

銘柄コード:2669

(東証スタンダード)



カネ美食品株式会社

# 2024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 広報IR部 TEL (052)879-6126(直)

E-mail: [press@kanemi-foods.co.jp](mailto:press@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	239 店舗
ユニー(アピタ・ピアゴ・ユースタ等)	169 店舗
UDリテール(MEGAドン・キホーテUNY)	54 店舗
長崎屋(MEGAドン・キホーテ)	2 店舗
その他(アオキスーパー、オオゼキ等)	14 店舗
■百貨店・駅ナカ・駅ビル等	42 店舗
百貨店	16 店舗
駅ナカ・駅ビル	22 店舗
その他(商業施設等)	4 店舗
■外食店舗	3 店舗
寿司御殿	3 店舗



アピター宮店



イズマート錦糸町テルミナ店

## 外販事業

- ・東海地方を中心に関東、関西等に13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
- ・各社スーパー等へ納品する弁当、おにぎり等を製造

### 【納品先】

■コンビニエンスストア	
ファミリーマート	8,729 店舗
自販機型無人コンビニ(ASD)	1,899 台
■鉄道系コンビニエンスストア	
JR東日本クロスステーション(NewDays・KIOSK)	578 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 9カ所の生活協同組合
■スーパー関連	
ユニー、UDリテール、ドン・キホーテ 等	754 店舗



コンビニエンスストア



NewDays

# 2024年2月期 第2四半期 決算概況

# 業績の状況

(単位:百万円)

	2023年2月期 第2四半期		2024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	40,083	100.0	42,919	100.0	107.0
テナント事業	21,027	52.5	21,589	50.3	102.6
外販事業	19,056	47.5	21,330	49.7	111.9
営業利益	1,270	3.1	1,843	4.2	145.1
経常利益	1,308	3.2	1,875	4.3	143.2
四半期純利益	863	2.1	1,216	2.8	140.9

(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。

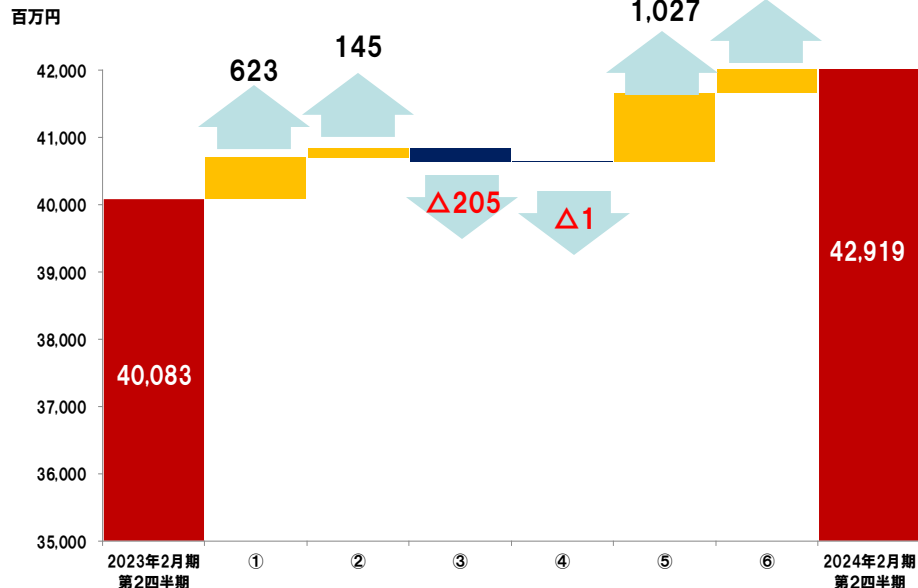
# セグメント別の業績の状況

(単位:百万円)

		2023年2月期 第2四半期		2024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	21,027	100.0	21,589	100.0	102.6
	ユニー店舗	14,099	67.1	13,921	64.5	98.7
	UDリテール店舗	3,203	15.2	3,314	15.4	103.4
	その他店舗	3,723	17.7	4,353	20.1	116.9
	セグメント利益	981	4.6	1,057	4.9	107.7
外販事業	売上高	19,056	100.0	21,330	100.0	111.9
	ファミリーマート	16,453	86.3	17,480	82.0	106.2
	鉄道系コンビニ	842	4.4	1,172	5.5	139.1
	宅配	1,225	6.4	1,287	6.0	105.0
	その他	535	2.8	1,390	6.5	259.5
	セグメント利益	288	1.5	785	3.6	272.3

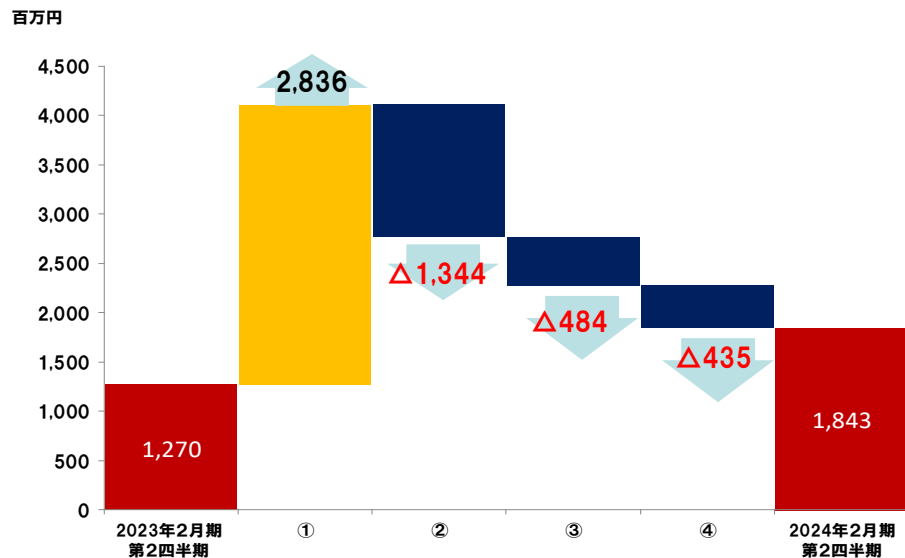
# 売上高と利益の増減要因

## 【売上高】



<b>2023年2月期 第2四半期</b>	<b>40,083百万円</b>
①テナント 新設店舗による売上増加	623百万円
②テナント 既存店舗による売上増加	145百万円
③テナント 業態転換および閉店による売上減少	▲205百万円
④テナント その他部門の売上減少	▲1百万円
⑤外販 CVS部門の売上増加	1,027百万円
⑥外販 その他部門の売上増加	1,246百万円
<b>2024年2月期 第2四半期</b>	<b>42,919百万円</b>
<b>増減額</b>	<b>2,836百万円</b>

## 【営業利益】

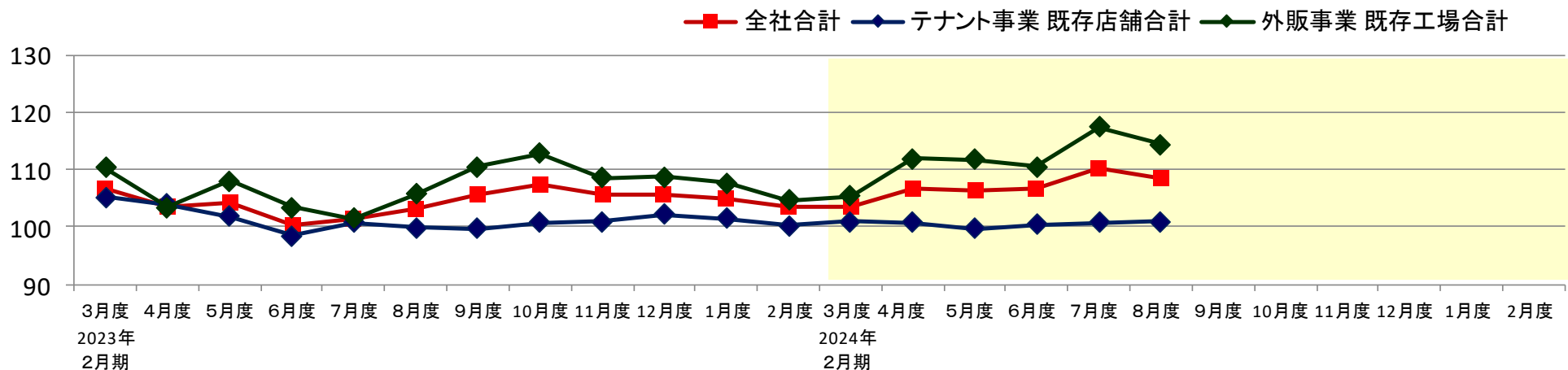


<b>2023年2月期 第2四半期</b>	<b>1,270 百万円</b>
①売上高の増加	2,836百万円
②仕入高の増加	▲1,344百万円
③人件費の増加	▲484百万円
④その他経費の増加	▲435百万円
<b>2024年2月期 第2四半期</b>	<b>1,843百万円</b>
<b>増減額</b>	<b>573百万円</b>

# 月次売上高 前年比

		2024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		103.6	106.8	106.2	106.6	110.3	108.4	107.0							
テナント事業	合計	101.9	102.2	101.5	103.0	103.8	103.2	102.6							
	既存合計	100.9	100.8	99.7	100.5	100.8	101.0	100.6							
	ユニー店舗	99.9	100.8	99.3	100.0	100.5	100.2	100.1							
	UDリール店舗	98.5	98.8	97.6	99.4	99.2	100.2	98.9							
	その他店舗	106.5	102.3	102.9	103.2	103.3	105.4	104.0							
外販事業	合計	105.3	111.9	111.7	110.5	117.4	114.4	111.9							
	既存合計	105.3	111.9	111.7	110.5	117.4	114.4	111.9							
	ファミリーマート	100.0	108.3	105.8	105.5	109.8	106.5	106.2							
	その他	143.6	135.4	147.5	138.3	166.0	163.6	147.8							

(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。





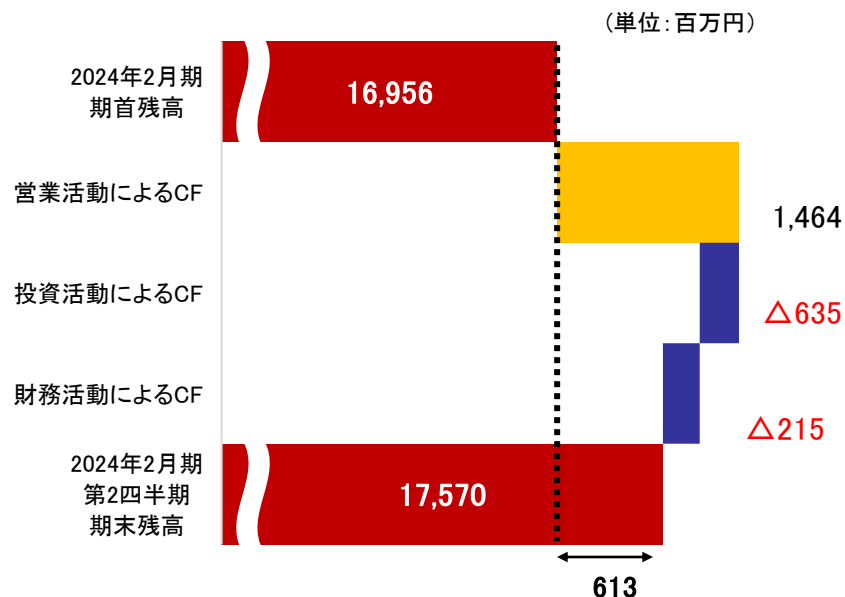
# 貸借対照表、キャッシュ・フローの状況

(単位:百万円)

	2023年2月期	2024年2月期 第2四半期	増減
<b>流動資産</b>	22,887	25,130	2,242
現金及び預金	16,956	17,570	613
売掛金	5,221	6,713	1,491
たな卸資産	458	490	31
その他	250	355	105
<b>固定資産</b>	10,518	10,759	241
有形固定資産	8,919	9,109	190
無形固定資産	137	111	△26
投資その他の資産	1,460	1,538	77
<b>資産合計</b>	33,406	35,889	2,483
<b>流動負債</b>	7,164	8,565	1,400
<b>固定負債</b>	329	348	19
<b>負債合計</b>	7,493	8,913	1,419
<b>純資産合計</b>	25,912	26,976	1,063
<b>負債・純資産合計</b>	33,406	35,889	2,483
<b>自己資本比率(%)</b>	77.6	75.2	△2.4

(単位:百万円)

	2023年2月期	2024年2月期 第2四半期
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>	2,583	1,464
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>	△504	△635
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>	△225	△215
<b>現金及び現金同等物の増減額</b>	1,853	613
<b>現金及び現金同等物の期首残高</b>	15,103	16,956
<b>現金及び現金同等物の期末残高</b>	16,956	17,570





# 設備投資

(単位:百万円)

	2023年2月期	2024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	160	196	新設、業態転換および店舗設備の更新等
外販事業	424	250	設備の更新および増強等
その他	87	188	設備の更新等
合計	671	634	

## テナント事業 店舗概要

			2023年2月期	2024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	131				1	2	130
	寿司専門	寿司御殿	26						26
	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	Re'z deli(リーズデリ)	48			3			51
	寿司専門	寿司御殿	2						2
	唐揚専門	とりから御殿	1						1
その他 店舗	総合惣菜	Kanemi	9						9
		Re'z deli(リーズデリ)	1	1					2
		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
		こしらへ	0	1					1
	洋風惣菜	eashion	34	4					38
		eashionBOWL	1						1
		eashion fun	0	1					1
外食	寿司御殿	3						3	
合計			275	7	0	3	1	2	284

# 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
	3/30	洋風	eashionシャポー小岩店	株式会社ジェイアール東日本都市開発	東京都江戸川区
	4/15	洋風	eashion東京ドームシティ ラクーア店	株式会社東京ドーム	東京都文京区
	5/2	総合	リーズデリ大覚寺店(※)	UDリテール株式会社	静岡県焼津市
	5/25	洋風	eashion京王新宿店	株式会社京王百貨店	東京都新宿区
	6/6	総合	リーズデリ伊那店(※)	UDリテール株式会社	長野県伊那市
	6/23	総合	リーズデリ北鴻巣店	株式会社長崎屋	埼玉県鴻巣市
	6/27	総合	リーズデリ嬉野店(※)	UDリテール株式会社	三重県松阪市
	7/12	洋風	eashionアトレ大井町店	株式会社アトレ	東京都品川区
	8/24	洋風	eashion fun SHIBUYA 道玄坂通店	日本商業施設株式会社	東京都渋谷区
8/24	寿司	こしらへ道玄坂通店	株式会社ドン・キホーテ	東京都渋谷区	

改装	日付	業態	店舗名	ディベロッパー	所在地
	7/21	総合	大清水店	ユニー株式会社	愛知県豊橋市
8/25	総合	東員店	ユニー株式会社	三重県員弁郡東員町	

閉店	日付	業態	店舗名	ディベロッパー	所在地
4/18	総合	嬉野店(※)	ユニー株式会社	三重県松阪市	

※は、業態転換に伴う出店および閉店を表しています。

# 2024年2月期 業績予想、配当について

(単位:百万円)

業績見通し	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期予想
売上高	75,529	77,630	81,059	84,600
営業利益	465	1,941	2,686	2,750
経常利益	524	2,069	2,742	2,800
当期純利益	204	1,319	1,720	1,800
テナント事業				
売上高	40,375	41,827	42,684	44,300
セグメント利益	1,603	1,910	2,050	2,050
外販事業				
売上高	35,153	35,802	38,374	40,300
セグメント利益または損失(△)	△1,137	31	635	700
配当				
1株当たり配当額(内1株当たり中間配当額)(円)	7(0)	17(8)	36(14)	38(19)
配当性向(%)	33.1	12.4	20.2	20.4

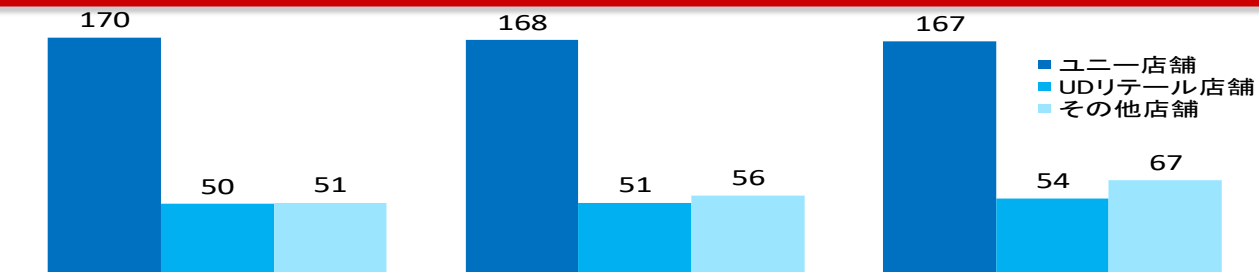
# 2024年2月期 設備投資計画

	2024年2月期 第2四半期	2024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	196	147	店舗の新設、改装および設備の更新等
外販事業	250	464	生産設備の更新および増強等
その他	188	59	設備の更新等
合計	634	671	

テナント事業 店舗計画			2024年2月期 第2四半期	2024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	130					2	130
	寿司専門	寿司御殿	26						26
	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	Re'z deli(リーズデリ)	51						51
	寿司専門	寿司御殿	2						2
	唐揚専門	とりから御殿	1						1
その他 店舗	総合惣菜	Kanemi	9						9
		Re'z deli(リーズデリ)	2	5					7
		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
		こしらへ	1						1
	洋風惣菜	eashion	38						38
		eashionBOWL	1						1
		eashion fun SHIBUYA	1						1
外 食	寿司御殿	3		1				2	
合計			284	5	1	0	0	2	288

# テナント店舗の状況(3期推移)

店舗数



業態	ブランド	2022年2月期						2023年2月期						2024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		2		3	9	133				2	8	131				1	4	130
	寿司専門		2			7	26					1	26						26
	洋風惣菜					1	11						11						11
UDリテール 店舗	総合惣菜		4			▲35	0						0						0
					4		36	47			1		48			3			51
	寿司専門				1			2					2						2
	唐揚専門				1			1					1						1
その他 店舗	総合惣菜		3				8	1					9						9
								1					1	6					7
			1				2	1					3						3
						1	4						4						4
	寿司専門						1						1						1
							0						0	1					1
			2				1	33	1				34	4					38
	洋風惣菜						0	1					1						1
							0						0	1					1
外食						3						3		1				2	
合計		2	12	5	4	20	271	5	0	1	2	9	275	12	1	3	1	4	288

(注) 2024年2月期は、上期の実績+下期の計画を記載しております。

**2024年2月期 第2四半期**  
**総括**

## 全社方針

### ■ スローガン

『一味同心』

同じ目標目的を持って心をつなげる

### ■ 全体施策

“『おいしい』をカタチに“を実現するための**構造改革**の実現  
店舗**拡大**・**コア商品**の拡充でカネ美独自の顧客満足の実現  
「満足」が成果につながる**人事政策**の実現

### ■ 満足とは

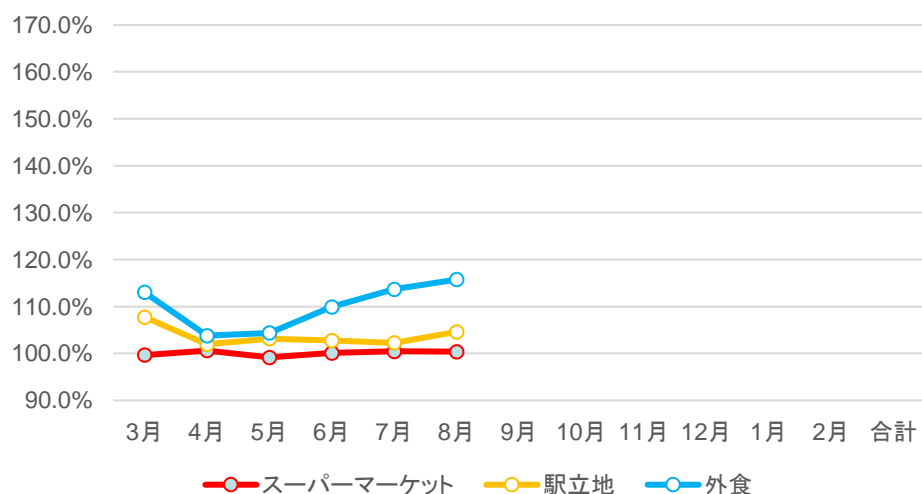
- 顧客の満足(おいしさ・接客)
- 従業員の満足(働き甲斐・生活向上)



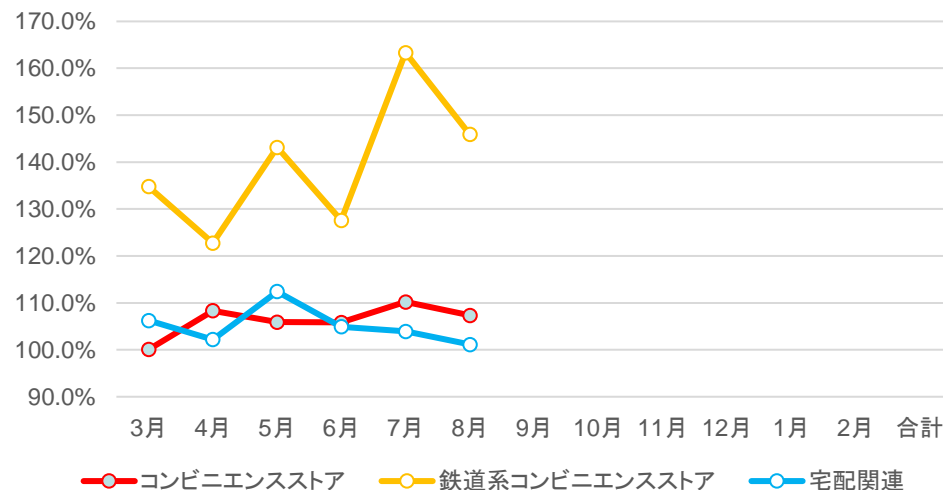
## ■ 事業別の状況

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(既存店前期比 100.0%)</b></p> <p>行動制限の解除による、ハレの日需要増加 一方で物価上昇などによる買い控え</p>	<p><b>コンビニエンスストア(前期比 106.2%)</b></p> <p>行動制限の解除による、オフィスワーカーの需要増加 販促効果による売上増加</p>
<p><b>駅立地店舗(主にeashion、既存店前期比 103.7%)</b></p> <p>行動制限の解除による、通勤・旅客の需要増加</p>	<p><b>鉄道系コンビニエンスストア(前期比 139.1%)</b></p> <p>行動制限の解除による、通勤・旅客の需要増加 販促効果による売上増加</p>
<p><b>外食店舗(既存店前期比 110.0%)</b></p> <p>行動制限の解除による、外食需要の回復</p>	<p><b>宅配関連(前期比 105.0%)</b></p> <p>家庭内消費の定着により、底堅く推移</p>

テナント事業 出店先・立地別売上高 前期比



外販事業 納品先別売上高 前期比



### リーズデリ北鴻巣店

2023年6月16日 Open



## ■ 2店舗目となる長崎屋(PPIHグループ)が運営するMEGAドン・キホーテへの出店

- 新たなチャレンジとして冷スイーツを導入し、既存店への導入も視野に展開
- MEGAドン・キホーテへの出店拡大を目指し、曜日・時間帯別の顧客ニーズに対応



### こしらへ道玄坂通店

2023年8月24日 Open



### ■商品特化型店舗の出店

- ・惣菜店舗にて月間**45万個**販売するいなり寿司とおにぎりに特化した店舗を、PPIHグループが運営する「道玄坂通 dogenzaka-dori」に出店
- ・揚げにこだわり、なめらかな食感に仕立てた、当店限定の「狐の誘惑(棒いなり)」は、手土産にも好評
- ・狭小物件への新規出店や既存店の改廃にも繋げる

### eashion fun SHIBUYA 道玄坂通店



2023年8月24日 Open

### 新規店舗



eashionシャポー小岩店  
2023年3月30日 Open



eashion東京ドームシティ  
ラクーア店  
2023年4月15日 Open



eashion京王新宿店  
2023年5月25日 Open



eashionアトレ大井町店  
2023年7月12日 Open

### ■新業態を含む5店舗の新規出店

- PPIHグループが運営する「道玄坂通 dogenzaka-dori」に新業態eashion fun SHIBUYAをオープン
- 体感型をテーマとした、ドリンク・スイーツ商品の新規導入
- 同施設内、近隣オフィス・ホテル需要に対し、お弁当・お惣菜の提案

### ■売上拡大

- ・ PPIHグループへの納品額拡大(前期同四半期比 約281%)
- ・ NEWDAYS等(JR東日本クロスステーション)への納品額拡大(前期同四半期比 約139%)

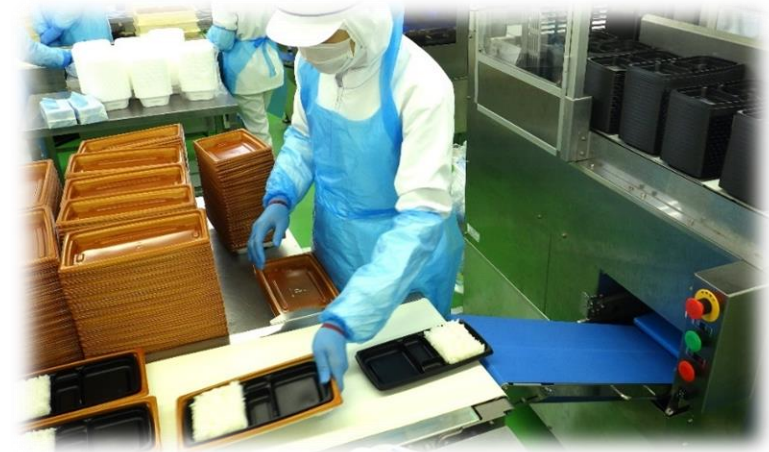
### ■省人化・効率化設備の導入による生産効率の向上

- ・ 設備投資を行うなどし約3.8%(最大で約22%)の効率改善  
(例:容器供給機付きライス機の導入で作業工程あたり3人時削減)

容器供給機付きライス機

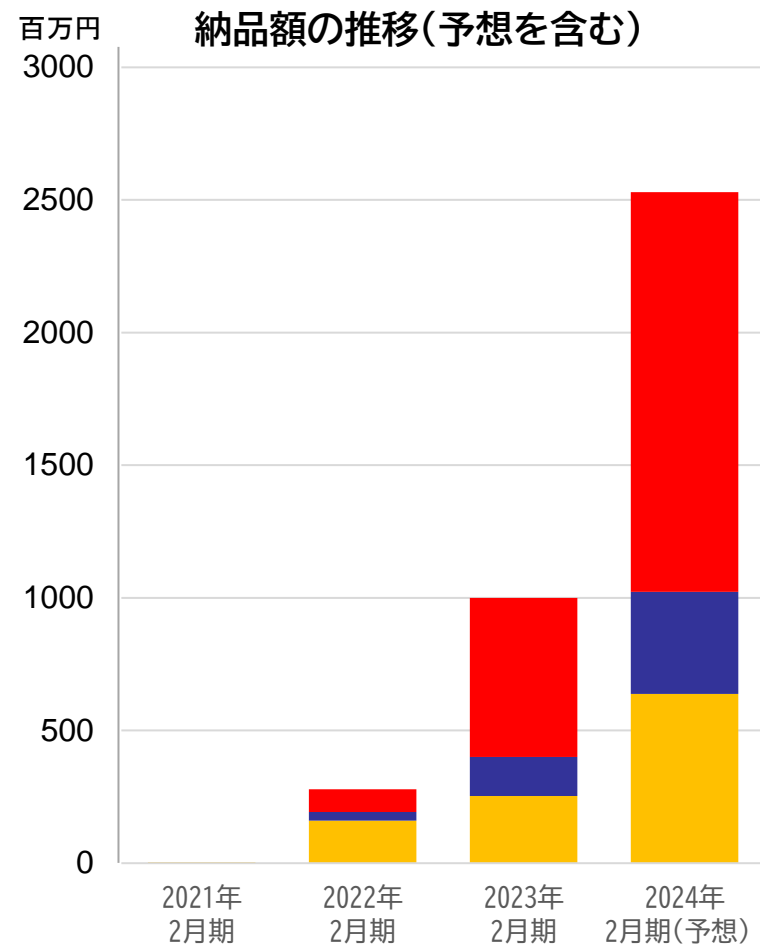
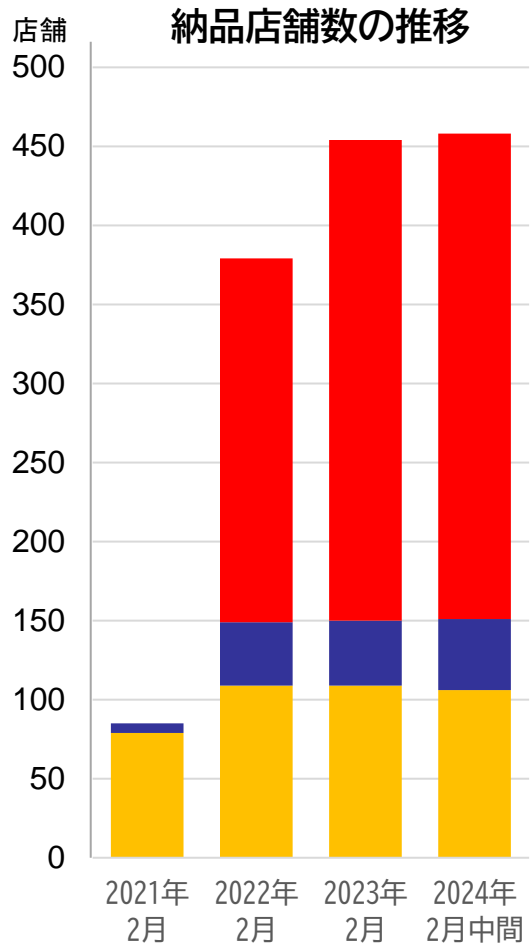
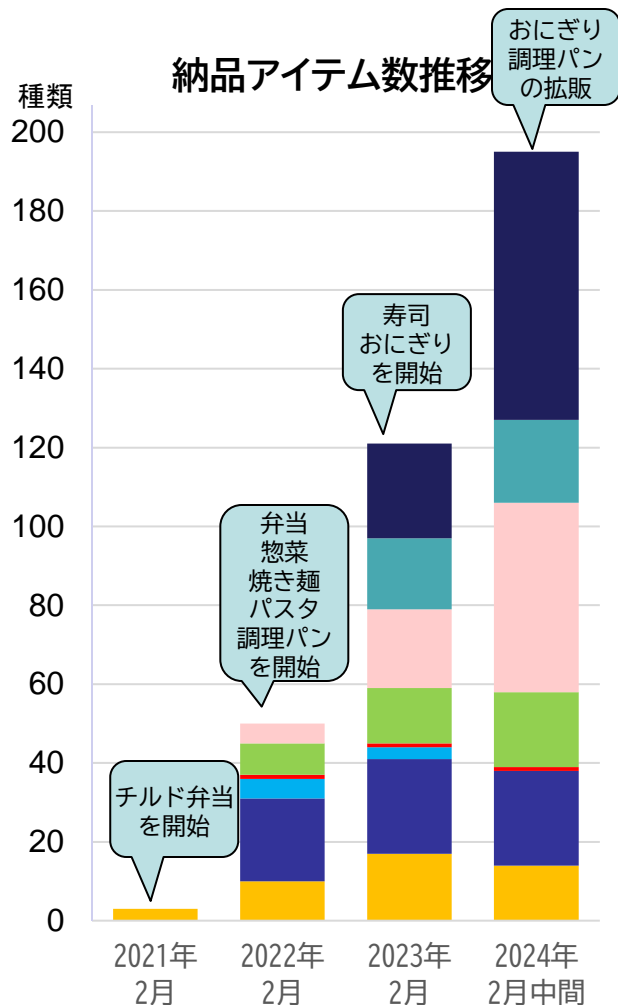
### ■品質・衛生管理

- ・ 羽島工場がファミリーマート工場総合評価(31工場中)および衛生管理総合評価(74工場中)において**総合1位**をW受賞





### PPIHグループへの納品状況



- Child Bento
- Bento
- Side Dishes
- Pasta
- Cooked Noodles
- Cooked Rice
- Sushi
- Onigiri

- Uniqlo
- UD Retail
- Don Quijote Nagasakiya

- Uniqlo
- UD Retail
- Don Quijote Nagasakiya

# サステナビリティ

## ◆CO2排出削減

・リサイクル原料およびバイオマス原料等を活用した容器を採用し、CO2排出量を年間 572トン 削減(前期比109%)



袋井ファクトリー



## ◆食品ロスへの取り組み

### 出さない取り組み

- ・セントラルキッチンの活用最大化
- ・ロングライフ商品(チルド・冷凍)の開発販売
- ・POSデータを活用した製造計画の最適化



### 捨てない取り組み

- ・生ごみ(飼料・肥料・メタン発酵・消滅)
- ・パン耳(飼料・パン粉)
- ・廃油(飼料・バイオ燃料・石鹸等)

## ◆女性活躍(8月31日現在 課長職以上6名)

- ・外販事業本部にて事務長(課長職)1名
- ・eashion推進本部において女性地区長(課長職)2名
- ・その他管理部門にて3名活躍中

## ◆育休取得促進

- ・全体の育休取得率74.1% 内男性の取得率53.0%





**2024年2月期 下期  
施策**

### ■コア商品の育成

- ・ コア商品の店舗間格差(売上構成比)の是正を、ITツールを活用し情報伝達・共有するスピードを速めることで販促・買場づくりを共有化し、売り込み育てる

### ■ LSP(レイバースケジューリングプログラム)運用による効率的な運営手法の基盤構築

- ・ 適正人時を策定し運用することでチャンスロスを低減させる

### ■店舗数拡大

- ・ PPIHグループへ取組み強化により、出店拡大を図る



コア商品の一例  
3種の出汁香る！熟成三元豚のロースかつ重



コア商品の買場づくりの一例

### ■販売力・商品開発力強化

- ・ セントラルキッチンを用い冷惣菜のアウトパック化を推進することで今後想定される人財難への対応をするとともに、温惣菜においては店内調理を充実させ、他社との差別化を図る
- ・ ITツールを活用し、売るべき商品を売り込んでいくとともにプライスラインや販売アイテムの見直しを徹底する



セントラルキッチンでの生産の様子

### ■出店・新規業態の挑戦

- ・ 店舗開発担当を選任しており、あらゆる出店先の開拓を推進



eashion店舗にて売上No1  
デミハンバーグ&牛ハラミ御膳

### ■収益力の向上と個の成長、横の連携

- PPIHグループと共同でアイテムの開発を行い、さらなる納品拡大
- 省力化・省人化設備の積極導入  
(例:容器供給機付きライス機について2工場へ追加投資)
- 工場間の人財交流を活発化させ、各工場の改善レベルを向上

バーコードによる入荷管理



### ■新たな挑戦

- 店舗で使用する付け合わせ具材のテスト納品を開始、店舗での生産効率・品質の向上を目指す
- 入荷管理システムの導入を行い、入荷作業・在庫管理作業の軽減
- 一部工場にて消滅型生ごみ処理機の導入を行い、廃棄コスト削減とCO2排出量の削減
- 海外インターンシップ制度を活用し、未来の人財確保を目指す



### ■ 時代の変化にあわせた多様性への対応

- 2023年9月より、髪型・髪色の制限撤廃

### ■ 女性活躍推進

- 2023年10月より、当社初の女性部長を選任
- 働く女性向けのメイクアップセミナーの開催



女性運営部長 選任

メイクアップセミナーの様子



### ■ 従業員の声をしっかり受け止め経営に生かす

- 風通しの良い会社、従業員の声が反映される会社にするためコミュニケーションを強化
- 各テーマ毎(バックオフィス・店舗営業・女性活躍推進など)に座談会を実施

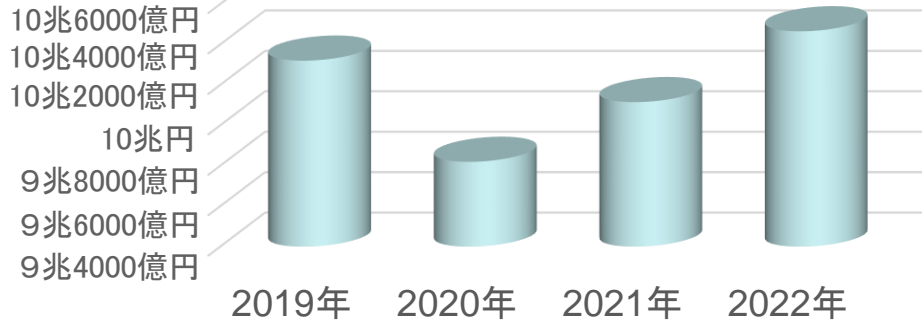
### ■ IT/DX化の推進

- IT活用による業務改善を行うことを大前提とし、省人化、労働負荷軽減など様々な構造改革を推進していく。

# 中食市場について 【参考資料：惣菜市場規模】

【惣菜市場規模の推移】

出所：社団法人日本惣菜協会 2023年版惣菜白書



	内食	中食 (惣菜)	外食	食市場計
2012年	32兆4,669億円	8兆7,132億円	23兆2,217億円	64兆4,018億円
2021年	36兆4,416億円	10兆1,149億円	16兆9,494億円	63兆5,059億円
12年-21年比	112.2%	<b>116.1%</b>	73.0%	98.6%

	2019年	2020年	2021年	2022年
惣菜市場規模	10兆3,200億円	9兆8,195億円	10兆1,149億円	10兆4,652億円
対前年比	100.7%	95.2%	103.0%	103.5%

惣菜市場は2年連続3%台の成長となりコロナ禍前の水準に回復

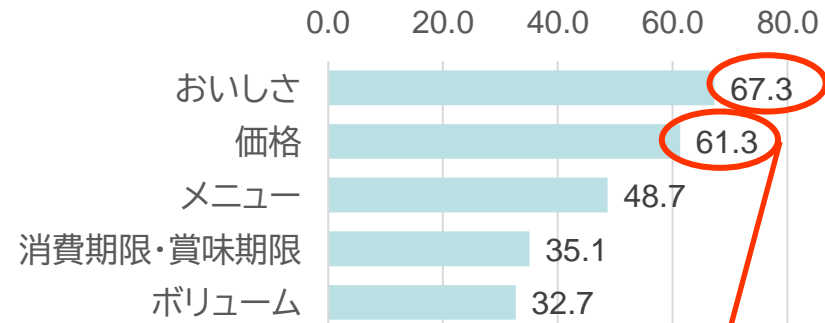
食市場全体の中でも特に惣菜市場の成長は著しく、10年前と比較すると**116%**を超えており、高齢化・核家族化・女性の社会進出などライフスタイルの変化を反映して、惣菜の利用が大きく増加していると考えられる。

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**
  - 安全安心 → 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
  - タイプ → カロリーや栄養コントロール  
時短・簡便ニーズ
- 非日常性**
  - 高付加価値商品 → デザイン性・ブランド力  
珍しい食材・高級食材等  
豊富なメニュー

出所：社団法人日本惣菜協会 2023年版惣菜白書



「おいしさ」と「価格」を重視する傾向が続いている

# 会社概要

(2023年8月31日現在)



# 会社概要



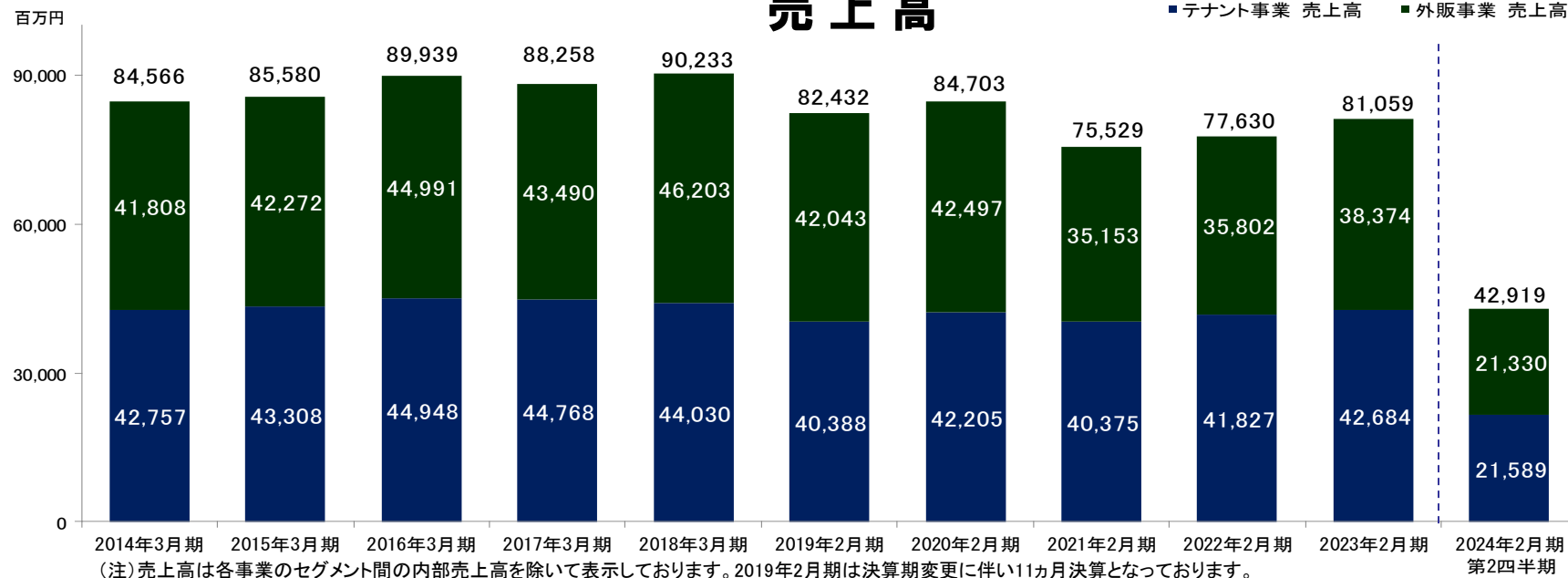
本社所在地	〒458-0815 名古屋市緑区徳重三丁目107番地	テナント店舗数および工場数	テナント 284店舗 外販 12工場 1ファクトリー
創業 / 設立	1969年11月 / 1971年 3月	資本金	20億 2 百万円
代表者	代表取締役社長 寺山 雅也	上場証券取引所・コード	東京証券取引所 スタンダード 2669
		株主名簿管理人	三井住友信託銀行株式会社

## 沿革

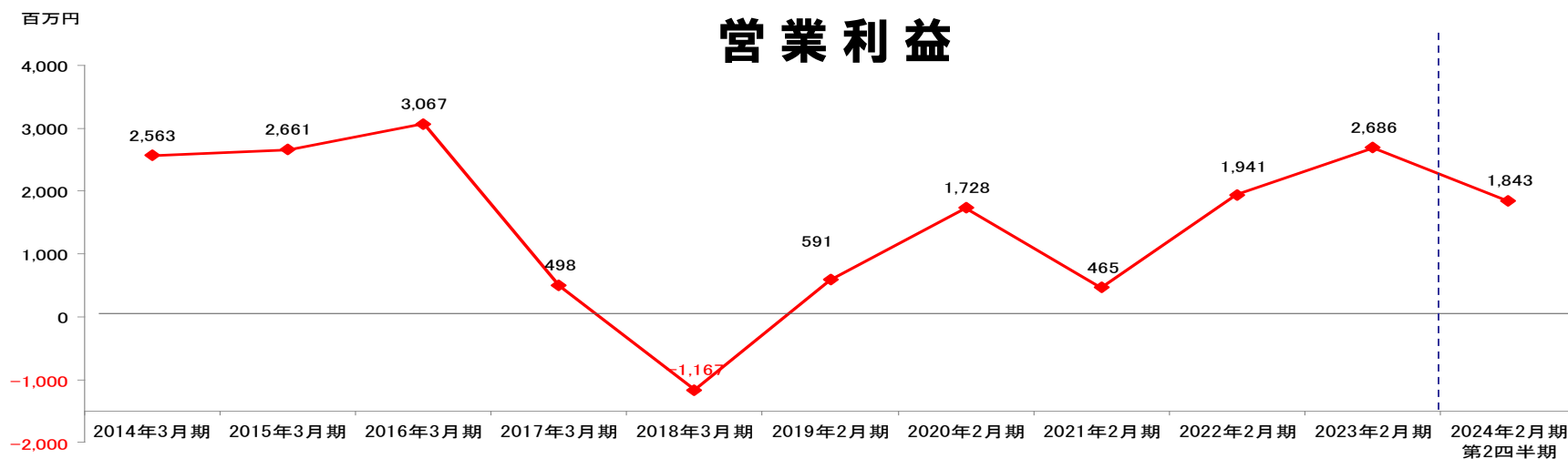
年月	事項	年月	事項
1971年 3月	名古屋市中川区に「カネ美食品株式会社」(資本金650万円)を設立	2013年 7月	大阪証券取引所と東京証券取引所の統合に伴い、東京証券取引所JASDAQに上場
1971年 5月	「株式会社鮎の美也古」を設立	2013年 9月	名古屋市緑区徳重に「本社」を新設・移転
1972年 5月	「株式会社鮎の美也古」を吸収合併し、総合惣菜店舗としてチェーン展開を開始	2017年 7月	ユニー・ファミリーマートホールディングス株式会社による当社株式の追加取得により、同社の子会社となる
1972年 7月	名古屋市南区に「本社」を新設・移転	2019年 4月	ユニー・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へ譲渡したことにより、両社が筆頭株主となる
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	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
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	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
2000年10月	株式公開(店頭登録)	2022年 4月	株式会社東京証券取引所の新市場区分化に伴い、スタンダード市場へ上場市場を移行
2007年 6月	伊藤忠商事株式会社と業務提携契約の締結	2022年 8月	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による当社株式に対する公開買付けの結果、その公開買付けに応募した株式会社ファミリーマートは当社の主要株主に非該当となる
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	2023年 3月	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と業務提携契約の締結

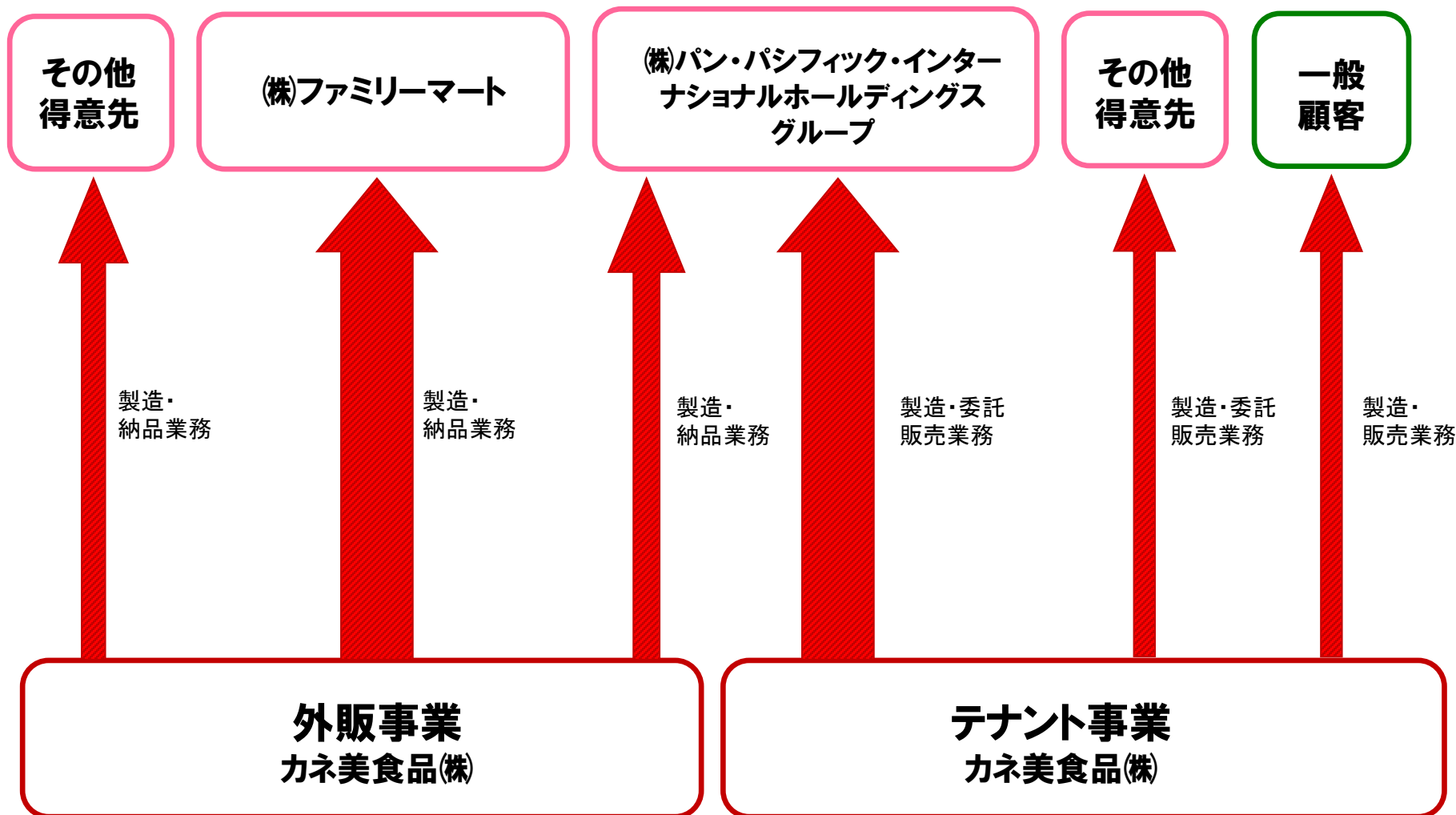
## 売上高

■テナント事業 売上高 ■外販事業 売上高



## 営業利益





# 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・ユーストア内(130店舗)



アオキスーパー内(3店舗)

パロー内(1店舗)

コープいしかわ内(3店舗)

コープあいち内(1店舗)

ドン・キホーテ内(1店舗)



「MEGA ドン・キホーテ UNY」および「MEGA ドン・キホーテ」に出店する新たな総合惣菜店舗ブランド。

- 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内(51店舗)

## MEGAドン・キホーテ内(2店舗)





# テナント事業：総合惣菜店舗 & 寿司専門店など



総合惣菜店舗

e'z mart(イズスマート)(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)

アトレ内 (1店舗)

錦糸町テルミナ内 (1店舗)



総合惣菜店舗

ease deli(イズズデリ)(4店舗)

首都圏の小規模スーパーマーケット内に店舗する総合惣菜店舗。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きます。



オオゼキ内



寿司専門店 **寿司御殿**(29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 (26店舗)

MEGAドン・キホーテUNY内 (2店舗)

パロー内 (1店舗)



唐揚専門店 **とりから御殿**(1店舗) ※他、寿司御殿との併設店6店舗

唐揚げグランプリ金賞受賞のノウハウを生かした、唐揚げの専門店  
MEGAドン・キホーテUNY店舗やアピタ  
店内にテナント展開しています。



MEGAドン・キホーテUNY内

# テナント事業：洋風惣菜店舗 & 商品特化型店舗



洋風惣菜店舗

eashion(イーション)(40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げています。

百貨店内、駅ナカ、商業施設等



※ eashion fun SHIBUYA 1店舗  
eashionBOWL 1店舗を含む



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、ピアゴ内

いなり・おにぎり専門店

こしらへ(1店舗)

当社の総合惣菜店舗で人気の高い「いなり寿司」と「おにぎり」に特化した新業態店舗。狭いスペースでの展開も可能な特長を活かし、様々なロケーションでの出店を実現してまいります。

商業施設





# 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

※寿司御殿赤池本店は2023年9月20日を持ちまして閉店しております。



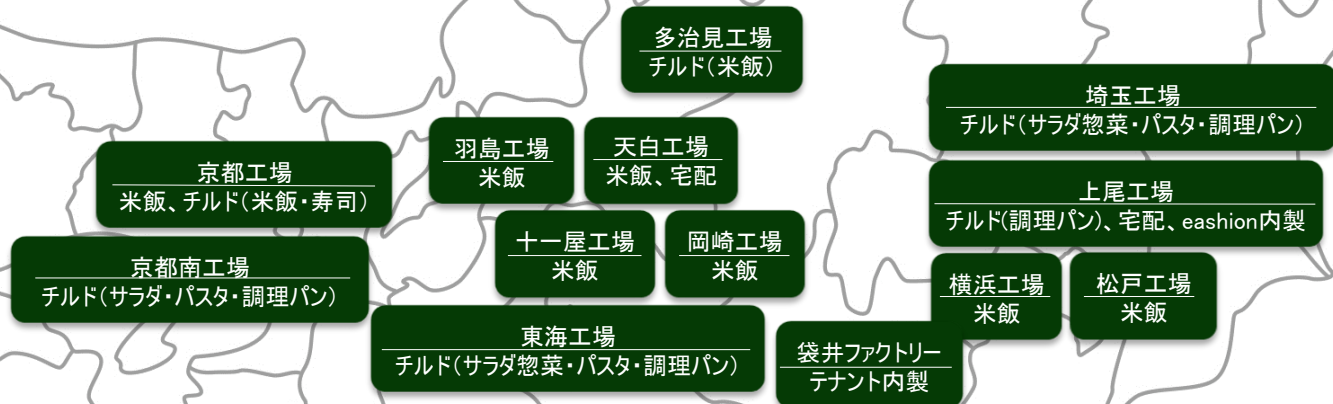
# 外販事業：工場の配置

全国13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



横浜工場

※2023年3月より外販事業に移管

# 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:8,729店舗)

自販機型無人コンビニ(ASD)  
(1,899台)



株式会社ファミリーマート

鉄道系コンビニエンスストア

NewDays・KIOSK  
(納品店舗数:578店舗)



株式会社JR東日本クロスステーション  
(JR東日本駅構内)

宅配関連

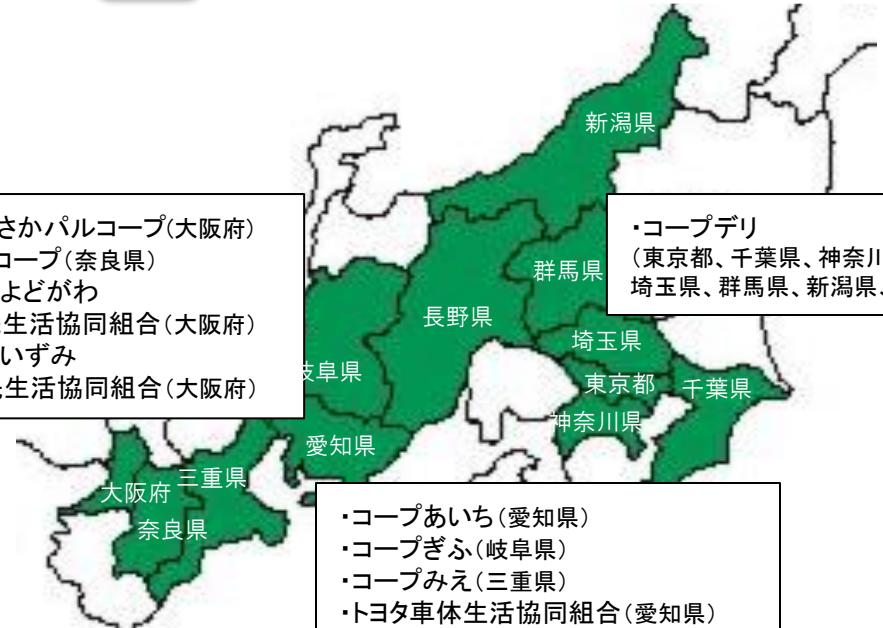
生活協同組合  
(全9ヵ所)



↑ 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)
- ・大阪いずみ  
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)
- ・トヨタ車体生活協同組合(愛知県)

## 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

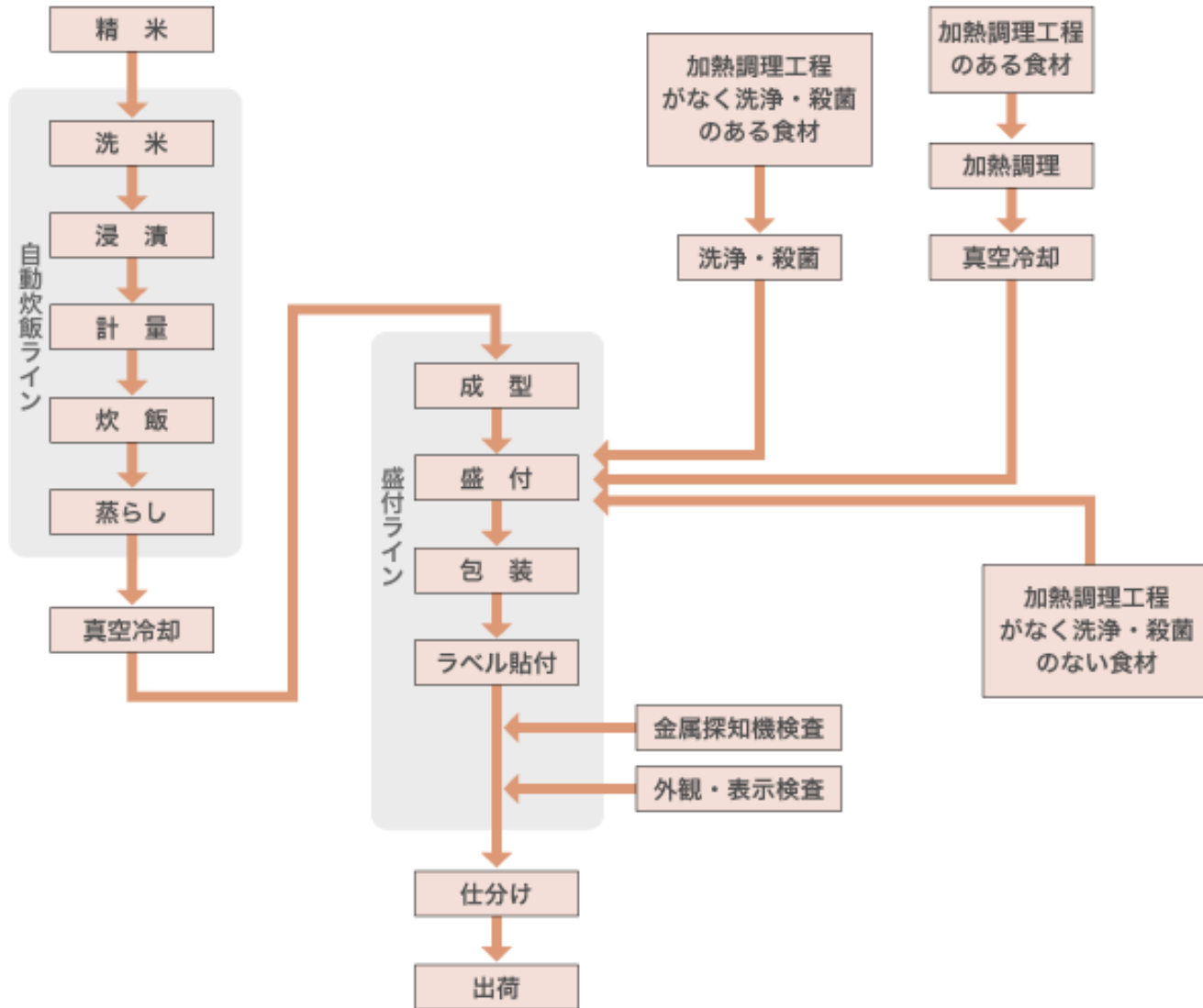
サラダ

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。)

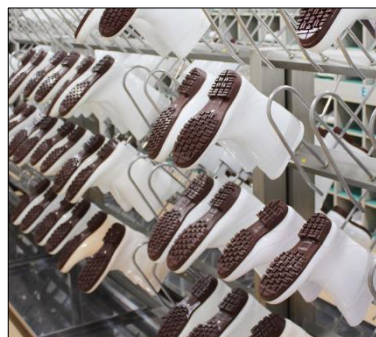
HACCP方式は、これらの考え方や方法に加え、原料の入荷から製造・出荷までのすべての工程において、危害を予測し、防止(予防、消滅、許容レベルまでの減少)するための重要管理点を特定して、そのポイントを継続的に監視・記録し、異常が認められたらすぐに対策を取り解決するため、不良製品の出荷を未然に防ぐことができるシステム。



## ●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、不必要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。