

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 >>>

2026 年 10 月 28 日 (水)

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	1
1. 2027年2月期中間期の概要	1
2. 2027年2月期の業績見通し	1
3. 中期経営計画の方向性	2
■ 会社概要	2
■ 決算概要	4
■ 主な活動実績	6
1. SFP ホールディングスの吸収合併	6
2. M&A の実績	7
3. 課題別取り組みの進捗	7
■ 業績見通し	7
1. 2027年2月期の業績見通し	7
2. 今後の注目点	8
■ 中期経営計画の方向性	8
■ 株主還元策	9

要約

2027 年 2 月期中間期は増収減益も、通期では増収増益見込み

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 により獲得した飲食店業態や居酒屋業態も展開している。2026 年 8 月末現在の店舗数は約 220 業態で 1,130 店舗[※]に上る。2020 年以降、コロナ禍の影響が外食業界に及んだが、同社は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、コロナ収束後（以下、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み、再成長ステージへの道筋が見えてきた。なお、2026 年 7 月 1 日付で連結子会社であった（株）SFP ホールディングス（以下、SFPHD）を吸収合併した。親子上場を解消するとともに、グループ内の経営資源の最適な再配分により成長加速を目指す方針である。

※ 業務受託店舗、FC 店舗のすべてを含む（以下、同様）。

1. 2027 年 2 月期中間期の概要

2027 年 2 月期中間期の業績（IFRS 基準）は、売上収益が前年同期比 3.5%増の 86,091 百万円、営業利益が同 16.6%減の 4,121 百万円と増収ながら減益となった。CR カテゴリーが堅調に推移したほか、ベーカリー及びヌードルブランドの好調維持や新たに実施した M&A（2 件）が増収に寄与した。一方、悪天候の影響を受けた「かごの屋」及び「磯丸水産」については既存店売上高が前年を下回り、グループ全体の既存店売上高は 101.5%を確保したものの、業態ごとに明暗が分かれる結果となった。損益面では、「かごの屋」及び「磯丸水産」の落ち込みに加え、SFPHD の合併に伴う一過性費用により営業減益となった。新規出店 17 店舗及び M&A で 16 店舗を獲得する一方、契約満了等により 28 店舗を退店し、2026 年 8 月末の店舗数は 1,130 店舗となった。また、立地環境や顧客ニーズに合わせ、13 店舗の業態変更を行った。

2. 2027 年 2 月期の業績見通し

2027 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 3.4%増の 171,000 百万円、営業利益を同 13.3%増の 9,000 百万円と増収増益を見込んでいる。来店客数の増加に向けた取り組み及び適正価格化の継続により既存店売上高の伸びを見込むとともに、実行済み M&A の連結効果で増収を確保する。損益面では、新規出店や人的資本投資、DX・AI 活用、店舗改装等への成長投資を継続するものの、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する。中間期業績は悪天候の影響や一過性費用により損益面で遅れが生じたものの、下期は合併に伴う本社経費削減等により巻き返しを図る。

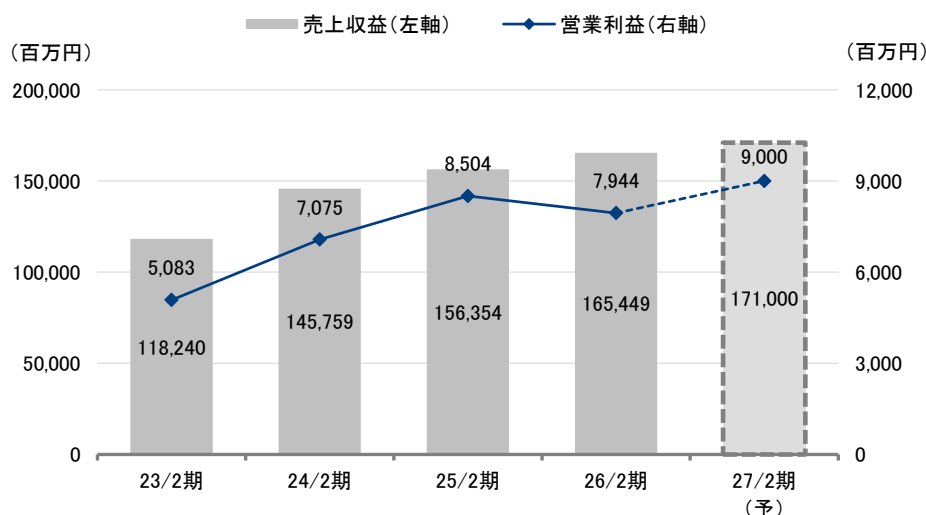
3. 中期経営計画の方向性

2 年目を迎えている中期経営計画（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。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

- ・ 2027 年 2 月期中間期は一部の業態で悪天候の影響を受けたことにより増収ながら減益
- ・ 通期予想を据え置き、SFP ホールディングスとの合併に伴う本社経費削減等により巻き返しを図る方針
- ・ 中期経営計画では M&A の実施等により、2030 年 2 月期の営業利益 16,000 百万円を目指す

業績推移



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 により獲得した飲食店業態や居酒屋業態を展開している。持株会社として、連結子会社 22 社（そのうち、海外 6 社）を束ねている（2026 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、2026 年 8 月末現在の店舗数は約 220 業態で 1,130 店舗に上る。

クリエイト・レストランツ・ホールディングス | 2026年10月28日(水)
3387 東証プライム市場 | https://www.createrestaurants.com/ir/

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」「雛鮎」「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（2026年8月末現在）

CR カテゴリー	クリエイト・レストランツ、クリエイト・ダイニングが運営する店舗にて構成。 全国の商業施設を中心に多様なブランドでレストラン及びフードコート運営のほか、ゴルフ場内レストラン等の受託運営を行う。 2026年8月末の店舗数は513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。
専門ブランド カテゴリー	グルメブランドカンパニー、KR フードサービス、遊鶴、いっちょ、サンジェルマン、レフボン、クリエイト・ヌードルズ及びロンが運営する店舗にて構成。 多様な立地で専門性の高いレストラン等を展開。 2026年8月末の店舗数は合計で347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。
居酒屋 カテゴリー	SFP ダイニング、ジョー・スマイル、クルークダイニングが運営する店舗にて構成。（2013年4月に資本提携した SFPD を 2026年7月に吸収合併） 繁華街や主要都市を中心に居酒屋を運営。 2026年8月末の店舗数は210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。
海外 カテゴリー	シンガポール、香港、米国の海外子会社が運営する店舗にて構成。 2026年8月末の店舗数は合計で60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」、モダン・アメリカ料理店「Hazelwood Food + Drink」等を展開する。

注：SFP カテゴリーは 27/2 期より『居酒屋カテゴリー』に名称変更

出所：決算補足説明資料、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）多様な立地にて専門性の高い様々な飲食店業態を運営する「専門ブランドカテゴリー」、（3）繁華街や主要都市を中心に居酒屋業態を運営する「居酒屋カテゴリー」、（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 26.4%、郊外 SC が 21.1%、駅前・繁華街が 23.1%、ロードサイドが 14.2%、スポーツ&レジャー※1 が 7.0%、SA・PA※2 が 2.7%、海外が 5.3%、その他が 0.2%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

2027年2月期中間期は悪天候の影響を受け、増収ながら減益

2027年2月期中間期の業績（IFRS基準）は、売上収益が前年同期比3.5%増の86,091百万円、営業利益が同16.6%減の4,121百万円、税引前利益が同26.8%減の3,756百万円、親会社の所有者に帰属する中間利益が同15.6%減の2,697百万円と増収ながら減益となった。

一部の業態で悪天候の影響[※]を受けたものの、すべてのカテゴリーで増収を確保した。CRカテゴリーが堅調に推移したほか、「日常」「定番」業態であるベーカリー及びヌードルブランド（専門ブランドカテゴリー）が好調を維持した。また、海外カテゴリーでは北米のベーカリーレストラン「Wildflower」が好調であったことに加え、新たなM&Aが増収に大きく寄与した。一方、ロードサイド主体の「かごの屋」（専門ブランドカテゴリー）及び路面店主体の「磯丸水産」（居酒屋カテゴリー）については悪天候の影響により既存店売上高が前年を下回った。グループ全体の既存店売上高は101.5%を確保したものの、業態ごとに明暗が分かれる結果となった。

※ 特に第2四半期（6月～8月）において、相次ぐ台風や大雨の影響を受けた。

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により、新規出店17店舗及びM&Aで16店舗を獲得する一方、契約満了等により28店舗を退店し、2026年8月末の店舗数は1,130店舗となった。また、立地環境や顧客ニーズに合わせ、13店舗の業態変更（グループ内他業態への変更を含む）を行った。

損益面では、悪天候の影響を受けた「磯丸水産」及び「かごの屋」の落ち込みに加え、SFPHDの合併関連費用（3億円）等の一過性費用が重なり営業減益となった。

財政状態については、新たなM&A[※]に伴って資産合計は前期末比4.8%増の146,317百万円に拡大した（そのうち、のれん計上額は同9.2%増の28,130百万円となった）。また、親会社の所有者に帰属する持分も利益剰余金の積み増しやSFPHDの合併に関わる新株発行により同14.4%増の50,082百万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34.2%（前期末は31.3%）に改善した。

※ 大阪の老舗洋食店「グリルRON」等10店舗、並びに北米のモダン・アメリカ料理店「Hazelwood Food + Drink」等6店舗を連結化（詳細は後述）。

クリエイト・レストランツ・ホールディングス | 2026年10月28日(水)
3387 東証プライム市場 | https://www.createrestaurants.com/ir/

2027年2月期中間期業績

(単位: 百万円)

	26/2 期中間期		27/2 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	83,204	100.0%	86,091	100.0%	2,887	3.5%
CR カテゴリー	29,648	35.6%	30,158	35.0%	509	1.7%
専門ブランドカテゴリー	25,622	30.8%	26,118	30.3%	496	1.9%
居酒屋カテゴリー	15,344	18.4%	15,507	18.0%	163	1.1%
海外カテゴリー	12,698	15.3%	14,416	16.7%	1,717	13.5%
調整額	-111	-	-109	-	1	-
営業利益	4,940	5.9%	4,121	4.8%	-819	-16.6%
税引前利益	5,132	6.2%	3,756	4.4%	-1,375	-26.8%
親会社の所有者に帰属する 中間利益	3,195	3.8%	2,697	3.1%	-497	-15.6%
実質営業利益※	5,789	7.0%	4,539	5.3%	-1,250	-21.6%
調整後 EBITDA	14,037	16.9%	13,056	15.2%	-980	-7.0%
CR カテゴリーCF	3,441	11.6%	3,564	11.8%	123	3.6%
専門ブランドカテゴリーCF	3,200	12.5%	2,850	10.9%	-349	-10.9%
居酒屋カテゴリーCF	1,209	7.9%	1,040	6.7%	-169	-14.0%
海外カテゴリーCF	1,015	8.0%	1,209	8.4%	193	19.0%
調整額	5,170	-	4,391	-	-778	-

※ 「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

注2: 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

注3: SFP カテゴリーは 27/2 期より『居酒屋カテゴリー』に名称変更

注4: 26/2 期中間期の専門ブランドカテゴリー売上収益は、27/2 期決算補足説明資料における組替後の数値

注5: 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)

出所: 決算補足説明資料よりフィスコ作成

各カテゴリーの業績は以下のとおりである。

(1) CR カテゴリー

売上収益は前年同期比 1.7%増の 30,158 百万円、カテゴリーCF※は同 3.6%増の 3,564 百万円となった。商業施設中心であることから悪天候の影響は限定的にとどまった。低収益店の撤退や業態変更・改装を機動的に推進したことで増収増益となり、既存店売上高も 102.6%と前年を上回った。新規出店 6 店舗、退店 16 店舗により、2026 年 8 月末の店舗数は 513 店舗となった。また、業態変更を 6 店舗で行った。

※ カテゴリー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) 専門ブランドカテゴリー

売上収益は前年同期比 1.9%増の 26,118 百万円、カテゴリーCF は同 10.9%減の 2,850 百万円となった。ベーカリー及びヌードルブランドが好調を維持したほか、新たにグループインした「グリル RON」等(10 店舗)が 3 月より連結に寄与した。ただし、価値拡充に向けた構造改革中の「かごの屋」が悪天候の影響も重なり、業績の押し下げ要因となった。その結果、カテゴリー全体の既存店売上高は 98.6%と前年を下回り、損益面でも大幅な減益となった。新規出店 4 店舗、M&A10 店舗、退店 2 店舗により、2026 年 8 月末の店舗数は 347 店舗となった。また、業態変更を 1 店舗で行った。

(3) 居酒屋カテゴリー

売上収益は前年同期比 1.1%増の 15,507 百万円、カテゴリーCF は同 14.0%減の 1,040 百万円となった。大衆酒場への業態変更や新店効果により増収となったものの、悪天候の影響を受けた「磯丸水産」の既存店の落ち込みが影響した。その結果、カテゴリー全体の既存店売上高は 97.4%と前年を下回り、損益面でも大幅な減益となった。新規出店 4 店舗、退店 4 店舗により、2026 年 8 月末の店舗数は 210 店舗となった。また、業態変更を 6 店舗で行った。

(4) 海外カテゴリー

売上収益は前年同期比 13.5%増の 14,416 百万円、カテゴリーCF は同 19.0%増の 1,209 百万円となった。北米の「Wildflower」(ベーカリーレストラン)の好調維持に加え、新たにグループインした「Hazelwood」が 7 月より連結に寄与した。また、為替の影響もプラスに働き増収増益となった。既存店売上高も 109.9%^{※1}と前年を上回った。新規出店 3 店舗^{※2}、M&A6 店舗、退店 6 店舗により、2026 年 8 月末の店舗数は 60 店舗となった。

※1 為替の影響を除く(現地通貨ベース)と前年同期比 100.5%であった。

※2 グループイン後、初の新規出店となる「Wildflower」Thunderbird 店(2026 年 8 月/想定年商約 5.8 億円)や、「MACCHA HOUSE」インドネシア 1 号店(2026 年 8 月オープン/フランチャイズ出店)も含まれる。

■ 主な活動実績

シナジーのある M&A などでの大きな成果

1. SFP ホールディングスの吸収合併

2026 年 7 月 1 日付で SFPHD(合併前の持株比率は約 59%)を吸収合併した。親子上場による構造的課題の解消、並びにグループ内の経営資源の最適な再配分(本社経費削減や情報の集約、人的資本の活性化を含む)に狙いがある。本件により SFPHD 株式 1 株に対して同社株式 3.2 株を割り当てた。この結果、2027 年 2 月期中間期末の発行済株式数は 2026 年 2 月期末比 29,957,526 株(約 7%)増の 455,586,094 株となった。

2. M&Aの実績

M&Aについては、1) 大阪の老舗洋食店「グリル RON」等（2026年3月実施）※1、2) 北米（米国ミネソタ州）のモダン・アメリカ料理店「Hazelwood Food + Drink」等（2026年7月実施）※2、3) 東京の人気店「らあめん小池」等（2026年9月実施）※3を実現した。1) は関西エリアでのドミナント展開などに狙いがあり、既に関西の商業施設への出店検討を進めている。2) についても6店舗で売上高約75.8億円（1USドル=160円換算）を誇る人気店であり、海外事業拡大への足掛かりとなる可能性を秘める。3) については出店や商品開発等でのシナジー創出を目指している（特に商業施設への出店に向けて強力な武器となる可能性が高い）。したがって、シナジー創出の蓋然性や安定的な収益基盤を持っている点において、3件ともに同社のM&A戦略に適合していると評価できる。

※1 「グリル RON」「大阪トンテキ」など10店舗を展開。直近（2025年3月期）の売上高は1,235百万円、営業利益61百万円。買収価額は887百万円（アドバイザー費用等を含む取得価額は963百万円）。

※2 買収価額は約37.4億円（1USドル=160円換算）。EV/EBITDA倍率は4.2倍程度と推計される。

※3 ミシュランガイド「ビブグルマン」選出歴のある「らあめん小池」「中華蕎麦にし乃」「キング製麺」を含む10店舗を展開。直近（2025年9月期）の業績は売上高561百万円、営業利益40百万円。買収価額は非公表である。

3. 課題別取り組みの進捗

悪天候の影響により取り組みの効果が見えにくい結果となったものの、「磯丸水産」及び「かごの屋」等における課題に対しては着実に取り組んでいる。「磯丸水産」については、魅力向上（新メニュー、フェアメニュー）、話題作り（キャンペーン、コラボ）、顧客囲い込み（磯丸アプリ）などによる集客力強化やスクラップ＆ビルドを推進している。具体的には、好調な地方出店を軸としつつ、都心の不振店は業態変更を進めており、ラーメン店などグループ内他業態への変更も検討している。

一方、「かごの屋」については、本格和食店への構造改革を進めており、食べ放題への集客の依存を低減しつつ、素材・調理手順の見直しによる品質向上や魚メニュー等のラインナップ強化を図るとともに、マーケティング手法（アプリ会員向けアプローチやSNS、Web広告等）のアップデートにも取り組む。

海外カテゴリーでは高価格帯イタリアンレストラン「Il Fornaio」の収益改善に向け、赤字店の閉店（前期）やCEO交代（3月）に続き、営業強化（ランチメニュー強化やコスト最適化等）にも着手した。消費環境の変化により不採算となった香港創造餐飲管理有限公司については株式譲渡に踏み切った（2026年10月公表）。

業績見通し

2027年2月期の業績予想を据え置き、増収増益を確保する見通し

1. 2027年2月期の業績見通し

2027年2月期の業績については期初予想を据え置き、売上収益が前期比3.4%増の171,000百万円、営業利益が同13.3%増の9,000百万円、税引前利益が同1.8%増の8,000百万円、親会社の所有者に帰属する当期利益が同21.9%増の5,700百万円と増収増益を確保する見通しだ。調整後EBITDAも同3.2%増の27,100百万円を見込んでいる。

インフレを背景にした選択型消費が定着し、インバウンド需要もおおむね堅調に推移するなかで、各カテゴリーが伸長するとの前提に変更はない。来店客数の増加に向けた取り組み及び適正価格化の継続により既存店売上高の伸びを見込むとともに、実行済み M&A の連結効果で増収確保を図る。

損益面では、コスト上昇圧力を適正価格化や物流効率化等で吸収し、原価率は前期並みを想定する。また、新規出店や人的資本投資（昇給ファンドの継続拡大等）、DX・AI 活用、店舗改装等への成長投資を継続するものの、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 5.3%（前期は 4.8%）への改善を見込む。中間期業績は悪天候の影響や一過性費用の発生により通期予想に対して遅れが生じたものの、下期は SFPHD との合併に伴う本社経費削減等により巻き返しを図る。

2. 今後の注目点

中間期業績は外部要因により一部の業態で進捗に遅れが見られたものの、それ以外の業態が総じて堅調であることや、中間期に発生した一過性費用が解消されること、下期は SFPHD との合併によるコスト削減効果（本社経費等）が見込まれること、実行済み M&A による収益の上乗せ（IFRS 基準によりのれん償却は発生しない）が期待できることから、通期予想の達成は十分に可能であると考えられる。なお、下期に新たな M&A が実現した場合は業績の変動要因となる点にも留意しておきたい。

注目すべきは、課題解決に取り組む「かごの屋」及び「磯丸水産」の進捗のほか、SFPHD との合併による具体的な効果の発現にある。特に合併により「磯丸水産」を軸とする居酒屋カテゴリーが今後どのように進化していくのか、カテゴリーの枠を超えた変革やスピード感、同社グループならではの価値創出に注目したい。また、中期経営計画の5年間で投資総額 500 億円を予定している M&A についても、シナジー効果の可能性や安定的な収益基盤、適正なバリュエーションなどを重視しながら、国内外で良質案件の発掘・調査を進めていると見られ、今後の動向が注目される。

■ 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

2 年目を迎えている中期経営計画（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%）に取り組む考えである。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。

クリエイト・レストランツ・ホールディングス | 2026 年 10 月 28 日 (水)
3387 東証プライム市場 | <https://www.createrestaurants.com/ir/>

■ 株主還元策

2027 年 2 月期の年間配当は 6 期連続の実質増配となる 1 株当たり 5.0 円を予定

2027 年 2 月期の配当については、前期比 0.5 円増配となる 1 株当たり 5.0 円（中間 2.5 円決議済み、期末 2.5 円）を予定しており、実現すれば 2022 年 2 月期の復配を含め 6 期連続の実質増配となる。

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※。

※ 2026 年 11 月より「小池グループ」東京都内 10 店舗（らあめん小池、中華蕎麦にし乃、キング製麺等）を追加する予定である。

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 5-13-3

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