

株式会社プレナス 2022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

2022年4月15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の満足の実現と、お客様と従業員の安全を考慮した店舗運営を実施。
- ✓ 2022年2月期の業績は増収増益となる。
3期ぶりの増収、営業利益・経常利益は3期連続増益、当期純利益は2期連続増益で4期ぶりに黒字転換。
 - ・売上高はほっともとのFC化の進行やコロナ禍の影響による売上減少があったものの、ほっともつややよい軒の既存店売上高の増加で増収。
 - ・営業利益は粗利改善やほっともとの既存店売上高の増加によって増益、経常利益は助成金収入を計上、当期純利益は減損損失を計上したことが主な要因。
- ✓ 2023年2月期は増収増益を予想。
 - ・ほっともつややよい軒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とともに、今後の出店に向けた仕組みの構築を行う。コロナ禍の影響は4月まで続く前提。
 - ・業績予想は予想作成時において入手可能な情報に基づいて作成。
ややよい軒やMKレストラン、海外の売上回復や粗利改善による。併せて今後の出店拡大に向けた戦略投資を実施。

1. 2022年2月期業績

2. 成長戦略

3. 2023年2月期予想

4. 利益配分

5. 補足資料

1. 2022年2月期業績 詳細は補足資料参照

粗利改善やほっともとの既存店売上高の増加等で増収増益。
 経常利益は主に助成金収入2,606百万円、当期純利益は減損損失2,980百万円を計上したことが主な要因。

(単位：百万円・%)

	実績		前年対比				予想対比			
	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	143,036	100.0	140,509	100.0	2,527	1.8	145,230	100.0	△ 2,193	△ 1.5
売上総利益	73,923	51.7	71,449	50.9	2,474	3.5	75,130	51.7	△ 1,206	△ 1.6
販管費	69,870	48.8	70,547	50.2	△ 676	△ 1.0	69,730	48.0	140	0.2
営業利益	4,053	2.8	902	0.6	3,150	349.0	5,400	3.7	△ 1,346	△ 24.9
経常利益	7,578	5.3	2,037	1.5	5,541	271.9	6,040	4.2	1,538	25.5
当期純利益※	2,227	1.6	△ 2,545	△ 1.8	4,773	—	2,510	1.7	△ 282	△ 11.2

※親会社株主に帰属する当期純利益

1. 2022年2月期業績 詳細は補足資料参照

メーカー機能をもった小売チェーンとして収益の最大化に向けて取り組み、3期ぶり増収。
営業利益・経常利益は3期連続増益、当期純利益は2期連続増益で4期ぶりに黒字転換。

		18/2	19/2	20/2	21/2	22/2	評価
連結売上高		145,709	153,914	149,572	140,509	143,036	回復傾向
既存店売上高前年比	ほっともっと	97.2%	101.6%	99.6%	103.6%	104.1%	ほっともっとは増加
	やよい軒	97.9%	100.6%	96.2%	77.9%	100.8%	
RC比率	ほっともっと	33.8%	32.3%	28.1%	25.4%	22.5%	ほっともっとは効率化が進む
	やよい軒	68.9%	65.0%	61.0%	70.7%	73.0%	
店舗数	国内	3,107	3,161	2,941	2,891	2,884	店舗収益の最大化に注力し 出店抑制
	海外	212	242	259	258	253	
営業利益		4,979	△ 501	348	902	4,053	改善
経常利益		5,261	143	729	2,037	7,578	
当期純利益		2,351	△ 2,926	△ 2,934	△ 2,545	2,227	
ROA		5.7%	0.2%	0.8%	2.4%	9.4%	効率化が進む
ROE		3.6%	△4.7%	△5.1%	△4.8%	4.4%	

1. 2022年2月期業績 前年対比(上期下期)

下期は前年3Qがコロナ回復期であったことと、4Qのコロナ禍の影響により減収。
営業利益は減益、経常利益は助成金収入の影響で増益。

(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	71,032	100.0	68,169	100.0	2,862	4.2	72,004	100.0	72,339	100.0	△ 334	△ 0.5
売上総利益	36,976	52.1	34,499	50.6	2,477	7.2	36,947	51.3	36,950	51.1	△ 3	△ 0.0
販管費	34,832	49.0	35,723	52.4	△ 890	△ 2.5	35,037	48.7	34,823	48.1	214	0.6
営業利益	2,144	3.0	△ 1,224	△ 1.8	3,368	—	1,909	2.7	2,126	2.9	△ 217	△ 10.2
経常利益	3,808	5.4	△ 867	△ 1.3	4,675	—	3,770	5.2	2,905	4.0	865	29.8
当期純利益※	2,125	3.0	△ 1,696	△ 2.5	3,822	—	102	0.1	△ 849	△ 1.2	951	—

※親会社株主に帰属する当期純利益

1. 2022年2月期業績 前年対比(四半期別)

4Qはコロナ禍の影響を受けたものの、ほっともつとの既存店売上高の増加で増収。
営業利益は増益、経常利益は助成金収入の減少、当期純利益は減損損失の計上で減益となる。

(単位：百万円・%)

	1 Q			2 Q			3 Q			4 Q		
	金額	構成比	増減率	金額	構成比	増減率	金額	構成比	増減率	金額	構成比	増減率
売上高	35,932	100.0	7.5	35,099	100.0	1.0	35,962	100.0	△ 2.4	36,041	100.0	1.6
売上総利益	18,738	52.2	12.1	18,238	52.0	2.5	18,392	51.1	△ 3.5	18,554	51.5	3.7
販管費	17,651	49.1	△ 0.9	17,180	48.9	△ 4.0	17,297	48.1	△ 2.0	17,740	49.2	3.3
営業利益	1,087	3.0	—	1,057	3.0	—	1,095	3.0	△ 22.4	813	2.3	13.6
経常利益	1,811	5.0	—	1,997	5.7	2,072.5	2,496	6.9	63.6	1,273	3.5	△ 7.7
当期純利益※	1,002	2.8	—	1,123	3.2	—	1,331	3.7	74.1	△ 1,229	△ 3.4	—

※親会社株主に帰属する当期純利益

1. 2022年2月期業績 予想対比(上期下期) ※四半期予想は非開示

下期はコロナ禍の影響を予想に織り込まなかったことで売上高や営業利益は未達、経常利益は助成金収入の計上で達成。
当期純利益は減損損失の計上で未達となる。

(単位：百万円・%)

	上期						下期					
	実績		予想		増減		実績		予想		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	71,032	100.0	72,610	100.0	△ 1,577	△ 2.2	72,004	100.0	72,620	100.0	△ 615	△ 0.8
売上総利益	36,976	52.1	37,510	51.7	△ 533	△ 1.4	36,947	51.3	37,620	51.8	△ 672	△ 1.8
販管費	34,832	49.0	35,220	48.5	△ 387	△ 1.1	35,037	48.7	34,510	47.5	527	1.5
営業利益	2,144	3.0	2,290	3.2	△ 145	△ 6.4	1,909	2.7	3,110	4.3	△ 1,200	△ 38.6
経常利益	3,808	5.4	2,780	3.8	1,028	37.0	3,770	5.2	3,260	4.5	510	15.6
当期純利益※	2,125	3.0	1,540	2.1	585	38.0	102	0.1	970	1.3	△ 867	△ 89.5

※親会社株主に帰属する当期純利益

1. 2022年2月期業績 セグメント別業績

ほっともっとはFC化の進行による売上高の減少があったものの、既存店売上高の増加や粗利改善等により好調に推移。
やよい軒やMKレストラン、海外はコロナ禍の影響を受ける。

(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	35,932	35,099	35,962	36,041	143,036	1,087	1,057	1,095	813	4,053	3.0	3.0	3.0	2.3	2.8
ほっともっと	26,742	26,518	26,405	26,306	105,972	1,730	2,037	1,736	1,545	7,050	6.5	7.7	6.6	5.9	6.7
やよい軒	6,135	5,937	6,589	6,697	25,359	△ 571	△ 720	△ 448	△ 608	△ 2,349	△ 9.3	△ 12.1	△ 6.8	△ 9.1	△ 9.3
MK レストラン	496	400	477	473	1,848	△ 84	△ 107	△ 64	△ 46	△ 302	△ 17.0	△ 26.8	△ 13.5	△ 9.7	△ 16.3
海外	812	660	534	999	3,007	△ 107	△ 243	△ 263	△ 99	△ 713	△ 13.2	△ 36.8	△ 49.3	△ 9.9	△ 23.7
その他	2,404	2,295	2,708	2,318	9,726	128	111	145	54	439	5.3	4.8	5.4	2.4	4.5
調整額	△ 658	△ 712	△ 752	△ 753	△ 2,877	△ 8	△ 20	△ 10	△ 32	△ 71	-	-	-	-	-

※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

1. 2022年2月期業績 （参考）助成金収入を含むセグメント利益

時短協力金・雇用調整助成金を助成金収入として申請月ベースで営業外収益に計上。

(単位：百万円・%)

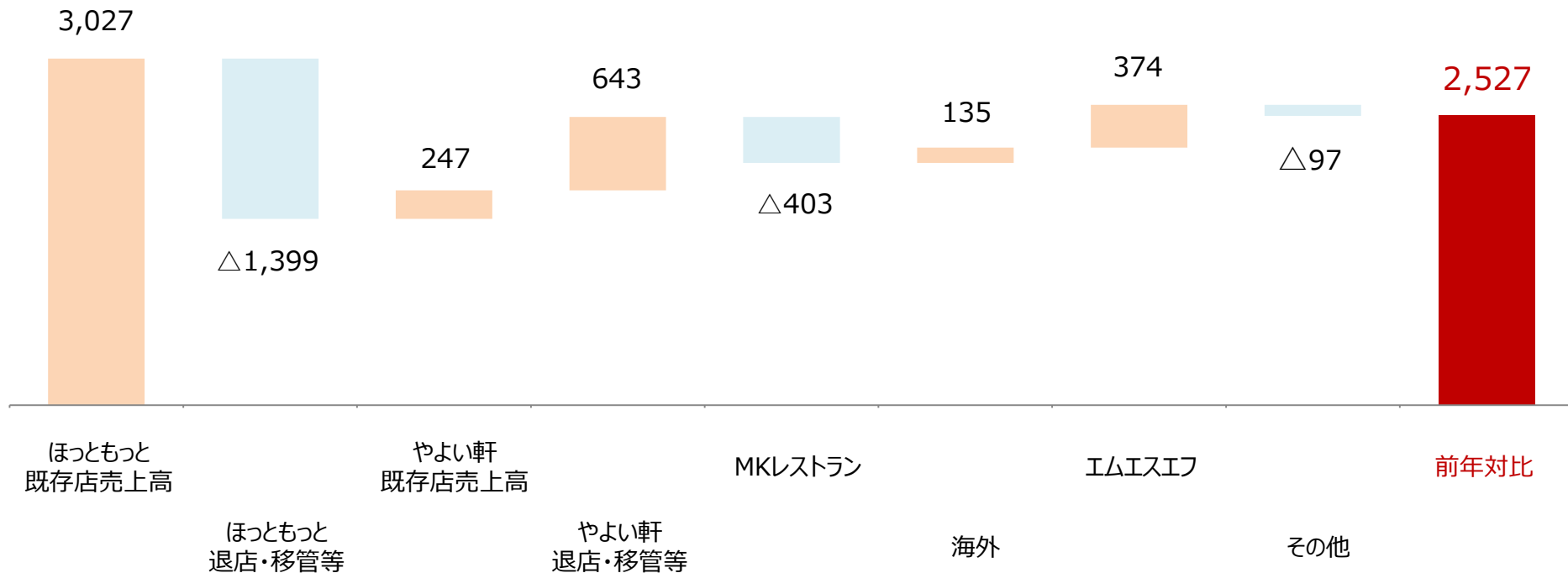
	セグメント利益					助成金収入（時短協力金・雇用調整金）					助成金収入を含むセグメント利益				
	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	1Q	2Q	3Q	4Q	累計
連結合計	1,087	1,057	1,095	813	4,053	448	895	1,158	103	2,606	1,535	1,953	2,253	916	6,659
ほっともっと	1,730	2,037	1,736	1,545	7,050	0	0	0	0	0	1,730	2,037	1,736	1,545	7,050
やよい軒	△ 571	△ 720	△ 448	△ 608	△ 2,349	432	800	1,063	85	2,381	△ 138	80	614	△ 523	32
MK レストラン	△ 84	△ 107	△ 64	△ 46	△ 302	16	95	95	17	224	△ 68	△ 12	31	△ 28	△ 77
海外	△ 107	△ 243	△ 263	△ 99	△ 713	0	0	0	0	0	△ 107	△ 243	△ 263	△ 99	△ 713
その他	128	111	145	54	439	0	0	0	0	0	128	111	145	54	439
調整額	△ 8	△ 20	△ 10	△ 32	△ 71	0	0	0	0	0	△ 8	△ 20	△ 10	△ 32	△ 71

※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

1. 2022年2月期業績 売上高の前年対比

2,527百万円の増収。
ほっともっとのFC化の進行、MKレストランの既存店売上高の減少等による売上高の減少があったものの、
ほっともっとなやよい軒の既存店売上高の増加等による。

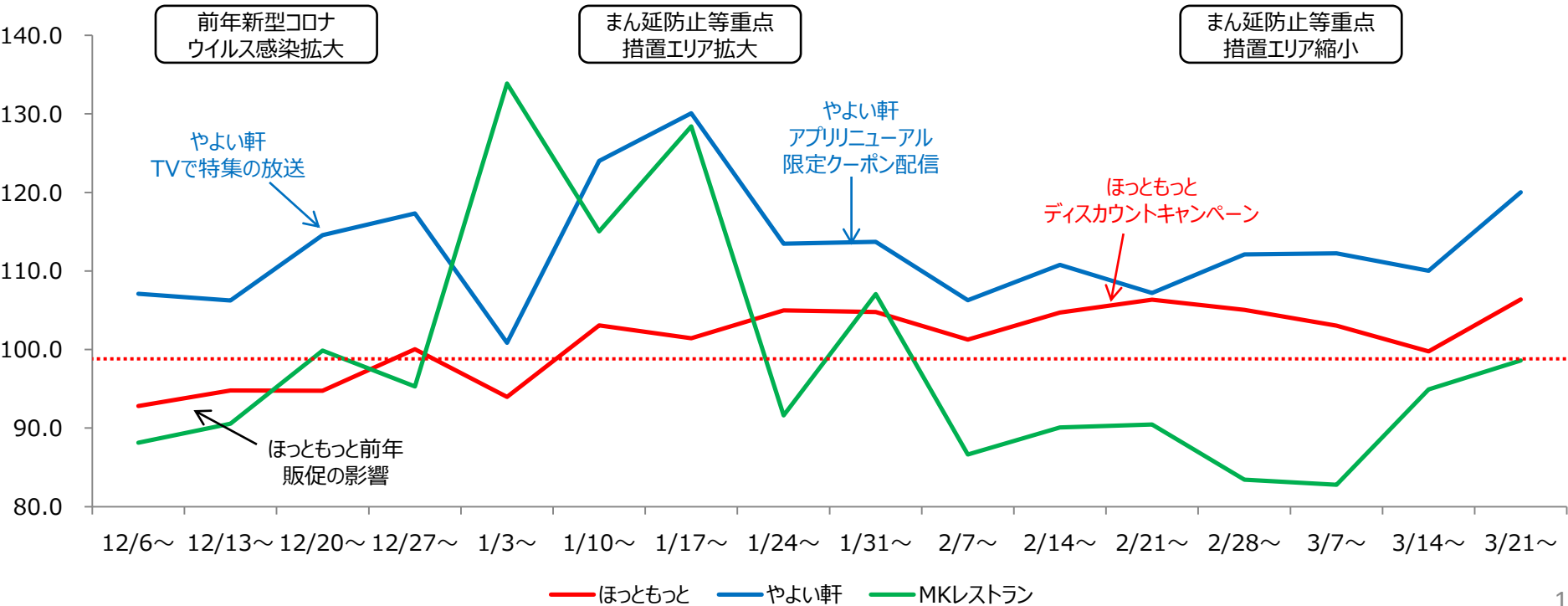
(単位：百万円)



1. 2022年2月期業績 既存店売上高前年比の推移（同曜日比）

ほっともっとは引き続き好調に推移、やよい軒・MKレストランは前年同様にコロナ禍の影響を受ける。
やよい軒はアプリクーポン配信等で売上は回復傾向。

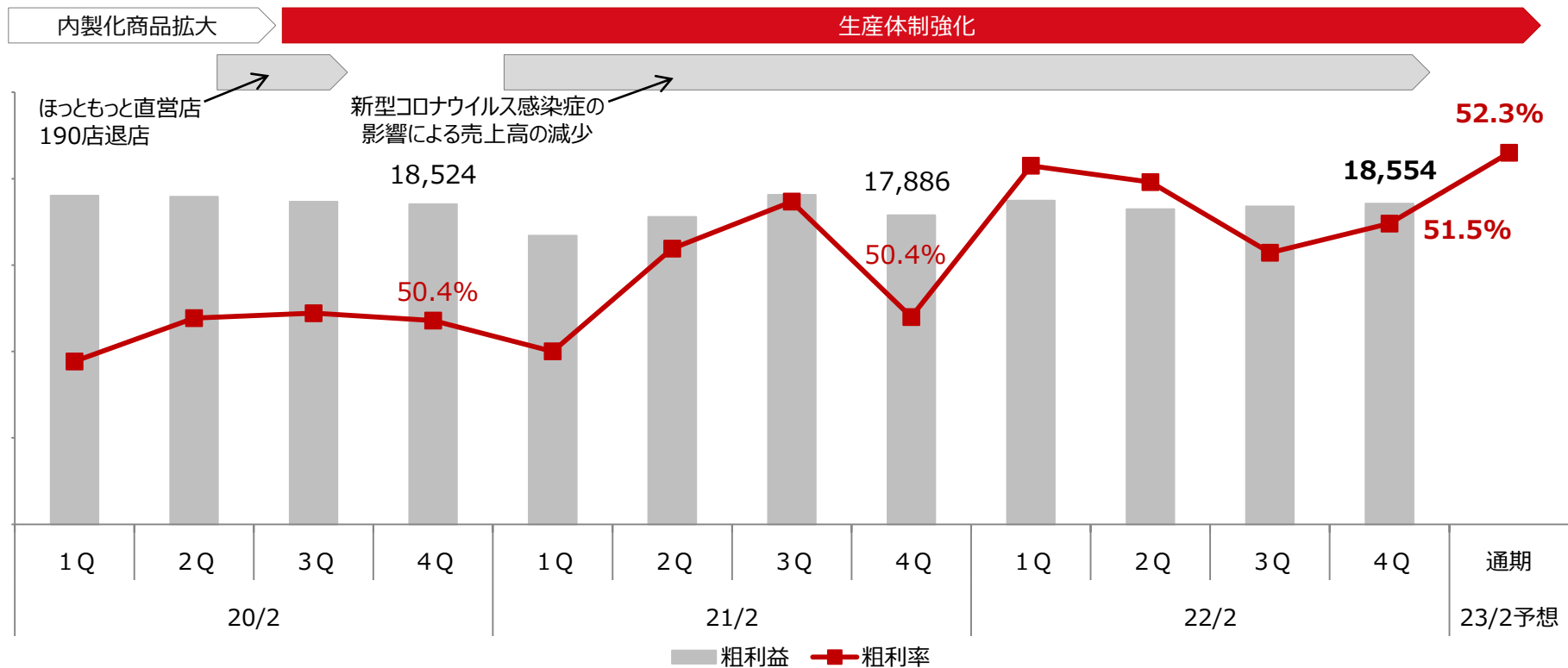
既存店売上高前年比
(同曜日比・%)



1. 2022年2月期業績 粗利率推移

4Qはコロナ禍の影響を受けたものの、粗利改善や既存店売上高の増加で粗利額や粗利率は大幅に改善し、通期でも期首予想通りの結果となる。2023年2月期も引き続き粗利改善を目指す。

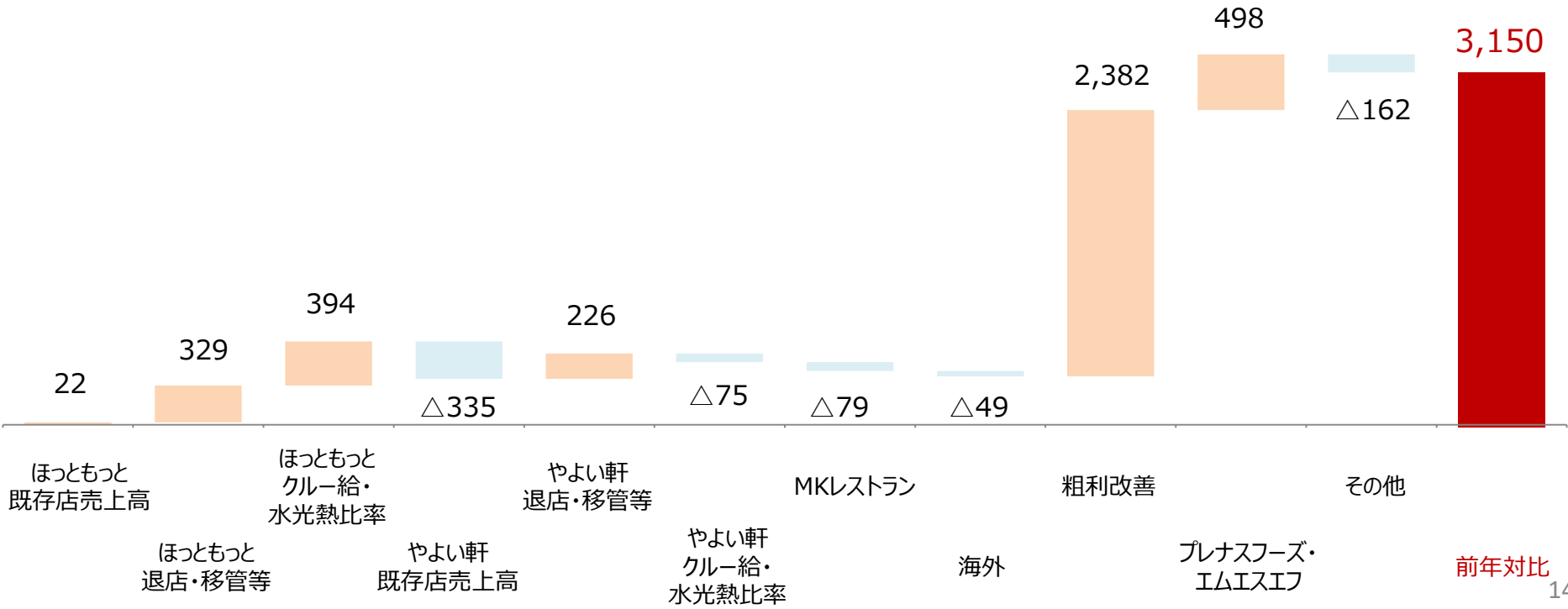
(単位：百万円)



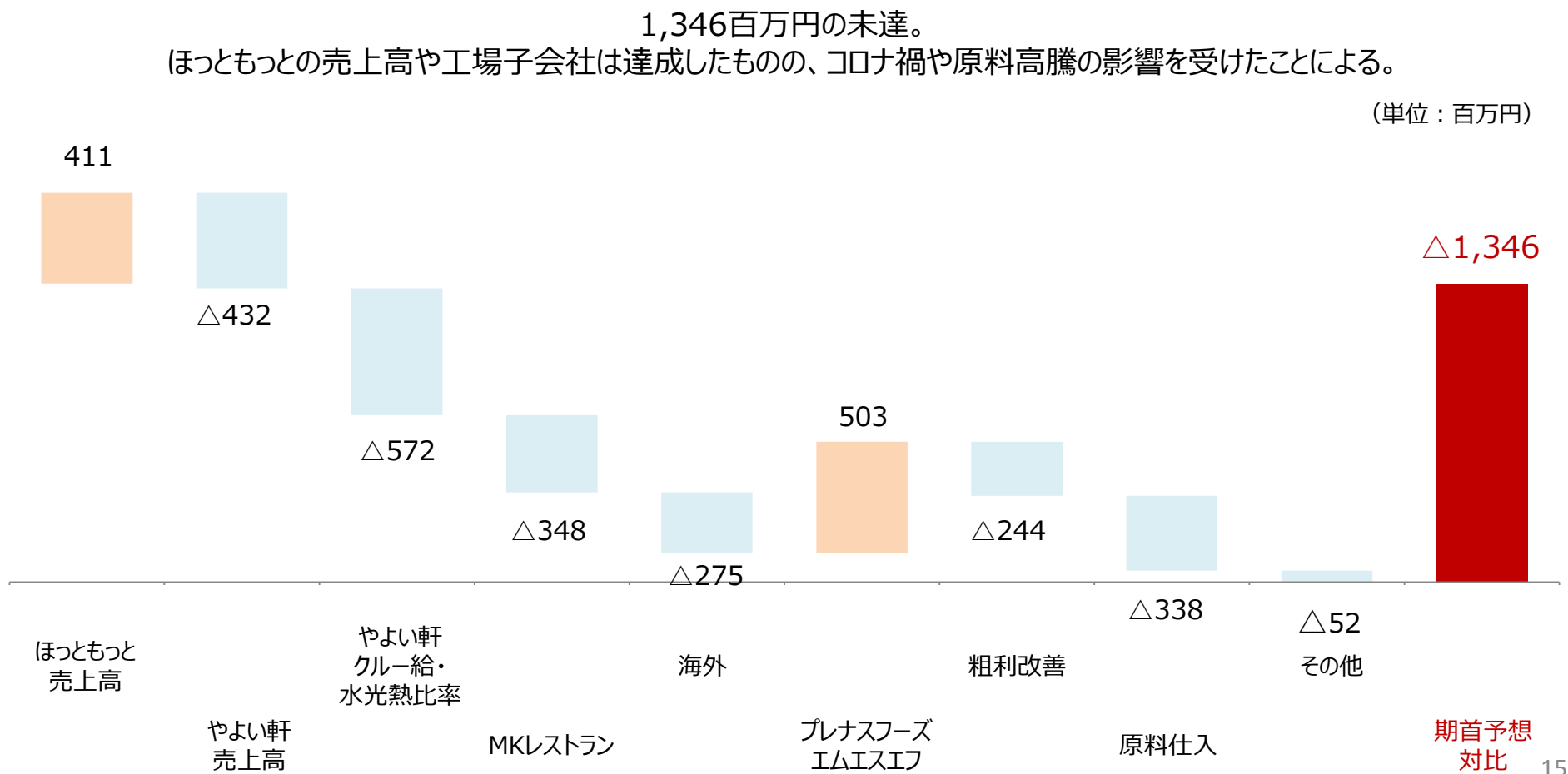
1. 2022年2月期業績 営業利益の前年対比

3,150百万円の増益。
粗利改善やほっともとの既存店売上高の増加等による。

(単位：百万円)



1. 2022年2月期業績 営業利益の期首予想対比



1. 2022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	105,972	百万円
	(+1,480)	
営業利益	7,050	百万円
	(+2,625)	

●売上高の増減要因

- (+) 既存店売上高の増加(+4.1%)
- (△) 直営店の加盟店への移管

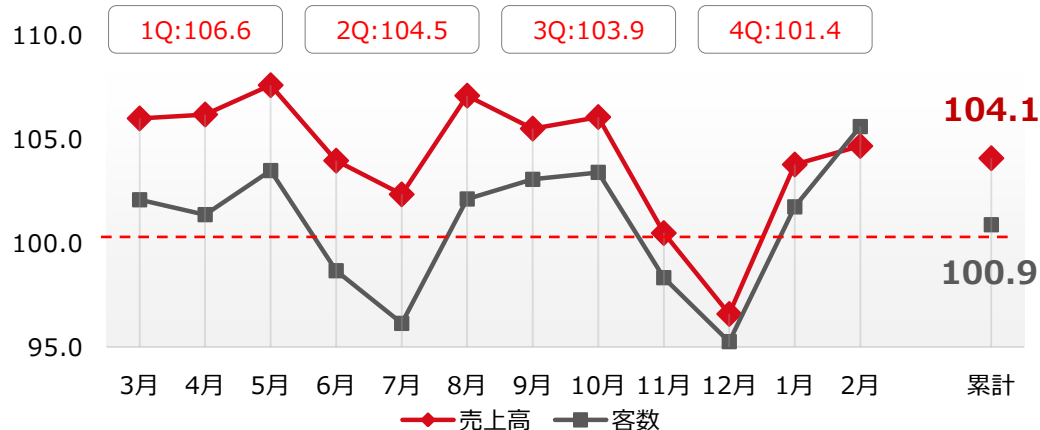
●営業利益の増減要因

- (+) 既存店売上高の増加、粗利改善

店舗状況

	当期末	前期末	増減
店舗数	2,488	2,493	△ 5
出店	7	5	2
退店	12	39	△ 27
改装・移転	12	31	△ 19
直営店	561	634	△ 73
直営店比率(%)	22.5	25.4	△ 2.9

既存店売上高の推移(%)



トピックス

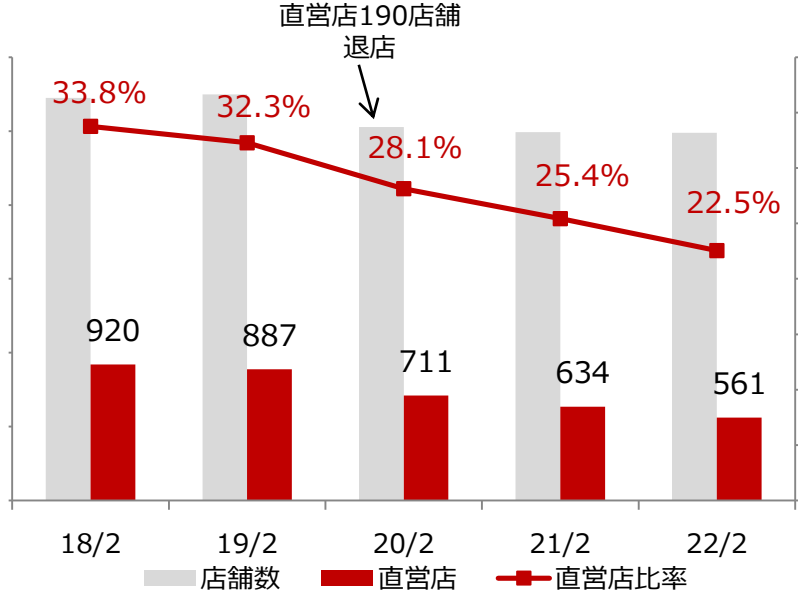
- 若年層、ファミリーをターゲットとした商品の販売による新規顧客の獲得や、SNSやWEBを使用したキャンペーンの実施により、認知拡大と利用促進を図る。
- デリバリーサービス実施店舗の拡大、デリバリーやネット注文の売上は引き続き好調に推移。
- 加盟店への移管が進行、直営店比率は順調に低減。
- ほっともっとグリルの新規出店は3店舗、2月末で34店舗となる。

1. 2022年2月期業績 ほんともっと事業

FC化が進行し直営店比率は順調に低減。FC化によって収益構造は変化するものの営業利益額は変わらない設定。
FC化の推進で経営資源を集中し、今後の出店拡大、自社工場の生産量増加や生産性向上につなげる。

直営店比率推移

20/2期の直営店190店舗の退店と、内製化の推進や販促施策等により既存店売上高が好調であることからFC化が進行し、直営店比率は順調に低減。当面の目標である直営店比率15%を目指す。



FC化による収益構造の変化

FC化で売上高が商材売上となることで売上高や粗利益は減少し、人件費などの経費の一部は加盟店負担となることで販管費は減少。FC化による利益額は変わらない設定であるため営業利益率は上昇。

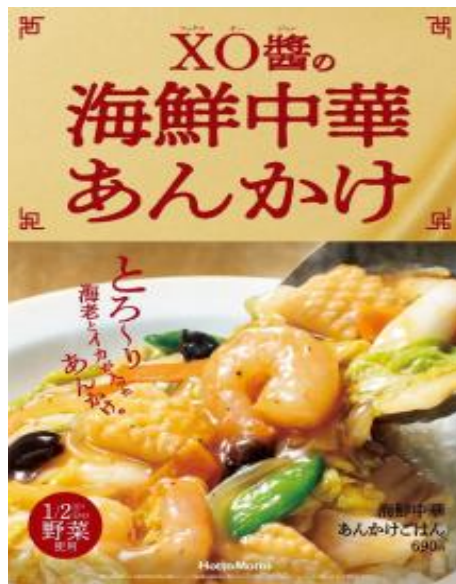
	額	比率
売上高	↓	—
粗利益	↓	↓
販管費	↓	↓
営業利益	—	↑

1. 2022年2月期業績 ほっともっと事業

店内調理の活用によるつくりたてで温かい商品や、内製化商品を有効活用した商品によって他社との差別化を図る。



ハンバーグ弁当リニューアル
(12月)



海鮮中華あんかけごはん/かた焼きそば
(1月)



カニクリームコロッケ弁当
(2月)



ディスカウントキャンペーン
(2月)

1. 2022年2月期業績 ほっともっと事業

ほっともっとグリルは、ほっともっとメニューに加えグリルメニューやカジュアルメニューなど幅広いニーズに合わせた商品を提供。
若年層や高付加価値を求める層の取り込みを強化。



グリルハンバーグ/チキンのデミソース煮込み
クリスマスオードブル/チキンレッグ
(12月)



グリルポークBOX/鶏モモ南蛮BOX/グリルチキンBOX
(1月)

1. 2022年2月期業績 やよい軒事業

セグメント別実績



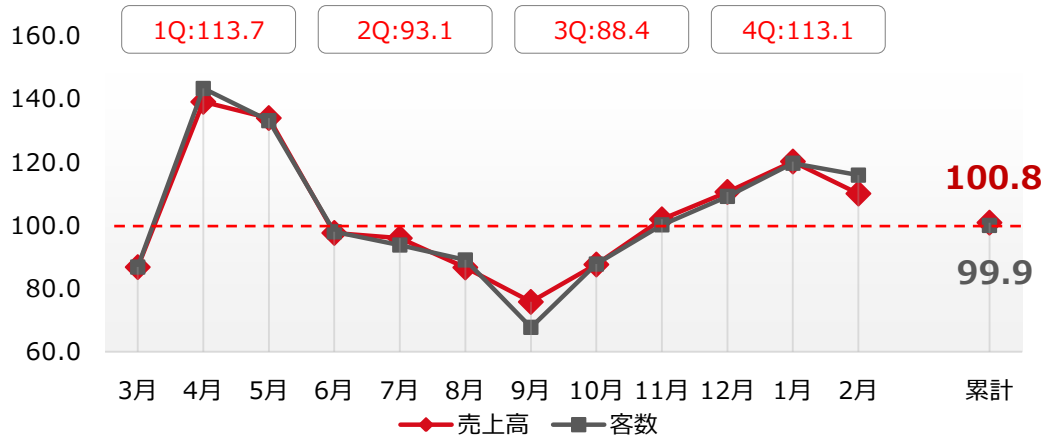
売上高	25,359	百万円
	(+879)	
営業利益	△ 2,349	百万円
	(+334)	

- 売上高の増減要因
(+) 加盟店の直営店への移管
既存店売上高の増加(+0.8%)
- 営業利益の増減要因
(+) 粗利改善、既存店売上高の増加
(△) 直営店への移管に伴う販管費の増加

店舗状況

	当期末	前期末	増減
店舗数	371	372	△ 1
出店	1	9	△ 8
退店	2	19	△ 17
改装・移転	4	13	△ 9
直営店	271	263	8
直営店比率(%)	73.0	70.7	2.3

既存店売上高の推移(%)



トピックス

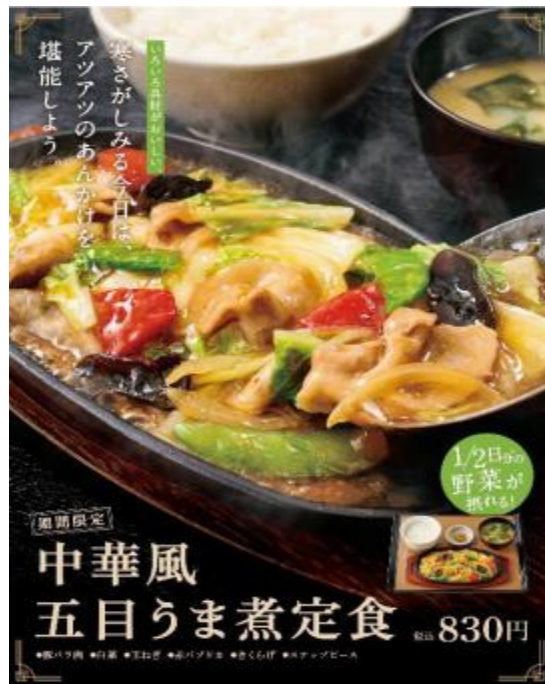
- 『おうち定食』を販売し、テイクアウトニーズの獲得を目指す。継続的なお試しキャンペーンの実施による認知拡大もあり累計販売数200万食を突破。
- デリバリーサービス実施店舗は着実に拡大、朝食メニューの充実や販売実施店舗で朝食需要の拡大を図る。
- 幅広いキャッシュレス決済やQRコード読み取りなど様々な対応が可能となる新券売機を1月末までに全国の店舗に順次導入。
- 公式アプリを2月にリニューアル、豊富なQRクーポンが提供可能となる。

1. 2022年2月期業績 やよい軒事業

ヘビーユーザー向け施策に加えて季節商品の販売などミドル・ライトユーザー向け施策を実施。



牛カットステーキと牛ホルモンと豚バラ焼の定食
(12月)



中華風五目うま煮定食
(1月)

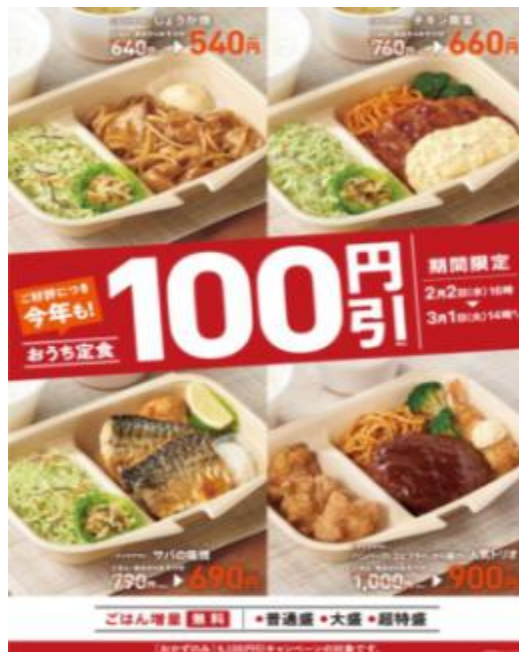


せせりと野菜の味噌炒めと旨辛チゲスープの定食
(2月)

ごはん・汁物・おかずを別々の容器で提供する『おうち定食』は継続的なお試しキャンペーンの実施や新商品の販売を行う。



おうち定食100円引キャンペーン
(2月)



新商品



〔テイクアウト〕
中華風五目うま煮
(1月)



〔テイクアウト〕
せせりと野菜の味噌炒め
(2月)

1. 2022年2月期業績 やよい軒事業

キャッシュレス決済に対応した新券売機の導入や、公式アプリのリニューアルで利便性を向上させる。



新券売機



新「やよい軒公式アプリ」

1. 2022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	1,848	百万円
	(△ 305)	
営業利益	△ 302	百万円
	(+ 84)	

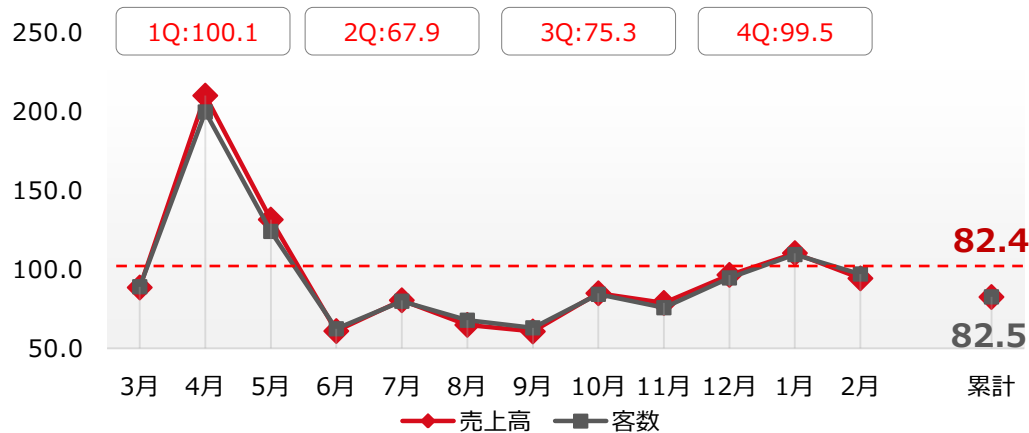
●売上高の増減要因

(△) 既存店売上高の減少(△17.6%)
前期・当期の退店

●営業利益の増減要因

(+) 前期・当期の退店、販管費の見直し
(△) 既存店売上高の減少

既存店売上高の推移(%)



店舗状況

	当期末	前期末	増減
店舗数	25	26	△ 1
出店	0	1	△ 1
退店	1	7	△ 6
改装・移転	0	0	0
直営店	25	26	△ 1
直営店比率(%)	100.0	100.0	0.0

トピックス

- コロナ禍の影響を受けている状況下において、より一層の経営の効率化とサービス向上を図るため親会社のプレナスを存続会社、子会社のプレナス・エムケイを消滅会社とした合併を6月に実施予定。
- 売上は回復傾向にあったものの、12月以降は新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を受ける。
- 『岩下の新生姜 鍋スープ』などの期間限定スープ・特選具材の発売や、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。テイクアウトは全店舗、デリバリーサービスは一部店舗で実施中。

1. 2022年2月期業績 海外事業

セグメント別実績



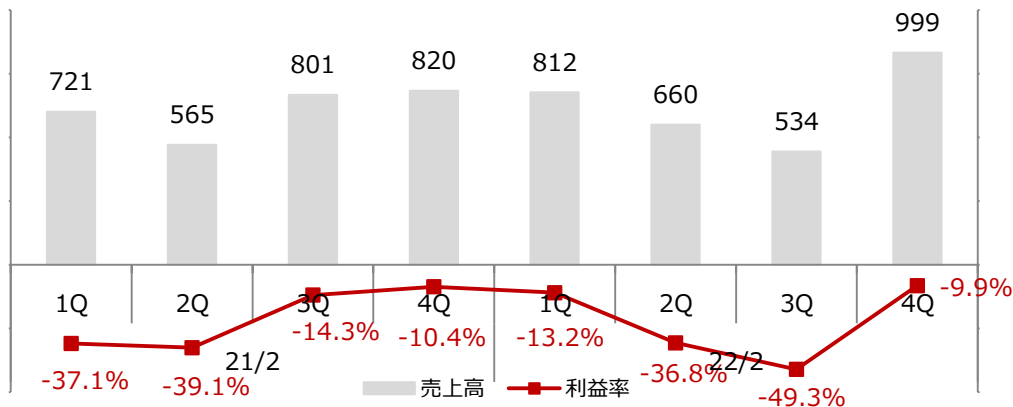
売上高	3,007	百万円
	(+97)	
営業利益	△ 713	百万円
	(△24)	

- 売上高の増減要因
(+) やよい軒店舗数の増加
- 営業利益の増減要因
(+) 売上高の増加、粗利改善
(△) 直営店の増加に伴う販管費の増加

店舗状況

	当期末	前期末	増減
ほっともっと店舗数	8	14	△ 6
出店	1	1	0
退店	7	1	6
やよい軒店舗数	245	244	1
出店	13	8	5
退店	12	9	3

四半期別売上高推移(百万円)



トピックス

- 各国の営業状況 (2月時点)
全店通常営業
- 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、持ち帰り弁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. 2022年2月期業績 その他（子会社エムエスエフ）

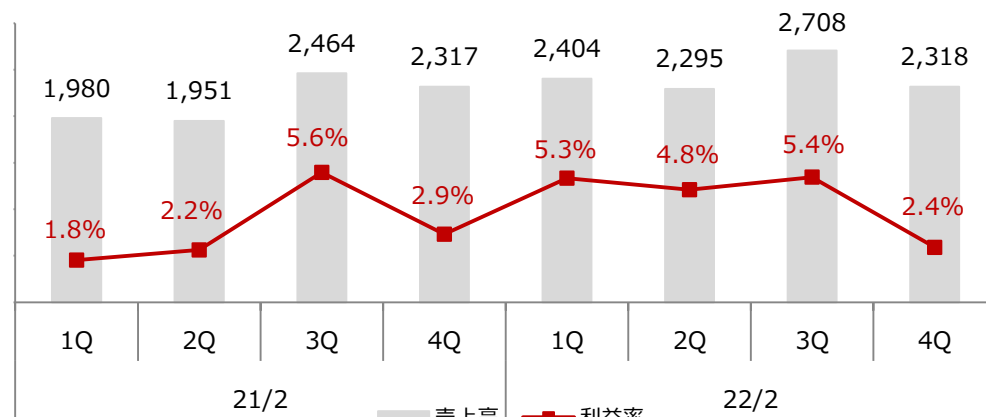
セグメント別実績



売上高	6,849	百万円
	(+ 374)	
営業利益	439	百万円
	(+ 154)	

- 売上高の増減要因
(+) 外部売上の増加、内製化商品の拡大
- 営業利益の増減要因
(+) 売上増に伴う利益の増加

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。
内製化の推進や既存取引先の売上増加による。
- 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。

1. 2022年2月期業績 サステナビリティへの取り組み

米づくり2番目の生産拠点として、山形県に「プレナス庄内三川ファーム」を開設。
2つの直播栽培技術を取り入れることで規模化と効率化の両立を図り、生産性の高い稲作経営の確立を目指す。



山形県東田川郡三川町を拠点とする
プレナス庄内三川ファーム



ドローンを使用し直接種をまく
湛水直播栽培



作業効率が高く規模化に有利な
乾田直播栽培

1. 2022年2月期業績 B/Sサマリー

総資産は406百万円の増加。

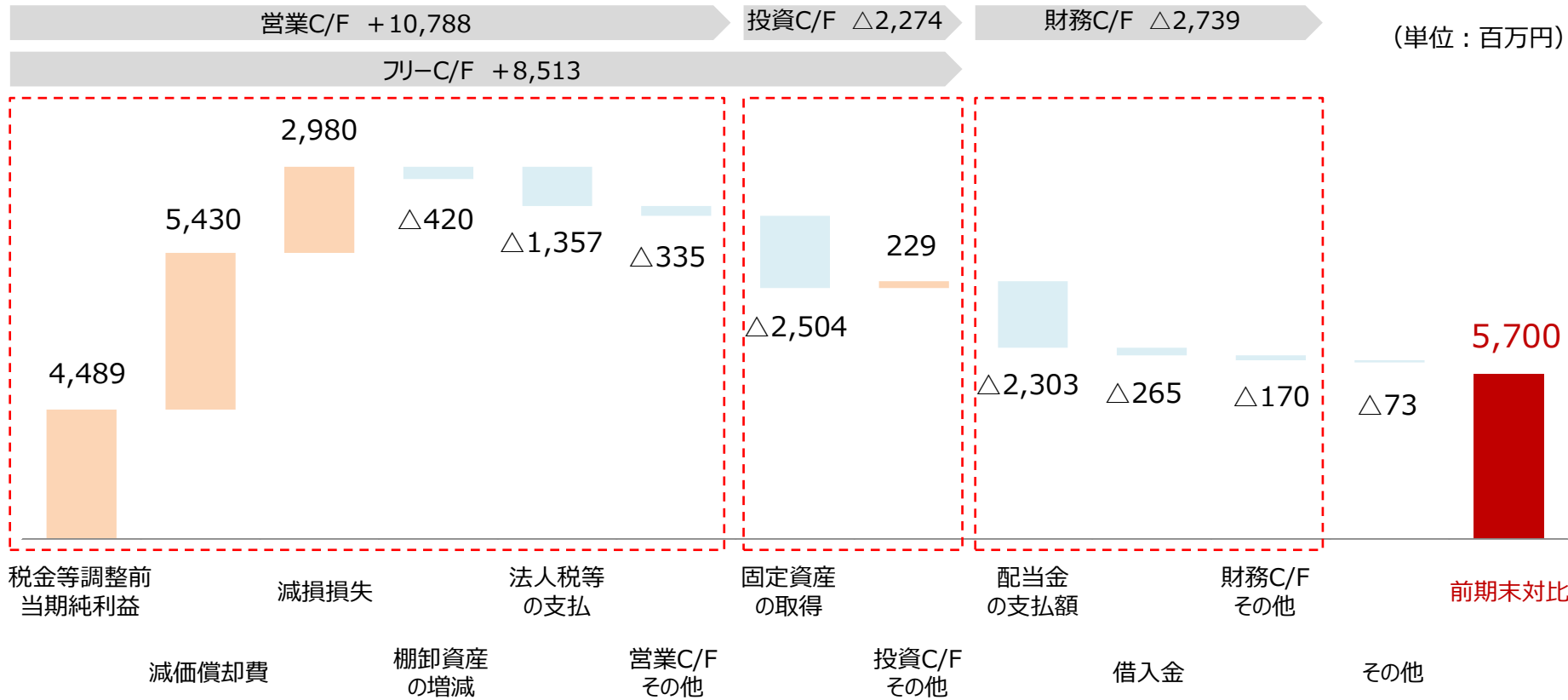
単位：百万円

	2022年2月期 期末	2021年2月期 期末	増減	概要
流動資産	27,745	21,603	6,141	
現金及び預金	16,249	10,519	5,730	税金等調整前当期純利益(+)、配当金支払(△)
固定資産	53,049	58,785	△ 5,735	減価償却(△)、減損損失(△)
資産合計	80,795	80,389	406	
流動負債	17,380	16,511	869	未払法人税等(+)
固定負債	11,360	12,011	△ 650	リース債務・長期借入金の減少(△)
負債合計	28,741	28,522	219	
純資産合計	52,053	51,867	186	
自己資本	51,036	51,001	34	当期純利益(+)、配当金支払(△)
負債純資産合計	80,795	80,389	406	

自己資本比率(%)	63.2	63.4	△ 0.2	
ROE(%)	4.4	△ 4.8	9.1	

1. 2022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5,700百万円の増加



1. 2022年2月期業績

2. 成長戦略

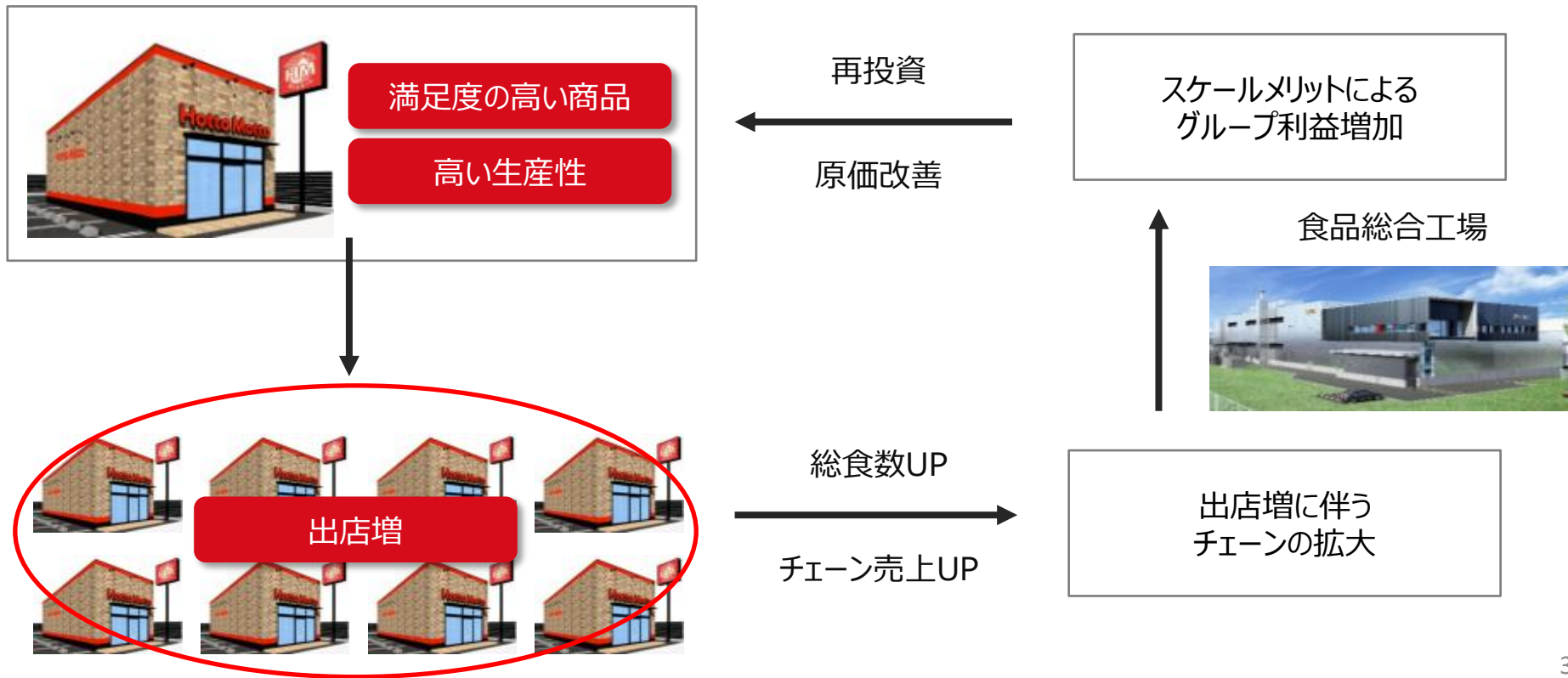
3. 2023年2月期予想

4. 利益配分

5. 補足資料

2. 成長戦略 全体像

工場や店舗への投資により商品の満足度や店舗の生産性は向上し、増収増益となる。
今後は出店によるチェーンの拡大、グループ利益増加で更なる生産性の向上を目指す。



原料調達から店舗配送までの全てのサプライチェーンを管理し全体最適を実現できる強みを活かし、コスト低減とリスクマネジメントを両立したサプライチェーンを構築する。

事業環境

原材料調達価格の上昇や光熱費等の上昇による収益への圧迫、原料調達リスクの増大

- ・海外での新型コロナウイルスの感染拡大による工場の操業停止や物流の寸断
- ・アフターコロナの世界的な商品需要拡大やインフレの進行
- ・ウクライナ問題による原油や穀物等の供給不足、飼料不足による畜肉価格上昇の見通し
- ・円安の急激な進行による輸入品価格の上昇、光熱費の値上げの継続

SCM戦略

	コスト低減	リスクマネジメント
調達・生産	・原料調達先の新規開拓 ・内製効果が大きい商材の選定や開発 ・最適な調達や生産によるコスト最適化	・原料調達先の戦略的分散化 ・生産拠点の戦略的配置 ・グループ工場と外部協力工場の互換性
倉庫	・保管オペレーションの進化 ・在庫型倉庫の増加による配送効率向上 ・在庫の物量最適化	・災害時に対応できる物流拠点の分散 ・災害・外部環境に対応した在庫計画
物流	・低負荷・省人化によるオペレーションの進化 ・配送距離の短縮や積載率の向上	・ドライバーの安定的な確保 ・法規制に準拠したドライバー拘束時間の短縮

2. 成長戦略 ほっともっと事業 前期振り返りと今期施策

前期は非接触型店舗の醸成により高い実績となる。

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とともに今後の出店に向けた仕組みの構築を行う。

2022年2月期

既存店売上高前年比

104.1%

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

2023年2月期

既存店売上高前年比
(計画)

101.1%

●ターゲットを明確にした商品やキャンペーン施策

●ネット注文やデリバリー売上増加施策

●組織的な特注営業活動

●今後に向けた出店やマーケティング施策の構築

●高生産性を実現する新タイプ店舗モデルの構築

2. 成長戦略 ほっともっと事業 マーケティング戦略

前期までの施策をブラッシュアップしながら継続し、
ポストコロナ禍や原材料価格・人件費高騰への対策を見据えつつ、顧客ニーズに合った施策を展開。

若年層向け施策のブラッシュアップ

キャンペーンサイトを活用したアニメタイアップ企画の実施や
新たな告知方法の検討



「ほっともっと」×映画「五等分の花嫁」コラボキャンペーン

プラス1品訴求による客単価アップ

店内手作りスープ等の新商品投入や、キャンペーン等によるサイドメニューの訴求強化



鶏団子と野菜の旨塩スープ

ネット注文やデリバリーのさらなる推進により、店舗売上の増加や生産性の向上を目指す。

ネット注文

- ・MyHottoMotto会員に向けた来店頻度向上施策
- ・品質向上や提供時間短縮による利便性の向上
- ・成功事例の横展開による売上の底上げ

デリバリー

- ・新規ブランドの追加による売上拡大
- ・注文管理システム導入による生産性向上
- ・リスティング広告や送料無料等のキャンペーンの実施

2. 成長戦略 やよい軒事業 前期振り返りと今期施策

前期は時短協力要請の影響を受けるも、テイクアウトやデリバリーサービスの拡大等により前々期実績を上回る。
今期は前期施策の継続や強化によって既存店売上増加を目指すとともに今後の出店に向けた仕組みの構築を行う。

2022年2月期

既存店売上高前年比

100.8%

プラス要因

- ・新商品・季節商品の投入によるイートインの集客
- ・『おうち定食』販売やキャンペーンによるテイクアウト需要の獲得
- ・デリバリーサービスの拡大による需要の獲得
- ・キャッシュレス決済の推進による生産性向上

マイナス要因

- ・新型コロナウイルス感染拡大による売上の減少

2023年2月期

既存店売上高前年比
(計画)

118.9%

- ターゲットを明確にした販売戦略
- 新アプリや新券売機を活用した販促施策
- CSやES向上
- ロケーションに応じた店舗づくり、高収益モデルの確立

四季に合わせた展開や顧客ターゲットの明確化によって商品に付加価値をつけることで
客層と利用機会の拡大を行い、売上増加を目指す。

ミドル・ライトユーザー

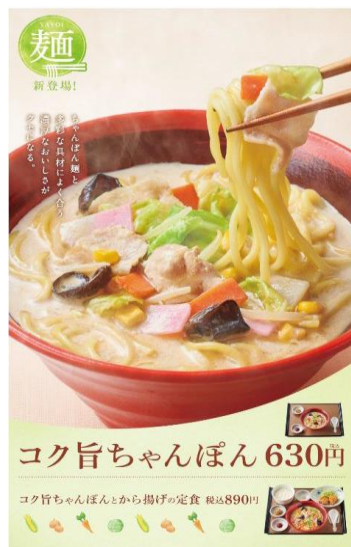
中高年男女
やよい軒ならではの「季節感」や「郷土の魅力」
を楽しめるメニューを四季に合わせて販売



静岡とろろ汁と天ぷらの定食

ライト・新規ユーザー

女性やファミリー
定食だけでなく、麺メニューなどの新たな
カテゴリーの商品の販売



こく旨ちゃんぽん

ヘビーユーザー

若年男性
ごはんおかわり自由サービスを堪能できる
「ごはんがすすむ」メニューの販売



やみつぎ豚キャベ定食

「新やよい軒公式アプリ」と「新券売機」の機能を活用した販売促進施策と顧客別に対応した情報発信による顧客育成を行い、売上増加を目指す。

新やよい軒公式アプリ

会員向けのクーポンの配信や、メルマガ機能による情報発信で来店誘引や顧客の囲い込みにつなげる



新やよい軒公式アプリ

新券売機

自由度の高い画面レイアウトや、キャッシュレス導入により販促への活用や利便性の向上につなげる



新券売機

2. 成長戦略 MKレストラン事業 前期振り返りと今期施策

新型コロナウイルスの感染拡大による影響が大きいものの、感染拡大前から年々減少トレンドであるため
前期施策の強化に加えてマーケティング戦略の抜本的な見直しを行う。

2022年2月期

既存店売上高前年比

82.4%

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
- ・予約システムの有効活用による稼働率の向上
- ・SNS等を使用したデジタルマーケティング
- ・テイクアウト・デリバリーの拡充や認知拡大
- ・ドリンクバー導入による売上増加

マイナス要因

- ・新型コロナウイルス感染拡大による売上の減少

2023年2月期

既存店売上高前年比
(計画)

142.1%

- マーケティング戦略の再構築
- ほっともっとややよい軒のノウハウを活用した販促施策
- 店舗運営の効率化に向けた設備の導入
- 店舗営業力の強化

前期はテイクアウトやデリバリーでの売上獲得施策を実施したものの、新型コロナウイルスの感染拡大の影響で売上の低迷が続く。今後もコロナ禍でも収益が見込めるビジネスモデルの検討を行い収益改善を図る。

2022年2月期

セグメント利益

△713百万円

プラス要因

- ・アメリカ・オーストラリアは回復傾向
- ・テイクアウト・デリバリーによる売上獲得施策の実施

マイナス要因

- ・台湾はコロナ禍の影響を大きく受ける(4Qは回復傾向)

2023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

- 地域特性に合わせた事業展開アプローチの導入
- 各国の食文化を踏まえたブランドコンセプトの再定義
- 海外事業を担う人材の育成

1. 2022年2月期業績

2. 成長戦略

3. 2023年2月期予想

4. 利益配分

5. 補足資料

3. 2023年2月期予想 予想の前提

●国内店舗

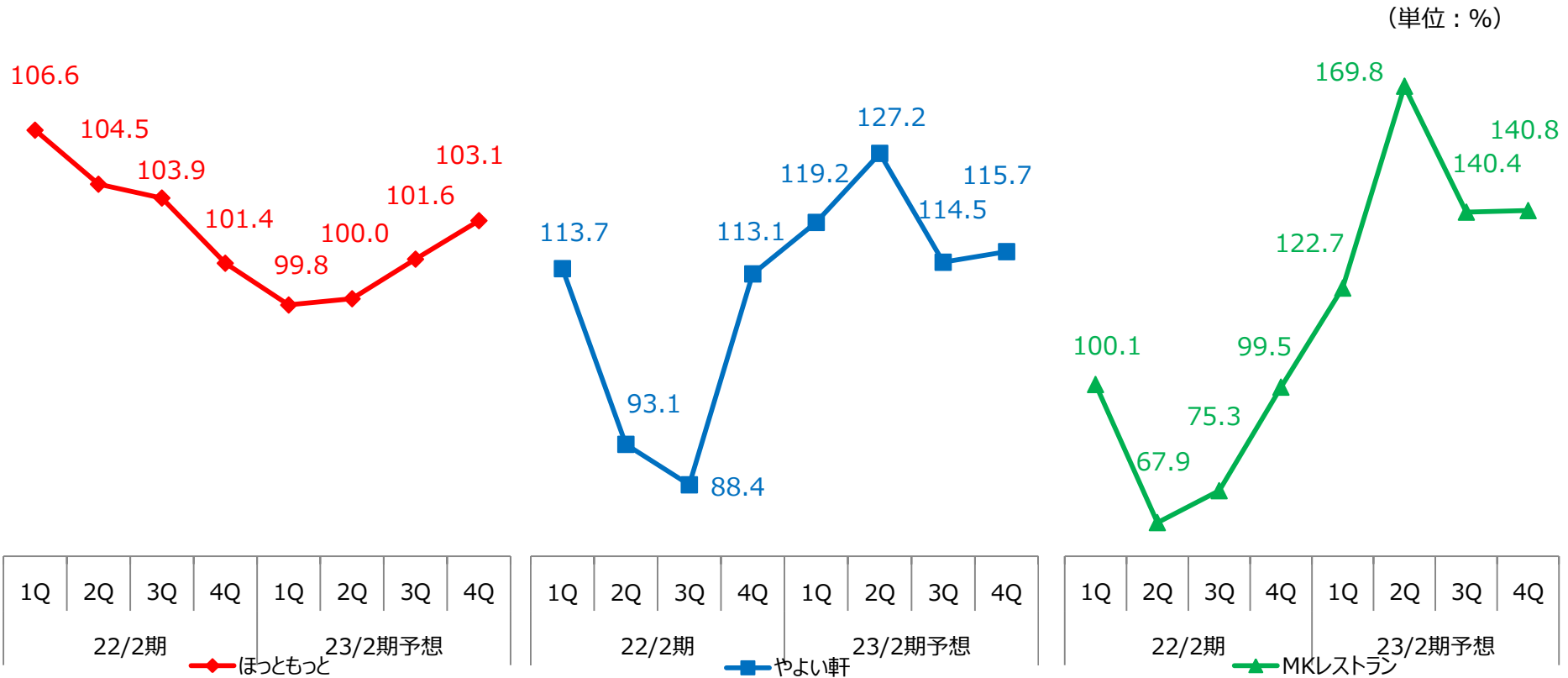
		ほっともっと			やよい軒			M Kレストラン		
		年間	上期	下期	年間	上期	下期	年間	上期	下期
既存店前年比	%	101.1	99.9	102.3	118.9	123.1	115.1	142.1	144.0	140.6
出店	店	40	13	27	8	2	6	0	0	0
退店	店	△ 24	△ 13	△ 11	△ 5	△ 4	△ 1	0	0	0
改装等	店	32	15	17	29	5	24	1	0	1
店舗数	店	2,503	2,487	2,503	376	371	376	25	25	25
直営店舗数	店	539	542	539	267	268	267	25	25	25
直営店比率	%	21.5	21.8	21.5	71.0	72.2	71.0	100.0	100.0	100.0

●海外店舗

	22/2期期末	出店	退店	23/2期期末
ほっともっと合計	8	0	0	8
やよい軒合計	245	15	0	260
海外グループ店舗合計	253	15	0	268

3. 2023年2月期予想 予想の前提 売上高の四半期別推移

コロナ禍の影響は1Qの4月まで続く前提、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。



3. 2023年2月期予想 前年対比

業績予想は予想作成時において入手可能な情報に基づいて作成。
やよい軒やMKレストラン、海外の売上回復や粗利改善により、増収増益を予想。

(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	149,800	100.0	143,036	100.0	6,763	4.7
売上総利益	78,370	52.3	73,923	51.7	4,446	6.0
販管費	72,310	48.3	69,870	48.8	2,439	3.5
営業利益	6,060	4.0	4,053	2.8	2,006	49.5
経常利益	6,530	4.4	7,578	5.3	△ 1,048	△ 13.8
当期純利益※	3,040	2.0	2,227	1.6	812	36.5

※親会社株主に帰属する当期純利益

3. 2023年2月期予想 前年対比（上期・下期）

業績予想は予想作成時において入手可能な情報に基づいて作成。
やよい軒やMKレストラン、海外の売上回復や粗利改善により、増収増益を予想。

(単位：百万円・%)

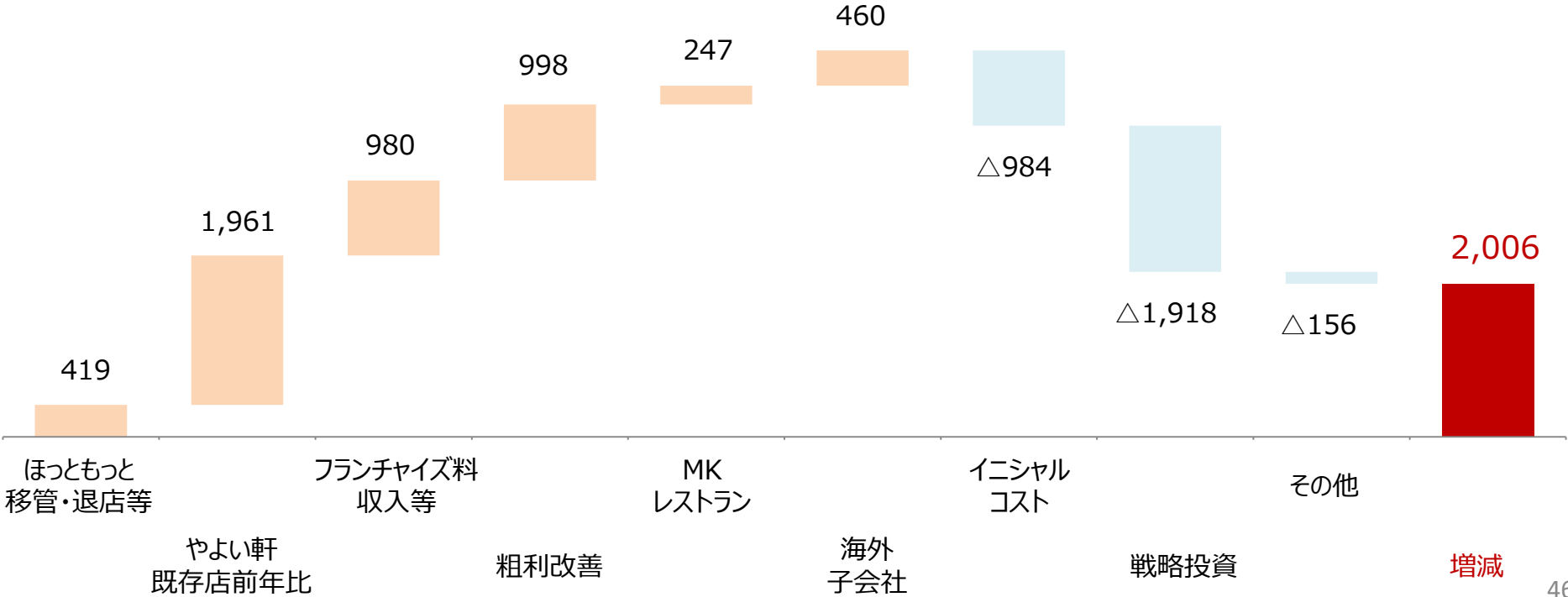
	上期						下期					
	予想		前年対比				予想		前年対比			
	金額	構成比	金額	構成比	差額	増減率	金額	構成比	金額	構成比	差額	増減率
売上高	74,180	100.0	71,032	100.0	3,147	4.4	75,620	100.0	72,004	100.0	3,615	5.0
売上総利益	39,040	52.6	36,976	52.1	2,063	5.6	39,330	52.0	36,947	51.3	2,382	6.4
販管費	35,610	48.0	34,832	49.0	777	2.2	36,700	48.5	35,037	48.7	1,662	4.7
営業利益	3,430	4.6	2,144	3.0	1,285	60.0	2,630	3.5	1,909	2.7	720	37.8
経常利益	3,790	5.1	3,808	5.4	△ 18	△ 0.5	2,740	3.6	3,770	5.2	△ 1,030	△ 27.3
当期純利益※	2,230	3.0	2,125	3.0	104	4.9	810	1.1	102	0.1	707	694.1

※親会社株主に帰属する当期純利益

3. 2023年2月期予想 営業利益の増益要因

2,006百万円の増益を予想。
やよい軒やMKレストラン、海外の売上回復や粗利改善による。
また、今後の出店拡大に向けた戦略投資を実施。

(単位：百万円)



1. 2022年2月期業績

2. 成長戦略

3. 2023年2月期予想

4. 利益配分

5. 補足資料

年間配当金は、2022年2月期60円、2023年2月期予定は60円。

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		
2021年2月期	0	30	30	△66.39	—
2022年2月期	30	30	60	58.05	103.4%
2023年2月期	30	30	60	79.21	75.7%

1. 2022年2月期業績

2. 成長戦略

3. 2023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、%)

	2018/2期		2019/2期		2020/2期		2021/2期		2022/2期		2023/2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	145,709	100.0	153,914	100.0	149,572	100.0	140,509	100.0	143,036	100.0	149,800	100.0
加盟店部門売上高	60,823	41.7	64,459	41.9	64,985	43.4	63,195	45.0	67,031	46.9	68,460	45.6
直営店部門売上高	67,767	46.5	71,550	46.5	65,692	43.9	58,089	41.3	55,987	39.1	60,170	40.2
・ほっともっと	39,087	26.8	40,988	26.6	36,707	24.5	35,061	25.0	31,279	21.9		
・やよい軒	23,843	16.4	23,909	15.5	22,206	14.8	18,349	13.1	20,247	14.2		
・MKレストラン	3,448	2.4	3,440	2.2	3,308	2.2	2,153	1.5	1,848	1.3		
・海外	1,387	1.0	3,212	2.1	3,469	2.3	2,524	1.8	2,612	1.8		
その他売上高	5,595	3.8	5,661	3.7	6,000	4.0	6,645	4.7	7,035	4.9	7,160	4.8
フランチャイズ料収入等	11,522	7.9	12,243	8.0	12,894	8.6	12,579	9.0	12,982	9.1	14,010	9.4
売上原価	67,743	46.5	76,501	49.7	74,389	49.7	69,059	49.1	69,112	48.3	71,430	47.7
売上総利益	77,965	53.5	77,413	50.3	75,182	50.3	71,449	50.9	73,923	51.7	78,370	52.3

5. 補足資料 連結 P/L 推移

●販管費・営業利益 (単位：百万円、%)

	2018/2期		2019/2期		2020/2期		2021/2期		2022/2期		2023/2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	72,985	50.1	77,914	50.6	74,834	50.0	70,547	50.2	69,870	48.8	72,310	48.3
販売費計	11,158	7.7	12,523	8.1	11,820	7.9	13,181	9.4	13,617	9.5	13,910	9.3
・広告宣伝費	2,338	1.6	3,001	1.9	1,738	1.2	1,799	1.3	1,899	1.3		
・販売促進費	2,622	1.8	3,292	2.1	3,652	2.4	4,570	3.3	5,176	3.6		
・配送費	6,097	4.2	6,032	3.9	6,202	4.1	6,721	4.8	6,420	4.5		
・貸倒引当金繰入額	82	0.1	180	0.1	210	0.1	78	0.1	110	0.1		
人件費計	31,712	21.8	34,088	22.1	32,575	21.8	29,910	21.3	29,189	20.4	29,760	19.9
・役員報酬	280	0.2	276	0.2	253	0.2	232	0.2	232	0.2		
・給料及び賞与	27,332	18.8	29,561	19.2	28,198	18.9	25,788	18.4	25,048	17.5		
・賞与引当金繰入額	311	0.2	344	0.2	355	0.2	350	0.2	345	0.2		
設備費計	16,709	11.5	17,739	11.5	18,517	12.4	16,154	11.5	15,350	10.7	15,310	10.2
・賃貸料	9,563	6.6	10,248	6.7	10,280	6.9	9,543	6.8	9,338	6.5		
・減価償却費	5,372	3.7	5,622	3.7	5,938	4.0	4,832	3.4	4,373	3.1		
その他経費計	13,404	9.2	13,562	8.8	11,920	8.0	11,301	8.0	11,712	8.2	13,330	8.9
・水光熱費	3,613	2.5	3,701	2.4	3,254	2.2	2,832	2.0	2,813	2.0		
・支払手数料	2,898	2.0	3,229	2.1	2,932	2.0	3,419	2.4	3,707	2.6		
・消耗品費	2,271	1.6	2,030	1.3	1,506	1.0	1,392	1.0	1,565	1.1		
営業利益	4,979	3.4	△ 501	△ 0.3	348	0.2	902	0.6	4,053	2.8	6,060	4.0

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、%)

	2018/2期		2019/2期		2020/2期		2021/2期		2022/2期		2023/2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	497	0.3	792	0.5	868	0.6	1,379	1.0	3,628	2.5	570	0.4
営業外費用	215	0.1	147	0.1	487	0.3	244	0.2	103	0.1	100	0.1
経常利益	5,261	3.6	143	0.1	729	0.5	2,037	1.5	7,578	5.3	6,530	4.4
特別利益	10	0.0	36	0.0	179	0.1	5	0.0	28	0.0	0	0.0
特別損失	981	0.7	3,062	2.0	3,844	2.6	3,921	2.8	3,117	2.2	1,150	0.8
税金等調整前当期純利益	4,291	2.9	△ 2,882	△ 1.9	△ 2,935	△ 2.0	△ 1,878	△ 1.3	4,489	3.1	5,380	3.6
法人税等	1,883	1.3	46	0.0	△ 60	△ 0.0	551	0.4	2,089	1.5	2,340	1.6
当期純利益	2,408	1.7	△ 2,929	△ 1.9	△ 2,874	△ 1.9	△ 2,430	△ 1.7	2,400	1.7	3,040	2.0
非支配株主に帰属する当期純利益	56	0.0	△ 2	△ 0.0	60	0.0	115	0.1	172	0.1	0	0.0
親会社株主に帰属する当期純利益	2,351	1.6	△ 2,926	△ 1.9	△ 2,934	△ 2.0	△ 2,545	△ 1.8	2,227	1.6	3,040	2.0

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)

	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2021/2期	2022/2期	2023/2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）	145,595	150,900	145,838	145,960	151,707	153,200
やよい軒（国内）	33,583	36,304	36,268	28,085	28,255	33,700
MKLレストラン（国内）	3,450	3,442	3,304	2,153	1,848	2,500
海外	1,387	3,212	3,469	2,524	2,612	3,800

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 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)

	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2021/2期	2022/2期	2023/2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	13,864	11,780	6,825	3,692	2,896	5,242
減価償却費合計	5,572	6,250	7,244	5,955	5,430	4,604
製造原価	197	625	1,304	1,122	1,052	804
販売管理費	5,372	5,622	5,938	4,832	4,373	3,799
営業外費用	2	1	1	0	5	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)

	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2021/2期	2022/2期	
	期末	期末	期末	期末	期末	増減
流動資産	25,256	17,859	21,128	21,603	27,745	6,141
現金及び預金	14,372	7,447	10,076	10,519	16,249	5,730
受取手形及び売掛金	2,786	2,377	2,648	3,013	3,401	387
商品及び製品	5,263	5,368	5,950	5,391	5,801	409
固定資産	66,243	69,527	65,050	58,785	53,049	△ 5,735
有形固定資産	48,289	50,179	45,574	40,464	35,026	△ 5,437
無形固定資産	2,389	2,921	3,031	1,928	1,453	△ 475
投資その他の資産	15,563	16,426	16,445	16,392	16,570	177
資産合計	91,499	87,387	86,179	80,389	80,795	406
流動負債	16,751	16,562	19,090	16,511	17,380	869
支払手形及び買掛金	6,097	6,229	6,108	5,402	5,508	106
固定負債	8,649	10,201	11,598	12,011	11,360	△ 650
負債合計	25,401	26,763	30,688	28,522	28,741	219
純資産合計	66,098	60,623	55,491	51,867	52,053	186
負債純資産合計	91,499	87,387	86,179	80,389	80,795	406

5. 補足資料 店舗数推移

●店舗数の状況

(単位：店舗)

	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2021/2期	2022/2期	2023/2期
	期末	期末	期末	期末	期末	予想
国内店舗数の推移	3,107	3,161	2,941	2,891	2,884	2,904
ほっともっと	2,723	2,748	2,527	2,493	2,488	2,503
やよい軒	351	377	382	372	371	376
M Kレストラン	33	36	32	26	25	25
海外店舗数の推移	212	242	259	258	253	268
海外ほっともっと合計	15	18	14	14	8	8
中国	2	2	3	2	1	1
韓国	12	15	10	11	7	7
オーストラリア	1	1	－	－	－	－
シンガポール	－	－	1	1	0	－
海外やよい軒合計	197	224	245	244	245	260
タイ	167	187	198	194	193	202
シンガポール	8	8	10	9	8	9
オーストラリア	4	4	6	6	6	6
台湾	12	18	21	21	22	22
アメリカ	3	3	3	4	3	3
フィリピン	2	3	5	6	7	8
マレーシア	1	1	2	4	5	9
中国	－	－	－	－	1	1

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	%	—	105.7	106.5	108.1	104.2	102.1	106.9	104.7	105.7	100.2	96.6	103.8	104.1	103.9
既存店	売上高前年比	%	—	106.0	106.2	107.6	104.0	102.3	107.1	105.5	106.1	100.5	96.6	103.8	104.7	104.1
新店	計	店	—	1	1	1	0	0	0	1	0	0	2	1	0	7
	RC	店	—	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	5
	PC	店	—	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	FC	店	—	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2
退店	計	店	—	△ 1	△ 2	△ 2	△ 1	0	0	△ 1	△ 2	0	0	△ 2	△ 1	△ 12
	RC	店	—	0	0	△ 1	0	0	0	△ 1	△ 1	0	0	0	0	△ 3
	PC	店	—	0	△ 1	0	0	0	0	0	0	0	0	△ 1	0	△ 2
	FC	店	—	△ 1	△ 1	△ 1	△ 1	0	0	0	△ 1	0	0	△ 1	△ 1	△ 7
移管	RC	店	—	3	△ 2	△ 2	△ 5	△ 18	△ 7	△ 7	△ 7	△ 9	△ 8	2	△ 15	△ 75
	PC	店	—	△ 4	△ 1	△ 1	△ 2	△ 7	△ 4	△ 3	△ 2	△ 3	△ 4	△ 4	△ 6	△ 41
	FC	店	—	1	3	3	7	25	11	10	9	12	12	2	21	116
改装・移転	RC	店	—	0	0	0	2	0	0	0	2	1	0	0	1	6
	PC	店	—	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	FC	店	—	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
月末店舗数	計	店	2,493	2,493	2,492	2,491	2,490	2,490	2,490	2,490	2,488	2,488	2,490	2,489	2,488	—
	RC	店	634	638	636	634	629	611	604	597	589	580	573	576	561	—
	PC	店	140	136	134	133	131	124	120	117	115	112	108	103	97	—
	FC	店	1,719	1,719	1,722	1,724	1,730	1,755	1,766	1,776	1,784	1,796	1,809	1,810	1,830	—

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	%	—	87.3	139.1	133.8	97.2	95.1	85.8	75.8	87.5	101.7	110.4	119.4	108.6	100.6
既存店	売上高前年比	%	—	86.7	139.0	133.9	97.6	95.9	86.6	75.7	87.6	101.9	110.5	120.1	110.0	100.8
新店	計	店	—	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	RC	店	—	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	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
退店	計	店	—	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	△ 2	△ 2
	RC	店	—	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	△ 2	△ 2
	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
移管	RC	店	—	0	0	0	3	1	0	0	2	1	1	0	1	9
	PC	店	—	0	0	0	0	△ 1	0	0	△ 1	△ 2	△ 1	0	△ 1	△ 6
	FC	店	—	0	0	0	△ 3	0	0	0	△ 1	1	0	0	0	△ 3
改装・移転	RC	店	—	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3	4
	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	372	372	373	373	373	373	373	373	373	373	373	373	371	—
	RC	店	263	263	264	264	267	268	268	268	270	271	272	272	271	—
	PC	店	28	28	28	28	28	27	27	27	26	24	23	23	22	—
	FC	店	81	81	81	81	78	78	78	78	77	78	78	78	78	—

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	%	－	76.4	255.6	148.1	60.4	79.3	62.7	59.3	82.1	76.2	93.5	108.6	89.2	85.8
既存店	売上高前年比	%	－	88.4	209.7	131.3	60.8	80.3	64.7	60.6	84.7	78.6	96.3	110.1	94.1	82.4
新店	計	店	－	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
退店	計	店	－	0	0	△ 1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	△ 1
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	－	26	26	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	－

		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	2,891	2,891	2,891	2,889	2,888	2,888	2,888	2,888	2,886	2,886	2,888	2,887	2,884

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	15	15	14	11	10	10	8	8	8	8	8	8
	中国		2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	韓国		11	12	12	11	10	9	9	7	7	7	7	7	7
	シンガポール		1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
やよい軒	計		244	243	243	242	240	237	237	238	240	241	245	245	245
	タイ		194	194	194	192	188	186	186	186	189	190	193	193	193
	シンガポール		9	9	9	9	10	10	10	10	9	9	9	9	8
	オーストラリア		6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
	台湾		21	20	20	21	21	21	21	21	21	21	21	21	22
	アメリカ		4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
	フィリピン		6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	マレーシア		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
	中国		0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
	海外グループ店舗数合計		258	258	258	256	251	247	247	246	248	249	253	253	253

Plenus