

銘柄コード:2669



カネ美食品株式会社

2015年3月期 第2四半期 決算説明会

本資料に記載されている今後の業績見通し及び各情報などは、現段階における入手可能な事項と、当社が十分合理的であると判断した事項に限って記載を致しております。

今後起こり得る各要因によって、当社の今期計画の予定及び業績が著しく異なってくる可能性も有り得ますので、その点を踏まえてのご参考資料として頂ければ幸いです。



【本資料に関するお問合せ先】

カネ美食品株式会社 総務部TEL (052)879-6113(直)

E-mail: soumu-ir@kanemi-foods.co.jp

URL: <http://www.kanemi-foods.co.jp>

テナント事業

- ・スーパーマーケットを中心に、百貨店や駅ナカなどへ出店
- ・東海地方を中心に、関東、関西に店舗展開
- ・地域や周辺環境に合わせ、柔軟な対応ができるよう様々な業態やブランドを展開

【出店先】

■スーパーマーケット	279店舗
ユニー(アピタ・ピアゴ)	264店舗
その他(アオキスーパー、オオゼキ等)	15店舗
■百貨店・駅ナカ・駅ビル等	28店舗
百貨店	14店舗
駅ナカ・駅ビル	11店舗
その他(商業施設等)	3店舗
■外食店舗	3店舗
寿司御殿	3店舗



アピター宮店



eashionペリエ稲毛店

外販事業

- ・15工場を配置
- ・コンビニエンスストアへ納品する弁当・おにぎり・パスタ等を製造
- ・鉄道各社の運営するコンビニエンスストアへ納品する弁当・おにぎり等を製造
- ・地域の生活協同組合から、主に夕食宅配弁当の製造を受託

【納品先】

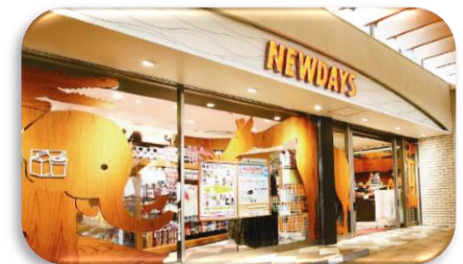
■コンビニエンスストア	5,630店舗
サークルK、サンクス	5,580店舗
ファミリーマート、ファミマ!!	50店舗
■鉄道系コンビニエンスストア	750店舗
キヨスク(東海キヨスク)	86店舗
NEWDAYS(JR東日本リテールネット)	442店舗
ハート・イン(JR西日本デイリーサービスネット)	215店舗
サンコス(名鉄産業)	7店舗

■宅配関連

コープみらい、おおさかパルコープ、コープあいち 等 全11カ所の生活協同組合



サークルKサンクス



NEWDAYS

I. 2015年3月期 第2四半期 決算概要と下期の見通し

II. 中長期ビジョン

会社概要

決算参考資料

I. 2015年3月期 第2四半期 決算概要と下期の見通し

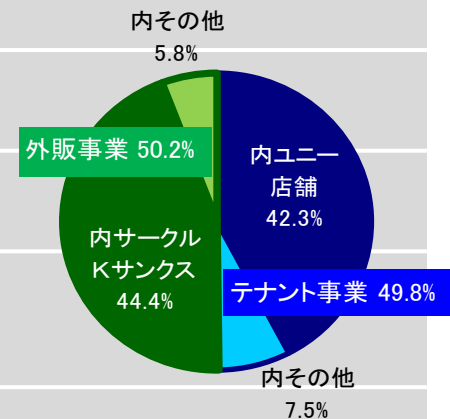
※ 当社は2014年3月期第3四半期より「非連結会社」へ移行しております。

当該資料内の前第2四半期は個別数値を記載しており、また前年同期間との比較に関する事項につきましても個別数値と比較しております。

2015年3月期 第2四半期 決算サマリー

業績の状況	<ul style="list-style-type: none"> ● <売上高> 増税や天候不順等の影響により既存店舗の売上が厳しく推移するものの、前期テナント新設店舗と外販事業の鉄道系コンビニおよび宅配関連の増加により、概ね前期並みを確保 売上高: 420億28百万円(前期比 100.2%) ● <営業利益> 外販事業における生産効率の向上により利益確保に努めるものの、水道光熱費の増加やテナント事業における人件費の増加が影響し、全体として減益 営業利益: 11億72百万円(前期比 95.3%)
テナント事業	<ul style="list-style-type: none"> ● 商品の見直しや店舗運営の精度向上、人材育成の強化に取り組み、増税後の売上確保に注力 売上高: 209億21百万円(前期比 100.7%)
ユニーグループ 店舗	<ul style="list-style-type: none"> ● 定番商品の見直しや個食パックの品揃えの充実など商品力の強化 売上高: 177億87百万円(前期比 97.9%)
その他店舗	<ul style="list-style-type: none"> ● 商品の価格帯を見直し、多様な客層に対応できる売場づくり 売上高: 31億34百万円(前期比 120.1%)
外販事業	<ul style="list-style-type: none"> ● 天候不順による影響やエリアフランチャイズの脱退により、サークルKサンクスへの売上減少 ● 鉄道系コンビニおよび宅配関連は順調に推移 売上高: 211億6百万円(前期比 99.7%)
コンビニエンスストア	<ul style="list-style-type: none"> ● おにぎり製造機の入替による製造効率の向上とロスの削減 ● 8/26より株式会社ファミリーマートが展開する首都圏50店舗への納品を開始 売上高: 186億94百万円(前期比 96.2%)
鉄道系 コンビニエンスストア	<ul style="list-style-type: none"> ● NEWDAYS向けの調理パンをチルド専用の埼玉工場にて製造を集約 ⇒ 品質の向上、製造の効率化 売上高: 13億38百万円(前期比 145.5%)
宅配関連	<ul style="list-style-type: none"> ● 各地域の生活協同組合における夕食宅配の利用者の定着 ● チルド惣菜の納品を『ならコープ』『おおさかパルコープ』で開始 売上高: 8億78百万円(前期比 135.9%)
その他	<ul style="list-style-type: none"> ● 新卒採用の状況 平成27年4月入社予定内定者 84名(男性:29名、女性:55名) (参考)平成26年度 63名(男性:33名、女性:30名) 平成25年度 67名(男性:26名、女性:41名)

売上高構成



業績の状況

売上高は概ね前期並みに推移するものの、人件費や水道光熱費の増加により全体として減益

(単位:百万円)

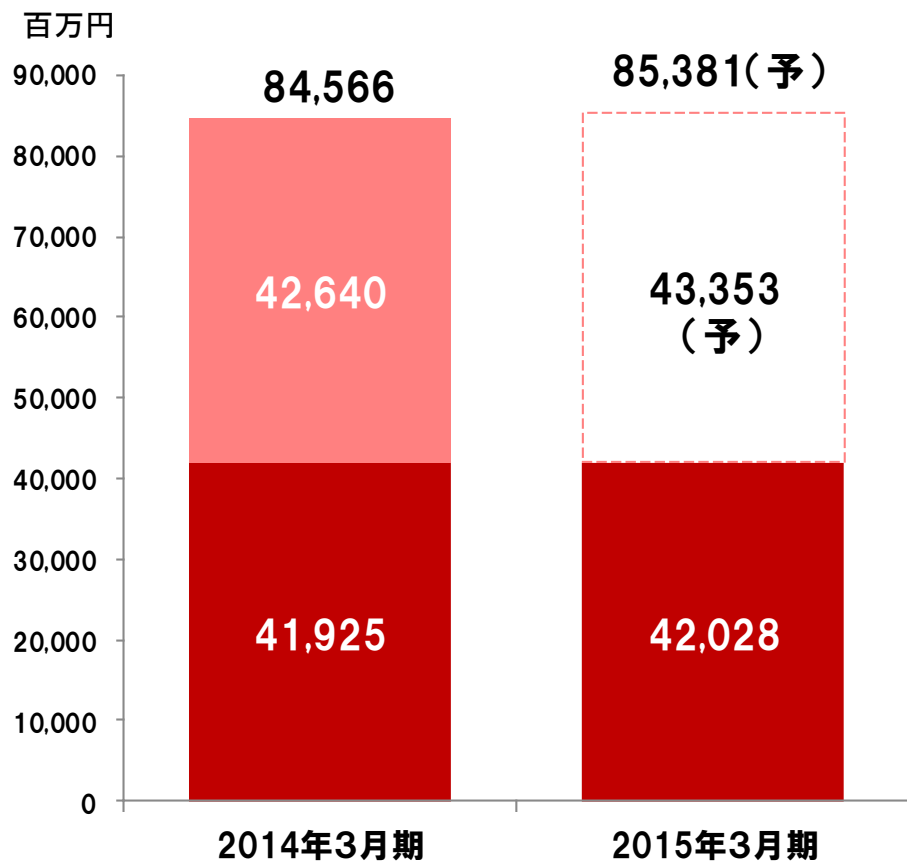
	2014年3月期				2015年3月期							
	第2四半期		通期		第2四半期						通期	
	実績	構成比 (%)	実績	構成比 (%)	計画	構成比 (%)	実績	構成比 (%)	前期比 (%)	計画比 (%)	計画	構成比 (%)
売上高	41,925	100.0	84,566	100.0	42,655	100.0	42,028	100.0	100.2	98.5	85,381	100.0
テナント事業	20,761	49.5	42,757	50.6	21,529	50.5	20,921	49.8	100.7	97.1	43,469	50.9
外販事業	21,163	50.5	41,808	49.4	21,125	49.5	21,106	50.2	99.7	99.9	41,911	49.1
営業利益	1,229	2.9	2,563	3.0	1,182	2.7	1,172	2.7	95.3	99.1	2,507	2.9
経常利益	1,286	3.0	2,676	3.1	1,230	2.8	1,228	2.9	95.4	99.8	2,601	3.0
四半期純利益	697	1.6	1,201	1.4	687	1.6	863	2.0	123.6	125.4	1,303	1.5

(注)売上高は各事業のセグメント間の内部売上高を除いて表示しております。

業績の推移

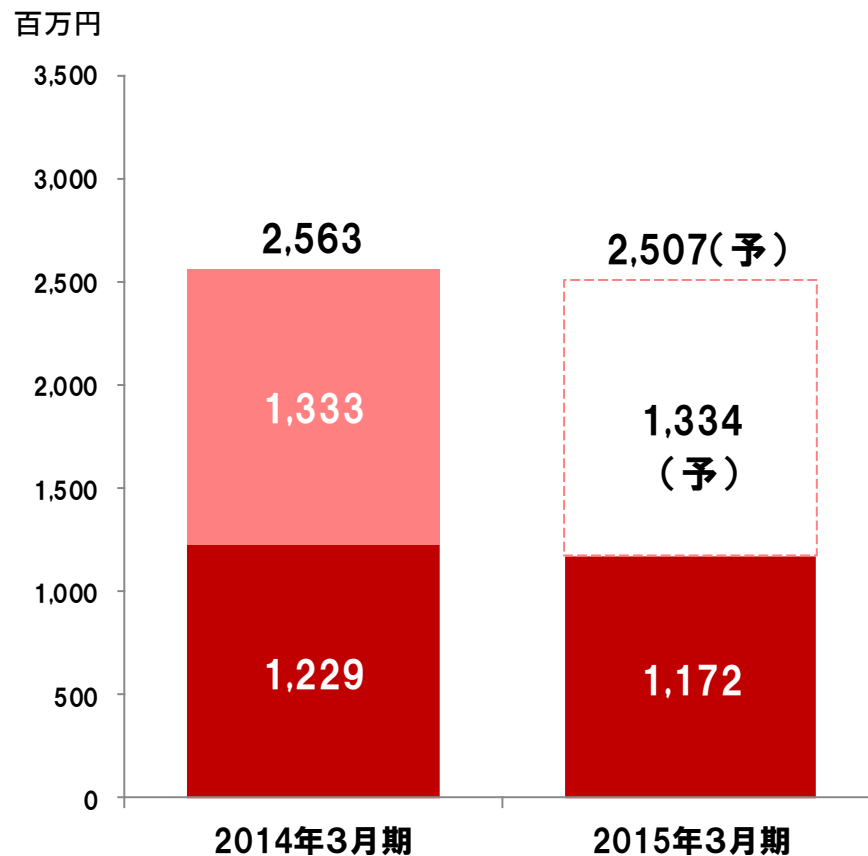
売上高

■ 上期 ■ 下期



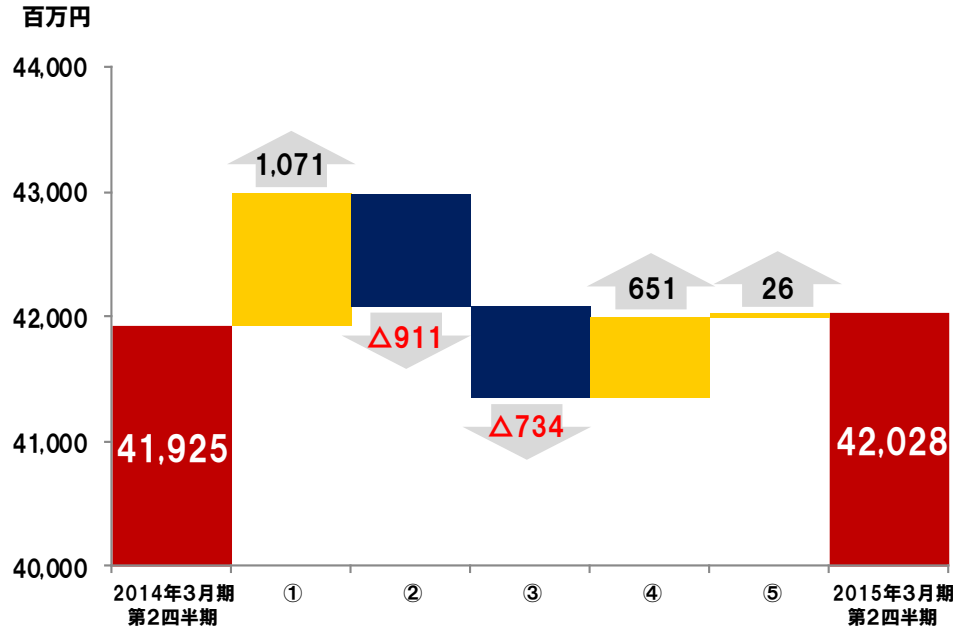
営業利益

■ 上期 ■ 下期



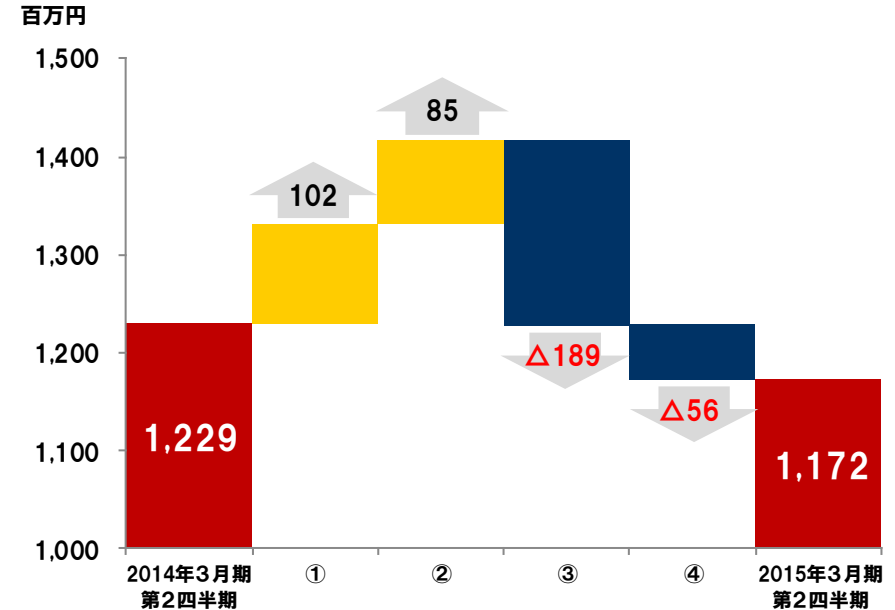
売上高と利益の増減要因

売上高の分析



2014年3月期 第2四半期 売上高	41,925百万円
①テナント事業 前期の店舗増加による売上増加	1,071百万円
②テナント事業 廃店、既存店舗による売上減少	△911百万円
③外販事業 コンビニエンスストアの売上減少	△734百万円
④外販事業 鉄道系コンビニ、宅配関連の売上増加	651百万円
⑤外販事業 その他	26百万円
2015年3月期 第2四半期 売上高	42,028百万円
増減額	102百万円

営業利益の分析

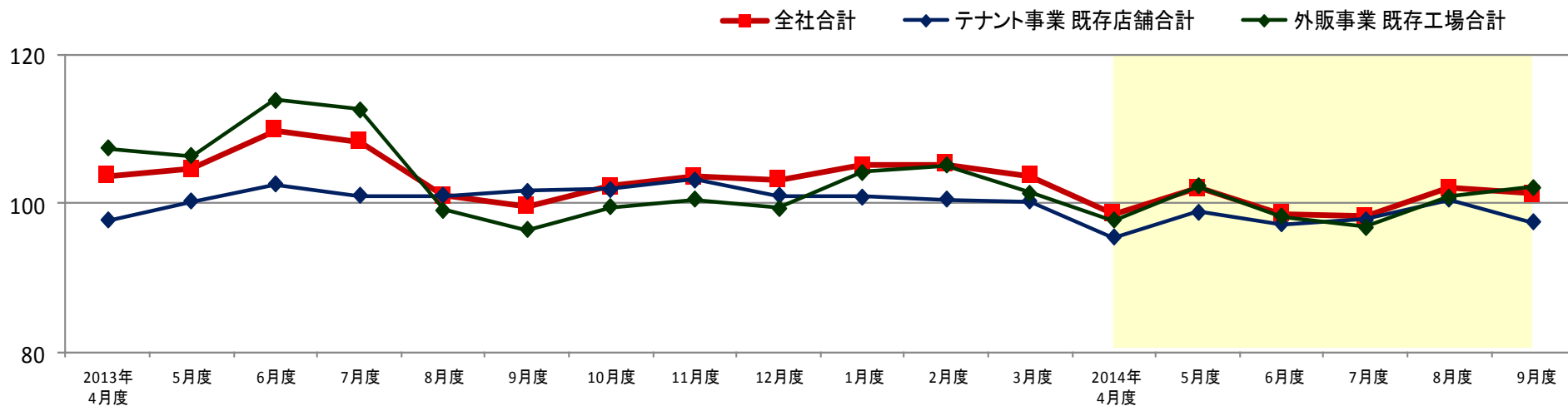


2014年3月期 第2四半期 営業利益	1,229百万円
①売上高の増加	102百万円
②仕入の減少による利益の増加	85百万円
③人件費の増加による利益の減少	△189百万円
④その他経費の増加による利益の減少	△56百万円
2015年3月期 第2四半期 営業利益	1,172百万円
増減額	△57百万円

月次売上高 前年比

	2014年3月期														2015年3月期							
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	上期累計	10月	11月	12月	1月	2月	3月	通期累計	4月	5月	6月	7月	8月	9月	上期累計	
全社合計	103.8	104.6	109.9	108.4	101.1	99.7	104.5	102.3	103.6	103.2	105.2	105.3	103.7	104.2	98.6	102.1	98.7	98.3	102.1	101.3	100.2	
テナント事業	合計	100.1	102.9	106.2	104.2	103.0	103.1	103.3	105.4	106.9	106.3	106.0	105.4	106.0	104.7	99.5	101.9	99.1	99.9	103.2	100.3	100.7
	既存合計	97.8	100.3	102.6	101.1	101.1	101.7	100.8	102.0	103.3	101.1	101.0	100.5	100.3	101.1	95.5	98.9	97.3	97.9	100.5	97.5	98.1
外販事業	合計	107.4	106.4	113.9	112.6	99.2	96.5	105.8	99.6	100.6	99.5	104.4	105.2	101.4	103.7	97.8	102.3	98.4	96.9	101.0	102.2	99.7
	既存合計	107.5	106.5	114.0	112.7	99.2	96.5	105.8	99.6	100.6	99.4	104.3	105.2	101.4	103.7	97.7	102.3	98.3	96.8	101.0	102.2	99.7

(注) 1. 既存店舗の区分は、開店月より14ヵ月経過した店舗と定義しております。
 2. 外販事業合計には、サークルK名四弥富店の売上高が含まれています。
 3. 上表の累計数値は、会計上の修正額を含めて計算しております。



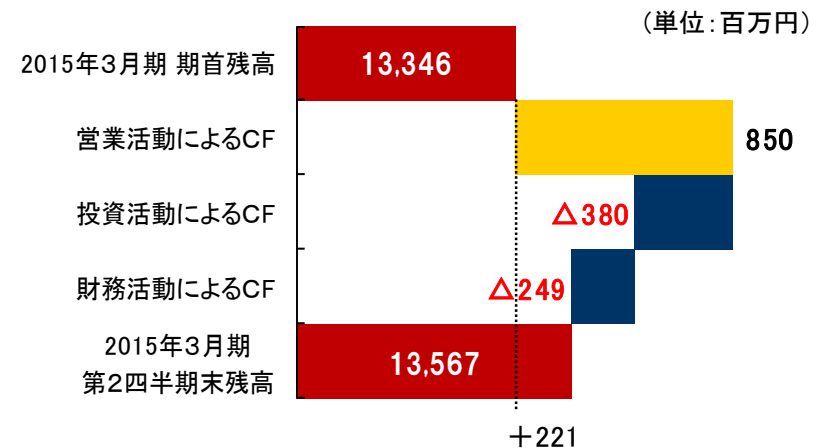
貸借対照表、キャッシュ・フローの状況

(単位:百万円)

	2014年3月期	2015年3月期 第2四半期	増減
流動資産	18,905	18,729	△176
現金及び預金	12,346	12,567	221
売掛金	4,257	4,045	△212
たな卸資産	507	449	△58
その他	1,793	1,667	△126
固定資産	13,611	13,868	257
有形固定資産	11,067	10,865	△202
無形固定資産	263	268	5
投資その他の資産	2,280	2,734	454
資産合計	32,516	32,597	80
流動負債	7,178	6,325	△852
固定負債	247	249	2
負債合計	7,425	6,575	△850
純資産合計	25,091	26,022	931
負債・純資産合計	32,516	32,597	80
自己資本比率(%)	77.2	79.8	2.6

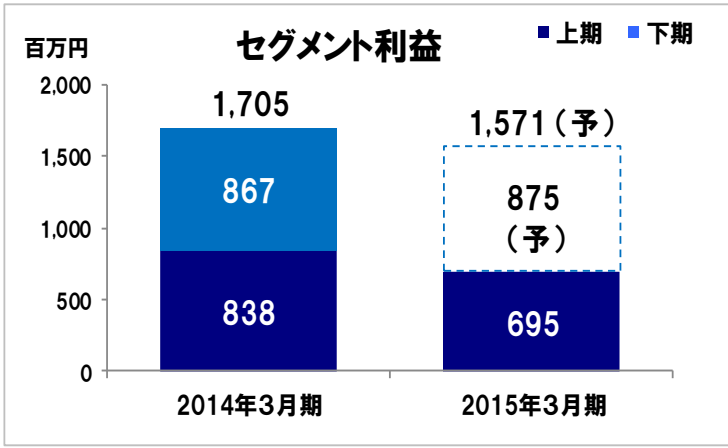
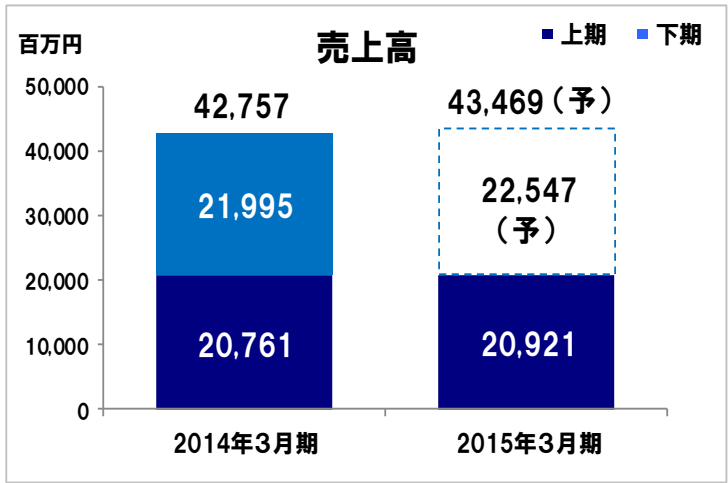
(単位:百万円)

	2015年3月期 第2四半期
営業活動によるキャッシュ・フロー	850
投資活動によるキャッシュ・フロー	△380
財務活動によるキャッシュ・フロー	△249
現金及び現金同等物の増減額	221
現金及び現金同等物の期首残高	13,346
現金及び現金同等物の期末残高	13,567



テナント事業

売上高	209億 21百万円(前期比 100.7%) ・商品の見直しや店舗運営の精度向上、人材育成の強化に取り組み、増税後の売上確保に注力
セグメント利益	6億 95百万円(前期比 83.0%) ・人件費や水道光熱費の増加が利益を圧迫
テナント全体	・店舗における製造計画や人員計画の精度を高め、製造オペレーションの向上に注力 > 品質の向上(タイムリーな製造、鮮度の高い商品の提供) > 単品量販の強化 > 販売機会ロスの改善や値引・廃棄ロスの削減 ・人材の育成 > 地区ごとに1~2名の接客担当者を任命。研修会を実施して各店の接客に対するさらなる意識付け > 管理監督者を対象に研修を実施し、役割に応じたマネジメント力を強化
ユニグループ店舗	177億87百万円(前期比 97.9%) ・商品力の強化 > 定番商品の見直し(ロースとんかつ、牛肉コロッケ等の改良) > 個食パックの充実。内容量や価格帯の幅を広げ多様な客層に対応 > スチームコンベクションオープン(33店舗導入)を活用した「焼き」調理商品の投入 ・退店店舗 4 店舗(「kanemi」…4店舗)
店舗その他	31億 34百万円(前期比 120.1%) ・商品の価格帯を見直し、多様な客層に対応できる売場づくりに注力



テナント事業 出退店・改装の概要

			2014年 3月期末	2015年3月期 第2四半期末			
業態		ブランド	店舗数	出店	退店	改装	店舗数
店舗 ユニー G	総合惣菜	Kanemi	211		4		207
	寿司専門	寿司御殿	47				47
	洋風惣菜	K-STAGE	10				10
その他店 舗	総合惣菜	Kanemi	8				8
		e'z mart	4				4
		ease deli	4				4
	洋風惣菜	eashion	27				27
	外食	寿司御殿	3				3
合 計			314		4		310

(注) 当第2四半期において、出店や改装に要した設備投資はありませんが、各店舗での設備の更新に15百万円の投資を行っております。

退店	日付	業態	店 舗 名	理 由	所 在 地
	4/18	総合	江南店	ディベロッパーの建替えのため	愛知県江南市
	5/18	総合	碧南店	ディベロッパーの建替えのため	愛知県碧南市
	5/18	総合	アピタ金沢文庫店	ディベロッパーの建替えのため	神奈川県横浜市
	8/31	総合	アピタ岡谷店	ディベロッパーの建替えのため	長野県岡谷市

テナント事業 おすすめ商品のご紹介



総合惣菜店舗

スチームコンベクションオーブンを使用し
店内で焼き上げました！

ポテトとウィンナーのチーズ焼

300円(税込)

ほくほくとした皮付きポテトの上に
食べ応えのあるポークウィンナー
をトッピング。相性の良いチーズソ
ースをたっぷりとかけ、こんがり
と焼き上げました。



eashion

東北地方で育てた牛と黒豚を使用！

みちのく育ちのハンバーグ御膳

813円(税込)

肉の旨味を味わって頂きたい、原
料と製法にこだわって完成させた
ハンバーグです。肉の味わいを
引き立てる平釜結晶仕上げのあ
ら塩と胡椒のシンプルソースでご
提供します。



総合惣菜店舗

多様なライフスタイルに合わせ、
「小ぶり」サイズが登場！

少子高齢化や個食化の進行等、消費者のライフスタイルの変
化に対応し、「小ぶり」サイズの弁当を開発し品揃えを充実しま
した。内容量や価格帯に幅を持たせ、選びやすい売場づくりを
進めています。

小ぶり丼シリーズ

各259円(税込)

天井や味噌カツ丼など様々な種
類の丼を取り揃えております。少
しだけ食べたい、もう一品欲しいと
いう方にピッタリです。



小ぶり膳(紅鮭と菜めしごはん)

399円(税込)

菜めしごはんの上に、相性の良い
紅鮭をトッピングし、他にも様々な
おかずを少しずつ味わえる小ぶり
なお弁当です。



テナント事業 下期の重点項目

上期に引き続き商品や店舗運営を見直し、
新規出店に活かすことにより、全体のレベルアップを図る

✓定番商品の強化

- ・各商品カテゴリーにおいて軸となる商品の確立
⇒売場の核として売り込み、看板商品の育成

✓新規出店・改装店舗での実践と挑戦

- ・新規出店、改装店舗 計6店舗計画
- ・アピタ港店11/7(金)オープン

当社店舗において過去最大面積の売場を展開 ⇒ 旗艦店として注力

下期の店舗計画		2015年3月期					
業態	ブランド	出店	退店	改装	店舗数	設備投資予定額 (百万円)	
ユニ グループ 店舗	総合惣菜	Kanemi	3	2	1	208	83
	寿司専門	寿司御殿		1		46	
	洋風惣菜	K-STAGE				10	
その他 店舗	総合惣菜	Kanemi				8	
		e' z mart				4	
		ease deli				4	
	洋風惣菜	eashion	2			29	29
	外食	寿司御殿				3	
合計					312	112	

注目商品



総合惣菜店舗

定番商品をさらに美味しく改良しました!!

カネ美の牛肉コロッケ

5枚321円(税込)

昔ながらのシンプルな味付けと薄衣で仕上げました。牛肉の旨味と食感が十分に味わえる当店の看板コロッケです。



絶品！たっぷり野菜の

ポテトサラダ

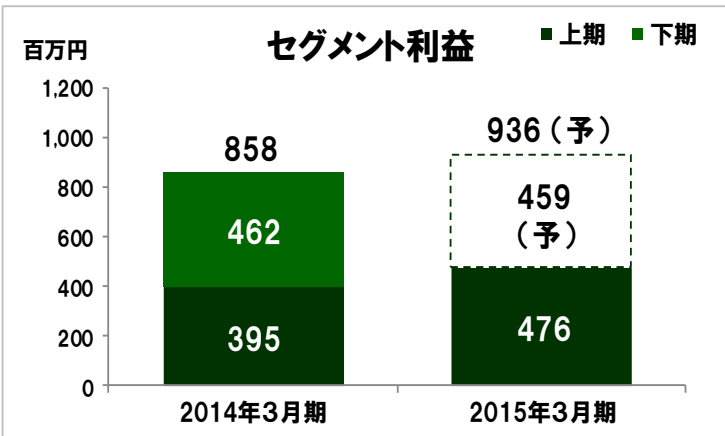
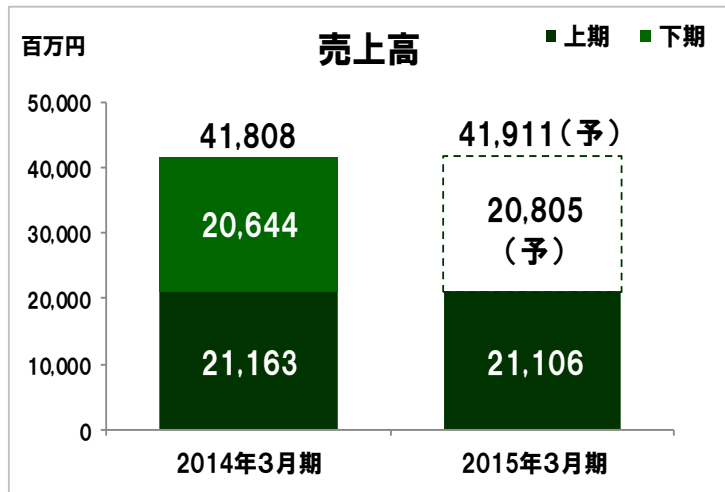
180g 306円(税込)

じゃがいもの甘味や風味を活かすため、店内でポテトを蒸しあげています。酸味の少ないまろやかな味付けにすることで、じゃがいもの甘味を引き立たせています。

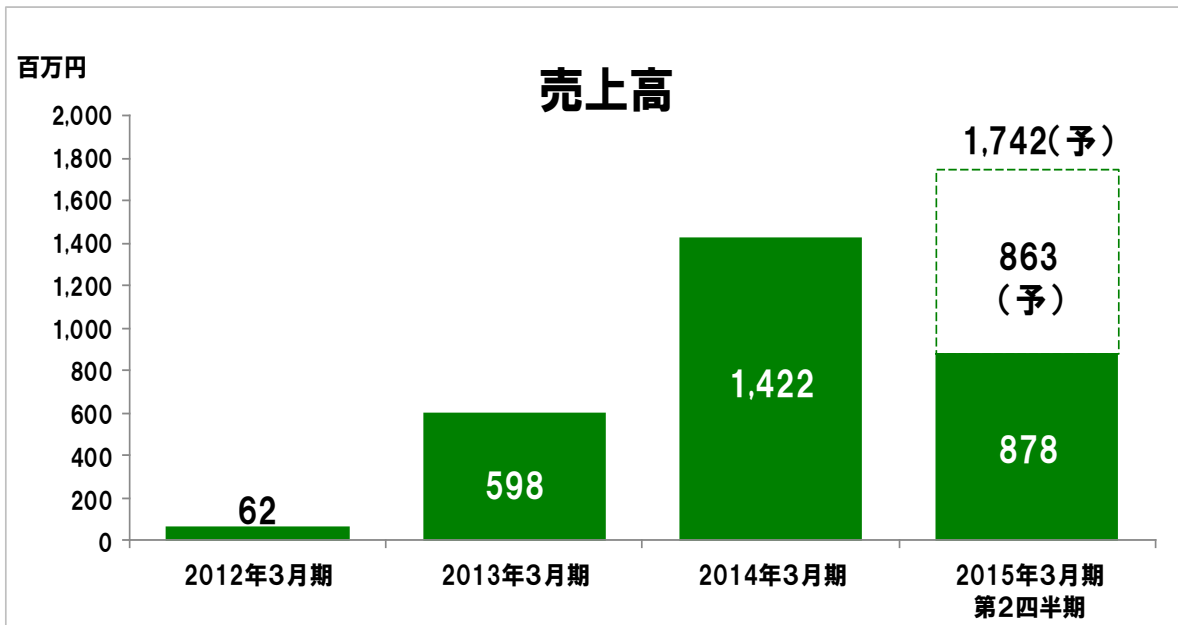


外販事業

売上高	<p>211億 6百万円(前期比 99.7%)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・天候不順による影響やエリアフランチャイズの脱退により、サークルKサンクスへの売上が減少 ・鉄道系コンビニエンスストアおよび宅配関連は順調に推移
セグメント利益	<p>4億 76百万円(前期比 120.7%)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・工場の製造アイテム数の集約による効率化 ・製造機器の入替や人員配置の見直しによる製造効率の向上
外販全体	<ul style="list-style-type: none"> ・定番商品の見直し ⇒品質の訴求により味・見栄えの向上、客単価のアップへ ・人材の育成 ⇒工場間の配置転換による人事交流を図り、製造・管理体制を強化
コンビニエンスストア	<p>186億94百万円(前期比 96.2%)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・おにぎり製造機の入替による製造効率の向上とロスの削減 ・8/26より株式会社ファミリーマートへ納品開始 ⇒首都圏の『ファミマ!!』、東京都内の『ファミリーマート』の計50店舗
コンビニエンスストア 鉄道系	<p>13億 38百万円(前期比 145.5%)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・キヨスク<東海キヨスク>(前期比 109.0%) ・NEWDAYS<JR東日本リテールネット>(前期比 193.1%) ・ハート・イン<JR西日本デイリーサービスネット>(前期比 114.0%)
宅配関連	<p>8億 78百万円(前期比 135.9%)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・夕食宅配利用者の定着により堅調に推移 ・チルド惣菜の納品を『ならコープ』『おおさかパルコープ』で開始



外販事業 宅配関連



チルド惣菜の納品エリアが拡大しました

「東海コープ事業連合」に加え、「ならコープ」「おおさかパルコープ」へチルド惣菜の納品を開始しました。



ハムポテトサラダ



割りごぼう

【コープこうべ】
2012年2月開始

【おおさかパルコープ】
2012年1月開始

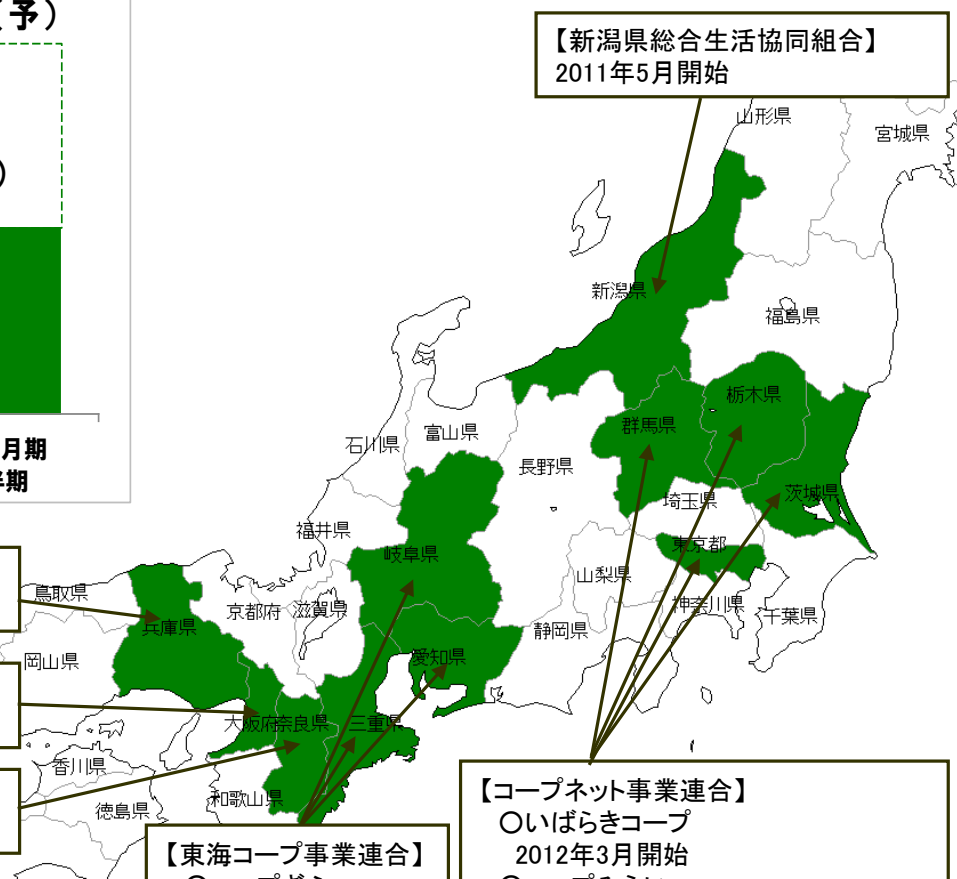
【ならコープ】
2013年1月開始

【東海コープ事業連合】

- コープぎふ 2011年7月開始
- コープあいち 2012年9月開始
- コープみえ 2012年11月開始

【コープネット事業連合】

- いばらきコープ 2012年3月開始
- コープみらい 2012年4月開始
- コープぐんま 2012年10月開始
- とちぎコープ 2012年10月開始



サークルKサンクス

プライムワン こだわりの贅沢シリーズ

厚切りロースとんかつ弁当

598円(税込)

原料・製法・味にこだわったやわらかい厚切りの豚ロース肉を使用したとんかつをメインに、副菜の玉子たっぷりポテトサラダにもこだわった弁当です。



NEWDAYS

絶対定番の大人気弁当

幕の内弁当

409円(税込)

焼魚をメインに、煮物や玉子焼き、つくね、コロッケなど品数豊富に盛り込み、幅広いお客様にご支持いただける弁当に仕上げました。



ファミリーマート店舗へeashionプロデュースの“meal design bento”の納品をスタート

株式会社ファミリーマートが展開する首都圏の『ファミマ!!』および東京都内のオフィス立地を中心とした『ファミリーマート』計50店舗へ、百貨店などに店舗展開しているブランドeashionプロデュースの弁当“meal design bento”の納品を8月26日より開始しました。“meal design bento”は、eashionの特徴の一つである「立体感のある盛り付け方」や「素材の味や色合いを活かした調理方法」等、様々な技術を取り入れ開発した弁当です。

11月18日現在、「12品目の野菜が摂れるアソートbento」「若鶏と野菜の黒酢あん仕立てbento」「揚げてから焼いたビーフメンチbento」の3種類を横浜工場で製造し納品をしております。



12品目の野菜が摂れる
アソートbento

598円(税込)



若鶏と野菜の黒酢あん
仕立てbento

598円(税込)

外販事業 下期の重点項目

安心安全で品質の高い商品を追求。シェアの拡大へ

✓サークルKサンクスにおけるシェアの拡大

・中京・関西エリアにおいて、11月より納品店舗のエリア拡大や既存店舗に対する納品アイテムの獲得を実施。さらなるシェア獲得を目指す

✓既存商品の強化

・定番商品(唐揚げ当、幕の内弁当、おにぎり等)の見直し
 ・チルド弁当、GOZENdeliシリーズの品質向上
 ⇒ 品質を高め、客単価のアップを図る

✓フードディフェンスの強化

・製造確認カメラの設置
 ・従業員の名札をカメラで認識しやすい物へ変更
 ⇒ 安全性、抑止力を高める

(単位:百万円)

設備投資の内容	上期実績	下期計画
生産設備の更新	84	93
労務費の圧縮、生産能力増強のための設備投資	200	329
その他	33	17
合計	319	440

注目商品

サークルKサンクス

GOZEN deliシリーズ ~年末1万食限定商品~

(全国のサークルK・サンクス店舗にて予約販売)

華GOZEN

1,980円(税込)

多様化するライフスタイルの変化に合わせ、少人数でもおせちを楽しめるようにと開発したお弁当。彩り豊かな和洋折衷仕立てで、女性やシニア層の方にもお楽しみいただけます。



※予約につきましてはサークルKサンクス店舗にてご確認ください。

サークルKサンクス

プライムワン こだわりの贅沢シリーズ

九州産活〆ぶりの照焼き

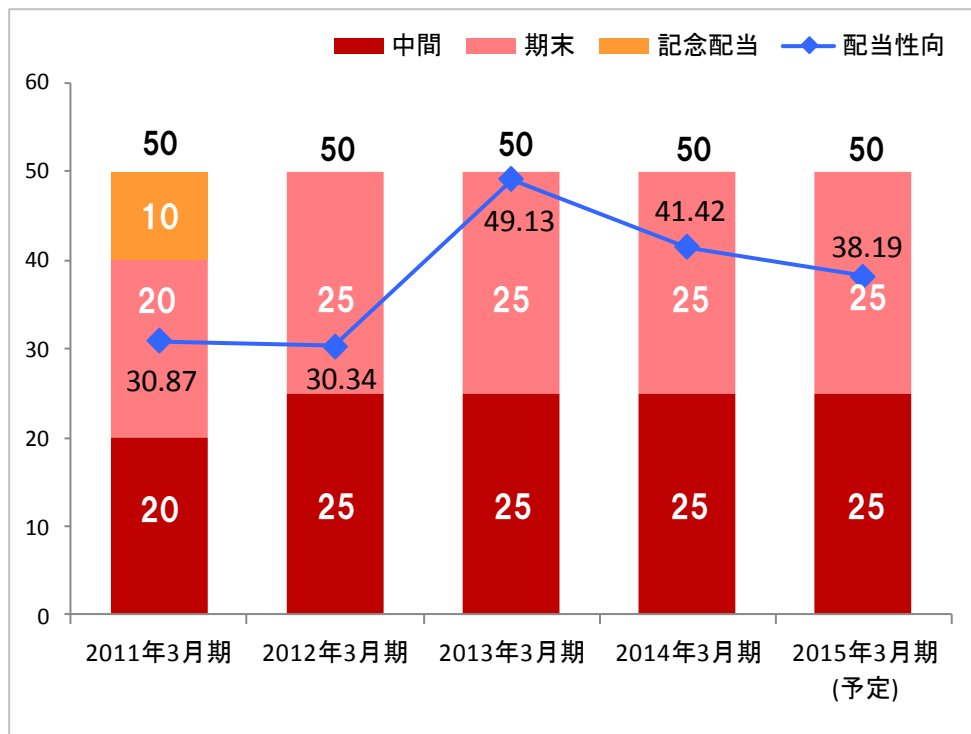
240円(税込)

新たな品種として、品評会でも評価の高い山形県産「つや姫」を使用。米の甘さを感じられる新米に、臭みのない脂ののった大きなぶりの照焼きを合わせ仕上げました。



配当金

	中間	期末	年間配当
2013年3月期	25円	25円	50円
2014年3月期	25円	25円	50円
2015年3月期(予)	25円	25円	50円



株主優待

株主さまへはそれぞれの持株数に応じて、8種類の商品から選べるセレクトグルメ配達便を、年2回贈呈しております。

100株以上保有の株主さま (主な商品例)



豚角煮セット



和牛ビーフコロッケ&和牛ミンチカツ

300株以上保有の株主さま (主な商品例)



京都やま六 西京みそ漬け詰合せ



明宝ハムとソーセージのバラエティ詰合せ

1000株以上保有の株主さま (主な商品例)



飛騨牛 肩ロースすき焼き肉



かにしゃぶ3種食べ比べ

(注)写真はイメージ

II. 中長期ビジョン

中食市場について

国内の中食(惣菜)市場規模は8兆円

中食市場は、これまで少子高齢化や核家族の進行、女性の社会進出などによるライフスタイルの変化により規模を拡大。一方、成長性が見込まれるため、中食ベンダー・食品メーカー・SM等の参入増加により、競争環境が厳しさを増している。当社は、この国内の中食市場内におけるシェアの拡大を図り、企業価値の向上を目指す。

求められているもの

日常性

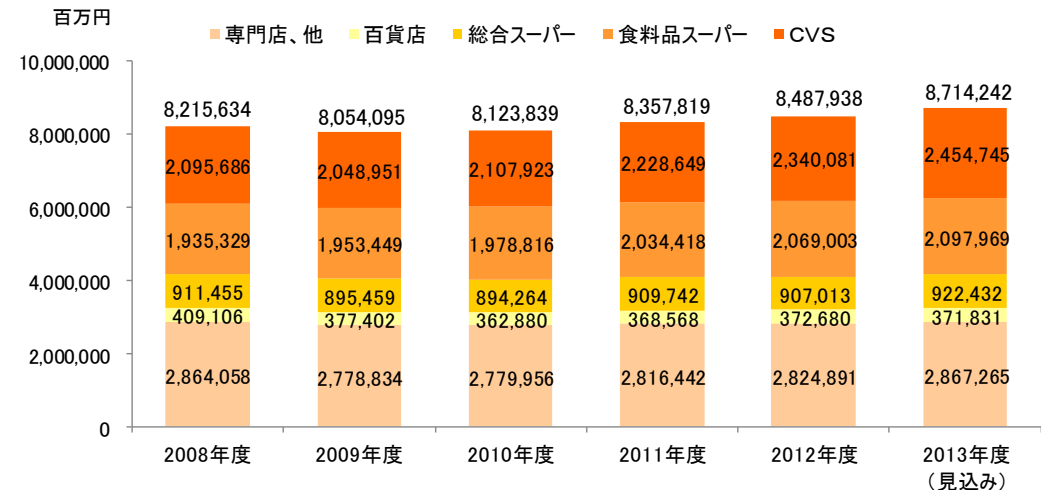
安心安全	→ 品質管理、衛生管理
おいしさ	→ 地域の自然の恵み(地産地消) 季節の恵み 鮮度 カロリーや栄養コントロール
手軽さ	→ 簡単調理 価格・ボリューム

非日常性

高付加価値商品	→ デザイン性・ブランド力等 珍しい食材・高級食材 豊富なメニュー
---------	-----------------------------------------

【参考資料：惣菜市場規模】

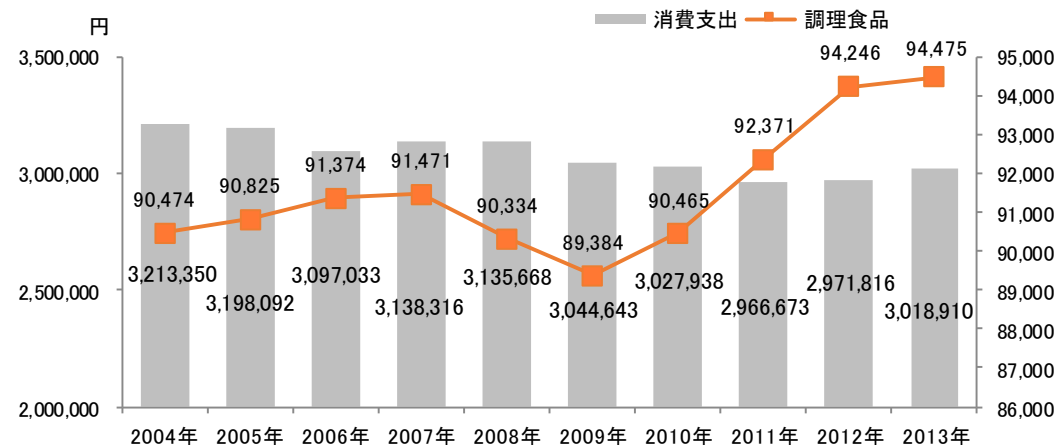
出所：社団法人日本惣菜協会 2014年度版惣菜白書



※ 専門店：惣菜専門店(惣菜販売店、持ち帰り弁当店、仕出し弁当店、給食業者、駅弁売店、寿司販売店、おにぎり販売店、調理パン小売業(サンドイッチ、ハンバーガー等)、ピザ小売業(持ち帰り)など)、イトインコーナー併設型惣菜店、受注後調理型惣菜店など

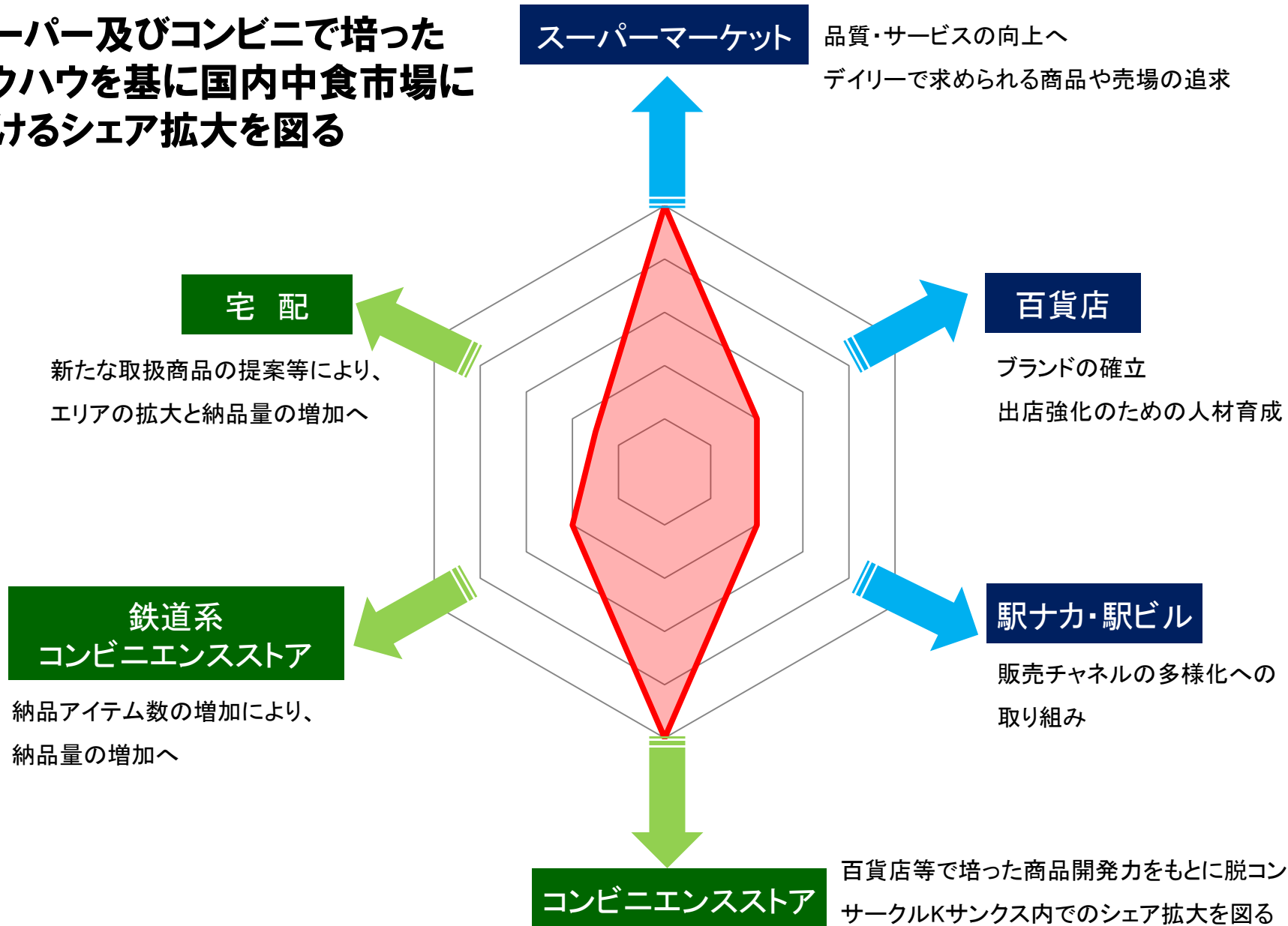
【参考資料：年間の1世帯当たりの品目別支出平均金額(総世帯)】

出所：総務省統計データ (品目分類)第10表 年間収入五分位階級別1世帯当たり 品目別支出金額及び購入頻度(総世帯)



中長期戦略

スーパー及びコンビニで培った
ノウハウを基に国内中食市場に
おけるシェア拡大を図る

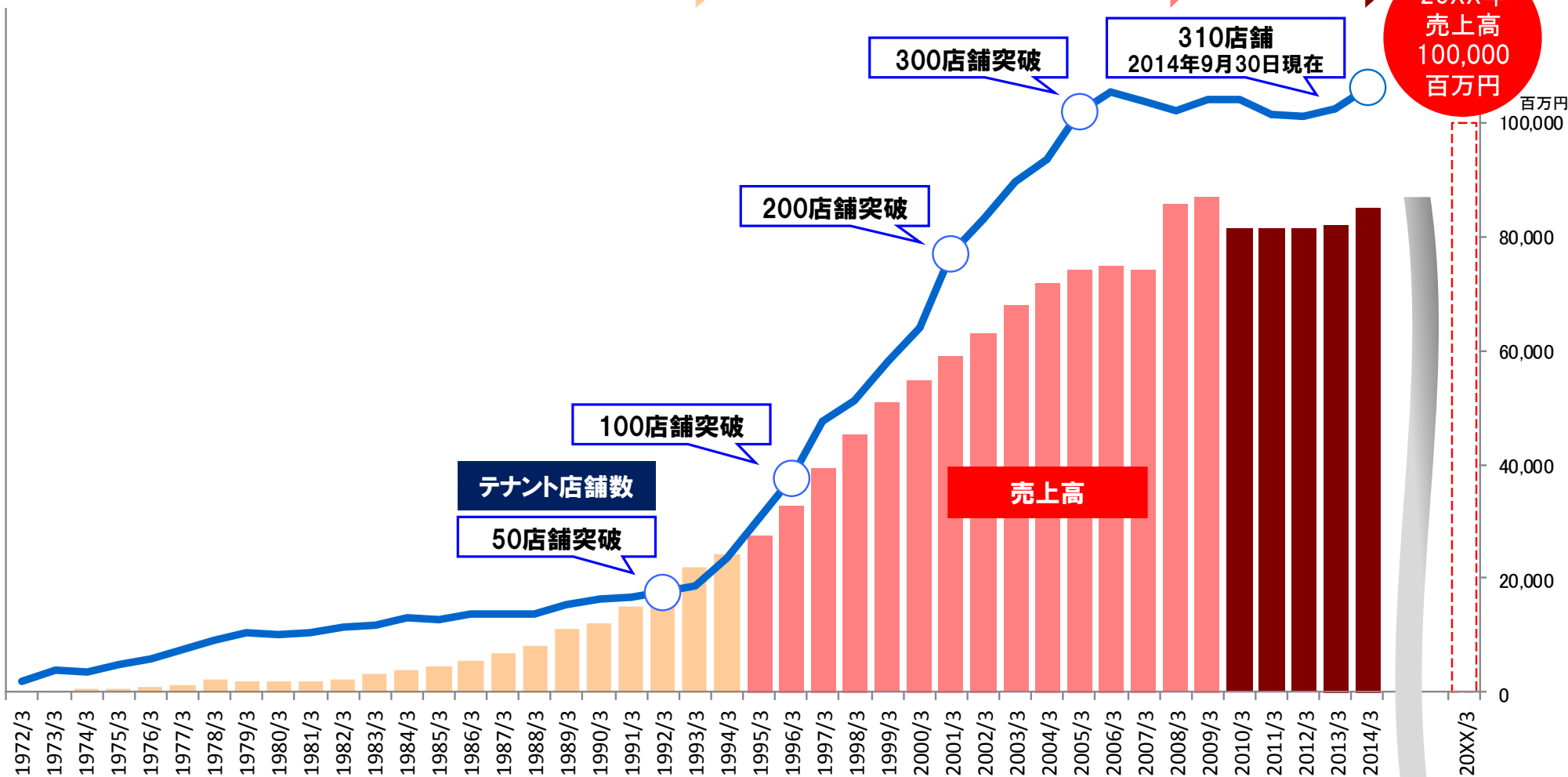


カネ美食品の歩み

創業期

発展期

変革期



20XX年
売上高
100,000
百万円

工場数

- 1
- 2
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 11
- 15