

|| 企業調査レポート ||

SRS ホールディングス

8163 東証プライム市場

[企業情報はこちら>>>](#)

[バリュエーションレポートはこちら>>>](#)

<https://srsholdings.com/pages/ir>

2026 年 7 月 13 日 (月)

執筆：フィスコ客員アナリスト

角田 秀夫

FISCO Ltd. Analyst Hideo Kakuta



目次

■要約	01
1. 事業内容	01
2. 業績動向	01
3. 今後の見通し	01
4. 成長戦略・トピックス	01
5. 株主還元策	02
■会社概要	03
1. 会社概要と沿革	03
2. 5つの業態	05
■事業概要	06
1. 和食ファミレス業態：「和食さと」	06
2. グルメ寿司業態：「にぎり長次郎」「うまい鮭勘」「すし弁慶」ほか	08
3. そば・うどん業態：「家族亭」「得得」	10
■業績動向	11
1. 2026年3月期業績の概要	11
2. 財務状況と経営指標	12
■今後の見通し	14
■成長戦略・トピックス	15
1. 中期経営計画「SRS VISION 2030」が進行中。2030年3月期に売上高1,150億円、経常利益60億円を目指す	15
2. 中計重点戦略とその進捗：初年度の進捗は順調	16
■株主還元策	18

■要約

関西からナショナルブランド化を目指す、和食チェーンのトップ企業。直近決算で過去最高業績を更新

1. 事業内容

SRS ホールディングス<8163>は、1968 年に創業し関西に強い基盤を持つ、和食チェーンのトップ企業である。グループの中核業態である「和食さと」は、店舗数で国内首位の和食ファミリーレストランであり、「さとしゃぶ」「さと式焼肉」などの食べ放題メニューを看板に、家族層を中心に支持を集めている。また、グルメ寿司分野でも「にぎり長次郎」などのブランドで市場をリードする存在である。事業の特徴として、直営方式を主体とし、郊外ロードサイドを中心に店舗を構えている。自社での業態開発に加えて、2010 年代からは積極的な M&A・業務提携によってブランドポートフォリオを拡大してきた。外食・中食を含めた店舗数は 780 店舗に上る。

2. 業績動向

2026 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 13.3%増の 76,421 百万円、営業利益が同 13.9%増の 3,051 百万円、経常利益が同 17.9%増の 2,994 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 83.1%増の 1,694 百万円となり、売上高・営業利益・経常利益で過去最高を更新した。売上高の成長をけん引したのは M&A による連結寄与（アミノ事業、すし弁慶）であり、前期比 4,635 百万円増の貢献となった。既存店の増収（同 3,038 百万円増）及び新店による増収（同 1,765 百万円増）も業績をしっかりと支えた。業態別に見ても、「和食さと」、「にぎり長次郎」をはじめ 10 事業すべてで前期の売上高を上回っており、成長性のある事業ポートフォリオを有していることがわかる。利益面では、米価格をはじめとする原材料価格の上昇や人件費等のコスト増加要因があったものの、増収効果による売上総利益の増加が販管費の増加を上回り、営業増益を確保した。

3. 今後の見通し

2027 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 8.6%増の 83,000 百万円、営業利益が同 4.9%増の 3,200 百万円、経常利益が同 0.2%増の 3,000 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 6.2%増の 1,800 百万円と、連続増収及び営業増益を見込んでいる。売上高の伸び率は前期（13.3%増）と比較すると低下するが、これは前期に M&A 効果が大きかった一方、進行期は既存店の増収と新店出店を中心としたオーガニックな成長を前提としているためである。中期経営計画に沿って、新店は 40 店舗（前期は 22 店舗、直営店のみ）を計画する。既存店については、前期は客単価の上昇が奏功したが、進行期は客数増加を目的とした取り組みを強化する方針である。

4. 成長戦略・トピックス

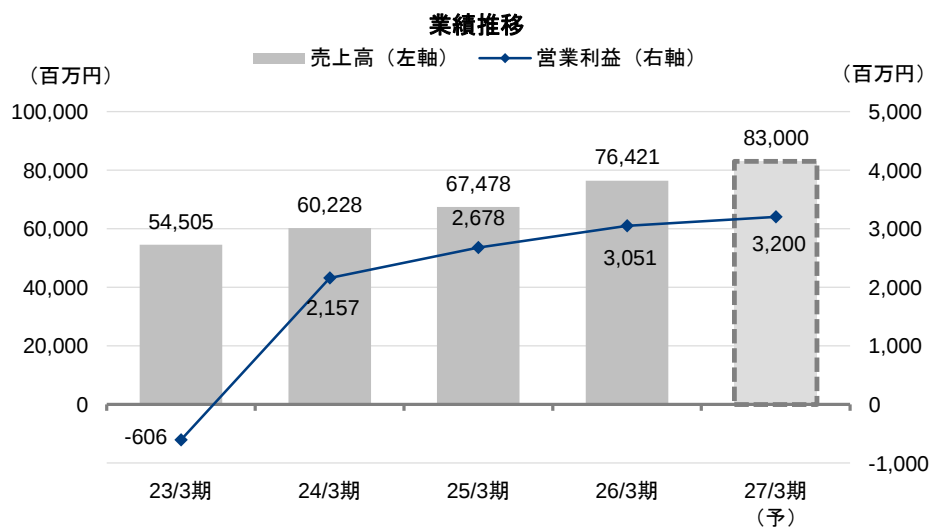
同社は、2026 年 3 月期を初年度、2030 年 3 月期を最終年度とする中期経営計画「SRS VISION 2030」を推進している。「心を満たす和食を、もっと身近に、日本中の人々へ。そして世界へ。」をテーマとし、「既存事業の飛躍的な発展と新たな収益基盤の確立による和食チェーングループ圧倒的 No.1 の実現」を基本方針に掲げる。最終年度（2030 年 3 月期）の主要な経営数値目標としては、売上高 1,150 億円（年平均成長率 11%以上）、経常利益 60 億円（直近 30 億円）、ROE12%超（直近 9.9%）、店舗数 1,100 店超（直近 780 店）を掲げ、成長と収益の両面で着実なステップアップを目指す。重点戦略は初年度にいずれも順調に進捗している。

5. 株主還元策

同社は、企業の成長と株主還元の両立を図るため、原則として連結配当性向 20%以上を目安に配当を決定することを基本方針とし、持続的な企業価値向上を目指して業績の状況や今後の成長投資の必要性を踏まえながら柔軟な配当政策を推進している。コロナ禍の時期には無配となったが、その後は配当・配当性向ともに回復してきた。2026 年 3 月期は、配当金 10.00 円（前期比 2.50 円増配）、配当性向 24.4%と増配を実施した。2027 年 3 月期は、配当金 10.00 円（前期と同額）、配当性向 23.0%を予想する。同社は、株主への感謝と事業への理解促進、中長期的な保有を目的とした株主優待制度を導入している。2026 年 9 月末を基準日とする株主に対してからは、100 株以上保有の株主が対象となり、100 株以上 500 株未満で年間 2,000 円分、500 株以上 1,000 株未満で年間 12,000 円分、1,000 株以上で年間 24,000 円分の店舗優待券を贈呈している。

Key Points

- ・ 関西からナショナルブランド化を目指す、和食チェーンのトップ企業
- ・ 2026 年 3 月期は M&A 効果と既存店好調を主因に、売上高・営業利益・経常利益で過去最高を更新
- ・ 2027 年 3 月期は売上高 830 億円、営業利益 32 億円を予想。新店 40 店、客数増加施策を強化
- ・ 店舗数 1,100 店、経常利益 60 億円を目指す中期経営計画を推進中
- ・ 2026 年 3 月期は配当金 10 円（前期比 2.50 円増）、配当性向 24.4%。店舗で利用できる株主優待が人気



出所：決算短信よりフィスコ作成

■会社概要

関西からナショナルブランド化を目指す、和食チェーンのトップ企業

1. 会社概要と沿革

SRS ホールディングス<8163>は、1968 年に創業し関西に強い基盤を持つ、和食チェーンのトップ企業である。グループの中核業態である「和食さと」は、店舗数で国内首位の和食ファミリーレストランであり、「さとしゃぶ」「さと式焼肉」などの食べ放題メニューを看板に、家族層を中心に支持を集めている。また、グルメ寿司分野でも「にぎり長次郎」などのブランドで市場をリードする存在である。事業の特徴として、直営方式を主体とし、郊外ロードサイドを中心に店舗を構えている。

自社での業態開発に加えて、2010 年代からは積極的な M&A・業務提携によってブランドポートフォリオを拡大してきた。グルメ寿司の「うまい鮎勘」、そば・うどんの「家族亭」「得得」、丼・定食の「かつや」「天井・天ぷら本舗 さん天」「宮本むなし」、テイクアウトの唐揚げ専門店「鶏笑」など多彩な業態を展開し、外食・中食を含めた店舗数は 780 店舗に上る。直近では、2025 年 9 月に鳥取・島根でグルメ寿司業態を展開するすし弁慶を子会社化し、地域に根差した店舗網を拡大し続けている。また、海外展開にも力を入れており、タイ、インドネシア、マレーシアに拠点をもち、和食を世界へ届ける取り組みを進めている。

現在は、中期経営計画「SRS VISION 2030」を推進中であり、「既存事業の飛躍的な発展と新たな収益基盤の確立による和食チェーングループ圧倒的 No.1 の実現」を基本方針に掲げ、2030 年 3 月期の連結売上高 1,150 億円、経常利益 60 億円、グループ 1,100 店舗を目標として、さらなる成長を目指している。

同社は 1968 年の創業後、1984 年に大阪証券取引所（以下、大証）第 2 部に上場し、大証と東京証券取引所（以下、東証）の統合により、2015 年には東証第 1 部に昇格した。2022 年の東証市場区分再編に伴いプライム市場へ移行している。

主な沿革

年月	主な沿革
1958 年 11 月	法善寺すし半開業
1968 年 8 月	(株)尼崎すし半本店を設立
1968 年 11 月	第 1 号店である尼崎本店を兵庫県尼崎市に開店
1979 年 3 月	関東地区第 1 号店(洋食店)を神奈川県相模原市に開店
1979 年 7 月	中部地区第 1 号店(洋食店)を愛知県長久手市に開店
1979 年 9 月	店舗数 100 店舗を達成
1984 年 3 月	株式を大阪証券取引所(以下、大証)市場第 2 部に上場
1985 年 1 月	現「和食さと」の原型となる郊外型和食第 1 号店を奈良県橿原市に開店
1989 年 9 月	株式を大証市場第 1 部に指定上場
1990 年 7 月	店舗数 200 店舗を達成
2003 年 2 月	工場部門が ISO9001 認定工場(冷食室)の認証取得
2008 年 2 月	中国上海に上海莎都餐饮管理有限公司を設立
2009 年 6 月	しゃぶしゃぶ食べ放題「さとしゃぶ」販売開始
2010 年 10 月	台湾第 1 号店を開店【統一上都股份有限公司】
2010 年 11 月	「かつや」第 1 号店を堺市西区に開店【サト・アークランドフードサービス(株)】
2012 年 8 月	「天井・天ぶら本舗 さん天」第 1 号店を大阪市住吉区に開店
2013 年 7 月	(株)フーズネットの発行済み株式を 100%取得
2013 年 7 月	東京証券取引所(以下、東証)と大証の統合により東証市場第 1 部に上場
2013 年 9 月	インドネシア第 1 号店を開店【PT.INDOSATO JAYA MAKUR】
2014 年 10 月	タイ第 1 号店を開店【Nippon Tei Sato Co., Ltd.】
2016 年 9 月	(株)宮本むなしの発行済み株式を 100%取得
2017 年 3 月	CHOJIRO 法善寺店を開店
2017 年 10 月	商号を「SRS ホールディングス株式会社」に変更
2018 年 8 月	会社創立 50 周年
2019 年 5 月	エイチ・ツー・オー リテイリング(株)との資本業務提携の基本合意
2020 年 2 月	(株)家族亭及び(株)サンローリーの発行済み株式を 100%取得
2022 年 4 月	東証の市場区分見直しにより、第一部からプライム市場に移行
2023 年 2 月	(株)NIS の発行済み株式を 100%取得
2024 年 7 月	(株)アミノの発行済み株式を 100%取得
2024 年 10 月	(株)シंगाの発行済み株式を 100%取得
2025 年 9 月	(株)すし弁慶の発行済み株式を 100%取得

出所：同社ホームページよりフィスコ作成

2. 5つの業態

同社の店舗は、「和食ファミレス」「グルメ寿司」「そば・うどん」「丼・定食・その他」「中食」の5つの業態に分類できる。なお、この分類は報告セグメントではないため、売上・利益の開示は一部に限定される。主力の和食ファミレス業態は「和食さと」ブランドで関西を中心に201店舗を展開し、全社売上高の38.1%（2026年3月期）を構成する。グルメ寿司業態では「にぎり長次郎」をはじめ、全国各地で地域に根差した複数のブランドを展開しており、全社売上高の29.7%（同）を占める。「そば・うどん」業態は、そば中心の「家族亭」、うどん中心の「得得」が118店あり、全社売上高の12.9%（同）である。そのほかの業態である「丼・定食・その他」で183店、「中食」で143店と店舗数が多い（店舗数の41.8%）ものの、売上構成比では相対的に低い。

主な業態とブランド

主な業態	ブランド名	店舗数(2026年3月 期末)	売上高構成比 (2026年3月 期)
和食ファミレス	和食さと	201	38.1%
グルメ寿司	にぎり長次郎、アミノ寿司業態、回転すし北海道・すし弁慶	109	29.7%
そば・うどん	家族亭、得得	118	12.9%
丼・定食・ その他	かつや、天井・天ぷら本舗 さん天、定食屋 宮本むなし、からやま、玉子焼・お出汁ひまわり、ビフテキ牛ノ福(レストラン)、その他	183	
中食	鶏笑、宅配寿司業態、ビフテキ牛ノ福(中食)	143	
合計		757(※)	100.0%

※ この他海外店舗が23店

出所：決算短信、決算説明資料、IR ミーティング資料からフィスコ作成

同社では、事業ポートフォリオを価格帯別に分けた「SRS ピラミッド」で各ブランドの位置づけを明示している。「和食ファミレス」の和食さとはやや高めの中価格帯、「グルメ寿司」は高価格帯、「そば・うどん」は中価格帯から低価格帯、「丼・定食・その他」と「中食」は低価格帯がメインとなる。収益性の高い「和食ファミレス」や「グルメ寿司」を主軸としながらも、核家族化や物価高騰による影響が限定的で今後も根強い需要が見込まれる低価格帯の事業も展開し、外部環境の変化に影響を受けにくい事業グループを形成している。

■事業ポートフォリオ方針（SRS ピラミッド）



出所：IR ミーティング資料より掲載

■事業概要

「和食ファミレス」と「グルメ寿司」が収益の両輪

1. 和食ファミレス業態：「和食さと」

a) ブランド構成

和食ファミレス業態は「和食さと」を中核とする同社の原点である。1968年の会社設立以来、和食を手ごろに楽しめるファミリーレストランとして成長を続け、現在では店舗数で国内首位の和食ファミレスチェーンへと発展した。日本のチェーンレストランは洋食から始まり、同社も洋食店を出店していた時期がある。当時は和食について店内調理の比重が重くチェーン化は難しいと言われていたが、創意工夫や人材教育の強化によって標準化を成功させた。看板の食べ放題コース「さとしゃぶ」「さと式焼肉」は世代を問わず親しまれており、グループのナショナルブランド化をけん引する存在となっている。

b) 展開エリアと規模

「和食さと」は2026年3月期に4店舗を出店し、期末時点で201店舗となった。関西地域を強力な地盤としつつ、中部地域、首都圏地域をカバーしているが、近年は岡山県をはじめとする中四国エリアなど新商圈への出店を加速している。2027年3月期には中四国に特化した「和食さと中四国営業部」を新設するなど、全国展開へ向けた布石を打つ。中期経営計画における出店目標は、中四国と北関東へのエリア拡大を中心に据えている。原則として直営方式で郊外を中心に出店している点が特徴である。店舗規模は、2025年6月に開業した倉敷東富井店の例で、100席（4名掛け13卓、6名掛け4卓、6名個室4室）、駐車場33台を備える。

c) ターゲット・メニュー・客単価

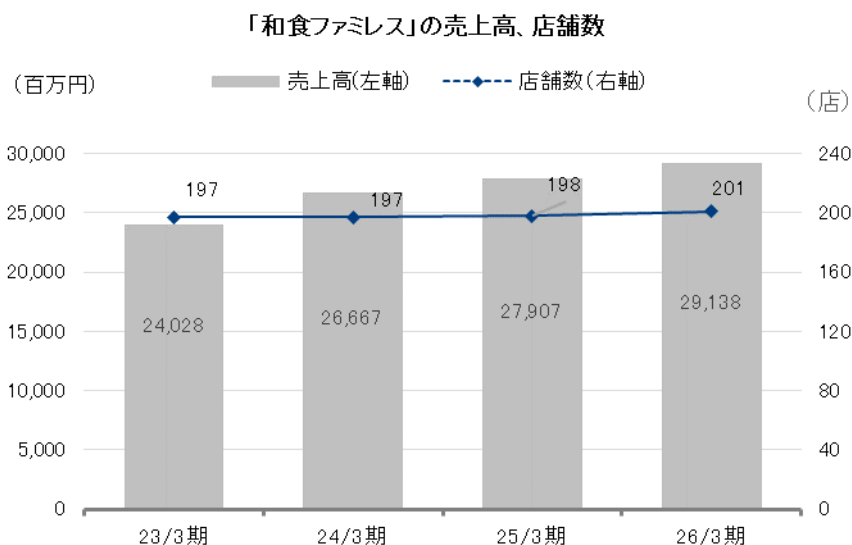
ファミリー層を中心に、子どもから高齢者まで幅広い世代の日常使いに応える業態である。多様なニーズで楽しめるメニュー構成を強みとし、「安くて」「おいしくて」「楽しく満足できる」食事と団らんの空間を手ごろな価格帯で提供することをコンセプトとしている。丼物（にぎわい天井・厚切りロースかつ丼など）、和膳系・とんかつ系・うどん系の定食、「さとしゃぶ」をはじめとした食べ放題など、様々なシーンで楽しめる。価格改定を含むメニュー施策を通じて客単価は上昇傾向にあり、直近では既存店の客単価が前期比でおおむね 103～108%程度の水準で推移している。客単価の上昇が増収をけん引する一方、来店動機の創出による客数確保も重視しており、進行期は客数増加を目的とした取り組みを実施する予定である。

d) 業態の特徴・強み

最大の強みは、店舗数で国内首位というブランド力と、食べ放題を軸とした高い集客力である。食べ放題は売上構成の約 3 割を占めるが、単品やセットも選べる点も特徴である。一番人気の「さとしゃぶ」をはじめ、「かに食べ放題」「ごちそう牛タン食べ放題」「牡蠣食べ放題」といった高付加価値の期間限定コースを機動的に投入することで、客単価の向上と来店動機の創出を両立している。商品・サービス・空間・マーケティングのそれぞれで「和食さと」ならではの「団らん」体験を追求し、顧客体験の向上を図っている点も特徴である。店舗では、すでに配膳ロボットが稼働しており、テーブル端末等を含めて DX による利便性向上とコミュニケーション強化が進んでいる。

e) 業績ハイライト

「和食さと」の売上高は 2026 年 3 月期で 29,138 百万円（前期比 4.4%増）と増収を達成した。既存店売上高はおおむね前期比 100%を上回る水準で推移しており、客単価の上昇が増収をけん引した。一方で客数は前期比でやや弱含む月もあり、進行期は客数増加を目的とした施策の実施を予定している。



出所：決算短信よりフィスコ作成

2. グルメ寿司業態：「にぎり長次郎」「うまい鮎勘」「回転すし北海道・すし弁慶」ほか

a) ブランド構成

「グルメ寿司」業態は、活魚廻転寿司「にぎり長次郎」、宮城県を中心に展開する「うまい鮎勘」、山陰地方の「回転すし北海道」「すし弁慶」などから構成される。寿司職人が握る本格寿司、いけすに代表される専門性の高い店舗設備、まぐろ解体ショーなどのイベントを共通の強みとしており、同社では一般的な廻転寿司と区別して「グルメ寿司チェーン」と位置づけている。特に「にぎり長次郎」と「うまい鮎勘」の二大ブランドを軸に、両者の仕入力やノウハウを共有することでシナジー創出を進め、グルメ寿司チェーンとしての首位の実現を目指している。

b) 展開エリアと規模

2026年3月末時点のグルメ寿司チェーンの店舗数は計109店舗である。内訳は、「にぎり長次郎」が73店舗（関西を中心に展開）、「うまい鮎勘」が26店舗（東北を中心に展開）、「回転すし北海道」「すし弁慶」が6店舗（山陰）となっている。「にぎり長次郎」は関西地域を地盤に東西へ、「うまい鮎勘」は東北地域を地盤に南へとエリア拡大を図る。M&Aも積極的に活用しており、2024年7月にアミノ（「うまい鮎勘」を運営）、2025年9月にすし弁慶（「回転すし北海道」「すし弁慶」を運営）の株式を取得し連結子会社化している。中期経営計画では、出店加速と東西からのエリア拡大により、2030年3月期にグルメ寿司チェーン計150店舗の達成を計画している。

c) ターゲット・メニュー・客単価

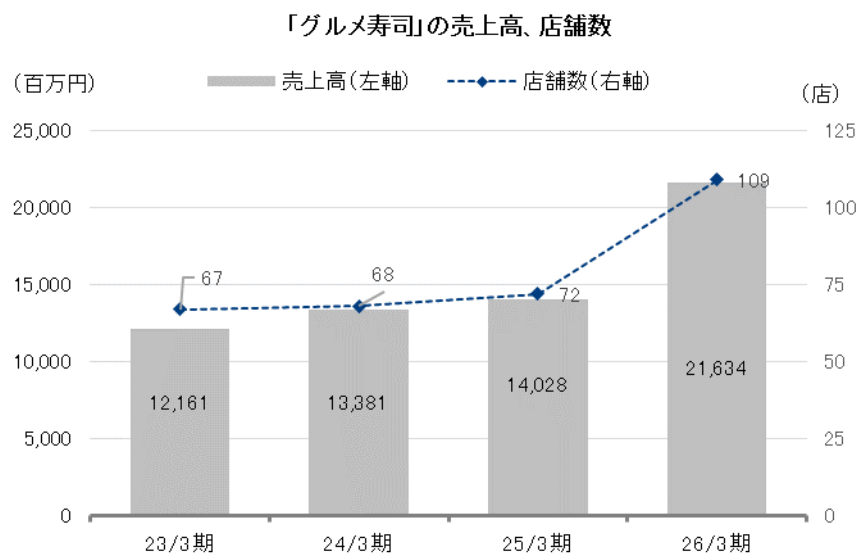
主に大人を中心とした家族層がターゲットで、一般的な廻転寿司に比べて年齢層は高めである。「グルメ寿司」はレシート単価で5,000円～6,000円台と中～高価格帯であり、一般的な廻転寿司（レシート単価3,000円台）と区別される。旬を感じる厳選食材や、市場で直接競り落とした上質なネタを職人が握って提供する点が特徴で、「長次郎と巡る・冬／春のひとさら」などの季節フェア・季節商品を機動的に投入する。設備やイベントも充実しており、顧客の体験価値が高い。客単価は上昇傾向にあり、「にぎり長次郎」の既存店客単価は前期比でおおむね103～110%程度の水準で推移した。

d) 業態の特徴・強み

同社は「寿司職人の厚みと育成」「いけすなどの店舗設備」「活魚や旬のネタの開発・調達」といった、グルメ寿司チェーンの成功に欠かせない経営資源とノウハウを保有しており、グルメ寿司市場（同社推計で約1,500億円）において約16%のシェアで首位を争っている。各地域で強いブランド力を持つチェーンを組み合わせ、地域内ドミナントの強化と標準化を同時に進めている点が強みである。商品力の面では、「にぎり長次郎」の新型店舗「和歌山平井店」（2026年3月オープン）で、既存店比約2倍の大型いけすと、その場で板前がさばく「活け商品」を大幅に拡大し、「にぎり長次郎」初となる上下2段の特急レーンを導入するなど、生産性向上と顧客体験向上を両立する新プロトタイプの確立を進めており、進行期は出店加速が期待できる。さらに、「にぎり長次郎」と「うまい鮎勘」の間で仕入力やノウハウ、店舗オペレーション、商品開発、人材交流を共有することで、原価低減・職人の養成・建築コストの低減・生産性向上といったシナジー創出を図っている。

e) 業績ハイライト

2026年3月期の売上高は、「にぎり長次郎」が14,841百万円（前期比5.8%増）、「うまい鮎勘」（アミノ寿司業態）が6,793百万円となった。「にぎり長次郎」の既存店売上高はおおむね前期比100%を上回る水準で推移し、客単価の上昇が増収をけん引した。前期にM&Aで子会社化したアミノ事業（うまい鮎勘）が通期で寄与したことに加え、2025年9月に子会社化したすし弁慶の連結開始もあり、グルメ寿司業態全体として前期実績を大幅に上回った。「回転すし北海道」「すし弁慶」はグループ入り後に売上・利益とも順調に改善しており、ポストM&Aは順調に進捗している。



※2025年3月期の数値には期中子会社化したアミノ分を含まず、2026年3月期の数値にはアミノ寿司業態分を含む（すし弁慶分は含まない）

出所：決算短信よりフィスコ作成

3. そば・うどん業態：「家族亭」「得得」

a) ブランド構成

そば・うどん業態は、そば処「家族亭」とうどん店「得得」の2系統で構成される。「家族亭」は「あなたのおそばに家族亭」をコンセプトに、そば湯まで楽しめる本格的なそば料理を提供する和食系の業態で、「花旬庵」「三宝庵」「家族庵」などの姉妹ブランドを含む。一方「得得」は、旨味たっぷりの「関西だし」ともちもちとコシのあるうどんが看板で、うどん3玉まで同一価格という独自の価値提供を行うフランチャイズ中心の業態である。価格帯や提供スタイルの異なる2ブランドを併せ持つことで、幅広い立地・客層をカバーしている。

b) 展開エリアと規模

2026年3月期末時点で、「家族亭」は59店舗（うちFC・のれん分け7店舗）、「得得」は59店舗（うちFC・のれん分け43店舗）を展開する。「家族亭」は関西を地盤に直営とフランチャイズを組み合わせて運営し、「得得」はフランチャイズ比率が高く、ロードサイドや駅前など多様な立地に出店している。2026年3月期には和歌山県に初出店するなど、新たな立地への挑戦も進める。2027年3月期は両業態合わせて7店舗（家族亭2、得得5）の出店を計画する。

c) ターゲット・メニュー・客単価

「家族亭」は、そばを中心とした和食メニューを求めるファミリー層や中高年層を主なターゲットとし、「桜海老とはまぐり」フェアなど季節感のある高付加価値商品を機動的に投入することで客単価の向上につなげている。「得得」は、手ごろな価格でボリュームのあるうどんを楽しめる業態として、手早くおなかいっぱいになりたいという日常需要に応える低価格帯のポジションを担う。両業態とも、物価高騰下でも底堅い需要が見込める低～中価格帯に位置づけられ、価格競争力の維持と高付加価値商品による客単価向上を両立させている。

d) 業態の特徴・強み

「家族亭」は、そば湯の提供をはじめ最後まで味わえる本格的なそば料理という専門性が強みで、公式アプリやLINE、SNSを活用した販促にも積極的である。アプリ導入3周年を記念した「春の大感謝祭」や「家族亭 福袋」など、デジタルを活用した顧客接点の強化が進んでいる。「得得」は、「関西だし」とコシのあるうどん、うどん3玉まで同一価格という分かりやすい価値提供が強みで、フランチャイズ展開による出店スピードと資本効率の高さも特徴である。

e) 業績ハイライト

「家族亭」の売上高は2026年3月期で5,575百万円（前期比10.2%増）と二桁の増収を達成した。年末年始の天ぷらメニューや各種フェアによる高付加価値商品の販売が客単価向上に寄与したほか、5店舗の改装を実施して店舗の魅力向上を図った。「得得」は低価格帯の安定した需要を背景に堅調に推移し、新商圈への出店も進めた。そば・うどん業態は、低～中価格帯で底堅い需要を取り込み、グループの「第3、第4の収益の柱となる事業の確立」の一翼を担う位置づけとなっている。

業績動向

2026年3月期はM&A効果と既存店好調を主因に、売上高・営業利益・経常利益で過去最高を更新

1. 2026年3月期業績の概要

2026年3月期の連結業績は、売上高が前期比13.3%増の76,421百万円、営業利益が同13.9%増の3,051百万円、経常利益が同17.9%増の2,994百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同83.1%増の1,694百万円となり、売上高・営業利益・経常利益で過去最高を更新した。

売上高の成長をけん引したのはM&Aによる連結寄与（アミノ事業、すし弁慶）であり、前期比4,635百万円増の貢献となった。既存店の増収（同3,038百万円増）及び新店による増収（同1,765百万円増）も業績をしっかりと支えた。業態別に見ても、「和食さと」、「にぎり長次郎」をはじめ10事業すべてで前期の売上高を上回っており、成長性のある事業ポートフォリオを有していることがわかる。主力業態の「和食さと」では、新店4店舗を出店したほか、8店舗を改装するなど「食事を通じた団らん」をコンセプトにした空間の充実を行うとともに、「さとしゃぶ」をはじめとする食べ放題メニューを充実させた。「にぎり長次郎」では、「特急レーン」を備えた新型店舗のオープンや改装を行うとともに、旬のフェアなどを強化した。

利益面では、米価格をはじめとする原材料価格の上昇や人件費等のコスト増加要因があったものの、増収効果による売上総利益の増加が販管費の増加を上回り、営業増益となった。売上総利益は前期比5,568百万円増であり、売上総利益率は前期比0.4ポイント低下の65.6%となった。一方で販管費は同5,195百万円増だったが、販管費率では同0.5ポイント低下し、伸びを抑えた形である。営業利益率は前期と同水準の4.0%となった。なお、親会社株主に帰属する当期純利益は、政策保有株式の売却益（538百万円）と、店舗の固定資産や連結子会社ののれんの減損損失（612百万円）を反映している。

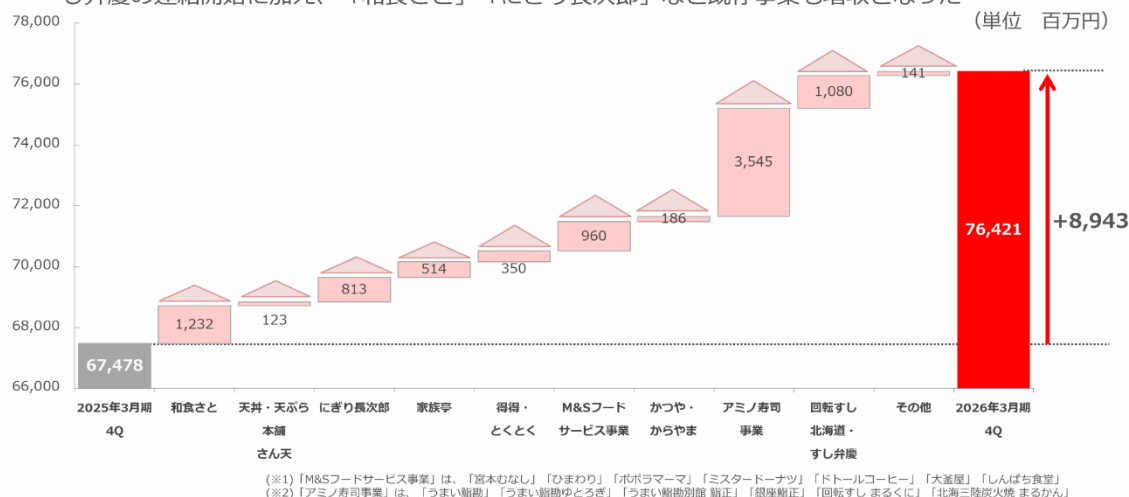
2026年3月期 連結業績（単位：百万円）

	25/3期		26/3期		
	実績	売上比	実績	売上比	前期比
売上高	67,478	-	76,421	-	13.3%
売上原価	22,914	34.0%	26,290	34.4%	14.7%
売上総利益	44,563	66.0%	50,131	65.6%	12.5%
販管費	41,884	62.1%	47,080	61.6%	12.4%
営業利益	2,678	4.0%	3,051	4.0%	13.9%
経常利益	2,539	3.8%	2,994	3.9%	17.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	925	1.4%	1,694	2.2%	83.1%

出所：決算短信よりフィスコ作成

26/3 期 連結売上高 事業別前期差異分析

- 全ての事業で前期売上高を超過
- 前期にM&Aで子会社化したアミノ事業が通期で売上高に寄与したこと、25年9月に子会社化したすし弁慶の連結開始に加え、「和食さと」「にぎり長次郎」など既存事業も増収となった



出所：決算説明資料より掲載

健全な財務体質により、出店や M&A が可能となる

2. 財務状況と経営指標

2026 年 3 月期末の資産合計は前期末比 1,201 百万円増の 47,145 百万円となった。流動資産は同 1,228 百万円増の 19,319 百万円となったが、これは現金及び預金が 719 百万円増加したこと及び売掛金が 275 百万円増加したことが主な要因である。固定資産は同 1 百万円減の 27,742 百万円とほぼ横ばいで、有形固定資産の増加と投資その他の資産の減少が相殺された結果である。なお、現金及び預金の残高は 13,287 百万円である。

負債合計は前期末比 218 百万円減の 28,704 百万円となった。流動負債は同 875 百万円増の 12,060 百万円となったが、未払法人税等が同 250 百万円増加したことや 1 年内返済予定の長期借入金が同 246 百万円増加したことが主な要因である。固定負債は同 1,094 百万円減の 16,643 百万円となったが、社債が同 827 百万円減少したことや繰延税金負債が同 576 百万円減少したことが主な要因である。純資産合計は、親会社株主に帰属する当期純利益の計上により利益剰余金が増加したことなどから、同 1,419 百万円増の 18,441 百万円となった。有利子負債は前期末比 522 百万円減の 12,261 百万円であり、現預金 (13,287 百万円) と比較しても抑制されている。

安全性に関する経営指標については、流動比率が 160.2%、自己資本比率が 37.8%となっており、財務の安全性は高い。直営店を中心とした出店や M&A を続けているが、ROE は 9.9%と業界平均を上回る収益性・効率性を維持している。現金及び預金残高の充実や借入余力などから、M&A 案件があった場合に積極的に獲得へ乗り出せる財務体質であると言える。

連結貸借対照表・経営指標

(単位：百万円)

	25/3 期末	26/3 期末	増減額
流動資産	18,090	19,319	1,228
(現金及び預金)	12,567	13,287	719
(売掛金)	3,184	3,460	275
(原材料及び貯蔵品)	1,384	1,503	118
固定資産	27,743	27,742	-1
(有形固定資産)	11,084	12,335	1,250
(投資その他の資産)	8,219	7,269	-949
資産合計	45,944	47,145	1,201
流動負債	11,184	12,060	875
(1年内返済予定の長期借入金)	1,620	1,867	246
(未払法人税等)	402	652	250
固定負債	17,737	16,643	-1,094
(社債)	8,511	7,683	-827
(長期借入金)	5,441	5,513	71
(繰延税金負債)	695	119	-576
負債合計	28,922	28,704	-218
純資産合計	17,021	18,441	1,419
負債純資産合計	45,944	47,145	1,201
<安全性>			
流動比率(流動資産÷流動負債)	161.7%	160.2%	-1.5pp
自己資本比率(自己資本÷資産合計)	35.9%	37.8%	1.9pp
<収益性>			
ROE(当期純利益÷自己資本)	5.7%	9.9%	4.2pp
ROA(経常利益÷資産合計)	6.2%	6.4%	0.2pp
ROS(営業利益÷売上高)	4.0%	4.0%	0.0pp

出所：決算短信よりフィスコ作成

■今後の見通し

2027 年 3 月期は売上高 830 億円、営業利益 32 億円を予想。新店 40 店、客数増加施策を強化

2027 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 8.6%増の 83,000 百万円、営業利益が同 4.9%増の 3,200 百万円、経常利益が同 0.2%増の 3,000 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 6.2%増の 1,800 百万円と、連続増収及び営業増益を見込んでいる。

外部環境については、インバウンド需要の拡大などの影響により外食需要は底堅く推移することが見込まれるものの、各種コスト上昇要因が続くものと見込んでいる。また、不安定な国際情勢による為替や景気への影響、消費者の節約志向の高まりなども注視する必要がある。

売上高の伸び率は前期（13.3%増）と比較すると低下するが、これは前期に M&A 効果が大きかった一方、進行期は既存店の増収と新店出店を中心としたオーガニックな成長を前提としているためである。中期経営計画に沿って、新店は 40 店舗（前期は 22 店舗、直営店のみ）を計画する。全業態が好調に推移する見込みで、「和食さと」5 店舗、「にぎり長次郎」などのグルメ寿司で 9 店舗、「得得」などのそば・うどん業態で 7 店舗、「かつや」8 店舗など、バランスの良い出店となる。M&A に対しても、特にグルメ寿司領域での地域展開に積極的な姿勢を変えておらず、期中のディールの可能性もあるだろう。既存店については、前期は客単価の上昇が奏功したが、進行期は客数増加を目的とした取り組みを強化する。

利益面では、進行期もコスト面で原材料価格と人件費の上昇等を織り込んでいる。中期経営計画に沿った水準ではあるものの、営業利益率では前期比 0.1 ポイント低下の 3.9%とやや収益性に影響があるものの、増収効果により増益を確保する見込みである。中計の重点施策でもある「和食さとのナショナルブランド化」と「グルメ寿司チェーンでの圧倒的 No.1 の実現」が進行期の計画達成においてもカギとなるが、既存店の客数が前期比 100%を超えてくるか、出店ペースが計画通りに進むかがバロメーターとなるだろう。

2027 年 3 月期 業績予想（単位：百万円）

	26/3 期		27/3 期		
	実績	売上比	予想	売上比	前期比
売上高	76,421	-	83,000	-	8.6%
営業利益	3,051	4.0%	3,200	3.9%	4.9%
経常利益	2,994	3.9%	3,000	3.6%	0.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,694	2.2%	1,800	2.2%	6.2%

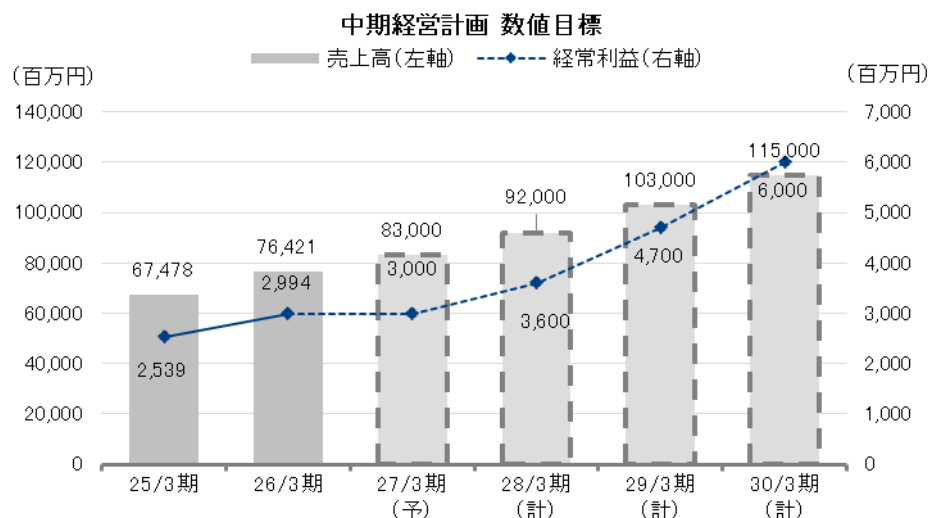
出所：決算短信よりフィスコ作成

■成長戦略・トピックス

店舗数 1,100 店、経常利益 60 億円を目指す中期経営計画を推進中

1. 中期経営計画「SRS VISION 2030」が進行中。2030 年 3 月期に売上高 1,150 億円、経常利益 60 億円を目指す

同社は、2026 年 3 月期を初年度、2030 年 3 月期を最終年度とする中期経営計画「SRS VISION 2030」を推進している。「心を満たす和食を、もっと身近に、日本中の人々へ。そして世界へ。」をテーマとし、「既存事業の飛躍的な発展と新たな収益基盤の確立による和食チェーングループ圧倒的 No.1 の実現」を基本方針とした。事業ポートフォリオ別では、中高価格帯ブランドでは全国チェーン化を目指し、低価格帯では既存エリアで価格競争力を維持しつつ M&A を積極活用しながら店舗網を拡大する。最終年度（2030 年 3 月期）の主要な経営数値目標としては、売上高 1,150 億円（年平均成長率 11%以上）、経常利益 60 億円（直近 30 億円）、ROE12%超（直近 9.9%）、店舗数 1,100 店超（直近 780 店）を掲げており、成長と収益の両面で着実なステップアップを目指す。



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

2. 中計重点戦略とその進捗：初年度の進捗は順調

中期経営計画「SRS VISION 2030」では、4つの重点戦略を遂行中である。各戦略の具体的な目標・KPIと、2026年3月期の進捗状況を整理すると以下のとおりである。

中期経営計画 方針・重点戦略と進捗

SRS VISION 2030	「心を満たす和食を、もっと身近に、日本中の人々へ。そして世界へ。」	
基本方針	既存事業の飛躍的な発展と新たな収益基盤の確立による和食チェーングループ圧倒的No. 1の実現	
重点戦略	具体的な目標・KPI	2026年3月期の進捗
＜重点戦略Ⅰ＞ “和食さと”の ナショナルブランド化	①顧客体験向上と価格マネジメントを両立した「団らん」を体現するブランド進化 ②中四国や北関東への進出 ・2026年3月期：201店（実績） ・2030年3月期：236店（計画）	【新規出店】 ■新商圈となる岡山県内に3店舗を集中的に出店（好調に推移） ■中四国営業部発足 【既存店対策】 ■「団らん」体験を強化する店舗改装（新型店の売上20%アップ） ■営業時間1時間延長
＜重点戦略Ⅱ＞ “にぎり長次郎” “うまい鯨 勘”でグルメ寿司チェーン圧倒的 No. 1の実現	・グルメ寿司市場（約1,500億円）で約16%のシェアで首位争い ・出店済み地域でのシェア拡大、新商圈、M&A等を通じて圧倒的No. 1へ ・2026年3月期：109店（実績） ・2030年3月期：150店（計画）	■「にぎり長次郎」は2026年3月に今後の主力となる新型店舗をオープン（売上好調） ■「うまい鯨勘」は新商圈の群馬県にオープン（売上好調） ■「回転すし北海道・すし弁慶」は同社グループ入り後に収益性改善
＜重点戦略Ⅲ＞ 第3、第4の収益の柱 となる事業の確立	-	【そば・うどん】 「得得」で新商圈に出店、「とくとく」でフードコート初出店 【丼・定食・その他】 「天井・天ぶら本舗 さん天」で駅前立地に出店
＜重点戦略Ⅳ＞ 売上高1,000億円超を支えるグ ループ機能の強化とサステナブル 経営の推進	-	■積極的な人材の採用、教育への投資と働きやすさを改善 ■出店促進に向けて「SRSグループ店舗開発本部」の強化 ■経済産業省が定めるDX認定制度の「DX認定事業者」に認定

出所：決算説明資料からフィスコ作成

重点戦略Ⅰ「“和食さと”のナショナルブランド化」では、①顧客体験向上と価格マネジメントを両立させた「団らん」を体現するブランド進化、②中四国や北関東への進出などに取り組み、2030年3月期に236店（現在201店）へ拡大する計画である。2026年3月期には新商圈となる岡山県内に3店舗を集中的に出店（いずれも好調）し、「団らん」体験を強化する店舗改装でも成果が出ており、初年度は順調に進捗したと言える。

重点戦略Ⅰ “和食さと”のナショナルブランド化

「団らん」体験を強化する新型店舗への改装



通路を広くとり、テーブル席、半個室を増設



定番「バニラ味」に加えて「チョコレート味」「ミックス味」が新登場し3種類に

- ✓ 岸田堂店を改装し、ゆったりとくつろぎ、団らんしやすい新型店舗として2026年3月リニューアルオープン

【改装のポイント】

- (1) 6名掛け・8名掛けのテーブル席、半個室を増設
- (2) お子さまもより楽しめるようにセルフ式のソフトクリームの味、トッピングを拡充

- ✓ 改装後は、売上が既存店を上回って推移



■：同エリア既存店の売上の前年比
■：岸田堂店売上の前年比

営業時間延長による売上増、収益性改善



- ✓ 2026年3月13日より、24時まで営業時間を延長 ※一部店舗を除く

【営業時間延長のポイント】

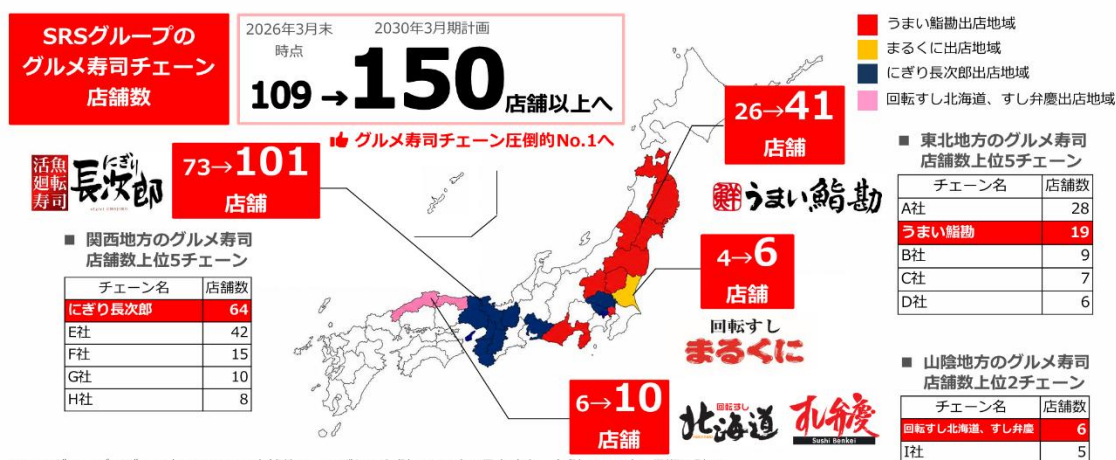
- (1) 生活様式が変化中、ディナー帯以降の時間帯における来店需要への対応を強化し、追加客数獲得及び収益性改善を図る
- (2) 食べ放題が22時まで注文可能となり、食事を通じた「団らん」をより長く、楽しめる

出所：決算説明資料より掲載

重点戦略Ⅱ「“にぎり長次郎” “うまい鮎勘”でグルメ寿司チェーンの圧倒的 No.1 の実現」では、出店済み地域でのシェア拡大、新商圈開拓、M&A 等を通じて、2030 年 3 月期に 150 店（現在 109 店）を計画する。2026 年 3 月期には、「にぎり長次郎」の今後の主力となる新型店舗をオープンした。新型店舗では既存店比約 2 倍の大型いけすを備え、その場で板前がさばく“活け商品”を大幅に拡大するとともに、上下 2 段の特急レーン設置により料理提供スピードが向上し、売上が好調だという。また、期中に M&A で連結化した「回転すし北海道・すし弁慶」はグループ入り後に収益性が改善し、好調に推移している。

重点戦略 II グルメ寿司チェーン圧倒的 No.1 の実現

- SRSグループは、各地域で強いブランド力を持つグルメ寿司チェーンで、地域内ドミナント強化とグループ化を進め、“品質・店舗数・展開エリア・売上規模”において圧倒的No.1の実現を目指す。



出所：決算説明資料より掲載

重点戦略Ⅲ「第 3、第 4 の収益の柱となる事業の確立」では、駅前立地や新商圈開拓などにも挑戦している。重点戦略Ⅳ「売上高 1,000 億円超を支えるグループ機能の強化とサステナブル経営の推進」では、人材の採用と育成、店舗開発力の強化、DX 化を推進しており、2026 年 3 月期に進捗が見られた。中計初年度は、全社の出店目標が未達（目標 40 店に対して実績 22 店）となったものの、各業態での勝ちパターン（新店舗設計、新商圈開拓など）が明確になった点で大きな進歩があったと言えるだろう。

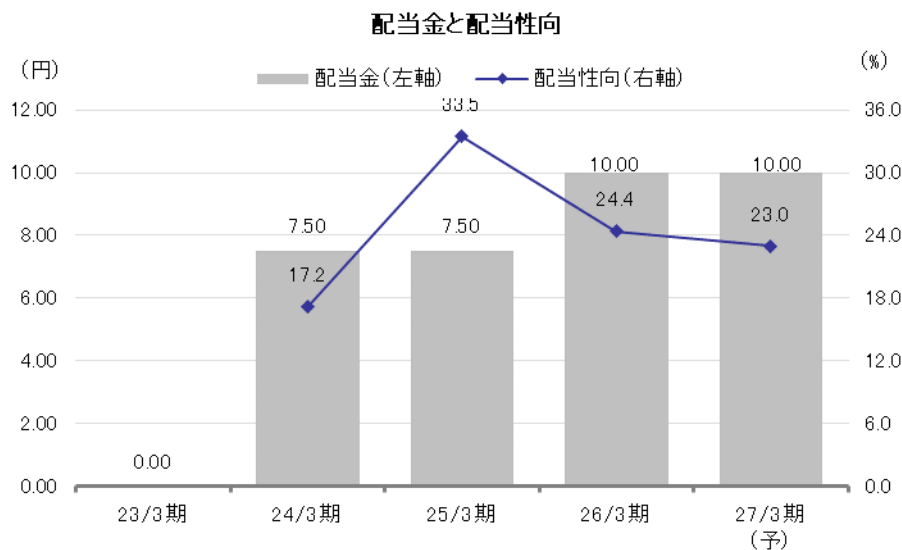
■株主還元策

2026 年 3 月期は配当金 10.00 円（前期比 2.50 円増）、配当性向 24.4%。

店舗で利用できる株主優待が人気

同社は、企業の成長と株主還元の両立を図るため、原則として連結配当性向 20%以上を目安に配当を決定することを基本方針とし、持続的な企業価値向上を目指して業績の状況や今後の成長投資の必要性を踏まえながら柔軟な配当政策を推進している。コロナ禍の時期には無配となったが、その後は配当・配当性向ともに回復してきた。2026 年 3 月期は、配当金 10.00 円（前期比 2.50 円増配）、配当性向 24.4%と増配を実施した。2027 年 3 月期は、配当金 10.00 円（前期と同額）、配当性向 23.0%を予想する。

同社は、株主への感謝と事業への理解促進、中長期的な保有を目的とした株主優待制度を導入している。2026 年 9 月からは、100 株以上保有の株主が対象となり、100 株以上 500 株未満で年間 2,000 円分、500 株以上 1,000 株未満で年間 12,000 円分、1,000 株以上で年間 24,000 円分の店舗優待券を贈呈している。グループの幅広い業態で利用でき、2026 年 3 月末現在の株主に発行する優待券からは「回転すし北海道」「すし弁慶」でも利用可能となるなど、利便性の高さから人気を集めている。



出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項（ディスクレーマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報及び指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為及び行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容及び当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受け、企業から報酬を受け取って作成されています。本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポート及び本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文及びデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポート及びその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコ及び関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp