



平成 28 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 鎌田 敏行  
(コード番号：9900 東証・名証第一部)  
問合せ先 代表取締役専務 伊垣 政利  
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、2018 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 2018」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)

	2015 年度実績 (平成 28 年 3 月期)	2016 年度計画 (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)
売 上 高	25,887	26,000	26,500	27,100
営 業 利 益	876	900	950	1,020
経 常 利 益	915	950	1,000	1,070
当 期 純 利 益	513	550	580	630

※詳しくは、添付資料をご参照ください。

以上



## 中期経営計画 2016-2018年度

サガミグループ ローリングプラン 2018

2016年5月11日

株式会社 **サガミ** チェーン

「No.1 Noodle Restaurant Company」



### 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. 前中期経営計画の振り返り	-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”を戴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」を世界に紹介する先駆者として、  
数多くの国に展開し、「そば」No.1ブランド『SAGAMI』を構築する。

2

## 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。



3

## 前中期経営計画（2014～2015年度）の主な成果

### 国内事業

#### ■ 基軸業態の成長

- ・顧客満足度の追求による客数の向上
- ・需要に則したメニューの提案による客単価の向上
- ・個店メニューの全店舗実施によるブチ贅沢需要・地域需要の吸収

主力業態「和食麵処サガミ」既存店前期比推移

	2014年度		2015年度	
	上期	下期	上期	下期
売上前期比	102.0%	101.1%	104.7%	103.7%
客数前期比	100.7%	101.4%	101.6%	101.2%
客単価前期比	101.2%	101.0%	103.7%	103.2%

#### ■ 国内事業の出店と統廃合

- ・サガミを8年ぶりに出店
- ・不採算店、低採算店の閉店を実施

#### ■ 時代への対応

- ・デリバリー実施店舗増加（2016年3月時点：グループ内13店舗）
- ・インバウンド対応強化（旅行会社との連携強化、トラベルメニューの推進、外国語メニュー）

4

## 前中期経営計画（2014～2015年度）の主な成果

### 海外事業

#### ■ そばの認知度向上における取り組み

- ・ミラノ国際博覧会へ出店、当初の意欲的な計画に対し、150%の大盛況
- ・ブラジル リオ・デ・ジャネイロにおけるJAPAN OMOTENASHI PAVILION参画
- ・ミャンマー、ベトナムでの健康長寿展に出展



#### ■ 海外出店状況

- ・ASEANに出店（2016年3月時点：タイ3店舗・インドネシア2店舗）

#### ■ 集中と選択の実施

- ・中国、上海盛賀美をFC化（2016年3月時点：2店舗）
- ・自社資本での出店地域をASEAN中心に移行

5

## 前中期経営計画（2014～2015年度）の主な成果

### グループ政策

#### ■ グループ経営体制の構築

- ・海外統括会社、小型FC事業会社を新規設立し、目的別事業会社体制を構築
- ・行動指針「サガミグループ フィロソフィ」を制定

#### ■ 味の民芸とのシナジー追求

- ・グループ化初年度（2014年度）から味の民芸が黒字化
- ・本部・工場部門の統合、物流商流の一本化
- ・営業部門、本社部門ともに人員を相互配置し、組織を活性化

#### ■ M & Aの活用

- ・神奈川で展開していた、「濱町」事業6店舗をグループ化

#### ■ ガバナンスの強化

- ・役員総数11名の内、社外役員を5名体制に変更

#### ■ 流動性の向上を目指して

- ・単元株式数を1,000株から100株へ変更
- ・2015年度の名証IR EXPO参加を皮切りに、個人投資家説明会を6回開催

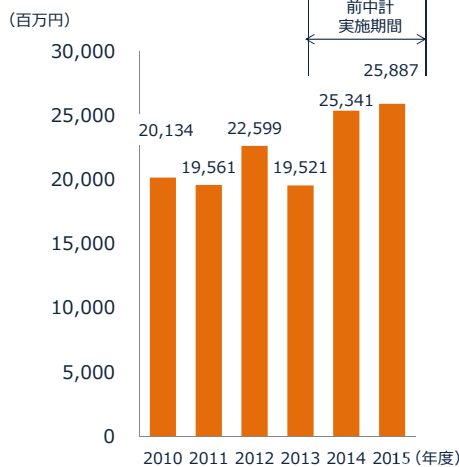
サガミグループフィロソフィ



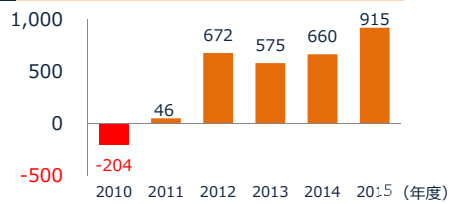
6

## 過去業績推移

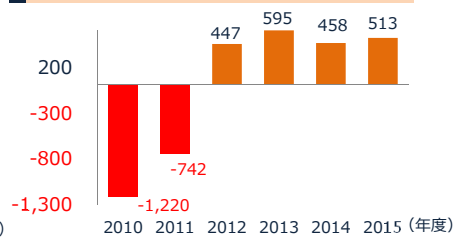
### 売上高



### 経常利益



### 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。

7

## 前中期経営計画の計画対比

(単位：百万円)

連結	2014年度		2015年度	
	期初計画	実績	期初計画	実績
売上高	24,700	25,341	26,300	25,887
営業利益	580	579	730	876
経常利益	625	660	780	915
当期純利益	385	458	510	513

個別	2014年度		2015年度	
	期初計画	実績	期初計画	実績
売上高	16,500	16,411	16,900	16,734
経常利益	585	628	670	852
当期純利益	375	459	420	496

業態の集約・整理を進めたことにより、売上高は未達となったが、利益は改善し、以降の出店準備体制が整った。

8

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

### 基本戦略

高齢化社会到来による  
和食回帰需要を最大に活かす  
**事業基盤の強化**

グループ体制を強化し  
脅威に備える  
**収益力の向上**

事業基盤の拡大  
**成長戦略の推進**

9

## 新中期経営戦略の概要

高齢化社会到来による  
和食回帰需要を最大に活かす

### 事業基盤の強化

- サガミブランドの構築推進
- 主力業態の出店再開
- 健康メニューへの取り組み
- 教育・研修の強化
- 品質衛生管理強化

グループ体制を強化し  
脅威に備える

### 収益力の向上

- グループ経営の推進
- 直間比率の改善
- 組織効率の向上
- 時間当り生産性向上
- 省力化設備の導入

事業基盤の拡大

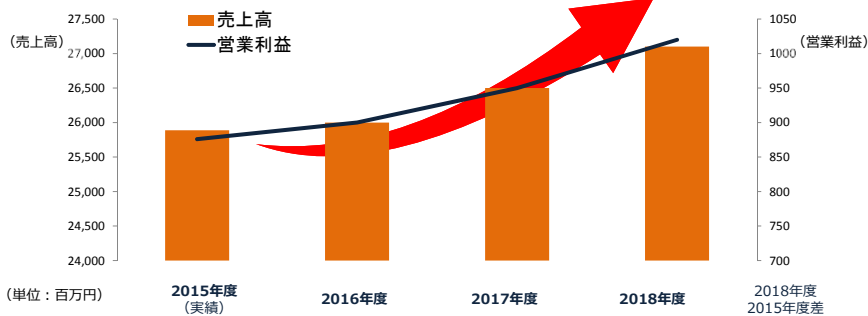
### 成長戦略の推進

- 宅配店舗の拡大
- インバウンド誘客強化
- FC小型事業推進
- 海外展開推進
- 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。

10

## 連結数値目標



2018年度に売上高270億円、営業利益10億円を達成する。

(2018年度：2019年3月期)

11

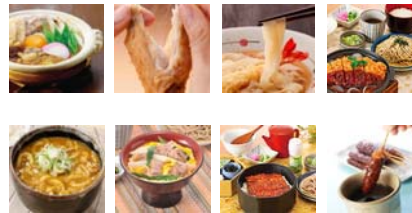
## 重点政策 ～サガミブランドの構築推進～

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  
～そば粉使用量・店舗数・販売食数～



※No.1は当社調べ：レストラン部門



No.1 Nagoya-meshi Company  
～なごやめし提供店舗数・売上～

12

Copyright : Sagami Chain Co., Ltd. All rights reserved.

## 重点政策 ～健康メニューへの取り組み（1）～

The Healthy-menu Company

～強みを活かし、社会に貢献する～

### 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）

国際		平均寿命 (2013年)		都道府県別 平均寿命 (2013年公表)				そば店舗数			
		男女		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	ランキング	県名	人口 (10万人あたり)
1	日本	84	1	長野県	80.9	1	長野県	87.2	1	長野県	52.3HF
2	スウェーデン	83	2	滋賀県	80.6	2	鳥取県	87.1	2	山形県	51.4HF
3	オーストラリア	83	3	福井県	80.5	3	沖縄県	87.0	3	福井県	44.0HF
4	イギリス	83	4	熊本県	80.3	4	熊本県	87.0	4	熊本県	44.0HF
5	フランス	83	5	神奈川県	80.3	5	新潟県	87.0	5	群馬県	42.0HF

※国際データ：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）

### なごやめし

健康寿命においては、日本が男女ともにトップであり、県別では愛知県は男性トップ・女性3位

上記より、地盤名古屋の名物料理である「なごやめし」も積極的に展開を進める

健康寿命（英：“HALE”or Healthy life expectancy）

国際		健康寿命 (2013年)		都道府県別 健康寿命 (2010年公表)				
		男女		男		女		
ランキング	国名	健康寿命	ランキング	県名	健康寿命	ランキング	県名	健康寿命
1	日本	71.11	1	日本	75.56	1	愛知県	80.9
2	シンガポール	70.75	2	アゾール	73.39	2	静岡県	80.6
3	アゾール	69.92	3	シンガポール	73.35	3	千葉県	80.5

13



## 重点政策 ～健康メニューへの取り組み（2）～

### The Healthy-menu Company

～強みを活かし、社会に貢献する～

#### 健康に配慮したメニューの積極投入

管理栄養士監修メニュー  
一汁三菜等、栄養バランスに優れたメニュー  
摂取カロリー、咀嚼性、塩分量等に配慮したメニュー  
必要栄養素に着目した、シニアメニュー など



#### 健康メニューのノウハウを蓄積する

2016年4月に新店した、大府市役所6階に位置するサガミ「健やか食堂」において、管理栄養士監修メニューを週替わりで投入  
健康メニューのノウハウを蓄積し、将来のグループメニュー開発に繋がります



## 重点政策 ～国内出店戦略～

#### 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

- ①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
- ②FC小型店舗事業の推進  
「水山」「その他事業」  
メイン立地：都市部、人口密集地

■大型店、中型店、小型店を立地に合わせ、上記重点地域に出店

都道府県別人口上位と人口増減率  
(統計局2016年発表：2014年対象)

	人口(千人)	前年比	前年比 全国順位
全国	127,083	98.3%	
東京	13,390	106.8%	1位
神奈川	9,096	101.9%	4位
大阪	8,836	98.5%	
愛知	7,455	101.7%	5位
埼玉	7,239	102.3%	3位



和食麵処サガミ



味の民芸



あいそ家

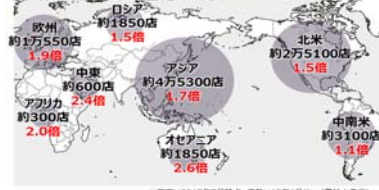


水山

## 重点政策 ～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



そばは世界でなじみが深い食物（そばの生産国と生産量）



### 海外出店重点地域：ASEAN諸国

- 2020年までに、ASEAN20店舗体制へ成長する新興市場でのカテゴリNo.1を目指す  
重点出店国：タイ・インドネシア・ベトナム
- 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
- ミラノ万博の盛況⇒  
2016年4月にイタリア・ミラノにてテストマーケティングを実施  
欧州・米国への展開も視野に入れる



## 重点政策 ～グループ経営の推進～

各事業会社の事業範囲を明確化

### 国内営業事業会社



### その他専門事業会社

- 海外統括  
SAGAMI INTERNATIONAL CORPORATION
- 管理・保険業務  
SAGAMI SERVICE
- 製造・物流業務  
SAGAMI FOOD

- グループ横断経営会議の開催による、グループ経営効率の最大化
- 各事業会社への経営企画部設置による、各施策の推進と連携
- 次世代経営者の育成と専門知識の深化

## 重点政策 ～インバウンド誘客強化～

### 海外に“SAGAMI”を発信

- ①海外旅行誌への広告掲載
- ②外国語観光サイト登録
- ③SNSの活用



### 動画を利用した店舗・商品紹介

英語・中国語・ベトナム語・ドイツ語など、複数言語に対応

### 旅行会社とも連携

一汁三菜、なごやめし、ノンポーク、宴席料理など  
様々な要望に対応した食を提供する



### コト需要に対応

伊勢湾岸道路沿いの立地を活かし  
そば打ち体験施設の事業化推進

## 重点政策 ～M&Aの積極活用～

### No.1 Noodle Restaurant Companyの 実現に向け、積極的に取り組む

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手法も取り入れ、成長に繋げてまいります。

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



「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、さまざまな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。