

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月期通期決算 (補足説明資料)

2023年4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】

I. 業績ハイライト

1. 業績の概要[IFRS]
2. 実質既存店コロナ前比・客数・客単価の推移について
3. 筋肉質なコスト構造の維持について
4. 業績の概要(カテゴリー別)
5. 要約貸借対照表
6. 要約キャッシュ・フロー計算書

II. 2024年2月期業績予想

1. 2024年2月期通期業績予想の概要
2. 2024年2月期通期業績予想の概要(カテゴリー別)

III. 株主還元

1. 配当について
2. 株主優待制度について

IV. 中期経営計画

1. 中長期的な成長戦略(概要)
2. 中期経営計画の進捗状況
3. 2024年2月期取り組み方針①②③
4. 数値計画
5. サステナビリティへの取り組みの進捗状況
6. グループミッション

V. 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. サステナビリティへの取り組み-気候変動への対応-

I. 業績ハイライト

1. 業績の概要[IFRS]

売上収益:1,182億円、営業利益:51億円、親会社の所有者に帰属する当期利益34億円、調整後EBITDA237億円

✓ 売上収益について

- 売上収益は、期初予想に対して+32億円の1,182億円で着地
 - ⇒サンジェルマン社及び北海道サンジェルマン社がグループイン(2022年12月より連結:2社合計の売上寄与は31億円)
 - ⇒既存店前年比(2022年2月期比)は、通期で131.0%
 - ⇒実質既存店2020年2月期(コロナ前)比^{※1}は、通期で79.5%(予想比+1.0%)

✓ 営業利益について

- 営業利益は、期初予想に対して△22億円の51億円で着地
 - ⇒減損損失を保守的に34億円計上(予想比+24億円)
 - ⇒時短協力金及び減損損失を除いた「実質営業利益」^{※2}は、各四半期ともに黒字化済(通期で41億円)

(単位:百万円)	2022年2月期 (前年)	2023年2月期 1Q単(3月-5月)	2023年2月期 2Q単(6月-8月)	2023年2月期 3Q単(9月-11月)	2023年2月期 4Q単(12月-2月)	2023年2月期 実績	2023年2月期	対予想差異
	実績	実績	実績	実績	実績	実績	期初予想(22年4月14日開示)	
売上収益	78,324	26,243	28,163	29,614	34,218	118,240	115,000	+3,240
営業利益	7,633	5,166	△ 79	593	△ 597	5,083	7,300	△ 2,216
税引前利益	7,134	5,130	△ 103	394	△ 855	4,565	6,800	△ 2,234
当期利益	6,660	3,873	19	312	△ 326	3,878	5,100	△ 1,221
親会社の所有者に 帰属する当期利益	5,919	3,422	88	275	△ 400	3,385	4,500	△ 1,114
調整後EBITDA ^{※2}	27,088	9,294	4,149	5,100	5,119	23,664	24,700	△ 1,035
実質営業利益 (営業利益-協力金+減損)	△ 6,428	1,155	454	1,377	1,161	4,149		

(参考)2023年2月期2Q単及び4Q単には株主優待引当金繰入費用あり(2Q4.4億円/4Q5億円)

※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:実質営業利益は、営業利益から協力金と減損損失を除いた数値です

※3: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.実質既存店コロナ前比・客数・客単価の推移について

2022年3月21日まで、まん延防止等重点措置が継続



まん延防止重点措置解除後、ほとんどの店舗で営業再開(内、半数が時短営業)するも、7月にはコロナ第7波到来で、客足は鈍化

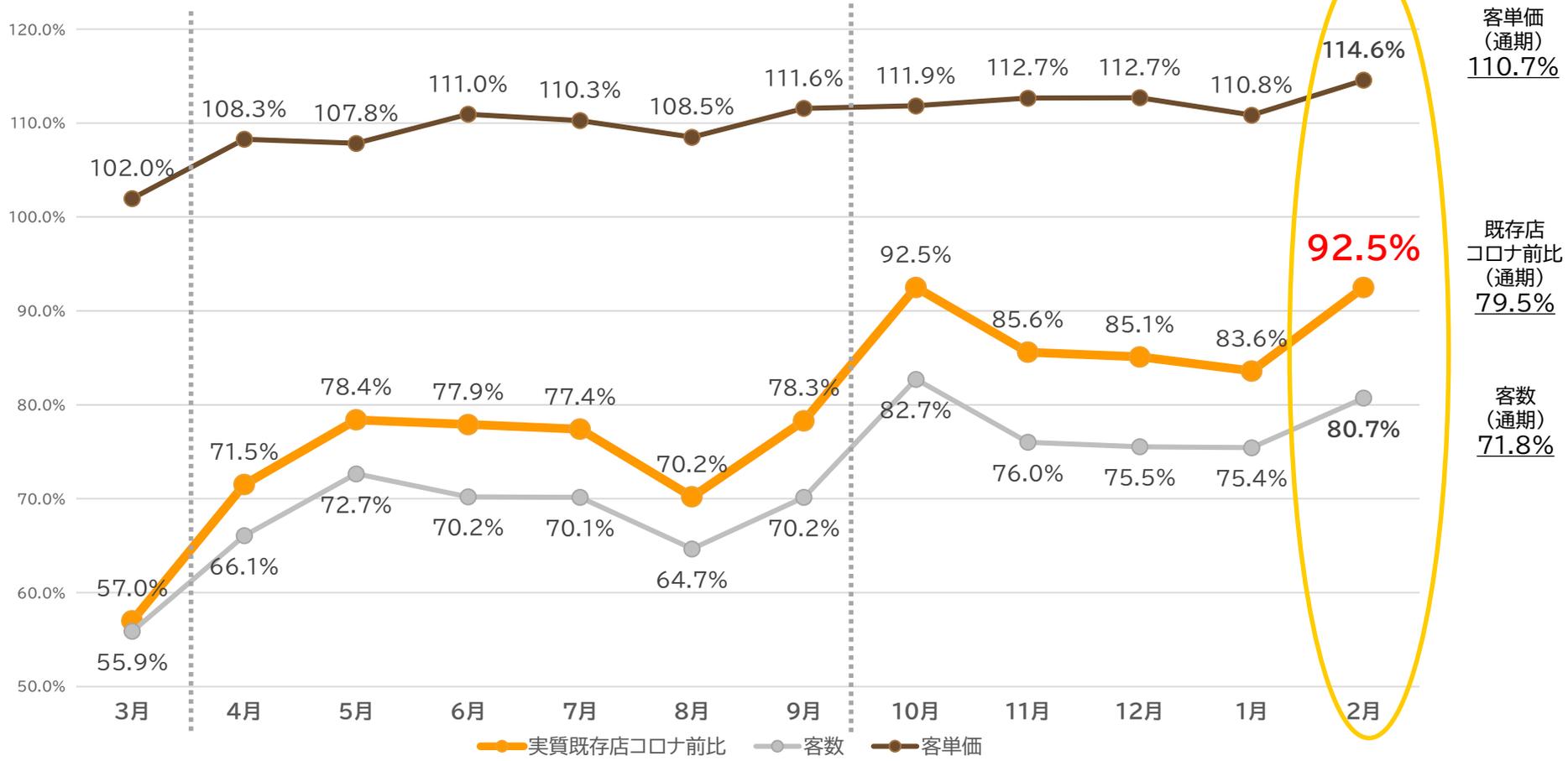


コロナ第7波後、全国旅行支援やインバウンド再開等により、10月以降回復。コロナ第8波はあったものの、2月の実質既存店コロナ前比は92.4%まで回復

コロナ第6波
まん延防止等重点措置
(~3/21)

コロナ第7波
(7/11~9/12)

コロナ第8波
(11/18~)



※1:記載の要請の期間については、東京都をベースとしています

※2:実質既存店コロナ前比は、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

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を吸収し、筋肉質なコスト構造を維持

原価率

- 仕入価格高騰の影響については、段階的に販売価格へ転嫁
- グループ購買機能を集約したCMD社による集中購買の施策実行
- 今後も必要に応じて適正価格を実現

人件費率(実質)

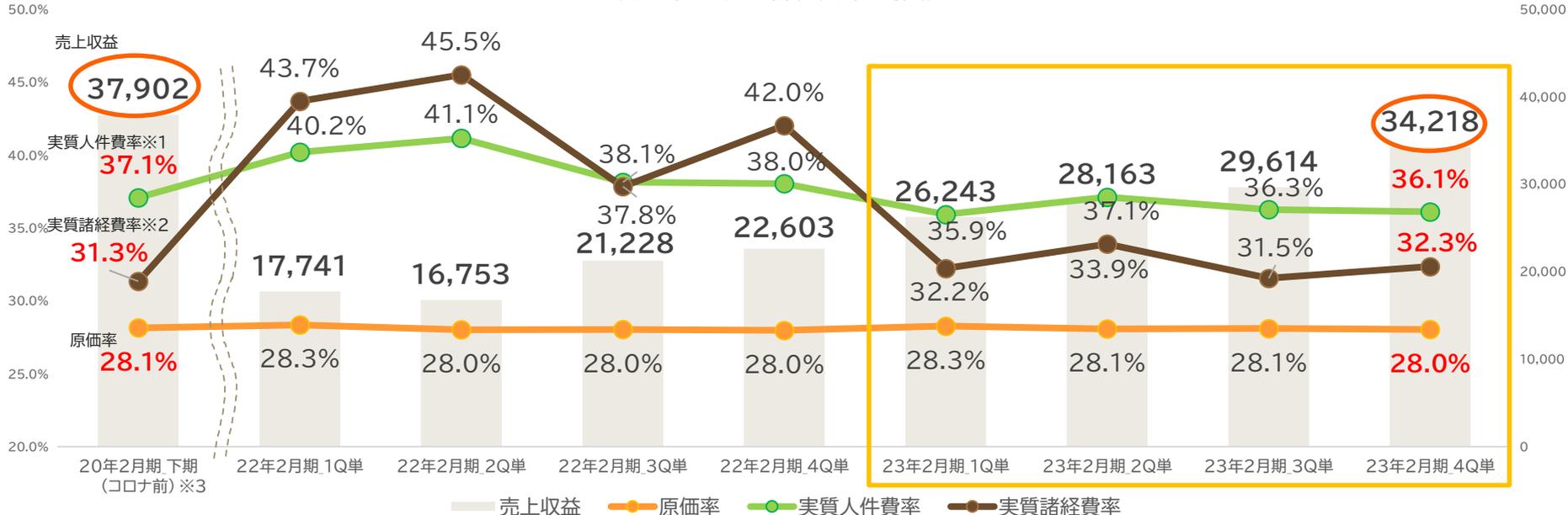
- 徹底したシフト管理、適正な人員配置の実施、採用コストの圧縮等が奏功
- DX推進(モバイルオーダー・セルフレジ・配膳ロボット導入等)による人財不足への対応

諸経费率(実質)

- 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
- 過去の保守的な減損損失の計上・退店による減価償却費減少もあり、足元の水道光熱費(通期で+10億円インパクト)の上昇を吸収

売上収益及び各経费率の推移

[単位:百万円]



※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を考慮して算出しています

※2:実質諸経费率とは、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

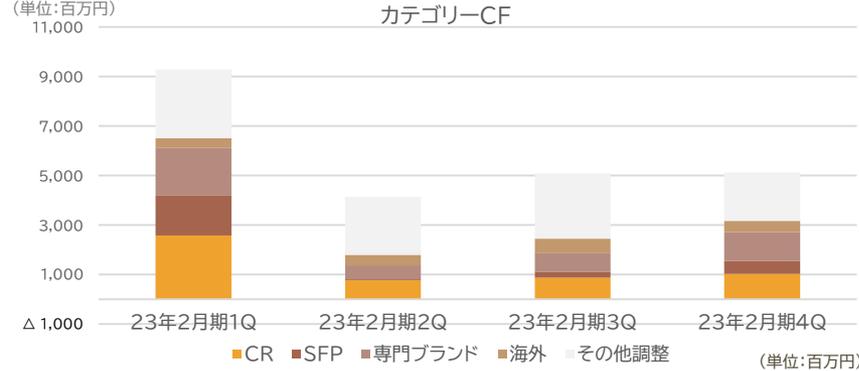
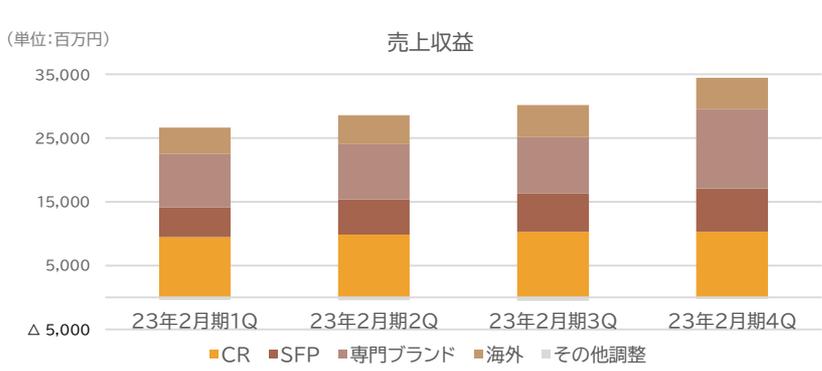
※3:20年2月期_下期(コロナ前)の売上収益及び各経费率は、2020年2月期の下期の平均値にて算出しています

4.業績の概要(カテゴリー別)

- 首都圏**
 - ・下期以降、非日常需要を取り込むレストラン業態が好調に推移
 - ・全国旅行支援策や、インバウンド回復により観光立地好調 (CRカテゴリー内クリエイト・ダイニング社・クリエイト・レストランツ社、専門ブランドカテゴリー内LG & EW社等)
 - ・居酒屋業態はコロナ禍前の8割近くまでは回復してきたものの、深夜の戻りは弱い状況 (SFPカテゴリー)
- 地方**
 - ・物価上昇等による消費マインドの低下により、一部伸び悩み⇒足元3月は春休みのリベンジ需要有 (CRカテゴリー内クリエイト・レストランツ社、専門ブランドカテゴリー内いっちょう社等)
 - ・日常食(そば、ベーカリー、つけめん等)は堅調 (専門ブランドカテゴリー内遊鶴社・グルメプランズカンパニー社・サンジェルマン社・YUNARI社等)
- 海外**
 - ・コロナ前を上回る状況が継続。円安影響を除いても、コロナ前比で足元約110%で推移

実質既存店コロナ前比※1

	1Q (3-5月)	2Q単 (6-8月)	3Q単 (9-11月)	4Q単 (12-2月)	通期	3月 (速報値)	4/9時点 (速報値)
CR	67.1%	68.9%	79.7%	86.1%	75.2%	82.7%	93.6%
SFP	54.7%	67.3%	76.8%	77.5%	69.2%	82.4%	88.7%
専門ブランド	70.1%	75.0%	83.6%	81.5%	77.7%	82.2%	90.2%
海外	100.7%	116.3%	131.2%	127.1%	122.8%	125.2%	120.0%
連結	68.7%	75.1%	85.5%	86.7%	79.5%	86.9%	93.5%



カテゴリー	2023年2月期1Q			2023年2月期2Q			2023年2月期3Q			2023年2月期4Q			2023年2月期(累計)			2023年2月期(期初予想)		対予差差異	
	売上収益	前年同期CF※2	売上比	売上収益	前年同期CF※2	売上比	売上収益	前年同期CF※2	売上収益	前年同期CF※2									
CR	9,478	2,572	27.1%	9,883	767	7.8%	10,335	870	8.4%	10,325	1,020	9.9%	40,022	5,231	13.1%	40,500	5,600	△ 477	△ 368
SFP	4,626	1,630	35.3%	5,502	36	0.7%	6,023	243	4.0%	6,761	536	7.9%	22,913	2,447	10.7%	24,500	3,000	△ 1,586	△ 552
専門ブランド	8,437	1,925	22.8%	8,655	563	6.5%	8,810	776	8.8%	12,494	1,166	9.3%	38,398	4,432	11.5%	36,600	4,400	+1,798	+32
海外	4,085	387	9.5%	4,535	424	9.3%	4,998	558	11.2%	4,887	449	9.2%	18,506	1,818	9.8%	15,000	1,200	+3,506	+618
その他調整等※3	△ 383	2,778	-	△ 413	2,357	-	△ 553	2,651	-	△ 249	1,946	-	△ 1,600	9,734	-	△ 1,600	10,500	+0	△ 765
合計	26,243	9,294	35.4%	28,163	4,149	14.7%	29,614	5,100	17.2%	34,218	5,119	15.0%	118,240	23,664	20.0%	115,000	24,700	+3,240	△ 1,035

※1:実質既存店コロナ前比は、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=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あります

5. -要約貸借対照表-

- ✓対前年において資産合計は横ばい
(サンジェルマン社・北海道サンジェルマン社連結による増加の一方で、34億円の減損損失計上による固定資産の減少)
- ✓最終利益積み上げにより、自己資本比率・調整後自己資本比率はさらに改善

(単位:百万円)

	2022年2月期	2023年2月期	増減	備考
流動資産	28,685	32,266	+3,581	
〔現預金〕	21,502	23,895	+2,393	
非流動資産	104,919	101,288	△ 3,631	減損損失(3,418百万円)
〔のれん〕	23,309	23,688	+379	為替影響(554百万円) サンジェルマン社のれん(11百万円)
資産合計	133,605	133,555	△ 50	

流動負債	32,018	36,841	+4,823	
非流動負債	70,855	62,270	△ 8,585	
〔社債及び借入金(合計)〕	41,387	35,375	△ 6,012	借入金の返済
負債合計	102,874	99,112	△ 3,762	
資本合計	30,730	34,443	+3,713	
〔親会社所有分〕	23,788	27,251	+3,463	
負債及び資本合計	133,605	133,555	△ 50	

自己資本比率 (親会社所有者帰属持分比率)	17.8%	20.4%	+2.6%	
ネットD/ELシオ	2.65倍	1.89倍	△0.76倍	

<参考>IFRS16号の影響を除いた数値

	2022年2月期	2023年2月期	増減	備考
資産合計(IFRS16号影響を除く)	93,583	97,036	+3,453	
負債合計(IFRS16号影響を除く)	60,211	59,668	△ 543	
〔親会社所有分〕(IFRS16号影響を除く)	26,376	30,122	+3,746	
調整後自己資本比率(※1)	28.0%	31.0%	+3.0%	
調整後ネットD/ELシオ(※2)	0.79倍	0.41倍	△0.38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/ELシオ:ネットD/ELシオからIFRS16号の影響を除外した倍率

6. -要約キャッシュ・フロー計算書-

- ✓営業キャッシュ・フロー：時短協力金の減少もあり、前期比で25億円収入が減ったものの+246億円の収入
- ✓投資キャッシュ・フロー：不採算店舗の退店一巡に伴い、差入保証金の回収が減少したこと、及び新規出店の増加もあり、前期比で16億円支出が増え、△23億円の支出
- ✓財務キャッシュ・フロー：前期において公募増資後に有利子負債を大幅に圧縮したことの反動もあり、前期比で221億円支出が減り、△201億円の支出

(単位:百万円)

	2022年2月期	2023年2月期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	27,109	24,593	△2,516
税引前当期利益	7,134	4,565	△2,569
減価償却費	16,429	15,155	△1,274
減損損失	3,302	3,418	+116
その他の増減	244	1,455	+1,211
投資活動によるキャッシュ・フロー	△759	△2,311	△1,552
有形固定資産の取得による支出	△1,376	△1,738	△362
差入保証金の回収による収入	1,076	333	△743
その他	△459	△906	△447
財務活動によるキャッシュ・フロー	△42,206	△20,131	+22,075
長期・短期借入金の増減	△28,458	△5,736	+22,722
株式の発行による収入	16,090	-	△16,090
リース負債の返済による支出	△13,146	△12,546	+600
配当金の支払額	△284	△1,259	△975
その他資本性金融商品の償還による支出	△15,000	-	+15,000
その他	△1,408	△590	+818
現金及び現金同等物の増減	△15,809	2,392	+18,201
現金及び現金同等物の期末残高	21,502	23,895	+2,393

Ⅱ. 2024年2月期業績予想

1. 2024年2月期通期業績予想の概要

売上収益:1,410億円、営業利益:65億円、親会社の所有者に帰属する当期利益42億円、調整後EBITDA: 226億円

事業環境

- ・自粛生活に対する反動需要増やインバウンド回復など、足元回復傾向
- ・一方、原材料価格の高止まり、人手不足による人件費上昇や電気・ガスといった光熱費の高騰等、コストは引き続き増加傾向

前提

- ・売上収益:既存店前年比(通期)は110.9%、既存店2020年2月期(コロナ前)比(通期)は89.8%を想定
→(参考)2023年3月度の速報値:既存店前年比145.3%、実質既存店2020年2月期(コロナ前)比86.9%
- ・サンジェルマン社・北海道サンジェルマン社の売上収益の通期貢献及び黒字化
- ・既存店の更なる「質」の向上に取り組むとともに、新規出店は30店舗を予定
- ・人材への取り組みを強化(グループ横断的な施策実行へ)

	2023年2月期		2024年2月期		差異	増減率
	実績	売上比	予想	売上比		
(単位:百万円)						
売上収益	118,240		141,000		+22,759	+19.2%
営業利益	5,083	4.3%	6,500	4.6%	+1,416	+27.9%
税引前利益	4,565	3.9%	6,000	4.3%	+1,434	+31.4%
当期利益	3,878	3.3%	4,600	3.3%	+721	+18.6%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	3,385	2.9%	4,200	3.0%	+814	+24.1%
調整後EBITDA※1	23,664	20.0%	22,600	16.0%	△ 1,064	△4.5%
実質営業利益※2	4,149	3.5%	7,500	5.3%	+3,350	+80.7%

※1: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:実質営業利益は、営業利益から協力金と減損損失を除いた数値です

2. 2024年2月期通期業績予想の概要(カテゴリー別)

カテゴリー	2023年2月期 (前期実績)			2024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	40,022	5,231	13.1%	45,500	4,320	9.5%	+5,478	△911	△3.6%
SFP	22,913	2,447	10.7%	27,000	2,270	8.4%	+4,087	△177	△2.3%
専門ブランド	38,398	4,432	11.5%	51,100	4,290	8.4%	+12,702	△142	△3.1%
海外	18,506	1,818	9.8%	19,300	2,400	12.4%	+794	+581	+2.6%
その他調整等	△1,600	9,734	-	△1,900	9,320	-	△300	△414	-
合計	118,240	23,644	20.0%	141,000	22,600	16.0%	+22,760	△1,064	△4.0%

※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

カテゴリー	2023年 2月末 店舗数	増減数		2024年2月末 予想店舗数
		出店	退店	
CR	502	12	10	504
SFP	208	5	5	208
専門ブランド	381	12	5	388
海外	54	1	3	52
グループ 総店舗数	1,145	30	23	1,152

Ⅲ. 株主還元

1. 配当について

配当

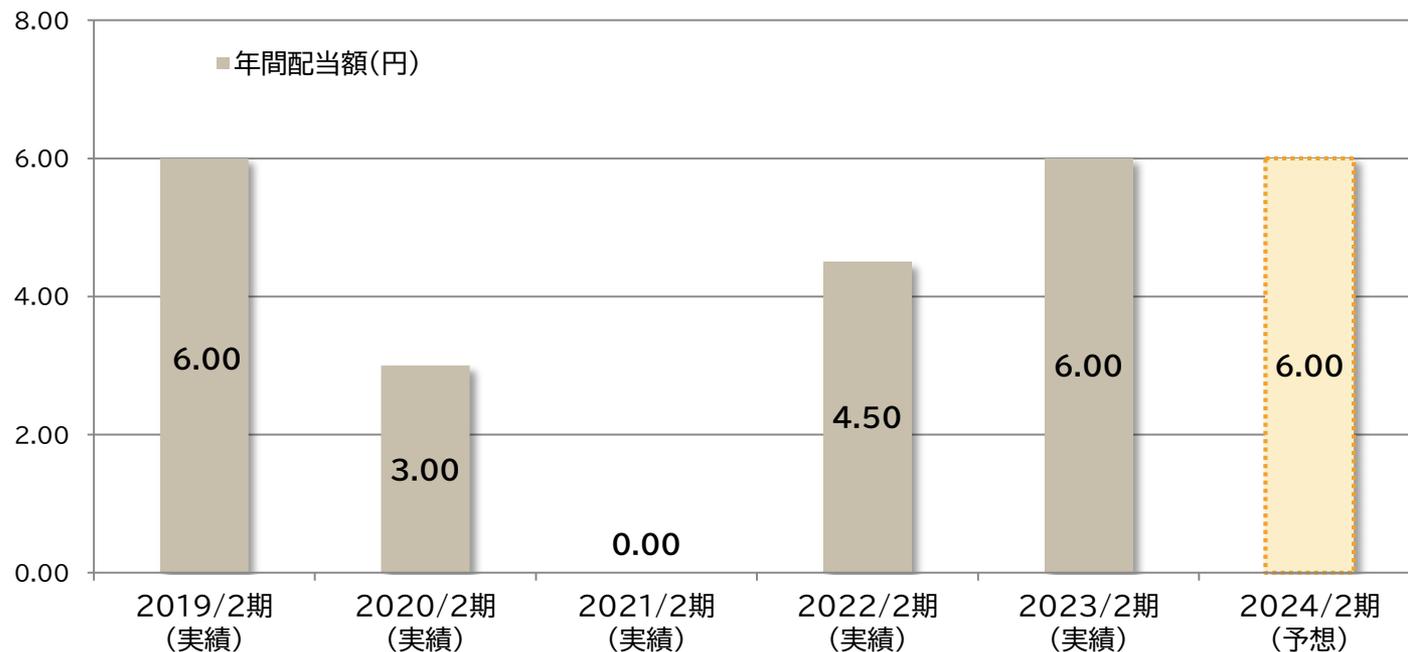
配当方針：

当社は、株主への利益還元を経営上の重要政策として位置づけ、業績や財務状況、今後の事業展開等を勘案した上で、安定的な配当を行うことを基本方針としております

また、当社は中間配当と期末配当の年2回の剰余金の配当を行うことを基本としています

✓2024年2月期の配当予想⇒中間3.00円、期末3.00円

(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

2. 株主優待制度について

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95店舗※について、2023年2月より利用開始済

※ 2023年4月1日時点の利用可能店舗数であり、詳細は当社ホームページにてご確認ください
<https://www.createrestaurants.com/ir/stock/shareholder/>



IV. 中期経営計画

〈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

1. 中長期的な成長戦略(概要) ※2021年7月14日開示・再掲

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

サステナブルな
利益成長

2. 中期経営計画の進捗状況

①アフターコロナを見据えた
ポートフォリオの見直し

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

HOP

23年
2月期

再成長期
1年目

【グループ内シナジーの活性化】
グループ内業態変更/グループ内FCの実施

グループ横断的な人員配置

経費精算システムの導入

食材共通化・物流見直し

セルフレジ/配膳ロボットの導入

筋肉質なコスト
構造へ転換
⇒協力金なし
で黒字達成

【M&Aの実施】

22年12月にサンジェルマン社(2社)グループイン

グループ内ワークフロー
システムの導入

【DX投資の推進】

モバイルオーダーの導入

STEP

24年
2月期

再成長期
2年目

【「守り」から「攻め」への転換】

新規出店以外にも積極的な改装・改修へ
（「質も、そして量も」に向けた投資の再開）※P20

【人財不足への対応】

人財プロジェクトチーム発足
（グループ横断）※P21

環境の変化
（コロナ5類移行・インパ
ウンド増加・人財不足・原材
料価格/水光熱費高騰）
⇒集客立地の変化
への対応

【既存店の更なる質の向上】

ロケーションビジネスからブランドビジネスへ
（コンセプト・専門性・適正価格の強化）※P19

JUMP

25年
2月期
～

コアブランドの成長
新たなコアブランドの種まき

わくわくプロジェクト
（大型投資・コンセプト開発）

CRMの活用
デジタルマーケティング推進

株主優待の電子化

グループの遠心力を高め、新たな成長ステージへ

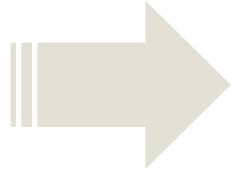
3. 2024年2月期取り組み方針① -既存店の更なる質の向上-



✓ 既存店の料理やサービスの「質」を向上⇒お客様満足度をアップ

25のコアブランドに磨きをかけ、永く愛される魅力溢れるお店創りに注力
(自店に永く来店頂ける理由(コンセプト)の明確化、メニュー・商品アイテムの絞り込み等を実施し、専門性を強化)

ロケーション
ビジネス



ブランド
ビジネス

- <コアブランド>
- ・しゃぶ菜
 - ・デザート王国
 - ・MACCHA HOUSE
 - ・カフェ業態
 - ・雑鮎
 - ・銀座木屋
 - ・沖縄業態
 - ・海南鶏飯食堂
 - ・かごの屋
 - ・あずさ珈琲
 - ・いっちょ
 - ・萬家
 - ・AWkitchen
 - ・Mr.FARMER
 - ・TANTO TANTO
 - ・やさい家めい
 - ・つけめんTETSU
 - ・JEAN FRANÇOIS
 - ・遊鶴
 - ・磯丸水産(食堂)
 - ・鳥良
 - ・大衆居酒屋
 - ・サンジェルマン
 - ・レフボン
 - ・サンヴァリエ



3. 2024年2月期取り組み方針② -「守り」から「攻め」への転換-

取り組み②

「守り」から「攻め」
への転換

DX投資の拡大・CRM導入

積極的な
改装

投資基準緩和による出店

✓「質も、そして量も」に向けた投資の再開

- ・お客様を増やすため(リピーターの獲得・ファン作り)に、デジタルマーケティングやCRM(顧客管理システム)導入などの積極的なDX投資
- ・経年劣化した店舗への戦略的な改装・修繕や、将来のコアブランド化を目指した新業態へのチャレンジ投資
- ・投資回収期間・総投資額の上限を緩和し、コアブランドを中心に新規出店(30店舗)や業態変更の実施
- ・当社グループらしい「**わくわくプロジェクト**」としての大型投資・コンセプト開発への準備



3. 2024年2月期取り組み方針③ -人財不足への対応-



✓グループ横断的な人的資本への投資⇒「人財プロジェクトチーム」発足

(2023年3月1日付)

- ・社員の昇給ファンド総額を例年より拡大し**4.1%増加**
- ・クルーの時給アップに柔軟に対応
- ・研修制度の充実
(わくわくするような研修・懇親会やクルーフェスなどの実施)
- ・採用方法の多角化
(新卒採用の再開/外国人採用の拡大/クルーの社員登用/退職者カムバック強化等)
- ・働きやすい職場作り
(有給休暇の取得促進、キャリアトレーニー、再雇用制度改正等)

人財に関する基本方針の制定

クリエイイト・レストランツグループは、人財こそが「持続的な成長を創出する極めて重要な源泉」と認識し、人財を確保し成長させるため、重点項目に沿った取り組みや投資を積極的に行います。

〈重点項目〉

人財が、わくわく仕事に取り組める環境や仕組みを整えます
(Motivation)

多様な人財の活躍を推進します
(Diversity & Inclusion)

人財一人一人を働く仲間として尊重します
(Respect)

教育・研修を通じ、人財の成長を助けます
(Development)

4. 数値計画

2026年2月期には、売上収益1,540億円、営業利益108億円、調整後EBITDA266億円を目指す

(単位:百万円)

	2023年2月期 (実績)		2024年2月期 (予想)		2025年2月期 (計画)		2026年2月期 (計画)	
既存店前年比	131.0%		110.9%		103.8%		102.8%	
既存店2020年2月期 (コロナ前)比	79.5%		89.8%		93.2%		95.9%	
新規出店数	25店舗(+M&A146店舗)		30店舗		30店舗		30店舗	
売上収益	118,240		141,000		148,000		154,000	
営業利益	5,083	4.3%	6,500	4.6%	9,300	6.3%	10,800	7.0%
税引前利益	4,565	3.9%	6,000	4.3%	8,800	5.9%	10,200	6.6%
当期利益	3,878	3.3%	4,600	3.3%	6,700	4.5%	7,800	5.1%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	3,385	2.9%	4,200	3.0%	6,100	4.1%	7,100	4.6%
調整後EBITDA	23,664	20.0%	22,600	16.0%	25,300	17.1%	26,600	17.3%

5.サステナビリティへの取り組みの進捗状況

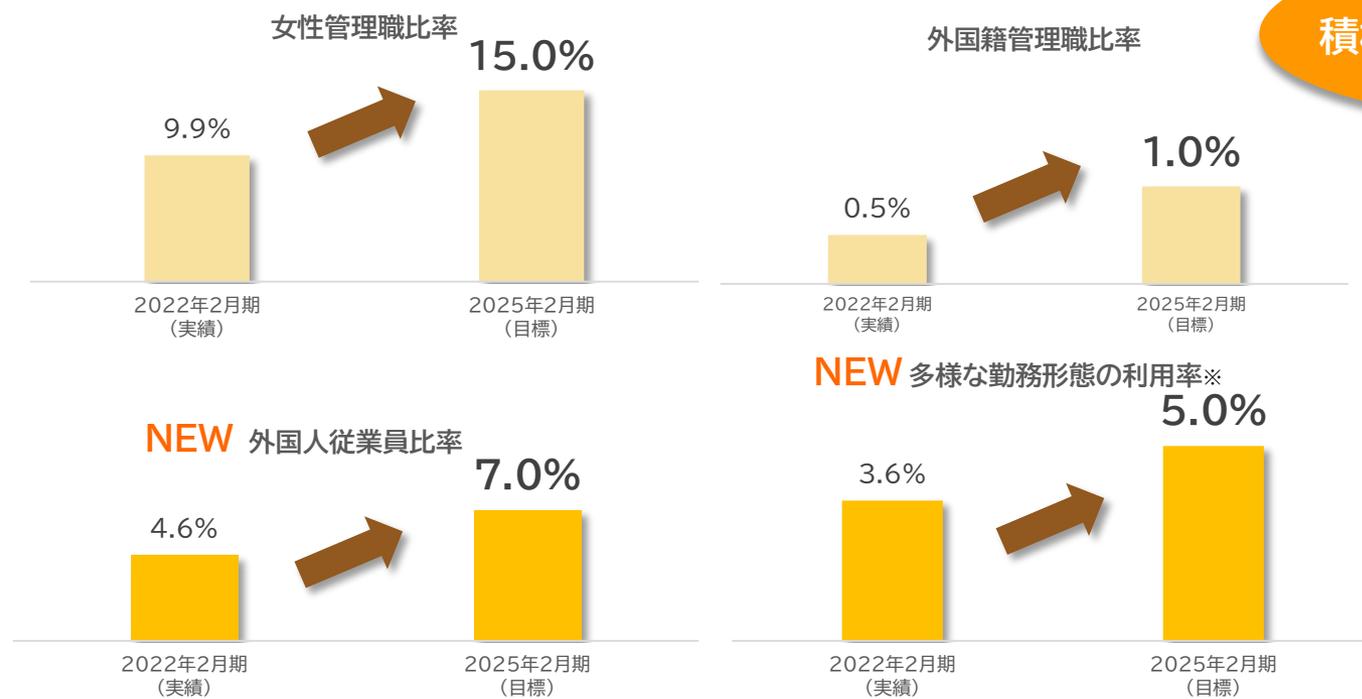
方針の策定

✓新たにサステナブル調達方針を策定

クリエイト・レストランツグループはすべての購買取引、調達活動において、お取引先をパートナーとして、ともに全ての法令、その他社会的規範を遵守し、公正な取引活動を行います。また、人権や環境に配慮した責任ある調達を行います。これらにより持続可能な社会の実現を目指し、社会に信頼される企業となるべくサステナブルな経営を推進していきます

多様な人財の活躍推進のための目標設定

✓2025年2月期に向けた各種目標を設定



積極的な人的資本への投資

NEW 障がい者雇用率
2.5%
2025年2月期(目標)



※時短勤務や週休3日などの多様な勤務体系の利用率

6. グループミッション

わくわく無限大！
個性いろいろ
ともに創る
驚きの未来。

Environment

Governance

V. Appendix

1. 出退店及び店舗数について

➤ 新規出店25店舗、退店63店舗、M&A146店舗、業態変更22店舗

⇒2023年2月末グループ総店舗数:1,145店舗

・新規出店(25店舗)の主な内訳

磯丸水産(磯丸水産食堂含む)4店舗(内1店舗は、グループ内FCにて出店)

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」、香港に「ENZO」のFC

・不採算店舗及び契約満了に伴う退店(63店舗)

・立地環境や顧客ニーズに合わせ、業態変更を実施(22店舗)

「鳥良」を「おもてなしとりよし」へ/ネオ大衆酒場(「鳥平ちゃん」等)へ

・グループ内移管、グループ内業態変更/FCを積極的に実施

事業会社間の垣根を超えた業態変更(ハマチカ、あずさ珈琲、きみはん)、磯丸水産のグループ内FC

【2023年2月期 出退店一覧】

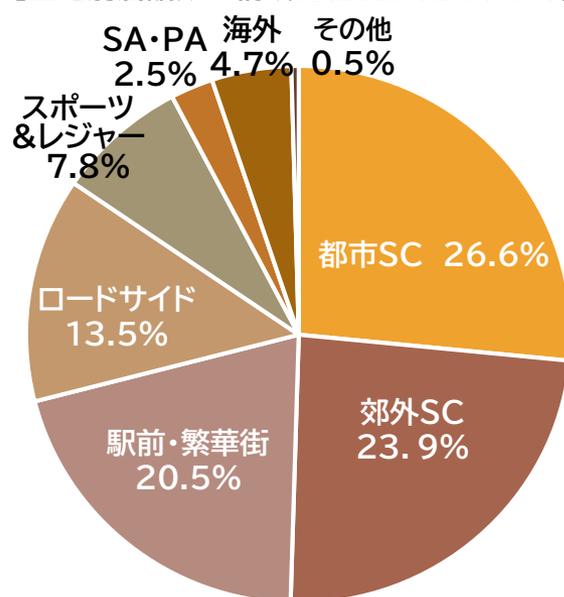
カテゴリー	2022年 2月末 店舗数	増減数		M&A	グループ内 移管等	2023年 2月末 店舗数	業態 変更 ※1
		出店	退店				
CR	526	7	39		+8	502	10
SFP	215	5	10		△2	208	11
専門ブランド	241	9	9	146	△6	381	1
海外※2	55	4	5			54	0
グループ総店舗数※3	1,037	25	63	146	+0	1,145	22

※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FC13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、2023年2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(2023年2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	10月	11月	3Q累計	12月	1月	2月	通期計	3月 (速報値)	4/9時点 (速報値)
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%	78.3%	92.5%	85.6%	76.8%	85.1%	83.6%	92.5%	79.5%	86.9%	93.5%
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%	57.0%	-

【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	10月	11月	3Q累計	12月	1月	2月	通期計	3月 (速報値)	4/9時点 (速報値)
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%	71.8%	87.3%	80.2%	71.7%	82.3%	83.9%	93.7%	75.2%	82.7%	93.6%
	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%	54.8%	59.6%	-
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%	83.6%	78.0%	66.3%	74.7%	75.1%	84.4%	69.2%	82.4%	88.7%
	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%	30.1%	29.2%	-
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%	75.6%	92.8%	83.0%	76.0%	80.5%	80.2%	84.7%	77.7%	82.2%	90.2%
	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%	58.4%	61.2%	-
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%	124.6%	131.7%	132.3%	121.8%	126.9%	120.8%	134.9%	122.8%	125.2%	120.0%
	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%	78.2%	89.3%	-

※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

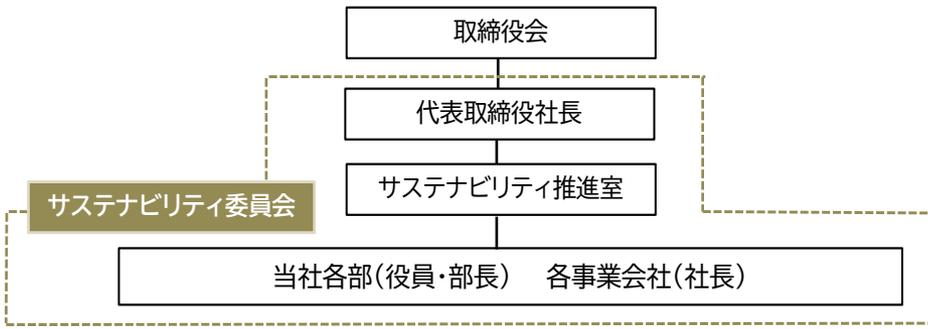
3.サステナビリティへの取り組み-気候変動への対応-

気候変動への対応

✓気候変動に関する取り組みを進めるため、①ガバナンス、②戦略、③リスク管理、④指標と目標を策定

①ガバナンス

- ・当社では、気候変動を含むサステナビリティへの取り組みを推進するため、役員、関連部長及び事業子会社社長をメンバーとするサステナビリティ委員会を設置し、取締役会が同委員会を監督する仕組みを構築しています
- ・代表取締役社長は、サステナビリティ委員会の委員長を務め、同委員会の事務局であるサステナビリティ推進室に直接指示を行います
- ・取締役会は、サステナビリティ委員会から気候変動への取り組みについて定期的に報告を受ける等、随時、監督を行うとともに、経営の重要課題を審議する際には必要に応じて気候変動の観点につき十分考慮する方針です



②戦略

- ✓当社は、気候変動に伴い、法規制の強化や炭素税導入によるコスト増、食品の供給不安定化及び価格上昇、エネルギー価格の上昇、各ステークホルダーからの評価の低下、自然災害の激甚化によりお客様の来店が難しくなること等のリスクがあります。これらは、売上の減少やコストの上昇を通じて、当社事業・財務に直接・間接的に影響を及ぼすものと考えられます
- ✓一方で、当社は気候変動に関する環境への取り組み及びその情報発信が各ステークホルダーからの評価を高め、環境負荷の低い商品・業態を強化することが、売上向上の機会に結び付くものと考えています
- ✓当社は、これらのリスクに対応し、機会を捉えることで、事業継続性を向上していくことを目指します

3. サステナビリティへの取り組み-気候変動への対応-

②戦略:リスクと機会・対応方針

種類	項目	内容	事業・財務への影響		所在時期	対応方針	
			2°C未満	4°C			
移行リスク	政策 法規制	環境法規制の強化	プラスチック製品等の使用に関する規制が強化されることによるコスト増加	△	△	短期	プラスチック製品使用を減少させる取り組みの推進
移行リスク	炭素税の導入	炭素税の導入	炭素税の導入によるコスト増加	◎	△	中期	省エネルギー設備等の導入の推進
移行リスク	市場	食品の供給 不安定化価格上昇	環境負荷の少ない食品等の供給の不安定化と、それによる価格の上昇	○	△	短期	当社の強みである、多様な業態、多様なMDの展開によるリスク分散 サプライヤーとの協力による代替食品の開発 価格転嫁の実施
移行リスク	市場	エネルギー価格 上昇	再生可能エネルギーへの転換に伴うエネルギー価格の上昇	○	△	中期	省エネルギー設備等の導入の推進
移行リスク 機会	評判	消費者行動の変化	環境への取り組みや環境への取り組みに関する情報提供による売上増加、またはこれらの欠如による売上減少 環境負荷の高い商品の売上の減少、及び環境負荷の低い商品の売上の増加	◎	○	短期	環境への取り組みの強化 環境への取り組みに関する情報の発信の強化 環境負荷の低い商品、業態の強化
移行リスク 機会	評判	投資家行動の変化 従業員行動の変化	環境への取り組みや環境への取り組みに関する情報提供の強化による投資家・従業員からの評価向上、またはこれらの欠如による評価低下	○	△	短期	環境への取り組みの強化 環境への取り組みに関する情報発信の強化
物理的リスク	急性	自然災害激甚化	自然災害の規模の拡大・頻度の上昇による顧客の来店機会の損失 サプライチェーンの寸断による食品供給の不安定化	○	◎	中期	BCPプランの高度化の推進（災害発生時の損失最小化を含む） 仕入れルートの分散化
物理的リスク	慢性	食品の供給の 不安定化価格上昇	食品供給の不安定化と、それによる価格の上昇	○	◎	長期	当社の強みである、多様な業態、多様なMDの展開によるリスク分散 仕入れルートの分散化 メニューの変更・価格転嫁の実施

短期:10年以内、中期:30年以内、長期:30年超

△:影響小、○:影響中、◎:影響大

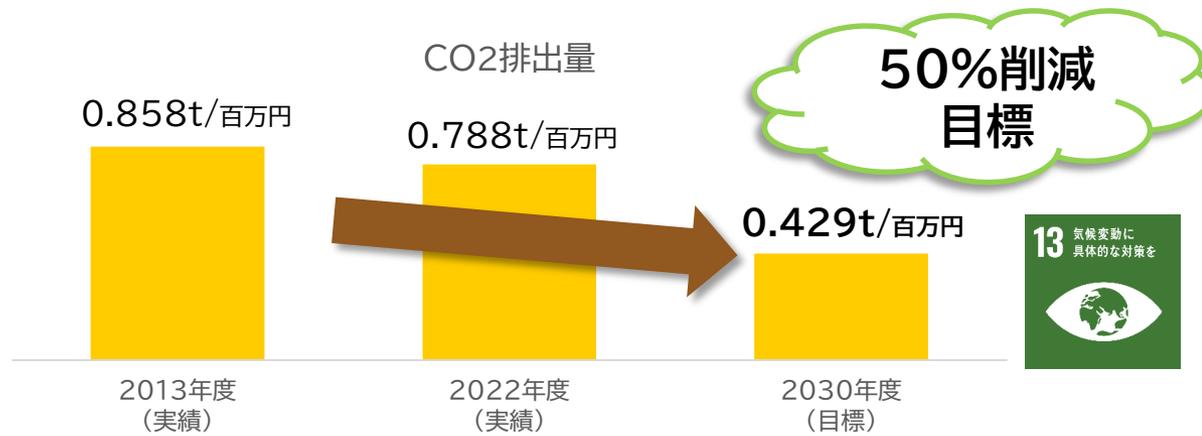
3.サステナビリティへの取り組み -気候変動への対応-

③リスク管理

- ・当社は、気候関連リスクの管理を経営上の重要課題として位置付け、サステナビリティ委員会の各所管部が、気候関連リスクの情報を収集・認識した上で、その評価や対応策の検討を行い、「サステナビリティへの取り組み推進」の枠組み中で計画的に対応策を実施してまいります
- ・取締役会は、サステナビリティ委員会から、その内容につき随時報告を受け、これを監督します

④指標と目標

- ・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年までに2013年対比50%削減を目指します



ご注意

本資料は、2023年2月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