

おなかいっぱい幸せを

第41期中間報告書

イトアンド株式会社

2017年4月1日から2017年9月30日まで

トップメッセージ

創業50周年に向けて、新たなステージへ。

株主の皆様には、いつも格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。創業50周年に向けて、経営陣も新体制とし、気持ちを新たに、経営理念である「おなかいっぱいの幸せを」を推し進めていきたいと考えています。

株主の皆様におかれましては、引き続きご支援賜りますよう、お願い申し上げます。



代表取締役社長

仲田 浩康

人手不足の中、消費マインドの改善に兆し

私たちイトアンドを取り巻く環境は、依然として人手不足の傾向が強く、物流コストの上昇など、利益確保が厳しい状況です。しかし、各種経済指標は改善傾向にあり、また株式市場も好調を示し、全体感としては堅調に推移しています。また、一般の消費生活も、労働力の非正規化進行に加え、円高や米国の経済政策への懸念から夏季賞与と増額の見送りなど、人手不足ながら所得が伸び悩んだものの、消費者の皆様の経済性志向・節約志向が弱まりつつあるなど、消費マインドは着実に改善しつつあると感じています。

このような状況のなか、私たちは、昨年の行動指針「EAT&WAY2016」に引き続き、従業員のこれからあるべき姿を「元気ですか! 50 Go Happy No.1 Plan (GGG Plan)」としてまとめ、新たなステージへと歩みを進めていきます。

「プロセスイノベーション」への取り組み

私たちは、生産性向上や情報伝達の円滑化、経営資源の配分・配置の適正化などの「プロセスイノベーション」に取り組んでいます。外食事業では、新業態や新メニューの開発・投入のほか、厨房での作業効率の向上、各店の収益性や労働環境の改善を図っています。また食品事業では、工場稼働率向上を通して経営効率を高め、製品の開発・改良や販売イベントの強化など、内製冷凍食品の拡販に努めています。

私は、2019年に創業50周年を迎えるイトアンドを、明るく元気で唯一無二の会社とし、より力強い会社にしていくために、生産事業を中心に外食事業、食品事業のシナジーを最大限に発揮し、成長させていきます。

株主の皆様には、今後とも一層のご理解とご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

仲田新社長に迫る!

2017年6月の株主総会において、
社長に就任した仲田に、
就任半年後の感触と、
これからのイトアンドの方向性を伺いました。

パーソナリティ 仲田 浩康 (なかた ひろやす) 1964年4月26日生

気力は体からと、毎日早朝からジムに通い、体のメンテナンス・調整には気を使う。最大のリフレッシュは家族との旅行。GGG Planで導入する連続休暇を浸透させるためにも自らも家族との旅行を計画している。「巨大企業に勝つ5つの法則(古庄宏臣・玉田俊平太著)」など、ビジネス書を読む。

社長に就任して半年たちましたが…

6月に社長に就任しましたが、これまで、事業の両輪である外食事業と食品事業のうち、食品事業、特に営業部門の成長に携わってきたこともあり、それほど、身の回りが激変するようなことはありませんでした。しかし、会社全体で考えるという思考に切り替える必要はあり、これまで以上に、「生産事業」「外食事業」「食品事業」への三位一体での取り組みとシナジー効果を最大限に発揮できる戦略・施策が求められているとひしひしと実感しています。

就任して、「元気ですか! 50 Go Happy No.1 Plan」を発表しました

次の節目となる創業50周年に向けて、元気の「G」、50の「G」、Goの「G」の頭文字をとった「GGG Plan」を発表しました。これは、従業員向けに、どこへ向かっていくのか、こういう方向に向けて走っていくんだという指針であり、従業員へのメッセージです。

私は、企業というものは、周りから「素敵な会社ですね」と言われる会社となって初めて、自他ともに認められる社会に貢献している企業であると考えています。その企業にいる従業員が自信をもって元気でイキイキと働き、目標や役割を達成していく。この姿こそが企業のあるべき姿であると考えます。このような目指すべき企業像を今回GGG Planとしてまとめました。

GGG Plan実現のポイントを教えてください

大きく事業面と人事面の2つに分かれます。事業面については、外食事業、食品事業の両輪を生産で支える「工場への積極投資」がキーになると考えています。工場への積極投資というと、設備増強による生産性の向上ばかりに目が行きがちですが、私たちは「食」を担う企業ですので、安全性の強化も同時に行っていきます。この積極的な投資を起点に、過去最高益の達成、国内500店舗・海外100店舗への伸長、さらには餃子日本一を実現しようと考えています。

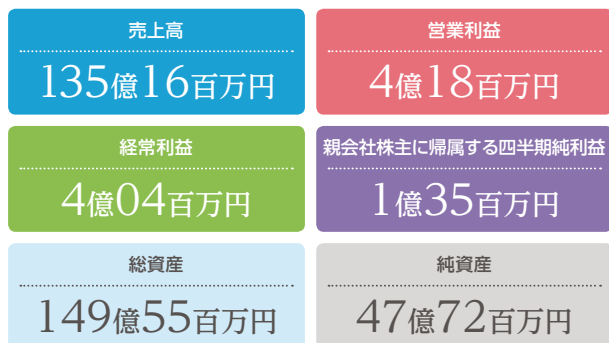
この事業面での成長を支えるのが人事面での充実です。従業員が元気でいなければ企業の成長はあり得ません。働き方改革に則り、育休の拡大(最大3年)や連続休暇や有給取得の拡充など、リフレッシュしてさらに仕事に打ち込んでもらえるような環境作りに取り組んでいきます。また、社内コミュニケーションを活性化させるためにITインフラを用いて情報共有・発信を行い、普段直接は関わりを持たない従業員同士の交流を促進し仲間意識の醸成を図っていきます。さらに、従業員全員が経営者意識(オーナーマインド)をもって業務に取り組んでもらうために社内持株会制度の拡充を行います。

これらの施策を実現することで、「素敵な会社」になることを目指していきます。

数字で見るイトアンド

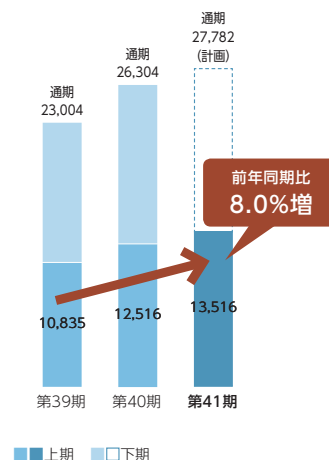
第40期より連結開示となっております。

業績ハイライト

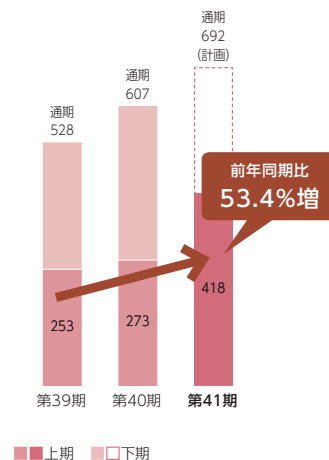


食品業界は、天候不順により夏物商品が低調でしたが、鍋物関連など秋冬物の出始めが例年より早く、売れ行きは持ち直しつつあります。しかし、人手不足感が強いほか、物流コスト上昇やビール類値上げの影響を受け、各社は利益確保に苦慮しています。

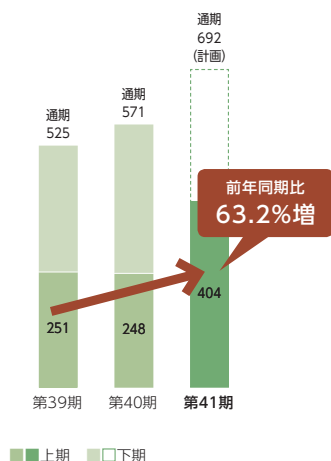
売上高 (百万円)



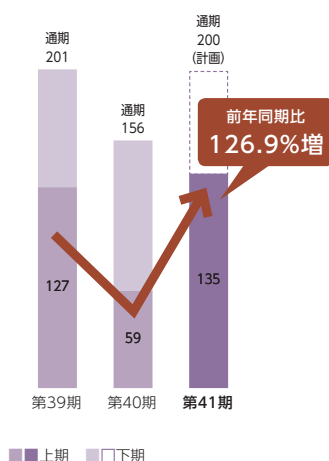
営業利益 (百万円)



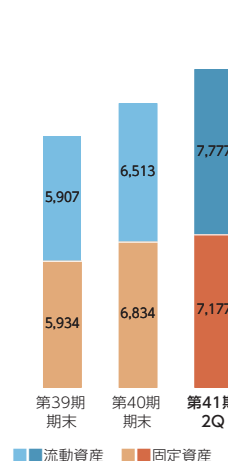
経常利益 (百万円)



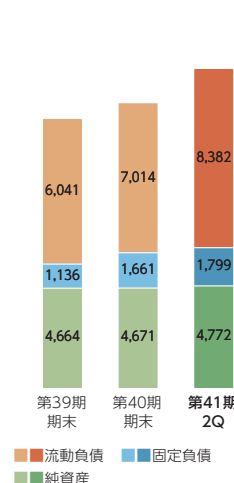
四半期純利益 (百万円)



資産合計 (百万円)



負債純資産合計 (百万円)



外食事業

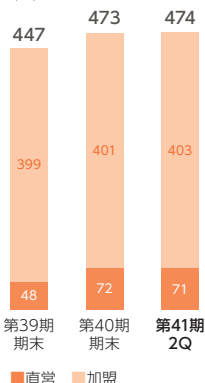


売上高 68億75百万円

営業利益 1億97百万円

外食事業では、大阪王将業態や次世代業態のベーカリーカフェ、新業態の低価格居酒屋の出店を進めたほか、訴求力の高い新商品の開発に努めました。また、人手不足を作業効率化で緩和すべく、カット野菜など半加工食材の導入検討を進めました。

外食事業における店舗数の推移 (店)



食品事業

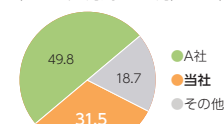


売上高 66億40百万円

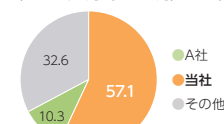
営業利益 3億44百万円

食品事業では、量販店での販売イベントを増やし、当社商品の販路拡大と既存得意先への出荷量増を図るとともに、ブランドの認知度向上に努めました。また、内製品比率、工場稼働率向上を通じて、食品メーカーとしてのスタンス強化に努めました。

冷凍餃子(焼き餃子・水餃子)の当社シェア (2018年3月期 4~9月) (%)



冷凍水餃子の当社シェア (2018年3月期 4~9月) (%)



※マーケティング会社調べ

EAT & INNOVATION

イートアンドの
原動力

「販売」

×

「開発」

×

「生産」

vol.5

仲田社長の言う「生産事業」「外食事業」「食品事業」の「三位一体」がどのように「販売」「開発」「生産」の「現場」に浸透しているのか「現場」リーダーの皆さんに、群馬県にある関東工場でお話を伺いました。

まず始めに、イートアンドの強みは どこにあると考えていますか？

野村: 私たちの最大の強みは、外食・食品事業と、2つのチャネルからお客様の生の声を捉えることができることです。外食ではそれぞれ店頭でのお客様の反応、期間限定商品であればその注目度、定番商品であれば販売数の推移などです。さらに、食品事業では店頭販売における反応、常時実施しているアンケートなどです。このようにお客様からいただける情報が2系統あり、そのニーズに合わせて自社で生産できることは他社にはない強みです。

さらに、私たちがチャレンジャーであることも強みであると考えています。いわゆる大企業ではないので、お客様のニ

ーズをいかに実現するかということに対して、開発部門と生産部門との距離が近く、すぐに行動に移せる、小回りが利くことも強みといえます。

どのようにしてニーズを 捉えるのでしょうか？

野村: 販売の「現場」で最も重要なことは「観察」と「ヒアリング」です。「観

察」とは、お客様がどのような食べ物や体験にワクワクするかを注意深く「現場」でアンテナを立てることです。「ヒアリング」とは、お客様の考えていることや困っていることを引き出すことです。外食の店舗では臨場感や専門店ならではの味わいを感じていただけますが、食品販売においては、お客様がご家庭でワクワクする食体験を出来るかどうかポイントになります。具体的には餃子、炒飯、から揚げで中華フェアを組むことで外食に行っているような気分を手軽に味わってもらえるように配慮するなど、雰囲気作りもニーズの一つであると考えています。

平山: 私たち開発の「現場」では、販売最前線からの情報やお客様からのアンケートをメインに、ニーズを吸収していきます。大きくはこの2つを開発の柱にしていくのですが、このほかにもその時その時に注目されている素材や、この工場で働いている皆さんの「あったらいいな」「食べてみたいな」といった意見を盛り込むこともあります。このほかに、社内女性による商品開発チーム「デリシャス・インベンション・プロジェクト(DIP)」を発足して、女性目線のアイディアも積極的に取り入れています。

野村: そうですね。私たちは、いかに販売「現場」の声を正確に開発部門や生産部門の仲間に伝えられるか、非常に神経を使っています。開発部門へはイートアンドへお客様が期待している価値を適確に伝えます。生産部門へは販売数を予測し厳守することで自社製造のメリット最大化に注力しています。



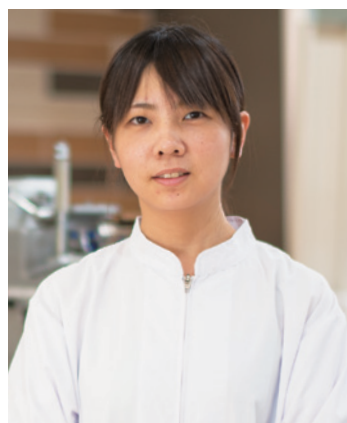
東日本営業部 東北営業所グループ
所長

野村 壮太

枡澤：生産部門は販売部門からのニーズ情報、販売予測数などを頭において、開発部門と協力してお客様のニーズをいかに安全に生産し、お手元に届く価格に配慮し、味わっていただくかを考え続けています。販売部門が捉えたニーズ、開発部門がそのニーズを形にする、そのあとに私たちがお手元に届く商品を作る。販売部門と開発部門との密接な連携が、お客様に選ばれる商品を作り出す原動力だと考えています。

これからのイートアンドの「現場」はどのように進化していくのでしょうか？

平山：もちろんお客様からのすべてのご要望にお応えすることは難しい場合もありますが、販売部門からのニーズ、生産部門における商品製造を両にらみながら、いかに時代に



商品企画部 戦略商品開発グループ
マネジャー

平山 春奈

にマッチし、ニーズをくみ取った商品を開発していくか。さらには、お客様に対して新しい価値を提供できるか。非常に悩ましいですが、販売部門と生産部門の橋渡しをしながら、羽根つき餃子などのヒット商品を生み出していくことにやりがいを感じています。さらに、飽きられることのな

いように、継続して商品を美味しく進化させることも私たちの使命です。

枡澤：生産部門の進化の方向性は、工場でいかに安全に生産できるか、これに尽きます。社長の仲田もGGG Planのポイントとして工場への積極投資を挙げている通り、現在私たちは、食品工場ではなかなか難

しい自動化に注力しています。例えば、餃子に使うキャベツへの異物混入に対して、この工場では高度な画像処理技術を使った検品システムを導入しました。このように言う商品への安全性だけに聞こえるかもしれませんが、このような自動化がそこで働く従業員の作業軽減や労働安全にもつながっていきます。いい職場環境がなければ、美味しい商品は作れませんので。

野村：このような開発部門と生産部門に支えられて、私たち販売部門は中華カテゴリーにおける食品メーカーのリーダーを目指していきます。餃子カテゴリーのシェアを高めていきつつ、小籠包・から揚げ・炒飯・焼売も含め、イートアンドがブランド価値・商品力ともに中華カテゴリーの先駆者になることを目指していきます。



商品部 生産部
ゼネラルマネジャー

枡澤 輝

餃子ができるまで



当社Webサイト「工場見学へ行こう」をご覧ください。餃子ができるまでの動画も掲載しています。

広がるイートアンドの事業

外食事業

大阪王将



- ▶ 時代の変化に適応した、明るく清潔な店舗デザイン
- ▶ テイクアウトなど、幅広い利用動機と高い日常性
- ▶ 質感が高く、バラエティあふれるメニューと看板商品



ラーメン



- ▶ 時代のニーズを捉えたマルチブランド展開
- ▶ 立地に合わせた業態と商品の開発
- ▶ 麺、餃子の自社生産による工場稼働率のアップ



その他



- ▶ 時代の変化を捉えた次世代ブランドの育成
- ▶ モノ消費からコト消費へのシフトに対応した価値の提案



店舗数は2017年9月末現在のものです。

第41期中間 トピックス

外食事業

大阪王将「極上うなぎ炒飯」を販売
土用の丑の日は「うなぎ中華」！

餃子専門店「大阪王将」において高付加価値商品「極上うなぎ炒飯」を7月11日に発売しました。2月に販売した「極上フカヒレラーメン」に続く商品で、「感動商品」としてお客様へ付加価値のある商品を低価格で提供しようというコンセプトのもと、大阪王将が一丸となって実現した商品です。8月の土用の丑の日には売り切れの店舗がでる程の盛況ぶりでした。



外食事業

台湾進出を果たした大阪王将
進出から1年余りで10店舗出店!!

餃子専門店「大阪王将」は、2016年9月にオープンした台湾1号店「大阪王将 新光三越信義店」を皮切りに、わずか1年余りで10号店目となる「大阪王将 内湖瑞光(ナイコズイコウ)店」を2017年10月にオープンしました。台湾を海外展開における重要地域と位置付け、ジャパニーズカジュアルレストランをコンセプトに、大型商業施設に出店するなど、さらなる店舗展開を図っていきます。



台湾1号店「大阪王将 新光三越信義店」

食品事業

- ▶ 外食ならではのアイデアを実践、顧客のハートをつかむ
- ▶ 大阪王将ブランドを最大限に活かした商品展開
- ▶ 安心・安全を支える生産体制と、自社生産による効率化

餃子、から揚げ、炒飯、中華丼など、便利で美味しいイートアンドの冷凍食品は約100種類の充実ラインナップ。

また、餃子のたれや餃子の素、から揚げの素、炒飯の素などの常温調味料の販売にも着手。日々、専門スタッフによる研究、開発に取り組み、お客様の豊かな食生活に貢献すべく新たな提案を続けていきます。



ぶるもち水餃子



牛バラ炒飯



鶏白湯鍋つゆ



若鶏のから揚げ「コク辛」



中華丼



羽根つき餃子



スープたっぷり小籠包



とろ〜りチャーシューまん



ふっくら豚まん

CSR活動 (スポーツ支援) スノーボーダー 鬼塚雅さんとのスポンサー契約締結

2017年7月にスノーボーダーでオリンピック候補選手である鬼塚雅さんとスポンサー契約を締結しました。「元祖焼餃子」「ふわとろ天津飯」をはじめとする大阪王将の店舗メニューや「大阪王将羽根つき餃子」などの冷凍食品で、未来のオリンピック選手を応援します。

直近3年の主な戦歴

2015年 スノーボード世界選手権 スロープスタイル1位
2015年 Winter Games NZ ビッグエア1位
2016年 LAAX OPEN スロープスタイル3位
2016年 FIS W杯 メンヘングラッドバハ大会 ビッグエア3位
2017年 スノーボード世界選手権 スロープスタイル3位



CSR活動 (食育) 「子どもたちに餃子を届けようプロジェクト」の実施

「おなかいっぱい幸せ」を子どもたちに届ける活動として、児童養護施設を訪問し、食べることの大切さや楽しさを実感できる「餃子巻き体験を通した食育」を行っています。大阪王将の職人による餃子の巻き方の伝授や「餃子ができるまで」をテーマとした映像資料で食育授業を行い、子どもたちへ笑顔を届ける活動を続けていきます。



企業情報／株式情報

会社概要 (2017年9月30日現在)

商号	イトアンド株式会社
所在地	〒140-0002 東京都品川区東品川4丁目12番8号 品川シーサイドイーストタワー15階
創業	1969年9月
会社設立	1977年8月
資本金	9億6,007万円
従業員	1,106名 [社員366名、パートアルバイト740名(8h換算)]
年商	263億円(2017年3月期)
店舗数	474店舗(FC加盟店を含む)
URL	http://www.eat-and.jp/ 当社ホームページでは、最新の企業情報、IRニュースを ご案内しております。
大阪オフィス	〒541-0058 大阪府大阪市中央区南久宝寺町2丁目1番5号
工場一覧	
・関東工場	〒374-0113 群馬県邑楽郡板倉町泉野2-40-5
・関西工場	〒573-0137 大阪府枚方市春日北町1-10-10
・岡山工場	〒714-0062 岡山県笠岡市茂平字苦無1381-60 あじふく中国物流センター内

国内子会社(連結対象会社)

- ・株式会社ナインブロック 〒541-0058 大阪府大阪市中央区
南久宝寺町2丁目1番5号
- ・フードランナー株式会社 〒140-0002 東京都品川区東品川4丁目12番8号
品川シーサイドイーストタワー15階
- ・株式会社A&B 〒140-0002 東京都品川区東品川4丁目12番8号
品川シーサイドイーストタワー15階

事業内容

- ・「大阪王将」FC本部及び直営店の運営
- ・ラーメン専門店「よってこや」FC本部及び直営店の運営
- ・太陽の恵み味「太陽のトマト麺」FC本部及び直営店の運営
- ・「ローストビーフ油そばビースト」FC本部及び直営店の運営
- ・ベーカリーカフェ「R Baker Inspired by court rosarian」FC本部
及び直営店の運営
- ・自家製酵母パン「Coccinelle(コシニール)」FC本部及び直営店の運営
- ・加盟店向けの食材の製造・卸及び販売
- ・全国の生協・量販店向けの商品の製造及び販売

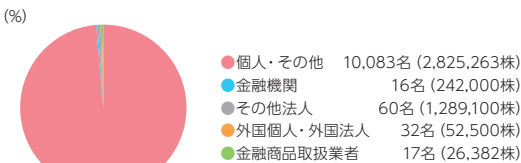
株式の状況 (2017年9月30日現在)

発行可能株式総数	7,200,000株
発行済株式の総数	4,435,245株
当事業年度の株主数	10,208名
大株主(上位10名)	

株主名	所有株数(株)	持株比率(%)
文野 直樹	900,670	20.31
有限会社ストレート・ツリー・エフ	615,000	13.87
株式会社ソウ・ツー	240,000	5.41
イトアンド社員持株会	105,085	2.37
サントリー酒類株式会社	102,000	2.30
仲田 浩康	88,850	2.00
森 孝裕	88,500	2.00
文野 弘美	66,300	1.49
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	52,900	1.19
植月 剛	52,640	1.19

(注)持株比率は、自己株式(416株)を控除して計算しており、小数点以下第3位を四捨五入して表示しております。

所有者別株主分布状況 (%)



所有株式数別株主分布状況 (%)



株主メモ

事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	毎事業年度終了後3カ月内
基準日	定時株主総会 毎年3月31日 期末配当 毎年3月31日 中間配当 毎年9月30日 その他必要ある時は、予め公告して定めた日

株主名簿管理人	みずほ信託銀行株式会社
同連絡先	みずほ信託銀行株式会社 証券代行部 〒168-8507 東京都杉並区和泉2-8-4 フリーダイヤル 0120-288-324 (土・日・祝日を除く 9:00～17:00)
上場証券取引所	東京証券取引所市場第一部
公告方法	電子公告により行う 公告掲載URL http://www.eat-and.jp/ (ただし、電子公告によることができない事故、その他やむを得ない事由が生じたときは、日本経済新聞に掲載致します。)

株主の皆様も、ぜひご登録くださいませ!



「大阪王将 餃子サークル」は、大阪王将にご来店してスタンプを集めるとお得なクーポンが当たるなど、たいへんお得なスマートフォンアプリです。ご利用は無料です。今後もご利用のお客様に喜んで頂けるサービスを提供して参りますので、変わらぬご愛顧のほどよろしくお願い申し上げます。

旧公式アプリ「GYOZA STATION」をご利用頂いていたお客様は保有していたポイントを引き継ぐことが出来ます。ポイントを引き継ぐためには「GYOZA STATION」で登録していたメールアドレスが必要になります。

