



## 2024年2月期 第3四半期決算短信〔日本基準〕(連結)

2024年1月11日

上場会社名 ミニストップ株式会社

上場取引所 東

コード番号 9946

URL <https://www.ministop.co.jp/>

代表者(役職名) 代表取締役社長

(氏名) 藤本 明裕

問合せ先責任者(役職名) 執行役員経営管理本部長

(氏名) 本橋 直樹 (TEL) 043-212-6472

四半期報告書提出予定日 2024年1月12日

配当支払開始予定日 ー

四半期決算補足説明資料作成の有無 : 有

四半期決算説明会開催の有無 : 無

(百万円未満切捨て)

### 1. 2024年2月期第3四半期の連結業績(2023年3月1日~2023年11月30日)

#### (1) 連結経営成績(累計)

(%表示は、対前年同四半期増減率)

	営業総収入		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する四半期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2024年2月期第3四半期	60,486	△3.9	86	—	585	29.0	313	△97.9
2023年2月期第3四半期	62,969	—	△162	—	454	—	14,601	—

(注) 包括利益 2024年2月期第3四半期 235百万円(△98.4%) 2023年2月期第3四半期 14,273百万円(—%)

	1株当たり 四半期純利益	潜在株式調整後 1株当たり 四半期純利益
	円 銭	円 銭
2024年2月期第3四半期	10.81	10.81
2023年2月期第3四半期	503.34	503.30

(注) 「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を前第1四半期連結会計期間の期首から適用しており、2023年2月期第3四半期に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっており、対前年同四半期増減率は記載しておりません。

#### (2) 連結財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率
	百万円	百万円	%
2024年2月期第3四半期	77,814	41,425	51.8
2023年2月期	79,217	40,610	51.3

(参考) 自己資本 2024年2月期第3四半期 40,298百万円 2023年2月期 40,606百万円

### 2. 配当の状況

	年間配当金				
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭
2023年2月期	—	10.00	—	10.00	20.00
2024年2月期	—	10.00	—	—	—
2024年2月期(予想)	—	—	—	10.00	20.00

(注) 直近に公表されている配当予想からの修正の有無 : 無

### 3. 2024年2月期の連結業績予想(2023年3月1日~2024年2月29日)

(%表示は、対前期増減率)

	営業総収入		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する当期純利益		1株当たり 当期純利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
通期	83,000	2.1	900	—	1,100	—	93	—	3.21

(注) 直近に公表されている業績予想からの修正の有無 : 無

※ 注記事項

(1) 当四半期連結累計期間における重要な子会社の異動 : 無  
(連結範囲の変更を伴う特定子会社の異動)  
新規 一社 (社名) 、除外 一社 (社名)

(2) 四半期連結財務諸表の作成に特有の会計処理の適用 : 無

(3) 会計方針の変更・会計上の見積りの変更・修正再表示

- ① 会計基準等の改正に伴う会計方針の変更 : 無
- ② ①以外の会計方針の変更 : 無
- ③ 会計上の見積りの変更 : 無
- ④ 修正再表示 : 無

(4) 発行済株式数 (普通株式)

① 期末発行済株式数 (自己株式を含む)	2024年2月期3Q	29,372,774株	2023年2月期	29,372,774株
② 期末自己株式数	2024年2月期3Q	363,921株	2023年2月期	363,578株
③ 期中平均株式数 (四半期累計)	2024年2月期3Q	29,009,010株	2023年2月期3Q	29,009,231株

※ 四半期決算短信は公認会計士又は監査法人の四半期レビューの対象外です

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

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である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。業績予想のご利用にあたっては、添付資料P. 6「1. 当四半期決算に関する定性的情報 (3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明」をご覧ください。

○添付資料の目次

1. 当四半期決算に関する定性的情報	2
(1) 経営成績に関する説明	2
(2) 財政状態に関する説明	6
(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明	6
2. 四半期連結財務諸表及び主な注記	7
(1) 四半期連結貸借対照表	7
(2) 四半期連結損益計算書及び四半期連結包括利益計算書	9
四半期連結損益計算書	
第3四半期連結累計期間	9
四半期連結包括利益計算書	
第3四半期連結累計期間	10
(3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項	11
(継続企業の前提に関する注記)	11
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)	11
(セグメント情報等)	11
(収益認識関係)	12

## 1. 当四半期決算に関する定性的情報

### (1) 経営成績に関する説明

当第3四半期連結累計期間において、日本国内では雇用・所得環境が改善するなか盛夏の猛暑に続き9月以降の記録的な残暑が消費行動を活発にし景気は緩やかに回復しました。しかしながら、不安定化が進む国際情勢による原材料価格やエネルギー価格の高騰および円安による物価上昇の長期化に伴い、消費者の生活防衛意識の高まりを反映した消費行動が本格化しており、景気の先行きは不透明な状況です。また、記録的な高温をはじめとした気候変動が消費者の生活に大きな影響を与えており、環境・社会課題への取り組みが一層求められています。

このような環境において、当社グループは、“私たちは、「おいしさ」と「便利さ」で、笑顔あふれる社会を実現します。”というミッションのもと、2023-2025年中期経営計画の初年度方針を「個店モデルの競争力向上（モデル確立）と戦略的成長の推進」と定め、魅力ある商品・サービスの提供とお客さまニーズにお応えする売場づくりの両方を磨き上げるNewコンボストアモデル確立および新事業の成長を推し進めたことにより、当第3四半期連結累計期間における営業利益は前年同期より2億49百万円増益の86百万円となり第3四半期連結累計期間として5期ぶりの全段階利益黒字となりました。前年同期においては、韓国ミニストップ株式会社の全株式の譲渡により関係会社株式売却益238億31百万円を計上しました。今期はこの売却益を活用しミニストップ店舗事業やデリバリーサービス・Eコマースをはじめとした新事業への投資を推し進めており、引き続き着実な成果を創出してまいります。

国内事業では、ミニストップ店舗事業についてNewコンボストアモデル確立を推進したことに加え、9月にコンビニエンスストアの主力商品であるおにぎりのリブランディングを開始し店内手づくり米飯を含め価格と価値を磨き上げたことで販売が伸長するとともに、残暑と季節変化に対応する売場づくりを進めたことにより既存店日販および売上総利益率が伸長しました。また、Newコンボストアモデルの成功カセットを水平展開しお客さま第一のメインセットを醸成する「心装」の浸透を柱とした既存店活性化を169店舗で推し進めるとともに、期首に完了した不採算店舗の計画的閉店による経営効率の改善が進んでおります。合わせて、ミニストップパートナーシップ契約店舗を拡大するとともに、効率的・効果的な経営手法を直営店から全店へ波及させ人材採用や教育を含めた側面で効果的な指導を行う経営指導体制/本部改革を推進しました。新事業について、デリバリーサービスでは顧客獲得に向け積極的な販売促進を行うとともに利便性の向上に取り組んだほか、Eコマースではオリジナルサイトを刷新するなど販売体制を充実させたことにより売上高が伸長しました。職域事業は、オフィスなどの施設内に設置する無人コンビニ「MINISTOP POCKET（ミニストップ・ポケット）」の拠点数が1,100拠点を超え拡大を続けるとともに、オフィスに展開する拠点数を活かした新たなサービスを実施し継続して事業利益を創出しています。これらにより、国内事業の当第3四半期連結累計期間における営業利益は3億3百万円増益の3億94百万円となりました。海外事業では、ベトナム事業について経済環境の変化に対応した価格政策と高付加価値の商品開発を推し進めました。また、新たなドミナントの確立に向け積極的な新店投資を行うとともに直営多店舗化事業を支える後方支援体制の整備を進めたことにより、海外事業の当第3四半期連結累計期間における営業総収入は9億30百万円の増収となり、営業損失は3億8百万円となりました。これらの国内および海外事業で23年度方針に基づく施策を完遂し成果を創出するために、人材戦略の実行を含む中長期的なマネジメントシステム改革を推し進めております。

この結果、当第3四半期連結累計期間の営業総収入は604億86百万円（前年同期比96.1%）、営業利益86百万円（前年同期実績 営業損失1億62百万円）、経常利益5億85百万円（前年同期比129.0%）、親会社株主に帰属する四半期純利益3億13百万円（前年同期比2.1%）となりました。

各セグメント別の業績は以下のとおりです。

#### [国内事業]

期首の計画的閉店により、ミニストップ単体のチェーン全店売上高は前年同期比98.2%となりました。魅力ある商品・サービスの提供とお客さまニーズにお応えする売場づくりを実現し個店競争力を高めるNewコンボストアモデル確立を推し進め、ミニストップ店舗の既存店1店1日あたりの売上高の前年比は101.0%、既存店平均客数は同99.0%、既存店平均客単価は同102.0%となりました。コンビニエンスストア商品の既存店日販は同98.7%、店内加工ファストフード商品の既存店日販は同115.8%となりました。売上総利益率は、コンビニエンスストア商品と店内加工ファストフード商品を総合しカテゴリーの役割を再設計するMDプロセスの習熟が進み、高付加価値商品の販売が伸長したことで、当第3四半期連結累計期間では30.7%と前年同期比+0.9%改善となりました。

物価上昇が継続しお客さまの消費行動が価格と価値の二軸へと一層進むなか、当社はお客さまのご支持が伸長しているお手頃価格の品揃えの拡充とお買い得な販売促進企画を推進するとともに、おいしさの実現にこだわった付加価値の高い商品開発およびミニストップを想起いただくためのブランディング訴求を進めてまいりました。

お手頃な価格の品揃えでは、ソフトドリンクやRTD・洋酒に加え、先行モデル店舗（以下、ラボ店舗）で確立した成功カセットとして10月に全店へ水平展開したラーメンやパウチ総菜について、価格訴求型のトップバリュベストプライスなどイオングループ独自商品の品揃えを拡充したことにより好調な売上となりました。菓子やスナックでは、ジャンブル陳列什器を1,635店舗に導入しボリュームある陳列で買い合わせを訴求したことにより売上を押し上げました。また販売促進企画では、乳製品をはじめ対象商品のご購入で新商品や定番商品が1個無料となるレシートクーポンを発行する「1つ買うと1つもらえる！1GETキャンペーン」を集中展開したほか、人気の増量企画では、店内加工のスナックやポテトで9月に「フレンチフライポテト1.5倍増量セール」、10月に「大盛りびたこやみつきソース4個増量」を実施し好評を博しました。

お客さまにご満足いただける高付加価値の商品開発および価値訴求では、9月にコンビニエンスストアの主力商品であるおにぎりをカテゴリーごとの役割の再設計に基づいて一新しました。具材の「産地へのこだわり」「素材を活かした調理法」「具材の良さを引き出す調味」を軸とした商品開発と、パッケージを含めた価値訴求の刷新および商品定着に向けた計画的で中断の無い販売促進を実施したことにより、特にお値打ちであることが明確な価格帯の商品でお客さまのご支持が伸長しました。引き続き定番商品を中心に価格設計の磨き上げを進めてまいります。また、できたてのおいしさをお届けする高付加価値の手づくりおにぎりでは、9月に旬の食材を使用した「きのご飯」、11月には具材を贅沢に使用した「鮭づくし」を発売しました。また、店舗のワークスケジュールおよび製造計画活用の習熟が進み常にお客さまにご満足いただける品揃えを実現する素地が整うなか、九州地区限定ロングセラー商品の「かしわめし」について、地域のお客さまにご愛顧いただいているおいしさを全エリアのお客さまにも味わっていただくために11月末時点で東海地区以西まで販売エリアを拡大しました。「かしわめし」は炊き込みご飯を使用することで最適な製造量を事前計画し充実した品揃えを効率的に実現でき、より付加価値の高いセット商品を含めお買い求めやすい価格帯でご提供できることがお客さまへの価値訴求につながりご好評をいただいております。これらの取り組みによりおにぎりの売上は好調に推移しており、引き続きお値打ちな商品の開発と高付加価値の品揃えの拡充、価値訴求を進めるとともに買い合わせを促す品揃えを充実させてまいります。ソフトクリームをはじめとしたコールドスイーツでは、5月に実施した「北海道フェア」で北海道産食材を使用したおいしさへのこだわりを訴求し7月にはSNSを活用したソフトクリームの写真投稿数で総数2万件を超える世界記録を達成したことに続き、11月には昨年新発売しご好評いただいた商品の付加価値を磨き上げた「香るベトナムカカオチョコソフト」を発売しました。おいしさにこだわり、ベトナム産「60DAYSチョコレート」を100%使用しフレッシュなカカオの香りを楽しんでいただけるとともに、カカオの生産者を支援するサステナビリティ・プログラムに準じた原料を使用することで、当社のソフトクリームをお召し上がりいただくことが社会課題の解決につながるという新たな付加価値を訴求しました。またコールドスイーツでは、ソフトクリームと同じ北海道産原料を使用した「白いハロハロ」を10月に発売しました。目新しさを打ち出すとともに北海道産食材を使用したおいしさにこだわり、盛夏の定番商品であるハロハロを記録的な残暑の続く10月に訴求したことで、コールドスイーツの売上は好調に推移しました。引き続き当社のミッションである「おいしさ」の実現にこだわるとともに、社会貢献といった新たな付加価値を備えた商品開発およびブランディング訴求を進めてまいります。

魅力ある商品・サービスの提供とともに、お客さまにご満足いただける売場づくりと販促企画を店頭で100%実現し個店競争力を高めるために「心装」の取り組みを全店で推進しております。お客さま第一のマインドセット醸成と完全作業を実現する「心装」の取り組みは、店舗作業の効率化と時間帯別の作業割り当ての再設計を進めたワークスケジュール活用を中心に推し進めております。先行して取り組んだ直営店では完全作業へ近づくことで各施策の店頭実現度が上がり売上が伸長する効果が出ており、直営店での取り組みを組織的学習することで全店への波及が進んでおります。また「心装」を取り組みの柱に、売場の標準化とラボ店舗の成功カセットを一括して導入する既存店活性化を当第3四半期連結会計期間に29店舗で実施し2023年11月末時点で計169店舗にて推し進めました。活性化をきっかけに加盟店を主体として「心装」を浸透させ、成功カセットの効果を最大化する取り組みを推進しております。全エリアの活性化店舗を役員が巡回し加盟店経営者と面談の上、目指すお店づくりへの意思を従業員とともに醸成し教育や目標設定を通じて売上計画を実行するプロセスを成功事例として波及させております。

「心装」の推進に伴い、ハード面での活性化との相乗効果により売上伸長が続いております。冷凍食品では売場を拡大し買い合わせを促す売場づくりを進め前年比20%以上の売上伸長となったほか、店内手づくり米飯はコンビニエンスストア商品の米飯と隣接した売場づくりを行い組み合わせでの購入を促したことで売上は前年比30%以上伸長しました。また、店内加工ファストフード商品についてお客さまがご気軽にご注文いただけるよう提供方法のデジタル化を推進しました。セルフレジを活用した注文システムとデジタルコルトンを使用した商品訴求、お呼び出しのシステムを整備するとともに8月よりモバイルオーダーでのご注文受付を全エリアで開始しており、店内加工のポテトやコールドスイーツの売上は前年比20%以上伸長しました。引き続き加盟店を主体に「心装」を柱とした取り組みを推進し着実に店頭実現力を高め、お客さまにご満足いただける売場づくりを実現してまいります。

加盟店との新たな関係を築き、共に成長を目指すミニストップパートナーシップ契約店舗は2023年11月末において596店舗となりました。パートナーシップ契約および複数店舗経営者の構成比拡大に伴い加盟店と本部が共に成長するために、発注や稼働計画の設計、経費コントロールを含めた効率的な経営手法を確立するとともに人財採用や教育といった従来の経営指導の未着手領域に踏み込む経営指導体制/本部改革を推し進めました。経費コントロールでは、省エネ機器の導入などハード面での取り組みとともに節電マニュアルに基づく空調機の温度設定やフィルター清掃等を直営店で完全作業した運用の効果を、全店へと拡大することで当第3四半期連結累計期間における全店の電気使用量は前年を下回り水道光熱費の低減が進みました。また、パートナーシップ契約店舗では発注や製造指導の側面から経営指導の質的転換が進んだことで、当第3四半期連結累計期間における1店1日当たり売上高の前年比は全店の実績を上回りました。お客さまにご満足いただける品揃えを実現するとともに店舗の経営効率を向上させるため、発注手順を明確に定めAIを活用した発注提案システムとの統合を進めており、店舗拡大に向けた精度向上を進めております。加えて、加盟店と本部とのパートナーシップをより強固にするとともに本部をハブとした加盟店同士のコミュニケーションを促進するために、8月に全店へマネジメントタブレットを導入しました。10月より店舗での実施事項を明確にし店頭実現度を引き上げるための情報発信を開始しており、引き続き加盟店の成功事例の発信などスピーディーな情報共有を進め売上伸長につなげてまいります。今後も、本部の経営指導体制の質的転換と加盟店の適正な投資および完全作業によりお客さまにご満足いただける売場づくりを実現するために、共に繁栄する事業の共同体として加盟店と一丸となって取り組んでまいります。

店舗開発は、7店舗を出店、59店舗を期首に計画的に閉店し当第3四半期連結累計期間末店舗数は1,855店舗となりました。来期の出店に向け、開発体制を整備しエリア戦略に基づく開発の取り組みを推進するとともに、Newコンポストアモデルのコンセプトとなる新フォーマット店舗を構築してまいります。

新事業として成長させているデリバリーサービス・Eコマースは積極的な投資を行い、新たな商品提供手段として販売チャネル拡大を進めるとともに品揃えとプロモーションを拡充しお客さまニーズにお応えしてまいりました。デリバリーサービスは、複数のデリバリーサービス事業者と連携し2023年11月末時点で1,163店舗にて展開するとともに、従来21時までとっていた受付時間を拡大し深夜にかけてのご注文受付を順次開始しております。また、タイムパフォーマンスを重視するターゲットユーザーに集中したお得なクーポンやキャンペーンを継続して実施し新規利用およびリピーターの獲得を進めました。加えて、デリバリーサービスの成長に伴う受注増加への確に対応するためにワークスケジュールを活用した完全作業を進め、品切れ防止に努めたことによりデリバリーサービスの売上高は前年同期比約4倍の水準まで伸長しており、引き続き販売チャネルの拡大と日用品を含む品揃えの拡充を進めてまいります。

Eコマースは、季節や流行に応じてお客さまニーズに合わせた柔軟な商品訴求と利便性の向上を図るために、10月にオリジナルサイトを全面刷新し「MINISTOP Online（ミニストップ オンライン）」としてリニューアルしました。リニューアルに合わせ、オンラインとリアル店舗をつなぐインターフェースであるミニストップアプリとの連動を開始しOMO（Online Merges with Offline、オンラインとオフラインの融合）活用を進めております。また、お歳暮やクリスマスケーキのほかエアフライヤーといった調理器具や専門店の食品などオンラインならではの品揃えを拡充するとともに、11月には当社として初めて「ブラックフライデー」セールをリアル店舗とオンラインで同時開催しました。店頭だけでなくご自宅でも、お客さまニーズにお応えする商品提供手段の磨き上げを進め、Eコマースの売上高は前年比10倍以上に伸長しました。

ミニストップアプリは、顧客分析に基づく販売促進のほか決済機能やモバイルオーダー機能の拡充に加え、10月にはEコマースと連動を開始するなどOMOの重要なパーツとして成長を進めており、2023年11月末時点でダウンロード数は130万件を突破し会員売上高は前年同期と比較して2倍以上伸長しました。決済手段の拡大および機能拡充のほか決済サービス企業と連動したお得なキャンペーンを実施し新規会員の獲得を進め、1 To 1 マーケティングの顧客基盤を構築するとともにOMO活用につなげるインターフェースとして事業の相乗効果を生み出してまいります。

職域事業は、オフィスなどの施設内に設置する無人コンビニ「MINISTOP POCKET (ミニストップ・ポケット)」の拠点数が2023年11月末時点で1,108拠点に拡大しました。オフィスの人流回復と季節ごとの職域のニーズに合わせた品揃えの拡充および拠点毎の在庫管理システム稼働を拡大し品切れ防止を進めたことにより、1拠点当たりの売上高が前年比20%以上伸長し事業として継続した黒字を創出しております。引き続き新しいマーケットの開拓を進めるとともに、多数のオフィスに拠点を設ける職域事業の特性を活かし動画広告や商品供給サービスといった新サービスを展開し事業として成長させてまいります。

Newコンポストモデル確立および新事業を推進し成果を創出するため、組織・風土改革を含めた中長期のマネジメントシステム改革を推し進めております。意思決定プロセスの改善と職務要件の再定義を行い、政策を着実に遂行するマネジメント力を備えるための人財戦略の立案と実行を推進しております。成果につなげるための週次での行動設計と評価を明確しPDCAの徹底度を上げ生産性を高めるとともに、政策に基づく行動を完遂し数値計画を達成してまいります。

ネットワークサービス株式会社は、国内店舗向けの共同配送事業を展開しており、定温センター13ヶ所、常温センター6ヶ所、冷凍センター10ヶ所を運営しています。配送ルート数および1ルートあたりの走行距離の削減に加えて、冷凍商品の納品形態を変更し配送を効率化したことにより、コスト削減とともにCO2排出量削減といった環境負荷の低減に取り組んでおります。また物流の「2024年問題」への対応について、11月より店舗での納品方法変更をはじめオペレーション効率化を推進しており、納品時間の見直しや配送員の働き方を含めた物流改革に取り組んでおります。

ESGに関する主な取り組みについて、CO2削減の取り組みでは、気候変動対応として当社が算定した範囲内におけるCO2排出量の85.5%を占める店舗の電力使用量を削減することに注力しております。2030年までに店舗で排出するCO2を2013年比50%削減するという目標のもと、一部地域の使用電力源を再生可能エネルギーに順次切り替えて脱炭素化を進めております。また、店内外の照明をLEDに変更する取り組みとともに、長く続いた残暑に対応し且つ店舗における節電の取り組みにより店舗あたりの平均電力使用量を前年同期と比較して1.8%削減しました。

食品ロス削減の取り組みでは、資源循環の促進として2025年までに2015年比50%削減するという目標のもと、値引き販売による「発生抑制(リデュース)」を9割の店舗で進めております。また、10月の食品ロス削減月間に合わせて、全店において「てまえどり」の告知を行い、お客さまとともに食品ロス削減に取り組みました。プラスチック使用量削減の取り組みでは、6月より当社の看板商品であるソフトクリームに添えていたスプーンの素材を、石油由来のプラスチックから食べることが可能な「食べるスプーン」に全店舗で切り替えました(※)。使い捨てカトラリー使用を止めることによって脱炭素化と脱プラスチック化の同時達成を目指します。(※小麦・大豆アレルギーをお持ちのお客さまにはプラスチックスプーンをお渡ししております。)

社会貢献活動では、1991年より継続している小学校に花の苗を届ける花の輪運動募金を通年で実施しております。今年は300校の小学校に花の苗を贈呈し1991年の開始時から、延べ17,134校、約453.5万株の贈呈となりました。店舗における小中学生の職場体験学習である「チャイルドインターンシップ」は、当第3四半期連結会計期間において35店舗にて39校91名にご参加いただきました。

ガバナンスの取り組みでは、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を図るため、社外取締役比率を3分の1以上とし支配株主と少数株主の利益相反を防止するための特別委員会ならびに過半数が社外取締役で構成され独立性を有した指名委員会を設置しています。また、多様な知識・経験・能力を備えた取締役会での活発な議論を通じてガバナンスの実効性を高めております。

以上の結果、当第3四半期連結累計期間における国内事業の営業総収入は545億1百万円(前年同期比94.1%)、営業利益は3億94百万円(前年同期比434.0%)となりました。

## 〔海外事業〕

当第3四半期連結累計期間において、ベトナムでは2023年1月より付加価値税の減免措置が終了したことで消費動向が影響を受けたほか、製造業を中心に実質GDP成長率が政府目標を下回りました。しかしながら、7月以降に減免措置が再適用となったことが消費の下支えとなり、マクロ経済は徐々に前向きな状況となっております。

このような環境の中、直営多店舗化事業として成長投資を進めるベトナム事業について、新フォーマット店舗の出店拡大および既存店改装を積極的に推進したことにより、前年同期より営業総収入は9億30百万円の増収となり営業損失は3億8百万円となりました。

ベトナムのMINISTOP VIETNAM COMPANY LIMITEDは、ベトナム経済の変化に対応し小型スーパーや伝統的な市場を含む競合に対して価格優位性を確保するための価格政策および低単価商品の開発を推進するとともに、ファストフードをはじめとした高付加価値の商品開発を推し進めております。また、ワンストップ型の新フォーマットについて、ホーチミン市郊外での新たなドミナント出店と既存店改装店舗の拡大を進める一方、店舗後方支援体制の拡充を推し進め、チェーン全店売上高は前年同期比120.3%となりました。新フォーマットの新規出店を26店舗、既存店改装を9店舗にて実施し当第3四半期連結累計期間末店舗数（2023年9月末）は161店舗となりました。

国内事業で習熟が進むカテゴリーマネジメントに基づくMDプロセスを取り入れ、7月より全店で実施した価格訴求では、飲料や即席麺といった加工食品、菓子や雑貨をはじめ147アイテムで値下げを実施し買い合わせを促進する売場づくりを推し進めました。加えて、お値打ちを訴求する販促企画ではおにぎりの具材1.5倍増量セールやサンドイッチ1個購入で対象のドリンク1本無料交換といったキャンペーンを計画的に実施しました。高付加価値の商品開発ではコーヒーや新鮮な果物の果肉を使用したドリンクの拡充を進めたことにより好調な販売で推移しており、引き続き来店動機につながる価格と価値での商品訴求を進めてまいります。また、新フォーマットを中心に品揃えを拡充する生鮮食品について、鮮度向上に向けた鮮度改革を配送体制から店舗オペレーションまでトータルな取り組みとして推し進めており、今後もお客さまにご満足いただける高品質の品揃えを実現してまいります。

直営多店舗化モデルの運営を支える後方支援体制の構築では、店舗サポートデスクの稼働効率向上のほか、ワークスケジュールの全店導入と作業手順書による完全作業の実現を推し進めております。また、1人の店長が複数の店舗を管理するスーパーインテンドント制の拡大に向けた店舗業務の効率化と店長の育成を推進しております。

以上の結果、当第3四半期連結累計期間における海外事業の営業総収入は59億84百万円（前年同期比118.4%）、営業損失は3億8百万円（前年同期実績 営業損失2億53百万円）となりました。

## （2）財政状態に関する説明

（資産、負債及び純資産の状況）

当第3四半期連結会計期間末における総資産は、前連結会計年度末に比べ14億2百万円減少し、778億14百万円となりました。これは主に有価証券が40億円、未収入金が18億46百万円、器具及び備品（純額）が10億56百万円増加し、関係会社預け金が90億円減少したことによります。

負債は、前連結会計年度末に比べ22億18百万円減少し、363億88百万円となりました。これは主に買掛金が9億40百万円増加し、預り金が9億25百万円、未払法人税等が6億22百万円、店舗閉鎖損失引当金が4億71百万円、流動負債その他に含まれる1年内リース債務が4億39百万円減少したことによります。

純資産は、前連結会計年度末に比べ8億15百万円増加し、414億25百万円となりました。これは主に非支配株主持分を11億23百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益を3億13百万円計上し、配当金の支払として5億80百万円があったことによります。

## （3）連結業績予想などの将来予測情報に関する説明

当社グループは、購入頻度が高い食事に関わる商品の改革、お客さま起点による売場の再設計、先行実験店での取り組みが成功している事例の拡大、ミニストップアプリの活用を中心としたプロモーション活動、効率的な店舗運営の仕組みづくりを推し進めるとともに、経営効率の改善に引き続き努め、計画を達成する見込みです。これにより2024年2月期の業績予想につきましては、2023年4月12日の決算短信で公表しました連結業績予想から変更ございません。

## 2. 四半期連結財務諸表及び主な注記

## (1) 四半期連結貸借対照表

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2023年2月28日)	当第3四半期連結会計期間 (2023年11月30日)
<b>資産の部</b>		
流動資産		
現金及び預金	6,427	7,295
加盟店貸勘定	7,823	7,825
有価証券	—	4,000
商品	1,433	1,753
未収入金	9,329	11,176
関係会社預け金	24,000	15,000
その他	3,749	3,776
貸倒引当金	△68	△58
流動資産合計	52,694	50,768
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物（純額）	6,055	6,158
機械装置及び運搬具（純額）	1,338	1,229
器具及び備品（純額）	1,897	2,953
土地	428	428
リース資産（純額）	361	132
建設仮勘定	53	42
有形固定資産合計	10,135	10,945
無形固定資産		
ソフトウェア	3,457	3,316
その他	138	184
無形固定資産合計	3,595	3,501
投資その他の資産		
投資有価証券	78	900
長期貸付金	1	1
差入保証金	11,939	10,988
繰延税金資産	5	1
その他	913	855
貸倒引当金	△146	△147
投資その他の資産合計	12,792	12,599
固定資産合計	26,523	27,046
資産合計	79,217	77,814

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2023年2月28日)	当第3四半期連結会計期間 (2023年11月30日)
<b>負債の部</b>		
流動負債		
買掛金	13,461	14,402
加盟店借勘定	174	234
短期借入金	330	—
1年内返済予定の長期借入金	169	—
未払金	3,849	4,083
未払法人税等	689	67
預り金	10,869	9,944
賞与引当金	193	377
店舗閉鎖損失引当金	488	17
事業撤退損失引当金	34	—
その他	1,809	1,151
流動負債合計	32,071	30,279
固定負債		
リース債務	185	42
長期預り保証金	3,923	3,809
繰延税金負債	166	149
退職給付に係る負債	97	7
資産除去債務	1,833	1,850
その他	329	249
固定負債合計	6,535	6,109
負債合計	38,607	36,388
純資産の部		
株主資本		
資本金	7,491	7,491
資本剰余金	6,032	6,032
利益剰余金	27,917	27,650
自己株式	△642	△642
株主資本合計	40,799	40,532
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	24	31
為替換算調整勘定	△151	△225
退職給付に係る調整累計額	△65	△40
その他の包括利益累計額合計	△192	△234
新株予約権	3	3
非支配株主持分	—	1,123
純資産合計	40,610	41,425
負債純資産合計	79,217	77,814

(2) 四半期連結損益計算書及び四半期連結包括利益計算書

四半期連結損益計算書

第3四半期連結累計期間

(単位：百万円)

	前第3四半期連結累計期間 (自 2022年3月1日 至 2022年11月30日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2023年3月1日 至 2023年11月30日)
営業総収入	62,969	60,486
営業原価	31,423	28,691
営業総利益	31,546	31,794
販売費及び一般管理費	31,708	31,708
営業利益又は営業損失(△)	△162	86
営業外収益		
受取利息	315	320
受取配当金	2	2
違約金収入	76	55
受取補償金	190	7
過年度消費税等	—	65
その他	57	71
営業外収益合計	641	521
営業外費用		
支払利息	18	10
その他	6	11
営業外費用合計	24	22
経常利益	454	585
特別利益		
固定資産売却益	42	16
関係会社株式売却益	23,831	—
店舗閉鎖損失引当金戻入額	—	70
その他	70	—
特別利益合計	23,944	86
特別損失		
固定資産売却損	—	0
減損損失	513	351
店舗閉鎖損失	401	4
店舗閉鎖損失引当金繰入額	54	2
その他	16	0
特別損失合計	985	358
税金等調整前四半期純利益	23,413	313
法人税、住民税及び事業税	4,187	51
法人税等調整額	4,622	△16
法人税等合計	8,810	34
四半期純利益	14,602	278
非支配株主に帰属する四半期純利益又は非支配株主に帰属する四半期純損失(△)	1	△35
親会社株主に帰属する四半期純利益	14,601	313

四半期連結包括利益計算書  
第3四半期連結累計期間

(単位：百万円)

	前第3四半期連結累計期間 (自 2022年3月1日 至 2022年11月30日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2023年3月1日 至 2023年11月30日)
四半期純利益	14,602	278
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	2	7
為替換算調整勘定	△324	△76
退職給付に係る調整額	△6	25
その他の包括利益合計	△329	△43
四半期包括利益	14,273	235
(内訳)		
親会社株主に係る四半期包括利益	14,268	272
非支配株主に係る四半期包括利益	5	△37

## (3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項

(継続企業の前提に関する注記)

該当事項はありません。

(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)

該当事項はありません。

(セグメント情報等)

## 【セグメント情報】

I 前第3四半期連結累計期間(自 2022年3月1日 至 2022年11月30日)

1. 報告セグメントごとの営業総収入及び利益又は損失の金額に関する情報並びに収益の分解情報

(単位:百万円)

	報告セグメント		
	国内事業	海外事業	計
営業総収入			
加盟店からの収益(注) 1	23,005	389	23,394
物品の販売(注) 2	21,259	4,506	25,765
その他(注) 3	1,889	157	2,047
顧客との契約から生じる収益	46,154	5,053	51,208
その他の収益(注) 4	11,761	—	11,761
外部顧客に対する営業総収入	57,916	5,053	62,969
セグメント間の内部営業総収入又は振替高	49	—	49
計	57,965	5,053	63,019
セグメント利益又は損失(△)(注) 5	90	△253	△162

(注) 1 加盟店からのロイヤルティ等の収入のほか、加盟店に対する商品の売上高が含まれます。

2 直営店における顧客に対するものです。

3 エリアフランチャイザーから受取ったロイヤルティ収入、デジタルサイネージ広告費、太陽光売電収入等が含まれます。

4 商品ベンダー等の取引先から受け取った運搬料や各種手数料が含まれます。

5 セグメント利益又は損失(△)は、四半期連結損益計算書の営業損失(△)と一致しています。

2. 報告セグメントごとの固定資産の減損損失に関する情報

(単位:百万円)

	国内事業	海外事業	合計
減損損失	508	5	513

Ⅱ 当第3四半期連結累計期間(自 2023年3月1日 至 2023年11月30日)

1. 報告セグメントごとの営業総収入及び利益又は損失の金額に関する情報並びに収益の分解情報

(単位：百万円)

	報告セグメント		
	国内事業	海外事業	計
営業総収入			
加盟店からの収益(注)1	23,462	419	23,882
物品の販売(注)2	17,049	5,433	22,482
その他(注)3	2,362	131	2,493
顧客との契約から生じる収益	42,873	5,984	48,858
その他の収益(注)4	11,628	—	11,628
外部顧客に対する営業総収入	54,501	5,984	60,486
セグメント間の内部営業総収入又は振替高	55	—	55
計	54,557	5,984	60,542
セグメント利益又は損失(△)(注)5	394	△308	86

(注) 1 加盟店からのロイヤルティ等の収入のほか、加盟店に対する商品の売上高が含まれます。

2 直営店における顧客に対するものです。

3 エリアフランチャイザーから受取ったロイヤルティ収入、デジタルサイネージ広告費、太陽光売電収入等が含まれます。

4 商品ベンダー等の取引先から受け取った運搬料や各種手数料が含まれます。

5 セグメント利益又は損失(△)は、四半期連結損益計算書の営業利益と一致しています。

2. 報告セグメントごとの固定資産の減損損失に関する情報

(単位：百万円)

	国内事業	海外事業	合計
減損損失	350	1	351

(収益認識関係)

顧客との契約から生じる収益を分解した情報

顧客との契約から生じる収益を分解した情報は、「注記事項(セグメント情報等)」に記載のとおりであります。