



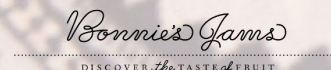
2026年3月期第2四半期 決算説明資料

2025年11月04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



01 | 2026年3月期第2四半期 連結決算

02 | 販売チャネル別業績

03 | 連結財務状況ほか

04 | 2026年3月期 事業方針進捗

05 | Appendix

01 | 2026年3月期第2四半期 連結決算

02 | 販売チャネル別業績

03 | 連結財務状況ほか

04 | 2026年3月期 事業方針進捗

05 | Appendix

ハイライト

売上高

9,676百万円

前年同期比 +5.1%
(前年同期 9,208 百万円)

売上総利益

3,476百万円

前年同期比 +9.0%
(前年同期 3,189 百万円)

営業利益

264百万円

前年同期比 +12.3%
(前年同期 235 百万円)

半期純利益

163百万円

前年同期比 +11,130.7%
(前年同期 1 百万円)

売上高は前年同期比で5.1%の増加。ホールセールとグローバルの売上高が堅調に推移。

- 店舗(直営・FC)売上高は、前年同期比1.7%減の6,247百万円。既存店※1のお客様数(前年同期比で94%)の減少が要因。
- EC売上高は前年同期比3.5%減の558百万円。ギフト需要は堅調な一方、自家需要が減少傾向。
- 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31.8%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19.7%の増加。

売上総利益率は35.9%となり、前年同期比で1.3pt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、売上総利益率が改善。

営業利益率は2.7%となり、前年同期比で0.1pt増。

- 売上総利益の増加が販管費増を吸収し、営業利益率は前年同期比で0.1ポイント増加。

半期純利益は、前年同期比で162百万円増。

※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)	2Q累計期間 (2025/4~2025/09)			2Q会計期間 (2025/07~2025/09)		
		前年実績	前年同期比		前年実績	前年同期比
売上高	9,676,077	9,208,969	5.1%	4,894,879	4,611,672	6.1%
売上原価	6,200,064	6,019,175	3.0%	3,150,999	3,016,070	4.5%
売上総利益	3,476,013	3,189,793	9.0%	1,743,880	1,595,602	9.3%
売上総利益率	35.9%	34.6%	+1.3pt	35.6%	34.6%	+1.0pt
販管費	3,211,606	2,954,422	8.7%	1,618,763	1,447,532	11.8%
営業利益	264,406	235,371	12.3%	125,117	148,069	▲15.5%
営業利益率	2.7%	2.6%	+0.1pt	2.6%	3.2%	▲ 0.6pt
経常利益	269,451	210,353	28.1%	163,358	42,348	285.8%
親会社株主に帰属する 半期純利益	163,625	1,456	11130.7%	135,463	▲ 78,182	—

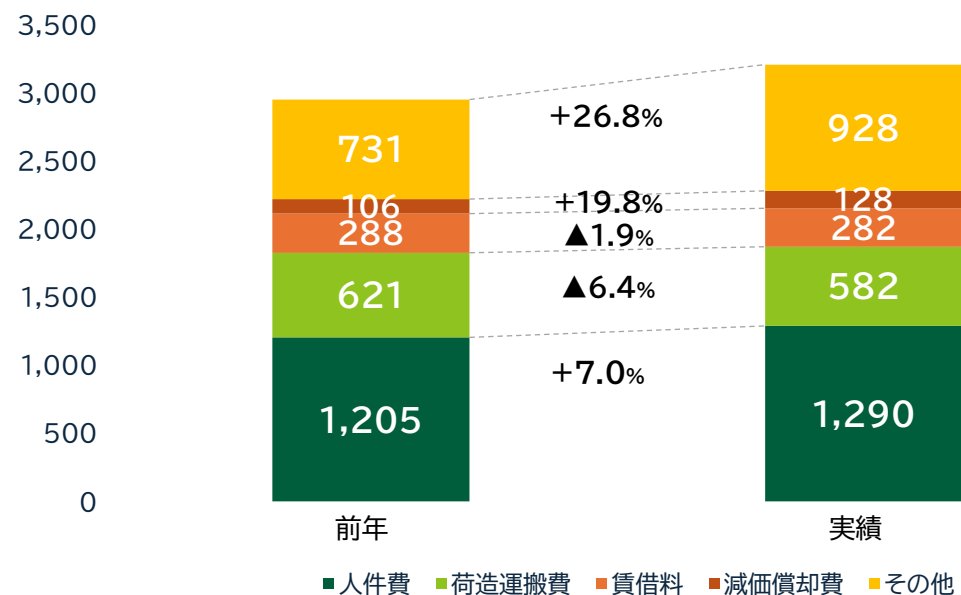
販管費の状況

販管費は前期同期比で257百万円(8.7%)の増加。

- 人件費 …… バースアップの実施等により、前年同期比で84百万円(7.0%)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39百万円(6.4%)の削減
- 減価償却費 … 直営の新店出店や直営店舗の改装費、SCIの事業譲受に関する費用等の計上により、同21百万円(19.8%) の増加
- その他 …… 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196百万円(26.8%)の増加

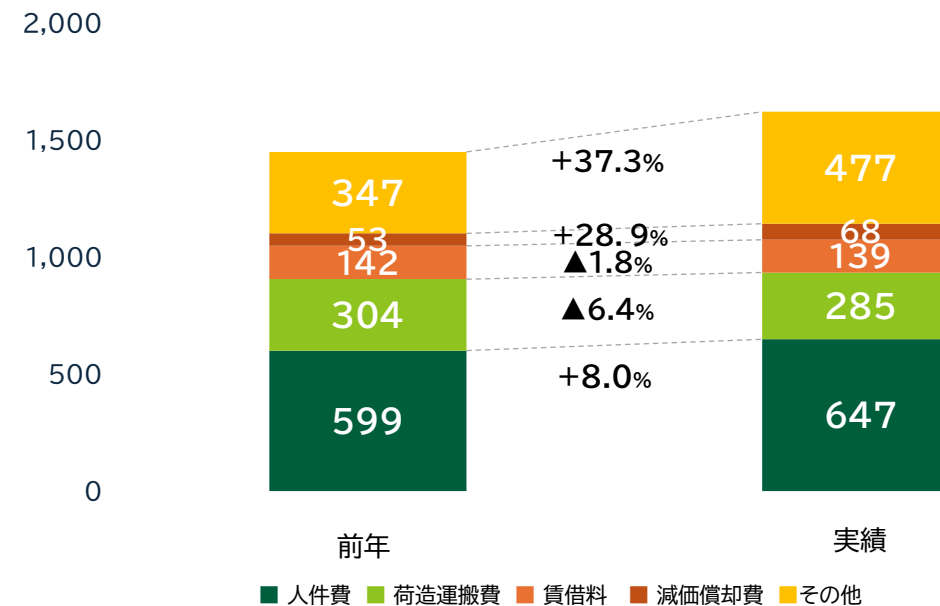
第2四半期連結累計期間(2025/4～2025/9)

(単位:百万円)



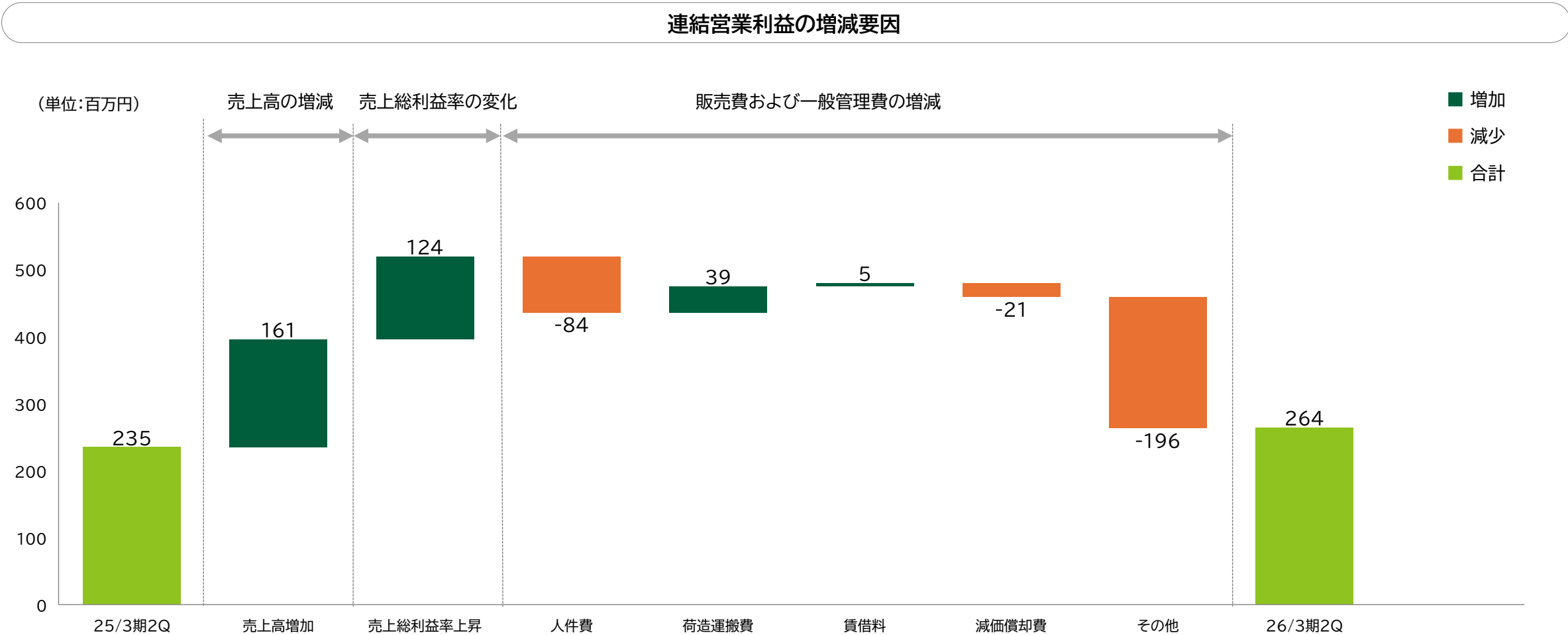
第2四半期連結会計期間(2025/7～2025/9)

(単位:百万円)



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、売上総利益率が改善。
人件費やSCIの増収に伴う販促費等による販管費の増加分を、売上高及び売上総利益の増加が吸収し、営業利益は前年同期比で29百万円の増加。

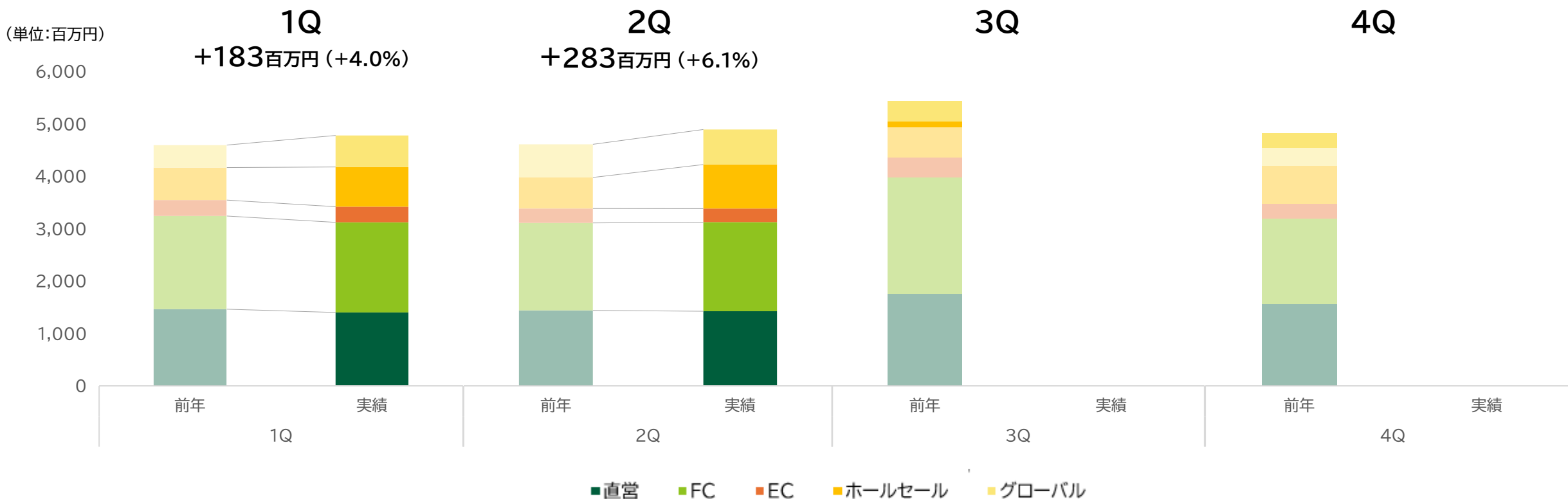


連結売上高推移

第1、第2四半期ともに売上高は前年同期比で増加。

- 第1、第2四半期ともに、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)及びECの売上高は、お客様数の減少等により微減傾向。

連結売上高の四半期実績



01 | 2026年3月期第2四半期 連結決算

02 | 販売チャネル別業績

03 | 連結財務状況ほか

04 | 2026年3月期 事業方針進捗

05 | Appendix

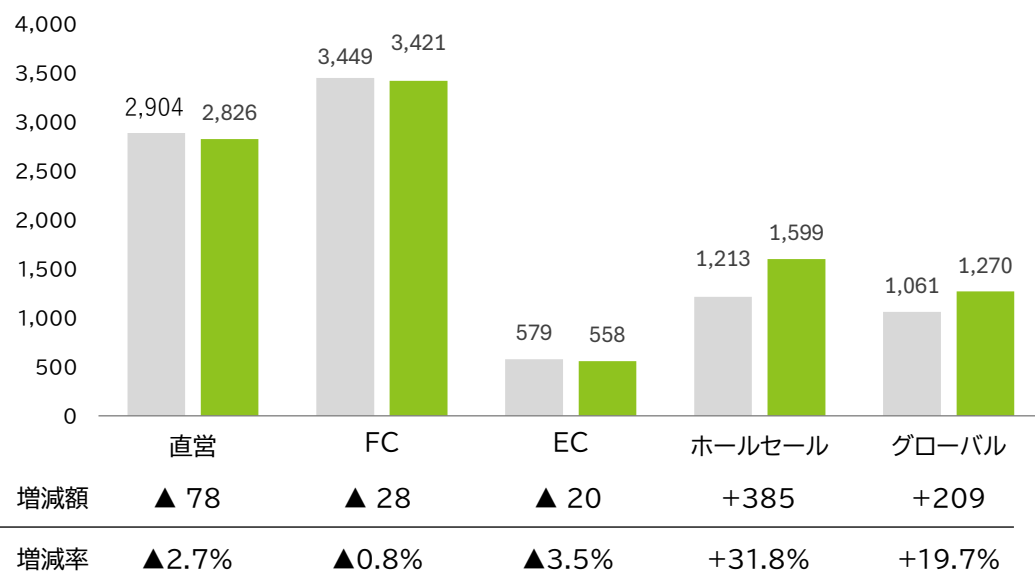
販売チャネル別売上高

- 店舗（直営・FC）…… お客様の購買行動の変化等、外部環境の影響によるお客様数の減少により、直営とFCを合計した店舗の前年同期比は1.7%の減少。
- EC …………… ギフト需要は堅調に推移するものの自家需要の減少を吸収できず、売上高は前年同期比3.5%の減少。
- ホールセール ……… 大手小売チェーンに対しては、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31.8%増を達成。
- グローバル …………… 米国での売上が堅調に推移しており、売上高は前年同期比で19.7%の増加。

第2四半期連結累計期間(2025/4～2025/9)

(単位:百万円)

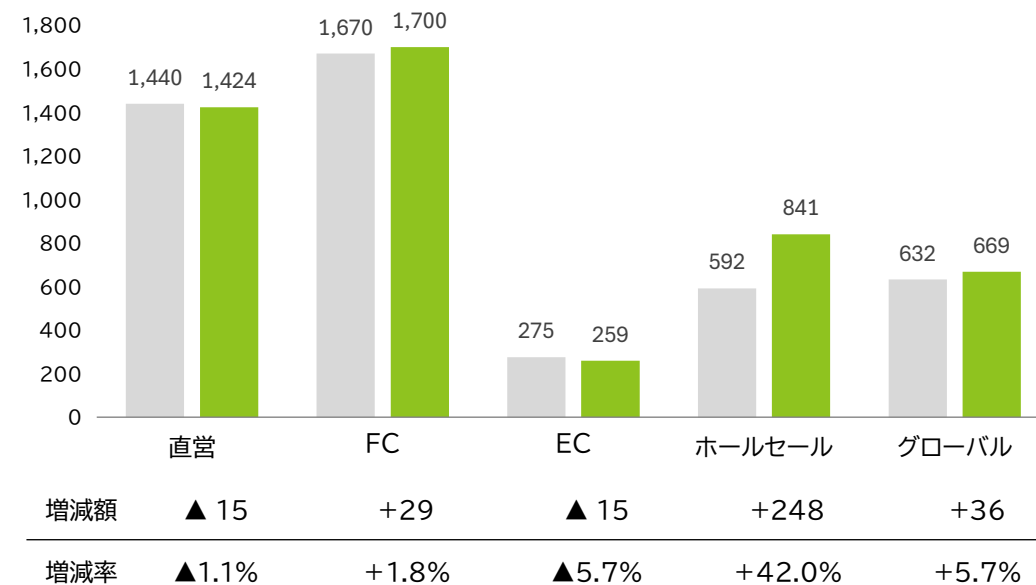
■ 前年 ■ 実績



第2四半期連結会計期間(2025/7～2025/9)

(単位:百万円)

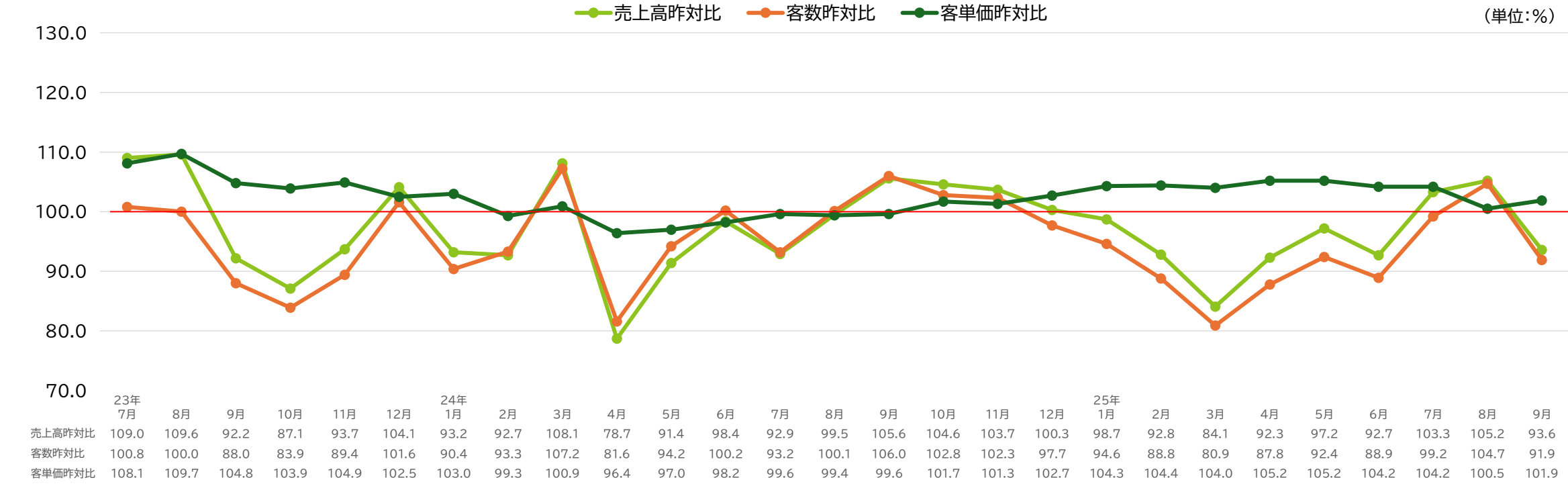
■ 前年 ■ 実績



既存店 売上高・客数・客単価 推移

既存店※1お客様数は、食品価格の高騰等によるお客様の購買行動の変化等、外部環境の影響を受けて減少傾向が続く。
一方でお客様単価は高水準を維持。

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6店舗を新規出店した一方(うち3店舗は「サンクゼール」からの業態変更による)、「サンクゼール」業態で4店舗を退店し、2025年3月末からは2店舗の純増。

(単位:店舗)

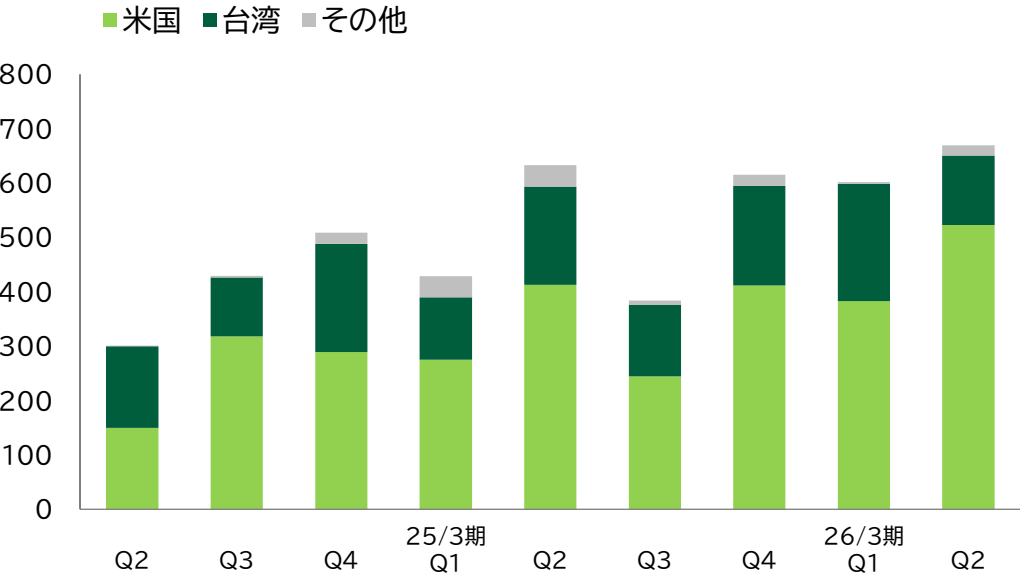
業態名	区分	2025年3月末	増加	減少	2025年9月末
サンクゼール	直営店	9	-	3	6
	FC加盟店	3	-	1	2
	計	12	-	4	8
久世福商店	直営店	43	4	-	47
	FC加盟店	120	2	-	122
	計	163	6	-	169
全業態合計	直営店	52	4	3	53
	FC加盟店	123	2	1	124
	計	175	6	4	177

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※1,2は前年同期比26.6%の増加。
- 台湾……米系大手小売チェーンへの販売減により、売上高は前年同期比29.1%の減少となるが、累計での前年同期比は16.4%の増加。
- その他…オーストラリアとの取引が増加した一方、韓国への販売減により、売上高は前年同期比53.0%の減少。

売上高推移

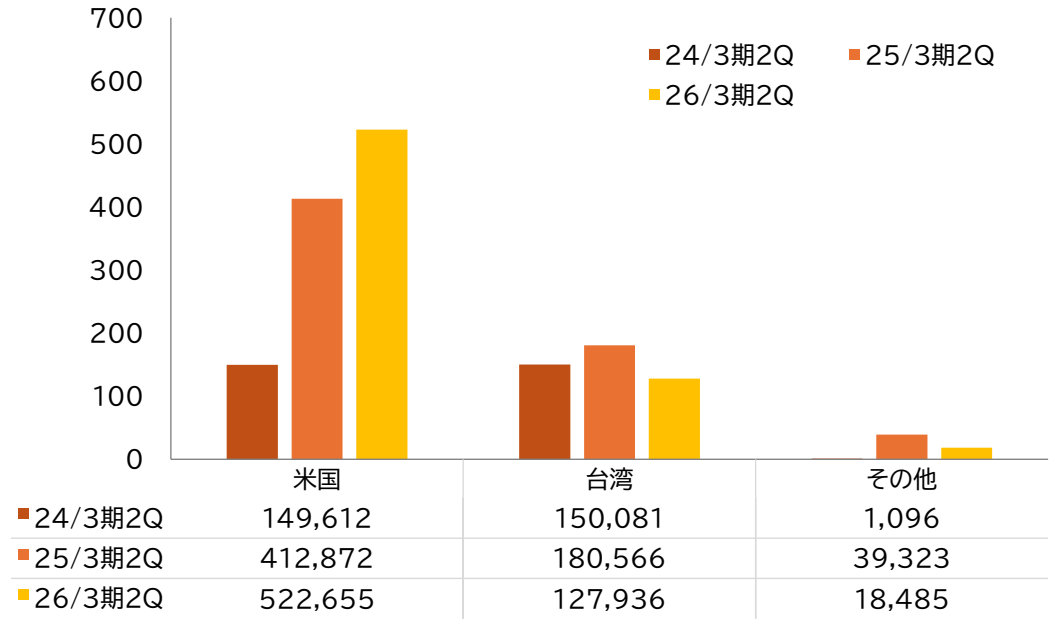
(単位:百万円)



※1 米国子会社における25年1月～6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148.40円(前年同期は152.36円)

国別売上高推移 ※3

(単位:千円)



※3 最終販売国別に集計しております。

01 | 2026年3月期第2四半期連結決算

02 | 販売チャネル別業績

03 | 連結財務状況ほか

04 | 2026年3月期 事業方針進捗

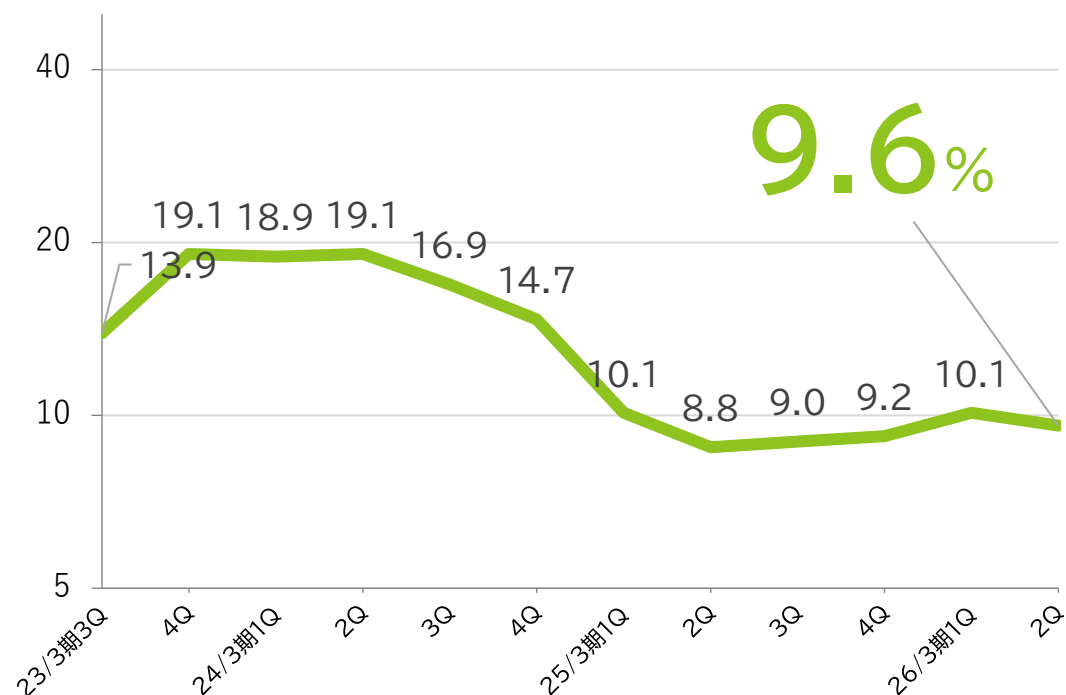
05 | Appendix

貸借対照表

(単位:千円)	2025年3月末	2025年9月末	
			前期末比
現金及び預金	1,936,046	2,235,006	15.4%
売掛金	1,995,898	1,647,080	▲17.4%
棚卸資産	2,008,426	2,034,419	1.3%
その他流動資産	183,187	118,635	▲35.2%
貸倒引当金	▲484	▲441	▲8.8%
流動資産合計	6,123,073	6,034,700	▲1.4%
固定資産合計	3,122,255	3,475,102	11.3%
資産合計	9,245,329	9,509,803	2.9%
負債合計	4,284,156	4,868,555	13.6%
純資産合計	4,961,173	4,641,247	▲6.4%
自己資本比率	53.6%	48.8%	▲4.8pt

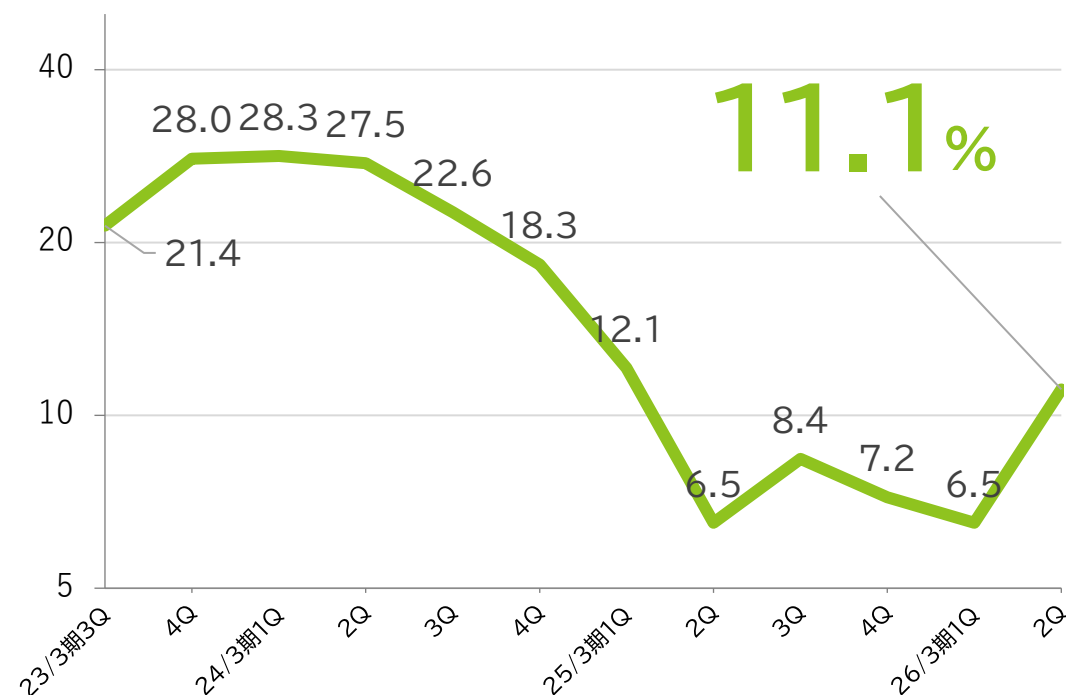
ROIC・ROE

ROIC (直近12カ月間)



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

ROE (直近12カ月間)



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

2026年3月期 連結業績予想に対する進捗率

2026年3月期連結業績予想に対するグループ業績及びチャネル別売上高の進捗は以下の通り。

連結業績進捗

- 売上高…………… 順調に推移。
- 営業利益…………… 売上総利益率の改善と販管費の圧縮を継続。
- 経常利益及び親会社株主に帰属する半期純利益 …… 1Q為替差損の影響額27百万円は3百万円に縮小。

単位:百万円	2Q(2025/4~2025/9)		
		通期連結業績予想	進捗率
売上高	9,676	20,716	46.7%
営業利益	264	918	28.8%
営業利益率	2.7%	4.4%	
経常利益	269	916	29.4%
親会社株主に帰属する半期純利益	163	484	33.8%

販売チャネル別売上高進捗

- 直営及びFC …… 既存店のお客様数を増やすため、接客力や販売力を強化。試飲試食や売り場改善等によるお客様体験の付加価値向上を推進。
- EC…………… デジタル広告やSNSを活用し、ブランドや商品の認知向上と新規顧客の獲得に注力。
- ホールセール …… 取引先ポートフォリオを拡大することで事業リスクの分散を図り、安定成長を目指す。
- グローバル……… 米国既存ブランドの売上増と、アジア及びその他地域の販路拡大を推進。

単位:百万円	2Q(2025/4~2025/9)		
		通期連結業績予想	進捗率
直営	2,826	6,600	42.8%
FC	3,421	7,544	45.3%
EC	558	1,329	41.9%
ホールセール	1,599	2,773	57.6%
グローバル	1,270	2,469	51.4%
合計	9,676	20,716	46.7%

01 | 2026年3月期第2四半期連結決算

02 | 販売チャネル別業績

03 | 連結財務状況ほか

04 | 2026年3月期 事業方針進捗

05 | Appendix

2026年3月期事業方針

事業成長への取組み

- ホールセールの売上回復
- SCI事業の営業利益黒字化
- 製造分野における食のSPAモデル強化
- 新規事業の確立

課題への取組み

- 既存店客数増加への取組み
- 売上総利益率の改善

2026年3月期事業方針

事業成長への取組み

- ホールセールの上回復
- SCI事業の営業利益黒字化
- 製造分野における食のSPAモデル強化
- 新規事業の確立

課題への取組み

- 既存店客数増加への取組み
- 売上総利益率の改善

ホールセールの上回復

取組み中の施策を継続して実施し、ホールセールチャネルの上回復を目指す。

ホールセール 月次売上推移

取引先ポートフォリオの強化

複数のお取引先様との取引により、販促の間口を広げ、より多くのお客様にリーチ。

ニーズに基づいた商品開発

お客様からのご要望に対応した商品改良の推進を行う。

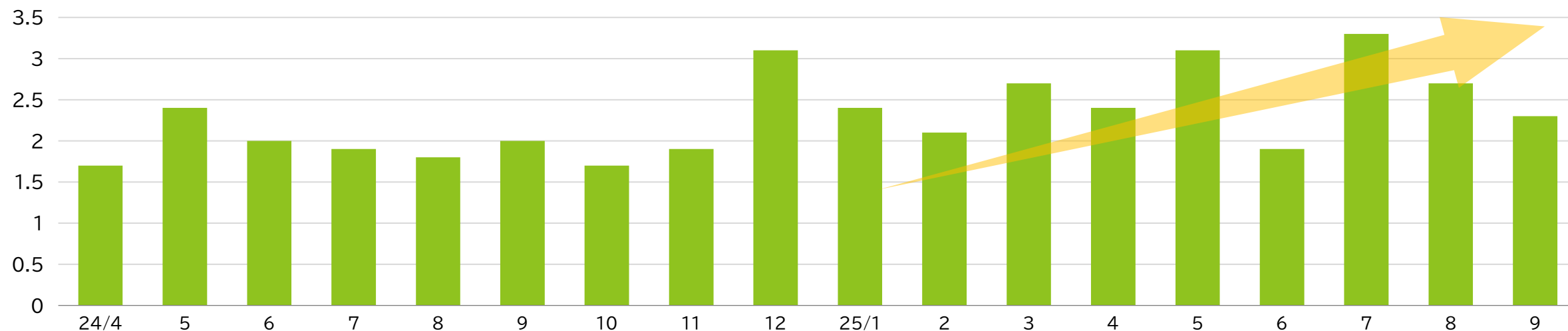


商品ポートフォリオの充実

商品カテゴリを増やすことで、多くのお客様ニーズに柔軟に対応。



(単位:億円)



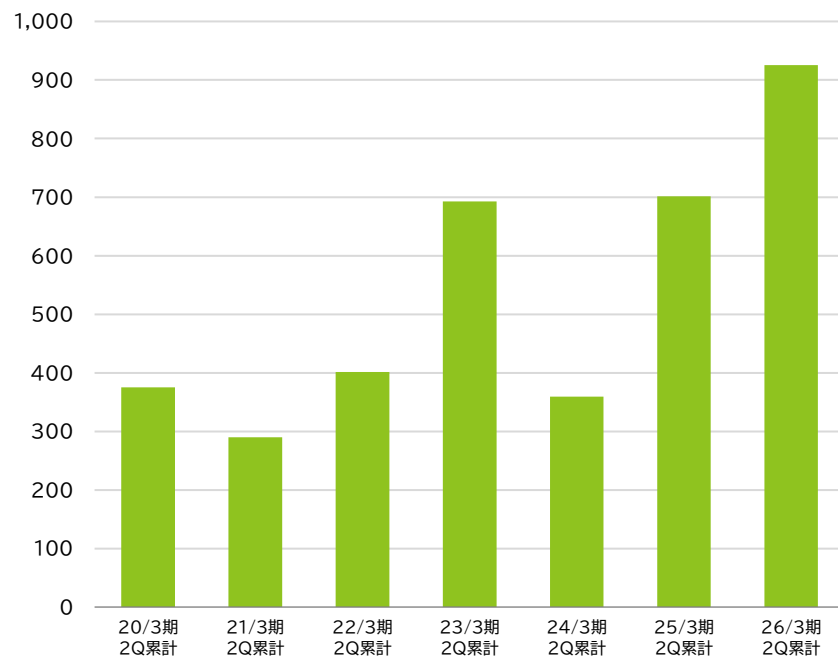
SCI事業の営業利益黒字化

営業利益の黒字化に向けて様々な施策に取組み、成果に直結

- ① M&Aや営業強化による売上高の増加
- ② 製造工場での生産性向上
- ③ 固定費・変動費の管理強化
- ④ 限界利益の改善

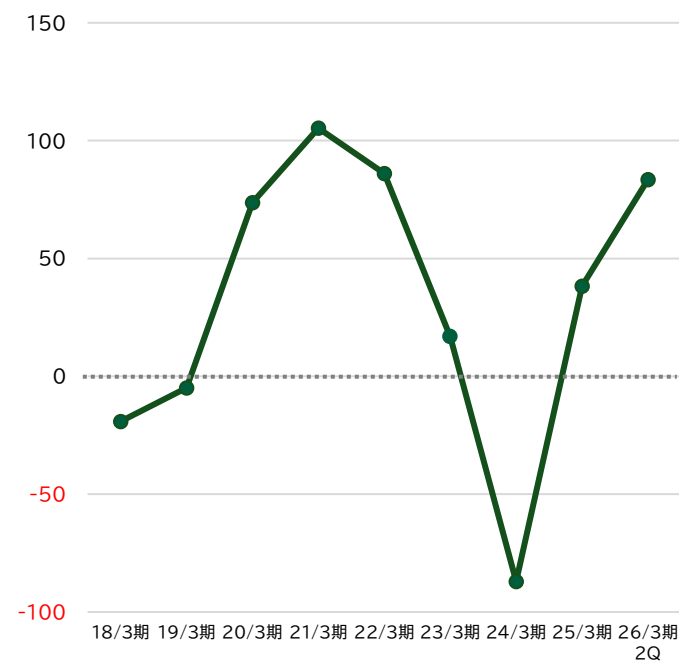
SCI 2Q累計期間売上高推移

(単位:百万円)



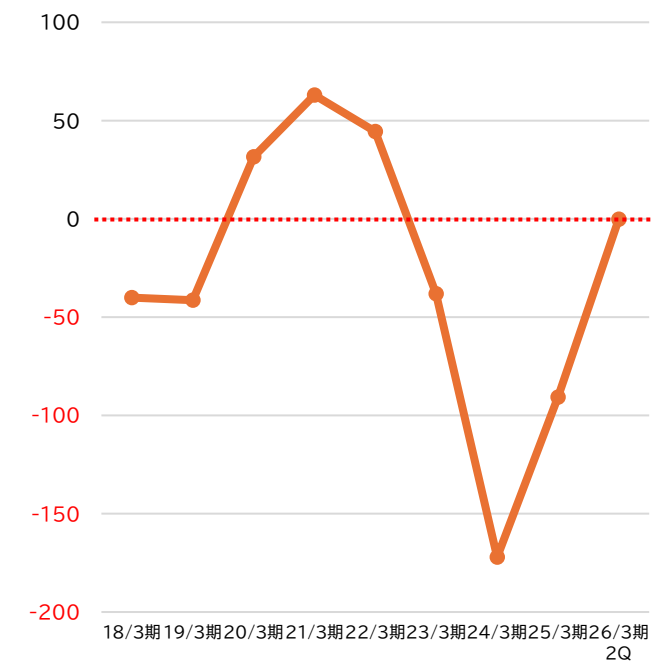
EBITDA推移

(単位:百万円)



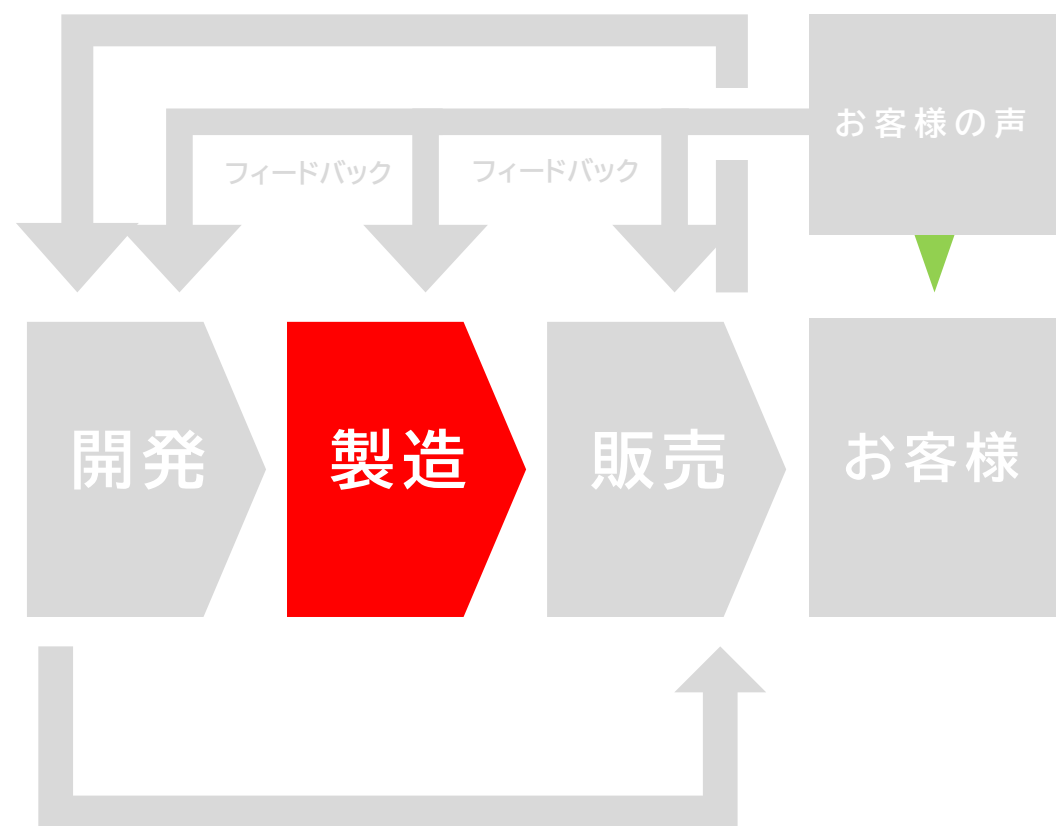
営業利益推移

(単位:百万円)



製造分野における食のSPAモデル強化

食のSPA強化のため、開発機能、製造機能、販売機能の観点で、親和性の高い企業のM&Aを推進。



営業利益率アップ **+1.0%増**



+20%増

自社製造商品の
生産・供給能力の拡大



+25%増

自社商品
製造比率



△50%減

外部委託費の
削減

所在地:長野県長野市内
敷地面積:3,958㎡
既存工場延床面積:1,442㎡
稼働予定日:2026年6月



新規事業の確立

全国の観光エリア×菓子事業による新規事業がスタート。

外部環境

国内旅行者の増加

土産菓子ニーズの高まり

事業継承問題

地方の食文化再興課題

内部環境

ブランド構築力

商品開発力

全国のサプライヤーネットワーク

地方創生の実績

全国の観光エリアにおける 名物菓子の創出



M&Aにより取得した長野市善光寺での
新規菓子事業(26年7月予定)

2026年3月期事業方針

事業成長への取組み

- ホールセールの売上回復
- SCI事業の営業利益黒字化
- 製造分野における食のSPAモデル強化
- 新規事業の確立

課題への取組み

- 既存店客数増加への取組み
- 売上総利益率の改善

既存店客数増加への取組み | ①売り場改革

わくわくするような売り場改革によりお客様の満足度を向上し、来店客数の増加を目指す。

1

試飲試食による
体験価値の提供



2

五感を刺激する
様々な演出



3

「今日の晩ご飯」が
想起できるディスプレイ



4

手に取り易く中身が
連想できる商品ポップ



既存店客数増加への取組み | ②商品経営の推進

絶対的なおいしさを追求するための4つの戦略に加え、新たに「添加物ガイドライン」の策定と運用を開始。

1 「さらにおいしく」を追求した 定番商品のリニューアル



2 お客様の「あったらいいな」に応える商品開発



3 「さらに便利」を追求した 新しい商品カテゴリ



4 「大切な人にいいものを贈りたい」 ギフトの強化



5 添加物ガイドラインの策定と運用

お客様が少しでも安心して手に取れる商品を作るための「使わない添加物リスト」。



株式会社サンクゼール 添加物ネガティブリスト

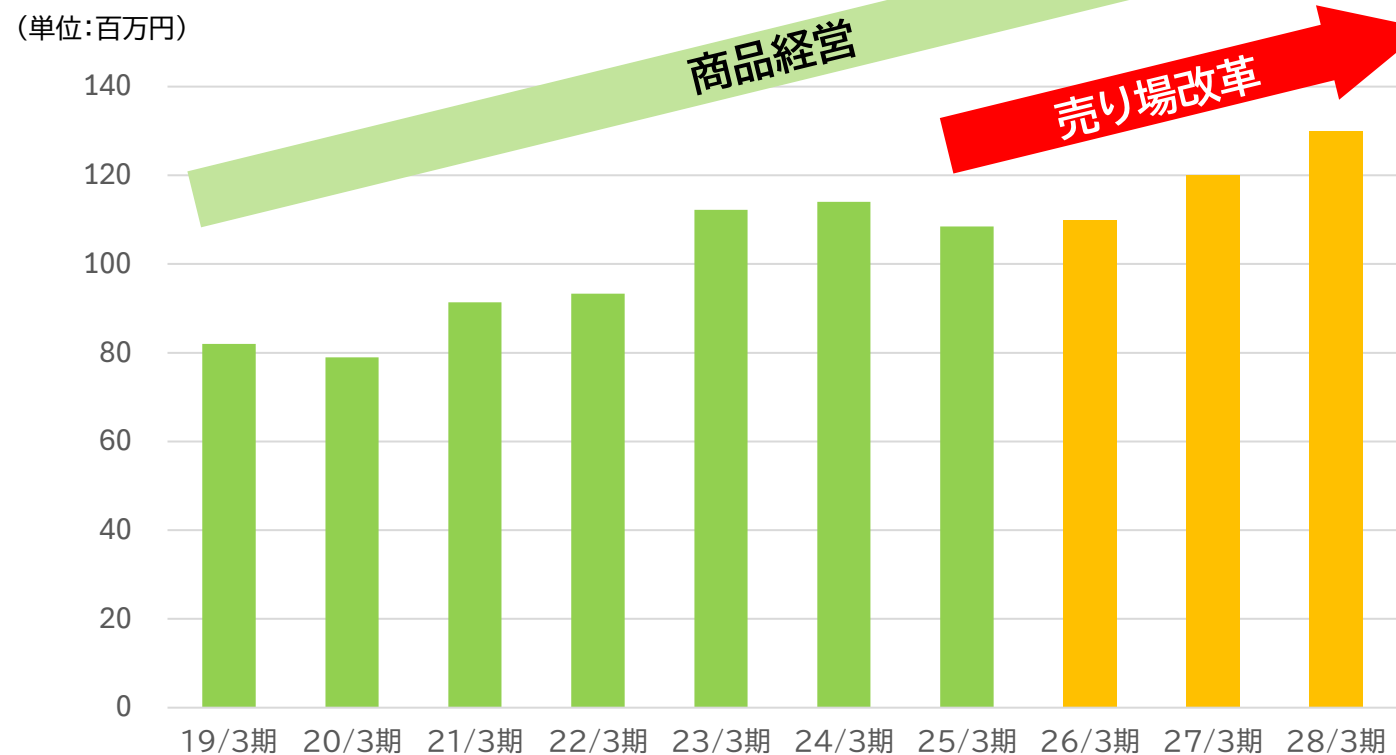
用途名と物質が合致した場合に使用 NG（異なる用途であれば使用可能）

用途名	物質名
甘味料	スクラロース
甘味料	アセスルファム K
甘味料	サオサーム
甘味料	アスバチナム
甘味料	アディパチナム
甘味料	サッカリン
甘味料	サッカランシトリアルム
着色料	タール系色素全般（色一号表示のもの、キノリンイエロー、カサモイシシ）指定添加物に含まれるもの。
着色料	コチニール
着色料	ラック
着色料	カラメル黄・固・黄
保存料（全て NG）	亜硫酸亜鉄アンモニウム水
保存料（全て NG）	亜硫酸ナトリウム
保存料（全て NG）	安息香酸
保存料（全て NG）	安息香酸ナトリウム
保存料（全て NG）	水素亜硫酸ナトリウム
保存料（全て NG）	ソルビン酸
保存料（全て NG）	ソルビン酸カリウム
保存料（全て NG）	ソルビン酸カルシウム
保存料（全て NG）	ジブチル酸ナトリウム
保存料（全て NG）	ナリシ
保存料（全て NG）	一酸化亜鉄
保存料（全て NG）	メタオキシ安息香酸イソブチル
保存料（全て NG）	メタオキシ安息香酸イソブチル
保存料（全て NG）	メタオキシ安息香酸メチル
保存料（全て NG）	メタオキシ安息香酸ブチル
保存料（全て NG）	メタオキシ安息香酸デシル

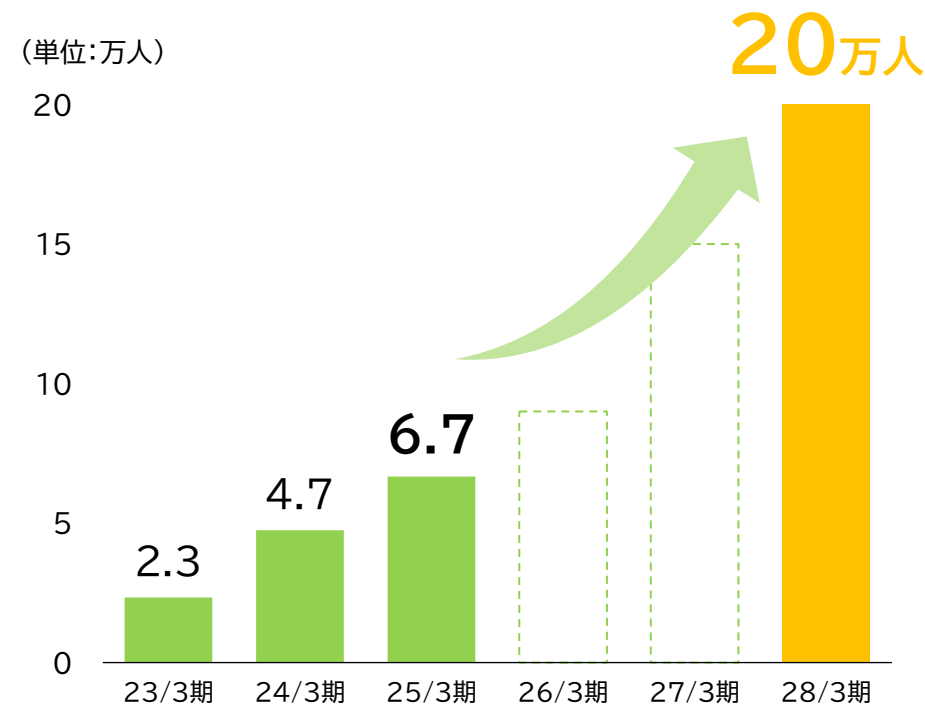
店舗・EC事業のKPI

課題に対する施策を推進し、3年後の既存店平均年商1.2倍に、ロイヤル顧客数は現在の3倍を目指す。

既存店平均年商推移とKPI



ロイヤル顧客数推移とKPI

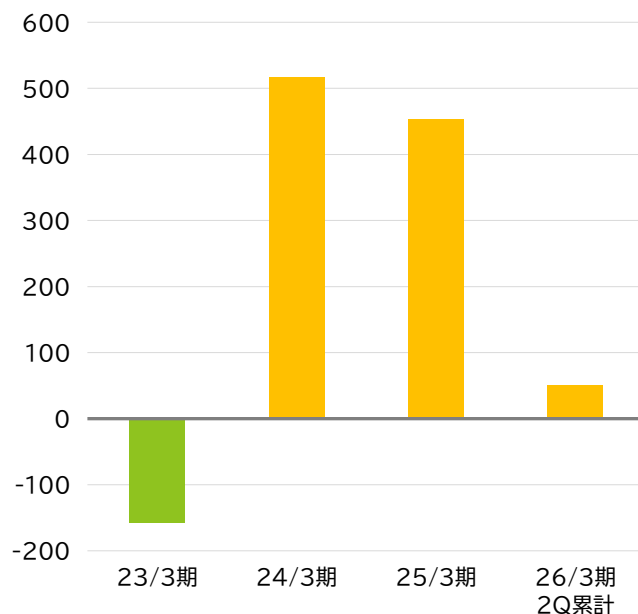


売上総利益率の改善

売上総利益率の改善に向けて、前期より製造原価の低減施策及びFC卸販売価格の適正化を推進中。

原材料高騰による影響額

(単位:百万円)



対応策

■ FC卸価格の適正化

⇒ 実施済(24/7月、25/4月)

■ 販売価格の見直し

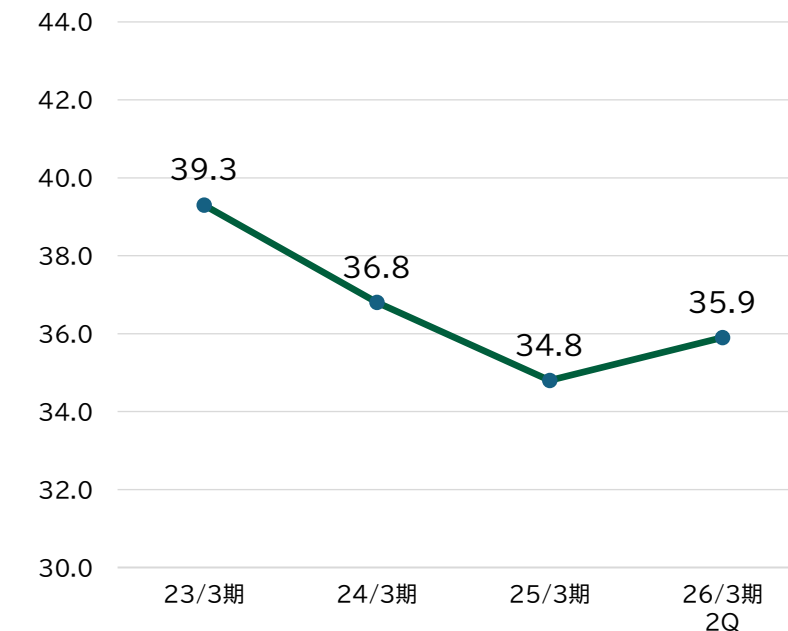
⇒ 継続

■ 製造原価の低減施策

⇒ 強化

売上総利益率推移

(単位:%)



01 | 2026年3月期第2四半期連結決算

02 | 販売チャネル別業績

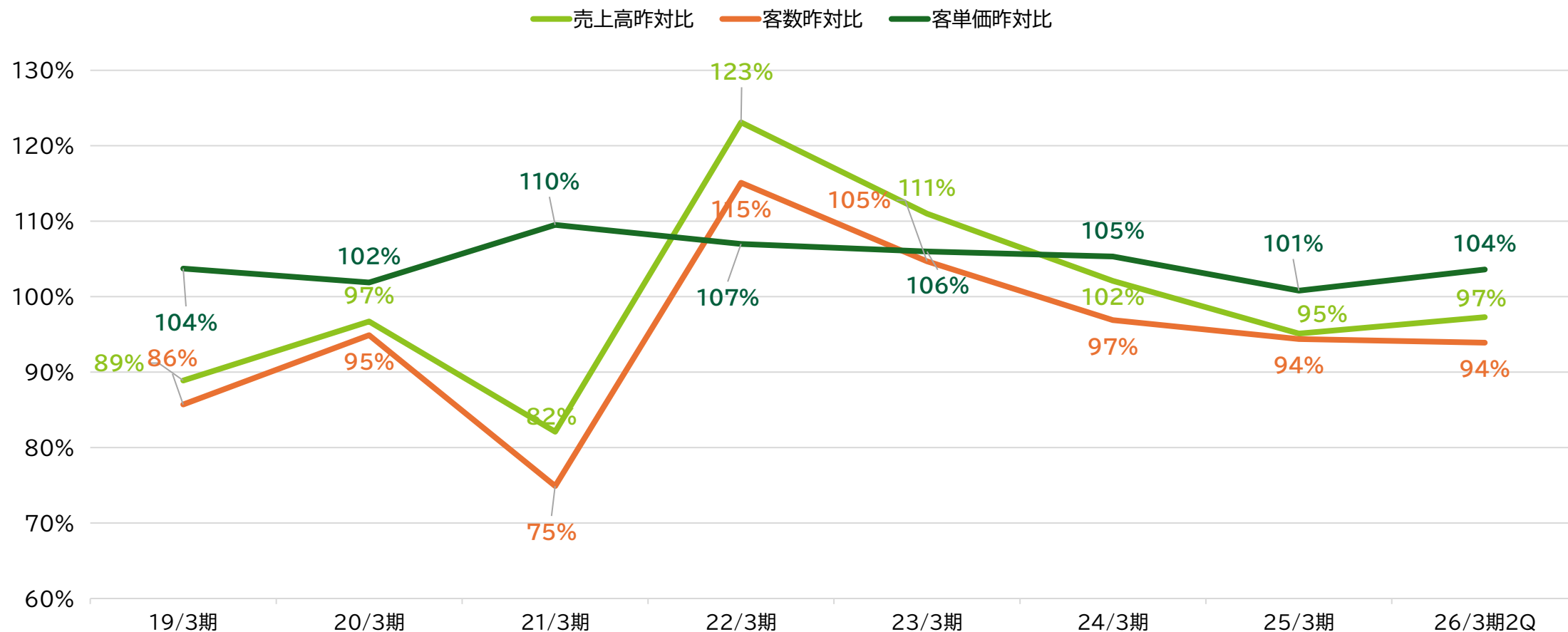
03 | 連結財務状況ほか

04 | 2026年3月期 事業方針進捗

05 | **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



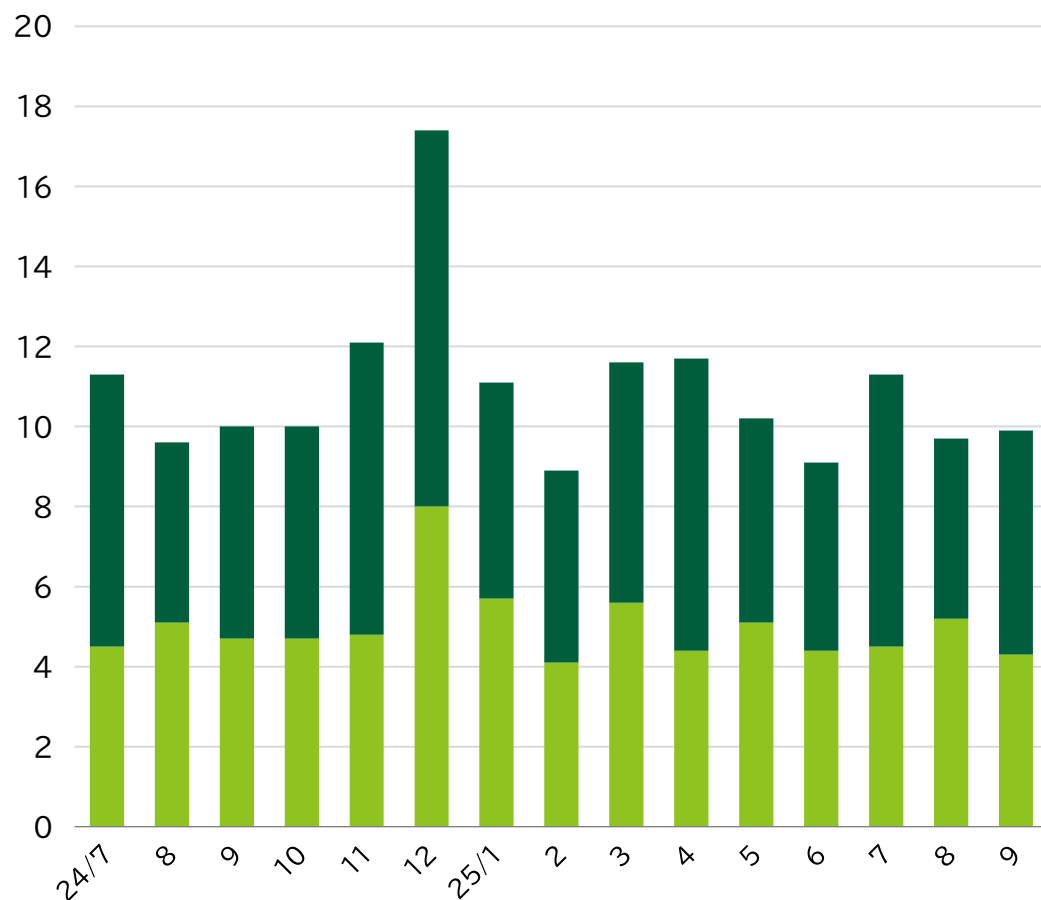
※1 当社グループは、開店後18カ月以上経過した店舗を「既存店」としております。 ※2 各年度期首で開店後18カ月以上経過している店舗を対象に売上高・客数・客単価の昨対比を計算しております。

販売チャネル別業績（店舗・EC）

月次売上高（店舗）

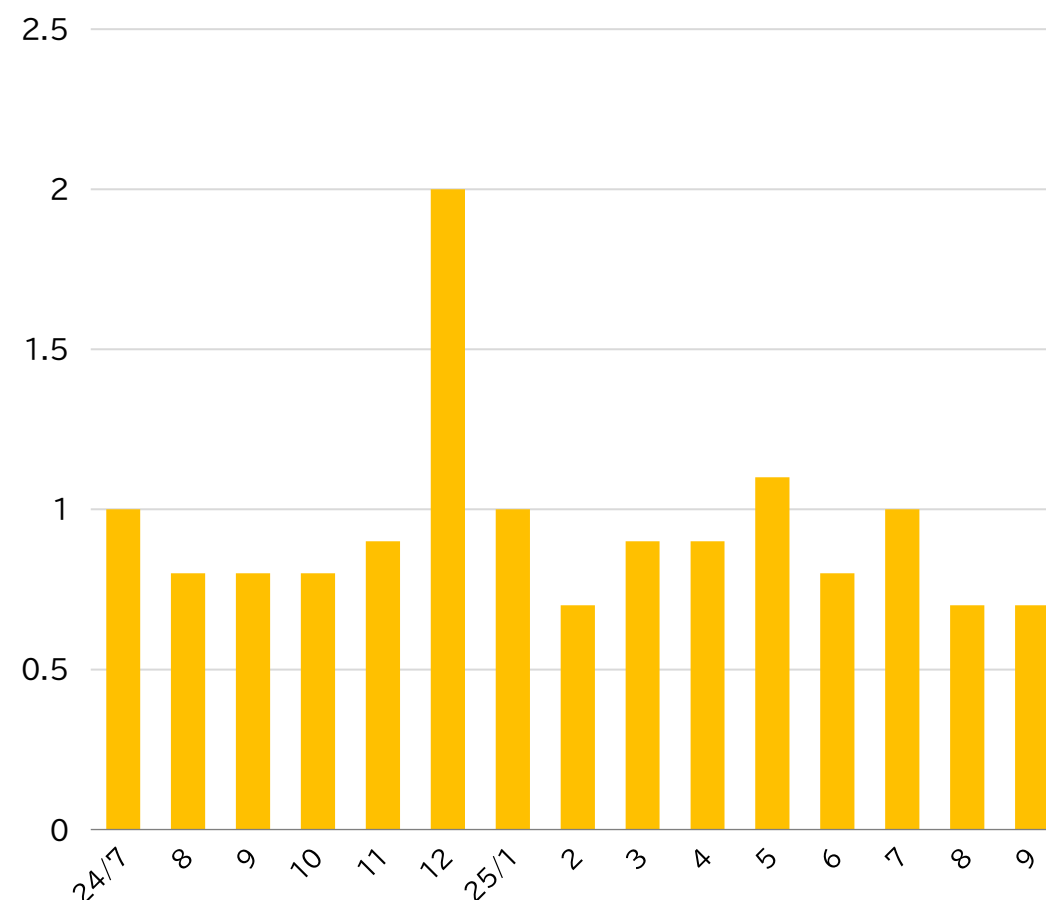
（単位：億円）

■直営 ■FC



月次売上高（EC）

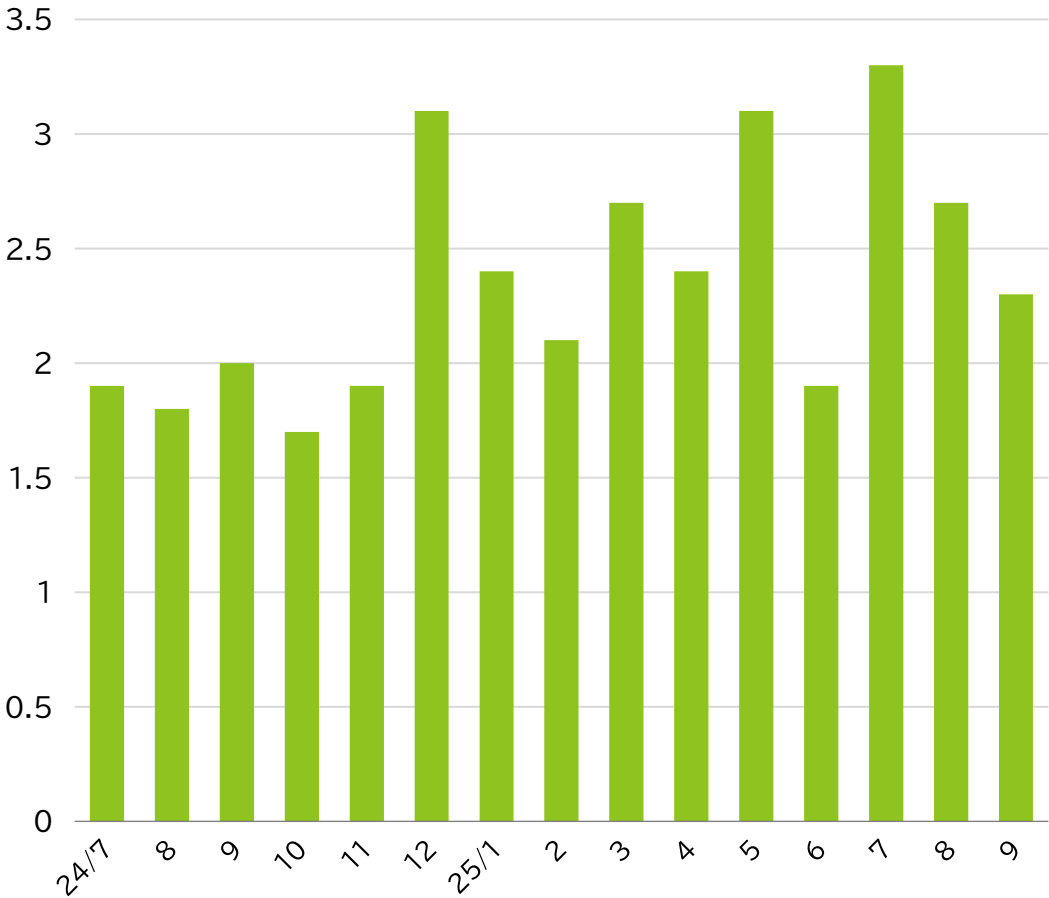
（単位：億円）



販売チャネル別業績（ホールセール・グローバル）

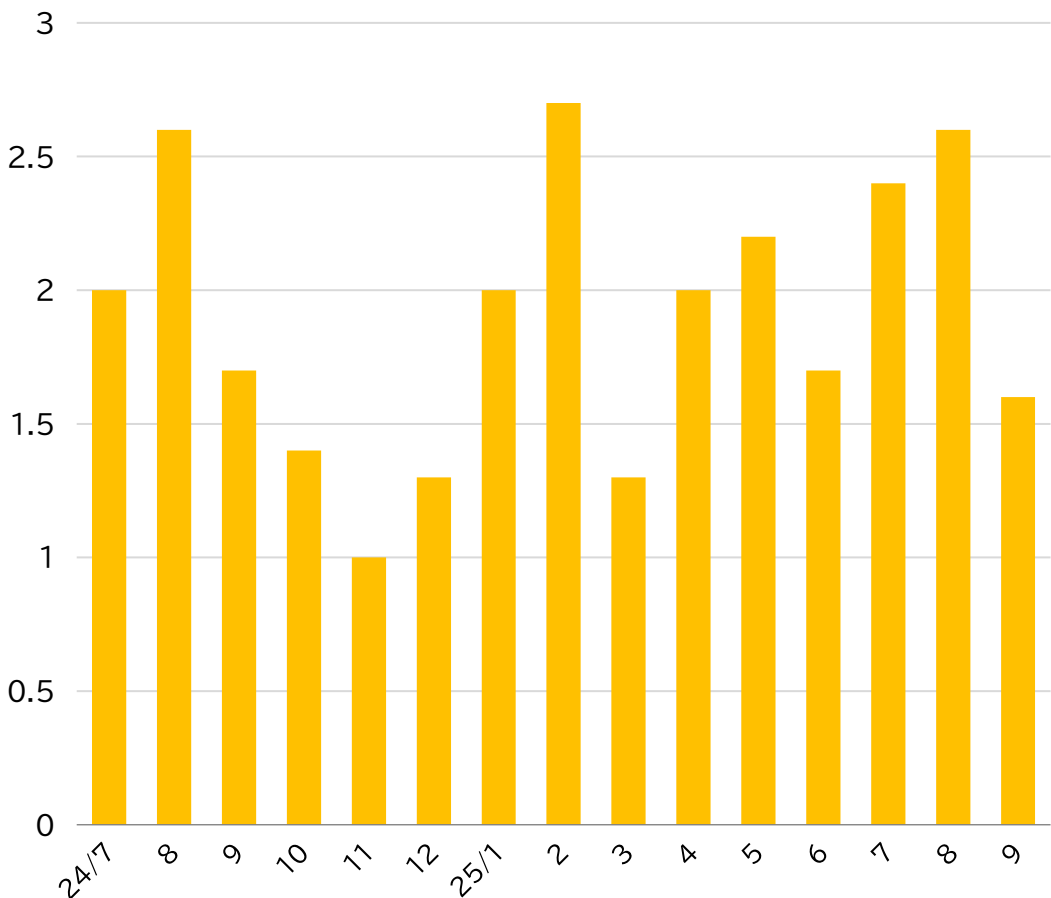
月次売上高（ホールセール）

（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%				
売上総利益	1,732,132	36.2%	1,743,880	35.6%				
営業利益	139,289	2.9%	125,117	2.6%				

(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)	2Q累計期間(2025/4~2025/9)					2Q会計期間(2025/7~2025/9)				
			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	2,826,280	29.2%	2,904,825	31.5%	▲2.7%	1,424,759	29.1%	1,440,413	31.2%	▲1.1%
FC	3,421,186	35.4%	3,449,832	37.5%	▲0.8%	1,700,421	34.7%	1,670,744	36.2%	1.8%
EC	558,667	5.8%	579,047	6.3%	▲3.5%	259,505	5.3%	275,224	6.0%	▲5.7%
ホールセール	1,599,283	16.5%	1,213,790	13.2%	31.8%	841,114	17.2%	592,526	12.8%	42.0%
グローバル	1,270,659	13.1%	1,061,473	11.5%	19.7%	669,078	13.7%	632,762	13.7%	5.7%
合計	9,676,077	100.0%	9,208,969	100.0%	5.1%	4,894,879	100.0%	4,611,672	100.0%	6.1%

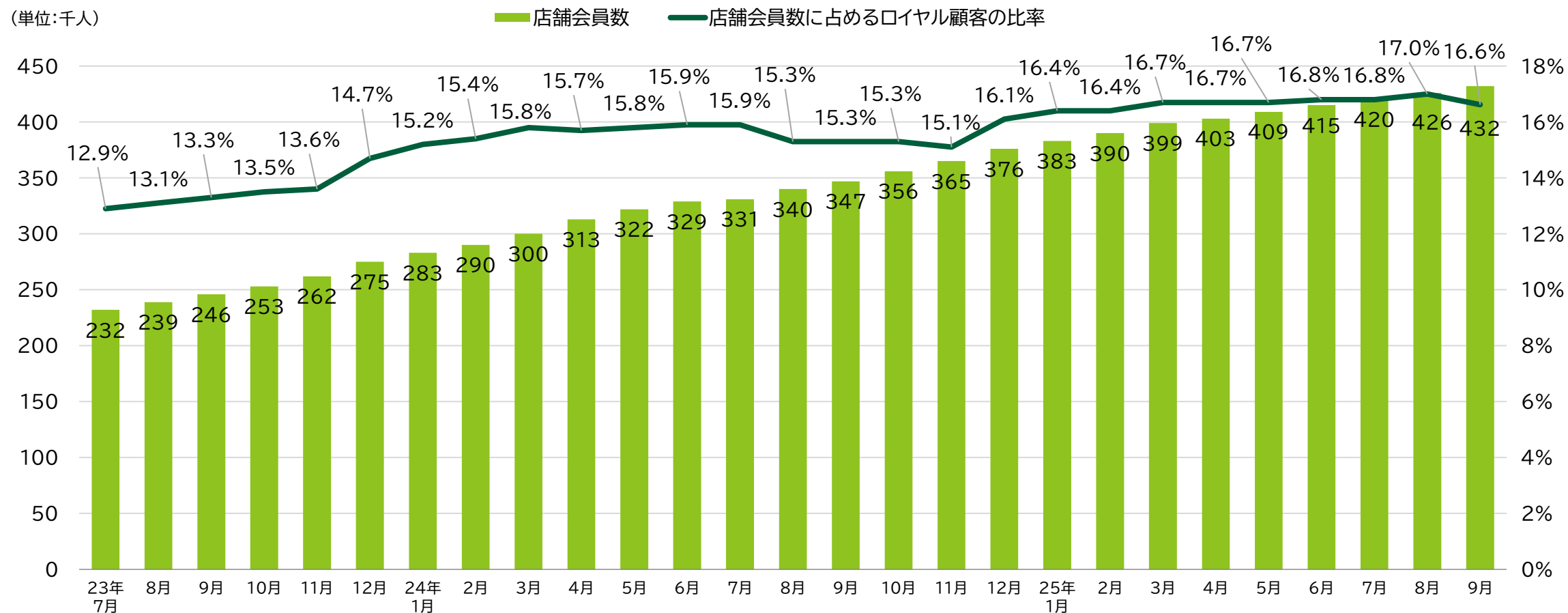
注. 前4Q数値に関して、外部監査法人による四半期レビューは受けておりません。

2026年3月期 販管費の状況

(単位:千円)	2Q累計期間(2025/4~2025/9)						2Q会計期間(2025/7~2025/9)					
			前年実績		前年 差異	前年 同期比			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	1,290,062	13.3%	1,205,893	13.1%	84,169	7.0%	647,756	13.2%	599,645	13.0%	48,111	8.0%
荷造運搬費	582,339	6.0%	621,885	6.8%	▲39,546	▲6.4%	285,126	5.8%	304,658	6.6%	▲19,532	▲6.4%
賃借料	282,678	2.9%	288,019	3.1%	▲5,341	▲1.9%	139,681	2.9%	142,275	3.1%	▲2,594	▲1.8%
減価償却費	128,159	1.3%	106,938	1.2%	21,221	19.8%	68,576	1.4%	53,194	1.2%	15,382	28.9%
その他	928,366	9.6%	731,686	7.9%	196,680	26.8%	477,621	9.8%	347,758	7.5%	129,863	37.3%
合計	3,211,606	33.2%	2,954,422	32.1%	257,184	8.7%	1,618,763	33.1%	1,447,532	31.4%	171,230	11.8%

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



※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2四半期 新商品情報 | 久世福商店



岡山の大地の恵み

甘酒各種(4種)

2025年
9月発売

通年
販売

https://kuzefuku.com/?page_id=13&eci_product=fsh02944



燻しの香り引き立つ

いぶりがっこタルタル

2025年
9月発売

リニュー
アル

https://kuzefuku.com/?page_id=13&eci_product=fsh02944

2026年3月期 第2四半期 新商品情報 | 久世福商店



ポロショコラ 抹茶

2025年
9月発売

https://kuzefuku.com/?page_id=13&eci_product=fsh00299



信州味噌が香ばしい

万能ごまふりかけ

2025年
9月発売

<https://kuzefuku.com/?p=79403>

2026年3月期 第2四半期 新商品情報 | サンクゼール



信州果実の実りジャム
プラム・もも

2025年
8月9月発売

長野
限定

https://kuzefuku.com/?page_id=13&eci_product=W00826



秋の季節限定ジャム

モンブランクリーム(他2種)

2025年
9月発売

秋季
限定

再販

https://kuzefuku.com/?page_id=13&eci_product=J02250

※夏ジャム詳細⇒ <https://kuzefuku.com/?p=82485>