

株式会社プレナス 2023年2月期第3四半期 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ることはお控えくださいますようお願い致します。

Plenus

2023年1月13日

1

株式会社プレナス 2023 年 2 月期第 3 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3四半期累計の業績は2期連続で増収、利益面は営業利益が4期連続、四半期純利益が3期連続で増益となる。
 - ・売上高はほっともとのFC化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によって増収。
 - ・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。経常利益の減少は助成金収入が減少したこと、四半期純利益の増加は連結子会社の吸収合併にともなう法人税等の減少が主な要因。

- ✓ 今後も期首施策を継続。業績予想は期首予想を据え置く。
 - ・原材料価格やエネルギーコスト高騰の影響は一部商品の価格改定やメニューリニューアルで対応。併せてアプリ等を活用したキャンペーン等で来店を促進。
 - ・新店舗モデルは引き続き検証し、今後の出店に向けた仕組みの構築を行う。

2023年2月期第3四半期決算のサマリーです。

ウィ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3四半期累計の業績は2期連続で増収、利益面は営業利益が4期連続、四半期純利益が3期連続で増益となりました。

売上高はほっともとの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。

なお、経常利益の減少は助成金収入が減少したこと、四半期純利益の増加は連結子会社の吸収合併にともなう法人税等の減少が主な要因です。

1. 2023年2月期第3四半期累計業績 詳細は補足資料参照

売上高は既存店売上高の増加等で増収、営業利益・四半期純利益は増益。
 経常利益の減少は助成金収入の減少、四半期純利益の増加は連結子会社の吸収合併にともなう
 法人税等の減少が主な要因。

(単位：百万円・%)

| | 実績 | | 前年対比 | | | |
|---------|---------|-------|---------|-------|-------|--------|
| | 金額 | 構成比 | 金額 | 構成比 | 差額 | 増減率 |
| 売上高 | 111,588 | 100.0 | 106,994 | 100.0 | 4,593 | 4.3 |
| 売上総利益 | 57,451 | 51.5 | 55,369 | 51.7 | 2,082 | 3.8 |
| 販管費 | 53,546 | 48.0 | 52,129 | 48.7 | 1,417 | 2.7 |
| 営業利益 | 3,904 | 3.5 | 3,239 | 3.0 | 665 | 20.5 |
| 経常利益 | 5,540 | 5.0 | 6,305 | 5.9 | △ 765 | △ 12.1 |
| 四半期純利益※ | 4,020 | 3.6 | 3,456 | 3.2 | 563 | 16.3 |

※親会社株主に帰属する四半期純利益

2023年2月期第3四半期累計の業績です。

売上高は1,115億8,800万円、45億9,300万円の増収

営業利益は39億400万円、6億6,500万円の増益

経常利益は55億4,000万円、7億6,500万円の減益

親会社株主に帰属する四半期純利益は40億2,000万円、5億6,300万円の増益となりました。

なお、経常利益の減少は助成金収入が減少したこと、

四半期純利益の増加は連結子会社プレナス・エムケイの吸収合併にともなう法人税等の
 減少が主な要因です。

1. 2023年2月期第3四半期累計業績 四半期別推移

3Qは売上高が既存店売上高の増加により増収。
 営業利益は原材料価格の高騰やエネルギーコスト上昇等の影響を受けたものの増益。
 経常利益や四半期純利益の減少は助成金収入の減少が主な要因。

(単位：百万円・%)

| | 1Q | | | | 2Q | | | | 3Q | | | |
|---------|--------|-------|------|------|--------|-------|-------|--------|--------|-------|-------|--------|
| | 実績 | | 前年対比 | | 実績 | | 前年対比 | | 実績 | | 前年対比 | |
| | 金額 | 構成比 | 差額 | 増減率 | 金額 | 構成比 | 差額 | 増減率 | 金額 | 構成比 | 差額 | 増減率 |
| 売上高 | 36,601 | 100.0 | 669 | 1.9 | 36,676 | 100.0 | 1,576 | 4.5 | 38,310 | 100.0 | 2,348 | 6.5 |
| 売上総利益 | 18,994 | 51.9 | 256 | 1.4 | 18,838 | 51.4 | 600 | 3.3 | 19,618 | 51.2 | 1,225 | 6.7 |
| 販管費 | 17,694 | 48.3 | 42 | 0.2 | 17,718 | 48.3 | 537 | 3.1 | 18,133 | 47.3 | 836 | 4.8 |
| 営業利益 | 1,300 | 3.6 | 213 | 19.6 | 1,120 | 3.1 | 63 | 6.0 | 1,484 | 3.9 | 388 | 35.5 |
| 経常利益 | 2,462 | 6.7 | 651 | 36.0 | 1,398 | 3.8 | △ 598 | △ 30.0 | 1,679 | 4.4 | △ 817 | △ 32.8 |
| 四半期純利益※ | 1,402 | 3.8 | 400 | 39.9 | 1,379 | 3.8 | 256 | 22.8 | 1,238 | 3.2 | △ 93 | △ 7.0 |

※親会社株主に帰属する四半期純利益

5

四半期別推移です。

第3四半期は売上高が既存店売上高の増加により増収、

営業利益は原材料価格の高騰やエネルギーコスト上昇等の影響を受けましたが、増益となりました。

経常利益や四半期純利益の減少は助成金収入が減少したことが主な要因です。

1. 2023年2月期第3四半期累計業績 収益認識に関する会計基準の適用

当期1Q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 | 111,588 | 100.0 | 106,994 | 100.0 | 4,593 | 4.3 | 112,203 | 100.0 | 5,208 | 4.9 |
| 売上総利益 | 57,451 | 51.5 | 55,369 | 51.7 | 2,082 | 3.8 | 57,473 | 51.2 | 2,104 | 3.8 |
| 販管費 | 53,546 | 48.0 | 52,129 | 48.7 | 1,417 | 2.7 | 53,568 | 47.7 | 1,438 | 2.8 |
| 営業利益 | 3,904 | 3.5 | 3,239 | 3.0 | 665 | 20.5 | 3,904 | 3.5 | 665 | 20.5 |
| 経常利益 | 5,540 | 5.0 | 6,305 | 5.9 | △ 765 | △ 12.1 | 5,540 | 4.9 | △ 765 | △ 12.1 |
| 四半期純利益※ | 4,020 | 3.6 | 3,456 | 3.2 | 563 | 16.3 | 4,020 | 3.6 | 563 | 16.3 |

※親会社株主に帰属する四半期純利益

6

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3四半期累計期間の売上高は6億1,400万円減少、売上原価は5億9,200万円減少し、売上総利益は2,100万円減少しています。また、販管費は2,100万円減少しています。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3四半期累計業績 セグメント別業績

3Qは既存店売上高の増加により利益改善。

(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 | 累計 | 1Q | 2Q | 3Q | 累計 | 1Q | 2Q | 3Q | 累計 |
| 連結合計 | 36,601 | 36,676 | 38,310 | 111,588 | 1,300 | 1,120 | 1,484 | 3,904 | 3.6 | 3.1 | 3.9 | 3.5 |
| ほっともっと | 26,226 | 26,205 | 26,782 | 79,215 | 1,630 | 1,343 | 1,466 | 4,439 | 6.2 | 5.1 | 5.5 | 5.6 |
| やよい軒 | 7,198 | 7,168 | 7,569 | 21,935 | △ 262 | △ 349 | △ 191 | △ 803 | △ 3.6 | △ 4.9 | △ 2.5 | △ 3.7 |
| MKレストラン | 531 | 502 | 615 | 1,648 | △ 96 | △ 106 | △ 49 | △ 253 | △ 18.2 | △ 21.1 | △ 8.1 | △ 15.4 |
| 海外 | 922 | 985 | 1,277 | 3,185 | △ 117 | △ 167 | △ 143 | △ 427 | △ 12.7 | △ 16.9 | △ 11.2 | △ 13.4 |
| その他 | 1,723 | 1,813 | 2,066 | 5,603 | 104 | 92 | 121 | 318 | 6.1 | 5.1 | 5.9 | 5.7 |
| 調整額 | - | - | - | - | 41 | 307 | 281 | 631 | - | - | - | - |

※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

7

セグメント別の業績です。

ほっともっと、その他は減収減益

やよい軒、MK レストラン、海外は、増収、赤字幅縮小となりました。

詳細につきましては後ほどご説明いたします。

1. 2023年2月期第3四半期累計業績 (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 | | | | 助成金収入を含むセグメント利益 | | | |
|---------|---------|-------|-------|-------|-------|-----|----|-----|-----------------|-------|-------|-------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 累計 | 1Q | 2Q | 3Q | 累計 | 1Q | 2Q | 3Q | 累計 |
| 連結合計 | 1,300 | 1,120 | 1,484 | 3,904 | 556 | △ 9 | 0 | 546 | 1,856 | 1,111 | 1,484 | 4,451 |
| ほっともっと | 1,630 | 1,343 | 1,466 | 4,439 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1,630 | 1,343 | 1,466 | 4,439 |
| やよい軒 | △ 262 | △ 349 | △ 191 | △ 803 | 499 | △ 9 | 0 | 490 | 237 | △ 358 | △ 191 | △ 312 |
| MKレストラン | △ 96 | △ 106 | △ 49 | △ 253 | 56 | 0 | 0 | 56 | △ 40 | △ 106 | △ 49 | △ 196 |
| 海外 | △ 117 | △ 167 | △ 143 | △ 427 | 0 | 0 | 0 | 0 | △ 117 | △ 167 | △ 143 | △ 427 |
| その他 | 104 | 92 | 121 | 318 | 0 | 0 | 0 | 0 | 104 | 92 | 121 | 318 |
| 調整額 | 41 | 307 | 281 | 631 | 0 | 0 | 0 | 0 | 41 | 307 | 281 | 631 |

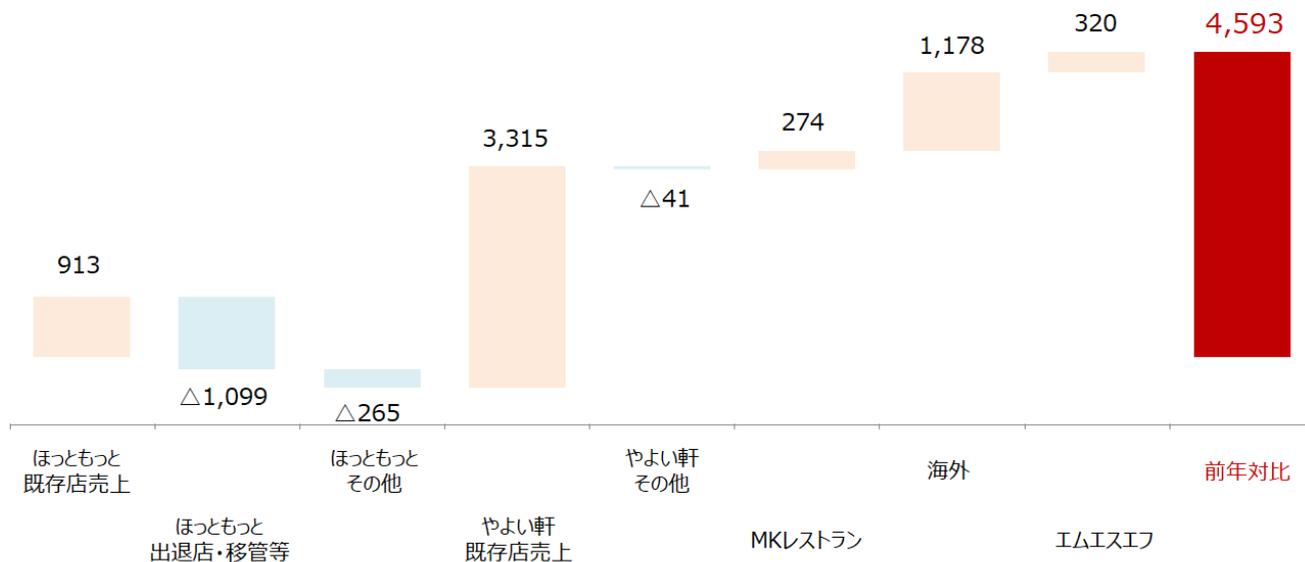
※その他の売上高にはセグメント間の内部売上高又は振替高を含む

助成金収入を含むセグメント利益です。

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しています。

1. 2023年2月期第3四半期累計業績 売上高の前年対比

4,593百万円の増収。
 ほっともっとのFC化の進行等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等による。
 (単位：百万円)



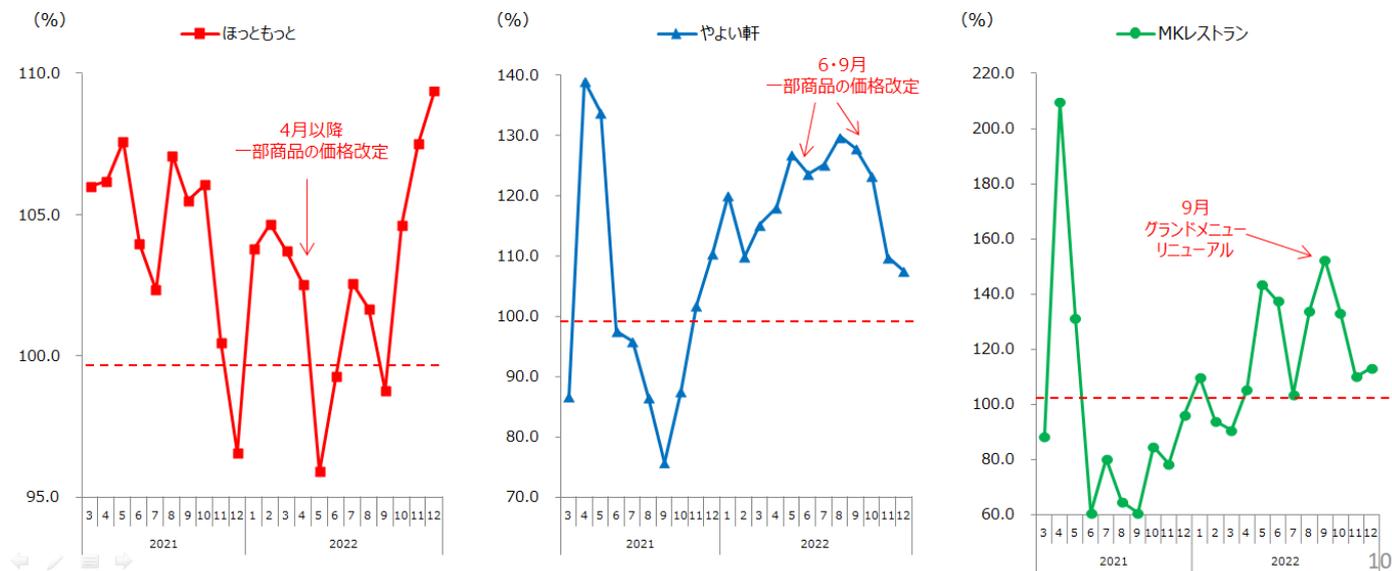
売上高の前年対比です。

45 億 9,300 百万円の増収となりました。

ほっともっとの FC 化の進行による売上高の減少がありましたが、
 既存店売上高の増加等で増収となりました。

1. 2023年2月期第3四半期累計業績 既存店売上高前年比の推移

ほっともっと、やよい軒は一部商品の価格改定を実施するも売上高に大きな影響はなく好調に推移。
MKレストランは9月にグランドメニューをリニューアル。



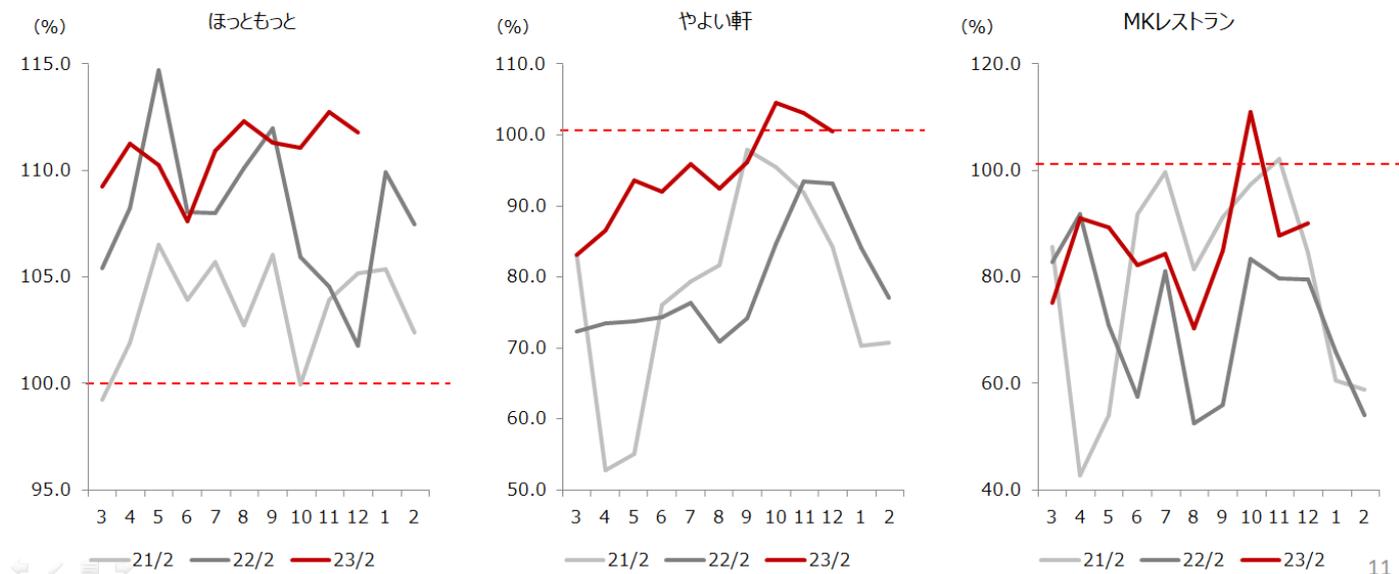
既存店売上高前年比の推移です。

ほっともっとややよい軒は価格改定を実施しましたが、現時点では売上高に大きな影響がなく順調に推移しています。

また、MK レストランにおきましては、9月にグランドメニューをリニューアルしています。

1. 2023年2月期第3四半期累計業績 既存店売上高の2020年2月期比較

ほっともっとは引き続き好調に推移。やよい軒は100%超え。
MKレストランは90%程度まで回復。



1 店舗あたりの既存店売上高を、新型コロナウイルス感染症の影響を受ける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、今期は 110%前後となっています。

やよい軒は感染拡大の影響を大きく受けましたが、足もとでは 100%超えとなっています。

MK レストランは 9 月のグランドメニューのリニューアル後は 90%程度まで回復しています。

1. 2023年2月期第3四半期累計業績 粗利率推移

原材料価格高騰の影響を受けたものの、既存店売上高の増加で前年同期実績を上回る。

(単位：百万円)



粗利率の推移です。

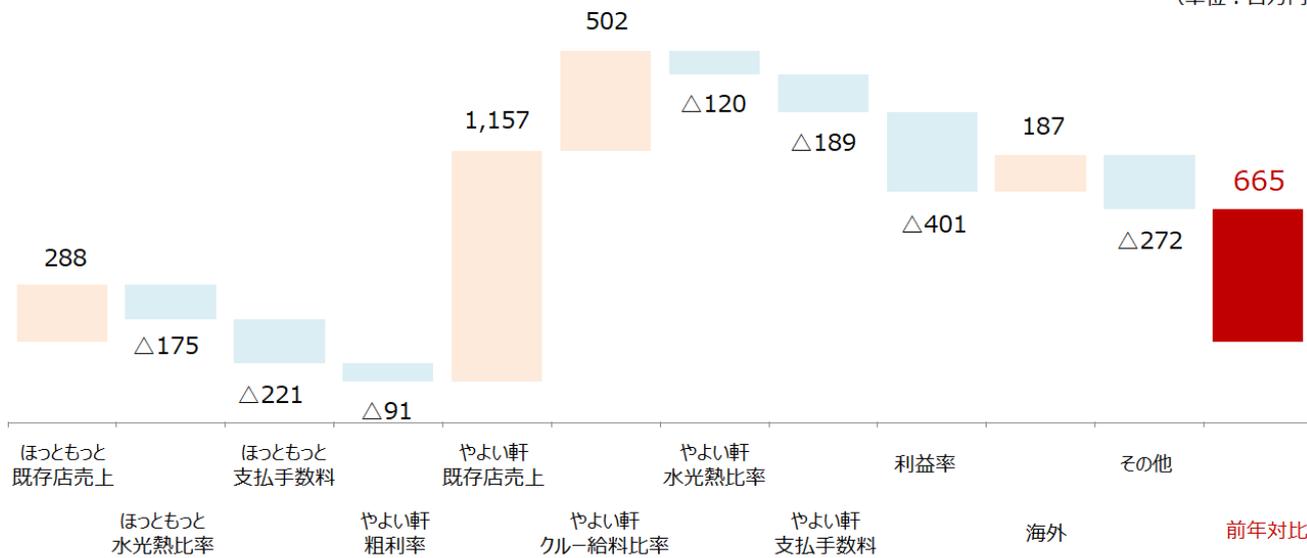
第3四半期の粗利額や粗利率は既存店売上高の増加で前年同期実績を上回る結果となりました。

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3四半期累計業績 営業利益の前年対比

665百万円の増益。
 原材料価格高騰やエネルギーコストの上昇等の影響があったものの、既存店売上高の増加による。

(単位：百万円)



営業利益の前年対比です。

6億6,500万円の増益となりました。

原材料価格高騰やエネルギーコストの上昇等の影響がありましたが、既存店売上高が増加したことなどによるものです。

1. 2023年2月期第3四半期累計業績 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 | 79,215 百万円 (△ 451) |  | |
| | 営業利益 | 4,439 百万円 (△ 1,064) | 1Q:100.7 | 2Q:101.2 |
| <ul style="list-style-type: none"> ● 売上高の増減要因 <ul style="list-style-type: none"> (+) 既存店売上高の増加(+1.9%) (△) FC化の進行 ● 営業利益の増減要因 <ul style="list-style-type: none"> (+) 既存店売上高の増加、メニューミックスや価格見直し (△) 原材料価格の高騰、店舗経費の増加 | | | <p>累計 101.9</p> <p>99.4</p> | |
| 店舗状況 | | | トピックス | |
| | 当期3Q | 前期3Q | 増減 | |
| 店舗数 | 2,468 | 2,488 | △ 20 | <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。 ■ 原材料価格や物流費などの上昇を受け、4月以降一部商品を価格改定。 ■ 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、11月末で33店舗となる。 |
| 出店 | 7 | 4 | 3 | |
| 退店 | 27 | 9 | 18 | |
| 改装・移転 | 19 | 11 | 8 | |
| 直営店 | 569 | 580 | △ 11 | |
| 直営店比率(%) | 23.1 | 23.3 | △ 0.3 | |

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、出店は新店舗モデル検証のため現時点では前年並みとなっています。

また、前期よりもFC化が進行しています。

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。

1. 2023年2月期第3四半期累計業績 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。



●9月
月見フェア
海鮮天丼/上・海鮮天丼/海鮮天とじ丼

●10月
から揚げ弁当/ロースかつ丼ディスカウントキャンペーン
カキフライ弁当/まぐろかつ丼/海鮮ミックスフライ弁当

●11月
牛すき焼き重/牛すき焼き弁当
ドラえもんブランケットプレゼントキャンペーン

ほっともっとの商品・販促施策です。

1. 2023年2月期第3四半期累計業績 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。



●10月
グリル野菜シリーズリニューアル



●10月
海鮮フェア
シーフードパエリア/カキフライプレートなど

ほっともっとグリルの商品・販促施策です。

1. 2023年2月期第3四半期累計業績 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 | 21,935 百万円 (+3,274) |  | 121.7 |
| | 営業利益 | △ 803 百万円 (+937) | | 118.9 |
| <p>● 売上高の増減要因 (+) 既存店売上高の増加(+21.7%)</p> <p>● 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</p> | | | <p>トピックス</p> <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顧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層に対応した情報発信による認知拡大を行い、売上増加を目指す。 ■ 原材料価格や物流費などの上昇を受け、9月に価格改定を実施。 ■ 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。 | |
| 店舗状況 | | | | |
| | 当期3Q | 前期3Q | 増減 | |
| 店舗数 | 365 | 373 | △ 8 | |
| 出店 | 0 | 1 | △ 1 | |
| 退店 | 6 | 0 | 6 | |
| 改装・移転 | 6 | 0 | 6 | |
| 直営店 | 267 | 271 | △ 4 | |
| 直営店比率(%) | 73.2 | 72.7 | 0.5 | |

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。

1. 2023年2月期第3四半期累計業績 やよい軒事業

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顧客層と利用機会の拡大を図る。
また、人気の定食が何度でも100円引きでお召し上がりいただけるクーポンを9・10月の2ヶ月連続で配信。



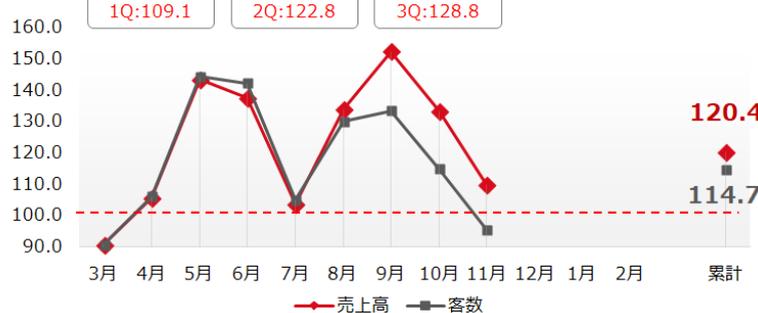
- 9月
さんまの塩焼定食
豚トロと豚バラのしょうが焼定食

- 11月
すき家き定食
チゲ定食/しょうが鍋定食

- 9～10月
公式アプリ限定「なんどもパス」
人気6定食がなんども100円引き

やよい軒の商品・販促施策です。

1. 2023年2月期第3四半期累計業績 MKレストラン事業

| セグメント別実績 | | | 既存店売上高の推移(%) | |
|---|-------|---------------------|--|----------|
|  | 売上高 | 1,648 百万円 (+273) |  | |
| | 営業利益 | △253 百万円 (+2) | 1Q:109.1 | 2Q:122.8 |
| <p>●売上高の増減要因 (+) 既存店売上高の増加(+20.4%)</p> <p>●営業利益の増減要因 (+) 既存店売上高の増加 (△) 原材料価格の高騰、店舗経費の増加</p> | | | <p>トピックス</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 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。 ■ 9月にグランドメニューをリニューアル。 食材や本格的なスープにこだわったしゃぶしゃぶメニューと、幅広い年代に愛される飲茶メニューを主軸に、デザートやドリンク、ランチメニューなども一新。 ■ 業務効率化・サービスレベル向上に向けた設備の導入開始。 | |
| 店舗状況 | | | | |
| | 当期3Q | 前期3Q | 増減 | |
| 店舗数 | 25 | 25 | 0 | |
| 出店 | 0 | 0 | 0 | |
| 退店 | 0 | 1 | △1 | |
| 改装・移転 | 1 | 0 | 1 | |
| 直営店 | 25 | 25 | 0 | |
| 直営店比率(%) | 100.0 | 100.0 | 0.0 | |

MK レストラン事業です。

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、9月にグランドメニューをリニューアルしました。

食材や本格的なスープにこだわったしゃぶしゃぶメニューと、幅広い年代に愛される飲茶メニューを主軸に、デザートやドリンク、ランチメニューなども一新しています。

MKレストランは本格「飲茶」も楽しめる「しゃぶしゃぶ」専門店
9月にグランドメニューをリニューアル、TVCMの実施で認知度の向上を図る



厳選した肉と新鮮な国産野菜を、2つのスープで自由に楽しむ新MK鍋
肉は国産牛や鹿児島県産黒豚、国産若鶏など質にこだわりグレードアップ



専門店さながらのこだわりの美味しさを堪能できる
プレミアム飲茶10種類を新たに追加し、ラインナップを充実



MKレストランの商品・販促施策です。

1. 2023年2月期第3四半期累計業績 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 | 3,185 | 百万円 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | (+1,177) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 営業利益 | △ 427 | 百万円 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | (+186) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>●売上高の増減要因 (+) 台湾、オーストラリア、アメリカの売上増加 ロイヤリティ増加</p> <p>●営業利益の増減要因 (+) 台湾、オーストラリア、アメリカの売上増加 ロイヤリティ増加</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 店舗状況 | | トピックス | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>当期3Q</th> <th>前期3Q</th> <th>増減</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ほっともっと店舗数</td> <td>5</td> <td>8</td> <td>△ 3</td> </tr> <tr> <td>出店</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>△ 1</td> </tr> <tr> <td>退店</td> <td>3</td> <td>7</td> <td>△ 4</td> </tr> <tr> <td>やよい軒店舗数</td> <td>245</td> <td>241</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>出店</td> <td>9</td> <td>8</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>退店</td> <td>9</td> <td>11</td> <td>△ 2</td> </tr> </tbody> </table> | | 当期3Q | 前期3Q | 増減 | ほっともっと店舗数 | 5 | 8 | △ 3 | 出店 | 0 | 1 | △ 1 | 退店 | 3 | 7 | △ 4 | やよい軒店舗数 | 245 | 241 | 4 | 出店 | 9 | 8 | 1 | 退店 | 9 | 11 | △ 2 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 各国の営業状況（11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3Q | 前期3Q | 増減 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ほっともっと店舗数 | 5 | 8 | △ 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 出店 | 0 | 1 | △ 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 退店 | 3 | 7 | △ 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| やよい軒店舗数 | 245 | 241 | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 出店 | 9 | 8 | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 退店 | 9 | 11 | △ 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

21

海外事業です。

台湾やオーストラリア、アメリカの売上増加やロイヤリティの増加で増収、赤字幅が縮小しました。

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3四半期累計業績 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 | 5,603 | 百万円 |
| | | (+319) | |
| | 営業利益 | 318 | 百万円 |
| | | (△ 67) | |
| <p>●売上高の増減要因 (+) 外部売上高の増加、内製化商品の拡大</p> <p>●営業利益の増減要因 (+) 売上高の増加 (△) 原材料価格の高騰</p> | | | |
| 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> | | <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。 | |
| <p>工場拠点 生産品目</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> | | | |

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。

その他は増収減益となりました。

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。

1. 2023年2月期第3四半期累計業績 B/Sサマリー

総資産は1,394百万円の増加。

単位：百万円

| | 2023年2月期 3Q | 2022年2月期 期末 | 増減 | 概要 |
|---------|----------------|----------------|---------|---------------------------|
| 流動資産 | 31,235 | 27,745 | 3,490 | |
| 現金及び預金 | 17,144 | 16,249 | 895 | 税金等調整前四半期純利益（+）、配当金の支払（△） |
| 固定資産 | 50,953 | 53,049 | △ 2,096 | 減価償却（△） |
| 資産合計 | 82,189 | 80,795 | 1,394 | |
| 流動負債 | 17,039 | 17,380 | △ 341 | 支払手形や買掛金の増加（+）、法人税の支払（△） |
| 固定負債 | 11,313 | 11,360 | △ 47 | |
| 負債合計 | 28,353 | 28,741 | △ 388 | |
| 純資産合計 | 53,835 | 52,053 | 1,782 | |
| 自己資本 | 52,649 | 51,036 | 1,613 | 四半期純利益（+）、配当金の支払（△） |
| 負債純資産合計 | 82,189 | 80,795 | 1,394 | |

| | | | | |
|-----------|------|------|-----|--|
| 自己資本比率(%) | 64.1 | 63.2 | 0.8 | |
|-----------|------|------|-----|--|



B/Sのサマリーです。

総資産は13億9,400万円の増加となりました。

減価償却や配当金の支払いがありましたが、利益が増加し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。