

わくわく無限大！
個性いろいろ
ともに創る
驚きの未来。

2027年2月期 第2四半期(中間期)決算 (補足説明資料)

2026年10月14日

株式会社クリエイト・レストランツ・ホールディングス
[東証プライム 証券コード3387]

目次

【Ⅰ】業績ハイライト

1. 業績の概要[IFRS]
2. 業績の概要(カテゴリー別)
3. 課題別取り組み進捗

【Ⅱ】2027年2月期業績予想及び株主還元策

1. 2027年2月期通期業績予想の概要
2. 株主還元策

【Ⅲ】トピックス

1. 中期経営計画の進捗①②
2. サステナビリティへの取り組み
3. グループミッション

【Ⅳ】Appendix

1. 出退店及び店舗数について
2. 既存店前年比の推移

(注) 本資料における各カテゴリーに含まれるグループ事業会社

✓CRカテゴリー

(株)クリエイト・レストランツ(CR)、(株)クリエイト・ダイニング(CD)

✓専門ブランドカテゴリー

(株)グルメブランズカンパニー(GBC)、(株)KRフードサービス(KR)、(株)遊鶴(YZ)、
(株)いっちょ(IC)、(株)サンジェルマン(SG)、(株)レフボン(LB)、(株)クリエイト・ヌードルズ(CN)、
(株)ロン(RO)、(旧株)Tecona Bagel(TB)

✓居酒屋(旧SFP)カテゴリー

SFPダイニング(株)(SFPD)、(株)ジョー・スマイル(JS)、(株)クルークダイニング(CL)、
(旧SFPホールディングス(株)(SFPHD))

✓海外カテゴリー

CREATE RESTAURANTS ASIA PTE. LTD.(CRA)、香港創造餐飲管理有限公司(CRHK)、
Il Fornaio (America) LLC(IF)、Create Restaurants DE LLC(WF)、
Create Restaurants MN LLC(HW)



業績ハイライト

1. 業績の概要[IFRS]

対前年同期比で増収減益

売上収益 861億円(前期比+29億円)、営業利益 41億円(同△8億円)

親会社の所有者に帰属する当期利益27億円(同△5億円)、調整後EBITDA131億円(同△10億円)

✓売上収益について

ベーカリー及びヌードルブランドの好調維持に加え、M&Aによりグループ入りしたロン(3月)並びに北米のHazelwood(7月)の連結貢献により増収(+29億円)

✓利益について(営業利益)

悪天候の影響を強く受けたロードサイド主体のかごの屋及び路面店主体の磯丸水産の苦戦に加え、SFPHD社合併関連費用3億円の計上も重なり減益(△8億円)

(単位:百万円)	2026年2月期 2Q累計(3月-8月)		1Q単(3月-5月)		2Q単(6月-8月)		2027年2月期 2Q累計(3月-8月)		対前年 差異
	実績	売上比	実績	売上比	実績	売上比	実績	売上比	
売上収益	83,204		43,277		42,813		86,091		+2,887
営業利益	4,940	5.9%	3,378	7.8%	742	1.7%	4,121	4.8%	△ 819
税引前利益	5,132	6.2%	3,221	7.4%	534	1.2%	3,756	4.4%	△ 1,375
当期利益	3,474	4.2%	2,359	5.5%	430	1.0%	2,790	3.2%	△ 684
親会社の所有者に 帰属する当期利益	3,195	3.8%	2,217	5.1%	480	1.1%	2,697	3.1%	△ 497
調整後EBITDA ※1	14,037	16.9%	7,551	17.4%	5,505	12.9%	13,056	15.2%	△ 980
実質営業利益 ※2	5,789	7.0%	3,494	8.1%	1,044	2.4%	4,539	5.3%	△ 1,250

2027年2月期		進捗率
通期予想	売上比	
171,000		50.3%
9,000	5.3%	45.8%
8,000	4.7%	47.0%
6,000	3.5%	46.5%
5,700	3.3%	47.3%
27,100	15.8%	48.2%
11,000	6.4%	41.3%

※1: 調整後EBITDA=営業利益+その他の営業費用-その他の営業収益(協賛金収入を除く)+減価償却費+非経常的費用項目(株式取得に関するアドバイザー費用等)

※2: 実質営業利益=営業利益-減損損失-減損損失戻入益等一過性の費用

2. 業績の概要(カテゴリー別)

各カテゴリーに含まれるグループ事業会社は、本資料2ページ下部に記載

✓CRカテゴリー：増収増益

商業施設店中心で悪天候影響は限定的、既存店前年比が堅調な
ことに加え低収益店の撤退や業態変更・改装を推進し増収増益

✓専門ブランドカテゴリー：増収減益

価値拡充に向けた構造改革と悪天候の影響が重なり「かごの屋」
が減益、好調なベーカリーやヌードルでカバーしきれず

✓居酒屋(旧SFP)カテゴリー：増収減益

大衆酒場への業態変更と新店効果で増収となるも、悪天候の影
響を受けた「磯丸水産」の既存店前年割れが響き減益

✓海外カテゴリー：増収増益

北米「Wildflower」の好調継続に加え、「Hazelwood」が7月
から連結貢献、為替影響もプラスに働き増収増益

✓既存店前年比（26年2月期末時点店舗基準、休業店舗含む）

カテゴリー	1Q計 (3-5月)	6月	7月	8月	2Q計 (6-8月)	2Q累計
CR	104.3%	97.6%	104.2%	100.4%	100.8%	102.6%
専門ブランド	99.7%	95.2%	99.8%	97.5%	97.5%	98.6%
居酒屋	99.3%	92.8%	99.4%	94.0%	95.4%	97.4%
海外 (現地通貨)	110.4% (101.3%)	108.1% (98.7%)	110.2% (100.4%)	109.7% (100.3%)	109.2% (99.8%)	109.9% (100.5%)
連結	102.8%	97.8%	102.9%	99.8%	100.2%	101.5%

(単位:百万円)

カテゴリー	2026年2月期2Q(累計)			1Q単(3月-5月)			2Q単(6月-8月)			2027年2月期 2Q累計			対前年差異			対通期予想 進捗率	
	売上収益	加盟店-CF※1	売上比	売上収益	加盟店-CF※1	売上比	売上収益	加盟店-CF※1	売上比	売上収益	加盟店-CF※1	売上比	売上収益	加盟店-CF※1	売上比	売上収益	加盟店-CF
CR	29,648	3,441	11.6%	15,221	1,884	12.4%	14,936	1,680	11.2%	30,158	3,564	11.8%	+509	+123	+0.2%	50.5%	56.7%
専門ブランド	25,622	3,200	12.5%	13,284	1,681	12.7%	12,834	1,169	9.1%	26,118	2,850	10.9%	+496	△ 349	△1.6%	49.7%	49.6%
居酒屋(旧SFP)	15,344	1,209	7.9%	7,962	657	8.3%	7,544	382	5.1%	15,507	1,040	6.7%	+163	△ 169	△1.2%	46.4%	36.6%
海外	12,698	1,015	8.0%	6,868	731	10.6%	7,547	477	6.3%	14,416	1,209	8.4%	+1,717	+193	+0.4%	56.3%	45.5%
その他調整等 ※2	△ 111	5,170	-	△ 60	2,596	-	△ 49	1,794	-	△ 109	4,391	-	+1	△ 778	-	-	-
合計	83,204	14,037	16.9%	43,277	7,551	17.4%	42,813	5,505	12.9%	86,091	13,056	15.2%	+2,887	△ 980	△1.7%	50.3%	48.2%

※1:カテゴリー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
※2:IFRS16号(リースのオンバランス)適用に伴う減価償却費のほか、主に各カテゴリーには配分していない本社経費等

3.課題別取り組み進捗

居酒屋

磯丸水産



① 来客数増への取り組み



② 客単価増への取り組み

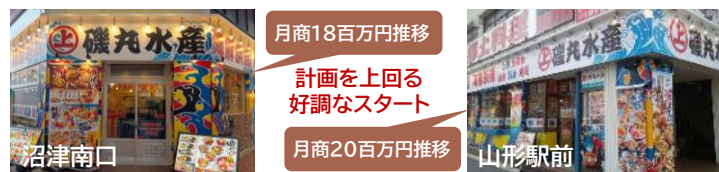
10月より10%の深夜料金適用(22~翌5時)を開始

③ スクラップ&ビルド

磯丸水産の地方出店は好調、都心不振店は業態変更

◆ 地方出店実績

【6月】沼津南口 【7月】山形駅前 【9月】名古屋栄女子大



◆ 都心不振店の業態変更



専門B

かごの屋



● 「本格和食店」へ構造を改革中

◆ 商品の本質的な価値向上(価値>価格)

(従来) 和食 + 食べ放題

「食材コスト」と「作業コスト」をリバランス

(現) 本格和食 ← 食べ放題はリニューアル

【課題】

- ・食材高騰
- ・作業負荷

- 素材・調理手順の見直しで品質向上
- 「魚メニュー」等のメニュー・ラインナップ強化

◆ マーケティング手法のアップデート

→アプリ会員向けアプローチやSNS・Web広告を強化

海外

Il Fornaio

STEP① 赤字店閉店(前期)

STEP② CEO交代(3月)

STEP③ 営業強化中

◆ メニュー強化

- ランチメニュー強化
- クラシックメニュー復活

◆ マネジメント強化

- コスト最適化手法導入

CRHK社(香港)

CRHK社の株式を譲渡

(26年10月14日開示)

近年の香港の消費環境変化により不採算(前期純利益△27百万円)となったため、経営資源の最適化の観点で直営事業から撤退

[譲渡先] eDigital Media Ltd.

→現香港FCパートナーの同社が当社ブランドFCを継続運営



2027年2月期業績予想 及び株主還元策

1. 2027年2月期通期業績予想の概要

✓ 2026年4月14日開示の通期業績予想 ⇒ 変更なし

⇒下期は実行済みのM&A3件(国内:ロン及び小池グループ、北米:Hazelwood)の連結貢献に加え、SFPHD社合併等の一過性コストの解消並びに合併に伴う本社経費削減により、通期予想を据え置き

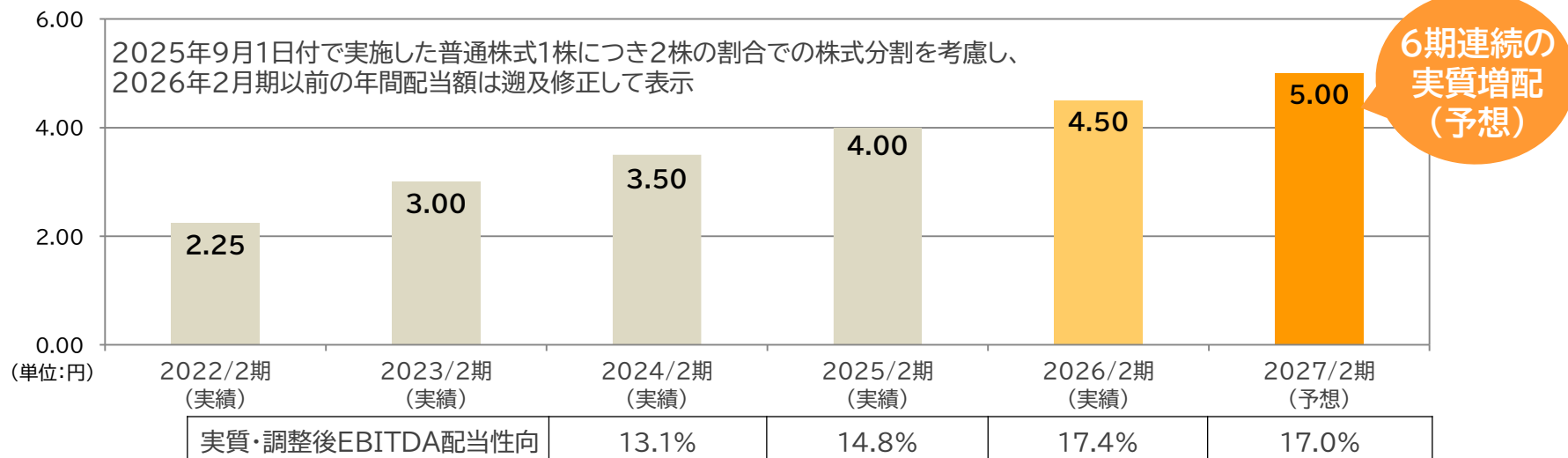
(単位:百万円)	2027年2月期 (第2四半期実績)		2027年2月期 (通期予想)		進捗率 (対予想)	2026年2月期 (前期実績)		通期予想の 前期差異 (予想-前期)
	実 績	売上比	予 想	売上比		実 績	売上比	
売上収益	86,091		171,000		50.3%	165,449		+5,550
営業利益	4,121	4.8%	9,000	5.3%	45.8%	7,944	4.8%	+1,055
税引前利益	3,756	4.4%	8,000	4.7%	47.0%	7,861	4.8%	+138
当期利益	2,790	3.2%	6,000	3.5%	46.5%	5,218	3.2%	+781
親会社の所有者に 帰属する当期利益	2,697	3.1%	5,700	3.3%	47.3%	4,677	2.8%	+1,022
調整後EBITDA ※1	13,056	15.2%	27,100	15.8%	48.2%	26,271	15.9%	+828
実質営業利益 ※2	4,539	5.3%	11,000	6.4%	41.3%	9,287	5.6%	+1,712

※1: 調整後EBITDA=営業利益+その他の営業費用-その他の営業収益(協賛金収入を除く)+減価償却費+非経常的費用項目(株式取得に関するアドバイザー費用等)

※2: 実質営業利益=営業利益-減損損失-減損損失戻入益等一過性の費用

2. 株主還元策

✓2027年2月期の配当予想 ⇒ 変更なし 中間2.50円^(10/14決議済)、期末2.50円 〈年間5.00円〉



配当方針

当社は、株主への利益還元を経営上の重要政策として位置づけ、安定的な配当を行うことを基本方針とし、中間配当と期末配当の年2回の配当を実施予定

→配当金額は、原則「実質・調整後EBITDA配当性向※」14%以上を目途とし、業績や財務状況、今後の事業展開等を総合勘案した上で決定

※ 実質・調整後EBITDA配当性向(IFRS16号の影響を除く) = 配当金総額 ÷ (調整後EBITDA - IFRS16号のリース負債返済額) × 100

✓株主優待制度 企業方針として重要な株主還元策と位置付け、今後も継続して実施

優待利用可能店舗の拡充

2026年11月より以下の「小池グループ」東京都内10店舗を追加予定（開始時に別途発表）

- ◆ らあめん小池（世田谷区）
- ◆ 中華蕎麦にし乃（文京区）
- ◆ キング製麺（北区）
- ◆ つけめん金龍（千代田区）
- ◆ 伊之瀬（渋谷区）



- ◆ こいけのいえけい（文京区）
- ◆ あいだや（台東区）
- ◆ あいだや2（台東区）
- ◆ 本郷苑（文京区）
- ◆ 釜焼きチャーシュー こじま（豊島区）





トピックス

1. 中期経営計画の進捗①

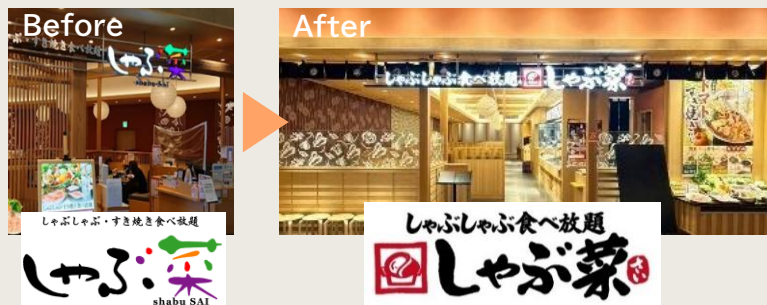
柱1

本質的価値の進化

コアブランドのブラッシュアップと新業態出店

しゃぶ菜 ブランド・アイデンティティの統一

① ロゴ刷新 (20年ぶり)、 サイン変更及びファサード改善



40店変更済
(9月末時点)

平均売上 4%増加

② 姉妹ブランドを「しゃぶ菜」に集約

「旬菜しゃぶ重」等10店舗を順次転換、ブランディングを強化



③ 顧客満足度向上への取り組み

NPS(満足度指標)を用いたサービスレベル向上への取り組み

JEAN FRANÇOIS 新たな価値提供

● ベーカリーにクレープ専門店を併設



JEAN FRANÇOIS
MAISON CRÊPE
東京ミッドタウン日比谷



JEAN FRANÇOIS
MAISON GALETTE
有楽町イトシア

テイクアウト
人気



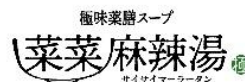
立地の進化
商業施設
初出店

IKEDAYAMA 自由が丘ミューズスクエア

“食ベログ パン TOKYO 百名店2026”
に選出(本店)された「IKEDAYAMA」の
3号店を9月17日東京自由が丘にオープン



新業態 好調な新業態を全国へ展開



12店舗
(予定5店含む)

➢「フードコートタイプ」「レストランタイプ」を展開

テイクアウトに強み



9店舗

➢「フードコート(単品)タイプ」「食堂(定食)タイプ」を展開

1. 中期経営計画の進捗②

柱2 シナジーのあるM&A

26年9月 **らあめん小池** グループイン
東京の超人気店(26年7月14日開示)



ミシュランガイド「ビブグルマン」
選出歴のある上記3店を含め、
10店舗を展開する“小池グループ”
(イノセンス社)

出店、商品開発で
シナジーを創出

CREATE NOODLES

ラーメン事業統括会社(親会社)

つけめん
TETSU



一幻

のり庵 (KOROSH)

狼煙

柱3 海外事業の拡大

26年7月 **Hazelwood Food + Drink** グループイン
ミネソタ州中心に展開するモダン・アメリカ料理店(26年6月8日開示)



6店舗で、売上高47.4百万USドル(約75.8億円※)を誇る人気店

※対象事業の2025年12月期実績、1USドル=160円換算

26年8月 **Wildflower Thunderbird** 店 オープン
グループイン後、初の新規出店 (アリゾナ州フェニックス)



想定年商3.6百万USドル
(約5.8億円※)

※1USドル=160円換算

26年8月 **MACCHA HOUSE** インドネシア1号店 オープン
同国でフランチャイズ出店を開始



シンガポール子会社
CRA社からノウハウ
及びサポートを提供



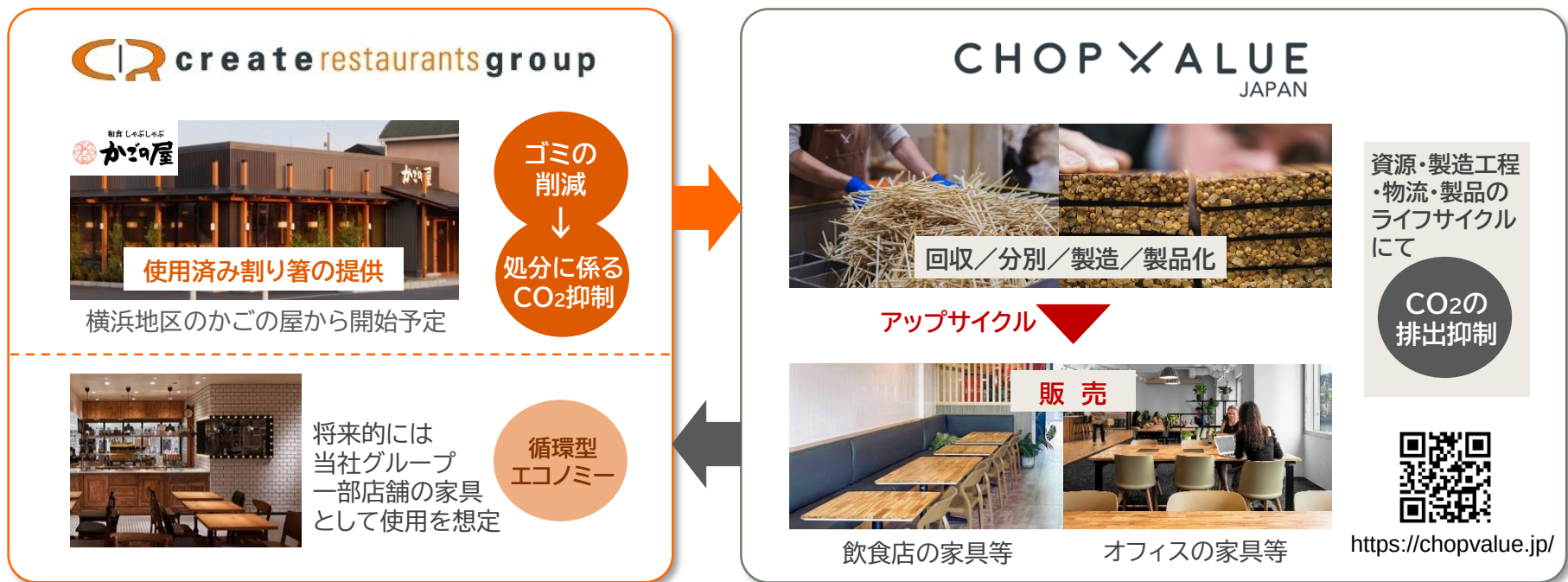
MACCHA HOUSE
抹茶館

2. サステナビリティへの取り組み



ChopValue Japan社 との協働による「循環型社会」拡大への取り組み

当社グループは環境貢献への一環として、ChopValue Manufacturing Japan株式会社※が行う「廃棄される割り箸を、家具や建材の材料として資源にアップサイクルする」という事業に、協力・参画することを決定（2026年10月14日開示）



パートナーシップ契約締結
2026年9月29日

(右)ChopValue
Manufacturing Japan
代表取締役 山上 剛史 様

(左)当社代表取締役 川井 潤

※ ChopValue Manufacturing Japan株式会社

(所在地:東京都港区東麻布2-22-5 AZABU EAST COURT 1階)

2016年カナダ・バンクーバーで設立された「ChopValue」の日本法人として2024年7月に設立。2025年4月には、国内第一号となる「マイクロファクトリー(地域で回収循環する工場)」を神奈川県川崎市にオープンし本格進出。使用済み割り箸のアップサイクルに取り組み、持続可能なものづくりの拡大を目指す

3.グループミッション





Appendix

1. 出退店及び店舗数について

✓2026年8月末グループ総店舗数： 1,130店

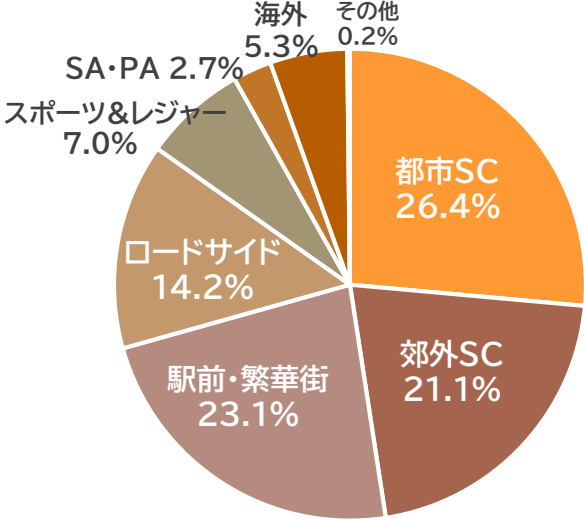
	店舗数	主 な 内 訳
新規出店	17	コアブランド：「五の五」2店、「JEAN FRANÇOIS」2店、「かごの屋+あずさ珈琲」関西国際空港、「磯丸水産」2店 新/他ブランド：「狼煙」川越、「ひとにぎり」2店、「まるもん」イオンM大高、「Tecona bage!」大丸梅田、 「日本のごちそう」関西国際空港 業務受託等：ゴルフ場内レストラン1店 海外：「MACCHA HOUSE」Senayan City(FC)、「Wildflower」Thunderbird、「一幻」台中M Square(FC)
退店	28	(主に契約満了)
M&A	16	ロン：「グリルRON」2店、「大阪トンテキ」3店、「ぶどう亭」、「グリルぶどう亭」、「グリル欧風軒」、「グリルらんぷ亭」、 「豚々亭」 Hazelwood：「Hazelwood Food+Drink」4店、「TAVERN 4&5」、「Pier Five Hundred」
業態変更	13	コアブランド：「磯丸酒場」3店、「五の五」町田2号、「鳥平ちゃん」2店 新/他ブランド：「菜菜麻辣湯」5店、「ひとにぎり」イオンM水戸内原、「MAISON CRÊPE」東京MT日比谷

〔 出退店一覧 〕

カテゴリー	2025年 2月末 店舗数	増減数		M&A	2026年 8月末 店舗数	業態 変更 ※1
		出店	退店			
CR	523	6	16	0	513	6
専門ブランド	335	4	2	10	347	1
居酒屋(旧SFP)	210	4	4	0	210	6
海外※2	57	3	6	6	60	0
グループ 総店舗数※3	1,125	17	28	16	1,130	13

※1:グループ内における業態変更も含めた店舗数
※2:CD社のジャカルタFC2店、KR社のタイFC4店、CN社の香港FC3店及び台湾FC3店を含む
※3:四半期末での業務受託店舗、FC店舗を含むグループ総店舗数を記載

〔 立地別店舗数の構成比 〕



2. 既存店前年比の推移

各カテゴリーに含まれるグループ事業会社は、本資料2ページ下部に記載

連結

	3月	4月	5月	1Q計 (3-5月)	6月	7月	8月	2Q計 (6-8月)	9月	10月	11月	3Q計 (9-11月)	12月	1月	2月	4Q計 (12-2月)	通期計
2027年2月期	101.3%	100.5%	106.1%	102.8%	97.8%	102.9%	99.8%	100.2%									
2026年2月期	101.7%	103.2%	104.2%	102.7%	99.9%	100.8%	105.5%	102.3%	98.3%	101.6%	101.8%	100.6%	100.0%	100.7%	98.8%	100.0%	101.8%

カテゴリー別

		3月	4月	5月	1Q計 (3-5月)	6月	7月	8月	2Q計 (6-8月)	9月	10月	11月	3Q計 (9-11月)	12月	1月	2月	4Q計 (12-2月)	通期計
CR	2027年2月期	102.0%	101.6%	109.2%	104.3%	97.6%	104.2%	100.4%	100.8%									
	2026年2月期	102.5%	104.9%	106.5%	104.6%	101.1%	102.2%	108.5%	104.2%	99.7%	105.0%	105.4%	103.4%	102.9%	102.5%	100.1%	102.1%	103.6%
専門 ブランド	2027年2月期	98.0%	97.5%	103.6%	99.7%	95.2%	99.8%	97.5%	97.5%									
	2026年2月期	104.2%	105.1%	106.9%	105.4%	102.9%	103.1%	106.4%	104.3%	99.1%	100.7%	103.0%	101.0%	99.9%	101.0%	98.5%	99.9%	102.7%
居酒屋 (IBSFP)	2027年2月期	97.9%	98.0%	101.9%	99.3%	92.8%	99.4%	94.0%	95.4%									
	2026年2月期	97.3%	100.0%	101.1%	99.5%	96.8%	98.9%	104.2%	100.0%	96.4%	99.0%	98.9%	98.1%	100.5%	99.0%	96.0%	98.7%	99.2%
海外	2027年2月期	109.6%	108.5%	110.1%	110.4%	108.1%	110.2%	109.7%	109.2%									
	(現地通貨 ^A - _ス)	(102.6%)	(99.8%)	(100.9%)	(101.3%)	(98.7%)	(100.4%)	(100.3%)	(99.8%)									
	2026年2月期	100.6%	100.1%	98.4%	97.7%	96.6%	95.0%	97.2%	97.0%	95.8%	99.1%	94.8%	97.0%	95.1%	98.3%	100.1%	97.9%	99.5%
	(現地通貨 ^A - _ス)	(100.8%)	(103.1%)	(102.8%)	(102.1%)	(102.0%)	(100.5%)	(101.7%)	(101.6%)	(99.2%)	(102.0%)	(97.1%)	(99.4%)	(97.1%)	(100.0%)	(101.5%)	(99.2%)	(100.8%)

※ 既存店前年比は、26年2月期末時点店舗基準、休業店舗含む

ご注意

本資料は、業績に関する情報の提供を目的としており、当社が発行する有価証券への投資勧誘を目的としたものではありません。

本資料に記載した内容は、資料作成時点において当社が合理的と判断した一定の前提に基づいています。実際の業績等は種々の要因により変化する可能性があり、当社は目標や予想の達成、及び将来の業績を保証または約束するものではありません。なお、これらの情報は予告なしに変更される可能性があります。従いまして、本資料のご利用は、利用者ご自身の判断によって行ってくださいますようお願いいたします。

《IRに関するお問い合わせ先》

IR部

8022@createrestaurants.com