

事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社伸和ホールディングス

証券コード：7118

2026年5月28日



目次

1. 会社概要	2 頁
2. ビジネスモデル	9 頁
3. 当社の特徴・強み	16 頁
4. 市場環境	23 頁
5. 成長戦略	26 頁
6. リスク情報	33 頁

1. 当社の概要

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月末時点）
業績	売上高 6,699百万円(2026/3期) 当期純利益 136百万円(〃)
従業員	137名（2026年3月末時点 アルバイト除く）
事業内容	飲食店・惣菜店の経営 冷凍食品の企画・販売
コーポレートスローガン	食を通じてあふれる感動





■ 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

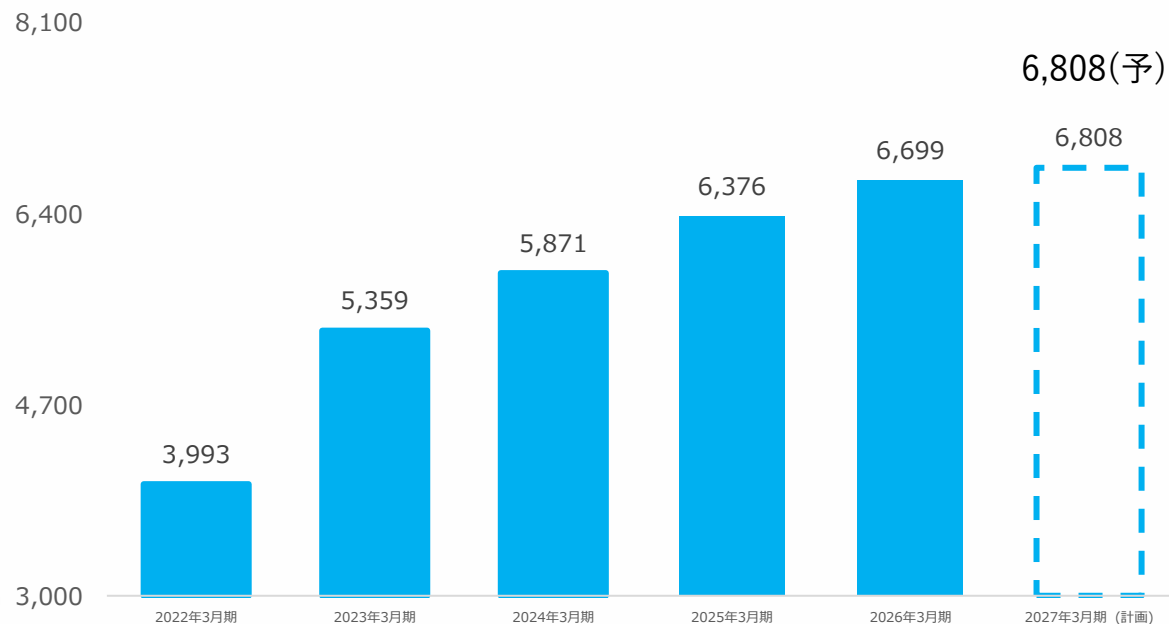
このコーポレートスローガンのもと、事業活動に取り組み、企業価値を高めつつ業績の向上に努め、お客様、株主様、お取引先様、従業員、全てのステークホルダーから信頼をいただける企業になることを目標として経営しております。

年月	事項
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
2012年10月	本社を札幌市西区二十四軒へ移転
2015年 1月	「北の起業家表彰」において優秀賞を受賞
2017年 6月	埼玉県に大宮事務所を開設
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 3月	北海道内を中心に120店舗を展開

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、業績は回復し、推移しております。

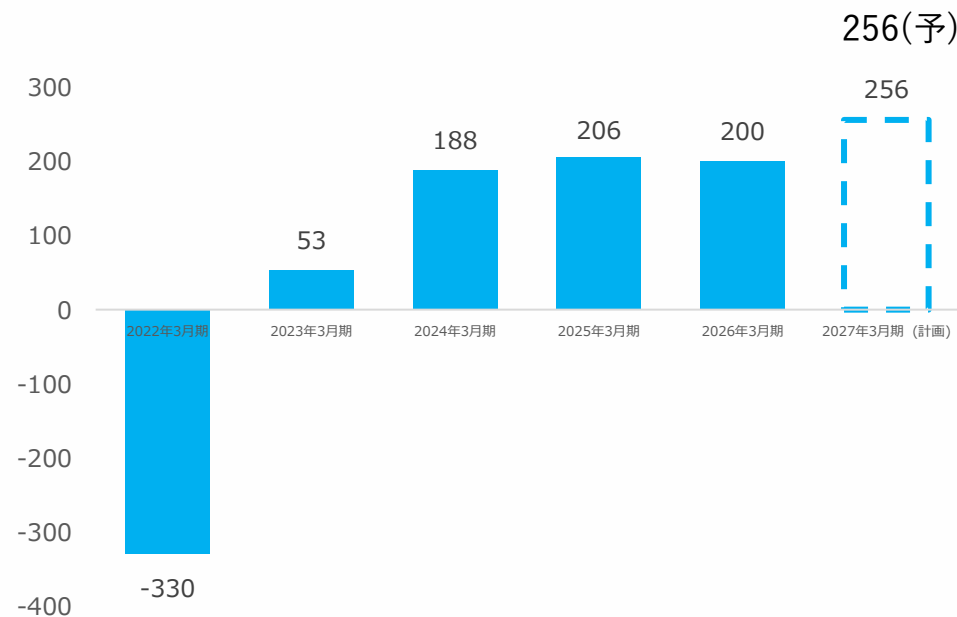
(百万円)

【売上高推移】



(百万円)

【営業利益または営業損失推移】



【店舗数推移】

2022年3月期以降における飲食、物販事業の店舗数の推移は下図に示した通りです。飲食店はコロナ禍で退店が発生し、その後の出店数の伸びは2店舗にとどまっておりますが、2026年4月以降に数店舗出店の計画となっており、物販店はコロナ禍においても着実に店舗数は増加し、今後も出店を重ねていく計画となっております。

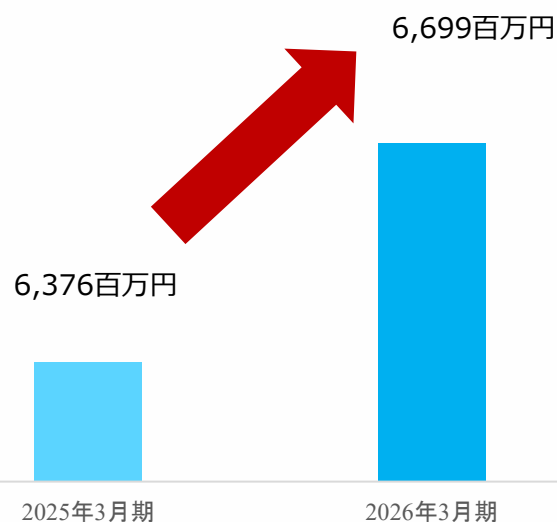
店舗数推移	2022年3月末	2023年3月末	2024年3月末	2025年3月末	2026年3月末	2027年3月末
飲食事業	42	40	41	41	43	47
物販事業	62	65	66	73	77	83
合計	104	105	107	114	120	130

既存店の集客が堅調に推移したこと及び新規出店により、全体の売上高は前期よりも増加となりました。
事業別の既存店売上高は、飲食事業、物販事業ともに前期比較で増加しております。

(※既存店：2024年3月以前から営業を行っている店舗)

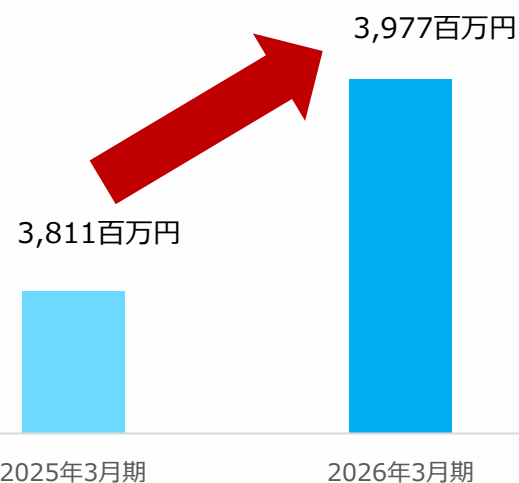
売上高

+323百万円
+5.1%



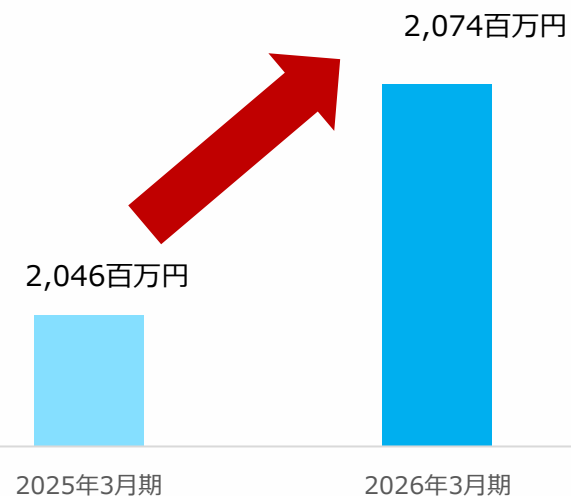
既存店売上高 (飲食事業)

+166百万円
+4.3%



既存店売上高 (物販事業)

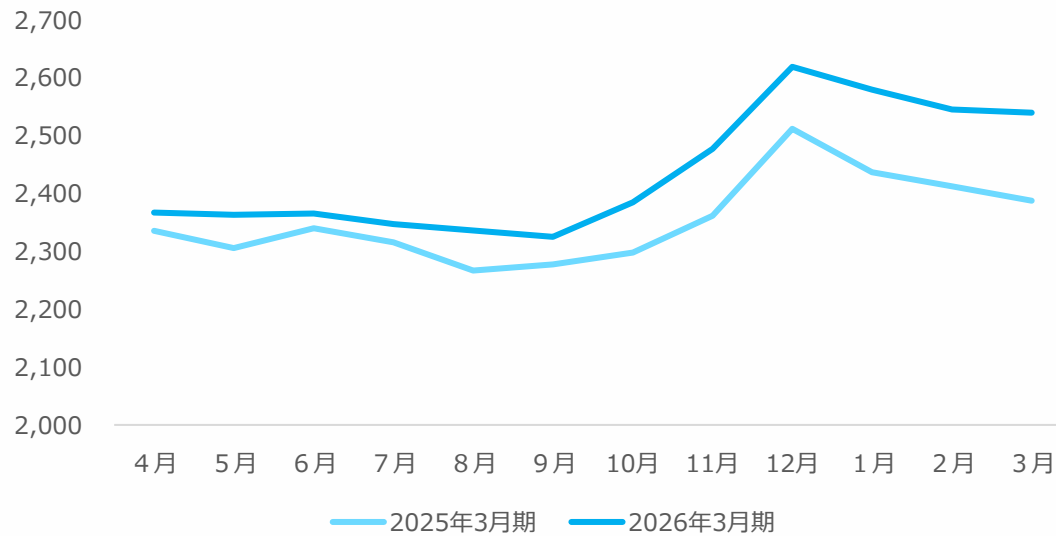
+28百万円
+1.3%



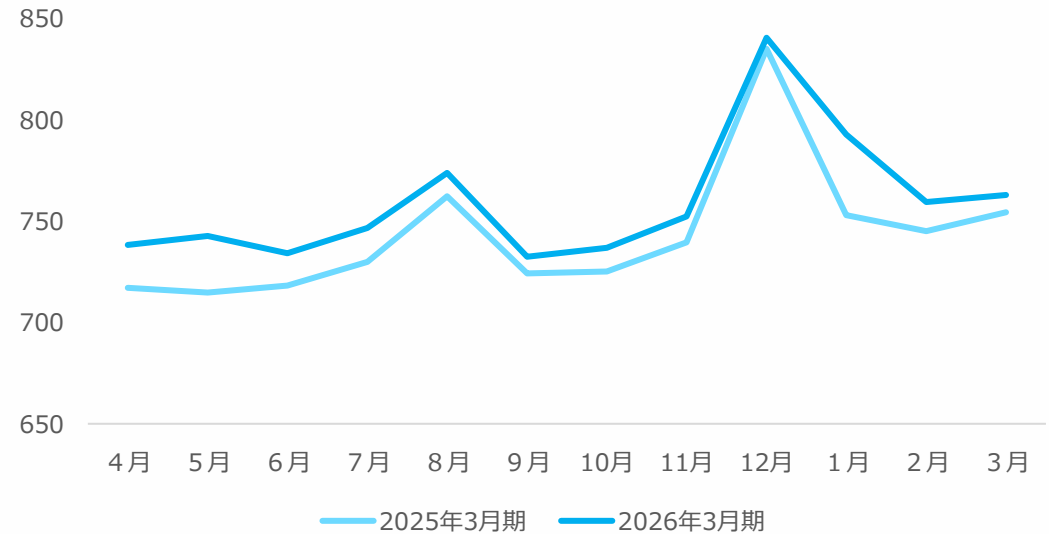
・既存店客単価の推移

飲食事業及び物販事業の2025年3月期と2026年3月期の既存店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の効果により、単価上昇となっております。

飲食事業客単価



物販事業客単価

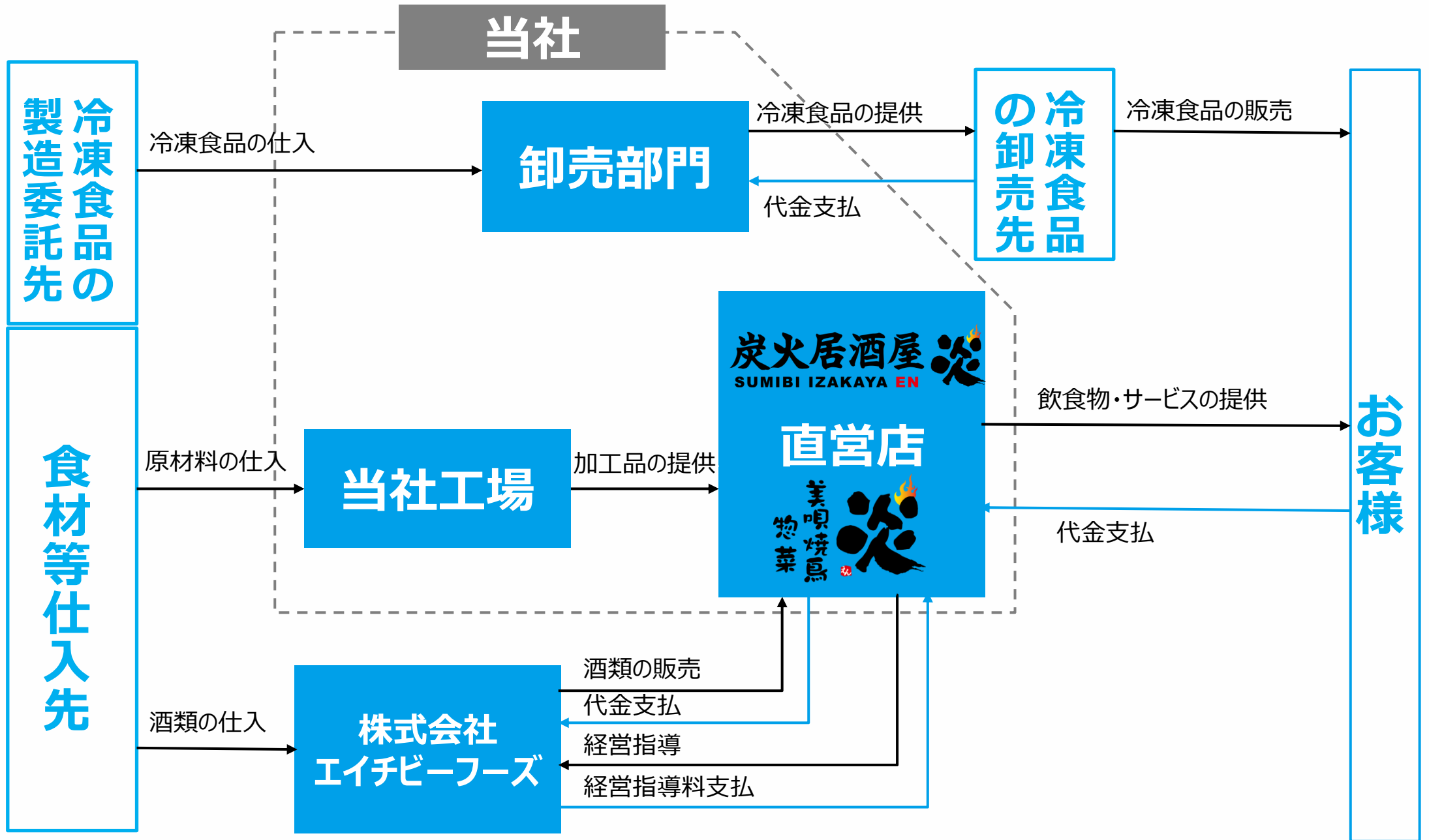


飲食店客単価	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	年平均客単価
2025年3月期	2,335	2,306	2,340	2,315	2,267	2,277	2,298	2,361	2,511	2,436	2,412	2,387	2,355
2026年3月期	2,367	2,363	2,365	2,347	2,336	2,325	2,385	2,477	2,619	2,579	2,545	2,539	2,437

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

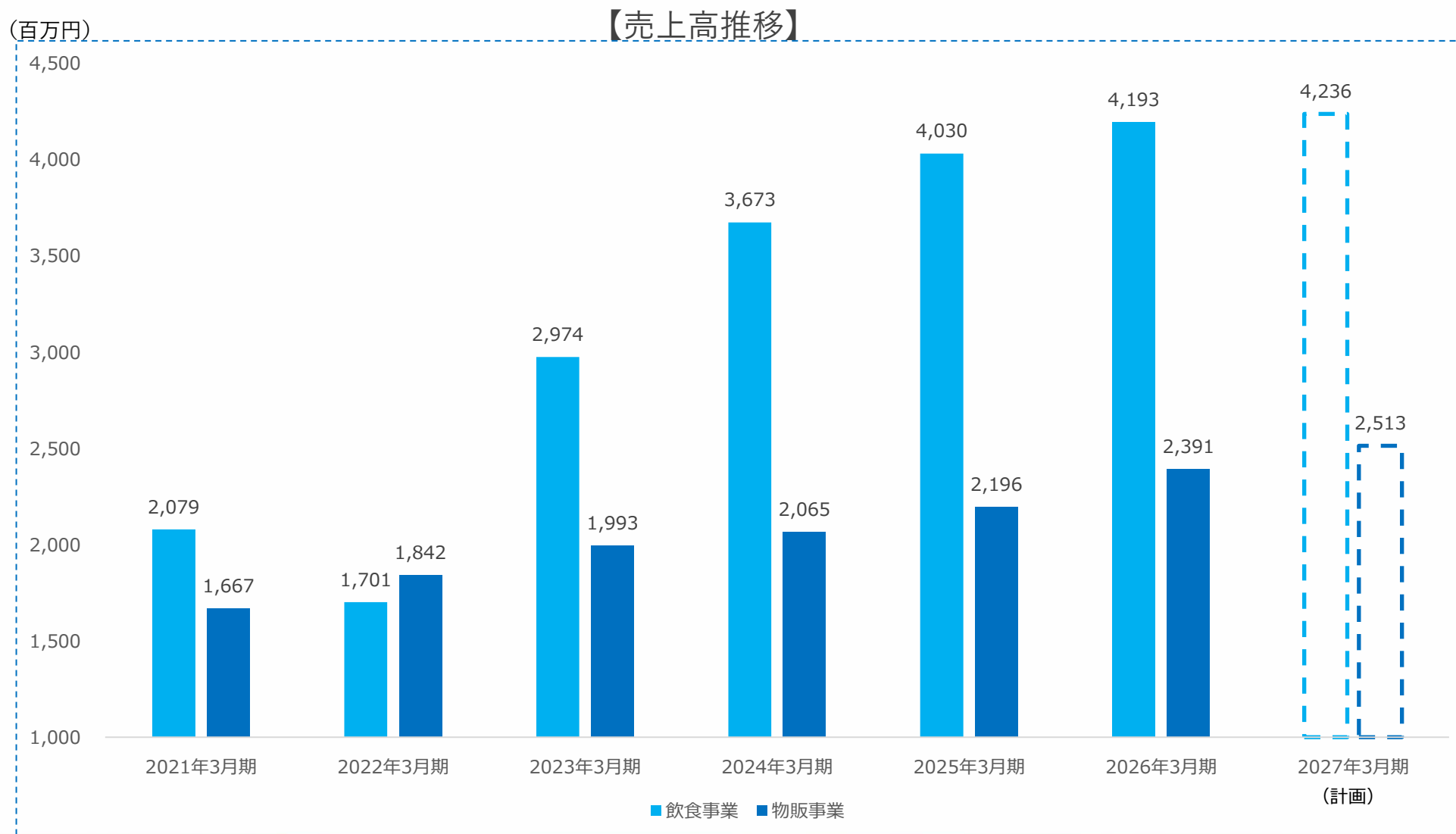
2. ビジネスモデル

事業の収益構造



飲食事業・物販事業の売上推移

2021年3月期以降における飲食事業及び物販事業の既存店と新店の売上高合計は下図に示した通りです。飲食事業はコロナ禍においては、売上高が減少しましたが、2025年3月期は、コロナ禍以前の水準まで回復となっております。物販事業は、コロナ禍においても堅調な推移となりました。



飲食(外食)事業の業態は以下の通りです。

(飲食事業主力業態)

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
USHINOYA
牛乃家



GOTŌKEN
洋食バル
函館 五島軒
創業明治12年

飲食（外食）事業ブランドの概要は下表の通りであります。

2026年3月末時点

ブランド	店舗数	特徴・コンセプト
	36	<p>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鳥・海鮮等120種類の多彩な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。</p>
	2	<p>職人が毎日手切りする新鮮な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。</p>
	4	<p>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。</p>
	1	<p>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。</p>

飲食（外食）事業

物販(中食)事業別にみた当社の業態は以下の通りです。

（物販店主力業態）



ブランド一覧(物販事業)

物販（中食）事業ブランドの概要は下表の通りであります。

2026年3月末時点

ブランド	店舗数	特徴・コンセプト
	55	<p>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。</p>
	6	<p>「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。</p>
	2	<p>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。</p>
	8	<p>「ウマイ！ハイイ！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。コクのあるスパイスに加えて、辛さを20段階まで選ぶことができ、お客様にあった辛さを選ぶことができるカレーメニューとなっております。カレーハウス業態では、イートインとテイクアウトの両方の営業形態に対応した店舗を運営しております。</p>
	6	<p>「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。</p>

物販（中食）事業

3. 当社の特徴・強み

1

飲食事業と物販事業を両輪として事業を展開

- 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を両輪として展開することで、柔軟な店舗展開が可能
- 飲食・物販事業の商品共通化で仕入れのスケールメリットを実現

2

地産地消モデルによる地元顧客の獲得

- 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

3

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、自社工場において、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」を製造し、直営店舗で販売することにより、大幅なコストカットを実現することで、お客様に安心、安全でよりよい商品を提供しております。

外食市場

炭火居酒屋 炭
SUMIBI IZAKAYA EN

岩見沢精肉卸直営
ホルモン一頭買い
牛乃家



中食市場

美唄焼鳥
物菜 炭



安定調達

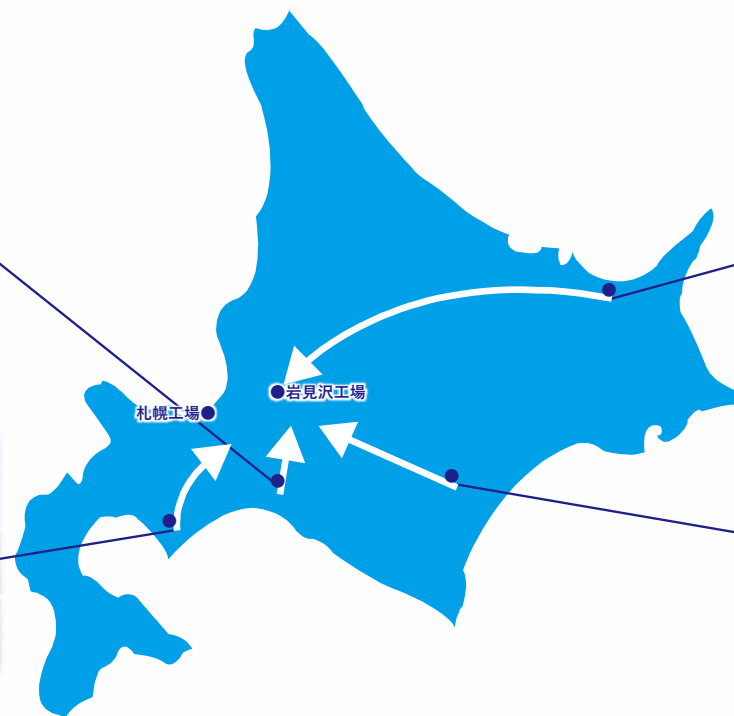
道内 4 箇所の養鶏場と提携



【厚真町】



【伊達市】



【網走管内】



【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

【自社工場】

工場名	特徴
札幌工場	当社本社に直結する工場で主に「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。

【岩見沢工場】

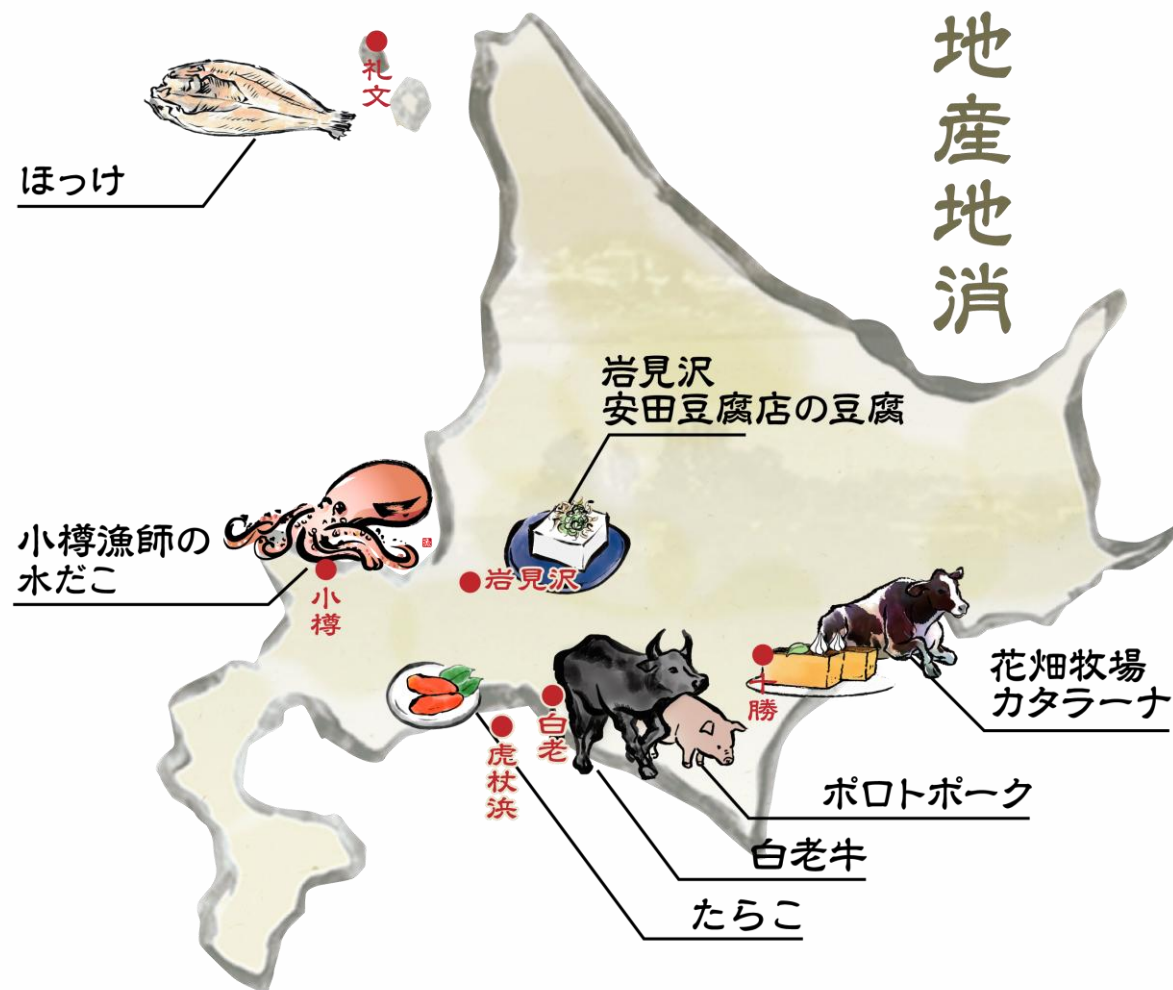


製品	年間製造量
ザンギ類	約 1,000 トン
つくね串	約 600 万本
焼鳥串	約 500 万本



2 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

地域の特産品をメニュー開発

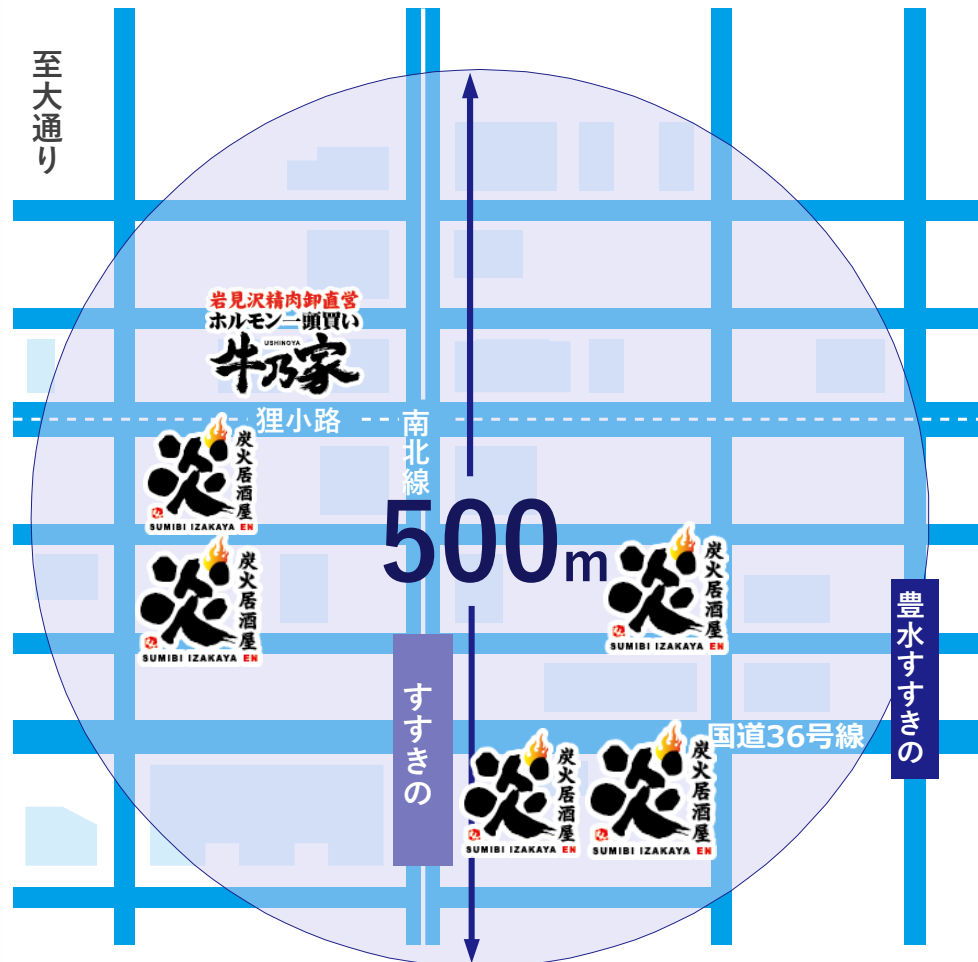
地域業者様からの仕入

自社店舗での販売

お客様ご来店

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

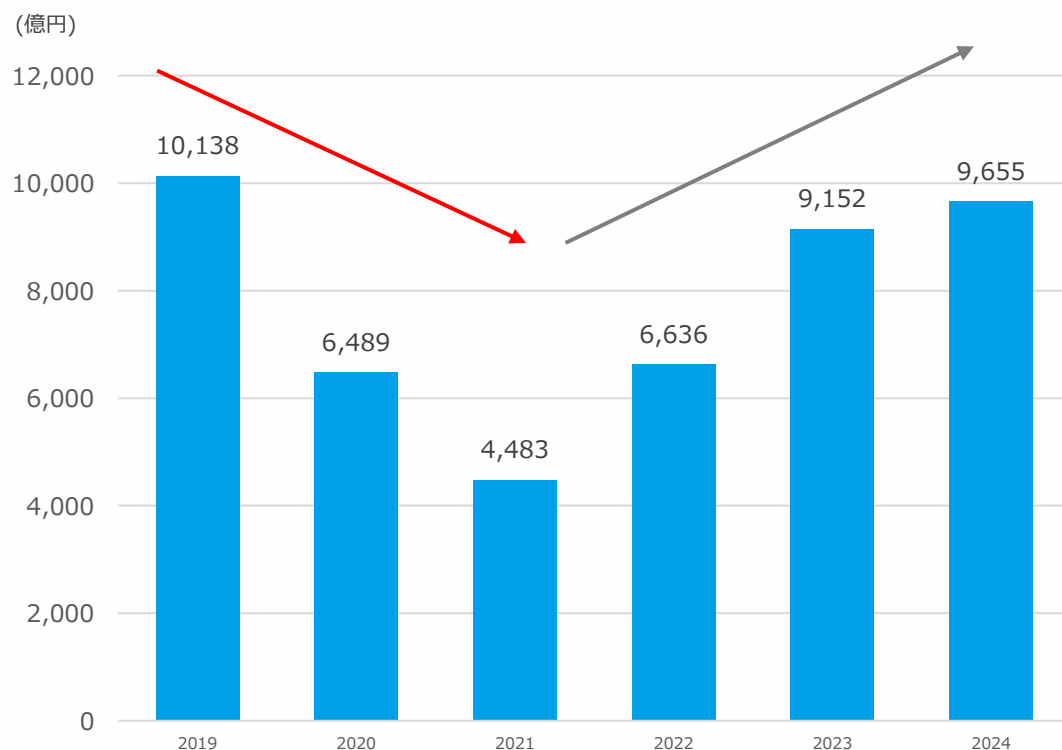
近隣店舗への送
客による販売機
会損失の回避

※ 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

4. 市場環境

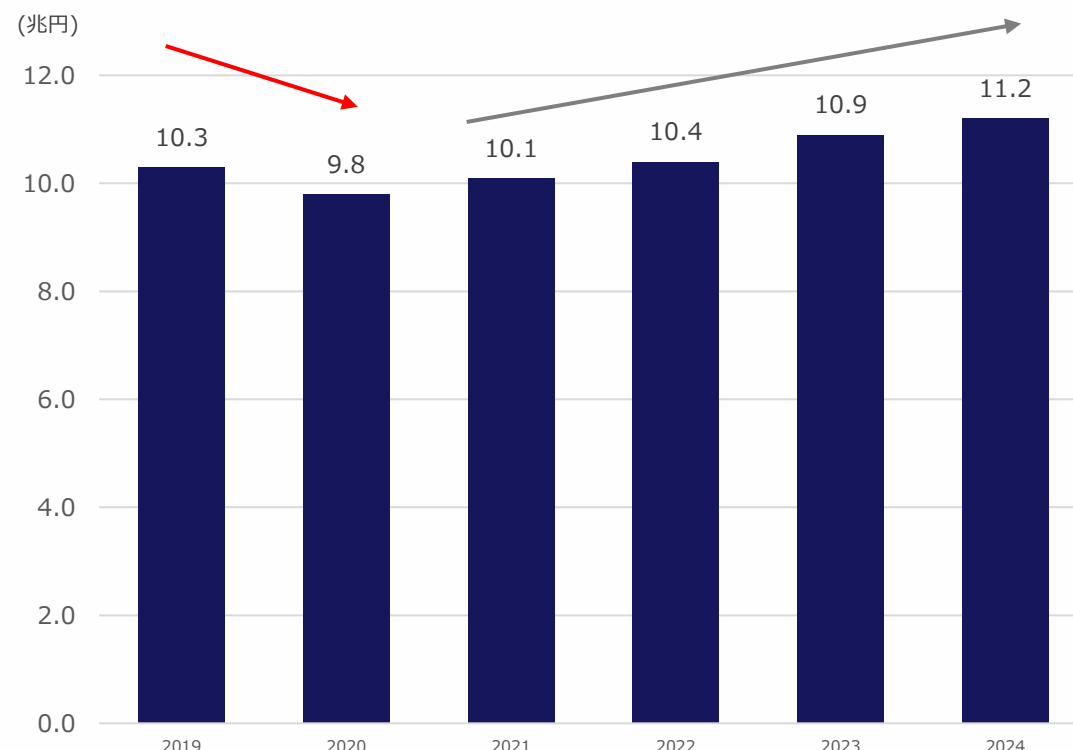
居酒屋市場は、コロナ禍で大幅に落ち込みましたが、2023年においては、コロナ禍以前までの水準にまで回復となりました。中食市場は、新型コロナウイルス拡大の影響を受けて10兆円を割り込んでおりましたが、2024年には11兆円台まで上昇しております。

居酒屋市場のトレンド（全国）



出所：一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場規模推計の推移」

中食市場のトレンド（全国）



出所：一般社団法人日本惣菜協会「2025年版惣菜白書」

当社が飲食店舗を運営している北海道内では札幌市や旭川市などの主要都市において、北海道内をメインにチェーン展開を行っている企業が複数社存在しております。

また、中食事業においても、北海道内において焼鳥、唐揚げ、惣菜、パン、たいやきをショッピングセンターやスーパーマーケット内においてテイクアウト専門店をチェーン展開している企業が複数存在しております。

総合スーパーや食料品スーパーの惣菜売場も競合であり、その市場規模は着実に伸びております。

北海道内においてチェーン展開する居酒屋の店舗数

北海道内においてチェーン展開する企業の店舗数

順位	市町村	人口(万人)	A社	B社	C社
1	札幌市	197.3	20	30	24
2	旭川市	32.9	5	3	2
3	函館市	25.1	3	2	0
4	苫小牧市	17.0	1	2	0
5	帯広市	16.6	2	6	0
6	釧路市	16.5	0	2	0
7	江別市	12.1	1	1	1
8	北見市	11.5	1	0	0
9	小樽市	11.1	1	1	1
10	千歳市	9.7	2	1	1

順位	D社	E社	F社	G社
主な販売商品	焼鳥 弁当	半身揚げ 唐揚げ	おにぎり たいやき	パン
店舗数	17	11	58	13

業 態	2023年		2024年				
	金額	構成比	金額	構成比	2019年増減P※	金額	
						2019年比	前年比
惣菜専門店	2兆9,426億円	26.8	3兆727億円	27.2	-0.9	106.1	104.4
百貨店	3431億円	3.1	3,400億円	3.0	-0.4	95.5	99.1
総合スーパー	9,754億円	8.9	9,663億円	8.6	-0.7	100.2	99.1
食料品スーパー	3兆2,586億円	29.7	3兆3,855億円	30.0	3.4	123.5	103.9
C V S	3兆4,631億円	31.5	3兆5,236億円	31.2	-1.4	104.8	101.7
合 計	10兆9,827億円	100.0	11兆2,882億円	100.0	-	109.4	102.8

5. 成長戦略

1

北海道内におけるドミナント出店の加速

- 主カブランド「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

2

卸売事業の強化

- 生協、コンビニで自社ブランドの冷凍食品を展開

3

東海エリアへの進出

- 日本商業施設株式会社とタッグを組み東海エリアへの出店を推進

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】



北海道札幌市

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**

2

地方都市×繁華街

【岩見沢店】



北海道岩見沢市

人口約7.4万人

- 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

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15万人

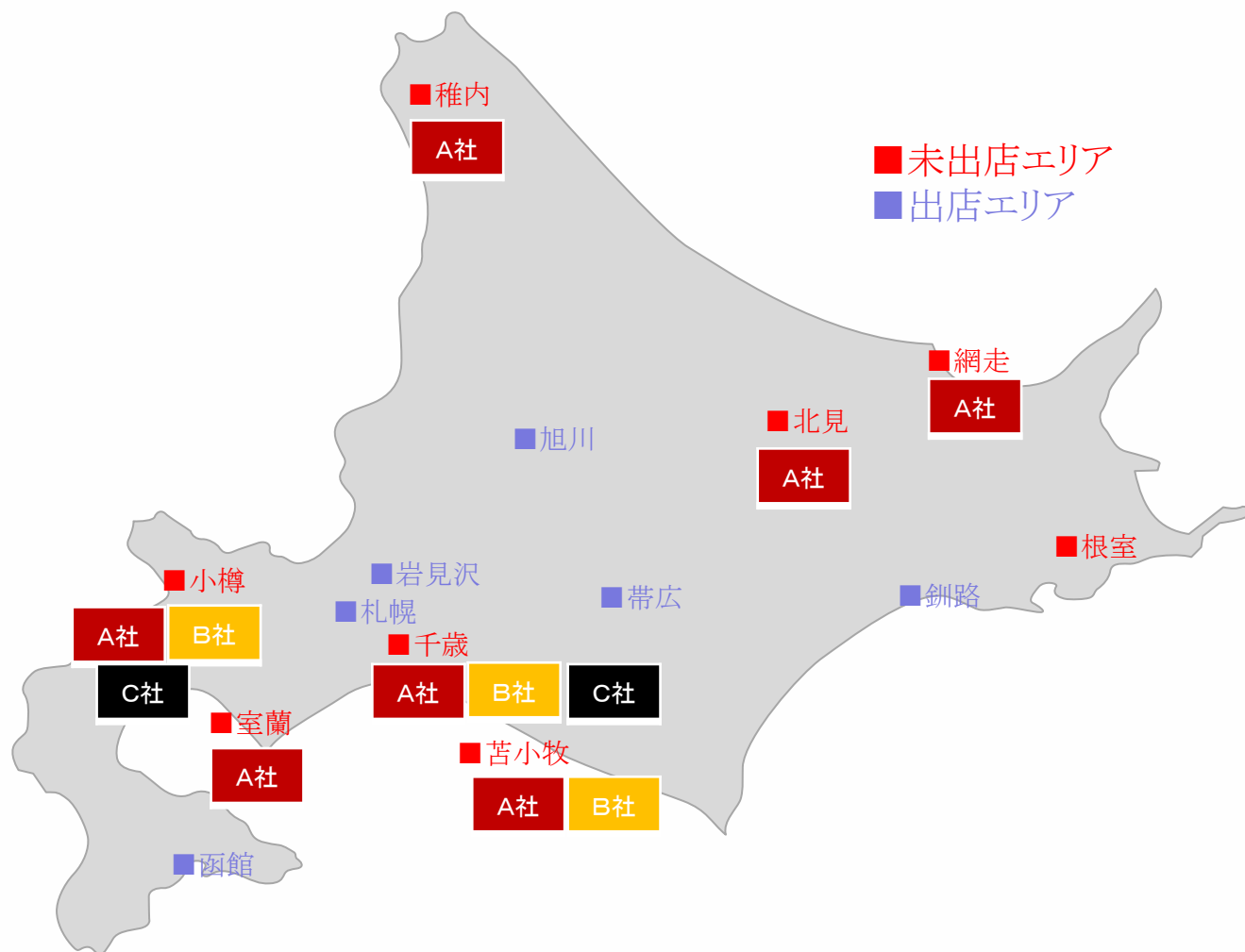
- 代行無料サービスを提供し**ロードサイドでの集客**に成功。
- 客層も他店舗と異なる**ファミリー層の来店多数**

1 北海道内におけるドミナント出店の加速-2

北海道内の競合他社の出店状況は以下のとおりであり、北海道内における出店余地はあるため、北海道内における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	195.5	20	30	24	27
2	旭川市	31.6	5	3	2	3
3	函館市	23.6	3	2	0	3
4	苫小牧市	16.5	1	2	0	0
5	帯広市	16.0	2	6	0	2
6	釧路市	15.4	0	2	0	2
7	江別市	11.8	1	1	1	0
8	北見市	11.0	1	0	0	0
9	小樽市	10.4	1	1	1	0
10	千歳市	9.7	2	1	1	0
11	室蘭市	7.4	1	0	0	0
12	岩見沢市	7.4	1	0	0	1
13	恵庭市	7.0	1	1	1	0
14	石狩市	5.7	1	0	0	0
15	北広島市	5.6	0	0	1	1

出所:国土交通省国土地理院/総務省統計局



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まいります。

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

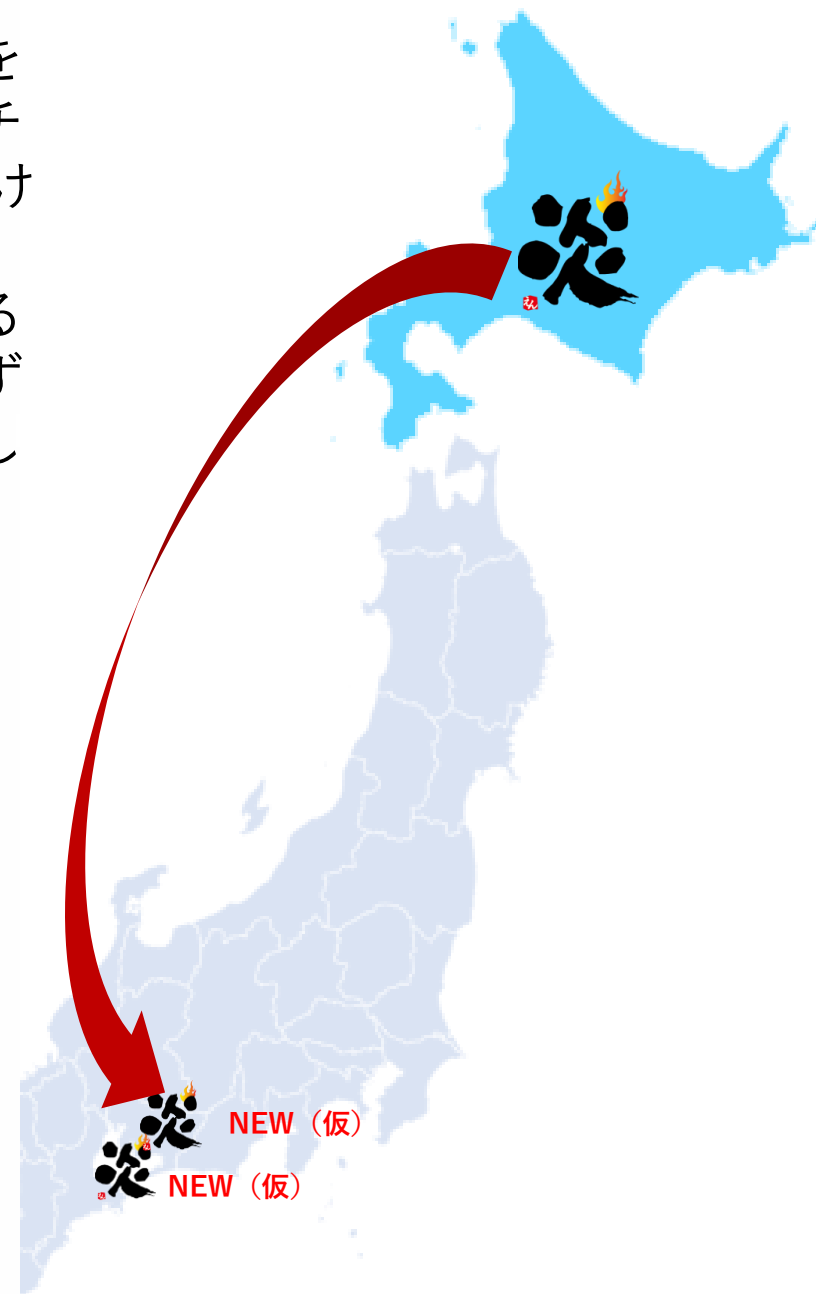
顧客ニーズヒアリング

物販事業

顧客ニーズヒアリング

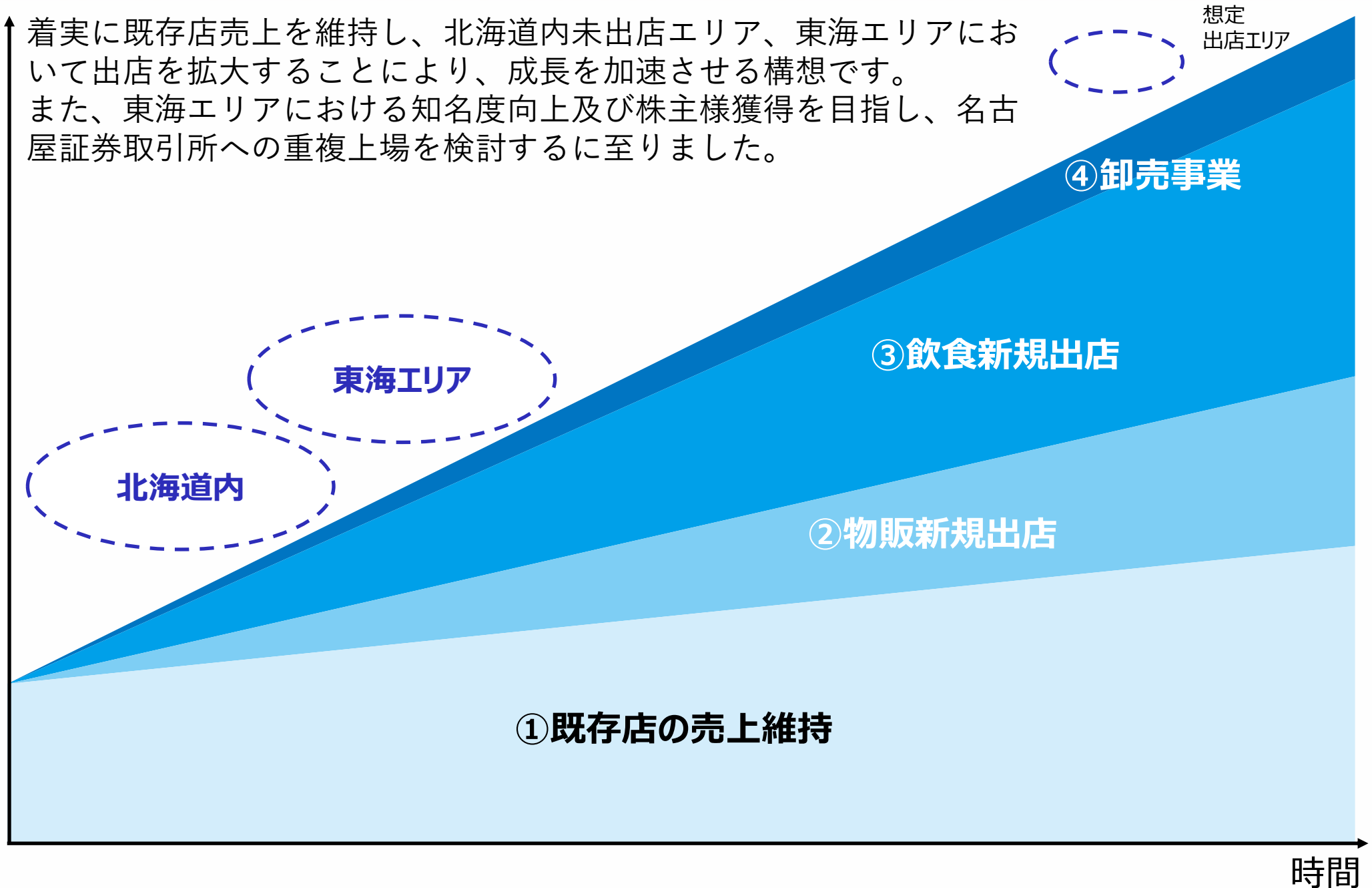
当社は、北海道内をメイン市場として、店舗展開を行っておりますが、当社と取引のある大手スーパーチェーンと提携し、2027年3月期中に東海エリアにおける商業施設内への物販店舗の出店を計画しております。

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とし、物販店舗のみならず、飲食店舗の新規出店を新たな成長戦略として構想しております。



着実に既存店売上を維持し、北海道内未出店エリア、東海エリアにおいて出店を拡大することにより、成長を加速させる構想です。また、東海エリアにおける知名度向上及び株主様獲得を目指し、名古屋証券取引所への重複上場を検討するに至りました。

売上構成のイメージ



6. リスク情報

No	項目	リスク概要及び対応策	発生可能性	影響度
1	市場環境・競合について	当社グループが属する外食産業は、成熟した市場となっておりますが、個人消費支出が景気に左右されやすく、顧客の嗜好やニーズはますます多様化し、商品・サービスに対する選別が厳しさを増しております。また、居酒屋に関しては、若者のアルコール離れ、宴会・飲み会離れも徐々に進んでおります。今後、地域経済や消費動向が減退した場合、又は、競争状態がさらに激化した場合は、当社グループの経営成績又は財政状態に影響を与える可能性があります。	大	大
2	出店計画について	当社グループは、新規出店にあたっては、出店費用を抑えられる居抜き物件であることを基本的な判断基準とし、立地条件、収益性、投資回収期間等を総合的に検討して決定しております。これらの出店用物件の情報については、当社グループの出店基準に沿う物件情報は多くありませんが、不動産仲介業者等に加え、当社グループの取引先業者等からも広く情報収集に努めております。しかしながら、出店計画どおりに物件が取得できない場合、又は、取得物件において想定どおりの店舗売上・収益を確保できない場合は、当社グループの経営成績又は財政状態に影響を与える可能性があります。	小	中
3	出店後の周辺環境変化について	当社グループは、新規出店の際、出店候補物件周辺の競合店調査、賃借条件等の立地調査を綿密に行った上で意思決定を行っております。しかしながら、出店後店舗周辺の新たな都市計画等、多大な環境変化があった場合は、当初計画どおりに店舗収益の確保ができず、当社グループの経営成績又は財政状態に影響を与える可能性があります。	小	中
4	原材料等の調達について	当社グループは、店舗で使用する食材や仕入商品が多岐に渡るため、新たな原料産地の開拓や分散調達等のリスクヘッジに継続的に努めております。しかしながら、天候不順、自然災害の発生等により、必要量の原材料等の確保に困難な状況が生じ、その必要数量を確保するために要する費用が増加した場合は、当社グループの経営成績又は財政状態に影響を与える可能性があります。	中	中
5	原材料等の価格変動について	当社グループにおいて使用する主要な原材料（鶏肉、小麦粉、調理油等）は、国内外の需給動向等によりその価格が変動する可能性があります。また、原油価格の高騰は、包装材料の価格や製造コスト、運送コスト等に影響を与える要因となります。さらに、近年はエネルギー価格高騰に伴い水道光熱費が上昇傾向にあります。このため、原材料等の価格変動に対応するため仕入れルートを複数化する方針を取っており、店舗の水道光熱費についても節電節水等を実施しております。	中	中
6	店舗における人材確保について	当社グループが新規出店を継続するためには、パート・アルバイトを含め人材の確保が必須であります。当社グループでは、経営理念に共感していただける人材の確保を重要課題とし、既存店舗に勤務しているパート・アルバイトから正社員への登用や中途採用等、優秀な人材の獲得に取り組んでおります。また、当社グループの店舗ブランドの認知度や採用手法の多様化により、より広く人材獲得に取り組んでおります。しかしながら、新規出店に際し人材の確保及び育成が追いつかない場合、または、教育研修費を含めた人件費の高騰が続いた場合には、当社グループの経営成績又は財政状態に影響を与える可能性があります。	中	中

No	項目	リスク概要及び対応策	発生可能性	影響度
7	食品衛生法と食品の安全確保について	当社グループでは、飲食事業及び物販事業のすべての店舗において、所轄保健所から営業許可証を取得し、食品衛生責任者を配置しております。セントラルキッチン（自社工場）においては、食品衛生法に定める施設基準に適合し、“食肉処理業”、“そうざい製造業”、“食肉販売業”及び“食肉製品製造業”の許可を取得しております。各店舗及びセントラルキッチン（自社工場）の衛生管理については、社内ルールに沿って、定期的な衛生チェックと改善指導等を実施しております。 しかしながら、食中毒等の事故が発生した場合、食品衛生法の規定に違反するような事象が発生した場合は、食品等の廃棄処分、営業許可の取消、営業の禁止等を命ぜられることによる金銭的な損失や当社グループの社会的信用が低下することにより、当社グループの経営成績又は財政状態に影響を与える可能性があります。	中	大
8	商品表示について	当社グループでは、適正な商品表示のための社内体制の整備・強化に取り組んでおります。 しかしながら、表示内容に誤りが発生した場合、又は、関連する法規制の強化がなされ適切に対応が出来ない場合は、社会的信用が低下することにより、当社グループの経営成績又は財政状態に影響を与える可能性があります。	中	中
9	製造物責任について	当社グループは、自社工場において店舗で提供する料理に使用する製品等を製造しております。製品の製造において「製造物責任法」及び「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律」等に基づく規制を受けており、これらの法令の遵守についても対策を講じております。 しかしながら、万が一、これらの法令に違反した場合は、製品の廃棄処分及び回収処理や販売先に対する損害賠償等が発生する可能性があります、当社グループの経営成績又は財政状態に影響を与える可能性があります。	中	大
10	個人情報の管理について	当社グループは、「個人情報の保護に関する法律」に基づく「個人情報取扱事業者」として、正社員に加えパート・アルバイトといった従業員やお客様の個人情報を保有しております。これらの個人情報については、全社をあげて、その適正な管理に努めております。 しかしながら、万が一、個人情報の漏えいや不正使用等の事態が生じた場合は、社会的信用の失墜、損害賠償請求の提起等により、当社グループの経営成績又は財政状態に影響を与える可能性があります。	小	大
11	不動産の賃借について	当社グループの飲食事業及び物販事業における店舗は、いずれも賃借物件とすることを基本としているため、当社グループが事業を継続するうえで、これらの場所を好条件で賃借し続けることができるよう、賃貸人との良好な関係が維持されるように努めております。 しかしながら、賃貸人との交渉が難航するなどし、店舗賃料が大幅に高騰する場合、又は賃貸借期間の終了時に更新できない場合には、当社グループの経営成績又は財政状態に影響を与える可能性があります。	小	大
12	賃貸契約保証等について	当社グループの飲食事業及び物販事業における店舗は、いずれも賃借物件とすることを基本としており、賃貸人に対しては、保証金等を差し入れております。賃貸借契約の締結に際しては、事前に賃貸人の与信調査を慎重に行い、差入保証金等が回収不能とならないように注意しております。 しかしながら、賃貸人の財政状態が悪化した場合は、差入保証金等が回収不能となったり、賃借物件の継続賃借が困難となり、当社グループの経営成績又は財政状態に影響を与える可能性があります。	小	中

No	項目	リスク概要及び対応策	発生可能性	影響度
13	有利子負債について	<p>当社グループは、店舗造作費用及び差入保証金等の出店に係る資金については、主に金融機関からの借入れにより充当しております。なお、金融機関とは良好な関係を維持しており、現在のところ特に金利引上げの要請も受けておりません。</p> <p>しかしながら、有利子負債依存度が高い状態のまま金利が上昇した場合、又は、調達額の増額により支払利息の負担が重くなった場合は、当社グループの経営成績又は財政状態に影響を与える可能性があります。</p>	小	中
14	減損損失について	<p>当社グループは、減損会計のグルーピング判定にあたっては、キャッシュ・フローを生み出す最小単位を主に個々の店舗としており、減損損失の兆候が認識された場合、収益性悪化の原因把握を速やかに行い、経営効率の向上や販売促進等の様々な営業施策による改善計画を策定・実行しております。</p> <p>しかしながら、事業環境の変化等により収益性が著しく低下した場合は、固定資産に減損損失を計上する可能性があります、当社グループの財政状態及び経営成績に影響を与える可能性があります。</p>	大	中
15	システム障害について	<p>当社グループは、当社の管理本部において店舗の売上管理及び損益管理、食材の受注及び発注業務、勤怠管理及び給与計算、会計処理及び支払業務等、情報システムによる運営管理を行っております。安定的な事業運営を維持するため、情報セキュリティを強化し外部からの不正アクセスまたはコンピューターウイルス等の侵入を防止し、内部からの情報流出を防止するべくシステムを整備するとともに、データの消失に備えてデータのバックアップを行っております。</p> <p>しかしながら、コンピューターウイルスの感染等により当社グループの業務に支障が生じた場合、又は、自然災害や機械の故障等といった不測の事態によってシステム障害が発生した場合は、経営成績又は財政状態に影響を与える可能性があります。</p>	小	中
16	自然災害・感染症について	<p>当社グループでは、地震や台風等の自然災害を想定し、原材料の調達先の分散化、恒常的な取引先の開拓の対策を講じております。</p> <p>しかしながら、当社の本社及び製造工場がある札幌市や岩見沢市内において大規模な自然災害が発生した場合は、通常業務が維持できず、当社グループの経営成績又は財政状態に影響を与える可能性があります。</p> <p>当社グループでは、事業ポートフォリオとして惣菜販売店舗も運営しているほか、外食店舗でのテイクアウトも推進しております。また、店舗や事業所での消毒や従業員の健康管理を入念に行う等の対策も講じております。</p> <p>しかしながら、新型コロナウイルス感染症だけではなく、今後、新たな感染症等の拡大が発生した場合は、当社グループの経営成績又は財政状態に影響を与える可能性があります。</p>	小	大
17	鳥インフルエンザによる風評被害について	<p>当社グループの飲食事業及び物販事業においては、鶏肉を原材料とした商品の提供・販売を主としております。当社グループとしては、これらの仕入先として、北海道内の複数の養鶏場と契約しております。</p> <p>しかしながら、鳥インフルエンザが広域にわたり発生した場合は、鶏肉の仕入れが困難になったり、鶏肉に対する風評被害が発生・拡散するおそれもあり、当社グループの経営成績又は財政状態に影響を与える可能性があります。</p>	中	中

No	項目	リスク概要及び対応策	発生可能性	影響度
18	インターネットによる風評被害について	当社グループでは、保有する商標等の不正利用、商品への異物混入や苦情等、インターネット上での様々な書き込みにより風評被害が発生及び拡散した場合、その内容の正確性に関わらず、当社グループのブランドイメージ及び社会的信用に影響を及ぼす可能性があります。また、従業員または第三者が関与する不適切行為、その他の事故によってもブランドイメージ及び社会的信用が低下する可能性があります。	中	大
19	特定人物への依存について	当社の代表取締役社長佐々木稔之及び取締役副社長佐々木智範は、兄弟関係にあり、共同創業者として「炭火居酒屋 炎」等の店舗運営、メニュー開発、レシピ等に精通しており、当社グループ全体の事業の推進役として、重要な役割を果たしております。当社グループでは、両氏に過度に依存しない経営体制の構築を目指し、組織の体系化、人材の育成及び強化並びに権限の委譲等、組織的な事業運営に注力しております。また、両氏に対するけん制の仕組みも構築しております。しかしながら、両氏が何らかの理由により業務執行できない事態となった場合は、当社グループの経営成績又は財政状態に影響を与える可能性があります。	大	中
20	内部管理体制について	当社グループの持続的な成長及び企業価値の継続的な増大を図るためには、コーポレート・ガバナンスが適切に機能することが必要不可欠であると認識しております。また、業務の適正化、財務報告の信頼性及び法令遵守を徹底することにより、内部統制が有効に機能する体制を構築、整備、運用しております。しかしながら、事業の急速な拡大等によりコーポレート・ガバナンスが有効に機能しなかった場合には、適切な業務運営が困難となり、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を与える可能性があります。	小	中