



個人投資家向けIRセミナー
株式会社 **サンクゼール**

代表取締役社長 久世良太

2026年9月12日

証券コード: 2937(東証グロース)

01

会社概要

02

事業モデル・ブランド紹介

03

経営成績・収益構造

04

成長戦略(国内・海外)

05

株主還元方針

01

会社概要

02

事業モデル・ブランド紹介

03

経営成績・収益構造

04

成長戦略(国内・海外)

05

株主還元方針

愛と喜びのある 食卓をいつまでも

Lasting love and joy at your table



会社概要



自己紹介

2002年3月 電気通信大学大学院 電子工学専攻 修了
2002年4月 セイコーエプソン株式会社 入社
2005年4月 株式会社斑尾高原農場(現 株式会社サンクゼール) 入社
2008年8月 同社 取締役 経営サポート本部 本部長
2009年3月 信州大学大学院 イノベーション・マネジメント専攻 修了(MBA取得)
2011年8月 同社 専務取締役
2012年6月 同社 代表取締役専務
2018年6月 株式会社サンクゼール 代表取締役社長
2025年7月 株式会社サンクゼール 代表取締役社長 兼 久世福商店事業本部 本部長(現任)



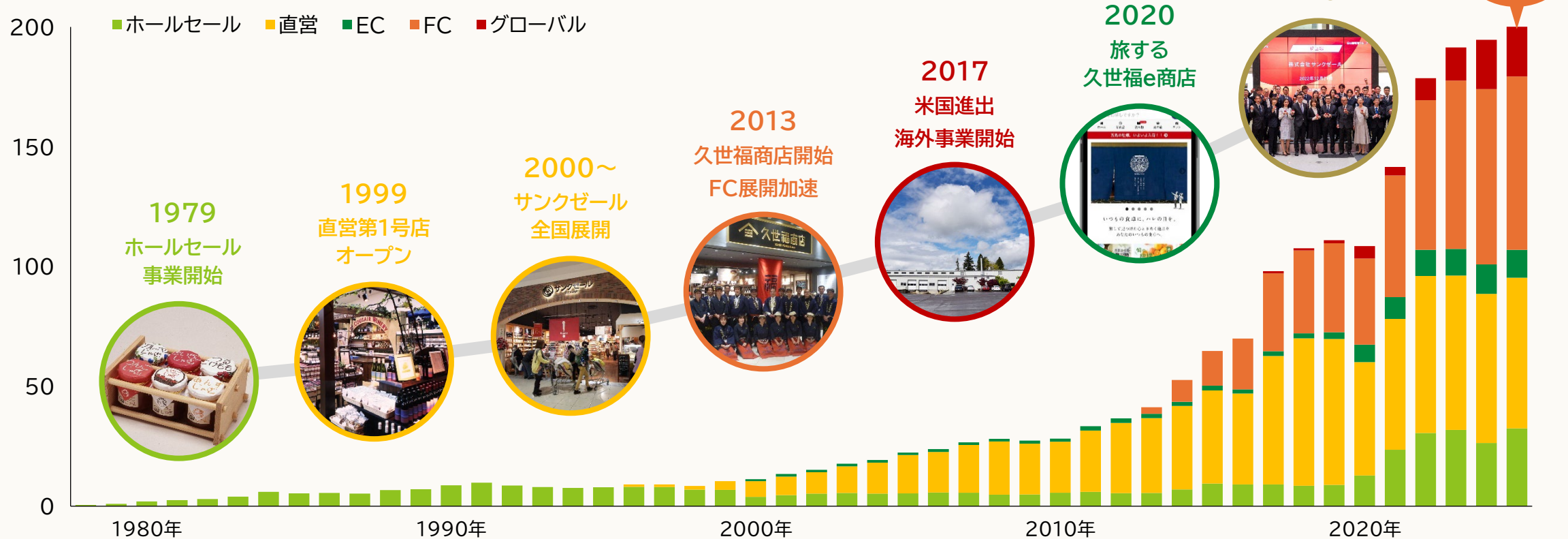
会社名 株式会社サンクゼール
創業 1979年6月1日
設立 1982年6月1日
売上高 206億円(2026年3月期)
従業員 307名(580名) ※2026年3月31日時点
臨時従業員数(契約社員及びパートタイマーを含み、人材派遣会社からの派遣社員は除いております。)は、最近1年間の平均人員を()外数で記載しております。

ブランド        
事業内容 ジャム、ワイン、パスタソース、和惣菜等の製造販売事業(食のSPA)
サンクゼール、久世福商店ブランドの店舗を全国に177店舗展開
※2026年3月31日時点
関連会社 株式会社斑尾高原農場、St.Cousair Inc.(米国)、
St.Cousair Korea Co., Ltd.(韓国)、有限会社長生堂

- ▶ 創業後、10年周期で新たな挑戦を行い、そのたびに販路の拡大・売上成長を実現。
外部環境に合わせて事業変遷を繰り返し、その都度、新たな販路を獲得。

売上高の推移

(単位:億円)



01

会社概要

02

事業モデル・ブランド紹介

03

経営成績・収益構造

04

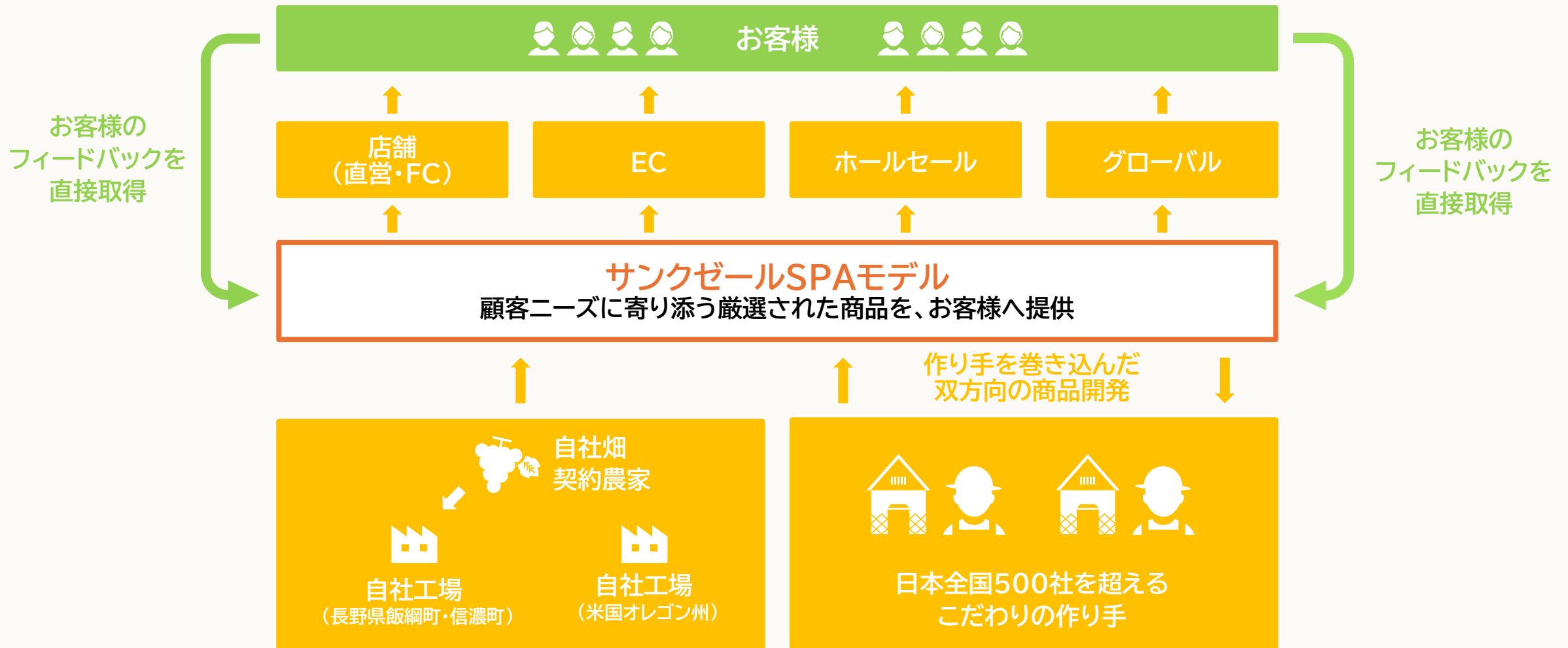
成長戦略(国内・海外)

05

株主還元方針

事業モデル

- ▶ 全国各地の優れた逸品を探し出し、様々なチャネルを通じて販売していくSPA事業を展開。





サンクゼール

Country Comfort

田舎の豊かさ、心地よさ

ワインやジャム、パスタソース等を製造販売するメーカーズブランドです。原点は、創業者夫妻が営んでいたペンションで手作りしたりんごジャム。長野県北信州から、食卓を彩るこだわり商品をお届けします。



久世福商店

日本のうまいものセレクトショップ

創業者の父で、食品卸問屋を営んでいた久世福松氏がブランド名の語源です。日本全国の作り手によって生まれたうまいもの、その一つひとつに新たな価値を加え、唯一無二の「うまいもの」を取り揃えます。



善光寺 仲見世通り
来瑠未堂
KURUMI DOU

ひと粒のくるみに、やさしさ込めて

善光寺仲見世通りに誕生した、くるみを主役にした土産菓子専門店。信州の豊かな自然や食文化、人々の温かな心を、くるみを通してお菓子で表現しています。贈る喜びと受け取る喜びを届ける、新しい信州土産ブランドです。





KUZE FUKU & SONS

Premium Japan Brand

当社グループ米国子会社
St.Cousair Inc.で作った商品を、
グローバル展開するために誕生した
ブランドです。



Portlandia

Healthy. Happy. Together.

オーガニック認証を得たケチャップ
やホットソース等の加工食品を取
り扱い、健康志向が広がる米国
マーケットで高い支持を得ていま
す。



Bonnie's Jams

DISCOVER the TASTE of FRUIT

Bonnie's Jams

DISCOVER the TASTE of FRUIT

砂糖や添加物を極力使わず、素材
本来の味わいを際立たせる製造方
法や、チーズとのペアリングに最
適なフレーバーが多いのが特徴で
す。



KELLY'S JELLY

THE PERFECT COMPLEMENT

ペッパーゼリーやフルーツスプ
レッド等を扱うブランドです。地元
産の高品質な原材料を使用し、
様々な料理とのペアリングを提供
しています。



Blake Hill

Sweet, Savory & Spicy

米国バーモント州発のプレミアム
ジャムブランド。少量バッチ製法
による高品質な商品づくりと、フ
ルーツ本来の味わいを活かした
独創的なレシピが特長です。



本日のアジェンダ

01

会社概要

02

事業モデル・ブランド紹介

03

経営成績・収益構造

04

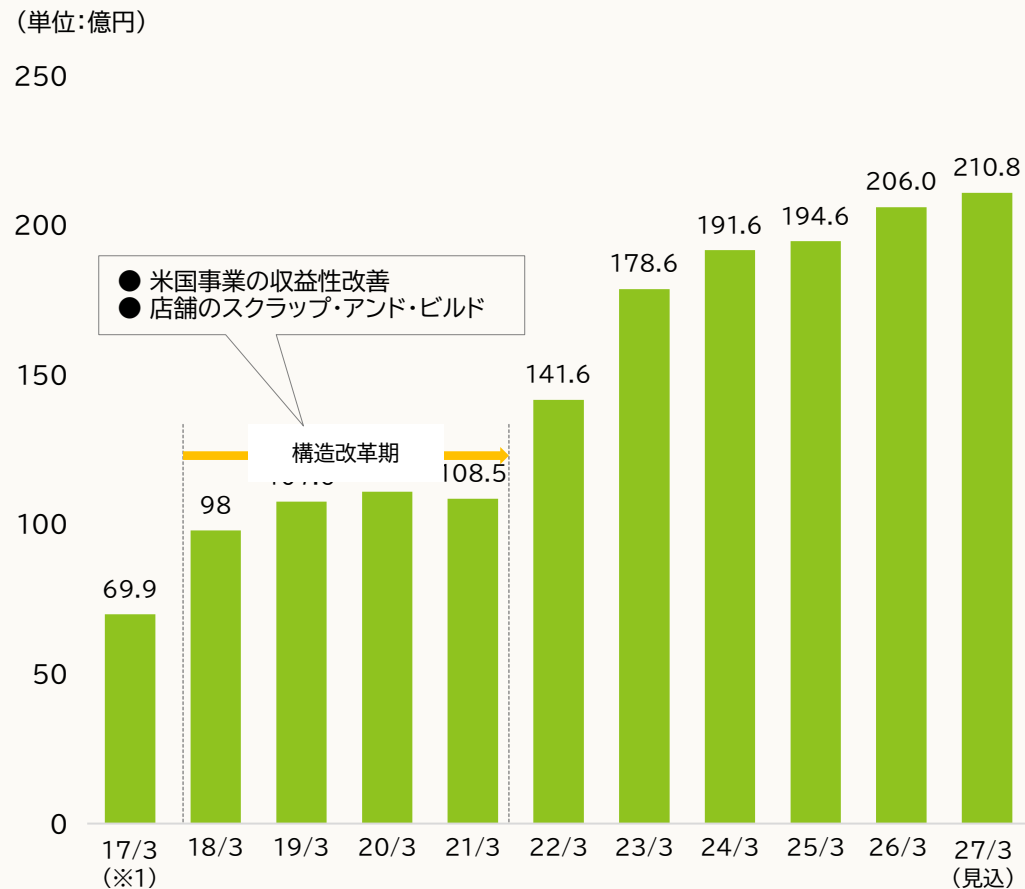
成長戦略(国内・海外)

05

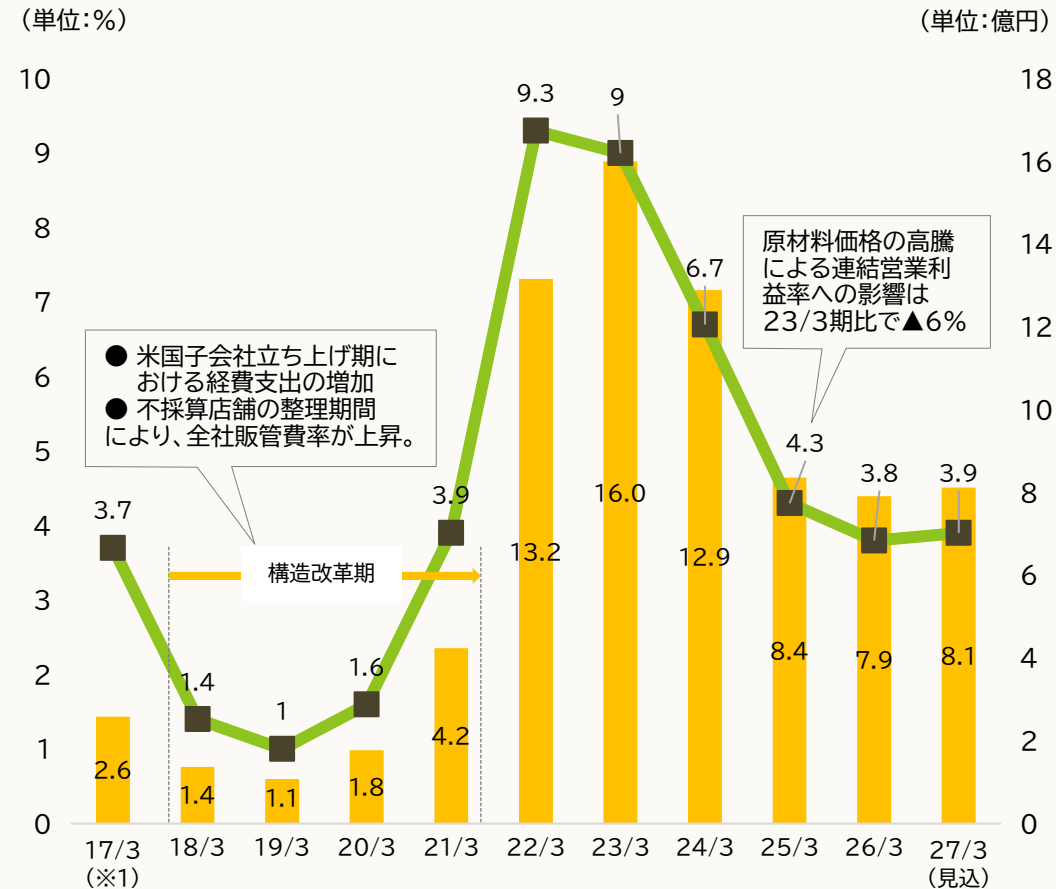
株主還元方針

▶ 2017年3月期からの連結決算売上高及び営業利益の推移。

連結売上高



連結営業利益率



(※1) 17/3期は決算期変更により、2016/6/1から2017/3/31までの10カ月間となっております。(※2) (株)サンクゼール、St.Cousair Inc.、(株)斑尾高原農場の3社を連結範囲に含めております。

収益構造

▶ 4つのチャネルによる商品販売戦略により、収益を獲得。

■ 店舗（直営・FC）

2026年3月期売上高
135 億円

▶ 2026年3月期グループ売上構成比 **65.6%**

施設年商150-500億円の商業施設を中心に、「サンクゼール」、「久世福商店」を出店。



■ グローバル

2026年3月期売上高
26 億円

▶ 2026年3月期グループ売上構成比 **12.9%**

製造販売機能を持つ米国子会社St.Cousair, Inc.を中心に各国の小売企業が主要顧客であり、当社ブランド商品のほか、事業譲受したPortlandia、Bonnie's Jams、KELLY'S JELLY、そしてBlake Hillの商品を製造・販売。



■ ホールセール

2026年3月期売上高
32 億円

▶ 2026年3月期グループ売上構成比 **15.8%**

スーパーマーケットを展開する小売企業が主要顧客であり、当社ブランド商品の販売、他社ブランドのOEM製造を展開。自社小売チャネル（店舗・EC）を通じて得られた消費者ニーズに基づいて、商品を素早く開発、提案。

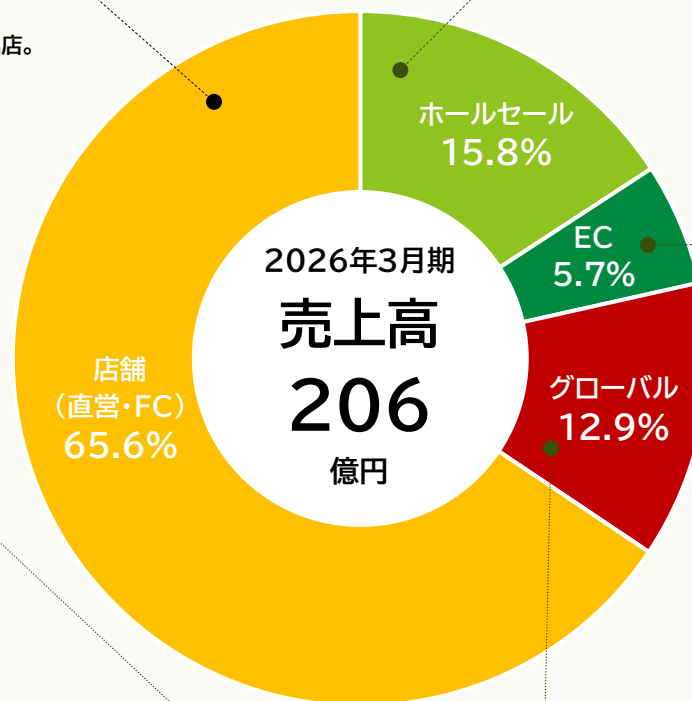
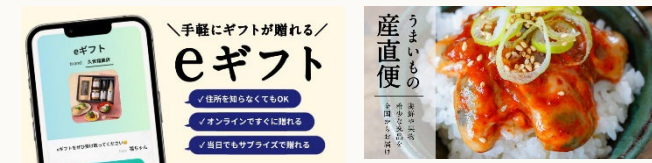
■ EC

2026年3月期売上高
11 億円

▶ 2026年3月期グループ売上構成比 **5.7%**

自社ブランド商品を販売する「自社ブランドEC（公式オンラインショップ、楽天市場店）」を展開。

▶ 自社ブランドECでのさまざまなコンテンツ



本日のアジェンダ

01

会社概要

02

事業モデル・ブランド紹介

03

経営成績・収益構造

04

成長戦略(国内・海外)

05

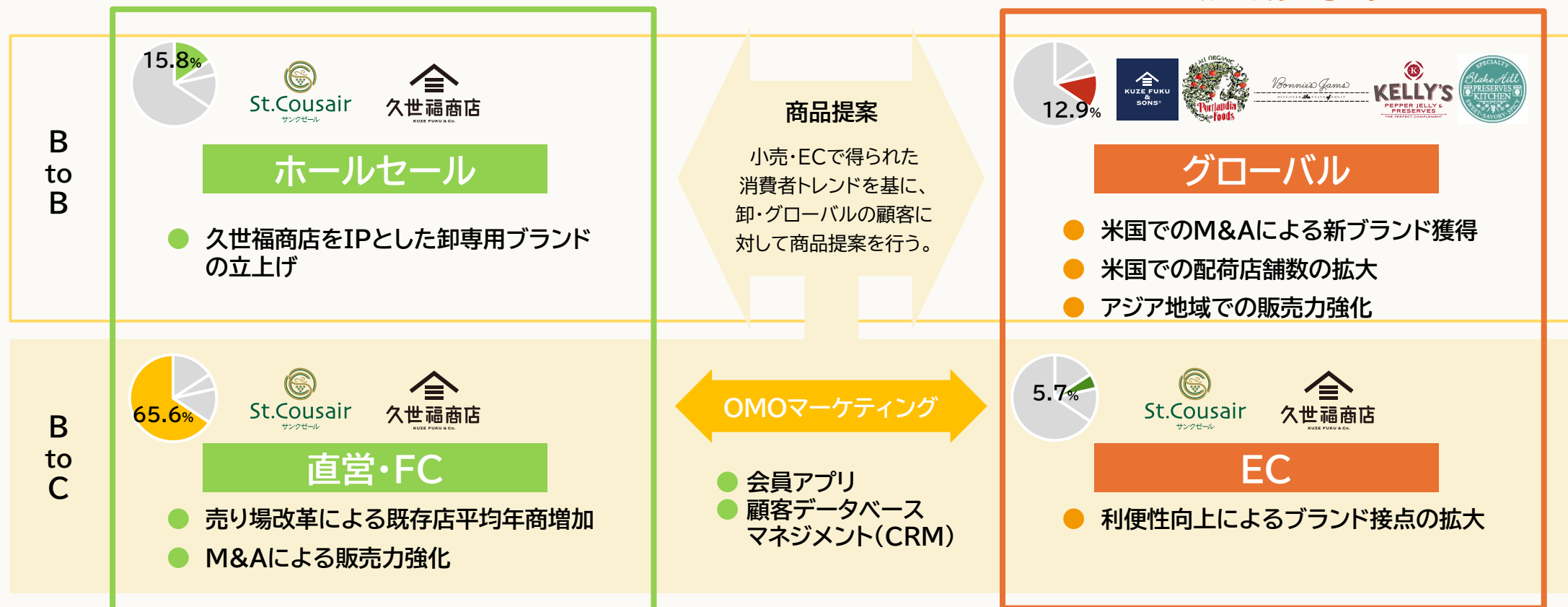
株主還元方針

成長戦略の全体像

- ▶ 国内事業の着実な成長によるキャッシュ創出と、グローバルへの積極投資による成長機会の獲得を両輪で推進。
3つの経営基盤の強化を通じて、中長期的な成長を実現。

安定成長事業

重点成長事業



商品開発力



DX



自社製造工場

3つの重点戦略

- ▶ 成長戦略の中核を担う3つの重点戦略として、久世福商店事業によるキャッシュ創出、成長分野であるグローバル事業の拡大、M&Aを活用した第3の柱の確立を推進。

久世福商店事業
コア事業
による
キャッシュ創出

グローバル事業
成長エンジン
を強化

新規事業・M&A
第3の柱を
確立

3つの重点戦略

久世福商店事業

コア事業
による
キャッシュ創出

グローバル事業

成長エンジン
を強化

新規事業・M&A

第3の柱を
確立

久世福商店事業 | コア事業によるキャッシュ創出

- ▶ コア事業である久世福商店事業が生み出すキャッシュを、グローバル事業の拡大とM&Aへの投資原資として活用。

売上事業規模

178億円

久世福商店店舗+EC+ホールセール

EBITDA

10億円

久世福商店店舗+EC+ホールセール

店舗ネットワーク

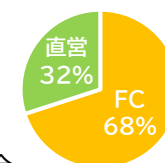
174店舗

直営53店舗、FC121店舗

FCパートナー

17社

直営・FC店舗数割合



生産者ネットワーク

500社超

全国の生産者との共同開発

数値データは2026年3月期

- 大正ロマンをコンセプトにした店舗デザイン



イオンモール須坂店(25年10月オープン)

- 全国各地の生産者を巻き込んだ商品開発



3つの重点戦略

久世福商店事業

コア事業
による
キャッシュ創出

グローバル事業

成長エンジン
を強化

新規事業・M&A

第3の柱を
確立

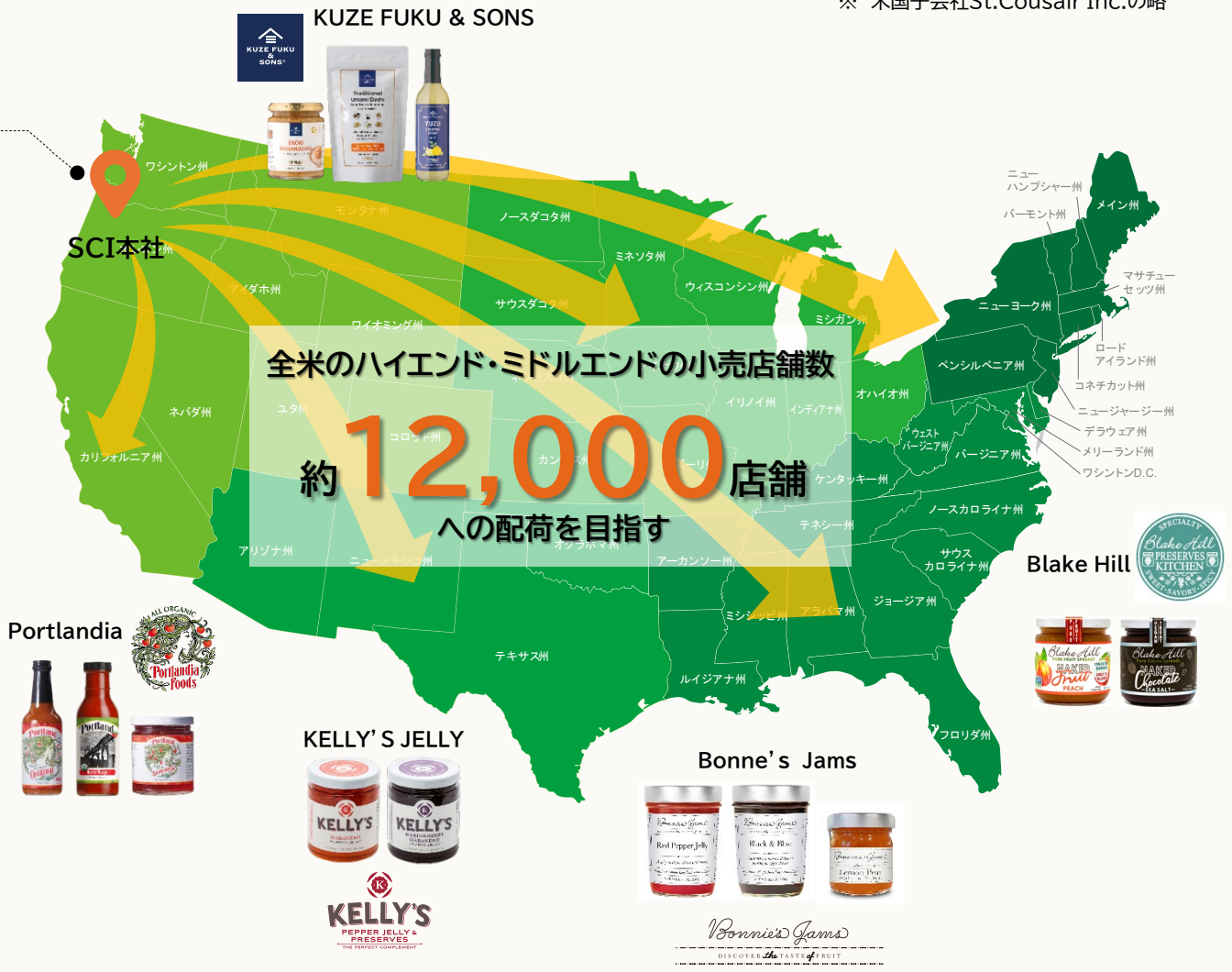
重点成長事業 | グローバル事業の拡大 - 米国 -

▶ M&Aにより獲得したブランドポートフォリオを活用し、SCI※の販売ネットワークを通じたクロスセルで、全米への配荷店舗数を拡大。

※ 米国子会社St.Cousair Inc.の略



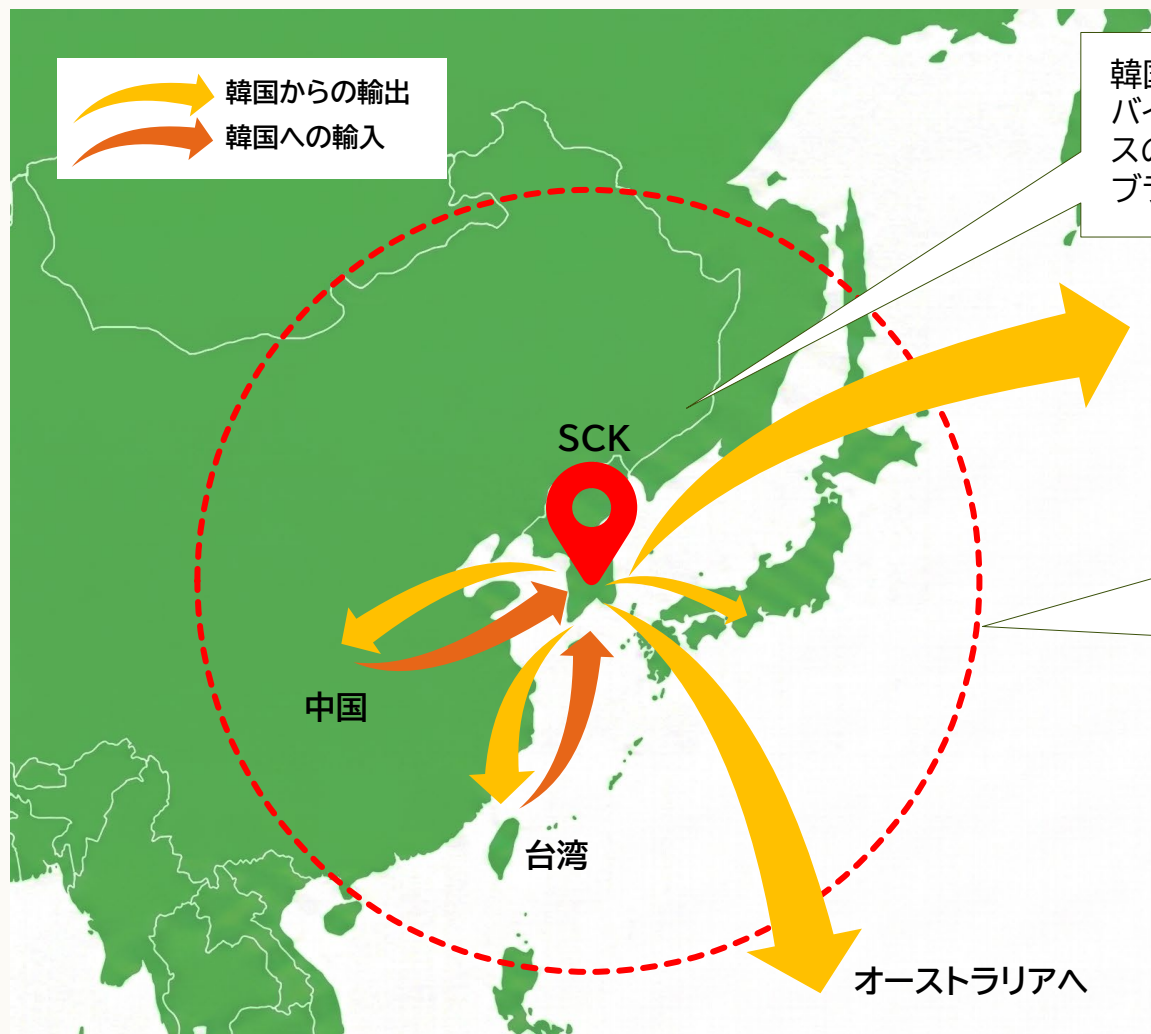
オレゴン州 SCIの製造工場では、ブランド獲得による生産量増加により、工場稼働率が飛躍的に向上



重点成長事業 | グローバル事業の拡大 –アジア–

- ▶ 韓国法人SCK※設立(2025年9月)を契機に、新ブランド立上げでアジアの「うまいもの」を世界へ展開予定。
当社の強みは台湾・日本・米国・韓国バイヤーとの既存ネットワーク × 韓国現地調達力 × 輸出対応力。

※ 韓国子会社St.Cousair Korea Co., Ltd.の略



韓国法人の設立で、現地での商品調達・バイヤー折衝が可能となり、輸出ビジネスの立ち上げと市場拡大を大きく加速。ブランド展開の実務基盤が整う。

アメリカへ

なぜ今アジアなのか

- K-Culture人気を背景に世界的なK-Food需要が急増
- 発見感のあるユニークな商品が多数存在
- 健康志向スナック(高タンパク・グルテンフリー)市場の需要拡大



現在商談中の商品群の一例

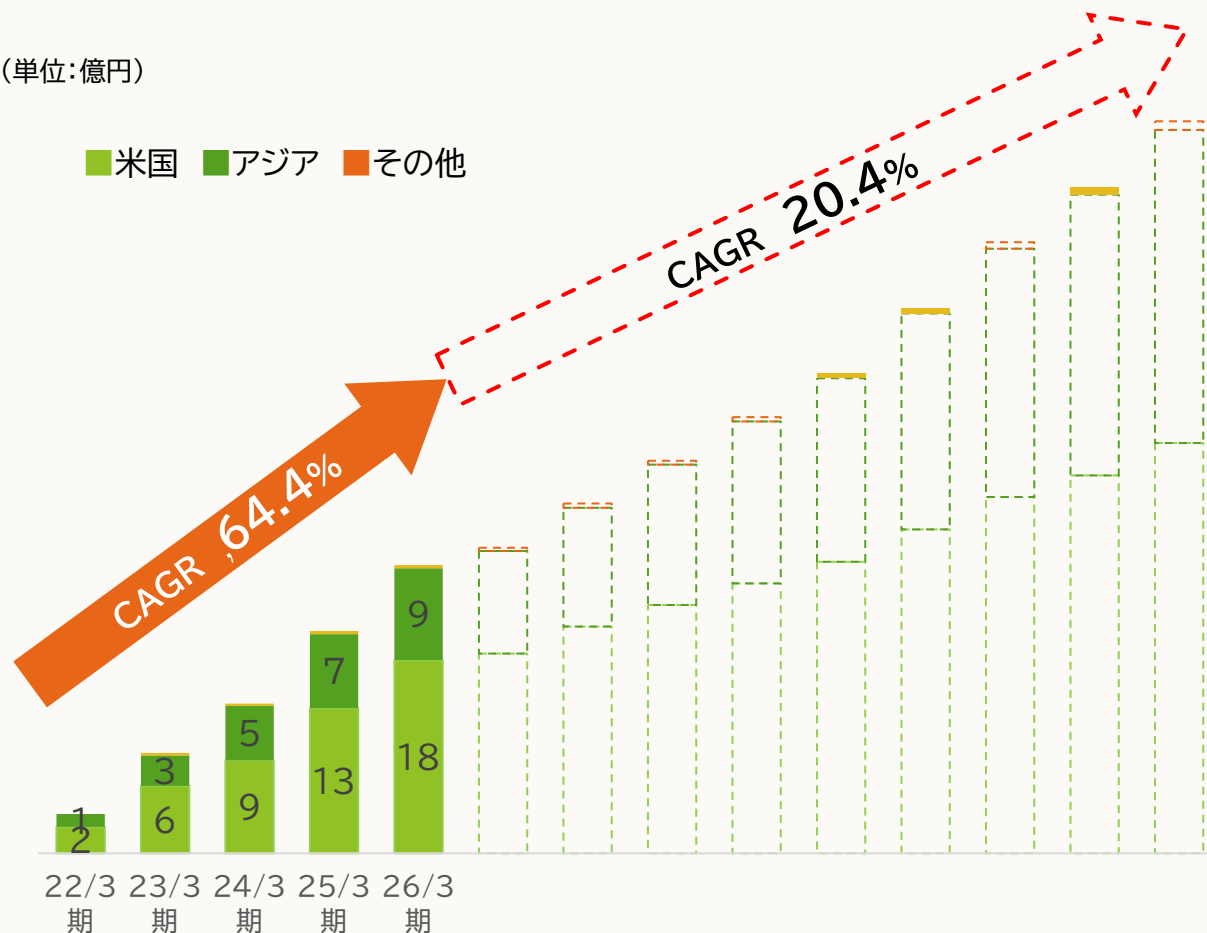
重点成長事業 | グローバル事業の拡大に向けて

- ▶ 重点成長事業となるグローバル事業は、2桁の高いCAGRを維持しながら事業の拡大を目指す。

グローバル事業売上高推移

(単位:億円)

■ 米国 ■ アジア ■ その他



グローバル事業の成長戦略

- M&A企業が持つ既存販路及び顧客の獲得と、クロスセルによる配荷店舗の拡大
- 生産量増加による米国工場稼働率の向上とコストダウン
- 米国M&A実行によるブランドポートフォリオの強化
- 韓国法人を起点に、アジアを中心とした商品開発と販路拡大

3つの重点戦略



第3の柱の確立 | 新規菓子事業の全国展開

- ▶ 長野県 善光寺仲見世通りの「来瑠末堂」を型として、日本各地でお菓子のブランド群を展開。
お菓子事業において、開発・製造・小売機能を有した食のSPAモデルを確立。

菓子ブランド運営ノウハウを蓄積(来瑠末堂)



全国の観光地で、地域菓子ブランドを立ち上げ(M&A、新規開発)

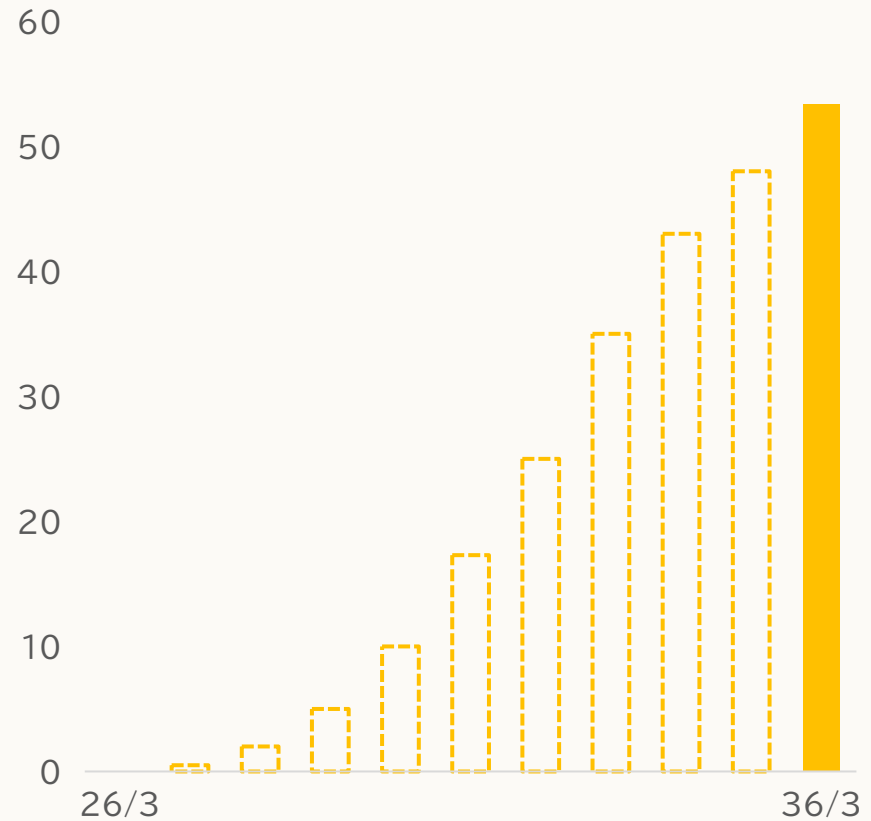


各地域に合ったブランドを確立



新規菓子事業売上高計画

(単位:億円)



地域観光、食文化・事業継承問題の解決／高付加価値事業の確立と拡大



M&A | 事業規模拡大による食のSPA強化

▶ M&Aターゲットは以下の3分野に注力。

重点分野1

製造及び販売事業

内製化の推進により原価低減と利益率の改善を実現。

重点分野2

小売ブランド

販売チャネル拡張により売上成長と在庫回転率の向上を両立。

重点分野3

菓子事業

高付加価値商品の創出により売上総利益率を向上、資本効率の高い成長を実現。

▶ これまでの実績

米国製造工場(オレゴン州・2017年)



国内製造工場(長野市・2025年8月)



Portlandia
(2023年6月)



Bonne's Jams
(2024年10月)



KELLY'S JELLY
(2025年4月)



Blake Hill
(2026年8月)

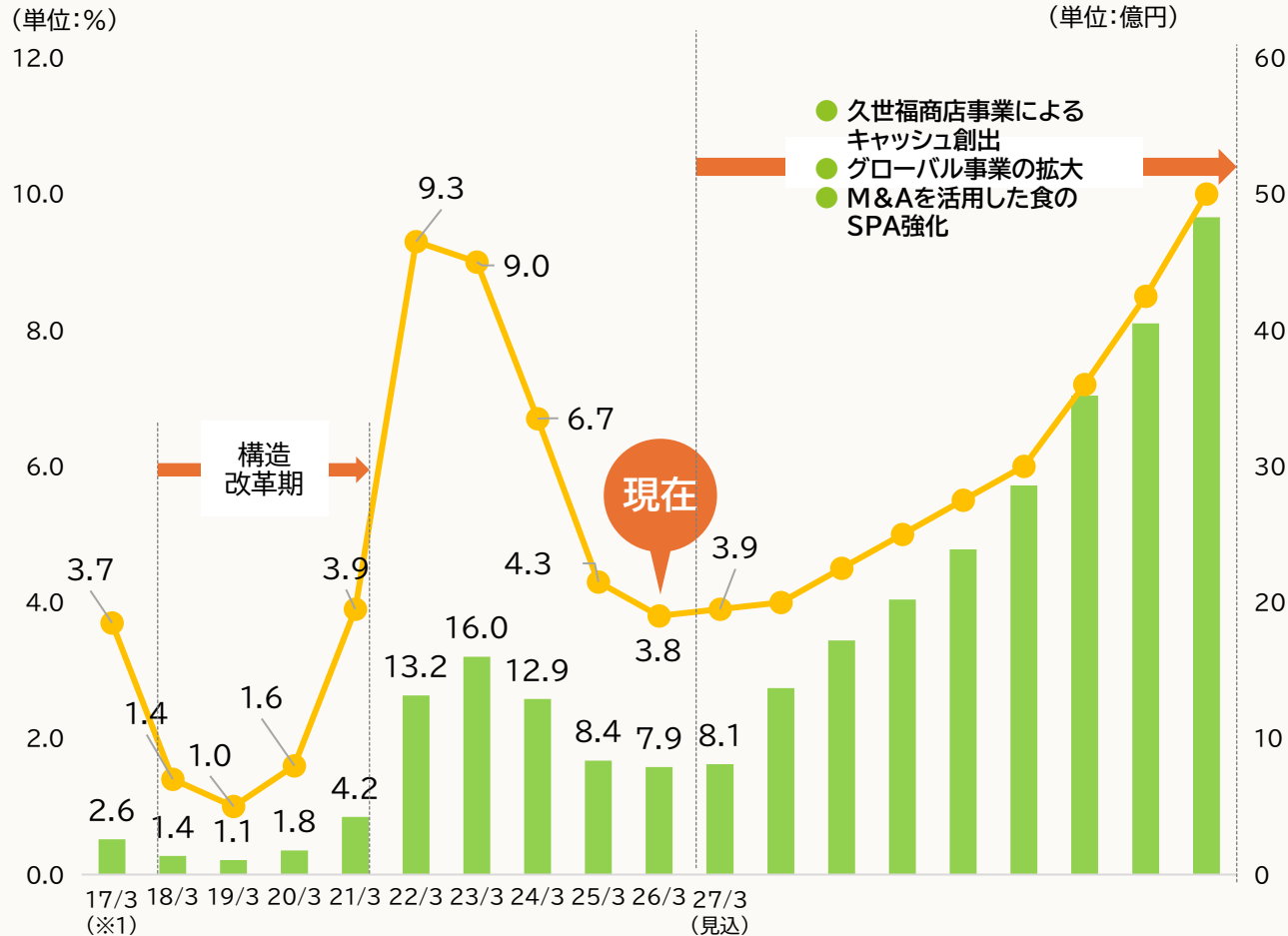


有限会社長生堂
(2025年10月)



▶ 成長戦略の実現により、将来的に営業利益率10%を目指す。

連結営業利益推移



ビジョン2035が目指す成長の源泉

連結売上高 **500** 億円
連結営業利益率 **10%**

- ✓ クリエイティブ・グルメ・カンパニーとして、継続的なブランド創造を実現
- ✓ 食のSPAモデルによる高収益化
- ✓ 1,000社超の生産者ネットワーク形成
- ✓ M&A・事業承継による成長加速
- ✓ ESG・地方創生を軸とした持続可能な企業価値向上



ビジョン2035はこちらから

(※1) 17/3期は決算期変更により、2016/6/1から2017/3/31までの10カ月間となっております。(※2) (株)サンクゼール、St.Cousair Inc.、(株)斑尾高原農場の3社を連結範囲に含めております。

本日のアジェンダ

01

会社概要

02

事業モデル・ブランド紹介

03

経営成績・収益構造

04

成長戦略(国内・海外)

05

株主還元方針

株主還元方針

▶ 成長投資と株主還元のバランスを重視し、安定配当を維持しつつ、中長期の企業価値向上を目指す。

年間配当金

35円

4期連続で維持(23/3～26/3期)

配当性向

52.5%

26/3期(利益変動により変動)

配当利回り

約2.0%

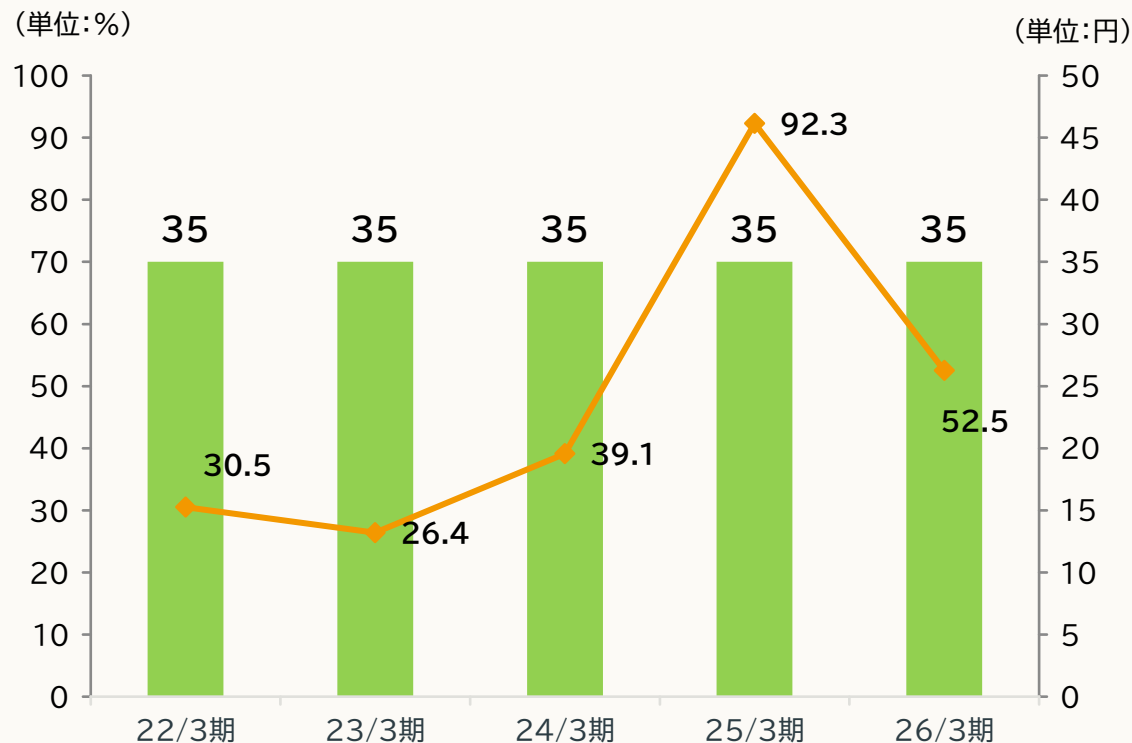
会社予想ベース

自己資本比率

53.6%

健全な財務基盤

配当額と配当性向の推移



株主優待制度

● 2026年

100～499株	・2,500円相当の当社商品詰め合わせギフト ・サービス券500円分
500株以上	・5,000円相当の当社商品詰め合わせギフト ・サービス券1,000円分

対象要件:基準日である3月31日において100株以上を保有し、かつ半年前の9月30日から当社株主名簿に同一株主番号で継続して保有



● 2027年(予定)

100株以上	サービス券2,500円分
300株以上	サービス券8,000円分
500株以上	サービス券14,000円分

特徴

・店舗でもオンラインでも利用可能
・好きな商品を自由に選択
※対象要件に変更はありません。
※株主優待制度の内容は、今後変更となる場合があります

優待利回り

約1.7%~

会社予想ベース
(100～499株の場合)

