



株式会社テンポスホールディングス

2023年4月期第2四半期

会社説明資料

テンポスはSDGsそのものです

東京スタンダード(証券コード2751)  
作成：乙丸千夏

## 2023年4月期第2四半期 連結業績結果

### ■物販事業

中核事業の店頭販売は、単品売りから総合受注の営業強化を図ることで増収増益。ネット通販事業と直販営業事業は、昨今の経済情勢による厨房機器メーカーの納品遅延の影響から売上高は減収。なおネット通販事業は大幅な減益だが、戦略的に人員を14名から28名に増員しているため。セグメント売上高は107億31百万円（前年同期比103.5%）、セグメント利益は11億19百万円（同95.3%）と増収減益となる。

中核事業のテンポスバスターズは新品機器の確保が難しい中、早めの商品確保と、中古提案に注力。総合受注の営業強化で増収増益。

### ■情報・サービス事業

コロナ禍からの回復に伴い販促・人材・設備投資する飲食店が増えていることから、セグメント売上高は19億83百万円（前年同期比122.4%）、営業利益は1億14百万円（同923.9%）と大幅に増益。業績拡大を牽引したのは、POSシステムの販売事業と、人材派遣事業。コロナ禍で開始した新規事業の中では、配送請負事業が好調な結果に。

情報・サービス事業に属する6社全て黒字化。しかし事業会社によって改善額に大きく差が出た結果に。

### ■飲食事業

外食産業は人の移動や飲酒等の制限が緩和されてきていることから、セグメント売上高は28億99百万円（前年同期比121.9%）、セグメント損失は91百万円（前年同期はセグメント損失3億92百万円）と赤字額改善となる。

「ステーキのあさくま」の売り上げは回復しつつも、まだコロナ禍前の70%程度。集客・商品開発・トレーニングあるのみ！

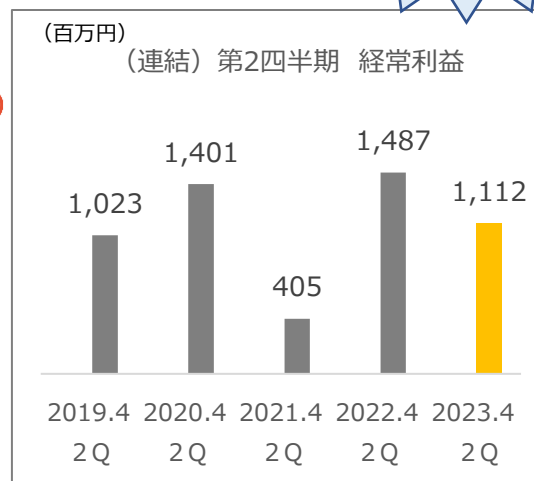
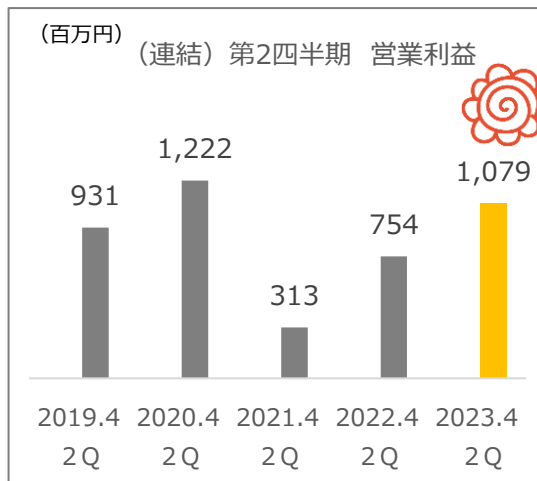
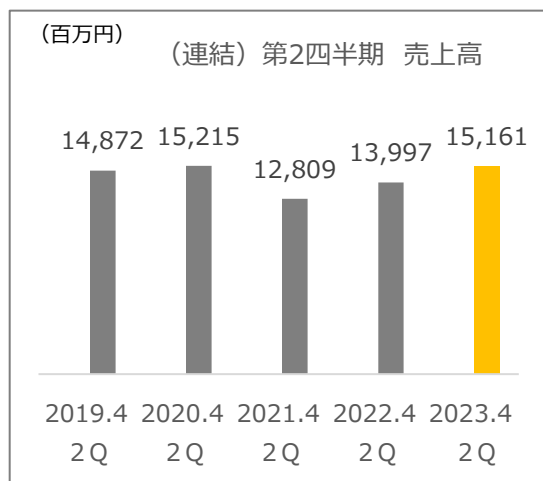
# 2023年4月期第2四半期 連結業績結果と予想

## ■ 2023年4月期第2四半期 連結業績結果と業績予想

	2022年4月期 第2四半期	2023年4月期 第2四半期	前年同期比	2023年4月期 通期予想	予想前年比
売上	139億97百万円	151億61百万円	108.3%	339億31百万円	117.0%
売上総利益	51億14百万円	59億13百万円	115.6%	128億45百万円	118.5%
営業利益	7億54百万円	10億79百万円	143.1%	28億84百万円	154.1%
経常利益	14億87百万円	11億12百万円	74.8%	30億81百万円	105.6%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	9億00百万円	7億06百万円	78.5%	18億75百万円	119.9%

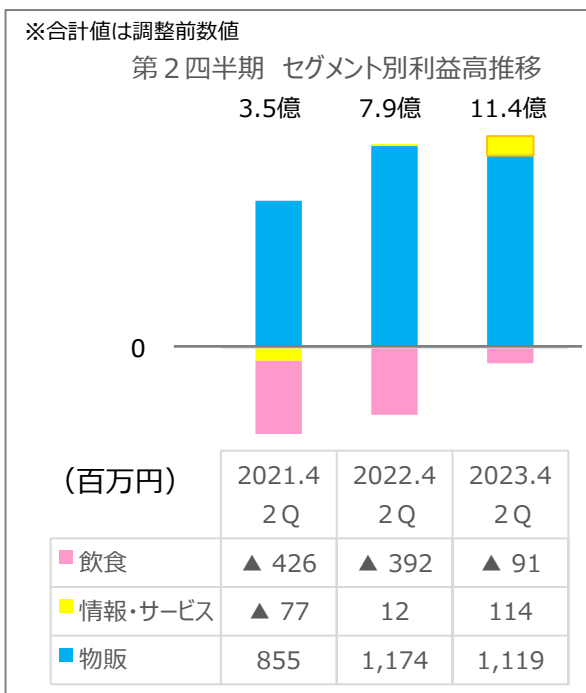
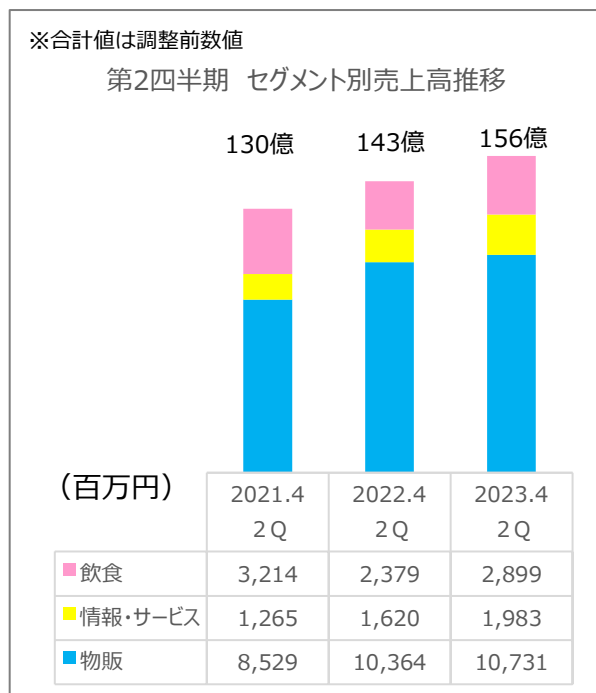
## ■ ROE・ROA・自己資本比率の比較

	2022年4月期 第2四半期	2023年4月期 第2四半期
自己資本当期純利益率(ROE)	8.4%	5.8%
総資産利益率(ROA)	5.2%	3.8%
自己資本比率	61.5%	65.8%



# 2023年4月期第2四半期 セグメント別業績

	科目	2022年4月期 第2四半期	2023年4月期 第2四半期	前年同期比	2023年4月期 通期予想	予想前年比
物販事業	売上高	103億64百万円	107億31百万円	103.5%	233億56百万円	111.3%
	セグメント利益	11億74百万円	11億19百万円	95.3%	26億39百万円	111.2%
情報・サービス事業	売上高	16億20百万円	19億83百万円	122.4%	43億59百万円	122.5%
	セグメント利益	12百万円	1億14百万円	923.9%	2億58百万円	195.8%
飲食事業	売上高	23億79百万円	28億99百万円	121.9%	61億80百万円	114.4%
	セグメント利益	▲3億92百万円	▲91百万円	赤字額改善	▲1億26百万円	▲5億41百万円



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

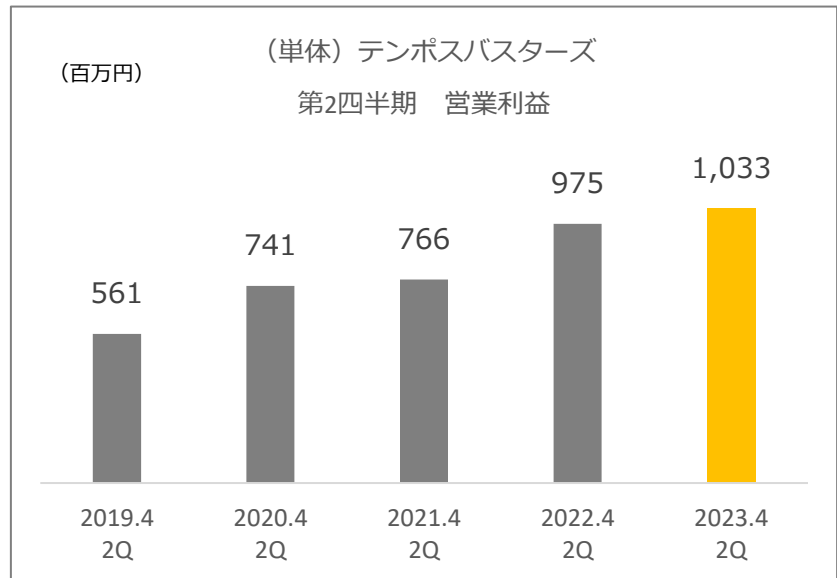
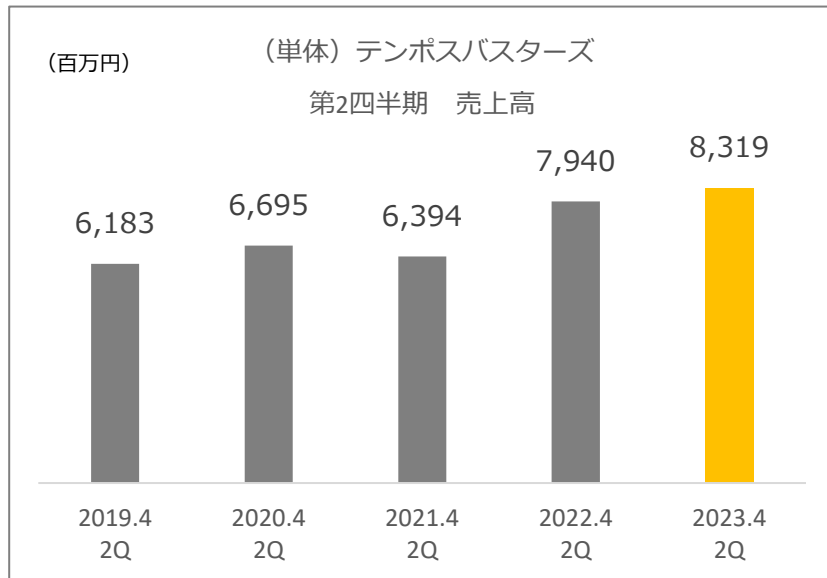
# (単体) テンポスバスターズ 2023年4月期第2四半期業績

昨今の経済情勢で新品厨房機器の供給が不足する中、テンポスバスターズは買取強化と早い段階から新品の確保に努める。単品売りから総合受注の営業強化を図ることで増収増益。

予想は連結調整前の個別数字

	2022年4月期 第2四半期 実績	2023年4月期 第2四半期 実績	前年同期比	2023年4月期 通期 予想	予想前年比
売上高	7,940	8,319	104.8%	18,300	113.6%
営業利益	975	1,033	105.9%	2,580	121.3%












厨房機器メーカーの納品遅延、値上げがある中、よくやりました。  
しかし見通しが甘く、意欲的過ぎた予算を作ったので、予算達成に関してはお恥ずかしい限りです・・・。



# 2023年4月期第2四半期 事業会社別業績

## ■ 2023年4月期第2四半期の業績と通期業績予想（単位：百万円）

予想は連結調整前の個別数字

セグメント	2023年4月期見通し	事業	会社名	科目	2022年4月期第2四半期	2023年4月期第2四半期	前年同期比	2023年4月期通期予想	予想前年比
物販		厨房店頭販売	テンポスバスターズ	売上高	7,940	8,319	104.8%	18,300	113.6%
		厨房店頭販売		営業利益	975	1,033	105.9%	2,580	121.3%
		厨房ネット販売	テンポスドットコム	売上高	1,337	1,257	94.0%	3,400	119.1%
		厨房ネット販売		営業利益	51	22	44.2%	134	150.8%
		厨房直販営業	キッチンテクノ	売上高	1,401	1,434	102.4%	3,300	111.0%
		厨房直販営業		営業利益	96	83	87.4%	234	106.9%
情報サービス		内装工事	スタジオテンポス	売上高	465	430	92.6%	1,130	126.6%
		内装工事		営業利益	24	12	51.2%	63	139.0%
		POS販売	テンポス情報館	売上高	337	487	144.5%	1,000	124.1%
		POS販売		営業利益	28	60	213.0%	125	131.6%
		資金・不動産	テンポスフィナンシャルトラスト	売上高	415	424	102.2%	873	108.2%
		資金・不動産		営業利益	22	26	121.1%	64	172.0%
	販促支援	プロフィット・ラボラトリー	売上高	50	51	101.6%	160	145.5%	
	販促支援		営業利益	▲8	0	黒字化	36	▲9百万円	
	人材派遣・紹介	ディースパーク	売上高	314	516	164.4%	1,300	153.2%	
	人材派遣・紹介		営業利益	▲29	14	黒字化	50	▲8百万円	
	WEB集客	テンポスフードプレイス	売上高	58	88	149.6%	160	125.5%	
	WEB集客		営業利益	▲15	0	黒字化	0	▲16百万円	
飲食		ステーキ屋	あさくまグループ	売上高	2,441	2,935	120.2%	6,069	115.6%
		ステーキ屋		営業利益	▲258	▲29	赤字額改善	▲9	▲340百万円
	海鮮丼屋	ドリームダイニング	売上高	55	76	138.0%	150	124.0%	
	海鮮丼屋		営業利益	▲16	▲8	赤字額改善	▲4	▲29百万円	

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

## 【診断医】問診 テンポスバスターズ

売上・粗利・利益・人件費等の推移を確認し、店舗の状態を把握する。



## 【主治医】検診 テンポスバスターズ

問診内容から顧客に合わせた経営サポートを行う

- ① 集客支援 クーポンサイト無料掲載
- ② 集客支援 ホームページ作成
- ③ 集客支援 SNS運営代行
- ④ 無料POP・メニュー札の作成

顧客の悩みに対して適切な専門医やプロデューサーに繋ぐ



## プロデュース テンポスバスターズ

さらなる高収益店舗の店創りや、多店舗展開を目指す経営者の業態開発やフランチャイズ本部の構築、M&Aなどをサポートする

## 【専門医】治療

プロフィット・ラボラトリー  
ディースパーク / テンポス情報館

すぐに治療をしないと閉店してしまうステージの患者(飲食店)に、集客、販促、教育等の改善処置を行っていく

## 安楽死コース

テンポスフィナンシャルトラスト  
中古事業部 / ディースパーク

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。閉店後の従業員・店舗・お金の支援を行う。



## (株) ぐるなびと取り組むこと

### ① 販促・経営支援ノウハウの提供強化(62店舗から5年で120店舗へ)

ぐるなびの強みである、飲食店の課題解決力（経営支援）を取り入れ「Dr.テンポス」構想を加速させる。

### ② 出向受入れによる顧客訪問/外販部隊の設立

テンポスバスターズは、郊外に位置する店舗が多いことから顧客は頻繁に店を訪れることができない。外販部隊を持たないテンポスに代わり、ぐるなび社員による顧客訪問（Push型）の営業手法を開始する。

→2022年7月より、ぐるなび出向社員で構成する外販部隊の営業開始

### ③ 営業及び商品連携並びに共同での商品開発の実現

小規模個人飲食店の経営課題に即した商品・サービスの提供および商品開発に取り組む。

### ④ M&A戦略の加速

飲食店の閉店案件から、ぐるなび社員とともに店舗再生に取り組み、売却もしくは自社店舗としてM&Aする

**【テンポス 目指す姿】 外食産業にハードとソフトを提供できる揺るぎない企業となる**

## テンポスグループが一体となり「Dr.テンポス」に取り組む

### (株) テンポスバスターズ

直営53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」
- デリバリーコンサルティング

### (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

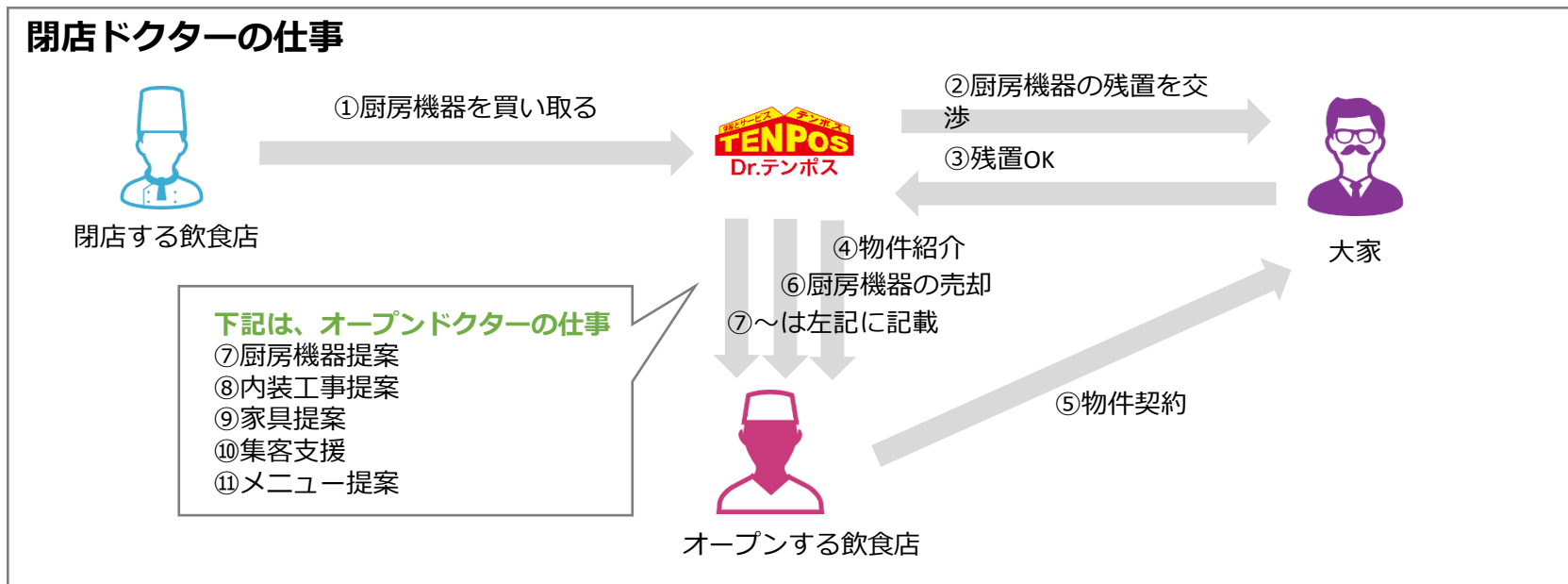
### (株) ディースパーク

- 人材派遣
- 人材紹介
- 求人広告
- 請負業務

# 閉店ドクター / 新店プロデューサー

## 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、テナポスの店頭で販売する。



## 新店プロデューサー

居抜き物件で開業される飲食店が、物件に残っている不要な厨房機器の買取依頼を当社にされた場合、当社買取担当は、買取だけでなく、新店に必要な販促サービス等も提案し、総合受注に繋げる営業活動を行う。

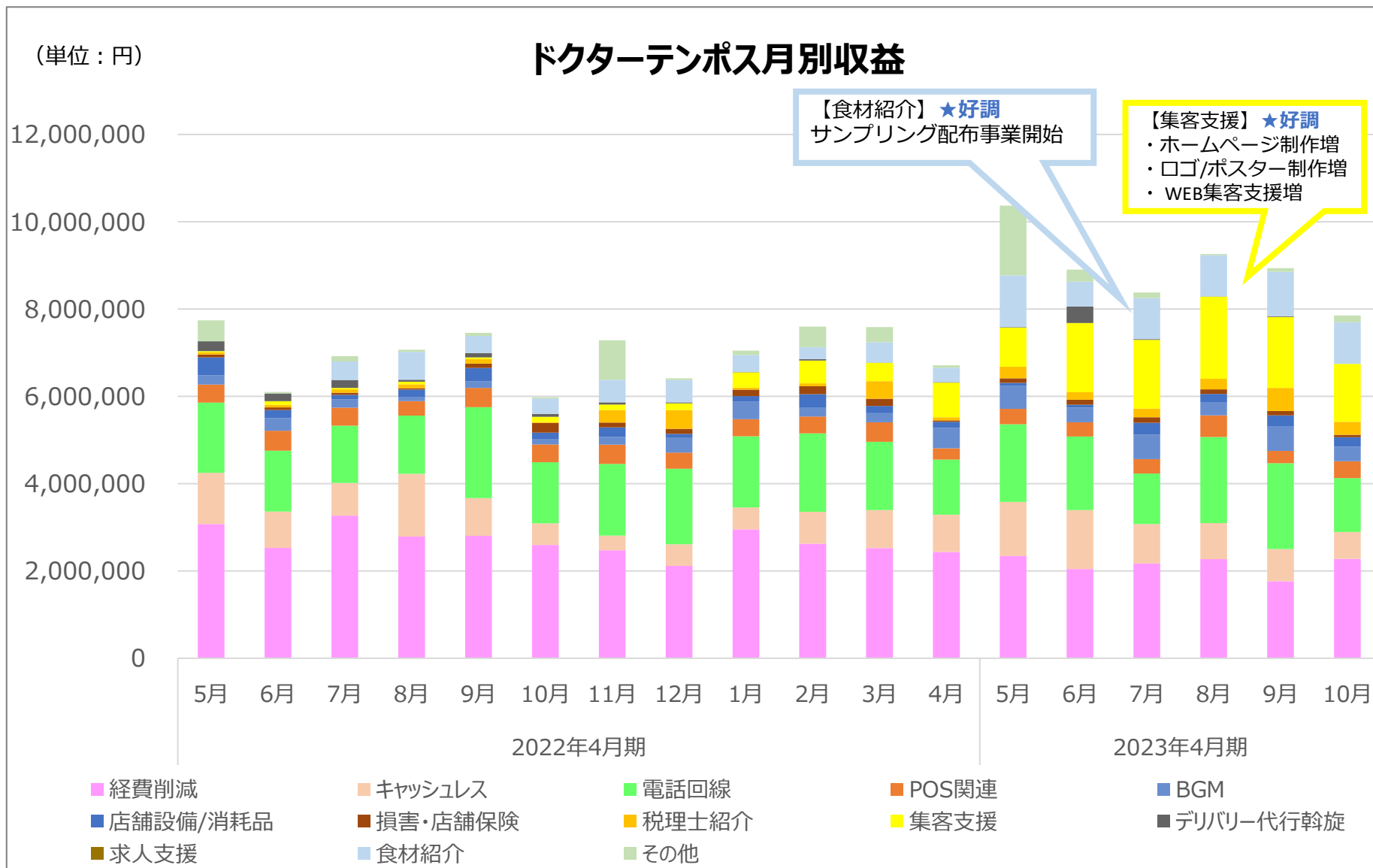
# Dr.テンポスの終末医療

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
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
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
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
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
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プレイスで折半



# 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の強みと第2四半期業績

(単位：百万円)

予想は連結調整前の個別数字

	2022年4月期 第2四半期 実績	2023年4月期 第2四半期 実績	前年同期比	2023年4月期 通期 予想	予想前年比
売上高	7,940	8,319	104.8%	18,300	113.6%
営業利益	975	1,033	105.9%	2,580	121.3%



## 【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)

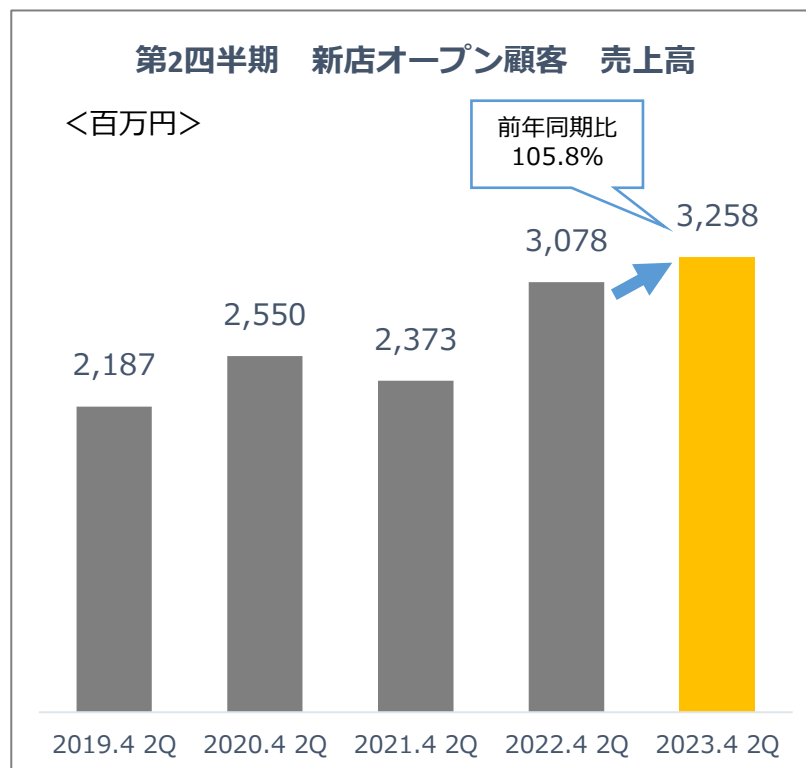
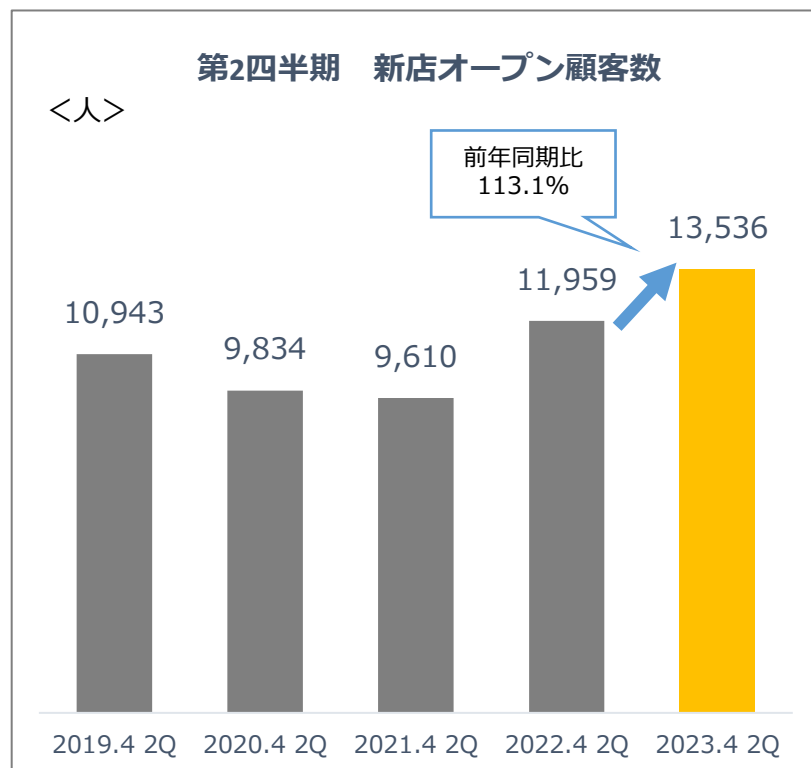
物販事業  
前期年商  
210億  
※調整後数値

- 年商**161億** + **25億** + **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**
- 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**2002年**

# 新店オープン顧客数と売上

来店客への声掛けの徹底により、新店オープン顧客の受注数は増加。

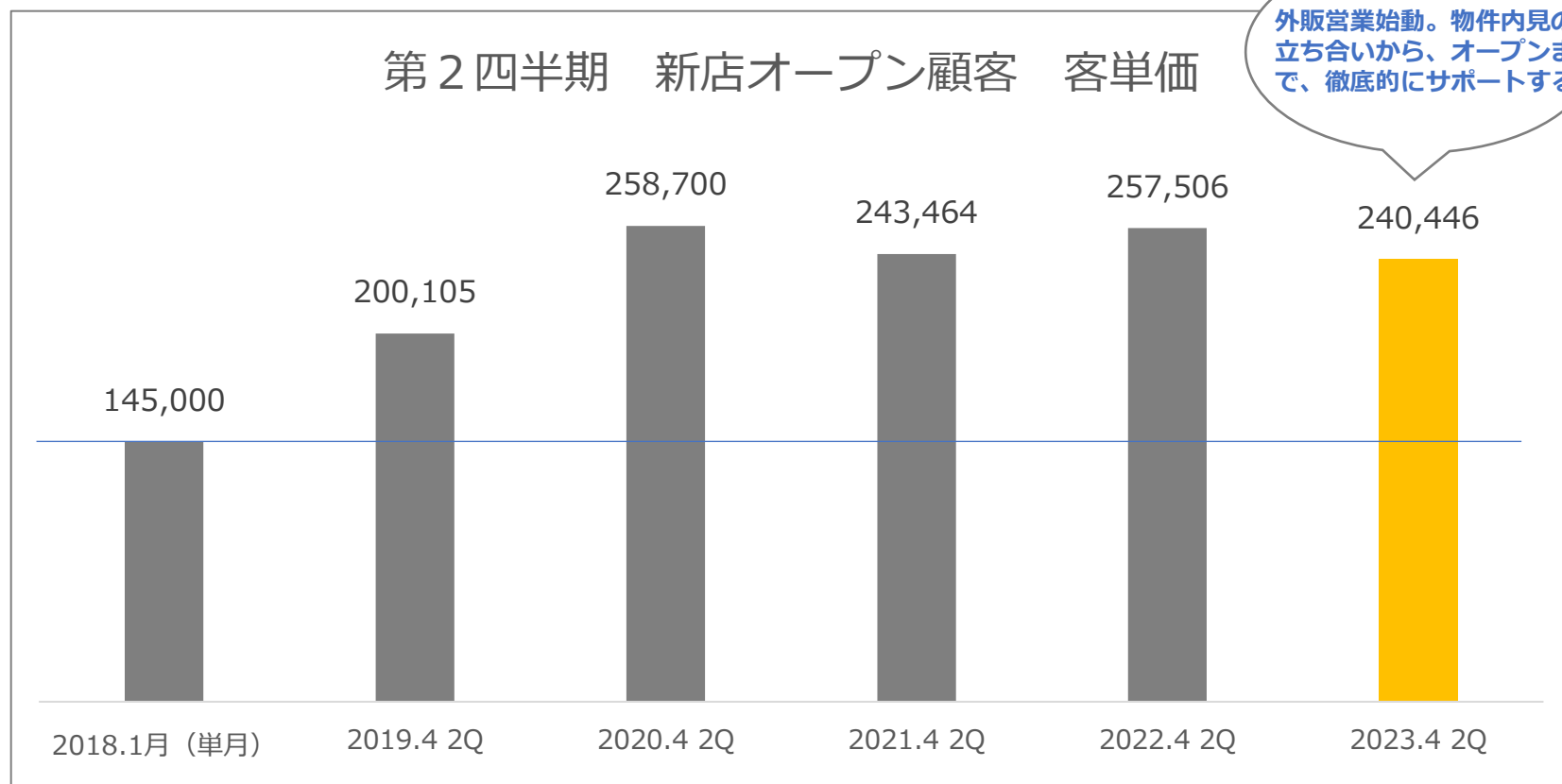
新店オープン顧客数 第2四半期 **13,565件** (前年同期比113.1%)  
新店オープン顧客売上高 第2四半期 **32億58百万円** (前年同期比105.8%)





# 新店オープン顧客の客単価

2023年4月期第2四半期の新店オープンの顧客の客単価は**240,446円**。ドクターサービスを開始した2018年1月比では**165.8%**であるものの、**ここ数年は横ばい**。テンポスに来店する新店オープン顧客の多くは、既に他社で内装と厨房を発注し、テンポスには消耗品や食器を買いに来ている。そのため、開店・閉店ドクターの営業活動を通して、飲食店の開業準備の早い段階から顧客を獲得し、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。2022年7月からは外販部隊を始動。新店オープン顧客の物件の内見から、内装工事の打ち合わせに同席する等して、客単価アップに取り組んでいく。



# 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

2022年4月期 通期実績	来店客の構成比 (年間613,000件)	売上構成比 (年間売上高161億円)
既存客	96% (589,167人)	62.1% (100億円)
新店オープン客	4% (24,303人)	37.9% (61億円)

**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)	2,025人/月	1.6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1.5~2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	61億/年	384億/年	上記の取り組みに加えて、不動産契約や内装工事をきっかけとした営業活動に取り組み総合受注を獲得していく

新店オープンの顧客数1.6倍・客単価4倍にすることで、年間売上161億から484億へ

$\text{新店オープン客数} 3.8\text{万人} (3,200\text{人/月} \times 12\text{ヵ月}) \times \text{新店オープン客の客単価} 100\text{万円} = 384\text{億円}$   
 $\text{既存売上} 100\text{億} + \text{新店オープン客売上} 384\text{億} = 484\text{億円}$

# 「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。

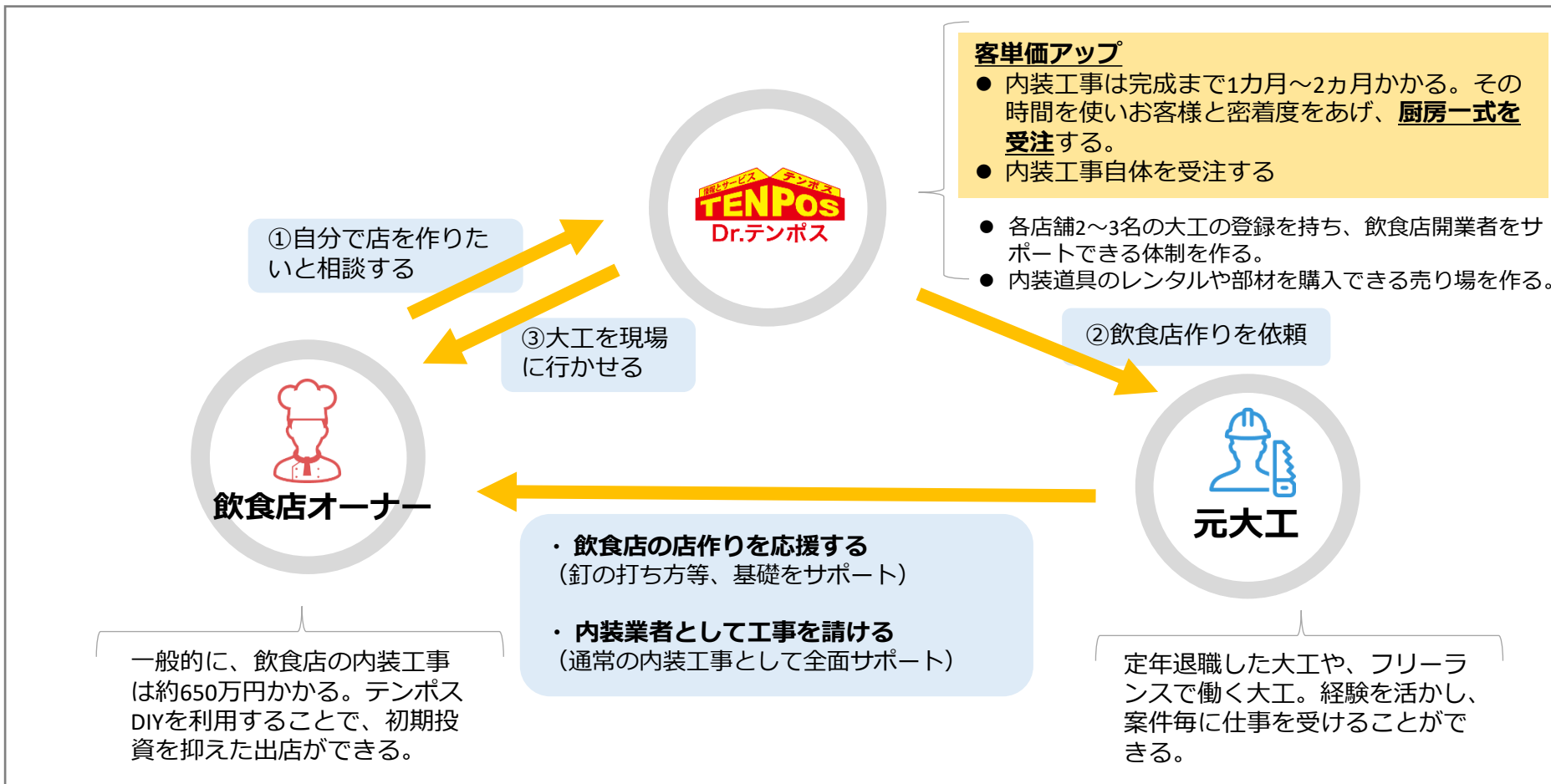
開始日	ゴール
2018年4月～	<b>まずは真面目に受講すること</b> トレーニング対象：社員100名 / 1人当たり 週1時間の研修
2019年4月～	<b>トーク台本通りに説明できること</b> トレーニング対象：社員・パート320名 / 1人当たり 週5時間の研修
2020年4月～	<b>新店オープンの客単価を26万円から100万円にすること</b> トレーニング対象：社員263名 / 1人当たり 週5時間の研修
2021年4月～	<b>効果測定（習熟度・成果）を追いかけながら研修を実施する</b> トレーニング対象：社員263名 / 1人当たり 週5時間の研修
2021年4月～	<b>選抜メンバーへの集中教育を開始</b> 店舗プロデューサー（ドクター化）のため、全国から25名を選抜をして、集中的に教育を行う。（総合受注のための図面レイアウト提案・物件紹介・内装工事相談等）
2022年7月～	<ul style="list-style-type: none"><li>● テンポスバスターズの店舗向けに自店のWEB集客の研修開始</li><li>● 営業マンの営業力向上を目的に「ヒアリングトーク」「クロージングトーク」の研修を開始する</li></ul>

# 成長戦略 新店オープンの客単価を4倍へ

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

2022年5月  
プロジェクトチーム解散  
今後は現場レベルで継続する

需要はあるものの、社内教育や受注体制の構築が難しく、時期尚早と判断しDIYのプロジェクトチームを解散。別の形で客単価アップに取り組む。



### これまで

- 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

メンテナンス営業マンの  
修理・物販売上予測  
↓  
(月250万円×150人×12ヵ月)  
売上45億  
粗利16億

### 今後

- 修理・再生センターを現在、全国12拠点から、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い、**物販の売上も上げていく**  
→さらに、ドクターサービスの案内、受注もする
- 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

### 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での修理。また修理はアウトソーシングがほとんど。

### 直近の取り組み・現状

メンテナンス依頼数 月間平均600件 / メンテナンス担当5名 **まだまだ人が足りない!**

## 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

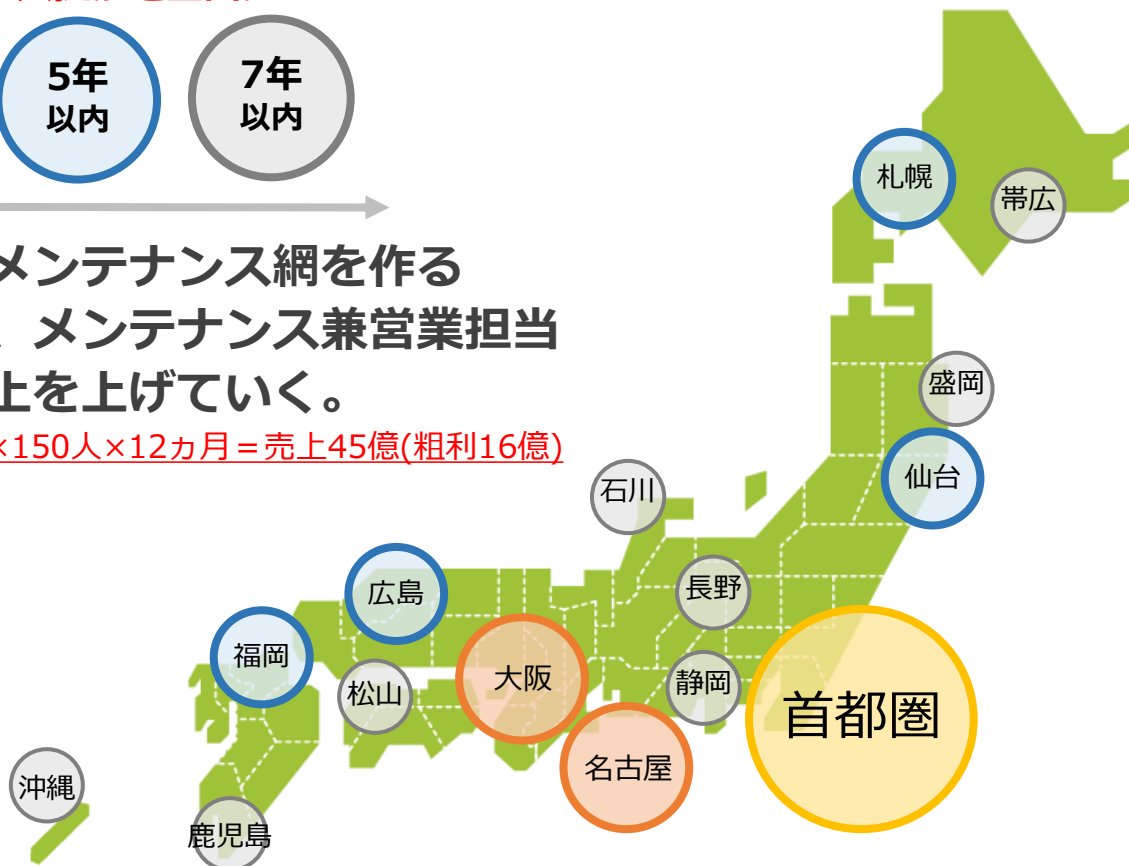
3年  
以内

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。

→修理・物販売上月250万円×150人×12ヵ月=売上45億(粗利16億)



# 成長戦略 テンポスバスターズの出店



**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4四半期会計期間の出店）

■ **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  
オープン翌月で黒字化

■ **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  
オープン翌月で黒字化

現在出店検討 岐阜県 1 店舗、三重県 1 店舗、関西エリア 1 店舗

# 中古品の買取業務拡大（バツタもん）

## 社内競りで仕入れる（厨房機器の仕入れを“競り”に）

買取事業部（買取センター）が買い取った商品は、社内店舗向けに競りを毎日行い、競り落とした店舗に発送する。店舗側は、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、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）

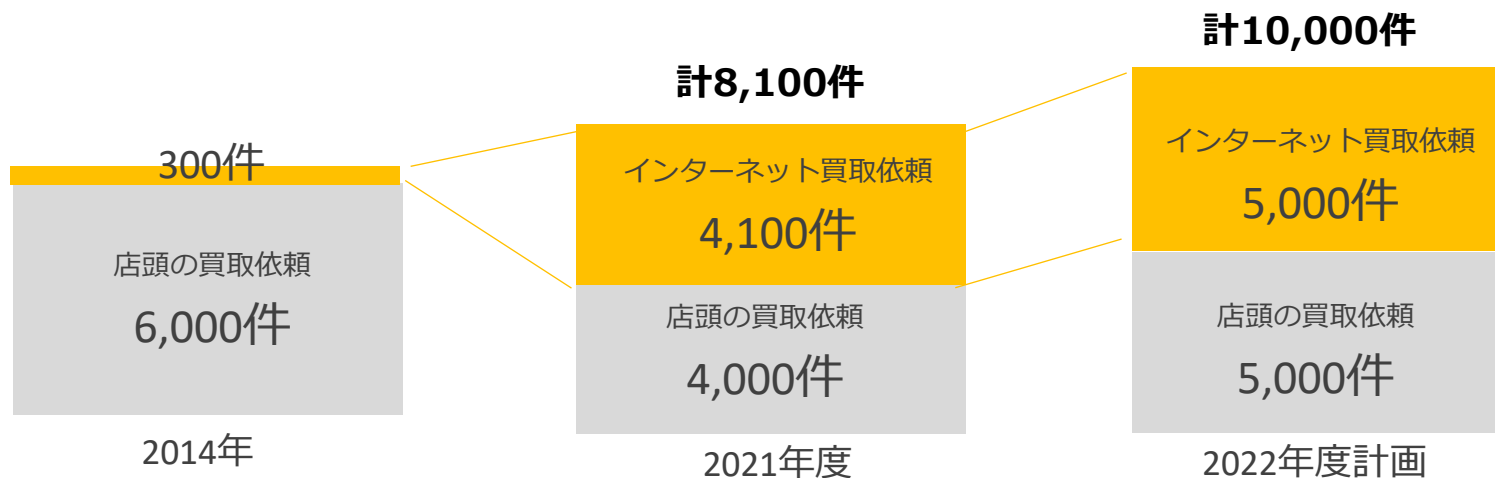
## 一括買取サイトの開設

食品、飲料、消耗品等の大量ロットでの買取を開始。



## インターネット経由の買取依頼数アップに取り組む

### WEB戦略に注力する





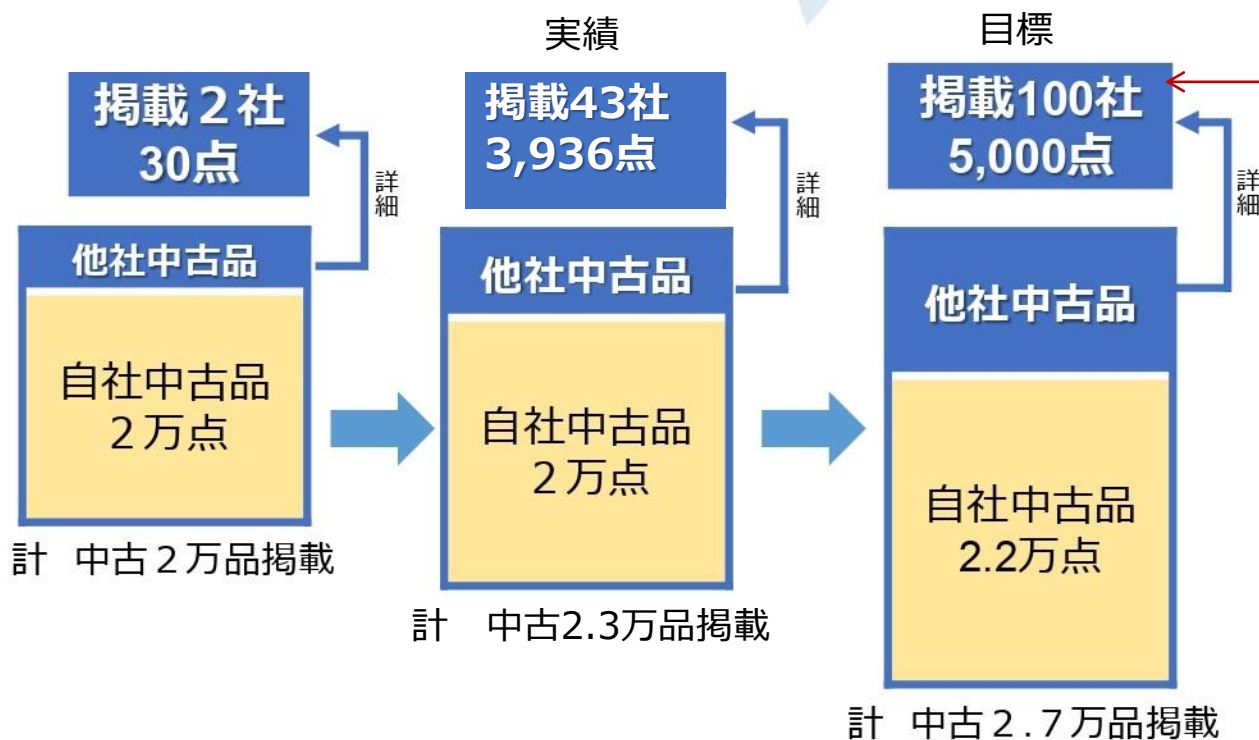
# 中古厨房機器に特化したプラットフォームになる

## 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「テンポスドットコム」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

## ■ 物販事業の各事業会社の業績

(単位：百万円)

予想は連結調整前の個別数字

事業	会社名	科目	2022年4月期 第2四半期	2023年4月期 第2四半期	前年同期比	2023年4月期 通期予想	予想前年比
厨房 店頭販売	テンポスバスターズ	売上高	7,940	8,319	104.8%	18,300	113.6%
		営業利益	975	1,033	105.9%	2,580	121.3%
厨房 ネット販売	テンポスドットコム	売上高	1,337	1,257	94.0%	3,400	119.1%
		営業利益	51	22	44.2%	134	150.8%
厨房 直販営業	キッチンテクノ	売上高	1,401	1,434	102.4%	3,300	111.0%
		営業利益	96	83	87.4%	234	106.9%

### テンポスバスターズ（店頭販売）増収増益

- 新店オープン顧客数は13,536件（前年同期比113.1%）と増加
- 新店オープン顧客の客単価は、240,446円（同93.4%）と下落  
（来店客への声掛けが増えたことで、調理道具や食器だけを買う新店顧客の受注も増加しているため）
- 飲食店経営支援の経験豊富な社員による外回り部隊の始動。
- 新店オープンに伴う、居抜き物件にある不要な厨房機器の買取を受けた買取担当は、買取と同時に新店準備に必要な販促サービス等を提案する新店プロデューサーとして、総合受注獲得に向けた営業を開始  
（毎月200件以上の居抜き物件情報が入ってくるにも関わらず、毎月進行している案件は7件程度と、まだまだ！）

詳細はP15～P24に記載

# 物販事業

## テンポスドットコム（インターネット販売）減収減益

（単位：百万円）

会社名	科目	2022年4月期 第2四半期	2023年4月期 第2四半期	前年同期比	2023年4月期 通期予想	予想前年比
テンポスドットコム	売上高	1,337	1,257	94.0%	3,400	119.1%
	営業利益	51	22	44.2%	134	150.8%

- 売上構成比の高い冷蔵機器の納期遅延の継続により、通販部門の売上高は前年同期比93.3%と減収。
- 粗利率の高い中古厨房機器の販売強化により、中古厨房機器の売上高は130.0%と増収。
- ぐるなび出向社員を14名から28名と戦略的増員。経費は前年同期比134.5%と増加。
- WEBに精通したぐるなび出向社員による施策で、アクセス数は前年同期比120.0%と増加。
- 人材を厚くしたことで、早ければ第3四半期以降、遅くとも来期以降、年商25億円から50億円へのステージに入ることを見込む

## キッチンテクノ（直販営業）増収減益

（単位：百万円）

会社名	科目	2022年4月期 第2四半期	2023年4月期 第2四半期	前年同期比	2023年4月期 通期予想	予想前年比
キッチンテクノ	売上高	1,401	1,434	102.4%	3,300	111.0%
	営業利益	96	83	87.4%	234	106.9%

- 大手飲食店チェーンの厨房機器計画更新（炊飯器200件、売上14百万円）を新規受注
- 内装の提案研修を開始。厨房と内装をセットで提案し1件26百万円の高額受注
- 展示会への積極的出展（前期0件→今期3件）
- 仕入れメーカーからの値上げを受け粗利率は0.5%低下、人員拡大により経費増で営業利益は減益
- 第3四半期以降は、新規開拓に向け、ラーメン店開業者向け講習会の開催や外国人飲食開業支援ホームページの公開予定

# 情報・サービス事業

## ■情報・サービス事業の各事業会社の業績

コロナ禍からの回復に伴い販促・人材・設備投資する飲食店が増えていることから、セグメント売上高は19億83百万円（前年同期比122.4%）、営業利益は1億14百万円（同923.9%）と大幅に増益。業績拡大を牽引したのは、POSシステムの販売事業と、人材派遣事業。コロナ禍で開始した新規事業の中では、配送請負事業が好調な結果に。

予想は連結調整前の個別数字

（単位：百万円）

事業	会社名	科目	2022年4月期 第2四半期	2023年4月期 第2四半期	前年同期比	2023年4月期 通期予想	予想前年比
内装工事	スタジオテンポス	売上高	465	430	92.6%	1,130	126.6%
		営業利益	24	12	51.2%	63	139.0%
POS販売	テンポス情報館	売上高	337	487	144.5%	1,000	124.1%
		営業利益	28	60	213.0%	125	131.6%
資金・物件	テンポス フィナンシャルトラスト	売上高	415	424	102.2%	873	108.2%
		営業利益	22	26	121.1%	64	172.0%
販促支援	プロフィット・ ラボラトリー	売上高	50	51	101.6%	160	145.5%
		営業利益	▲8	0	黒字化	36	▲9百万円
人材派遣	ディースパーク	売上高	314	516	164.4%	1,300	153.2%
		営業利益	▲29	14	黒字化	50	▲8百万円
WEB集客	テンポスフードプレイ ス	売上高	58	88	149.6%	160	125.5%
		営業利益	▲15	0	黒字化	0	▲16百万円

## スタジオテンポス（内装デザイン施工）減収減益

（単位：百万円）

会社名	科目	2022年4月期 第2四半期	2023年4月期 第2四半期	前年同期比	2023年4月期 通期予想	予想前年比
スタジオテンポス	売上高	465	430	92.6%	1,130	126.6%
	営業利益	24	12	51.2%	63	139.0%

- ・ コロナ回復に向かう中、内装工事請負件数は前年同期比111.8%となる
- ・ 客単価の高い新店オープンの受注数が減少したことから全体の客単価が低下。請負件数は増加したものの客単価低下により売上高は減収となる
- ・ 売上拡大に向けて関西エリアの人員の増加で経費増、営業利益は減益となる
- ・ 店舗清掃等のメンテナンスサービスを開始。リピーターへ開業経過年に合わせた提案サービスとして開始

## テンポス情報館（POSシステム販売）大幅増収、大幅増益

（単位：百万円）

会社名	科目	2022年4月期 第2四半期	2023年4月期 第2四半期	前年同期比	2023年4月期 通期予想	予想前年比
テンポス情報館	売上高	337	487	144.5%	1,000	124.1%
	営業利益	28	60	213.0%	125	131.6%

- ・ テーブルオーダー、モバイルオーダー、セルフレジ関連の受注増加
- ・ 半導体不足で新品のPOSレジ本体の流通が不足している中、テンポス情報館では中古POSの買取・販売を行っていることから販売台数の増加（前年同期比135.0%）、粗利額を押し上げる。
- ・ ぐるなび社よりWEB販促に精通した人員7名を受け入れ、SEO対策やSNS広告等に取り組む
- ・ 人員の拡大により経費は増加（同126.2%）したが、それを上回る売上となり、営業利益は増益

## テンポスフィナンシャルトラスト（資金・不動産）増収増益

（単位：百万円）

会社名	科目	2022年4月期 第2四半期	2023年4月期 第2四半期	前年同期比	2023年4月期 通期予想	予想前年比
テンポス フィナンシャルト ラスト	売上高	415	424	102.2%	873	108.2%
	営業利益	22	26	121.1%	64	172.0%

- ・ 割賦・リースの取扱高は前年同期から35百万円の増収、“売掛システム”の取り扱い高は前年同期から約50百万円の増収と好調
- ・ 事業再構築補助金のコンサル営業を契機に物販売上高は10百万円と売上に寄与する
- ・ 不動産部門では、業務委託社員を4名増員し、事業承継（M&A）を受注できる体制づくりの強化。同時に広告を使い事業承継希望者の募集を行う。これらの理由から、決済端末事業をグループ会社に事業移管しているが、業績は増収増益となる。

## プロフィット・ラボラトリー（集客支援）増収、黒字化

（単位：百万円）

会社名	科目	2022年4月期 第2四半期	2023年4月期 第2四半期	前年同期比	2023年4月期 通期予想	予想前年比
プロフィット・ ラボラトリー	売上高	50	51	101.6%	160	145.5%
	営業利益	▲ 8	0	黒字化	36	▲ 9百万円

- ・ 大手外食企業の販促活動は自粛傾向が根強い中、新店オープン時の販促需要を捉え、グループ会社の飲食店経営支援サービスも含めた提案を行うことで、主力事業「満席FAX」の売上高は37百万円（前年同期比121.0%）と増収となる。しかし売上は増収しているものの「満席FAX」の受注は、コロナ禍前（2020年4月期）の70%程度。今後の課題は新規事業開発
- ・ 期首からのオフィス移転等の経費削減により、**営業利益は2年ぶりの黒字化**

## ディースパーク（人材派遣）大幅増収、黒字化（2Q累計期間においては過去最高益）

（単位：百万円）

会社名	科目	2022年4月期 第2四半期	2023年4月期 第2四半期	前年同期比	2023年4月期 通期予想	予想前年比
ディースパーク	売上高	314	516	164.4%	1,300	153.2%
	営業利益	▲29	14	黒字化	50	▲8百万円

- 3年ぶりとなる行動制限のない夏季休暇や人の移動が多くなる中で接客販売派遣の需要が高く、主要顧客であるアパレルや食料品物販店への売上はコロナ禍前（2020年4月期）を上回る結果となる。また、西日本におけるホテル清掃派遣の売上高は前年同期から13百万円増加と好調。
- コロナ禍で開始した新規事業「配送請負事業」は営業利益13百万円と、稼ぎ頭に成長
- 第2四半期累計期間の営業利益は14百万円と、同期間において過去最高益となる
- 産業廃棄物運搬処理業を一都三県で先行取得。第3四半期より、廃棄物収集運搬を開始予定

## テンポスフードプレイス（WEB集客支援）増収、黒字化

（単位：百万円）

会社名	科目	2022年4月期 第2四半期	2023年4月期 第2四半期	前年同期比	2023年4月期 通期予想	予想前年比
テンポスフードプレイス	売上高	58	88	149.6%	160	125.5%
	営業利益	▲15	0	黒字化	0	▲16百万円

- ドクターサービスの獲得件数増加により、第2四半期累計期間における営業利益は**設立後初の黒字**
- 食材サンプル配布事業（3百万円増）と、飲食店の販促物作成事業（3百万円増）が好調
- デザイン事業部の体制強化により、テンポスグループの社内及び社外からのWEB制作の請け負い件数が増加（6百万円増）
- 第3四半期からは、営業活動と新規事業開発に注力することで、新規顧客の開拓に注力する



# 飲食事業

## ■ 2023年4月期 第2四半期 飲食事業の業績

単位：百万円

予想は連結調整前の個別数字

会社名	科目	2022年4月期 第2四半期	2023年4月期 第2四半期	前年同期比	2023年4月期 通期予想	予想前年比
あさくまグループ	売上高	2,441	2,935	120.2%	6,069	115.6%
	営業利益	▲ 258	▲ 29	赤字額改善	▲ 9	▲ 340百万円
	経常利益	257	▲ 60	赤字化	▲ 38	450百万円
ドリームダイニング	売上高	55	76	138.0%	150	124.0%
	営業利益	▲ 16	▲ 8	赤字額改善	▲ 4	▲ 29百万円
	経常利益	13	1	12.6%	▲ 4	21百万円

### あさくま 増収、赤字額改善

#### あさくま人事

- ・ 2022年6月 社長争奪戦により廣田陽一が新社長に就任
- ・ 伝説の静岡県民食「さわやか」の営業本部長の入社

新体制により幹部人材を  
あつくしたことで、改革  
のスピードを加速させる

- ・ 人件費削減と同時に「お客様を待たせない」「不満足を与えない」を目指しサービス向上に注力
- ・ コロナの影響で不特定多数の方が触れてしまうサラダバーが敬遠されていることが考えられることから、「オーダーバイキング方式」での提供を実験開始
- ・ 集客の目玉となるマグネット商品の開発  
(例：迫力のある300グラムの“BIGハンバーグ”サラダバー付きを税抜1,380円にて提供)

### ドリームダイニング 増収、赤字額改善

- ・ コロナ回復による商業施設の客数増を背景に、顧客満足度向上を重視したメニュー改善に取り組み売上高は増収
- ・ 施設の集客力に頼らない売上施策として取り組んできたデリバリーやテイクアウト販売は、ラインナップの増加や限定メニューを打ち出し、競合他社との差別化を図り、売上に寄与
- ・ 黒字化まではもう一息！

# ステーキレストラン「あさくま」の挑戦

「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ンメントレストラン」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。



キッズ体験



サプライズ演出



ステーキ甲子園



セルフステーキ

あさくまが提供するエンターテインメント

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) コロナ状況を見て出店を再開  
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

## < 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

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
  - 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「日経トレンドィ」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(アレフ)	68.4
3位	27位	いきなり!ステーキ(ベッパーフードサービス)	67.8
4位	29位	ブロンコビリー(ブロンコビリー)	67.5
5位	48位	ステーキ宮(アトム)	63.2

# 參考資料

# テンポスはSDGsそのものである

- ① テンポスのリサイクル事業はSDGsそのものである
- ② 3年で50%が閉店する小規模飲食店を、5年で90%生き残る為の事業支援を重点方針としている
- ③ SDGsの17の目標の一つに「貧困をなくそう」とあるが、テンポスは3か年計画で社員の賃金を5割アップする。そして貧乏社員の飢えと貧困をなくす
- ④ 定年制をなくして、高齢者比率は31%。働きたい老人には何歳になっても働く場を提供する。

## テンポスが目指す姿

社会的価値	経済的価値
外食業界にハードとソフトを提供する 揺るぎない企業になる	時価総額1,000億円 売上高1,000億円



これらを達成することで  
「**飲食店の5年後の生存率45%を90%にする**」を実現させる  
持続可能な飲食店づくりを応援する

# テンポスグループの幹部社員

年齢に関わらず、能力と実績次第で立候補・抜擢人事あり

## テンポスグループを率いる子会社社長4名

スタジオテンポス社長  
吉野 38歳  
職人すぎる社長

テンポスドットコム社長  
品川 42歳  
おっかさん社長

あさくま社長  
廣田 37歳  
スーパーポジティブ社長  
➤ 元、テンポス西日本営業部長

ディースパーク社長  
伊藤 41歳  
何でもできそうな社長  
➤ テンポスHDの取締役&  
人事部長兼任



# 第5回 テンポスバスターズ社長の椅子争奪戦 開始

「自分の人生は、自分でつくる」の考えのもと、社長でさえも立候補して、争奪戦で決める

## 第5回 テンポスバスターズ 社長の椅子争奪戦



ウエスト厨機 取締役社長/テンポス  
バスターズメンテナンス部 部長

テンポスバスターズ取締  
役東日本営業部 部長

テンポスHD取締役/テンポスバ  
スターズ取締役営業本部 部長

ディースパーク取締役 社長/テンポス  
HD取締役人事総務部人材事業部 部長

### 【評価方法・社長の決め方】

- 50%：2022年11月から4月迄の自部署での実績、ゴールに対する成果、部下の育成等の指標にもとづいて評価
- 50%：立候補者以外の部課長、AM、店長・センター長、子会社社長及び役員の投票

### 【スケジュール】

- 2023年4月の全国店長会議で社長候補を決定予定、7月の株主総会で正式に新社長が決定、就任予定



# 週5時間、年間240時間のZOOM研修

従業員を「ドクター」に育てる。そのために販売職263名は、**一人当たり週5時間、年間240時間の研修を実施**。研修は9講座。大学の講義のように必須科目と選択科目から受講科目を選ぶ。講義は10時～19時にかけて開催し、1コマの受講時間は1時間。

- 厨房機器のプロフェッショナル研修
- イス・テーブルのプロフェッショナル研修
- 総合受注獲得のための営業強化研修
- 経営分析による繁盛店づくりの研修
- 管理者向け方針伝達
- 厨房機器の修理・再生担当者向けの技術研修
- 買取担当者向けの「閉店ドクター」研修

## ■ 1週間のZOOM研修例

日にち	6日	7日	8日	9日	10日
曜日	月	火	水	木	金
10:15-11:15		食器・調理道具プロ化研修	食器・調理道具プロ化研修	経営分析・繁盛店支援	
11:20-12:20	ドクターテンポス研修 厨房機器プロ化研修	方針伝達	イス・テーブルのプロ化研修 ドクターテンポス研修	厨房機器プロ化研修 ドクターテンポス研修	ドクターテンポス研修 方針伝達
12:25-13:25	総合受注研修	デリバリー売上アップ研修	総合受注研修	デリバリー売上アップ研修	総合受注研修
16:45-17:45		ドクターテンポス研修 厨房機器プロ化研修	方針伝達	食器・調理道具プロ化研修 イス・テーブルのプロ化研修	
17:50-18:50	方針伝達	経営分析・繁盛店支援 総合受注研修	次世代取締役研修	方針伝達 総合受注研修	イス・テーブルのプロ化研修

# 人を育てる

## 役員研修

テンポスグループの役員・役員候補者向けの研修。月に1回「成果を上げる」「人格を作る」をテーマに実践的な研修を行う。参加人数は30名ほど。

## 次世代取締役研修

20～30代の数人の部下を持つ若手リーダー向けの研修。テンポス精神の理解や数値の分析方法、戦略の立て方を体系的に学ぶことで、事業を任せられる人材に育てる。

## テンポス道場

幹部社員になる条件の一つに「テンポス道場」の卒業がある。1泊2日で「テンポス精神」の解釈を行ったり、「自分の限界を超える」をテーマとしたプログラムが用意されている。（地獄の研修とも言われていたり）

## 新卒研修～80キロ歩行～

新入社員は5人1チームで、80キロを歩く。何のために80キロ歩行をするのか。「チームとは何か」「私の役割とは」、その答えを探しながらチームで完歩を目指す。

## パート戦力化プログラム

パート社員はスキルによりA～Gのランクに分かれている。パート社員は自分がどのランクを目指すかを決め、そのプログラムを受講する。最上級は店長同等の仕事ができるGランク。

## 各種、勉強会の実施

「販促」「WEBマーケティング」「提案力向上」等、書籍やセミナー受講で学んだことをもとに勉強会を実施。勉強会で学んだことは、いつ、どのように活用するか決めて実践するまでを行う。

「自分の人生は自分で決める」の理念のもと、人事制度を作っている

## 挑戦する

- 働くスタンスを選択  
(激流コースと菊水コース)
- マイライフシート (人生設計を応援)
- 店長立候補
- 社長の椅子争奪戦
- FA・ドラフト制
- パート店長  
(パート社員夏のボーナス80万)
- バツイチクラブ

## 家族を大切にする

- 育児休暇取り放題
- 転勤自由 (旦那の転勤先についていく等)
- 時短社員制度
- 在宅勤務

## 良い人間関係を築く

- 社飲み
- 芋煮会
- プラスのストローク  
(悪口を言わない、ふてくされない、気配りする)

## 60歳からの人生も満喫

- 定年制廃止
- パラダイス社員制度  
(出勤日・出勤時間自由)
- 2泊3日の旅行研修

# 高齢者と呼んでいいのは90歳から

2005年定年制廃止 テンポスバスターズの60歳以上の比率、31%



社員18年目（74歳）  
接客スキルコンテスト  
全国3位（全503名）  
から、特販課に抜擢



一宮買取センター  
パート社員 84歳  
週5日勤務  
趣味：ミステリー小説を読む

仕事は厨房機器の洗浄。  
少しでも商品価値を高めることが  
モットー。  
「いつまで働くの？」と聞かれるが、  
シフトを減らす気は今のところない。

## 働く心構え テンポスポリシー—高齢者編

- わかったふり知ったかぶりは間違いのもと
- 歳を重ねたからこそ良く見える
- 今日より明日はおもしろい
- 辛い作業は健康のため
- 長い人生、なんだって経験済み
- 気遣いなど無用
- 最終列車に乗れたことに感謝
- いくつになっても働けることの証明
- 人生いつまでも勉強、あらゆるものに挑戦
- 一生懸命働くのは当たり前、人の嫌がる仕事を率先してやれ
- 廃棄の山から宝物
- 毎日が発見・創意工夫そして明日の楽しみ
- 同輩よ、鈍感になろう

# 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 東京スタンダード

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。