

2026年12月期 第1四半期 決算説明資料



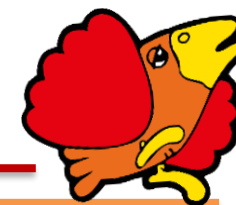
株式会社すかいらーくホールディングス

2026年5月13日



第1四半期決算概要

決算サマリー



- ・売上高 1,213億円 (+8.6%)、事業利益 91億円 (+10.6%)、
営業利益 89億円 (+17.0%)

単位：億円

	2026年 Q1累計		2025年 Q1累計		前年比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	1,213	100.0%	1,117	100.0%	96	+8.6%
売上総利益	806	66.4%	745	66.7%	61	+8.2%
事業利益	91	7.5%	82	7.4%	9	+10.6%
営業利益	89	7.3%	76	6.8%	13	+17.0%
税引前四半期利益	79	6.5%	68	6.1%	11	+15.8%
四半期利益	55	4.6%	43	3.9%	12	+27.0%
調整後EBITDA	225	18.6%	204	18.3%	21	+10.3%

2026年 Q1累計 実績

既存店 売上高前年比	106%	新規出店数	5店
既存店 客数前年比	101%	業態転換店舗数	14店
既存店 客単価前年比	105%	店舗改装店舗数	50店

※ 調整後EBITDA=EBITDA+固定資産除却損+非金融資産の減損損失及び戻入れ+株式発行関連費

※ 既存店前年比は国内のみ対象

※ 店舗数は国内外合計



損益計算書

・原価、人件費をコントロールし、インフレ下においても一定の事業利益を確保

単位：億円

	2026年 Q1累計		2025年 Q1累計		前年比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	1,213	100.0%	1,117	100.0%	96	+8.6%
売上原価	▲407	33.6%	▲372	33.3%	35	+9.5%
売上総利益	806	66.4%	745	66.7%	61	+8.2%
人件費	▲385	31.7%	▲352	31.5%	33	+9.3%
その他販管費	▲330	27.2%	▲311	27.8%	19	+6.2%
事業利益	91	7.5%	82	7.4%	9	+10.6%
その他営業収益	6	0.5%	5	0.4%	1	+30.5%
その他営業費用	▲8	0.7%	▲11	1.0%	3	▲25.6%
営業利益	89	7.3%	76	6.8%	13	+17.0%
金融損益	▲10	0.9%	▲8	0.7%	▲2	+27.0%
税引前四半期利益	79	6.5%	68	6.1%	11	+15.8%
法人所得税費用	▲23	1.9%	▲24	2.2%	1	▲4.0%
四半期利益	55	4.6%	43	3.9%	12	+27.0%
調整後EBITDA	225	18.6%	204	18.3%	21	+10.3%



売上高増減分析

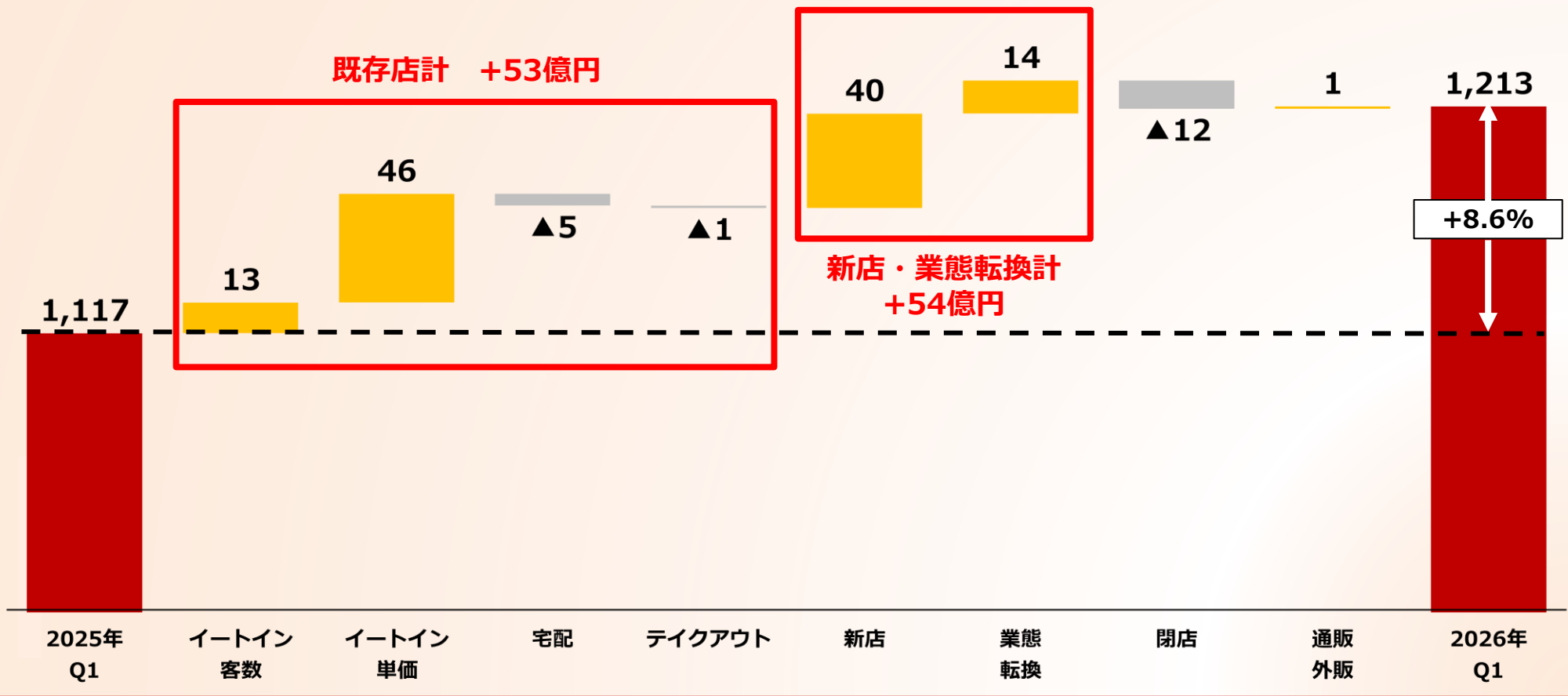
・売上高は1,213億円となり、前年比 8.6%増加

⇒ 既存店売上高 53億円増収。客数、客単価ともに伸長

⇒ 新店・業態転換 54億円増収。店舗戦略が業績に大きく寄与

単位：億円

売上高

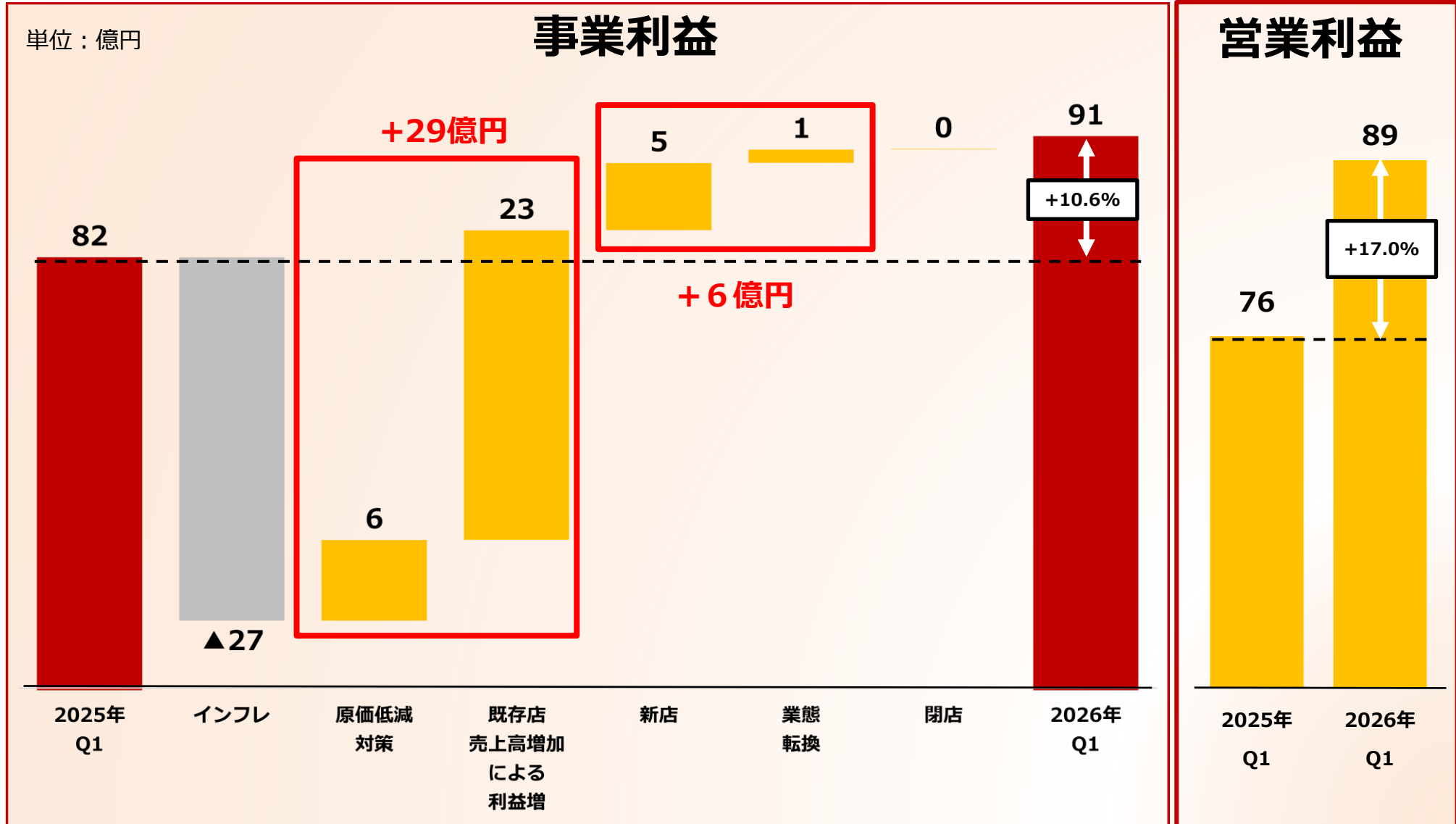




事業利益増減分析

・事業利益は前年比 10.6%増（営業利益は前年比 17.0%増）

⇒ インフレ27億円に対して、既存店成長・原価低減対策で29億円、新店・業態転換で6億円計35億円打ち返し





貸借対照表・キャッシュフロー計算書

- ・ BS : 有利子負債（資金調達）の長期化に伴う財務の安定性強化
- ・ CF : 営業キャッシュフロー、フリーキャッシュフローともに増加

貸借対照表 (BS)

単位：億円	2026年 Q1	2025年 通期	前年比
資産合計	5,212	5,185	26
流動資産	691	676	15
非流動資産	4,521	4,510	11
内、のれん	1,628	1,627	1
負債合計	3,311	3,310	1
流動負債	1,005	1,054	▲49
非流動負債	2,306	2,256	50
有利子負債	1,293	1,237	56
内、有利子負債(長期)	1,149	1,093	56
資本合計	1,901	1,876	25
親会社所有分	1,901	1,876	25

キャッシュフロー計算書 (CF)

単位：億円	2026年 Q1累計	2025年 Q1累計	前年比
営業キャッシュフロー	160	128	32
投資キャッシュフロー	▲77	▲142	65
フリーキャッシュフロー	83	▲14	97
財務キャッシュフロー	▲69	▲10	▲60
借入金	57	115	▲59
社債	0	0	0
リース債務返済	▲90	▲89	▲1
配当金	▲31	▲24	▲7
その他	▲5	▲12	7
現金及び現金同等物の増減	14	▲25	40
現金及び現金同等物の期首残高	343	192	152
現金及び現金同等物の期末残高	358	167	191



主要財務指標

- ・ 1株当たり純資産は835.9円に増加
- ・ 自己資本比率、ネットD/Eレシオは安定的に推移

	2026年 Q1累計	【参考】	
		2024年	2025年
1株当たり純資産(BPS)	835.9円	762.2円	824.5円
自己資本比率	36.5%	36.8%	36.2%
ネットD/Eレシオ	0.50倍	0.51倍	0.48倍

*BPS = 親会社の所有者に帰属する持分合計(期末) / 期末発行済株式数

*自己資本比率 = 親会社の所有者に帰属する持分合計(期末) / 資産合計(期末)

*ネットD/Eレシオ = (期末借入金 + 期末その他金融負債 - 期末現預金 - リース債務) / 資本合計(期末)



2026年 ガイダンス進捗

・ 2026年ガイダンスに対して順調に進捗

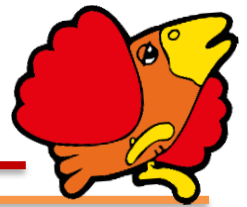
単位：億円

	2026年 Q1実績	2026年 ガイダンス	進捗率 (%)
売上高	1,213	4,900	25%
事業利益	91	360	25%
営業利益	89	335	27%
税引前利益	79	297	27%
当期利益	55	195	28%

【参考】

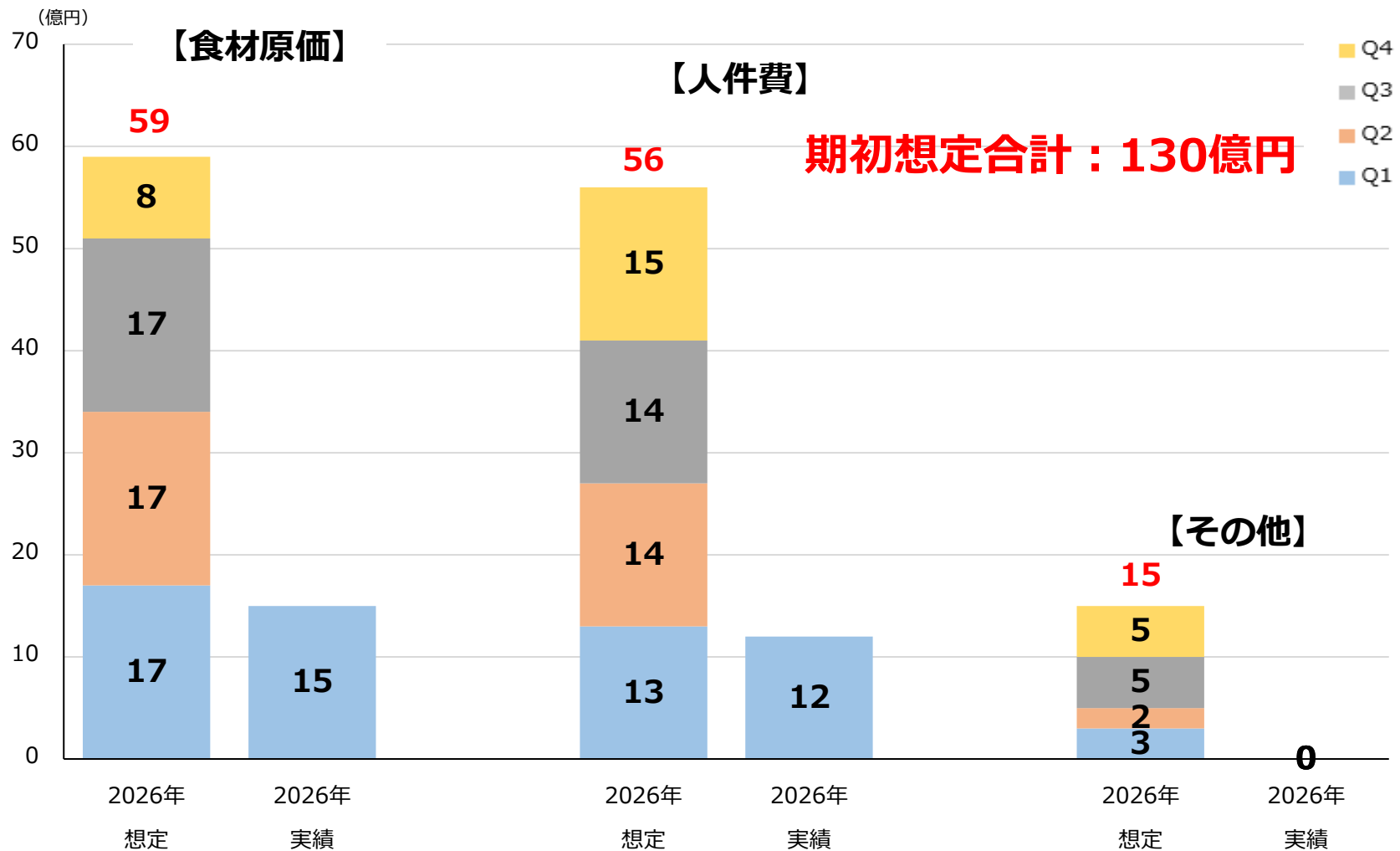
2026年通期 ガイダンス前提・KPI

既存店 売上高前年比	105%	ROE	10%
既存店 客数前年比	102%	1株あたり当期利益(EPS)	85.71円
既存店 客単価前年比	103%	1株あたり配当金	26.00円
新規出店数	70店	投資金額 (M&A含む)	500億円
業態転換店舗数	50店	為替前提	160円/USドル
店舗改装店舗数	230~240店	-	-



2026年 ガイダンス進捗:インフレ想定

- ・ 第1四半期のインフレ影響は**想定内で着地**
- ・ インフレ影響は加速傾向にあり、**年間の影響額の見通しが増加する可能性あり**
- ・ **早い段階から様々な打ち返し策を検討・実施**しており、年初に公表した通期ガイダンスの**売上高、利益に変更なし**





2026年 第1四半期トピックス

・2026年4月「株式会社しんぱち」の株式取得

⇒ 日本の豊かな食文化である干物、焼魚を日本全国で展開し、海外展開も視野に事業拡大を図る

M&A 概要

対象会社 : 株式会社しんぱち
事業内容 : 和食チェーンレストラン運営
買収方法 : 全株式(100%)取得
買収金額 : 約110億円

直近 実績

2025年10月期

【業績】

売上高 : 6,452百万円
営業利益 : 76百万円
EBITDA : 366百万円

【新規出店数】

2025年10月期実績 : 23店
2026年10月期計画 : 29店
(2026年10月末 131店予定)

※新規出店を積極的に進めている



特徴 強み

- ・高品質でリーズナブルな焼魚定食を提供
- ・店舗内装こだわり、炭火焼の演出など高い体験価値
- ・幅広い客層からの支持
- ・駅前狭小立地から地方ロードサイドまで出店可能

想定 シナジー

- ・当社立地開発メンバーとの協業による出店加速
- ・仕入れ・調達コスト低減
 - 仕入れ、調達ルートの共通化、セントラルキッチン活用による原価低減
- ・ブランドポートフォリオ、ストアポートフォリオの補完、強化





2026年 戦略



国内経済環境の想定と戦略

2026年 国内経済環境について

- ・ 各指標の想定
 - 実質GDP成長率：+0.9%～1.3%
 - インフレ率：+2%程度
 - 賃上げ：+5%程度
- ・ 政府の各施策
 - エネルギー補助金
 - 子育て支援 等

出典：内閣府・日本銀行公表資料

- ・ インフレ下においても自律的な景気拡大局面へ
- ・ 特に、身近なレジャーとしての**外食需要は堅調**

2026年 戦略

- ・ **消費の二極化**を捉えた施策の推進
 - ① **高付加価値商品の提供**
 - ② **体験価値の向上**
 - ③ **バリュー商品の充実**

客単価の向上
客数の増加
- ・ 中東情勢による**コストプッシュへの対応**

SNS等を活用した
各ターゲットへ有効な
プロモーション



2026年 重点戦略：国内既存店成長

重点戦略：国内既存店成長

■ 店舗中心経営（オペレーション改革）

- ・ グランドメニュー固定化 ⇒ 生産性向上
- ・ ホスピタリティサービス ⇒ 体験価値向上

■ メニュー・プロモーション戦略

- ・ 外食体験を高めるシーズナル・コラボメニュー
- ・ IPコラボ、SNS・デジタルプロモーション進化
- ・ 宅配ハイブリッド化、イートイン同一価格商品拡充

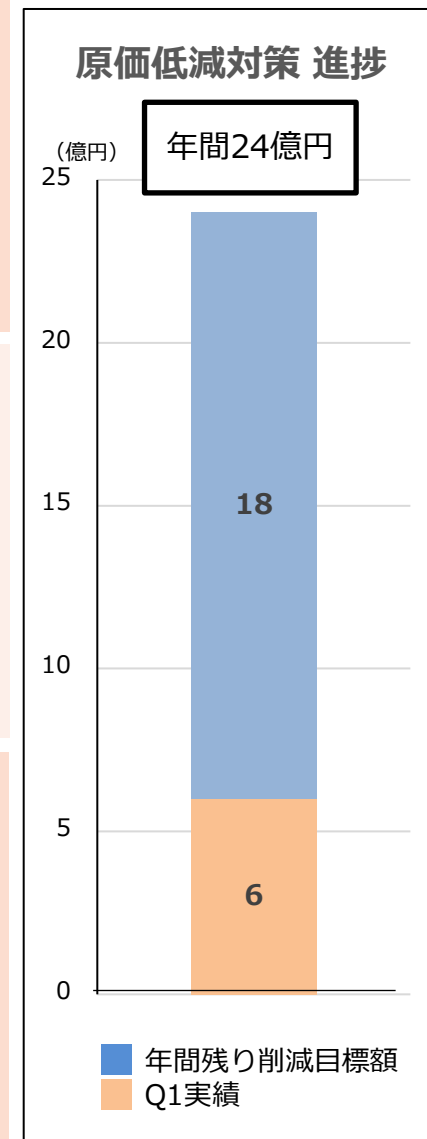
中東情勢によるコストプッシュへの対応

- 原価低減プロジェクト -



- ・ 第1四半期の実績は6億円。年間目標額の25%を達成
- ・ 通期のインフレ影響額の増加可能性があるなか、更なる低減を図る

原価低減 プロジェクト	購買改革	<ul style="list-style-type: none"> ・ 調達規格の緩和、条件変更を伴う価格交渉 ・ 入札によるお取引先選定 ・ 大量購買、長期契約
	生産物流 改革	<ul style="list-style-type: none"> ・ 製造作業改善 ・ 内製拡大・自動化 ・ 物流効率改善 ・ 食材モジュールの推進
	価格・コスト 最適化	<ul style="list-style-type: none"> ・ レシピ、食材見直し ・ 価格最適化による粗利改善 ・ 店舗の食材ロス削減





2026年 成長戦略：M&A・海外展開の加速

M&Aの進捗

① 資さんうどん（2024年10月買収）

- ・ 国内店舗数
買収時：74店
↓
2026年3月末：101店に拡大
- ・ 海外初進出
2026年6月：台湾（天母大葉高島屋 店）

② しんぱち食堂（2026年4月買収）

- ・ 店舗数
買収時：110店
↓
2026年10月末：131店に拡大予定（うち海外1店）
- ・ 2030年目標
店舗数（海外含む）：300店以上
EBITDA：60億円以上

海外展開の加速

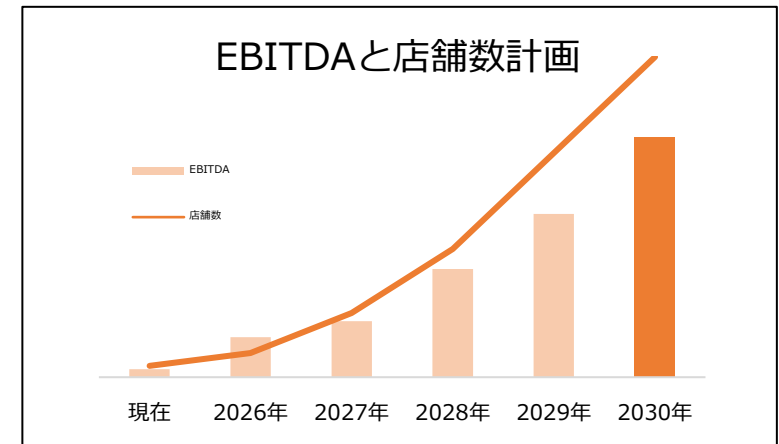
台湾

- ・ 2026年末 店舗数が100店を超える計画に対し、順調に推移
- ・ 資さんうどんの出店
⇒ 2026年中に3店舗出店予定

ブランドポートフォリオの強化



しんぱち食堂の成長イメージ





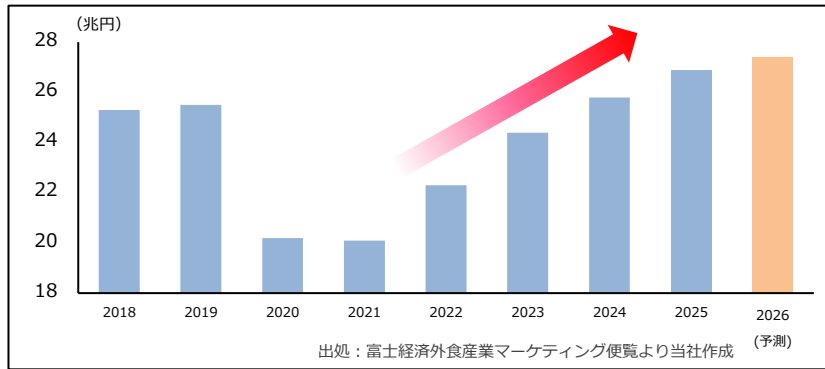
Appendix



国内外食市場規模と成長余地

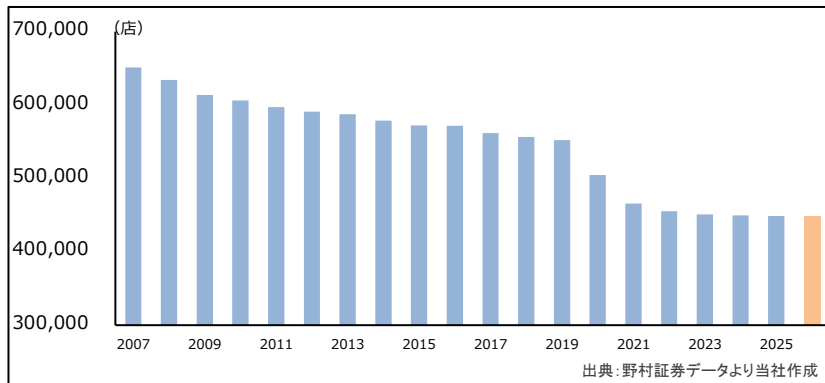
- ・ 共働きの増加などにより国内外食市場は伸長
- ・ チェーン企業以外の飲食店の減少、マーケットシェアの拡大余地あり

国内外食市場規模の推移



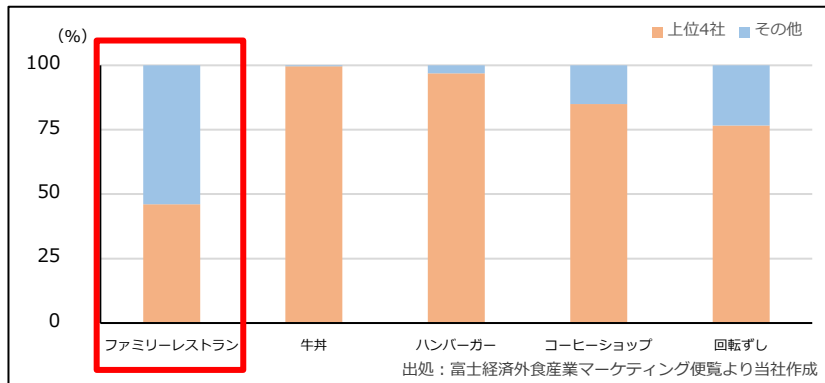
2026年
外食市場規模は
27兆円と伸長

チェーン企業以外の飲食店数の推移



チェーン企業以外
の飲食店は店
舗数が減少傾向

各ジャンル
上位4社の
マーケットシェア



ファミリーレス
トラン業界の寡
占化はまだ進ん
でいない

高い成長の
余地あり

中期事業計画進捗



・中期事業計画に対して順調に進捗

項目	中計目標値 (2025年~2027年)	2025年1月~2026年3月 実績 (既存店成長除く)
1.既存店成長 (国内)	売上高成長 年平均3~4%	2026年Q1 実績 106% 客数 : 101% 客単価 : 105%
2.新規出店 (国内)	3年間 約300店出店	247店 既存ブランド しゃぶ葉 : 21店 ガスト : 15店 資さんうどん : 9店 その他 : 18店 <hr/> 計 : 63店 + M&A 資さんうどん : 74店 しんぱち食堂 : 110店 <hr/> 計 : 184店
3.海外展開	3年間 約100店出店	32店 台湾 : 12店 マレーシア : 20店 (M&A13店含む)
4.M&A推進	3年間 3~5件程度	2026年4月 しんぱち食堂 2026年4月末 買収時 110店 ⇒ 2026年10月末予定 131店 (うち海外1店) 2025年1月 すき屋 (マレーシア) 2025年買収時 13店 ⇒ 2026年3月末 18店 2024年10月 資さんうどん 2024年買収時 74店 ⇒ 2026年3月末 101店 (うち海外3店)



2026年 成長ロードマップ 重点戦略進捗

- ・ グランドメニュー固定化により顧客満足度を向上させ、期間限定のフェアメニューで新規顧客獲得とリピート率向上を図る

	グランドメニュー固定化	フェアメニュー
内容	人気定番メニューの固定化	顧客ニーズに合わせた新しい商品の提供
目的	<ul style="list-style-type: none"> ・ 顧客満足度の向上 ・ 店舗オペレーションの生産性向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新規顧客獲得 ・ リピート率向上

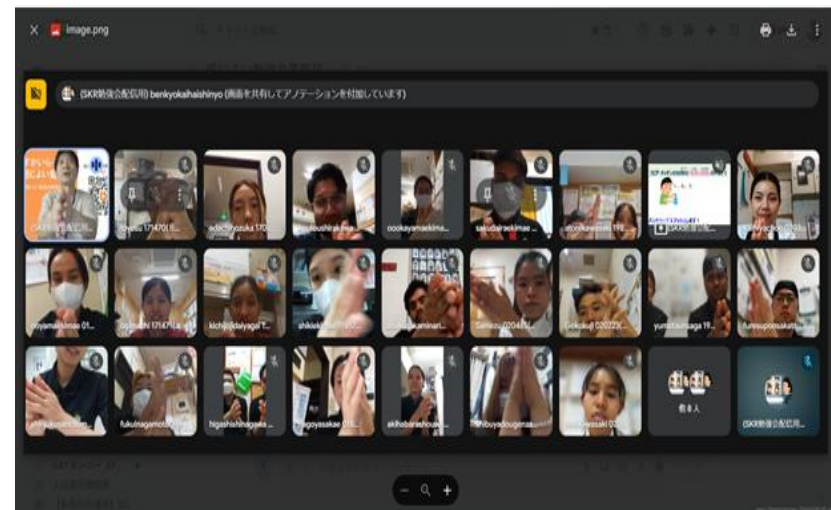
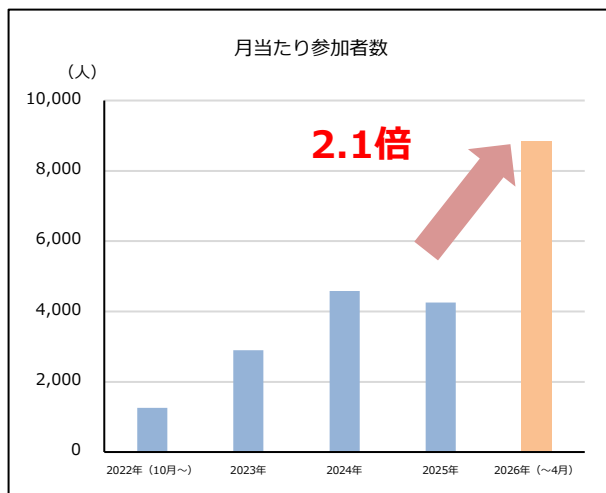


ガストフェアメニュー一例

- ・ ホスピタリティの向上によるお客様の体験価値向上を目的に、パート、アルバイト（以下クルー）向けのオンライン勉強会を強化

月当たりの参加者は前年の2.1倍

増加しているグローバルクルーに特化した勉強会を今期より開催





2026年 成長ロードマップ 重点戦略進捗

・メニュープロモーション戦略

ターゲットへ向けた魅力的なコラボ商品の展開

SNS、インフルエンサーによる情報拡散、新聞折り込み、のぼり掲出など全方位の告知で集客

【若年層をターゲットとした施策】



有名商品とのコラボ

・冬アイスの定番で評価も高い「雪見だいふく」とコラボし、SNS映えする商品を展開

⇒ 期間中の客単価が約3%増加

【幅広い客層をターゲットとした施策】



有名店とのコラボ

・「やまや監修もつ鍋」をブラッシュアップ

①前年、お客様の要望が多かった「もつ増量」導入

②各種トッピング用意

⇒ 期間中の客単価が約1%増加

・宅配拡大：売上高および利益率向上へ向けた施策の展開

2025年：外部配達への切り替え

・一部店舗において、自社サイトで受注した宅配を外部配達に切り替えコスト抑制

2026年：宅配ハイブリッド化へ向けた開発

・自社配達員だけでなく、外部配達員も併用
・AIによる自社配達員と外部配達員の最適な振り分け
・受注件数の多い店舗において、トライアル実施中
⇒ 宅配時間の短縮、受注件数の増加を目指す



利益率向上

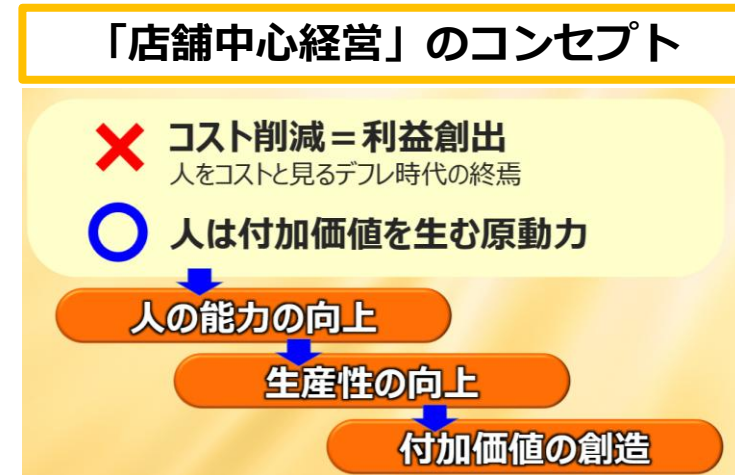


売上高向上



店舗中心経営

- 「店舗中心経営」を推進し、経営の好循環を実現



「店舗中心経営」の具体的な取り組み

マネジャー経営力の醸成

1. マネジャー評価制度を変更
2. マネジャー等級制度を変更
3. 業績インセンティブ制度導入
4. マネジャーのクルー評価権限の拡大

採用・育成・定着の推進

1. OJT研修の強化
2. クルー評価制度の見直し
3. クルーポイント制度導入
4. クルーオンライン勉強会の毎月実施

DX推進 ⇒ 生産性向上

1. CU時間^{※1}の導入
2. スケジュール管理アプリの導入
3. スポットクルー制度^{※2}の導入
4. 商品管理システムの導入
5. セルフレジの導入
6. 店舗PC自動閉店処理
7. 下げテーブル表示板設置

※1 CU時間：「クリーンアップ時間」の略称。退店から次のお客様のご案内可能になるまでの所要時間

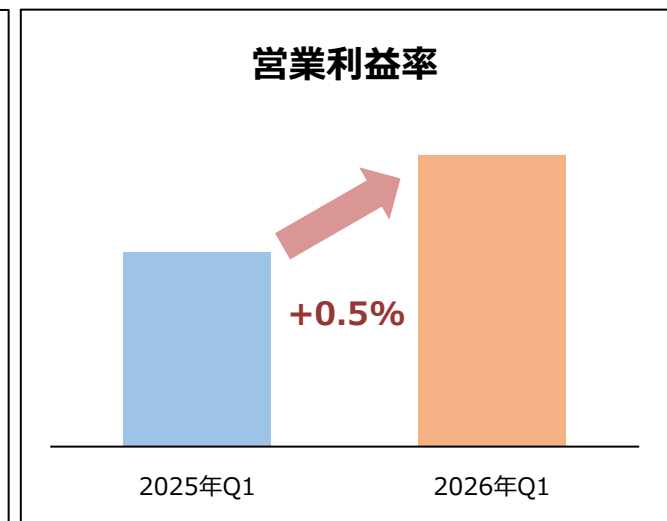
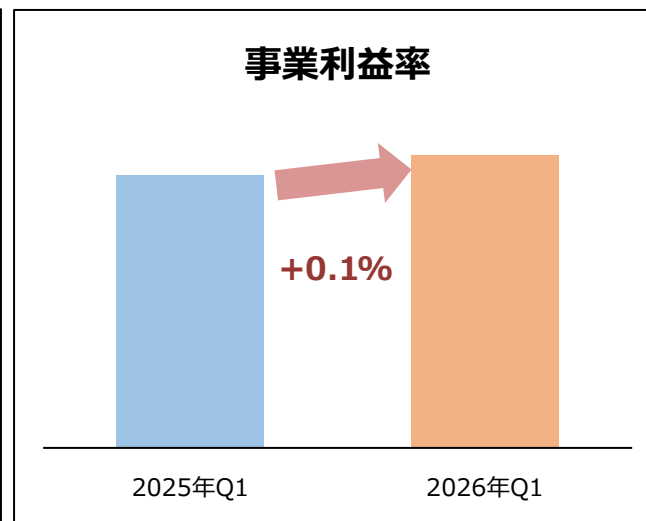
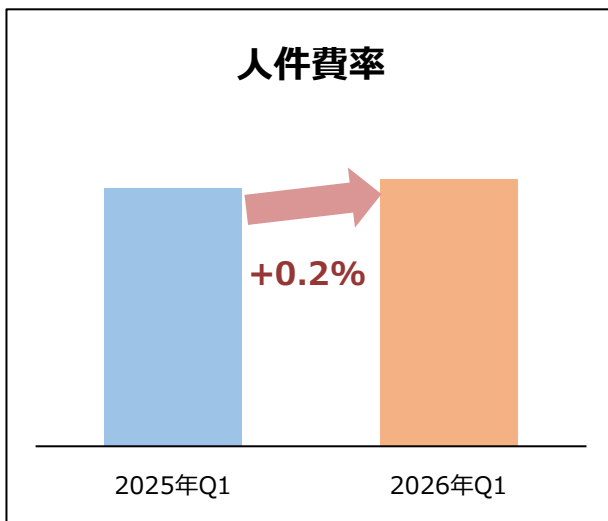
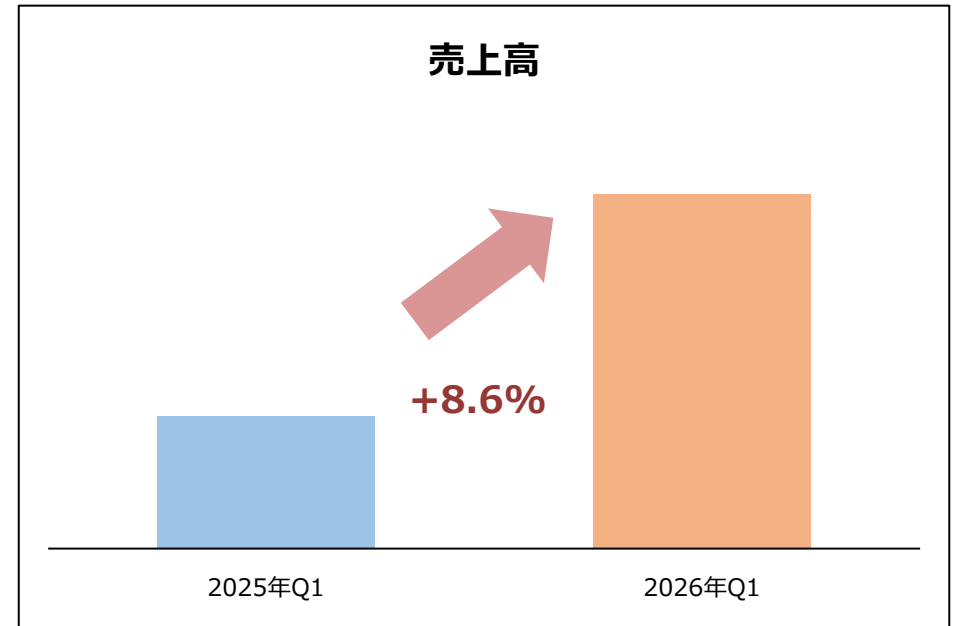
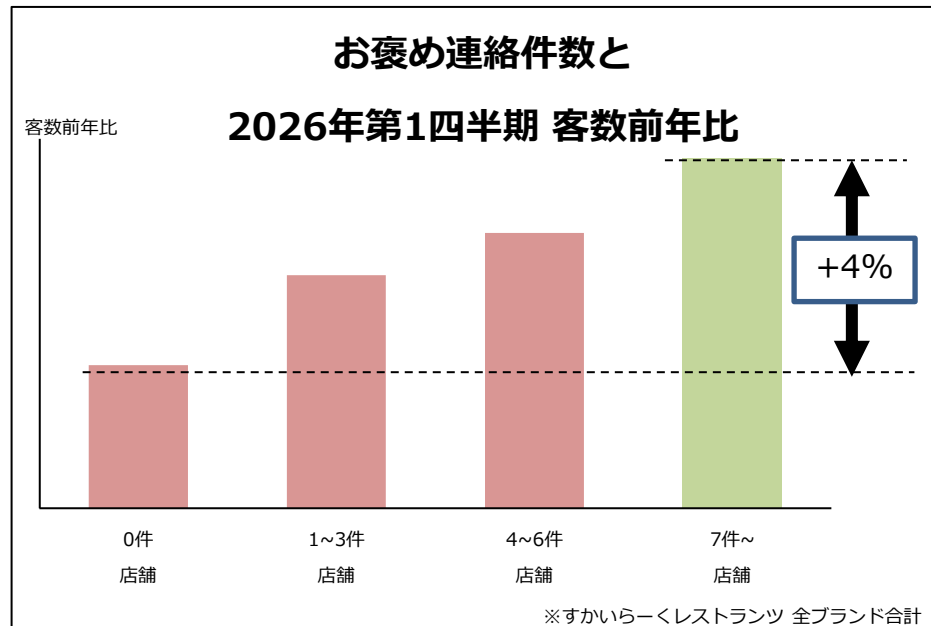
※2 スポットクルー制度：当社独自のスキマバイト機能



店舗中心経営 効果

・お褒め件数の多い店舗ほど客数前年比が伸長

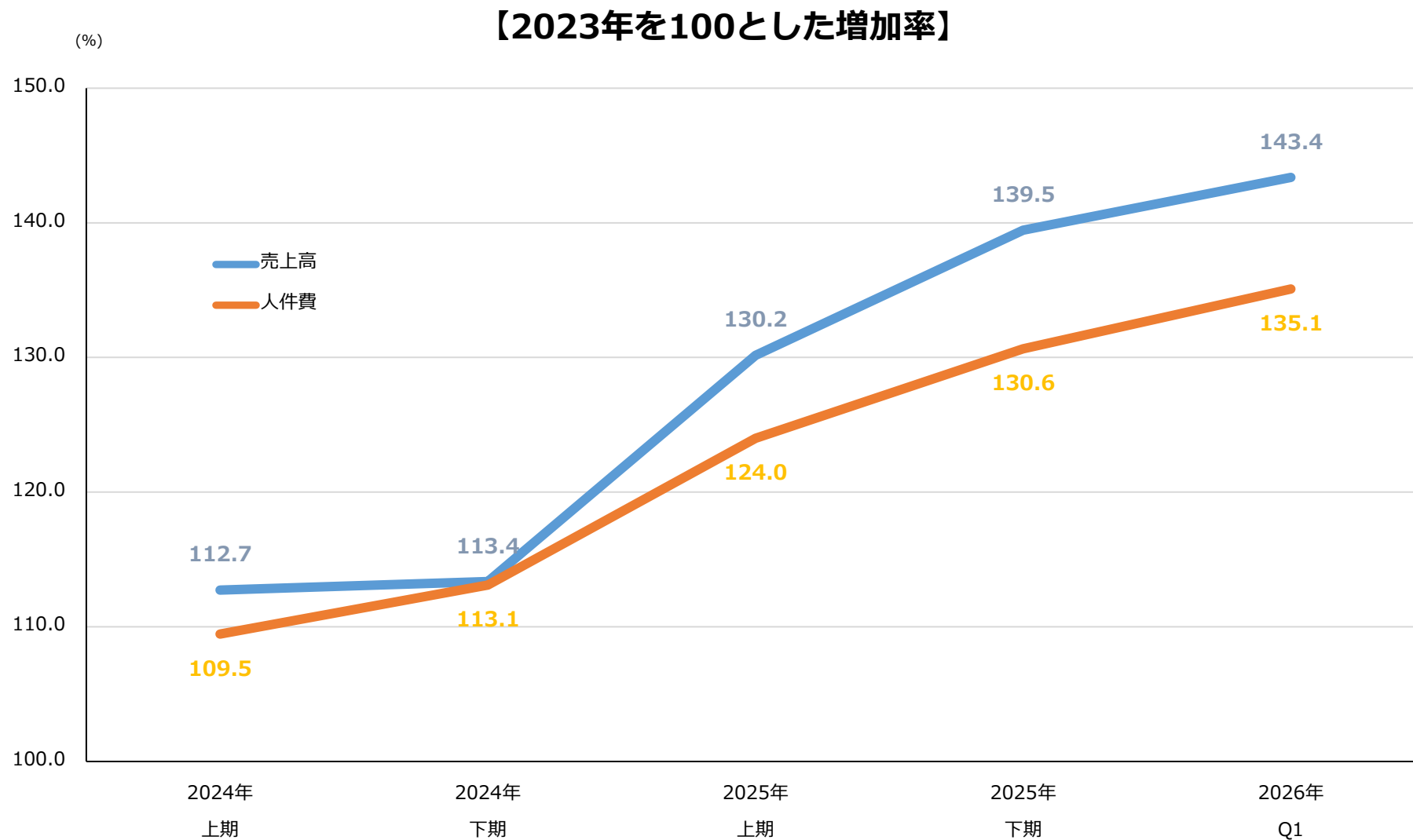
⇒ 売上高が大きく伸長し、事業利益率、営業利益率ともに伸長



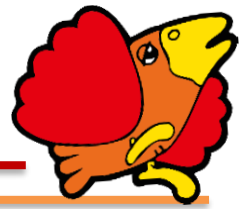


売上高、人件費 推移

- ・ 過年度の人材投資により順調に売上高が伸長



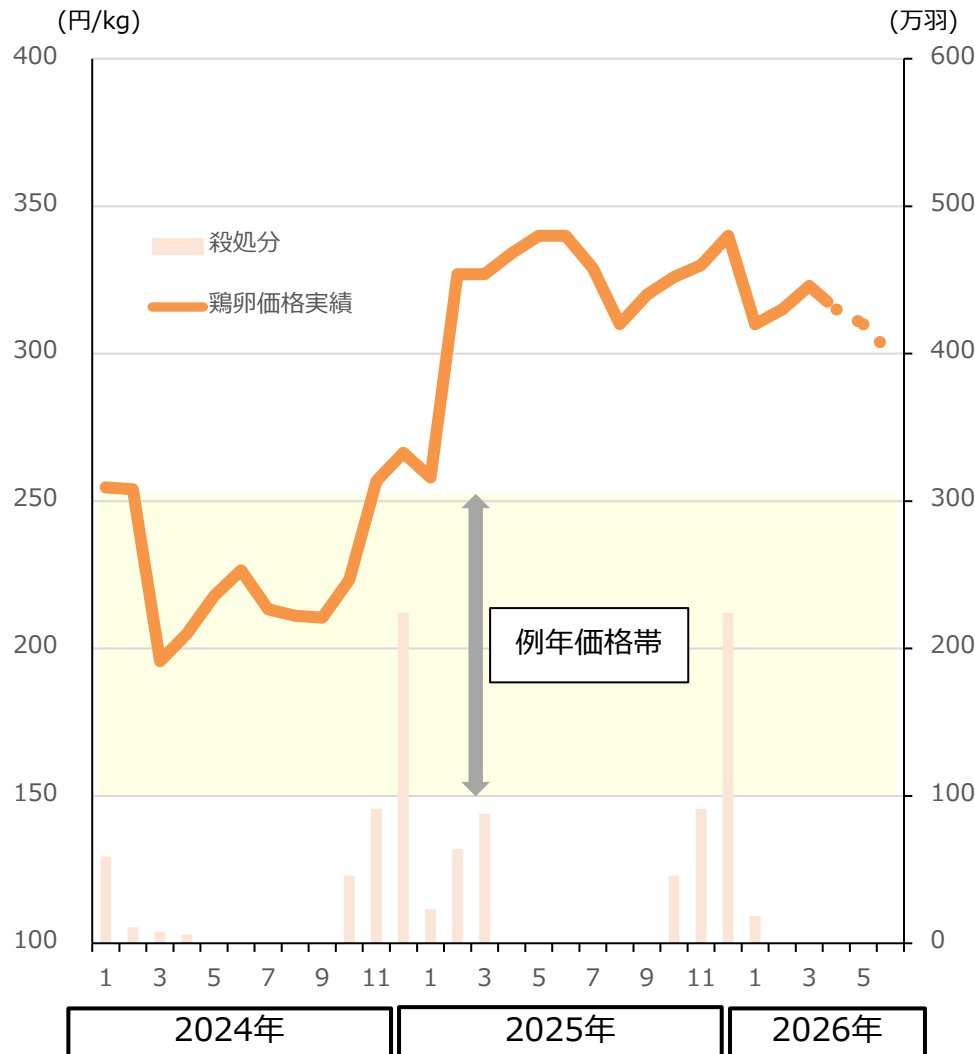
※2026年Q1は2023年Q1との比較



インフレ状況（卵、鶏肉）

【卵相場】

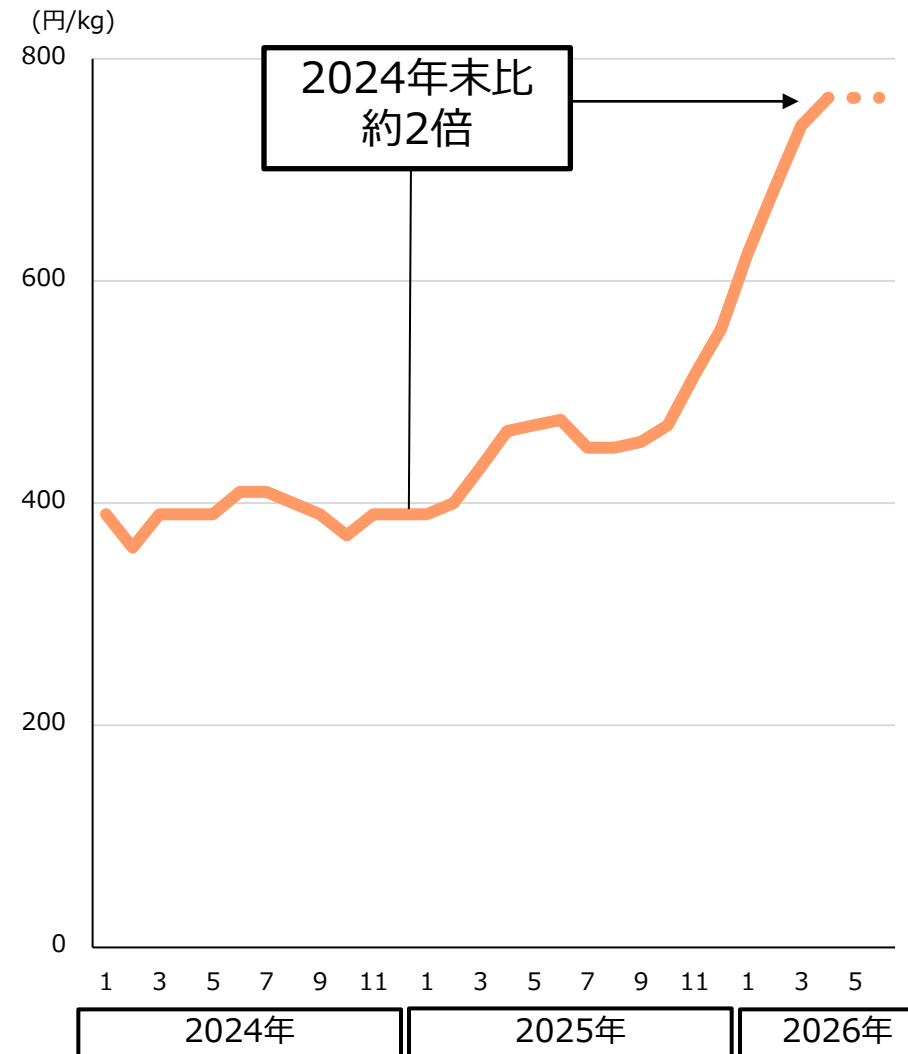
鳥インフルエンザによる供給不足と飼料高騰が重なり、過去最高値圏から下がらない状態



※ 出典：JA全農たまご株式会社

【鶏肉相場】

- ・飼料価格、物流費等の上昇が価格に転嫁
- ・スペイン産豚肉の輸入停止により鶏肉の需要増加



※ 出典：独立行政法人 農畜産業振興機構 (ALIC)



2026年 インフレへの対策

- ・ お客様の店舗体験価値の更なる向上に加え、多岐にわたるブランド、垂直統合サプライチェーンを持つすかいらーくグループの強みを活かし、インフレ下において売上高、利益を確保

売上増対策

- ・ 顧客ニーズに合ったフェアメニューや小皿料理、トッピングメニュー
- ・ 幅広い顧客層のニーズに合った商品企画（キャラクターや有名シェフ（店）とのコラボ等）
- ・ 市場環境を鑑みた適正な価格戦略
- ・ グランドメニューの固定化によるオペレーションの最適化
⇒フロアサービスへのリソースシフトによる回転率の向上
- ・ 多岐にわたるブランドポートフォリオによる多様な需要への対応（転換含む）
- ・ 積極的な人材投資による顧客満足度向上

コスト削減対策

- ・ 入札、大量購買、長期契約等を組み合わせた多角的なアプローチによる抜本的な原価低減
- ・ 垂直統合サプライチェーンモデルを糧に自社主導でコスト抑制
- ・ 宅配コストの変動費化（外部配達の有効活用）



2026年 店舗開発進捗（業態別）

- ・新規出店は「しゃぶ葉」「ガスト」「資さんうどん」「すき屋」5店舗：計画通り
- ・業態転換は「資さんうどん」「しゃぶ葉」中心に14店舗：計画通り
- ・4月末時点でしんぱち食堂110店が加わる

ブランド	新規出店	業態転換		閉店	期末店舗数	店舗改装
		(+)	(-)			
ガスト	1	-	▲7	▲6	1,226	24
バーミヤン	1	-	-	-	370	8
しゃぶ葉	2	2	-	▲1	327	-
夢庵	-	-	▲2	▲1	173	5
ジョナサン	-	-	-	-	157	8
むさしの森珈琲	-	-	-	-	83	-
ステーキガスト	-	-	▲3	-	70	-
Chawan	-	-	-	-	30	-
とんから亭	-	-	▲1	▲4	23	-
フロプレステージ	-	-	-	▲4	118	-
資さんうどん	-	7	-	-	101	-
じゅうじゅうカルビ	-	-	▲1	▲1	44	-
台湾	-	-	-	-	89	2
すき屋	1	-	-	-	18	-
その他	-	5	▲4	-	270	3
グループ店舗数	5	14	▲18	▲17	3,099	50
					25年末比 ▲12	



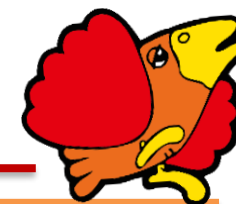
積極的な店舗展開

・しんぱち食堂がグループに加わったことで、新規出店加速

【出店比率】	高度商業集積地	大都市私鉄沿線	地方都市駅前	ショッピングセンター	ロードサイド	合計
2019年実績	3.1%	12.5%	-	6.3%	78.1%	100.0%
2026年計画	8.0%	34.0%	12.0%	34.0%	12.0%	100.0%
出店余地(※)	857店			126店	521店	1,504店

※既存ブランドのみ

	高度商業集積地	大都市私鉄沿線	地方都市駅前	ショッピングセンター	ロードサイド
主な出店可能 ブランド					



項目	活動状況（2026年第1四半期）	
脱炭素	<ul style="list-style-type: none"> 太陽光発電の導入施設を累計1,100施設に拡大 2026年KPI累計900施設に対して超過達成済 	
生物多様性	<ul style="list-style-type: none"> 国内外食企業として初めて、有価証券報告書でのTNFD提言に基づく自然関連の情報開示を実施 	
ESG評価	<ul style="list-style-type: none"> 国内外食企業で初めて、世界的なESG投資株式指標「Dow Jones Best-in-Class World Index」に選定 世界的環境NGOのCDPから、最高評価のAリスト企業に「気候変動」と「水セキュリティ」で2年連続のダブル認定 外食企業で初めて、環境省「ESG ファイナンス・アワード・ジャパン」の環境サステナブル企業部門『銅賞』を受賞 	

免責事項

本資料は、当社グループについての一般的な情報提供を目的としており、当社の発行する株式その他の有価証券への投資の勧誘を目的とするものではありません。

本資料に記載される業界、市場動向または経済情勢等に関する情報は、現時点で入手可能な情報に基づいて作成しているものであり、当社がその真実性、正確性、合理性及び網羅性について保証するものではありません。

また、本資料に記載される当社グループの計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、現時点における当社の判断又は考えにすぎず、実際の当社グループの経営成績、財政状態その他の結果は、経済情勢、外食産業の市場動向、消費者の嗜好の変化、原材料価格の変動等により、本資料記載の内容またはそこから推測される内容と大きく異なることがあります。