

わくわく無限大！

個性いろいろ

ともに創る

驚きの未来。

# 2023年2月期第2四半期決算 (補足説明資料)

2022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】

# 目次

## 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)
3. 筋肉質なコスト構造の維持について

## II. 中期経営計画の進捗状況

1. 中期経営計画の進捗状況
2. 新たなM&Aについて(1)(2)
3. サステナビリティに関する目標設定

## III. 2023年2月期業績予想及び株主還元

1. 2023年2月期通期業績予想の概要
2. 株主還元について

## IV. Appendix

1. 出退店及び店舗数について
2. 実質既存店2020年2月期(コロナ前)比の推移
3. 財務状況について
4. その他の中期経営計画の進捗状況
  - シナジーの追求-
  - DX推進の進捗-
  - サステナビリティへの取り組み-
5. 2023年2月期通期業績予想の概要(カテゴリー別)

# I. 業績ハイライト

# 1. 業績の概要[IFRS]

売上収益:544億円、営業利益:51億円、親会社の所有者に帰属する四半期利益35億円、調整後EBITDA134億円

## ✓売上収益について

- ・コロナ第7波の影響により、目標を下回って着地  
 ⇒実質既存店2020年2月期(コロナ前)比※1は、72.3%(目標比△2.1%)

※1:実質既存店2020年2月期(コロナ前)比

## ✓営業利益について

- ・保守的に減損損失を追加計上(目標比+5億円)したこともあり、  
 営業利益は、目標56億円を若干下回り、51億円(目標比△5億円)

	1Q計 (3-5月)	6月	7月	8月	2Q計 (6-8月)	2Q累計	9月 (速報値)	足元 10/7時点
目標	68.9%	79.8%	80.1%	80.3%	80.1%	74.4%	81.1%	-
実績	68.7%	77.9%	77.4%	70.2%	75.1%	72.3%	78.2%	83.3%

	2022年2月期 第2四半期	2023年2月期 第2四半期
	実績	実績
売上収益	34,493	54,407
営業利益	7,314	5,087
税引前利益	7,170	5,026
当期利益	5,267	3,892
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	4,823	3,511

2023年2月期 第2四半期	目標値 差異
目標値※3	
56,110	△1,703
5,589	△501
5,309	△282
4,044	△151
3,627	△116

2023年2月期		進捗率
通期予想	売上比	
115,000		47.3%
7,300	6.3%	69.7%
6,800	5.9%	73.9%
5,100	4.4%	76.3%
4,500	3.9%	78.0%

調整後EBITDA ※2	15,121	13,444
--------------	--------	--------

14,195	△751
--------	------

24,700	21.5%	54.4%
--------	-------	-------

※1:実質既存店2020年2月期(コロナ前)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、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)

※3:2023年2月期第2四半期(目標値)については、社内における目標値です

# 2.業績の概要(カテゴリー別)

## 売上収益について

行動制限がなくなったことで、全てのカテゴリーにおいて、1Qと比べて売上収益が増加

※1実質既存店2020年2月期(コロナ前)比

カテゴリー	1Q計 (3-5月)	6月	7月	8月	2Q計 (6-8月)	2Q累計	9月 (速報値)	足元 10/7時点
CR	67.1%	70.0%	71.5%	65.8%	68.9%	68.1%	71.6%	76.9%
SFP	54.7%	73.3%	69.3%	59.6%	67.3%	61.2%	69.1%	74.2%
専門ブランド	70.1%	78.4%	79.1%	69.2%	75.0%	72.5%	75.5%	82.7%
海外	100.7%	110.3%	115.2%	119.0%	116.4%	111.3%	124.8%	127.5%
連結	68.7%	77.9%	77.4%	70.2%	75.1%	72.3%	78.2%	83.3%

## カテゴリーCF(キャッシュフロー)について

・国内カテゴリー(CR/SFP/専門ブランド)は、1Qと比べ、協力金が大幅に減少するも、2Qにおいても黒字を維持

・海外カテゴリーは、コロナ影響から順調に回復し、1Qと比べ、増益

(単位:百万円)

カテゴリー	2022年2月期2Q(累計)			2023年2月期1Q			2023年2月期2Q			2023年2月期2Q(累計)		
	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	売上収益	カテゴリーCF※2	売上比
CR	13,928	4,867	34.9%	9,478	2,572	27.1%	9,883	767	7.8%	19,361	3,339	17.2%
SFP	3,326	1,591	47.9%	4,626	1,630	35.3%	5,502	36	0.7%	10,129	1,667	16.5%
専門ブランド	12,375	2,767	22.4%	8,437	1,925	22.8%	8,655	563	6.5%	17,093	2,489	14.6%
海外	5,423	291	5.4%	4,085	387	9.5%	4,535	424	9.3%	8,620	811	9.4%
その他調整等※3	△ 558	5,602	-	△ 383	2,778	-	△ 413	2,357	-	△ 797	5,136	-
合計	34,493	15,121	43.8%	26,243	9,294	35.4%	28,163	4,149	14.7%	54,407	13,444	24.7%

※1:実質既存店2020年2月期(コロナ前)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:カテゴリーCF(キャッシュフロー)＝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)

※3: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す

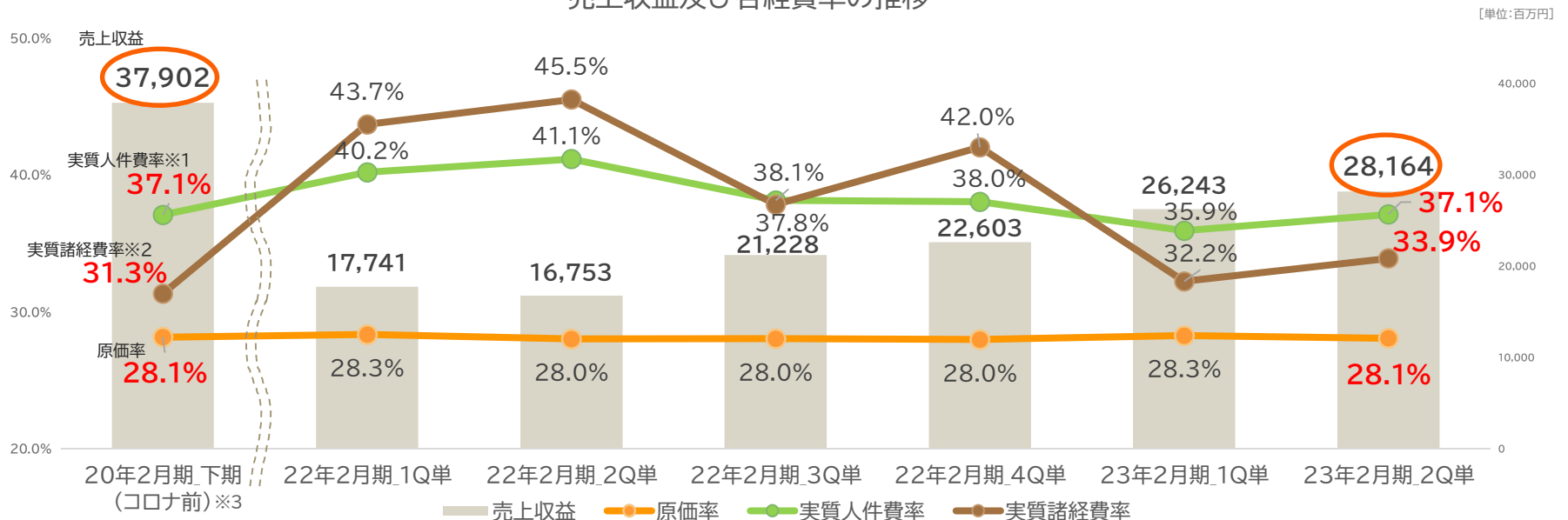
# 3.筋肉質なコスト構造の維持について

昨今のインフレの影響(原油価格高騰及び円安による原材料高、水道光熱費及び人件費の上昇)

売上収益の低下にも関わらず、各種コストの上昇影響があるなか、コスト構造を維持

原価	<ul style="list-style-type: none"> <li>・CMD社による集中購買の施策実行</li> <li>・更なる仕入価格の上昇については、段階的に販売価格へ転嫁</li> </ul>
人件費	<ul style="list-style-type: none"> <li>・徹底したシフト管理、適正な人員配置の実施、採用コストの圧縮等が奏功</li> <li>・DX推進(モバイルオーダー・配膳ロボット導入等)による人財不足への対応</li> </ul>
諸経費	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本社機能の集約及び家賃の減免交渉等の徹底した固定費の削減(一方、昨今の水道光熱費の上昇動向に注視)</li> </ul>

売上収益及び各経費率の推移



※1: 実質人件費率とは、販売費及び一般管理費内の人件費に雇用調整助成金分を考慮して算出しています  
 ※2: 実質諸経費率とは、販売費及び一般管理費内の諸経費に賃料減免分を考慮して算出しています  
 ※3: 20年2月期\_下期(コロナ前)の売上収益及び各経費率は、2020年2月期の下期の平均値にて算出しています

## Ⅱ. 中期経営計画の進捗状況

# 1. 中期経営計画の進捗状況

## 成長戦略の3本の柱※2021年7月14日開示済(再掲)

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

④上記の成長戦略を支える「サステナブル経営」と「コーポレートガバナンス」強化の取り組み

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

### 進捗状況

① アフターコロナを見据えた  
ポートフォリオの見直し

- ・「日常」「定番」「地域密着」要件を満たす新たなM&Aの実行
- ・グループ内の垣根を超えた業態変更・グループ内フランチャイズの実行
- ・コントラクト事業・SAPA事業の強化、投資効率重視の新規出店

② グループ連邦経営の  
更なる進化

- ・本社機能の統合、本社オフィスのスリム化
- ・グループ横断的な人財配置の実施
- ・物流プラットフォーム効率化の一環として関西の物流拠点を集約

③ DX推進による生産性の  
向上・人財不足への対応

- ・モバイルオーダーシステムの導入、配膳ロボットの導入
- ・経費精算システムの導入(電子化)
- ・社内ワークフローシステム導入による本社機能の効率化

④ サステナブル経営/  
コーポレートガバナンス

- ・気候変動への対応強化、多様な人財の活躍促進
- ・社外取締役の増員、多様性の確保(女性の社外取締役就任)
- ・指名・報酬委員会の設置



# 2.新たなM&Aについて(1)

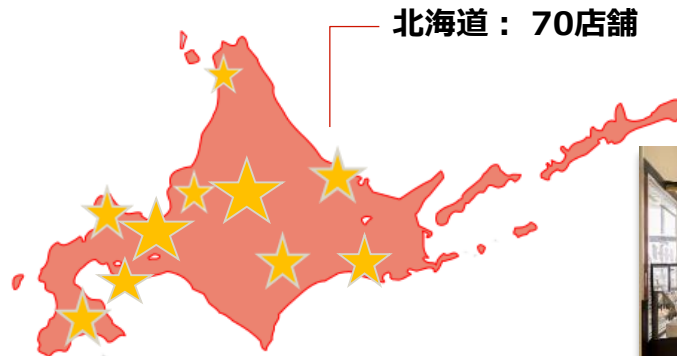
2022年9月15日付にて、ベーカリー業態の「(株)サンジェルマン」、「(株)北海道サンジェルマン」の株式取得を発表  
⇒2022年12月1日より、当社グループ入り予定

**コロナ禍後初のM&A、中期経営計画のキーワード:「日常」「定番」「地域密着」に正に合致**

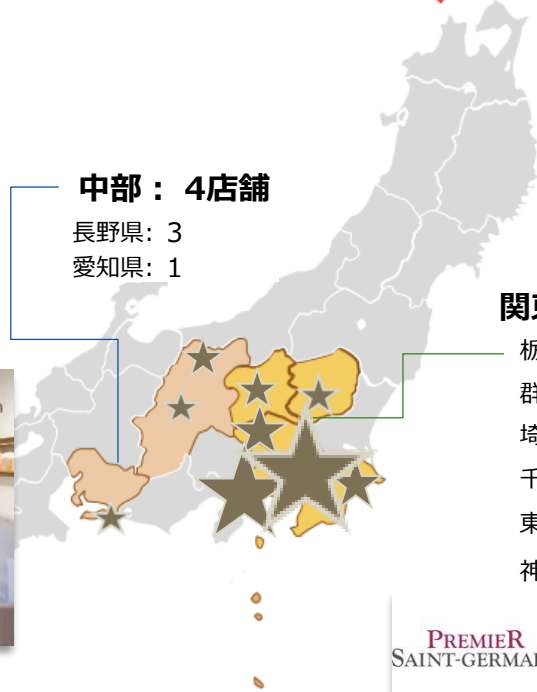
	(株)サンジェルマン (関東圏を中心としたベーカリー業態)	(株)北海道サンジェルマン (北海道を中心としたベーカリー業態)
業態	<ul style="list-style-type: none"><li>・サンジェルマン(Saint Germain)</li><li>・プルミエサンジェルマン(PREMIER SAINT-GERMAIN)</li><li>・フラマンドール(FROMENT D' OR)</li><li>・タンドレス(TENDRESSE)</li><li>・ドウ マゴ(LES DEUX MAGOTS)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・レフボン(L'air bon)</li><li>・サンヴァリエ(Cent Varie)</li><li>・小樽サンジェルマン</li></ul>
店舗数	78店舗 + 製パン工場(横浜) (東京、神奈川、千葉、埼玉、栃木、群馬、長野、愛知、北海道)	68店舗 (北海道:札幌、旭川、小樽、函館、帯広、釧路、等)
創業	1934年(創業88年、サンジェルマン1号店出店は1970年)	1991年(創業31年、会社設立は2005年)
規模	売上高:91億円(2021年12月期実績)	売上高:25億円(2021年12月期実績)
当社の狙い	<ul style="list-style-type: none"><li>・アフターコロナの再成長フォーマットを獲得</li><li>・「ベーカリー事業」をグループのコア事業の一つに位置付け、成長を目指す</li><li>・当社の持つグループサポート機能やグループシナジー、成長投資により今後の収益貢献も期待</li></ul>	

# 2. 新たなM&Aについて(2)

関東及び北海道を中心に全国146店舗を展開



中部：4店舗  
長野県：3  
愛知県：1



栃木県：1  
群馬県：1  
埼玉県：6  
千葉県：5  
東京都：36  
神奈川県：23



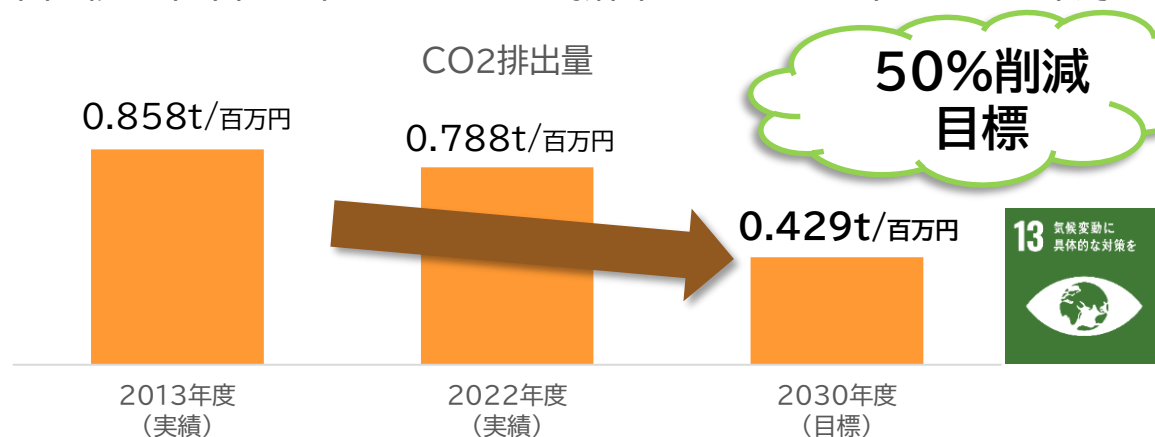
横浜工場(FSSC22000取得)



# 3.サステナビリティに関する目標設定

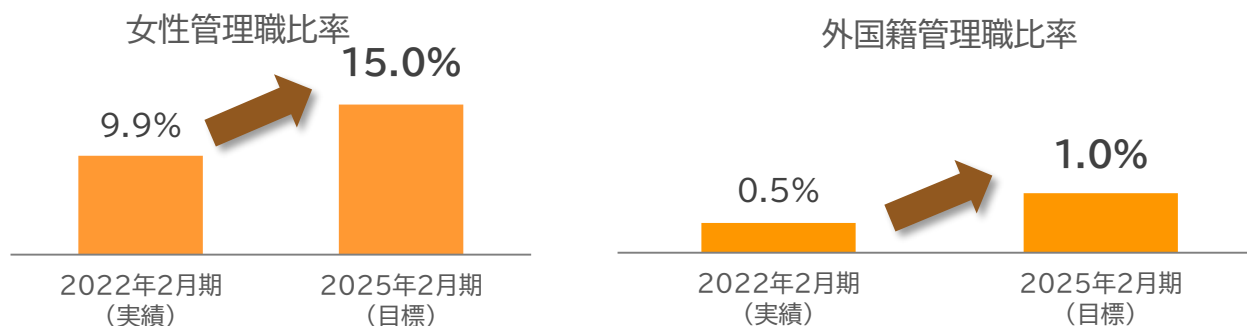
## 脱炭素社会への貢献

- ・気候変動に関する取り組みを進めるため、CO2排出量に関する削減目標を設定(スコープ1+2)  
⇒原単位(売上高百万円)あたりのCO2排出量を、2030年に2013年対比50%削減することを目指す



## 多様な人財の活躍促進

- ・今後3年間で取り組む、女性管理職比率、外国籍管理職比率の目標を設定  
⇒職場環境の一層の整備等を通して、これら比率の向上を図っていく



SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT  
GOALS



# Ⅲ. 2023年2月期業績予想 及び株主還元

# 1. 2023年2月期通期業績予想の概要

✓ 2022年4月14日開示の通期業績予想 ⇒ 変更なし

コロナ第7波の影響により目標を下回っているものの、M&Aによる上振れや、今後、観光需要やインバウンド需要の復活が期待できることも考慮し、予想の修正なし

売上収益:1,150億円、営業利益:73億円、親会社の所有者に帰属する当期利益45億円、調整後EBITDA: 247億円

(単位:百万円)	2023年2月期 (第2四半期)	2023年2月期 (第2四半期)	目標値 差異	2023年2月期	進捗率
	実績	目標値※1		通期予想	
売上収益	54,407	56,110	△ 1,703	115,000	47.3%
営業利益	5,087	5,589	△ 501	7,300	69.7%
税引前利益	5,026	5,309	△ 282	6,800	73.9%
当期利益	3,892	4,044	△ 151	5,100	76.3%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	3,511	3,627	△ 116	4,500	78.0%
調整後EBITDA ※2	13,444	14,195	△ 751	24,700	54.4%

※1:2023年2月期(第2四半期)目標値については、社内における目標値です

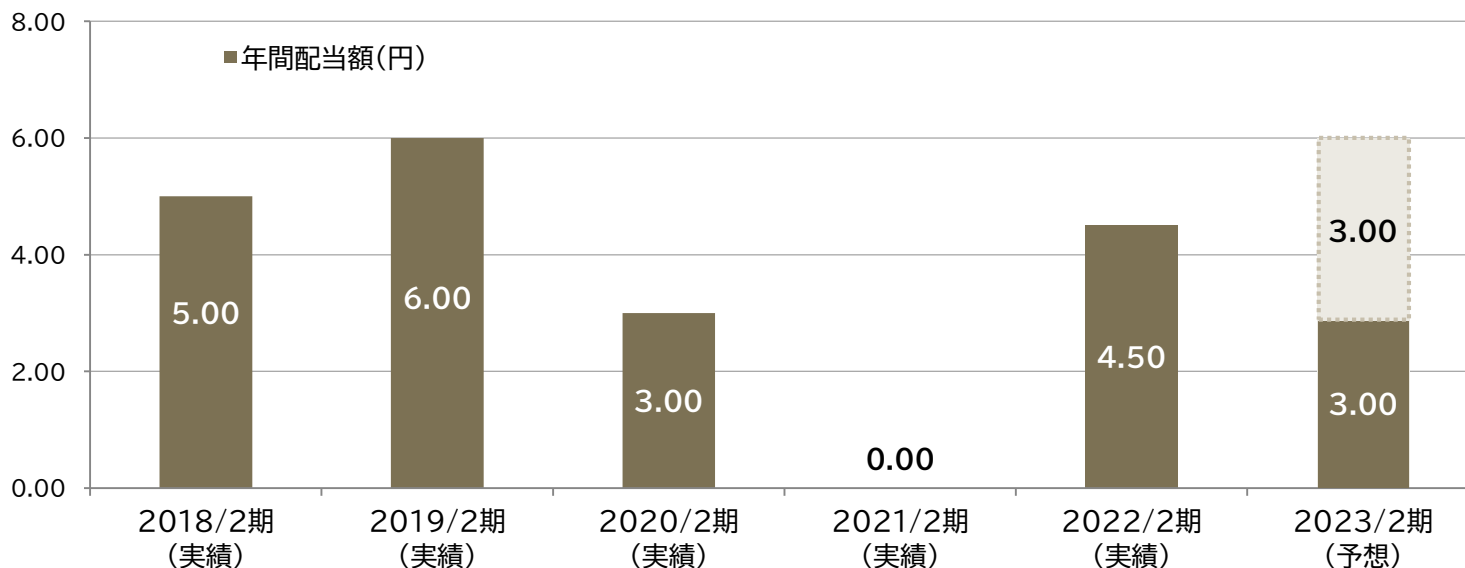
※2:調整後EBITDA=営業利益+その他の営業費用-その他の営業収益(協賛金収入、雇用調整助成金、協力金及び賃料減免分等を除く)+減価償却費+非経常的費用項目(株式取得に関するアドバイザー費用等)

# 2. 株主還元について

## 配当

- ・2023年2月期の中間配当⇒3.00円にて決定(2022年10月14日の取締役会にて決議済み)
- ・2023年2月期の期末配当予想⇒3.00円から変更なし

(単位:円)



※2020年3月1日付で1株につき2株の割合をもって株式を分割しており、遡及修正しています

## 株主優待制度について



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

サンジェルマン社・北海道サンジェルマン社運営の店舗については、12月1日の当社グループ入り後、可能な限り早期の優待券利用開始を目指す



---

# IV. Appendix

# 1.出退店及び店舗数について

➤ 新規出店16店舗、退店27店舗、業態変更16店舗  
⇒2022年8月末グループ総店舗数:1,026店舗

・新規出店(16店舗)の主な内訳

ゴルフ場内レストランの新規業務受託(4店舗)

JA全農とのコラボによる出店(「みのりカフェ」長崎/「銀河離宮」岩手)、道の駅やサービスエリア等にも出店  
海外⇒米国サンタモニカに「OSTERIA del Fornaio」/タイに「かごの屋」のFC

・不採算店舗及び契約満了に伴う退店(27店舗)

・立地環境や顧客ニーズに合わせ、業態変更を実施(16店舗)

「鳥良」を「おもてなしとりよし」へ/ネオ大衆酒場(「浜焼きドラゴン」「鳥平ちゃん」)へ

・グループ内移管・グループ内業態変更を積極的に実施

事業会社間の垣根を超えて、グループとして最大のパフォーマンスを出せる体制へ(ハマチカ@シアル横浜)

【2023年2月期2Q 出退店一覧】

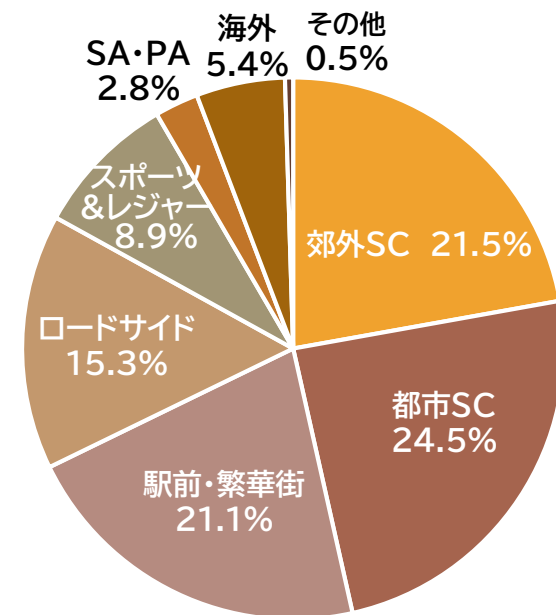
カテゴリー	2022年 2月末 店舗数	増減数		グループ内 移管	2022年 8月末 店舗数	業態 変更 ※1
		出店	退店			
CR	526	6	18	+7	521	7
SFP	215	1	5	△1	210	9
専門ブランド	241	7	3	△6	239	0
海外※2	55	2	1		56	0
グループ総店舗数※3	1,037	16	27	+0	1,026	16

※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、LGEW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FC12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、2022年8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(2022年8月末時点)】





## 2. 実質既存店2020年2月期(コロナ前)比の推移

### 【連結】

	3月	4月	5月	1Q累計	6月	7月	8月	2Q累計	9月 (速報値)	10月	11月	3Q累計	12月	1月	2月	通期計
2023年2月期 実質既存店コロナ前比※	57.0%	71.5%	78.4%	68.7%	77.9%	77.4%	70.2%	72.3%	78.2%	-	-	-	-	-	-	-
2022年2月期 実質既存店コロナ前比※	51.9%	47.6%	35.5%	45.1%	42.2%	51.0%	38.3%	44.4%	40.5%	65.5%	74.1%	49.4%	74.9%	58.1%	47.1%	52.7%

### 【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 (速報値)	10月	11月	3Q累計	12月	1月	2月	通期計
CR	2023年2月期 実質既存店コロナ前比	59.6%	67.9%	74.3%	67.1%	70.0%	71.5%	65.8%	68.1%	71.6%	-	-	-	-	-	-
	2022年2月期 実質既存店コロナ前比	55.5%	50.4%	37.4%	47.8%	42.5%	55.5%	42.6%	47.2%	44.8%	69.5%	71.0%	51.8%	75.4%	61.8%	53.9%
SFP	2023年2月期 実質既存店コロナ前比	29.2%	63.9%	71.8%	54.7%	73.3%	69.3%	59.6%	61.2%	69.1%	-	-	-	-	-	-
	2022年2月期 実質既存店コロナ前比	36.5%	30.2%	7.1%	24.6%	14.7%	16.4%	5.4%	18.3%	5.3%	40.4%	68.2%	24.8%	67.7%	42.9%	12.0%
専門 ブランド	2023年2月期 実質既存店コロナ前比	61.2%	70.7%	79.3%	70.1%	78.4%	79.1%	69.2%	72.5%	75.5%	-	-	-	-	-	-
	2022年2月期 実質既存店コロナ前比	59.4%	52.9%	45.6%	52.8%	50.9%	62.5%	45.3%	52.6%	47.3%	74.3%	75.7%	56.7%	73.4%	62.0%	52.1%
海外	2023年2月期 実質既存店コロナ前比	89.3%	104.1%	103.5%	100.7%	110.3%	115.2%	119.0%	111.3%	124.8%	-	-	-	-	-	-
	2022年2月期 実質既存店コロナ前比	50.0%	61.3%	63.5%	58.1%	75.1%	85.5%	77.2%	69.1%	82.6%	86.1%	94.6%	75.8%	89.6%	71.1%	86.0%

※コロナ禍前の2020年2月期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しています

# 3. 財務状況について

主要指標	2022年2月末	2022年8月末	差異
資産合計(百万円)	133,605	134,556	+951
負債合計(百万円)	102,874	99,298	△3,576
資本合計(百万円)	30,730	35,258	+4,528
自己資本比率 (親会社所有者帰属持分比率)	17.8%	20.8%	+3.0%
調整後自己資本比率※1	28.0%	31.9%	+3.9%
ネットD/Eレシオ	2.65倍	1.89倍	△0.76倍
調整後ネットD/Eレシオ※2	0.79倍	0.40倍	△0.39倍

※1:調整後自己資本比率:自己資本比率(親会社所有者帰属持分比率)からIFRS16号の影響を除外した比率

※2:調整後ネットD/Eレシオ:ネットD/EレシオからIFRS16号の影響を除外した倍率

# 4. その他の中期経営計画の進捗状況－シナジーの追求－

## グループ内シナジーを最大限活用

- ・2022年7月28日、シアル横浜の「ハマチカ」内に「磯丸水産食堂」をオープン  
※「磯丸水産食堂」としてフードコート初出店
- ・SFP社の磯丸水産ブランドをフランチャイズ形態にて、CR社が運営  
⇒今後、CR社が商業施設内だけでなく、路面立地においても  
フランチャイズ形態にて地方都市などへ展開予定(札幌12月オープン予定)
- ・2022年9月14日、阪急三番街に「あずさ珈琲」をオープン  
⇒CR社運営のチーズレストラン「リコッタ」をKR社運営の「あずさ珈琲」へ業態変更

海の幸・ごはる飽  
**上 磯丸水産食堂**



「磯丸水産食堂」シアル横浜



## コントラクト事業・SAPA事業の強化

- ・ゴルフ場内レストランの運営を受託(2Q累計:4店舗)
- ・JA全農とのコラボ(2Q累計:3店舗)  
⇒コントラクト事業も引き続き積極的にアプローチ
- ・サービスエリアや道の駅等への出店



JOYXゴルフ倶楽部上月コース



「あずさ珈琲」阪急三番街

## 本社機能の効率化・物流拠点の集約

- ・本社オフィスのスリム化、経営人財を含めたグループ横断的な人員配置の実施  
⇒グループ一丸経営を推進
- ・購買企画業務をCMD社へ統合  
⇒食材の共有化・取引先の集約等、バイイングパワーによる商談強化  
⇒物流プラットフォームの構築の一環として、関西の物流拠点を集約



「みのりカフェ」長崎



## 4. その他の中期経営計画の進捗状況 – DX推進の進捗 –

### 店舗業務の効率化

- ・モバイルオーダーの導入  
⇒「しゃぶ菜」、「あずさ珈琲」、「Mr.FARMER」、「EBISU FOOD HALL」、「リオグランデ」、「磯丸水産」等  
52店舗導入済み→多様な業態にて順次拡大予定
- ・配膳ロボットの導入  
⇒「かごの屋」や「しゃぶ菜」、ゴルフ場内レストランにて導入(7店舗実験中)

効率化・省人化された新しい店舗スタイルへ

### バックオフィス業務の効率化

- ・社内の全ての手続きをワークフロー化
- ・経費精算システムの導入  
⇒紙ベースでやり取りしている店舗と本社、本社間といった社内のほぼ全ての手続きの電子化を実施
- ・株主優待の電子化の検討  
⇒株主の利便性向上・本社業務の効率性UPを図るべく、検討中

本社機能の更なる効率化・高度化へ

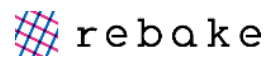
# 4. その他の中期経営計画の進捗状況-サステナビリティへの取り組み①-

## 具体的な取り組み事例

### Environment(環境)

#### 食品ロス削減

- ジャン・フランソワ全7店舗で、フードシェアリングアプリ「TABETE」を導入  
⇒店舗でのロス削減に組み込み
- パンの通販サイト「rebake」を通じて全国にロスを販売



- 自治体のフードロスの取り組みに参加
- 使用済み油(廃油)のリサイクル

#### 脱炭素社会への貢献

- 気候変動への取り組み推進  
⇒CO2排出量に関する削減目標を設定



**50%削減目標**  
2013年→2030年

#### 産地連携・地産地消

- 地産地消の取り組みを推進  
⇒食の安心安全や地域貢献  
⇒輸送にかかるCO2排出量削減
- 「畑の日」など、産地・農家との交流
- 地産地消を意識したご当地メニューの開発



#### 環境保全・ヘルシーフード

- ヴィーガンメニューや植物由来のチーズ、大豆ミートの活用  
⇒Mr.FARMER表参道店は、オールヴィーガンカフェへ。今後、他の立地でも順次検討



- 低糖質パンの拡充、発芽玄米・ふすま等を活用したベーカリーメニューの考案
- アニマルウェルフェアに則った飼育方法で管理された食材使用への取り組み

#### プラスチックごみ削減

- バイオマス原料レジ袋の使用
- プラストローの使用抑制
- スプーン・フォーク・マドラー、ストロー等をバイオマス素材や紙製・木製に変更





# 4. その他の中期経営計画の進捗状況-サステナビリティへの取り組み②-

## 具体的な取り組み事例

### Social(社会)

#### 地域との交流

- Mr. FARMER駒沢オリンピック公園店やAWキッチン鎌倉店でファーマーズマーケットを開催
- 野菜収穫体験イベント、近隣専門学校とコラボしたドックフード作りイベントなどを開催

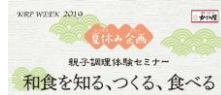


- いのちのミュージックデー(北海道)への協賛
- 地元農家における農業体験
- 店舗周辺清掃活動の実施/ 清掃ボランティア活動への参加



#### 食育

- 「和食・しゃぶしゃぶ かごの屋」京都で小学生以上のお子様と保護者を対象とした「親子調理体験セミナー」を開催
- 地元の小学校(本社:品川区)への食育活動  
⇒地域に根付いた食育の場を提供
- 特別支援学校生に対して、店舗の体験実習を実施(かごの屋)
- こども食堂の運営協力・寄付(遊鶴)



#### ダイバーシティの推進

- 女性社員、女性管理職の積極採用
- 外国人雇用の推進、教育環境の拡充
- 多様な勤務形態の利用促進  
→地域限定社員  
→定年の年齢(クルー)を70歳まで延長
- わくわくする職場作り  
→社員フォーラムやクルーフェス開催
- ジェンダーレスユニフォームを採用
- 多様な人財の活躍促進  
⇒女性管理職比率/外国籍管理職比率の目標を設定

### Governance(ガバナンス)

#### プライム市場への移行

- 2022年4月4日プライム市場へ移行  
⇒より高いガバナンス水準  
⇒中長期的な企業価値向上

#### 体制・機能の強化

- 取締役会機能強化
- 取締役会実効性評価
- グループガバナンス体制
- 開示体制
- コンプライアンス体制
- リスクマネジメント体制



#### 体制/機能の強化

- 社外取締役の増員  
⇒2名体制から3名体制へ(社外取締役が1/3以上へ)
- 社外取締役の多様性  
⇒社外取締役に女性を登用
- 指名・報酬委員会の設置  
⇒社外取締役の比率を過半数以上に
- 譲渡制限付株式報酬制度(RS)の導入

# 5. 2023年2月期通期業績予想の概要(カテゴリー別)

※再掲:2022年4月14日開示済み内容から変更なし

カテゴリー	2022年2月期 (前期実績)			2023年2月期 (通期予想)			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	30,098	7,812	26.0%	<b>40,500</b>	<b>5,600</b>	13.8%	+10,402	△2,212	△12.1%
SFP	10,404	3,195	30.7%	<b>24,500</b>	<b>3,000</b>	12.2%	+14,096	△195	△18.5%
専門ブランド	26,772	4,598	17.2%	<b>36,600</b>	<b>4,400</b>	12.0%	+9,828	△198	△5.2%
海外	12,340	842	6.8%	<b>15,000</b>	<b>1,200</b>	8.0%	+2,660	+358	+1.2%
その他調整等	△1,291	10,639	-	△1,600	10,500	-	△309	△139	-
<b>合計</b>	<b>78,324</b>	<b>27,088</b>	<b>34.6%</b>	<b>115,000</b>	<b>24,700</b>	<b>21.5%</b>	<b>+36,676</b>	<b>△2,388</b>	<b>△13.1%</b>

※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す

# ご注意

本資料は、2023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