

カネ美食品株式会社
2027年2月期 中間期
決算説明会

証券コード：2669
(東証スタンダード)

1

エグゼクティブサマリー

2

2027年2月期 中間期 決算概況

3

Appendix

本資料に記載された将来の業績見通し及び各種情報は、現時点において入手可能な情報並びに当社が合理的であると判断した前提に基づいて作成したものです。

将来の経済情勢、市場環境その他の要因により、実際の業績等は本資料に記載した内容と大きく異なる可能性があります。

そのため、本資料をご利用いただく際は、これらの点をご理解のうえ、参考情報としてご活用下さいますようお願い申し上げます。

(注) 本資料内において、「株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス」は「PPIH」、
「株式会社パン・パシフィック・インターナショナル・トレーディング」は「PPIT」と表記しております。

惣菜で暮らしの満足度を高める

「“おいしさ”は、安全・安心という確かな信頼の上に成り立つもの。」

当社は、「“おいしさ”で、ここを動かす。」というパーパスを掲げています。その実現の土台となるのが、安全・安心への徹底したこだわりです。お客様に心からご満足いただける商品をお届けするため、原材料の管理から製造・品質保証に至るまで、高い水準での食品安全管理を追求しております。

今期中には、JFS-B Plus規格を外販全拠点にて取得し、食品安全マネジメント体制をさらに強化することで、安全でおいしい商品づくりを一層推進してまいります。

認証	内容	取得状況
JFS-B	食品安全マネジメントシステム（FSM）、HACCP及び適正製造規範（GMP）で構成される食品安全規格。 食品安全管理レベルの向上と継続的な改善を目的としています。	全13工場取得済
JFS-B Plus	JFS-B規格に国際的な食品安全プログラムとの整合性を高めるための要求事項を追加した規格であり、食品安全管理体制のさらなる高度化と継続的な改善を目的としています。	5工場取得済 今期中に全13工場 取得予定

2027年2月期 中間期 エグゼクティブサマリー

2027年2月期 中間期 の振り返り

- **テナント事業は新規出店と改装による店舗活性化、外販事業はPPIH向け出荷の伸長により増収
売上高443億53百万円（前期比+14億60百万円/103.4%）**
 - ✓ 計画通りに7店舗を新規出店。既存店では、PPIHによるピアゴから食品強化型ドン・キホーテ「ロビン・フード」への転換に伴う当社店舗の改装を5店舗で実施するとともに、買い場拡大を伴う改装を8店舗で実施。
 - ✓ 「ロビン・フード」への出店ではこれまでにないMD展開により来店動機を創出。今後の出店を見据えた新たな買い場モデルを構築。
 - ✓ PPIHグループ向けの商品開発を加速、各種企画の実施も奏功し納品数は順調に拡大。また、自社工場からテナント店舗への商品供給も増加し生産性向上にも寄与。
 - ✓ 新たに冷凍事業にて新規取引を開始。

- **外販事業の業績回復により経常利益は大幅増益
経常利益16億46百万円（前期比+4億85百万円/141.7%）**
 - ✓ 前期より進めてきたPPIH向け生産体制整備の効果が発出、生産性向上及び出荷量増加により、前期末赤字であった外販事業は黒字化。
 - ✓ PPITとの連携により、原体野菜から調味料まで、幅広く原材料仕入を見直しコスト低減。
 - ✓ 一方、新規出店に伴う开店準備費用など一過性コストが発生。

2027年2月期 中間期 業績の状況



(単位：百万円)

	2026年2月期 中間期		2027年2月期 中間期		
	実 績	構成比 (%)	実 績	構成比 (%)	前期比 (%)
売上高	42,892	100.0	44,353	100.0	103.4
テナント事業	23,323	54.4	24,281	54.7	104.1
外販事業	19,568	45.6	20,071	45.3	102.5
営業利益	1,129	2.6	1,587	3.5	140.6
テナント事業	1,307	3.0	1,218	2.7	93.3
外販事業	▲178	▲0.4	368	0.8	—
経常利益	1,161	2.7	1,646	3.7	141.7
中間純利益	686	1.6	925	2.0	134.8
1株当たり中間純利益 (円)	71.03	—	97.78	—	137.6

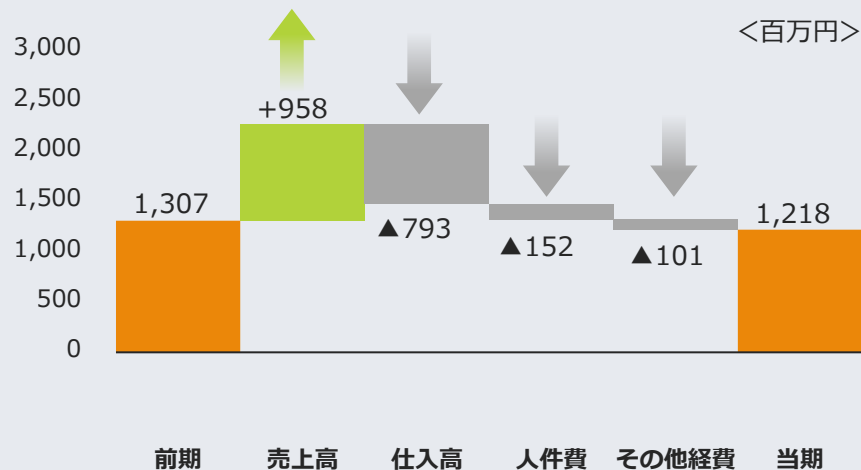
(注) 売上高はセグメント間の内部取引消去後の数値で表示しております。

2027年2月期 中間期 決算概況

2027年2月期 中間期 売上高増減



2027年2月期 中間期 営業利益増減



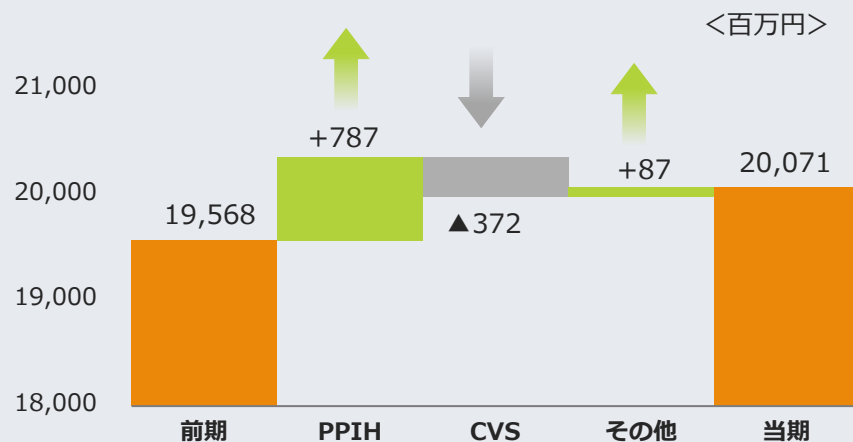
■ 売上高242億81百万円 (前期比+9億58百万円/104.1%)

- ✓ 新店：長崎屋が運営するMEGAドン・キホーテに総合惣菜「Re'z deli」を4店舗、百貨店等に洋風惣菜店舗「eashion」を3店舗出店、合計で2億80百万円の増収。
- ✓ 既存店：新業態「ロビン・フード」への転換に伴う当社店舗の改装で5店舗、買い場拡大に伴う改装を8店舗で実施、自社工場からの供給増加も寄与し7億93百万円の増収。
- ✓ 閉店：2店舗で1億15百万円の減収。

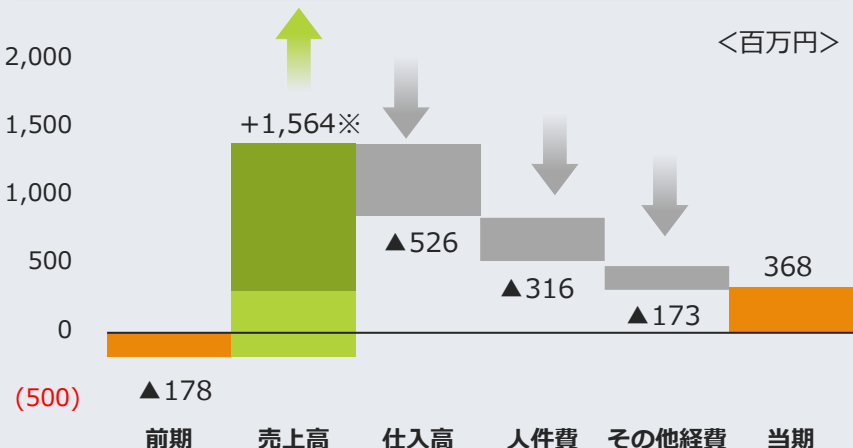
■ 営業利益12億18百万円 (前期比▲88百万円/93.3%)

- ✓ 売上高：新店及び改装店舗に伴う増収に加え、既存店におけるフライ・焼鳥バイキング拡充や新商品投入強化が奏功。
- ✓ 仕入高：PPITとの連携により、うなぎ、海苔などの仕入コストを低減。調達面でのシナジー効果は着実に進展。
- ✓ 人件費：作業オペレーションの改善及び必要人時に沿ったシフト調整を実施。人員数の最適化を図り人件費は計画通り推移。
- ✓ その他経費：計画通り新規出店及び既存店改装に伴う費用が発生。成長への先行投資として捉える。

2027年2月期 中間期 売上高増減



2027年2月期 中間期 営業利益増減



※売上高には、内部取引高を含んでおります。

■ 売上高200億71百万円 (前期比+5億02百万円/102.5%)

- ✓ PPIH向けの商品開発が進み、アイテム数の増加と単品ごとの受注数量が増加した結果、7億87百万円の増収。
- ✓ CVS向け受注数の減少が影響し3億72百万円の減収。
- ✓ その他は冷凍事業の開始により76百万円の増収、生協等も順調に推移し全体として87百万円の増収。

■ 営業利益3億68百万円 (前期比+5億47百万円)

- ✓ 仕入高：原材料価格高騰の影響を受けるも、PPITとの連携により、原料の皮付きじゃがいも、野菜、調味料及び食パン等の仕入コストが低減。PPIH専用工場の米単価についても、下期より見直しが決定。テナント同様、調達面でのシナジー効果は着実に進展。
- ✓ 人件費：受注の急増に対応するため、生産体制維持に伴う一過性費用が発生。工場間人員再配置により改善。
- ✓ その他経費：売上高の増加に伴う物流費の上昇及び消耗品費の増加はあるが、想定範囲内で推移。

貸借対照表 キャッシュ・フローの状況

貸借対照表

(単位：百万円)

	2026年2月期	2027年2月期 中間期	増減額
流動資産	24,832	23,860	▲972
現金及び預金	16,775	15,860	▲ 914
売掛金	7,113	6,765	▲347
棚卸資産	578	599	21
その他	366	634	268
固定資産	13,522	15,828	2,305
有形固定資産	11,343	13,445	2,102
無形固定資産	104	139	35
投資その他の資産	2,073	2,242	168
資産合計	38,355	39,688	1,333
流動負債	8,102	8,793	691
固定負債	367	379	11
負債合計	8,470	9,172	702
純資産合計	29,885	30,515	630
負債・純資産合計	38,355	39,688	1,333
自己資本比率 (%)	77.9	76.9	▲ 1.0
1株あたり純資産 (円)	3,156.89	3,240.49	83.6

投資とキャッシュ・フローの状況

【キャッシュ・フローの状況】

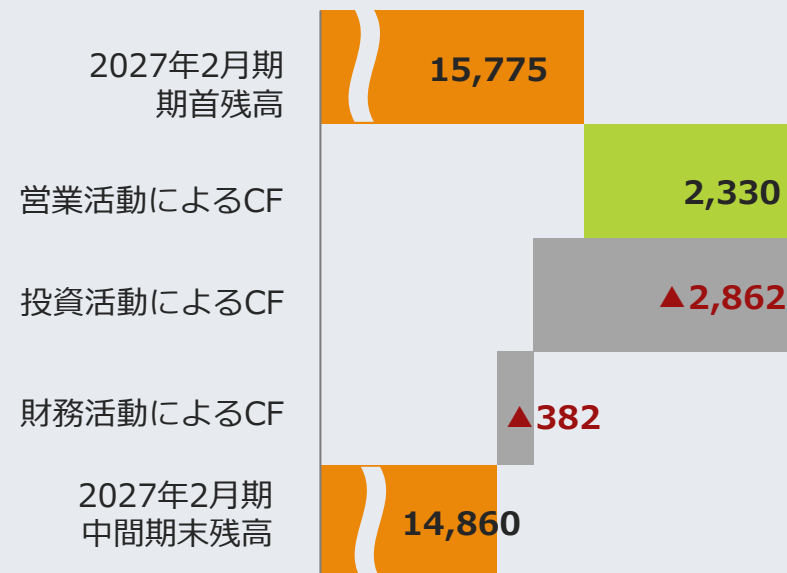
(単位：百万円)

	2026年 2月期 中間期	2027年2月期 中間期	
		現金及び 現金同等物	増減額
期首残高	18,925	15,775	▲3,150
営業活動CF	459	2,330	1,870
投資活動CF	▲1,384	▲2,862	▲1,478
財務活動CF	▲893	▲382	510
期中増減等	▲1,817	▲914	903
中間期末残高	17,107	14,860	▲2,247
フリー キャッシュ・フロー	▲924	▲532	392

【主な投資状況】

(テナント事業)
 出店改装に対する投資 : 1億97百万円
 既存設備の更新に対する投資 : 1億22百万円
 (外販事業)
 新工場建設費用としての投資 : 17億51百万円
 冷凍事業に対する投資 : 60百万円
 既存設備の更新に対する投資 : 6億35百万円

(単位：百万円)



人的資本経営

キャリアチャレンジ



- 社員が自らのキャリアを考え、希望部署や新たな役割に挑戦できる社内公募企画を実施
- 社員の主体的な挑戦を支援し、成長機会を拡大

SPVV浸透推進

KANEMI AWARD



- 従業員やチームの挑戦や優れた成果、組織への貢献を称える表彰制度を新設
- 成果だけでなく、成果に至るまでの工夫や努力、挑戦のプロセスも評価
- 挑戦を称え合う企業文化を通じ、従業員のエンゲージメント向上と組織力強化

安定した商品供給の継続

BCP（事業継続計画）



- 災害に強い経営を目指し、IT-BCPを強化。
データセンター運用からAWS等を活用したクラウド基盤へ移行中
- 目指す将来像
災害耐性のあるシステム
バックアップ体制の強化
システム復旧時間の最小化

SPVV：Spirit・Purpose・Vision・Valueの総称

当社の経営理念体系として、意志と姿勢、存在意義や目指す姿、行動の基準を示すもの

2027年2月期 業績予想、配当について

- 将来の成長に向けた投資を着実に進めてまいります。株主還元については安定配当を基本方針とし、
 現行の水準を維持する方針です。

(単位：百万円)

		2026年2月期	2027年 2月期予想	前期差額
業績 見通し	売上高	86,653	92,000	5,346
	営業利益	2,757	3,260	502
	経常利益	2,878	3,300	421
	当期純利益	1,807	1,760	▲47
	テナント事業 売上高	47,420	50,000	2,580
	セグメント利益	2,871	2,630	▲241
	外販事業 売上高	39,233	42,000	2,767
	セグメント利益	▲113	630	743
配当	1株当たり配当額 (内1株当たり中間配当額) (円)	38(19)	38(19)	0(0)
	配当性向 (%)	20.1	20.4	0.3pt

PPIHが推進するOlympicグループの業態転換を、当社にとっての重要な成長機会と位置付け。

2026年12月から始まる業態転換に合わせ出店、外販事業においても製造・物流体制の整備を段階的に開始する計画。

■ PPIHは3年間のPMI計画に基づきOlympicグループの業態転換を計画

PPIHは、Olympicグループについて、MEGAドン・キホーテとロビン・フッドへの業態転換を計画しており、2026年12月から2029年11月までの3年間を業態転換・PMI期間とし、その後は各業態の収益性拡大を進める方針。

■ 当社は首都圏における継続的な事業拡大と収益性の向上を計画

上記業態転換の進捗に合わせて出店を進めるとともに、当社が有する商品開発力・店舗運営力と、PPIHの販売データ、拡大する顧客基盤及び調達力を融合することで、価格競争力と付加価値を両立した事業を運営。

業態転換店舗への展開を一時的な出店機会に留めず、首都圏における事業基盤の拡大、生産数量増加による工場稼働率の向上、さらには中長期的な収益基盤の構築につながる重要な成長機会と位置付け。

(注) Olympicグループの業態転換・PMIに関する記載は、PPIH公表資料の内容を基に記載しております。

Appendix

2026年8月31日 現在

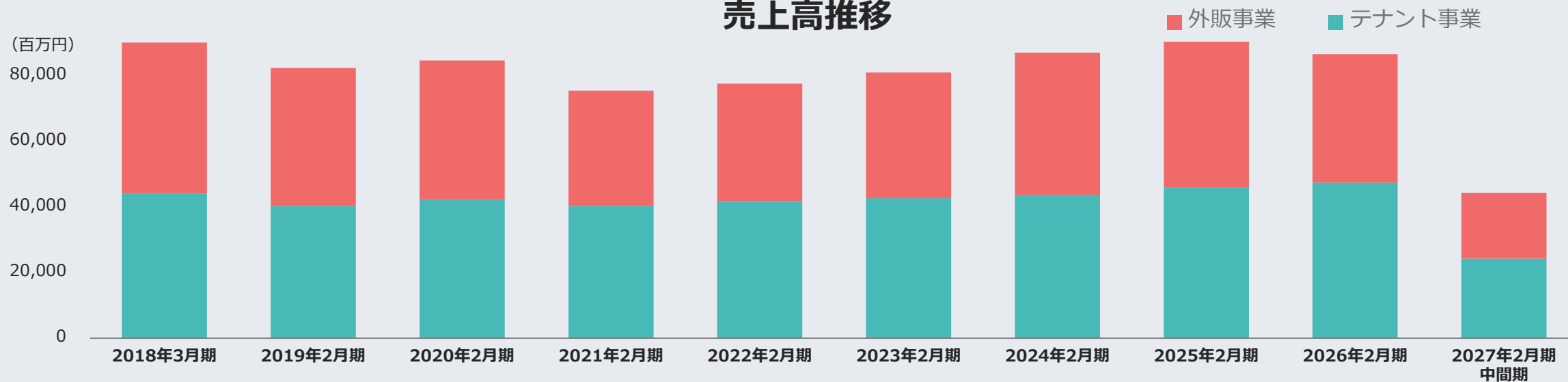
会社概要

本社所在地	〒458-0815 名古屋市緑区徳重三丁目107番地	店舗数/工場数	本社、東京事務所、テナント店舗288、外食店舗2、工場13
創業	1969年11月	資本金	20億 2百万円
設立	1971年 3月	上場証券取引所	東京証券取引所 スタンダード 2669
代表者	代表取締役社長 今井 善広	株主名簿管理人	三井住友信託銀行株式会社

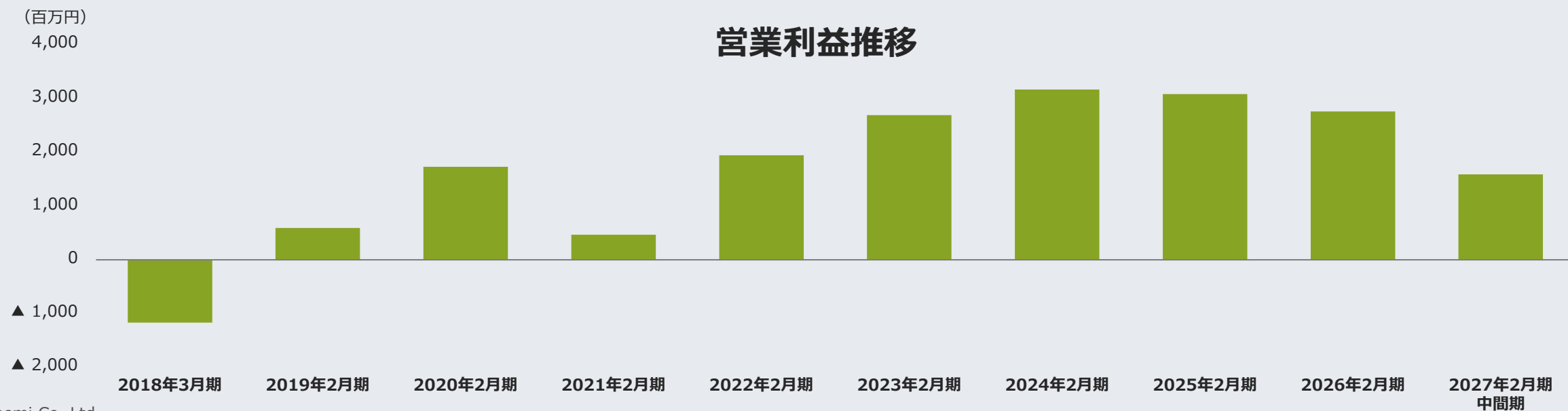
沿革

1972年 7月	名古屋市南区に「本社」を新設・移転	2019年 4月	ユニー・ファミリーマートホールディングス株式会社の保有する一部株式を株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングスへ譲渡したことにより、両社が筆頭株主となる
1975年 10月	名古屋市天白区中坪町に「本社」及び「配送センター」を新設・移転	2020年 7月	株式会社ファミリーマートの保有する一部株式を株式会社日本アクセスへ譲渡したことにより、株式会社ファミリーマートは筆頭株主及びその他の関係会社に非該当となる
1980年 3月	サークルK（ユニー株式会社事業部）の1号店開店により、弁当の納品を開始	2022年 4月	株式会社東京証券取引所の新市場区分化に伴い、スタンダード市場へ上場市場を移行
2000年10月	株式公開（店頭登録）	2022年 8月	株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングスによる当社株式に対する公開買付けの結果、その公開買付けに応募した株式会社ファミリーマートは当社の主要株主に非該当となる
2013年 9月	名古屋市緑区徳重に「本社」を新設・移転	2023年 3月	株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングスと業務提携契約の締結
2017年 7月	ユニー・ファミリーマートホールディングス株式会社による当社株式の追加取得により、同社の子会社となる	2025年 8月	自社株式の取得により、株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングスの子会社となる

売上高推移



営業利益推移



テナント事業

- ・ スーパーマーケットを中心に、百貨店や駅ナカなどへ出店
- ・ 東海地方を中心に関東、関西に店舗展開
- ・ 地域や周辺環境に合わせ、柔軟な対応ができるよう様々な業態やブランドを展開

【出店先】

■スーパーマーケット、総合ディスカウントストア	246 店舗
ユニー（アピタ、ピアゴ、ユースタ、ロビン・フード等）	163 店舗
UDリテール（MEGAドン・キホーテUNY）	53 店舗
長崎屋（MEGAドン・キホーテ）	10 店舗
ドン・キホーテ（MEGAドン・キホーテ）	3 店舗
その他（アオキスーパー、オオゼキ等）	17 店舗
■百貨店・駅ナカ・駅ビル等（eashion）	42 店舗
百貨店	19 店舗
駅ナカ・駅ビル	8 店舗
その他（商業施設等）	15 店舗
■外食店舗	2 店舗
寿司御殿	2 店舗



外販事業

- ・ 東海地方を中心に関東、関西等に13工場を配置
- ・ コンビニエンスストアへ納品する弁当・おにぎり・パスタ等を製造
- ・ 各社スーパー等へ納品する弁当、おにぎり等を製造
- ・ 鉄道会社が運営するコンビニエンスストアへ納品する弁当・おにぎり等を製造
- ・ 地域の生活協同組合から、主に夕食宅配弁当の製造を受託

【納品先】

■コンビニエンスストア	
ファミリーマート	3,808店舗
■鉄道系コンビニエンスストア	
JR東日本クロスステーション（NewDays・KIOSK）	633 店舗
■宅配関連	
コープデリ、おおさかパルコープ、コープあいち 等	全 8カ所の 生活協同組合
■スーパー関連	
ユニー、UDリテール、長崎屋、ドン・キホーテ 等	835店舗



テナント事業 店舗概要（新規出店・改装・閉店）

テナント事業 店舗概要

			2026年2月期 期末期	2027年2月期 中間期					
業態	ブランド		期末店舗数	出店	閉店	業態転換(出店)	業態転換(閉店)	改装	期末店舗数
PPIH	総合惣菜	Kanemi ※	129		1	5	5	6	128
	寿司専門	寿司御殿 ※	27						27
	総合惣菜	Re'z deli (リーズデリ)	59	4				1	63
	洋風惣菜	K-STAGE (ケイステージ)	12		1			1	11
その他		Kanemi	8						8
	総合惣菜	e'z mart (イーズマート)	4						4
		ease deli (イーズデリ)	4						4
	洋風惣菜	eashion	39	3					42
	寿司専門	寿司御殿	1						1
	外食	寿司御殿(回転寿司)	2						2
合計			285	7	2	5	5	8	290

※ 総合惣菜Kanemiにロビン・フッド、寿司御殿にむす美御殿を含む

テナント事業 ブランド展開



総合惣菜店舗
Kanemi (136店舗)

全国のアピタ、ピアゴ店舗等に展開。寿司・弁当・惣菜・サラダ・揚げ物など豊富なメニューを取り揃え、彩り豊かな旬の味をお届けする総合惣菜店舗。



総合惣菜店舗
Re'z deli(リーズデリ) (63店舗)

「MEGA ドン・キホーテUNY」や「MEGA ドン・キホーテ」に出店する総合惣菜店舗。「毎日値頃価格」をテーマに、おいしいものを提供。



総合惣菜店舗
e'z mart(イーズマート) (4店舗)

従来の総合惣菜店舗に洋風惣菜店舗のコンセプトを取り入れた「新しいスタイル」の店舗として首都圏のスーパーマーケットや駅ビルに出店。幅広いニーズに応えられるよう柔軟に展開。



総合惣菜店舗
ease deli(イーズデリ) (4店舗)

東京都内のスーパーマーケット「オオゼキ」へ出店。高齢化の進行や一人暮らしなどによる食環境の変化に対応した商品をラインナップ。



寿司専門店

寿司御殿 (28店舗)

寿司のテイクアウト専門店として、全国のアピタ・ピアゴ店舗等に出店。「本物の寿司の味を手軽に家庭で楽しんでもらいたい」という想いから始まった、当社の原点。



洋風惣菜店舗
eashion(イーション) (42店舗)

百貨店や駅ナカ、商業施設などに出店。ブランド名の由来はeat + fashionをかけあわせた造語で、商品や品揃え、空間づくりにこだわった店舗。



洋風惣菜店舗
K-STAGE(ケイステージ) (11店舗)

身近なスーパーマーケットで「デパ地下の明るくおしゃれな雰囲気と味」を演出・提供することをコンセプトにした洋風惣菜店舗。



寿司御殿



外食店舗

寿司御殿 (2店舗)

市場や漁港から仕入れた鮮度抜群のネタを毎日ご用意。生け簀で泳ぐ魚をお客さまの目の前で調理するなど、非日常も演出。

衛生管理方法	全工場においてHACCPの手法（食材入荷から製造・出荷まで管理ポイントを監視、記録）に基づく衛生管理を行っており、常に安全、安心な商品づくりを心がけています。
品質・衛生レベル管理	全工場に検査室と品質管理担当者を配置し、品質の確認や従業員教育を行っています。
7Sの推進	7S（整理・整頓・清掃・清潔・習慣・洗淨・殺菌）を推進し、衛生管理体制の基礎づくりを目的として取り組んでいます。
管理体制	各工場内に製造確認カメラを設置し、安全性の強化や抑止力の向上に取り組んでいます。



HACCPとは

HACCPは1960年代に米国で宇宙食の安全性を確保するために開発された食品の衛生管理の手法。

この方式は国連の国連食糧農業機関（FAO）と世界保健機構（WHO）の合同機関である食品規格（CODEX）委員会から発表され、各国にその採用を推奨している国際的に認められたものです。

HA（Hazard Analysis） 危害分析（微生物、異物など）	食品の製造工程（原材料から最終製品に至るまでのすべての工程）で発生する恐れのある微生物汚染等の危害要因について調査・分析する
CCP（Critical Control Point） 重要管理点（殺菌工程、包装工程など）	製造工程の段階で、より安全性が確保された製品を得るために、特に重点的に管理すべきポイント

従来の製造方法との違いは

これまでの食品の安全性への考え方は、製造環境を清潔にしたら、安全な食品が製造できるであろうとの考えの下、製造環境の整備や衛生の確保に重点が置かれてきました。そして、製造された食品の安全性の確認は、主に最終製品の抜き取り検査（微生物の培養検査等）により行われてきました。（製品のすべてを検査することはできません。）

HACCP方式は、これらの考え方や方法に加え、原料の入荷から製造・出荷までのすべての工程において、危害を予測し、防止（予防、消滅、許容レベルまでの減少）するための重要管理点を特定して、そのポイントを継続的に監視・記録し、異常が認められたらすぐに対策を取り解決するため、不良製品の出荷を未然に防ぐことができるシステム。

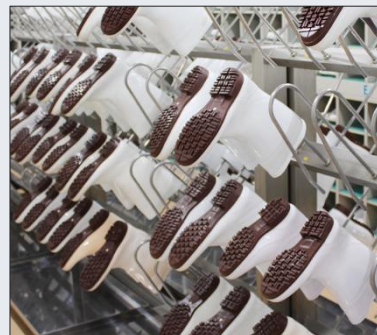
【農林水産省HPより抜粋】



●衛生管理の徹底、異物混入の防止



製造現場に持込可能な物を明確にし、不必要な物や私物の持込を禁止。



使用する長靴は靴底も含め、汚れや綻びがないかチェックして使用。



エアシャワーにて作業着に付いた毛髪やゴミなどを吹き飛ばす。



作業場入場まで数回にわたり、粘着ローラーにて全身のゴミを除去。
タイマーを活用し確実に取り除けるよう時間をかけ、念入りに行う。



手洗いはマニュアルに沿って行う事を徹底。消毒は手洗い後だけでなく、作業中にも実施。手袋交換時や製造アイテムの切替時など、その都度入念に行う。



使用する食材は、加熱時や冷却時に中心温度を測り、加熱・冷却が基準値に達しているかを確認。美味しく安定した品質を確保。

●フードディフェンスの強化



【製造確認カメラの増設・入替】

カメラ台数の増設や新型への入替などにより、管理・確認体制を強化

【作業着(帽子)の名札の改良】

製造確認カメラにて認識しやすいよう、従来より名札のサイズを大きくし、漢字表記だけでなく、頭部の右側にカタカナ表記を使用。

また、帽子に直接圧着加工しているため、金具の名札と違い、作業中に外れるリスクを排除。



〒458-0815 愛知県名古屋市緑区徳重三丁目107番地

TEL:052-879-6126 E-mail : press@kanemi-foods.co.jp

<https://www.kanemi-foods.co.jp/>