



2026 年 8 月 19 日

各 位

会 社 名 サイプレス・ホールディングス株式会社
代 表 者 名 代表取締役社長 東 稔 哉
(コード番号：428A 東証スタンダード市場)
問 い 合 わ せ 先 常務執行役員 CFO 永 田 哲 也
TEL. 03-6230-9121

中期経営計画「BEYOND THE STANDARD」策定に関するお知らせ

当社は、この度、2027 年 8 月期を初年度とする 3 か年の中期経営計画「BEYOND THE STANDARD」を策定しましたのでお知らせいたします。詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

以 上

サイプレス・ホールディングス株式会社

中期経営計画

2026年8月期～2029年8月期



BEYOND THE STANDARD

スタンダードの枠を超え、プライムの頂へ羽ばたく

01 トップメッセージ

02 市場環境

03 中期経営計画

04 成長戦略

05 資本政策



プライム市場移行、そして時価総額1,000億円企業への挑戦。

私たちサイプレスグループは、企業価値の最大化と社会的信認の獲得に向け、今後4年内をめどとした東証プライム市場への市場移行、ならびにその先にある「時価総額1,000億円」という大きな目標を掲げました。中期経営計画「BEYOND THE STANDARD」は、私たちが次のステージへ駆け上がるためのロードマップです。本計画では、3年後の2029年8月期の到達点を明示し、サイプレスが誇る圧倒的な成長スピードを具体的な形としてお示ししています。特筆すべきは、本計画に提示した数値が「純粋なオーガニック成長」のみで構成されている点です。ここには、FC展開やM&Aといったインオーガニックな成長戦略、および現地パートナーとの連携による海外進出などのポテンシャルは一切織り込んでおりません。これらはすべて、企業の飛躍をさらに加速させる「 $+\alpha$ の成長ドライバー」となります。盤石なオーガニック成長を土台としつつ、果敢な戦略的投資によって「日本を代表するフードサービス企業」へ。サイプレスグループの新たな挑戦にご期待ください。

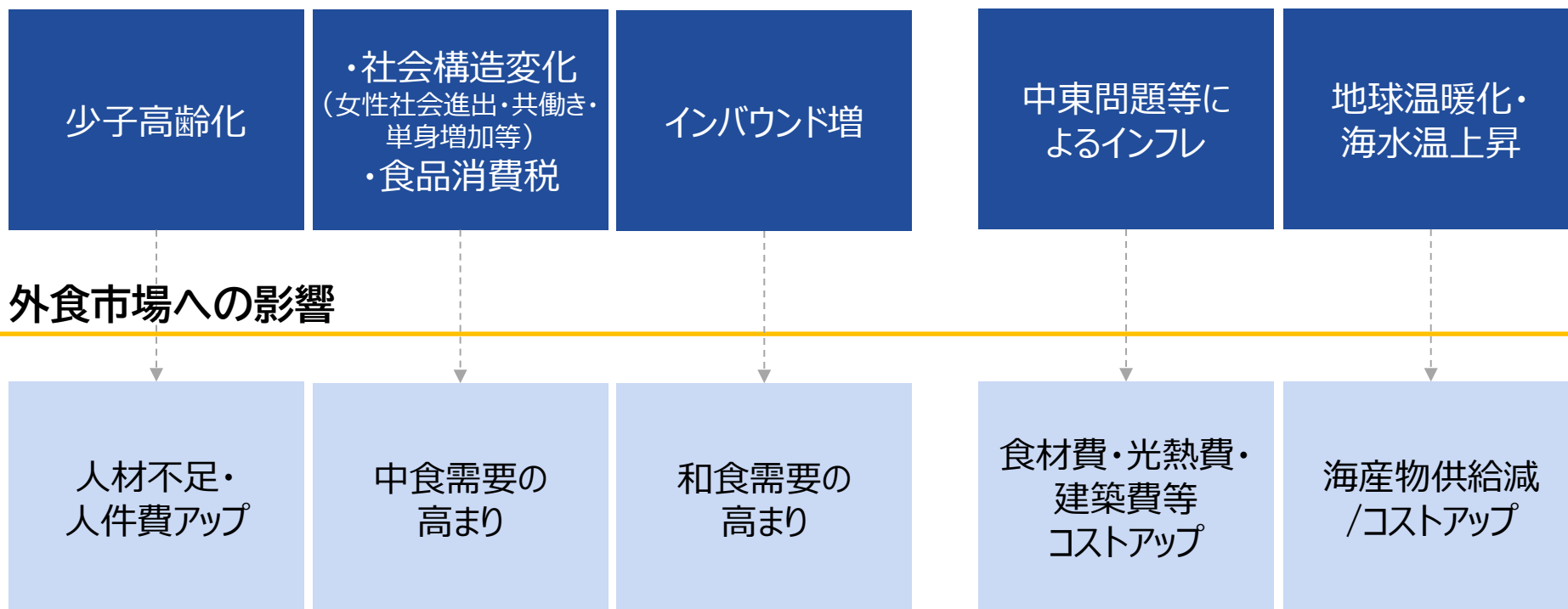
サイプレス・ホールディングス株式会社
代表取締役社長

東 稔哉

02 市場環境

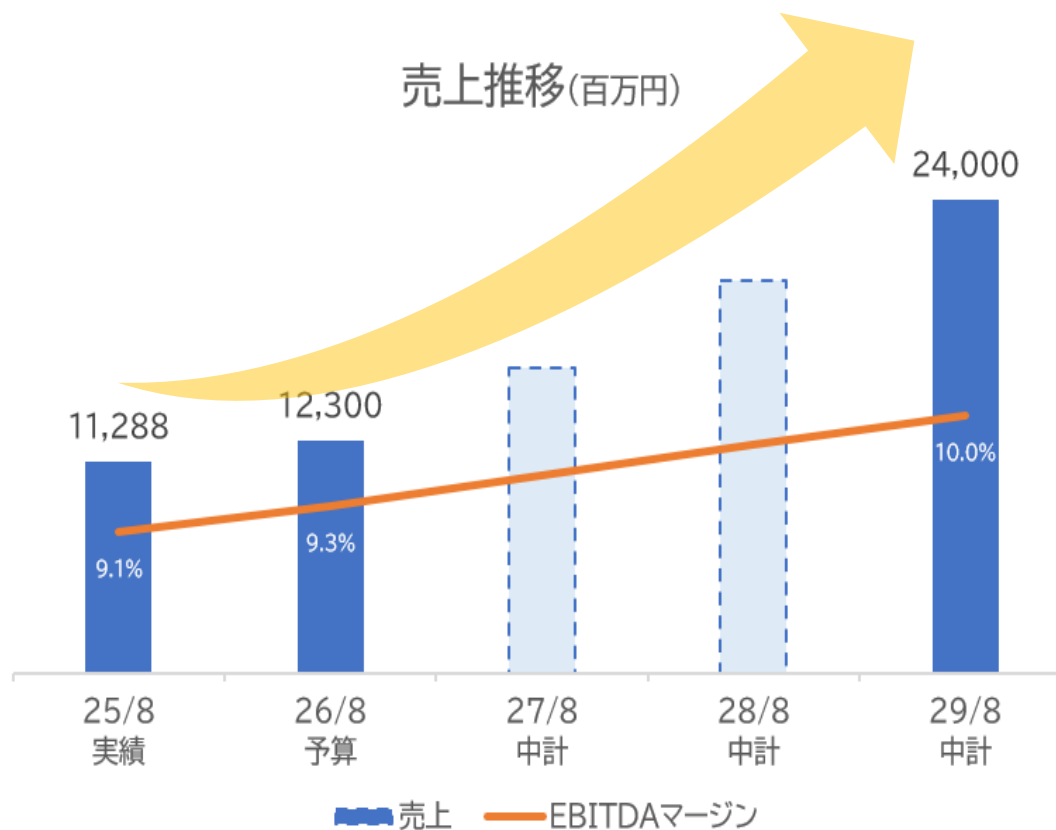
- インバウンド等により外食市場は緩やかに成長しているものの、外食会社を取り巻く経営環境は厳しさを増している
- この環境は今後も続くと想定され、当社も従来の取組の延長では成長に限界

日本を取り巻く環境



03 中期経営計画 売上推移

- 2027年8月期以降毎年30店舗の出店により、2029年8月期は売上規模240億円を目指す
- EBITDAマージンは人件費や原材料費等各種コスト増を見込むも、10%超へ伸長



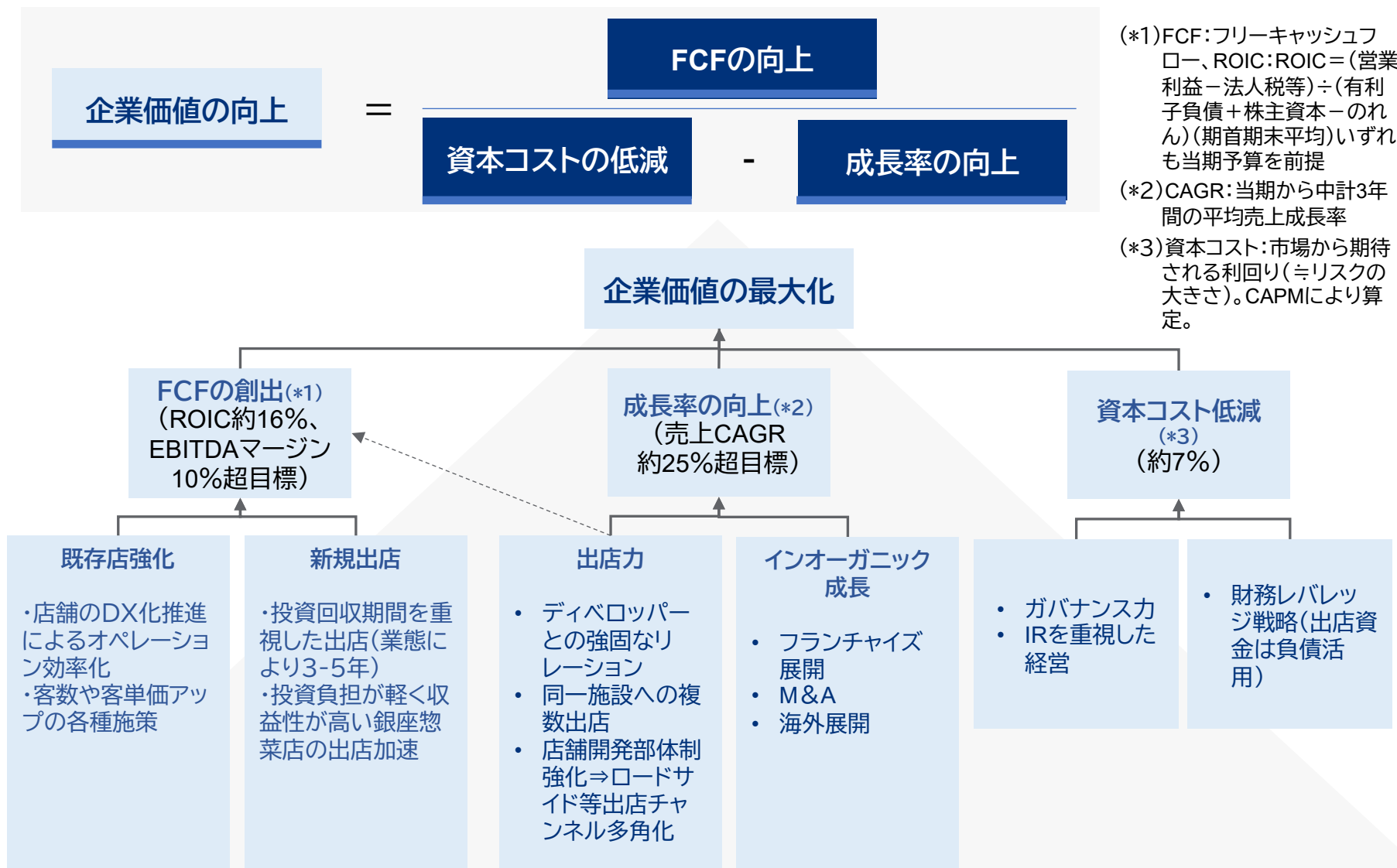
03 中期経営計画 財務目標

- 売上収益CAGR**25%超**、各利益やEPSはCAGR**30%前後**の成長を目指す
- ROICは、中計期間中の出店資金を主として借入による調達を予定していることから、分母である投下資本の拡大により低下するものの、中計期間を通じてWACCを十分上回る水準で推移すると想定

	指標	2026年8月期 予算	2029年8月期 目標	CAGR
規模・成長性	売上収益	12,300 百万円	24,000 百万円規模	25% 前後
	営業利益	850 百万円	1,900 百万円規模	30% 前後
	当期利益	520 百万円	1,100 百万円規模	30% 前後
	EPS	40.8 円	90.0 円前後	30% 前後
収益性・効率性	ROIC(*)	24.1 %	16.0 %以上	
	ROE	20.6 %	22.0 %以上	
	EBITDAマージン	9.1 %	10.0 %以上	
健全性	D/Eレシオ	2.0	1.5 前後	

(*) 2026年8月期におけるWACCは約7%

04 成長戦略全体像



04 成長戦略

- 当社グループの企業理念である、「食の喜びをすべての人へ、特別ではなく、毎日食べる食事に感動や喜びの提供を目指す」を継続していくためには、当社の強みを生かしながら市場環境への適応/変革が必要

3つの軸	重点施策		
フランチャイズ 推進	■「銀座惣菜店」(テイクアウト)の出店加速(直営/FC) 店舗の広さ15坪でも他業態並みに収益力が高く、CAPEXやオペレーション負担も軽い ⇒中食の需要増加や人件費/建築コスト等高騰へ対応	■FC開発部の強化 メガフランチャイジーへの積極的な働きかけ	■人的資本への投資強化 ■M&A推進室の設置
出店加速		■店舗開発部の強化 ロードサイド等出店チャンネル多角化	
既存店強化	■「築地食堂源ちゃん」/「ABURI百貫」等のDX推進によりオペレーション効率化を進め、接客(ホスピタリティ)を強化 ⇒人材不足やインバウンドへ対応	■そば業態の出店/業態変更 ⇒原価負担が軽く、オペレーションを工夫し人材不足等へも対応(将来FC化も視野に)	

- 「銀座惣菜店」のフランチャイズ契約(第1号)を締結
- 「月商1000万円の焼き鳥店」というブランドを重視し、本部がフランチャイジーの出店を直営同様の基準で厳しく審査。WinWinの店舗づくりを目指す。



株式会社寿奈賀 代表取締役社長 須永誠氏(左)



メガフランチャイジー「(有)寿奈賀」との契約締結

2026年8月、フランチャイズ(FC)事業の第1号加盟企業として(有)寿奈賀と加盟契約を締結いたしました。同社は1967年の創業以来、北関東エリアを中心に『モスバーガー』『びっくりドンキー』『大戸屋ごはん処』など、主要な外食ブランドの店舗を数多く手掛けてきた実績豊富なメガフランチャイジー企業です。半世紀以上にわたり培われた同社の卓越した現場力・店舗運営ノウハウと、当社のブランド力を掛け合わせることで、高品質な店舗展開を実現し、全国展開に向けた強力な事業基盤を構築してまいります。

04 成長戦略 注力業態:銀座惣菜店



炭火焼鳥「銀座惣菜店」(テイクアウト)

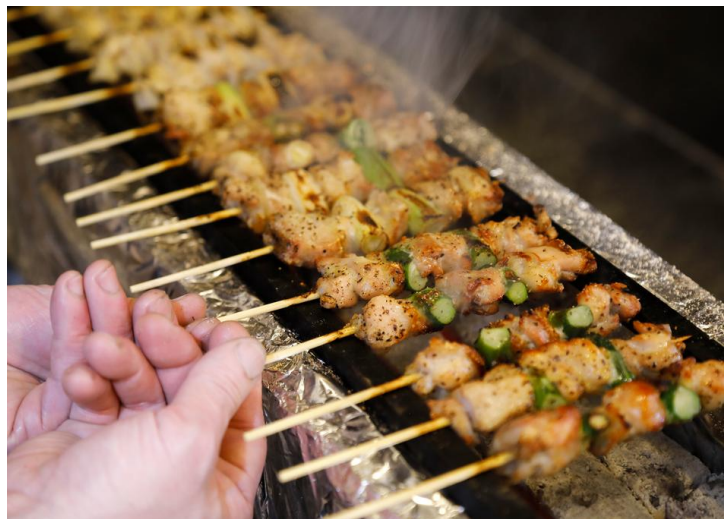
炭火ならではの香ばしさを大切に、ひと串ひと串を店舗で焼き上げます。

炭火の遠赤外線ですっかり焼き上げ「時間がたってもおいしい」にフォーカス。

高い収益性と資本効率を両立。

■ EBITDAマージン: **19%超**

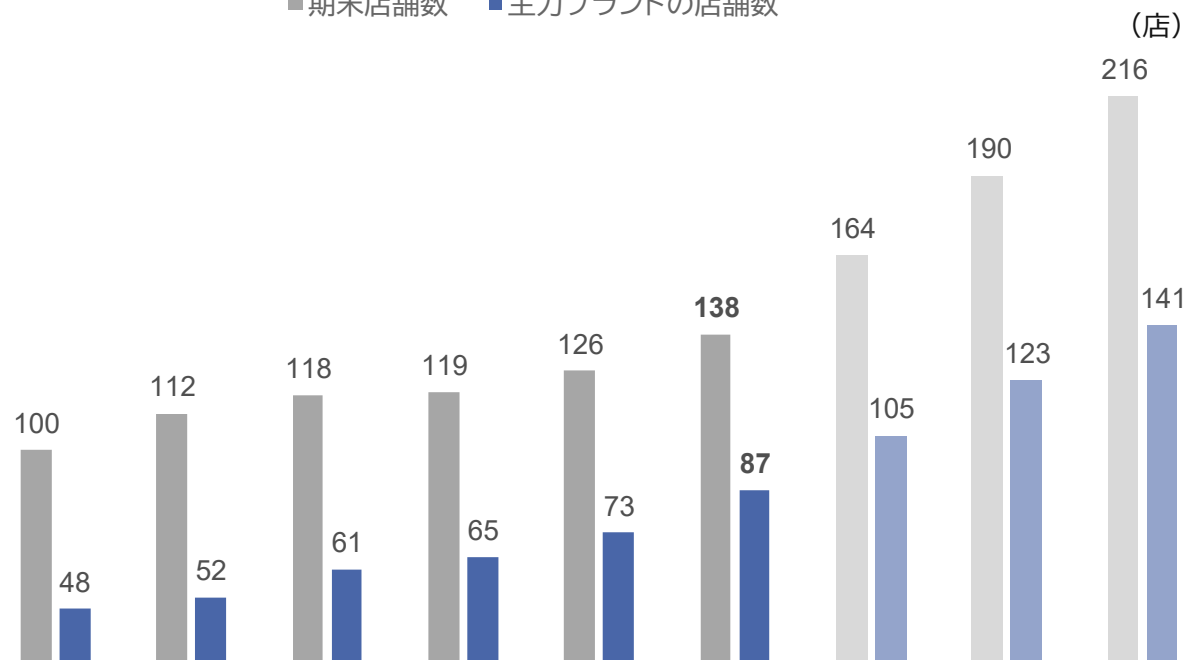
■ CAPEX: **30~40百万円**



04 成長戦略 出店加速

- 2029年8月期までの3カ年において**毎年30店舗**の出店を計画、2029年8月期末においては**直営210店舗**を超える店舗数を目指す

■ 期末店舗数 ■ 主力ブランドの店舗数



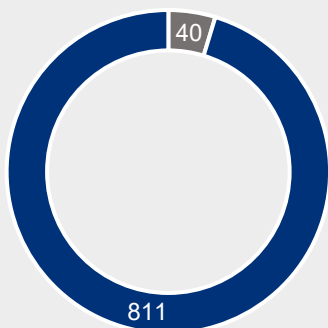
	2021/8	2022/8	2023/8	2024/8	2025/8	2026/8	2027/8	2028/8	2029/8
新規出店	12	16	15	7	9	18	30	30	30
退店	4	4	9	6	2	6	4	4	4
期末店舗数	100	112	118	119	126	138	164	190	216
主力ブランドの店舗数	48	52	61	65	73	87	105	123	141
割合	48%	46%	52%	55%	58%	63%	64%	65%	65%
築地食堂源ちゃん	44	44	45	45	47	52	58	64	70
回転寿司ABURI百貫	4	7	9	10	11	12	16	20	24
炭火焼鳥銀座惣菜店	0	1	7	10	15	23	31	39	47

04 成長戦略 出店加速

■ 出店余地

現時点の主力であるSCにも今だ多くの出店機会

SC/郊外型施設・都市複合型施設の出店余地※1



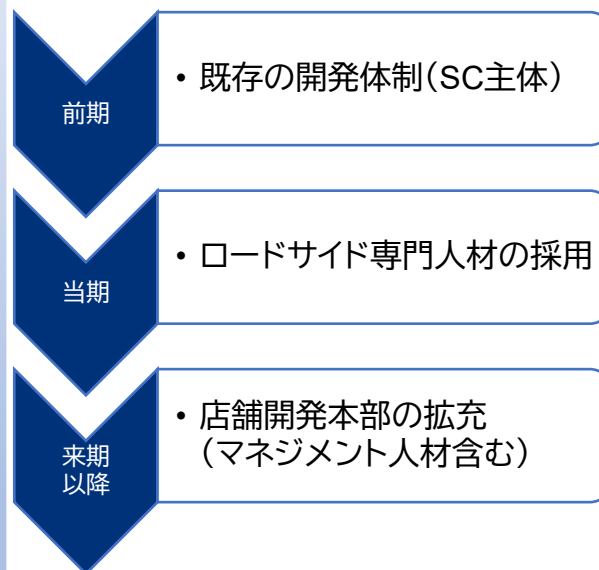
■ 出店施設 ■ 未出店施設



“ロードサイド”という新たな市場

■ 開発体制

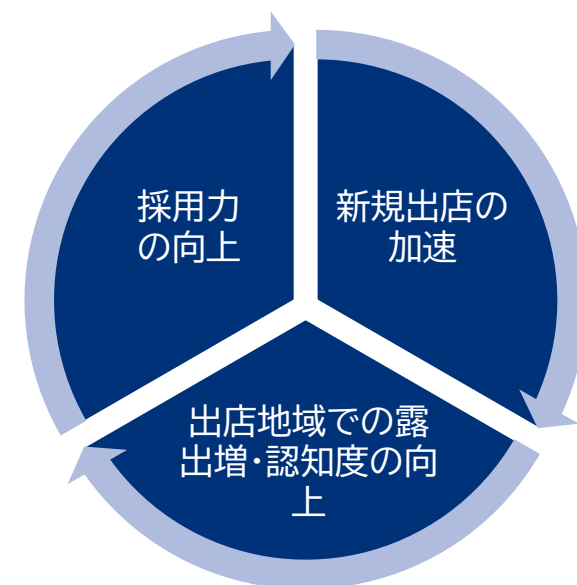
既存の開発体制に加え、ロードサイドの専門人材を採用



来期以降店舗開発体制のさらなる拡充を目的として新規採用を実施

■ 運営人員

新規出店が新規採用を生む好循環



※1 当社の出店する主要なディベロッパーの商業施設数をカウント。各社開示資料より当社で集計。

04 成長戦略 既存店強化

- 成長戦略では出店を加速させていくが、既存店についても成長を支える土台として重要
- 店舗のDX化の推進によりオペレーションの効率化を図り、人件費等を抑制し店舗利益の向上を図る

主要施策

- ・ 一部業態の値上げ
- ・ 出店地域に応じたメニュー変更による客単価アップ

客単価
アップ

- ・ 不振店舗においてリニューアルや蕎麦業態への変更
- ・ 出店地域に応じたメニュー内容の変更
- ・ ホスピタリティ部による接客強化

客数
アップ

売上
アップ

- ・ タブレットメニューやセルフレジ導入により店舗オペレーションの改善を図り、人件費抑制や接客に注力する環境を整備
- ・ 業態に応じた調理ロボットの活用により、調理業務の生産性向上を図る

店舗の
利益率
向上

店舗利益
アップ

04 成長戦略 M&A戦略・海外戦略

- （M&A戦略） 当社の展開力とのシナジーを最重視した案件選別と来期に向けた専門部署の設立
- （海外戦略） 東南アジア領域での事業拡大を検討中、ハラル市場を意識し、複数の現地有力パートナーと協議中

M&Aの基本方針とターゲット領域

【ターゲット領域】

外食・日常食業態： 日常利用され、持続的な需要が見込める業態。

【重視するシナジー】

当社の「展開力」： 当社が強みとする商業施設等へのパイプライン・出店力を活用し、買収後に一気に多店舗展開（スケールアップ）できる案件にフォーカス。

現在の取り組み状況

これまで複数案件に対し初期検討・NDA締結を実施。

しかし、当社が求めるシナジー効果や将来性、財務規律（買収価格の妥当性）に照らし合わせ、慎重に見極めを実施。

「件数」を追うのではなく、「確実な企業価値向上」に資する案件のみを厳選。

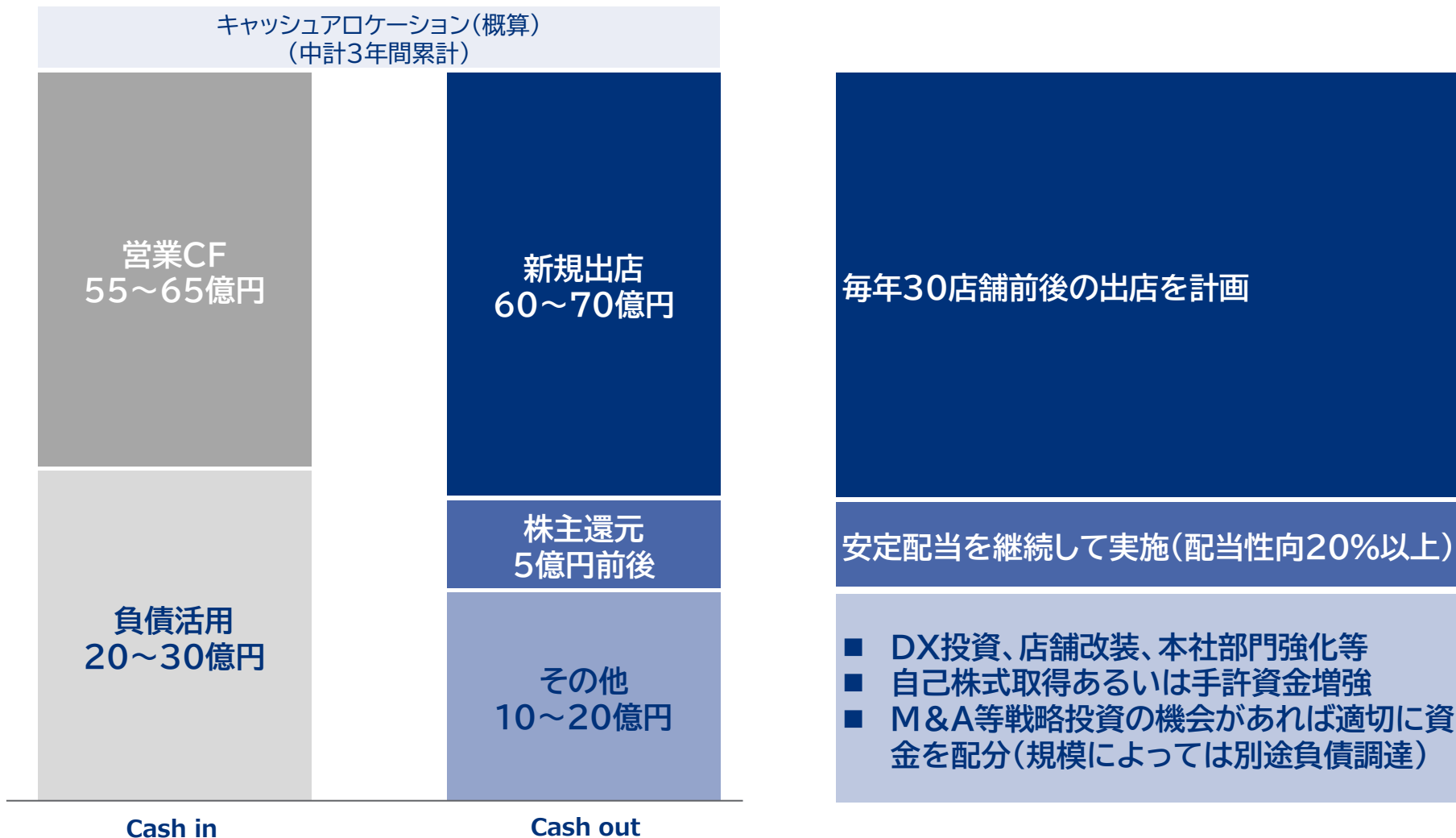
今後の展開

・M&Aを成長の重要ドライバーと位置づけ、来期以降に専門部署「M&A戦略推進室」を新設予定。

・案件発掘（ソーシング）から交渉、買収後の統合（PMI）までを一貫して主導する専門体制を構築し、能動的なM&Aを推進。

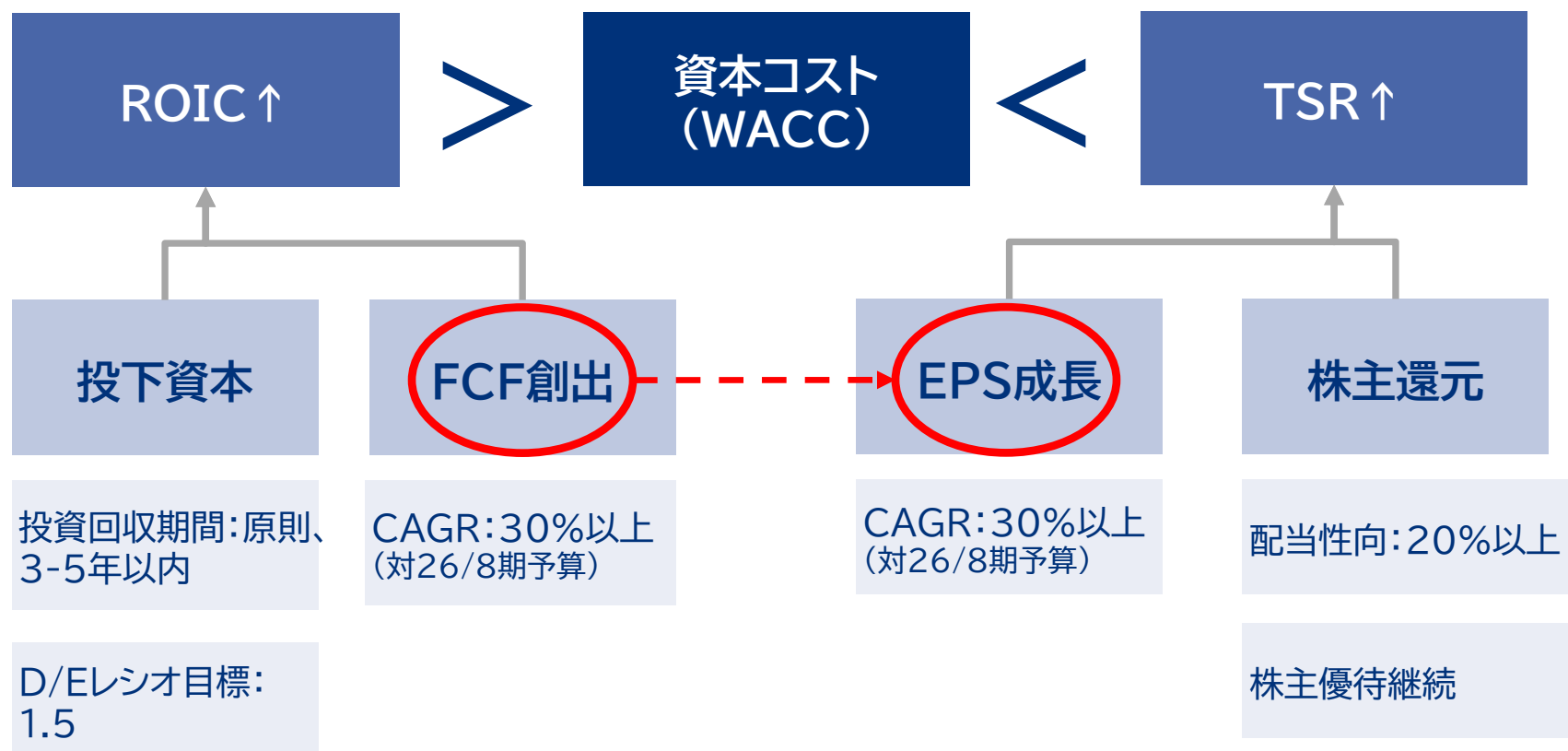
05 資本政策 キャッシュアロケーション

- 更なる成長に向けた投資へ経営資源を優先的に配分



05 資本政策 全体像

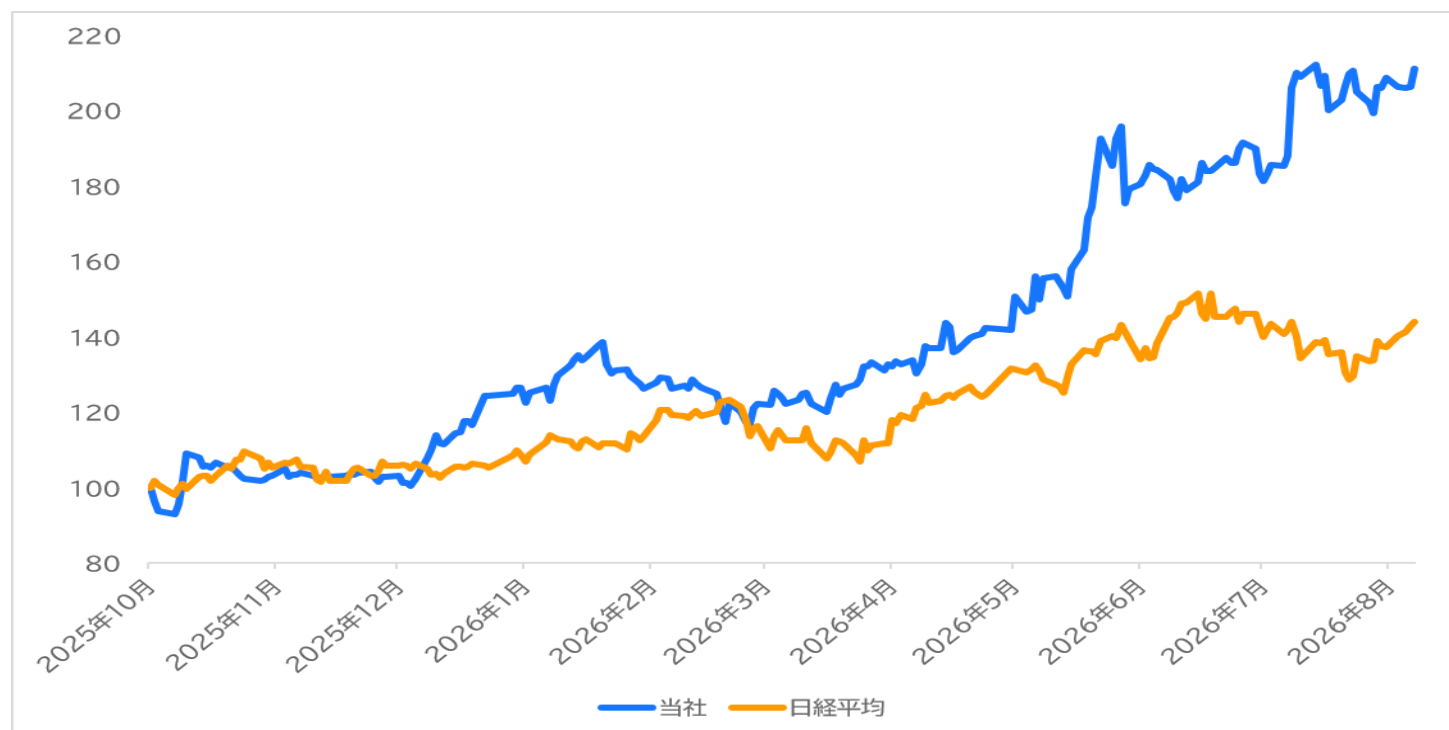
- 当社に求められる資本コストを把握し、ROICとともにTSR(株主総利回り)も意識した経営を実行
- 前掲の成長戦略の着実な実行によりフリーキャッシュ(FCF)を創出しEPSの成長に注力
- 新規出店の資金調達には銀行借入によるため、財務/投資規律を持った財務戦略を実行



- 当社グループは企業価値向上の指標として、株主総利回り(TSR: Total Shareholder Return)を重視

株価指数比較(2025年10月8日(上場日)を100とした場合～2026年8月14日)

	TSR
日経平均	143.9
当社TSR	211.3



- 本資料は、当社グループの事業説明の提供を目的としており、当社が発行する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。
- 本資料に記載された当社グループの計画、推測や予測等は、本資料作成時点における当社の判断であり、情報の正確性を保証するものではありません。また、本資料の内容は事前の通知なく大幅に変更されることがあります。
- 万が一この情報に基づいて被ったいかなる損害についても、当社及び情報提供者は一切責任を負いませんので、ご承知ください。