

わくわく無限大！
個性いろいろ
ともに創る
驚きの未来。

2026年2月期第3四半期決算 (補足説明資料)

2026年1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)

II トピックス

1. 中期経営計画(概要)
2. トピックス①②③

III 2026年2月期業績予想及び株主還元策

1. 2026年2月期通期業績予想の概要
2. 株主還元策①②

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
3. サステナビリティへの取り組み

(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)
SFPカテゴリー	: SFPホールディングス(株)(SFPHD)、SFPダイニング(株)(SFPD)、(株)ジョー・スマイル(JS)、(株)クルーカダイニング(CL)
専門ブランドカテゴリー:	(株)YUNARI(YNR)、(株)グルメプランズカンパニー(GBC)、(株)KRフードサービス(KR)、(株)遊鶴(YZ)、 (株)いっちゃん(IC)、(株)サンジェルマン(SG)、(株)レフボン(LB)、(株)一幻フードカンパニー(IG)、(株)狼煙(NRS) (株)クリエイト・ヌードルズ(CN)※2025年12月1日付でIG・YNR・NRSが合併しCNに商号変更
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)

I 業績ハイライト

1. 業績の概要[IFRS]

対前期比で増収減益（居酒屋業態の減益を補えず、連結業績を押し下げ）

売上収益1,236億円、営業利益66億円、

親会社の所有者に帰属する当期利益43億円、調整後EBITDA202億円

✓ 売上収益について

- ・第3四半期は休日日数増(前年比)が追風となり商業施設店舗で集客増、「日常」「定番」業態であるベーカリーやヌードルブランドも好調を維持、前期(下期)M&A2社の連結貢献もあり前期に対して増収(+82億円)

✓ 利益について

- ・(営業利益)CRカテゴリー、専門カテゴリー及び海外カテゴリーは概ね順調に推移するも、居酒屋業態が主であるSFPカテゴリーの減益を全体で補えず連結としても減益(△5億円)

(単位:百万円)	2025年2月期 3Q累計(3月-11月)		2026年2月期 1Q単(3月-5月)		2026年2月期 2Q単(6月-8月)		2026年2月期 3Q単(9月-11月)		2026年2月期 3Q累計(3月-11月)		対前年 差異	2026年2月期 通期予想	進捗率
	実績	売上比	実績	売上比	実績	売上比	実績	売上比	実績	売上比			
売上収益	115,403		41,814		41,389		40,364		123,568		+8,164		
営業利益	7,134	6.2%	3,048	7.3%	1,892	4.6%	1,668	4.1%	6,609	5.3%	△ 525		
税引前利益	6,569	5.7%	2,992	7.2%	2,139	5.2%	1,595	4.0%	6,727	5.4%	+157		
当期利益	5,180	4.5%	2,263	5.4%	1,210	2.9%	1,193	3.0%	4,668	3.8%	△ 512		
親会社の所有者に 帰属する当期利益	4,735	4.1%	2,088	5.0%	1,107	2.7%	1,115	2.8%	4,311	3.5%	△ 424		
調整後EBITDA *	19,610	17.0%	7,420	17.7%	6,616	16.0%	6,189	15.3%	20,226	16.4%	+615	27,200	74.4%
実質営業利益 (営業利益から減損損失等一過性費用除く)	8,240	7.1%	3,439	8.2%	2,349	5.7%	2,219	5.5%	8,008	6.5%	△ 231	11,600	69.0%

※ 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リー費用等)

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

休日日数増もあり商業施設店舗で集客増、運営受託店舗数の増加や好天に恵まれたゴルフ場レストランも貢献し増収増益

✓SFPカテゴリー

：増収減益

新店効果で増収も、前年創業40周年企画の反動による客数減の継続に加え、メニュー改定での原価率改善もならず、大幅減益

✓専門ブランドカテゴリー：増収増益

「日常」「定番」業態であるベーカリー、ヌードルブランド及びいつも社が好調を維持し増収増益

✓海外カテゴリー

：増収増益

北米のインフレ疲れで高単価のIl Fornaioの苦戦が続くも、前期(下期)M&AのWildflowerが好調を維持しカバー、増収増益

✓既存店前年比 (25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)	2Q計 (6-8月)	9月	10月	11月	3Q計 (9-11月)	3Q累計
CR	104.6%	104.2%	99.7%	105.0%	105.4%	103.4%	104.0%
SFP	99.5%	100.0%	96.4%	99.0%	98.9%	98.1%	99.2%
専門ブランド	105.4%	104.3%	99.1%	100.7%	103.0%	101.0%	103.6%
海外 (現地通貨)	97.7% (102.1%)	97.0% (101.6%)	95.8% (99.2%)	99.1% (102.0%)	94.8% (97.1%)	97.0% (99.4%)	98.7% (101.1%)
連結	102.7%	102.3%	98.3%	101.6%	101.8%	100.6%	102.1%

(単位:百万円)

カテゴリー	2025年2月期3Q(累計)			2026年2月期1Q			2026年2月期2Q			2026年2月期3Q			2026年2月期3Q(累計)			対前年差異		
	売上収益	ガコリ-CF※1	売上比	売上収益	ガコリ-CF※1	売上比	売上収益	ガコリ-CF※1	売上比	売上収益	ガコリ-CF※1	売上比	売上収益	ガコリ-CF※1	売上比	売上収益	ガコリ-CF※1	売上比
CR	40,452	4,510	11.2%	14,648	1,709	11.7%	14,999	1,731	11.5%	14,627	1,313	9.0%	44,276	4,754	10.7%	+3,823	+244	△0.4%
SFP	22,197	1,987	9.0%	7,751	765	9.9%	7,593	444	5.9%	7,405	358	4.8%	22,750	1,568	6.9%	+553	△ 419	△2.1%
専門ブランド	36,601	4,002	10.9%	12,828	1,663	13.0%	12,885	1,537	11.9%	11,971	1,027	8.6%	37,684	4,228	11.2%	+1,083	+226	+0.3%
海外	16,282	1,556	9.6%	6,643	691	10.4%	6,055	324	5.4%	6,458	717	11.1%	19,157	1,732	9.0%	+2,875	+175	△0.5%
その他調整等※2	△ 130	7,552	-	△ 57	2,591	-	△ 143	2,578	-	△ 99	2,772	-	△ 300	7,942	-	△ 170	+389	-
合計	115,403	19,610	17.0%	41,814	7,420	17.7%	41,389	6,616	16.0%	40,364	6,189	15.3%	123,568	20,226	16.4%	+8,164	+615	△0.6%

(注)24年9月1日付のグループ内組織再編(KR社がもつコントラクト事業をCR社が吸収分割)を加味して、前期実績はカテゴリー組み替え後の数値を反映

※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

II トピックス

1. 中期経営計画(概要) ※2025年4月14日開示・再掲

2026年2月期～2030年2月期 「本質的な課題解決のための5年間」

数値
目標

〈 2025年2月期 実績 〉

売上収益 1,564億円
実質営業利益 108億円

〈 2030年2月期 目標 〉

売上収益 2,300億円 (25/2比 147%)
実質営業利益 180億円 (25/2比 167%)

成長の
3本柱

本質的価値の進化

料理×サービス×立地

わくわくする食体験創造、
コアブランドを中心に
進化させ、更なる成長へ

既存店前年比102%

新規出店30～40店/年

設備投資200億円/5年

シナジーのあるM&A

積極的なM&A

国内・海外で年2件前後、
シナジーの見込める
M&Aを継続実行

投資500億円/5年

海外事業の拡大

地域別戦略

- ・北米 M&A成長
- ・アジア ハイブリッド成長
(直営/FC/M&A)
- ・欧州 M&A進出

海外売上比30%

成長を
支える
3基盤

テクノロジーの活用

ホスピタリティ+テクノロジーで顧客満足度向上と人時キャッシュフロー向上

人的資本経営の推進

働きがいのある職場づくり、時代に合った企業風土変革への取り組み

サステナビリティ推進

持続可能な社会の実現への貢献、長期的な企業価値向上

2. トピックス① ~本質的価値の進化~

ポートフォリオ強化（新業態開発・業態変更）

- ✓ 成長性が見込める新業態へのチャレンジ



8/17

mugi bagel
目黒

9/11

山賊のすみか
イオンモール
名古屋茶屋

10/31

菜菜麻辣湯
CIAL横浜

10/31

牛かつ ふたば亭
ららぽーと
TOKYO-BAY

「美味しさ」が
評価されました



- ✓ より集客力が高い業態への機動的な変更

9/10 「ローストビーフ星」 ららぽーと磐田	▶ こだわり おにぎり ひといぎり	11/5 「やなぎ茶屋」 浅草仲見世通り	▶ MACCHA HOUSE 抹茶館
9/19 「Beef Rush 29」 サンエー浦添西海岸 パルコシティ	▶ THE PLATINUM BUFFET RESTAURANT	11/27 天丼「濱乃屋」 セブンパークアリオ柏	▶ こだわり おにぎり ひといぎり
10/7 クレープ「Sucre」 イオンモール四條畷	▶ デザート王国	12/1 「Mama's Kitchen」 セブンパークアリオ柏	▶ 羽釜ごはん はしゃ

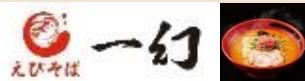
立地の進化（コントラクト事業の拡大）

- ✓ 3Qにて13店舗を新規受託し、運営を開始
⇒ JA全農コラボ11店舗、ゴルフ場レストラン2店舗



みのる食堂 金沢フォーラス

今期累計
23店舗
新規受託



えびそば 一幻 総本店
(札幌)が、中国最大級の
口コミサイト「大衆点評」
で、必ず行くべき飲食店
として日本では100店
ほどしか選ばれない「必
吃榜(ピーチーバン)2025」
を受賞



2. トピックス② ~シナジーのあるM&A~

人気ベーグル専門店 Tecona Bagel がグループイン、ベーグル業態を本格展開へ

- ✓ 東京・代々木八幡／自由が丘で人気ベーグル専門店として知られる「Tecona Bagel」を株式会社グルメブランズカンパニー(以下、GBC社)を通じて株式取得することを発表(2026年1月14日開示)
⇒ 同年2月1日グループイン予定 (株主優待:準備整い次第利用可能に)



tecona bagel works
代々木八幡



Tecona bagel
自由が丘

有名グルメサイトの全国/東京パン部門の「名店」を、過去5回受賞した有名なベーグル専門店

株式会社 Tecona Bagel

業 態 ベーグル専門店、洋菓子店

店舗数 3店舗 (tecona bagel works 代々木八幡、
Tecona bagel 自由が丘、ちひろ菓子店自由が丘)

契約日 2025年12月26日
実行日 2026年2月1日

規 模
・売上高: 約2億円
・営業利益: 約0.1億円

(2025年9月期実績、同社は新設分割のため上記は譲受対象事業のみの参考値)

狙 い
・エッジの効いたブランドによるポートフォリオの強化
・グループとしてのベーグル事業拡大
・グループ内フランチャイズ等によるシナジーの創出

グルメ
ンガリ

Gourmet Brands Company inc.

mugi bagel
ベーグル専門店 mugi bagel、ベーカリーJEAN FRANÇOIS 等を首都圏で展開

グループ内
ベーカリー2社

Saint-Germain
(サンジェルマン)
北の大地のベーカリー
レフボン

連携

100% 子会社化

高品質・高感度なベーカリーを展開する
GBC社の傘下でシナジーを最大限創出

株式会社 Tecona Bagel
「毎日食べたいベーグル」
をテーマに誕生
「ふか」「もち」「むぎゅ」
3種の異なる食感の
ベーグルを用意

高品質の
ベーグルを
全国へ

ベーカリー総店舗数 (上記4社計)

▶ 140店

2. トピックス② ~シナジーのあるM&A~

大阪で固定客をつかむ老舗洋食店グリルRONがグループイン、関西拠点の強化へ

- ✓ 大阪で半世紀以上にわたり愛される「グリルRON」を看板に、地域密着の洋食レストランを展開する株式会社ロンの株式取得することを発表(2026年1月14日開示)
⇒ 同年3月1日グループイン予定 (株主優待:準備整い次第利用可能に)

王道洋食の
ブランド
を獲得



グリル
RON

阪急三番街店
阪神梅田本店

奇をてらわない王道の洋食メニューで、半世紀以上にわたり
大阪・梅田で愛される有名洋食レストラン



洋 食

ぶどう亭

(大阪駅前第3ビル)

グリル
ぶどう亭

(なんばウォーク)



グリル 欧風軒

(大阪駅前第4ビル)

グリル らんぶ亭

(大阪市・天神橋)



株式会社 ロン

業 態 洋食レストラン、トンテキ専門店

店舗数 10店舗

契約日 2026年1月14日
実行日 2026年3月1日

規 模
・売上高：約12億円
・営業利益：約0.6億円
(2025年3月期実績)

狙 い
・「日常」「定番」ブランドによるポートフォリオの強化
・関西エリア店舗網の強化
・グループ内フランチャイズ等によるシナジーの創出

トンテキ

大阪トンテキ



大阪駅前第3ビル店

ホワイティうめだ店

なんばウォーク店

豚々亭

(大阪駅前第2ビル)



2. トピックス③ ~海外事業の拡大~

インドネシアで MACCHA HOUSE をフランチャイズ展開

- ✓ 当社シンガポール子会社がインドネシア外食企業と抹茶カフェ「MACCHA HOUSE」のフランチャイズ(FC)出店について基本合意書を締結(2026年1月5日付)

フランチャイザー（シンガポール）

CREATE RESTAURANTS ASIA PTE. LTD.

2012年よりMACCHA HOUSEを運営



MACCHA
HOUSE
抹茶館



海外子会社が
FC本部に
初スキーム



フランチャイジー（インドネシア）

PT Foodindo Pratama Wisesa

ジャカルタでレストランを運営

- ▶ インドネシアでの抹茶人気を背景に、「MACCHA HOUSE」に注目
- ▶ 2026年中に1号店出店を計画

調印式
@東京



同年1月5日、当社本社にて、
本契約に先立ち基本合意書を
締結、調印式を実施

ジャカルタ

人口1,000万人超の大都市で
あり、周辺を含む都市圏人口は
世界最大級の約4,200万人を
有する巨大マーケット

Wildflower
新規出店決定

17店目

2024年9月にグループインした北米のベーカリーレストラン
WildflowerのPMI※が順調に進歩、**事業成長を目指す**フェーズに

※M&A後に行う経営や業務等の統合プロセス

・開業時期: 2026年6月～7月予定

・出店場所: アリゾナ州フェニックス

Tatum & Thunderbird Shopping center内

WILDFLOWER™

EAT. SIP. ENJOY.



III 2026年2月期業績予想 及び株主還元策

1. 2026年2月期通期業績予想の概要

2025年4月14日開示の通期業績予想、カテゴリー別内訳共に変更なし

⇒今期実行のM&Aの影響は軽微であることに加え、第4四半期が需要期であるSFP社及び北米IF社の回復を見込み通期予想は据え置く

(単位:百万円)	2026年2月期 (第3四半期累計実績)		2026年2月期 (通期予想)		進捗率 (対予想)	2025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	123,568		165,000		74.9%	156,354		+8,645
営業利益	6,609	5.3%	9,600	5.8%	68.8%	8,504	5.4%	+1,095
税引前利益	6,727	5.4%	8,800	5.3%	76.4%	7,659	4.9%	+1,140
当期利益	4,668	3.8%	6,500	3.9%	71.8%	6,228	4.0%	+271
親会社の所有者に 帰属する当期利益	4,311	3.5%	5,800	3.5%	74.3%	5,590	3.6%	+209
調整後EBITDA ※	20,226	16.4%	27,200	16.5%	74.4%	26,124	16.7%	+1,075
実質営業利益 (営業利益から減損損失等一過性費用除く)	8,008	6.5%	11,600	7.0%	69.0%	10,794	6.9%	+805

※ 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リー費用等)

【カテゴリー別内訳】

(単位:百万円)	2026年2月期 (第3四半期累計実績)		
	売上収益	カテゴリーCF※1	売上比
CR	44,276	4,754	10.7%
SFP	22,750	1,568	6.9%
専門ブランド	37,684	4,228	11.2%
海外	19,157	1,732	9.0%
その他調整等 ※2	△ 300	7,942	-
合計	123,568	20,226	16.4%

2026年2月期 (通期予想)		
売上収益	カテゴリーCF※1	売上比
57,000	5,900	10.4%
32,500	3,300	10.2%
50,000	5,500	11.0%
27,000	3,100	11.5%
△ 1,500	9,400	-
165,000	27,200	16.5%

進捗率 (対予想)	
売上収益	カテゴリーCF
77.7%	80.6%
70.0%	47.5%
75.4%	76.9%
71.0%	55.9%
-	-
74.9%	74.4%

◆進捗率補足

①SFPカテゴリーの取り組み

→居酒屋業態として最大の需要期である4Qの売上最大化、前期比7店増分の積み増しも見込む
→集客強化策として「磯丸水産公式アプリ」を26年2月にリリース予定

②海外カテゴリーの取り組み

→Il FornaioのBeverly Hills店等、赤字3店舗の撤退

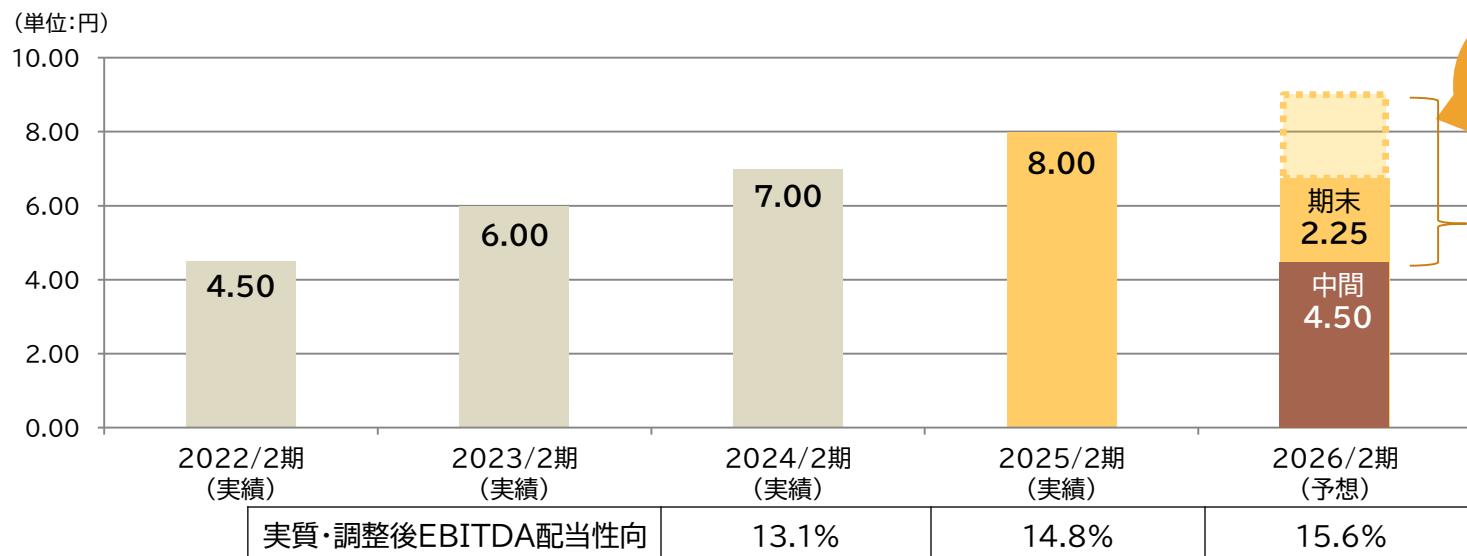
※1: カテゴリーCF=営業利益(日本基準)+減価償却費+協賛金収入+非経常的費用項目

※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

2. 株主還元策① ~配当について~

✓2026年2月期の配当予想

- ・中間(株式分割前) 4.50円 →実施済み
- ・期末(株式分割後) 2.25円 →予想、2025年9月1日付で普通株式1株につき2株の割合をもって株式分割、同年4月14日開示の配当予想4.50円(年間9.00円)から実質的に変更なし



5期連続の
実質増配
(予想)

株式分割を
考慮すると
実質4.50

✓配当方針

当社は、株主への利益還元を経営上の重要な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、原則として「実質・調整後EBITDA配当性向※」14%以上を目指し、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

2. 株主還元策② ~株主優待について~

✓2026年2月末日基準の株主優待※より**増額拡充** (2025年7月14日開示)

※同年2月末日現在の株主名簿に記載または記録された株主より贈呈対象

■株主優待制度及び継続保有株主優遇制度

✓年2回お食事券を贈呈

株主優待制度		増額 ※1
保有株式数	優待内容(お食事券)	
100株以上	1,500円分	
200株以上	3,000円分	
300株以上	4,000円分	
400株以上	5,000円分	
500株以上	6,000円分	
800株以上	8,000円分	
1,200株以上	10,000円分	
2,000株以上	14,000円分	
6,000株以上	20,000円分	
12,000株以上	24,000円分	
18,000株以上	30,000円分	

	権利基準	発送予定
期末	2月末日	5月中旬
中間	8月末日	11月中旬

※1:2025年8月末時点の旧制度と対比

継続保有株主優遇制度 ※2	
継続保有株式数	優待内容(お食事券)
800株以上	2,000円分追加贈呈
6,000株以上	4,000円分追加贈呈
12,000株以上	6,000円分追加贈呈
18,000株以上	8,000円分追加贈呈

※2:株主名簿確定基準日(2月・8月の末日)の株主名簿に、800株以上の保有を同一株主番号で連続3回以上記載または記録されている株主が対象。

継続保有の対象期間において保有株式数に変動があった場合、直近3回の基準日のうち一番少ない保有株式数を継続保有株式数とする



26年2月末日現在より前の基準日における保有株式数は、株式分割を反映し遡及修正

■優待利用可能店舗の拡充

✓JA全農との業務提携(24年1月26日開示)の一環として、11月より**10店舗**が株主優待利用可能に

【関 東】 5店舗

- ◆ 焼肉レストランぴゅあ 神田店
- ◆ 焼肉本舗ぴゅあ 品川店
- ◆ 同 池袋店
- ◆ 同 北千住マルイ店
- ◆ 同 マルイ溝口店



【関 西】 2店舗

- ◆ 焼肉・すき焼き 純 梅田本店
- ◆ 同 エビスタ西宮店



【九 州】 2店舗

- ◆ 焼肉・すき焼き 純 天神警固店
- ◆ 豚ほるもん焼き専門店 新鮮ほるもん式日市亭

【石川県】 1店舗

- ◆ みのる食堂 金沢フォーラス



11月29日オープン

IV Appendix

1. 出退店及び店舗数について

✓2025年11月末グループ総店舗数: 1,145店舗

	店舗数	主な内訳
新規出店	52	コアブランド: 「しゃぶ菜」5店、「サンヴァリエ」稻田、「TANTO TANTO」広島、「磯丸水産食堂」2店、「ちゅら屋」五反田TS 「AWkitchen」「海南鶏飯食堂」ららぽーと安城、「磯丸水産」5店、「五の五」2店、「とろたく」上大岡 新/他ブランド: 「一幻」梅田、「しゃる うい キャンディ?」御殿場PO、「紀の善」神楽坂、「mugi bagel」目黒、 「からあげセンター」イオンM須坂、「ひとにぎり」浅草ROX2G、「牛かつふたば亭」ららぽーとTB JA全農コラボ: 「あぐり」7店、「信州そだち」、「ぴゅあ」5店、「純」3店、「新鮮ほるもん式日市亭」、「みのる食堂」金沢、他2店 新規業務受託: SAPA内フードコート、「角川食堂」ところざわST、ゴルフ場内レストラン2店 海外FC : 「一幻」台湾高雄
退店	28	(主に契約満了)
M&A	5	「狼煙」4店、「手揉み中華そば中村」
業態変更	16	コアブランド: 「海人酒房」2店、「JEAN FRANÇOIS」田園調布、「TETSU」溝の口、「鳥平ちゃん」綱島西口、 「デザート王国」イオンM四条畷 新/他ブランド: 「白いたぬきホール」、「八山」紀尾井町、「みかわ」イオンM水戸内原、「San Antonio」東京MT日比谷、 「ひとにぎり」3店、「山賊のすみか」イオンM名古屋茶屋、「THE PLATINUM」沖縄、「菜菜麻辣湯」CIAL横浜

【2026年2月期 出退店一覧】

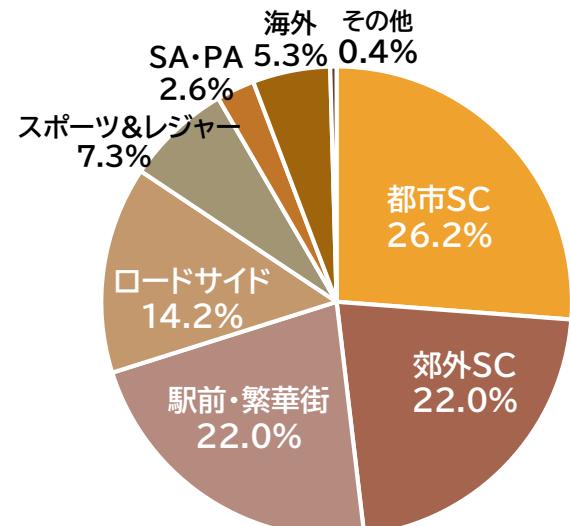
カテゴリー	2025年 2月末 店舗数	増減数		M&A	2025年 11月末 店舗数	業態 変更 ※1
		出店	退店			
CR	518	32	12	0	538	13
SFP	203	9	2	0	210	1
専門ブランド	325	10	4	5	336	2
海外※2	70	1	10	0	61	0
グループ 総店舗数※3	1,116	52	28	5	1,145	16

※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FC6店、IG社の香港FC4店及び台湾FC2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(2025年11月末時点)】



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累計	6月	7月	8月	2Q累計	9月	10月	11月	3Q累計	12月	1月	2月	通期計
2026年2月期	101.7%	103.2%	104.2%	102.7%	99.9%	100.8%	105.5%	102.5%	98.3%	101.6%	101.8%	102.1%	-	-	-	-
2025年2月期	108.8%	104.5%	104.9%	106.1%	110.4%	103.6%	108.1%	106.6%	108.8%	104.1%	108.9%	106.5%	106.0%	106.1%	104.2%	106.1%

【カテゴリー別】

	3月	4月	5月	1Q累計	6月	7月	8月	2Q累計	9月	10月	11月	3Q累計	12月	1月	2月	通期計
CR	2026年2月期	102.5%	104.9%	106.5%	104.6%	101.1%	102.2%	108.5%	104.4%	99.7%	105.0%	105.4%	104.0%	-	-	-
	2025年2月期	110.2%	104.2%	103.7%	106.0%	112.0%	104.1%	107.5%	106.9%	109.7%	103.7%	109.3%	107.2%	106.3%	106.1%	103.9%
SFP	2026年2月期	97.3%	100.0%	101.1%	99.5%	96.8%	98.9%	104.2%	99.7%	96.4%	99.0%	98.9%	99.2%	-	-	-
	2025年2月期	107.9%	103.9%	105.3%	105.7%	107.4%	100.4%	104.0%	104.8%	105.8%	102.1%	108.1%	104.9%	103.7%	107.2%	102.9%
専門 ブランド	2026年2月期	104.2%	105.1%	106.9%	105.4%	102.9%	103.1%	106.4%	104.9%	99.1%	100.7%	103.0%	103.6%	-	-	-
	2025年2月期	107.8%	103.9%	102.5%	104.7%	110.2%	103.6%	111.1%	106.5%	109.6%	104.8%	109.1%	106.8%	104.8%	102.8%	103.1%
海外	2026年2月期 (現地通貨ベース)	100.6% (100.8%)	100.1% (103.1%)	98.4% (102.8%)	97.7% (102.1%)	96.6% (102.0%)	95.0% (100.5%)	97.2% (100.7%)	97.4% (101.9%)	95.8% (99.2%)	99.1% (102.0%)	94.8% (97.1%)	98.7% (101.1%)	-	-	-
	2025年2月期 (現地通貨ベース)	108.7% (97.3%)	108.1% (95.4%)	114.1% (100.7%)	110.9% (97.8%)	111.1% (98.3%)	107.8% (95.7%)	107.9% (97.5%)	108.6% (98.1%)	108.8% (100.0%)	106.0% (98.4%)	108.7% (101.4%)	105.9% (98.8%)	109.5% (102.3%)	112.6% (105.3%)	108.1% (101.4%)

※ 既存店前年比は、25年2月期末時点店舗基準、休業店舗含む

3. サステナビリティへの取り組み

産地連携が深化

長野県との連携協定締結



長野県

KRフードサービス社(以下、KR社)は長野県と連携協定を締結し、2025年10月16日に長野県庁にて締結式を行いました

連携協定の目的

KR社のカフェ＆レストラン「上高地 あづさ珈琲」は、長野県の上高地をコンセプトとし、これまで長野県産食材を活用したメニュー開発やPRイベントを共同で実施するなど、長野県との関係を深めてまいりました。本協定締結により両者の連携を強化することで、長野県の「食」の魅力を全国に発信していくことを目指します



長野県:知事 阿部 守一様(中央右)、右:産業労働部営業局長 田中 英児様(右)
KR社:代表取締役社長 古川 武(中央左)、あづさ珈琲営業部 長濱 秀介(左)

【連携協定の骨子】

- ・長野県産農畜産物の有効活用による認知度向上
- ・長野県内の市町村や地域ブランドのPR
- ・「食」を通じた長野県の魅力発信
- ・企業ブランドの価値向上

第2回女性活躍推進MTG開催



当社グループ横断の取り組みとして、「第2回女性活躍推進ミーティング」を2025年10月に大阪で開催しました



本ミーティングでは、「女性先輩社員の経験談」を聞き「ライフイベントとキャリアの両立」についての意見交換を行うことで、女性社員が一層いきいき活躍するための工夫や改善すべき職場環境について、情報を共有しました

本ミーティングは、継続実施予定

ご注意

本資料は、2026年2月期第3四半期の業績に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません

また、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作成されておりますが、その情報の正確性、完全性を保障または約束するものではなく、予告なしに変更される可能性があります

«IRに関するお問い合わせ先»
IR部
8022@createrestaurants.com