

銘柄コード:2669



**カネ美食品株式会社**

## 2021年2月期 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 広報IR部TEL (052)879-6126(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	244 店舗
ユニー(アピタ・ピアゴ)	177 店舗
UDリテール(MEGAドン・キホーテUNY、ドン・キホーテUNY)	50 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 リーズデリ精華台店



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	8,857 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)	542 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カ所の生活協同組合



コンビニエンスストア



NewDays

# 2021年2月期 決算概況

# 業績の状況

(単位:百万円)

	2020年2月期		2021年2月期		
	実績	構成比 (%)	実績	構成比 (%)	前期比 (%)
売上高	84,703	100.0	75,529	100.0	89.1
テナント事業	42,205	49.8	40,375	53.5	95.6
外販事業	42,497	50.2	35,153	46.5	82.7
営業利益	1,728	2.0	465	0.6	26.9
経常利益	1,795	2.1	524	0.6	29.2
当期純利益	1,282	1.5	204	0.2	15.9

(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。

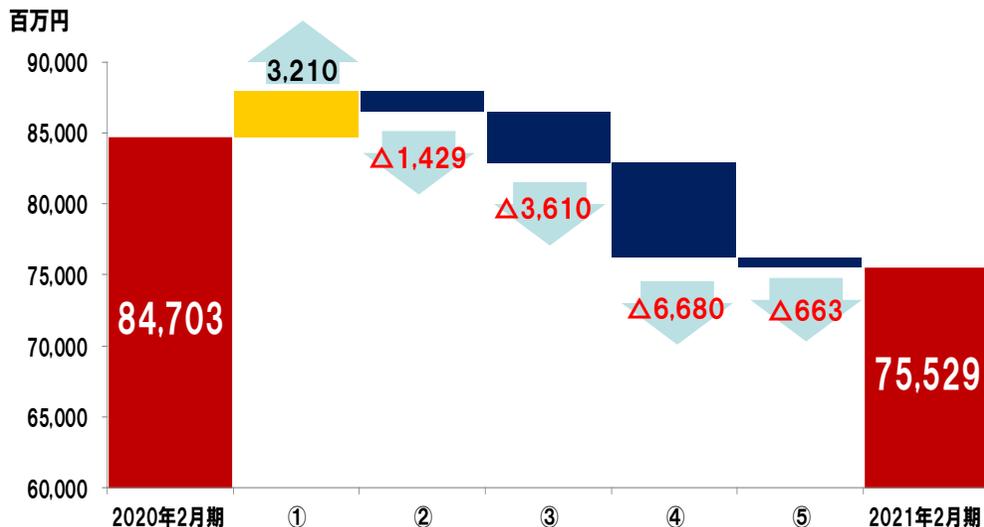
# セグメント別の業績の状況

(単位:百万円)

		2020年2月期		2021年2月期		
		実績	構成比 (%)	実績	構成比 (%)	前期比 (%)
テナント事業	売上高	42,205	100.0	40,375	100.0	95.6
	ユニー店舗	32,120	76.1	28,722	71.1	89.4
	UDリテール店舗	2,549	6.0	5,487	13.6	215.2
	その他店舗	7,536	17.9	6,166	15.3	81.8
	セグメント利益	1,652	3.9	1,603	3.9	97.0
外販事業	売上高	42,497	100.0	35,153	100.0	82.7
	ファミリーマート	38,571	90.7	31,890	90.7	82.6
	鉄道系コンビニ	1,949	4.6	1,108	3.2	56.8
	宅配	1,948	4.6	2,124	6.0	108.9
	その他	27	0.1	30	0.1	110.7
	セグメント利益または 損失(△)	76	0.1	△1,137	-	-

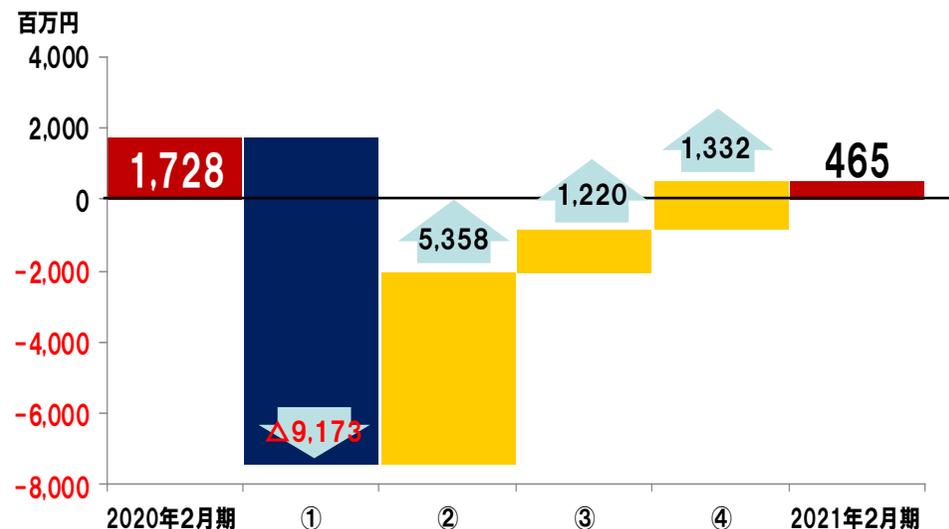
# 売上高と利益の増減要因

## 【売上高】



<b>2020年2月期</b>	<b>84,703 百万円</b>
①テナント 新設店舗による売上増加	3,210 百万円
②テナント 既存店舗による売上減少	△1,429 百万円
③テナント 業態転換および閉店による売上減少	△3,610 百万円
④外販 CVS部門の売上減少	△6,680 百万円
⑤外販 その他部門の売上減少	△663 百万円
<b>2021年2月期</b>	<b>75,529 百万円</b>
<b>増減額</b>	<b>△9,173 百万円</b>

## 【営業利益】

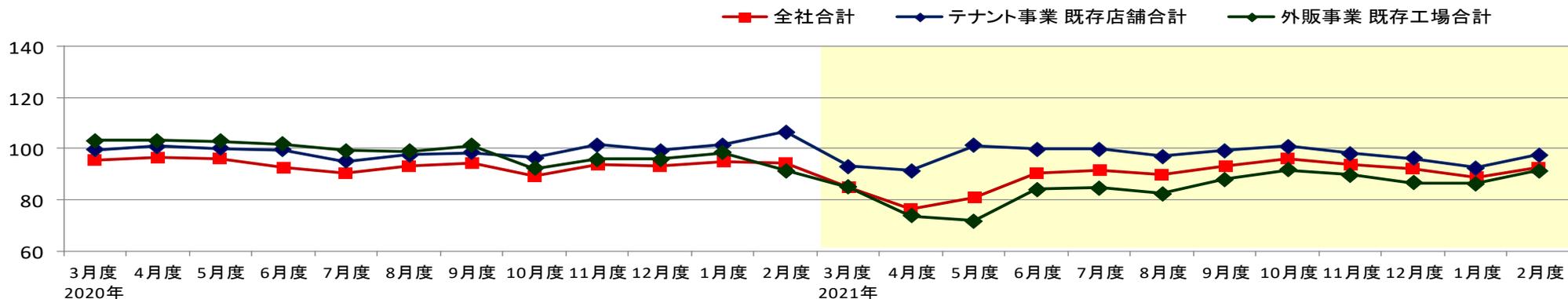


<b>2020年2月期</b>	<b>1,728 百万円</b>
①売上高の減少	△9,173 百万円
②仕入高の減少	5,358 百万円
③人件費の減少	1,220 百万円
④その他経費の減少	1,332 百万円
<b>2021年2月期</b>	<b>465 百万円</b>
<b>増減額</b>	<b>△1,263 百万円</b>

# 月次売上高 前年比

		2021年2月期													
		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	93.2	96.1	93.9	92.2	88.8	92.7	89.1
テナント事業	合計	89.5	82.3	92.9	98.7	99.3	97.1	93.3	98.7	100.9	98.1	96.7	94.1	99.7	95.6
	既存合計	93.1	91.3	101.3	99.8	99.8	97.1	97.0	99.2	101.0	98.0	96.3	92.6	97.7	97.2
	ユニー店舗	97.9	93.9	103.5	104.1	103.7	100.4	100.6	102.8	102.8	101.5	98.6	95.5	100.6	100.3
	UDリテール店舗	97.2	98.8	104.1	96.0	93.3	94.3	96.7	88.7	92.8	92.3	93.6	93.0	96.1	94.3
	その他店舗	74.7	69.9	77.7	83.4	86.5	83.4	80.4	88.8	96.3	87.8	88.8	79.2	86.8	84.6
外販事業	合計	80.9	71.0	69.6	83.0	84.4	82.4	78.5	87.9	91.6	89.7	86.7	82.5	85.4	82.7
	既存合計	84.9	73.6	71.8	84.1	84.5	82.4	80.3	87.9	91.6	89.7	86.7	86.3	91.4	84.3
	ファミリーマート	80.2	70.6	69.5	82.5	84.5	82.2	78.2	87.3	92.0	90.3	86.7	83.5	85.7	82.6
	その他	88.6	75.3	70.9	87.8	83.8	84.2	81.6	93.3	88.3	84.4	86.7	73.6	82.5	83.0

(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	増減
<b>流動資産</b>	19,126	18,487	△639
現金及び預金	12,789	12,653	△136
売掛金	5,698	5,105	△593
たな卸資産	433	448	15
その他	204	280	76
<b>固定資産</b>	12,132	11,658	△473
有形固定資産	10,295	9,952	△342
無形固定資産	221	246	25
投資その他の資産	1,615	1,459	△156
<b>資産合計</b>	31,258	30,145	△1,113
<b>流動負債</b>	7,713	6,590	△1,123
<b>固定負債</b>	247	334	87
<b>負債合計</b>	7,961	6,925	△1,036
<b>純資産合計</b>	23,297	23,220	△76
<b>負債・純資産合計</b>	31,258	30,145	△1,113
<b>自己資本比率(%)</b>	74.5	77.0	2.5

(単位:百万円)

	2020年2月期	2021年2月期
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>	2,151	984
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>	68	△779
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>	△1,095	△341
<b>現金及び現金同等物の増減額</b>	1,125	△136
<b>現金及び現金同等物の期首残高</b>	11,664	12,789
<b>現金及び現金同等物の期末残高</b>	12,789	12,653

(単位:百万円)



# 設備投資

(単位:百万円)

	2020年2月期	2021年2月期	
	実績	実績	主な設備投資の内容
テナント事業	208	333	新設、業態転換および店舗設備の更新等、1工場セントラルキッチン化
外販事業	505	262	設備の更新および増強等
その他	12	36	設備の更新等
合計	726	632	

## テナント事業 店舗概要

業態		ブランド	2020年2月期	2021年2月期					期末店舗数
			期末店舗数	出店	閉店	業態転換(出店)	業態転換(閉店)	改装	
ユニー 店舗	総合惣菜	Kanemi	149		1		10	3	138
	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		▲4	39
		Re'z deli(リーズデリ)	0			4	4	8	
	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(イズマート)	3						3
		ease deli(イズデリ)	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	19	11	3	280

「kanemi」から「Re'z deli」に  
ブランド転換を実施

# 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
	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
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	

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
	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
	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
	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
	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
	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
	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
	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
	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
	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
	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

業態転換に伴う一時閉店	日付	業態	店舗名	転換前店舗(閉店日)	所在地
	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
	6/23	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
	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
	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
	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
	11/17	総合	リーズデリ吉良店	ピアゴ吉良店 (9/6)	愛知県西尾市
	11/20	総合	リーズデリ高森店	アピタ高森店 (8/23)	長野県下伊那郡高森町
	11/24	総合	リーズデリ会津若松店	アピタ会津若松店 (8/23)	福島県会津若松市
	12/1	総合	リーズデリ精華台店	アピタ精華台店 (8/23)	京都府相楽郡精華町

改装	日付	業態	店舗名	ディベロッパー	所在地
	4/23	総合	アピタ岡崎北店	ユニー株式会社	愛知県岡崎市
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	
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

# 2022年2月期 業績予想、配当について

(単位:百万円)

業績見通し	2019年3月期	2020年2月期	2021年2月期	2022年2月期予想
売上高	82,432	84,703	75,529	78,000
営業利益	585	1,728	465	1,370
経常利益	680	1,795	524	1,400
当期純利益または純損失(△)	△843	1,282	204	550
テナント事業				
売上高	40,388	42,205	40,375	41,774
セグメント利益	1,144	1,652	1,603	1,665
外販事業				
売上高	42,043	42,497	35,153	36,225
セグメント利益または損失(△)	△558	76	△1,137	△295
配当				
1株当たり配当額(内1株当たり中間配当額)(円)	60(30)	65(30)	7(0)	17(8)
配当性向(%)	—	49.1	33.1	29.8

## 配当方針

当社の利益配分に関する基本方針は、業績に対応した成果の配分を行うことを基本とし、併せて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を採っております。  
この基本方針に基づき、剰余金の配当については、継続的な配当の実施を目指す事を基本的なスタンスとしていく所存であります。

# 2022年2月期 設備投資計画

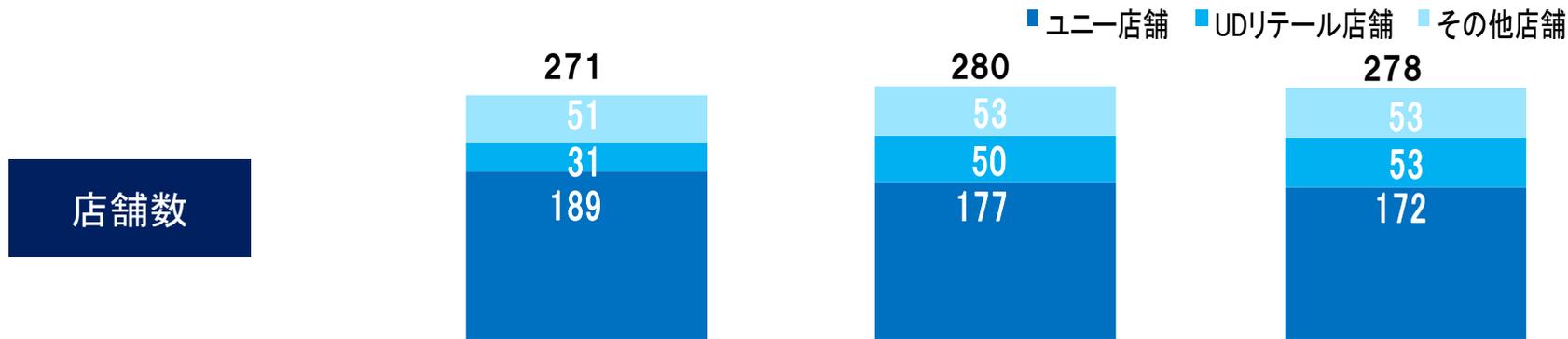
(単位:百万円)

	2021年2月期	2022年2月期 計画	
	実績	計画	主な設備投資の内容
テナント事業	333	356	店舗の新設、改装および設備の更新等
外販事業	262	467	生産設備の更新および増強等
その他	36	22	設備の更新等
合計	632	845	

テナント事業 店舗計画			2021年2月期	2022年2月期					
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	138		2		2		134
	寿司専門	寿司御殿	28		1				27
	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	39		1			▲38	0
		Re'z deli(リーズデリ)	8	3		1	38	50	
	寿司専門	寿司御殿	3		1				2
	唐揚専門	とりから御殿	0	1					1
その他 店舗	総合惣菜	Kanemi	11		1				10
		e'z mart(イーズマート)	3		1				2
		ease deli(イーズデリ)	4					1	4
	寿司専門	寿司御殿	1						1
	洋風惣菜	eashion(イーション)	31	2					33
	外食	寿司御殿	3						3
合計			280	6	7	1	2	1	278

「kanemi」から「Re'z deli」に  
ブランド転換予定

# テナント店舗の状況(3期推移)



業態	ブランド	2020年2月期						2021年2月期						2022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		3		25	1	149		1		10	3	138		2		2		134
	寿司専門				2		29				1		28		1				27
	洋風惣菜	1					11						11						11
UDリテール 店舗	総合惣菜	1		20			30			13	▲4	39		1			▲38		0
							0			4	4	8	3		1		38		50
	寿司専門			1			1			2		3		1					2
	唐揚専門店						0					0	1						1
その他 店舗	総合惣菜	1					11					11		1					10
			1				3					3		1					2
							4					4					1		4
	寿司専門						1					1							1
	洋風惣菜	1	1			1	29	2				31	2						33
	外食						3					3							3
	<b>合計</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>11</b>	<b>3</b>	<b>280</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>278</b>

**2021年2月期  
業績総括および今後の見通し**

## ■ 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）
- 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

## ■ コロナ禍の業績への影響

- スーパーマーケットを中心に一部持ち直しも見られたものの、第3波の影響、緊急事態宣言の再発出により需要低下
- オフィス需要や旅客需要の強い都心部のオフィス立地店舗や駅立地店舗は低調に推移

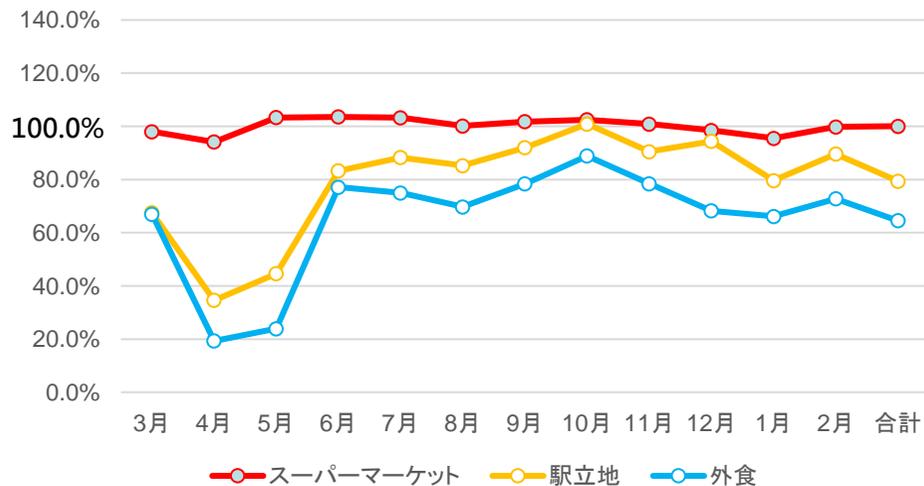
状 況	影 響	対 応
店舗の臨時休業や営業時間の短縮	購買動向（来店時間、滞在時間、購入品目）の変化 午前中を中心にピーク時間が前倒し、夕方の客足が伸び悩む	・「営業基本方針」の忠実な実行 事業所、従業員の予防対策の徹底、安心して選んでいただける商品づくり
外出自粛による内食志向・在宅消費の高まり	素材や冷凍食品など保存可能な商品の需要拡大、家庭内調理の増加、外食メニューのデリバリーやテイクアウト等の活用による垣根を越えた競争拡大	・大幅な売上減少に対し、店舗や工場の運営を見直し、適正なコスト管理および人時生産性の向上に注力 ・「外食控え」「家呑み」をキーワードに、中食から「コト」消費の提案、需要に合わせた売場の展開
季節催事の需要低下と増加、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 家庭で楽しむイベント（節分・クリスマス等）の需要増加	・お盆や年末年始等、帰省需要期間の商品戦略を大皿から個食へと変更 ・節分等イベント商品の事前予約推進
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	

# 2021年2月期 総括／スローガン「協同・動く・導く」

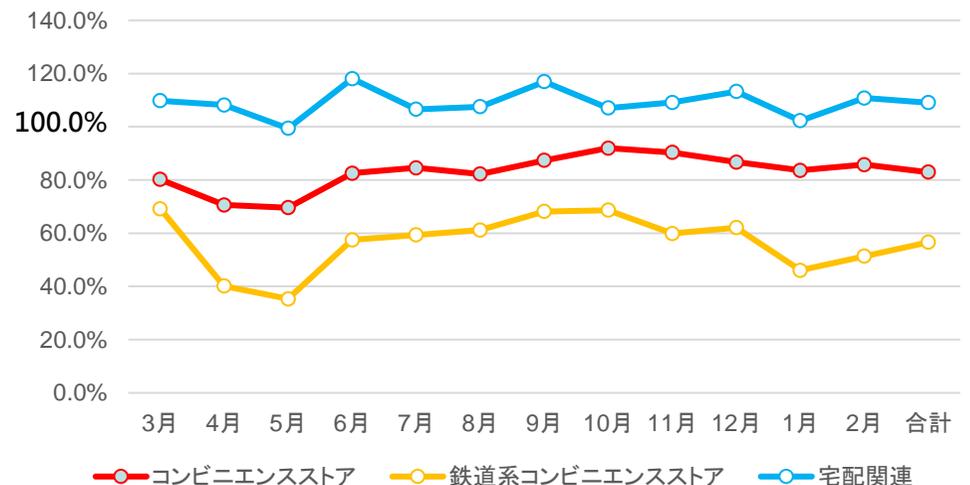
## ■ コロナ禍における事業別の状況

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
<p>➔ <b>スーパーマーケット(前期比 100.0%)</b> 緊急事態宣言が解除された5月以降、ほぼ横ばい</p>	<p>↘ <b>コンビニエンスストア(前期比 82.6%)</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</p>
<p>↘ <b>駅立地店舗(主にeashion、前期比 76.4%)</b> 旅客・通勤客需要の減少、在宅勤務等の継続</p>	<p>↘ <b>鉄道系コンビニエンスストア(前期比 56.8%)</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</p>
<p>↘ <b>外食店舗(前期比 64.6%)</b> 外出自粛、内食志向および在宅消費の高まり</p>	<p>↗ <b>宅配関連(前期比 108.9%)</b> 外食控え、在宅消費の高まりが追い風</p>

テナント事業 出店先・立地別売上高 前年比



外販事業 納品先別売上高 前年比



## テナント事業

- 新規出店21店舗(内、業態転換19店舗)、閉店12店舗(内、業態転換に伴う一時閉店11店舗)
  - ・ UDリテール店舗(ドン・キホーテとユニーのダブルネーム業態転換店舗)19店舗をオープン(転換店舗総数50店舗/2月末時点)
- ディベロッパーや顧客層にあわせたブランド戦略の明確化
  - ・ UDリテール店舗において、新ブランド「Re' z deli (リーズデリ)」を展開し、新たなビジネスモデル・収益構造の確立を図る  
⇒ 従来のユニー店舗との顧客層の違いを分析し、ターゲットに合わせたカテゴリーの強化と価格帯の設定、販売アイテムの集約による効率化

### 継続的な定番商品の販売強化

- ・ 唐揚げ、豚カツ、メンチカツなど品質の磨き上げおよび強い単品の育成  
⇒ モデル店舗にて販売する唐揚げ「でら旨！鶏唐」が前年比141.9%の伸長

第12回からあげグランプリ(R)

【スーパー総菜部門】にて金賞受賞



### リーズデリ



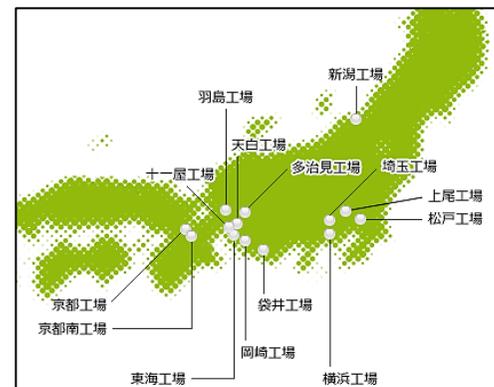
(reasonable) 納得のいく値頃感ある商品の提供  
(seasonable) 季節感の提供  
(delicious) カネ美がこだわる美味しさの提供

### 新生活様式に対応する運営計画・商品展開

- ・ ピーク時間の変化に合わせた適正な人時計画
- ・ 「外食控え」「家呑み」需要に合わせたおつまみ系惣菜やアソート展開
- ・ 多くの商品を選んで組み合わせる「よりどりセール」の実施

## 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
  - ・ 袋井工場のテナント店舗向けセントラルキッチン化に伴う中京エリア既存工場への生産品目の集約移管  
⇒ 1工場の製造数の増加による生産効率の向上
- 既存納品先の納品量の維持、拡大
  - ・ 下期 高単価帯のおにぎり「ごちむすび」の販売で単価アップと納品数量の増加。
  - ・ フードロス(廃棄ロス)にも効果が高いチルド弁当(ハンバーグ弁当)が好調。コンビニ店舗での発注量が安定的に増加
- 労務費、原材料荒利の管理によるコスト適正化の継続
  - ・ 自動充填機の活用による少人化の実現および定量投入を行うことで規定以上の原材料使用を抑制  
⇒ 売上の減少が大きく利益率への影響は限定的
- 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
  - ・ 安心・安全で美味しい商品製造に向けた体制のさらなる見直し  
⇒ JFS-B規格に基づくHACCP認証取得(2021年2月現在、全工場取得済)
- 新規取引先の確保
  - ・ 来期に繋げるための新規取引先へのテスト納品開始。  
⇒ テスト販売は好調であり来期本格納品開始。



## ■スローガン

新時代の中で常に基本を源に  
新化・深化・進化・伸化  
動いて、挑戦して、成長する

- ・新化: コロナ禍、収束、変わり行く時代、気づき
- ・深化: 何故そうするのか、しなければならぬのかの理由を明確に
- ・進化: 変化対応
- ・伸化: 成長＝勝ち残り

## ■全体施策

- ・新たな展開へのチャレンジ
- ・新しい生活様式に対応した商品提供
- ・おいしさの原点回帰
- ・非財務情報(ESG、SDGs等)に関する取り組み推進

## テナント事業

### ■モデル店舗にて成果を上げた取組みを既存店へ横展開

- － 第12回からあげグランプリ金賞受賞「でら旨！鶏唐」の積極的な販促活動と売り込み
- － 豚肉を店内仕込みした「手仕込みロースとんかつ」や、しっかりとした肉粒感のある「男気メンチカツ」の拡販

### ■店舗ブランドのブラッシュアップおよび出店拡大

- － リーズデリの収益構造の構築
- － eashionの出店拡大
- － 新業態への挑戦



手仕込みロースとんかつ



男気メンチカツ

2021年3月 唐揚専門店「とりから御殿」新規オープン

### ■セントラルキッチン「袋井ファクトリー」活用による内製化の推進

### ■販売計画・発注作業軽減システムの導入による販売機会ロスおよび廃棄ロスの低減



## 唐揚専門店「とりから御殿」

新しいニーズに応えるべく、唐揚専門店をオープン！  
メインの醤油唐揚げは、唐揚げの食感・風味を味わうため、鶏肉をこだわりの超特選醤油をベースに「もろみ」を隠し味に特製ブレンドしたタレにじっくり漬け込み、肉の繊維の奥まで旨味が染み込んだ自慢の唐揚げです！！  
塩唐揚げは、海水をじっくり煮詰めたオホーツクの塩と北海道産昆布を使用することで旨味が凝縮された優しい味付けになっています。

【住所】 〒485-0046  
愛知県小牧市堀の内三丁目15番地  
＜MEGAドン・キホーテUNY小牧店内＞  
【電話番号】0568-41-7868  
【営業時間】10:00～20:00



## 袋井ファクトリー

従来、コンビニエンスストア向けの商品を製造していた「袋井工場」を新たにテナント店舗のセントラルキッチンとして2021年3月17日より稼働し、事業所名を「袋井ファクトリー」へと変更しました。  
テナント店舗での商品ラインナップ強化をはじめ、作業の効率化とコスト削減を図ります。

【新事業所名】袋井ファクトリー（旧事業所名 袋井工場）  
【住所】 〒437-0066  
静岡県袋井市山科字松田2875番1  
【電話番号】 0538-44-2233

## 外販事業

### ■既存工場の再編による適正な活用

- ー 各工場間の製造品目の集約に伴う生産効率の向上および拠点ごとの役割の明確化
- ⇒ 既存工場の収益基盤の強化および新規取引やテナント内製化の推進

### ■新規取引先の開拓および取引拡大

- ー 資本関係にあるPPIH、日本アクセスと連携した新規納品
- ー 宅配需要が伸長する生協への納品拡大

### ■フードロスへの取り組みの推進(ロングライフ商品やチルド商品など)

### ■継続的なQC活動および人財の育成への取り組み

### ■不採算工場(新潟工場)の閉鎖による利益面の改善(3/15閉鎖)

ロングライフ商品やチルド商品



かつ丼



ハイローラー  
サーモン&チャーシュー



石釜パリジャンサンド



デミオムライス

※商品の一部

※4月中旬よりユニー・UDリテールにて販売

## 商品企画

### ■仕入の改革

- 原価・物流・商流等、根本的なコストの見直しおよび原材料からの仕入推進  
⇒ セントラルキッチンを活用による原材料仕入れから調理に及ぶ収益構造の見直し

### ■MD(マーチャндаイジング)の改革

- 取引先との協業「チームMD」の定期開催(取引先など複数の企業と意見の共有)  
年間の商品設計などを週ごとに立て実行(52週MDの構築)
- Aランク商品(重点商品)のブラッシュアップ
- 主要業態別の商品開発の推進および新規取引先への商品開発

### ■教育の改革

- コンプライアンス遵守への再教育
- 技術指導担当者の配置による店舗間の技術格差の均一化
- 外部視察や展示会参加等の積極的な実施による幅広い知識の習得

# 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

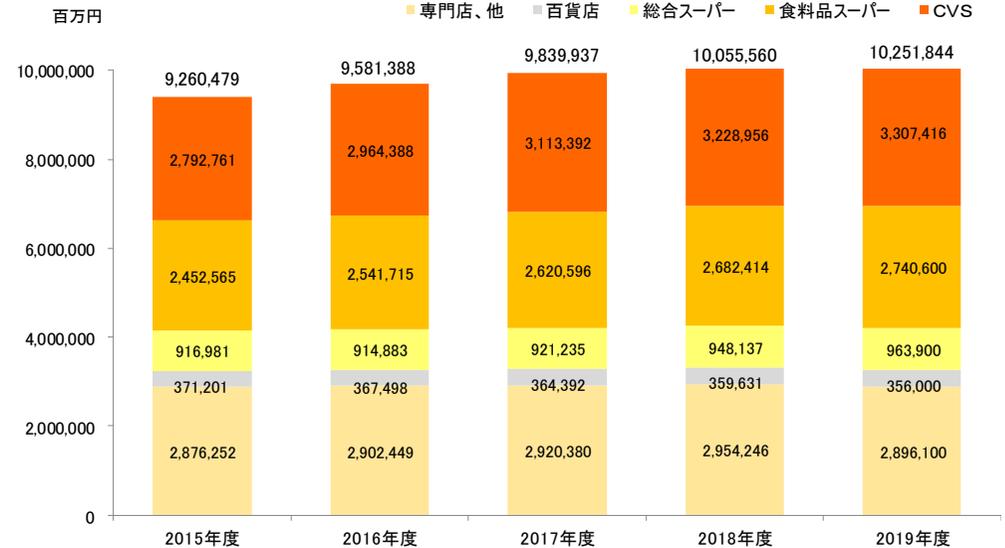
- 安心安全 → 品質管理、衛生管理
- おいしさ → 地域の自然の恵み(地産地消)  
季節の恵み  
鮮度  
カロリーや栄養コントロール
- 手軽さ → 簡単調理  
価格・ボリューム

#### ● 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】

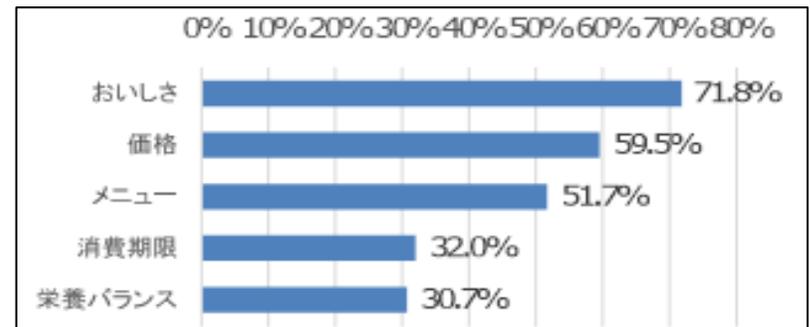
出所：社団法人日本惣菜協会 2020年版惣菜白書



※ 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)、イートインコーナー併設型惣菜店、受注後調理型惣菜店など

### 【総菜購入時の選択基準】

出所：社団法人日本惣菜協会 2020年版惣菜白書



「おいしさ」と「価格」を重視する傾向

# 【参考】 広報IR部の新設

## 目的

各ステークホルダーへの発信力の強化によるさらなる企業価値の向上



- 新商品や取り組みに関する情報をリアルタイムで発信（売上アップ）
- ブランドイメージの向上（人材確保・商品選びの優位性）
- CSR・ESG・SDGsへの取り組み（コーポレートガバナンス）



# 会社概要

(2021年2月28日現在)

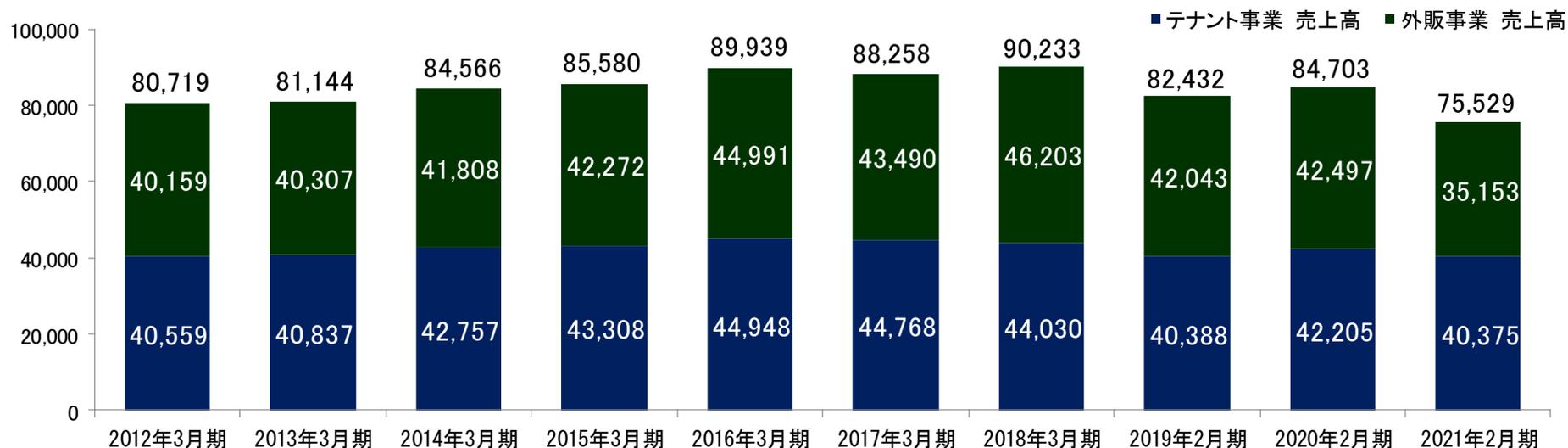
# 会社概要

<b>本社所在地</b>	〒458-0815 名古屋市緑区徳重三丁目107番地	<b>テナント店舗数および工場数</b>	テナント 280店舗 外販 14工場
<b>創業 / 設立</b>	1969年11月 / 1971年 3月	<b>資本金</b>	20億 2 百万円
<b>代表者</b>	代表取締役会長 青木 実 代表取締役社長 園部 明義	<b>上場証券取引所・コード</b>	東京証券取引所 JASDAQ 2669
		<b>株主名簿管理人</b>	三井住友信託銀行株式会社

## 沿革

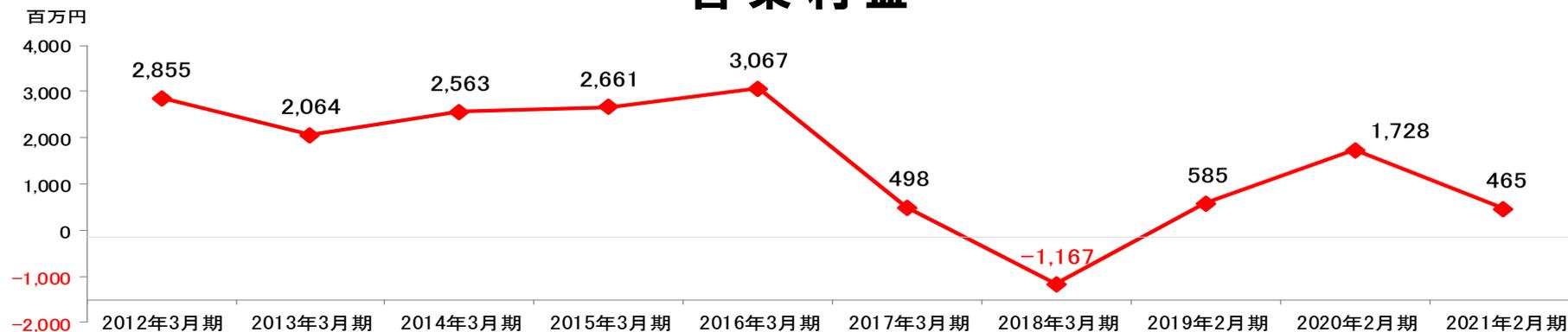
年月	事項	年月	事項
1971年 3月	名古屋市中川区に「カネ美食品株式会社」(資本金650万円)を 設立	2007年 6月	伊藤忠商事株式会社と業務提携契約の締結
1971年 5月	「株式会社鮭の美也古」を設立	2010年 4月	ジャスダック証券取引所と大阪証券取引所の合併に伴い、大阪証券取引所JASDAQに上場
1972年 5月	「株式会社鮭の美也古」を吸収合併し、総合惣菜店舗として チェーン展開を開始	2011年 4月	100%子会社の「株式会社港炊飯センター」を吸収合併
1972年 7月	名古屋市南区に「本社」を新設・移転	2013年 7月	大阪証券取引所と東京証券取引所の統合に伴い、東京証券取引所JASDAQに上場
1980年 3月	サークルK(ユニー株式会社事業部)の1号店開店により、弁当の納品を開始	2013年 9月	名古屋市緑区徳重に「本社」を新設・移転
1993年 8月	名古屋市天白区中坪町に「本社」及び「配送センター」を新設・移転	2013年10月	100%子会社の「株式会社エスジーダイニング」を吸収合併
1999年 4月	「配送センター」を廃止し、原材料等の供給を外部委託	2017年 7月	ユニー・ファミリーマートホールディングス株式会社による当社株式の追加取得により、同社の子会社となる
2000年 4月	子会社「株式会社港炊飯センター」を設立	2019年 4月	ユニー・ファミリーマートホールディングス株式会社の保有する一部株式を株式会社バン・パシフィック・インターナショナルホールディングスへ譲渡したことにより、両社が筆頭株主となる
2000年10月	株式公開(店頭登録)	2020年 7月	株式会社ファミリーマートの保有する一部株式を株式会社日本アクセスへ譲渡したことにより、株式会社ファミリーマートは筆頭株主およびその他の関係会社に非該当となる
2005年 4月	子会社「株式会社エスジーダイニング」を設立	2021年 1月	株式会社ファミリーマートの保有する一部株式をシティグループ証券株式会社へ譲渡

## 売上高

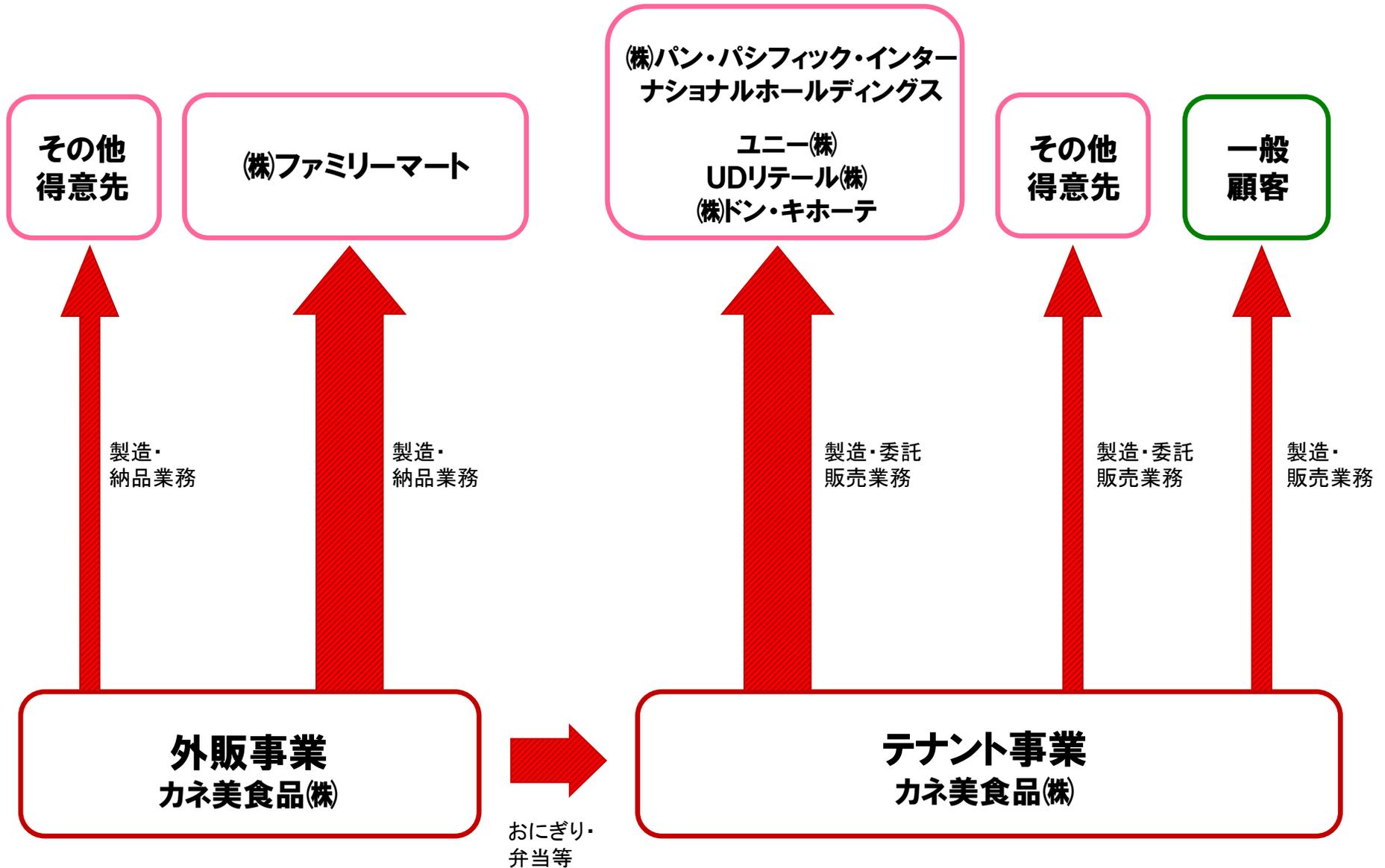


(注)売上高は各事業のセグメント間の内部売上高を除いて表示しております。2019年2月期は決算期変更に伴い11ヵ月決算となっております。

## 営業利益



# 事業フロー



# テナント事業：総合惣菜店舗



寿司・弁当・サラダなど幅広く取り扱う総合惣菜店舗。  
店舗内での調理を基本とし、作りたてをお客様にご提供することにこだわるとともに、お客様とのコミュニケーションを大切にしたい店舗運営に努めています。

## アピタ・ピアゴ内(138店舗)



## MEGAドン・キホーテUNY、 ドン・キホーテUNY内(39店舗)



## アオキスーパー内 (6店舗)

## パロー内(1店舗)

## コープあいち内(1店舗)

## コープいしかわ内 (2店舗)

## MEGAドン・キホーテ内 (1店舗)



ドン・キホーテとユニーのダブルネーム業態転換店舗「MEGAドン・キホーテ UNY」に出店する総合惣菜店舗を新たなブランドで展開。

- ①納得のいく値頃感ある商品の提供 (reasonable)
- ②季節感の提供 (seasonable)
- ③カネ美がこだわる美味しさの提供 (delicious)

をコンセプトとし、より一層お客様にご満足いただくため、「毎日値頃価格」をテーマに美味しいものを毎日お値頃価格で提供し、地域一番の食卓応援団として、魅力ある店舗づくりに努めています。

## MEGAドン・キホーテUNY(8店舗)



# テナント事業：総合惣菜店舗 & 寿司専門店舗



総合惣菜店舗

e'z mart(イーズマート)(3店舗)

総合惣菜と洋風惣菜を融合させた新しいスタイルの店舗として、首都圏のスーパーマーケットや駅ビルに出店しています。幅広いニーズにお応えできる柔軟な展開を図ります。



東急ストア内 (1店舗)

アトレヴィ内 (1店舗)

枚方T-SITE内 (1店舗)



総合惣菜店舗

ease deli(イーズデリ)(4店舗)

首都圏の小規模スーパーマーケット内に出店する総合惣菜店舗。幅広いアイテムを取り揃えお客様に安心してご購入いただける店づくりを進めています。



オオゼキ内 (4店舗)



寿司専門店舗 **寿司御殿**(32店舗)

本物の寿司の味を手軽に家庭で楽しんでもらいたいという思いから、テイクアウト専門店として、主にアピタ・ピアゴ店内にテナント展開しています。また、店舗環境に応じて、焼鳥や弁当を提供する店舗も展開しています。

アピタ・ピアゴ内 (28店舗)

MEGAドン・キホーテUNY内 (3店舗)

パロー内 (1店舗)



# テナント事業：洋風惣菜店舗



洋風惣菜店舗

eashion(イーション)(31店舗)

eashion(イーション)とは、eat(食べる)+fashion(ファッション)をかけあわせた造語で、その名が表すとおり、品揃えはもちろん、空間づくりにもこだわった洋風惣菜店舗です。

主に関東地方の百貨店や駅ビル、駅ナカ、商業施設への出店を進め利用する方に合わせて、スタイリッシュに仕上がっています。

百貨店内、駅ナカ等



洋風惣菜店舗

K-STAGE(ケイステージ)(11店舗)

大型スーパー向けの洋風惣菜店舗として、デパ地下の明るくおしゃれな雰囲気と味を演出・提供することをコンセプトに、“栄養のためだけの食事ではなく、食卓を彩る”という発想のもと斬新なメニューをお手頃な価格にて展開しています。

アピタ、ピアゴ店内



# テナント事業：外食店舗

旬の活きのいい最高級のネタを使ったお寿司をお値打ちにご提供しています。

店舗名	寿司・割烹料理	回転寿司・割烹料理	
	寿司御殿 赤池本店	寿司御殿 竹の山店	寿司御殿 有松店
店舗の様子			
			
所在地	愛知県日進市赤池二丁目600-1	愛知県日進市岩崎町竹の山37-862	愛知県名古屋市緑区境松二丁目510
開店年月	1985年10月開店	2002年11月開店	2009年10月開店
総席数	270席	100席	87席
平均客単価	2,779円	2,631円	2,852円
平均月商	5,992千円	18,902千円	17,027千円

# 外販事業：工場の配置

全国14カ所に配置された工場から、コンビニエンスストアや各生活協同組合に商品を供給しています。

コンビニエンスストアの出店エリアに合わせた適正規模の工場を配置し、24時間、365日休むことなく稼働しています。



岡崎工場



新潟工場  
米飯  
※3月15日閉鎖

多治見工場  
チルド(米飯)

埼玉工場  
チルド(サラダ惣菜・パスタ・調理パン)

京都工場  
米飯、チルド(寿司)

羽島工場  
米飯

天白工場  
米飯、宅配

上尾工場  
チルド(調理パン)、宅配

京都南工場  
チルド(サラダ・パスタ・調理パン)

十一屋工場  
米飯

岡崎工場  
米飯

横浜工場  
米飯

松戸工場  
米飯

東海工場  
チルド(サラダ惣菜・パスタ・調理パン)

袋井工場  
米飯

※3月17日テナント向け  
セントラルキッチンとして稼働



横浜工場

# 外販事業：納品先

コンビニエンスストア

ファミリーマート  
(納品店舗数:8,857店舗)



株式会社ファミリーマート

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  
(納品店舗数:542店舗)



株式会社JR東日本リテールネット  
(JR東日本駅構内)

宅配関連

生活協同組合  
(全7カ所)



↑ 夕食宅配弁当の一例  
お弁当コース(左上)、おかずコース(右下)

- ・おおさかパルコープ(大阪府)
- ・ならコープ(奈良県)
- ・大阪よどがわ  
市民生活協同組合(大阪府)

- ・コープデリ  
(東京都、千葉県、神奈川県、  
埼玉県、群馬県、新潟県、長野県)



- ・コープあいち(愛知県)
- ・コープぎふ(岐阜県)
- ・コープみえ(三重県)

## 米飯

弁当

おにぎり

寿司



## チルド製品

弁当

寿司

パスタ

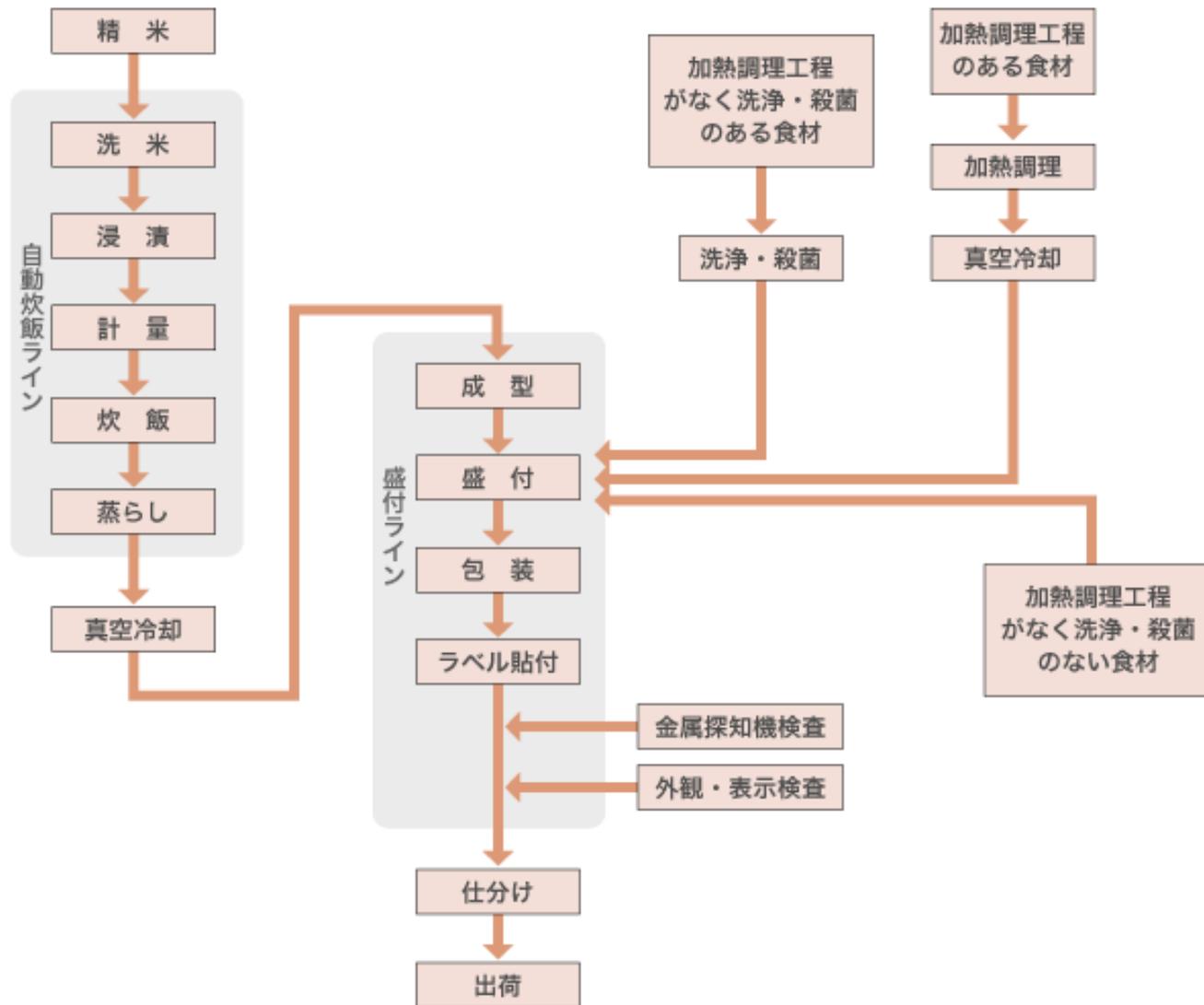
調理パン

サラダ

惣菜



# 外販事業：弁当類の製造工程



## 衛生管理方法

全工場においてHACCPの手法(食材入荷から製造・出荷まで管理ポイントを監視、記録)に基づく衛生管理を行っており、常に安全、安心な商品づくりを心がけています。

## 品質・衛生レベル管理

全工場に検査室と品質管理担当者を配置し、品質の確認や従業員教育を行っています。

## 7Sの推進

7S(整理・整頓・清掃・清潔・習慣・洗淨・殺菌)を推進し、衛生管理体制の基礎づくりを目的として取り組んでいます。

## 管理体制

各工場内に製造確認カメラを設置し、安全性の強化や抑止力の向上に取り組んでいます。



### HACCPとは

HACCPは1960年代に米国で宇宙食の安全性を確保するために開発された食品の衛生管理の手法。

この方式は国連の国連食糧農業機関(FAO)と世界保健機構(WHO)の合同機関である食品規格(CODEX)委員会から発表され、各国にその採用を推奨している国際的に認められたものです。

HA (Hazard Analysis) 危害分析(微生物、異物など)

食品の製造工程(原材料から最終製品に至るまでのすべての工程)で発生する恐れのある微生物汚染等の危害要因について調査・分析する

CCP (Critical Control Point) 重要管理点(殺菌工程、包装工程など)

製造工程の段階で、より安全性が確保された製品を得るために、特に重点的に管理すべきポイント

### 従来の製造方法との違いは

これまでの食品の安全性への考え方は、製造環境を清潔にしたら、安全な食品が製造できるであろうとの考えの下、製造環境の整備や衛生の確保に重点が置かれてきました。そして、製造された食品の安全性の確認は、主に最終製品の抜き取り検査(微生物の培養検査等)により行われてきました。(製品のすべてを検査することはできません。)

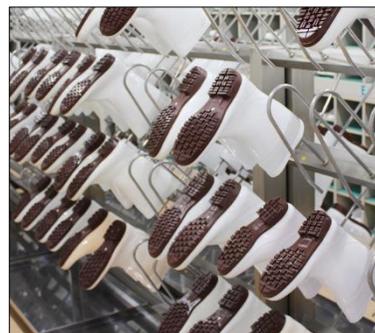
HACCP方式は、これらの考え方や方法に加え、原料の入荷から製造・出荷までのすべての工程において、危害を予測し、防止(予防、消滅、許容レベルまでの減少)するための重要管理点を特定して、そのポイントを継続的に監視・記録し、異常が認められたらすぐに対策を取り解決するため、不良製品の出荷を未然に防ぐことができるシステム。



## ●衛生管理の徹底、異物混入の防止



製造現場に持込可能な物を明確にし、 unnecessary な物や私物の持込を禁止。



使用する長靴は靴底も含め、汚れや綻びがないかチェックして使用。



エアシャワーにて作業着に付いた毛髪やゴミなどを吹き飛ばす。



作業場入場まで数回にわたり、粘着ローラーにて全身のゴミを除去。タイマーを活用し確実に取り除けるよう時間をかけ、念入りに行う。



手洗いはマニュアルに沿って行う事を徹底。消毒は手洗い後だけでなく、作業中にも実施。手袋交換時や製造アイテムの切替時など、その都度入念に行う。



使用する食材は、加熱時や冷却時に中心温度を測り、加熱・冷却が基準値に達しているかを確認。美味しく安定した品質を確保。

## ●フードディフェンスの強化



### 【 製造確認カメラの増設・入替 】

カメラ台数の増設や新型への入替などにより、管理・確認体制を強化

### 【 作業着(帽子)の名札の改良 】

製造確認カメラにて認識しやすいよう、従来より名札のサイズを大きくし、漢字表記だけでなく、頭部の右側にカタカナ表記を使用。

また、帽子に直接圧着加工しているため、金具の名札と違い、作業中に外れるリスクを排除。

# 決算参考資料

# 1. 経営指標

	2019年2月期		2020年2月期		2021年2月期	
	第2四半期	通期	第2四半期	通期	第2四半期	通期
	2018年4月1日～ 2018年9月30日	2018年4月1日～ 2019年2月28日	2019年3月1日～ 2019年8月31日	2019年3月1日～ 2020年2月29日	2020年3月1日～ 2020年8月31日	2020年3月1日～ 2021年2月28日
売上高 (百万円)	45,443	82,432	43,509	84,703	37,298	75,529
営業利益または損失(△) (百万円)	506	585	1,101	1,728	△22	465
経常利益 (百万円)	565	680	1,144	1,795	10	524
当期(四半期)純利益 または純損失(△) (百万円)	407	△843	873	1,282	△139	204
純資産額 (百万円)	24,884	23,238	23,195	23,297	22,796	23,220
総資産額 (百万円)	33,643	31,386	32,160	31,258	30,104	30,145
1株当たり純資産額 (円)	2,528.52	2,361.35	2,398.18	2,408.77	2,357.00	2,400.85
1株当たり当期(四半期)純利益 または純損失(△) (円)	41.40	△85.75	89.88	132.23	△14.39	21.11
自己資本比率 (%)	74.0	74.0	72.1	74.5	75.7	77.0
営業活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	55	4,640	△2,403	2,170	△80	984
投資活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	△11	△401	347	49	△478	△779
財務活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	△295	△590	△804	△1,095	△340	△341
現金及び現金同等物の増減額 (百万円)	△251	3,648	△2,860	1,125	△898	△136
現金及び現金同等物の期首残高 (百万円)	8,015	8,015	11,664	11,664	12,789	12,789
現金及び現金同等物の期末残高 (百万円)	7,764	11,664	8,803	12,789	11,891	12,653

(注)2017年3月期より取締役に対する新たな株式報酬制度として「株式給付信託(BBT)」を導入しており、株主資本に自己株式として計上されている「株式給付信託(BBT)」に残存する自社の株式は、1株当たり当期純利益額および損失額の算定上、期中平均株式数の計算において控除する自己株式に含めております。

# 2.貸借対照表

(単位:百万円)

		2019年2月期		2020年2月期		2021年2月期	
		第2四半期	通期	第2四半期	通期	第2四半期	通期
		2018年9月30日	2019年2月28日	2019年8月31日	2020年2月29日	2020年8月31日	2021年2月28日
資産の部	流動資産	18,808	18,057	19,892	19,126	18,236	18,487
	固定資産	14,834	13,329	12,268	12,132	11,867	11,658
	資産合計	33,643	31,386	32,160	31,258	30,104	30,145
負債の部	流動負債	8,648	7,951	8,750	7,713	6,990	6,590
	固定負債	109	196	215	247	316	334
	負債合計	8,758	8,147	8,965	7,961	7,307	6,925
純資産の部	株主資本	24,515	22,968	23,041	23,158	22,681	23,024
	純資産合計	24,884	23,238	23,195	23,297	22,796	23,220
	負債純資産合計	33,643	31,386	32,160	31,258	30,104	30,145

# 3.損益計算書

(単位:百万円)

	2019年2月期		2020年2月期		2021年2月期	
	第2四半期	通期	第2四半期	通期	第2四半期	通期
	2018年4月1日～ 2018年9月30日	2018年4月1日～ 2019年2月28日	2019年3月1日～ 2019年8月31日	2019年3月1日～ 2020年2月29日	2020年3月1日～ 2020年8月31日	2020年3月1日～ 2021年2月28日
売上高	45,443	82,432	43,509	84,703	37,298	75,529
売上原価	39,032	71,191	36,752	72,004	32,313	65,074
売上総利益	6,410	11,241	6,757	12,698	4,985	10,455
販売費及び一般管理費	5,904	10,655	5,656	10,969	5,008	9,989
営業利益または損失(△)	506	585	1,101	1,728	△22	465
営業外収益	62	101	47	74	36	64
営業外費用	3	6	4	7	2	5
経常利益	565	680	1,144	1,795	10	524
特別利益	36	37	0	16	1	1
特別損失	25	1,415	9	121	11	105
税引前当期(四半期)純利益 または純損失(△)	576	△698	1,135	1,690	0	420
法人税、住民税及び事業税	75	194	171	311	57	154
法人税等調整額	93	△49	90	97	82	62
当期(四半期)純利益または純損失(△)	407	△843	873	1,282	△139	204

# 4. 事業別売上高とセグメント利益

(単位: 百万円、%)

	2019年2月期				2020年2月期				2021年2月期			
	第2四半期		通期		第2四半期		通期		第2四半期		通期	
	2018年4月1日～ 2018年9月30日		2018年4月1日～ 2019年2月28日		2019年3月1日～ 2019年8月31日		2019年3月1日～ 2020年2月29日		2020年3月1日～ 2020年8月31日		2020年3月1日～ 2021年2月28日	
	金額	構成比										
売上高	45,443	100.0	82,432	100.0	43,509	100.0	84,703	100.0	37,298	100.0	75,529	100.0
テナント事業	21,975	48.4	40,388	49.0	21,029	48.3	42,205	49.8	19,638	52.7	40,375	53.5
外販事業	23,468	51.6	42,043	51.0	22,480	51.7	42,497	50.2	17,660	47.3	35,153	46.5
セグメント利益 または損失(△)	506	-	585	-	1,101	100.0	1,728	100.0	△22	-	465	-
テナント事業	787	-	1,144	-	808	73.4	1,652	95.5	617	-	1,603	-
外販事業	△281	-	△558	-	293	26.6	76	4.5	△639	-	△1,137	-

(注)セグメント間の内部売上高は除いて表示しております。

# 5. 全社 / テナント事業 月次売上高

## ◆ 全社合計

(単位: 百万円、%)

	3月度		4月度		5月度		6月度		7月度		8月度		上期累計	
	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比
2019年2月期			7,439	103.6	7,509	104.6	7,308	106.6	7,939	101.5	8,158	99.6		
2020年2月期	7,542	95.4	7,199	96.7	7,207	96.0	6,787	92.8	7,183	90.5	7,609	93.2	43,509	94.0
2021年2月期	6,409	84.9	5,495	76.3	5,821	80.7	6,151	90.6	6,577	91.5	6,850	90.0	37,298	85.7
	9月度		10月度		11月度		12月度		1月度		2月度		通期累計	
	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比
2019年2月期	7,101	97.2	7,498	102.1	6,971	98.5	8,222	96.1	7,503	96.7	6,796	95.9		
2020年2月期	6,721	94.6	6,697	89.3	6,547	93.8	7,681	93.4	7,137	95.1	6,409	94.3	84,703	93.7
2021年2月期	6,269	93.2	6,441	96.1	6,147	93.9	7,088	92.2	6,343	88.8	5,943	92.7	75,529	89.1

## ◆ テナント事業合計

	3月度		4月度		5月度		6月度		7月度		8月度		上期累計	
	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比
2019年2月期			3,482	98.1	3,589	98.4	3,448	101.4	3,739	100.8	4,188	102.7		
2020年2月期	3,552	97.5	3,386	97.2	3,448	96.0	3,288	95.3	3,422	91.5	3,930	93.8	21,029	95.2
2021年2月期	3,180	89.5	2,787	82.3	3,203	92.9	3,245	98.7	3,399	99.3	3,819	97.1	19,638	93.3
	9月度		10月度		11月度		12月度		1月度		2月度		通期累計	
	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比
2019年2月期	3,527	104.0	3,531	101.2	3,296	99.9	4,398	98.3	3,989	98.3	3,195	96.6		
2020年2月期	3,333	94.4	3,257	92.2	3,214	97.4	4,221	95.9	3,869	96.9	3,279	102.6	42,205	95.8
2021年2月期	3,290	98.7	3,289	100.9	3,155	98.1	4,086	96.7	3,645	94.1	3,270	99.7	40,376	95.6

(注) 上表の累計数値は、会計上の修正額を含めております。なお、2019年2月期は2018年4月1日から2019年2月28日までの11ヵ月決算であるため、累計数値を記載していません。

# 6. テナント事業 月次売上高

## ◆ 既存店舗合計

(単位: 百万円、%)

	3月度		4月度		5月度		6月度		7月度		8月度		上期累計	
	売上高	前期比	売上高	前期比										
2019年2月期			3,310	99.1	3,423	99.6	3,288	102.5	3,572	101.7	3,995	103.0		
2020年2月期	3,376	99.6	3,174	100.8	3,257	100.0	3,171	99.4	3,272	95.0	3,722	97.7	19,975	98.7
2021年2月期	2,880	93.1	2,424	91.3	2,683	101.3	2,862	99.8	3,041	99.8	3,358	97.1	17,251	97.0
	9月度		10月度		11月度		12月度		1月度		2月度		通期累計	
	売上高	前期比	売上高	前期比										
2019年2月期	3,364	103.5	3,361	100.8	3,123	100.2	4,185	99.0	3,757	98.3	3,041	97.0		
2020年2月期	3,117	98.3	3,051	96.5	2,974	101.4	3,876	99.3	3,537	101.4	2,984	106.7	39,517	99.5
2021年2月期	2,955	99.2	2,965	101.0	2,826	98.0	3,655	96.3	3,307	92.6	2,984	97.7	35,948	97.2

## ◆ ユニ-店舗(既存店舗)

	3月度		4月度		5月度		6月度		7月度		8月度		上期累計	
	売上高	前期比	売上高	前期比										
2019年2月期			2,752	99.1	2,853	99.5	2,728	102.4	2,985	102.0	3,396	103.1		
2020年2月期	2,760	99.4	2,602	100.6	2,675	100.1	2,539	99.8	2,604	94.4	3,030	98.1	16,213	98.7
2021年2月期	2,331	97.9	2,144	93.9	2,410	103.5	2,295	104.1	2,393	103.7	2,695	100.4	14,270	100.6
	9月度		10月度		11月度		12月度		1月度		2月度		通期累計	
	売上高	前期比	売上高	前期比										
2019年2月期	2,812	103.9	2,792	100.3	2,567	100.0	3,517	98.9	3,210	98.2	2,510	96.9		
2020年2月期	2,473	98.3	2,433	97.5	2,335	102.2	3,077	99.5	2,870	101.9	2,366	108.5	31,770	99.9
2021年2月期	2,278	102.8	2,244	102.8	2,131	101.5	2,760	98.6	2,582	95.5	2,264	100.6	28,534	100.3

(注) 上表の累計数値は、会計上の修正額を含めております。なお、2019年2月期は2018年4月1日から2019年2月28日までの11ヵ月決算であるため、累計数値を記載していません。

# 6. テナント事業 月次売上高

## ◆ UDリテール店舗(既存店舗)

(単位: 百万円、%)

	3月度		4月度		5月度		6月度		7月度		8月度		上期累計	
	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比
2019年2月期			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
2020年2月期	-	-	-	-	10	99.1	67	95.8	71	88.9	80	92.0	230	92.5
2021年2月期	68	97.2	67	98.8	95	104.1	91	96.0	113	93.3	143	94.3	580	96.7
	9月度		10月度		11月度		12月度		1月度		2月度		通期累計	
	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比
2019年2月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
2020年2月期	69	97.5	66	95.5	65	96.1	83	98.9	80	98.1	68	106.6	663	96.4
2021年2月期	139	88.7	160	92.8	163	92.3	233	93.6	240	93.0	242	96.1	1,759	94.3

## ◆ その他店舗(既存店舗)

	3月度		4月度		5月度		6月度		7月度		8月度		上期累計	
	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比
2019年2月期			558	99.4	569	100.3	559	103.0	587	100.0	598	102.6		
2020年2月期	616	100.1	571	101.5	571	99.7	564	98.1	596	98.6	612	96.6	3,532	99.1
2021年2月期	480	74.7	212	69.9	177	77.7	474	83.4	534	86.5	520	83.4	2,400	80.4
	9月度		10月度		11月度		12月度		1月度		2月度		通期累計	
	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比
2019年2月期	552	101.1	569	103.3	555	101.1	667	99.5	546	98.6	531	97.5		
2020年2月期	575	98.3	551	92.3	574	98.8	714	98.9	586	99.1	549	99.6	7,083	98.4
2021年2月期	537	88.8	559	96.3	531	87.8	661	88.8	484	79.2	477	86.8	5,654	84.6

(注) 上表の累計数値は、会計上の修正額を含めております。なお、2019年2月期は2018年4月1日から2019年2月28日までの11ヵ月決算であるため、累計数値を記載していません。

# 7.テナント事業 店舗数

			2019年2月期					2020年2月期					2021年2月期					
			2018年4月1日～2019年2月28日					2019年3月1日～2020年2月29日					2020年3月1日～2021年2月28日					
			開店	閉店	業態転換 (開店)	業態転換 (閉店)	期末 店舗数	開店	閉店	業態転換 (開店)	業態転換 (閉店)	期末 店舗数	開店	閉店	業態転換 (開店)	業態転換 (閉店)	期末 店舗数	
ユニ 店舗	アピタ	総合惣菜		2			88		1			15	72				6	66
		寿司専門		1			21					2	19					19
		洋風惣菜					9	1					10					10
	ピアゴ	総合惣菜		4		7	88		2		9	77		1		4	72	
		寿司専門					10					10				1	9	
		洋風惣菜					1					1					1	
ラフーズコア	総合惣菜					1				1	0					0		
UDリ 店舗 テール	MEGAドン・ キホーテUNY	総合惣菜			2	8	1		17		26			17		43		
		寿司専門				0			1		1			2		3		
	ドン・キホーテ UNY	総合惣菜			1	1			3		4					4		
その他店舗	総合惣菜	1	1			18	1	1			18					18		
	寿司専門					1					1					1		
	洋風惣菜	1	2			29	1	1			29	2				31		
	外食					3					3					3		
合計			2	10	3	7	278	4	5	21	27	271	2	1	19	11	280	

# 8.テナント事業 店舗別・業態別売上高

(単位:百万円)

	2019年2月期		2020年2月期		2021年2月期	
	第2四半期	通期	第2四半期	通期	第2四半期	通期
	2018年4月1日～ 2018年9月30日	2018年4月1日～ 2019年2月28日	2019年3月1日～ 2019年8月31日	2019年3月1日～ 2020年2月29日	2020年3月1日～ 2020年8月31日	2020年3月1日～ 2021年2月28日
ユニー店舗	17,780	32,632	16,388	32,120	14,372	28,722
UDリテール店舗	455	827	867	2,549	2,505	5,487
その他店舗	3,336	6,180	3,373	6,756	2,540	5,663
自社(外食店舗)	403	748	399	779	220	503
合 計	21,975	40,388	21,029	42,205	19,638	40,375

(単位:百万円)

	2019年2月期		2020年2月期		2021年2月期	
	第2四半期	通期	第2四半期	通期	第2四半期	通期
	2018年4月1日～ 2018年9月30日	2018年4月1日～ 2019年2月28日	2019年3月1日～ 2019年8月31日	2019年3月1日～ 2020年2月29日	2020年3月1日～ 2020年8月31日	2020年3月1日～ 2021年2月28日
総合惣菜店舗	17,553	32,157	16,496	33,100	16,069	32,548
寿司専門店	1,129	2,142	1,133	2,318	1,172	2,370
外食店舗	403	748	399	779	220	503
洋風惣菜店舗	2,889	5,341	3,001	6,007	2,175	4,953
K-STAGE	634	1,175	696	1,392	650	1,345
eashion	2,254	4,165	2,304	4,614	1,525	3,607
テナント事業に占めるeashion店舗のシェア	10.2%	10.3%	10.9%	10.9%	7.7%	8.9%
合 計	21,975	40,388	21,029	42,205	19,638	40,375

# 9.テナント事業 地域別店舗数および売上高

		2019年2月期 2018年4月1日～2019年2月28日							2020年2月期 2019年3月1日～2020年2月29日							2021年2月期 2020年3月1日～2021年2月28日									
		期末店舗数				売上高(百万円)			期末店舗数				売上高(百万円)			期末店舗数				売上高(百万円)					
		総合	寿司	洋風		外食	合計	第2 四半期	通期	総合	寿司	洋風		外食	合計	第2 四半期	通期	総合	寿司	洋風		外食	合計	第2 四半期	通期
				K- STAGE	eashion							K- STAGE	eashion							K- STAGE	eashion				
東北	福島	1				1	35	66	1					1	35	72	1					1	35	67	
北関東	茨城	1				1	64	121	1					1	64	106	1					1	55	109	
	栃木	2				2	151	282	2					2	153	310	2					2	141	297	
	群馬	4				4	250	461	4					4	197	418	4					4	191	392	
甲信越	山梨	2				2	180	303	2					2	136	272	2					2	125	270	
	長野	4	1			5	417	755	4	1				5	374	774	4	1				5	365	717	
	新潟	3				3	226	425	3					3	229	458	3					3	202	418	
首都圏	埼玉	5			3	8	647	1,196	3			3	6	582	1,114	4			3	7	409	939			
	千葉	3			4	7	585	1,062	2			5	7	577	1,162	3			5	8	501	1,073			
	東京	7			11	18	1,358	2,517	6			10	16	1,334	2,610	6			10	16	800	1,797			
	神奈川	7			6	13	1,089	2,014	7			6	13	1,120	2,260	6			8	14	1,052	2,259			
北陸	富山	6				6	385	718	5				5	384	764	6					6	319	673		
	石川	6				6	348	638	6				6	343	698	6					6	349	706		
	福井	3				3	187	355	4				4	192	443	3					3	252	512		
東海	岐阜	16	3			19	1,735	3,154	13	3			16	1,533	3,003	15	3				18	1,383	2,806		
	静岡	18	5	2	1	26	1,870	3,450	18	5	2	1	26	1,770	3,622	19	5	2	1	27	1,755	3,619			
	愛知	98	19	8	1	3	129	10,372	19,154	96	18	9	1	3	127	10,152	20,370	98	19	9	1	3	130	9,901	20,097
	三重	12	3			15	1,171	2,117	12	3			15	1,001	2,063	12	3				15	1,030	2,056		
近畿	滋賀	2				2	279	459	4				4	230	484	4					4	223	454		
	京都	1				1	49	89	1				1	46	91	1					1	48	76		
	奈良	2	1			3	267	495	2	1			3	270	508	2	1				3	260	522		
	大阪	1			2	3	245	445	1			2	3	247	494	1			2	3	195	419			
	兵庫				1	1	52	100				1	1	49	100				1	1	36	85			
合計	204	32	10	29	3	278	21,975	40,388	197	31	11	29	3	271	21,029	42,205	203	32	11	31	3	280	19,638	40,375	

# 10.外販事業 月次売上高

## ◆ 外販事業合計

(単位: 百万円、%)

	3月度		4月度		5月度		6月度		7月度		8月度		上期累計	
	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比
2019年2月期			3,957	109.0	3,919	110.9	3,860	111.8	4,200	102.2	3,969	96.5		
2020年2月期	3,990	93.6	3,812	96.2	3,758	96.0	3,498	90.6	3,760	89.5	3,678	92.6	22,480	93.0
2021年2月期	3,229	80.9	2,707	71.0	2,617	69.6	2,905	83.0	3,177	84.4	3,030	82.4	17,660	78.5
	9月度		10月度		11月度		12月度		1月度		2月度		通期累計	
	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比
2019年2月期	3,573	91.3	3,966	102.9	3,674	97.3	3,824	93.6	3,513	94.9	3,601	95.2		
2020年2月期	3,388	94.8	3,440	86.7	3,333	90.6	3,460	90.4	3,268	93.0	3,129	86.9	42,497	91.7
2021年2月期	2,978	87.9	3,152	91.6	2,991	89.7	3,002	86.7	2,698	82.5	2,673	85.4	35,153	82.7

## ◆ 既存工場合計

	3月度		4月度		5月度		6月度		7月度		8月度		上期累計	
	売上高	前期比	売上高	前期比										
2019年2月期			3,837	112.5	3,802	115.1	3,749	115.4	4,076	105.2	3,845	105.5		
2020年2月期	3,990	103.1	3,812	103.1	3,758	103.0	3,453	101.7	3,760	99.3	3,678	98.9	22,433	101.5
2021年2月期	3,229	84.9	2,707	73.6	2,617	71.8	2,905	84.1	3,177	84.5	3,030	82.4	17,660	80.3
	9月度		10月度		11月度		12月度		1月度		2月度		通期累計	
	売上高	前期比	売上高	前期比										
2019年2月期	3,459	98.3	3,845	111.3	3,558	105.1	3,714	102.4	3,407	106.3	3,601	106.2		
2020年2月期	3,388	101.3	3,440	92.2	3,333	96.0	3,460	95.9	3,268	98.4	3,129	91.5	42,451	98.7
2021年2月期	2,978	87.9	3,152	91.6	2,991	89.7	3,002	86.7	2,638	86.3	2,673	91.4	35,093	84.3

(注) 上表の累計数値は、会計上の修正額を含めております。なお、2019年2月期は2018年4月1日から2019年2月28日までの11ヵ月決算であるため、累計数値を記載しておりません。

# 10.外販事業 月次売上高

## ◆ ファミリーマート向け

(単位: 百万円、%)

	3月度		4月度		5月度		6月度		7月度		8月度		上期累計	
	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比
2019年2月期			3,610	110.4	3,569	112.8	3,525	114.2	3,833	102.3	3,617	97.3		
2020年2月期	3,657	94.0	3,483	96.3	3,440	96.5	3,185	90.3	3,404	88.6	3,352	92.6	20,505	93.0
2021年2月期	2,935	80.2	2,459	70.6	2,393	69.5	2,629	82.5	2,878	84.5	2,756	82.2	16,048	78.2
	9月度		10月度		11月度		12月度		1月度		2月度		通期累計	
	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比
2019年2月期	3,234	90.7	3,603	103.6	3,315	97.1	3,511	94.0	3,219	95.9	3,293	95.9		
2020年2月期	3,075	95.1	3,098	86.0	3,005	90.6	3,125	89.0	2,942	91.4	2,820	85.6	38,571	91.3
2021年2月期	2,686	87.3	2,850	92.0	2,714	90.3	2,710	86.7	2,458	83.5	2,419	85.7	31,891	82.7

## ◆ その他

	3月度		4月度		5月度		6月度		7月度		8月度		上期累計	
	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比
2019年2月期			346	96.2	350	95.1	335	91.7	367	100.8	352	88.7		
2020年2月期	332	89.6	328	94.5	318	90.7	312	93.1	356	100.0	326	92.5	1,974	93.4
2021年2月期	294	88.6	247	75.3	224	70.9	276	87.8	299	83.8	274	84.2	1,611	81.6
	9月度		10月度		11月度		12月度		1月度		2月度		通期累計	
	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比	売上高	前期比
2019年2月期	339	97.5	363	97.0	358	99.1	312	89.5	294	85.3	308	88.0		
2020年2月期	312	92.5	341	93.8	327	91.0	335	106.6	325	110.8	308	100.2	3,926	95.9
2021年2月期	292	93.3	302	88.3	276	84.4	291	86.7	239	73.6	254	82.5	3,261	83.0

(注) 上表の累計数値は、会計上の修正額を含めております。なお、2019年2月期は2018年4月1日から2019年2月28日までの11ヵ月決算であるため、累計数値を記載していません。

# 11.外販事業 販路別売上高

	主な店舗 ブランド	2019年2月期				2020年2月期				2021年2月期			
		第2四半期		通期		第2四半期		通期		第2四半期		通期	
		2018年4月1日～ 2018年9月30日		2018年4月1日～ 2019年2月28日		2019年3月1日～ 2019年8月31日		2019年3月1日～ 2020年2月29日		2020年3月1日～ 2020年8月31日		2020年3月1日～ 2021年2月28日	
		納品 店舗数	売上高 (百万円)										
コンビニエンスストア	ファミリーマート (ASD)	8,626	21,387	9,277 (1,764)	38,323	8,258 (1,882)	20,505	8,328 (1,886)	38,571	8,889 (1,890)	16,048	8,857 (1,890)	31,890
鉄道系 コンビニエンスストア	NewDays KIOSK など	625	1,057	618	1,878	615	974	583	1,949	553	529	542	1,108
生活協同組合	コープデリ、 おおさかパルコープ、 コープあいち など	-	989	-	1,782	-	982	-	1,948	-	1,061	-	2,124

(注) 当社納品店舗の記載にあたっては、工場ごとの重複は除外しております。

# 12.外販事業 工場別売上高

(単位:百万円)

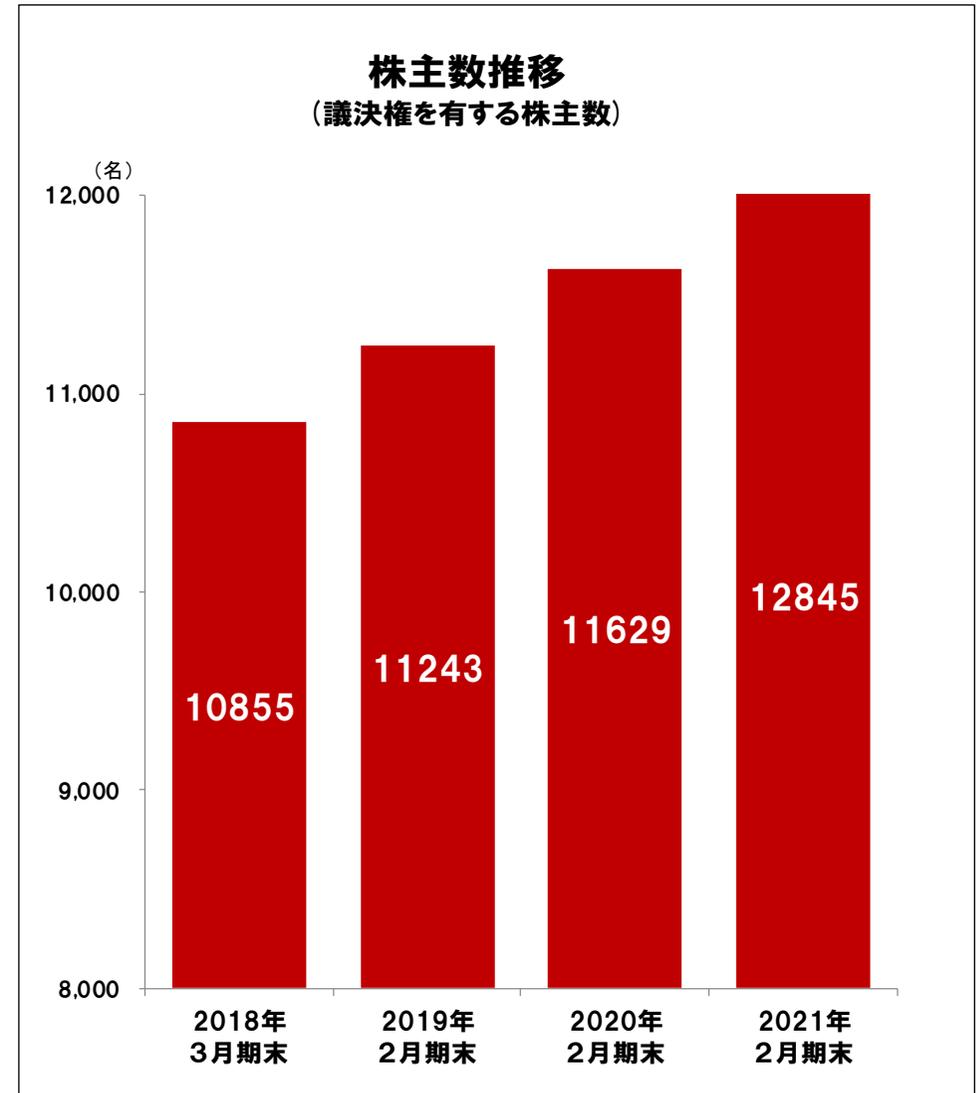
工場名	所在地	2019年2月期		2020年2月期		2021年2月期	
		第2四半期	通期	第2四半期	通期	第2四半期	通期
		2018年4月1日～ 2018年9月30日	2018年4月1日～ 2019年2月28日	2019年3月1日～ 2019年8月31日	2019年3月1日～ 2020年2月29日	2020年3月1日～ 2020年8月31日	2020年3月1日～ 2021年2月28日
秋田工場	秋田県	1,377	2,415	488	488	-	-
新潟工場	新潟県	578	1,010	544	1,044	448	917
埼玉工場	埼玉県	1,739	3,061	1,755	3,259	1,322	2,664
上尾工場		699	1,260	698	1,358	672	1,340
松戸工場	千葉県	2,337	4,074	2,095	4,187	1,503	3,070
横浜工場	神奈川県	1,905	3,768	2,270	4,430	1,830	3,726
多治見工場	岐阜県	1,499	2,931	1,775	3,602	1,641	3,191
羽島工場		1,729	3,050	1,711	3,369	1,515	3,145
袋井工場	静岡県	1,711	3,080	1,598	2,987	1,148	2,014
天白工場	愛知県	430	762	417	840	458	918
十一屋工場		2,001	3,681	2,104	4,155	1,901	3,817
岡崎工場		1,490	2,723	1,644	3,109	1,287	2,640
東海工場		1,889	3,319	1,817	3,436	1,507	2,933
津工場	三重県	1	1	-	-	-	-
京都工場	京都府	1,855	3,395	1,870	3,229	1,244	2,495
京都南工場		1,287	2,573	1,687	2,998	1,178	2,276
三田工場	兵庫県	929	929	-	-	-	-
サークルK名四弥富店		4	4	-	-	-	-
合計		23,468	42,043	22,480	42,497	17,660	35,153

# 13.株式の状況

発行可能株式総数	30,000,000 株
発行済株式総数	10,000,000 株

大株主(上位10名)	2021年2月期 2020年3月1日～2021年2月28日	
	株主名	持株数(千株)
株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス	2,615	27.02
株式会社ファミリーマート	1,145	11.83
シティグループ証券株式会社	740	7.64
株式会社日本アクセス	730	7.54
カネ美食品共栄会	321	3.31
三輪 幸太郎	309	3.20
株式会社昭和	271	2.80
株式会社トーカン	208	2.15
テーブルマーク株式会社	207	2.14
三輪 亮治	153	1.59

- (注) 1. 持株比率は、自己株式を控除後で計算しております。  
 2. 自己株式321,858株を保有しておりますが、大株主からは除外しております。なお、「株式給付信託(BBT)」制度の導入に伴い、株式会社日本カストディ銀行(信託E口)が保有する当社株式6,274株は、自己株式に含めておりません。



# 13.株式の状況

所有者別株式分布状況	2019年2月期		2020年2月期		2021年2月期	
	2018年4月1日～2019年2月28日		2019年3月1日～2020年2月29日		2020年3月1日～2021年2月28日	
	株主数(名)	株式数(株)	株主数(名)	株式数(株)	株主数(名)	株式数(株)
個人・その他	11,094	2,945,900	11,492	2,969,800	12,680	2,941,900
金融機関	8	267,900	6	136,400	7	133,900
その他国内法人	112	6,554,000	104	6,508,800	121	5,796,600
外国人	23	55,000	20	18,900	27	28,000
金融商品取引業者	6	7,300	7	26,300	10	760,200
合計	11,243	9,830,100	11,629	9,660,200	12,845	9,660,600
単元未満株数	-	18,567	-	18,161	-	17,542
自己株式	-	151,333	-	321,639	-	321,858

地域別株式分布状況	2019年2月期		2020年2月期		2021年2月期	
	2018年4月1日～2019年2月28日		2019年3月1日～2020年2月29日		2020年3月1日～2021年2月28日	
	株主数(名)	株式数(株)	株主数(名)	株式数(株)	株主数(名)	株式数(株)
北海道	129	37,100	135	37,500	160	43,500
東北地方	209	31,900	227	35,100	248	39,800
関東地方	3,582	6,455,400	3,781	6,347,500	4,307	6,409,500
中部地方	4,164	2,693,000	4,251	2,679,100	4,508	2,565,000
近畿地方	2,248	392,300	2,265	392,500	2,526	424,800
中国地方	404	52,900	423	54,000	494	62,300
四国地方	205	30,500	222	33,700	235	36,300
九州・沖縄地方	285	89,000	309	68,700	347	52,100
国外	17	48,000	16	12,100	20	27,300

(注) 1. 株主数には、単元未満株のみ所有株主は除いて表示しております。  
 2. 株式数には、自己株式および単元未満株式数を除いて表示しております。