

株式会社サンマルクホールディングス

2026年3月期通期決算説明

2026年5月26日

証券コード: 3395



We Create the Prime Time For You

私たちはお客様にとって最高のひとときを創造します

私たちは食事を売るのではなく、「最高のひととき」を売る会社です
「美味しかった」ではなく、「楽しかった」と言われるお店を目指し
日々励んでおります

2026年3月期実績及び2027年3月期見通し

2026年3月期においては堅調な既存店及び牛カツ業態の通期貢献等により過去最高の売上を記録
2027年3月期は既存店を中心に若干の増収増益を見込む

2026年3月期通期実績

売上高

営業利益

のれん等償却前
営業利益¹

884億円

51億円

73億円

前期比 +24.7%

前期比 +41.3%

前期比 +75.0%

計画比 +0.5%

計画比 +3.0%

計画比 +2.1%

2027年3月期通期見通し

売上高

営業利益

のれん等償却前
営業利益¹

930億円

53億円

74億円

前期比 +5.2%

前期比 +2.9%

前期比 +2.1%

- 2026年3月期実績はカフェ・レストラン業態における既存店が堅調に推移したことに加え、前期に買収した牛カツ業態の買収の貢献により計画を上回って推移し、過去最高の売上を記録
- 既存業態においては年間を通じて概ね対前年比100%を超える水準で堅調に推移 (106.5%)
- M&A業態 (牛カツ業態) においては年間では対前年比で100%を超える水準(105.0%)となったものの、春節以降アジア地域における渡航動向の変化の影響が見られる
- 株式会社京都勝牛の保有していた「ベジテジヤ」等、牛カツ業態以外の飲食ブランドの譲渡を決定。
牛カツ業態へ経営資源を集中
- 2027年3月期は既存店を軸に成長を見込むものの、原価率の悪化から営業利益は微増にとどまる想定

1: のれん及び商標権の償却費を営業利益に加算



1

2026年3月期実績

p.5

2

2027年3月期見通し

p.13

3

中期経営計画について

p.20

4

Appendix

p.33



1

2026年3月期実績

p.5

2

2027年3月期見通し

p.13

3

中期経営計画について

p.20

4

Appendix

p.33

2026年3月期実績

- ✓ 牛カツ2業態のM&Aにより、これらの売上高、および各段階利益が2026年3月期はフルに業績に寄与
- ✓ 既存店売上が堅調に推移
- ✓ 当期純利益は前期に繰延税金資産計上による一時的な利益押上げ要因（8.2億円）があったことから、比較上のハードルが高い状況ではあったが、最終的には前期を上回る水準で着地

(百万円)	2025年 3月期	2026年 3月期	増減額	増減率	計画	計画差	計画比
売上高	70,895	88,432	+17,537	24.7%	88,000	+432	+0.5%
売上原価	17,686	23,699	+6,013	34.0%	—	—	—
原価率	24.9%	26.8%	+1.9pt	—	—	—	—
販売費及び 一般管理費	49,564	59,583	+10,019	20.2%	—	—	—
販管費率	69.9%	67.4%	△2.5pt	—	—	—	—
のれん等償却前営業利益	4,189	7,334	+3,145	75.0%	7,185	+149	+2.1%
売上比	5.9%	8.3%	+2.4pt	—	8.2%	+0.1pt	—
営業利益	3,644	5,149	+1,505	41.3%	5,000	+149	+3.0%
営業利益率	5.1%	5.8%	+0.7pt	—	5.7%	+0.1pt	—
経常利益	3,839	5,058	+1,219	31.8%	4,800	+258	+5.4%
経常利益率	5.4%	5.7%	+0.3pt	—	5.5%	+0.2pt	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,540	2,705	+165	6.5%	2,300	+405	+17.6%
純利益率	3.6%	3.1%	△0.5pt	—	2.6%	+0.5pt	—

事業別・種類別決算概要

(単位：百万円)

事業別

種類別

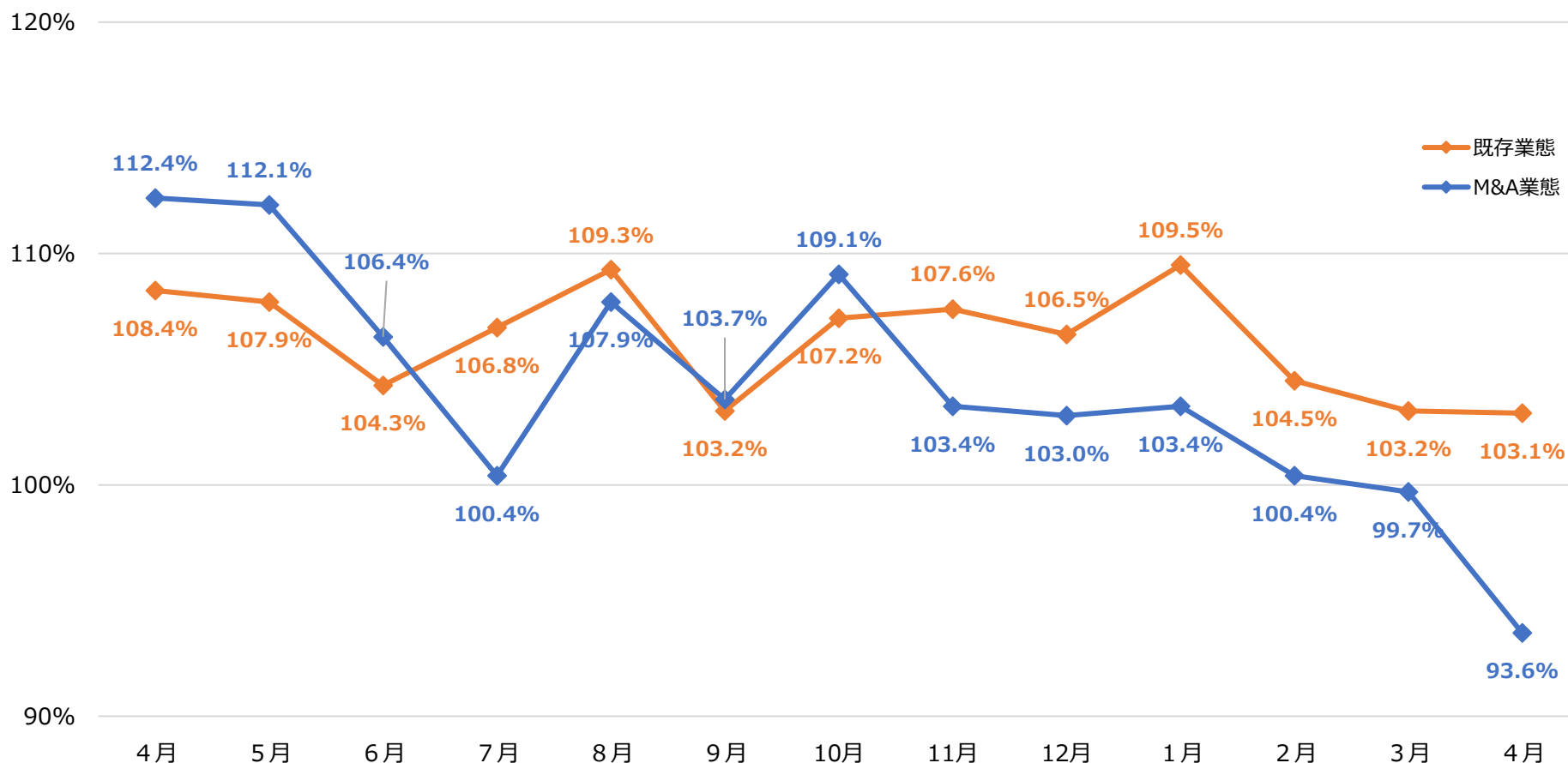
	2025年 3月期	売上比 (%)	2026年 3月期	売上比 (%)	増減	直営店 売上	ロイヤリティ 収入	FC関連等 売上
売上高	70,895	100.0	88,432	100.0	+17,536	86,495	294	1,642
レストラン	44,116	62.2	59,969	67.8	+15,853	58,547	244	1,178
うち、牛カツ業態	4,251	6.0	18,020	20.4	+13,769	17,383	176	461
喫茶	26,779	37.8	28,462	32.2	+1,683	27,948	50	464
セグメント損益	6,046	-	7,496	-	+1,449			
レストラン	3,808	-	4,468	-	+659			
うち、牛カツ業態	394	-	1,043	-	+649			
喫茶	2,238	-	3,027	-	+789			

※2025年3月期の牛カツ業態の売上高及びセグメント損益は損益取り込みを開始した第4四半期（2025年1月～3月）のみの実績であります。

既存店前年比売上高推移

既存店売上は年間を通じて、概ね対前年比100%を超える水準で推移。

M&A業態については、春節以降のアジア地域における渡航動向の変化の影響がみられる。



バランス・シートの状況

現預金148億円、自己資本比率44.7%と健全な状況

資産の部				負債・純資産の部			
	2026年3月末	前期末増減	主要因		2026年3月末	前期末増減	主要因
流動資産	22,284	+1,186		流動負債	13,673	△2,676	
現預金	14,872	+625		買掛金	3,505	+282	
売掛金	6,454	+472		短期借入金 (1年内返済予定 長期借入金含む)	3,100	△3,649	M&Aに伴う借入の 返済・借換
固定資産	48,168	△2,195		固定負債	25,291	+1,035	
有形 固定資産	17,905	+193		長期借入金	17,453	+1,203	M&Aに伴う借入の 返済・借換
無形 固定資産	19,315	△2,082	M&Aに伴う のれん・商標権償却	負債合計	38,965	△1,640	
投資その他の 資産	10,947	△306		純資産	31,488	+631	
資産合計	70,453	△1,008		負債純資産 合計	70,453	△1,008	

(単位：百万円)

キャッシュ・フローの状況

営業キャッシュ・フローは牛カツ事業のグループインにより増加

財務キャッシュ・フローはM&Aに伴う借入の返済が主

(単位：百万円)	2025年3月期	2026年3月期	増減	主な要因
現金及び現金同等物の期首残高	16,663	14,247	△2,415	
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,751	8,579	+2,827	・牛カツ事業のグループインによる増加
投資活動によるキャッシュ・フロー	△22,748	△3,231	+19,517	
フリーキャッシュ・フロー (営業活動+投資活動キャッシュ・フロー)	△16,996	5,348	+22,345	
財務活動によるキャッシュ・フロー	14,581	△4,759	△19,340	・M&Aに伴う借入の返済
現金及び現金同等物の期末残高	14,247	14,872	+625	・2026年3月期はLa Madragueを連結の範囲に含めたことによる増加36百万円を含む

出退店の状況

2月に実施した京都勝牛の一部事業譲渡による退店(本件実施を機に退店した店舗を含めると18店舗)を除くと実質的に11店舗の出店超過

2027年3月期の新規出店は40～50店舗、退店は30～35店舗で、出店超過を見込む

業態	2025年3月期 期末店舗数	出店数	退店数	2026年3月期 期末店舗数
サンマルク	38	0	3	35
サンマルクカフェ	285	8	4	289
函館市場	9	0	0	9
バケット ³	70	5	3	72
鎌倉パスタ	207	6	3	210
サンマルクグリル	59	2	6	55
倉式珈琲	49	0	1	48
La Madrague	5	1	0	6
京都勝牛	117	12	26 ¹	103
牛かつもと村	30	6	0	36
実験業態 ^{2,3}	6	0	1	5
グループ合計	875	40	47	868

1: 京都勝牛の一部事業譲渡を機に譲渡・退店した18店舗を含む

2: 実験業態には「天ぷら天清」、「韓と米」、「FAMITERIA.8」、「RISTRETTO&CROISSANT LABORATORIO」を含む。

3: 「Petrichor Bakery and Cafe」(1店舗)の業態区分につき、実験業態からバケットへ変更しております。

※直営814店舗、FC 54店舗



設備投資・減価償却費：実績と計画

2026年3月期通期(実績)

設備投資：3,246百万円 減価償却費：2,116百万円

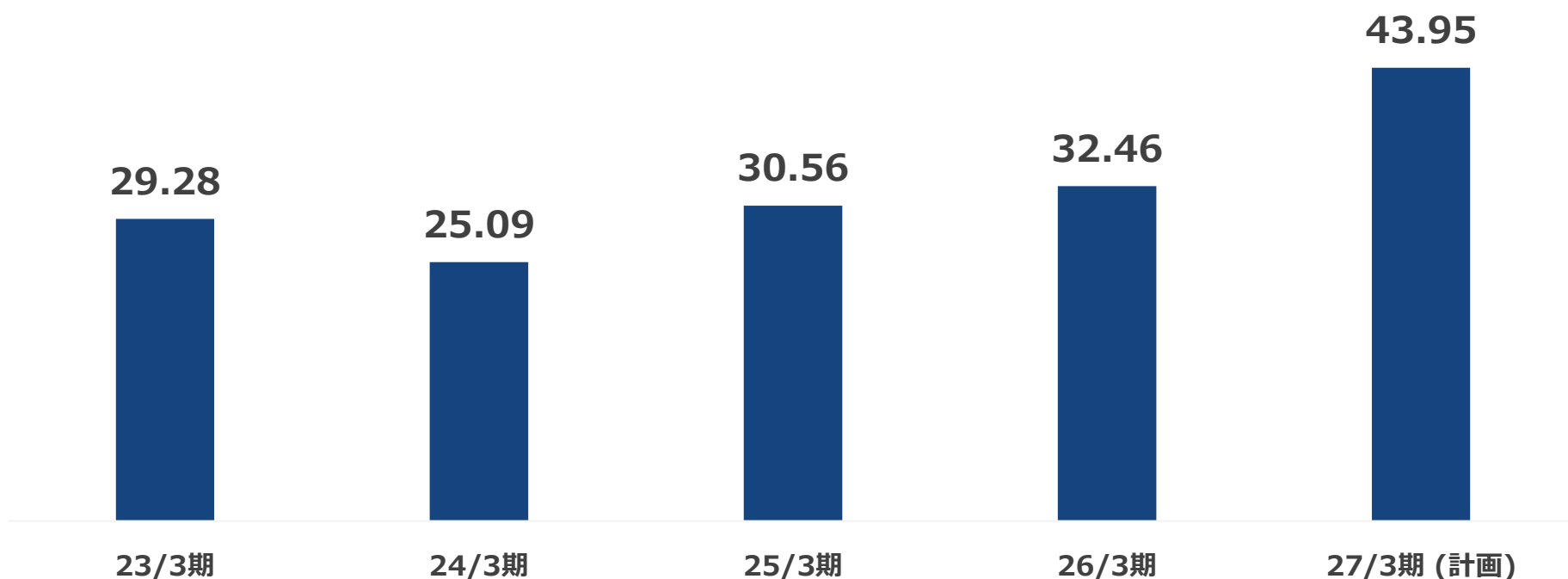
出店34店舗、既存店改装50店舗、その他厨房機器更新等

2027年3月期通期(計画)

設備投資：4,395百万円 減価償却費：2,375百万円 出店想定：40～50店舗

設備投資額

(単位：億円)





1

2026年3月期実績

p.5

2

2027年3月期見通し

p.13

3

中期経営計画について

p.20

4

Appendix

p.33

2027年3月期見通し

既存店売上は前期水準からインフレ率見合い（3%程度）の上昇を見込む

一方費用面では主に牛カツ業態における原価率悪化や、京都への本社移転に伴う地代家賃等の費用増を見込む

(百万円)	2026年3月期			2027年3月期計画		
	上半期実績	下半期実績	通期実績	上半期計画	下半期計画	通期計画
売上高	43,585	44,846	88,432	45,200	47,800	93,000
前年比	+32.3%	+18.2%	+24.7%	+3.7%	+6.6%	+5.2%
のれん等償却前営業利益	3,456	3,878	7,334	3,292	4,192	7,485
前年比	+89.3%	+64.2%	+75.0%	△4.8%	+8.1%	+2.1%
利益率	7.9%	8.6%	8.3%	7.3%	8.8%	8.0%
営業利益	2,363	2,785	5,149	2,200	3,100	5,300
前年比	+29.4%	+53.2%	+41.3%	△6.9%	+11.3%	+2.9%
営業利益率	5.4%	6.2%	5.8%	4.9%	6.5%	5.7%
経常利益	2,250	2,807	5,058	2,100	3,000	5,100
前年比	+13.6%	+51.0%	+31.8%	△6.7%	+6.9%	+0.8%
経常利益率	5.2%	6.3%	5.7%	4.6%	6.3%	5.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,048	1,656	2,705	1,000	1,900	2,900
前年比	△37.3%	+90.8%	+6.5%	△4.7%	+14.7%	+7.2%
純利益率	2.4%	3.7%	3.1%	2.2%	4.0%	3.1%

鎌倉パスタ業態における派生業態の強化

2026年3月期は計画通り下期に出店が偏重。

グランドメニューの改定や店舗改装等の既存店改善施策も奏功。

店舗数



2026年3月期における施策



グランドメニューの改定を実施。

ファミリー層への「+1品」を目指したリゾット/前菜のラインアップや、ペペロンチーノ、和風パスタなどのメニューを強化しつつ、オペレーションの負担軽減にも着手。

単価・客数・原価率全てで改善効果を確認。



てっぱんのスパゲッティ業態にて、2店舗目となるフードコートタイプを出店。

少人数での運営が可能な形態で、人手不足にも対応。



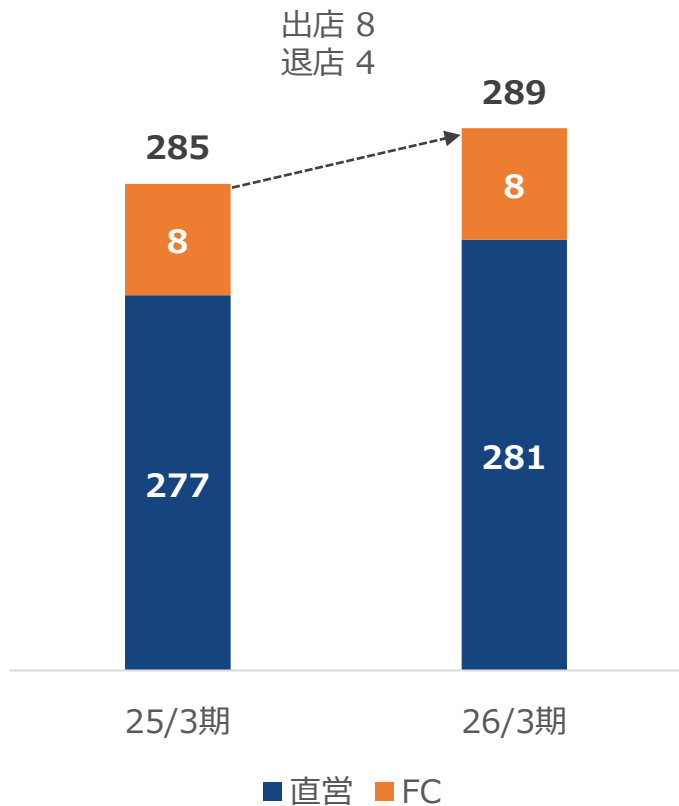
店舗の改装を継続。

修繕や店舗環境の整備に加え、増席やレイアウトの改善などにより客数は平均で115%上昇。来期以降も年10店舗以上の改装を実施予定。

サンマルクカフェ関連

不採算店の整理等を完了し、計画通り出店を加速 店舗数は純増に転じる

店舗数



2026年3月期における施策



サンマルクカフェ 神保町



サンマルクカフェ 彦根ビバシティ



サンマルクカフェ&茶 茗荷谷



サンマルクカフェ&茶 FFH¹
あべのキューズモール



サンマルクカフェ&茶 FFH¹
新宿御苑前



サンマルクカフェ&茶 FFH¹
目黒東

不採算店の整理を完了し、2026年下期より新規出店による店舗純増を再開
サンマルクカフェの新ブランドとして「&茶」の展開も開始

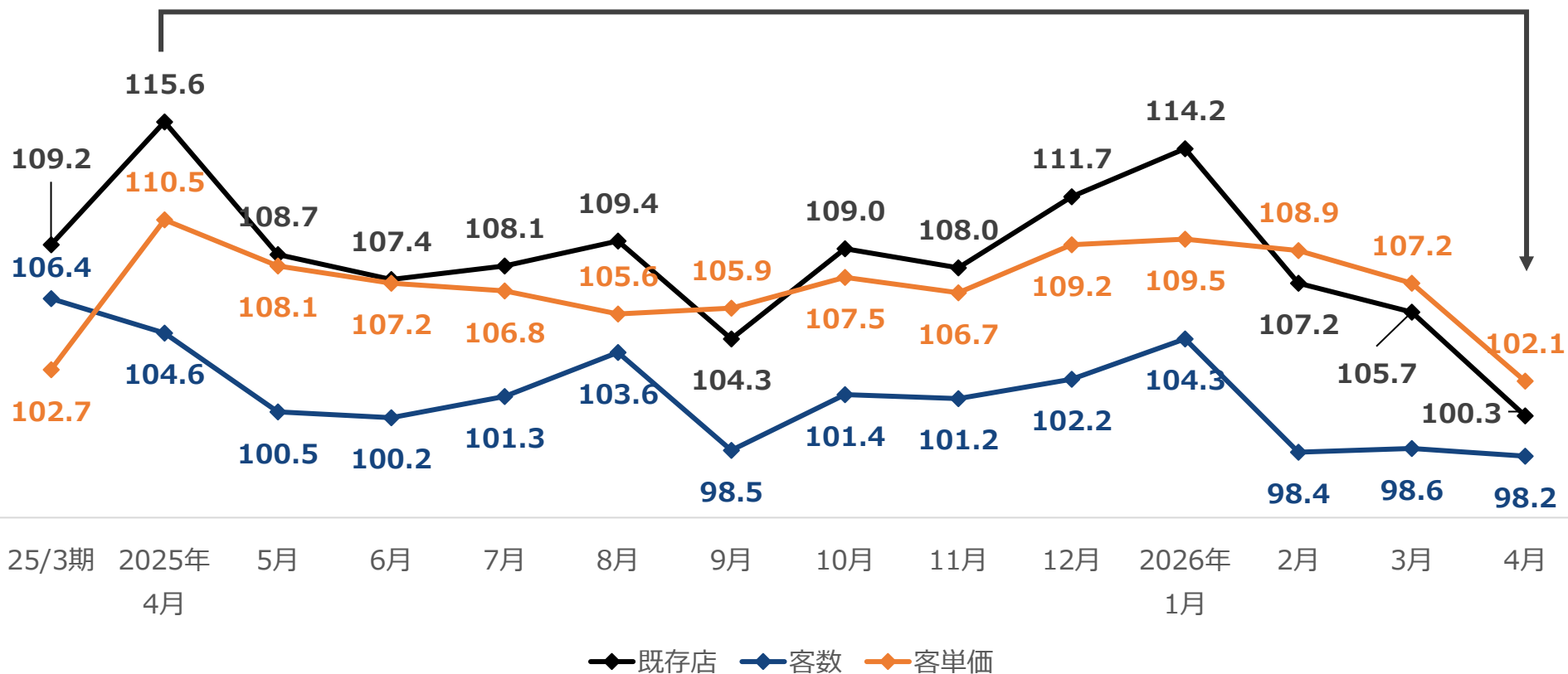
1: Fresh Fast Handmade の略で、これまでにない焼きたて・作りたて体験を提供する新コンセプト店

サンマルクカフェ関連

2026年3月期においては年間を通して客単価を中心に100%超を達成し、堅調な既存店推移

2026年4月は前年比でほぼ同水準となるも、比較対象となる2025年4月実績がコラボ商品の成功や値上げ等の影響で115.6%と非常に高い水準となったため

2026年3月期月次及び4月月次

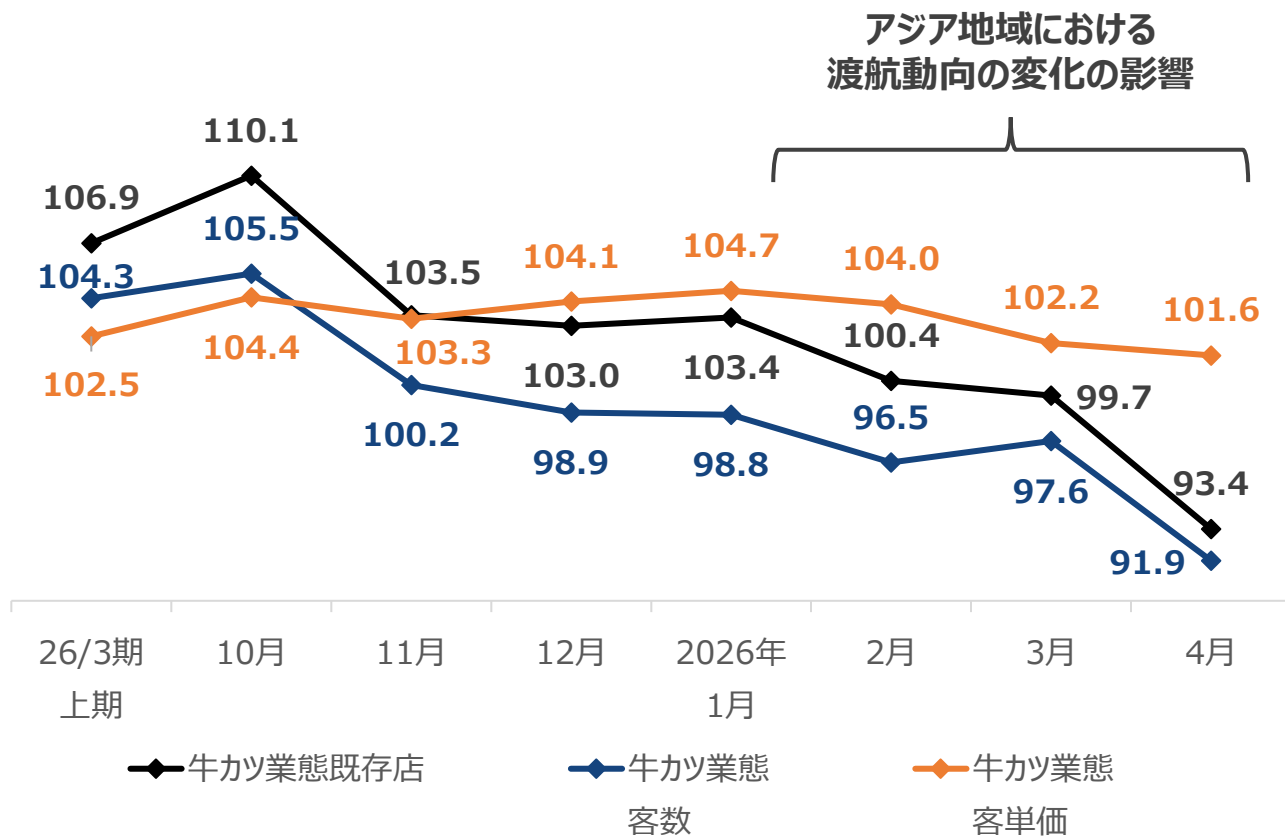


牛カツ関連

京都勝牛の保有する一部の業態を売却し、牛カツ業態に経営資源を集中する体制へ

既存店は上期は堅調に推移したものの、春節以降はアジア地域における渡航動向の変化の影響あり

2026年3月期及び4月牛カツ業態月次



ハンコア事業の売却について

京都勝牛の保有する一部ブランド
 をATCダイニングに譲渡

▼
 牛カツ業態に経営資源を集中し、
 事業ポートフォリオの最適化を
 図ることにより、対象事業の
 成長加速及びブランド価値の
 最大化を図る

本社移転について

採用強化を通じたグローバル展開及び出店の推進に加え、商品開発・撮影用キッチン及び併設する実験店舗を活用しての商品開発力向上を図り、本社を岡山県から京都府に移転

本社を岡山県から京都府に移転



京都府京都市下京区四条通烏丸東入ル長刀鉾町8 京都三井ビル4階

- ✓ 日本の喫茶・食文化の継承・発展
- ✓ 人材採用の強化を通じたグローバル展開と出店の推進
- ✓ 商品開発・撮影用キッチンの設置、実験店舗の併設を通じた商品開発力の強化

業績への影響

<販管費>

地代家賃	約1.1億円	28年3月期以降も 継続して発生見込
減価償却費	約0.6億円	
計	<u>約1.7億円</u>	

<特別利益>

資産売却	約1.5億円	岡山からの移転に伴い 一部資産を整理 27年3月期のみ
------	--------	-----------------------------------

<特別損失>

引越費用等	約0.7億円	27年3月期のみ
-------	--------	----------

- ✓ 本社移転に伴い翌期以降も継続する費用で約1.7億円、一過性の費用で0.7億円、計2.4億円の費用を見込む一方、一部資産の整理により約1.5億円を回収
- ✓ また、京都市の市内初進出支援制度を申請予定助成金の金額は未確定も2年間で合計0.4~0.5億円の営業外収益を見込む



1

2026年3月期実績

p.5

2

2027年3月期見通し

p.13

3

中期経営計画について

p.20

4

Appendix

p.33

中期経営計画の進捗振り返り

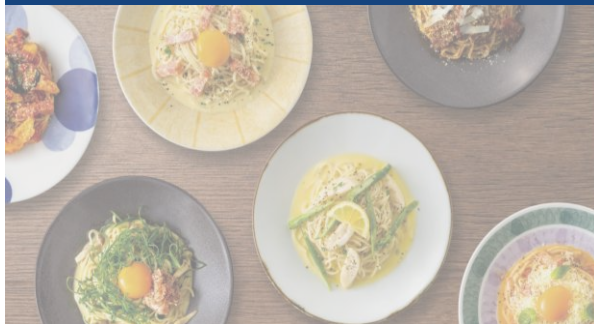
24年5月に発表した中期経営計画について、進捗は良好

2026年3月期における進捗評価

領域	方針	評価	実績
レストラン業態 (鎌倉パスタ)	「鎌倉パスタ」業態の継続出店 及び派生業態の出店による パスタ業態のポテンシャルの最大化	○	客数・客単価ともに前年比プラス維持を 継続しながら出店を継続
カフェ業態 (サンマルクカフェ)	「サンマルクカフェ」業態を中心とし た運営効率の改善	○	不採算店の整理が一巡し、新規出店を 再開。また、オペレーションの効率化や、 プレミアムチョコクロなど商品の高付加価 値化による価格戦略が想定以上に推 移し、店舗の運営効率も改善傾向
M&A	既存の有望業態の強化や、 M&Aによる新ブランドの獲得など、 27/3期以降の成長の軸となる 第3のブランド確立に向けた投資	◎	早々に牛カツ業態2社のM&Aを実施。 インバウンド向け需要の獲得や海外展 開を期待出来る和の業態であり、 将来の成長ドライバーとして期待

これまでの進捗を踏まえ、2026年3月期下期以降の戦略を見直し

レストラン業態 (鎌倉パスタ)



カフェ業態 (サンマルクカフェ)



牛カツ業態 (旧M&A)



従来方針

継続出店及び
派生業態の展開



新方針

従来方針を継続

運営効率の改善



出店再開・店舗純増
による成長

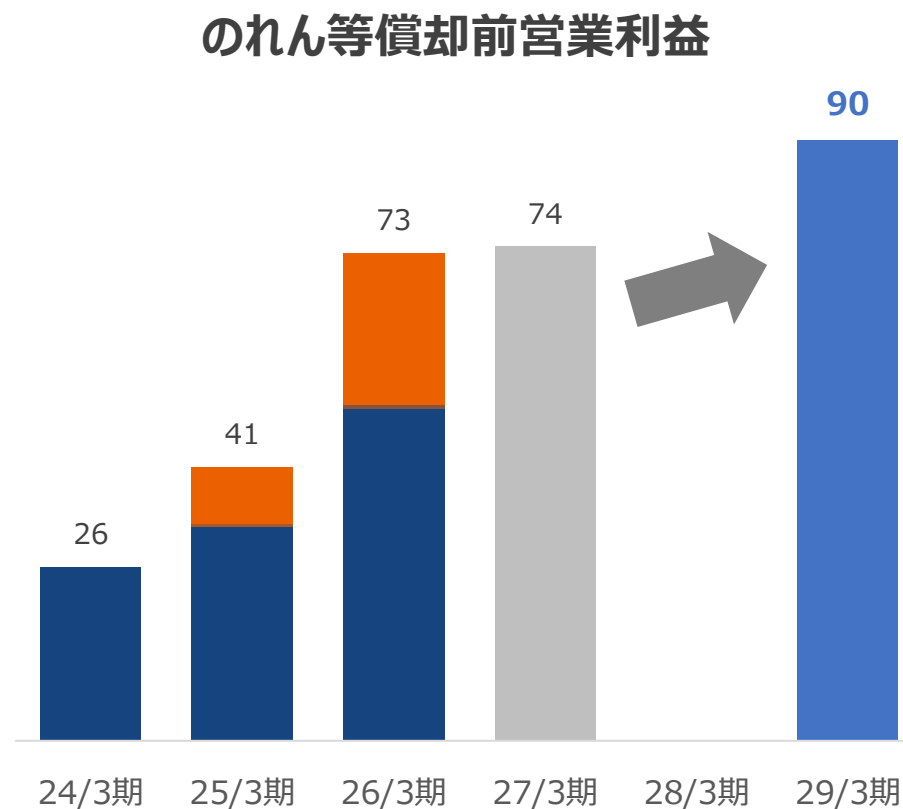
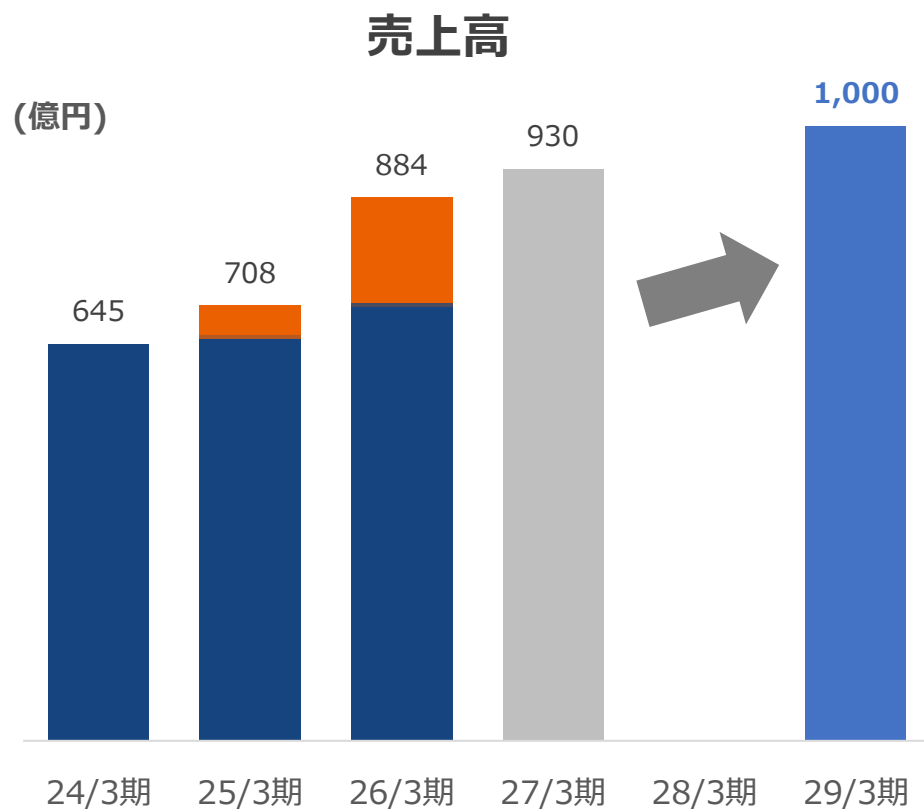
既存の有望業態の強化
M&Aによる新ブランドの獲得



国内外における
牛カツ業態の成長加速
(良いM&A案件は引き続き模索)

中期経営計画目標値

牛カツ業態のM&A及び既存事業の進捗を踏まえて中期経営計画の目標を2025年11月に修正

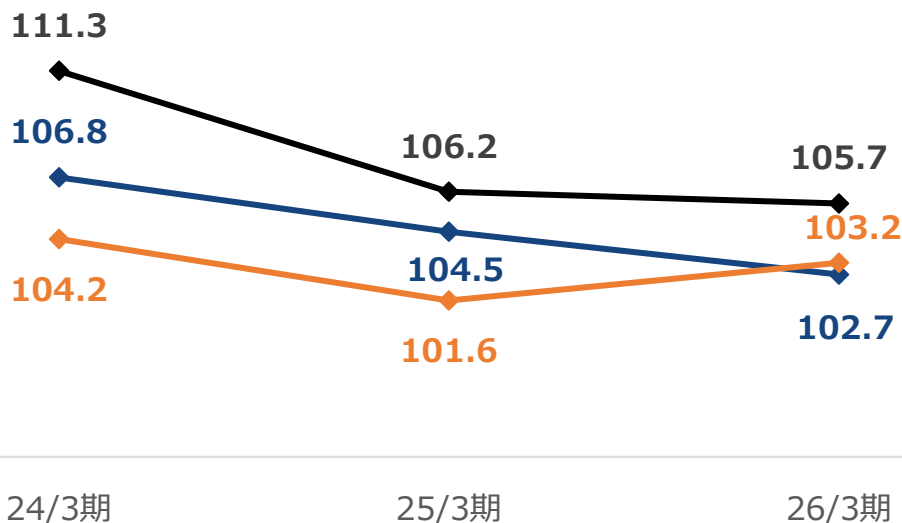


■ 実績 (既存事業) ■ 実績 (M&A) ■ 見通し ■ 新計画

■ 実績 (既存事業) ■ 実績 (M&Aおよびのれん償却) ■ 見通し ■ 新計画

鎌倉パスタ業態における成長の継続

鎌倉パスタ業態は既存店客数、既存店客単価ともに前年比でプラスを維持と健全な成長
引き続き各種PR施策や出店を通じた成長を継続



◆ 既存店売上高 ◆ 既存店客数 ◆ 既存店客単価

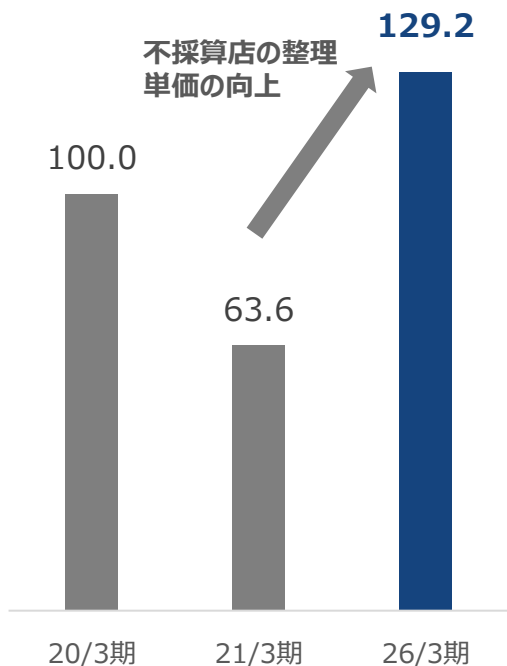
業態	状況及び見通し
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 主力業態として引き続き安定した出店を実施 ■ 創業から20年経過したこともあり、リ・ブランディングを通じた本質的な価値向上・他社との差別化を目指す
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 鎌倉パスタ業態よりも健康志向に充てた業態で、女性顧客が鎌倉パスタよりも多い ■ 鎌倉パスタと比較し10~15%程度高い客単価を実現 ■ アイドルタイムの喫茶に加え、近年、活発化してきた「モーニング需要」にも対応した業態開発と出店を行う
<p>てっぱんのスパゲッティ TEPPAN SPAGHETTI</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 鎌倉パスタ業態ではカバーしていない小規模店舗 (25坪程度) での出店が可能 ■ 小坪オフィス立地に加え、フードコートへの出店対応を実施し、既に数店舗の出店を実施

サンマルクカフェにおける出店継続

不採算店の整理等を終え、2026年3月期より出店を再開。店舗数は純増へ

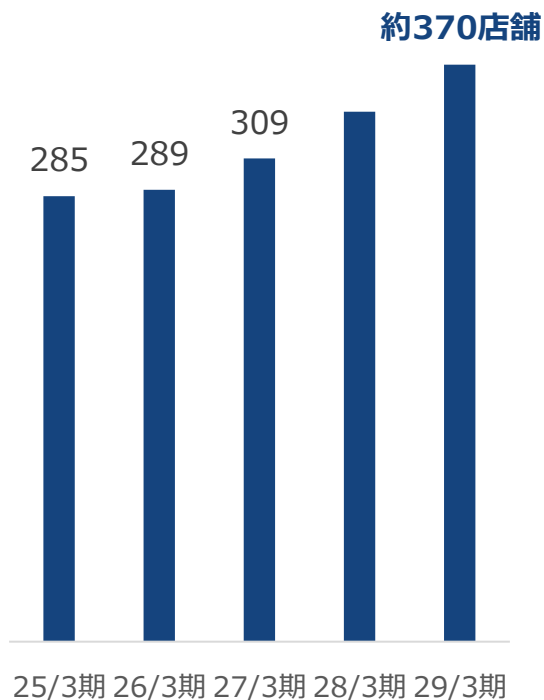
2029年3月期段階で370店舗を目指す

1店舗当たり平均月商
(FY20/3を100とする)



1店舗あたりの売上高は
コロナ前と比べても大きく改善

店舗数の見通し



店舗の再拡大フェーズへ



サンマルクカフェ本町信濃橋店 (大阪)
6年8か月ぶりに直営店の路面店を出店

牛カツ業態と連携することで
効率的な店舗開発に繋げる

国内事業方針

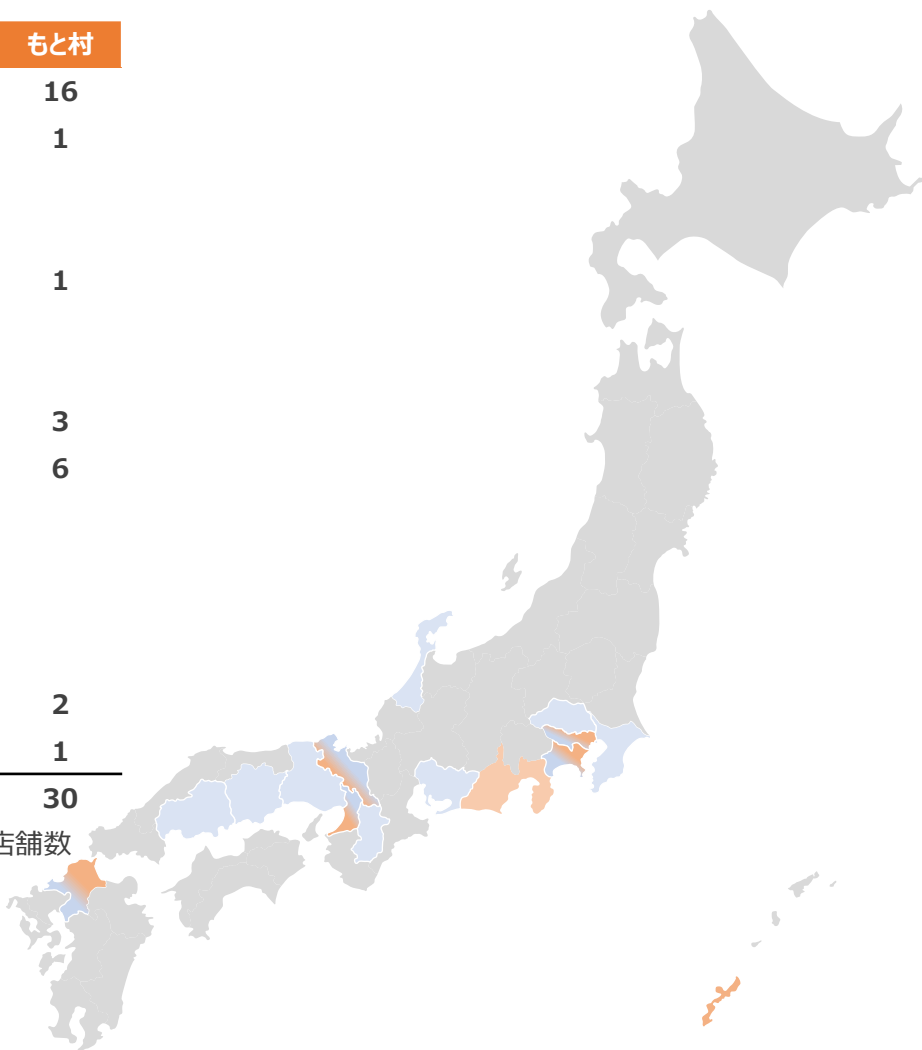
国内市場においては概算で150~200店舗程度の出店が可能な想定
2社のグループイン後は継続的な出店を通じて売上及び市場シェアの拡大を目指す

	京都勝牛	もと村
東京都	14	16
神奈川県	5	1
埼玉県	1	
千葉県	4	
静岡県		1
愛知県	6	
石川県	1	
京都府	11	3
大阪府	10	6
奈良県	3	
兵庫県	2	
広島県	1	
岡山県	1	
福岡県	3	2
沖縄県		1
合計	62	30

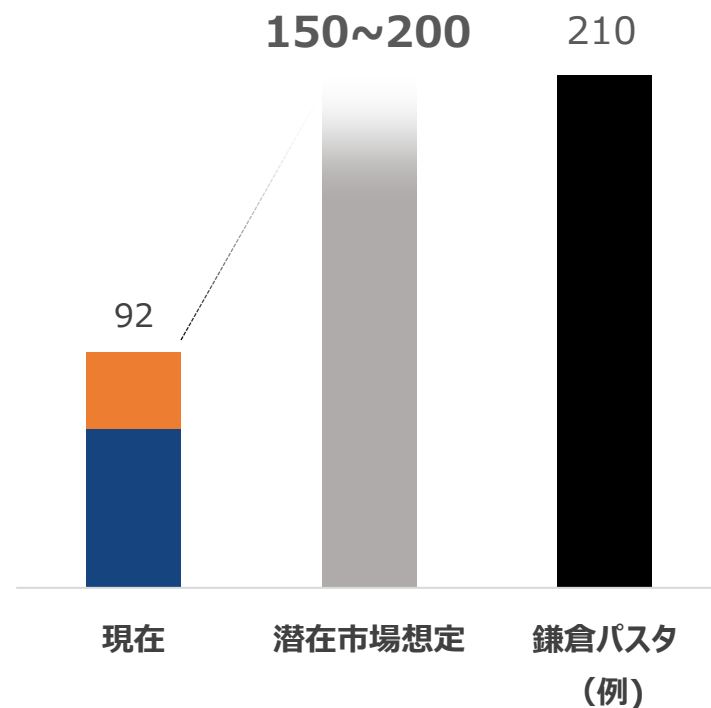
※2026年3月時点各地域店舗数

勝牛出店エリア

もと村出店エリア



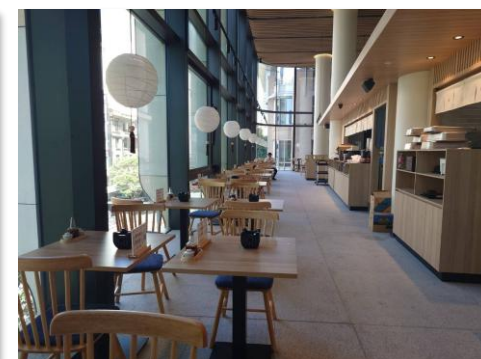
牛カツ業態の潜在市場想定



	牛カツ業態	パスタ業態
客単価	約2,400円	約1,600円

海外事業方針

京都勝牛のフランチャイズを中心に牛カツ業態の海外展開を継続 2026年3月期は5店舗の純増
2027年3月期は既出店地域において京都勝牛に加えてもと村のフランチャイズも展開予定

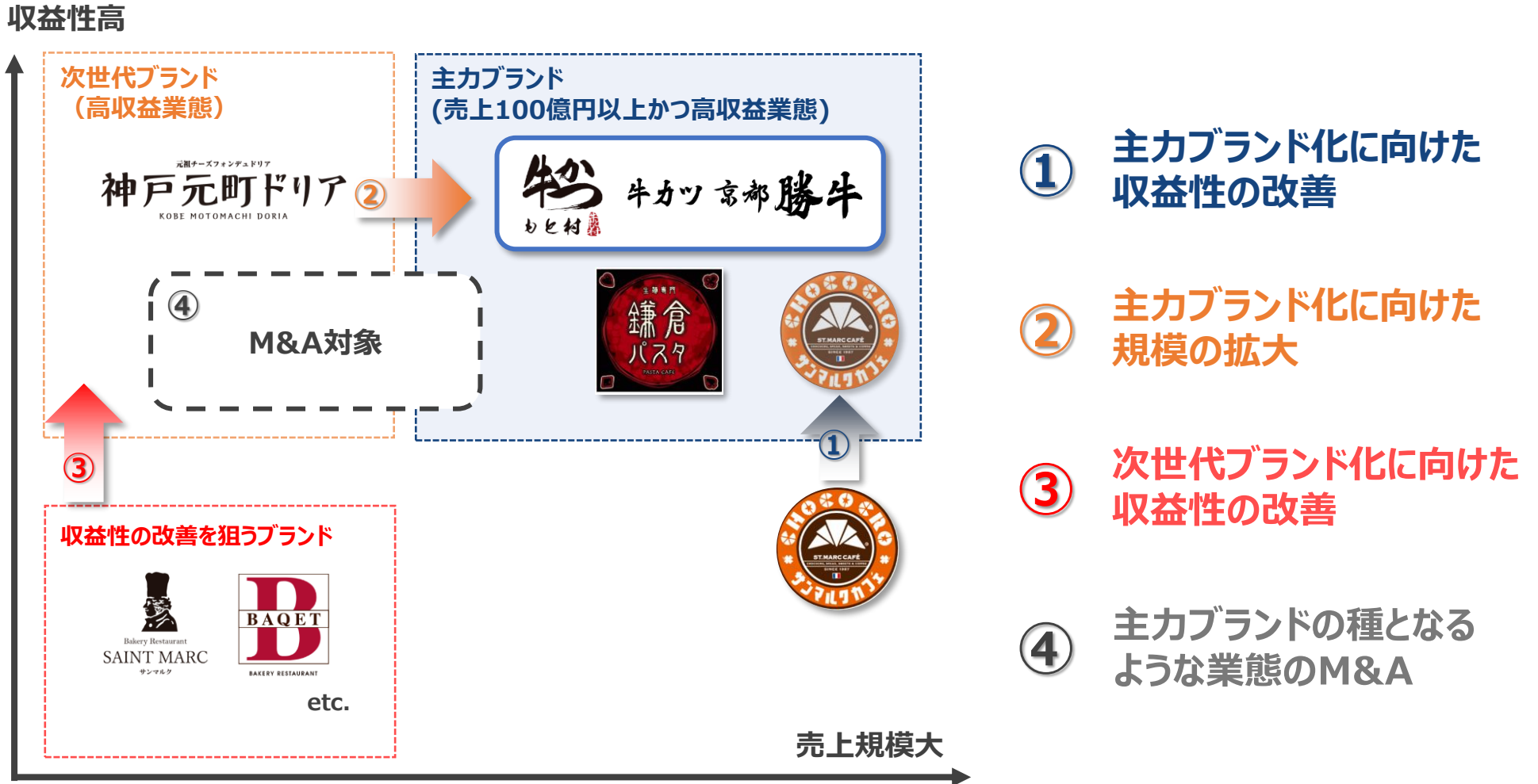


オーストラリア Town Hall 店 (2025年11月29日オープン)

海外店舗一覧	2025年3月期		2026年3月期	
	京都勝牛	もと村	京都勝牛	もと村
韓国	1店舗	—	1店舗	—
台湾	8店舗	2店舗	8店舗	2店舗
香港	1店舗	—	1店舗	—
タイ	2店舗	—	3店舗	—
インドネシア	4店舗	—	6店舗	—
フィリピン	2店舗	—	2店舗	—
カナダ	1店舗	—	1店舗	—
シンガポール	1店舗	—	2店舗	—
オーストラリア	—	—	1店舗	—

M&Aに関する方針

牛カツ業態のグループインにより主カブランドが1業態追加
引き続きM&Aによる業態拡大も狙う



29/3期に向けたキャピタルアロケーション

2025年11月18日開示
中期経営計画説明資料(更新)より再掲

牛カツ業態のM&Aを通してキャピタルアロケーションを見直し
追加のM&A案件があった場合は借入による実施を想定

キャピタルアロケーション (25/3期~29/3期)

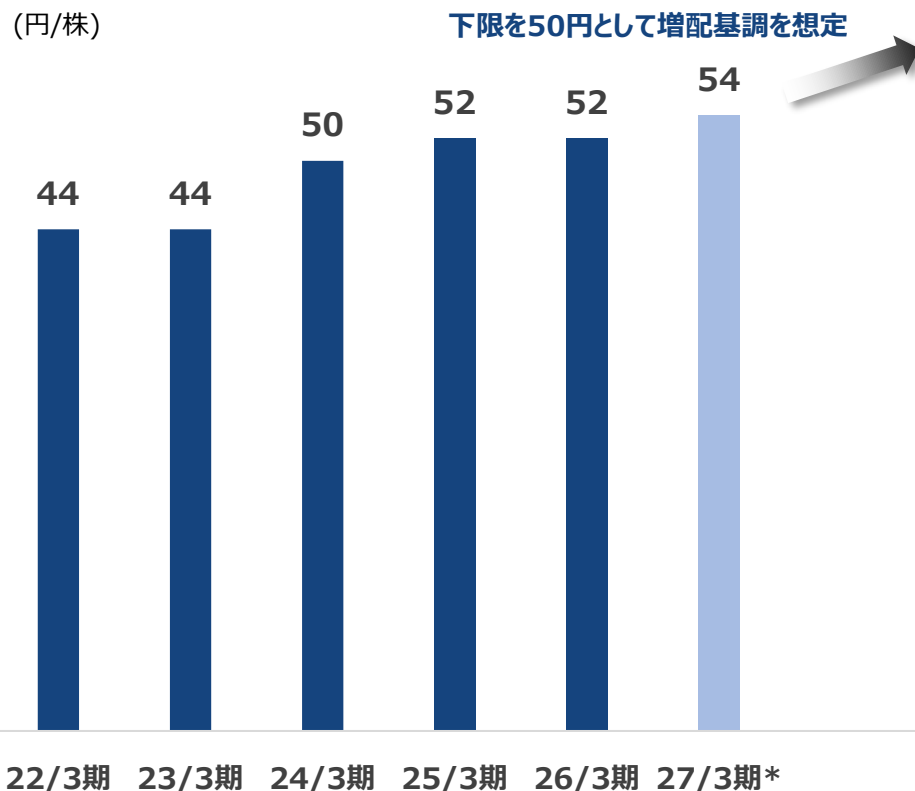
(億円)



株主還元及び株主優待

株主還元及び株主優待は方針を継続予定

株主還元



*27/3期については予想値

株主優待



当社グループ直営店及びFC店における
割引が利用可能な株主様ご優待カードは
継続を想定

優待についてはこちらをご参照ください

<https://www.saint-marc-hd.com/hd/ir/investor/>

株主及び投資家との対話の実施状況（2026年3月期）

株主及び投資家の皆様への適切な情報開示と建設的な対話を通して、経営状況に対する適切な理解の形成とともに、対話内容を経営にフィードバックすることによる企業価値向上の実現を目指す

面談の状況

IR面談実績：80件（前期40件）

主な対応者

SR・IR面談

代表取締役社長、取締役、
IR担当者

決算説明会
・動画

代表取締役社長

個人投資家向け
IR説明動画

代表取締役社長

1. 対話の主なテーマや株主の関心事項

- ◆ 出店戦略
- ◆ 値上げ対応
- ◆ インバウンド
動向と影響
- ◆ ブランドポート
フォリオ
- ◆ ブランド別戦略
- ◆ M&A方針
- ◆ 株主優待
- ◆ 必要現預金
- ◆ 株主還元方針

2. 取締役会に対するフィードバックの実施状況

- ◆ 対話内容を取締役会において
経営陣へ半期毎にフィードバック
- ◆ 特に重要事項は担当取締役より取締役会へ適宜報告

3. 対話を踏まえて取り入れた事項の例

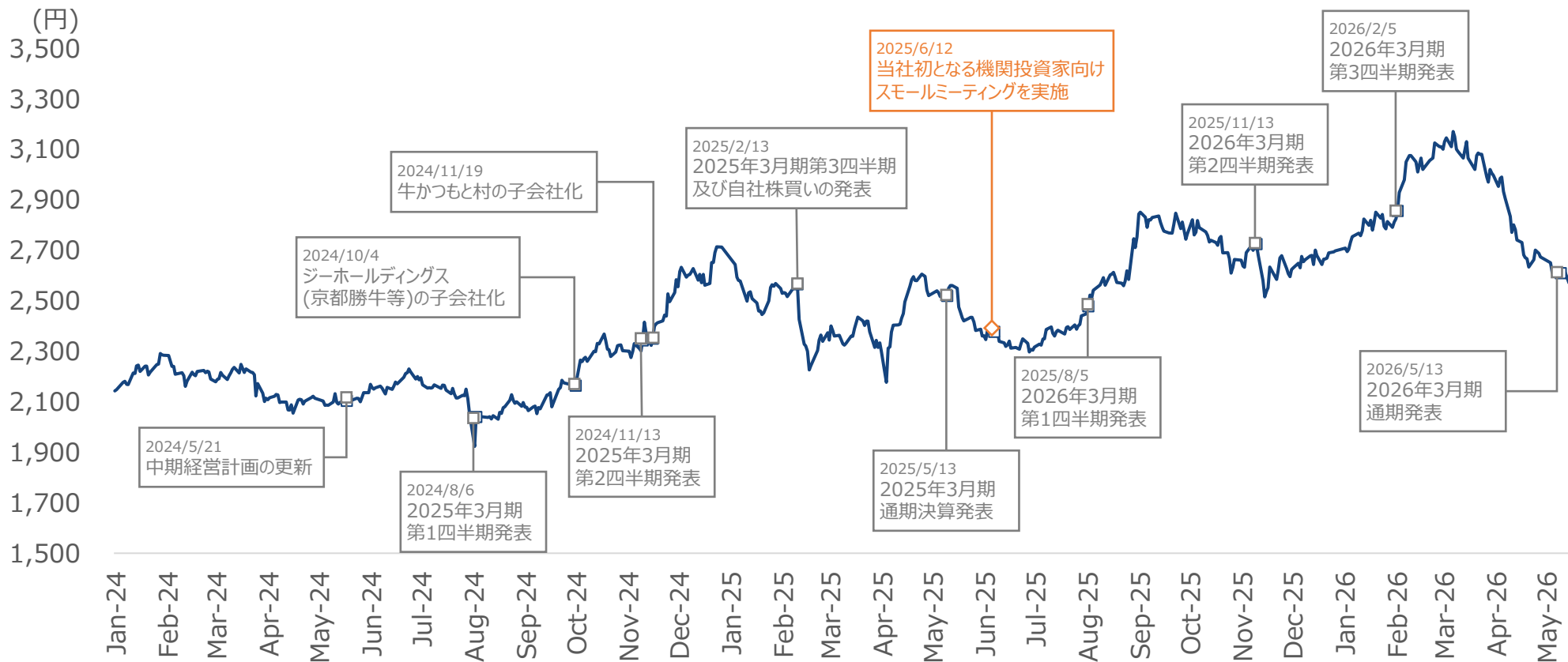
- ◆ 本中期経営計画を策定
- ◆ 株式会社フィスコによる当社の
企業調査レポート発行



株主及び投資家との対話の実施状況（2026年3月期）

2024年10月のM&Aの発表から投資家からの問い合わせと取材の機会を頂いている状況

引き続き投資家の皆様との対話を通じて企業価値の向上に取り組む方針



IR取材件数	2024年3月期		2025年3月期			2026年3月期		
	5月-7月(4Q)	8月-10月(1Q)	11月-1月(2Q)	2月-4月(3Q)	5月-7月(4Q)	8月-10月(1Q)	11月-1月(2Q)	2月-4月(3Q)
	8	6	12	14	20	21	20	19



1

2026年3月期通期実績

p.5

2

2027年3月期通期見通し

p.13

3

中期経営計画について

p.20

4

Appendix

p.33

事業概要

1989年にベーカリーレストラン「サンマルク」でスタート

以来飲食業の領域で展開を続け、現在は多様な飲食ブランドを直営中心に運営

2026年3月期業績

全社売上：884億円

全社営利※：51億円

レストラン事業

売上※：599億円 (67%)

利益※：44億円 (60%)

喫茶事業

売上※：284億円 (32%)

利益※：30億円 (40%)

レストラン事業

「鎌倉パスタ」を中心に
20ブランド以上の
飲食ブランドを
直営店中心に運営

ショッピングセンターや
ロードサイドにて展開

喫茶事業

「サンマルクカフェ」を中心に
カフェ業態を直営で運営

駅ビル内や駅前、商店街、
オフィスビル内、ショッピング
センターなどにて展開

運営ブランド (一部, 店舗数は2026年3月末)



鎌倉パスタ

210店舗



Bakery Restaurant
SAINT MARC
サンマルク

ベーカリーレストラン
サンマルク

35店舗



わかむら

牛かつもと村

36店舗

牛カツ 京都 勝牛

京都勝牛

103店舗



サンマルクカフェ

289店舗



倉式珈琲店

48店舗

※ 全社費用・調整額は23億円であり、各事業のセグメント利益の割合は全社費用・調整額調整前セグメント利益に対する割合を示す

当社の基本戦略

高品質なサービスや仕組化、店内調理の体制を元に既存の成熟した市場を切り開き成長

① 店内調理へのこだわり

『出来立て』『焼き立て』の
おいしさを届ける



② 仕組化・効率化

店内調理を前提としながらも
スケールメリット等を活かし
様々な仕組化を行い効率化

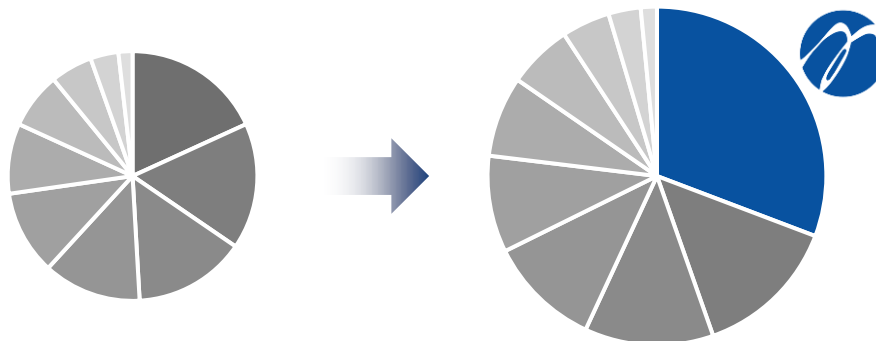


③ 高品質なサービス

効率化により生まれた時間で
より高品質な接客・サービスに
注力する



◆ 既存の成熟市場で高付加価値市場を開拓



成熟した市場においても高付加価値を求めるお客様を開拓
「高品質な飲食サービス」を系統的に提供し、新市場を創る

◆ ブランド・ポートフォリオの構築

業態を問わず、系統的な展開
が可能な市場に展開
ブランド・ポートフォリオを構築し
業態を多く抱えることで出店力を
強化



ブランド紹介

それぞれの業態で独自の強みを持って展開

ベーカリーレストラン サンマルク



Bakery Restaurant
SAINT MARC
サンマルク

創業の業態であり、
ファミリーレストラン等に対し
“焼き立てパン食べ放題”などの
付加価値をつけて展開

鎌倉パスタ



パスタ業態のチェーン展開における
リーディングブランド

大手チェーンの中で随一
“生パスタ”専門で展開

京都勝牛及び 牛かつもと村

牛カツ 京都 勝牛



2024年にM&Aにより取得

牛カツ市場をリードする
2ブランドを運営

日本の食文化として
国内だけではなく
海外に向けても展開

サンマルクカフェ



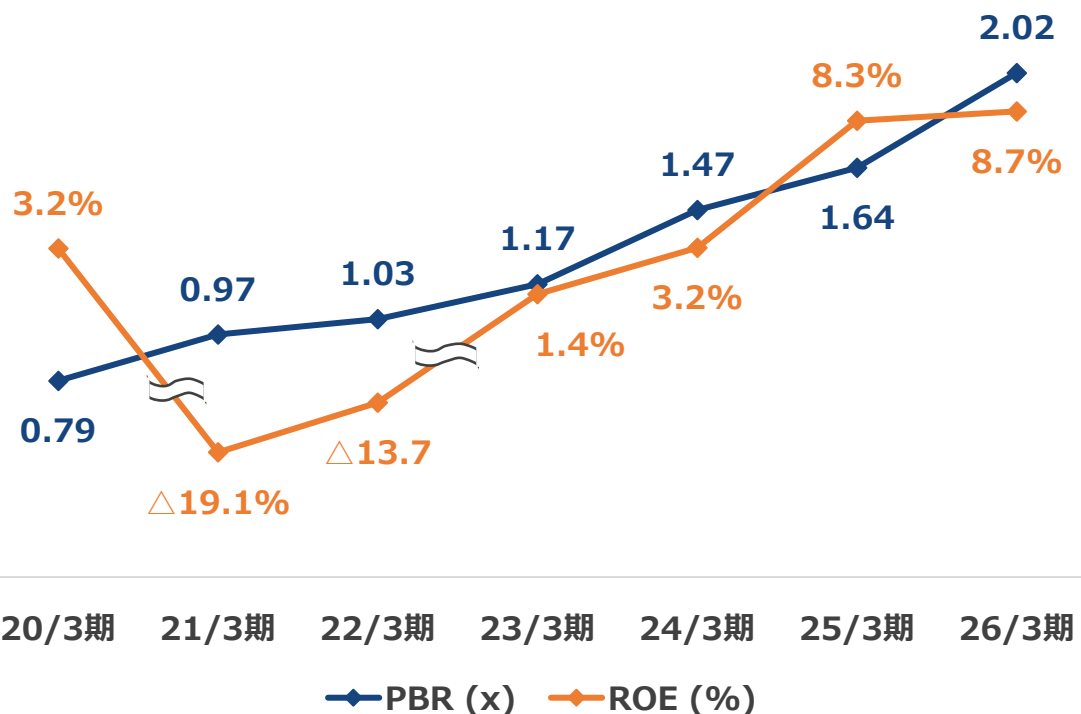
レストラン業態で深めた品質を
中心に据えた『ベーカリーカフェ』

多くあるコーヒーチェーンの中で
メジャーなセルフカフェと異なる
ポジションを意識した展開

当社の資本コストに関する認識とPBR及びROE

現在の当社のPBR及びROEと資本コストの前提は以下の通り

当社PBR及びROE推移



当社の想定する各資本コストの前提

株主資本コスト	6.0%程度	リスクフリーレート	2.7%
		ベータ	0.6程度
		市場リスクプレミアム	6%程度

計算式としてCAPMに基づく式を使用

WACC	5.0%程度	株主資本コスト	6.0%
		税引前負債コスト	1.2%

WACCは株主資本コスト及び税引後負債コストについて株式時価総額と有利子負債に基づき加重平均を取る形で計算

We Create the Prime Time For You

私たちはお客様にとって最高のひとときを創造します

本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。

将来予想に関する記述には様々なリスクや不確実性が含まれており、その結果、実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内及び国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。