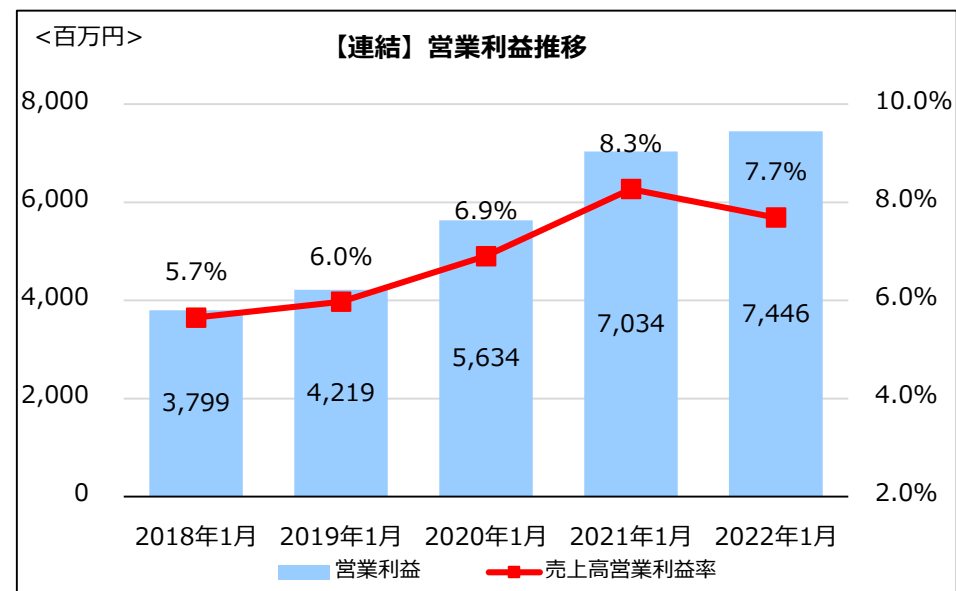
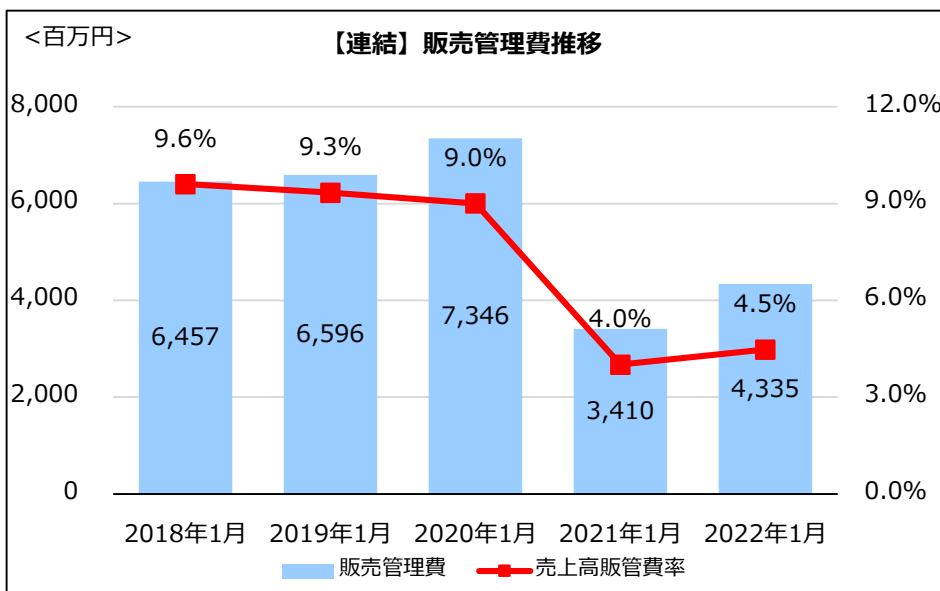
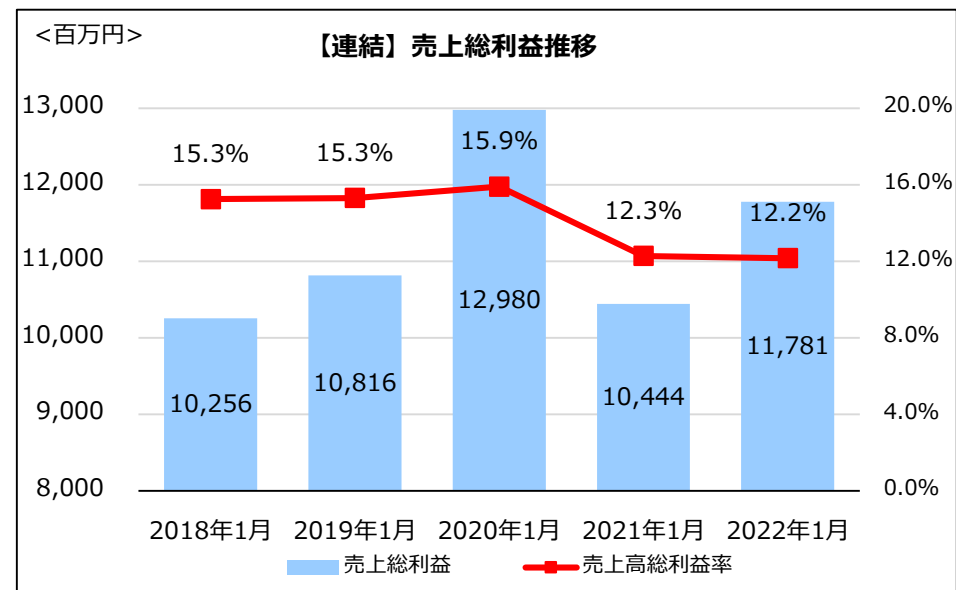
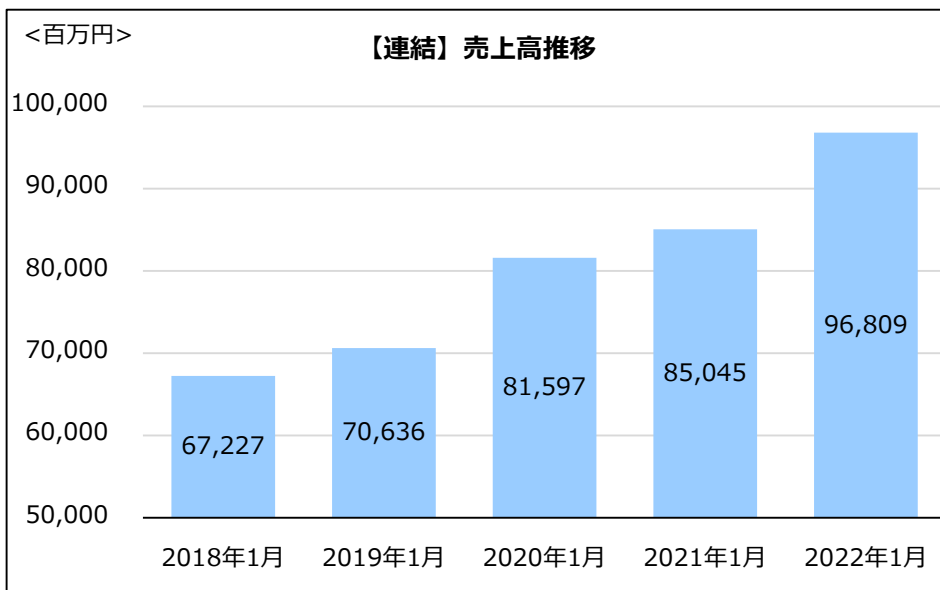


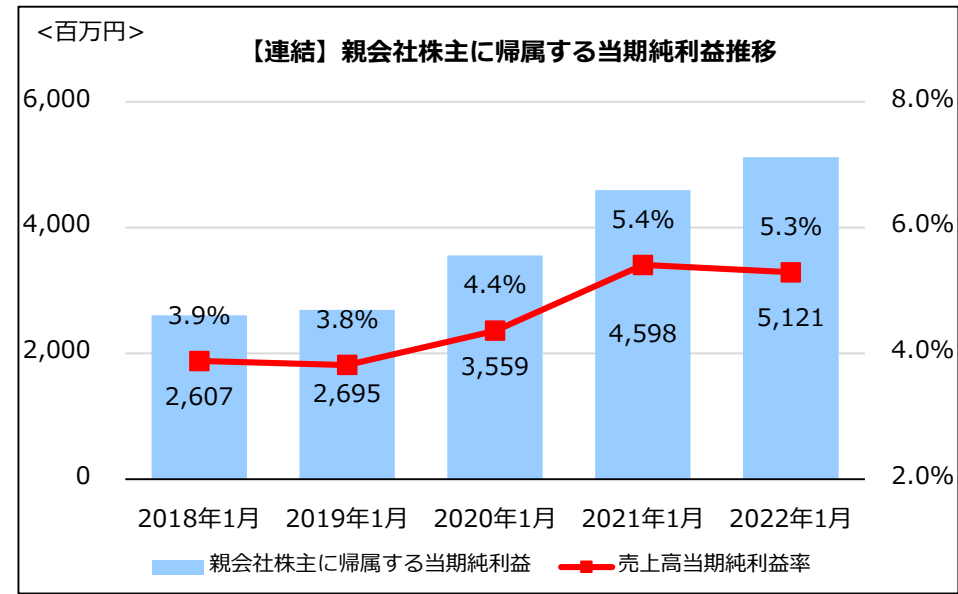
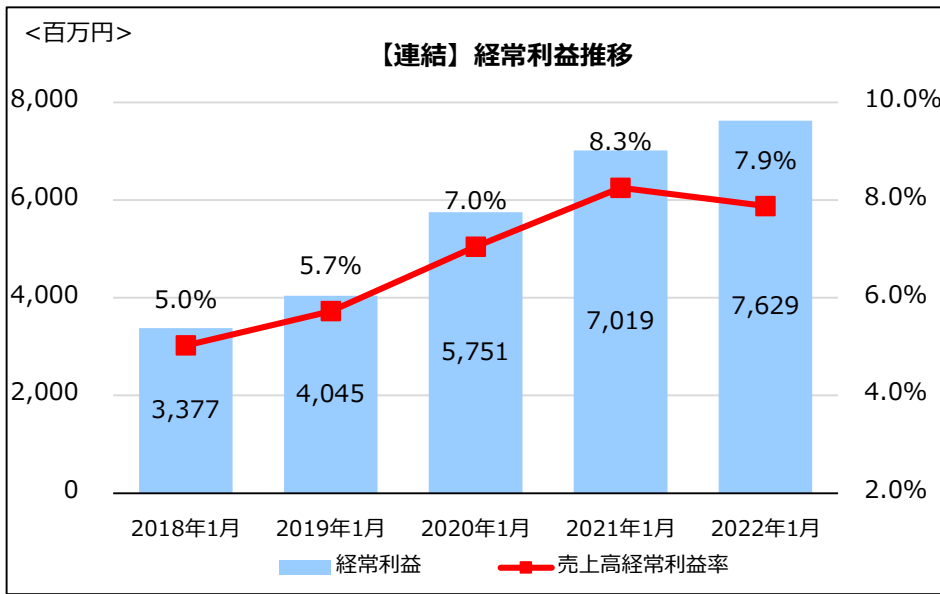
2022年10月期第1四半期 決算説明資料

2022年3月14日



●連結業績及びハイライト(累計)	1
●業務スーパー事業	3
●業務スーパー契約概要	4
●業務スーパー店舗数推移	5
●業務スーパー出荷実績（前年比）推移	6
●当社の強み“商品力”	7
●外食・中食事業	8
●エコ再生エネルギー事業	12
●株主還元策	14
●連結業績予想	15
●中期経営計画	16





【業績ハイライト解説】

●売上高

前年同期より業務スーパーの出店が大幅に増加したことや、引き続きメディア・SNSの影響により業務スーパー事業が牽引し、前年同期より117.64億円、13.8%の増加

●売上総利益

売上の増加に伴い前年同期より13.36億円、12.8%増加したものの、前期2Qより続く原料価格や海上運賃の高騰、為替の影響などの大幅なコスト増が影響し売上総利益率は0.1%の減少

●販売管理費

運賃や直営で運営する焼肉店における人件費などが増加したことにより、前年同期より9.24億円、27.1%の増加

●営業利益

上記の結果、前年同期より4.11億円、5.9%の増加したものの、営業利益率は0.6%減少

●経常利益

営業外で大きな収支はなく、前年同期より6.10億円、8.7%の増加

●親会社株主に帰属する四半期純利益

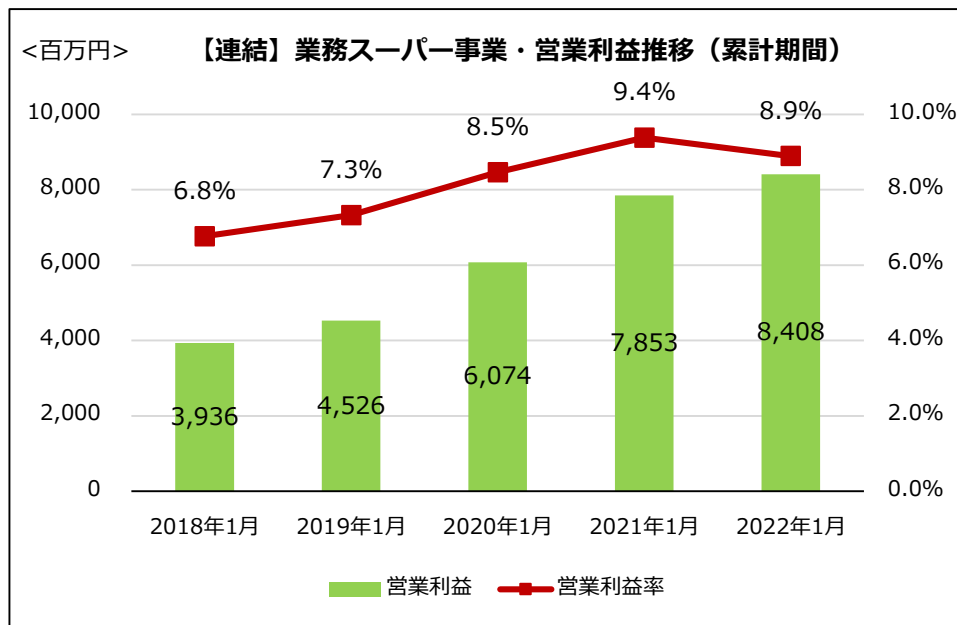
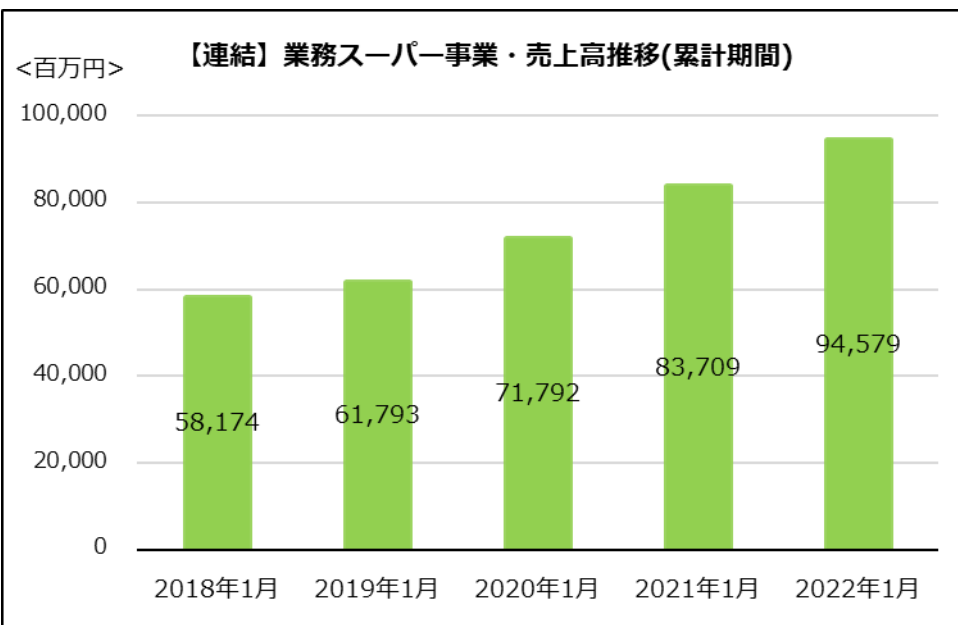
上記の結果、前年同期より5.22億円、11.4%の増加

当社の主力事業です。業務スーパー F C本部としての加盟店への卸売やロイヤリティなどの他、自社グループ工場の損益もこのセグメントに分類されます。

- 全国に956店舗展開（2022年1月末現在）
- 引き続きメディア・SNSの露出でPB比率上昇
- 飲食店再開に伴い、業務筋の客数も回復傾向



業務スーパー天下茶屋駅前店



※2021年10月期より報告セグメントの区分変更を行ったため、2020年10月期より遡って表示しており、過去のデータとの連続性はありません。

業務スーパーは直営3店舗をのぞき、フランチャイズで運営しております。

当社のFC契約形態には、直轄エリア（※1）内に出店いただく際に締結するFC契約と、地方エリア（※2）内において業務スーパーのチェーン化を許諾するエリアライセンス契約があります。また、兵庫県・大阪府において直営で3店舗運営しております。

※1. 直轄エリア：北海道直轄：北海道

関東直轄：東京都、千葉県、神奈川県、埼玉県

関西直轄：大阪府、京都府、兵庫県（淡路島を除く）、奈良県、和歌山県、滋賀県

九州直轄：福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県

※2. 地方エリア：上記直轄エリア以外の地域

契約概要・加盟条件

(2022年1月末現在)

	直轄エリア	地方エリア
契約社数	87社	15社
契約単位	1店舗単位で契約 どのオーナーでも出店可能	県単位で契約 エリアオーナーに独占権あり
加盟金 (消費税等別途)	200万円	当該エリアの人口×2円
保証金	1,000万円	当該エリアの人口×5円
ロイヤリティ	総仕入高の1%	対象商品の仕入高の1%
設備費	常温棚及び冷凍設備工事約2,000~2,900万円 (上記は目安となり、物件により変動します) 別途：設備、建築工事一式、POSレジ、その他準備金等	
配送料	原則本部負担	要相談

損益シミュレーション

(標準的な業務スーパー)

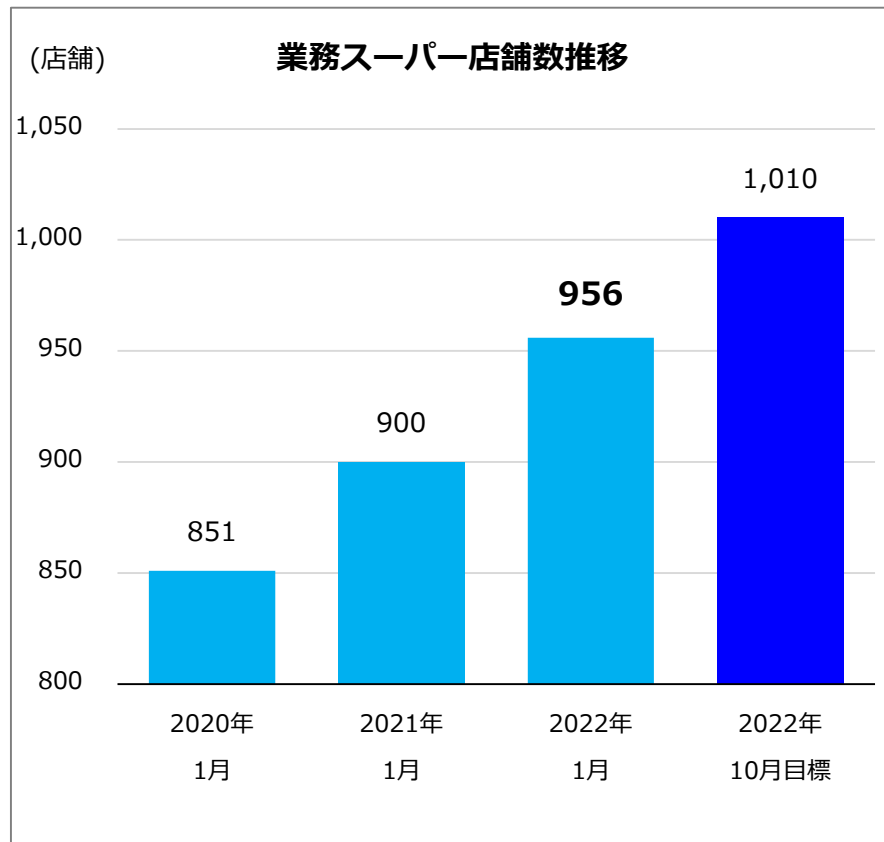
損益勘定	月額金額	構成比
売上高	32,000千円	100.0%
売上総利益	5,120千円	16.0%
販売管理費	4,480千円	14.0%
内（賃料）	1,300千円	4.1%
内（人件費）	1,440千円	4.5%
営業利益額	640千円	2.0%

※生鮮など独自商品の取扱いによってシミュレーションより効率的に運営されている加盟店も多くあります。

1Q累計期間：出店19店舗、退店13店舗（純増6店舗）

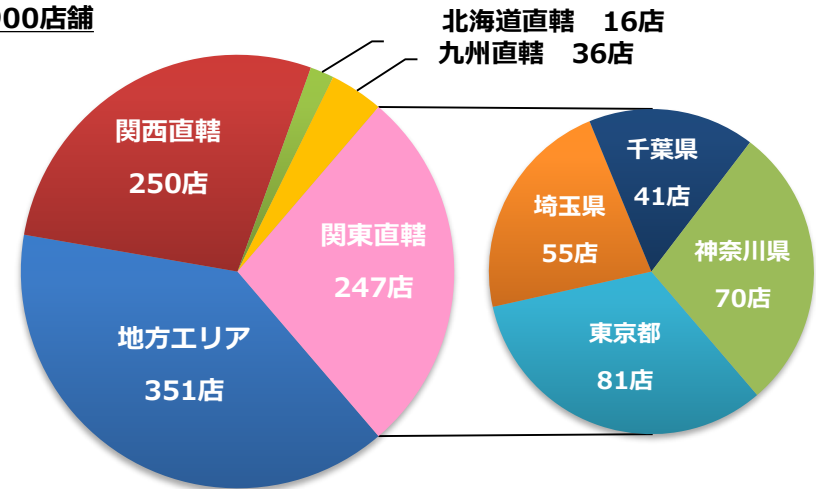
11月、一部加盟企業の経営主体変更に伴い退店が増加したが、計画（年間60店舗純増）には織り込み済み

九州・北海道への出店が好調

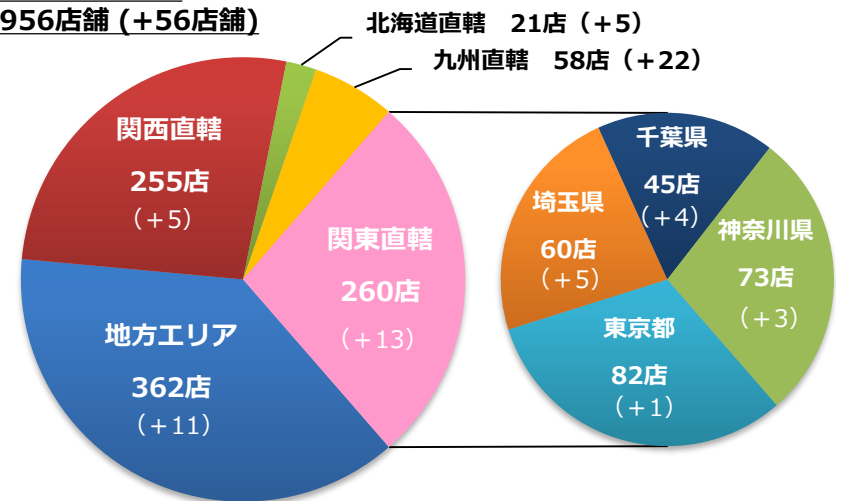


地域別の店舗数

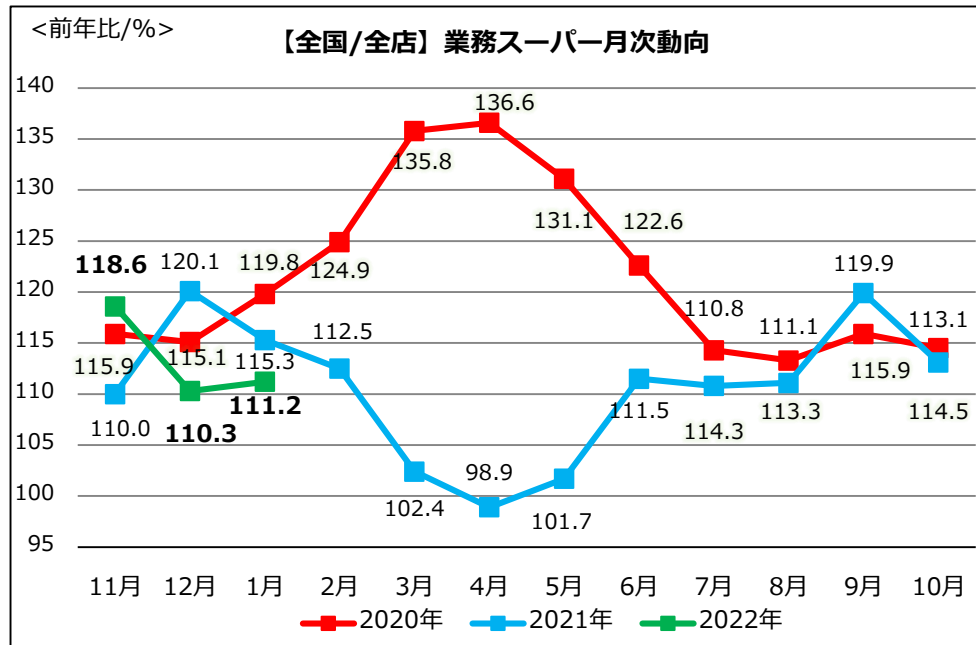
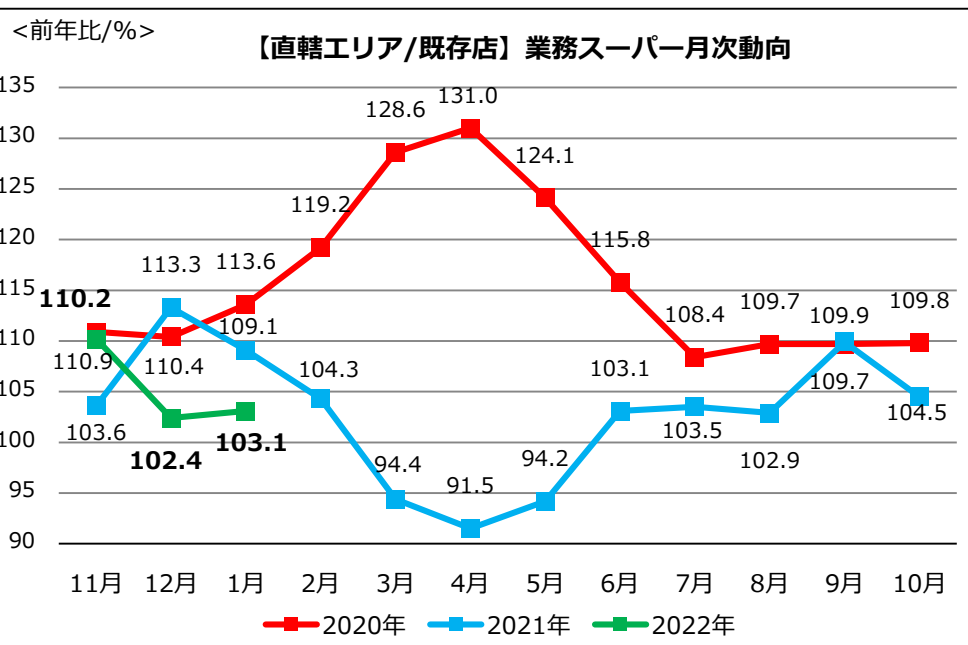
2021年1月末
900店舗



2022年1月末
956店舗 (+56店舗)



■引き続き各種メディアやSNSなどの影響で、出荷実績も好調に推移



【業務スーパーへの出荷実績（前年比）：%】

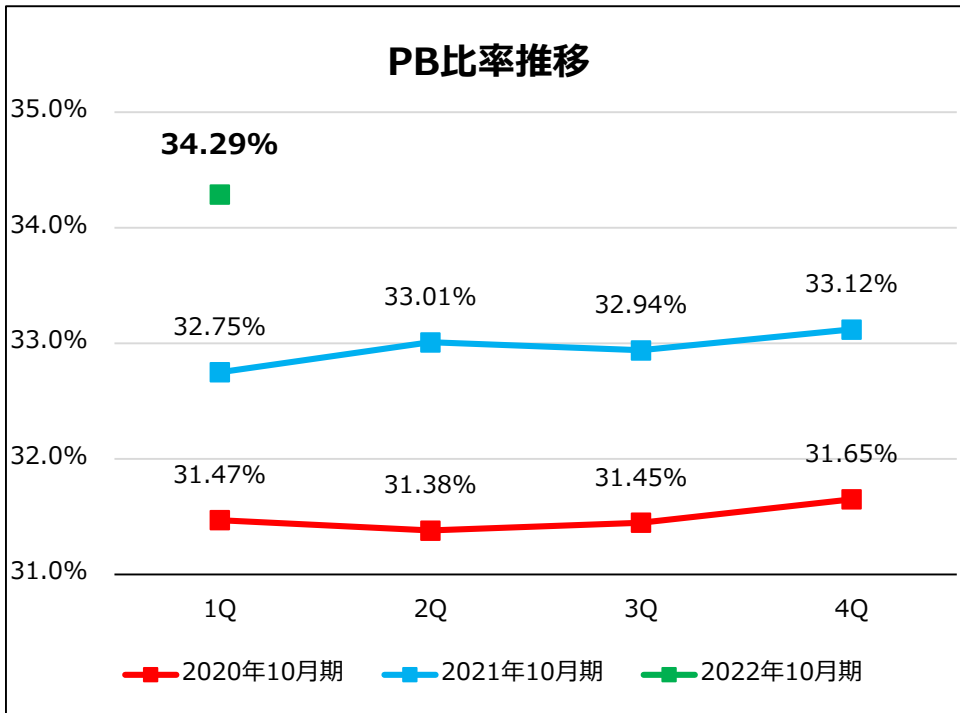
		2021年10月期															2022年10月期		
		11月	12月	1月	2月	3月	4月	上期	5月	6月	7月	8月	9月	10月	下期	通期	11月	12月	1月
直轄エリア	既存店	103.6	113.3	109.1	104.3	94.4	91.5	101.9	94.2	103.1	103.5	102.9	109.9	104.5	102.8	102.4	110.2	102.4	103.1
	全店	109.0	119.7	116.1	111.0	100.5	98.0	108.3	100.9	110.5	111.0	111.1	118.1	111.9	110.4	109.3	116.6	108.8	109.3
全国	全店	110.0	120.1	115.3	112.5	102.4	98.9	109.1	101.7	111.5	110.8	111.1	119.9	113.1	111.2	110.2	118.6	110.3	111.2

※全国は直轄エリア+地方エリア店舗への商品出荷実績となります。

オリジナル商品の強化

2021年1月に宮城県、4月に岡山県で食品製造工場を稼働させたことにより、国内の自社グループ工場数は25工場となりました。食品スーパーとしてその所有数は日本最大級です。そこで製造される業務スーパーにしかないオリジナル商品は、多くのお客様から支持されております。

また、約45か国から直輸入している「世界の本物」の食品は、世界各国の本場の味をリーズナブルにご家庭でも味わっていただくと、大変好評です。



PB商品（一例）

■ 自社グループ工場製造商品



スパシーカレー
チキンレッグ
2本 321円



冷凍讃岐うどん
200g×5食 169円



水ようかん
1kg 278円

■ 自社輸入商品



揚げなす乱切り
500g 192円



フライドポテト
(プレミアムシューSTRING)
1kg 278円



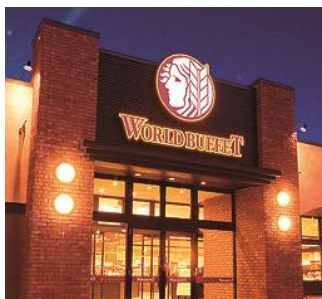
オートミール
500g 159円

※価格は税込です

店舗や時期により商品の取扱いや価格が異なる場合があります

当社が主体となり直営またはFC本部として行っている外食・中食事業です。
 ビュッフェレストラン「神戸クック・ワールドビュッフェ」や焼肉オーダーバイキングの「プレミアムカルビ」、惣菜店「馳走菜（ちそうな）」がこのセグメントに分類されます。

- 「食のインフラ企業」として外食・中食事業も強化
- 神戸クック・ワールドビュッフェは集客戻り切らず
- プレミアムカルビ、馳走菜の集客は引き続き好調



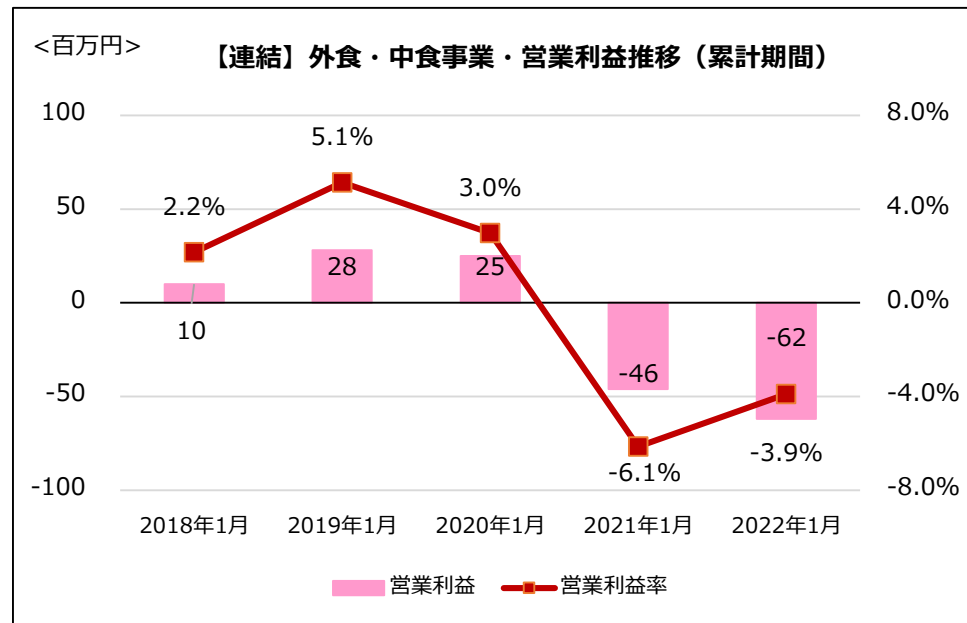
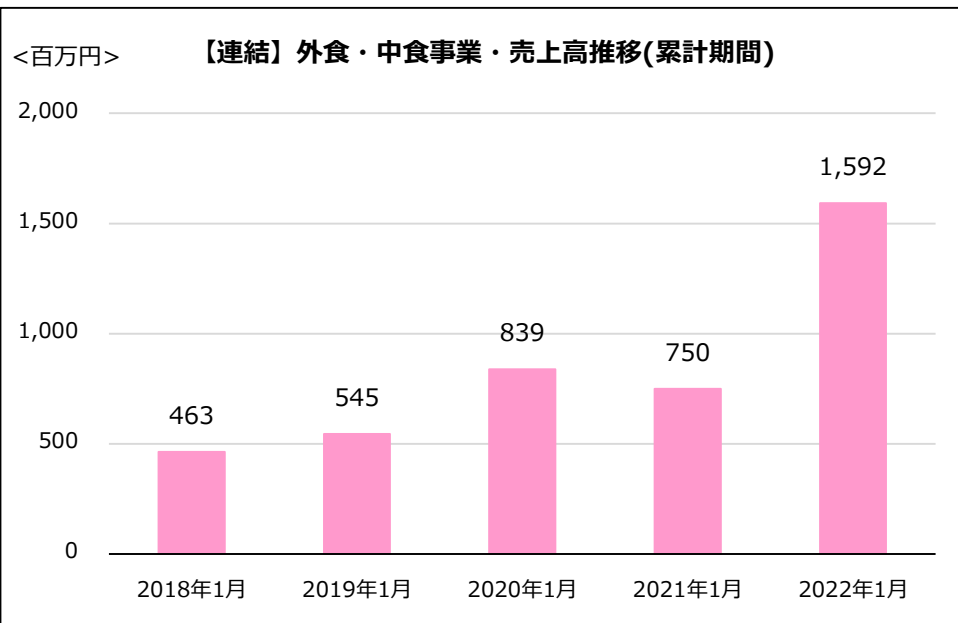
神戸クック・ワールドビュッフェ



プレミアムカルビ



馳走菜



※2021年10月期より報告セグメントの区分変更を行ったため、2020年10月期より遡って表示しており、過去のデータとの連続性はありません。

神戸クック・ワールドビュッフェ

合計店舗数：8店舗（2022年1月末現在）

1Q累計期間：7店舗退店したことにより7店舗の純減

引き続き、テイクアウトなど需要に応じた取り組みを強化



12 つくる責任
つかう責任



フードロス削減への取り組み

2021年7月に直営店としてリニューアルオープンしたハーバーランド店（神戸市中央区）では、フードロス削減に向けた取り組みを強化しました。1g = 1円（税込1.08円）の量り売りコーナーでは、ランチ・ディナー各時間帯のラストオーダー後は50%OFFで販売するなど、様々なかたちでフードロス削減に取り組んでおります。

新型コロナウイルス感染症に対する取り組み

お客様に安心してお食事を召し上がっていただくため、感染予防対策を強化しております。

■ 従業員実施項目

手洗いうがいの励行、店内清掃及び消毒・殺菌清掃強化、就業前の健康チェックの強化 など

■ お客様の安全に向けての実施項目

消毒用アルコールスプレーの設置、定期的なトング類の交換・洗浄・消毒、

店内給排気設備による空気の入替え、ビニール手袋の着用 など

■ 新型コロナウイルス感染症の再拡大の影響で、一部店舗の臨時休業や営業時間の短縮を実施しました。



当店はフードロス削減に取り組んでいます。

50%OFF

※一部、対象外のメニューがございます。
※店内のお料理が対象となります。新たに追加はいたしません。あらかじめご了承ください。



フードロス削減への取り組み

プレミアムカルビ

合計店舗数：12店舗（2022年1月末現在）

1Q累計期間：2店舗の純増

11月・12月はフルタイム営業で酒類提供も可能

肉の仕入価格高騰を受けて、メニュー改定などの対応策を実施



他社との差別化

プレミアムカルビの最大の特徴は、厳選された熟成肉と、店内手作りのデザート&ジェラートです。リピーターのお客様にも楽しんでいただけるよう、季節ごとに新しいメニューを提供し、女性客を中心に顧客数を伸ばしております。

また、12月より期間限定メニューとして全店にて「Italy Fair（イタリアフェア）」を開催し、ご好評いただいております。

1Q出店店舗

港北日吉店	横浜市港北区日吉6-1-15
四季の森店	横浜市旭区上白根町720

※4月以降も順次店舗数を拡大予定。



※店舗や時期によって取扱いメニューが異なる場合があります。

馳走菜（ちそうな）

合計店舗数：57店舗（2022年1月末現在）

1Q累計期間：8店舗の純増

新たにオープンする業務スーパーへの併設に加盟店も意欲的



新型コロナウイルス感染症に対する取り組み

馳走菜では、お客様、従業員の安全を第一に、感染予防策を強化しております。

- ・フライバイキングにカバーの設置またはパック詰め
- ・トングの横に消毒用アルコールスプレーを常備

1Q新店一覧

千代店	北九州市八幡西区千代3-1-2
大分三重店	大分県豊後大野市三重町赤嶺1518
鹿屋店	鹿児島県鹿屋市札元2-3683-6
山科東野店	京都市山科区東野片下り町7
新庄高田店	奈良県大和高田市曾大根195
松山平田店	愛媛県松山市平田町27-1
葉山店	長崎県長崎市葉山1-28-15
佐賀北店	佐賀県佐賀市高木瀬西4-8-2



※店舗や時期によって取扱いメニューや価格が異なる場合があります。

7 エネルギーをみんなに
そしてクリーンに



再生可能エネルギーを活用し、環境に配慮した安全・安心なエネルギーの供給をしています。太陽光発電所および木質バイオマス発電所を運営しています。

- 2021年5月に大阪府岬町の発電所が稼働し、前会計期間比で1か所増加
- 新規発電所の減価償却が影響し減益となるも、売上高は9.5%増
- 福島県・宮城県太陽光発電所も順次稼働予定

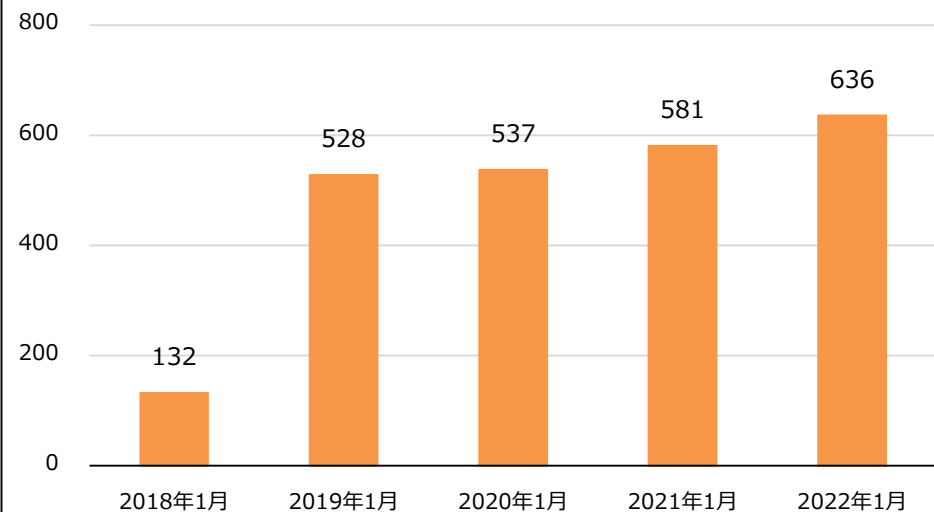


自社太陽光発電所

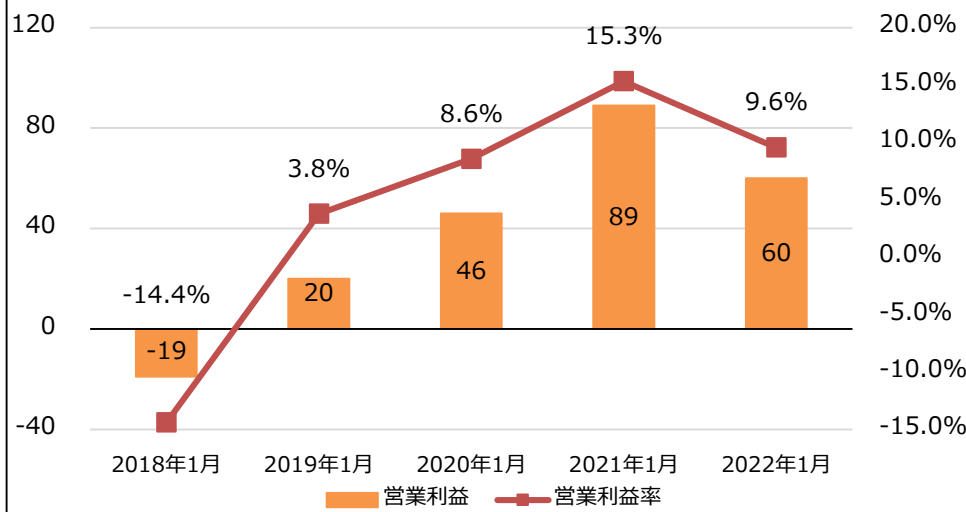
自社木質バイオマス発電所

写真：（2021年5月稼働9.9MW岬町発電所）

<百万円> 【連結】エコ再生エネルギー事業・売上高推移(累計期間)



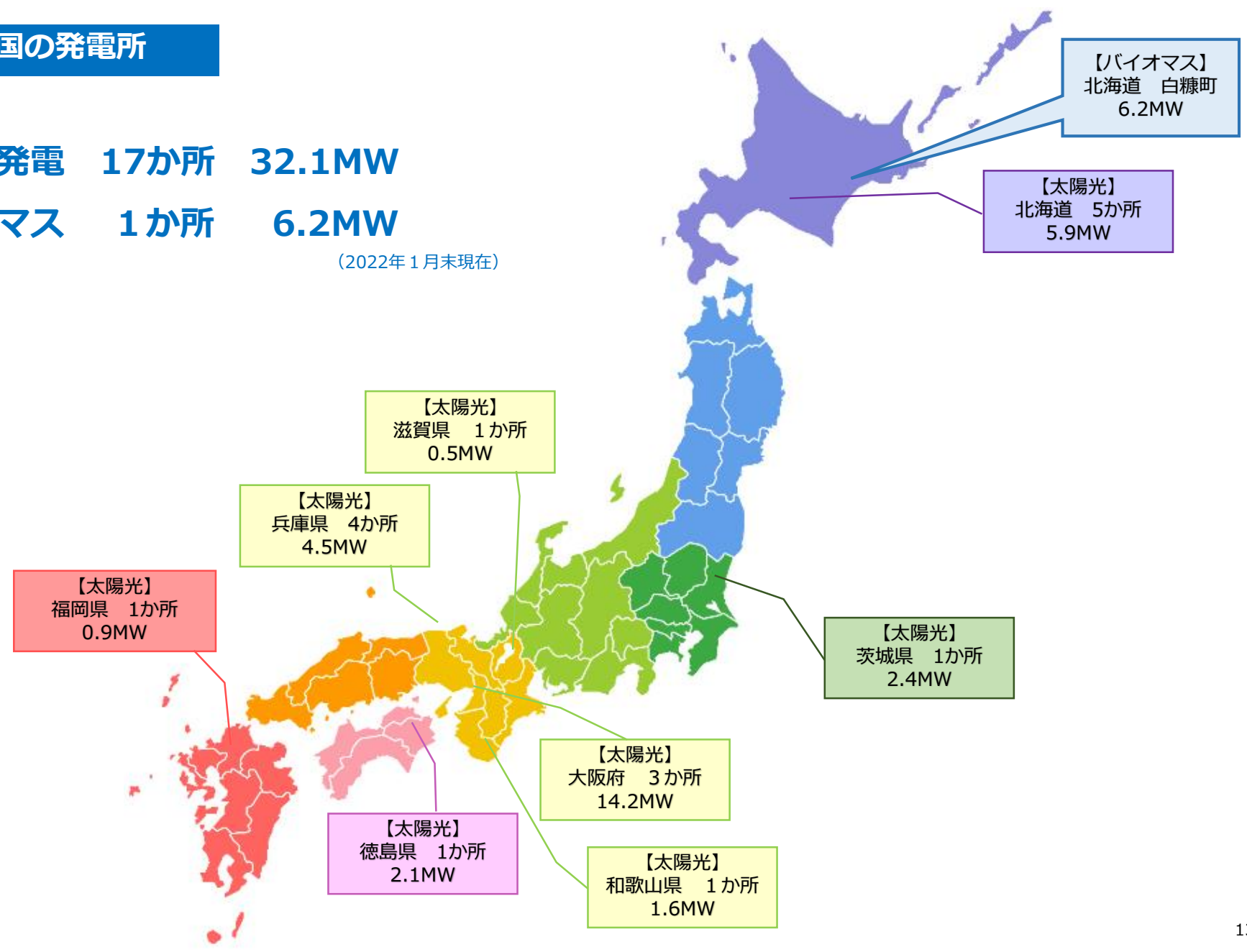
<百万円> 【連結】エコ再生エネルギー事業・営業利益推移(累計期間)



全国の発電所

太陽光発電 17か所 32.1MW
バイオマス 1か所 6.2MW

(2022年1月末現在)



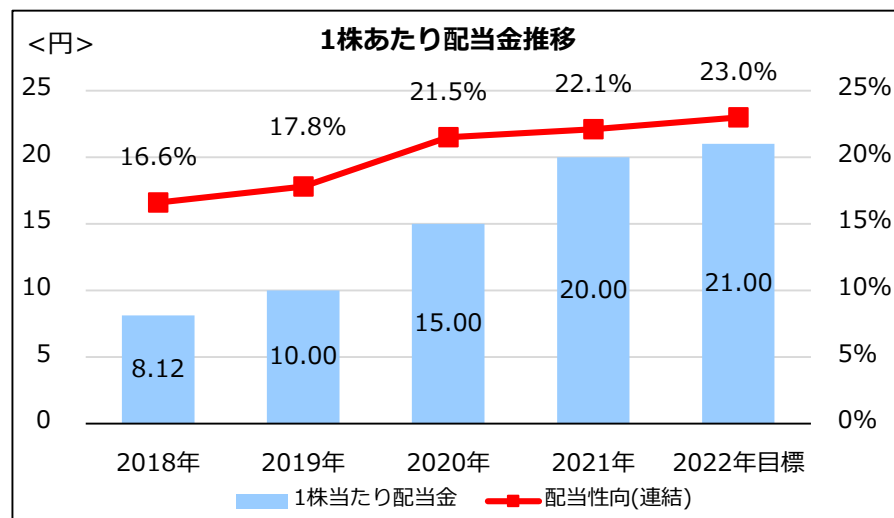
配当金推移

当社は株主様に対する利益還元を重要な経営課題の一つとして認識しております。事業拡大のための資金を確保しつつ、経営成績に応じた利益配分を行うことを基本方針としております。

2021年10月期は例年通り年1回の期末配当で、当初予想の1株当たり20円を実施いたしました。

なお、2022年10月期の配当は21円を予定しております。

※2018年11月、2019年11月、2020年11月にそれぞれ1:2の割合で株式分割を実施しておりますので、右のグラフは株式分割を考慮した金額となっております。



株主優待制度

当社は、株主様の日頃のご支援に感謝するとともに、多くの皆様に当社事業へのご理解を深めていただくことを目的に、株主優待を実施しております。2021年10月31日時点で当社株式を100株以上保有いただいております株主様より、利便性向上や偽造防止等のセキュリティ強化のため、これまで株主優待としてお届けしていた「業務スーパー商品券」を「JCBギフトカード」に変更させていただきました。

保有株式数	優待の内容	
	継続保有年数 3年未満	継続保有年数 3年以上
100株以上1,000株未満	JCBギフトカード 1,000円分	JCBギフトカード 3,000円分
1,000株以上2,000株未満	JCBギフトカード 10,000円分	JCBギフトカード 15,000円分
2,000株以上	JCBギフトカード 15,000円分	JCBギフトカード 20,000円分



JCBギフトカード

※ご希望の株主様には、JCBギフトカードと引換えに額面相当のPB商品詰め合わせをお送りしております。

2022年10月期業績予想に対する進捗率

(単位：百万円)

	1Q実績	通期予想	前年対比	通期予想に対するの 進捗率
売上高	96,809	380,000	13.8%	25.5%
営業利益	7,446	28,800	5.9%	25.9%
親会社に帰属する四半期純利益	5,121	19,800	11.4%	25.9%

上記計画は、原料や海上運賃の高騰、為替の影響などのコスト増加が継続するリスクを考慮した計画となっておりますが、状況に応じた販売戦略の見直しやコスト削減努力により目標の達成を目指します。

2022年10月期予想に対する業務スーパー事業ガイドライン

	2022年10月期目標	アクションプラン
出店目標	60店舗の純増	関東・九州地方を中心とした店舗開発 本部主導の物件情報収集の強化
既存店出荷実績	通期累計の実績で前年実績 を超える	商品供給能力を増加させチャンスロスを防ぐ 新型コロナウイルス感染症の影響が続いた第36期の実績を超える

当社は、2022年10月期から2024年10月期までの3か年を対象とする中期経営計画を策定しております。

基本方針

- (1) PB商品を強化し、基幹事業である業務スーパー事業の拡大を目指します。
- (2) 少子高齢化や女性の社会進出などに対応すべく、中食事業の拡大を目指します。
- (3) 多様化する食のニーズに対応した外食事業の拡大を目指します。
- (4) 「食」を通じた社会貢献活動及び環境問題に配慮した事業を推し進めます。
- (5) 優秀な人財の確保と人財育成に注力すると共に、従業員の満足度向上により企業の生産性を高めます。
- (6) ESGやSDGsなどへの取り組みを強化し、企業価値の向上に努めます。

中期経営計画数値目標（連結）

（単位：百万円）

	2021年10月期 （実績）	2024年10月期 （目標）
売上高	362,064	410,000
営業利益	27,311	32,000
ROE	29.2%	每期20%以上

- 本資料には、2022年3月14日現在の将来に関する前提・見通し・計画に基づく予測が含まれます。
- 経済環境の変動など不確定要因により実際の業績が記載の予想と異なる可能性がありますのでご了承ください。
- 本資料は株式の購入の勧誘・奨励を目的としたものではありません。

～本資料に関するお問い合わせ先～
株式会社神戸物産
経営企画部 IR・広報 高木・花房
TEL : 079-458-0339