



株式会社テンポスホールディングス

2023年4月期第1四半期

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

決算概要

2023年4月期第1四半期 連結業績結果

■ 物販事業

厨房機器メーカーの納品遅延や値上げ要請がある中、店頭販売（テンポスバスターズ）は中古買取に注力し、早い段階から新品を確保、値上げ実施で業績を伸ばす。一方で通信販売（テンポスドットコム）は新品の確保に苦戦、直販営業（キッチンテクノ）は値上げ要請の対応に苦戦。第1四半期はテンポスバスターズが業績を牽引し増収増益となる。セグメント売上高は52億76百万円（前年同期比101.6%）、セグメント利益は6億15百万円（同117.1%）となる。

なんとか、増収に。新品機器の確保が難しい中、早めの商品確保と、中古提案に注力した。中古は買取数が売上に直結する。WEBを駆使した買取施策に注力していく。

■ 情報・サービス事業

売上高は9億42百万円（前年同期比125.7%）、セグメント利益は43百万円（前年同期はセグメント損失12百万円）となる。販促事業はいまだ苦戦。人材派遣事業（ディースパーク）は新規事業「配送請負事業」が成長、POS販売事業（テンポス情報館）は「IT導入補助金」を活用した営業に注力し好調。

情報・サービス事業に属する6社のうち、5社がコロナ禍前の2020年4月期第1四半期の売上を超える。でも、まだまだこれから！

■ 飲食事業

売上高は13億75百万円（前年同期比107.7%）、セグメント損失は1億11百万円（前年同期のセグメント損失は2億32百万円）と昨年に引き続き大幅な赤字。いまだ感染者数の増減による客数への影響は大きい。

2022年3月の「まん防」解除で好調になるかと思いきや、7月の感染者数拡大で外食市場はたちまちダウン。

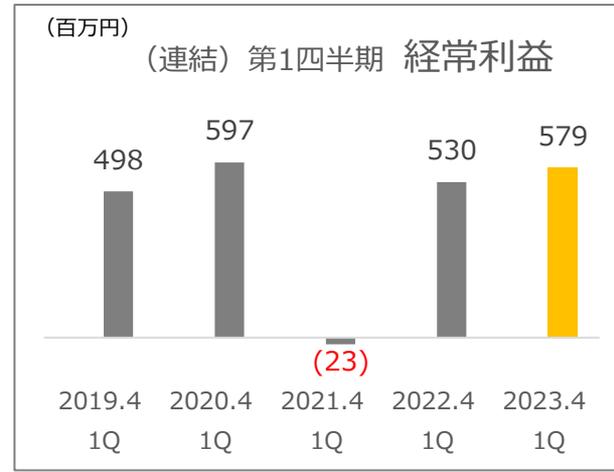
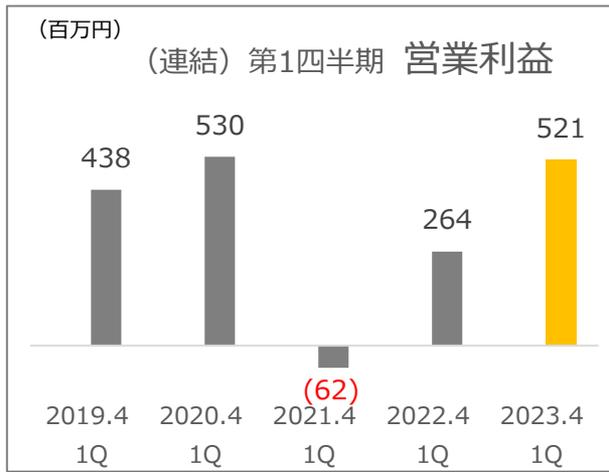
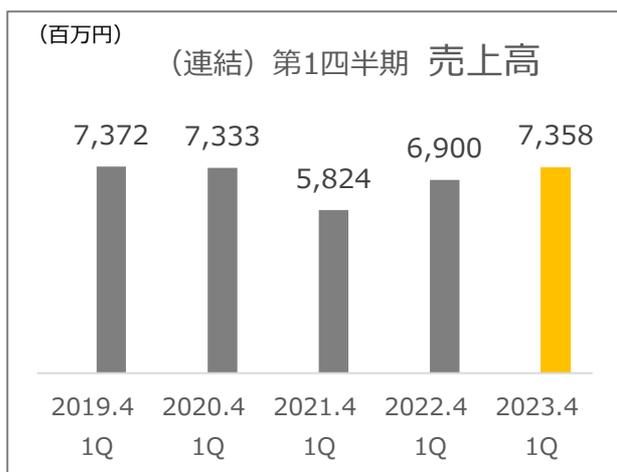
2023年4月期第1四半期 連結業績結果と予想

■ 2023年4月期第1四半期 連結業績結果と業績予想

| | 2022年4月期 第1四半期 | 2023年4月期 第1四半期 | 前年同期比 | 2023年4月期 通期予想 | 予想前年比 |
|----------------------|-------------------|-------------------|--------|------------------|--------|
| 売上 | 69億00百万円 | 73億58百万円 | 106.6% | 338億80百万円 | 116.8% |
| 売上総利益 | 24億02百万円 | 28億66百万円 | 119.3% | 127億75百万円 | 117.8% |
| 営業利益 | 2億64百万円 | 5億21百万円 | 196.9% | 30億15百万円 | 161.1% |
| 経常利益 | 5億30百万円 | 5億79百万円 | 109.1% | 32億19百万円 | 110.2% |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | 3億46百万円 | 3億70百万円 | 106.8% | 19億09百万円 | 121.8% |

■ ROE・ROA・自己資本比率の比較

| | 2022年4月期 第1四半期 | 2023年4月期 第1四半期 |
|-----------------|----------------|----------------|
| 自己資本当期純利益率(ROE) | 3.4% | 3.2% |
| 総資産利益率(ROA) | 2.1% | 2.0% |
| 自己資本比率 | 61.4% | 64.3% |



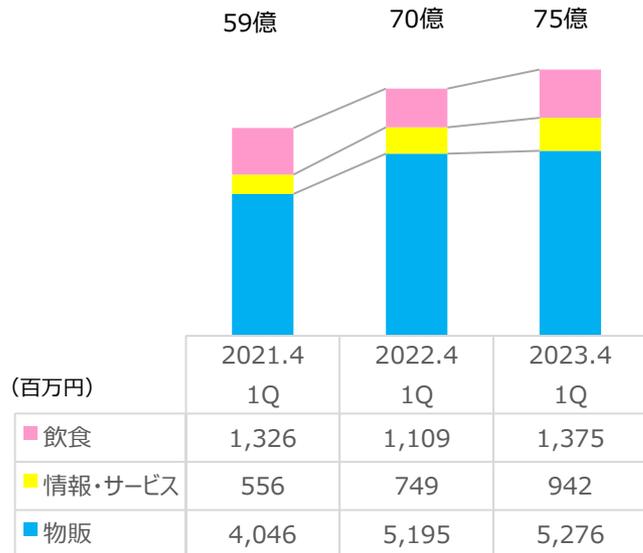
2023年4月期第1四半期 セグメント別業績

単位：百万円

| | 科目 | 2022年4月期 第1四半期 | 2023年4月期 第1四半期 | 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 | 5,195 | 5,276 | 101.6% | 23,356 | 111.3% |
| | セグメント利益 | 525 | 615 | 17.1% | 2,639 | 111.2% |
| 情報・サービス事業 | 売上高 | 749 | 942 | 125.7% | 4,359 | 122.5% |
| | セグメント利益 | ▲12 | 43 | 黒字化 | 258 | 195.8% |
| 飲食事業 | 売上高 | 1,109 | 1,375 | 107.7% | 6,166 | 114.4% |
| | セグメント利益 | ▲232 | ▲111 | 赤字額改善 | 118 | 黒字化 |

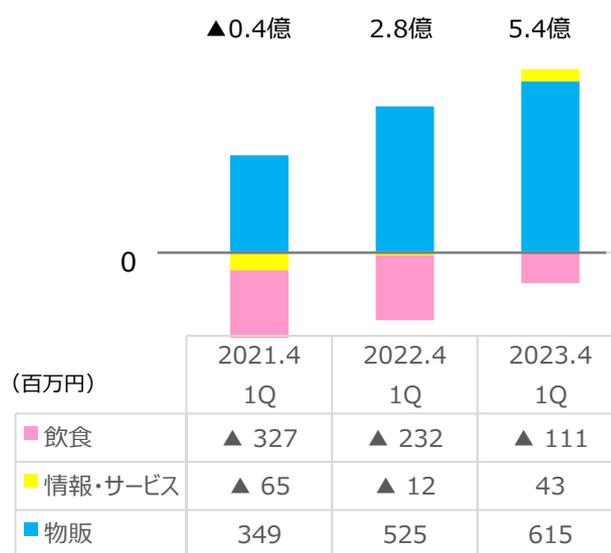
※合計値は調整前数値

第1四半期 セグメント別売上高推移



※合計値は調整前数値

第1四半期 セグメント別利益高推移



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

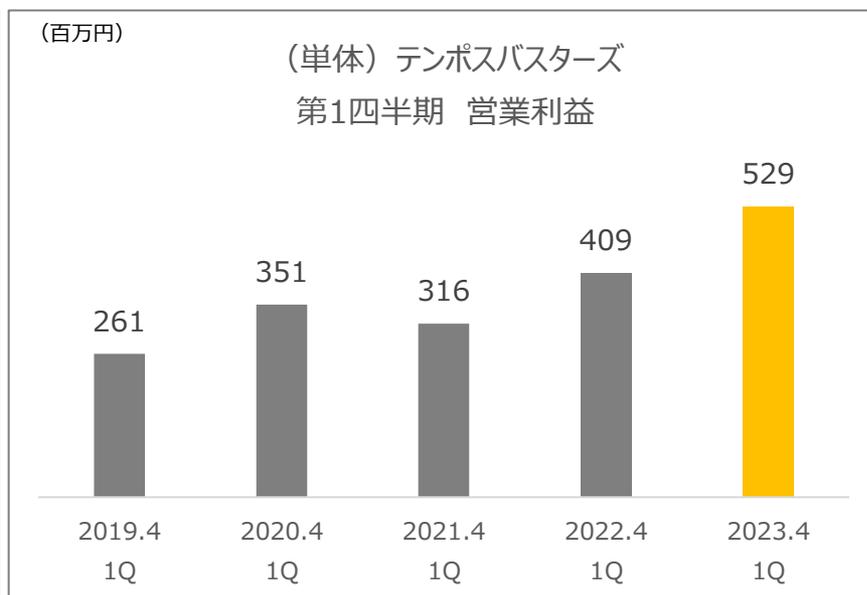
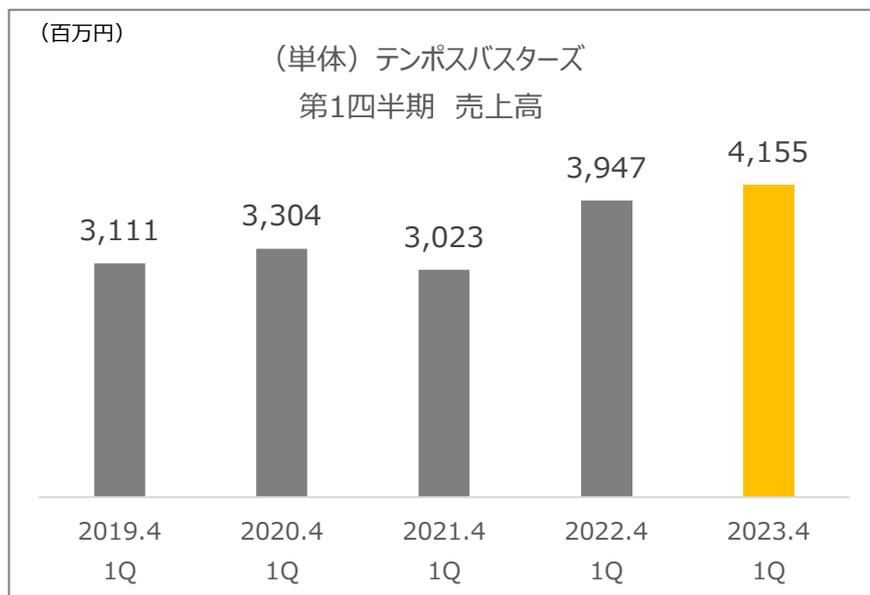
(単体) テンポスバスターズ 2023年4月期第1四半期業績

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たことで増収増益。客単価の高い新店オープン顧客の受注数も増加。

予想は連結調整前の個別数字

| | 2022年4月期 第1四半期 実績 | 2023年4月期 第1四半期 実績 | 前年同期比 | 2023年4月期 通期 予想 | 予想前年比 |
|------|----------------------|----------------------|--------|-------------------|--------|
| 売上高 | 3,947 | 4,155 | 105.3% | 18,300 | 113.6% |
| 営業利益 | 409 | 529 | 129.4% | 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1四半期 事業会社別業績

■ 2023年4月期第1四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

| | 2023年 4月期 見通し | 会社名 | 科目 | 2022年4月期 第1四半期 | 2023年4月期 第1四半期 | 前年同期比 | 2023年4月期 通期予想 | 予想前年比 |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|
| 物販 |  | テンポスバスターズ | 売上高 営業利益 | 3,947 409 | 4,155 529 | 105.3% 129.4% | 18,300 2,580 | 113.6% 121.3% |
| |  | テンポスドットコム | 売上高 営業利益 | 713 23 | 636 30 | 89.2% 127.6% | 3,400 134 | 119.1% 150.8% |
| |  | キッチンテクノ | 売上高 営業利益 | 683 37 | 630 23 | 92.2% 64.1% | 3,300 234 | 111.0% 106.9% |
| 情報 サービス |  | スタジオテンポス | 売上高 営業利益 | 211 5 | 213 2 | 101.0% 47.0% | 1,130 63 | 126.6% 139.0% |
| |  | テンポス情報館 | 売上高 営業利益 | 146 7 | 222 21 | 151.7% 285.1% | 1,000 125 | 124.1% 131.6% |
| |  | テンポスフィナンシャルトラスト | 売上高 営業利益 | 192 15 | 208 13 | 108.2% 88.0% | 873 64 | 108.2% 172.0% |
| |  | プロフィット・ラボラトリー | 売上高 営業利益 | 27 ▲ 4 | 27 1 | 99.3% 黒字化 | 160 36 | 145.5% 黒字化 |
| |  | ディースパーク | 売上高 営業利益 | 147 ▲ 23 | 240 3 | 162.8% 黒字化 | 1,300 50 | 153.2% 黒字化 |
| |  | テンポスフードプレイス | 売上高 営業利益 | 29 ▲ 8 | 42 0 | 144.0% 黒字化 | 160 0 | 125.5% 黒字化 |
| 飲食 |  | あさくまグループ | 売上高 営業利益 | 1,145 ▲ 158 | 1,417 ▲ 28 | 123.8% 赤字額改善 | 6,016 122 | 114.6% 黒字化 |
| |  | ドリームダイニング | 売上高 営業利益 | 24 ▲ 12 | 36 ▲ 4 | 150.4% 赤字額改善 | 150 ▲ 4 | 124.0% 赤字額改善 |

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。また、ぐるなび子会社「ぐるなびプロモーションコミュニティ」を活用し、テンポス会員向け訪問チェック支援を実施する。

→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

→2022年9月より、メンテナンス事業にて、ぐるなびプロモーションコミュニティのスタッフによる厨房機器の訪問点検を開始する（約30名稼働）

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 C 9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

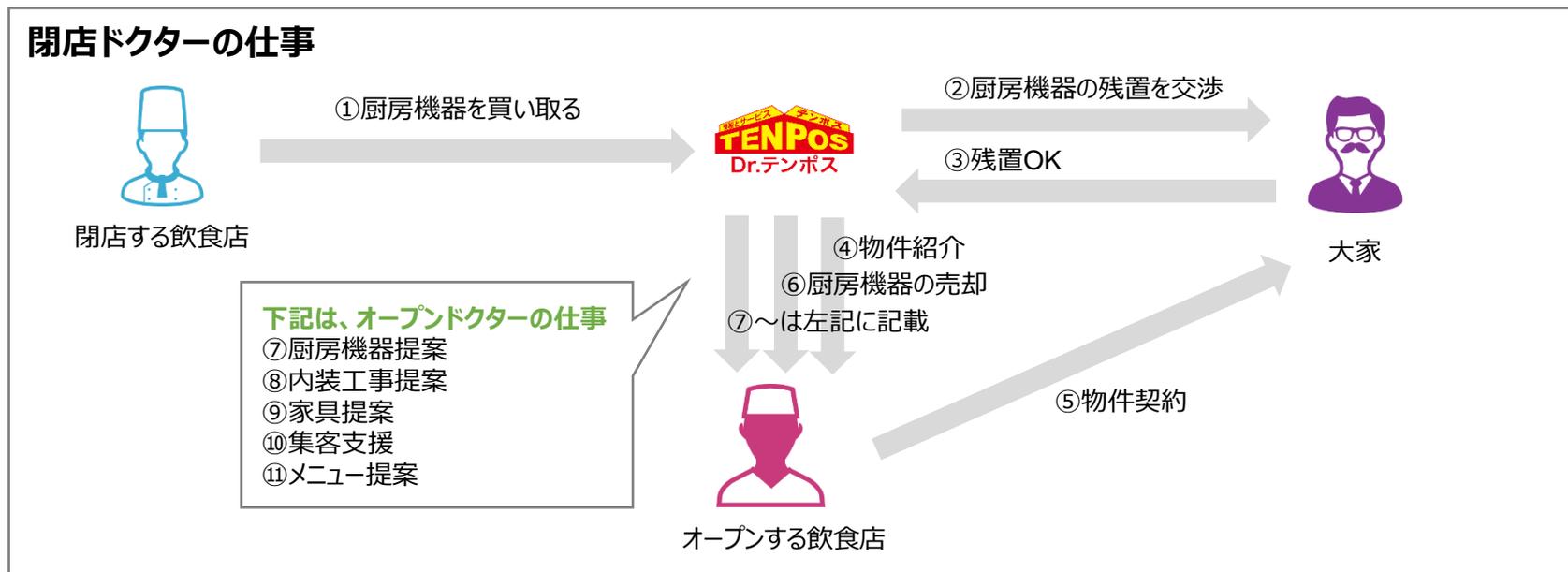
(株) ディースパーク

- 人材派遣
- 人材紹介
- 求人広告
- 請負業務

閉店ドクター / オープンドクター

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は、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 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 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 |
| 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の強みと第1四半期業績

予想は連結調整前の個別数字

| | 2022年4月期 第1四半期 | 2023年4月期 第1四半期 | 前年同期比 | 2023年4月期 通期 予想 | 予想前年比 |
|------|-------------------|-------------------|--------|-------------------|--------|
| 売上高 | 3,947 | 4,155 | 105.3% | 18,300 | 113.6% |
| 営業利益 | 409 | 529 | 129.4% | 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**

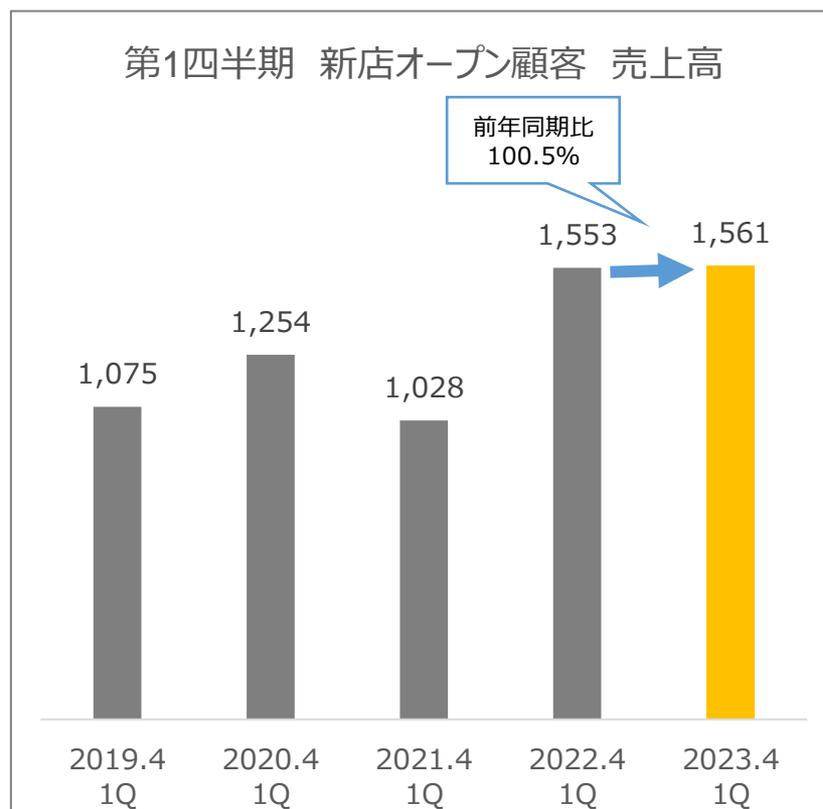
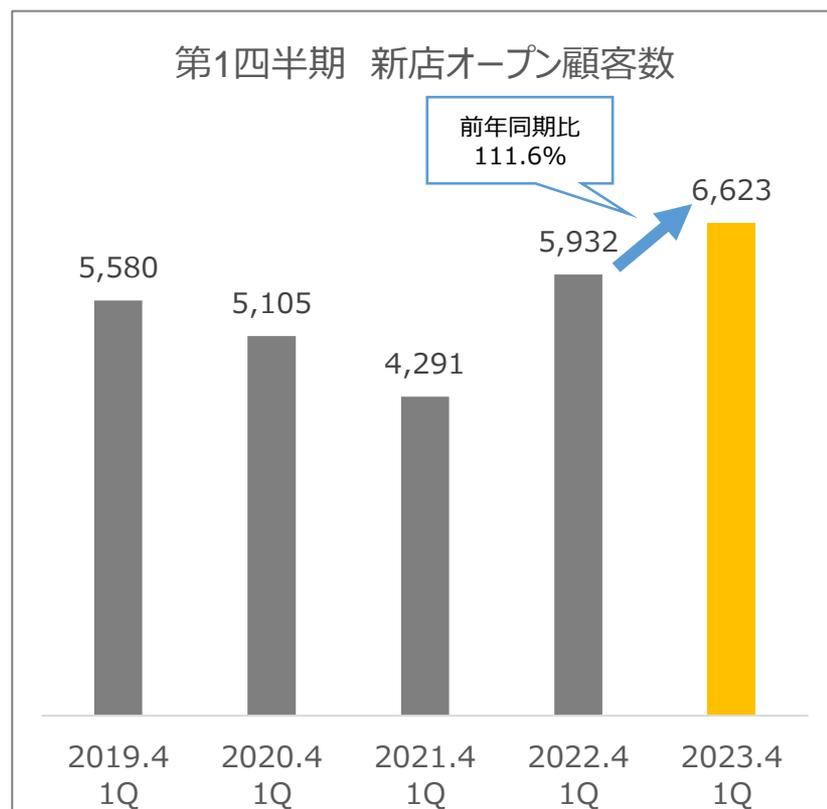
新店オープン顧客数と売上

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。

しかし顧客数の増加により、お客様一人当たりの接客時間が減少したことで客単価は減少し、その結果、新店オープン顧客の売上高は横ばいとなる。(客単価については次ページ)

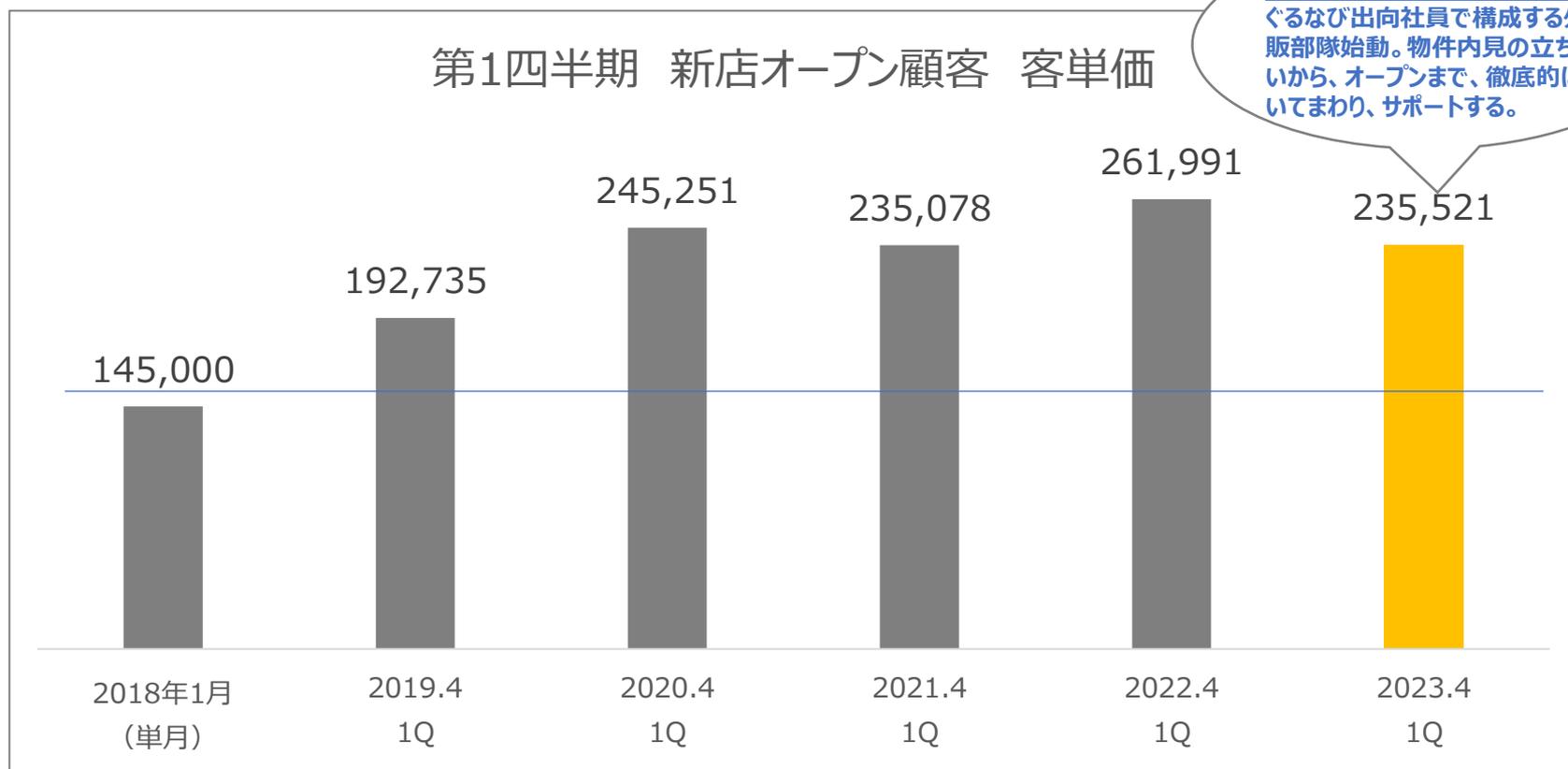
新店オープン顧客数 第1四半期 6,623件 (前年同期比111.6%)

新店オープン顧客売上高 第1四半期 15億61百万円 (前年同期比100.5%)



新店オープン顧客の客単価

2023年4月期第1四半期の新店オープンの顧客の客単価は**235,521円**。ドクターサービスを開始した2018年1月比では**162.4%**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。また、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

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

「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 / 1人当たり 週1時間の研修 |
| 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 / 1人当たり 週5時間の研修 |
| 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 / 1人当たり 週5時間の研修 |
| 2021年4月～ | 効果測定（習熟度・成果）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 / 1人当たり 週5時間の研修 |
| 2021年4月～ | 選抜メンバーへの集中教育を開始 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">● 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● 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 |

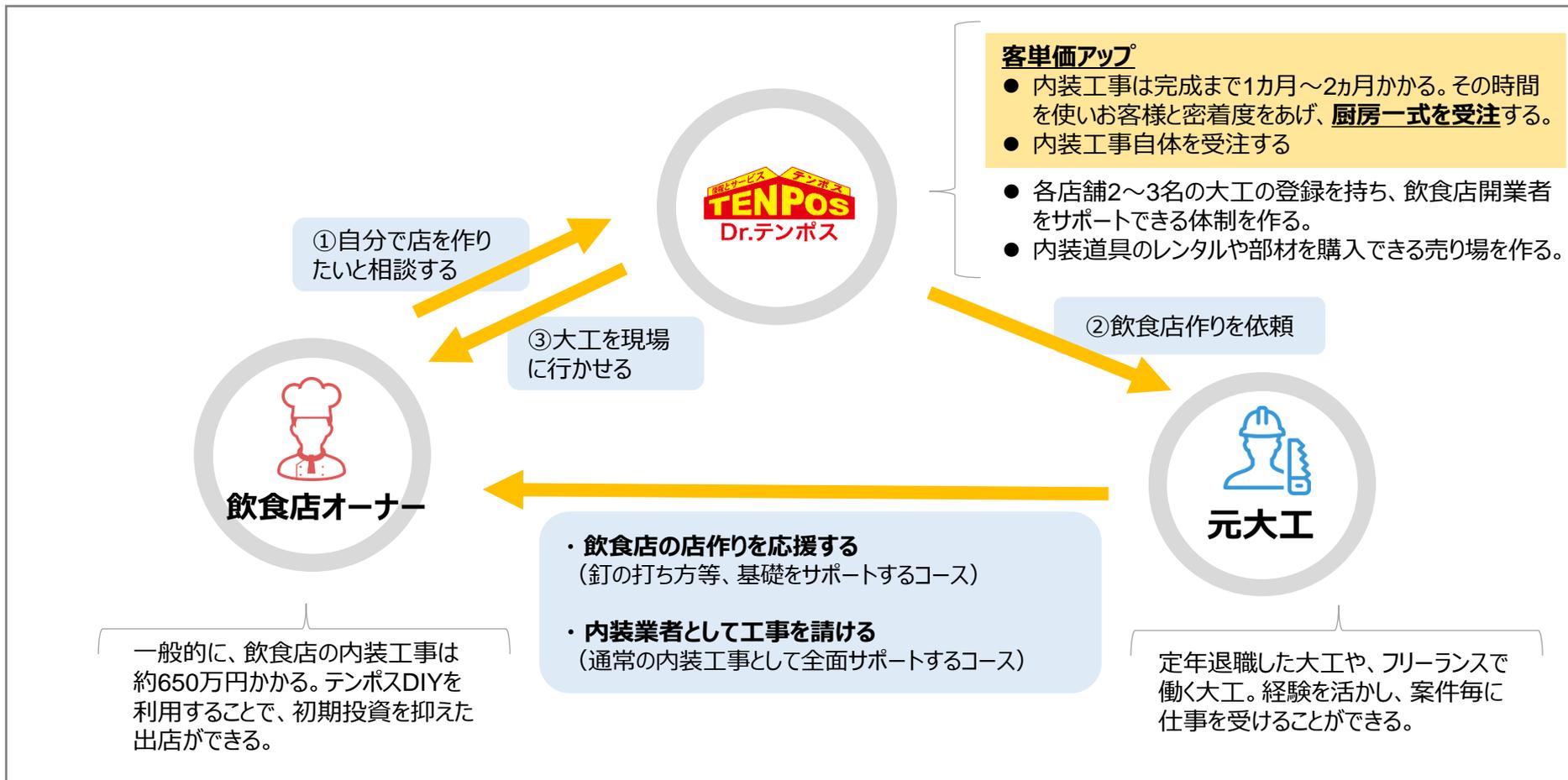
成長戦略 新店オープンの客単価を4倍へ

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る



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

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
→2022年9月から簡単な点検訪問から開始する
30名稼働予定
- 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
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

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

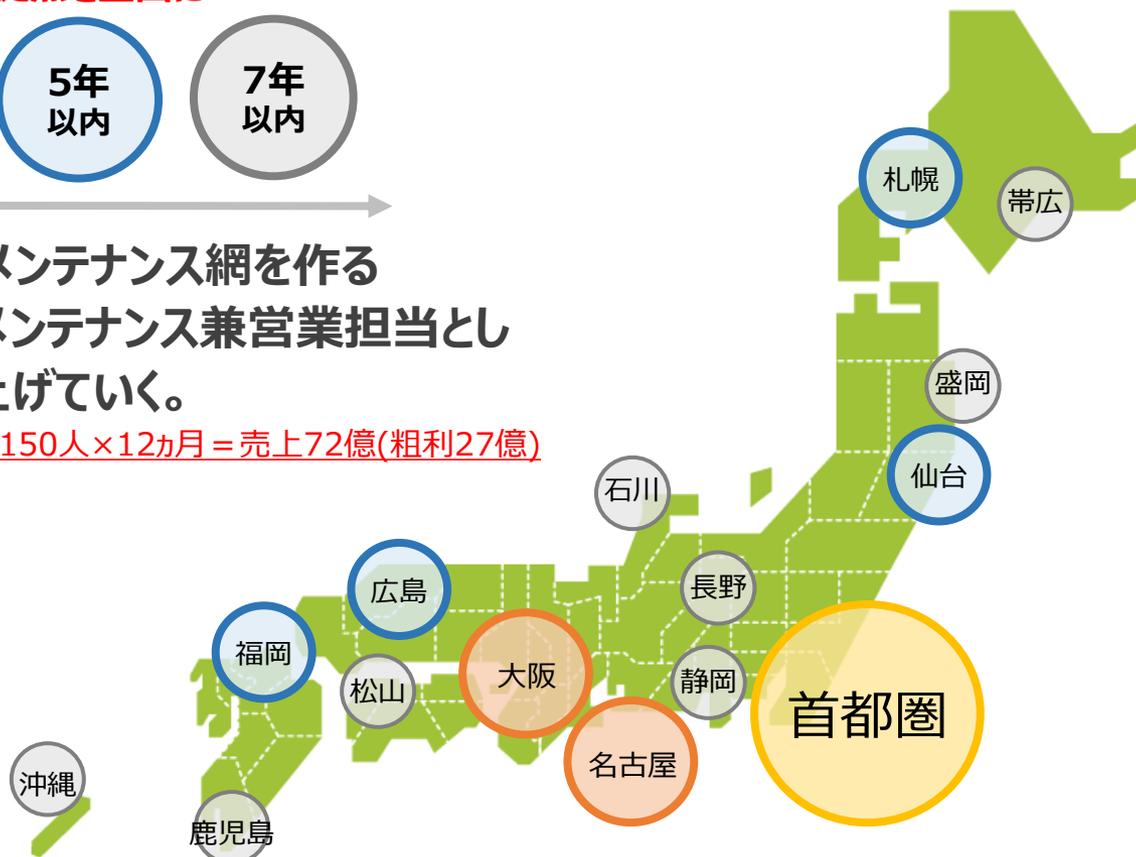
3年
以内

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



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（バッタもん）

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
計10,000件



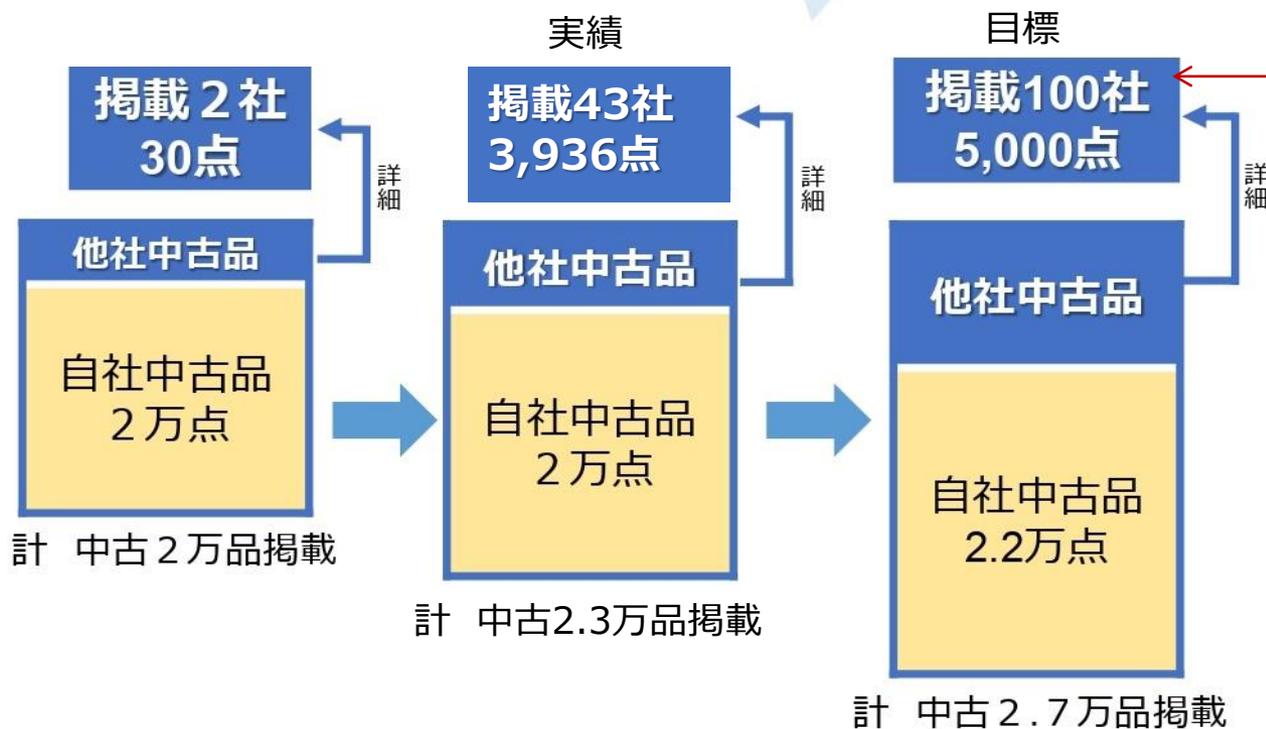
中古厨房機器に特化したプラットフォームになる

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

物販事業

単位：百万円

予想は連結調整前の個別数字

| 会社名 | 会社名 | 科目 | 2022年4月期 第1四半期 | 2023年4月期 第1四半期 | 前年同期比 | 2023年4月期 通期予想 |
|-----------|------|-------|-------------------|-------------------|--------|------------------|
| テンポスバスターズ | 売上高 | 3,947 | 4,155 | 105.3% | 18,300 | 113.6% |
| | 営業利益 | 409 | 529 | 129.4% | 2,580 | 121.3% |
| テンポスドットコム | 売上高 | 713 | 636 | 89.2% | 3,400 | 119.1% |
| | 営業利益 | 23 | 30 | 127.6% | 134 | 150.8% |
| キッチンテクノ | 売上高 | 683 | 630 | 92.2% | 3,300 | 111.0% |
| | 営業利益 | 37 | 23 | 64.1% | 234 | 106.9% |

テンポスバスターズ（店頭販売）増収増益

- 店頭での声掛け・見込管理フォローの取り組みにより第1四半期の新店オープン顧客数6,623件（前年同期比111.6%）
- ぐるなび社員の出向受入れ62名。7月より出向社員による外販部隊の始動。
- WEBを中心とした中古厨房機器の買取強化。

テンポスドットコム（インターネット販売）減収増益

- 売上構成比の高い新品冷蔵機器の納期遅延により売上が減少したが、中古厨房の販売注力により粗利を押し上げ増益。
- ぐるなび社員の出向受入れ9名。内訳はマネジメント層2名、営業部4名、WEB制作およびシステム改善3名。
- 営業部の体制強化および育成注力。購入後のフォローおよび、大手中堅企業からの受注のためのトレーニング実施。

キッチンテクノ（直販営業）減収減益

- 主要顧客である大手スーパーマーケットの店舗改装に伴う受注減少。
- 厨房機器メーカーの値上げ要請により粗利圧迫。
- 自社ブランドである製麺機の販売台数2.2倍。

情報・サービス事業

■ 情報・サービス事業

売上高は9億42百万円（前年同期比125.7%）、セグメント利益は43百万円（前年同期はセグメント損失12百万円）となる。販促事業はいまだ苦戦。人材派遣事業（ディースパーク）は新規事業「配送請負事業」が成長、POS販売事業（テンポス情報館）は「IT導入補助金」を活用した営業に注力し好調。

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1四半期 | 2023年4月期 第1四半期 | 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 | 211 | 213 | 101.0% | 1,130 | 126.6% |
| | 営業利益 | 5 | 2 | 47.0% | 63 | 139.0% |
| テンポス情報館 | 売上高 | 146 | 222 | 151.7% | 1,000 | 124.1% |
| | 営業利益 | 7 | 21 | 285.1% | 125 | 131.6% |
| テンポスフィナンシャルトラ スト | 売上高 | 192 | 208 | 108.2% | 873 | 108.2% |
| | 営業利益 | 15 | 13 | 88.0% | 64 | 172.0% |
| プロフィット・ラボラトリー | 売上高 | 27 | 27 | 99.3% | 160 | 145.5% |
| | 営業利益 | ▲ 4 | 1 | 黒字化 | 36 | 黒字化 |
| ディースパーク | 売上高 | 147 | 240 | 162.8% | 1,300 | 153.2% |
| | 営業利益 | ▲ 23 | 3 | 黒字化 | 50 | 黒字化 |
| テンポスフードプレイス | 売上高 | 29 | 42 | 144.0% | 160 | 125.5% |
| | 営業利益 | ▲ 8 | 0 | 黒字化 | 0 | 黒字化 |

スタジオテンポス（内装デザイン施工）増収減益

- 内装工事の問い合わせは増加傾向だが、資材が高騰する中で、顧客にコストを抑えた十分な提案ができず、売上高は前年同期比101.0%と横ばいとなる。
- コロナ後の回復を見込んで増員したが、資材高騰と人件費増で減益に。**読みが甘かった！**

テンポス情報館（POSシステム販売）大幅増収、大幅増益

- 「IT導入補助金」を活用したPOSシステムの提案に注力したことで、売上高は2億22百万円（前年同期比151.7%）と増収。
- POS市場での関連端末（iPadやandroid）の価格高騰により、当社の中古POS関連商品の販売額は前年同期比145.0%となる。買取強化策として、写真審査でのスピードアップ買取を開始。
- 福岡県に営業所を開設。
- LINE連動のモバイルオーダーの販売開始。

テンポスフィナンシャルトラスト（資金・不動産）増収減益

- ファイナンス事業ではローンやリースの取扱高が前年同期比175.9%と好調。取扱高アップのためのグループ会社への営業研修の実施、内装工事会社との連携強化を図る。
- 当社グループが「Dr.サービス」の再編成を行う中で、決済事業を（株）テンポスフードプレイスに移管。

プロフィット・ラボラトリー（集客支援）増収、黒字化

- 主要顧客の大手外食企業の販促活動の自粛傾向が根強く、コロナ禍前の主力サービス「満席FAX」の実施店舗数は、コロナ禍前の2020年4月第1四半期比で36.0%と厳しい状況が続く。
- 新規事業「デリバリー出店登録代行業務」は案件獲得は順調であるものの、売り上げ規模が小さいため全体の売上をカバーするには至らない。新規事業の開発が課題。

ディースパーク（人材派遣）大幅増収、黒字化

- 行動制限緩和に伴い、主要顧客である物販企業の派遣需要が大きく回復。
- 新規事業「配送請負事業」の今期第1四半期の営業利益は6百万円と好調。新たに営業所の開設を予定。許可申請中であった産業廃棄物運搬処理業を関東地域から開始予定。

コロナ禍で派遣事業が落ち込む中、失敗含め様々な手を打ってきた。ディースパークの事業開発力に注目！

テンポスフードプレイス（WEB集客支援）増収、黒字化

- 前期第4四半期会計期間に続き、設立後2度目の四半期黒字。
- 「Dr.サービス」では、食材のサンプル配布事業を開始。売上好調。
- 飲食店の販促物作成事業の売上を拡大。
- 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制作の請け負い増加。

飲食事業

■ 2023年4月期 第1四半期 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1四半期 | 2023年4月期 第1四半期 | 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 | 1,145 | 1,417 | 123.8% | 6,016 | 114.6% |
| | 営業利益 | ▲ 158 | ▲ 28 | 赤字額改善 | 122 | 黒字化 |
| | 経常利益 | 19 | ▲ 23 | 赤字額増加 | 122 | 27.1% |
| ドリームダイニング | 売上高 | 24 | 36 | 150.4% | 150 | 124.0% |
| | 営業利益 | ▲ 12 | ▲ 4 | 赤字額改善 | ▲ 4 | 赤字額改善 |
| | 経常利益 | 2 | ▲ 0 | 赤字額増加 | ▲ 4 | — |

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

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) 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

< 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」掲載

| 最強ランキング | | | |
|------------|------|----------------------------|------------|
| ステーキ&ハンバーグ | | | |
| 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 | 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5名

プロフィット・ラボラトリー社長
村田 38歳
THE営業型の社長

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



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 | 方針伝達 | イス・テーブルのプロ化研修 | 厨房機器プロ化研修 | 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 | 方針伝達 | 食器・調理道具プロ化研修 | |
| | | 厨房機器プロ化研修 | | 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 | 次世代取締役研修 | 方針伝達 | イス・テーブルのプロ化研修 |
| | | 総合受注研修 | | 総合受注研修 | |

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。

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)

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。

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。

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。

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。

人事制度

「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。