

株式会社サンマルクホールディングス
中期経営計画説明資料

2025年11月18日

証券コード: 3395



中期経営計画の進捗振り返り

24年5月に発表した中期経営計画について、進捗は良好

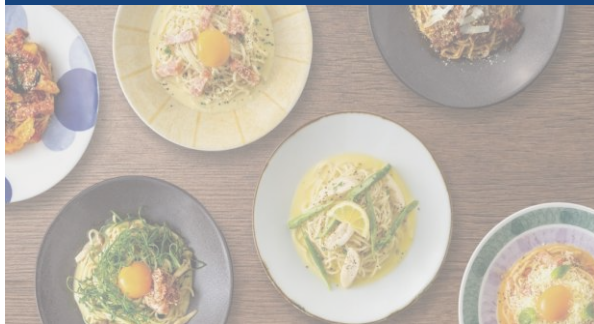
26/3期 中間目標までの重点施策

領域	方針	評価	実績
レストラン業態 (鎌倉パスタ)	「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	○	客数・客単価ともに前年比プラス維持を 継続しながら出店を継続
カフェ業態 (サンマルクカフェ)	「サンマルクカフェ」業態を中心とし た運営効率の改善	○	不採算店の整理を続ける一方、オペ レーションの効率化や、プレミアムチョコク ロなど商品の高付加価値化による価格 戦略が想定以上に推移 店舗の運営効率は十分に改善
M&A業態 (牛カツ)	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	◎	早々に牛カツ業態2社のM&Aを実施 インバウンド向け需要の獲得や海外展 開を期待出来る和の業態であり、 将来の成長ドライバーとして期待

中期経営計画の概要 -施策-

これまでの進捗を踏まえ、2026年3月期下期以降の戦略を見直し

レストラン業態 (鎌倉パスタ)



カフェ業態 (サンマルクカフェ)



牛カツ業態 (旧M&A)



従来方針

継続出店及び
派生業態の展開



新方針

従来方針を継続

運営効率の改善



出店再開・店舗純増
による成長

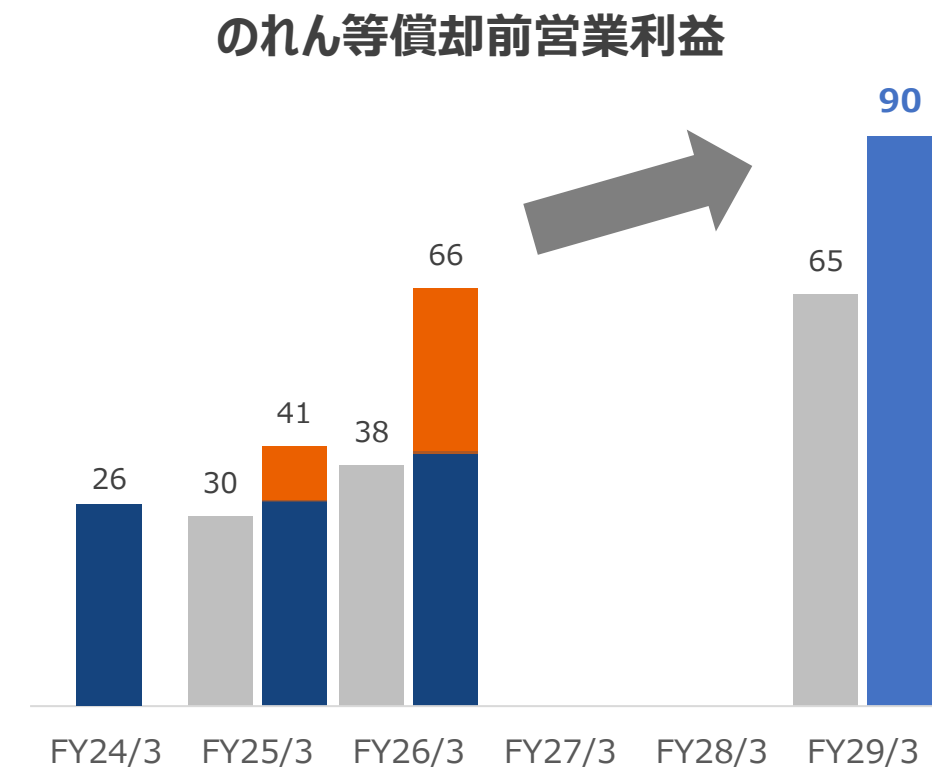
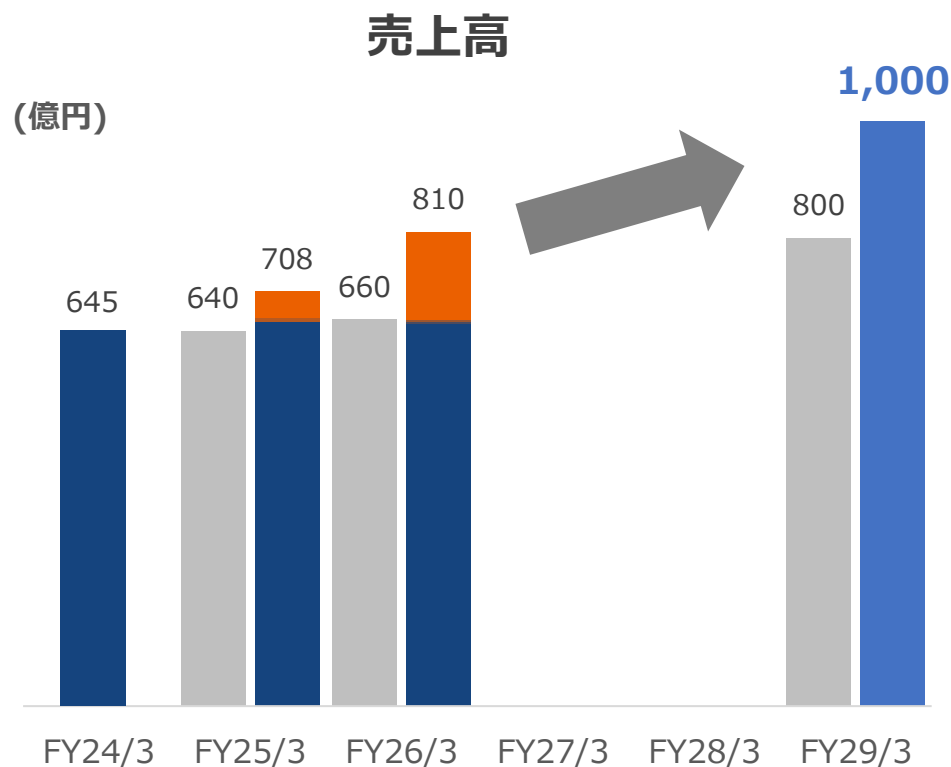
既存の有望業態の強化
M&Aによる新ブランドの獲得



国内外における
牛カツ業態の成長加速
(M & Aの検討は継続)

中期経営計画目標値の修正

牛カツ業態のM&A及び既存事業の進捗を踏まえて中期経営計画の目標を上方修正
また、M&Aに伴い利益目標を営業利益からのれん等償却前営業利益に変更

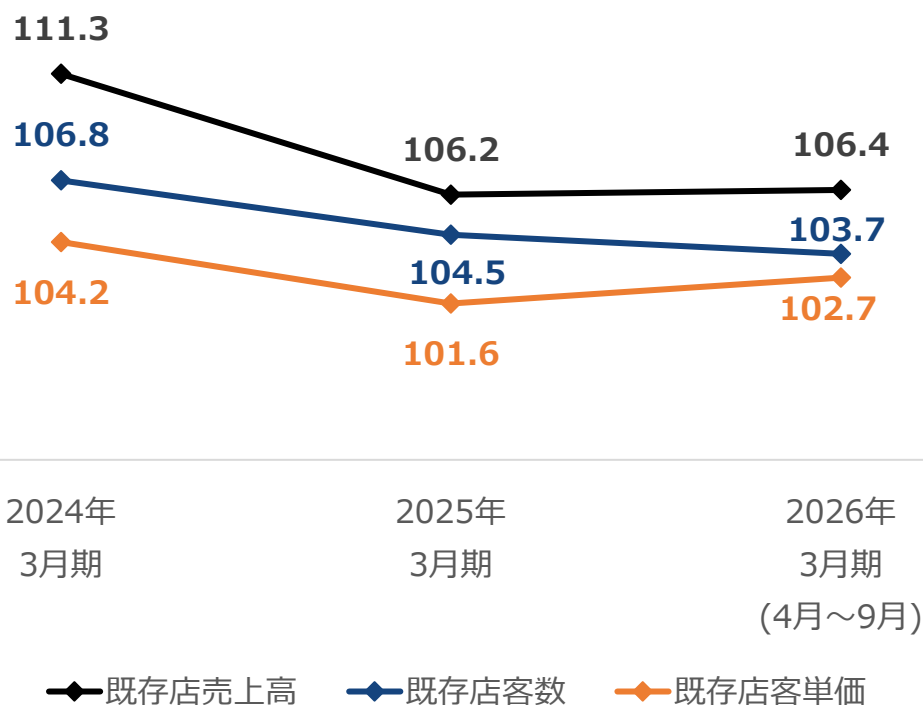


■ 従来計画 ■ 実績 (既存事業) ■ 実績 (M&A) ■ 新計画

■ 従来計画 ■ 実績 (既存事業) ■ 実績 (M&A及びのれん等償却) ■ 新計画

鎌倉パスタ業態における成長の継続

鎌倉パスタ業態は既存店客数、既存店客単価ともに前年比でプラスを維持と健全な成長
引き続き各種PR施策や出店を通じた成長を継続



業態



状況及び見通し

- 主力業態として引き続き安定した出店を実施
- 創業から20年経過したこともあり、リ・ブランディングを通じた本質的な価値向上・他社との差別化を目指す



- 鎌倉パスタ業態よりも健康志向に充てた業態で、女性顧客が鎌倉パスタよりも多い
- 鎌倉パスタと比較し10～15%程度高い客単価を実現
- アイドルタイムの喫茶に加え、近年、活発化してきた「モーニング需要」にも対応した業態開発と出店を行う

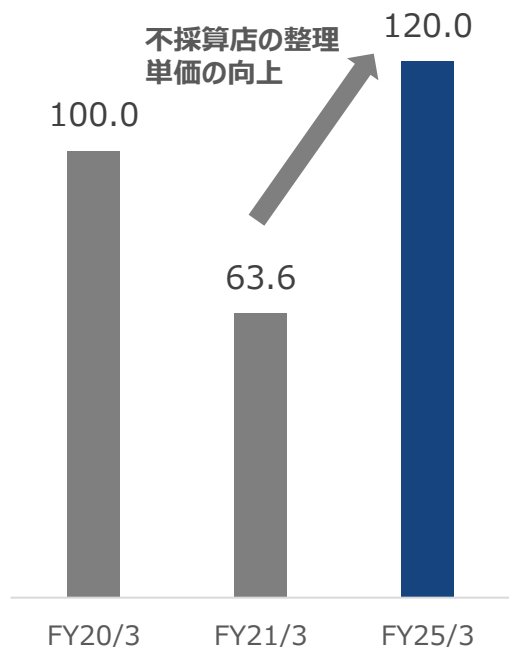
てっぱんのスパゲッティ
TEPPAN SPAGHETTI

- 鎌倉パスタ業態ではカバーしていない小規模店舗（25坪程度）での出店が可能
- 小坪オフィス立地に加え、フードコートへの出店対応を実施し、既に数店舗の出店を実施

サンマルクカフェにおける出店継続

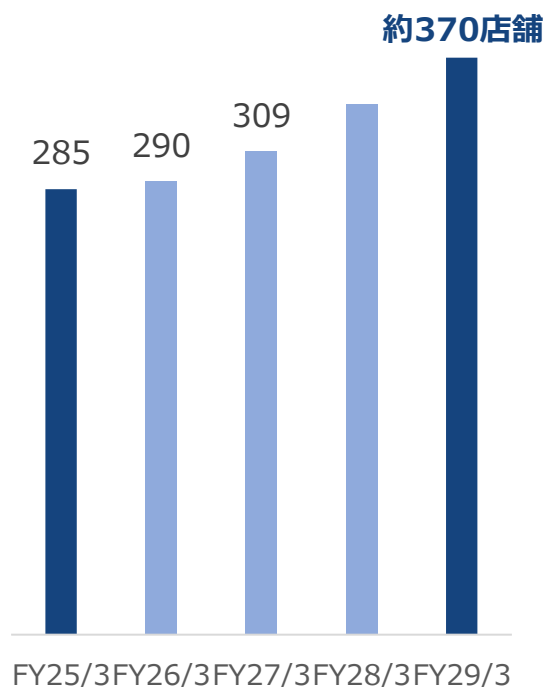
不採算店の整理及び店舗の生産性改善が一定進んだことを背景に、2026年3月期より出店を再開
2029年3月期段階で370店舗を目指す

1店舗当たり平均月商
(FY20/3を100とする)



1店舗あたりの売上高は
コロナ前と比べても大きく改善

店舗数の見通し



当期より店舗の再拡大フェーズへ



サンマルクカフェ本町信濃橋店 (大阪)

6年8か月ぶりに直営店の路面店を出店

牛カツ業態と連携することで
効率的な店舗開発に繋げる

国内事業方針

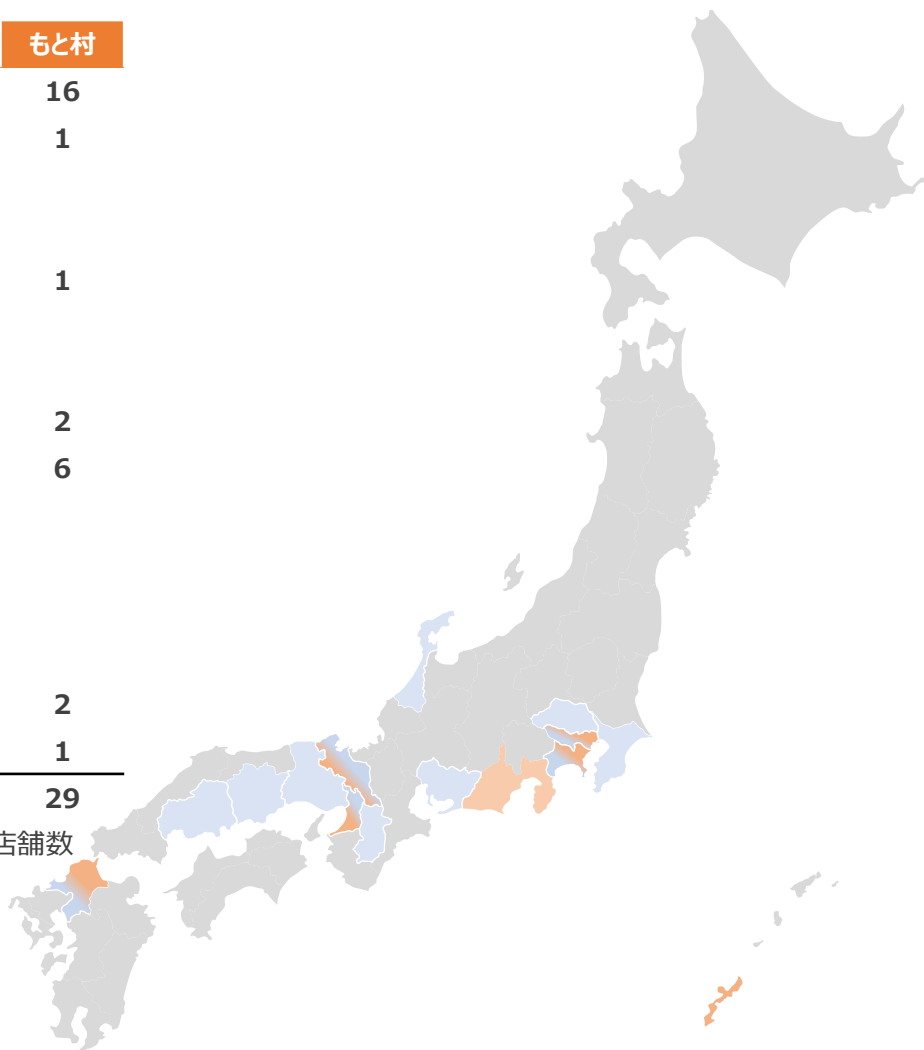
国内市場においては概算で150~200店舗程度の出店が可能な想定
2社のグループイン後は継続的な出店を通じて売上及び市場シェアの拡大を目指す

	京都勝牛	もと村
東京都	15	16
神奈川県	5	1
埼玉県	1	
千葉県	5	
静岡県		1
愛知県	6	
石川県	1	
京都府	10	2
大阪府	10	6
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	63	29

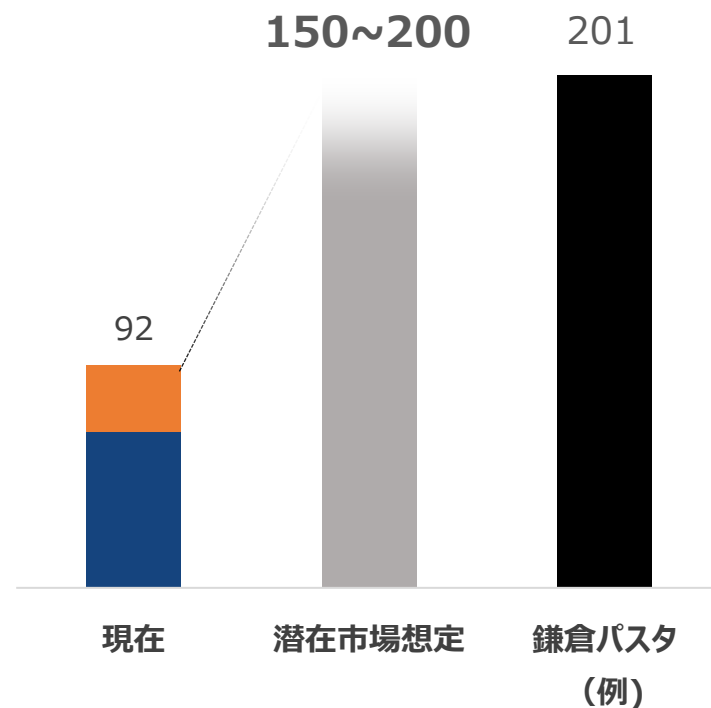
※2025年9月時点各地域店舗数

勝牛出店エリア

もと村出店エリア



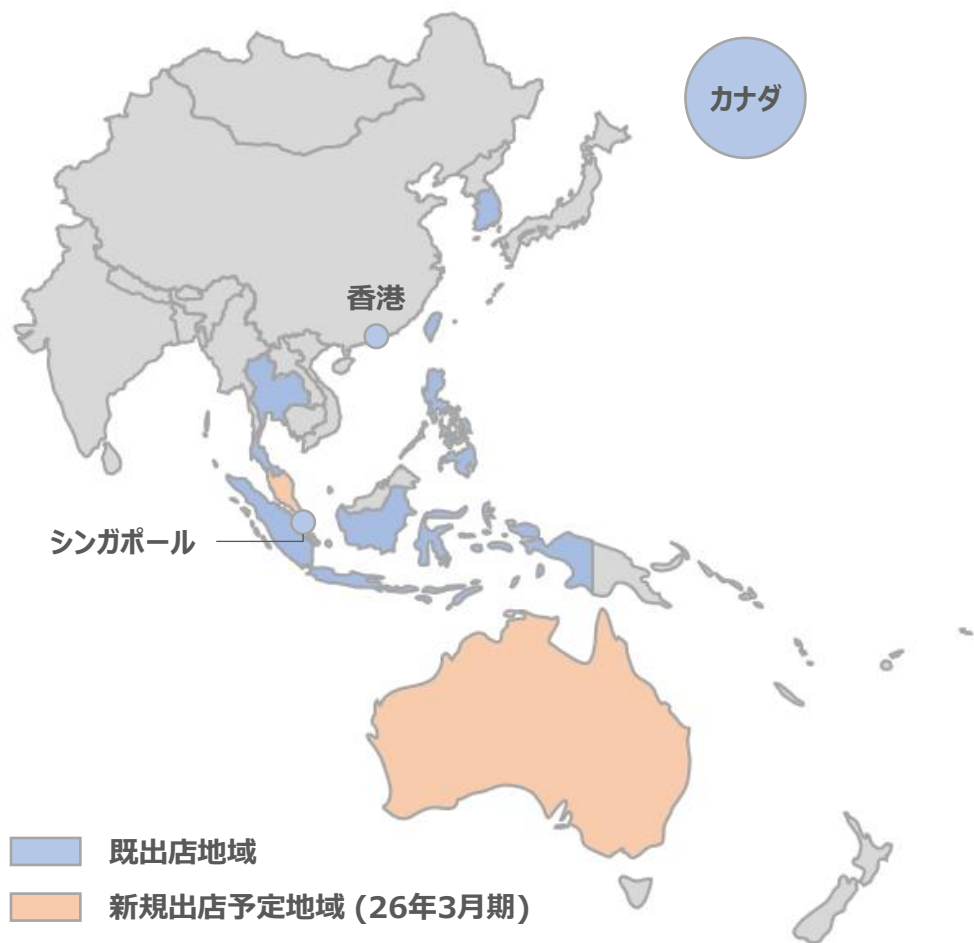
牛カツ業態の潜在市場想定



	牛カツ業態	パスタ業態
客単価	約2,000円	約1,500円

海外事業方針

京都勝牛のフランチャイズを中心に牛カツ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

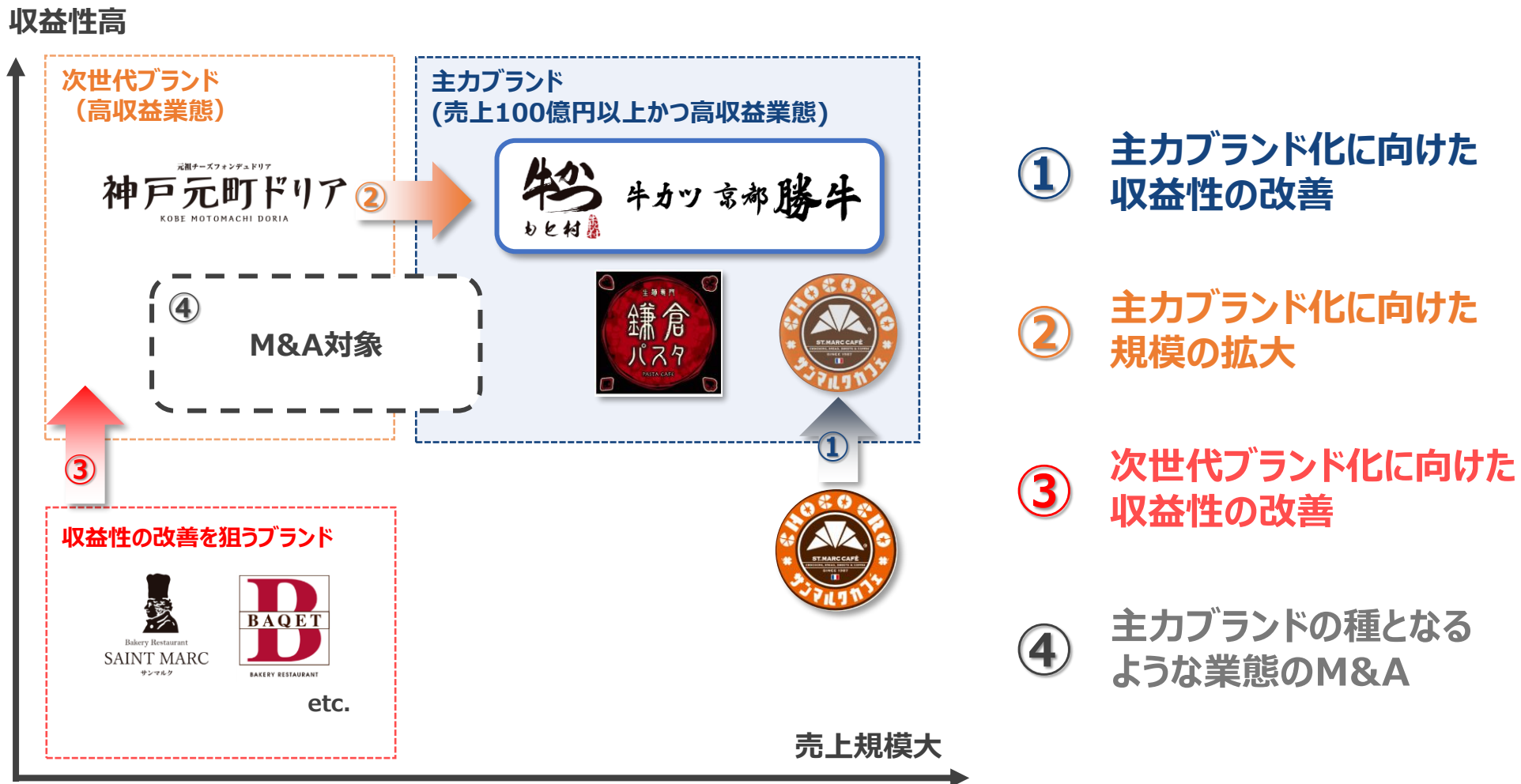


シンガポール One Holland Village店(8/22オープン)

海外店舗一覧	京都勝牛	もと村
韓国	1店舗	—
台湾	9店舗	2店舗
香港	1店舗	—
タイ	3店舗	—
インドネシア	6店舗	—
フィリピン	2店舗	—
カナダ	1店舗	—
シンガポール	2店舗	—
オーストラリア※	1店舗	—

M&Aに関する方針

牛カツ業態のグループインにより主カブランドが1業態追加
引き続きM&Aによる業態拡大も狙う



29/3期に向けたキャピタルアロケーションの見直しについて

牛カツ業態のM&Aを通してキャピタルアロケーションを見直し
追加のM&A案件があった場合は借入による実施を想定

キャピタルアロケーション (25/3期～29/3期)

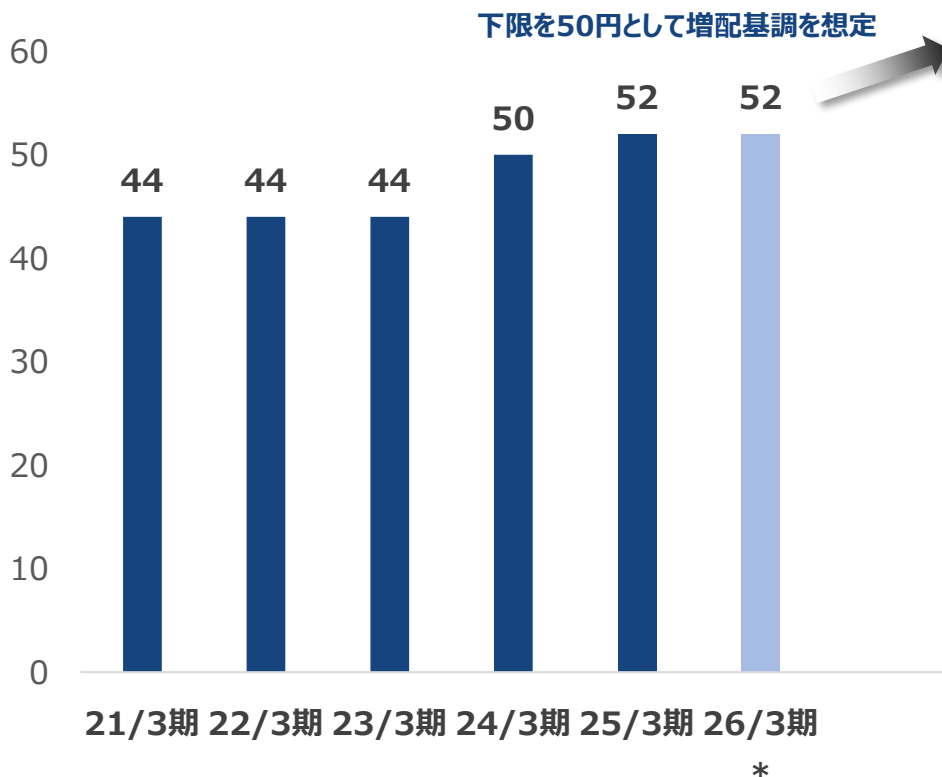
(億円)



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/>



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。