

日本を引っ張る、ひかるブラック企業

株式会社テンポスホールディングス

2025年4月期 通期 会社説明資料

リサイクル屋で定年制が無いテンポスはSDGsそのものです

連結業績

当期は新規事業や新規出店に注力。売上は増加するも、経費増により減益となる。当期純利益は、2024年6月に決定した株式会社竹若の破産手続きの影響によるもので増加。（本業で利益が伸びていない！）

下記表の（ ）で記載している数値は、2025年7月に株式取得予定の宅配寿司を展開するサンライズサービスの業績予想を含めた数値です。株式取得後に改めて業績予想は精査します。現時点の参考値としてご覧ください。

（百万円）

	前期 通期	当期 通期	増減率	来期計画	
				通期	増減率
売上	37,074	47,055	26.9%	53,500 (57,000)	13.7% (24.5%)
営業利益	2,824	2,668	△5.5%	3,400 (3,430)	28.3% (28.9%)
経常利益	3,069	2,870	△6.5%	3,600	25.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,972	2,064	4.7%	2,100	1.7%

セグメント別業績

セグメント名	項目	前期 通期	当期 通期	増減率	来期計画	
					通期	増減率
物販	売上高	24,241	27,399	13.0%	30,500	11.2%
	営業利益	2,505	2,275	△9.2%	2,500	11.4%
情報・サービス	売上高	4,137	4,464	7.9%	5,000	13.9%
	営業利益	208	144	△30.8%	190	36.2%
飲食	売上高	9,494	16,062	69.2%	18,200	13.5%
	営業利益	231	347	49.8%	900	156.6%

物販事業

- ・ 店頭・通販・直販すべてで売上好調
- ・ 減益要因：新規出店による経費増、通販事業の人件費増

情報・サービス事業

- ・ 人材紹介・請負は売上好調
- ・ 減益要因：新規事業への投資により販管費の増加

飲食事業

- ・ あさくま（前期10カ月決算）、ヤマトサカナ（前期6カ月決算）で売上・利益とも大幅増
- ・ あさくまは25カ月連続で前年超え

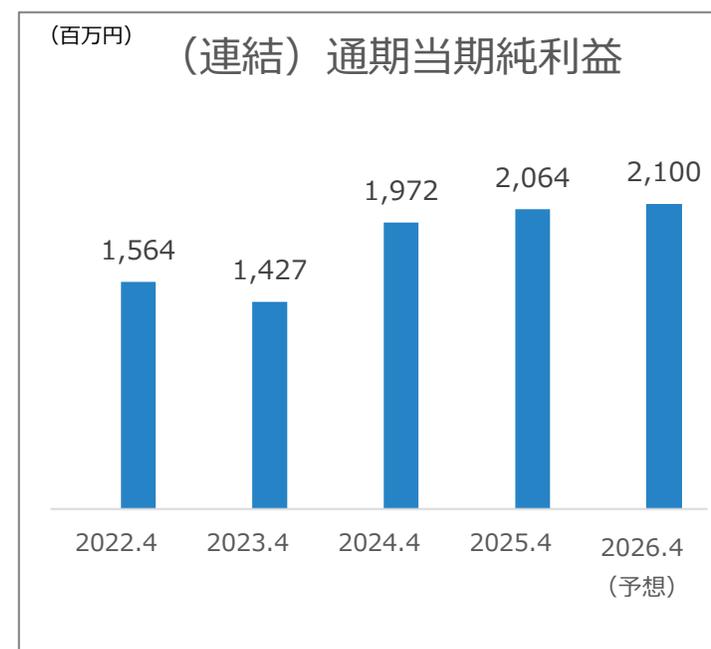
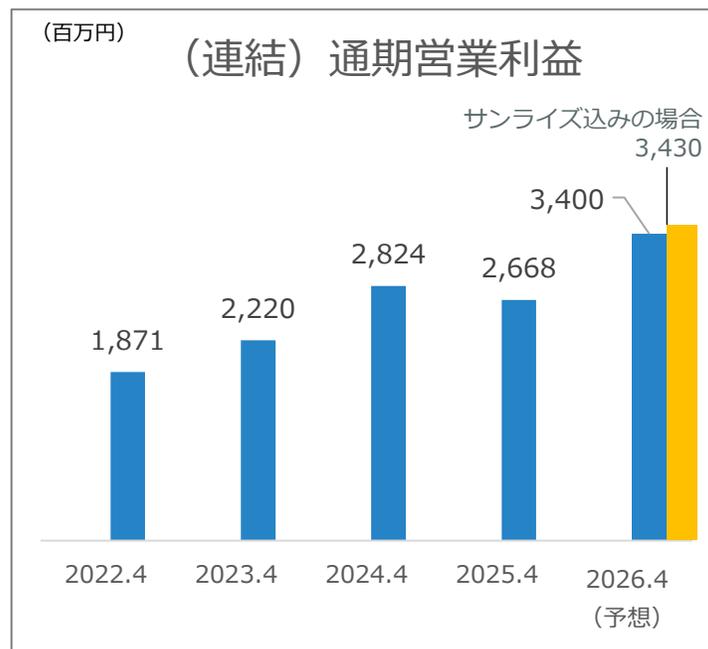
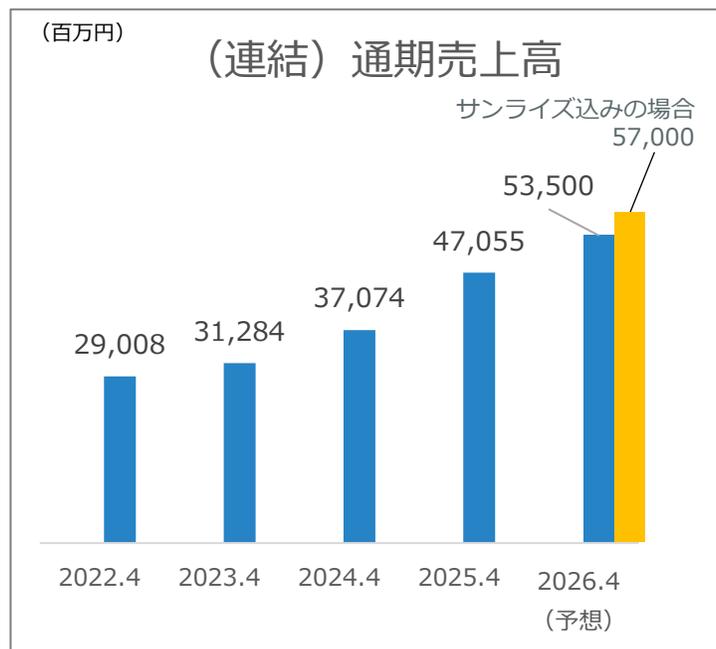
事業会社の成長性

当社の経営の考え方は、各グループ会社は次のいずれか3つを目指す。①売上高100億円、②業界トップシェア、③上場する。そのために、既存事業で出た利益は、事業開発のために使い、新規事業を確立していく。「晴れ」は利益を出しながら、新規事業に意欲満々。「曇り」は利益は出ているが新規事業に消極的、もしくは利益そのものを伸ばす必要性がある。

セグメント	成長性	事業	会社名	科目	前期 通期	当期		来期計画		
						通期	増減率	通期	増減率	増減額
物販		厨房 店頭販売	テンポスバスターズ	売上高	18,498	19,796	7.0%	22,000	11.1%	2,203
				営業利益	2,405	2,113	△ 12.1%	2,300	8.8%	186
		厨房 直販営業	キッチンテクノ	売上高	3,136	4,329	38.0%	5,000	15.5%	670
				営業利益	184	228	24.0%	258	12.8%	29
		厨房 通信販売	テンポスドットコム	売上高	3,165	3,885	22.7%	5,330	37.2%	1,444
				営業利益	△ 1	17	黒字化	75	323.6%	57
情報 サービス		内装工事	スタジオテンポス	売上高	1,041	1,046	0.5%	1,135	8.5%	89
				営業利益	58	41	△ 29.5%	48	17.8%	7
		POS販売	テンポス情報館	売上高	891	916	2.8%	1,100	20.0%	183
				営業利益	45	37	△ 18.1%	80	113.2%	42
		資金・不動産	テンポスフィナンシャル トラスト	売上高	511	537	5.1%	550	2.4%	12
				営業利益	46	29	△ 36.8%	58	99.9%	29
		人材派遣・紹介	ディースパーク	売上高	1,513	1,811	19.7%	2,300	27.0%	488
				営業利益	56	43	△ 23.2%	47	8.7%	3
		WEB集客	テンポスフードプレイス	売上高	186	173	△ 6.6%	200	15.0%	26
				営業利益	5	△ 7	赤字化	0	黒字化	7
飲食		ステーキ屋	あさくまグループ	売上高	6,101	8,657	41.9%	10,010	15.6%	1,352
				営業利益	174	185	6.4%	500	169.6%	314
		回転寿司	ヤマトサカナ	売上高	3,412	7,614	123.1%	8,499	11.6%	885
				営業利益	175	392	123.0%	474	20.9%	81

※上記表の「あさくまグループ」は、2025年1月期にあさくまサクセッションを吸収合併。

連結業績の推移と来期予想



下記 2 社が正式に業績に含まれるのは今年夏頃を予定

2025年 7月～株式取得・業績反映予定
 宅配寿司 株式会社サンライズサービス (前期売上54億)



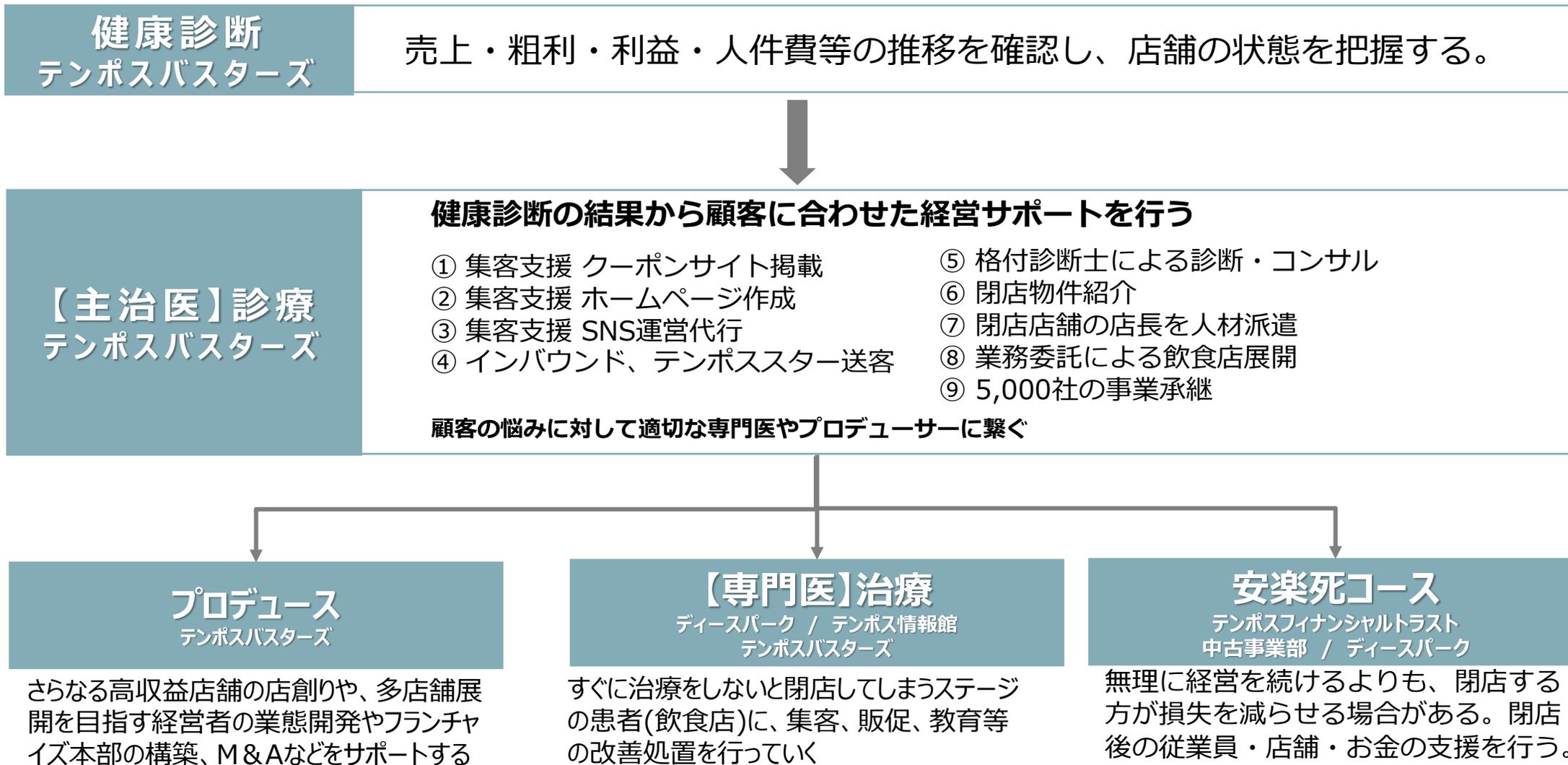
2025年 8月～持分法適用予定
 居酒屋 マルシェ株式会社 (前期売上45億円)



2026年 4 月期

Dr.テンポスとは

テンポスバスターズが主治医の役割、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



物販事業
テンポスバスターズ
国内300店舗体制を目指す

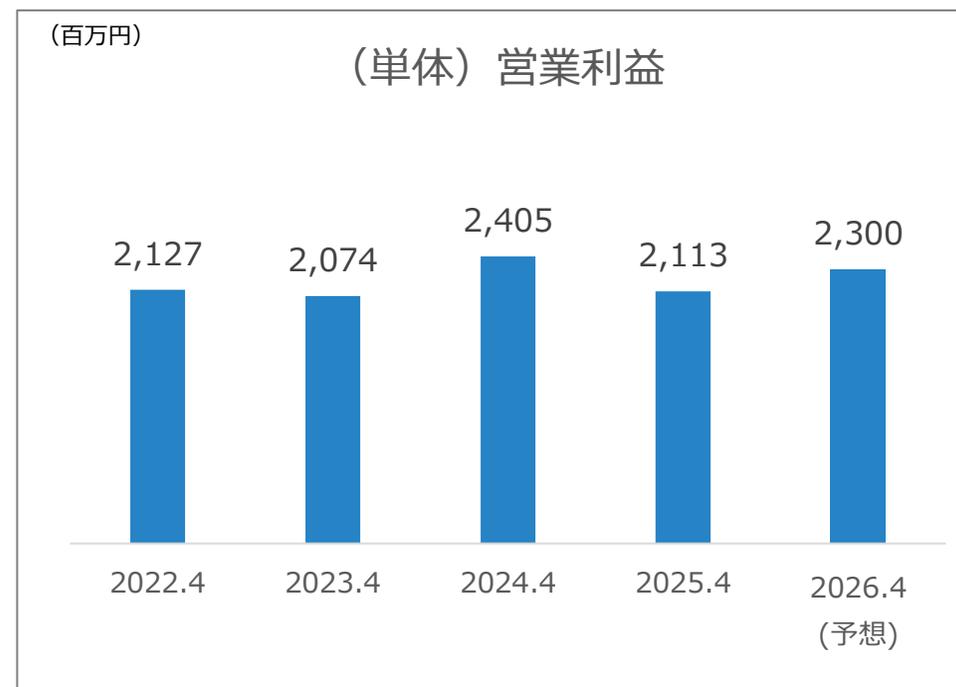
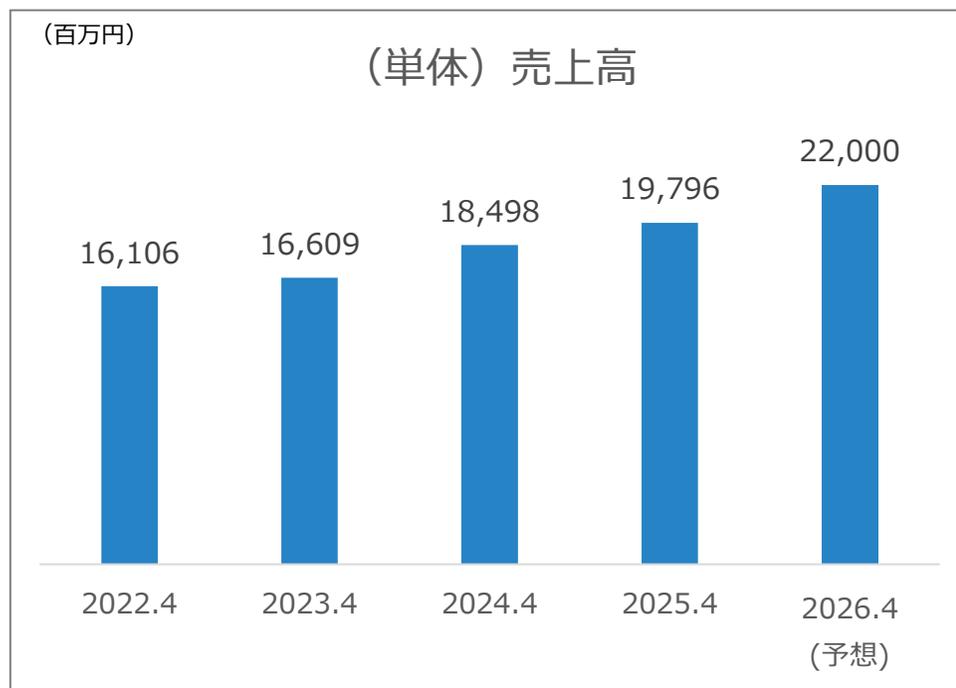
株式会社テンポスバスターズとは



単なる物販企業ではない。飲食店コンサル・プロデュースをして物売る会社になる。

- 年商197億円
- 全国75店舗(2025年時点)→300店舗戦略
- 年間来店客数63万件
- 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

株式会社テンポスバスターズ業績



【増収要因】

- ・ リニューアルオープンを含む新規出店9店舗で売上拡大
- ・ 新規開業顧客の客単価が18%アップ

【減益要因】

- ・ 新店に中古厨房機器を優先配置 → 既存店で品薄となり新品販売が増加 → 粗利率低下。でもこれは成長痛！
- ・ 積極出店により販管費増（将来の収益拡大に向けた投資）
- ・ 社員280名に週5時間の研修を実施（年1.68億円投資） → 単なる物売りの社員からコンサル営業を育てる狙い

テンポスバスターズ新規出店のその後

小規模都市に実験的に出店。オープン翌月に単月黒字化を達成。手応えを得て、来期は出店をさらに加速。

人口14万人の「米子店（鳥取県米子市）」や人口8万人の「滋賀店（滋賀県近江八幡市）」など、小規模都市で早々に黒字化。今後は人口10万人前後の都市に1店舗の出店が可能と判断。全国展開を加速する。

新店オープン後の評価

◎、○、△はオープン後の成績を表記。「◎」は計画より良い、「○」は計画通り、「△」は利益は出ているが商圈に対してもの足りない。

	オープン年月	店名	出店エリア	オープン後の成績	備考
今期	2024年6月	堺店	大阪府	△	
	2024年8月	滋賀店	滋賀県	◎	県内初出店
	2024年8月	旭川センター	北海道	△	
	2024年11月	米子店	鳥取県	◎	県内初出店
	2024年12月	東京ラーメン専門館	東京都	○	専門館ヘリニューアルオープン
	2025年1月	長野下諏訪店	長野県	○	商圈4万人
	2025年3月	製菓製パン専門 堺センター	大阪府	△	専門館
	2025年4月	宮崎店	宮崎県	○	県内初出店
	2025年4月	甲府店	山梨県	○	県内初出店

■ 全国300店舗体制に向けて！

- 戦略①：何でも揃う総合店に加え、商品・業種特化型専門店を展開
- 戦略②：全国の中古厨房競合会社を買収・資本提携し拡大
- 目的：全国制覇を実現し、圧倒的市場シェアと競争優位性を確立する

今期出店計画

12店舗

- **今まで通り総合店での出店**

確立されたモデルを維持し、幅広い顧客層に対応。

- **商品に特化した店舗での出店**

特定の商品に焦点を当て、ニッチ市場をターゲット。

- **ラーメン・製菓製パン業種に特化した店舗の出店**

ラーメンや製菓などの特定の業種に焦点を当て、専門的なサポート。
新規開業を丸ごとプロデュース。

- **内装工事業者向け専門館や、
スーパー向け中古冷蔵ショーケース専門館での出店**

中古厨房機器 買取アップ施策

■ 買取数4万4千台から来期 8万台達成に向けて

- 買取担当の人員増加
- 外食チェーン店からの買取強化
- 2025年5月に中古業者向けの「中古競り」を開始。来期は名古屋・大阪・福岡でも開始予定。
競合だった中古業者を仲間として巻き込み、仕入れを強化する狙い。

■ 修理・再生の生産性をアップし、供給を最大化する

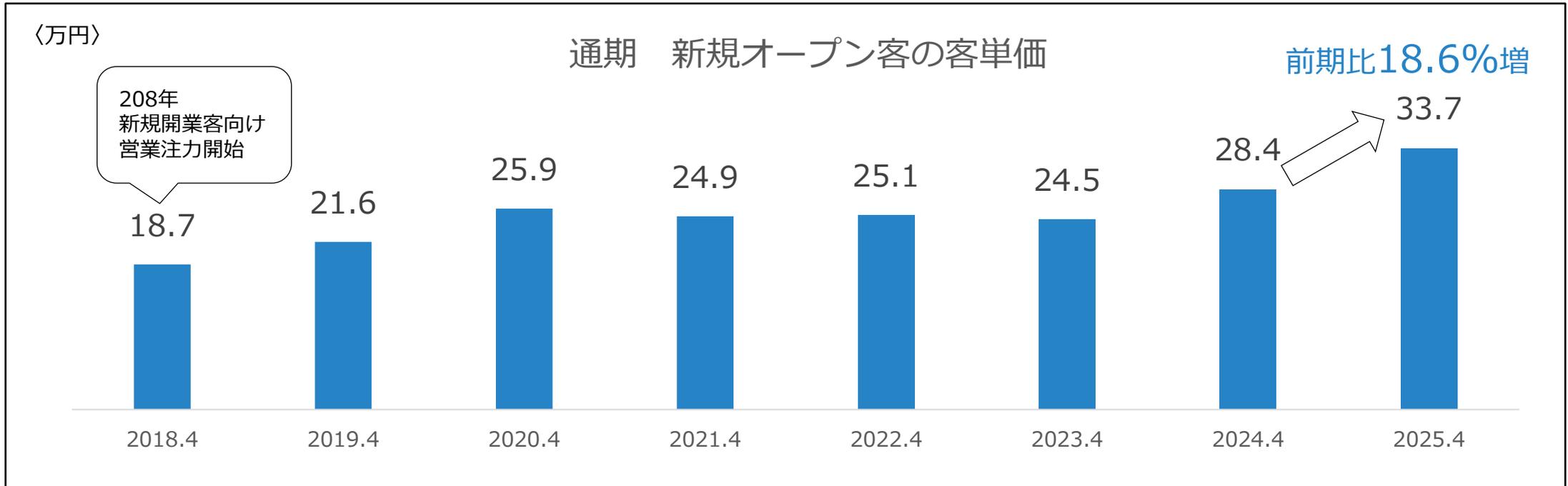
- 新工場 2 拠点開設計画
- 既存工場で、土日・夜間稼働開始



新規オープン客の客数と売上高

わずか3.5%の新規オープン客が、売上全体の40%を占める。金の卵！

新規オープン客	売上高 7,885百万円 (前年比13.1%増) 客数 23,369人 (前年比△4.5%減) <small>客数よりも、客単価アップを重視。</small>	<p>客数比率</p> <p>売上高比率</p>
既存客	売上高 11,911百万円 (前年比12.9%増) 客数 633,257人 (前年比△1.2%減)	



客単価アップの4つの施策

飲食店開業の「川上」を制し、高単価を獲得する！

施策01

物件紹介

2024年度実績
・物件希望者数2,814名 / 内見した顧客数244人
内見数が少ない

施策02

内装工事元請け受注

(1件あたり300万円の受注を目指す)

2024年度実績
・内装工事元請け件数481件 / 客単価71万円
客単価増が課題

施策03

業種別専門家の指導による 総合受注

2024年度実績
・臨店数7,925件
(飲食店の料理・サービス・衛生チェック)
臨店実施後のコンサル契約の獲得が課題

施策04

厨房・食器・家具・調理道具一式の 総合受注の獲得

2024年度実績
総合受注の客単価53万円 (前期比2.5%増)
施策01~03を制しないと、客単価アップは望めない！

内装元請け300万円 + 総合受注300万円、客単価**600万円**に向かって、まずは**200万円**達成を目指す

※2024年度実績87万円 (内装工事を受注した場合の客単価を算出)

格付診断と経営コンサル

格付診断士1,000名体制で、中小飲食店の経営診断。診断結果は「テンポスター」に掲載し訪日客の店選びの支援。加えて、診断結果のもと、月額1万円のコンサルサービスを提供する。

格付診断

格付診断士1,000名が飲食店の経営診断を実施

2025年4月期通期「格付診断」実施数：7,925件

▼格付診断の流れ

WEBメディア「テンポスター」加盟店の
品質・サービス・クレンリネスの診断を行う

飲食店の診断結果を
「テンポスター」に掲載

ユーザーの店選びの満足度アップへ

格付診断士は診断した店舗
のコンサルタントとして活動

飲食店の診断結果をもとに経営改善に取り組む

【長期ビジョン】「格付診断士」が全国で
飲食店の経営を応援している状態を作る

まだまだ格付診断士のスキル不足！人材育成に取り組む！

経営コンサルティングサービス

月額1万円の「コンサル」で、中小飲食店の経営を応援

主な支援

- ・ 販売促進計画の提案・最適化
- ・ 人員計画策定、教育及び研修
- ・ お店の内装・外装企画

料金

月額1万円（年間12万円）

営業戦略

テンポスターの来店客に、テンポスターをはじめとしたドクターサービスを案内する。格付診断を実施し、その中で経営課題を抽出。経営コンサルティングサービスの提案を行う。

テンポスター来店客
(月間5万)

テンポスター
申込獲得

格付診断
実施

経営コンサル
申込獲得

訪日客向け B級グルメ 10万店の 格付飲食メディア「テンポスター」

テンポスがBtoCメディアを運営することで、飲食店にお客様（消費者）を送りこみ、飲食店の売上アップに貢献する。



2025年6月リニューアル
<https://www.tenpostar.com/>

訪日客向け体験プラン拡充



閉店した飲食店の支援

- 後継者不在で悩まれている飲食店経営者の
事業承継支援
- 閉店した飲食店経営者の**転職斡旋**
- **居抜き物件の売却**支援
- **事業譲渡**のマッチングおよびサポート



物販事業

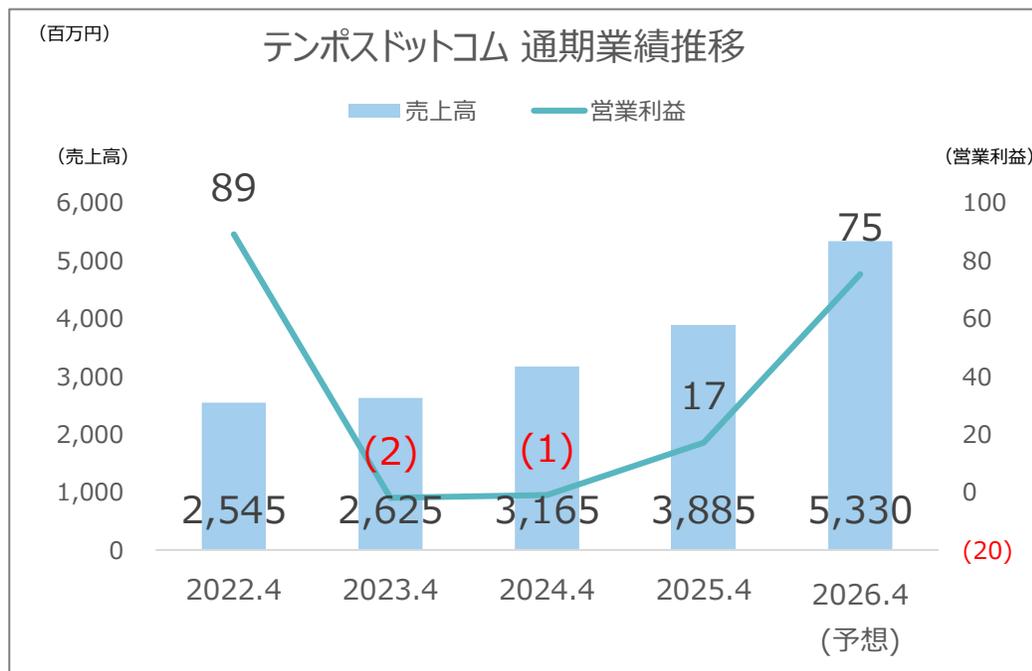
通信販売／直販営業

情報・サービス事業

人材紹介／とPOSシステム開発・販売

物販事業：通販事業と直販営業

国内最大業務用厨房機器通販サイト運営



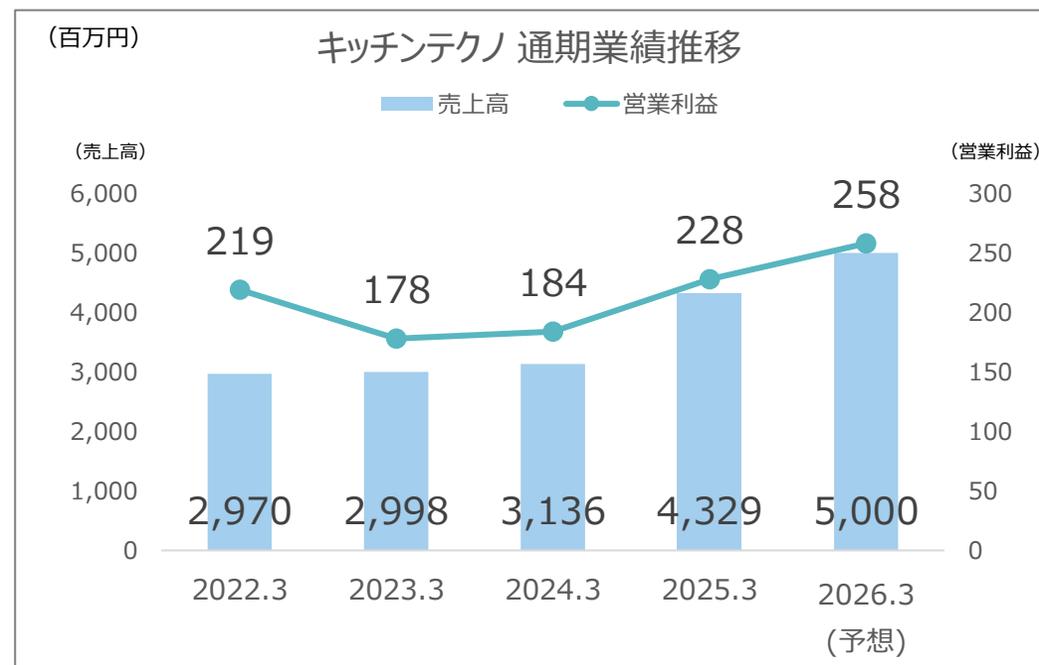
今期

- WEBを通じて飲食店向けの物販・開業支援強化
- 自社サイト改善と情報発信強化により、アクセス数が43.6%増加し、売上拡大に貢献。

来期

- 法人飲食店様向けの通販サイトの運用開始。会員の購買・調達にかかる手間とコストを削減。より便利な購買体験を提供し、売上拡大を図る。

大手外食・スーパー向け直販営業



今期

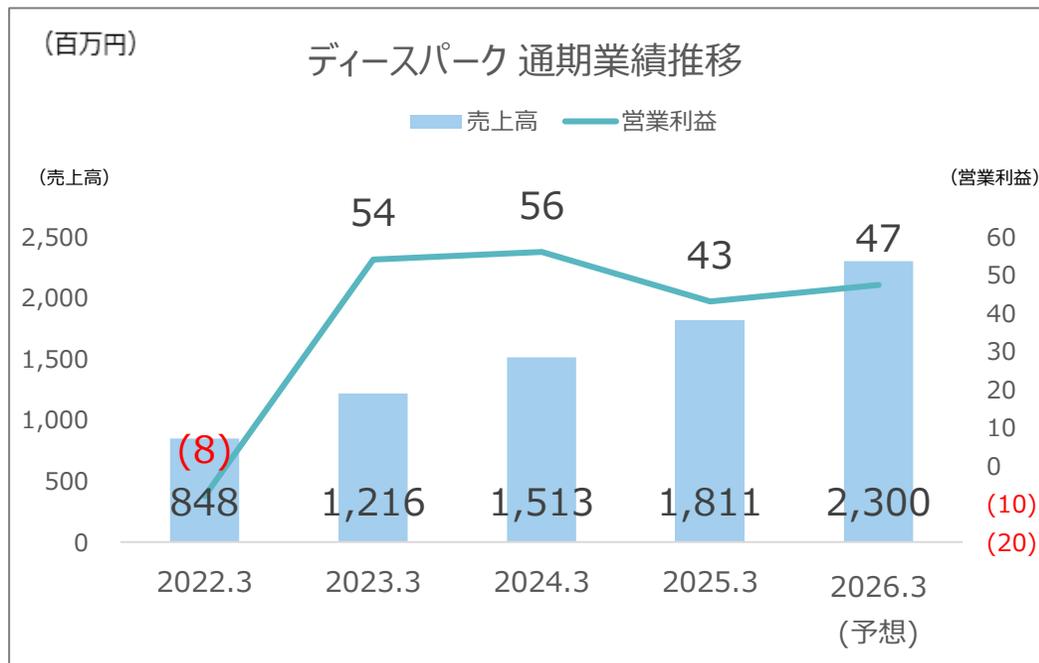
- 大手外食企業の出店拡大により厨房機器受注増
- 大手スーパー企業の省人化のための機器の入れ替えによる受注増

来期

- 大手スーパー企業／大手外食事業の営業強化
- 従業員前期期首66名から97名へ拡大
- ラーメンのスープを炊く「圧力寸胴」の東南アジア向け販売推進。現地で「ラーメン学校（セミナー+実演）」を開催する

情報・サービス事業：人材紹介事業とPOSシステム開発販売事業

人材紹介・派遣・請負事業



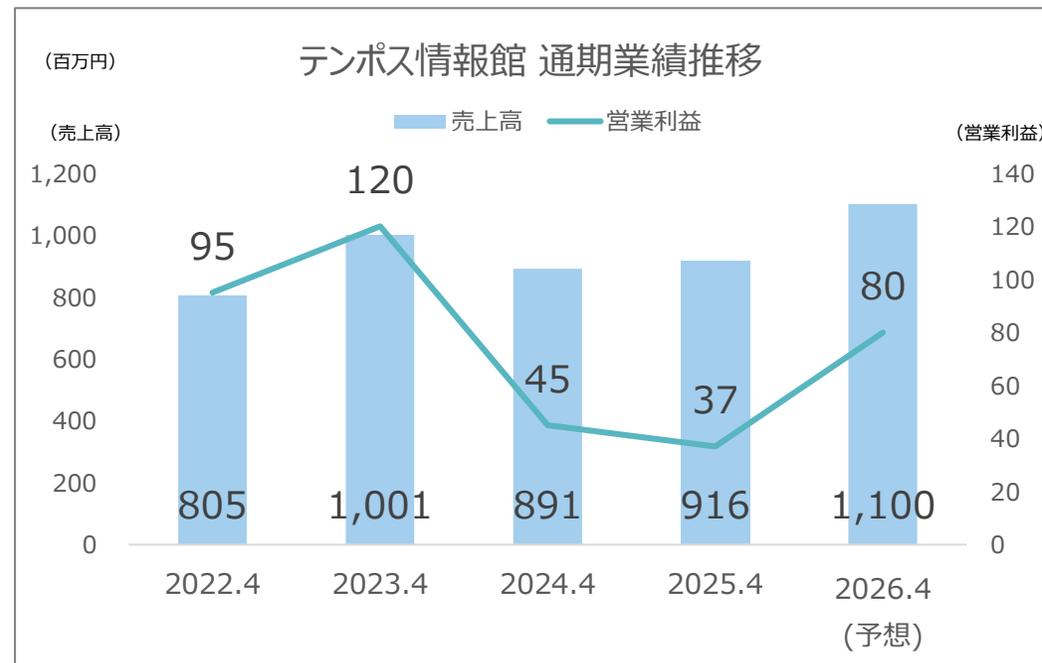
今期

- 新規事業への積極投資により経費増となり減益。海外人材紹介、催事店舗運営請負、コールセンター請負などに注力

来期

- 東南アジアに「テンポス日本語学校」を5校オープン予定
- 新規事業への前向き投資を継続する
- 外食以外の特定技能の分野への進出

POSシステム開発販売事業



今期

- 飲食店の省人化ニーズの高まりにより、高機能POS、モバイルオーダーシステムの販売が好調
- iPadの価格高騰を受け、Windows型のPOSレジの販売強化へ

来期

- IT導入補助金を活用した受注アップ
- 高単価のキャッシュレス券売機の販売強化
- 他社との営業連携強化による受注アップ

飲食事業
500億円規模を目指して

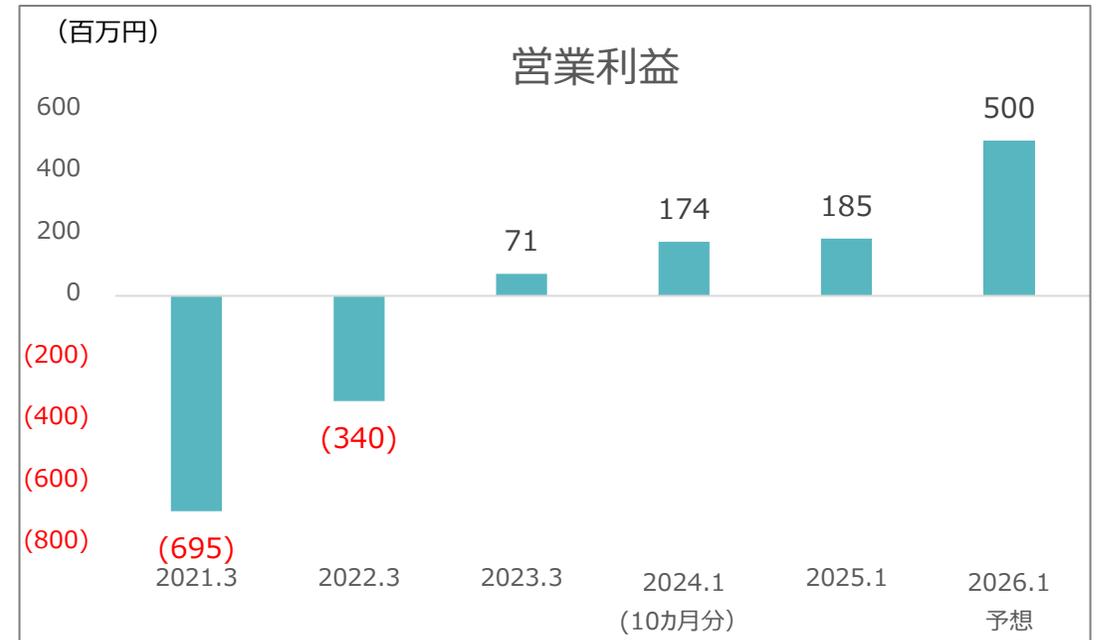
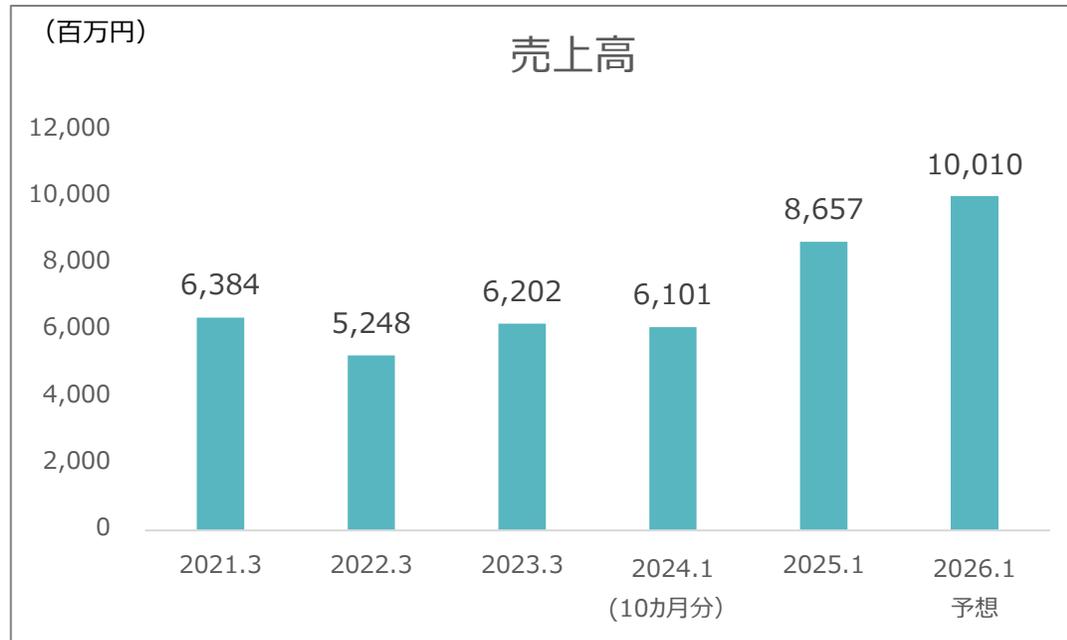
ステーキのあさくま成長戦略

今期

- 売上は前年比41%増の86億円（25カ月連続で月次売上高前年比超え）
- 顧客満足を最優先とし、コストが増加したことで、営業利益は6.4%増の1億85百万円にとどまる

来期

- 売上・客数・利益すべてを伸ばし、売上100億円を計画
- 25カ月連続で月次売上高前年比超えとなり、2年我慢してきた価格改定を2025年2月に実施



※2025年1月期は、株式会社あさくまサクセッションを吸収合併。そのため、(株)あさくまが開示している2025年1月期の業績は、あさくま単体の業績を記載しているが、本ページは、(株)あさくま、(株)あさくまサクセッションの数値を合算している。

ステーキのあさくま成長戦略

2026年1月期 新規出店計画

- 「ステーキのあさくま」 3店舗
- モツ焼き「エビス参」 5店舗
- 新業態として2ブランドを出店予定

人材戦略

- 新会長の清水、社長の廣田の2名体制で組織拡大を推進
- 外国人人材の積極的採用
 - **方針**：国籍・性別・年齢に関わらず、意欲・能力の高い社員を抜擢人事
 - **外国人人材比率**：正社員141名中45.4%（64名※内定者含む）



◀ 6月オープン予定
ステーキのあさくま 桑名店
(三重県桑名市)



会長 清水

社長 廣田

◀ 会長・社長の2名体制で成長を加速

- 新規出店と「泣かせるあさくま」実現に向け営業強化
- 人材育成・ブランディング推進



◀ サクセッション事業部責任者（2025年～）
ネパール出身、入社8年目。「エビス参」の業績向上・業務改善に大きく貢献し抜擢



▲ 技人国の社員が店長・店長代理として活躍中。週3回、管理職養成研修に参加。

回転寿司 ヤマトサカナ (2023年9月M&A)

魚介類を漁港から直接仕入れられる買参権を保有し、これを強みに水産卸・小売・外食・観光事業を展開する。

- 当期売上76億円で外食事業が業績を牽引。来期は85億円（前年比11.6%増）を計画。
- 来期は、外食・小売事業での店舗拡大の推進と、観光事業の「房総の駅とみうら」の実績を活かし、道の駅の運営受託や自社開発に注力していく。

	当期通期	来期通期 計画	増減比
売上高	7,614	8,499	11.6%
営業利益	392	474	20.9%

当期オープン実績

- 2024年7月「やまと寿司 あすみが丘店」オープン
- 2024年8月「ヤマトサカナ野田店」オープン

来期オープン計画

- 寿司居酒屋、魚定食屋などの外食店舗を5店舗
- 寿司・総菜、鮮魚の小売店舗を10店舗



參考資料

気づかなかった！

リサイクル屋で定年制が無い

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45%が閉店する小規模飲食店を、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 **115作戦の実行**。10年以内に1,000人の従業員の金融資産を5,000万円にする
- ⑤ 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

2024年12月追加
115作戦の資金500億円を作る

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2,000億円 売上高2,000億円



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

ひかるブラック企業とは

ブラック・・・不満を言わない、耐える、能力を超えた挑戦をする
ひかる・・・自己成長した結果、年収5割アップ、休日増、115作戦

転職サイト口コミランキング 全995社

待遇900位なのに、社員士気20位、20代成長9位。これぞ「ひかるブラック企業」



出典：OpenWork

上司と部下の関係は「師匠と弟子」

師匠は“明日を作る社員”を育てる意志を持ち、厳しく鍛える

部下は「守・破・離」の精神で成長し、自立を目指す

年齢に関わらず、能力と実績次第で抜擢人事あり

ディースパーク社長
伊藤航太 43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



テンポスドットコム社長
品川絵美 45歳
おっかさん社長



あさくま社長
廣田陽一 40歳
元、テンポス西日本営業部長。社長の椅子争奪戦を経て就任。



あさくま会長
清水一成 56歳
大手外食企業 役員・社長経験あり。



スタジオテンポス社長
吉野真澄 40歳
職人すぎる社長



“明日のテンポス”を作る社員を、門下生として過酷に鍛え上げる一方で、10年以内に1,000人の従業員に5,000万円の金融資産を作らせる「115作戦」を実行していく。

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）
- 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）

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

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日の研修旅行

適正評価

テンポスの賞与は公開制

会社の成長に貢献してくれる人をなるべく公平公正に評価したいと考えている。賞与額だけでなく評価方法も公開し、賞与支給時は評価方法も含めて説明する。

昇給・賞与の一部は自分達で決める

部署ごとに、役職者・パート社員も入れて、昇給・賞与の10%の金額の分配をどうするかは、従業員同士が討論して決める。会社からは見えにくい、その人の評価を取り入れる。

良い人間関係を築く

プラスのストローク

悪口を言わない、ふてくされない。前向きトークで良い人間関係を築く。

コンパ

役員研修や、全国店長会議など、管理職者の集合研修の終了後は、2時間半かけてお酒を片手に、会社のこと、自分のキャリアのことを激論する。

「自分の人生は自分で決める」の理念のもと、
社員のキャリアアップを応援する研修を実施している

■役員研修

役員・幹部向け研修。毎月「成果を上げる」「人格を作る（あるべき日本人とは）」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

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。

■テンポス道場

「テンポス精神」の解釈や「自分の限界を超える」をテーマとしたプログラム。幹部になる人は卒業必須。

■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。「チームとは何か」「自分の役割とは」、答えを探しながら完歩を目指す。

■パート戦力化プログラム

パート社員はスキルによりランクに分かれており、どのランクを目指すか自身で決めプログラムを受講する。最上級は店長同等のGランク。

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（76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 86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 (2751 スタンダード市場)
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
決算期 : 4月
従業員数 : 2,318名→4,300名になる(10月には)

- 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。