



2023年3月期 第3四半期決算説明資料

2023.2.7



愛と喜びのある食卓をいつまでも

Lasting love and joy at your table



ハイライト

- 当3Q累計期間の売上高は13,183百万円（前年同期比+25.6%）、営業利益は1,178百万円（同+10.2%）と増収増益を達成。
- 新型コロナウイルス感染症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、当社グループ店舗においては、既存店（※）客数の減少は軽微にとどまった。一方、既存店客単価が前年同期を上回り、既存店売上高は前年同期を超えて推移。
- ホールセール、グローバルの売上高が堅調な伸び。当3Q累計期間の売上高は、ホールセールが前年同期比+40.6%、グローバルが+157.1%と大きく成長。
- FCやホールセールの売上高の伸びによる売上高構成比の変化に加え、昨今の原材料費・商品調達価格の上昇及び円安等の影響により売上原価が上昇、当3Q累計期間の売上高総利益率は前年同期比▲2.2ptと悪化。
- 2022年12月に東証グロース市場に上場。1,987百万円の公募増資資金を調達し、当3Q会計期間末の自己資本比率は40.7%（前連結会計期間末20.9%）と大きく改善。

※当社グループは、開店後18か月以上経過した店舗を「既存店」としております。

連結業績概要

- 当3Q累計期間は、売上高、各段階利益において増収・増益を達成。
- 原材料・商品調達価格の上昇及び円安等の影響により、当3Q累計期間の売上総利益率は前年同期比▲2.2ptと悪化。9月と12月に商品販売価格の値上げを行い、店舗の利益率は改善したものの、ホールセールの販促費増加等の要因によって、当3Q会計期間においても売上総利益率は前年同期比▲1.9ptに悪化。

単位:千円	1Q～3Q(2022/4～2022/12)			3Q(2022/10～2022/12)		
		前期実績	前年同期比		前期実績	前年同期比
売上高	13,183,128	10,496,433	+25.6%	5,055,894	4,304,157	+17.5%
売上原価	7,977,850	6,124,372	+30.3%	3,082,092	2,543,518	+21.2%
売上総利益	5,205,277	4,372,060	+19.1%	1,973,802	1,760,638	+12.1%
売上総利益率	39.5%	41.7%	▲2.2pt	39.0%	40.9%	▲1.9pt
販管費	4,027,095	3,303,332	+21.9%	1,463,580	1,257,091	+16.4%
営業利益	1,178,182	1,068,727	+10.2%	510,222	503,547	+1.3%
営業利益率	8.9%	10.2%	▲1.3pt	10.1%	11.7%	▲1.6pt
経常利益	1,207,945	1,086,247	+11.2%	523,120	508,390	+2.9%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	789,142	696,739	+13.3%	327,275	309,299	+5.8%

販売チャネル別売上高

- 店舗(直営・FC)・・・既存店(※)客数は前年同期をやや下回って推移したものの、1回当たり商品購買点数の増加や1点当たり単価の上昇によって、既存店客単価は前年同期を上回り、既存店売上高は前年同期を超えて推移。新規出店は計画通りに進捗し、店舗数は前連結会計年度末と比較して9店舗増加。
- EC ……………メディア効果とギフトブランド認知の高まりにより、前年同期比+16.2%と伸長。
- ホールセール ……大手小売チェーンへの販売が拡大し、前年同期比+40.6%と大きく成長。
- グローバル ……米国での新規顧客拡大、台湾での大手小売チェーンへの販売拡大により、前年同期比+157.1%と大きく成長。

単位：千円	1Q～3Q(2022/4～2022/12)					3Q(2022/10～2022/12)		
		構成比	前期実績		前年同期比		前期実績	前年同期比
				構成比				
直営	4,770,988	36.2%	4,045,484	38.5%	+17.9%	1,875,109	1,664,071	+12.7%
FC	4,565,784	34.6%	3,817,360	36.4%	+19.6%	1,782,919	1,502,999	+18.6%
EC	832,833	6.3%	716,888	6.8%	+16.2%	334,484	253,621	+31.9%
ホールセール	2,311,791	17.6%	1,643,790	15.7%	+40.6%	826,342	766,984	+7.7%
グローバル	701,731	5.3%	272,909	2.6%	+157.1%	237,039	116,479	+103.5%
合計	13,183,128	100.0%	10,496,433	100.0%	+25.6%	5,055,894	4,304,157	+17.5%

※当社グループは、開店後18か月以上経過した店舗を「既存店」としております。

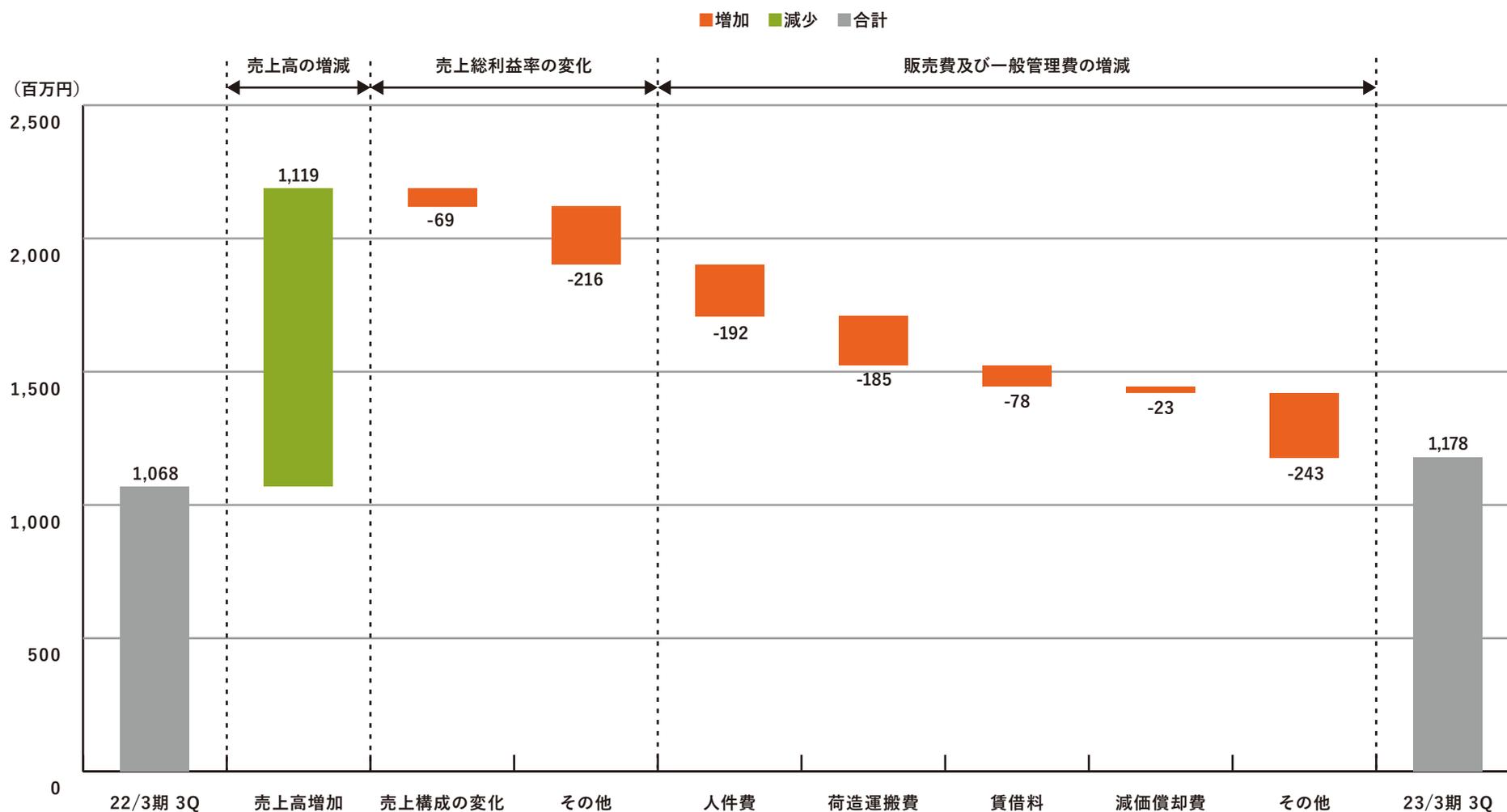
販管費の状況

- 直営売上高の構成比が前年同期比で減少し、人件費の売上高比率が低下。
- 荷造運搬費は、売上高の増加に比例して増加。同じく直営売上高に連動する貸借料も直営売上高の増加に比例して増加。
- 上記のほか、直営店運営に係る店舗運営費、国内外出張に係る旅費交通費、マーケティング関連費用等の増加に加えて、上場準備関連の費用を計上したことで、販管費「その他」が増加。

単位:千円	1Q~3Q(2022/4~2022/12)					3Q(2022/10~2022/12)		
		売上高 構成比	前期実績		前年 同期比		前期実績	前年 同期比
				売上高 構成比				
人件費	1,657,440	12.6%	1,464,662	14.0%	+13.2%	596,276	535,747	+11.3%
荷造運搬費	803,250	6.1%	617,640	5.9%	+30.1%	292,924	237,631	+23.3%
貸借料	472,128	3.6%	393,761	3.8%	+19.9%	186,156	161,501	+15.3%
減価償却費	118,206	0.9%	94,288	0.9%	+25.4%	43,029	38,565	+11.6%
その他	976,068	7.3%	732,980	6.9%	+33.2%	345,193	283,646	+21.7%
合計	4,027,095	30.5%	3,303,332	31.5%	+21.9%	1,463,580	1,257,091	+16.4%

連結営業利益 前年同期比

原材料・商品調達価格の上昇及び円安等の影響による売上総利益率の悪化に加え、前述の販管費の増加が減益要因となるも、売上高の成長（前年同期比+25.6%）による増益効果がそれらを上回り、営業利益は前年同期比+10.2%増加。



連結業績予想に対する進捗率

通期業績予想に対するグループ業績及び各チャネル別売上高の進捗は順調。

■ 連結業績予想に対する進捗率

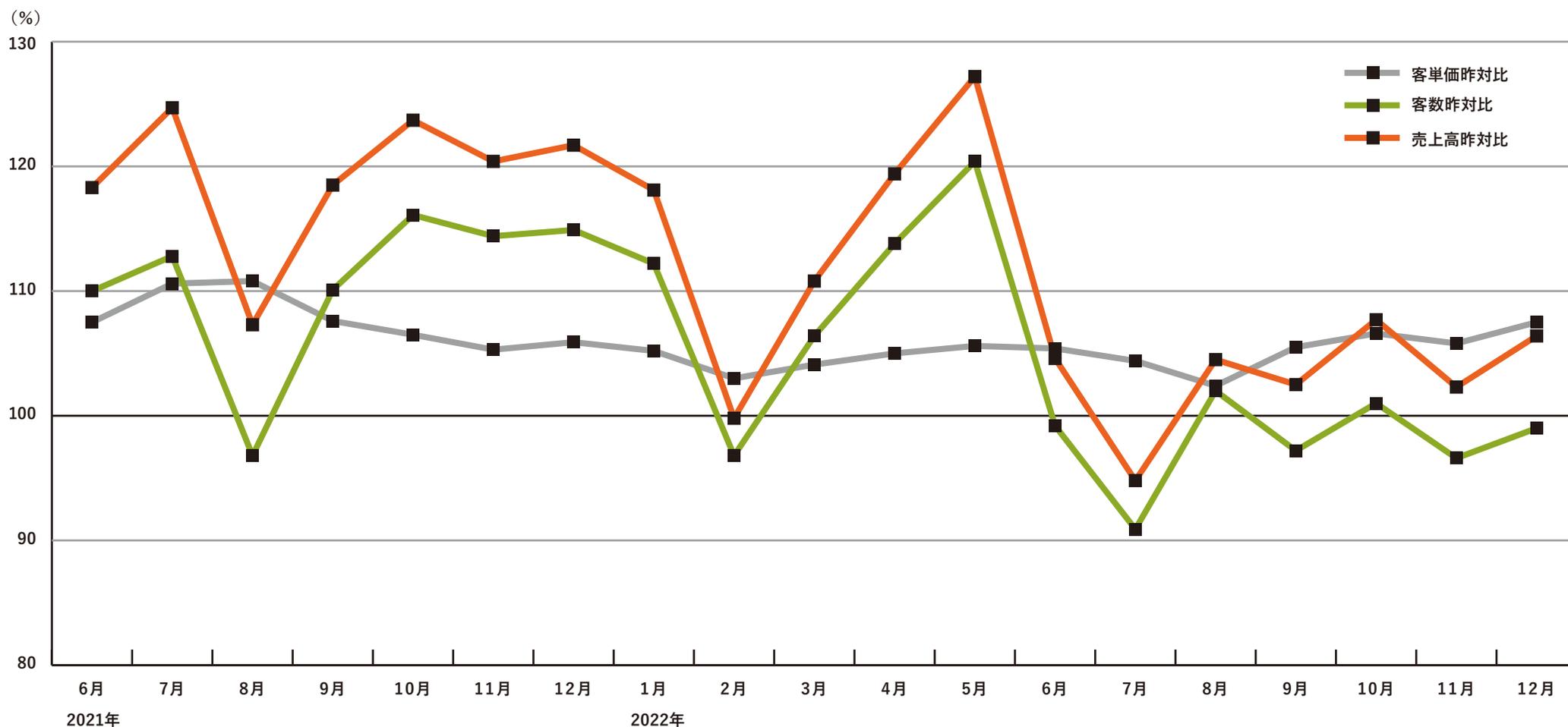
単位:百万円	1Q～3Q(2022/4～2022/12)		
		業績予想	進捗率
売上高	13,183	16,938	77.8%
営業利益	1,178	1,333	88.4%
営業利益率	8.9%	7.9%	—
経営利益	1,207	1,314	91.9%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	789	942	83.8%

■ 販売チャネル別売上高予想に対する進捗率

単位:百万円	1Q～3Q(2022/4～2022/12)		
		業績予想	進捗率
直営	4,770	5,982	79.8%
FC	4,565	5,781	79.0%
EC	832	997	83.5%
ホールセール	2,311	3,295	70.2%
グローバル	701	882	79.6%
合計	13,183	16,938	77.8%

既存店(※)売上高・客数・客単価推移

- 既存店客数は、新型コロナウイルス感染症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る。
- 既存店客単価は、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。
- 以上の結果、既存店売上高は、概ね前年同期を超える水準を維持。



※当社グループは、開店後18か月以上経過した店舗を「既存店」としております。

業態別店舗数

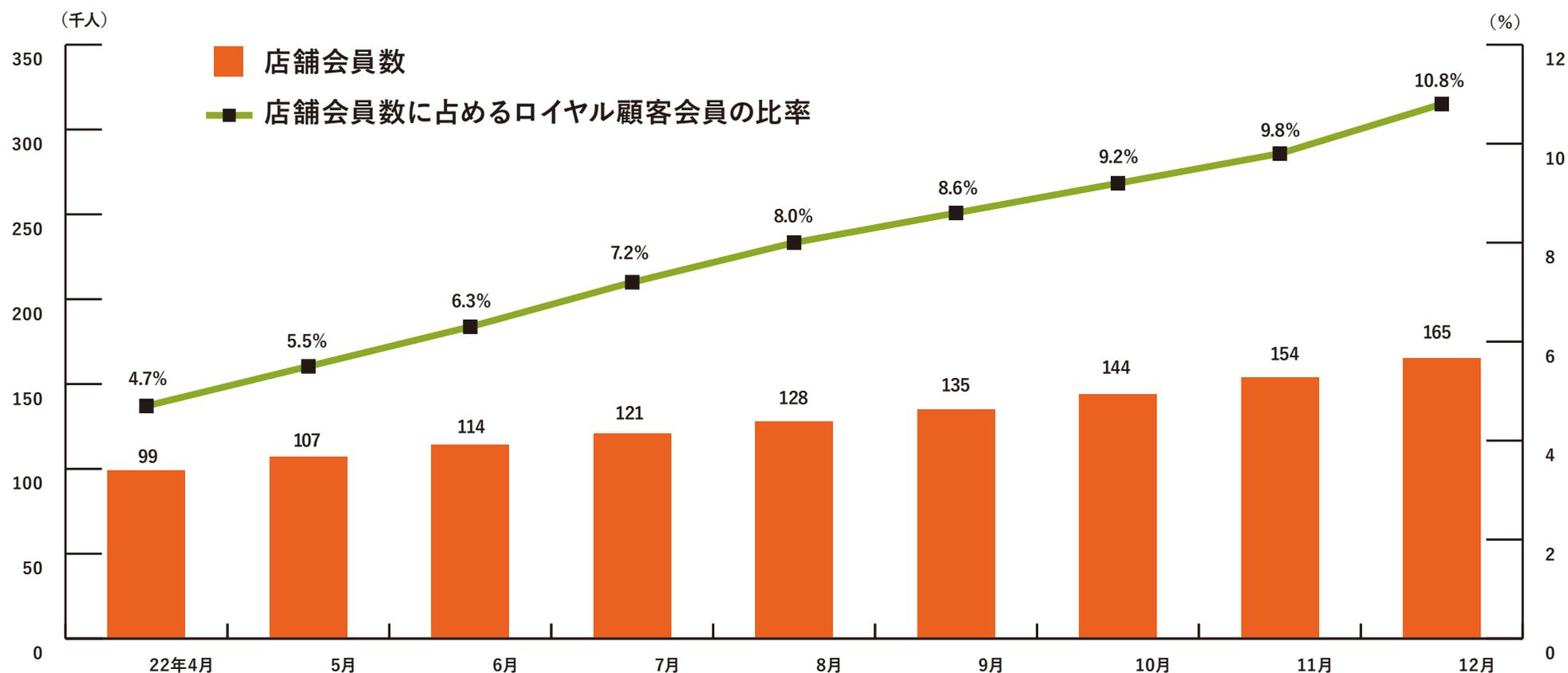
- 当3Q累計期間において、サンクゼール業態1店舗(直営)、久世福商店業態8店舗(直営1店舗、FC7店舗)の計9店舗を新規出店。当3Q累計期間中の退店は無し。
- 期中に直営1店舗をFCへ運営主体の切り替えを行い、下表では直営の減少とFCの増加として記載。

単位:店舗		2022年 3月末 店舗数	2022年12月末(2022/4~2022/12)			2022年12月末(2022/10~2022/12)		
			出店	退店	店舗数	出店	退店	店舗数
サンクゼール業態	直営	11	1	0	12	1	0	12
	FC	4	0	0	4	0	0	4
	合計	15	1	0	16	1	0	16
久世福商店業態	直営	42	1	1(※)	42	1	0	42
	FC	90	8	0	98	3	0	98
	合計	132	9	1	140	4	0	140
全業態合計	直営	53	2	1	54	2	0	54
	FC	94	8	0	102	3	0	102
	合計	147	10	1	156	5	0	156

※直営からFCへ運営主体の切り替えを行っております。

店舗会員数・ロイヤル顧客比率

- 2021年4月に公式アプリを開始。以降、同アプリに登録しているお客様の数は、安定して増加。
- 当社のファンとなっただけのお客様を増やすために、自社小売店舗でのヒアリングやアンケートを通じてお客様のニーズを深掘り。店舗会員数に占めるロイヤル顧客の比率が上昇中。



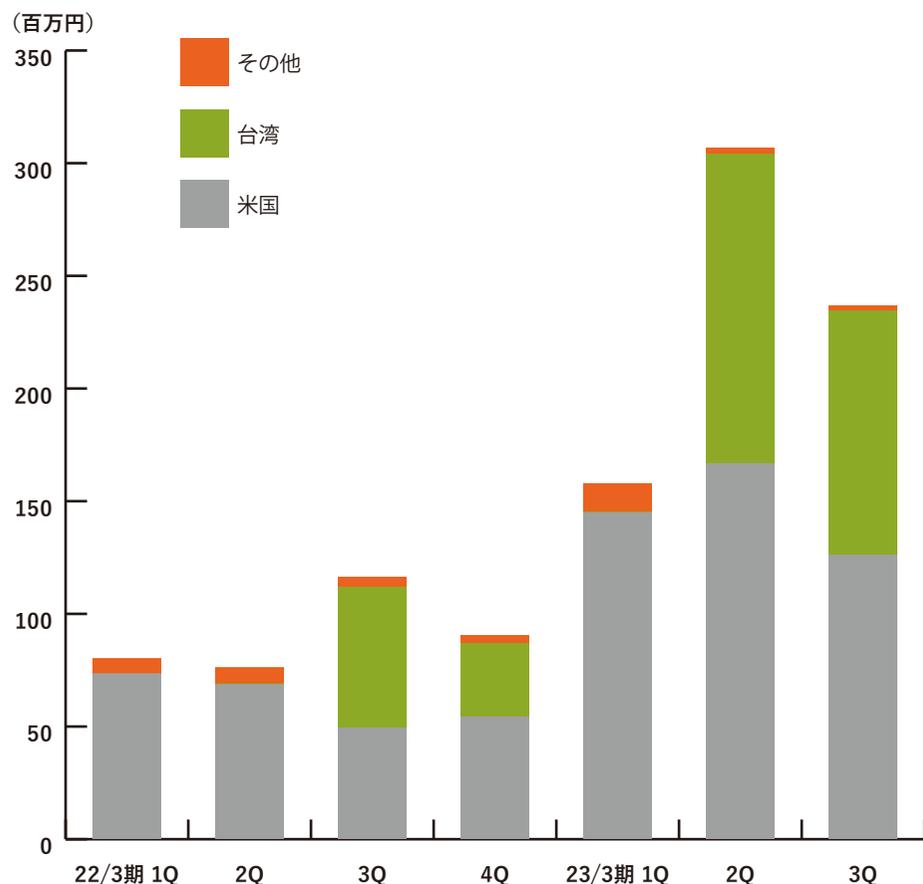
※1. 左のグラフはEC会員を含まない店舗をご利用いただいているお客様会員数を示しております。

※2. 当社公式アプリにご登録いただいているお客様会員のうち、基準日(各月末)から起算して7ヶ月間の購入金額の合計金額が当社が定める基準金額を超えるお客様会員を「ロイヤル顧客」と定義しております。

グローバルの状況：国別売上高

当3Q累計期間の国別売上高は、米国向け売上は前年同期比+128.7%、台湾向け売上は同+291.4%とそれぞれの地域で大きく成長。

国別売上高



ハイライト

米国

- 取引先チェーンへ当社オリジナル棚仕器を導入して販売する施策が奏功。
- 「あんバター」「七味なめ茸」等の商品が大手小売チェーンに採用され、売上高が増加。

台湾

- 前3Qに大手スーパーチェーンへの販売を開始。その後、当社商品の販促イベントの開催や季節商品としての採用につながり、売上高が増加。

その他

- 第1四半期累計期間にオーストラリアの大手小売チェーンとの取引を開始。

※最終販売国別に集計しております。

貸借対照表

- 東証グロース市場への上場に伴って実施した公募増資により1,987百万円を調達。
- 売上高の増加により、売掛金及び棚卸資産が増加。

単位：千円	2021年 12月末	2022年 3月末	2022年12月末		
				前年同期比	前期末比
現金及び預金	1,444,110	1,249,371	3,248,262	+124.9%	+160.0%
売掛金	1,955,888	1,408,708	2,196,420	+12.3%	+55.9%
棚卸資産	1,280,681	1,394,197	1,774,638	+38.6%	+27.3%
その他流動資産	98,966	108,126	135,348	+36.8%	+25.2%
貸倒引当金	▲44	▲66	▲62	—	—
流動資産合計	4,779,602	4,160,337	7,354,607	+53.9%	+76.8%
固定資産合計	2,327,627	2,304,114	2,552,256	+9.7%	+10.8%
資産合計	7,107,229	6,464,452	9,906,864	+39.4%	+53.3%
負債合計	6,015,123	5,108,670	5,877,254	▲2.3%	+15.0%
純資産合計	1,092,105	1,355,782	4,029,609	+269.0%	+197.2%
自己資本比率	15.3%	20.9%	40.7%	+25.3pt	+19.7pt

ROIC・ROE

- FCを中心とした新規出店に加え、EC・ホールセール・グローバルの店舗以外のチャネルの売上高が成長していることで、高いROICを実現。

■ ROIC(当第3四半期累計期間)

13.9%

計算式

営業利益 × (1 - 実効税率)

—————
(株主資本 + 有利子負債) (※)

■ ROE(当第3四半期累計期間)

20.5%

計算式

親会社株主に帰属する四半期純利益

—————
自己資本 (※)

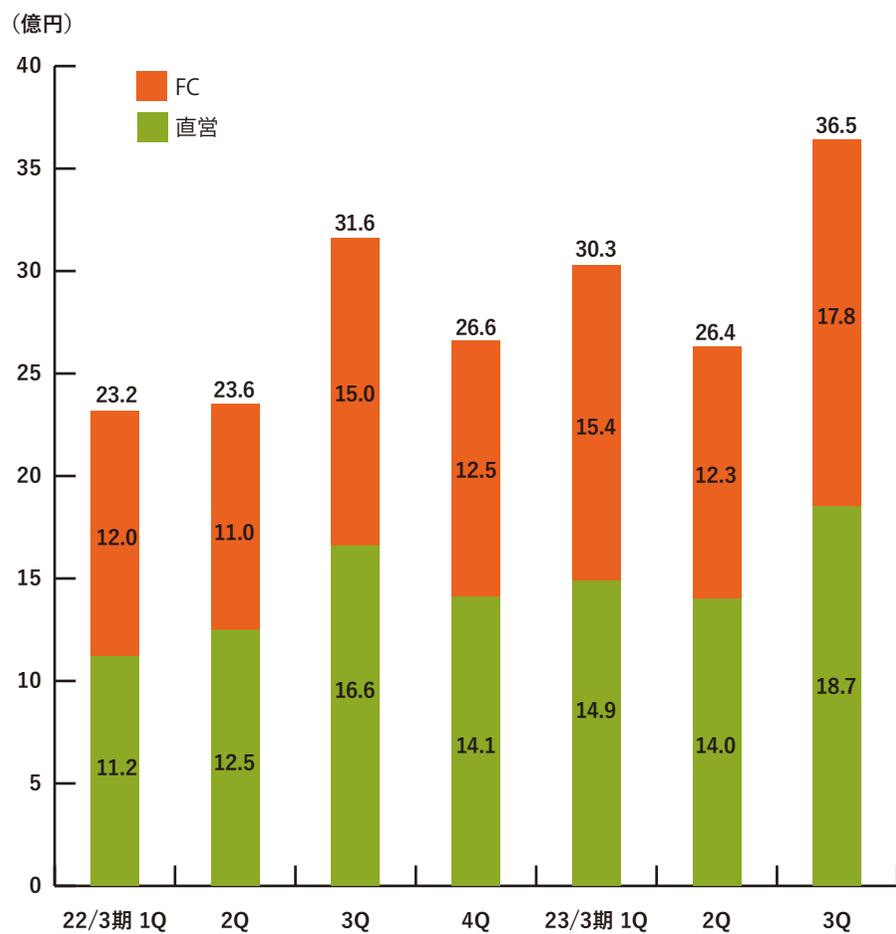
※当連結会計年度期首残高と当第3四半期連結会計期間末残高の平均値により算出しております。なお、上場に伴う公募増資による株主資本の増加額については、当連結会計年度の期首に公募増資を行ったものと仮定し、各指標の計算を行っております。

ご注意事項

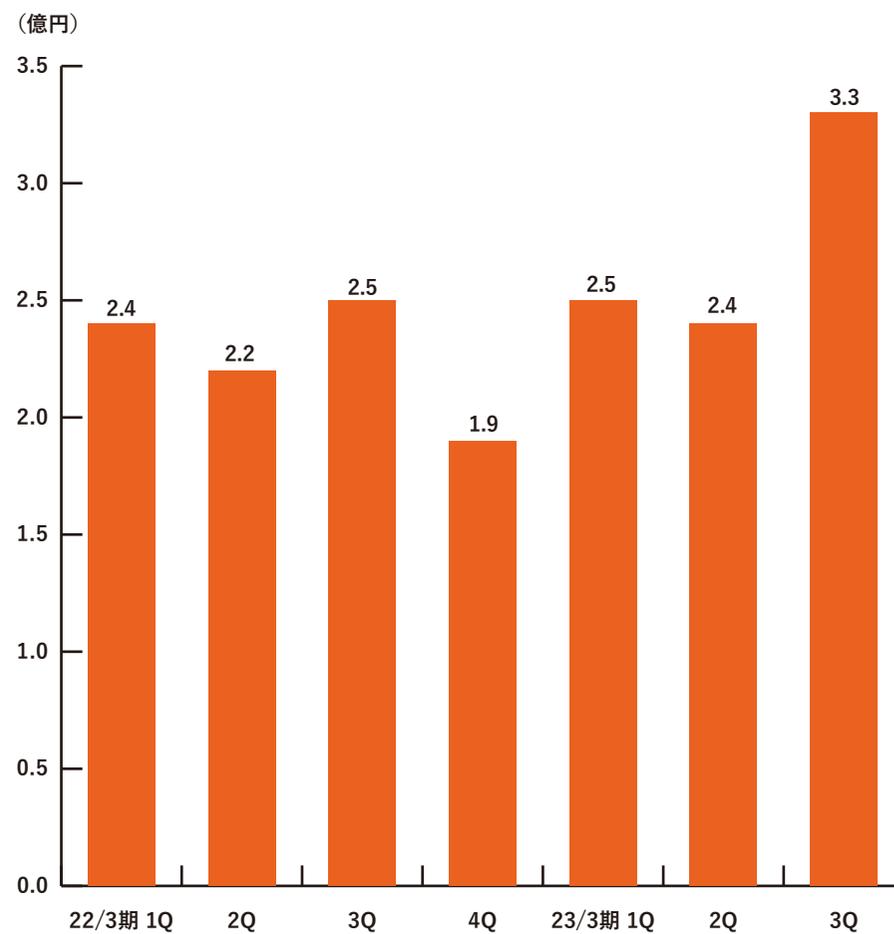
本資料に記述されている当社の業績予想、将来予測などは、当社が作成時点で入手可能な情報に基づいて判断したものであり、今後の国内及び海外の経済情勢、内外の状況変化や様々な外部要因・内部要因の変化により、実際の業績、成果はこれら見通しと大きく異なる結果となる可能性があることをご承知おき下さいますよう、お願いいたします。

販売チャネル別実績（店舗・EC）

■ 四半期売上高（店舗）

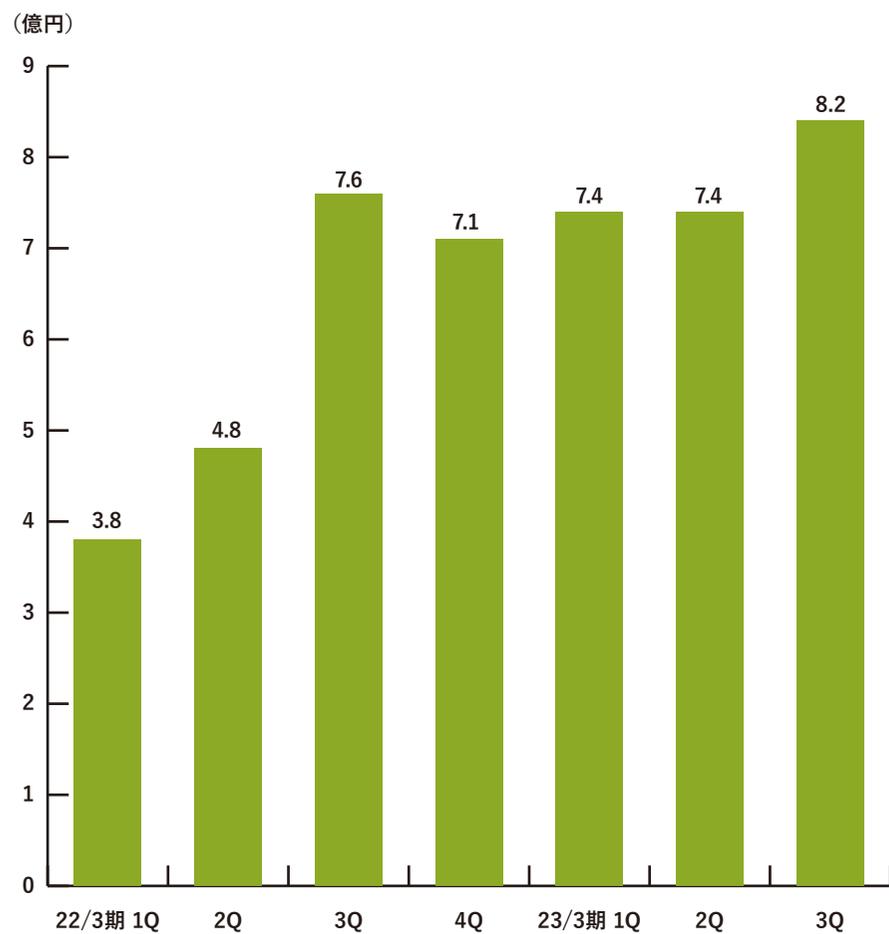


■ 四半期売上高（EC）

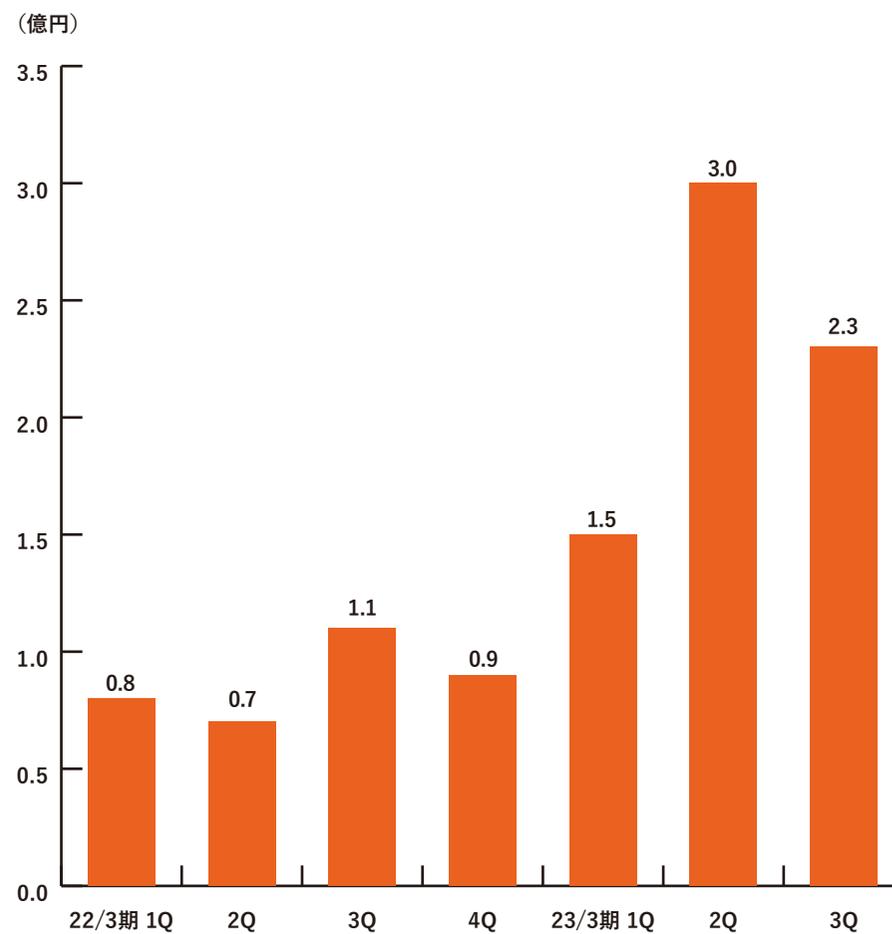


販売チャネル別実績（ホールセール・グローバル）

■ 四半期売上高（ホールセール）



■ 四半期売上高（グローバル）



第3四半期情報 ① 新商品 (10月)



サンク
ゼール

紅ずわい蟹の
トマトクリームソース



久世福
商店

北海道産小豆の
こしあんバター



久世福
商店

芳醇で旨み引き立つ
からすみのオイルソース



久世福
商店

桜えび華やぐ
国産大葉のジェノベーゼ



久世福
商店

ちりめんじゃこの
こく旨ペペロンチーノ

第3四半期情報 ② 新商品(11月)



サンク
ゼール

トリュフ香る
チーズクリームソース



サンク
ゼール

久世福
商店

牛乳と混ぜる
フルーツミルクの素



サンク
ゼール

わたしの毎日スープ
バイヤベース



サンク
ゼール

わたしの毎日スープ
蟹のビスク

第3四半期情報 ③ 新店

10/19
OPEN



サンク
ゼール

サンクゼール ファクトリーアウトレット
ふかや花園店



久世福
商店

久世福商店 プレミアムアウトレット
ふかや花園店

11/18
OPEN



久世福
商店

久世福商店
ユニモチはら台店



タンザニア支援

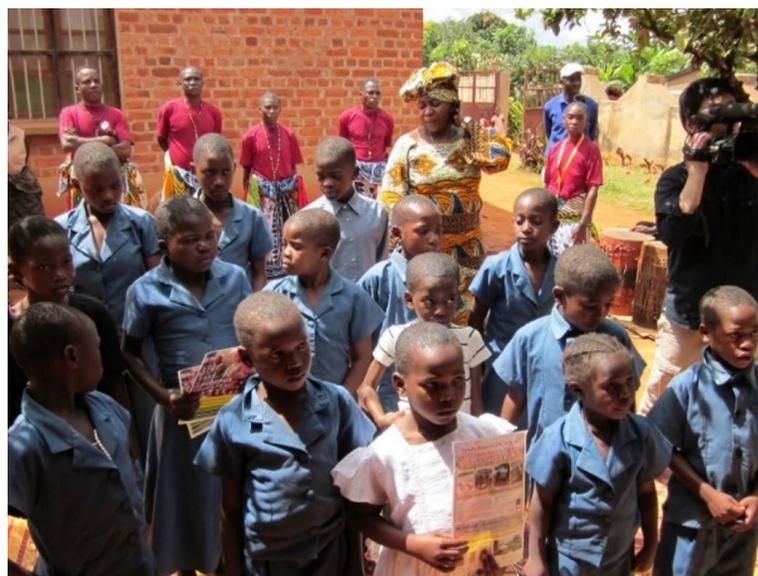


タンザニアで孤児になった子供たちの支援を行うNPO法人ムワンガザファウンデーションに対し、当社商品の生産金額の一部を寄附。



2022年4月~12月の
累計寄附額

720万円



2022年10月~12月の
寄附額

277万円

7 エネルギーをみんなに
そしてクリーンに13 気候変動に
具体的な対策を15 陸の豊かさも
守ろう

森を守る活動

次世代へ豊かな自然環境をつなげることを目的に、当社オフィスがある長野県上水内郡信濃町の森を守る活動に従事。

■「アファンの森財団」オフィシャルスポンサー

故C.W.ニコル氏が創設した「一般財団法人アファンの森財団」とオフィシャルスポンサー契約を締結し、次世代に向けた森林保護活動をサポート。



■森林保護プロジェクト

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。





食品ロス削減の取組み

「ワイン用ぶどう」を絞った後の残渣(ざんさ)を、化粧品の原料や家畜の飼料に活用

