



平成 23 年 2 月 9 日

各 位

会社名 株式会社 家 族 亭
代表者名 代表取締役社長 乾 光宏
(J A S D A Q ・ コード 9 9 3 1)
問合せ先
役職・氏名 執行役員経理部長 関口 弘一
電話番号 0 6 — 6 2 2 7 — 6 0 3 0

事業計画の公表について

当社は、このたび平成 23 年 12 月期から平成 27 年 12 月期までの事業計画を下記のとおり策定いたしましたので、お知らせいたします。

回復基調にあるとはいえ引き続き厳しい経営環境下ではありますが、今回策定した事業計画に基づき、顧客満足度の向上と外食事業を通じた社会貢献を両立させ、企業価値の向上を伴う持続的な成長を実現して参る所存です。

記

1. 策定の背景

当社は、リーマン・ショックを起因とする急激な消費の落ち込みから反転しない状況に積極的に立ち向かうべく、平成 22 年 2 月 4 日に中期経営計画として、中長期的な視点からの経営ビジョンと、M&A の活用等も想定した戦略的な目標を公表いたしました。かかる公表後、当社におきましては、ハッピー食事券の販売等、各種施策を通じて消費喚起を図って参りましたが、今般、消費は緩やかながらも回復基調に転じたものと認識しており、当社の足元の売上状況も落ち着きを取り戻しつつあります。

こうした外部環境の変化に的確に対応するため、当社は、直営事業や FC 事業等、各事業を取り巻く経営環境とビジネスチャンスを改めて精査致しました。当社は、今回の精査を当社の事業活動を加速させていく好機と捉え、その過程で得られた情報をもとに、現在の当社と 5 年後のあるべき「家族亭」とを繋ぐため、事業計画を策定致しました。

今後は、今回策定した事業計画に基づき、顧客満足度の向上と外食事業を通じた社会貢献を両立させ、持続的な成長を実現して参る所存です。なお、今後も企業価値向上に資する M&A は検討していくものの、現時点で具体化が決定している M&A 案件はなく、本事業計画の策定上は、M&A の活用は織り込まれておりません。

2. 事業計画の骨子

- 基本的な戦略は、直営事業では既存店を重視した利益確保を行いつつ、FC 事業においてスピード感を持って事業を積極的に拡大するものとする。
- FC 事業の成長は、大型法人加盟店の開発（国内）と、地域単位で複数店舗の出店を確約するマスターFC 契約の締結（海外）が柱であり、これらに注力する。また、これら FC 事業の安定的な成長のために「FC 管理プラットフォーム（基盤）」を強化する。

➤ 大型法人加盟店開発（国内）

資金余力があり、外食事業経験がある法人が主な対象。既に 2010 年 12 月期に 6 件の開発実績がある。当社が FC 契約時にフランチャイジーに直営 1 店舗を譲渡し、当該店舗を経営することを通じて、オペレーションの経験とノウハウを蓄積する機会を提供し、他方、フランチャイジーが当社に対して翌年以降の複数出店を確約するもの。従来の個人中心の加盟店開発に比べて、将来に亘り安定的な加盟店増加が期待できる。

➤ マスターFC 契約の締結（海外）

ヘルシーな日本食に関心を寄せる海外事業者との間で FC 契約を締結し、地域単位での出店を確約させるもの。アジアの麺文化圏を中心に、これまでにタイ（6 店舗）、シンガポール（3 店舗）、中国（2 店舗）（以上、2010 年 12 月末現在）を出店。既に現地法人を立ち上げているインドを始め、今後ベトナム、インドネシア、ロシア等に進出予定。

➤ 「FC 管理プラットフォーム（基盤）」（注）の強化

FC 管理プラットフォームとは、FC 本部として加盟店を支援・コントロールするための一連の業務の流れであり、開発（加盟・物件等）、加盟店のファイナンス支援、研修、仕入物流、スーパーバイザー（SV）による営業管理、ブランド管理等が含まれる。このプラットフォームに、そば・うどんだけでなく、今後自己開発又は M&A 等により獲得するアプリケーション（業態）を載せることにより、事業を拡大していく。

（注）FC 管理プラットフォーム（基盤）とは、フランチャイズ事業を営むうえで本部としてのサポート体制のことです。

- | | |
|-----------|---|
| ①開 発 | → (加盟店、物件、業態、商品) |
| ②ファイナンス支援 | → (開業資金アドバイス、運転資金サポート、助成金等活用支援) |
| ③研 修 | → (調理技術、接客、店舗研修) |
| ④仕入・物流 | → (集中仕入、配送によるコスト削減) |
| ⑤営業管理 | → (スーパーバイザーによる店舗経営管理、技術指導員による味、接客の巡回チェック) |
| ⑥集客・販売 | → (拡販、販促対策の提案) |
| ⑦ブランド管理 | → (総合的ブランドの立案、実行 (商標取得、ノウハウ流出防止を含む)) |

- 直営事業は、顧客ニーズを捉えた商品設計やプロモーション、店内改装等、既存店の収益力を高める施策を実行。店舗のスクラップアンドビルドと組み合わせて、現状の利益水準程度の維持を目標とする。また、FC 事業に投入すべき人材の育成とノウハウの開発を行う。

3. 数値目標

(事業計画)

(単位：百万円)

	平成22年12月期 (実績)	平成23年12月期 (業績予想)	平成27年12月期 (目標)
売上高	9,194	10,000	13,400
営業利益	342	530	1,200
経常利益	350	560	1,280
当期純利益	122	230	680

(注) 1. 本プレスリリースに記載されております計画、予測又は目標等の将来に関する事項は、本プレスリリース発表日現在において入手可能な情報をもとに、同日現在における当社の戦略、目標、前提又は仮定に基づいており、実際の業績は、様々な要素により異なる結果となる可能性があります。

(注) 2. 当社は、平成22年2月4日に中期経営計画を公表しておりますが、前記のとおり、同中期経営計画は、リーマン・ショック以降の消費が回復しない過程で、中長期的な視点からの経営ビジョンとM&Aの活用等も想定した戦略的な目標を示したものであったのに対し、本事業計画は、消費動向が回復基調にあるという認識に立った上で、事業毎に経営環境とビジネスチャンスを探査して策定するとともに、M&Aの活用を織り込んでいない等、新たな基準で作成されているため、本プレスリリースにおいて併記は行っておりません。

以上