

|| 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 東証プライム市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2023年10月23日(月)

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. 2024年2月期上期決算の概要	01
3. 2024年2月期の業績見通し	01
4. 今後の方向性	02
■ 会社概要	03
■ 決算概要	05
■ 中期経営計画の進捗	07
1. 既存店のさらなる質の向上	07
2. 「守り」から「攻め」への転換	08
3. 人財不足への対応	08
■ 業績見通し	08
1. 2024年2月期の業績予想	08
2. 弊社の注目点	09
■ 今後の方向性	09
■ 株主還元	10

■ 要約

2024年2月期上期は国内消費やインバウンドの回復等により好調推移。 通期業績予想及び配当予想を増額修正

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。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同社の成長に取り込む「グループ連邦経営」に特長を有
 してきた。2023年8月末現在の店舗数は約240業態で1,131店舗※に上る。2020年以降は新型コロナウイルス
 感染症の拡大（以下、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、コロナ禍収束後（以下、アフターコロナ）を見据えたポートフォリオの見
 直しにも取り組んでいる。今後はロケーションビジネスからブランドビジネスへの転換を進める考えだ。

※ 業務受託店舗、FC店舗のすべてを含む（以下、同様）。

2. 2024年2月期上期決算の概要

2024年2月期上期の業績（IFRS基準）は、売上収益が前年同期比34.1%増の72,982百万円、営業利益が同
 18.2%減と増収ながら協力金のはく落等により減益となった。もっとも、協力金等を除く「実質営業利益」で
 は大幅増益を実現しており、コロナ禍前を上回る収益力が定着してきた。新型コロナウイルス感染症の5類へ
 の移行などコロナ禍が収束に向かい国内消費やインバウンド需要が回復に向かうことにより、すべてのカテゴ
 リーで増収を確保した。実質既存店売上高（上期平均）についてもコロナ禍前比90%の水準に戻ってきた。損
 益面では、協力金のはく落等により減益となったものの、売上収益の伸びやコストコントロールにより計画を上
 回る利益水準を確保した。

3. 2024年2月期の業績見通し

2024年2月期の業績予想について同社は、好調な足元業績等を踏まえ、期初予想を増額修正した。売上収益を
 前期比20.9%増の143,000百万円、営業利益を同45.6%増の7,400百万円と、大幅な増収増益を見込んでいる。
 全国旅行支援による観光客増やインバウンド需要の回復、コロナ5類への移行などが追い風となるほか、（株）
 サンジェルマン等の連結効果も増収に寄与する前提である。実質既存店売上高はコロナ禍前比91.1%（前期は
 79.5%）を想定している。新規出店は30店舗を計画しており、既存店のさらなる質の向上を含め、成長回帰に
 向けた投資を再開する方針である。損益面では、厳しい収益環境が続き協力金のはく落がマイナス要因となるも
 のの、売上収益の伸びや筋肉質なコスト構造への転換等により大幅な増益を確保する見通しである。

要約

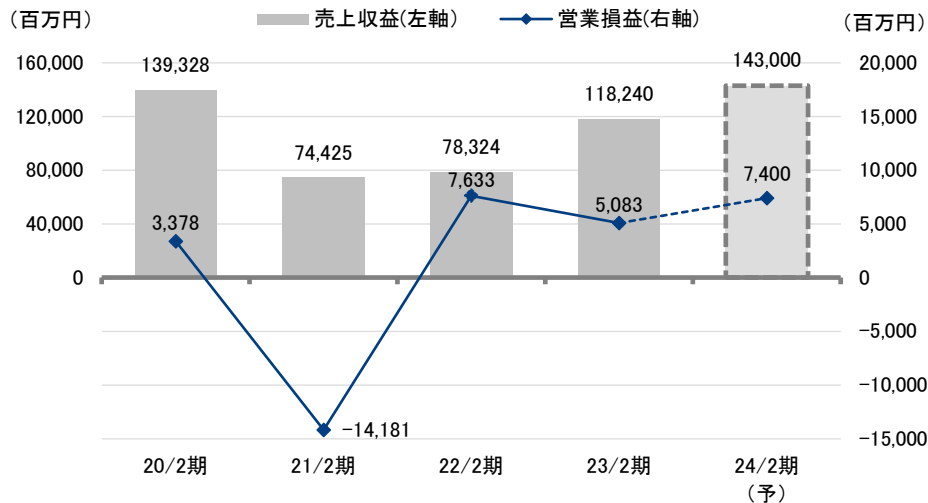
4. 今後の方向性

同社は、2023年4月14日付けで新たに3ヶ年の中期経営計画(ローリングプラン)を公表した。ただ、1) アフターコロナを見据えたポートフォリオの見直し、2) グループ連邦経営のさらなる進化、3) DX 推進による生産性の向上・人財不足への対応、といった成長戦略の3本の柱に見直しはなく、「食を通じて、ステークホルダーに対し、『豊かさ』を提供し続ける企業グループ」を目指す方向性である。最終年度である2026年2月期の業績目標として、売上収益1,540億円(3年間の平均成長率は9.2%)、営業利益108億円(営業利益率7.0%)、調整後EBITDA 266億円を掲げており、毎期30店舗の新規出店等により、成長軌道に回帰させるシナリオを描いている。

Key Points

- ・2024年2月期上期は増収減益となったものの、協力金を除く「実質営業利益」では大幅増益を実現
- ・国内消費やインバウンド需要の回復等により、すべてのカテゴリで増収を確保し、実質既存店売上高(上期平均)はコロナ禍前比90%の水準に回復
- ・好調な足元業績等を踏まえ、2024年2月期の通期予想(及び配当予想)を増額修正
- ・3ヶ年の中期経営計画では、アフターコロナを見据えた成長戦略により、持続的な成長を目指す

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。 アフターコロナを見据えたポートフォリオの見直しにも取り組む

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を展開している。持株会社として、連結子会社 21 社（そのうち、海外 4 社）を束ねている（2023 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、2023 年 8 月末現在の店舗数は約 240 業態で 1,131 店舗に上る。

この 3 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、今後は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）への転換を進める考えだ。

※ 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」「鰯鮓」「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

会社概要

事業カテゴリーの概要 (2023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っている。 2023年8月末の店舗数は497店舗。 主要な業態として、「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」「MACCHA HOUSE 抹茶館」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。 都心繁華街に居酒屋を運営。 2023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」「浜焼ドラゴン」「鳥平ちゃん」「ホームベース」などがある。
専門ブランドカテゴリー	LG&EW (LGEW)、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)、いっちょう (IC) のほか、2022年12月にグループインしたベーカリー業態のサンジェルマン (及びレフボン) 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。 2023年8月末の店舗数は合計で375店舗。 主要な業態として、和食レストラン「かごの屋」及び「いっちょう」、カフェ「上高地あずさ珈琲」、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「JEAN FRANÇOIS」及び「サンジェルマン」、シンガポール料理「海南鶏飯食堂」、ごまそば「遊鶴」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。 2023年8月末の店舗数は合計で53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」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

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26.2%、郊外SCが23.7%、駅前・繁華街が20.5%、ロードサイドが14.0%、スポーツ&レジャー※1が8.0%、SA・PA(サービスエリア・パーキングエリア)※2が2.5%、海外が4.7%となっており、従来の商業施設中心の構成からバランス良く分散が図られてきている(2023年8月末現在)。

※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。

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

2023 年 10 月 23 日 (月)
<https://www.createrestaurants.com/ir/>

決算概要

2024 年 2 月期上期は 国内消費やインバウンドの回復等により好調推移

2024 年 2 月期上期の業績 (IFRS 基準) は、売上収益が前年同期比 34.1% 増の 72,982 百万円、営業利益が同 18.2% 減の 4,159 百万円、税引前利益が同 21.9% 減の 3,926 百万円、親会社の所有者に帰属する四半期純利益が同 13.5% 減の 3,037 百万円と、増収ながら協力金の減少等により減益となった。もっとも、協力金等を除く「実質営業利益」では大幅増益の実現に加え、重視する調整後 EBITDA についても 13,439 百万円を確保した。通期計画に対しても売上収益、各段階利益ともにハイペースでの進捗となった。

コロナ 5 類への移行などコロナ禍が収束に向かうなか、国内消費やインバウンド需要の回復等によりすべてのカテゴリーで増収を確保した。実質既存店売上高 (上期平均) についてもコロナ禍前比 90% (前年同期は 72.3%) と計画 (87.6%) を上回る水準に戻ってきた^{*}。また、2022 年 12 月にグループインしたサンジェルマン (及びレフボン) についても上乘要因となった (弊社推定では約 60 億円のプラス要因)。

^{*} 実質既存店売上高の内訳を見ると、「客数」はコロナ禍前の 70% ~ 80% で推移する一方、「客単価」は 115% を上回る水準を継続し、適正価格化等を通じた「客単価」の伸びがけん引役となった。今後は、「客数」増に向けて「営業時間の適正化」(居酒屋業態における深夜営業の再開など)を図るとともに、インバウンド需要の取り込みや SNS マーケティングにも注力する方針である。

出退店については、アフターコロナ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 23 店舗を出店する一方、不採算店舗及び契約終了により 37 店舗を退店し、2023 年 8 月末店舗数は 1,131 店舗 (前期末比 14 店舗減) となった。また、立地環境や顧客ニーズに合わせ、9 店舗の業態変更を行った。

損益面については、協力金のはく落 (43 億円) や保守的な判断に基づく減損損失の計上 (16 億円) により減益となったものの、営業収益の伸びやコストコントロールにより計画を上回る利益水準を確保した。協力金や減損損失を除く「実質営業利益」では前年同期の約 3.5 倍となる 5,715 百万円となり、本来の収益力が戻ってきた。特に昨今のインフレに伴う厳しい収益環境^{*1} の下、これまで進めてきた筋肉質なコスト構造への転換^{*2} が奏功し、各経費率 (原価率、人件費率、諸経費率) は安定推移となった。店舗営業利益率^{*3} についてもコロナ禍前を上回る 2 ケタ水準を継続した。

^{*1} 原油価格高騰や円安による原材料高、人件費及び光熱費の上昇など。

^{*2} グループ購買機能を集約した (株)CMD による集中購買や物流効率化への取り組み、適正価格化の実現による原価率の維持、DX 推進 (モバイルオーダー、セルフレジ、配膳ロボット導入等) を通じた人財不足への対応による人件費の抑制、本社機能の集約等による諸経費の抑制など。

^{*3} 店舗営業利益率とは、本社経費を除いた純粋な店舗営業利益にて算出。コロナ禍前の 2020 年 2 月期下期が 9.6% であったのに対して、2024 年 2 月期第 1 四半期は 13.1%、第 2 四半期は 12.3% とコロナ禍前を上回る 2 ケタ水準で推移した。

財政状態については大きな変動はなく、資産合計は前期末比 1.0% 増の 134,913 百万円とわずかに増加した一方、「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 10.8% 増の 30,206 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 22.4% (前期末は 20.4%) となった。

決算概要

2024年2月期上期決算の概要

(単位：百万円)

	23/2 期上期		24/2 期上期		増減	
	実績	構成比	金額	構成比	金額	増減率
売上収益	54,407	100.0%	72,982	100.0%	18,575	34.1%
CR カテゴリー	19,361	35.1%	24,041	32.5%	4,679	24.2%
SFP カテゴリー	10,129	18.3%	14,286	19.3%	4,157	41.0%
専門ブランドカテゴリー	17,093	31.0%	26,053	35.3%	8,960	52.4%
海外カテゴリー	8,620	15.6%	9,497	12.9%	877	10.2%
調整	-797	-	-897	-	-100	-
営業利益	5,087	9.4%	4,159	5.7%	-927	-18.2%
税引前利益	5,026	9.2%	3,926	5.4%	-1,100	-21.9%
親会社の所有者に帰属する 四半期純利益	3,511	6.5%	3,037	4.2%	-473	-13.5%
調整後 EBITDA	9,058	16.6%	13,439	18.4%	4,381	48.3%
CR カテゴリー CF	1,768	9.1%	2,934	12.2%	1,166	66.0%
SFP カテゴリー CF	78	0.8%	1,484	10.4%	1,406	1,802.6%
専門ブランドカテゴリー CF	1,263	7.4%	2,953	11.3%	1,690	133.8%
海外カテゴリー CF	811	9.4%	1,052	11.1%	241	29.7%
調整	5,136	-	5,015	-	-121	-

注1：カテゴリー CF（キャッシュ・フロー）の構成比は、対カテゴリー別売上高

注2：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 + 期間対応収益項目（雇用調整助成金及び協力金等）。ただし、有用な期間比較のため、23/2 期上期においては一過性要因となる時短協力金を控除して表示

出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

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

売上収益は前年同期比 24.2% 増の 24,041 百万円、カテゴリー CF※は同 66.0% 増の 2,934 百万円となった。都心・観光立地やインバウンド需要を取り込む業態が好調に推移し、実質既存店売上高（上期平均）はコロナ禍前比 85.6%（前年同期は 68.1%）にまで回復。CF についても増収効果やコストコントロールの継続により大きく増加した。新規出店 8 店舗、退店 13 店舗により、2023 年 8 月末の店舗数は 497 店舗となった。

※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 - 協賛金収入等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が、有用な期間比較のため、前年同期においては一過性要因となる時短協力金は控除している（以下、同様）。

(2) SFP カテゴリー

売上収益は前年同期比 41.0% 増の 14,286 百万円、カテゴリー CF は 1,484 百万円（前年同期は 78 百万円）となった。コロナ禍の収束やインバウンド需要も追い風となり居酒屋業態が好調に推移した。実質既存店売上高（上期平均）はコロナ禍前比 85.5%（前年同期は 61.2%）に回復し、とりわけ CF については大幅な改善を実現した。新規出店 5 店舗、退店 7 店舗により、2023 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 52.4% 増の 26,053 百万円、カテゴリー CF は同 133.8% 増の 2,953 百万円となった。2022 年 12 月にグループインしたサンジェルマン（及びレフボン）が期初から寄与したほか、そば・ベーカリーといった日常食業態が好調を維持した。実質既存店売上高（上期平均）はコロナ禍前比 85.8%（前年同期は 72.5%）に回復し、CF も大きく改善した。新規出店 6 店舗、退店 12 店舗により、2023 年 8 月末の店舗数は 375 店舗となった。

(4) 海外カテゴリー

売上収益は前年同期比 10.2% 増の 9,497 百万円、カテゴリー CF は同 29.7% 増の 1,052 百万円となった。引き続きコロナ禍前を上回る状況が継続しており、円安による影響を除いても、既存店売上高は前年同期比 106.6%、コロナ禍前比 104.5% と順調に伸びている。また、CF についても増収効果に加え、収益化が遅れていたニューヨーク 3 店舗(CRNY)の撤退等に伴うマージン率の上昇により大きく増加した。新規出店 4 店舗、退店 5 店舗により、2023 年 8 月末の店舗数は 53 店舗となった。

■ 中期経営計画の進捗

成長回帰に向けた投資を再開

中期経営計画では、1) アフターコロナを見据えたポートフォリオの見直し、2) グループ連邦経営のさらなる進化、3) DX 推進による生産性の向上・人財不足への対応の、3 つの成長戦略を推進しているが、2024 年 2 月期については以下の取り組みにより、これまで一定の成果をあげることができた。

1. 既存店のさらなる質の向上

ロケーションビジネスからブランドビジネスへの転換を図る方針の下、25 のコアブランドそれぞれのコンセプトシートを作成して、コンセプトを再定義したほか、専門性と効率性をさらに強化すべく、組織変更やグループ内店舗移管を実施した。また、外部アドバイザー※も積極的に起用している。

※「やさい家めい」にて、「発酵王子」の愛称で親しまれている伏木暢顕（ふしきのふあき）氏を料理監修に迎え、コラボメニューを開発中。また、「Mr. FARMER」では、予防医療に取り組む医師・道下将太郎（みちしたしょうたろう）氏（アフロードクリニック）との共同開発メニューを展開。

2. 「守り」から「攻め」への転換

「質も、そして量も」に向けた投資を再開し、コアブランドを中心とする新規出店（23店舗）及び戦略的な業態変更（9店舗）のほか、DX投資や新業態・コンセプト開発に向けた「クリエイト・ブランド・ラボ」の設立などを行った。とりわけDX投資については、リピーターの獲得・ファンづくりに向けたマーケティングオートメーションの導入※1、モバイルオーダーの導入店舗の拡大※2、セルフレジ・配膳ロボットの試験導入店舗の拡大※3などを進めている。

- ※1 和食レストラン「かごの屋」にて、会員（約15万人）の来店頻度向上（利用状況に合わせて最適な情報を配信）を推進。
- ※2 グループ全体で216店舗導入済（2024年2月期中には250店舗を超える見込み）。同社オリジナル機能の開発強化やデータ活用を推進。
- ※3 人手不足・職場環境の改善に向けて、「かごの屋」「しゃぶ菜」「TANTO TANTO」「やさい家めい」ほかゴルフ場内レストラン等複数の業態で導入・実験中。

3. 人財不足への対応

グループ横断的な「人財プロジェクトチーム」を発足し、人的資本の強化に向けて動き出すとともに、採用強化にも取り組んでいる。採用については新卒採用の再開・強化（目標50人）、退職者カムバック強化、外国人採用ルートの拡大（2024年2月期上期で既に約150人が入社済み。さらにプラス150人の獲得を目指す）、クルーの社員登用・リファラル採用の強化、スキマバイト（単発バイト）の直雇用化の推進、多様な働き方の追加・促進など、採用方法の多角化や多様な人財の活躍推進に取り組んでいる。

業績見通し

2024年2月期の業績予想を増額修正し、大幅な増収増益を見込む

1. 2024年2月期の業績予想

2024年2月期の業績予想について同社は、好調な足元業績等を踏まえ、期初予想を増額修正した。売上収益を前期比20.9%増の143,000百万円（修正幅+2,000百万円）、営業利益を同45.6%増の7,400百万円（修正幅+900百万円）、税引き前利益は同51.1%増の6,900百万円（修正幅+900百万円）、親会社の所有者に帰属する当期利益を同47.7%増の5,000百万円（修正幅+800百万円）と、大幅な増収増益を見込んでいる。協力金がかはく落するものの、高い利益水準を維持するとともに、調整EBITDAも24,700百万円を確保する見通しである。

全国旅行支援による観光客増やインバウンド需要の回復、新型コロナウイルス感染症の5類への移行などが追い風となるほか、サンジェルマン等の連結効果（9ヶ月分の上乗せ）も増収に寄与する前提である。実質既存店売上高はコロナ禍前比91.1%（前期は79.5%）を想定している。新規出店は30店舗を計画するとともに、既存店のさらなる質の向上を含め、成長回帰に向けた投資を再開する方針である。

業績見通し

損益面では、厳しい収益環境（原材料価格の高止まり、人手不足による人件費上昇や電気・ガスといった光熱費の高騰等）が続くなか、協力金のはく落による影響があるものの、売上収益の伸びや筋肉質なコスト構造への転換等により大幅な増益を確保する見通しである。

2. 弊社の注目点

弊社では、先行き不透明感のある経済情勢等については慎重に判断する必要があるものの、好調な足元業績やインバウンド需要の回復、繁忙期となる年末年始の季節要因等を勘案すれば、同社の業績予想（増額修正後）の実現は十分に可能であると見ている。注目すべきは、来期以降の業績の伸び（計画への上積み）、そして新たな成長ステージに向けた動きである。一方、懸念材料としては、収益環境の悪化（原材料価格や光熱費の高騰、人件費の上昇等）や人手不足の問題が同社の収益性や中長期的な成長性にどのような影響を及ぼすかについても引き続き注意したい。特に中長期的なボトルネックとなり得る人手不足への対応については、人的資本の強化（採用及び育成）とDX推進の両面から今後の取り組みをフォローする必要があるだろう。また、ロケーションビジネスからブランドビジネスへの転換（ポートフォリオの見直し）に向けてはこれまでと違った価値をどのように生み出すのか、その進捗を見守りたい。重要な成長戦略の1つとして位置付けているM&Aについても、様々な案件打診が活発化しているようで、今後の動向が気になるところである。

■ 今後の方向性

アフターコロナを見据えたポートフォリオの見直し、グループ連邦経営のさらなる進化やDX推進等により、成長軌道への回帰を目指す

同社は、2023年4月14日付けで新たに3ヶ年の中期経営計画（ローリングプラン）を公表した。ただ、1) アフターコロナを見据えたポートフォリオの見直し、2) グループ連邦経営のさらなる進化、3) DX推進による生産性の向上・人財不足への対応、といった成長戦略の3本の柱に見直しはなく、「食を通じて、ステークホルダーに対し、『豊かさ』を提供し続ける企業グループ」を目指す方向性に変わりない。最終年度である2026年2月期の業績目標として、売上収益1,540億円(3年間の平均成長率は9.2%)、営業利益108億円(営業利益率7.0%)、調整後EBITDA266億円を掲げており、每期30店舗の新規出店等により、成長軌道に回帰するシナリオを描いている。

■ 株主還元

2024年2月期の中間配当及び期末配当をそれぞれ0.5円ずつ増額修正。 年間配当は1.0円増配の7.0円を予定

2024年2月期の配当については、好調な足元業績等を勘案し、中間配当及び期末配当をそれぞれ0.5円ずつ引き上げる増額修正を公表した。年間配当として前期比1.0円増配となる1株当たり7.0円(中間3.5円決定済み、期末3.5円)を予定している。

また、株主優待制度(同社グループ店舗にて利用可能な優待券)についても重要な株主還元策と位置付けており、今後も継続する方針である。

重要事項（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 5-13-3

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