



SAINTMARC HOLDINGS CO.,LTD.

株式会社サンマルクホールディングス

2025年3月期通期決算説明

2025年5月27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月期通期実績及び2026年3月期通期見通し

2025年3月期は好調な事業環境を背景に、2月13日発表の修正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月期通期実績

売上高

営業利益

のれん等償却前
営業利益¹

708億円

36億円

41億円

前期比 +9.8% 前期比 +39.1%

計画比² +0.6% 計画比² +21.5%

2026年3月期通期見通し

売上高

営業利益

のれん等償却前
営業利益¹

810億円

45億円

66億円

前期比 +14.3% 前期比 +23.5% 前期比 +59.6%

- 2025年3月期は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
- 2024年11月～12月に行った牛かつ2業態のM&Aが1-3月期業績に寄与
- 既存事業における競争力強化策が奏功し、店舗運営効率が向上し、営業利益が改善
- 2月13日発表の修正予想に対し売上はほぼ計画通り、利益は20%程上振れて着地
- 2026年3月期は牛かつ2業態のM&Aに関する業績貢献、のれん及び商標権の償却開始（年約22億円）を考慮し策定のれん等償却前営業利益は41億円から66億円へ
- M&Aの結果2029年3月期目標を前倒しで達成可能な状況となったため、上期決算発表時に中期経営計画の修正を予定

1: のれん及び商標権の償却費を営業利益に加算 2: 2月13日発表の修正予想に対しての値



1

2025年3月期通期実績

p.5

2

2026年3月期通期見通し

p.19

3

中期経営計画について

p.25

4

Appendix

p.30



1

2025年3月期通期実績

p.5

2

2026年3月期通期見通し

p.19

3

中期経営計画について

p.25

4

Appendix

p.30

2025年3月期通期実績

- ✓ コロナ禍の影響が緩和し、人流回復による既存事業の売上が堅調に推移したこと、また、既存事業における競争力強化策が奏功し、効率性が向上したことにより営業利益を改善
- ✓ 牛かつ2業態のM&Aにより、これらの1-3月期の売上高、および各段階利益が業績に寄与

(百万円)	2024年 3月期	2025年 3月期	増減額	増減率	修正予想	計画差 ¹	計画比 ¹
売上高	64,556	70,895	6,339	+9.8%	70,500	395	+0.6%
売上原価	15,661	17,686	2,025	+12.9%	-	-	-
原価率	24.3%	24.9%	+0.6pt	-	-	-	-
販売費及び 一般管理費	46,273	49,564	3,291	+7.1%	-	-	-
販管費率	71.7%	69.9%	△1.8pt	-	-	-	-
営業利益	2,620	3,644	1,024	+39.1%	3,000	644	+21.5%
営業利益率	4.1%	5.1%	+1.0pt	-	4.3%	+0.8pt	-
経常利益	2,753	3,839	1,086	+39.4%	3,000	839	+28.0%
経常利益率	4.3%	5.4%	+1.1pt	-	4.3%	+1.1pt	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	969	2,540	1,571	+162.0%	2,100	440	+21.0%
純利益率	1.5%	3.6%	+2.1pt	-	3.0%	+0.6pt	-

1: 2月13日発表の修正予想に対しての値

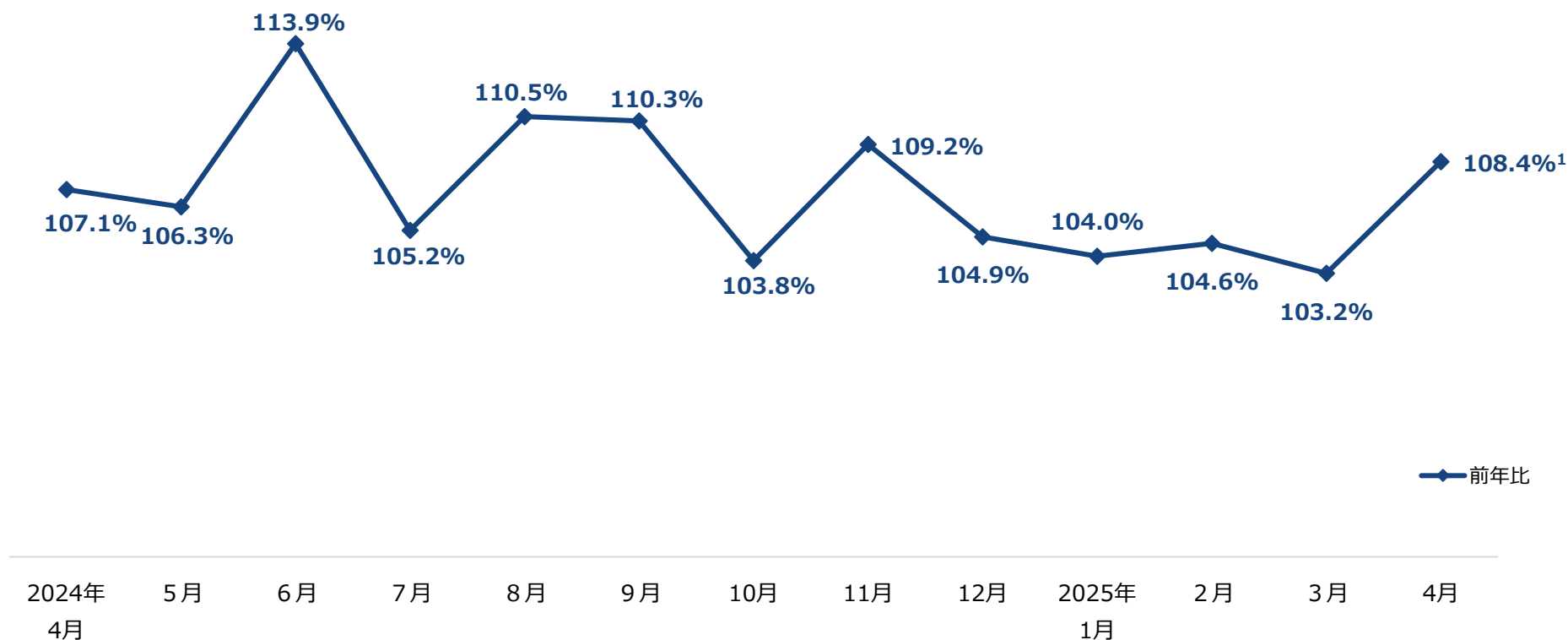
事業別・種類別決算概要

事業別						種類別		
単位: 百万円	2024年 3月期	売上比 (%)	2025年 3月期	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	64,556	100.0	70,895	100.0	+6,339	69,536	162	1,196
レストラン	38,022	58.9	44,116	62.2	+6,094	43,251	115	748
喫茶	26,534	41.1	26,779	37.8	+245	26,285	46	448
セグメント損益	4,309	—	6,046	—	+1,737			
レストラン	2,693	—	3,808	—	+1,115			
喫茶	1,615	—	2,238	—	+623			

既存店前年比売上高推移

既存店売上は年間を通じて対前年比100%を超える水準で推移
2025年4月も順調なスタート

既存店前年比推移 (M&Aにより取得した業態を除く)



1: M&Aにより取得した業態112.4%

バランス・シートの状況

現預金142億円、自己資本比率43.2% M&Aに伴って無形固定資産と有利子負債が増加

資産の部				負債・純資産の部				(単位：百万円)
	2025年3月末	前期末増減	主要因		2025年3月末	前期末増減	主要因	
流動資産	21,097	△1,564		流動負債	16,349	8,460		
現預金	14,247	△2,415		買掛金	3,223	801		
売掛金	5,981	551		短期借入金	6,750	6,750	M&Aに伴う借入	
固定資産	50,364	24,009		固定負債	24,255	13,276		
有形固定資産	17,712	2,440		長期借入金	16,249	16,249	M&Aに伴う借入	
無形固定資産	21,397	21,304	M&Aに伴うのれん/商標権増	資産除去債務	5,606	1,193	単価見直しによる増	
投資その他の資産	11,254	264		負債合計	40,605	21,737		
資産合計	71,461	22,444		純資産	30,856	707	新株発行、自己株式取得	
				負債純資産合計	71,461	22,444		

キャッシュ・フローの状況

M&Aに伴う子会社株式の取得による投資活動/財務活動キャッシュ・フローが変動主要因
営業キャッシュ・フローは順調に増加

(単位：百万円)	2024年3月期	2025年3月期	増減	主な要因
現金及び現金同等物の期首残高	15,734	16,663	+ 928	
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,073	5,751	+ 678	
投資活動によるキャッシュ・フロー	△2,801	△22,748	△19,946	・牛カツ2業態の子会社株式の取得による支出
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)	2,272	△16,996	△19,268	
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,342	14,581	+ 15,923	・M&Aに伴う借入れによる収入
現金及び現金同等物の期末残高	16,663	14,247	△2,415	

出退店の状況

M&Aによる牛かつ2業態のグループインに伴い店舗数は大幅増

(牛かつ事業の2025年1月以降の出店はジーホールディングス3店舗 (直営1、FC(海外)2))

2026年3月期の新規出店は30～35店舗、退店は25～30店舗で、出店超過を見込む

業態	2024年3月期 期末店舗数	出店数	退店数	2025年3月期 期末店舗数
サンマルク	45	0	7	38
サンマルクカフェ	294	2	11	285
鎌倉パスタ	200	11	4	207
ジーホールディングス (京都勝牛他)	—	122	5	117
バケット	69	3	3	69
サンマルクグリル	66	3	10	59
倉式珈琲	52	0	3	49
牛かつもと村	—	30	0	30
函館市場	9	0	0	9
実験業態	7	2	2	7
グループ合計	742	173	45	870

※実験業態には、「天ぷら天清」、「韓と米」、
「RISTRETTO&CROISSANT LABORATORIO」、「Petrichor Bakery and Cafe」を含む。

※直営813店舗、FC57店舗

設備投資・減価償却費：実績と計画

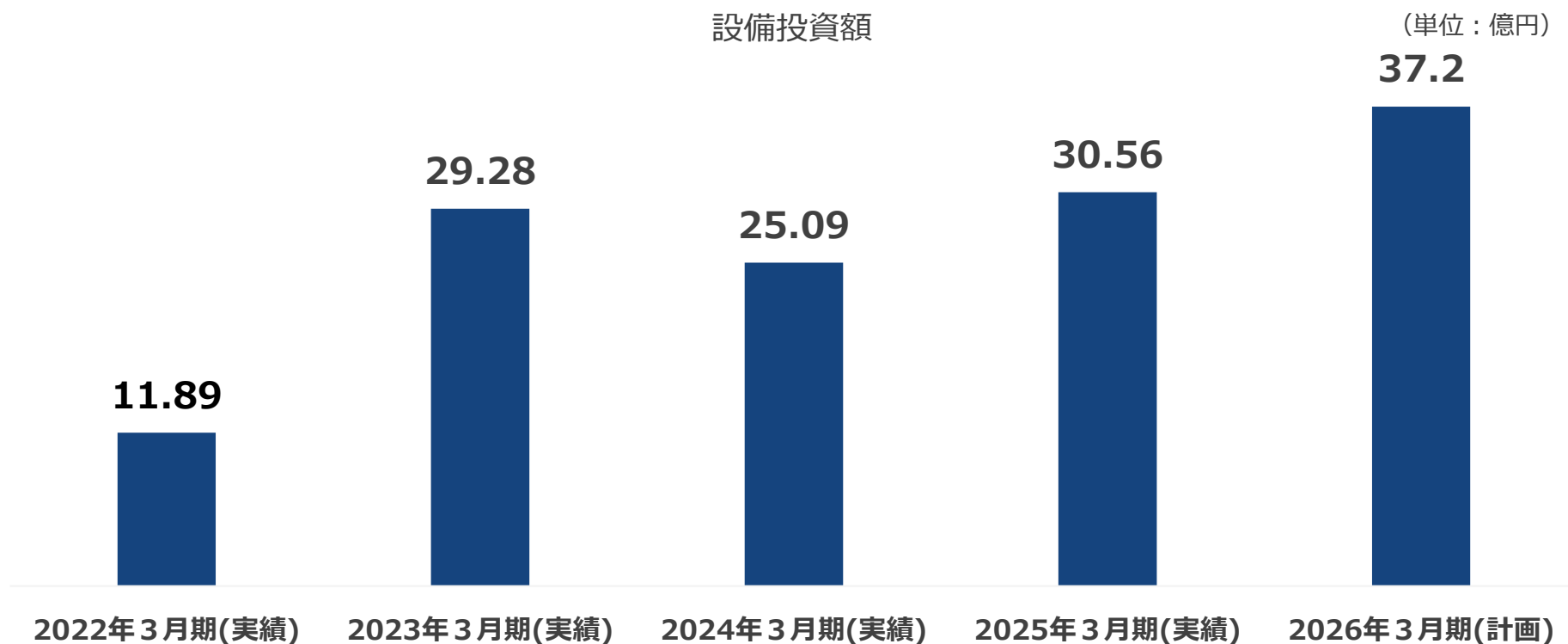
2025年3月期通期(実績)

設備投資：3,056百万円 減価償却費：2,149百万円

出店22店舗、既存店改装25店舗、その他厨房機器更新等

2026年3月期通期(計画)

設備投資：3,720百万円 減価償却費：2,492百万円 出店想定：30～35店舗



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

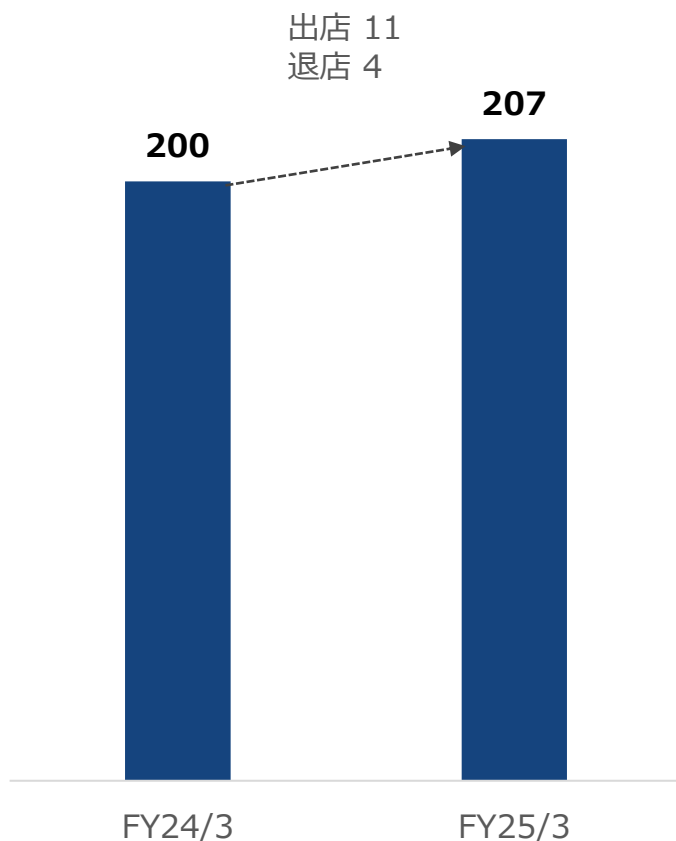
既存の有望業態の強化や、M&Aによる新ブランド
の獲得など、27/3期以降の成長の軸となる
第3のブランド確立に向けた投資

鎌倉パスタ業態における派生業態の強化

計画通り下期に出店を強化し、前年比で7店舗の純増 客数増を中心とした成長を実現

現状の主な立地であるショッピングセンターと異なる立地を試すなど今後のポテンシャル拡大に取り組む

店舗数



新立地（駅高架下）への展開

鎌倉パスタ エル守口店（大阪府守口市） 2025年3月21日オープン

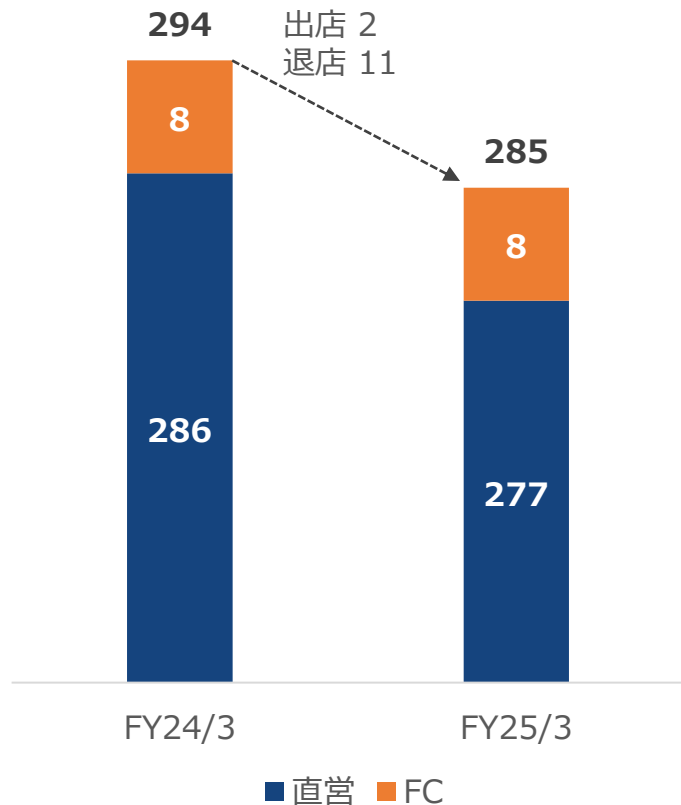


- ✓ 過去の出店はショッピングセンターが主体となっていたのに対し、新しく駅直結の高架下の立地への出店
- ✓ 自社競合（ベーカリーレストラン サンマルク等）の可能性が無く、パン食べ放題業態等に関する制限が無いいため、ベストなメニュー構成での出店が可能
- ✓ フルサービスカフェの朝8時営業開始は近隣では珍しく、モーニングの顧客を獲得
- ✓ 現状はショッピングセンターへの出店と遜色無い滑り出しとなり、今後に期待

サンマルクカフェ関連

引き続きセルフレジ導入や店舗改装等の競争力強化策を行い店舗運営効率の向上に取り組む
また、不採算店舗の整理等は2025年3月期において概ね完了

店舗数



セルフレジの導入や店舗改装による既存店の改善



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



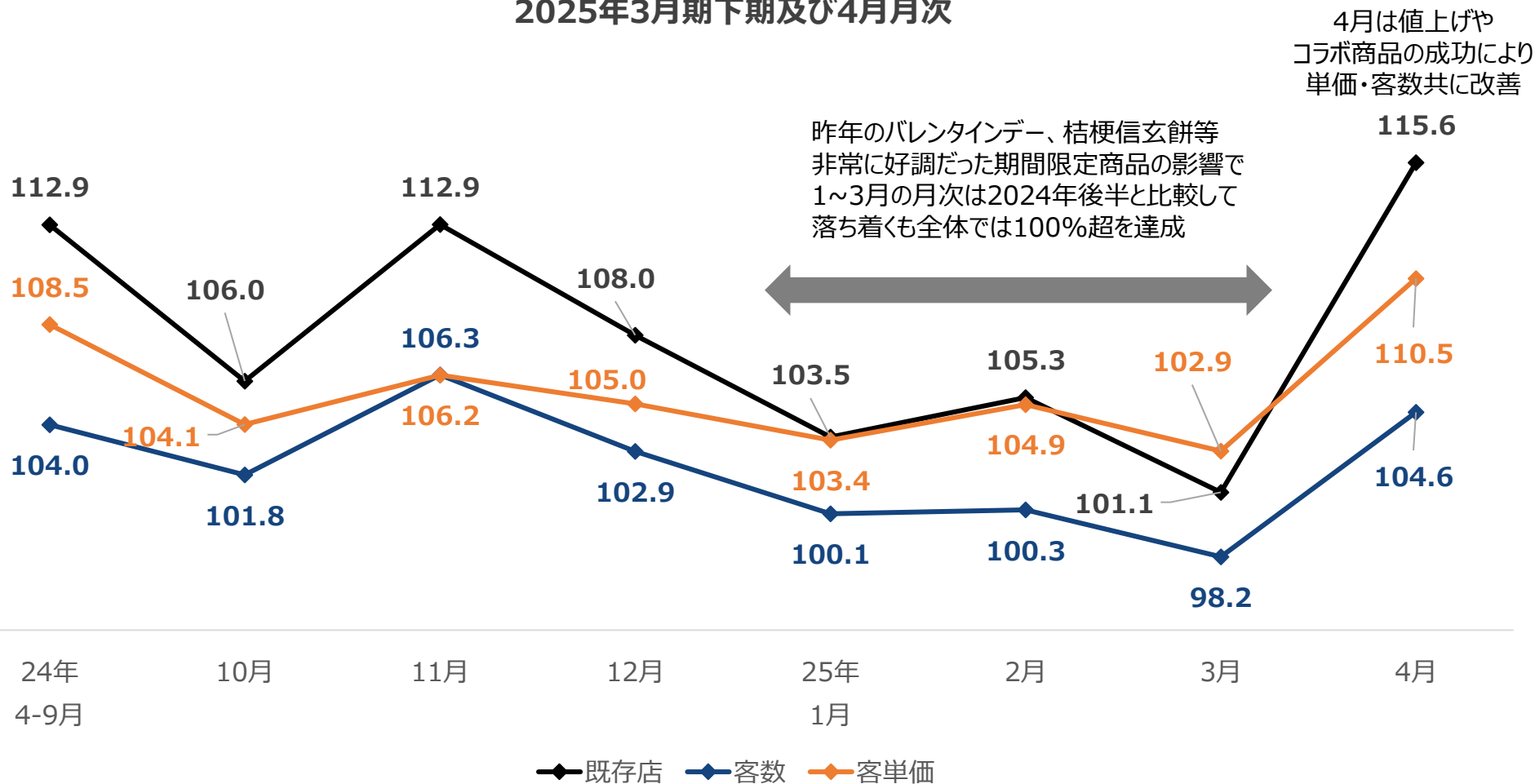
旧喫煙席テーブル席 ⇒ 電源付きカウンター席

- ◆ セルフレジの設置を通して便利でスピーディーな注文・決済体験をお客様に提供
レジ入力・会計作業等を減らして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。業務の生産性の向上により売上高人件費率を抑制
- ◆ 今のお客様のニーズを踏まえた店舗改装を行い、店舗のリブランディングや
改装を機とするマーケティングを行うことで、既存店売上高を改善

サンマルクカフェ関連

プレミアムチョコクロやコラボ商品等の提供により、年間を通じて客数・客単価は堅調に推移
2025年1-3月は比較対象である2024年1-3月が好調だったため落ち着くも、4月は大きく改善

2025年3月期下期及び4月月次



M&Aを通じた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

牛カツ
むと村



牛かつ2業態のPMIの状況

牛かつ2業態の統合作業は概ね完了

キャピタルアロケーションを含めた中長期的な経営戦略は11月に開示を予定

単位: 百万円	2025年 3月期	売上比 (%)	2025年 3月期 第4四半期	売上比 (%)
売上高	70,895	100.0	21,379	100.0
レストラン	44,116	62.2	14,593	68.3
牛かつ業態以外	39,865	56.2	10,342	48.4
牛かつ業態	4,251	6.0	4,251	19.9
喫茶	26,779	37.8	6,786	31.7

✓ PMIの進捗

- 両社とも25年3月末までに大部分の統合を完了
- 事業買収であった牛かつもと村に関しては物流面や経理面をサンマルクグループと共有して取り組む体制を整備
- ジーホールディングス（京都勝牛）は会社側の有していた各機能を活用する形で事業を一旦継続
- 業界のリーディングカンパニーである2社を買収して束ねたことにより、ショッピングセンター等からの牛かつ業態に対する幅広いニーズに柔軟に応えることが可能になり、出店機会を逃さない体制を実現
- 店舗開発に関してサンマルクグループとして動くことで出店の加速を期待



1

2025年3月期通期実績

p.5

2

2026年3月期通期見通し

p.19

3

中期経営計画について

p.25

4

Appendix

p.30

2026年3月期見通し

既存店売上、原価率は前下期の水準が継続する前提での計画

原価率はM&Aした業態の原価率が既存業態より高いため前期より1.7%程度悪化する想定

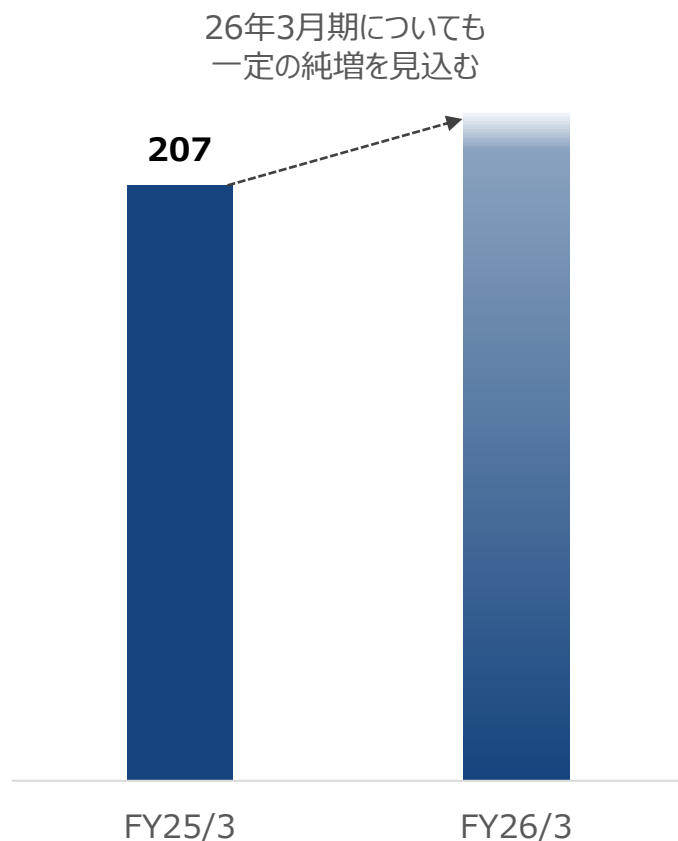
当期純利益は2025年3月期に実施した吸収合併による繰延税金資産の計上が8.2億円純利益の押し上げ要因として同期に含まれていることによる反動により減益見込

(百万円)	2025年3月期			2026年3月期計画		
	上半期実績	下半期実績	通期実績	上半期計画	下半期計画	通期計画
売上高	32,947	37,948	70,895	40,000	41,000	81,000
前年比	+4.6%	+14.8%	+9.8%	+21.4%	+8.0%	+14.3%
のれん等償却前営業利益	1,826	2,362	4,189	2,992	3,692	6,685
前年比	+92.5%	+41.2%	+59.8%	+63.9%	+56.3%	+59.6%
利益率	5.5%	6.2%	5.9%	7.5%	9.0%	8.3%
営業利益	1,826	1,818	3,644	1,900	2,600	4,500
前年比	+92.5%	+8.7%	+39.1%	+4.0%	+43.0%	+23.5%
営業利益率	5.5%	4.8%	4.3%	4.8%	6.3%	5.6%
経常利益	1,980	1,859	3,839	1,800	2,600	4,400
前年比	+85.3%	+10.3%	+39.4%	△9.1%	+39.9%	+14.6%
経常利益率	6.0%	4.9%	5.4%	4.5%	6.3%	5.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,672	868	2,540	800	1,200	2,000
前年比	+222.5%	+92.4%	+162.0%	△52.2%	+38.2%	△21.3%
純利益率	5.1%	2.3%	3.6%	2.0%	2.9%	2.5%

鎌倉パスタ業態における派生業態の強化

鎌倉パスタ業態について、2026年3月期においても継続的な出店に取り組む方針
前期同様出店は下期に多くなる見込

店舗数



派生業態の出店やインバウンド需要を意識した展開



おだしもん 横浜ポルタ店 (4/28 オープン)



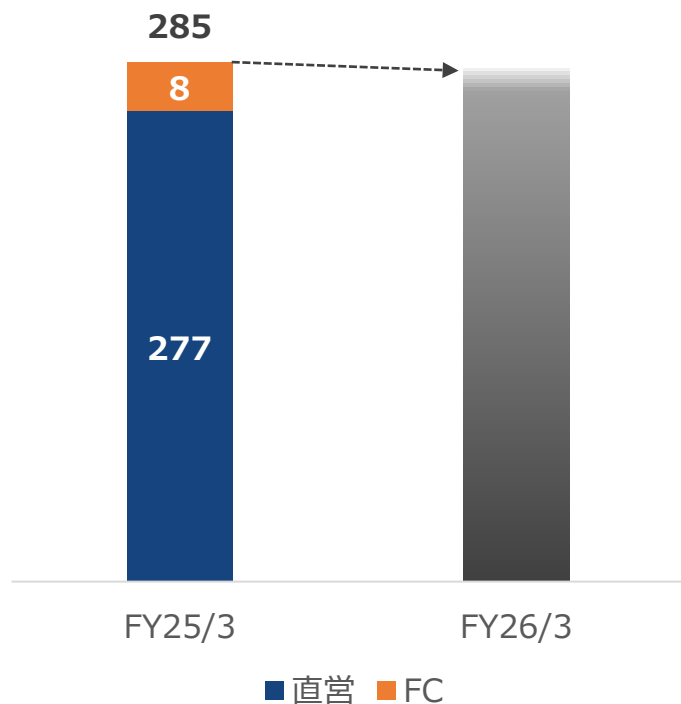
「出汁」をかける
和風要素の強調や
豆腐の食べ放題など
インバウンド需要を意識

既存店強化に加え再出店に向けた体制整備へ

カフェ業態では前期同様新商品やコラボ商品の開発、店舗効率化投資による既存店強化を継続
また、来期以降の店舗数純増に向け、不採算店舗の整理完了と出店体制の構築に取り組む

店舗数

26年3月期において
不採算店舗の整理完了を見込み
27年3月期以降の
純増に向けた体制構築を目指す



桔梗信玄餅などのコラボ商品展開や和を意識した新メニュー開発



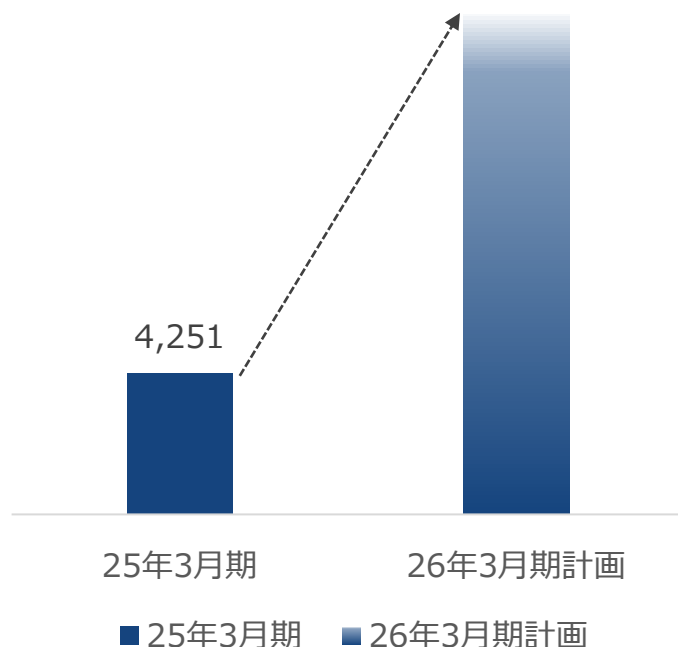
- ✓ 5月16日から昨年大反響をいただいた「桔梗信玄餅」コラボが復活
- ✓ インバウンド需要を意識した「和」を意識したスイーツメニューの開発
- ✓ 店舗効率化投資を継続

牛かつ業態の成長戦略

牛かつ業態は今期より通年で寄与を想定も、初年度のリスクを見込んで保守的に想定
中長期的な成長戦略については11月の中期経営計画更新時に開示を予定

売上高

通期での寄与により100億円超の売上増は見込むが、
買収初年度のリスクを踏まえて保守的に計画には織り込む



万博への出店を通じたブランド強化



国内最大180席の超大型店舗



国内外のVIP向け個室完備



万博テーマに沿った商品開発
(プラントベースメンチカツ膳)



話題性のある飲料提供
(いのち輝くソーダ)

海外事業方針

京都勝牛のフランチャイズを中心に牛かつ業態の海外展開を継続
2026年3月期においては既出店地域に加えて新たに2か国への出店を計画



台湾南港LaLaPort店 (4/25オープン)

2025年3月時点各地域店舗数

	勝牛	もと村
韓国	1店舗	--
台湾	8店舗	2店舗
香港	1店舗	--
タイ	2店舗	--
インドネシア	4店舗	--
フィリピン	2店舗	--
カナダ	1店舗	--
シンガポール	1店舗	--



1

2025年3月期通期実績

p.5

2

2026年3月期通期見通し

p.19

3

中期経営計画について

p.25

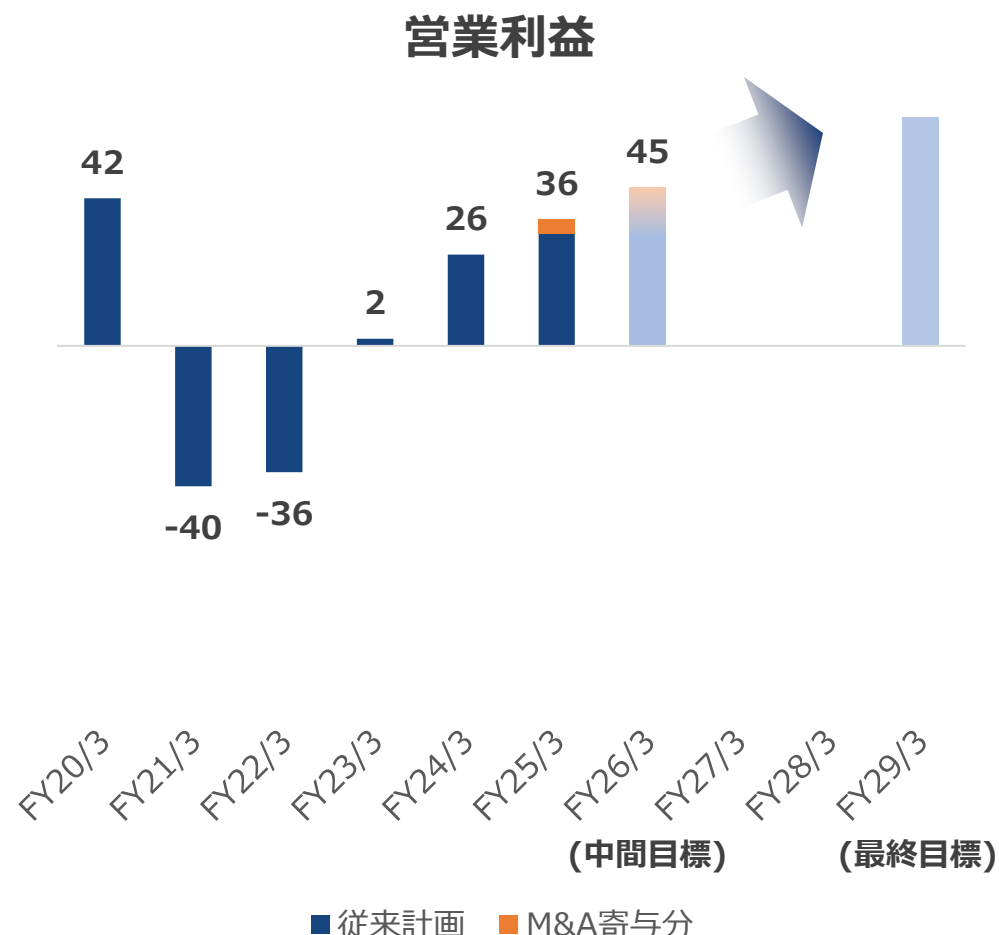
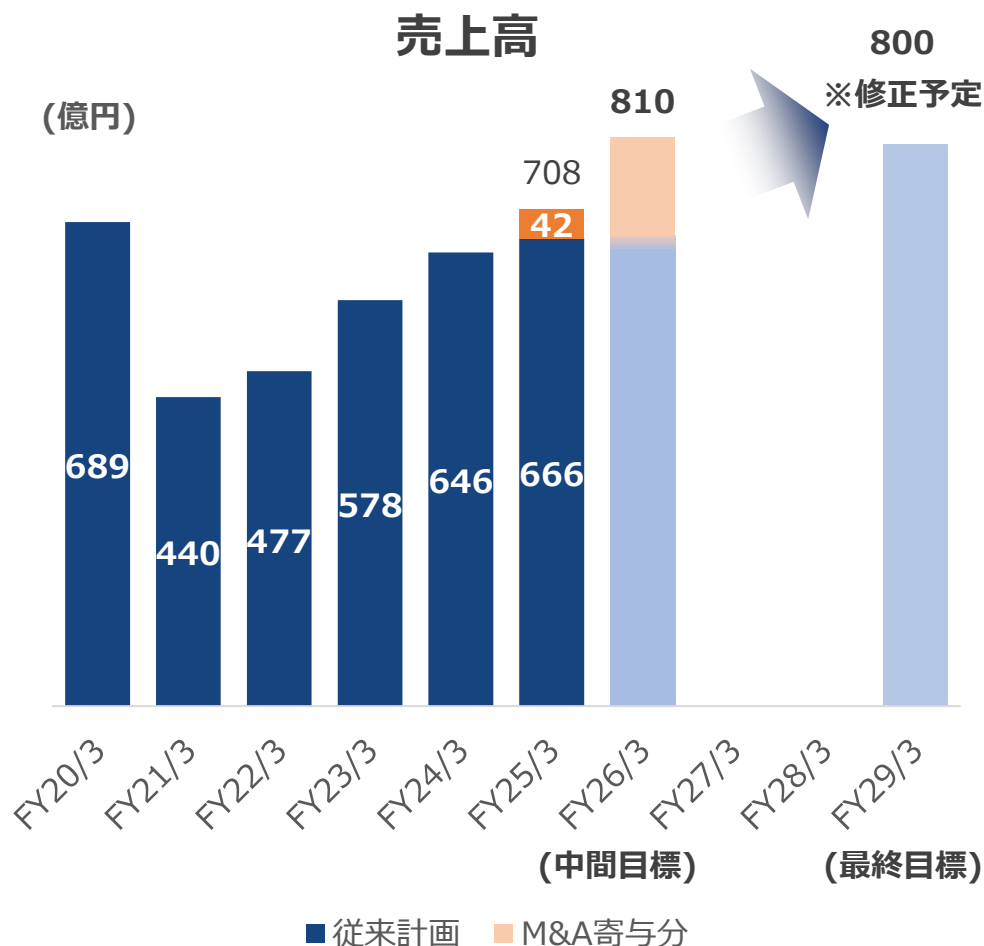
4

Appendix

p.30

進行中の中期経営計画について

今回の買収により進行中の中期経営計画の数値を3年前倒して達成予定
前提の変化を受け、11月に2029年3月期目標の修正を含む中期経営計画の更新を予定



**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**

收益性高



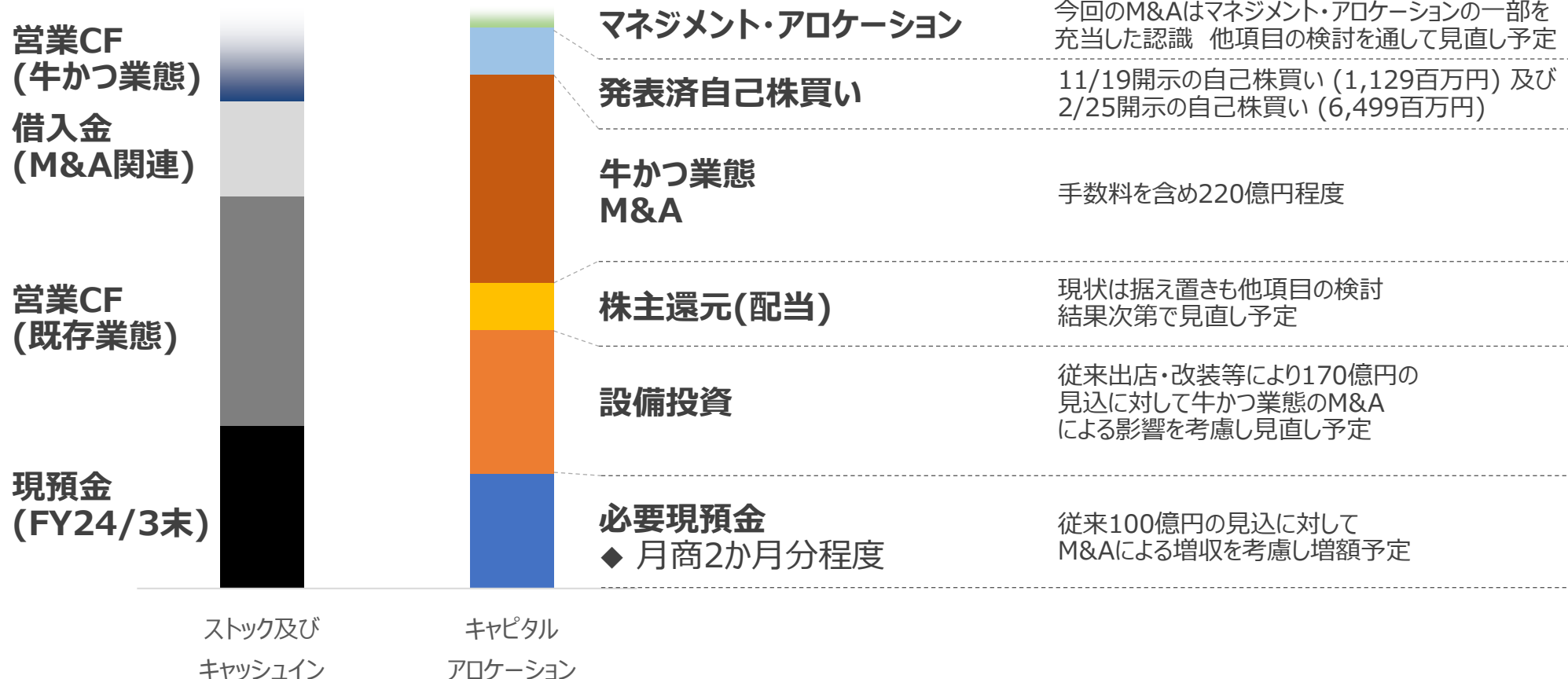
- ① 主カブランド化に向けた収益性の改善
- ② 主カブランド化に向けた規模の拡大
- ③ 次世代ブランド化に向けた収益性の改善
- ④ 主カブランドの種となるような業態のM&A

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
11月の中期経営計画更新時に改めて開示の想定

キャピタルアロケーション (25/3期～29/3期)

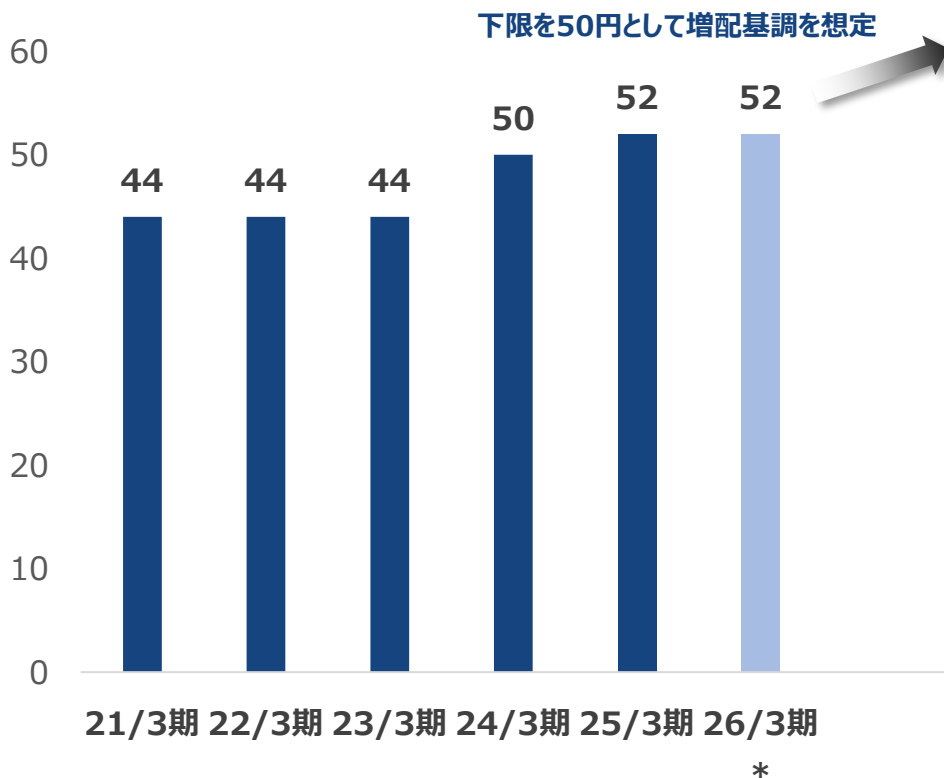
(億円)



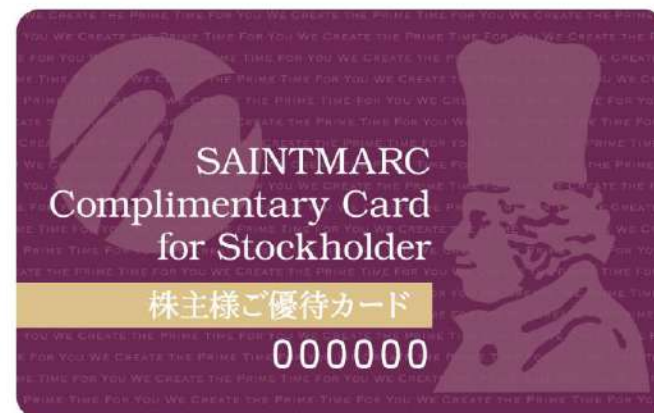
株主還元及び株主優待

株主還元及び株主優待は方針を継続予定

株主還元



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月期通期実績

p.5

2

2026年3月期通期見通し

p.18

3

中期経営計画について

p.25

4

Appendix

p.30

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

2025年3月期業績

全社売上：708億円

全社営利※：36億円

レストラン事業

売上※：441億円 (62%)

利益※：38億円 (63%)

喫茶事業

売上※：267億円 (38%)

利益※：22億円 (37%)

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

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 (一部、店舗数は2025年3月末)



鎌倉パスタ

207店舗



サンマルク

38店舗



牛かつもと村

30店舗 (海外2店舗)

牛カツ 京都勝牛

京都勝牛

82店舗 (海外20店舗)



サンマルクカフェ

285店舗



倉式珈琲店

49店舗

※ 全社費用・調整額は24億円であり、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

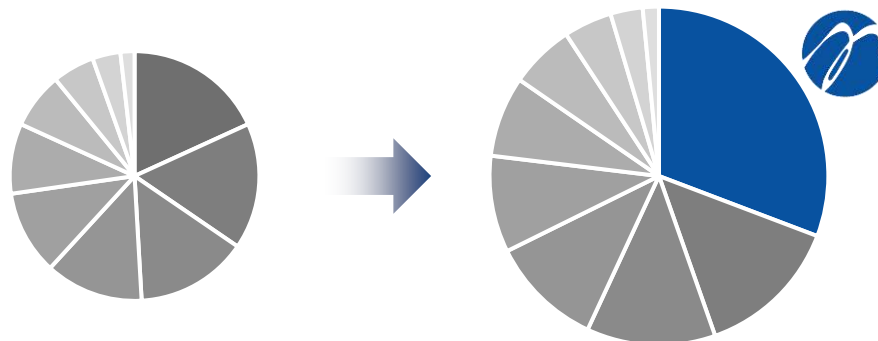


③ 高品質なサービス

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

京都勝牛及び 牛かつもと村

牛カツ 京都 勝牛



2024年にM&Aにより取得

牛かつ市場をリードする
2ブランドを運営

日本の食文化として
国内だけではなく
海外に向けても展開

サンマルクカフェ



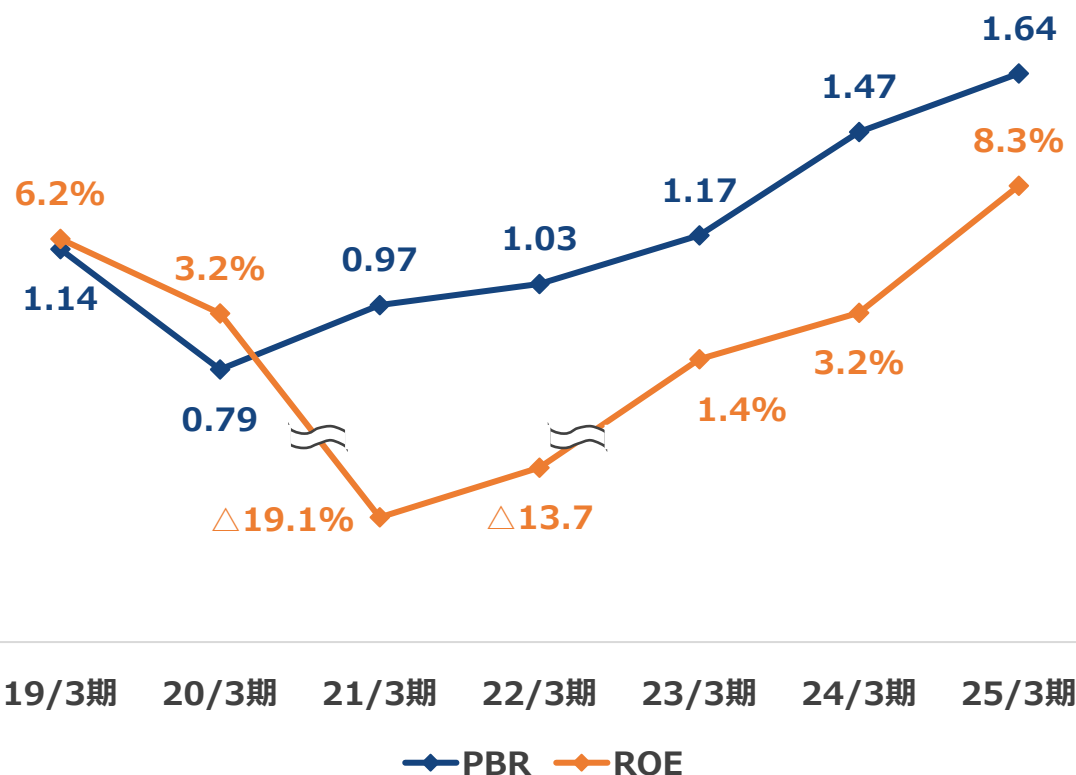
レストラン業態で深めた品質を
中心に据えた『ベーカリーカフェ』

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	6.0%程度	リスクフリーレート	1.5%
		ベータ	0.7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	4.0%程度	株主資本コスト	6.0%
		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（2025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：40件（前期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。