

BRIDGE REPORT



 長澤 成博 社長	株式会社 SANKO MARKETING FOODS(2762)
	

企業情報

市場	東証スタンダード市場
業種	飲食店運営、水産業
代表者	長澤 成博
所在地	東京都新宿区高田馬場 1-28-10 三慶ビル 2F
決算月	6 月
HP	https://www.sankofoods.com/

株式情報

株価	発行済株式数(期末)		時価総額	ROE(実)	売買単位
95 円	35,252,949 株		3,349 百万円	-	100 株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
0.0 円	-	0.26 円	365.4 倍	8.96 円	10.6 倍

*株価は 10/10 終値。各数値は 25 年 6 月期決算短信より。

業績推移

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	DPS
2022 年 6 月	2,410	-1,097	-305	-439	-	0.0
2023 年 6 月	7,119	-748	-749	-784	-	0.0
2024 年 6 月	9,328	-683	-683	-711	-	0.0
2025 年 6 月	9,679	-666	-647	-816	-	0.0
2026 年 6 月(予)	11,160	17	30	10	0.26	0.0

*予想は会社予想。単位: 百万円、円。

(株)SANKO MARKETING FOODS の 2025 年 6 月期決算概要などをご紹介します。

目次

[今回のポイント](#)

[1. 会社概要](#)

[2. 2025 年 6 月期決算概要](#)

[3. 2026 年 6 月期業績予想](#)

[4. 長澤社長へのインタビュー](#)

[5. 今後の注目点](#)

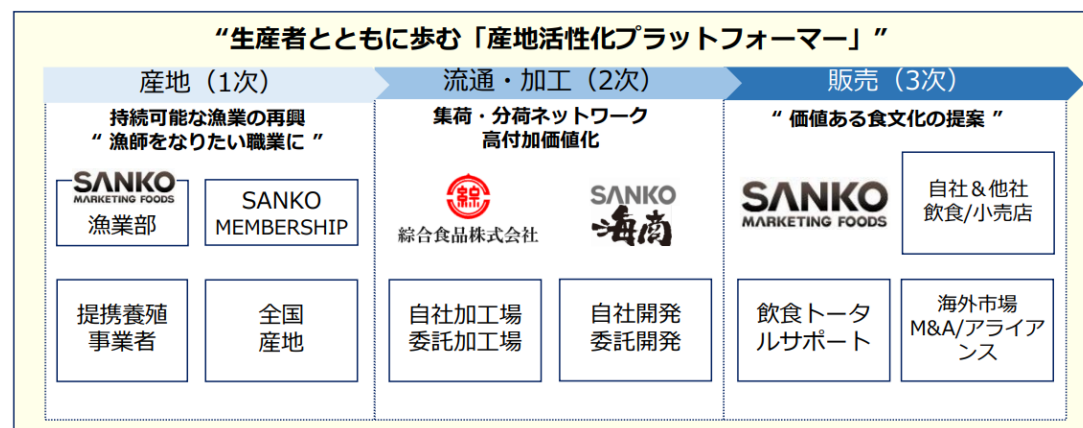
[＜参考:コーポレート・ガバナンスについて＞](#)

今回のポイント

- 25/6 期の売上高は前期比 3.8%増の 96 億 79 百万円。水産事業においては、同社の直営店舗に多段階流通を経ずに卸す試みを始めて 1 年以上が経過した。総合食品は海外輸出の効果もあり、売上の回復とともに利益を確保した。SANKO 海商では新商品を投入するなど、水産加工メーカーとしての利益体質への転換を進めている。飲食事業においては、業績回復が著しい「アカマル屋」が成長を続けている。水産 6 次産業化の強みを活かした新業態として、「まめたい商店」や「まめたい寿司」を開発した。飲食事業は、コロナ禍の影響が漸次的に薄れた 23 年以降売上が回復し、事業ユニットとして安定的な黒字計上が続いている。営業損失は 6 億 66 百万円(前期は 6 億 83 百万円の損失)。利益面では、売上総利益率が前期 31.2%から 34.0%へ改善したものの、販管費率は前期 38.6%から 40.9%へ上昇した。経常損失は 6 億 47 百万円(前期は 6 億 83 百万円の損失)。当期純損失は 8 億 16 百万円(前期は 7 億 11 百万円の損失)。
- 26/6 期は売上高が前期比 15.3%増の 111 億 60 百万円、営業利益は 17 百万円を計画する。外食事業部門が直営店 65 店舗体制まで回復している。水産事業部門では、豊洲市場の総合食品の売上回復が見込まれる。水産事業のサプライチェーン構築は順調に進み、水産 6 次産業化を武器にした独自の商品開発を付加価値の源泉として進めていく。飲食事業は、コロナ禍から脱却後の新たな日常生活に対応した「アカマル屋」業態の業績は順調に推移している。店舗にて付加価値をつけて販売する「水産 6 次化店舗」の「まめたい寿司」や「まめたい商店」を新規店舗として出店していく。運営受託事業では独自の運営モデルを構築する。その他事業は、国外の成長市場に対して水産資源等の輸出を積極的に進めていく。
- 長澤社長へのインタビューでは、「水産 6 次化事業が絵に描いた餅ではなく、これまでとは全然違う形の戦い方ができます。そこを楽しみにしていただければと思っています。株主の皆さんのご期待に応えられるようにスピードを上げてやっていきたいと考えております。また、株主優待もさらに充実させていきます。」とのことだ。
- 25/6 期は期初の会社予想を下回り、24/6 期に続き営業損失となった。数字上は苦戦しているが、遅れながらも水産 6 次産業化への取り組みは着実に進めている。新業態の店舗も相次いで出店しており、今期はその取り組みをしっかりと売上・利益に結び付けたいところである。豊洲の大卸である総合食品は業績回復が軌道に乗っている。特に海外輸出においてはマーケットが大きく、拡大を進めていきたい。6 次産業化は本格化しつつある。飲食事業においては 26/6 期に収益性を重視し、既存店をてこ入れしながら新規出店を進めている。既に足元は黒字体質ができつつある模様。また、値上げについても浸透しやすい環境にある。売上を伸ばしながらしっかりと利益確保できると思われるが、その進捗状況に注目していきたい。

1. 会社概要

居酒屋の運営が主力事業。現在を「第二創業期」と位置付けている。漁業生産者でありながら、流通、加工、飲食店までをつなぐプラットフォームを構築する、極めて稀有な企業となっている(経緯などは【1-1 沿革】を参照)。「とる(獲る)、うる(売る)、つくる(創る)」のすべてを顧客に提供することができるオンリーワンのビジネスモデルを展開し、漁業者に還元するオリジナルの循環を創造する。



(同社資料より)

【1-1 沿革】

居酒屋店舗の運営を創業来行ってきた。03 年にジャスダックへ新規上場。上場時は個室居酒屋「東方見聞録」を主軸に展開してきたが、09 年から低価格・全品均一の居酒屋業態「金の蔵 jr.」の展開が始まる。11 年からは日常食業態「東京チカラめし」の拡大もあわせて行ってきた。14 年には現在の主軸ブランドである「アカマル屋」を開発した。

年月		概要
1975 年		JR 神田駅のガード下に 1 号店「三光亭」を開業
1985 年		居酒屋店舗の運営
1998 年	12 月	初の個室居酒屋「東方見聞録」の誕生
2002 年	10 月	「株式会社三光マーケティングフーズ」へ社名変更
2003 年	3 月	株式公開(ジャスダック上場)
2004 年	9 月	東証二部上場
2009 年	5 月	低価格・全品均一の居酒屋業態「金の蔵 jr.」の展開
2011 年		日常食業態「東京チカラめし」の拡大
2014 年		次世代ブランド「アカマル屋」の開発
2020 年	9 月	沼津我入道漁業協同組合との提携開始
	12 月	同漁協の組合員となる
2021 年	5 月	沼津市内で自社加工場が稼働
	8 月	沼津魚市場での買参権を取得
	10 月	「株式会社 SANKO MARKETING FOODS」へ社名変更
	11 月	水産仲卸・加工業者である株式会社 SANKO 海商をグループ化し、沼津の水産事業、都内店舗との連携
2022 年	7 月	豊洲の大卸である総合食品株式会社をグループ化し、水産流通のサプライチェーンの礎が完成
2023 年	4 月	新業態である「漁港産直 積極魚食『サカナタペタイ』MEGA ドン・キホーテ本八幡店」を開店
	5 月	同社所有の漁船「辨天丸」が下田漁港より初漁
	6 月	子会社である株式会社ジーエスが清掃事業を営む株式会社サンヘイを子会社化
	12 月	東海エリア大型商業施設内フードコート 9 店舗の水産 6 次化業態の運営開始
		(株)ガリュウトレーディングとの合併会社である(株)SANKO INTERNATIONAL を設立し子会社化
2024 年	5 月	合併会社 AKIKO SERVICE AND TRADING JOINT STOCK COMPANY(ベトナム ホーチミン)を設立
	7 月	株式会社津田食品との業務提携契約を締結
2025 年	3 月	大衆酒場「まめたい商店」の第 1 号店を東京都西東京市ひばりが丘に開店
	4 月	寿司業態「まめたい寿司」の第 1 号店を神奈川県川崎市に開店

BRIDGE REPORT



18 年 9 月に現・長澤社長が就任。事業が大きな転機を迎える。長澤社長は就任後に都心繁華街・大型空中階にあった「金の蔵 jr.」の不採算店舗の撤退に取り組んだ。こうした中、襲いかかったのが 20 年からの新型コロナ感染拡大。「金の蔵 jr.」の撤退（一部業態転換）を一気に推し進めた。17 年 6 月に 87 店舗あった「金の蔵」ブランド店舗は、25 年 6 月には池袋の 1 店舗となっている。

そしてコロナ禍が明けてから「アカマル屋」で出店攻勢を進めている。20 年 9 月に沼津我入道漁業協同組合との提携を開始したことをきっかけに、21 年 8 月には沼津魚市場での買参権を取得し漁業に参入することとなる。さらには、21 年 11 月に水産仲卸・加工業者である株式会社 SANKO 海商をグループ化、22 年 7 月には豊洲の大卸である総合食品株式会社をグループ化することにより「第二創業期」である現在の事業の確立を進めている。

【1-2 経営方針】

グループ理念・ビジョン

生産者とともに歩む、“産地活性化プラットフォーム”



わたしたちは、沼津の漁師の皆様が抱える問題点や課題点を伺うなかで、わたしたちが運営する飲食店は、もちろん一つの販路として産地のお役に立てると考えましたが、わたしたちができることは、これだけにとどまりません。漁師の皆様のビジョンをわたしたちが現地に入り、共に汗を流し具現化していくことで、共に働く仲間の成長とともに将来的には、日本の漁業ひいては日本の文化を守り、地域全体を活性化させることができると考えています。また、こうした取り組みを世界に向けて発信し、産地と世界の架け橋となることを願っています。

- ①価値ある食文化の提案
- ②産地及び生産者への貢献
- ③全従業員の物心両面の幸福の追求

(同社資料より)

【1-3 事業内容】

概要

水産 6 次産業化をビジネスモデルとしていることからセグメントは単一。

飲食事業

「アカマル屋」ブランドを主軸に郊外/高効率型店舗で事業展開。

大衆酒場	海鮮酒場
アカマル屋はこのブランドから始まりました。「笑顔と心遣いの大衆酒場」をコンセプトに、濃厚味噌でじっくり煮込んだもつ煮込みや炭火で丁寧に焼いた串焼きなど、まっとうな美味しさをお届けします。	鮮魚直売 大衆酒場 アカマル屋 鮮魚店 当社の進める「水産事業」と従来の「飲食事業」を具現化したブランドです。社船や曙りの買参権取得など水産事業への意気込みをぜひご体感ください！大宮店では、居酒屋と鮮魚店が両隣で営業をしています。

(同社 HP より)

BRIDGE REPORT



この他、下記のブランドでも展開。「東京チカラめし」では海外でライセンスビジネスも行う。

	“まめたい”は静岡・伊豆の方言で「気が利く」や「働き者」を意味する言葉。そんな想いを込めた「まめたい商店」は、レトロで哀愁漂う大衆酒場。
	「まめたい」は静岡の方言で働き者を表す言葉。同社にとって第二の拠点である静岡の美味しい鮮度の高い魚を味わえるよう、漁に携わり、漁師と顧客を繋いでいる。
	鮮魚店の強みを活かした立ち食い寿司の店。鮮度と味へのこだわりで、一貫ずつ丁寧に握った寿司を提供する。カウンター越しの握りを間近に感じながら本格寿司を楽しめる。
	豊洲市場から厳選した新鮮なマグロを使用し、希少部位を贅沢に楽しむ焼肉スタイルを提供している。ミノやほほ肉など、鮮度が命の食材を絶妙な焼き加減で味わえる。
	韓国の屋台文化をそのまま再現した、活気あふれるサムギョプサル専門店。まるでソウルの屋台街に迷い込んだようなワクワク感と、ガツンと旨い本場の味を楽しめる。
	リーズナブルな価格設定ながら美味しい料理の提供を実現し、カップルからグループでの宴会、ご家族でのご利用まで幅広いお客様に満足いただける総合型居酒屋。
	寿司屋居酒屋。沼津港から毎日、旬を映すぴちぴちの鮮魚や珍しい魚を入荷している。島国日本に住む幸せを享受し、漁師が釣った美味しい魚の提供に真剣に向き合っている。
	旨い肉をお腹いっぱい食べたい！そんな要求を満たす食べ放題メニューでも、職人が丁寧に手切りする、肉にこだわった焼肉ブランド。肉問屋直送で品質も良い。
	1996 年新宿にパスタ専門店として創業。定番メニューから和風、オリジナルまで多彩なパスタを揃える。細麺を茹で上げており、来店客を待たせずに直ぐ提供できるのも強み。
	国産有機農産物や全国の特産品を積極的に使用する霞が関官庁初の食堂。環境に配慮した食材、被災地産食材を積極的に使用したメニュー開発を行っている。一般客も利用可能。
	“ニッポン全国からのおいしい食材と出会う”をコンセプトに、国産にこだわり全国各地の生産者から直送される野菜や肉、魚を使用したこだわりのメニューや、ご当地の名産品を提供する。
	魚食離れ阻止に挑戦し、飲食と水産事業の強みを最大限活用した鮮魚店。自分たちで獲った魚や目利きした水産商品、同社料理人監修のサカナ惣菜で、サカナをもっと身近なものとしている。
	富士山麓の水で循環式陸上養殖・無投薬で育った『JAPAN SALMON 桜』は味わいにも驚かれる商品。食べ歩きもできる海鮮出汁天ぷら串など、魚を手軽に楽しめるメニューも揃える。
	フードコートで漁港から仕入れた鮮魚を手軽に食べられるお店。厚切りのお刺身がのった海鮮丼、揚げたてのフライ、こっくり煮付けた煮魚など、海の幸が楽しめる。
	『チカラが出るめし』で日本を元気に！をブランド名に冠し、焼き牛丼からスタート。ライセンスビジネスで海外進出やFC 出店も行う。東京法務局では日替わり定食の「東京チカラめし食堂」も展開。

水産事業

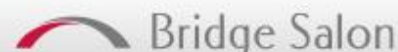
漁業、水産加工、水産卸で展開。同社独自の 6 次産業化を図るべく、飲食事業との両軸で進める。

漁業者の生活の安定と向上とお客満足との両立を目的として、23 年 9 月に下田の漁業者から、漁獲、魚種、相場に関わらず全量買取りする取り組みを開始。この取り組みを SANKO 船団と称し、自社専用船とともに朝獲れの新鮮な魚介類を同社直営店舗へ多段階流通を経ずに卸す。SANKO 船団は、25 年 6 月末日時点で自社船を含めて計 4 隻(月間漁獲高目標値 3 トン)となっており、顧客からも好評を得ている。浜松市場の仲卸である株式会社 SANKO 海商は、「仲卸からの脱却」を経営方針として掲げ、強みであるマグロ加工と商品開発力を生かし、「マグロ餃子」「マグロメンチ」「マグロコロッケ」などの新商品を投入するなど、水産加工メーカーとして利益体質への転換を進めている。豊洲市場の大卸である総合食品株式会社は、グループ入りしたシナジー効果を発揮している。また、新たに水産物の海外輸出を強化している。

その他事業

主に飲食店向けのトータルサポートを展開する。子会社である株式会社ジーエスは、消毒・除菌、空気清浄機販売、ビルメンテナンス清掃を手掛ける。長期にわたり飲食事業に携わってきた経験をもとに「誰もが安心して生活できる社会」の実現をミッションとした、「衛生と清掃に関するお困りごと」を解決するチームを結成。顧客視点と飲食店店長経験者の視点から、安心・安全を提供する。

BRIDGE REPORT



2. 2025 年 6 月期決算概要

【2-1 連結業績概要】

	24/6 期	構成比	25/6 期	構成比	前期比	会社予想	予想比
売上高	9,328	100.0%	9,679	100.0%	+3.8%	9,700	-0.2%
売上総利益	2,913	31.2%	3,288	34.0%	+12.9%	-	-
販管費	3,596	38.6%	3,954	40.9%	+10.0%	-	-
営業利益	-683	-	-666	-	-	-618	-
経常利益	-683	-	-647	-	-	-597	-
当期純利益	-711	-	-816	-	-	-709	-

*単位: 百万円。

*当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益。

増収も、損失が継続

売上高は前期比 3.8%増の 96 億 79 百万円。水産事業においては、同社の直営店舗に多段階流通を経ずに卸す試みを始めて 1 年以上が経過した。総合食品は海外輸出の効果もあり、売上の回復とともに利益を確保した。SANKO 海商では新商品を投入するなど、水産加工メーカーとしての利益体質への転換を進めている。飲食事業においては、業績回復が著しい「アカマル屋」が成長を続けている。24 年 10 月には累計 15 店舗目となる「アカマル屋」小岩店を新規出店した。「アカマル屋鮮魚店」では、SANKO 船団の漁獲の最大活用、原価を抑制するだけでなく、顧客満足と漁業者の生活・向上を両立するブランドとして育成を進めている。また、水産 6 次産業化の強みを活かした新業態として、「まめたい商店」や「まめたい寿司」を開発した。「金の蔵」ではグランドメニューのリニューアルを行った。東海エリアでは新メニューを各店舗へ展開、全店の事業モデルチェンジとリニューアルを行った。官公庁等を中心とする食堂施設の運営受託事業は、産地活性化への挑戦と食堂利用の顧客満足を官民一体で両立させる取り組みを推進した。運営受託部門では、「新宿三丁目テラス」を 24 年 9 月に新規出店した。こうした取り組みの結果、飲食事業として、コロナ禍の影響が漸次的に薄れた 23 年以降売上が回復し、事業ユニットとして安定的な黒字計上が続いている。

SANKO MARKETING FOODS 単体での売上高は前期比 3 億 6 百万円増加し 41 億 43 百万円。総合食品の売上高は同 6 億 70 百万円増加し 46 億 18 百万円、SANKO 海商の売上高は同 6 億 28 百万円減少し 14 億 69 百万円。

飲食事業、店舗数の推移と出店状況

直営店 2 店舗および運営受託 1 店舗を新規出店。また、「水産 6 次化店舗」含む業態転換が 6 店舗。

これにより、直営店 55 店舗(含、運営受託店舗 13 店)、FC3 店舗(海外 1 店舗/国内 2 店舗)体制となった。

業 態	24.6月期	25.6月期	前期末比	備 考
アカマル屋	20	17	▲3	既存店からの業態転換 水産6次化店舗 ・「マグロ＊リスベクト」 ・「まめたい商店 ひばりヶ丘店」 ・「まめたい寿司 武蔵新城店」 ・「まめたい商店 野方店」 ・「まめたい寿司 牛込柳町店」 その他 ・「マシッタ・マシッタ 赤羽駅前店」
金の蔵	1	1	±0	
焼肉万里	5	4	▲1	
官公庁・民間受託	12	13	+1	
東海鮮魚店	9	6	▲3	
水産小売店 (サカナタベタイ)	1	1	±0	
まめたい寿司/商店	0	4	+4	新規出店 水産6次化店舗 ・「魚とめし」 その他 ・「新宿三丁目テラス」 ・「アカマル屋 小岩店」 ⇒「アカマル屋 串」ブランド15店目
その他 (バスタママ、まるがまる、宮 益坂下酒場、湘南台酒場他)	7	9	+2	
合 計	55	55	±0	

(同社資料より)

BRIDGE REPORT



営業損失は 6 億 66 百万円(前期は 6 億 83 百万円の損失)。利益面では、売上総利益率が前期 31.2%から 34.0%へ改善したものの、販管費率は前期 38.6%から 40.9%へ上昇した。売上総利益率の改善は「水産 6 次化」の進捗に伴う飲食事業の原価率の改善や水産事業の外部売上大幅増等によるもの。販管費の増加は、水産 6 次化コスト(船団形成・東伊豆モデル構築コスト)、東海エリアの PMI(M&A 後の統合プロセス)撤退コスト、新規出店、業態転換コスト等によるもの。

営業外収益に事業再構築補助金を 32 百万円計上し、経常損失は 6 億 47 百万円(前期は 6 億 83 百万円の損失)。減損損失があり、当期純損失は 8 億 16 百万円(前期は 7 億 11 百万円の損失)。

既存店売上高の状況は以下の通り。客数は減少するも客単価の上昇でカバーして微減だった。

月次既存店売上高

(月)	24年						25年						通期
	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	
既存店売上高	+2.0	+4.2	+1.9	-2.6	-1.7	-0.9	+0.8	-1.2	-5.3	-3.2	-4.7	+0.1	-1.0
客数	+0.1	+2.5	-5.9	-8.3	-5.2	-7.4	-9.1	-8.9	-12.1	-10.1	-11.6	-5.1	-6.2
客単価	+1.8	+1.6	+8.3	+6.2	+3.7	+7.0	+11.0	+8.4	+7.6	+7.7	+7.7	+6.2	+5.5

(同社資料を元にインベストメントブリッジ作成)

(%)

【2-2 財政状態及びキャッシュ・フロー(CF)】

◎財政状態

	24 年 6 月	25 年 6 月	増減		24 年 6 月	25 年 6 月	増減
流動資産	1,135	1,365	+230	流動負債	1,180	1,190	+10
現預金	454	628	+174	仕入債務	401	438	+37
売上債権	410	408	-2	固定負債	874	918	+44
固定資産	1,247	1,064	-183	負債合計	2,055	2,109	+54
有形固定資産	563	417	-146	有利子負債	428	472	+44
無形固定資産	46	33	-13	純資産	327	320	-7
投資その他の資産	638	612	-26	利益剰余金合計	-782	-942	-160
資産合計	2,383	2,430	+47	負債・純資産合計	2,383	2,430	+47

*単位: 百万円。有利子負債にはリース債務を含まない。

25/6 期末の総資産は、前期末比 47 百万円増加し 24 億 30 百万円となった。現預金の増加などによるもの。

負債は仕入債務の増加などにより同 54 百万円増加して 21 億 9 百万円となった。

純資産は、当期純損失を計上した反面、転換社債型新株予約権付社債の行使があり同 7 百万円減少し 3 億 20 百万円となった。

自己資本比率は前期末より 0.6 ポイント低下し 13.0%。

◎キャッシュ・フロー

	24/6 期	25/6 期	増減
営業 CF	-880	-585	+295
投資 CF	-286	-52	+234
フリーCF	-1,166	-637	+529
財務 CF	698	822	+124
現金同等物残高	444	628	+184

*単位: 百万円

減損損失の増加などで営業 CF のマイナス幅は縮小した。

有形固定資産の取得による支出の減少などにより、投資 CF のマイナス幅は縮小した。

新株予約権の行使による株式の発行による収入の増加などにより財務 CF のプラス幅は拡大した。

キャッシュポジションは増加した。

BRIDGE REPORT



【2-3 25/6 期の取り組み】

飲食事業

既存ブランドの刷新

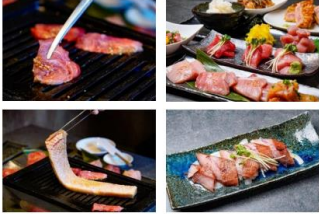
アカマル屋をはじめ、各ブランドで商品価格設定の見直し、刷新を行う。

一次産業の活性化と飲食事業の両立

水産物・農作物の国内生産を維持するために「産地活性化プラットフォーム」として、農林水産省「あふ食堂」を中心に官公庁食堂群を受託運営。

「あふ食堂」では、こども霞が関見学デーを8/7・8に開催し、農業・畜産業・水産業を「食」を通じて学ぶ特別プレートを提供するなどイベントも積極的に実施した。

水産 6 次化店舗への業態転換

①マグロ*リスペクト 鮪の希少部位を刺身や焼肉として提供する業態。 大宮南銀通り店(8/19)  	②まめたい商店 下田から東伊豆の低利用魚を原材料に沼津加工を。 ひばりヶ丘店(3/27)、野方店(4/24)    静岡おでん まぐろもつ煮 ごつつ揚げ
③まめたい寿司 静岡の郷土料理や伊豆の「しま寿司」を味わえる業態。 武蔵新城店(4/1)、牛込柳町店(6/10)    名物 しま寿司 さかなの唐揚げ 静岡おでん	④産地一体型店舗 下田・東伊豆から届く、朝に水揚げされた魚を提供 湘南台酒場、アカマル屋鮮魚店 大山店  水揚げしてから24時間以内に届く、「DAY-0 便」店舗へ既存店舗をモデル転換。 店舗原価率が37.0%から26.0%へ縮小した例も見られる。来期業績の大幅改善につながりそうだ。

(同社資料より)

小売事業...産地一体型店舗

千葉縣市川市本八幡のMEGAドン・キホーテ地下1階水産小売店「サカナタペタイ」では、下田・東伊豆の低利用魚を寿司ネタにラインナップして1貫70円を実現した。

BRIDGE REPORT



(同社資料より)

水産事業

DAY-0 便の構築

SANKO 船団(下田)からスタートした漁業は東伊豆一帯まで拡大。伊東市場でも買参権獲得。



(同社資料より)

総合食品の躍進

3つの成長要因

- ①グループインフラの最大活用
- ②産地と販売先の開拓
- ③海外輸出

総合食品の 23/3 期にグループ化した。売上高は 24/3 期が前期比 20%増の 39 億円 48 百万円、25/3 期は同 17%増の 46 億円 18 百万円と同業他社を規模では下回るが高い売上成長。25/3 期には黒字化も達成した。

BRIDGE REPORT



総合食品株式会社

SOGO-SYOKUHIN CO., LTD.

産地の現場から消費地のテーブルまで、
かゆいところに手の届く
新時代の荷受像に挑戦します。

(同社資料より)

BRIDGE REPORT



3. 2026 年 6 月期業績予想

【3-1 業績予想】

	25/6 期	構成比	26/6 期(予)	構成比	前期比
売上高	9,679	100.0%	11,160	100.0%	+15.3%
営業利益	-666	-	17	0.2%	-
経常利益	-647	-	30	0.3%	-
当期純利益	-816	-	10	0.1%	-

*単位:百万円。

連続の 2 桁増収、黒字転換を見込む

26/6 期は売上高が前期比 15.3%増の 111 億 60 百万円、営業利益は 17 百万円を計画する。外食事業部門が直営店 65 店舗体制まで回復している。水産事業部門では、豊洲市場の総合食品の売上回復が見込まれる。水産事業のサプライチェーン構築は順調に進み、下田を拠点とした漁業から浜松、沼津、豊洲の加工・流通、飲食店・鮮魚店・催事販売まで繋ぐ産地活性化プラットフォームを構築。今後は、水産 6 次産業化を武器にした独自の商品開発を付加価値の源泉として進めていく。飲食事業は、コロナ禍から脱却後の新たな日常生活に対応した「アカマル屋」業態の業績は順調に推移している。沼津加工場・茅場町で加工し、店舗にて付加価値をつけて販売する「水産 6 次化店舗」の「まめたい寿司」や「まめたい商店」を新規店舗として出店していく。また、安定した運営を行う官公庁等を中心とする食堂施設の運営受託事業では全国各地の食材とコラボ企画を行うなど独自の運営モデルを構築する。東海エリアの大型商業施設内フードコート飲食店は水産 6 次産業化による独自の強みを活かした新メニューを各店舗へ展開する。「水産 6 次化店舗」への積極的業態転換など、さらに業態ブラッシュアップも進める。その他事業は、国内外の成長市場に対して水産資源等の輸出を積極的に進め、グループ総合力で水産 6 次産業化のネットワーク拡大に注力していく。

26/6 期の事業別売上高・営業利益予想

	25/6 期	構成比/利益率	26/6 期予想	構成比/利益率	前期比
水産事業	5,511	56.9%	6,220	55.7%	+12.9%
飲食事業	3,921	40.5%	4,504	40.4%	+14.9%
その他事業	246	2.5%	436	3.9%	+77.2%
売上高	9,679	100.0%	11,160	100.0%	+15.3%
水産事業	-329	-	-17	-	-
飲食事業	246	6.3%	537	11.9%	+118.3%
その他事業	-583	-	-503	-	-
営業利益	-666	-	17	0.1%	-

* 単位:百万円。

* その他事業は、本社の間接費及び EC 事業、茅場町 FACTORY、法人営業等を含む。

【3-2 26/6 期の取り組み】

経営方針

①飲食事業	水産 6 次化インフラ(東伊豆モデル)を最大限活用した既存店でのこ入れ
②新規出店計画	水産 6 次化店舗の出店とブラッシュアップ
③水産事業	沼津支社と漁業部の強固な連携による外部売上の獲得
④グループ会社	子会社単体での黒字化達成。

飲食事業

水産 6 次化のインフラを最大限活用して既存店のブラッシュアップを図る。

鮮魚を沼津・茅場町で加工することにより、水産系居酒屋以外の店舗でもクオリティが高い商品提供が可能となる。また、店舗での仕込み時間を短縮させることができる。

付加価値をつけて販売するため、利益率は高い。

BRIDGE REPORT

**飲食事業(新規出店)**

26/6 期に「まめたい寿司・商店」を 4 店舗、アカマル屋他で 3 店舗、受託事業で 2 店舗の出店を予定している。受託事業の 2 店舗は確定。居酒屋もいくつか確定しており、出店は計画が上ぶれの可能性が高い模様。7/31 にはアカマル鮮魚店大宮すずらん通り店の物販スペースを「立ち寿司」に転換した。

水産事業

水産事業の売上高は前期比 12.9%増を見込む。受注案件が増加中。今期の重要ポイントともいえる。自社専用船や提携船団で捕れた魚を沼津で加工、総合食品や同社の飲食店で販売することで高付加価値化。ホテルや高級飲食店、スーパー/百貨店にも販売する。

グループ会社**【総合食品】**

産地(INPUT)と販売チャネル(OUTPUT)の新規開拓を図る。双方を拡大することで売上・利益を最大化させていく考え。海外輸出も強化する方針。

【SANKO 海商】

“仲卸しからの脱却”により「まぐろ加工メーカー」へ。また、即売会や EC サイト、さらには大手スーパーの専門売り場といった個人向けも強化していく方針。

【ジーエスサンヘイ】

清掃・ビルメンテナンスの補完事業を行う。23 年 5 月に同社が承継した。25 年 5 月には事業拡大に向けて、技能実習制度を導入。大手ホテルとの提携清掃を開始した。

26/6 期は売上高が 2 億 24 百万円(前期比 98.2%増)、営業利益 20 百万円を見込む。

株主優待制度

株主優待制度は順次拡充されている。毎年 6 月末日および 12 月末日の同社株主名簿を基準として年 2 回実施する。

25 年 6 月末の株主優待の詳細は以下より

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/2762/tdnet/2639072/00.pdf>

4. 長澤社長へのインタビュー

長澤成博社長に、自社の競争優位性、今後の成長戦略と事業展開、株主・投資家へのメッセージなどを伺った。

長澤社長は 1967 年 11 月生まれ。1997 年に株式会社光通信に入社。2001 年にはジェイフォン東日本株式会社(現ソフトバンク株式会社)へ入社。2007 年 1 月に同社へ入社し、常務取締役などを経て、2018 年 9 月に代表取締役社長執行役員に就任した。

Q:25/6 期実績を総括していただければと思います。

25/6 期は期初の予想を大きく下回る結果となりました。要因は、まずは水産事業です。沼津で加工したものを社内の各店舗に卸す傍ら、他社にも販売していく計画でしたがここに遅れが生じました。また、飲食事業では東海エリアで M&A により承継した店舗があったのですが、仕入ルートで業務提携先で承継元の倒産があり、ここでも立ち上がりの遅れが生じ、店舗数も減少しました。水産事業で 4 億円、飲食事業で 6 億円程度の未達となりました。利益面では、東海エリアでの撤退コストに加えて、事業転換に係るコストが想定以上に発生した側面もあります。期初の予想に対して水産事業で 3.7 億円、飲食事業で 3.9 億円程度の未達でした。

Q:26/6 期の状況についてお聞かせください。

今期は 9 店舗の出店を予定していますが、既に 6 店舗が確定しています。店舗数の足りないことが赤字となっていた最大の要因でした。居抜き店舗なので決定してから 1 ヶ月くらいで出店できます。確定済み店舗の出店により、販管費を吸収して単月黒字になりそうです。26/6 期の営業黒字についても概ねメドが立ってきました。なお、出店は 9 店舗から上乗せになりそうです。また、並行して食材や原材料費が急騰している中、弊社では産地一体型の店舗展開により粗利率が大幅に改善しております。なお、既存店売上については微増を予定しております。加えまして、25/6 期に苦戦した水産事業でも外部売上が大きく伸びております。

Q:強みと課題についてお聞かせください

強みはやはり、水産 6 次化という他社にはない事業モデルにあると思います。特に豊洲市場の総合食品を 23 年にグループ化し売上を大きく伸ばし、25/3 期(総合食品)に黒字化を達成できたことは大きいと認識しております。少し遅れましたが、やっと軌道に乗ってきました。愛媛県にある八幡浜で獲れた水産物も総合食品へ直接納入します。課題は店舗数の少ないことだと思っています。もう一つは水産事業における外部売上の拡大です。これらを両輪で解決することにより経営は一気に安定します。

Q:前例のない水産 6 次化事業を思いついたきっかけなどがあれば教えていただきたいと思います。またこの事業が軌道に乗った場合にどのくらいの利益率を想定されていますか。

思いついたというより時間軸の中で出来上がっていったという形です。始まりは沼津の漁港漁協の経営不振にありました。沼津の漁業協同組合の顧問から連絡があったことをきっかけに漁業協同組合の組合員になり、我々は 1 次産業側にもなります。1 次産業で獲れる水産物を安く購入して、東京のお客さんにも喜んでもらえる。

そうしているときに農林水産省から農水省の食堂を引き受けてほしいと声がかかりました。また、下田や伊東の漁協からも呼ばれました。そして浜松中央市場の仲卸しの海商、豊洲では総合食品を継承することにもなりました。

利益率は店舗数にもよりますが、8%くらいのところまではいくと思います。2~3 年後をメドとすれば 70 店舗体制で 5%というところでしょうか。

Q:出店戦略について、水産 6 次化というカテゴリーからは違う店舗も出店されていますが、それらを含めた考え方についてもお聞かせください。

前期には既存店からの業態転換でめめたいシリーズ(めめたい商店、めめたい寿司)を出店しました。これら店舗は 2 番立地、3 番立地でも採算が取れることから今後もそのような立地で店舗展開を進めていこうと考えております。居抜き出店が基本ですが、焼肉店であれば、「マグロリスペクト」で活用できます。

水産 6 次化とは違いますが、例えばかき氷専門店の「なな菓」は池袋サンシャイン通りの居酒屋「金の蔵」で昼の時間を有効に活用するために出店しております。パスタ専門店も 96 年の出店、好立地でしっかり利益貢献もしておりますので残しております。焼き肉店なども同様です。ただし、これら業態では新規出店は視野に入れておりません。

Q:現状の株価水準についてどのようにお考えですか。

底値圏にあると思っています。今回は第三者割当により資金を調達しましたが、大幅に値上がりするというポテンシャルを持っていると期待されています。金融機関の反応も悪くはありません。

Q:「最後に株主・投資家へのメッセージをお願いします。」

以前から株主になっていただいている皆さんに本当ご心配をおかけしていましたが、時間がかかってしまいましたが、最小 20 店舗くらいまで縮んだのですが 60 店舗を超えて、月次でも黒字を目指せるところまで来ています。水産 6 次化事業が絵に描いた餅ではなく、これまでとは全然違う形の戦い方ができます。そこを楽しみにしていただければと思っています。今回の第三社割当増資に際してはそういうふうに見ていただけた個人の方がいらっやしたと思っています。株主の皆さんのご期待に応えられるようにスピードを上げてやっていきたいと考えております。

また、株主優待では自社でどんどん商品を開発しておりますのでそういう水産系の商品を開発して株主さんにご賞味、フィードバックをいただいてそれを自分たちのメイン商品としていくというサイクルが形になってきています。株主優待もさらに充実させていきます。

5. 今後の注目点

25/6 期は期初の会社予想を下回り、24/6 期に続き営業損失となった。数字上は苦戦しているが、遅れながらも水産 6 次産業化への取り組みは着実に進めている。新業態の店舗も相次いで出店しており、今期はその取り組みをしっかりと売上・利益に結び付けたいところである。豊洲の大卸である総合食品は業績回復が軌道に乗っている。特に海外輸出においてはマーケットが大きく、拡大を進めていきたい。

18 年 9 月に就任した長澤社長は不採算店舗の改革などに取り組んでいた中でコロナ禍が発生。むしろ思い切って改革を進める転機となり、現在はこれまでに例を見ない水産 6 次産業化という大改革の真っただ中。これだけの大きな改革を進めるには、時間のかかることはやむを得ない。今回の取材では、遅れてはいたものの店舗数の拡大により黒字の定着化が見えてきていることが確認できた。改めて今後の展開が楽しみになってきたと感じた。

6 次産業化は本格化しつつある。飲食事業においては 26/6 期に収益性を重視し、既存店をてこ入れしながら新規出店を進めている。既に足元は黒字体質ができつつある模様。また、値上げについても浸透しやすい環境にある。売上を伸ばしながらしっかりと利益確保できると思われるが、その進捗状況に注目していきたい。

<参考:コーポレート・ガバナンスについて>

◎組織形態及び取締役、監査役の構成

組織形態	監査役設置会社
取締役	7 名、うち社外 2 名
監査役	3 名、うち社外 3 名

◎コーポレート・ガバナンス報告書(更新日:2025 年 9 月 25 日)

基本的な考え方

当社グループは、次の企業理念及び経営理念を掲げ、社会からの信頼を確立するために、当社グループの持続的成長及び企業価値向上のため、次の基本的な考え方に沿って、コーポレート・ガバナンスの充実に取り組んでまいります。

(1)当社グループは、株主の権利を尊重し、株主が権利を適切に行使することができる環境の整備と株主の実質的な平等性の確保に取り組んでまいります。

(2)当社グループは、「食」を通じて社会に貢献することを理念の中心に据え、「安心・安全」であることの重要性を認識し、株主、顧客、従業員、取引先及び当社グループを取り巻く地域社会や、その他のステークホルダーとの適切な協働に努め、高い自己規律に基づき健全に経営する企業文化、風土を醸成してまいります。

(3)当社グループは、ステークホルダーとの建設的な対話を行う基盤を構築するために、非財務情報を含む会社情報の適切な開示と、企業運営の透明性の確保に努めてまいります。

(4)当社グループは、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資するよう、ステークホルダーとの間で建設的な対話を行います。

【企業理念】

「価値ある食文化の提案」

【経営理念】

「全従業員の物心両面の幸福の追求」

【コーポレートガバナンス・コードの各原則を実施しない理由】

【補充原則 1-2-4】(株主総会における権利行使)

当社は、現在外国人株主数とその比率がそれぞれ低いことから、招集通知の英訳は行っておりません。今後、外国人株主数の比率等を勘案しつつ検討してまいります。

【補充原則 3-1-1】当社は、経営理念を当社ホームページ上にて公表しております。以下の URL をご参照ください。

<http://www.sankofoods.com/company-2.html>

また、当社グループは、2024 年 6 月期-2026 年 6 月期を対象とする、中期経営計画を策定いたしました。詳細につきましては、以下の URL をご参照ください。

<https://www.sankofoods.com/ir/management/plan/>

【補充原則 3-1-2】(情報開示の充実)

当社は、当社における外国人株主数とその所有比率がそれぞれ低いことから、決算短信、決算説明会資料等について英文での作成は行っておりません。今後、外国人株主数の比率等を勘案しつつ検討してまいります。

【コーポレートガバナンス・コードの各原則に基づく開示】

【原則 1-4】(政策保有株式)

当社は、政策保有株式について、その保有の意義が認められる場合を除き、保有しないことを基本方針としており、現時点では、政策保有株式を保有しておりません。ただし、今後、事業戦略上の重要性、取引先との事業上の関係の維持・強化を目的として保有する場合があります。その場合は、株式保有は必要最低限とし、毎年取締役会で見直しを行い、企業価値向上の効果等が乏しいと判断される銘柄については、市場への影響やその他事業面で考慮すべき事情にも配慮し、売却を行うことで十分に政策保有株式の縮減につながると考えております。議決権行使に当たっては、投資先企業の中長期的な企業価値、株主価値の向上につながるかの観点等から検討し、総合的に判断した上で適切に行使します。

BRIDGE REPORT

**【補充原則 2-4-1】(多様性の確保に向けた人材育成方針、社内環境整備方針、その状況)**

当社では、従来から性別や国籍に関係なく、能力や実績を重視する人物本位の人材登用を実施しております。

この事業構造の転換、経営環境の多様化にあたり、持続的な成長と企業価値の向上を実現させるためには、多様な視点や価値観を尊重することが重要と考え、経験・技能・キャリアが異なる人材を積極的に採用しつつ、これらの人材が活躍できる職場環境を整備いたします。

当社では、2019 年 9 月株主総会にて、女性社外取締役を選任し、2021 年 10 月には内部昇格により、女性執行役員を登用いたしました。また、2024 年 3 月末までに、常用雇用労働者の女性の割合を 35%以上にするを旨とし、中長期の目線で、女性が活躍する環境づくりを進め、ダイバーシティの推進に取り組み、人が活躍できる機会と場を提供してまいります。

【原則 3-1】(情報開示の充実)

(1) 当社の経営理念、経営戦略については、当社ホームページおよび決算短信等で開示しております。

(2) 当社のコーポレートガバナンスに関する基本的な考え方および、基本方針については、当社ホームページに掲載しております。

(3) 当社の取締役の報酬については、基本報酬と賞与から成り立っております。取締役及び監査役の報酬等については、社内規程において決定に関する方針を定めており、株主総会の決議による取締役及び監査役それぞれの報酬総額の限度内で、会社の業績や経営内容、経済情勢等、職務の難易度を考慮し、社外取締役、社外監査役が出席した取締役会及び監査役会において、取締役の報酬は取締役会の決議により決定し、監査役の報酬は監査役会の協議により決定しております。なお、業務執行から独立した立場である社外取締役及び監査役は、基本報酬のみの支給としています。また、役員退職慰労金制度は、2013 年 9 月 25 日開催の第 37 期株主総会の日をもって廃止しました。

執行役員の給与については、社内規程に基づき、会社の業績・経営内容、実績、経験、取締役報酬を考慮し、社外取締役、社外監査役が出席した取締役会にて決定しております。

(4) 取締役・監査役候補の指名にあたっては、社内外から幅広く候補者を選任し、優れた人格・見識と高い経営能力を有する候補者の中から、取締役は取締役会で、監査役は監査役会で決定しております。社外取締役は、各分野における豊富な経験・知見を有し、中長期的な企業価値向上に向けて、専門的かつ客観的な視点からその役割・責務を果たすことができる方を指名しております。社外監査役は、各分野における豊富な経験・知見を有し、経営全般を監査して取締役会の透明性を高めるとともに、企業価値の向上に貢献いただける方を指名しております。

(5) 新任候補者、社外取締役候補者及び社外監査役候補者の選任理由は、株主総会招集通知にて開示しております。

【補充原則 3-1-3】(サステナビリティについての取組み)

当社では、中長期的な企業価値向上に向けて、サステナビリティへの取り組みは重要な経営課題であると認識し、基本的方針を策定し、その基本方針に則った取り組みを推進してまいります。当社のサステナビリティ基本方針は当社ホームページにて公表しています。

<https://www.sankofoods.com/company-6.html>

【原則 5-1】(株主との建設的な対話に関する方針)

当社は、持続的な成長と中長期的な企業価値向上のためには、株主・投資家との積極的且つ建設的な対話が必要不可欠と考え、株主及び投資家の皆様との建設的な対話に努めております。

・当社の IR 活動は IR 担当役員が担い、財務経理部が担当する体制となっております。IR 活動に必要な情報は IR に関連する他部署から収集し、グループ経営推進室がとりまとめ、投資家からの問い合わせに対応しております。なお、株主及び投資家の皆様との対話にあたっては、インサイダー情報を伝達しないことを方針とし、伝達する内容については、IR 担当部署が、事前に法務等の関連部署や外部専門家と適宜確認することとしています。

・グループ経営推進室にて個別面談に積極的に対応するとともに、株主・投資家・アナリスト向けに第 2 四半期・期末に決算説明会を開催し、代表取締役社長又は IR 担当取締役が直接説明しております。

・重要な IR 活動結果及びそのフィードバック及び株主異動等の情報については、毎月開催される定時取締役会へ報告を行い、取締役や監査役との情報共有を図っております。

BRIDGE REPORT



本レポートは、情報提供を目的としたものであり、投資活動を勧誘又は誘引を意図するものではなく、投資等についてのいかなる助言をも提供するものではありません。また、本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したものです。当社は、本レポートに掲載されている情報又は見解の正確性、完全性又は妥当性について保証するものではなく、また、本レポート及び本レポートから得た情報を利用したことにより発生するいかなる費用又は損害等の一切についても責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は、当社に帰属します。なお、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.

ブリッジレポート(SANKO MARKETING FOODS:2762)のバックナンバー及びブリッジサロン(IR セミナー)の内容は、www.bridge-salon.jp/ でご覧になれます。



同社の適時開示情報の他、レポート発行時にメールでお知らせいたします。

[>> ご登録はこちらから](#)

ブリッジレポートが掲載されているブリッジサロンに会員登録頂くと、株式投資に役立つ様々な便利機能をご利用いただけます。

[>> 詳細はこちらから](#)

投資家向け IR セミナー「ブリッジサロン」にお越しいただくと、様々な企業トップに出逢うことができます。

[>> 開催一覧はこちらから](#)