



2022年12月期 決算短信〔IFRS〕（連結）

2023年2月14日
上場取引所 東

上場会社名 株式会社すかいらーくホールディングス
 コード番号 3197 URL <https://corp.skylark.co.jp>
 代表者 (役職名) 代表取締役会長兼社長
 問合せ先責任者 (役職名) 取締役常務執行役員 財務本部長 (CFO)
 定時株主総会開催予定日 2023年3月30日
 有価証券報告書提出予定日 2023年3月31日
 決算補足説明資料作成の有無：有
 決算説明会開催の有無：有（アナリスト・機関投資家向け）

(氏名) 谷 真
 (氏名) 金谷 実 (TEL) 0422-51-8111
 配当支払開始予定日 -

(百万円未満四捨五入)

1. 2022年12月期の連結業績（2022年1月1日～2022年12月31日）

(1) 連結経営成績

(%表示は対前期増減率)

	売上収益		営業利益		税引前利益		当期利益		親会社の所有者に 帰属する当期利益		当期包括利益 合計額	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2022年12月期	303,705	14.8	△5,575	-	△8,225	-	△6,371	-	△6,371	-	△5,723	-
2021年12月期	264,570	△8.3	18,213	-	14,325	-	8,742	-	8,742	-	9,533	-

	基本的1株当たり 当期利益		希薄化後1株当たり 当期利益		親会社所有者帰属持分 当期利益率		資産合計 税引前利益率		売上収益 営業利益率	
	円	銭	円	銭	%	%	%	%	%	
2022年12月期	△28.00		△28.00		△3.9		△1.9		△1.8	
2021年12月期	40.77		40.77		6.2		3.2		6.9	

(参考) 持分法による投資損益 2022年12月期 -百万円 2021年12月期 -百万円
 EBITDA 2022年12月期 41,974百万円 (△36.1%) 2021年12月期 65,706百万円 (131.5%)
 調整後EBITDA 2022年12月期 49,058百万円 (△32.2%) 2021年12月期 72,331百万円 (95.9%)
 調整後当期利益 2022年12月期 △6,371百万円 (-%) 2021年12月期 8,890百万円 (-%)

(注) 当社は、経営上の重要な指標としてEBITDA、調整後EBITDA及び調整後当期利益を用いております。なお、各指標については後述の「※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項(3)～(5)」をご覧ください。

(2) 連結財政状態

	資産合計		資本合計		親会社の所有者に 帰属する持分		親会社所有者 帰属持分比率		1株当たり親会社 所有者帰属持分	
	百万円	円	百万円	円	百万円	%	%	円	銭	
2022年12月期	424,772		157,708		157,708	37.1		693.22		
2021年12月期	457,993		166,161		166,161	36.3		730.37		

(3) 連結キャッシュ・フローの状況

	営業活動による キャッシュ・フロー		投資活動による キャッシュ・フロー		財務活動による キャッシュ・フロー		現金及び現金同等物 期末残高	
	百万円	円	百万円	円	百万円	円	百万円	円
2022年12月期	45,716		△15,575		△53,271		15,275	
2021年12月期	50,065		△12,987		△16,011		38,331	

2. 配当の状況

	年間配当金					配当金総額 (合計)	配当性向 (連結)	親会社所有者 帰属持分配当 率(連結)
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計			
2021年12月期	円	銭	円	銭	円	銭	百万円	%
2022年12月期	-	0.00	-	12.00	12.00	2.730	29.4	1.8
2023年12月期 (予想)	-	0.00	-	0.00	0.00	-	-	-
	-	0.00	-	3.00	3.00		68.2	

3. 2023年12月期の連結業績予想（2023年1月1日～2023年12月31日）

(%表示は対前期増減率)

	売上収益		営業利益		税引前利益		親会社の所有者に 帰属する当期利益		基本的1株当たり 当期利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円	銭
通期	355,000	16.9	6,000	-	3,500	-	1,000	-	4.40	

(参考) 調整後当期利益 2023年12月期通期(予想) 1,000百万円 (-%)

※ 注記事項

(1) 期中における重要な子会社の異動（連結範囲の変更を伴う特定子会社の異動）：無
新規 一社（社名 ー）、除外 一社（社名 ー）

(2) 会計方針の変更・会計上の見積りの変更

- ① IFRSにより要求される会計方針の変更：無
- ② ①以外の会計方針の変更：無
- ③ 会計上の見積りの変更：有

(3) 発行済株式数（普通株式）

- ① 期末発行済株式数（自己株式を含む）
- ② 期末自己株式数
- ③ 期中平均株式数

2022年12月期	227,502,200株	2021年12月期	227,502,200株
2022年12月期	4株	2021年12月期	一株
2022年12月期	227,502,197株	2021年12月期	214,429,245株

※ 決算短信は公認会計士又は監査法人の監査の対象外です

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

- (1) 当社グループは、国際会計基準を適用しております。
- (2) 本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。業績予想の前提となる仮定及び業績予想のご利用にあたっての注意事項等につきましては、添付資料7ページ「1. 経営成績等の概況（4）今後の見通し」をご覧ください。
- (3) EBITDA、調整後EBITDA及び調整後当期利益につきましては、添付資料2ページ「1. 経営成績等の概況（1）当期の経営成績の概況」をご覧ください。
- (4) EBITDA、調整後EBITDA及び調整後当期利益は国際会計基準により規定された指標ではなく、当社グループが、投資家にとって当社グループの業績を評価するために有用であると考えた財務指標であります。当該財務指標は、非現金収支項目や株式発行関連費用等、期限前弁済に伴う借入金償還損及び付随するヘッジ関連損益並びに国際財務報告基準（以下、「IFRS」という）第9号「金融商品」（2014）適用に伴う金融負債の条件変更に係る関連損益（会計方針変更による遡及適用に伴う影響額の再調整含む）等の非経常的な費用項目（通常の営業活動の結果を示していると考えられない項目、あるいは競合他社に対する当社グループの業績を適切に示さない項目）の影響を除外しております。
- (5) 当社グループにおけるEBITDA、調整後EBITDA及び調整後当期利益は、競合他社の同指標あるいは類似の指標とは算定方法が異なる可能性があるために、他社における指標とは比較可能でない場合があり、その結果、有用性が減少する可能性があります。

○添付資料の目次

1. 経営成績等の概況	2
(1) 当期の経営成績の概況	2
(2) 当期の財政状態の概況	5
(3) 当期のキャッシュ・フローの概況	6
(4) 今後の見通し	7
(5) 利益配分に関する基本方針及び当期・次期の配当	11
2. 会計基準の選択に関する基本的な考え方	12
3. 連結財務諸表及び主な注記	13
(1) 連結財政状態計算書	13
(2) 連結純損益計算書	14
(3) 連結包括利益計算書	15
(4) 連結持分変動計算書	16
(5) 連結キャッシュ・フロー計算書	18
(6) 連結財務諸表に関する注記事項	19

1. 経営成績等の概況

(1) 当期の経営成績の概況

当連結会計年度の我が国経済は、3月22日のまん延防止等重点措置解除以降、少しずつ回復の兆しが見えてきました。しかし、新型コロナウイルス感染症第7波及び第8波により感染者数が増加し、消費者が自主的な外出を控えたことなどによる景気回復の遅さに加え、想定以上の円安の進行、ロシア・ウクライナ情勢の長期化による地政学上のリスクなどの影響で原材料費・物流費・光熱費の高騰が顕著となり、厳しい経営環境が続いております。

このような状況下での当社グループの売上動向は以下のとおりです。

1. まん延防止等重点措置解除以降の売上推移

第1 四半期連結会計期間 2019年比既存店売上高 71.0%

- ・3月下旬以降、時短営業解除と春休みが重なりヤングファミリー層が増加
- ・春休み終了後は低調

第2 四半期連結会計期間 2019年比既存店売上高 80.3%

- ・ゴールデンウィーク（4月29日から5月8日まで）は人の動きが戻り、売上が回復基調
- ・ゴールデンウィーク明けの売上は再び鈍化
- ・5月26日からのプロモーション再開により、減少していたファミリー層の来店を促進
- ・6月末は、観測史上最も早い梅雨明けとなったことと猛暑により売上が回復

第3 四半期連結会計期間 2019年比既存店売上高 82.4%

- ・7月は前月販促の残存効果でファミリー層が一時回復するもコロナ第7波の影響で再び減少
- ・シルバーウィーク（9月17日から19日まで、及び9月23日から25日まで）は台風が二つ直撃し、マイナス影響あり
- ・9月中旬以降、順調に回復

第4 四半期連結会計期間 2019年比既存店売上高 92.4%

- ・10月下旬までは順調に回復し、10月末頃からはコロナ感染者数の増加を受けて客数が減少
- ・11月はコロナ第8波の本格到来により政府からの行動制限はないものの、外出自粛や外食控えが顕著に
- ・12月はコロナ第8波の長期化により回復スピードは想定よりも鈍いものの、年末年始準備に向けた消費活動活性化により売上は回復

2. 客層別・時間帯別・地域別・業態別売上動向

- ・客層別： ファミリー層の戻りが弱い
- ・時間帯別： 20時以降の回復が遅かったが立地によってはリオープン後、堅調な店舗も増えている。今後、収益性が見込める店舗は順次営業時間を再延長予定
- ・地域別： 地方ロードサイド店舗が低調。ガソリン価格など物価高騰の影響が大きい
- ・業態別： 専門店ブランドが引き続き好調（むさしの森珈琲、魚屋路、La Ohana）

当連結会計年度は、まん延防止等重点措置適用期間が当初想定より長引いたことや、想定外に発生した新型コロナウイルス感染症第7波、第8波とそれらの長期化により、売上が計画を下回りました。まん延防止等重点措置延長による時短協力金の追加計上が一定の利益押し上げ要因となりましたが、原材料価格や光熱費、物流費の高騰、店舗減損損失及び給与計算に関する臨時損失計上により当連結会計年度は営業損失となりました。

当連結会計年度において、当社グループでは以下の基本戦略を実行しました。

- (i) 各ブランドの特性に合わせたメニューラインナップの強化
- (ii) 店舗QSC（クオリティ・サービス・クレンリネス）の徹底的な磨き込み
- (iii) DX投資を強力に推進

(i) 各ブランドの特性に合わせたメニューラインナップの強化

外食の機会が減少しても、お客様がわざわざ足を運びたいくなるような魅力的なメニューを意識しています。お客様が求めているものをいち早くキャッチして提供するとともに、健康感、プレミアム感、ニュース性を意識したメニュー開発を各ブランドで実施しております。

ガストは30周年を迎え、集大成としてコアメニューであるハンバーグをよりおいしくリニューアルしました。また、わざわざ足を運びたいくなるようなメニューとして、11月にはミシュラン1つ星レストランのシェフと共同開発した4品コース料理をご提供し、東京に行かなくてもミシュランシェフの味が体験できる、とお客様から大きな反響をいただきました。さらに、健康を気にされるお客様のニーズにも対応し、「ガパオライスプレート」や「彩り野菜の黒酢から揚げ膳」など、野菜をたくさん使った商品を開発し、ご好評いただいております。

バーミヤンではお客様に「また来たい」と思っていただけるよう、チャーハンやラーメンなどの定番商品も調理工程を見直し、より熱々でおいしい状態でご提供できるようにしました。また、日本人が食べやすい本格台湾中華を手頃な価格でご提供するブランドになるべく、その第一弾として12月のフェアでは本格台湾料理をご提供し、お客様にお楽しみいただいております。

夢庵では、そば及びつゆを美しくリニューアルしました。カジュアル和食としてのニーズ、また、「そば・うどん」ニーズなど、様々な場面で選んでいただける日常使いブランドとして今後も商品ラインナップを強化してまいります。

ステーキガストでは毎月29日に恒例の「肉（29）の日」商品ラインナップに6月から「サーロイン・みずじ食べ放題」コースを追加したことで新たな顧客ニーズを掘り起こすことに成功し、9月と11月には肉の日コースとして過去最高の販売数を記録しました。

(ii) 店舗QSC（クオリティ・サービス・クレンリネス）の徹底的な磨き込み

当社グループの今後の成長には、1店1店のQSC（クオリティ・サービス・クレンリネス）を格段に向上させ、お客様の信頼と支持をいただくことが不可欠です。一人でも多くのお客様にまた来店したいと思っていただくことが最も重要であると考えています。

QSC向上委員会では引き続き、担当執行役員も含めたメンバーで日々お客様相談室に寄せられる声に真摯に向き合うとともに、いただいたご意見への対応を検討・実行し、お客様の満足度向上に向けて全社一丸となり、取り組んでおります。また、メニュー改定の頻度を減らし、店舗従業員の習熟度を上げることで質の高い商品の安定的な提供に取り組むとともに、マニュアルの整備や動画を活用したトレーニングの強化など、QSC改善活動を継続して進めています。

すかいらーくレストランツでは、覆面調査員による調査を四半期に1回実施しており、各店舗でのお客様対応の更なる向上に活かしております。実際にお客様からいただくお褒めの言葉は増えており、2022年10月から12月までの月当たり平均件数は、1月から3月までと比較して約10%増加しました。

(iii) DX投資を強力に推進

フロアサービスロボットは計画通り、ガスト、しゃぶ葉、バーミヤン、ジョナサンを中心に、12月末には2,092店舗に3,000台の導入が完了しました。

シニアの方にも使い勝手の良い仕様に変更した新しいデジタルメニューブック（テーブルオーダー端末）は、ガスト、バーミヤン、しゃぶ葉、ジョナサン、夢庵、ステーキガストへの導入が完了しました。幅広い層のお客様にストレスなくご利用いただきやすくなっています。

また、全店のPOSレジ刷新と、一部店舗へのキャッシュレスセルフレジの導入も完了しました。POSレジ刷新は2,857店（フロプレステージュや海外店舗など一部対象外店舗あり）で、キャッシュレスセルフレジは導入予定の771店で導入が完了しました。

以上の基本戦略に加えて実行した重点施策は以下のとおりです。

- (a) プロモーション再開
- (b) 店舗戦略
- (c) インフレ対応策・コスト削減
- (d) 商品・価格戦略

(a) プロモーション再開

QSC向上と従業員の習熟度の向上に注力するため、ガストやバーミヤンなど主力ブランドでは、年初よりプロモーションを大幅に抑制しておりました。しかし5月末からリモデル店舗の販促を含めたプロモーションを再開し、お客様のご来店を積極的に促しております。外食から遠ざかっていたお客様を呼び戻すきっかけ作りのため、5月26日から6週間にわたり、ブランド横断で特定の商品をお得に購入できる目玉クーポンを配信しました。6月16日から30日まで、ガスト、バーミヤン、夢庵、ステーキガスト、グラッチェガーデンズでは計19種類のキッズメニューを99円でご提供する大型キャンペーンを実施し、新型コロナウイルスへの感染を懸念して出控え傾向が顕著であったヤングファミリー層や、価格感応度が高い地方で効果が高かったと分析しております。キャンペーン終了後も一定の客数効果は見られたものの、新型コロナウイルス感染症第7波の発生によりその後のプロモーションは抑制いたしました。8月にはバーミヤンの日（8月3日）記念で餃子83円クーポンをアプリで配信し、期間中の客数増が見られました。年内2回目の値上げによるマイナス効果を和らげるため、ガストでは10月の値上げ実施にあわせて全品10%割引キャンペーンを2週間限定で実施し、客数減を最小限にすることに成功しました。11月下旬にガストで開始したミシュラン1つ星シェフ共同開発のコース料理は、高単価にもかかわらず安定して高い売上数を記録しました。12月上旬には同コース料理のTVCMを放映し、全国のお客様に広く認知いただけるようにしたほか、下旬

には低単価層に向けてアプリクーポン利用で人気商品3品が399円になるキャンペーンを実施し、多様な客層からの集客に貢献しました。

(b) 店舗戦略

当連結会計年度の新規出店は11店舗、業態転換17店舗となりました。新規出店11店舗のうち、海外への出店が5店舗を占めており、台湾でしゃぶ葉2店舗、藍屋と横濱牛排（ステーキ）各1店舗、マレーシアでは3店舗目のしゃぶ葉をオープンいたしました。

また、リモデル（店舗改装）・リフレッシュ（店舗機能回復工事）も積極的に行っており、当連結会計年度では248店舗のリモデル（リフレッシュ含む）を実施しました。

(c) インフレ対応策・コスト削減

当連結会計年度を通して原価低減及び経費抑制に努めております。原価低減の打ち手として、メニュー改定による食材の見直しや総食材数絞り込み、商品や食材のモジュール化や社内製造拡大による原価低減、配送ルート及び頻度の見直しによる物流費の低減などの対策を強化しております。経費抑制では省エネ機器による水道光熱費の低減やDX推進による店舗生産性の向上、本部経費の削減などを実施しており、その削減額の一部を店舗環境向上のための支出に充てています。また、夜間の街中の人流減少の状況を鑑み、9月からは一部店舗で閉店時間を最大1時間繰り上げることで人件費や光熱費を削減し、利益の確保に努めています。一方、リオープンにより人流が回復している立地の店舗については今後、収益性分析を実施の上、再度営業時間を延長する計画です。

(d) 商品・価格戦略

当連結会計年度では7月と10月に主要ブランドでの値上げを実施しました（ガスト、バーミヤン、しゃぶ葉、ジョナサン、ステーキガスト）。ガストとバーミヤンでは値上げに加え、7月には全国を2つの地域に分け（ガストでは「都市型」と「その他地域」、バーミヤンでは「関東圏」と「その他地域」）、異なる価格でご提供する地域別価格制度を導入しました。ガストでは10月にさらに1区分増やした3地域制に変更した地域別価格制度を導入し（「超都心」「都市部」「地方都市」）、地方都市の値上げ幅を抑えつつ、超都心地域ではコスト上昇分に応じた価格設定をさせていただき、客数減を最小限にするとともに利益の確保に努めております。計2回の値上げと地域別価格の導入の結果、客単価が上昇したとともに、P/L構造が改善しつつあります。今後も売上・利益の確保に向けて適切な価格戦略を実行してまいります。

・店舗固定資産に係る減損損失

当連結会計年度において店舗固定資産に係る減損損失を55億円計上いたしました。これは主に新型コロナウイルス感染拡大影響の長期化により売上が減少している、または回復が遅れている店舗を幅広く抽出し、約100店舗が閉店の見通しとなったこと、ならびに本部費計上後営業赤字店舗の減損損失が増加したことによるものです。

・給与計算に関する臨時損失

5月13日に公表の通り、従業員の給与計算を1分単位での勤務管理方式に変更いたしました。時間勤務であるアルバイトと正社員を対象とし、当連結会計年度において20億円の臨時損失を計上しております。

以上の結果、当連結会計年度の売上収益は3,037億5百万円（前年同期比391億36百万円増）、営業損失は55億75百万円（前年同期営業利益182億13百万円）、税引前損失は82億25百万円（前年同期税引前利益143億25百万円）、親会社の所有者に帰属する当期損失は63億71百万円（前年同期親会社の所有者に帰属する当期利益87億42百万円）となりました。

EBITDA（注1）は419億74百万円（前年同期比237億32百万円減）、調整後EBITDA（注2）は490億58百万円（前年同期比232億74百万円減）、調整後当期損失（注3）は63億71百万円（前年同期調整後当期利益88億90百万円）となりました。当連結会計年度末時点での店舗数は3,056店舗（転換準備の為の未開店店舗2店舗。期首時点は3,098店舗）となりました。

(注1) EBITDA＝税引前利益（損失）＋支払利息＋期限前弁済に伴う借入金償還損及び付随するヘッジ関連損益＋その他の金融関連費用（期限前弁済に伴う借入金償還損及び付随するヘッジ関連損益を除く）－受取利息－その他の金融関連収益＋減価償却費及び償却費＋長期前払費用償却費＋長期前払費用（保証金）償却費

・その他の金融関連費用は、連結純損益計算書上はその他の費用として記載しています。

・その他の金融関連収益は、連結純損益計算書上はその他の収益として記載しています。

(注2) 調整後EBITDA＝EBITDA＋固定資産除却損＋非金融資産の減損損失－非金融資産の減損損失の戻入れ＋株式発行関連費用等

(注3) 調整後当期利益（損失）＝当期利益（損失）＋株式発行関連費用等＋期限前弁済に伴う借入金償還損及び付

随するヘッジ関連損益＋IFRS第9号「金融商品」（2014）適用に伴う金融負債の条件変更に係る関連損益（会計方針変更による遡及適用に伴う影響額の再調整含む）＋調整項目の税効果調整
（注4）株式発行関連費用等とは、当社の株式発行並びに株式の上場及び売出し時に発生したアドバイザー報酬額等の一時的な費用であります。

（2）当期の財政状態の概況

当連結会計年度末における資産、負債及び資本の状況は以下のとおりであります。

流動資産は418億40百万円で、主に現金及び現金同等物並びに営業債権及びその他の債権の減少により、前連結会計年度末に比べ256億6百万円減少いたしました。非流動資産は3,829億32百万円で、主に有形固定資産及びのれんの減少並びに繰延税金資産の増加により、前連結会計年度末に比べ76億15百万円減少いたしました。

総資産は4,247億72百万円で前連結会計年度末に比べ332億21百万円減少いたしました。

また、流動負債は1,573億11百万円で、主に短期借入金の増加により、前連結会計年度末に比べ674億48百万円増加いたしました。非流動負債は1,097億52百万円で、主に長期借入金及びその他の金融負債の減少により、前連結会計年度末に比べ922億15百万円減少いたしました。

負債は合計2,670億64百万円で、前連結会計年度末に比べ247億67百万円減少いたしました。

資本は合計1,577億8百万円で、前連結会計年度末に比べ84億53百万円減少いたしました。これは主に配当金支払による減少（27億30百万円）及び当期損失の計上による減少（63億71百万円）によるものであります。

(3) 当期のキャッシュ・フローの概況

当連結会計年度末における現金及び現金同等物は、前連結会計年度末に比べ230億56百万円減少し、152億75百万円となりました。当連結会計年度における各キャッシュ・フローの状況とそれらの要因は次のとおりであります。

営業活動によるキャッシュ・フロー

営業活動の結果得られた資金は、457億16百万円（前期比43億49百万円減）となりました。これは主に、税引前損失82億25百万円（前期税引前利益143億25百万円）を計上したこと、棚卸資産の増減額が37億3百万円減少したこと、営業債務及びその他の債務の増減額が59億32百万円減少したこと、法人所得税の支払額が42億31百万円増加したこと等の資金減少要因と、営業債権及びその他の債権の増減額が179億18百万円増加したこと、その他の流動負債の増減額が125億16百万円増加したこと等の資金増加要因によるものであります。

投資活動によるキャッシュ・フロー

投資活動の結果使用した資金は、155億75百万円（前期比25億88百万円増）となりました。これは主に、新店・転換・改装の店舗投資を含む有形固定資産の取得による支出が11億26百万円増加したこと及び無形資産の取得による支出が14億27百万円増加したことによるものであります。なお、当社においては、投資活動による資産の増加から、現金及び現金同等物の支払が行われるまでの期間は、通常1～2ヶ月となります。

財務活動によるキャッシュ・フロー

財務活動により使用した資金は、532億71百万円（前期比372億60百万円増）となりました。これは主に、短期借入れによる収入が830億円減少したこと、短期借入金の返済による支出が910億円減少したこと、株式の発行による収入が428億8百万円減少したことによるものであります。

(参考) キャッシュ・フロー関連指標の推移

	2018年 12月期	2019年 12月期	2020年 12月期	2021年 12月期	2022年 12月期
親会社所有者帰属持分比率 (%)	39.5	29.3	25.8	36.3	37.1
時価ベースの親会社所有者帰属持分比率 (%)	103.4	92.9	71.4	75.1	81.8
ネット・レバレッジ・レシオ (倍)	3.0	3.1	6.5	2.6	3.9
インタレスト・カバレッジ・レシオ (倍)	24.0	30.8	16.6	20.2	21.2

(注) 親会社所有者帰属持分比率 : 親会社所有者帰属持分/資産合計

時価ベースの親会社所有者帰属持分比率 : 株式時価総額/資産合計

ネット・レバレッジ・レシオ : 純有利子負債/調整後EBITDA

インタレスト・カバレッジ・レシオ : 営業キャッシュ・フロー/利払い

※各指標はいずれも連結ベース（国際会計基準）の財務数値により算出しております。

※株式時価総額は、期末株価終値×期末発行済株式数（自己株式控除後）により算出しております。

※純有利子負債は、有利子負債から現金及び預金を控除して算出しております。

※営業キャッシュ・フロー及び利払いは、連結キャッシュ・フロー計算書に計上される「営業活動によるキャッシュ・フロー」及び「利息の支払額」を用いております。

（4）今後の見通し

次期につきましては、売上収益は3,550億円（512億95百万円増）、営業利益は60億円、税引前利益は35億円、親会社の所有者に帰属する当期利益は10億円を見込んでおります。また、調整後当期利益は10億円を見込んでおります。

当社グループを取り巻く経営環境は、新型コロナウイルス感染者数拡大に伴うまん延防止等重点措置の解除以降、少しずつ回復の兆しが見えてきました。コロナ禍で顕著になった、外食の際のより厳しい商品や店舗の選定、家では体験できないモノ・コト・空間への需要、テイクアウトや宅配など外食以外の選択肢の利活用は定着してきています。しかしながら、足元では物価高騰で生活防衛意識が高まったことにより消費マインドが低下しているとともに、想定以上の円安の進行、ロシア・ウクライナ情勢の長期化を背景とした地政学上のリスクなどの影響による原材料費・物流費・光熱費の高騰などのコストプッシュが継続することが予想され、事業環境が悪化する中、今後外食市場が淘汰の時代に入っていくことが考えられます。

当社グループが描くポストコロナのロードマップでは、下記に記載の3段階のフェーズで更なる成長を目指しております。全てのフェーズに於いて基軸となるのは、1. デジタルトランスフォーメーション（DX）の推進 2. 人材育成、オペレーション改革 3. ESGの推進 の3軸です。

■ 第1フェーズ（2021年～2022年）

コロナ禍により急変した事業環境に迅速に適応しました。不採算店舗の閉店や、コスト削減を実施したことでキャッシュアウトを抑制し、DXを活用して生産性向上に繋げました。また、デリバリーやテイクアウトなど店内飲食以外の事業を拡大し、価格戦略を通じて売上を確保しました。

■ 第2フェーズ（2023年～2025年）

消費者のライフスタイルの変化や原材料費、エネルギーコスト、人件費の高騰などポストコロナの課題に対応しながらビジネスを拡大いたします。既存店の収益改善プロジェクトやDXの推進および進化による全社生産性の向上、徹底したコスト削減と原価低減により、既存店の収益構造を改革します。顧客支持の拡大と売上成長を目的として、メニュー開発やプロモーションを戦略的に実施します。同時に、時代に即したストアポートフォリオを再構築するために新規出店や業態転換を進めるとともに、新業態も開発します。また、次世代ビジネスモデルである外販・通販事業の拡大を図るとともに海外事業の本格的な多店舗展開を準備します。

■ 第3フェーズ（2025年～）

M&Aによる事業規模拡大、第1・第2フェーズで着手・実行した事業の収益拡大をさらに推進するなど、外食に加え、内食の事業領域においても業界シェア拡大を目指します。

約3年間に及ぶコロナ禍を経て、お客様の選択眼はより厳しいものとなりました。足元では円安の進行や地政学上のリスクなどの影響による原材料費、物流費、光熱費の高騰などコストプッシュの事業環境の継続が懸念されます。この厳しい事業環境の先にある淘汰の時代を乗り越えていくには、堅牢な経営基盤を作り上げることが不可欠です。第2フェーズでは、この事業環境に迅速に対応するために、「既存店の品質向上」による売上成長の達成を最優先とすべきと考えており、既存店の顧客支持獲得をテーマにお客様に支持して頂ける店舗づくりを進め、既存店の客数増による売上成長を目指します。

① 当社グループの成長戦略

客数増による売上と収益の拡大を達成するため、次の3つを当社グループの成長戦略として実行してまいります。(i) 徹底的なQSC（品質・サービス・クレンリネス）の向上、(ii) 商品のブラッシュアップ・プロモーションの進化、(iii) 全社・全業態でのDX推進、です。

(i) 徹底的なQSC（品質・サービス・クレンリネス）の向上

お客様に居心地の良い空間を提供し、おいしいお料理を味わって頂き、また来店したいと思って頂くため、QSC向上を徹底いたします。従業員のオペレーション負荷軽減によりお客様へのサービスに注力することで、お客様の満足度をより向上させます。具体的には、フロアサービスロボットやデジタルメニューブックにより従業員の作業量を削減し、その時間を店舗の清掃やより良いサービスへ充てる、メニュー改定頻度を適正化することにより調理技術の習熟を目指す、デジタルツールを活用したトレーニングで効果を最大化する、などです。

また、お客様にとって居心地の良い店舗環境の整備を進めます。次期も必要なリモデルとリフレッシュ工事を実施することにより、綺麗で居心地の良い店舗の整備を進めます。さらに従業員のトレーニングを強化し、お客様に気持ちの良い時間を過ごしていただけるよう、品質の高いサービス提供に努めてまいります。

(ii) 商品のブラッシュアップ・プロモーションの進化

お客様が外食をする際、せっかく外食するのならば、家では作れないプロの味を求める傾向が益々強くなっています。当社では継続的にコア商品の品質向上に努めるとともに、著名なシェフや有名店、料理研究家の先生とのコラボ商品など、わざわざ食へに行く価値のある商品の提供を目指しております。「ガスト」や「バーミヤン」などファミリーレストランブランドについては、多様な目的やオケージョンでご利用いただけるよう、小ポーシヨンの商品を拡充し、サイドメニューやデザートメニューも、追加でご注文をしやすい価格帯の商品を引き続き強化してまいります。「しゃぶ葉」、「むさしの森珈琲」、「La Ohana」などの専門店ブランドについては、より専門性の高いメニューをご提案し、「健康感」、「ご当地感」など付加価値の高いメニューを提供してまいります。

プロモーションについては、デジタルとアナログ双方のツールを活用し、再来店頻度の向上に加え、これまでご来店頂けていなかったお客様の来店を促すなど、全方位的なマーケティングを推進します。

約2,020万人が利用するすかいらーくアプリを活用したクーポン配布による販促は、再来店されるお客様を多く獲得することができ、お客様のロイヤリティを高める効果も得ることができています。また、シニア層の来店頻度向上を目的とした「プラチナパスポート」の利用者数は既に170万人を超えており、大変好評となっております。今後は、実績のある施策の継続的な実施に加え、すかいらーくアプリ会員数増を目指した取組みを強化し、お客様の更なる来店頻度向上を目指してまいります。

お子様向けのキャンペーン、小皿などのプレゼントキャンペーン、店舗リモデルにより居住性が向上した旨のお知らせの配布など、再来店を促すプロモーションも強化します。

さらに、当社の商品・サービスを認知していただき、来店の選択肢に入れていただくための施策として、テレビCMを今後も実施するとともに、デジタル広告やソーシャルメディアマーケティングを強化します。特に若年層にアピールするためにはペイド及びブイアードメディアを活用し、お値打ち感やボリューム感、ニュース性などを訴求してまいります。

(iii) 全社・全業態でのDX推進

「お客様の利便性向上」と「従業員の生産性向上」に資するITデジタル投資について、必要なものは引き続き実行します。店舗オペレーションやバックオフィス業務の効率化を図り、従業員の作業負担を低減するとともに、店舗及び本部の生産性を改善し、全社の業務生産性を飛躍的に向上させ、将来的な人件費増加に対する耐性をさらに強化いたします。結果として当社の高収益体制を確実なものにいたします。

シニアの方にも使い勝手の良い仕様に変更した新しいデジタルメニューブック（テーブルオーダー端末）は、ガスト、バーミヤン、しゃぶ葉、ジョナサン、夢庵、ステーキガストへの導入が完了しています。ご年配のお客様が多い和食業態においても従来型のメニューと併用することでお客様の利便性向上と店舗作業の生産性向上が実現できています。フロアサービスロボットは2022年末で「ガスト」「しゃぶ葉」「バーミヤン」「ジョナサン」「ステーキガスト」など2,092店舗に3,000台を導入済みです。お客様をお待たせしないサービスと、より品質の高いサービスの提供により顧客満足度を向上するとともに、従業員の作業負担を軽減することができています。従業員が継続的に働くモチベーションにもつながり、サービスの習熟度の向上が促進され、さらに良いサービスを提供するという好循環を生み出すことが期待されます。また、2022年末には対象店舗全2,857店のPOSレジの刷新が完了し（フロプレスステージや海外店舗など一部対象外店舗あり）、キャッシュレスセルフレジも771店舗に導入済みで、従業員に負担が高かった会計作業が軽減されています。

今後はデジタルメニューブックを介した客席でのテーブルセルフ決済機能も搭載予定で、お客様の利便性と従業員生産性の更なる向上が期待されます。同時に、従業員のデジタルデバイス利活用を促進し、コミュニケーションの円滑化と生産性のさらなる向上に努めます。

② 継続的なコスト削減による高収益体制の確立

コロナ禍で売上伸びの見通しが不透明になるなか、自助努力としてのコスト削減、原価低減を継続的に行い、高収益体制の確立に努めています。メニュー改定頻度の見直しなどメニュー改革を進め、店舗人件費、広告宣伝費、本部経費などコスト削減を実行しております。また、工場の生産工程の見直し、配送頻度の低減、内製品の拡大、食材のブランド間での共通化等により食材総数の削減を進め、工場の生産性向上と原価低減に取り組みます。

③ ESGへの取り組み

当社グループの事業活動は「持続可能な開発目標（SDGs）」と深い関わりがあることを認識しています。国連が定めるグローバル目標に則した施策の実行など、持続可能な社会の実現に向けて当社が果たすべき責務をグループ横断で推進する体制を強化するため、2020年12月に「グループサステナビリティ委員会」を設置しました。

2021年には当社グループのパーパス（存在意義）を「食の未来を創造し、豊かな生活と社会の発展に貢献する」、2030年長期ビジョンを「一人ひとりの豊かな生活の実現、豊かな社会づくりへの貢献、環境への配慮」と定めたほか、当社が優先的に取組むべき課題であるマテリアリティについても、「食」を通じた持続的な社会と企業価値の向上の実現とのサステナビリティ方針に基づき、当社グループにとっての重要度とステークホルダーにとつ

での重要度の両面からの分析を行い、マテリアリティとして特定し、一覧及びマテリアリティ・マトリクスとしてホームページに開示しております。

<https://corp.skylark.co.jp/sustainability/management/materiality/>

当社グループのESGへの取り組みは、調達・生産から店舗運営まで、当社の商品・サービス・企業活動を通じた地球環境保全と持続可能な社会の発展に貢献し、当社グループの成長を同時に実現するものです。

- ・ 宅配・テイクアウトの包装容器やカトラリー、レジ袋などの使い捨てプラスチック製品について、バイオマス素材や紙原料、木製などへの切り替えを進め、石油由来プラスチック使用量の削減を推進しています。2023年1月からはレジ袋や使い捨てカトラリーの有料化を通じて使用量全体の抑制を推進していくことも既に発表しております。
- ・ CO2削減の取り組みとして、節電活動や省エネ化、物流の最適化等を進めるとともに、今後代替エネルギーや再生エネルギーへの移行のために準備研究を進め、脱炭素に向けての取り組みを加速させていきます。当社グループでは『2050年までにCO2排出量を実質ゼロにする』ことを目標に設定しました。同時に、短期目標として売上1百万円に対するCO2排出量の年平均1%以上の改善、中期目標として2030年までに2018年比50%削減を目標に設定しております。
- ・ 当社グループは事業を通じて社会的責任を果たすべく、購買管理規程を設け、法令を遵守することはもとより、安全で高品質な食材購買の推進、社会的課題への対応に取り組んでいます。サプライヤーの選定においては、財務的な信頼性、品質の安定性のみならず、サプライヤーの従業員管理（労働安全衛生確保等）、人権配慮（児童労働、強制労働、差別、結社の自由、団体交渉、長時間労働等）、環境への配慮（エネルギー、気候変動、水資源、生物多様性、その他環境問題、食品ロス、資源利用等）、その他の反社会的行為の状況について確認し、社会的責任を果たしているサプライヤーから優先して選定しています。問題のある場合は取引を開始しない、という厳格なポリシーを実行することで責任ある調達に努めています。また、サプライヤースタッフに対して、当社環境方針に関する情報提供や当社とのコミュニケーション、トレーニング等への理解と協力を求め、共に企業活動と社会・環境の共存共栄を目指します。
- ・ 厳しい調達基準に基づき、環境・社会・人権への配慮、生物多様性につながる持続可能な原材料調達に努めています。紙製品におけるFSC/PEFC認証取得製品を積極的に採用（紙ストローや木製カトラリー、コピー用紙等）している他、主要業態のガストをはじめ複数業態で提供しているコーヒーマシンは、レインフォレスト・アライアンス認証豆30%配合を使用しています。さらにフライ用オイルのブレンド配合を変更しパーム油の比率を下げ、RSPO認証を取得したパーム油導入に向けサプライヤーと協議しています。今後は国産野菜・米におけるJGAP認証またはそれに準じる農場管理基準を持つ産地比率を増やす新規産地開発を行っていく方針です。また、2022年6月に一部カテゴリにおいて、持続可能な調達の国際規格ISO20400認証を取得しました。
- ・ お客様に安心してお食事を楽しんで頂けるよう、塩分値やカロリー、アレルギー物質の表示、主要食材原産地情報の開示などに取り組んでいます。また、アレルギー反応の重篤性を鑑み、アレルギー情報サイトを刷新し、メニューからも、指定アレルゲンからもアレルギー物質情報を検索いただけるようにしました。
- ・ 健康に配慮しながらお食事をお楽しみいただけるメニューの開発にも努めています。たとえば、野菜たっぷりのメニューや糖質控えめのメニュー、多品目を一度に味わっていただけるバランスプレートや定食メニューをご提供している他、セットメニューとして白米以外にサラダや雑穀米などを選択可能としています。今後も各ブランドで健康への配慮を続けてまいります。
- ・ 「食」を扱う企業として、食品ロス問題への対応も重要な責務です。当社は全国10か所の工場に必要な分だけ生産し発注された分だけをほぼ毎日店舗に配送する仕組みを導入したり、工場の食品廃棄物をおよそ90%リサイクルしたりするなど、食材廃棄の低減に努めています。
- ・ 店舗では、ご飯の量を選択可能にし、単品メニューをご提供するなど、お客様に残さず召し上がっていただける工夫をしています。また、2020年9月には、持ち帰り専用容器「すかいらーくもったいないパック」[®]を導入し、店内のデジタルメニューブックやホームページで食べきれなかった料理のお持ち帰りを推奨するなど、食品ロス削減への取り組みを強化しています。
- ・ 酒類を扱う企業として、法令を遵守し、責任のあるアルコール提供を徹底しています。
- ・ ダイバーシティを推進し、すべての従業員にとって働きがいのある職場環境を整備します。
- ・ 従来進めてきた空調設備や厨房設備の省エネ化を加速します。
- ・ 健康経営を推進し、従業員の健康保持・増進及びパフォーマンス向上等に取り組めます。

※当社のESGに関する各種取り組みは、ホームページに開示しています。

<https://corp.skylark.co.jp/sustainability/>

※健康経営については、以下のサイトに開示しています。

https://corp.skylark.co.jp/sustainability/basic_policy/health/

当社グループの経営理念は『価値ある豊かさの創造』です。「ひとりでも多くのお客様に 安くておいしい料理を 気持ちのよいサービスで 快適な空間で味わっていただく」という私たちが果たすべきミッション（役割）を実現し、お客様の生活がより豊かになり、より快適に過ごしていただけるような店舗づくりとサービスを目指し、企業価値の向上に努めてまいります。その実現のため、当社は「すかいらーくグループ企業行動憲章」を制定して全役職員で共有し、法律、国際ルール及びその精神を遵守するとともに、社会的良識をもった行動に努めております。また、経営の健全性、効率性及び透明性を確保するためのさまざまな取り組みを実施し、コーポレート・ガバナンスの充実を図っています。

④ 食の安全・安心に向けた取り組み

当社グループでは、食材の調達から加工・流通・店舗での調理保管に至るまで、全ての工程で厳格な管理基準を設け、国内の全工場（10工場）、購買部門、メニュー開発部門、品質管理部門、内部監査部門を対象に、国際的な食品安全マネジメント規格であるISO22000の認証を取得しています。これにより、調達先の食品安全管理、店舗での調理手順の妥当性の確認など、サプライチェーン一体としての食品マネジメントシステム体制構築が可能になっております。

すかいらーくグループで提供する食材について、「品質管理憲章」を定め、原料・加工・運搬・保管・お客様への料理提供に至るまでに予見される“食に係わるあらゆるリスク”に対応しています。細菌性・ウイルス性食中毒、アレルギー、農薬、異物などの危害を想定し、全ての過程においてトレーサビリティ、衛生的な取扱い、的確且つ迅速な抜き打ち検査を行っています。

(5) 利益配分に関する基本方針及び当期・次期の配当

当社は、将来の事業展開と企業価値の向上に向けた設備投資等に備えて内部留保を確保しつつ、株主の皆様継続的な配当を実施していくことを基本方針としております。しかしながら、当期は新型コロナウイルス感染症の影響の長期化ならびにコストインフレによる収益回復の遅れにより最終赤字となったため、財務の健全性維持の観点から無配とさせていただきます。

当社は、株主への利益還元を経営上の最重要課題と認識しており次期以降の復配に向け業績の回復に邁進してまいります。なお、次期の配当につきましては将来の成長のための投資等を勘案し引き続き調整後当期利益ベースで約30%の連結配当性向を目標として、安定的に剰余金の配当を行う方針とさせていただきこととし、添付資料7ページ「1. 経営成績等の概況（4）今後の見通し」に記載の次期の見通しの達成を前提として1株当たり年間3円の実施を予定しております。

(注) 調整後当期利益＝当期利益＋株式発行関連費用等＋期限前弁済に伴う借入金償還損及び付随するヘッジ関連損益＋IFRS第9号「金融商品」（2014）適用に伴う金融負債の条件変更に係る関連損益（会計方針変更による遡及適用に伴う影響額の再調整含む）＋調整項目の税効果調整

2. 会計基準の選択に関する基本的な考え方

当社グループは、国内外の株主、投資家や取引先など様々なステークホルダーの皆さまの利便性の向上を目的として、2013年12月期から国際会計基準を適用しております。

3. 連結財務諸表及び主な注記

(1) 【連結財政状態計算書】

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2021年12月31日)	当連結会計年度 (2022年12月31日)
資産		
流動資産		
現金及び現金同等物	38,331	15,275
営業債権及びその他の債権	24,247	16,943
その他の金融資産	50	69
棚卸資産	3,972	7,335
その他の流動資産	846	2,218
流動資産合計	67,446	41,840
非流動資産		
有形固定資産	199,468	191,072
のれん	146,001	144,816
その他の無形資産	4,179	5,045
その他の金融資産	24,038	23,211
繰延税金資産	16,314	18,398
その他の非流動資産	546	391
非流動資産合計	390,547	382,932
資産合計	457,993	424,772
負債及び資本		
負債		
流動負債		
短期借入金	17,810	86,971
営業債務及びその他の債務	28,347	24,896
その他の金融負債	27,620	27,845
未払法人所得税等	3,217	120
引当金	1,668	1,944
その他の流動負債	11,201	15,536
流動負債合計	89,863	157,311
非流動負債		
長期借入金	104,634	20,000
その他の金融負債	81,691	75,045
引当金	14,727	13,875
その他の非流動負債	916	832
非流動負債合計	201,968	109,752
負債合計	291,831	267,064
資本		
資本金	25,134	25,134
資本剰余金	77,963	75,233
自己株式	—	△0
その他の資本の構成要素	301	915
利益剰余金	62,763	56,425
親会社の所有者に帰属する持分合計	166,161	157,708
資本合計	166,161	157,708
負債及び資本合計	457,993	424,772

（2）【連結純損益計算書】

（単位：百万円）

	前連結会計年度 (自 2021年1月1日 至 2021年12月31日)	当連結会計年度 (自 2022年1月1日 至 2022年12月31日)
売上収益	264,570	303,705
売上原価	△81,511	△96,795
売上総利益	183,059	206,910
その他の営業収益	45,748	12,581
販売費及び一般管理費	△203,420	△215,567
その他の営業費用	△7,174	△9,500
営業利益（△損失）	18,213	△5,575
受取利息	9	9
その他の収益	3	5
支払利息	△2,938	△2,549
その他の費用	△962	△114
税引前利益（△損失）	14,325	△8,225
法人所得税費用	△5,582	1,854
当期利益（△損失）	8,742	△6,371
当期利益（△損失）の帰属		
親会社の所有者	8,742	△6,371
当期利益（△損失）	8,742	△6,371
1株当たり当期利益（△損失）		
基本的1株当たり当期利益（△損失）（円）	40.77	△28.00
希薄化後1株当たり当期利益（△損失）（円）	40.77	△28.00

（3）【連結包括利益計算書】

（単位：百万円）

	前連結会計年度 (自 2021年1月1日 至 2021年12月31日)	当連結会計年度 (自 2022年1月1日 至 2022年12月31日)
当期利益（△損失）	8,742	△6,371
その他の包括利益		
純損益に振り替えられることのない項目		
その他の包括利益を通じて公正価値で測定される 金融資産	105	△398
確定給付負債（資産）の純額の再測定	△20	32
純損益に振り替えられることのない項目合計	85	△366
純損益に振り替えられる可能性のある項目		
在外営業活動体の換算差額	276	39
キャッシュ・フロー・ヘッジ	430	974
純損益に振り替えられる可能性のある項目合計	706	1,013
税引後その他の包括利益	791	648
当期包括利益	9,533	△5,723
当期包括利益の帰属		
親会社の所有者	9,533	△5,723
当期包括利益	9,533	△5,723

（4）【連結持分変動計算書】

（単位：百万円）

	資本金	資本剰余金	自己株式	その他の資本の構成要素					合計
				その他の包括利益を通じて公正価値で測定される金融資産	確定給付負債（資産）の純額の再測定	在外営業活動体の換算差額	キャッシュ・フロー・ヘッジ		
2021年1月1日	3,634	56,595	—	328	—	326	△1,163	△510	
当期利益（△損失）	—	—	—	—	—	—	—	—	
その他の包括利益	—	—	—	105	△20	276	430	791	
当期包括利益合計	—	—	—	105	△20	276	430	791	
新株の発行	21,500	21,368	—	—	—	—	—	—	
配当金	—	—	—	—	—	—	—	—	
その他の資本の構成要素から利益剰余金への振替	—	—	—	—	20	—	—	20	
所有者による拠出及び所有者への分配合計	21,500	21,368	—	—	20	—	—	20	
所有者との取引額等合計	21,500	21,368	—	—	20	—	—	20	
2021年12月31日	25,134	77,963	—	432	—	602	△734	301	
当期利益（△損失）	—	—	—	—	—	—	—	—	
その他の包括利益	—	—	—	△398	32	39	974	648	
当期包括利益合計	—	—	—	△398	32	39	974	648	
自己株式の取得	—	△0	△0	—	—	—	—	—	
配当金	—	△2,730	—	—	—	—	—	—	
その他の資本の構成要素から利益剰余金への振替	—	—	—	△1	△32	—	—	△33	
所有者による拠出及び所有者への分配合計	—	△2,730	△0	△1	△32	—	—	△33	
所有者との取引額等合計	—	△2,730	△0	△1	△32	—	—	△33	
2022年12月31日	25,134	75,233	△0	33	—	641	240	915	

(単位：百万円)

	利益剰余金	親会社の所有者に帰属する 持分合計	資本合計
2021年1月1日	54,041	113,761	113,761
当期利益（△損失）	8,742	8,742	8,742
その他の包括利益	—	791	791
当期包括利益合計	8,742	9,533	9,533
新株の発行	—	42,868	42,868
配当金	—	—	—
その他の資本の構成要素か ら利益剰余金への振替	△20	—	—
所有者による拠出及び所有者 への分配合計	△20	42,868	42,868
所有者との取引額等合計	△20	42,868	42,868
2021年12月31日	62,763	166,161	166,161
当期利益（△損失）	△6,371	△6,371	△6,371
その他の包括利益	—	648	648
当期包括利益合計	△6,371	△5,723	△5,723
自己株式の取得	—	△0	△0
配当金	—	△2,730	△2,730
その他の資本の構成要素か ら利益剰余金への振替	33	—	—
所有者による拠出及び所有者 への分配合計	33	△2,730	△2,730
所有者との取引額等合計	33	△2,730	△2,730
2022年12月31日	56,425	157,708	157,708

（5）【連結キャッシュ・フロー計算書】

（単位：百万円）

	前連結会計年度 (自 2021年1月1日 至 2021年12月31日)	当連結会計年度 (自 2022年1月1日 至 2022年12月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税引前利益（△損失）	14,325	△8,225
調整：		
減価償却費及び償却費	47,293	47,398
非金融資産の減損損失	6,225	5,491
固定資産処分損益	180	1,601
受取利息	△9	△9
その他の収益	△3	△5
支払利息	2,938	2,549
その他の費用	962	114
	71,911	48,915
運転資本の増減等：		
営業債権及びその他の債権の増減額（△は増加）	△10,588	7,330
棚卸資産の増減額（△は増加）	346	△3,357
営業債務及びその他の債務の増減額（△は減少）	2,526	△3,407
その他の金融負債（流動）の増減額（△は減少）	△3,425	△992
その他の流動負債の増減額（△は減少）	△7,688	4,828
その他	△204	△475
営業活動による現金生成額	52,877	52,843
利息及び配当金の受取額	4	7
利息の支払額	△2,479	△2,155
法人所得税等の支払額	△748	△4,979
法人所得税等の還付額	410	—
営業活動によるキャッシュ・フロー	50,065	45,716
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△12,221	△13,347
有形固定資産の売却による収入	5	32
無形資産の取得による支出	△1,014	△2,441
敷金及び保証金の差入による支出	△460	△241
敷金及び保証金の回収による収入	1,605	711
その他	△903	△289
投資活動によるキャッシュ・フロー	△12,987	△15,575
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入れによる収入	85,000	2,000
短期借入金の返済による支出	△91,000	—
長期借入れによる収入	—	—
長期借入金の返済による支出	△17,849	△17,857
株式の発行による収入	42,808	—
リース負債の返済による支出	△33,957	△34,561
支払配当金	△17	△2,730
借入関連手数料の支払による支出	△995	△122
財務活動によるキャッシュ・フロー	△16,011	△53,271
現金及び現金同等物に係る換算差額	235	74
現金及び現金同等物の増減額	21,302	△23,056
現金及び現金同等物の期首残高	17,030	38,331
現金及び現金同等物の期末残高	38,331	15,275

(6) 連結財務諸表に関する注記事項

(継続企業の前提に関する注記)

該当事項はありません。

(会計上の見積りの変更)

当社グループは、のれんが配分された資金生成単位グループ内の事業が処分される場合、当該処分される事業に関連するのれんの金額の計算は、処分される事業と存続する資金生成単位との価値の比率に基づき行っております。ポストコロナを見据えた店舗投資方針の見直しを契機として、コロナ後の当社グループの事業の実態をより適切に反映するため、当連結会計年度より、処分される事業に関連するのれんの金額を算定する際に用いる処分される事業に関連する価値の見積方法を見直し、より適切な方法に変更しております。これにより、従来の方と比べて、当連結会計年度の「その他の営業費用」が1,148百万円増加しております。

(表示方法の変更)

連結キャッシュ・フロー計算書関係

前連結会計年度において、独立掲記しておりました「投資活動によるキャッシュ・フロー」の「貸付金の回収による収入」は、金額的重要性が乏しいため、当連結会計年度においては「その他」に含めて表示しております。この表示方法の変更を反映させるため、前連結会計年度の連結財務諸表の組替えを行っております。

この結果、前連結会計年度の連結キャッシュ・フロー計算書において、「投資活動によるキャッシュ・フロー」の「貸付金の回収による収入」に表示していた0百万円は、「その他」として組み替えております。

(セグメント情報)

報告セグメントは、当社グループの構成単位のうち分離された財務情報が入手可能であり、取締役会が、経営資源の配分の決定及び業績を評価するために、その経営成績について定期的に検討を行う対象となっている事業セグメントを基礎に決定しております。事業セグメントは、他の事業セグメントとの取引を含む、収益を稼得し費用を発生させる事業活動の構成単位であります。

当社グループは、ガスト、ジョナサン、バーミヤン、しゃぶ葉、夢庵、ステーキガスト等の事業セグメントを有しており、「レストラン事業」として集約して報告しております。レストラン事業における各事業セグメントは、売上総利益率がおおむね類似した水準にあり、類似した経済的特徴を共有しており、かつ、主にレストランにおけるテーブルサービスを提供する一般消費者向けビジネスとして、食材の調達、加工、調理及び店舗への配送方法も基本的に共通している点で類似しております。

(i) セグメントの収益及び業績

開示すべき報告セグメントが「レストラン事業」のみとなるため、記載を省略しております。

(ii) 地域別に関する情報

当社グループは、外部顧客からの国内売上収益が、連結純損益計算書の売上収益の大部分を占めるため、地域別の売上収益の記載を省略しております。

また、国内所在地に帰属する非流動資産の帳簿価額が、連結財政状態計算書の非流動資産の大部分を占めるため、地域別の非流動資産の記載を省略しております。

(iii) 主要な顧客に関する情報

当社グループは、一般消費者向けの事業を営んでおり、当社グループの売上収益の10%以上を占める単一の外部顧客（グループ）は存在しないため、記載を省略しております。

（1株当たり情報）

	前連結会計年度 （自 2021年1月1日 至 2021年12月31日）	当連結会計年度 （自 2022年1月1日 至 2022年12月31日）
親会社の普通株主に帰属する当期利益（△損失） （百万円）	8,742	△6,371
親会社の普通株主に帰属しない金額（百万円）	—	—
基本的1株当たり当期利益の計算に使用する 普通株主に係る当期利益（△損失）（百万円）	8,742	△6,371
当期利益調整額（百万円）	—	—
希薄化後1株当たり当期利益の計算に使用する 普通株主に係る当期利益（△損失）（百万円）	8,742	△6,371
基本的期中平均普通株式数（株）	214,429,245	227,502,197
希薄化後1株当たり当期利益の算定に用いられた 期中平均普通株式数（株）	214,429,245	227,502,197
基本的1株当たり当期利益（△損失）（円）	40.77	△28.00
希薄化後1株当たり当期利益（△損失）（円）	40.77	△28.00

（注）希薄化後1株当たり当期利益（△損失）につきましては、潜在的普通株式が存在しないため、基本的1株当たり当期利益（△損失）と同額であります。

（重要な後発事象）

当社は財務の安定化を図り、今後の資金調達を円滑に進めるため2023年2月13日付で下記の既存借入契約の財務制限条項のうちネット・レバレッジ・レシオに関する条項について変更契約を締結しております。変更後の同条項の概要は以下のとおりであります。

1. 2017年2月9日付限度貸付契約

各四半期末のネット・レバレッジ・レシオ（※1）を下記に定める水準以下に維持すること。

- ・2022年12月期 判定しない
- ・2023年3月期 判定しない
- ・2023年6月期 判定しない
- ・2023年9月期 4.75
- ・2023年12月期及び2024年3月期 4.00
- ・2024年6月期以降 3.75

（※1）ネット・レバレッジ・レシオ＝連結純負債／直前12ヶ月の連結EBITDA（※2）

（※2）当該契約における連結EBITDAは、国際会計基準における連結営業利益に連結営業利益の計算において控除される減価償却費、償却費、非現金支出項目の調整の他、本ローン契約における借入先である金融機関等との契約上の取決めによって調整される項目を含んでおります。

2. 2018年2月2日付金銭消費貸借契約

各四半期末のネット・レバレッジ・レシオ（※1）を下記に定める水準以下に維持すること。

- ・2022年12月期 判定しない
- ・2023年3月期 判定しない
- ・2023年6月期 判定しない
- ・2023年9月期 4.75
- ・2023年12月期及び2024年3月期 4.00
- ・2024年6月期より2026年3月期まで 3.75
- ・2026年6月期以降 3.50

（※1）ネット・レバレッジ・レシオ＝連結純負債／直前12ヶ月の連結EBITDA（※2）

（※2）当該契約における連結EBITDAは、国際会計基準における連結営業利益に連結営業利益の計算において控除される減価償却費、償却費、非現金支出項目の調整の他、本ローン契約における借入先である金融機関等との契約上の取決めによって調整される項目を含んでおります。

3. 2021年2月12日付長期コミットメントライン契約

各四半期末のネット・レバレッジ・レシオ（※1）を下記に定める水準以下に維持すること。

- ・2022年12月期 判定しない
- ・2023年3月期 判定しない
- ・2023年6月期 判定しない
- ・2023年9月期 4.75
- ・2023年12月期 4.00

（※1） ネット・レバレッジ・レシオ＝連結純負債／直前12ヶ月の連結EBITDA（※2）

（※2） 当該契約における連結EBITDAは、国際会計基準における連結営業利益に連結営業利益の計算において控除される減価償却費、償却費、非現金支出項目の調整の他、本ローン契約における借入先である金融機関等との契約上の取決めによって調整される項目を含んでおります。