

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3四半期決算 (補足説明資料)

2023年1月13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. TOPICS

1. TOPICS①②

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①②

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. サステナビリティへの取り組み①②
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]

第3四半期(単四半期)決算(2022年9月-11月)

売上収益:296億円、営業利益:6億円、親会社の所有者に帰属する四半期利益3億円、調整後EBITDA51億円

✓ 売上収益について(9-11月)

・全国旅行支援やGOTOイート、インバウンド再開等の施策効果もあり、目標に対して順調に推移

⇒実質既存店2020年2月期(コロナ前)比※1は、85.5%(目標比+3.0%)

⇒9月こそコロナ第7波の影響で下振れしたものの、10・11月は好調に推移

足元12月の速報値も85.0%で着地(目標比+2.2%)

※1:実質既存店2020年2月期(コロナ前)比

	1Q計 (3-5月)	2Q計 (6-8月)	9月	10月	11月	3Q計 (9-11月)	3Q累計	12月 (速報値)
目標	68.9%	80.1%	81.1%	82.7%	83.6%	82.5%	76.9%	82.8%
実績	68.7%	75.1%	78.3%	92.5%	85.6%	85.5%	76.8%	85.0%

✓ 各利益について(9-11月)

・売上収益の増加に伴い、減損損失計上前の実質営業利益※2は14億円と順調に回復
(実質営業利益は、1Q:12億円、2Q単:5億円、3Q単:14億円と推移)

・保守的に減損損失8億円を計上した結果、営業利益は6億円、親会社の所有者に帰属する四半期利益は3億円に着地

(単位:百万円)	2023年2月期 2Q累計(3月-8月)	2023年2月期 3Q単(9月-11月)	2023年2月期 3Q累計(3月-11月)	2023年2月期	進捗率
	実績	実績	実績	通期予想	
売上収益	54,407	29,614	84,022	115,000	73.1%
営業利益	5,087	593	5,681	7,300	77.8%
税引前利益	5,026	394	5,421	6,800	79.7%
当期利益	3,892	312	4,204	5,100	82.5%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	3,511	275	3,786	4,500	84.1%
調整後EBITDA ※3	13,444	5,100	18,545	24,700	75.1%

※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.業績の概要(カテゴリー別)

売上収益について

全国旅行支援やGOTOイート、インバウンド再開等の施策効果もあり、全てのカテゴリーにおいて、2Q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)	2Q計 (6-8月)	9月	10月	11月	3Q計 (9-11月)	3Q累計	12月 (速報値)
CR	67.1%	68.9%	71.8%	87.3%	80.2%	79.7%	71.7%	82.2%
SFP	54.7%	67.3%	69.1%	83.6%	78.0%	76.8%	66.3%	74.7%
専門ブランド	70.1%	75.0%	75.6%	92.8%	83.0%	83.6%	76.0%	80.5%
海外	100.7%	116.4%	124.6%	131.7%	132.3%	131.2%	121.8%	126.0%
連結	68.7%	75.1%	78.3%	92.5%	85.6%	85.5%	76.8%	85.0%

カテゴリーCF(キャッシュフロー)について

- ・2Qに引き続き、協力金の計上なしで黒字を維持
- ・特にSFPカテゴリーにおいて、2Qと比べて3Qの利益率が増加

(単位:百万円)

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3Q(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	9,478	2,572	27.1%	9,883	767	7.8%	10,335	870	8.4%	29,696	4,210	14.2%
SFP	4,626	1,630	35.3%	5,502	36	0.7%	6,023	243	4.0%	16,152	1,910	11.8%
専門ブランド	8,437	1,925	22.8%	8,655	563	6.5%	8,810	776	8.8%	25,903	3,265	12.6%
海外	4,085	387	9.5%	4,535	424	9.3%	4,998	558	11.2%	13,619	1,369	10.1%
その他調整等※3	△ 383	2,778	-	△ 413	2,357	-	△ 553	2,651	-	△ 1,350	7,787	-
合計	26,243	9,294	35.4%	28,163	4,149	14.7%	29,614	5,100	17.2%	84,022	18,545	22.1%

※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を吸収し、筋肉質な構造を維持

原価

- ・CMD社による集中購買の施策実行
- ・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

人件費

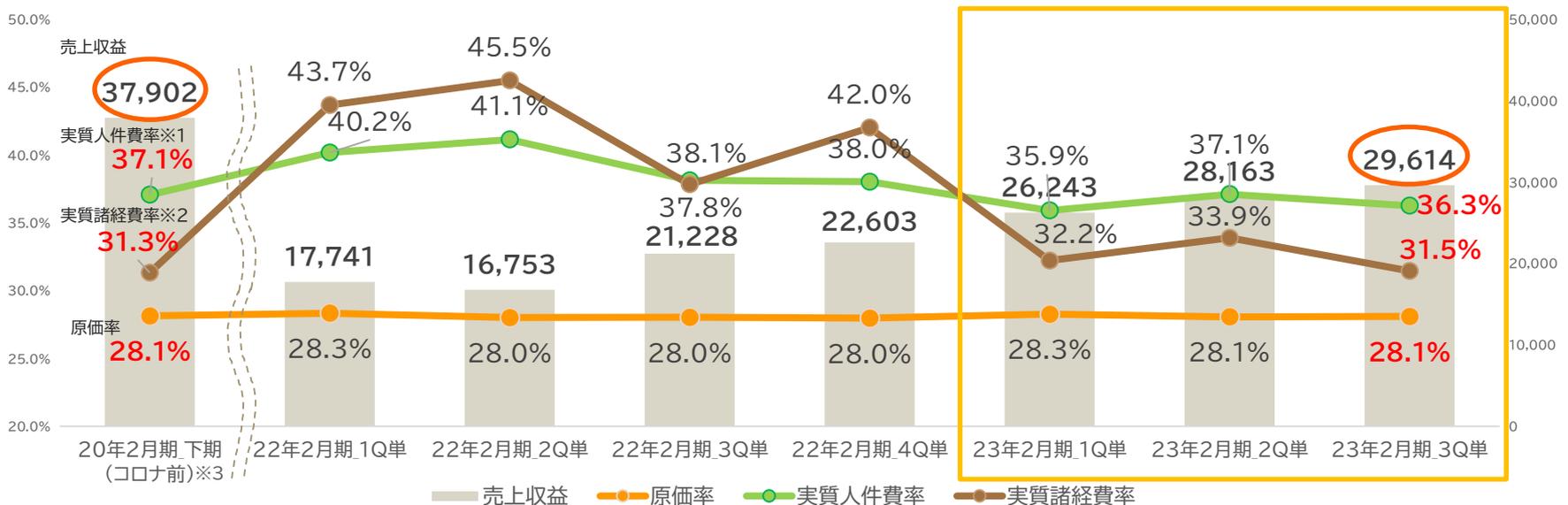
- ・徹底したシフト管理、適正な人員配置の実施、採用コストの圧縮等が奏功
- ・DX推進(モバイルオーダー・配膳ロボット導入等)による人財不足への対応

諸経費

- ・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、足元の水道光熱費の上昇を吸収

売上収益及び各経費率の推移

[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. TOPICS

1.TOPICS①

2022年12月1日より、サンジェルマン社・北海道サンジェルマン社がグループイン

新たな経営陣について

・CRグループから5名が加わった新経営陣のもと、事業構造改革に着手

今後の展望について

- ・カフェ型店舗を含む新規出店や積極的な改装による、**ブランド価値の向上**
- ・CRグループによる両社の商品活用、両社によるCRグループ共通基盤活用による**シナジー発揮**
⇒既存のベーカリー子会社であるグルメブランズカンパニー社(GBC社)を加え、**ベーカリー事業を当社グループの新たな柱へ**



株主様ご優待券の利用開始について

NEWS 2023年2月1日より、94店舗(予定)※で株主優待券の利用を開始

※サンジェルマン社(関東拠点):66店舗、北海道サンジェルマン社(北海道拠点):28店舗
(利用可能店舗の詳細はP12をご覧ください)

(株)サンジェルマン(関東拠点)
※略称:SG社

(株)北海道サンジェルマン(北海道拠点)
※略称:HSG社

総店舗数 78店舗+製パン工場(横浜)

68店舗

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)

経営陣
代表取締役社長 濱埜直人(前いっちょう社 社長)
専務取締役 両角元勝(CRH社執行役員・前CRH社 社長室長)
常務取締役 今城正人(前KR社 執行役員事業サポート部長)
取締役相談役 赤須正浩(前代表取締役社長)
取締役 知久功(留任)
取締役(非常勤) 石井克二(GBC社 社長)

代表取締役社長 北島聖(留任)
常務取締役 工藤大介(前GBC社 取締役)
取締役 竹石朋志(留任)
取締役(非常勤) 石井克二(GBC社 社長)

※SG社及びHSG社ともに、カテゴリーの分類は「専門ブランド」カテゴリーとする

1.TOPICS②

グループシナジーを活性化⇒再成長に向けた新規出店・業態変更を実施

グループ内 業態変更

アフターコロナに向けたグループ内業態変更を実施

- 「あずさ珈琲」阪急三番街店(9/14:終日利用可能のカフェ業態へ)、
- 「きみはん」新梅田食道街(10/4:日常使いの業態へ)、
- 「THE PLATINUM」東京ソラマチ(11/10:専門性の高いビュッフェ業態へ)



地方出店

居酒屋業態の出店を再開し、主力業態を地方都市へ

- 「町鮨とろたく」一番町店(9/27)、「磯丸水産」静岡紺屋町店(11/15)、
- 「磯丸水産」札幌狸小路店(12/15)※CR社フランチャイズによる北海道初出店



コントラクト

コントラクト事業の強化

- ・JA全農とのコラボ
- 「神戸プレジール」三宮本店(10/1)、「みのるダイニング」名古屋店(11/29)等(3Q累計:5店舗)
- ・ゴルフ場レストランの受託(3Q累計:4店舗)

新業態

健康志向を意識した新業態の開発

- 1日野菜350gの野菜が食べられる「タンメン専門店」を出店
(11/10:横浜ワールドポーターズ内フードコート:「1日野菜350gタンメン ベジ350」)



海外

選択と集中を図り、フランチャイズ出店を推進

- 「かごの屋」タイ2店舗(4/18、9/23)、「ENZO」香港(10/10)
- 経営資源の集中を図るべく、台湾(2店舗)からは9月末にて撤退



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

足元、コロナ第8波の影響が不透明ではあるものの、今後観光需要やインバウンド需要の復活が期待されること、サンジェルマン社・北海道サンジェルマン社2社の連結貢献(3ヶ月分)を考慮し、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

	2023年2月期 (第3四半期)
	実績
(単位:百万円)	
売上収益	84,022
営業利益	5,681
税引前利益	5,421
当期利益	4,204
親会社の所有者に 帰属する当期利益	3,786
調整後EBITDA ※	18,545

2023年2月期	進捗率
通期予想	
115,000	73.1%
7,300	77.8%
6,800	79.7%
5,100	82.5%
4,500	84.1%
24,700	75.1%

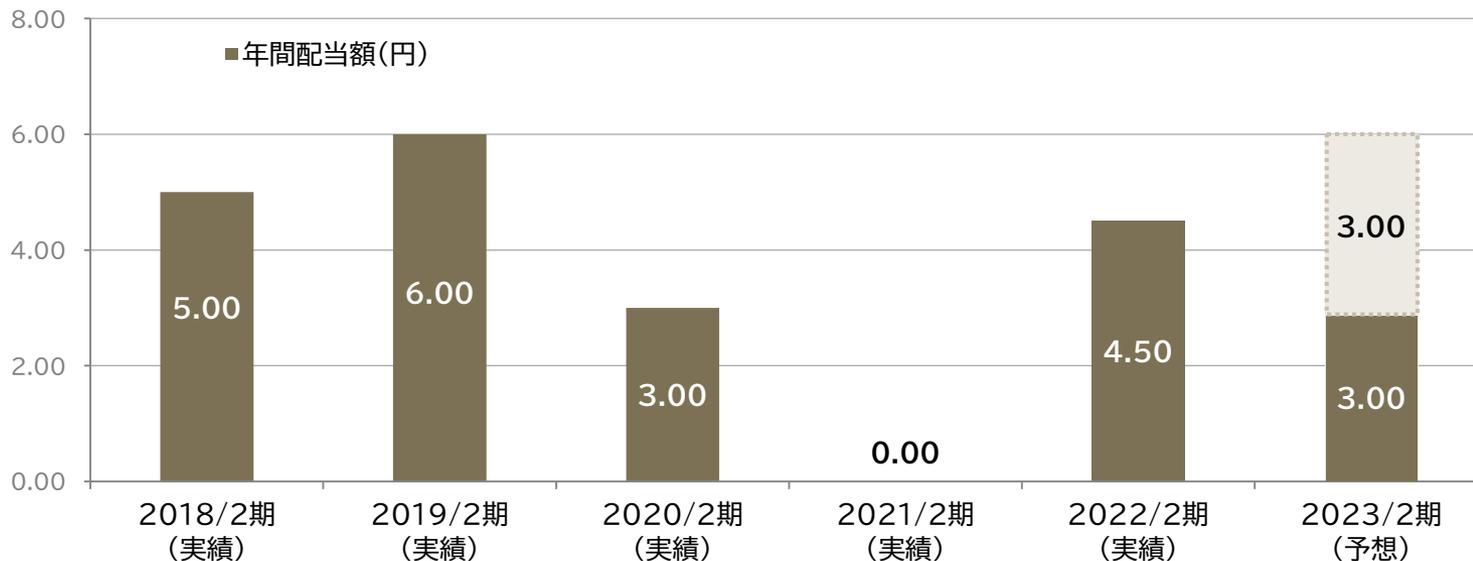
※調整後EBITDA=営業利益+その他の営業費用-その他の営業収益(協賛金収入、雇用調整助成金、協力金及び賃料減免分等を除く)+減価償却費+非経常的費用項目(株式取得に関するアドバイザー費用等)

2. 株主還元について①

配当

- ・2023年2月期の中間配当⇒3.00円
- ・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
⇒2023年2月1日より株主様ご優待券の利用をスタート



2. 株主還元について②

サンジェルマン社・北海道サンジェルマン社運営の株主優待利用可能店舗は以下のとおり
 →2022年2月1日以降、下記**94店舗**(予定)にて利用可能

	ご利用可能店舗
(株)サンジェルマン	<p>[サンジェルマン] 札幌店/宇都宮店/高崎店/浦和店/西川口店/上福岡店/エキア志木店/稲毛店/柏店/おおたかの森店/市川店/我孫子店/西新井店/曳舟店/品川店/月島店/高田馬場店/神楽坂店/都立大学店/大森店/蒲田店/池上店/等々力店/用賀店/三軒茶屋店/阿佐ヶ谷店/荻窪店/西荻窪店/吉祥寺店/府中店/永山店/エミオ保谷店/河辺店/西国分寺店/町田店/あきる野店/菊名店/港南台店/エトモ市が尾店/藤が丘店/横浜高島屋店/みなとみらい店/新杉田店/横須賀店/橋本店/大船ルミネ店/鎌倉店/北長野店/岡谷店/豊橋店</p> <p>[プルミエサンジェルマン] 新宿店/中野店/日吉店/上大岡店/青葉台店/たまプラーザ店/平塚店/長野店</p> <p>[タンドレス] 有楽町店/田園調布店</p> <p>[フラマンドール] 田園調布店/下高井戸店/サウスウッド店</p> <p>[ドゥマゴ] 渋谷東急フードショー店/二子玉川店/たまプラーザ店</p>
(株)北海道サンジェルマン	<p>[レフボン] 留萌店/春光店/シーナ店/ツインハーブ店/アモール店/滝川店/岩見沢東店/平岡店/あいの里店/49条店/JR白石店/いしかり店/小樽南店/東むろらん店/だて店/みわ店/網走店/JR釧路店/新橋大通店/かしわ店/ベルデ店/昭和店/山の手店/石川店</p> <p>[サンヴァリエ] 弥生店/西帯広店/函館店</p> <p>[小樽サンジェルマン] 小樽サンジェルマン店</p>



IV. Appendix

1. 出退店及び店舗数について

➤ 新規出店24店舗、退店36店舗、業態変更20店舗
⇒2022年11月末グループ総店舗数:1,025店舗

・新規出店(24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」、香港に「ENZO」のFC

・不採算店舗及び契約満了に伴う退店(36店舗)

・立地環境や顧客ニーズに合わせ、業態変更を実施(20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3Q 出退店一覧】

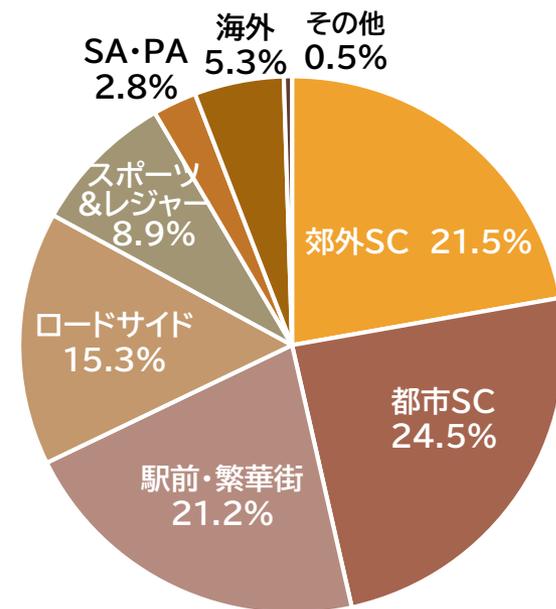
カテゴリ	2022年 2月末 店舗数	増減数		グループ内 移管等	2022年 11月末 店舗数	業態 変更 ※1
		出店	退店			
CR	526	7	22	+7	518	10
SFP	215	4	7	△1	211	9
専門ブランド	241	9	3	△6	241	1
海外※2	55	4	4		55	0
グループ 総店舗数※3	1,037	24	36	+0	1,025	20

※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、2022年11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11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 (速報値)	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%	78.3%	92.5%	85.6%	76.8%	85.0%	-	-	-
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 (速報値)	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%	71.8%	87.3%	80.2%	71.7%	82.2%	-	-	-
	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%
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%	-	-	-
	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%
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%	-	-	-
	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%
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%	126.0%	-	-	-
	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%

※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11月末	差異
資産合計(百万円)	133,605	132,097	△1,508
負債合計(百万円)	102,874	97,274	△5,600
資本合計(百万円)	30,730	34,823	+4,093
自己資本比率 (親会社所有者帰属持分比率)	17.8%	21.0%	+3.2%
調整後自己資本比率※1	28.0%	32.3%	+4.3%
ネットD/Eレシオ	2.65倍	1.86倍	△0.79倍
調整後ネットD/Eレシオ※2	0.79倍	0.38倍	△0.41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

- 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取り組み
- パンの通販サイト「rebake」を通じて全国にロスを販売



rebake



- 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

CO2

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



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
- 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



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)
- **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%	40,500	5,600	13.8%	+10,402	△2,212	△12.1%
SFP	10,404	3,195	30.7%	24,500	3,000	12.2%	+14,096	△195	△18.5%
専門ブランド	26,772	4,598	17.2%	36,600	4,400	12.0%	+9,828	△198	△5.2%
海外	12,340	842	6.8%	15,000	1,200	8.0%	+2,660	+358	+1.2%
その他調整等	△1,291	10,639	-	△1,600	10,500	-	△309	△139	-
合計	78,324	27,088	34.6%	115,000	24,700	21.5%	+36,676	△2,388	△13.1%

※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3四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