



2023年11月14日

各 位

東京都墨田区太平四丁目1番3号
株式会社ペッパーフードサービス
代表取締役社長 C E O 一瀬健作
(コード番号: 3053) 東証スタンダード
常務取締役
問い合わせ先 猿山 博人
開発本部長 兼 総務人事本部長
電話番号 03 (3829) 3210

中期経営計画の進捗に関するお知らせ

当社は、2023年8月14日に公表いたしました「中期経営計画の進捗及び見直しに関するお知らせ」において、添付資料（株式会社ペッパーフードサービス 2023年12月期第3四半期決算説明）のとおり進捗をお知らせいたします。

※ 本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的と判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

以上

株式会社ペッパーフードサービス 2023年12月期第3四半期決算説明



株式会社 ペッパーフードサービス
PEPPER FOOD SERVICE CO.,LTD.

2023年11月14日

市場: 東証スタンダード

証券コード: 3053

URL: <https://www.pepper-fs.co.jp/>



はじめに

2023年12月期は「新生」をテーマに、業績の回復に向け、既存事業の収益基盤強化、海外展開と新業態出店に向けた検討・準備を進めております。

第3四半期は、ワラント調達資金を活用したIT・DX投資、プロモーション投資の本格化に加え、新たな収益源の獲得を目的とした海外への出店に取り組んでおります。



PFS

株式会社ペッパーフードサービス
代表取締役CEO
一瀬 健作

いきなりステーキ
IKINARI STEAK

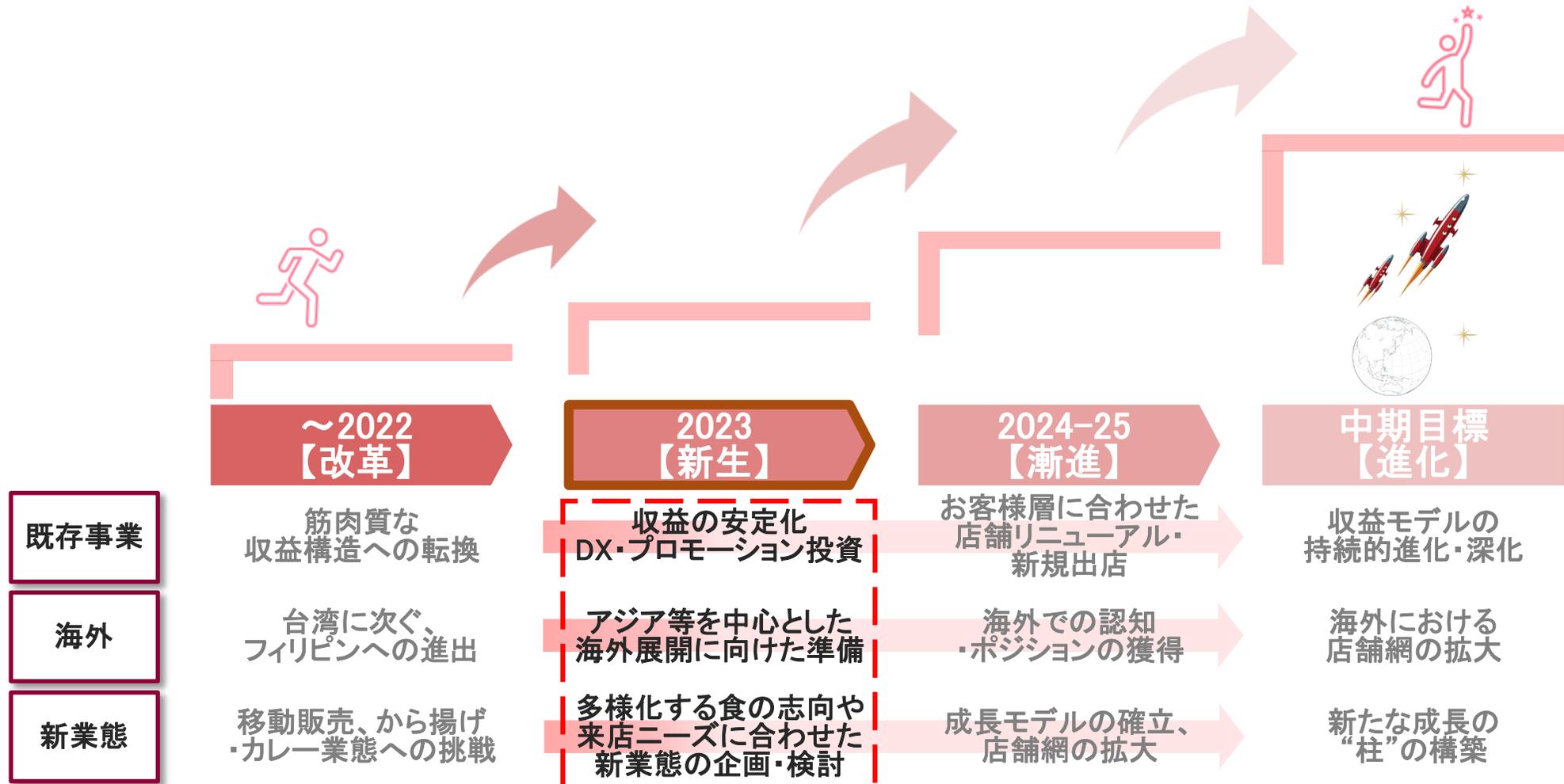
炭焼ステーキ くに

こだわりとんかつ
かつき亭 東京 古



中期目標

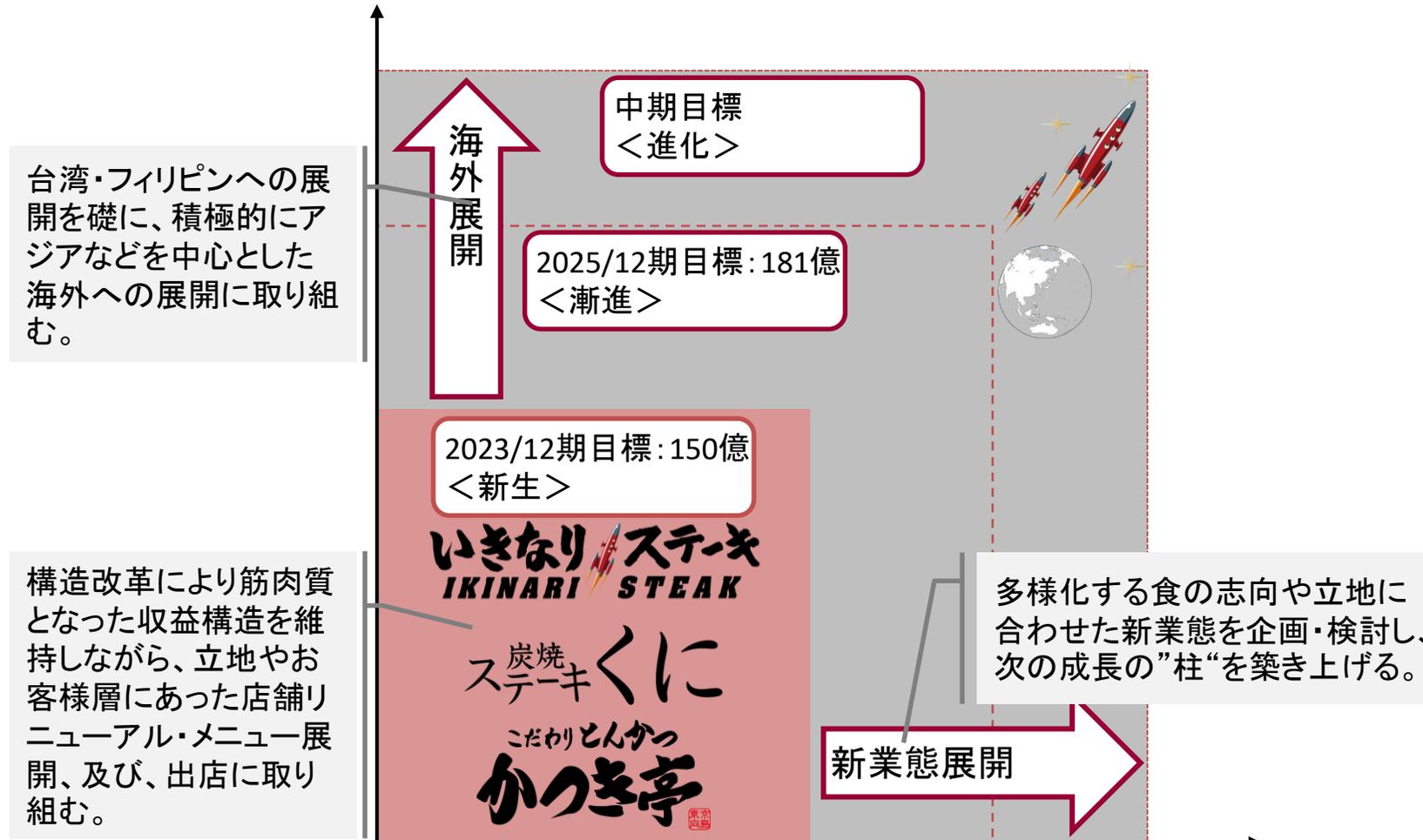
- 2023年12月期は「新生」をスローガンとして掲げており、第3四半期は、DX・プロモーション投資、海外出店等を実施し、収益の増加及び安定化を図った。





経営方針

- 既存事業の収益構造を維持しながら、立地やお客様層に合わせた店舗開発・メニュー改良を行うことで、年間150億円の売上を目標としている。





23/3Qの予実差異/全社

- WebCM、TVCMの放映をはじめとする広告宣伝投資が奏功し、8月の売上高は計画を上回ったものの、第3四半期全体では売上高、営業利益共に計画を下振れる結果となった。

単位:百万円

勘定科目	実績				23/3Q	計画				予実差異	
	23/7	23/8	23/9	収益認識影響		23/7	23/8	23/9	収益認識影響	23/3Q	23/3Q
売上高	1,495	1,564	1,402	▲785	3,676	1,495	1,536	1,482	▲672	3,841	▲165
売上原価	718	763	668	▲537	1,612	718	752	721	▲525	1,666	▲54
売上総利益	778	801	734	▲248	2,064	778	784	761	▲147	2,176	▲112
売上総利益率	52.0%	51.2%	52.4%	-	56.1%	52.0%	51.0%	51.4%	-	56.6%	▲0.5%
販売費及び一般管理費	840	854	785	▲248	2,230	840	806	823	▲147	2,322	▲92
営業利益	▲62	▲53	▲51	-	▲166	▲62	▲22	▲62	-	▲146	▲20
営業外損益	▲1	▲7	0	-	▲7	▲1	▲3	1	-	▲3	▲4
経常利益	▲63	▲59	▲51	-	▲173	▲63	▲25	▲61	-	▲149	▲24
特別損益	1	▲1	43	-	43	1	-	-	-	1	42
税引前当期純利益	▲62	▲60	▲8	-	▲130	▲62	▲25	▲61	-	▲148	18
当期純利益	▲68	▲66	▲21	-	▲155	▲68	▲30	▲66	-	▲165	10
EBITDA	▲45	▲37	▲42	-	▲125	▲45	▲5	▲45	-	▲96	▲29

※収益認識基準振替による影響を収益認識影響として記載しております。



新株予約権行使の状況

- 2023年11月14日時点で新株予約権行使による調達金額は1,938百万円となっている。

第13回新株予約権行使の状況

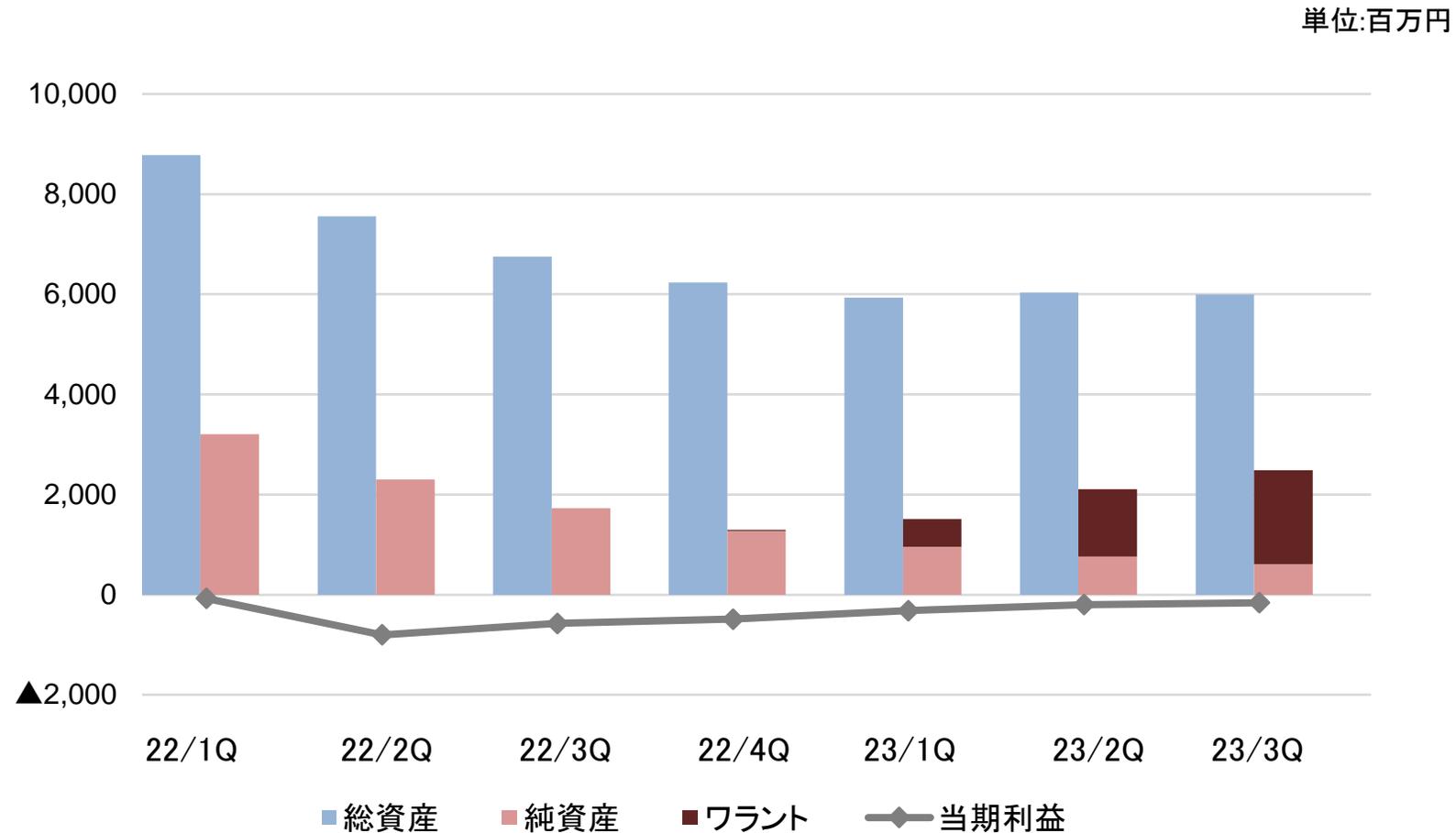
	行使された新株予約権数(株)	調達金額(百万円)
22/12月	178,700	27
23/1月	751,000	117
23/2月	1,157,200	175
23/3月	1,694,300	264
23/4月	1,258,000	186
23/5月	2,267,500	321
23/6月	2,080,800	250
23/7月	1,768,800	199
23/8月	1,888,400	206
23/9月	1,228,100	131
23/10月	524,300	53
23/11月	90,200	9
合計	14,887,300	1,938

※2023年11月14日時点



総資産・純資産の推移

- 第3四半期も、ワラントの行使は堅調に推移しており、調達資金をIT・DX投資やプロモーション投資に活用することで、売上、利益の増加を図っている。



23 / 3Q の予実差異





23/3Qの予実差異／セグメント別

収益の安定化

プロモーション・DX投資

海外展開

新業態

23/3Qのセグメント別予実差異

単位:百万円

勘定科目	実績	計画	予実差異
	23/3Q	23/3Q	23/3Q
いきなり！ステーキ事業			
売上高	3,550	3,687	▲137
営業利益	219	256	▲37
レストラン事業			
売上高	108	127	▲19
営業利益	1	▲1	1
本社・その他			
売上高	18	27	▲9
営業利益	▲385	▲401	16
合計			
売上高	3,676	3,841	▲165
営業利益	▲166	▲146	▲20

- いきなり！ステーキ事業は、継続して営業利益ベースで黒字となっているものの、計画対比では下振れる結果となった。主力事業として更に一段階の成長が必要不可欠であり、第4四半期は10周年創業祭の実施効果による売上高の増加を図る。
- レストラン事業については、事業再編の結果、牛たん業態からの撤退が完了したことにより、第3四半期は黒字着地となった。

※各セグメントの数値には収益認識基準振替による影響が含まれております。



23/3Qの予実差異要因(立地別)

収益の安定化

プロモーション・DX投資

海外展開

新業態

いきなり！ステーキ立地別計画対比

	レストラン	路面	フードコート	ロードサイド	FC店舗	いきなり本部	合計
純売上高	99.8%	98.1%	101.2%	101.5%	100.1%	-	99.8%
営業利益	77.8%	59.7%	94.8%	77.6%	95.9%	103.4%	80.0%

※赤字は営業損失

- 店舗立地毎の売上高では、フードコート、ロードサイドの店舗が計画を上回る一方で、店舗数の多い路面店において計画を僅かに下回り、いきなり！ステーキ事業全体でも計画を下回る結果となっている。
- 既存店舗については、収益の改善に向け、店舗オペレーションの分析、店舗レイアウトの変更等の対策を進めている。



23/3Qの月次売上高・客数・客単価推移

収益の安定化

プロモーション・DX投資

海外展開

新業態

直営店月次売上高・客数・客単価推移

		2023年		
		7月	8月	9月
前年同月比 (2022年7-9月)	売上高	107.0%	115.6%	116.1%
	お客様数	85.6%	110.1%	109.7%
	お客様単価	125.0%	105.0%	105.8%
計画比	売上高	100.5%	102.8%	98.6%
	お客様数	100.5%	100.9%	97.0%
	お客様単価	100.0%	101.9%	101.7%

※いきなり！ステーキ直営全店舗のうち、2022年7～9月と2023年7～9月に継続して営業を行っていた店舗のみ集計

- 第3四半期も、売上高、お客様単価は、前年同月を上回っており、お客様数についてもワイルドステーキ150g 1,000円のキャンペーンを実施していた2022年7月との対比を除き、増加傾向にあり、前年比で業績は回復傾向にある。
- 計画との対比では、いきなり！ステーキ直営全店舗においては、売上高、お客様数、お客様単価が概ね計画水準で推移していることが伺える。



損益分岐点売上比較

収益の安定化

プロモーション・DX投資

海外展開

新業態

損益分岐点売上推移(全社)

勘定科目	20/10対比			22/8対比		
	23/3	23/6	23/9	23/3	23/6	23/9
総売上高	67.9%	63.6%	63.1%	95.7%	89.6%	89.0%
売上原価	53.4%	49.0%	49.6%	89.4%	82.1%	83.0%
売上総利益	90.6%	86.4%	84.4%	102.2%	97.4%	95.3%
給料手当及び賞与	68.5%	84.8%	67.8%	83.8%	103.8%	83.0%
雑給	86.9%	80.6%	80.3%	101.3%	93.9%	93.5%
地代家賃	80.0%	76.0%	71.1%	92.7%	88.1%	82.5%
減価償却費	45.0%	26.0%	15.1%	69.2%	40.0%	23.2%
その他	85.9%	80.6%	88.8%	91.9%	86.2%	95.0%
販売費及び一般管理費	79.6%	77.5%	75.8%	91.8%	89.3%	87.4%
営業損失	25.4%	33.8%	33.6%	32.9%	43.7%	43.4%
損益分岐点売上高	57.1%	54.9%	54.7%	83.0%	79.8%	79.4%

●構造改革前後比(20/10対比)

- 2020年7月末のペッパーランチ事業売却以降、不採算店舗の撤退・本社経費の削減に取り組んでおり、2023年9月の損益分岐点売上高は、事業売却に伴う支出が完了した2020年10月と比較して、大きく引き下げられている。

●新体制前後比(22/8対比)

- 組織体制変更以降も、損益分岐点売上高改善への取り組みを続けており、損益分岐点売上高の引き下げが続いている。

※損益分岐点売上高の計算には収益認識基準振替前の数値を使用

取組施策のまとめ





取組施策のまとめ(いきなり！アンバサダー)

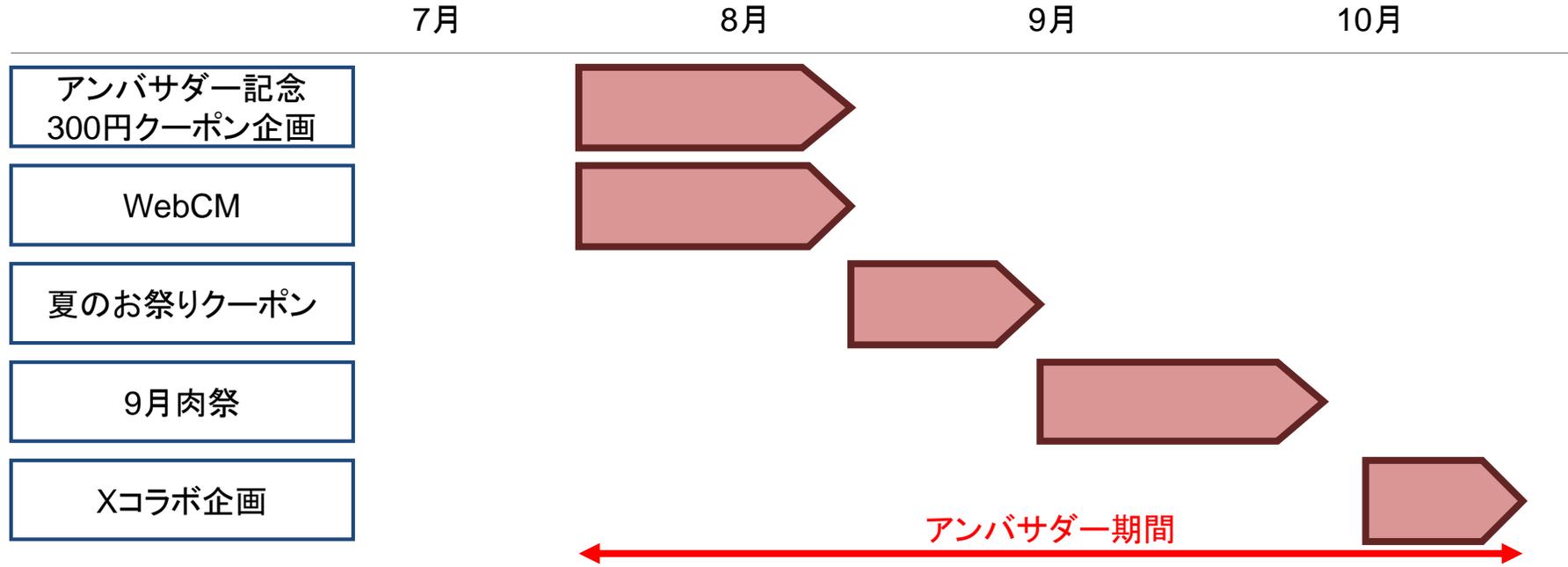
収益の安定化

プロモーション・DX投資

海外展開

新業態

スケジュール



総括

期間内は新規のお客様の来店、アプリの新規会員数の増加が見られたが、クーポン配布費用の増加等により、利益の獲得という面では課題が残る結果となった。一方、直近一年間の実績では、アプリの新規会員の3か月以内再来店率は、30~40%を記録しており、終了後の売上増加、利益貢献が期待される。

主な実施施策

- WebCM
 - Youtube等で配信したCMは、総インプレッション数36百万回以上、クーポン利用数は6万人を記録



- 夏のお祭りクーポン
 - 公式アプリ内でソース、ドリンクのクーポンを配布



- 9月肉祭
 - 9月の毎週火曜日に肉マナークーポンを2回分進呈する9月肉祭を実施。



- Xコラボ企画
 - オリジナルボイス付きの目覚まし時計が当たるキャンペーンを実施。





取組施策のまとめ(販売促進)

収益の安定化

プロモーション・DX投資

海外展開

新業態

3Qのフェア・キャンペーン

- ミスジステーキフェア
 - ・ 希少部位ミスジを100g1,000円の価格で提供。
- <販売期間>
7/28(金)~8/31(木)



3Q以降のフェア・キャンペーン

- 贅沢キューブロールステーキフェア
 - ・ リブローズ特有の柔らかな肉質が特徴であるキューブロールステーキを販売。
- <販売期間>
11/10(金)~12/17(日)



- ブレードミートステーキフェア
 - ・ サッパリとしたロースの風味豊かな赤身肉ブレードミートを販売。
- <販売期間>
9/8(金)~10/31(火)





取組施策のまとめ(販売促進)

収益の安定化

プロモーション・DX投資

海外展開

新業態

創業祭

- 10周年創業祭
 - いきなりステーキの創業10周年記念企画として、お食事回数2回毎にお食事割引クーポンが当たる、アプリスクラッチ抽選祭りを実施。
 - お食事回数20回達成で、達成者全員にロゴ入りナイフ&フォークセットをプレゼント。
 - 期間中の肉マイレージランキング上位10名には、順位に応じて、割引クーポンを進呈。

いきなりステーキ
THINK STEAK
大感謝10周年

創業祭

2023年11月1日(水)~12月20日(水)

1日最大2回カウント(15時までのお会計で1回、15時以降で1回)

お食事2回毎に!
アプリスクラッチ
抽選祭り

スクラッチで当たるお食事割引クーポン

当選確率 50%

1等 10,000円分 (1,000円×10) | 2等 1,000円分 | 3等 500円分

さらに! お食事20回で! 達成者全員に! ロゴ入りナイフ&フォーク 2月中旬頃に自宅へ発送いたします

さらに! 肉マイレージで! 期間中のランキング! 上位10名様に 割引クーポン進呈!

特典概要 スクラッチ特典

等級	特典
1等	10,000円
2等	1,000円
3等	500円

ナイフ&フォークセット



ランキング特典

順位	特典
1位	100,000円
2位	90,000円
3位	80,000円
4位	70,000円
5位	60,000円
6位	50,000円
7位	40,000円
8位	30,000円
9位	20,000円
10位	10,000円



取組施策のまとめ(広告宣伝)

収益の安定化

プロモーション・DX投資

海外展開

新業態

SNSを通じたキャンペーン(Xを通じた各種コラボキャンペーン)

- いきなり！ステーキ × SHOPLIST.com
 - ・ いきなり！ステーキの冷凍ワイルドステーキとSHOPLIST で使用可能な3,000円分のクーポンを合計10名様にプレゼントするキャンペーンを実施。



<期間>

8/29(火)~9/4(月)

- いきなり！ステーキ × Tokyo Camp
 - ・ 合同会社DRiveが運営するキャンプブランド『TokyoCamp』とのコラボ企画として、冷凍ワイルドステーキと「純正ギア TokyoCampグリル台」をセットで7名様にプレゼントするキャンペーンを実施。



<期間>

9/29(金)~10/5(木)

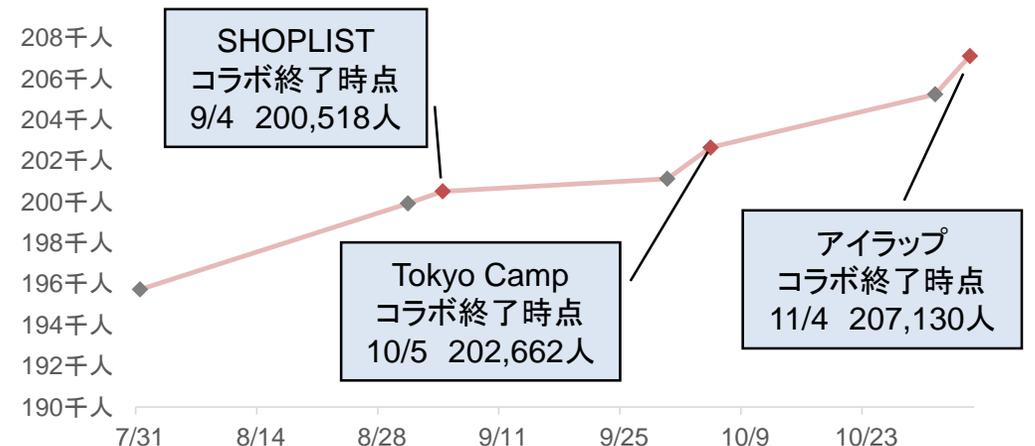
- いきなり！ステーキ × アイラップ
 - ・ 「アイラップ」とのコラボ企画として、冷凍ワイルドステーキ・いきなりスパイスと新商品「なんでもシートミニ」を含めた3点をセットで7名様にプレゼントするキャンペーンを実施。



<期間>

10/29(日)~11/4(土)

- フォロワー数推移(月末+各キャンペーン終了時点)





取組施策のまとめ(プロモーション・DX投資)

収益の安定化

プロモーション・DX投資

海外展開

新業態

プロモーション施策

- 地域限定CM
 - 7/28(金)より、北海道、愛知、九州の地域限定で、テレビCMを放映。
 - 8月は大型台風の影響を受けつつも、当該地域のお客様数増加に寄与。



DX投資

- モバイルオーダーリニューアル
 - 9/1(金)より、いきなり！ステーキ直営全店舗の「お持ち帰りモバイルオーダー」をChompy社製に変更。



- 既存店対策
 - トリノ・ガーデン株式会社様のご協力を受け、店前のタペストリーの撤去、ピーク帯の入り口扉開放等、お客様がより入店しやすい店舗作りに向けた取り組みを実施中。



取組施策のまとめ(海外展開)

収益の安定化

プロモーション・
DX投資

海外展開

新業態

海外展開

○ 新店情報

- フィリピン3店舗目となる「いきなり!ステーキ ワンアヤラモール店」を12月上旬に出店予定。
- いきなり!ステーキのアジア圏における店舗数は、フィリピン1,2号店、台湾1号店を含め、合計4店舗。



○ 既存店

- 8/19(土)にオープンした「いきなり!ステーキ ロビンソンズマゲノリア店」はオープン当初より多くのお客様にご来店をいただき、好評営業中。
- フィリピン2号店の出店があった中、1号店も客数を維持しており、売上高も好調。



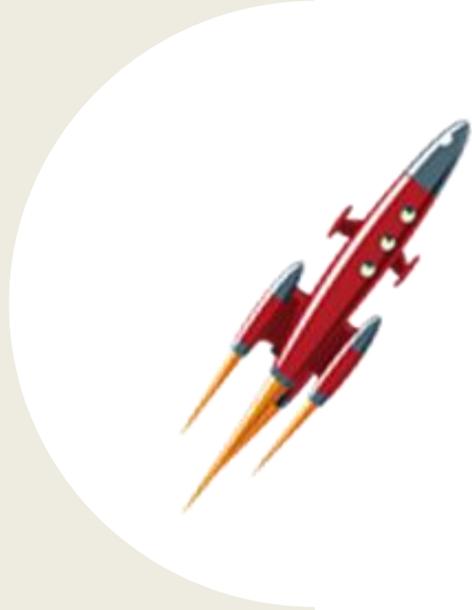


最後に

いきなりステーキ
IKINARI STEAK

炭焼
ステーキ くに

こだわりとんかつ
かつき亭 



第3四半期は、ワラント調達資金による投資の効果もあり、お客様数、売上高は増加傾向となっております。第4四半期は、いきなり！ステーキ事業の創業10周年を記念したキャンペーンを予定しており、売上の水準をさらにもう一段引き上げることによる四半期合計での計画達成、営業利益の黒字化を図ります。

PFS

株式会社ペッパーフードサービス

代表取締役CEO

一瀬 健作