

各 位

2022年7月28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 CEO 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
TEL : 03 - 5843 - 7666

中期経営計画の概要に関するお知らせ

当社は、2023年4月期から2025年4月期を対象とした中期経営計画の概要についてお知らせいたします。

詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

以 上

2023年4月期～2025年4月期 中期経営計画



東和フードサービス株式会社
2022年7月28日

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

コンセプト

「あったら楽しい」 「手の届く贅沢」



外食を取り巻く事業環境

デフレ経済

個人所得・個人消費の停滞

生産人口の減少

人手不足

コロナ規制の緩和・円安

インバウンドの回復

気候変動・地政学リスク

円安による原料および食材高騰

ライフスタイルの変容(ウィズコロナ)

職住近接・テレワーク、EC・デリバリー需要

DX、IoT、AI技術の革新

機械化、キャッシュレス・ペーパーレス



新たな事業環境に対応する中期経営計画の策定

業務環境と自社の強み・弱み(SWOT)

強み

- 東京圏ベストロケーション
 - ・他業態、地域ドミナント
- 自社工場(セントラルキッチン)による内製化
- 高級喫茶のシェア高
 - ・高品質、高付加価値サービスの提供
 - ・女性ターゲット

弱み

- 出店エリア内の店舗数の停滞
 - ・直営のみ
 - ・ロードサイド型店舗ゼロ(ノウハウ無し)
- 労働集約型：人件費高・生産性低
- 定期借家契約による退店リスク(商業施設)
- コロナ禍における物販・テイクアウト率

機会

- こだわり志向(高付加価値サービス)の高まり
- 環境・健康志向の高まり
- インバウンドの回復(円安)
- デジタルトランスフォーメーション(DX)
 - ・デリバリー、ECビジネスの需要
 - ・IoT、AI、機械化の技術革新

脅威

- デフレ経済：個人所得・個人消費の停滞
- 原料・食材の高騰(円安・地政学リスク)
- 人件費の高騰
 - ・人手不足：採用、育成、定着コスト増
- テレワーク・職住近接(都心→郊外)
 - ・都心の人流減

経営戦略の変革

外部環境

機会

脅威

内部環境

強み

弱み

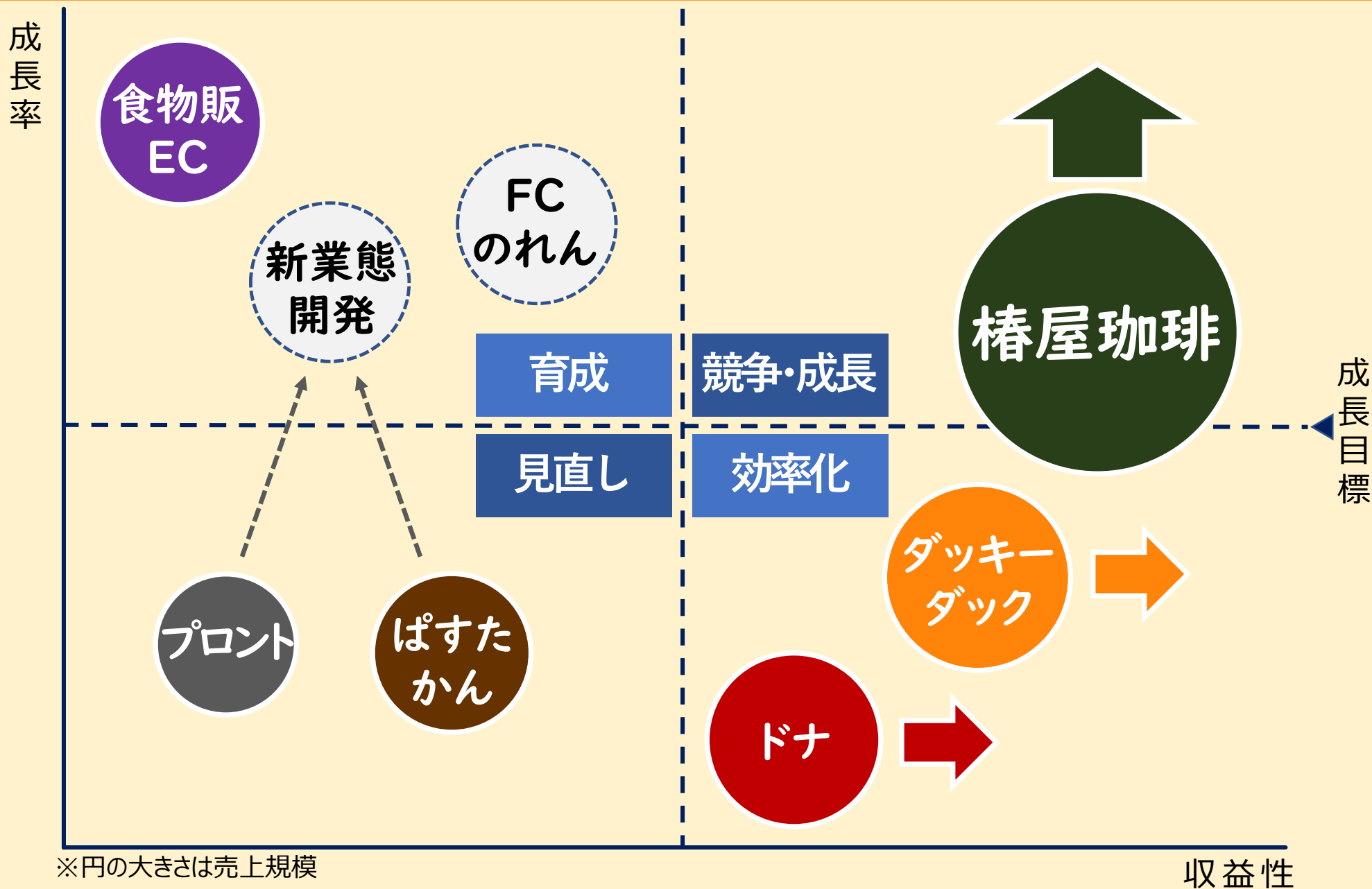
- 高級喫茶「椿屋珈琲」のブランディング
- インバウンドの取り込み(都心店)
- 健康志向・高品質メニューの開発
- 物販・EC事業の強化
- 強い財務基盤:成長分野への積極投資

- 高付加価値メニューの開発
例: 地産地消
- 生産設備投資による内製化率の向上
- リロケーション(都心→臨都心・郊外)
- システム投資、機械化による生産性向上

- 路面・郊外店の開発
 - ・路面、小型店の開発(直営・FC)
 - ・珈琲の挽き売り物販店(のれん分け)
 - ・ロードサイド型店舗の開発(FC)
- 物販・ECビジネスの強化

- 不採算店舗の撤退
 - ・都心店の採用コスト増
- 都心部・低価格業態の見直し
 - ・夜間人流減、低テイクアウト率
- 契約による退店リスクの低減(業態変更)

事業ポートフォリオの構築



中期経営計画の基本方針

- 1 出店戦略
- 2 業態開発
- 3 新規事業
- 4 生産性向上
- 5 人材戦略
- 6 環境・サステナビリティ

1

出店戦略

- 東京圏ベストロケーション・他業態ドミナント出店
- リロケーション（職住近接）
- 都心から30～40分「臨都心」エリアへの出店強化
例：たまプラーザ店(2022年2月創店)
- のれん分け・FC展開を視野に入れた小型店、
ロードサイド店の開発・出店

椿屋珈琲 たまプラーザ店



コロナ前 店舗数：120店舗

2

業態開発

椿屋ブランディング

- 新宿茶寮の増床（2022年4月） 110席→224席
席数・卓数の増加によるウェイティングの解消+レジ、トイレの増設



ゆとりとくつろぎの60分を提供



2

業態開発

“茶寮SIKI ～TSUBAKIYA～” コレットトマーレ店

- 和の美、抹茶をテーマにした新業態
- チェーンではない、「ここにしかない」限定感のある業態・メニュー
- 愛知県 西尾の（株）南山園 様とのコラボレーション（抹茶メニュー）



2

業態開発

路面店の開発

- ロードサイド型および小型店の研究開発 例：荻窪店
- インバウンド対応(都心店、ぱすたかん・こてがえし)
※テーブルオーダー・会計システムの導入 など
- イートイン+物販(ケーキ・冷凍食品) 例：池上店

銀座椿屋珈琲 荻窪店



武蔵浦和ドナ



自家焙煎椿屋珈琲 池上店



3

新規事業

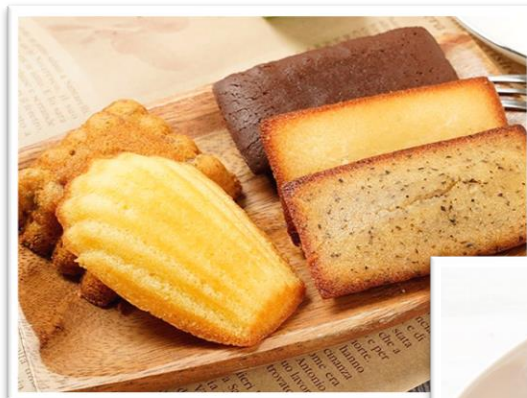
食物販事業の拡充 ～ 目標：売上構成比20% ～

- 販路拡大：催事、物販専門店、ECサイト、**業販(B to B)**
- 生産設備の増強、商品ラインナップの拡充

催事販売(23期 46ヶ所 398日間開催)



業販(B to B)



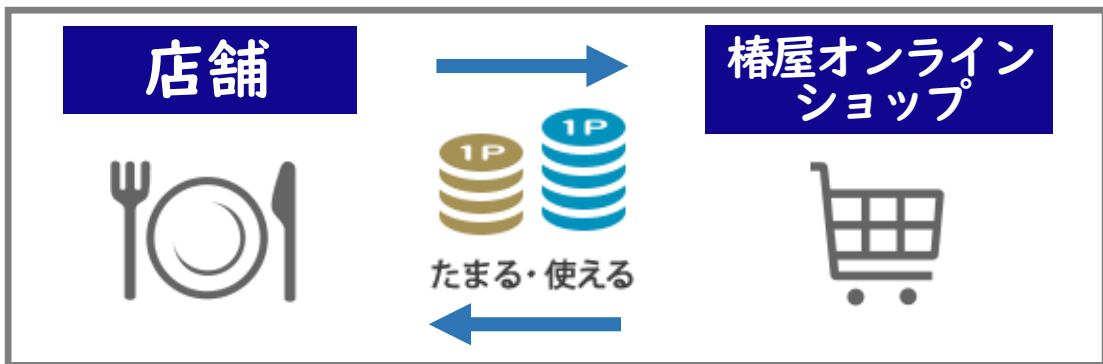
3

新規事業

食物販事業の拡充 ～ 目標：売上構成比20% ～



- EC・実店舗の連携強化：共通ポイントアプリの開発(CRM)
 2022年10月～ 椿屋オンラインショップにて運用開始予定
 2023年4月～ 全店舗に導入予定



100円(税抜)ご利用につき1ポイント付与、
貯まったポイントは1ポイント=1円から使用可。



4

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

生産性向上、サービスレベルの維持向上

→自動釣銭機(年間▲20,000時間)、レジ増設、受付機、
卓上ボタン、インカム、テーブルオーダー・会計システム など

間接部門

RPA(ロボティック・プロセス・オートメーション)の導入

※直間比率：1.28%

生産部門

生産性向上設備、製造スペースの拡充、物流の最適化

5 人材戦略

組織のフラット化

- ・カンパニー制の廃止
- ・執行役員制度の活用(権限移譲)
- ・現場の問題点、クレームの吸い上げ(VOC・カスタマーコール)

教育研修制度の見直し

- ・定着率向上を目的とした研修カリキュラムの策定
- ・研修センター(座学)、研修店舗(OJT)の創設
- ・1年目のフォローアップ、店長育成研修(~入社3年目)

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・MBO:目標管理制度)
- ・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

6

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」

環境・健康志向

サステナブルで健康的なメニューの開発

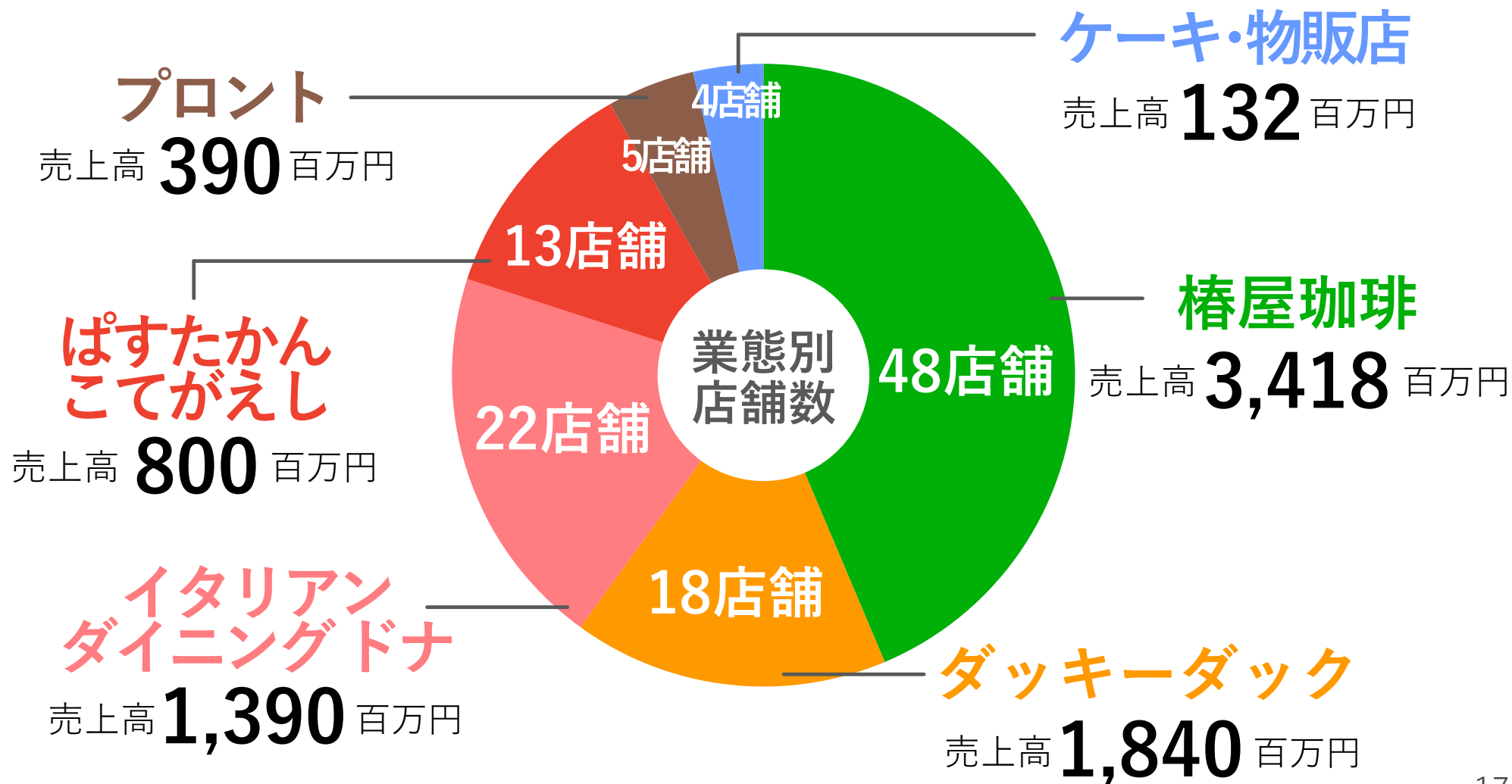
SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS12 つくる責任
つかう責任東和フードサービス
戸塚カミサリー

小野ファーム様



中期経営目標

業態別店舗数・売上実績(2022年4月末時点 計110店舗)



中期経営目標

24期・25期・26期の売上高と店舗数の推移

