

株式会社サンマルクホールディングス

2025年3月期中間期決算説明会資料

2024年11月26日

証券コード: 3395



We Create the Prime Time For You

私たちはお客様にとって最高のひとときを創造します

私たちは食事売るのではなく、「最高のひととき」を売る会社です
「美味しかった」ではなく、「楽しかった」と言われるお店を目指し
日々励んでおります

2025年3月期上期サマリー

2025年3月期上期は好調な事業環境を背景に期初上期予想を超過して着地

2件のM&Aにより牛かつ市場に参入、和の専門業態の獲得によりブランドポートフォリオを強化

2025年3月期上期実績

売上高

営業利益

329億円

18億円

前期比 +4.6%
計画比 +6.3%

前期比 +92.6%
計画比 +40.5%

- コロナ禍影響が収束し、経済活動の回復による来客数の増加が想定を上回る
- 店舗運営効率の改善等の既存店の売上回復施策が奏功
- 売上高は期初予想に対して上振れて着地
- 既存店売上回復による固定費負担の減少ならびに適切なコントロールの実施により営業利益率上昇
- 通期業績予想は売上高640億円、営業利益30億円で据え置きも、2件のM&A（右記）による貢献を精査中であり、完了次第反映予定

M&Aによる牛かつ市場への参入



牛カツ 京都 勝牛

取得価額: 11,200百万円
売上高: 9,223百万円 (FY24/7)
営業利益: 1,227百万円 (FY24/7)

牛かつ
もと村

取得価額:
10,500百万円
売上高※:
4,958百万円 (FY24/6)
営業利益※:
738百万円 (FY24/6)



牛かつ市場におけるリーディングカンパニー2社の買収を通じて
ブランドポートフォリオを強化

和の専門業態を軸にインバウンド需要や
海外展開のポテンシャルを意識



1

2025年3月期上期実績

p.5

2

牛かつ市場への参入について

p.18

3

中期経営計画について

p.25

4

Appendix

p.31



1

2025年3月期上期実績

p.5

2

牛かつ市場への参入について

p.18

3

中期経営計画について

p.25

4

Appendix

p.31

2025年3月期上期決算

- ✓ コロナ禍の影響が収束し、経済活動の回復による来客数の増加が想定を上回ったことに加え、店舗運営効率の改善等の既存店の売上回復施策が奏功したことにより計画以上の売上高を達成
- ✓ 原価率是对前年同期比でイーブン。コストコントロールに努めるとともに、既存店売上回復による固定費負担の減少ならびに適切なコストコントロールの実施等により営業利益率上昇

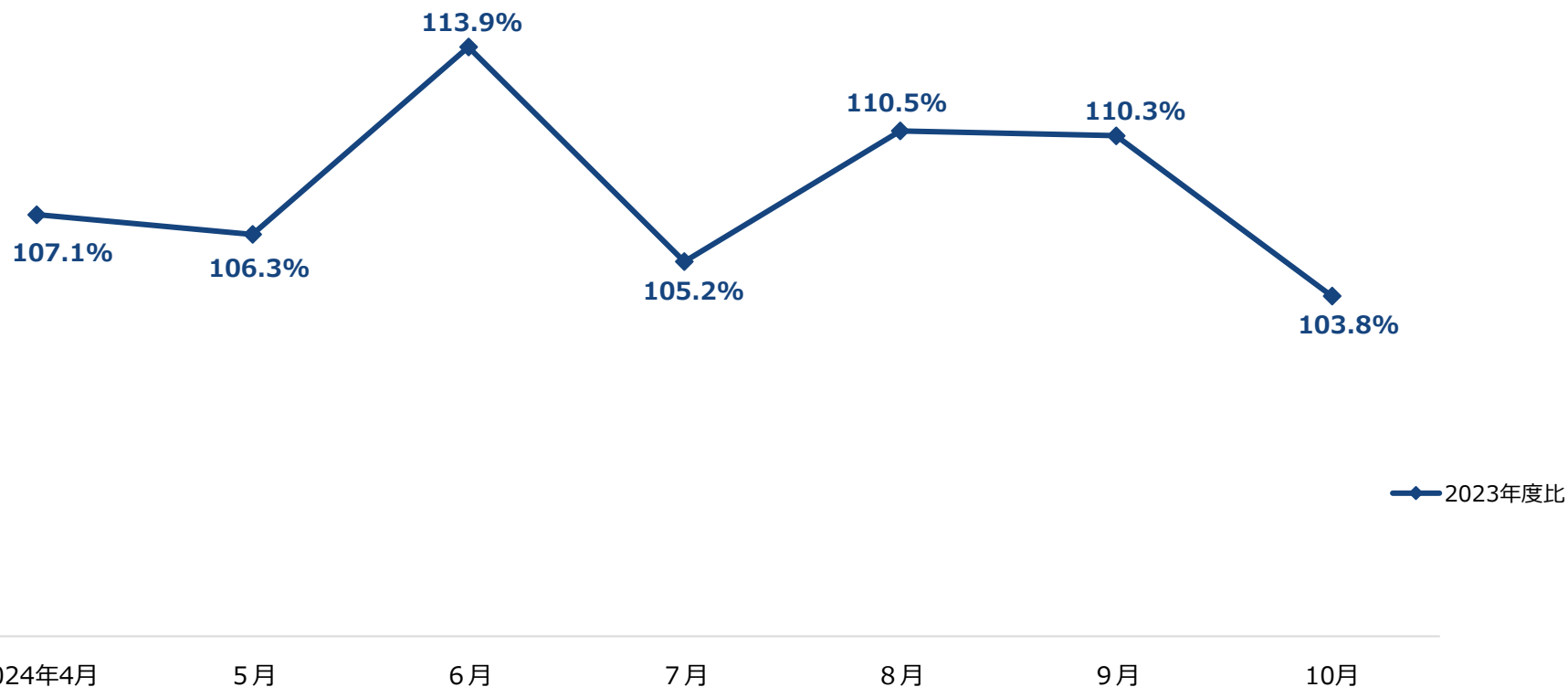
(百万円)	2024年 3月期2Q	2025年 3月期2Q	増減額	増減率	期初予想	計画差	計画比
売上高	31,497	32,947	1,450	+4.6%	31,000	1,947	+6.3%
売上原価	7,584	7,933	349	+4.6%	-	-	-
原価率	24.1%	24.1%	0.0pt	-	-	-	-
販売費及び 一般管理費	22,964	23,188	224	+1.0%	-	-	-
販管费率	72.9%	70.4%	△2.5pt	-	-	-	-
営業利益	948	1,826	878	+92.6%	1,300	526	+40.5%
営業利益率	3.0%	5.5%	+2.5pt	-	4.2%	+1.3pt	-
経常利益	1,068	1,980	912	+85.3%	1,300	680	+52.3%
経常利益率	3.4%	6.0%	+2.6pt	-	4.2%	+1.8pt	-
親会社株主に帰属する 中間純利益	518	1,672	1,154	+222.6%	1,300	372	+28.6%
純利益率	1.6%	5.1%	+3.5pt	-	4.2%	+0.9pt	-

事業別・種類別決算概要

事業別						種類別		
単位: 百万円	2024年 3月期2Q	売上比 (%)	2025年 3月期2Q	売上比 (%)	増減	直営店 売上	ロイヤリティ 収入	FC関連等 売上
売上高	31,497	100.0	32,947	100.0	+1,450	32,331	64	552
レストラン	18,316	58.2	19,573	59.4	+1,257	19,203	41	329
喫茶	13,181	41.8	13,373	40.6	+192	13,128	23	222
セグメント損益	1,736	—	2,827	—	+1,091			
レストラン	1,054	—	1,605	—	+551			
喫茶	682	—	1,221	—	+539			

既存店売上高推移

対前期比の既存店売上は経済活動正常化に伴う人流回復の影響、ならびに客単価の上昇によりすべての月で100%を超える水準。一方、人流回復については第2四半期後半より鈍化の傾向がみられる



バランス・シートの状況

現預金176億円、自己資本比率63.8%

資産の部			
	2024年9月末	前期末増減	主要因
流動資産	22,597	△65	
現預金	17,636	973	
売掛金	4,384	△1,046	前期末休日の影響
固定資産	26,522	168	
有形固定資産	15,196	△75	
無形固定資産	87	△5	
投資その他の資産	11,238	248	
資産合計	49,119	103	

負債・純資産の部			(単位：百万円)
	2024年9月末	前期末増減	主要因
流動負債	6,603	△1,285	
買掛金	2,213	△208	
未払金	2,739	△753	
固定負債	11,157	179	
社債	6,018	△6	
資産除去債務	4,350	△63	
負債合計	17,760	△1,107	
純資産	31,358	1,209	
負債純資産合計	49,119	103	

キャッシュ・フローの状況

営業キャッシュ・フローはプラスとなり、フリーキャッシュ・フローもプラス
財務活動によるキャッシュ・フローは、配当金支払が主

(単位：百万円)	2024年3月期2Q	2025年3月期2Q	増減	主な要因
現金及び現金同等物の期首残高	15,734	16,663	+929	
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,840	2,709	+ 869	
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,476	△1,225	+251	・有形固定資産の取得による支出
フリーキャッシュ・フロー (営業活動+投資活動キャッシュ・フロー)	364	1,484	+ 1,120	
財務活動によるキャッシュ・フロー	△833	△510	+323	・配当金支払
現金及び現金同等物の期末残高	15,265	17,636	+ 2,371	

出退店の状況

2025年3月期の新規出店は20～25店舗、退店は25～30店舗を想定

業態	2024年3月期 期末店舗数	出店数	退店数	2025年3月期 第2四半期（中間期） 末店舗数
サンマルク	45	0	2	43
サンマルクカフェ	294	2	5	291
函館市場	9	0	0	9
バケット	69	1	0	70
鎌倉パスタ	200	2	1	201
サンマルクグリル	66	2	8	60
倉式珈琲	52	0	1	51
実験業態	7	1	0	8
グループ合計	742	8	17	733

※実験業態には、「奥出雲玄米食堂井上」、「天ぷら天清」、「THE SEASON」、「韓と米」、「FAMITERIA.8」、「RISTRETTO&CROISSANT LABORATORIO」、「Petrichor Bakery and Cafe」を含む。

※直営710店舗、FC23店舗

設備投資・減価償却費：実績と計画

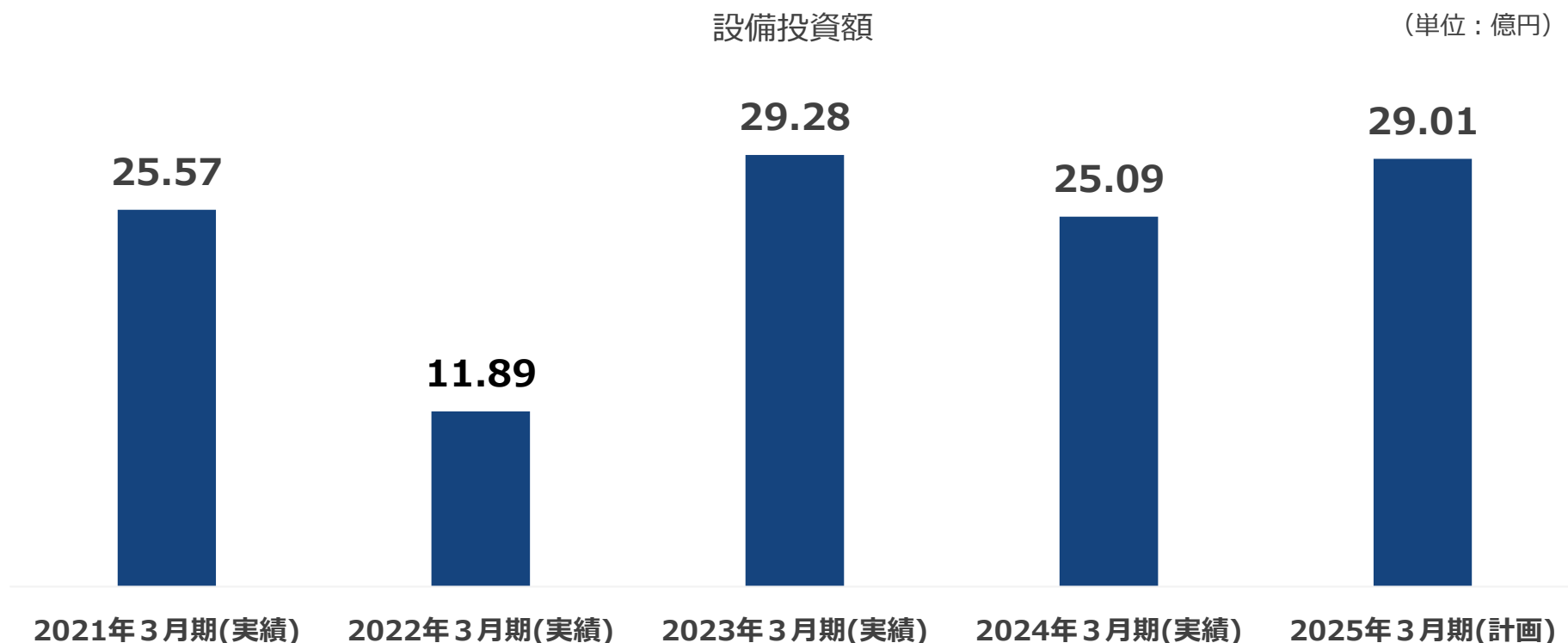
2025年3月期上半期(実績)

設備投資：1,141百万円 減価償却費：1,012百万円

出店8店舗、既存店改装8店舗、その他厨房機器更新等

2025年3月期通期(計画)

設備投資：2,901百万円 減価償却費：1,920百万円 出店想定：20～25店舗



新中期経営計画の概要 -施策-

26/3期に向けては29/3期目標達成を目指す上での体制構築を行う期間として各施策を策定

26/3期 中間目標までの重点施策

1

「鎌倉パスタ」業態の継続出店及び
派生業態の出店による
パスタ業態のポテンシャルの最大化

2

「サンマルクカフェ」業態を中心とした
運営効率の改善

3

既存の有望業態の強化や、M&Aによる新ブランド
の獲得など、27/3期以降の成長の軸となる
第3のブランド確立に向けた投資

鎌倉パスタ業態における派生業態の強化

FY25/3上期はFY24/3期末と比べ1店舗の店舗純増に留まるも、下期に派生業態を中心に
出店を増やす計画

店舗数



中計方針: 派生業態の強化

メイン業態



派生業態



てっぱんのスパゲッティ
TEPPAN SPAGHETTI

メイン業態である鎌倉パスタではリーチし切れていない層へのアプローチや、カバーしていない
立地（喫茶立地やオフィスビル、フードコート等）への展開により新たな顧客層の獲得を目指す

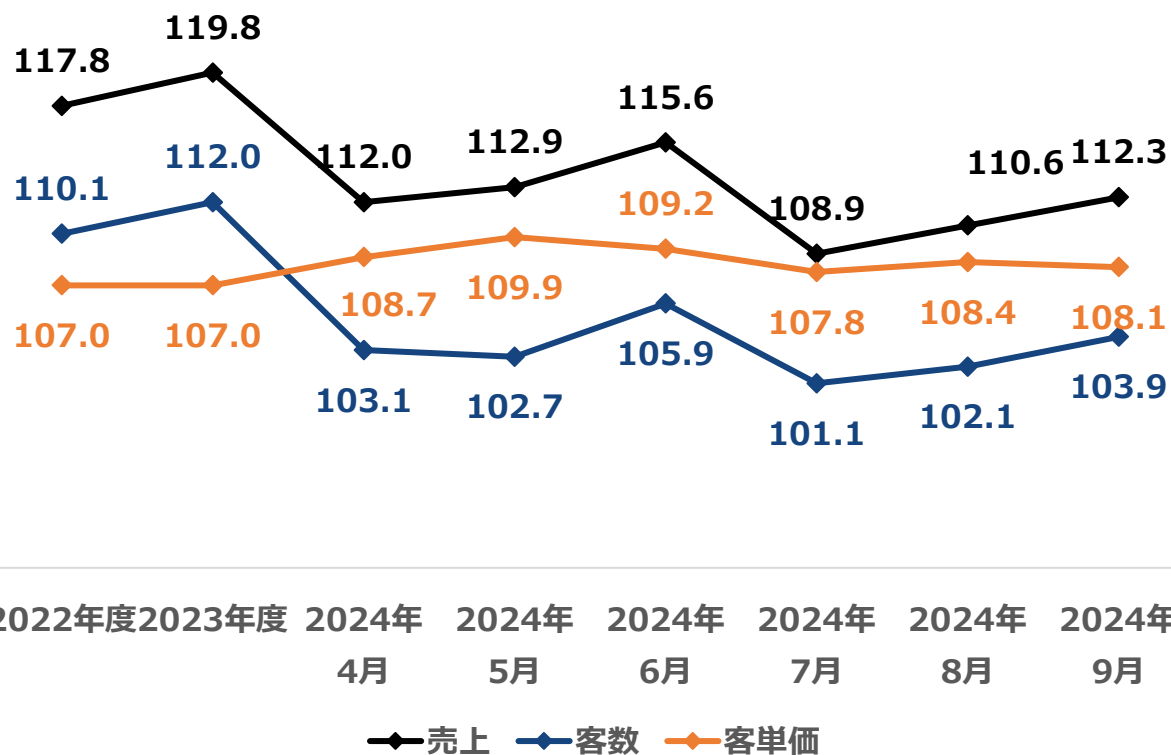
下期に派生業態を中心に出店を増やす計画

サンマルクカフェ関連

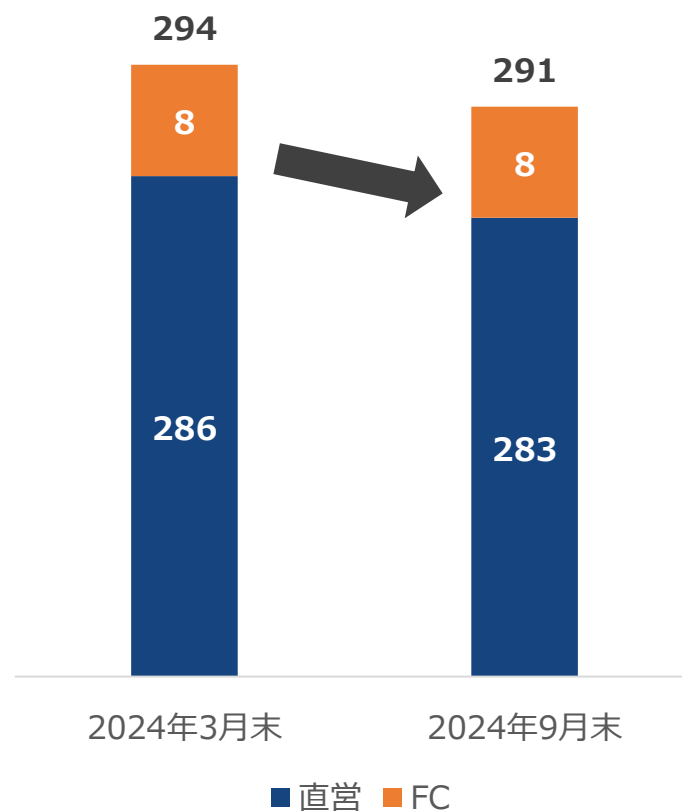
カフェ既存店は昨対比で客数・客単価ともに堅調に推移

不採算店舗の整理等はある程度完了し、店舗数減による影響は一巡した認識

2025年3月期カフェ既存店昨年対比推移



店舗数推移



サンマルクカフェ関連

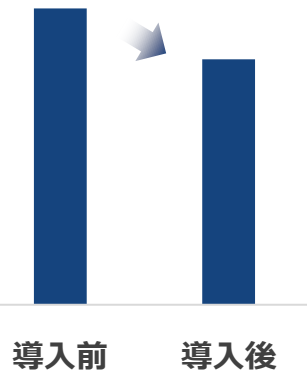
セルフレジの導入による営業効率化や、店舗改装による集客強化策が奏功

セルフレジの導入



サンマルクカフェ スフィアタワー天王洲店のセルフレジ

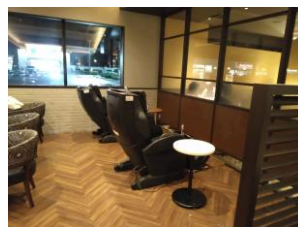
売上比人件費率を
約**5%**抑制



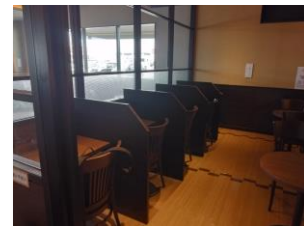
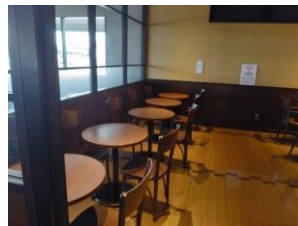
- ◆ 便利でスピーディーな注文・決済体験をお客様に提供するとともにレジ入力・会計作業等を減らすことでオペレーションを効率化し、接客に注力できる環境を整備
- ◆ 店頭在庫管理機能を備え、フードロスの削減等にも効果
- ◆ 全国的な人件費の上昇が継続する中、業務の生産性を向上させることで売上高人件費率の抑制に取り組む

店舗改装による既存店改善

マッサージチェア撤去 ⇒ テーブル席設置



旧喫煙席テーブル席 ⇒ 電源付きカウンター席



既存店昨対比売上高

未改装店舗平均

106.6%

改装店舗平均

108.2%

倉式珈琲店におけるブランド強化

倉式珈琲店においてはグランドメニューの改定を実施し、食事メニューを拡大

また、当社所属者がジャパン サイフォニスト チャンピオンシップにて3位に入賞

より高品質なコーヒーの提供に邁進

グランドメニューを改定

ジャパン サイフォニスト チャンピオンシップにて3位入賞



▲ あんバタートースト



▲ 塩麹チキンときんぴらの和風クリームドリア



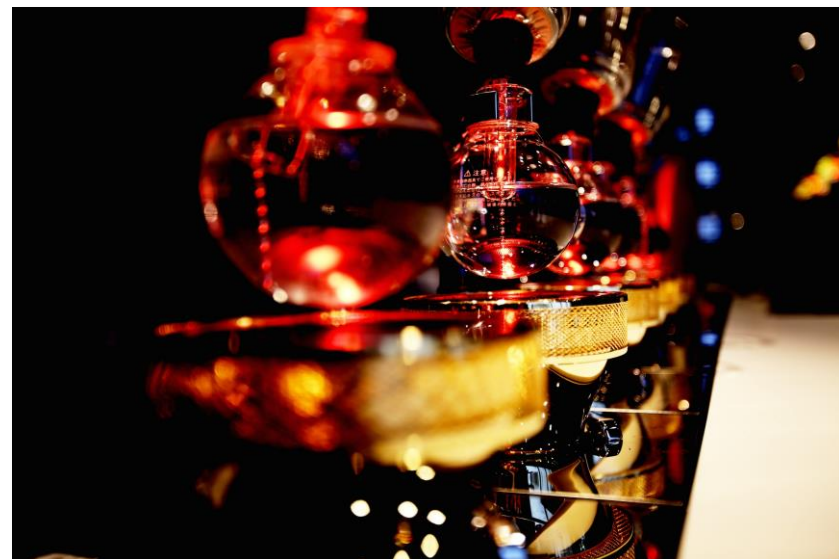
▲ 黒蜜きな粉餅フレンチトースト



▲ 枳わらび餅

グランドメニューを改定し食事メニューを拡大

サイフォンでのブレンドコーヒーの抽出技術を競う
ジャパンサイフォニストチャンピオンシップ2024にて
当社所属者が3位に入賞





1

2025年3月期上期実績

p.5

2

牛かつ市場への参入について

p.18

3

中期経営計画について

p.25

4

Appendix

p.31

新たなブランドの獲得

リーディングカンパニー2社のグループ会社化を通して牛かつ市場に参入



牛カツ 京都 勝牛

牛かつ
むと村



ジーホールディングスのグループ会社化

京都勝牛 75店舗 を中心に展開するジーホールディングスを含む数社をグループ会社化 (2024年10月4日)

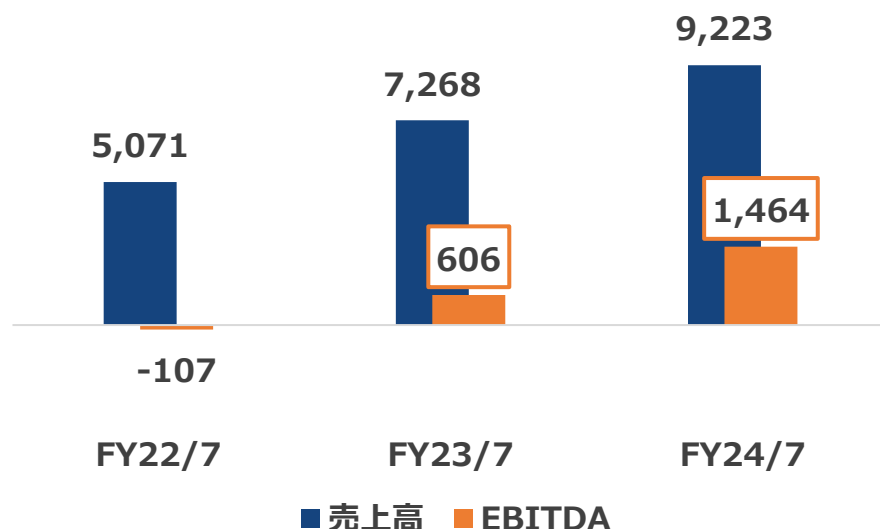
会社概要	ジーホールディングス株式会社
本社所在地	京都府京都市下京区
設立	2005年5月
取得価額	11,200百万円
純資産額	5,696百万円 (2024年7月期末)



牛カツ 京都 勝牛

業態:	牛カツ定食
国内直営店舗数:	48店舗
国内FC店舗数:	12店舗
海外FC店舗数:	15店舗
※2024年7月末	

売上高及びEBITDA



<その他運営業態>



NICK STOCK

業態:	カフェ
国内直営店舗数:	8店舗
国内FC店舗数:	4店舗



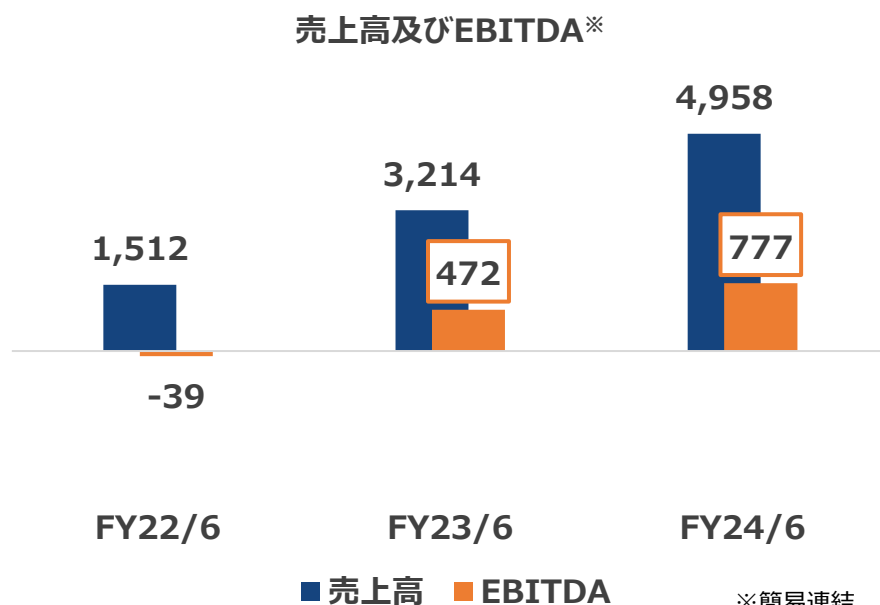
ベジテジヤ

業態:	韓国料理
国内直営店舗数:	7店舗
国内FC店舗数:	4店舗
海外FC店舗数:	6店舗

B級グルメ研究所HD及びBQ Internationalのグループ会社化

牛かつもと村を中心に国内28店舗を運営する株式会社牛かつもと村を中核とするB級グルメ研究所ホールディングス及び海外店舗を統括するBQ International の2社をグループ会社化

会社概要	株式会社B級グルメ研究所HD及び国内外関連会社
本社所在地	東京都渋谷区
設立	2012年8月
取得価額	10,500百万円
純資産額	1,293百万円 (2024年6月期末)※



※簡易連結



業態: 牛カツ定食
国内直営店舗数: 28店舗
海外直営店舗数: 2店舗

<その他運営業態>

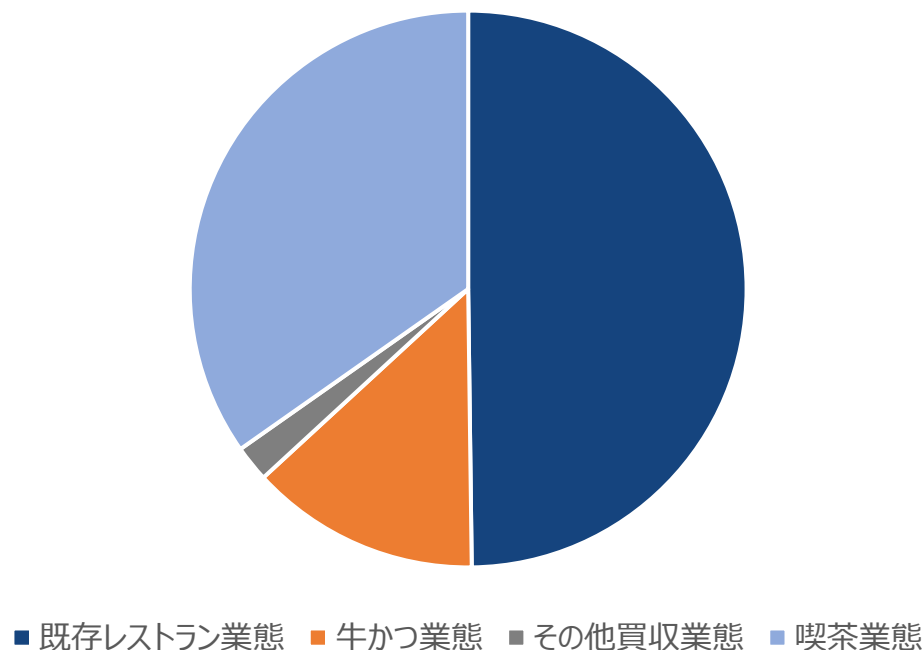


グループインによる影響

牛かつ業態の店舗数は105店舗（含FC）となり、レストラン業態では鎌倉パスタに次ぐ業態に。
売上比でも重要な割合を占める想定。のれんは精査中も償却後で営業赤字にはならない見通し

(百万円)	参照年度	売上高	営業利益	EBITDA
サンマルク ホールディングス	FY25/3 予想	64,000	3,000	5,300
ジーホールディングス グループ	FY24/7 実績	9,223	1,227	1,464
B級グルメ研究所 グループ	FY24/6 実績	4,958	738	777
単純合算	通年	78,000	4,900	7,500

買収後の売上構成イメージ



※本買収による年間ののれん償却額は精査中も、
のれん償却後で赤字にはならない見通し

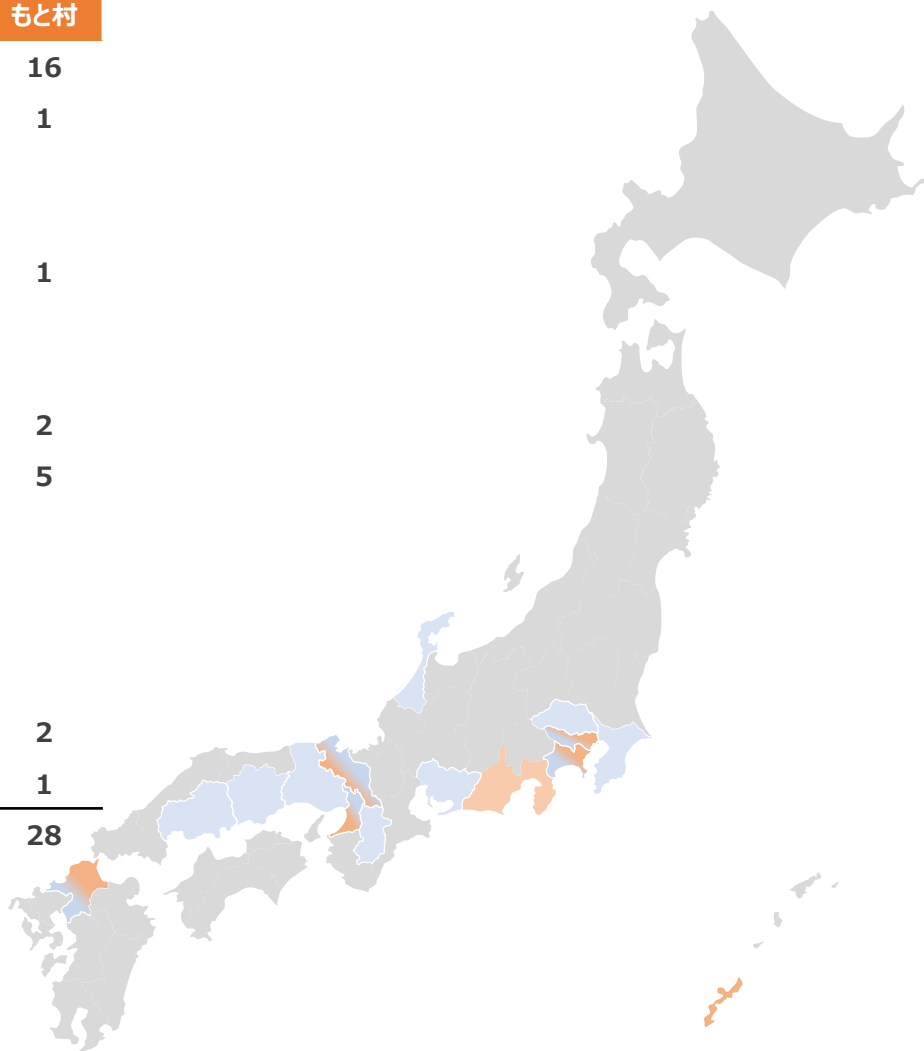
国内事業方針

国内市場においては概算で150~200店舗程度の出店が可能な想定
2社のグループイン後は継続的な出店を通じて売上及び市場シェアの拡大を目指す

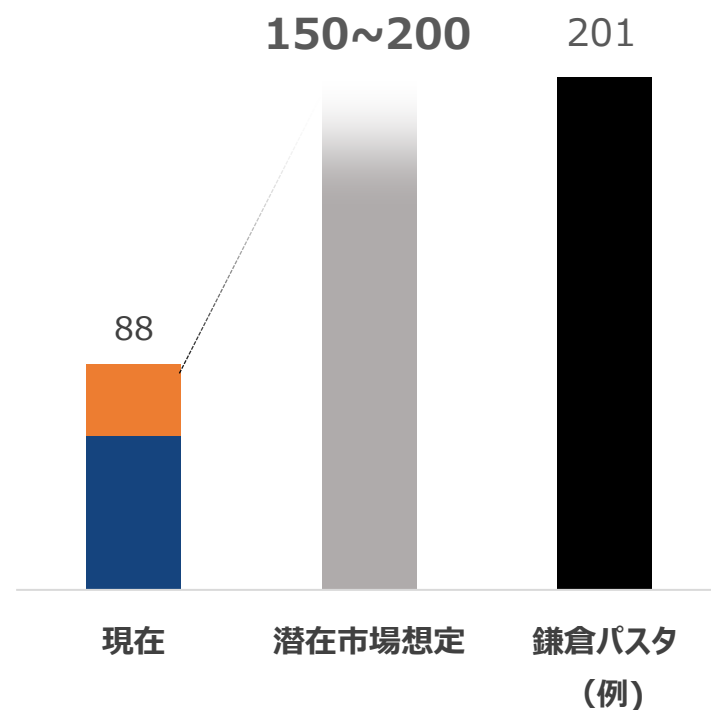
	勝牛	もと村
東京都	15	16
神奈川県	5	1
埼玉県	1	
千葉県	6	
静岡県		1
愛知県	5	
石川県	1	
京都府	9	2
大阪府	8	5
奈良県	3	
兵庫県	2	
広島県	1	
岡山県	1	
福岡県	3	2
沖縄県		1
合計	60	28

勝牛出店エリア

もと村出店エリア



牛かつ業態の潜在市場想定



	牛かつ業態	パスタ業態
客単価	約2,000円	約1,500円

海外事業方針

和の専門業態として牛かつ業態の海外展開は買収後も継続予定
フランチャイズを中心に拡大を図る想定

アジア



北米



	勝牛	もと村
韓国	1店舗	--
台湾	8店舗	2店舗
香港	2店舗	--
タイ	2店舗	--
インドネシア	1店舗	--
カナダ	1店舗	--



1

2025年3月期上期実績

p.5

2

牛かつ市場への参入について

p.18

3

中期経営計画について

p.25

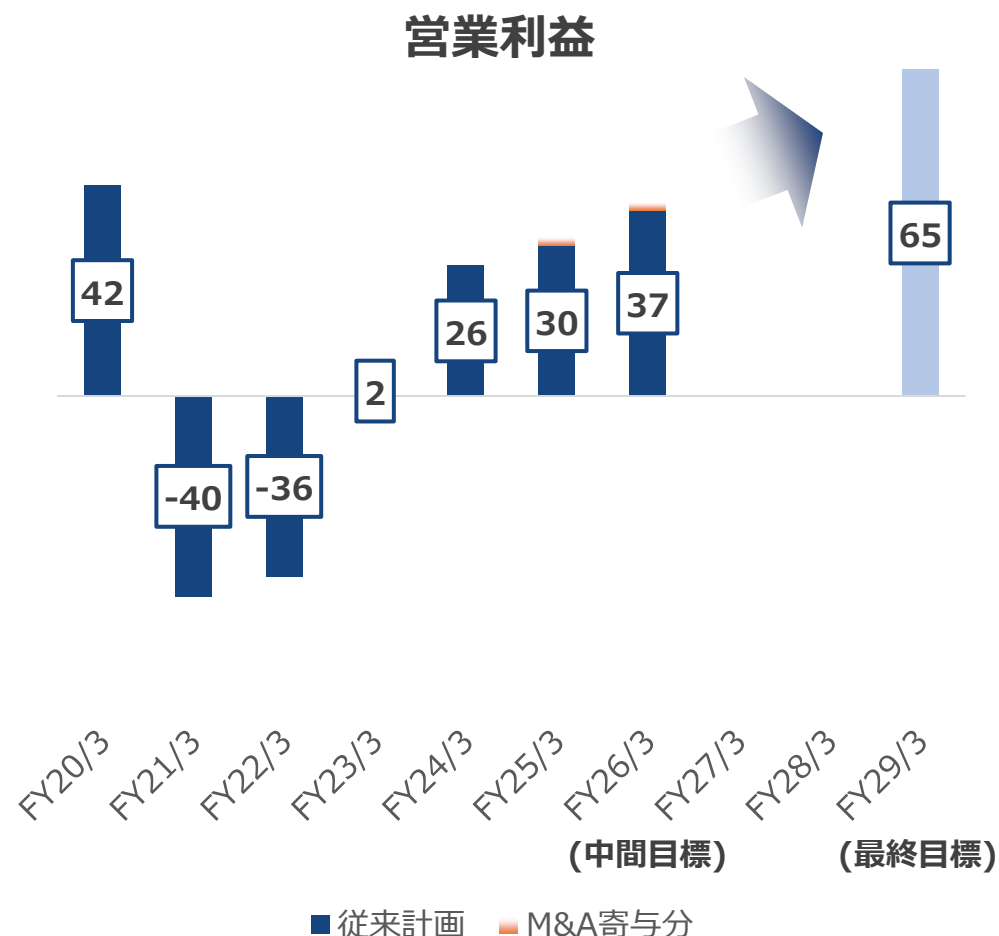
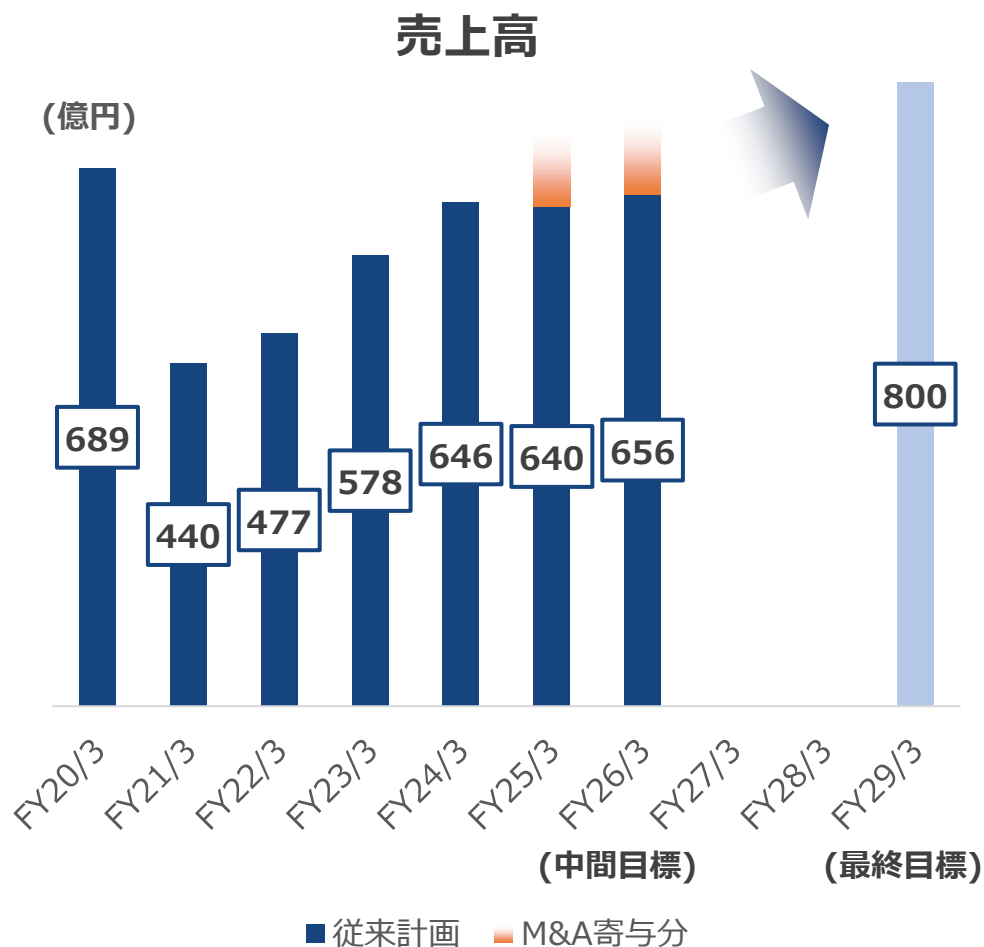
4

Appendix

p.31

進行中の中期経営計画について

今回の買収により中期経営計画の数値前提が大きく変わることを踏まえ見直し予定



長期的なブランドポートフォリオのイメージ

牛かつ業態のグループインにより主力ブランドが1業態追加
ブランドポートフォリオの多角化と強化を継続予定

収益性高



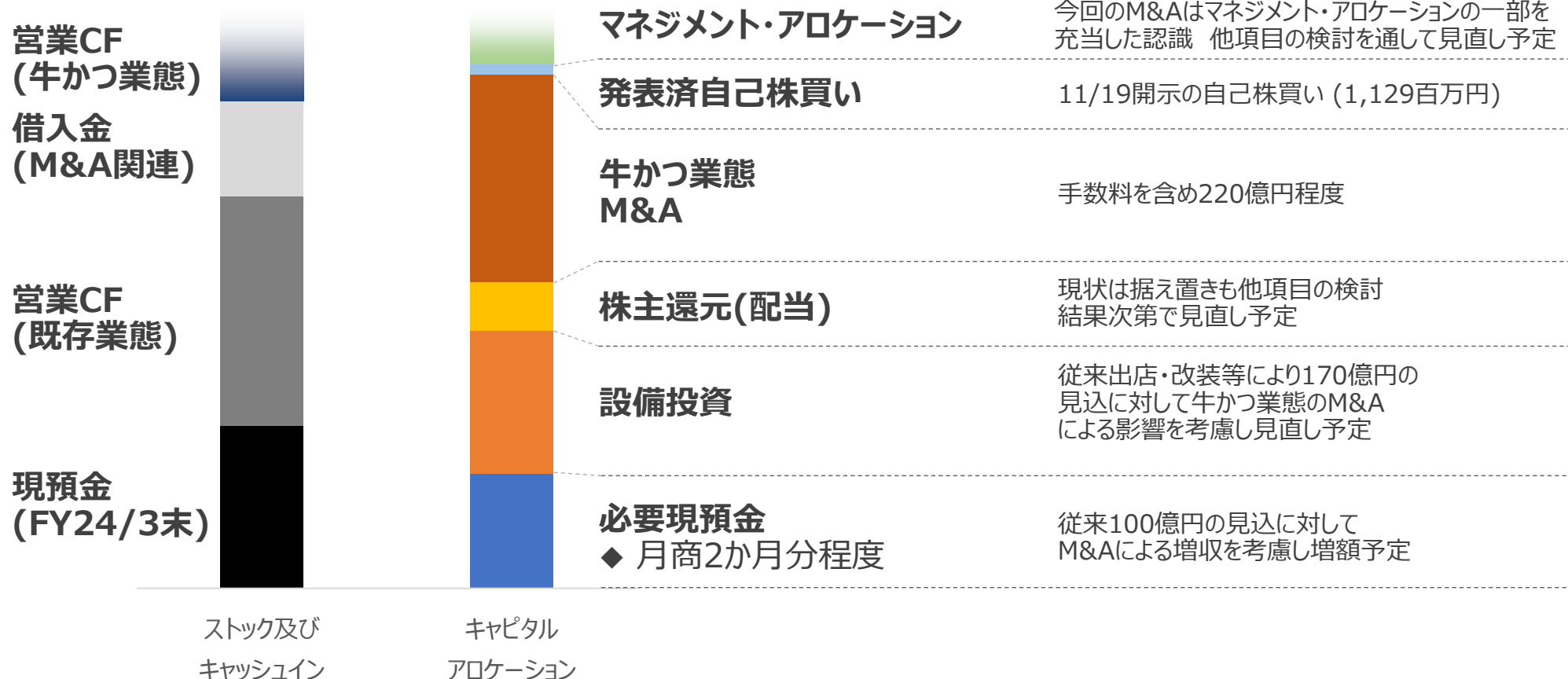
- ① 主力ブランド化に向けた収益性の改善
- ② 主力ブランド化に向けた規模の拡大
- ③ 次世代ブランド化に向けた収益性の改善
- ④ 主力ブランドの種となるような業態のM&A

29/3期に向けたキャピタルアロケーションについて

牛かつ業態のM&Aを通してキャピタルアロケーションの見直しを予定
通期発表時に改めて発表の想定

キャピタルアロケーション (25/3期～29/3期)

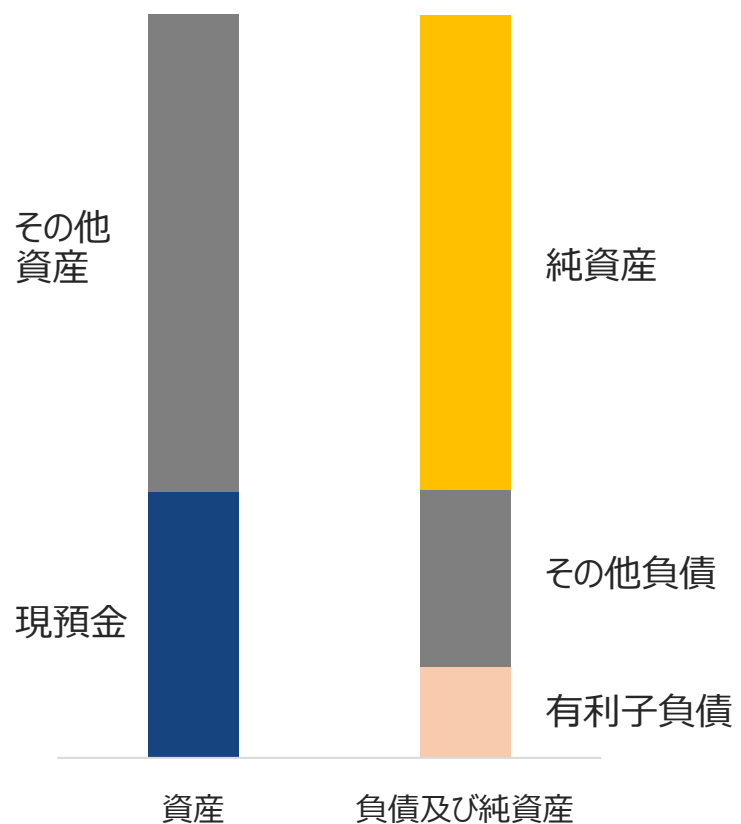
(億円)



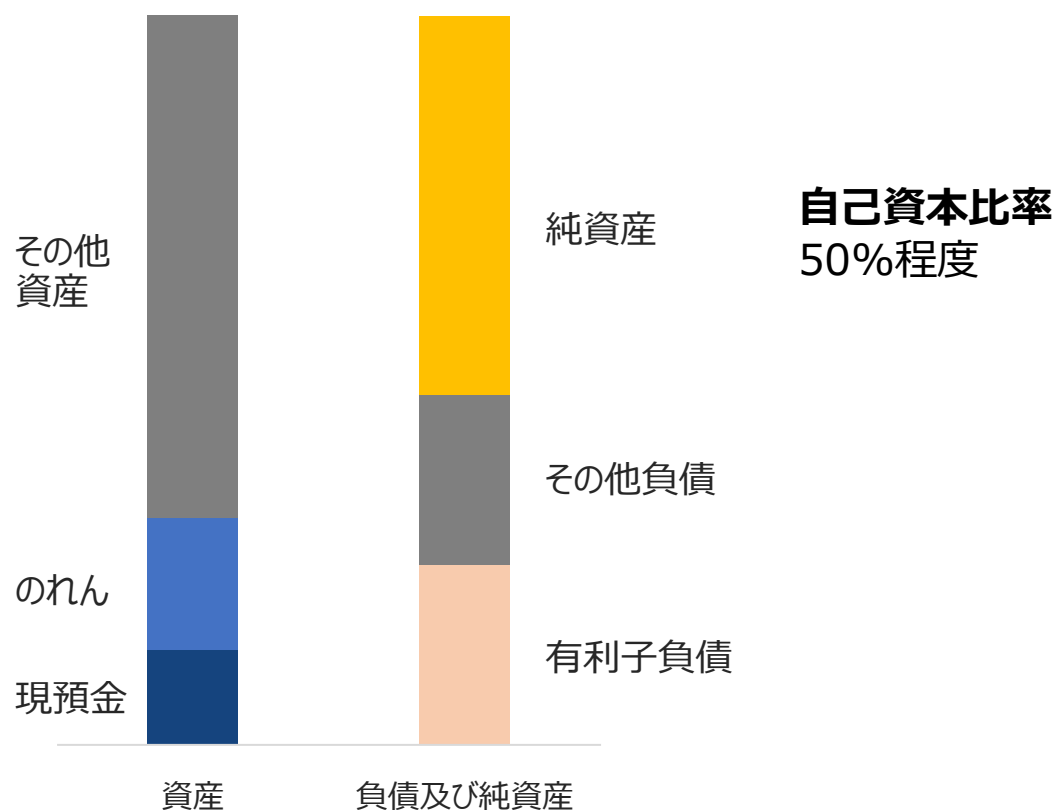
買収に伴うバランスシートの状況について

買収後も自己資本比率を中心に各指標は健全な水準を保つ想定
現状エクイティファイナンス等の手段は検討無し

買収前 (FY25/3 2Q)



買収後イメージ

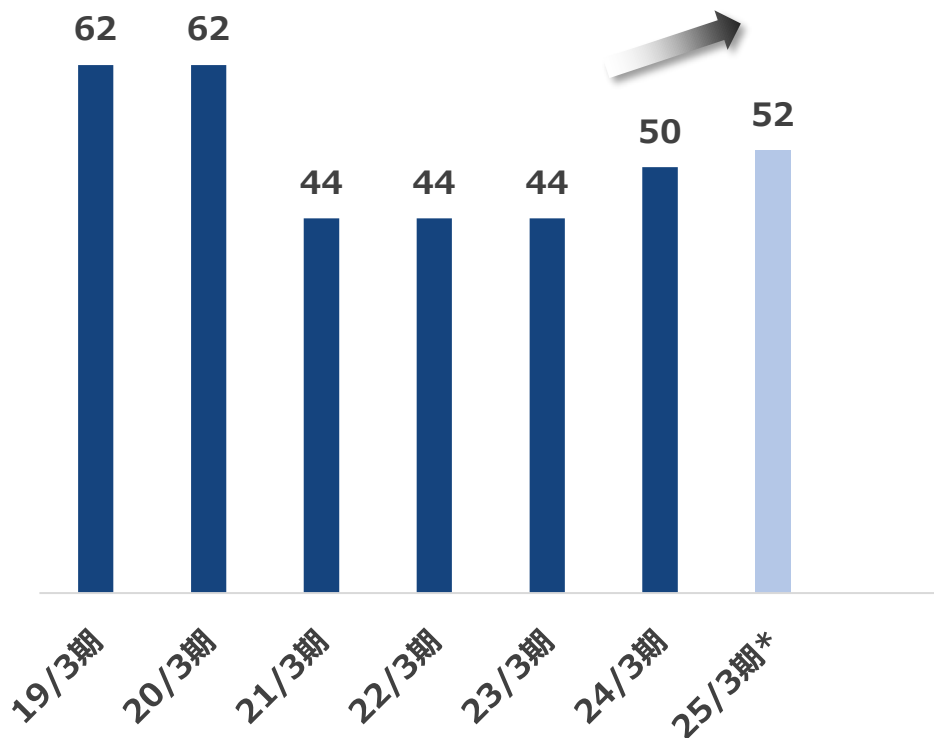


株主還元及び株主優待

株主還元及び株主優待は方針を継続予定

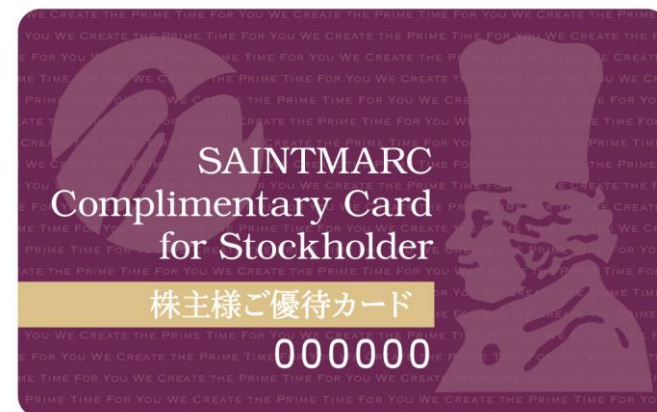
株主還元

下限を50円として増配基調を想定



*25/3期については予想値

株主優待



当社グループ直営店及びFC店における
割引が利用可能な株主様ご優待カードは
継続を想定

優待についてはこちらをご参照ください

<https://www.saint-marc-hd.com/hd/ir/investor/>



1

2025年3月期上期実績

p.5

2

牛かつ市場への参入について

p.18

3

中期経営計画について

p.25

4

Appendix

p.31

事業概要

1989年にベーカリーレストラン「サンマルク」でスタート

以来飲食業の領域で展開を続け、現在は多様な飲食ブランドを直営中心に運営

2024年3月期業績

全社売上：645億円

全社営利※：26億円

レストラン事業

売上※：380億円 (59%)

利益※：26億円 (63%)

レストラン事業

「鎌倉パスタ」を中心に20ブランド以上の飲食ブランドを直営店を中心に運営
ショッピングセンターやロードサイドにて展開

運営ブランド (一部)



生麺専門鎌倉パスタ

200店舗 (2024年3月末)



ベーカリーレストラン「サンマルク」

45店舗 (2024年3月末)

喫茶事業

「サンマルクカフェ」を中心にカフェ業態を直営で運営
駅ビル内や駅前、商店街、オフィスビル内、ショッピングセンターなどにて展開

運営ブランド



サンマルクカフェ

294店舗 (2024年3月末)



倉式珈琲店

52店舗 (2024年3月末)

喫茶事業

売上※：265億円 (41%)

利益※：16億円 (37%)

※ 全社費用・調整額は16億円であり、各事業のセグメント利益の割合は全社費用・調整額調整前セグメント利益に対する割合を示す

当社の基本戦略

高品質なサービスや仕組化、店内調理の体制を元に既存の成熟した市場を切り開き成長

① 店内調理へのこだわり

『出来立て』『焼き立て』の
おいしさを届ける



② 仕組化・効率化

店内調理を前提としながらも
スケールメリット等を活かし
様々な仕組化を行い効率化

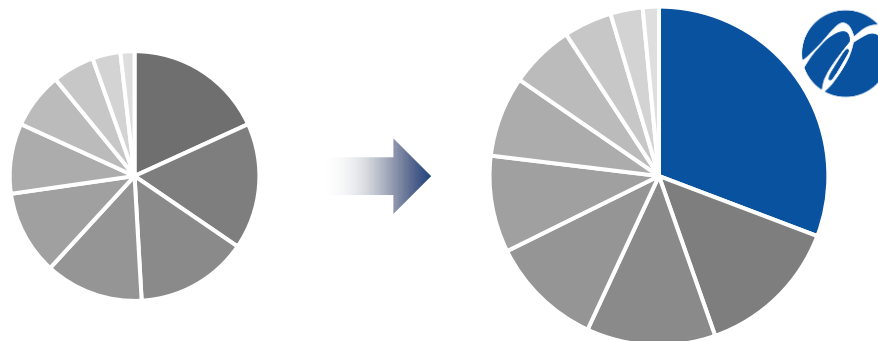


③ 高品質なサービス

効率化により生まれた時間で
より高品質な接客・サービスに
注力する



◆ 既存の成熟市場で高付加価値市場を開拓



成熟した市場においても高付加価値を求めるお客様を開拓
「高品質な飲食サービス」を系統的に提供し、新市場を創る

◆ ブランド・ポートフォリオの構築

業態を問わず、系統的な展開
が可能な市場に展開
ブランド・ポートフォリオを構築し
業態を多く抱えることで出店力を
強化



ブランド紹介

それぞれの業態で独自の強みを持って展開

ベーカリーレストラン サンマルク



創業の業態であり、
ファミリーレストラン等に対し
“焼き立てパン食べ放題”などの
付加価値をつけて展開

鎌倉パスタ



パスタ業態のチェーン展開における
リーディングブランド

大手チェーンの中で随一
“生パスタ”専門で展開

サンマルクカフェ



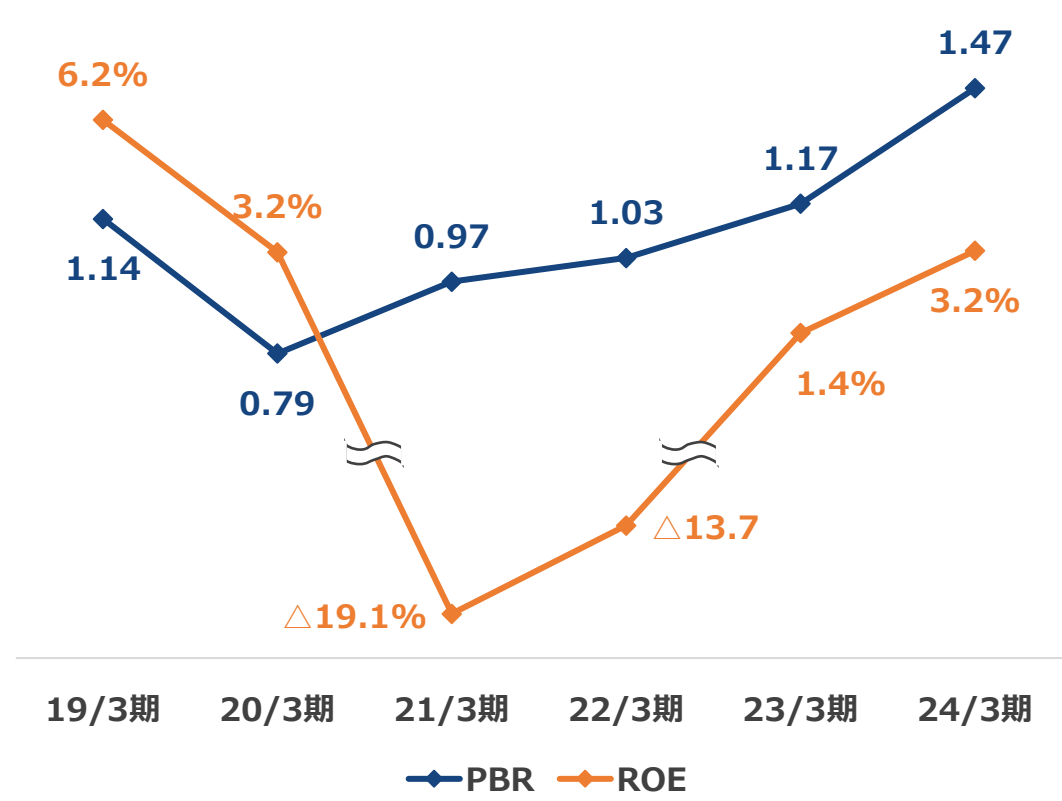
レストラン業態で深めた品質を
中心に据えた『ベーカリーカフェ』

多くあるコーヒーチェーンの中で
メジャーなセルフカフェと異なる
ポジションを意識した展開

当社の資本コストに関する認識とROE・ROIC

現在の当社のROE及びPBRと資本コストの前提は以下の通り

当社PBR及びROE推移



当社の想定する各資本コストの前提

株主資本コスト	5.5%程度	リスクフリーレート	1%
		ベータ	0.9程度
		市場リスクプレミアム	6%程度

計算式としてCAPMに基づく式を使用

WACC	5.0%程度	株主資本コスト	5.5%
		税引前負債コスト	1.0%

WACCは株主資本コスト及び税引後負債コストについて
株式時価総額と有利子負債に基づき加重平均を取る形で計算

株主及び投資家との対話の実施状況（2024年3月期）

株主及び投資家の皆様への適切な情報開示と建設的な対話を通して、経営状況に対する適切な理解の形成とともに、対話内容を経営にフィードバックすることによる企業価値向上の実現を目指す

面談の状況

IR面談実績：19件

主な対応者

SR・IR面談

代表取締役社長、取締役、
IR担当者

決算説明会
・動画

代表取締役社長

個人投資家向け
IR説明動画

代表取締役社長

1. 対話の主なテーマや株主の関心事項

- ◆ 出店戦略
- ◆ 値上げ対応
- ◆ コロナからの回復
- ◆ ブランドポートフォリオ
- ◆ ブランド別戦略
- ◆ M&A方針
- ◆ 株主優待
- ◆ 必要現預金
- ◆ 株主還元方針

2. 取締役会に対するフィードバックの実施状況

- ◆ 対話内容を取締役会において経営陣へ半期毎にフィードバック
- ◆ 特に重要事項は担当取締役より取締役会へ適宜報告

3. 対話を踏まえて取り入れた事項の例

- ◆ 本中期経営計画を策定
- ◆ 株式会社フィスコによる当社の企業調査レポート発行





We Create the Prime Time For You

私たちはお客様にとって最高のひとときを創造します

本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。

将来予想に関する記述には様々なリスクや不確実性が含まれており、その結果、実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内及び国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。