

|| 企業調査レポート ||

クリエイイト・レストランツ・ホールディングス

3387 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2019 年 10 月 30 日 (水)

執筆：客員アナリスト

柴田郁夫

FISCO Ltd. Analyst **Ikuo Shibata**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
■ 会社概要	03
■ 決算概要	05
1. CR カテゴリー	05
2. SFP カテゴリー	06
3. 専門ブランドカテゴリー	06
4. 海外カテゴリー	06
■ 主なトピックス	07
1. 新たな経営理念の策定	07
2. M&Aの実績	07
■ 業績見通し	09
■ 成長戦略	10
1. 中期的な成長戦略	10
2. 中期経営計画	10
■ 株主還元等	10

要約

上期業績は増収増益となり、過去最高業績を更新。 新たな M&A の実現などにより、2020 年 2 月期の通期予想を増額修正

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（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に特徴があり、それが同社の主力事業を支えてきた。また、ここ数
 年においては、駅前好立地での 24 時間営業により人気業態となっている海鮮居酒屋業態「磯丸水産」※¹ など、
 積極的な M&A を通じて成長性のある業態を同社の成長に取り込む「グループ連邦経営」※² を推進。今期に入っ
 てからもコントラクト事業（ゴルフ場内レストランの運営受託等）へも参入を始め、4 件の M&A を実現して
 おり、現在の総店舗数は 1,161 店舗※³（2019 年 10 月 1 日現在）に上る。創業 20 周年を迎え、同社は新たなス
 テージへと入ってきた。

※¹ 2013 年 4 月に買収した SFP ホールディングス <3198> が展開している。

※² 同社が推進しているグループ経営のこと。これまでは同社がグループ間シナジーを創出する太陽系型を取ってきた
 が、今後は多様なグループ会社同士が相互にシナジーを追求する星団型へと進化を図る方針である。

※³ 業務受託店舗、FC 店舗のすべてを含む（以下、同様）。

2020 年 2 月期上期の業績（IFRS 基準※）は、売上収益が前年同期比 6.0% 増の 63,524 百万円、営業利益が同
 45.0% 増の 4,296 百万円と増収増益となり、過去最高業績（上期ベース）を更新した。前期出店分が期初から
 寄与したことや上期出店分 67 店舗（M&A による 48 店舗を含む）によりすべてのカテゴリーが伸長した。また、
 既存店売上高も前年比 100.2% と計画を上回る水準で好調に推移。利益面でも、原価コントロールの徹底や増収
 による経費率の低下等により営業利益率は 6.8%（前年同期は 4.9%）に大きく改善した。また、M&A についても、
 コントラクト事業（ゴルフ場内レストランの運営受託等）への参入を始め、地方中核拠点の獲得、北米でのイタ
 リアンレストランなど、それぞれに狙いのはっきりした 4 件を実現し、事業ポートフォリオの更なる強化を図っ
 ている。

※ 2019 年 2 月期通期業績から IFRS（国際財務報告基準）へ移行。

2020 年 2 月期の業績予想（IFRS 基準）について同社は、2 度目の増額修正を公表した。修正後の業績予想として、
 売上収益を前期比 17.4% 増の 140,000 百万円、営業利益を同 88.6% 増の 7,500 百万円と大幅な増収増益を見
 込んでいる。増額修正となったのは、上期業績の上振れと新たな M&A を織り込んだことが理由である。売上収
 益は M&A による連結効果を含め、ほぼすべてのカテゴリーが伸長する見通しである。利益面でも、引き続き原
 価コントロールに取り組むとともに、前期の利益を圧迫した一時的な減損損失が解消することにより大幅な損益
 改善を見込んでおり、重視する「調整後 EBITDA」についても、すべてのカテゴリーで増加を見込んでいる。

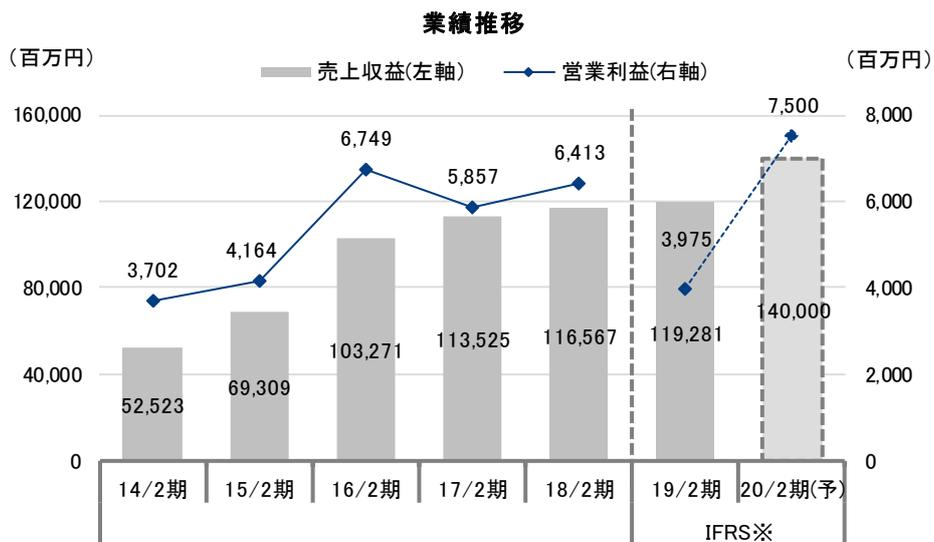
要約

同社の成長戦略は、1) 国内及び海外での M&A 戦略の推進、2) ブランド創出力の一層の強化、3) グループ連邦経営の更なる進化により、サステナブル（持続可能）な力強い成長へと舵を切る方向性である。とりわけ M&A 戦略とグループ連邦経営（グループ間シナジーの最大化）を軸とした成長を描いている。また、3ヶ年の中期経営計画（ローリング方式）を推進しており、最終年度（2022 年 2 月期）の目標として、売上収益 152,000 百万円、調整後 EBITDA 16,100 百万円*を掲げている。ただ、2020 年 2 月期の業績予想を増額修正したことから、中期経営計画についても次回のローリング(更新)時に上方修正される可能性が高いと考えられる。

* IFRS16 号の適用（リース会計基準の変更）による影響は考慮していない。

Key Points

- ・ 2020 年 2 月期上期業績は増収増益により、過去最高業績を更新
- ・ M&A 効果に加え、既存店も好調に推移
- ・ 新たに 4 件の M&A を実現したことなどから、2020 年 2 月期の通期予想を増額修正
- ・ 国内外での M&A 戦略の推進やグループ連邦経営の更なる進化により、成長加速を目指す方針



※ 2019 年 2 月期より IFRS 適用
出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

積極的な M&A により様々な業態を取り込む 「グループ連邦経営」を展開

同社は、ショッピングセンター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。持株会社として、連結子会社 18 社（そのうち、海外 4 社）を束ねている（2019 年 8 月末現在）。

集客力の高い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に特徴があり、それが同社の主力事業を支えてきた。また、ここ数年においては、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」を推進。今期に入ってから 4 つの M&A を実現しており、2019 年 10 月 1 日現在のグループ総店舗数は 1,161 店舗に上る。

事業カテゴリーの概要（2019 年 8 月末現在）

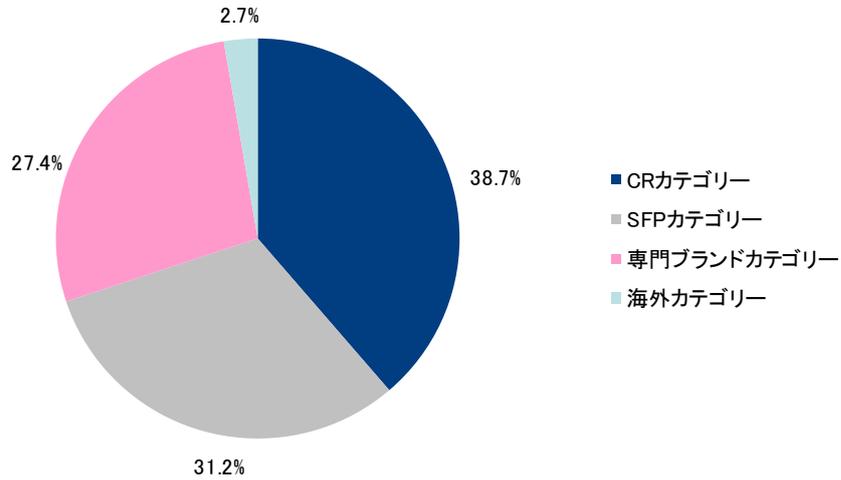
CR カテゴリー	クリエイト・レストランツ（CR）、クリエイト・ダイニング（CD）及びクリエイト・ベイスайд（CB）が運営する店舗にて構成。 2019 年 8 月末の店舗数は 456 店舗。 主要な業態として、「はーべすと」「しゃぶ菜」「リオグランデグリル」「ローストビーフ星」「デザート王国」などがある。
SFP カテゴリー	2013 年 4 月に資本提携した SFP ホールディングス（SFP）が運営する店舗にて構成。都心繁華街で居酒屋を運営。独自の「アライアンス構想」により地方中核都市への進出を狙う。 2019 年 8 月末の店舗数は 281 店舗。主要な業態として、海鮮居酒屋「磯丸水産」、手羽先唐揚専門「鳥良」「鳥良商店」などがある。 新業態の餃子居酒屋「いち五郎」や大衆酒場「五の五」も順調に立ち上がっている。
専門ブランド カテゴリー	KR ホールディングス（KR）、ルモンデグルメ（LG）、イトウォーク（EW）、YUNARI（YNR）、グルメブランズカンパニー（GBC）、ルートナインジー（RN）、遊鶴（YZ）、木屋フーズ（KF）にて構成。 主に郊外ロードサイドに「かごの屋」やごまそば「遊鶴」、都市型商業施設を中心に、それぞれの専門ブランドを展開。 2019 年 8 月末の店舗数は合計で 205 店舗。 主要な業態として、和食レストラン「かごの屋」、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」、つけめん TETSU、ベーカリー & カフェ「ジャン・フランソワ」、シンガポール料理「海南鶏飯食堂」、ごまそば「遊鶴」、うどん・そば「銀座木屋」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。 2019 年 8 月末の店舗数は合計で 33 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（ニューヨーク）では、鮨レストラン「Sushi Nao」や「蕎麦鳥人（ソバトット）」など、現在、日本食レストラン 3 店舗を展開している。

出所：会社資料、ヒアリングよりフィスコ作成

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、北米等で日本食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。主力の CR カテゴリーが売上収益（調整前）の 38.7% を占める一方、SFP カテゴリーが 31.2%、専門ブランドカテゴリーが 27.4%、海外カテゴリーが 2.7% を構成している（2020 年 2 月期上期実績）。

会社概要

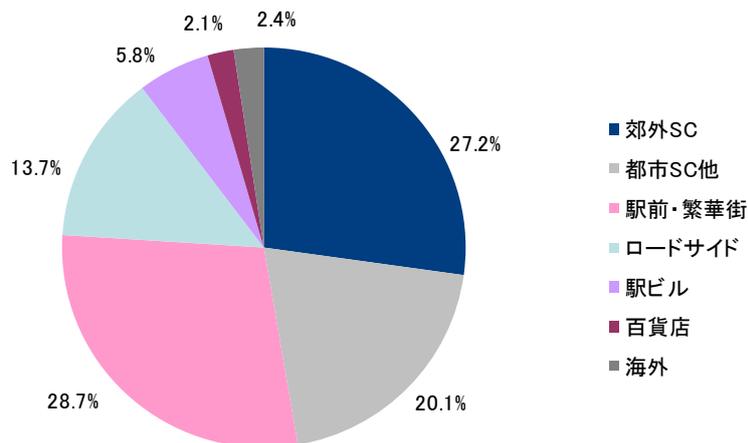
カテゴリー別の売上構成比(2020年2月期上期実績)



出所：会社資料よりフィスコ作成

また、立地別店舗数の構成比は、郊外 SC が 27.2%、都市 SC 他が 20.1%、駅前・繁華街が 28.7%、ロードサイドが 13.7%、駅ビルが 5.8%、百貨店が 2.1%、海外が 2.4% となっており、従来の商業施設中心からバランスよく分散が図られてきている（2019 年 8 月末現在）。

立地別店舗数の構成比(2019年8月末現在)



出所：会社資料よりフィスコ作成

決算概要

上期業績は増収増益となり、過去最高業績を更新。 M&A 効果に加え、既存店も好調に推移

2020 年 2 月期上期の業績 (IFRS 基準) は、売上収益が前年同期比 6.0% 増の 63,524 百万円、営業利益が同 45.0% 増の 4,296 百万円、税引前四半期利益が同 52.5% 増の 4,303 百万円、親会社の所有者に帰属する四半期利益が同 72.3% 増の 2,400 百万円と増収増益となり、売上高、利益ともに過去最高 (上期ベース) を更新した。通期計画に対しても順調に進捗している。

前期出店分 89 店舗 (M&A 等による 29 店舗を含む) が期初から寄与したことや上期出店分 67 店舗 (M&A による 48 店舗を含む) によりすべてのカテゴリーが伸長した。特に、M&A については SFP カテゴリーで 2 社 (JS 社、CL 社) ※1、専門ブランドカテゴリーで 1 社 (KF 社) ※2 が上乘せ要因となっている。また、既存店売上高も前年比 100.2% と計画を上回る水準で好調に推移。ゴールデンウィークや 8 月の繁忙期などにおいても適正な人員体制を構築したことなどが奏功したようだ。出退店等の実績は、新規出店 19 店舗、M&A 48 店舗、撤退 17 店舗、業態変更 22 店舗、改装 29 店舗となり、2019 年 8 月末のグループ店舗数は 975 店舗となっている (2019 年 10 月 1 日時点では 1,161 店舗※3)。

※1 (株) ジョー・スマイル (2019 年 3 月 1 日より連結化)、(株) クルークダイニング (2019 年 7 月 1 日より連結化)。

※2 木屋フーズ (株) (2019 年 3 月 1 日より連結化)

※3 2019 年 8 月末以降、M&A により (株) クリエイト・スポーツ & レジャー (124 店舗)、(株) いっちょう (46 店舗)、Il Fornaio (20 店舗) が追加されている。

利益面でも、人件費単価が上昇するなかでシフトコントロールの徹底により人件費率を前期並みに抑えたほか、青果等の安定供給や食材の集約・切替等により原価率を改善。さらには、増収による経費率の低下等もあり、営業利益率は 6.8% (前年同期は 4.9%) に大きく上昇した。また、重視する「調整後 EBITDA」についても前年同期比 116.8% 増の 12,790 百万円 (前年同期比約 69 億円増) と大きく増加したが、その内、約 62 億円の増加分は IFRS16 号の適用 (リース会計基準の変更) に伴うものである。

各カテゴリー別の業績は以下のとおりである。

1. CR カテゴリー

売上収益が前年同期比 5.5% 増の 24,686 百万円、カテゴリー CF※が同 14.0% 増の 3,577 百万円と増収及び CF 増となった。前期出店分 38 店舗 (M&A 等による 17 店舗を含む) が期初から寄与したことや上期出店分 16 店舗 (グループ内移管による 8 店舗を含む) が増収要因となった。既存店売上高も前期比 102.7% と順調に伸びている。人気の高い「しゃぶしゃぶ」業態やタピオカブームを背景として「デザート王国」等が引き続き好調であったようだ。カテゴリー CF についても、増収効果に加え、原価及び人件費コントロールが奏功して大幅な CF 増となった。

※ カテゴリー CF (キャッシュフロー) は、調整後 EBITDA (= 営業利益 + その他の営業費用 - 協賛金収入を除くその他の営業収益 + 減価償却費 + 非経常的費用項目) をベースとしている (以下、同様)。

決算概要

2. SFP カテゴリー

売上収益が前年同期比 7.2% 増の 20,080 百万円、カテゴリー CF が同 5.2% 増の 2,427 百万円と増収及び CF 増となった。前期出店分 18 店舗（FC3 店舗を含む）が期初から寄与したことや上期出店分 46 店舗（M&A による 41 店舗を含む）が増収要因となった。特に、「SFP フードアライアンス構想」に基づく M&A については、前期に成約した JS 社に続き、第 2 弾となる CL 社がグループイン。また、既存店売上高についても前年比 98.9% を確保。とりわけ不採算店舗の整理や運営体制のブラッシュアップなどにより「磯丸水産」が好調であった。カテゴリー CF でも、増収により CF 増を実現した。

3. 専門ブランドカテゴリー

売上収益が前年同期比 4.6% 増の 17,507 百万円、カテゴリー CF が同 9.9% 増の 1,243 百万円と増収及び CF 増となった。前期出店分 25 店舗（M&A による 10 店舗を含む）が期初から寄与したことや上期出店分 10 店舗（M&A による 7 店舗を含む）が増収要因となった。M&A については KF 社がグループイン。また、既存店売上高についても前年比 98.6% を確保。KR 社が一部苦戦したものの、ベーカリー業態やイタリア業態等が好調に推移した。カテゴリー CF も、増収により CF 増を実現した。

4. 海外カテゴリー

売上収益が前年同期比 17.7% 増の 1,712 百万円、カテゴリー CF が 4 百万円（前年同期は 66 百万円）と増収ながら CF 減となった。前期出店分 8 店舗（譲受 2 店舗を含む）が期初から寄与したことや上期出店分 3 店舗が増収要因となった。既存店売上高については前年比 95.4% で推移。ただ、カテゴリー CF では、新店の開業延期に伴う経費が重荷となり CF 減となった。

2020 年 2 月期上期決算の概要

(単位：百万円)

	19/2 期上期		20/2 期上期		増減	
	実績	構成比	実績	構成比	増減	増減率
売上収益	59,931	100.0%	63,524	100.0%	3,593	6.0%
CR カテゴリー	23,395	38.8%	24,686	38.7%	1,290	5.5%
SFP カテゴリー	18,738	31.1%	20,080	31.2%	1,185	7.2%
専門ブランドカテゴリー	16,743	27.8%	17,507	27.4%	764	4.6%
海外カテゴリー	1,455	2.4%	1,712	2.7%	256	17.7%
調整	-401	-	-461	-	-	-
営業利益	2,963	4.9%	4,296	6.8%	1,332	45.0%
税引前四半期利益	2,821	4.7%	4,303	6.8%	1,481	52.5%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	1,393	2.3%	2,400	3.8%	1,007	72.3%
調整後 EBITDA	5,899		12,790		6,890	116.8%
CR カテゴリー CF	3,138	13.4%	3,577	14.5%	439	14.0%
SFP カテゴリー CF	2,307	12.3%	2,427	12.1%	120	5.2%
専門ブランドカテゴリー CF	1,131	6.8%	1,243	7.1%	111	9.9%
海外カテゴリー CF	66	4.6%	4	0.3%	-61	-93.9%
調整	-744	-	5,536	-	-	-

※ カテゴリー CF（キャッシュ・フロー）の構成比は、カテゴリー別売上収益に対するものである。

※ カテゴリー CF = 営業利益（日本基準）+ 減価償却費 + のれん償却費 + 協賛金収入 + 非経常的費用項目

出所：会社資料よりフィスコ作成

決算概要

出退店及び店舗数の状況

	2019 年 2 月末 店舗数	新規出店	撤退	M&A	移管等	2019 年 8 月末 店舗数	業態変更	改装
CR カテゴリー	444	8	4		+8	456	18	12
SFP カテゴリー	239	5	4	41		281	2	13
専門ブランドカテゴリー	208	3	5	7	-8	205	1	4
海外カテゴリー	34	3	4			33	1	0
グループ総店舗数	925	19	17	48	0	975	22	29

出所：会社資料よりフィスコ作成

■ 主なトピックス

創業 20 周年を迎え、新たな経営理念を策定。 M&A の実現によりポートフォリオの強化を図る

1. 新たな経営理念の策定

2019 年 5 月をもって創業 20 周年を迎えたことを機に、今後の 10 年後、20 年後のグループの方向性を見据えて、新たな経営理念を策定した。特徴的なのは、「グループ連携経営」をさらに進化させるとともに、世界への展開やイノベーションをより意識した内容となっていると言える。

新たな経営理念

- ・私たちは、継続的にチャンスを作り拓き、世界のマーケットで成長します。
- ・私たちは、常にスピードをもって、クリエイティブにチャレンジします。
- ・私たちは、個性豊かな事業会社が互いに尊重し、連携し合うことで、新しい価値を創造します。
- ・私たちは、外食業界の未来のために、リーディングカンパニーとして、イノベーションを起こします。
- ・私たちは、お客様に彩り豊かな食のシーンを提供し続けることで、社会に貢献します。

出所：決算説明資料より掲載

2. M&A の実績

今後の成長戦略の軸である M&A については、グループ全体で 4 件を実現するに至った。特筆すべきは、比較的大型案件がそろっていることに加え、新しいビジネスモデルの獲得（コントラクト事業への参入やセントラルキッチンへの運用など）や地方中核拠点の獲得、老舗優良ブランド/エッジの効いた MD、北米でのプラットフォーム獲得など、それぞれに狙いがはっきりしているところであり、これらにより事業ポートフォリオが大きく強化されることが期待できる。

主なトピックス

(1) クリエイト・スポーツ & レジャー

2019 年 6 月 26 日に、社員食堂や学校給食、ゴルフ場レストランなどの様々なシーンでフードサービスを提供している西洋フード・コンパスグループの一部レストラン事業（スポーツ事業及びレジャー事業）を取得（買収後、クリエイト・スポーツ & レジャーに社名変更）。クリエイト・スポーツ & レジャーは、引き続き、スポーツ事業（ゴルフ場内レストランの受託運営）及びレジャー事業（保養所、研修所、ホテルの運営・施設管理、テーマパークや商業施設内レストランの受託運営等）を展開する。同社の狙いは、1) コントラクトサービス（受託運営）事業への本格的な進出、2) 業界 NO.1 のシェアを誇るゴルフ場内レストラン（受託運営）事業の更なる拡大、3) 投資負担のない受託型ビジネスの展開による事業ポートフォリオの質的向上（安定的なキャッシュフローの獲得）などにある。2019 年 9 月 1 日に連結化され、店舗数は 124 店舗（スポーツ事業 89 店舗、レジャー事業 35 店舗）に上る。

(2) いっちょう

2019 年 9 月 2 日には、北関東を中心に和食レストラン「いっちょう」（41 店舗）や焼き肉「萬家」（5 店舗）を展開するいっちょうの全株式を取得（2019 年 10 月 1 日より連結化）。1) 長年培ってきた競争力のある独自のビジネスモデルの獲得、2) 同社グループとして初となるセントラルキッチン の運用ノウハウの取り込み、3) ロードサイド立地における大型店舗網獲得による安定的な売上及び収益の増大などに狙いがある。

(3) Il Fornaio

2019 年 9 月 12 日には、北米（カルフォルニア州など）にてイタリアンレストラン「イルフォルナイオ」（20 店舗）を展開する Il Fornaio (America) LLC を取得（2019 年 9 月 30 日より連結化）。1) 北米事業の安定的な収益獲得、2) CRNY の運営店舗との連携、3) 同社グループが保有するブランドの北米展開、4) 他のレストランブランドの積極的な M&A 等の足掛かりなどに狙いがある。

(4) クルークダイニング

2019 年 5 月 30 日には、同社グループの SFP ホールディングスが長野県にて「からあげセンター」等の飲食店を展開しているクルークダイニングのほぼ全株式を取得（2019 年 7 月 1 日より連結化）。SFP ホールディングスが進めている「SFP フードアライアンス構想」の一環として位置付けられ、1) 地方中核拠点の獲得、2) 人材の確保、3) 他の提携先を含めたシナジー創出などに狙いがある。

業績見通し

2020 年 2 月期の通期予想について 2 度目の増額修正を公表。 上期業績の上振れや新たな M&A を反映

2020 年 2 月期の業績予想 (IFRS 基準) について同社は、2019 年 7 月 12 日に続き、2019 年 10 月 11 日に 2 度目の増額修正を公表した。修正後の業績予想として、売上収益を前期比 17.4% 増の 140,000 百万円、営業利益を同 88.6% 増の 7,500 百万円、税引前利益を同 89.8% 増の 7,000 百万円、親会社の所有者に帰属する当期利益を同 180.0% 増の 3,700 百万円と大幅な増収増益を見込んでいる。1 度目の業績修正は、クリエイト・スポーツ & レジャーの連結化によるものであったが、2 度目は上期業績の上振れと新たな M&A (いっちょう及び Il Fornaio) を織り込んだことが理由である。

売上収益は、M&A による連結効果を含め、ほぼすべてのカテゴリーが伸長する見通しである。利益面でも、引き続き原価コントロールに取り組むとともに、前期の利益を圧迫した一時的な減損損失が解消することにより大幅な損益改善を実現し、重視する「調整後 EBITDA」についても、すべてのカテゴリーで増加を見込んでいる。

弊社でも、上期の進捗や連結効果などを勘案すれば、同社の業績予想の達成は十分可能であるとみている。注目すべきは、それぞれの M&A における PMI (買収後の統合プロセス) の進捗だろう。来期以降の業績拡大に向けてどのような貢献 (シナジー創出等) をしていくのか、その道筋をフォローしたい。

2020 年 2 月期の業績予想

(単位: 百万円)

	19/2期		20/2期			対前年増減		
	実績	構成比/売上比	期初予想	構成比/売上比	修正予想	修正予想	増減率	
					(2019年10月11日時点)			(2019年10月11日時点)
売上収益	119,281		124,000		140,000		20,719	17.4%
CR カテゴリー	45,633	37.9%	47,300	37.9%	52,500	37.3%	6,867	15.0%
SFP カテゴリー	37,751	31.4%	39,000	31.2%	40,000	28.5%	2,249	6.0%
専門ブランドカテゴリー	33,659	28.0%	34,200	27.4%	39,500	28.1%	5,841	17.4%
海外カテゴリー	2,987	2.7%	4,400	3.5%	8,500	6.0%	5,513	184.6%
営業利益	3,975	3.3%	5,800	4.7%	7,500	5.4%	3,525	88.7%
税引き前利益	3,688	3.1%	5,600	4.5%	7,000	5.0%	3,312	89.8%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	1,321	1.1%	3,100	2.5%	3,700	2.6%	2,379	180.1%
調整後 EBITDA	10,814	9.1%	11,000	8.9%	25,000	17.9%	14,186	131.2%
CR カテゴリー CF	5,417	11.9%	5,700	12.1%	6,500	12.4%	1,083	20.0%
SFP カテゴリー CF	4,538	12.0%	4,300	11.0%	4,600	11.5%	62	1.4%
専門ブランドカテゴリー CF	2,205	6.6%	2,300	6.7%	2,800	7.1%	595	27.0%
海外カテゴリー CF	-89	-	400	9.1%	400	4.7%	489	-

※カテゴリー CF の構成比は、カテゴリー別売上収益に対するものである。カテゴリー売上収益の構成比は調整前売上収益に対するものである。

※売上収益は調整後

出所: 会社資料よりフィスコ作成

■ 成長戦略

M&A や「グループ連邦経営」の更なる進化により成長加速を目指す

1. 中期的な成長戦略

同社の成長戦略は、1) 国内及び海外での M&A 戦略の推進、2) ブランド創出力の一層の強化、3) グループ連邦経営の更なる進化により、サステナブル（持続可能）な力強い成長へと舵を切る方向性である。とりわけ M&A 戦略とグループ連邦経営（グループ間シナジーの最大化）を軸とした成長を描いている。

2. 中期経営計画

同社は 3 ヶ年の中期経営計画（ローリング方式）を推進。年間 50 ～ 60 店舗の新規出店に加え、M&A による店舗数の増加により、最終年度（2022 年 2 月期）の目標として、売上収益 152,000 百万円、調整後 EBITDA16,100 百万円※を掲げている。ただ、2020 年 2 月期の業績予想を増額修正したことから、中期経営計画についても次回のローリング（更新）時に上方修正される可能性が高いと考えられる。

※ IFRS16 号の適用（リース会計基準の変更）による影響は考慮していない。

■ 株主還元等

2020 年 2 月期は前期と同水準の年 12 円配を予定。 今後は利益成長に伴う増配余地は大きい

2019 年 2 月期は、期初予想どおり、前期比 2 円増配の 1 株当たり年 12 円配（中間 6 円、期末 6 円）を実施した。2020 年 2 月期についても、前期と同水準の 1 株当たり年 12 円配（中間 6 円、期末 6 円）を予定している。

弊社では、2021 年 2 月期以降については、再び利益成長に伴う増配の余地は大きいと見ている。

免責事項（ディスクレマー）

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・表示したものです。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て作成されていますが、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、配布等することは堅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 5-11-9

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（情報配信部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp