

2025年3月期 第2四半期決算説明資料

SRS ホールディングス 株式会社（東証プライム：8163）



2025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	7
主力2業態 既存店業績推移	8
主要業態 直営既存店売上高コロナ禍前推移	9
主要業態 直営既存店客数・客単価コロナ禍前推移	10
四半期業績推移	11
業態別店舗数	12

収益力向上に向けた取り組み

和食さとのメニュー施策	14
天井・天ぷら本舗 さん店業態について	15
DX化の推進状況	16
その他取り組み実績	17

新たなM&Aについて

株式会社アミノのグループ化	19
株式会社シンガのグループ化	21

企業価値向上に向けた取り組み

事業提携の概要	23
事業提携の進捗状況	24
関西中心から全国規模のグループへ	25

2025年3月期 業績進捗状況について

2025年3月期 業績進捗状況	27
-----------------	----

Appendix

事業別施策 実施状況	29
株主還元	32
貸借対照表(BS)	33
サステナビリティへの取り組み	34
2024年3月期 出店店舗	39

2025年3月期 第2四半期 決算概要

◆ 売上高 : 314億81百万円 前年同期比 +22億78百万円 増収

- ・ 社会経済活動の正常化に伴う人流増加や円安傾向継続によるインバウンド需要の増加、高水準の賃上げトレンド等の影響により、消費者の購買活動は底堅く推移し、売上高は前年実績を上回り増収

◆ 営業利益 : 15億97百万円 前年同期比 +6億27百万円 増益

- ・ 地政学的リスクの高まりや各種コストの上昇等により、依然として厳しい経営環境が続いているものの、前連結会計年度に実施した既存店の収益性向上の諸施策や底堅い消費者の購買活動の継続により、前年実績を上回り増益

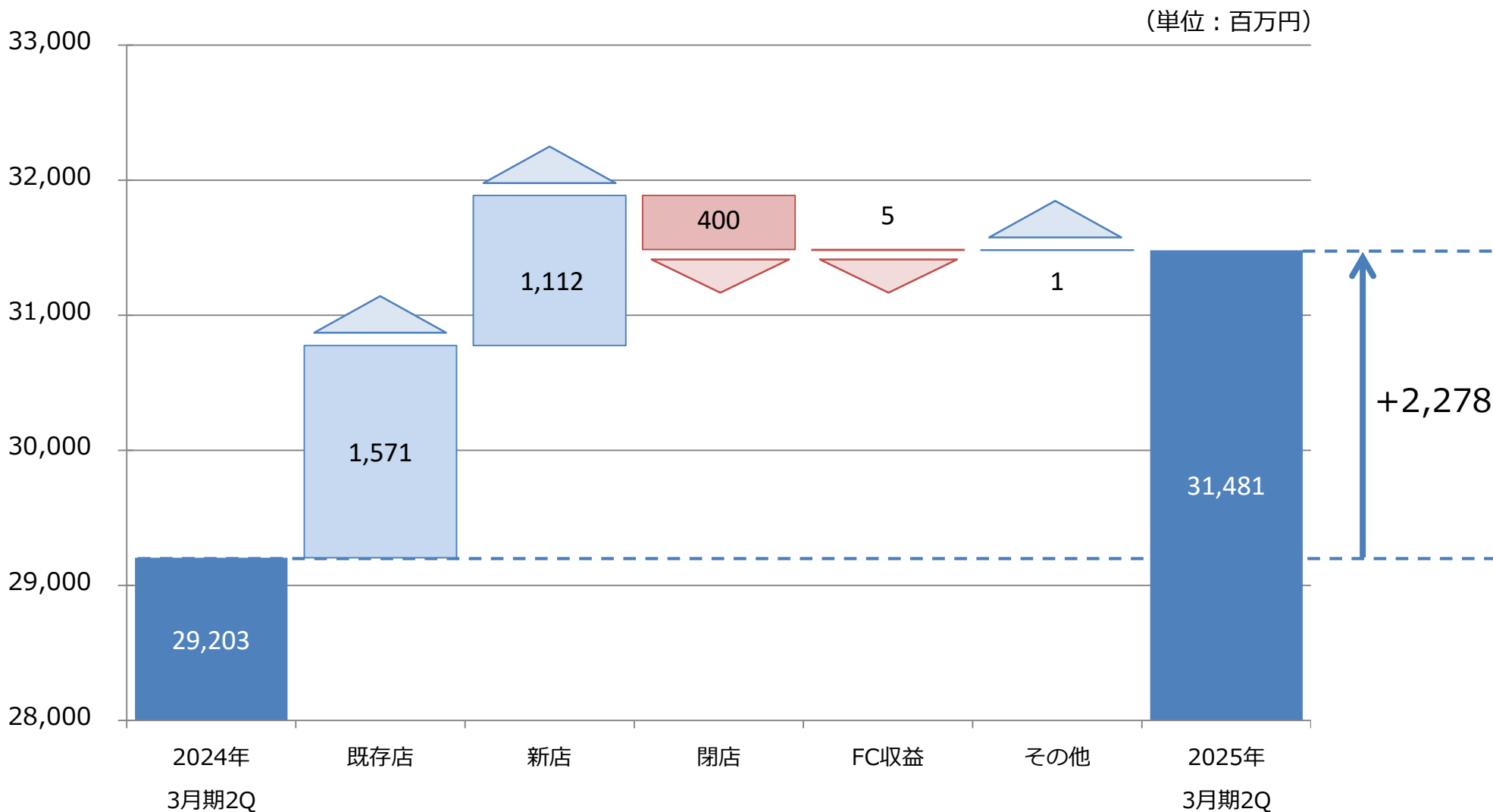
◆ 経常利益 : 15億12百万円 前年同期比 +5億44百万円 増益

親会社株主に帰属する

◆ 中間純利益 : 9億44百万円 前年同期比 +2億29百万円 増益

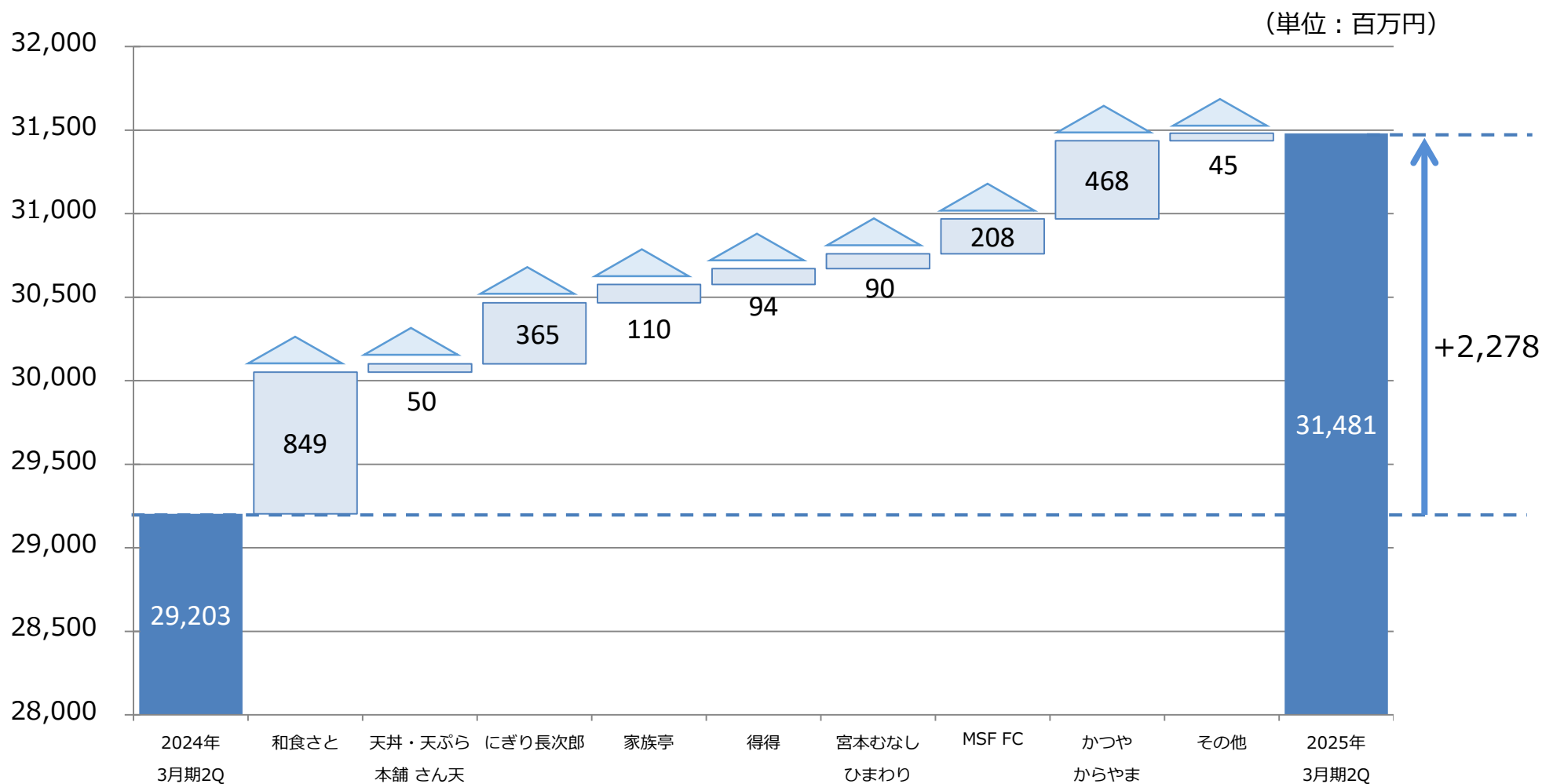
売上高前年差異分析

- ・ 社会経済活動の正常化に伴う既存店の来店客数の回復と新店の増収効果により、売上高は前年実績を大きく上回り増収（前年差+2,278百万円）
- ・ 新規出店は22店舗（うち直営9店舗）、閉店31店舗（うち直営5店舗）



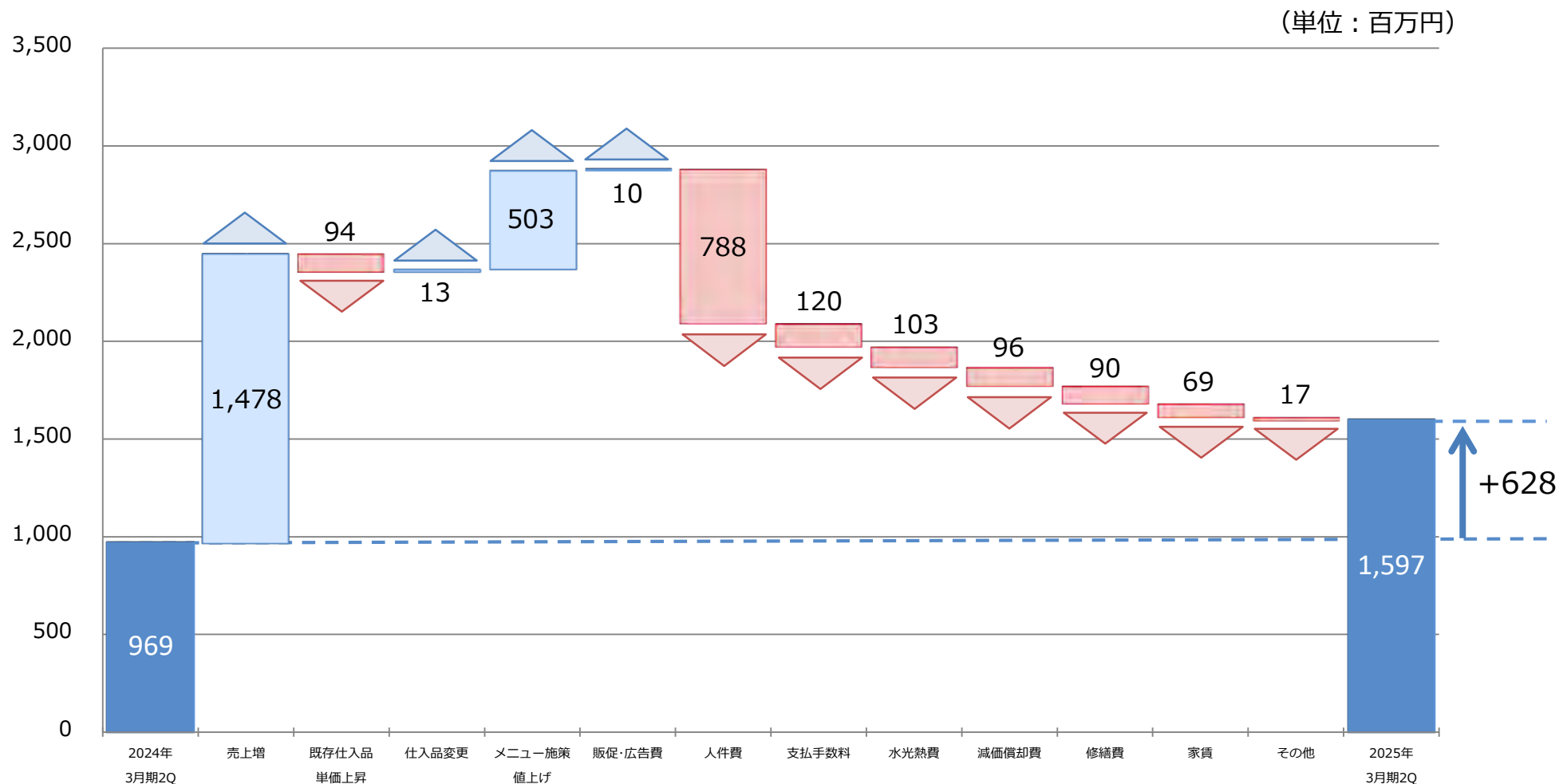
売上高前年差異分析（事業別）

- 全事業で前年売上高を超過、特に「和食さと」と「にぎり長次郎」事業の売上高増加が全体の50%強を占める



営業利益前年差異分析

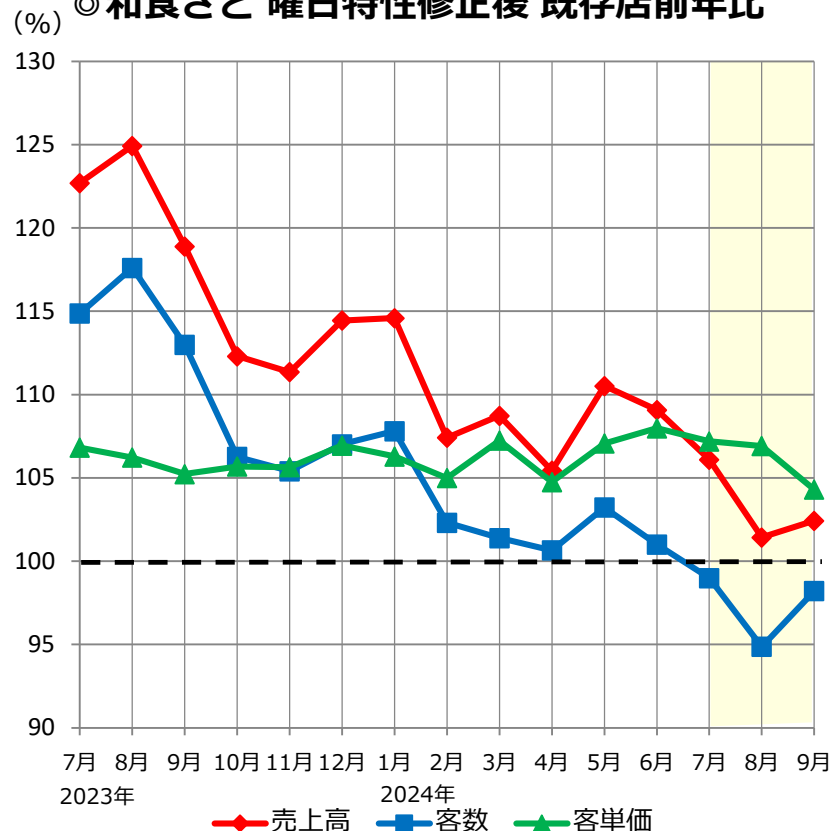
- 売上増加や平均時給上昇に伴う人件費の増加、原材料価格の高騰や支払手数料の増加等による減益影響があったものの、既存店の増収影響及びメニュー施策による荒利益率の改善もあり、前年に対し大きく増益（前年差+628百万円）



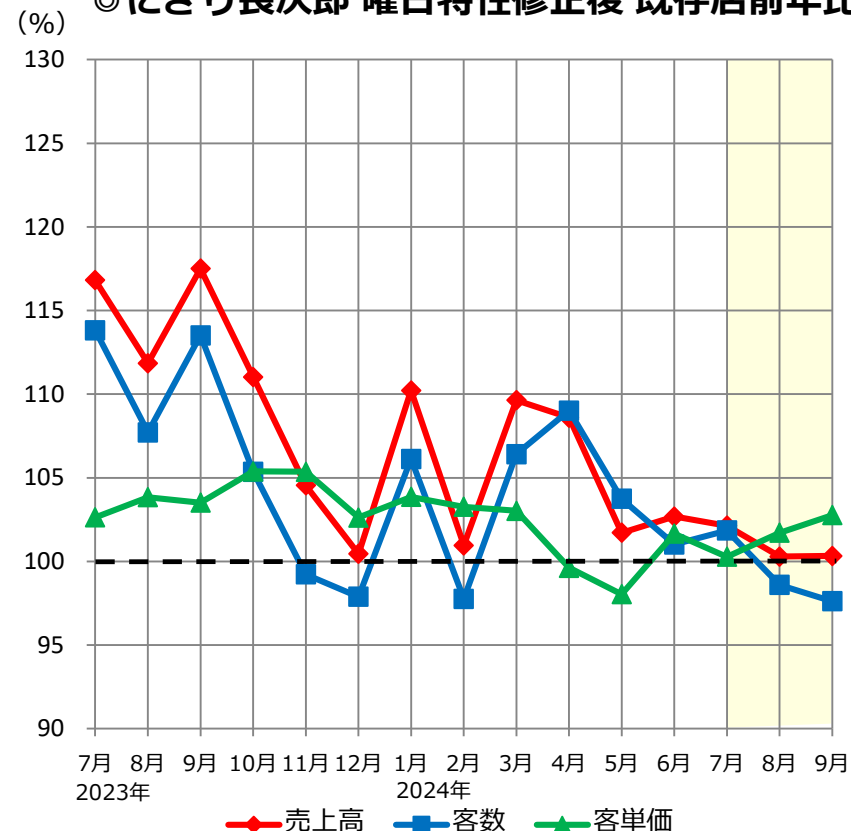
主力2業態 既存店業績推移

- 4月～6月は、主力2業態ともに売上高は前年を上回り好調に推移
- 8月に発表された南海トラフ地震臨時情報や8月末～9月初旬にかけて西日本に上陸した台風10号に伴う一部地域での消費行動の変化が影響し、8月、9月は主力2業態ともに客数が前年を下回る結果となった

◎和食さと 曜日特性修正後 既存店前年比

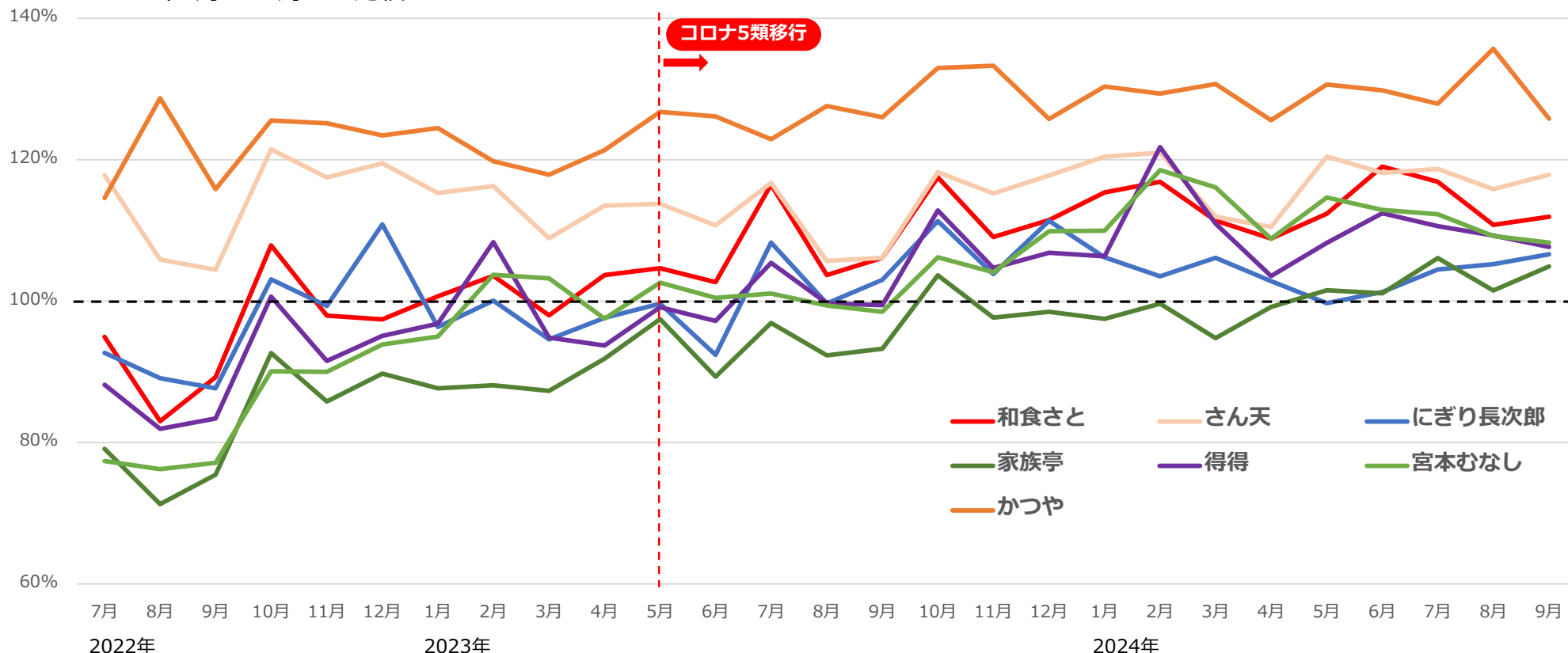


◎にぎり長次郎 曜日特性修正後 既存店前年比



主要業態 直営既存店売上高 コロナ禍前推移

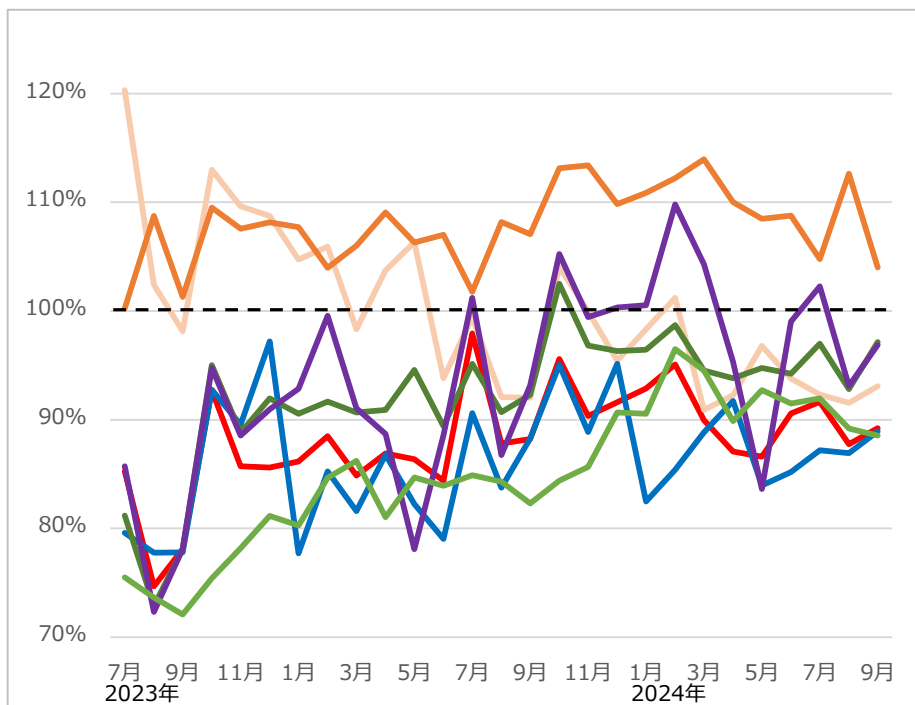
※2019年1月～12月との比較



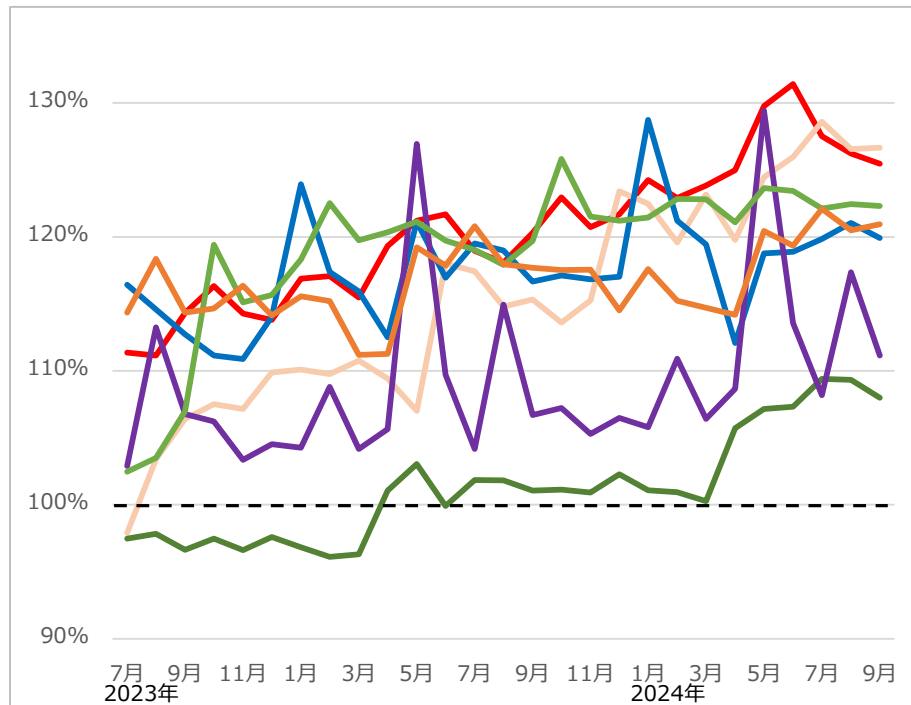
- ✓ インバウンド需要の増加、高水準の賃上げトレンド等の好影響に加え、各業態で実施した価格改定や高付加価値商品の販売によるマーケティング戦略が奏功し、24年5月以降は全業態でコロナ禍前を超える水準で推移
- ✓ 郊外立地でテイクアウト比率が高い「天井・天ぷら本舗 さん天」「かつや」業態は、テイクアウト、デリバリー売上の好調も起因し、コロナ禍中からの好調を維持
- ✓ 都市型立地の「宮本むなし」業態は不採算店舗の閉店、リブランディングが奏功し、直近ではコロナ禍前を大きく上回る水準を維持
- ✓ 同じく都市型・ビルイン立地の「家族亭」業態は、24年4月のグランドメニュー改定による単価上昇と施設の客数回復により、24年5月にコロナ禍前水準を超過し、以降も上昇トレンドを継続中

主要業態 直営既存店客数・客単価 コロナ禍前推移

＜客数推移＞ ※2019年1月～12月との比較



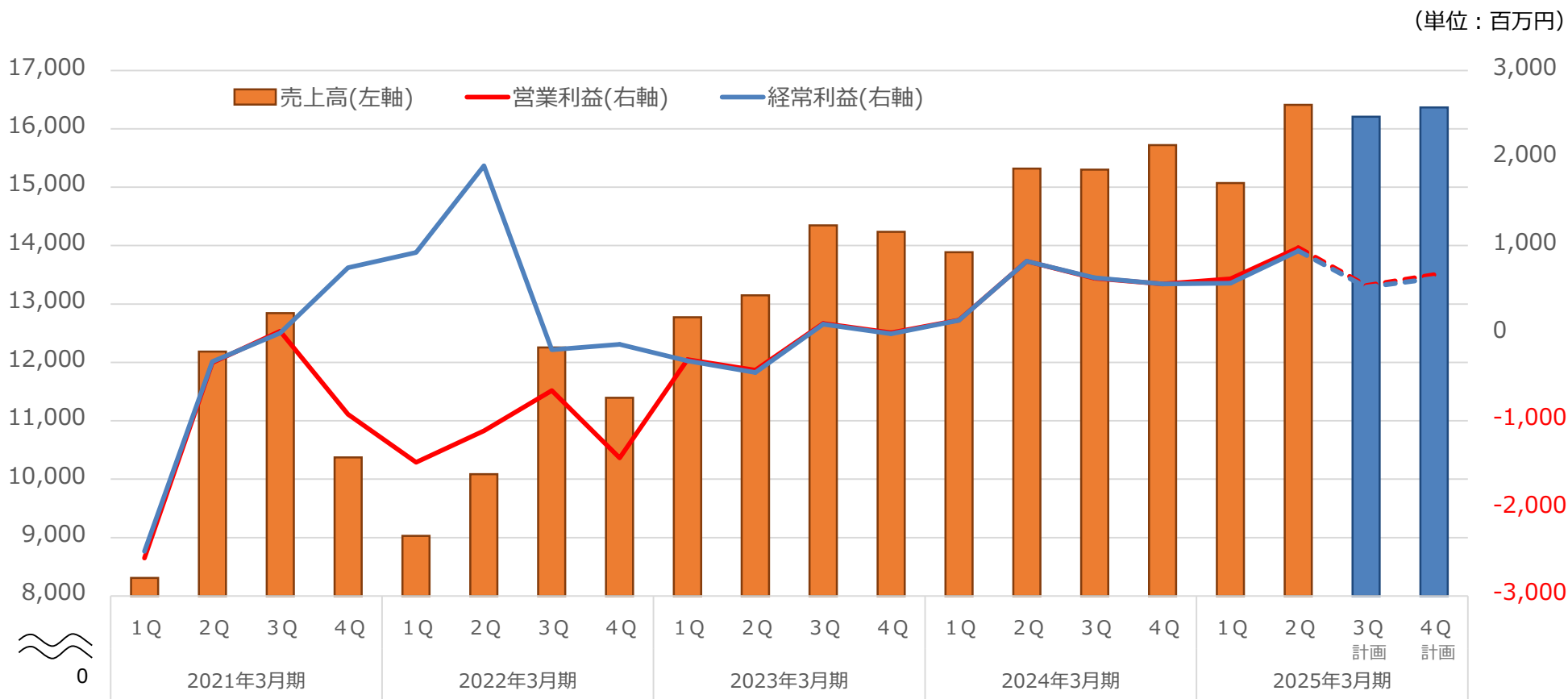
＜客単価推移＞ ※2019年1月～12月との比較



— 和食さと — さん天 — にぎり長次郎 — 家族亭 — 得得 — 宮本むなし — かつや

- ✓ 客数、客単価ともにコロナ禍前から大きく伸長しているのは「かつや」業態
- ✓ 「かつや」業態以外はコロナ禍前の客数水準には未達なものの、すべての業態で客単価は上昇
- ✓ 特に「和食さと」業態は、営業時間を短縮した影響もあり、客数はコロナ禍前の90%前後で推移しているが、メニュー変更や食べ放題の好調により客単価は順調に伸長、「にぎり長次郎」業態も同様の傾向
- ✓ 「さん天」「宮本むなし」業態もメニュー変更が奏功し、客単価は順調に伸長しており、客数も徐々にコロナ禍前水準まで回復中
- ✓ 「家族亭」業態は前年度まで他業態と比較して客単価の伸長が弱かったが、24年4月のメニュー変更以降は客数を維持しながら順調に客単価も伸長

四半期業績推移



- ✓ 2025年3月期の1Q、2Qの売上高は、社会経済活動の正常化や高水準の賃上げトレンド等の影響により来店客数が回復基調となり、新型コロナウイルス感染症の感染法上の分類引き下げ前の影響が残った前年実績に対して増収（1Q+1,186百万円、2Q+1,091百万円）
- ✓ 営業利益、経常利益についても売上高と同様の傾向で、増収による影響と既存店の収益性改善により前年実績に対して増益

業態別店舗数

() 内はFC・のれん分け及び合併事業店舗数

	2024年 3月期末 店舗数	2025年3月期 第2四半期				2025年 3月期 出店計画②	2025年3月期 第2四半期末 契約店舗数③	出店進捗率 (①+③)÷②
		M&A での増減	出店①	閉店	店舗数			
和食さと	197 (－)	－	1	1	197 (－)	5	－	20.0%
にぎり長次郎・CHOJIRO	68 (－)	－	2	－	70 (－)	4	2 (－)	100.0%
家族亭※	59 (7)	－	－	－	59 (7)	－	－	－
得得・とくとく	58 (47)	－	1	2	57 (45)	2	－	50.0%
かつや	48 (15)	－	1	－	49 (15)	6	2 (2)	50.0%
天丼・天ぷら本舗 さん天	34 (1)	－	－	－	34 (1)	－	－	－
アミノ寿司業態※	－ (－)	31	1	－	32 (－)	－	－	－
定食屋 宮本むなし	24 (1)	－	－	－	24 (1)	－	－	－
宅配寿司業態	13 (3)	－	－	1	12 (3)	－	－	－
からやま	11 (－)	－	－	－	11 (－)	1	－	0%
ひまわり	8 (－)	－	－	－	8 (－)	－	－	－
M&S FC事業※	28 (1※)	－	1	－	29 (1)	6	3 (－)	66.7%
その他	14 (－)	－	2	1	15 (－)	3	－	66.7%
鶏笑	180 (180)	－	11	24	167 (167)	31	2 (2)	41.9%
海外店舗	24 (20)	2	2	2	26 (23)	7	1 (1)	42.9%
グループ計	766 (275)	33	22	31	790 (263)	65	10 (5)	49.2%
グループ計 (アミノ・鶏笑・海外除く)	562 (75)	－	8	5	565 (73)	27	7 (2)	55.6%

※「家族亭」業態は「花旬庵」「三宝庵」「家族庵」「蕎麦」「蕎菜」業態を含む

※「アミノ寿司業態」には、「うまい鰯勘」「うまい鰯勘ゆとろぎ」「うまい鰯勘別館 鰯正」「銀座鰯正」「回転すし まるくに」「北海三陸炭火焼 まるかん」業態を含む

※「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 しんぱち食堂」業態の合計店舗数

※当社がサブフランチャイザーとして運営する「ポポラマーマ」のFC店舗を前連結会計年度末の店舗数に追加

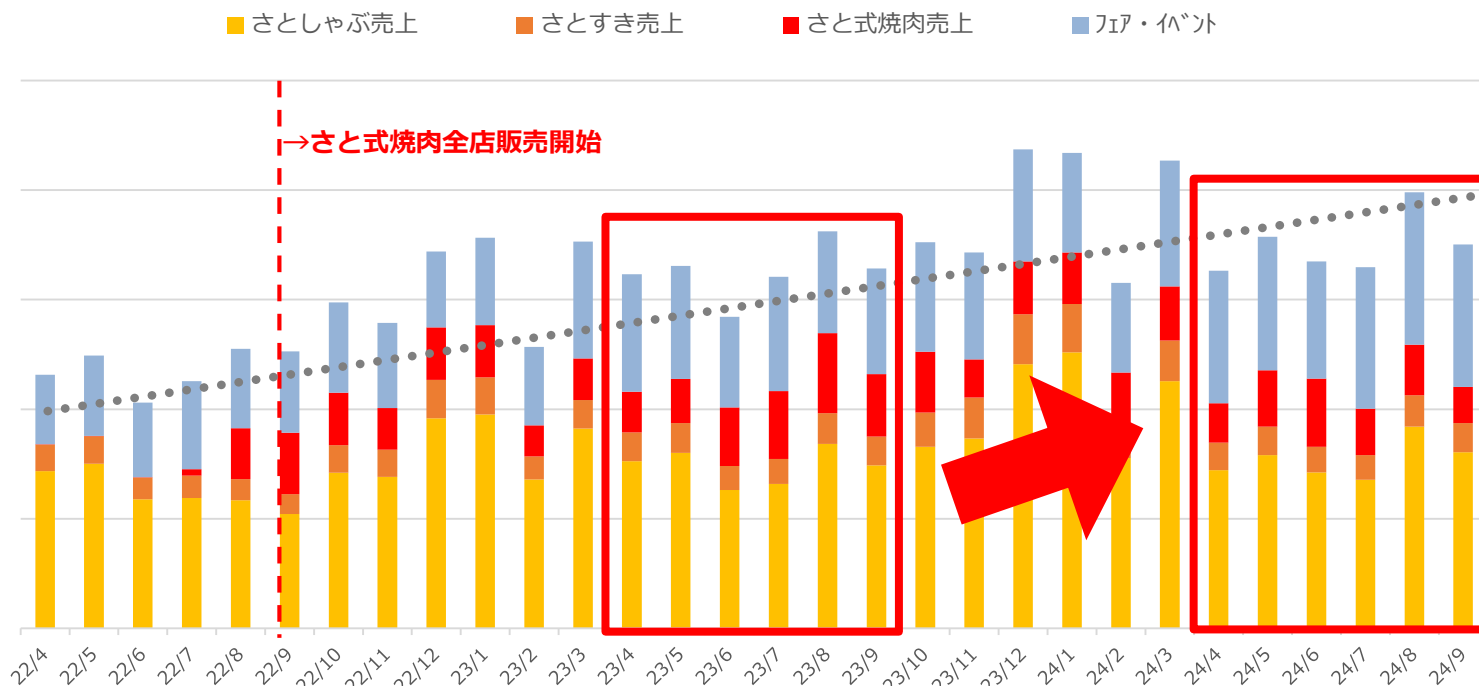
収益力向上に向けた取り組み

食べ放題メニューとフェアメニューを組み合わせたメニューミックス

- ・核商品の「さとしゃぶ、さとすき、さと式焼肉」等の食べ放題コースの売れ行きは夏場の高温や天候不順等の影響を受けた一方、フェア・イベントメニューの好調により補完され、売上高及び荒利益率は好調に推移
- ・期間限定で「牛タン」「松茸」「ノルウェーサーモン」等の高付加価値商品が食べ放題となるコースを販売し、お客様にバリューの高い商品を提供



○食べ放題及びフェア・イベントメニュー売上金額の推移



- ・ 2025年3月期上半期実績は前年同時期比107%で好調に推移

天丼・天ぷら本舗 さん天業態について

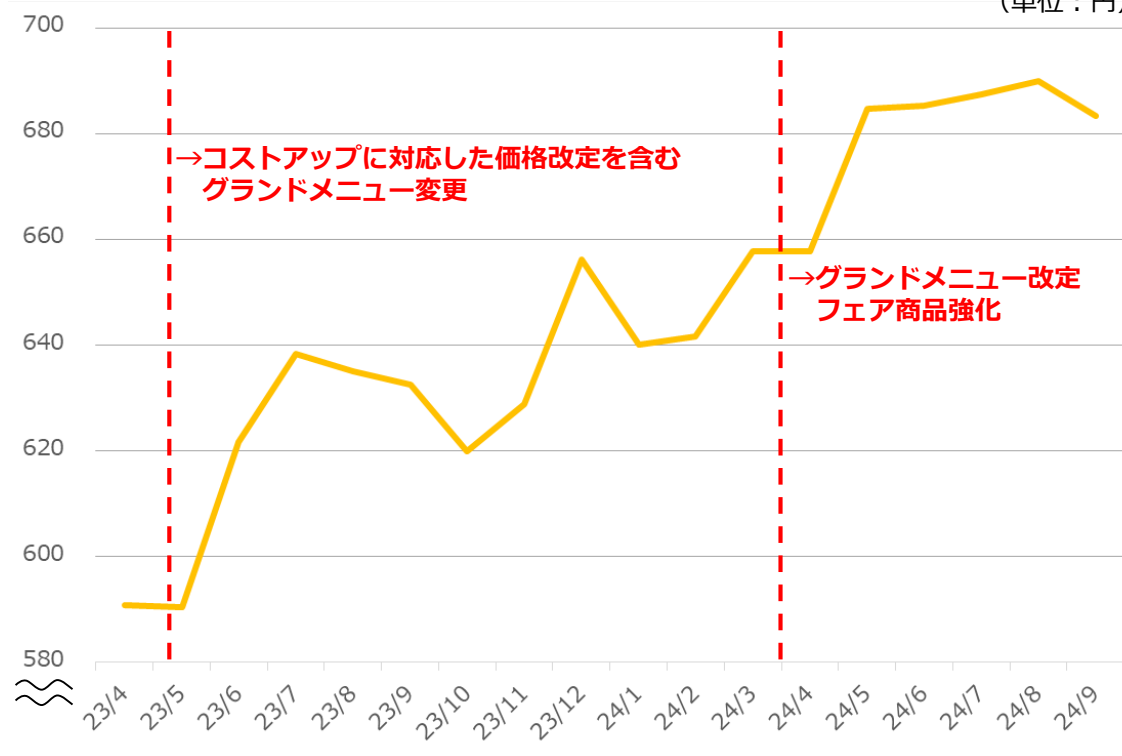
「天丼・天ぷら本舗 さん天」でバリューアップを目的とした商品施策を実施

- ・リーズナブルな価格で天ぷら料理を提供してきた一方、米や油、粉等の主要食材がコストアップした為、再成長に向けて業態の収益性改善に取り組み中
- ・新たな可能性を模索する為、郊外以外の新立地への出店も含めて検討中
- ・バリューアップを目的に、期間限定で様々なフェアを開催し、「真穴子」や「秋刀魚」等を使用した高付加価値商品の開発を実施したことにより、客単価も上昇



○既存店客単価の推移

(単位：円)



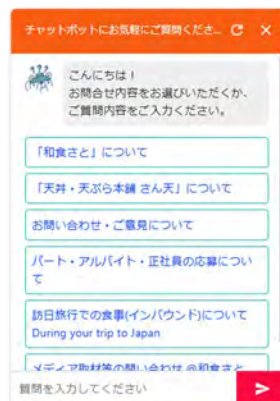
○和食さとにおけるDX化の取組み

【2024年4月】

- お客様の利便性向上と業務効率化を目的に
和食さとのHPにお客様向け**チャットボットを導入**

【2024年6月】

- さん天のHPにお客様向け
チャットボットの導入を拡大



【2024年7月】

- 提供時間の短縮によるお客様の満足度向上と
店舗オペレーション効率化を目的に、にぎり長次郎
3店舗で配膳ロボットの導入実験を開始

【2024年9月】

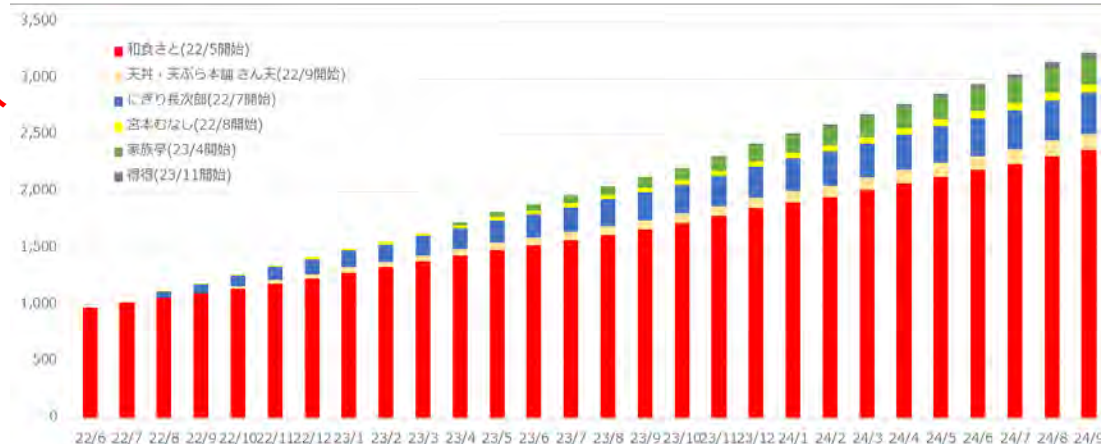
- 業務効率化と店舗QSCの向上を目的に、
和食さとへの**掃除ロボット導入を73店舗に拡大**

【2024年10月以降】

- 店舗QSCの向上を目的に、和食さととにぎり長次郎で
NPSアンケートツールを全店導入
- 和食さとに**掃除ロボットを全店導入**

○各業態のアプリ会員数の推移

(単位：千人)



グループアプリ開発に伴い、各業態のアプリ登録者数は順調に増加し、
グループ合計のアプリ登録会員数は300万人を突破
グループアプリの活用により、さらなるお客様の利便性向上を目指す



にぎり長次郎で
実験導入中の配膳ロボット
「Lanky Porter」

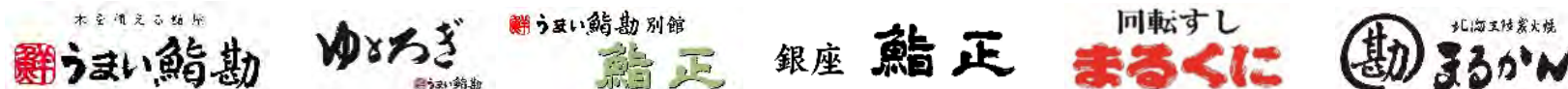


和食さとで
導入拡大中の掃除ロボット

	取り組み事例	実施時期
固定費削減	S R Sグループ本部組織の強化とグループ全体の業務最適化に向けた効率的な運営を目的として組織機構改革を実施（2024年4月）	2025年3月期
	2024年問題への対応とグループの成長を実現する為、物流改善PJ進行中	実施中
	外部コンサルを活用し、本部の固定費適正化に向けた見直しを実施中	実施中
収益構造改善	中食需要の取り込み ・「にぎり長次郎」にてシェアデリ導入実験を開始 ・ M&Aにより、テイクアウト唐揚げ専門店「鶏笑」事業のグループ化（2023年2月） ・ 持ち帰り餃子専門店「一福」の関西2号店を開店（2024年7月） ・ 中食事業の新業態として「サトマルシェ」2号店を開店（2024年7月） ・ M&Aにより、ビフテキ専門店「ビフテキ牛ノ福」事業のグループ化（2024年10月）	実施中
	グループアプリ開発 ・ 「和食さと」「天井・天ぷら本舗 さん天」「にぎり長次郎」「家族亭」「得得」「宮本むなし」業態にグループアプリを拡大 ・ グループアプリ導入業態でモバイルオーダー予約を導入 ・ 「和食さと」「にぎり長次郎」にて、アプリで来店予約可能なチェックイン機を導入	実施中
	2024年7月に子会社化した(株)アミノのコスト適正化を図りながらPMIを実施中	実施中
	既存店の収益性改善の取り組み ・ 店舗のQSC向上を目指して、お客様アンケートをベースにしたNPS測定ツールを導入 ・ AI需要予測ツールの導入を検討中	実施中

新たなM&Aについて

2024年7月1日付にて、グルメ寿司チェーン「うまい鮎勘」をメインブランドとして、東北地域を中心に33店舗を展開する株式会社アミノの全発行済株式を取得し、子会社化
→双方の仕入力や店舗運営力、マーケティングやDX 施策等を互いに活用・共有することにより、「うまい鮎勘」および当社グループの既存事業にシナジーが見込める



対象会社	株式会社アミノ及びその100%子会社の株式会社鮎勘フーズ（仕入専門） AMINO SUSHIMASA Sdn. Bhd.（マレーシア直営店の運営）
店舗数	33店舗（国内31店舗、海外2店舗 ※2024年7月1日時点）
特徴	・東北地域でトップクラスのブランド力を持つグルメ寿司チェーン ・市場の買参権を活かした高い調達力 ・寿司職人が握る提供スタイルのグルメ寿司チェーン ・自動配膳システムを取り入れた収益性が高い業態の開発に取り組む



「うまい鮎勘」

- ・17店舗を展開する中核ブランド
- ・回転タイプと対面タイプがある
- ・自社の鮮魚買付人が市場で競り落とした高鮮度食材を店内調理中心に提供



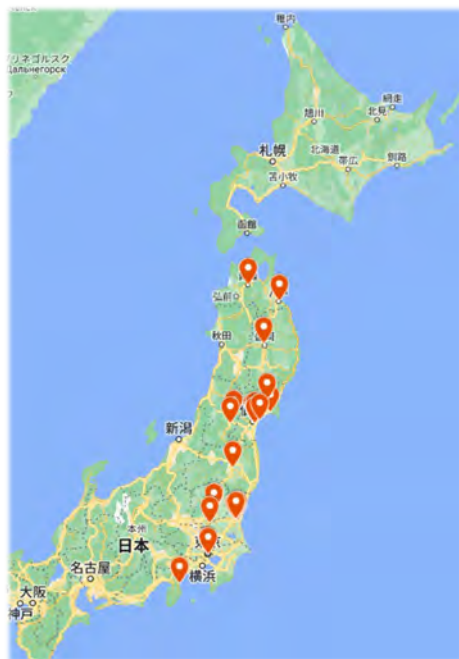
「うまい鮎勘 ゆとりぎ」

- ・収益性が高く、成長を続ける新中核ブランド
- ・全自動配膳をはじめ、高度に機械化されたオペレーションと高級感のある内装、半個室による居心地の良さを両立

継続的に成長する寿司市場においてトップレベルの成長性を有する「地方×グルメ回転寿司」市場で、創業27年の「うまい鮭勘」ブランドが築いた高い信頼と優位性

→地方の中央卸売市場の中でトップクラスの売上規模を誇る仙台市場の買参権を保有しており、目利きの職人により業界屈指の鮮魚供給力を有する

▼都道府県別店舗数



宮城県：14店舗
東京都：4店舗
茨城県：4店舗
栃木県：3店舗
山形県：2店舗
青森県：1店舗
岩手県：1店舗
福島県：1店舗
静岡県：1店舗
海外：2店舗

※2024年7月1日時点

- 宮城県仙台市を中心に国内30店舗以上を展開
- 海外にはマレーシア及び中国に各1店舗展開
- 仙台、石巻市場における買参権保有による高い調達力

▼高い収益性と成長性を持つ業態

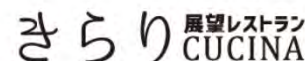
【うまい鮭勘 ゆとりぎ】

- 主要3業態の中で最も成長性と収益性が高い
- 今後の出店戦略の柱となる新たな中核ブランド
- 全自動配膳等のDX化を実現したオペレーション
- 高級感のある内装、半個室席による居心地の良さ
- 7月7日には「青森&ラビナ店」を新規開店



2024年10月1日付にて、ビフテキ重専門店「ビフテキ 牛ノ福」をメインブランドとして展開している株式会社シンガの全発行済株式を取得し、子会社化

→中期経営計画の中核骨子に掲げている「中食需要の取り込み」を推進し、中食事業のポートフォリオを強化することが目的



対象会社	株式会社シンガ
店舗数	9店舗 ※2024年10月1日時点
特徴	・ 独自の方法で旨みを引き出した熟成肉を使用したビフテキ重を販売 ・ 販売方式はレストラン形式及び物販形式で展開 ・ ビアガーデンや催事などのプロデュース運営も実施 ・ 百貨店やSC内を中心に展開



「牛ノ福」レストランタイプ

- ・ 天然真昆布で一晩寝かせた熟成肉の「ビフテキ重」を提供
- ・ 柚子出汁茶漬け等の店舗ならではの食べ方も提案
- ・ テイクアウト需要にも対応



「牛ノ福」物販タイプ

- ・ 百貨店を中心に展開
- ・ 3坪～出店可能
- ・ 催事出店も可能
- ・ 簡素化されたオペレーション

企業価値向上に向けた取り組み

2024年6月より、業界ナンバーワンの和食ファミリーレストランチェーンから、更なる事業成長を実現させるために、アドバンテッジアドバイザーズ社と事業提携



業界No1の和食ファミリーレストランチェーン

- 幅広いブランドポートフォリオ
- 日本一の和食店舗網
- 機械化された店舗オペレーション
- 国内外の仕入れネットワーク



経営企画力

- 新しい価値向上施策の企画・推進力
- データに基づいた分析力
- デジタル技術活用のノウハウ
- 外食業界における経営支援の実績



重点戦略

- ◆ **経営体制強化**：今後の成長加速を担う
- ◆ **成長戦略**：M&Aによる新しい収益の柱の確立/海外展開加速
- ◆ **既存事業強化**：出店加速、DX/AI活用、物流強化、人材不足対応

提供される価値

- ◆ 外食業界における経営・各種取り組みへのノウハウの提供及び施策の着実な実行支援
- ◆ M&A候補先の探索・検討プロセスの強化・PMIの充実支援
- ◆ デジタル変革、NTTのネットワーク活用



和食チェーンとしての圧倒的ナンバーワン

各プロジェクトを立ち上げ、経営課題の解決への取り組みを開始

プロジェクト項目

①QSC向上

②物流改善

③にぎり長次郎人材確保
/ボトルネック解消

④HD本部機能強化
/コスト削減

⑤和食さとアプリマーケティング強化
/ブランド再考

⑥店舗DX

⑦出店開発強化

⑧全社人材/採用見直し

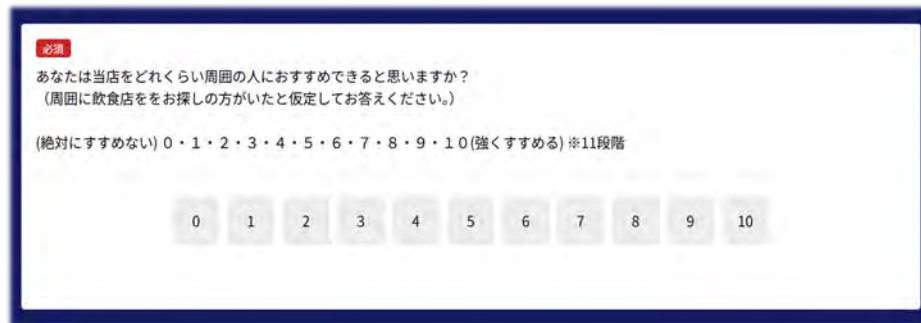
その他

⑨経営体制強化

- ・グループの幹部社員を対象とした「経営強化勉強会」を開催

⑩中期経営計画策定

- ・次期の中期経営計画策定に向けた検討会開催



① 10月より「和食さと」と「にぎり長次郎」でNPSアンケートを導入



⑨「経営強化勉強会」の様子

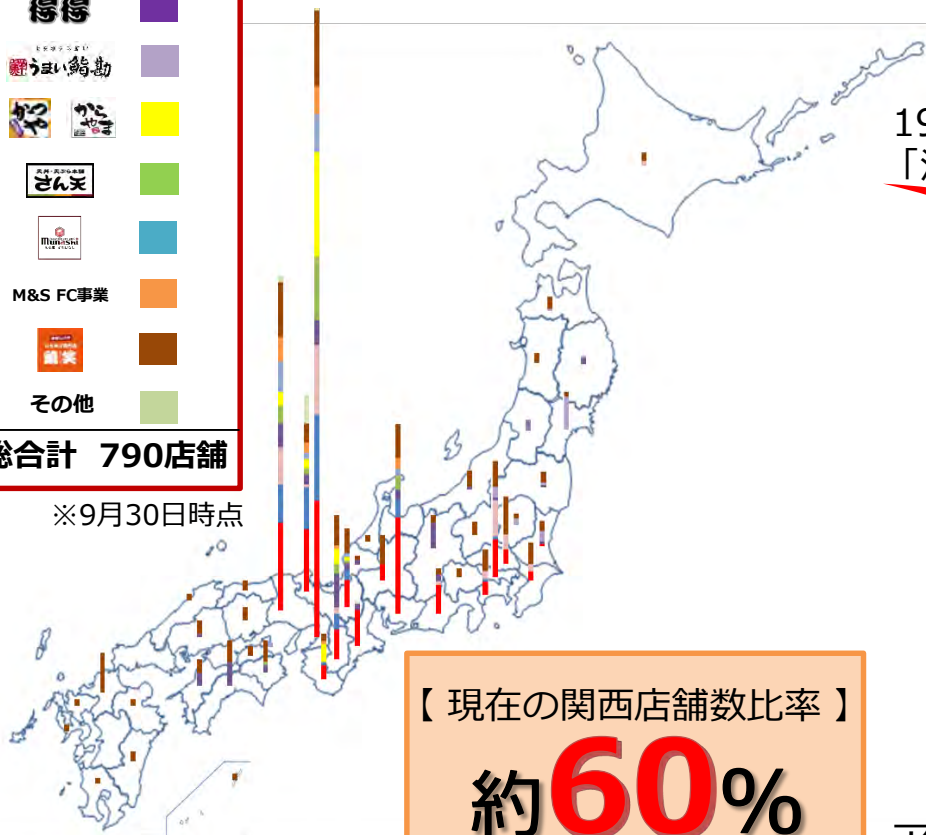
関西中心から全国規模のグループへ

業態別店舗数



総合計 790店舗

※9月30日時点



【現在の関西店舗数比率】

約**60%**

【経営ビジョン】

100年企業として必要不可欠な社会的インフラになることを目指す。

世界で愛される日本食を世界に提供し、
フードサービス業界をリードし尊敬される企業グループを目指す。

1958年に大阪難波に
「法善寺すし半」創業

関西を中心に店舗展開し、
「和食さと」ブランドを確立

M&Aにより
グループ規模が拡大

**全国に店舗展開する
外食チェーンへと成長**

アドバンテッジアドバイザーズ社との事業提携を通して
さらなる成長と経営ビジョン達成を目指す

2025年3月期 業績進捗状況について

2025年3月期 業績進捗状況

(単位：百万円)

	2024年3月期 第2四半期実績	2025年3月期 第2四半期実績	前期差	2025年3月期 業績予想	進捗率
売上高	29,203	31,481	+ 2,278	64,000	49.2%
営業利益	969	1,597	+ 625	2,400	66.5%
経常利益	967	1,512	+ 544	2,300	65.7%
親会社株主に帰属する 中間純利益	714	944	+ 229	1,500	62.9%

	2025年3月期 予想（通期）
1株当たり配当金	7.5円

- ✓ 2025年3月期の第2四半期実績は、売上高は通期業績予想の50%未満となったものの、営業利益および経常利益、親会社株主に帰属する中間純利益は業績予想数値の60%を超過し、順調に推移
- ✓ 通期業績予想については、10月の衆議院選挙や11月の米大統領選挙の結果を受け、国内外の政治情勢を含めた外部環境が流動的であることや下期の各種コスト上昇幅が依然として不透明であること、上期に子会社化した企業にかかるPMIコスト等を勘案し据え置き

Appendix

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

1



- ◆新規顧客獲得、来店頻度向上に向けた取り組み
→「うなぎ&はも食べ放題」や「松茸&ノルウェーサーモン食べ放題」などの高付加価値商品の販売と、タレントの渋谷凪咲さんを起用したTVCMやSNS配信、WEB広告や新聞折込チラシなどの様々な媒体を組み合わせ、効果的なマーケティング施策を推進
- ◆お客様満足度の向上と収益力の強化に向けた取り組み
→7店舗で大型リニューアルを実施
【4月】広畑店(兵庫県)、【5月】向日店(京都府)
【7月】打田店(和歌山県)、平野神社店(京都府)、須磨店(兵庫県)
【9月】守口店(大阪府)、島田店(静岡県)
- ◆生産性向上に向けた取り組み
→掃除ロボットの導入実験を73店舗に拡大
- ◆新規出店の継続
→1店舗出店済【7月17日】浜松上新屋店(静岡県)



期間限定コース
「松茸&ノルウェーサーモン食べ放題」

2



- ◆生産性向上に向けた取り組み
→前年度より実施しているセルフ型の新モデル店舗開発を引き続き実施
【6月18日】長吉長原店(大阪府)・・・既存店の改装リニューアル
- ◆テイクアウト、デリバリーの需要拡大に合わせた取り組み
→従前より導入している宅配サービスに加えて、宅配サービス「Wolt」を3店舗に実験導入
- ◆新規顧客獲得、来店頻度向上に向けた取り組み
→バリューアップを目的とした商品開発を実施したほか、PayPayキャンペーンの実施やYoutube及びX等のSNSによるプロモーションを実施



2024年7月販売
「活め真穴子と大海老フェア」

事業別施策 実施状況

#

主要項目

施策内容／実施状況

3



- ◆客数獲得に向けた取り組み
→にぎり長次郎アプリを活用し、積極的な季節メニューの情報発信や
お得なクーポンの配信を実施
- ◆お客様満足度の向上と収益力の強化に向けた取り組み
→アプリからの来店予約ができるチェックイン機の
導入実験を3店舗で開始
→1店舗でリニューアルを実施【9月】奈良二条大路店(奈良県)
- ◆生産性向上に向けた取り組み
→配膳ロボットの導入実験を3店舗で開始
- ◆新規出店の継続
→2店舗出店済【6月21日】吹田原町店(大阪府)※リロケーション出店
【7月24日】北名古屋店(愛知県)



2024年7月24日開店
にぎり長次郎 北名古屋店

4



- ◆新規顧客の獲得、来店頻度の向上に向けた取組み
→「家族亭」では、InstagramやXなどのSNSやTikTokによる
プロモーションに加え、アプリによる情報発信やお得なクーポンを配信
→「家族亭」で期間限定の「信州フェア」を開催し、信州福味鶏と
長野県産野菜を使用した「信州天ざるそば」を販売
→「得得」では、秋限定メニューとして「秋の旨麺フェア」等を開催
- ◆収益性改善に向けた取組み
→「家族亭」では、ボトム価格の改定を含めたグランドメニューの
刷新を5月に実施
- ◆生産性向上に向けた取組み
→得得のリブランディングと生産性向上を目指した新型店舗を新規出店
【7月19日】得得 大正千島店(大阪府)



2024年9月販売
「秋の旨麺フェア」

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

5



炭火焼干物定食
しんぱち食堂

- ◆新規顧客の獲得、来店頻度の向上に向けた取組み
 - 宮本むなしアプリを活用し、期間限定メニューの情報発信や、お得なクーポンを配信
 - 「Xフォロー&リポスト」によるプレゼント企画を実施
 - 定期的に様々な期間限定フェアを開催し、2024年9月には、ニンニクを効かせた香ばしい醤油タレで仕上げた「豚肩ロースのスタミナ炒め定食」を販売



インスタントウィンを活用した
Xのプレゼント企画

- ◆テイクアウト、デリバリーの需要拡大に合わせた取組み
 - 宮本むなしアプリによるモバイルオーダーの促進キャンペーンを実施

6



- ◆新規顧客の獲得、来店頻度の向上に向けた取組み
 - 2024年9月には秋の海鮮を代表する「広島産カキフライ」をはじめ、海老フライとほたてフライを一皿に盛り合わせたボリューム満点の「秋の海鮮フライ定食」をかつやで販売
- ◆新規出店の継続
 - 1店舗出店済
 - 【4月26日】かつや 神戸摩耶店(兵庫県)

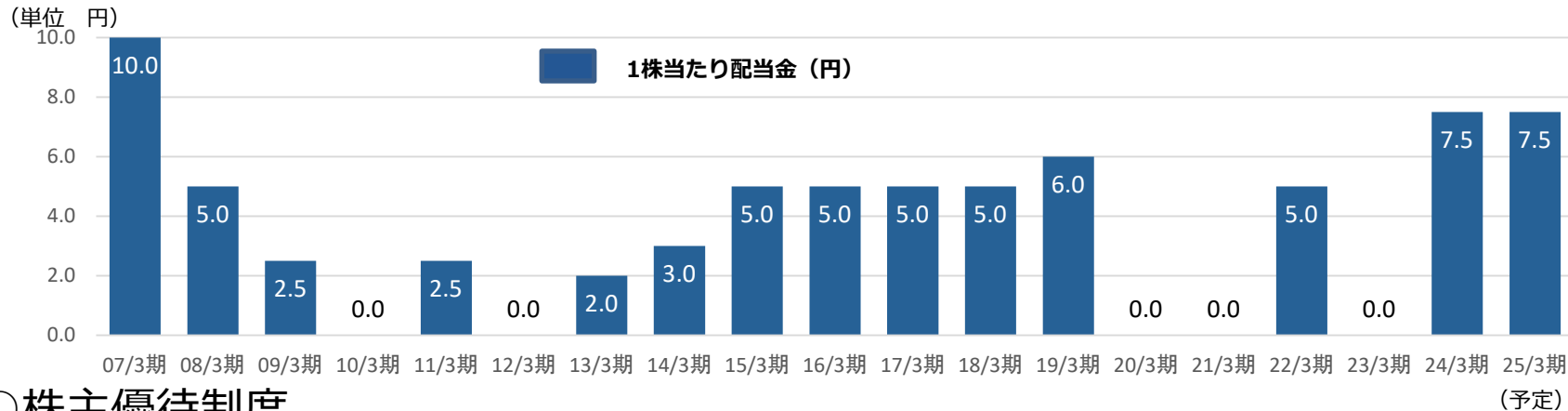


2024年9月販売
「秋の海鮮フライ定食」

○配当実績並びに配当予想

当社は、極力安定的な配当の実現を重要な経営課題とし、経営状況及び内部留保の拡充を考慮しつつ、株主様への利益還元を実行中

- ・2024年3月期の1株当たり配当金 年額 7.5円
- ・2025年3月期の1株当たり配当金 **年額 7.5円** (予定)



○株主優待制度

基準日	所有株式数	贈呈内容
3月31日時点	1,000株	12,000円相当 (500円×24枚) の株主優待券
9月30日時点	1,000株	12,000円相当 (500円×24枚) の株主優待券
【使用可能業態】		
		



⇒年間で**24,000円**相当の御優待券を贈呈

※2024年12月に発行(有効期限2025年6月30日)の株主優待券より、株式会社アミノの「うまい鰯勘」「うまい鰯勘ゆとろぎ」「鰯正」「まるくに」「まるかん」でもご利用いただけるようになります。

貸借対照表（B S）

単位：百万円

	前連結会計年度 (2024年3月31日)	2025年3月期 第2四半期末 (2024年9月30日)	増減
流動資産	17,028	14,503	△2,524
固定資産	18,595	27,287	+8,691
流動負債	9,919	9,318	△601
固定負債	9,654	15,878	+6,223
純資産	16,159	16,717	+558
総資産	35,733	41,914	+6,181

- ・ 流動資産の減少は、主に現金及び預金の減少（株式会社アミノの株式取得費用等）によるもの
- ・ 固定資産の増加は、主に株式会社アミノのグループ連結に伴うのれんの増加と建物（純額）の増加によるもの
- ・ 固定負債の増加は、主に社債の増加によるもの

・サステナビリティ基本方針

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、お客様、従業員、取引先、株主・投資家、地域社会などすべてのステークホルダーと共に成長し、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取り組み重点テーマ



DREAM パートナーと共に、夢の実現をめざします。



貢献したい主な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。



貢献したい主な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」「楽しく満足できる」食事と空間の提供を目指します。

LOVE☆ コミュニティーを愛し、人びとと共に生きます。



貢献したい主な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。

サステナビリティへの取り組み

	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	
		ハラスメントの防止に関するルールの整備・研修会の実施継続	
	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75歳に延長	  
		短時間正社員制度の拡充と店長への新規登用の継続とサポート	
グローバル人材の積極的な採用と勤務をサポート			
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全・安心の確保	
		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	

サステナビリティへの取り組み

	重点テーマ	取り組み内容	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。		
	廃棄物削減の取り組み	mottECO（モッテコ）普及活動の推進	 
		各自治体が実施する「食べきりキャンペーン」への参加	
		フードバンクへの寄付	
	環境保全への取り組み	（目標）CO2排出量スコープ1、2における「エネルギー消費原単位」の前年度比1%削減	  
		廃食用油のバイオ燃料化	
		世界規模の環境啓発プロジェクト「Earth Hour」への参加	
		ストローやレジ袋等、プラスチック使用量削減に向けた取り組み推進	
	飲酒運転撲滅への取り組み	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	災害時帰宅支援ステーションへの協力を継続	
	社会貢献活動への参加、協力	キッザニア甲子園にて「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への協力を継続	
	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サステナビリティページ更新	
	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	

食品ロス削減の取り組み

○mottECO（モッテコ）とは

- ・2020年10月に環境省により開催されたNewドギーバッグアイデアコンテストで、利用者とお店の相互理解のもとで行われる飲食店での食べ残しの持ち帰り行為の、新たな名称として選定
- ・mottECO（モッテコ）という名称には「もっとエコ」「持って帰ろう」というメッセージが込められている

○mottECO（モッテコ）の推進活動

- ・2024年度は「食品ロス・食品廃棄物削減」という社会課題解決を目指して、産官学の21団体で「mottECO普及コンソーシアム2024」を結成し、環境省のモデル事業に採択
- ・7月には、企業・自治体・消費者それぞれが食品ロス削減について考える機会の創出やmottECOの普及を目指して、2年連続で産官学連携のイベント「mottECO FESTA」を開催
- ・「和食さと」の店舗ではmottECO容器をタッチパネルで注文できるようにすることで、食べ残しを気軽に持ち帰ることができる環境を整備
- ・食品ロス削減につながる優良な取り組みとして評価され、消費者庁と環境省が主催する「食品ロス削減推進表彰」において2年連続で受賞
 - ①令和4年度「食品ロス削減推進表彰」は「**審査委員会委員長賞**」を受賞
 - ②令和5年度「食品ロス削減推進表彰」は「**環境大臣賞**」を受賞



mottECOポスター



mottECO容器



「環境大臣賞」表彰状

環境保全への取り組み

○SRSグループ店舗で発生する廃食用油をバイオ燃料へリサイクル

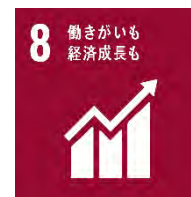
- ・廃食用油の再資源化による循環型社会の実現に向け、SRSグループが運営する365店舗で排出される廃食用油のバイオ燃料（バイオディーゼル、SAF）化を新たに開始
- ・SAF（Sustainable Aviation Fuel）は廃食用油などを原料とする持続可能な航空燃料であり、従来の化石燃料を原料とする航空燃料と比較し、CO₂ 排出量を大幅に削減することが可能な為、SAFの普及は航空業界の大きな課題である環境への影響を軽減可能
- ・従前よりバイオ燃料化に取り組んでいた11店舗と合わせてグループ合計376店舗で発生する廃食用油のバイオ燃料化を実施中



安心して働ける職場環境を守る為の取り組み

○カスタマーハラスメント対応指針の策定

- ・SRSグループは従業員が安心して働ける職場環境を守ることを目的として、2024年9月2日に「カスタマーハラスメント対応指針」を策定しHPに掲載
- ・東京都で全国で初のカスタマーハラスメント防止条例が成立するなど、社会課題として認識されつつある当課題について、SRSグループは外食産業の中では先駆けて、カスタマーハラスメント対応指針を策定
- ・今後も従業員が安心して働ける職場環境を確保しつつ、引き続きお客様に誠意を持って対応し、健全な関係を維持を目指す



HPに対応指針を掲載

2025年3月期 出店店舗



2024年4月15日開店（埼玉県）
鶏笑 妻沼店



2024年4月26日開店（兵庫県）
かつや 神戸摩耶店



2024年5月18日開店（フィリピン）
鶏笑 SMノースエドサ店



2024年5月22日開店（長野県）
鶏笑 グルメ横丁みやび店

2025年3月期 出店店舗



2024年5月22日開店（大阪府）
サトマルシェ 榎・美木多店



2024年5月30日開店（兵庫県）
一福 JR塚口店



2024年6月1日開店（兵庫県）
鶏笑 甲子園店



2024年6月21日開店（大阪府）
にぎり長次郎 吹田原町店

2025年3月期 出店店舗



2024年6月25日開店（大阪府）
鶏笑 枚方店



2024年7月7日開店（青森県）
うまい鰯勘ゆとろぎ 青森&ラビナ店



2024年7月8日開店（大阪府）
鶏笑 箕面小野原店



2024年7月17日開店（静岡県）
和食さと 浜松上新屋店

2025年3月期 出店店舗



2024年7月18日開店 (大阪府)
鶏笑 淀川東三国店



2024年7月19日開店 (大阪府)
得得 大正千島店



2024年7月24日開店 (愛知県)
にぎり長次郎 北名古屋店



2024年8月16日開店 (滋賀県)
鶏笑 西ノ庄店

2025年3月期 出店店舗



2024年8月20日開店（大阪府）
鶏笑 豊中春日町店



2024年8月23日開店（大阪府）
鶏笑 河内長野市役所前店



2024年9月19日開店（タイ）
さと丼 コスモバザール店



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（児玉、岩井）

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。