

株式会社 中村屋

東証スタンダード

2 2 0 4



2025年3月期決算説明会

2025年5月26日

2025年3月期決算の総括

- 売上横ばいながらも、価格改定や製造コスト低減により、営業利益は3割近い増益を確保
- 中華まんの春夏需要の喚起、業務用食品の好調および工場稼働率の平準化の取り組みの深化で、上期と下期の収益バランスは改善

2026年3月期通期見通し

- 基幹システムの改修費用や工場再編による期間短縮償却等の一過性の費用計上で、減益を予想
- 低採算商品の絞り込みを進める一方で、新しいコンセプトの新商品投入と小売りや店舗を介さない新事業モデルの立ち上げ等、今後に向けた積極策に転換へ

企業価値向上に向けた成長戦略・進捗状況

- 中華まんの春夏需要創造や販路拡大、家庭用調理食品の拡販、デイリー菓子の定番化などの成長戦略の具体化が進む
- 工場再編による生産効率化も加わり、中期経営計画（2028年3月期計画：売上高410億円、営業利益14億円）達成に向けた施策を推進

1. 2025年3月期決算概要
2. 2026年3月期通期見通し
3. 企業価値向上に向けた成長戦略・進捗状況について

2025年3月期 決算概要

新宿 中村屋

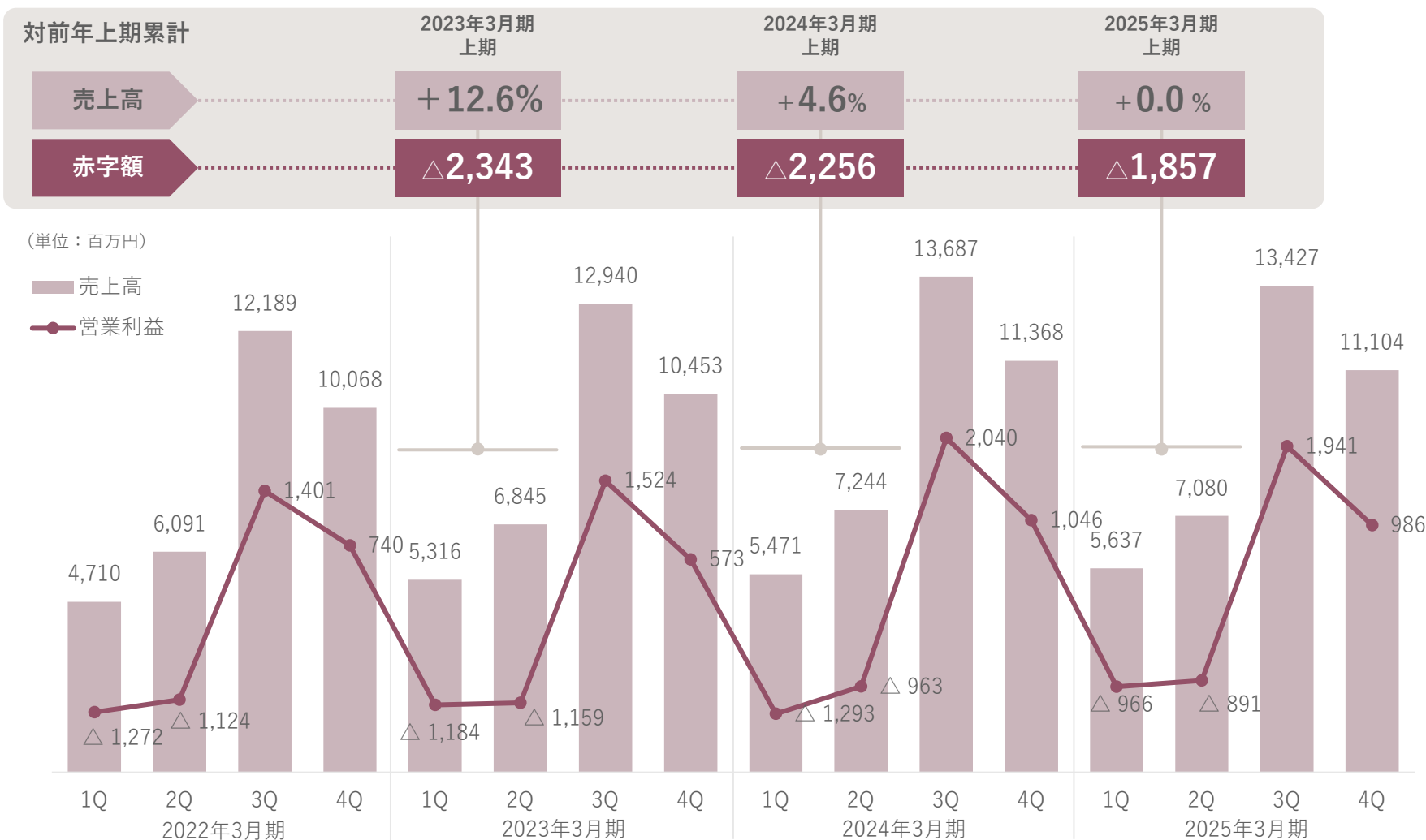
変わらない「おいしい」を、いつもあたらしく。

- 売上高は中華まんの販売が堅調に推移したものの、低採算商品の絞り込みで微減収
- 営業利益は価格改定・規格の見直し、低採算商品の絞り込みに加え、工場稼働率の平準化効果などにより、期初計画を上回る3割近い営業利益および経常利益の増益を達成

(単位：百万円)		2024年3月期	売上高比率 (%)	2025年3月期	売上高比率 (%)	前年比 (%)	期初計画 (5月15日公表)				
売	上	高	37,770	100.0	37,248	100	△1.4	38,000			
売	上	総	利	益	13,755	36.4	13,699	36.8	△0.4	—	
販	売	費	及	び	費	12,924	34.2	12,628	33.9	△2.3	—
一	般	管	理								
営	業	利	益	830	2.2	1,070	2.9	+28.9	900		
経	常	利	益	996	2.6	1,277	3.4	+28.3	1,060		
当	期	純	利	益	405	1.1	885	2.4	+118.4	670	

四半期決算の推移

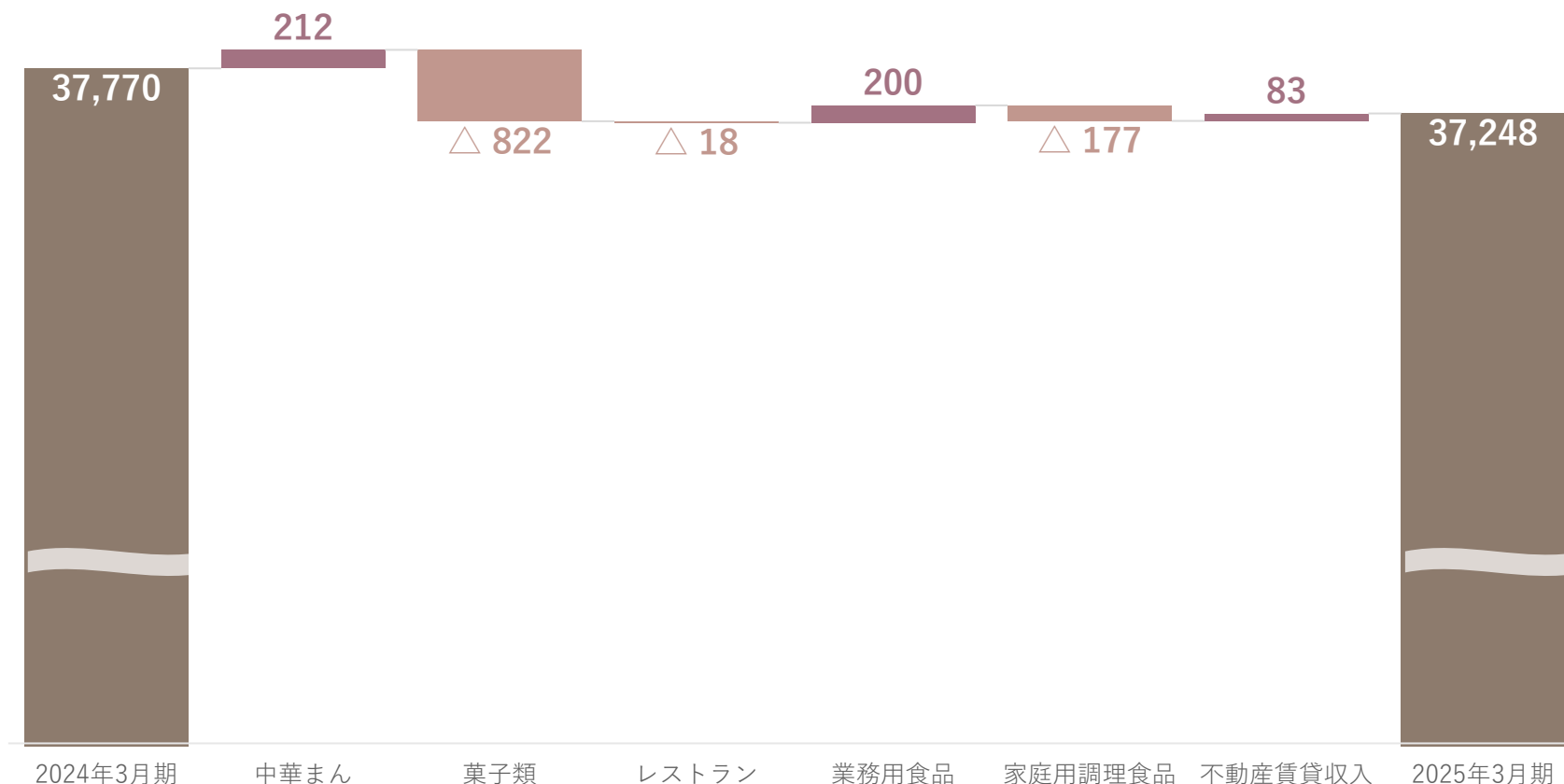
- 中華まんの春夏需要の創造や菓子ギフトのカジュアル化による年間の平準化、低採算商品の削減を推進
- 費用の平準化が進み、上期と下期の収益バランスが改善。引き続き上期の赤字幅は縮小



売上高増減要因分析（前年比）

- 中華まんは通年販売、業務用食品は小売り大手との取り組み深化で堅調も、菓子ギフトが大幅な減収
- 菓子ギフトは減少傾向の季節・フォーマル需要から「カジュアル需要」へシフト。歳末ギフトや季節菓子の絞り込みを実施した影響および市場へのカジュアルギフトの浸透が道半ばで、前年比で減収となった

（単位：百万円）

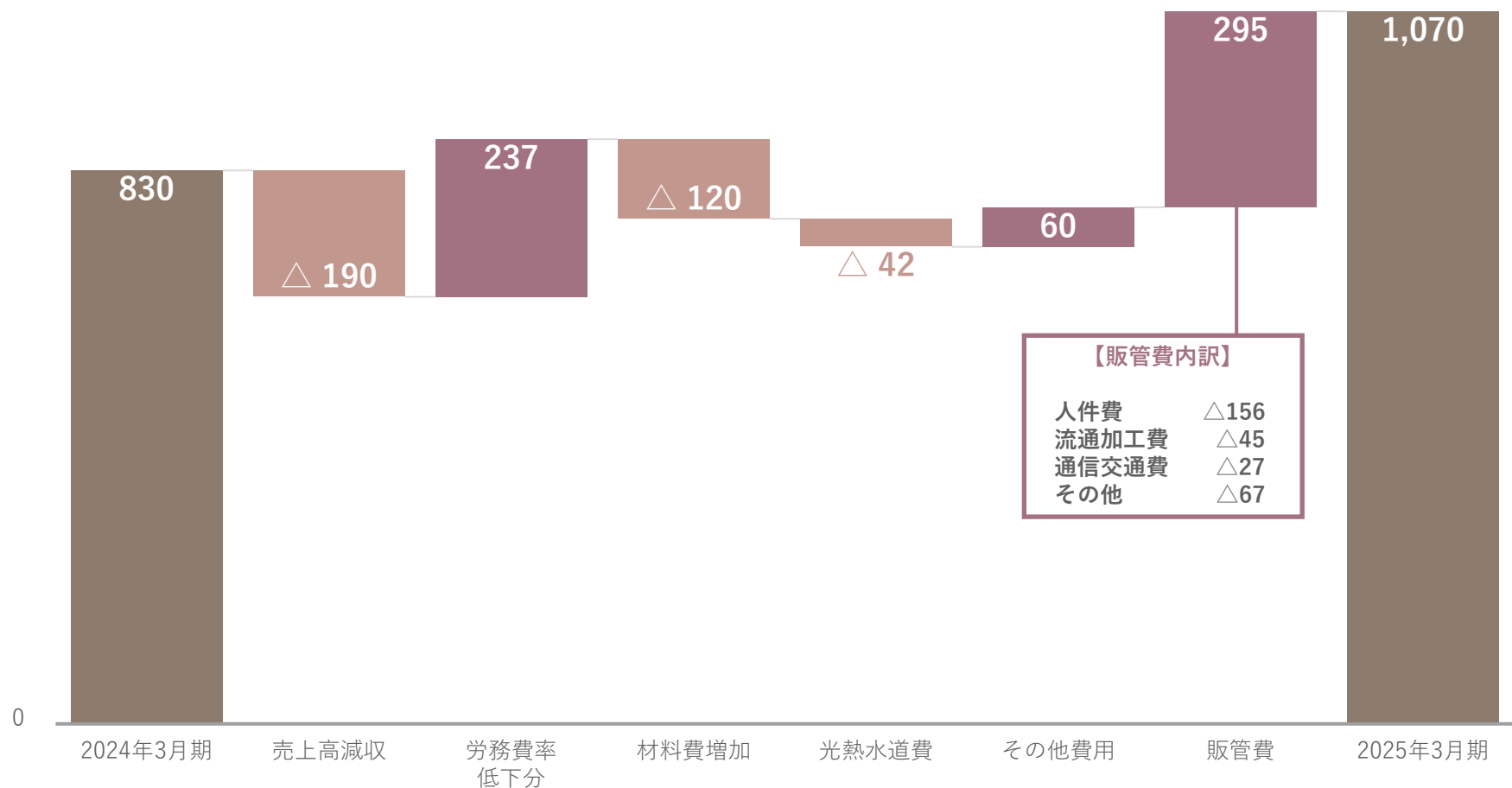


営業利益増減要因分析（前年比）

■ 2期連続で営業利益段階の黒字、増益を達成

■ 商品の絞り込み、工場稼働率の平準化により生産効率が改善し、材料費、エネルギー費の増加を吸収。業務効率の改善による販管費の削減も寄与

（単位：百万円）



事業別の売上高・セグメント利益

- 菓子事業は、中華まんの通年販売が牽引するも、季節ギフトの縮小や低採算商品の絞り込みにより減収
- 食品事業は業務用食品における大手小売との取り組みの深化、レストランの堅調で増収増益を達成
- 不動産賃貸事業は遊休地の有効活用によって増収増益

(単位：百万円)		2024年3月期	2025年3月期	前年比	前年比伸び率 (%)
菓 子	売上高	27,497	26,834	△663	△2.4
	セグメント利益 (利益率%)	2,625 (9.5)	2,545 (9.5)	△79	△3.0
食 品	売上高	9,443	9,497	+54	+0.6
	セグメント利益 (利益率%)	389 (4.1)	453 (4.8)	+65	+16.6
不動産賃貸	売上高	830	917	+87	+10.5
	セグメント利益 (利益率%)	382 (46.1)	453 (49.4)	+70	+18.3

長期前受収益の増加の一方で、借入金の返済が進み、負債合計は減少。自己資本比率は62.1%（前年61.1%）と高水準を維持

■ 資産の部

（単位：百万円）	2025年3月期	2024年 3月期末比増減
流動資産	11,202	+667
売掛金	4,369	△627
商品及び製品 仕掛品 原材料及び貯蔵品	3,641	△260
その他流動資産	3,193	+1,554
固定資産	32,307	△676
有形固定資産	24,375	△848
投資その他の資産	7,676	+102
資産合計	43,509	△9

■ 負債・純資産の部

（単位：百万円）	2025年3月期	2024年 3月期末比増減
流動負債	4,475	△3,246
未払金	1,358	△110
その他流動負債	3,118	△3,136
固定負債	11,996	+2,806
長期前受収益	6,539	+3,155
純資産	27,038	+432
株主資本	24,244	+368
負債純資産合計	43,509	△9

キャッシュ・フローの状況

- ⋮ 長期前受収益の寄与もあり、営業キャッシュフローは増加
- ⋮ 工場再編等投資活動の活発化もあり、フリーキャッシュフローは若干減少

(単位：百万円)		2024年3月期	2025年3月期	増減	主な要因
現金及び現金同等物の期首残高	1,218	1,137	△81		
営業活動によるキャッシュフロー	4,707	5,165	+458		・ 長期前受収益の増加
投資活動によるキャッシュフロー	△110	△654	△544		・ 有形固定資産を取得
フリーキャッシュフロー	4,598	4,512	△86		
財務活動によるキャッシュフロー	△4,679	△3,032	+1,646		・ 短期借入金減少によるもの
現金及び現金同等物の期末残高	1,137	2,616	+1,479		

2026年3月期通期見通し

新宿 中村屋

変わらない「おいしい」を、いつもあたらしく。

- 商品絞り込みのマイナスを新商品投入や価格改定などによりカバーし、僅かながらも増収に転じる
- 基幹システム改修費用や工場再編による期間短縮償却等の一過性費用（約5.5億円）の計上で減益へ

採算の悪化した商品・販路や収益化への道筋が見込めない商品は、
聖域を設けずにゼロベースで見直しを実施

- 商品や販売ルート重点化による減収
- 新基幹システム導入や工場再編に伴う期間短縮償却などの一過性費用計上を織り込む
- 一方で、年後半の価格改定の影響や新規ビジネスの影響は織り込まず

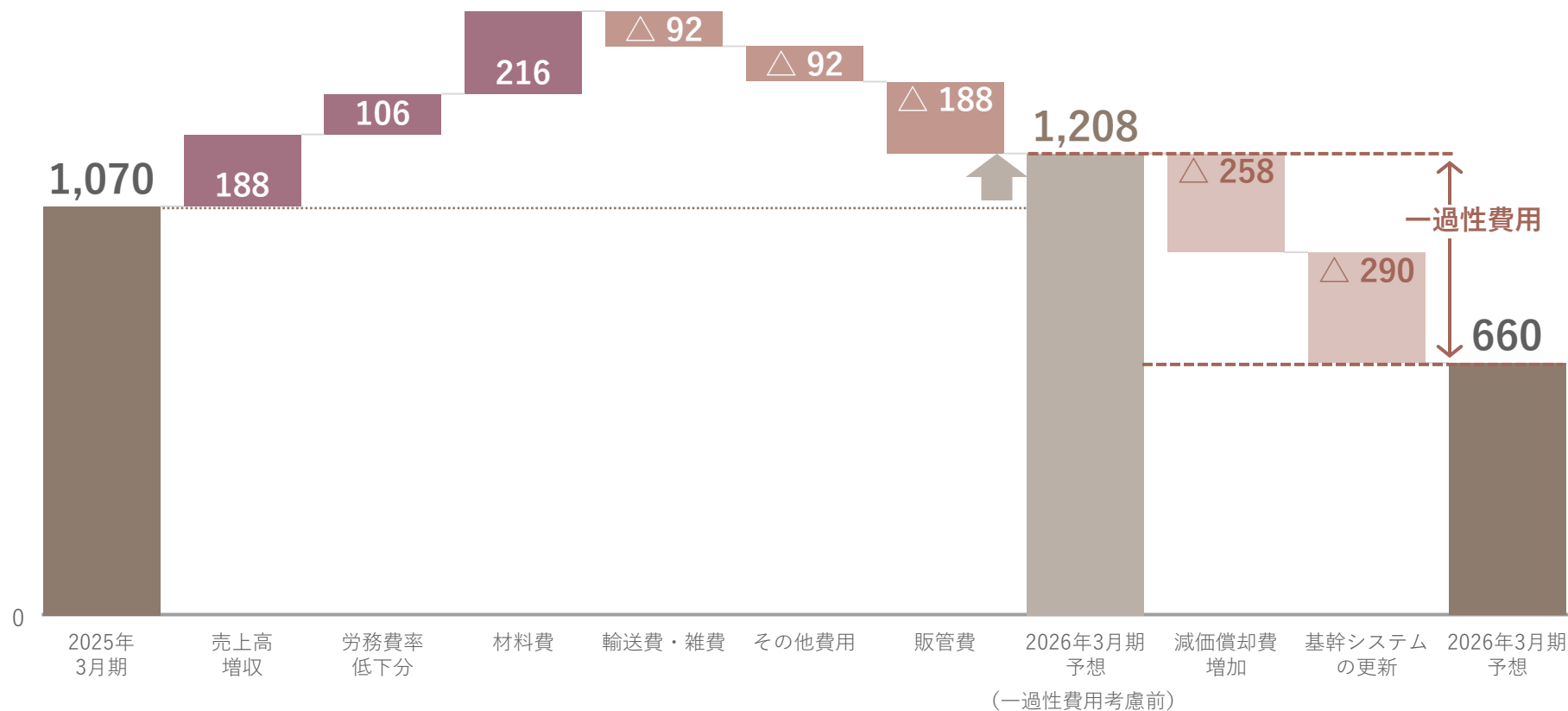
(単位：百万円)	2026年3月期予想	構成比 (%)	前年比 (%)	金額差異 (対前年比)
売上高	37,700	100.0	+1.2	+452
営業利益	660	1.8	△38.3	△410
経常利益	860	2.3	△32.7	△417
当期純利益	520	1.4	△41.2	△365

営業利益増減要因分析（予想）

■ 営業利益は、神奈川工場一部閉鎖に伴う固定資産の耐用年数の短縮、基幹システムの更新の影響（約5.5億円のマイナス）等もあり、減益を予想

■ ただし一過性の費用であるため来期以降の影響はなく、特殊要因を除くと増益となる

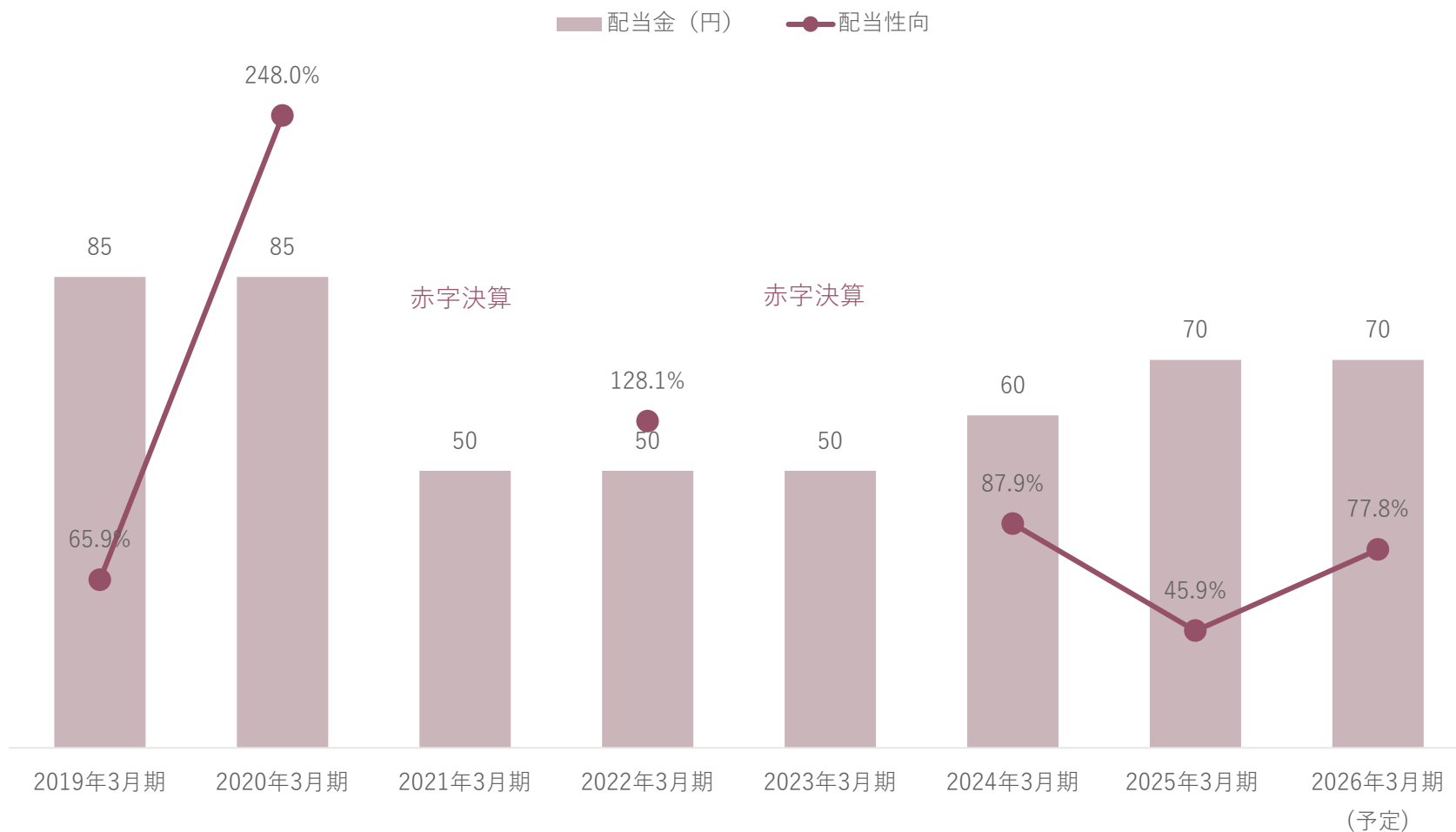
（単位：百万円）



配当・株主還元策

■ 株主に対して長期にわたり安定的かつ継続的な配当を重視

■ 2025年3月期に続き、2026年3月期は70円を予定



企業価値向上に向けた成長戦略・進捗状況について

新宿 中村屋

変わらない「おいしい」を、いつもあたらしく。

2030年度経営目標

売上高430億円

営業利益34億円

ROE8%以上

の実現へ

2025年3月期 実績

2026年3月期 予想

2028年3月期 計画

売上高 37,248百万円

37,700百万円

41,000百万円

営業利益 1,070百万円

660百万円

1,400百万円

事業別セグメント
売上高

2025年3月期 実績

2026年3月期 予想

2028年3月期 計画

菓子 26,834百万円

26,900百万円

28,000百万円

食品 9,497百万円

9,900百万円

12,000百万円

不動産 917百万円

900百万円

1,000百万円

利益創出を目指す施策とブランド力向上による売上拡大を目指す施策を明確にし、
今後の成長に向けた事業構造の基盤づくりを行なう

菓子事業

中華まん

利益創出

- ・新規スチーム食品の提案による春夏の需要創造と工場稼働率の向上

ブランド力向上

- ・首都圏、関東外郭エリアへの集中とプロモーション強化

菓子類

利益創出

- ・商品の絞り込みと平準化生産による効率化

ブランド力向上

- ・商品の高付加価値化とリブランディング

冬の季節商品から脱却し
年間の定番商品を目指す

高付加価値な菓子で
日常に彩りを添える

食品事業

食品

利益創出

- ・商品、販路の絞り込みによる生産の効率化

ブランド力向上

- ・カレー、麻婆豆腐に次ぐ第3の柱の確立
- ・関西→中京の順で営業強化による配荷拡大

レストラン

利益創出

- ・IT活用によるオペレーションの改善

ブランド力向上

- ・独自価値の発信とサービスレベルの向上

様々な「中食」の提案で
ゆとりある食生活に貢献する

ブランド発信の舞台として
顧客の良体験を創出する

- コンビニエンスストア向け商品の拡充を図る
- 共同開発に加え、販促も支援

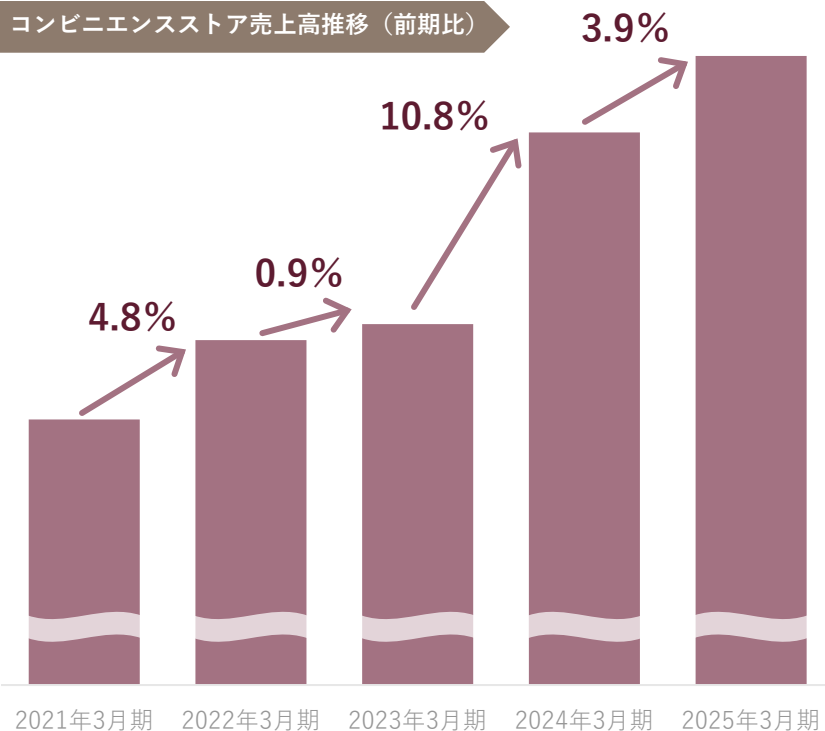
販売の長期化を支援



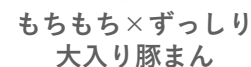
スマホ クーポン券配布



コンビニエンスストア売上高推移（前期比）



定番商品は8月27日（火）から販売開始



冬に向けてバリエーションを豊富に展開



10月



10月

中華まん拡販戦略(スーパーマーケット等)

新宿 中村屋

変わらない「おいしい」を、いつもあたらしく。

■ 春夏需要創造に寄与する商品を提供

■ 夏季における中華まん取り扱い店舗数も確実に増加

春夏需要喚起のための仕掛け



2024年4月～7月
担々肉まん販売

春・夏に食す
中華まんのニーズを確認

新たな商品開発へ

取扱店舗数増加
+78.6% (前年対比)

2025年5月～7月
辛肉まんを販売



年間需要喚起のための仕掛け

量販店にて延べ150日の
デモ販売による販促を実施予定

おいしくって元気に
中華まんを
「行ってきます」



中村屋は中華まんをみんなにエール!
ぜひご意見・ご感想を
お聞かせください



回答はコチラ

中村屋の中華まんはココがすごい!

Point1 個包装のまま、レンジでかんたん

ラップ不要、水かけ不要、個包装のまま
レンジであたためるだけ!

さらに
● だれでも調理しやすい!
● 暑い季節にも調理しやすい!
● 手軽に食べやすい!



Point2 毎日食べたくなる
みんな大好きなラインナップ!

豚肉、たけのこ、煮干菜、
おいしいのフランスがよい
肉まん

こまめな煮干菜、
あんを包んだ
あんまん

チーズとトマトの
ソースを包んだ
ピザまん



■ SKU削減により売れる商品に特化

■ 流通各社の棚割獲得のための新商品の開発

生産効率化のための仕掛け

小ロット、不採算商品集約により生産性向上

- 重点商品に販促、PR資源集中することで費用対効果改善

43品目 レトルト食品 → 28品目



商圈拡大のための仕掛け

関西、中部、関東外郭エリアの強化

- ドミナント戦略で拡大を図る
- 流通チェーンの特性に合わせた商材の提供



売り場面積拡大のための仕掛け

新商品と既存品との入替えて売り場面積は変わらず

売れるアイテムを増強、売り場面積拡大



Ⅰ 既存取引先との更なる深耕を目指す

レストランで培った調理技術を活かし、
中食・内食販路へ向けた開発・提案を継続して推進

会員制倉庫型チェーンA社様

カレーを中心としたレトルト品+総菜+冷凍中華まんの取り扱いに加え、
今期はフードコートのメニューとしてスープが採用

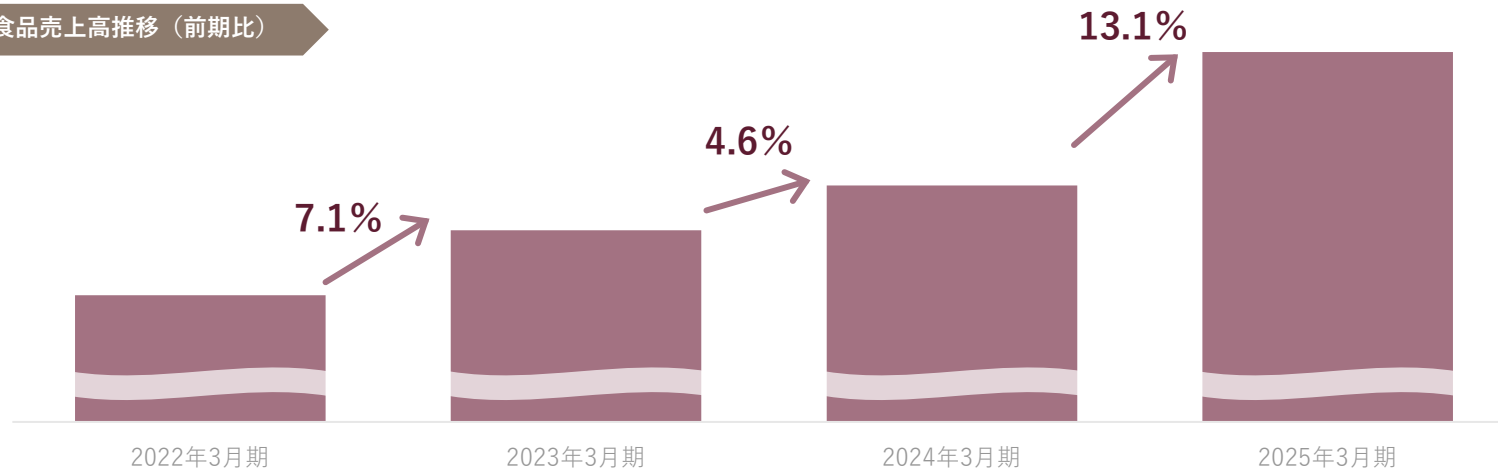
コンビニエンスストアB社様

夏のキャンペーン限定「チキンカレー」を発売

専門店小売りチェーンC社様

プライベート商品のレトルトカレーを提供

業務用食品売上高推移（前期比）



■ デイリー菓子の定番化を目指す

■ 高付加価値商品の提供

デイリー菓子定番化のための仕掛け

季節品を拡充することにより、更なるお客様の獲得を目指す

通年品

どら焼き類



逸品どら焼き



どら焼き



栗どら焼き

季節品



抹茶どら焼き



塩レモンどら焼き



桜どら焼き

さらに
新たな季節品を
投入予定

新商品

水つるわらび餅

パック
デザート類



3個入り



既存商品

バラ販売に追加



■ 駅近の立地を活かしてインバウンド需要の取り込みを図る



新宿 中村屋

(レストラン&カフェ)



新宿 中村屋

(食のショッピングフロア)



(レストラン)

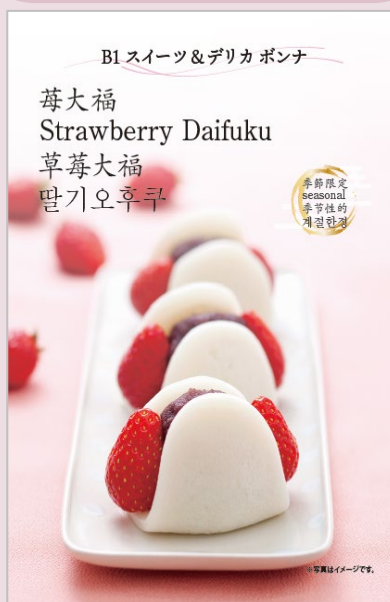
5か国語対応発券機の導入



3か国語対応POP

苺大福

売上高前年比**314%**



日本語と英語併記



Ⅲ 今後についても一層の生産性向上を目指す

生産拠点の集約により生産性は向上

作業人数

12%減

拠点間物流

年間約**10万トンキロ**削減



神奈川工場

一部建物を閉鎖
(2026年3月末予定)

パン類、**和菓子**、焼菓子、カステラ等を製造する建物を閉鎖



埼玉工場

和菓子の製造ライン移設

土地の有効活用を図る

置き型社食を開始

新宿 中村屋
オフィスに
スープを提供

Office
Stand
By You

レンジで90秒



美味しいスープの出来上がり



124年以上の歴史をもつ、レストランも展開する食品会社

会 社 名	株式会社中村屋
所 在 地	〒160-0022 東京都新宿区新宿三丁目26番13号
創 業 年 月 日	1901年12月30日（創業124年）
代 表 取 締 役 社 長	島田 裕之
資 本 金	74億6,940万円（2025年3月末現在）
業 績	売上高：372.4億円 営業利益：10.7億円（2025年3月期実績）
証 券 コード・上 場 取 引 所	2204：東証スタンダード
従 業 員 数	792名（2025年3月末現在）
主 な 事 業 内 容	和洋菓子、パン、食品の製造・販売、レストラン経営
主 な 事 業 所	東京事業所、神奈川工場、埼玉工場、つくば工場、武蔵工場 等

『真の価値を追求し、その喜びを分かち合う』

創業者の信念を受け継ぐ

■ ミッション

お客様に対して

独自性を磨き、どこよりもおいしい商品を提供することで、感動と笑顔をお届けする

従業員に対して

ひとりひとりが覚悟と熱意をもって仕事に挑戦し、成長することで働く喜びが生まれる風土をつくる

社会に対して

持続可能な社会の実現に貢献し、ステークホルダーとの信頼を築く

■ ビジョン

中村屋は、創意工夫と挑戦で、
これからの暮らしに溶け込む、喜んでもらえる食を提案する

■ 中村屋の約束（ブランドステートメント）

新宿 **中村屋**

変わらない「おいしい」を、いつもあたらしく。

変わらない「おいしい」を、いつもあたらしく。

IRお問い合わせ先

広報・CSR部

TEL

03-5325-2733

E-mail

csr_ir@nakamuraya.co.jp

新宿 中村屋

変わらない「おいしい」を、いつもあたらしく。

本資料に記載されている業績予想等の将来に関する記述は、本資料の発表日、現在において入手可能な情報から得られた判断に基づいており、実際の業績は、様々な不確定要素により異なる場合がございますことをご了承ください。