



平成 29 年 5 月 11 日

各 位

会 社 名 株式会社サガミチェーン
代表者名 代表取締役社長 伊藤 修二
(コード番号：9900 東証・名証第一部)
問合せ先 執行役員 鷺津 年春
TEL. 052-771-2126

中期経営計画策定のお知らせ

この度、当社グループでは直近の業績を踏まえ、2019 年度を最終年度とする新中期経営計画「ローリングプラン 2019」を策定いたしましたので、お知らせいたします。

記

1. 中期経営計画策定について

当社グループは、グループビジョン“**No.1 Noodle Restaurant Company**”の実現に向け、事業を推進してまいりました。前中期経営計画同様に、当中期経営計画は、次代の成長を確固たるものとすべく策定いたしました。また、事業環境の変化に迅速に対応するために、一年毎に経営計画を見直し、ローリングすることを方針としております。

2. 数値目標

【連結】

(単位：百万円)

	2016 年度実績 (平成 29 年 3 月期)	2017 年度計画 (平成 30 年 3 月期)	2018 年度計画 (平成 31 年 3 月期)	2019 年度計画 (平成 32 年 3 月期)
売 上 高	25,937	26,000	27,100	27,900
営 業 利 益	838	880	1,020	1,060
経 常 利 益	885	920	1,070	1,100
当 期 純 利 益	586	590	630	660

※詳しくは、添付資料をご参照ください。

以上

「No.1 Noodle Restaurant Company」



中期経営計画 2017-2019年度 サガミグループ ローリングプラン 2019



2017年5月11日

株式会社 **サガミ** チェーン

目次

1. グループビジョン	-2-
2. 中期経営計画の策定について	-3-
3. 前期（2016年度）の振り返り	-4-
4. 基本戦略	-9-
5. 重点政策	-12-

サガミグループのビジョン

No.1 Noodle Restaurant Company

サガミグループは常に一番を目指し、努力し、成長していきます

個々の店舗が地域と密着し、お客様から最も“ありがとう”をいただける笑顔であふれた「地域一番店」となる。

「そば」「みそ煮込」「手延べうどん」に加え、
麺レストランにおける様々なジャンル・カテゴリーでのNo.1の集合体となる。

誇るべき日本の健康食「そば」を世界に紹介するリーディングカンパニーとして、
「そば」No.1ブランド『SAGAMI』を数多くの国に展開する。

中期経営計画の策定について

当中期経営計画の対象期間においては、世界的な景気変動や消費増税時期の変更等が想定されるなど、不透明な環境にあります。

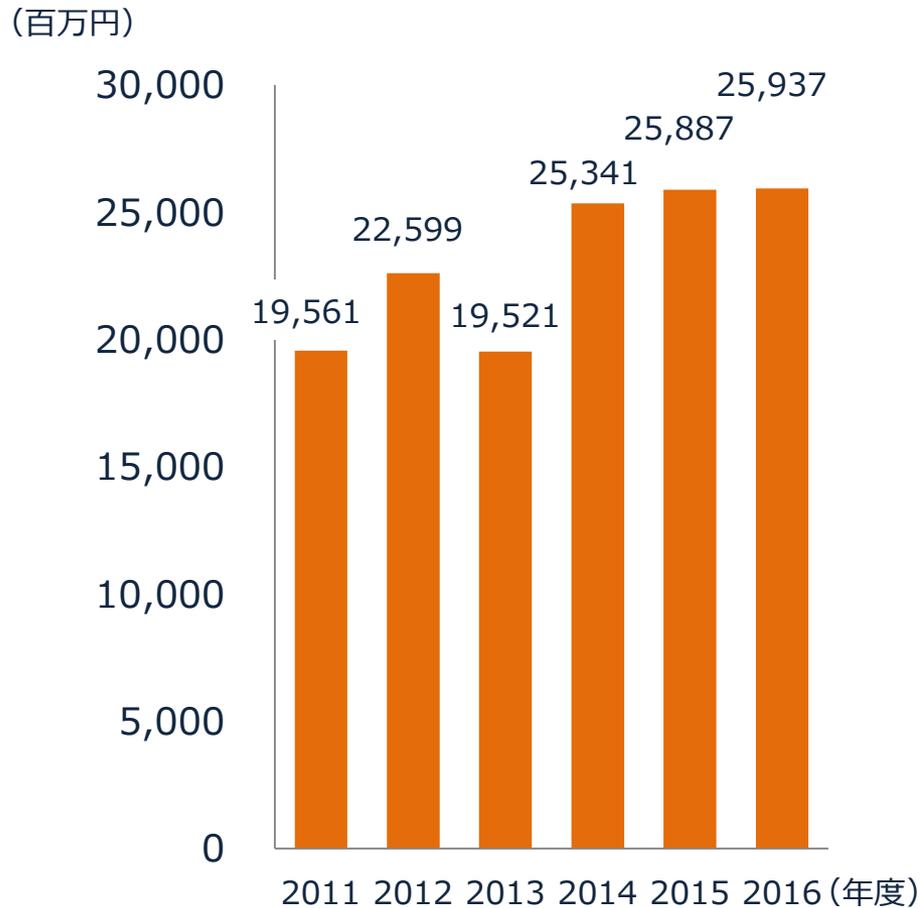
そのような事業環境の変化に迅速に対応することは、社内の事業推進において、最も重要であり、また、適切な目標を設定し、情報を開示することは、お客さま、株主の皆さま、関係者の皆さまとの関係構築の上で、不可欠であると考えております。

よって、施策等の振り返りと見直しを確実にしながら、当中期経営計画は、毎年のローリング（中期経営計画の再策定）を実施してまいります。

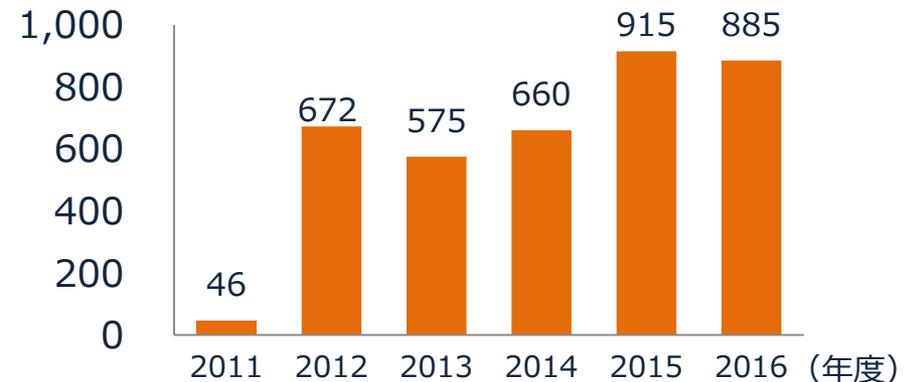


過去業績推移

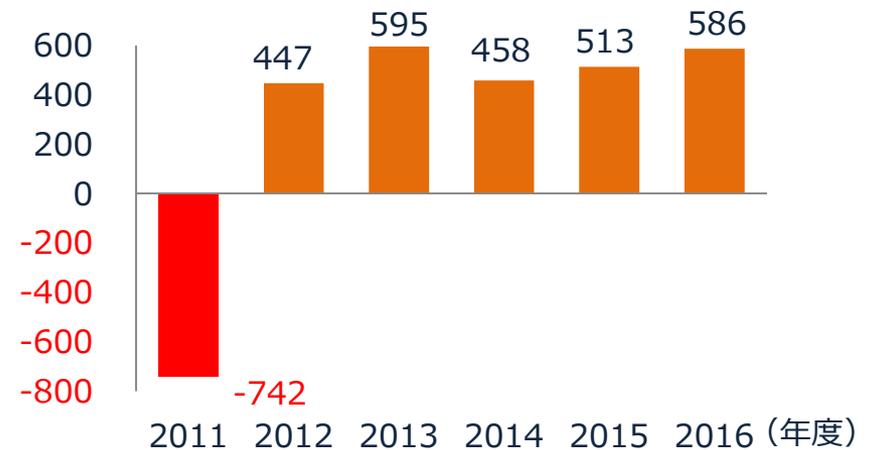
売上高



経常利益



親会社株主に帰属する当期純利益



※ 当社は、2012年度に決算期を1月20日から3月31日に変更しております。

前期（2016年度）の主な成果

主力業態状況

■ 和食麺処サガミ

- ・既存店前期比推移

節約志向の影響を受けるも、ファミリーレストラン既存店平均値100.1%を上回り、推移

（ファミリーレストラン既存店前期比：日本フードサービス協会収集データより算出）

	上期	下期	通期
売上前期比	101.1%	100.6%	100.9%
客数前期比	98.3%	98.0%	98.1%
客単価前期比	102.9%	102.7%	102.8%

- ・うなぎ・釜飯などの季節商品が好調に推移
- ・健康メニューへの取り組みを推進
 - ⇒北海道の農場と契約し、韃靼（だつたん）そばを投入
苦みを抑えた世界初の国産新品種「満天きらり」を使用
韃靼そばは、普通そば比で約100倍のルチンを含有
 - ⇒減塩メニューを投入
「減塩みそ煮込」「減塩なめこそば」「減塩とろろそば」



韃靼そば契約農場

■ 味の民芸

- ・既存店売上が38ヶ月連続（2017年4月現在、現在も更新中）で前年を上回る

前期（2016年度）の主な成果

出店および業態転換

■ 和食麺処サガミ

2016年1月にグループ化した「濱町」6店舗中、3店舗を「和食麺処サガミ」に業態転換（前期に1店舗業態転換済み）⇒和食麺処サガミ業態は、131店舗に増加

■ サガミ「健やか食堂」

2016年4月、大府市役所内に出店

■ 日本料理「さがみ庭」キャッスルプラザ店

2016年7月、名古屋駅前のホテル、キャッスルプラザに出店

■ 「SAGAMI」金城ふ頭店

2017年3月、LEGOLAND® Japanに隣接する商業施設「メイカースピア」内に出店
お子様そば工房を併設し、コト需要に対応

■ とんかつ専門店「かつたに」

2016年7月、フランチャイズモデル店として、「とんどん庵」から業態転換

■ 「水山」「JINJIN」ホーチミン高島屋店

2016年7月、新設されたホーチミン高島屋内に出店
今後の経済発展が期待されるベトナムに進出

■ 「SAGAMI」ミラノ店

2016年12月、ミラノ市内に出店
今後の欧州展開を視野に入れた長期実験店舗



「SAGAMI」ミラノ店

前期（2016年度）の主な成果

グループ政策

■ 8年ぶりとなる新卒採用を実施

- ・今後の出店に向け、23名を採用

■ 宅配サービス「ごちたく」導入店舗の拡大

- ・期初15店舗から、期末21店舗に

■ 公式アプリを開発

- ・人工知能（AI）を搭載、お客様個人個人に向けた販売促進策に活用

■ 「ISO22000」認証（食品安全マネジメントシステムの国際規格）を取得

- ・食の安全・安心への対応強化のため、関東・中部の拠点工場である「入間工場」「尾西工場」にて取得

■ 経済産業省創設「おもてなし規格」認証を取得

- ・おもてなし向上の一環として、国内主要業態にて「紅認証」を取得
- ・愛知県飛島村の「蕎麦工房 サガミ」にて、認証機関選定による「紺認証」を取得

■ フランチャイズ事業への取り組み

- ・2017年2月に東京ビッグサイトで行われた、フランチャイズ・ショーに「水山」を出展
現在、数社と協議中

■ G7伊勢志摩サミットに参画

- ・国際メディアセンターにて、そば、うどん、伊勢うどん、天ぷらを提供



「ごちたく」マーク



「ISO22000」認証ロゴ

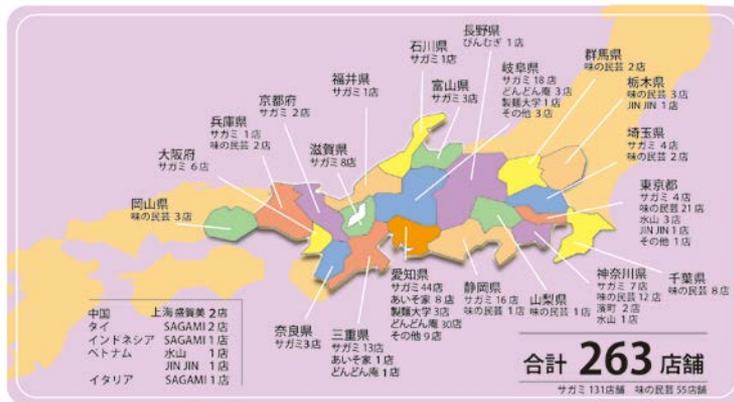
前期計画対比

連結ベースの計画対比

(単位：百万円)

2016年度	期初計画	実績	計画差
売上高	26,000	25,937	△63
営業利益	900	838	△62
経常利益	950	885	△65
当期純利益	550	586	36
店舗数	273	263	△10

■ 店舗展開状況



■ 店舗数状況

計画 (新規出店9、閉店4)

実績 (新規出店6、閉店11)

出店未達要因 小型店の出店計画未達
閉店増加要因 契約満了による閉店
不採算店の早期閉店

目指す企業像と基本戦略

経営理念 ～Mission～

食文化を通じて 地域社会に奉仕すること
企業を通じて お客様に奉仕すること
「食」と「職」の楽しさを 創造する企業

ビジョン ～Vision～

No.1 Noodle Restaurant Company

強み ～Visionを支えるグループバリュー～

The Healthy-Menu Company
No.1 Soba Restaurant Company
No.1 Nagoya-Meshi Company

～お客様の健康に貢献する食を提供する企業～
～そばのNo.1レストラングループ企業～
～なごやめしのNo.1レストラングループ企業～

基本戦略

今後の発展に向け
経営資源を増強する

事業基盤の強化

付加価値の創造と
経営効率の改善

収益性の向上

店舗網の拡大と
収益源の多様化

成長戦略の推進

新中期経営戦略の概要

今後の発展に向け
経営資源を増強する

事業基盤の強化

- 経営人材の育成
- 教育・研修の強化
- 業務執行の迅速化
- ITインフラの最適化
- 資金調達が多様化

付加価値の創造と
経営効率の改善

収益性の向上

- 時間当り生産性の向上
- 産直仕入れの拡大
- 6次産業への取り組み
- 後方部門のスリム化
- 省力化設備の導入

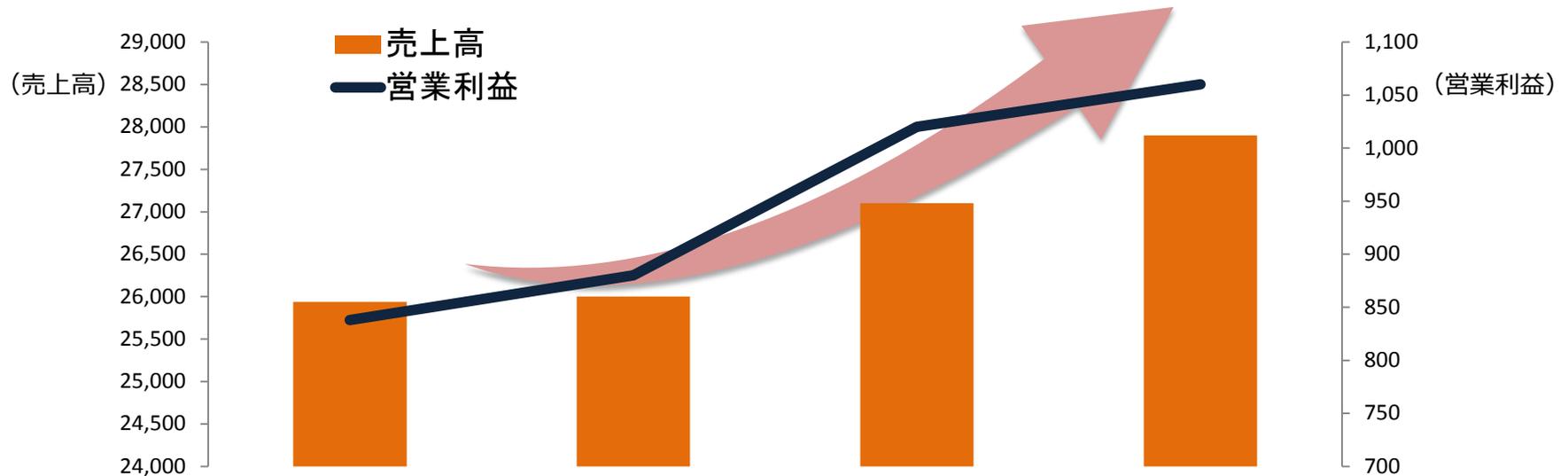
店舗網の拡大と
収益源の多様化

成長戦略の推進

- 主力業態の出店加速
- サガミブランドの構築
- フランチャイズ事業の展開
- 海外展開の推進
- M&Aの積極活用

目標達成に向け、個々の組織が自発的に機能するよう取り組む。

連結数値目標



(単位：百万円)	2016年度 (実績)	2017年度	2018年度	2019年度	2019年度 2016年度差
売上高	25,937	26,000	27,100	27,900	1,963
営業利益	838	880	1,020	1,060	222
経常利益	885	920	1,070	1,100	215
当期純利益	586	590	630	660	74
店舗数	263	266	282	300	37

2019年度に売上高279億円、営業利益10.6億円、300店舗を達成する。
(2019年度：2020年3月期)

成長戦略 ～主力業態の出店～

国内出店重点地域：関東圏・中部圏

今後も人口の増加が予測されている
二大経済圏を中心に展開する

主力業態出店の本格再開
「サガミ」「味の民芸」「あいそ家」
メイン立地：ロードサイド



物件規模に合わせ、
業態を選択



和食麺処サガミ

大



味の民芸

中



あいそ家

都道府県別人口上位と人口増減率
(統計局2017年発表：2016年対象)

	人口 (千人)	前年比	前年比 全国順位
全国	126,933	99.8%	
東京	13,624	100.8%	1位
神奈川	9,145	100.2%	6位
大阪	8,833	99.9%	
愛知	7,507	100.3%	3位
埼玉	7,289	100.3%	3位

成長戦略 ～サガミブランドの構築①～

サガミの訴求と認知を高め、国内外への店舗展開を推進し
ブランド価値の向上に繋げる

No.1 Soba Restaurant Company

～そばを主力商品とする店舗数No.1～



※No.1は当社調べ：レストラン部門

No.1 Nagoya-Meshi Company

～なごやめしの提供店舗数No.1～

みそ煮込販売数日本一（年間163万食）

きしめん販売店舗数日本一

手羽先(4年で6つの金賞を受賞)



成長戦略 ～サガミブランドの構築②～

The Healthy-Menu Company ～お客様の健康に貢献する～

そば

栄養バランスに優れた食材である「そば」を主力商品とし、国内外に訴求・店舗展開することを使命とする

- 平均寿命：
日本が世界でトップ
長野が県別でトップ

長野県は1人当たりのそば店舗数でもトップであり、関連性が考えられる

平均寿命（世界・国内）

国別 平均寿命（2013年）			都道府県別 平均寿命（2013年公表）					
男女			男			女		
ランキング	国名	平均寿命	ランキング	県名	平均寿命	ランキング	県名	平均寿命
					79.6			86.4
1	日本	84	1	長野県	80.9	1	長野県	87.2
2	アンドラ	83	2	滋賀県	80.6	2	鳥根県	87.1
3	オーストラリア	83	3	福井県	80.5	3	沖縄県	87.0
4	イタリア	83	4	熊本県	80.3	4	熊本県	87.0
5	サンマリノ	83	5	神奈川県	80.3	5	新潟県	87.0

そば店舗数

そば店舗数		
男女		
ランキング	県名	人口10万人あたり
1	長野県	52.3軒
2	山形県	51.4軒
3	福井県	44.9軒
4	栃木県	44.0軒
5	群馬県	42.9軒

※国別データ：WHO世界保健統計2015年版
※県別データ：厚生労働省が2013年に公表

※そば店舗数：タウンページ調べ（2014年）

健康に配慮したメニューの積極投入

減塩メニュー、栄養素に優れたメニュー
摂取カロリー、咀嚼性、塩分量等に配慮したメニュー
シニアメニュー、糖質制限メニュー など

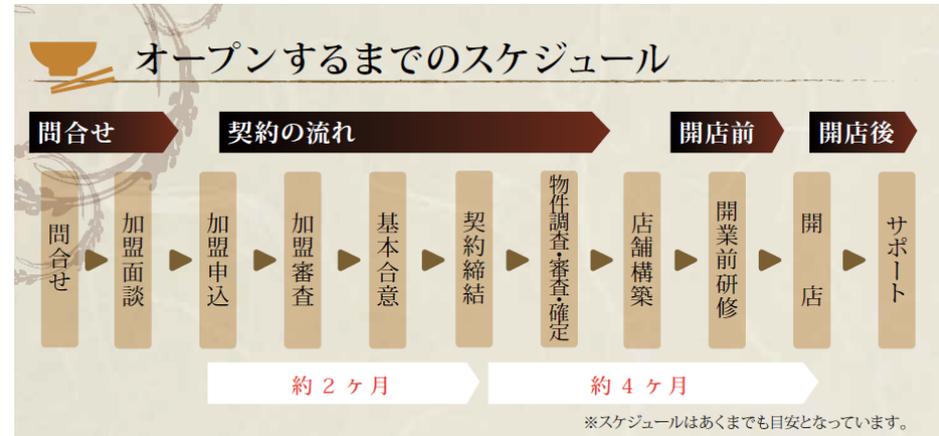


成長戦略～フランチャイズ事業の展開～

モデルの確立とフランチャイズパートナーの開拓

他社との差別化戦略に基づいた
こだわりの商品を提供する小型業態

自社の強みを活かした新業態も検討



■ 手延べうどん専門店「水山」



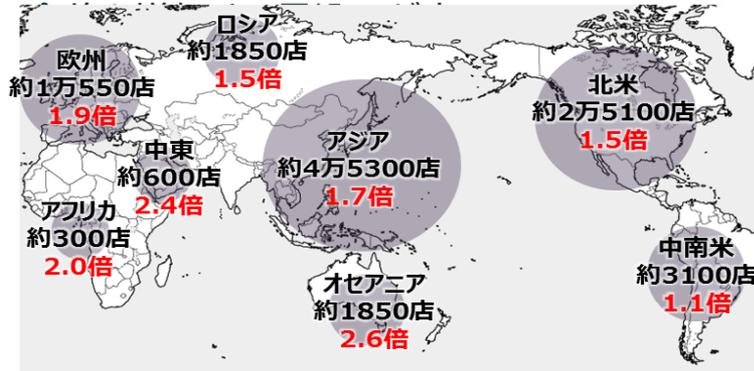
■ とんかつ専門店「かつたに」



成長戦略 ～海外展開の推進～

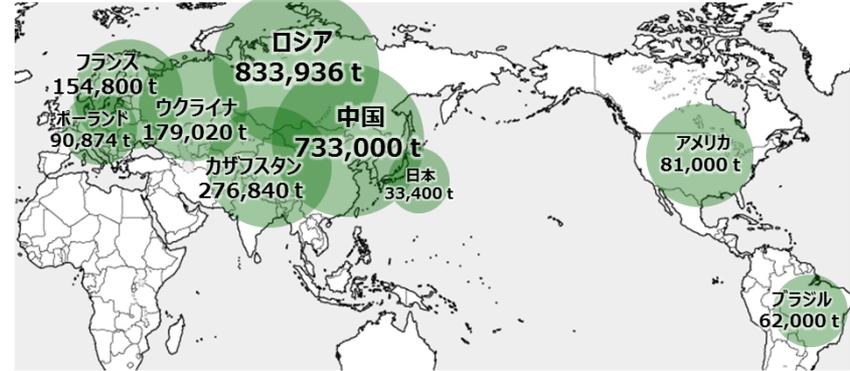
海外環境

2年半で1.6倍と、急増する「日本食」店



※数字は2015年7月時点、倍数は13年1月比（農林水産省）

そばは世界でなじみが深い食物（そばの生産国と生産量）



※生産量は、国際連合食糧農業機関調べ（2013年）

海外出店重点地域：ASEAN諸国

- ①成長する新興国市場でのカテゴリNo.1を目指す
重点出店国：タイ・インドネシア・ベトナム
- ②そばとなごやめしを中心にメニューを展開
そばの味のみならず、健康面・栄養素もアピールしていく
- ③ミラノ万博(2015年)・テストマーケティング(2016年)の盛況
⇒2016年12月にイタリア・ミラノに長期実験店舗を出店
欧州・米国への展開も視野に入れる



成長戦略 ～M&Aの積極活用～

No.1 Noodle Restaurant Companyの実現へ

サガミグループ

+

経営理念を共有できること
ビジョン実現に貢献できること
シナジー創出が期待できること
収益面での向上が期待できること

国内市場は既に飽和状態となっており、長期的見地に立った場合、再編に繋がる可能性は非常に高いと考えております。サガミグループのビジョン達成に資すると考えられる場合、積極的にM&Aに取り組み、成長に繋げてまいります。



「No.1 Noodle Restaurant Company」

本資料に記載されている計画、見通し、戦略およびその他の歴史的事実でないものは、作成時点において入手可能な情報に基づく将来に対する見通しであり、さまざまリスクおよび不確実性が内在しています。

実際の業績は経営環境の変動などにより、これら見通しと大きく異なる可能性があります。また、本資料に記載されている情報は、公開情報などから引用したものであり、情報の正確性などを保証するものではありません。