

銘柄コード:2669



カネ美食品株式会社

2016年3月期 第2四半期 決算説明会

本資料に記載されている今後の業績見通し及び各情報などは、現段階における入手可能な事項と、当社が十分合理的であると判断した事項に限って記載を致しております。

今後起こり得る各要因によって、当社の今期計画の予定及び業績が著しく異なってくる可能性も有り得ますので、その点を踏まえてのご参考資料として頂ければ幸いです。



【本資料に関するお問合せ先】

カネ美食品株式会社 総務部TEL (052)879-6113(直)

E-mail: soumu-ir@kanemi-foods.co.jp

URL: <http://www.kanemi-foods.co.jp>

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	272 店舗
ユニー(アピタ・ピアゴ)	256 店舗
その他(アオキスーパー、オオゼキ等)	16 店舗
■百貨店・駅ナカ・駅ビル等	30 店舗
百貨店	14 店舗
駅ナカ・駅ビル	13 店舗
その他(商業施設等)	3 店舗
■外食店舗	3 店舗
寿司御殿	3 店舗



アピタ桶川店



eashion新越谷ヴァリエ店

外販事業

- ・東海地方を中心に関東、関西に15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
- ・鉄道各社の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】

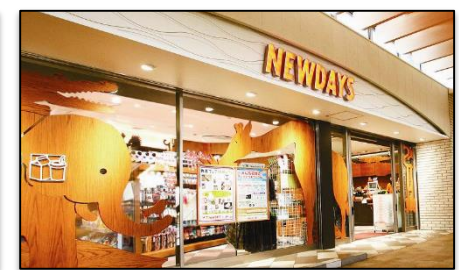
■コンビニエンスストア	5,571 店舗
サークルK、サンクス	5,571 店舗
■鉄道系コンビニエンスストア	629 店舗
キヨスク(東海キヨスク)	69 店舗
NEWDAYS(JR東日本リテールネット)	429 店舗
ハート・イン(JR西日本デイリーサービスネット)	131 店舗

■宅配関連

コープみらい、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



サークルKサンクス



NEWDAYS

I. 2016年3月期 第2四半期 決算概要

II. 今後の見通し

III. 中長期ビジョン

会社概要

決算参考資料

I. 2016年3月期 第2四半期 決算概要

業績の状況

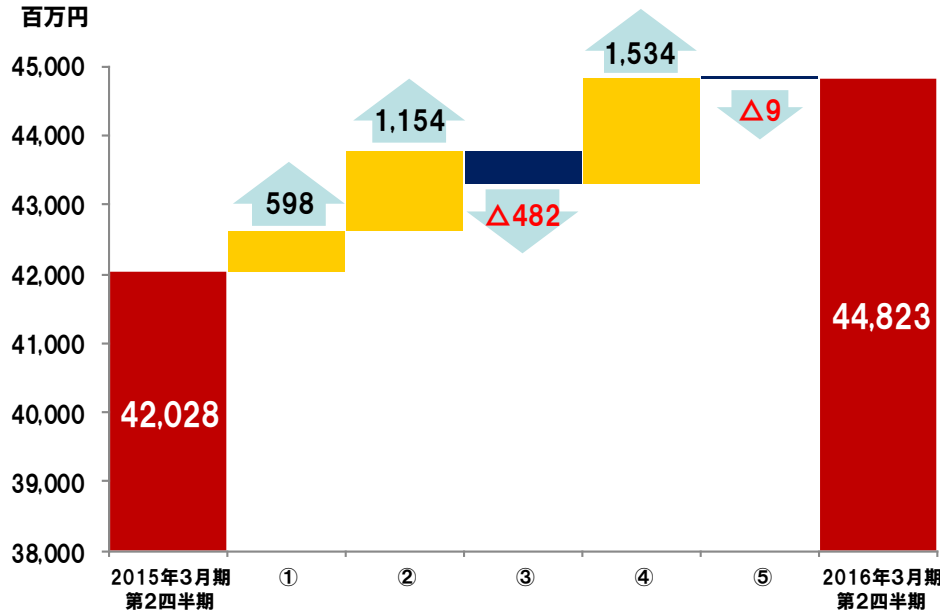
(単位:百万円)

	2015年3月期 第2四半期		2016年3月期 第2四半期					
	実績	構成比 (%)	当初計画 (2015年5月8日発表)	構成比 (%)	実績	構成比 (%)	前期比 (%)	計画比 (%)
売上高	42,028	100.0	42,960	100.0	44,823	100.0	106.6	104.3
テナント事業	20,921	49.8	21,324	49.6	22,192	49.5	106.0	104.0
ユニーグループ店舗	17,787	(85.0)	18,037	(84.6)	18,812	(84.8)	105.7	104.2
その他店舗	3,134	(15.0)	3,287	(15.4)	3,380	(15.2)	107.8	102.8
外販事業	21,106	50.2	21,635	50.4	22,631	50.5	107.2	104.6
サークルKサンクス店舗	18,676	(88.5)	19,160	(88.6)	20,228	(89.4)	108.3	105.5
その他店舗	2,430	(11.5)	2,475	(11.4)	2,402	(10.6)	98.8	97.0
営業利益	1,172	2.7	1,369	3.1	1,741	3.8	148.4	127.1
経常利益	1,228	2.9	1,408	3.2	1,796	4.0	146.2	127.5
四半期純利益	863	2.0	780	1.8	1,081	2.4	125.3	138.6

(注)売上高は各事業のセグメント間の内部売上高を除いて表示しております。

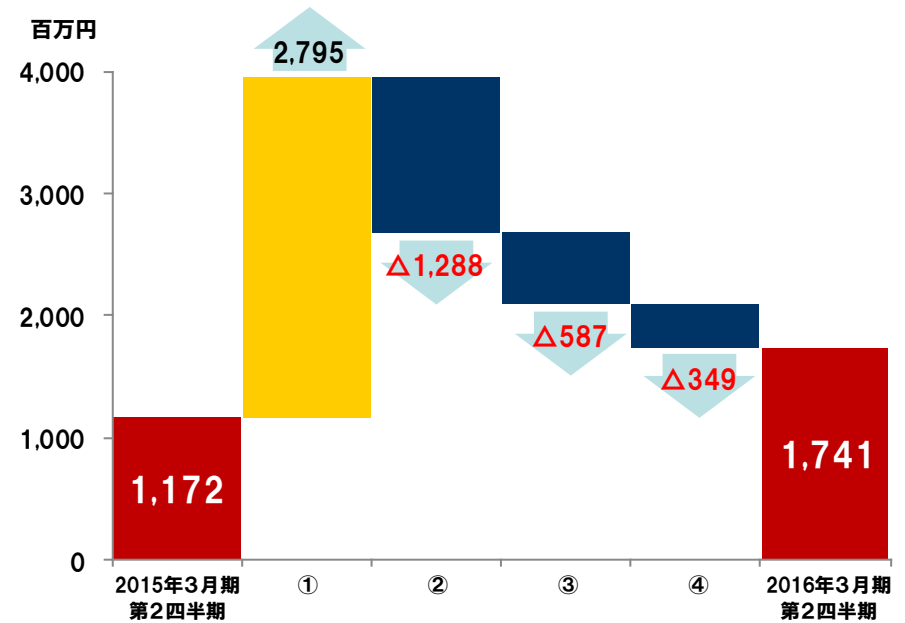
売上高と利益の増減要因

売上高の分析



2015年3月期 第2四半期 売上高	42,028百万円
①テナント 新設店舗による売上増加	598百万円
②テナント 既存店舗による売上増加	1,154百万円
③テナント 廃店による売上減少	△482百万円
④外販 コンビニエンスストア部門の売上増加	1,534百万円
⑤外販 その他部門の売上増減	△9百万円
2016年3月期 第2四半期 売上高	44,823百万円
増減額	2,795百万円

営業利益の分析



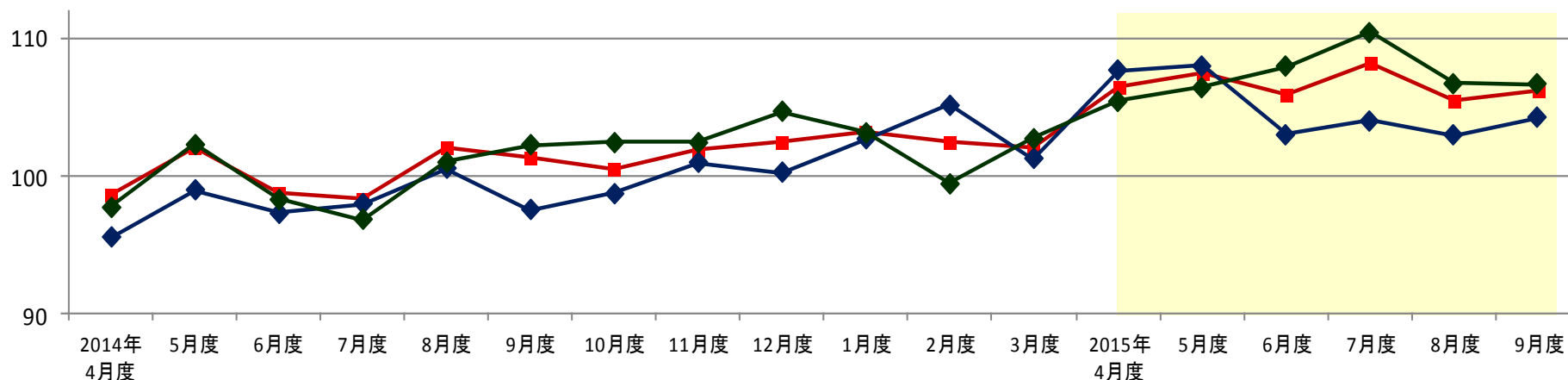
2015年3月期 第2四半期 営業利益	1,172百万円
①売上高の増加	2,795百万円
②仕入高の増加	△1,288百万円
③人件費の増加	△587百万円
④その他経費の増加	△349百万円
2016年3月期 第2四半期 営業利益	1,741百万円
増減額	568百万円

月次売上高 前年比

		2015年3月期														2016年3月期						
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	上期累計	10月	11月	12月	1月	2月	3月	通期累計	4月	5月	6月	7月	8月	9月	上期累計
全社合計		98.6	102.1	98.7	98.3	102.1	101.3	100.2	100.4	101.9	102.4	103.2	102.5	102.0	101.1	106.5	107.5	105.9	108.1	105.4	106.2	106.6
テナント事業	合計	99.5	101.9	99.1	99.9	103.2	100.3	100.7	98.3	101.4	100.7	103.4	105.6	101.3	101.2	107.8	108.7	104.0	105.7	104.3	106.0	106.0
	既存合計	95.5	98.9	97.3	97.9	100.5	97.5	98.1	98.7	100.9	100.2	102.6	105.1	101.2	99.8	107.6	108.0	103.0	104.0	102.9	104.2	104.9
	ユニー店舗	95.4	99.1	97.2	97.8	100.6	97.1	98.0	98.8	101.3	100.2	102.7	105.1	101.4	99.8	108.3	108.5	103.4	104.5	103.2	104.4	105.3
	その他	96.2	97.5	98.3	98.3	99.7	100.2	98.4	98.1	97.9	99.9	101.9	104.8	100.1	99.6	103.7	105.2	100.8	101.6	101.1	102.8	102.5
外販事業	合計	97.8	102.3	98.4	96.9	101.0	102.2	99.7	102.4	102.5	104.6	103.0	99.4	102.6	101.1	105.3	106.3	107.8	110.3	106.7	106.5	107.2
	既存合計	97.7	102.3	98.3	96.8	101.0	102.2	99.7	102.4	102.4	104.6	103.1	99.4	102.7	101.1	105.4	106.4	107.9	110.4	106.7	106.6	107.2
	サークルKサンクス	93.1	98.6	95.1	93.7	98.2	98.4	96.1	99.5	100.7	103.1	101.6	98.4	102.8	98.5	105.7	107.5	108.0	111.5	107.8	108.9	108.3
	その他	156.8	143.7	134.7	133.1	130.5	141.4	140.0	129.6	118.1	117.4	114.4	107.6	101.7	125.9	102.5	96.8	106.6	100.2	97.5	89.3	98.8

(注) 1. 既存店舗の区分は、開店月より14ヵ月経過した店舗と定義しております。
 2. 外販事業合計には、サークルK名四弥富店の売上高が含まれています。
 3. 上表の累計数値は、会計上の修正額を含めて計算しております。

■ 全社合計 ◆ テナント事業 既存店舗合計 ◆ 外販事業 既存工場合計



貸借対照表、キャッシュ・フローの状況

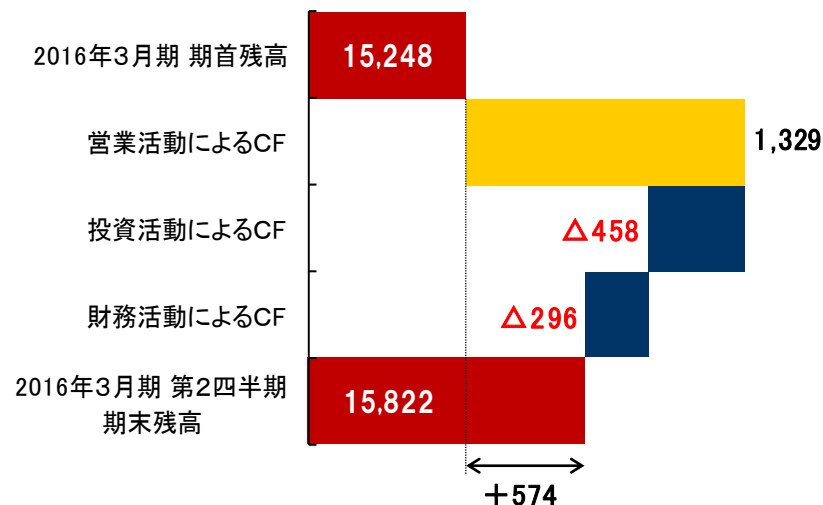
(単位:百万円)

	2015年3月期	2016年3月期 第2四半期	増減
流動資産	20,992	21,343	351
現金及び預金	14,248	14,822	574
売掛金	4,449	4,230	△218
たな卸資産	471	459	△12
その他	1,823	1,830	7
固定資産	13,811	13,706	△105
有形固定資産	10,652	10,525	△126
無形固定資産	280	263	△16
投資その他の資産	2,878	2,916	38
資産合計	34,803	35,049	246
流動負債	7,698	7,068	△629
固定負債	399	434	34
負債合計	8,098	7,502	△595
純資産合計	26,705	27,547	841
負債・純資産合計	34,803	35,049	246
自己資本比率(%)	76.7	78.6	1.9

(単位:百万円)

	2015年3月期	2016年3月期 第2四半期
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,320	1,329
投資活動によるキャッシュ・フロー	△756	△458
財務活動によるキャッシュ・フロー	△661	△296
現金及び現金同等物の増減額	1,902	574
現金及び現金同等物の期首残高	13,346	15,248
現金及び現金同等物の期末残高	15,248	15,822

(単位:百万円)



テナント事業

売上高：221億92百万円（前期比 106.0%）
セグメント利益：8億66百万円（前期比 124.5%）

上期の主な取り組み

テナント
全体

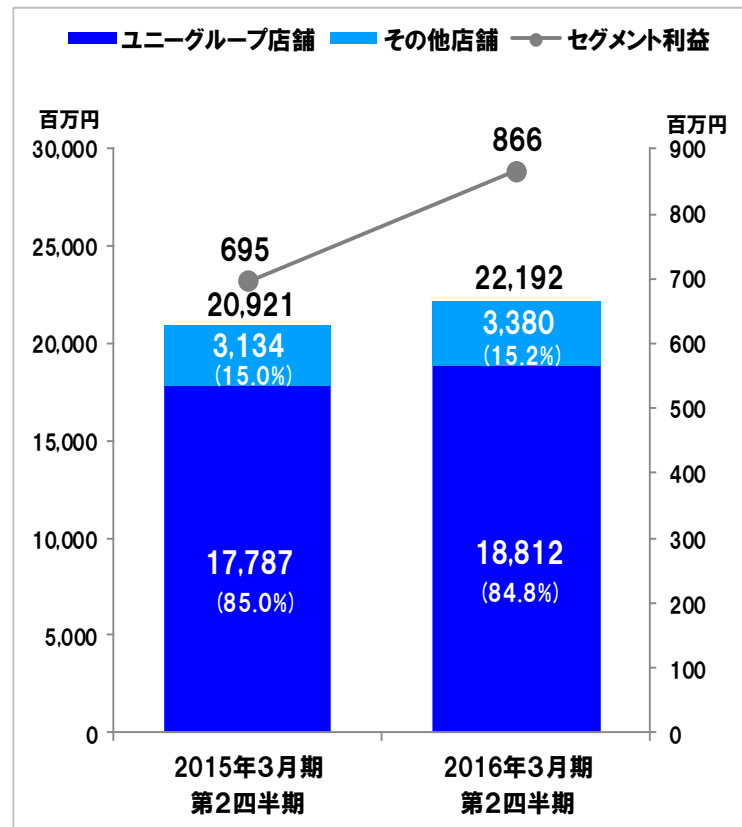
- 衛生管理の強化
 - 店内で使用する手洗い洗剤と消毒液をノロウイルスに効果的な物へと切替
 - 従業員の意識向上を図る教育の再徹底
- 店舗における運営計画の精度向上に注力し、適正な製造体制を確立
 - 曜日や時間帯に応じた売場構成と販売強化商品の売り込みの徹底
 - タイムリーな製造による作りたて商品の提供とロスの削減
 - イベント時の製造体制の確保
- 新規出店 5店舗（ユニー4店舗、コープ1店舗）、改装 1店舗、閉店 8店舗

ユニーグループ
店舗

- 商品力のさらなる強化
 - 定番商品の品質にこだわり、販売強化商品として各商品カテゴリーの核となる商品の確立に注力
 - ⇒ 他社に負けない商品づくり
 - 製造機器の導入により、店内調理を強化し、より美味しい商品づくりを追求
 - ⇒ 炒飯用回転炒め機 62店舗導入（9月末時点）
以前の1.5倍～2倍の売れ行きに
 - ⇒ スチームコンベクションオープン 65店舗導入（9月末時点）
専用のアイテム開発により、カテゴリーの一つとして成長

その他
店舗

- ピークの時間帯に合わせた商品ラインナップの変更
- 積極的なお声掛けによる売り込みの強化
- ホットデリ(おかず、おつまみ)を強化し、弁当+1品で単価アップを図る



(単位:百万円)

設備投資の内容	2015年3月期 実績	2016年3月期 上期実績
店舗の新設	86	55
店舗の改装	29	9
各店舗での設備の更新等	32	90
合計	148	155

テナント事業 おすすめ商品のご紹介



直火炒め炒飯
429円(税込)

POINT① 専用の機械で直火炒め

炒飯専用の回転式炒め機を使用し、店内で直火で炒めます。
それにより、パラパラ感や香ばしさを引き出します。

POINT② 大きめなチャーシュー

少し大きめの角切りにしたチャーシューを使用しています。
また、煮汁を炒飯の隠し味として使用し、シンプルなものにも深みとコクのある炒飯に仕上げました。

POINT③ 味の決め手は「香味油」

香味油を使用することで風味豊かに仕上げました。
味はもちろんのこと、香りも楽しめます。

スチームコンベクションオーブンを活用した専用の商品開発により、カテゴリーの一つとして成長



ほくほくとした皮付きポテトの上に食べ応えのあるポークウィンナーをトッピングしました。その上から相性の良いチーズソースをたっぷりかけ、こんがり店内で焼き上げました。



ポテトとウィンナーのチーズ焼
321円(税込)



厚切りのベーコンの上に、じゃがいもや人参の食感を楽しめるポテトサラダをトッピング。さらに粒マスタードと刻んだピクルスを合わせたソース、チーズソースをかけ、じっくり焼き上げました。



厚切りベーコンのポテトチーズ焼 (マスタード風味)
604円(税込)

テナント事業 出退店・改装の概要①

			2015年 3月期末	2016年3月期 第2四半期末			
業態		ブランド	店舗数	出店	退店	改装	店舗数
ユニーG店舗	総合惣菜	Kanemi	209	4	－	1	213
	寿司専門	寿司御殿	41	－	8	－	33
	洋風惣菜	K-STAGE	10	－	－	－	10
その他店舗	総合惣菜	Kanemi	8	1	－	－	9
		e'z mart	4	－	－	－	4
		ease deli	4	－	－	－	4
	洋風惣菜	eashion	29	－	－	－	29
	外食	寿司御殿	3	－	－	－	3
合計			308	5	8	1	305

テナント事業 出退店・改装の概要②

出店	日付	業態	店舗名	区分	所在地
	4/24	総合	白山店	スーパーマーケット	石川県白山市
	5/15	総合	コープおおぬか店	スーパーマーケット	石川県金沢市
	7/3	総合	イセザキ店	スーパーマーケット	神奈川県横浜市
	7/17	総合	守山店	スーパーマーケット	愛知県名古屋市
	7/31	総合	碧南店	スーパーマーケット	愛知県碧南市
改装	日付	業態	店舗名	改装内容	所在地
	4/10	総合	アピタ稲沢店	食品売場の改装に伴う当店全面改装	愛知県稲沢市
退店	日付	業態	店舗名	理由	所在地
	4/7	寿司	寿司御殿 鶉店	不採算店舗のため	岐阜県岐阜市
	4/14	寿司	寿司御殿 森店	不採算店舗のため	静岡県周智郡森町
	5/10	寿司	寿司御殿 アピタ豊田元町店	不採算店舗のため	愛知県豊田市
	5/12	寿司	寿司御殿 妙興寺店	不採算店舗のため	愛知県一宮市
	5/17	寿司	寿司御殿 八剣店	不採算店舗のため	愛知県岩倉市
	5/19	寿司	寿司御殿 アピタ各務原店	不採算店舗のため	岐阜県各務原市
	5/26	寿司	寿司御殿 大和店	不採算店舗のため	愛知県一宮市
6/2	寿司	寿司御殿 多度店	不採算店舗のため	三重県桑名市	

テナント事業 新店舗のご紹介



白山店
石川県白山市倉光五丁目14番地<ピアゴ白山店内>



コープおおぬか店
石川県金沢市大額2-50<コープおおぬか店内>



イセザキ店
神奈川県横浜市中区伊勢佐木町三丁目105番地
<ピアゴイセザキ店内>



守山店
愛知県名古屋市中区守山区東山町12番26号
<ピアゴ守山店内>



碧南店
愛知県碧南市天王町二丁目1番地
<ピアゴ碧南店内>

売上高：226億31百万円（前期比 107.2%）

セグメント利益：8億74百万円（前期比 183.3%）

上期の主な取り組み

外販全体

- 製造機器の入替
 - 品質の向上に加え、製造効率の向上と経費、ロスの削減
- フードディフェンスの強化
 - 製造確認カメラの設置、従業員の名札をカメラで認識しやすい物へと変更
 - ⇒ 管理・確認体制を高め、安全性を向上
- 人材育成の強化
 - 工場間の異動や工場内での職務変更により、個々のスキルアップに注力
 - ⇒ 製造・管理体制の強化、組織基盤の底上げ

サークルK サンクス

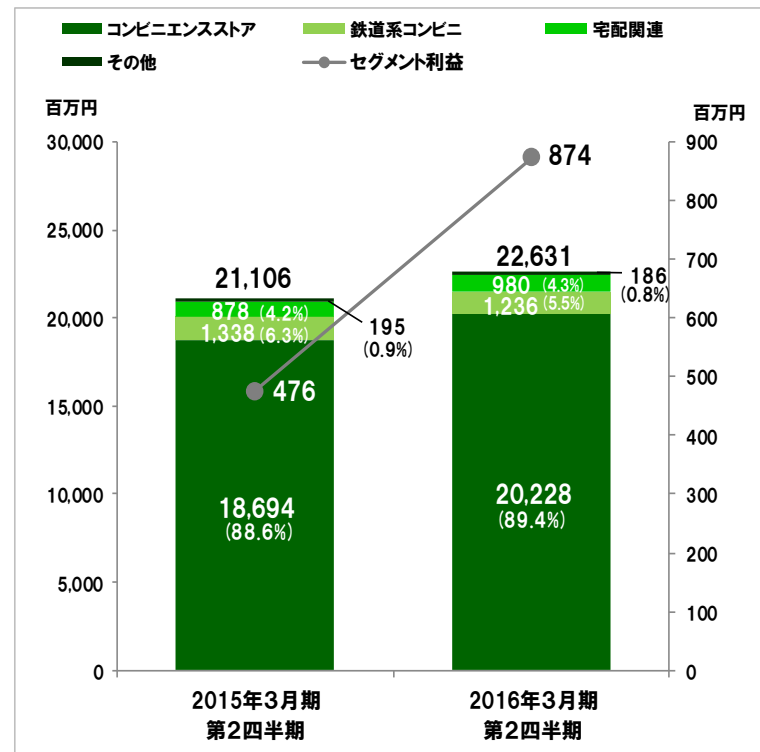
- 新たな納品エリア獲得によるシェアの拡大
 - 前事業年度のシェア拡大に伴うフル稼働効果
 - 6月より関西エリア全店舗へ惣菜・スープ等の納品開始（京都南工場）
- さらなる商品力の強化
 - 売れ筋商品の品質強化のため、食材や製法にこだわった開発を推し進め、売場の核となる商品づくりに注力

コンビニ

- NEWDAYSにおける定番商品の納品獲得に伴い、一品あたりの納品量が増加
- ハート・インやキヨスクの納品店舗数が減少

関宅連配

- 各地域の宅配利用者の定着
 - 引き続き、安定した納品量を確保



（単位：百万円）

設備投資の内容	2015年3月期 実績	2016年3月期 上期実績
生産設備の更新	206	128
労務費の圧縮、生産能力増強のための設備投資	400	144
その他	83	36
合計	690	310



肉の旨さにこだわった！
牛カルビ焼肉重

サークルK
サンクス

550円(税込)

POINT① お肉にこだわり

米国産の牛ばら肉を2.5mmにスライスし、牛肉の食感と柔らかさを両立した厚みを追求しました。
また、チルド管理により、旨み成分等のドリップを抑え、肉本来の味と柔らかさを実現しました。

POINT② 製法にこだわり

低温でじっくり一枚一枚丁寧に焼き上げ、お肉の味わいと旨みを引き出しました。
また、専用の波皿鉄板を使用することにより、余分な脂を落として美味しさをアップしました。

POINT③ タレにこだわり

超特選醤油をベースにフルーツ・野菜の甘みと、お肉を焼いた時の「肉汁」を加えることにより、牛肉の旨みをプラスしたこだわりのタレに仕上げました。



ふっくら焼き上げた！
サバみりん焼き幕の内

サークルK
サンクス

550円(税込)

POINT① 製法にこだわり

脂ののったノルウェー産のサバを波皿鉄板でじっくり焼き上げることにより、魚の旨みを凝縮させ、ふっくらと仕上げました。

POINT② 本格的な玉子焼き

玉子焼き専門店の作り方を参考に5層の重ね焼きをするなど、柔らかい食感にこだわりました。
玉子の甘みやだしの旨みを味わえる本格的な玉子焼きです。

POINT③ だしを効かせた煮物

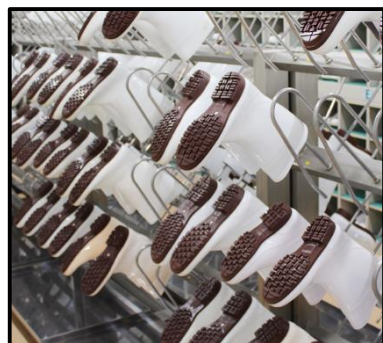
かつおを効かせただしでしっかりと煮込んだ後、さらにかつおだしを加えることで、より一層だしの風味・旨みを感じていただける美味しい煮物に仕上げました。

外販事業 工場の衛生管理の強化

●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、 unnecessary 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、念入りを行う。



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



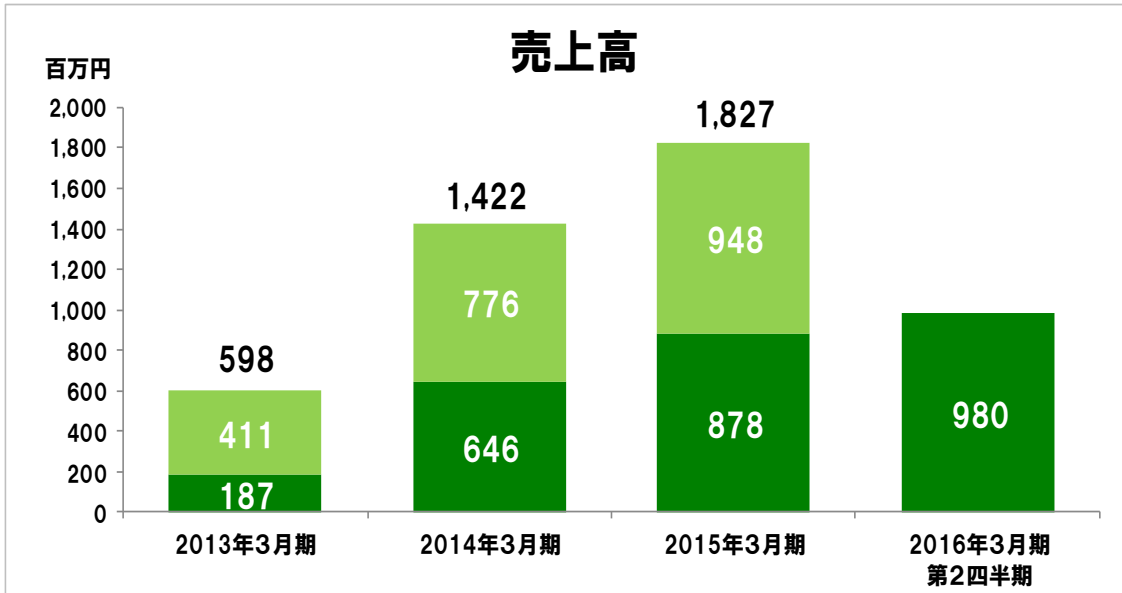
【 製造確認カメラの増設・入替 】

全15工場に製造確認カメラを増設。従来よりカメラの設置はしていたが、カメラ台数の増設や旧型から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。

外販事業 宅配関連



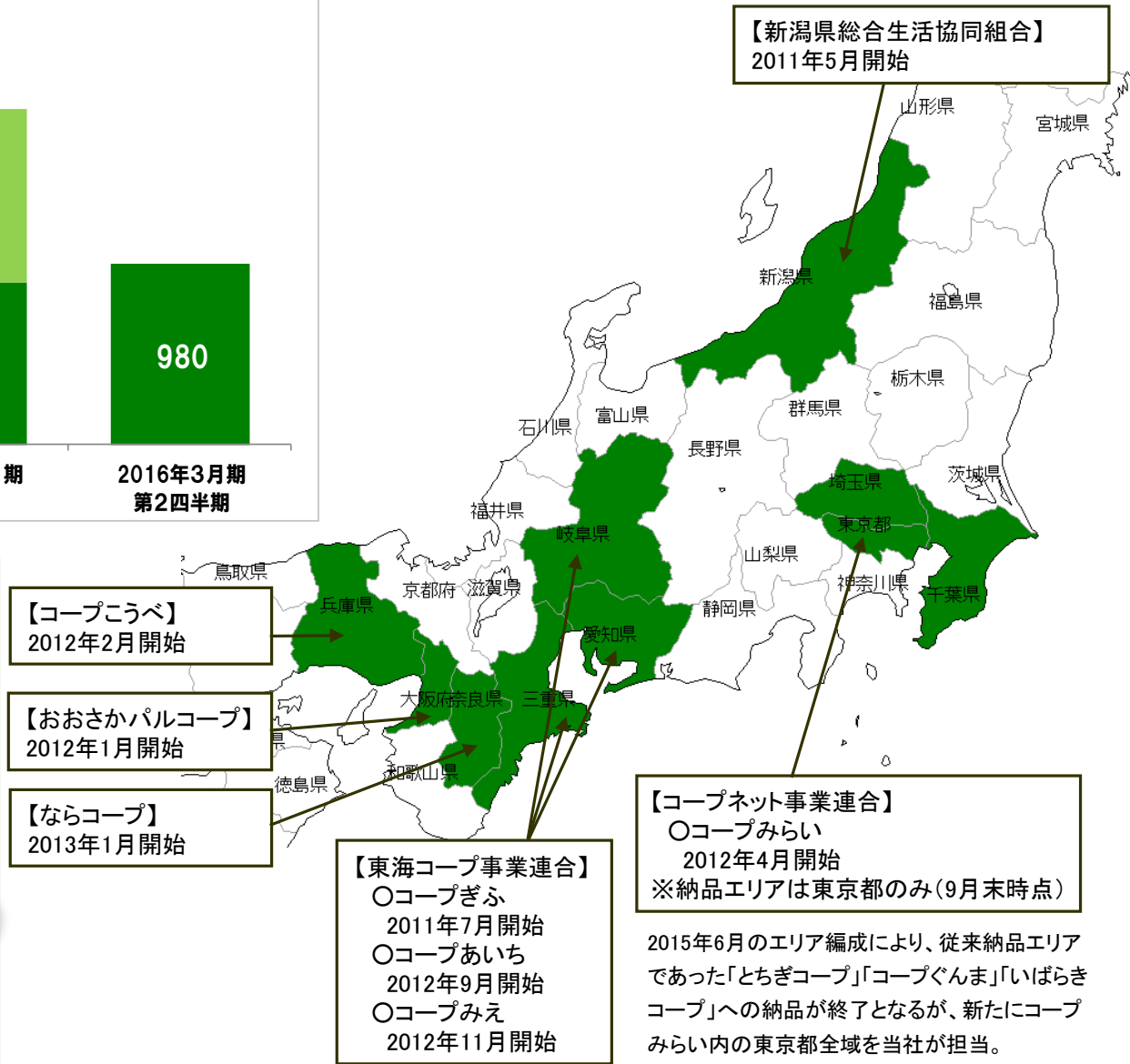
日替わりの宅配弁当に加え、チルド製品もご提供しております。



↑ 夕食宅配弁当の一例
お弁当コース(左上)、おかずコース(右下)



↑ チルド製品の一例
ポテトサラダ(左上)
割りごぼう(右下)



II. 今後の見通し

業績予想

(単位:百万円)

	2015年3月期 実績		2016年3月期 通期計画 (2015年11月2日修正発表)		
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	前期比(%)
売上高	85,580	100.0	88,922	100.0	103.9
テナント事業	43,308	50.6	44,435	50.0	102.6
外販事業	42,272	49.4	44,486	50.0	105.2
営業利益	2,661	3.1	3,047	3.4	114.4
経常利益	2,758	3.2	3,138	3.5	113.7
当期純利益	1,751	2.0	1,832	2.0	104.6

(注)売上高は各事業のセグメント間の内部売上高を除いて表示しております。

(単位:百万円)

設備投資計画	2015年3月期	2016年3月期	
	投資金額	投資金額	内容
テナント事業	148	280	店舗の新設及び改装等、生産設備の更新
外販事業	690	1,187	生産設備の更新及び増強等
その他	26	3	設備維持更新

テナント事業

・衛生管理の徹底

→ 清掃・手洗い等、従業員教育の再徹底

・商品力のさらなる強化

- 定番商品の品質にこだわり、自信を持って売り込むことのできる商品づくり
- 製造機器の導入・入替による品質の向上とラインナップの充実
- 店格を上げるプレミアム商品の開発

・適正な製造体制の確立

- 曜日、時間帯の波を意識した売場構成
- 計画に基づいたタイムリーな製造による品質の向上とロスの削減

外販事業

・商品力のさらなる強化

- 食材や製法にこだわった開発を進め、売場の核となる定番商品の品質を向上
- 売場づくりや販促物の自発的な提案

・製造機器の入替

- 品質の向上に加え、製造効率の向上と経費、ロスの削減
- 炊飯設備の入替(京都工場)
従来の設備より、炊き上がりが良く、ランニングコストも低く抑えられ、環境にも優しい設備に入替

・作業環境の改善

- 衛生管理に関わる消耗品の交換、工場内の壁や床などの改修を実施し、衛生環境や従業員の作業環境を改善

共通の重点項目

・安全で安心な
商品の提供

・より美味しい
物づくりの追求

・人材育成の強化、
社内環境の整備



当たり前前的事業を当たり前前に実行する ⇒ ブランド力の強化

テナント事業 下期の店舗計画

		2016年3月期 第2四半期末	2016年3月期 下期計画				
業態	ブランド	店舗数	出店	退店	改装	店舗数	
ユニーG店舗	総合惣菜	Kanemi	213	2	5	1	210
	寿司専門	寿司御殿	33	-	-	1	33
	洋風惣菜	K-STAGE	10	-	-	-	10
その他店舗	総合惣菜	Kanemi	9	-	-	-	9
		e'z mart	4	-	-	-	4
		ease deli	4	-	-	-	4
	洋風惣菜	eashion	29	-	-	-	29
	外食	寿司御殿	3	-	-	-	3
合計		305	2	5	2	302	

テナント事業 おすすめ商品のご紹介

プレミアム商品のご提案

食材、製法、味、見栄え・・・そのすべてにこだわり、ワンランク上の味わいをお楽しみいただけるカネ美のプレミアム商品を新発売します。

大人のDeliciousビーフシチュー 950円(税込)



POINT① 厳選した牛肉を使用

赤身と脂身のバランスが良く、煮込み料理に向けたアメリカ産の肩ロース肉を使用しており、じっくり柔らかく煮込みました。

POINT② 特製ソースにこだわり

一晩寝かせたルウに「ソテーオニオン」「野菜ペースト」を焙煎して加えることにより、ほんのりとほろ苦くコクを持たせ、さらに赤ワインで味に深みをプラスしました。

POINT③ オムライスも絶品

特製オムライスとビーフシチューを一緒に味わえる「大人のDeliciousビーフシチューオムライス 950円(税込)」も同時に発売。レストランの味をご家庭で楽しむことができます。

和牛入りハンバーグ 645円(税込)



POINT① 100%ビーフでジューシーに

オーストラリア産と国産黒毛和牛(和牛15%使用※牛肉に占める割合)を使用し、100%ビーフにこだわりました。また、あえて肉の挽き目を大きくすることにより、食べた時の肉の食感をしっかりと味わえるようにしました。

POINT② 特製のシャリアピンソース

ダイスカットした玉ねぎとすりおろした玉ねぎを使用し、食感と風味にこだわりました。また、生姜やんにんにくを効かせ、酢や醤油、リンゴ果汁で味を調えることで、さっぱりとした後味に仕上げました。

外販事業 おすすめ商品のご紹介



サークルK
サンクス

ジューシー！
若鶏のから揚げ弁当
450円(税込)

POINT① 味付けにこだわり

醤油ベースのタレに「おろしにんにく」「おろしりんご」「鶏エキス」などを加えて、1時間じっくり漬け込み、下味付けをしています。

POINT③ ポリウム感もアップ

鶏肉の柔らかさやジューシーさにこだわり、ひと手間かけて美味しさを追求しながら、以前よりポリウム感もアップし、満足感のある弁当です。

POINT② 揚げ方にもこだわり

丁寧な二層の衣付けで旨みを閉じ込めた鶏肉を、高温短時間で揚げることにより、ジューシーに仕上げました。

サークルK
サンクス

だし香る和風すば

専門店風の本格的なパスタを手軽に味わっていただけるよう定番商品の製法を見直し、だしの香りや香ばしさを存分に味わえる商品に仕上げました。
徹底的に「だし」にこだわり、飲みほしたくなるようなだしの旨みを一緒に味わっていただける和風パスタです。
さらに木目調の容器を使用し、見た目でも「和」を感じることができます。

～だしへのこだわり～

- 一、味付けの醤油には、かつおぶしとこんぶからとっただし醤油を使用。
- 二、徹底した温度管理により、だしの風味を最大限に。
- 三、だし醤油の旨みと香りを活かし、隠し味に昆布茶を使用。
- 四、薄削りの花かつおを使用し、独自の製法による香りづけを実施。

だし香る和風すば

海老とあさりの生姜風味

430円(税込)

具材に海老やあさり、生姜を使用し、あっさり召し上がっていただけるよう仕上げました。



だし香る和風すば

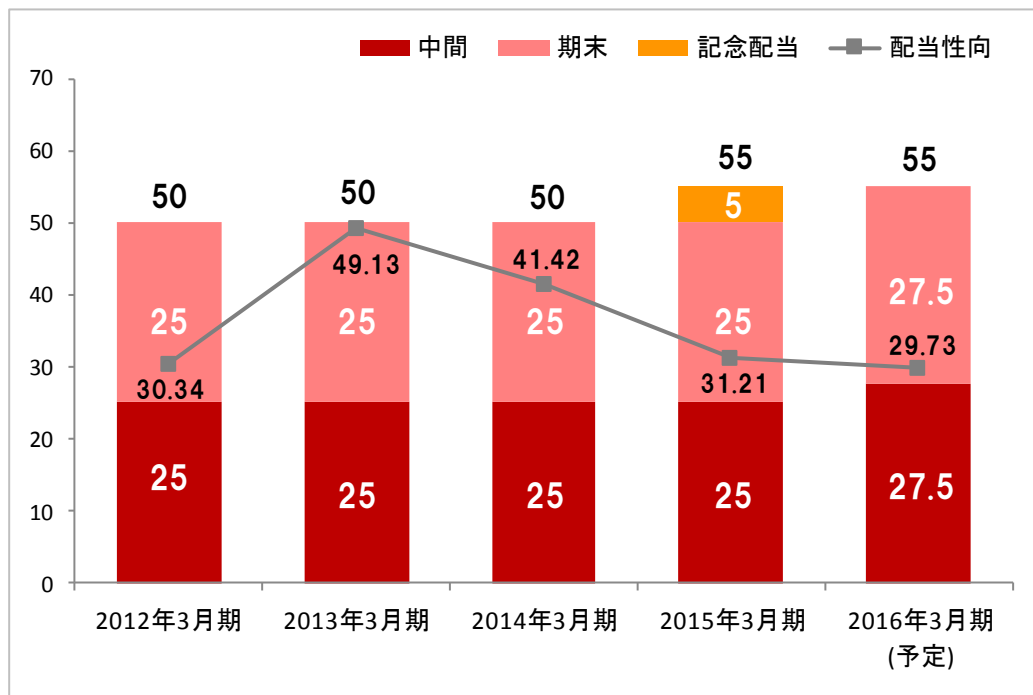
明太子としらす 430円(税込)

まずはだしの香りを楽しみ、塩味のきいた具材を混ぜると、一味違った味わいが楽しめる一品です。



配当金

	中間	期末	記念配当	年間配当
2014年3月期	25円	25円	—	50円
2015年3月期	25円	25円	5円	55円
2016年3月期 (予定)	27.5円	27.5円	—	55円



株主優待

株主さまへはそれぞれの持株数に応じて、8種類の商品から選べるセレクトグルメ配達便を、年2回贈呈しております。

100株以上保有の株主さま (主な商品例)



豚角煮セット



和牛ビーフロッケ&和牛ミンチカツ

300株以上保有の株主さま (主な商品例)



ずわいがにしゃぶしゃぶ



三和の純鶏名古屋コーチン味噌鍋

1000株以上保有の株主さま (主な商品例)



オリーブ牛ロースステーキ



松阪牛入りハンバーグ&さくらポークセット

(注)写真はイメージ

Ⅲ. 中長期ビジョン

中食市場について

国内の中食(惣菜)市場規模は9兆円

中食市場は、これまで少子高齢化や核家族の進行、女性の社会進出などによるライフスタイルの変化により規模を拡大。

一方、成長性が見込まれるため、中食ベンダー・食品メーカー・SM等の参入増加により、競争環境が厳しさを増している。

当社は、この国内の中食市場内におけるシェアの拡大を図り、企業価値の向上を目指す。

求められているもの

日常性

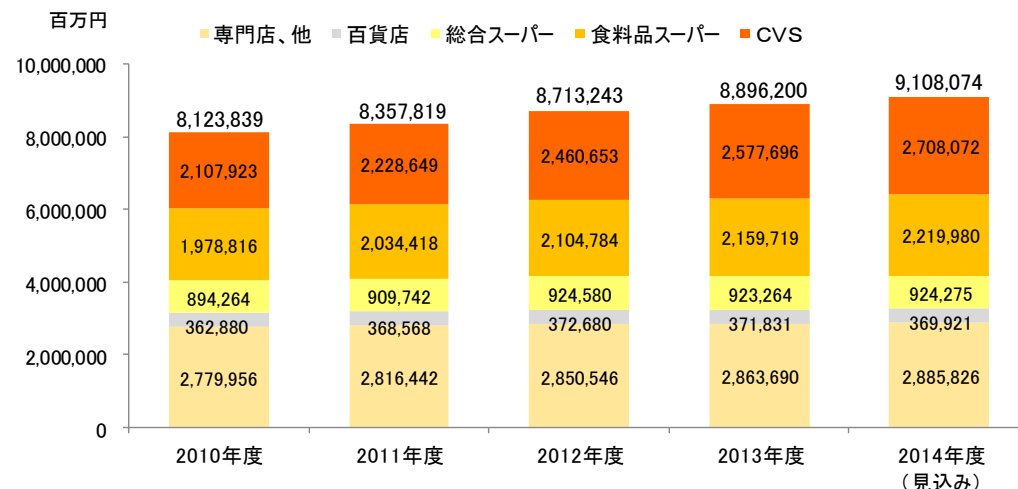
- 安心安全 → 品質管理、衛生管理
- おいしさ → 地域の自然の恵み(地産地消)
季節の恵み
鮮度
カロリーや栄養コントロール
- 手軽さ → 簡単調理
価格・ボリューム

非日常性

- 高付加価値商品 → デザイン性・ブランド力等
珍しい食材・高級食材
豊富なメニュー

【参考資料：惣菜市場規模】

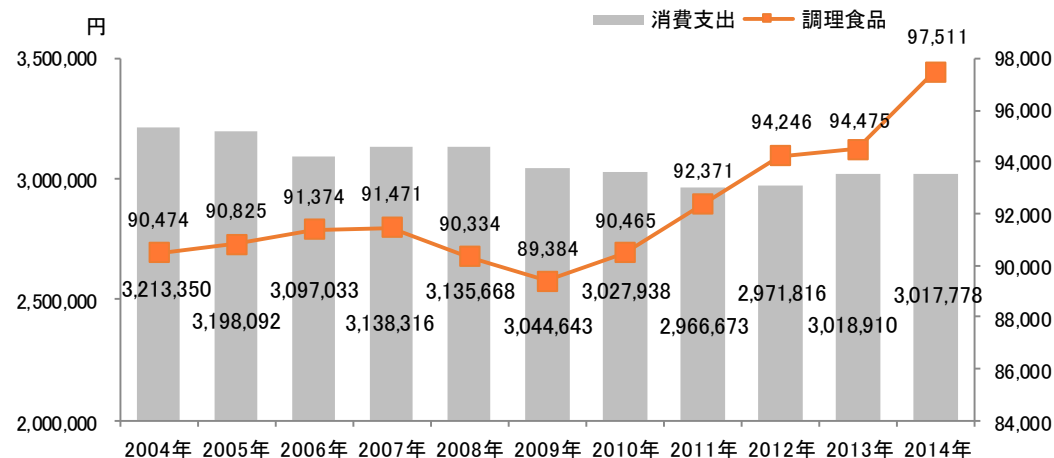
出所：社団法人日本惣菜協会 2015年度版惣菜白書



※ 専門店：惣菜専門店(惣菜販売店、持ち帰り弁当店、仕出し弁当店、給食業者、駅弁売店、寿司販売店、おにぎり販売店、調理パン小売業(サンドイッチ、ハンバーガー等)、ピザ小売業(持ち帰り)など)、イートインコーナー併設惣菜店、受注後調理型惣菜店など

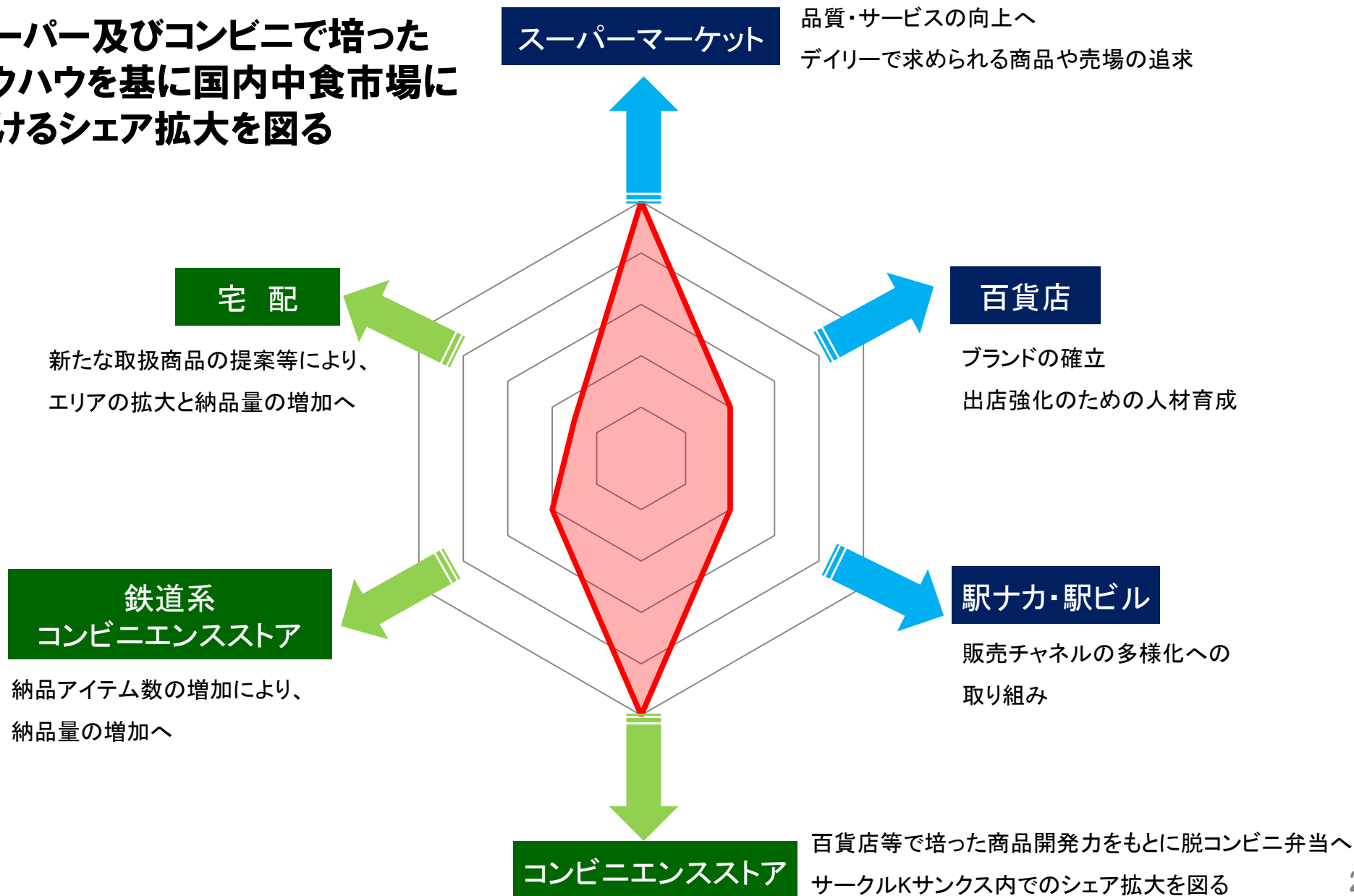
【参考資料：年間の1世帯当たりの品目別支出平均金額(総世帯)】

出所：総務省統計データ
(品目分類)第10表 年間収入五分位階級別1世帯当たり 品目別支出金額及び購入頻度(総世帯)



中長期戦略

スーパー及びコンビニで培った
ノウハウを基に国内中食市場に
おけるシェア拡大を図る



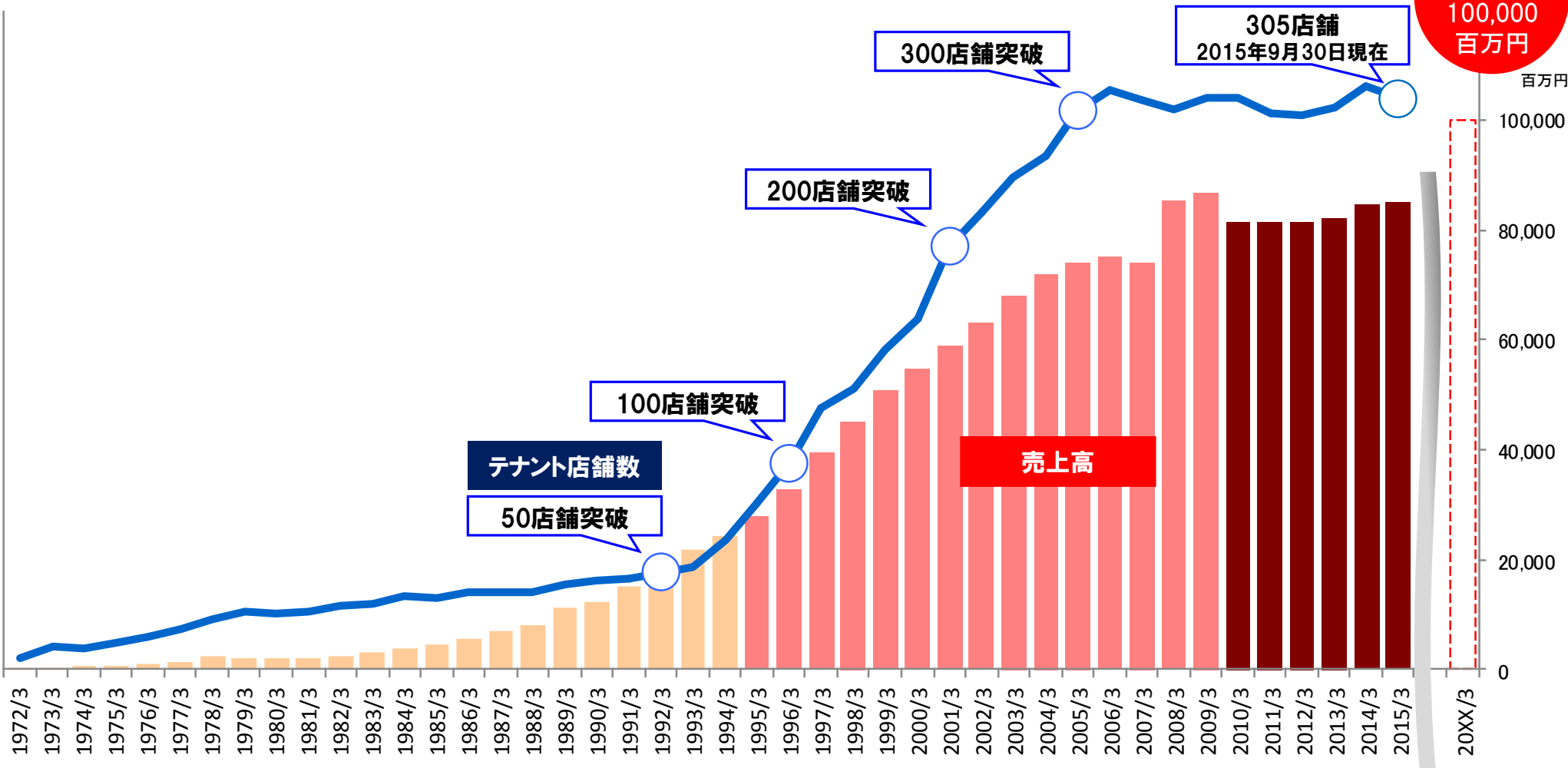
カネ美食品の歩み

創業期

発展期

変革期

20XX年
売上高
100,000
百万円



工場数 1

2

4

5

6

7

8

9

11

15