

株式会社プレナス 2023年2月期第1四半期 決算補足資料

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7月14日

1

株式会社プレナス 2023 年 2 月期第 1 四半期の決算説明です。

- ✓ 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。

- ✓ 2023年2月期第1四半期の業績は2期連続で増収増益となる。
 - ・売上高はほともとのFC化の進行やコロナ禍の影響があったものの、やよい軒やほともとの既存店売上高の増加で増収。
 - ・営業利益は店舗経費の増加や原材料価格高騰の影響があったものの、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したことが主な要因。
 - ・原材料価格やエネルギーコスト高騰の影響はメニューミックスや一部商品の価格見直しで対応。新店舗モデルは引き続き検証を行い、今後の出店に向けた仕組みの構築を行う。

2023年2月期第1四半期決算のサマリーです。

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してまいりました。

2023年2月期第1四半期の業績は2期連続で増収増益となりました。

売上高はほともとのFC化の進行や3月のコロナ禍の影響があったものの、やよい軒やほともとの既存店売上高の増加で増収となりました。

営業利益は店舗経費の増加や原材料価格高騰の影響があったものの、既存店売上高の増加によって増益となりました。

また、経常利益は助成金収入を計上したことが主な要因です。

なお、足もとの原材料価格やエネルギーコストの影響はメニューミックスや一部商品の価格見直しで対応しています。

また、ほともつとややよい軒の新店舗モデルは引き続き検証を行い、今後の出店に向けた仕組みの構築を行っています。

1. 2023年2月期第1四半期業績 詳細は補足資料参照

原材料価格高騰の影響があったものの、やよい軒やほっともっ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556百万円を計上したことが主な要因。

(単位：百万円・%)

	実績		前年対比				期首予想		
	金額	構成比	金額	構成比	差額	増減率	金額	構成比	1Q進捗率
売上高	36,601	100.0	35,932	100.0	669	1.9	149,800	100.0	24.4
売上総利益	18,994	51.9	18,738	52.2	256	1.4	78,370	52.3	24.2
販管費	17,694	48.3	17,651	49.1	42	0.2	72,310	48.3	24.5
営業利益	1,300	3.6	1,087	3.0	213	19.6	6,060	4.0	21.5
経常利益	2,462	6.7	1,811	5.0	651	36.0	6,530	4.4	37.7
四半期純利益※	1,402	3.8	1,002	2.8	400	39.9	3,040	2.0	46.1

※親会社株主に帰属する四半期純利益

2023年2月期第1四半期の業績です。

増収増益となりました。

売上高は366億100万円、6億6,900万円の増収

営業利益は13億円、2億1,300万円の増益

経常利益は24億6,200万円、6億5,100万円の増益

親会社株主に帰属する四半期純利益は14億200万円、4億円の増益となりました。

経常利益は時短協力金や雇用調整助成金5億5600万円を助成金収入として営業外収益に計上したことが主な要因です。

なお、第1四半期の業績予想は開示しておりません。

1. 2023年2月期第1四半期業績 収益認識に関する会計基準の適用

当第1四半期から「収益認識に関する会計基準」を適用。
営業利益以下に与える影響は無し。

(単位：百万円・%)

	実績		前年対比				※参考 実績(基準適用前)			
	金額	構成比	金額	構成比	差額	増減率	金額	構成比	前年差額	前年増減率
売上高	36,601	100.0	35,932	100.0	669	1.9	36,822	100.0	890	2.5
売上総利益	18,994	51.9	18,738	52.2	256	1.4	19,033	51.7	294	1.6
販管費	17,694	48.3	17,651	49.1	42	0.2	17,733	48.2	81	0.5
営業利益	1,300	3.6	1,087	3.0	213	19.6	1,300	3.5	213	19.6
経常利益	2,462	6.7	1,811	5.0	651	36.0	2,462	6.7	651	36.0
四半期純利益※	1,402	3.8	1,002	2.8	400	39.9	1,402	3.8	400	39.9

※親会社株主に帰属する四半期純利益

5

当社におきましては、2023年2月期第1四半期より「収益認識に関する会計基準」を適用しております。

お客様への商品やサービスの提供における当社の役割が代理人に該当する取引のうち、お客様から受け取る対価の総額で収益を認識していたものは、お客様から受け取る対価の総額から仕入先に対する支払額を差し引いた純額で収益を認識する方法に変更しております。例えば、自販機売上やマツトリースなどです。

また、当社店舗におけるディスカウントキャンペーン実施時に支給する協賛金につきまして、従来は販売費に計上していましたが、お客様に支払われる対価として売上高から減額する方法に変更しております。

この結果、今までの会計処理と比較して2023年第1四半期の売上高は2億2,100万円減少、売上原価は1億8,200万円減少し、売上総利益は3,800百万円増加しています。また、販管費は3,800万円減少しています。

従いまして、営業利益、経常利益および親会社株主に帰属する四半期純利益に影響はありません。

1. 2023年2月期第1四半期業績 セグメント別業績

店舗経費の増加や原材料価格高騰の影響があったもの、やよい軒は既存店売上高の増加で増収、赤字幅縮小。ほっともつとは既存店売上高が増加したもののFC化の進行で減収、原価率上昇等で減益となる。

(単位：百万円・%)

	売上高			セグメント利益			利益率
	金額	差額	増減率	金額	差額	増減率	
連結合計	36,601	669	1.9	1,300	213	19.6	3.6
ほっともつと	26,226	△ 516	△ 1.9	1,630	△ 100	△ 5.8	6.2
やよい軒	7,198	1,062	17.3	△ 262	308	△ 54.1	△ 3.6
MKLレストラン	531	34	6.9	△ 96	△ 12	—	△ 18.2
海外	922	109	13.5	△ 117	△ 9	—	△ 12.7
その他	1,723	△ 21	△ 1.2	104	△ 23	—	6.1
調整額	—	—	—	41	50	—	—

6

セグメント別の業績です。

ほっともつとは減収減益

やよい軒は増収、赤字幅は縮小

MK レストランは増収、赤字幅は拡大

海外は増収、赤字幅は拡大

その他は減収減益となりました。

ほっともつとは既存店売上高が増加しましたが、FC化の進行で減収となりました。

また店舗経費の増加や原材料価格の高騰の影響を受け減益となりました。

やよい軒は新型コロナウイルス感染症の影響や店舗経費の増加、原材料価格の

高騰の影響を受けたものの、既存店売上高の増加で増収、赤字幅縮小となりました。

1. 2023年2月期第1四半期業績 (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	助成金を含む セグメント利益
連結合計	1,300	556	1,856
ほっともっと	1,630	0	1,630
やよい軒	△ 262	499	237
MKレストラン	△ 96	56	△ 39
海外	△ 117	0	△ 117
その他	104	0	104
調整額	41	0	41

7

また、やよい軒や MK レストランにおきましては 営業時間短縮要請への協力や、クルーさんに休業補償を支払ったことで利益に影響がでる結果となりましたが、それによって得られた時短協力金や雇用調整助成金を、助成金収入として申請月ベースで営業外収益に計上しています。

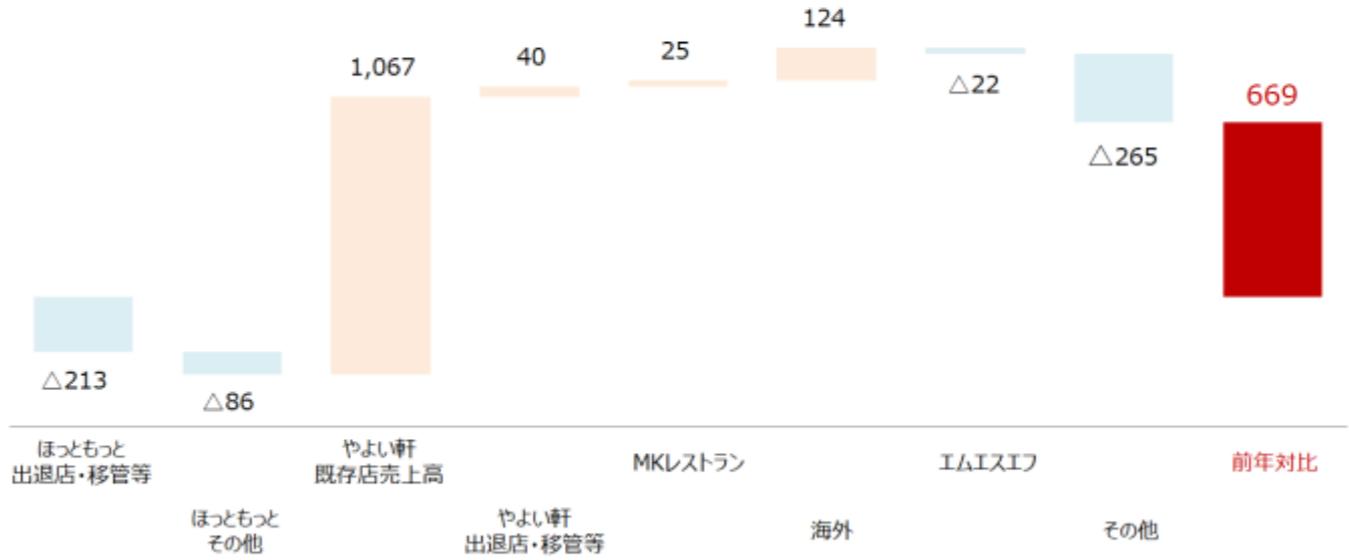
助成金収入を考慮した場合のセグメント利益では、やよい軒は黒字となり、MK レストランも回復傾向にあります。

1. 2023年2月期第1四半期業績 売上高の前年対比

669百万円の増収。

ほととちのFC化の進行による売上高の減少があったものの、やよい軒の既存店売上高の増加や海外の回復等による。

(単位：百万円)



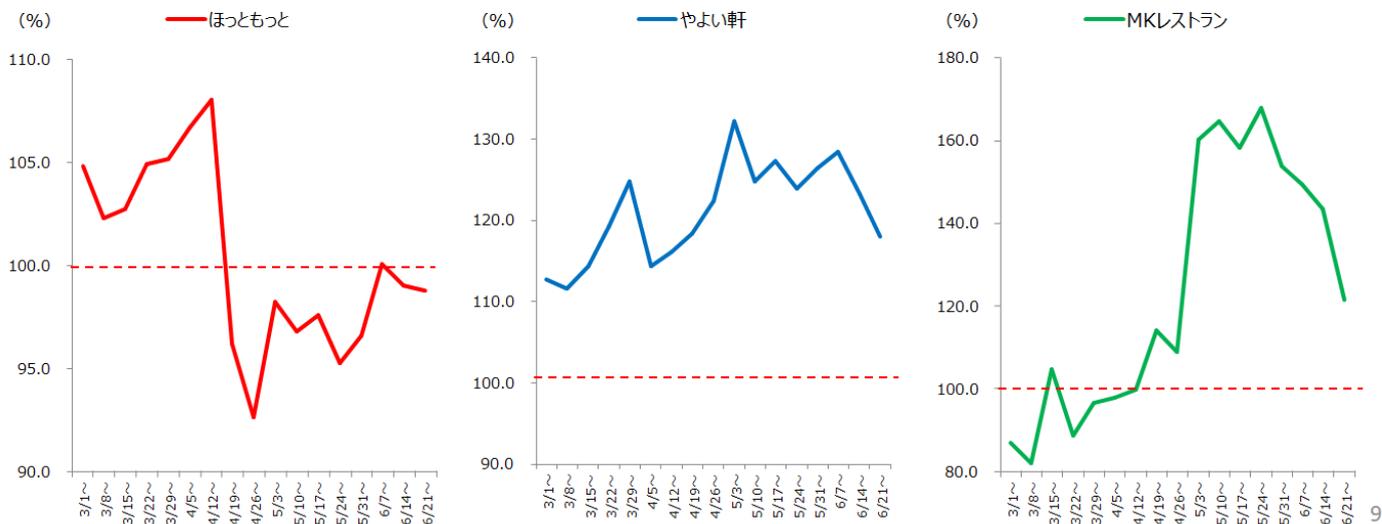
売上高の前年対比です。

6億6,900万円の増収となりました。

ほととちのFC化の進行による売上高の減少がありましたが、やよい軒の既存店売上高の増加や海外の回復等によって増収となりました。

1. 2023年2月期第1四半期業績 既存店売上高前年比の推移（同曜日比）

前年は4月以降に新型コロナウイルス感染症の感染が拡大し、ほっともとは売上増加、やよい軒・MKレストランは減少。ほっともとは前年の反動があったものの、2020年2月期比では110%前後で推移。やよい軒やMKレストランは回復傾向。



既存店売上高前年比の推移です。

ほっともっとにつきましては、前年は4月以降に新型コロナウイルス感染症の感染が拡大したこともあり、売上高が増加しました。

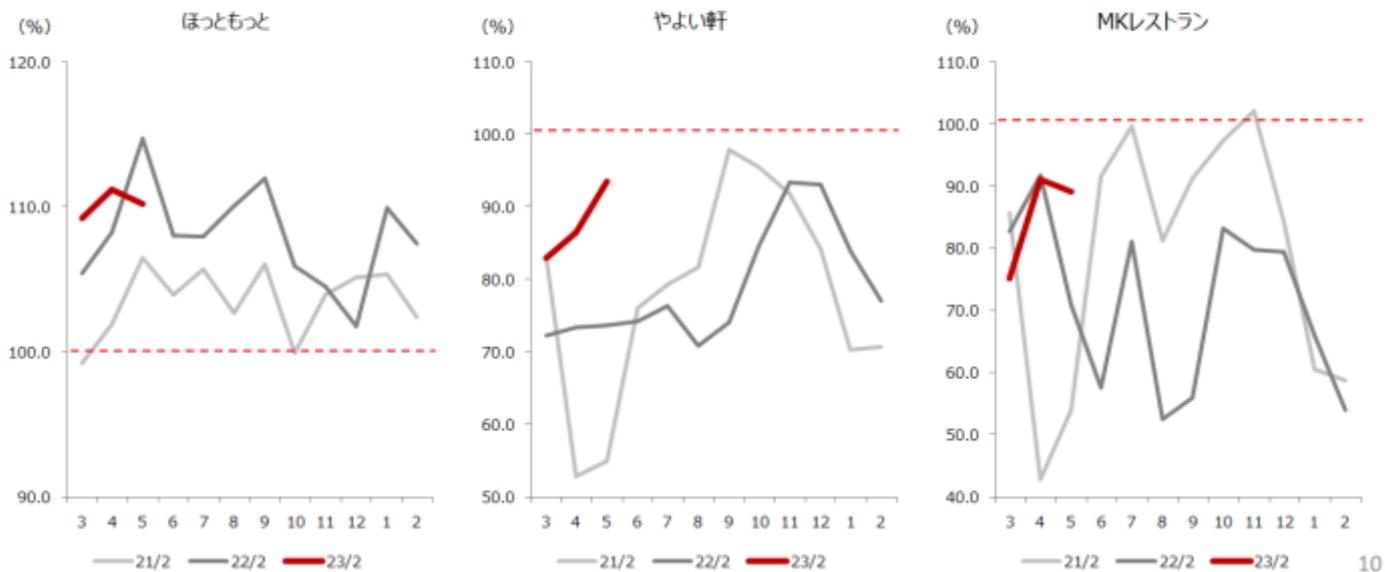
今年は前年同時期のハードルが高い環境であったため前年割れとなりましたが、6月にかけては回復傾向にあります。

また、新型コロナウイルス感染症の感染拡大前の2020年2月期比較では110%前後で推移し、好調を継続しています。

やよい軒やMKレストランにつきましては、前年4月以降に新型コロナウイルス感染症の感染が拡大の影響等により売上高が減少しましたが、足もとは回復傾向にあります。

1. 2023年2月期第1四半期業績 既存店売上高の2020年2月期比較

新型コロナウイルス感染症の感染拡大前の2020年2月期比較では、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90%程度まで回復。



既存店売上高の2020年2月期比較です。

各年度を新型コロナウイルス感染症の感染拡大前と比較しています。

ほっともっとは感染拡大前から好調に推移し、足もとでは110%前後となっています。

やよい軒やMKレストランは感染拡大の影響を大きく受けましたが、90%程度まで回復しています。

1. 2023年2月期第1四半期業績 粗利率推移

粗利額は既存店売上高の増加で前年同期実績を上回ったものの、粗利率はほとんどのFC化の進行や原材料価格高騰の影響で下回る。

(単位：百万円)



11

粗利率の推移です。

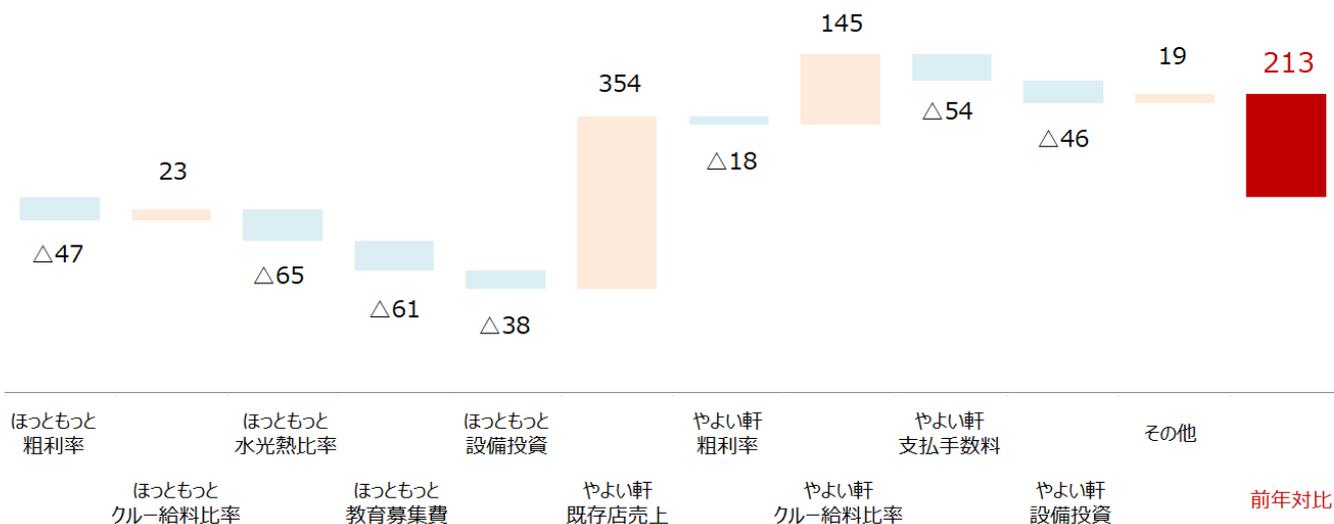
第1四半期の粗利額は既存店売上高の増加で前年同期実績を上回りましたが、粗利率は、ほとんどのFC化の進行や、原材料価格高騰の影響で下回る結果となりました。

引き続きグループ会社の活用などの生産体制の強化や、商材の見直し等によって粗利改善をすすめていきます。

1. 2023年2月期第1四半期業績 営業利益の前年対比

213百万円の増益。
店舗経費の増加や原材料価格高騰の影響があったものの、やよい軒の既存店売上高の増加等による。

(単位：百万円)



営業利益の前年対比です。

2億1,300万円の増益となりました。

店舗経費の増加や原材料価格高騰の影響がありましたが、やよい軒の既存店売上高の増加等によるものです。

なお、ほんともっとの教育募集費は、前年は使用額が少なかったものが今年は増加したこと、やよい軒の支払手数料は新型券売機導入後のキャッシュレス手数料の増加等によるものです。

1. 2023年2月期第1四半期業績 ほっともっと事業

セグメント別実績				既存店売上高の推移(%)													
	売上高	26,226	百万円	 <p>1Q:100.7</p> <p>累計 100.7</p> <p>98.6</p> <p>→売上高 ←客数</p>													
		(△ 516)															
営業利益	1,630	百万円															
	(△ 100)																
<p>●売上高の増減要因</p> <p>(+) 既存店売上高の増加(+0.7%)</p> <p>(△) FC化の進行</p> <p>●営業利益の増減要因</p> <p>(+) 既存店売上高の増加、メニューミックスや価格見直し</p> <p>(△) 原材料価格の高騰、店舗経費の増加</p>																	
店舗状況					トピックス												
	当期1Q	前期1Q	増減		<ul style="list-style-type: none"> ■ 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。 ■ 新店舗モデルを検証し、今後の出店に向けた仕組みの構築を行う。 ほっともっとグリルの新規出店は1店舗、5月末で35店舗となる。 												
店舗数	2,480	2,491	△ 11														
出店	1	3	△ 2														
退店	9	5	4														
改装・移転	7	2	5														
直営店	565	634	△ 69														
直営店比率(%)	22.8	25.5	△ 2.7														

ほっともっと事業です。

減収減益となりました。

既存店売上高が増加したものの、FC化が進行したことによって減収。

利益面につきましては、既存店売上高の増加や商品の見直しでコスト吸収を図りましたが、原材料価格の高騰や店舗経費の増加によって減益となりました。

店舗数に関しましては、今期の出店は下期に出店が増える想定ですので第1四半期時点では前年並みとなっています。

また、直営店比率につきましては、前期にFC化が進行したことで改善しています。

商品施策につきましては、引き続き、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っています。

そして、UberEatsや出前館といったデリバリーサービスやネット注文の売上は引き続き好調に推移しています。

また、ほっともっとグリルにつきましては、3月に1店舗出店し、5月末で35店舗となりました。引き続き若年層の取り込み強化、都市圏や人口集中エリアへの出店を目指してまいります。

さらに、別の新店舗モデルを一部のエリアで検証し、今後の出店に向けた仕組みの構築を行っています。

1. 2023年2月期第1四半期業績 やよい軒事業

セグメント別実績			既存店売上高の推移(%)		
	売上高	7,198 百万円		119.8 118.4	
		(+1,062)			
	営業利益	△ 262 百万円			
		(+308)			
● 売上高の増減要因 (+) 既存店売上高の増加(+19.8%) ● 営業利益の増減要因 (+) 既存店売上高の増加、メニューミックス (△) 原材料価格の高騰、店舗経費の増加					
店舗状況			トピックス		
	当期1Q	前期1Q	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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図る。 ■ 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政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。 ■ エリアやロケーションに応じた店舗モデルを検証し、今後の出店に向けた仕組みの構築を行う。 		
店舗数	366	373			△ 7
出店	0	1			△ 1
退店	5	0			5
改装・移転	2	0			2
直営店	268	264			4
直営店比率(%)	73.2	70.8	2.4		

やよい軒事業です。

増収、赤字幅縮小となりました。

原材料価格の高騰や店舗経費の増加の影響を受けましたが、既存店売上高が増加したことが主な要因です。

商品施策につきましては、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図りました。

また、今年2月までに導入した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政策と顧客別に対応した情報発信による顧客育成を行い、売上増加を目指しています。

なお、新店舗モデルにつきましては、現在、エリアやロケーションに応じた店舗モデルを一部のエリアで検証しており、今後の出店に向けた仕組みの構築を行っています。

1. 2023年2月期第1四半期業績 MKレストラン事業



MK レストラン事業です。

増収、赤字幅拡大となりました。

既存店売上高が増加したものの、原材料価格が高騰したことが主な要因です。

期間限定スープや特選具材の発売、定期的な販促施策の実施により来店頻度向上を図りました。

また、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しています。

なお、MK レストランを運営する当社子会社のプレナス・エムケイですが、当社を存続会社、

プレナス・エムケイを消滅会社とした合併を6月に実施しました。

合併によって、当社のマーケティングや商品開発機能の活用による販売強化、生産・購買機能の

統合による原価改善、間接部門コストの低減による販管費低減等によって、より一層の経営の

効率化とサービス向上を図ります。

1. 2023年2月期第1四半期業績 海外事業

セグメント別実績		四半期別売上高推移(百万円)																													
	売上高	922	百万円																												
		(+109)																													
	営業利益	△117	百万円																												
		(△9)																													
<p>●売上高の増減要因</p> <p>(+) アメリカや台湾の売上増加</p> <p>(△) オーストラリアの売上減少</p> <p>●営業利益の増減要因</p> <p>(+) アメリカの売上増加</p> <p>(△) オーストラリアの売上減少、台湾の経費増加</p>																															
店舗状況		トピックス																													
	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>当期1Q</th> <th>前期1Q</th> <th>増減</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ほっともっと店舗数</td> <td>8</td> <td>14</td> <td>△6</td> </tr> <tr> <td>出店</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>△1</td> </tr> <tr> <td>退店</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>△1</td> </tr> <tr> <td>やよい軒店舗数</td> <td>245</td> <td>242</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>出店</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>退店</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>△1</td> </tr> </tbody> </table>		当期1Q	前期1Q	増減	ほっともっと店舗数	8	14	△6	出店	0	1	△1	退店	0	1	△1	やよい軒店舗数	245	242	3	出店	2	1	1	退店	2	3	△1	<ul style="list-style-type: none"> ■ 各国の営業状況（5月時点） 全店通常営業 ■ 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。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う。 ■ 地域特性に合わせた事業展開アプローチの導入。 各モデルの成功要因を分析し、新規市場展開を目指す。 	
	当期1Q	前期1Q	増減																												
ほっともっと店舗数	8	14	△6																												
出店	0	1	△1																												
退店	0	1	△1																												
やよい軒店舗数	245	242	3																												
出店	2	1	1																												
退店	2	3	△1																												

19

海外事業です。

アメリカや台湾の売上増加等で増収、
利益面はアメリカの売上増加があったものの、オーストラリアの売上減少等によって
赤字幅拡大となりました。

なお、海外では現在、コロナ禍でも収益が見込めるビジネスモデルや地域特性に合わせた
事業展開手法を検討しています。

1. 2023年2月期第1四半期業績 その他（子会社エムエスエフ）

セグメント別実績		四半期別売上高推移(百万円)																			
	売上高	1,723	百万円																		
		(△ 21)																			
	営業利益	104	百万円																		
		(△ 23)																			
<p>●売上高の増減要因 (△) 外部売上高の減少</p> <p>●営業利益の増減要因 (△) 原材料価格の高騰、外部売上高の減少</p>		<table border="1"> <caption>四半期別売上高推移(百万円)</caption> <thead> <tr> <th>四半期</th> <th>売上高</th> <th>利益率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>22/1Q</td> <td>1,745</td> <td>7.4%</td> </tr> <tr> <td>22/2Q</td> <td>1,583</td> <td>7.0%</td> </tr> <tr> <td>22/3Q</td> <td>1,955</td> <td>7.5%</td> </tr> <tr> <td>22/4Q</td> <td>1,564</td> <td>3.5%</td> </tr> <tr> <td>23/1Q</td> <td>1,723</td> <td>6.1%</td> </tr> </tbody> </table>		四半期	売上高	利益率	22/1Q	1,745	7.4%	22/2Q	1,583	7.0%	22/3Q	1,955	7.5%	22/4Q	1,564	3.5%	23/1Q	1,723	6.1%
四半期	売上高	利益率																			
22/1Q	1,745	7.4%																			
22/2Q	1,583	7.0%																			
22/3Q	1,955	7.5%																			
22/4Q	1,564	3.5%																			
23/1Q	1,723	6.1%																			
会社概要		トピックス																			
<p>事業</p> <p>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</p>	<p>工場拠点</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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 <p>その他、全国の協力工場と連携</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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。 																			

20

その他です。

子会社のエムエスエフは、調味料や加工食品の OEM に加え、当社グループ店舗で使用している調味料等も開発しています。

その他は減収減益となりました。

外部売上高の減少や原材料価格の高騰が主な要因です。

1. 2023年2月期第1四半期業績 サステナビリティへの取り組み

ほっともっとでは「おいしさ」と「環境配慮への取り組み」の強化を目指すため、メイン容器となる「おかず容器」をリニューアル。プラスチック使用量を約20%(年間約235 t)削減。



メイン容器となる「おかず容器」をリニューアル

新おかず容器のこだわり

- 持ち帰り後もおいしく食べていただける設計
 - ・持ち運び時にこぼれにくく、持った時に熱さを感じにくい
 - ・フタがワンタッチで開き、あけやすい
 - ・仕切りを見直し、味が混ざりにくい
 - ・フタをした時に内部の水滴がサラッといきにくい
- 環境配慮への取り組みを強化
 - ・素材変更や構造の見直しでプラスチック使用量を約20%削減
 - ・単一素材の使用で身とフタの素材を統一、リサイクルが容易に
 - ・つぶしやすくすることでゴミのスペースを削減

サステナビリティへの取り組みです

ほっともっとでは「おいしさ」と「環境配慮への取り組み」の強化を目指すため、メイン容器となる「おかず容器」を4月にリニューアルしました。

持ち帰り後もおいしく食べていただける設計に加えて、環境配慮への取り組みを強化しています。

1. 2023年2月期第1四半期業績 B/Sサマリー

総資産は124百万円の減少。

単位：百万円

	2023年2月期 1Q	2022年2月期 期末	増減	概要
流動資産	28,519	27,745	773	
現金及び預金	16,948	16,249	699	税金等調整前四半期純利益(+)、配当金の支払(△)
固定資産	52,151	53,049	△ 898	減価償却(△)
資産合計	80,670	80,795	△ 124	
流動負債	16,987	17,380	△ 393	未払法人税等の支払(△)、賞与引当金や買掛金の増加(+)
固定負債	11,408	11,360	47	
負債合計	28,395	28,741	△ 346	
純資産合計	52,275	52,053	221	
自己資本	51,207	51,036	171	四半期純利益(+)、配当金の支払(△)
負債純資産合計	80,670	80,795	△ 124	
自己資本比率(%)	63.5	63.2	0.3	

22

B/Sのサマリーです。

総資産は1億2,400百万円の減少となりました。

利益は増加しましたが、配当金の支払いや減価償却があったことによるものです。

Plenus

ご説明は以上です。

最後までご覧くださりありがとうございました。