



株式会社テンポスホールディングス

# 2022年4月期第3四半期 会社説明資料

飲食店の5年後の生存率を9割にする

**JASDAQ**  
(証券コード2751)

## 2022年4月期第3四半期の業績結果

### ■ 物販事業

売上高は158億54百万円（前年同期比21.8%増）、セグメント利益は19億36百万円（同42.6%増）となる。物販事業に属する「テンポスバスターズ」「キッチンテクノ」「テンポスドットコム」の3社全て、コロナ禍前の2020年4月期第3四半期累計期間の業績を上回る。

やりました！  
「情報とサービス」を売ることで「物」が売れる商売へ方向転換中。少しずつ成果が出てきた。

### ■ 情報・サービス事業

売上高は25億28百万円（前年同期比31.5%増）、セグメント利益は62百万円（前年同期はセグメント損失82百万円）と大きく伸びたように見えるが、情報・サービス事業に属する会社の多くは今期予想に対して計画倒れと、いまだコロナ禍前の状態には回復せず。

なんてこった……。情報とサービス単体の成功はまだまだ。

### ■ 飲食事業

売上高は40億29百万円（前年同期比21.5%減）、セグメント損失は3億86百万円（前年同期はセグメント損失5億24百万円）と昨年に引き続き大幅な赤字だが、助成金というありがたい点滴のおかげで経常利益は1億89百万円となる。

試行錯誤しながら、のたうちまわりながら、あさくまの新しい価値を創り上げていく。

# 2022年4月期第3四半期の連結業績

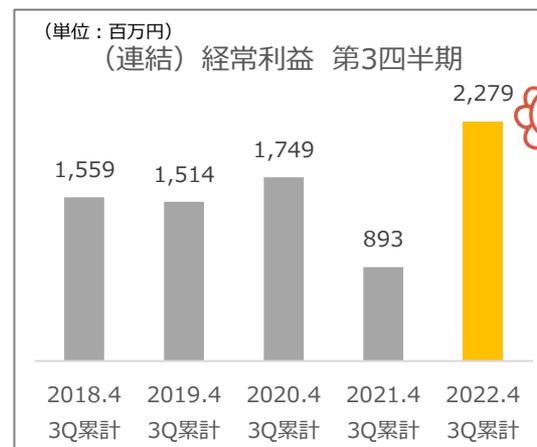
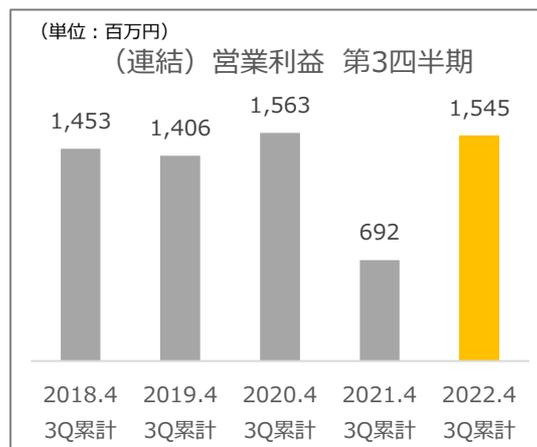
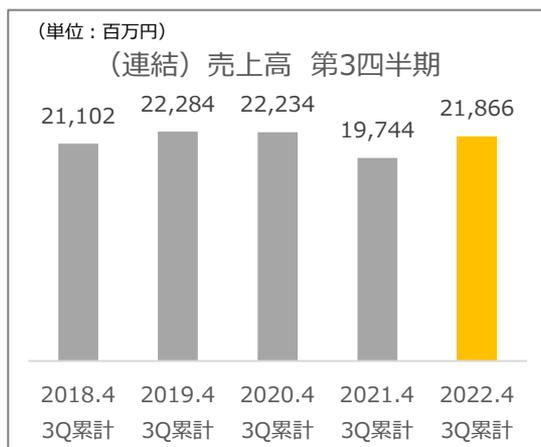
## ■ 2022年4月期第3四半期の連結業績

	2021年4月期 第3四半期	2022年4月期 第3四半期	前年同期比
売上	197億44百万円	218億66百万円	110.8%
売上総利益	78億70百万円	80億88百万円	102.7%
営業利益	6億92百万円	15億45百万円	223.1%
経常利益	8億93百万円	22億79百万円	255.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	1億20百万円	13億47百万円	1123.1%

## ■ ROE・ROA・自己資本比率の比較

	2021年4月期 第3四半期	2022年4月期 第3四半期
自己資本当期純利益率(ROE)	1.2%	12.0%
総資産利益率(ROA)	0.7%	7.4%
自己資本比率	60.4%	61.8%

11倍!



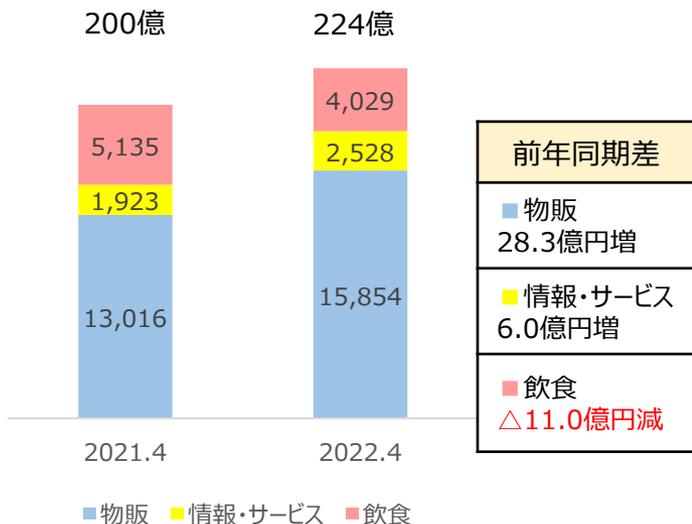
# 2022年4月期第3四半期 セグメント別業績

※2021年4月期第2四半期より、株式会社テンポスドットコムは、情報・サービス事業から物販事業に変更いたしました。

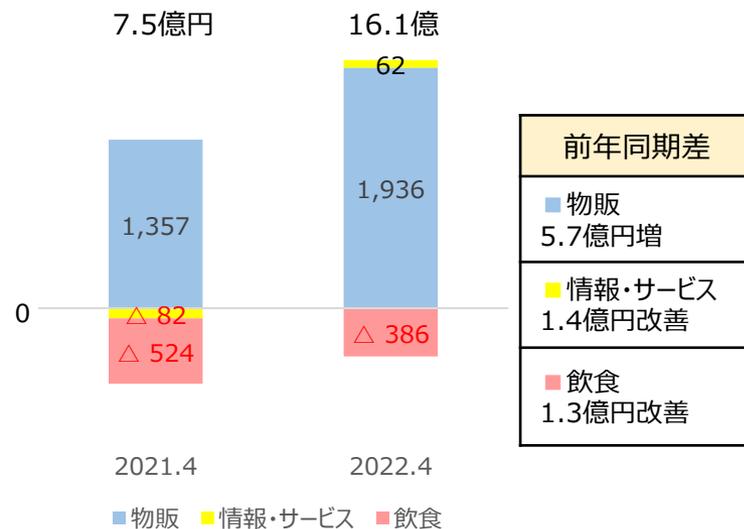
単位：百万円

	科目	2021年4月期 第3四半期	2022年4月期 第3四半期	前年比	詳細
物販事業	売上高	13,016	15,854	121.8%	新店オープン顧客の増加、助成金を活用した厨房機器の入れ替え購入の増加。
	セグメント利益	1,357	1,936	142.6%	
情報・サービス事業	売上高	1,923	2,528	131.5%	2021年9月の緊急事態宣言解除により、人材派遣が若干の回復。内装工事事業が好調。
	セグメント利益	△82	62	黒字化	
飲食事業	売上高	5,135	4,029	78.5%	「もりもりハンバーグ」等の高原価率商品を投入。あらゆる手を打ち業績回復に注力。
	セグメント利益	△524	△386	赤字額改善	

第3四半期 セグメント売上



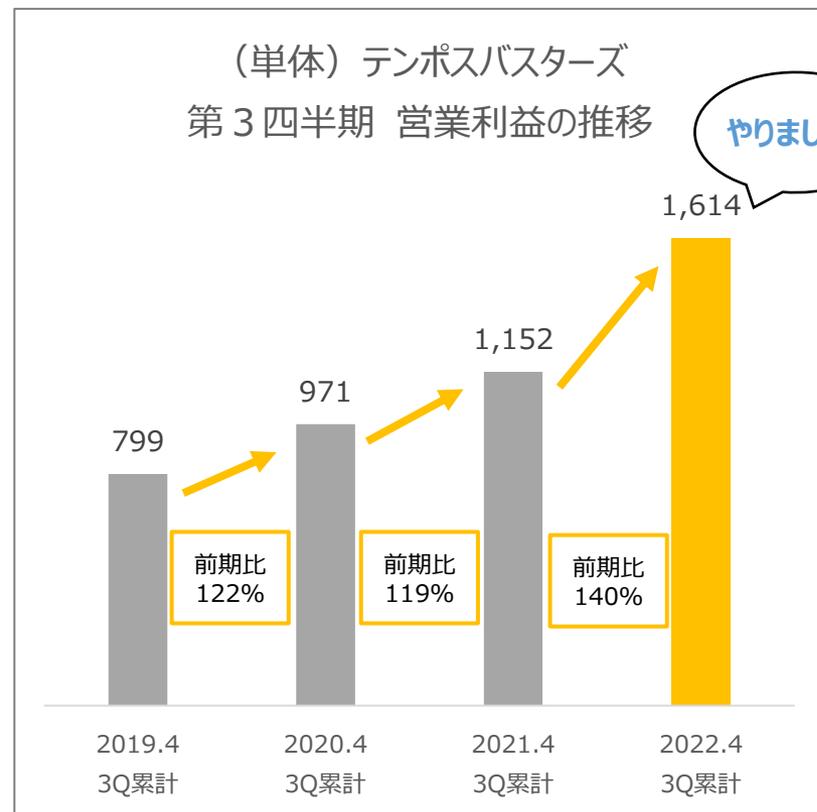
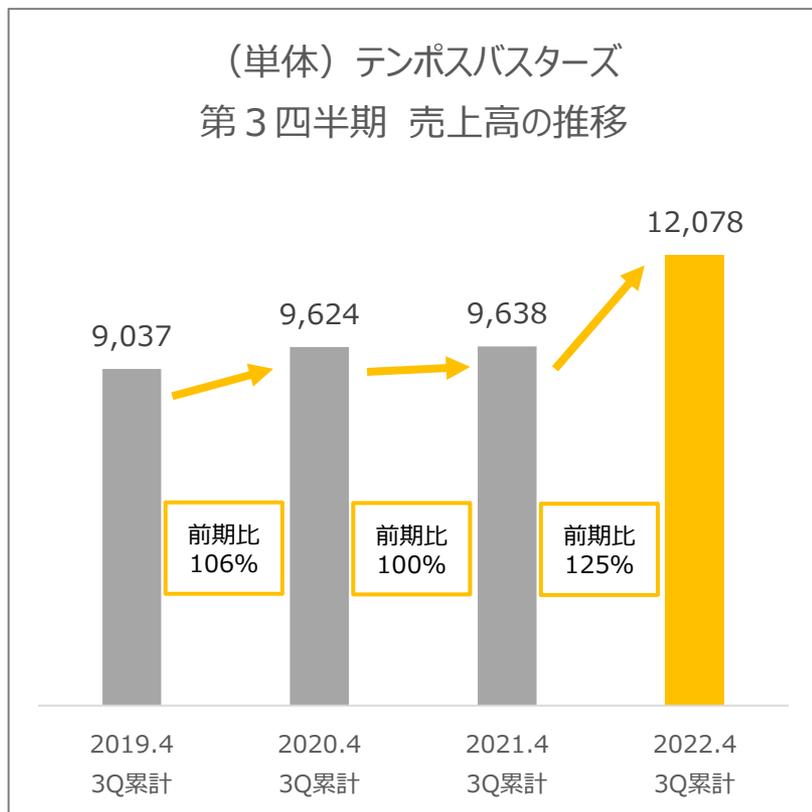
第3四半期 セグメント利益



飲食
・あさくまグループ
あさくま
あさくまサクセッション
・ドリームダイニング
情報・サービス
・スタジオテンポス
・テンポス情報館
・テンポスフィナンシャルトラスト
・プロフィット・ラボラトリー
・ディースパーク
・テンポスフードプレイス
物販
・テンポスホールディングス
・テンポスバスターズ
・キッチンテクノ
・テンポスドットコム
・ウエスト厨機

# (単体) テンポスバスターズ 2022年4月期第3四半期業績

	2021年4月期 第3四半期 実績	2022年4月期 第3四半期 実績	前年比	2022年4月期 通期 予想
売上高	96億38百万円	120億78百万円	125.3%	157億12百万円
営業利益	11億52百万円	16億14百万円	140.1%	20億39百万円



# 2022年4月期第3四半期 事業会社別業績

## ■ 2022年4月期第3四半期の業績と通期業績予想

単位：百万円

	見通し	会社名	科目	2020年4月期 第3四半期	2021年4月期 第3四半期	2022年4月期 第3四半期	2022.3.10 通期予想発表	
物販		テンポスバスターズ	売上高 営業利益	9,624 971	9,638 1,152	12,078 1,614	15,712 2,039	
		テンポスドットコム	売上高 営業利益	1,651 76	1,805 59	1,944 68	2,732 115	
		キッチンテクノ	売上高 営業利益	1,789 85	2,056 147	2,306 177	2,967 217	
情報・サービス		スタジオテンポス	売上高 営業利益	627 26	479 29	704 43	887 45	
		テンポス情報館	売上高 営業利益	630 111	440 8	541 51	775 91	
		テンポスフィナンシャルトラスト	売上高 営業利益	603 27	484 25	585 27	750 38	
		プロフィット・ラボラトリー	売上高 営業利益	275 77	98 △17	85 △8	107 △12	※経利△5百万円
		ディースパーク	売上高 営業利益	682 5	363 △92	551 △21	835 △8	※経利12百万円
		テンポスフードプレイス	売上高 営業利益	51 △20	74 △22	91 △16	127 △17	※経利△17百万円
飲食		あさくまグループ	売上高 営業利益	6,897 273	5,028 △502	4,082 △221	5,375 △274	※経利351百万円
		ドリームダイニング	売上高 営業利益	247 △1	106 △21	91 △20	119 △31	※経利13百万円

# (参考資料) 2022年4月期通期連結業績予想

## ■ 2022年4月期通期の連結業績予想

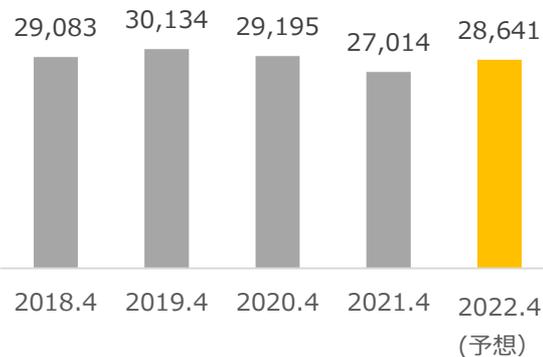
今期はやりました

単位：百万円

	2019年4月期 通期（実績）	2020年4月期 通期（実績）	2021年4月期 通期（実績）	2022年4月期 通期（予想） 2022.3.10発表	前年比
売上	30,134	29,195	27,014	28,641	106.0%
営業利益	1,953	1,722	982	1,770	180.3%
経常利益	2,091	1,903	1,448	2,738	189.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,010	960	199	1,450	728.6%

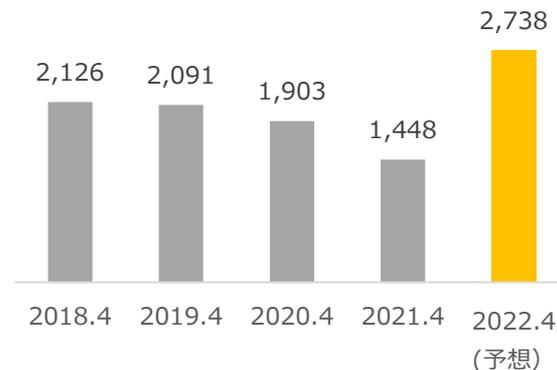
(単位：百万円)

(連結) 売上高



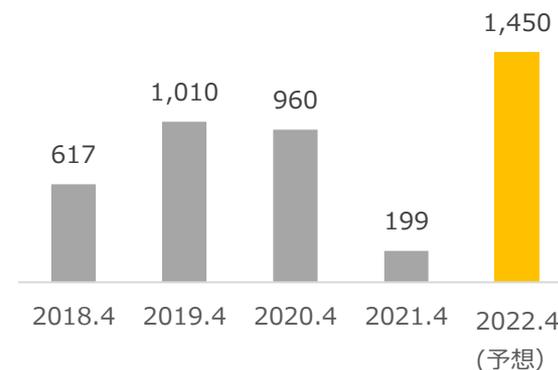
(単位：百万円)

(連結) 経常利益



(単位：百万円)

(連結) 当期純利益

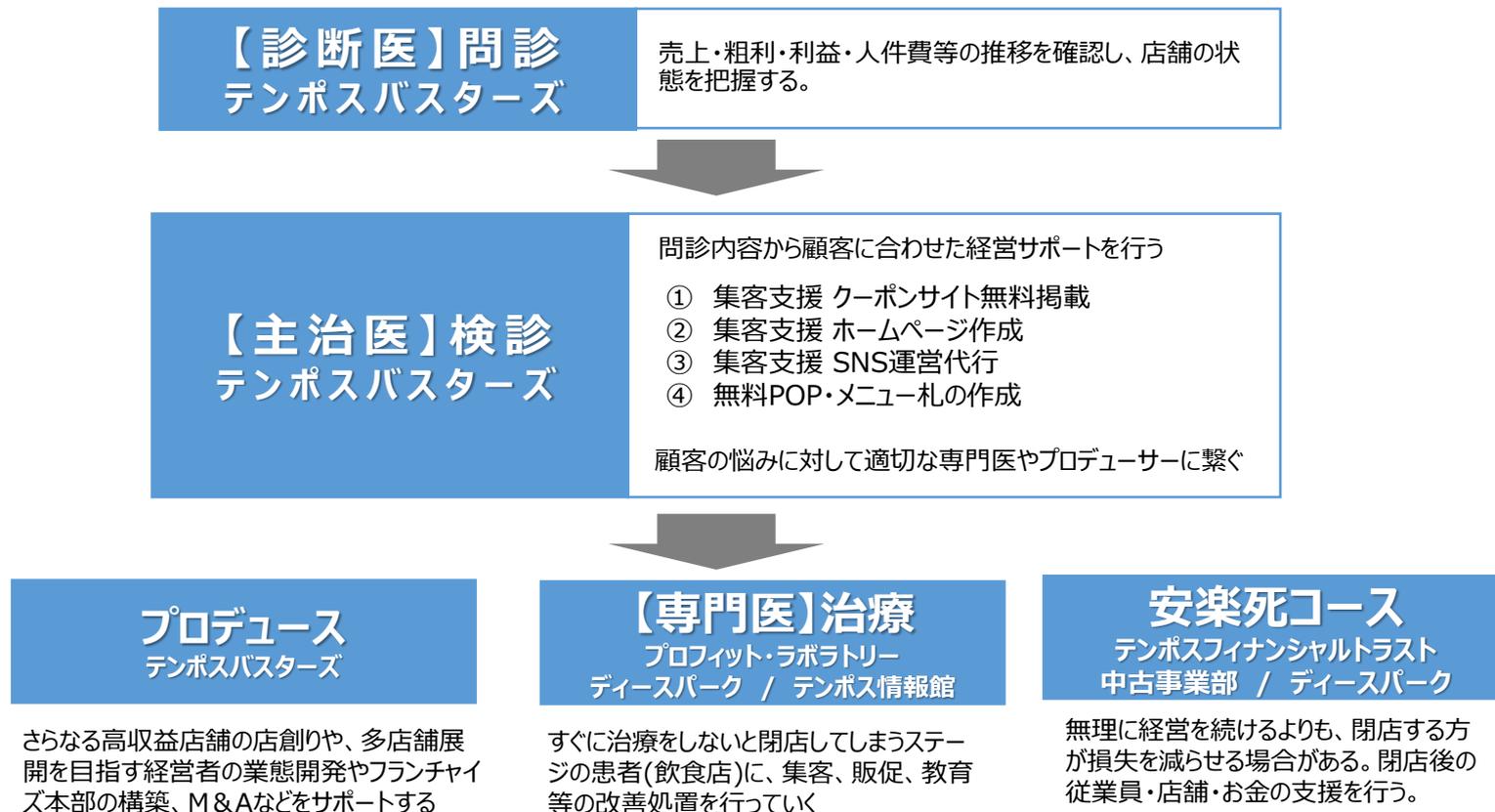


ドクター

# Dr.テンポス進捗

## Dr.テンポスとは

テンポスバスターズが診断医・主治医の役割、各グループ会社が専門医を担い、飲食店経営を総合的に支援する



## (株) テンポスバスターズ

直営51店 F C9店 買取センター12拠点 物流センター 2 拠点

- 看板・ファサードの現状分析と改善
- 人材教育（飲食道場）
- オープン前、オープン後の販促・集客
- 仕入先開拓、レシピ開発、原価管理、人件費率管理

## (株) テンポスフードプレイス

- WEB集客支援
- 開業や経営に必要なサービス機器の紹介
- Dr.テンポスサービスの事業開発

## (株) テンポスフィナンシャルトラスト

- リース／クレジット
- 助成金申請代行
- 居ぬき物件紹介

## (株) スタジオテンポス

- 内装デザイン・設計・施工
- 看板工事

## (株) プロフィット・ラボラトリー

- 法人宴会獲得「満席FAX」
- ポスティング広告

## (株) テンポス情報館

- POSレジの販売・メンテナンス
- ポイントカード等の販促の企画提案

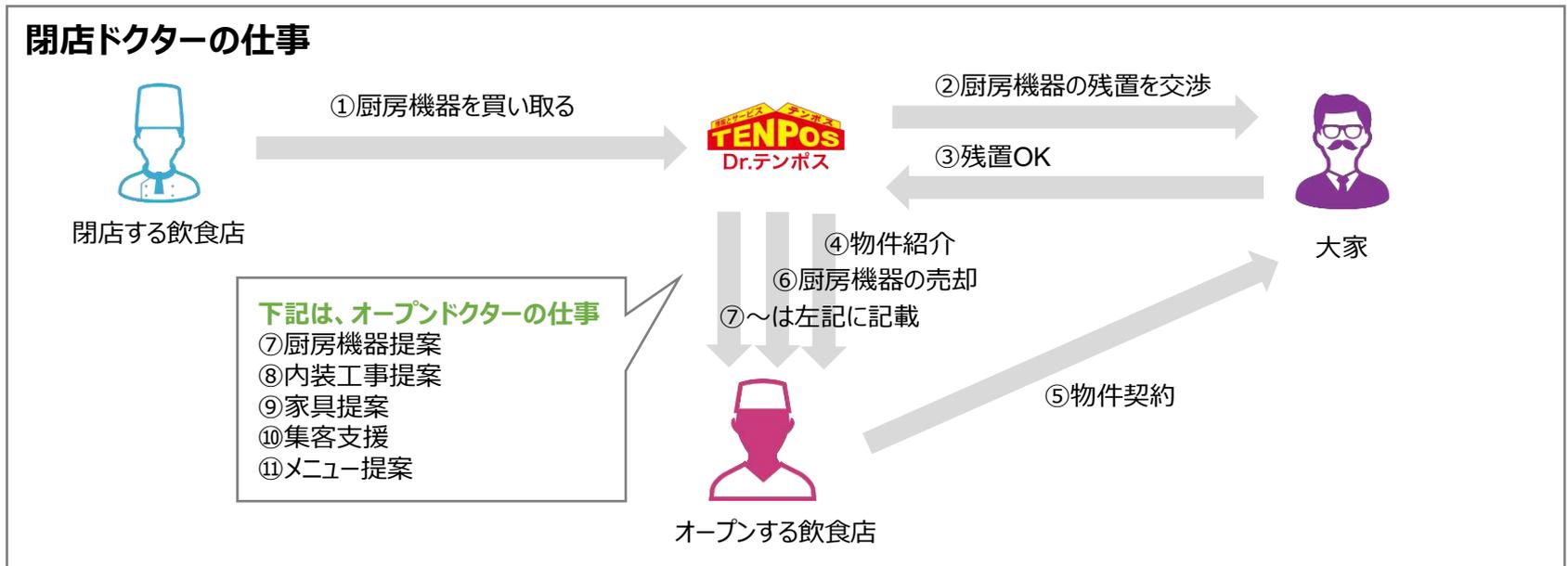
## (株) ディースパーク

- 人材派遣
- 人材紹介
- 求人広告
- 請負業務

# オープンドクタ/閉店ドクター

## 閉店ドクター（買取後も厨房機器を引き上げない！）

閉店する飲食店から厨房機器を買い取り、大家と交渉して機器をそのまま置いておく。次に店をオープンしたい人を見つけてきて大家に紹介する。物件契約後は、厨房機器を次の借り主に売却（メンテナンスが必要なものは修理を行う）。新しい借主が不要な厨房機器は引き上げて修理再生し、テンポスの店頭で販売する。



## オープンドクター

飲食店をオープンする時に、コンサルタントを付けてオープンさせる。メニュー開発、販促、教育、オープン前後の様々な面から経営をサポートする。

# Dr.テンポスの終末医療

無理に経営を続けるよりも、閉店する方が損失を減らせる場合がある。飲食店が事業譲渡や閉店した後の従業員・店舗・お金の支援を行う。お客様窓口(受注活動)はテンポスバスターズの中古事業部「買取担当」が行い、閉店に伴うサポートの実務は「ドクター」が行う。

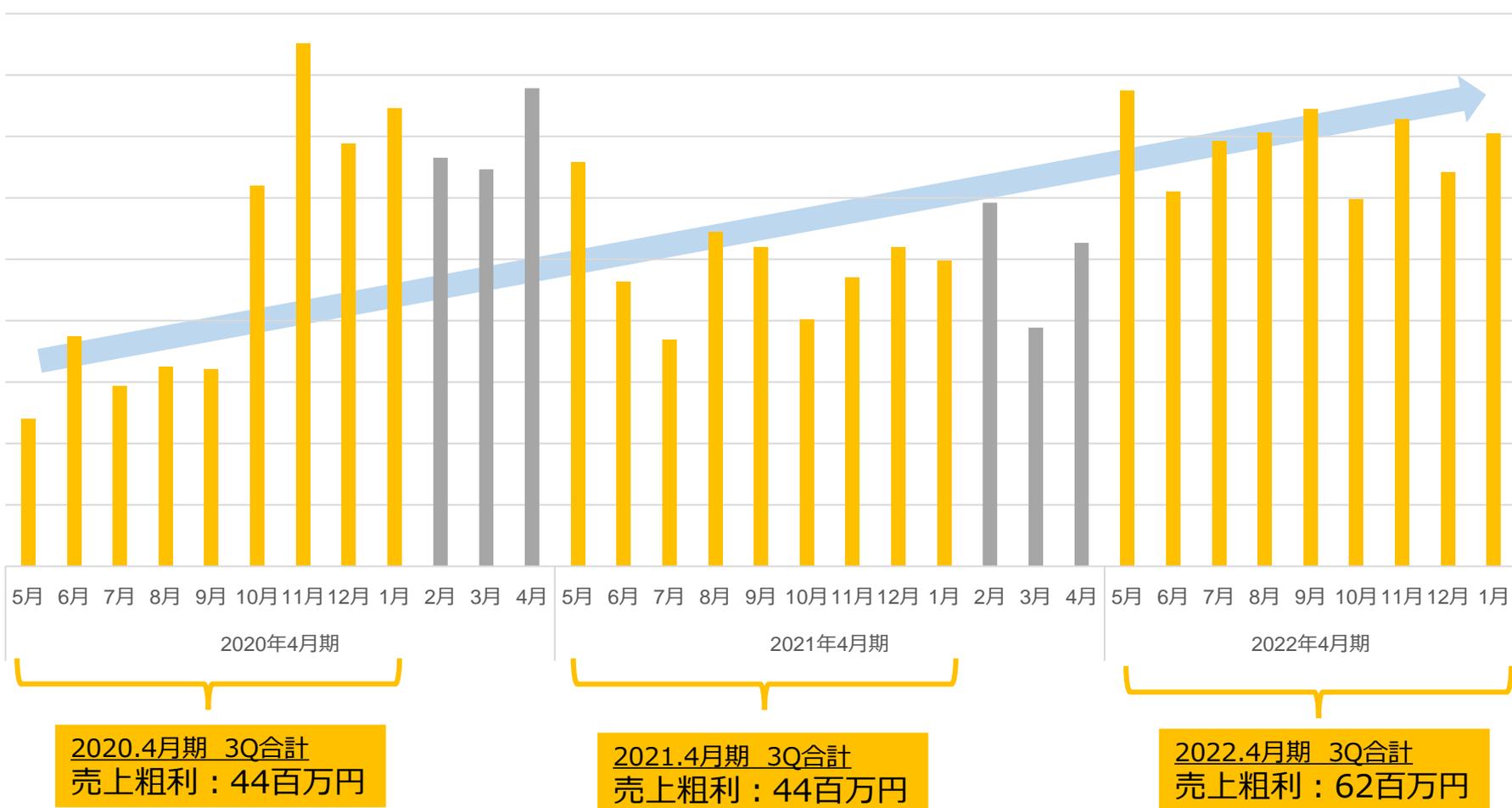
取り組み	収益目標
② 店舗の販売 - 経営改善した店舗を売却	再生後の売却額 20百万円～30百万円
③ 業態変更 - 立地に合わせた業態を提案 → 別業態で再建 - 繁盛FCを紹介 → FCの加盟側として再建	FC紹介料及び、FC加盟側の開業支援で収益を得る
④ 株式・事業譲渡 - 会社・従業員ごと売却 - 店舗と従業員を切り離して売却	売却手数料 小規模・・・約3百万円×30件 = 90百万円 大規模・・・約10百万円×5件 = 50百万円
⑤ 閉店 - 借入金精算交渉、家主交渉、物件紹介、人材紹介、派遣登録 →従業員の転職支援は(株) ディースパーク →物件のスケルトン工事は(株) スタジオテンポス →物件の居抜き売却は(株) テンポスフィナンシャルトラスト	人材紹介年に10～15人の紹介の場合 年収400万円の店長なら・・・(年収の25%が手数料) 手数料100万円×15人 = 15百万円
⑥ 独立制度 - あさくまグループに入って3～5年で再チャレンジする社員独立支援制度 [自己資金300万円準備+会社が2,000万円準備]	

# Dr.テンポスの月別収益

Dr.テンポスの売上粗利はテンポスバスターズとテンポスフードブレイスで折半

単位：千円

## ドクターテンポス月別の収益



# テンポスバスターズ 業績および成長戦略

# (単体) テンポスバスターズ 第3四半期の業績

	2021年4月期 第3四半期 実績	2022年4月期 第3四半期 実績	前年比	2022年4月期 通期 予想
売上高	96億38百万円	<b>過去最高</b> 120億78百万円	125.3%	157億12百万円
営業利益	11億52百万円	<b>過去最高</b> 16億14百万円	140.1%	20億39百万円



## 【国内最大】中古厨房機器販売

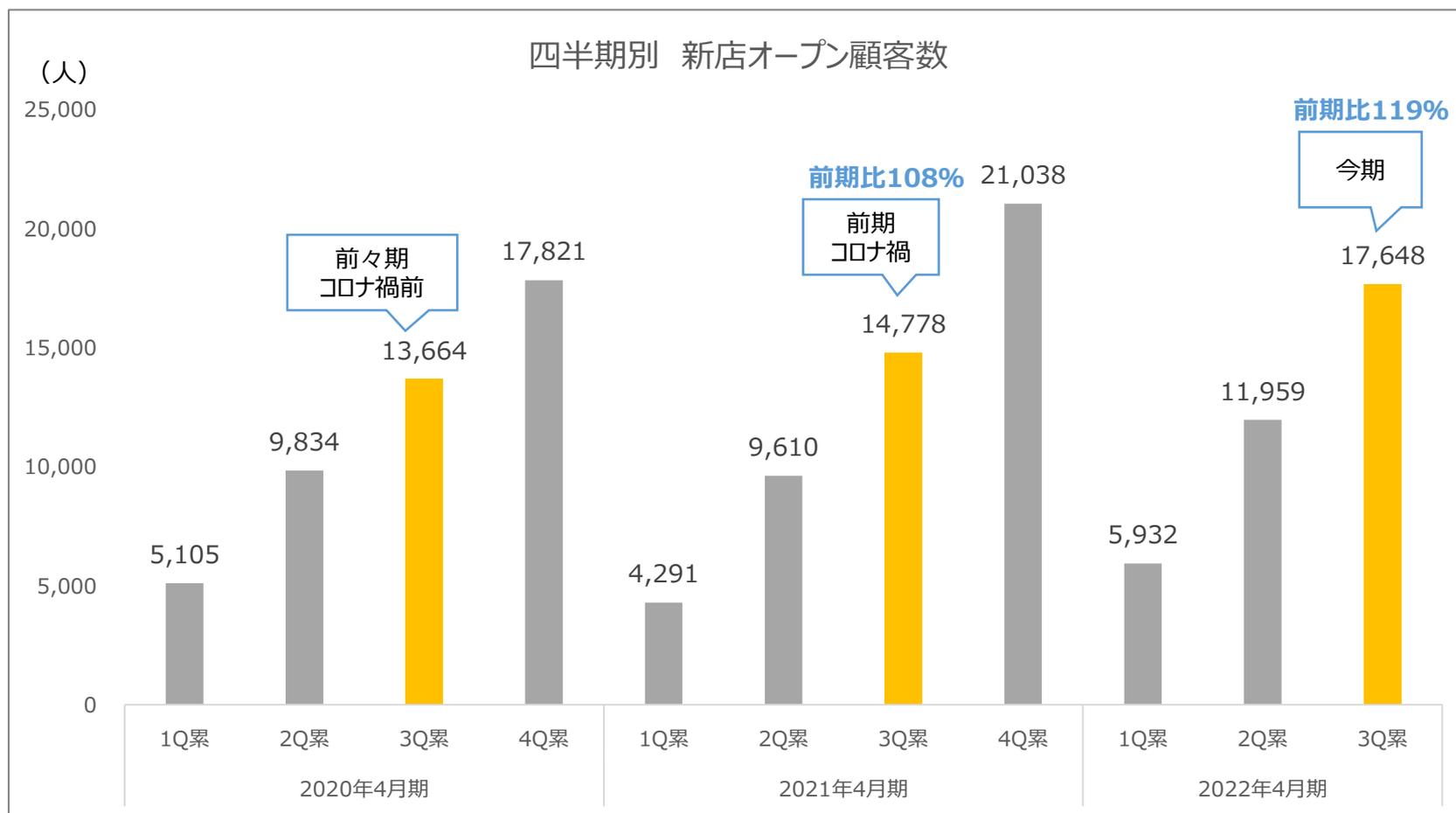
- 店頭販売 (株)テンポスバスターズ      ネット通販 (株)テンポスドットコム      直販営業 キッチンテクノ(株)
- 年商 **157億** + **27億** + **29億**
  - 全国 **60店舗** (2021年時点) → **120店舗戦略**
  - 年間来店客数 **61万件**
  - 会員数 **32万件**
  - 年間買取件数 **2万件**
  - 中古厨房業界で売上 **1位** (1強100弱)
  - 創業 **1997年**
  - ジャスダック上場 **2005年**

物販事業  
今期通期予想  
200億円超え

# 新店オープン顧客数の推移

「ZOOM研修」と「見込管理フォロー」によって、新店オープン顧客数は増加

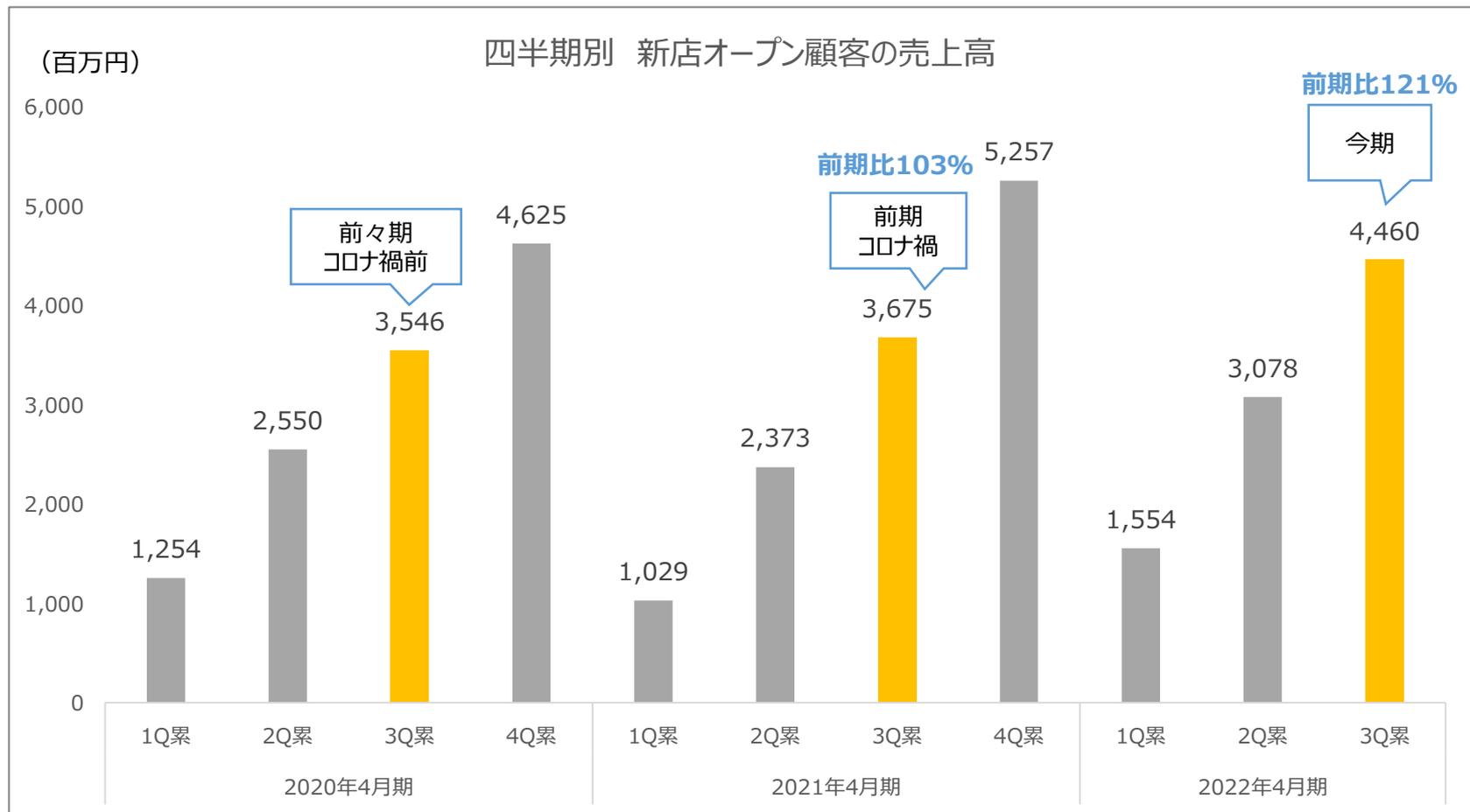
**新店オープン顧客数 第3四半期累計 17,648件**（前年同期比119.4%）



# 新店オープン顧客の売上高の推移

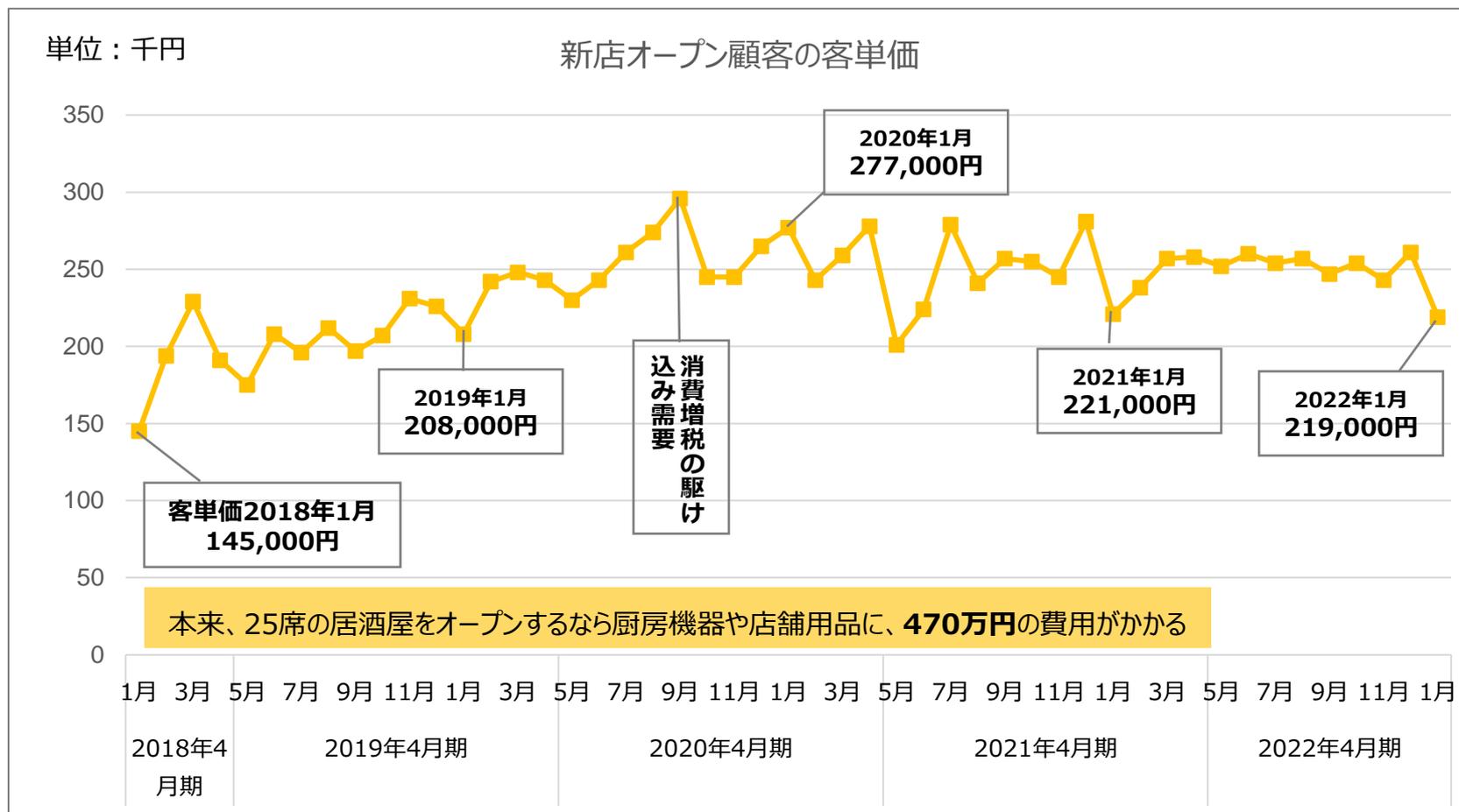
新店オープン顧客数の増加に伴い、新店オープン顧客の売上高も増加。**課題は客単価アップ**（詳細は次ページ以降）

## 新店オープン顧客の売上高 第3四半期累計 44億60百万円 (前年同期比121.4%)



# 新店オープン顧客の客単価

2022年4月期第3四半期累計期間の新店オープンの顧客の客単価は**252,000円**。2018年1月比では、**173.7%**であるものの、**ここ数年は横ばい**。そのため、飲食店の内装工事を受注できるようにする。開業準備の早い段階から顧客を獲得することで、厨房機器や家具、ユニフォーム等の一式の受注数を上げていく。



# 新店オープン顧客の客単価

## 総合受注の現状

総合受注とは、厨房機器、椅子・テーブル、食器、調理道具、それら全てを1顧客から受注すること

- 新店顧客の内、総合受注できているのは、わずか**5.2%**
  - **44%**は、厨房機器だけ、調理道具だけ等、1部門しか購入していない
- 販売員に、複数部門の販売を義務化（厨房機器と食器調理道具を販売する等）

部門は全部で4つ：①厨房機器 ②椅子・テーブル ③食器 ④調理道具備品

1人の新店オープン顧客から、受注した商品部門数の内訳（集計期間：2021年5～10月末、6カ月間）

受注結果	顧客数	顧客数構成比	売上高	売上構成比	客単価
4部門の内、全て受注（総合受注）	512人	5.2%	4億78百万円	15.5%	934,421円
4部門の内、いずれかの <b>3部門</b> を受注	1,757人	18%	8億46百万円	28%	550,003円
4部門の内、いずれかの <b>2部門</b> を受注	3,153人	32%	7億31百万円	24%	265,438円
4部門の内、 <b>1部門</b> のみ受注	4,299人	44.1%	10億13百万円	32.9%	153,624円
その他	36人	0.4%	7百万円	0.2%	-
合計	9,757人	100%	30億78百万円	100%	315,473円

テンポスの店舗の中でも、厨房機器の専門館等は、他の専門館と合算して数値を算出しているため、P15、P16に記載する新店オープン顧客数と単価の数値とは異なる。

# 成長戦略 新店オープンの客単価を4倍へ

一般的に、飲食店を開業するときは、厨房機器や店舗用品に、**470万円**の費用がかかる  
 新店オープン顧客の客単価を、現在25万円から**100万円**に引き上げる

2021年4月期通期実績	来店客の構成費（年間61万件）	売上構成費（年間売上高134億円）
既存客	90%（55万人）	60.0%（80億円）
新店オープン客	3.4%（2.1万人）	38.8%（52億円）
一般客	6.2%（3.8万人）	1.5%（2億円）

## 新店オープン客数2倍・客単価4倍へ

	現状	目標	取り組み
新店オープン客顧客数(月平均)	2,000人/月	1.8倍 3,200件/月	来店客のうち、獲得できていない新店オープンの見込み客を声掛けを徹底して2倍にする
新店オープン客客単価(月平均)	25万円	4倍 100万円	従業員教育と、見込管理フォローで総合受注を増やし客単価を4倍にする
新店オープン客通期売上高	52億/年	380億/年	上記の取り組みに加えて、DIY（内装サポート）を行うことで、総合受注を獲得し、売上増を目指す。

新店オープンの顧客数1.8倍・客単価4倍にすることで、年間売上134億から454億へ

$\text{新店オープン客数}3.8\text{万人} (3,200\text{人/月} \times 12\text{ヵ月}) \times \text{新店オープン客の客単価}100\text{万円} = 380\text{億円}$   
 $\text{既存売上}80\text{億} + \text{新店オープン客売上}380\text{億} = 460\text{億円}$

# 「ドクター」育成 週5時間のオンラインZOOM研修

パート社員含む従業員250名は、週5時間、年間240時間のトレーニングを受講するカリキュラムは都度変更しレベルアップをはかる。

開始日	ゴール
2018年4月～	<b>まずは真面目に受講すること</b> トレーニング対象：社員100名 トレーニング時間：1人当たり 週1時間
2019年4月～	<b>トーク台本通りに説明できること</b> トレーニング対象：社員・パート320名 トレーニング時間：1人当たり 週5時間
2020年4月～	<b>新店オープンの客単価を26万円から100万円にすること</b> トレーニング対象：社員263名 トレーニング時間：1人当たり 週5時間
2021年4月～	<b>効果測定（習熟度・実績）を追いかけながら研修を実施する</b> トレーニング対象：社員263名 トレーニング時間：1人当たり 週5時間

トレーニング対象を320名から250名に減らしたのは、義務教育から専門教育へ移行したため

2021年1月現在の受講者数 255名（社員219名 パート社員36名）

## テンポスDIYコーナーを作り 「飲食店は自分でつくる」という文化を定着させる

死ぬ気でやっているつもりですが数字として実績が上がってきません。しかしこの事業、マーケットはあると確信しています。5年かけてでもやってみせます。

①自分で店を作りたいと相談する

③大工を現場に行かせる

②飲食店作りを依頼

飲食店オーナー

元大工

一般的に、飲食店の内装工事は650万円かかる。テンポスDIYを利用することで、初期投資を抑えた出店ができる。

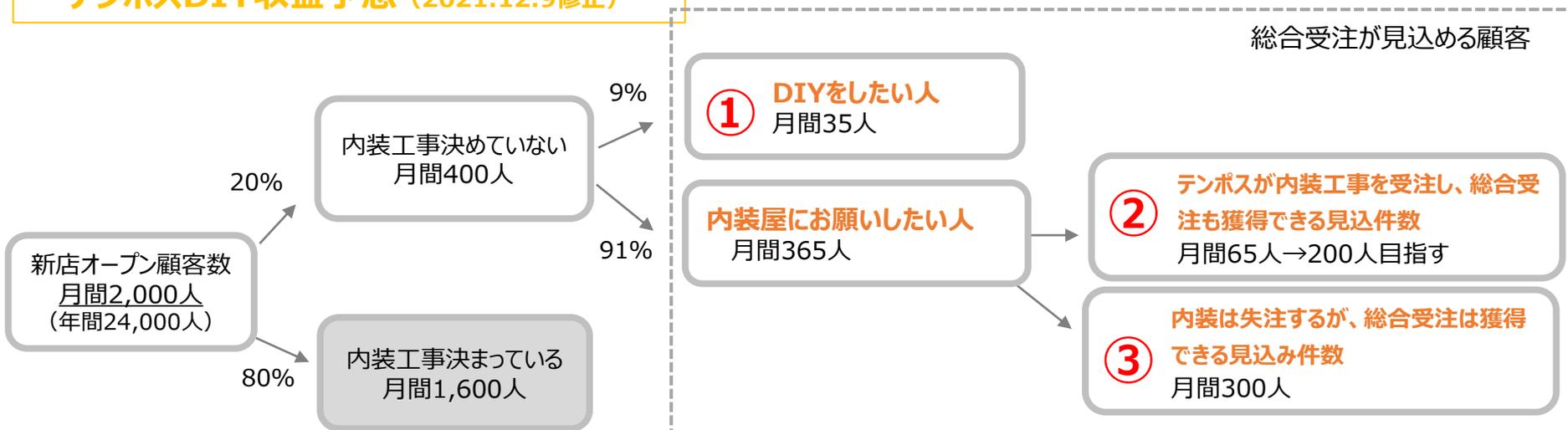
- ・ 飲食店の店作りを応援する  
(釘の打ち方等、基礎をサポートするコース)
- ・ 内装業者として工事を請ける  
(通常の内装工事として全面サポートするコース)

### 客単価アップ

- 内装工事は完成まで1か月～2か月かかる。その時間を使いお客様と密着度をあげ、**厨房一式を受注**する。
- 内装工事自体を受注する
- 各店舗2～3名の大工の登録を持ち、飲食店開業者をサポートできる体制を作る。
- 内装道具のレンタルや部材を購入できる売り場を作る。

# 成長戦略 新店オープンの客単価を4倍へ

## テンポスDIY収益予想 (2021.12.9修正)



## 厨房機器の総合受注の収益見込

① ②  
 総合受注見込235人 (DIY35人 + 内装工事200人) × 受注率70% = 月間165人  
 165人 × 総合受注売上200万円 = 3.3億/月 (年間売上39億、粗利14億) ※粗利率37%

③  
 総合受注見込300人 (内装は失注) × 受注率50% = 月間150人  
 150人 × 200万円 = 3億/月 (年間売上36億、粗利13億) ※粗利率37%

## 内装工事の収益見込

②  
 内装工事受注200人 × 受注率50% = 月間100人  
 100人 × 内装売上500万円 = 5億円/月 (年間売上60億、粗利3.0億) ※粗利率5%

当初は売上222億、粗利52億と華々しく打ち上げましたが、2カ月で軌道修正しました。

想定金額  
 売上/年 135億  
 粗利/年 30億

## 現在

- 修理・再生センターは全国12拠点
- 修理対応はお客様から修理依頼を受けた時のみ  
→メーカーの修理担当者に繋ぐか、商品を持ち込んでもらい修理する
- エリアにより修理・再生の技術にばらつきがある

## 今後

- 修理・再生センターは全国12拠点 + 不足エリアに出店していく
- 修理対応だけでなく、機器の入れ替え提案も行き、**物販の売上も上げていく**
- 購入後のメンテナンスプランの策定、365日24時間の修理体制を確立していく
- 修理・再生するメンテナンス担当者を**全国150人**育成する

メンテナンス営業マンの  
物販売上予測

↓  
(月400万円×150人×12ヵ月)

売上72億  
粗利27億

## テンポスの強み

冷機器から熱機器まで、どのメーカーでも修理再生できる

※他社は自社製品のみが多い。また修理はアウトソーシングがほとんど。

## メンテナンス網を作り上げていく 全国メンテナンス営業マン150人体制に

▼メンテナンス拠点の設立計画マップ

7年以内にメンテナンス拠点を全国に

2年  
以内

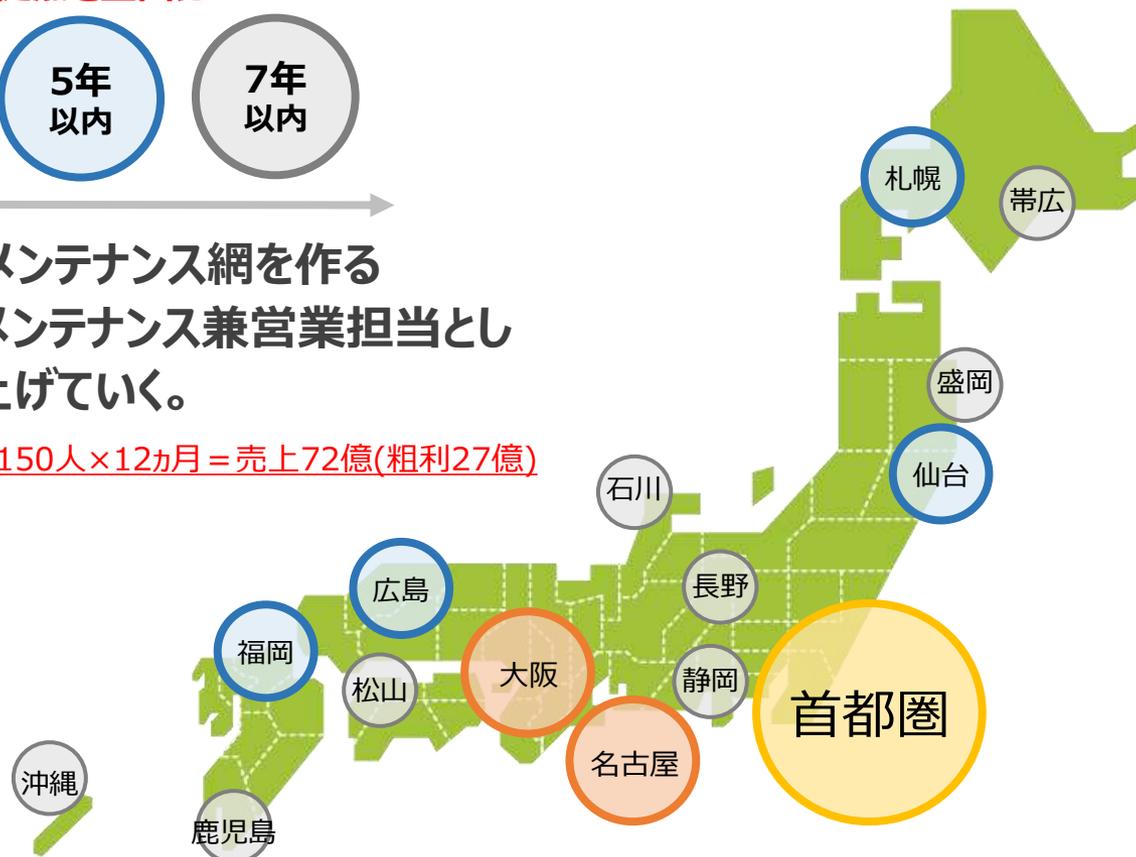
3年  
以内

5年  
以内

7年  
以内

- ① 7年以内に全国メンテナンス網を作る
- ② 修理だけでなく、メンテナンス兼営業担当として物販の売上を上げていく。

→物販売上月400万円×150人×12ヵ月 = 売上72億(粗利27億)



# 成長戦略 テンポスバスターズの出店



川口厨房機器専門館



川口食器・調理道具専門館



川口イス・テーブル専門館

## M&Aも入れて6年で、2021年時点60店舗から120店舗体制へ

全国の中古厨房の競合企業を買収もしくは資本業務提携する等して中古厨房業界を全国制覇する。

### 新店情報（2022年4月期第4四半期会計期間）

#### ■ 2022年2月オープン テンポス水戸店

住所：茨城県東茨城郡茨城町長岡4247番2  
初期投資：12百万円

期	売上	営業利益
1期目（2ヵ月）	9百万円	▲1百万円
2期目（12ヵ月）	75百万円	2百万円
3期目（12ヵ月）	81百万円	4百万円

#### ■ 2022年3月オープン テンポス姫路店

住所：兵庫県姫路市玉手451  
初期投資：18百万円

期	売上	営業利益
1期目（2ヵ月）	15百万円	▲2百万円
2期目（12ヵ月）	1億56百万円	4百万円
3期目（12ヵ月）	1億86百万円	10百万円

## 競りで仕入れる (厨房機器の仕入れを“競り”に)

これまで、店舗では中古厨房機器の仕入れは、再生センターから強制的に仕入れていたが、センターから競り落とす方式に変更。店長は自分の裁量で仕入れる価格と量を決められるため、より主体的な店舗経営に取り組めるようになる。一方で買取担当者は競りの落札価格を上げるために適正な金額で買取を行えるようにする。(市場価格を覚えていく)

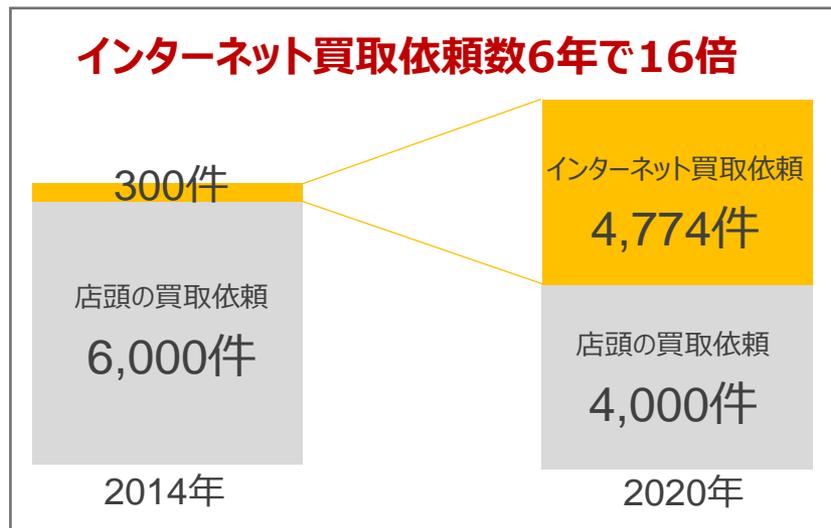


(概要) 全国12か所の再生センター毎に競りを開催し近隣のバスターズ店舗がオンラインで競りに参加する。週に3~4日開催。1日約20品を出品し、16時から30分間で競りを行う。

社内「競り」で仕入れ価格が異なるため、店頭によって販売価格がバラバラになっていく。ニーズの高い商品は価格が上がり、低いものは圧倒的に安くなっていく。店長によって食洗機を大量に並べたり、製氷機の品揃えを増やす店舗がでてくる。

# 中古厨房機器の買取強化と海外輸出

## インターネット経由の買取依頼数、来期年間6,000件を目指す



### 2019年6月買取専門サイトのリニューアル



## 海外輸出の構想

- 厨房機器の輸出ルートの開拓（タイ、ドバイへのルートは既にあり）
- 現地法人の立ち上げができる人を現地に派遣する
- 海外再生センターをつくる

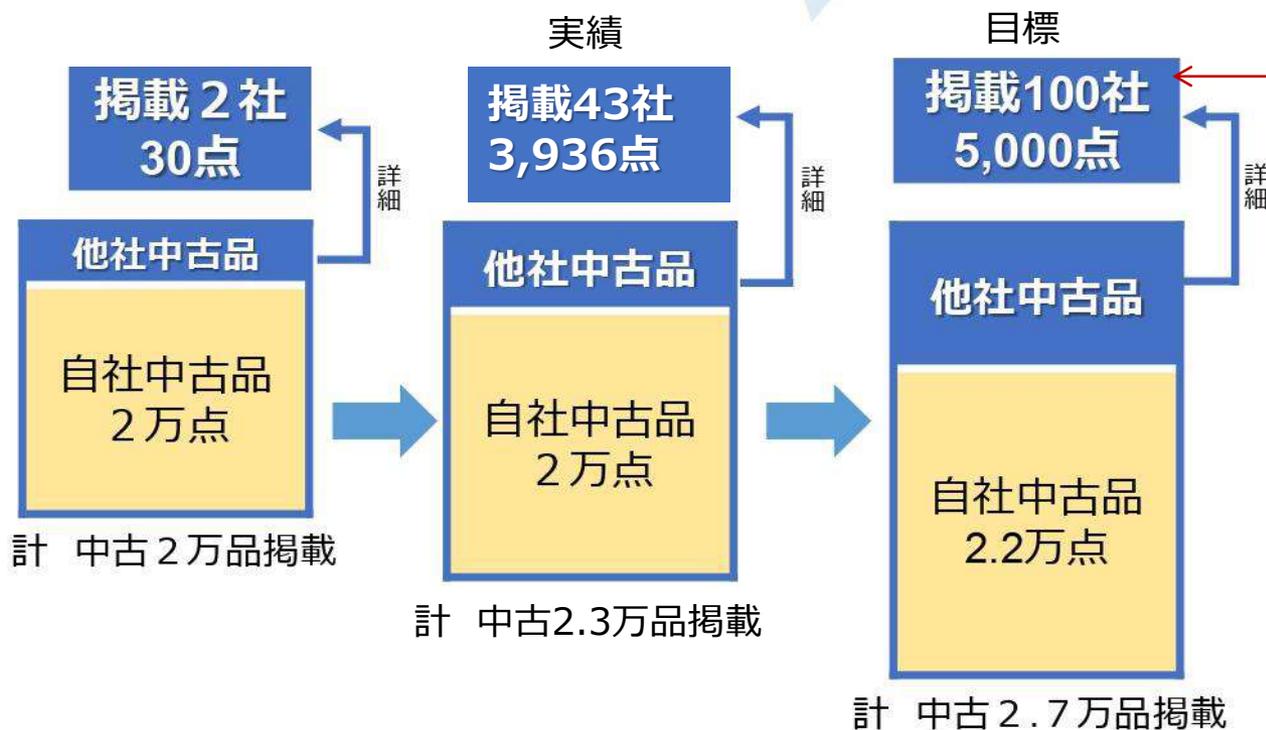
# 中古厨房機器に特化したプラットフォームになる

## 中古厨房の殿堂プロジェクトスタート



「中古の殿堂」サイトオープンから1年間は掲載費無料・販売手数料無料とする。この間に、中古の殿堂に商品を掲載する全国の中古厨房リサイクル店を開拓する

業務用厨房通販サイト「テンポドットコム」に、全国のリサイクル店の中古厨房商品を掲載する。



掲載100社に対して中古品5000点の掲載商品数が少ない理由は、個人事業主のリサイクル店が多数を占めているから

# 事業会社別の業績

単位：百万円

会社名	科目	2020年4月期 第3四半期	2021年4月期 第3四半期	2022年4月期 第3四半期	2022年4月期 通期予想
テンポスバスターズ	売上高	9,624	9,638	12,078	15,712
	営業利益	971	1,152	1,614	2,039
テンポスドットコム	売上高	1,651	1,805	1,944	2,732
	営業利益	76	59	68	115
キッチンテクノ	売上高	1,789	2,056	2,306	2,967
	営業利益	85	147	177	217

## テンポスバスターズ（店頭販売）過去最高

- 店頭での声掛け・見込管理フォローの徹底により、第3四半期累計期間の新店オープン顧客数17,648件（前年同期比19.4%増）
- 「内装工事受注」をきっかけとした総合受注に向けて、全国の内装工事会社23社と契約し、工事の受注体制を構築
- 飲食店オープン時にコンサルタントを付けてオープンさせる「オープンドクター」の準備と社内体制づくりに取り組む

## キッチンテクノ（直販営業）過去最高益

- 大手スーパーマーケットの大型改装工事、大手企業の外食事業への積極的な進出による受注数の増加
- 換気に優れた、自社製品「無煙焼肉ロースター 鉄人29号」の販売台数、前年同期比229.0%増と好調

## テンポスドットコム（インターネット販売）

- 飲食店経営に役立つオウンドメディアや業種別の通販サイトの集客に注力することで、新店オープンするお客様を早期の段階から獲得。これにより厨房機器の提案の幅が広がり第3四半期会計期間の客単価は19.4%増となる
- 中古厨房機器の売上高は前年同期比54.7%増となる

# 情報・サービス事業①

2021年9月の緊急事態宣言の解除により、人材派遣・紹介・請負事業は若干の回復傾向にある。内装工事業では助成金を活用した店舗工事や新店オープンの工事受注が好調。しかし、当第3四半期累計期間の情報サービス事業のセグメント利益は62百万円（前年同期はセグメント損失82百万円）と大きく伸びたように見えるが、情報・サービス事業に属する会社の多くは今期予想に対して計画倒れと、いまだコロナ禍前の状態には回復せず。

単位：百万円

会社名	事業内容	科目	2020年4月期 第3四半期	2021年4月期 第3四半期	2022年4月期 第3四半期	2022年4月期 通期予想
スタジオテンポス	内装工事	売上高	627	479	704	887
		営業利益	26	29	43	45
テンポス情報館	POSシステム ASP販売	売上高	630	440	541	775
		営業利益	111	8	51	91
テンポスフィナンシャルトラスト	金融サービス 不動産仲介	売上高	603	484	585	750
		営業利益	27	25	27	38
プロフィット・ラボラトリー	集客支援	売上高	275	98	85	107
		営業利益	77	△17	△8	△12
ディースパーク	人材派遣/紹介 請負業務	売上高	682	363	551	835
		営業利益	5	△92	△21	△8
テンポスフードプレイス	WEBサービス Dr.テンポス事業開発	売上高	51	74	91	127
		営業利益	△20	△22	△16	△17

## スタジオテンポス（内装デザイン施工）

- 2021年9月の緊急事態宣言の解除により、助成金を活用した改装工事や、大手外食や中規模外食チェーン店をはじめとした店舗工事の請負件数が増加。

## テンポス情報館（POSシステム販売）

- 半導体不足によりプリンターや自動釣銭機の仕入れが不足し、これらの受注数に対する納品率は9割となったものの、「IT導入補助金」を活用したテーブルオーダーシステムや、モバイルオーダーシステムの受注が好調となる。これに伴い、月額使用料の売上も増加する。
- しかし、営業利益は51百万円（同515.1%増）と前年に対して大きく増えたように見えるが、これは計画の半分程度と、コロナ禍前の状態にはまだ戻っていない。

## テンポスフィナンシャルトラスト（資金・不動産）

- コロナ禍の中で設備投資の減少によりファイナンス部門の取り扱いが減少することが予想され、新しく、来日飲食店開業者向けの日本政策金融公庫の融資手続き代行および補助金申請代行を開始し、取扱手数料の減少を防ぐ。
- カード端末設置事業は、一時的ではあるが、飲食店の利用増があり、前年同期比の取扱高は4%程度の伸び、営業利益は183.0%増となる。

# 情報・サービス事業③

## プロフィット・ラボラトリー（集客支援）

- 株式会社プロフィット・ラボラトリーは、当社グループの中でも一番、新型コロナウイルス感染症の影響を受けている。2021年9月の緊急事態宣言の解除にともない、販促活動を再開する顧客への営業活動に注力したが、当第3四半期会計期間の「満席FAX」の売上高は、わずか前年同期比4.2%増にとどまる。

## ディースパーク（人材派遣）

- 2021年9月の緊急事態宣言の解除にともない、主要顧客である商業施設や飲食物販を手掛ける企業の派遣需要が回復したことや、行動制限の緩和等により宿泊業を手掛ける顧客からの清掃派遣需要が回復したことで、当第3四半期累計期間の売上高は前年同期比51.8%増となる。
- 営業利益率の高い新規事業の配送請負事業は好調。

## テンポスフードプレイス（WEB集客支援）

- 第3四半期会計期間の「Dr.テンポス」の獲得数は31,617件（前年同期比94.6%増）と増加。
- カスタマーサクセス担当者によるトーク力の向上により成約率が向上し、当第3四半期会計期間の粗利高は前年同期比22.6%増となる。
- 株式会社テンポスフードプレイスは、Dr.テンポスの新規事業開発の投資と捉え、引き続き飲食店の経営支援に繋がるサービスの改善および開発に務める。

単位：百万円

会社名	科目	2020年4月期 第3四半期	2021年4月期 第3四半期	2022年4月期 第3四半期	2022年4月期 通期予想
あさくまグループ	売上高	6,897	5,028	4,082	5,375
	営業利益	273	△502	△221	△274
ドリームダイニング	売上高	247	106	91	119
	営業利益	△1	△21	△20	△31

## 新たな挑戦

### ランチレストラン（お腹が空いている人がつつがつ肉を食べてもらう）

関東5店舗、静岡12店舗にて、原価率48%等の高原価率の商品をお客様に提供する。回転率を高めた店舗形態を17店で実験中。



←具だくさんの「もりもりハンバーグ」

サラダバー付き

- ・具だくさんの「もりもりハンバーグ」・・・1,280円
- ・250gの「ぶつ切りステーキ」・・・1,280円
- ・300gのトンテキ・・・1,280円
- ・300gのチキン・・・1,280円
- ・ビックハンバーグ・・・1,280円

かなりの手応え！

ぶつ切りステーキ→



# ステーキレストラン「あさくま」の挑戦

## ディナーレストラン(あさくまの時間を楽しんでもらう)

「あさくま」で食事をする時間を楽しめるレストラン。「お客様に食を通じて感動を提案するエンターテイメントレストラン」として、キッズ体験や、セルフステーキ体験、地域密着の演奏会の開催等を行う。



あさくまが提供するエンターテイメント

キッズ体験、セルフステーキ、体験型サラダバーメニュー（オリジナルパフェ作り／たい焼き、ワッフル／パンケーキ作り／ステーキ甲子園（ステーキ早食い競争）、演奏会、発表会（地域コミュニティ）

### これからのあさくま

#### (1) 下期より出店を再開

あさくまを取り巻く環境を考慮しながら、東海地区及び関西地区に2店舗の出店を計画

#### (2) 「改装」などの「設備投資」

防火対策

衛生対策

老朽化

#### (3) 商品施策...売価を意識した創作系のビフテキ導入

・ぶつ切りステーキ導入 ・ドライエイジング&スモークステーキを順次導入

# 外食事業-あさくま

## あさくま社長争奪戦2021年10月12日より開始

### < カンタレス経営：店とお客様との境界をなくす >

あさくまメール会員 80万人と一緒に「あさくま」の店づくりに取り組む

#### お料理プランナー



#### ガーデニングキーパー



#### <職種>

- お料理プランナー…8名
- ガーデニングキーパー…4名
- グランドオープン専任トレーナー
- アマチュアカメラマン…114名
- 社外取締役の選任（2020年11月 公募開始）

今後は、カンタレスの各職種の募集および運営を試験的に行い、「あさくま」全店に広げていく。

### < 商品戦略 >

- ① 品質へのこだわり
  - アイオワブラックアンガス牛使用
  - あさくま指定牧場から直接仕入れるため、価格変動に左右されず安定して提供可能
- ② 健康へのこだわり
  - ステーキレストランチェーンで初めて、ナチュラルビーフを提供
  - サラダバーは健康がテーマ（機能性を表示 / 健康に関する表示）
- ③ エンターテインメント性を重視
  - 「商品開発応援団」結成
    - ・ キッチンマイスター受賞者とパート、アルバイトとチームを組んで現場の意見を取り入れる仕組み。（その成果として）サラダバーメニュー等を開発していく
    - ・ 地域ごとの取り組みを重視

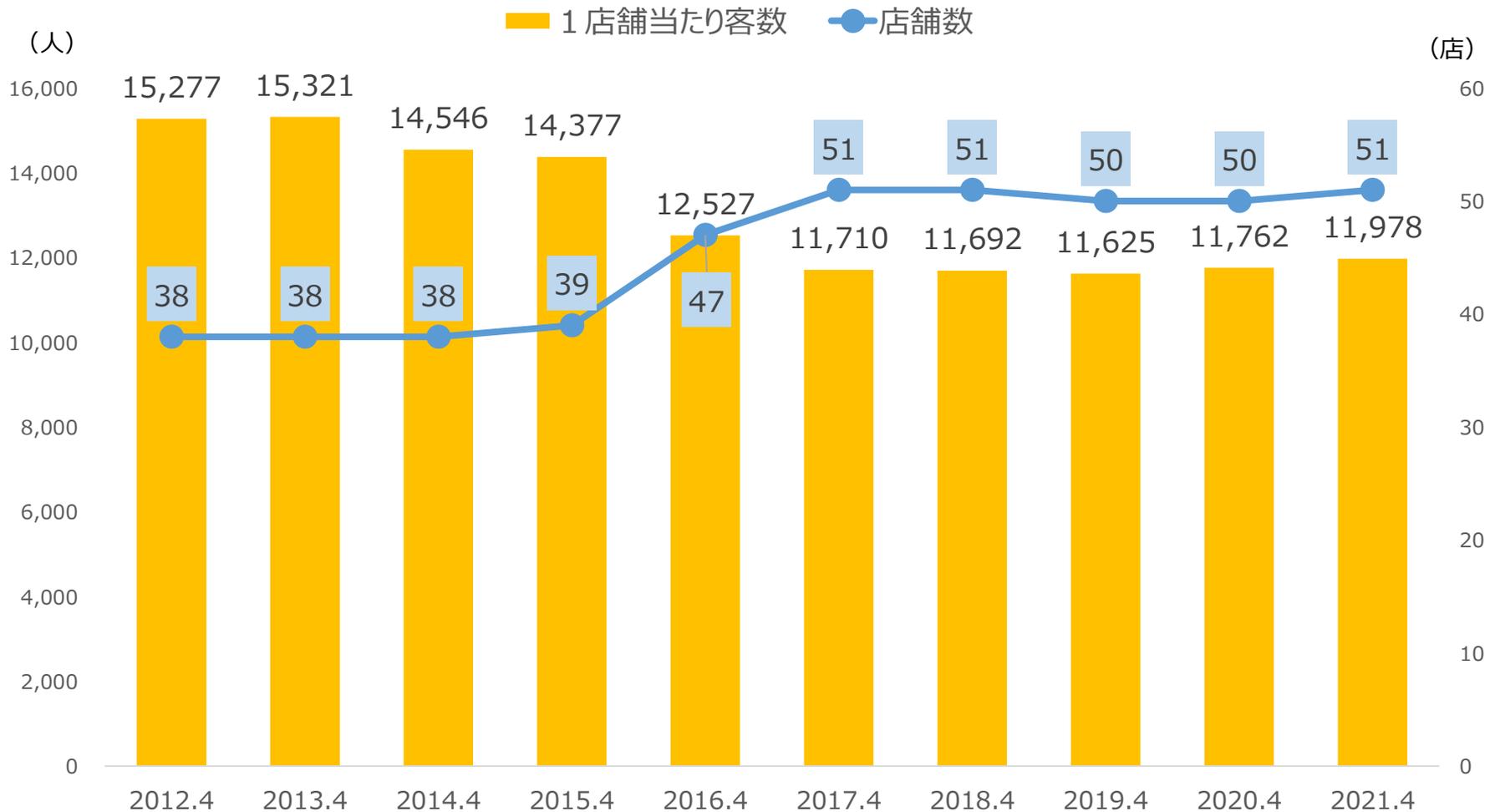
#### 2018年5月「日経トレンディ」掲載

業界別 順位	総合 順位	チェーン名 (運営企業)	満足度 (%)
1位	14位	ステーキのあさくま (あさくま)	72.0
2位	26位	びっくりドンキー (アレア)	68.4
3位	27位	いきなりステーキ (ハンバーフードサービス)	67.8
4位	29位	フロンコビリー (フロンコビリー)	67.5
5位	48位	ステーキ宮 (アトム)	63.2

# 參考資料

# (単体) テンポスバスターズ 1 店舗当たりの購入客数の変化

## テンポスバスターズ直営店 1 店舗当たりの購入者数



# 会社概要

社名 : 株式会社テンポスホールディングス  
東京証券取引所 JASDAQ (スタンダード)

本社 : 東京都大田区東蒲田2-30-17 サンユ-東蒲田ビル7F

代表 : 代表取締役社長 森下 篤史

設立 : 1997年3月31日

事業内容 : 飲食店向け機器販売事業 飲食店経営支援事業 飲食店経営事業  
リース・クレジット取扱事業 その他の事業

決算期 : 4月

- 本資料につきましては投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。
- 本資料を作成するに当たっては正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。本資料中の情報によって生じた障害や損害については、当社は一切責任を負いません。
- 本資料中の業績予想ならびに将来予測は、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、事業環境の変化等様々な要因により、実際の業績は言及または記述されてる将来見通しとは大きく異なる結果となることをご承知おきください。
- 本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、お客様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。