SATO
RESTAURANT
SYSTEMS GROUP

Appendix
＜附属資料＞

～サト・ピラミッドの完成へ向けて～

中期経営計画 2

サトレストランシステムズとは 10

特徴 13

強み 16

業態のご紹介 27

会社概要 47

SATO
RESTAURANT
SYSTEMS GROUP

中期経営計画

～サト・ピラミッドの完成へ向けて～

経営方針

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

最も顧客に信頼されるレストランの実現

売上規模や利益の追求だけでなく

人々の豊かさの実現への寄与

働く人々の環境の整備

社会的・経済的な要請への対応

社会から真に必要とされる企業への成長

⇩　⇩　⇩

中期経営ビジョン

１００年企業　社会的インフラ　必要不可欠

サト・ピラミッドの完成へ向けて

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

中期経営計画方針

１００年企業として必要不可欠な
社会的インフラになることを目指す。

ビジョン

世界で愛される日本食を世界に提供し、
フードサービス業界をリードし尊敬される企業グループを目指す。

出店加速

海外

台湾・インドネシア・タイへ
事業拡大
黒字化

収益力向上

継続的出店

収益力向上
低投資型店舗の開発

長次郎との連携強化

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

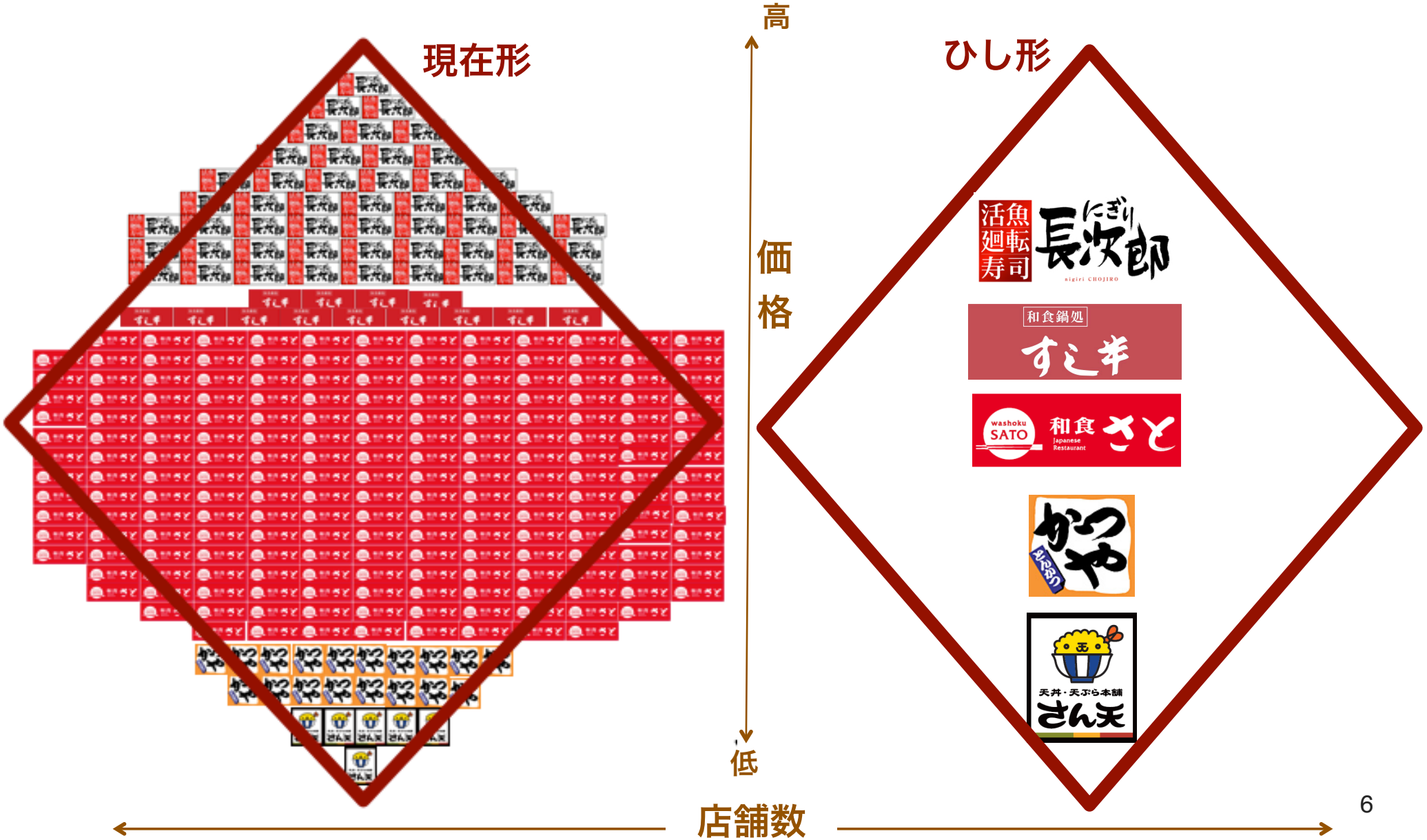
サト・ピラミッド

とは

？？？

SRSグループの店舗構成（現在形）
＜ひし形＞

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP



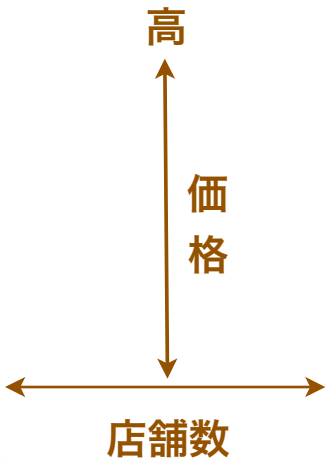
SRSグループの店舗構成（近未来形）
＜ひし形から　ピラミッド形へ＞

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

進化その１

現在形 → 近未来形

裾野の広いピラミッド形



ファストカジュアル

天丼・天ぷら本舗 さん天

かつや

低価格帯

ファストカジュアル

店舗数の増加

サト・ピラミッド 近未来形

さらに裾野がひろい
サト・ピラミッドへ

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

低価格帯
ファストカジュアル
店舗数の増加

ファストカジュアル

進化その２

近未来形 → 進化形

価格帯は変わらず

ファストカジュアル　店舗数の増加

裾野の広いピラミッド形 ⇨ さらに 裾野の広いピラミッド形

SATO
RESTAURANT
SYSTEMS GROUP

サトレストランシステムズとは

和食とチェーン経営の融合に成功

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

1

成功

困難といわれた

和食のチェーン化

技術 蓄積

創業55周年 和食

融合

洋食業態 獲得

マス・ストアーズ・オペレーション

2

成功

ポピュラー化

身近な日本食

発展 進化

伝統的日本料理

3

実現

マス・マーチャンダイジングシステム

安全　手頃価格

高品質　安定供給

マス・マーチャンダイジングシステム

原料から消費終了までの商品の流れの全過程を、自ら設計、コントロールすることで、より安全でコストメリットのある商品を仕入れる事が可能となり、お客様にお値打ち感のある食事を提供できる仕組み

4

推進

積極的推進

機械化

和食

テーブルレストラン

省力化　⇒　収益性アップ（極限まで）

品質の安定化　⇒　調理のプロ不要

常に最安値価格帯を目指します。

外部環境と業務改革

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度
外部環境	9月 リーマンショック		3月 東日本大震災		12月 安倍内閣発足		4月 消費税増税 8%
内部環境			10月 台湾1号店開店 11月 かつや1号店開店	 3月 商品センター売却	8月 さん天1号店開店 11月 本社移転 1月 増資	7月 フーズネット子会社化 9月 インドネシア1号店開店	9月 タイ1号店開店 台湾鍋上都1号店開店 10月 フーズネットとの物流統合
業務改革	10月 業務改革開始 3月 無沸騰型茹麺機	6月 さとしゃぶ販売開始 7月 モバイルくらぶ キッズくらぶ導入 8月 樹脂箸導入	4月 マイクロ波炊飯器導入 2色鍋導入 9月 さとしゃぶ プレミアムコース	10月 味噌汁 ディスペンサー導入 3月 出汁取り ディスペンサー導入	7月 POS・OES更新	6月 iPad導入 1wayオペレーション 2月 店舗PC導入	4月 店舗支援システム 7月 TOS全店導入

SATO
RESTAURANT
SYSTEMS GROUP

特徴

和食ファミリーレストラン
最大店舗数

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

1 **業界No.1**

和食ファミリーレストラン最大店舗数 **１９９店舗**

グループ 総店舗数：３４２店舗 (2015年9月末現在)

さと（199）すし半（14） さん天（17） かつや直営（15）かつやFC（14）
長次郎(52)(CHOJIRO含む) 都人直営（1）都人FC（20）忠次郎（3）海外（7）

2 **主要５業態**

和食に特化

和食ファミリーレストラン

寿司・鍋が中心

天丼・天ぷら

グルメ回転寿司

カツ丼・とんかつ

3 **M&A**

グルメ回転寿司 「にぎり長次郎」 （株）フーズネット子会社化（2013/7）

4 **海外展開**

台湾 **インドネシア** **タイ**

現地大手企業と合弁企業を設立

5 **キッチン力**

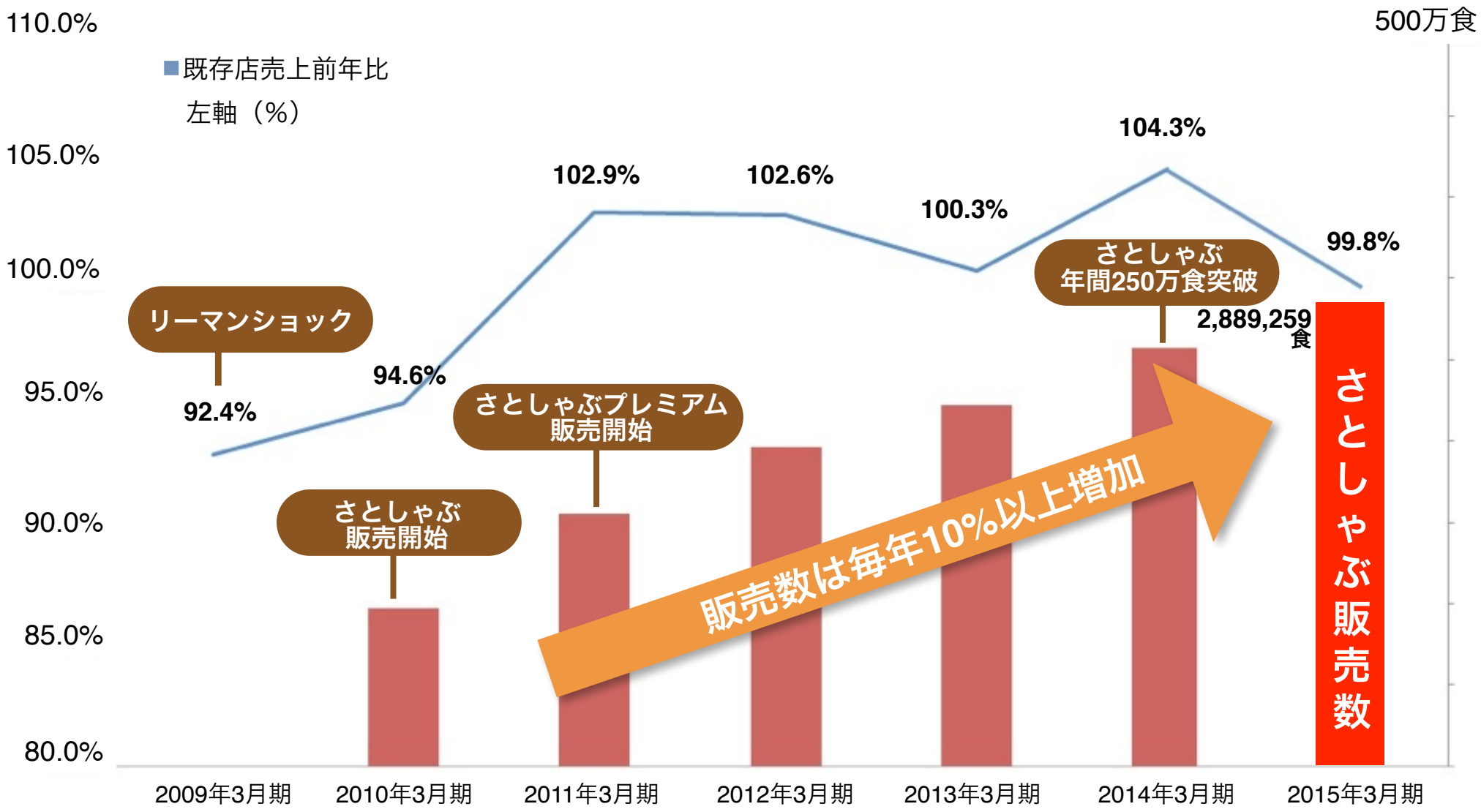
合理化されたキッチンオペレーションの追求

6 **仕入れ開発力**

世界中から自社による仕入れ開発を実施することで、
より安全で厳選された食材を安定的に仕入れる仕組みを構築

常に最安値価格帯を目指します

和食さと既存店売上前年比と さとしゃぶ



SATO
RESTAURANT
SYSTEMS GROUP

強み

強み：ブランド力
＜さと　の知名度は、関西圏で圧倒的＞

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

ブランド力

washoku SATO

和食 さと

Japanese Restaurant

強み：店舗開発力
＜和食に特化しているから、多店舗化が可能＞

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

店舗開発力

和食に特化

商品の絞り込み

システム化

アウトソーシング化

店舗

低い損益分岐点

常に最安値価格帯を目指します。

多店舗

強み：高い生産性（キッチン力）
＜合理化されたキッチンオペレーションの追求＞

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

キッチン力

お待たせしない事が
最大のサービス

キッチン力その①

機械化

無沸騰型茹麺機
マイクロ波炊飯器
みそ汁ディスペンサー
だし取りディスペンサー

キッチン力その②

システム化

POS・OES更新
TOS導入
（テーブルオーダーシステム）

単純化

加工した食材
（包丁要らず）

省力化

収益性アップ
合理化されたキッチン
⇒フロア面積の最大化

安定化

調理のプロ不要
安い賃金

高い生産性

和食

テーブルレストラン

常に最安値価格帯を目指します。

天丼・天ぷら本舗 さん天

職人要らず

素人が揚げられる最高の天ぷら

強み：仕入れ開発力
＜自社による仕入れ開発＞

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

世界中から自社による仕入れ開発を実施することで、
より安全で厳選された食材を安定的に仕入れる仕組みを構築

仕入れ開発力

バーティカル
マーチャンダイジング

商品化計画

＜商品化計画工程＞

①**原材料の調達**
②加工
③流通
④店舗での販売

自社で一括管理

デザイン　**コントロール**

全リスクを背負う

（例）
エビ
ウナギ
ヒジキ
大根おろし

世界中から
直接仕入れ

仕入れ・品質・価格　自社による安全管理

安定　**安全**

安全で美味しい食を手軽な価格で安定的に提供

強み：価格帯ヘッジ力
＜低～中価格帯でのリスクヘッジ＞

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

和食に特化

価格帯ヘッジ力

景気変動の影響を受けにくい

お客様のニーズに合う
SRSグループのお店を
お選び頂けます

2,000円

2,000円以上

活魚回転寿司 長次郎 にぎり

平均単位　**2,300円前後**

和食鍋処 すき半

平均単位　**1,900円～2,000円**

1,000円～2,000円

washoku SATO 和食さと Japanese Restaurant

平均単位　**1,200円～1,300円**

1,000円

かつや

平均単位　**700円～800円**

500円～1,000円

天丼・天ぷら本舗 さん天

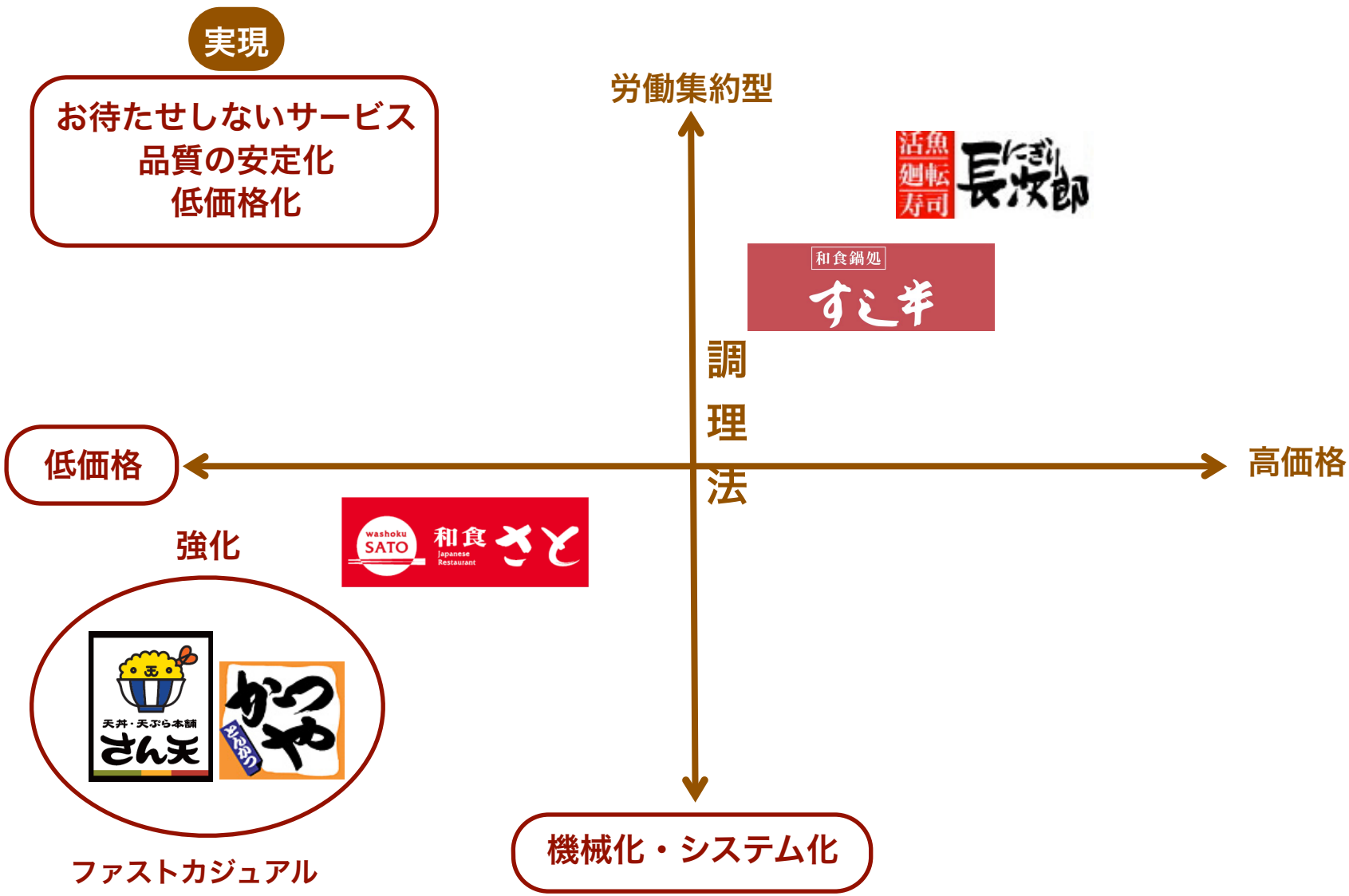
平均単位　**550円前後**

500円

各価格帯に対応

業態別ポジションマップ
＜機械化の推進＞

店舗での調理負担を軽減



強み：高い生産性
（トータルコストダウン）

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

＜トータルコストダウンにより高い生産性を実現＞

実現 **高い生産性**

トータルコストダウン

- 店舗運営
  少人数
- 業務改革
- 調理フロー
- 原料・商品・物流

生産性向上

マーケット環境

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

今後期待される業態は、**ファストカジュアル**業態

現状

↓

今後

市場規模

外食産業全体　23兆円前後で推移

飲食店　約12.5兆円

公益財団法人 食の安全・安心財団より

期待される業態

ファストカジュアル業態

手頃な価格で素早い商品提供を行いながら、
レストラン並みの味を実現する、
ファストフードとファミリーレストランの中間業態

天丼・天ぷら本舗 さん天

とんかつ かつや

安全・安心の取組み

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

- 国内最大規模の和食ファミリーレストランチェーン
- 原料については、品質はもちろん、その他原料の周辺環境（土壌、水質等）、工場までの運搬方法等も確認

安全な食材調達のしくみ

「安心宣言」

当社では、安全で美味しいお食事をお客様に提供する為に、
原料調達から加工、流通、店舗調理の全ての段階で徹底した品質管理を行っております。
安心して楽しいお時間をお過ごしください。

①調達

日本はもちろん、世界中の国から安心できる食材のみを調達しています。

②製造

当社の基準を満たした指定工場にて丁寧に加工しています。

③流通

温度管理を徹底し、常にベストな状態で店舗に運んでいます。

④検査

店舗での衛生状態について、本社の抜き打ち検査を実施し、厳格に管理しています。

⑤調理

手洗いの方法から食材の管理、調理道具の洗浄に至るまで、詳細なマニュアルを設定し、実行しています。

⑥提供

お客様に安全で美味しいお食事を提供することが最大の使命です。

労働環境

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

業態の確立に加え
働きやすい環境、食の安全管理の徹底が更に重要！

静脈認証
出退勤管理

導入　残業代は1分単位での支払

１週間連続休暇制度

実績　１００％取得達成

正社員化

実績　パートタイマーを300人正社員化

低い離職率

実績　離職率5.2％

宿泊業、飲食サービス業平均30.4％

総務省統計局「産業別常用労働者の入職率と離職率(平成25年)」

２４時間
営業店舗なし

完全
週休２日制

１００％
取得の推進

従業員が
気持ちよく働ける会社です。

SATO
RESTAURANT
SYSTEMS GROUP

業態のご紹介

washoku SATO 和食 さと Japanese Restaurant

SRSグループ最大ブランド
しゃぶしゃぶ食べ放題『さとしゃぶ』が大好評

特徴

- 国内最大規模の和食ファミリーレストランチェーン
- 郊外ロードサイドを中心に、SC等にも出店
- 和膳、鍋、丼、麺類など　ポピュラープライス
- ローコストオペレーションを実現

店舗数　199店舗
（関西118, 中部41, 関東40）

客単価　1,200円～1,300円

戦略

- 出店コストの一層の引き下げ
- スクラップ＆ビルトで収益力の引き上げ
- 「さとしゃぶ」のさらなる進化と
  「さとしゃぶ」に続く核商品の確立
- テーブルオーダーシステムの全店導入

和食鍋処

すし半

SRSグループ創業ブランド
大阪市内を中心に伝統的日本料理を提供

特徴

- 旬の素材、だしの旨味、職人の技を活かした鍋物と寿司が中心
- 全店に座敷完備。大小ご宴会、法事・慶事に対応
- フレッシュセンターによる商品品質の安定化
- 食材の鮮度アップ・店舗生産性の向上
- 宅配サービス

店舗数　法善寺すし半総本店: 1 店舗
すし半：13店舗

客単価　1,900円～2,000円

戦略　フレッシュセンター活用による店舗生産性の向上

天丼・天ぷら本舗　さん天

本物の天ぷらにこだわりながら、徹底的なシステム化を実現し、“早い・安い・熱々”の天丼・天ぷらを提供

素人が揚げられる
最高の天ぷら

2012年8月 第１号店開店

特徴

- 成長業態のファストカジュアル業態
- 自社開発による新業態
- 主力の海老天丼を390円で提供
- 徹底したシステム化とローコストオペレーション

店舗数　直営19店舗

客単価　550円前後

戦略

- ブランド構築
- 直営店の積極出店
- FC展開

活魚廻転寿司 にぎり長次郎
nigiri CHOJIRO

2013年7月
（株）フーズネットを完全子会社化

特徴

- 関西中心にブランドイメージ確立
- グルメ回転寿司業態で関西トップブランド
- バリエーション豊富な店舗展開
  (大型・中型・小型・路面店)
- 宅配すし業態も展開

店舗数　にぎり長次郎52店舗（CHOJIRO含む）
宅配すし業態23店舗

客単価　2,300円前後

戦略

- 継続的に出店
- SRSグループ他業態との購買・物流シナジーの創出
- 職人育成（おもてなし道場）

本物志向のグルメ回転寿司

2010年10月
アークランドサービス株式会社との共同出資により、
サト・アークランドフードサービス株式会社設立
（当社出資比率51%）

サクサクやわらか・ボリューム満点のとんかつ

特徴

- 近畿圏で直営店とＦＣ店を展開
- シンプルオペレーション（食材、調理方法、商品数の絞り込み）
  主要食材5品目で全17メニューを提供
- フェア：月に1回のフェア商品投入、
  2か月に1回の定番商品値下げキャンペーン
- 圧倒的ボリューム感

店舗数　直営15店舗　FC14店舗

客単価　700～800円

戦略
- かつ弁・デリバリーの積極展開
- 出店を加速
- FCの本格展開

国内展開

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

- 関西を地盤として、中京圏、首都圏に展開
- 株式会社フーズネットとの物流シナジーの創出

SATO
RESTAURANT
SYSTEMS GROUP

海外事業展開

海外事業沿革

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

2008年07月　上海1号店開店（上海市）→後に閉店

2010年10月　台湾1号店開店（阪急店）
統一超商との合弁会社

2013年04月　台湾2号店開店（淡水店）

2013年09月　インドネシア1号店開店（セントラルパーク店）
インドマルコプリスマタマ（インドマレット）との合弁会社

2014年10月　タイ1号店開店（J-Park店）「さとしゃぶ」販売開始
日本亭、サハグループとの合弁会社

2015年04月　台湾淡水店にて「さとしゃぶ」販売開始

2015年05月　インドネシア2号店 （MOI店）
2015年09月　インドネシアにて「さとしゃぶ」販売開始
2015年09月　タイ2号店開店（アマタホームプロ店）
2015年10月　タイ3号店開店（シラチャイオン店）

店舗数　台湾2店舗　インドネシア2店舗　タイ3店舗　（2015年10月末現在）

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

台湾

和食上都 阪急店

和食上都 淡水店

washoku SATO 和食さと Japanese Restaurant in Jakarta

インドネシア

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

washoku SATO 和食さと Japanese Restaurant

インドネシア

in Jakarta

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

washoku SATO 和食 さと Japanese Restaurant

インドネシア

in Jakarta

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

モールオブインドネシア（MOI）店

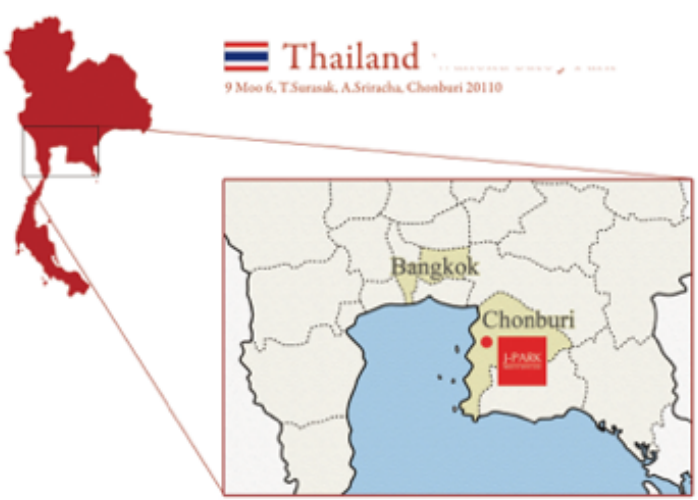
washoku SATO 和食 Japanese Restaurant さと

Nippon Tei Group

タイ

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

In THAILAND



タイ

In THAILAND

ร้านอาหารญี่ปุ่นแข่งเดือด
สหพัฒน์โดดชิงบุฟเฟ่ต์

พิธีลงนามความร่วมมือ

[タイ－食品]

サトレストランが合弁設立、５年で８店目指す

外食サトレストランシステムズは21日、バンコク郊外で、タイの財閥大手サハグループ、タイで日本食レストランを展開する日本亭グループと合弁会社設立の契約調印式を行った。重田孫孝社長は、日本と同様に郊外型店という形で展開する方針を示し、「自動車の普及に伴う日本社会の変化とともに成長してきた。タイでも拡大する中間層を取り込みたい」と市場参入への意気込みを語った。向こう5年で「和食さと」を最低8店出店する目標を掲げた。

京都に焦点

合弁会社「日本亭サト」がタイ事業を手掛け、サハグループが郊外チョンブリ県シラチャーに開発した商業施設「J パーク」で、10月19日に第1号店を開業する。以降は1店当たり3,000万バーツ（約1億円）を投じて年1店を開設していく計画で、5年内に年商2億バーツとすることを目指す。国内の製造業集積地として日系企業が多く進出するチョンブリ、ラヨン県をターゲット地域として、タイ在住日本人やタイ人の中間層を取り込んでいく考え。サハグループのブンヤシット会長は、「タイの日本食市場は170億バーツ規模でまだまだ成長余地が大きい。3社それぞれの強みを生かして事業を拡大していく」とコメントした。

「和食さと」の中核商品である、しゃぶしゃぶ食べ放題メニュー「さとしゃぶ」を目玉として売り出すほか、タイの消費者のしゃぶに合った新メニューも投入。サトが強みとする調理・仕入れ開発やスピーディーな調理・提供といった店舗運営システムを生かし、客単価は500バーツ以内におさめる。バンコクへの進出は当面検討しない。

「日本亭サト」は資本金6,000万バーツで、現地を主導する日本亭グループが51%、サハグループが29%、サトが19%を出資する。サトは「和食さと」を日本で約250店、そのほかのブランドを合わせて約500店を展開する。海外では台湾に2店、インドネシアに1店を設けている。

日本亭は1988年に創業以来、タイ国内で直営店6店、マネジメント研究店4店舗を運営している。

washoku SATO 和食 Japanese Restaurant ซาโต้ さと

Nippon Tei Group

タイ

In THAILAND

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

タイ

In THAILAND

J-PARK店

アマタホームプロ店

シラチャイオン店

海外事業

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

「ひとりでも多くの世界の人々に、本物の日本食をリーズナブルな価格で楽しんでもらえる和食レストランの実現」 を目指します。

インドネシア

合弁先企業

PT.INDOMARCO PRISMATAMA

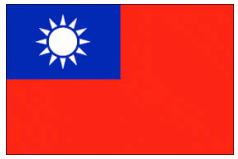
２０１３年９月：１号店を開店（ジャカルタ市）

２０１５年５月：MOI店を開店

戦略

- インドネシア事業基盤の確立
- インドネシア弁当販売の拡大

台湾



合弁先企業

統一超商（股）公司

2010年10月：阪急百貨店に１号店出店（台北市）

2013年 4月：２号店を淡水市（新興住宅街）に出店

戦略

- 台湾事業の店舗数拡大

海外事業

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

２０１４年　第３国目　タイに進出

「より多くのタイの方々に、本物の日本食をリーズナブルなお値段で提供し、豊かな食文化に貢献します。」

タイ

【合弁先企業】

日本亭グループ、サハグループ

２０１４年　８月　合弁企業設立

２０１４年１０月　Washoku Sato（和食さと）
１号店　オープン（J–Park店）

２０１５年　９月　アマタホームプロ店をオープン

２０１５年１０月　シラチャイオン店をオープン

【戦略】

５年以内に８店舗の
和食さとを展開

washoku SATO

更なる進出

washoku SATO 和食 Japanese Restaurant ชาโด さと

Nippon Tei Group

夫婦善哉

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

1883年(明治16年)創業
なにわ庶民伝統の味を今に伝える名物ブランドで法善寺総本店1階に立地
NHKドラマ「夫婦善哉」の放映もあり、人気沸騰中
（2013年8～9月）

SATO
RESTAURANT
SYSTEMS GROUP

会社概要

会社概要

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

会社名	サトレストランシステムズ株式会社
住所	大阪市中央区安土町2-3-13　大阪国際ビルディング30階
設立	1968年8月27日
資本金	8,532百万円
従業員数	従業員数 1,174名（連結） パート・アルバイト 9,359名（連結）
店舗数	**342店舗**（2015年9月末現在） 和食レストランチェーン「和食さと」199店舗 「すし半法善寺」1店舗 「和食鍋処　すし半」13店舗 天ぷら専門店「天丼・天ぷら本舗　さん天」17店舗 グルメ回転寿司「にぎり長次郎」52店舗 宅配・持帰寿司「都人」21店舗　「にぎり忠次郎」3店舗 とんかつ専門店「かつや（関西圏）」29店舗（直営15・FC14）
子会社	株式会社フーズネット（にぎり長次郎、にぎり忠次郎、都人） サト･アークランドフードサービス株式会社（かつや）
関連会社等	統一上都股份有限公司（台湾）３店舗 株式会社インドサトジャヤマクムール（インドネシア）２店舗 日本亭サト株式会社（タイ）２店舗

変遷の軌跡（沿革と店舗数）

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

1970年 大阪万博　1990年代初頭 バブル崩壊　2008年 リーマンショック

1960　1970　1980　1990　2000　2004　2005～2013　2014

開業　設立 → 成長①　成長②　構造改革・業務改革・新業態開発　成長③のはじまり

1997年～2002年 洋食をやめ和食のみに集中

2005年 第一次構造改革

2011年 製造のアウトソーシング化

329店 2015年3月末

300店

200店

100店

1958 法善寺すし半 開業

1968 尼崎すし半本店 設立

1974 株式会社サトに商号を変更

1978 SATO RESTAURANT 洋食1号店を開店⇒最大100店舗突破

1981年 137店

1984 大阪証券取引所市場第二部に上場

1985 郊外型和食さと1号店を奈良県橿原市に開店

1989 大阪証券取引所市場第一部銘柄に指定

1991年 209店

1993 重里進　創業社長逝去 重里欣孝社長就任

1998 サトレストランシステムズ株式会社に商号を変更

2005年 252店

2006年 211店

2013年 221店

にぎり長次郎 ５０店舗増

2014

10タイ1号店開店 Washoku Sato (和食さと)開店

新業態　9 台湾3号店開店 一人鍋「鍋上都」

2013

M&A　7 (株)フーズネット（にぎり長次郎等運営） 発行済み株式を100%取得

7 東京証券取引所市場第一部へ移行

9 インドネシア1号店 開店

新業態

2012

8 天丼・天ぷら本舗　さん天　1号店開店

10 製造のアウトソーシング化

11 本社を大阪市中央区に移転

FC事業

2010

10 サト・アークランドフードサービス株式会社（かつやを運営）を設立

11　かつや 1号店 開店

10 台湾1号店 開店

店舗数はFC・海外含む

注）店舗数はFC・海外含む

リスク要因とその対策

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

SRSグループは、リスクマネジメントを日々の経営に活かしています。

売上高変動

対策
景気変動の影響を受けにくいファストカジュアル業態 「かつや」「さん天」の出店を加速
「和食さと」は、収益力を極限まで高めて最安価格帯を目指す

競合

対策
お客様の満足の充足をモットーに、お値打ち感＝価格、品質、量においてお買い得感のある商品設計
主要原材料の安定調達力と、合理化を追求し続けるキッチン力を保有

収益の分散化

対策
主力業態「和食さと」への売上高依存度は（株）フーズネット買収により90%から65%前後に低下
ファストカジュアル業態の「さん天」「かつや」を積極展開し、更なる分散化を図る

食の安全性

対策
原料調達から加工、流通、店舗調理のすべての段階で徹底した品質管理を実施
店舗での手洗い、健康状態確認の徹底と、ワークフローによる体調不良報告の迅速化

仕入れ価格と安定確保

対策
仕入れ開発力（食材の直接仕入れ等）を有し、『バーティカルマーチャンダイジング』を推進
（例）エビ、ウナギ、ヒジキ、大根おろし等

人材教育

SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

企業は人なり

SRSグループは、人材の育成・強化を
最重要課題として取組んでいます。

エデュケーター制度の再発足

全社組織の教育計画について、一元的に管理する責任者を配置し、
一貫した教育体系の下、幹部候補教育を中心とした人材育成を推進する。

社内・社外セミナー拡充

有能な人材の発掘や人材活用を目的に階層・年齢・役割等に応じて、
外部講師による社内セミナーや、各種社外セミナーを積極的に活用する。

大学院派遣制度の検討

教育の目的に応じて、社内ノウハウの伝承だけにとどまらず、外部教育カリキュラムを
活用することにより、専門的スタッフの養成や、幹部候補生の育成を図る。

ジョブローテーションの拡充

新中期経営計画の達成に向け、一貫した教育体系のもとで、
長期的視野で計画的配転を実施し、スペシャリストの大量育成を目指す。

株主構成

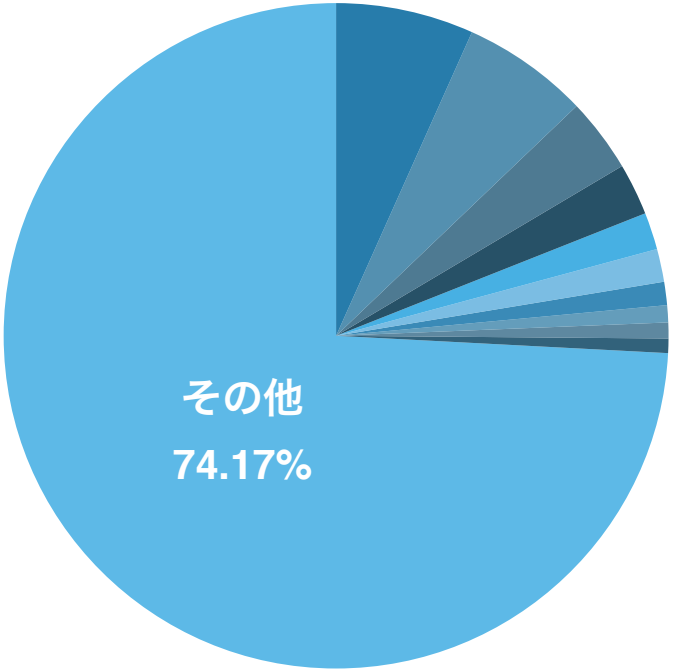
SATO RESTAURANT SYSTEMS GROUP

発行済株式総数： 33,209,080 株
株主数：20,513名

2015年9月30日現在

	（千株）	%
重　里　欣　孝	2,230	6.71
重　里　百合子	2,050	6.17
株式会社三菱東京ＵＦＪ銀行	1,199	3.61
日本トラスティ・サービス信託銀行	838	2.52
麒麟麦酒株式会社	600	1.80
日本トラスティ・サービス信託銀行	532	1.60
資産管理サービス信託銀行株式会社	377	1.13
キーコーヒー株式会社	278	0.83
サトレストランシステムズ　従業員持株会	256	0.77
株式会社みずほ銀行	235	0.70
その他	24,614	74.16

外国人持ち株数	860,550株	2.59%
個人・その他	25,358,620株	76.36%



SATO
RESTAURANT
SYSTEMS GROUP

お問い合わせ先

サトレストランシステムズ株式会社
経営企画本部（田中、岡本、岡田）
TEL: 06-7709-9977
メールアドレス：873@sato-rs.jp

本資料に掲載されている業績予想は、本プレゼンテーション時において入手可能な情報に基づき判断した見通しです。この中には、多分に不確定要素が含まれており、様々な要因によりこれら業績等に関する見通しとは大きく異なることがあります。以上の前提をご理解いただき、投資に関する決定をされる場合にはご自身の判断で行われるようお願いいたします。