

2022年3月期第2四半期 決算説明資料

2021年11月17日

SRS ホールディングス 株式会社 (東証第一部 : 8163)



2022年3月期第2四半期 決算概要

連結業績ハイライト	4
売上高前年差異分析	5
営業利益前年差異分析	6
既存店業績推移	7
業態別店舗数	8

新型コロナウイルス感染症への対応状況

主要6業態既存店前年比月次推移	10
四半期業績推移	11
収益改善に向けた取り組み	12

事業別施策実施状況

和食さと、天井・天ぷら本舗さん天	14
長次郎、CHOJIRO、家族亭、得得	15
宮本むなし、かつや、からやま	16

中計達成に向けた取り組み

にぎり忠次郎屋号変更	18
グループアプリ進捗状況	19
中食需要に対応した新業態開発について	20
宮本むなし収益改善に向けて	23
家族亭 サービスエリア事業の拡大	24

Appendix

貸借対照表(BS)	26
キャッシュフロー計算書(CF)	27
SDGsへの取り組み	28
2022年3月期 出店店舗	31

2022年3月期 第2四半期 決算概要

◆ **売上高** : 191億14百万円 前年同期比 **△13億75百万円 減収**

- ・ 昨年来続く新型コロナウイルス感染拡大に伴う、営業時間の短縮や外出自粛等により入店客数が減少し減収

◆ **営業利益** : △25億88百万円 前年同期比 **+3億13百万円 増益**

- ・ 人件費や水道光熱費等販管費の削減により増益となるが、売上高がコロナ前の水準を大きく下回り営業損失

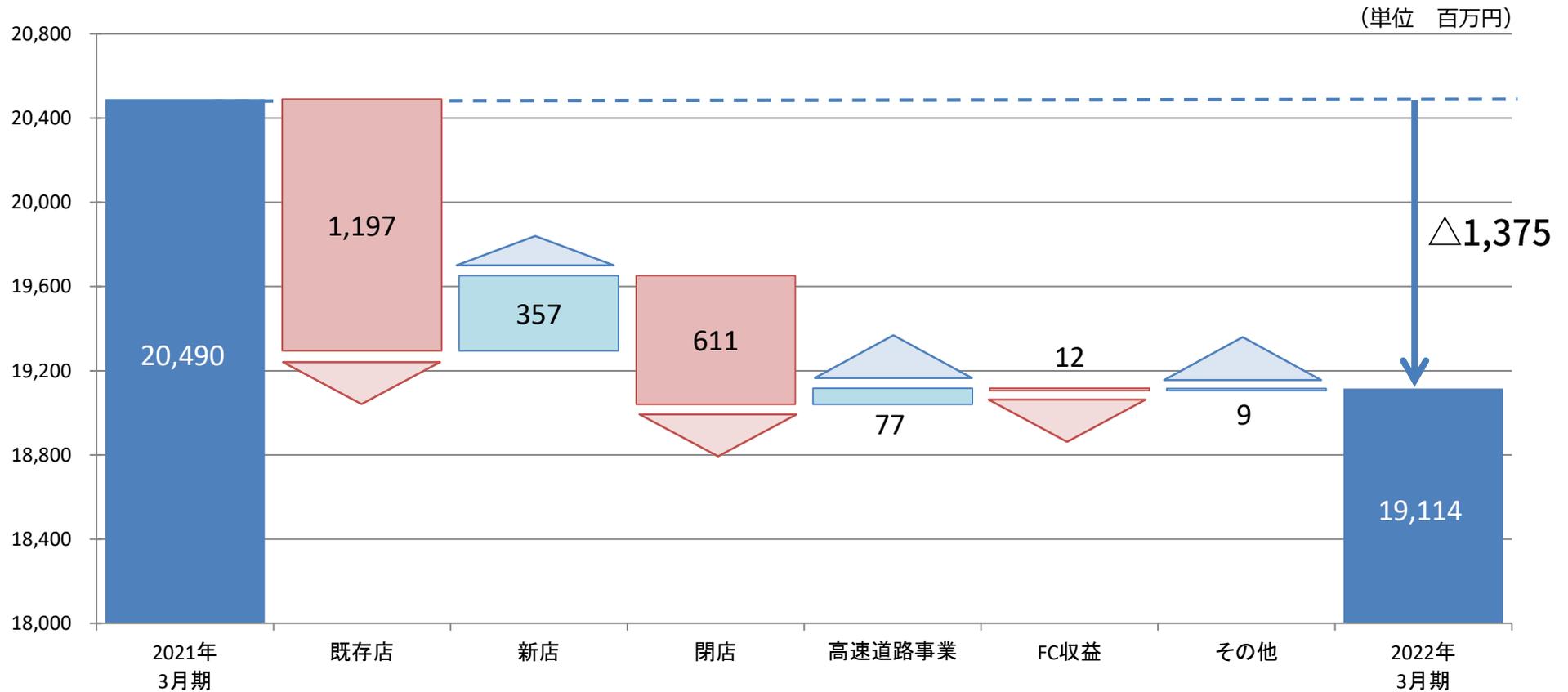
◆ **経常利益** : 28億32百万円 前年同期比 **+56億50百万円 増益**

◆ 親会社株主に帰属する**当期純利益** : 20億09百万円 前年同期比 **+50億76百万円 増益**

- ・ 営業時間短縮に伴う協力金等を営業外収益に計上したことにより、経常利益以下は前年実績に対して大幅に改善し黒字転換

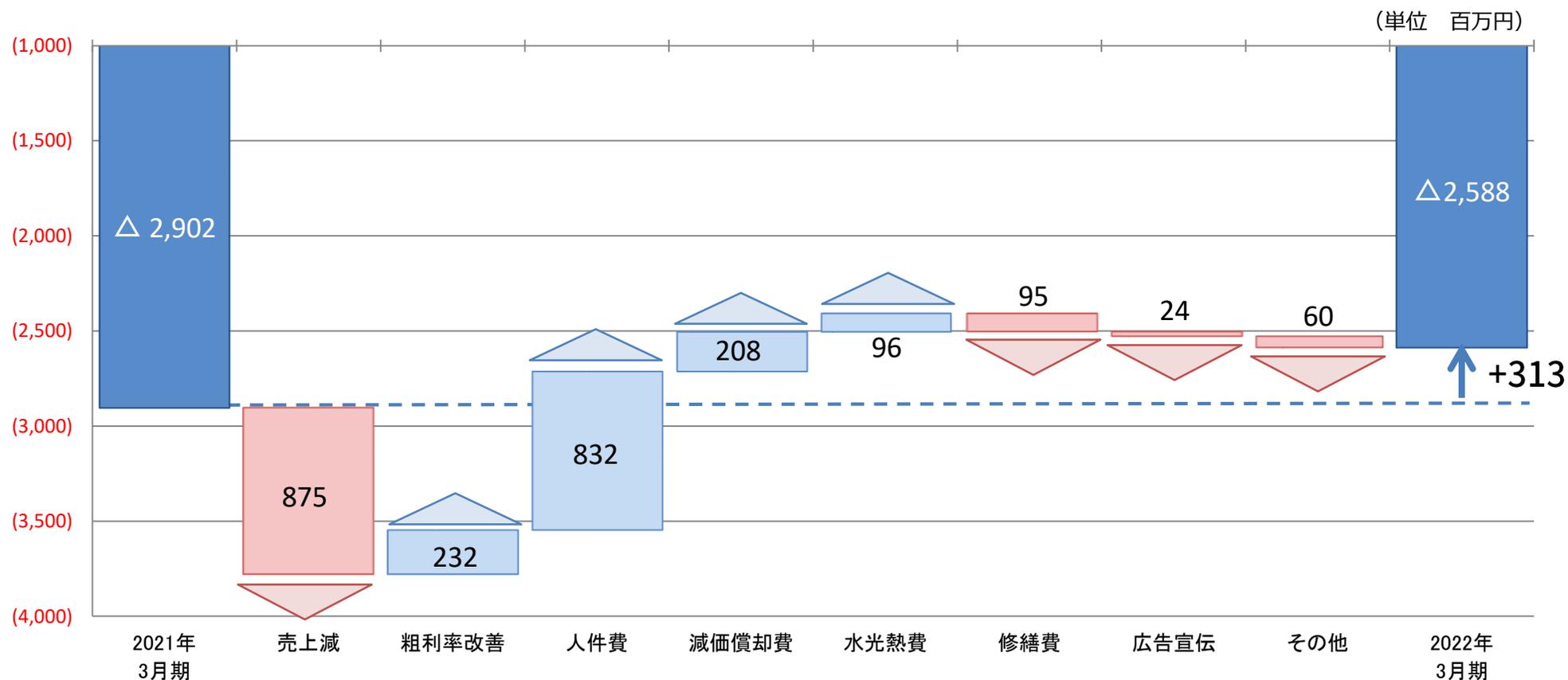
売上高前年差異分析

- 新規出店や高速道路事業等による増収影響があったものの、営業時間短縮の期間が前年より長く、既存店の客数が減少し減収
(前年比93.3%、前年差△1,375百万円)
- 新規出店は8店舗、業態転換1店舗、閉店8店舗



営業利益前年差異分析

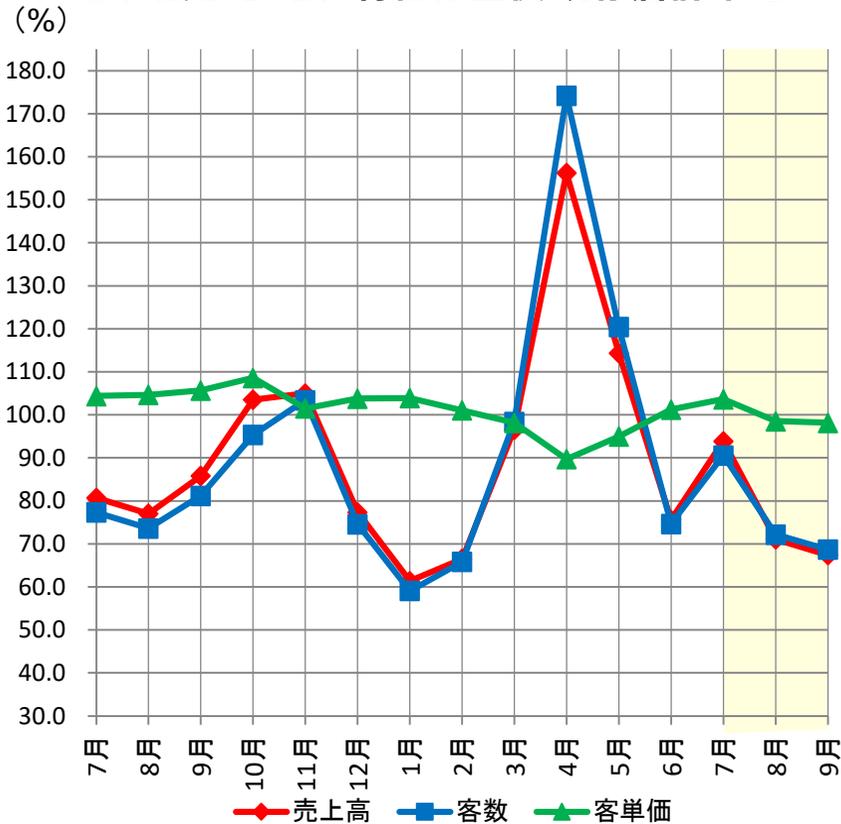
- 営業利益は新型コロナウイルス感染症の拡大による減益の影響があったものの、人件費や水道光熱費等の販管費の圧縮により増益（前年差+313百万円）



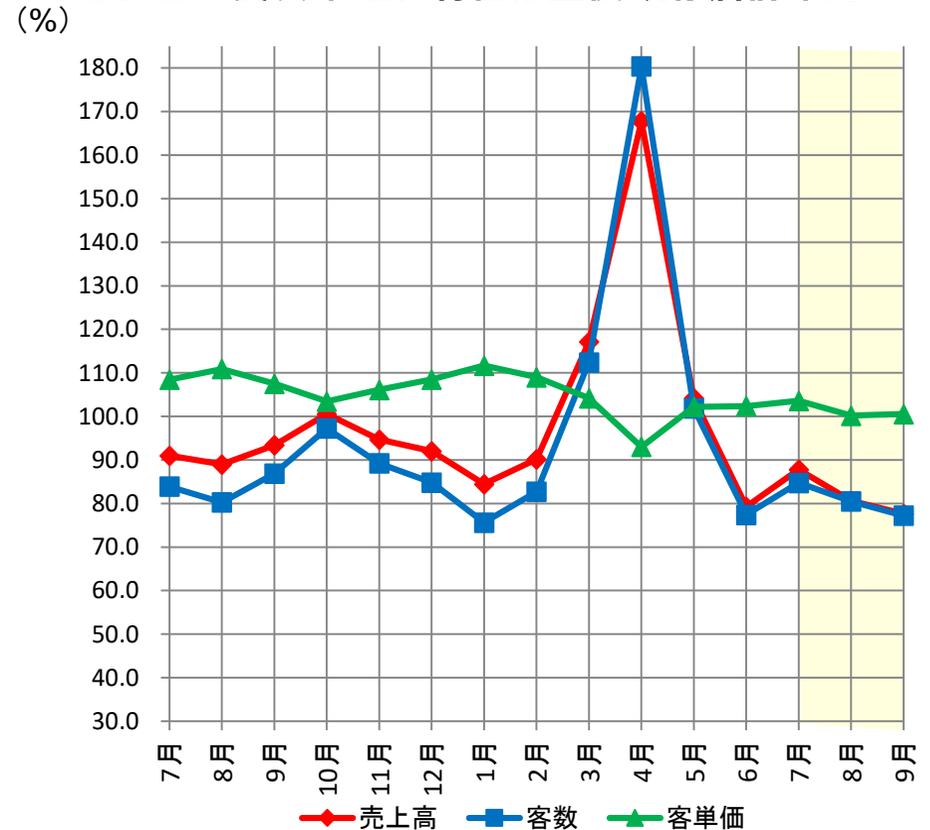
主力業態 既存店業績推移

- 新型コロナウイルス感染拡大の影響による営業時間の短縮により、売上高は不安定な状況が続く
- 4月、5月は第1回目の緊急事態宣言が発令された前年を上回って推移したものの、6月以降は、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置による営業時間の短縮が継続したことにより前年を下回った

◎和食さと 曜日特性修正後 既存店前年比



◎にぎり長次郎 曜日特性修正後 既存店前年比



業態別店舗数

	2021年 3月期末 店舗数	2022年3月期 第2四半期				2022年 3月期 出店計画 ②	2022年3月期 第2四半期末 契約済店舗数 ③	出店進捗率 (①+③)÷②
		出店①	閉店	業態 転換	店舗数			
和食さと	206 (－)	1	1	－	206 (－)	3 (－)	1 (－)	66.7%
家族亭※	68 (8)	－	1	－	67 (8)	－	－	－
にぎり長次郎※	65 (－)	1	－	－	66 (－)	3 (－)	－	33.3%
得得・とくとく	68 (55)	－	3	－	65 (52)	1 (－)	－	0%
天井・天ぷら本舗 さん天	44 (1)	－	－	－	44 (1)	1 (－)	－	0%
めしや 宮本むなし	41 (2)	－	－	△1	40 (2)	－	－	－
かつや	39 (14)	－	－	－	39 (14)	3 (1)	3 (1)	100%
宅配寿司業態	10 (4)	－	－	－	10 (4)	－	－	－
ひまわり・茶房ひまわり	9 (－)	－	－	－	9 (－)	－	－	－
からやま	4 (－)	2	－	－	6 (－)	3 (－)	－	66.7%
M&S FC事業※	19 (－)	－	1	+1	19 (－)	－	－	－
その他	16 (－)	3	1	－	18 (－)	4 (－)	2 (－)	125%
海外店舗	20 (13)	1	1	－	20 (14)	9 (9)	－	11.1%
グループ計	609 (97)	8	8	－	609 (95)	27 (10)	6 (1)	51.9%

() 内はFC・のれん分け及び合併事業店舗数

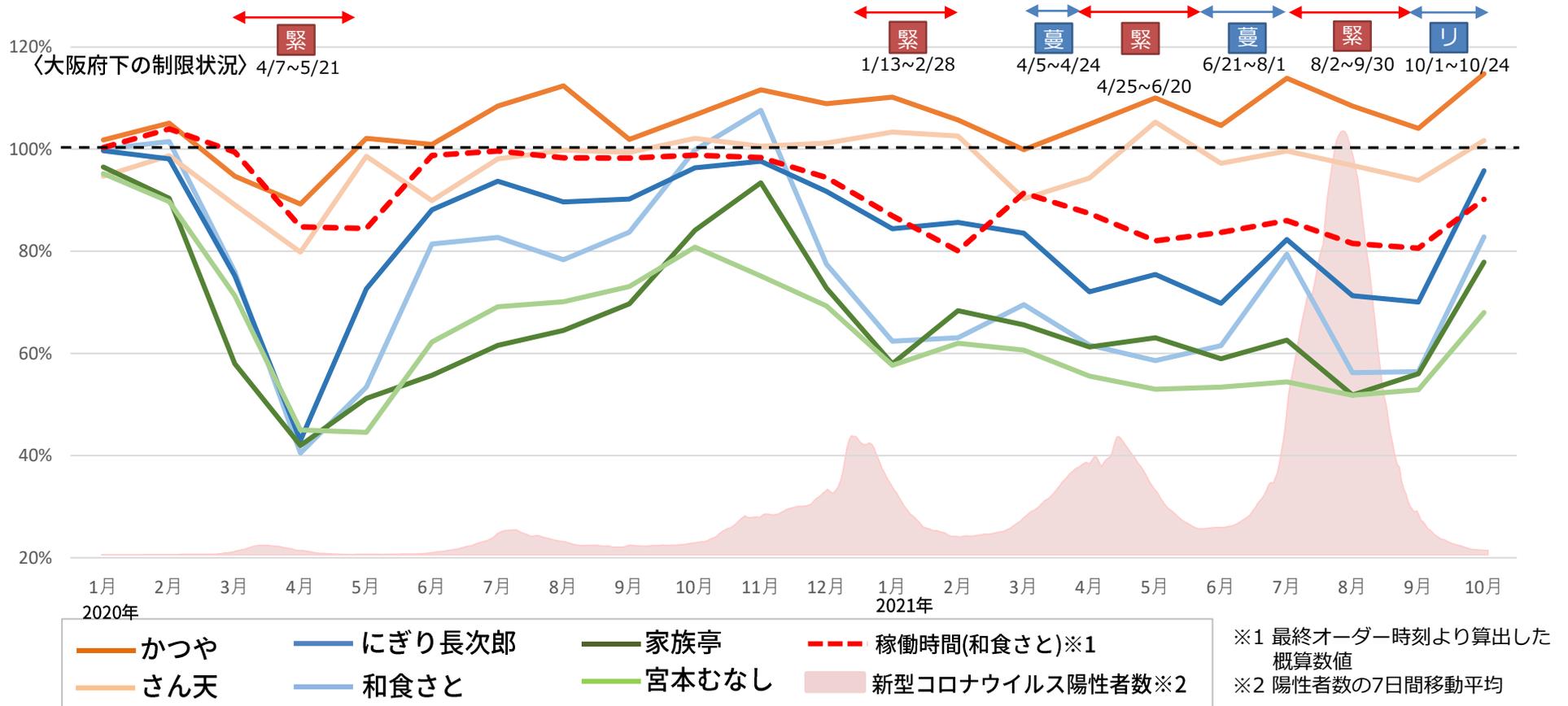
※「家族亭」業態には「花匂庵」「三宝庵」「家族庵」「蕎麦」「蕎菜」業態を含んでおります。

※「にぎり長次郎」業態には「CHOJIRO」業態を含んでおります。

※「M&S FC事業」は、M&Sフードサービス株式会社が運営する「ポポラマーマ」「ミスタードーナツ」「ドトールコーヒー」「大釜屋」、「炭火焼干物定食 しばち食堂」業態の合計店舗数です。

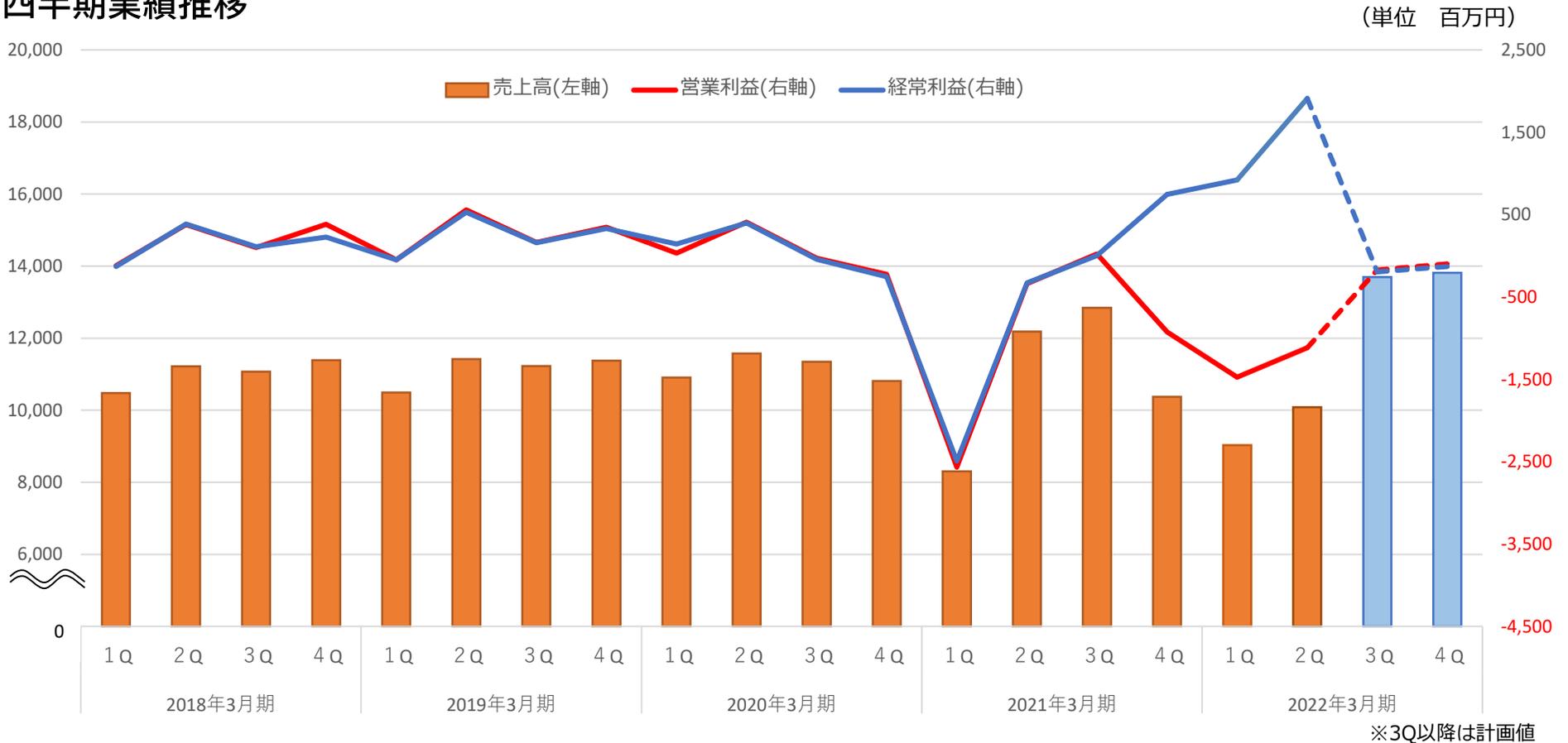
■ 新型コロナウイルス感染症への対応状況

主要6業態 既存店前年比 月次推移 ※2021年3月以降は前々年比



- ・ 郊外立地でテイクアウト比率が高い「天井・天ぷら本舗さん天」「かつや」業態は、新型コロナウイルスの影響は少なく、テイクアウト、デリバリー売上が増加したこともあり、順調に推移
- ・ 郊外立地の「和食さと」「にぎり長次郎」は、稼働時間と連動する形で売上が減少、2021年4月以降は営業時間の短縮要請が続き、売上は低迷
- ・ 都市型立地の「家族亭」「宮本むなし」業態は回復傾向は鈍く、売上の低迷が続く
- ・ 10月の営業時間短縮要請の解除により、各業態とも業績は急回復

四半期業績推移



- 2022年3月期の1Q売上高は、前期の第1回目の緊急事態宣言の反動により前年実績に対して増収 (+723) となったが、2Qは営業時間短縮要請が継続されたことにより、前年実績に対して減収 (Δ 2,099) となった
- 営業利益についても売上と同様の傾向で、1Qは前年実績に対して増益 (+1,092) となったが2Qは減収 (Δ 778) となった
- 経常利益は時短営業に伴う協力金の影響により大幅に改善

》ウィズ・アフターコロナを見据えた収益改善への取り組み

	取り組み事例	実施時期
固定費削減	(株)サンローリーとの物流統合による配送コスト削減	2021年3月
	(株)宮本むなしと(株)サンローリーの会社合併による本部コスト削減	2021年4月
	(株)家族亭との会計システム統合によるコスト削減	2021年4月
	(株)家族亭との物流統合及び本社統合によるコスト削減	来期予定
収益構造改善	<p>ポストコロナを見据えた、新たな事業領域でのビジネス確立</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中食事業の新業態として「サトマルシェ」1号店を開店 (P20～22ご参照) ・知名度の向上を目的に、「にぎり忠次郎」のブランド名を「宅配にぎり長次郎」に変更、併せて「にぎり長次郎」にて宅配併設店舗を検討 (P18ご参照) ・宮本むなし業態転換及び既存業態ブラッシュアップ (P23ご参照) ・(株)家族亭のサービスエリア事業の拡大 (P24ご参照) 	実施中
	主力業態である「和食さと」「にぎり長次郎」「家族亭」にて、集中的に改装を実施 (和食さと22店舗、にぎり長次郎21店舗、家族亭40店舗)	実施中
	(株)家族亭との共通購買、仕入統合	実施中
	「和食さと」にてセミセルフレジの導入開始	実施中
	配膳ロボの導入実験開始	実施中
	既に導入済みの自動発注システムの改良により、配送効率の改善、発注定数の精度向上を目指す (和食さと、天井・天ぷら本舗 さん天)	検討中
	自動掃除ロボットの導入 (和食さと、さん天)	検討中
	自動ワークスケジュール作成システムの導入	検討中

事業別施策 実施状況

#	主要項目	施策内容／実施状況
---	------	-----------

1



- ◆テイクアウト、デリバリーの需要拡大に合わせた取組み
 - テイクアウト商品を対象とした特別割引キャンペーンを定期的を実施
 - デリバリー対象店舗の順次拡大（導入済店舗 9月末時点 154店舗）
- ◆来店頻度向上に向けた取組み
 - 季節商品や食べ放題メニューの特別割引キャンペーンを定期的を実施
 - 和食さと公式アプリに来店スタンプカード機能を追加
 - 65歳以上のお客様を対象にした「さとシニアくらぶ」の運用を開始
 - イトイン売上の回復を目指し、一部店舗の美装を開始
- ◆生産性向上に向けた取組み
 - 新POS導入に伴い、セミセルフレジの導入を継続
 - 団体客の減少に伴い、大部屋の小部屋化改装を実施
 - ワークスケジュール自動作成ソフトをテスト導入し全店展開に向け検討を継続
- ◆新規出店の継続
 - 1店舗出店済（7月10日：湊川店【兵庫県】）



セミセルフ型の新型レジ

2



- ◆テイクアウト、デリバリーの需要拡大に合わせた取組み
 - デリバリー対象店舗の順次拡大（導入済店舗 9月末時点 43店舗）
- ◆生産性向上に向けた取組み
 - お客様の購入しやすさを考慮した新型券売機の導入を開始
- ◆来店頻度向上に向けた取組み
 - 期間限定商品や人気商品の特別価格キャンペーンを実施
 - 好評の牛すき天丼をグランドメニュー化し、TVCMを放映
 - 若年層顧客の開拓に向け、「肉×天ぷら」シリーズの商品のテスト販売を実施
 - 新型券売機導入による、キャッシュレス決済への対応開始

#	主要項目	施策内容／実施状況
---	------	-----------

3



- ◆テイクアウトの需要拡大に合わせた取組み
 - テイクアウト、宅配専門業態「にぎり忠次郎」のブラッシュアップとして、「宅配にぎり長次郎」への業ブランド名変更を3店舗実施
 - テイクアウト販売商品の拡充や、WEB注文受付の実験継続
- ◆生産性向上に向けた取組み
 - ライスロボ（自動炊飯器）の全店導入を継続
 - お客様の利便性改善を目的とし、テーブルオーダー端末の増設を継続
- ◆客数獲得に向けた取組み
 - 新規・リピート顧客獲得を目指し、旬の素材を使用した期間限定商品の販売やキャンペーンを継続実施
 - イトインの売上回復に向け、店内週末限定メニューの販売を実施
- ◆新規出店の継続
 - 1店舗出店済（7月2日：にぎり長次郎 平針店【愛知県】）

4



- ◆テイクアウト、デリバリーの需要拡大に合わせた取組み
 - コンビセットや、ファミリーセットなど、テイクアウト販売商品の拡充を継続
- ◆客数獲得に向けた取組み
 - 旬の素材を使用した期間限定フェアや産地応援フェアを家族亭業態で定期的に実施
 - 得得業態にて、ボリュームメニューの強化を目的とした「得得盛盛」フェアを継続
 - 得得ブランドの再構築を目指し、メニュー、価格を一新したりリニューアル店舗をオープン
- ◆新たな顧客層の獲得を目指して、LINEを利用した販売促進施策の実施を継続
- ◆サービスエリアの運営と新規出店の継続
 - 2店舗出店済（6月10日：とくとく 錦秋湖サービスエリア(上下線集約)店【岩手県】、7月15日：とくとく 紫波サービスエリア(下り線)店【岩手県】）

#	主要項目	施策内容／実施状況
5		<ul style="list-style-type: none"> ◆テイクアウト、デリバリーの需要拡大に合わせた取組み <ul style="list-style-type: none"> →デリバリーサービスの対象店舗拡大を継続（導入済店舗 9月末35店舗） →テイクアウト商品の販売時間の延長を継続 →テイクアウト店頭ディスプレイ設置に向け、店舗実験を継続 ◆客数獲得に向けた取組み <ul style="list-style-type: none"> →コロナ禍の影響を大きく受ける駅前立地店舗の業態転換1号店として「炭火烧干物定食 しんぱち食堂 阪急梅田店」を開店 →新規顧客獲得を目的とし、「国産秋刀魚」「広島県産カキフライ」など、期間限定メニューの販売を継続
6	 	<ul style="list-style-type: none"> ◆テイクアウト、デリバリーの需要拡大に合わせた取組み <ul style="list-style-type: none"> →デリバリー対象店舗の拡大（導入済店舗 9月末28店舗） →お客様の利便性向上に向け、テイクアウトの事前決済サービスを全店導入 →テイクアウト限定メニューの販売継続 ◆客数獲得に向けた取組み <ul style="list-style-type: none"> →「鶏ガパオチキンカツフェア」「タルタルチキンカツとから揚げフェア」等期間限定商品の販売を継続 ◆新規出店の継続 <ul style="list-style-type: none"> →2店舗出店済（7月2日：からやま 寝屋川宇谷店【大阪府】、9月3日：かやま 堺長曾根店【大阪府】）

中期経営計画達成に向けた取り組み

にぎり忠次郎屋号変更

○にぎり忠次郎事業について



- 2009年11月より、宅配専門業態として営業を開始
- 10店舗まで店舗数を増やしたものの、出店スピードは上がらず
→利益が出る顧客数を獲得するまでに時間がかかることが要因



- 7月より3店舗にて「にぎり忠次郎」の屋号を「宅配にぎり長次郎」に変更
- 長次郎の姉妹店であることをより分かりやすく伝えることで、「にぎり長次郎」のブランド力、知名度を活用し、顧客獲得のスピードを加速させ、早期の利益獲得を目指す

「宅配長次郎」に変更後は、販促効果もあるものの、売上が大きく増加、その後も好調な売り上げをキープしており、忠次郎からの持ち上げ効果は**20%以上**と想定



○にぎり長次郎との併設タイプについて



コロナ禍において増加するテイクアウト、デリバリー需要に対応する為、**にぎり長次郎店舗への宅配長次郎併設**の検討を開始

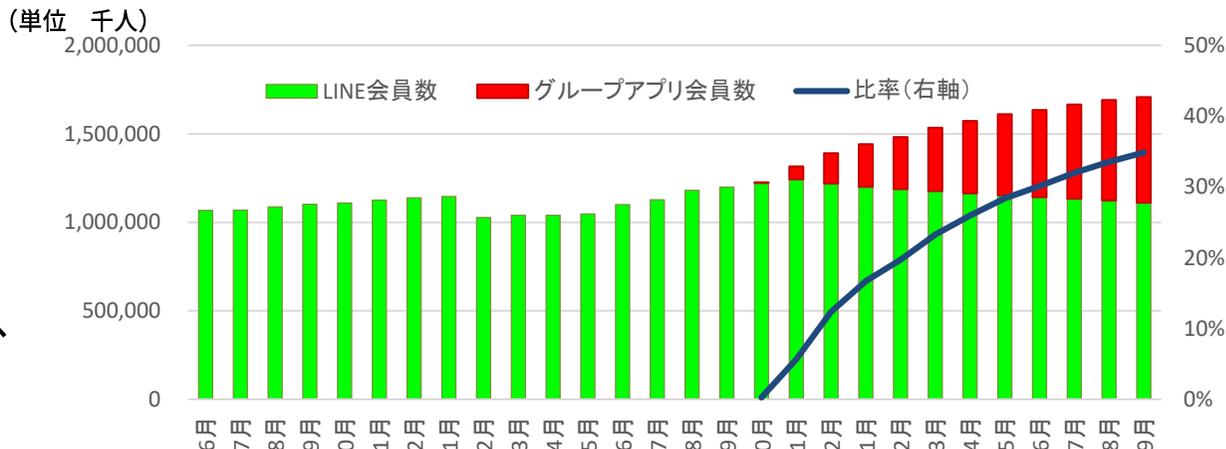
- 宅配長次郎の出店スピード強化
- 宅配長次郎の出店コスト低減
- にぎり長次郎で対応しきれない、テイクアウト、デリバリーへの対応が可能

グループアプリ進捗状況(更新)

○開発スケジュール

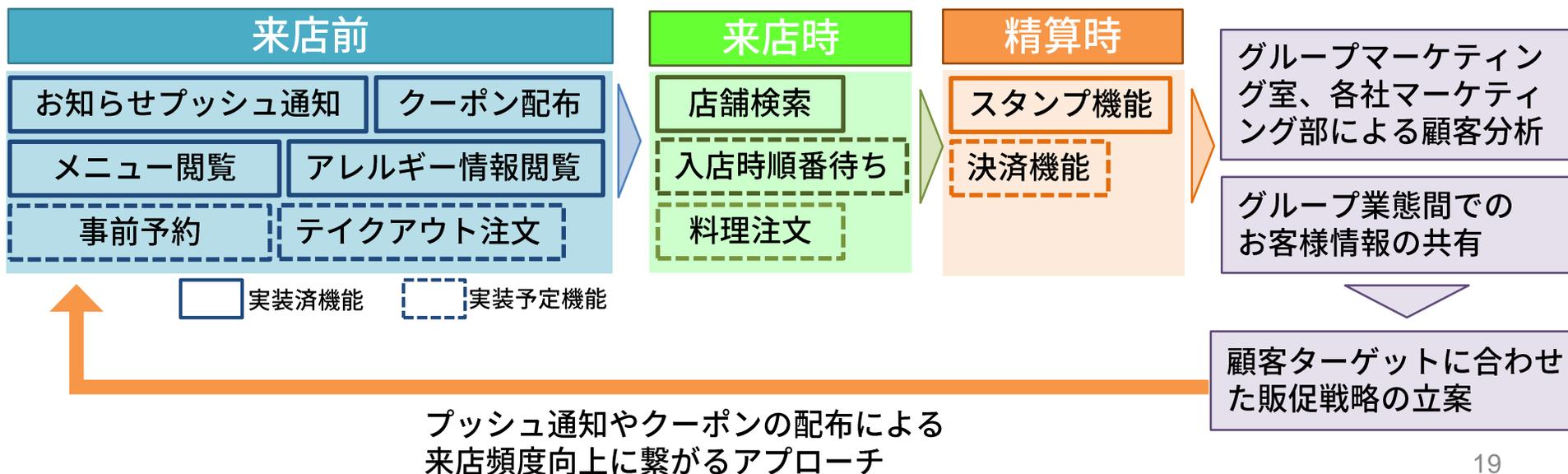
- 2020年 6月：開発開始
- 2020年10月：テスト導入
- 2020年11月：和食さと全店導入
- 2021年 5月：来店スタンプ機能追加
- 2021年10月：グループアプリ化の開発方針決定
- 2021年下期：天井・天ぷら本舗さん天、にぎり長次郎導入予定
- 2022年以降：テイクアウト受注機能
：入店時順番待ち機能
：事前予約機能等追加予定

○グループアプリ会員数推移



アプリDL数は75万DLを突破。2020年11月の和食さと全店導入以降、会員数は順調に増加し、LINE会員からの乗り換えも徐々に進む。

○ロイヤルカスタマー化に向けた機能強化



- ・2019年11月に「厨房さと京阪すみのどう店」をオープンし、業態の核となる惣菜製造、販売について実験を開始
- ・2021年7月2日に、物販、惣菜、弁当、物販販売をメインとする「サトマルシェ」をオープン



目指すのはハレの食事ではなく、「日々の食生活の豊かさ」

①手間や時間を省きたい ②健康が気になる ③いろいろ食べたい
等のニーズへ柔軟に対応

イートインでもテイクアウトでも、それぞれの生活スタイルに合わせた
「みんなのキッチン・ダイニングに代わるお店」を目指す

中食需要に対応した新業態開発について(再掲)

○事業ポジション

	コンビニ	弁当惣菜店	飲食店	サトマルシェ	備考
品揃え	○	×	×	△	グロッサリーは飲料、酒、デザート、カップ麺等を品揃え
出来たて感	×	△	○	△-○	一部出来たて品あり
量目対応	×	○	×	○	好きなものを好きな量で
テイクアウト対応	○	○	△	○	対応可能
弁当	△	○	△	○	店内調理、ご飯は後入れ
イートイン対応	△	×-△	○	○	イートインスペースあり

※当社独自資料

- ①今店内で食べる、②今日家で食べる、
 ③明日の朝食・昼食、④明日の夕食以降
 それぞれの飲食ニーズをカバーする、便利なお店を展開予定

中食需要に対応した新業態開発について

○サトマルシェ 河内小阪店



○新型コロナウイルス感染拡大により多大な影響を受けている「宮本むなし」業態について、以下の施策を実行中

- ①高収益化モデルへの転換を目指して、専門性および独自性の高い「しんぱち食堂」への業態転換（FC加盟）を実施、1号店として「炭火焼干物定食 しんぱち食堂 阪急梅田店」を6月28日にオープン



※店舗認知の拡大に合わせ、売上は順調に増加中

〈しんぱち食堂とは〉

- ・干物焼き魚を中心とした定食店
 - ・関東を中心に21店舗を展開（2021年3月末現在）
 - ・独自開発の炭火焼機を使用し、厳選した干物をオーダー毎に通常の約半分の時間で調理
 - ・ファーストフード並みの提供時間と、炭火による中までジューシーな焼き上がりを実現
- ②既存事業のブランディングから、「熱いぞ！ひとりめし」をブランドコンセプトとし、現在のマーケットに適した業態へとモデルチェンジを実施、併せて、商品の絞り込みと、オペレーション改善を行うことにより、より収益性の高い「宮本むなし」への転換を図る（今期中に数店舗実施予定）

○家族亭高速道路サービスエリア事業の沿革

- ・ 2008年3月20日 磐越自動車道 阿賀野川サービスエリア（上り線）運営開始
- ・ 2021年6月10日 秋田自動車道 錦秋湖サービスエリア（上下線集約）運営開始
- ・ 2021年7月15日 東北自動車道 紫波サービスエリア（下り線）運営開始
- ・ 2021年10月1日 西名阪自動車道 香芝サービスエリア（上下線）運営開始※フードコートは10月9日より



〈錦秋湖SA〉



〈紫波SA〉



〈香芝SA〉





Appendix

貸借対照表(BS)

単位：百万円

	2021年3月期末 (2021年3月31日)	2022年3月期 第2四半期末 (2021年9月30日)	増減
流動資産	14,542	16,696	+2,153
固定資産	16,275	16,841	+565
流動負債	7,009	6,849	△159
固定負債	14,002	13,361	△641
純資産	9,990	13,498	+3,508
総資産	31,002	33,709	+2,706

キャッシュフロー計算書(CF)

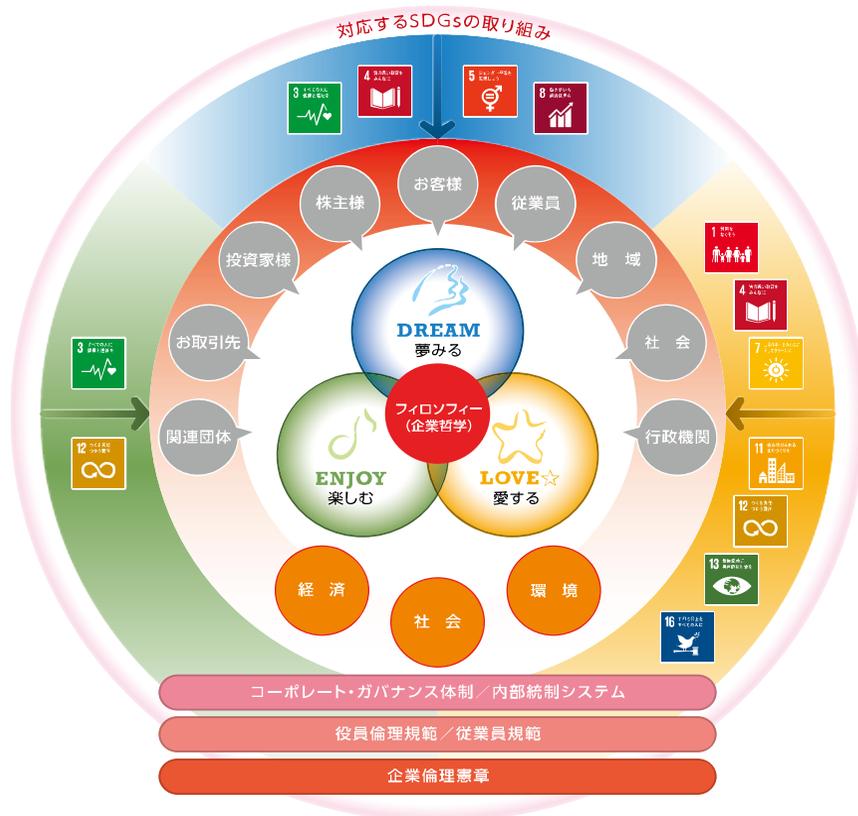
単位：百万円

	2021年3月期 第2四半期	2022年3月期 第2四半期	増減
営業活動C F	△3,240	1,528	+4,768
投資活動C F	△785	△906	△120
財務活動C F	2,333	312	△2,020
現金及び現金同等 物の期末残高	7,185	10,371	+3,185

・SDGsへの取組みについて

SRSグループは、「私たちは、食を通じて社会に貢献します。」をフィロソフィーとした事業活動を通じて、当社の価値観に共感や支援をしてくださるステークホルダーの皆さまと共に成長し、SDGsが目指す持続可能な社会の実現に向けて、社会課題の解決と価値の創造に取り組んでまいります。

・経営理念とSDGs取組み重点テーマ



DREAM パートナーと共に、夢の実現をめざします。

8 働きがも
経済成長も



対応するSDGs目標

多様な人々が多様な才能を発揮し活躍できる環境を提供し、生産性の向上と持続可能な社会を実現するための社会基盤の構築を目指します。

ENJOY カスタマーと共に楽しさを分かち合います。

3 すべての人に
健康と福祉を



対応するSDGs目標

社会的インフラとして、心のこもったサービスと「安全・安心」な食事を提供し、あらゆる年齢のすべてのお客様に、「安くて」「美味しくて」「楽しく満足できる」食事と空間の提供を目指します。

LOVE☆コミュニティを愛し、人びとと共に生きます。

11 住み続けられる
まちづくりを



対応するSDGs目標

環境保全への取り組みや地域の方々との共生を通じて、コミュニティと共に発展し、愛し、愛され、親しまれる存在になります。

・当社の取組みについて

	重点テーマ	取組み内容	対応するSDGs
DREAM	パートナーと共に、夢の実現を目指します。		
	働きやすい職場環境づくり	年次有給休暇および7日間連続休暇の取得推進	  
		「和食さと」全店で、育児支援として「親子割」制度を継続	
		社会保険適用パート従業員の加入拡大	
		育児短時間勤務制度の拡充	
		本部部門のテレワーク勤務制度の導入	
多様な人材登用・育成	定年年齢を65歳に延長、再雇用上限年齢を70歳に延長	 	
	短時間正社員店長の新規登用の継続とサポート		
ENJOY	カスタマーと共に楽しさを分かち合います。		
	安全・安心へのこだわり	当社基準に基づいた原材料の品質管理徹底	 
		従業員衛生教育の継続とHACCPに沿った店舗衛生管理の徹底による安心・安全の確保	
		行政の要請事項への協力、感染症防止対策の徹底	
	安全・安心へのアプローチ	店頭での原産地表示やウェブサイトでのカロリー・塩分・アレルギー情報等の表示	 

・当社の取組みについて

	重点テーマ	取組み内容	対応するSDGs
LOVE☆	コミュニティを愛し、人びとと共に生きます。		
	廃棄物削減の取組み	食品廃棄物の再生利用等実施率目標達成に向け取組み推進	 
		食べきりプロジェクトへの参加	
		フードバンクの活用	
	環境保全への取組み	店舗あたりエネルギー使用量の削減	  
		ストローやレジ袋等、プラスチック使用量の削減に向けた取組み推進	
	飲酒運転撲滅への取組み	SDD（飲酒運転撲滅運動）活動の継続	 
		ハンドルキーパー運動の推進	
	帰宅困難者への支援	災害時帰宅ステーションの協力継続	
	社会貢献活動への参加、協力	キッサニア甲子園にて「すし屋」パビリオンを出展中	 
セーブ・ザ・チルドレン活動、ジェフ愛の募金活動の協力継続			
ステークホルダーとのコミュニケーションの充実	IR（機関投資家、アナリスト向け）決算説明会の開催		
	コーポレートレポートの発行および当社ウェブサイトのCSRサイト更新		
コーポレート・ガバナンス	コーポレート・ガバナンス体制の強化、コンプライアンスの徹底		

2022年3月期 出店店舗



2021年5月18日開店
さと丼 パシフィックパークシラチャ店 (タイ)



2021年6月10日開店
とくとく 錦秋湖サービスエリア店 (岩手県)



2021年6月28日開店
炭火焼干物定食 しんぱち食堂 阪急梅田店 (大阪府)



2021年7月2日開店
サトマルシェ 河内小阪店 (大阪府)

2022年3月期 出店店舗



2021年7月2日開店
にぎり長次郎 平針店 (愛知県)



2021年7月2日開店
からやま 寝屋川宇谷店 (大阪府)



2021年7月10日開店
和食さと 湊川店 (兵庫県)



2021年7月15日開店
とくとく 紫波サービスエリア (下り線) 店 (岩手県)



2021年9月3日開店
からやま 堺長曾根店（大阪府）



お問い合わせ先

SRSホールディングス株式会社
経営企画部（岡本、頼）

TEL: 06-7709-9977

メールアドレス：873@sato-rs.jp

本資料に掲載されている業績予想は、本プレゼンテーション時において入手可能な情報に基づき判断した見通しです。
この中には、多分に不確定要素が含まれており、様々な要因によりこれら業績等に関する見通しとは大きく異なることがあります。
以上の前提をご理解いただき、投資に関する決定をされる場合にはご自身の判断で行われるようお願いいたします。