



St.Cousair

サンクゼール

2026年3月期
決算説明資料

2026年5月12日

株式会社サンクゼール（証券コード：2937）

愛と喜びのある 食卓をいつまでも

Lasting love and joy at your table



Bonnie's Jams

DISCOVER the TASTE of FRUIT



01 | 2026年3月期 連結決算

02 | 取組みの成果と直近の課題

03 | 2027年3月期 事業方針

04 | Appendix

01 | 2026年3月期 連結決算

02 | 取組みの成果と直近の課題

03 | 2027年3月期 事業方針

04 | Appendix

ハイライト

売上高

20,600百万円

前年同期比 +5.8%
(前年同期 19,467 百万円)

売上総利益

7,365百万円

前年同期比 +8.6%
(前年同期 6,779 百万円)

営業利益

791百万円

前年同期比 ▲5.3%
(前年同期 835 百万円)

当期純利益

618百万円

前年同期比 +76.4%
(前年同期 350 百万円)

売上高は前年同期比で5.8%の増加。ホールセールとグローバルが売上进行を牽引。

- 店舗(直営・FC)売上高は、前年同期比0.1%減の13,517百万円。既存店※1お客様数が前年同期比で減少傾向が続く。
- EC売上高は、ギフト需要の伸び悩みにより前年同期比5.1%の減少。
- ホールセールは大手小売チェーンの販売が回復し、前年同期比22.9%の増加。
- グローバルは米国及び台湾での売上増により、前年同期比29.5%増と堅調に推移。

売上総利益率は35.8%となり、前年同期比で1.0pt増。

- 利益率の高い商品群の販促活動推進や、FC卸価格の適正化等により、売上総利益は前年同期比で8.6%増となり、売上成長率5.8%を上回る。

営業利益率は3.8%となり、前年同期比で0.5pt減。

- 販管費の増加が売上総利益の増加を上回り、営業利益率は前年同期比で減少。

当期純利益は前期計上した減損損失の影響により、前年同期比で76.4%増。

※1 当社グループは、開店後18カ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

(単位:千円)	通期 (2025/4~2026/03)			4Q会計期間 (2026/01~2026/03)		
		前年実績	前年同期比		前年実績	前年同期比
売上高	20,600,612	19,467,260	5.8%	5,188,852	4,818,907	7.7%
売上原価	13,235,402	12,687,615	4.3%	3,385,076	3,151,333	7.4%
売上総利益	7,365,209	6,779,644	8.6%	1,803,775	1,667,573	8.2%
売上総利益率	35.8%	34.8%	+1.0pt	34.8%	34.6%	+0.2pt
販管費	6,573,769	5,943,649	10.6%	1,652,394	1,446,278	14.3%
営業利益	791,440	835,995	▲5.3%	151,380	221,295	▲31.6%
営業利益率	3.8%	4.3%	▲0.5pt	2.9%	4.6%	▲1.7pt
経常利益	861,051	845,069	1.9%	169,827	176,074	▲3.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	618,234	350,434	76.4%	137,348	47,579	188.7%

販管費の状況

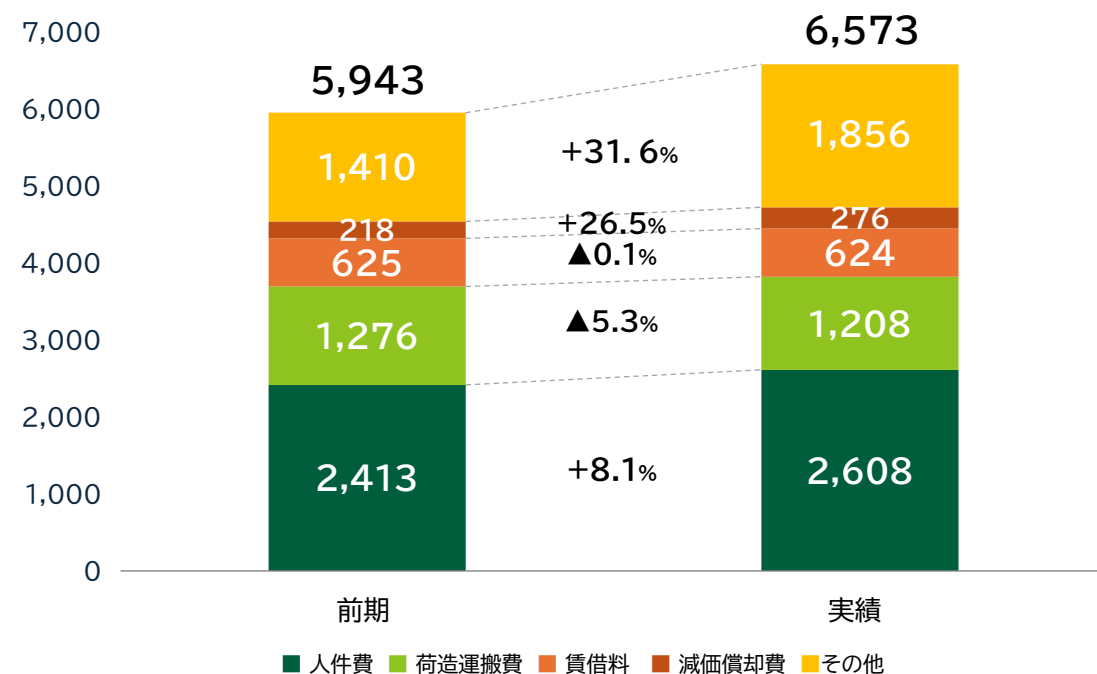
販管費は前期比で630百万円(10.6%)の増加。

- 人件費 …… ベースアップの実施等により、前年同期比194百万円(8.1%)の増加
- 荷造運搬費 …… 商品運搬の見直しやセット加工の内製化等により、同67百万円(5.3%)の削減
- 減価償却費 …… 直営の新店出店や改装費、SCIの事業譲受に関する費用等の計上により、同57百万円(26.5%)の増加
- その他 …… ホールセール事業及びグローバル事業の売上アップに向けた戦略的な販促費の増加等により、同445百万円(31.6%)の増加

連結通期

(2025年4月～2026年3月)

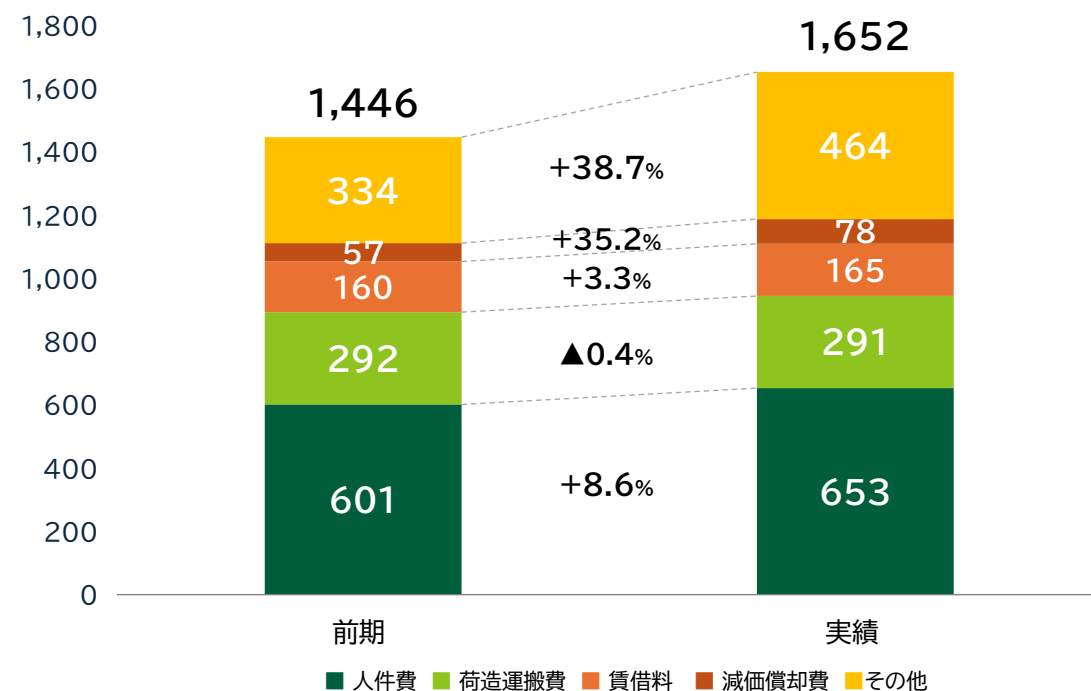
(単位:百万円)



第4四半期連結会計期間

(2026年1月～2026年3月)

(単位:百万円)



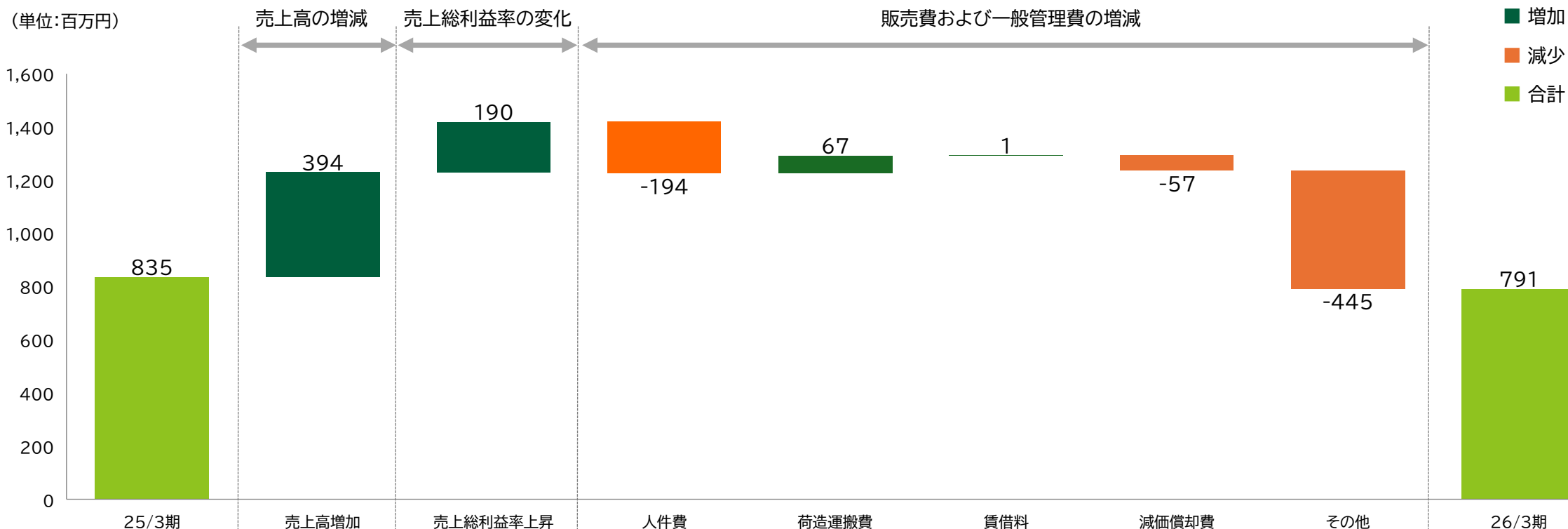
※数値データは別途Appendixに掲載しております

連結営業利益 前年同期比

原材料価格の高騰が続くも、利益率の高い商品群の販促活動推進やFC向け卸価格の適正化等により、売上総利益率は改善。

一方で、人件費や販促費等、将来の成長に向けた先行投資による販管費の増加により、営業利益は前年同期比で44百万円の減少となる。

連結営業利益の増減要因

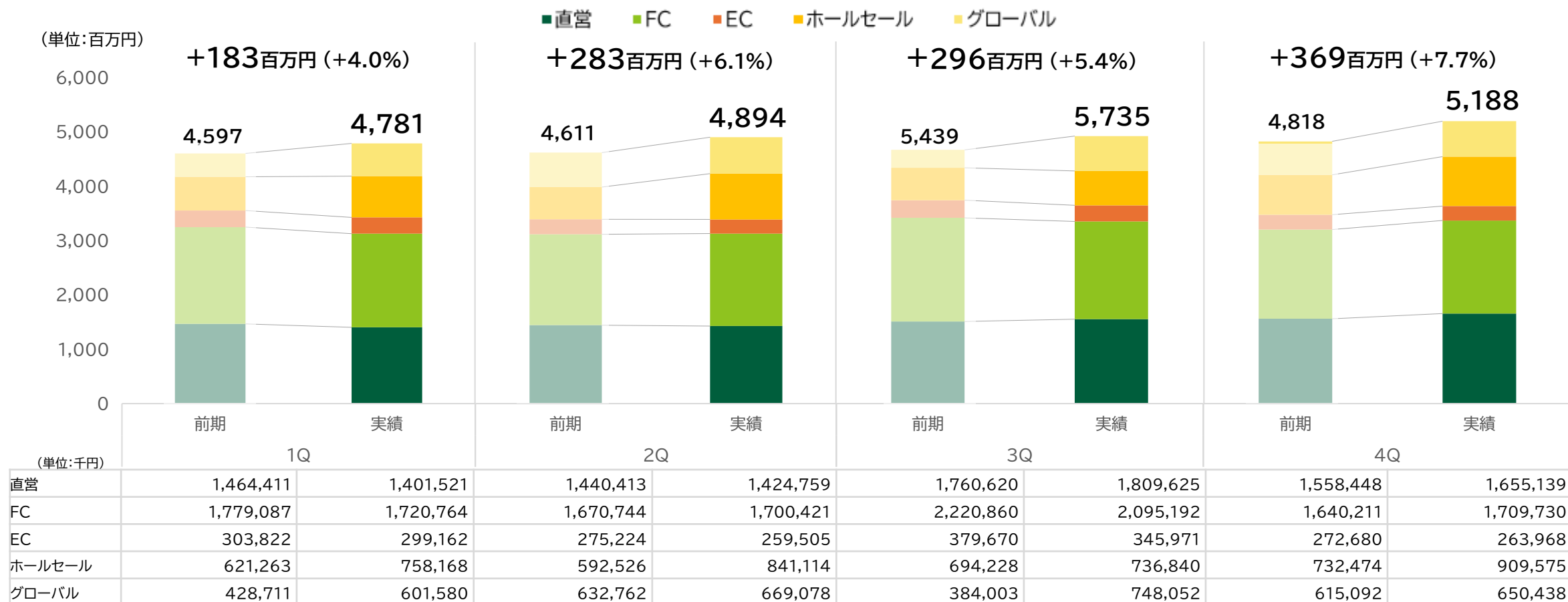


連結売上高推移

全ての四半期で前期実績を上回る。

- 通期で、ホールセール、グローバルが全体の売上高を牽引。
- BtoCの販売チャネルである店舗(直営・FC)の売上高は、第4四半期より回復傾向に転じ、全体の売上増に貢献。

連結売上高の四半期実績



販売チャネル別売上高

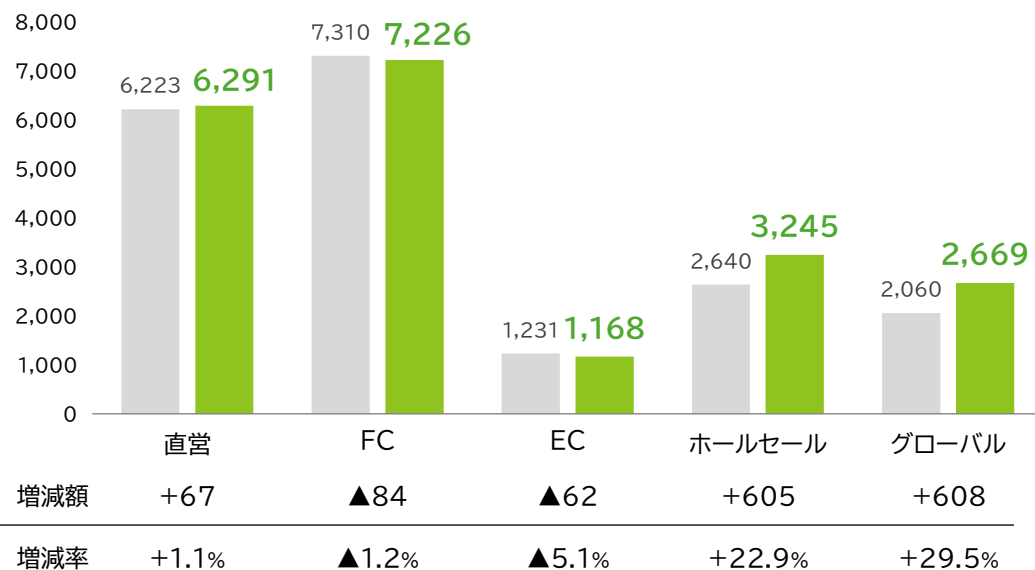
- 店舗（直営・FC）…… 物価高騰による買い控えによるお客様数の減少により、店舗の前年同期比は▲0.1%（直営は+1.1%、FCは▲1.2%）。
- EC …………… 自家需要が増加した一方でギフト需要が減少傾向となり、売上高は前年同期比▲5.1%。
- ホールセール …………… 大手小売チェーンに対する商品ラインナップの見直しと充実、お客様ニーズ起点の商品開発等により販売力が回復し、前年同期比で+22.9%を達成。
- グローバル …………… 米国・台湾での売上が堅調に推移し、売上高は前年同期比で+29.5%。

連結通期

（2025年4月～2026年3月）

（単位：百万円）

■ 前期 ■ 実績

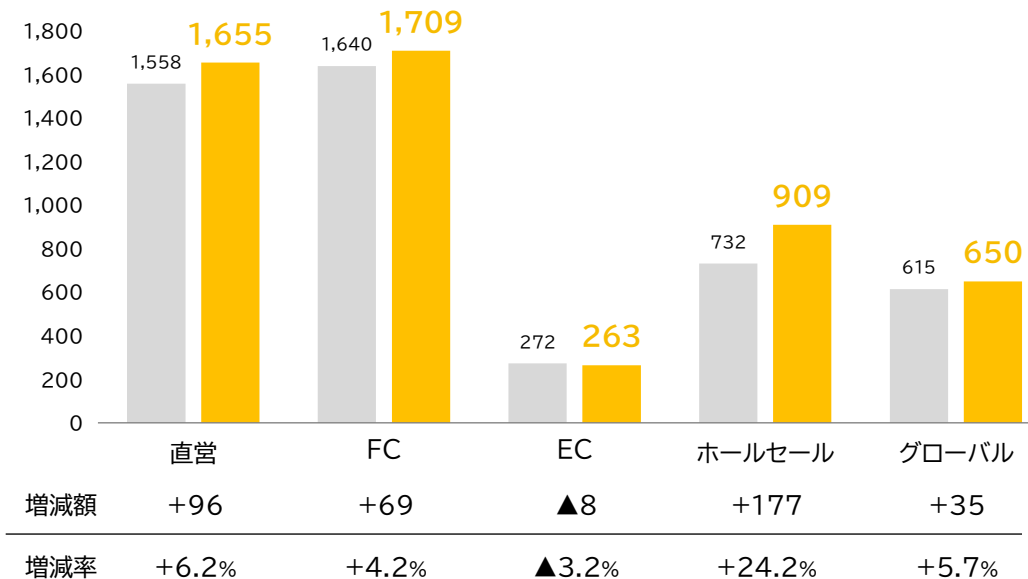


第4四半期連結会計期間

（2026年1月～2026年3月）

（単位：百万円）

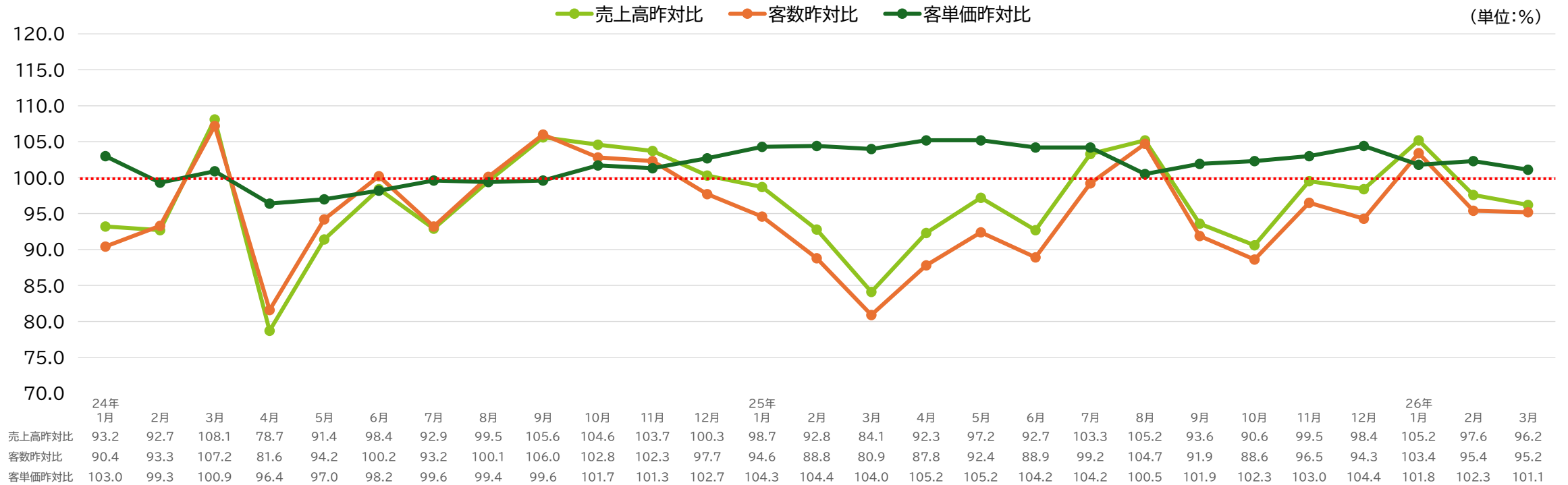
■ 前期 ■ 実績



既存店 売上高・客数・客単価 推移

当連結累計期間(25年4月～26年3月)の既存店お客様数は減少トレンドが継続。一方でお客様単価は、価格改定等により増加傾向が続く。

既存店 売上高・客数・客単価 昨対比 推移 ※1



※1 当社グループは、開店後18カ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

「久世福商店」業態で13店舗(うち5店舗は「サンクゼール」からの業態変更、うち1店舗はFCから直営店への変更による)、「サンクゼール」業態で1店舗を新規出店した一方、「久世福商店」業態で1店舗、「サンクゼール」業態で5店舗を退店し、2025年3月末からは2店舗の純増。

(単位:店舗)

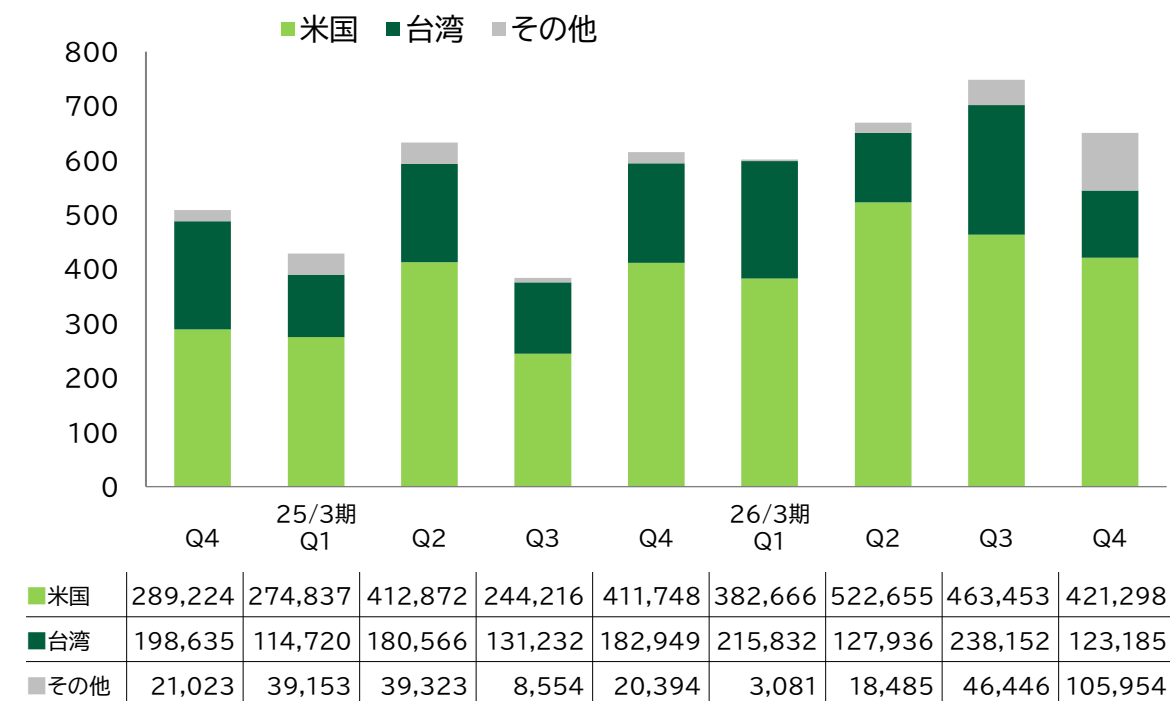
業態名	区分	2025年3月末	増加	減少	2026年3月末
サンクゼール	直営店	9	1	7	3
	FC加盟店	3	—	3	—
	計	12	1	10	3
久世福商店	直営店	43	10	—	53
	FC加盟店	120	3	2	121
	計	163	13	2	174
全業態合計	直営店	52	11	7	56
	FC加盟店	123	3	5	121
	計	175	14	12	177

グローバルの状況：国別売上高

- 米国……KUZE FUKU & SONSの売上増やBonnie's Jams、KELLY'S JELLYの売上計上により、売上高※1は前年同期比33.2%の増加。
- 台湾……米系大手小売チェーンへの商品開発による取扱品の増加により、売上高は前年同期比で15.7%の増加。
- その他…主に韓国、オーストラリア、カナダ、香港での取引となり、売上高は前年同期比61.9%の増加。

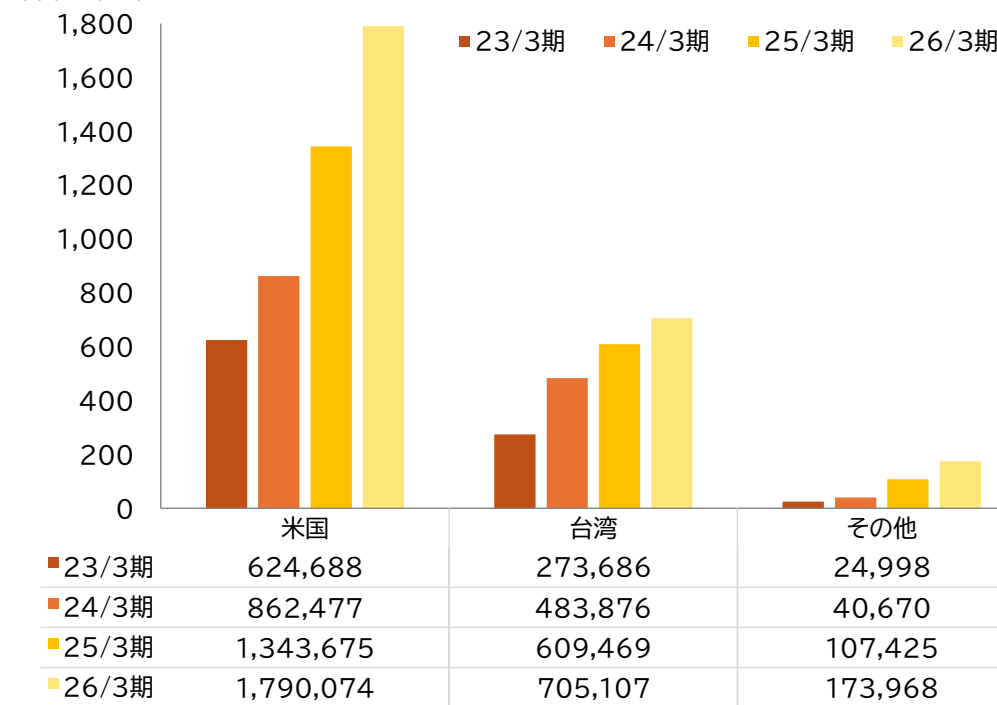
売上高推移

(単位:百万円)



国別売上高推移 ※3

(単位:千円)



※1 米国子会社における25年1月～12月が該当

※2 当連結会計年度において、米国子会社損益の換算に用いた米ドル期中平均レートは149.61円(前年同期は151.69円)

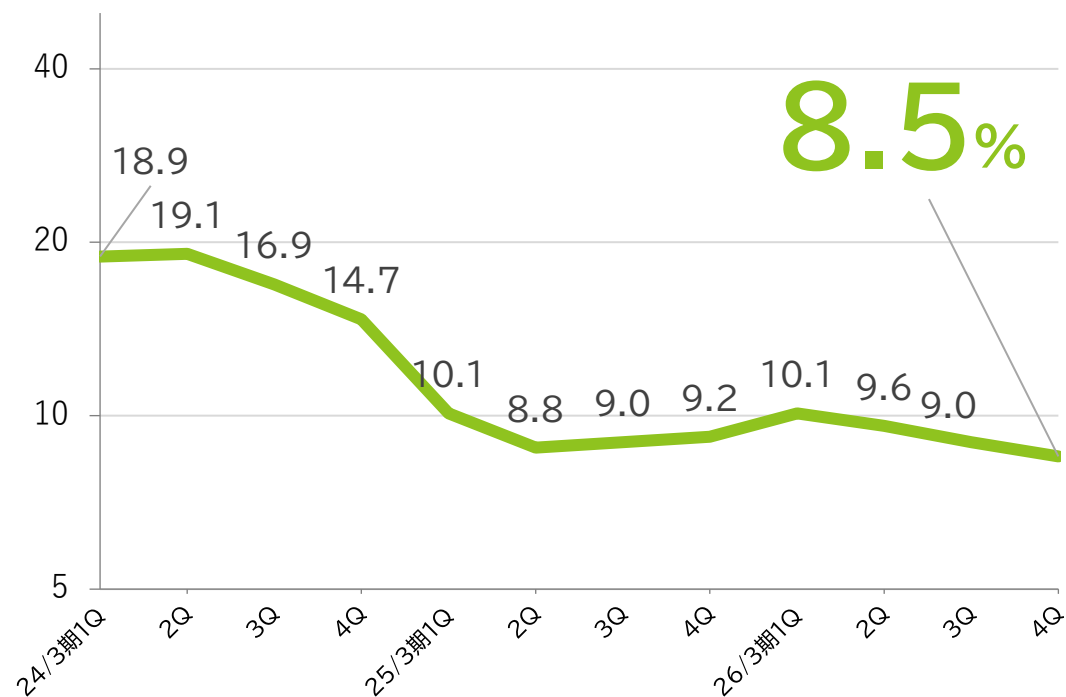
※3 最終販売国別に集計しております。

貸借対照表

(単位:千円)	2025年3月末	2026年3月末	
			前期末比
現金及び預金	1,936,046	2,311,704	19.4%
売掛金	1,995,898	2,037,591	2.1%
棚卸資産	2,008,426	1,917,021	▲4.6%
その他流動資産	183,187	109,654	▲40.1%
貸倒引当金	▲484	▲521	7.7%
流動資産合計	6,123,073	6,375,451	4.1%
固定資産合計	3,122,255	3,836,797	22.9%
資産合計	9,245,329	10,212,248	10.5%
負債合計	4,284,156	5,020,838	17.2%
純資産合計	4,961,173	5,191,410	4.6%
自己資本比率	53.6%	50.8%	▲2.8pt

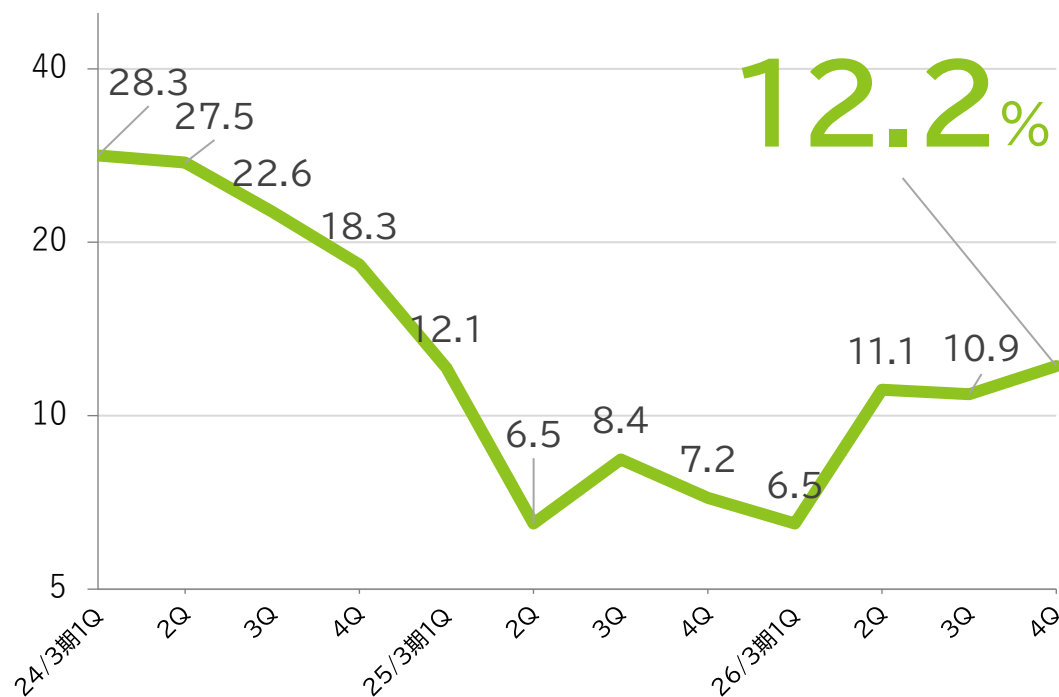
ROIC・ROE

ROIC (直近12カ月間)



計算式 =
$$\frac{\text{営業利益} \times (1 - \text{実効税率})}{\text{株主資本} + \text{有利子負債}}$$

ROE (直近12カ月間)



計算式 =
$$\frac{\text{親会社株主に帰属する当期純利益}}{\text{自己資本}}$$

2027年3月期 連結業績予想

2027年3月期連結業績予想は以下の通り。

連結業績予想

● 売上高

長期持続的な成長のため、每期安定して成長することを目標としている。

● 営業利益

売上高が増加する一方で、物流コストや賃金上昇を織り込み、2.7%の成長を予想。

● 経常利益及び親会社株主に帰属する当期純利益

前期に計上した為替差益及び特別損益の影響により、経常利益、当期純利益ともに減少を見込む。

単位:百万円	2027年3月期		
		2026年3月期実績	前年同期比
売上高	21,082	20,600	2.3%
営業利益	812	791	2.7%
営業利益率	3.9%	3.8%	-
経常利益	758	861	▲12.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	403	618	▲34.8%

販売チャネル別売上高予想

● 直営及びFC

新規出店は2店舗を予定。既存店の販売力強化を推進。

● EC

サイト購買率向上に向けた各種施策を推進。

● ホールセール

販路拡大による販売増加を見込む。

● グローバル

前期売上の高水準を維持しつつ、今後の継続的な将来成長を支える収益基盤を確立。

単位:百万円	2027年3月期		
		2026年3月期実績	前年同期比
直営	6,468	6,291	2.8%
FC	7,273	7,226	0.6%
EC	1,200	1,168	2.7%
ホールセール	3,480	3,245	7.2%
グローバル	2,661	2,669	▲0.3%
合計	21,082	20,600	2.3%

01 | 2026年3月期 連結決算

02 | 取組みの成果と直近の課題

03 | 2027年3月期 事業方針

04 | Appendix

取組みの成果と直近の課題

取組みの成果

- ① ホールセールの上回復
- ② SCI事業の黒字化

直近の課題

久世福商店の客数減少

取組みの成果と直近の課題

取組みの成果

- ① ホールセールの上回復
- ② SCI事業の黒字化

直近の課題

久世福商店の客数減少

取組みの成果 | ① ホールセール売上高の回復

ホールセール事業の売上高は回復し、収益構造の改善フェーズに。

これまでの 取組み

- 取引先ポートフォリオの拡充
- 商品ポートフォリオの拡充
- お客様ニーズに基づいた商品企画の推進

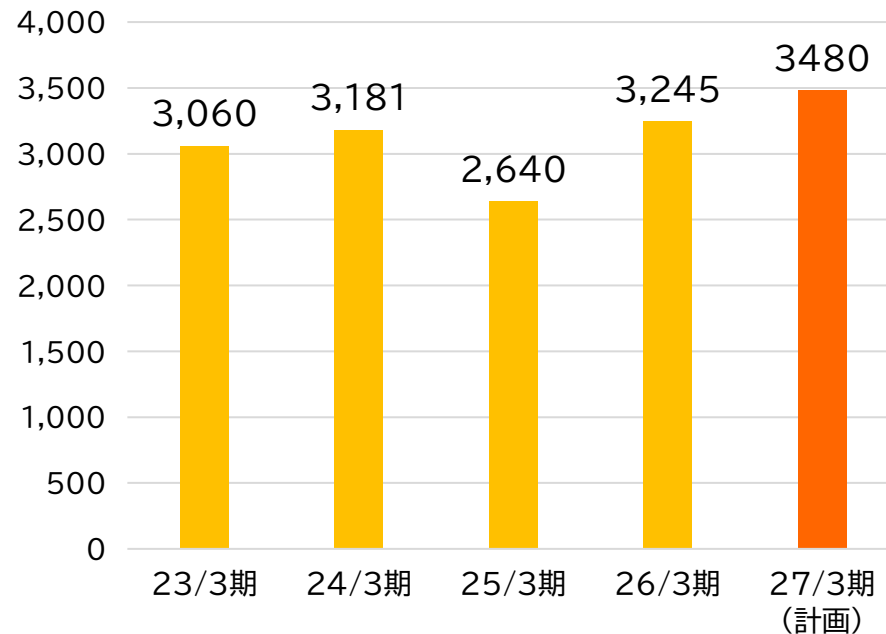


取組みの 成果

- 商品ポートフォリオの拡充により、特にお菓子領域で販売が増加
- 使い切りサイズの商品提案・販売により、売上高UP
- 複数のお取引先様との取引により、より多くのお客様にリーチ

ホールセール 年間売上推移

(単位:百万円)



商品ポートフォリオの充実



ニーズに基づいた商品開発



取組みの成果 | ② SCI(米国事業)の黒字化

営業利益率の黒字化に向けた様々な施策が奏功し、今期黒字化を達成。

これまでの
取組み

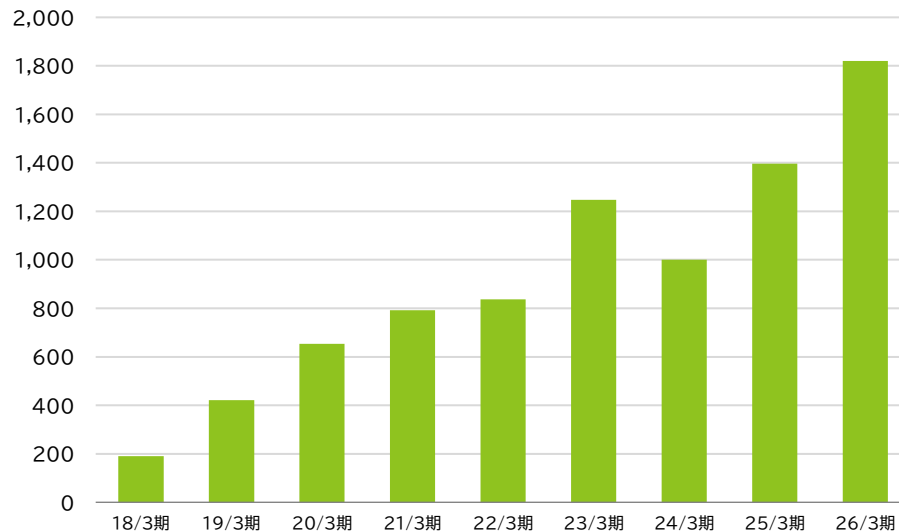
- M&Aや営業強化による売上高の増加
- 製造工場での生産性向上
- 固定費・変動費の管理強化
- 限界利益の改善

取組みの
成果

- 配荷店舗数の拡大による売上増
- 営業利益の黒字化実現

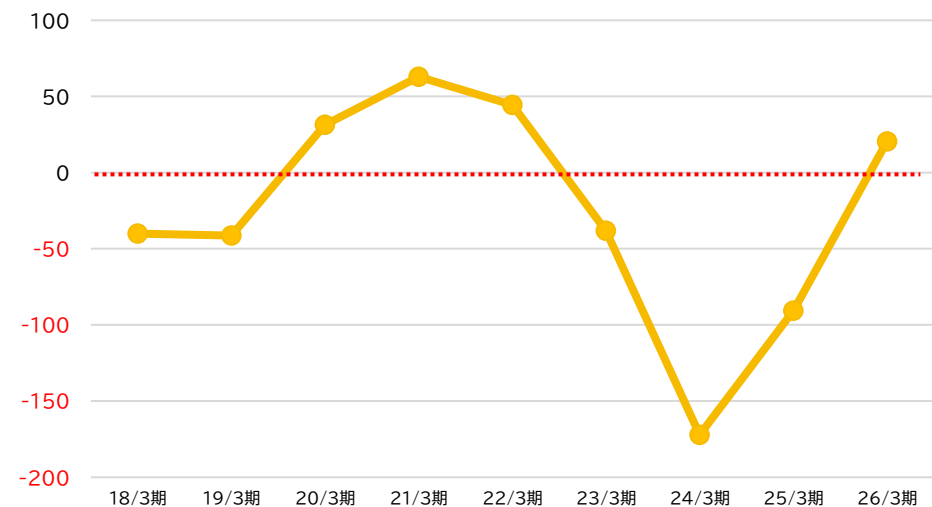
SCI売上高推移

(単位:百万円)



営業利益推移

(単位:百万円)



取組みの成果と直近の課題

取組みの成果

- ① ホールセールの上回復
- ② SCI事業の黒字化

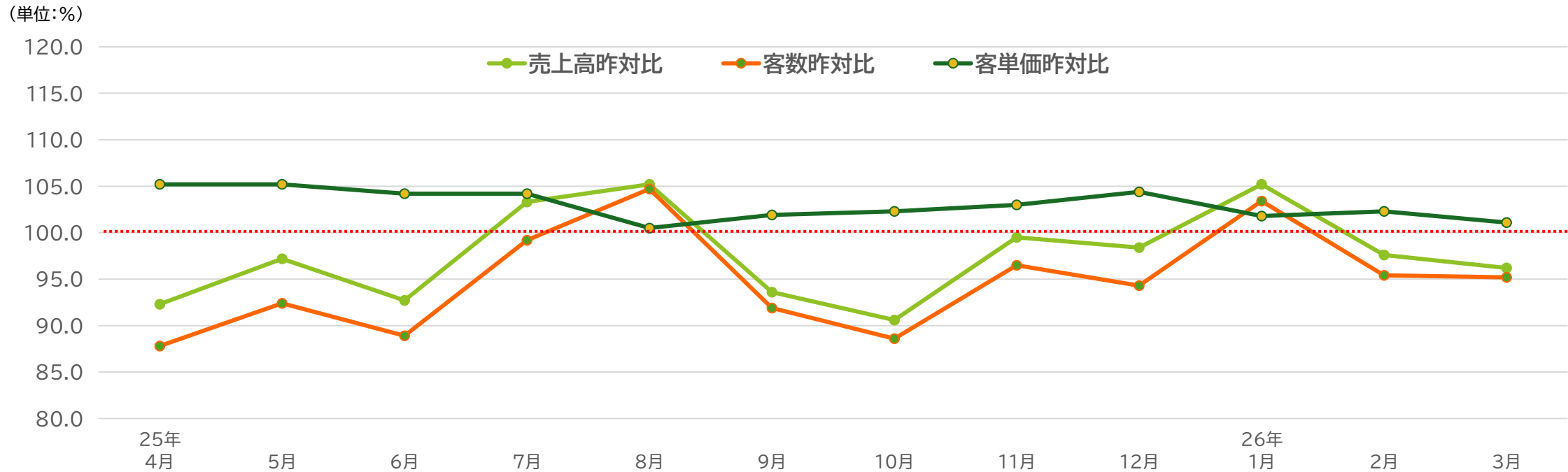
直近の課題

久世福商店の客数減少

直近の課題 | 既存店客数の減少

既存店のお客様数はダウントレンドが継続。

既存店売上高・客数・客単価 推移



直近の課題

- 物価高騰等による買い控えにより、既存店客数が減少トレンドが継続
- 魅力ある売り場づくりや店舗体験価値の提供に対する意識が低下

対策

- モデル店舗による売り場演出→全店舗へ展開
- マーケティングデータに基づいた商品開発
- 試飲試食強化等による店舗販売力の強化

01 | 2026年3月期 連結決算

02 | 取組みの成果と直近の課題

03 | 2027年3月期 事業方針

04 | Appendix

2027年3月期事業方針

課題への取組み

- ① 既存店客数増加への取組み
- ② 収益性の改善

事業成長への取組み

- ① グローバル事業の更なる成長に向けた基盤確立
- ② 新規菓子事業始動



食のSPAモデルの強化

2027年3月期事業方針

課題への取組み

- ① 既存店客数増加への取組み
- ② 収益性の改善

事業成長への取組み

- ① グローバル事業の更なる成長に向けた基盤確立
- ② 新規菓子事業始動

既存店お客様数増加への取組み

既存店のお客様数増加に向けた売り場づくり改革の3つの重点戦略。

目指すのは

いつ行っても新しい発見があり、20～30分いても飽きない売り場づくり

■ 売り場演出

商品の「使い方」と「選び方」を伝える売り場演出による購買率の向上



■ 商品開発

- ライト層※のお客様に向けた、購買行動の入口となる商品の拡充
- 日常使いとしてご利用いただいているお客様に向けた商品の充実



■ 店舗販売力

試飲試食や接客力強化による、お客様体験価値の向上



※ライト層：新規のお客様や購買回数が少ないお客様

既存店お客様増加への取組み | 売り場演出

売り場演出の強化により、入店動機の創出と滞在時間の確保を目指す。

■ これまでの久世福商店のディスプレイ

商品の用途が分かりにくく、入店のしづらさやすぐに離脱される課題あり



■ ディスプレイ展示

商品の使い方、利用シーンが想起できるディスプレイ



■ 商品POP

商品POPで、特徴やこだわり、調理画像等を紹介



既存店客数増加への取組み | 商品開発

商品開発はライト層・日常使い層それぞれのお客様に向けたアプローチ。

ライト層



※ 画像はイメージ

入口商品



手軽商品



リピーター層



※ 画像はイメージ

リピ買い商品



高付加価値商品



既存店客数増加への取組み | 店舗販売力

購買率向上とファンを創出する店舗販売力の強化。



試飲試食強化による体験価値向上



接客力向上研修



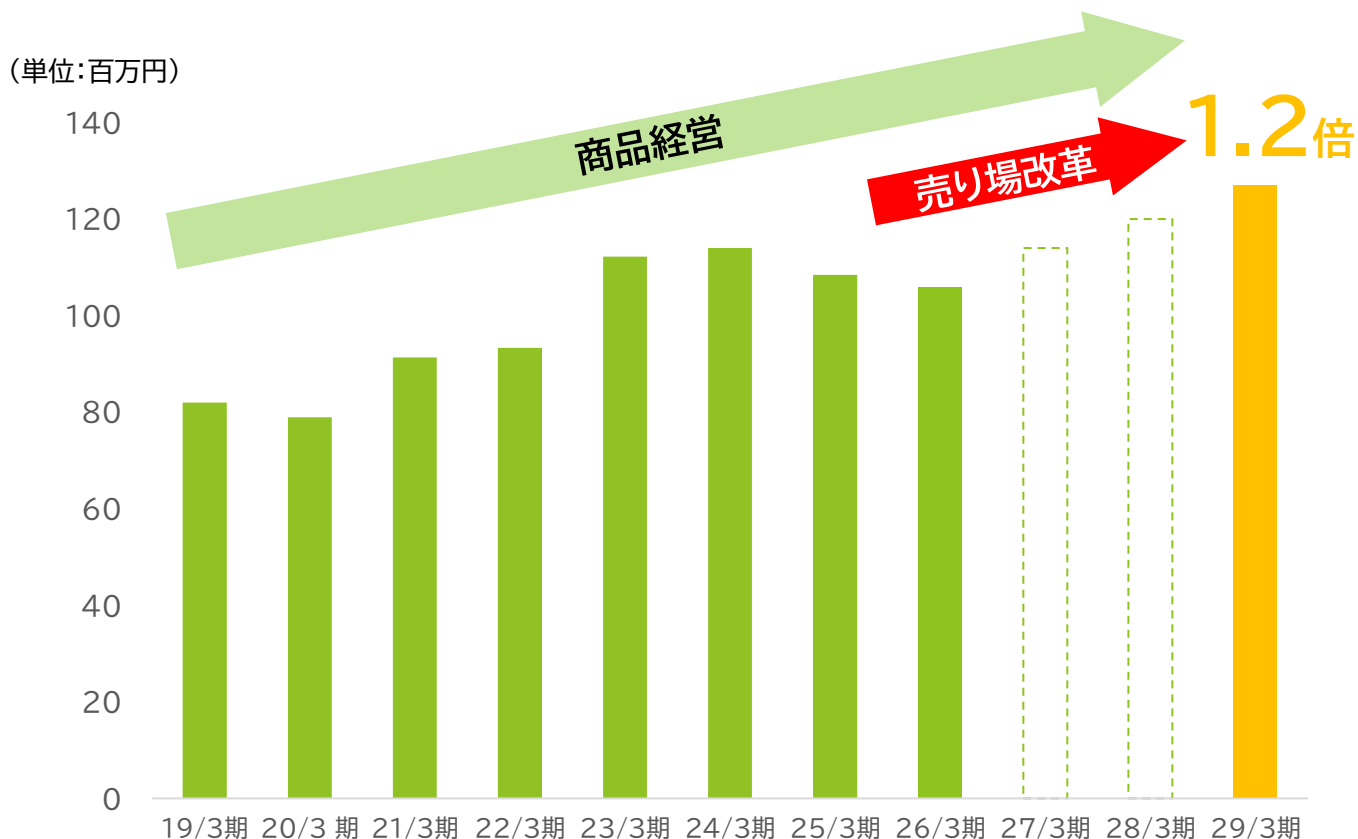
生産者様と店舗スタッフが集う展示会

既存店客数増加への取組み | 既存店売上高及びロイヤル顧客数KPI

売り場改革の先にある既存店の達成目標。

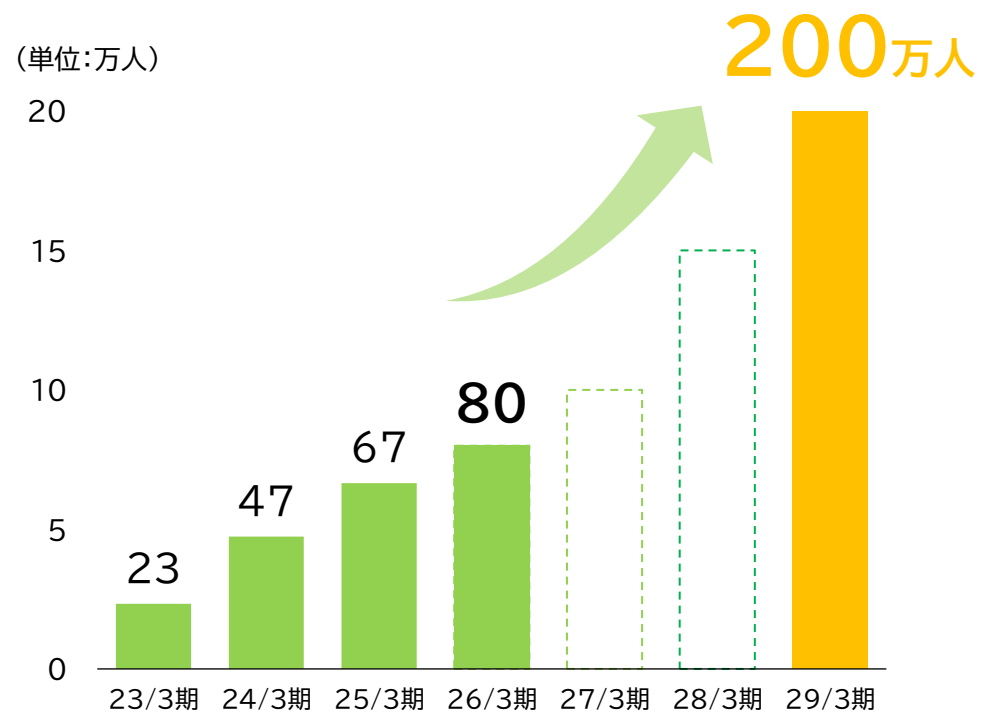
既存店平均年商推移とKPI

3年後の既存店平均年商を26/3期比で1.2倍へ



ロイヤル顧客数推移とKPI

3年後のロイヤル顧客数を26/3期比で2.5倍へ



収益性の改善

原材料価格の高騰は今期も継続の見込み。利益確保のための施策を継続して実施。

■ 製造工場内製化による収益性改善

- 販売量増により工場投資が実現→収益改善に着手
- 自社製造の商品内製化率55%→80%に
- 全社の営業利益率は1ポイント改善



■ AI活用による業務効率化と固定費の圧縮

- DXによる業務改善は継続
- AI活用による業務効率化への投資
- 事業規模拡大=人員維持の構造へ



※ 工場外観以外、画像はイメージ

2027年3月期事業方針

課題への取組み

- ① 既存店お客数増加への取組み
- ② 収益性の改善

事業成長への取組み

- ① グローバル事業の更なる成長に向けた基盤確立
- ② 新規菓子事業始動

グローバル事業の更なる成長に向けた基盤確立 | SCI

SCIにおける営業利益黒字化の定着。

■ 商品利益率向上

原材料の見直し等による商品あたりの利益率UP



■ 固定費・変動費管理

徹底したコントロールで利益拡大を目指す



■ 工場稼働率の向上

販売数増に伴う工場稼働率UPにより、製造原価の低減を推進



■ 配荷店舗数の増加

各ブランドのクロスセルによる配荷店舗数の拡大

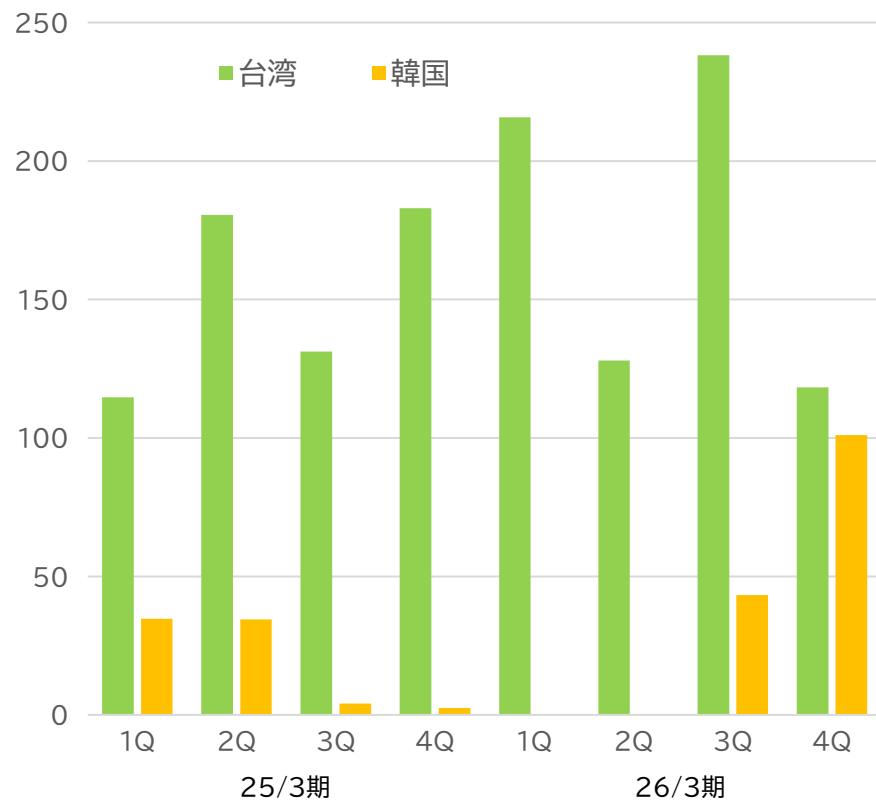


グローバル事業の更なる成長に向けた基盤確立 | アジア

アジア市場では、台湾・韓国を軸に商品販売網を強化。

台湾及び韓国 四半期売上高推移

(単位:百万円)



台湾

台湾での販売は安定成長フェーズへ



韓国

韓国法人の設立による市場情報の確保と顧客ニーズに即した商品提案を強化



新規菓子事業

全国の観光エリア×名物菓子による新規事業第1弾となる、善光寺仲見世通りの店舗が始動。

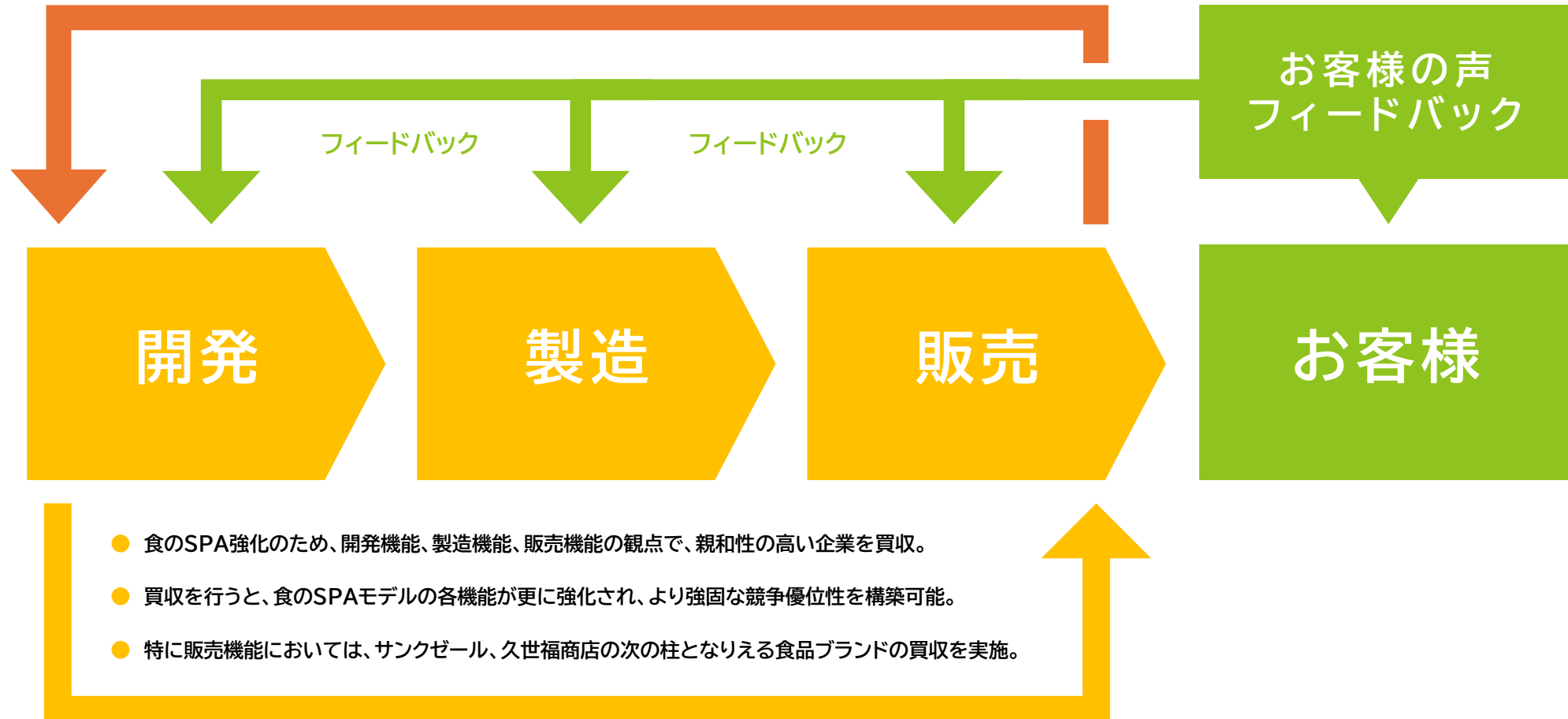
- 2026年10月(予定)、善光寺仲見世通りにて開業
- 善光寺をモデルとし、全国の観光エリアにおける名物菓子の創出
- 地域活性及び食文化継承による地方創生
- 事業継承問題の解決



イラストはイメージ

食のSPAモデルの強化

M&Aターゲットを拡充し、食のSPA機能を強化。



- 食のSPA強化のため、開発機能、製造機能、販売機能の観点で、親和性の高い企業を買収。
- 買収を行うと、食のSPAモデルの各機能が更に強化され、より強固な競争優位性を構築可能。
- 特に販売機能においては、サンクゼール、久世福商店の次の柱となりえる食品ブランドの買収を実施。

成長イメージ

ビジネス確立期

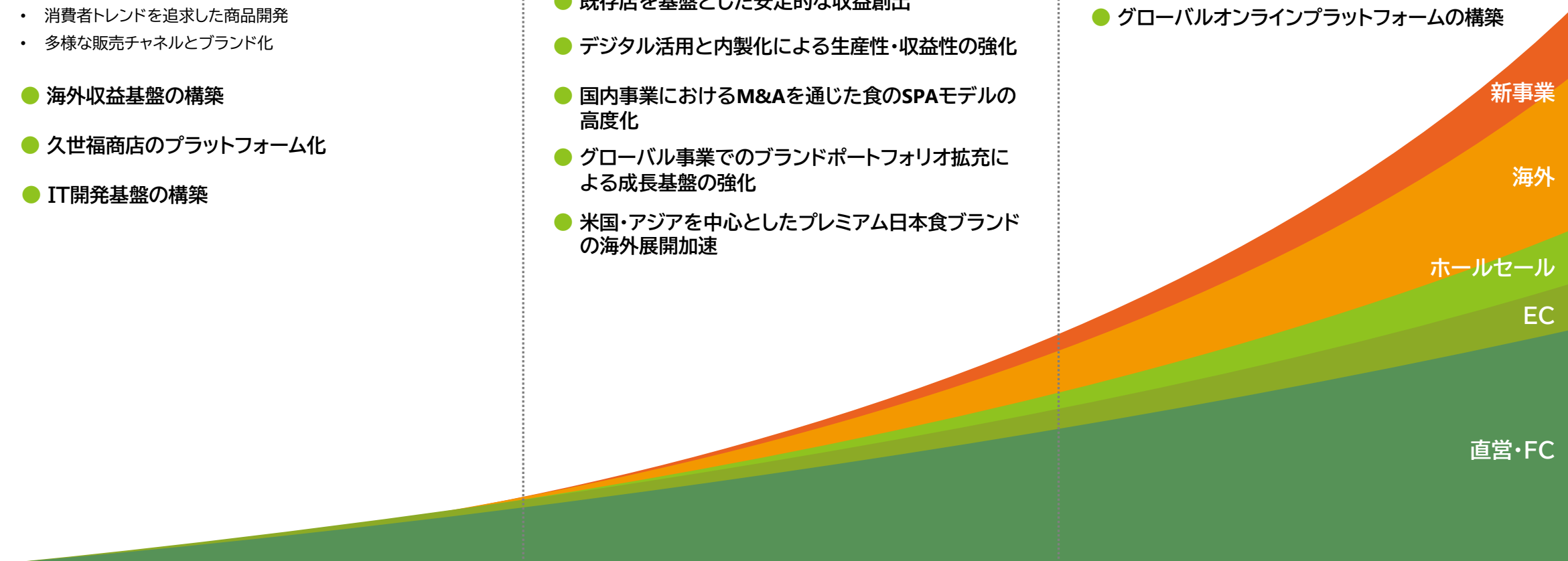
- 食のSPAプラットフォームの確立
 - ・ 全国の仕入れネットワークを活用した多品種少量生産体制
 - ・ 消費者トレンドを追求した商品開発
 - ・ 多様な販売チャネルとブランド化
- 海外収益基盤の構築
- 久世福商店のプラットフォーム化
- IT開発基盤の構築

成長加速期

- ロイヤル顧客の拡大によるLTV向上
- 既存店を基盤とした安定的な収益創出
- デジタル活用と内製化による生産性・収益性の強化
- 国内事業におけるM&Aを通じた食のSPAモデルの高度化
- グローバル事業でのブランドポートフォリオ拡充による成長基盤の強化
- 米国・アジアを中心としたプレミアム日本食ブランドの海外展開加速

グローバルプラットフォーム期

- M&Aも含め多数のグローバルブランドを傘下に持つ食の総合企業グループを形成
- グローバルオンラインプラットフォームの構築



01 | 2026年3月期 連結決算

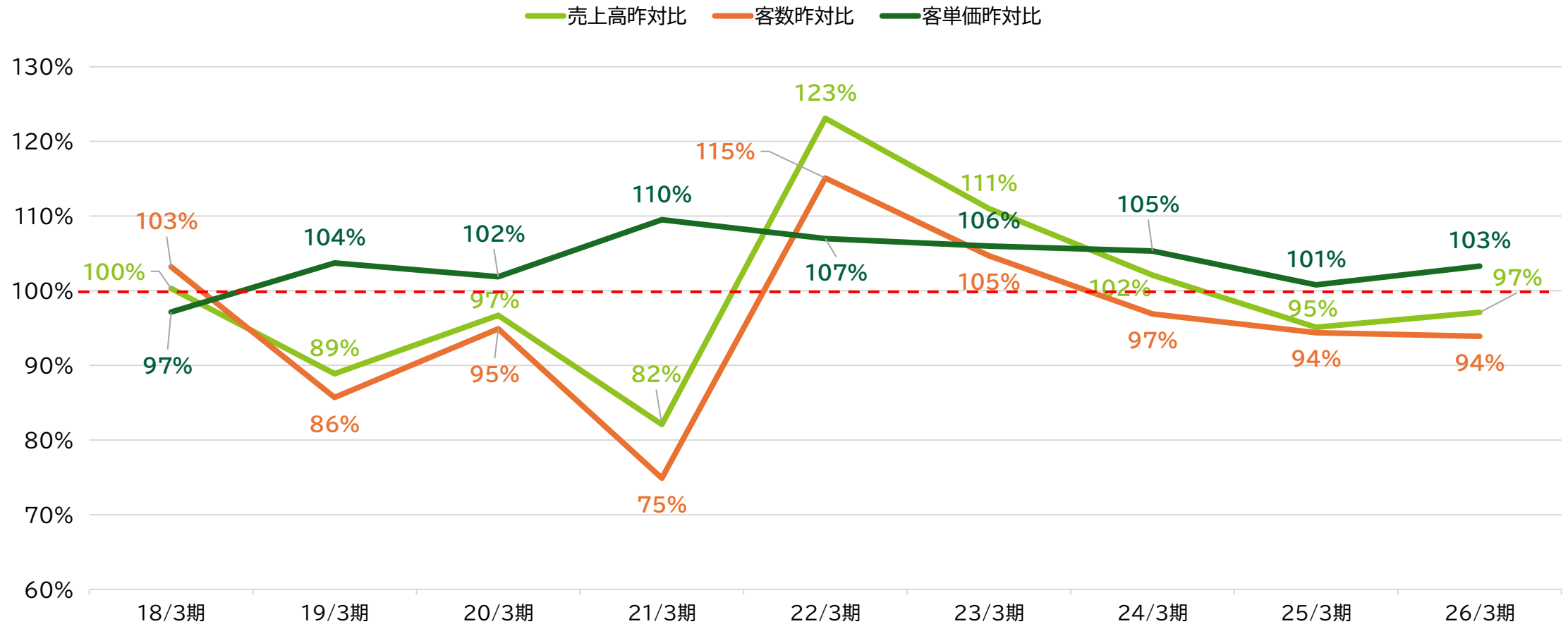
02 | 取組みの成果と直近の課題

03 | 2027年3月期 事業方針

04 | Appendix

既存店 売上高・客数・客単価 推移

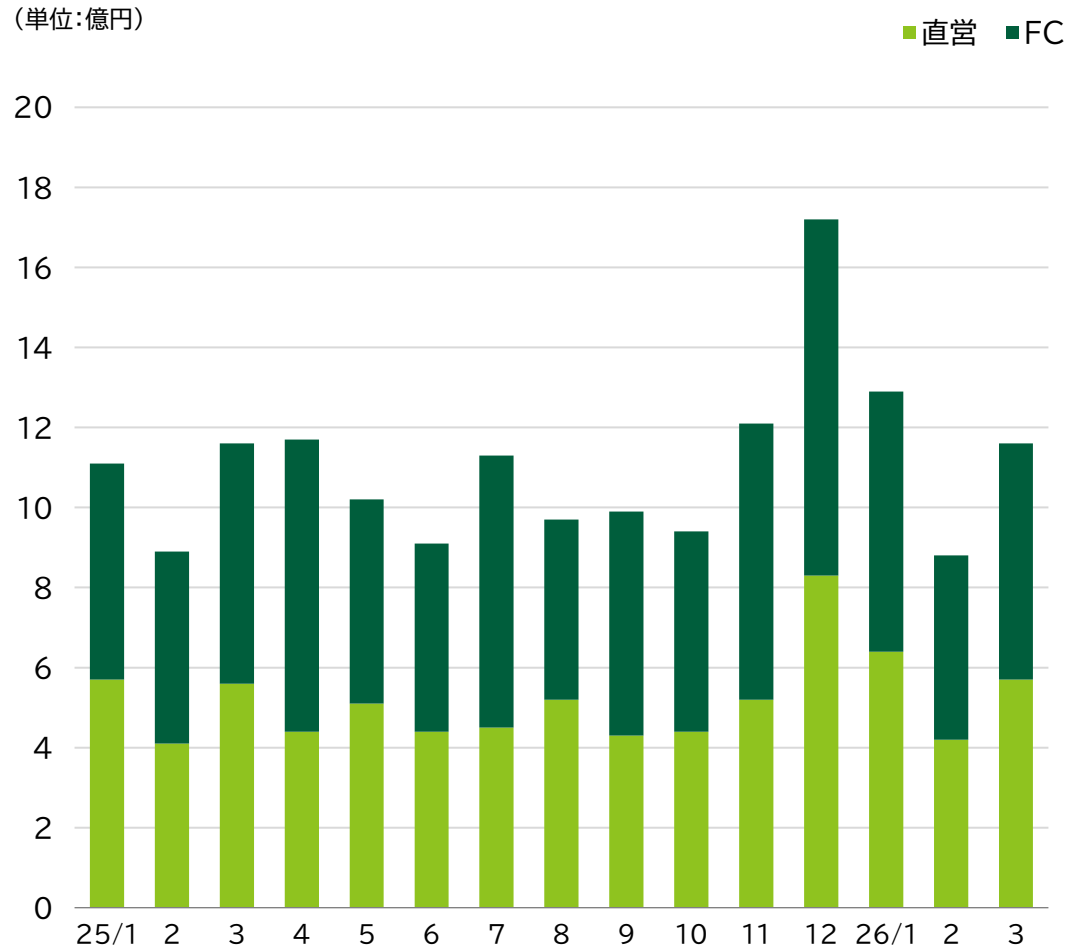
既存店 売上高・客数・客単価 昨対比 推移 ※1,2



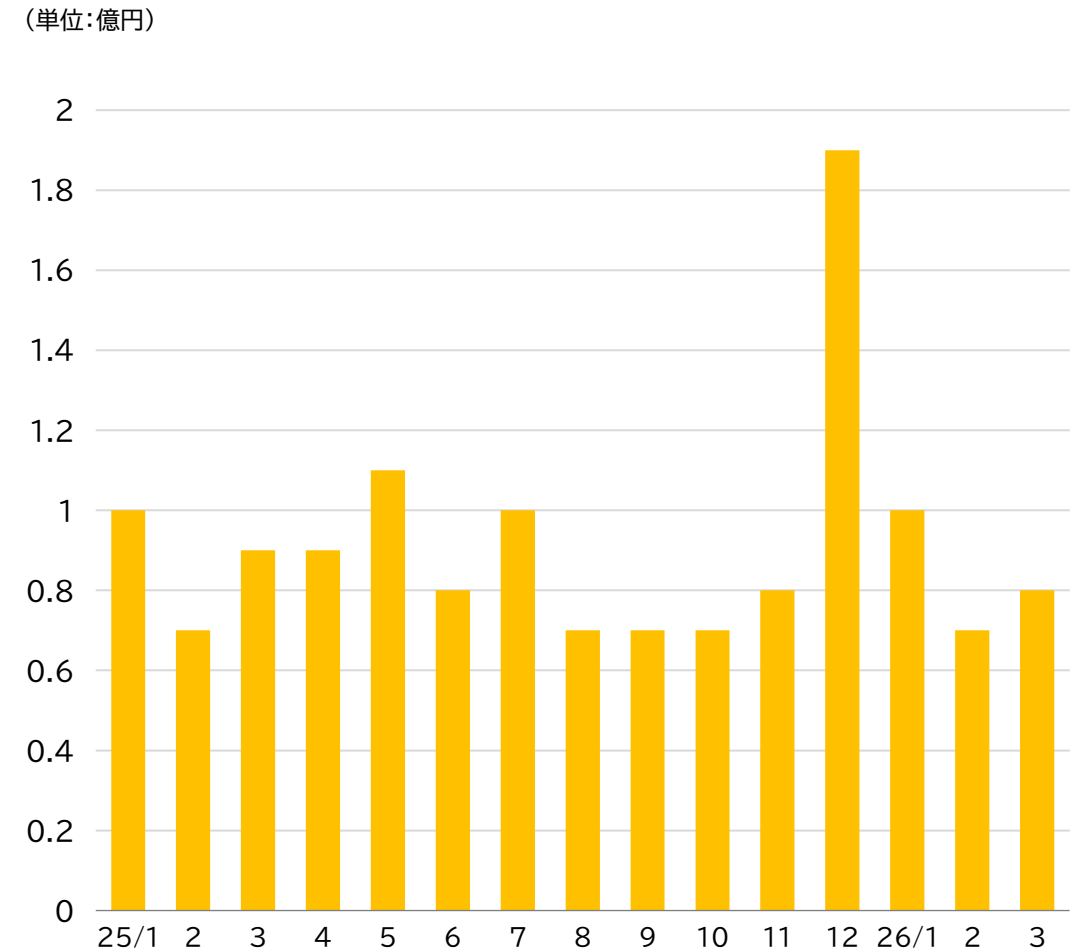
※1 当社グループは、開店後18カ月以上経過した店舗を「既存店」としております。 ※2 各年度期首で開店後18カ月以上経過している店舗を対象に売上高・客数・客単価の昨対比を計算しております。

販売チャネル別業績（店舗・EC）

月次売上高（店舗）



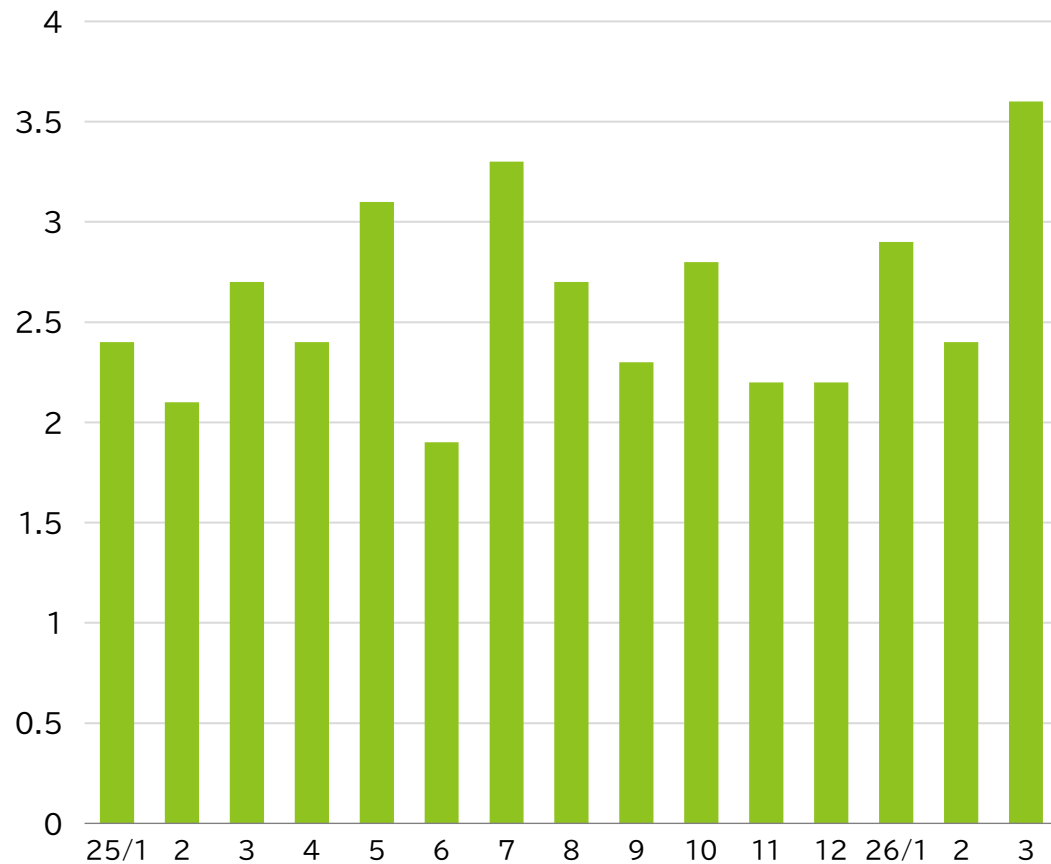
月次売上高（EC）



販売チャネル別業績（ホールセール・グローバル）

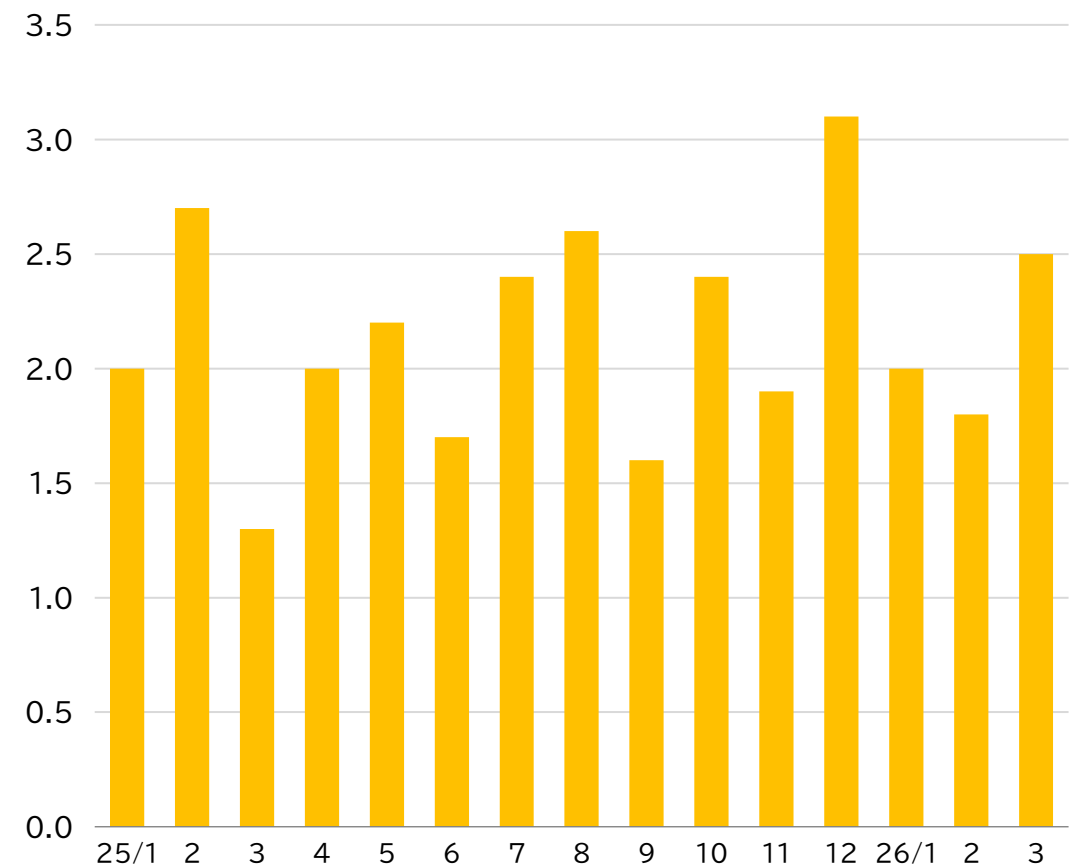
月次売上高（ホールセール）

(単位:億円)



月次売上高（グローバル）

(単位:億円)



過年度四半期連結業績

(単位:千円)	2026年3月期							
	1Q		2Q		3Q		4Q	
		構成比		構成比		構成比		構成比
売上高	4,781,198	100.0%	4,894,879	100.0%	5,735,682	100.0%	5,188,852	100.0%
売上総利益	1,732,132	36.2%	1,743,880	35.6%	2,085,421	36.4%	1,803,775	34.8%
営業利益	139,289	2.9%	125,117	2.6%	375,653	6.5%	151,380	2.9%

(単位:千円)	2025年3月期							
	1Q		2Q		3Q		4Q	
		構成比		構成比		構成比		構成比
売上高	4,597,296	100.0%	4,611,672	100.0%	5,439,383	100.0%	4,818,907	100.0%
売上総利益	1,594,191	34.7%	1,595,602	34.6%	1,922,276	35.3%	1,667,573	34.6%
営業利益	87,301	1.9%	148,069	3.2%	379,328	7.0%	221,295	4.6%

(単位:千円)	2024年3月期							
	1Q		2Q		3Q		4Q	
		構成比		構成比		構成比		構成比
売上高	4,806,138	100.0%	4,212,860	100.0%	5,285,263	100.0%	4,858,655	100.0%
売上総利益	1,933,554	40.2%	1,621,506	38.5%	1,885,250	35.7%	1,613,436	33.2%
営業利益	502,632	10.5%	243,836	5.8%	341,528	6.5%	201,194	4.1%

2026年3月期 連結決算 販売チャネル別売上高

(単位:千円)	通期(2025/4~2026/3)					4Q会計期間(2026/1~2026/3)				
	前年実績		前年 同期比	前年実績		前年 同期比				
	構成比	構成比		構成比	構成比					
直営	6,291,045	30.5%	6,223,893	32.0%	1.1%	1,655,139	31.9%	1,558,447	32.3%	6.2%
FC	7,226,108	35.1%	7,310,904	37.6%	▲1.2%	1,709,730	33.0%	1,640,211	34.0%	4.2%
EC	1,168,608	5.7%	1,231,398	6.3%	▲5.1%	263,968	5.1%	272,680	5.7%	▲3.2%
ホールセール	3,245,699	15.8%	2,640,493	13.6%	22.9%	909,575	17.5%	732,474	15.2%	24.2%
グローバル	2,669,150	13.0%	2,060,570	10.6%	29.5%	650,438	12.5%	615,092	12.8%	5.7%
合計	20,600,612	100.0%	19,467,260	100.0%	5.8%	5,188,852	100.0%	4,818,907	100.0%	7.7%

注. 前4Q数値に関して、外部監査法人による四半期レビューは受けておりません。

2026年3月期 販管費の状況

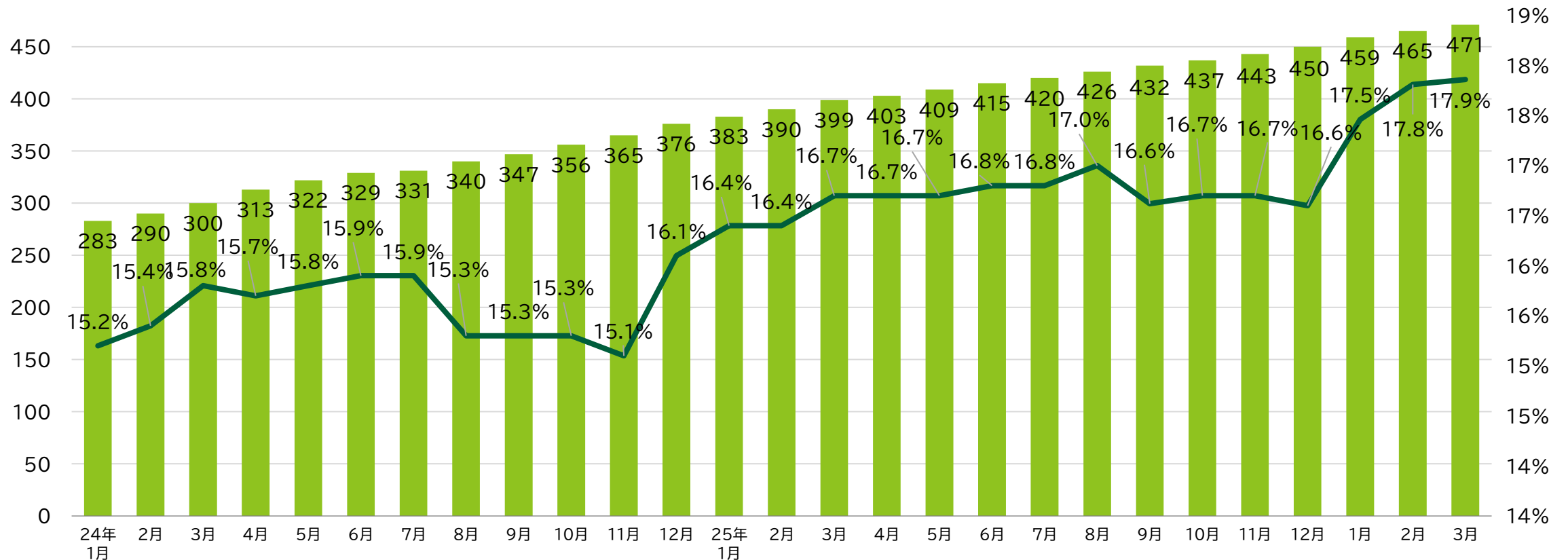
(単位:千円)	通期(2025/4~2026/3)						4Q会計期間(2026/1~2026/3)					
	前年実績		前年実績		前年 差異	前年 同期比	前年実績		前年実績		前年 差異	前年 同期比
	売上 高比		売上 高比				売上 高比		売上 高比			
人件費	2,608,534	12.7%	2,413,592	12.4%	194,941	8.1%	653,077	12.6%	601,236	12.5%	51,840	8.6%
荷造運搬費	1,208,658	5.9%	1,276,208	6.6%	▲67,550	▲5.3%	291,135	5.6%	292,199	6.1%	▲1,063	▲0.4%
賃借料	624,437	3.0%	625,152	3.2%	▲714	▲0.1%	165,307	3.2%	160,055	3.3%	5,251	3.3%
減価償却費	276,057	1.3%	218,254	1.1%	57,803	26.5%	78,308	1.5%	57,915	1.2%	20,392	35.2%
その他	1,856,080	9.0%	1,410,443	7.3%	445,639	31.6%	464,566	9.0%	334,873	6.9%	129,694	38.7%
合計	6,573,769	31.9%	5,943,649	30.5%	630,120	10.6%	1,652,394	31.8%	1,446,278	30.0%	206,116	14.3%

店舗会員数・ロイヤル顧客比率

店舗会員数・ロイヤル顧客比率 推移 ※1,2

(単位:千人)

■ 店舗会員数 ● 店舗会員数に占めるロイヤル顧客の比率



※1 上記グラフは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カ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。

2026年3月期 第4四半期 新商品情報 | 久世福商店



通年
販売

信州産果実
りんごジュース 秋映



通年
販売

信州産果実
りんごジュース シナノゴールド



通年
販売

信州産果実
りんごジュース ふじ

2026年3月期 第4四半期 新商品情報 | 久世福商店



季節
限定

みかんショコラ染め



季節
限定

桜あんバター



季節
限定

にゃんこバウム

2026年3月期 第4四半期 新商品情報 | 久世福商店



通年
販売

すっきり軽やかな味わい
国産しょうがタルタル



通年
販売

おかず味噌
国産生姜とさば



通年
販売

4種の野菜の旨みが料理に深みを加える
粉末野菜だし 40g

2026年3月期 第4四半期 新商品情報 | KUZE FUKU & SONS



通年販売 Sweet Black Sesame Spread with Honey

2026年3月期 第4四半期 新店情報



兵庫

久世福商店
イオンモール神戸北店

宮城

久世福商店
プレミアムアウトレット仙台泉店