

2026年2月期 第2四半期（中間期）
SFPホールディングス株式会社
決算補足資料

FY2026 2Q 2025.3.1 – 2025.8.31
Presentation material



FY2026 2Q ハイライト	4P
売上高	5P
原価率	7P
販売管理費	8P
営業利益	9P
損益計算書	10P
今後の取り組みについて	11P
業績ガイダンス	16P
株主還元	17P
Appendix	18P

FY2026 2Q ハイライト

- ・売上高：前期比102% 注力業態『五の五』が増収牽引、“地震予言”^(※)影響で訪日客が一時鈍化
- ・コメ、生ビール、青果類の価格上昇を受け原価率上昇で営業減益

(百万円・%)	2025年2月期	2026年2月期		
	2Q累計 (24年3月～8月)	2Q累計 (25年3月～8月)	前期比	
			金額	%
売上高	15,037	15,344	307	102.0%
売上原価	4,394	4,631	237	105.4%
(売上高構成比)	(29.2%)	(30.2%)	(+1pt)	—
販売費及び一般管理費	9,735	9,853	117	101.2%
(売上高構成比)	(64.7%)	(64.2%)	(△0.5pt)	—
営業利益	907	858	△48	94.7%
(売上高構成比)	(6.0%)	(5.6%)	(△0.4pt)	—

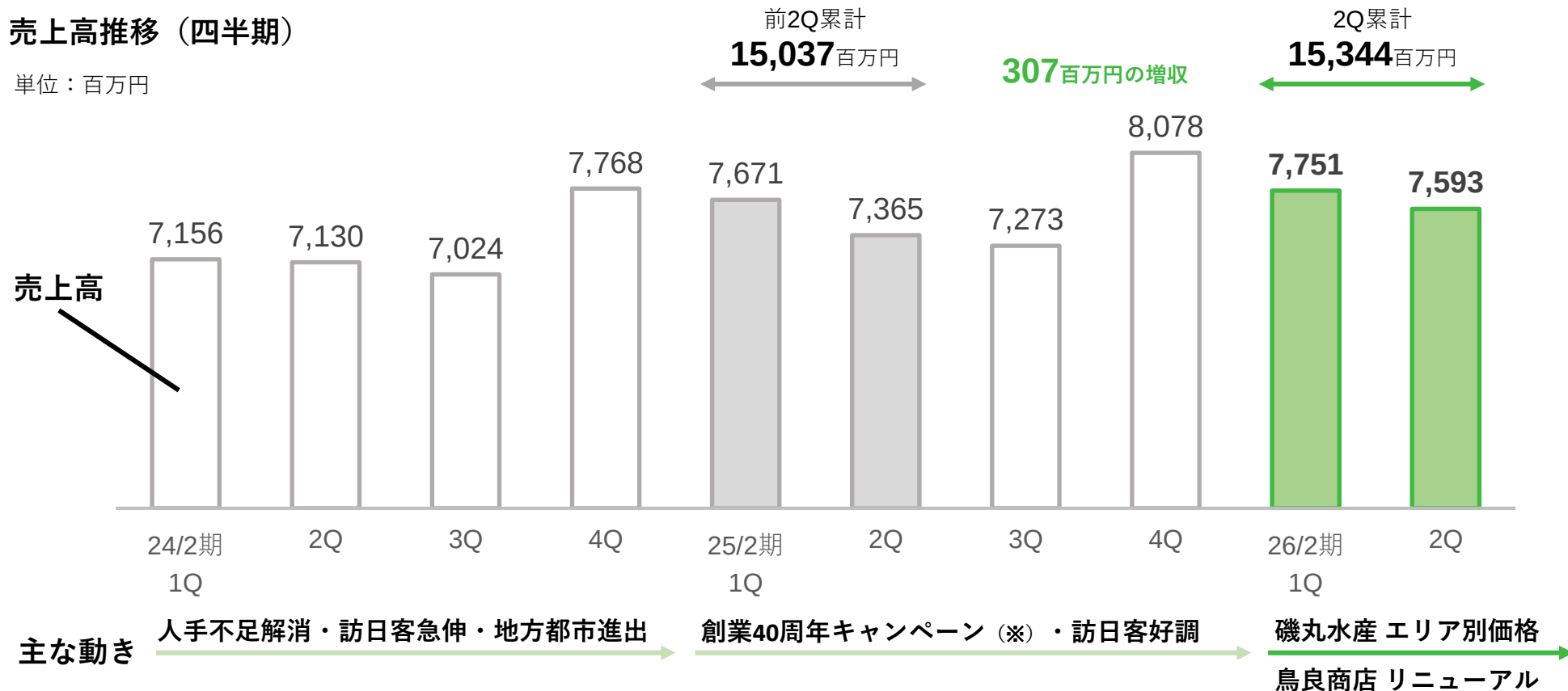
(※) 25/5月頃から日本で7月に地震が起きるという情報がSNSを中心に拡散された

売上高 四半期推移

- ・ 売上高： 15,344百万円（前期比 102.0%）
- ・ 注力業態『五の五』が増収を牽引（前期比 109.2%／その他事業）
- ・ 前期の40周年キャンペーン反動、“地震予言”影響で訪日客が一時鈍化、既存店やや足踏み（既存店前年比：99.7%）

売上高推移（四半期）

単位：百万円

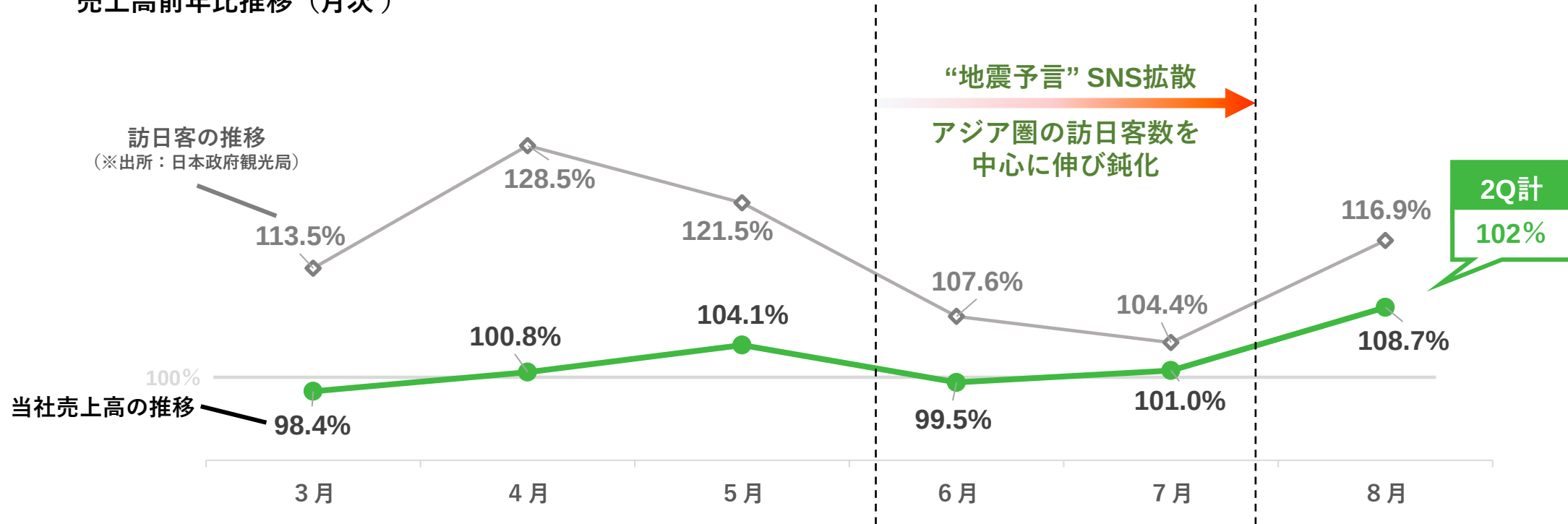


（※）前期2025年2月期は創業40周年キャンペーンとして、各種メディア露出やメーカーやYouTube企画とのコラボ、キャッシュレス決済各ブランドとのキャンペーンを実施

売上高 月次推移

- ・売上高前年比 102%
- ・“地震予言”影響でアジア圏訪日客の客足が一時鈍化

売上高前年比推移（月次）

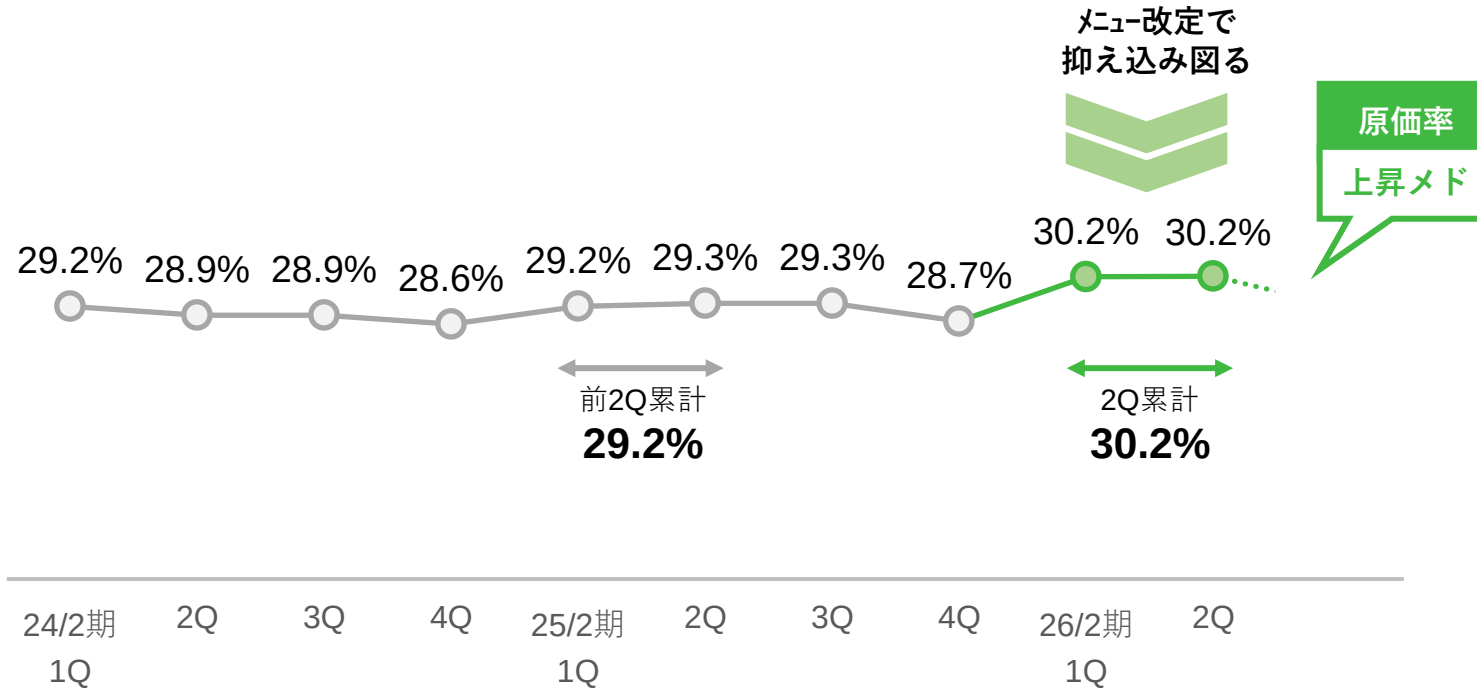


(※) 訪日客とは、法務省集計による出入国管理統計に基づき算出したものである。訪日客は、外国人正規入国者から日本を主たる居住国とする永住者等の外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のことである。（出所：訪日外客数/JNTO日本政府観光局 <https://www.jnto.go.jp/>）

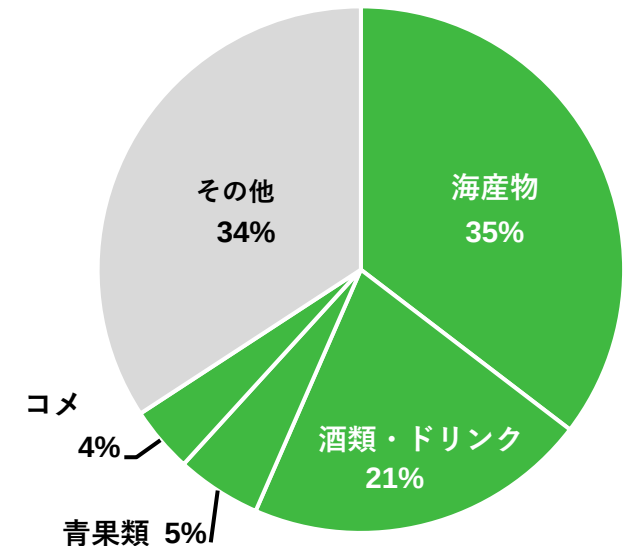
原価率 四半期推移

- ・ 原価率： 30.2%（前年同期比 +1pt）
- ・ コメ、生ビール、青果類を中心として仕入れ価格は上昇基調
- ・ 主力『磯丸水産』で1Q（4月）、2Q（8月）と段階的にメニュー改定実施で原価率上昇にメド

原価率の推移（四半期）



食材別仕入れ構成



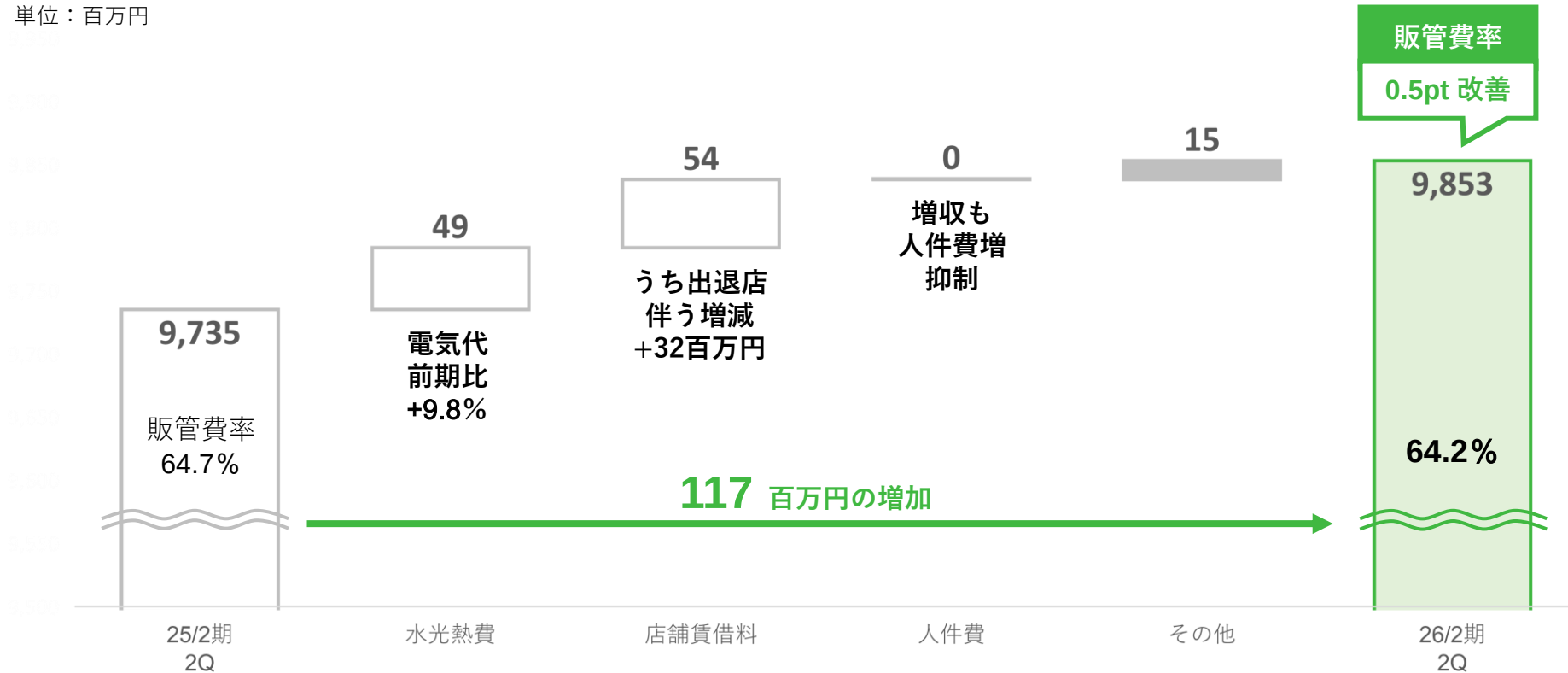
（連結子会社・FC除く）

販売管理費（2Q累計）

- ・ 販売管理費：9,853百万円（前期差 117百万円・前期比 101.2%）
- ・ 光熱費、店舗賃借料は計画通りの微増、販管費率は 0.5pt 改善

販売管理費の増減要因（前年同期差）

単位：百万円

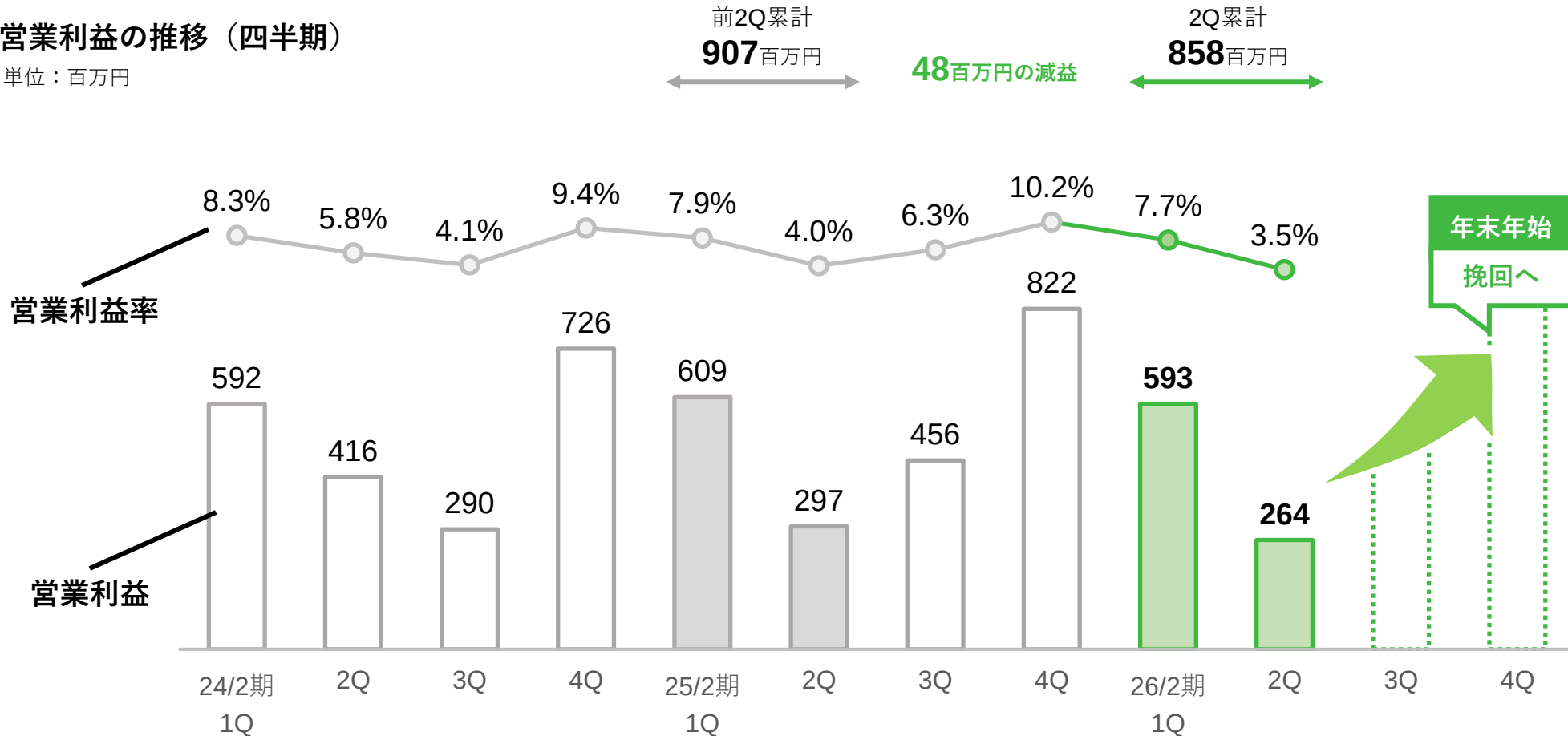


営業利益 四半期推移

- ・ 営業利益：858百万円（前期差 △48百万円・前期比 94.7%）
- ・ 原価、コスト増を吸収しきれず、やや減益。商戦期（年末年始）を含む下期で挽回狙う

営業利益の推移（四半期）

単位：百万円



損益計算書

- ・ 営業利益 前期差△48百万円 ： 増収で総利益の増益確保もコスト増吸収しきれずやや減益
- ・ 経常利益 前期差△113百万円：主に酒造メーカー協賛金収入の減少△46百万円

(百万円)	26年2月期 2Q (25/3～25/8)	25年2月期		24年2月期	
		2Q (24/3～24/8)	増減	2Q (23/3～23/8)	増減
売上高	15,344	15,037	307	14,286	1,057
売上原価	4,631	4,394	237	4,152	479
売上総利益	10,712	10,643	69	10,134	577
販管費及び一般管理費	9,853	9,735	117	9,125	728
営業利益	858	907	△48	1,009	△150
営業外損益	51	116	△65	100	△48
経常利益	910	1,023	△113	1,109	△199
特別損益	△81	1	△83	△181	99
税引前当期純利益	828	1,025	△197	928	△99
法人税等合計	295	319	△24	275	19
当期純利益	533	705	△172	652	△119

今後の取り組みについて（重点施策）



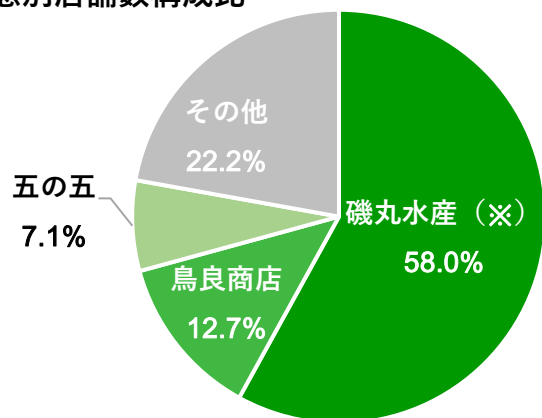
新規出店

- ・2Q計 新規出店4店 磯丸「地方」五の五「都市圏」中心に投資引き続き
- ・3Q以降 出店加速で11店の新規オープンを計画、通期15店の出店見込む

エリア別店舗数

エリア	2025年8月末時点				全店
	磯丸水産	鳥良商店	五の五	その他	
関東	83	26	9	26	144
近畿	16	1	5	1	23
中部	13	0	0	10	23
九州	8	0	0	9	17
東北	2	0	1	1	4
北海道	1	0	0	0	1
店舗数	123	27	15	47	212

業態別店舗数構成比



(※) 磯丸水産 123店舗：単体 99・連結子会社 5・FC 19

26/2期 出店予定 (3Q以降、店舗仮称)

1Q	4/18	磯丸水産食堂ららぽーと安城店 (FC・愛知)
1Q	5/7	和牛焼肉信州そだち (運営受託・長野)
2Q	6/16	磯丸水産天王寺北口店
2Q	8/18	鉄板ホルモン五の五 十三店
3Q	9/10	磯丸水産広島胡通り店 (FC・広島)
3Q	9/25	磯丸水産食堂ジアウトレット湘南平塚店 (FC)
3Q	10/3	からあげセンターイオンモール須坂店 (長野)
3Q	10/6	五の五郡山駅前店 (福島)
3Q	10/6	磯丸水産郡山駅前店 (福島)
3Q	10/29予	磯丸水産千日前通店
3Q	11月予	とろたく上大岡店
4Q	12月予	磯丸水産浜松有楽街店 (静岡)
4Q	12月予	業態未定 (熊本)
4Q	26/1月予	五の五西銀座通り店 (熊本)
4Q	26/2月予	鉄板ホルモン五の五川越店

OPEN



磯丸水産広島胡通り店



鉄板ホルモン五の五 十三店

- ・リピート率の向上を目的として、2026年2月にリリース予定

アプリ仕様

- ・モバイルオーダー連携 (※1) で、お会計額に応じた独自ポイント「磯マイル」を獲得！獲得したマイルに応じてランクアップ！
- ・貯まった磯マイルは店舗で使えるクーポンに交換！
- ・毎日挑戦できるゲームでもクーポン獲得！



スマホでご注文



磯マイル獲得



(※1) モバイルオーダー「ぐるなびFineOrder」対応店舗のみ「磯マイル」獲得可能です
(※2) イメージ画像は開発中につき変更される場合があります

収益構造転換へ 鳥良商店

- ・大衆感演出で来客数増狙う。3Q中に全店リニューアル完了見込み（2Q末 22店／全27店 完了）
 - ・生ビール、ハイボールの低価格化で大衆酒場感を演出
 - ・これまで鳥良商店になかった焼き鳥メニューを投入
 - ・通常の居酒屋メニューの絞り込みを図り、オペレーションの簡略化
- ・リニューアル効果、売上高前年比 111%と順調に推移

比較ポイント	従来型	リニューアル
生ビール（※）	税抜 544円	税抜 299円
ハイボール（※）	税抜 453円	税抜 199円
焼き鳥	なし	あり
料理メニュー数	85品	63品
店舗数 （25/8月末時点）	5店	22店

※10/14現在、一部店舗で価格が異なります

通常メニュー数の絞り込み
（85 → 63 品）+ 焼き鳥メニュー導入



合併会社 CMD・ファストワークス

・ CRH社 (※) と合併会社設立 グループ各社協調で全体最適図る

- ・ 2025年3月 CMD社 グループ内の物流効率化を目的に全国に8か所あった物流拠点を
関西（22/9月～）、関東（**new** 25/3月～）の基幹ディストリビューションセンター（DC）に集約
- ・ 2025年6月 ファストワークス社設立 グループのノウハウ共有、価格交渉一元化で店舗開発、メンテナンスの効率化 **new**



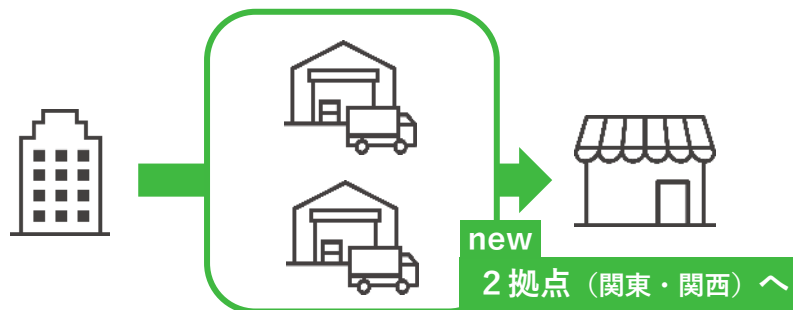
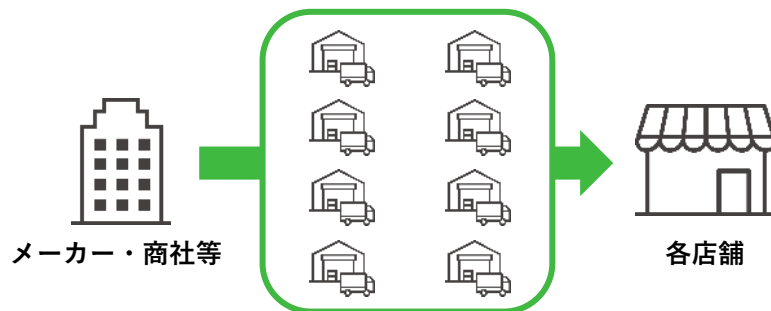
円安・物価上昇
食品・ビール各社値上げ

共同購買
単価低減

物流全体
見直し

原価率UP
抑制

これまで8拠点（関東3・中京1・関西4）



資材・人件費高騰
施工費上昇

ノウハウ
共有

価格交渉
一元化

設計・施工・メンテ
効率化

(※CRH：クリエイト・レストランツ・ホールディングス)

業績ガイダンス (変更なし)

- ・ 上期進捗 ：コスト増を吸収しきれず利益やや足踏みも原価上昇にメドつく
- ・ 下期見通し：3Q出店加速、体制整え年末年始商戦に向かう

通期業績予想の前提（2025年4月14日発表）

- ✓ 売上高 重点施策の磯丸水産エリア別価格、鳥良商店リニューアル効果で増収。訪日客引き続き
- ✓ 費用 生ビール、米価格上昇も粗利率維持。電気・ガス料金は補助金効果剥落で上昇する見通し
- ✓ 出店 前期並み。中期的な成長のために引き続き投資おこなう

(百万円)	26/2期2Q実績 (25年3月～8月)	26/2期業績予想 (25年3月～26年2月)	進捗率
売上高	15,344	32,500	47.2%
営業利益	858	2,500	34.4%
%	5.6%	7.7%	—
経常利益	910	2,600	35.0%
親会社株主に 帰属する当期純利益	533	1,700	31.4%

百万円未満は切り捨てて表示

株主還元 (変更なし)

・ 2026/2月期 中間実績 14 円/株、期末予想 (変更なし) 14 円/株

配当金

	22/2月期		23/2月期		24/2月期		25/2月期		26/2月期	
中間/期末	中 間	期 末	中 間	期 末	中 間	期 末	中 間	期末	中間	期末 (予想)
配当金/株	0	10円	10円	10円	11円	12円	13円	13円	14円	14円

株主優待制度

基準日		2月末日		8月31日	
贈呈時期		5月中旬		11月中旬	
保有株式数	100～499株	お食事券 4,000円分		お食事券 4,000円分	
	500～999株	お食事券 10,000円分		お食事券 10,000円分	
	1,000株～	お食事券 20,000円分		お食事券 20,000円分	

既発の株主優待券
ご利用期限：25年11月30日



株主優待 – よくあるご質問 –

サステナビリティ経営

損益計算書

貸借対照表

出退店の状況

既存店前年比

株主様ご優待券 よくあるご質問

Q1 専用アプリに優待券を読み込んだ後も、紙の優待券は使えますか？



A1 ご利用可能です。「ご優待券のコピーが専用アプリに格納された」とご理解ください。また、アプリに読み込んだご優待券は、残高が0円になるまで保管いただくことを推奨しております。

Q2 1枚の同じ優待券を2人の専用アプリに読み込むことはできますか？



A2 読み込み可能です。ただし、残高の切り分けはできません。お財布を共有しているイメージですので、①で利用された場合、②の残高も減額されます。

Q3 一度のお会計で使い切らなければいけませんか？



A3 専用アプリ・紙のいずれのご優待券をご利用でも、未使用分の残額はご優待券に保持されますので、一度で使い切る必要はありません。残額は次回ご来店時に引き続きご利用いただけます。

Q4 利用する金額を指定することはできますか？



例) 3,500円のお会計で残高が4,000円のご優待券を使用した場合
→ お会計3,500円が残高から充当され、残額の500円はご優待券に保持されます

A4 ご優待券の残高の範囲内でお会計全額が自動的に減算されるため、金額のご指定はできかねますが、残額は次回ご来店時に引き続きご利用いただけます。

サステナビリティ経営

- ・ 人的資本への投資、社会的責任を軸としてマテリアリティを特定、取り組み強化・ターゲット指標設定、開示の充実を図る

		マテリアリティ	主な取り組み	ターゲット指標
サステナビリティ経営	人的資本投資	多様な人材の活躍 S	女性の活躍 外国籍社員の登用	女性管理職比率 男女間賃金格差
		働きがいのある 職場環境 S	人事制度改定 有給取得推奨	育休取得率
	社会的責任	食の安全・安心 E	点検・検査徹底 専門部門設置	事故ゼロ
		食品ロスの削減 E	廃油の再生利用 食材共通化	再生利用等実施率
		脱炭素社会への貢献 環境汚染の抑止 E	プラ容器削減 LED照明導入	CO ₂ 排出量
	社長をトップとしたサステナビリティ委員会を設置 指標達成に向け全社の取り組みと開示の充実			

損益計算書

(百万円)	2024年2月期					2025年2月期					2026年2月期		
	1Q (3-5月)	2Q (6-8月)	3Q (9-11月)	4Q (12-2月)	通期	1Q (3-5月)	2Q (6-8月)	3Q (9-11月)	4Q (12-2月)	通期	1Q (3-5月)	2Q (6-8月)	上期計
売上高	7,156	7,130	7,024	7,768	29,079	7,671	7,365	7,273	8,078	30,389	7,751	7,593	15,344
鳥良事業	1,342	1,237	1,236	1,348	4,328	1,359	1,260	1,271	1,386	5,165	1,357	1,326	2,684
磯丸事業	4,333	4,309	4,257	4,713	13,928	4,655	4,465	4,402	4,937	17,614	4,583	4,433	9,017
その他事業	1,011	1,031	1,035	1,176	3,142	1,143	1,135	1,112	1,268	4,253	1,230	1,257	2,487
連結子会社	468	552	494	530	1,513	512	504	486	486	2,046	580	575	1,155
売上原価	2,089	2,062	2,028	2,225	8,406	2,238	2,155	2,131	2,318	8,843	2,337	2,294	4,631
売上総利益	5,066	5,067	4,995	5,543	20,672	5,432	5,210	5,141	5,760	21,545	5,413	5,298	10,712
販管費	4,473	4,651	4,704	4,816	18,645	4,822	4,913	4,685	4,937	19,358	4,819	5,034	9,853
営業利益	592	416	290	726	2,026	609	297	456	822	2,186	593	264	858
営業外収益	64	60	58	69	252	62	59	62	85	270	43	54	97
営業外費用	1	23	5	12	42	2	3	5	164	175	37	8	46
経常利益	655	453	343	783	2,236	670	353	513	743	2,281	599	311	910
特別利益	2	10	0	0	12	6	3	0	4	14	0	0	0
特別損失	0	193	113	160	468	0	8	1	81	91	4	77	81
税前当期純利益	657	270	229	623	1,780	676	348	512	666	2,204	594	234	828
法人税等	167	108	34	△260	49	198	120	183	216	719	204	90	295
親会社株主に 帰属する当期純利益	489	162	194	884	1,731	477	227	329	450	1,485	389	143	533

百万円未満は切り捨てて表示

貸借対照表

(百万円)	2024年2月期				2025年2月期				2026年2月期	
	1Q (23年5月末)	2Q (23年8月末)	3Q (23年11月末)	4Q (24年2月末)	1Q (24年5月末)	2Q (24年8月末)	3Q (24年11月末)	4Q (25年2月末)	1Q (25年5月末)	2Q (25年8月末)
流動資産	10,424	10,594	4,457	5,906	6,001	6,349	6,276	6,760	6,155	6,275
うち現預金	9,244	9,418	3,028	4,518	4,509	4,885	4,704	5,277	4,414	4,553
固定資産	7,164	7,203	7,238	7,396	7,275	7,276	7,195	7,202	7,135	7,228
投資その他の資産	3,095	3,145	3,162	3,593	3,542	3,581	3,544	3,649	3,640	3,710
資産合計	17,588	17,798	11,695	13,303	13,276	13,625	13,472	13,963	13,290	13,503
流動負債	3,600	3,708	3,660	4,407	4,178	4,230	4,041	4,098	3,334	3,410
うち有利子負債	405	385	385	1,033	1,023	818	798	782	72	67
固定負債	1,222	1,168	1,148	1,151	1,144	1,184	1,182	1,132	1,138	1,131
負債合計	4,823	4,876	4,809	5,559	5,322	5,415	5,224	5,231	4,472	4,541
純資産合計	12,765	12,921	6,886	7,744	7,953	8,210	8,248	8,732	8,818	8,961
負債・純資産合計	17,588	17,798	11,695	13,303	13,276	13,625	13,472	13,963	13,290	13,503

百万円未満は切り捨てて表示

出退店の状況

(店舗数)	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期	2025年2月期	2025年5月末	2025年8月末
直 営	201	194	189	190	191	193
磯丸水産	103	104	99	99	99	※99
鳥 良	43	37	35	35	35	35
その他（五の五）	24 (4)	27 (4)	30 (8)	33 (14)	33 (14)	※35 (15)
連結子会社（磯丸水産）	31 (3)	26 (3)	25 (4)	23 (5)	24 (5)	24 (5)
フランチャイズ (磯丸水産・磯丸水産食堂)	14	16	16	18	19	19
計	215	210	205	208	210	212
出 店	1	5	8	8	2	2
退 店	13	10	13	5	0	0
増 減	△12	△5	△5	3	2	2

※ 第2Q「磯丸水産」から「その他」への業態転換1店舗あり

既存店前年比（売上高）

2026年2月期	2025年 3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2026年 1月	2月	通期計
	97.3%	100.0%	101.1%	96.8%	98.9%	104.2%	—						99.7%
2025年2月期	2024年 3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2025年 1月	2月	通期計
	107.9%	103.9%	105.3%	107.4%	100.4%	104.0%	105.8%	102.1%	108.1%	103.7%	107.2%	102.9%	104.9%
2024年2月期	2023年 3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2024年 1月	2月	通期計
	276.6%	132.7%	121.7%	113.8%	128.4%	136.5%	122.2%	109.1%	111.1%	116.3%	111.3%	111.3%	125.1%

既存店：期初時点において、出店から13ヶ月経過した店舗

本資料はSFPホールディングス株式会社(以下、当社)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勧誘を目的としたものではありません。

本資料には当社の業績、戦略、事業計画などに関する将来的予測を示す記述および資料が記載されております。これらの将来的予測に関する記述および資料は過去の事実ではなく、発表時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予測です。

また経済動向、他社との競合状況などの潜在的リスクや不確実な要因も含まれています。

その為、実際の業績、事業展開または財務状況は今後の経済動向、業界における競争、市場の需要、その他の経済・社会・政治情勢などの様々な要因により、記述されている将来予測とは大きく異なる結果となる可能性があることをご承知おき下さい。

[本資料に関するお問い合わせ先]

S F Pホールディングス 経営企画部

ホームページ： <https://www.sfpdining.jp>