



2023年3月期 決算短信〔日本基準〕(連結)

2023年5月9日

上場会社名 株式会社サンクゼール 上場取引所 東
 コード番号 2937 URL <https://www.stcousair.co.jp/company>
 代表者 (役職名) 代表取締役社長 (氏名) 久世 良太
 問合せ先責任者 (役職名) 取締役 管理本部 本部長 (氏名) 河原 誠一 (TEL) 026-219-3902
 定時株主総会開催予定日 2023年6月27日 配当支払開始予定日 2023年6月28日
 有価証券報告書提出予定日 2023年6月28日
 決算補足説明資料作成の有無 : 有
 決算説明会開催の有無 : 有 (機関投資家、アナリスト向け)

(百万円未満切捨て)

1. 2023年3月期の連結業績(2022年4月1日~2023年3月31日)

(1) 連結経営成績

(%表示は対前期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する 当期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2023年3月期	17,865	26.1	1,599	21.5	1,620	22.5	1,058	12.8
2022年3月期	14,165	30.4	1,316	213.8	1,322	128.7	939	249.6

(注) 包括利益 2023年3月期 1,136百万円(13.4%) 2022年3月期 1,001百万円(315.6%)

	1株当たり 当期純利益	潜在株式調整後 1株当たり 当期純利益	自己資本 当期純利益率	総資産 経常利益率	売上高 営業利益率
	円 銭	円 銭	%	%	%
2023年3月期	132.70	124.50	38.0	20.7	9.0
2022年3月期	122.91	—	110.2	22.2	9.3

(参考) 持分法投資損益 2023年3月期 -百万円 2022年3月期 -百万円

(注) 当社は、2022年1月11日付けで普通株式1株につき普通株式200株の割合で株式分割を行っております。前連結会計年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して「1株当たり当期純利益」を算定しております。

(2) 連結財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率	1株当たり純資産
	百万円	百万円	%	円 銭
2023年3月期	9,174	4,226	46.0	465.73
2022年3月期	6,464	1,355	20.9	177.12

(参考) 自己資本 2023年3月期 4,223百万円 2022年3月期 1,353百万円

(3) 連結キャッシュ・フローの状況

	営業活動による キャッシュ・フロー	投資活動による キャッシュ・フロー	財務活動による キャッシュ・フロー	現金及び現金同等物 期末残高
	百万円	百万円	百万円	百万円
2023年3月期	1,055	△243	1,235	3,317
2022年3月期	983	△510	△640	1,249

2. 配当の状況

	年間配当金					配当金総額 (合計)	配当性向 (連結)	純資産 配当率 (連結)
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計			
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	百万円	%	%
2022年3月期	—	0.00	—	35.00	35.00	267	28.5	31.4
2023年3月期	—	0.00	—	35.00	35.00	317	26.4	10.9
2024年3月期(予想)	—	0.00	—	35.00	35.00	—	—	—

3. 2024年3月期の連結業績予想(2023年4月1日~2024年3月31日)

(%表示は、対前期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属 する当期純利益		1株当たり当期純 利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
通 期	19,711	10.3	1,681	5.1	1,661	2.5	1,096	3.5	118.47

※ 注記事項

(1) 期中における重要な子会社の異動（連結範囲の変更を伴う特定子会社の異動）： 無
 新規 一社（社名）、除外 一社（社名）

(2) 会計方針の変更・会計上の見積りの変更・修正再表示

- ① 会計基準等の改正に伴う会計方針の変更： 無
 ② ①以外の会計方針の変更： 無
 ③ 会計上の見積りの変更： 無
 ④ 修正再表示： 無

(3) 発行済株式数（普通株式）

① 期末発行済株式数（自己株式を含む）	2023年3月期	9,068,200株	2022年3月期	7,640,000株
② 期末自己株式数	2023年3月期	一株	2022年3月期	一株
③ 期中平均株式数	2023年3月期	7,979,755株	2022年3月期	7,640,000株

（注）当社は、2022年1月11日付けで普通株式1株につき普通株式200株の割合で株式分割を行っております。前連結会計年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して「期中平均株式数」を算定しております。

（参考）個別業績の概要

1. 2023年3月期の個別業績（2022年4月1日～2023年3月31日）

(1) 個別経営成績（%表示は対前期増減率）

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2023年3月期	17,412	24.2	1,615	29.8	1,604	28.1	1,045	19.3
2022年3月期	14,014	33.1	1,244	252.4	1,252	151.7	876	354.1
	1株当たり 当期純利益		潜在株式調整後 1株当たり当期純利益					
	円 銭		円 銭					
2023年3月期	130.96		122.87					
2022年3月期	114.66		—					

（注）当社は、2022年1月11日付けで普通株式1株につき普通株式200株の割合で株式分割を行っております。前事業年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して「1株当たり当期純利益」を算定しております。

(2) 個別財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率	1株当たり純資産
	百万円	百万円	%	円 銭
2023年3月期	8,723	3,999	45.9	441.10
2022年3月期	6,034	1,231	20.4	161.13

（参考）自己資本 2023年3月期 3,999百万円 2022年3月期 1,231百万円

<個別業績の前期実績値との差異理由>

当事業年度は、新型コロナウイルス感染症による影響が落ち着き、徐々に経済活動が正常化に向かう中で、当社ブランドへの認知度の向上によって、「直営」、「FC」、「EC」、「ホールセール」及び「グローバル」の各サービスの売上高が前事業年度を上回りました。資源価格や原料価格の高騰、急激な円安などの影響があったものの、売上高の増加によって、営業利益、経常利益及び当期純利益は前事業年度から拡大いたしました。

※ 決算短信は公認会計士又は監査法人の監査の対象外です

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は、様々な要因により大きく異なる可能性があります。

○添付資料の目次

1. 経営成績等の概況	2
(1) 当期の経営成績の概況	2
(2) 当期の財政状態の概況	4
(3) 当期のキャッシュ・フローの概況	5
(4) 今後の見通し	5
2. 会計基準の選択に関する基本的な考え方	9
3. 連結財務諸表及び主な注記	10
(1) 連結貸借対照表	10
(2) 連結損益計算書及び連結包括利益計算書	12
(3) 連結株主資本等変動計算書	14
(4) 連結キャッシュ・フロー計算書	16
(5) 連結財務諸表に関する注記事項	17
(継続企業の前提に関する注記)	17
(セグメント情報等)	17
(1株当たり情報)	17
(重要な後発事象)	18

1. 経営成績等の概況

(1) 当期の経営成績の概況

当連結会計年度における我が国経済は、新型コロナウイルス感染症（以下、「コロナ」という。）による影響が落ち着き始めており、徐々に経済活動が正常化に向かう動きが見られました。しかし一方で、世界経済の混乱により、各国において資源価格や原料価格の高騰、物流の停滞等による物価高騰の影響が生じております。食品製造及び食品小売業界においては、資源価格や原料価格の高騰及び急激な円安に加えて、輸出入に係るサプライチェーンの混乱や人手不足による人件費の上昇等の影響が業界全体の収益性を押し下げる状況が続いています。そして、企業の費用負担上昇の影響は食品小売価格の値上げにつながっており、その傾向は留まる気配がありません。消費者の経済的負担の高まりによる消費低迷、ひいては日本全体の景気の悪化が懸念される状況にあり、依然として先行きが不透明な状況となっております。

当連結会計年度は、当社グループにおきましても、前述の資源価格や原料価格の高騰及び急激な円安等の影響を受けて、やむを得ず2022年9月、12月及び2023年3月に3度に渡って、商品の値上げを実施しており、一部の商品におきましては複数回の値上げを実施せざるを得ない状況も発生しました。心苦しい状況にはございますが、当社グループは、お客様にとって価格に見合う価値のある商品を提供することを第一と考え、引き続き、お客様のニーズに徹底的に耳を傾け、お客様が本当に欲しいと思っただけの商品の実現に取り組んでまいります。

サービス別の業績は、B to Cの販売チャネルである店舗（直営及びF C）につきましては、当社公式アプリ会員のデータから把握したお客様のニーズを商品開発・販売促進施策へとつなげていくことを継続的に実行し、既存店の収益性向上に努めてまいりました。当連結会計年度において、既存店客数は、コロナによる影響が落ち着き、旅行需要の回復など消費の動向が変化したことに加え、インフレの影響で食品支出を抑制しようとする動きが見られる中、軽微な減少にとどまりました。一方、既存店客単価につきましては、1購買当たり購入点数の増加、商品価格の値上げにより、前年同期を上回って推移した結果、既存店売上高は、前年同期を上回り、堅調に推移いたしました。なお、2022年12月の東京証券取引所グロス市場への上場や、上場前後に全国放送のテレビ番組で取り上げられたことが、お客様の当社ブランドに対する認知の向上につながりました。

新規出店につきましては、每期10店舗程度の新規出店を目標に店舗数の安定拡大に努めており、2022年10月にふかや花園プレミアム・アウトレット（埼玉県深谷市）へ「サンクゼール」業態と「久世福商店」業態を各1店舗ずつ同時出店するなど、当連結会計年度においては、直営とF Cの合計で11店舗を新規出店いたしました。

（注）当社グループでは、開店後18か月以上経過している店舗を「既存店」として客単価及び客数を集計しております。

その他の販売チャネルのうち、E Cにつきましては、引き続きお客様からギフト用途として当社商品に対する高い支持をいただいております。当社公式E Cサイトでメッセージカード添付機能を導入するなど、ギフト用途のさらなる利便性向上に努めました。また、2022年9月に久世福商店ブランドの商品が全国ネットのテレビ番組で取り上げられたことをきっかけとして、お客様の久世福商店ブランドの認知が高まり、その後のE Cサイトへのアクセス数の伸びにつながったことで、E Cの売上高は前年同期比で伸長いたしました。B to Bの販売チャネルであるホールセールにつきましては、大手小売チェーンとの取引が継続して拡大しており、前連結会計年度の途中で採用された商品のその後の売上も堅調に推移していることから、前年同期比で売上高が伸長いたしました。グローバルにつきましては、米国及び台湾における大手小売チェーンに対する販売が伸びたことに加え、米国での新規顧客の開拓が進捗し、商品価格帯がミドル～ハイエンドの食品スーパーを中心に、複数の商品を当社オリジナルの棚仕器とともに納品し、当社ブランドの世界観を表現した中で商品を販売する施策（当社において「Kuze Fuku Pro」と呼称。）が奏功し、新規顧客の開拓と既存顧客との取引拡大につながりました。この結果、前年同期比で売上高が伸長いたしました。

なお、当社グループのみならず、当社グループを取り巻く社会全体が長期的に持続可能なものになるように、当社グループが定めるサステナビリティ重点項目に従い、サステナビリティ経営に注力しております。サステナビリティ経営を推進する取り組みとして、2022年4月より当社飯綱本社（長野県上水内郡飯綱町）の食品製造工場及び関連施設において使用する電力の一部を、中部電力ミライズ株式会社が提供するCO2フリー電気「Greenでんき」へ切り替えました。また、2022年6月より国立大学法人信州大学の井田秀行教授の協力を得て、当社信濃町センター（長野県上水内郡信濃町）エリアの森を保護及び活性化することを目的としたプロジェクトを開始いたしました。これらの取り組みも含め、今後も持続可能で豊かな社会の実現のために、積極的に取り組んでまいります。

以上の結果、当連結会計年度における連結業績は、売上高は178億65百万円（前年同期比126.1%）となりました。営業損益は、売上高が増加したことに伴い、15億99百万円の営業利益（前年同期比121.5%）となりました。経常損益は、為替差益19百万円及び当社子会社St. Cousair, Inc.において「給与保護プログラム（Paycheck Protection Program）」により返済免除を受けたことによる債務免除益37百万円などの営業外収益88百万円を計上した一方で、支払利息35百万円などの営業外費用67百万円を計上したことにより、16億20百万円の経常利益（前年同期比122.5%）となりました。親会社株主に帰属する当期純利益は、税金費用5億89百万円を計上したことにより、10億58百万円（前年同期比112.8%）となりました。

出店政策に関しましては、当社グループでは、商圈人口、賃貸条件、ROIC等の指標を総合的に勘案し、新規出店を行っております。当連結会計年度におきましては、「サンクゼール」業態で1店舗、「久世福商店」業態で10店舗を新規出店いたしました。また、「久世福商店」業態の1店舗をFC加盟店から直営店へ、5店舗を直営店からFC加盟店へ、それぞれ運営主体の切り替えを行いました。その結果、当連結会計年度末における店舗は直営店51店舗、FC加盟店107店舗、計158店舗となりました。

当連結会計年度における業態別の店舗数は以下の通りです。運営主体の切り替えを行った店舗については、直営店の減少（又は増加）とFC加盟店の増加（又は減少）に含めて集計しております。

業態名	区分	前連結会計年度末	増加	減少	当連結会計年度末
サンクゼール	直営店	11	1	-	12
	FC加盟店	4	-	-	4
	計	15	1	-	16
久世福商店	直営店	42	2	5	39
	FC加盟店	90	14	1	103
	計	132	16	6	142
全業態合計	直営店	53	3	5	51
	FC加盟店	94	14	1	107
	計	147	17	6	158

当社グループは、食品製造販売事業を単一の事業セグメントとしているため、セグメント情報の開示は省略しております。

当連結会計年度におけるサービス別の売上高は以下の通りです。

区分	売上高（千円）	前年同期比
直営	6,547,112	119.9%
FC	6,239,748	123.0%
EC	1,095,268	120.5%
ホールセール	3,060,147	129.7%
グローバル	923,373	253.9%
計	17,865,650	126.1%

① 直営

直営の既存店客単価は、前述の通り年度を通して堅調に推移いたしました。また、既存店客数に関しては、特に第4四半期において堅調に推移いたしました。新規出店に関しては、2022年10月にふかや花園プレミアム・アウトレットへ直営店2店舗を出店いたしました。一方、2022年4月に1店舗、2023年3月に4店舗をF Cへ譲渡した結果、直営店は合計5店舗が減少しております。その結果、直営に係る売上高は65億47百万円（前年同期比119.9%）となりました。

② F C

F Cの既存店客数及び客単価は、直営に記述した通りの傾向で推移いたしました。また、年度を通じて、新たに9店舗のF C加盟店を出店したほか、2022年4月に1店舗、2023年3月に4店舗を直営からF Cへ譲渡した結果、F C加盟店は合計で14店舗増加いたしました。その結果、F Cに係る売上高は62億39百万円（前年同期比123.0%）となりました。

③ E C

ギフト商品としての認知度が高まるとともに、テレビ番組への露出効果も奏功し、E Cの利用者数が継続して増加したことで、売上は堅調に推移いたしました。その結果、E Cに係る売上高は10億95百万円（前年同期比120.5%）となりました。

④ ホールセール

大手小売チェーンとの取引が継続して拡大いたしました。前連結会計年度に採用された商品は、当連結会計年度においても売上は堅調に推移しており、売上増加に寄与しました。その結果、ホールセールに係る売上高は30億60百万円（前年同期比129.7%）となりました。

⑤ グローバル

米国及び台湾において大手小売チェーンに対する販売が増加したことに加え、米国内での新規顧客開拓及び既存顧客との取引が堅調に拡大いたしました。以上の結果、グローバルに係る売上高は9億23百万円（前年同期比253.9%）となりました。国別の内訳は、米国顧客への売上高が6億24百万円、台湾顧客への売上高が2億73百万円、その他の地域への売上高が24百万円であります。

(2) 当期の財政状態の概況

(資産、負債及び純資産の状況)

当連結会計年度の総資産は91億74百万円となり、前連結会計年度末に比べ27億9百万円増加いたしました。これは、2022年12月21日に東京証券取引所グロース市場へ上場したことに伴い、公募（ブックビルディング方式による募集）による新株式1,200,000株を発行したこと等の要因により現金及び預金が20億68百万円増加したこと、売上高の増加により売掛金が3億19百万円増加したこと等によるものであります。

負債は49億48百万円となり、前連結会計年度末に比べ1億60百万円減少いたしました。これは、借入返済により短期借入金1億9百万円、1年内返済済む長期借入金が3億53百万円、それぞれ減少したこと等によるものであります。

純資産の部に関しましては、前述の新株式の発行に伴い資本金及び資本剰余金がそれぞれ10億円増加したことに加えて、親会社株主に帰属する当期純利益10億58百万円の計上によって利益剰余金が7億91百万円増加したこと等により、株主資本は前連結会計年度末に比べ27億93百万円増加し、41億13百万円となりました。また、為替相場が円安に推移した影響で、為替換算調整勘定は前連結会計年度末から87百万円増加し、1億11百万円となりました。以上の結果、純資産合計は、前連結会計年度末に比べ28億70百万円増加し、42億26百万円となり、自己資本比率は46.0%となりました。

(3) 当期のキャッシュ・フローの概況

当連結会計年度における現金及び現金同等物の期末残高は20億68百万円増加し33億17百万円となりました。

(営業活動によるキャッシュ・フロー)

当連結会計年度におきましては、税金等調整前当期純利益16億48百万円となった一方で、売上債権が3億2百万円増加したこと等により、営業活動のキャッシュ・フローは10億55百万円の収入（前連結会計年度は9億83百万円の収入）となりました。

(投資活動によるキャッシュ・フロー)

投資活動によるキャッシュ・フローは、有形固定資産の取得による支出が2億39百万円、投資有価証券の取得による支出が79百万円となったこと等により、2億43百万円の支出（前連結会計年度は5億10百万円の支出）となりました。

(財務活動によるキャッシュ・フロー)

財務活動によるキャッシュ・フローは、2022年12月21日に東京証券取引所グロース市場へ上場したことに伴い、公募（ブックビルディング方式による募集）による新株式1,200,000株を発行したこと等による株式の発行による収入が20億1百万円となった一方で、長期借入金の返済による支出が3億39百万円となったこと等により、12億35百万円の収入（前連結会計年度は6億40百万円の支出）となりました。

(4) 今後の見通し

当社グループは、「愛と喜びのある食卓をいつまでも」をコーポレート・スローガンに掲げております。その実現のために、国内外のお客様に対して当社ブランドの商品やサービスを通じて、豊かな社会や生活の実現のために取り組んでまいります。

当社グループの特徴は、当社グループをプラットフォームとして、多くのビジネスパートナーとともに商品開発、製造、販売を一気通貫で行う「食のSPA」を実現している点にあります。「食のSPA」を国内からグローバルへ拡大し、より一層の事業成長に取り組んでいく所存です。

当社が中長期で目指す姿は以下の通りです。

国内事業

- ・ お客様のロイヤルティが高まり、ロイヤル顧客の数・売上構成比が向上している。
- ・ 国内の協力工場や商品生産者とデジタルサプライチェーンシステムで連携されており、生産状況の可視化と効率的な供給体制が実現されている。
- ・ 新業態「MeKEL（メケル）」が「サンクゼール」、「久世福商店」に続く国内事業における第3の柱として確立されている。

グローバル事業

- ・ 米国において、プレミアム日本食ブランドとして独自のポジションを確立し、十分に認知されている。
- ・ アジア地域（台湾、韓国、中国、その他）において、プレミアム日本食ブランドとして独自のポジションを確立し、十分に認知されている。
- ・ M&Aにより複数のブランドを傘下に持ち、ブランドポートフォリオが構築されている。

上記で掲げた中長期で目指す姿を実現するために、2024年3月期において注力する成長戦略は以下の通りです。

(1) 国内事業の成長戦略

① 顧客ロイヤルティの向上

当社のブランドが長期持続的に成長できるためには、それぞれのブランドのファンであるお客様の数を増やしていくことが最も重要な戦略であると考えております。当社ブランドの商品やサービスをご利用いただくお客様に当社ブランドのファンになっていただくために、以下に掲げる事項に注力いたします。

i ブランドごとの顧客価値の提供

当社の国内事業においては、これまで「店舗（直営・FC）」、「EC」、「ホールセール」の販売チャネルごとのお客様に対して、それぞれのお客様のニーズに合わせた商品やサービスを提供することに取り組んでまいりました。今後は、後述の「MeKEL（メケル）」の立ち上げとともに、「サンクゼール」、「久世福商店」及び「MeKEL（メケル）」と3つの国内ブランドが存在することになりますが、それぞれのブランドの商品特性やご家庭でのご利用シーンなどは異なっており、お客様のニーズもブランドごとに異なっております。そのため、これまでのチャネル別の視点から、ブランドごとのお客様に対して最適な商品・サービスを最適なチャネルでお届けできるように、ブランド視点で顧客価値の最大化に努めてまいります。

ii Fan-Based Community Program (FBCプログラム) の充実化

当社は、2022年より、当社の会員アプリに登録されているお客様から企画にご賛同いただいたお客様を対象とするコミュニティプログラム「Fan-Based Community Program (FBCプログラム)」によるマーケティングに取り組んでおります。当該プログラムは、プログラムにご参加いただいた会員の皆様に対するインタビューやアンケートを通じて、お客様の当社商品・サービスに対するご意見や潜在的なニーズを把握し、実際の商品・サービスの改善につなげていく取り組みです。会員の皆様から直接フィードバックをいただくことで、マーケット・インの視点で新商品や売場改善のご提案を行うことができるため、プログラム会員の皆様だけでなく、当社ブランドの全てのお客様のブランドロイヤリティ向上につながると考えております。2024年3月期において、FBCプログラム会員を2,500人規模に拡大し（前期は約500人）、さらに幅広いお客様からのお声を集めて、商品・サービスの改善に取り組んでまいります。

iii その他の顧客ロイヤルティ向上施策

その他の顧客ロイヤルティを向上するための施策として、「店舗接客力の向上」や「会員データの収集」に取り組んでまいります。当社の自社店舗は、お客様が当社ブランドを体験いただくことのできる場所です。そこで得た体験が、そのお客様にとっての当社ブランドに対する印象、その後のロイヤルティにつながるため、店長及びパートナー（注）の育成を図り、店舗ごとの接客力のバラつきを抑えることに努めてまいります。また、お客様の日々の購買行動を分析し、より良い商品・サービスのご提案につなげるためには、多くの会員データを収集し、分析を行うことが重要と考えております。会員データの分析を通してお客様が何を求めているかを把握し、お客様が価値を感じていただけると商品・サービスの開発に取り組んでまいります。

（注）当社は、従業員を「パートナー」と表現しております。

② 商品付加価値の向上

当社は、新たに「MeKEL（メケル）」が加わり、「サンクゼール」、「久世福商店」及び「MeKEL（メケル）」の3ブランドでの展開を進めてまいります。「サンクゼール」はジャム、パスタソース及びワインなどの洋食材を中心としたブランドであり、「久世福商店」は出汁（だし）やご飯のお供などの和食材を中心としたブランドです。新たに加わった「MeKEL（メケル）」は冷凍食品やアジア等の地域の食品を中心とするブランドであり、3つのブランドがそれぞれ異なるカテゴリーの食品を対象としております。全てのブランドの商品開発において共通するのは、お客様の声やニーズに基づき、お客様に価値を感じていただける商品を開発することです。今後は、新たな技術を取り入れたお客様にとって付加価値の高い商品を開発するために、当社グループ内に商品開発ラボを設置し、商品開発業務を強化いたします。商品開発ラボの機能で「食のSPA」をさらに強化し、お客様がワクワクする魅力的な商品を開発できるように取り組んでまいります。

③ 生産・供給能力の拡大

付加価値の高い商品を開発し、お客様のロイヤルティを向上させていくことに伴う需要の高まりに対応できる供給力を確保することは、「食のSPA」を強化していく上で重要な要素の1つであります。現在、当社グループは、国内においては、長野県上水内郡飯綱町の自社工場と15社の協力工場を通して自社製品の製造を行っております。今後は、自社工場設備への投資による既存工場の生産能力の拡大、又は、食品工場の買収により、グループ全体の製造能力の拡大を図ってまいります。また、15社の協力工場に関しては、当社が開発した生産管理プラットフォームシステムを通じて、各商品の直近販売実績や在庫状況から素早く所要量を計算し、各協力工場の生産状況を踏まえた効率的な生産指示を行う体制づくりを進めております。自社工場の生産能力の向上と、デジタル化による生産性の向上により、高まる需要に対して十分な供給力を確保できるように取り組んでまいります。

④ 新業態店舗の拡大

「サンクゼール」、「久世福商店」に次ぐ新業態ブランドとして「MeKEL（メケル）」を立ち上げ、第1号店となる直営店を長野県長野市内に出店いたします。「MeKEL（メケル）」は、冷凍食品とアジア等の地域の食品を中心とする自社店舗を展開する小売事業であり、郊外型のアウトレットを中心に展開している「サンクゼール」及び地方のショッピングモールを中心に展開している「久世福商店」と異なり、地方都市のロードサイドを中心に店舗展開を行います。「MeKEL（メケル）」は、「サンクゼール」及び「久世福商店」と比べ低い価格帯で、より日常使いにフォーカスしたブランドであり、主なターゲットは、増加傾向にある共働き世帯やシニア世帯のお客様を想定しております。

そのほか、主な特徴は以下の通りです。

i 調理が簡便かつおいしい冷凍食品

共働き世帯のお客様は、仕事と家庭を両立する中で、忙しくて料理をする時間がない、といったお悩みを抱えていらっしゃると思います。「MeKEL（メケル）」は、冷凍商品を数多く取り揃えることで調理が簡便かつおいしい食品を提供し、お客様のお悩みにお応えいたします。

ii アジア等の地域の海外食品

近年、韓国、タイ、ベトナムといったアジア等の地域の料理に対するニーズが高まっております。しかし、地方に住むお客様は、都心に住むお客様と比べると地方にこれらの料理を提供するレストランや食料品店の数が少なく、これらの地域の本格的な料理を食べたいと思ったときにアクセスしにくい環境にあります。「MeKEL（メケル）」は、海外現地の協力者を通じた直輸入や、当社の強みである食のSPAのノウハウを活かしたオリジナルレシピでの商品開発を行うことで、お客様のニーズにお応えいたします。

iii 既存ブランドのサプライヤーネットワークを活かした商品調達

当社は長野県に本社を構えておりますが、都心と比べ、地方には食の専門店が少なく、加工食品に関して選択肢が少ない傾向にあることを感じております。当社は、「サンクゼール」及び「久世福商店」等の既存ブランドを通して築いた各地500社を超えるサプライヤーネットワークを有しており、「MeKEL（メケル）」においても、このサプライヤーネットワークを活かし、魅力的な冷凍食品や加工食品の商品ラインナップを実現し、地方に住むお客様のニーズにお応えいたします。

当社は「MeKEL（メケル）」を通して、お客様の日常の食におけるお悩みを解決すると共に、地方においても本格的な食を発見できる喜びや、ワクワク感のある楽しいお買い物体験の提供により「愛と喜びのある食卓」を実現してまいります。

(2) グローバルの成長戦略

① 米国

グローバル事業における主力市場である米国は、今後も高い成長性が期待できる市場であります。2017年の米国進出以降、食品スーパーマーケットを始めとする小売店への直接販売を基本方針に据えて、グローバル展開用ブランドである「Kuze Fuku & Sons」のブランド認知の拡大と小売店からのフィードバックに基づく商品開発・改良に取り組んでまいりました。今後は、これまでに獲得したブランド認知や小売店での販売実績による信用力を基に、米国で次のステージへ進むべく、以下の方針により販売網の拡大に取り組んでまいります。

i ミドル～ハイエンドスーパーへの棚仕器設置 (Kuze Fuku Pro戦略)

米国における当社グループのターゲット顧客は、ミドルからハイエンドの価格帯の食品スーパーマーケットです。これらの価格帯のスーパーマーケットに来店されるお客様は、価格よりも質の高い商品をお求めになる傾向があり、当社グループの商品とも相性が良く、当社ブランド商品の主要な顧客層となっております。当該店舗においては、食品カテゴリーごとの棚の中に他社商品に並んで単品商品を陳列するよりも、同一ブランドの複数の商品を統一した世界観の中で販売していくことで、よりブランド認知の向上につながります。そこで、当社グループは、「Kuze Fuku & Sons」オリジナルの棚仕器、又は、当社ブランド陳列用の一定のスペースの棚とともに20～30SKUの商品を陳列することでブランド認知の向上と販売促進を図る施策、通称「Kuze Fuku Pro」という施策を展開しております(注)。現在ターゲットとするのは、米国西北部や北東部に数店舗から30店舗程度のチェーン店を展開するミドルからハイエンドスーパーであり、2023年4月末時点でKuze Fuku Pro戦略を展開する店舗数は43店舗となっております。

(注) 当社オリジナルの棚仕器を導入せずに、顧客店舗で一定のスペースの棚を確保し、同様の展開を行う場合も含まれます。

ii ブローカーネットワークを利用した販売拡大

当社グループは、前述の通り、食品スーパーマーケットを始めとする小売店への直接販売を基本方針に据えて、グローバル展開用ブランドである「Kuze Fuku & Sons」のブランド認知の拡大と小売店からのフィードバックに基づく商品開発・改良に取り組んでまいりました。これまでに培った米国市場での「Kuze Fuku & Sons」ブランドに対する信用力を基に、今後は米国国内での販路獲得を加速するべく、米国食品流通において小売店との仲介をする役割を担うブローカーを活用した販路開拓に取り組んでまいります。

iii 業務用市場への参入

米国のレストラン・カフェ市場は、コロナ禍で一時的に縮小したものの、依然として巨大な市場であり、かつ、今後の継続的な成長が見込まれる市場です。当該市場に対して、当社グループの高品質・高付加価値の商品を業務用商品として展開することで、業務用市場への参入が可能になると考えております。業務用市場向けの第1号商品として「ゆずカクテルシロップ (Yuzu Cocktail Syrup)」を開発し、レストラン・カフェに販売しております。今後も新たな業務用商品を開発し、業務用市場での成長を図ってまいります。

iv M&A実行によるブランドポートフォリオ強化

米国の各地域に存在する加工食品ブランド企業を買収し、米国におけるブランドポートフォリオの構築を進めてまいります。当社グループは、これまで米国において「Kuze Fuku & Sons」の自社ブランド商品を展開しており、プレミアム日本食ブランドの市場を主力としていましたが、それに加えて、既存ブランドの買収によって米国食品のメインカテゴリーに参入することが可能となります。買収によって各ブランドが持つ既存販路及び新規顧客の獲得に加え、当社グループの既存販路と組み合わせたクロスセリングを実現することができ、また、各ブランドの商品群を当社グループの米国工場で製造することにより、製造ボリュームの拡大によるコストダウンを図ることができる等、米国に商品開発機能、製造工場、販売拠点を持つ当社の強みを活かしたシナジーを得ることができると考えております。

② アジア、その他

米国以外にも、台湾を含むアジア地域は足元で大きく成長しており、今後も高い事業成長が期待できる地域です。それ以外の地域では、2023年3月期に新たにオーストラリアの顧客への販売が開始されており、今後はカナダの顧客との取引の開始も予定しております。これら北米、アジア、オセアニア地域をグローバル展開で注力するエリアに位置づけ、それぞれの地域において高い成長性を維持できるように取り組んでまいります。

(3) ESGポリシー

当社グループは、企業の成長と社会の持続性を同時に実現するためにサステナブル経営の推進に取り組んでおります。そのために、当社グループはサステナビリティに関する7つの重点項目を設定し、それぞれの項目に従い、社会や地球環境の持続可能性につながる活動を行っております。

2024年3月期においては、特に以下の分野に注力いたします。

① 気候変動対策

当社グループの事業活動に係る温暖化ガスの排出量の削減に取り組んでまいります。2030年までにScope 1 + 2の50%削減を達成することを目標に掲げており、Scope 3に関しても、高い精度で測定できる体制を早期に構築し、ホットスポットの特定と削減に向けたアクションの策定に取り組んでまいります。

② 人的資本

企業を構成する資本の中でも最も重要な人的資本に対する投資を拡充いたします。賃金向上による平均年収の向上に加え、当社では従業員の7割強を占める女性従業員が活躍できる環境を整備してまいります。なお、2030年までに女性管理職比率を30%とすることを目標に掲げております。

③ 森林保護

当社信濃町センター（長野県上水内郡信濃町）のオフィスは森林に四方を囲まれた自然豊かなオフィスです。これらの森林は、人間の手が入らないと荒廃してしまいます。森林の荒廃を防ぎ、また、森林と地域住民との共生を図るために、信濃町センターの森（通称「サンクゼールの森」）を保護及び活用するためのプロジェクトを開始いたしました。当該プロジェクトを通じて、豊かな自然との共生を実現できるように取り組んでまいります。

④ 食品ロス対策

全世界で食品ロス及び廃棄からの温室効果ガス（GHG）排出量は、人為起源総排出量の8-10%に及ぶといわれます（出所：IPCC「土地関係特別報告書」の概要、2020年、環境省）。日本国内における食品ロス量は年々減ってきているものの522万トン発生しており、そのうち食品関連事業者から発生する事業系食品ロス量は275万トンになります（出所：日本の食品ロスの状況（令和2年度）、2022年、農林水産省）。当社グループは、食品関連事業者として食品ロスに関する現状を改善するために、当社グループの事業から発生する食品ロスの削減に取り組んでおり、2030年までに2021年比で50%削減することを目標に掲げております。

⑤ 格差のない平等な社会の実現

当社グループは、格差のない平等な社会の実現に向けた活動として、当社グループの事業活動で得られた資金の一部を、NPO法人「ムワンガザ・ファンデーション」を通じてタンザニアのNGO・SWACCO（ソンゲア女性と子どもの支援団体）へ寄付する活動を継続して行っております。SWACCOが運営する施設では現在、病気で両親を失った孤児子供たちとシングルマザーの母子の約60名が生活しています。当施設の運営に必要な資金を確保し、タンザニアの子供たちが未来に向かって歩みを続けられるよう、今後も支援活動に取り組んでまいります。

2. 会計基準の選択に関する基本的な考え方

当社グループは、連結財務諸表の国内同業他社との比較可能性を考慮し、会計基準につきましては日本基準を採用しております。なお、今後につきましては、国際財務報告基準の適用動向等、諸情勢を考慮しながら国際財務報告基準の適用について検討を進めていく方針であります。

3. 連結財務諸表及び主な注記

(1) 連結貸借対照表

(単位：千円)

	前連結会計年度 (2022年3月31日)	当連結会計年度 (2023年3月31日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	1,249,371	3,317,671
売掛金	1,408,708	1,728,233
商品及び製品	997,174	1,234,512
仕掛品	87,784	90,517
原材料及び貯蔵品	309,237	310,701
その他	108,126	132,815
貸倒引当金	△66	△92
流動資産合計	4,160,337	6,814,358
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	2,062,429	2,148,275
減価償却累計額	△1,375,108	△1,427,495
建物及び構築物（純額）	687,320	720,780
機械装置及び運搬具	563,260	588,955
減価償却累計額	△340,545	△362,721
機械装置及び運搬具（純額）	222,715	226,233
土地	449,353	463,727
リース資産	149,653	107,221
減価償却累計額	△77,649	△55,922
リース資産（純額）	72,003	51,299
建設仮勘定	38,299	23,174
その他	414,090	420,463
減価償却累計額	△327,474	△335,239
その他（純額）	86,616	85,223
有形固定資産合計	1,556,309	1,570,439
無形固定資産		
のれん	109,303	102,459
その他	30,372	32,187
無形固定資産合計	139,675	134,647
投資その他の資産		
投資有価証券	183,584	172,186
繰延税金資産	141,146	158,490
差入保証金	264,213	305,695
その他	20,359	19,795
貸倒引当金	△1,176	△1,176
投資その他の資産合計	608,128	654,992
固定資産合計	2,304,114	2,360,079
資産合計	6,464,452	9,174,438

(単位：千円)

	前連結会計年度 (2022年3月31日)	当連結会計年度 (2023年3月31日)
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	1,193,713	1,328,604
電子記録債務	180,075	128,687
短期借入金	772,437	662,591
1年内償還予定の社債	—	100,000
1年内返済予定の長期借入金	338,914	160,297
リース債務	28,059	14,388
未払費用	408,610	506,106
未払法人税等	359,690	464,428
契約負債	8,926	5,231
賞与引当金	89,060	85,382
役員賞与引当金	—	18,340
資産除去債務	3,902	9,000
その他	161,384	160,005
流動負債合計	3,544,775	3,643,064
固定負債		
社債	100,000	—
長期借入金	1,083,791	908,474
リース債務	56,735	42,360
退職給付に係る負債	47,946	68,174
資産除去債務	123,935	129,241
その他	151,485	157,109
固定負債合計	1,563,895	1,305,361
負債合計	5,108,670	4,948,426
純資産の部		
株主資本		
資本金	126,299	1,127,115
資本剰余金	291,299	1,292,086
利益剰余金	903,060	1,694,538
株主資本合計	1,320,658	4,113,740
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	8,388	△1,949
為替換算調整勘定	24,157	111,550
その他の包括利益累計額合計	32,546	109,600
非支配株主持分	2,577	2,670
純資産合計	1,355,782	4,226,011
負債純資産合計	6,464,452	9,174,438

(2) 連結損益計算書及び連結包括利益計算書

連結損益計算書

(単位：千円)

	前連結会計年度 (自 2021年4月1日 至 2022年3月31日)	当連結会計年度 (自 2022年4月1日 至 2023年3月31日)
売上高	14,165,059	17,865,650
売上原価	8,384,034	10,835,575
売上総利益	5,781,025	7,030,074
販売費及び一般管理費	4,464,570	5,430,285
営業利益	1,316,454	1,599,789
営業外収益		
受取利息	214	791
受取配当金	0	0
債務免除益	—	37,073
助成金収入	39,259	3,450
為替差益	—	19,634
その他	13,963	27,495
営業外収益合計	53,438	88,446
営業外費用		
支払利息	35,263	35,736
株式交付費	—	27,477
その他	12,116	4,409
営業外費用合計	47,380	67,623
経常利益	1,322,512	1,620,612
特別利益		
固定資産売却益	—	104,711
特別利益合計	—	104,711
特別損失		
投資有価証券評価損	—	76,874
特別損失合計	—	76,874
税金等調整前当期純利益	1,322,512	1,648,448
法人税、住民税及び事業税	374,493	603,239
法人税等調整額	8,469	△13,762
法人税等合計	382,962	589,477
当期純利益	939,550	1,058,970
非支配株主に帰属する当期純利益	496	92
親会社株主に帰属する当期純利益	939,053	1,058,878

連結包括利益計算書

(単位：千円)

	前連結会計年度 (自 2021年4月1日 至 2022年3月31日)	当連結会計年度 (自 2022年4月1日 至 2023年3月31日)
当期純利益	939,550	1,058,970
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	8,388	△9,754
為替換算調整勘定	54,060	87,392
その他の包括利益合計	62,449	77,637
包括利益	1,001,999	1,136,608
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	1,001,502	1,136,515
非支配株主に係る包括利益	496	92

(3) 連結株主資本等変動計算書

前連結会計年度(自2021年4月1日 至2022年3月31日)

(単位：千円)

	株主資本			
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	株主資本合計
当期首残高	126,299	291,299	△35,993	381,604
当期変動額				
親会社株主に帰属する 当期純利益	—	—	939,053	939,053
株主資本以外の項目の 当期変動額(純額)	—	—	—	—
当期変動額合計	—	—	939,053	939,053
当期末残高	126,299	291,299	903,060	1,320,658

	その他の包括利益累計額			非支配株主 持分	純資産合計
	その他有価証券 評価差額金	為替換算 調整勘定	その他の 包括利益 累計額合計		
当期首残高	—	△29,902	△29,902	2,080	353,782
当期変動額					
親会社株主に帰属する 当期純利益	—	—	—	—	939,053
株主資本以外の項目の 当期変動額(純額)	8,388	54,060	62,449	496	62,946
当期変動額合計	8,388	54,060	62,449	496	1,001,999
当期末残高	8,388	24,157	32,546	2,577	1,355,782

当連結会計年度(自 2022年4月1日 至 2023年3月31日)

(単位：千円)

	株主資本			
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	株主資本合計
当期首残高	126,299	291,299	903,060	1,320,658
当期変動額				
新株の発行	1,000,816	1,000,787	—	2,001,604
剰余金の配当	—	—	△267,400	△267,400
親会社株主に帰属する 当期純利益	—	—	1,058,878	1,058,878
株主資本以外の項目の 当期変動額(純額)	—	—	—	—
当期変動額合計	1,000,816	1,000,787	791,478	2,793,082
当期末残高	1,127,115	1,292,086	1,694,538	4,113,740

	その他の包括利益累計額			非支配株主 持分	純資産合計
	その他有価証券 評価差額金	為替換算 調整勘定	その他の 包括利益 累計額合計		
当期首残高	8,388	24,157	32,546	2,577	1,355,782
当期変動額					
新株の発行	—	—	—	—	2,001,604
剰余金の配当	—	—	—	—	△267,400
親会社株主に帰属する 当期純利益	—	—	—	—	1,058,878
株主資本以外の項目の 当期変動額(純額)	△10,338	87,392	77,054	92	77,146
当期変動額合計	△10,338	87,392	77,054	92	2,870,229
当期末残高	△1,949	111,550	109,600	2,670	4,226,011

(4) 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：千円)

	前連結会計年度 (自 2021年4月1日 至 2022年3月31日)	当連結会計年度 (自 2022年4月1日 至 2023年3月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	1,322,512	1,648,448
減価償却費	216,286	245,347
のれん償却額	19,582	23,452
受取利息及び受取配当金	△215	△792
支払利息	35,263	35,736
賞与引当金の増減額 (△は減少)	20,499	△3,677
売上債権の増減額 (△は増加)	△366,511	△302,810
棚卸資産の増減額 (△は増加)	△473,340	△221,696
仕入債務の増減額 (△は減少)	350,499	74,342
退職給付に係る負債の増減額 (△は減少)	18,227	20,228
その他の流動資産の増減額 (△は増加)	△10,528	△27,974
その他の流動負債の増減額 (△は減少)	102,891	102,621
その他	△50,635	△8,496
小計	1,184,531	1,584,728
利息及び配当金の受取額	215	792
利息の支払額	△35,960	△34,505
法人税等の支払額	△164,987	△495,703
営業活動によるキャッシュ・フロー	983,799	1,055,311
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△267,891	△239,679
資産除去債務の履行による支出	△24,308	—
無形固定資産の取得による支出	△6,685	△9,575
投資有価証券の取得による支出	△171,614	△79,396
差入保証金の回収による収入	5,143	8,898
その他	△44,724	76,324
投資活動によるキャッシュ・フロー	△510,081	△243,430
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増減額 (△は減少)	—	△131,620
長期借入れによる収入	4,000	—
長期借入金の返済による支出	△611,092	△339,299
リース債務の返済による支出	△33,525	△28,059
新株発行による収入	—	2,001,604
配当金の支払額	—	△267,400
財務活動によるキャッシュ・フロー	△640,617	1,235,225
現金及び現金同等物に係る換算差額	21,131	21,194
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	△145,768	2,068,300
現金及び現金同等物の期首残高	1,395,139	1,249,371
現金及び現金同等物の期末残高	1,249,371	3,317,671

(5) 連結財務諸表に関する注記事項

(継続企業の前提に関する注記)

該当事項はありません。

(セグメント情報等)

当社グループの報告セグメントは、食品製造販売事業のみの単一セグメントであり重要性が乏しいため、セグメントの記載を省略しております。

(1株当たり情報)

	前連結会計年度 (自 2021年4月1日 至 2022年3月31日)	当連結会計年度 (自 2022年4月1日 至 2023年3月31日)
1株当たり純資産額	177円12銭	465円73銭
1株当たり当期純利益	122円91銭	132円70銭
潜在株式調整後1株当たり 当期純利益	—	124円50銭

- (注) 1. 2022年1月11日付で普通株式1株につき200株の株式分割を行っております。前連結会計年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり当期純利益金額を算定しております。
2. 前連結会計年度の潜在株式調整後1株当たり当期純利益については、新株予約権の残高がありますが、当社株式は非上場でありましたので、期中平均株価が把握できないため記載しておりません。
3. 2022年12月21日に東京証券取引所グロース市場に上場したため、当連結会計年度の潜在株式調整後1株当たり当期純利益は、新規上場日から当連結会計年度の末日までの平均株価を期中平均株価とみなして算定しております。
4. 1株当たり当期純利益及び潜在株式調整後1株当たり当期純利益の算定上の基礎は、以下の通りであります。

項目	前連結会計年度 (自 2021年4月1日 至 2022年3月31日)	当連結会計年度 (自 2022年4月1日 至 2023年3月31日)
(1) 1株当たり当期純利益		
親会社株主に帰属する当期純利益(千円)	939,053	1,058,878
普通株主に帰属しない金額(千円)	—	—
普通株式に係る親会社株主に帰属する当期純利益 (千円)	939,053	1,058,878
普通株式の期中平均株式数(千株)	7,640	7,979
(2) 潜在株式調整後1株当たり当期純利益		
親会社株主に帰属する当期純利益調整額(千円)	—	—
普通株式増加数(千株)	—	525
(うち新株予約権(千株))	—	525
希薄化効果を有しないため、潜在株式調整後1株当たり当期純利益の算定に含めなかった潜在株式の概要	新株予約権1種類(新株予約権の数2,720個)	—

5. 1株当たり純資産額の算定上の基礎は、以下の通りであります。

項目	前連結会計年度 (自 2021年4月1日 至 2022年3月31日)	当連結会計年度 (自 2022年4月1日 至 2023年3月31日)
1株当たり純資産額		
純資産の部の合計額(千円)	1,355,782	4,226,011
純資産の部の合計額から控除する金額(千円)	2,577	2,670
(うち非支配株主持分)(千円)	2,577	2,670
普通株式に係る期末の純資産額(千円)	1,353,204	4,223,341
1株当たり純資産額の算定に用いられた期末の普通株式 (千株)	7,640	9,068

(重要な後発事象)

該当事項はありません。