



事業計画及び成長可能性に関する事項

G - F A C T O R Y 株式会社

証券コード：3474

1. 会社概要	3
2. ビジネスモデル	8
3. 市場環境	17
4. 競争優位性	24
5. 事業計画	33
6. リスク情報	49



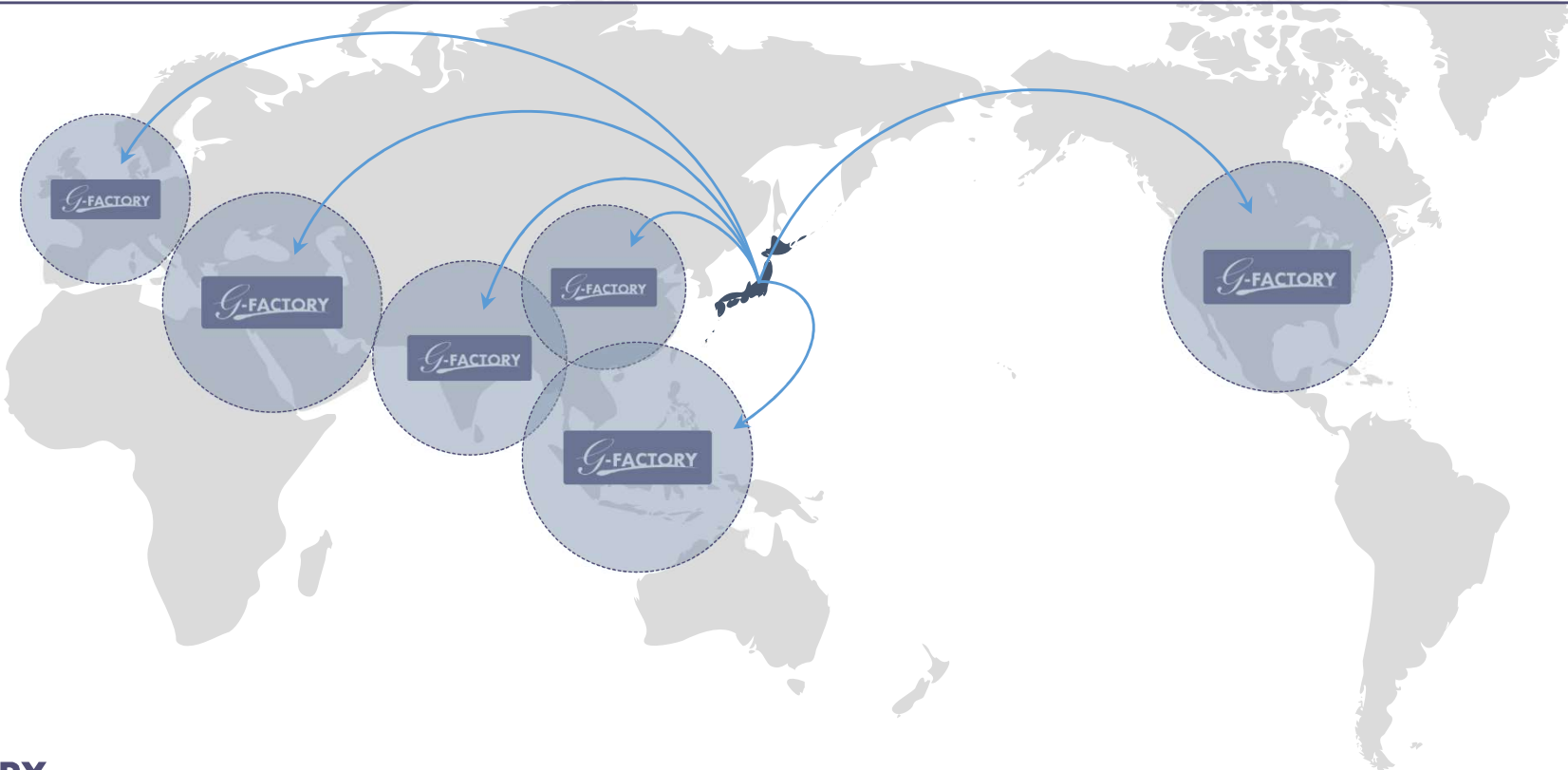
G-FACTORY

1. 会社概要



当社の目指す姿～Our Vision

国内の飲食店等を中心としたサービス業の成長を助けることを第一に、「夢をカタチに！和食を世界に！」という企業スローガンを掲げ、国内の和食文化を世界の様々な地域へ輸出する架け橋となることを目標としています。





1. 会社概要

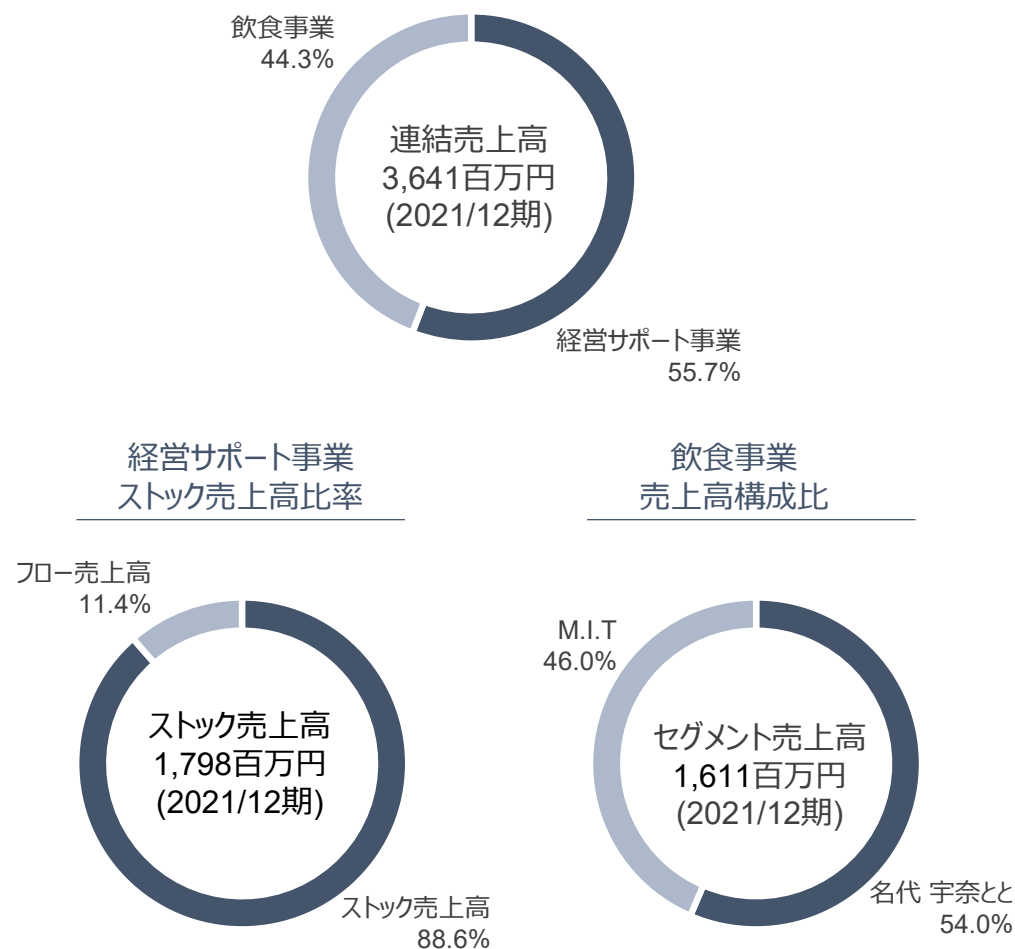
会社概要

当社グループは、飲食店の成長支援を行う経営サポート事業に加え、「鰻」をファストフードとして提供する鰻チェーンおよび焼き鳥、鮨、イタリアン等、職人形態の高付加価値飲食店を運営しています。なお、経営サポート事業は、売上高の約9割弱が安定的なストックビジネスで構成されています。

会社概要

会社名	G-FACTORY株式会社	
代表者	代表取締役社長 片平 雅之	
設立	2003年5月	
所在地	東京都新宿区西新宿一丁目	
事業内容 (セグメント)	経営サポート事業	飲食店等を中心としたサービス業の物件取得や内装設備の導入サポート等を中心とした出退店支援
	飲食事業	名代 宇奈とと、中目黒いぐちなど、様々な業態の飲食店舗の運営

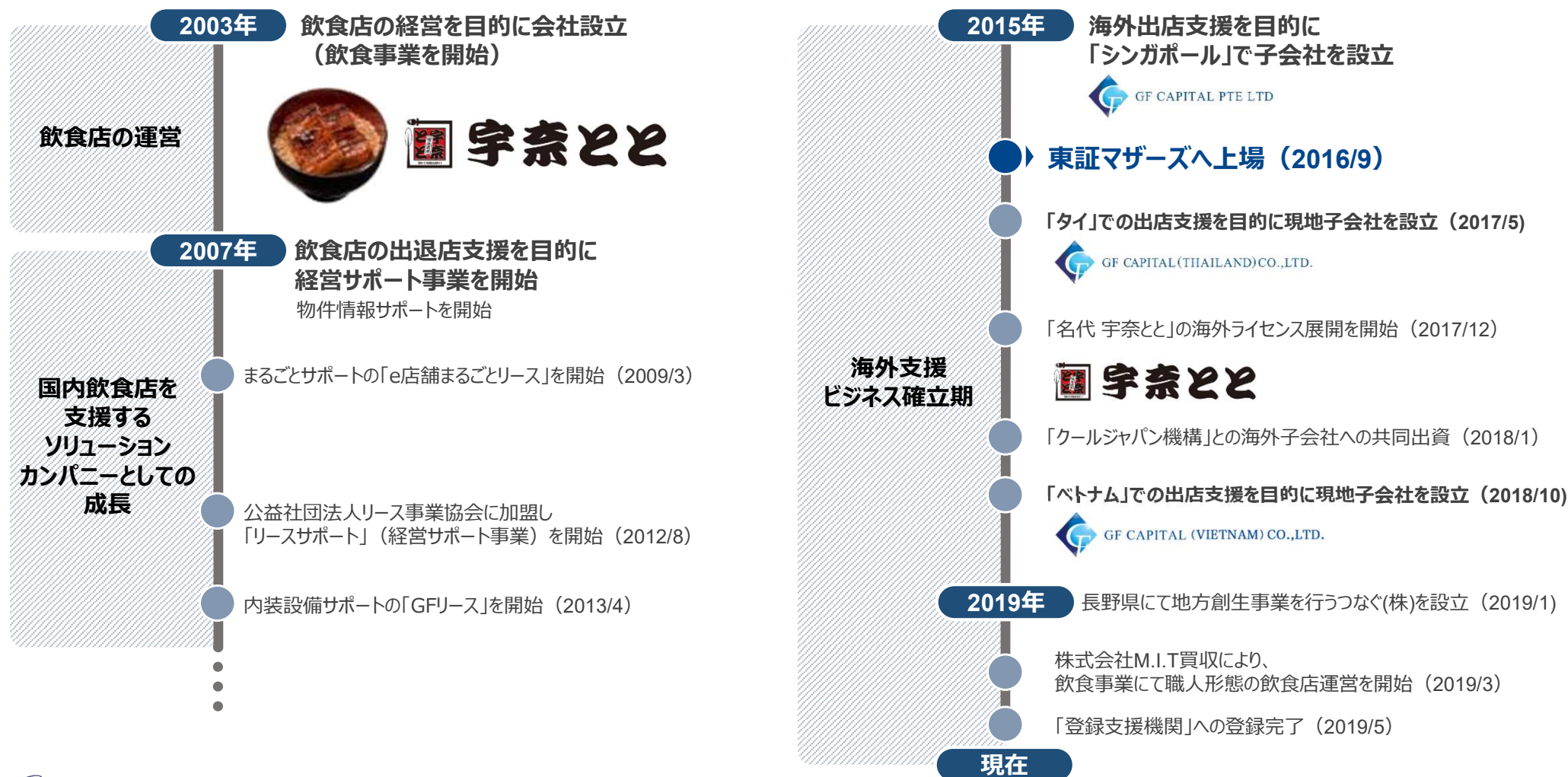
売上高構成比



1. 会社概要

沿革

当初は「飲食店の経営」を目的として設立も、中小規模の飲食店では出店の際に情報収集や専門知識を有した人材確保に強くニーズがあることが分かり、出退店支援を目的とした「経営サポート事業」を開始し、同事業を中心に業容を拡大してきました。



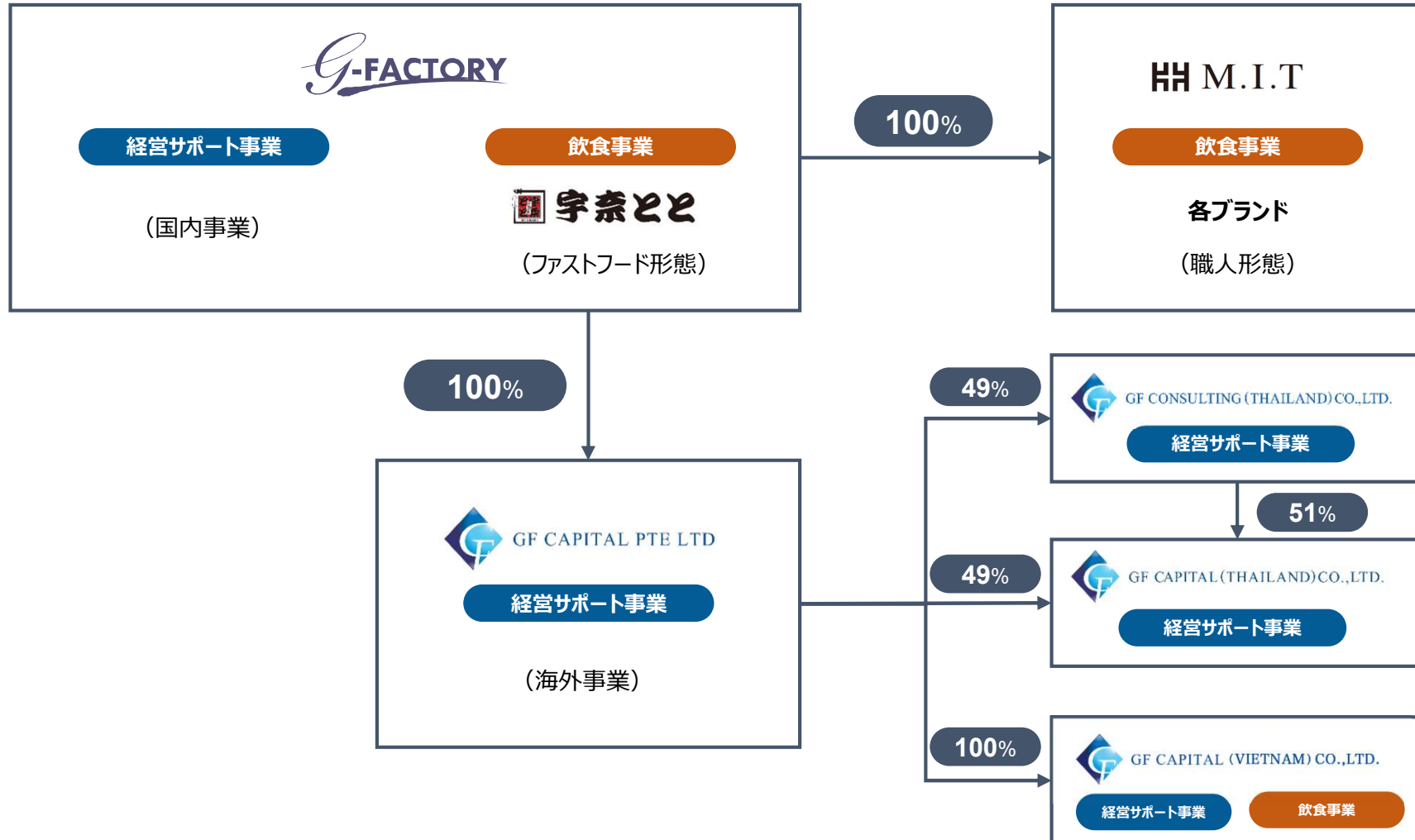


1. 会社概要

G-FACTORYグループの概要

□ 当社グループ

● 出資比率





G-FACTORY

2. ビジネスモデル A. 事業の内容



経営サポート事業

経営サポート事業では、飲食店の成長をサポートするトータルソリューションカンパニーになるべく、企業の成長に必要な各種サービスを提供しています。主な顧客層としては多店舗展開や飲食店経営において急速な成長を求める、3～30店舗を運営する企業を中心としています。

事業内容

国内事業	物件情報サポート	<ul style="list-style-type: none"> ■ 物件のサブリース ■ 造作設備の売買
	内装設備サポート	<ul style="list-style-type: none"> ■ 厨房機器等の店舗設備リース（GFリース）
	まるごとサポート	<ul style="list-style-type: none"> ■ 物件情報サポートと内装設備サポートをパッケージにした開店に関わるワンストップサービス（e店舗まるごとリース）
	「宇奈とと」ライセンス	<ul style="list-style-type: none"> ■ 「宇奈とと」ライセンス店の出店支援（ライセンス加盟金収入）
海外事業	海外進出サポート	<ul style="list-style-type: none"> ■ 海外進出における会社設立から出店までをワンストップでサポート

国内支援事例



海外支援事例





飲食事業

「鰻料理」を世界唯一のファストフード形態として展開する「名代 宇奈とと」の他、高付加価値飲食店を展開する株式会社M.I.Tを運営。これら飲食事業は当社の経営サポート事業および海外戦略を牽引する役割も担います。

事業形態	運営母体	運営店舗数		特徴
ファストフード	当社およびベトナム子会社	国内	直営店14店舗 ライセンス96店舗	<ul style="list-style-type: none"> ■ 東京・大阪を中心とした国内唯一の「鰻料理」のファストフード ■ 国内外でのライセンス店舗展開（主にロイヤリティ収入と食材の卸売り） ■ デリバリー・テイクアウト事業（ライセンス店舗を含む）の実施
		海外	直営店3店舗 ライセンス6店舗	
職人	株式会社M.I.T 当社100%子会社	焼き鳥	6店舗	<ul style="list-style-type: none"> ■ 焼き鳥、イタリアン、和食、鮨、懐石・会席と幅広いジャンルを展開 ■ 高単価業態 ■ ミシュランを始めとする高い対外評価を得ている店舗が多い ■ 職人を有する ■ 個室中心
		イタリアン	3店舗	
		和食	4店舗	
		鮨	1店舗	
		懐石・会席	1店舗	

* 2021年12月末時点の店舗数

宇奈とと

一般的には高価なイメージを持つ「鰻」の常識を打ち破るファストフード



メニュー例

うな丼



M.I.T

洗練された食事・空間を提供する高付加価値飲食店



焼き鳥



懐石・会席



鮨



イタリアン

...



G-FACTORY

2. ビジネスモデル B. 収益構造



経営サポート事業 (1/3)

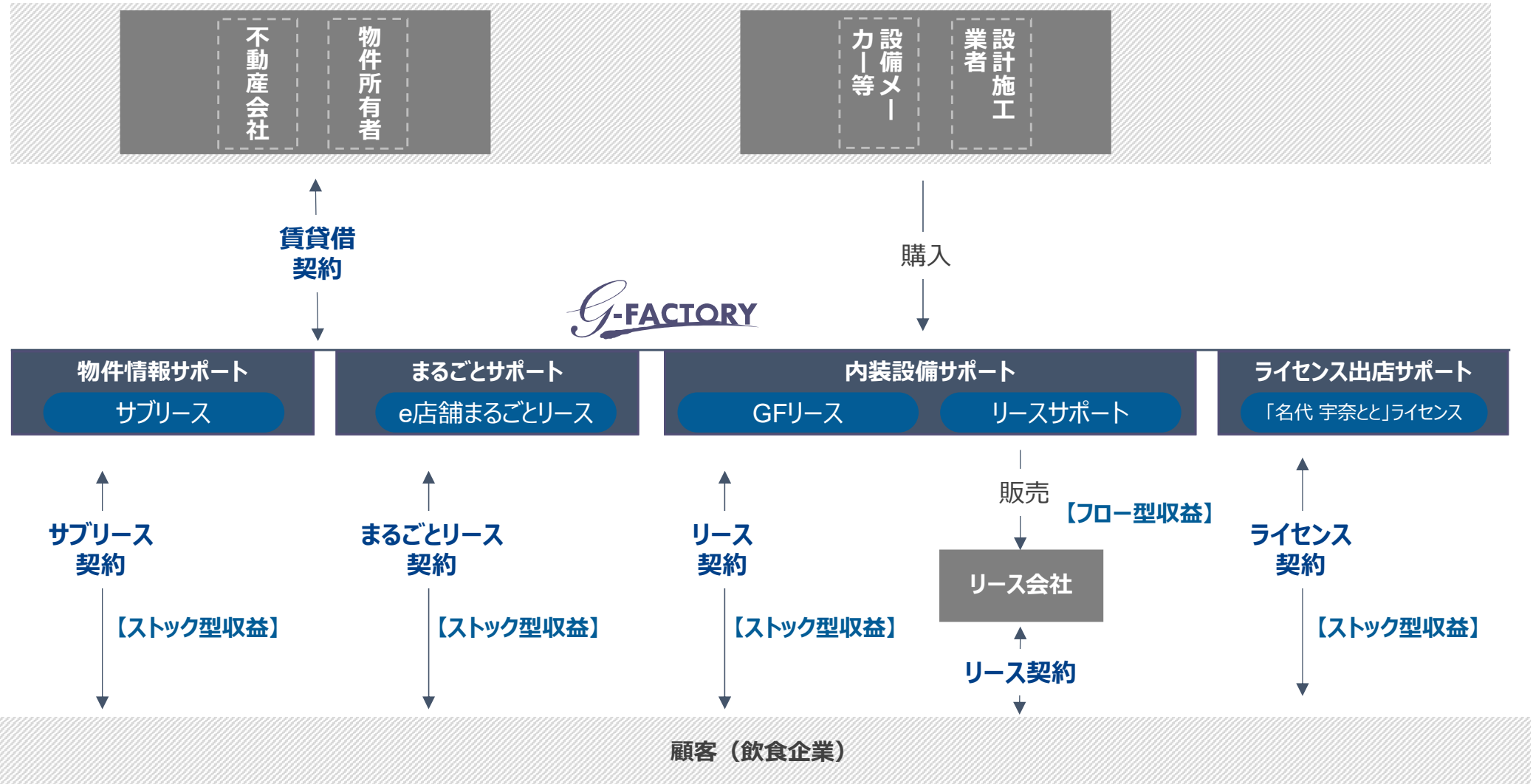
サポート内容は、物件情報サポート、内装設備サポート、まるごとサポート、ライセンス出店サポートの4種に大別され、主に5つの商品から構成されます。経営サポート事業では、これらの商品を総合的に顧客へ提案し、顧客のサポートを行ってまいります。

サポート	商品名	サポート内容
物件情報サポート	サブリース 【ストック型収益】	<ul style="list-style-type: none"> 出店希望者への物件のサブリースおよび造作設備の売買 好立地かつ地下1階・1階・2階までを対象
内装設備サポート	リースサポート 【フロー型収益】	<ul style="list-style-type: none"> 顧客のニーズに従い、当社が設備等を調達 その後、リース会社へ設備等を販売し、同時にリース会社と顧客との契約締結をサポート
	GFリース 【ストック型収益】	<ul style="list-style-type: none"> 厨房機器等のリース契約 耐用年数等の観点より契約期間は平均3～5年
まるごとサポート	e店舗まるごとリース 【ストック型収益】	<ul style="list-style-type: none"> 物件情報サポートと内装設備サポートのワンストップサービス 月額リース料が出店に伴う費用を含んだパッケージとなり、開店に必要な場所・設備をリースで提供
ライセンス出店サポート	「名代 宇奈とと」ライセンス 【ストック型収益】	<ul style="list-style-type: none"> 「名代 宇奈とと」ライセンス店の出店支援
経営サポート事業	<ul style="list-style-type: none"> 現在の対象顧客は飲食店を中心とした店舗型サービス業の内、3～30店舗展開している成長企業 顧客飲食店は、ラーメン屋・焼肉屋・バル・大衆居酒屋・焼き鳥屋・中華料理屋等 その他顧客店舗は、美容室・サロン・整体等 	



経営サポート事業 (2/3)

収益構造

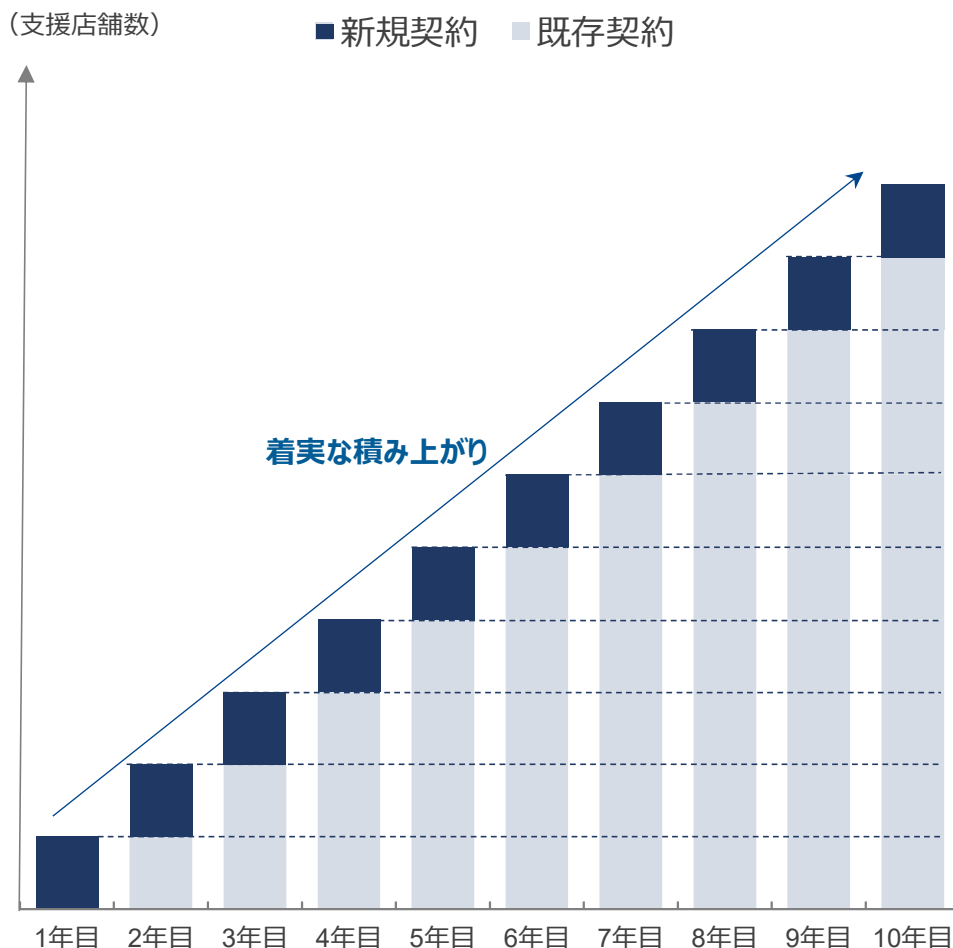




経営サポート事業 (3/3)

出店ニーズが高くかつ居抜き物件を対象としている物件情報サポートでは、「サブリース」を中心としたストック型収益の積み上げを達成しており、今後も収益の安定拡大が見込まれます。

飲食店における物件のサブリース支援イメージ

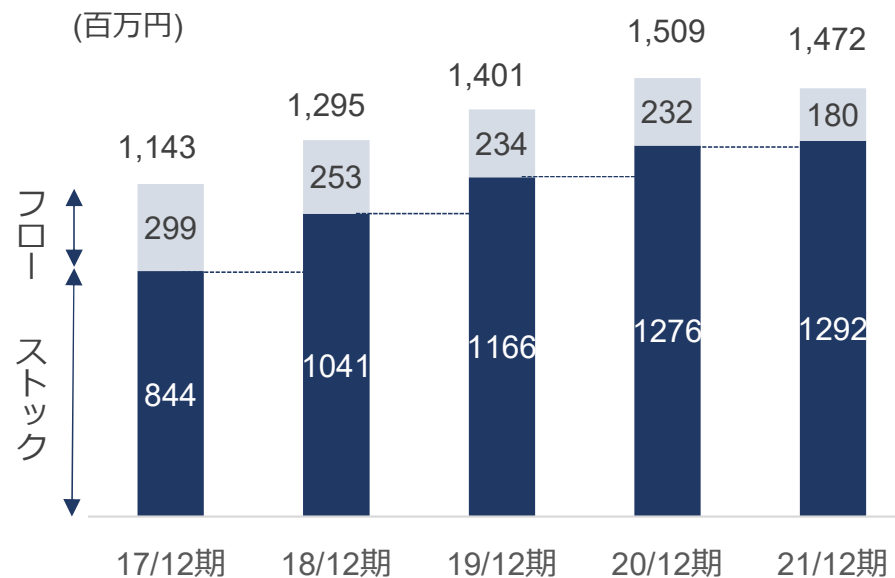


ストックビジネスの安定性

▶ 物件情報サポートにおけるストックビジネス

- 物件情報サポートのサブリースについては、出店ニーズが高くかつ居抜き物件を対象としているため、退店後の借り手に困りません
- 飲食店の開業が景気動向に左右され難いことから、同ビジネスの安定性をより高める要因となっています

【物件情報サポート】

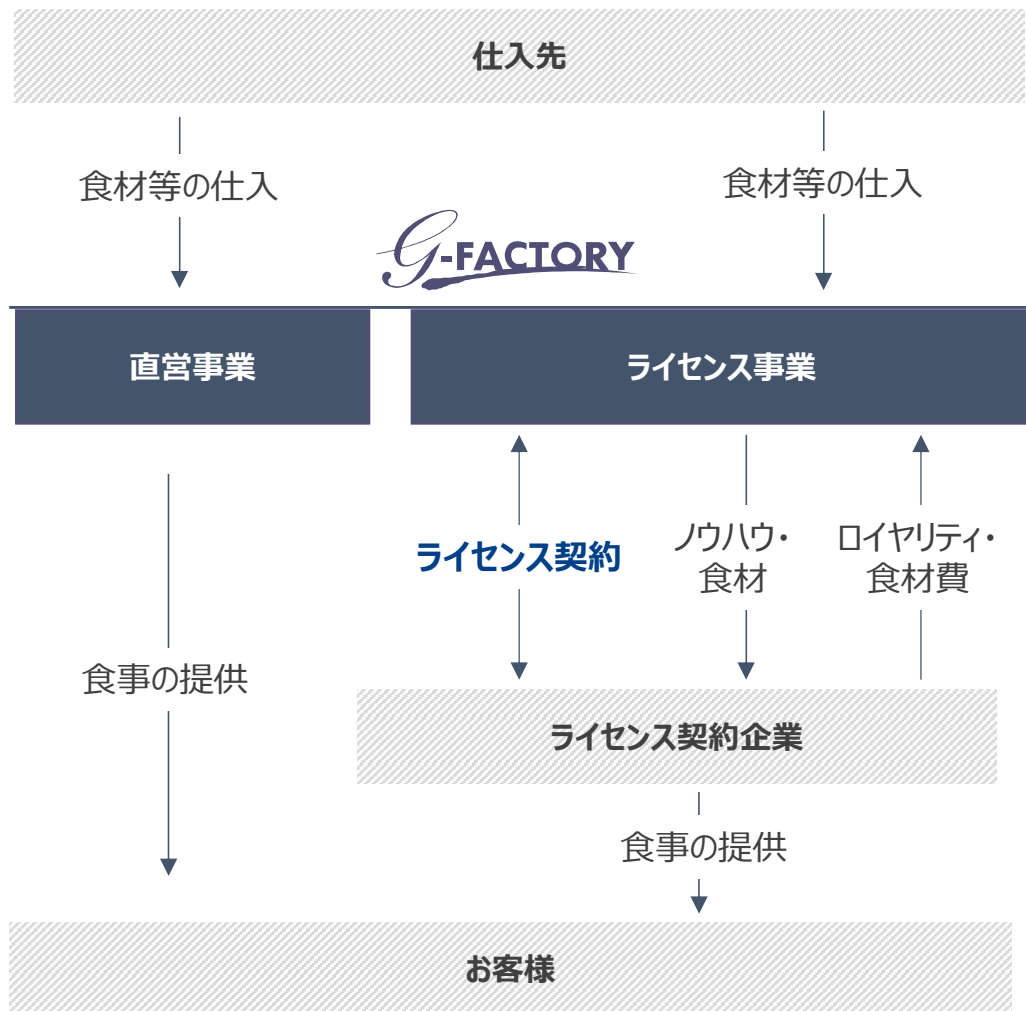




飲食事業

当社および連結子会社2社により、直営およびライセンスによる外食事業を国内と海外にて展開しております。主な業態は、鰻料理のファストフード店「名代 宇奈とと」および株式会社M.I.Tが運営する「中目黒いぐち」等の高付加価値業態であります。

収益構造



収益形態

店 内 売 上	直営店の店内における食事の提供	
	デリバリー	デリバリー業者を利用した食事の提供
店 外 売	テイクアウト	店頭受け渡しによる食事の提供
	ロイヤリティ	店舗営業開始後の毎月のロイヤリティ
ライ セン ス 売 上	食材卸等	ライセンス契約企業に対する食材等の提供



費用構造

主要な費用項目として、売上原価については、経営サポート事業の地代家賃等、飲食事業の食材等です。販管費については、人件費、事業所の地代家賃等です。

売上原価・販管費の内訳

(百万円)	2020/12期		2021/12期	
	金額	売上高比率	実績	売上高比率
売上原価	2,159	54.5%	2,046	56.2%

人件費	942	23.8%	903	24.8%
外注費	65	1.7%	63	1.7%
広告宣伝費	16	0.4%	23	0.7%
地代家賃	229	5.8%	232	6.4%
減価償却費	56	1.4%	38	1.1%
のれん償却費	54	1.4%	54	1.5%
その他	449	11.3%	290	8.0%
販管費計	1,813	45.8%	1,605	44.1%



G-FACTORY

3. 市場環境



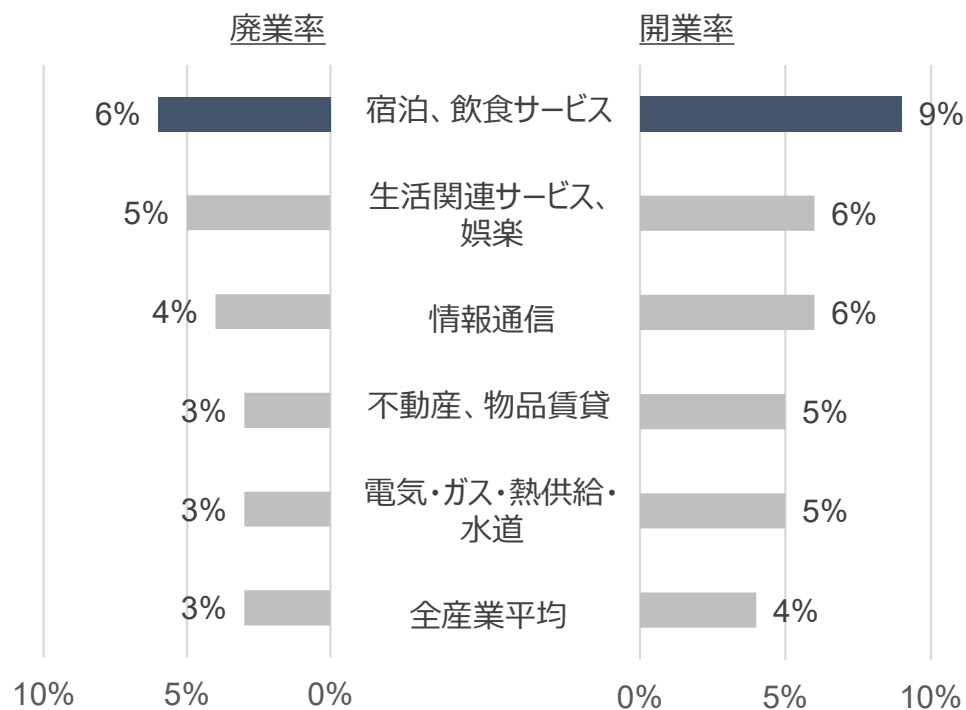
3. 市場環境

経営サポート事業におけるビジネス機会

飲食店の開業・廃業は、景気動向に限らず活発に行われています。特に出店から退店までにおける店舗運営をトータルでサポート可能な当社にとっては、飲食業の出店だけでなく、店舗の移転、改装、スクラップアンドビルドにしても、様々なビジネス機会となります。

飲食店の開業・廃業の状況

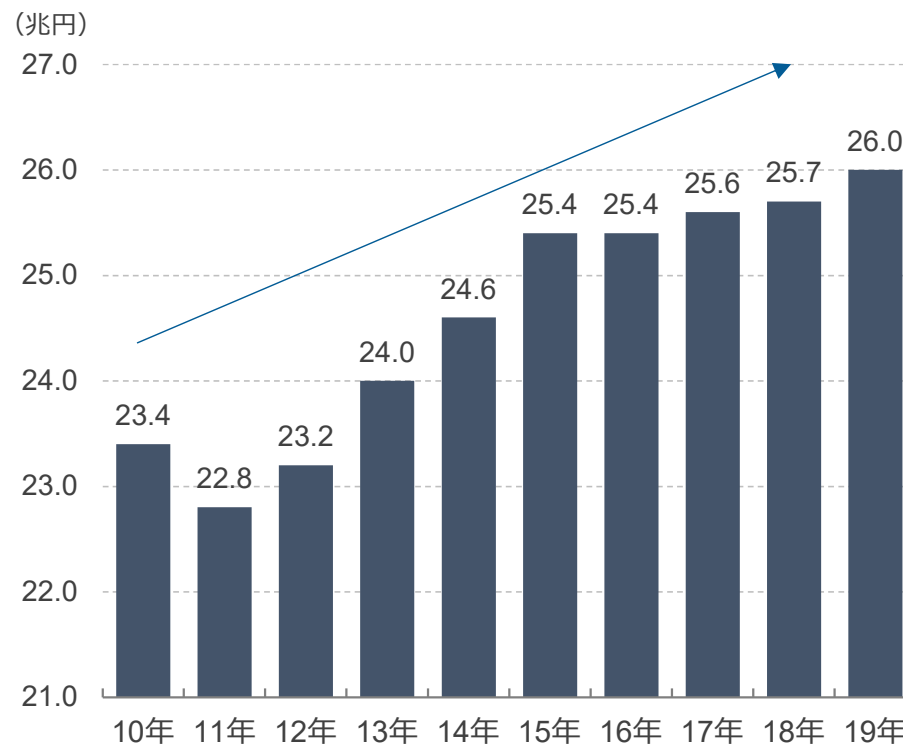
- ▶ 飲食店においては景気動向に限らず開業および廃業が活発に行われています
 - 既存顧客の出店だけでなく、退店（閉店）、移転、スクラップアンドビルドは居抜き物件での賃貸契約のみならず新たなビジネス機会を創出します



出所：中小企業庁 2021年版 小規模企業白書より

外食産業の市場規模推移

- ▶ 外食産業では景気回復による出店数の増加を見込んでいます
 - 主に景気拡大に連動して、飲食店の出店数も増加



出所：一般社団法人 日本フードサービス協会 外食産業市場動向調査資料より



3. 市場環境

経営サポート事業における国内成長ポテンシャル

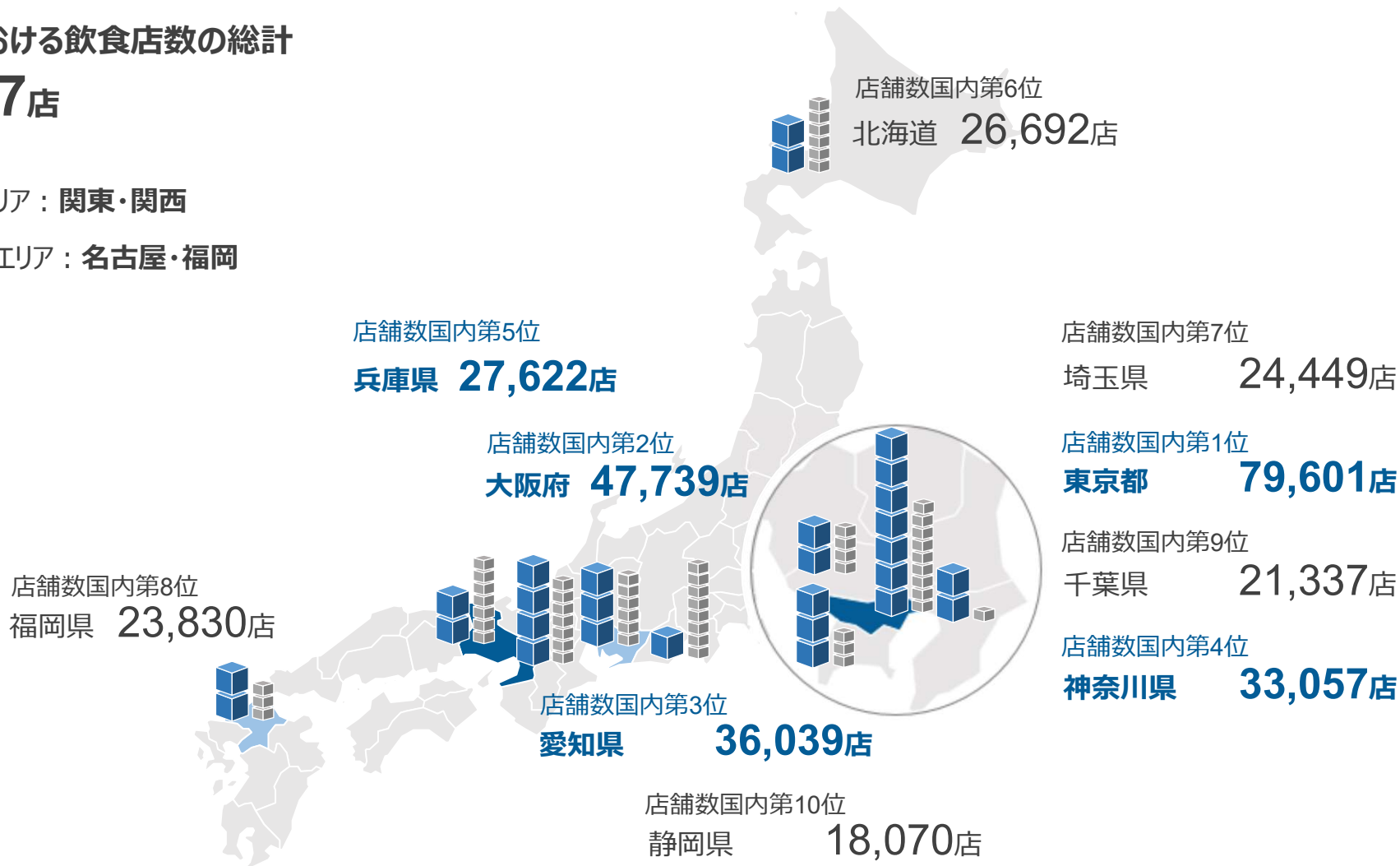
国内に59万店以上存在する飲食店は、関東エリアだけで15万店以上、当社の主要展開地域である東京都だけで7万店以上存在しているため、今後のシェア拡大余地が大いにあることが伺えます。

都道府県における飲食店数の総計

590,847店

● 既存展開エリア：関東・関西

● 今後の展開エリア：名古屋・福岡



海外市場動向 世界で評価を受ける日本の外食産業

世界の主要都市の飲食店舗数のトップ10に日本の都市が5都市ランクインしており、日本の飲食店の数が群を抜いて多いことが伺える。飲食店を評価し星の数で評価する「ミシュラン・ガイド」の都市別で見た星獲得店舗数も266店舗で最多となっている。素材の質や、料理技術の高さ等が総合的に評価されていることから日本の外食産業は世界でもトップレベルに洗練されていると推察。

世界の主要都市飲食店舗数

順位	都市名 (国名)	店舗数
1位	ソウル (韓国)	83,239店
2位	東京 (日本)	79,601店
3位	深圳 (中国)	59,985店
4位	大阪 (日本)	47,739店
5位	パリ (フランス)	44,896店
6位	愛知 (日本)	36,039店
7位	ボゴタ (コロンビア)	34,248店
8位	神奈川 (日本)	33,057店
9位	ロサンゼルス (アメリカ)	29,560店
10位	兵庫 (日本)	27,622店

高い評価を受ける日本の飲食店

- 世界共通の基準で飲食店を評価し星の数で表すレストランガイド「ミシュラン・ガイド」において、都市別の星獲得店舗数ランキングTOP5に日本の3都市がランクイン※1
- 世界共通の評価基準
 - 1 - 素材の質
 - 2 - 料理技術の高さ
 - 3 - 独創性
 - 4 - 価値に見合った価格
 - 5 - 常に安定した料理全体の統一性

順位	都市名	星獲得数
1位	東京	266
2位	パリ	119
3位	京都	108
4位	大阪	98
5位	ニューヨーク	76

出所：総務省「平成28年経済センサス-基礎調査」、World Cities Culture Forum 2019

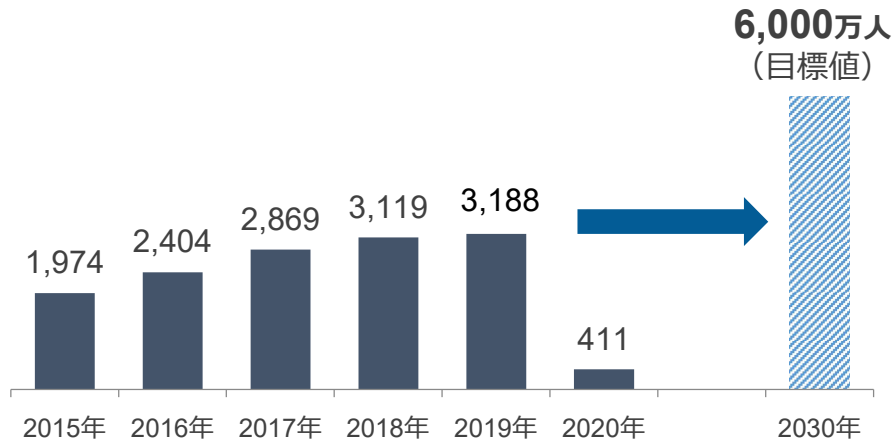
※1：各地の2020年度版を基に集計

海外市場動向 アジア市場で熱望される日本の食・サービス文化

訪日外国人の中には、日本で経験した食・サービス文化を自国で取り入れたいという思いを抱く人が多く、訪日外国人数の急増に伴い、日本の外食産業のアジアへの出店需要が高まりつつあります。特にアジア地域における日本食レストラン数は2019年時点で2006年の約7倍に増加しており、他主要地域に比べ遥かに高い成長を遂げています。

訪日外国人数の増加と出店ニーズの存在

<訪日外国人数の推移（万人）>



出所：JNTO（日本政府観光局）、観光庁

訪日外国人と国内飲食店に存在するニーズ

訪日外国人のニーズ

訪日による日本食・サービス文化の経験者増加

自国での日本食・サービス文化ニーズ

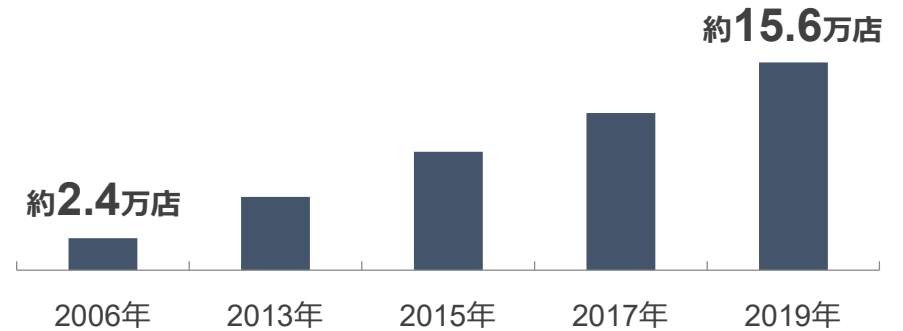
地方飲食店のニーズ

人口減少・物価高騰等による首都圏進出への懸念

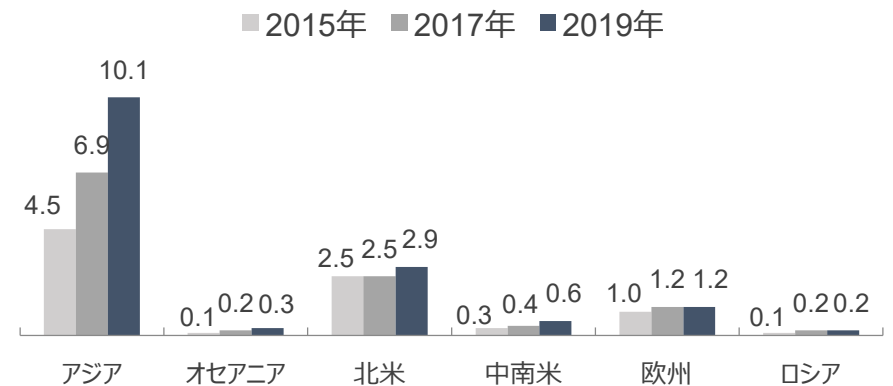
人口増加・低物価の海外への出店意欲

海外日本食レストラン市場規模

<海外の日本食レストラン数（万店）>



<主要地域別日本食レストラン数（万店）>



出所：農林水産省



3. 市場環境

海外市場動向 成長ポテンシャル

今後は、人口ボーナス期を迎え、高い外食率を誇る魅力的なASEAN市場での展開を当社の成長ドライバーとして捉えています。また、世界的な「和食」ブランドの確立・誘致ニーズの高まりは、当社の海外進出サポートの追い風となっています。

国内外食市場の環境

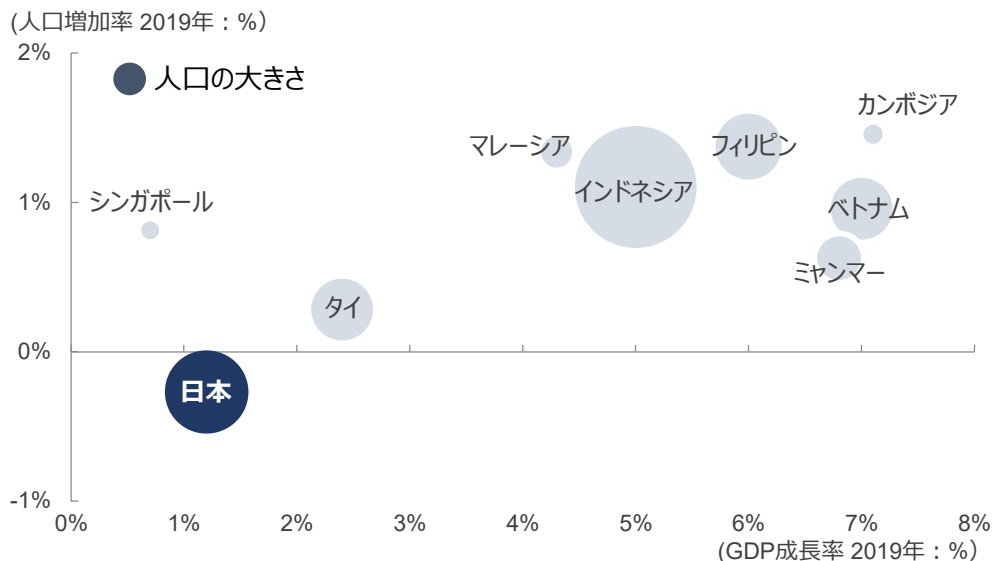
- 1 人材不足による労働力不足
 - 採用コスト上昇。営業時間や出店計画の見直し
- 2 外食比率の低下
 - 賃金の伸びは鈍く、若年層の人口減少で外食需要は先細り
- 3 賃金の上昇・食材価格の上昇
 - 人件費、食材コストは上がり、外食産業の経営を圧迫



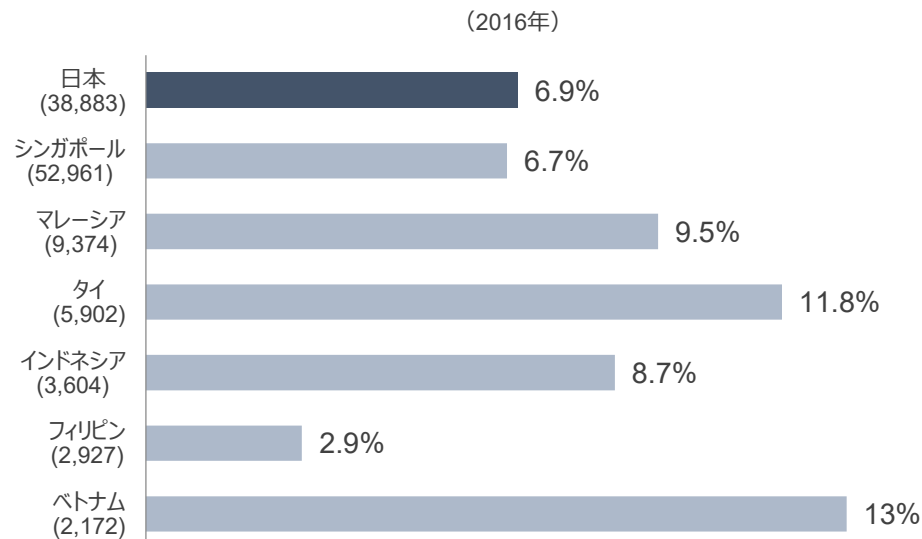
海外外食市場の環境

- 1 人口増加・1人あたりGDPの増加
 - 外食需要は旺盛で、拡大余地が大きい
- 2 国内に比べ高い外食比率
 - 文化的に従来から外食志向が強い
- 3 確立された「和食」ブランド価値
 - 日本へ旅行した人も多く、「和食」は大人気

ASEAN主要国（発展途上国）の人口増加率とGDP成長率



ASEAN主要国における1人あたりGDPに占める外食の割合





新型コロナウイルスの当社事業への影響

経営サポート事業は物件情報サポート・内装設備サポートが停滞するも、ライセンス加盟サービスを新たに展開。飲食事業は店内売上が減少したものの、デリバリー・テイクアウト売上は増加。新型コロナ収束後は、両事業において市況が好転することを想定。

経営サポート事業への影響

【国内事業への影響】

- 国内では新型コロナの影響により飲食店の退店が発生するも、助成金等の支援により、影響は限定的
- 新型コロナの影響で飲食店のベッドタウン立地のニーズ上昇、都市部好立地の案件発生、という市場変化があり、サブリース案件の新たな顧客ニーズが発生

【海外事業への影響】

- 新型コロナの感染拡大に伴う海外渡航制限の影響で日本企業の海外進出停止

飲食事業への影響

- 新型コロナの影響を受けてインバウンド対象店を中心に大きく売上が減少
- 2020年後半、緊急事態宣言が明け、年末に向けて売上が回復傾向となるものの、2021年1月から再び緊急事態宣言等が発令され、売上も減少
- 一方で、新型コロナによる中食需要が高まりデリバリーやテイクアウトの売上が増加

新型コロナ収束後は・・・

- ◆ 新型コロナに関連した助成金等の支援が終了し、再び出退店が活発化
- ◆ 海外渡航解禁により、海外での出店需要が回復・増加

- ◆ 外食需要は、新型コロナ前の水準とまではいかないが一定程度戻る
- ◆ デリバリーやテイクアウト需要は引き続き高まる



G-FACTORY

4. 競争優位性



経営サポート事業の特徴

飲食店の成長をサポートするトータルソリューションカンパニーとして、物件や内装設備に関係した様々な商品を提供するとともに、飲食店を経営することで顧客と同じ目線にたちサービスを提供することができます。

物件や内装設備の様々な商品を提供（総合力）

- 店舗物件の転貸に係る「サブリース」、店舗設備のリースである「GFリース」、物件と設備をパッケージでリースを行う「まるごとリース」など、様々な商品を提供

先行優位

- 優良物件の確保による安定したストック収益
- 店舗の出退店や運営に関わる不動産業者やリース会社等との事業者ネットワーク構築に加え、既存顧客の出退店や移転等に伴い、今後の更なる支援機会を享受できる体制を構築

株式上場

- 店舗物件や店舗設備の調達には多額の初期費用を要するが、株式上場しており流動的な資金調達ができる
- 株式上場により社会的信用力や知名度が比較的高く、優秀な人材を獲得することができる

海外進出支援実績

- 海外子会社を設置し駐在員がいることで、現地の飲食環境の生きた情報をタイムリーに入手できる
- 日本の飲食会社の海外進出支援実績に加え、自らも海外に直営店を出店しており、海外における出店ノウハウを有する

飲食店を経営

- 飲食店運営のノウハウを有し、外食産業の課題やニーズに対して顧客と同じ目線で、サービスを提供することができる
- 飲食店を経営しているからこそそのユニークな商品ラインナップ（「名代 宇奈とと」ライセンスの提供）



4. 競争優位性

経営サポート事業の競合他社との比較

飲食会社による海外進出の支援実績、自社で飲食店を営んでいることによる飲食店経営ノウハウの保有をはじめとして、競合他社が有していない、業界唯一のサービスを提供できる環境にあります。

	G-FACTORY	サブリース業競合他社 ^{*1}		
		A : 上場会社 首都圏中心	B : 非上場会社 東京特化	C : 上場子会社 首都圏中心
物件や内装設備の様々な商品を提供（総合力）	↑ ↓	↑	↕	↑
先行優位		↑	↕	↑
株式上場		↓		↓
海外進出支援実績				
飲食店を営営				

*1 サブリース業競合他社は、飲食店を対象とした物件のサブリースを主たる事業とする会社で、業界の主要な会社を選定しています。



4. 競争優位性

飲食事業 「名代 宇奈とと」の特徴

国内唯一の「鰻」を商品の中心としたファストフード店を展開。「鰻」を扱っていることでファストフードの中でも、平均単価が高く、広告宣伝費を掛けない展開により高水準の営業利益を保っております。同様のサービスを提供する競合他社はなく、業界唯一のサービスを提供できる環境にあります。

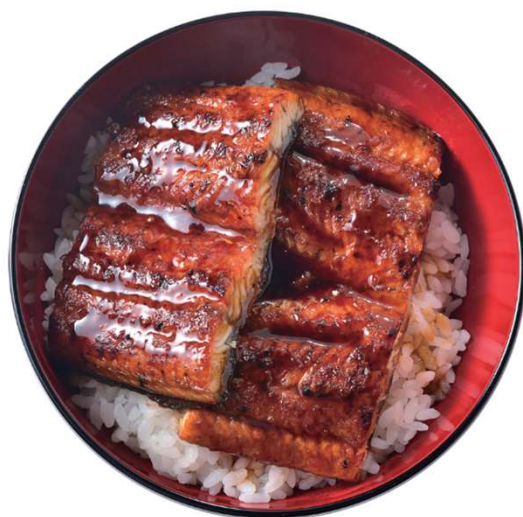
1 世界唯一の鰻のファストフード

- 通常高価格な客単価の鰻料理を、オペレーションの標準化、購買管理の徹底によりファストフード価格を実現



2 デリバリー・テイクアウトサービスの充実

- 中食需要を見込み2017年から強化を続けるデリバリー・テイクアウトサービス



東京エリア：9社
 Uber Eats、出前館、くるめし弁当、FineDine、menu、FOODNEKO、foodpanda、Wolt
 テイクイーツ

大阪エリア：7社
 Uber Eats、出前館、くるめし弁当、menu、DiDi Food、foodpanda、
 テイクイーツ



3 国内・海外のライセンスの展開

- オペレーションの標準化により、国内・海外でライセンス展開
 ライセンス店舗数 国内94店、海外6店（2021年12月末見込）



4. 競争優位性

飲食事業 M.I.Tの特徴

焼き鳥、イタリアン、和食など複数の業態を独自のブランド価値を確立し、高い対外評価を受けています。
高いブランド価値を活かした店舗展開、集客が可能となります。

M.I.T店舗のブランド価値

- お客様にご満足いただける高いブランド価値を保有

非日常を感じられる隠れ家的な空間の高揚感



カウンター越しに料理が出来上がる臨場感

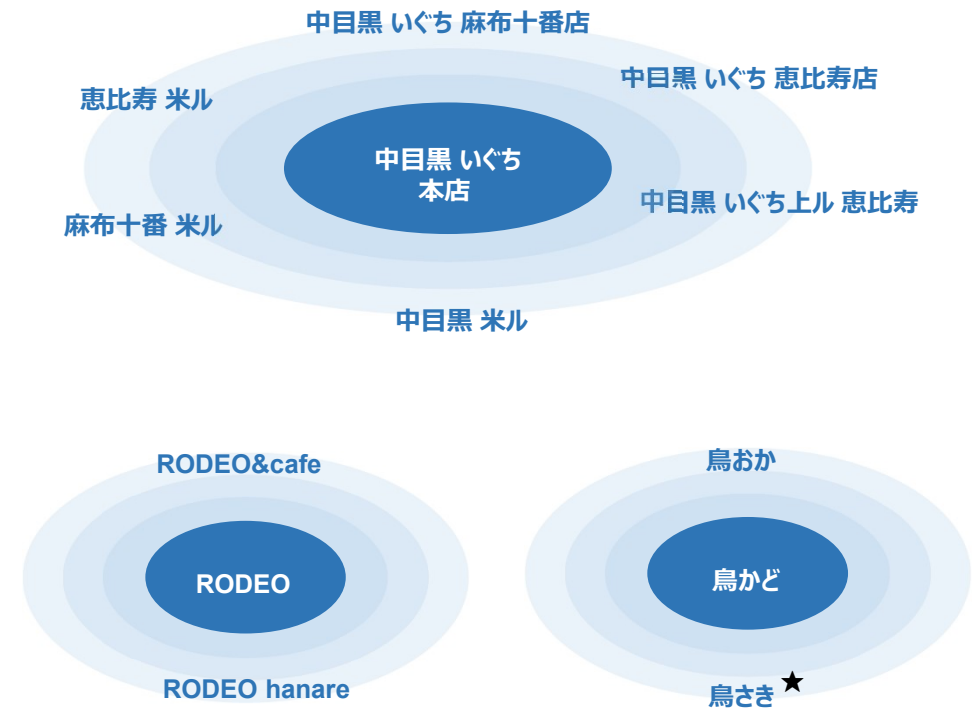


顧客の体験価値 (Customer Experience) の提供



ブランド価値の展開

- 高いブランド価値を有し店舗展開することで、新店舗でも早期の客付を可能とする



★ ミシュランガイド2022 2年連続星獲得



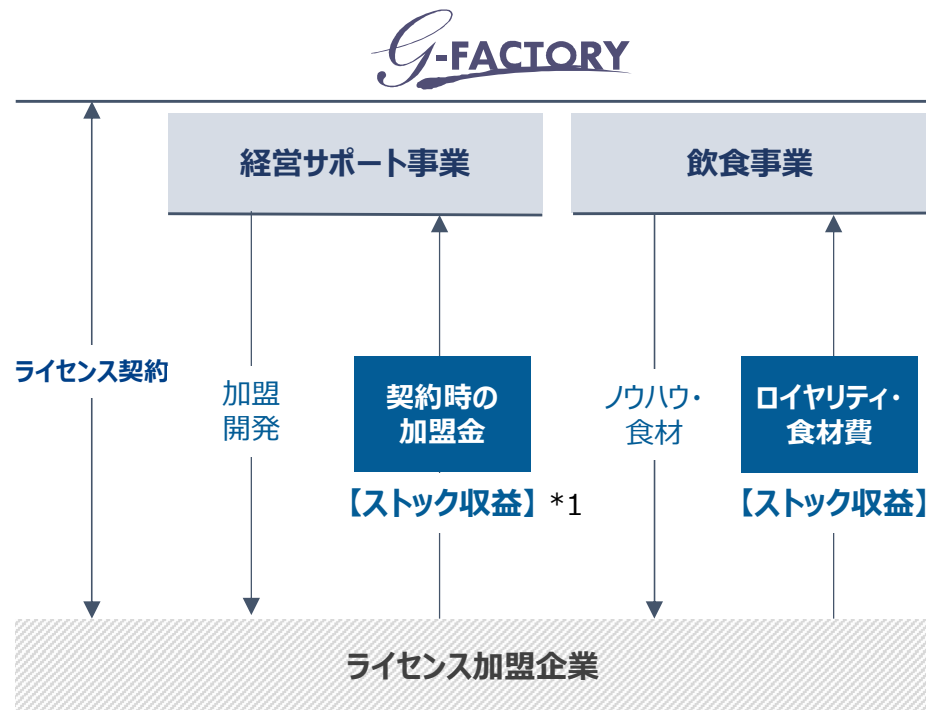
4. 競争優位性

ライセンスによる新たなストック収益基盤の構築と利益率向上

経営サポート事業により「名代 宇奈とと」の多業態戦略を構築し、ライセンスの積極的な加盟開発を実施。その結果、21/12期末でライセンス店舗は国内96店舗にまで拡大。その中にはランチ営業の開始を希望していた「やきとりの扇屋」とのダブルネーム店舗36店も含む。ライセンス店舗の増加によって、加盟金（月次按分）、ロイヤリティー、食材流通手数料が利益を押し上げ。

ライセンスにおける収益モデル

- ライセンス店舗からの収益は、主に契約時の加盟金（経営サポート事業）、毎月のロイヤリティーや食材卸売上（飲食事業）
- いずれの収益もネット（純額）計上となり、売上高＝利益となるため、ライセンス店舗数の増加が事業全体の収益性向上につながる



*1 加盟金は、契約期間で按分され、毎月売上高に計上

ライセンスの状況とダブルネーム展開

- ライセンス契約は開始してから2年目であるものの、21/12期末で国内96店舗に拡大
- 21/12期第4四半期に「やきとりの扇屋」とのダブルネーム店舗「オオギヤと宇奈とと」が36店舗オープンし、ライセンス店舗拡大に寄与
- 炭焼きという共通点があり設備投資の必要がなかったため、短期間でダブルネーム店舗の拡大に成功





4. 競争優位性

ライセンスの特徴（1/2）：低コスト・スピード導入

飲食店の出退店支援に携わってきた当社による、コロナ禍における飲食店支援の考え方から生まれたライセンス。加盟店は、既存リソースの活用とシンプルオペレーションにより、開業までの費用と時間を削減することで、早期の収益化が実現可能となる。当社にとっては、ライセンス契約数増加のスピードアップにつながっている。

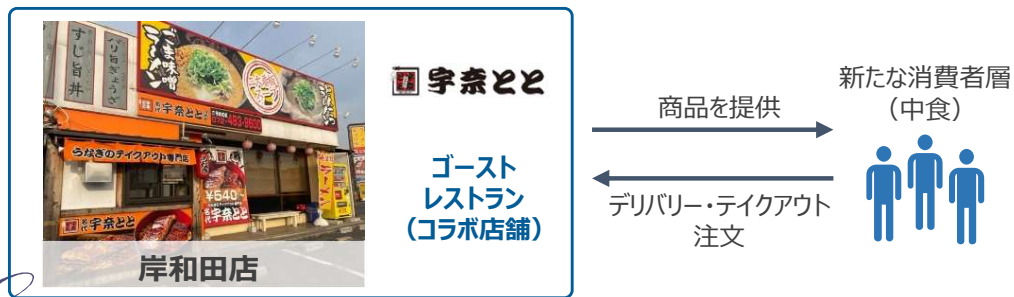
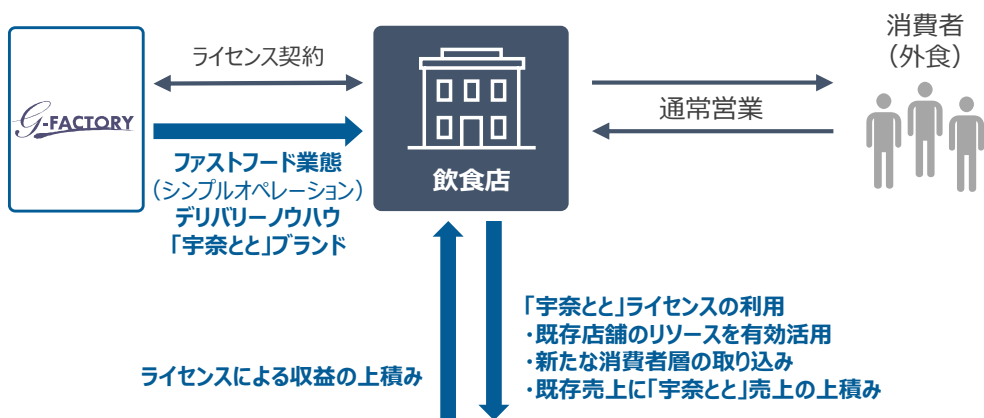
ライセンス・コンセプト

コロナ禍による 飲食店の経営課題

- 売上高の減少とともに、人件費や家賃等の固定費が大きな負担となる店舗が増加

「宇奈とと」ライセンスによる飲食店支援

飲食店の経営課題の解決と当社の収益拡大に貢献



既存リソースの活用

- 加盟店は既存店舗のリソースを活用できるため、内装工事等の設計・施工や運営スタッフの募集などの時間と費用がかからない
- 加盟店は、のぼり、商品受け渡し窓口、看板、焼き台など比較的少額の費用で営業できる



のぼりの設置



看板・商品受渡窓口の設置

シンプルオペレーション

- 「宇奈とと」では、鰻の調理から商品提供までを規格化し、簡略化されたシンプルなオペレーションを構築している
- 最短で3日間の研修を受けることで商品提供までのノウハウを習得し、早期に営業を開始できる





4. 競争優位性

ライセンスの特徴（2/2）：多様な出店形態と商品

路面の店内飲食型の店舗のみではなく、商業施設・フードコート、キッチンカー、テイクアウト専門、ダブルネーム店、立ち食い専門など、多様な出店形態での契約獲得が進む。また、ライセンス企業との相乗効果を狙うためのコラボ商品の開発など多様な商品バリエーションを揃え、様々な顧客層の取り込みを図ることでライセンス契約数のさらなる増加を図る。

多様な出店形態

ゴーストレストラン店



泉中央店

テイクアウト専門店

商業施設・フードコート店



イオン品川シーサイド店

ダブルネーム店

キッチンカータイプ



今福鶴見店

立ち食い専門店



糀谷店



郡山横塚店



笹塚店

多様な商品バリエーション

商品名：宇奈チキカレー

- 北海道を中心にタンタンメンやカレーなどを展開している株式会社175とのコラボ



商品名：うなぎ合盛りすた丼

- 「伝説のすた丼屋」を展開する株式会社アントワークスとのコラボ商品





4. 競争優位性

「宇奈とと」の展開（ライセンス店舗を含む）

コロナ禍に対応した需要の多様化、店外売上需要の拡大と「宇奈とと」の業態がマッチしたことに加え、当社の商品開発努力も奏功し、ライセンス店舗の出店が予想以上のペースで進展。



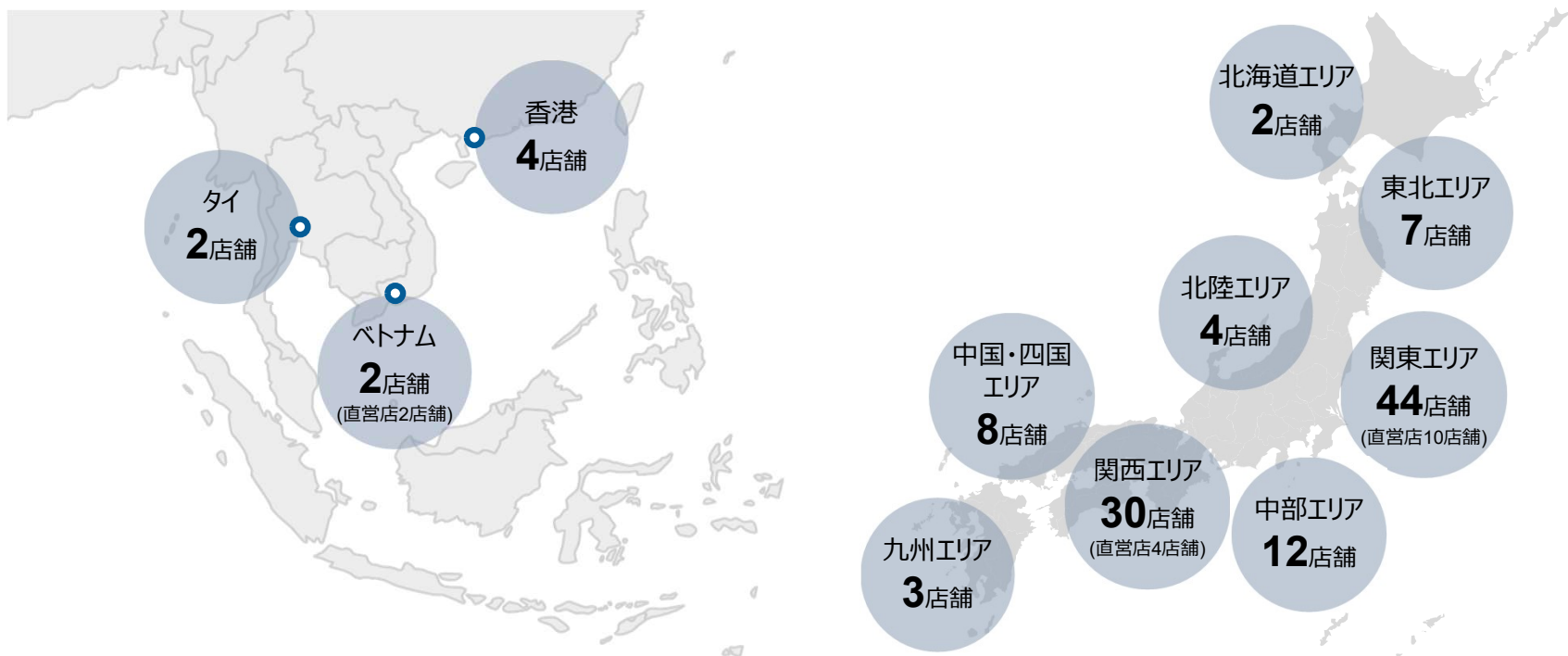
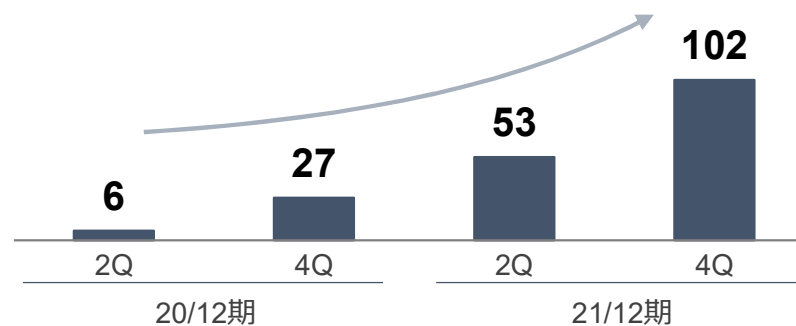
118店舗

国内 110店舗
海外 8店舗

(2021年12月末時点)

*直営店舗含む
*ライセンス店舗は契約ベース

国内外のライセンス店舗数の推移





G-FACTORY

5. 事業計画 A. 成長戦略



成長戦略ハイライト

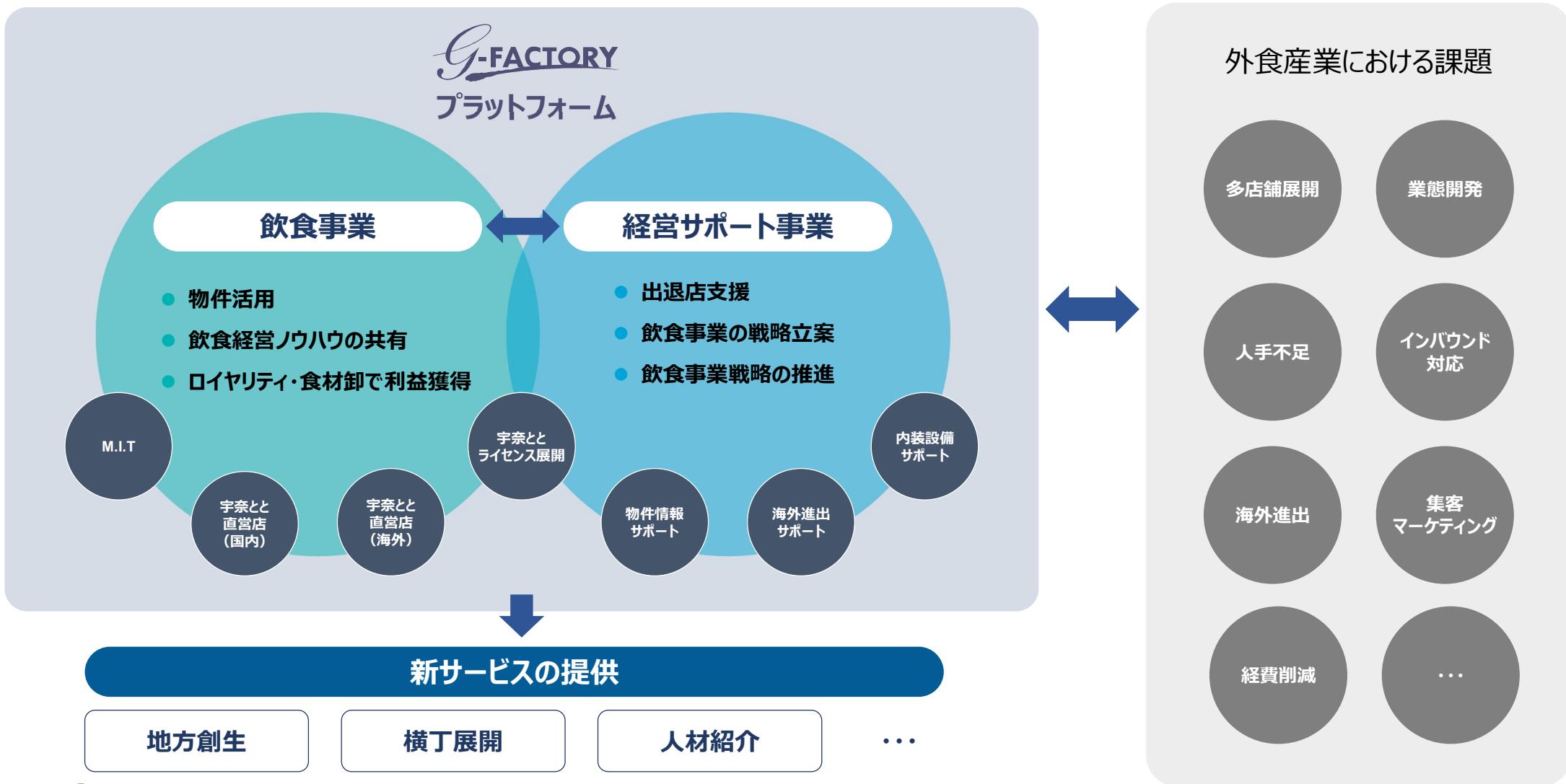
新型コロナの影響でニューノーマルに対応した成長戦略へ方針を転換。市場環境の変化をビジネスチャンスと捉え、国内事業のストックビジネスを中心とした安定拡大および飲食事業の「名代 宇奈とと」ライセンス展開への挑戦により、成長スピードの加速を図る。

セグメント		今後の成長施策
経営サポート事業	国内事業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内物件情報サポートへの注力 ■ ニューノーマルに対応したライセンス出店支援
	海外事業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 多店舗展開サポートを中心とした効率的な事業基盤拡大の推進 ■ 飲食店開業ノウハウの蓄積を目的としたリモート進出支援の推進
飲食事業	「名代 宇奈とと」	<ul style="list-style-type: none"> ■ ダブルネーム等の国内ライセンス店舗による出店 ■ 国内・海外ライセンス店への食材卸事業による収益基盤構築
	M.I.T	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内M.I.T業態の新規出店による収益力拡大
	海外事業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 「名代 宇奈とと」、M.I.Tブランドの海外展開
その他		<ul style="list-style-type: none"> ■ 外国人材紹介事業の立ち上げに向けた外国人材の登用・育成



国内外食産業市場で確立したプラットフォーム (2/2)

経営サポート事業と飲食事業の連動によって、当社の「プラットフォーム」が形成されており、両事業を併せ持つことによるシナジー効果で収益を創出するビジネスモデルを確立。各事業で収益が発生する宇奈ととのライセンス展開や、飲食事業で培ったノウハウや課題解決力を活かし、時代と共に変化する飲食店経営のニーズに対応した新サービスを提供を推進。

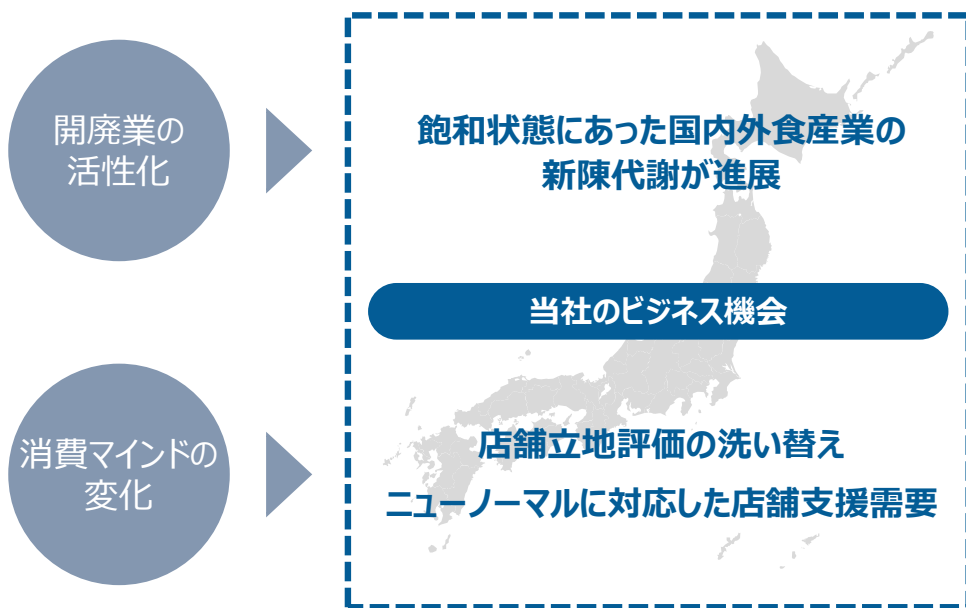




経営サポート事業の成長方針：ニューノーマルで新たなニーズ、国内成長の加速

新型コロナの蔓延に伴い、飲食企業に対する支援機会が増加。都心部好立地の案件が発生している他、ベッドタウン立地のニーズが上昇。また、ニューノーマルに対応した「名代 宇奈とと」ライセンスの展開で、加盟金収入を得ることにより、ストック収益基盤強化を図る。

市場環境の変化と当社のビジネス機会



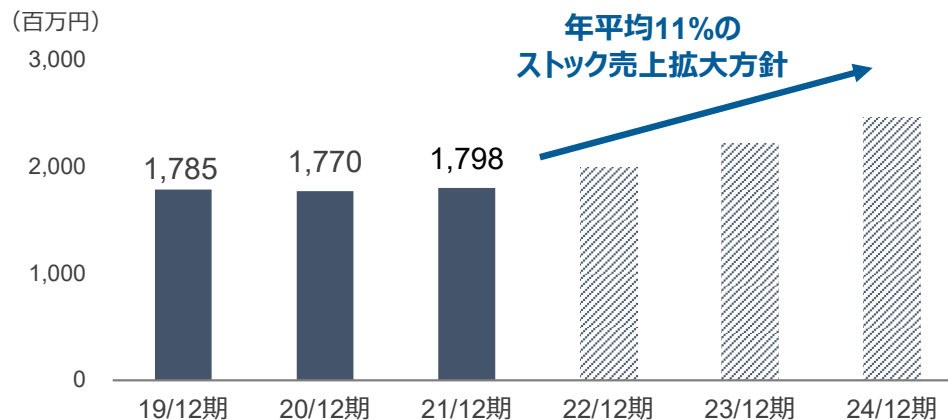
1 出退店サポートによるストック収益拡大へ注力

物件情報サポートを中心とする出退店サポートの案件拡大を見込み、人員を増強し、ストックビジネスの成長を加速

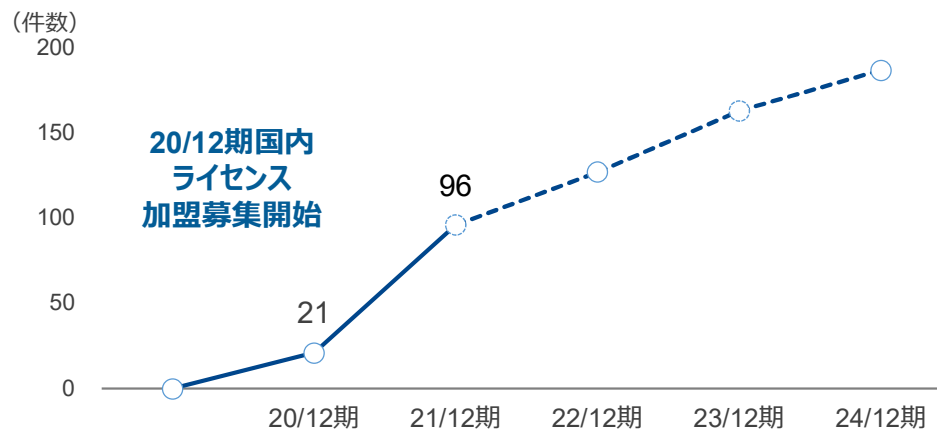
2 「名代 宇奈とと」ライセンス店による飲食店支援

ニューノーマルに対応した飲食店支援を積極的に展開し、加盟店の増加とともに新たなストック収益基盤を構築

経営サポート事業のストック売上高計画



国内「宇奈とと」ライセンス件数の増加





飲食事業の成長方針：経営サポート事業のノウハウ蓄積を見据えた出店戦略

飲食事業は、経営サポート事業の店舗支援ノウハウ蓄積を中心とした展開を進めていたため、これまで積極的な出店展開はしていないが、コロナ禍による新たな店舗支援ノウハウの蓄積余地が出現。「名代 宇奈とと」・M.I.Tの両ブランドの国内外での直営店およびライセンス店の出店を進める。

各ブランドを中心とした出店余地

宇奈とと
(ファストフード形態)

国内直営店 14店舗
主にインバウンドやビジネス街を中心とした展開

▼
**ベッドタウン立地や商業集積エリア、
全国エリアでの飲食店運営ノウハウを蓄積**

M.I.T
(職人形態)

国内直営店 15店舗
高単価・高品質をサービスコンセプトにした展開

▼
**職人形態での多店舗運営、
海外運営ノウハウを蓄積**

宇奈とと
ベトナム ベンタイン店

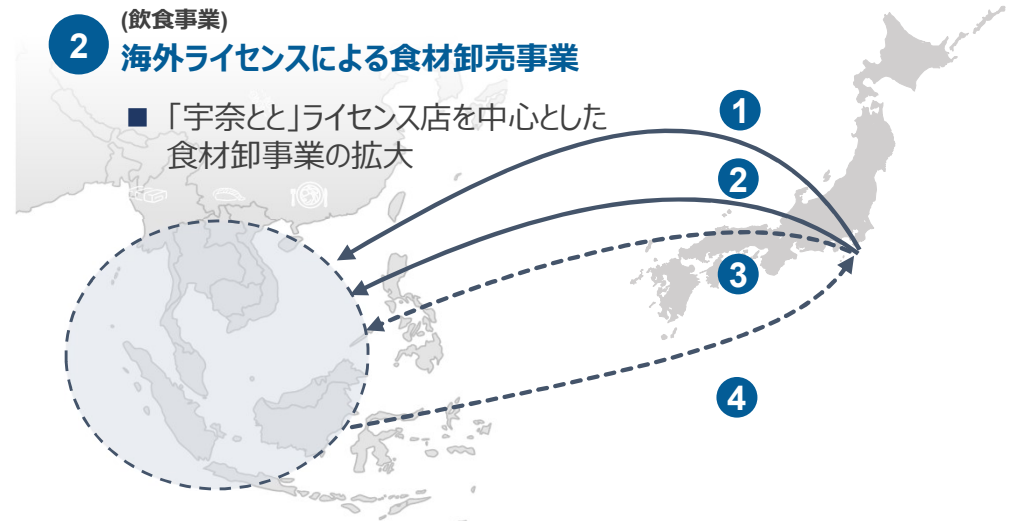
海外直営店 3店舗
ベトナムに出店

▼
**ベトナム以外のアジア地域での
店舗運営ノウハウを蓄積**

海外展開における取組み

- 1 (経営サポート事業)
海外多店舗展開支援
- ASEAN地域への海外進出支援

- 2 (飲食事業)
海外ライセンスによる食材卸売事業
- 「宇奈とと」ライセンス店を中心とした食材卸売事業の拡大



- 3 (経営サポート事業・飲食事業)
従業員の独立支援
- 社内独立支援制度を活用した海外出店の促進

- 4 (その他事業)
海外労働力の確保による国内人材不足の解消
- 海外ローカル人材の育成と国内飲食店への人材紹介モデルを確立

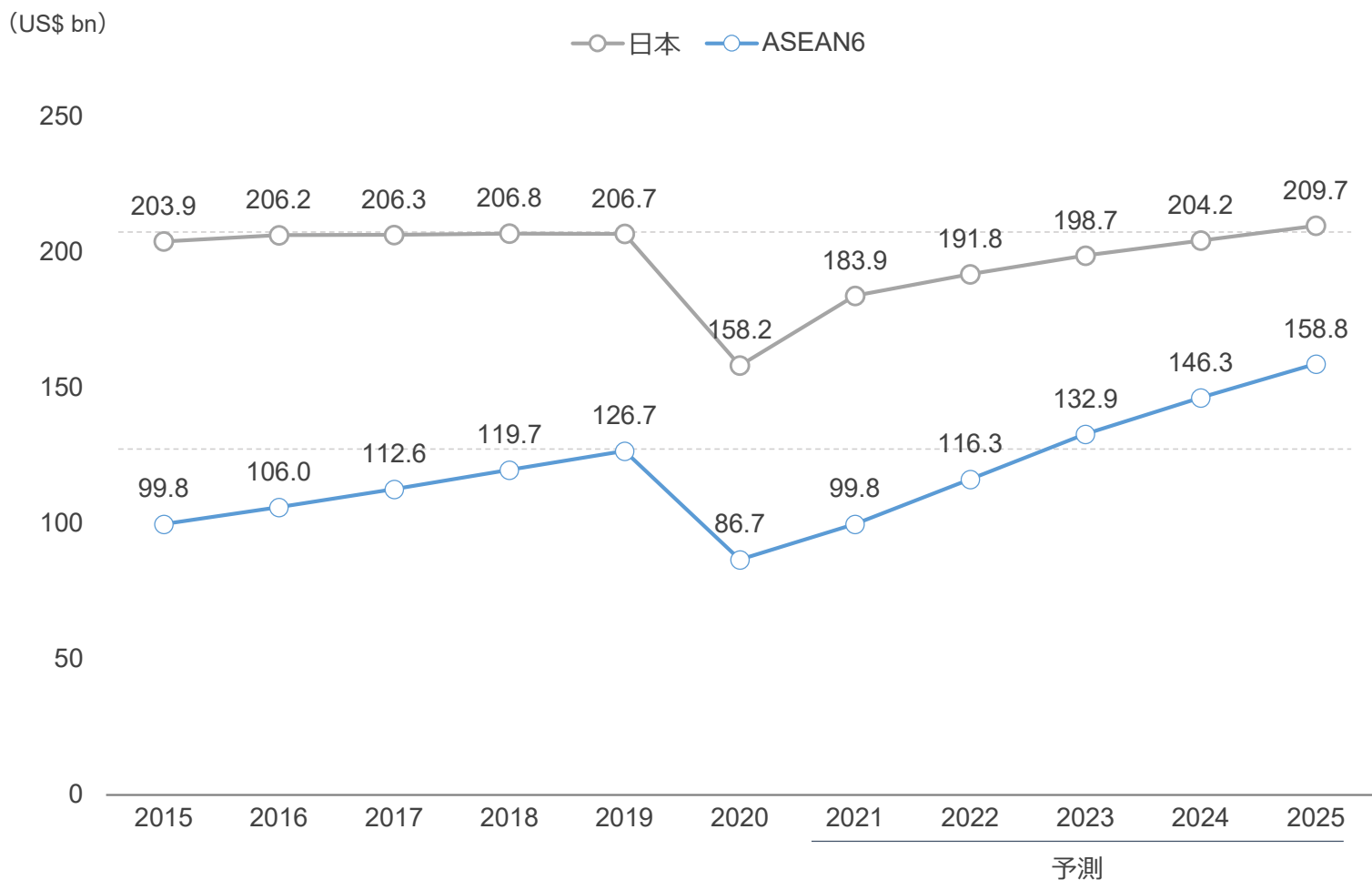
* 2021年12月末時点の運営店舗数



海外事業の拡大

日本、ASEAN主要6か国の外食市場は新型コロナウイルス感染拡大の影響により大きく縮小。コロナ終息後のASEAN主要6か国は日本より早い回復が見込まれ、2023年にはコロナ前の市場規模を超えると予測される。このタイミングをビジネスチャンスと捉え、多店舗展開サポートや「名代 宇奈とと」、M.I.Tの展開を推進。国内で確立したプラットフォーム経営を海外市場でも展開。

日本とASEAN主要6か国の外食市場推移



2020-2025年 CAGR

日本 5.8%

ASEAN 主要6か国 12.9%



海外労働力の確保による国内人材不足の解消に向けて

海外展開を支援することにより、人材交流のグッドスパイラルを生み、顧客の成長を支援していきます。海外の日本食レストランで経験を積んだ現地スタッフを国内で登用することにより、国内人材不足へのソリューション提供を見据えています。

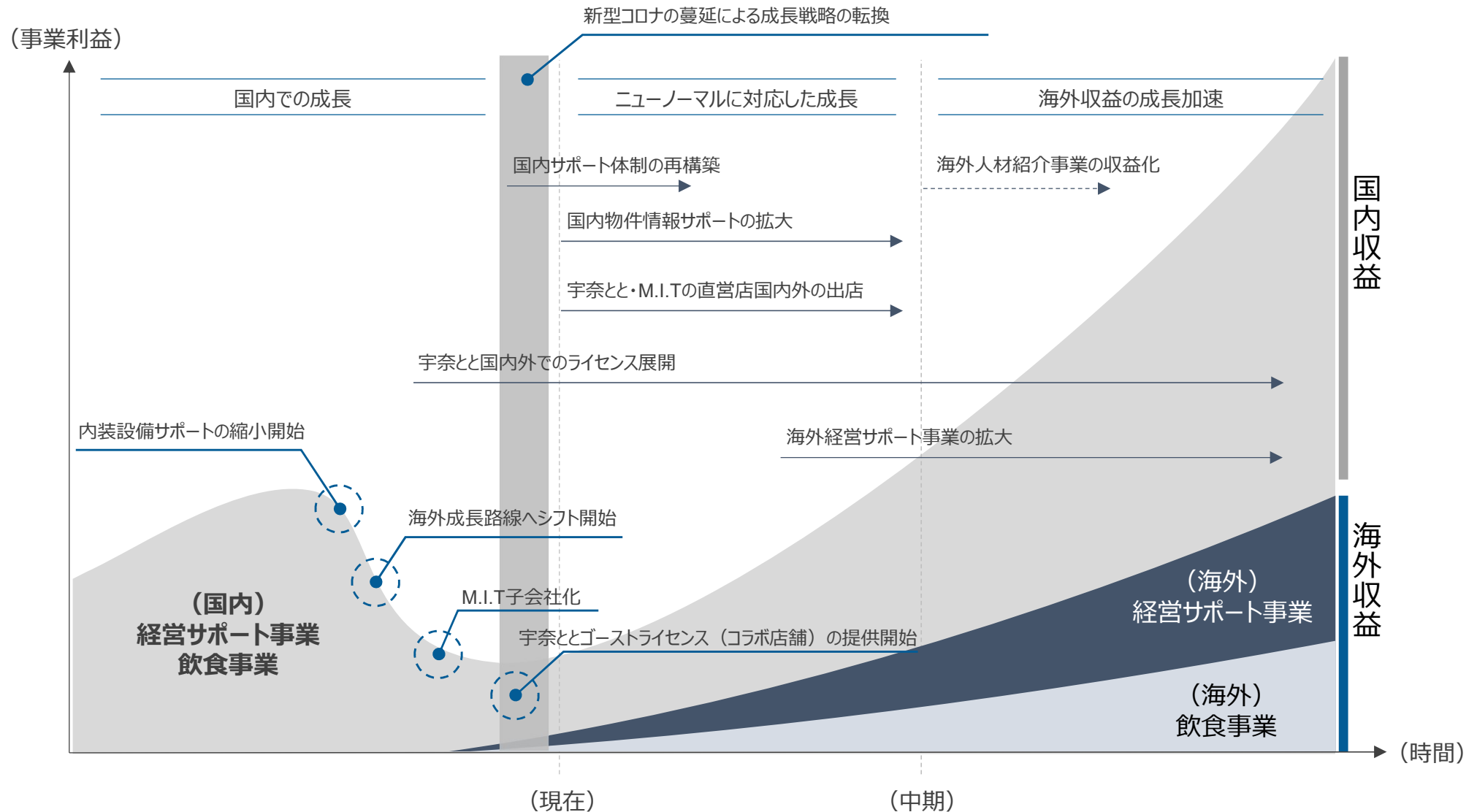


※1：登録支援機関とは、特定技能1号の外国人材を雇用する場合の支援計画の作成・実施を行う法務大臣により認定された機関のこと



中長期成長イメージ：国内経営サポート事業および飲食事業を中心に成長

市場環境の変化をビジネス機会と捉え、ニューノーマルへ対応したサービス提供を軸に国内経営サポート事業の成長加速に加え、飲食事業のライセンス展開による出店加速およびライセンス先への食材卸事業を中期の成長ドライバーとして位置づけ。また、中長期的には海外経営サポート事業の再拡大を進め、さらなる成長を図る。





G-FACTORY

5. 事業計画 B. 経営指標



経営サポート事業

経営サポート事業のビジネスモデルの中心は、物件情報サポート等のストックビジネスであり、今後もストックビジネスで安定した収益の拡大を図ってまいります。そのため、重要な経営指標は、ストック収益額と考えています。

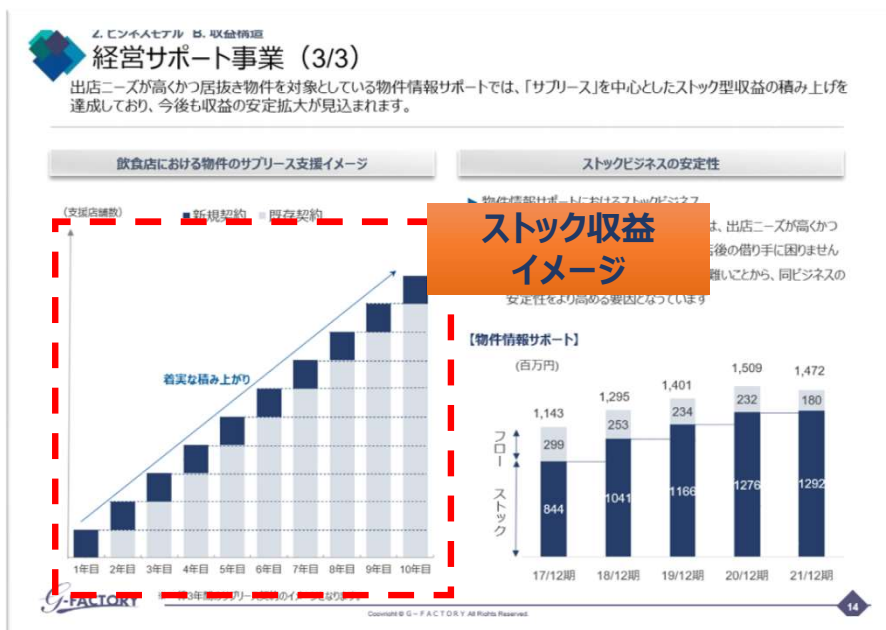
経営指標と採用理由

重要な経営指標

ストック収益額

採用理由

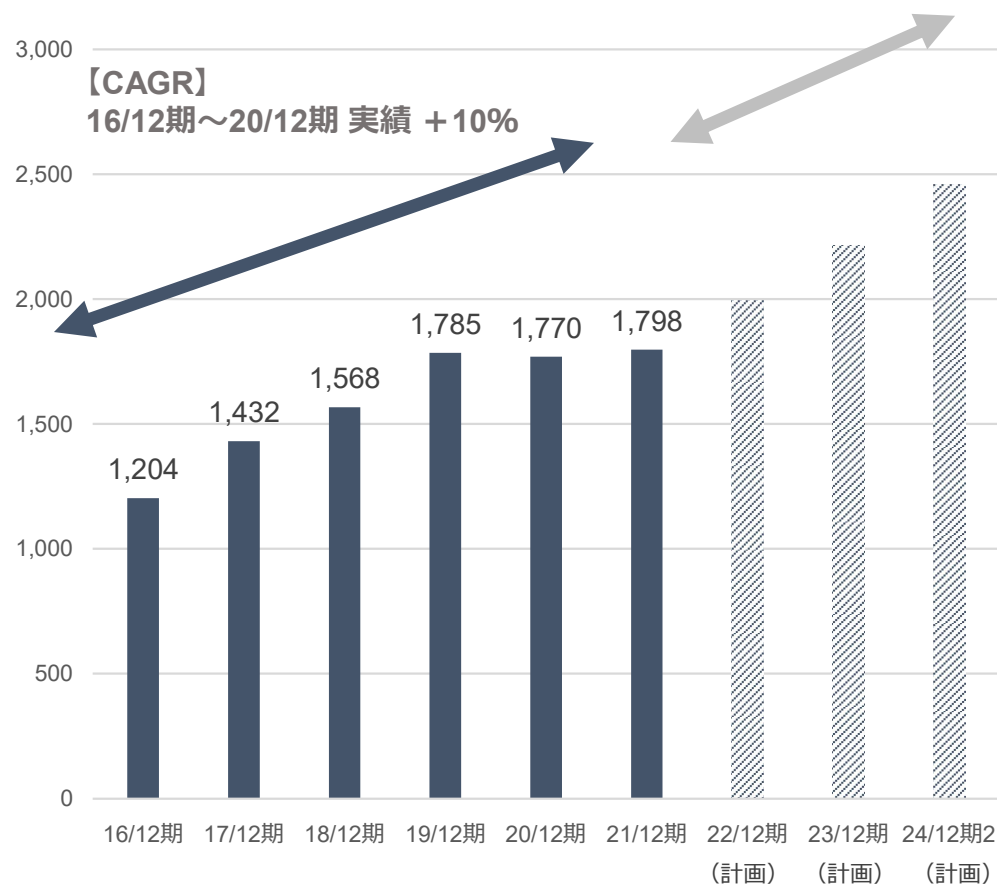
当社ビジネスモデルは、ストックビジネスによる安定した収益拡大であり、ストック収益額が最も重要な指標と位置づけているため



ストック収益額の推移

(百万円)

【CAGR】
21/12期～24/12期 計画 +11%





飲食事業

飲食事業では、店舗数の増加が売上高の増加に与える影響が大きいと考えています。そのため重要な経営指標は、店舗数、特に「名代 宇奈とと」のライセンス店舗数と考えています。

経営指標と採用理由

重要な経営指標

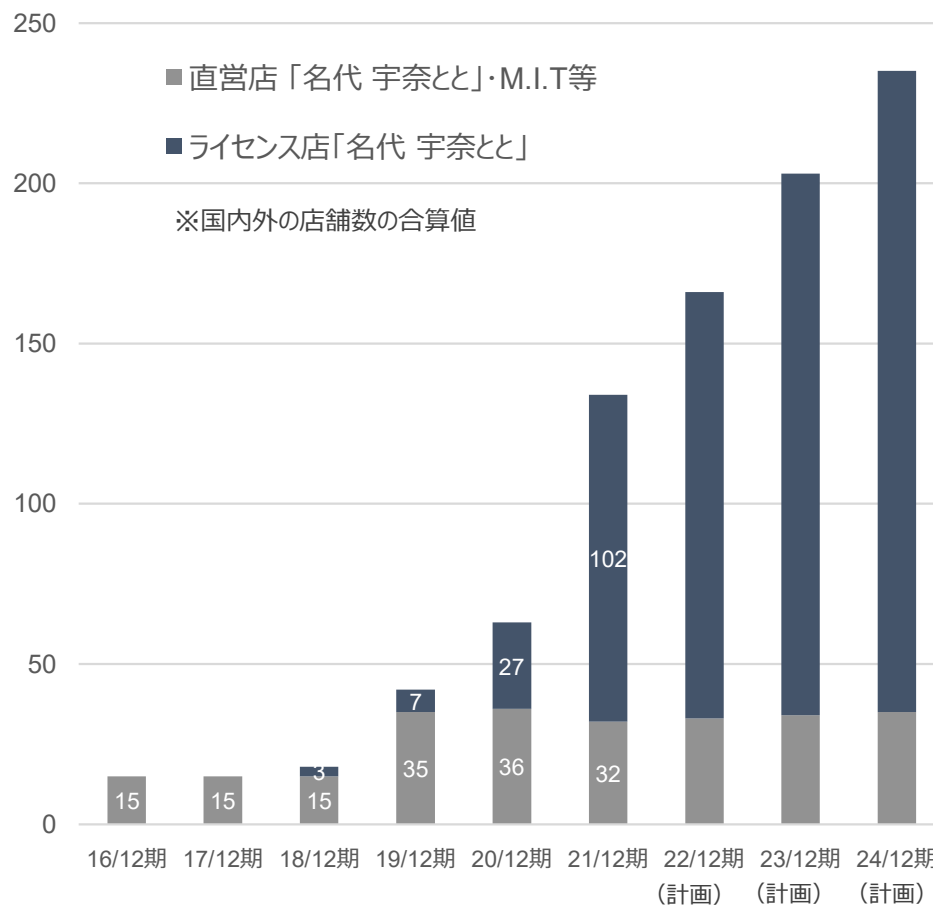
店舗数
特に、「名代 宇奈とと」ライセンス店舗数

採用理由

「名代 宇奈とと」ライセンス店舗の展開は、コロナ禍における飲食店支援から始まった事業であり、今後の成長戦略で重要な位置づけであるため

グループ店舗数の推移

(店舗数)



成長戦略ハイライト

新型コロナの影響でニューノーマルに対応した成長戦略へ方針を転換。市場環境の変化をビジネスチャンスと捉え、国内事業のストックビジネスを中心とした安定拡大および飲食事業の「名代 宇奈とと」ライセンス展開への挑戦により、成長スピードの加速を図る。

セグメント	今後の成長施策	
経営サポート事業	国内事業	<ul style="list-style-type: none"> 国内物件情報サポートへの注力 ニューノーマルに対応したライセンス出店支援
	海外事業	<ul style="list-style-type: none"> 多店舗展開サポートを中心とした効率的な事業展開 飲食店開業ノウハウの蓄積を目的としたリモート支援
飲食事業	「名代 宇奈とと」	<ul style="list-style-type: none"> ダブルネーム等の国内ライセンス店舗による出店 国内・海外ライセンス店への食材卸事業による収益基盤構築
	M.I.T	国内M.I.T業態の新規出店による収益力拡大
	海外事業	「名代 宇奈とと」、M.I.Tブランドの海外展開
その他	外国人材紹介事業の立ち上げに向けた外国人材の登用・育成	

ライセンス店舗の成長戦略について



G-FACTORY

5. 事業計画 C. 2022年12月期連結業績予想



2022年12月期見通し P/L

売上高は、経営サポート事業の国内の案件増加、飲食事業のM.I.Tの売上回復、海外直営店の売上増加を見込み2ケタ増益を計画。各事業の売上高増加に伴う粗利率改善により営業利益・経常利益は黒字化を計画。21/12期に計上した時短営業・休業等の助成金収入による特別利益がなくなるため、最終利益は減益予想。

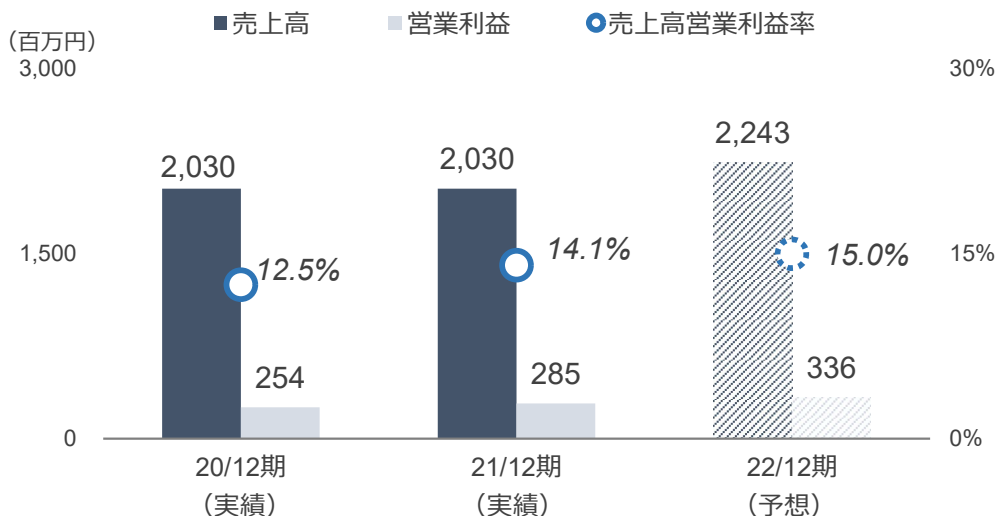
(百万円)	2020/12期	2021/12期	2022/12期	
	実績	実績	予想	前期比
売上高	3,963	3,641	4,344	+19.3%
売上総利益	1,804	1,595	2,009	+25.9%
売上総利益率	45.5%	43.8%	46.2%	+2.4pt
営業利益	▲9	▲9	92	黒字化
営業利益率	-	-	2.1%	-
経常利益	▲12	▲14	91	黒字化
経常利益率	-	-	2.1%	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	▲229	292	46	▲84.3%
当期純利益率	-	8.0%	1.1%	▲6.9pt



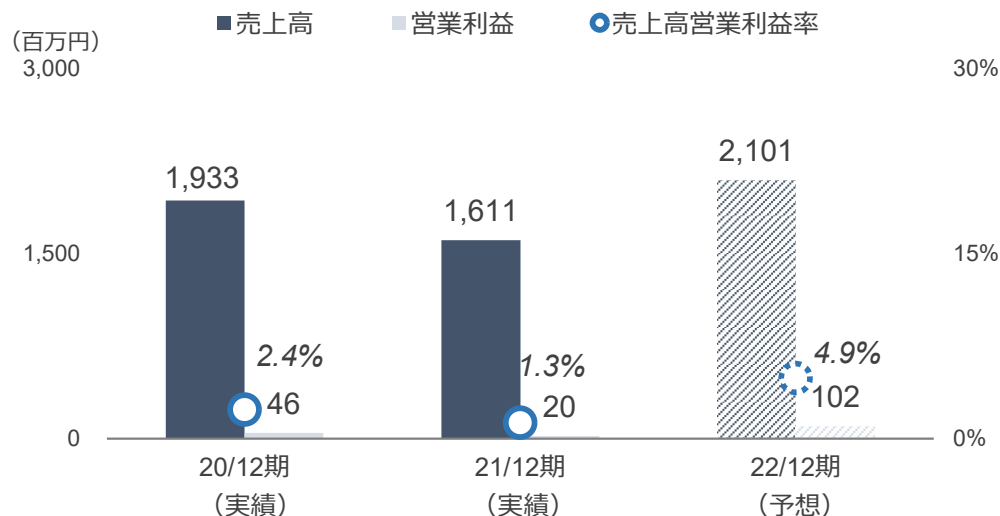
セグメント別収益見通し

経営サポート事業は、緊急事態宣言解除に伴い飲食店の出退店の活性化による案件増加を見込み増収増益を予想。また、「名代 宇奈とと」ライセンス契約に伴う加盟金収入増加を見込み利益率も改善する見通し。飲食事業は、M.I.Tの売上回復と海外事業のベトナム直営店の売上通期寄与が牽引する形で増収増益を予想。

経営サポート事業



飲食事業



22/12期予想の前提条件

- 国内事業：売上成長率 +11.0%
 - 緊急事態宣言解除に伴う飲食店の出退店活性化を見込み、物件情報サポートを中心に新規獲得および入替が増加すると予想
 - 「名代 宇奈とと」のライセンス契約増加による加盟店収入の増加を見込み、収益性向上に貢献を予想
- 海外事業：売上成長率 +2.6%
 - コロナ禍による当面の積極的な展開は控えるが、リモート出店の増加を予想

22/12期予想の前提条件

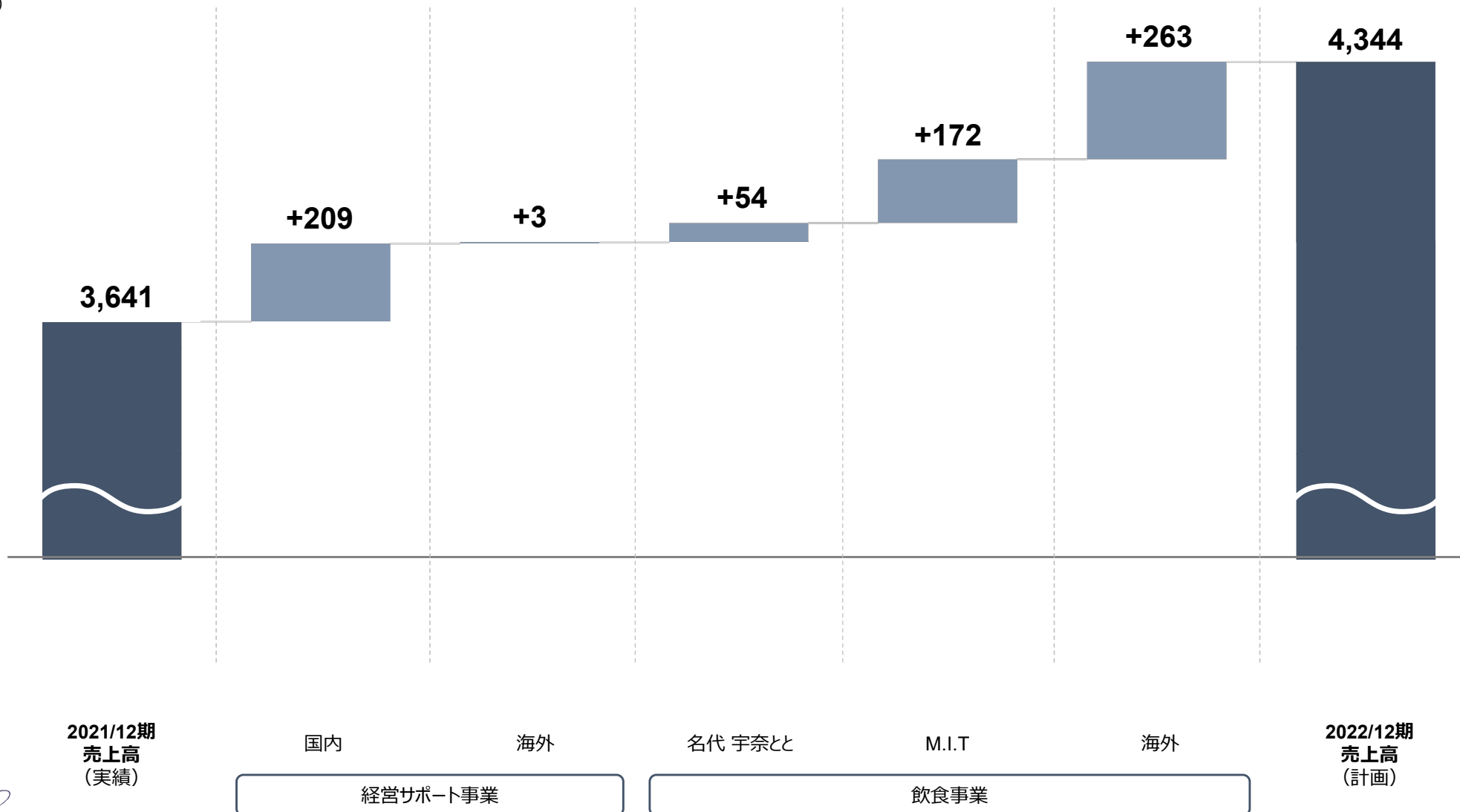
- 名代 宇奈とと：売上成長率 +6.7%
 - 既存店の店内売上の回復を予想
 - ライセンス契約の増加によるロイヤリティ及び卸売上増加と収益性上昇を予想
- M.I.T：売上成長率 +23.2%
 - 時短営業・休業要請解除に伴い売上回復を予想
- 海外事業：売上成長率 +約5倍
 - 21年12月にオープンした「名代 宇奈とと」ベトナム直営店2号店の通期寄与により大幅増収を予想



売上高の増減要因（前年との比較）

経営サポート事業は物件情報サポートを中心に国内事業が増収を牽引する見通し。飲食事業では、時短営業・休業要請解除に伴うM.I.Tの売上回復、海外事業の「名代 宇奈とと」ベトナム直営2号店の売上通期寄与による増収を見込む。

(百万円)

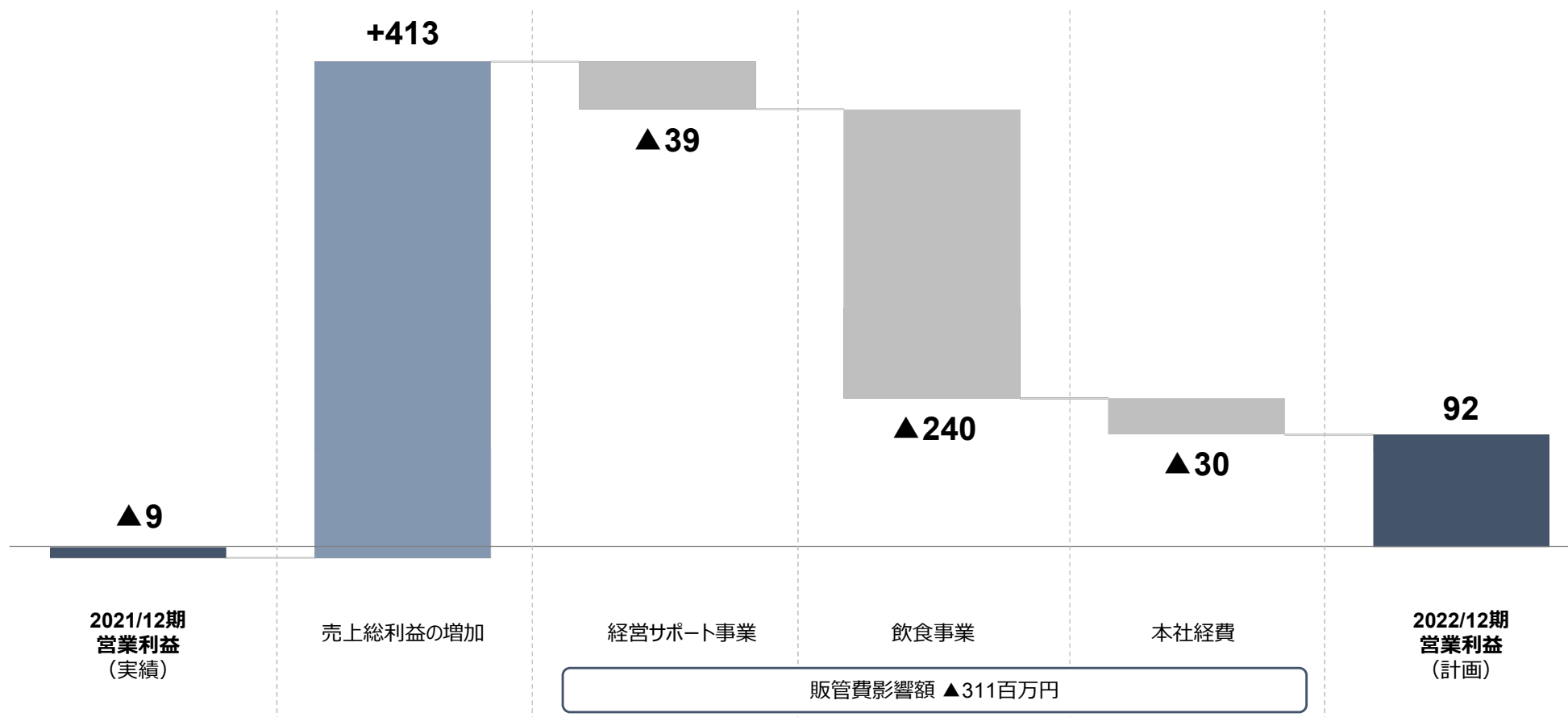




営業利益の増減要因（前年との比較）

経営サポート事業はストック収益と「名代 宇奈とと」のライセンス契約に伴う加盟金収入の増加が粗利増加に寄与する見込み。飲食事業はM.I.Tの売上回復、海外直営店の売上増加に伴う粗利増を予想。21/12期は飲食事業の固定費の一部を販管費から特損へ振り替える会計処理を行っていたが、今期はその処理がなくなるため販管費増加を見込む。

(百万円)







リスク情報 (1/2)

成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える主要なリスク及びその対応策は次の通りです。

項目	影響する事業セグメント	主要なリスク	顕在化の可能性／時期	顕在化した場合の影響度	リスク対応策
固定資産の減損リスク	<p>経営サポート事業</p> <p>飲食事業</p>	<p>経営サポート事業については、まるごとサポートの支援先の経営状況の変化</p> <p>飲食事業については各店舗の業績の悪化に伴い保有固定資産の経済価値が低下した場合、減損処理を実施する可能性</p>	中／中長期	中	<p>経営サポート事業については、定期的に支援先の経営状況をモニタリングし動向を注視</p> <p>飲食事業については、店舗ごとの状況に応じた販売施策、コストコントロール等を実行して対応</p>
取引先の信用リスク	経営サポート事業	<p>取引先の倒産等により、滞納賃料や原状回復費用、リース料等の回収が困難になる可能性、及び、明渡訴訟等の訴訟費用が発生する可能性</p> <p>顧客と設備販売業者が共謀した場合には、正常なリース契約を維持できない可能性</p>	低／不明	中	<p>取引開始時に、当社グループ独自の審査及び与信管理を実施。保証金を預かり、定期的に取り先の経営状況をモニタリングすることで未収賃料等の発生回避を対応</p> <p>多重リースや空リース等の悪質なリース契約を排除するため、設備販売業者にも審査を行い対応</p>
食の安全性リスク	飲食事業	<p>食材への異物混入や食中毒等の衛生問題が発生した場合、「食の安全性」に対する消費者の不安心理が高まり、店舗ブランドイメージの失墜や客数が減少する可能性</p>	低／不明	大	<p>食品衛生法を遵守するため、管轄保健所から営業許可を取得し、食品衛生管理者を管轄保健所に届け出で対応</p> <p>衛生管理強化策として各店長による日常点検、エリアマネージャーによる検査、内部監査室における監査にて対応</p>



成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える主要なリスク及びその対応策は次の通りです。

項目	影響する事業セグメント	主要なリスク	顕在化の可能性／時期	顕在化した場合の影響度	リスク対応策
新型コロナウイルス感染症の感染拡大リスク	<p>経営サポート事業</p> <p>飲食事業</p>	<p>新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う緊急事態宣言及びまん延防止等重点措置の影響により、営業時間の短縮又は臨時休業を余儀なくされる可能性</p> <p>これに伴い、当社グループの業績が想定以上に悪化する可能性</p>	中／中期	大	<p>経営サポート事業については、賃料滞納等が発生しないよう取引先状況等のモニタリング体制を平時よりも一層強化して対応。従来では積極的に取り扱っていなかった住宅街エリアにおける物件情報サポート等、ニューノーマルに対応した市場を開拓して対応</p> <p>飲食事業については、従来より取り組んでいたデリバリー・テイクアウトの活用を加速させ、コロナ禍における収益基盤の確保・顧客ニーズへの対応を実施。店内のアルコール消毒やキャッシュレス決済の推進等、お客様が安心できる環境を整備して対応。また、ゴーストレストランの加盟開発により、新たな収益基盤を構築し、ストック収益を確保することで対応</p>

※ 有価証券報告書の「事業等のリスク」に記載している内容のうち、成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを抜粋して記載しております。その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。



本資料の取り扱いについて

本資料には、当社グループの現在の計画や業績見通しなどが含まれております。
これらの将来の計画や予想数値などは、現在入手可能な情報をもとに当社が計画・予想したものであります。
実際の業績などは、今後の様々な条件・要素により、この計画・予想などとは異なる場合があります、この資料はその実現を確約したり、保証するものではありません。
なお、この資料への公認会計士、監査法人の関与はございません。

当資料のアップデートは今後、本決算後 3 月頃を目途として開示を行う予定です。