

銘柄コード:2669



**カネ美食品株式会社**

# 2021年2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: <https://www.kanemi-foods.co.jp>

## テナント事業

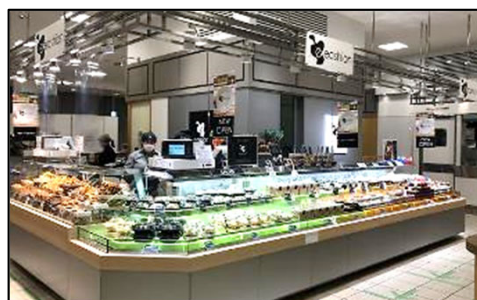
- ・スーパーマーケットを中心に、百貨店や駅ナカなどへ出店
- ・東海地方を中心に関東、関西に店舗展開
- ・地域や周辺環境に合わせ、柔軟な対応ができるよう様々な業態やブランドを展開

### 【出店先】

■スーパーマーケット、総合ディスカウントストア	243 店舗
ユニー(アピタ・ピアゴ)	180 店舗
UDリテール(MEGAドン・キホーテUNY、ドン・キホーテUNY)	46 店舗
その他(アオキスーパー、オオゼキ等)	17 店舗
■百貨店・駅ナカ・駅ビル等	33 店舗
百貨店	13 店舗
駅ナカ・駅ビル	18 店舗
その他(商業施設等)	2 店舗
■外食店舗	3 店舗
寿司御殿	3 店舗



MEGA ドン・キホーテUNY アラタマ店



eashion 西武東戸塚店

## 外販事業

- ・東海地方を中心に関東、関西等に14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
- ・鉄道会社が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	
ファミリーマート	8,889 店舗
自販機型無人コンビニ(ASD)	1,890 台
■鉄道系コンビニエンスストア	
NewDays、KIOSK(JR東日本リテールネット)	553 店舗
■宅配関連	
コープデリ、おおさかパルコープ、コープあいち 等	全 7ヵ所の生活協同組合



コンビニエンスストア



NewDays

# 2021年2月期 第2四半期 決算概況

# 業績の状況

(単位:百万円)

	2020年2月期 第2四半期		2021年2月期 第2四半期		
	実績	構成比 (%)	実績	構成比 (%)	前期比 (%)
売上高	43,509	100.0	37,298	100.0	85.7
テナント事業	21,029	48.3	19,638	52.7	93.3
外販事業	22,480	51.7	17,660	47.3	78.5
営業利益または損失(△)	1,101	2.5	△22	—	—
経常利益	1,144	2.6	10	0.0	0.9
四半期純利益または損失(△)	873	2.0	△139	—	—

(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。

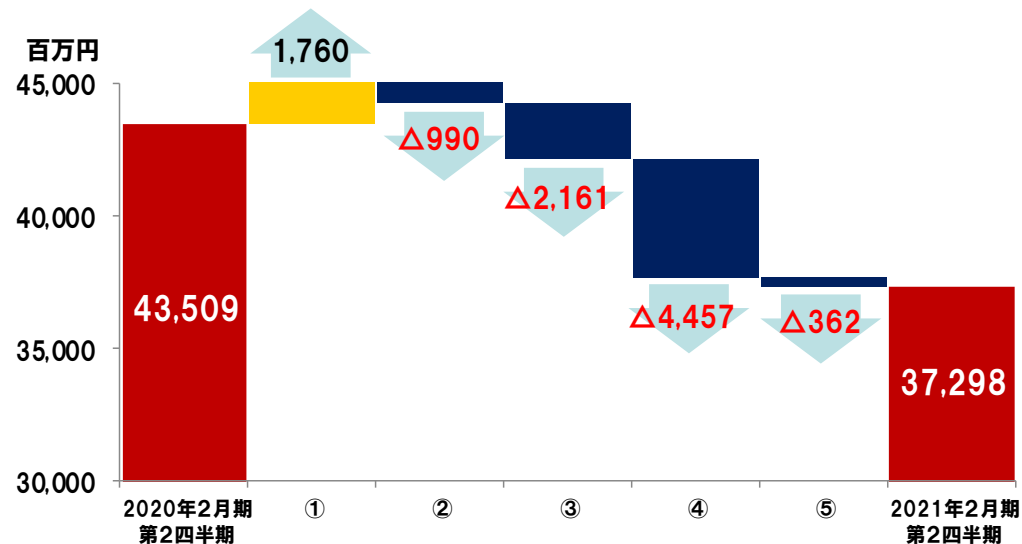
# セグメント別の業績の状況

(単位:百万円)

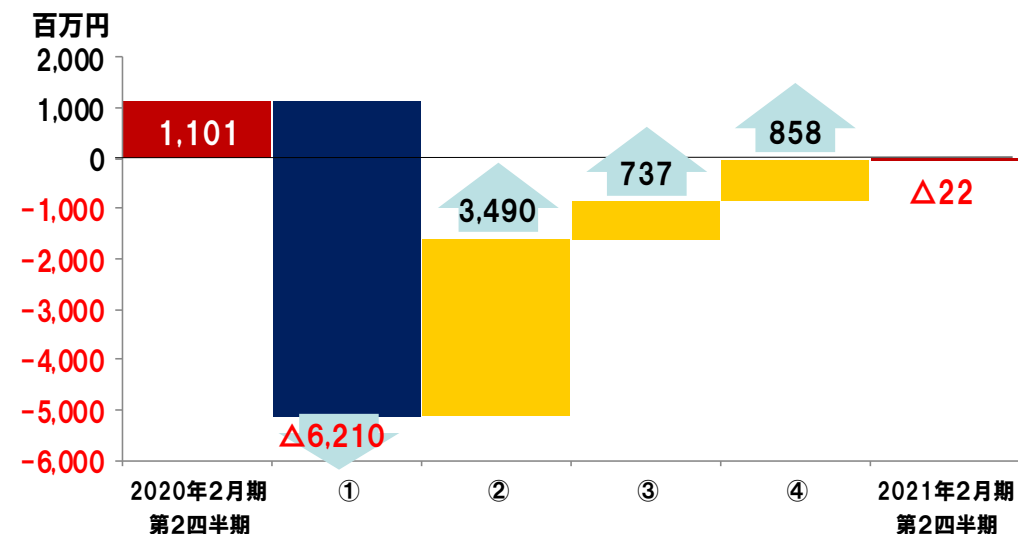
		2020年2月期 第2四半期		2021年2月期 第2四半期		
		実績	構成比 (%)	実績	構成比 (%)	前期比 (%)
テナント事業	売上高	21,029	100.0	19,638	100.0	93.3
	ユニー店舗	16,388	77.9	14,372	73.2	87.6
	UDリテール店舗	867	4.1	2,505	12.8	288.6
	その他店舗	3,773	18.0	2,760	14.0	73.1
	セグメント利益	808	3.8	617	3.1	76.3
外販事業	売上高	22,480	100.0	17,660	100.0	78.5
	ファミリーマート	20,505	91.2	16,048	90.9	78.2
	鉄道系コンビニ	974	4.3	529	3.0	54.3
	宅配	982	4.4	1,061	6.0	108.0
	その他	17	0.1	19	0.1	116.0
	セグメント利益または損失(△)	293	1.3	△639	—	—

# 売上高と利益の増減要因

## 【売上高】



## 【営業利益】



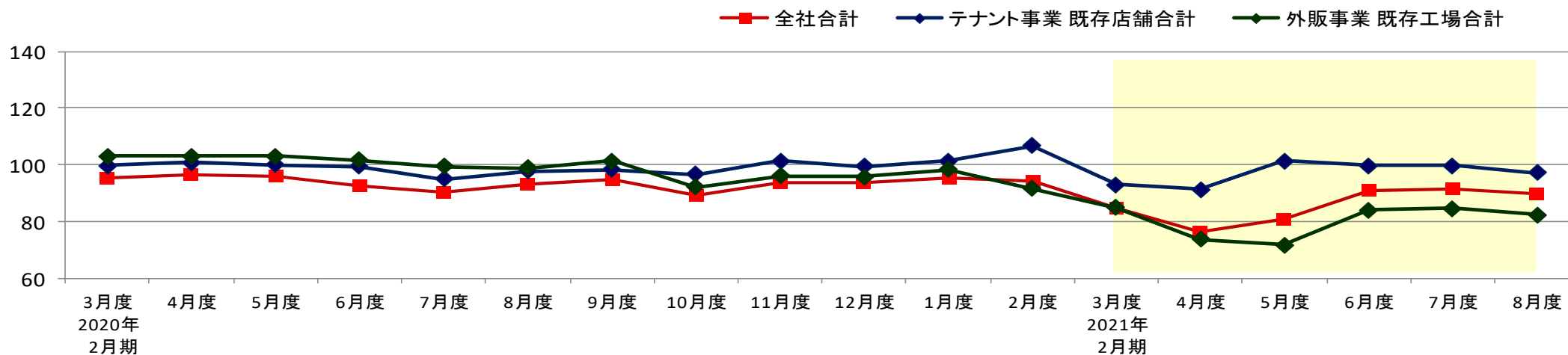
2020年2月期 第2四半期	43,509 百万円
①テナント 新設店舗による売上増加	1,760 百万円
②テナント 既存店舗による売上減少	△990 百万円
③テナント 業態転換および閉店による売上減少	△2,161 百万円
④外販 CVS部門の売上減少	△4,457 百万円
⑤外販 その他部門の売上減少	△362 百万円
2021年2月期 第2四半期	37,298 百万円
増減額	△6,210 百万円

2020年2月期 第2四半期	1,101 百万円
①売上高の減少	△6,210 百万円
②仕入高の減少	3,490 百万円
③人件費の減少	737 百万円
④その他経費の減少	858 百万円
2021年2月期 第2四半期	△22 百万円
増減額	△1,124 百万円

# 月次売上高 前年比

		2021年2月期 第2四半期													
		3月	4月	5月	6月	7月	8月	上期累計	9月	10月	11月	12月	1月	2月	通期累計
全社合計		84.9	76.3	80.7	90.6	91.5	90.0	85.7							
テナント事業	合計	89.5	82.3	92.9	98.7	99.3	97.1	93.3							
	既存合計	93.1	91.3	101.3	99.8	99.8	97.1	97.0							
	ユニー店舗	97.9	93.9	103.5	104.1	103.7	100.4	100.6							
	UDリテール店舗	97.2	98.8	104.1	96.0	93.3	94.3	96.7							
	その他店舗	74.7	69.9	77.7	83.4	86.5	83.4	80.4							
外販事業	合計	80.9	71.0	69.6	83.0	84.4	82.4	78.5							
	既存合計	84.9	73.6	71.8	84.1	84.5	82.4	80.3							
	ファミリーマート	80.2	70.6	69.5	82.5	84.5	82.2	78.2							
	その他	88.6	75.3	70.9	87.8	83.8	84.2	81.6							

(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.上表の累計数値は、会計上の修正額を含めております。



# 貸借対照表、キャッシュ・フローの状況

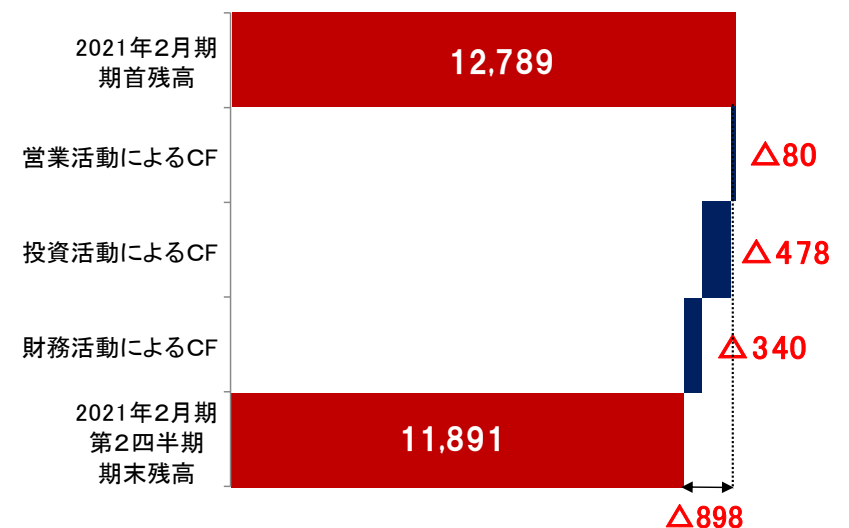
(単位: 百万円)

	2020年2月期	2021年2月期 第2四半期	増減
<b>流動資産</b>	19,126	18,236	△890
現金及び預金	12,789	11,891	△898
売掛金	5,698	5,601	△97
たな卸資産	433	428	△4
その他	204	314	110
<b>固定資産</b>	12,132	11,867	△264
有形固定資産	10,295	10,208	△86
無形固定資産	221	219	△2
投資その他の資産	1,615	1,439	△175
<b>資産合計</b>	31,258	30,104	△1,154
<b>流動負債</b>	7,713	6,990	△723
<b>固定負債</b>	247	316	68
<b>負債合計</b>	7,961	7,307	△654
<b>純資産合計</b>	23,297	22,796	△500
<b>負債・純資産合計</b>	31,258	30,104	△1,154
<b>自己資本比率(%)</b>	74.5	75.7	1.2

(単位: 百万円)

	2020年2月期	2021年2月期 第2四半期
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,170	△80
投資活動によるキャッシュ・フロー	49	△478
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,095	△340
現金及び現金同等物の増減額	1,125	△898
現金及び現金同等物の期首残高	11,664	12,789
現金及び現金同等物の期末残高	12,789	11,891

(単位: 百万円)





# 設備投資

(単位:百万円)

	2020年2月期	2021年2月期 第2四半期	
	実績	実績	主な設備投資の内容
テナント事業	208	144	新設 2店舗、業態転換 15店舗および店舗設備等の更新等
外販事業	505	167	生産設備の更新および増強等
その他	12	34	設備の更新等
合計	726	346	

テナント事業 店舗概要			2020年2月期	2021年2月期 第2四半期					
業態	ブランド		期末店舗数	出店	閉店	業態転換(出店)	業態転換(閉店)	改装	期末店舗数
ユニー 店舗	総合惣菜	Kanemi	149		1		7	3	141
	寿司専門	寿司御殿	29				1		28
	洋風惣菜	K-STAGE(ケイステージ)	11						11
UDリテール 店舗	総合惣菜	Kanemi	30			13			43
	寿司専門	寿司御殿	1			2			3
その他 店舗	総合惣菜	Kanemi	11						11
		e'z mart(イーズマート)	3						3
		ease deli(イーズデリ)	4						4
	寿司専門	寿司御殿	1						1
	洋風惣菜	eashion(イーション)	29	2					31
	外食	寿司御殿	3						3
合計			271	2	1	15	8	3	279

# 設備投資:テナント事業(出店・閉店の内容)

出店	日付	業態	店舗名	ディベロッパー	所在地	業態転換に伴う一時閉店および再出店	日付	業態	店舗名	転換前店舗(閉店日)	所在地	
	5/15	洋風	eashion西武東戸塚店	株式会社そごう・西武	横浜市戸塚区		5/26	総合	MEGAドン・キホーテUNYアラタマ店	ピアゴアラタマ店(3/8)	名古屋市南区	
6/18	洋風	eashionシアル横浜店	株式会社横浜ステーションビル	横浜市西区	6/23	総合	MEGAドン・キホーテUNY砺波店	アピタ砺波店(3/15)	富山県砺波市			
業態転換に伴う再出店	日付	業態	店舗名	ディベロッパー	所在地	業態転換に伴う一時閉店	日付	業態	店舗名(オープン日)	所在地		
	3/3	総合	MEGAドン・キホーテUNY岐阜店	UDリテール株式会社	岐阜県岐阜市		7/28	総合	MEGAドン・キホーテUNY香久山店	ピアゴ香久山店(5/17)	愛知県日進市	
	3/17	総合	MEGAドン・キホーテUNY市原店	UDリテール株式会社	千葉県市原市		7/28	寿司	寿司御殿 MEGAドン・キホーテUNY香久山店	ピアゴ香久山店(5/17)	愛知県日進市	
	3/24	総合	MEGAドン・キホーテUNY大口店	UDリテール株式会社	愛知県丹羽郡大口町		8/4	総合	MEGAドン・キホーテUNY掛川店	アピタ掛川店(5/17)	静岡県掛川市	
	3/24	寿司	寿司御殿 MEGAドン・キホーテUNY大口店	UDリテール株式会社	愛知県丹羽郡大口町		8/23	総合	アピタ高森店 → MEGAドン・キホーテUNY(11月下旬予定)		長野県下伊那郡高森町	
	3/24	総合	MEGAドン・キホーテUNY納屋橋店	UDリテール株式会社	名古屋市中区		8/23	総合	アピタ会津若松店 → MEGAドン・キホーテUNY(11月下旬予定)		福島県会津若松市	
	4/14	総合	MEGAドン・キホーテUNY富士吉原店	UDリテール株式会社	静岡県富士市		8/23	総合	アピタ精華台店 → MEGAドン・キホーテUNY(12月上旬予定)		京都府相楽郡精華町	
	4/14	総合	MEGAドン・キホーテUNY魚津店	UDリテール株式会社	富山県魚津市		改装	日付	業態	店舗名	ディベロッパー	所在地
	5/12	総合	MEGAドン・キホーテUNY恵那店	UDリテール株式会社	岐阜県恵那市			4/23	総合	アピタ岡崎北店	ユニー株式会社	愛知県岡崎市
5/12	総合	MEGAドン・キホーテUNY豊明店	UDリテール株式会社	愛知県豊明市	6/11	総合		アピタ宇都宮店	ユニー株式会社	栃木県宇都宮市		
5/19	総合	MEGAドン・キホーテUNY本庄店	UDリテール株式会社	埼玉県本庄市	6/27	総合	妙興寺店	ユニー株式会社	愛知県一宮市			
閉店	日付	業態	店舗名	ディベロッパー	所在地							
8/9	総合	イセザキ店	ユニー株式会社	横浜市中区								

# 2021年2月期 業績見通し、配当について

(単位:百万円)

	2018年3月期	2019年2月期	2020年2月期	2021年2月期計画
売上高	90,233	82,432	84,703	76,740
営業利益または損失(△)	△1,167	585	1,728	290
経常利益または損失(△)	△1,062	680	1,795	350
当期純利益または純損失(△)	△932	△843	1,282	△110
<b>テナント事業</b>				
売上高	44,030	40,388	42,205	41,420
セグメント利益	1,710	1,144	1,652	1,560
<b>外販事業</b>				
売上高	46,203	42,043	42,497	35,320
セグメント利益または損失(△)	△2,878	△558	76	△1,270

## <中間配当および期末配当について>

当社の利益配分に関する基本方針は、業績に対応した配当を行うことを基本とし、併せて、配当性向、企業体質の一層の強化と今後の事業展開に備えるための内部留保の充実などを勘案して決定する方針です。また、配当は中間及び期末の年2回の配当を実施することを原則とした上で、中間配当については、半期の業績及び通期の見通し等を総合的に勘案し、配当を実施するかどうかを決定することとしております。

この基本方針を踏まえ、第2四半期累計期間の業績及び今後の業績見通し等を慎重に検討した結果、誠に遺憾ではありますが、2020年8月31日を基準日とする中間配当の実施を見送ることとさせていただきました。

また、2021年2月28日を基準日とする2021年2月期の期末配当については、新型コロナウイルス感染症による業績への影響度合いによっては減損処理の再検討が必要になるなど、非経常的な要因によって当期純利益の見通しが大きく変動する可能性もあるため、現時点における期末配当予想は未定とさせていただきました。

株主、投資家の皆様には深くお詫び申し上げますとともに、早期の業績回復に努めてまいりますので、引き続き変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。

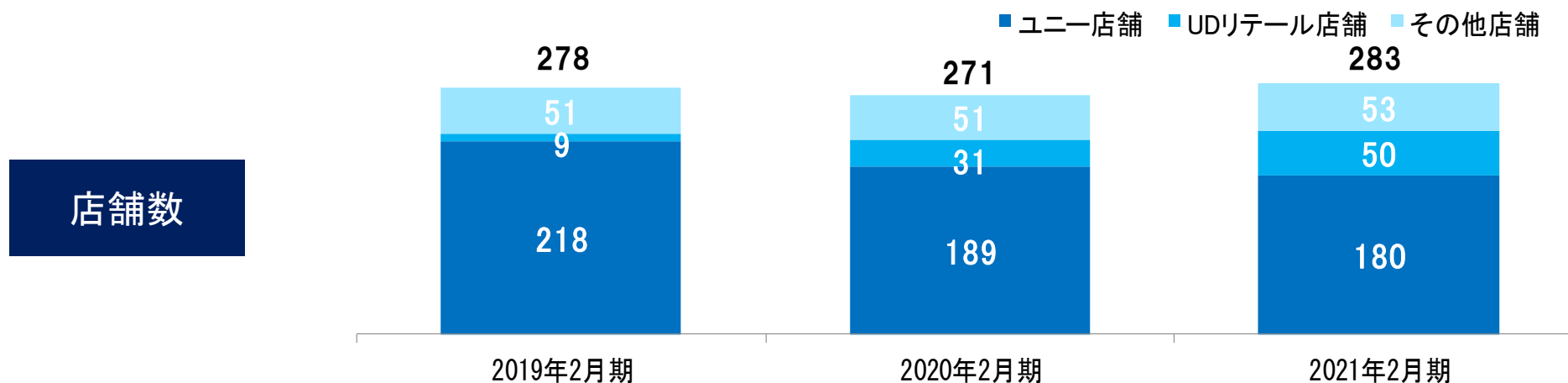
# 2020年2月期 設備投資計画

(単位:百万円)

	2021年2月期 第2四半期	2021年2月期 下期計画	
	実績	計画	主な設備投資の内容
テナント事業	144	46	店舗の新設、改装および店舗設備等の更新等
外販事業	167	274	生産設備の更新および増強等
その他	34	4	設備の更新等
<b>合計</b>	<b>346</b>	<b>325</b>	

テナント事業 店舗計画		2021年2月期 第2四半期	2021年2月期 下期計画					
業態	ブランド	期末店舗数	出店	閉店	業態転換(出店)	業態転換(閉店)	改装	期末店舗数
ユニー 店舗	総合惣菜 Kanemi	141						141
	寿司専門 寿司御殿	28						28
	洋風惣菜 K-STAGE(ケイステージ)	11						11
UDリテール 店舗	総合惣菜 Kanemi	43			4			47
	寿司専門 寿司御殿	3						3
その他 店舗	総合惣菜	Kanemi	11					11
		e'z mart(イーズマート)	3					3
		ease deli(イーズデリ)	4					4
	寿司専門 寿司御殿	1					1	
	洋風惣菜 eashion(イーション)	31					31	
	外食 寿司御殿	3					3	
<b>合計</b>		<b>279</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>283</b>

# テナント店舗の状況(3期推移)



業態	ブランド	2019年2月期						2020年2月期						2021年2月期					
		出店	閉店	業態 転換 (出)	業態 転換 (閉)	改装	期末 店舗数	出店	閉店	業態 転換 (出)	業態 転換 (閉)	改装	期末 店舗数	出店	閉店	業態 転換 (出)	業態 転換 (閉)	改装	期末 店舗数
ユニー 店舗	総合惣菜		6		7	7	177		3		25	1	149		1		7	3	141
	寿司専門		1				31				2		29				1		28
	洋風惣菜						10	1					11						11
UDリテール 店舗	総合惣菜				3		9	1		20			30			17			47
	寿司専門						0		1			1			2			3	
その他 店舗	総合惣菜	Kanemi	1	1			10	1					11						11
		e' z mart					1	4		1			3						3
		ease deli						4					4						4
	寿司専門						1					1						1	
	洋風惣菜		1	2		1	29	1	1		1	29	2					31	
	外食						3					3						3	
	<b>合計</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>278</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>21</b>	<b>27</b>	<b>2</b>	<b>271</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>19</b>	<b>8</b>	<b>3</b>	<b>283</b>

(注)2021年2月期の店舗数は、上期の実績 + 下期の計画を示しております。

**2021年2月期 第2四半期  
業績総括および今後の見通し**

## ■2021年2月期スローガン 「協同・動く・導く」

**協同**

理由ある仮説のもと、意味や思いを共有して、目的・目標を明確にし、方向性を合わせる

**動く**

まとまった意思で、それぞれに合った綿密な計画を立て、速やかに実行に移す

**導く**

行動期間を定め、実行結果の評価を改善して更に良い結果を導き出す

## ■注力ポイント

### ・ 新型コロナウイルス感染症への対応

- 事業所・従業員の予防対策の徹底(衛生管理、体調管理、不要不急の外出自粛)
- 「特別感謝一時金」の支給 ⇒ 従業員の命と心への感謝、雇用の安定化、全社一丸となり戦い抜いていく
- 消費者の新生活様式への移行、経営環境の変化に対し「気づき、自ら動く」ことの推進
- 「食」を重要な生活インフラとして消費者ニーズに合わせた商品展開

### ・ 「営業基本方針」の具現化

- 基本の忠実な実行による企業価値の向上

テナント事業 営業基本方針







品質・清潔・接客

外販事業 営業基本方針

安全・品質・納期・原価

# 2021年2月期 第2四半期 コロナ禍の業績への影響

状況	影響	対応
店舗の臨時休業や営業時間の短縮	購買動向(来店時間、滞在時間、購入品目)の変化 午前中を中心にピーク時間が前倒し、夕方の客足が伸び悩む	・「営業基本方針」の忠実な実行 事業所、従業員の予防対策の徹底、安心して選んでいただける商品づくり
外出自粛による内食志向・在宅消費の高まり	素材や冷凍食品など保存可能な商品の需要拡大、家庭内調理の増加、外食メニューのデリバリーやテイクアウト等の活用による中食需要の低下	・大幅な売上減少に対し、店舗や工場の運営を見直し、適正なコスト管理および人時生産性の向上に注力
季節催事の中止、GW・お盆など帰省需要の低下	寿司桶やオードブル等、大人数用商品の需要低下	・「外食控え」「家呑み」をキーワードに、中食から「コト」消費の提案、需要に合わせた売場の展開
テレワークや在宅勤務等、勤務形態の変化	特に都心部のオフィス立地店舗や駅立地店舗が不況	・お盆期間の商品戦略を大皿から個食へと需要に合わせて変更

テナント事業 出店先・立地別前年比および主な要因	外販事業 納品先別前年比および主な要因
 <b>スーパーマーケット(前期比 100.1%)</b> 緊急事態宣言が解除された5月以降、持ち直しの動き	 <b>コンビニエンスストア(前期比 78.2%)</b> 特に都心部のオフィス立地や駅立地店舗の客足戻らず
 <b>駅立地店舗(主にeashion、前期比 63.1%)</b> 旅客・通勤客需要の減少、在宅勤務等の継続	 <b>鉄道系コンビニエンスストア(前期比 54.3%)</b> 休業・時短の継続、旅客・通勤客需要の減少、在宅勤務等の継続
 <b>外食店舗(前期比 55.1%)</b> 外出自粛、内食志向および在宅消費の高まり	 <b>宅配関連(前期比 108.0%)</b> 外食控え、在宅消費の高まりが追い風



# 2021年2月期 第2四半期 各事業の取り組み

テナント事業	外販事業
<p>■<u>新規出店17店舗(内、業態転換15店舗)、 閉店9店舗(内、業態転換による一時閉店8店舗)</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・「eashion」2店舗(西武東戸塚店、シアル横浜店)オープン</li><li>・業態転換後の「寿司御殿」2店舗(大口店、香久山店)にて新規導入したマルタ産の良質な本マグロを使用した握り寿司「本気の本マグロ」が好調。他店舗にも横展開</li><li>・業態転換に伴う一時閉店による売上、利益の減少</li><li>・業態転換に伴う収益性の低下 ⇒ 商品政策および店舗運営の抜本的な見直しに注力</li></ul>	<p>■<u>テナント店舗向け商品の内製化推進</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・店舗の品揃えの充実および工場稼働率の向上を図り、両事業の相乗効果を高める</li><li>—従来の弁当やおにぎり等のリニューアルをし、品揃えのみならず品質を追求</li><li>—新たに「わらびもち」の納品を開始し、新たなカテゴリーの展開に注力</li></ul> <p>■<u>製造管理体制のさらなる強化および継続的な品質の向上</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・JFS-B規格に基づくHACCP認証取得 20年10月現在、10工場取得済み ⇒ 20年12月中に全工場取得予定</li><li>・QC活動による品質向上および人財育成</li></ul>

## テナント事業

- ・ディベロッパーや業態ごとの戦略の明確化
- ・新生活様式に対応する運営計画・商品展開
  - － 「外食控え」「家呑み」をキーワードに、中食から「コト消費」の提案
  - － ピーク時間帯にあわせた適正な人時計画
- ・店舗モニタリングの強化および良例の横展開による既存店舗の運営力の底上げ
- ・継続的な定番商品のブラッシュアップによる「強い単品」づくりの強化
  - － 鶏唐揚げ、豚カツ、餃子など、価格以上の価値を追求
- ・外販工場と連携した内製化の推進
  - － インストア加工とアウトパック加工の役割を明確にし、さらなる「つくりたて」へのこだわりと品揃えの充実を図る

## 外販事業

- ・各工場の生産品目の組替、集約による生産効率の向上および収益基盤の強化
  - － 袋井工場をテナント店舗向け商品製造工場として専用化し、アイテム集約  
⇒ 従来、袋井工場製造のファミリーマート商品を既存工場へ集約、稼働率の向上、生産効率の向上を図る
- ・製造管理体制のさらなる強化、継続的な品質の向上
  - － 全工場のJFS-B規格に基づくHACCP認証取得および取得過程における製造管理体制の強化
  - － QC活動による品質向上および人財育成
- ・コスト管理の継続、工場運営の適正化による人時生産性の向上
- ・テナント店舗向け商品の内製化の推進
  - － 弁当やおにぎり、サラダなど既存商品のリニューアルによる品質の向上と工場稼働率の向上

# ご参考：中食市場について

## 国内の中食(惣菜)市場規模は10兆円超

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

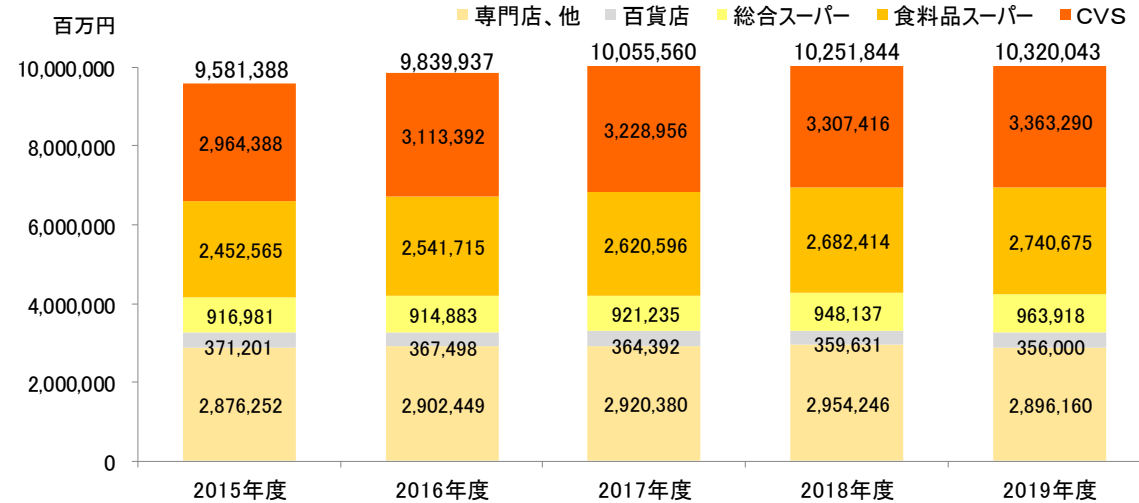
- |      |  |
|------|--|
| 安心安全 | → 品質管理、衛生管理                                      |
| おいしさ | → 地域の自然の恵み(地産地消)<br>季節の恵み<br>鮮度<br>カロリーや栄養コントロール |
| 手軽さ  | → 簡単調理<br>価格・ボリューム                               |

#### 非日常性

- |         |   |
|---------|---|
| 高付加価値商品 | → デザイン性・ブランド力等<br>珍しい食材・高級食材<br>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 2020年版惣菜白書



※ 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)

