

札幌IR個人投資家向け会社説明会 株式会社伸和ホールディングス

2026年5月29日

名古屋証券取引所ネクスト

札幌証券取引所アンビシャス

証券コード：7118



目 次

1. 当社の概要	2 頁
2. 当社の特徴・強み	16頁
3. 成長戦略	26頁
4. 株主優待制度	33頁

1. 当社の概要

会社概要

- 自己紹介、会社概要、沿革について

飲食事業の業態説明

- 飲食事業の主力業態について

物販事業の業態説明

- 物販事業の主力業態について

連結業績の推移

- 連結業績について
- 主要なKPIについて
- 飲食事業・物販事業の売上高推移について

株式会社伸和ホールディングス

代表取締役社長 佐々木稔之（ささき としゆき）

< 経歴 >

- 1995年 3月 日本大学農獣医学部卒業
- 1995年 4月 株式会社伊藤忠フーズ入社
- 2004年 5月 有限会社伸和 代表取締役就任
- 2004年10月 有限会社ベストフーズ設立 代表取締役就任
- 2006年 8月 株式会社伸和（現当社）設立 代表取締役社長就任（現任）
- 2008年 3月 株式会社エイチビーフーズ代表取締役就任
- 2014年 2月 株式会社エスティコーポレーション設立 代表取締役就任（現任）
- 2015年 1月 「北の起業家表彰」において優秀賞を受賞
- 2017年 2月 株式会社S T T設立 代表取締役就任（現任）
- 2018年 2月 日露交流促進官民連絡会議 委員就任（2018年、総理官邸にて会議出席）
- 2018年12月 経済産業省より、「地域未来牽引企業」に選定
- 2023年 1月 東京証券取引所TOKYO PRO Marketに株式上場
- 2024年10月 札幌証券取引所アンビシャスに株式上場
- 2026年 5月 名古屋証券取引所ネクスト市場に重複上場

会社概要

当社グループは北海道を中心に、「生つくね」「塩ザンギ（鶏の唐揚げ）」等を主力商品とした居酒屋チェーン(飲食事業：外食事業)、惣菜店チェーン(物販事業：中食事業)の運営及び冷凍食品の卸売り販売（卸売事業：内食事業）を行っております。

社名	株式会社 伸和ホールディングス
設立	2006年 8 月
代表者	代表取締役社長 佐々木 稔之
本社	北海道札幌市西区
資本金	52百万円(2026年 3 月末)
業績	売上高 6,699百万円 (2026年3月期) 当期純利益 136百万円 (2026年3月期)
従業員	143名(2026年 3 月期) (パート・アルバイトを除く)
事業内容	飲食店・惣菜店の経営 冷凍食品の企画・販売事業
コーポレート スローガン	食を通じてあふれる感動

北海道

飲食**41**店舗
物販**74**店舗

青森

物販**2**店舗

埼玉・東京

飲食**2**店舗
物販**1**店舗

合計**120**店舗

(2026年 3 月末現在)



■ 企業理念

魅力的な北海道の食を通じてお客様に
あふれる感動をお届けする

■ コーポレートスローガン

食を通じてあふれる感動

コーポレートスローガンのもと、事業活動に取り組み、企業価値を高めつつ業績の向上に努め、お客様、株主様、お取引先様、従業員、全てのステークホルダーから信頼をいただける企業になることを目標として経営しております。

- 2004年 5月 冷凍食品の卸売事業を行うべく創業
- 2005年 5月 飲食事業として「炭火居酒屋 炎 西町店」 オープン
- 2006年 8月 株式会社伸和ホールディングスを設立
- 2007年 2月 自社工場を岩見沢市に設立
- 2008年 7月 飲食事業として「牛乃家 本店」 オープン
- 2008年11月 物販事業として「美唄焼鳥・惣菜 炎 東札幌店」 オープン
- 2015年 1月 「北の起業家表彰」において優秀賞を受賞
- 2018年12月 経済産業省より、「地域未来牽引企業」に選定
- 2020年 7月 飲食事業として「ヒンナヒンナキッチン 炎 ウポポイ店」 オープン
- 2021年 4月 物販事業として「レッツゴーカレー アリオ店」 オープン
- 2022年 5月 岩見沢工場を移転し、生産能力を3倍に増強
- 2022年 6月 飲食事業として「生ソーセージバル レッカー ル・トロワ店」 オープン
- 2023年 1月 東京証券取引所 TOKYO PRO Marketに株式上場
- 2024年10月 札幌証券取引所 アンビシャスに株式上場
- 2026年 5月 名古屋証券取引所 ネクスト市場に株式上場

飲食（外食）事業の業態は、以下の通りです。

（飲食事業の主力業態）



飲食（外食）事業ブランドの概要は、以下の通りです。

ブランド	店舗数	特徴・コンセプト
	36	自社工場（セントラルキッチン）で製造された商品の「生つくね」を主力商品として、北海道美唄市の名物である美唄焼き鳥等、地産地消をコンセプトに北海道の新鮮な食材を用いた焼き鳥・海鮮等120種類の居酒屋メニューを提供しております。当業態で取り扱う主力商品である「生つくね」や各種焼き鳥の製造に用いる食材は、物流を効率化することにより、お求めやすい価格で鮮度の高い商品の提供に努めております。
	2	職人が毎日手切りする新鮮な本格ホルモンを中心に提供する焼肉専門業態です。ホルモンを中心に提供しているため、お求めやすい価格で焼肉を提供できる店舗として運営しております。
	4	ドイツ語で「美味しい」を意味する「レッカー」を店舗名とし、「生ソーセージ」を中心にハム、ソーセージ、ハンバーグ等を提供しております。自社工場（セントラルキッチン）で製造した新鮮な挽肉と本場ドイツのスパイスを使用して作られた「生ソーセージ」等と一緒にお酒を楽しむことができる店舗として運営しております。
	1	名物の鴨カレーを中心とした、1879年の創業から変わらない味を今に伝える洋食レストランであります。北海道産の厳選素材を使用した料理と一緒にお酒を楽しむことができる店舗として運営しております。

飲食（外食）事業

物販事業の業態説明

物販（中食）事業の業態は、以下の通りです。

（物販事業の主力業態）



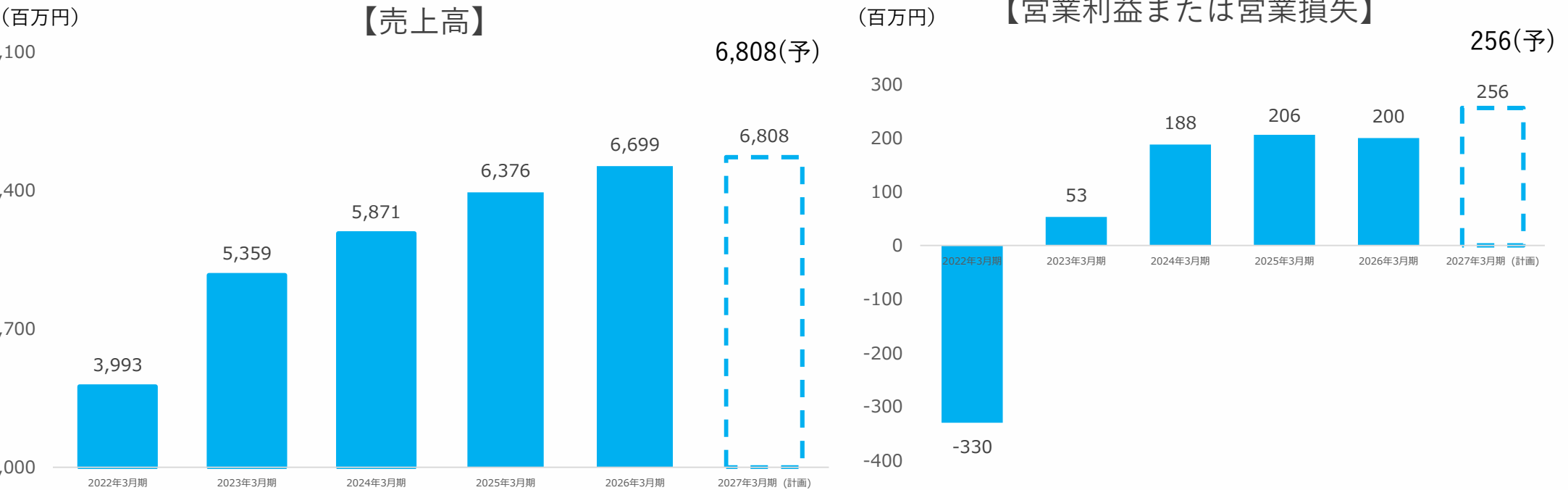
物販事業の業態説明

物販（中食）事業ブランドの概要は、以下の通りです。

ブランド	店舗数	特徴・コンセプト
	55	当社グループオリジナルの製法で調理した「塩ザンギ」を主力商品として、焼き鳥や串等の惣菜を提供するお持ち帰り専門店です。「塩ザンギ」は、自社工場（セントラルキッチン）で仕込みをした後、各店で調理し、揚げたてを提供しております。一方、その他焼き鳥等の串は、自社工場（セントラルキッチン）で調理したものや商社から仕入れたものを販売しております。
	6	「美唄焼鳥・惣菜 炎」と併設して、たこ焼きや焼きそばを販売しております。
	2	特製鶏ガラスープを使用したフードコート型ラーメン業態です。
	8	「ウマイ！ハヤイ！カレーイ！」をコンセプトにしたフードコート型カレー業態であります。刺激的なスパイスに加えて、しびれる辛さを1段階～20段階まで選ぶことができ、辛さの限界に挑戦できるカレーメニューとなっております。
	6	「美唄焼鳥・惣菜 炎」と併設して、たこ焼き、たい焼き、ソフトクリーム等を販売するフードコート型甘味処業態です。

物販
(中食)
事業

新型コロナウイルス感染症の発生により、2022年3月期においては営業損失となりましたが、その後、業績は順調に推移しております。



【店舗数】

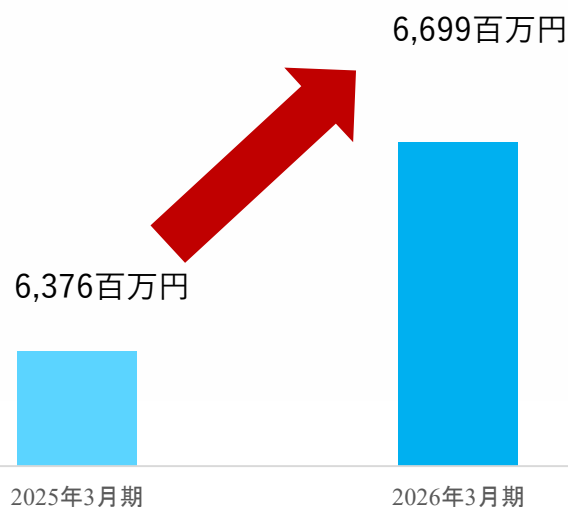
2022年3月期以降における飲食、物販事業の店舗数は下記のとおりです。
飲食事業の店舗は、コロナ禍において退店店舗が発生し、その後、2026年3月期までに2店舗が増加しております。物販事業の店舗は、コロナ禍においても店舗数を増加させ、2027年3月期以降においても、飲食、物販事業の店舗数は共に増加させる計画となっております。

	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期	2027年3月期 計画
飲食事業	42	40	41	41	43	47
物販事業	62	65	66	73	77	83
合 計	104	105	107	114	120	130

既存店舗の集客が堅調に推移したこと及び店舗の新規出店により、連結売上高は2025年3月期よりも増加。2026年3月期におけるセグメント別の「既存店売上高」は、飲食事業の店舗は前期比166百万円、物販事業の店舗は前期比28百万円の増加となっております。

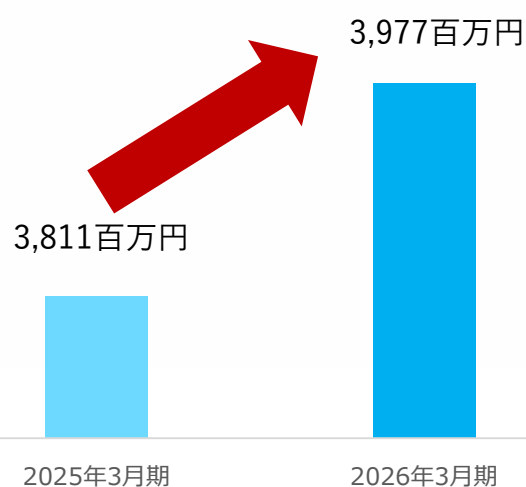
連結売上高

+323百万円
+5.1%



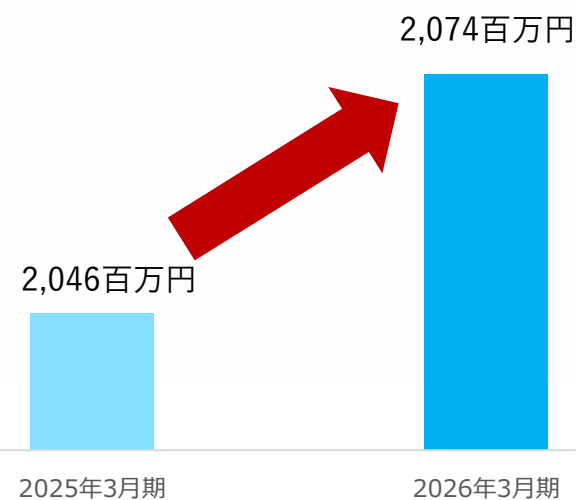
飲食事業 既存店売上高

+166百万円
+4.3%



物販事業 既存店売上高

+28百万円
+1.3%

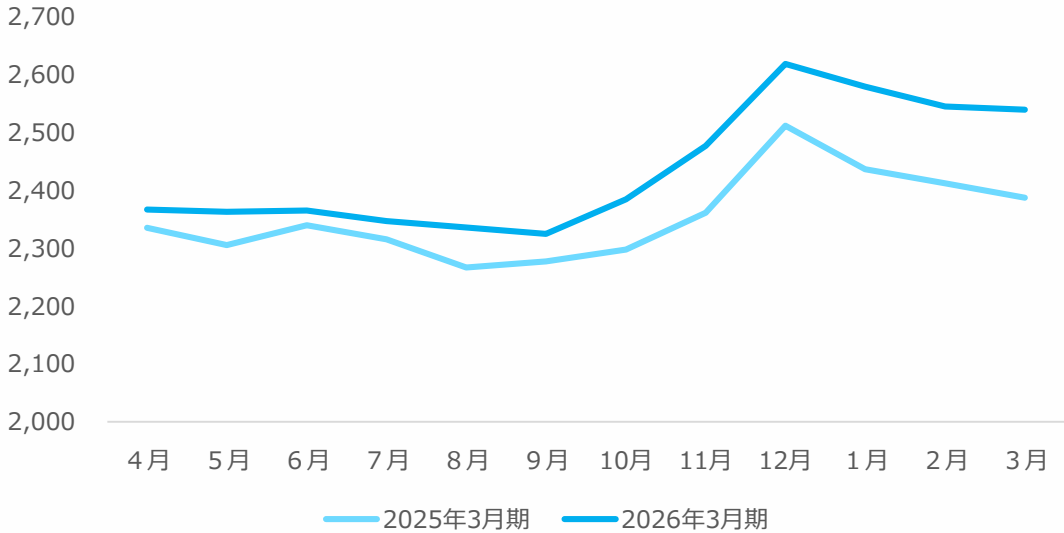


(注) 既存店とは、2024年3月期以前から営業を継続している店舗

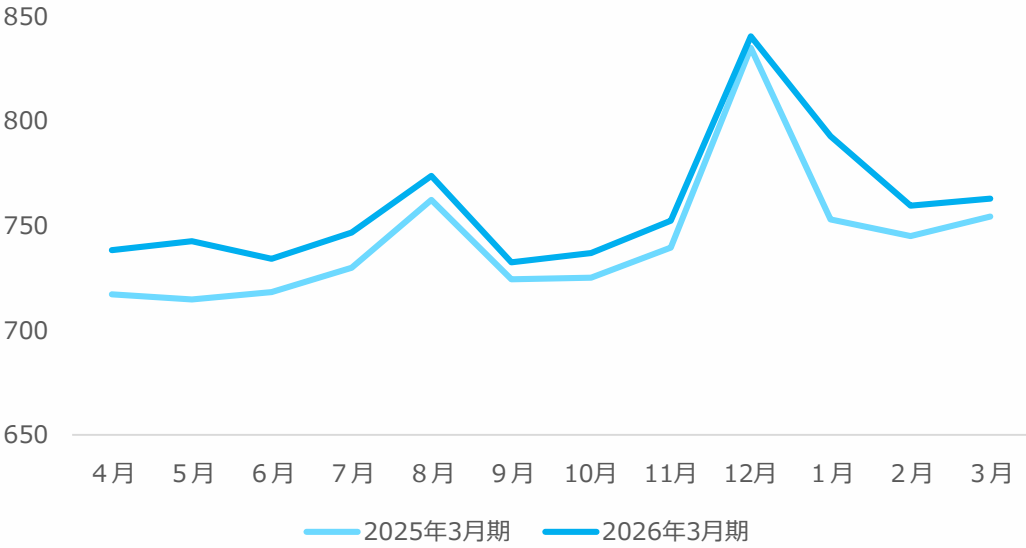
・ 既存店舗におけるお客様単価の推移

飲食事業及び物販事業における既存店舗の客単価の推移は、以下のとおりであります。両事業ともに、メニューや商品の値上げ効果により、お客様単価が上昇となっております。

飲食事業客単価



物販事業客単価



飲食店客単価	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10月	11月	12月	1 月	2 月	3 月	年平均客単価
2025年3月期	2,335	2,306	2,340	2,315	2,267	2,277	2,298	2,361	2,511	2,436	2,412	2,387	2,355
2026年3月期	2,367	2,363	2,365	2,347	2,336	2,325	2,385	2,477	2,619	2,579	2,545	2,539	2,437

物販店客単価	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10月	11月	12月	1 月	2 月	3 月	年平均客単価
2025年3月期	717	715	718	730	762	724	725	740	835	753	745	754	743
2026年3月期	738	743	734	747	774	732	737	752	841	793	759	763	759

厳選もつを買い付け、
仕込む。
じっくり煮込んで
仕上げる。

厳選
もつ使用

ぐつぐつとじっくり煮込む
ことで、もつの脂、野菜の
旨み、白味噌のまろやかさ
が三位一体となる。
ビールや日本酒、ワインとの
相性抜群で、ご飯や麺など
食事にも合う!!

北海道
炭火居酒屋 炎の新定番
もつ煮

大満足!!

つゆだく
もつ煮丼 **490円**
(税込539円)
大盛り **690円** (税込759円)

おすすめ

新名物
自家製
もつ煮込み **390円**
(税込429円)
お得 大盛り **590円**
(税込649円)

道民の
味噌
北海道産米・大豆
100%使用

平
つくね
天
新名物

北海道産

手仕込み
(一枚) **290円**
(税込319円)

つくね平天

北海道
新名物
つくね平天



つくね平天のこだわり

炭火居酒屋 炎のつくね平天は生つくねを原料とし、
北海道産の鶏肉を使用、60年の歴史ある製法を
学び、弾力がある食感と素材の味を生かした
甘味と塩気の塩梅を是非一度お試しください。

職人の想い

原料にこだわり、製法にこだわり、細部に心を配ら
せる一品となるつくね平天の決め手はやはり職人の
想いをのせた手仕事。
一枚一枚丁寧に成形し、お客様の口へ運ばれる瞬間
に想いをはせながら仕上げています。



2. 当社の特徴・強み

飲食事業、物販事業、冷凍食品（卸売）事業を展開

- ターゲット顧客、出店ロケーションが異なる外食事業と中食事業及び冷凍食品（卸売）事業を主力として展開することで、柔軟な店舗展開が可能
- 飲食・物販・卸売事業の商品共通化で仕入れのスケールメリットを実現

地産地消、一気通貫ビジネスモデル

- 地産地消モデルに実績と強み
- 地元顧客を獲得し、地域に根付いた店舗を運営
- 自社工場における生産方式の取り組み

居抜き店舗活用とドミナント出店による効率的店舗運営

- 同一エリアに集中出店することで、経営の効率化
- 多ブランド展開により好立地に隣接して複数店舗を出店可能

当社グループは、飲食事業と物販事業を展開しております。これらの店舗では、提携養鶏場から調達した鶏肉を用いて、主力商品である「生つくね」、「塩ザンギ」を自社工場で製造しております。

飲食事業及び物販事業の店舗で自社製の主力商品を販売することにより、大幅なコストカットを実現しており、お客様に安心、安全でよりよい商品を提供しております。

冷凍食品（卸売）事業では、当社店舗で提供しているメニューを商品化することにより、お店の味である「炎ブランド」商品をご家庭でも楽しめるよう事業展開しております。

外食市場

炭火居酒屋 炎
SUMIBI IZAKAYA EN

岩見沢精肉卸直営
ホルモン一頭買い
牛乃家



内食市場



中食市場

美唄焼鳥
物販
炎

冷凍食品（卸売）事業の強化

冷凍食品の企画・販売強化することにより、食の全業態（外食・中食・内食）をカバーして販売機会を確保していきます。

全国生協・通信販売・コンビニ等の小売店舗

自社ブランドの冷凍食品等を開発・販売しております。



卸売事業

商品企画販売 商品化

お店の味をご家庭に！！

飲食事業

顧客ニーズヒアリング

物販事業

顧客ニーズヒアリング

○主力商品である「生つくね」「塩ザンギ」の供給を支える提携養鶏場からの調達



安定調達

道内 4 箇所の養鶏場と提携



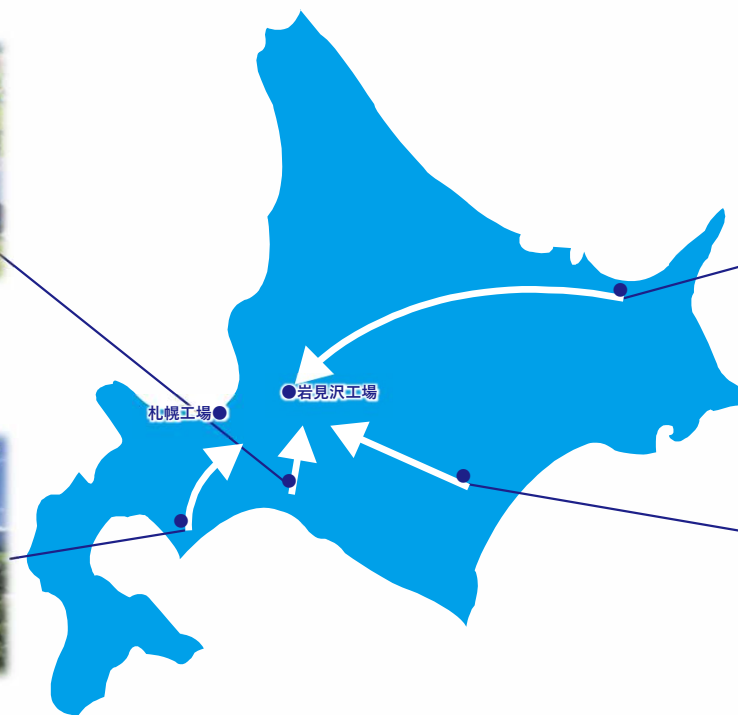
【厚真町】



【網走管内】



【伊達市】



【十勝中札内】

養鶏場からの
原料調達



自社工場での
製造



効率的な物流



自社店舗での
販売

大量生産

コスト削減

【岩見沢工場】

工場名	特徴
札幌工場	当社の本社社屋と一体となっており、主に「生つくね」を製造しております。
岩見沢工場	当社最大の製造工場で主に「塩ザンギ」、「焼鳥」の串等を製造しております。

製品	年間製造量
ザンギ類	約 1,000 トン
つくね串	約 600 万本
焼鳥串	約 500 万本



地産地消、一気通貫ビジネスモデル

○地産地消モデルによる地元顧客の獲得

当社は、地産地消モデルに実績と強みをもっております。この強みを活かし、地域に根づいた店舗を運営しております。



新規出店



地域の特産品で
メニュー開発



地域業者様か
らの仕入



自社店舗での
販売



お客様ご来店

地産地消、一気通貫ビジネスモデル

○私たちは北海道深川市の中村農場にて指定契約米を作っています。
農薬は、最低限の使用にとどめており、従来の手作業の細かな技法を取り入れ、お米一粒一粒を丹精込めて育てる。高品質の米を店舗にてお客様に提供していきます。



深川市は人口1万8千人の町です

人手不足が深刻な問題です

深川の指定農場
にて米を栽培

指定農場は、繁忙期
の人出不足を解消し、
安定価格で米を販売

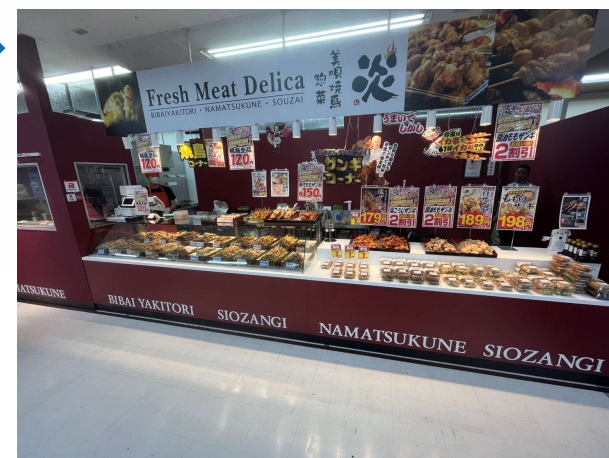
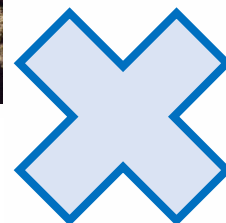
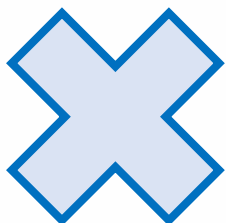
繁忙期に当社スタッフ
が手伝い、産地のこと
をお客様に語れる人材
を育成



今後、道内各地に当社の契約農場システムを拡げ、農家様の人手不足の解消と安定仕入れを行うことにより、「各地の農家様のお役に立つ」「北海道農業の発展」に協力していきます。

地産地消、一気通貫ビジネスモデル

○契約農家である「中村農場のお米」を使い、当社名物の美唄焼鳥と自家製タレで炊き上げた「美唄焼き鳥 とりめし」を開発し、空知地方の知名度向上、観光振興及び地方創生に役立つ提供メニューを開発！



○「美唄焼き鳥めし」が、日本遺産の「炭鉄港」めしに認定されました。

私たちのお持ち帰り店舗の店名が「美唄焼鳥・惣菜 炭」としているのは地域の名物を全国に広げたい、そんな思いで始めた取り組みが、「炭鉄港めし」に認定され北海道空知管内の地方創生に役立つことができれば幸いです！



日本遺産

JAPAN HERITAGE



3. 成長戦略

居抜き店舗活用とドミナントによる効率的出店

- 主力ブランド「炭火居酒屋 炎」では、多様なエリア、ロケーションでの出店モデルを確立北海道において地方都市でのドミナント出店を加速

東海エリアへの進出

- 地方都市における店舗運営ノウハウに実績と強みを活かし、東海エリアへの出店を推進

ドミナント出店による効率的店舗運営

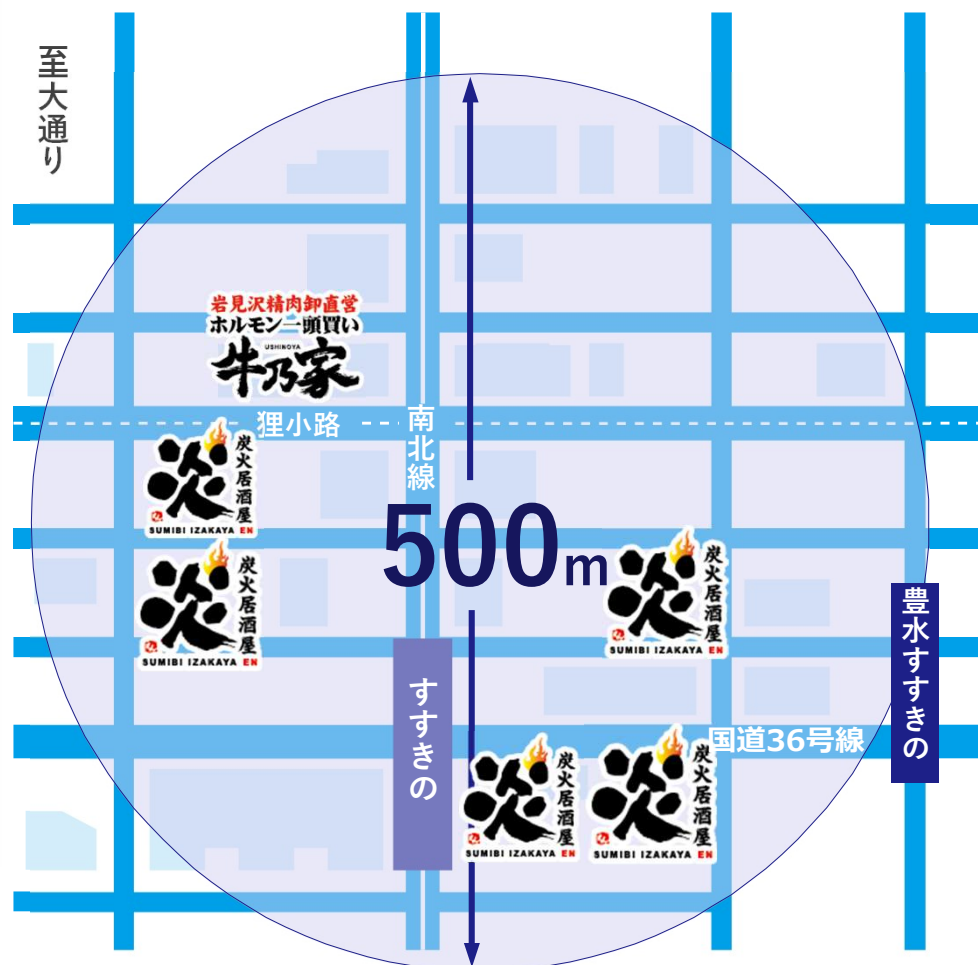
当社は飲食店、物販店を同一エリアに集中出店することで、経営の効率化を図っております。

【ドミナント出店の効果】

ブランド認知度、
広告効率の向上

店舗間のスタッフ派
遣によるオペレー
ション効率化

近隣店舗への送客
による販売機会損
失の回避



※ 札幌市すすきのエリアでは直径500メートル以内に 6 店舗が集積しております

北海道内におけるドミナント出店の加速

主力ブランド「炭火居酒屋 炎」では多様なエリア・ロケーションでの出店モデルを確立しております。今後、北海道内においては、物販店と組み合わせつつ、主に地方都市におけるドミナント出店を進めてまいります。

1

大都市×繁華街

【第3グリーンビル店】



札幌すすきの
人口約195万人

- 繁華街という地の利を活かし、**深夜帯まで営業**
- 当社メインターゲットの30-40代のお客様に加えて**20代のお客様の来店多数**
- 年間売上148百万円/営業利益25百万円

2

地方都市×繁華街

【岩見沢店】



北海道岩見沢市
人口約7.3万人

- 大宴会対応可能フロア（100名対応）を保有、セルフ飲み放題等**地元のお客様のニーズ**を汲み取った店舗構成
- 年間売上101百万円/営業利益17百万円

3

地方都市×ロードサイド

【帯広春駒通り店】



北海道帯広市
人口約16万人

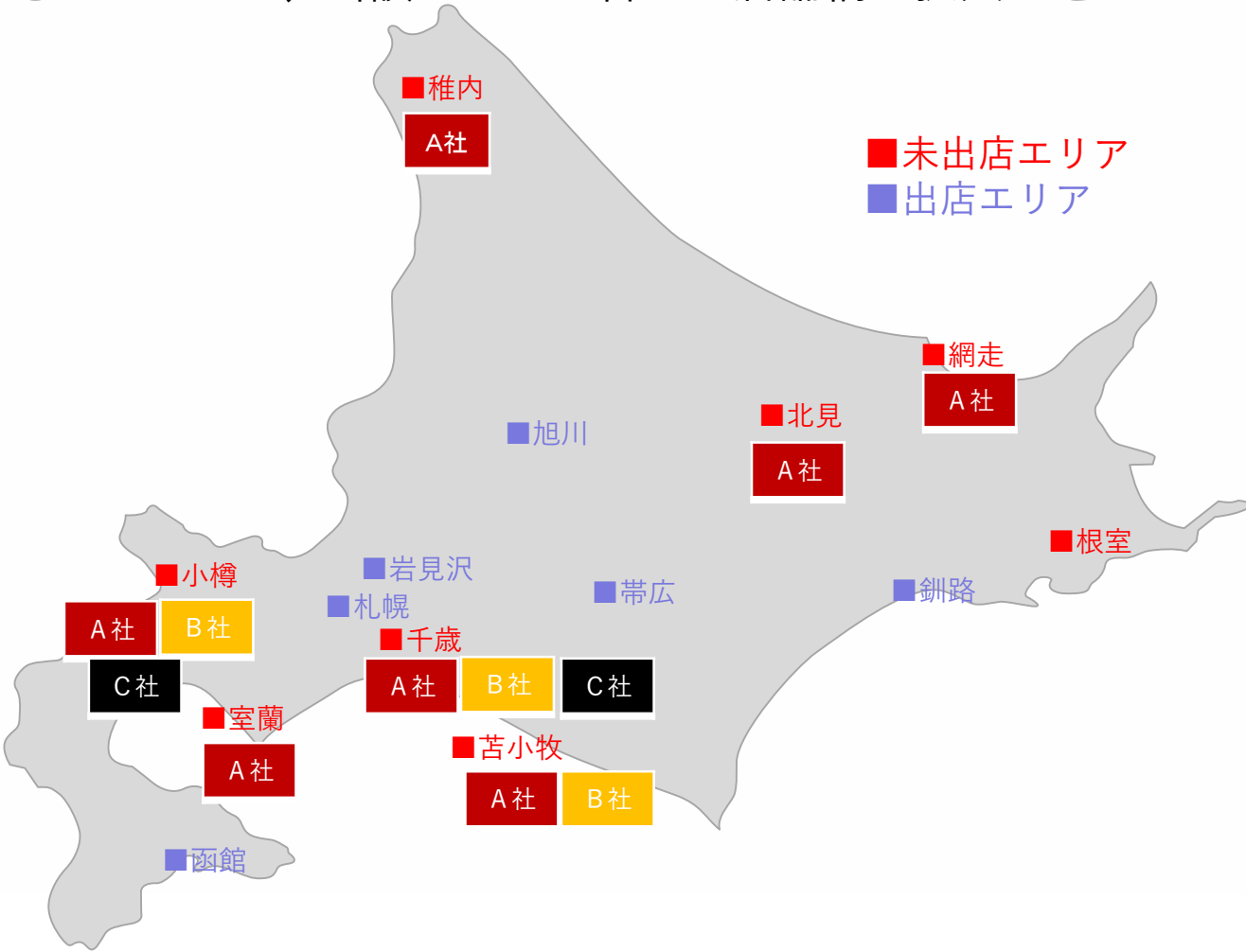
- 代行無料サービスを提供し**ロードサイドでの集客**に成功。
- 客層も他店舗と異なる**ファミリー層の来店多数**
- 年間売上88百万円/営業利益16百万円 利益率が高い

北海道内におけるドミナント出店の加速

北海道内の競合他社の出店状況は、以下のとおりです。
北海道内における未出店エリアへの出店余地はあるため、当該エリアを含めた店舗網の拡大を進めてまいります。

順位	市町村	人口（万人）	A社	B社	C社	当社
1	札幌市	197.3	20	30	24	27
2	旭川市	32.9	5	3	2	3
3	函館市	25.1	3	2	0	3
4	苫小牧市	17.0	1	2	0	0
5	帯広市	16.6	2	6	0	2
6	釧路市	16.5	0	2	0	2
7	江別市	12.1	1	1	1	0
8	北見市	11.5	1	0	0	0
9	小樽市	11.1	1	1	1	0
10	千歳市	9.7	2	1	1	0
11	室蘭市	8.2	1	0	0	0
12	岩見沢市	7.9	1	0	0	1
13	恵庭市	7.0	1	1	1	0
14	北広島市	5.8	0	0	1	1
15	石狩市	5.6	1	0	0	0

出所：国土交通省国土地理院／総務省統計局



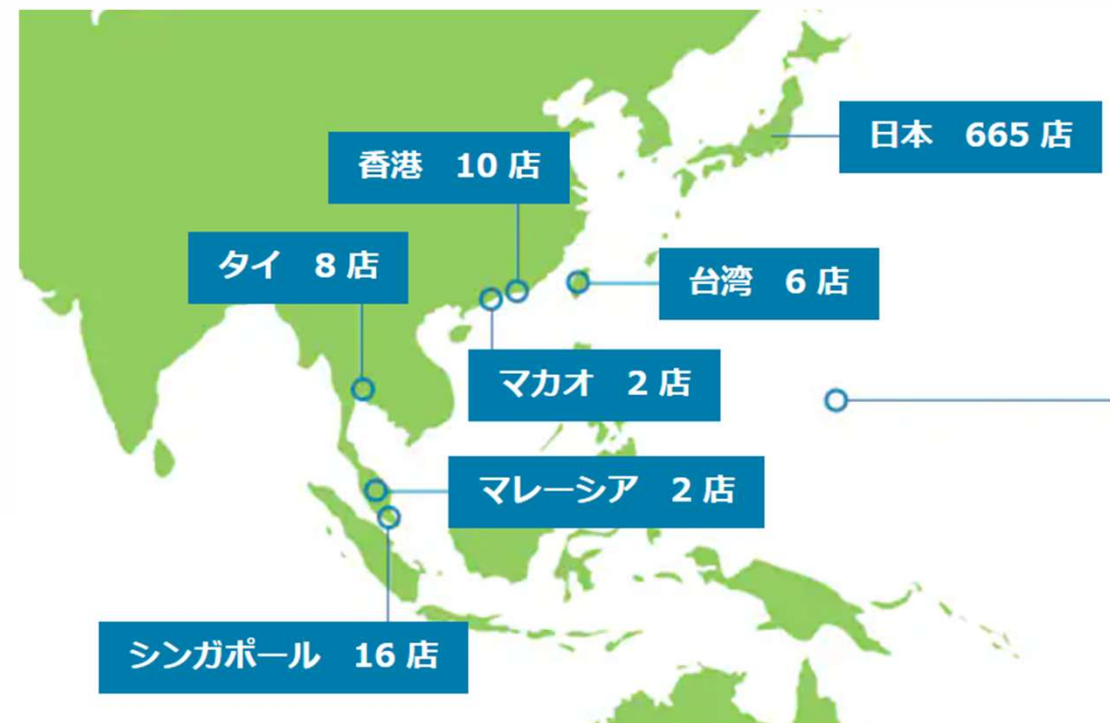
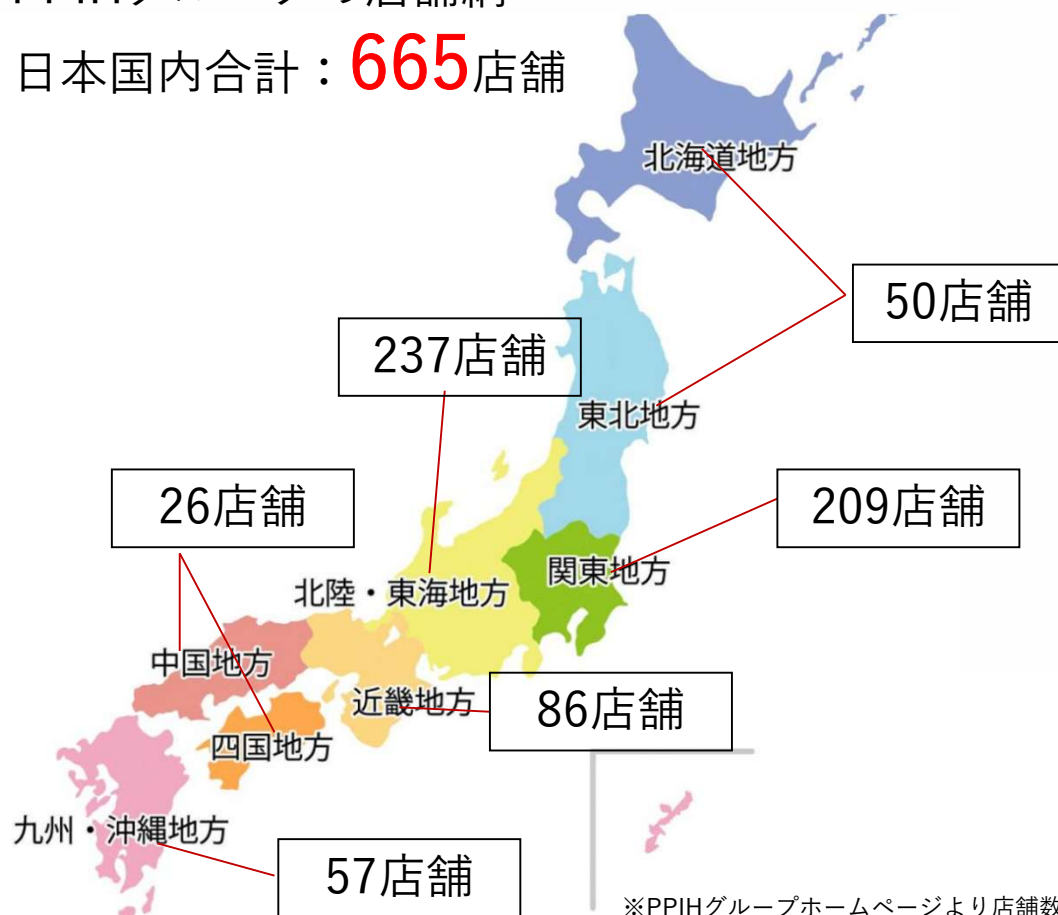
東海エリアへの進出

2025年10月にMEGAドン・キホーテ函館店へ「美唄焼鳥・惣菜 炎」を出店したことを契機に、PPIHのグループ会社であるユニー株式会社が運営する「APiTA」や「ピアゴ」などの東海エリアにおける商業施設内への当社、物販店舗の出店を計画おります。
この出店を実現させることで、東海エリアにおけるドミナント出店の足掛かり及び全国、海外のエリアを新たな成長戦略として構想しております。

PPIHグループの店舗網

日本国内合計：**665**店舗

世界合計：**788**店舗



売上構成

着実に既存店売上を維持向上させ、北海道内未出店エリア、東海エリア及び北関東エリアに出店を増加することにより、成長を加速させてまいります。

その他エリア

北関東エリア

東海エリア

北海道内

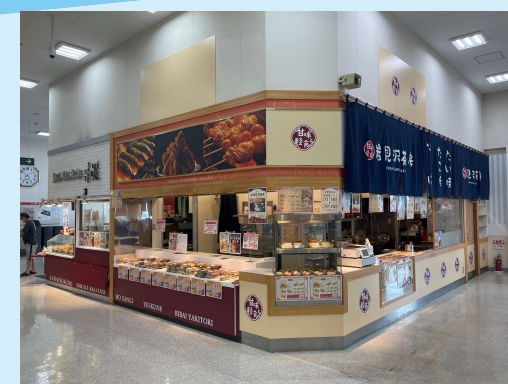
④卸売事業における
冷凍食品



③飲食事業における
新規出店

②物販事業における
新規出店

①飲食、物販事業における
既存店の成長



時間

4. 株主優待制度

株主優待制度

- 株主優待の内容について
- 長期保有株主優待制度について
- 本制度に対する株主様の生の声

当社は、株主の皆様の日頃からのご支援に感謝するとともに、当社株式への投資の魅力を高め、より多くの方々に当社株式を保有していただくことを目的として株主優待制度を導入しております。

また、当社株式を長期にわたり保有していただける株主様にさらなる感謝の意を表するとともに、将来にわたって当社グループの成長をご支援いただきたいという思いから、通常の株主優待制度に加え、長期保有株主優待制度（継続保有期間 1年以上）を導入いたしました。



< 株主優待制度の内容 >

毎年3月末日（期末）及び9月末日（中間期末）の株主名簿に記載または記録された当社株式1単位（100株）以上を保有されている株主様を対象。

対象株主様お一人につき、継続保有期間及び保有株数に応じて下記(a)又は(b)のいずれかを贈呈。

継続保有期間	保有株式数	株主優待の内容
<u>1年未満</u>	100株以上	(a) 店舗ご利用券 10,000円分 又は、 (b) 当社オリジナル商品 10,000円相当
<u>1年以上</u> (長期保有株主優待制度)	100株以上	(a) 店舗ご利用券 <u>12,000円分</u> 又は、 (b) 当社オリジナル商品 <u>12,000円相当</u>

株主優待制度

○Yahoo! JAPAN における「掲示板の投稿」 (以下、投稿内容を原文のまま)

優待を新設してからすぐに購入しました。株主想いの会社の株は永久に保有したいです。

1年間継続保有で1万円→1万2千円。これだけでも素晴らしいのに、3月優待貰ってる人は、9月の優待でもう長期保有認定。

先月は、地元新聞に朝7時から飲み放題も居酒屋「朝飲み、昼飲み」で需要開拓として取り上げられていました。



道北の某市では、一口茶屋跡など、スーパーのレジ周りに着々と増加中。ついに鶏の半身揚げまで売ってました。

これだけでも素晴らしいのに、3月優待貰ってる人は、9月の優待でもう長期認定太っ腹すぎで逆に心配

○MINKABU における「配当+株主優待利回りランキング」



9月権利確定ランキング
第21位

・配当+優待利回り **6.76%**
(2025.11/13現在)



ご清聴頂きまして、誠にありがとうございました。

今後も、株主の皆様のご理解及びご支援を深めて頂くため、継続的かつ積極的な I R ・ S R 活動や株主還元に取り組んでまいります。

本資料は、情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の販売や購入の勧誘を目的としたものではありません。

本資料の内容には、将来の業績に関する記述が含まれておりますが、これらの記述は将来の業績を保証するものではありません。

本資料の内容は、現時点で入手可能な情報や、合理的と判断した一定の前提に基づいて策定した数値であり、潜在的风险や不確実性などを含んでいることから、その達成や将来の業績を保証するものではありません。

また、予告なしに内容が変更または廃止される場合がございますので、あらかじめご了承ください。