



株式会社テンポスホールディングス

2022年4月期第2四半期

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2四半期の連結業績

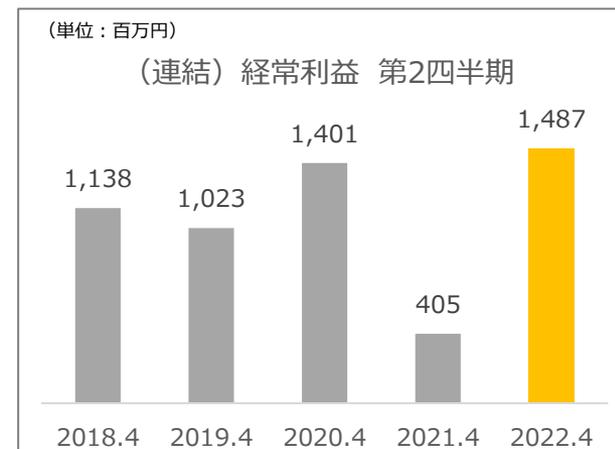
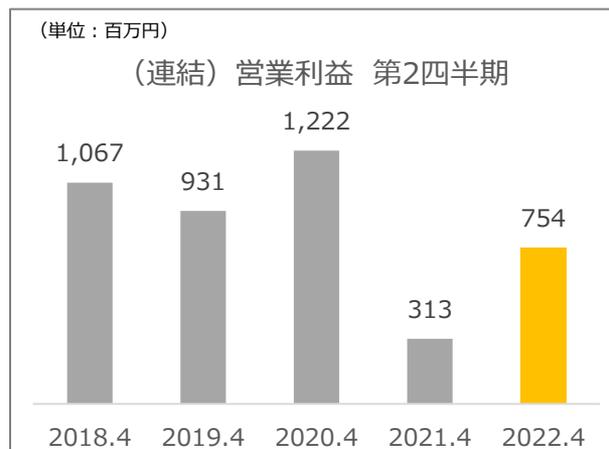
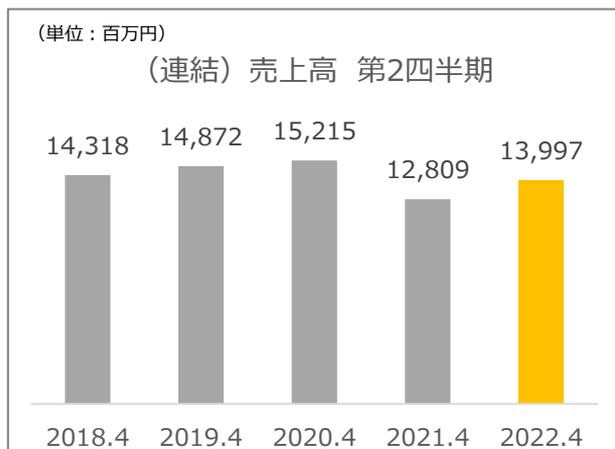
■ 2022年4月期第2四半期の連結業績

単位：百万円

	2021年4月期 第2四半期	2022年4月期 第2四半期	前年同期比
売上	128億09百万円	139億97百万円	109.3%
売上総利益	51億24百万円	51億14百万円	99.8%
営業利益	3億13百万円	7億54百万円	240.6%
経常利益	4億05百万円	14億87百万円	366.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	1億43百万円	9億00百万円	627.3%

■ ROE・ROA・自己資本比率の比較

	2021年4月期 第2四半期	2022年4月期 第2四半期
自己資本当期純利益率(ROE)	1.4%	8.3%
総資産利益率(ROA)	0.8%	5.1%
自己資本比率	59.1%	61.5%

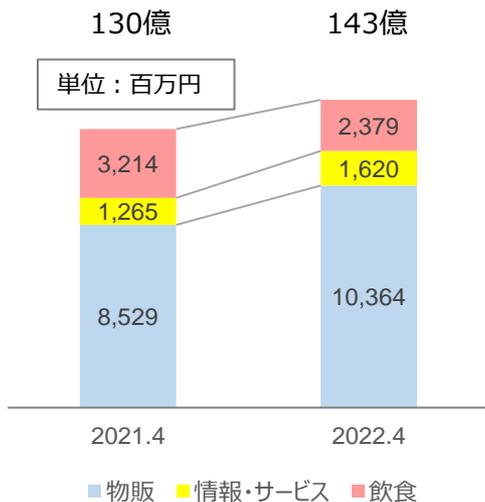


2022年4月期第2四半期 セグメント別業績

※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しております。

	科目	2021年4月期 第2四半期	2022年4月期 第2四半期	前年比	詳細
物販事業	売上高	8,384	10,364	121.5%	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	855	1,174	137.3%	
情報・サービス事業	売上高	1,210	1,620	127.9%	新店オープン顧客の増加により、不動産事業、内装工事事業は回復傾向。
	セグメント利益	△77	12	黒字化	
飲食事業	売上高	3,214	2,379	74.0%	「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	△426	△392	赤字額改善	

セグメント別売上高推移



前年同期差
物販 18.3億円増
情報・サービス 3.5億円増
飲食 △8.3億円減

セグメント別利益推移

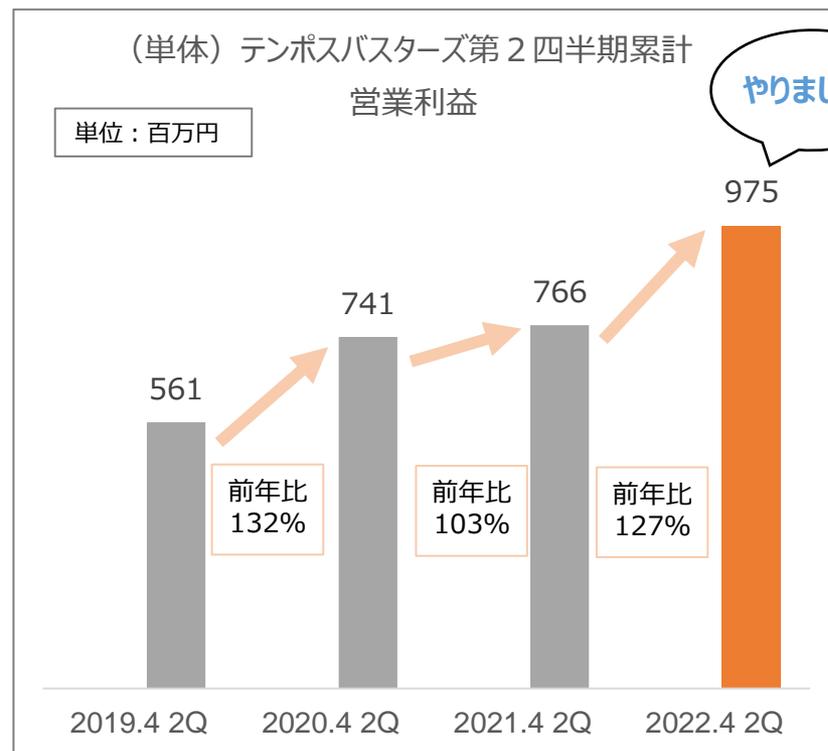
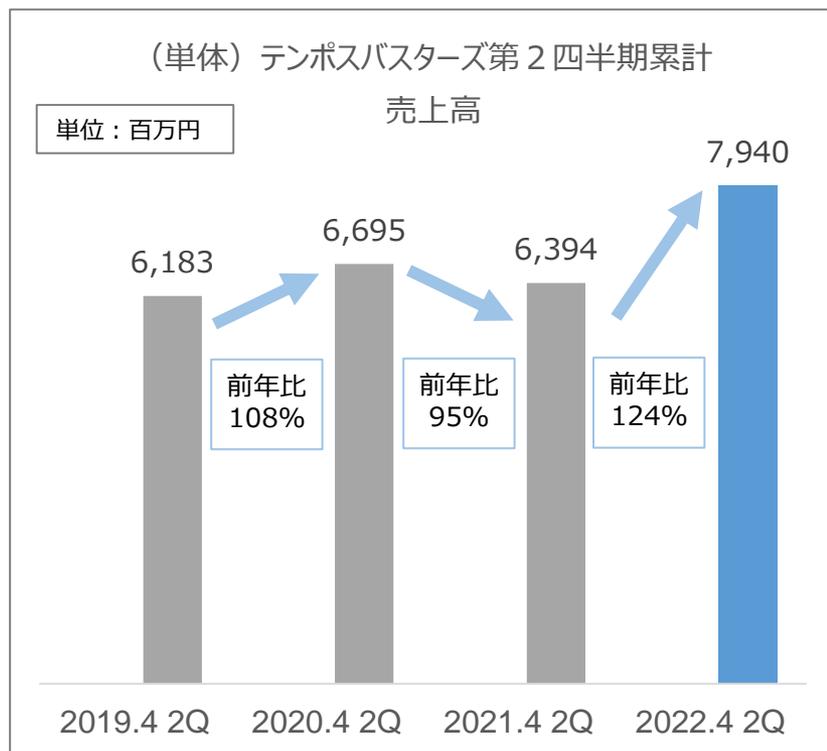


前年同期差
物販 3.1億円増
情報・サービス 89百万円改善
飲食 33百万円改善

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2四半期業績

	2021年4月期 第2四半期 実績	2022年4月期 第2四半期 実績	前年比	2022年4月期 通期 予想
売上高	63億94百万円	79億40百万円	124.1%	150億円
営業利益	7億66百万円	9億75百万円	127.3%	18億円



2022年4月期第2四半期 事業会社別業績

■ 2022年4月期第2四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2四半期	2021年4月期 第2四半期	2022年4月期 第2四半期	2022年4月期 通期予想
物販		テンポスバスターズ	売上高 営業利益	6,695 741	6,394 766	7,940 975	15,000 1,800
		テンポスドットコム	売上高 営業利益	1,097 49	1,169 42	1,337 51	3,200 146
		キッチンテクノ	売上高 営業利益	1,209 64	1,280 68	1,401 96	3,111 235
情報・サービス		スタジオテンポス	売上高 営業利益	438 24	346 24	465 24	1,021 66
		テンポス情報館	売上高 営業利益	456 92	286 △ 1	337 28	840 130
		テンポスフィナンシャルトラスト	売上高 営業利益	367 16	316 14	415 22	749 56
		プロフィット・ラボラトリー	売上高 営業利益	158 31	63 △ 15	50 △ 8	210 40→△ 11
		ディースパーク	売上高 営業利益	421 0	222 △ 70	314 △ 29	1,175 21
		テンポスフードプレイス	売上高 営業利益	28 △ 16	39 △ 21	58 △ 15	180 △ 20
飲食		あさくまグループ	売上高 営業利益	4,678 275	3,150 △ 408	2,441 △ 258	6,000 △ 136
		ドリームダイニング	売上高 営業利益	169 0	63 △ 17	55 △ 16	181 0

※下方修正

(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

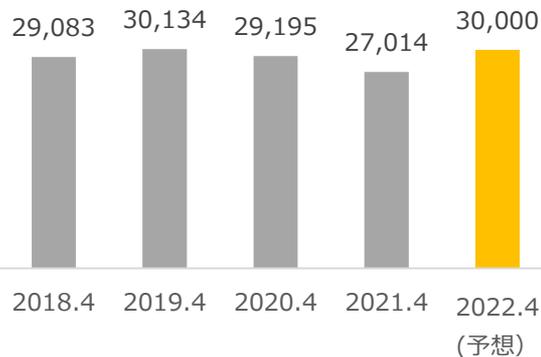
今期はやるぞ!

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）	前年比
売上	30,134	29,195	27,014	30,000	111.1%
営業利益	1,953	1,722	982	1,857	189.1%
経常利益	2,091	1,903	1,448	2,338	161.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,010	960	199	1,478	742.7%

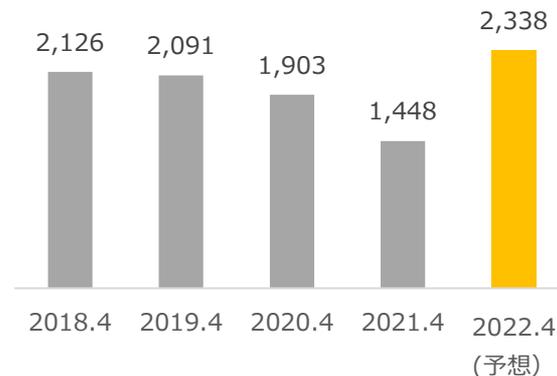
(単位：百万円)

(連結) 売上高



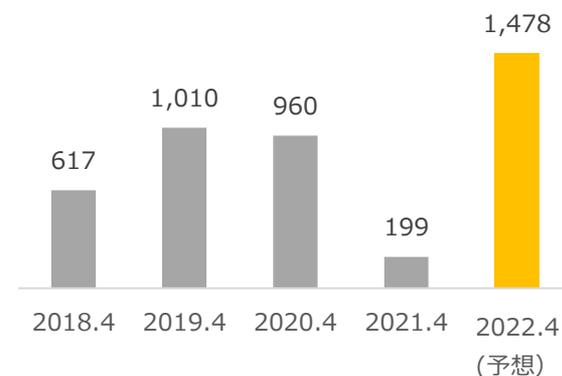
(単位：百万円)

(連結) 経常利益



(単位：百万円)

(連結) 当期純利益

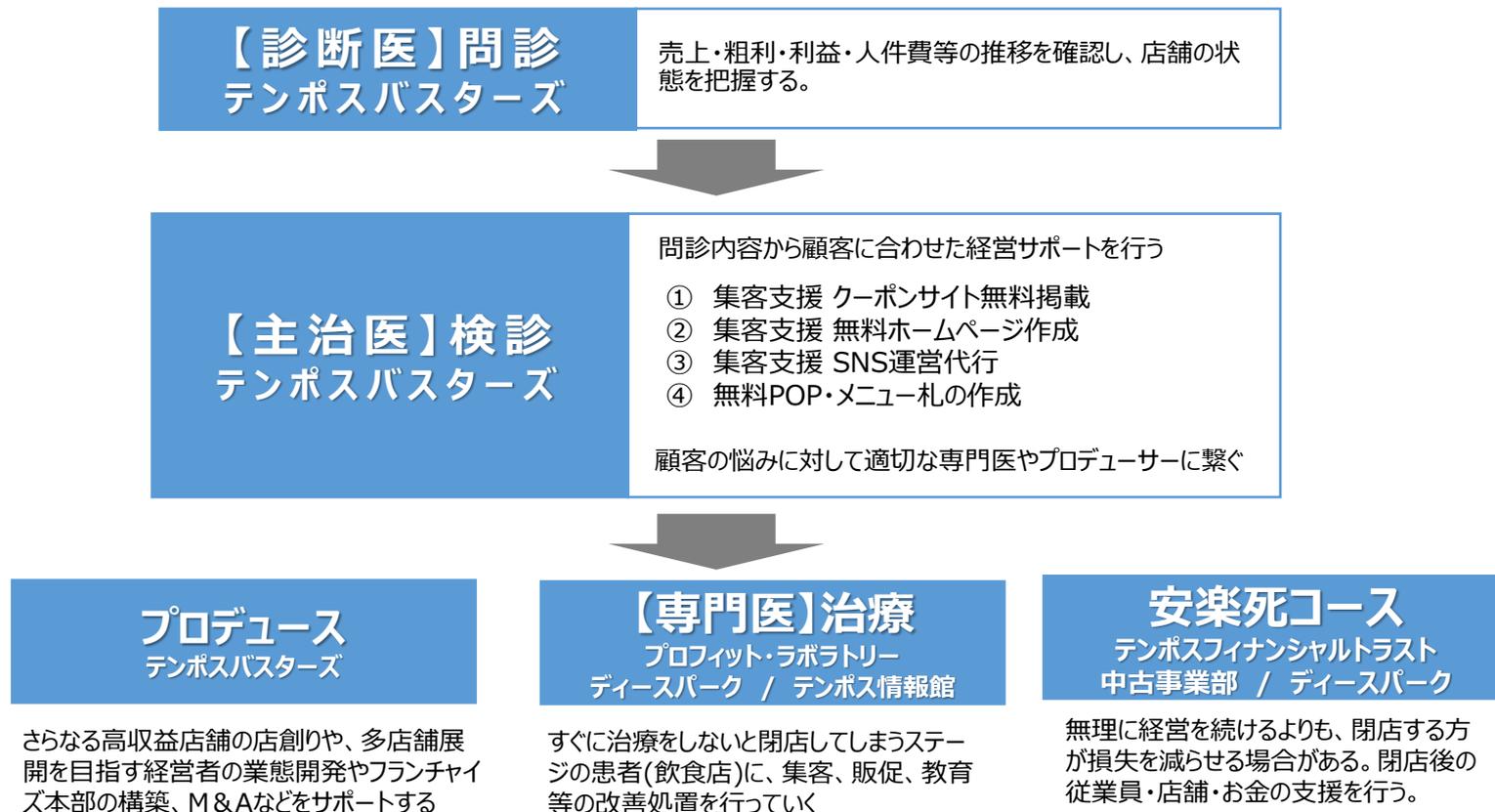


ドクター

Dr.テンポス進捗

Dr.テンポスとは

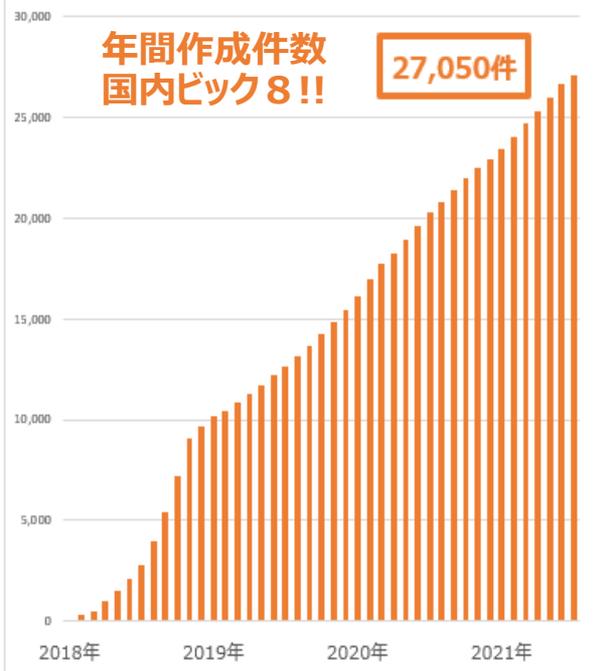
テンポスバスターズが診断医・主治医の役割、各グループ会社が専門医を担い、飲食店経営を総合的に支援する



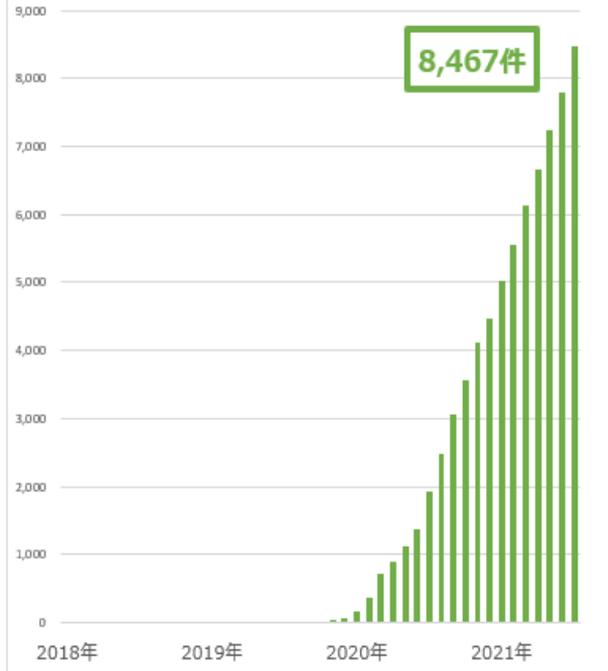
Dr.テンポスの申し込み数

Dr.サービス 第2四半期 申込獲得数 35,182件（前年同期比238.0%）

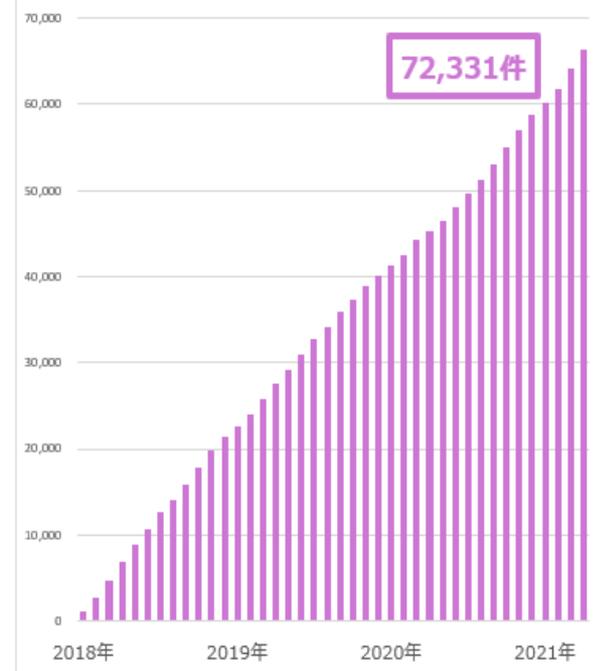
【累計】ホームページ作成申込数



【累計】オープン告知ポスター無料作成申込数



【累計】新店オープン顧客 支援数

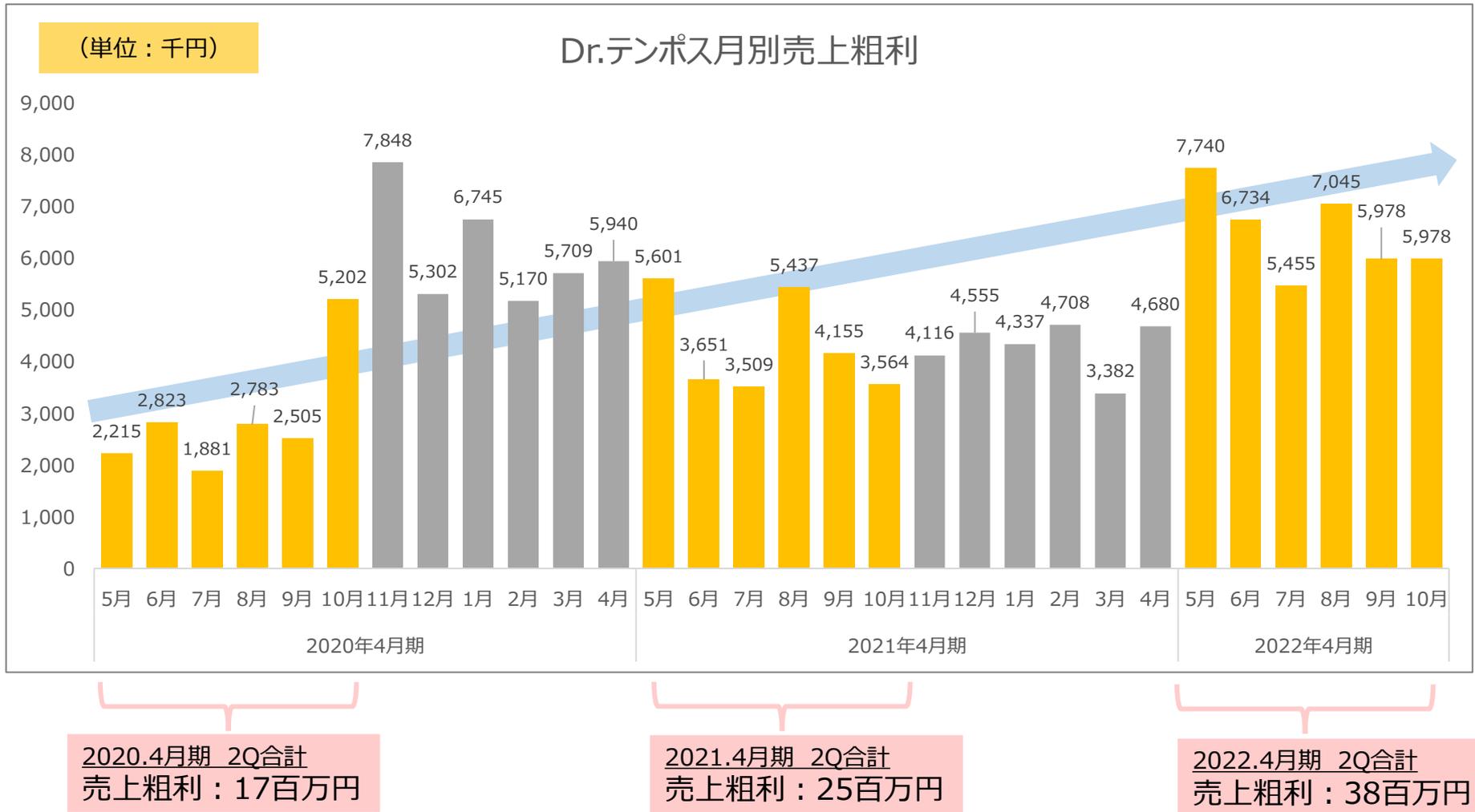


その他のDr.サービス

- キャッシュレス決済
- 光熱費の削減
- 電話、インターネット回線
- POSレジ、情報機器
- ビール・食材紹介 etc・・・

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



(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

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]	

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2四半期の業績

	2021年4月期 2Q 実績	2022年4月期 2Q 実績	前年比	2022年4月期通期 予想
売上高	63億94百万円	過去最高 79億40百万円	124.1%	150億円
営業利益	7億66百万円	過去最高 9億75百万円	127.3%	18億円



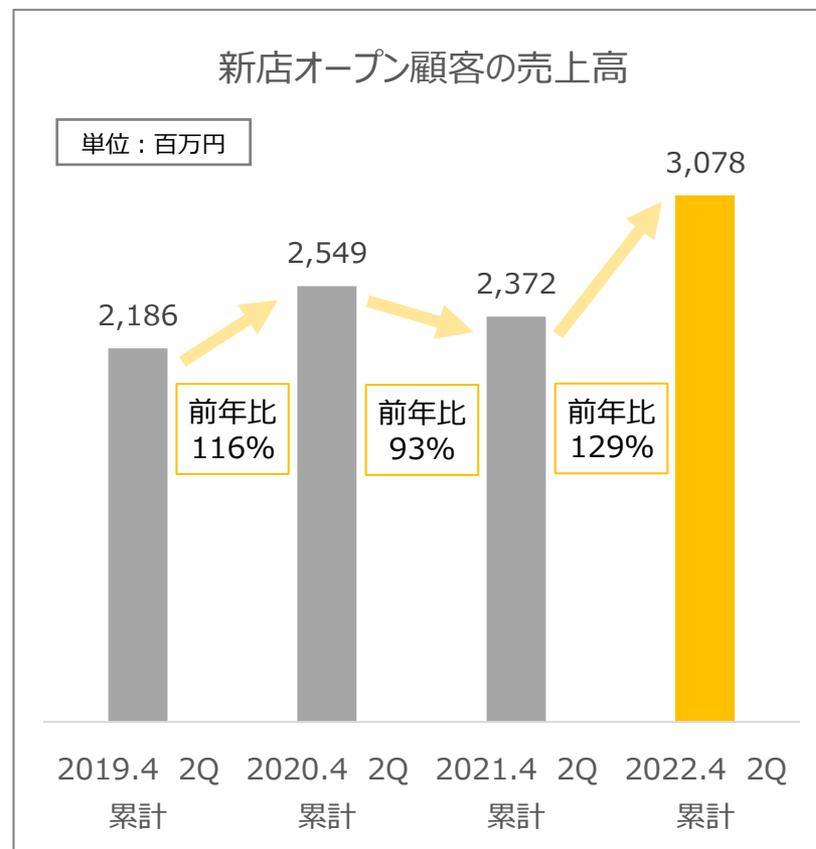
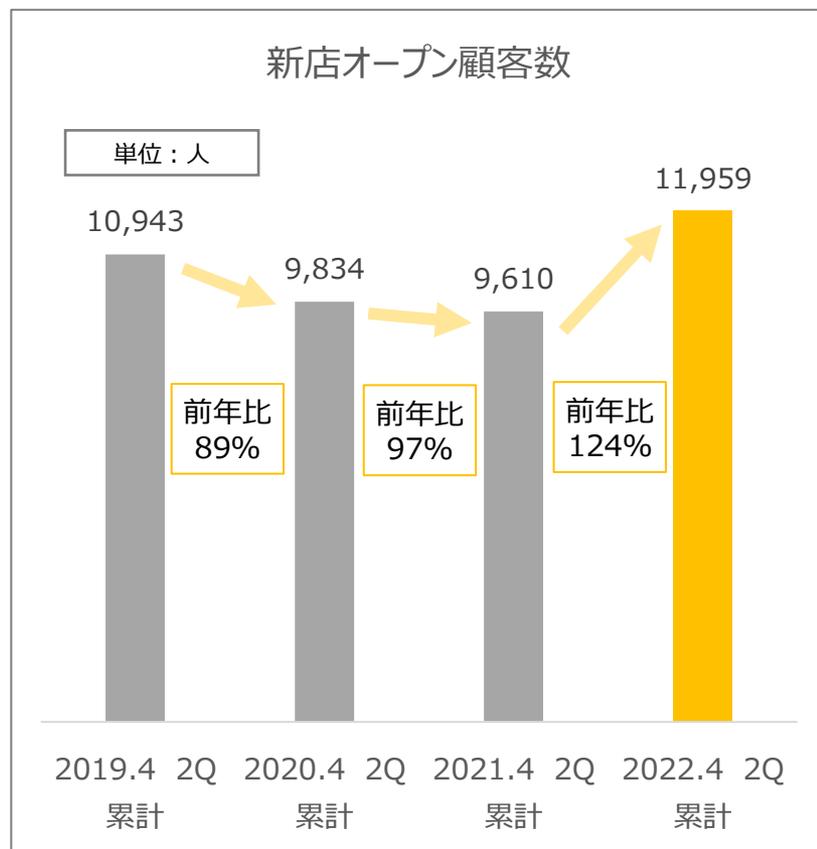
【国内最大】中古厨房機器販売

- 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 **134億** + **25億** + **26億**
 - 全国 **60店舗** → 出店戦略 **120店舗**へ
 - 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**

新店オープン顧客・売上高の推移

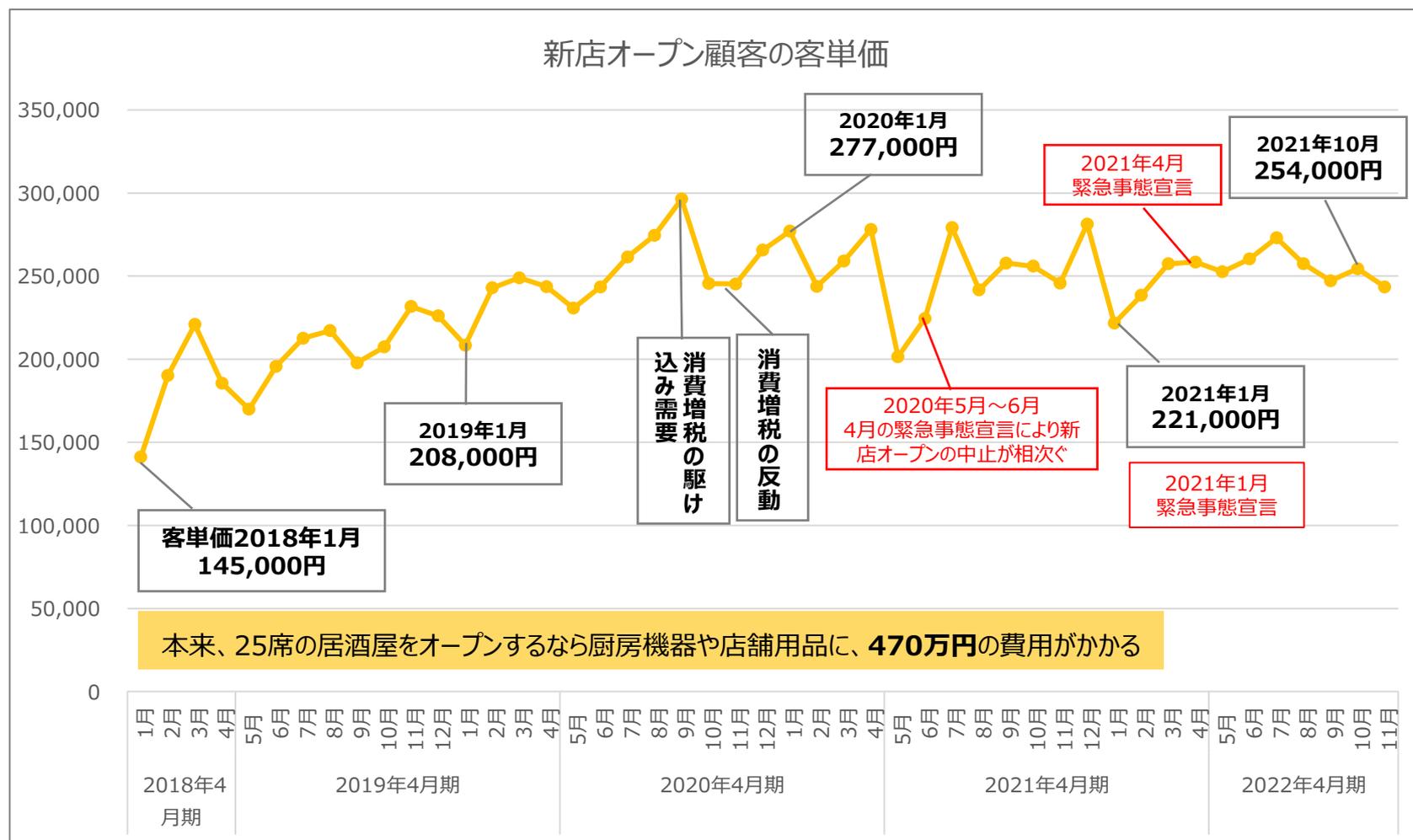
「ZOOM研修」と「見込管理フォロー」によって、新店オープン顧客数は増加

新店オープン顧客数 第2四半期 11,959件（前年同期比124.4%）



新店オープン顧客の客単価

2022年4月期第2四半期の新店オープン顧客の客単価は**257,000円**。2018年1月比では、**177.2%**であるものの、**ここ数年は横ばい**。内装工事の受注をきっかけとした、「総合受注」の獲得に向けて、ズーム研修及び見込管理フォローに取り組む。詳細は次ページへ。



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 3部門 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 2部門 を受注	3,153人	32%	7億31百万円	24%	265,438円
4部門の内、 1部門 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**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～	まずは真面目に受講すること 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～	トーク台本通りに説明できること 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～	新店オープンの客単価を26万円から100万円にすること 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～	効果測定（習熟度・実績）を追いかけながら研修を実施する 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。

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、飲食店開業者に派遣できる体制を作る。
- 内装道具のレンタルや部材を購入できる売り場を作る。

①自分で店作り
たいと相談する

③元大工を派
遣する

②飲食店作りを依頼

飲食店オーナー

元大工

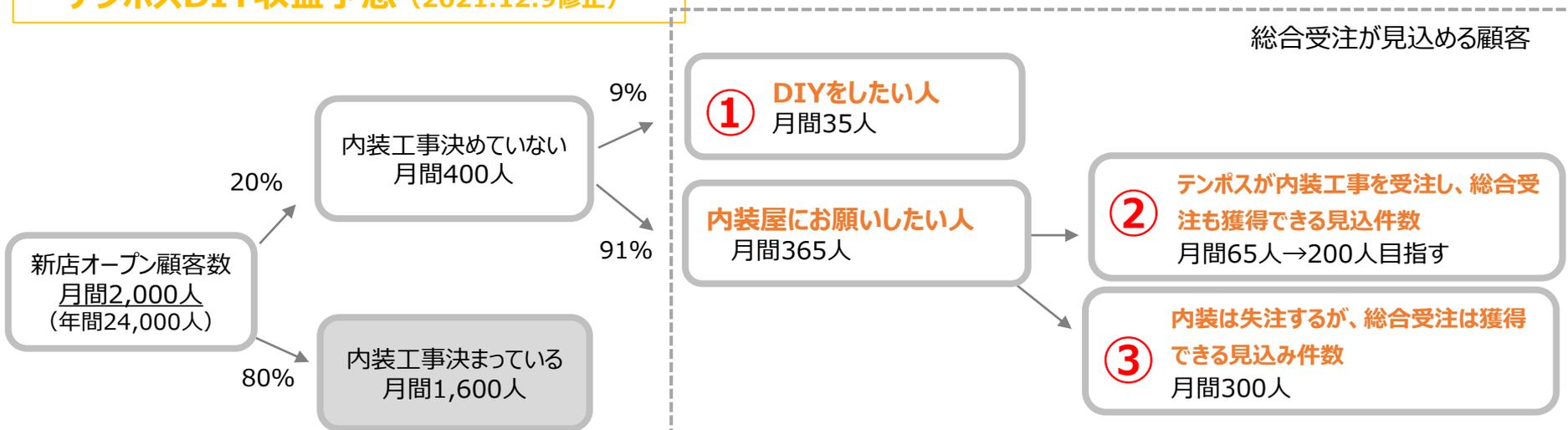
一般的に、飲食店の内装工事は650万円かかる。テンポスDIYを利用することで、初期投資を抑えた出店ができる。

- ・ 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)

定年退職した大工や、フリーランスで働く大工。経験を活かし、案件毎に仕事を受けることができる。

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か
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

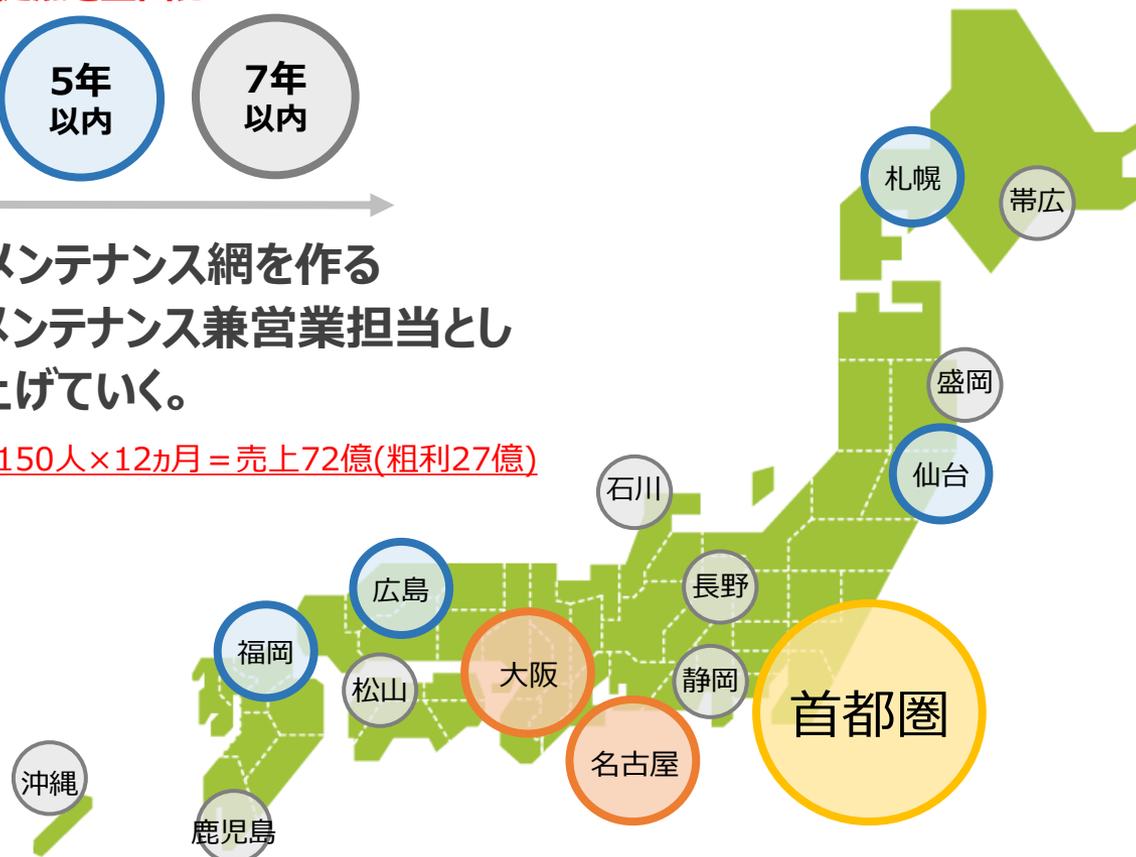
3年
以内

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。

出店エリア	全国（特に、関東・関西）
出店後の店舗の年間売上予想	年間1億円以上の売上が見込めるエリアに出店する
出店形態	総合館・専門館、共に出店予定 「Dr.テンポス」の専門館の出店も視野に入れる（来期6店舗中1店舗を検討中）

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)

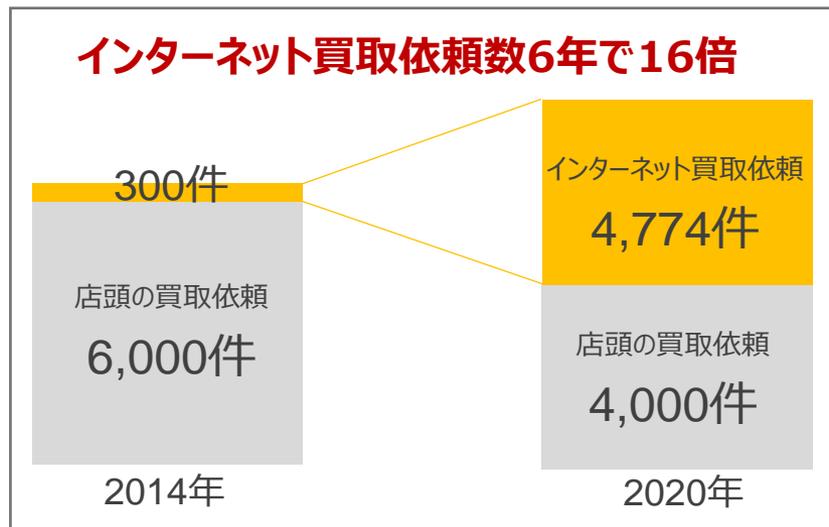


(概要) 全国12か所の再生センター毎に競りを開催し近隣のバスターズ店舗がオンラインで競りに参加する。週に3~4日開催。1日約20品を出品し、16時から30分間で競りを行う。

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

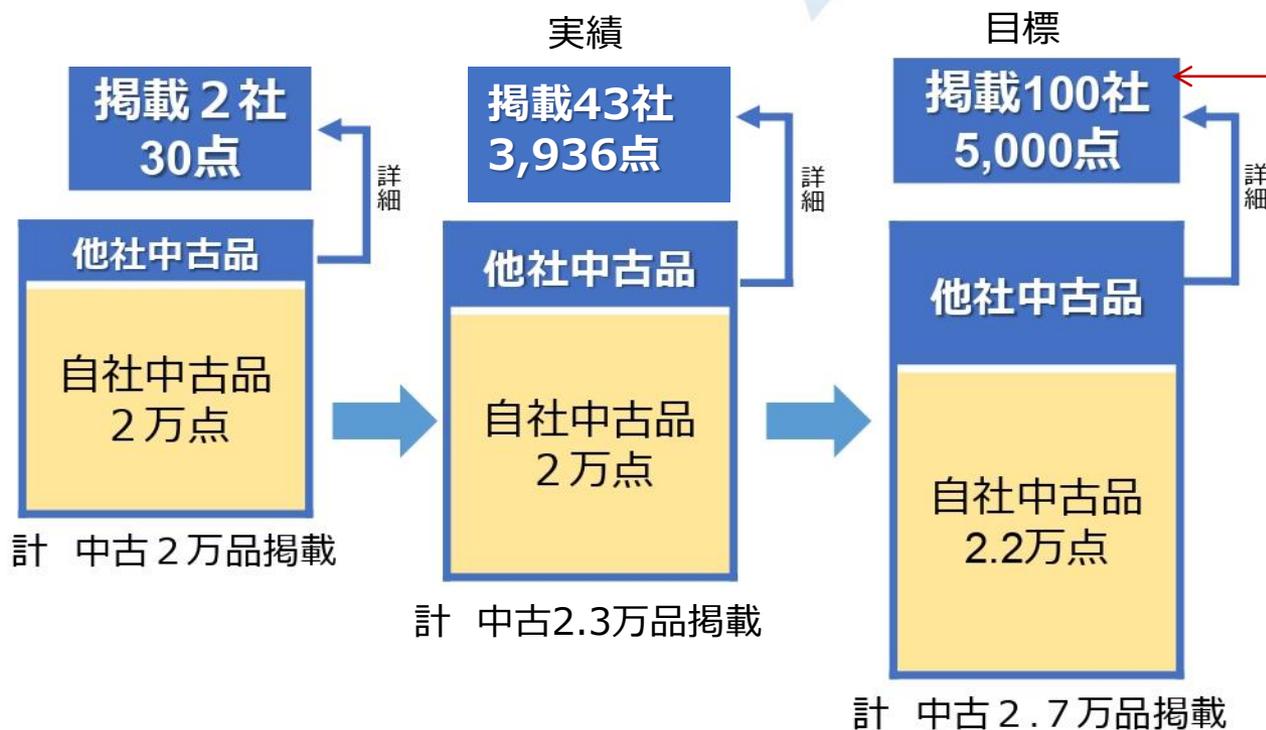
中古厨房機器に特化したプラットフォームになる

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

事業会社別通期の業績

単位：百万円

会社名	科目	2020年4月期 第2四半期	2021年4月期 第2四半期	2022年4月期 第2四半期	2022年4月期 通期予想
テンポスバスターズ	売上高	6,695	6,394	7,940	15,000
	営業利益	741	766	975	1,800
テンポスドットコム	売上高	1,097	1,169	1,337	3,200
	営業利益	49	42	51	146
キッチンテクノ	売上高	1,209	1,280	1,401	3,111
	営業利益	64	68	96	235

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2四半期の新店オープン顧客数は11,959件（前年同期比124.4%）
- 「内装工事受注」と「総合受注」に向けて、従業員250名は週5時間のZOOM研修を受講
- 元大工と飲食店オーナーが店作りを行う「DIY」サービスと、内装工事を丸ごと請け負う受注体制作りに取り組む

キッチンテクノ（直販営業）過去最高益

- 助成金を活用した厨房機器の入れ替え需要により、大手スーパーマーケット、大手外食向けの厨房機器販売が好調
- 東京2020オリンピック関連施設に納品した厨房機器の買取、再生販売を行う事で、粗利率改善に貢献
- 換気に優れた焼肉ロースター機器「鉄人29号」を地方営業所でも販売強化することで好調

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情報を発信することで、サイト集客に注力する
- アクセス数に対する購入率（転換率）は12.7%の改善
- 中古厨房機器の売上高前年同期比120.0%

情報・サービス事業①

新型コロナウイルス感染拡大防止のワクチン接種効果による経済活動の回復の期待に伴い、新店オープンが増加したことで、不動産事業、内装工事事業は回復の兆し。既存の飲食店が積極的に販促投資を行えない中でも、当グループの集客や採用支援事業の営業利益は、当第1四半期と比較し改善。

単位：百万円

会社名	科目	2020年4月期 第2四半期	2021年4月期 第2四半期	2022年4月期 第2四半期	2022年4月期 通期予想
スタジオテンポス	売上高	438	346	465	1,021
	営業利益	24	24	24	66
テンポス情報館	売上高	456	286	337	840
	営業利益	92	△ 1	28	130
テンポスフィナンシャルトラスト	売上高	367	316	415	749
	営業利益	16	14	22	56
プロフィット・ラボラトリー	売上高	158	63	50	210
	営業利益	31	△ 15	△ 8	40→△ 11
ディースパーク	売上高	421	222	314	1,175
	営業利益	0	△ 70	△ 29	21
テンポスフードプレイス	売上高	28	39	58	180
	営業利益	△ 16	△ 21	△ 15	△ 20

※下方修正

情報・サービス事業②

スタジオテンポス（内装デザイン施工）

- 助成金や休業期間を活用した改装工事、修繕工事の受注が増加したこと、経済回復を見据えた新店オープンの増加により、請負件数は前年同期比117.1%となる。その中でも、新店オープンの工事請負件数は前年同期比169.2%と増加。

テンポス情報館（POSシステム販売）

- 飛沫感染防止対策による「IT導入補助金」を活用した受注が好調
- セルフレジやセミセルフレジ等のPOSレジの販売数は前年同期比146.7%増と増加するも、コロナ前と比較すると、完全回復には至っていない。
- 新しく東海営業所を出店
- テンポス情報館の代理店開拓に注力

テンポスフィナンシャルトラスト（資金・不動産）

- 「経営革新等支援機関」の認定を受け、補助金・助成金のコンサルティングサービスを提供することで、飲食店経営に必要な物販の売上に繋がり、結果、クレジット・リース事業の取扱高は、前年同期比145.0%となる。
- カード決済の利用手数料は前年同期比96.5%となる
- 物件及び事業譲渡の提案営業に注力
- 営業利益は過去最高

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。主力事業のFAXDMサービス「満席FAX」の売上高は、前年同期比58.9%と減少していることから、飲食店のデリバリーサイトへの出店登録代行サービスや、BtoB見込開拓FAXDMサービス「ミコゲット」の営業活動に注力し、新たな収益源となる。しかし売上のシェアとしては、事業規模が小さいため、全体の売上を押し上げるには至らず。

ディースパーク（人材派遣）

主要顧客である商業施設や外食企業の人材派遣の受け入れが徐々に回復。飲食企業への派遣売上高は前年同期比176.1%となる。

医療、介護、福祉、運送業等の「エッセンシャルワーカー」の派遣の売上高は前年同期比169%
新たな主力事業、配送請負事業は通期売上予算に対して、112.3%と好調な結果に。テンポスバスターズの出店地域である東海、九州、東北地方の順に、配送請負サービスを展開する。

テンポスフードプレイス（WEB集客支援）

- ・ 「Dr.テンポス」の獲得数は35,182件（前年同期比238.0%）
- ・ 第三四半期より赤字の大部分をしめているホームページ制作サービスの有料プランを開始する。2万円の最小プランから、50万円以上の高額ホームページ制作プランを作る。“きれいな”ホームページを制作して終わりではなく、毎月内容を更新して「生きているホームページ」の運営サポートも行う。

単位：百万円

会社名	科目	2020年4月期 第2四半期	2021年4月期 第2四半期	2022年4月期 第2四半期	2022年4月期 通期予想
あさくまグループ	売上高	4,678	3,150	2,441	6,000
	営業利益	275	△ 408	△ 258	△ 136
ドリームダイニング	売上高	169	63	55	181
	営業利益	0	△ 17	△ 16	0

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を行い、「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

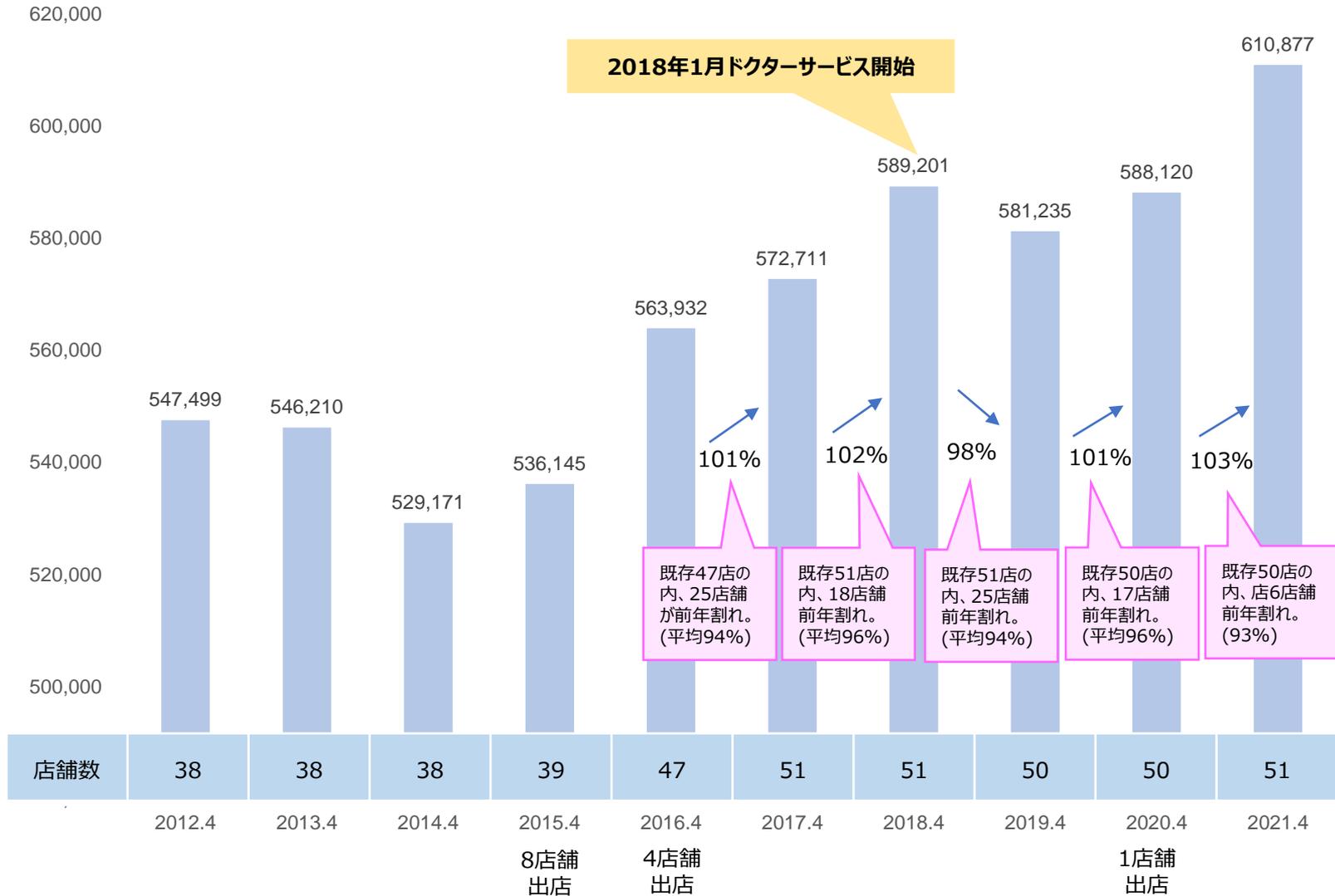
2018年5月「日経トレンディ」掲載

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(ベッパーフードサービス)	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客数の変化

客数の変化（閉店した店舗とFC店舗を含めない）



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。