



# 2024年3月期第2四半期 決算説明資料

2023.11.7



愛と喜びのある食卓をいつまでも

Lasting love and joy at your table



St.Cousair



久世福商店

KUZE FUKU & Co.



KUZE FUKU  
&  
SONS®

## ハイライト

- 当2Q累計期間（23年4月～9月）の売上高は9,018百万円（前年同期比+11.0%）、営業利益は746百万円（同+11.8%）と増収増益を達成。
- 店舗売上高は、当2Q累計期間で直営が前年同期比+4.9%、FCが同+18.8%と堅調な伸び。店舗数は前連結会計年度末比で+8店舗（直営1、FC7）。
- 既存店※客数は、当2Q累計期間で前年同期比▲1.1%、当2Q会計期間（23年7月～9月）は同▲3.9%と減少。前年同期の大型テレビ番組露出の反動減に加えて、長引く残暑で秋冬商材の売上低調が要因。既存店客単価は、商品価格の値上げにより、当2Q累計期間で同+8.5%。
- EC売上高は、前年同期の大型テレビ番組露出の反動減に加え、23年9月に実施したフルフィルメント機能の外部移管により、移管作業中の出荷遅延が影響し、当2Q累計期間で前年同期比+5.9%、当2Q会計期間で同▲4.1%。
- ホールセール売上高は、当2Q累計期間で前年同期比+11.7%、当2Q会計期間で同+8.0%と堅調に推移。
- グローバルの売上高は、前年同期に米国大手小売チェーンの売上が集中したことの反動減により、当2Q累計期間で前年同期比+4.7%、当2Q会計期間で同▲2.0%。
- チャネル別売上構成の変化により、当2Q累計期間の売上総利益率は39.4%と前2Q累計期間（22年4月～9月）と比べて▲0.4ptの低下。

※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

売上高、各段階利益において増収・増益を達成。

単位:千円	2Q累計期間(2023/4～2023/9)			2Q会計期間(2023/7～2023/9)		
		前期実績	前年同期比		前期実績	前年同期比
売上高	9,018,999	8,127,233	+11.0%	4,212,860	3,929,212	+7.2%
売上原価	5,463,938	4,895,757	+11.6%	2,591,353	2,426,500	+6.8%
売上総利益	3,555,061	3,231,475	+10.0%	1,621,506	1,502,712	+7.9%
売上総利益率	39.4%	39.8%	▲0.4pt	38.5%	38.2%	+0.3pt
販管費	2,808,592	2,563,515	+9.6%	1,377,670	1,279,638	+7.7%
営業利益	746,468	667,960	+11.8%	243,836	223,073	+9.3%
営業利益率	8.3%	8.2%	+0.1pt	5.8%	5.7%	+0.1pt
経常利益	816,075	684,824	+19.2%	261,018	222,635	+17.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	524,961	461,866	+13.7%	160,773	142,358	+12.9%

## 販売チャネル別売上高

- 店舗(直営・FC)……当2Q累計期間で直営が前年同期比+4.9%、FCが同+18.8%。当2Q会計期間は直営が同+2.6%、FCが同+16.5%と伸びが鈍化。前年同期の大型テレビ番組露出の反動減に加えて、長引く残暑で秋冬商材の売上低調により、当2Q会計期間の既存店客数が前年同期比▲3.9%と減少したことが主要因。店舗数は前連結会計年度末比で+8店舗(直営1、FC7)。
- EC ……………店舗同様、前年同期の大型テレビ番組露出の反動減に加え、23年9月に実施したフルフィルメント機能の外部移管により、移管作業中の出荷遅延が影響し、当2Q累計期間で前年同期比+5.9%、当2Q会計期間で同▲4.1%。
- ホールセール ………当2Q累計期間で前年同期比+11.7%、当2Q会計期間で同+8.0%と堅調に推移。
- グローバル ………前年同期に米国大手小売チェーンの売上が集中したことの反動減により、当2Q累計期間で前年同期比+4.7%、当2Q会計期間で同▲2.0%。

単位：千円	2Q累計期間(2023/4～2023/9)					2Q会計期間(2023/7～2023/9)				
		構成比	前期実績		前年同期比		構成比	前期実績		前年同期比
				構成比					構成比	
直営	3,039,139	33.7%	2,895,878	35.6%	+4.9%	1,439,655	34.2%	1,403,511	35.7%	+2.6%
FC	3,305,829	36.7%	2,782,864	34.2%	+18.8%	1,440,993	34.2%	1,236,806	31.5%	+16.5%
EC	527,624	5.9%	498,349	6.1%	+5.9%	231,576	5.5%	241,600	6.1%	▲4.1%
ホールセール	1,659,706	18.4%	1,485,448	18.3%	+11.7%	799,844	19.0%	740,454	18.8%	+8.0%
グローバル	486,699	5.4%	464,692	5.7%	+4.7%	300,790	7.1%	306,839	7.8%	▲2.0%
合計	9,018,999	100.0%	8,127,233	100.0%	+11.0%	4,212,860	100.0%	3,929,212	100.0%	+7.2%

※ 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

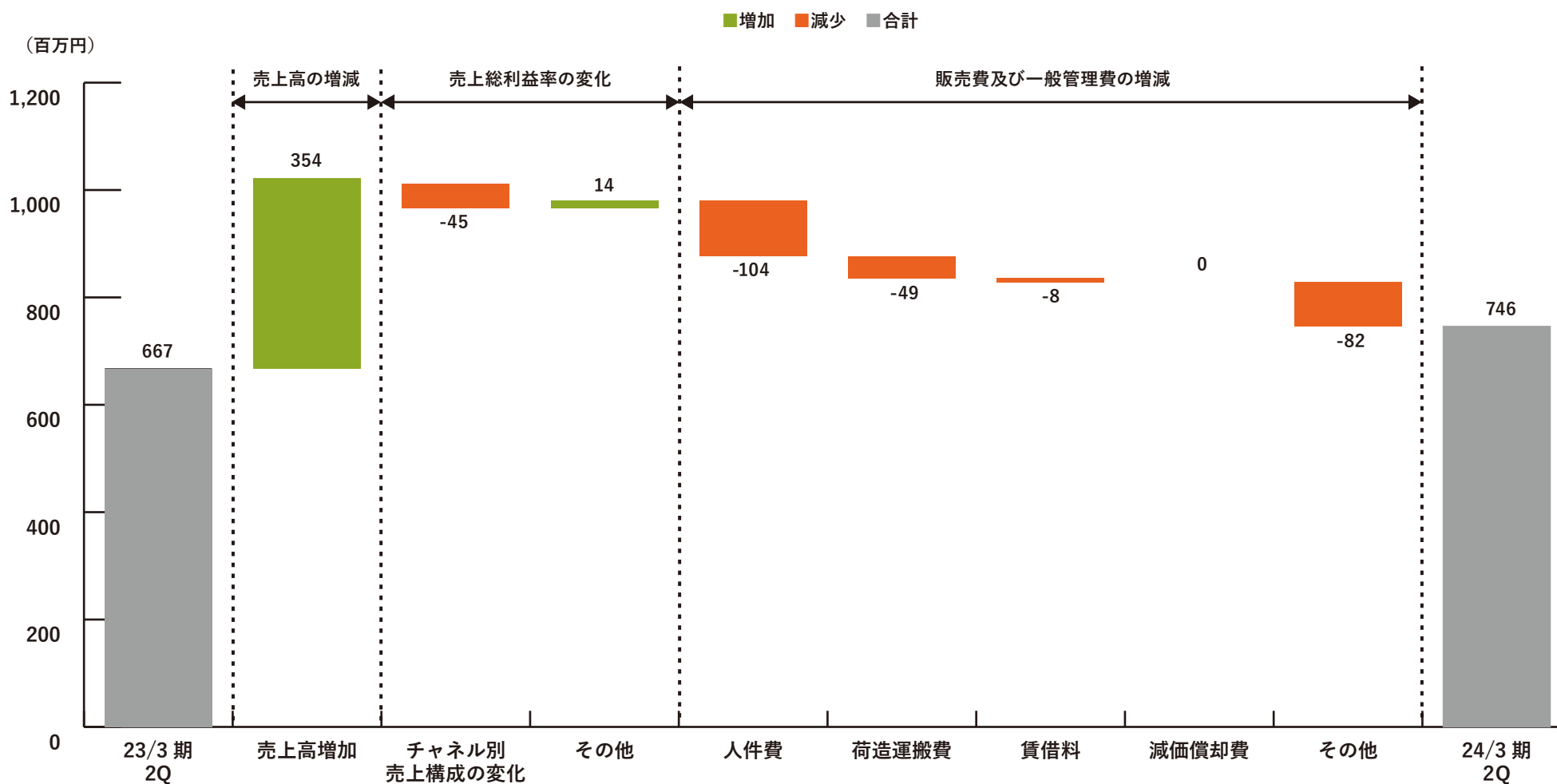
- 人件費…… ベースアップの実施(固定費増)に加えて、一部直営店舗において売上に連動する販売委託人件費が増加(変動費増)したことにより、前年同期比+104百万円。
- その他…… ブランディングやマーケティングに関する費用、株主関連費用、社内IT関連費用、M&A関連費用などが増加。

単位:千円

	2Q累計期間(2023/4～2023/9)					2Q会計期間(2023/7～2023/9)				
		前期実績		前年 同期比		前期実績		前年 同期比		
		売上高 比	売上高 比			売上高 比	売上高 比			
人件費	1,166,145	12.9%	1,061,164	13.1%	+9.9%	578,913	13.7%	526,843	13.4%	+9.9%
荷造運搬費	559,333	6.2%	510,325	6.3%	+9.6%	263,827	6.3%	239,045	6.1%	+10.4%
賃借料	294,563	3.3%	285,972	3.5%	+3.0%	137,573	3.3%	142,161	3.6%	▲3.2%
減価償却費	74,972	0.8%	75,177	0.9%	▲0.3%	42,312	1.0%	38,512	1.0%	+9.9%
その他	713,576	7.9%	630,875	7.8%	+13.1%	355,044	8.4%	333,075	8.5%	+6.6%
合計	2,808,592	31.1%	2,563,515	31.5%	+9.6%	1,377,670	32.7%	1,279,638	32.6%	+7.7%

## 連結営業利益 前年同期比

- 円安や原料価格高騰の影響は、値上げによってほぼ吸収。  
当2Q累計期間（23年4月～9月）の売上総利益率の悪化は、チャンネル別売上構成比の変化が主要因。
- 販管費増減要因の詳細は、前ページ参照。



## 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以下の通り。

### ■ 連結業績予想に対する進捗率

単位:百万円	2Q累計期間(2023/4～2023/9)		
		業績予想	進捗率
売上高	9,018	19,711	45.8%
営業利益	746	1,681	44.4%
営業利益率	8.3%	8.5%	—
経常利益	816	1,661	49.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	524	1,096	47.9%

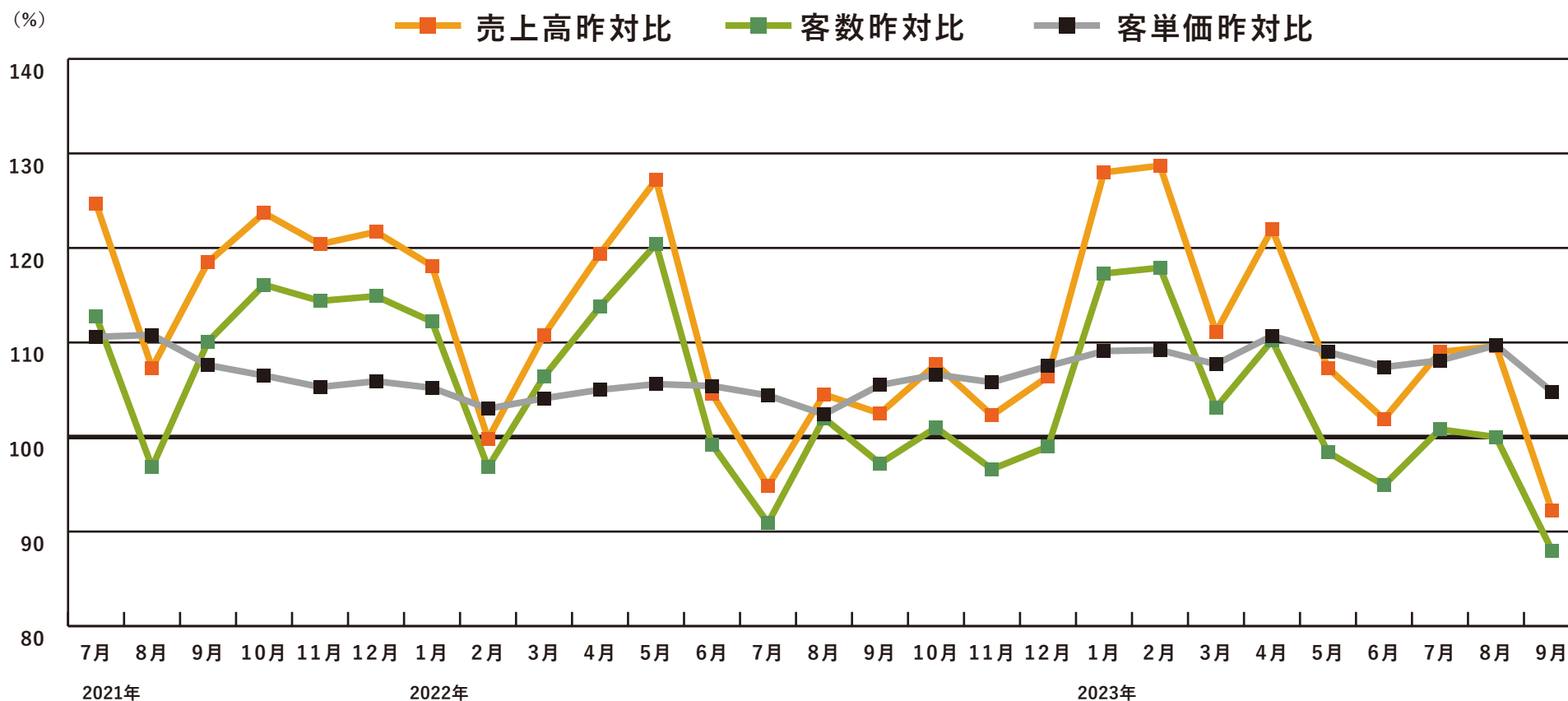
### ■ 販売チャネル別売上高予想に対する進捗率

単位:百万円	2Q累計期間(2023/4～2023/9)		
		業績予想	進捗率
直営	3,039	6,382	47.6%
FC	3,305	7,133	46.3%
EC	527	1,264	41.7%
ホールセール	1,659	3,399	48.8%
グローバル	486	1,530	31.8%
合計	9,018	19,711	45.8%



## 既存店(※)売上高・客数・客単価推移

- 既存店客数は、当2Q累計期間(23年4月～9月)で前年同期比▲1.1%。当2Q会計期間(23年7月～9月)は同▲3.9%。前年同期の大型テレビ番組露出の反動減に加えて、長引く残暑で秋冬商材の売上低調が要因。
- 既存店客単価は、2022年9月に値上げを実施し、その後も原料価格の動向に合わせて継続して値上げを行っていることにより、当2Q累計期間で前年同期比+8.5%。



※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。

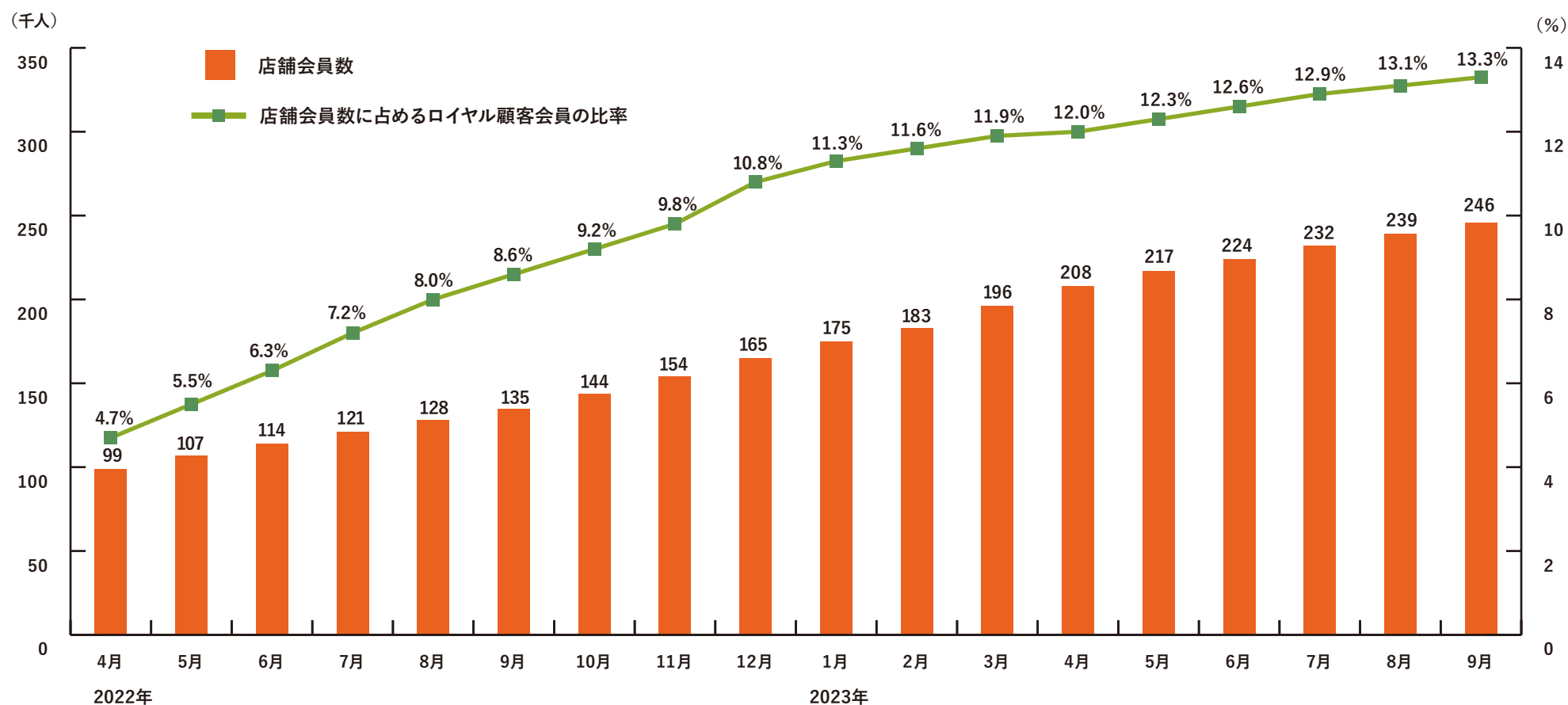
## 業態別店舗数

- 当2Q累計期間(23年4月~9月)において、久世福商店業態7店舗(FC7店舗)、MeKEL業態1店舗(直営1店舗)新規出店。当2Q累計期間における退店は無し。

単位:店舗		2022年 9月末 店舗数	2023年 3月末 店舗数	2023年9月末(2023/4~2023/9)		
				出店	退店	店舗数
サンクゼール業態	直営	11	12	-	-	12
	FC	4	4	-	-	4
	合計	15	16	-	-	16
久世福商店業態	直営	41	39	-	-	39
	FC	95	103	7	-	110
	合計	136	142	7	-	149
MeKEL業態	直営	-	-	1	-	1
	FC	-	-	-	-	-
	合計	-	-	1	-	1
全業態合計	直営	52	51	1	-	52
	FC	99	107	7	-	114
	合計	151	158	8	-	166

## 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。

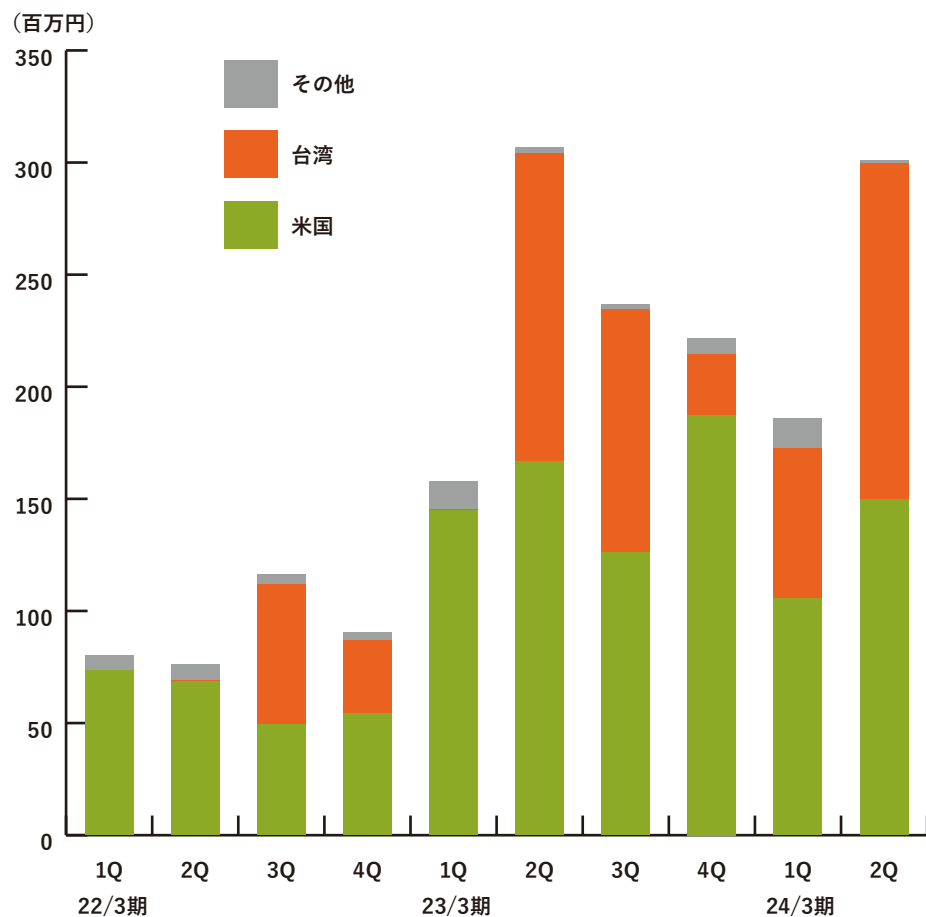


※1. 上記グラフはEC会員を含まない店舗をご利用いただいているお客様会員数を示しております。※2. 当社公式アプリにご登録いただいているお客様会員のうち、基準日(各月末)から起算して7ヶ月間の購入金額の合計金額が当社が定める基準金額を超えるお客様会員を「ロイヤル顧客」と定義しております。

## グローバルの状況：国別売上高

当2Q累計期間(23年4月~9月)の国別売上高は、米国向け売上が▲56百万円減少となるも、台湾向け売上が+78百万円増加。

### ■ 国別売上高(※1、2)



### ■ ハイライト

#### 米国

- 米系大手小売チェーンに対する売上が前2Qに集中した一方、当期は3Q以降の計上を見込んでいることから、当2Q会計期間(23年7月~9月※3)の売上高は、前年同期比▲16百万円。
- 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、当2Q累計期間で135.00円(前年同期は123.14円)

#### 台湾

- 前期に続き米系大手小売チェーン販促イベントへ参加し、当2Q会計期間の売上高は、前年同期比+12百万円。

#### その他

- オーストラリア、香港などの地域への売上高を含む。

※1. 最終販売国別に集計しております。 ※2. 上記数値に関して外部監査人による四半期レビューは受けておりません。 ※3. 米国子会社における23年4月~6月が該当します。

## 貸借対照表

売上高の増加により、棚卸資産が増加。

単位:千円	2022年 9月末	2023年 3月末	2023年9月末		
			前年同期比	前期末比	
現金及び預金	1,082,019	3,317,671	2,728,716	+152.2%	▲17.8%
売掛金	1,434,871	1,728,233	1,445,195	+0.7%	▲16.4%
棚卸資産	1,572,459	1,635,730	1,745,069	+11.0%	+6.7%
その他流動資産	100,473	132,815	98,098	▲2.4%	▲26.1%
貸倒引当金	-58	-92	-58	—	—
流動資産合計	4,189,765	6,814,358	6,017,021	+43.6%	▲11.7%
固定資産合計	2,465,418	2,360,079	2,942,167	+19.3%	+24.7%
資産合計	6,655,184	9,174,438	8,959,189	+34.6%	▲2.3%
負債合計	4,966,841	4,948,426	4,472,472	▲10.0%	▲9.6%
純資産合計	1,688,342	4,226,011	4,486,717	+165.7%	+6.2%
自己資本比率	25.3%	46.0%	50.0%	+24.7pt	+4.0pt

## 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(直近12ヵ月間)

19.1%

前連結会計年度 19.1%

### ■ROE(直近12ヵ月間)

27.5%

前連結会計年度 28.0%

#### 計算式

営業利益×(1-実効税率)

—————  
(株主資本+有利子負債)(※)

#### 計算式

親会社株主に帰属する当期純利益

—————  
自己資本(※)

※ 直近12ヵ月間の計算期間の期首と期末に該当する四半期会計期間末残高の平均値により算出しております。なお、2022年12月グロース市場上場時の公募増資による株主資本の増加額については、各計算期間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。

## 為替差益 関係会社貸付金の期末評価替え

当2Q累計期間(23年4月~9月)に計上した為替差益は、親会社から米国子会社に対する外貨建貸付金を期末日レートで換算・評価替えした際に発生したものの。

単位:千円	2Q累計期間(2023/4~2023/9)		
		前期実績	前年同期比
営業外収益 為替差益	80,581	16,822	+379.0%



うち、親会社から米国子会社に対する 貸付金の換算替えによる金額	79,993
------------------------------------	--------

計算過程	貸付金額 (米ドル)	換算レート (円)	換算後貸付金額 (千円)
①貸付時(23年4月)	5,000,000	133.58	667,906
②当2Q末(23年9月30日)	5,000,000	149.58	747,900
③②-①	-	-	79,993

## MeKEL 第1号店オープン

MeKELオープン時の記者発表にはサンクゼール史上過去最多の13社19名の方が来られました。10年ぶりの新業態、冷凍を中心、アジア食中心ということで多くのメディアにご注目いただきました。地元メディアからの期待も感じます。



### ■ 初月売上高 (23/9/2 ~ 9/30)

# 33 百万円

参考：  
既存店1店舗当たり売上高  
(23年9月) **7.5** 百万円

### ■ 平均客単価 (23/9/2 ~ 9/30)

# 2,500 円

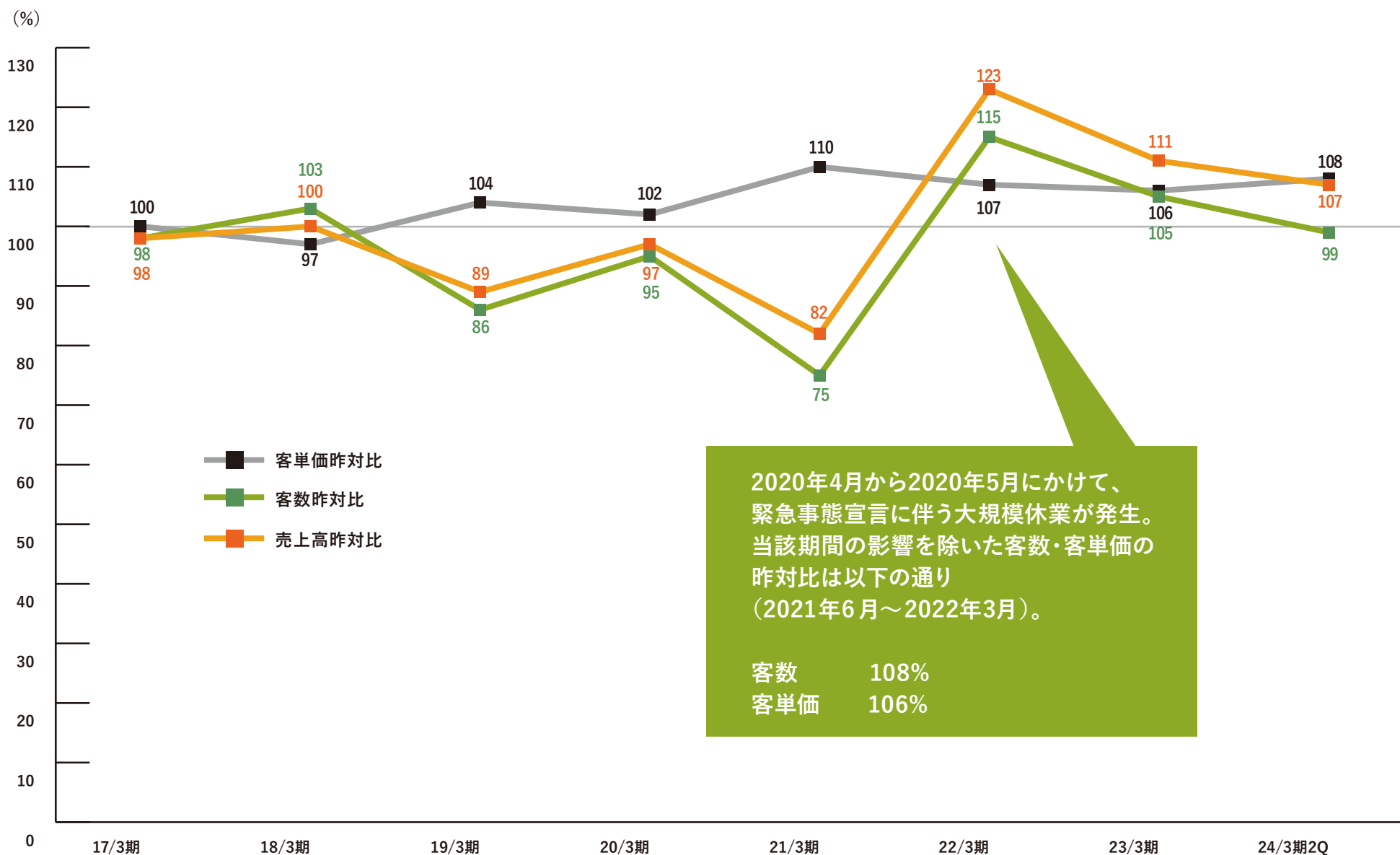
参考：  
既存店平均客単価  
(23年9月) **1,854** 円



## 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。

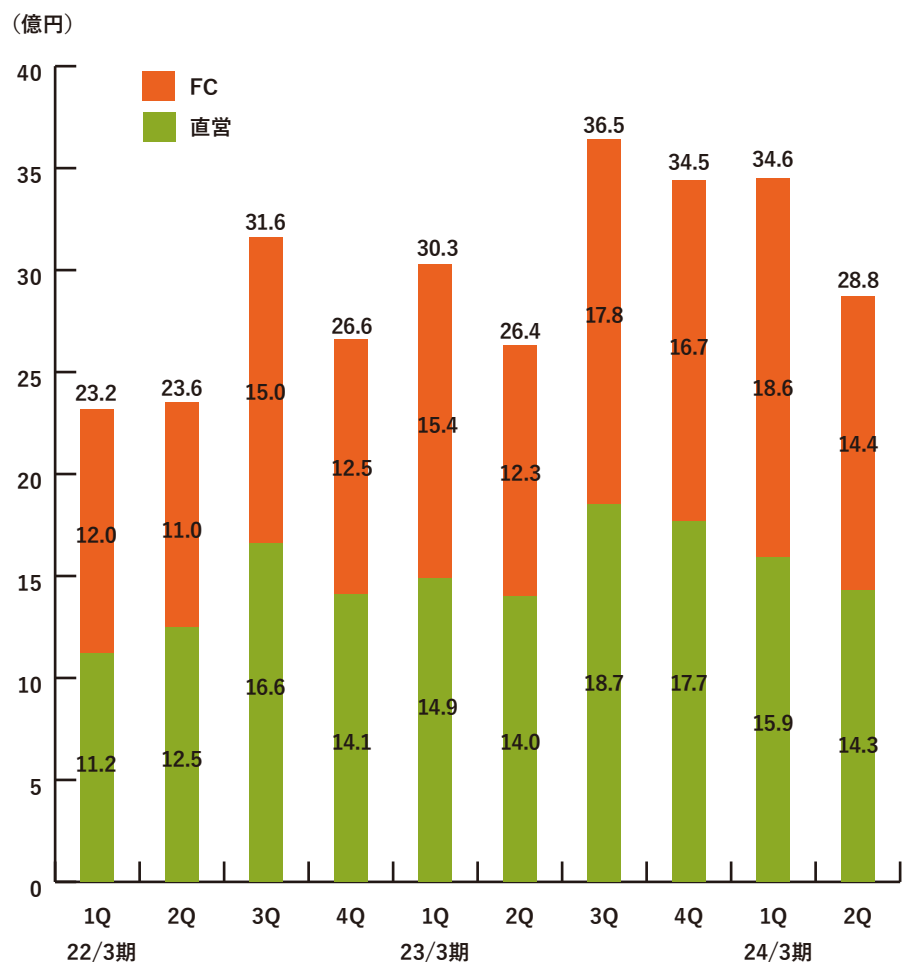
## 既存店(※1・2)売上高・客数・客単価昨対比



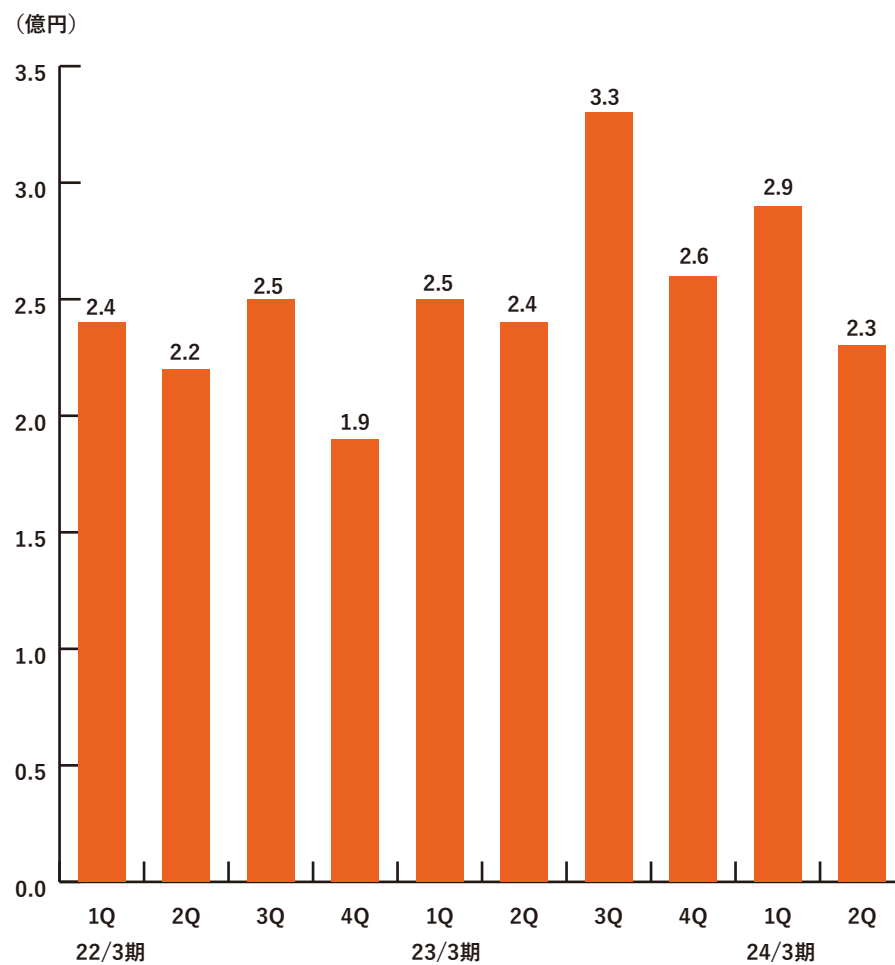
※1.当社グループは、開店後18か月以上経過した店舗を「既存店」としております。 ※2.各年度期首で開店後18か月以上経過している店舗を対象に売上高・客数・客単価の昨対比を計算しております。

# 販売チャネル別実績（店舗・EC）

## ■ 四半期売上高（店舗）

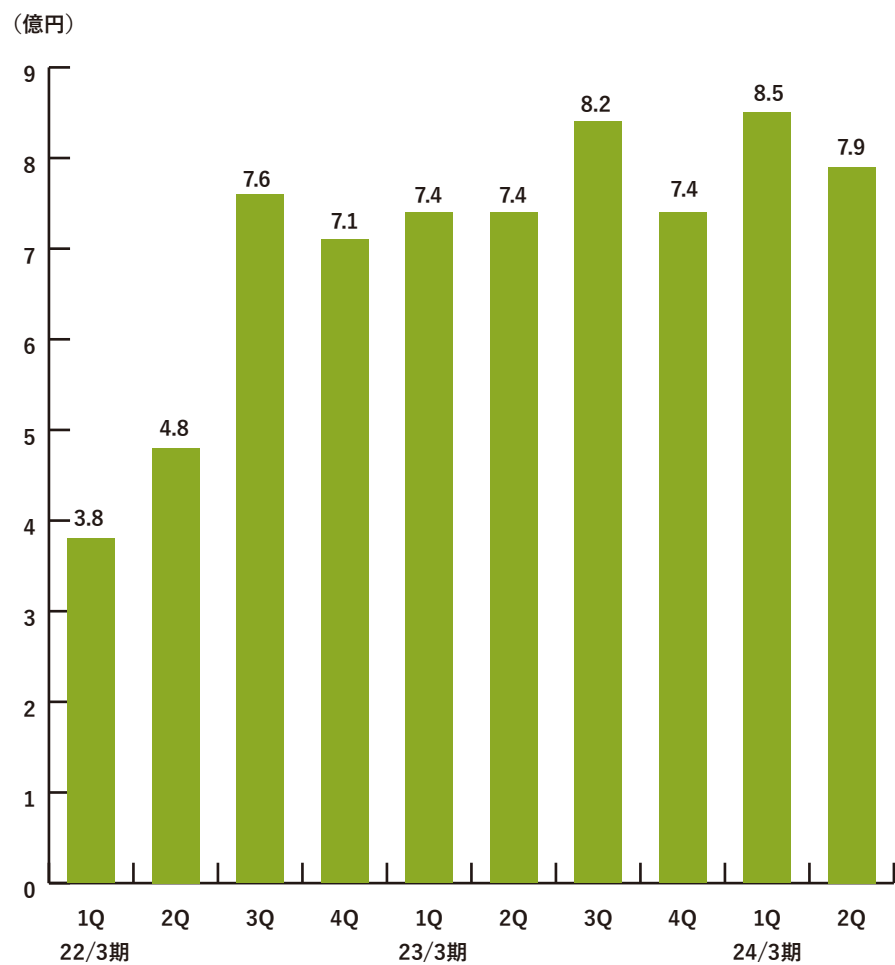


## ■ 四半期売上高（EC）

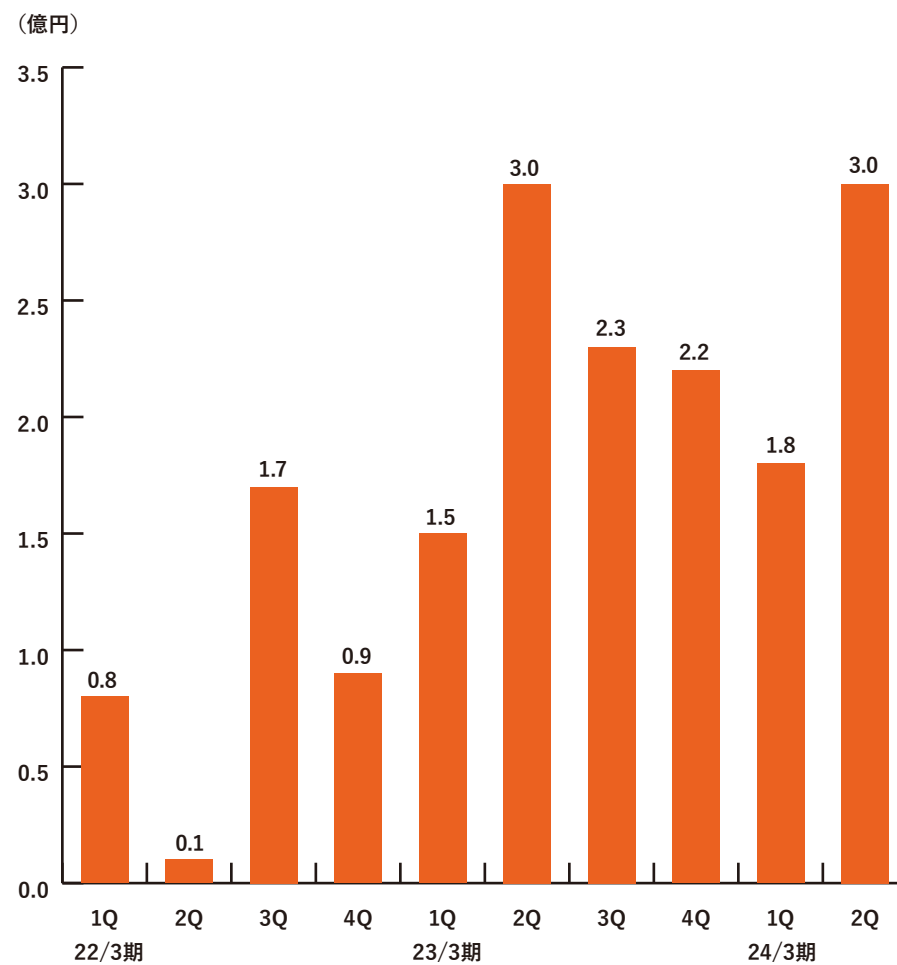


## 販売チャネル別実績（ホールセール・グローバル）

■ 四半期売上高（ホールセール）



■ 四半期売上高（グローバル）



## 四半期連結業績

単位:千円	2024年3月期		2024年3月期	
	1Q		2Q	
		構成比		構成比
売上高	4,806,138	100.0%	4,212,860	100.0%
売上総利益	1,933,554	40.2%	1,621,506	38.5%
営業利益	502,632	10.5%	243,836	5.8%

単位:千円	2023年3月期							
	1Q		2Q		3Q		4Q	
		構成比		構成比		構成比		構成比
売上高	4,198,020	100.0%	3,929,212	100.0%	5,055,894	100.0%	4,682,521	100.0%
売上総利益	1,728,763	41.2%	1,502,712	38.2%	1,973,802	39.0%	1,824,796	39.0%
営業利益	444,886	10.6%	223,073	5.7%	510,222	10.1%	421,606	9.0%

単位:千円	2022年3月期							
	1Q		2Q		3Q		4Q	
		構成比		構成比		構成比		構成比
売上高	3,038,023	100.0%	3,154,253	100.0%	4,304,157	100.0%	3,668,625	100.0%
売上総利益	1,256,263	41.4%	1,355,158	43.0%	1,760,638	40.9%	1,408,964	38.4%
営業利益	262,915	8.7%	302,264	9.6%	503,547	11.7%	247,726	6.8%

# 2024年3月期第2四半期 新商品情報①



サンク  
ゼール

ブラッドオレンジ  
マーメイド



サンク  
ゼール

メロンパン&  
レモンドーナツ



サンク  
ゼール

季節限定  
モンブランクリーム



サンク  
ゼール

季節限定  
スイートポテト(再販)



サンク  
ゼール

季節限定  
くりきんとん(再販)

## 2024年3月期第2四半期 新商品情報②



久世福  
商店

小粋な、ひとり飲み  
阿波尾鶏砂肝



久世福  
商店

旨み根昆布だし



久世福  
商店

もつ鍋やまや監修  
もつ鍋味噌味



久世福  
商店

もつ鍋やまや監修  
もつ鍋醤油味



久世福  
商店

熊本県産  
ブルーベリージャム

# 2024年3月期第2四半期 新商品情報③



KUZEFUKU  
&  
SONS

長崎のカステラ抹茶 314g



KUZEFUKU  
&  
SONS

牡蠣醤油味付け海苔 80切



KUZEFUKU  
&  
SONS

減塩醤油 1.8L



KUZEFUKU  
&  
SONS

ゆず胡椒



KUZEFUKU  
&  
SONS

ゆずホットソース



KUZEFUKU  
&  
SONS

紫芋スプレッド



# 2024年3月期第2四半期 新店情報

07/13  
OPEN



久世福  
商店

久世福商店  
ゆめタウン光の森店

09/08  
OPEN



久世福  
商店

久世福商店  
高崎モンレー店



09/02  
OPEN



MeKEL

MeKEL  
長野若里店

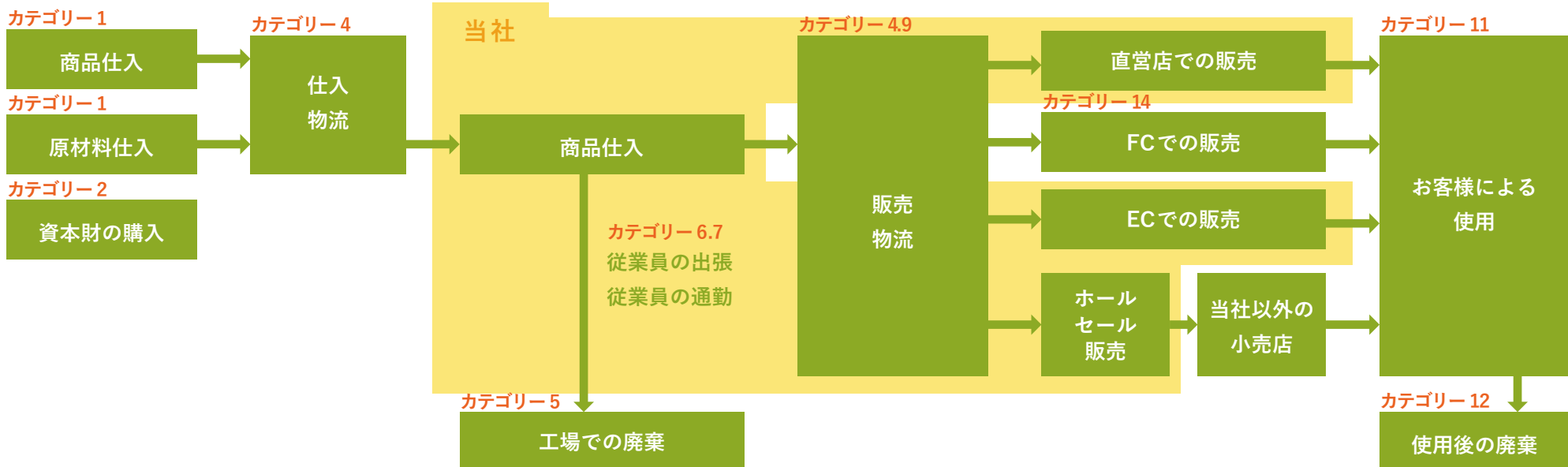


# 温室効果ガス排出量の測定と精度向上

2030年のScope1+2の50%削減の達成に加えて、Scope3の測定及び削減計画の策定を進める。

項目	目標
Scope 1+2	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2030年までに50%削減。(2021年比)</li> </ul>
Scope 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Scope3を十分な精度を持って測定可能な体制の構築。</li> <li>● ホットスポットの特定と削減計画を策定。</li> </ul>

## ■ 当社グループにおけるScope3の考え方





## 人的資本の充実化

パートナー（※）一人ひとりが、中長期的に成長・自己実現を果たしながら企業価値の向上に貢献できるよう、会社全体のサポート体制を充実化。

### ■ 数値目標

女性管理職比率

19% → 30%

2023年3月末

2030年度

### ■ 多様な働き方

- リモートワーク
- 地域限定勤務
- 短時間勤務

拡充

- 各種休業取得

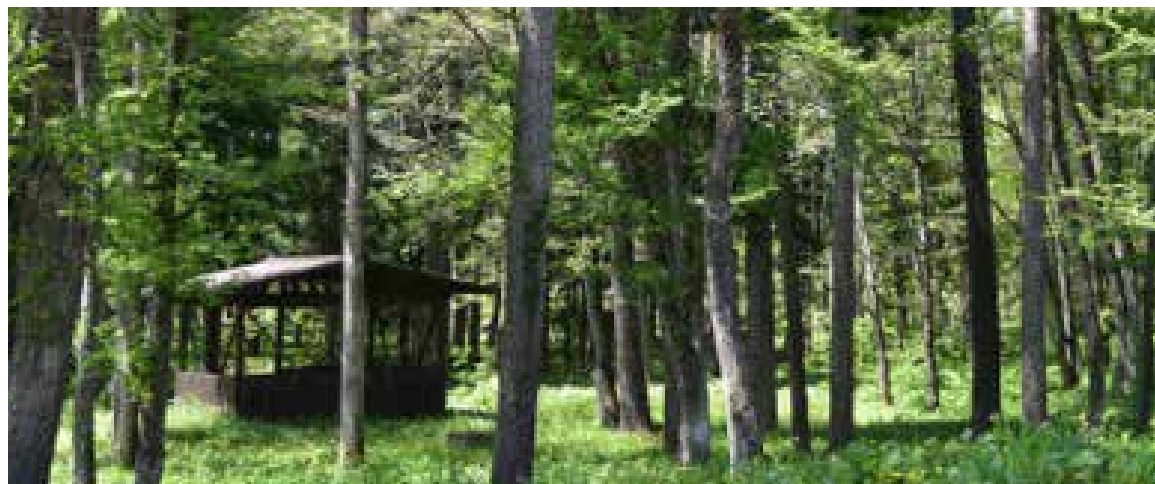
支援と推奨





## 森林保護プロジェクト

当社信濃町センター（長野県上水内郡信濃町）敷地内にある森。



人間が手を入れないことで、森は自然に荒廃していく。

地域住民を始め、多くの人々が訪問するエリアに生まれ変わることで、森の自然荒廃を防ぎ、森と人が共生することにより、自然や生態系が長期に持続できる。

### エリア活用検討例

- 遊歩道
- 野外デスク（屋外会議スペース）
- 屋外キャンプ場
- 保育園
- 図書館
- カフェ



## 食品ロス削減の取り組み

事業活動において発生する食品ロス削減に取り組む。

### ■ 自社工場・店舗における食品廃棄物の削減

自社工場・店舗から発生する食品廃棄物の削減を目的とした改善活動 (PDCA) を推進。



### ■ 「ワイン用ぶどう」残渣(ざんさ)の活用

「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として他社へ提供。



### 数値目標

自社工場・店舗から発生する食品廃棄物の削減率

**2030年に50%削減** (2021年比)

# タンザニア支援



タンザニアで孤児になった子どもたちの支援を行う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。



■ 2023年4月～9月の寄付額

# 404万円