

第44期（2022年3月期）の総括と 今期の方針

2022年6月29日

株式会社安楽亭

期の過半で蔓延防止措置
営業の制限

食材・エネルギー・物流など
コストの高騰

お客様の行動時間帯変化に対応

- モーニング営業
- 10時～のランチ前倒し

新たな価値を提案する商品開発

- 高付加価値ランチ
- 健康志向メニュー

- お客様の予算を想定したメニュー構成の組み替え
- 一部商品においては販売価格の見直しを実施

営業利益では赤字も、政府の時短協力金を計上し、
連結最終黒字で着地

新しい時代の消費スタイルに 対応した新たな提案

- 「安全・安心」「商品のおいしさ」「サービスの質」を磨き上げる
- 夢や元気をお届けする新商品・プロモーションの提案



「レストランで食事する」習慣をさらに取り戻していただく

店舗体験を通じて「人と人の絆」を改めて深め、社会に貢献

アークミールM&Aから2年経過

感染症への警戒意識は消費者に定着

グループ内（安楽亭 ⇨ アークミール）の業態相互の物件活用

引き続きテイクアウト・デリバリーの多様化・充実化

キッチンカーなどの実験的な新フォーマット

各業態の特長やノウハウを生かす新たなチャレンジにより

収益モデルのブラッシュアップ

持続的な成長のためには、ブランド戦略の重要性が増す

経営理念

「食を通じて 地域社会の 豊かな生活文化の 向上に貢献する」



食を通じて、地域の皆様に
幸せ・ウェルビーイングをお届けする

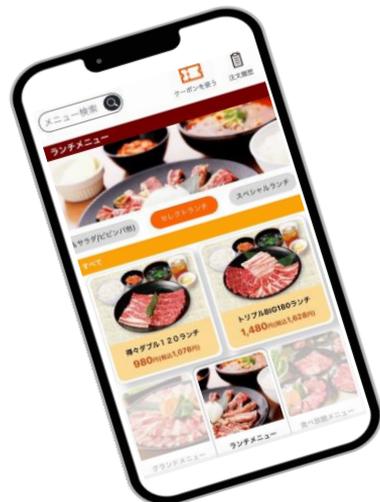
ポリシーを具体的・魅力的に感じられる商品の開発
あらゆる接点でのお客様へのアピール

自然肉

香料・保存料・合成着色料 無添加のたれ など

テスト店舗で運用実験中

スマートフォンオーダー



料理配膳ロボット



お客様の利便性・生産性向上への寄与
まずは安楽亭業態のオペレーションに組み込み、
アークミール業態へも導入を計画

今期以降の取り組みを支えるための2つの注力ポイント

マネジメント人材の育成強化

- ムダや曖昧さのない経営をより強く意識
- 業務全般を明確化・メリハリ化、やり切る組織づくり

若い世代の人材の参画促進

- 時代の変化を的確に捉えるマーケティング
- 社内外の若いメンバーの力を活かし、コミュニケーションを活発化

安楽亭グループの
さらなる企業価値の向上、
収益拡大を目指し、
一丸となって努めてまいります。

引き続きご支援を賜りますよう
何卒よろしくお願い申し上げます。