



2025 年 5 月 19 日

各 位

会 社 名 株式会社うかい
代表者名 代表取締役社長 紺野 俊也
(コード番号: 7621 東証スタンダード)
問合せ先 専務取締役 松崎 城康
電話番号 042-666-3333

中長期計画策定に関するお知らせ

当社は、2025 年度を初年度とする中長期計画「長期経営構想 2035 / 中期経営計画 2030」を策定いたしましたので、お知らせいたします。

記

1. 策定の目的

当社が属する外食産業においては、国内消費者数の減少による内需の縮小、国内外食市場の成熟化、アフターコロナによる消費者ニーズ・行動変容、気候変動と持続可能性を考慮した規制強化、食分野におけるフードテック・AI への対応等、当社を取り巻く環境は目まぐるしく変化しており、多方面での取り組みが必要になると考えております。

このような状況のなか、当社は長期経営構想（10 年後の 2035 年にありたい姿）を設定いたしました。長期経営構想実現のため、定めた重点施策を推進、好循環させ、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を目指してまいります。

詳細については、添付資料「長期経営構想 2035 / 中期経営計画 2030」をご覧ください。

2. 長期経営構想と重点施策

長期経営構想：多様な食の業態に携わり、永続企業・ブランドを築き、すべての人に笑顔や感動、幸せな時間をプロデュースする

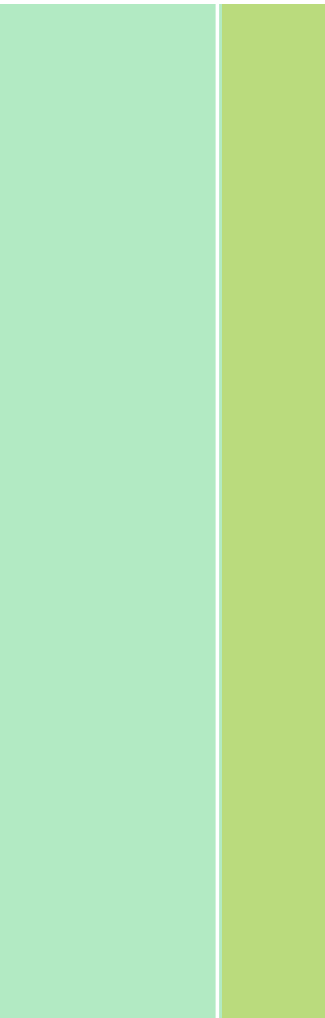
重点施策：(1)収益力の向上、(2)人材力の強化と現場環境の充実、(3)SDGs に係る取り組み

3. 数値目標

	2025 年 3 月期 (実績)	2030 年 3 月期 (計画)	2035 年 3 月期 (計画)
新規事業創出件数	—	5 件	10 件（純増 5 件）
売上高	13,462 百万円	14,000 百万円	16,000 百万円
営業利益	721 百万円	850 百万円	1,200 百万円
営業利益率	5.4%	6.1%	7.5%
ROE	2.9%	5.0%	8.0%

※本資料に記載されている数値目標等の将来に関する記述は、当社が現在把握する情報及び合理的と判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因より大きく変わる可能性があります。

以上



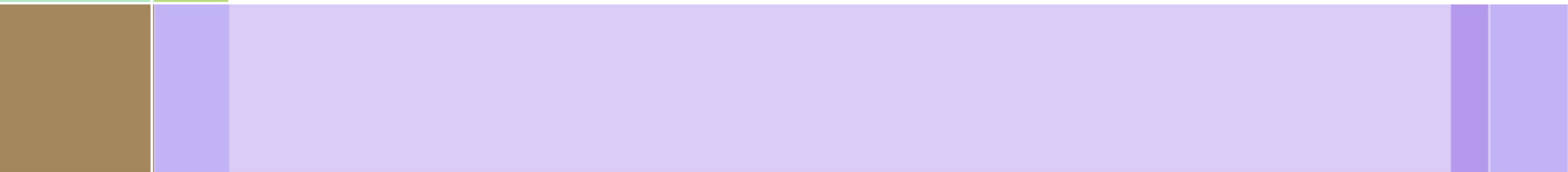
U K A I

長期経営構想2035/中期経営計画2030

株式会社うかい

(東証スタンダード市場：7621)

2025年5月19日



目次

1. 前期までの振り返り
 - ・ うかいの軌跡
 - ・ 2025年3月期 中期経営計画の振り返り
2. 長期経営構想2035
 - ・ メガトレンド
 - ・ 長期経営構想2035
 - ・ 構想実現の行動指針
 - ・ 長期経営構想2035で目指す姿
 - ・ トピック① UKAIzmの設立（1/2）
 - ・ トピック① UKAIzmの設立（2/2）
 - ・ 2035年の事業規模イメージ
 - ・ 中期経営計画2030
3. 中期経営計画2030
 - ・ 2030年の事業規模イメージ
 - ・ UKAIzmによる新事業展開案
 - ・ レストラン事業
 - ・ 物販事業 背景と今後（1/2）
 - ・ 物販事業 新工房の構想（2/2）
 - ・ トピック② アトリエうかがいが東京駅グランスタにオープン
4. うかがいが考えるサステナビリティ
 - ・ うかがいが考えるサステナビリティ
 - ・ 価値創造の仕組み
 - ・ マテリアリティ
 - ・ 主なマテリアリティごとの取り組み
 - ・ 取組み① 高尾山麓のはちみつをつかったお菓子で知る、人と自然の共生
 - ・ 取組み② 南濃みかんを使ったショコラを発案し、地域経済や廃棄物削減に貢献
5. 主要指標

1. 前期までの振り返り

うかいの軌跡



1964年、うかい鳥山の創業以来、お客さまの幸せと喜びを第一に考える、そして、お客さまの喜びを心の底から私たち自身の幸せと感ずることができる——。そうした思いで私たちは「うかい」というブランドを紡いでまいりました。当社にかかわるすべての人々を大切に、そのすべての人々により大切にされる企業でありたい。これまでも、そしてこれからも、お客さまはもとより当社にかかわるすべての人々を大切にする、それが「うかいの心」です。

時代の流行に流されることなく、つねに本物をお届けするという思いが「100年続く店づくり」に込められています。うかいに来ていただいたお客様に心に残る「物語」を描いていただき、その物語が代々にわたってご愛顧いただけるうかいでありたい。それがうかいの価値創造です。

● レストラン事業の開始

うかい鳥山

- 1964年12月_うかい鳥山にて創業

● 文化事業の開始

1996年8月_箱根ガラスの森美術館開設

● 店頭登録

1999年11月

● 物販事業の開始

● 海外進出

● スタダード市場上場

2022年4月

Ukai-tei KAOHSIUNG THE UKAI TAIPEI

- 2017年11月_うかい亭高雄出店
- 2019年1月_THE UKAI TAIPEI出店

LE POULET
BRASSERIE UKAI

- 2017年2月_ル・プーレ ブラッスリーうかい開店

Atelier
U K A I

アトリエうかいブランドの展開

- 2013年7月_アトリエうかいたまプラーザ店
- 2017年7月_アトリエうかい エキュート品川
- 2017年9月_アトリエうかい トリエ京王調布
- 2021年11月_アトリエうかい 高島屋京都店
- 2022年5月_アトリエうかい 高島屋大阪店
- 2024年9月_アトリエうかい グランスタ東京店

GRILL UKAI
MARUNOUCHI

- 2009年9月_GRILLUKAIMARUNOUCHI開店

とうふ屋

とうふ屋うかいブランドの展開

- 1993年11月_とうふ屋うかい大和田店
- 2001年10月_とうふ屋うかい鷺沼店
- 2005年 9月_東京芝とうふ屋うかい

kappou ukai

割烹料理ブランドの展開

- 2014年4月_銀座kappouukai肉匠
- 2018年3月_六本木kappouukai

Ukai-tei

うかい亭ブランドの展開

- 1974年12月_八王子うかい亭
- 1983年12月_横浜うかい亭
- 2003年12月_銀座うかい亭
- 2005年12月_あざみ野うかい亭
- 2007年11月_表参道うかい亭
- 2018年3月_六本木うかい亭

2025年3月期 中期経営計画の振り返り

主に「人材・財務・収益」の強化に取り組んでまいりました。人材・財務基盤は目標としていた成果があげられた一方、収益基盤においては、既存事業とのシナジーによる新しい事業の創出が必要と認識しています。

主な取組み

振り返り

収益基盤 の強化

- QSCH*の研鑽による高付加価値化の実現と適正価格見直し
- 快適な空間提供のための既存設備の更新
- コスト最適化
- ブランドポートフォリオの再構築
- 収益貢献の高い新たな事業の創出

- コロナ禍においても既存事業の収益基盤は盤石であり、23年度の売上高総利益率は55.8%、営業利益は890百万円で、22年度～24年度の期間において最高益であった
- **既存事業が堅調である一方、パンデミックのような大きな環境変化に対応できる新規事業を生み出す必要がある**

財務基盤の 強化

- 収益基盤の強化による安定した利益の確保
- 急激な資金需要や不測の事態に備えた手元流動性の確保策の立案・実行
- 財務基盤強化に資する資金調達手段の検討

- 純資産については、18年度には5,125百万円であったが新型コロナの影響により一時2,862百万円(20年度)まで下落したが、24年度現在4,769百万円まで回復し、コロナ前に近接
- 自己資本利益率については第三者割当増資、箱根ガラスの森美術館の売却を実施し、現状は2.9%

人材力の強化

- 定期採用と中途採用を組み合わせた積極的な人材確保
- 個々のレベルに合わせた教育・研修の実施と現場のOJTによる機動的且つ柔軟な発想力を兼ね備えた人材の育成
- 一人ひとりが未来のビジョンを描ける評価制度の再構築
- 働きやすい職場環境の維持改善

- 定期採用について、25年度40名の新入社員を迎えることができた。また中途採用強化のため、ジョブリターン採用とリファラル採用を開始
- 職場環境づくりの推進のため、2022年よりイノベーションMTGをスタート。現場の声を盛り込んだ形で職場の課題抽出、解決策を話し合う
- 和食店・洋食店の垣根を越えて、他店で研修に参加する他店舗研修を実施
- 外国人労働者の積極的な採用を実施

*クオリティ・サービス・清潔さ・ホスピタリティ

2. 長期経営構想2035

メガトレンド

慢性的な人材不足、国内外食市場の成熟化、フードテック・AIの台頭などのメガトレンドに直面している状況です。
当社としてビジネスモデル変革、環境配慮、テック活用など多方面での取り組みが必要と考えています。

メガトレンドと
関連する
トレンド（一例）

国内の慢性的な人手不足

- ・生産年齢人口の減少（2030年問題）
- ・少子高齢化
- ・働き手の減少、人材採用難
- ・賃上げに伴う人件費の高騰
- ・国内消費者数の減少、内需の縮小
- ・働き手の多様性拡大（女性・外国人・障がい者）

アフターコロナにおける消費者のニーズ・行動転換

- ・外食機会の活発化
- ・衛生環境意識、健康志向の高まり
- ・食の多様化（ヴィーガン・ハラルメニューの浸透）
- ・食における消費者ニーズの多様化（デリバリーサービス、ECサービス、SNSの普及）

経済のグローバル化と国内外食市場の成熟化

- ・日系企業による積極的な海外進出
- ・企業のM&A活発化
- ・インバウンド需要の増加
- ・飲食大手による市場占有化の加速
- ・為替等による食材の価格変動の増加

気候変動と持続可能性を考慮した規制強化・行動様式の変化

- ・環境や社会課題に対する意識の高まり、エシカル志向の浸透
- ・世界的な食料不足、食品ロス削減への意識の高まり
- ・脱炭素、循環型経済への転換
- ・オルタナティブミートの登場

食分野におけるフードテック・AIの台頭

- ・植物ベースの代替肉・魚・卵の登場
- ・調理・業務ロボットの開発／導入の推進
- ・ロボットデリバリーサービスの運用開始
- ・オンライン予約システム、AI顧客管理の運用推進

機会・リスク

ヒトだけに依存しない
ビジネスモデル変革への
必要性

機会

グローバル飲食市場
における拡販・販路拡大
チャンス

機会

最新テクノロジー活用
によるサービス効率化・品質
向の可能性

機会・リスク

企業価値向上・経営改善
に向けたSX*強化/
環境配慮の必要性

リスク

ブランド棄損・規制
リスクの高まり

当社への影響

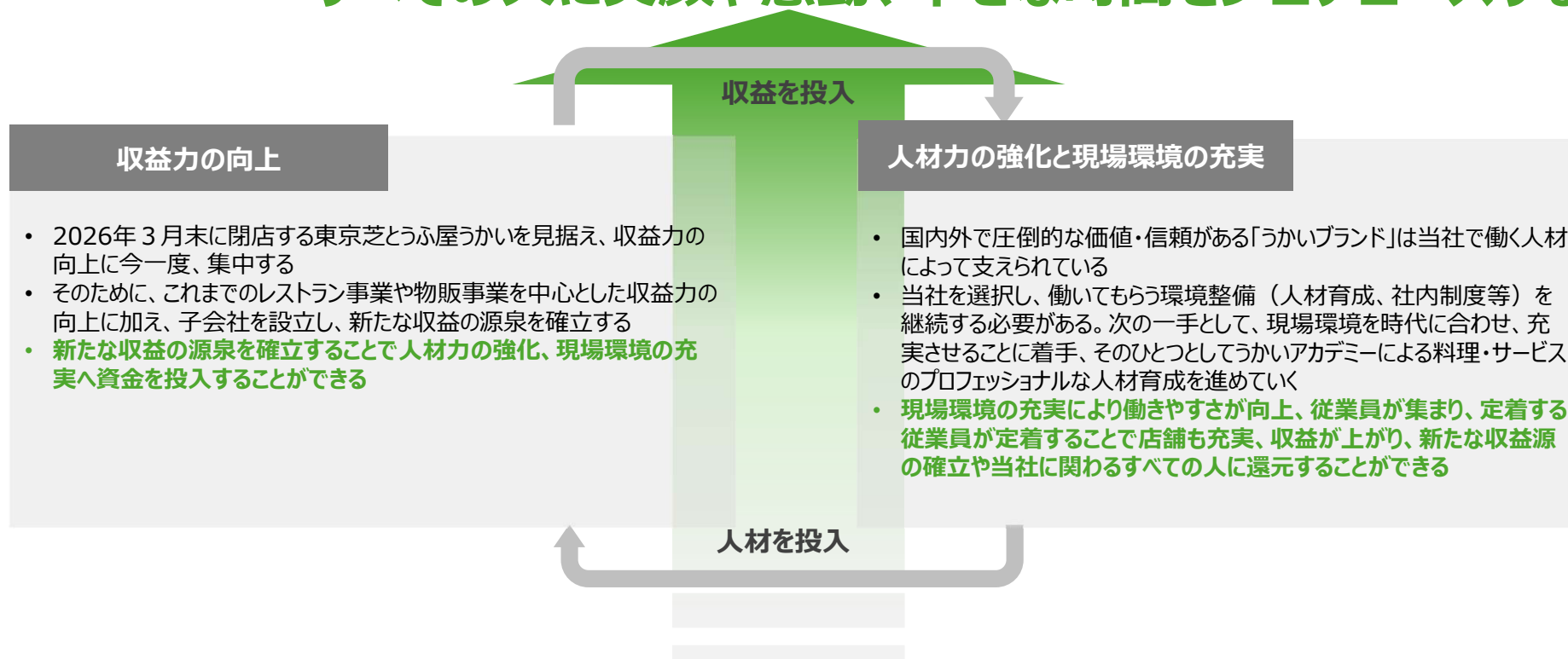
*サステナビリティ変革。企業の持続可能性と社会のサステナビリティを同期させるための経営方針の変革

長期経営構想2035

収益力の向上と人材力の強化に引き続き取り組みつつ、新たに現場環境の充実に注力します。

また収益力の向上と人材力の強化・現場環境の充実に好循環させることで長期経営構想2035を実現してまいります。

長期経営構想2035：多様な食の業態に携わり、永続企業・ブランドを築き、すべての人に笑顔や感動、幸せな時間をプロデュースする



構想実現の行動指針

長期経営構想2035を実現するための当社の行動指針として、「未来に向かって前に進む」を掲げます。

構想実現の行動指針

未来に向かって前に進む

- 2024年に創業60周年を迎え、創業第2章として、伝統と革新を内に秘め、未来に向かって、前に進む
- 既存の手段や仕組みに囚われず、自由に発想し新しいことに挑戦する
- 攻めの姿勢を心がけ、失敗を恐れずに挑戦し続ける
- 社内外に志を共にできる同士を作り、共創を心掛ける

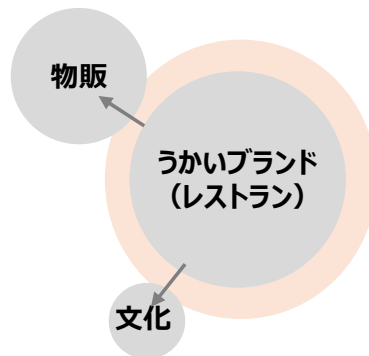
長期経営構想2035で目指す姿

凡例：
→ 経営資源のイメージ（ブランド・ノウハウなど）
↔ 事業シナジーのイメージ

*詳細は後述
**詳細は後述

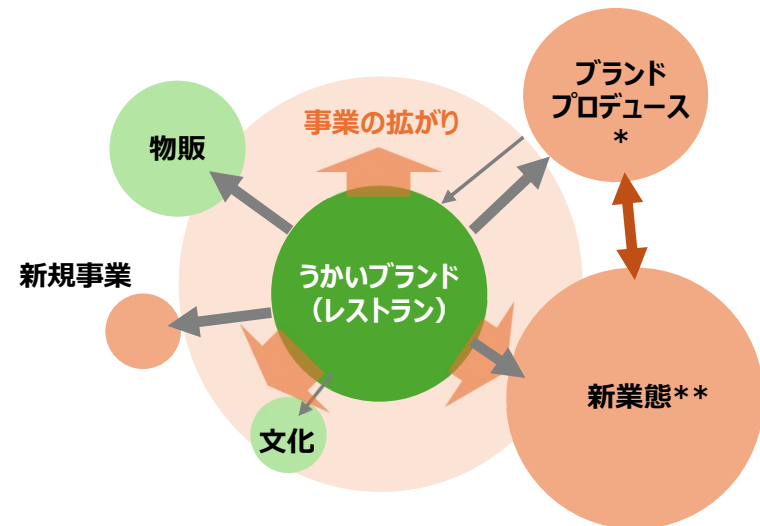
どのような時代の変化にも順応できる構造を目指します。そのために、レストランを中心としたうかいブランドを核に据え、培ってきた経営資源を投入することで複数の飲食の新規事業を展開します。

今までの姿



- これまで「うかい亭」に代表されるハイブランド店舗を国内を中心に展開する戦略だったため、新型コロナウイルス禍のような急激な情勢の変化においては強い構造ではなかった
- また、レストラン事業、物販事業、文化事業のビジネスモデルは独立した傾向にあり、事業間のシナジーは限定的であった

長期経営構想2035で目指す姿



- うかいブランドを核とし、これまでのハイブランド店舗に捉われず、複数の飲食事業を立ち上げ・育成していくことでどのような時代の変化にも順応できる構造を作る
- 具体的にはブランドプロデュース*と新業態**の新規事業を立ち上げる
- うかいブランドの経営資源を新規事業に投入することはもちろん、新規事業で得た知見をうかいブランドに活かす
- 事業運営で得られたノウハウを共有するなど、事業間のシナジーを意識して活動することで各事業の基盤を確立していく

トピック① UKAIzmの設立（1/2）

目指す姿の実現のために、新規事業の創出に特化した子会社、UKAIzm corporationを設立します。

会社設立の経緯

創業から61年目を迎えた「うかい」の次の成長に資する新規事業を開発することを主な目的とし新たな企業価値の創造を目指します。
「うかい」に関わるすべての皆様への感謝の思いを胸にこれまで培ってきたおもてなしの精神や知識、技術を種をまいて育てるように国内外に伝播させていき、やがて食がもたらす幸せや感動で世の中を満たすことをミッションとして掲げてまいります。
外食産業においては、慢性的な人材不足、国内外食市場の成熟化、フードテック・AIの台頭など、目まぐるしい情勢のなかで、2024年、創業60周年を迎えた当社は、これから先を「創業第2章」と称して、新たな価値の創造、次の成長を作り上げる必要があると考えております。そのため、「うかいの次の成長に資する新規事業開発に特化した子会社」を設立し、当該目的の達成を目指します。

UKAIzm corporation



UKAIzm

理念と代表笹野のご挨拶

「うかい」の伝え手となり、世界をもっと幸せで満たしていく。

記憶の中でいつでも蘇る、あの店のあの一品…。

みなさまの記憶の中にもきっと思い浮かぶであろう、そんな食の体験。時に食は笑顔を生み、時に食は心を元気にし、いつまでも幸せな思い出として輝きます。

創業60年以上にわたり、日々目の前のお客様に喜んでいただくため 心を尽くしたおもてなしに邁進してきた、うかいグループ。卓越した料理技術力やおもてなしの精神力、そしてレストランというチームとしての組織力をもって、物語のある空間で非日常感あふれる幸せなひとときをお届けしてきました。

長年培ってきたこれらの“力”をもとに、うかいの魅力の種を国内外のあちこちに植えて、育てて、やがて花開かせたい。さすれば、世界はもっと、優しく美味しい時間で満ちていく。

混沌とした世の中でも、日常を忘れ 夢のように幸せなひとときを楽しめるレストランが増えれば、きっと人の笑顔も増えていく。そんな希望を胸に、私たちは、小さくて新しいこの場所から、豊かな食の未来を育む大きな歩みをはじめます。うかい創業から培ってきた、おもてなしの心が宿る「うかいイズム」を携えて。

トピック① UKAIzmの設立（2/2）

会社概要については以下の通りです。

企業名	株式会社UKAIzm corporation
住所	東京都八王子市南浅川町3426番地
事業概要	①飲食店全般のコンサルティング業* ②飲食店の各種プロデュース業 ③飲食店の各種監修業 ④飲食新業態開発業 ⑤フードコーディネート及びメニュー開発・商品開発業 ⑥飲食店教育研修業 ⑦前記各号に付帯する一切の業務 *うかいブランドのフルパッケージコンサルティングだけではなく、他社ブランドのメニュー開発、店舗開業までをフルパッケージで提供することも計画中
資本金	1,000万円
代表取締役	笹野 雄一郎

UKAIzm corporationコンセプト**



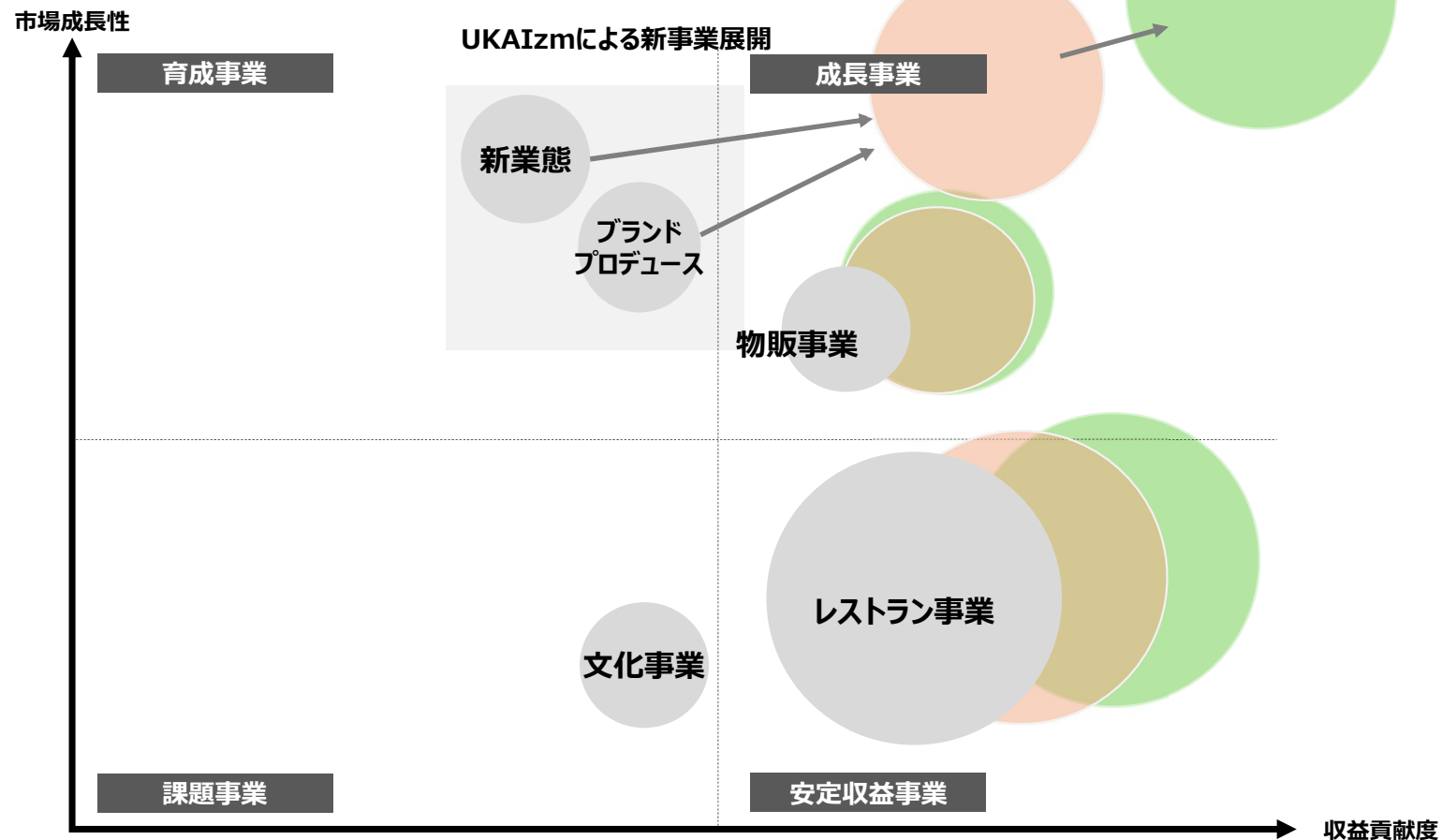
**コンセプトに込めた想い
生命活動の根源、食べる。
そんな人の営みとともに一步一步、歩んできたレストラングループ「うかい」。その歴史は、食を育むこと＝人を育むことに尽きました。それは一杯の輝くスープを作ることに似ているかもしれません。素材から吟味し、食材の持ち味を調和させ、じっくりと輝くときを待つ。わたしたちのおもてなしはお客様の目には見えないキッチン的一角から始まっています。そんな「うかい」の想いを世界に伝えるのがUKAIzmです。

2035年の事業規模イメージ

凡例：

- 2025年時点の事業規模イメージ
- 2030年時点の事業規模イメージ
- 2035年時点の事業規模イメージ

安定収益事業のレストラン事業に加えて、UKAIzmによる新事業展開（新業態・ブランドプロデュース）、また物販事業を成長事業の柱として展開してまいります。



中期経営計画2030

長期経営構想2035の実現に向けて、2030年のあるべき姿をバックカスティングして設定。2025～2030年までの5か年計画を中期経営計画2030と設定します。

長期経営構想2035の実現に向け、
2030年のあるべき姿をバックカスティング

長期経営構想2035

多様な食の業態に携わり、永続企業・ブランドを
築き、すべての人に笑顔や感動、幸せな時間を
プロデュースする

主要指標

- ・ 新規事業創出件数：10件（純増5件）
- ・ 売上高：16,000 百万
- ・ 営業利益：1,200 百万
- ・ 営業利益率：7.5%
- ・ ROE：8.0%

中期経営計画2030

主要指標

- ・ 新規事業創出件数：5件
- ・ 売上高：14,000 百万
- ・ 営業利益：850 百万
- ・ 営業利益率：6.1%
- ・ ROE：5.0%

現状

2022～2025年は主に
人材・財務・収益基盤の
強化に邁進

主要指標

- ・ 売上高：13,462 百万
- ・ 営業利益：721 百万
- ・ 営業利益率：5.4%
- ・ ROE：2.9%

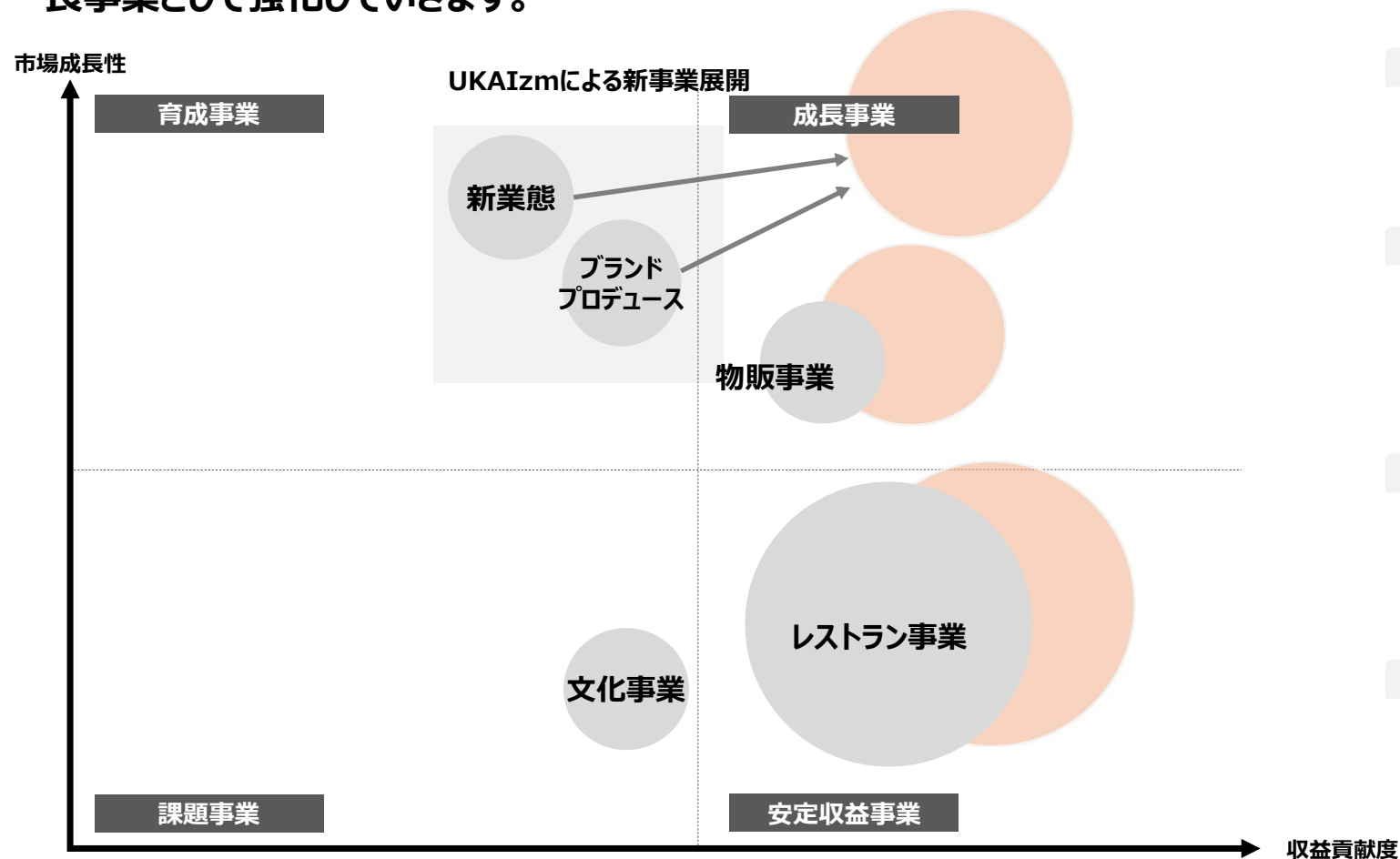
3. 中期経営計画2030

2030年の事業規模イメージ

凡例：

- 2025年時点の事業規模イメージ
- 2030年時点の事業規模イメージ

UKAIzmの新業態とブランドプロデュースの取り組みを将来の成長事業として育成してまいります。また物販事業を成長事業として強化していきます。



UKAIzm

創業60周年を迎えた「うかい」の次の成長、新たな企業価値の創造に資する新規事業を開発する。「うかい」の既成概念に捉われない新しく、自由な発想で新事業を開発、展開し、事業拡大を図る。

レストラン事業

「うかい亭」に代表される国内外で圧倒的なブランド価値を保有するレストラン群。
「うかい」の屋台骨を支える事業。
UKAIzmによる新事業展開はレストラン事業なくしては実現できない。引き続き、ブランド価値維持・段階的な拡大を図る。

物販事業

レストラン事業でのプティ・フル（食後の食べる一口サイズのデザート）として提供。その評判の高さから「うかい」の成長ドライバーの一つと位置付け事業化に至る。製造能力の上限に近いことから新たな展開を模索する。

文化事業

箱根仙石原でヴェネチアン・グラス専門美術館運営。他事業とのシナジーが限定的なため、今後の展開について、検討が必要。

UKAIzmによる新事業展開案

成長事業であるUKAIzmではレストラン事業で培ってきたブランド等を掛け合わせ、さまざまな取り組みに挑戦します。一部既に実績を上げており、うかいブランドにまで波及する効果を期待できると考えております。

	ブランドプロデュース		新業態
	国内	アジア	国内
狙うマーケット			
事業方針	2017年11月業務提携に基づき台湾高雄市に「うかい亭 高雄」、2019年1月台湾台北市に「THE UKAI TAIPEI」を開店。 - 海外展開での経験、改良点を活かし、国内・海外で新たなブランドプロデュース戦略を実施する。 - 今後は業務提携だけでなくコンサルティング業も展開したい。		これまでは年に1～2度、記念日やハレの日にご利用いただく、ハイブランド店舗の展開が中心だったが、今後は同戦略に加えて、お客様層を広げ、月に1度程度、日常的にご利用いただく、セカンドブランド店舗を多店舗展開し、マルチブランド戦略を実施する。
事業概要(例)	- 既存レストラン事業で培ったノウハウ・レシピを活用し、国内・海外でブランドをプロデュースする - ブランドプロデュースのため、少額投資でうかいブランドの店舗を展開する - 地域・国ごとに合ったメニューをプロデュースする - うかいスタッフのみならず海外現地スタッフの人生に寄り添った育成を行い、互いに成長できる育成計画を実現する。		- 既存レストラン事業では使用しない周辺食材をフル活用し、スケールメリットも効く新業態の創出を行う。 - 既存レストラン事業をリブランディングした新業態の創出も行う。 - これまでのうかいの本質（料理・サービスの品質）は変えず、特定料理・テーマに特化した専門店を展開する。 - また少人数、少額投資で運営可能な業態を開発する。 - 新たな食物販の商品開発と製造体制を整え、実現を進める。
主な期待効果	- うかいブランドの発展・強化 - 費用対効果の最大化		- スケールメリットによる仕入価格低下、また周辺食材による新業態の創出。 - 消費者に認知されている既存ブランドを活用。実現可能性が極めて高い。
将来像	2030年までに5件成約を目指す		2030年までにセカンドブランド店舗を10店舗展開を目指す。

レストラン事業

レストラン事業は、「うかいブランド」の屋台骨を支える事業です。これまで品質向上の追求・海外事業への挑戦などを実施。以上に加え、UKAIzmの事業活動による好循環でうかいブランドを守りつつ収益の向上を実現してまいります。

物語のある空間・おもてなしの心・最高の料理

「うかい」の世界

これから

引き続き、品質向上の追及と海外事業への挑戦に加え、UKAIzmの事業活動による好循環で成長を狙う

- ・ うかいブランドを守り、引き続き磨く
- ・ これまでの品質向上の追及と海外事業への挑戦（以下これまでの取り組みをご参照）を継続
- ・ 以上に加えて、UKAIzmの事業活動による好循環で成長を狙う

品質向上の追求と海外事業への挑戦

- ・ 最上のおもてなしを追求し、これまで以上に上質な料理ときめ細やかなサービスのご提供に努める
- ・ 当社の他事業（物販事業、文化事業）とのコラボレーションを深化し、レストラン事業を最大限に活かした当社ならではの強みによる新しい試みを実施
- ・ 当社の歴史ある魅力的な催事や行事を告知開催し、来店機会の創出に努める
- ・ 来店機会創出のため、各ブランド・店舗の特色を活かした販促活動の実施
- ・ 他社レストランとのコラボレーションイベントやメーカーズディナーを開催し、新たな価値の創造に努める
- ・ 大広間やテラスなどの既存空間を活用した店舗での新たな過ごし方を創造
- ・ うかい亭 高雄・THE UKAI TAIPEI、海外イベント開催、航空機での機内食など数々の海外事業への挑戦

これまで

物販事業 背景と今後（1/2）

事業開始からEC販売、関西圏への出店などさまざまな取り組みを行ってまいりました。一方、高まる需要にお応えしきれなかった経緯があるため、工房新設による製造キャパシティ拡大と新規出店で成長していきます。

背景

- ・関東と関西地区に 5 店舗を展開
- ・催事出店・卸販売・EC販売も実施



アトリエうかい
トリエ京王調布

- ・さまざまな取引先からの出店要請
- ・販売網拡大対応のニーズに応える既存製造体制が上限に達しつつある

成長に向けて

工房新設による製造キャパシティ拡大と新規出店



フルセック

物販事業 新工房の構想（2/2）

新設工房は単なる工房ではなく「体験型工房・併設カフェ」を構想、2026年初夏稼働を目指しています。
売上高増加とブランド発信・工房新設地への地域貢献の役割を担っていく予定です。

- 単なる工房ではなく、**体験型工房・併設カフェ**として入居する計画
- デザインコンセプトは**山の麓の製菓店**。「山の麓」にはうかい創業の地である高尾山と周辺の山々の意味を込めている。「製菓店」には製菓に加えて店舗、カフェ、生花、青果など工房に付加される要素を込めている

新工房の構想*



期待効果

生産キャパシティ増加により、
商品供給量が改善し売上高増加に寄与

見学体験スペースを含むカフェ店舗エリアは
地域貢献とブランド発信に寄与

*2025年4月時点のものです。

トピック② アトリエうかいが東京駅グランスタにオープン

物販事業の主力事業であるアトリエうかいが2024年9月東京駅グランスタにオープン。
アトリエうかいは収益基盤のひとつとして、新規出店など経営強化を推進してまいります。



[アトリエうかい グランスタ東京 - 東京 洋菓子・ギフト「アトリエうかい」](#)

店舗情報

- ・ 店舗名：アトリエうかい グランスタ東京
※クッキーのみのお取り扱いとなります
- ・ 住所：〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-9-1 JR東日本 東京駅構内 グランスタ東京B1
- ・ 営業時間：〈月～土〉8:00 ～ 22:00 〈日・祝〉8:00 ～ 21:00
- ・ TEL：03-6268-0712
※商品のご予約、お取り置きは承っておりません
- ・ 定休日：休業日は館に準じます

オープンの想い

近代の歴史と文化が色濃く息づく東京駅。
国内外から多くの人々を出迎えてきたこの場所で
「アトリエうかい」らしい温もりあるおもてなしの心を胸に、
多彩なクッキーをご用意してお待ちしております。

出店の背景

- ・ 前提として東京は東北新幹線と北陸新幹線、品川は東海道新幹線と利用客のエリアが異なる。東北、北陸エリアは今まで催事も行っていないエリアであった。
- ・ 将来的なグローバル展開に向けて、東京駅は日本の起点となる駅であり長期的インパクトが大きいと考える。
- ・ 人員の効率化、輸送コストの低下、機会損失の減少の観点でも計画した。

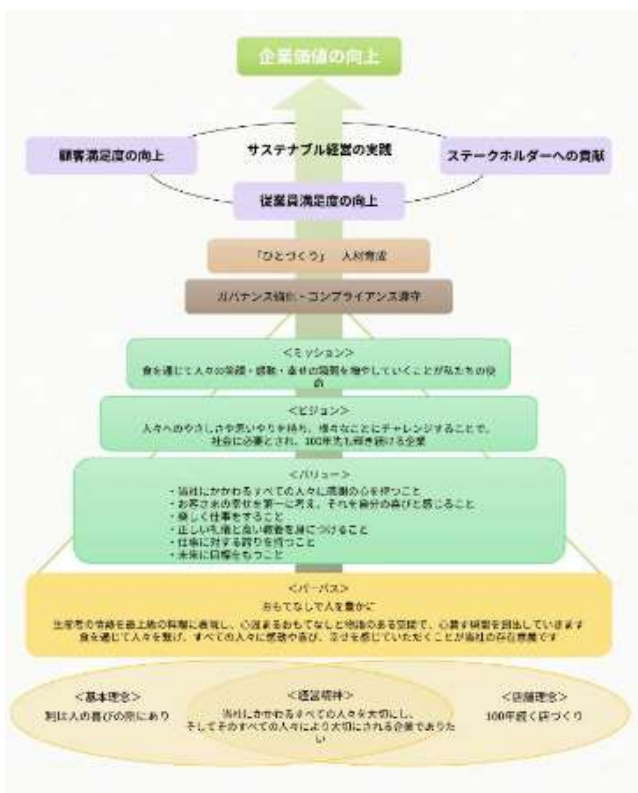
店舗デザイン

- ・ アトリエうかいの従来のブランドカラーである水色ではなく、白色を採用。
- ・ グローバルに物販・製菓を成長していきたいという思いがあり、当社において白色はワールドスタンダードという位置づけであるため本色を採用。
- ・ ドーム状のショーケースや彫刻は東京駅駅舎をオマージュ、アトリエうかい独自ではなくうかいの世界観を取り入れた木彫でうかい様式らしくリ・デザインした。

4. うかいが考えるサステナビリティ

うかいが考えるサステナビリティ

当社は「100年続く店づくり」という店舗理念を掲げ、日本の食文化の発展に貢献できる企業を目指しております。食の安全・安心を提供することはもとより、従業員にとって働きやすい環境を作り、事業活動のなかで「食を通じて」「地域に根ざした」持続的な社会の実現に取り組んでまいります。



■ サステナビリティ基本方針

当社は、社会課題に対する当社の事業価値を明確化するため、ESG経営を推進し、持続可能な社会の実現に向けてステークホルダーの皆様と共に取り組んでまいります。

■ SDGsへの賛同表明

当社は「100年続く店づくり」という店舗理念を掲げ、日本の食文化の発展に貢献できる企業を目指しておりますが、その実現に向けては社会・環境・経済が持続可能であることが前提になると考えております。そこで、事業活動を通じて持続可能な社会の実現に貢献するためSDGsの重要課題（マテリアリティ）を特定し、取り組みを推進してまいります。



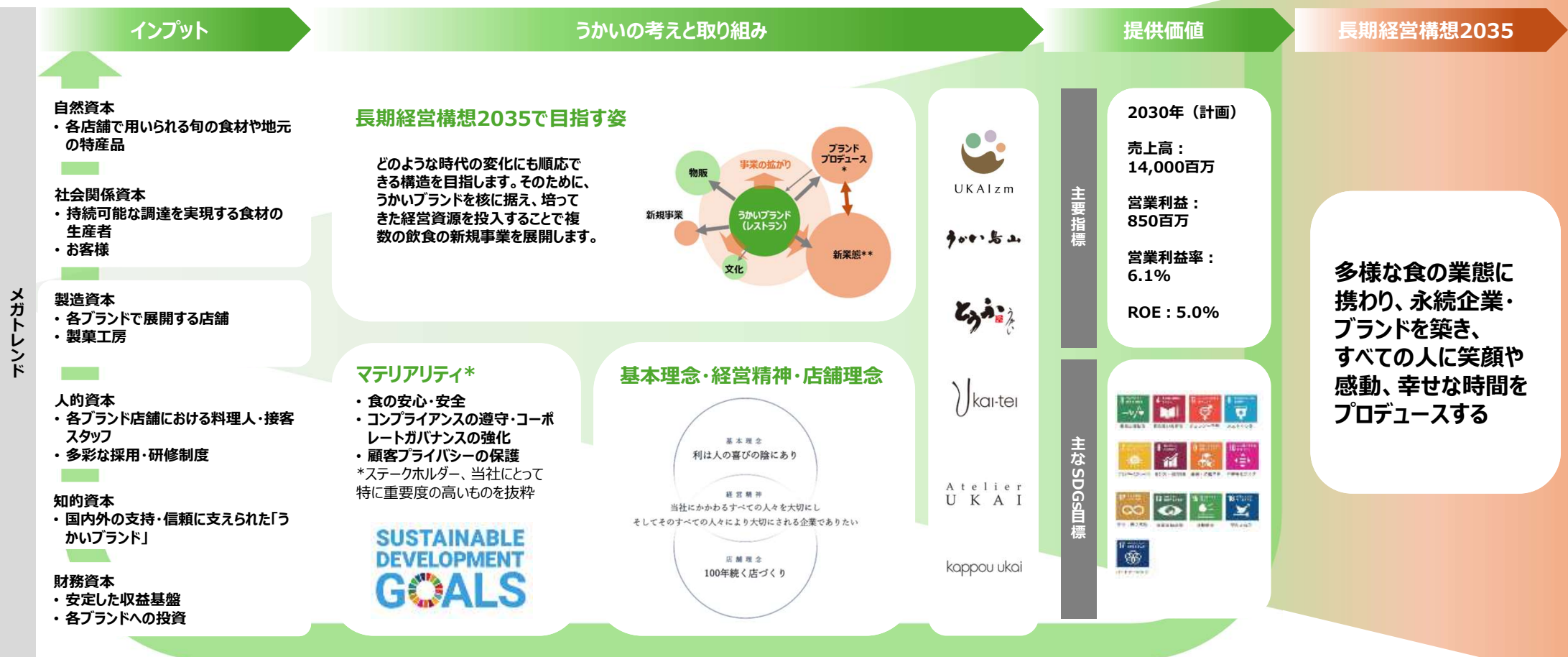
■ パートナiership構築宣言

当社は経営理念に基づき、サステナビリティの実践により取引先の皆さまと良好なパートナーシップの継続を目指してまいります。



価値創造の仕組み

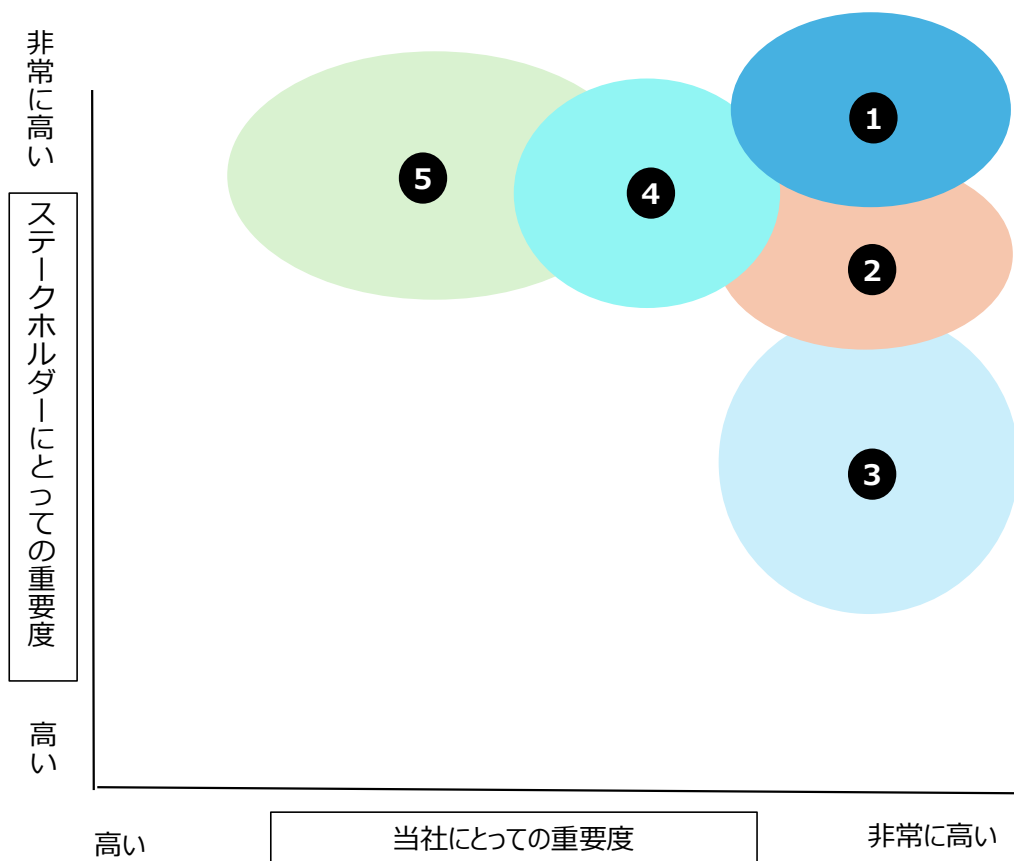
うかいならではの考えを持ちつつ多様な資本をインプットすることで、みなさまへ価値を提供してまいります。



※記載しているインプット、ブランドは例

マテリアリティ

基本理念に沿う形でサステナビリティの取組みを更に進化させ、パーパスの実現を目指すことを目的に、当社が取り組むべき重要課題である5つのマテリアリティを特定しています。



マテリアリティ	
1	食の安全・安心
2	コンプライアンスの遵守・コーポレートガバナンスの強化
	顧客プライバシーの保護
3	仕事への誇りや働き甲斐が持てる労働環境づくり
	人財育成・イノベーションの創出
	ダイバーシティ&インクルージョンの推進
4	地域社会への貢献を通じた食文化発展への寄与
5	循環型経済への貢献・廃棄物、食品ロスの削減
	低炭素社会への貢献・省エネ活動の推進
	持続可能な水資源の利用
	生物多様性の保護

E 環境課題への取り組み

■ 循環型経済への貢献、廃棄物・食品ロスの削減



<プラスチックの削減・環境に配慮した素材の使用>

- ・ 紙や竹製ストローの使用
- ・ 手提げ袋等へのバイオマスインクや再生紙などの使用



<食品ロス削減の取り組み>

- ・ 適正量の発注による廃棄ロスの削減
- ・ 廃棄物として処理される食材に新しい価値を創出し、健康にも配慮したメニューとして提供
- ・ おからを家畜の飼料として外部業者へ委託し、牧場で使用



おからの再利用：おからのパン、お揚げと卵の花和え、おからワッフル、おからチエロス、おからシフォンケーキ、白あんの隠し味など（製造時にでる油あげB級品の有効活用：和え物、味噌汁の具材等）



<価値あるものを長く使用する取組み、（捨てない文化）の醸成>

- ・ 高性能の鍋やフライパンなどの調理器具類の補修、長期利用

■ 低炭素社会への貢献・省エネの推進



<快適な空間提供に配慮した適切なエネルギー管理の推進>

- ・ 店内厨房設備の照明のLED化、エネルギー効率の高い設備への更新
- ・ クールビズ・ウォームビズの推進による適切な空調管理を実施、アイドルタイムにおける電源オフ

■ 持続可能な水資源の利用



<持続可能な水資源の利用による高品質な「食」と「空間」の提供>

- ・ 適切に管理し、循環された水を基調とした穏やかな庭園の中で、心地よい空間を提供

■ 生物多様性の保護



<限りある自然資本を大切に育む活動の推進>

- ・ 建設時における周辺環境に配慮した店づくり
- ・ 「高尾山麓のはちみつをつかったお菓子で知る 人と自然の共生」にて、養蜂を通じて自然環境保護の大切さを発信する活動の推進
- ・ 箱根仙石原湿原の生態系の保護・回復を目的とする箱根トラスト制度募金箱



S 社会課題への取り組み

■ 仕事への誇りや働き甲斐が持てる労働環境づくり



＜うかいの経営精神を受け継ぐ、皆が誇りを持てる職場環境の実現＞

- ・ 自己申告制度などを通し「現場の声」を課題改善に反映。現場で働く人々の考えや思いを重視した改善活動の推進
- ・ わかりやすく且つ公平で「役割・行動・成果」に基づいた適正な評価及び処遇を実現できる人事評価制度の再構築
- ・ 働き方改革の推進と、当社基本理念「利は人の喜びの陰にあり」の社内浸透の取り組み

■ 人財育成・イノベーションの創出



＜社員自身が成長を実感できるキャリアアップ支援の推進＞

- ・ 各種研修制度の充実
新卒入社（導入研修、フォローアップ研修、バス（他店舗見学）研修など）、中途入社（初期研修など）、中堅社員（主任研修、副主任研修など）、管理職（コンプライアンス・ハラスメント研修、評価者研修など）
- ・ 他店舗研修（和食⇄洋食）による、調理技術やサービスレベルの向上
- ・ その他、希望者による各種勉強会の実施
（日本酒研修会、ワイナリー研修、英会話など）
- ・ 「UKAI Academy～鉄板コース～」を新たに設置。プロフェッショナルとしての成長を支援。専門知識やスキルの向上を目指す環境づくり



■ ダイバーシティ&インクルージョンの推進



＜多様性を尊重した職場環境づくり＞

- ・ 女性が働きやすい職場環境づくりの推進
- ・ 女性管理職の育成 働き続けられる、キャリアアップが出来る職場づくり
- ・ 障がい者雇用の促進 農園の拡充や店舗、バックオフィスなどで働き甲斐を実感できる環境づくり
- ・ 外国人の雇用 「外食業分野における特定技能(1号)」などによる雇用の推進と、働き続けられる、キャリアアップが出来る環境づくり



■ 地域社会への貢献を通じた食文化発展への寄与



＜フードロスの削減を通じた新しい価値の創出＞

- ・ 品質の良い規格外品の温州みかんやワイン用に使われたブドウを活用したデザートの開発
- ・ 栽培する過程で摘果された使用されない青みかんや完熟みかんを自家製のペーストやジャムにしたショコラの開発。ショコラには、地球環境にも配慮した生産方法で栽培・収穫されるサステナブルカカオを使用。
- ・ 厳選した極上和牛の切り落とし肉を活用したパスタソース
- ・ 小学校などの教育機関向けに、とうふのおいしさを伝える食育研修を実施
- ・ 高尾で養蜂について考えるという勉強会を専門学校など交えてパネルディスカッション等の実施



G ガバナンスへの取り組み

■ 食の安全・安心

<ISO22000認証、HACCP基準を遵守した衛生管理体制の強化>



- 自社製造品のラベル表示におけるアレルギー、産地、食品添加物等の情報は法令遵守し、適正な表示がされていることを確認してから販売
- 製品の賞味期限は、公的なガイドラインを基に微生物検査、理化学検査、官能検査を行い設定
- 食品ロス低減を目的とした賞味期限延長の検討の際は、すべての検査が合格した時点での製品規格書の改訂を徹底
- 飲食店舗では、定期的な食中毒防止講習会および冬季はノロウイルス検査を実施し管理体制を強化



アトリエうかい八王子工房では、食品安全マネジメントシステム国際規格 ISO22000 認証取得



プライスカード

■ コンプライアンスの遵守・コーポレートガバナンスの強化



<公平・公正な経営基盤の構築>

- ハラスメント防止の取組みとしてホットライン相談窓口を設置
- 定期的なコンプライアンス研修の実施、社内浸透の取組みの推進
- 定期実施のリスク管理委員会、コンプライアンス分科会での啓蒙、推進

<顧客プライバシーの保護>

- 情報セキュリティ対策として「標的型攻撃メール訓練システム」を導入
- 従業員のリテラシー向上およびリスクに対する理解を深めることを目的に定期的に訓練を実施

取組み① 高尾山麓のはちみつをつかったお菓子で知る、人と自然の共生

関係者と一体化した循環型環境への取組み

■ 取組みの概要

1964年に自然豊かな高尾山麓に「うかい鳥山」を創業したうかいグループ。

その洋菓子店「アトリエうかい」は、高尾山麓や八王子に養蜂場を有するはちみつ専門店「L'ABEILLE」の百花蜜と出会い、期間限定スイーツを販売したことがきっかけとなり、始まったプロジェクトです。

WEBサイトでは特設ページを立ち上げ、養蜂場見学や採蜜体験のなかで得たミツバチの自然共存活動や高尾山の豊かな自然や歴史を発信しました。

また、「うかい鳥山」でミツバチを支える養蜂家と高尾山を熟知した自然解説員をゲストに招いたイベントを開催し、専門学校や大学の学生さんに向けてさまざまな角度からトークを繰り広げました。そして、限定スイーツを試食していただきながら、食べることが身近な自然と未来の第一歩であることを一緒に考えました。

2025年5月3日には、自然の魅力を伝える人、ミツバチを育てる人、はちみつでお菓子を作る人が集まり（株うかい、L'ABEILLE、(株)高尾ビジターセンター、TAKAO 599 MUSEUM）、食と自然の繋がりと魅力を体験するイベントを開催（30名参加）し、地域と一体化した環境循環の取組みを実施しました。

～ 高尾の自然保護と地域発展に関する取組み ～



取組み② 南濃みかんを使ったチョコレートを発案し、地域経済や廃棄物削減に貢献

物販事業のアトリエうかいにおいて、パティシエの故郷の特産品である南濃みかんを余すことなく活用したチョコラセクションを発案。高齢化・過疎化が進む地元農家への支援や廃棄物削減に貢献しております。

■ 取組み概要

- ・ グランシェフパティシエの鈴木滋夫氏は**みかん農業を守ることに少しでも繋がってほしい**という思いから、故郷の岐阜県南濃町の特産品、南濃みかんを使った菓子作りに挑戦
- ・ 南濃みかんは酸味があり香り豊かな皮が厚めで、菓子作りに適している
- ・ 製造工程においては、通常であれば廃棄される**摘果みかんの果汁に加えて皮もすりおろして使用**
- ・ 栽培する過程で摘果された使用されない青みかんや、完熟みかんを自家製のペーストやジャムにして使用したチョコラは**海津市のふるさと納税返礼品**として各種サイトで販売

■ 関連写真

グランシェフパティシエ
鈴木滋夫氏



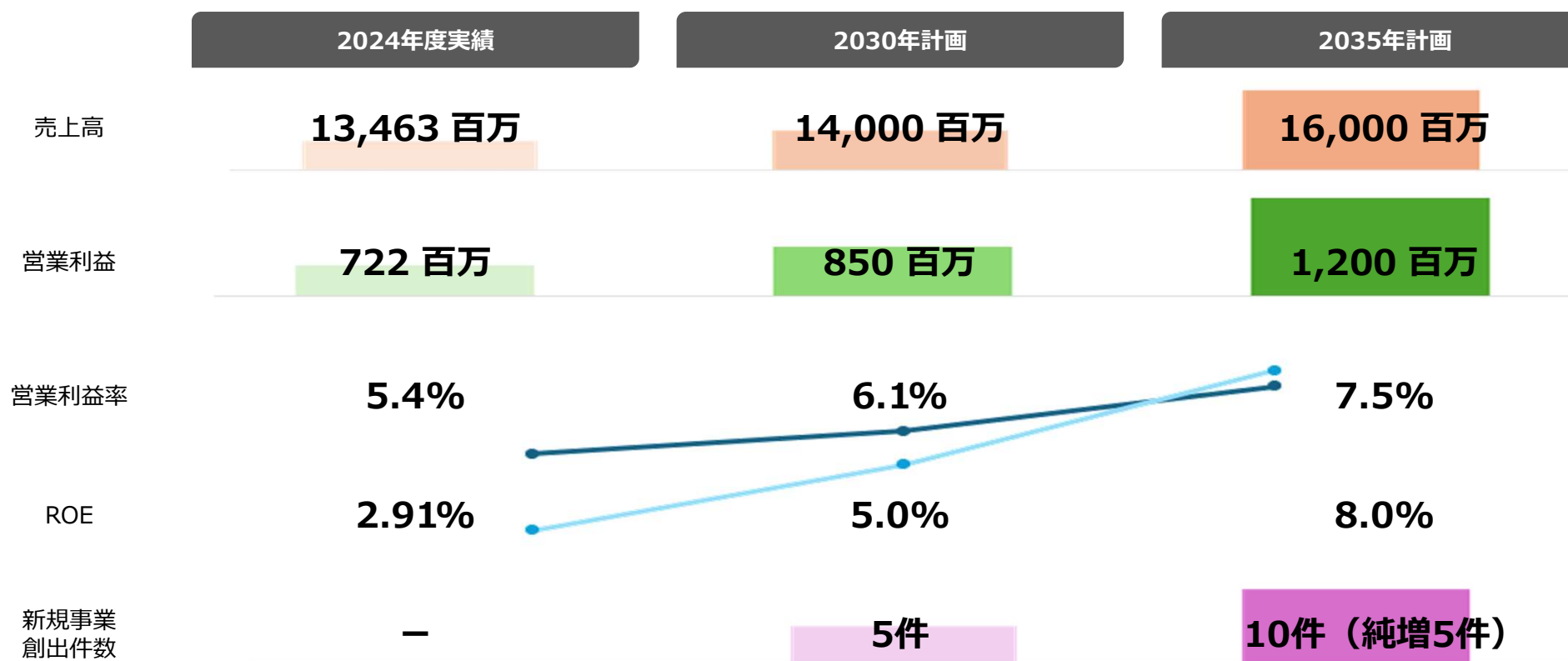
南濃みかんチョコラセクション



5. 主要指標

主要指標

長期経営構想・中期経営計画で重視している経営指標は以下の通りです。
計画の実現に向けて売上高増、営業利益向上を推進していくほか、新規事業を創出していまいります。



U K A I

本資料で開示されているデータ及び将来に関する予測は、
本資料発表日現在の判断や、入手可能な情報に基づくものであり、
経済情勢や市場動向の変化等、さまざまな要因によって変化する可能性があります。
記載された目標・予想等の達成及び将来の業績を保証するものではありません。