

2025年10月期第2四半期（中間期） 決算説明資料

2025年6月12日



証券コード：3038

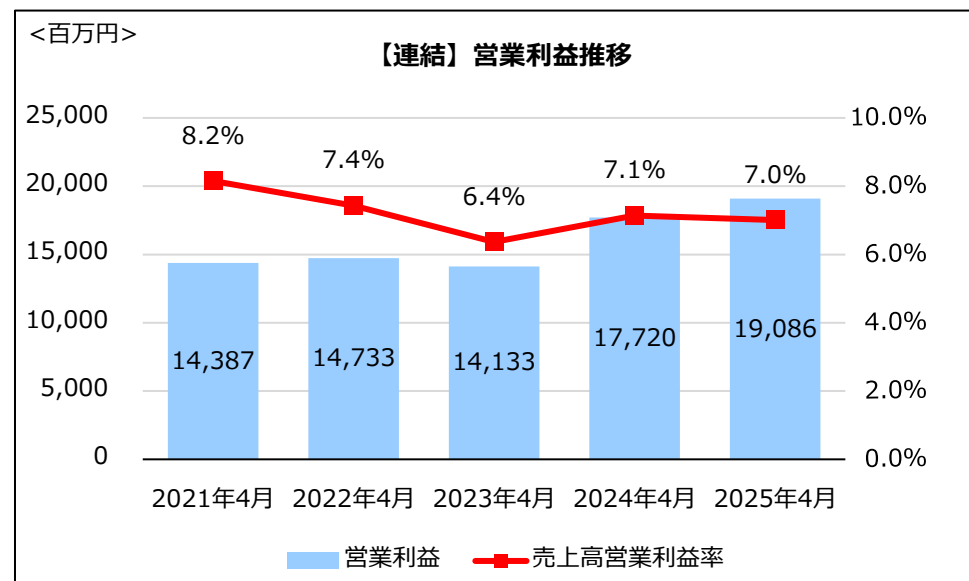
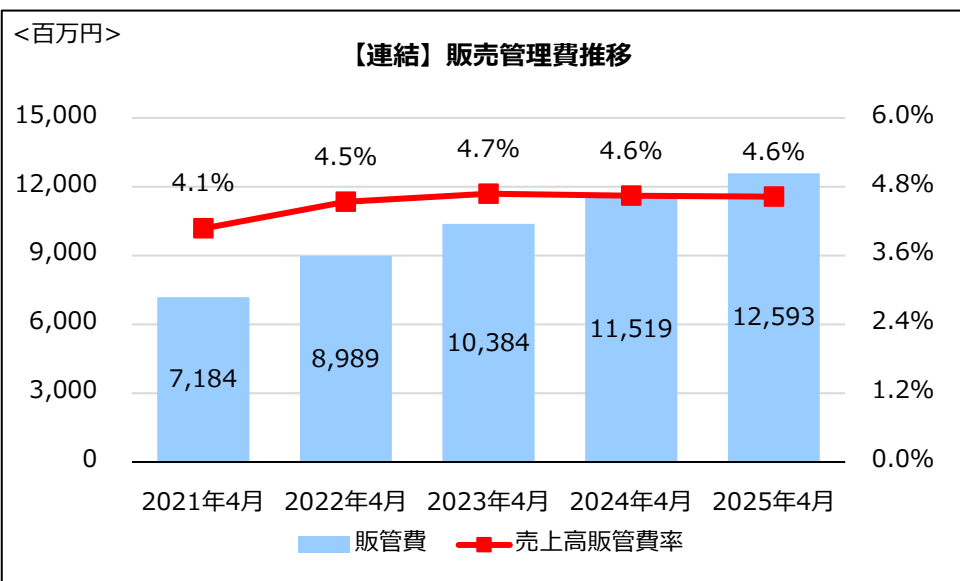
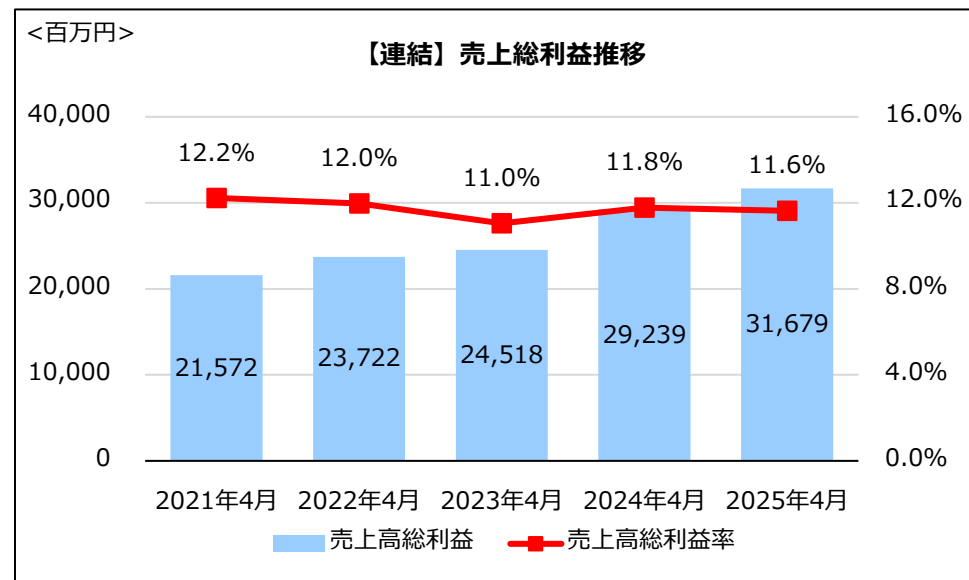
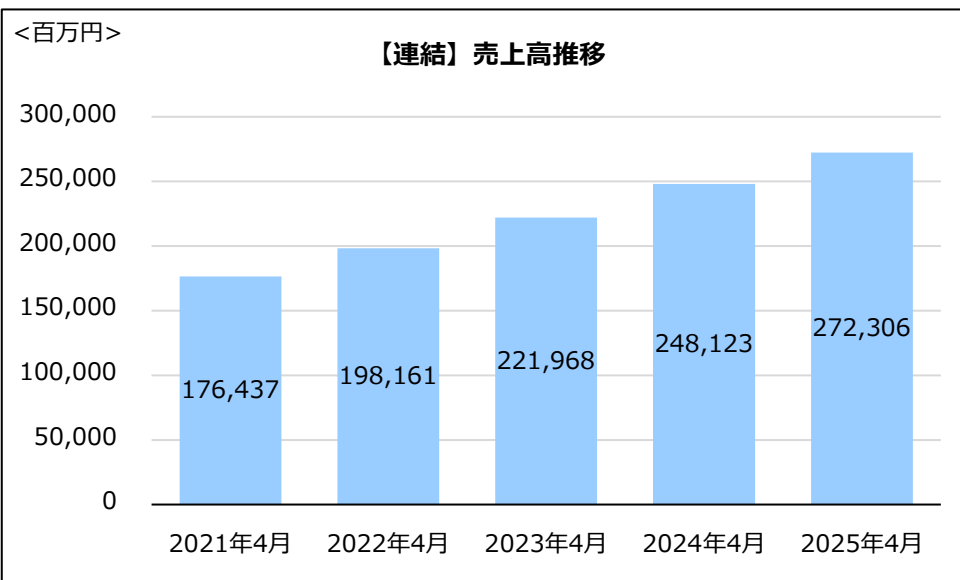
●連結業績及びハイライト（累計）	2
●業務スーパー事業	5
●業務スーパー契約概要	6
●業務スーパー店舗数推移	7
●業務スーパー出荷実績（前年比）推移	8
●当社の強み“商品力”	9
●外食・中食事業	10
●エコ再生エネルギー事業	14
●株主還元策	15
●連結業績予想	16

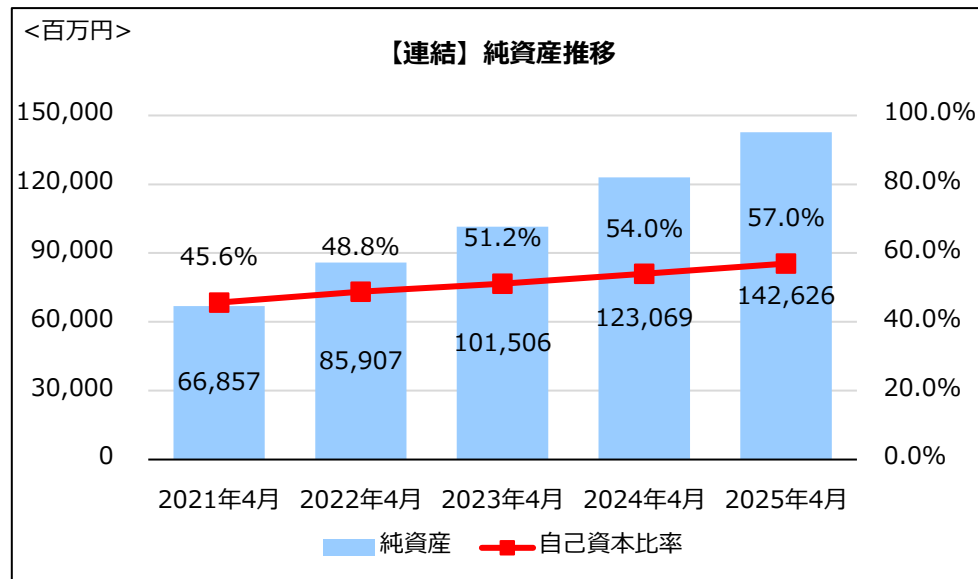
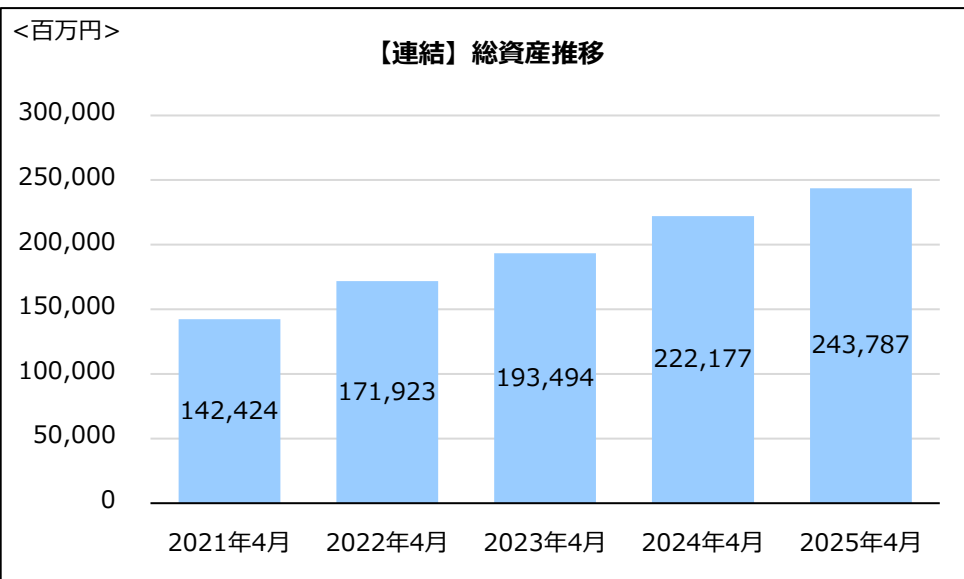
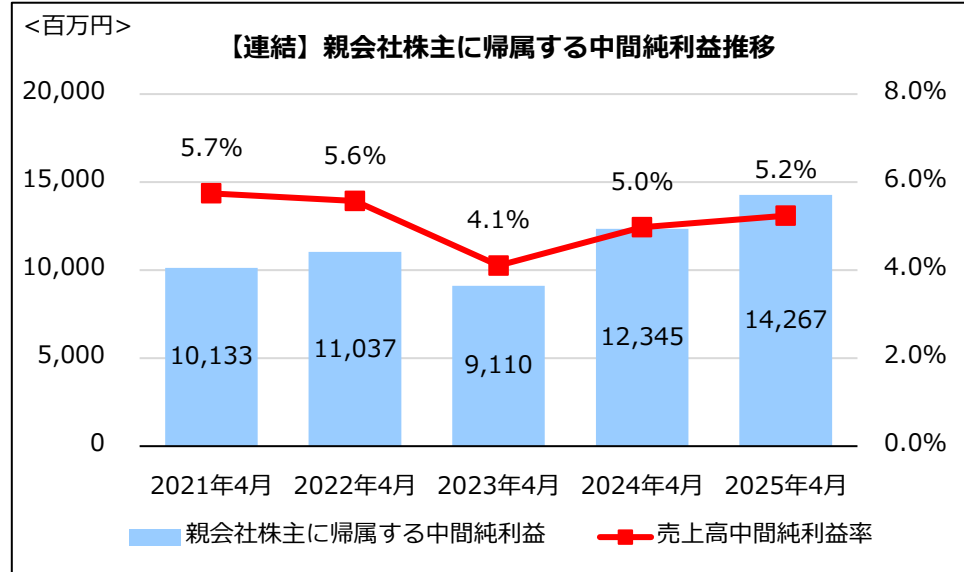
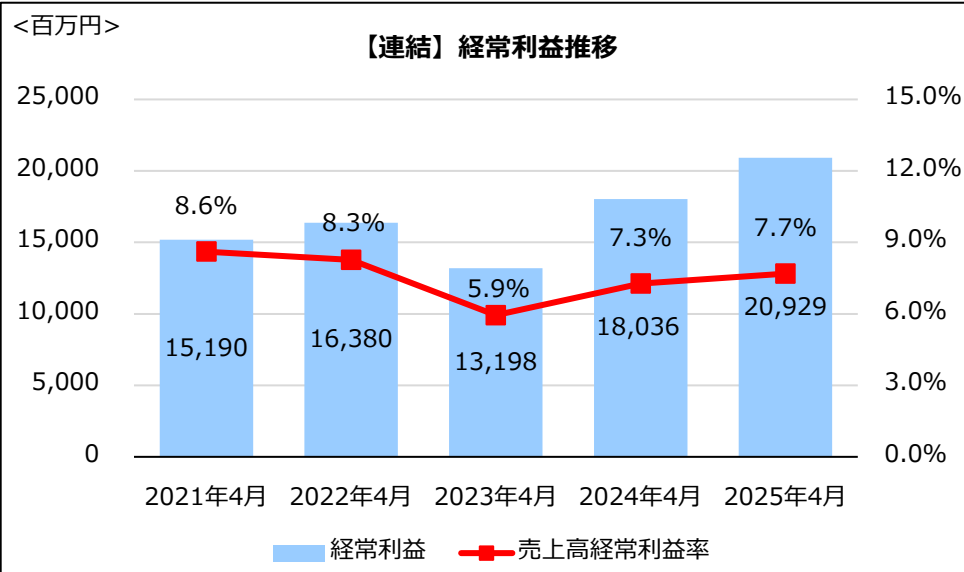
（単位：百万円）

	FY24 11~4月	FY25 11~4月	増減率	FY24 2~4月	FY25 2~4月	増減率	FY25 予想	進捗率
売上高	248,123	272,306	+9.7%	127,218	139,881	+10.0%	525,000	51.9%
売上総利益 (売上高総利益率)	29,239 (11.8%)	31,679 (11.6%)	+8.3%	15,008	16,363	+9.0%	—	—
販売管理費 (売上高販管費率)	11,519 (4.6%)	12,593 (4.6%)	+9.3%	5,819	6,432	+10.5%	—	—
営業利益 (売上高営業利益率)	17,720 (7.1%)	19,086 (7.0%)	+7.7%	9,188	9,931	+8.1%	37,700	50.6%
経常利益 (売上高経常利益率)	18,036 (7.3%)	20,929 (7.7%)	+16.0%	9,972	5,419	-45.7%	37,800	55.4%
親会社株主に帰属する 中間純利益 (売上高中間純利益率)	12,345 (5.0%)	14,267 (5.2%)	+15.6%	6,821	3,678	-46.1%	24,000	59.5%

【業績ハイライト解説】

- **売上高** : 新規出店と既存店への商品出荷が好調に推移したことにより、前年比241.83億円、9.7%の増加
- **売上総利益** : 前年同期と比較して円安で推移したものの、売上高が好調に推移したことにより、同24.39億円、8.3%の増加
- **販売管理費** : 業務スーパーの売上高増加に伴う運賃や、優秀な人財確保のための賃上げによる人件費等の増加により、同10.73億円、9.3%の増加
- **営業利益** : 上記の結果、同13.65億円、7.7%の増加
- **経常利益** : 補助金収入や為替予約の時価評価益が経常利益を押し上げ、同28.93億円、16.0%の増加
- **親会社株主に帰属する中間純利益** : 上記の結果、同19.21億円、15.6%の増加



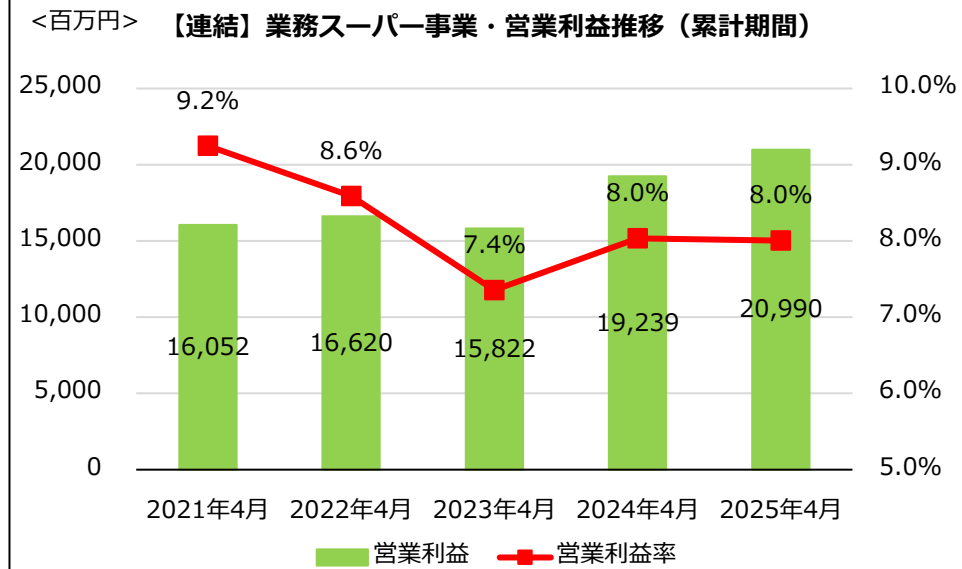
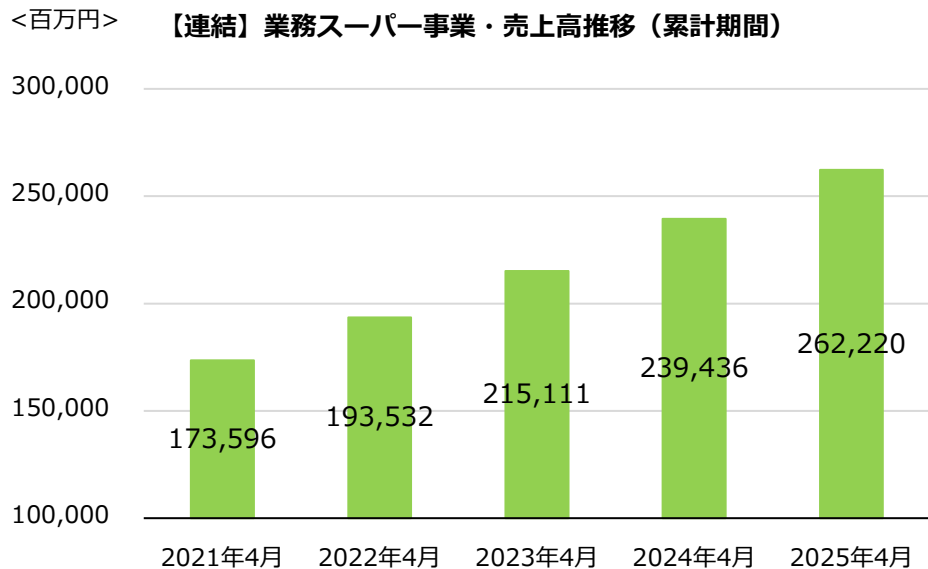


当社の主力事業です。業務スーパーFC本部としての加盟店への卸売やロイヤリティなどの他、自社グループ工場の損益もこのセグメントに分類されます。

- 全国に1,105店舗展開（2025年4月末現在）
- 既存店好調により、売上高は計画を超えて着地
- 節約志向が依然として高いこともあり、3～4月開催のセールは好調な結果で終了



横浜いずみ店内観



業務スーパーは直営4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）内に开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・神奈川県において直営で4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、鹿児島県

※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

（2025年4月末現在）

	直轄エリア	地方エリア
契約社数	89社	14社
契約単位	1店舗単位で契約 どのオーナーでも开店可能	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3,200～3,800万円 （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	43,500千円	100.0%
売上総利益	7,395千円	17.0%
販売管理費	6,499千円	14.9%
内（賃料）	1,300千円	3.0%
内（人件費）	2,393千円	5.5%
営業利益	896千円	2.1%

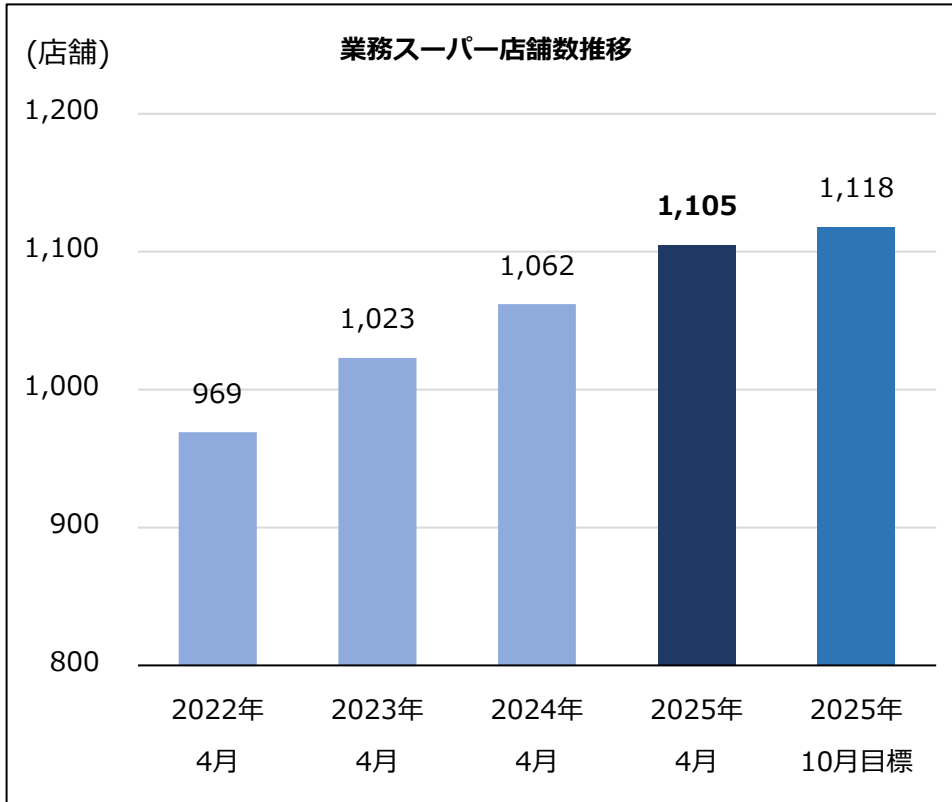
※生鮮など独自商品の取扱いによってシミュレーションより効率的に運営されている加盟店も多くあります。

2Q累計期間：出店27店舗、退店6店舗（純増21店舗）

2Q会計期間：出店16店舗、退店5店舗（純増11店舗）

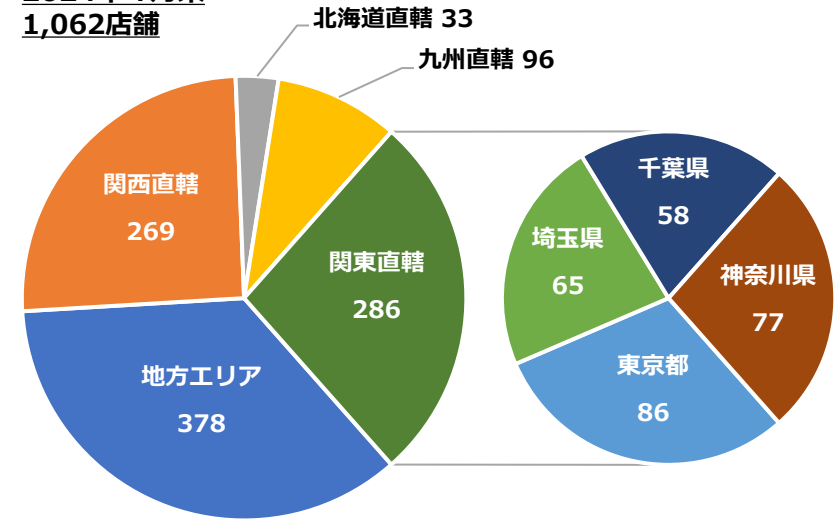
目標に対する進捗率：62%（目標：純増34店舗）

当会計期間においては、直轄エリア、地方エリアともに順調に出店が進む

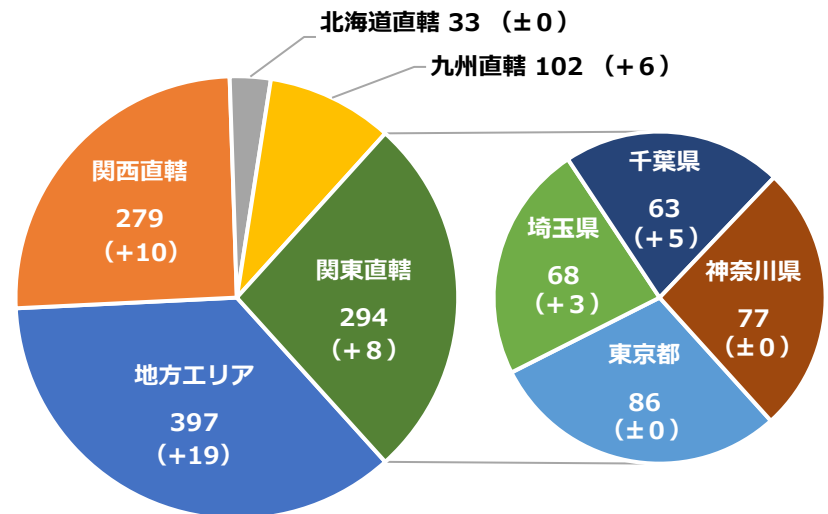


地域別の店舗数

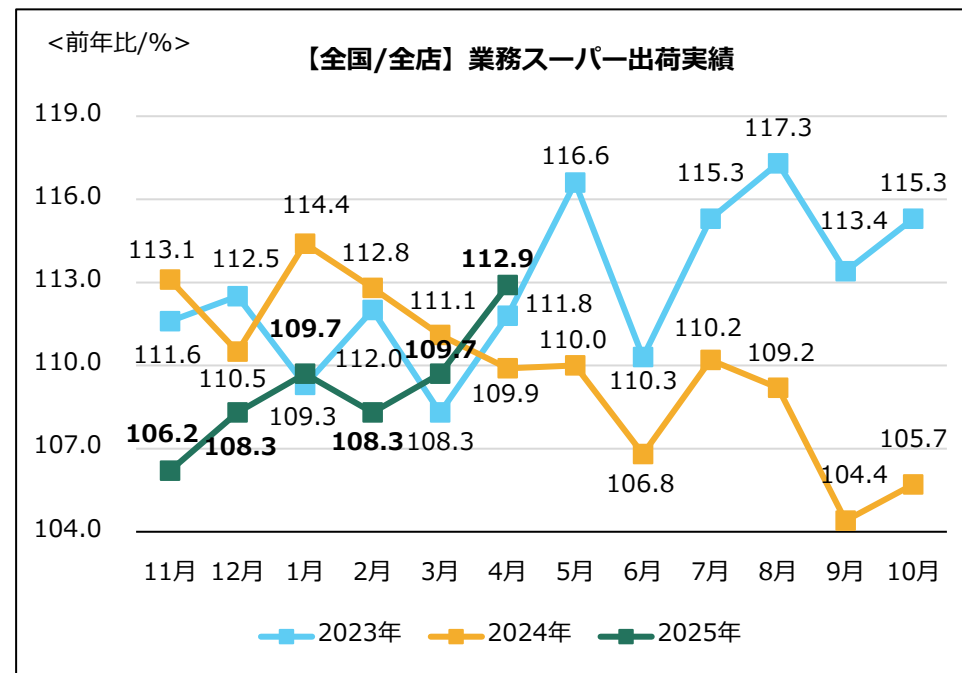
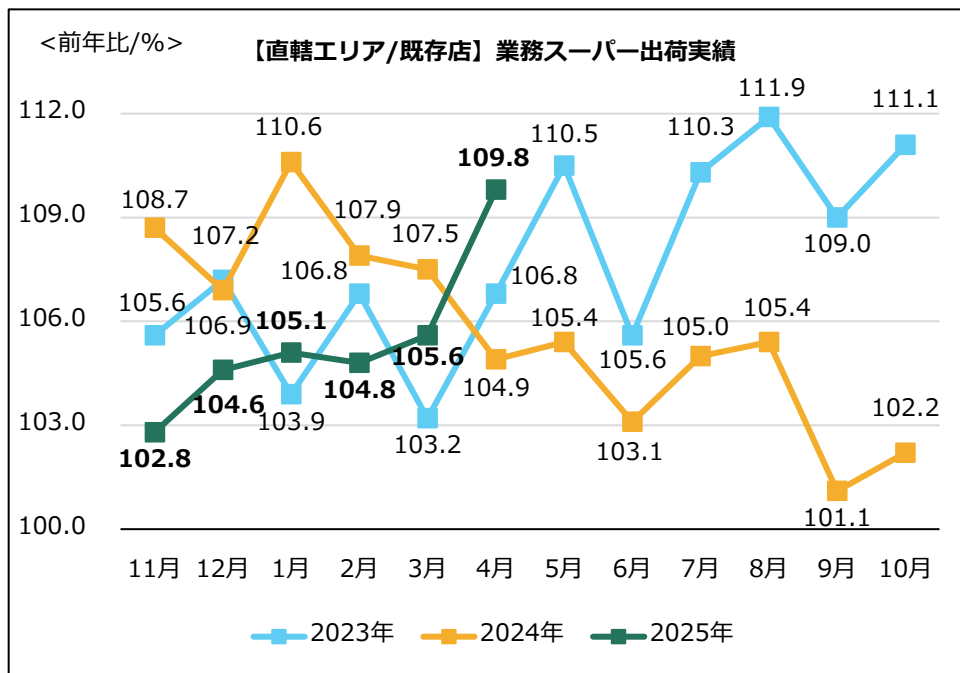
2024年4月末
1,062店舗



2025年4月末
1,105店舗 (+43店舗)



節約志向の高まりにより相対的な安さが支持され、前年比100%を超えて推移



【業務スーパーへの出荷実績（前年比）：％】

		2024年10月期			2025年10月期						
		上期	下期	通期	11月	12月	1月	2月	3月	4月	上期
直轄エリア	既存店	107.7	103.7	105.6	102.8	104.6	105.1	104.8	105.6	109.8	105.5
	全店	111.3	107.8	109.5	106.5	108.5	109.2	108.8	109.4	112.7	109.2
全国	全店	111.7	107.7	109.6	106.2	108.3	109.7	108.3	109.7	112.9	109.2

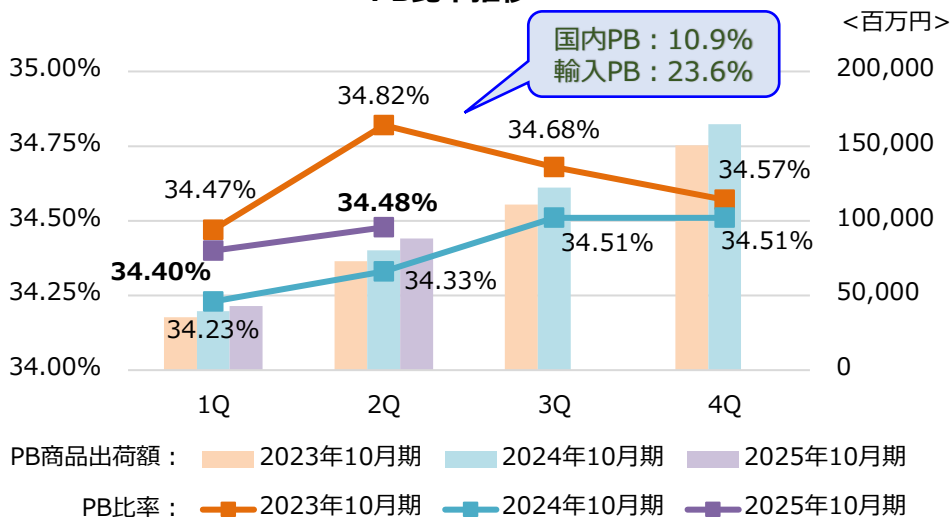
会計期間別
直轄エリア既存店
出荷実績

1Q：104.2%
2Q：106.8%

※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

PB比率推移



新工場のグループ化

- 4月1日から、上原食品工業株式会社が神戸物産グループに入り、国内の自社食品工場数は27工場となりました。
- 関東方面の製造拠点として、PB商品のさらなる充実化を目指します。
- 新工場では、鍋つゆやチキンカツなどを製造する予定です。

■ 自社PB商品（一例）



鶏竜田揚げ

1 kg 807円



オーガニック
ブロッコリー

400g 213円



じゃがチーズハットグ

1本 300円



Ca 鮭フレーク(160g)

160g 257円



ホイップクリーム大福
こしあん

650g 375円



冷凍讃岐うどん

200g×5食 178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

環境に配慮し、容器を瓶からパウチに

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。

- ワールドビュッフェ初の小型店舗であるニッケパークタウン加古川店が好調なスタート
- プレミアムカルビはメニュー改定などで仕入価格高騰への対応に努める
- 馳走菜では、順調に出店が進む



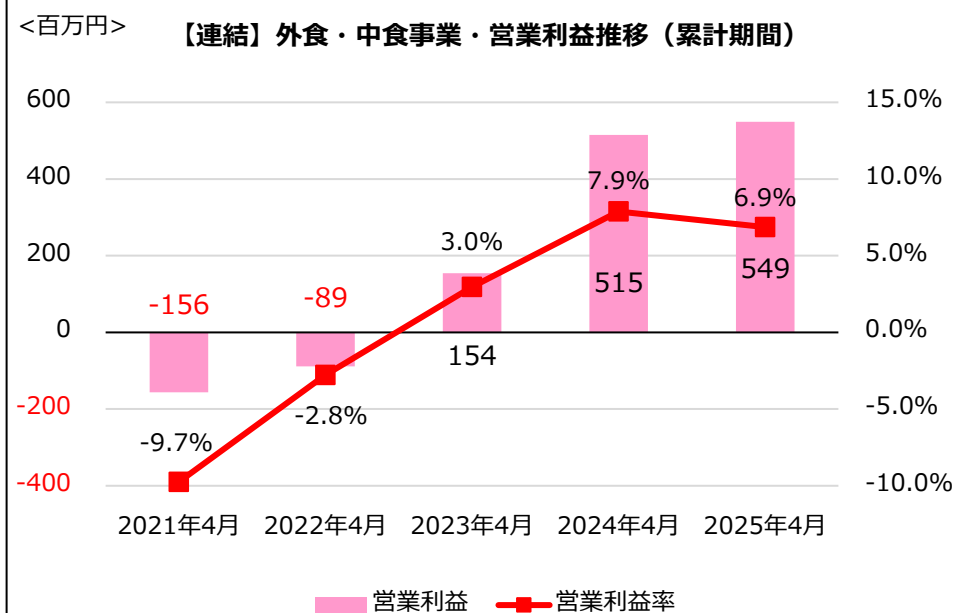
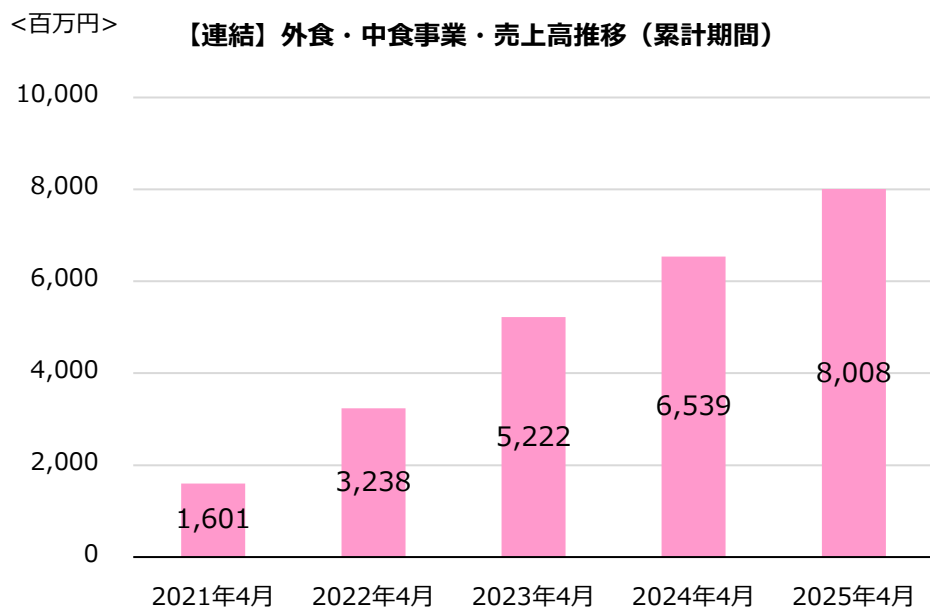
神戸クック・ワールドビュッフェ



プレミアムカルビ



馳走菜



神戸クック・ワールドビュッフェ

合計店舗数：17店舗（2025年4月末現在）

2Q累計期間：出店1店舗、退店0店舗（純増1店舗）

2Q会計期間：出退店なし



12 つくる責任
つかう責任



2025年第2四半期の取り組み

12月26日～3月31日に開催した韓国フェアは、これまでのフェアの中でもトップクラスの大人気フェアとして定着しました。4月1日～5月28日のイタリアフェアでは、イタリアンの定番メニューのほか、新たな取り組みとして出来立てのパスタを提供する“オーダーパスタ”を導入し、お客様から非常に好評を頂きました。今後は、麺類だけではなくスイーツや寿司などについてもオーダーメニューに追加する予定です。

1月30日に直営でオープンしたニッケパークタウン加古川店は順調に運営しており、多くのお客様にご利用いただいております。小型店舗のフランチャイズ展開に向け、今後も検証を続けていきます。

2025年10月期の見通し

商品戦略については、ターゲット層である女性客・ファミリー層を中心に引き続きご支持を頂けているため、女性やお子様に向けた商品開発と商品展開を継続してまいります。全体の売上・客数が継続して前期を上回ることを目指し、お客様が日常的にご利用いただけるように、他にはないメニュー構成、ボリュームと価格で満足いただけるサービスを提供します。競合他社との差別化を意識してワールドビュッフェ自体のブランドイメージを高めながら、さらなるフランチャイズ展開に向けて加盟店開発・店舗展開に一層注力してまいります。



3月末まで開催した韓国フェア

プレミアムカルビ

合計店舗数：22店舗（2025年4月末現在）

2Q累計期間：出退店なし

2Q会計期間：出退店なし



2025年第2四半期の総評

日吉店、新小岩店にて新たにドリンクバーを設置しました。これにより、人件費率の低減および顧客満足度の向上の効果が得られたため、他店舗でもドリンクバーを設置していく予定です。

今後も肉の仕入れ価格や継続的な人件費の高騰に対応するため、メニューの改定やオペレーションの見直しなどに取り組んでまいります。また、フランチャイズ化に向けても、引き続き進めてまいります。



3月～5月中旬の季節のデザート



省人化の取り組みとしてドリンクバーを設置

馳走菜（ちそうな）

合計店舗数：142店舗（2025年4月末現在）

2Q累計期間：出店12店舗、退店なし（純増12店舗）

2Q会計期間：出店8店舗、退店なし（純増8店舗）



好調の背景

米などの原材料の価格高騰が続く中で、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。加えて、業務スーパーの集客力向上というシナジー効果が大きいため、加盟店の出店意欲も依然として高い状態です。

また、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。

業務スーパーの出店に伴って店舗数を拡大しつつ、引き続きラインナップを広げ、お客様にとってより魅力的で満足いただける商品開発・売り場づくりに努めてまいります。



※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。



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。太陽光発電所及び木質バイオマス発電所を運営しています。

太陽光発電所： 19カ所（81.0MW）

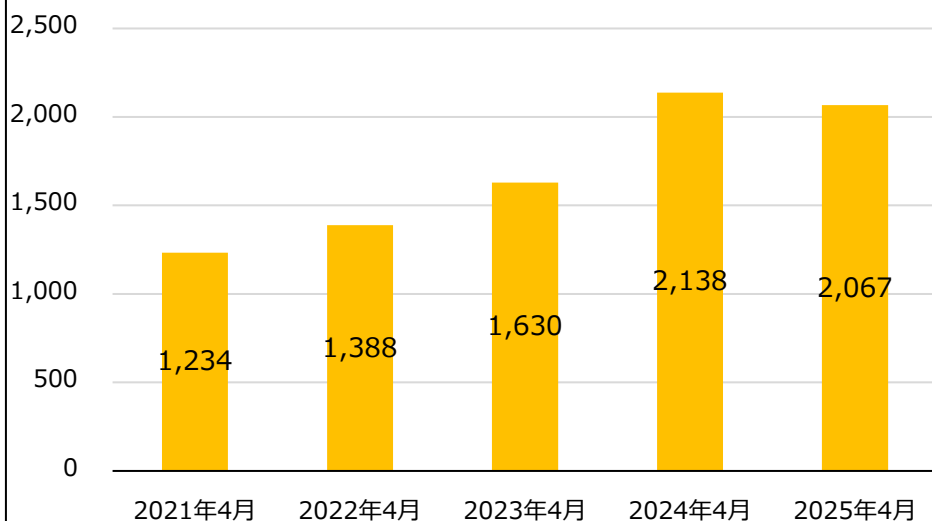
木質バイオマス発電所： 1カ所（6.2MW）

- 電力会社からの出力抑制指示の増加や、天候不順による日射量低減の影響を受ける
- 営業利益は第1四半期の原価計算方法見直しの影響が残る

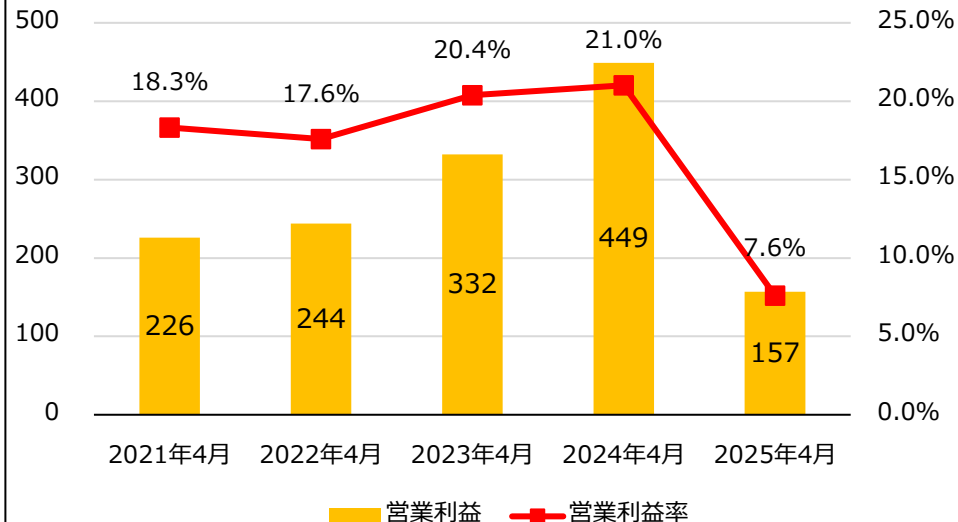


【写真】阿波太陽光発電所

<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）

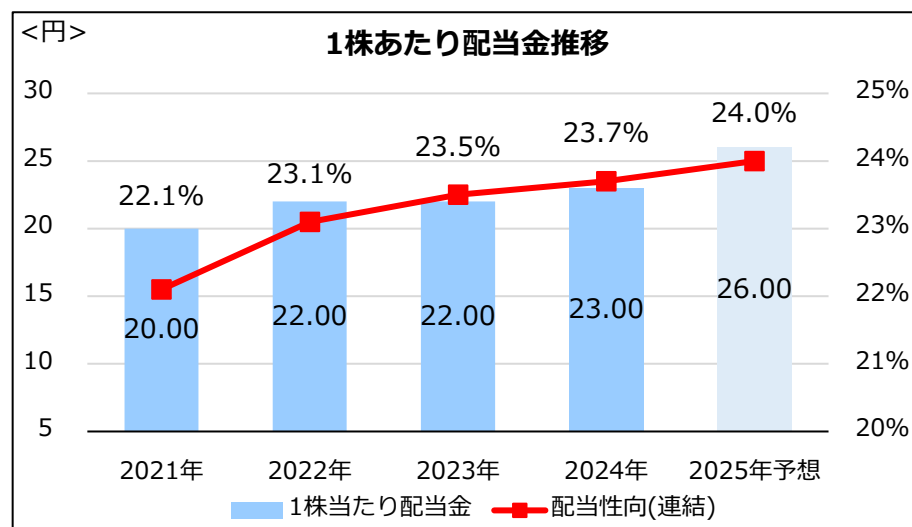


配当金推移

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。

2024年10月期は例年通り年1回の期末配当で、直近の配当予想のとおり、1株当たり23円00銭を実施しました。

なお、2025年10月期の配当は26円00銭を予定しております。



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。この度、株主様の利便性を高めるとともに、株主様により一層ご満足いただけるサービスの提供を目的として、優待内容を変更させていただくことといたしました。2025年10月31日時点の株主名簿に記載または記録された株主様より、保有年数及び保有株式数に応じて「Gyomucaカード」を贈呈いたします。

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	Gyomucaカード 1,000円分	Gyomucaカード 3,000円分
1,000株以上2,000株未満	Gyomucaカード 10,000円分	Gyomucaカード 15,000円分
2,000株以上	Gyomucaカード 15,000円分	Gyomucaカード 20,000円分



Gyomuca詳細はこちらから

<https://www.gyomusuper.jp/gyomuca/index.php>

※ご希望の株主様には、Gyomucaカードと引換えに額面相当のVISAギフトカードまたはP B商品詰め合わせをお送りします。

2025年10月期業績予想

(単位：百万円)

	2 Q実績	2025年10月期予想	進捗率
売上高	272,306	525,000	51.9%
営業利益	19,086	37,700	50.6%
親会社に帰属する当期純利益	14,267	24,000	59.5%

2025年10月期予想に対する業務スーパー事業ガイドライン

	2025年10月期目標	アクションプラン
出店目標	34店舗の純増	関東を中心とした店舗開発やリロケーションの促進 本部主導の物件情報収集の強化
既存店成長	101~102%以上	節約志向の消費者の取り込み SVによる店舗運営の指導強化で、売上向上を目指す
商品開発	PB比率の上昇	関連会社での商品開発及び外貨商品の開発への注力

- 本資料には、2025年6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・広報課
TEL：079-458-0339