

2024年10月期 決算説明会 質疑応答要旨

Q1：2025年10月期予想では、売上高の伸び率が前期より大きく鈍化する見通しだが、その背景を教えてください。

A1：2025年10月期の予想は、2024年10月期のトレンドを基にしていません。前期においては新規顧客獲得の影響があったため、直轄既存店の出荷実績が105%を超えていましたが、今期の予想は客数横ばいを想定し101~102%になっています。

Q2：第4四半期会計期間のプライベートブランド（PB）比率を教えてください。

A2：第4四半期会計期間のPB比率は34.5%でございます。

Q3：2024年10月期の業務スーパーセグメントは増益だったが、円安もあって下期以降の営業利益の伸び率が鈍化している。セグメント利益の中で、第3四半期以降の子会社工場利益は、前年と比較して厳しかったとみていいか。また、2025年10月期は工場の採算についてどう見込んでいるか。

A3：円安局面なので、営業利益の大きな改善は難しいと考えています。工場利益は第3四半期までに十分に確保できていたため、第4四半期のセール等で値下げをすることで消費者還元を行いました。2025年10月期も、引き続き好調に推移すると見込んでいます。

Q4：前期は2024年問題で物流費を多めに見込んでいたと認識しているが、2025年10月期はどのように見込んでいるか。

A4：2025年においても、やや多めに予算を見積もっています。今後も続くと思われる物流費・人件費の増加を、効率化等でなるべく抑えていきたいと考えています。

Q5：第4四半期のケース単価上昇率は、全店のお荷伸び率に対しどのくらいだったか。

A5：出荷伸び率全体に対し3分の2程度でございます。

Q6：ディスカウント激戦地区と言われる九州で、後発ながら出店実績が出ている理由を教えてください。

A6：ナショナルブランド（NB）商品やPB商品では競合他店より十分に優位があると認識しているため、この点をお客様にご評価いただけたのだと考えています。

Q7：消費者の節約志向は継続している認識だが、NB商品の値上げ圧力も継続する可能性がある。2025年10月期もNBの値上げは継続する方針か。また、PBの値下げ、値上げの戦略はどのように考えているか。

A7：現在の経済状況から考えて、NB商品の値上げは全体的な傾向として続く見込んでいます。一方で、PB商品は原材料コストの上昇や工場稼働率を考慮に入れながら、値上げと値下げいずれも行っていく方針です。

Q8：プレミアムカルビのフランチャイズ（FC）1号店の出店目処は立っているか。

A8：FC加盟希望は多く頂いていますが、具体的に進んでいる案件はございません。イニシャルコストの回収や人手の確保等の複数の条件をクリアした案件が見つかり次第、出店したいと考えています。

Q9：外食・中食事業の利益構成は、ワールドビュッフェ、プレミアムカルビ、馳走菜でどうなっているか。最も伸びに貢献しているのはどの業態か。

A9：利益構成は開示していませんが、前期で最も利益を伸ばした業態はプレミアムカルビです。

Q10：営業利益率10%達成に向けての課題と達成時期のイメージを教えてください。

A10：営業利益率10%は長期的な目線での目標です。利益を高めやすいセグメントである外食事業を成長させながら、設備投資をしっかりと行ってPB商品の売上高を伸ばしていけば、この目標の達成は可能だと考えています。

Q11：2024年10月期の既存店売上高の前年比について、上期と比べて下期が弱いように見えるのはなぜか。また、PB商品である国内工場商品と輸入PB商品それぞれの状況も教えてください。以前は輸入商品が価格改定も効き、利益ドライバーになっていると聞いたが、状況に変化はあるか。

A11：2023年4月以降に客数が大きく増えた影響で、客数が微増傾向または横ばいの下期は、売上高が相対的に弱く見えています。

輸入PB商品は値上げの結果、一時期は出荷額が前年割れの月もありましたが、それが一服し、現在は売上・利益ともに非常に好調です。国内工場商品も第3四半期までに十分な利益を確保できしており、全体として好調です。

PB比率34.5%のうち、国内PBが10.8%で輸入PBが23.7%ですので、今も輸入PB商品のほうが若干強い状況に変化はございません。

Q12：海外で展開している業務スーパーの取り組みについて教えてください。

A12：国外では香港に2店舗、マレーシアに2店舗、ベトナムに14店舗展開しています。

香港の新店はスタートから非常に好調です。マレーシアの店舗は在庫管理に苦戦しており、その改善を行っています。ベトナムはこの3カ国の中で最も好調なため、出店がかなり進んでいる状況です。

国内の業務スーパーとは違って日本の商品を輸出しているため、日本食材としては安いけれども、現地の日常的な食材としては安くありません。そのため、各地域でどのような品揃えや価格帯が適しているのかを、パートナー企業と探っているところです。

Q13：工場の建設や取得をして、強化したい食品のカテゴリーはあるか？現在のM&Aの案件の供給状況は、従前と比べてその量や質に変化はあるか？

A13：M&Aの案件自体は例年よりも増えていますが、カテゴリーを特に決めてはおらず、出てきた案件の中から自分たちに合ったものを探す方針です。

Q14：円高・円安が進んだ場合の値上げと値下げについての考え方を教えてほしい。

A14：円高が進んだ場合は、しっかりと利益を確保しながら、他店と価格競争すべき商品は値下げで対応していきたいと考えています。また、円安が進んだ場合は、競合他店の動向を確認しながら値上げタイミングを計ることになります。

Q15：都市部での小型店出店の計画は、どのくらい進んでいるか。

A15：現在は、売場面積が 50 坪程度を基準として出店用地を探しているところです。

Q16：会社計画で前提にしている為替と粗利率を教えてください。

A16：粗利率は 0.3 ポイント程度の改善を見込んでいます。
また、為替は 2024 年 10 月期と同じく 140~150 円を前提にしています。

Q17：神戸物産が考える日本最大級の「食の製販一体体制」とは何か？沼田社長からぜひ説明してほしい。

A17：私たちは「食の総合企業」「食のインフラ企業」というワードをよく使っています。
「食の総合企業」に関しては、業務スーパーが主力事業であることは今も将来も変わりませんが、小売事業だけでなく、外食・中食など、食のさまざまなシーンでお客様から魅力的だと感じていただけるように、神戸物産ならではの業態開発をしようという考え方を持っています。
また、食のシーンにおいて、業務スーパー、ワールドビュッフェ、プレミアムカルビ、馳走菜といったものがなくなったら非常に困るというお声を、お客様から頂けるような業態開発を目指して、「食のインフラ企業」という言葉も使用しています。
これらを実現させる手段として、「食の製販一体体制」を磨き上げていきます。

Q18：横須賀市の物流センターについて何かアップデートはあるか。

A18：建築費高騰に対応するために、投資対効果を考慮しつつプランを組み直しています。

Q19：セグメント間の調整額（本社費用等）が、過去四半期平均の 12 億円程度から、2024 年 10 月期第 4 四半期は 16 億円程度へと拡大しているが、第 4 四半期で費用が増加した背景を知りたい。

A19：ストック・オプションの株式報酬費用、本社の人員増加や 1 人当たりの人件費増加、システム関係への投資に関する減価償却費でございます。

Q20：例年、保守的な計画を出すイメージだったが、今回はしっかりと増益計画が出たと感じた。為替が足元で円安に推移しているが、今期から収益性改善に寄与する項目はあるか。

A20：前期は、急速な円安で価格転嫁が遅れ、非常に利益が出しにくい 1 年でしたが、今の為替水準における価格転嫁は終わっているため、今期は発表した増益計画の達成も可能だと考えています。

Q21：今期予算に、ストック・オプションに絡む費用はいくらくらい織り込んでいるか。

A21：およそ 10 億円前後を織り込んでいます。