月期から 2025 年 4 月期を対象とした第一次中期経営計画を策定しております。この度その進捗ならびに目標売上高、目標店舗数に関して修正を行いましたので公表いたします。

1. 修正の内容

	2023 年 4 月期 (実績値)	2024 年 4 月期 (実績値)	2025 年 4 月期 (目標)
売上高 (百万円)	10,846	12,382	12,000
店舗数	112	111	111

2. 修正の理由

売上高目標に関してましては、2024 年 5 月 30 日開示の 2024 年 4 月期決算短信（日本基準）〔非連結〕にて公表しております。店舗数につきましては、人手不足という環境下において、各既存店舗での労務環境やサービスの基準を安定化させることに重きをおいて、収益化できる店舗づくりを優先するため、横ばいとしております。

詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

(注) 本資料で記載しているデータ及び将来に関する予測は、現時点で入手可能な情報に基づき、当社判断で予想したものであり、潜在的なリスクや不確実性を含んでおります。そのため、本資料の予測は様々な要因によって変化する可能性があり、記載された目標・予想等の達成及び将来の業績を保証するものではありません。

以上

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

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、ケーキ物販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

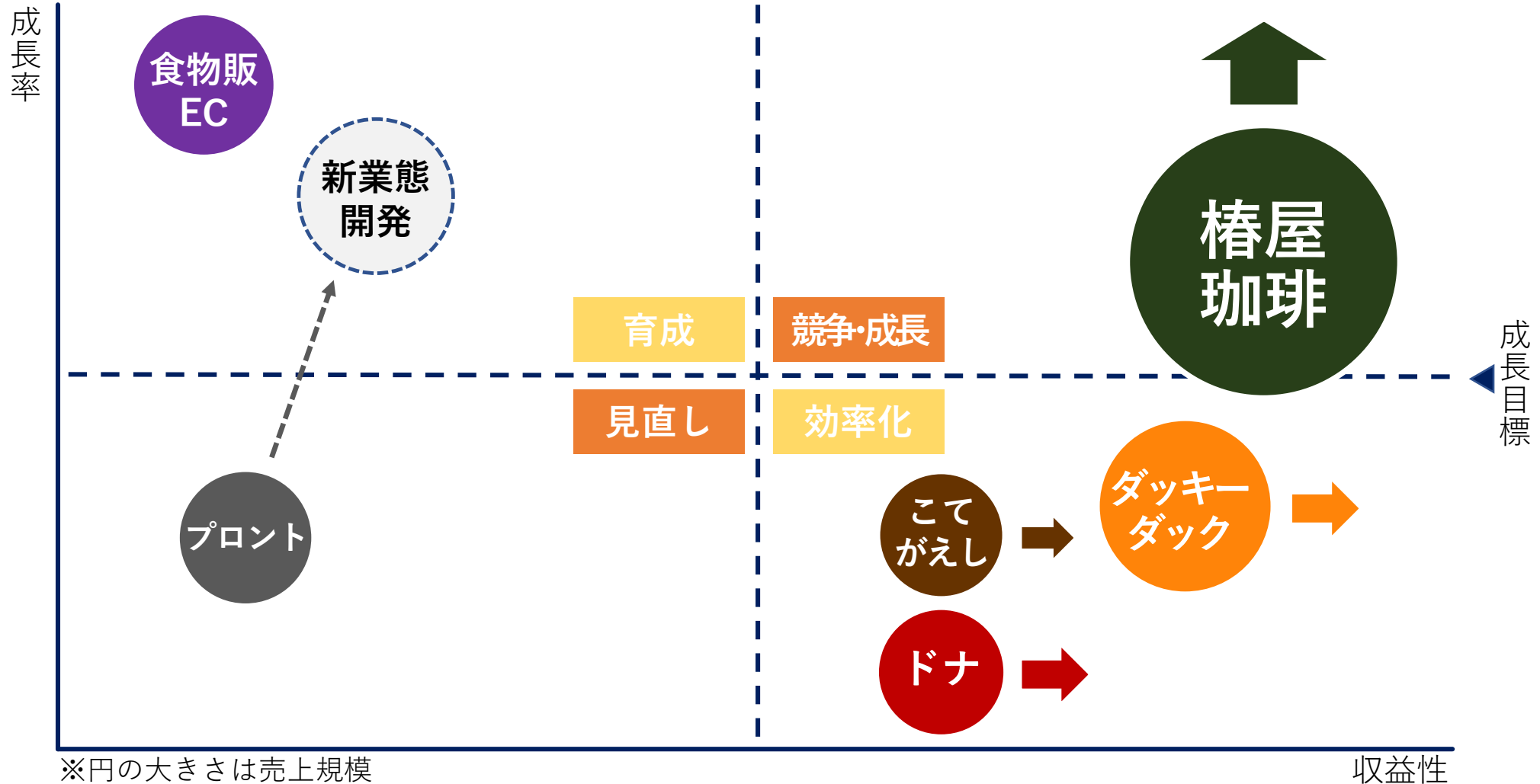
- 高付加価値商品の需要増
- インバウンド需要の増加
- DXの推進
- 環境問題への意識の高まり

## 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





## 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 サイフオニスト 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



## 2 生産性向上

## 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

## 4

## 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

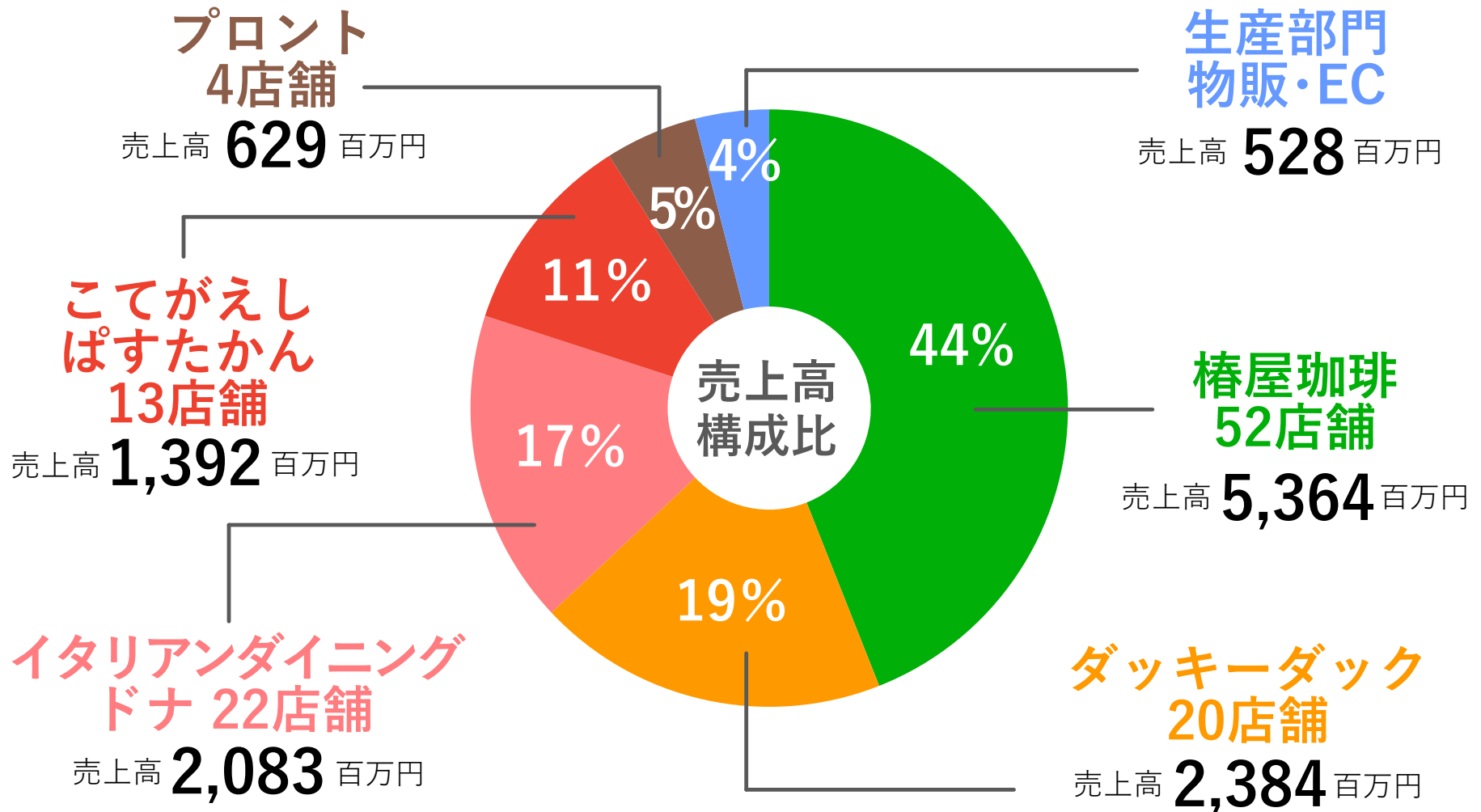
## 食品ロスの低減

- ・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

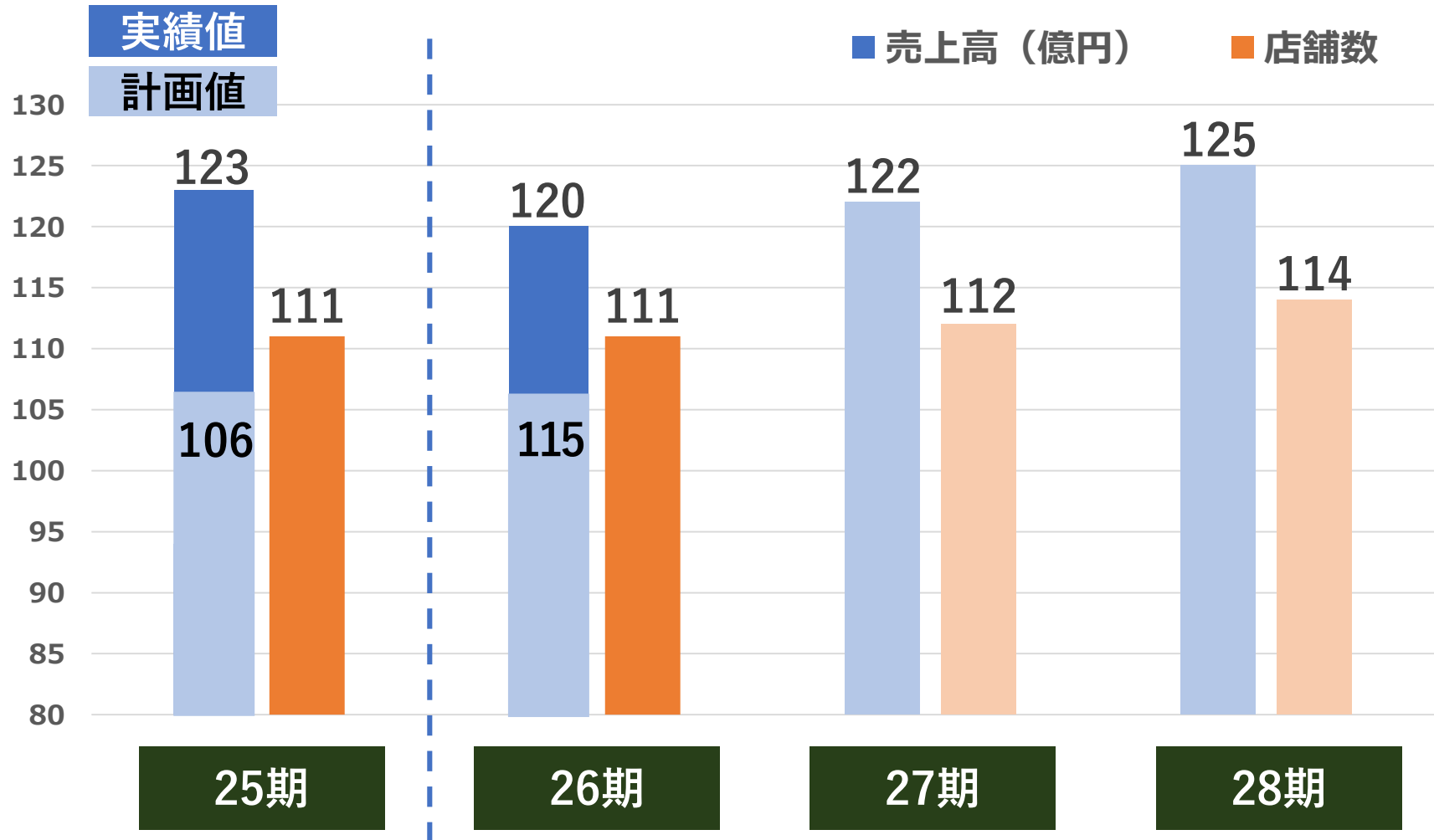
## 環境・健康志向

- ・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。