

わくわく無限大！  
個性いろいろ  
ともに創る  
驚きの未来。

# 2024年2月期第1四半期決算 (補足説明資料)

2023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. 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定着について
4. 業績の概要(カテゴリー別)
5. TOPICS①②

## 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

## III. Appendix

1. 出退店及び店舗数について
2. 既存店前年比／既存店コロナ前比の推移
3. 財務状況について
4. サステナビリティへの取り組み①②
5. 2024年2月期通期業績予想の概要(カテゴリー別)
6. 株主還元について

# I. 業績ハイライト

# 1. 業績の概要[IFRS]

売上収益:366億円、営業利益:30億円、親会社の所有者に帰属する四半期利益22億円、調整後EBITDA72億円

## ✓ 売上収益について

- ・全国旅行支援やインバウンド需要の回復、コロナの分類が5類へ移行したこと等により、好調に推移(通期予想進捗率26.0%)  
⇒既存店前年比※1は、126.1%(1Q累計)、既存店コロナ前比※2は、89.4%(1Q累計)

※2:既存店コロナ前比

	3月	4月	5月	1Q計 (3-5月)
目標	84.4%	86.0%	87.7%	86.0%
実績	87.2%	88.6%	92.2%	89.4%

## ✓ 営業利益について

- ・協力金及び減損損失を除いた「実質営業利益」※4は、前1Qの約3倍と大幅改善(前年比+23億円)  
⇒前1Qには、時短協力金43億円の計上あり
- ・営業利益についても、予想比で好調に推移(通期予想進捗率45.9%)

	2023年2月期 第1四半期		2024年2月期 第1四半期		対前年 差異
	実績	売上比	実績	売上比	
売上収益	26,243		36,607		+10,363
営業利益	5,166	19.7%	2,981	8.1%	△ 2,185
(参考)協力金除く営業利益	780	3.0%	2,981	8.1%	+2,200
税引前利益	5,130	19.5%	2,924	8.0%	△ 2,206
(参考)協力金除く税引前利益	744	2.8%	2,924	8.0%	+2,180
当期利益	3,873	14.8%	2,360	6.4%	△ 1,512
親会社の所有者に 帰属する当期利益	3,422	13.0%	2,150	5.9%	△ 1,271
調整後EBITDA ※3	9,294	35.4%	7,242	19.8%	△ 2,052
実質営業利益※4 (営業利益-協力金+減損損失)	1,155	4.4%	3,467	9.5%	+2,311

2024年2月期		進捗率
通期予想	売上比	
141,000		26.0%
6,500	4.6%	45.9%
—	—	—
6,000	4.3%	48.7%
—	—	—
4,600	3.3%	51.3%
4,200	3.0%	51.2%
22,600	16.0%	32.0%
7,500	5.3%	46.2%

※1:既存店前年比は、前年の2023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

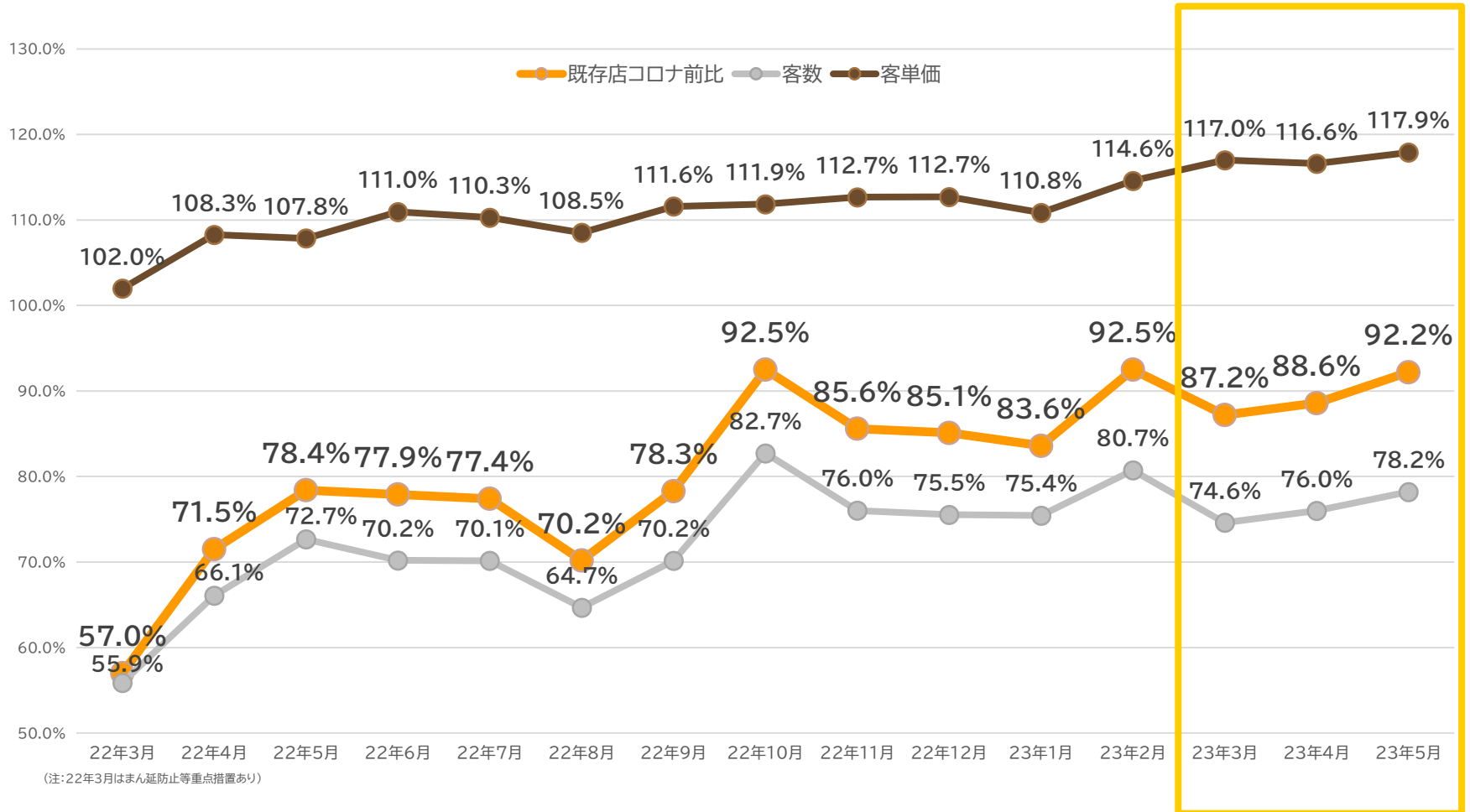
※2:既存店コロナ前比は、コロナ禍前の2020年2月期の数値を用いて、且つ休業店舗も含めて算出しています

※3: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)

※4: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. 既存店コロナ前比・客数・客単価の推移について

- ✓ 足元3月以降、売上収益(既存店コロナ前比)は9割近くまで回復し、予想を超えて推移
- ✓ 客数においても、都心・観光立地や非日常・インバウンド需要を取り込む業態を中心に8割近くまで回復基調
- ✓ 客単価においても、質の向上を図りつつ、適正価格化を前広に促進



※: 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定着について

## 原価率

- ・仕入価格高騰の影響⇒引き続き販売価格へ転嫁
- ・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  
⇒2024年問題を見据えた上で物流の効率化も含めて検討中
- ・質の向上を図りつつ、必要に応じて今後も適正価格を実現

## 人件費率 (実質)

- ・徹底したシフト管理、適正な人員配置の継続
- ・グループ横断的な「人財プロジェクトチーム」主導による新たな研修制度の導入、採用方法の多角化に取組み中
- ・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を拡大中

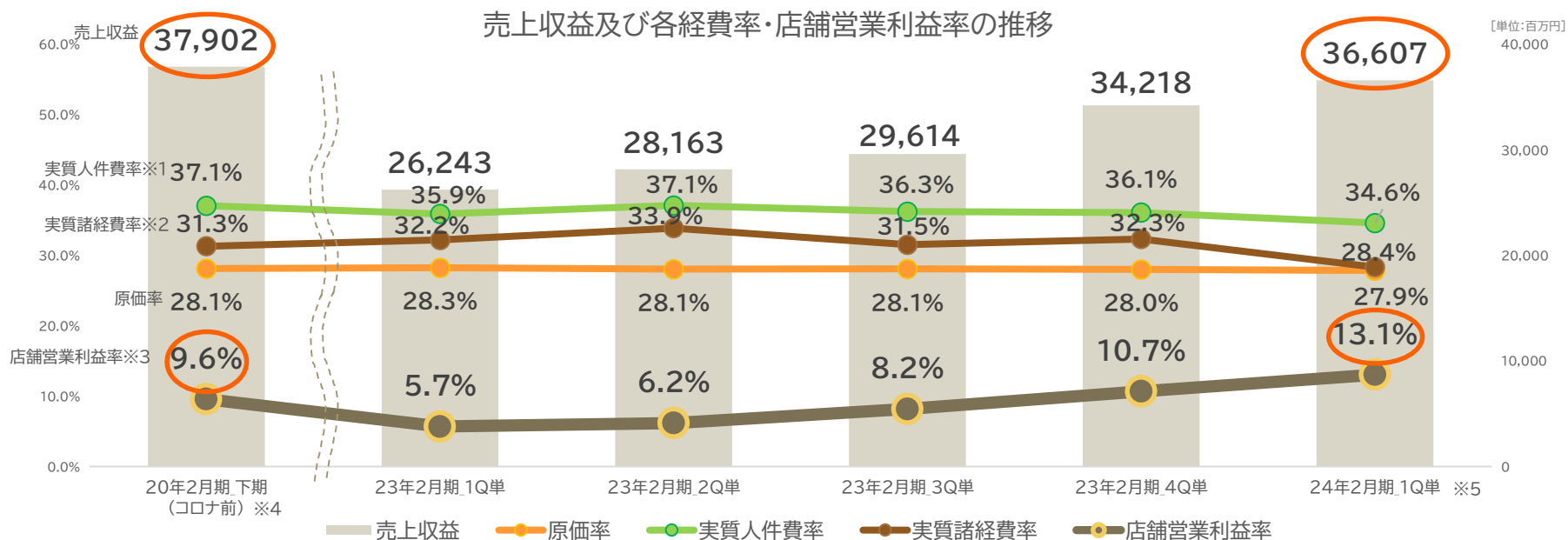
## 諸経費率 (実質)

- ・グループ内の本社機能集約を強化、上昇傾向の家賃は減免及び契約更新内容を密に交渉
- ・過去の保守的な減損損失の計上や退店による減価償却費の減少あり
- ・光熱費の上昇は一服感あり

## 店舗営業利益率

- ・コロナ禍で培った筋肉質なコスト構造の定着により、店舗営業利益率はコロナ禍前を大きく上回る水準へ

次なるステージに向けて…  
⇒既存店の質の向上を図り、コンセプト・専門性を強化中  
⇒「守り」から「攻め」へ、経年劣化した店舗を戦略的に改装・修繕中  
⇒人的資本への投資の一環で社員の昇給・クールの時給UPを実行中



※1:実質人件費率は、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:実質諸経費率は、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:店舗営業利益率は、本社経費を除いた純粋な店舗営業利益にて算出しています

※4:20年2月期 下期(コロナ前)の売上収益及び各経費率・店舗営業利益率は、当該下期の平均値にて算出しています  
 ※5:本資料上では、過去数値との連続性を担保すべく、サンジェルマン社の工場における製造人件費・諸経費分は原価に振り替えていないため、2024年2月期第1四半期決算短信(IFRS)に記載の数値とは異なります

# 4.業績の概要(カテゴリー別)

## 売上収益について

- ・全ての国内カテゴリーにおいて、売上収益が前年比で大幅に増加  
⇒CRカテゴリーは、都心・観光立地や非日常・インバウンド需要を取り込む業態を中心に好調  
⇒SFPカテゴリー(居酒屋業態)は、他カテゴリー同様にコロナ前比で9割近くまで回復  
⇒専門ブランドカテゴリーは、堅調な日常食業態に加え、サンジェルマン社(ベーカリー)も堅調に推移
- ・海外カテゴリーは、引き続きコロナ禍前を上回る状況が継続  
(円安影響を除いても、既存店前年比113%、既存店コロナ前比104%で推移)

## カテゴリーCF(キャッシュフロー)について

- ・時短協力金(前1Qにおいて43億円計上)を除くベースでは、国内全てのカテゴリーにおいて前年比で増益、且つマージン率もさらに上昇し、11%超
- ・海外カテゴリーは前年よりさらに増益となり、マージン率は12%超

既存店前年比(注:前年3月は、まん延防止等重点措置期間)

カテゴリー	3月	4月	5月	1Q計 (3-5月)
CR	137.4%	125.9%	118.7%	126.8%
SFP	276.6%	132.7%	121.7%	154.5%
専門ブランド	122.7%	112.7%	108.8%	114.5%
海外	140.9%	117.1%	117.1%	123.3%
連結	146.0%	121.1%	115.4%	126.1%

既存店コロナ前比※1

カテゴリー	3月	4月	5月	1Q計 (3-5月)
CR	82.9%	86.2%	88.8%	86.0%
SFP	82.4%	85.6%	88.3%	85.5%
専門ブランド	82.3%	84.4%	89.2%	85.2%
海外	127.3%	122.9%	124.8%	126.3%
連結	87.2%	88.6%	92.2%	89.4%

(単位:百万円)

カテゴリー	2023年2月期1Q			2024年2月期1Q			差異		
	売上収益	協力を除く 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	協力を除く カテゴリーCF※2	売上比
CR	9,478	1,001	10.6%	11,992	1,531	12.8%	+2,514	+530	+2.2%
SFP	4,626	41	0.9%	7,156	841	11.8%	+2,529	+800	+10.9%
専門ブランド	8,437	699	8.3%	13,305	1,639	12.3%	+4,867	+940	+4.0%
海外	4,085	387	9.5%	4,720	575	12.2%	+634	+187	+2.7%
その他調整等※3	△ 383	2,778	-	△ 566	2,654	-	△ 182	△ 124	-
合計	26,243	4,908	18.7%	36,607	7,242	19.8%	+10,363	+2,334	+1.1%

※1: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)  
ただし、有用な比較のため、2023年2月期1Qにおいては、時短協力金を控除して表示しております

※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. TOPICS①-コアブランドを中心とした出店/業態変更-

- ✓コアブランドを中心に  
出店(14店舗)や業態変更(5店舗)を実施
- ✓グループ内フランチャイズや新業態への積極的なチャレンジ  
("ネクスト"コアブランドの開発)



**焼肉 萬家**  
YOROZU-YA

【居抜き出店】焼肉「萬家」太田店  
(3/13OPEN)



**Cent Varie**  
サンヴァリエ

「サンヴァリエ」音更店  
(3/31OPEN)

しゃぶしゃぶ・すき焼き食べ放題

**しゃぶ. 菜**  
shabu SAI

「しゃぶ菜」ららぽーと門真  
(4/12OPEN)

大衆酒場  
**五の五**

大衆酒場「五の五」河原町三条店  
(5/18OPEN)



**遊鶴**

【居抜き出店】ごまそば「遊鶴」西岡店  
(5/15OPEN)

## グループ内シナジーを活性化



**抹茶館**

**MACCHA HOUSE** 抹茶館

【居抜き出店】  
「MACCHA HOUSE 抹茶館」善光寺仲見世通り店  
グループ内フランチャイズにて出店(4/28OPEN)  
※クリエイト・レストランツ社のブランドを  
クルークダイニング社が運営

## 業態変更による V字回復



**海人酒房**

沖縄居酒屋「海人酒房」有楽町店  
うどん・そば「銀座木屋」から  
沖縄居酒屋「海人酒房」へ業態を変更  
(3/7OPEN)

## “ネクスト”コアブランド開発に向けたチャレンジ



**韓食菜美**  
SHIK-TTANG

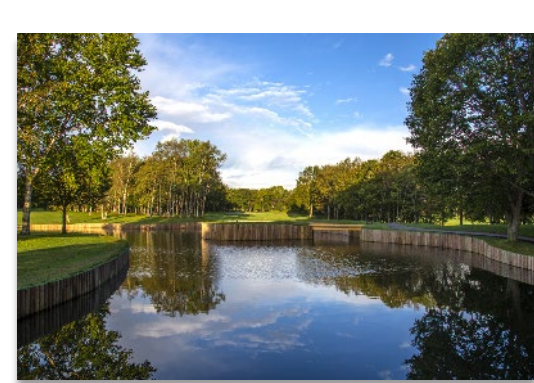
韓国料理専門店「韓食菜美 SHIK-TTANG」イオンモール各務原  
ヘルシーな韓国料理が食べられる「シクタン=食堂」を  
コンセプトの韓国料理専門店(3/16OPEN)



# 5. TOPICS② -その他の事業/ブランドの成長推進-

## ✓コントラクト事業の強化

- ・業務受託での出店(ゴルフ場内レストラン、JA全農とのコラボレストラン等)  
⇒案件を厳選し、成長を促進させる出店戦略へ



- ・那須ちふり湖カントリークラブ(3/11OPEN)
- ・赤羽ゴルフ倶楽部(4/1OPEN)
- ・アパリゾート栃木の森ゴルフコース(4/1OPEN)
- ・恵庭カントリー倶楽部(4/15OPEN)
- ・登別カントリー倶楽部(4/15OPEN)



- ・福島牛焼肉「牛豊」朝日店(4/1OPEN)
- ・福島牛焼肉「牛豊」八山田店(4/3OPEN)

## ✓M&A(サンジェルマン社及び北海道サンジェルマン社のグループイン)のPMIの状況

- ・売上収益及び営業利益の通期貢献  
⇒グループ内での積極的な情報共有(ベーカリー企業の「グルメブランドカンパニー社」との交流等)  
⇒不採算店店舗の閉鎖等による損益の改善  
⇒商品ラインナップを全体的に見直し、適正な生産計画によるロスの削減
- ・サンジェルマン社の横浜工場にて冷凍設備を増設→輸入関連費・物流費を削減するとともに生産性も向上  
⇒「守り」から「攻め」へ、戦略的な投資の実行



## 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

✓2023年4月14日開示の通期業績予想 ⇒ 変更なし

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

	2024年2月期 (第1四半期)		2024年2月期		進捗率	
	(単位:百万円)	実績	売上比	予想		売上比
売上収益		36,607		141,000	26.0%	
営業利益		2,981	8.1%	6,500	4.6%	45.9%
税引前利益		2,924	8.0%	6,000	4.3%	48.7%
当期利益		2,360	6.4%	4,600	3.3%	51.3%
親会社の所有者に 帰属する当期利益		2,150	5.9%	4,200	3.0%	51.2%
調整後EBITDA※1		7,242	19.8%	22,600	16.0%	32.0%
実質営業利益※2		3,467	9.5%	7,500	5.3%	46.2%

※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、営業利益から減損損失を除いた数値です(2024年2月期第1四半期において協力金の発生はありません。また通期予想にも織り込んでおりません)

---

# III. Appendix

# 1. 出退店及び店舗数について

➤ 新規出店14店舗、退店17店舗、業態変更5店舗  
⇒2023年5月末グループ総店舗数:1,142店舗

・新規出店(14店舗)の主な内訳

・コアブランドを中心に出店:

「萬家」太田店、「しゃぶ菜」ららぽーと門真、「遊鶴」西岡店、「五の五」河原町三条店等(6店舗)

・ゴルフ場内レストランの新規業務受託(5店舗)

・JA全農とのコラボによる出店(2店舗)

・グループ内FC:「MACCHA HOUSE 抹茶館」善光寺仲見世通り店

・契約満了に伴う退店及び不採算店舗の撤退(17店舗)

・立地環境や顧客ニーズに合わせ、業態変更を実施(5店舗)

沖縄居酒屋「海人酒房」への業態変更や、「韓食菜美シクタン」といった新業態開発にもチャレンジ

【2024年2月期1Q 出退店一覧】

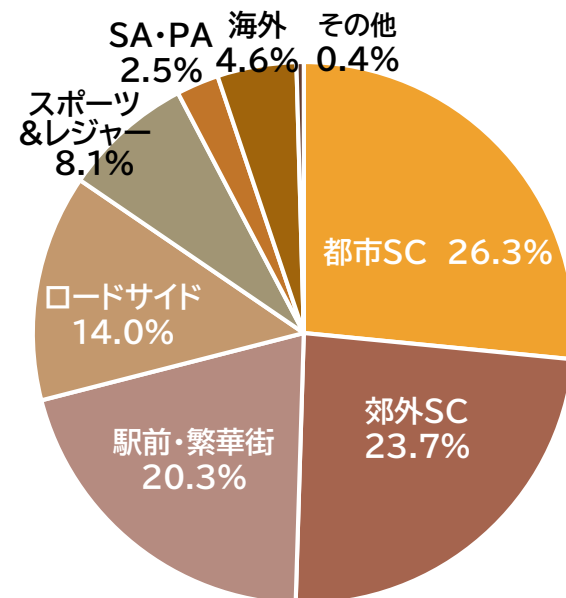
カテゴリー	2023年 2月末 店舗数	増減数		2023年 5月末 店舗数	業態 変更 ※1
		出店	退店		
CR	502	7	5	504	3
SFP	208	2	5	205	2
専門ブランド	381	5	5	381	0
海外※2	54	0	2	52	0
<b>グループ 総店舗数※3</b>	<b>1,145</b>	<b>14</b>	<b>17</b>	<b>1,142</b>	<b>5</b>

※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FC1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(2023年5月末時点)】



## 2. 既存店前年比/既存店コロナ前比の推移

### 【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
2024年2月期 既存店前年比※1	146.0%	121.1%	115.4%	126.1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2024年2月期 既存店コロナ前比※2	87.2%	88.6%	92.2%	89.4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

### 【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
CR	2024年2月期 既存店前年比※1	137.4%	125.9%	118.7%	126.8%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2024年2月期 既存店コロナ前比※2	82.9%	86.2%	88.8%	86.0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SFP	2024年2月期 既存店前年比※1	276.6%	132.7%	121.7%	154.5%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2024年2月期 既存店コロナ前比※2	82.4%	85.6%	88.3%	85.5%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
専門 ブランド	2024年2月期 既存店前年比※1	122.7%	112.7%	108.8%	114.5%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2024年2月期 既存店コロナ前比※2	82.3%	84.4%	89.2%	85.2%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
海外	2024年2月期 既存店前年比※1	140.9%	117.1%	117.1%	123.3%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2024年2月期 既存店コロナ前比※2	127.3%	122.9%	124.8%	126.3%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

※1: 既存店前年比は、前年の2023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: 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. 財務状況について

主要指標	2023年2月末	2023年5月末	差異
資産合計(百万円)	133,555	135,007	+1,452
負債合計(百万円)	99,112	98,709	△403
資本合計(百万円)	34,443	36,298	+1,855
自己資本比率 (親会社所有者帰属持分比率)	20.4%	21.5%	+1.1%
調整後自己資本比率※1	31.0%	33.0%	+2.0%
ネットD/Eレシオ	1.89倍	1.78倍	△0.11倍
調整後ネットD/Eレシオ※2	0.41倍	0.34倍	△0.07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. 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・資源循環

- ベーカリーの「サンジェルマン」や「ジャン・フランソワ」で、フードシェアリングアプリ「TABETE」を導入
- パンの通販サイト「rebake」を通じて全国にロスパンを販売  
⇒店舗でのロスパン削減としての取り組み
- 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
- 食品端材を近隣の動物園へ提供  
(群馬県にあるいちちょう社のグローバルキッチンより)



#### 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
- CO2** 50%削減目標  
2013年→2030年
- ①ガバナンス②戦略③リスク管理④指標と目標を開示  
⇒詳細はホームページに掲載
  - ガスコージェネレーション(省ガス)の仕組みを活用(「かごの屋」等)

#### 産地連携・地産地消

- 地元農家から直接仕入れるなど、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」などの農業研修を実施  
⇒産地・農家との交流(「やさい家めい」等)



- 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として運営  
(他の立地でも順次拡大検討中)



- 低糖質パンの拡充、発芽玄米や雑穀等を活用したベーカリーメニューの考案
- 環境への配慮と持続的な食材調達を目指す「生命の森プロジェクト」に参画  
⇒貢献型食材(えび)の仕入を行うことでインドネシアでのマングローブの植林活動に参加(「いちちょう」)

#### 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ست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
- 一部店舗の店内提供容器をプラカップからガラスへ変更





# 4. 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、TANTO TANTOららぽーと湘南平塚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イベントなどを開催

- Mr.FARMER駒沢オリンピック公園店では防災フェスタ&ファーマーズマーケットを開催(3.11の教訓を忘れずに、3/11に開催)



- 除雪ボランティア(北海道)の実施(「遊鶴」)
- 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(「EVERYONES CAFÉ」等)
- 大妻女子大学でサステナブルな社会貢献に関し、特別講義(LG&EW社)



#### 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
- 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」)
- 地元中学生のゴルフ場レストランでの職場体験の受け入れ
- こども食堂の運営協力・寄付(「遊鶴」)
- ファーマーズ&キッズフェスタへの参加

#### 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/外国籍従業員比率/多様な勤務形態の利用率/障がい者雇用率の目標を設定

### Governance(ガバナンス)

#### 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:3名体制(社外取締役が1/3以上)
- 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
  - ⇒社外取締役の比率が過半数以上
- 譲渡制限付株式報酬制度(RS)の導入
  - ⇒2023年6月に実行

#### 新たな方針等の策定

- 人財に関する基本方針(重点項目)
- サステナブル調達方針

# 5. 2024年2月期通期業績予想の概要(カテゴリー別)

※再掲:2023年4月14日開示済み内容から変更なし

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%	<b>45,500</b>	<b>4,320</b>	<b>9.5%</b>	+5,478	△911	△3.6%
SFP	22,913	2,447	10.7%	<b>27,000</b>	<b>2,270</b>	<b>8.4%</b>	+4,087	△177	△2.3%
専門ブランド	38,398	4,432	11.5%	<b>51,100</b>	<b>4,290</b>	<b>8.4%</b>	+12,702	△142	△3.1%
海外	18,506	1,818	9.8%	<b>19,300</b>	<b>2,400</b>	<b>12.4%</b>	+794	+581	+2.6%
その他調整等	△1,600	9,734	-	<b>△1,900</b>	<b>9,320</b>	-	△300	△414	-
<b>合計</b>	<b>118,240</b>	<b>23,644</b>	<b>20.0%</b>	<b>141,000</b>	<b>22,600</b>	<b>16.0%</b>	<b>+22,760</b>	<b>△1,064</b>	<b>△4.0%</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)

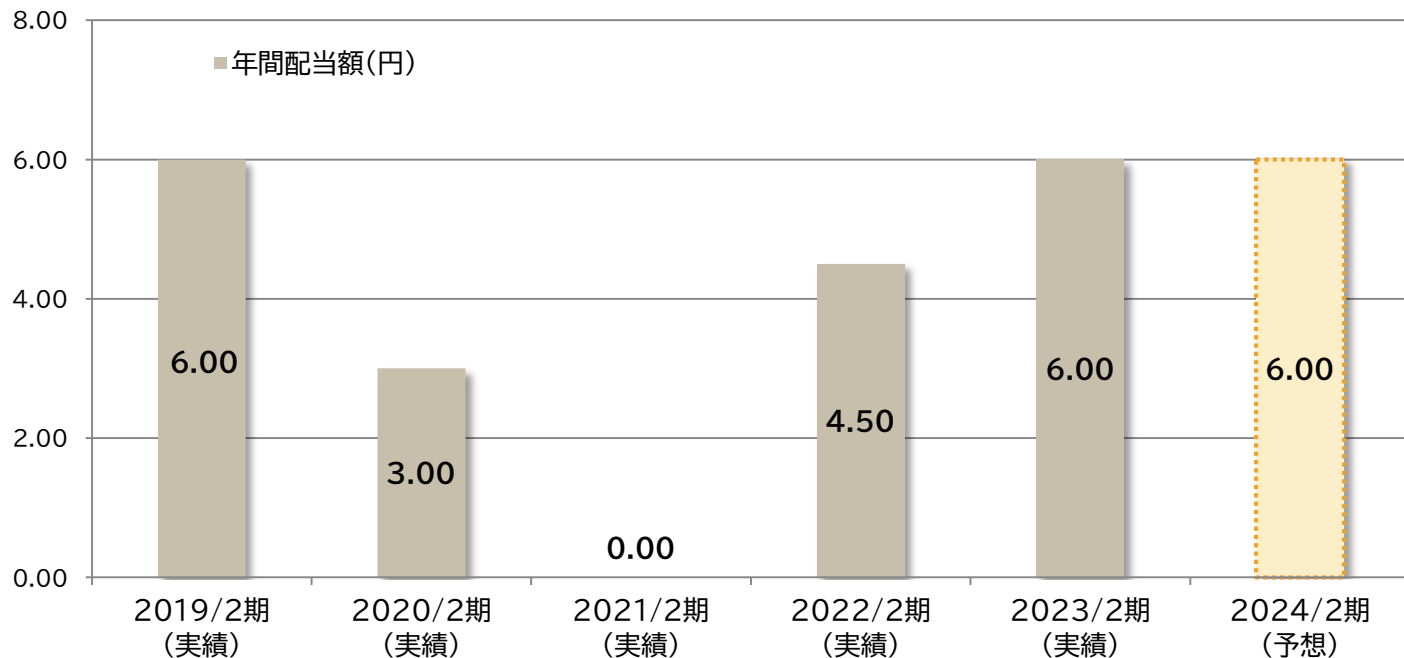
※その他調整等は、IFRS16号適用に伴う減価償却費のほか、主に各カテゴリーには配分していない本社経費等であります

# 6. 株主還元について

## 配当

✓2024年2月期の配当予想 ⇒ 中間3.00円、期末3.00円の年額6.00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

## 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

※ 株主様ご優待券の利用可能店舗の詳細は、当社ホームページにてご確認ください  
<https://www.createrestaurants.com/ir/stock/shareholder/>



# ご注意

本資料は、2024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》

IR部

8022@createrestaurants.com