

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3四半期決算 (補足説明資料)

2024年1月12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)

II. TOPICS

1. TOPICS①②③④

III. 2024年2月期業績予想及び株主還元について

1. 2024年2月期通期業績予想の概要
2. 株主還元について

IV. 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. 2024年2月期通期業績予想の概要(カテゴリー別)
5. サステナビリティへの取り組み①②

I. 業績ハイライト

1. 業績の概要[IFRS]

売上収益:1,084億円、営業利益:58億円、親会社の所有者に帰属する四半期利益39億円、調整後EBITDA192億円

✓ 売上収益について

- ・引き続き堅調な外食需要に支えられ、通期予想に対して順調に推移(通期予想進捗率75.8%)
- ⇒ 既存店前年比※1は、117.5%(3Q累計)
- ⇒ 既存店コロナ前比※2は、92.0%(3Q累計)

※2:既存店コロナ前比

	1Q計 (3-5月)	2Q計 (6-8月)	9月	10月(注)	11月	3Q計 (9-11月)	3Q累計	12月 (速報)
目標	86.0%	89.2%	89.3%	94.9%	91.1%	91.7%	90.5%	92.3%
実績	89.4%	89.9%	91.3%	100.4%	95.6%	95.7%	92.0%	95.7%

注:比較対象の2019年10月に大型台風及び消費税増税があったため、約4.7%以内程度の上昇影響あり

✓ 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、77億円と前年の約2.6倍で推移(通期予想進捗率80.4%)
- 営業利益も、時短協力金43億円の計上があった前年を超えて着地
- ・減損損失の保守的な計上(3Q累計で20億円を計上)をこなして、各段階利益の通期進捗率は8割近くと順調に推移

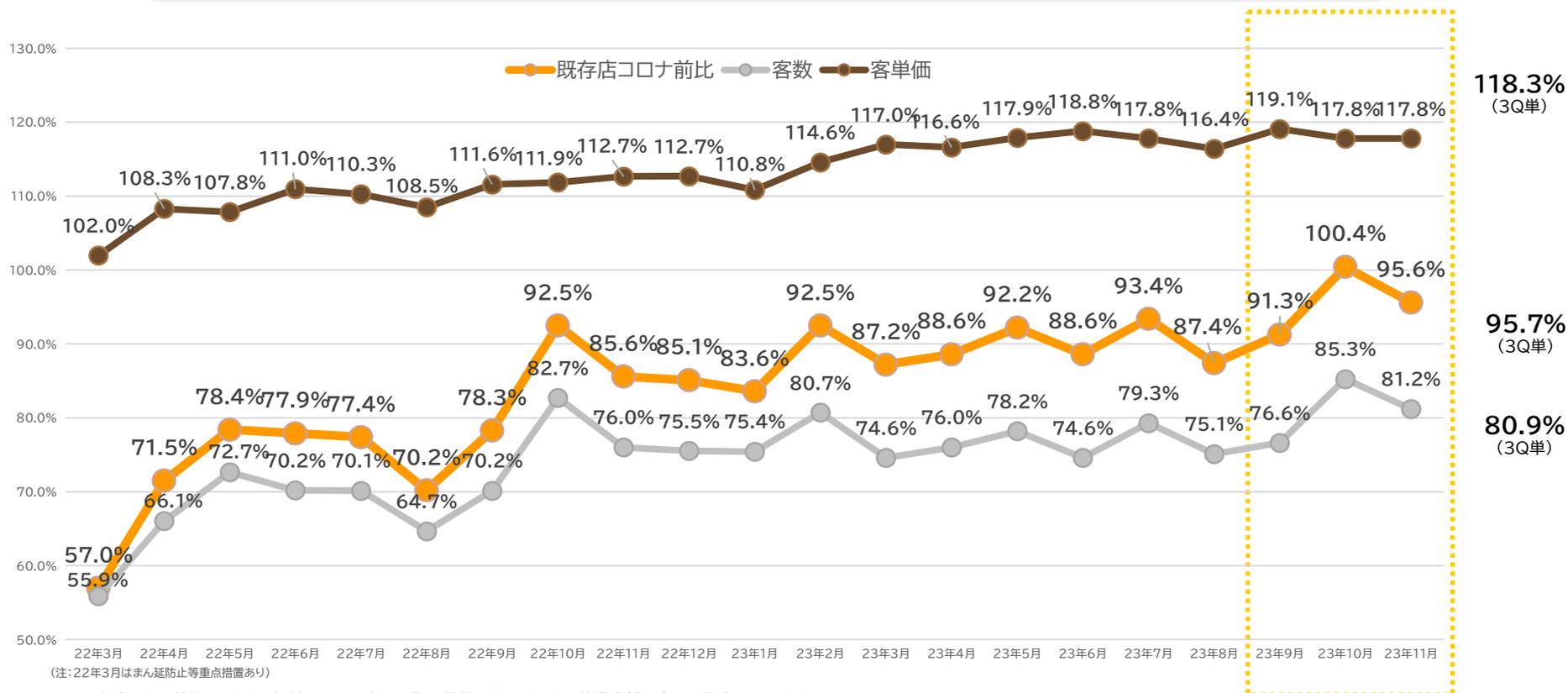
(単位:百万円)	2023年2月期 第3四半期(累計)	2024年2月期 1Q単(3月-5月)	2024年2月期 2Q単(6月-8月)	2024年2月期 3Q単(9月-11月)	2024年2月期 第3四半期(累計)	対前年 差異	2024年2月期	進捗率
	実績	実績	実績	実績	実績		予想(23年10月13日開示)	
売上収益	84,022	36,607	36,375	35,465	108,448	+24,425	143,000	75.8%
営業利益	5,681	2,981	1,178	1,603	5,763	+81	7,400	77.9%
(参考)協力金除く営業利益	1,325	2,981	1,178	1,603	5,763	+4,437	—	—
税引前利益	5,421	2,924	1,001	1,453	5,379	△41	6,900	78.0%
当期利益	4,204	2,360	909	929	4,199	△5	5,500	76.4%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	3,786	2,150	887	863	3,901	+114	5,000	78.0%
調整後EBITDA ※3	18,545	7,242	6,197	5,789	19,229	+684	24,700	77.9%
実質営業利益※4 (営業利益-協力金+減損損失)	2,987	3,467	2,248	2,007	7,723	+4,735	9,600	80.4%

※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

- ✓売上収益(既存店コロナ前比)は、3Q単四半期(9-11月)で95.7%と、四半期としては**コロナ禍以降で最高**を記録
- ✓客単価は、適正価格化の継続により、3Q単四半期(9-11月)で118.3%
- ✓客数は、営業時間の適正化に着手した効果もあり、3Q単四半期(9-11月)で80.9%と**増加傾向**

引き続き客数増に向けて「営業時間の適正化」を図るとともに、インバウンド需要の取り込みやSNSマーケティングを強化中

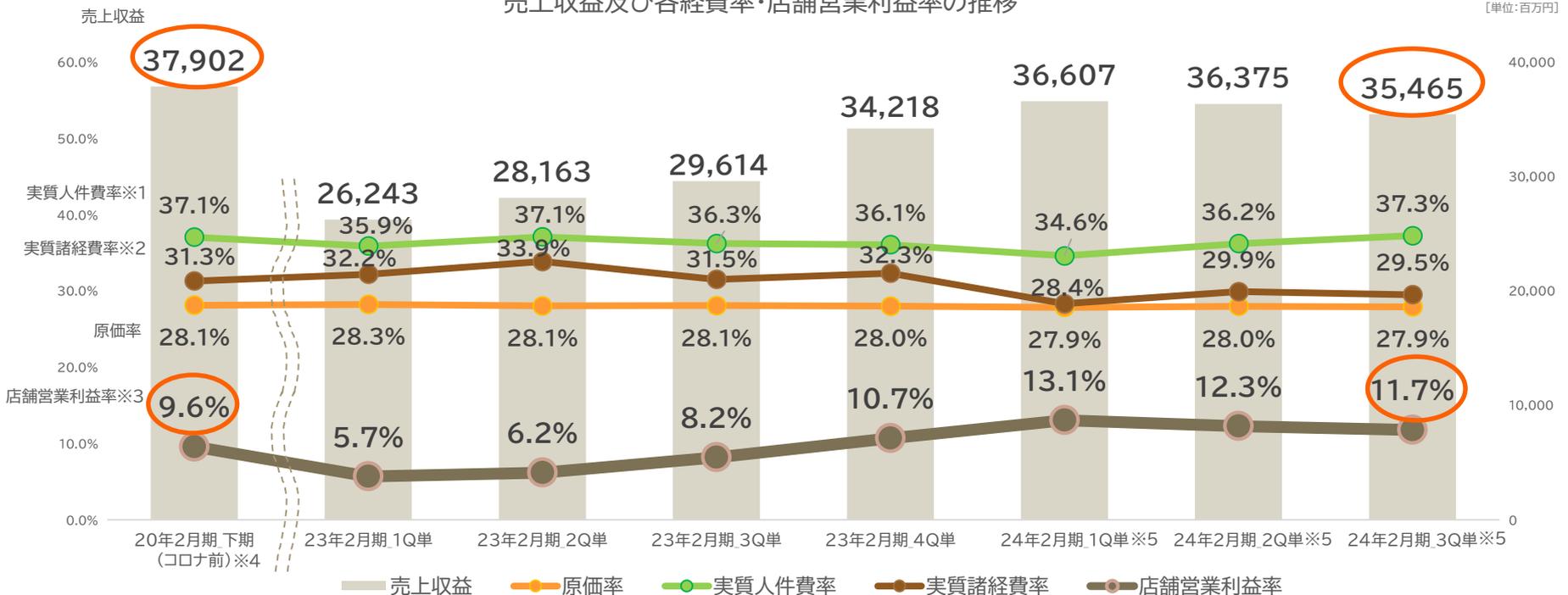


3.筋肉質なコスト構造の定着について

- ✓ **原価率**: グループ購買機能を集約したCMD社による集中購買・物流効率化への取り組み(適正価格化もあわせて実現)
- ✓ **人件費率**: DX推進による人財不足への対応、人財プロジェクトチームによる採用方法の多角化・定着率UPに向けた取り組み
- ✓ **諸経費率**: 過去の減損損失計上による減価償却費の減少、光熱費の上昇は引き続き横ばい傾向継続

店舗営業利益率は、コロナ前を超えて4四半期連続で二桁越え

売上収益及び各経費率・店舗営業利益率の推移



※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分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月期の各四半期決算短信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)

コロナ後の消費は、海外→都心(国内)→地方(国内)の順に回復

売上収益について

- 国内全てのカテゴリーは、堅調な外食需要に支えられ、順調に推移
- 海外カテゴリーは、主にシンガポール・北米の好調によりコロナ前を大幅に超過(円安影響を除くベース:既存店前年比(3Q累計)105.2%、既存店コロナ前比(3Q累計)105.4%で推移)

カテゴリーCF(キャッシュフロー)について

- 国内全てのカテゴリーにおいて、引き続き前年に比べて改善
※時短協力金(前年において43億円計上)を除くベース
- 海外カテゴリーは、シンガポール・北米の好調に加え、不採算店舗の撤退によるマージン率の改善も寄与し、引き続き前年越え

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	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)
CR	126.8%	122.7%	118.4%	111.2%	114.1%	114.4%	121.2%	113.5%
SFP	154.5%	125.6%	122.2%	109.1%	111.1%	113.8%	129.6%	116.3%
専門ブランド	114.5%	110.0%	109.4%	103.2%	109.0%	107.1%	110.5%	111.0%
海外	123.3%	111.0%	108.6%	105.2%	103.4%	105.6%	111.5%	106.4%
連結	126.1%	117.0%	114.5%	107.2%	110.3%	110.5%	117.5%	112.1%

既存店コロナ前比※1

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)
CR	86.0%	85.2%	86.7%	98.2%	92.8%	92.4%	87.8%	94.1%
SFP	85.5%	85.4%	85.1%	92.5%	87.2%	88.2%	86.4%	87.1%
専門ブランド	85.2%	86.2%	86.1%	96.6%	92.4%	91.6%	87.5%	89.3%
海外	126.3%	132.1%	137.1%	142.2%	138.7%	140.3%	137.8%	136.2%
連結	89.4%	89.9%	91.3%	100.4%	95.6%	95.7%	92.0%	95.7%

(単位:百万円)

カテゴリー	2023年2月期3Q(累計)			2024年2月期1Q			2024年2月期2Q			2024年2月期3Q			2024年2月期3Q(累計)			対前年差異		
	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	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	協力を除く カテゴリーCF※2	売上比
CR	29,696	2,641	8.9%	11,992	1,531	12.8%	12,049	1,402	11.6%	11,756	1,046	8.9%	35,798	3,980	11.1%	+6,101	+1,339	+2.2%
SFP	16,152	322	2.0%	7,156	841	11.8%	7,130	642	9.0%	7,024	568	8.1%	21,310	2,052	9.6%	+5,158	+1,730	+7.6%
専門ブランド	25,903	2,065	8.0%	13,305	1,639	12.3%	12,748	1,314	10.3%	12,262	952	7.8%	38,316	3,905	10.2%	+12,412	+1,840	+2.2%
海外	13,619	1,370	10.1%	4,720	575	12.2%	4,777	477	10.0%	5,043	696	13.8%	14,541	1,749	12.0%	+921	+379	+2.0%
その他調整等※3	△1,350	7,792	-	△566	2,654	-	△331	2,360	-	△621	2,525	-	△1,518	7,541	-	△168	△251	-
合計	84,022	14,189	16.9%	36,607	7,242	19.8%	36,375	6,197	17.0%	35,465	5,789	16.3%	108,448	19,229	17.7%	+24,425	+5,040	+0.8%

※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3Q(累計)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

II. TOPICS

1.TOPICS① -既存店の更なる質の向上-

サンジェルマン社のPMI(Post Merger Integration)が順調に進捗



株式会社サンジェルマン



株式会社レフボン

2022年12月のグループ入り後、事業構造改革が進行中
 サンジェルマン社の子会社であったレフボン社(23年9月1日付にて北海道サンジェルマンより商号変更)を直子会社化へ

	具体的な実施内容	今後の取り組み
店舗	<ul style="list-style-type: none"> ✓ メニューラインナップの改善及び高付加価値化 <ul style="list-style-type: none"> 商品数の適正化、定番商品の改良、生産計画の改善による商況に応じた売り場づくり →新商品の「リッシュブラン」「ロイヤルメロンパン」「あんぱん」等が好調 ✓ 不採算店舗の閉鎖によるキャッシュフローの改善 <ul style="list-style-type: none"> 店舗CFマージン:7.2%(前期3Q累計) → 8.9%(当期3Q累計) ・24年1月までで12店舗の撤退を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ MD施策による収益改善 <ul style="list-style-type: none"> 既存商品のブラッシュUP 生地数/種類の最適化 ✓ QSCAの更なる向上によるお客様数の増加
本社	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 横浜工場の戦略的改装 <ul style="list-style-type: none"> 冷凍設備の強化→外部倉庫及び海外輸入商材の内製化(約1.4億円/年のコスト削減に寄与) →生地の内製化による品質向上 ✓ バックオフィス機能をグループ本社へ統合(24年1月より) <ul style="list-style-type: none"> 人事・経理・店舗開発といった本社機能を集約 基幹システムの統合を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 工場での生産効率の向上(品目・量を最適化) ✓ 購買・物流機能の効率化



1.TOPICS② -「守り」から「攻め」への転換-

新規出店/戦略的な業態変更・改装の実施

お客様の利便性の向上、店舗魅力度の向上を通じて客数増へ

新規出店 (3Q累計:27店舗)



「五の五」一番町店
[9/28OPEN]



「MOMIJI CHAYA」香港
[10/7OPEN]



「磯丸水産」京橋店
[10/23OPEN]



「かごの屋」タイ
[10/27OPEN]

業態変更 (3Q累計:16店舗)



「つけめんTETSU」イオンKYOTO「マルシェドゥメトロ」Echika表参道
[10/17リニューアルOPEN]
※関西圏の郊外SC2店舗目



※新ブランド3つを含む4店舗を業態変更



「磯丸水産食堂」イオン幕張新都心店
[11/21リニューアルOPEN]
※郊外SCに初出店

改装 (3Q累計:5店舗)

「牛たん伊之助」イオン各務原
[9/8リニューアルOPEN]



「しゃぶ菜」イオン各務原
[9/14リニューアルOPEN]



「かごの屋」寝屋川店
[10/27リニューアルOPEN]



- ・掘りごたつの座席をフラット化
- ・お座敷の一部を個室化

Before

After



フラット化

「サンジェルマン」札幌店
[11/30リニューアルOPEN]



- ・店内をパリのイメージに刷新
- ・イートインのレイアウトを変更→客席数を増加(28席→56席)
- ・自動釣銭機導入→オペレーションの効率UP

Before

After



「CHISŌ ZANMAI」大丸梅田
[9/15リニューアルOPEN]



- ・ファサード(入口)部分改装・ビュッフェ台改修
- ・デザートショーケースの導入
- ・ドリンク機器入れ替え(種類UP)等

1.TOPICS③ -人財不足への対応-

※下記オレンジ色の文字:前回からの進捗内容

人財不足への対応

採用の強化

- ・新卒採用の再開・強化、退職者カムバック強化
- ・外国人採用強化(採用ルートの拡大)
⇒今期末にはグループ全体で**200人**を超える入社見込み
(受け入れ体制・教育体制を強化)
- ・クルーの社員登用・リファラル採用の強化
- ・SNSを利用した採用の強化(Instagram・TikTok)
- ・スキマバイト(単発バイト)の直雇用化の推進



「未来わくわくプロジェクト」の様子

定着率向上(リテンション)の取り組み

待遇改善・多様な人財の活躍推進

- ・社員の昇給ファンド総額の増額(平均4.1%UP)、クルーの時給アップ実施
- ・譲渡制限付株式報酬(RS)の導入
- ・人事評価制度の評価項目の拡充
- ・「社内ポイント制度」の導入・活用
- ・**休暇を取得しやすい体制作り**
→一部の店舗にて、店休日を設置(例:「かごの屋」など)/ヘルプ体制の強化
- ・有給休暇の取得促進
- ・永年勤続表彰制度の強化(連続休暇の取得制度・褒賞金額アップ)
- ・多様な働き方の促進
⇒週休3日や短時間勤務といった多様な勤務形態の活用
(女性管理職・外国人管理職・障がい者雇用の増加、シニアの活用等)

コミュニケーション

- ・人財にフォーカスしたグループ内社内報の作成・配信
⇒今期**8回**発行済み(グループの従業員2万人超へ向けて発信)
- ・エリアカンファレンスの開催(年間通して全22か所にて35回実施)
- ・オーディットサポーター制度の強化
(店舗スタッフの声を直接聞く取り組み)
- ・クルーフエス(アルバイト同士のコミュニケーション機会)の再開

人財育成

- ・新入社員サポート(ウエルカム制度)
- ・入社時研修及びフォロー研修/階層別研修の強化・充実
- ・資格取得支援の拡充
- ・**未来わくわくプロジェクト始動(Z世代ワークショップ)**
→Z世代の従業員の声を聴き人財施策に反映/モチベーションUP

1.TOPICS④ -サステナビリティへの取り組み-

サステナビリティの新たな取り組み

※その他の取り組み事例は、AppendixのP21-22をご覧ください

食品ロスの削減



✓食べ残しの持ち帰りを促す取り組みとして、北関東を中心に展開する和食レストラン「いっちょう」にて、「mottECO(モッテコ)」を導入

→お客様に専用容器をご購入いただき、食べきれなかった分を持ち帰っていただく取り組みをスタート
※容器へはお客様ご自身で詰めていただきます

地域貢献



✓ベーカリーの「サンジェルマン」の店舗にて、近隣小学校のメニューコンテストを実施

→選ばれた作品は実際に製品化し、一部店舗では販売



〔サンジェルマンおおたかの森店〕



Ⅲ. 2024年2月期業績予想 及び株主還元について

1. 2024年2月期通期業績予想の概要

✓ 2023年10月13日開示の通期業績予想 ⇒ 変更なし

売上収益:1,430億円、営業利益:74億円、親会社の所有者に帰属する当期利益50億円、調整後EBITDA: 247億円

	2023年2月期		2024年2月期 (通期予想)		差異	増減率	2024年2月期 (第3四半期)		進捗率 (対予想)		
	(単位:百万円)	実績	売上比	予想			売上比	実績		売上比	
売上収益	118,240			143,000		+24,759		+20.9%	108,448		75.8%
営業利益	5,083	4.3%		7,400	5.2%	+2,316		+45.6%	5,763	5.3%	77.9%
税引前利益	4,565	3.9%		6,900	4.8%	+2,334		+51.1%	5,379	5.0%	78.0%
当期利益	3,878	3.3%		5,500	3.8%	+1,621		+41.8%	4,199	3.9%	76.4%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	3,385	2.9%		5,000	3.5%	+1,614		+47.7%	3,901	3.6%	78.0%
調整後EBITDA※1	23,664	20.0%		24,700	17.3%	+1,035		+4.4%	19,229	17.7%	77.9%
実質営業利益※2	4,149	3.5%		9,600	6.7%	+5,450		+131.4%	7,723	7.1%	80.4%

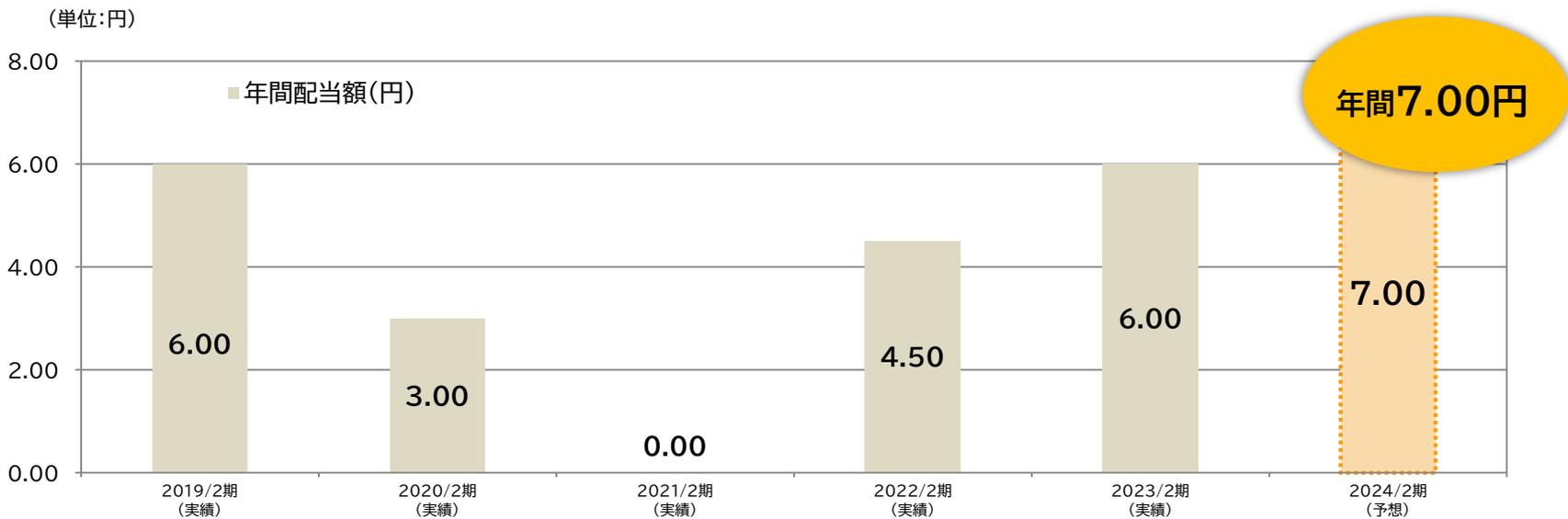
※1:調整後EBITDA=営業利益+その他の営業費用-その他の営業収益(協賛金収入、雇用調整助成金、協力金及び賃料減免分等を除く)+減価償却費+非経常的費用項目(株式取得に関するアドバイザー費用等)

※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. 株主還元について

2024年2月期の配当予想 ⇒ 変更なし

- ✓ 中間配当 ⇒ 1株あたり**3.50円**にて実施済み
- ✓ 期末配当予想 ⇒ 1株あたり**3.50円**を予定



※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



IV. Appendix

1. 出退店及び店舗数について

➤ 新規出店27店舗、退店44店舗、業態変更16店舗
⇒2023年11月末グループ総店舗数:1,128店舗

・新規出店(27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・横須賀中央店、「磯丸水産」仙台等(10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(3店舗)

・グループ内FC:「MACCHA HOUSE 抹茶館」善光寺仲見世通り店・「磯丸水産」松本駅前店・「つけめんTETSU」イオン檀原店

・海外:「MOMIJI CHAYA」@香港2店舗、「IL Fornaio」@北米、「AWkitchen」@ジャカルタ、「かごの屋」@タイ2店舗

・契約満了に伴う退店(29店舗)及び不採算店舗の撤退(15店舗) ※北米のニューヨークからは撤退(3店舗)

・立地環境や顧客ニーズに合わせ、業態変更を実施(16店舗)

表参道の一括フードコート「マルシェドウ メトロ」では3つの新業態を含む4店舗を同時に業態変更

【2024年2月期3Q 出退店一覧】

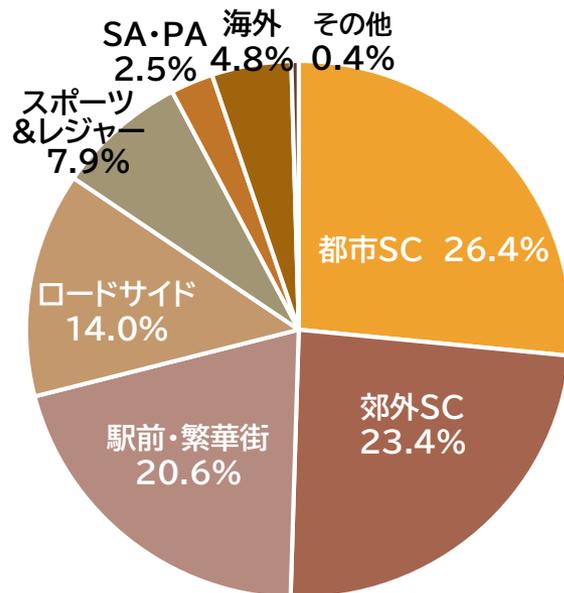
カテゴリー	2023年 2月末 店舗数	増減数		グループ内 移管等	2023年 11月末 店舗数	業態 変更 ※1
		出店	退店			
CR	502	8	19	+4	495	12
SFP	208	7	7		208	2
専門ブランド	381	6	13	△4	370	2
海外※2	54	6	5		55	0
グループ 総店舗数※3	1,145	27	44	+0	1,128	16

※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、2023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(2023年11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 (速報)	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%	111.5%	118.1%	121.3%	121.4%	114.5%	107.2%	110.0%	117.5%	112.1%	—	—	—
2024年2月期 既存店コロナ前比※2	87.2%	88.6%	92.2%	89.4%	88.6%	93.4%	87.4%	90.0%	91.3%	100.4%	95.6%	92.0%	95.7%	—	—	—

【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 (速報)	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%	116.5%	124.6%	126.3%	124.8%	118.4%	111.2%	114.1%	121.2%	113.5%	—	—	—
	2024年2月期 既存店コロナ前比※2	82.9%	86.2%	88.8%	86.0%	82.1%	90.1%	83.6%	85.6%	86.7%	98.2%	92.8%	87.8%	94.1%	—	—	—
SFP	2024年2月期 既存店前年比※1	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%	—	—	—
	2024年2月期 既存店コロナ前比※2	82.4%	85.6%	88.3%	85.5%	84.6%	89.5%	81.7%	85.5%	85.1%	92.5%	87.2%	86.4%	87.1%	—	—	—
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%	104.3%	110.0%	115.0%	112.3%	109.4%	103.2%	109.0%	110.5%	111.0%	—	—	—
	2024年2月期 既存店コロナ前比※2	82.3%	84.4%	89.2%	85.2%	84.2%	90.0%	84.3%	85.8%	86.1%	96.6%	92.4%	87.5%	89.3%	—	—	—
海外	2024年2月期 既存店前年比※1	140.9%	117.1%	117.1%	123.3%	114.8%	110.0%	108.8%	116.0%	108.6%	105.2%	103.4%	111.5%	106.4%	—	—	—
	2024年2月期 既存店コロナ前比※2	127.3%	122.9%	124.8%	126.3%	129.2%	129.7%	132.2%	132.9%	137.1%	142.2%	138.7%	137.8%	136.2%	—	—	—

※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. 財務状況について

主要指標	2023年2月末	2023年11月末	差異
資産合計(百万円)	133,555	131,371	△2,184
負債合計(百万円)	99,112	93,624	△5,488
資本合計(百万円)	34,443	37,746	+3,303
自己資本比率 (親会社所有者帰属持分比率)	22.2%	26.3%	+4.1%
調整後自己資本比率※1	33.5%	39.6%	+6.1%
ネットD/Eレシオ	1.74倍	1.44倍	△0.30倍
調整後ネットD/Eレシオ※2	0.38倍	0.27倍	△0.11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. 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%	46,000	4,930	10.7%	+5,978	△301	△2.4%
SFP	22,913	2,447	10.7%	28,000	2,950	10.5%	+5,087	+503	△0.1%
専門ブランド	38,398	4,432	11.5%	51,400	4,820	9.4%	+13,002	+388	△2.2%
海外	18,506	1,818	9.8%	19,800	2,460	12.4%	+1,294	+642	+2.6%
その他調整等	△1,600	9,734	-	△2,200	9,540	-	△600	△194	-
合計	118,240	23,664	20.0%	143,000	24,700	17.3%	+24,760	+1,036	△2.7%

※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

5. 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(「いちちょう社」)

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グラスへ変更



5. 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(クリエイト・レストランツ社)
- こども食堂の運営協力・寄付(遊鶴社、クリエイト・ダイニング社)
- 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

ご注意

本資料は、2024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