

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2四半期(中間期)決算 (補足説明資料)

2025年10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】

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 2026年2月期業績予想

1. 2026年2月期通期業績予想の概要
2. 株式分割について
3. 株主優待制度の拡充について

III 中期経営計画の進捗

1. 中期経営計画(概要)
2. 中期経営計画の進捗①②③
3. グループミッション

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①②

(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)クルークダイニング(CL) |
| 専門ブランドカテゴリー | : (株)YUNARI(YNR)、(株)グルメブランドカンパニー(GBC)、(株)KRフードサービス(KR)、(株)遊鶴(YZ)、(株)いっちょう(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) |
| 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]

対前期比で増収増益、通期予想に対する進捗率は概ね50%と順調に進捗

売上収益832億円、営業利益49億円、

親会社の所有者に帰属する当期利益32億円、調整後EBITDA140億円

✓ 売上収益について

- ・複数地域での豪雨影響や7月5日地震デマによるインバウンドの一時的減少があったものの、商業施設店舗は猛暑による来館者数増が追い風となり売上増、「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っちょ社も引き続き売上を牽引、前期(下期)M&A2社の連結貢献もあり前期に対して増収(+67億円)

✓ 利益について

- ・(営業利益)第1四半期より引き続きコメの価格高騰も含め原材料費の上昇があるものの、労働時間を中心とした人件費の適切なコントロールと販売価格の適正価格化の継続によりコスト増を吸収し増益(+1億円)

(単位:百万円)	2025年2月期 2Q累計(3月-8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 2Q累計(3月-8月)		対前年 差異	2026年2月期	進捗率
	実績	売上比	実績	売上比	実績	売上比	実績	売上比		通期予想	
売上収益	76,467		41,814		41,389		83,204		+6,736	165,000	50.4%
営業利益	4,847	6.3%	3,048	7.3%	1,892	4.6%	4,940	5.9%	+93	9,600	51.5%
税引前利益	4,421	5.8%	2,992	7.2%	2,139	5.2%	5,132	6.2%	+710	8,800	58.3%
当期利益	3,506	4.6%	2,263	5.4%	1,210	2.9%	3,474	4.2%	△32	6,500	53.5%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	3,192	4.2%	2,088	5.0%	1,107	2.7%	3,195	3.8%	+2	5,800	55.1%
調整後EBITDA ※	13,218	17.3%	7,420	17.7%	6,616	16.0%	14,037	16.9%	+818	27,200	51.6%
実質営業利益 (営業利益から減損損失等一過性費用除く)	5,714	7.5%	3,439	8.2%	2,349	5.7%	5,789	7.0%	+75	11,600	49.9%

※ 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)

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

一部地域店舗では豪雨等の影響を受けたが、猛暑による商業施設の集客増もあり増収増益

✓SFPカテゴリー： 増収減益

新店が貢献し増収、一方で既存店では原材料上昇対応で売価を見直したが、原材料上昇分をカバーしきれず減益

✓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っちょう社が好調を維持し増収増益

✓海外カテゴリー： 増収減益

前期(下期)M&AのWildflowerは好調を維持し貢献するも、北米のインフレ疲れで高単価のIl Fornaioが苦戦し増収減益

✓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)	6月	7月	8月	2Q計 (6-8月)	2Q累計
CR	104.6%	101.1%	102.2%	108.5%	104.2%	104.4%
SFP	99.5%	96.8%	98.9%	104.2%	100.0%	99.7%
専門ブランド	105.4%	102.9%	103.1%	106.4%	104.3%	104.9%
海外 (現地通貨)	97.7% (102.1%)	96.6% (102.0%)	95.0% (100.5%)	97.2% (101.7%)	97.0% (101.6%)	97.4% (101.9%)
連結	102.7%	99.9%	100.8%	105.5%	102.3%	102.5%

(単位:百万円)

カテゴリー	2025年2月期2Q(累計)			2026年2月期1Q			2026年2月期2Q			2026年2月期2Q(累計)			対前年差異		
	売上収益	ｶﾅｺﾞﾘｰCF※1	売上比	売上収益	ｶﾅｺﾞﾘｰCF※1	売上比	売上収益	ｶﾅｺﾞﾘｰCF※1	売上比	売上収益	ｶﾅｺﾞﾘｰCF※1	売上比	売上収益	ｶﾅｺﾞﾘｰCF※1	売上比
CR	28,058	3,209	11.4%	14,648	1,709	11.7%	14,999	1,731	11.5%	29,648	3,441	11.6%	+1,590	+232	+0.2%
SFP	14,972	1,334	8.9%	7,751	765	9.9%	7,593	444	5.9%	15,344	1,209	7.9%	+372	△ 124	△1.0%
専門ブランド	23,661	2,838	12.0%	12,828	1,663	13.0%	12,885	1,537	11.9%	25,713	3,200	12.4%	+2,051	+362	+0.5%
海外	9,865	1,054	10.7%	6,643	691	10.4%	6,055	324	5.4%	12,698	1,015	8.0%	+2,833	△ 38	△2.7%
その他調整等※2	△ 90	4,782	-	△ 57	2,591	-	△ 143	2,578	-	△ 201	5,170	-	△ 110	+387	-
合計	76,467	13,218	17.3%	41,814	7,420	17.7%	41,389	6,616	16.0%	83,204	14,037	16.9%	+6,736	+818	△0.4%

(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 2026年2月期業績予想

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

(単位:百万円)	2026年2月期 (第2四半期累計実績)		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	83,204		165,000		50.4%	156,354		+8,645
営業利益	4,940	5.9%	9,600	5.8%	51.5%	8,504	5.4%	+1,095
税引前利益	5,132	6.2%	8,800	5.3%	58.3%	7,659	4.9%	+1,140
当期利益	3,474	4.2%	6,500	3.9%	53.5%	6,228	4.0%	+271
親会社の所有者に 帰属する当期利益	3,195	3.8%	5,800	3.5%	55.1%	5,590	3.6%	+209
調整後EBITDA ※	14,037	16.9%	27,200	16.5%	51.6%	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)	5,789	7.0%	11,600	7.0%	49.9%	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ー費用等)

【カテゴリー別内訳】

(単位:百万円)	2026年2月期 (第2四半期累計実績)			2026年2月期 (通期予想)			進捗率 (対予想)	
	売上収益	カテゴリーCF※1	売上比	売上収益	カテゴリーCF※1	売上比	売上収益	カテゴリーCF
CR	29,648	3,441	11.6%	57,000	5,900	10.4%	52.0%	58.3%
SFP	15,344	1,209	7.9%	32,500	3,300	10.2%	47.2%	36.6%
専門ブランド	25,713	3,200	12.4%	50,000	5,500	11.0%	51.4%	58.2%
海外	12,698	1,015	8.0%	27,000	3,100	11.5%	47.0%	32.7%
その他調整等 ※2	△ 201	5,170	-	△ 1,500	9,400	-	-	-
合計	83,204	14,037	16.9%	165,000	27,200	16.5%	50.4%	51.6%

※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

◆進捗率補足

①SFPカテゴリーの取り組み

- 磯丸水産の原材料上昇対応として、8月に再度メニュー変更を実施
- 居酒屋業態として最大の需要期である4Qの売上最大化

②海外カテゴリーの取り組み

- Il FornaioのBeverly Hills店等、赤字店舗の撤退

2. 株式分割について

- ✓投資単位の引き下げ及び投資家層の更なる拡大を目的に、2025年9月1日を効力発生日(同年8月31日基準日)として、**1株につき2株の割合をもって分割を実施**
(25年7月14日開示)
- ✓2026年2月期の**配当予想は、実質的に変更なし**
 - ・中間(分割前基準) **4.50円** →25年10月14日決議済み
 - ・期末(分割後基準) **2.25円** →株式分割の影響を考慮すると実質的に変更なし

■1株当たり配当金予想

	中間 (第2四半期末)	期末	年間
2026年2月期従来予想 (2025年4月14日発表)	4.50円	4.50円	9.00円
2026年2月期予想 (2025年7月14日発表)	4.50円	2.25円	--
〈株式分割前換算〉	〈4.50円〉	〈4.50円〉	〈9.00円〉
2025年2月期実績	4.00円	4.00円	8.00円
2024年2月期実績	3.50円	3.50円	7.00円

■配当金関連日程(予定)

日 程	内 容	注
2025年8月31日(日)	中間配当権利確定日	株式分割 前 の基準を適用
2025年11月中旬	中間配当支払(予定)	
2026年2月28日(土)	期末配当権利確定日	株式分割 後 の基準を適用
2026年5月中旬	期末配当支払(予定)	

■配当方針(変更なし)

当社は、株主への利益還元を経営上の重要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%以上を目途とし、業績や財務状況、今後の事業展開等を総合勘案し決定

※ 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

3. 株主優待制度の拡充について

✓2025年9月1日実施の株式分割に合わせて株主優待制度を**増額拡充**（25年7月14日開示）

- ・2026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
- ・保有株式数区分を8区分から**11区分に変更**
- ・継続保有株主優遇制度は**実質的に変更なし**

日 程	内 容	注
2026年2月28日(土)	期末優待権利基準日	下表 拡充後 の優待制度を適用
2026年5月中旬	期末優待券発送(予定)	

注)25年8月末基準(11月中旬発送予定)の株主様ご優待券は、下表(1)では「拡充前」、(2)では「変更前」に基づき贈呈

(1) 拡充後(現行)の株主優待制度

拡充前		拡充後(現行) 増 額	
年2回(2月末日/8月末日)		年2回(2月末日/8月末日)	
保有株式数	優待内容(お食事券)	保有株式数 ※1	優待内容(お食事券)
		100株以上	1,500円分
100株以上	2,000円分	200株以上	3,000円分
		300株以上	4,000円分
200株以上	4,000円分	400株以上	5,000円分
		500株以上	6,000円分
400株以上	6,000円分	800株以上	8,000円分
600株以上	8,000円分	1,200株以上	10,000円分
1,000株以上	10,000円分	2,000株以上	14,000円分
3,000株以上	16,000円分	6,000株以上	20,000円分
6,000株以上	24,000円分	12,000株以上	24,000円分
9,000株以上	30,000円分	18,000株以上	30,000円分

※1:株式分割後の保有株式数を表示、(2)の表に記載の継続保有株式数も同様

(2) 変更後(現行)の継続保有株主優遇制度

変更前		変更後(現行) ※2	
年2回(2月末日/8月末日)		年2回(2月末日/8月末日)	
継続保有株式数	優待内容(お食事券)	継続保有株式数 ※1	優待内容(お食事券)
400株以上	2,000円分追加贈呈	800株以上	2,000円分追加贈呈
3,000株以上	4,000円分追加贈呈	6,000株以上	4,000円分追加贈呈
6,000株以上	6,000円分追加贈呈	12,000株以上	6,000円分追加贈呈
9,000株以上	8,000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、株式分割後に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

(補足) 株式分割に伴う継続保有回数の判定

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

【例】26年2月末基準の回数判定（分割前400株→分割後800株保有の場合）

	分割前		分割後
基準日	2025年2月末日	2025年8月末日	2026年2月末日
保有株式数	400株	400株	800株
遡及修正	800株とみなす	800株とみなす	
継続保有判定回数 (同一株主番号)	❶	❷	❸(継続対象)

Ⅲ 中期経営計画の進捗

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. 中期経営計画の進捗①

成長の
3本柱

本質的価値
の進化

既存ブランドのブラッシュアップと新業態出店

◆ 積極的な改装を実施

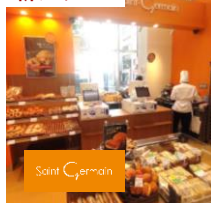
10店
改装

新デザイン



デザート王国 水戸内原

新デザイン



サンジェルマン 都立大学

座敷→個室



かごの屋 明石

◆ 新たなスキームでの業態開発にチャレンジ

6業態
出店

(業変含)



7月18日
オープン



創業160年
老舗甘味処の承継
紀の善 神楽坂



8月17日
オープン

グルメブランドカンパニー
(ベーカリー会社)
クリエイト・ブランド・ラボ
(新業態開発組織)

mugi bagel 目黒

◆ 店舗設計施工管理子会社を設立

Fast Works
Design Construction Maintenance

◆ ブランド横断で「美味しさ追求委員会」を発足

→ブランドの垣根を越えて美味しさに関するノウハウの共有を開始

◆ お米の安定供給(量・質・コスト)を目的に生産者と直接契約

→持続可能な農業支援も含めサプライチェーンを構築、関東地区から開始

立地の進化

◆ グループ内FCで地方出店

5店
出店



◆ 初期投資が発生しない コントラクト事業を郊外・ 地方都市中心に推進

10店
受託



角川食堂 ところざわサクラタウン

3Q累計
22店

新規12店受託予定

・JA全農コラボ 10店
・ゴルフ場レストラン 2店

◆ 出店候補物件紹介制度 “ロケリク”をスタート

→全国のグループ従業員が出店候補物件を紹介する仕組み
→有用な情報にインセンティブを支給、路面店出店強化につなげる

2. 中期経営計画の進捗②

成長の
3本柱

シナジー
のある
M&A

海外事業
の拡大

◆ 埼玉のつけ麺有名店「狼煙」、5月グループイン（25年4月14日開示）

つけ麺 KUROSHI

狼煙

- ・つけ麺 狼煙 4店舗
- ・手揉み中華そば中村 1店舗

25年9月より 株主優待券 利用可能に

◆ ラーメン事業の成長をにらみ、25年12月に3社を合併（25年10月14日開示）

→各ブランドの独自性は守りつつナレッジは集約、新規出店による成長、シナジーの追求、人財の流動化、製造拠点(CK)の集約効率化等を推進

2014年4月
グループイン

YUNARI 社



2024年10月
グループイン

一幻フード
カンパニー 社



2025年5月
グループイン

狼煙 社



PMI※が
順調に
進捗

※PMI = M&A後に行う経営や業務等の統合プロセス

今後のM&Aのプラットフォームに

株式会社 クリエイト・ヌードルズ

店舗数: 41店舗

(グループ内FC及び海外FC店舗含む)

シナジー例



つけめんTETSU
創業20周年記念メニュー

えびそば一幻監修
『濃厚えびつけめん』

(期間限定で25年9月末販売終了)

◆ 北米事業の成長に向け連携を強化

① Wildflower(WF)のPMIが概ね完了

→M&A後の新経営陣での経営管理体制を構築し日本サイドとの業務連携も確立、今後の成長に向け立地開発フローも見直し



② Il Fornaio(IF)とWFのシナジー

→イタリアンIFとベーカリーレストランWFの北米2社間で、経営管理手法・ツール、調理技術ノウハウや購買情報等を共有



IF Irvine店

2. 中期経営計画の進捗③

成長を支える
3基盤

テクノロジー
の活用

◆ 株主優待電子化(開始済み)

【特徴】 2つの方法で利用可能



- ① アプリでも
- ② 紙の優待券でも



◆ DX・AIの活用を強力に推進

① 「DX・AI推進室」設置 ② 生成AI研修を実施し活用開始

→グループ全社横断型で、専任/兼任者を配置

→グループ各社の役員・部長・SVや本社スタッフを中心に400名超が研修を受講、各所属で活用開始

人的資本
経営の推進

◆ 人的資本経営として“安心して働くことができる”“活躍できる”施策を推進

① 今期の社員の昇給ファンドは5%に

→安心して働けるグループを目指し着実に昇給

② 外国人社員の特定技能2号※取得支援

→15名取得(25年1・5月試験)、今後も支援継続

※同1号よりも高度な技能と豊富な実務経験を持つ外国人が取得できる在留資格、配偶者と子の帯同が可能

外国人社員比率 11.9%
(25年2月期末実績)

③ 第1回女性活躍推進ミーティング開催

→「女性活躍に向けた課題と未来を考える」がテーマ



女性従業員比率 62.1%
(25年2月期末実績)

④ カスタマーハラスメント対応マニュアル制定

→「カスタマーハラスメント対応方針(25年1月14日開示)」に基づきマニュアルを作成し、従業員に周知

サステナビリティ
推進

◆ コーポレートガバナンスを強化

→第28期定時株主総会において、社外取締役 松井晴美氏が選任される

独立役員比率 36%
(25年8月末現在)

◆ サステナビリティへの取り組み

① 産地や生産者との共存共栄に資する取り組み

→地域活性化について近畿大学で講演等

② 地域社会への貢献

→子供パン教室の開催、中学生が考案したパンの販売等



3. グループミッション



IV Appendix

1. 出退店及び店舗数について

✓2025年8月末グループ総店舗数：1,131店舗

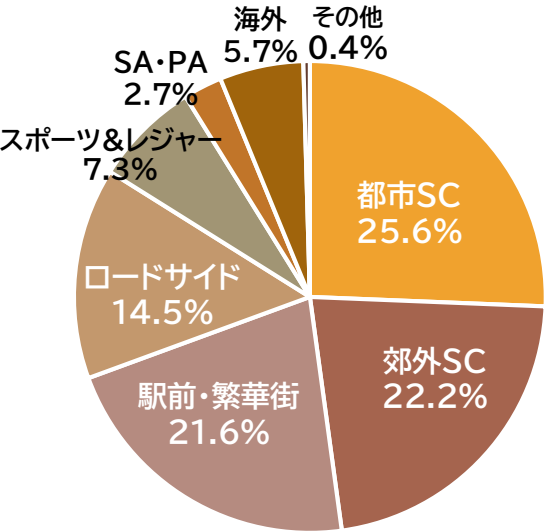
	店舗数	主な内訳
新規出店	27	コアブランド：「しゃぶ菜」アリオ亀有・ららぽーと立川立飛・イオン熱田、「サンヴァリエ」稲田、「TANTO TANTO」広島、「AWkitchen」/「磯丸水産食堂」/「海南鶏飯食堂」ららぽーと安城、「ちゅう屋」五反田東急スクエア、「磯丸水産」天王寺北口、「鉄板ホルモン五の五」十三 新/他ブランド：「一幻」梅田、「しゃる うい キャンディ？」御殿場Pアウトレット、「紀の善」神楽坂、「mugi bagel」目黒 JA全農コラボ：「焼肉あぐり」7店、「信州そだち」、他受託店舗1店 新規業務受託：SAPA内フードコート、「角川食堂」ところざわサクラタウン 海外FC：「一幻」台湾高雄
退店	17	(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	10	コアブランド：「海人酒房」川越・新宿アイランド、「JEAN FRANÇOIS」田園調布、「つけめんTETSU」溝の口、「鳥平ちゃん」綱島西口 新/他ブランド：「白いたぬきホール」、「八山」紀尾井町、「味噌煮込みうどん みかわ」イオンM水戸内原、「San Antonio」東京MT日比谷、「ひとにぎり」イオン堺鉄砲町

【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 8月末 店舗数	業態 変更 ※1
		出店	退店			
CR	518	13	8	0	523	7
SFP	203	3	0	0	206	1
専門ブランド	325	10	3	5	337	2
海外※2	70	1	6	0	65	0
グループ 総店舗数※3	1,116	27	17	5	1,131	10

※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FC7店、IG社の香港FC5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8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%	-	-	-	-	-	-	-	-
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%	-	-	-	-	-	-	-	-
	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%	106.7%
SFP	2026年2月期	97.3%	100.0%	101.1%	99.5%	96.8%	98.9%	104.2%	99.7%	-	-	-	-	-	-	-	-
	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%	104.9%
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%	-	-	-	-	-	-	-	-
	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%	106.1%
海外	2026年2月期	100.6%	100.1%	98.4%	97.7%	96.6%	95.0%	97.2%	97.4%	-	-	-	-	-	-	-	-
	(現地通貨 ^A -)	(100.8%)	(103.1%)	(102.8%)	(102.1%)	(102.0%)	(100.5%)	(101.7%)	(101.9%)	-	-	-	-	-	-	-	-
	2025年2月期	108.7%	108.1%	114.1%	110.9%	111.1%	107.8%	107.9%	108.6%	108.8%	106.0%	108.7%	105.9%	109.5%	112.6%	108.1%	106.6%
	(現地通貨 ^A -)	(97.3%)	(95.4%)	(100.7%)	(97.8%)	(98.3%)	(95.7%)	(97.5%)	(98.1%)	(100.0%)	(98.4%)	(101.4%)	(98.8%)	(102.3%)	(105.3%)	(101.4%)	(100.0%)

※ 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①

上高地あずさ珈琲の地域活性化について近畿大学で講演

KRフードサービス社のあずさ珈琲営業部長が、近畿大学において長野県(行政)、りんご生産者様と共に地域活性化の取り組みについての講演を実施(7月8日)

講演
テーマ

行政×農家×企業の最強コラボで地域と農業を盛り上げる



講演側一同



200名超の学生が聴講

学生から
も大好評

あずさ珈琲で、長野県の農産物を生産者より「市場に出荷できない規格外品」を購入し、産地や生産者が見える形でメニュー化して顧客にアピール、そのフローを行政がサポートするという連携スキーム。3者にメリットがあり地域の活性化に貢献

長野県 (行政)

- 生産者と事業者をつなぐ
- 物流など補助・サポート

◎県のアピール/生産者支援

➢ 役割、◎メリット

連携

飯綱町りんご農家

- 安全でおいしい農産物、規格外品/加工品の販売

◎規格外品の有効活用



上高地
あずさ珈琲
KRフードサービス



あずさ珈琲

- 県や農産物の魅力発信
- 継続取引

◎ブランド力向上/社会貢献

12 つくる責任
つかう責任



レフボンが麦チェンサポーター店に

レフボン社の運営するベーカリー「レフボン」54店舗で、**北海道(行政)**が推進する「**麦チェンサポーター店**※」の認定を25年7月3日に取得

※麦チェンサポーター店

北海道(行政)では、食の安全・安心、地産地消の観点から、道内で消費・加工される外国産小麦を道産小麦に転換する取り組み「**麦チェン!**」を推進、**道産小麦を使用した商品の製造や販売で基準をクリアした店舗**を「**麦チェンサポーター店**」として認定



道産小麦100%使用商品例

レフボンでは道産小麦100%を使用した商品を39アイテム販売
(店舗及び販売日により販売アイテムは異なる)

12 つくる責任
つかう責任



3. サステナビリティへの取り組み②

地 域 貢 献

子供パン教室開催



レフボン社では「パン作りを通して、食育やパン職人への興味関心を深めること」を目的に、同社本社近隣の小学生を対象に「夏休み親子パン教室」を開催、8月10・17日で計20名参加



教室終了後のアンケートでは「満足」の回答が100%、参加した子ども達からも「パン作りのコツを聞けて勉強になりました」「家でパンを作ることがないので、体験できてうれしかった」等の声を頂く

職業体験イベント & 中学校コラボ商品販売

Boulangerie
JEAN FRANÇOIS
FRANCE

by **Gourmet Brands** Company inc.

グルメブランズカンパニー社のベーカリー「**JEAN FRANÇOIS**」田園調布店にて、
①夏休み期間のお子様向け「職業体験イベント」を実施
②大田区立田園調布中学校の生徒が考案したパンを期間限定販売

①東急モールズデベロップメント様が主催された夏休み期間のお子様向け「職業体験イベント」に協力、小学生計3名を受け入れ



焼きたてのメロンパンの陳列や、クリームパンのクリーム絞り等に挑戦

体験後には、「またやってみたい」「将来パン屋さんになりたい」といった感想も

②同校での本企画募集に全109件の応募があり、厳正な審査を経て3品を商品化



第1弾: 25年10月1日~31日

モンブラン・クリーム・パン
(考案: 中学3年生)



第2弾: 25年11月1日~30日

さつまいもコロネ
(考案: 中学1年生)



第3弾: 26年1月5日~31日

ジェノバーゼのしらすピザ
クロワッサン
(考案: 中学2年生)

注) 上記は、「JEAN FRANÇOIS」田園調布店限定商品で、販売数量は限りがあります。また、販売商品及び販売期間は予告なく変更する場合があります

ご注意

本資料は、2026年2月期第2四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