

2026年10月期 第3四半期 決算説明資料

2026年9月11日



証券コード：3038

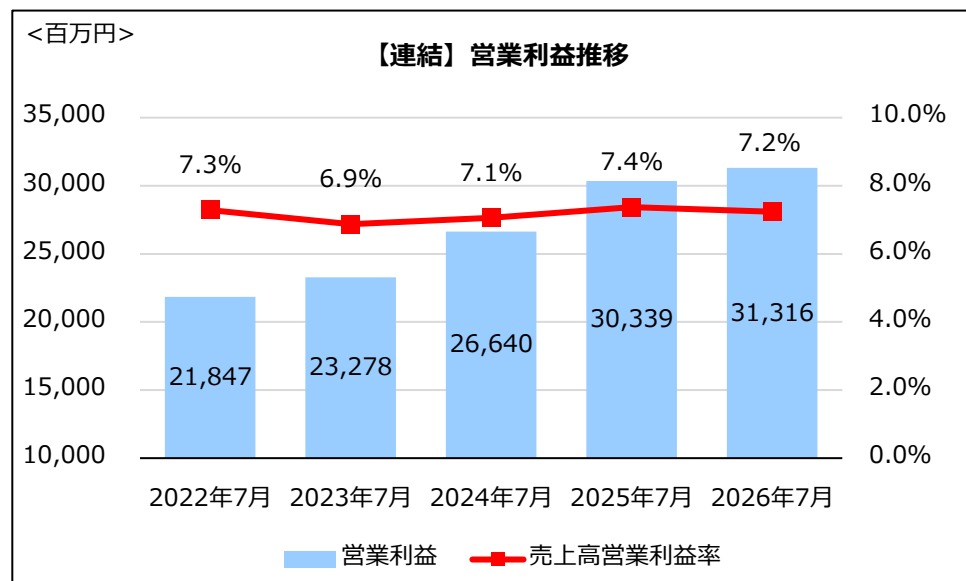
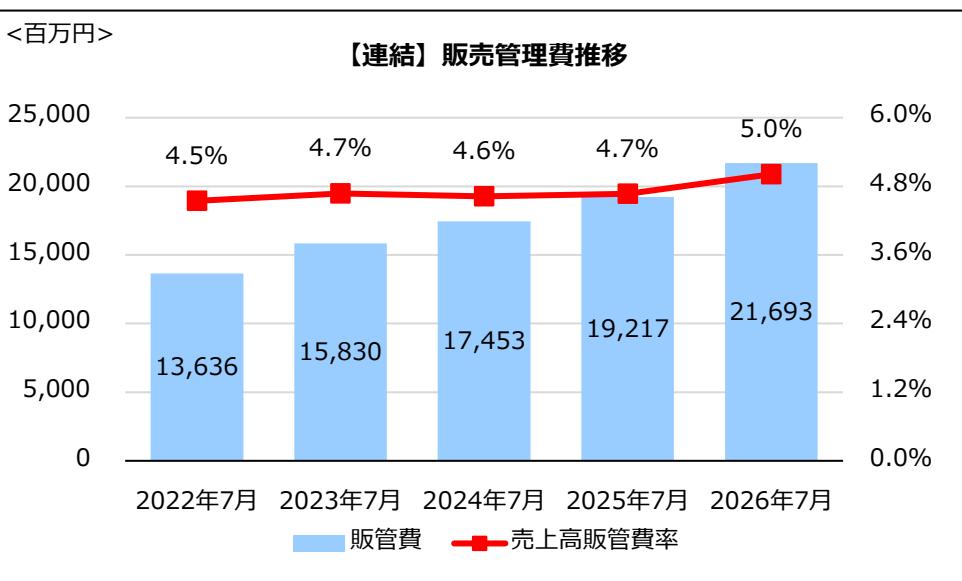
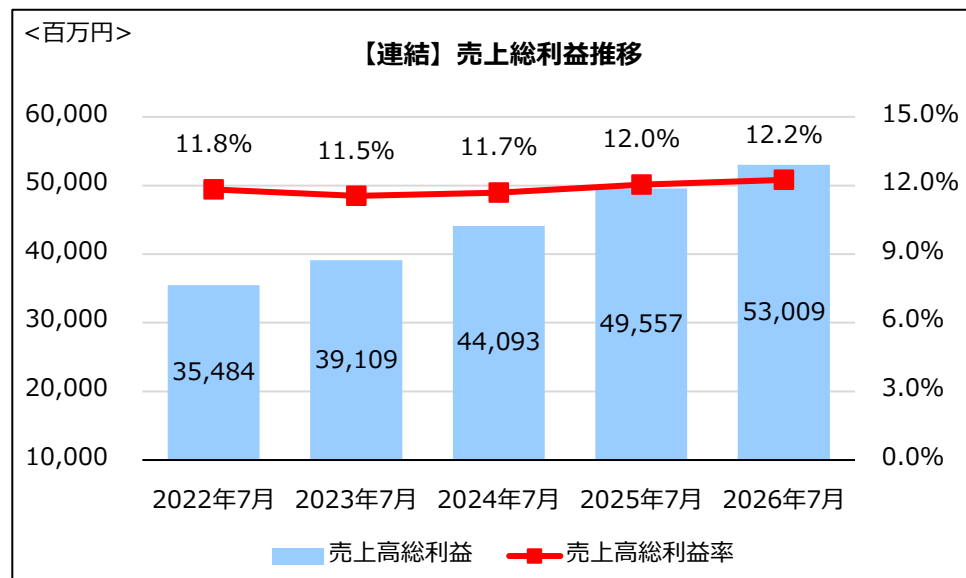
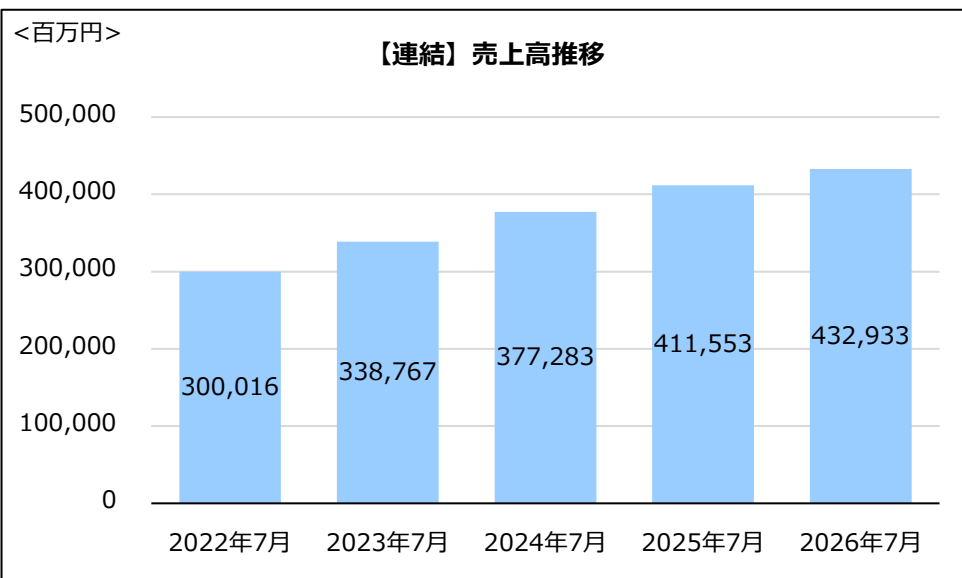
●連結業績及びハイライト（累計）	2
●業務スーパー事業	5
●業務スーパー契約概要	6
●業務スーパー店舗数推移	7
●業務スーパー出荷実績（前年比）推移	8
●当社の強み“商品力”	9
●外食・中食事業	10
●エコ再生エネルギー事業	14
●食の製販一体体制を構築するビジネスモデル俯瞰図	15
●グルメ杵屋とのJV設立を通じた機内食事業買収の意義	16
●「食の製販一体体制」を実現するための戦略的な取組み	17
●株主還元策	18
●連結業績予想	19

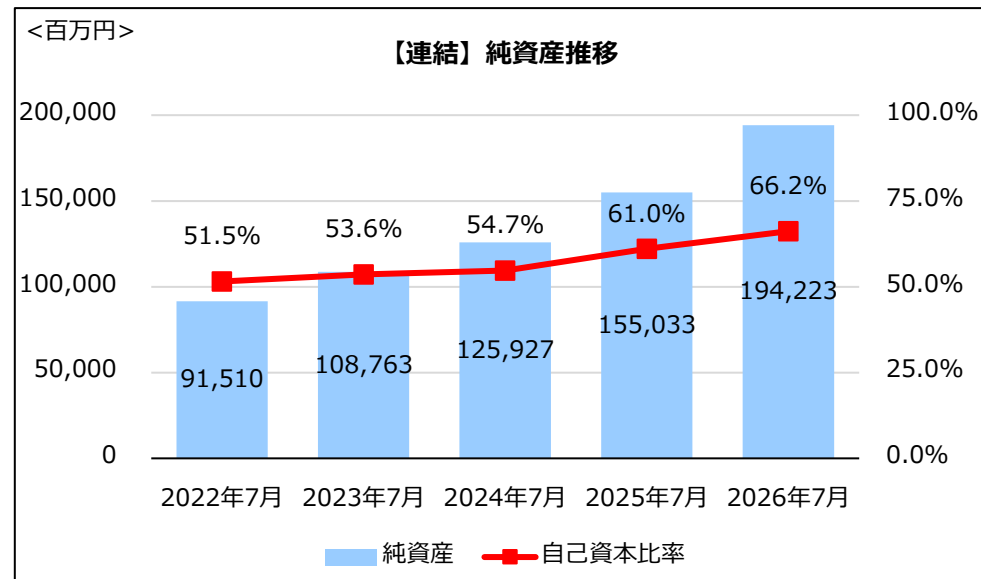
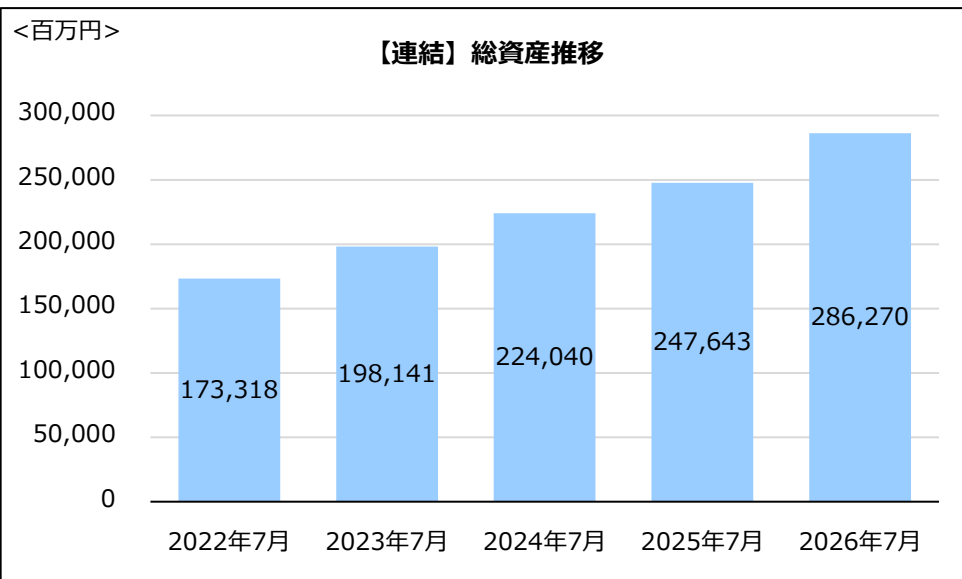
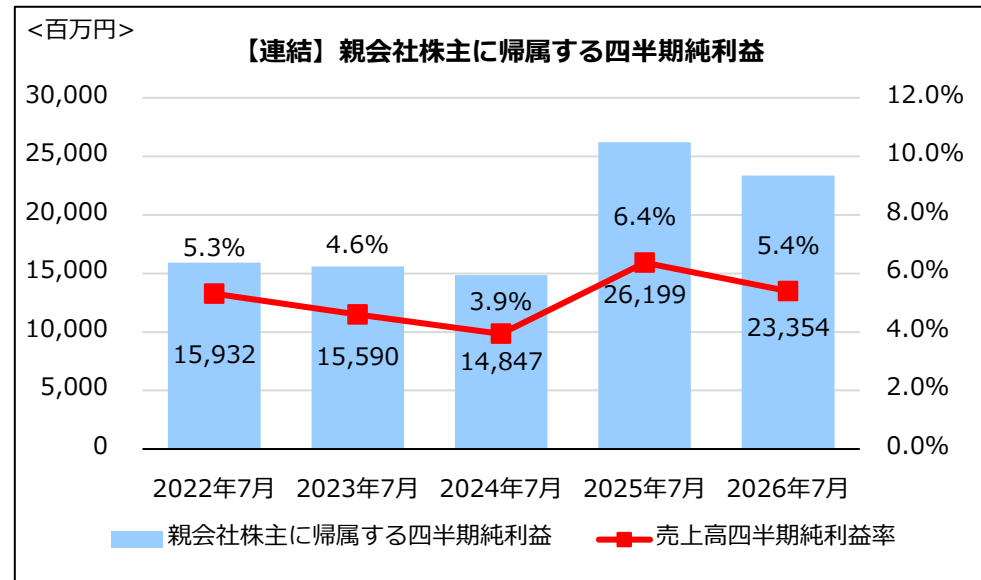
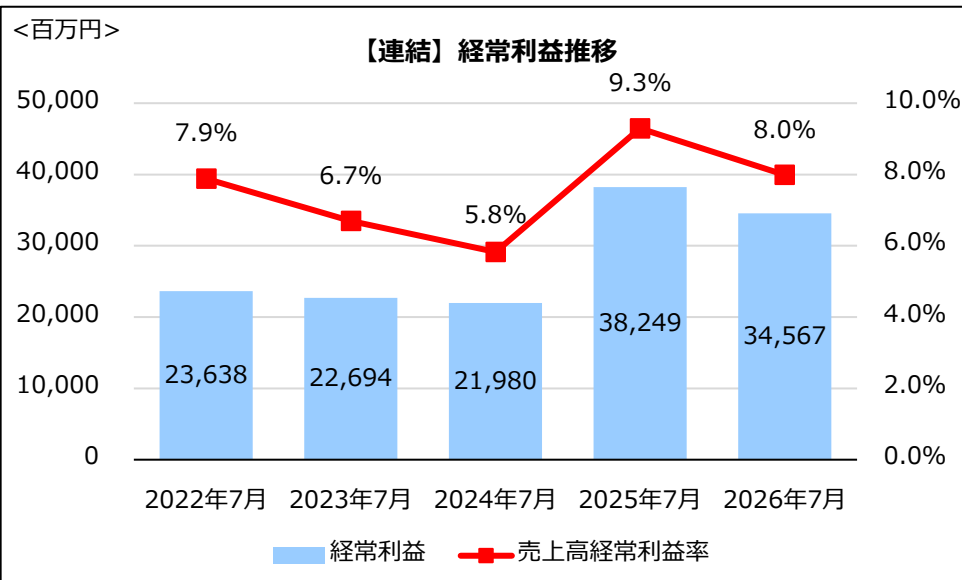
（単位：百万円）

	FY25 11～7月	FY26 11～7月	増減率	FY25 5～7月	FY26 5～7月	増減率	FY26 予想	進捗率
売上高	411,553	432,933	5.2%	139,247	146,761	5.4%	566,500	76.4%
売上総利益 (売上高総利益率)	49,557 (12.0%)	53,009 (12.2%)	7.0%	17,877	17,503	▲2.1%	—	—
販売管理費 (売上高販管費率)	19,217 (4.7%)	21,693 (5.0%)	12.9%	6,624	7,223	9.0%	—	—
営業利益 (売上高営業利益率)	30,339 (7.4%)	31,316 (7.2%)	3.2%	11,253	10,279	▲8.7%	43,000	72.8%
経常利益 (売上高経常利益率)	38,249 (9.3%)	34,567 (8.0%)	▲9.6%	17,319	10,130	▲41.5%	43,700	79.1%
親会社株主に帰属する 四半期純利益 (売上高四半期純利益率)	26,199 (6.4%)	23,354 (5.4%)	▲10.9%	11,931	6,852	▲42.6%	29,500	79.2%

【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の堅調な推移により、前年比213.79億円、5.2%の増加
- 売上総利益** : 調達コストの上昇に対して、引き続き価格転嫁や調達先の最適化を図り、同34.52億円、7.0%の増加
- 販管費** : 業務スーパーの売上高増加に伴う物量増加による運賃や倉庫賃料等の増加、大型M&Aにかかる一時的な営業業務委託料の計上により、同24.75億円、12.9%の増加
- 営業利益** : 上記の結果、同9.77億円、3.2%の増加
- 経常利益** : 為替変動対策を目的に取り組んでいる為替予約において、当期は為替差益が計上されたものの、前期の時価評価益の影響で前年ハードルが高く、同36.82億円、9.6%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28.45億円、10.9%の減少



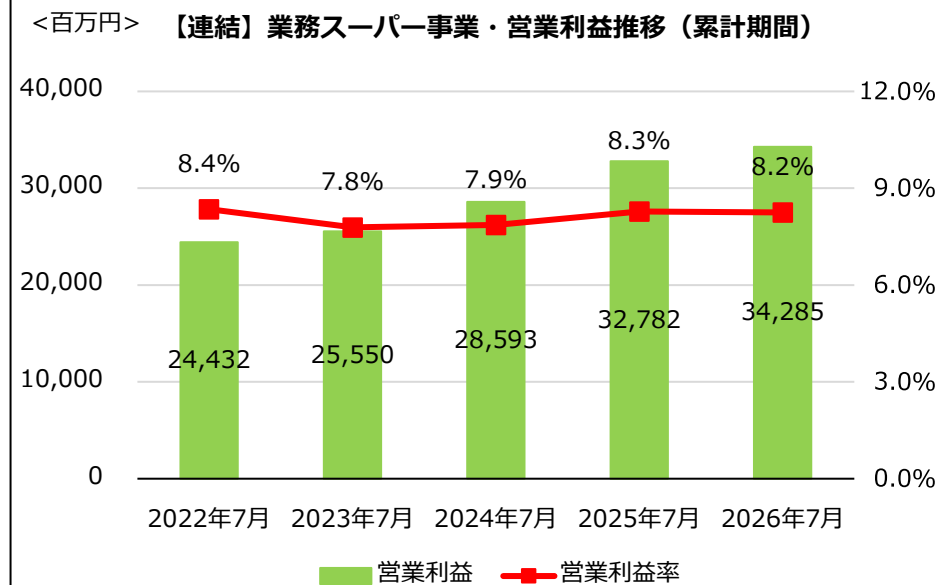
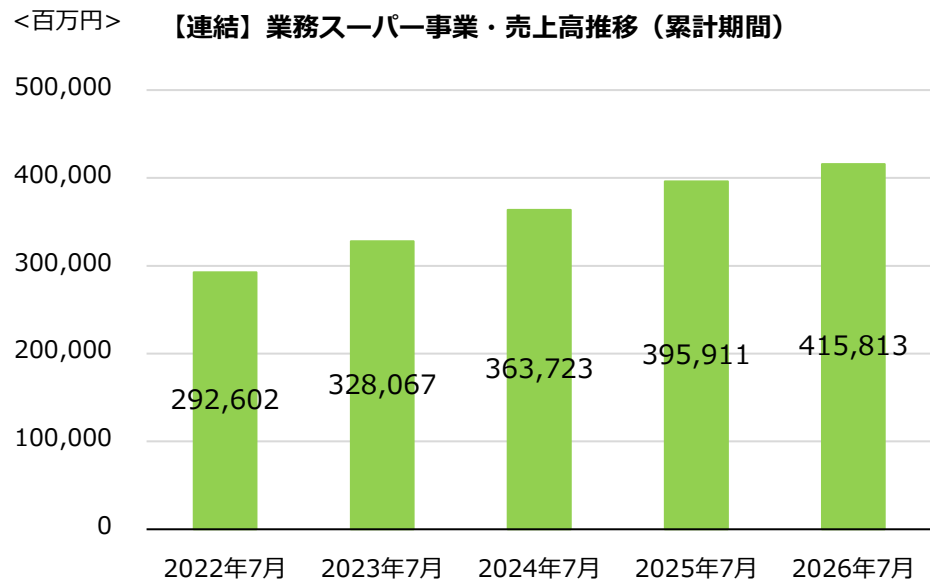


当社の主力事業です。業務スーパーFC本部としての加盟店への卸売やロイヤリティなどの他、自社グループ工場の損益もこのセグメントに分類されます。

- 全国に1,144店舗展開（2026年7月末現在）
- 新規出店の順調な増加や既存店の堅調な推移により、売上高は計画を超えて着地



横浜いずみ店内観



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）内に开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、鹿児島県

※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

（2026年7月末現在）

	直轄エリア	地方エリア
契約社数	87社	14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3,600万円～ （上記は目安となり、物件により変動します） 別途：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	52,000千円	100.0%
売上総利益	8,996千円	17.3%
販売管理費	7,770千円	14.9%
内（賃料）	1,400千円	2.7%
内（人件費）	3,016千円	5.8%
営業利益	1,226千円	2.4%

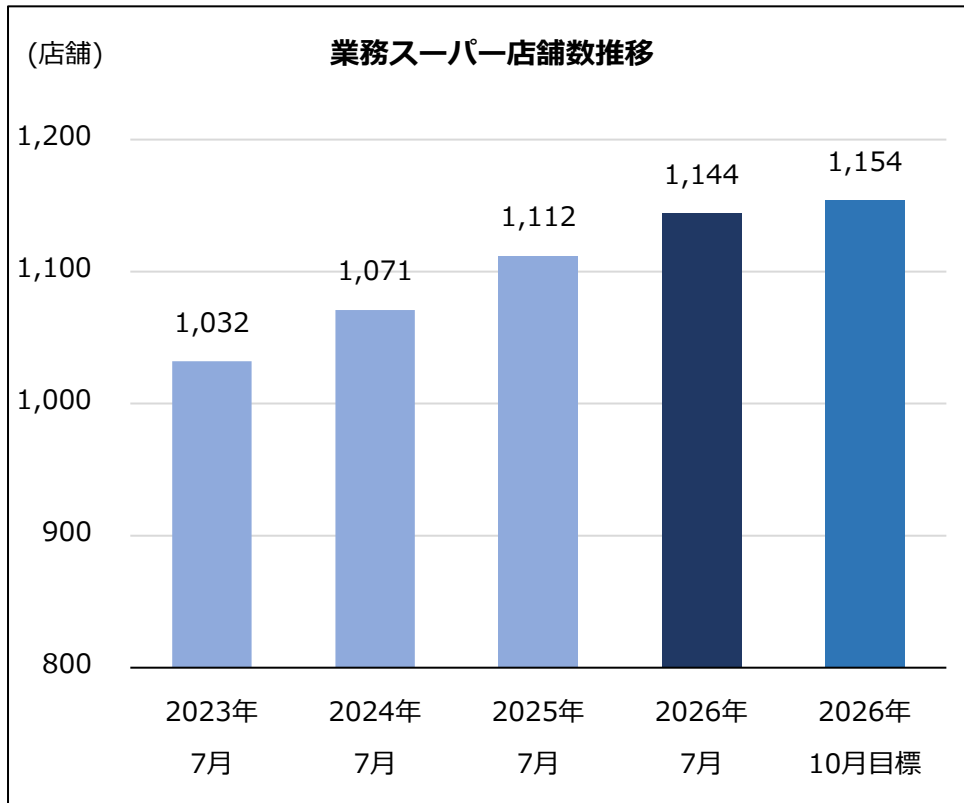
※生鮮など独自商品の取扱いによってシミュレーションより効率的に運営されている加盟店も多くあります。

3Q累計期間：出店28店舗、退店6店舗（純増22店舗）

3Q会計期間：出店8店舗、退店1店舗（純増7店舗）

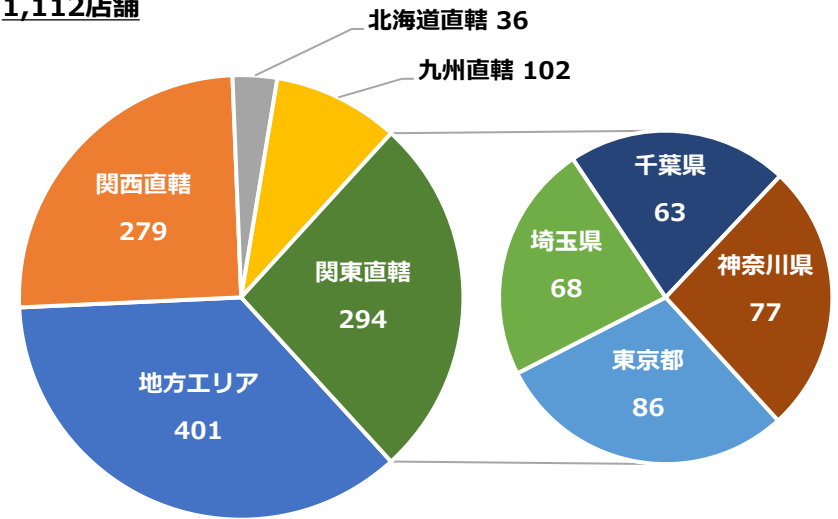
目標に対する進捗率：68.8%（目標：純増32店舗）

当会計期間においては、直轄エリアおよび地方エリアともに出店が進む

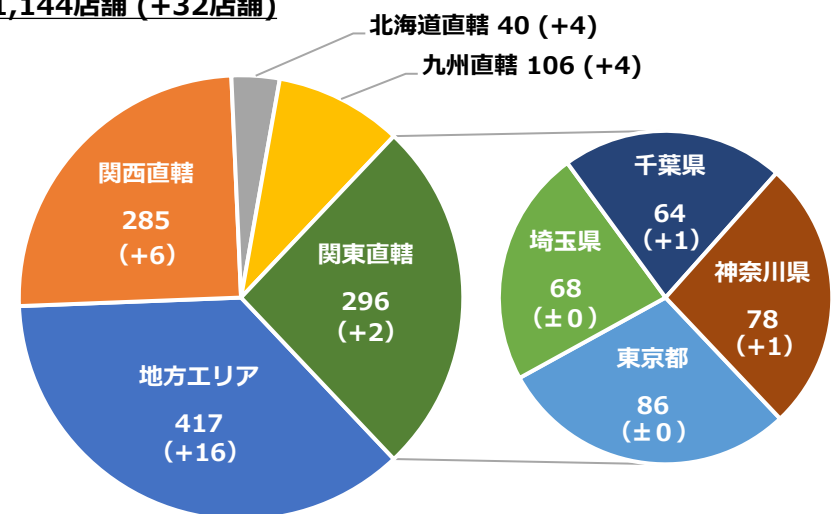


地域別の店舗数

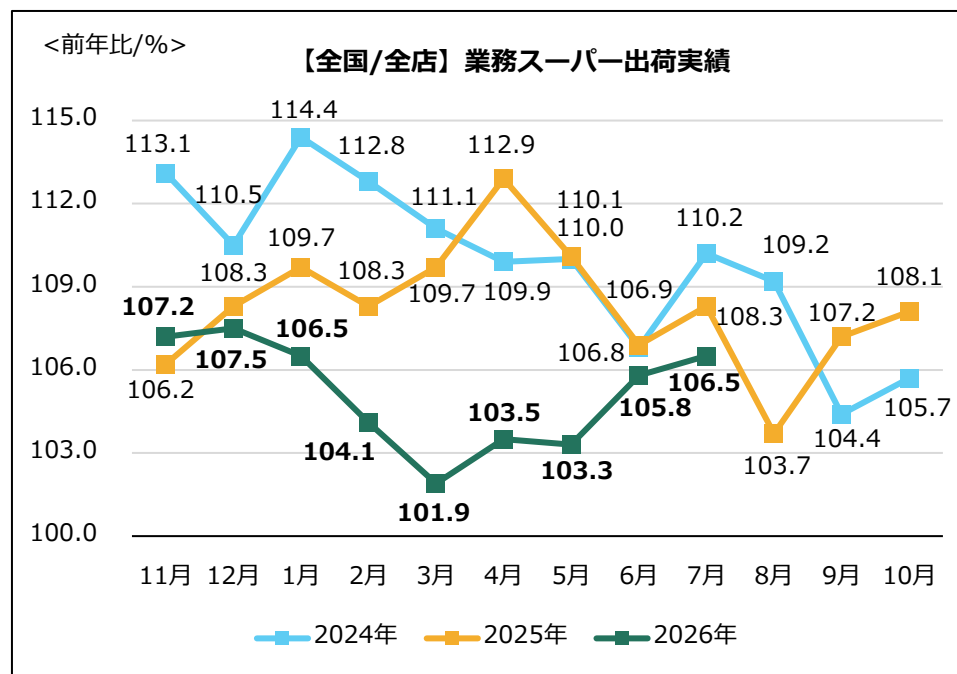
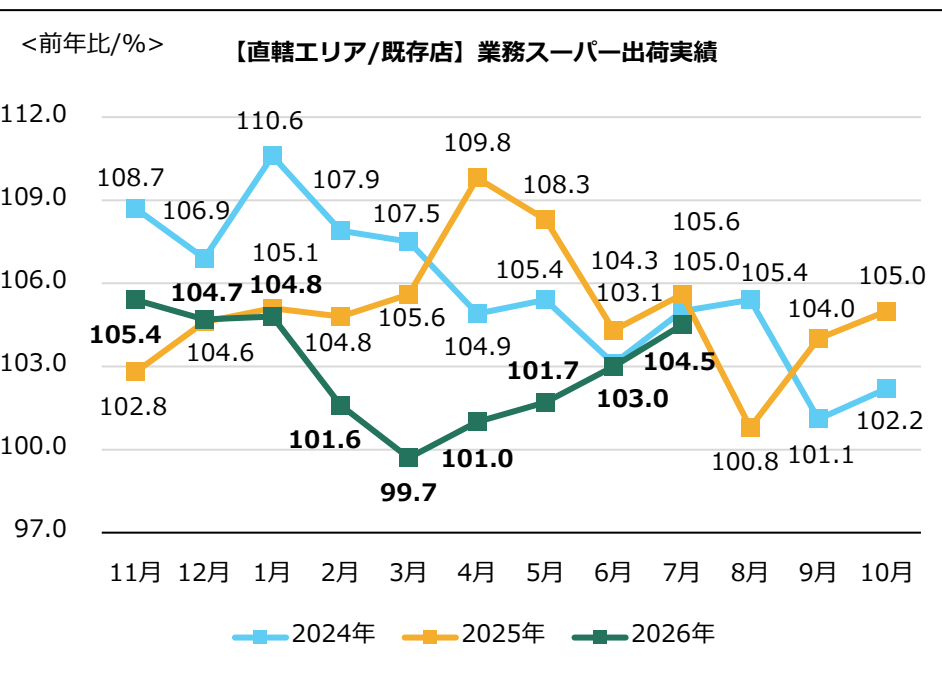
2025年7月末
1,112店舗



2026年7月末
1,144店舗 (+32店舗)



前年の米価高騰によりハードルが高かったものの、既存店出荷実績はガイダンスを上振れて推移



【業務スーパーへの出荷実績（前年比）：％】

		2025年10月期			2026年10月期									
		上期	下期	通期	11月	12月	1月	2月	3月	4月	上期	5月	6月	7月
直轄エリア	既存店	105.5	104.7	105.1	105.4	104.7	104.8	101.6	99.7	101.0	102.8	101.7	103.0	104.5
	全店	109.2	106.7	107.9	107.2	106.5	106.4	103.5	101.4	102.4	104.5	103.2	104.6	106.1
全国	全店	109.2	107.4	108.3	107.2	107.5	106.5	104.1	101.9	103.5	105.1	103.3	105.8	106.5

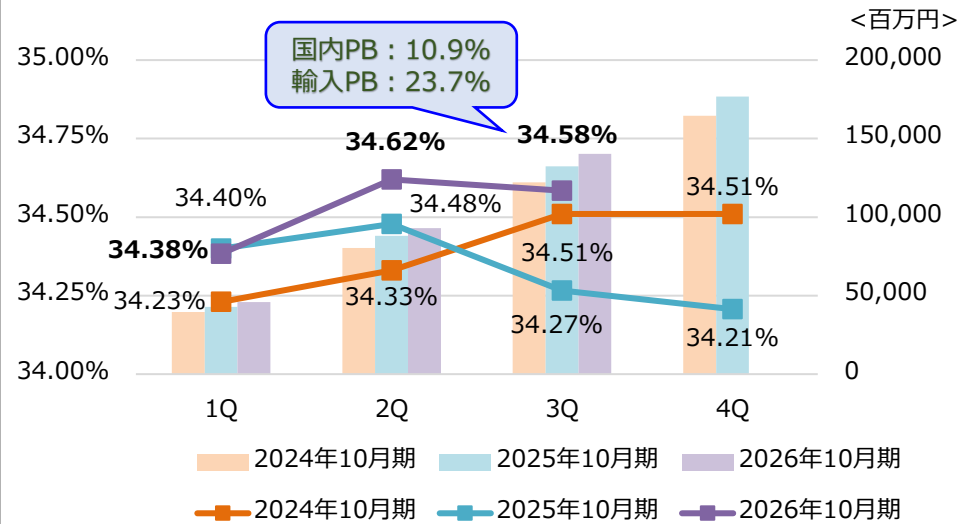
会計期間別
直轄エリア既存店
出荷実績

1Q：105.0%
2Q：100.7%
3Q：103.1%

※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比率推移



■ 自社PB商品（一例）



**10オンパン
(モツアレラチーズ)**

120g 375円



パラタ(プレーン)

400g(5枚入) 213円



ラムネゼリー

1 kg 267円

国内グループ工場

4月30日に、柏露酒造株式会社が神戸物産のグループ会社となり、国内の自社食品工場数は28工場となりました。



柏露酒造



柏露酒造の「柏露のシャルドネ」や「柏露 純米大吟醸」などが7月から店頭にて販売開始しています。

■ 柏露酒造 製造商品（一例）



柏露のシャルドネ

500ml 968円



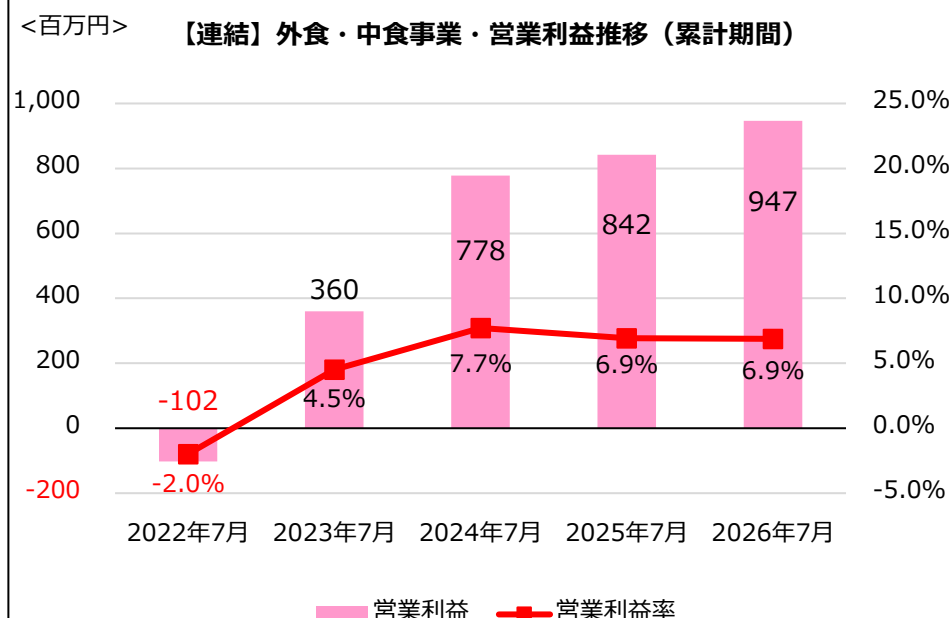
柏露 純米大吟醸

500ml 968円

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。

-

馳走菜



神戸クック・ワールドビュッフェ

合計店舗数：19店舗（2026年7月末現在）

3Q累計期間：出退店なし

3Q会計期間：出退店なし



12 つくる責任
つかう責任



2026年第3四半期の総評

4月1日から5月31日までイタリアフェアを開催しました。フェアメニューとして、ペストジェノベーゼピザやガーリックフォルマッジピザ、3種のオーダーパスタ、シチリア風レモンクリームリゾット、アクアパッツアなど、人気メニューや郷土料理を取り揃えました。また、アルコール飲み放題としてイタリアワインフェアを同時開催し、5種類のワインを提供しました。6月1日から8月3日まで開催していた中華フェアでは、麻辣火鍋、鉄板羽根つき餃子、本格四川麻婆豆腐、白身魚のマンゴーマヨネーズ、鶏もも肉の北京ダック風、マーラータンなどを展開しました。デザートとして用意したオレンジショートケーキや黒ごまプリン、多くのお客様に喜んでいただけました。また、アルコール飲み放題のメニューとして、中華料理とペアリングした紹興酒やドラゴンハイボールを提供しました。

世界各国の料理を楽しめるフェアとして、数か月ごとにテーマを変更しながら開催を続け、お客様満足度の向上に努めたことで、売上・客数は引き続き順調に推移しています。

2026年10月期の見通し

商品戦略については、ターゲット層である女性客・ファミリー層を中心に引き続きご支持を頂けているため、女性やお子様に向けた商品開発と商品展開を継続してまいります。全体の売上・客数が継続して前期を上回ることを目指し、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満足いただけるサービスを提供します。競合他社との差別化を意識してワールドビュッフェ自体のブランドイメージを高めながら、さらなるフランチャイズ展開に向けて加盟店開発・店舗展開に一層注力してまいります。



6月1日～8月3日に開催した
中華フェア

プレミアムカルビ

合計店舗数：24店舗（2026年7月末現在）

3Q累計期間：出店2店舗、退店0店舗（純増2店舗）

3Q会計期間：出退店なし



2026年第3四半期の総評

2026年10月期の取り組みとして、人件費率の低減および顧客満足度向上の効果があったドリンクバーを既存店舗に順次導入し、予定どおり6月末までに全店舗への導入が完了しました。また、5月末から7月中旬にかけてキャンペーンを行い、非常に好調な集客を実現しました。

また、2026年3月2日にフランチャイズ加盟店1号店として、栃木県宇都宮市にプレミアムカルビ宇都宮駅東店がオープンし、4月13日に、神戸市西区に関西初の店舗であるプレミアムカルビ神戸西店を直営でオープンしております。同店舗の出店を皮切りに、フランチャイズ店舗の出店および関西への出店を拡大してまいります。



6月～8月の季節のデザート



省人化の取り組みとしてドリンクバーを設置

馳走菜

合計店舗数：166店舗（2026年7月末現在）

3Q累計期間：出店19店舗、退店2店舗（純増17店舗）

3Q会計期間：出店9店舗、退店なし（純増9店舗）



好調の背景

原材料の価格高騰が続く中で、メニューの改廃や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というシナジー効果が大きいいため、加盟店の出店意欲も依然として高い状態です。

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。

業務スーパーの出店に伴って店舗数を拡大しつつ、特にデザート類など、ラインナップを引き続き広げていきます。今後も、お客様にとってより魅力的で満足いただける商品開発・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。

7 エネルギーをみんなに
そしてクリーンに



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。

太陽光発電所： 19カ所（81.0MW）

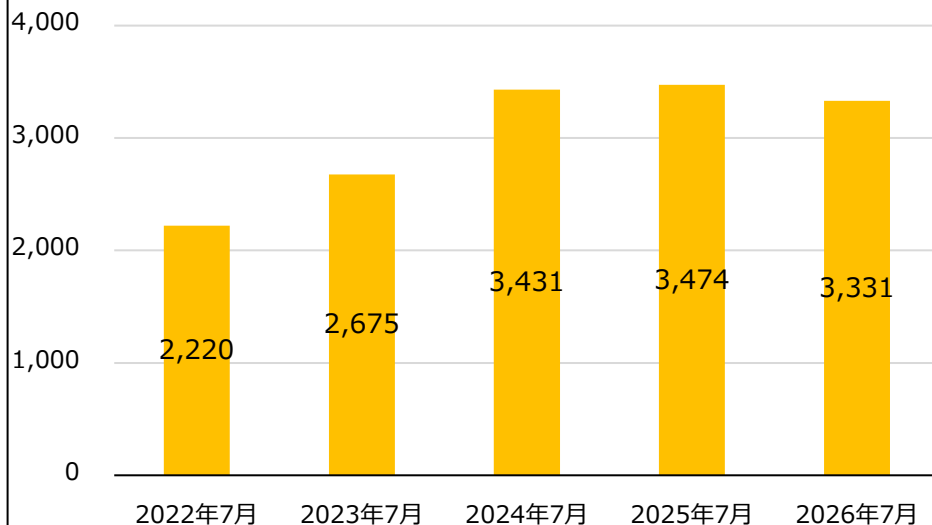
木質バイオマス発電所： 1カ所（6.2MW）

- 太陽光発電では、東北地方を中心として出力抑制や天候不順による日射量低減の影響を受ける
- 木質バイオマス発電では、法定点検による休炉や燃料の在庫調整による出力抑制などがあり減収

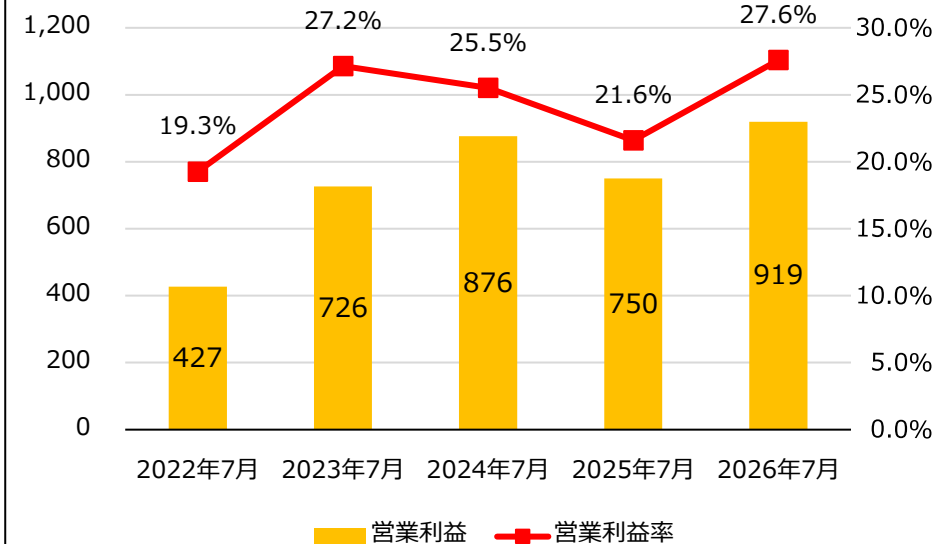


【写真】阿波太陽光発電所

<百万円> 【連結】エコ再生エネルギー事業・売上高推移（累計期間）



<百万円> 【連結】エコ再生エネルギー事業・営業利益推移（累計期間）



製造・供給基盤

国内NB
(ナショナルブランド)
メーカー

国内グループ会社



**海外協力
メーカー**

約50の国や地域の約600社
に協力いただき、
商品を製造しています

NB商品の供給

国内PB商品の供給

資金やノウハウの提供



神戸物産
KOBE BUSSAN CO., LTD.

神戸物産グループ

輸入PB商品の供給

商品開発・
食材仕入れ

商品・原材料の供給

商品・原材料の供給

業務スーパー事業

業務スーパー
一般のお客様大歓迎

外食・中食事業



機内食事業

商品・サービスの提供

商品・サービスの提供

お客様

本件は、当社の商品を機内食事業に展開しながら、LSGグループの海外拠点を活用して輸入PB開発・海外展開を加速する成長投資と位置付けております。

本件の意義

1

機内食事業への進出による 成長領域の拡大

- 機内食事業進出により、外食・中食における成長領域を更に拡大
- 当社の強みである半製品（半加工品）を、グループ内外の機内食事業者へ展開し、競争力・収益性向上を図る

2

輸入PB・海外調達網の強化

- 業務スーパー向け輸入商品の調達ルート拡充
- クロスボーダーM&Aにおける海外製造拠点の更なる強化

3

業務スーパー・外食事業の 海外展開に向けた足掛かり

- 業務スーパー及び外食事業の海外展開に向けた現地情報・人材・拠点活用
- 現地食品サプライチェーンの構築



当社はM&A、資本業務提携等を通じて、製造・商品開発・調達・販売チャネルを段階的に取り込み、業務スーパーを中核とした「食の製販一体体制」を実現していきます。

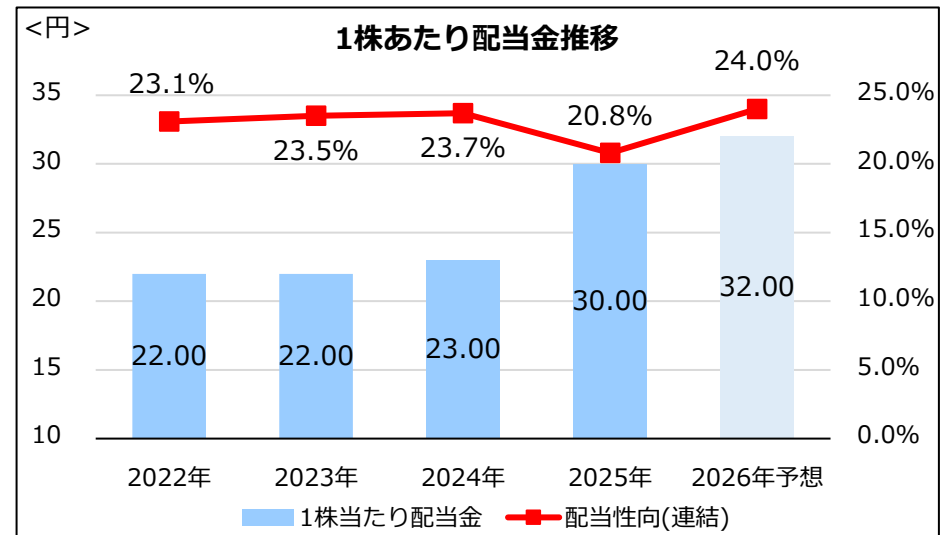


配当金推移

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。

2025年10月期は例年通り年1回の期末配当で、連結業績予想を上方修正したことに伴い、1株当たり26円から4円増配し、30円といたしました。

なお、2026年10月期の配当は2円の増配を見込み、32円を予定しております。



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。この度、株主様の利便性を高めるとともに、株主様により一層ご満足いただけるサービスの提供を目的として、優待内容を変更させていただくことといたしました。毎年10月31日時点の株主名簿に記載または記録された株主様に、保有年数及び保有株式数に応じて「Gyomuca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	Gyomucaカード 1,000円	Gyomucaカード 3,000円
1,000株以上2,000株未満	Gyomucaカード 10,000円	Gyomucaカード 15,000円
2,000株以上	Gyomucaカード 15,000円	Gyomucaカード 20,000円



Gyomuca詳細はこちらから

<https://www.gyomusuper.jp/gyomuca/index.php>

※ご希望の株主様には、Gyomucaカードと引換えに額面相当のVJAギフトカードまたはP B商品詰め合わせをお送りします。

2026年10月期業績予想

(単位：百万円)

	3Q実績	2026年10月期予想	進捗率
売上高	432,933	566,500	76.4%
営業利益	31,316	43,000	72.8%
親会社に帰属する当期純利益	23,354	29,500	79.2%

2026年10月期予想に対する業務スーパー事業ガイドライン

	2026年10月期目標	アクションプラン
出店目標	32店舗の純増	関東を中心とした店舗開発やリロケーションの促進 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 SVによる店舗運営の指導強化で、売上向上を目指す
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

- 本資料には、2026年9月11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