
平林 隆広　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	平林 隆広
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		時価総額	ROE（実）	ROA（実）
62 円	41,292,986 株		2,560 百万円	-	-
DPS（予）	配当利回り（予）	EPS（予）	PER（予）	BPS（実）	PBR（実）
0.0 円	-	-	-	1.49 円	41.6 倍

*株価は 10/26 終値。各数値は 26/6 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
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	10,570	-635	-618	-793	-	0.0
2027 年 6 月（予）	10,600	-30	-40	-60	-	0.0

*予想は会社予想。単位：百万円、円。

（株）SANKO MARKETING FOODS の 2026 年 6 月期決算概要などをご紹介いたします。

目次

今回のポイント
1. 会社概要
2. 2026 年 6 月期決算概要
3. 2027 年 6 月期業績予想
4. 平林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

- 26/6 期の売上高は前期比 9.2%増の 105 億 70 百万円。水産流通カテゴリーにおいて、綜合食品はグループに入ったことによるシナジー効果と海外輸出の効果もあり 2 期連続の黒字となった。飲食部門では、「アカマル屋」がコロナ禍で変化した顧客ニーズにマッチするブランドとして成長を続けている。また、水産 6 次産業化の強みを活かした新たな業態として開発した「まめったい商店」は、美味しい酒の肴をリーズナブルな価格で提供する業態。官公庁等を中心とする食堂施設の運営受託部門では、霞ヶ関からさいたま新都心にも店舗を拡大させた。26/6 期末の店舗数は、直営店 57 店舗、フランチャイズ店は国内 2 店舗となった。外食市場では、物価高を背景に安定的な成長軌道を維持している一方で客数成長は鈍化し、価格競争から価値競争への転換が進んでいる。営業損失は 6 億 35 百万円（前期は 6 億 66 百万円の損失）。利益面では売上総利益率が低下、販管費は増加し営業損失が微減となった。事業転換コスト等が先行して発生している。

- 27/6 期は売上高が前期比 0.3%増の 106 億円、営業損失 30 百万円（前期は 6 億 35 百万円の損失）を計画する。外食事業部門においては、直営既存店舗が堅調に推移している。水産事業部門においては、豊洲市場の綜合食品のさらなる売上の伸長が見込まれる。また、漁業及び沼津の水産加工場等を一部撤退又は大幅に縮小し営業利益を改善していく。水産 6 次産業化ビジネスモデルについては、外部パートナーとの提携等により補完する体制へ移行し、事業運営の効率化を図る。グループ経営資源を同社が強みとする飲食事業により重点的に投入する。また、日常食業態であるうどん業態の展開を推進する。デリバリーも育成・強化する方針。

- 平林社長へのインタビューでは、「今中間期の段階においては足元で進めている事業再構築の目処がつくでしょう。中期経営計画は 2027 年 2 月には発表しようと思っています。社長に就任して何をすべきか、足りないところは何かをこまめに分析しながら実績をあげていく考えです。株主からの期待も大きく、応えていきたいと思います。」とのことだ。

- 「水産 6 次産業化」に向けた事業構造改革は着実に進めている。やや遅れはしたものの、今中間期末には目処がついてくる模様。「アセット型水産 6 次化モデル」から「ネットワーク型水産 6 次化モデル」に移行することにより、今後は飲食事業における収益がしっかりと売上・利益に反映されるだろう。豊洲の大卸である綜合食品は本格的に軌道に乗っている。9 月に就任した平林社長は早くから同社経営に携わり、これまでに例を見ない水産 6 次産業化を進めてきていた。やや時間はかかったものの、その成果がまさに表れようとしている。第 1 四半期は堅調に推移している模様。黒字化し増益へ邁進できるか、注目は下期ということになる。今回の取材で、平林社長はしっかりと自信を持って進めていることが実感できた。今後の展開を楽しみにしている。株価は低迷しているものの、黒字化が実現してくればその評価もがらりと変わるだろう。

1. 会社概要

居酒屋の運営が主力事業。26/6 期までは、「とる、うる、つくる、全部 SANKO」を標榜し、1 次から 3 次まで全てのアセット型バリューチェーンを構築していた。
27/6 期以降は「つなぐ力」、ネットワーク型水産 6 次化モデルへと移行する。



(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。2003 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、2009 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。2011 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。2014 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。2020 年代に入り、沼津漁協の組合員になったことを皮切りに、水産 6 次化事業を推進していた。

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 月には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(現綜合食品東海株式会社)をグループ化し、沼津の水産事業、都内店舗と連携
2022 年	7 月	豊洲の大卸である綜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『サカナタベタイ』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弁会社である(株)SANKO INTERNATIONAL を設立し子会社化

2024 年	5 月	合弁会社 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
	9 月	「東京チカラめし食堂」が日清食品「完全メシ」とコラボレーション
	12 月	株式会社大治との業務提携基本合意締結
2026 年	6 月	株式会社 F リミテッドが運営する「うどん 038」を譲受

2018 年 9 月に前・長澤社長が就任し、事業は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 2020 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。そしてコロナ禍が明けてから「アカマル屋」で出店攻勢を進めた。「まめたい」シリーズなどの新業態も強化していく。2020 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、2021 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、2021 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、2022 年 7 月には豊洲の大卸である綜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。2026 年 9 月からは平林社長が就任し、グループ経営資源を同社の強みである飲食事業により重点的に投入する方針へ転換する意向。

【1-2 経営方針】

～理念～

「価値ある食文化の提案」

当グループの戦略・想い・ビジョンは、すべてこの理念を源泉に生まれています。サービス・商品・立地・空間づくり等、そのひとつ一つにこだわり、どう実現するのか、どうすればお客様のしあわせを作り出せるのか。考え続け、こだわり続け、いかに付加価値のある食を生み出すかに全身全霊を注ぐ、それこそが私たちの“心の原点”です。

～方針～

平林社長は就任後に責務として、これまでの事業で培った基盤とつながり、それぞれの強みを活かしながら、改めて原点である飲食事業を経営の中核に据えていく考えを示した。あわせて、事業の選択と集中を進め、一つひとつの店舗と事業の収益力を高めることで、継続的に利益を生み出せる経営基盤を築いていく考え。

これまでの歴史と縁を受け継いで、現場と顧客の声に真摯に向き合いながら、「食」を通じて顧客や社会に必要とされ続ける企業として、次の 50 年に向けて着実に前進していく。

01 事業をシンプルにし、収益力を高める

事業の選択と集中を進めるとともに、商流・物流・組織のあり方を見直し、より効率的で収益性の高い事業構造へ転換する。

02 事業ごとの「勝ち方」をつくる

それぞれの事業が持つ強みを見極め、検証を重ねながら成功モデルを確立。「勝てる型」として磨き上げ、再現性のある成長につなげていく。

03 「つながり」で、利益を生み出す力へ

産地、取引先、店舗など、これまで築いてきたネットワークをさらに活かし、SANKO ならではの商流と新たな収益機会を創出する。

04 すべての起点をお客様に

顧客ニーズや変化を捉え、営業・商品開発・マーケティングが一体となって、商品・サービス・店舗の価値を磨き続ける。

05 仮説と検証を速く回し、変化に対応する

現場で生まれた仮説を素早く実行・検証し、成果につながる取り組みを他の店舗・事業へ展開。市場や生活様式の変化にも、スピード感をもって対応する。

【1-3 事業内容】

概要

串焼きと煮込みが名物の大衆酒場「アカマル屋」、肉問屋直送の厚切り肉が名物の「焼肉万里」等の業態を柱として、首都圏を中心に飲食事業を展開している。また、消費者に最も近い飲食店舗の運営者としての経験を活かし、「水産 6 次産業化」を展開している。26/6 期までは、1 次から 3 次までアセット型でバリューチェーンを構築していたが、27/6 期からは、「ネットワーク型水産 6 次化モデル」へと移行していく。

単一セグメントであり、以下業態別

業態	特徴
アカマル屋	「笑顔と心遣いの大衆酒場」をコンセプトに、「もつ煮込み」「炭火串焼き」「出汁煮込みおでん」を中心とした肴と美味いお酒が勢ぞろい。地元の人々に愛される温かいお店。
焼肉万里	手切りにこだわった正直な焼肉屋さんがコンセプト。肉問屋が厳選した肉を直送で取り寄せ、新鮮な状態で提供している。「お客様の為に手間を惜しまない」がこだわり。
金の蔵	若年層から年配、勤め帰りや家族のだんらんなど、幅広い顧客のニーズに応えるため、味付けやボリュームにこだわりつつ、沼津・浜松の鮮魚も取り入れたメニューを手ごろな価格で提供し、気軽に何度でも利用できる居酒屋。
運営受託	大きな固定投資を伴わない官公庁を中心とする飲食施設の運営を受託することを主とした業態。長年培った経験を活かし、店舗、商品開発、運営までを一貫して行っている。
水産部門	産地から入り、飲食部門とのシナジーを追求しサプライチェーンを構築する水産 6 次産業化の事業モデル。
その他業態	チカラめしやパスタ mama などの飲食店舗や、物販店等の消毒・除菌・清掃などを請け負うサービス業態を行っている。

外食ブランドは以下の通り

アカマル屋	炭火で焼き上げた串焼きや、じっくり煮込んだもつ煮込みが看板の店。ひとつ一つ手間ひまかけて仕込んだ酒のつまみと共に、笑顔と心遣いで顧客を迎える大衆酒場。
鮮魚直売 大衆酒場 アカマル屋鮮魚店	“魚屋さんが営む大衆酒場”をコンセプトに、水産ネットワークを活用した鮮度抜群の魚料理が自慢。刺身や焼き魚、煮付けなど、旬の魚を料理人がひと手間かけて仕立てる海鮮居酒屋。
昼から立ち呑み まめたい商店	静岡おでんや伊豆の地魚を使ったごっつ揚げ、気軽な小皿料理でちょっと一杯を叶える“街の台所”を目指して、温かな接客で顧客を迎えている。
マグロ リスペクト	豊洲市場から厳選したマグロを赤身やトロから希少部位まで丸ごと一本味わい尽くすマグロ料理専門店。刺身、焼肉スタイル、焼き物、ユッケなど多彩な一皿でマグロの新たな魅力を提案。
鮮魚店の立ち寿し	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。
きんぐら酒場 金の蔵	「旨い・安いをお客さまのために」をコンセプトにした大型居酒屋。安さだけでなく、旨いものを提供して満足を得ることができる。
なな菓	ふわりとほどける氷と果実の甘みが広がる、やさしくも印象に残る一杯を提供するかき氷専門店。涼やかなひとときも、心満たされる時間も、日常にそっと特別な余韻を添えている。
まるがまる	沼津港から毎日届く、旬を映すぴちぴちの鮮魚を提供。珍しい魚も入荷。漁師が釣った美味しい魚を提供することに真剣に向き合っている。
酒場	宮益坂下酒場。渋谷駅から徒歩 3 分。鮮魚に注力、水産事業への取り組みも活かし、魚を余すことなく美味しい料理に仕立てる。湘南台駅西口から徒歩 1 分の湘南台酒場も展開。
焼肉 万里	肉問屋直送の厳選肉を手切りにし、上質な焼肉を手頃な価格で楽しめる焼肉店。看板メニュー「壺漬けカルビ」や「万里 和牛盛り」の他、食べ放題・飲み放題コースも好評を得ている。
パスタ専門店 パスタMama	1996 年新宿にパスタ専門店として創業。こだわりの細麺を茹で上げ、定番パスタから和風、オリジナルアレンジまで豊富なメニューを揃え、正統派の味を提供している。
炙り屋 せん	豊洲市場直送の鮮魚を、香ばしい炙りや燻製、串揚げで気軽に楽しめる海鮮専門店。「JAPAN SALMON 桜」の燻製やレアカツはじめ、市場ならではの旬の魚介を食べ歩きでも堪能できる。
牧原鮮魚店	沼津市をはじめ、各地の漁港から直送する厳選魚介の海鮮丼、天ぷら、煮付け、焼き魚の定食を提供。フードコートやレストランとして展開している。
焼き牛丼 東京チカラめし	「チカラが出るめし」で日本を元気に、という想いから生まれた。焼いた牛肉に 2 種のタレが絡むパンチの効いた味わい。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。
うどん 038	蒲田駅から徒歩 2 分。地元で愛されるうどん店。素材からこだわったもちもちのうどん、本格的で味わい深い出汁、サクサクのとり天…と、妥協なしの一杯を提供。

受託ブランドは以下の通り

あふ食堂	農林水産省内の職員食堂として生まれた。自治体・各種団体との連携により農・畜・水の全国産地の特産品、被災地産の食材を取り入れたメニューを展開。日常の食から産地を応援。
魚とめし	「毎日食べたい、うまい魚とうまい米」をコンセプトに、毎日美味しい魚定食を提供する。沼津・下田・伊東をはじめとした同社グループの水産拠点より、毎日新鮮な魚介を直送している。
KEYAKI	さいたま新都心の絶景を一望するスカイビューカフェ＆レストラン。日常のランチから大切な人との特別なひとときまで、埼玉県産食材を使った洋食メニューやカフェメニューを提供する。
新宿三丁目テラス Shinjuku Sanchome Terrace	まるでリゾート地のような開放感を味わえるガーデンテラスのフードホール。全国各地の食材やご当地グルメ、厳選食材や海鮮を味わう本格テラスバーベキューも気軽に楽しめる。
元祖焼き牛丼と日替わり定食 東京チカラめし食堂	ブランド誕生以来の看板メニュー「元祖！焼き牛丼」を携えて、東京法務局が入る九段第二合同庁舎地下 1 階にが誕生。定食や麺類などランチタイムも充実。

運営受託ブランドでは、このほかに「あふ東大病院食堂」、「グッドミールダイニング」、「テゾリーナ」、「食処三福」、「ごはん処笑縁食堂」、「街の洋食屋さん霞ヶ関 1 丁目食堂」、「衆議院職員食堂」を展開している。

水産 6 次産業化

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。
漁業者の生活安定・向上と顧客満足の両立を目的として、2023 年 9 月に下田の漁業者から、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、2025 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綜合食品東海株式会社（旧株式会社 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活かし、「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綜合食品株式会社は、グループ入りしたことによるシナジー効果を発揮している。また、海産物の海外輸出も強化している。

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サンヘイは、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。26/6 期には大手ホテルと提携、ホテル客室クリーニング事業も開始した。

2. 2026 年 6 月期決算概要

【2-1 連結業績概要】

	25/6 期	構成比	26/6 期	構成比	前期比	会社予想	予想比
売上高	9,679	100.0%	10,570	100.0%	+9.2%	10,577	-0.1%
売上総利益	3,288	33.9%	3,550	33.6%	+8.0%	-	-
販管費	3,954	40.8%	4,186	39.6%	+5.9%	-	-
営業利益	-666	-	-635	-	-	-637	-
経常利益	-647	-	-618	-	-	-621	-
当期純利益	-816	-	-793	-	-	-785	-

*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、損失は微減

売上高は前期比 9.2%増の 105 億 70 百万円。

水産流通カテゴリーにおいては、豊洲市場の大卸である綜合食品がグループ入りしたシナジー効果と水産物の海外輸出の効果もあり、売上高はコロナ禍前を上回り堅調に推移した。25/3 期、26/3 期と 2 期連続黒字化を達成した。また、2024 年 7 月には千葉市地方卸売市場の仲卸である株式会社津田食品へ資本参加した。豊洲に加えて千葉エリア他の販路・物流機能が加わり、水産資源の付加価値を高める加工・流通部門の強化が進んだ。

飲食部門においては、「アカマル屋」が、コロナ禍で変化した顧客ニーズにマッチするブランドとして成長を続けている。水産の 6 次化を目指すうえでシナジー効果を最大化できる「アカマル屋鮮魚店」では、原価を抑制したうえで魚本来の価値を伝え、顧客満足と漁業者の生活向上の両方を達成するブランドとして育成している。水産 6 次化の強みを活かした新たな業態として、「まめったい商店」を開発した。官公庁等を中心とする食堂施設の運営受託部門は、「産地活性化プラットフォーマー」として、農林水産省内の職員食堂である「あふ食堂」を中心に官公庁食堂群を活用している。全国自治体・各種団体と連携して産地活性化と顧客満足を官民一体で両立させる取り組みを推進した。2025 年 7 月には、さいたま新都心合同庁舎にも出店。

また、2026 年 6 月からはアルコール需要の業態構成に依存した収益構造からの脱却を図り、うどん事業（屋号「うどん 038」）を譲り受けた。これらの取り組みの結果、コロナ禍の影響が薄れた 2023 年以降は緩やかに売上が回復して飲食部門は安定的な黒字計上が続いている。

直営店は 12 店舗を新規出店し出店計画数を達成した。また、直営店 7 店舗、運営受託店 2 店舗、フランチャイズ店（海外ライセンス店）1 店舗を閉店した。期末の店舗数は、直営店 57 店舗（うち運営受託店 15 店舗）、フランチャイズ店（運営委託店舗含む）は国内 2 店舗となった。

既存店売上の推移は以下の通り。外食市場は物価高を背景に安定的な成長軌道を維持している一方、継続的な「買い控え」等による客数成長は鈍化し、価格競争から価値競争への転換が進んでいる。

月次既存店売上高

	26/6期上期						26/6期下期						通期
（月）	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	
既存店売上高	+1.1	+6.3	+1.7	+1.6	+3.6	+8.9	+3.8	+1.1	+9.9	+5.1	+9.8	+1.5	+4.6
客数	−3.7	−0.2	+0.4	−6.4	−5.2	+1.2	−1.9	−1.1	+2.5	−0.3	+4.6	−3.2	−1.6
客単価	+5.0	+6.5	+1.2	+8.5	+9.3	+7.7	+5.8	+2.2	+7.2	+5.3	+5.0	+4.9	+6.3

（同社資料を元にインベストメントブリッジ作成） （%）

営業損失は 6 億 35 百万円（前期は 6 億 66 百万円の損失）。利益面では売上総利益率は低下、販管費は増加し営業損失が微減となった。事業再構築の進捗を確実に進めるために、新規出店コスト、閉店コスト、業態転換コスト、SANKO 船団の形成コスト、承継した東海エリアのモデルチェンジコスト及び綜合食品東海株式会社の事業転換コスト等が先行して発生している。

経常損失は 6 億 18 百万円（前期は 6 億 47 百万円の損失）、当期純損失は 7 億 93 百万円（同 8 億 16 百万円の損失）。

【2-2 財政状態及びキャッシュ・フロー】

◎財政状態

	2025 年 6 月末	2026 年 6 月末	増減		2025 年 6 月末	2026 年 6 月末	増減
流動資産	1,365	1,433	+68	流動負債	1,190	1,657	+467
現預金	628	626	−2	仕入債務	438	459	+21
売上債権	408	436	+28	固定負債	918	712	−206
固定資産	1,064	997	−67	負債合計	2,109	2,369	+259
有形固定資産	417	321	−96	有利子負債	472	648	+176
無形固定資産	33	48	+15	純資産	320	62	−257
投資その他の資産	612	627	+15	利益剰余金合計	−942	−953	−11
資産合計	2,430	2,431	+1	負債・純資産合計	2,430	2,431	+1

*単位：百万円。有利子負債にはリース債務を含まない。

26/6 期末の総資産は、前期末比 1 百万円増加し 24 億 31 百万円となった。
負債は 1 年以内償還予定の転換社債型新株予約権付社債の増加などにより、同 2 億 59 百万円増加して 23 億 69 百万円となった。
純資産は、転換社債型新株予約権付社債の行使があった反面、当期純損失を計上し同 2 億 57 百万円減少し 62 百万円となった。
自己資本比率は前期末より 10.5 ポイント低下し 2.5%。

◎キャッシュ・フロー

	25/6 期	26/6 期	増減
営業 CF	-585	-535	+50
投資 CF	-52	-160	-108
フリーCF	-637	-695	-58
財務 CF	822	693	-129
現金同等物残高	628	626	-2

*単位：百万円

税金等調整前当期純損失の計上が続き営業 CF のマイナスが続いた。
有形固定資産の取得による支出などにより、投資 CF もマイナス。
新株予約権の行使による株式の発行による収入などにより財務 CF はプラス。
キャッシュポジションは微減となった。

【2-3 26/6 期の取り組み】

飲食事業

～アカマル屋串業態～

「アカマル屋」は大衆酒場として堅調に成長。2025 年 10 月にはアカマル屋串業態に「揚げ鶏皮串」を実験導入した。26/6 期末は 13 店舗を展開、1 店舗平均の売上は前期 9,030 万円から 9,320 万円に拡大。

～官公庁/受託業態～

生産者と共に価値を創造し、顧客に届けている。
農林水産省「あふ食堂」を中心に外務省、厚生労働省など霞ヶ関で店舗展開。このほか、九段第二合同庁舎、東大病院、さらにはさいたま新都心でも合同庁舎で展開している。

～鮮魚業態～

「水産 6 次化」がさらに進行し、コロナ前 7 店舗だった和食・水産系店舗は水産系店舗のみで 21 店舗に拡大。店舗の構成比は 6.8%から 36.8%となり、成長の牽引役となっている。
「アカマル屋鮮魚店」、「まめったい商店」、「まるがまる」などを展開。

～出店・業態転換と撤退～

26/6 期は 12 店舗の出店を行った。一方で一部計画未達の店舗や既存店の不採算店舗は迅速に「業態転換」や「撤退」して、収益基盤の強化を行った。

～26/6 期振り返り～

成長投資を推進したが、人財・組織・収益化体制の整備が追いつかず計画は未達となった。飲食部門では出店拡大と運営基盤でミスマッチが生じた。水産部門においては、垂直統合基盤構築にあたってコストが先行した形となった。

3. 2027 年 6 月期業績予想

【3-1 業績予想】

	26/6 期	構成比	27/6 期(予)	構成比	前期比
売上高	10,570	100.0%	10,600	100.0%	+0.3%
営業利益	-635	-	-30	-	-
経常利益	-618	-	-40	-	-
当期純利益	-793	-	-60	-	-

*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、損失は大きく縮小する見通し

27/6 期は売上高が前期比 0.3%増の 106 億円、営業損失 30 百万円(前期は 6 億 35 百万円の損失)を計画する。
外食事業部門において直営既存店舗が堅調に推移していること、水産事業部門において豊洲市場の綜合食品のさらなる売上の伸長が見込まれること、漁業及び沼津の水産加工場等を一部撤退又は大幅に縮小し営業利益を改善していく。
これまで推進してきた水産 6 次産業化ビジネスモデルについては、収益性と資本効率を重視した新たなフェーズへ移行する時期にあると同社では認識している。全てのサプライチェーンを自社グループのみで保有する体制から、収益変動リスクを伴う一部の事業領域(漁業・水産加工等)について撤退又は大幅な縮小を進める。外部パートナーとの提携等により補完する体制へ移行し、事業運営の効率化を図る。これにより、グループ経営資源を同社が強みとする飲食事業により重点的に投入する経営方針へ転換する。具体的には、「アカマル屋鮮魚店」等におけるグループの水産サプライチェーンを最大限に活用できる業態の飲食店舗の出店を進める。また、店舗ポートフォリオ上、経済環境の影響を比較的受けにくい日常食業態であるうどん業態の展開を推進する。また、既存飲食店舗を拠点としたデリバリー売上については、これまで各店舗単位の補完的施策にとどまっていたものを、会社全体の成長施策として育成・強化する方針。さらに、水産 6 次産業化ビジネスモデルの構築過程で複雑化・非効率化した商流及び物流をシンプルかつ合理的に整理し、仕入コスト、配送コスト及び本社間接費等の低減を図る。収益変動リスクを伴う漁業及び沼津の水産加工事業を一部撤退又は大幅に縮小し、確実に利益が見込める領域(水産資源の強力な出口となる店舗展開等)へ経営資源を集中投下することで、収益構造の改善に取り組む。

27/6 期の区分別売上高予想

	27/6 期予想	構成比
飲食店舗	4,644	43.8%
水産部門	5,446	51.4%
その他部門	510	4.8%
売上高	10,600	100.0%

*単位:百万円。

【3-2 27/6 期の取り組み】

飲食事業

～出店戦略～

成長戦略の一環として、以下 4 店舗の出店を計画する。
①トラックレコードを持つ「アカマル屋串業態」・・・1 店舗
②独自の産地ネットワークを基盤とする「水産 6 次化店舗」・・・1 店舗
③水産 6 次化で培った調達力と出汁の価値を活かした日常食「うどん業態」・・・2 店舗
また、八幡浜を拠点に産地と消費地をつなぐ「回転寿司業態」を 28/6 期に開業予定。

～デリバリー強化～

来店需要に加え、デリバリー需要の取り込みを成長ドライバーとして推進する。
背景には、市場が成長していることに加え、消費税減税に伴う宅配やテイクアウトの価格優位性、さらには既存資産の収益強化にも寄与する。
2026 年 7 月末時点で 30 ブランド、109 店舗を展開
―主なバーチャルレストランブランド―



(同社資料より)

～「うどん 038」を起点に日常食の路面展開を本格化～
出汁と水産 6 次化の強みを融合した日常食うどん業態を強化し、居酒屋中心の事業構造から収益基盤の多層化を進める。
6 月末現在 57 店舗中、居酒屋 27 店舗、日常食 24 店舗、専門レストラン 6 店舗を展開。日常食業態は主に官公庁受託店舗で、路面店舗は 3 店舗にとどまっているが、店舗を拡大させて居酒屋に次ぐ新たな収益の柱にしていく方針。

～水産 6 次化の実証拠点となる「産地発グルメ回転寿司モデル」の構築を推進～
愛媛県八幡浜は四国有数の水揚げ港で多様な魚が安定的に採れる。また、豊富な魚種・未利用魚の宝庫で西日本有数のトロール漁業基地でもある。
同社では八幡浜を以下のように位置づけ、八幡浜を起点として回転寿司を展開する考え。28/6 期に新規開店を予定。
①産地価値の最大化➔未利用魚・低利用魚の活用
②ネットワーク型水産 6 次化➔産地ネットワーク×綜合食品×SANKO 飲食
③地方創生への貢献➔地域の雇用創出・交流人口拡大など持続的な地方創生に寄与
④全国展開の起点➔八幡浜をモデルとして「産地発グルメ回転寿司」を全国の産地へ展開

～ネットワーク型水産 6 次化モデルへ～
26/6 期までは 1 次から 3 次まで全てでアセット型バリューチェーンを構築していた。
27/6 期からは産地(1 次)と加工(2 次)においては産地との連携や加工で業務提携、業務委託によるネットワークで展開し、「ネットワーク型水産 6 次化モデル」にしていく方針。

≪躍進続ける「綜合食品」≫
豊洲の大卸である「綜合食品株式会社」が高い成長を実現。

決算期	売上高(百万円)	前期比
23/3 期	3,014	-2.1%
24/3 期	3,949	+31.0%
25/3 期	4,619	+17.0%
26/3 期	5,201	+12.6%

直近 3 期の増収率は同業他社を大きく上回っている。
①SMF 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
といったことが成長要因として挙げられる。
他社にはない小回り力で新たに信頼を築き上げている。

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 月末日及び 12 月末日の同社株主名簿を基準として年 2 回実施する。
株主優待の詳細は以下より
https://www.sankofoods.com/ir/stock/benefit/

4. 平林社長へのインタビュー

平林隆広社長に、26/6 期実績、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。
平林社長は 1974 年 11 月生まれ。1998 年に同社に取締役として入社。2004 年からは代表取締役専務取締役、2013 年から 2018 年には代表取締役社長、2018 年からは取締役会長。2026 年 9 月に代表取締役に就任した。創業家出身であり同社の企業理念及び事業の原点を熟知するとともに、長年にわたり飲食事業の成長を牽引してきた。

Q:26/6 期実績はいかがでしたか。

飲食事業については、既存店売上高が増加、客数が 1.6%減少して客単価が 6.3%伸びています。外食市場では物価高に伴う継続的な買い控えが発生しており、客数は鈍化すると見込んでおりました。結果として客数については、上期は 2025 年 7・10・11 月、下期は 2026 年 6 月が天候不順の影響などもあり不振でした。付加価値を高め、グランドメニューの変更などにより客単価を伸ばして既存店売上を維持させようと取り組んでおり、概ね期初の計画通りに推移しました。
ただし、事業再構築の進捗を確実に進めるために、新規出店や閉店、業態転換に係るコストが先行的に発生したことにより営業利益については 5 月に減額修正となりました。

Q:27/6 期、及び今後の見通しについてお聞かせください

この 1 年は売上拡大を目指すのではなく事業構造を構築させてしっかりと利益を出せる体制にしていくことが最優先です。27/6 期の予想売上は前期比横ばいとなっています。飲食事業は新規出店効果もあり増収見通しですが、水産事業で一部再構築を進めており、減収を見込んでいます。現在、アセット型水産 6 次化モデルからネットワーク型水産 6 次化モデルへの移行を進めており、コストが先行して発生することにより中間期は営業損失になるかと思います。なお、足元 9 月は台風の影響もあり苦戦しました。
ただし、下期はその過程でこれまで抱えていた漁船の維持費や沼津における加工場の人件費などが縮小する見通しです。飲食事業については消費税減税の影響は考えられますが、デリバリー需要の取り込みを図ります。綜合食品も着実な業績となっており、これらにより下期には黒字転換することになるでしょう。また、維持費のかかる漁船や加工場といった資産が縮小したことで投資も減少しています。これらにより来期以降についても、飲食事業が安定して牽引することで黒字基調が続いていくものと思っています。
もともとアセット型水産 6 次化モデルを推進していた我々は、その際に地元の人々と良好なリレーションを築き上げて、次の事業モデルであるネットワーク型水産 6 次化モデルへつなげております。これこそが、これまで水産 6 次化に取り組んできたひとつの賜物だと考えています。
なお、第 1 四半期においては、魚価は上昇しています。しかし豊洲の荷受けでもありネットワークを活用して比較的安価に仕入れることができております。

Q:新規出店計画についてはいかがですか

27/6 期は「アカマル屋」1 店舗、「水産 6 次化店舗」1 店舗、「うどん業態」2 店舗の出店を計画しています。26/6 期は 12店舗出店しましたが、営業利益には結び付きにくかったので控えめな計画となっています。キャッシュポジションなども勘案しながら、ご縁があればさらなる出店はありえます。うどん業態は規模が小さく、先行投資も抑えられることから意外と出店数が増加する可能性もあるかと思っています。長期的な出店につきましては、既存店舗の状況などを踏まえながら臨機応変に対応していく考えです。
なお、新たな展開として推進している「うどん 038」ですが、薄利多売とも思われがちです。しかし、トリドールの「丸亀製麺」や吉野家ホールディングスの「はなまるうどん」などと違い、店舗面積は 10 坪程度と狭く、オペレーションは 1～2 人。家賃の高い駅ナカ立地でもなく、相当の低コスト運営です。しっかりと客数を確保すれば回転も良く、店舗あたりの営業利益率は 10%程度を計画しています。

Q:平林社長の経歴と今後の方針についてお聞かせください

私は 2003 年の上場前、数店舗の段階から店舗運営から給与の支払いなど管理系にいたるまで全てを一人でこなしていました。上場時の目論見書の作成は私ですし、実質 10%超を保有する大株主でもあります。営業や商品開発、外食などに比較的多く携わっていました。

今後は現実をしっかりと受け止めたうえで、月 1 回の取締役会で様々なことを把握していきたいと思います。そして外食事業をさらに強化するとともに、複雑な仕組みなどをシンプルにさせて水産 6 次化モデルのシナジー効果を高めていきたいと考えています。また、外部環境の変化にも素早くチームで対応していきたいと思っています。

Q:中期計画発表の予定はありますか

これまでも投資家などから質問がありました。事業構造を変えるにあたって見直さないといけないところもあり時間がかかってしまいました。しかし、今中間期の段階においては足元で進めている事業再構築の目処がつくでしょう。中間期決算発表となる 2 月には中期経営計画を発表しようと思っています。

Q:「最後に株主・投資家へのメッセージをお願いいたします。」

先日の株主総会でも株価に対する質問は多数でてきました。とにかく、実績をしっかりと残して立て直す過程で評価していただくしかないと現時点では思っております。我々が保有する人材や情報、ネットワークをしっかりさせながら選択と集中を進めて成長軌道に乗せたいと思っております。
社長に就任して何をすべきか、足りないところは何かをこまめに分析しながら実績をあげていく考えです。株主からの期待も大きく、応えていきたいと思います。

5. 今後の注目点

「水産 6 次産業化」に向けた想定以上のコスト増により 26/6 期も営業損失となった。こうした中で、事業構造改革は着実に進めている。やや遅れはしたものの、今中間期末には目処がついてくる模様。「アセット型水産 6 次化モデル」から「ネットワーク型水産 6 次化モデル」に移行することにより、今後は飲食事業における収益がしっかりと売上・利益に反映されるだろう。その飲食事業では既に黒字体質が確立されている。飲食事業が堅調な中で、豊洲の大卸である綜合食品は本格的に軌道に乗っている。「ネットワーク型水産 6 次化モデル」に移行した成果が今後本格的に現れようとしている。
9 月に就任した平林社長は早くから同社経営に携わってきた。長澤氏が代表取締役社長として、コロナ禍の影響など様々な逆風もある中で、これまでに例を見ない水産 6 次産業化を進めていた当時、平林氏は会長としてその経営を支えてきた。そうした取り組みにはやや時間を要したものの、事業構造改革が進んだことで、その成果がまさに表れようとしている。第 1 四半期は堅調に推移している模様。黒字化、増益邁進できるか注目は下期ということになる。26/6 期末の自己資本比率は 2.5%、純資産は 62 百万円にとどまっており、黒字転換が急がれる。今回の取材で、平林社長はしっかりと自信を持って進めていることが実感できた。今後の展開を楽しみにしている。株価は低迷しているものの、黒字化が実現してくればその評価もがらりと変わるだろう。

＜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	5 名、うち社外 2 名
監査役	3 名、うち社外 2 名

◎コーポレート・ガバナンス報告書(更新日:2026 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、現在、新たな中期経営計画を策定中であり、策定が完了次第、適時に開示いたします。

【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。

【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%以上にすることを目指し、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人選し、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。

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が、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いただくと、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