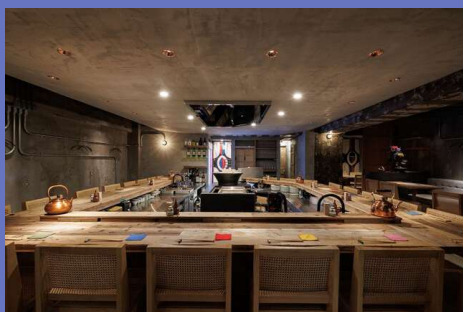




高円寺「動悸」店舗

- 本社所在地：東京都台東区
- 事業概要：居酒屋・ワイン酒場等の飲食店経営（FC店舗・自社業態）
- 常時使用する従業員：343名（2026年8月時点）
- 現在の売上高：18億円（2026年3月期）
- 法人番号：7010501022064
- Web：
<https://foodcruise-factory.com/>

企業理念・100億宣言に向けた経営者メッセージ



代表取締役
澤邊 真一

「地域で一番サービスの良い店」を、自社業態で全国へ

当社は2003年、東京・上野の一店舗から始まりました。フランチャイズ店舗の運営で培った標準化の力と、自社業態「動悸」「串あん」で磨いた個店の力を掛け合わせ、15店舗・売上高18億円まで歩んできました。コロナ禍でも一店も畳まず、仲間を一人も手放さずに乗り越えました。ここから先は守りではなく攻めです。自社セントラルキッチンとDXを土台に、9年で拠点を60に広げ、2035年3月期に売上高100億円を達成します。同時に年5%の賃上げを続け、店長・料理長が誇りを持って働ける会社になります。後継者不足で灯が消えかけた店を引き受け、地域の食の賑わいを守り続ける。100億円は目的ではなく、その約束を果たすための通過点です。

売上高100億円実現の目標と課題

実現目標

2035年3月期に売上高100億円を達成する。2026年3月期の18億円から年率20.9%で成長し、15店舗を60拠点へ広げる。第1段階（2029年3月期まで）は自社業態の標準モデルと自社セントラルキッチン・DX基盤の構築に充て、売上高30億円・23拠点。基盤が稼働する第2段階（2032年3月期まで）は年率29%へ加速し、直営出店とFC店舗の譲受、小規模事業譲渡を重ねて65億円・43拠点。第3段階で地方主要都市・観光地へ広げ、CK商品の外販とECを加えて100億円・60拠点へ到達する。あわせて年5%の賃上げを継続する。

課題

- ・仕込み・発注・在庫・原価管理が店舗ごとに分散して属人化し、出店するほど本部の管理負荷と原価のばらつきが増える
- ・自社セントラルキッチンがなく店内仕込みに依存し、多店舗化に必要な供給力と品質の均一化に制約がある
- ・年6～8拠点の出店速度に対し、店長・料理長など中核人材の採用と育成の仕組みが未整備
- ・自己資本比率が約14%と低く、出店とM&Aの資金は金融機関の協力が前提

売上高100億円実現に向けた具体的措置

目指す成長手段

- ①**自社業態の標準モデル横展開** 30坪型「動悸」（年商約1.8億円）と「串あん」を首都圏で直営出店し、投資額・坪数・人員配置・原価率まで決めた出店パッケージを確立する。成功モデルはFC・暖簾分けへ広げ、年6～8拠点のペースを維持する
- ②**セントラルキッチンとDXの共通基盤** 40坪前後の加工・商品開発・研修拠点を新設し、需要予測から発注・生産・在庫・配送までを一つのシステムで結ぶ。原価率と店舗工数を下げ、1店舗あたりの立ち上げ期間を短縮する
- ③**FC店舗の譲受・事業承継・EC** Di PUNTO等の新規出店と譲受に加え、後継者不足の飲食店・旅館を引き受けて拠点を積み増す。CK商品の外販・EC・外部FCへの供給で店舗以外の収益の柱を立てる

実施体制

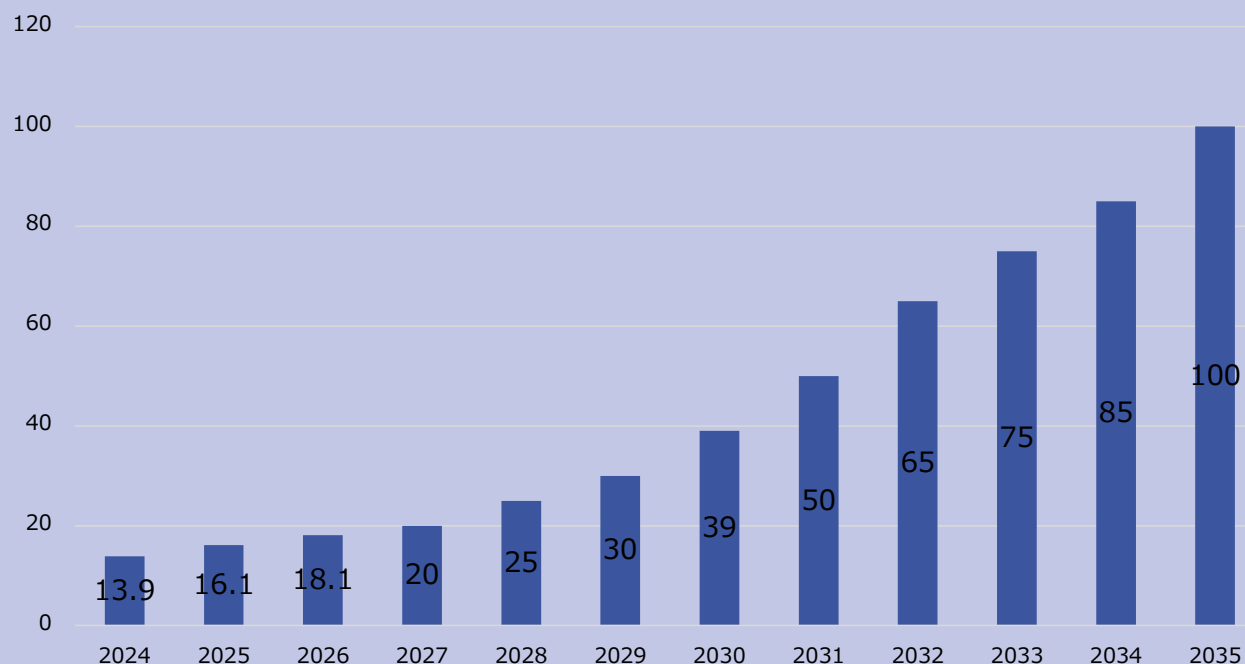
- ・代表取締役が総括し、出店・投資判断・進捗管理を本部で一元化。四半期ごとに計画と実績を検証する
- ・営業本部長が設計・施工・出店・業態開発を、取締役管理本部長が人事・採用・賃上げ・労務を担当し、責任範囲を明確にする
- ・2028年までに購買担当を置き、CK稼働に合わせて原価管理と仕入交渉を本部機能として独立させる
- ・設計施工、厨房設備、システム開発は外部専門事業者と相見積で連携し、金融機関と資金計画・投資回収計画を共有する
- ・店長・料理長候補を計画採用し、CK研修厨房と動画マニュアルで育成期間を短縮。女性・外国人材の登用も進める

※本宣言は企業自身がその責任において売上高100億円を目指して、自社の取組を進める旨を宣言するものです

売上高100億円実現の目標と成長段階

当社は2026年3月期の売上高18億円・15店舗を起点に、2035年3月期に売上高100億円・60拠点達成する。成長は一定ではない。2029年3月期までは自社セントラルキッチンとDX基盤の構築期で、売上高30億円・23拠点にとどまる。基盤が稼働する2029年3月期以降は出店速度と1拠点あたり売上が同時に上がり、2032年3月期まで年率29%で成長して65億円・43拠点、その後は地方展開と事業承継、CK商品の外販を加えて2035年3月期に100億円・60拠点へ到達する。1拠点あたり売上高は1.21億円から1.67億円へ上がる。売上高は各年3月期の数値で、2027年3月期以降は計画値である。

売上高の推移と計画（億円、各年3月期。2027年以降は計画値）



第1段階 2026～2029年3月期 基盤づくり 売上高30億円・23拠点
「動悸」「串あん」の30坪標準モデルを首都圏に出店し、投資額・人員配置・原価率まで決めた出店パッケージを固める。40坪前後の自社セントラルキッチンを建設・稼働させ、需要予測・発注・生産・在庫・配送を一つのシステムに載せる。この期間は投資と人材育成に資源を振り向けるため成長は年率18%にとどまるが、以降の加速はここで決まる。

第2段階 2029～2032年3月期 加速 年率29%・売上高65億円・43拠点
標準モデルとCKが揃い、出店速度と1拠点あたり売上が同時に上がる。直営出店に加えDi PUNTO等FC店舗の新規出店と譲受、個店から数店舗規模の事業譲渡を組み合わせ、首都圏でドミナントを深める。CKの稼働率を上げて原価率を下げ、購買機能を本部に独立させる。増えた利益は年5%の賃上げと、店舗数に見合う人員配置に充てる。

第3段階 2032～2035年3月期 地域拡張と到達 売上高100億円・60拠点
首都圏で磨いたモデルを地方主要都市と観光地へ広げ、後継者不足の飲食店・旅館の事業承継を進める。CK商品の外販、EC、外部FCへの供給を加え、店舗売上だけに依存しない収益の柱を立てる。ここで売上高100億円に到達し、地域の食の賑わいを支える企業として次の段階に入る。