

わくわく無限大！
個性いろいろ
ともに創る
驚きの未来。

2022年2月期第1四半期決算 (補足説明資料)

2021年7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

【東証第一部 証券コード3387】

目次

I. 業績ハイライト

1. 業績の概要[IFRS]
2. 店舗の営業状況及び既存店前々年比について
3. 業績の概要(カテゴリー別)

II. 2022年2月期業績予想

1. 2022年2月期通期業績予想の概要
2. 2022年2月期通期業績予想の概要(カテゴリー別)

III. 中期経営計画

1. 中長期的な成長戦略(概要)
2. 成長戦略①②③
3. 中期経営計画のロードマップ
4. 数値計画

IV. 株主還元策

1. 株主還元について

V. Appendix

1. 出退店及び店舗数について
2. 既存店前々年比の推移
3. 財務状況について

I. 業績ハイライト

1. 業績の概要[IFRS]

売上収益:177億円、営業利益:15億円、親会社の所有者に帰属する四半期利益11億円、調整後EBITDA56億円

✓売上収益について

- ・2021年4月25日発令の3回目の緊急事態宣言及び二度に亘る期限の延長(6/20まで)
⇒感染拡大防止に協力するとともに、従業員の健康を守るべく、政府や各自治体からの要請に真摯に対応
- ・営業時間の短縮・休業、酒類提供禁止等の影響により、実質既存店前々年比(対2020年2月期)※1は、45%前後と低迷
⇒対目標値においても28億円の未達

✓営業利益について

- ・前期から取り組んだ筋肉質なコスト構造への転換が奏功したことに加え、協力金・雇用調整助成金等の下支えあり
⇒対目標値において約20億円の上振れ

| | 2021年2月期 第1四半期 | | 2022年2月期 第1四半期 | |
|-----------------------|-------------------|-----|-------------------|-------|
| | 実績 ※2 | 売上比 | 実績 | 売上比 |
| 売上収益 | 11,812 | | 17,740 | |
| 営業利益 | △ 7,787 | - | 1,520 | 8.6% |
| 税引前利益 | △ 8,007 | - | 1,461 | 8.2% |
| 四半期利益 | △ 7,979 | - | 1,068 | 6.0% |
| 親会社の所有者に 帰属する四半期利益 | △ 7,362 | - | 1,067 | 6.0% |
| 調整後EBITDA ※4 | △ 3,320 | - | 5,562 | 31.4% |

| 2022年2月期 第1四半期 | | 目標値 差異 |
|-------------------|-------|-----------|
| 目標値 ※3 | 売上比 | |
| 20,570 | | △ 2,829 |
| △ 539 | - | +2,059 |
| △ 680 | - | +2,141 |
| △ 863 | - | +1,931 |
| △ 452 | - | +1,519 |
| 3,642 | 17.7% | +1,920 |

※1:実質既存店前々年比は、コロナ禍前の2020年2月期の数値を用いて、且つ休業店舗も含めて算出しています。

※2:前連結会計年度において、企業結合に係わる暫定的な会計処理の確定を行ったため、前期に関連する連結経営成績について、暫定的な会計処理の確定内容を反映させています。

※3:2022年2月期第1四半期(目標値)については、社内における目標値です。

※4: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、雇用調整助成金、協力金及び賃料減免分等を除く)+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.店舗の営業状況及び既存店前々年比(対2020年2月期)について

| | 3月 (2021年3月31日時点) | 4月 (2021年4月30日時点) | 5月 (2021年5月31日時点) | 6月 (2021年6月30日時点) |
|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| 総店舗数 | 1,073 | 1,075 | 1,068 | 1,067 |
| 内、営業店舗数 | 1,041 | 760 | 790 | 1,035 |
| (営業店舗数/総店舗数) | 97.0% | 70.7% | 74.0% | 97.0% |
| 内、営業時間短縮店舗数 | 637 | 468 | 549 | 777 |
| (営業時間短縮店舗数/営業店舗数) | 61.2% | 61.6% | 69.5% | 75.1% |
| 実質既存店前々年(対2020年2月期)比 | 51.9% | 47.6% | 35.2% | 42.0% |

(ご参考)SFPカテゴリー

| | | | | |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|
| 総店舗数 | 226 | 226 | 226 | 226 |
| 内、営業店舗数 | 221 | 79 | 41 | 179 |
| (営業店舗数/総店舗数) | 97.8% | 35.0% | 18.1% | 79.2% |
| 内、営業時間短縮店舗数 | 176 | 54 | 24 | 149 |
| (営業時間短縮店舗数/営業店舗数) | 79.6% | 68.4% | 58.5% | 83.2% |
| 実質既存店前々年(対2020年2月期)比 | 36.5% | 30.2% | 7.1% | 14.7% |

※6月(速報値)

※実質既存店前々年比の定義について

コロナ禍前の前々年度(2020年2月期)以前に出店した店舗を比較対象とし、期間中休業した店舗も含めて算出

3.業績の概要(カテゴリー別)

カテゴリー別の概要

【CR】

売上は、3月は健闘していたものの、4月の3回目の緊急事態宣言発令及び二度に亘る解除延期により、4月後半から5月にかけて厳しい状況。一方キャッシュフローは、前期から継続している徹底したコストコントロール等により黒字を確保。

【SFP】

売上は、3月こそ時短営業出来てはいたものの、4月発令の緊急事態宣言下では酒類提供禁止の影響により首都圏を中心に多くで休業を強いられた上、宣言の解除延期により苦戦。一方、キャッシュフローはかろうじて黒字。

【専門ブランド】

売上は、ベーカリーやそば・つけめん業態等の日常ブランド中心に善戦。3回目の緊急事態宣言により首都圏や郊外ロードサイド店舗に影響があるも、コストコントロールの徹底により、CR同様キャッシュフローは黒字。

【海外】

シンガポール・香港は好調。北米地域はワクチンの普及率と比例して規制も緩和され、徐々に売上が回復。キャッシュフローにおいても黒字。

実質既存店前々年比

| カテゴリー | 3月 | 4月 | 5月 | 1Q | 6月 (速報値) |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------------|
| CR | 55.5% | 50.4% | 37.4% | 47.8% | 42.4% |
| SFP | 36.5% | 30.2% | 7.1% | 24.6% | 14.7% |
| 専門ブランド | 59.4% | 52.9% | 45.6% | 52.8% | 49.8% |
| 海外 | 50.0% | 61.3% | 63.5% | 58.1% | 76.1% |
| 連結 | 51.9% | 47.6% | 35.5% | 45.1% | 42.0% |

(単位:百万円)

| カテゴリー | 2021年2月期1Q | | | 2022年2月期1Q | | | 差異 | | |
|----------|------------|-----------|-----|------------|-----------|-------|-------|-----------|-----|
| | 売上収益 | カテゴリーCF※2 | 売上比 | 売上収益 | カテゴリーCF※2 | 売上比 | 売上収益 | カテゴリーCF※2 | 売上比 |
| CR | 3,428 | △ 2,279 | - | 7,033 | 1,509 | 21.5% | 3,605 | 3,788 | - |
| SFP | 3,044 | △ 1,406 | - | 2,229 | 139 | 6.3% | △ 815 | 1,545 | - |
| 専門ブランド | 4,483 | △ 1,590 | - | 6,374 | 979 | 15.4% | 1,891 | 2,569 | - |
| 海外 | 952 | △ 778 | - | 2,401 | 101 | 4.2% | 1,449 | 880 | - |
| その他調整等※1 | △ 95 | 2,733 | - | △ 298 | 2,831 | - | △ 202 | 98 | - |
| 合計 | 11,812 | △ 3,320 | - | 17,740 | 5,562 | 31.4% | 5,928 | 8,883 | - |

※1: その他調整等は、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工費等であります。

※2: カテゴリーCF=営業利益(日本基準)+減価償却費+のれん償却費+協賛金収入+非経常的費用項目+期間対応収益項目(雇用調整助成金及び協力金等)

Ⅱ. 2022年2月期業績予想

1. 2022年2月期通期業績予想の概要

直近の商況変化を反映し、2021年4月14日開示の通期業績予想を7月14日に修正

⇒売上収益:930億円、営業利益:55億円、親会社の所有者に帰属する当期利益30億円、調整後EBITDA: 224億円

5月に再々延長された緊急事態宣言や、その後のまん延防止等重点措置への移行、7月の4度目となる緊急事態宣言等の影響により、少なくとも第3四半期までの売上収益は低迷するものと予想

| 実質既存店前々年比※1 | 1Q単 | 2Q単 | 3Q単 | 4Q単 | 通期 |
|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 期初予想(変更前) | 52.7% | 71.8% | 90.8% | 92.5% | 76.4% |
| 修正予想(変更後) | 45.1% | 43.5% | 71.8% | 89.9% | 62.1% |

| (単位:百万円) | 2022年2月期 (前回予想:4月14日開示) | | 2022年2月期 (修正予想) | | 差異 | 増減率 |
|----------------------|----------------------------|-------|--------------------|-------|----------|--------|
| | 予想 | 売上比 | 予想 | 売上比 | | |
| 売上収益 | 115,000 | | 93,000 | | △ 22,000 | △19.1% |
| 営業利益 | 4,600 | 4.0% | 5,500 | 5.9% | +900 | +19.6% |
| 税引前利益 | 4,000 | 3.5% | 5,000 | 5.4% | +1,000 | +25.0% |
| 当期利益 | 2,700 | 2.3% | 3,400 | 3.7% | +700 | +25.9% |
| 親会社の所有者に 帰属する当期利益 | 2,500 | 2.2% | 3,000 | 3.2% | +500 | +20.0% |
| 調整後EBITDA※2 | 22,000 | 19.1% | 22,400 | 24.1% | +400 | +1.8% |

※1:実質既存店前々年比は、コロナ禍前の2020年2月期の数値を用いて、且つ休業店舗も含めて算出しています。

※2: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、雇用調整助成金、賃料減免分及び協力金等を除く)+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. 2022年2月期通期業績予想の概要(カテゴリー別)

| カテゴリー | 2022年2月期 (前回予想:4月14日開示) | | | 2022年2月期 (修正予想) | | | 差異 | | |
|--------|----------------------------|---------|-------|--------------------|---------|-------|---------|---------|-------|
| | 売上収益 | カテゴリーCF | 売上比 | 売上収益 | カテゴリーCF | 売上比 | 売上収益 | カテゴリーCF | 売上比 |
| CR | 43,700 | 5,500 | 12.6% | 34,400 | 5,100 | 14.8% | △9,300 | △400 | +2.2% |
| SFP | 25,000 | 2,100 | 8.4% | 18,200 | 2,600 | 14.3% | △6,800 | +500 | +5.9% |
| 専門ブランド | 36,100 | 3,200 | 8.9% | 30,400 | 3,800 | 12.5% | △5,700 | +600 | +3.6% |
| 海外 | 11,500 | 1,300 | 11.3% | 12,200 | 1,300 | 10.7% | +700 | - | △0.6% |
| その他調整等 | △1,300 | 9,900 | - | △2,200 | 9,600 | - | △900 | △300 | - |
| 合計 | 115,000 | 22,000 | 19.1% | 93,000 | 22,400 | 24.1% | △22,000 | +400 | +5.0% |

※カテゴリーCF=営業利益(日本基準)+減価償却費+のれん償却費+協賛金収入+非経常的費用項目+期間対応収益項目(雇用調整助成金及び協力金等)

※その他調整等は、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であります。

Ⅲ. 中期経営計画

〈中期経営計画の方向性〉

～変化対応力を最大限活かし、サステイナブルな利益成長を目指す～

1. 中長期的な成長戦略(概要)

外部環境

- ✓新型コロナウイルス感染症の影響により、**外食産業を取り巻く不安定な時期は当面続く**
- ①お客様の行動様式の変化により、「立地・業態」へのニーズが急速に変化
- ②外食産業からの店舗の撤退・廃業、人財の流出も表面化
- ③各社ともコロナ危機を生き残り、長期的に生き抜くための継続的な財務基盤の整備が不可欠に

当社認識と対応

- ①ライフスタイルの変化により、消費行動はもとは戻らない
- ②潜在的な出店余力・M&A機会は増加
- ③財務基盤の整備は、2021年2月実施の永久劣後ローン調達により対応済み
⇒再成長に向け、他社に先駆けて成長戦略を推進

成長戦略の3本の柱

①アフターコロナを見据えた
ポートフォリオの見直し

②グループ連邦経営の
更なる進化

③DX推進による生産性の
向上・人財不足への対応

中長期的な経営目標

食を通じて、ステークホルダーに対し、「豊かさ」を提供し続ける企業グループ

お客様・社会

安全・安心で地域に愛される店舗・料理・サービスを提供

お取引先

長期的な互惠関係の構築

従業員

安定的な雇用、多様(ダイバーシティ)な働き方の提供

株主

サステイナブルな利益成長

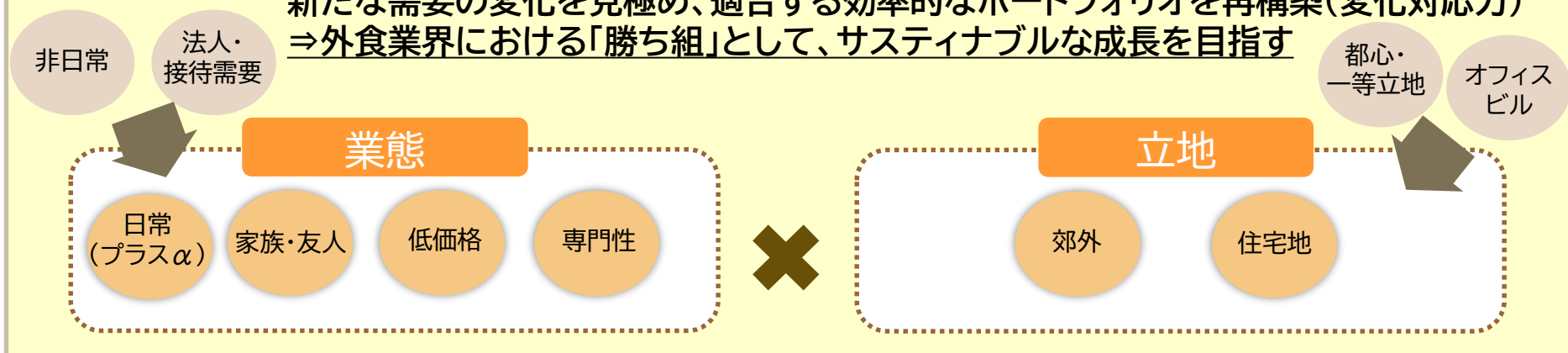
2. 成長戦略①

アフターコロナを見据えたポートフォリオの見直し

一部同業他社の業績不振による撤退・廃業が増加 ⇒ 潜在的な出店余力・M&A機会は増加

業態×立地

新たな需要の変化を見極め、適合する効率的なポートフォリオを再構築(変化対応力)
⇒ 外食業界における「勝ち組」として、持続可能な成長を目指す



新規出店

- ✓ 年間30店舗の出店 (2023/2期以降再開)
- ✓ 出退店の基準は従来以上に厳格化
⇒ 投資効率基準に満たない店舗があれば積極的な退店を推進

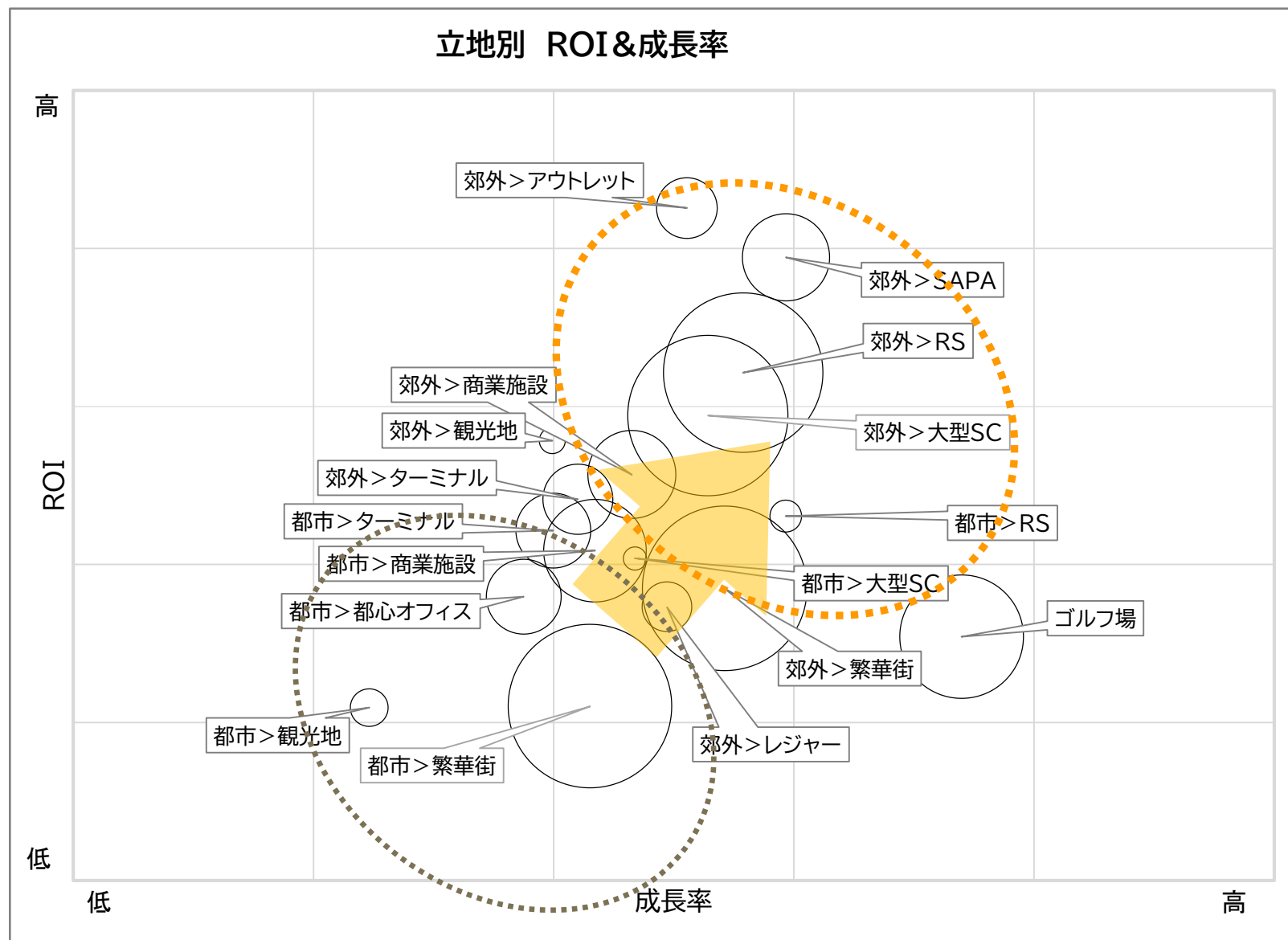
業態変更・改装

- ✓ 新たなニーズに対して、最適な業態変更を実施
- ✓ 非接触型/
ファストカジュアル化/
テイクアウト・デリバリー対応

M & A

- ✓ これまでのM&A経験を活かし、アフターコロナ時代においても引き続き長く支持されるブランド・業態を見極め、厳選した上で案件獲得を目指す (国内及び北米中心)
- ✓ ターゲットは比較的小粒ながらエッジの効いたブランドや、地域密着型ブランド
- ✓ グループ内において投資効率基準に満たないポートフォリオがあれば、将来的なカーブアウトも検討

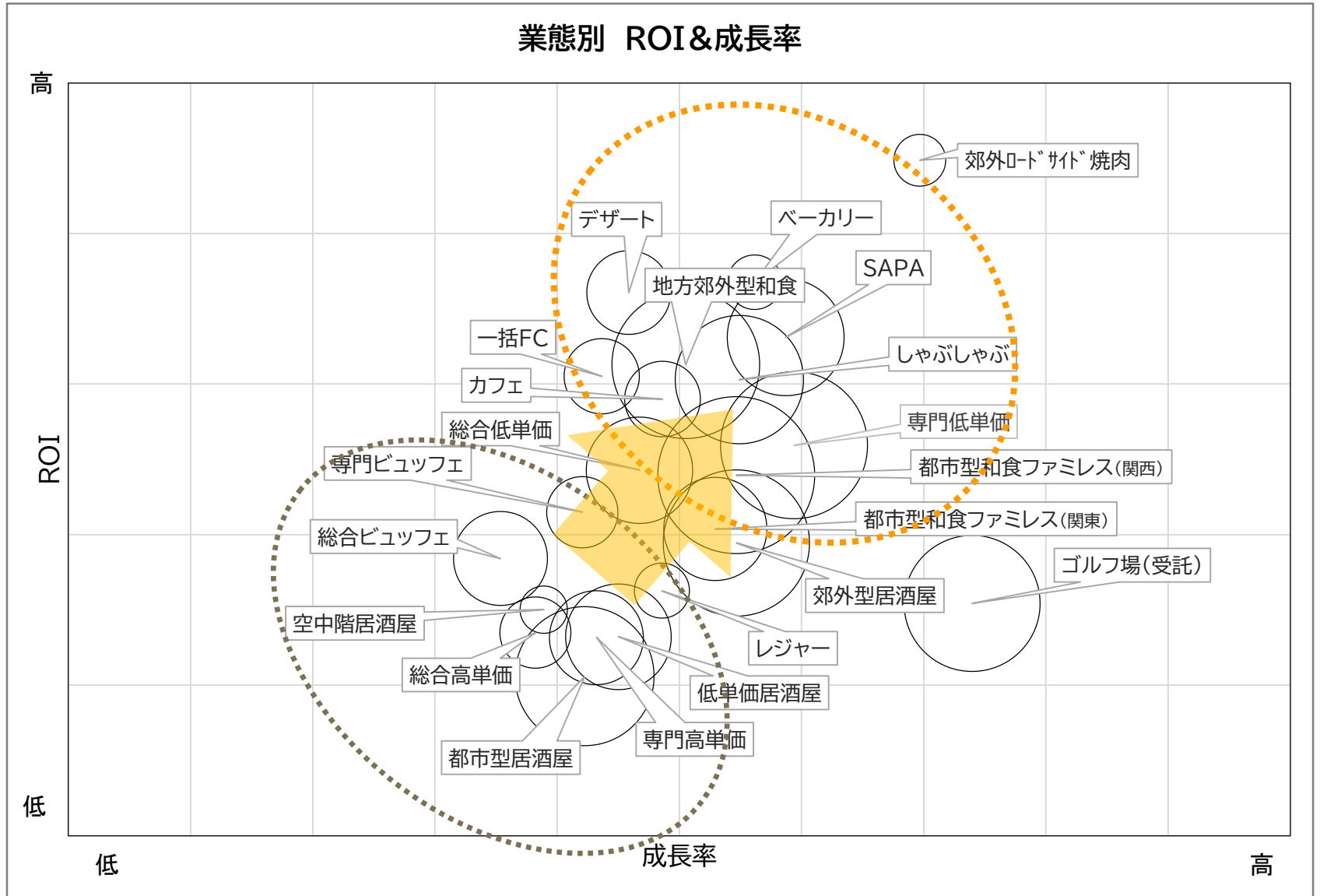
2. 成長戦略①: ポートフォリオ(立地別)



※円の大きさは売上規模を表しています

[データ元: 2021年2月期実績]

2. 成長戦略①: ポートフォリオ(業態別)



※円の大きさは売上規模を表しています

[データ元: 2021年2月期実績]

2. 成長戦略②

グループ連邦経営の更なる進化(求心力と遠心力のリバランス)

- ✓グループ事業会社の個性を尊重する「グループ連邦経営」の考え方は不変
- ✓一方、コロナ危機を踏まえ、迅速に対応すべき課題については、持株会社が求心力を強めた上で積極的に推進

求心力

(持株会社)

- ・危機対応時のガバナンス
- ・グループ事業会社の再編
⇒CR社と2019年にM&Aしたクリエイイト・スポーツ&レジャー社の統合(9/1予定)
- ・立地情報集約による投資・撤退判断
⇒ロードサイド物件情報等を一本化
- ・バックオフィス機能統合によるシナジー追求
(経理・購買・システム等)
⇒SFP社と購買企画機能を担う合弁会社「株式会社CMD」を設立(9/1予定)
- ・人財の横断的再配置、働き方改革の推進
- ・DXミッションに基づく本社機能の効率化、高度化、デジタル・マーケティングの推進

遠心力

(グループ事業会社)

- ・アフターコロナ需要に対応したブランド開発
- ・アフターコロナ需要に対応した既存店舗の商品力・サービス・専門性の強化
⇒お客様に安全・安心で、地域に愛される店舗・サービス提供の深化に注力

再調整(リバランス)

グループ連邦経営の更なる進化

2. 成長戦略③

DX推進による生産性の向上・人財不足への対応

DXミッションの新設

当社のビジネスの基本は「人(お客様・従業員)」であり、アフターコロナで時代が変化しようとも変わらない

- ・DX推進により、効率化・自動化できる業務は省人化
⇒従業員の接客サービスに関わる時間を最大化し、お客様の満足度向上を目指す
- ・デジタル技術の導入により、お客様の利便性向上を目指す

DX推進の検討項目

- ✓バックオフィス業務の効率化の検討
クラウド、SaaSを利用した効率的なITツールの活用
バックオフィス業務の標準化とRPA、BIの活用
- ✓店舗業務の省人化、コスト削減、売上拡大の検討
セルフオーダー、セルフ会計による省人化／AIによる売上予測とシフト管理、発注業務の最適化
顧客データ基盤の構築

ソフトバンク社とDX推進に関するパートナー契約を締結(2021年7月14日付)

3. 中期経営計画のロードマップ

| | 2022年2月期 | 2023年2月期 | 2024年2月期 |
|------------------------------|---|--|----------------------|
| | 基礎収益力強化期間 (黒字化・V字回復) | | 再成長期間 (成長に向けた再投資) |
| ① アフターコロナを見据えたポートフォリオの見直し | <ul style="list-style-type: none"> ・ポートフォリオの見直し ・より厳格化した投資効率基準の設定 | <ul style="list-style-type: none"> ・新規出店: 30店舗出店/年 ・既存店舗の業変・改装 ・小規模M&Aの再開 | |
| ② グループ連邦経営の更なる進化 | <ul style="list-style-type: none"> ・求心力を発揮するための持株会社の組織体制見直し ・グループ事業会社の再編 | <ul style="list-style-type: none"> ・立地情報集約による投資・撤退判断 ・バックオフィス機能の統合によるシナジー追求 | |
| ③ DX推進による生産性向上と人財不足への対応 | <ul style="list-style-type: none"> ・課題整理、業務の再設計 ・ITツールの選定 ・トライアル開始 | <ul style="list-style-type: none"> ・省人化、効率化された新業務フローへ移行 ・ITツールの導入、本格運用開始 | |

4. 数値計画

2024年2月期には、売上収益1,415億円、営業利益108億円、調整後EBITDA287億円

| | 2020年2月期 (実績)※ | | 2021年2月期 (実績) | | 2022年2月期 (予想) | | 2023年2月期 (計画) | | 2024年2月期 (計画) | |
|----------------------|-------------------|-------|------------------|------|------------------|-------|------------------|-------|------------------|-------|
| 売上収益 | 139,328 | | 74,425 | | 93,000 | | 130,000 | | 141,500 | |
| 成長率 | - | | - | | 125.0% | | 139.8% | | 108.8% | |
| 営業利益 | 3,378 | 2.4% | △ 14,181 | - | 5,500 | 5.9% | 7,800 | 6.0% | 10,800 | 7.6% |
| 税引前利益 | 3,012 | 2.2% | △ 15,021 | - | 5,000 | 5.4% | 7,300 | 5.6% | 10,300 | 7.3% |
| 当期利益 | 1,745 | 1.3% | △ 15,571 | - | 3,400 | 3.7% | 5,000 | 3.8% | 7,100 | 5.0% |
| 親会社の所有者に 帰属する当期利益 | 1,205 | 0.9% | △ 13,874 | - | 3,000 | 3.2% | 4,200 | 3.2% | 6,000 | 4.2% |
| 調整後EBITDA | 25,212 | 18.1% | 5,130 | 6.9% | 22,400 | 24.1% | 25,500 | 19.6% | 28,700 | 20.3% |

※2021年2月期において、企業結合に係わる暫定的な会計処理の確定を行ったため、2020年2月期に関連する連結経営成績について、暫定的な会計処理の確定内容を反映させています。

量より質を重視し、来期(2023年2月期)は、コロナ禍前(2020年2月期)の調整後EBITDA252億円超を目指す

IV. 株主還元策

1. 株主還元について

株主優待制度

✓ 企業方針として、重要な株主還元策と位置づけ、今後も継続して実施

当社は、株主の皆様当社グループのバラエティ豊かな店舗を利用して頂くことが、企業としての持続的成長につながっていくという考えのもと、株主優待制度は今後も継続して実施する方針。



✓ 有効期限を再延長(2021年5月31日までの有効期限を**2021年11月30日まで延長**)

・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置に伴う各自治体からの時間短縮要請等により、多くの店舗において時間短縮営業や休業。

⇒すでに3ヶ月延長しているが**有効期限を再延長**し、株主の皆様の利用機会を増やすことで、利便性を考慮。

※2021年5月31日までが有効期限の株主様ご優待券のみ適応。

※2021年11月30日が有効期限の優待券については、期限の延長はしていません。

配当

✓ 2022年2月期の配当予想⇒

依然先行き不透明の状況のため、現時点では**未定**とさせていただきます。

※配当方針:当社は、毎期の業績や財政状況、今後の事業展開等を勘案し、安定的な配当を行うことを基本方針としております。しかしながら、足元のコロナ禍の影響により、内部留保の充実が最優先となっております。業績の回復を確実なものとし、安定的な配当が行えるよう努めてまいります。

V. Appendix

1.出退店及び店舗数について

➤ 新規出店5店舗、退店13店舗、業態変更3店舗
⇒2021年5月末グループ総店舗数:1,068店舗

・新規出店

京都リサーチパークに2店舗(「かごの屋」/「GOCONC」)
全農との業務提携による出店(「みのりカフェ」福岡天神/「みのり食堂」アミュプラザくまもと)
ららぽーと富士見(チーズレストラン「リコッタ」)

・不採算店舗及び契約満了に伴う退店

ビュッフェ業態のほか、業務受託店舗等が契約満了に伴い退店

・立地環境や顧客ニーズに合わせ、業態変更を実施

居酒屋業態を定食業態やすし業態へ

【2022年2月期1Q 出退店一覧】

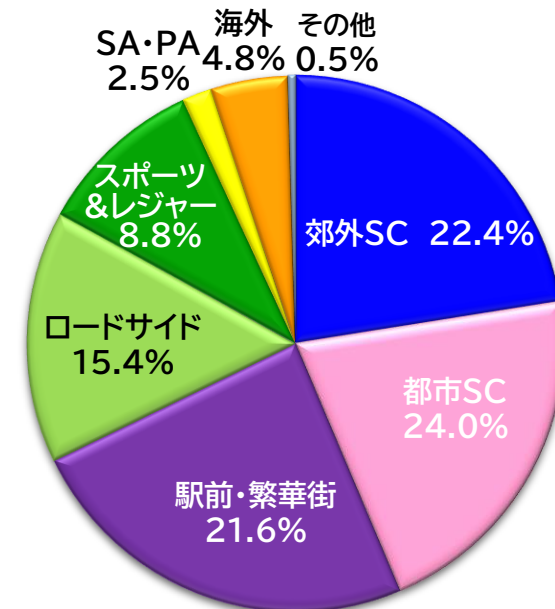
| カテゴリー | 2021年 2月末 店舗数 | 増減数 | | 2021年 5月末 店舗数 | 業態 変更 ※1 |
|--------------------|---------------------|----------|-----------|---------------------|----------------|
| | | 出店 | 退店 | | |
| CR | 553 | 1 | 5 | 549 | 0 |
| SFP | 227 | 0 | 1 | 226 | 3 |
| 専門ブランド | 243 | 4 | 5 | 242 | 0 |
| 海外※2 | 53 | 0 | 2 | 51 | 0 |
| グループ 総店舗数※3 | 1,076 | 5 | 13 | 1,068 | 3 |

※1: グループ内における業態変更も含めた店舗数を記載しております。

※2: 海外カテゴリーの店舗数には、LG&EW社のジャカルタにおけるFC2店舗及びKR社のタイにおけるFC8店舗を含んでおります。

※3: 本資料上における期末店舗数は、2021年5月末時点での業務受託店舗、FC店舗を含むグループ総店舗数を記載しております。

【立地別店舗数の構成比(2021年5月末時点)】



2. 既存店前々年比の推移

【連結】

| | 3月 | 4月 | 5月 | 1Q累計 | 6月 (速報値) | 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 |
|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 2022年2月期 実質既存店前々年比※1 | 51.9% | 47.6% | 35.5% | 45.1% | 42.0% | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — |
| 2021年2月期 実質既存店前年比※2 | 57.4% | 11.7% | 14.1% | 27.8% | 47.4% | 55.0% | 52.1% | 39.4% | 61.1% | 72.6% | 69.1% | 48.4% | 53.3% | 38.2% | 47.5% | 48.5% |

【カテゴリー別】

| | | 3月 | 4月 | 5月 | 1Q累計 | 6月 (速報値) | 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 | 2022年2月期 実質既存店前々年比※1 | 55.5% | 50.4% | 37.4% | 47.8% | 42.4% | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — |
| | 2021年2月期 実質既存店前年比※2 | 45.9% | 11.7% | 8.9% | 22.9% | 44.7% | 52.7% | 53.8% | 36.9% | 60.3% | 72.9% | 69.9% | 46.7% | 60.6% | 45.2% | 57.2% | 48.6% |
| SFP | 2022年2月期 実質既存店前々年比※1 | 36.5% | 30.2% | 7.1% | 24.6% | 14.7% | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — |
| | 2021年2月期 実質既存店前年比※2 | 62.1% | 5.2% | 16.1% | 28.3% | 43.8% | 54.1% | 43.9% | 37.8% | 57.2% | 69.3% | 65.6% | 47.2% | 52.9% | 26.0% | 27.7% | 47.6% |
| 専門 ブランド | 2022年2月期 実質既存店前々年比※1 | 59.4% | 52.9% | 45.6% | 52.8% | 49.8% | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — |
| | 2021年2月期 実質既存店前年比※2 | 63.2% | 19.9% | 22.1% | 35.9% | 57.3% | 62.2% | 58.6% | 47.3% | 66.7% | 78.8% | 76.3% | 55.9% | 56.3% | 44.6% | 53.3% | 54.8% |
| 海外 | 2022年2月期 実質既存店前々年比※1 | 50.0% | 61.3% | 63.5% | 58.1% | 76.1% | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — |
| | 2021年2月期 実質既存店前年比※2 | 46.1% | 3.7% | 4.1% | 20.0% | 27.1% | 33.1% | 36.2% | 25.7% | 45.4% | 47.3% | 41.9% | 32.1% | 21.6% | 21.7% | 46.8% | 31.5% |

※1:コロナ禍前(2020年2月期)の前々年度以前に出店した店舗を対象とし、且つ期間中休業した店舗も含めて算出

※2:コロナ禍前(2020年2月期)の前年度以前に出店した店舗を対象とし、且つ期間中休業した店舗も含めて算出

3. 財務状況について

(単位:百万円)

| 主要指標 | 2021年2月末 | 2021年5月末 | 差異 |
|--------------------------|----------|----------|--------|
| 資産合計(百万円) | 161,966 | 156,930 | △5,036 |
| 負債合計(百万円) | 138,702 | 132,586 | △6,116 |
| 資本合計(百万円) | 23,264 | 24,343 | +1,079 |
| 親会社所有者帰属持分比率 (自己資本比率) | 10.5% | 11.6% | — |
| ネットD/Eレシオ | 4.79倍 | 4.49倍 | — |

ご注意

本資料は、2022年2月期第1四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》

財務企画部 IRチーム

8022@createrestaurants.com