

## 経営方針と対処すべき課題（有価証券報告書より）

## ① 目指す姿と数値目標

社会的使命

活力ある個人を創造し食文化の向上に貢献する

売上高経常利益率  
5%以上食肉小売店舗数  
140店惣菜小売店舗数  
10店焼肉の牛太店舗数  
28店

## ② 中長期の経営戦略

## 1. 食の安心・安全への取り組み

生産履歴明確・生産者顔見え商品開発。北海道養豚農場・東北指定農場からの国産調達実現

## 3. ローコストオペレーション

営業・管理両部門でコスト構造見直し。良い商品をより安く継続提供できる体制構築

## 2. 川上との連携強化

親会社エスフーズ・フードリエとの連携でサプライチェーン競争力向上。生産地から消費者への安心・安全確保

## 4. 店舗展開・業態強化

肉処大久保業態強化。大型店・対面販売店・惣菜部門・新業態店・外食部門の育成と展開

## ③ 対処すべき課題

## ① 経営環境の厳しさ

- ・ 人手不足の深刻化への対応
- ・ 食材価格上昇への対応
- ・ 少子高齢化による需要縮小への対応

## ② 質的差別化の実現

- ・ 売上規模でなく顧客支持度でのナンバーワン実現
- ・ 食肉専門会社としての商品・サービス差別化
- ・ 他社と比べた競争力確保

## ③ 成長戦略の推進

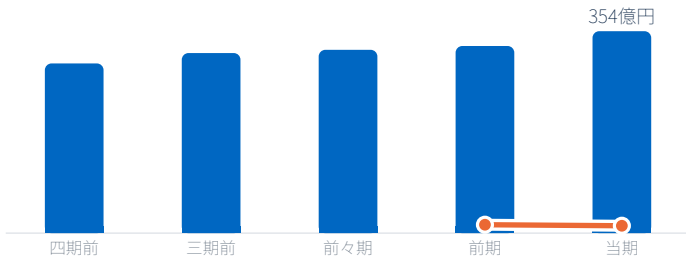
- ・ 日本一の食肉小売店グループ実現
- ・ 外食事業の強化・相乗効果創出
- ・ 食肉関連ビジネスへの継続的な進出

## 面接で使えるポイント

- ・ お客様第一主義の創業以来の精神を基軸に、食肉小売140店舗を展開する中で質的差別化をどう実現するか
- ・ 2021年マルチョウ神戸屋・2024年オオタ総合食品・2025年雄和と段階的にグループ化する戦略意図と相乗効果
- ・ 親会社エスフーズとの川上連携・INOSシステム活用・働き方改革の3点で人手不足への対応を強化する具体策

証券コード 7614

業績の推移（売上＝棒 / 営業利益＝線）



※営業利益は直近2期のみ開示（有報の様式変更による）

要するに  
東京都港区に本社を置く小売業の上場企業

主力事業・セグメント

- ・小売Meat製品 70.3%
- ・食品サービス産業 29.7%

強み・特徴（公開データから）

- ・ - （判定に必要な数値が未開示）

※要約はAI生成のため誤りを含む可能性があります

暗記する数字3つ

連結売上高  
354億円営業利益率  
3.7%財務健康度  
62点 / 100点

将来性 曇り / 就活偏差値 46.4（当サイト算出の参考指標）

平均年収  
477万円

小売業内 240位/318社

平均年齢  
36.4歳

小売業内 263位/318社

平均勤続  
8.8年

小売業内 200位/318社

※平均年収は提出会社単体・有価証券報告書ベース。順位は同33業種内の掲載企業での比較。

ここから下は自分で書く（面接で話すこと）

志望動機の核

上の数字・事業と接続して書く

自分の経験との接点

逆質問メモ

※1つはデータ起点で（例：勤続年数が長い要因は…）

直近ニュース一言

