

わくわく無限大！
個性いろいろ
ともに創る
驚きの未来。

2025年2月期 第2四半期(中間期)決算 (補足説明資料)

2024年10月11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. 業績の概要(カテゴリー別)

II. 2025年2月期業績予想及び株主還元策

1. 2025年2月期通期業績予想の概要
2. 2025年2月期通期業績予想(カテゴリー別)
3. 株主還元策

III. トピックス

1. 中長期的な経営戦略(概要)
2. M&Aについて
3. コントラクト事業の集約について
4. 25周年記念式典の開催について
5. グループミッション

IV. Appendix

1. 出退店及び店舗数について
2. 既存店前年比の推移
3. サステナビリティへの取り組み

I. 業績ハイライト

1. 業績の概要[IFRS]

- ・対前期比で増収増益、通期予想に対する進捗率は概ね50%と順調に推移
- ・売上収益765億円、営業利益48億円、親会社の所有者に帰属する中間利益32億円、調整後EBITDA132億円

✓ 売上収益について

- ・猛暑、台風並びに局地的豪雨といった天候不順の影響はあるものの、インバウンド需要の増加や実質賃金のプラス転換を背景とした消費者の「メリハリ外食」活発化により増収（通期予想進捗率:50.0%）

✓ 営業利益について

- ・想定通りの人件費の増加はあるものの、増収効果により前期に対して増益（通期予想進捗率:52.1%）

※1:既存店前年比

	1Q計 (3-5月)	6月	7月	8月	2Q計 (6-8月)	2Q累計
目標	106.4%	110.9%	103.6%	108.3%	107.6%	107.0%
実績	106.1%	110.4%	103.6%	108.1%	107.2%	106.6%

	2024年2月期 (2Q累計)	2025年2月期 1Q単(3月-5月)	2025年2月期 2Q単(6月-8月)	2025年2月期 (2Q累計)	対前年 差異	2025年2月期	進捗率
	(単位:百万円)	実績	実績	実績		実績	
売上収益	72,982	38,286	38,180	76,467	+3,484	153,000	50.0%
営業利益	4,159	2,753	2,093	4,847	+687	9,300	52.1%
税引前利益	3,926	2,584	1,836	4,421	+495	8,700	50.8%
当期利益	3,270	2,046	1,460	3,506	+236	7,000	50.1%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	3,037	1,852	1,340	3,192	+154	6,100	52.3%
調整後EBITDA ※2	13,439	7,106	6,111	13,218	△ 221	26,200	50.5%
実質営業利益※3 (営業利益+減損損失)	5,715	3,351	2,362	5,714	△ 1	11,300	50.6%

※1:既存店前年比は、前年の2024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: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

2.業績の概要(カテゴリー別)

- ✓CR・SFPカテゴリーは、想定通りの人件費増により、増収減益
- ✓専門ブランドカテゴリーは、人件費増をこなした上で、粗利益率の改善もあり、増収増益
- ✓海外カテゴリーは、円安影響を除外した外貨建てベースでは、実質的に減収減益(北米でのインフレ疲れの影響)

CRカテゴリー(売上収益):
引き続き、都心部の予約型レストラン業態が堅調

SFPカテゴリー(売上収益):
首都圏・都心部を中心に居酒屋需要は堅調、インバウンドも引き続き好調

専門ブランドカテゴリー(売上収益):
日常業態(つけめん・ベーカリー等)は堅調、和食「いっちょう」はメニュー改定が奏功し好調

海外カテゴリー(売上収益):
北米ではインフレ疲れによりレストラン業界全体が弱含んでおり、その影響は単価が高めの「Il Fornaio」店舗の一部にも波及

※1:既存店前年比

カテゴリー	1Q計 (3-5月)	6月	7月	8月	2Q計 (6-8月)	2Q累計
CR	106.0%	112.0%	104.1%	107.5%	107.8%	106.9%
SFP	105.7%	107.4%	100.4%	104.0%	103.8%	104.8%
専門ブランド	104.7%	110.2%	103.6%	111.1%	108.4%	106.5%
海外	110.9%	111.1%	107.8%	107.9%	108.3%	108.6%
連結	106.1%	110.4%	103.6%	108.1%	107.2%	106.6%

(単位:百万円)

カテゴリー	2024年2月期2Q累計			2025年2月期1Q			2025年2月期2Q			2025年2月期(2Q累計)			対前年差異		
	売上収益	店ごり-CF※2	売上比	売上収益	店ごり-CF※2	売上比	売上収益	店ごり-CF※2	売上比	売上収益	店ごり-CF※2	売上比	売上収益	店ごり-CF※2	売上比
CR	25,509	3,184	12.5%	13,372	1,567	11.7%	13,595	1,565	11.5%	26,967	3,132	11.6%	+1,458	△ 52	△0.9%
SFP	14,286	1,451	10.2%	7,671	863	11.3%	7,365	526	7.2%	15,037	1,390	9.2%	+750	△ 61	△0.9%
専門ブランド	24,586	2,645	10.8%	12,821	1,495	11.7%	12,749	1,421	11.1%	25,571	2,916	11.4%	+984	+271	+0.6%
海外	9,497	1,052	11.1%	5,045	613	12.2%	4,820	440	9.1%	9,865	1,054	10.7%	+367	+1	△0.4%
その他調整等※3	△ 897	5,105	-	△ 624	2,567	-	△ 350	2,157	-	△ 974	4,725	-	△ 77	△ 380	-
合計	72,982	13,439	18.4%	38,286	7,106	18.6%	38,180	6,112	16.0%	76,467	13,218	17.3%	+3,484	△ 221	△1.1%

(注)6/1付のグループ内組織再編(クリエイト・ダイニング社とLG & EW社の合併:4/12付にて別途開示)を加味して、前期2Q累計及び当期2Q累計実績ともに、LG & EW社を専門ブランドカテゴリーからCRカテゴリーに組み替えた数値を反映しております

※1:既存店前年比は、前年の2024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+協賛金収入+非経常的費用項目
 ※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

Ⅱ. 2025年2月期業績予想 及び株主還元策

1. 2025年2月期通期業績予想の概要

2024年4月12日付の通期業績予想を上方修正

売上収益:1,560億円、営業利益:93億円、親会社の所有者に帰属する当期利益:61億円、調整後EBITDA:262億円

✓主に、グループ入りした「Wildflower」及び「えびそば一幻」の下期連結を考慮し、売上収益を上方修正(+30億円)

✓足元の進捗は概ね順調であるものの、新規グループイン事業のPMIコスト(システム関連等)を勘案し、各段階利益は据え置き

(単位:百万円)	2025年2月期 (24年4月12日発表)		2025年2月期 (修正予想)		2025年2月期 (中間期)		進捗率 (対修正予想)
	予 想	売上比	予 想	売上比	実 績	売上比	
売上収益	153,000		156,000		76,467		49.0%
営業利益	9,300	6.1%	9,300	6.0%	4,847	6.3%	52.1%
税引前利益	8,700	5.7%	8,700	5.6%	4,421	5.8%	50.8%
当期利益	7,000	4.6%	7,000	4.5%	3,506	4.6%	50.1%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	6,100	4.0%	6,100	3.9%	3,192	4.2%	52.3%
調整後EBITDA※1	26,200	17.1%	26,200	16.8%	13,218	17.3%	50.5%
実質営業利益※2	11,300	7.4%	11,300	7.2%	5,714	7.5%	50.6%

※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

2. 2025年2月期通期業績予想(カテゴリー別)

- ✓ 実行した2件のM&Aの下期連結を勘案し、専門ブランドカテゴリーと海外カテゴリーを上方修正
- ✓ 猛暑の影響等によりゴルフ事業の客足が伸び悩んだことを踏まえ、CRカテゴリーを若干下方修正

カテゴリー	2025年2月期 (24年4月12日発表の期初予想)			2025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	55,800	6,510	11.7%	55,300	6,310	11.4%	△500	△200	△0.3%
SFP	30,000	3,090	10.3%	30,000	3,090	10.3%	0	0	0.0%
専門ブランド	49,400	5,400	10.9%	49,800	5,500	11.0%	+400	+100	+0.1%
海外	19,900	2,690	13.5%	23,000	2,790	12.1%	+3,100	+100	△1.4%
その他調整等	△2,100	8,510	-	△2,100	8,510	-	0	0	-
合計	153,000	26,200	17.1%	156,000	26,200	16.8%	+3,000	0	△0.3%

※6/1付のグループ内組織再編(クリエイト・ダイニング社とLG&EW社の合併:4/12付にて別途開示)を加味して、期初予想及び修正予想ともに、LG&EW社を専門ブランドカテゴリーからCRカテゴリーに期初から組み替えた数値を反映しております

※9/1付のグループ内組織再編(専門ブランドカテゴリー内のKRフードサービス社のもつコントラクト事業を、CRカテゴリー内のクリエイト・レストランツ社が吸収分割)を加味して、期初予想及び修正予想ともに、KR社のコントラクト事業分を専門ブランドカテゴリーからCRカテゴリーに下期から組み替えた数値を反映しております

※9月からグループ入りしたワイルドフラワー事業は海外カテゴリーへ、10月からグループ入りした一幻フードカンパニー社は専門ブランドカテゴリーへ、それぞれ修正予想に含めております

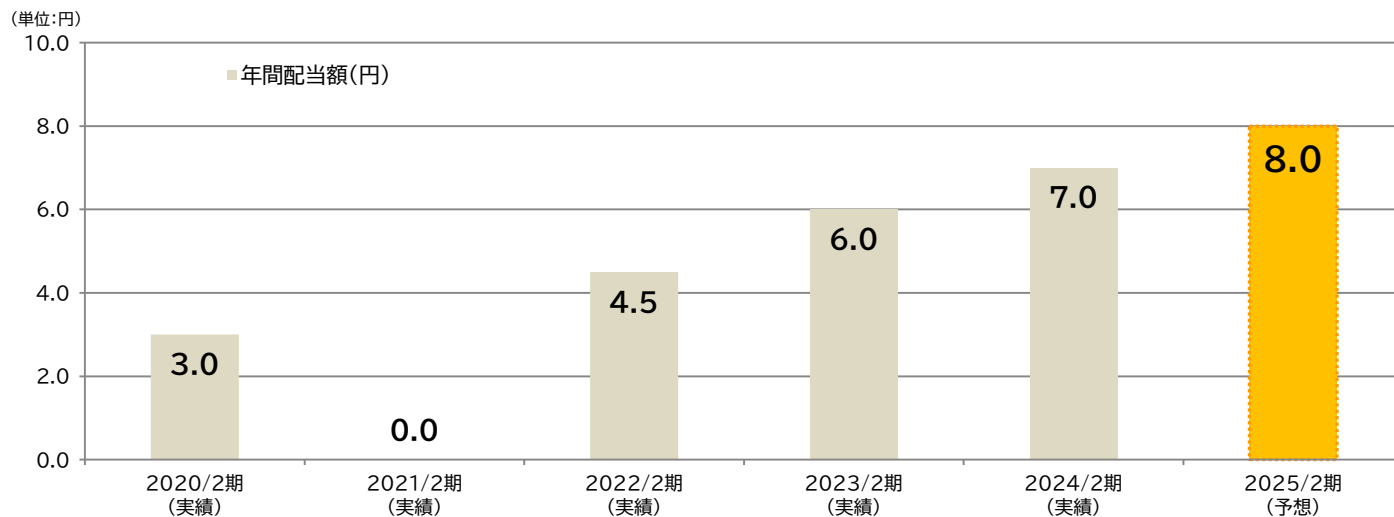
※カテゴリーCF=営業利益(日本基準)+減価償却費+協賛金収入+非経常的費用項目

※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. 株主還元策

配当

- ✓中間配当:足元の業績を勘案し、1株あたり4.0円に決定(10月11日に決議済み)
- ✓期末配当予想:1株あたり4.0円を予定
- ⇒年間8.0円(前期より1.0円増配)



株主優待

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

優待利用可能店舗の拡充

- ✓「えびそば一幻」のグループ入りにより、下記5店舗にて株主優待が利用可能に(11月1日開始予定)

- ・総本店
- ・新千歳空港店
- ・新宿店
- ・八重洲地下街店
- ・東京ソラマチ店



Ⅲ. トピックス

1. 中長期的な成長戦略(概要) ※21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

長期的な互恵関係
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. TOPICS ~M&Aについて~

アフターコロナを見据えたポートフォリオの見直し

✓国内外におけるM&Aの実行

- ・2024年9月3日付にて、アリゾナ州フェニックスを中心に展開しているベーカリーレストラン「Wildflower」の事業を取得
- ・2024年10月1日付にて、北海道を代表するラーメン店「えびそば一幻」を運営する一幻フードカンパニー社の株式を取得
 ⇒中期経営計画のキーワード:「日常」「定番」「地域密着」に合致
 ⇒ポートフォリオの更なる強化(特に北米ではインフレ疲れの影響が少ない日常業態を取得)

	【海外(北米)】Create Restaurants DE LLC	【国内】株式会社一幻フードカンパニー
業態	ベーカリーレストラン「Wildflower」の直営及び卸事業	「えびそば一幻」の運営及びライセンス事業
店舗数	16店舗	10店舗(国内5店舗 海外5店舗)
契約日 実行日	2024年8月6日 2024年9月3日	2024年9月6日 2024年10月1日
規模	<ul style="list-style-type: none"> ・売上高:43.9百万USドル(約62億円) ・営業利益:2.8百万USドル(約4億円) (対象事業の2023年度実績/1USドル=143円換算)	<ul style="list-style-type: none"> ・売上高:約10億円 ・営業利益:約2億円 (2024年4月期実績)
狙い	30年以上地域に根付いた店舗運営による安定的な収益確保	<ul style="list-style-type: none"> ・日常食である麺業態の更なる深化 ・ネクストコアブランドの育成によるブランドポートフォリオの強化 ・グループ内フランチャイズ等によるシナジーの創出
資本コストを 意識した投資	IRR(内部収益率)14% > 税後WACC(米国12.5%)	IRR(内部収益率)9.5% > 税後WACC(国内6.85%)



3. TOPICS～コントラクト事業の集約について～

グループ連邦経営の更なる進化

- ✓1月26日付JA全農との包括業務提携を契機として、コントラクト(受託運営)事業をさらに強化
- ✓9月1日付にてグループ内のコントラクト事業を全国展開しているクリエイト・レストランツ社(CR社)に集約(KRフードサービス社の同事業をCR社が吸収分割)

〈総店舗数〉

116店舗(9月1日時点)

〈目的〉

- ①コントラクト事業における知見・ノウハウ等の専門性強化
- ②人財配置の更なる効率化
- ③「みのりみのる」ブランド等の運営受託の一層の加速
 - 7月1日に「みのるダイニング」京都ポルタ店オープン
 - 9月1日に「みのりカフェ」京都ポルタ店オープン
 - 10月24日には和牛焼肉「岡山そだち」をオープン予定



「みのるダイニング」京都ポルタ店(7/1 OPEN)

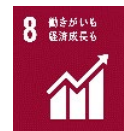


「みのりカフェ」京都ポルタ店(9/1 OPEN)



4. TOPICS～25周年記念式典の開催について～

人財不足への対応(リテンション強化)



創業25周年を記念し、従業員に感謝を伝える機会として記念式典を開催

- ✓ 本年5月に創業25周年を迎え、従業員に『わくわく』してもらいたいイベントとして企画
 - ・西日本の従業員(アルバイト・パート含む)から、勤続年数を考慮して抽選で参加者を募集
 - ・9月12日に、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン(USJ)にて、25周年記念イベント(大阪大会)を開催(約230名が参加)
 - ・式典では、今までの25年間の歩みを当時の画像とともに振り返り
 - ・式典終了後は、USJからの歌とダンスのショーで大盛り上がり
 - ・懐かしいメンバーや長きに亘ってともに汗を流したメンバー同士交流を深め、互いに賞賛
 - ・式の前後では、USJ内で従業員それぞれアトラクション等で自由な時間を満喫してリフレッシュ



従業員代表挨拶



<参加者の感想>

- ・とても楽しいイベントだった！このような場に立ち会えて光栄だと思った
- ・会社がこんなにも自分たちのことを思ってくれているのかと、それをこういった「形」としてやってくれたことにびっくりした
- ・式典以外にもダンスやショー、抽選会といったアミューズメント要素もあって充実した時間だった
- ・普段会えない他店舗のスタッフと交流することができてよかった

etc....

- ・11月には、東日本の従業員を迎えて、創業25周年記念イベント(東京大会)を東京ディズニーランド及びイクスピアリ内のレインフォレストカフェにて開催予定(東京大会は約520名が参加予定)

- ✓ そのほか、全従業員への感謝として**社員割引の割引率アップ**を実施

引き続き人財の定着及び多様な人財の活躍推進に取り組む



5.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

IV. Appendix

1. 出退店及び店舗数について

➤ 新規出店16店舗、退店20店舗、業態変更8店舗
⇒2024年8月末グループ総店舗数:1,105店舗

・新規出店(16店舗)の主な内訳

- ・わくわくプロジェクトとして、五反田にニューアメリカンダイニング「GOTTA」をオープン
- ・コアブランドを出店:「しゃぶ菜」2店舗、「磯丸水産」2店舗、「五の五」、「MACCHA HOUSE 抹茶館」京都祇園四条
- ・横浜ワールドポーターズのフードコートに4店舗出店、「IKEDAYAMA」五反田駅前店を出店
- ・ゴルフ場内レストランの新規業務受託:1店舗
- ・JA全農とのコラボによる出店:焼肉「若葉亭」2店舗、「みのるダイニング」京都ポルタ

・主に契約満了に伴う退店(20店舗)

・立地環境や顧客ニーズに合わせ、業態変更を実施(8店舗)

「MACCHA HOUSE 抹茶館」WITH HARAJUKU、「焼肉じゅん」大阪ドームシティ店、「スタミナまんぷく食堂」濱乃屋」ネオパーサ浜松、「鉄板ホルモン五の五」ぴおシティ桜木町店、「AWキッチン」イオンレイクタウン越谷、「シクタン」MOP横浜ベイサイド、「しゃぶ菜」ららぽーと新三郷

【2025年2月期2Q 出退店一覧】

カテゴリー	2024年 2月末 店舗数	増減数		2024年 8月末 店舗数	業態 変更 ※1
		出店	退店		
CR	502	10	13	499	6
SFP	202	2	2	202	1
専門ブランド	350	4	2	352	1
海外※2	55	0	3	52	0
グループ 総店舗数※3	1,109	16	20	1,105	8

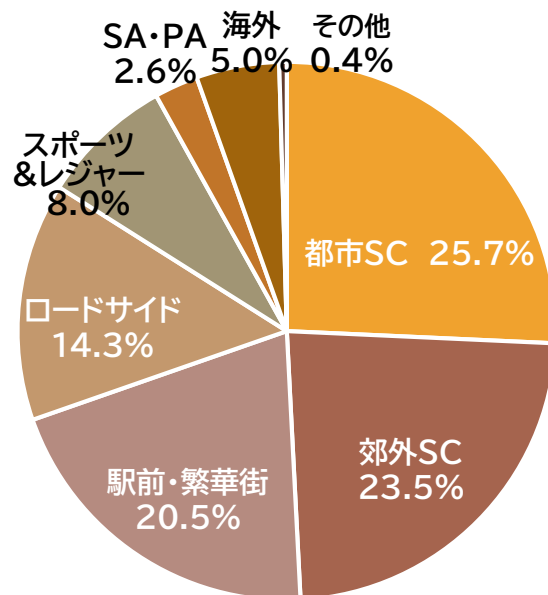
※1:グループ内における業態変更も含めた店舗数を記載しております

※2:海外カテゴリーの店舗数には、CD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FC15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、2024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

※4:6/1付のグループ内組織再編を加味して、24年2月末店舗数及び8月末店舗数ともに、LG&EW社を専門ブランドカテゴリーからCRカテゴリーに組み替えた数値を表示しております

【立地別店舗数の構成比(2024年8月末時点)】



2. 既存店前年比の推移

【連結】

	3月	4月	5月	1Q累計	6月	7月	8月	2Q累計	9月 (速報)	10月	11月	3Q累計	12月	1月	2月	通期計
2025年2月期 既存店前年比	108.8%	104.5%	104.9%	106.1%	110.4%	103.6%	108.1%	106.6%	108.9%	-	-	-	-	-	-	-
2024年2月期 既存店前年比	146.0%	121.1%	115.4%	126.1%	111.5%	118.1%	121.3%	121.4%	114.5%	107.2%	110.3%	117.5%	112.1%	110.7%	109.9%	116.0%

【カテゴリ別】

		3月	4月	5月	1Q累計	6月	7月	8月	2Q累計	9月 (速報)	10月	11月	3Q累計	12月	1月	2月	通期計
CR	2025年2月期 既存店前年比	110.2%	104.2%	103.7%	106.0%	112.0%	104.1%	107.5%	106.9%	109.5%	-	-	-	-	-	-	-
	2024年2月期 既存店前年比	137.4%	125.9%	118.7%	126.8%	116.5%	124.6%	126.3%	124.8%	118.4%	111.2%	114.1%	121.2%	113.6%	112.8%	114.5%	119.1%
SFP	2025年2月期 既存店前年比	107.9%	103.9%	105.3%	105.7%	107.4%	100.4%	104.0%	104.8%	105.8%	-	-	-	-	-	-	-
	2024年2月期 既存店前年比	276.6%	132.7%	121.7%	154.5%	113.8%	128.4%	136.5%	139.1%	122.2%	109.1%	111.1%	129.6%	116.3%	111.3%	111.3%	125.1%
専門 ブランド	2025年2月期 既存店前年比	107.8%	103.9%	102.5%	104.7%	110.2%	103.6%	111.1%	106.5%	109.6%	-	-	-	-	-	-	-
	2024年2月期 既存店前年比	122.7%	112.7%	108.8%	114.5%	104.3%	110.0%	115.0%	112.3%	109.4%	103.2%	109.0%	110.5%	111.1%	110.6%	108.4%	110.6%
海外	2025年2月期 既存店前年比	108.7%	108.1%	114.1%	110.9%	111.1%	107.8%	107.9%	108.6%	110.0%	-	-	-	-	-	-	-
	2024年2月期 既存店前年比	140.9%	117.1%	117.1%	123.3%	114.8%	110.0%	108.8%	116.0%	108.6%	105.2%	103.4%	111.5%	106.5%	104.5%	102.1%	110.8%

※既存店前年比は、前年の2024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



子どもパン教室の開催

- ・北海道でベーカリーを70店舗展開している連結子会社のレフボン社において、食育とパン職人に興味を持ってもらうことを目的に、本社近隣の小学生を対象とした「夏休み子どもパン教室」を開催
- ・体験終了後のアンケートでは、97%の方が満足と回答しており、参加された子どもたちからは「いい体験だった」「また参加したい」という声が多数



イヌのパン



カニのパン

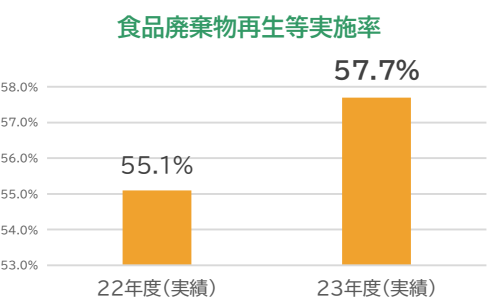
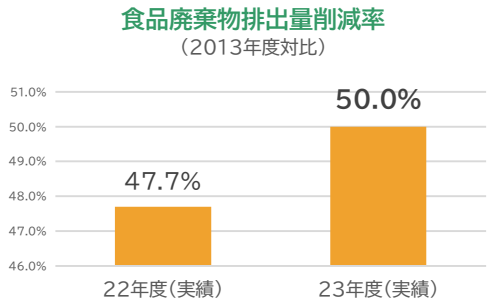
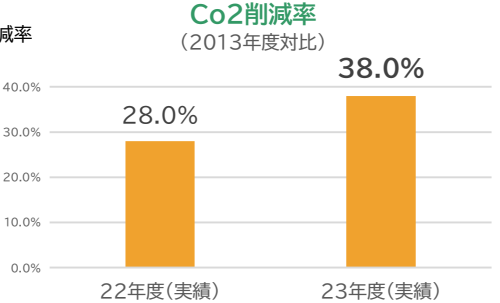
⇒今後も、このようなイベントを通じて、地域の皆様とともにより良い社会の実現へ

マテリアリティ(重要課題)における各指標の進捗について



- ・Co2削減率・食品廃棄物排出量削減率・食品廃棄物再生等実施率の実績は、前事業年度を上回る比率で順調に推移
- 引き続き各項目における取り組みを強化

※基準年度: 2013年度
※原単位(売上高百万円)あたりの削減率



ご注意

本資料は、2025年2月期第2四半期(中間期)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