



モスグループの経営

株式会社モスフードサービス
代表取締役社長
中村栄輔

トッププロフィール

- 氏名 : 中村 栄輔
- 生年月日 : 1958年6月13日
- 出身地 : 福岡県三潴郡大木町
- 趣味 : サッカー
- 血液型 : B型
- モスとの出会い : 1977年 世田谷のお店がきっかけ
- 入社年 : 1988年



目次

1. 会社概要
2. 理念経営
3. モスの強み
4. 業績サマリー
5. 今後の経営戦略
6. アフターコロナを見据えた対応方針
7. 配当及び株主優待制度

1. 会社概要

会社概要

- 会社名 株式会社モスフードサービス
- 証券コード 8153（東証1部）2022年4月よりプライム市場
- 設立 1972年7月21日
- 資本金 114億1,284万円
- 代表者 代表取締役社長 中村栄輔
- キャスト数 社員数（連結） 1,377名
全国キャスト数 約25,000名
- 事業内容 加盟店方式によるハンバーガー専門店
「モスバーガー」の全国展開、その他飲食事業など

（2021年3月31日現在）

モスの創業

モスバーガー1号店「成増店」



- ・1972年3月12日オープン
- ・東京都板橋区成増
- ・八百屋の倉庫を改築
- ・面積2.8坪
- ・客席なし（立食スタイル）
- ・空調なし
- ・初期投資180万円



モスの創業

創業者：櫻田 慧（さくらだ さとし） 1997年逝去



「アメリカで味わったうまいハンバーガーを日本の方々に食べていただきたい」という思いから、証券会社を脱サラした3人の日本人でモスバーガーを創業

モスの意味

Mountain 山のように気高く堂々と



Ocean 海のように深く、広い心で

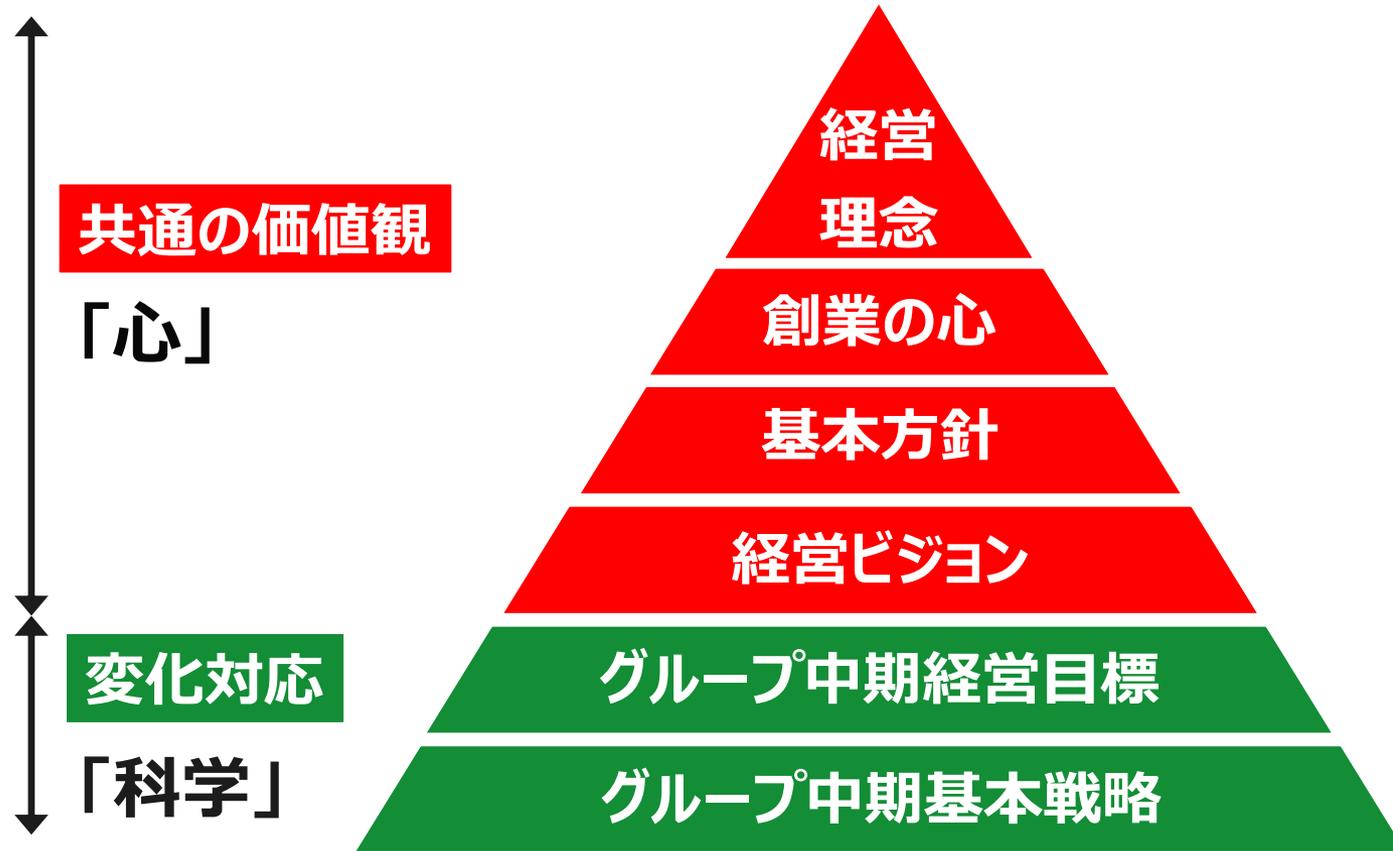


Sun 太陽のように燃え尽きる
ことのない情熱を持って



2. 理念経営

モスグループの経営



モスグループ共通の価値観



経営理念

「人間貢献・社会貢献」

お客さまや地域社会と深く結びつき、
真心をこめたサービスを提供することを
通じて社会に貢献する

モスグループ共通の価値観



創業の心

「感謝される仕事をしよう」

モスグループ共通の価値観



基本方針

モスバーガー基本方針

お店全体が善意に満ちあふれ

誰に接しても

親切で優しく

明るく朗らかに

キビキビとした行動

清潔な店と人柄

そういうお店でありたい

「心のやすらぎ」

「ほのぼのとした暖かさ」と

感じて頂くために努力しよう

慧
櫻田

モスグループ共通の価値観

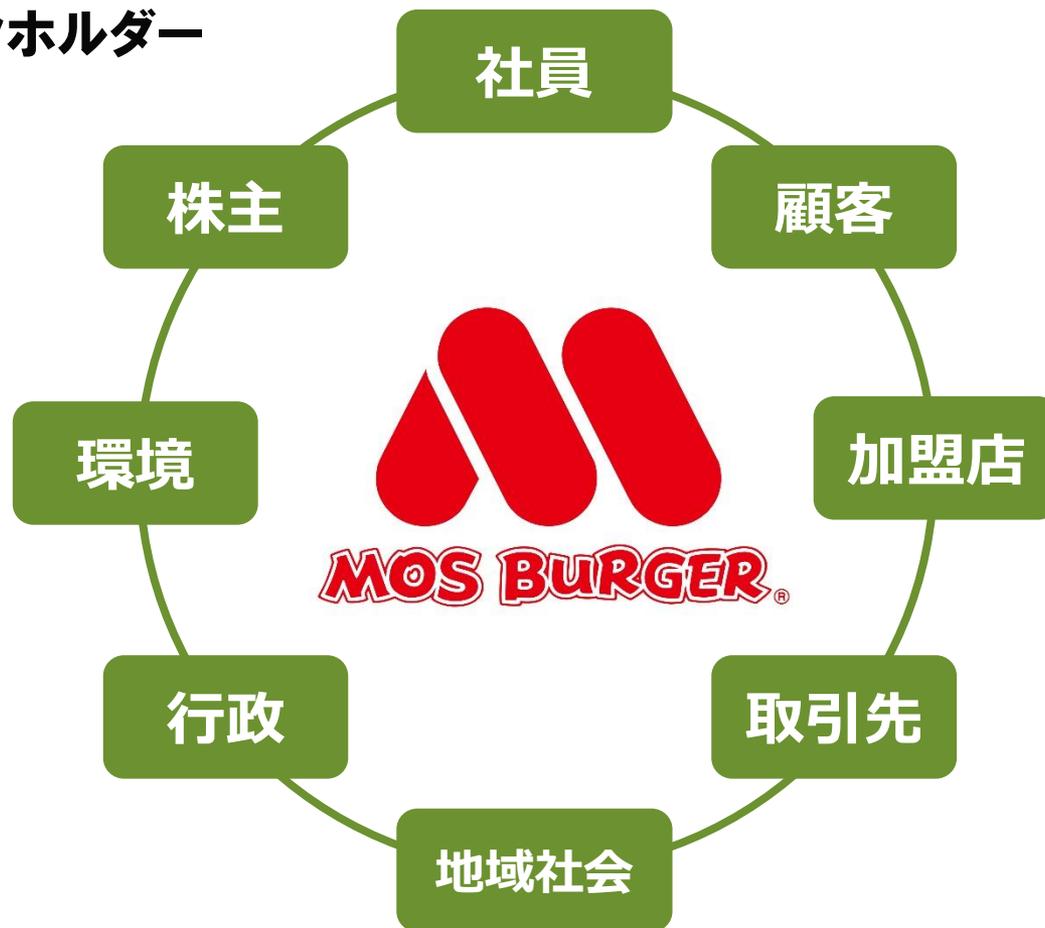


経営ビジョン

「食を通じて人を幸せにすること」

モスグループ共通の価値観

8つのステークホルダー





3. モスの強み

モスの強み（商品）



「アフターオーダーシステム」

圧倒的なおいしさを目指し、
ご注文を受けてから商品の一つひとつ手作り



「日本の食文化を表現」

味噌・醤油といった発酵食品など
日本の食文化を生かしたハンバーガーを開発



「医食同源という考え方」

医薬と食事の根源は同じ
栄養バランスや健康にも配慮した商品づくり

モスの強み（商品）

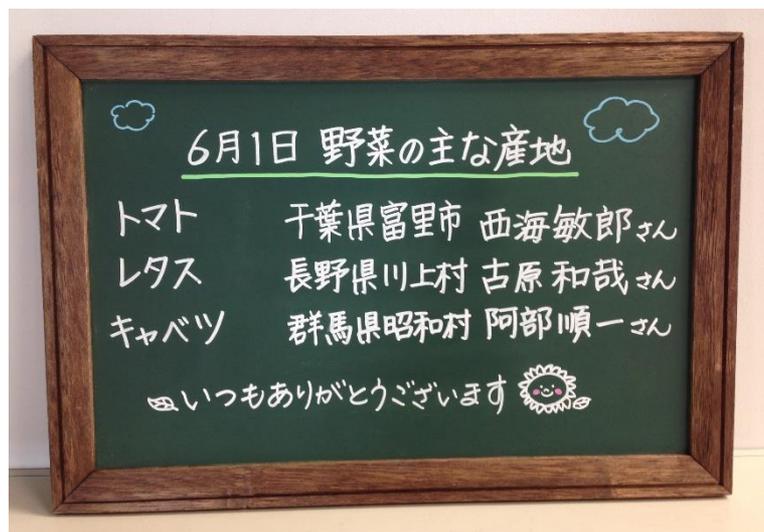
モスが最初にはじめた商品



モスの強み（生産者の顔が見える「モスの生野菜」）

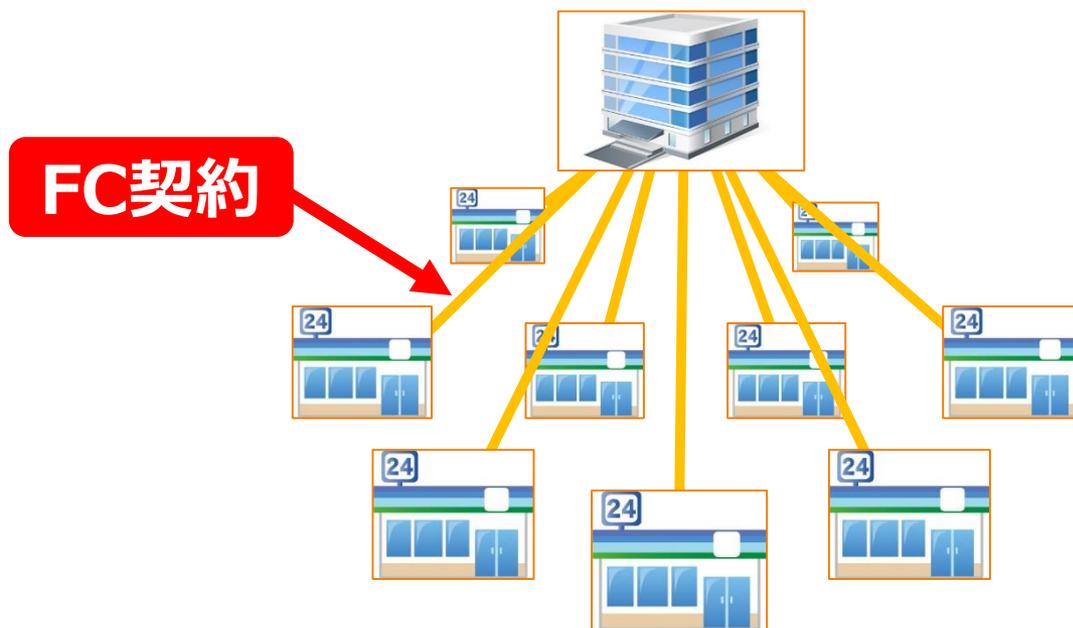


- できるだけ農薬や化学肥料に頼らず栽培
- 栽培内容等をモスの専門スタッフが確認
- 全国約2,400軒の協力農家から調達
- 丸のままの生野菜を店舗で毎日仕込み



モスの強み（組織）

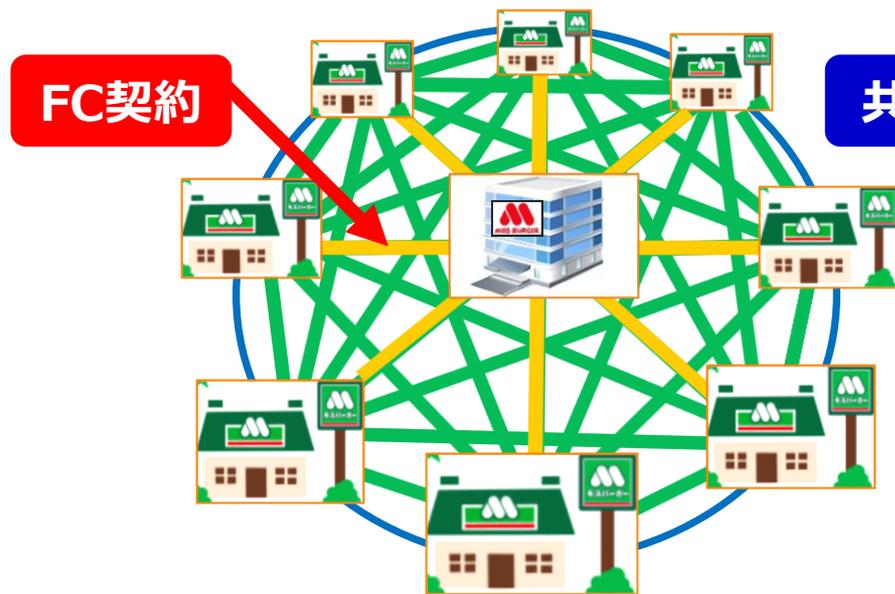
一般的なフランチャイズシステム



垂直統合型組織

モスの強み（組織）FVC

モス型フランチャイズシステム – 共栄会と本部のつながり –



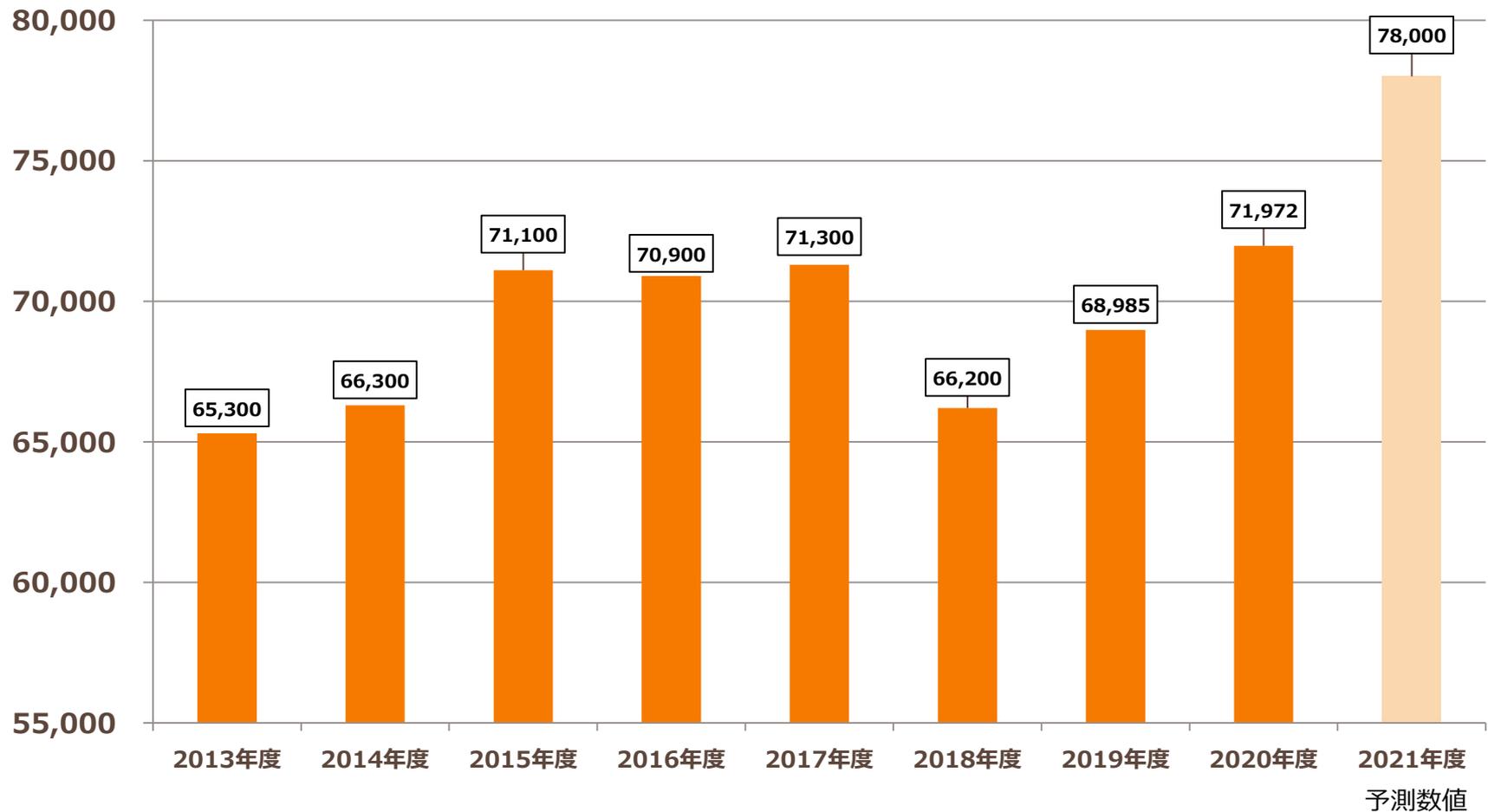
「モスバーガー共栄会」
理念を共有した加盟店と本部が共通目標達成の為に協働活動を行う組織。
(1980年発足)

水平統合型組織

4. 業績サマリー

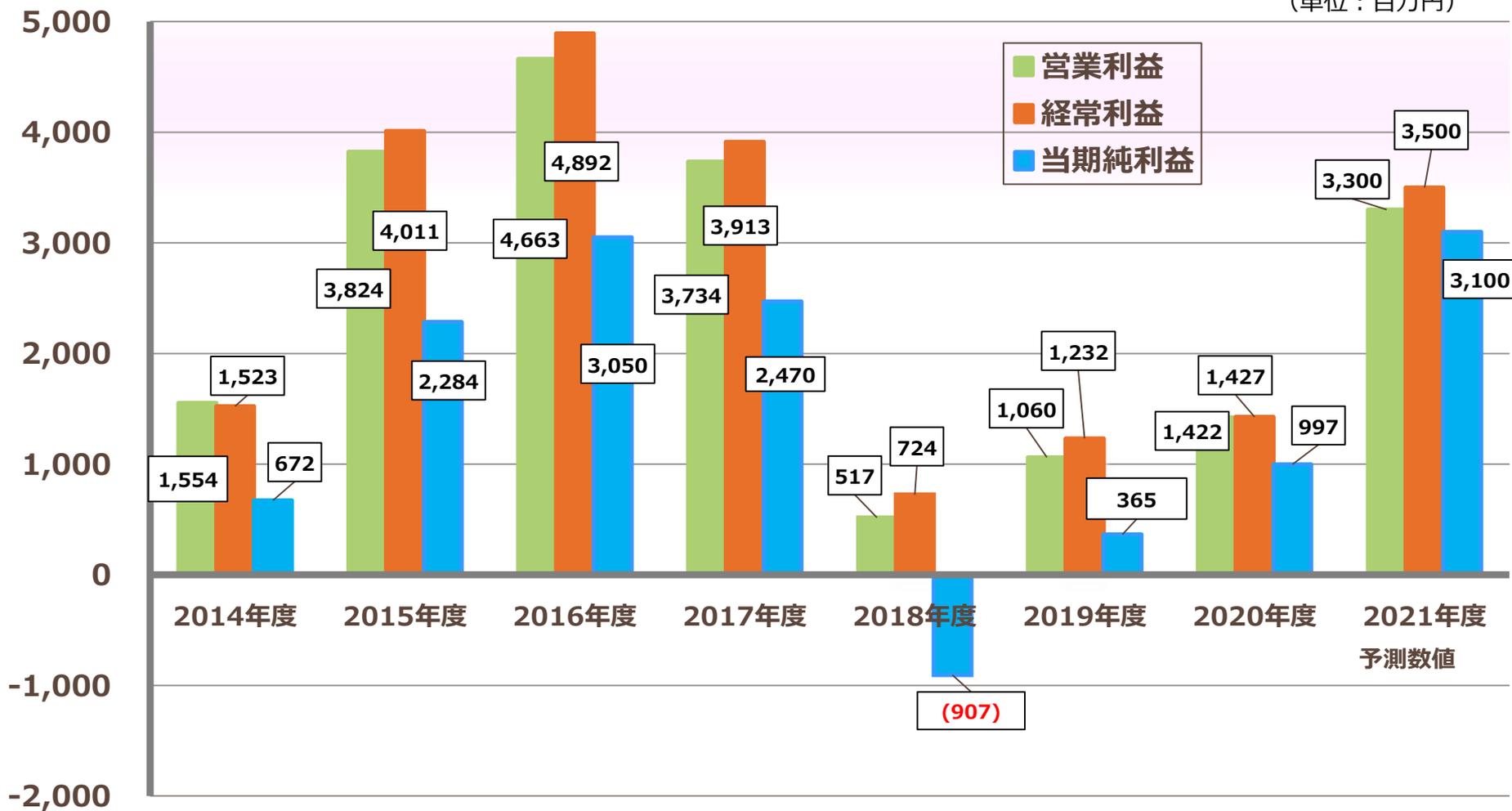
業績サマリー ～売上高の推移（連結）～

(単位：百万円)



業績サマリー ～連結損益推移～

(単位：百万円)



5. 今後の経営戦略

2021年度 重点施策（セグメント別）

中期計画施策の発展・強化・推進

国内モス事業

- ・変化対応
店舗多様化・テイクアウト・デジタル
- ・価格改定

海外事業

- ・出店の促進
デリバリー推進・旗艦店出店
完全非接触型店舗出店

その他飲食事業

- ・収益力の改善
テイクアウト強化

その他施策

- ・ブランド活用新事業

全社横断テーマ

- ・SDGsの更なる推進

国内モスバーガー事業

マーケティング施策②

テーマ

MOS JAPAN PRIDE 2021

CHANCE ～新たな時代に、新たな価値を～

9～11月

11～1月

1～3月

Focaccia Sand
フォカッチャサンド
高橋マリーゼーゼ
& グラサビシクワリキ

食べたら、気分はアウトドア。

¥830
税込 ¥420

まぜるはやく
アップル
マジョー
ぶどう
長野

¥310 ◎ ¥380

さあ、スキヤキが
おいしい季節。

¥590
タワル ¥820

期間限定
とびきりとろったま
スキヤキ仕立て
とびきりハンバーグサンド

とびきりチーズ ¥470
とびきりソース ¥440
とびきりソース ¥490

福 MOS BURGER
Milakuma
モス福袋
数量限定 ¥3,000 1人3食まで
期間 12月30日(木)～販売開始!
限定 ネット特別予約 12月7日(水)～
ネット特別予約で完売する場合がございます。

期間限定
12月7日(水)～12月26日(日)
※12月30日(木)～2022/1/10(日)まで

3,000円
+送料 ¥200

1 QRコードを読み取り、アクセスした
ページから「モス福袋」を選択する。入会
2 「店舗検索」で予約したいお店を
決めて店舗検索を入力
3 受取店舗に、
ご予約のお店でお受け取りください!

和風旨だれの
とり竜田バーガー
期間限定
とり竜田バーガー
¥390
※モスで
食べれば!

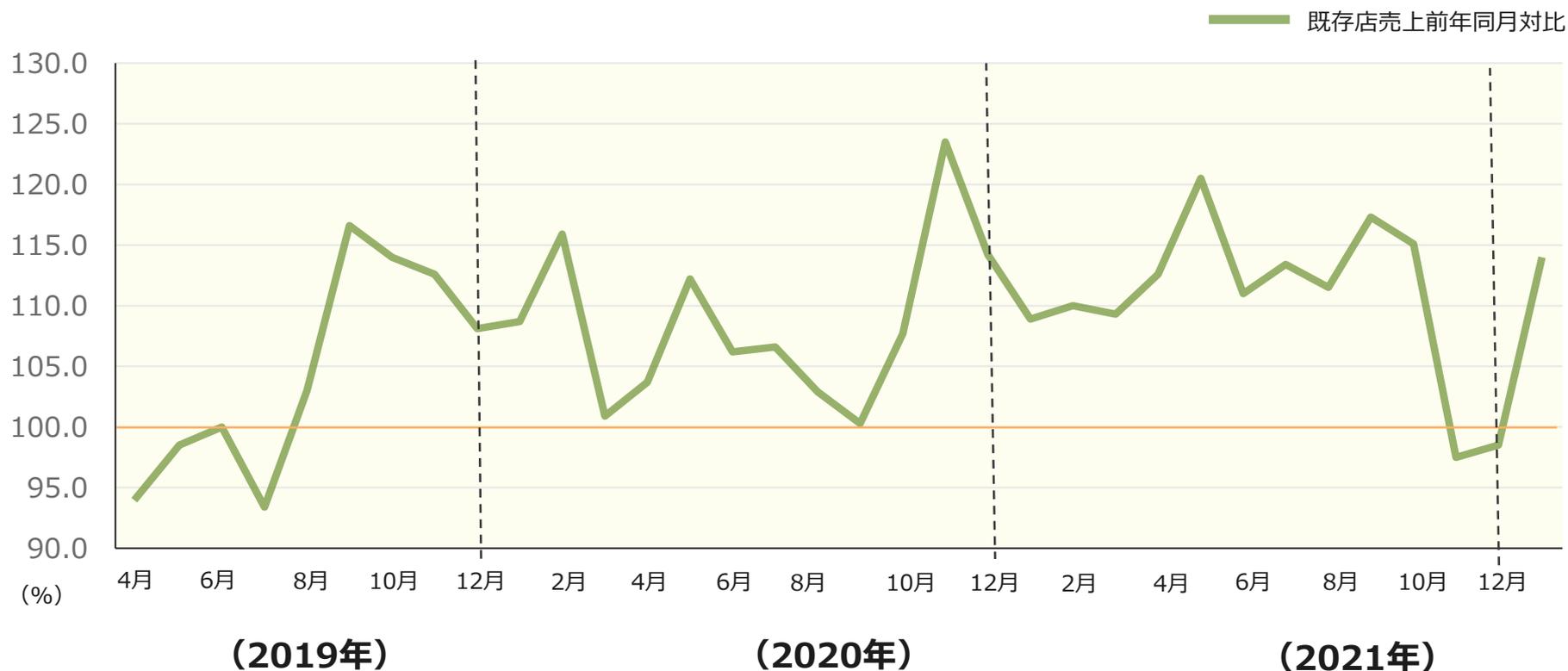
オーロラソースの
チキンバーガー
定番
チキンバーガー
¥290



下期展開

国内モスバーガー事業 ～売上前年同月対比～

10月まで既存店売上27ヵ月連続で前年超え



国内モスバーガー事業

出店強化のための多様化推進②

テイクアウト需要に対応した新立地

テイクアウト専門店



綾瀬店
12月オープン

小型店舗



エミオ練馬高野台店
25坪以下の出店フォーマット

ニューノーマル対応店



キッチンカー
需要対応型移動店舗

国内モスバーガー事業

テイクアウト強化

お客さまの利便性向上と生産性改善の両立

ドライブスルー

デリバリー

ネット注文



<実証実験中>

- ・高効率厨房機器の導入
- ・オペレーションの改善

商品提供時間が大幅短縮



Demaecan

567店舗まで拡大 (12月末)



事前決済によるスムーズな受取

国内モスバーガー事業

デジタル施策の強化

自社デジタルメディアの活用と若年層向けのSNS展開

(2021年12月末時点)

Twitter フォロワー



約114万人

WEB会員数



約473万人

アプリダウンロード数



約485万DL

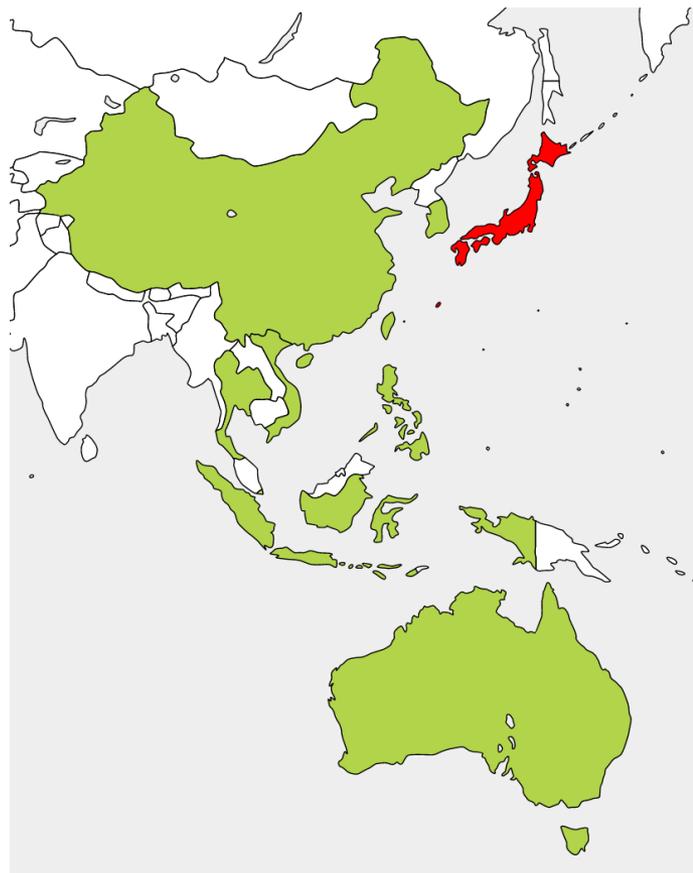


海外事業

9つの国と地域に展開中
今期末までの目標450店舗を達成！

各国・地域の出店状況

		国・地域	店舗数
1		台湾	302
2		シンガポール	54
3		香港	39
4		タイ	21
5		インドネシア	2
6		中国	8
7		オーストラリア	4
8		韓国	14
9		フィリピン	6
10		ベトナム	0
		計	450



※出店順、2021年12月末現在

海外事業

日本生まれのブランド力を生かした事業展開

“獺祭”コラボ商品の販売



台湾ほかシンガポール・香港でも実施

新業態パスタ専門店 モスとの併設展開



MOS CUCINA 銅鑼灣希慎廣場店
香港にて「MOS CUCINA
(モスクッチーナ)」オープン

その他飲食事業

グループ店舗のご紹介

マザーリーフ



7店舗

紅茶とアメリカンワッフルの専門店

マザーリーフティースタイル



7店舗

セルフスタイルの紅茶専門店

あえん



5店舗

旬菜料理の和食レストラン

モスプレミアム

2店舗

大人のためのハンバーガーレストラン

モスド

1店舗

ミスタードーナツとのコラボショップ

カフェ山と海と太陽

1店舗

クイックスタイルのハンバーガーショップ

シェフズブイ

1店舗

旬の野菜を主役にしたレストラン

ミアクッチーナ

2店舗

フードコート向けパスタ専門店

その他飲食事業

多様なニーズに対応し収益力を改善 テイクアウトや物販強化

マザーリーフ ティースタイル



若年層へSNSで話題の商品も展開
テイクアウト向きのメニューへ改良

あえん



宴会・パーティーから
おひとりさまへのメニューを強化

カフェタイム「和スイーツと和紅茶」提供
テイクアウトやデリバリー強化

その他施策

モスブランドを活用した新事業展開 新たなビジネス領域への積極的参入

冷凍ライスバーガー



Oisix向け商品

お菓子



UHA味覚糖コラボ

生協への展開



ひんやりドルチェ
バイクドチーズ

エコアイテム



モスライフスタイルグッズ

全社横断テーマ

SDGsの更なる推進

環境対応



環境に配慮した包材

産地応援



ご当地「まぜるシェイク」

プラントベース商品



グリーンバーガー

ひんやりドルチェ
カップ 木いちご



全社横断テーマ

SDGsの更なる推進

外出困難者の就労機会創出



大崎店限定
分身ロボット

—オリヒメ—
OriHimeを
体験してみませんか?

モスバーガーでは株式会社オリイ研究所さまと協力し、分身ロボット「OriHime(オリヒメ)」を活用することにより、障がい者の方々が安心して働ける主台づくりのお手伝いをしています。

※営業時間 17:28(水)～8:31(木)

14 アシストセルフレジ
OriHimeと一緒にセルフレジは交えてみませんか?
OriHimeがお客様のご注文をお届けします!

15 OriHimeポーター
OriHimeがお客様のご注文をお届けします!

※詳細は、イフサドはホームページです。

OriHime 接客時間
平日14:00～17:00
祝日・お盆(8/13(金)～16(月))は除く ※詳細は店舗のホームページです。

分身ロボット実証実験

医療関係者 応援企画



モスバーガー
ありがとうブルーチケット

期間中、このチケットでモスバーガー、テリヤキバーガーのいずれか1個を無料でお試しください。 ※写真はイメージです。

お引き換え有効期間
2021年8月1日(日)～10月31日(日)

モスバーガー
※ソイゼイに変更できます。

テリヤキバーガー
※ソイゼイに変更できます。

ありがとうブルーチケット

SDGs情報発信強化



「モスの森」HP公開

アフターコロナを見据えた対応方針

変化対応による企業価値の向上

外部環境変化の展望

社会・暮らし	SDGs・カーボンニュートラル
	業種間のボーダーレス化
	デジタル技術の進展
	消費の二極化
働き方	都心一極集中の緩和
	人手不足
生活者ニーズ	テレワークの増加
	衛生的な空間
	スムーズなサービス
	テイクアウト・デリバリー
	リアルならではの体験

モスの対応方針

生産性向上	本社部門の業務改善、テレワーク推進、働き方改革	本社経営
チェーンの活性化	新規加盟の強化と事業承継支援、および店舗再配置による出店・改装の推進	加盟店施策
店舗パッケージ開発	投資コストとオペレーション負荷を抑え、多様な出店を可能にする店舗パッケージの見直し	マーケティング・店舗づくり
社会課題の解決	ビジネスを通じてSDGsの達成を目指すマーケティングと店舗づくりの展開	
差別化	モスならではの「おいしさ」と「おもてなし」の磨き上げ	新規売上創出
利便性向上	ネット注文やセルフレジなど、お客様に快適にご利用いただくためのIT投資の継続	
デリバリー拡大	デリバリー市場の拡大に対応できる体制の整備	
中食・ディナー対応	中食やディナーのニーズに合わせた商品や機器の投入	新規売上創出
物販商品の展開	モスブランドの加工食品やグッズなど、新たなカテゴリー商品の提案	

6. 配当及び株主優待制度

配当及び優待制度

■ 配当金・配当性向推移

年度	2019年度	2020年度	2021年度 (予想)
中間配当金	14円	11円	12円
期末配当金	14円	11円	14円 記念2円
年間配当金	28円	22円	28円
配当性向	236.5%	68.0%	—

■ 株主優待

- 100株以上300株未満…………… 2,000円
(500円×2枚×年2回)
- 300株以上500株未満…………… 6,000円
(500円×6枚×年2回)
- 500株以上1,000株未満…………… 10,000円
(500円×10枚×年2回)
- 1,000株以上…………… 20,000円
(500円×20枚×年2回)



●モスバーガーとミスタードーナツで相互利用が可能●

**50th
ANNIVERSARY!**