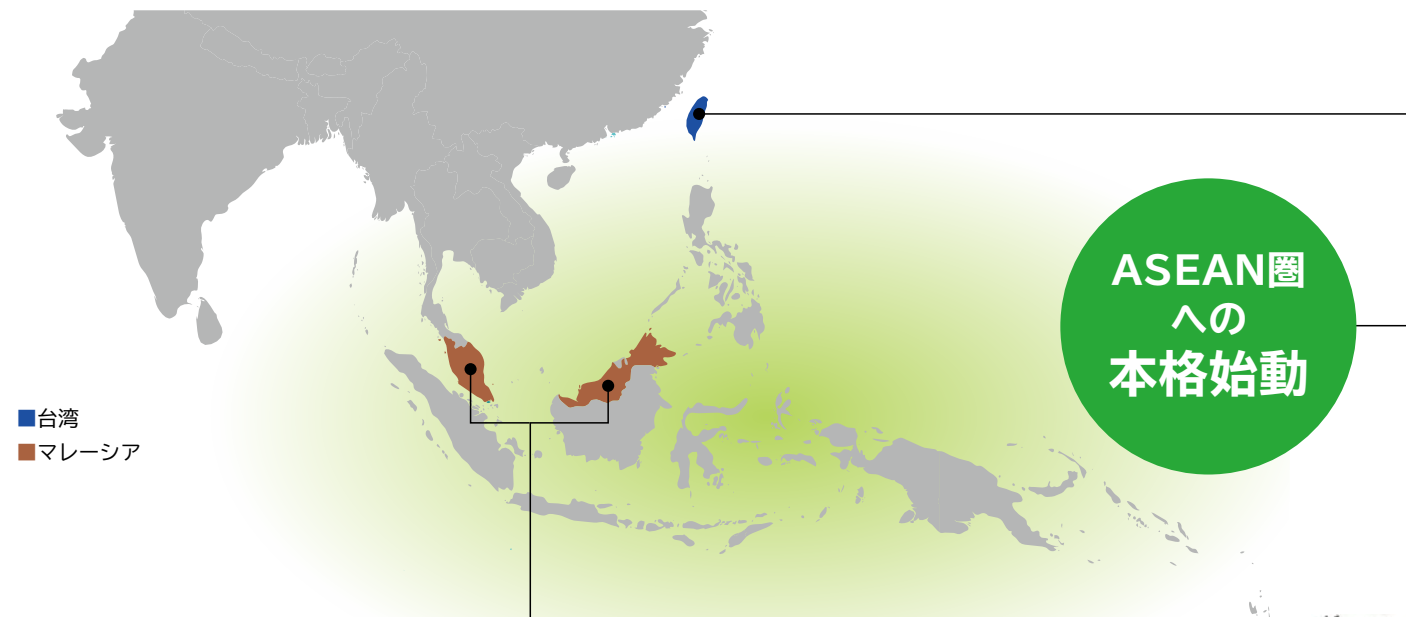


中期事業計画

海外展開

台湾・マレーシアの積極展開に加え、ASEAN圏で展開強化

当社グループは、現在台湾に89店舗、マレーシアに25店舗、米国に2店舗を展開（2025年12月末時点）しています。国内市場で培った「垂直統合サプライチェーン」と「高効率複数ブランド経営」のノウハウを各国の市場特性に合わせてローカライズし、地政学リスクやインフレ動向を慎重に見極めながら出店を推進。2025年から2027年までの3年間にASEAN圏を中心に海外で約100店舗の出店を目指しています。

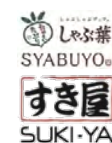


マレーシア

中華系・マレー系と2つの異なるターゲット層に向けたブランド戦略を展開

25店舗

2026年
6店出店予定
出店余地は
100店以上



マレーシアは、平均年齢が約30歳と非常に若く、子育て世代など消費意欲の旺盛な世代を中心に外食市場は一層成長していくとみえています。

マレーシア市場は、中華系とマレー系の2つの民族が融合した国家です。その異なるターゲット層に向けたブランド戦略を展開することで、迅速な店舗網拡大を目指しています。2025年1月にマレーシアで人気のすき焼き・しゃぶしゃぶレストラン「すき屋」などを運営するCreatories Consultancy Sdn. Bhd. (CCグループ)の全株式を取得し、子会社化いたしました。すかいらーくの有する「しゃぶ葉」とともに、マレーシアにおける事業拡大を推進しています。

- 「しゃぶ葉」：豚肉とアルコールを提供し、クアラルンプール首都圏に7店舗展開。中華系の人々を中心に高い支持をいただく
- 「すき屋」：豚肉とアルコールを提供しないムスリム向けの店舗でクアラルンプール首都圏に18店舗展開。ムスリム向けの人々の人気を集めている

両社のシナジー

しゃぶしゃぶ系の2ブランドを持つことにより、調達、配送、店舗デザイン、人材教育など多くの分野で共通化でき、事業効率を高めることが可能となります。



台湾

2025年12店舗出店 業績好調

89店舗

2026年100店突破予定

2026年初進出

台湾市場は、当社海外事業の成長を最も牽引しています。

主要ブランドの水平展開

しゃぶしゃぶ専門店の「しゃぶ葉（涮乃葉）」、「武蔵野森珈琲」など、日本国内で高い支持を得ている高付加価値ブランドの出店が極めて好調に推移しています。確立された製造能力と物流網を土台に、今後は主要都市を中心に毎年10店舗以上の着実なペースで新規出店を加速し、さらなる成長を目指します。

各業態 1号店 オープン

1996年「SKYLARK」



2003年「Café Grazie」



2007年「藍屋」

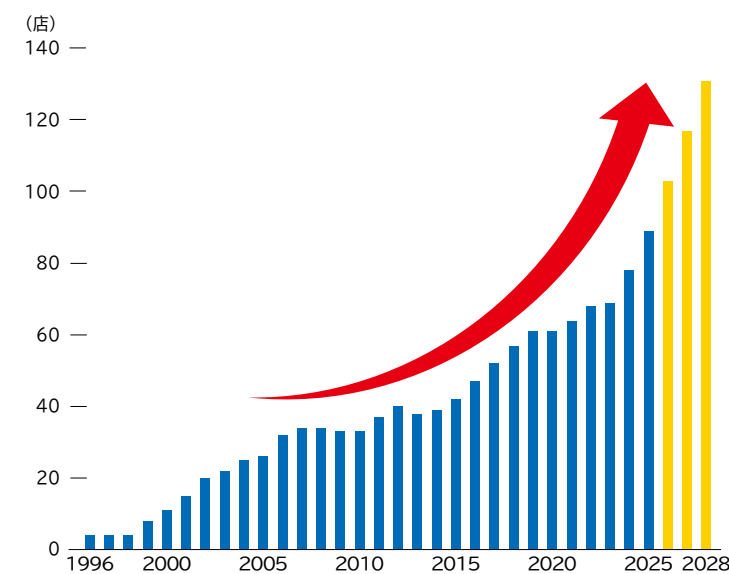


2015年「しゃぶ葉（涮乃葉）」



自社工場の増強により現地のニーズに合わせた多彩なブランド展開が可能に

店舗数の推移



2015年「横濱牛排」



2023年「武蔵野森珈琲」



2025年「La Ohana」



TOPICS

インドネシア進出へ向けて

ASEAN圏における次なる成長戦略として、インドネシアへの進出を本格始動しました。同国は世界第4位（約2.8億人）の人口、ならびに世界最大のムスリム人口を抱える巨大な市場であり、若い年齢構成を背景に、中間所得層の拡大と堅調な内需拡大が続いています。

現地では日本食に対する需要およびブランドへの信頼性が極めて高く、プレミアムな外食体験を求める消費者が急増しています。こうした現地の消費トレンドを確実に捉えるとともに、マレーシアの「すき屋」で培ったノウハウを水平展開し、同国における事業の成功を目指してまいります。