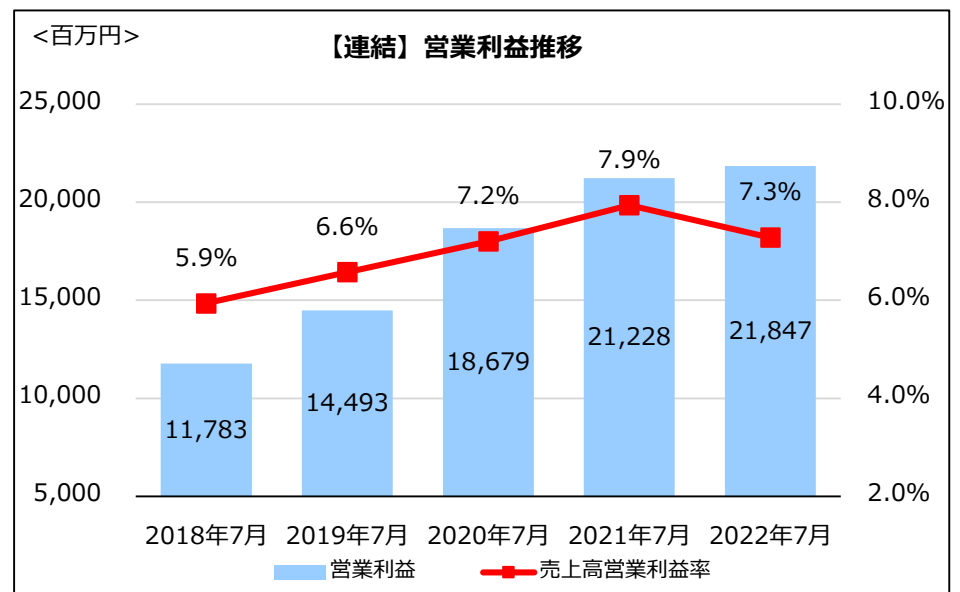
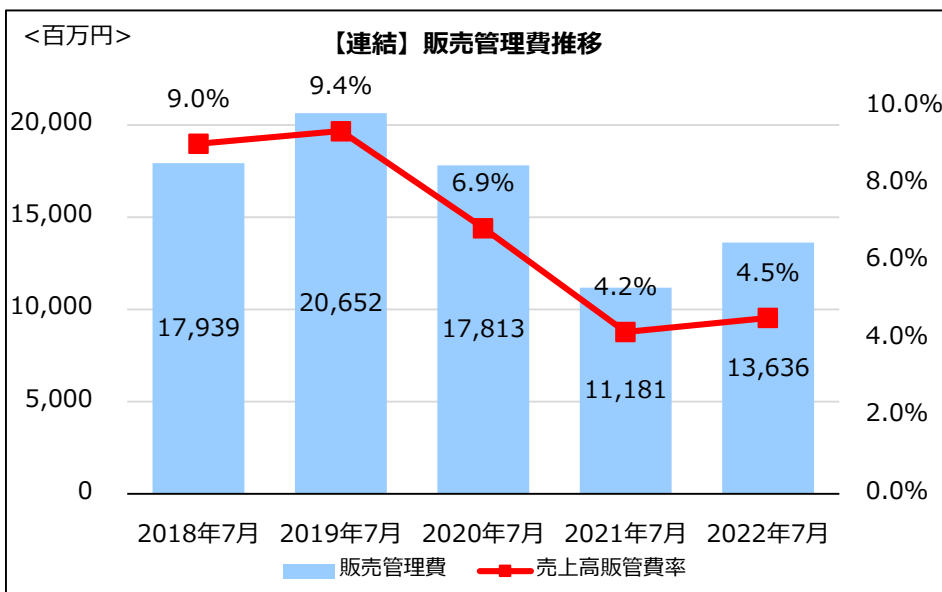
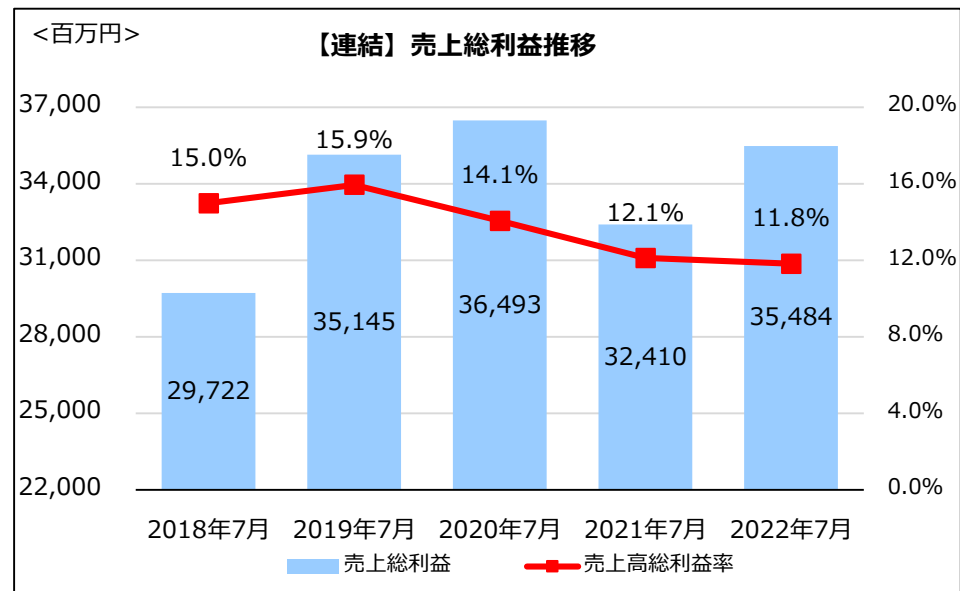
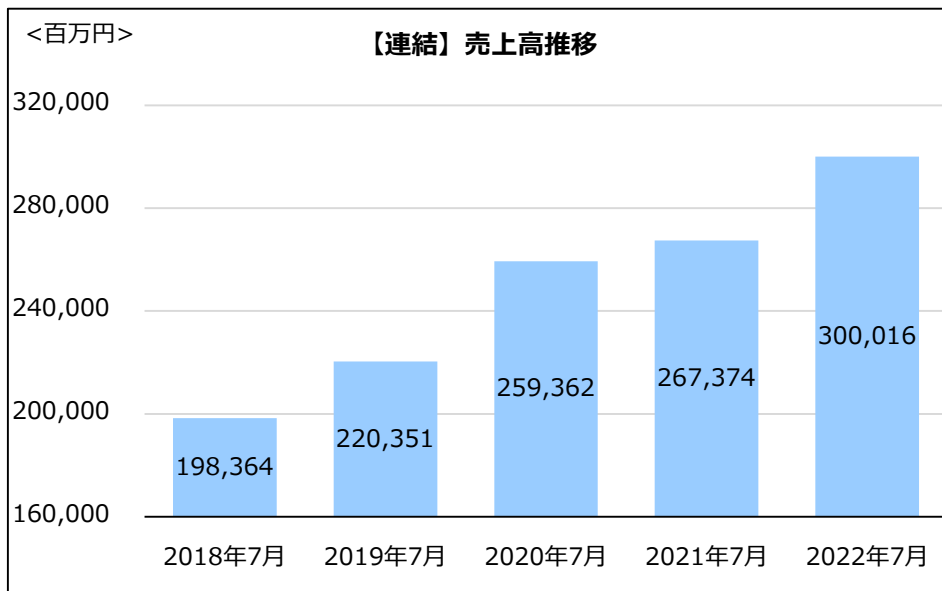


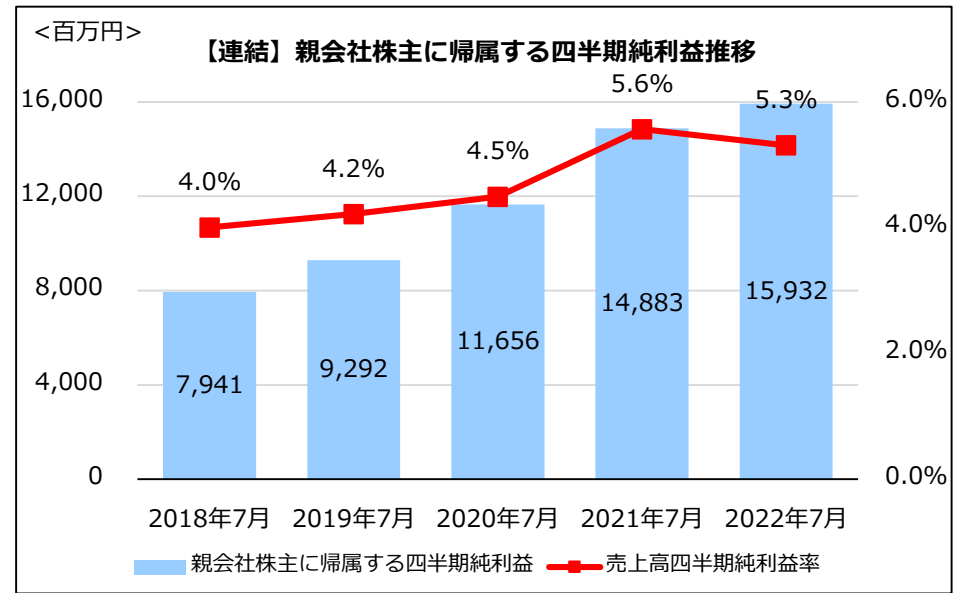
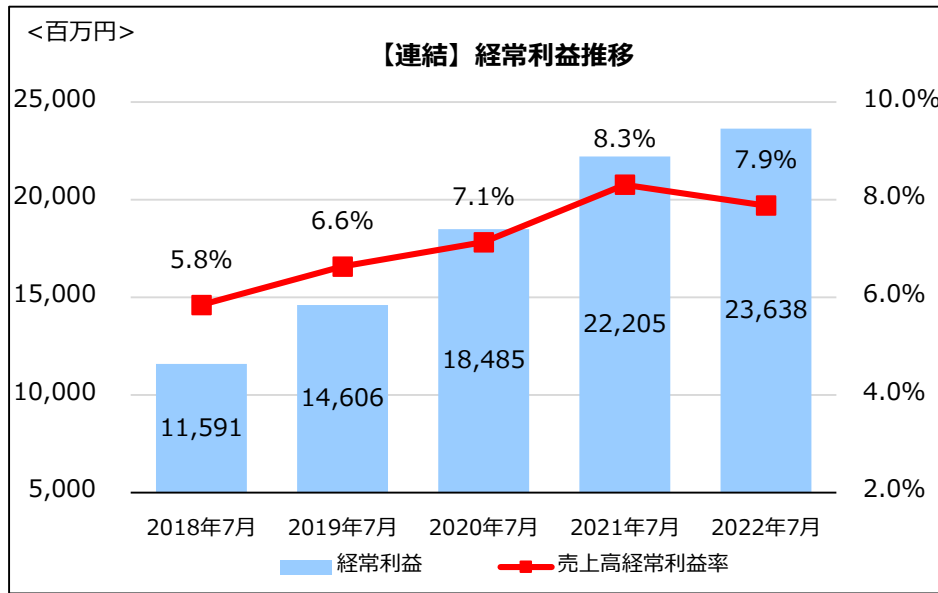
2022年10月期第3四半期 決算説明資料

2022年9月12日



●連結業績及びハイライト(累計)	2
●業務スーパー事業	4
●業務スーパー契約概要	5
●業務スーパー店舗数推移	6
●業務スーパー出荷実績（前年比）推移	7
●当社の強み“商品力”	8
●外食・中食事業	9
●エコ再生エネルギー事業	13
●株主還元策	15
●連結業績予想	16
●中期経営計画	17





【業績ハイライト解説】

●売上高

引き続きメディア・SNSで話題になっていることに加え、価格戦略が功を奏し、前年同期比326.42億円、12.2%の増加

●売上総利益

急激な原材料価格高騰や円安進行等のコスト高が影響し粗利率は低下したものの、同30.73億円、12.6%の増加
 対策として、原材料の配合変更などによる製造コスト削減や、新たな為替予約によるヘッジ比率引き上げを実施

●販売管理費

業務スーパー事業における運賃の増加と、直営で運営する焼肉店の出店に伴う人件費や家賃等の増加により、同24.55億円、22.0%の増加

●営業利益

原価や販売管理費の増加により営業利益率は低下したものの、売上が伸びたことにより、同6.18億円、2.9%の増加

●経常利益

円安対策として新たな為替予約を締結。円安進行により一時的に為替関連の評価益を計上し、同14.32億円、6.5%の増加

●親会社株主に帰属する四半期純利益

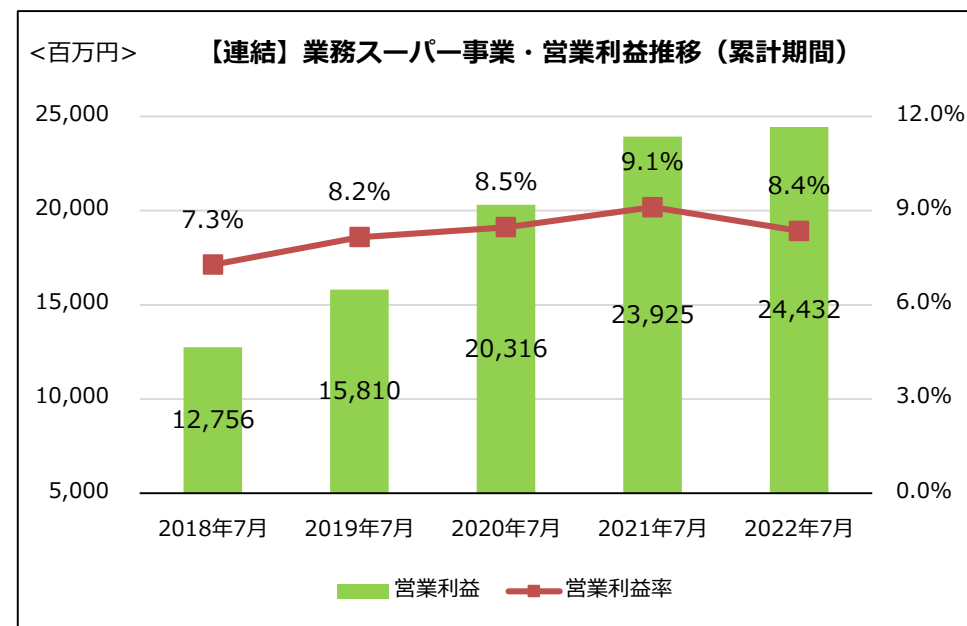
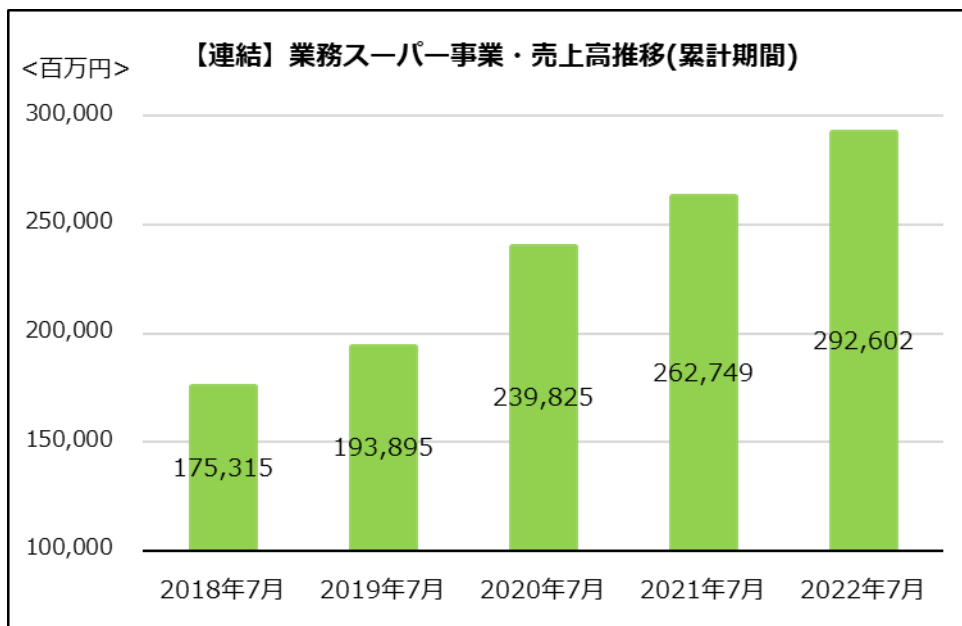
特別損益に大きな変動はなく、同10.49億円、7.1%の増加

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979店舗展開（2022年7月末現在）
- 原材料価格高騰などのコスト増加に対し、順次価格改定を実施
- 多くのメディアやSNSへの露出が売上高の増加に貢献



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7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%

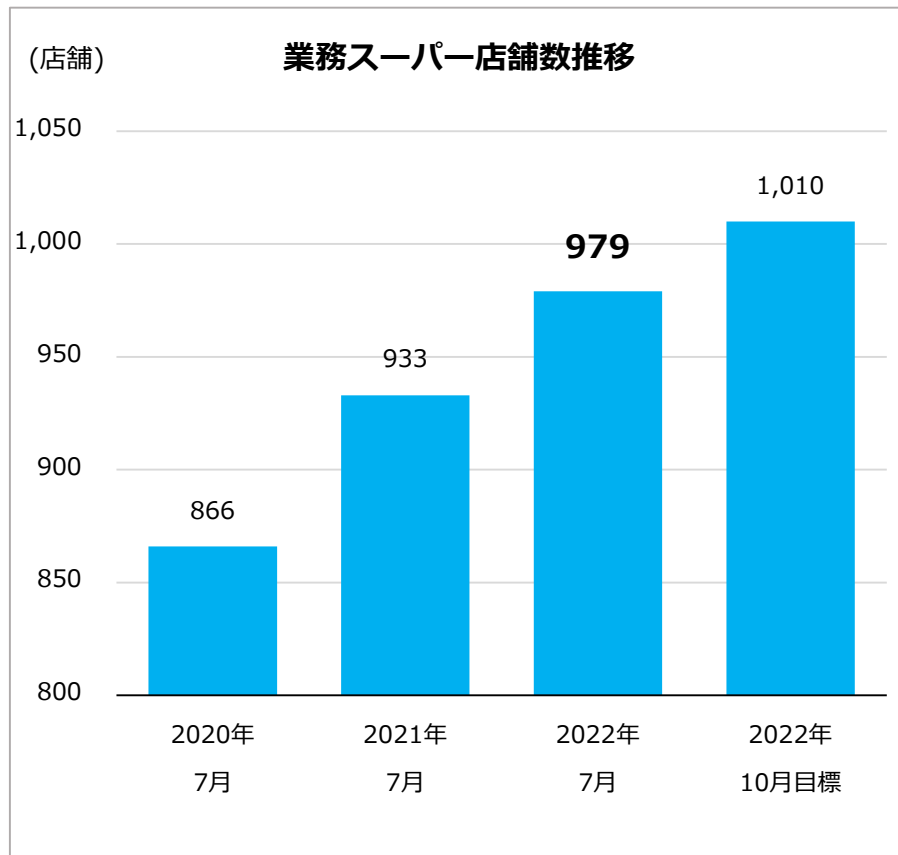
※生鮮など独自商品の取扱いによってシミュレーションより効率的に運営されている加盟店も多くあります。

3Q累計期間：出店48店舗、退店19店舗（純増29店舗）

3Q会計期間：出店14店舗、退店4店舗

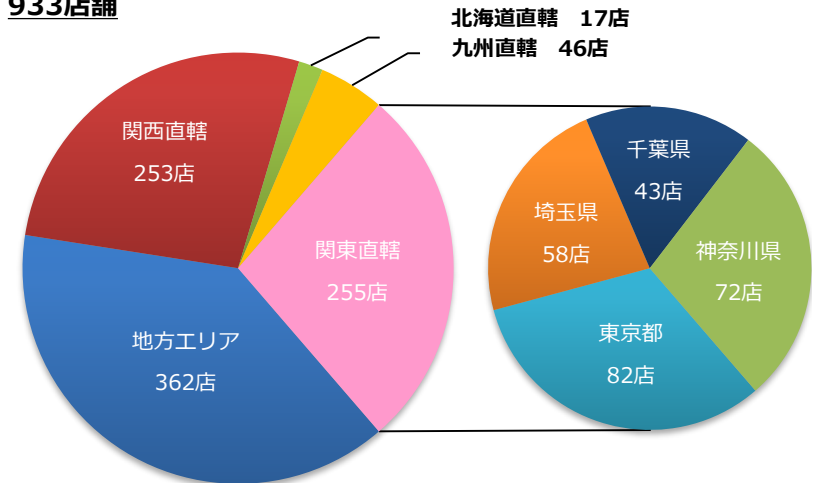
通期目標（純増60店舗に）対しての進捗率：48%

10月に出店が集中するため目標は達成の見込み

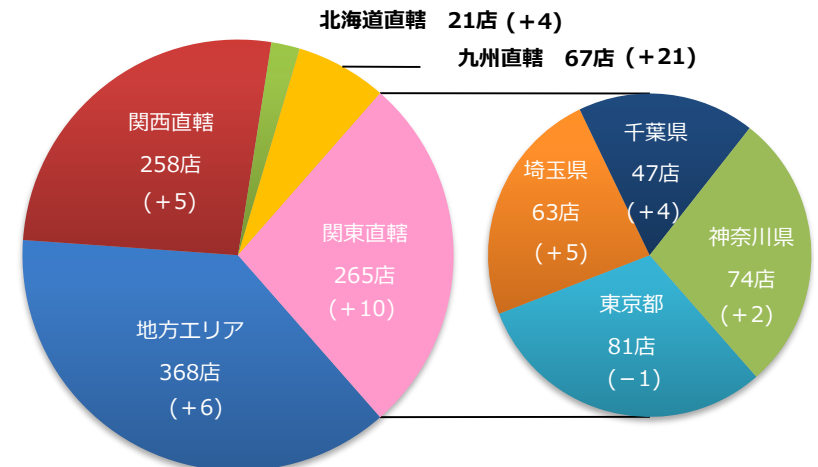


地域別の店舗数

2021年7月末
933店舗

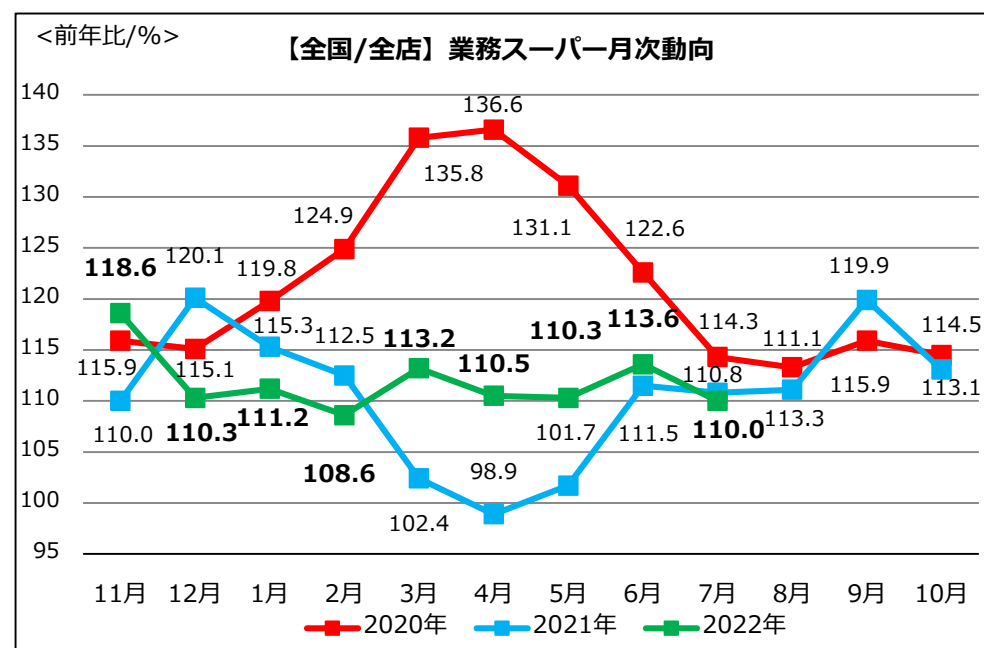
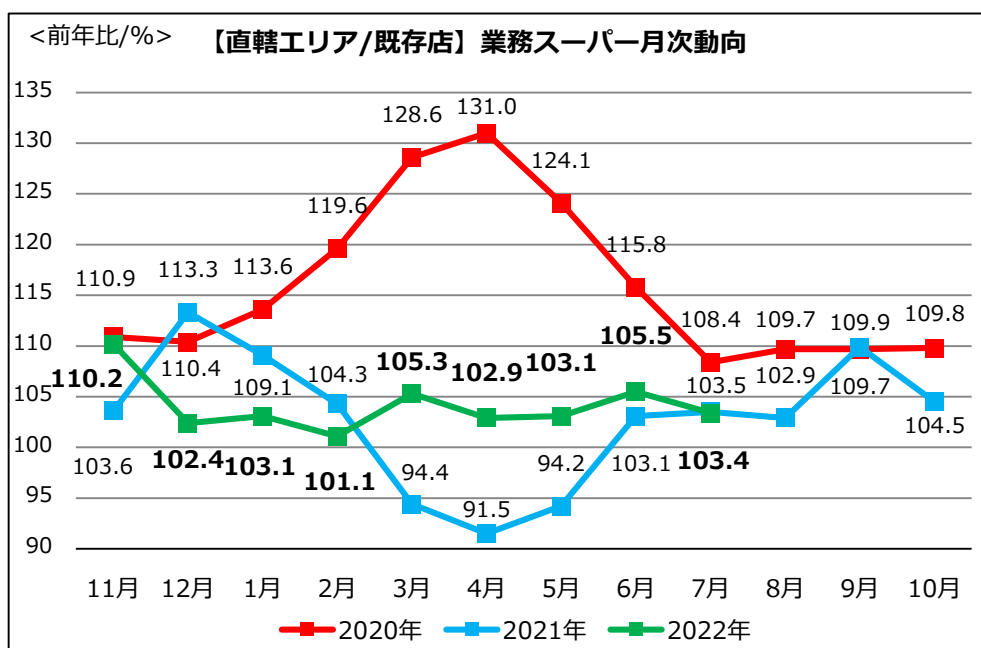


2022年7月末
979店舗 (+46店舗)



業務スーパー出荷実績（前年比）推移

■引き続き各種メディアやSNSなどの影響で、既存店出荷実績も計画より上振れて進捗



【業務スーパーへの出荷実績（前年比）：%】

		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
直轄エリア	既存店	110.2	102.4	103.1	101.1	105.3	102.9	104.1	103.1	105.5	103.4
	全店	116.6	108.8	109.3	107.5	111.9	108.6	110.4	108.5	111.7	108.8
全国	全店	118.6	110.3	111.2	108.6	113.2	110.5	112.0	110.3	113.6	110.0

直轄エリア既存店
出荷実績

■会計期間別

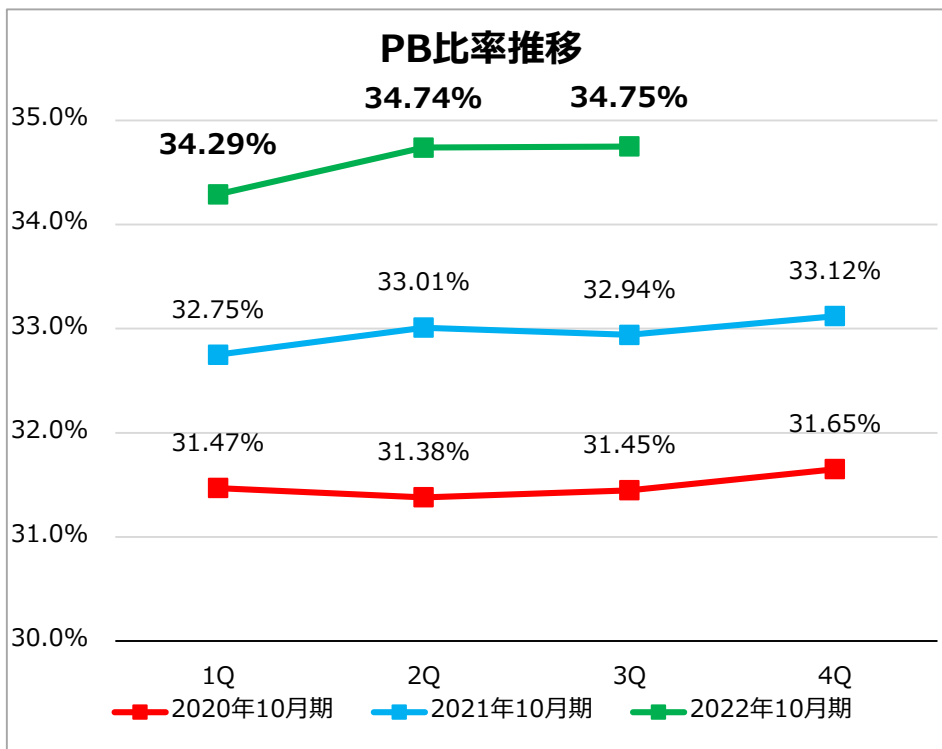
1Q：105.1%
2Q：103.1%
3Q：104.0%

※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



銀の胡麻ドレッシング
1L 451円



豚生姜焼きの素
100g×3 199円



とろけるキャラメル
プリン
1kg 321円

■ 自社輸入商品



テンペ
450g 321円



台湾カステラ
130g 192円



マカロン(3種アソート)
36g(3個入) 300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。

- プレミアムカルビ既存店も好調に推移
- 神戸クック・ワールドビュッフェはメニュー改廃などで店舗数と集客の回復に努める
- 馳走菜も順調に出店

上記の結果、セグメント業績も改善傾向に



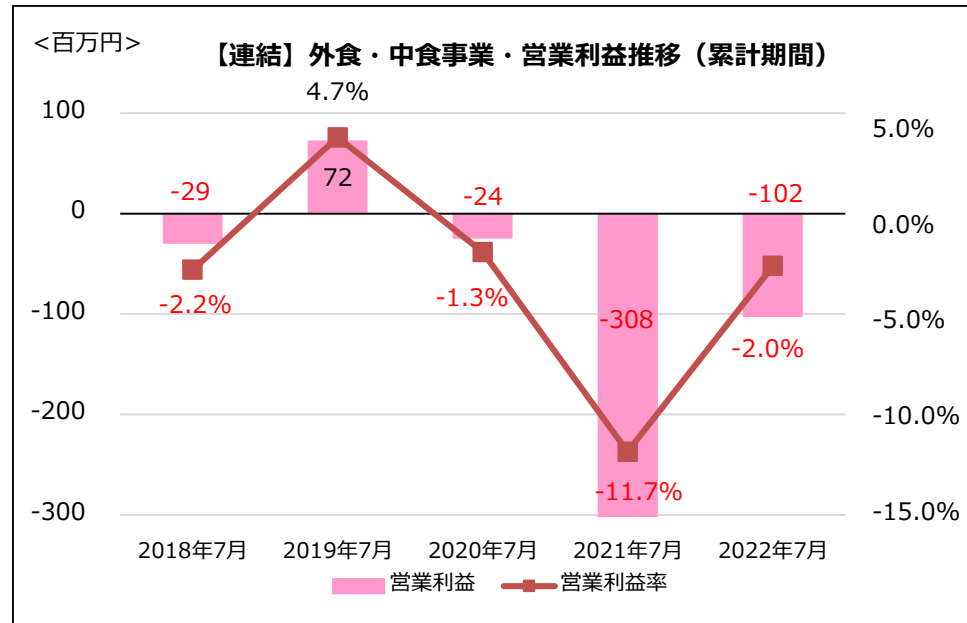
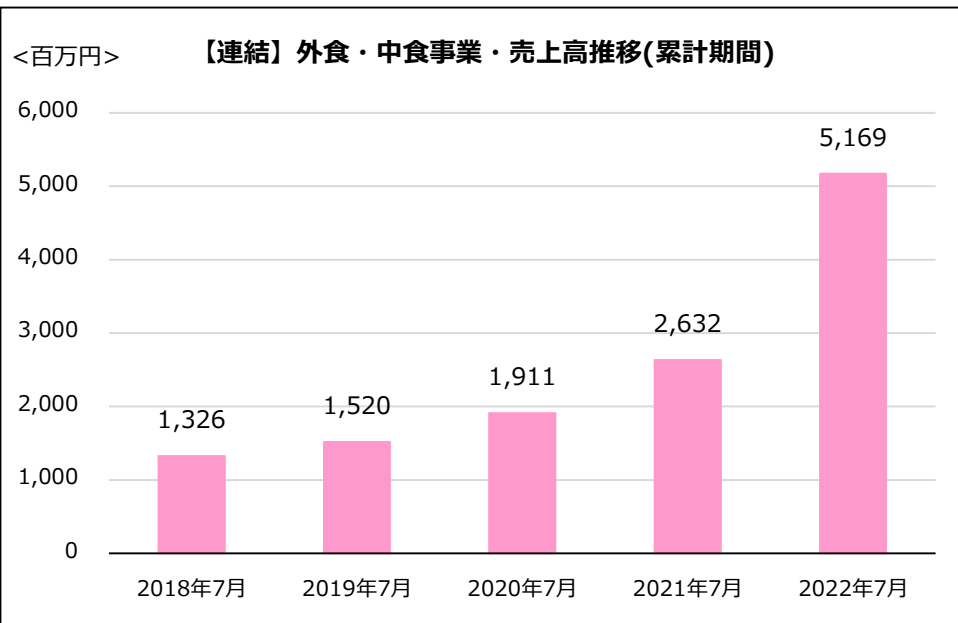
神戸クック・ワールドビュッフェ



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：9店舗（2022年7月末現在）

3Q累計期間：出店1店舗、退店7店舗（純減6店舗）

9月には、岐阜県各務原市で1店舗リニューアルオープンメニュー改定などで損益分岐点を下げる取り組みを実施



12

つくる責任
つかう責任



フードロス削減への取り組み

直営のハーバーランド店（神戸市中央区）はフードロス削減などに向けた様々な取り組みの実験店舗と位置付けております。1g=1円（税込1.08円）の量り売りコーナーにおいて、2021年11月よりランチ・ディナー各時間帯のラストオーダー後に50%OFFで販売する取り組みを始めました。幅広い年代層のお客様に好評いただき、現在は8店舗で導入するに至っております。

2022年10月期3Qと今後の取り組み

5月よりハーバーランド店にてアルコールやデザートメニューをより一層充実させるべく、全国に先駆けて価格およびメニューの改定を実施いたしました。お客様にもご好評いただき、7月からは全店で実施しております。

これらの取り組みもあって、7月には新型コロナウイルス感染症第7波の影響が多少みられたものの、緩やかではありますが客足が回復基調にあります。

引き続き、他店にはないメニュー構成、ボリュームと価格でお客様に満足いただけるサービスを提供してまいります。



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。



食べものに、
もったいないを、
もういちょ。
NO-FOODLOSS PROJECT

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：15店舗（2022年7月末現在）

3Q累計期間：5店舗の純増（会計期間：出店2店舗）



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

Instagramでも積極的に情報発信中（@premiumkarubi）

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、店内手作りのジェラート&デザートです。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、デザートビュッフェでは、季節ごとに旬の素材を使ったメニューを展開しております。9月～11月は、洋なしや栗、ブドウなど秋を感じていただけるデザートを提供しており、お客様にご好評いただいております。



37期 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
浦和店	さいたま市南区辻3-1-25
船橋海神店	千葉県船橋市海神6-7-11※5月24日OPEN
淵野辺店	相模原市中央区共和4-7-11※6月29日OPEN

※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。

※今後も順次店舗数を拡大予定。

馳走菜（ちそうな）

合計店舗数：73店舗（2022年7月末現在）

3Q累計期間：24店舗の純増（会計期間：出店8店舗）

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



好調の背景

一部原材料の価格高騰があったものの、メニューの改廃や調理オペレーションの効率化などに取り組み、価格優位性を維持しております。店内調理による出来立て感や、ボリューム感が引き続きお客様に支持されております。

3Q新店一覧

今津店	兵庫県西宮市今津社前町8-10
木崎店	福井県敦賀市木崎4-7-1
柳川三橋店	福岡県柳川市三橋柳河885-1
瀬戸越店	長崎県佐世保市瀬戸越2-18-8
妻沼店	埼玉県熊谷市妻沼494
小倉大畠店	北九州市小倉北区大畠2丁目6-39
南津守店	大阪市住之江区北加賀屋3-4-5
博多半道橋店	福岡市博多区半道橋1-17-49



※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。

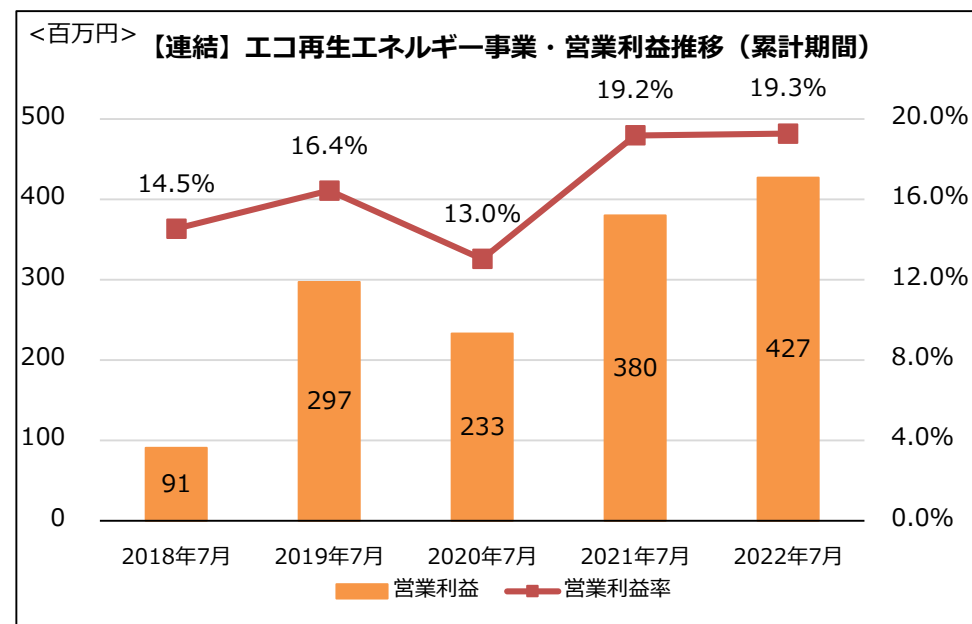
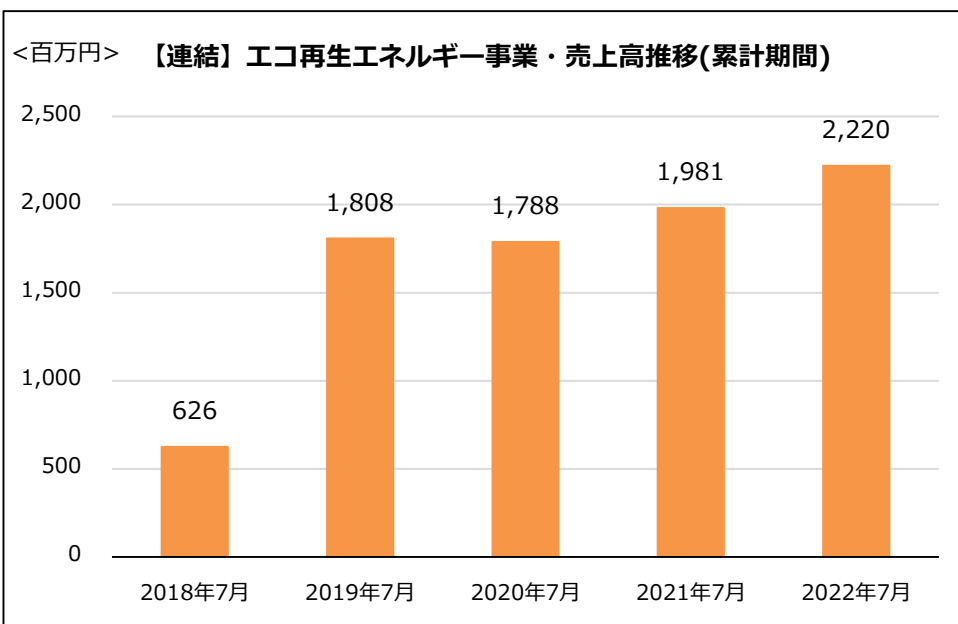
- 2022年6月に福島県西白河郡西郷村の発電所が稼働
- 既存発電所も順調に稼働し、増収増益
- 宮城県の太陽光発電所は2024年春に稼働予定



自社太陽光発電所

自社木質バイオマス発電所

写真：（2022年6月稼働18.9MW西白河発電所）

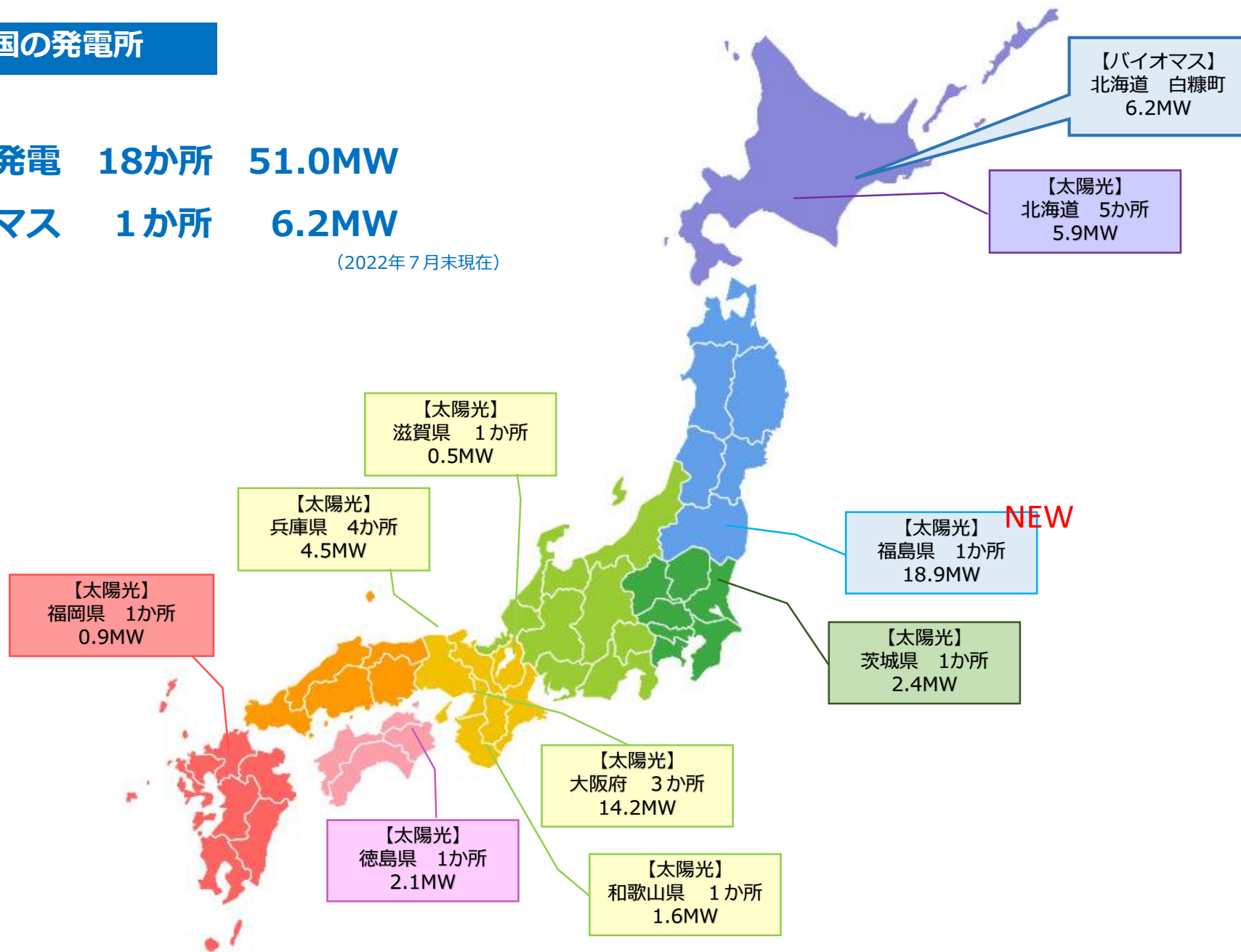


全国の発電所

太陽光発電 18か所 51.0MW

バイオマス 1か所 6.2MW

(2022年7月末現在)



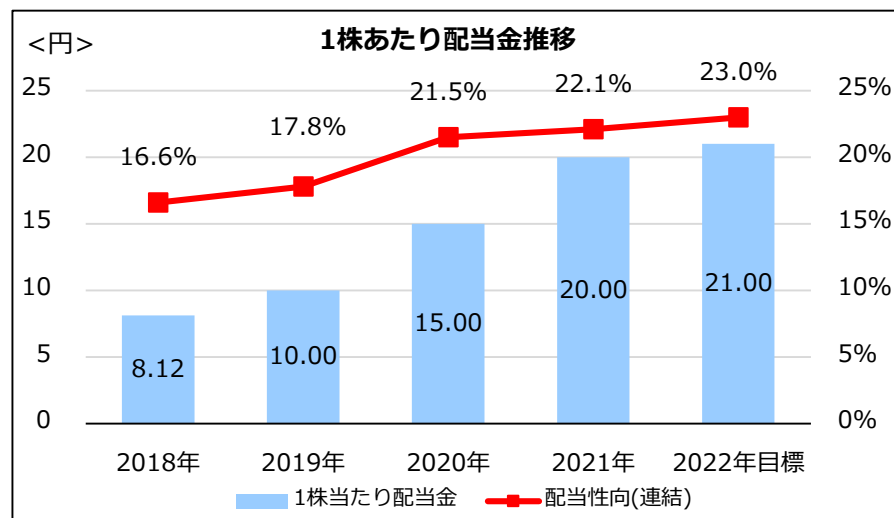
配当金推移

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)

	3Q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	300,016	380,000	12.2%	79.0%
営業利益	21,847	28,800	2.9%	75.9%
親会社に帰属する四半期純利益	15,932	19,800	7.4%	80.5%

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9月12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