

日本を引っ張る、ひかるブラック企業

株式会社テンポスホールディングス

2026年4月期 第1四半期 会社説明資料

リサイクル屋で定年制が無いテンポスはSDGsそのものです

連結業績

- **売上高**：物販事業・飲食事業の伸長により+5億17百万円（前年同期比 +4.5%）
- **販管費・一般管理費**：店舗設備投資や人材増強により+3億1百万円（前年同期+8.3%）
- **営業利益**：投資効果がまだ収益に繋がらず△87百万円減（前年同期比 △10.9%）
- **四半期純利益**：前期は株式会社竹若の破産手続きによる一時的な影響で増加していることから大幅減
(百万円)

| | 前期 第1四半期 | 当期 第1四半期 | 増減率 | 通期業績予想 | |
|----------------------|-------------|-------------|---------|--------|-------|
| | | | | 通期 | 対前期比 |
| 売上 | 11,461 | 11,978 | 4.5% | 57,700 | 22.6% |
| 営業利益 | 803 | 715 | △ 10.9% | 3,440 | 28.9% |
| 経常利益 | 860 | 774 | △ 9.9% | 3,650 | 27.2% |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | 749 | 496 | △ 33.7% | 2,140 | 3.6% |

セグメント別業績

物販事業

- 増収要因：大手外食企業向け販売好調／通販事業の売上好調
- 減益要因：新規出店に伴う経費増に加え、大手企業向け営業人員の増員による経費増が影響

情報・サービス事業

- 減収要因：配送請負／事業承継事業が売上を伸ばすも、内装工事／POS販売事業が大幅減少
- 減益要因：売上減少に加えて新規事業への積極的な投資により販管費が増加し減益

飲食事業

- 増収／増益要因：新規出店による売上増と既存店舗の売上増

(百万円)

| セグメント名 | 項目 | 前期 第1四半期 | 当期 第1四半期 | 増減率 | 通期業績予想 | |
|---------|------|-------------|-------------|--------|--------|--------|
| | | | | | 通期 | 対前期比 |
| 物販 | 売上高 | 6,814 | 7,245 | 6.3% | 30,500 | 11.2% |
| | 営業利益 | 678 | 617 | △ 9.1% | 2,500 | 11.4% |
| 情報・サービス | 売上高 | 1,045 | 1,022 | △ 2.2% | 5,000 | 13.9% |
| | 営業利益 | 63 | △ 22 | 赤字化 | 190 | 36.2% |
| 飲食 | 売上高 | 3,812 | 4,145 | 8.7% | 22,400 | 39.5% |
| | 営業利益 | 86 | 155 | 80.1% | 940 | 170.9% |

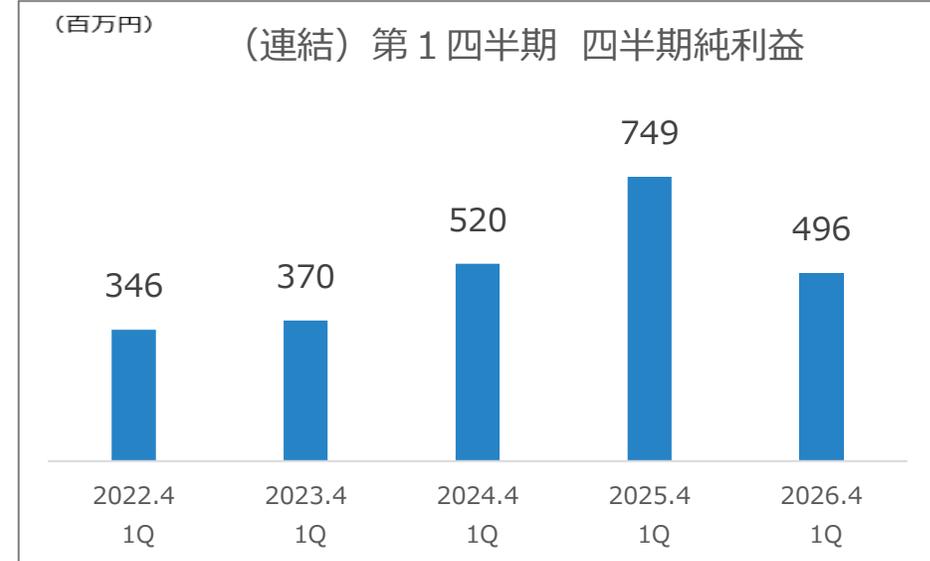
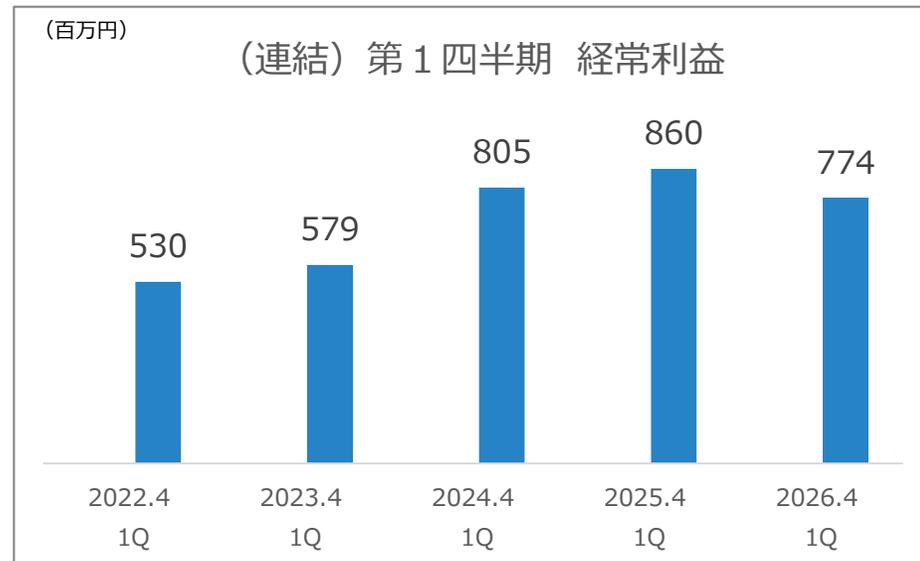
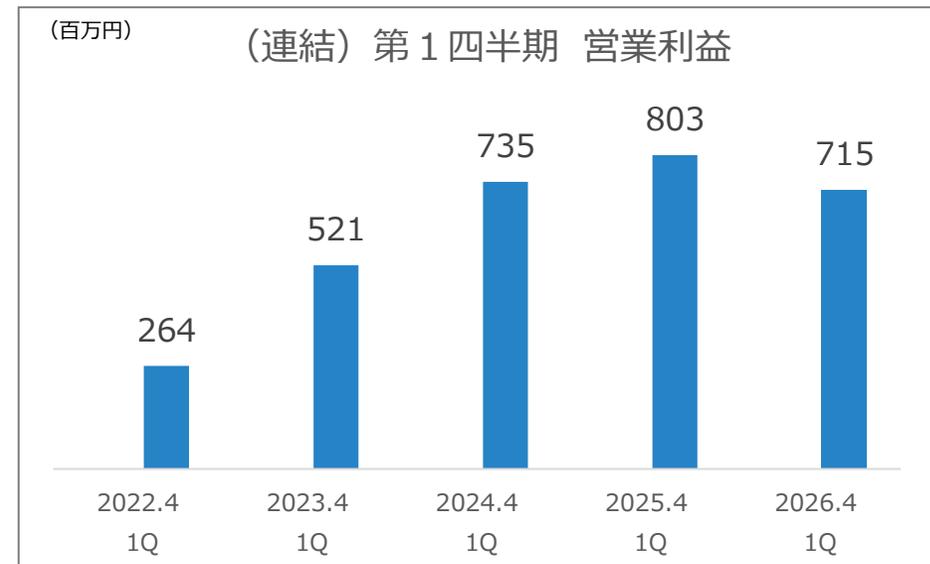
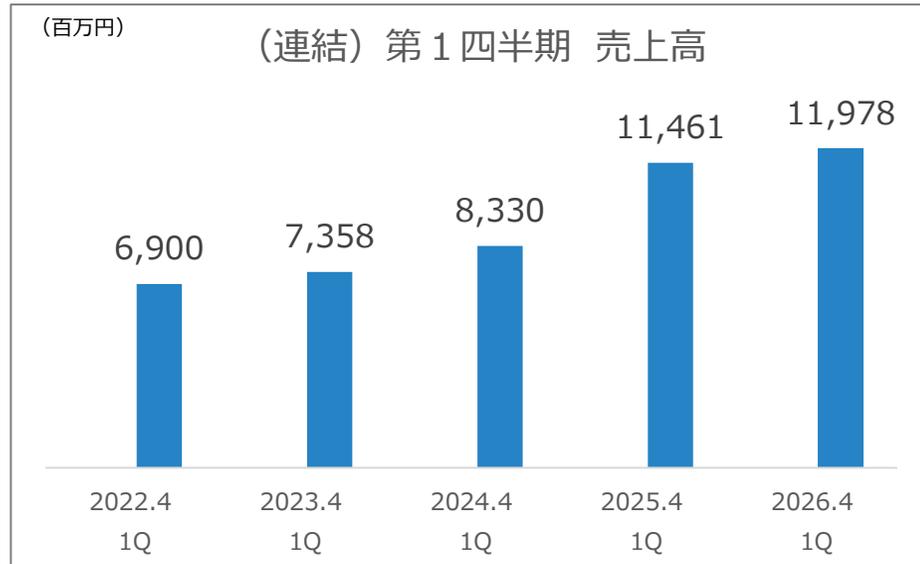
事業会社の成長性

当社の経営の考え方は、各グループ会社は次のいずれか3つを目指す。①売上高100億円、②業界トップシェア、③上場する。そのために、既存事業で出た利益は、事業開発のために使い、新規事業を確立していく。「晴れ」は利益を出しながら、新規事業に意欲満々。「曇り」は利益は出ているが新規事業に消極的、もしくは利益そのものを伸ばす必要性がある。

(百万円)

| セグメント | 成長性 | 事業 | 会社名 | 科目 | 前期 第1Q | 当期 | | 通期業績予想 | | |
|------------|-----|------------|---------------------|------|-----------|-------|---------|--------|--------|-------|
| | | | | | | 第1Q | 増減率 | 通期 | 対前期比 | 前期差 |
| 物販 | | 厨房 店頭販売 | テンポスバスターズ | 売上高 | 5,146 | 5,213 | 1.3% | 22,000 | 11.1% | 2,203 |
| | | | | 営業利益 | 639 | 543 | △ 15.1% | 2,300 | 8.8% | 186 |
| | | 厨房 直販営業 | キッチンテクノ | 売上高 | 794 | 1,059 | 33.5% | 5,000 | 15.5% | 670 |
| | | | | 営業利益 | 33 | 26 | △ 20.1% | 258 | 12.8% | 29 |
| | | 厨房 通信販売 | テンポスドットコム | 売上高 | 1,011 | 1,161 | 14.8% | 5,330 | 37.2% | 1,444 |
| | | | | 営業利益 | 12 | 14 | 19.2% | 75 | 323.6% | 57 |
| 情報 サービス | | 内装工事 | スタジオテンポス | 売上高 | 265 | 140 | △ 47.1% | 1,135 | 8.5% | 89 |
| | | | | 営業利益 | 5 | △ 7 | 赤字化 | 48 | 17.8% | 7 |
| | | POS販売 | テンポス情報館 | 売上高 | 238 | 208 | △ 12.6% | 1,100 | 20.0% | 183 |
| | | | | 営業利益 | 35 | 3 | △ 88.8% | 80 | 113.2% | 42 |
| | | 資金・不動産 | テンポスフィナンシャル トラスト | 売上高 | 119 | 133 | 11.9% | 550 | 2.4% | 12 |
| | | | | 営業利益 | 17 | △ 4 | 赤字化 | 58 | 99.9% | 29 |
| | | 人材派遣・紹介 | ディースパーク | 売上高 | 379 | 430 | 13.6% | 2,300 | 27.0% | 488 |
| | | | | 営業利益 | 3 | △ 12 | 赤字化 | 47 | 8.7% | 3 |
| | | WEB集客 | テンポスフードプレイス | 売上高 | 47 | 113 | 138.7% | 200 | 15.0% | 26 |
| | | | | 営業利益 | 0 | △ 1 | 赤字化 | 0 | 黒字化 | 7 |
| 飲食 | | ステーキ屋 | あさくま | 売上高 | 2,129 | 2,292 | 7.7% | 10,010 | 15.6% | 1,352 |
| | | | | 営業利益 | 83 | 111 | 34.6% | 500 | 169.6% | 314 |
| | | 回転寿司 | ヤマトサカナ | 売上高 | 1,705 | 1,892 | 11.0% | 8,499 | 11.6% | 885 |
| | | | | 営業利益 | 40 | 103 | 158.2% | 474 | 20.9% | 81 |

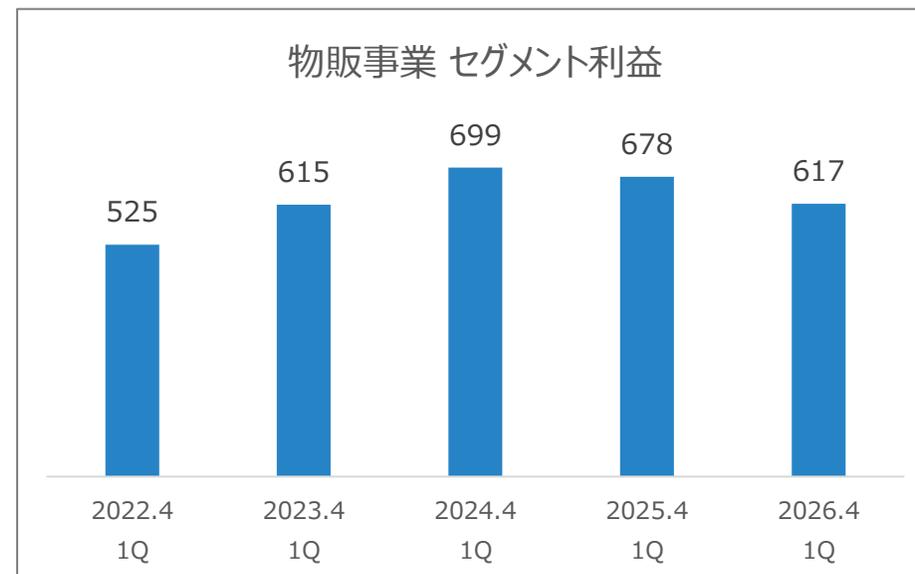
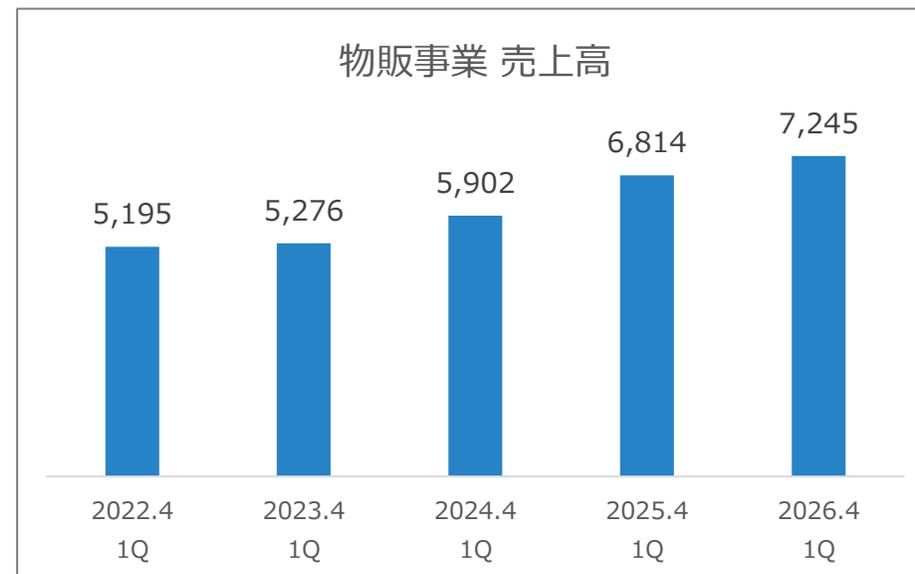
連結業績の推移



物販事業の業績推移

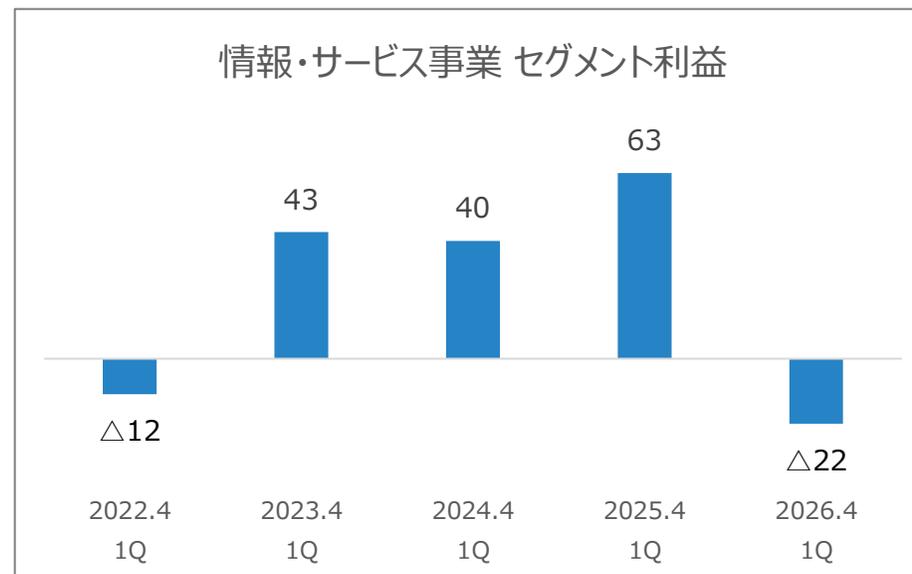
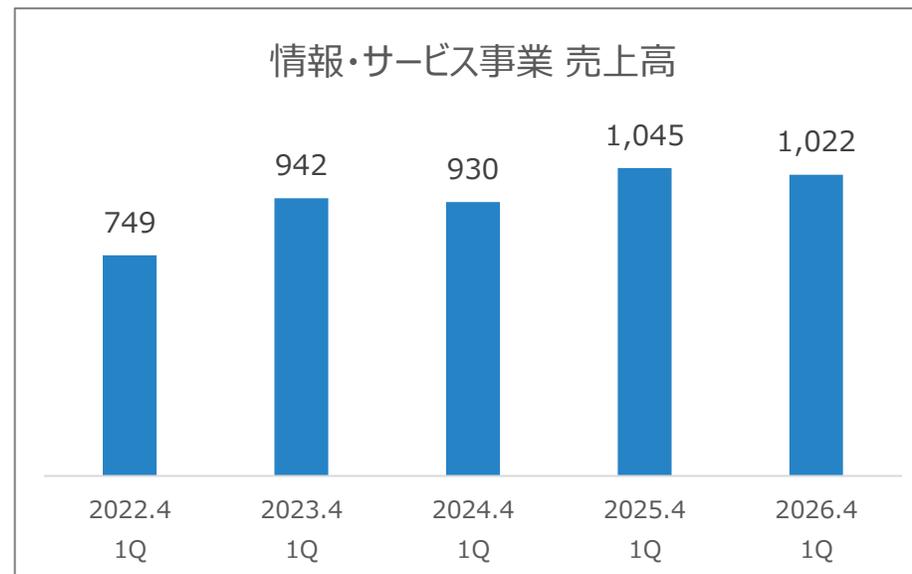
直販・通販成長・店頭販売苦戦で増収減益

- 直販営業事業（キッチンテクノ）は大手外食企業向けの販売は堅調に推移。売上高+2億65百万円（+33.5%）となる。しかし営業強化に伴う人件費増を吸収できず減益。現在は営業研修を見直し、即戦力化を進めている。
- 通販事業（テンポスドットコム）は、自社サイトおよびモール店舗において独自開発の販売管理ツールを活用し、ダイナミックプライシングを実施した結果、受注数が伸長。売上高+1億50百万円（+14.9%）となる。さらに期中には法人向け新サイト「テンポス法人ドットコム」を立ち上げた（ずっとやりたかったことが実現！）。3カ月で新規会員獲得6,428社に達した。第2四半期中には1万社突破を見込む。今後の成長に大きな手応えを得ている。
- 店頭販売事業（テンポスバスターズ）は、前期より新規出店に力をいれるも、市場縮小により客数が減少。売上+67百万円（+1.3%）と微増にとどまる。商売替えに苦戦しており、営業利益は15%減（△96百万円減）となる。



人材請負・事業承継、不動産事業増収。内装・POS販売は減収。各社事業投資につき販管費増。

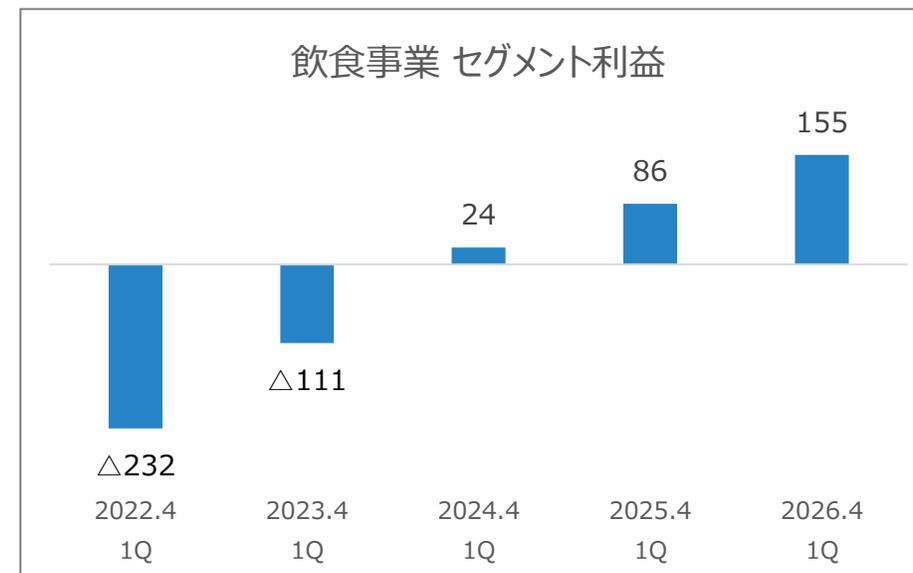
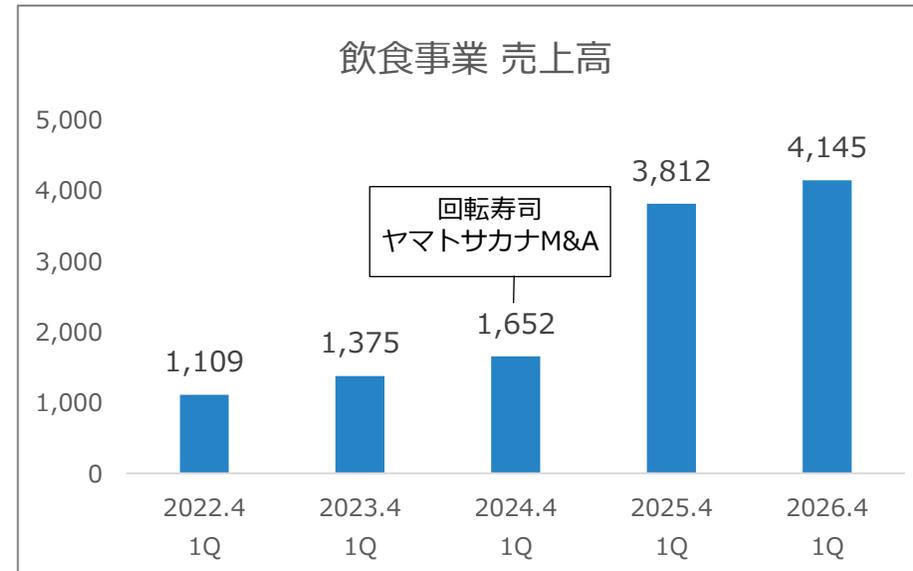
- 人材紹介・請負・派遣事業（ディースパーク）では、前期グループ入りした旧東海運輸（現：埼玉事業所）の売上計上により請負事業が業績を牽引し、全体売上高+51百万円（+13.6%）となる。海外人材紹介事業で積極的な人員投資の結果、当期は赤字となるも、将来の事業拡大を見据えた前向きな投資である。
- 以前より力を入れてきた飲食店の事業承継事業（テンポフードプレイス）にて芽が出始めたことで、事業会社の売上高+67百万円前年比（+138.7%）となる。前向き投資中につき当期は赤字となる。
- 不動産・ファイナンス事業（テンポフィナンシャル）は売上+14百万円（+11.9%）となるも、人件費増を吸収できず赤字となる。
- 内装工事事業（スタジオテンポス）は、中小飲食店の出店抑制により減収となり赤字となる。
- POS販売事業（テンポス情報館）は補助金採択率の低下や、飲食店の投資抑制の影響で減収減益となる。



飲食事業の業績推移

ステーキ・回転寿司好調・観光事業も伸長

- ステーキレストラン業態（あさくま）では、以前よりサラダバーを45品に拡充したことで客数が増加し、売上も好調に推移している。2025年4月時点で、28カ月連続で月次売上高が前年を上回った。さらに、ステーキのフェアメニューを積極的に展開し、顧客満足度の向上を図っている。2025年6月からは清水一成が加わり代表2名体制となった。新規出店や販促・人事体制の強化に取り組む。
- 回転寿司業態及び居酒屋業態（ヤマトサカナ）では、前期第1四半期に出店した2店舗の売上が好調に推移し、外食の売上高+98百万円（+12.6%）となる。観光事業においては、自社運営する観光施設「房総の駅とみうら」において体験型イベントを強化した結果、売上高+67百万円（+21.8%）と好調な成果を上げた。



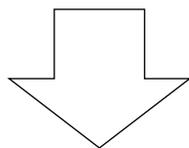
テンポスバスターズ業績結果と成長戦略

国内300店舗体制を目指す

株式会社テンポスバスターズ業績

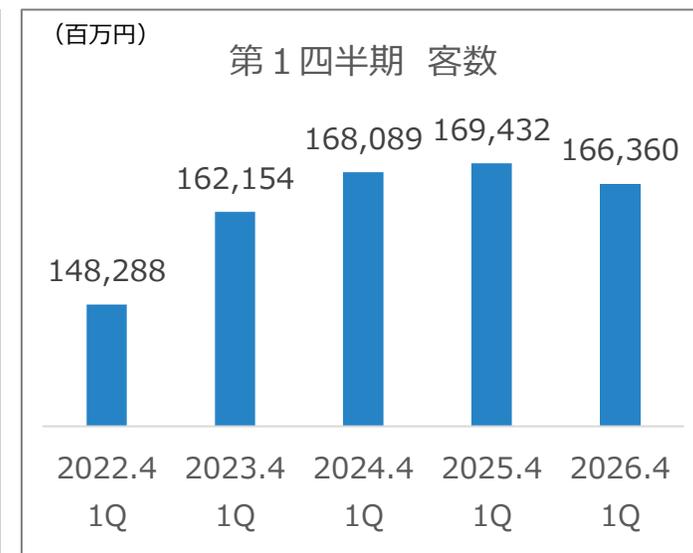
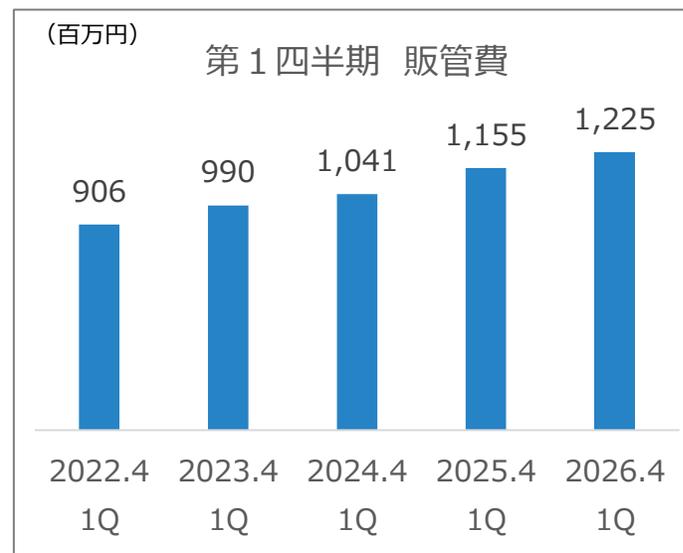
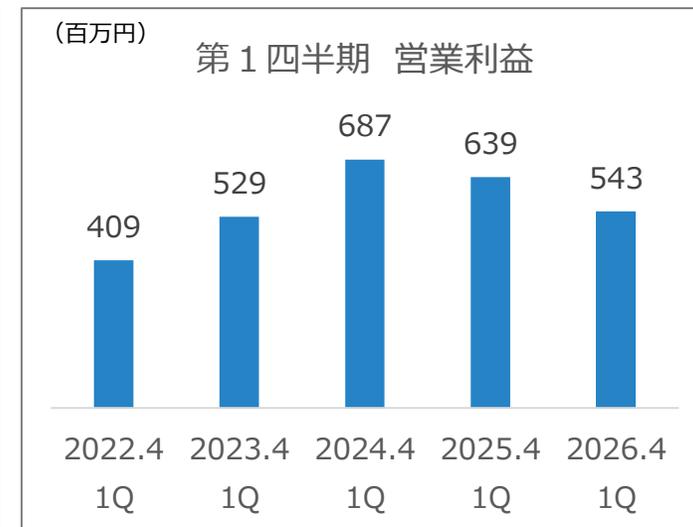
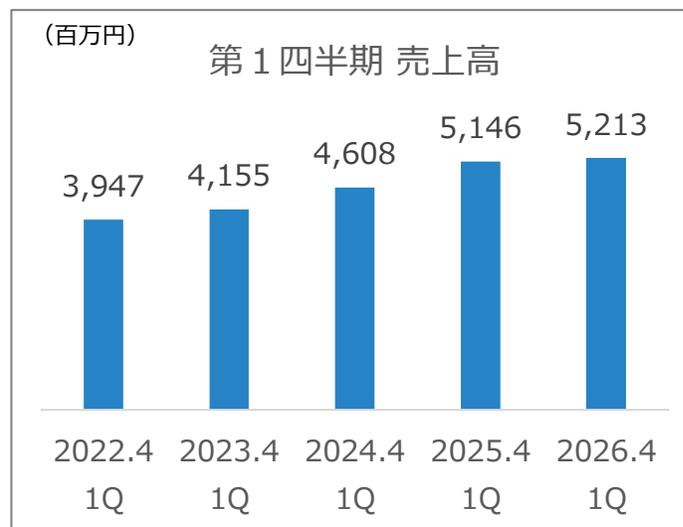
【業績結果】

- 前期1Q直営店58店から当期1Qは67店に増加。店舗が増えるもマーケット縮小の影響を受け、客数が減少。これにより売上高は微増（+1.3%）にとどまる。
- 新規出店による経費増で、営業利益を圧迫し減益（△15.1%減）



【今後】

- 未出店エリアもまだまだ多く、新規出店しシェアを拡大する。
- 全販売員（約250名）に実施していたコンサルタント育成研修を止め、選抜メンバーに絞る。他の社員には営業強化研修の実施に切り替え、成約率・成約件数の上昇を図っていく。



株式会社テンポスバスターズとは



単なる物販企業ではない。飲食店コンサル・プロデュースをして物売る会社になる。

- 年商197億円
- 全国75店舗(2025年時点)→300店舗戦略
- 年間来店客数63万件
- 会員数32万件
- 中古厨房業界で売上1位（1強100弱）
- 創業1997年
- ジャスダック上場2002年

テンポスバスターズ新規出店のその後

小規模都市に実験的に出店。オープン翌月に単月黒字化を達成。手応えを得て、出店をさらに加速。
 第1四半期は、5月に千葉県野田市に出店。翌月黒字化と好調。7月末に新潟市に新業態「燕三条直送アウトレット館」をオープン。今後も新業態に挑戦する。

新店オープン後の評価

◎、○、△はオープン後の成績を表記。「◎」は計画より良い、「○」は計画通り、「△」は利益は出ているが商圈に対してもの足りない。

| | オープン年月 | 店名 | 出店エリア | オープン後の成績 | 備考 |
|----|----------|---------------|-------|----------|----------------|
| 前期 | 2024年6月 | 堺店 | 大阪府 | △ | |
| | 2024年8月 | 滋賀店 | 滋賀県 | ◎ | 県内初出店 |
| | 2024年8月 | 旭川センター | 北海道 | △ | |
| | 2024年11月 | 米子店 | 鳥取県 | ◎ | 県内初出店 |
| | 2024年12月 | 東京ラーメン専門館 | 東京都 | ○ | 専門館へリニューアルオープン |
| | 2025年1月 | 長野下諏訪店 | 長野県 | ○ | 商圈4万人 |
| | 2025年3月 | 製菓製パン専門 堺センター | 大阪府 | △ | 専門館 |
| | 2025年4月 | 宮崎店 | 宮崎県 | ○ | 県内初出店 |
| | 2025年4月 | 甲府店 | 山梨県 | ○ | 県内初出店 |
| 今期 | 2025年6月 | 野田店 | 千葉県 | ◎ | 県内4店舗目 |
| | 2025年7月 | 燕三条直送アウトレット館 | 新潟県 | ○ | 新業態 |

■ 全国300店舗体制に向けて！

- 戦略①：何でも揃う総合店に加え、商品・業種特化型専門店を展開
- 戦略②：全国の中古厨房競合会社を買収・資本提携し拡大
- 目的：全国制覇を実現し、圧倒的市場シェアと競争優位性を確立する

今期出店計画

12店舗

- **今まで通り総合店での出店**

確立されたモデルを維持し、幅広い顧客層に対応。

- **商品に特化した店舗での出店**

特定の商品に焦点を当て、ニッチ市場をターゲット。

- **ラーメン・製菓製パン業種に特化した店舗の出店**

ラーメンや製菓などの特定の業種に焦点を当て、専門的なサポート。
新規開業を丸ごとプロデュース。

- **内装工事業者向け専門館や、
スーパー向け中古冷蔵ショーケース専門館での出店**

中古厨房機器 買取アップ施策

■ 買取数4万4千台から今期 8万台達成に向けて

- 買取担当の人員増加
- 外食チェーン店からの買取強化
- 2025年5月に中古業者向けの「中古競り」を開始。競合だった中古業者を仲間として巻き込み、仕入れを強化する狙い。第1四半期、千葉買取センターで3回実施。今後は福岡・関西でも開催予定。

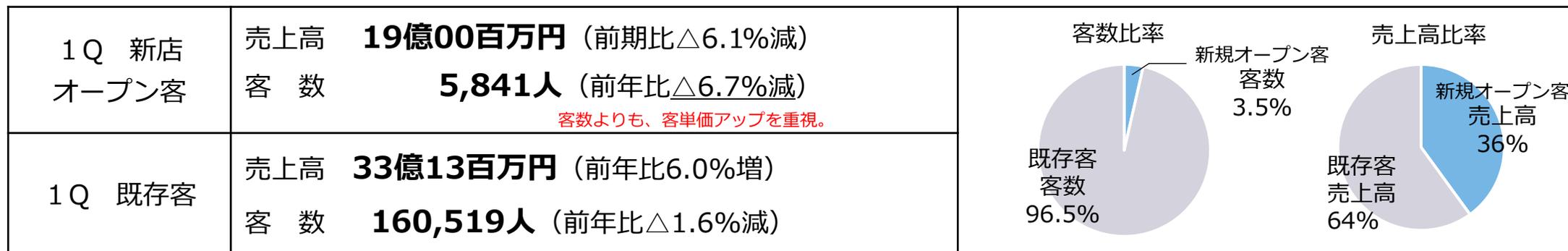
■ 修理・再生の生産性をアップし、供給を最大化する

- 新工場2拠点開設計画
- 既存工場で、土日・夜間稼働開始

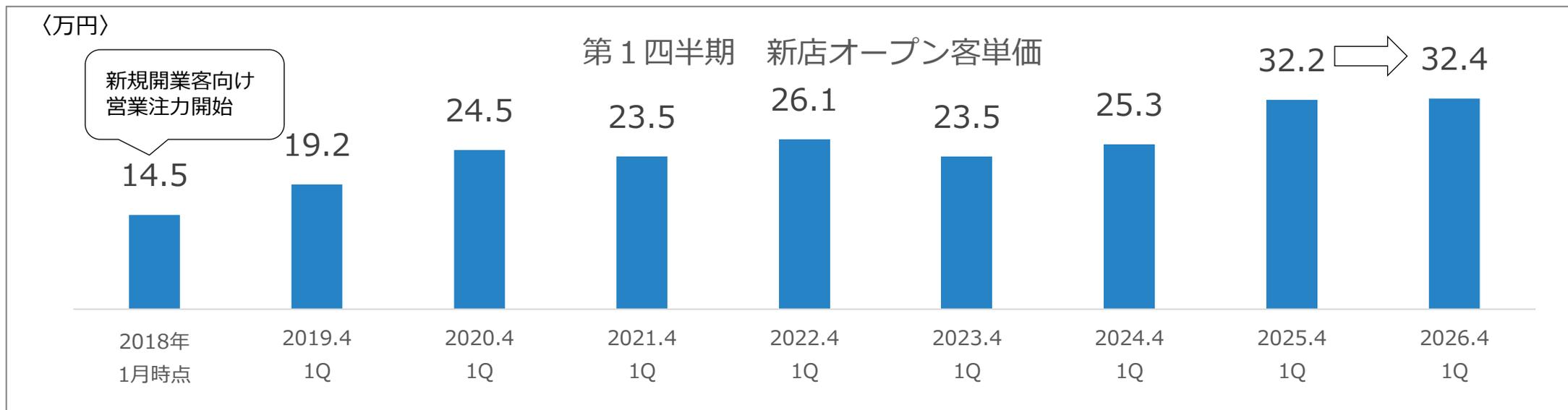


第1四半期 新店オープン客の客数と客単価

わずか3.5%の新店オープン客が、売上全体の約4割を占める。金の卵！



客単価が横ばいのため、全販売員（250名）を対象としてきたコンサルタント育成研修を、選抜メンバーのみに実施する方針に変更。教育効果を高め客単価アップを図る。



客単価アップの施策

■ 飲食店開業の「川上」を制し、高単価を獲得する

約20坪の飲食店が開業にかかる厨房機器や備品の総額は約450万円程。当社は客単価200万円を目標に、物件紹介や内装工事請負に注力し、最終的に内装＋総合受注600万円へとつなげる。

■ コンサルタント育成研修の強化

全販売員約250名の中から20名を選抜し、年間240時間のコンサルタント育成研修を実施する。飲食店開業支援に必要な知識を持つ人材を育成し、物件紹介や内装工事提案を通じて顧客との信頼関係を構築。これにより、高単価を獲得する。

戦略の背景

従来、当社はお客様が厨房機器を選定する段階から提案を行っていた。しかし、その時点では既に他社に発注先が決まっているケースも多く、客単価の向上に課題があった。現在は開業準備の初期段階である物件紹介や内装工事を提案し、顧客を早期に囲い込む。これにより、厨房機器一式の受注拡大と内装工事の受注増を図り、客単価向上を実現する。

飲食店開業の流れ▶



格付診断と経営コンサル

格付診断士1,000名体制で、中小飲食店の経営診断。診断結果は「テンポススター」に掲載し訪日客の店選びの支援。加えて、診断結果のもと、月額1万円のコンサルサービスを提供する。

格付診断

格付診断士1,000名が
飲食店の経営診断を実施

▼格付診断の流れ

WEBメディア「テンポススター」加盟店の
品質・サービス・クレンリネスの診断を行う

飲食店の診断結果を
「テンポススター」に掲載

ユーザーの店選びの満足度アップへ

格付診断士は診断した店舗
のコンサルタントとして活動

飲食店の診断結果をもとに経営改善に取り組む

【長期ビジョン】「格付診断士」が全国で
飲食店の経営を応援している状態を作る

まだまだ格付診断士のスキル不足！人材育成に取り組む！

経営コンサルティングサービス

月額1万円の「コンサル」で、中小飲食店の経営を応援

主な支援

- 販売促進計画の提案・最適化
- 人員計画策定、教育及び研修
- お店の内装・外装企画

料金

月額1万円（年間12万円）

営業戦略

テンポスの来店客に、テンポススターをはじめとしたドクターサービスを案内する。格付診断を実施し、その中で経営課題を抽出。経営コンサルティングサービスの提案を行う。

テンポス来店客
(月間5万)

テンポススター
申込獲得

格付診断
実施

経営コンサル
申込獲得

訪日客向け B級グルメ 10万店の 格付飲食メディア「テンポスター」

テンポスがBtoCメディアを運営することで、飲食店にお客様（消費者）を送りこみ、飲食店の売上アップに貢献する。



2025年6月リニューアル
<https://www.tenpostar.com/>

訪日客向け体験プラン拡充



閉店した飲食店の支援

- 後継者不在で悩まれている飲食店経営者の
事業承継支援
- 閉店した飲食店経営者の**転職斡旋**
- **居抜き物件の売却**支援
- **事業譲渡**のマッチングおよびサポート



飲食事業
500億円規模を目指して

ステーキのあさくま成長戦略

2026年1月期 新規出店計画

- 「ステーキのあさくま」 3店舗
- モツ焼き「エビス参」 5店舗
- 新業態「カレーのあさくま」出店
- さらに、別の新業態出店を計画

人材戦略

- 新会長の清水、社長の廣田の2名体制で組織拡大を推進
- 外国人人材の積極的採用
 - **方針**：国籍・性別・年齢に関わらず、意欲・能力の高い社員を抜擢人事
 - **外国人人材比率**：正社員141名中45.4%（64名※内定者含む）



◀ 6月オープン
ステーキのあさくま 桑名店（大盛況）
（三重県桑名市）

▼ 7月オープン新業態
カレーのあさくま（大盛況）
（名古屋市大須）



会長 清水

社長 廣田

- ◀ 会長・社長の2名体制で成長を加速
- 新規出店と「泣かせるあさくま」実現に向け営業強化
- 人材育成・ブランディング推進



◀ サクセッション事業部
責任者（2025年～）
ネパール出身、入社8年
目。「エビス参」の業績
向上・業務改善に大きく
貢献し抜擢



▲ 技人国の社員が店長・店長代理として活躍中。週3回、管理職養成研修に参加。

回転寿司 ヤマトサカナ（2023年9月グループ入り）

魚介類を漁港から直接仕入れる買参権を保有し、これを強みに水産卸・小売・外食・観光事業を展開する。

外食事業

回転寿司15店舗、居酒屋定食3店舗展開。これまで回転寿司業態を中心に新規出店してきたが、2025年度は、新たに居酒屋・定食業態の展開に力を入れる。



観光事業

自社施設にて「房総の駅 とみうら」を運営。施設内には鮮魚店や土産店などの物販2店舗、外食5店舗などが集結する。ノウハウを活かして、今後は道の駅の運営受託にも乗り出す。



小売事業

現在、鮮魚持ち帰り4店舗、寿司持ち帰り7店舗を展開する。2025年度は、新規出店を計画する。

卸売事業

漁港から直接仕入れ、市場への卸販売のほか、飲食店や旅館・ホテルへの卸売りも展開する。卸先の拡大に注力している。

宅配寿司及びケータリング／居酒屋業態（2025年7月グループ入り）

2025年7月に、宅配寿司・ケータリング事業を手掛ける株式会社サンライズサービスを100%子会社化。また、居酒屋「八剣伝」などを手掛けるマルシェ株式会社を、持分法適用会社化。

株式会社サンライズサービス

神奈川県を中心に宅配寿司、埼玉県を中心にケータリング事業を展開する。その他、レストランも運営。主力は宅配寿司事業。今後、レストラン・ケータリング事業の拡大に注力する。

本社：神奈川県



マルシェ株式会社

「酔虎伝」「八剣伝」「居心伝」「餃子食堂マルケン」「八右衛門」「焼そばセンター」その他飲食店を直営店もしくは加盟店としてチェーン展開する。

本社：大阪府



參考資料

気づかなかった！

リサイクル屋で定年制が無い

テンポスはSDGsそのものである

- ① テンポスのリサイクル事業はSDGsそのものである
- ② 3年で45%が閉店する小規模飲食店を、90%生き残る為の事業支援を重点方針としている
- ③ SDGsの17の目標の一つに「貧困をなくそう」とあるが、テンポスは3か年計画で社員の賃金を5割アップする。そして貧乏社員の飢えと貧困をなくす
- ④ **115作戦の実行**。10年以内に1,000人の従業員の金融資産を5,000万円にする
- ⑤ 定年制をなくして、高齢者比率は31%、働きたい老人には何歳になっても働く場を提供する

2024年12月追加
115作戦の資金500億円を作る

テンポスが目指す姿

| 社会的価値 | 経済的価値 |
|-------------------------------------|---------------------------|
| 外食業界にハードとソフトを 提供する 揺るぎない企業になる | 時価総額2,000億円 売上高2,000億円 |



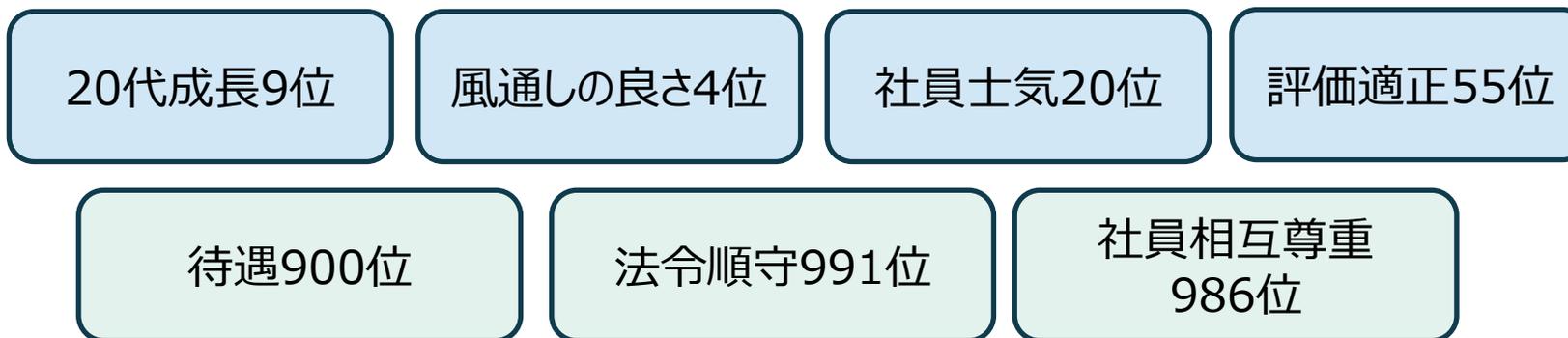
これらを達成することで
「飲食店の5年後の生存率45%を90%にする」を実現させる
持続可能な飲食店づくりを応援する

ひかるブラック企業とは

ブラック・・・不満を言わない、耐える、能力を超えた挑戦をする
ひかる・・・自己成長した結果、年収5割アップ、休日増、資産を5000万持たせる「115作戦」

転職サイト口コミランキング 全995社

待遇900位なのに、社員士気20位、20代成長9位。これぞ「ひかるブラック企業」



出典：OpenWork

上司と部下の関係は「師匠と弟子」

師匠は“明日を作る社員”を育てる意志を持ち、厳しく鍛える

部下は「守・破・離」の精神で成長し、自立を目指す

年齢に関わらず、能力と実績次第で抜擢人事あり

ディースパーク社長
伊藤航太43歳
何でもできそうな社長
▶ テンポスHDの取締役
& 人事部長兼任



テンポスドットコム社長
品川絵美 45歳
おっかさん社長



あさくま社長
廣田陽一40歳
元、テンポス西日本営業部長。社長の椅子争奪戦を経て就任。



あさくま会長
清水一成 56歳
大手外食企業 役員・社長経験あり。



スタジオテンポス社長
吉野真澄 40歳
職人すぎる社長



“明日のテンポス”を作る社員を、門下生として過酷に鍛え上げる一方で、10年以内に1,000人の従業員に5,000万円の金融資産を作らせる「115作戦」を実行していく。

挑戦する

- 働くスタンスを選択（激流コースと菊水コース）
- マイライフシート（人生設計）
- 店長立候補
- 社長の椅子争奪戦
- FA・ドラフト制
- パート店長（パート社員夏のボーナス80万）

家族を大切にする

- 育児休暇取り放題
- 転勤自由（旦那の転勤先についていく等）
- 時短社員制度
- 在宅勤務

60歳からの人生も満喫

- 定年制廃止
- パラダイス社員制度（出勤日・出勤時間自由）
- 2泊3日の研修旅行

適正評価

テンポスの賞与は公開制

会社の成長に貢献してくれる人をなるべく公平公正に評価したいと考えている。賞与額だけでなく評価方法も公開し、賞与支給時は評価方法も含めて説明する。

昇給・賞与の一部は自分達で決める

部署ごとに、役職者・パート社員も入れて、昇給・賞与の10%の金額の分配をどうするかは、従業員同士が討論して決める。会社からは見えにくい、その人の評価を取り入れる。

良い人間関係を築く

プラスのストローク

悪口を言わない、ふてくされない。前向きトークで良い人間関係を築く。

コンパ

役員研修や、全国店長会議など、管理職者の集合研修の終了後は、2時間半かけてお酒を片手に、会社のこと、自分のキャリアのことを激論する。

「自分の人生は自分で決める」の理念のもと、
社員のキャリアアップを応援する研修を実施している

■役員研修

役員・幹部向け研修。毎月「成果を上げる」「人格を作る（あるべき日本人とは）」をテーマに実践的な研修を行う。参加人数は30名ほど。

■次世代取締役研修

若手リーダー向けの研修。テンポス精神の理解や数値の分析方法、戦略の立て方を体系的に学ぶ。

■テンポス道場

「テンポス精神」の解釈や「自分の限界を超える」をテーマとしたプログラム。幹部になる人は卒業必須。

■新卒研修～80キロ歩行～

新入社員は5人1チームで80キロを歩く。「チームとは何か」「自分の役割とは」、答えを探しながら完歩を目指す。

■パート戦力化プログラム

パート社員はスキルによりランクに分かれており、どのランクを目指すか自身で決めプログラムを受講する。最上級は店長同等のGランク。

2005年定年制廃止 テンポスバスターズの60歳以上の比率、31%



社員18年目（76歳）

接客スキルコンテスト
全国3位（全503名）から、
特販課に抜擢



一宮買取センター
パート社員 86歳
週5日勤務
趣味：ミステリー小説を読む

仕事は厨房機器の洗浄。
少しでも商品価値を高めることがモットー。
「いつまで働くの？」と聞かれるが、
シフトを減らす気は今のところない。

働く心構え テンポスポリシー高齢者編

- わかったふり知ったかぶりは間違いのもと
- 歳を重ねたからこそ良く見える
- 今日より明日はおもしろい
- 辛い作業は健康のため
- 長い人生、なんだって経験済み
- 気遣いなど無用
- 最終列車に乗れたことに感謝
- いくつになっても働けることの証明
- 人生いつまでも勉強、あらゆるものに挑戦
- 一生懸命働くのは当たり前、人の嫌がる仕事を率先してやれ
- 廃棄の山から宝物
- 毎日が発見・創意工夫そして明日の楽しみ
- 同輩よ、鈍感になろう

会社概要

社名 : 株式会社テンポスホールディングス (2751 スタンダード市場)
本社 : 東京都大田区東蒲田2-30-17 サンユ-東蒲田ビル7F
代表 : 代表取締役社長 森下 篤史
設立 : 1997年3月31日
事業内容 : 飲食店向け機器販売事業、飲食店経営支援事業、飲食店経営事業
決算期 : 4月
従業員数 : 2,587名

- 本資料につきましては投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。
- 本資料を作成するに当たっては正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。本資料中の情報によって生じた障害や損害については、当社は一切責任を負いません。
- 本資料中の業績予想ならびに将来予測は、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、事業環境の変化等様々な要因により、実際の業績は言及または記述されてる将来見通しとは大きく異なる結果となることをご承知おきください。
- 本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、お客様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。