

株式会社プレナス 2021年2月期決算説明会

本資料は、金融商品取引法上のディスクロージャー資料ではなく、その情報の正確性、安全性を保証するものではありません。また、提示された予測等は決算発表の時点で入手された情報に基づくものであり、不確定要素を含んでおります。したがって、本資料のみに依拠して投資判断されますことはお控えくださいますようお願い致します。

Plenus

2021年4月16日

- ✓ ウイズコロナの状況の中、当社グループは引き続き食のインフラ企業としてお客様満足の実現と、お客様と従業員の安全を考慮した店舗運営を実施。
- ✓ 2021年2月期は、新型コロナウイルスの影響を大きく受けて減収となったものの、営業利益や経常利益は粗利改善やほっともとの既存店売上高の増加等により増益。また、親会社株主に帰属する当期純利益は減損損失の計上等で赤字となる。また、成長の基軸を外食市場から成長が見込まれる中食・テイクアウト事業に変更する。
- ✓ 2022年2月期は、引き続き「メーカー機能をもった小売チェーン」として食品総合工場などの主要機能を土台として各機能の連携を強化し、活動の効果や収益の最大化に向けて取り組んでいく。
内製化商品を活用したキャンペーン展開や業態別にターゲットを明確した販売戦略等によって店頭売上の拡大に取り組むとともに、FC化を推進する。国内の出店は合計22店舗を予定。
- ✓ 年間配当金は2021年2月期30円、2022年2月期60円(予定)。
配当に関する基本方針に関しては、現時点の変更の予定は無し。

1. 2021年2月期業績

2. 成長戦略

3. 2022年2月期予想

4. 利益配分

5. 補足資料

1. 2021年2月期業績

減収増益

新型コロナウイルス感染症の影響を受けたものの、粗利改善やほっともとの既存店売上の増加が主な要因。
親会社株主に帰属する当期純損失は、店舗等の固定資産に係る減損損失等を特別損失に計上したことで赤字となる。

(単位：百万円・%)

	実績		前年対比				予想対比(2021年1月14日開示)			
	金額	構成比	金額	構成比	差額	増減率	金額	構成比	差額	増減率
売上高	140,509	100.0	149,572	100.0	△ 9,062	△ 6.1	140,290	100.0	219	0.2
売上総利益	71,449	50.9	75,182	50.3	△ 3,733	△ 5.0	71,670	51.1	△ 220	△ 0.3
販管費	70,547	50.2	74,834	50.0	△ 4,287	△ 5.7	70,870	50.5	△ 322	△ 0.5
営業利益	902	0.6	348	0.2	554	159.0	800	0.6	102	12.9
経常利益	2,037	1.5	729	0.5	1,308	179.4	1,330	0.9	707	53.2
当期純利益※	△ 2,545	△ 1.8	△ 2,934	△ 2.0	388	—	△ 1,760	△ 1.3	△ 785	—

※親会社株主に帰属する当期純利益

1. 2021年2月期業績 前年対比（上期・下期）

下期の営業利益・経常利益は売上高の回復や粗利改善、販管費の効率化によって増益。
当期純利益は4Q期間中に店舗等の固定資産に係る減損損失等を特別損失に計上したことで赤字となる。

(単位：百万円・%)

	上期						下期					
	実績		前年		増減		実績		前年		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	差額	増減率	金額	構成比	金額	構成比	差額	増減率
売上高	68,169	100.0	75,756	100.0	△ 7,586	△ 10.0	72,339	100.0	73,816	100.0	△ 1,476	△ 2.0
売上総利益	34,499	50.6	37,979	50.1	△ 3,479	△ 9.2	36,950	51.1	37,203	50.4	△ 253	△ 0.7
販管費	35,723	52.4	37,796	49.9	△ 2,073	△ 5.5	34,823	48.1	37,037	50.2	△ 2,213	△ 6.0
営業利益	△ 1,224	△ 1.8	182	0.2	△ 1,406	－	2,126	2.9	166	0.2	1,960	1181.2
経常利益	△ 867	△ 1.3	341	0.5	△ 1,208	－	2,905	4.0	388	0.5	2,516	648.0
当期純利益※	△ 1,696	△ 2.5	△ 873	△ 1.2	△ 822	－	△ 849	△ 1.2	△ 2,060	△ 2.8	1,211	－

※親会社株主に帰属する当期純利益

1. 2021年2月期業績 前年対比（四半期）

3Q以降売上高は回復基調、粗利改善や販管費の効率化によって黒字となったが、4Qはやよい軒やMKレストランにおいて新型コロナウイルスの影響を受けたことで売上高や売上総利益率は前年を下回る。

(単位：百万円・%)

	1 Q			2 Q			3 Q			4 Q		
	実績	構成比	増減率	実績	構成比	増減率	実績	構成比	増減率	実績	構成比	増減率
売上高	33,423	100.0	△ 12.3	34,746	100.0	△ 7.6	36,849	100.0	△ 0.5	35,489	100.0	△ 3.5
売上総利益	16,712	50.0	△ 12.1	17,787	51.2	△ 6.2	19,064	51.7	2.1	17,886	50.4	△ 3.4
販管費	17,818	53.3	△ 6.6	17,904	51.5	△ 4.3	17,653	47.9	△ 5.6	17,169	48.4	△ 6.4
営業利益	△ 1,106	△ 3.3	—	△ 117	△ 0.3	—	1,410	3.8	—	716	2.0	296.0
経常利益	△ 959	△ 2.9	—	91	0.3	—	1,526	4.1	456.1	1,378	3.9	1,110.9
当期純利益※	△ 929	△ 2.8	—	△ 766	△ 2.2	—	764	2.1	—	△ 1,613	△ 4.5	—

※親会社株主に帰属する当期純利益

1. 2021年2月期業績 予想対比（2021年1月14日開示 ※下期のみ）

下期はやよい軒やMKレストランの売上高未達によって売上総利益率は未達であったものの、
ほっともっと売上高の計画達成や販管費未消化により、営業利益・経常利益は計画達成。

(単位：百万円・%)

	実績		下期 予想		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	差額	増減率
売上高	72,339	100.0	72,120	100.0	219	0.3
売上総利益	36,950	51.1	37,170	51.5	△ 219	△ 0.6
販管費	34,823	48.1	35,140	48.7	△ 316	△ 0.9
営業利益	2,126	2.9	2,030	2.8	96	4.8
経常利益	2,905	4.0	2,190	3.0	715	32.6
当期純利益※	△ 849	△ 1.2	△ 70	△ 0.1	△ 779	1,113.5

※親会社株主に帰属する当期純利益

1. 2021年2月期業績 セグメント対比

ほっともっとは引き続き好調、海外は売上回復傾向。やよい軒・MKレストランは3Qにかけて回復基調であったものの、4Qは新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を大きく受ける。

(単位：百万円・%)

	売上高					セグメント利益					セグメント利益率				
	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	1Q	2Q	3Q	4Q	累計
連結合計	33,958	35,269	37,421	36,098	142,749	△ 1,106	△ 117	1,410	716	902	△ 3.3	△ 0.3	3.8	2.0	0.6
ほっともっと	25,706	26,046	26,244	26,495	104,492	652	768	1,515	1,488	4,424	2.5	3.0	5.8	5.6	4.2
やよい軒	5,132	6,113	7,257	5,975	24,479	△ 1,296	△ 647	△ 90	△ 649	△ 2,683	△ 25.3	△ 10.6	△ 1.2	△ 10.9	△ 11.0
MK レストラン	416	592	654	489	2,153	△ 222	△ 42	△ 1	△ 120	△ 386	△ 53.3	△ 7.1	△ 0.2	△ 24.7	△ 17.9
海外	721	565	801	820	2,909	△ 267	△ 221	△ 114	△ 85	△ 688	△ 37.1	△ 39.1	△ 14.3	△ 10.4	△ 23.7
その他	1,980	1,951	2,464	2,317	8,714	35	43	137	67	285	1.8	2.3	5.6	2.9	3.3

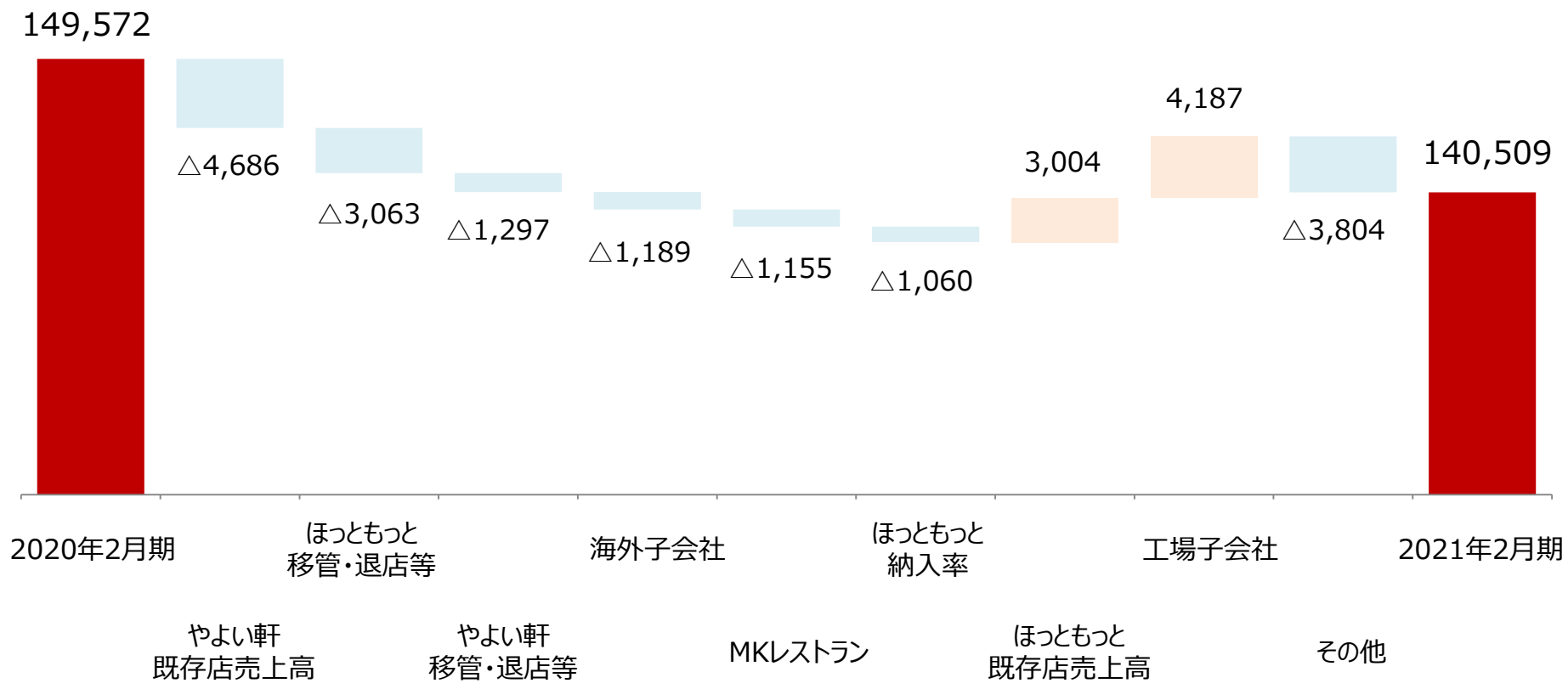
※その他の売上高にはセグメント間の内部売上高又は振替高を含む

※セグメント利益または損失の調整額を除く

1. 2021年2月期業績 売上高の増減要因

9,062百万円の減収
ほっともっとの既存店売上高は増加したものの、
やよい軒の既存店売上高の減少や前期ほっともっとならぎ190店舗の退店等で前年を下回る。

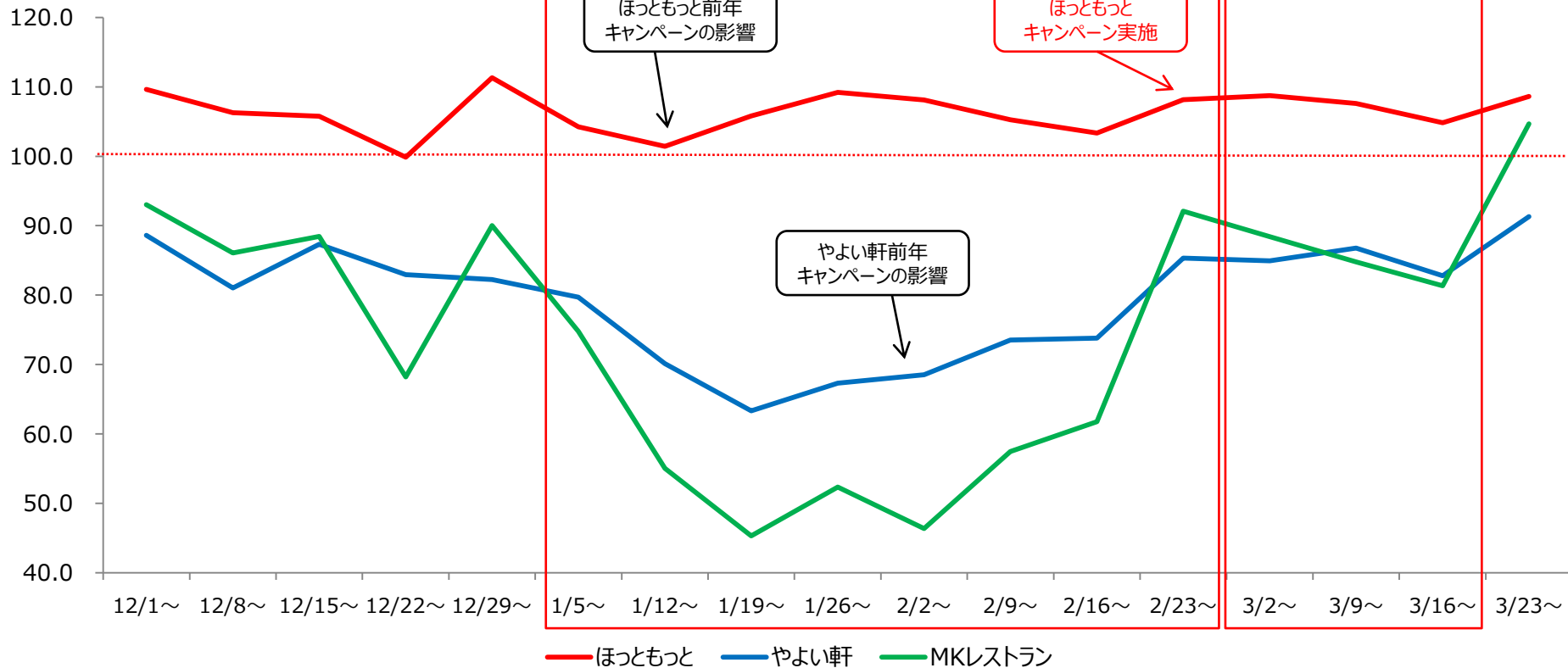
(単位：百万円)



1. 2021年2月期業績 売上高の増減要因 既存店売上高前年比の推移

ほっともっとは緊急事態宣言解除後も引き続き好調。
 やよい軒やMKレストランは再度新型コロナウイルスの影響を受けたものの、2月後半から回復傾向にある。

既存店売上高
 前年比
 (同曜日比・%)

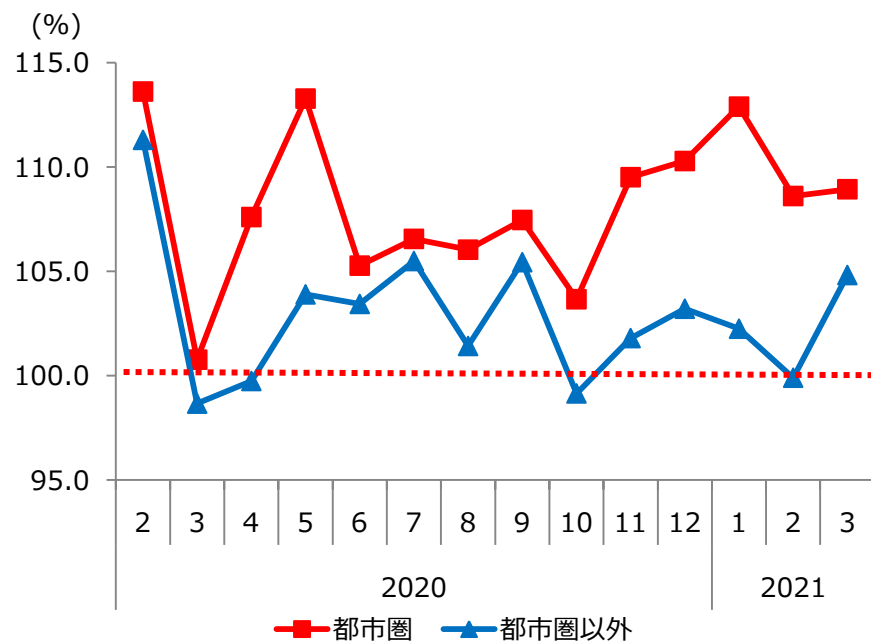


1. 2021年2月期業績 売上高の増減要因 既存店売上高前年比の推移（エリア別）

ほっともとの既存店売上高は都市圏を中心に好調に推移。
 やよい軒は9月以降一定の回復が見られたものの、再度新型コロナウイルス感染症の影響を受ける。

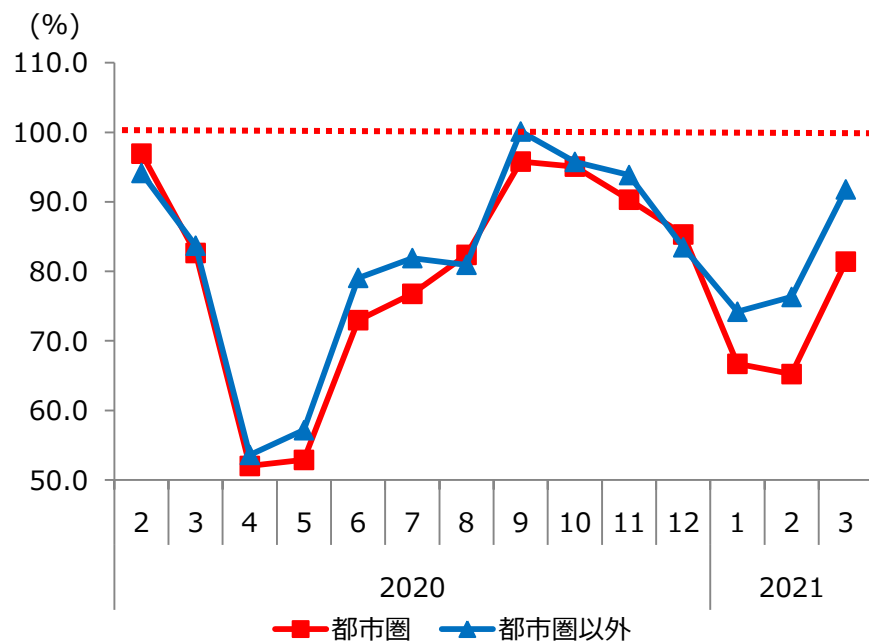
ほっともとの

10月以降は前年からの内製化商品によるキャンペーン効果が一巡したものの、都市圏を中心に好調に推移。



やよい軒

9月のキャンペーン実施やクーポン配布以降は一定の回復が見られたものの、12月以降は新型コロナウイルスの感染拡大の影響を受ける。

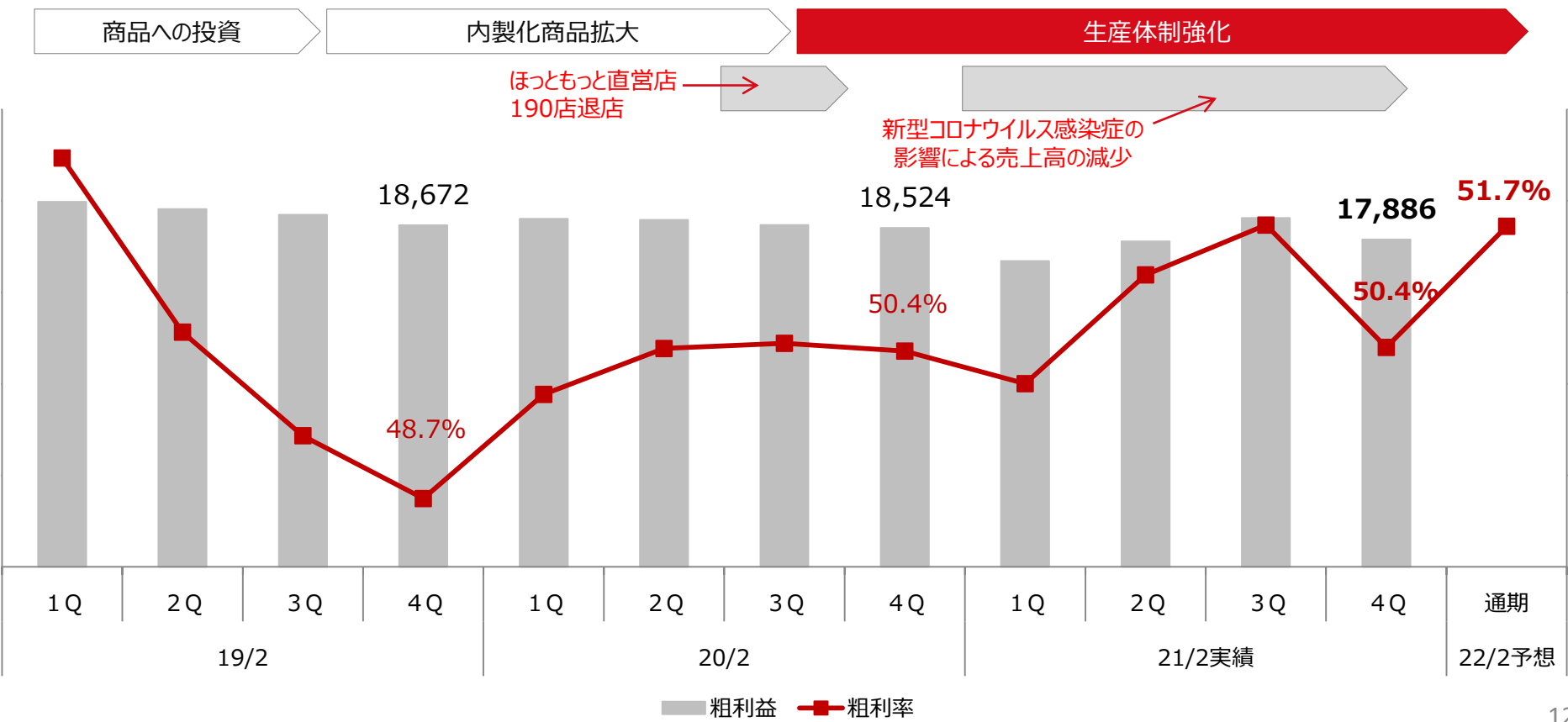


※都市圏店舗：東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、大阪府

1. 2021年2月期業績 粗利率推移

新型コロナウイルスの影響による売上高の減少で粗利額は減少したものの、粗利率は内製化の推進や生産体制強化等で大幅に改善。また、内製化商品を活用したキャンペーンを実施しても粗利確保できる体質に転換。

(単位：百万円)

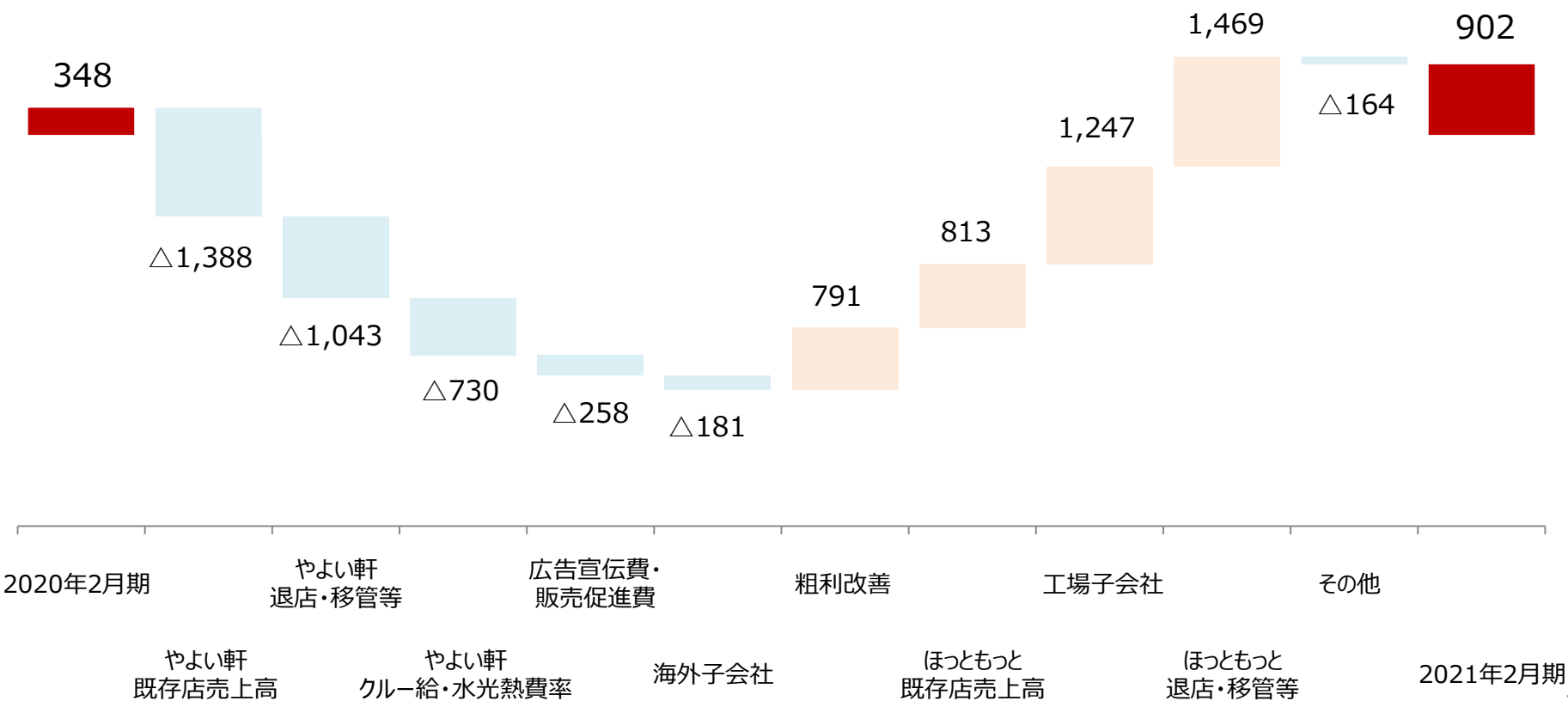


1. 2021年2月期業績 営業利益の前年対比

554百万円の増益

やよい軒や海外等で新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けたものの、ほっともっとや粗利改善で前年を上回る。

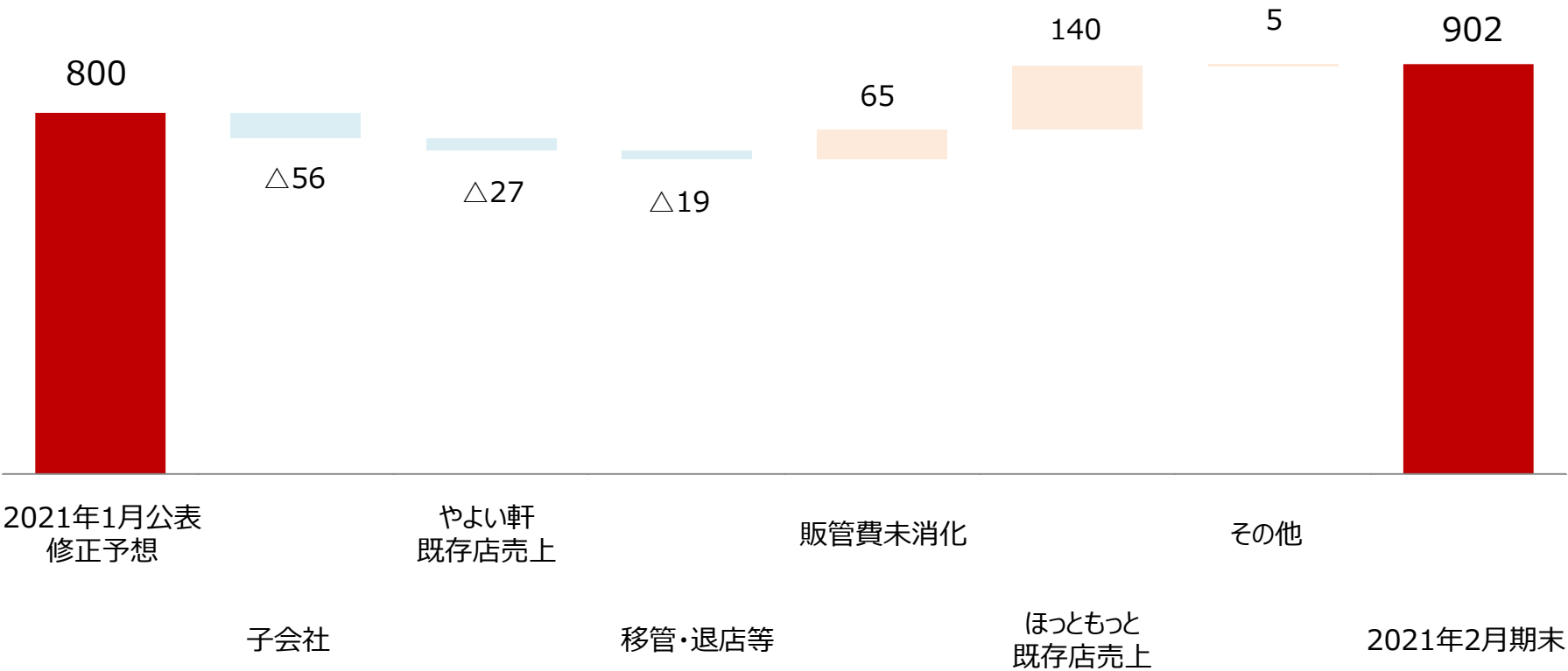
(単位：百万円)



1. 2021年2月期業績 営業利益の予想対比(2021年1月14日開示)

102百万円の超過。
MKレストランややよい軒の売上未達があったものの、ほっともっとの売上達成で1月公表の修正予想を上回る。

(単位：百万円)



1. 2021年2月期業績 ほっともっと事業

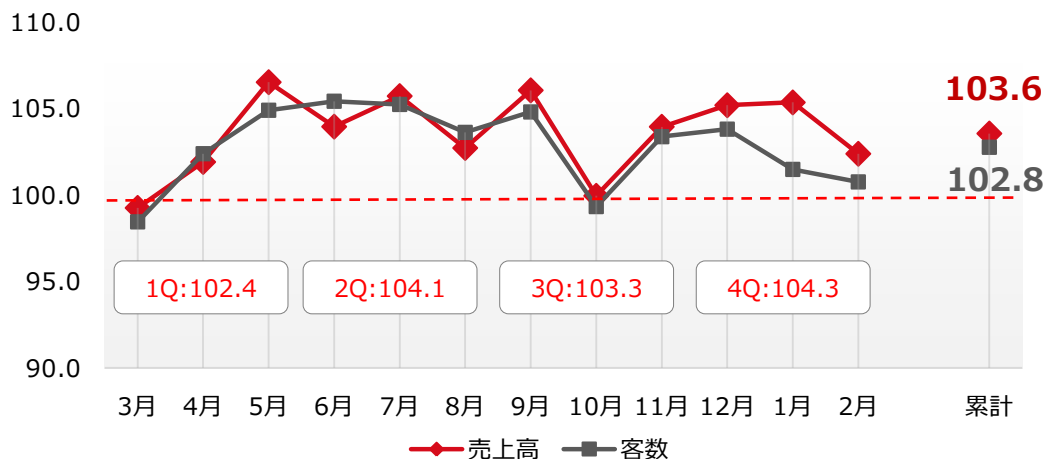
セグメント別実績



売上高	104,492	百万円
	(△ 1,442)	
営業利益	4,424	百万円
	(+4,122)	

- 売上高の増減要因
(+) 既存店売上高の増加(+3.6%)
(△) 前期の直営店190店舗の退店
- 営業利益の増減要因
(+) 既存店売上高の増加
前期直営店190店舗の退店、粗利改善

既存店売上高の推移(%)



店舗状況

	当期末	前期末	増減
店舗数	2,493	2,527	△34
出店	5	7	△2
退店	39	228	△189
改装・移転	31	63	△32
直営店	634	711	△77
直営店比率(%)	25.4	28.1	△2.7

トピックス

- 2月に人気商品を特別価格で提供する『感謝還元祭』を実施。店舗ごとに対象商品を変えて販売。(から揚げ・かつ丼・ハンバーグ)
- 『博多明太マヨから揚げ弁当』や『ツナマヨ塩こんぶのり弁当』等、ライトユーザーである若年層をターゲットとした商品の販売で継続的な来店を促進。
- デリバリーサービス実施店舗の拡大、ネット注文売上は昨年に比べ倍増。
- お客様の幅広いニーズへの対応を図り、ほっともっと公式アプリ、電子マネー決済に加え、10月には全店舗でQRコードによる決済が可能になる。

1. 2021年2月期業績 やよい軒事業

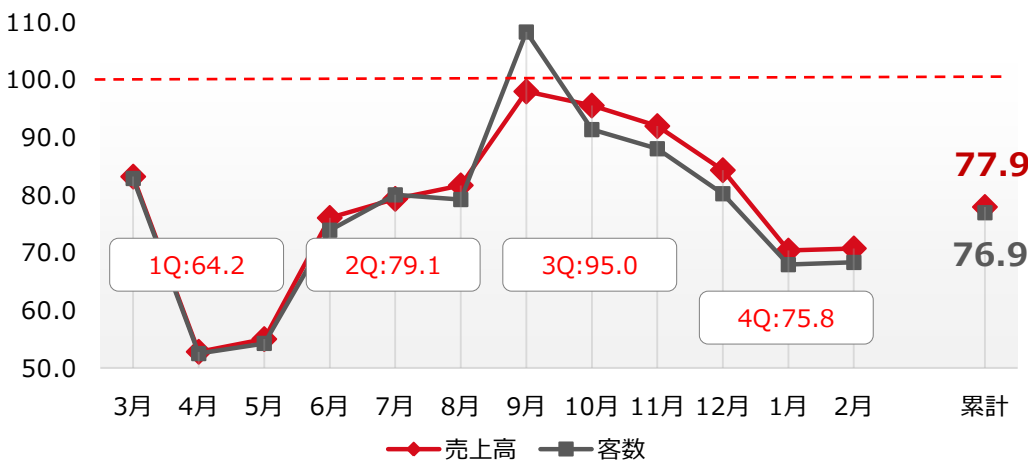
セグメント別実績



売上高	24,479	百万円
	(△ 5,994)	
営業利益	△ 2,683	百万円
	(△ 3,580)	

- 売上高の増減要因
(△) 既存店売上高の減少(△22.1%)
- 営業利益の増減要因
(△) 既存店売上高の減少
売上高減少に伴うクルー給料・水光熱費率の悪化

既存店売上高の推移(%)



店舗状況

	当期末	前期末	増減
店舗数	372	382	△10
出店	9	7	+2
退店	19	2	+17
改装・移転	13	8	+5
直営店	263	233	+30
直営店比率(%)	70.7	61.0	+9.7

トピックス

- お客様が安全に食事をしていただける環境づくりを推進。飛沫防止用パーテーションに加え、全店舗に「ごはんおかわりロボ」を導入し「おかわり処」を再開。
- 9月に『チキン南蛮定食』『味噌かつ煮定食』490円キャンペーンを実施。過去最大の割引となる特別価格での提供やその後の施策によって客数回復につながる。
- ヘビーユーザー向け商品施策に加え、『黒毛和牛すき焼き定食』や『やよい御膳』などミドル・ライトユーザー向け商品を販売し、来店促進に注力。
- デリバリーサービスやテイクアウト実施店舗は着実に拡大、売上回復に寄与。¹⁶

1. 2021年2月期業績 MKレストラン事業

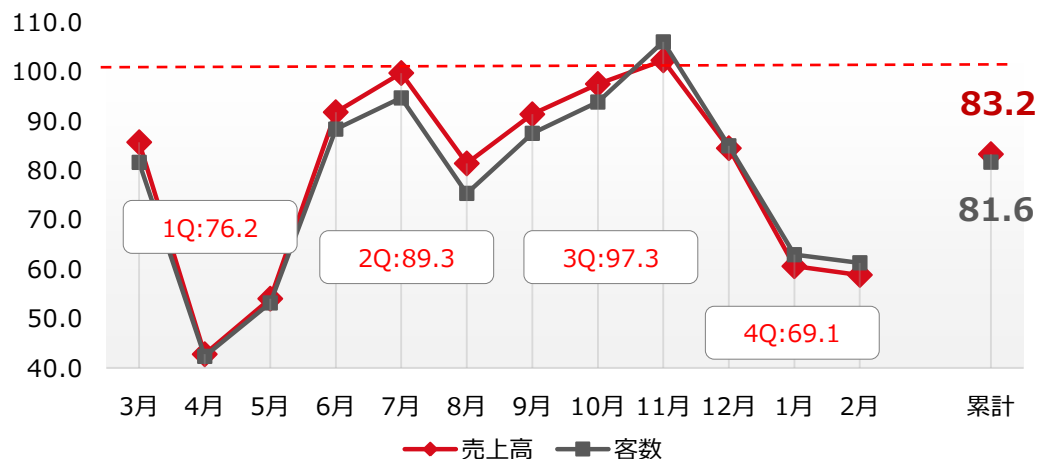
セグメント別実績



売上高	2,153 百万円
	(△ 1,154)
営業利益	△ 386 百万円
	(△ 53)

- 売上高の増減要因
(△) 既存店売上高の減少(△16.8%)
前期・当期の退店
- 営業利益の増減要因
(+) 前期・当期退店効果
(△) 既存店売上高の減少、当期退店の影響

既存店売上高の推移(%)



店舗状況

	当期末	前期末	増減
店舗数	26	32	△6
出店	1	2	△1
退店	7	6	+1
改装・移転	0	8	△8
直営店	26	32	△6
直営店比率(%)	100.0	100.0	0.0

トピックス

- 不採算店舗の退店(前期6店、当期7店)と業務効率化による本社コストの削減を実施し、利益を生み出せる体質に転換。
- 既存店売上高はファミリー需要の回復によって回復傾向であったが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大で回復が遅れる。また、10月以降はGoToキャンペーンの効果あり。
- 『もつ鍋醤油スープ』などの季節限定スープや特選具材、『5色小籠包』の発売による商品力の強化や、ファミリー層を中心としたイベントの実施により来店頻度向上を図る。また、『もつ鍋セット』を販売するなど、店舗限定でテイクアウトメニューを販売中。

1. 2021年2月期業績 海外事業

セグメント別実績



売上高	2,909	百万円
	(△ 1,135)	
営業利益	△ 688	百万円
	(△ 120)	

● 売上高の増減要因

- (+) 台湾の売上回復
- (△) 政府要請による一時休業や時短営業
(特にアメリカやオーストラリア)

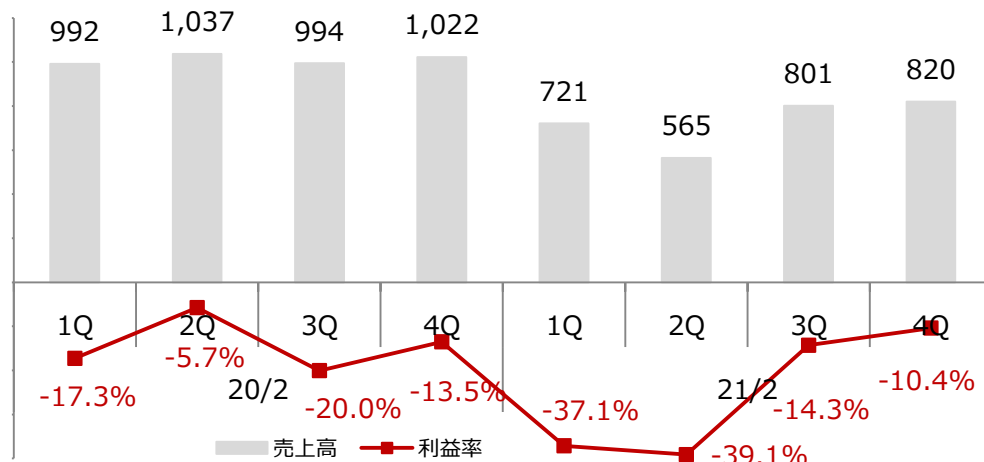
● 営業利益の増減要因

- (+) 台湾の黒字回復、オーストラリアの赤字縮小
- (△) 政府要請による一時休業や時短営業

店舗状況

	当期末	前期末	増減
ほっともっと店舗数	14	14	0
出店	1	4	△3
退店	1	8	△7
やよい軒店舗数	244	245	△1
出店	8	23	△15
退店	9	2	+7

四半期別売上高推移(百万円)



トピックス

■ 各国の営業状況

- ・通常営業：台湾、韓国、中国
- ・宅配・持ち帰り限定営業：アメリカ
- ・座席数限定営業：上記以外の国

■ 当面は既存店の収益回復に注力、新型コロナウイルス感染症による影響が改善するまで新規出店は凍結。

■ 収益の改善を図るため、持ち帰り併当事業のノウハウを活用し、テイクアウト・デリバリー特化型ビジネスモデルの確立を目指す。

1. 2021年2月期業績 その他（子会社エムエスエフ）

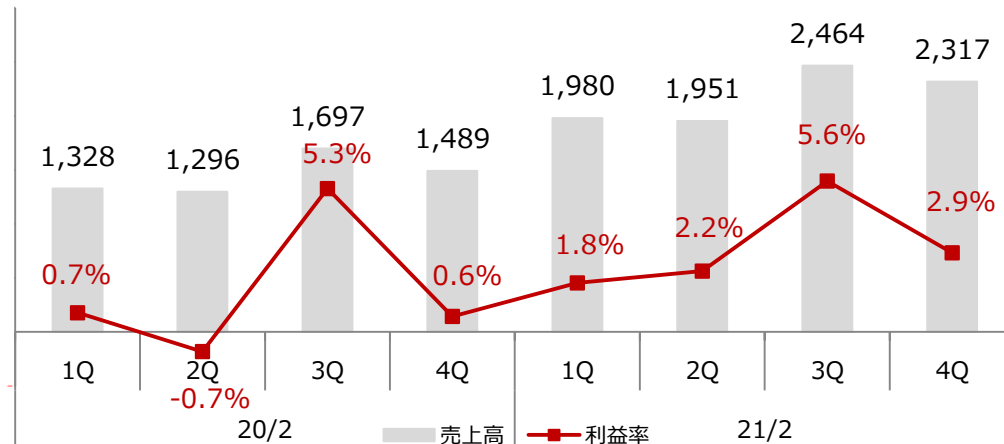
セグメント別実績



売上高	6,474 百万円
	(+664)
営業利益	285 百万円
	(+186)

- 売上高の増減要因
(+) 内製化商品の拡大、既存・新規取引先への営業活動
- 営業利益の増減要因
(+) 売上増に伴う利益の増加
(△) のれんの償却

四半期別売上高推移(百万円)



※売上高にはセグメント間の内部売上高又は振替高を含む

会社概要

事業

調味料・加工食品のOEM
当社グループ店舗で使用する調味料等の開発

工場拠点 生産品目

- 広川工場（福岡県）
小袋・ペットボトル・レトルト加工食品など
- 甘木工場（福岡県）
- 杉戸工場（埼玉県）
業務用調味料など

その他、全国の協力工場と連携

トピックス

- 子会社エムエスエフの主な事業は調味料・加工食品のOEM。また、当社グループ店舗で使用する調味料等の開発も実施。
- 生産量増加によって生産性が向上。ほっともっと向け新商品が好調、ペットボトル製品は計画を上回る。
- 今後は仕入れ方法の工夫や各製造ラインの常時2直化を目指し、生産効率を高め利益の最大化を図る。

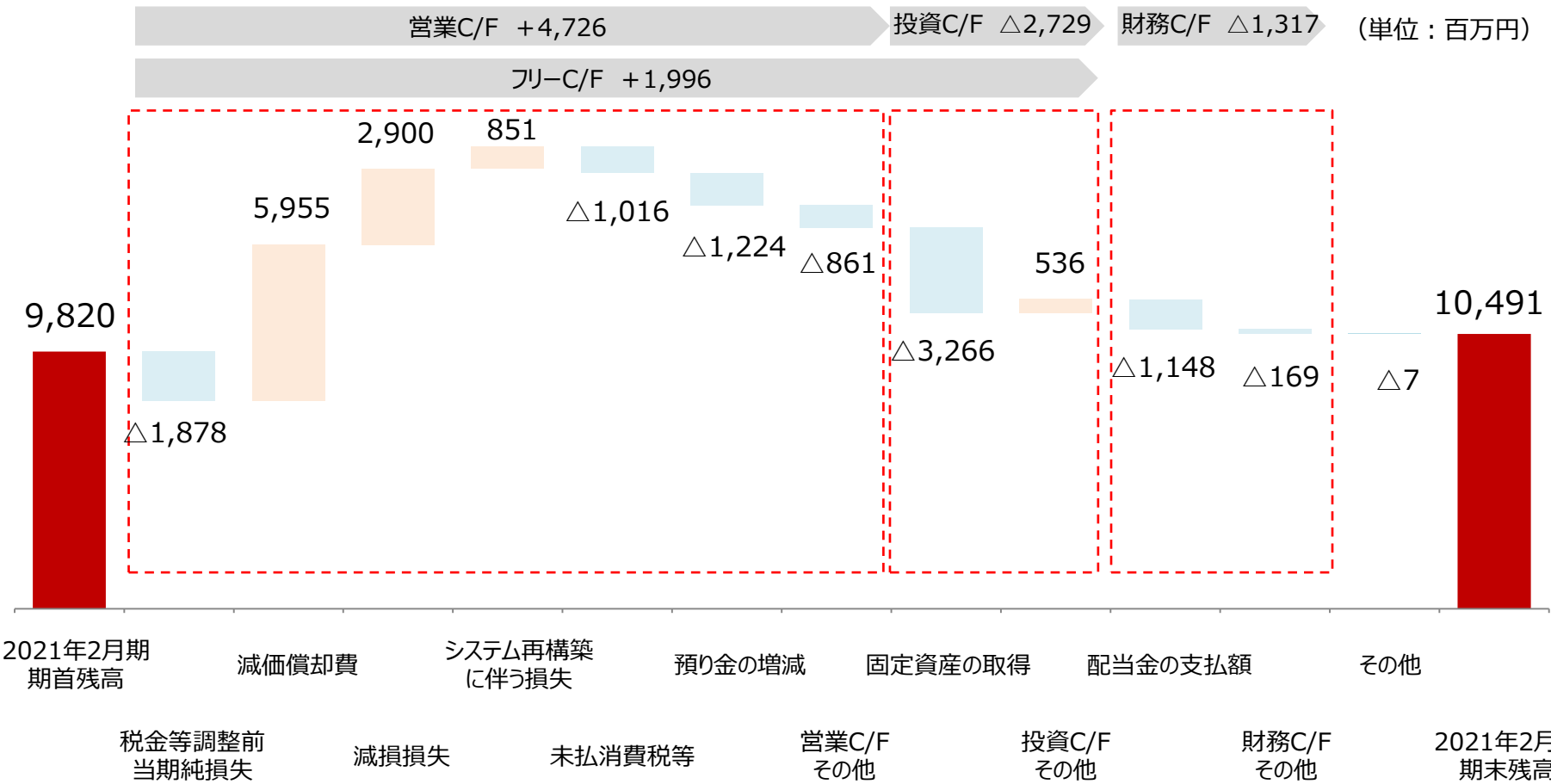
総資産は5,790百万円の減少。

単位：百万円

	2021年2月期 期末	2020年2月期 期末	増減	概要
流動資産	21,603	21,128	474	減損損失等による有形固定資産の減少(△)
現金及び預金	10,519	10,076	442	
固定資産	58,785	65,050	△ 6,265	
資産合計	80,389	86,179	△ 5,790	
流動負債	16,511	19,090	△ 2,578	加盟店預り金の減少(△)、未払消費税の減少(△)
固定負債	12,011	11,598	413	
負債合計	28,522	30,688	△ 2,165	
純資産合計	51,867	55,491	△ 3,624	当期純損失(△)、配当支払(△)
自己資本	51,001	54,727	△ 3,725	
負債純資産合計	80,389	86,179	△ 5,790	
自己資本比率(%)	63.4	63.5	0.0	
ROE(%)	△ 4.8	△ 5.1	0.3	

1. 2021年2月期業績 C/Fサマリー

現金及び現金同等物の残高は671百万円の増加。



1. 2021年2月期業績

2. 成長戦略

3. 2022年2月期予想

4. 利益配分

5. 補足資料

2. 成長戦略 前期振り返り

新型コロナウイルスによる事業環境の変化に応じて成長の基軸をテイクアウト事業にシフトすると共に、メーカー機能を持った小売チェーンとして利益の出やすい事業構造への転換に取り組み、前期は下期で増益を実現。

経済動向

新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、国内における消費活動は依然として厳しい状況にあるだけでなく、感染が再拡大するなど先行きも不透明な状況にある。

外食市場

2021年1月には11都道府県において再度緊急事態宣言が発出されたことにより、外出自粛要請や営業時間短縮要請を受けるなど引き続き厳しい事業環境が続く。

中食市場

消費者の外出自粛に伴うテイクアウトやデリバリー需要の増加によって堅調に推移。

戦略の変更

成長戦略の基軸を外食市場から成長が見込まれるテイクアウト・デリバリー市場に変更。

体制の変更

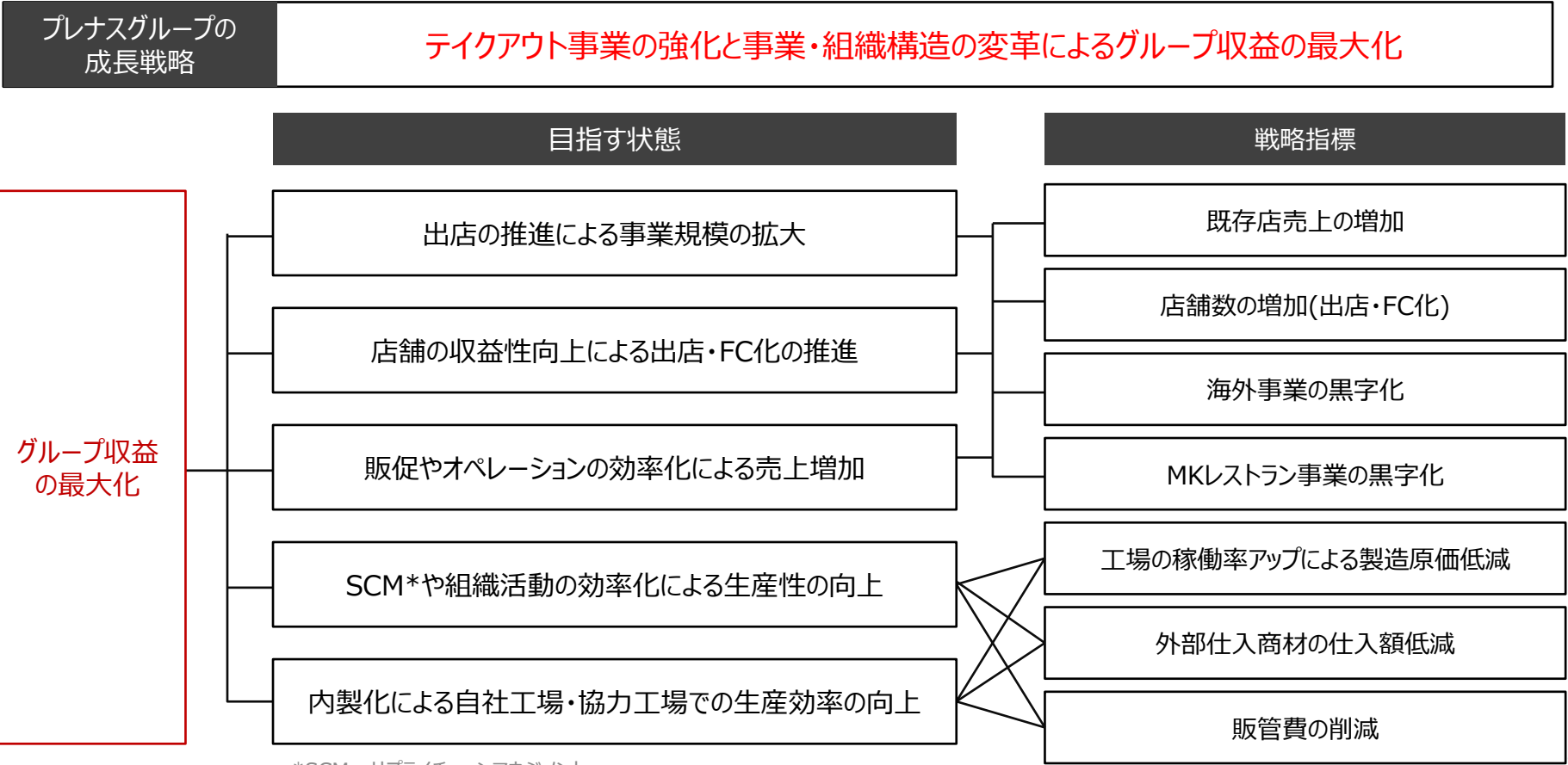
- ・経営体制の見直し
- ・組織変更

仕組みの変更

- ・BPRによる業務改革の推進
- ・情報活用できるシステムの再構築を検討



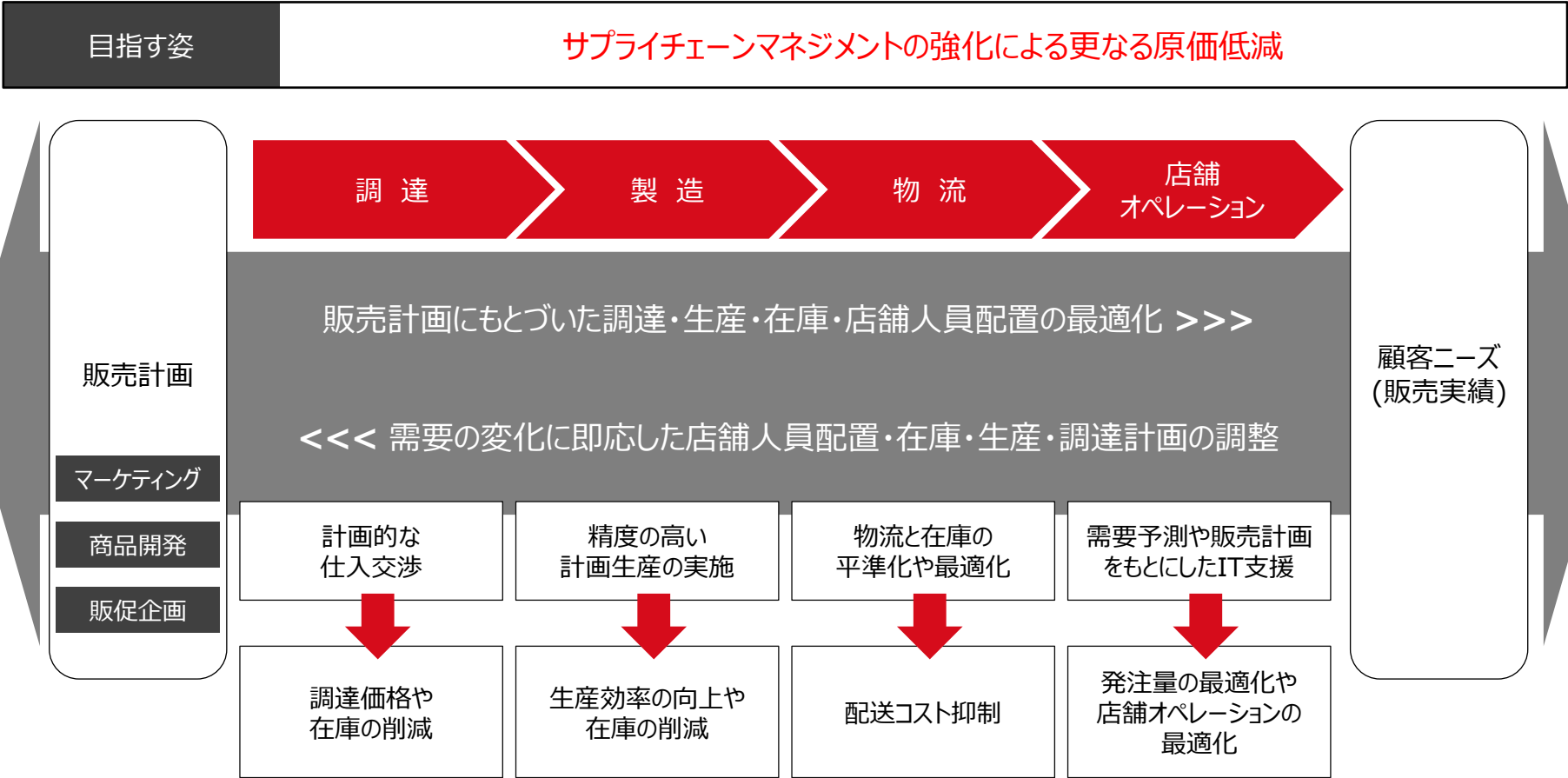
「メーカー機能をもった小売チェーン」として、今後は食品総合工場などの主要機能を土台として各機能の連携を強化し、活動の効果や収益の最大化に向け取り組んでいく。



*SCM：サプライチェーンマネジメント

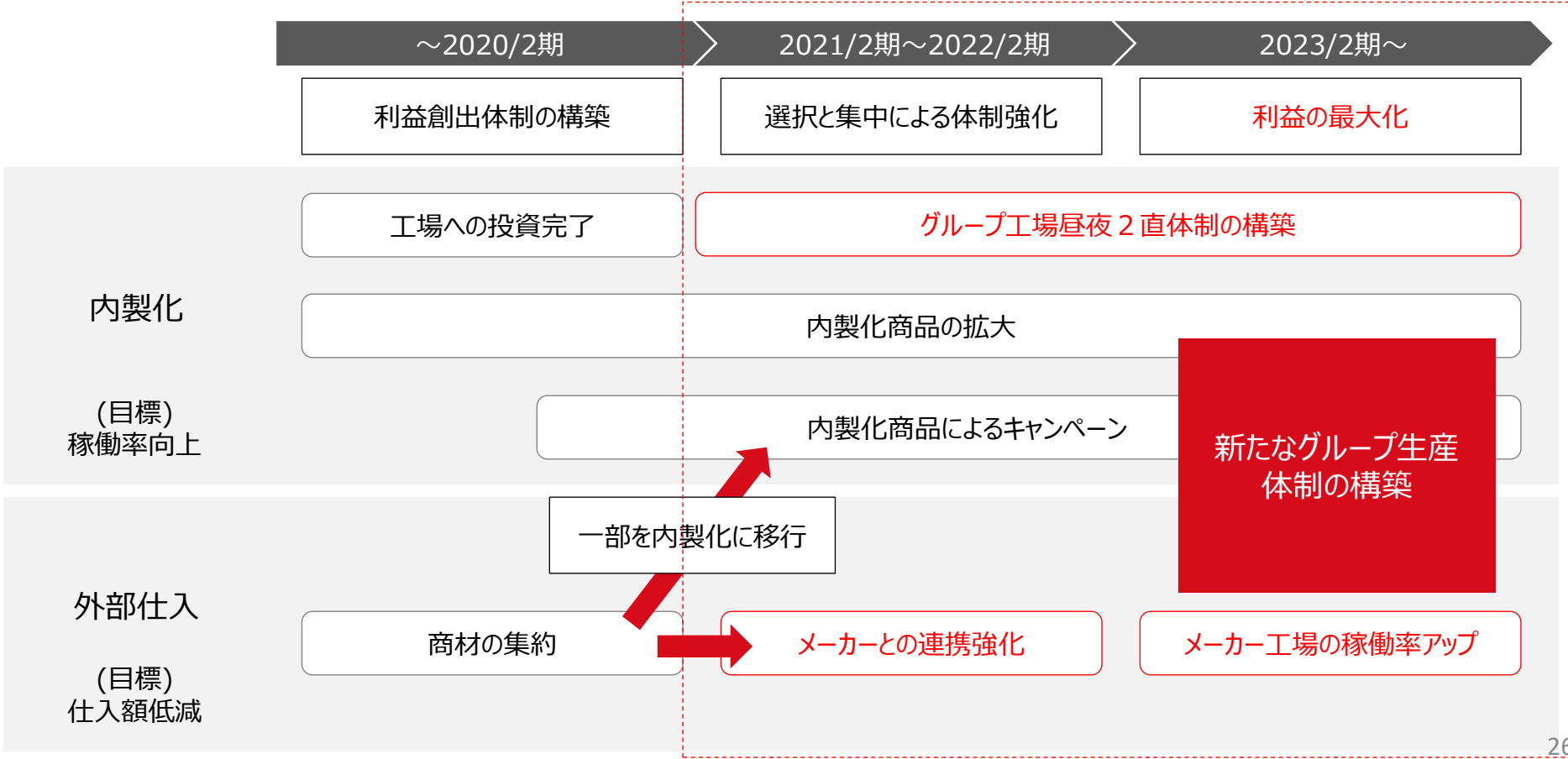
2. 成長戦略 ①サプライチェーンマネジメントの効率化

サプライチェーンの各機能の活動情報をITでつなぎ、一元管理・活用できる仕組みを構築することで、販売計画や需要の変化に対して最も効率的で無駄のないローコストオペレーションで原価低減を実現する。



2. 成長戦略 ①サプライチェーンマネジメントの効率化 今後のグループ生産体制

新たなグループ生産体制の構築に向け、内製化は内製化商品の拡大と生産能力増強体制の構築を推進。
外部仕入はメーカーとの連携を強化し稼働率アップを推進する。



2. 成長戦略 ①サプライチェーンマネジメントの効率化 内製化の推進と商材原価の低減

前期に引き続き、内製化の推進やメーカーとの連携強化によって商材原価を低減。
グループの更なる売上総利益率の改善を目指す。

内製化の推進

- ✓ グループ工場のライン特性にあった商材の導入による稼働率の向上

商材の規格や工程の変更

- ✓ 商材のコスト構造の可視化によるサプライチェーン上の生産性の向上

取引先の再編

- ✓ 取引先の集約や変更、シェアの見直しによる効果的な調達の実現

原料の原価低減

- ✓ 原料調達時のコスト構造の可視化や契約内容の見直しによる原価低減

自社工場の稼働率アップ

- ✓ 二直化の推進や新規商材の開発による生産量の拡大

2. 成長戦略 ①サプライチェーンマネジメントの効率化 物流の最適化

品質・コスト・納期のバランスを踏まえ、グループや取引先を含めた全体最適なサプライチェーンの構築を目指す。

積載率の向上

- ✓ 配送車両の積載率の向上による物流費への対応

物流拠点の再編

- ✓ 食品総合工場の生産性を最大限に活用した物流拠点の再編による保管コスト抑制

配送オペレーションの構築

- ✓ 低負荷・省人化オペレーションによる労働力不足への対応

2. 成長戦略 ②既存店売上高の増加（ほっともっと） 前期振り返りと今期施策

前期は新型コロナウイルス感染症の影響を受け、非接触型の販売スタイルへと変化。
今期は前期施策の継続や強化によって既存店売上高の増加を目指す。

2021年2月期

既存店売上高前年比

103.6%

プラス要因

- ・内製化商材を活用したキャンペーン展開
- ・ターゲットを明確にした販売戦略
- ・ネット注文による事前予約の増加
- ・デリバリーサービスの拡大
- ・キャッシュレス決済の推進

マイナス要因

- ・スポーツ大会などイベントでの特注売上の減少

2022年2月期

既存店売上高前年比
(計画)

102.2%

- グループ工場で生産した商材による付加価値向上
- ターゲットを明確にした商品やキャンペーン施策
- オペレーション強化によるネット注文比率増加
- キャンペーン施策や商品訴求によるデリバリー売上増加
- 新規特注需要の獲得

2. 成長戦略 ②既存店売上高の増加（ほっともっと） マーケティング戦略

内製化商材を活用したキャンペーン展開やターゲットを明確にした販売戦略の実行など、幅広いニーズへの対応で既存店売上高の増加を目指す。

商品展開

ライトユーザーである若年層をターゲットとして人気商品をアレンジした「ダブチーのり弁当」や「ガリタルから揚げ弁当」などを新発売。



ダブチーのり弁当



〜ガーリック&タルタル〜
ガリタルから揚げ弁当

キャンペーン展開

SNSやWEBや使用したクイズキャンペーンや人気お笑いコンビEXITさんを起用したCMの実施



クイズの正解者の中から抽選で100万円などが当たるキャンペーン

2. 成長戦略 ②既存店売上高の増加（ほっともっと） 新規特注需要の獲得

新型コロナウイルス感染症の影響で減少したイベントなどの特注売上減少を補うため、新商品の投入やネットを活用した事前注文の促進でファミリーの食事ニーズの獲得を目指す。

おいしさシェアして、家族で盛り上がりよう！

ファミリーサイズの新メニュー登場。

NEW!	NEW!	NEW!
ファミリーステーキリッチライス 1,180円	ファミリーナポリタン 590円	ファミリーフライドポテト 450円

HottoMotto

ファミリーサイズの新メニュー

店頭またはネット

事前予約で

100円引き!

事前予約価格 790円 ▶ 690円 販売 ご予約承り中

うま重

本売場の目録 7/21

事前予約の受付期間 6/25(金)～7/15(金) 店頭受取期間 7/20(金)～7/22(日)

ネットでの注文は、クレジットカード・電子マネー・ポイント利用も可能です。

ハレの日・季節行事商品の販売とネットを活用した事前注文の促進

HottoMotto

今年の夏は「南蛮巻」 2020 夏 定番

お弁当屋さんの 2/2は 節約の日!

事前予約限定

恵方巻

家族みんなは満足できる! 恵方巻ファミリーセット

2,490円 ▶ 2,300円 ハーフ 1,870円 ▶ 1,700円

セット内容: のり弁巻から鶏巻・チキン南蛮巻各1本 バラエティパック(オクトロ) 特製醤油 2杯

単品もおトク! 事前予約で50円引き!

のり弁巻	から揚げ	チキン南蛮巻
400円 ▶ 350円 ハーフ 220円 ▶ 190円	500円 ▶ 450円 ハーフ 280円 ▶ 250円	500円 ▶ 450円 ハーフ 280円 ▶ 250円

2. 成長戦略 ②既存店売上高の増加（やよい軒） 前期振り返りと今期施策

前期は新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受ける。今期は人材の育成と成長をベースとした上で、飲食スタイルの変化への対応を強化し、売上や利益の最大化を目指す。

2021年2月期

既存店売上高前年比

77.9%

プラス要因

- ・おかわりロボなどの導入によるお客様と従業員の安心・安全のための店舗づくりの推進
- ・テイクアウトメニュー拡大やキャンペーンの実施による需要拡大
- ・デリバリーサービス対応店舗増加による需要拡大

マイナス要因

- ・イートイン売上の減少

2022年2月期

既存店売上高前年比
(計画)

112.7%

- 提供品質・基礎接客力の向上、安心・安全の徹底
- クルーの充足・戦力化や社員研修などの人材育成
- 「ごはんへのこだわり」の訴求によるブランディングの強化
- メニューや容器リニューアルによるテイクアウト・デリバリーの強化
- メニュー数拡大やリニューアルによる朝食の強化

やよい軒の強みである「ごはんこだわった定食」の魅力を継続的に発信しブランディングの強化を行う。



リーフレットでごはんへのこだわりを訴求

俳優の染谷将太さんを起用した広告を継続発信

2. 成長戦略 ②既存店売上高の増加（やよい軒） マーケティング戦略

テイクアウト・デリバリー強化施策や、朝食メニューの強化によって新規需要の獲得を目指す。

テイクアウト・デリバリーの強化

おかずのみの利用やキャンペーンの実施など、テイクアウト・デリバリーの強化施策を実施し、売上の獲得を目指す。



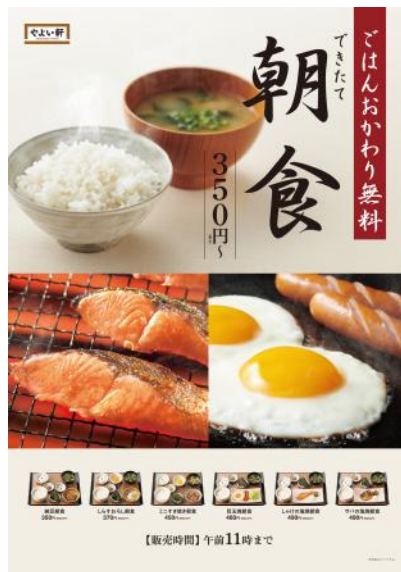
「おかず」のみも利用可能に



お弁当4品100円引きキャンペーン

朝食の強化

朝食メニューを3種から6種に倍増。また、350円から570円のリーズナブルな価格に設定。併せて、朝食販売店舗も拡大し売上の獲得を目指す。



選べる6種の朝食



ミニすき焼き朝食



しらすおろし朝食

2. 成長戦略 ③店舗数の増加 出店・F C化推進

今期は国内・海外ともに出店を推進できる時期に向けた既存店舗の体制強化に努める。
国内は堅調なテイクアウト市場における更なる成長を目指すため、ほっともっとを中心とした出店とともにFC化を推進。

2021年2月期

国内出店

15店舗

プラス要因

- ・ほっともっとのF C移管店舗が増加し直営店比率が低下
- ・ほっともっとグリルは期末で31店舗、今後の成長戦略の軸として展開

マイナス要因

- ・国内不採算店舗の退店（合計△65店舗）
- ・やよい軒では加盟店施策に取り組むものの、R C戻り店舗が増加し直営店比率が上昇

2022年2月期

国内出店
(計画)

22店舗

- 出店を推進できる時期に向けて既存店舗の体制強化
- R C店舗強化によるF C移管対象店舗の増加
- クルー登用強化などの新規加盟者の掘り起し
- 増店支援施策などの加盟者向け支援施策の継続
- ユニットF C－B契約の推進

2. 成長戦略 ③店舗数の増加 ほっともっと Grill進捗

ほっともっと Grillは、「ほっともっと」の魅力を活かしつつ、幅広いニーズに合わせた食を提供する新しいほっともっとブランド。
今後は20～30代の若年層の取り込み強化と、都市圏や人口密集エリアへの出店を目指す。

特徴

「ほっともっと」の魅力を活かしつつ、オープン調理による美味しさと品質の向上にこだわり、「 Grill」「カジュアル」「ほっともっとメニュー」の3カテゴリーの弁当を提供し幅広い顧客の満足度向上を目指すブランド。



店舗デザイン

機能性と居心地の良さへのこだわり
スマートなデザイン、券売機使用でスムーズに提供

オープン調理の こだわり

外はこんがり、中はふっくらジューシーに焼き上げ
自動調理による生産性向上と作業負荷軽減

メニュー

「ほっともっと」の人気メニュー、オープン調理の
「 Grill」、オムライスなどの「カジュアル」をラインナップ

トピックス

メニューは、ほっともっとメニューに加え、20～30代の若年層向けメニューを提供。また、首都圏や大阪・愛知を中心とした都市圏、人口密集エリアに出店。デリバリーサービスの利用率も高い。

メニュー



店舗展開

- 2021年2月期末店舗数
31店舗
- 2022年2月期出店
3月 巣鴨1丁目店(東京)
5月 神奈川県(予定)
ほか合計8店舗出店予定

2. 成長戦略 ④ M K レストラン 前期振り返りと今期施策

前期に不採算店舗の退店や業務の効率化を行い収益改善を図ったものの、新型コロナウイルスの影響を受ける。
今期は売上回復施策によって事業の収益改善を目指す。

2021年2月期

既存店売上高前年比

83.2%

プラス要因

- ・不採算店舗の退店や業務の効率化による収益改善
- ・G o T oキャンペーンによる売上回復
- ・SNS等を使用したデジタルマーケティング
- ・テイクアウト・デリバリーの拡充

マイナス要因

- ・イートイン売上の減少

2022年2月期

既存店売上高前年比
(計画)

115.8%

- 予約システムの有効活用による稼働率の上昇

- SNS等を使用したデジタルマーケティング

- ディナーに特化したキャンペーン施策

- 他社との差別化を図るオリジナルメニューの強化

- テイクアウト・デリバリーの拡充や認知拡大

MKレストランは、日本では他にない「しゃぶしゃぶと本格飲茶のレストラン」で競合との差別化を図る。期間限定メニューの投入による継続来店の推進や、テイクアウト・デリバリーの拡充等で売上回復を目指す。

さっぱりおろし×まろやか湯

おろし鍋スープ

「丹波産赤鶏」の鶏ガラをじっくりと炊き出した出汁をベースに、沖縄県久米島沖の海洋深層水を100%使用したミネラル豊富な塩やホタテ、昆布、椎茸の旨みをブレンドした塩スープです。さらばりした大根おろしがいろいろな具材とからみあって絶品の味わいに!!

期間限定

※おろし鍋スープは「鶏ガラ」「大根おろし」「水出し味噌」「醤油」「酒」「片栗粉」といった食材・調味料を使用しています。アレルギー成分を含む食品であり、アレルギーをお持ちの方にはお召し上がりをお勧めできません。

※本商品は、品質向上のため、生産ロットにより味・色合いが若干異なる場合があります。ご了承ください。

[illegible][illegible]

期間限定鍋スープや特選具材の継続投入

テイクアウトメニューリニューアル

前期に不採算店舗の退店や業務の効率化を行い収益改善を図ったものの、新型コロナウイルスの影響を受ける。今期はマーケットに応じた売上回復施策などによる収益の改善や出店拡大に向けた新規モデルの構築を目指す。

2021年2月期

セグメント利益

△**688百万円**

2022年2月期

事業収益の改善を目指す

※セグメント利益の予想は非公表

プラス要因

- ・台湾での新型コロナウイルス感染症の影響は最小限にとどまる
- ・台湾やオーストラリアの収益改善
- ・テイクアウト・デリバリーの拡充

マイナス要因

- ・アメリカやオーストラリアでは新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受ける

- 
- マーケットに応じた売上回復施策の実施
 - テイクアウト・デリバリーに特化した体制づくり
 - 来期出店を目標とした事業モデルの確立

1. 2021年2月期業績

2. 成長戦略

3. 2022年2月期予想

4. 利益配分

5. 補足資料

3. 2022期2月期予想 予想の前提

●国内店舗

		ほっともっと			やよい軒			M Kレストラン		
		年間	上期	下期	年間	上期	下期	年間	上期	下期
既存店前年比	%	102.2	102.8	101.7	112.7	121.5	103.9	115.8	107.7	121.7
出店	店	20	4	16	2	1	1	0	0	0
退店	店	△ 20	△ 7	△ 13	0	0	0	0	0	0
改装等	店	17	9	8	12	2	10	0	0	0
店舗数	店	2,493	2,490	2,493	374	373	374	26	26	26
直営店舗数	店	573	603	573	255	263	255	26	26	26
直営店比率	%	23.0	24.2	23.0	68.2	70.5	68.2	100.0	100.0	100.0

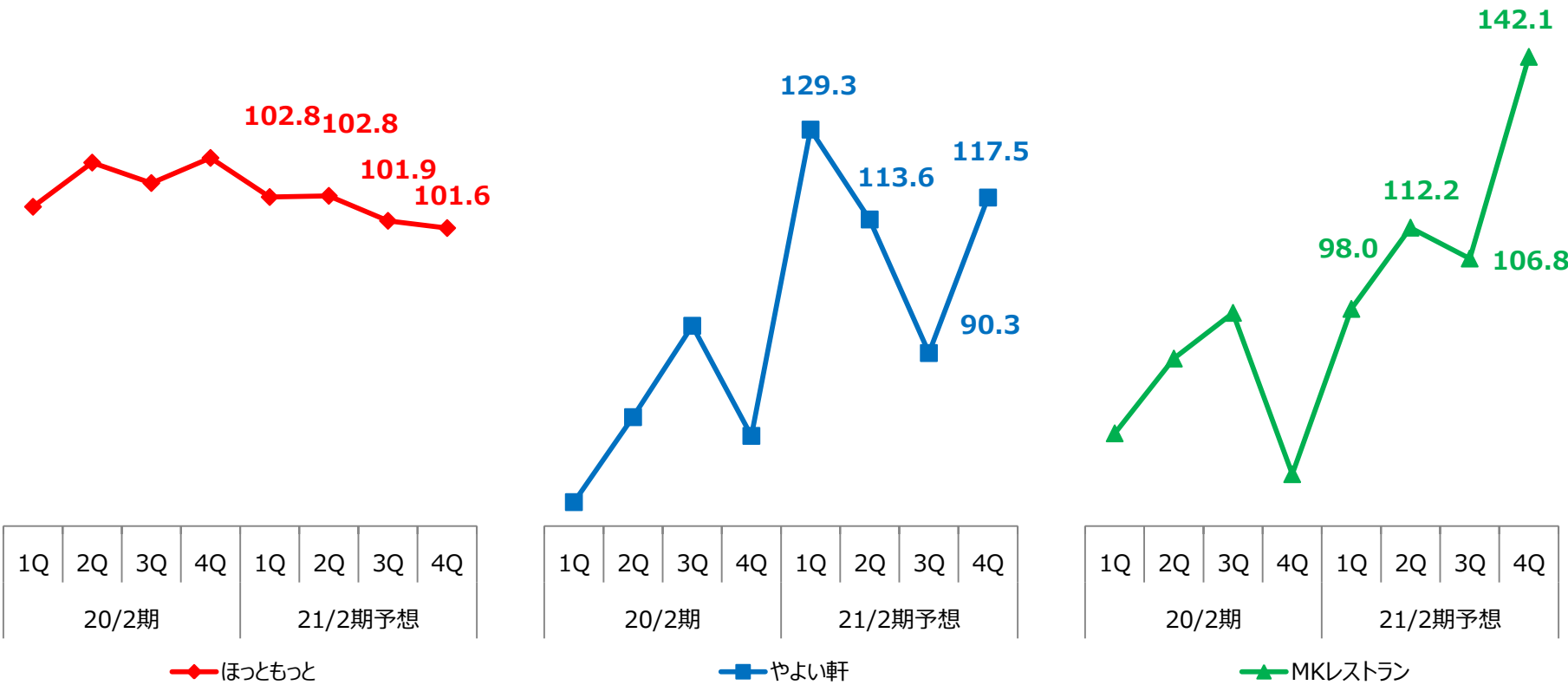
●海外店舗

	21/2期期末	出店	退店	22/2期期末
ほっともっと合計	14	2	2	14
やよい軒合計	244	22	1	265
海外グループ店舗合計	258	24	3	279

3. 2022期2月期予想 予想の前提 既存店売上高の四半期別推移

ほっともっとは引き続き好調、やよい軒やMKレストランは業績回復を予想

(単位：%)



3. 2022期2月期予想 前年対比

(単位：百万円・%)

	予想		前年対比			
	金額	構成比	金額	構成比	差額	増減率
売上高	145,230	100.0	140,509	100.0	4,720	103.4
売上総利益	75,130	51.7	71,449	50.9	3,680	105.2
販管費	69,730	48.0	70,547	50.2	△ 817	98.8
営業利益	5,400	3.7	902	0.6	4,497	598.1
経常利益	6,040	4.2	2,037	1.5	4,002	296.4
当期純利益※	2,510	1.7	△ 2,545	△ 1.8	5,055	△ 98.6

※親会社株主に帰属する当期純利益

3. 2022期2月期予想 前年対比（上期・下期）

(単位：百万円・%)

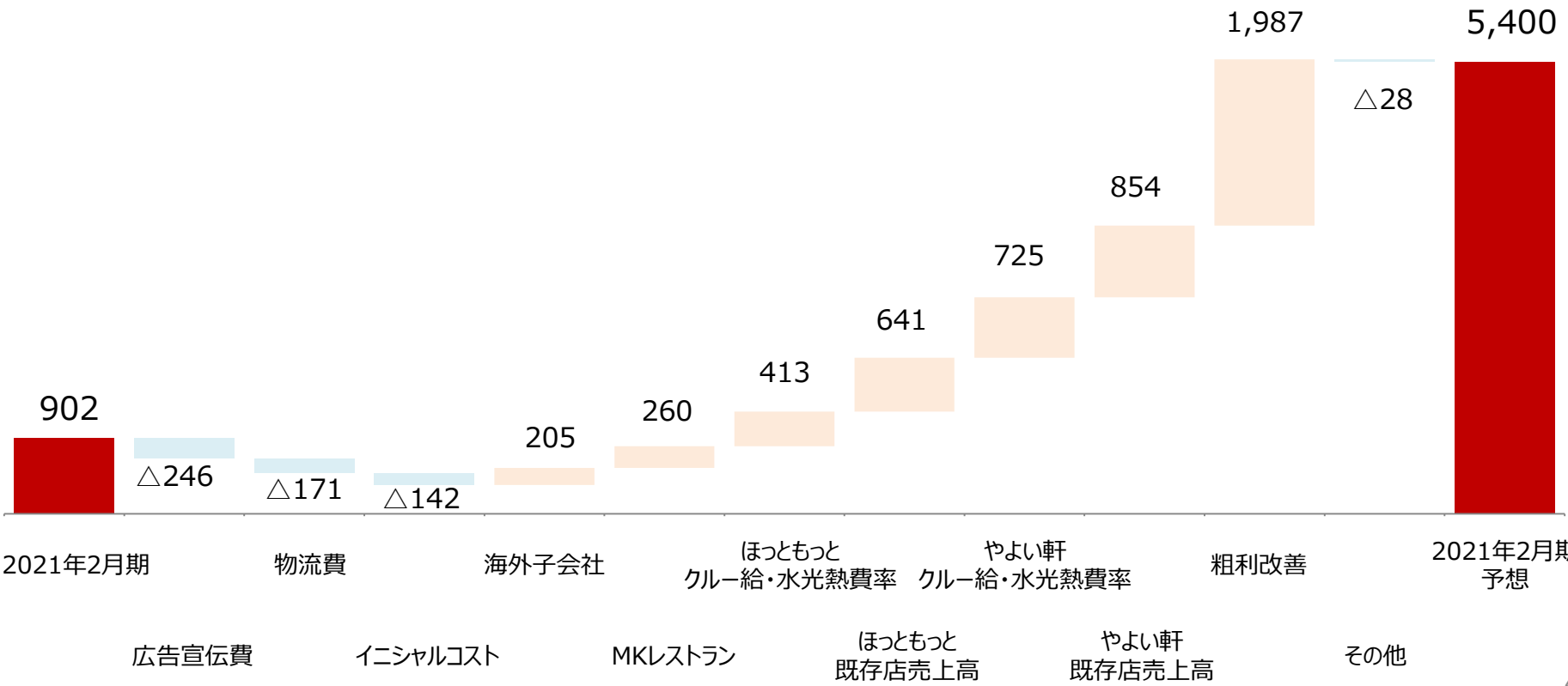
	上期						下期					
	予想		前年対比				予想		前年対比			
	金額	構成比	金額	構成比	差額	増減率	金額	構成比	金額	構成比	差額	増減率
売上高	72,610	100.0	68,169	100.0	4,440	106.5	72,620	100.0	72,339	100.0	280	100.4
売上総利益	37,510	51.7	34,499	50.6	3,010	108.7	37,620	51.8	36,950	51.1	669	101.8
販管費	35,220	48.5	35,723	52.4	△ 503	98.6	34,510	47.5	34,823	48.1	△ 313	99.1
営業利益	2,290	3.2	△ 1,224	△ 1.8	3,514	－	3,110	4.3	2,126	2.9	983	146.2
経常利益	2,780	3.8	△ 867	△ 1.3	3,647	－	3,260	4.5	2,905	4.0	354	112.2
当期純利益※	1,540	2.1	△ 1,696	△ 2.5	3,236	－	970	1.3	△ 849	△ 1.2	1,819	－

※親会社株主に帰属する当期純利益

3. 2022期2月期予想 営業利益の増益要因

4,497百万円の増益を予想。
粗利改善やほっともっとの既存店売上増加に加え、やよい軒やMKレストラン、海外の業績回復による。

(単位：百万円)



1. 2021年2月期業績

2. 成長戦略

3. 2022年2月期予想

4. 利益配分

5. 補足資料

年間配当金は、2021年2月期30円、2022年2月期予定は60円。
配当に関する基本方針や株主優待制度に関してましては、現時点での変更の予定はございません。

配当の基本方針

年間配当60円または、年間配当性向50%を達成する金額のいずれか高い額を配当する。

※配当性向 = 1株あたり年間配当金 ÷ 連結1株あたり当期純利益

配当金額

	配当金(円)			1株あたり 当期純利益(円)	連結配当性向
	中間	期末	年間		
2020年2月期	30	30	60	△ 76.59	—
2021年2月期	0	30	30	△ 66.39	—
2022年2月期（予定）	30	30	60	65.45	91.7%

※2021年2月期の中間配当は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を大きく受けた事業環境下におきまして、
収益回復と企業価値向上の実現に向けて安定した資金確保を行うため、無配とさせていただきます。

1. 2021年2月期業績

2. 成長戦略

3. 2022年2月期予想

4. 利益配分

5. 補足資料

5. 補足資料 連結 P / L 推移

●売上高・売上総利益 (単位：百万円、%)

	2017/2期		2018/2期		2019/2期		2020/2期		2021/2期		2022/2期	
	通期実績	構成比	通期実績	構成比	通期実績	構成比	通期実績	構成比	通期実績	構成比	通期予想	構成比
売上高	140,972	100.0	145,709	100.0	153,914	100.0	149,572	100.0	140,509	100.0	145,230	100.0
加盟店部門売上高	60,416	42.9	60,823	41.7	64,459	41.9	64,985	43.4	63,195	45.0	67,800	46.7
直営店部門売上高	69,525	49.3	67,767	46.5	71,550	46.5	65,692	43.9	58,089	41.3	58,060	40.0
・ほっともっと	40,526	28.7	39,087	26.8	40,988	26.6	36,707	24.5	35,061	25.0		
・やよい軒	25,286	17.9	23,843	16.4	23,909	15.5	22,206	14.8	18,349	13.1		
・MKレストラン	3,399	2.4	3,448	2.4	3,440	2.2	3,308	2.2	2,153	1.5		
・海外	312	0.2	1,387	1.0	3,212	2.1	3,469	2.3	2,524	1.8		
その他売上高	174	0.1	5,595	3.8	5,661	3.7	6,000	4.0	6,645	4.7	6,310	4.3
フランチャイズ料収入等	10,856	7.7	11,522	7.9	12,243	8.0	12,894	8.6	12,579	9.0	13,060	9.0
売上原価	63,269	44.9	67,743	46.5	76,501	49.7	74,389	49.7	69,059	49.1	70,100	48.2
売上総利益	77,702	55.1	77,965	53.5	77,413	50.3	75,182	50.3	71,449	50.9	75,130	51.8

5. 補足資料 連結 P / L 推移

●販管費・営業利益 (単位：百万円、%)

	2017/2期		2018/2期		2019/2期		2020/2期		2021/2期		2022/2期	
	通期実績	構成比	通期実績	構成比	通期実績	構成比	通期実績	構成比	通期実績	構成比	通期予想	構成比
販売費及び一般管理費	70,509	50.0	72,985	50.1	77,914	50.6	74,834	50.0	70,547	50.2	69,730	48.1
販売費計	11,551	8.2	11,158	7.7	12,523	8.1	11,820	7.9	13,181	9.4	13,440	9.3
・広告宣伝費	2,668	1.9	2,338	1.6	3,001	1.9	1,738	1.2	1,799	1.3		
・販売促進費	2,667	1.9	2,622	1.8	3,292	2.1	3,652	2.4	4,570	3.3		
・配送費	6,141	4.4	6,097	4.2	6,032	3.9	6,202	4.1	6,721	4.8		
・貸倒引当金繰入額	46	0.0	82	0.1	180	0.1	210	0.1	78	0.1		
人件費計	31,521	22.4	31,712	21.8	34,088	22.1	32,575	21.8	29,910	21.3	28,870	19.9
・役員報酬	204	0.1	280	0.2	276	0.2	253	0.2	232	0.2		
・給料及び賞与	27,432	19.5	27,332	18.8	29,561	19.2	28,198	18.9	25,788	18.4		
・賞与引当金繰入額	345	0.2	311	0.2	344	0.2	355	0.2	350	0.2		
設備費計	15,542	11.0	16,709	11.5	17,739	11.5	18,517	12.4	16,154	11.5	15,870	10.9
・賃貸料	9,079	6.4	9,563	6.6	10,248	6.7	10,280	6.9	9,543	6.8		
・減価償却費	5,059	3.6	5,372	3.7	5,622	3.7	5,938	4.0	4,832	3.4		
その他経費計	11,893	8.4	13,404	9.2	13,562	8.8	11,920	8.0	11,301	8.0	11,550	8.0
・水光熱費	3,544	2.5	3,613	2.5	3,701	2.4	3,254	2.2	2,832	2.0		
・支払手数料	2,663	1.9	2,898	2.0	3,229	2.1	2,932	2.0	3,419	2.4		
・消耗品費	1,958	1.4	2,271	1.6	2,030	1.3	1,506	1.0	1,392	1.0		
営業利益	7,193	5.1	4,979	3.4	△ 501	△ 0.3	348	0.2	902	0.6	5,400	3.7

5. 補足資料 連結 P/L 推移

● 経常利益・四半期純利益 (単位：百万円、%)

	2017/2期		2018/2期		2019/2期		2020/2期		2021/2期		2022/2期	
	通期実績	構成比	通期実績	構成比	通期実績	構成比	通期実績	構成比	通期実績	構成比	通期予想	構成比
営業外収益	552	0.4	497	0.3	792	0.5	868	0.6	1,379	1.0	680	0.5
営業外費用	123	0.1	215	0.1	147	0.1	487	0.3	244	0.2	40	0.0
経常利益	7,622	5.4	5,261	3.6	143	0.1	729	0.5	2,037	1.5	6,040	4.2
特別利益	173	0.1	10	0.0	36	0.0	179	0.1	5	0.0	0	0.0
特別損失	930	0.7	981	0.7	3,062	2.0	3,844	2.6	3,921	2.8	1,400	1.0
税金等調整前当期純利益	6,865	4.9	4,291	2.9	△ 2,882	△ 1.9	△ 2,935	△ 2.0	△ 1,878	△ 1.3	4,640	3.2
法人税等	2,871	2.0	1,883	1.3	46	0.0	△ 60	△ 0.0	551	0.4	2,130	1.5
当期純利益	3,994	2.8	2,408	1.7	△ 2,929	△ 1.9	△ 2,874	△ 1.9	△ 2,430	△ 1.7	2,510	1.7
非支配株主に帰属する当期期純利益	△ 43	△ 0.0	56	0.0	△ 2	△ 0.0	60	0.0	115	0.1	0	0.0
親会社株主に帰属する当期純利益	4,037	2.9	2,351	1.6	△ 2,926	△ 1.9	△ 2,934	△ 2.0	△ 2,545	△ 1.8	2,510	1.7

注：フランチャイズ料収入等には、加盟店からのロイヤリティ収入のほか、ユニットFC制度及び経営委託制度（PC制度）に基づく賃貸料収入等が含まれております。

5. 補足資料 店頭売上高・設備投資及び減価償却費

●店頭売上高の状況

(単位：百万円)

	2017/2期	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2021/2期	2022/2期
	通期実績	通期実績	通期実績	通期実績	通期実績	通期予想
ほっともっと（国内）	148,277	145,595	150,900	145,838	145,960	149,400
やよい軒（国内）	32,093	33,583	36,304	36,268	28,085	30,000
MKレストラン（国内）	3,401	3,450	3,442	3,304	2,153	2,100
海外	312	1,387	3,212	3,469	2,524	2,500

注：海外には、連結子会社の店頭売上高を記載しております。Plenus, Inc.（米国）は2017/2期より、PLENUS AusT PTY. LTD.

（オーストラリア）は2018/2期より、臺灣富禮納思股份有限公司(台湾)は2019/2期より連結の範囲に含まれております。

●設備投資額及び減価償却費の状況

(単位：百万円)

	2017/2期	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2021/2期	2022/2期
	通期実績	通期実績	通期実績	通期実績	通期実績	通期予想
連結設備投資額	7,800	13,864	11,780	6,825	3,692	1,869
減価償却費合計	5,243	5,572	6,250	7,244	5,955	5,325
製造原価	182	197	625	1,304	1,122	804
販売管理費	5,059	5,372	5,622	5,938	4,832	4,520
営業外費用	1	2	1	1	0	0

5. 補足資料 連結B/S推移

●連結貸借対照表の推移

(単位：百万円)

	2017/2期	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2021/2期	
	期末	期末	期末	期末	期末	増減
流動資産	34,062	25,256	17,859	21,128	21,603	474
現金及び預金	23,607	14,372	7,447	10,076	10,519	442
受取手形及び売掛金	3,037	2,786	2,377	2,648	3,013	364
商品及び製品	4,217	5,263	5,368	5,950	5,391	△ 558
固定資産	58,673	66,243	69,527	65,050	58,785	△ 6,265
有形固定資産	40,933	48,289	50,179	45,574	40,464	△ 5,109
無形固定資産	2,215	2,389	2,921	3,031	1,928	△ 1,102
投資その他の資産	15,524	15,563	16,426	16,445	16,392	△ 52
資産合計	92,736	91,499	87,387	86,179	80,389	△ 5,790
流動負債	18,069	16,751	16,562	19,090	16,511	△ 2,578
支払手形及び買掛金	6,306	6,097	6,229	6,108	5,402	△ 706
固定負債	8,514	8,649	10,201	11,598	12,011	413
負債合計	26,584	25,401	26,763	30,688	28,522	△ 2,165
純資産合計	66,151	66,098	60,623	55,491	51,867	△ 3,624
負債純資産合計	92,736	91,499	87,387	86,179	80,389	△ 5,790

5. 補足資料 店舗数推移

●店舗数の状況

(単位：店舗)

	2017/2期	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2021/2期	2021/2期
	期末	期末	期末	期末	期末	予想
国内店舗数の推移	3,022	3,107	3,161	2,941	2,891	2,893
ほっともっと	2,661	2,723	2,748	2,527	2,493	2,493
やよい軒	329	351	377	382	372	374
M Kレストラン	32	33	36	32	26	26
海外店舗数の推移	192	212	242	259	258	279
海外ほっともっと合計	13	15	18	14	14	14
中国	4	2	2	3	2	2
韓国	8	12	15	10	11	12
オーストラリア	1	1	1	—	—	—
シンガポール	—	—	—	1	1	0
海外やよい軒合計	179	197	224	245	244	265
タイ	157	167	187	198	194	209
シンガポール	7	8	8	10	9	11
オーストラリア	3	4	4	6	6	6
台湾	9	12	18	21	21	20
アメリカ	2	3	3	3	4	4
フィリピン	1	2	3	5	6	8
マレーシア	-	1	1	2	4	7

5. 補足資料 ほっともっと

ほっともっと			前期末	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	累計
全店	売上高前年比	%	—	94.0	96.5	100.6	97.8	99.7	97.4	101.0	100.8	103.1	104.3	104.5	101.9	100.1
既存店	売上高前年比	%	—	99.3	101.9	106.5	103.9	105.7	102.7	106.0	100.0	103.9	105.2	105.3	102.4	103.6
新店	計	店	—	0	0	0	2	0	0	0	1	1	0	1	0	5
	RC	店	—	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0	4
	PC	店	—	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	FC	店	—	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
退店	計	店	—	△ 21	△ 7	△ 1	△ 1	△ 2	△ 1	0	△ 2	△ 1	△ 2	0	△ 1	△ 39
	RC	店	—	△ 19	0	△ 1	0	0	0	0	△ 1	0	0	0	0	△ 21
	PC	店	—	△ 1	0	0	0	0	0	0	0	△ 1	0	0	0	△ 2
	FC	店	—	△ 1	△ 7	0	△ 1	△ 2	△ 1	0	△ 1	0	△ 2	0	△ 1	△ 16
移管	RC	店	—	9	12	8	0	△ 4	△ 8	△ 7	△ 17	△ 7	△ 11	△ 3	△ 32	△ 60
	PC	店	—	△ 5	△ 2	△ 3	△ 3	△ 5	0	△ 3	△ 6	△ 4	△ 7	△ 6	△ 1	△ 45
	FC	店	—	△ 4	△ 10	△ 5	3	9	8	10	23	11	18	9	33	105
改装・移転	RC	店	—	2	2	3	5	4	0	1	0	1	0	0	0	18
	PC	店	—	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	FC	店	—	3	0	0	2	2	1	1	0	0	1	1	1	12
月末店舗数	計	店	2,527	2,506	2,499	2,498	2,499	2,497	2,496	2,496	2,495	2,495	2,493	2,494	2,493	—
	RC	店	711	701	713	720	721	717	709	702	685	679	668	666	634	—
	PC	店	187	181	179	176	173	168	168	165	159	154	147	141	140	—
	FC	店	1,629	1,624	1,607	1,602	1,605	1,612	1,619	1,629	1,651	1,662	1,678	1,687	1,719	—

5. 補足資料 やよい軒

やよい軒			前期末	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	累計
全店	売上高前年比	%	－	81.9	51.9	54.3	75.6	78.7	81.2	96.2	94.2	90.3	83.3	70.2	71.1	77.4
既存店	売上高前年比	%	－	83.2	52.8	55.0	76.0	79.3	81.7	97.9	95.5	91.9	84.3	70.4	70.7	77.9
新店	計	店	－	1	1	0	2	3	1	1	0	0	0	0	0	9
	RC	店	－	1	1	0	1	3	1	1	0	0	0	0	0	8
	PC	店	－	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	FC	店	－	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
退店	計	店	－	△ 1	△ 1	0	0	△ 1	△ 13	△ 2	0	0	0	0	△ 1	△ 19
	RC	店	－	△ 1	△ 1	0	0	△ 1	△ 13	△ 2	0	0	0	0	0	△ 18
	PC	店	－	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	FC	店	－	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	△ 1	△ 1
移管	RC	店	－	2	0	0	7	11	6	2	2	4	4	0	2	40
	PC	店	－	1	0	0	0	0	0	0	0	△ 1	△ 2	0	0	△ 2
	FC	店	－	△ 3	0	0	△ 7	△ 11	△ 6	△ 2	△ 2	△ 3	△ 2	0	△ 2	△ 38
改装・移転	RC	店	－	9	3	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	13
	PC	店	－	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	FC	店	－	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
月末店舗数	計	店	382	382	382	382	384	386	374	373	373	373	373	373	372	－
	RC	店	233	235	235	235	243	256	250	251	253	257	261	261	263	－
	PC	店	30	31	31	31	31	31	31	31	31	30	28	28	28	－
	FC	店	119	116	116	116	110	99	93	91	89	86	84	84	81	－

5. 補足資料 MKレストラン・海外

MKレストラン			前期末	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	累計
全店	売上高前年比	%	－	80.6	23.9	31.7	76.4	77.1	67.6	79.1	83.2	84.6	69.6	52.3	52.2	65.1
既存店	売上高前年比	%	－	85.7	42.8	54.0	91.7	99.7	81.4	91.3	97.5	102.2	84.5	60.6	58.8	83.2
新店	計	店	－	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
退店	計	店	－	0	△ 7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	△ 7
改装・移転	計	店	－	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
月末店舗数	計	店	32	33	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	－

	前期末	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
国内グループ店舗数合計	店 2,941	2,921	2,907	2,906	2,909	2,909	2,896	2,895	2,894	2,894	2,892	2,893	2,891

海外		前期末	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
ほっともっと	計	14	13	13	13	13	13	13	13	13	13	14	14	14
	中国	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	韓国	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	11	11	11
	シンガポール	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
やよい軒	計	245	244	244	244	244	245	243	243	244	243	244	244	244
	タイ	198	198	199	199	199	199	197	196	196	195	194	194	194
	シンガポール	10	9	9	9	9	9	9	10	10	9	9	9	9
	オーストラリア	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
	台湾	21	21	20	20	20	21	21	21	21	21	21	21	21
	アメリカ	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
	フィリピン	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6
	マレーシア	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	4
海外グループ店舗数合計		259	257	257	257	257	258	256	256	257	256	258	258	258

Plenus