

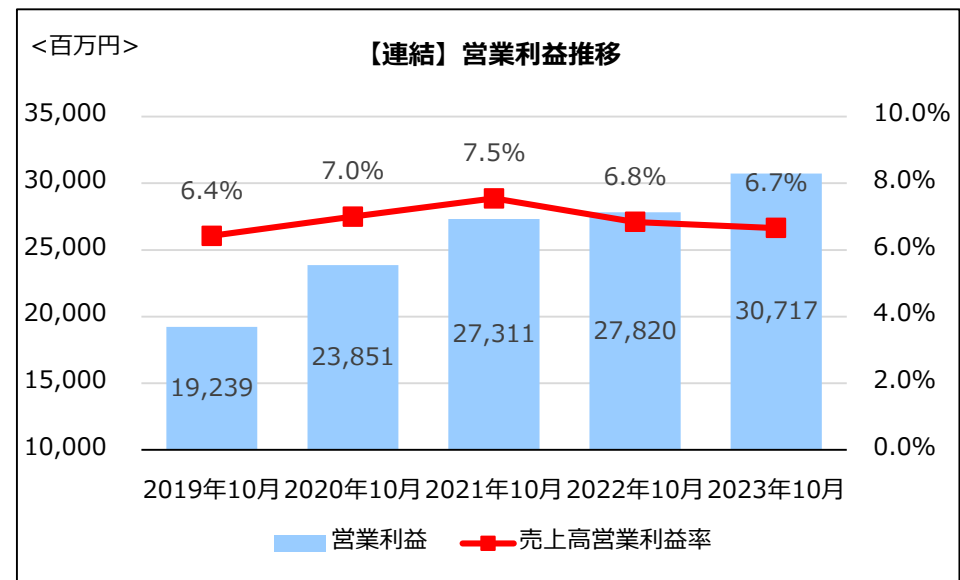
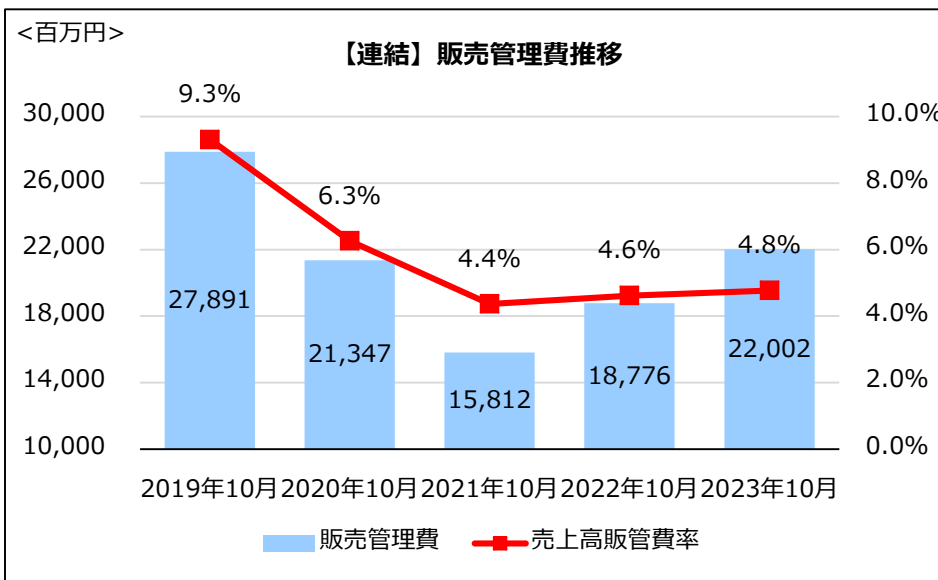
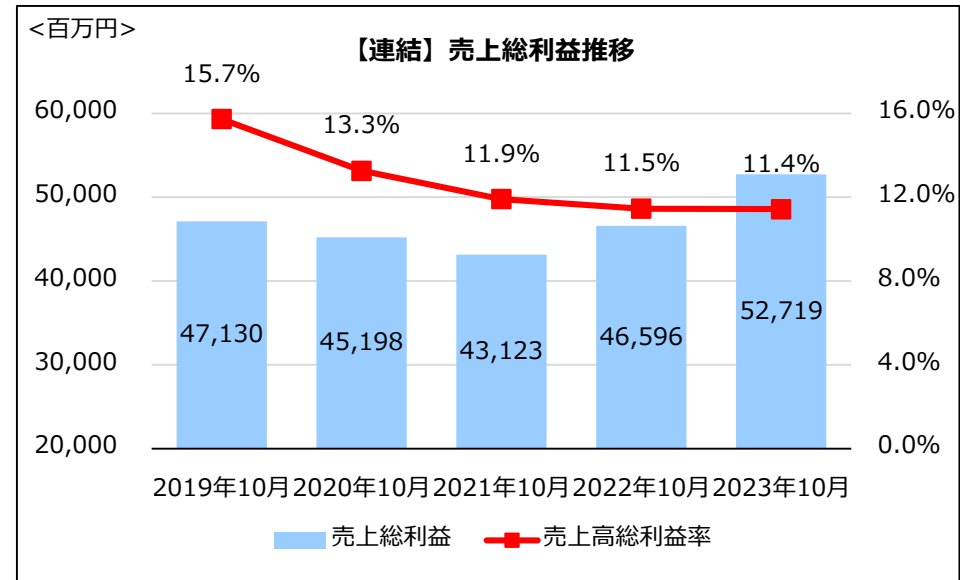
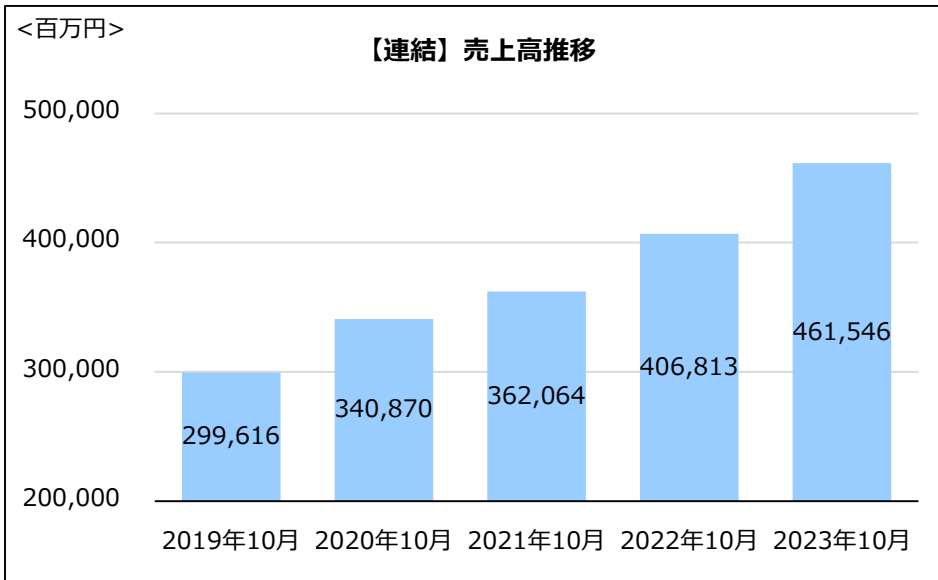
2023年10月期 決算説明資料

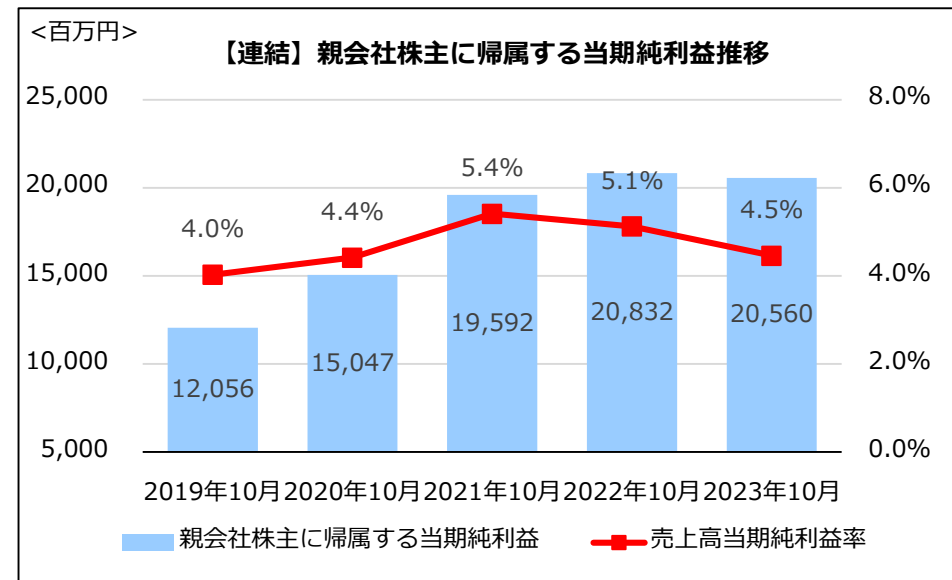
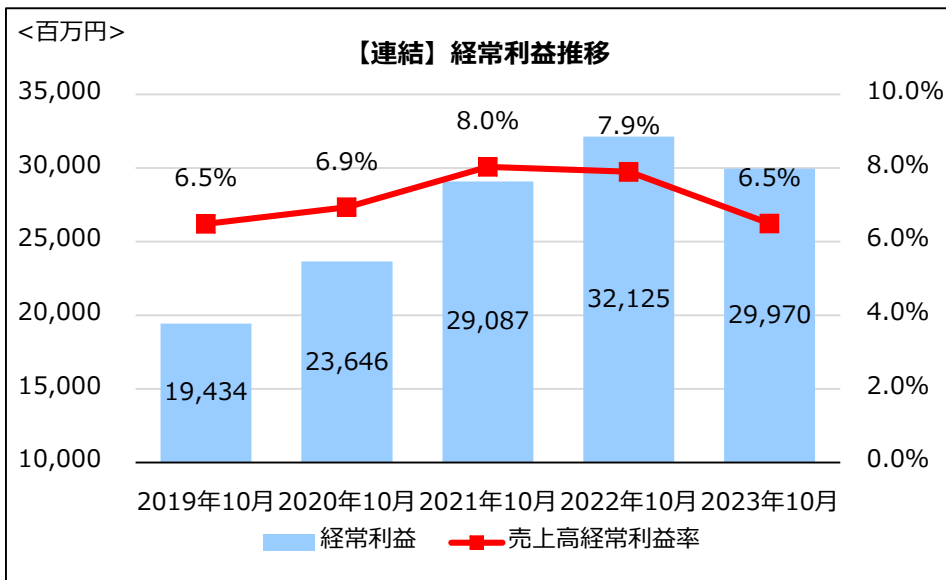
2023年12月15日



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	4
●業務スーパー契約概要	5
●業務スーパー店舗数推移	6
●業務スーパー出荷実績（前年比）推移	7
●当社の強み“商品力”	8
●外食・中食事業	9
●エコ再生エネルギー事業	13
●株主還元策	15
●連結業績予想	16
●中期経営計画	17





【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547.33億円、13.5%の増加

● 売上総利益

為替変動の影響を受けつつも、売上高が好調に推移したことにより、同61.23億円、13.1%の増加

● 販売管理費

業務スーパー事業における運賃と、直営で運営する焼肉店の出店に伴う人件費や家賃等の増加により、同32.26億円、17.2%の増加

● 営業利益

上記の結果、同28.97億円、10.4%の増加

● 経常利益

リスクヘッジのために取り組んでいる為替予約関連の時価評価損により、同21.54億円、6.7%の減少

● 親会社株主に帰属する四半期純利益

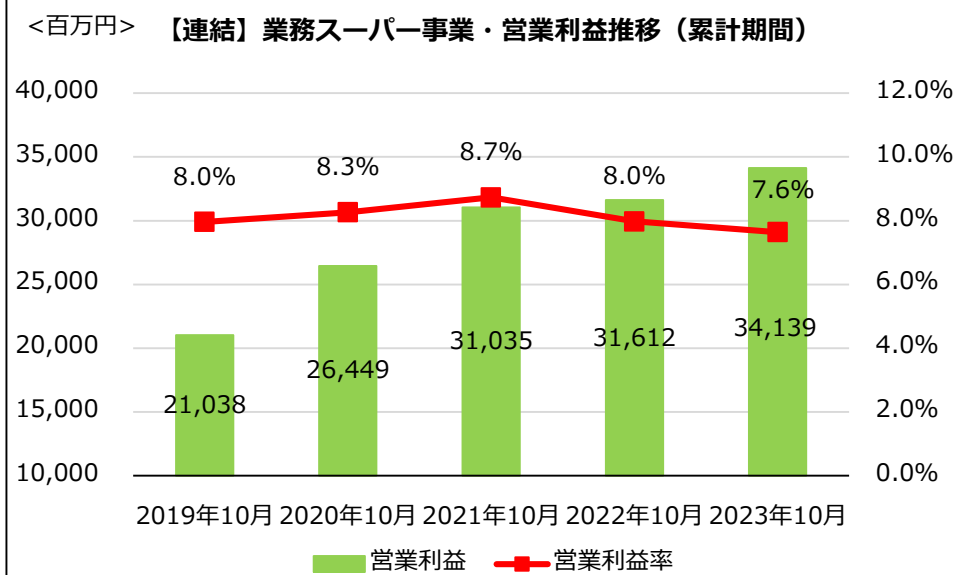
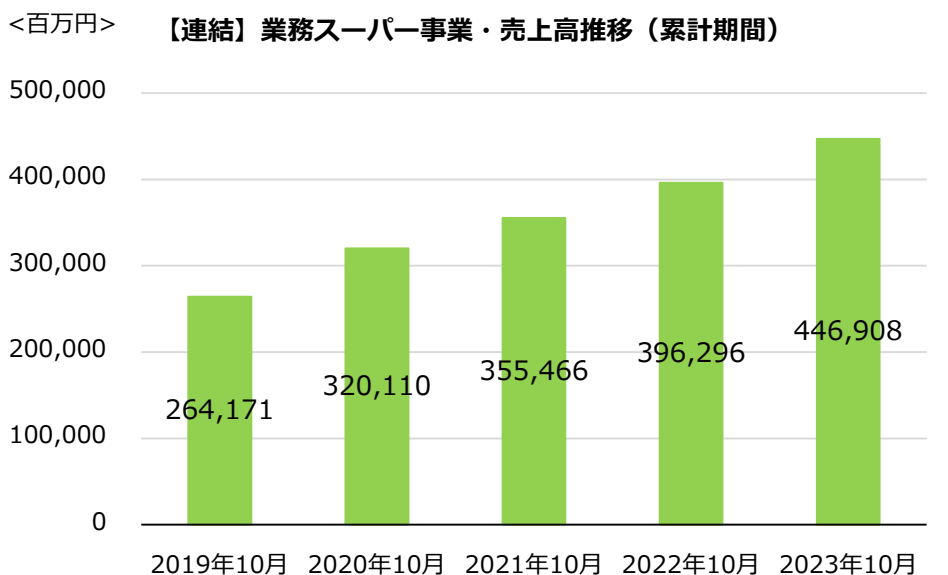
上記の結果、同2.72億円、1.3%の減少

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1,048店舗展開（2023年10月末現在）
- 既存店好調により、売上高は会社計画を上振れて着地
- 10月26日に関東最大級の店舗面積を誇る直営店「横浜いずみ店」をOPEN



横浜いずみ店内観



※2021年10月期より報告セグメントの区分変更を行ったため、2020年10月期より遡って表示しており、過去のデータとの連続性はありません。

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）内に出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
- ※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 (2023年10月末現在)

	直轄エリア	地方エリア
契約社数	90社	15社
契約単位	1店舗単位で契約 どのオーナーでも出店可能	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)

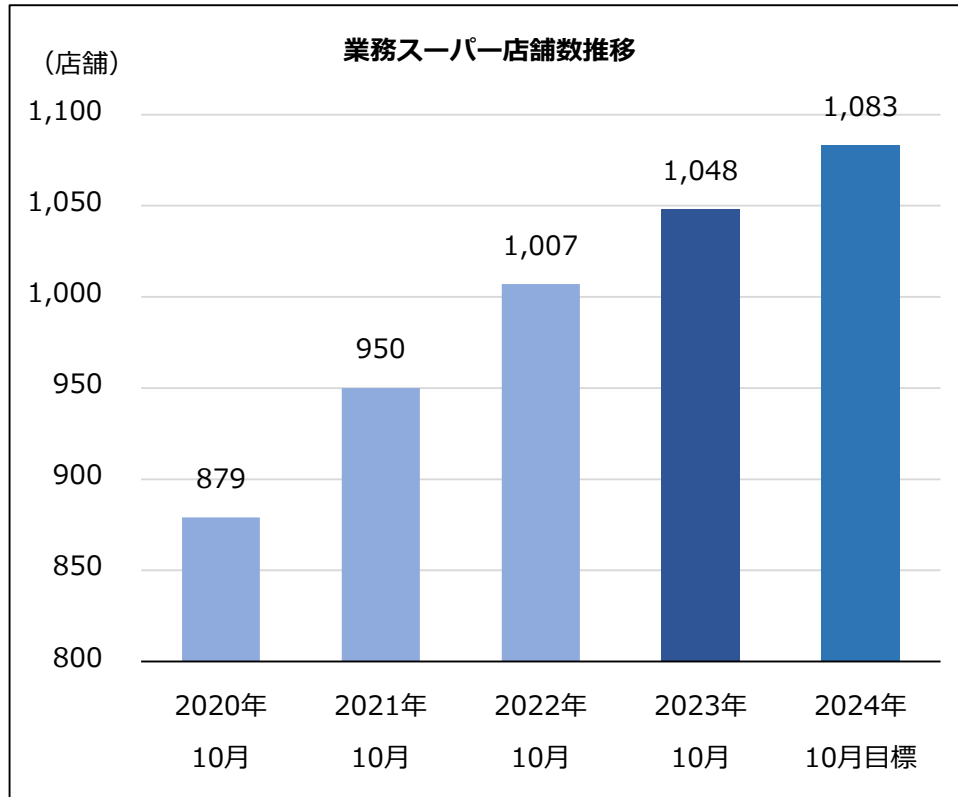
損益勘定	月額金額	構成比
売上高	43,500千円	100.0%
売上総利益	7,395千円	17.0%
販売管理費	6,499千円	14.9%
内（賃料）	1,300千円	3.0%
内（人件費）	2,393千円	5.5%
営業利益	896千円	2.1%

※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。

累計期間：出店53店舗、退店12店舗（純増41店舗）

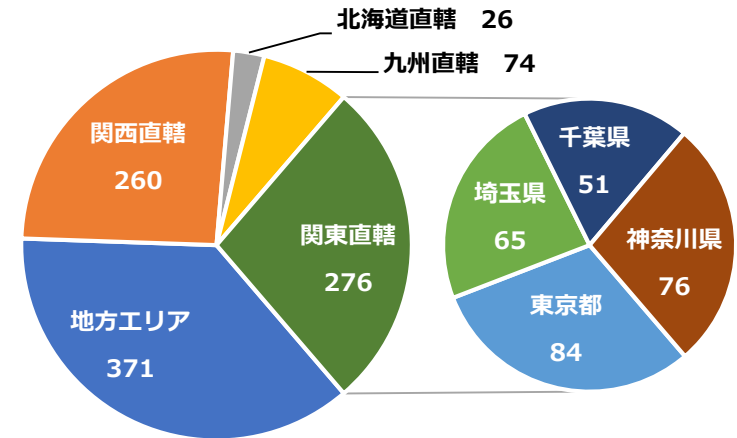
4Q会計期間：出店19店舗、退店3店舗（純増16店舗）

通期目標の純増40店舗を1店舗上振れて着地

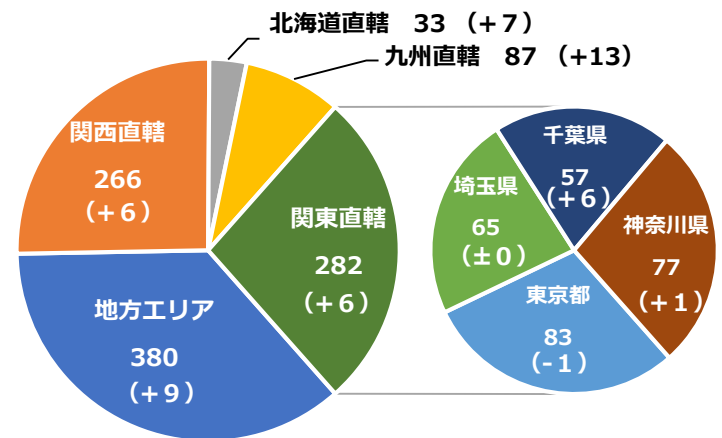


地域別の店舗数

2022年10月末
1,007店舗

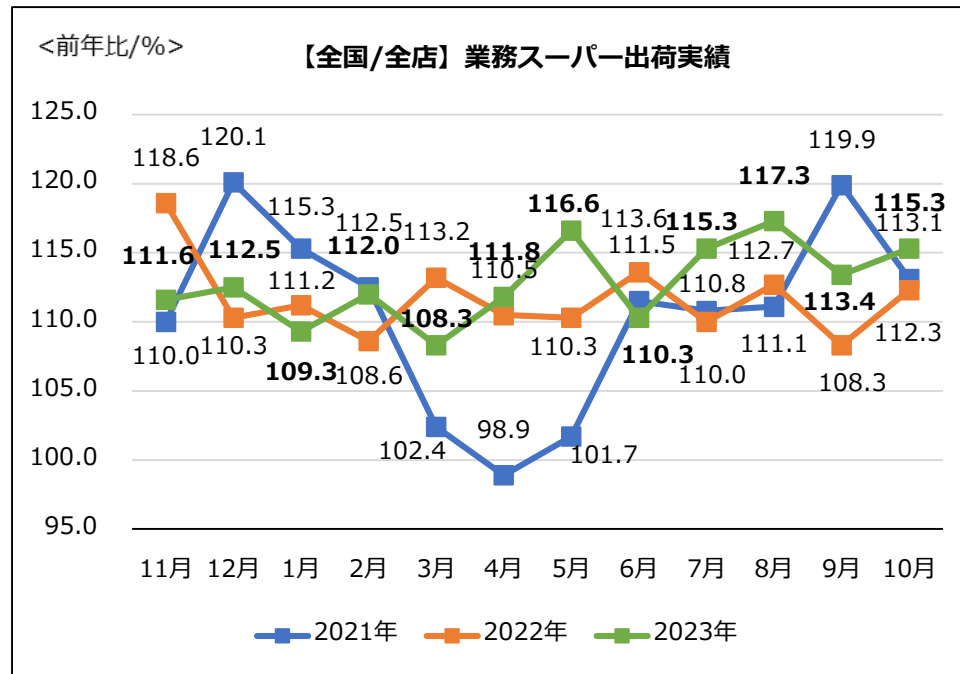
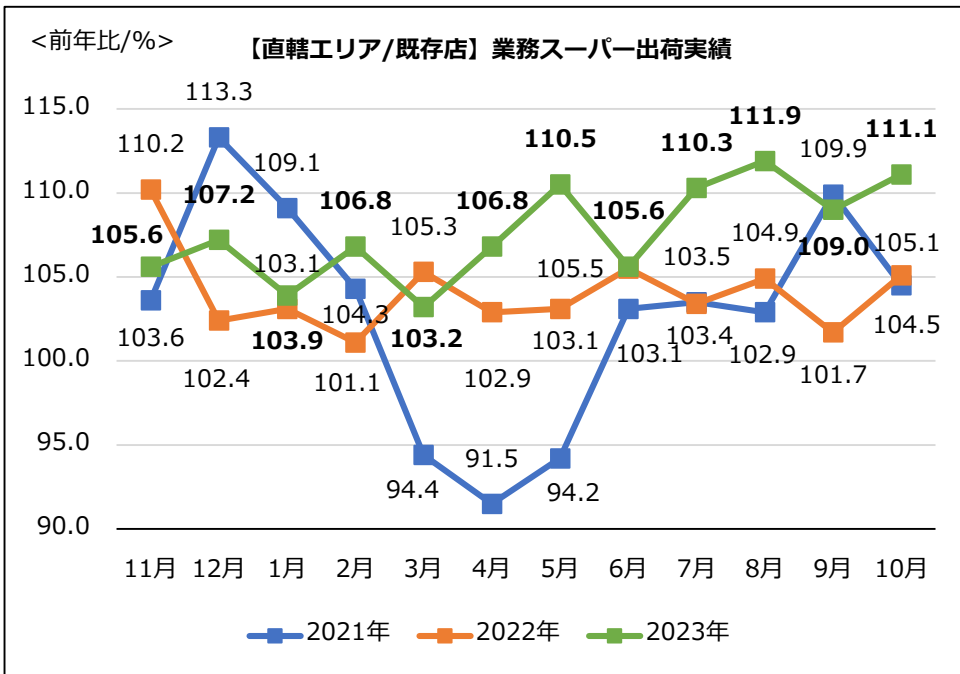


2023年10月末
1,048店舗 (+41店舗)



業務スーパー出荷実績（前年比）推移

全国的に集客力も回復しており、既存店出荷実績も好調に推移



【業務スーパーへの出荷実績（前年比）：%】

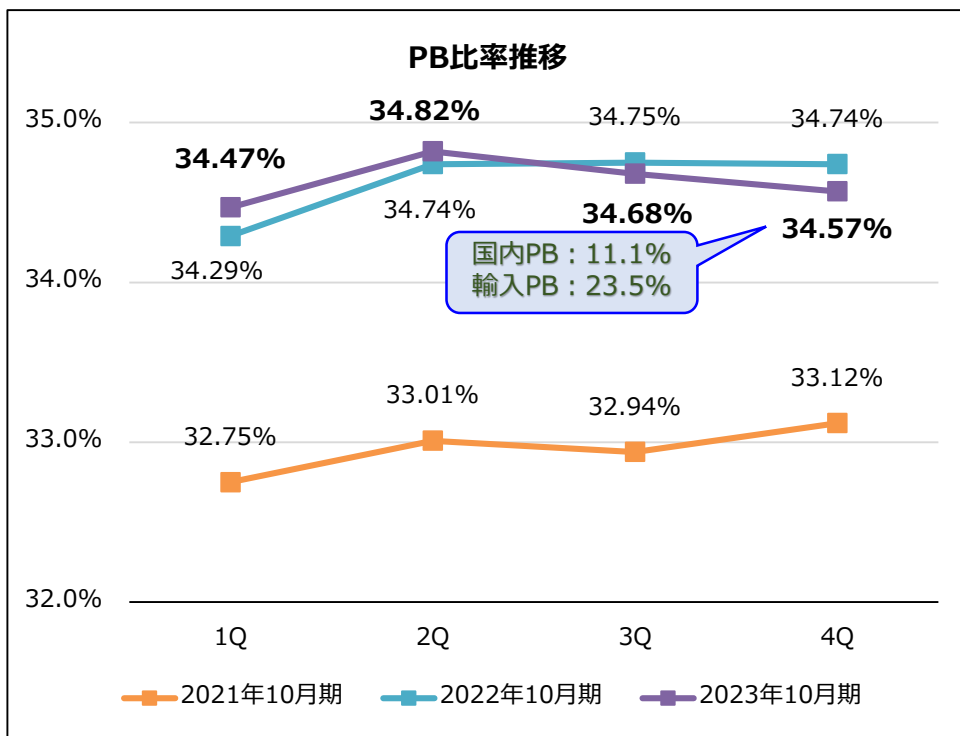
		2023年10月期														
		11月	12月	1月	2月	3月	4月	上期	5月	6月	7月	8月	9月	10月	下期	通期
直轄エリア	既存店	105.6	107.2	103.9	106.8	103.2	106.8	105.6	110.5	105.6	110.3	111.9	109.0	111.1	109.4	107.7
	全店	112.1	112.6	109.5	112.5	108.5	112.7	111.4	116.5	111.1	115.5	117.1	113.4	114.7	114.7	113.1
全国	全店	111.6	112.5	109.3	112.0	108.3	111.8	111.0	116.6	110.3	115.3	117.3	113.4	115.3	114.7	112.9

会計期間別
直轄エリア既存店
出荷実績

1Q : 105.7%
2Q : 105.5%
3Q : 108.8%
4Q : 110.7%

※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商品の出荷額は増加傾向にあるが、それ以上にNBが好調に推移

■ NB商品の価格改定により、相対的にPB比率が低下

PB商品（一例）

■ 自社グループ工場製造商品



鶏屋さんののり塩カツ
900g 559円



スパイシーカレー
チキンレッグ
2本 365円



冷凍讃岐うどん
250g×5食 178円

■ 自社輸入商品



テンペ
450g 375円



オーガニックオートミール
500g 267円



鶏もも串
(加熱済み・外無)
22g×50本 1,458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

当社が主体となり直営またはFC本部として行っている外食・中食事業です。
 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。

- 3業態すべて好調に推移
 - 各業態において、価格やメニューの差別化によりメディアでの露出も増加
- 上記の結果、セグメント業績も大きく改善



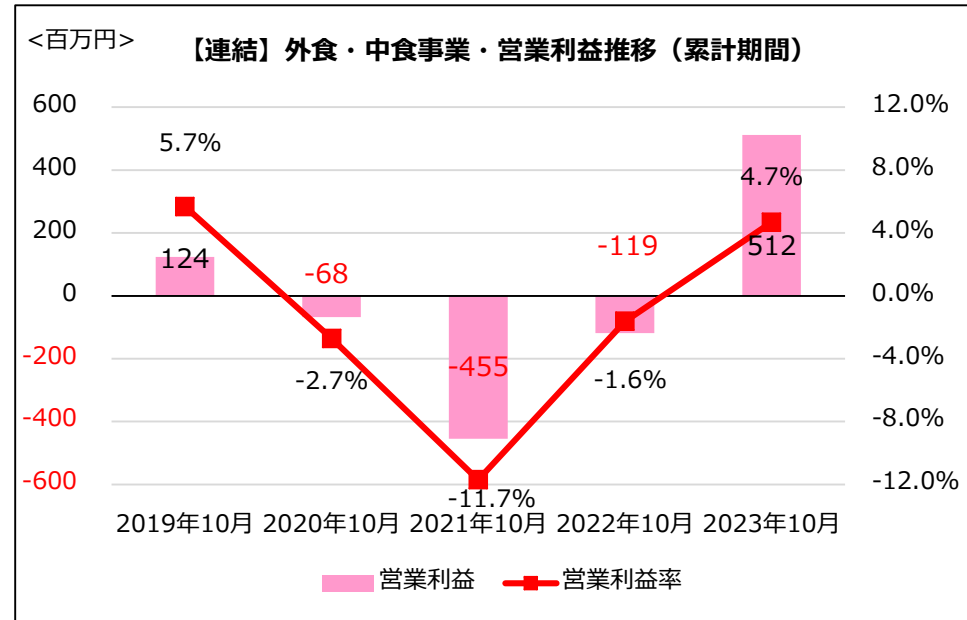
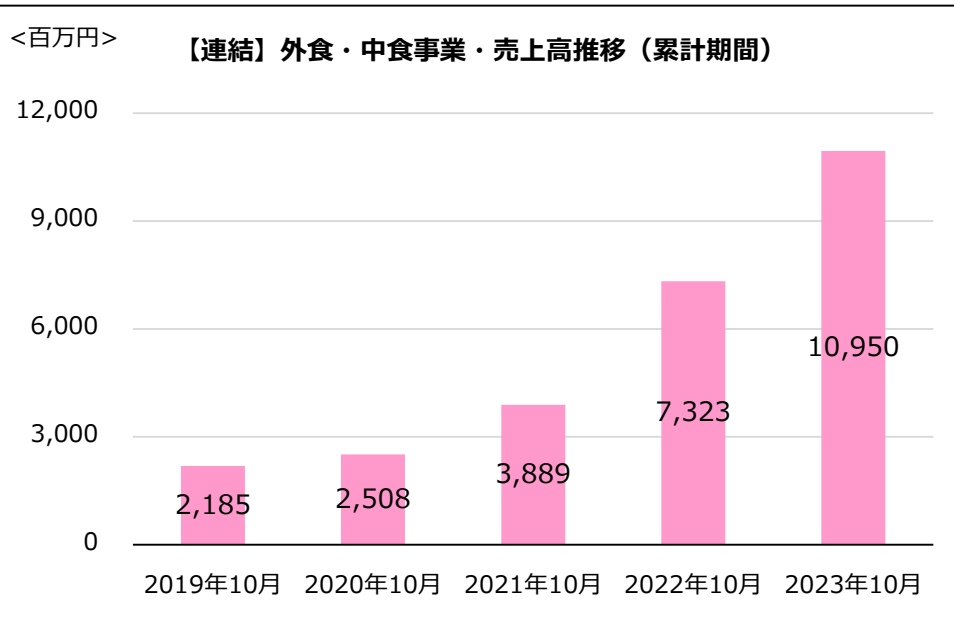
神戸クック・ワールドビュッフェ



プレミアムカルビ



馳走菜



※2021年10月期より報告セグメントの区分変更を行ったため、2020年10月期より遡って表示しており、過去のデータとの連続性はありません。

神戸クック・ワールドビュッフェ

合計店舗数：14店舗（2023年10月末現在）

累計期間：出店3店舗、退店0店舗（純増3店舗）

4Q会計期間：出退店なし

2024年1月に千葉県で新規出店を予定



12

つくる責任
つかう責任



原点回帰

7月より“世界の料理が楽しめるカフェ&ビュッフェフェア”を開催し、夏休み期間は非常に多くのお客様にご利用いただきました。ワールドビュッフェのコンセプトである世界各国の100種類以上のメニューを、広々とした店内で時間を気にせずお食事していただけるということを今一度お客様に認知していただきました。9月、10月は“アジアンフェア”を開催し、世界の料理フェアを2か月ごとに更新しながら、多くのお客様にご満足いただけるメニューとお客様のニーズに合わせた快適な空間を提供してまいります。

2024年10月期の見通し

インバウンド・旅行客など団体客の需要は引き続き期待されます。その他、忘年会・新年会や、学生の体育祭・文化祭の打ち上げなどの団体需要、長期休暇はファミリー層の需要も見込めます。

また、より多くの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お客様に満足いただけるサービスを提供し、全店が新型コロナウイルス感染症拡大前の売上水準に戻ることを目指して取り組んでまいります。



9月・10月と開催したアジアンフェア

プレミアムカルビ

合計店舗数：20店舗（2023年10月末現在）

累計期間：出店4店舗、退店0店舗（純増4店舗）

4Q会計期間：出店1店舗、退店0店舗

行動制限解除によるイベント再開に伴う人流変化や原材料価格の高騰がある中でも好調に推移



2023年10月期 総評

2023年10月期は、不安定な為替変動、原材料価格や人件費、水光熱費の高騰が続き、大きな影響を受けました。集客面では、上期は新型コロナウイルス感染症の影響下でも好調でしたが、下期においては5類移行に伴って行動制限が解除され、イベントや旅行需要への人流変化による若干の影響が見られました。それらの課題に対して、プレミアムコースの導入、メニューの改廃、期間限定のフェアの開催などの取り組みにより、顧客満足度や集客を重視しながらも利益の確保に努め、焼肉業界の淘汰が進む中でも店舗数を拡大してまいりました。

2023年10月期 出店店舗

レイクタウン店	埼玉県越谷市レイクタウン5-1-2
富士店	静岡県富士市高島町1番
中戸祭店	栃木県宇都宮市中戸祭町828-18
松戸きよしヶ丘店	千葉県松戸市小金きよしヶ丘3-11-1

12月5日、神奈川県藤沢市で湘南台店を出店

グランドメニュー

厳選焼肉食べ放題100分

プレミアムデザート & ジェラートビュッフェ付き



※店舗や時期によって取扱いメニューが異なる場合があります。

馳走菜（ちそうな）

合計店舗数：114店舗（2023年10月末現在）

累計期間：出店29舗、退店2店舗（純増27店舗）

4Q会計期間：出店12舗、退店0店舗（純増12店舗）

5月には、全国で100店舗を達成！



好調の背景

原材料の価格高騰が続く中で、価格改定やメニューの改廃、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へのシナジー効果が高く、加盟店の出店意欲も高まっております。

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。



2024年10月期の見通し

2023年10月期は、約40品の新メニューを開発、販売し、特にデザート類の売れ行きが好調でした。

2024年10月期においても引き続きデザートメニューのラインナップを大幅に拡充し、お客様にとってより魅力的で満足いただける売り場づくりに努めてまいります。

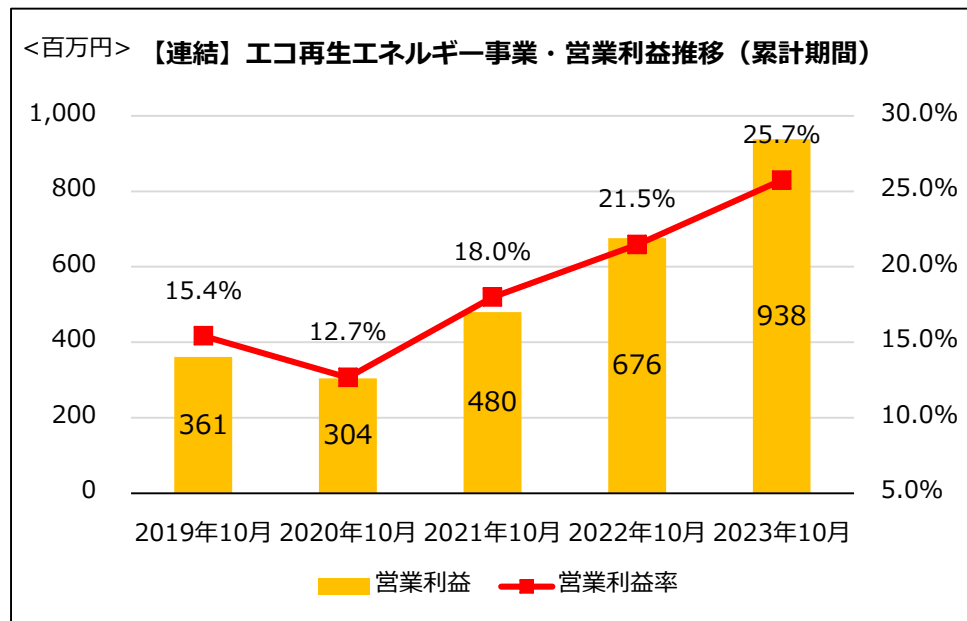
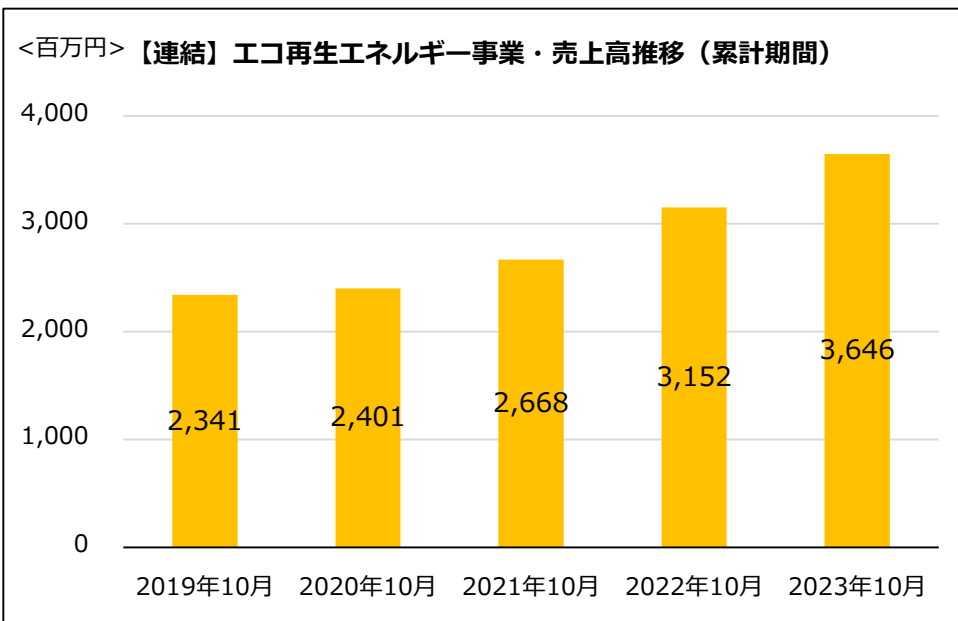


※店舗や時期によって取扱いメニューや価格が異なる場合があります。



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。

- 2022年6月に稼働した福島県西白河郡西郷村の発電所（18.9MW）が増収増益に貢献
- 宮城県東松島市の太陽光発電所（約30.0MW）が2023年10月18日に売電開始。
- これにより、当社保有の太陽光発電所は約81.0MWとなり、予定していた太陽光発電所は全て稼働いたしました。

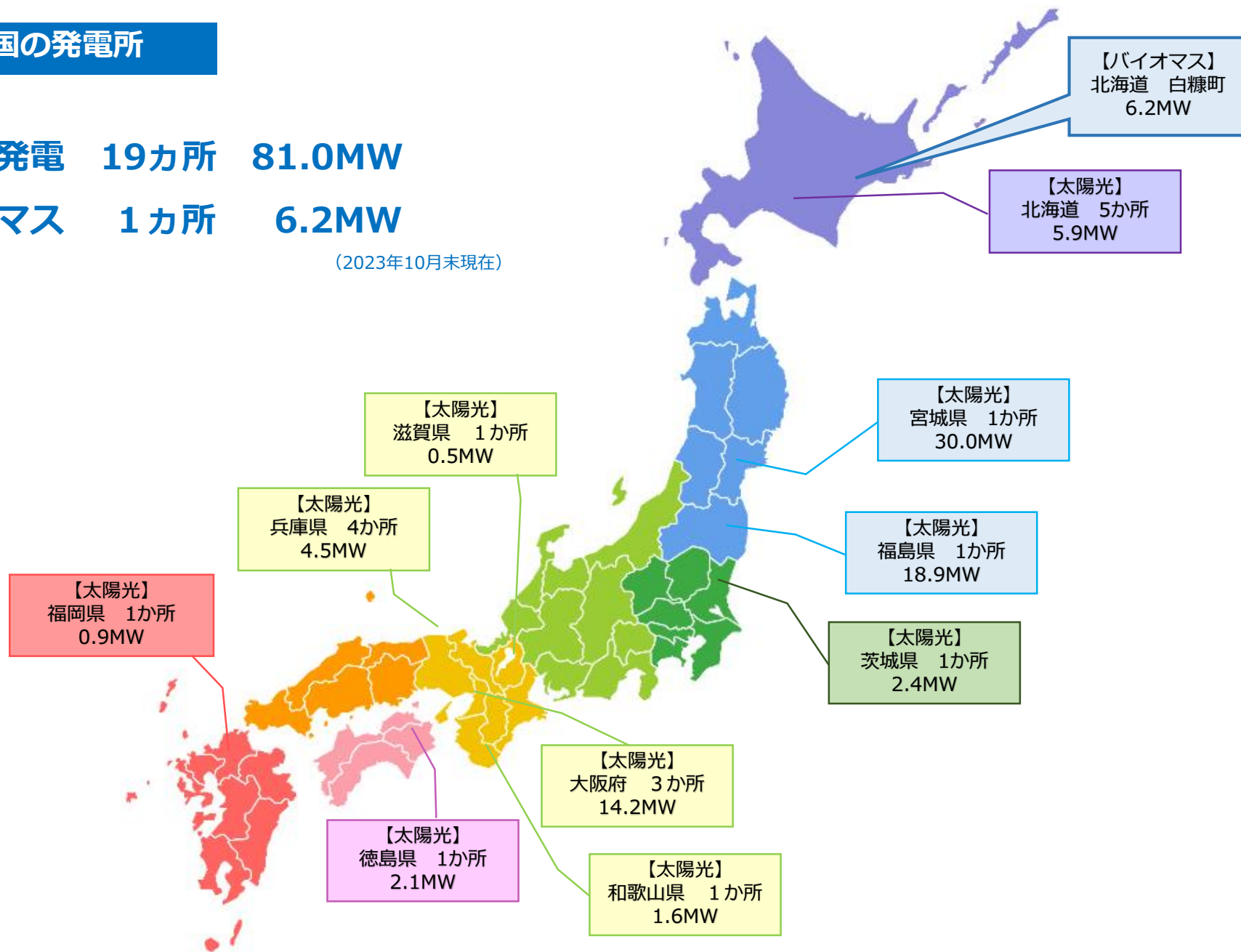


全国の発電所

太陽光発電 19カ所 81.0MW

バイオマス 1カ所 6.2MW

(2023年10月末現在)



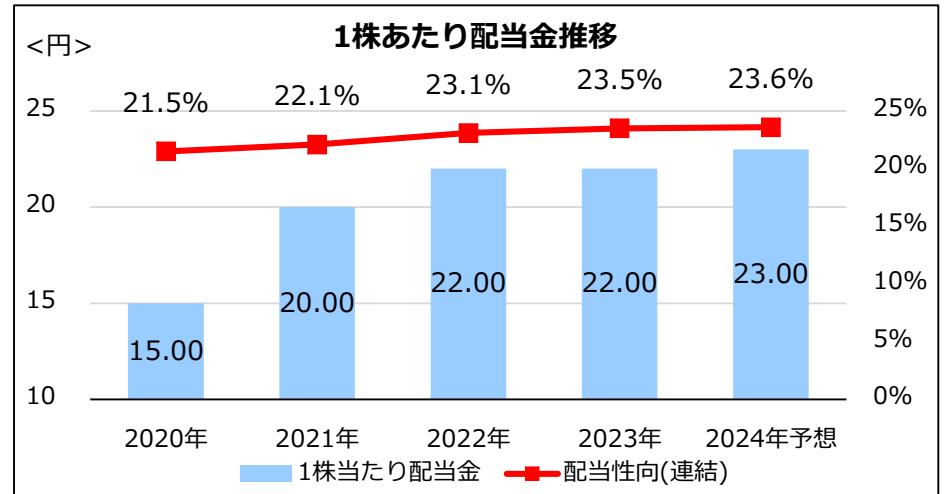
配当金推移

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。

2023年10月期は例年通り年1回の期末配当で、1株当たり22円00銭を実施しました。

なお、2024年10月期の配当は23円00銭を予定しております。

※2019年11月、2020年11月にそれぞれ1:2の割合で株式分割を実施しておりますので、右のグラフは株式分割を考慮した金額となっております。



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。毎年10月31日時点で当社株式を100株以上保有いただいております株主様に、保有年数及び保有株式数に応じて「JCBギフトカード」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	JCBギフトカード 1,000円分	JCBギフトカード 3,000円分
1,000株以上2,000株未満	JCBギフトカード 10,000円分	JCBギフトカード 15,000円分
2,000株以上	JCBギフトカード 15,000円分	JCBギフトカード 20,000円分



JCBギフトカード

※ご希望の株主様には、JCBギフトカードと引換えに額面相当のPB商品詰め合わせをお送りしております。

2024年10月期業績予想

(単位：百万円)

	2023年10月期実績	2024年10月期予想	前年比
売上高	461,546	498,000	107.9%
営業利益	30,717	31,000	100.9%
親会社に帰属する四半期純利益	20,560	21,500	104.6%

※上記計画は、円安・ドル高による輸入商品のコスト増、原材料及びインフラコストの高騰等が続く事を想定した計画となっております。

2024年10月期予想に対する業務スーパー事業ガイドライン

	2023年10月期目標	アクションプラン
出店目標	35店舗の純増	関東・九州地方を中心とした店舗開発 本部主導の物件情報収集の強化
既存店成長	102%以上	節約志向の消費者の取り込み 店舗運営の効率化
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

「良い物をより安く」を大義に、
食の総合企業としてお客様の豊かな暮らしを支えてまいります。

外食・中食事業の拡大

プレミアムカルビFC化

業態合計200店舗

国内プライベートブランド商品の生産能力の強化

新工場2カ所以上の稼働

製造工場の増産投資

PB比率の向上

業務スーパーの継続的な成長を目指す

継続的な新規出店

既存店成長

店舗運営の効率化

中期ビジョン

PB商品を強化し、
業務スーパーを中心
として、
事業の継続的な成長
を目指します。

第一期

第二期

第三期

2024

2025

2026

(単位：百万円)

	2023年10月期 実績	2024年10月期 計画	2026年10月期 目標
売上高	461,546	498,000	543,000
営業利益	30,717	31,000	37,000
ROIC	10%以上を維持し、毎期の成長を目指す		

- 本資料には、2023年12月15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