

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

クリエイト・レストランツ・ホールディングス

3387 東証プライム市場

企業情報はこちら >>>

2025年10月23日(木)

執筆：客員アナリスト

柴田郁夫

FISCO Ltd. Analyst **Ikuo Shibata**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 会社概要	01
2. 2026年2月期中間期の概要	01
3. 2026年2月期の業績見通し	01
4. 中期経営計画の方向性	02
■ 会社概要	03
■ 決算概要	04
■ 主な活動実績	06
1. 新規出店及びM&Aの実績	06
2. シナジー創出の取り組み	07
■ 業績見通し	07
1. 2026年2月期の業績見通し	07
2. 今後の注目点	08
■ 中期経営計画の方向性	08
■ 株主還元策	08

■ 要約

2026年2月期中間期は増収増益となり、 期初予想に対しても順調に進捗

1. 会社概要

クリエイト・レストランツ・ホールディングス<3387>は、ショッピングセンター（以下、SC）内のレストラン及びフードコートの運営を主力とするとともに、M&Aにより獲得した居酒屋業態や飲食店業態も展開している。集客力の高い立地へのこだわりとそれぞれの立地環境に見合った業態の組み合わせによるマルチブランド・マルチロケーション戦略や、積極的なM&Aを通じて成長性のある業態を取り込む「グループ連邦経営」に特長を有してきた。2025年8月末現在の店舗数は約230業態で1,131店舗※に上る。2020年以降、コロナ禍による影響が外食業界に影を落としたが、徹底したコストコントロールを通じた収益体質の強化を図るとともに、アフターコロナを見据えたポートフォリオの再編にも取り組んできた。再成長ステージへの道筋が見えてきたなかで、2025年4月には5ヶ年の中期経営計画を公表した。「グループ連邦経営」をさらに進化及び深化させ、ブランド・ブラッシュアップや出店エリアの拡充、海外事業の強化により持続的成長を実現する方針である。

※ 業務受託店舗、FC店舗のすべてを含む（以下、同様）。

2. 2026年2月期中間期の概要

2026年2月期中間期の業績（IFRS）は、売上収益が前年同期比8.8%増の83,204百万円、営業利益が同1.9%増の4,940百万円と増収増益となり、通期予想に対しても順調に進捗した。複数地域での豪雨の影響や地震デマによるインバウンドの一時的な落ち込みがあったものの、猛暑に伴う商業施設店舗の来店客数増が追い風になったほか、「日常」「定番」業態であるベーカリー、ヌードルブランドなどが好調に推移した。既存店売上収益（連結）についても前年同期比102.5%（中間期平均）を確保した。損益面では、原材料費上昇の影響を受けたが、増収効果に加え、人件費の適切なコントロールや販売価格の適正化の継続により増益を確保した。また当中間期には新規出店27店舗、M&A 5店舗、退店17店舗を実施した。

3. 2026年2月期の業績見通し

2026年2月期の業績については、期初予想を据え置き、売上収益を前期比5.5%増の165,000百万円、営業利益を同12.9%増の9,600百万円と増収増益基調が継続すると見込んでいる。メリハリ消費や好調なインバウンド需要が続くなか、各カテゴリーの伸びを見込む。既存店売上収益（連結）は前期比102.8%（通期平均）、新規出店はコアブランドを中心に37店舗を予定している。損益面でも、原材料費の高止まりに加え、新規出店や既存店強化に関わる費用増、今後の成長を支える人的資本及びテクノロジーへの投資が想定されるものの、増収による収益の底上げやコストコントロールにより大幅な増益を実現し、営業利益率は5.8%（前期は5.4%）へ改善すると見込んでいる。

要約

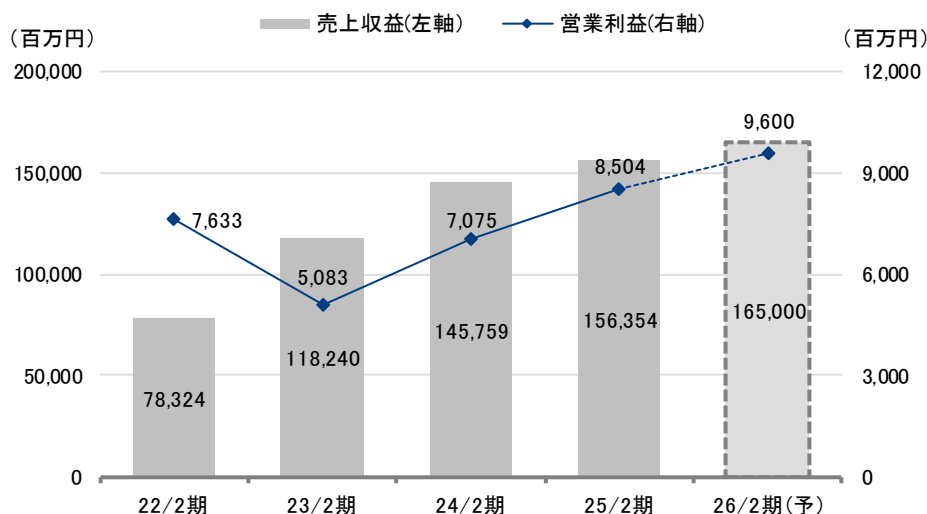
4. 中期経営計画の方向性

新たにスタートした中期経営計画（2026年2月期～2030年2月期）では、環境変化に伴う本質的な課題解決のための5期と位置付け、1) 本質的価値の進化（料理の中身やサービスのあり方、立地ポートフォリオの強化）、2) シナジーのあるM&A（投資総額500億円）、3) 海外事業の拡大（海外売上比率30%）に取り組む。年30～40店前後の新規出店及びM&A等を通じて、最終年度となる2030年2月期の売上収益230,000百万円、営業利益16,000百万円を目指す。

Key Points

- ・ 2026年2月期中間期は増収増益となり、期初予想に対しても順調に進捗
- ・ 2026年2月期の業績は期初予想を据え置き、通期でも増収増益基調の継続を見込む
- ・ 新たにスタートした中期経営計画では、本質的価値の進化やシナジーのあるM&A、海外事業の拡大により持続的成長を目指す
- ・ 2030年2月期に、売上収益230,000百万円、営業利益16,000百万円の達成を目指す

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

クリエイト・レストランツ・ホールディングス
3387 東証プライム市場

2025年10月23日 (木)
<https://www.createrestaurants.com/ir/>

会社概要

積極的なM&Aにより様々な業態を手掛ける 「グループ連邦経営」を展開

同社は、SC内のレストラン及びフードコートの運営を主力とするとともに、M&Aにより獲得した居酒屋業態や飲食店業態を展開している。持株会社として、連結子会社23社（そのうち、海外5社）を束ねている（2025年8月末現在）。

高い集客力を見込める立地へのこだわりとそれぞれの立地環境（地域特性や顧客属性、競合状況等）に見合った業態の組み合わせによるマルチブランド・マルチロケーション戦略や、成長性のある様々な業態を積極的なM&Aにより取り込む「グループ連邦経営」に特長を有し、2025年8月末現在の店舗数は約230業態で1,131店舗に上る。

過去数年間はコロナ禍の影響を受けてきたが、アフターコロナを見据えたポートフォリオの見直しや「守り」から「攻め」への投資も再開しており、ロケーションビジネス（立地重視）から、コアブランド※を軸とするブランドビジネス（ブランド重視）への転換を進めている。

※ 現在は25のコアブランドを選定：「しゃぶ菜」「デザート王国」「MACCHA HOUSE」「鰻」「銀座木屋」「海南鶏飯食堂」「かごの屋」「あずさ珈琲」「いっちょ」「萬家」「AWkitchen」「Mr.FARMER」「TANTO TANTO」「やさい家めい」「つけめんTETSU」「JEAN FRANÇOIS」「遊鶴」「磯丸水産（食堂）」「鳥良」「サンジェルマン」「レフボン」「サンヴァリエ」、カフェ業態、沖縄業態、大衆居酒屋である。

事業カテゴリーの概要（2025年8月末現在）

CRカテゴリー	クリエイト・レストランツ（CR）及びクリエイト・ダイニング（CD）が運営する店舗にて構成。 商業施設を中心に多様なブランドにてレストラン及びフードコートを運営しているほか、ゴルフ場内レストラン等の受託運営を行う。 2025年8月末の店舗数は523店舗。 主要な業態として、「しゃぶ菜」「RIO GRANDE GRILL」「海南鶏飯食堂」、「デザート王国」「MACCHA HOUSE抹茶館」、イタリアンレストラン「TANTO TANTO」、野菜をメインとしたイタリアン「AWkitchen」などがある。
SFPカテゴリー	2013年4月に資本提携したSFPダイニング（現 SFPホールディングス）（SFP）が運営する店舗にて構成。 繁華街に居酒屋を運営。 2025年8月末の店舗数は206店舗。 主要な業態として、海鮮居酒屋「磯丸水産」、手羽先唐揚専門「おもてなしとりよし」「鳥良商店」を展開するほか、大衆酒場業態として注力する「五の五」「鳥平ちゃん」などがある。
専門ブランドカテゴリー	YUNARI（YNR）、グルメブランドカンパニー（GBC）、KRフードサービス（KR）、遊鶴（YZ）、いっちょ（IC）、サンジェルマン（SG）、レフボン（LB）、一幻フードカンパニー（IG）のほか、2025年5月にグループインした狼煙（NRS）にて構成。 主に郊外ロードサイドや都市型商業施設を中心にそれぞれの専門ブランドのレストラン等を展開。 2025年8月末の店舗数は合計で337店舗。 主要な業態として、和食レストラン「かごの屋」及び「いっちょ」、「つけめんTETSU」、ベーカリー&カフェ「JEAN FRANÇOIS」、「サンジェルマン」及び「レフボン」、ごまそば「遊鶴」、「えびそば一幻」などがある。
海外カテゴリー	シンガポール、香港、台湾、米国の海外子会社が運営する店舗にて構成。 2025年8月末の店舗数は合計で65店舗。 主要な業態として、「しゃぶ菜」、抹茶の専門店「MACCHA HOUSE」などがある。 北米では、イタリアンレストラン「Il Fornaio」、ベーカリーレストラン「Wildflower」等を展開する。

出所：決算補足説明資料、ヒアリングよりフィスコ作成

クリエイイト・レストランツ・ホールディングス

3387 東証プライム市場

2025年10月23日 (木)

<https://www.createrestaurants.com/ir/>

会社概要

同社の事業カテゴリーは、(1) 商業施設を中心に多様なブランドにてレストラン及びフードコートを運営する「CRカテゴリー」、(2) 居酒屋業態を運営する「SFPカテゴリー」、(3) 様々な飲食店業態を運営する「専門ブランドカテゴリー」、(4) シンガポールや香港、北米等でレストランを運営する「海外カテゴリー」の4つに分類される。

また、立地別店舗数の構成比は、都市SCが25.6%、郊外SCが22.2%、駅前・繁華街が21.6%、ロードサイドが14.5%、スポーツ&レジャー※1が7.3%、SA・PA※2が2.7%、海外が5.7%、その他が0.4%となっており、従来は商業施設への出店が中心であったが、近年では立地の分散が進んだ。

※1 ゴルフ場やテーマパーク内レストランの受託運営など。

※2 高速道路のサービスエリアやパーキングエリア内店舗の受託運営など。

決算概要

2026年2月期中間期は増収増益で、期初予想に対しても順調に進捗

2026年2月期中間期の業績(IFRS基準)は、売上収益が前年同期比8.8%増の83,204百万円、営業利益が同1.9%増の4,940百万円、税引前利益が同16.1%増の5,132百万円、親会社の所有者に帰属する中間利益が同0.1%増の3,195百万円と増収増益となり、通期予想に対しても順調に進捗した。

複数地域での豪雨の影響や地震デマによるインバウンドの一時的な落ち込みがあったものの、猛暑に伴う商業施設店舗の来店客数増が追い風になったほか、「日常」「定番」業態であるベーカリー、ヌードルブランドなどが好調に推移した。既存店売上収益(連結)についても客数及び客単価ともに伸び、前年同期比102.5%(中間期平均)と前期を上回った。

出退店については、環境変化を見据えたポートフォリオの見直しを進める方針の下、新規出店27店舗、M&Aによる取得5店舗、退店17店舗(契約満了等)により、2025年8月末の店舗数は1,131店舗となった。また、立地環境や顧客ニーズに合わせ、10店舗の業態変更を行った。

損益面では、コメの価格高騰を含む原材料費上昇による影響を受けたが、増収効果に加え、労働時間を中心とした人件費の適切なコントロールや販売価格の適正価格化の継続によりコスト増を吸収し、増益を確保した。

財政状態については大きな変動はなく、負債合計は前期末比0.3%増の93,446百万円となった一方、「親会社の所有者に帰属する持分」は内部留保の積み増しにより同5.7%増の42,466百万円に増加したことから、親会社所有者帰属持分比率(自己資本比率に相当)は30.4%(前期末は29.3%)となった。

決算概要

2025年2月期中間業績

(単位：百万円)

	25/2期 中間期		26/2期 中間期		前年同期比	
	実績	構成比	実績	構成比	増減額	増減率
売上収益	76,467	100.0%	83,204	100.0%	6,736	8.8%
CRカテゴリ	28,058	36.7%	29,648	35.7%	1,590	5.7%
SFPカテゴリ	14,972	19.6%	15,344	18.4%	372	2.5%
専門ブランドカテゴリ	23,661	30.9%	25,713	30.9%	2,051	8.7%
海外カテゴリ	9,865	12.9%	12,698	15.3%	2,833	28.7%
調整額	-90	-	-201	-	-110	-
営業利益	4,847	6.3%	4,940	5.9%	93	1.9%
税引前利益	4,421	5.8%	5,132	6.2%	710	16.1%
親会社の所有者に帰属する 中間利益	3,192	4.2%	3,195	3.8%	2	0.1%
実質営業利益※	5,714	7.5%	5,789	7.0%	75	1.3%
調整後EBITDA	13,218	17.3%	14,037	16.9%	818	6.2%
CRカテゴリCF	3,209	11.4%	3,441	11.6%	232	7.2%
SFPカテゴリCF	1,334	8.9%	1,209	7.9%	-124	-9.4%
専門ブランドカテゴリCF	2,838	12.0%	3,200	12.4%	362	12.8%
海外カテゴリCF	1,054	10.7%	1,015	8.0%	-38	-3.7%
調整額	4,782	-	5,170	-	387	-

※「実質営業利益」とは、営業利益から減損損失等一過性費用を除いた数値であり、本来の収益力を示す指標として算出。

注1：カテゴリCF（キャッシュ・フロー）の構成比は、カテゴリ別売上収益に対するものである

注2：カテゴリCF＝営業利益（日本基準）＋減価償却費＋協賛金収入＋非経常的費用項目

出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

各カテゴリ別の業績は以下のとおりである。

(1) CRカテゴリ

売上収益は前年同期比5.7%増の29,648百万円、カテゴリCF※は同7.2%増の3,441百万円となった。一部地域店舗では豪雨等の影響を受けたが、猛暑による商業施設の集客増が追い風となり、既存店売上収益（中間期平均）が前年同期比104.4%に増加した。カテゴリCFについても増収効果によりプラスを確保した。新規出店13店舗、退店8店舗により2025年8月末の店舗数は523店舗となった。

※ カテゴリCF（キャッシュ・フロー）＝営業利益（日本基準）＋減価償却費＋協賛金収入＋非経常的費用項目（以下、同様）。

(2) SFPカテゴリ

売上収益は前年同期比2.5%増の15,344百万円、カテゴリCFは同9.4%減の1,209百万円となった。新店による貢献で増収を確保したものの、7月5日地震デマによるインパウンドの一時的な落ち込みにより既存店売上収益（中間期平均）は前年同期比99.7%とやや足踏みした（現在は回復）。カテゴリCFについては、原材料費上昇による影響を受け、段階的な価格改定実施により一定の目途をつけたものの、原価増分を吸収しきれずマイナスとなった。新規出店3店舗により2025年8月末の店舗数は206店舗となった。

決算概要

(3) 専門ブランドカテゴリー

売上収益は前年同期比8.7%増の25,713百万円、カテゴリーCFは同12.8%増の3,200百万円となった。「日常」「定番」業態であるベーカリー、ヌードルブランド及び「地域密着」業態であるいっちょう (和食レストラン) が好調に推移し、既存店売上収益 (中間期平均) は前年同期比104.9%に増加した。カテゴリーCFについても増収効果により前年同期を大きく上回った。新規出店10店舗、M&Aによる取得5店舗、退店3店舗により2025年8月末の店舗数は337店舗となった。

(4) 海外カテゴリー

売上収益は前年同期比28.7%増の12,698百万円、カテゴリーCFは同3.7%減の1,015百万円となった。前期M&AしたWildFlower (ベーカリーレストラン) が好調を維持し、期初から寄与したことで大幅な増収を実現した。一方、高単価のIl Fornaio (イタリアンレストラン) は北米のインフレ疲れにより苦戦が続いた。その結果、既存店売上収益は前年同期比97.4%※と伸び悩み、カテゴリーCFもマイナスとなった。新規出店1店舗、退店6店舗により2025年8月末の店舗数は65店舗となった。

※ ただし、為替の影響を除く (現地通貨ベース) と前年同期比101.9%とプラスを確保した。

主な活動実績

1. 新規出店及びM&Aの実績

2026年2月期中間期は27店舗を新規出店し、通期計画37店舗に対しても順調に進捗した。内訳は、コアブランド11店舗、新 (他) ブランド4店舗、JA全農コラボ9店舗、新規業務受託2店舗、海外FC1店舗と、コアブランドを軸にバランス良く構成されており、新たにスタートした中期経営計画で目指す立地ポートフォリオの強化に向けて順調に滑り出したと言える。特に新たなスキームでの業態開発※1をはじめ、グループFCでの地方出店※2や初期投資が発生しないコントラクト事業による郊外・地方都市への展開※3などで注目すべき成果を上げることができた。また、M&Aについては、埼玉のつけ麺有名店「狼煙」を2025年5月にグループインし、5店舗 (つけ麺4店舗、手揉み中華そば中村1店舗) を取得した。

※1 創業160年老舗甘味処「紀の善」 (神楽坂) ののれん承継や、グルメブランドカンパニー (ベーカリー会社) とクリエイイト・ブランド・ラボ (新業態開発組織) による新業態「mugi bagel」 (目黒) の出店等。

※2 「TANTO TANTO」 (広島)、「一幻」 (梅田)、「AWKitchen」「磯丸水産食堂」「海南鶏飯食堂」 (以上3店舗は、ららぽーと安城)。

※3 2026年2月期中間期までにJA全農コラボやSA・PA内フードコードなど10店舗を受託した。同期第3四半期ではさらにゴルフ場レストランを含む12店舗の新規受託が予定されている (3Q累計で22店舗を予定)。

クリエイイト・レストランツ・ホールディングス

3387 東証プライム市場

2025年10月23日 (木)

<https://www.createrestaurants.com/ir/>

主な活動実績

2. シナジー創出の取り組み

足元好調なラーメン事業（ヌードルブランド）の成長をにらみ、新たにグループインした狼煙を含む3社（他はYUNARI、一幻フードカンパニー）を合併し、(株)クリエイイト・ヌードルズを設立することを公表した（2025年12月予定）。合併後の店舗数は41店舗（グループ内FC及び海外FC店舗を含む）となる。各ブランドの独自性は守りつつナレッジを集約し、新規出店による成長、シナジー追求、人財の流動化、製造拠点（セントラルキッチン）の集約効率化等を推進する計画だ。今後のM&Aのプラットフォームとしての役割が期待される。

業績見通し

2026年2月期通期は新規出店と既存店の伸びにより、増収増益基調が続く見通し

1. 2026年2月期の業績見通し

2026年2月期の業績については期初予想を据え置き、売上収益を前期比5.5%増の165,000百万円、営業利益を同12.9%増の9,600百万円、税引前利益を同14.9%増の8,800百万円、親会社の所有者に帰属する当期利益を同3.7%増の5,800百万円と、増収増益基調が続く見通しだ。調整後EBITDAも同4.1%増の27,200百万円を見込んでいる。

メリハリ消費や好調なインバウンド需要が続くなか、各カテゴリーの伸びが増収に寄与する。既存店売上収益（連結）は前期比102.8%（通期平均）、新規出店はコアブランドを中心に37店舗を予定している。

損益面では、引き続き原材料費上昇に伴う原価の高止まりに加え、新規出店や新業態開発を含む業態変更や戦略的な改装・改修等に関わる費用増、今後の成長を支える人的資本（昇給ファンドの拡大、外国人材の活躍推進等）及びテクノロジーへの投資が想定されるものの、増収による収益の底上げやコストコントロールにより大幅な増益を実現し、営業利益率は5.8%（前期は5.4%）へ改善すると見込んでいる。

2. 今後の注目点

引き続き消費者マインドやインバウンドの動向、原材料費の高止まり等に伴う収益への影響には注意が必要であるものの、中間期決算の進捗や新規出店（M&Aを含む）による業績寄与を考慮すれば、業績予想は十分に達成可能であると弊社では見ている。注目点は、原価増に対応するための価格改定の効果である（特にSFPカテゴリー）。価格改定が客数及び客単価にどのように影響し、年末年始の繁忙期を迎える下期業績にいかに関与するかについては、2027年2月期以降の収益力を占ううえでも重要な判断材料となろう。活動面では、中期経営計画の初年度として、新業態を含む新規出店や立地ポートフォリオ強化の進捗、ラーメン事業等におけるシナジー創出の動きに注目したい。特に、M&Aのプラットフォームとして期待されるクリエイイト・ヌードルズがいかに関軌道に乗り、今後のシナジー創出をけん引していくのか、戦略のカギを握る取り組みとしてフォローする必要がある。

クリエイト・レストランツ・ホールディングス
3387 東証プライム市場

2025年10月23日(木)
<https://www.createrestaurants.com/ir/>

■ 中期経営計画の方向性

本質的価値の進化やシナジー創出、海外M&Aに取り組む

新たにスタートした中期経営計画(2026年2月期～2030年2月期)では、環境変化に伴う本質的な課題解決のための5年間と位置付け、1) 本質的価値の進化(料理の中身やサービスのあり方、立地ポートフォリオの強化)、2) シナジーのあるM&A(投資総額500億円)、3) 海外事業の拡大(海外売上比率30%)に取り組む考えだ。年30～40店前後の新規出店及びM&A等を通じて、最終年度となる2030年2月期の売上収益230,000百万円、営業利益16,000百万円を目指している。2026年2月期中間期は既述のとおり、業績面及び活動面の両方ともに順調に滑り出した。

■ 株主還元策

2026年2月期の年間配当は1株当たり9.0円(実質)を予定

2026年2月期の配当については、前期比1.0円増配となる1株当たり9.00円(中間4.5円決議済、期末2.25円)※を予定しており、実現すれば2022年2月期に復配してから4期連続の増配となる。

※ 2025年9月1日に2:1の割合で株式分割を実施しており、その影響を考慮すると実質期末4.5円。

また、株主優待制度についても重要な株主還元策と位置付けており、今後も同社グループ店舗にて利用可能な優待券の贈呈を継続して実施する。なお、2026年2月末時点の株主を対象とする株主優待より、株主優待制度の増額拡充を決定。

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)は株価情報およ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、投資その他の行為およ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・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容およ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およ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。

本文およ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およ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。

フィスコおよ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