

2015年3月期 決算説明会

2015年 6月 3日

喜びを創り喜びを提供する

 寿スピリッツ

<http://www.kotobukispirits.co.jp/>



証券コード 2222

目次

- 2015年3月期 決算概要 P 1～16
- 2016年3月期 通期業績予想 P 17～21
- 今後の経営方針とセグメント別業績の概況 P 22～42
- 株式の状況・株主還元 P 43～47
- 参考情報 P 48～66



2015年3月期 決算概要

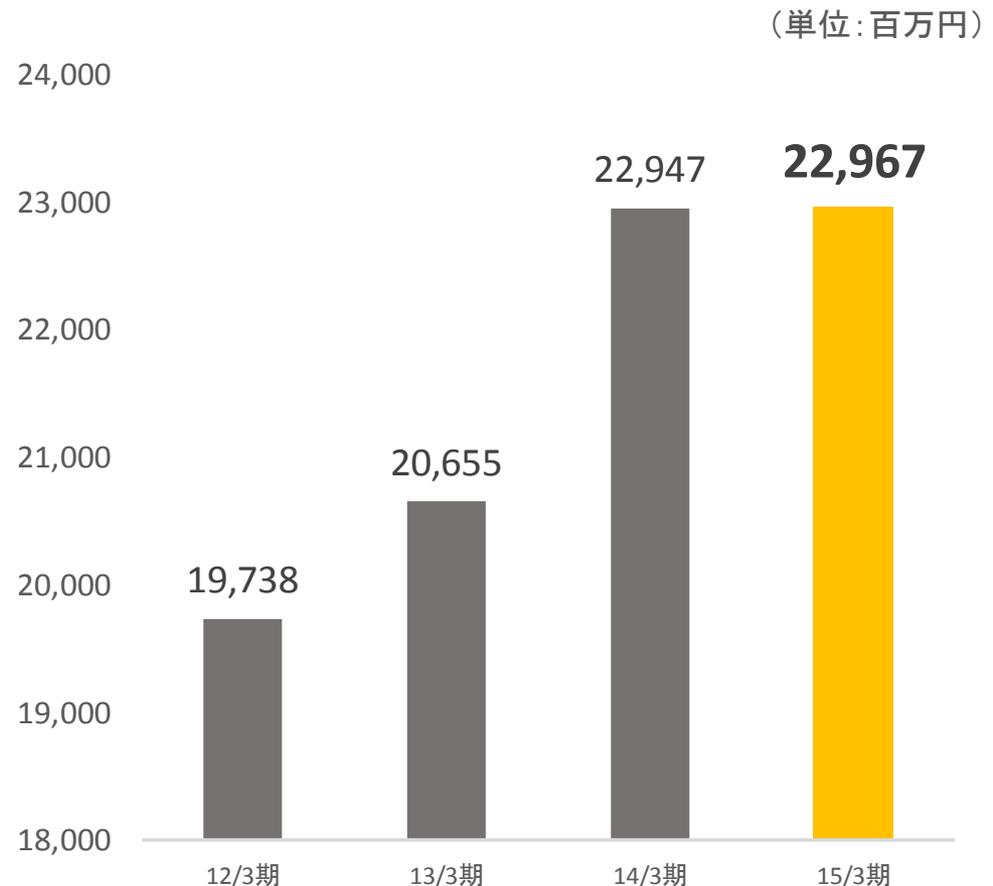
2015年3月期の業績ハイライト①

売上高



22,967 百万円
(前年同期比0.1%増)

●消費増税の影響に加え、出雲大社及び伊勢神宮の遷宮特需の反動減などのマイナス要因があった中、新規出店効果及び首都圏での販売が好調に推移した結果、微増ながら**4期連続で過去最高売上を更新**。



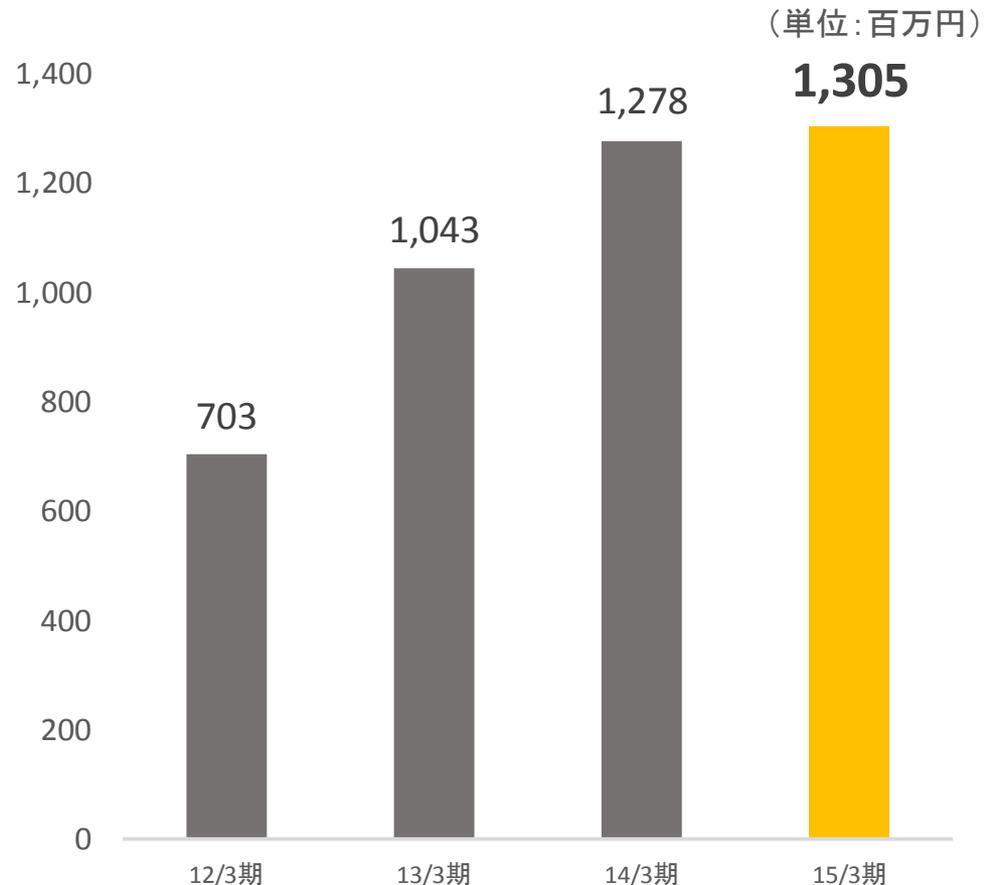
2015年3月期の業績ハイライト②

当期純利益



1,305 百万円
(前年同期比2.1%増)

●法人税制改正の影響及び繰延税金資産の見直しにより税金費用が減少した結果、当期純利益は微増ながら**3期連続で過去最高益を更新**。



通期のトピックス

首都圏への積極攻勢、ブランド認知度向上

- ①「シュクレイ」販売力の強化で2割増収、営業利益は倍増
 (売上高 **2,795**百万円 前期比**+19.7%** / 営業利益 **149**百万円 同**+103.3%**)

築地 ちとせ



東京フィナンシェ
 GOLD BUTTER & SILVER SUGAR
 金のバターと銀の砂糖



- ②フレンチトースト専門店「Ivorish」2号店 東京進出(2014.4)

(Ivorishの売上高 **279**百万円 前期比**+223.2%**)

全国区メディアに多数取り上げられ、認知度が向上



業績サマリー

ROE 15.3% 3期連続で15%以上を維持

(単位:百万円)

	2011.3期	2012.3期	2013.3期	2014.3期	2015.3期
売上高 (対前期比)	18,432 (△1.5%)	19,738 (+7.1%)	20,655 (+4.6%)	22,947 (+11.1%)	22,967 (+0.1%)
営業利益 (対前期比)	1,254 (△29.4%)	1,565 (+24.7%)	1,871 (+19.6%)	2,342 (+25.2%)	2,034 (△13.2%)
経常利益 (対前期比)	1,315 (△27.6%)	1,526 (+16.0%)	1,889 (+23.8%)	2,362 (+25.0%)	2,070 (△12.4%)
当期純利益 (対前期比)	580 (△40.9%)	703 (+21.1%)	1,043 (+48.3%)	1,278 (+22.6%)	1,305 (+2.1%)
売上高経常利益率(%)	7.1	7.7	9.1	10.3	9.0
EPS (円)	55.93	67.76	100.51	123.21	125.77
BPS (円)	556.61	601.48	683.47	775.95	865.60
ROE (%)	10.3	11.7	15.6	16.9	15.3

2015年3月期業績(対前期)

売上高 対前期比0.1%増、当期純利益 対前期比2.1%増

(百万円、%)	14年3月期		15年3月期		対前期	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上高	22,947	—	22,967	—	20	0.1
売上総利益	12,239	53.3	12,215	53.2	△ 24	△ 0.2
販売管理費	9,897	43.1	10,181	44.3	284	2.9
営業利益	2,342	10.2	2,034	8.9	△ 309	△ 13.2
経常利益	2,362	10.3	2,070	9.0	△ 292	△ 12.4
当期純利益	1,278	5.6	1,305	5.7	27	2.1
EPS(円)	123.21		125.77		2.56	2.1
ROE(%)	16.9		15.3		△ 1.60	△ 9.5

セグメント別の業績(対前期)

シュクレイ 販売力強化により増収・増益

(百万円、%)	売上高				営業利益		
	14/3期	15/3期	増減額	増減率	14/3期	15/3期	増減額
ケイシイシイ	8,267	8,331	64	0.8	1,079	957	△ 122
寿製菓	7,880	7,482	△ 398	△ 5.0	772	535	△ 237
販売子会社	4,619	4,434	△ 185	△ 4.0	281	225	△ 56
九十九島グループ	3,104	3,409	305	9.8	169	149	△ 20
但馬寿	1,125	998	△ 126	△ 11.2	86	24	△ 61
シュクレイ	2,336	2,795	459	19.7	74	149	76
その他	198	26	△ 172	△ 86.7	△ 240	△ 64	176
セグメント計	27,529	27,476	△ 52	△ 0.2	2,221	1,976	△ 245
調整額	△ 4,582	△ 4,509	72	△ 1.6	122	58	△ 64
合 計	22,947	22,967	20	0.1	2,342	2,034	△ 309

(主要セグメントの状況)

●ケイセイセイ 増収・減益

通販売上が減収となった一方、ルタオ主力商品の道内卸展開などにより、僅かながらも増収を確保。利益面では、販売力強化に伴う人件費の増加などにより減益。2年目となる新ブランド東京・表参道の「GLACIEL」は、通販・催事等の販売チャンネル拡大に注力。

●寿製菓 減収・減益

焼き菓子系商品などの新商品開発に注力したものの、出雲大社の遷宮効果の反動減により、「お菓子の壽城」をはじめとする山陰地区が落ち込んだ結果、減収・減益。

●販売子会社 減収・減益

関西地区は新商品の拡販、催事展開の強化などにより堅調に推移。一方、東海地区は伊勢神宮の遷宮効果の反動減により苦戦した結果、減収・減益。

●九十九島グループ 増収・減益

売上面は、新ブランド「Ivorish」の渋谷出店などが寄与し増収となった一方、利益面は人件費の増加などにより減益に。

●但馬寿 減収・減益

伊勢神宮の遷宮効果の反動減に起因したグループ向け売上の低迷などにより減収・減益。

●シュクレイ 増収・増益

販売力の強化によりブランド認知度向上、不採算店の退店などにより利益率改善図る。

●その他 減収・増益（損失縮小）

健康食品事業の見直し及び通販システムサービス事業の中止により減収となった一方、損失は縮小。

売上高(販売チャンネル別)

店舗販売が販売力強化により伸長

(百万円、%)	14年3月期		15年3月期		対前期	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上高	22,947	—	22,967	—	20	0.1
通信販売	2,828	12.3	2,430	10.6	△ 398	△ 14.1
(内ルタオ通販)	2,450	10.7	2,057	9.0	△ 393	△ 16.0
店舗販売	9,041	39.4	9,786	42.6	745	8.2
卸売	10,882	47.4	10,725	46.7	△ 157	△ 1.4
その他	195	0.9	25	0.1	△ 170	△ 87.1

(注) 店舗販売は、主に直営店舗、催事など

卸売は、主に小売店(駅、空港、SAなど)、代理店卸、OEMなど

その他は健康食品事業、損害保険代理業など

売上原価・売上総利益

売上総利益率 対前期比 0.1ポイント減少

(百万円、%)	14年3月期		15年3月期		対前期	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上高	22,947	—	22,967	—	20	0.1
材料費	5,814	25.3	5,768	25.1	△ 46	△ 0.8
労務費	2,819	12.3	2,849	12.4	30	1.1
製造経費	1,251	5.5	1,265	5.5	14	1.1
製造原価計	9,884	43.1	9,882	43.0	△ 2	△ 0.0
その他	824	3.6	870	3.8	46	5.6
売上原価合計	10,707	46.7	10,752	46.8	44	0.4
売上総利益	12,239	53.3	12,215	53.2	△ 24	△ 0.2

販売管理費・営業利益

販売管理費 対売上比率 1.2ポイント増加

(百万円、%)	14年3月期		15年3月期		対前期	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上総利益	12,239	53.3	12,215	53.2	△ 24	△ 0.2
人件費	3,879	16.9	4,150	18.1	271	7.0
販売促進費	1,889	8.2	1,856	8.1	△ 33	△ 1.8
運賃	780	3.4	816	3.6	36	4.6
広告宣伝費	357	1.6	243	1.1	△ 114	△ 31.9
地代家賃	924	4.0	1,040	4.5	116	12.5
減価償却費	326	1.4	316	1.4	△ 10	△ 3.0
旅費交通費	323	1.4	378	1.6	55	17.1
その他	1,419	6.2	1,382	6.0	△ 37	△ 2.6
販売管理費	9,897	43.1	10,181	44.3	284	2.9
営業利益	2,342	10.2	2,034	8.9	△ 309	△ 13.2

●人件費の増加は、首都圏での展開強化及び販売力強化に向けた積極的な人材採用と、賞与の増額などが主要因。

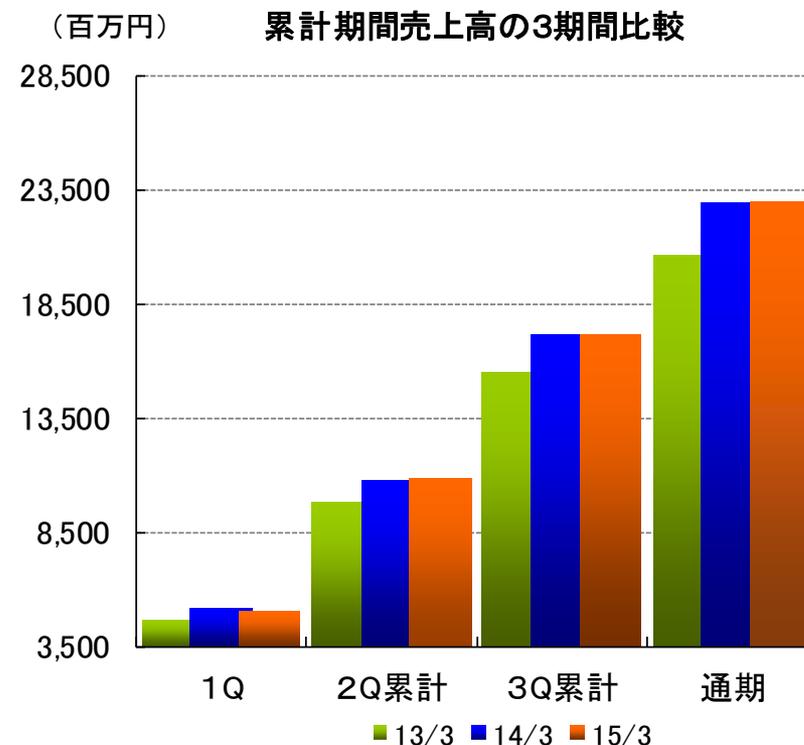
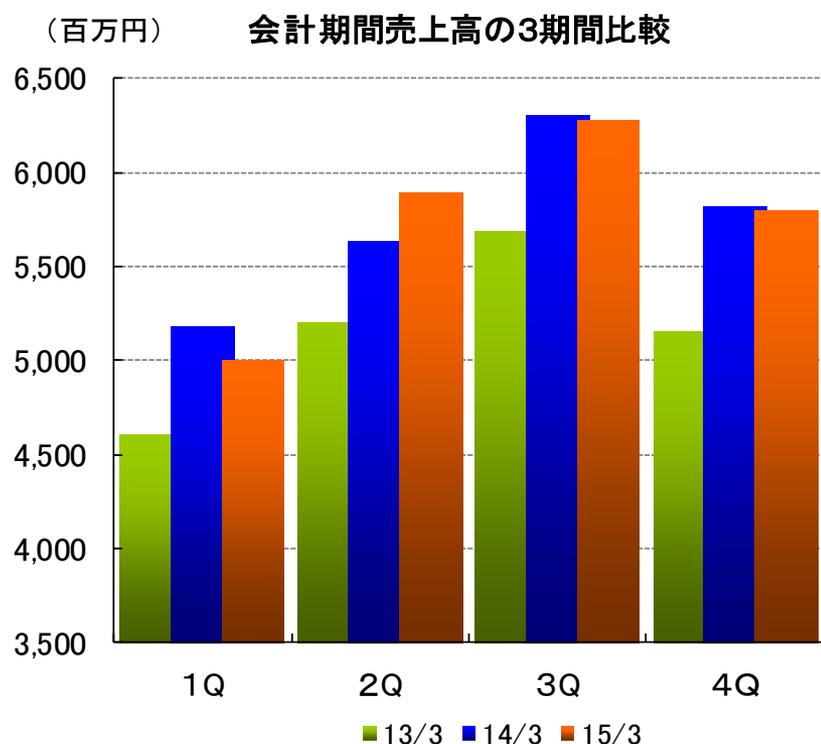
公表数字に対する達成率

売上面・利益面ともに期初予想未達

(百万円、%)	期初予想 2014.5.13公表		修正予想 2015.2.2公表		15年3月期		対期初予想	
	金額	売上比	金額	売上比	金額	売上比	増減額	達成率
	売上高	23,500	—	22,800	—	22,967	—	△ 533
売上総利益	12,640	53.8	12,020	52.7	12,215	53.2	△ 425	96.6
販売管理費	10,140	43.1	10,080	44.2	10,181	44.3	41	100.4
営業利益	2,500	10.6	1,940	8.5	2,034	8.9	△ 466	81.3
経常利益	2,500	10.6	1,960	8.6	2,070	9.0	△ 430	82.8
当期純利益	1,470	6.3	1,150	5.0	1,305	5.7	△ 165	88.8

四半期業績の推移(売上高)

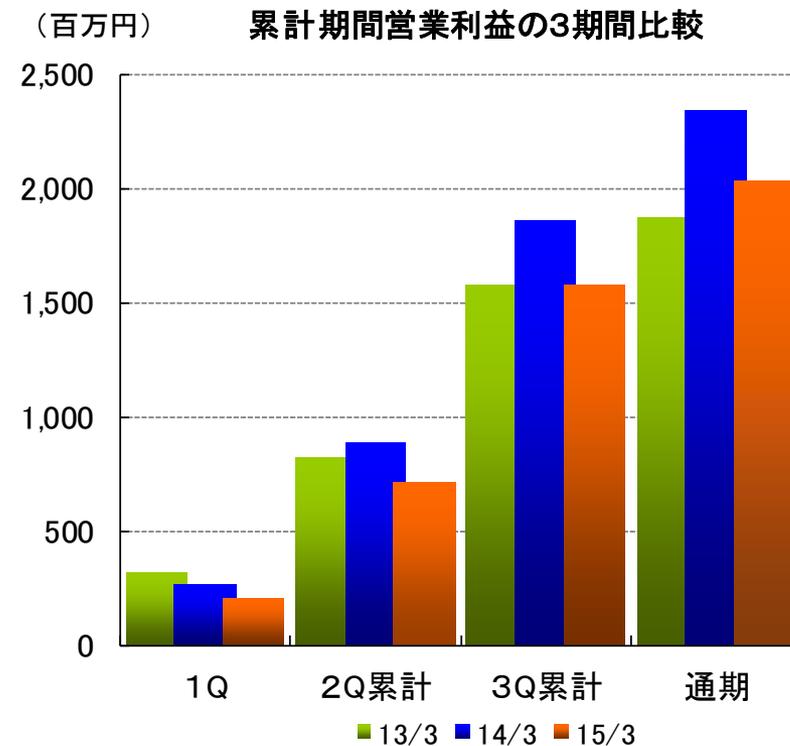
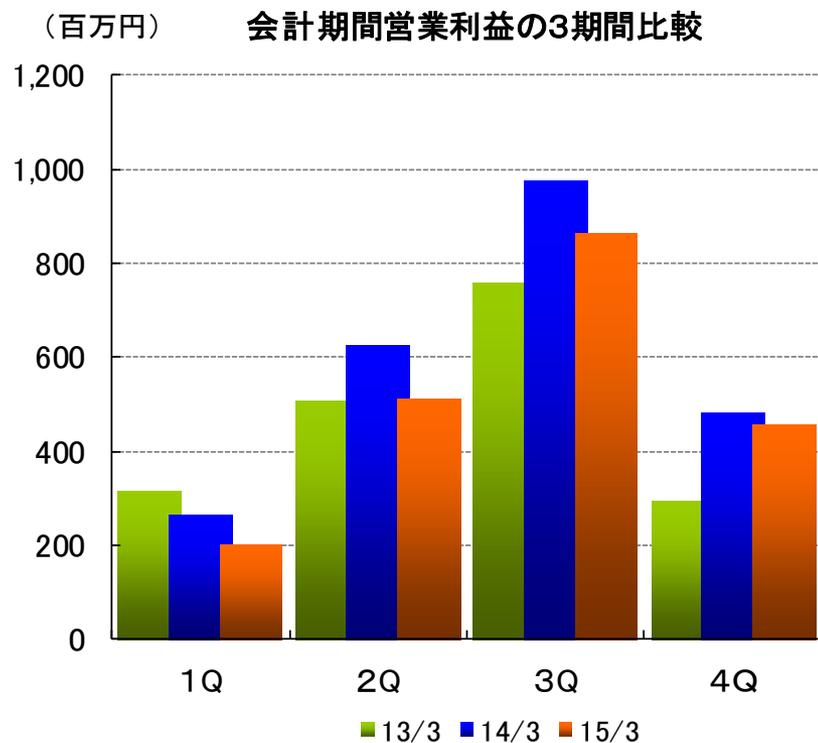
売上高 第4四半期会計期間 0.3%減 累計期間 0.1%増



(百万円)	会計期間				累計期間			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q累計	3Q累計	通期
13/3	4,604	5,205	5,689	5,157	4,604	9,809	15,497	20,655
14/3	5,185	5,638	6,304	5,820	5,185	10,823	17,126	22,947
15/3	5,001	5,889	6,275	5,802	5,001	10,890	17,165	22,967
増減率	△3.6%	4.5%	△0.5%	△0.3%	△3.6%	0.6%	0.2%	0.1%

四半期業績の推移(営業利益)

営業利益 第4四半期会計期間 5.2%減 累計期間 13.2%減



(百万円)	会計期間				累計期間			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q累計	3Q累計	通期
13/3	316	506	757	293	316	822	1,578	1,871
14/3	263	624	975	480	263	887	1,862	2,342
15/3	202	510	866	456	202	712	1,578	2,034
増減率	△23.4%	△18.2%	△11.1%	△5.2%	△23.4%	△19.7%	△15.2%	△13.2%

貸借対照表

自己資本比率 対前期比5.8ポイント増加の61.1%

(百万円、%)	13年3月期		14年3月期		15年3月期		対前期末	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
流動資産	6,120	44.5	6,580	45.2	6,606	45.0	26	0.4
固定資産	7,635	55.5	7,977	54.8	8,089	55.0	112	1.4
資産合計	13,755	100.0	14,558	100.0	14,695	100.0	137	0.9
流動負債	5,070	36.9	4,852	33.3	4,260	29.0	△ 593	△ 12.2
固定負債	1,595	11.6	1,656	11.4	1,456	9.9	△ 200	△ 12.1
負債合計	6,665	48.5	6,508	44.7	5,716	38.9	△ 793	△ 12.2
純資産	7,090	51.5	8,049	55.3	8,979	61.1	930	11.6
負債純資産合計	13,755	100.0	14,558	100.0	14,695	100.0	137	0.9
BPS(円)	683.47		775.95		865.60		89.65	11.6
設備投資額	555		854		599		△ 255	△ 29.9
減価償却費	591		625		637		12	1.9

キャッシュ・フロー計算書

ネット有利子負債がマイナス 実質無借金

(百万円、%)	13年3月期	14年3月期	15年3月期	対前期	
	通期	通期	通期	増減額	増減率
営業活動CF	1,574	1,846	1,896	50	2.7
投資活動CF	△ 708	△ 523	△ 834	△ 311	59.3
フリーCF	866	1,322	1,062	△ 261	△ 19.7
財務活動CF	△ 741	△ 939	△ 997	△ 58	6.2
cash増減	125	384	65	△ 319	△ 83.1
cash期首	1,982	2,107	2,491	384	18.2
cash期末	2,107	2,491	2,555	65	2.6
有利子負債	3,170	2,581	2,025	△ 556	△ 21.5
現金・預金	2,648	2,691	2,755	65	2.4
ネット有利子負債※	522	△ 110	△ 730	△ 620	565.4

※ネット有利子負債(有利子負債－現金・預金)



2016年3月期 通期業績予想

2016年3月期 通期業績予想(前年対比)

事業施策の積極展開により、更なる増収・増益を目指す！

売上高23,700百万円(前期比3.2%増)、経常利益2,150百万円(前期比3.9%増)

(百万円、%)	15年3月期		16年3月期(予想)		対前期	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上高	22,967	-	23,700	-	733	3.2
売上総利益	12,215	53.2	12,660	53.4	445	3.6
販売管理費	10,181	44.3	10,510	44.3	329	3.2
営業利益	2,034	8.9	2,150	9.1	116	5.7
経常利益	2,070	9.0	2,150	9.1	80	3.9
純利益 ※	1,305	5.7	1,390	5.9	85	6.5
EPS(円)	125.77		134.00		8.23	6.5
1株当たり配当金(円)	40.00		40.00		-	-
設備投資	599		650		51	8.6
減価償却費	637		640		3	0.5

※純利益＝親会社株主に帰属する当期純利益

(2016年3月期 通期業績予想のポイント)

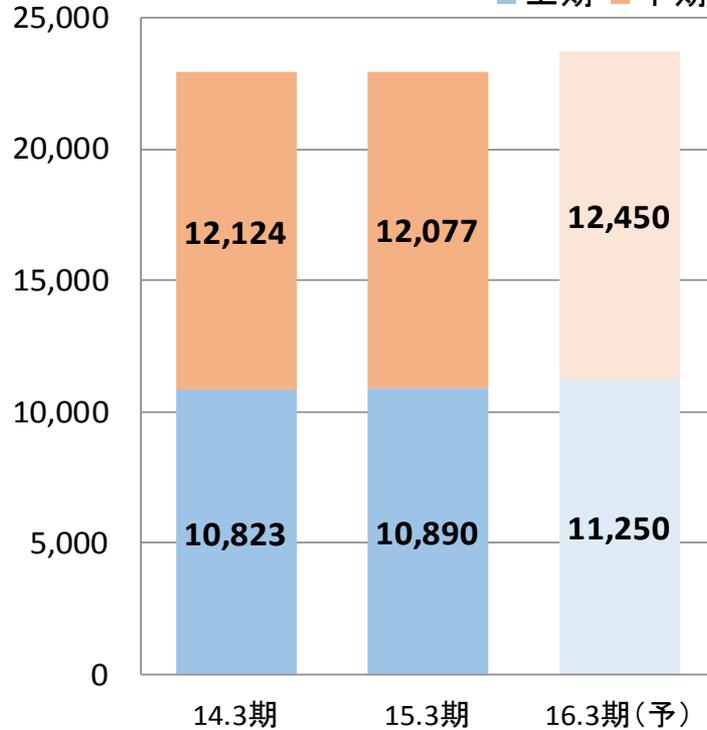
- 今後の見通しは、インバウンド（訪日外国人旅行者）の増加の勢いは依然として力強く、また、企業収益や所得環境の改善などにより景気は緩やかな回復が期待される一方で、原材料価格の高止まりや人件費の上昇などのコスト増加が懸念されるほか、企業間競争も一層激化し、引き続き厳しい状況で推移するものと予想。
- 増収見込みの要因は、主にインバウンド対策・首都圏での展開強化に加え、台湾子会社を連結の範囲に含めたこと（売上予想230百万円）によるもの。
- 原材料価格の動向は、天候不順による減産、円安の影響などにより高値で推移。生産性の改善などによる自助努力によるコスト吸収と主力商品のリニューアルによる価格改定を適宜検討していく。
- 設備投資額は、生産性向上に製造設備の更新・導入などにより650百万円、減価償却費予想は640百万円。

2016年3月期 通期業績予想(上期・下期比較)

(百万円)

売上高

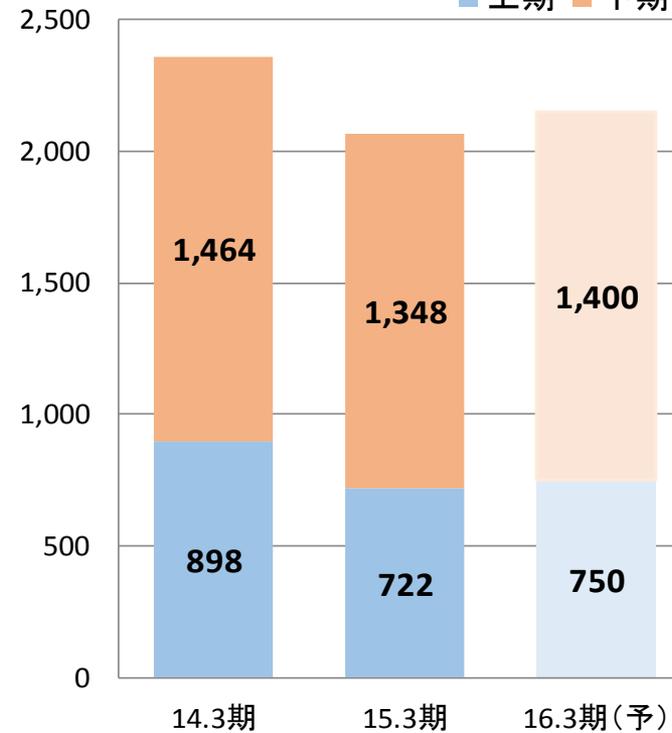
■ 上期 ■ 下期



(百万円)

経常利益

■ 上期 ■ 下期



(単位:百万円)

	売上高						経常利益					
	14.3期	構成比	15.3期	構成比	16.3期(予)	構成比	14.3期	構成比	15.3期	構成比	16.3期(予)	構成比
上期	10,823	47.2%	10,890	47.4%	11,250	47.5%	898	38.0%	722	34.9%	750	34.9%
下期	12,124	52.8%	12,077	52.6%	12,450	52.5%	1,464	62.0%	1,348	65.1%	1,400	65.1%
通期	22,947	100.0%	22,967	100.0%	23,700	100.0%	2,362	100.0%	2,070	100.0%	2,150	100.0%

2016年3月期 通期業績予想(セグメント別)

(百万円、%)	売上高				営業利益		
	15/3月期	16/3月期予	増減額	増減率	15/3月期	16/3月期予	増減額
ケイシイシイ	8,331	8,500	169	2.0	957	940	△ 17
寿製菓	7,482	7,560	78	1.0	535	490	△ 45
販売子会社	4,434	4,500	66	1.5	225	210	△ 15
九十九島グループ	3,409	3,500	91	2.7	149	130	△ 19
但馬寿	998	1,000	2	0.2	24	20	△ 4
シュクレイ	2,795	3,100	305	10.9	149	170	21
その他	26	250	224	-	△ 64	△ 50	14
セグメント計	27,476	28,410	934	3.4	1,976	1,910	△ 66
調整額	△ 4,509	△ 4,710	△ 201	-	58	240	182
合計	22,967	23,700	733	3.2	2,034	2,150	116

●各セグメントの減収要因及び調整額の増収要因は、主に親子会社間の取引の見直しの影響によるものであります。なお、親子会社取引は連結上相殺されるため、連結損益への影響はありません。

●セグメント「その他」の増収要因は、非連結子会社の台湾北壽心股份有限公司を2016年3月期より連結の範囲に含めることによるものです。 - 21 -



今後の経営方針とセグメント別業績の概況

ビジョン(目指すべき方向性)

全国各地のお菓子のオリジナルブランドとショップブランドを創造する

「お菓子の総合プロデューサー」

General Producer of the Sweets

- 「**高い価値の創造**」をテーマに美味しさ、品質に徹底的にこだわり「**地域性**(Local)」と「**専門店性**(Specialty)」を追求した独創性のあるお店及びお菓子創りを推進
- 地域ごとのマーケット特性にマッチしたお土産、パーソナル・ギフトから自家用まで多様な**プレミアムスイーツ**(Premium Sweets)の需要にブランドポートフォリオで適応

今後の経営方針

2015年経営スローガン

WSR

ワールド サプライジング リゾート宣言

今後の経営方針

2015年経営スローガン

ワールド サプライジング リゾート宣言

The Declaration of World Surprising Resort

商品力、売場力、接客力、営業力、イベント力、キャンペーン力そしてブランド力をWSR化する。

(ワールド サプライジング リゾート宣言とは)

ワールド(W) = **世界**へ

サプライジング(S) = ありえないほどの**驚き**の

リゾート(R) = 非日常(**超感動**)を提供する

目標指標 売上高経常利益率 **20%**

持続的な成長に向け、更なる粗利率の改善と成長戦略の遂行に注力

当面の重点施策

①インバウンド対策の強化

- ・国内主要国際空港(成田・羽田・関空・札幌など)における免税売店等への販売強化
- ・直営店舗での免税対応、外国語接客・表示対応

②海外展開(海外における事業モデルの構築)

- ・東南アジアを中心に フランチャイズ方式、合併方式、直接進出 など

③首都圏でのWSR化展開の推進

- ・多ブランド展開のシュクレイ 販売力強化によるブランド力の向上
- ・3年目に入る新ブランド(Ivorish、GLACIEL)の確立
- ・催事展開の推進

④プレミアム・スイーツの創出と育成

- ・地域、チャンネル特性にマッチした新商品開発
- ・主力商品のリニューアルによるバージョンアップと価格改定
- ・季節イベント、キャンペーン展開

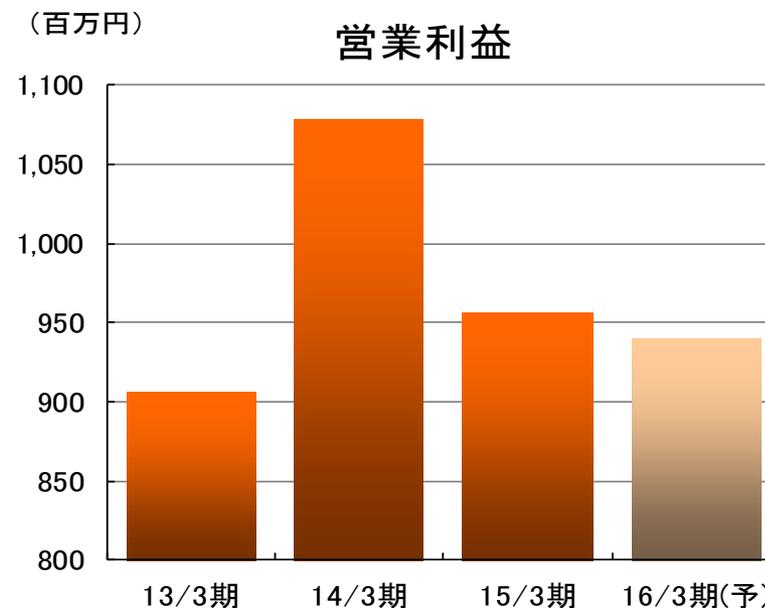
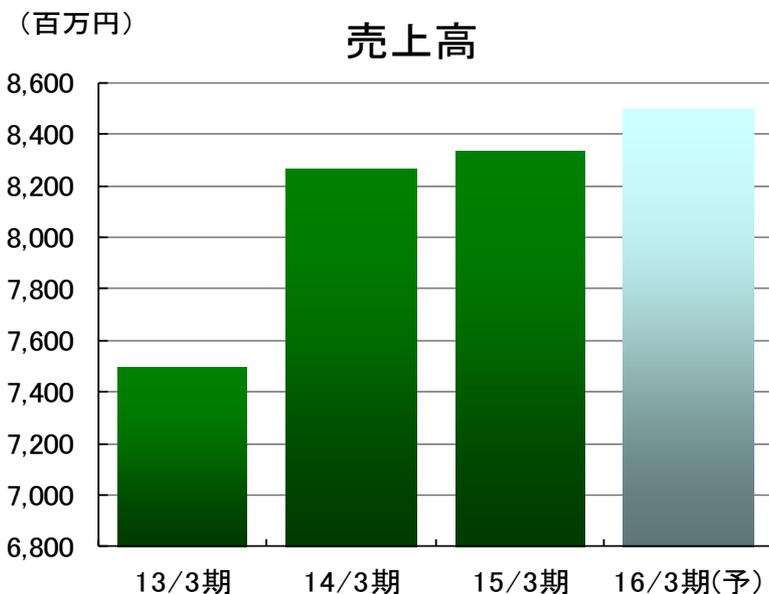
セグメント別概況

- ケイセイセイ
- 寿製菓
- 販売子会社
- 九十九島グループ
- 但馬寿
- シュクレイ
- その他



《ケイシイシイ》

来期予想:売上高 **8,500**百万円(前期比**+2.0%**)営業利益 **940**百万円(同**△1.7%**)



ケイシイシイ

(百万円,%)	13/3期	14/3期	15/3期	対前期		16/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	7,494	8,267	8,331	64	0.8	8,500	169	2.0
売上総利益	4,584	4,913	4,947	34	0.7	5,100	153	3.1
粗利率	61.2	59.4	59.4	△ 0.0		60.0	0.6	
販売管理費	3,678	3,834	3,991	157	4.1	4,160	169	4.2
営業利益	906	1,079	957	△ 122	△ 11.3	940	△ 17	△ 1.7

《ケイシイシイ》

LeTAO 更なるブランド価値の向上へ、WSRを推進



ドゥーブルフロマージュ

北イタリア・アンブロジー社の最高品質のマスカルポーネチーズに変更



口どけ・ミルク感 更に進化

《ケイシイシイ》

東京表参道「GLACIEL」 / 海外展開

GLACIEL

GLACIELブランド構築推進



新規海外

韓国(ソウル)にLeTAO出店(2015.4)
現地パートナー会社とライセンス契約
その他海外地域への出店の検討



《台湾北壽心 セグメント名称「その他」》

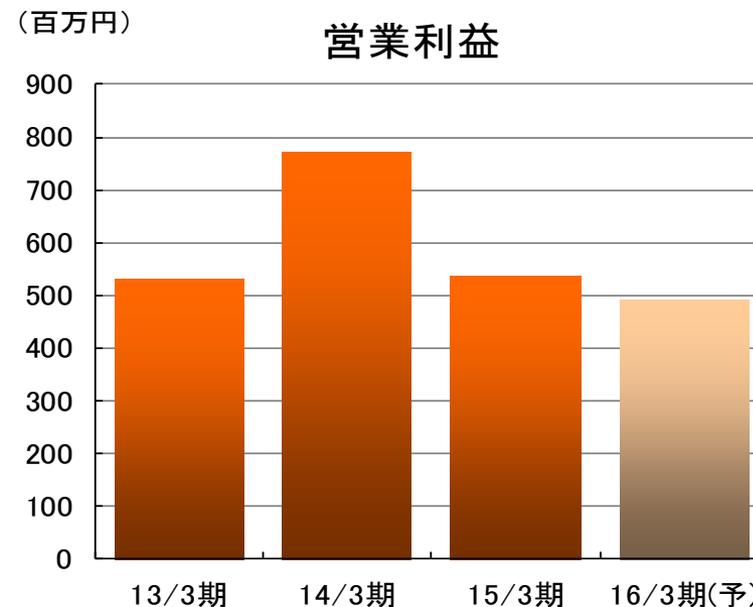
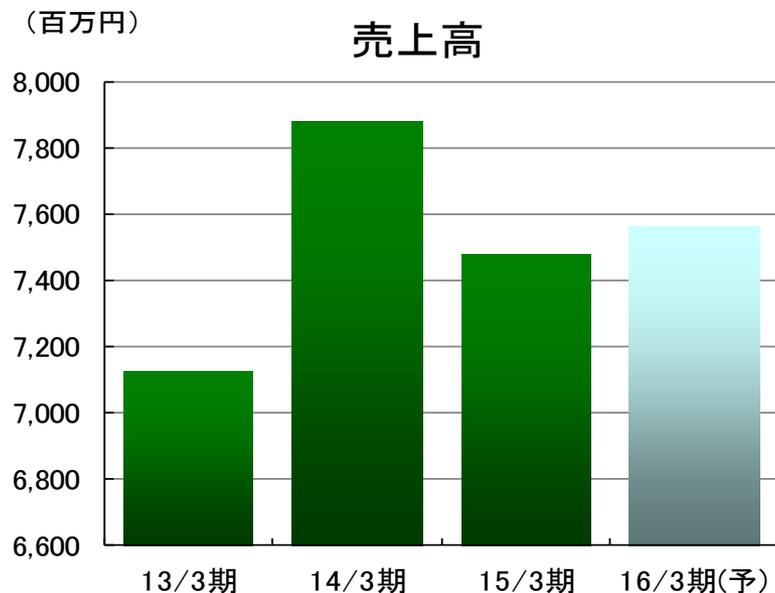
来期予想:売上高 **230**百万円(前期比**+118.3%**)

本年4月に2店舗目となるカフェ出店、LeTAOの認知度拡大と物販強化に注力



《寿製菓》

来期予想:売上高 **7,560**百万円(前期比**+1.0%**)営業利益 **490**百万円(同**△8.5%**)



寿製菓

(百万円,%)	13/3期	14/3期	15/3期	対前期		16/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	7,127	7,880	7,482	△ 398	△ 5.0	7,560	78	1.0
売上総利益	2,583	2,975	2,703	△ 272	△ 9.2	2,760	57	2.1
粗利率	36.2	37.8	36.1	△ 1.6		36.5	0.4	
販売管理費	2,054	2,203	2,167	△ 35	△ 1.6	2,270	103	4.7
営業利益	529	772	535	△ 237	△ 30.7	490	△ 45	△ 8.5

《寿製菓》

重点対策：新商品開発・主力商品強化・販路開拓

山陰
名菓

因幡の白うさぎ

INABA no SHIRO USAGI



因幡の白うさぎ

お菓子の^{ことばやし}寿城



とち餅

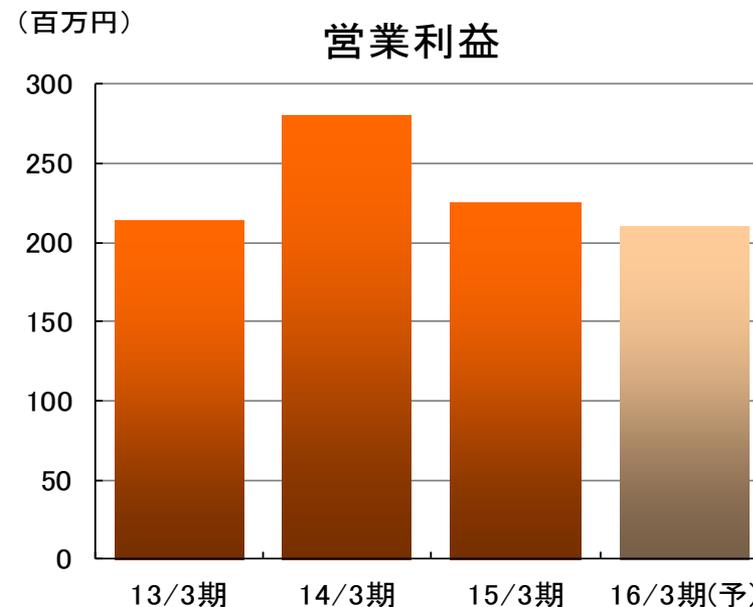
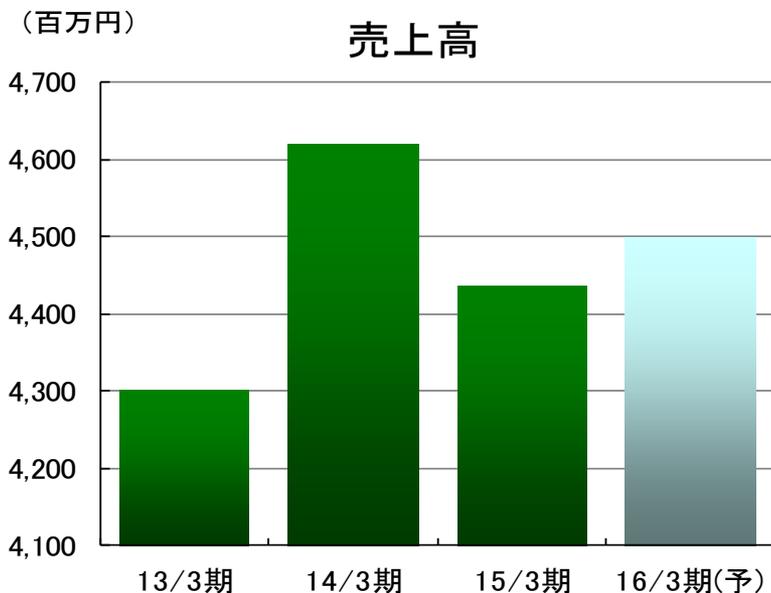
焔
KÄnoZA
I Z U M O



抹茶フォンデュ

《販売子会社》

来期予想:売上高 **4,500**百万円(前期比**+1.5%**)営業利益 **210**百万円(同**△6.7%**)



販売子会社

(百万円,%)	13/3期	14/3期	15/3期	対前期		16/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	4,302	4,619	4,434	△ 185	△ 4.0	4,500	66	1.5
売上総利益	1,283	1,399	1,355	△ 44	△ 3.2	1,380	25	1.8
粗利率	29.8	30.3	30.6	0.3		30.7	0.1	
販売管理費	1,068	1,118	1,130	12	1.1	1,170	40	3.5
営業利益	214	281	225	△ 56	△ 19.9	210	△ 15	△ 6.7

《販売子会社》

交通拠点チャンネル(駅・空港・SA)での展開強化



小倉トーストラングドシャ



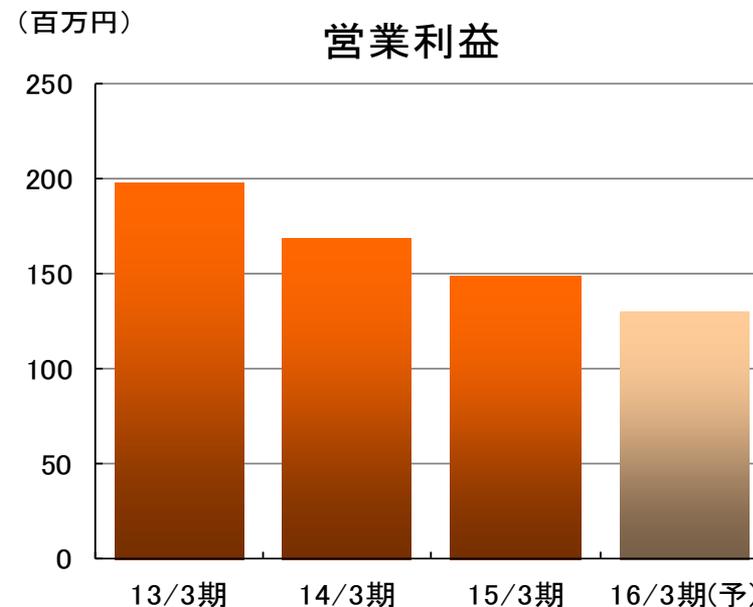
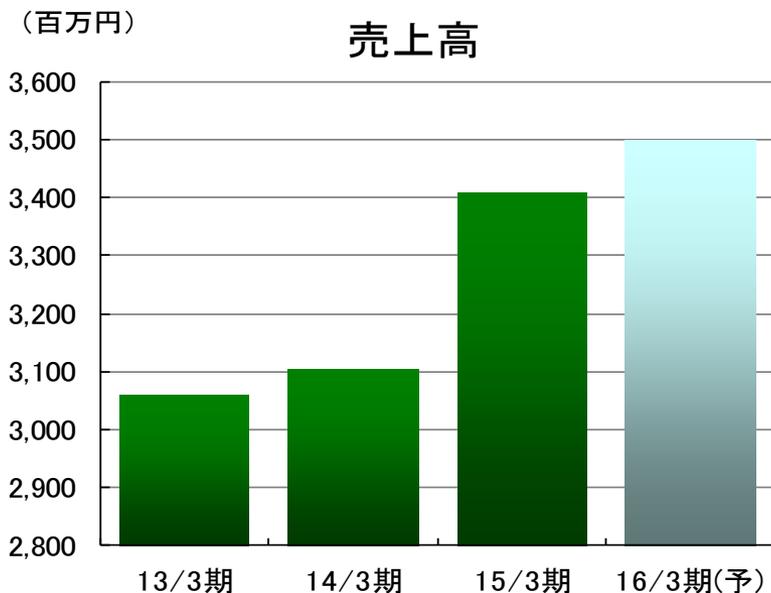
KYOTO VENETO
関西国際空港



真っ赤な苺のラングドシャ
福岡空港

《九十九島グループ》

来期予想:売上高 **3,500**百万円(前期比**+2.7%**)営業利益 **130**百万円(同**△13.0%**)



九十九島グループ

(百万円,%)	13/3期	14/3期	15/3期	対前期		16/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	3,060	3,104	3,409	305	9.8	3,500	91	2.7
売上総利益	1,196	1,271	1,432	161	12.7	1,490	58	4.0
粗利率	39.1	40.9	42.0	1.1		42.6	0.6	
販売管理費	998	1,102	1,283	181	16.4	1,360	77	6.0
営業利益	198	169	149	△ 20	△ 11.6	130	△ 19	△ 13.0

《九十九島グループ》

フレンチトースト専門店「Ivorish」の展開強化

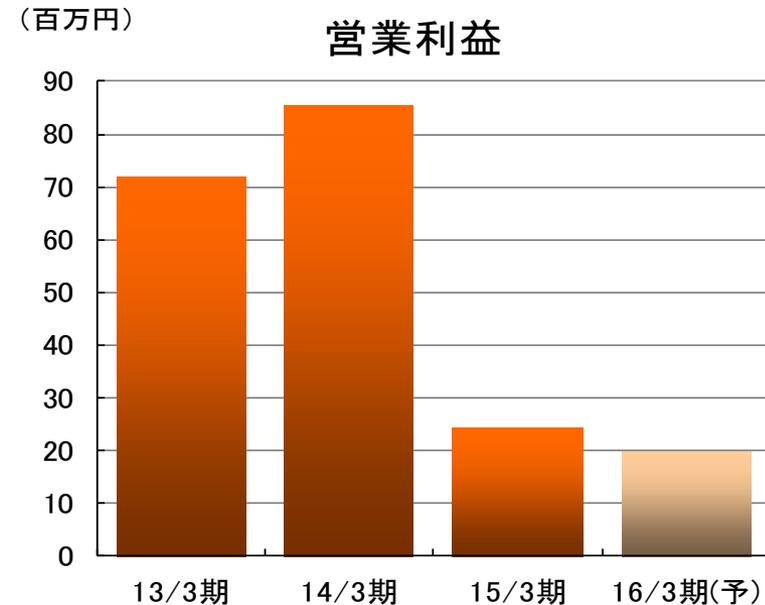
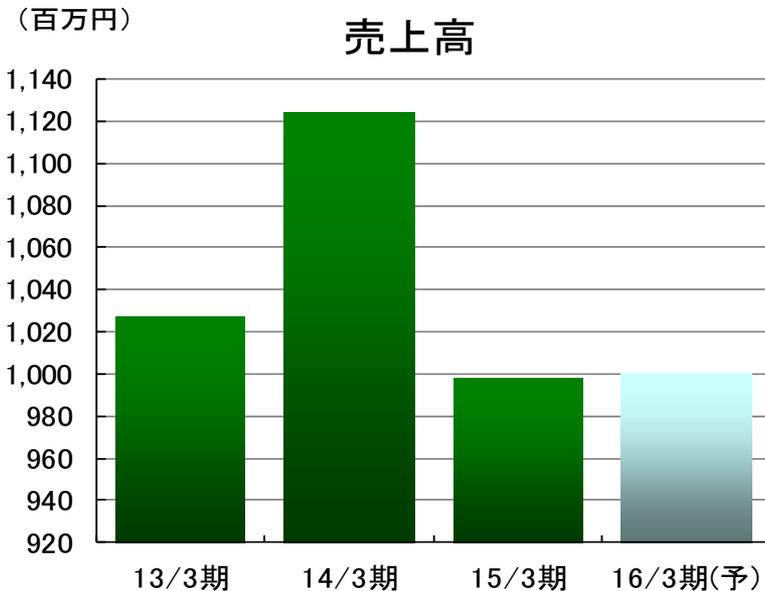
次なる出店と物販向け商品開発を推進



Ivorish 渋谷

《但馬寿》

来期予想:売上高 **1,000**百万円(前期比**+0.2%**)営業利益 **20**百万円(同**△17.6%**)



但馬寿

(百万円,%)	13/3期	14/3期	15/3期	対前期		16/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	1,027	1,125	998	△ 126	△ 11.2	1,000	2	0.2
売上総利益	297	328	274	△ 55	△ 16.6	285	11	4.1
粗利率	28.9	29.2	27.4	△ 1.8		28.5	1.1	
販売管理費	225	243	249	7	2.7	265	16	6.2
営業利益	72	86	24	△ 61	△ 71.6	20	△ 4	△ 17.6

《但馬寿》

遊月亭通販を推進



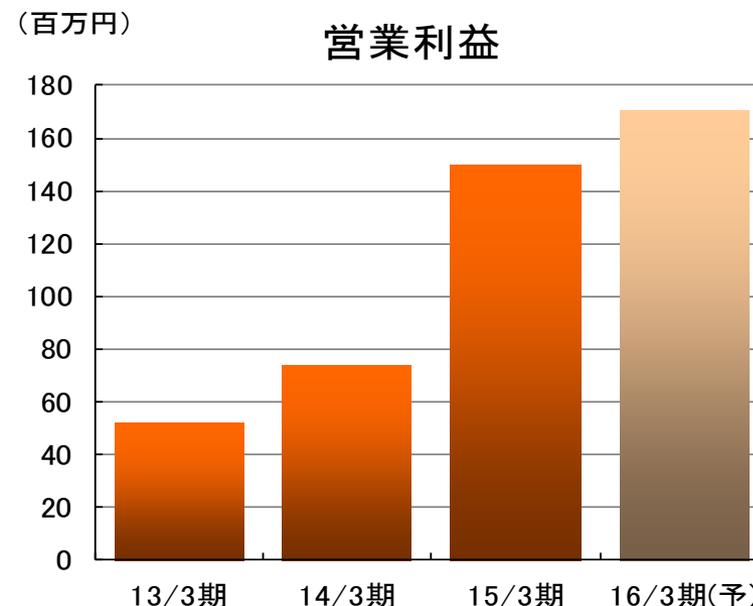
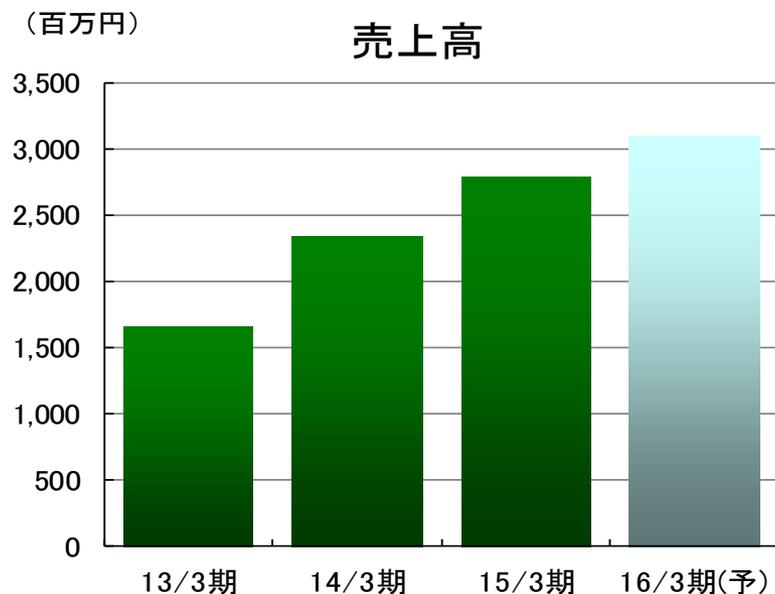
遊月亭の黒豆茶



ひょうごクリエイティブビジネスグランプリ2014受賞
独創的な事業展開で地元但馬を牽引

《シュクレイ》

来期予想:売上高 **3,100**百万円(前期比**+10.9%**)営業利益 **170**百万円(同**+13.7%**)



シュクレイ

(百万円,%)	13/3期	14/3期	15/3期	対前期		16/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	1,667	2,336	2,795	459	19.7	3,100	305	10.9
売上総利益	862	1,247	1,537	290	23.2	1,730	193	12.5
粗利率	51.7	53.4	55.0	1.6		55.8	0.8	
販売管理費	811	1,174	1,388	214	18.2	1,560	172	12.4
営業利益	52	74	149	76	103.3	170	21	13.7

《シュクレイ》

強固なブランド構築に向け、WSRを推進

既存店舗・催事・駅・空港卸のチャンネルで季節イベント・インバウンド対策を推進



東京ミルクチーズ工場



築地 ちとせ



東京フィナンシェ
GOLD BUTTER & SILVER SUGAR
金のバターと銀の砂糖



ソルト&カマンベールクッキー



東京ブラウニー



天ぷらせんべい



メープルフィナンシェ



赤レンガフィナンシェ

《その他》

純藍

2014年9月、純藍株式会社設立「藍の青汁」製品化

藍の機能性について大学との研究成果を発表・通販事業中心に事業モデル確立を目指す



藍の青汁





株式の状況・株主還元

株式の状況

(2015年3月31日現在)

■発行可能株式総数 30,400,000株

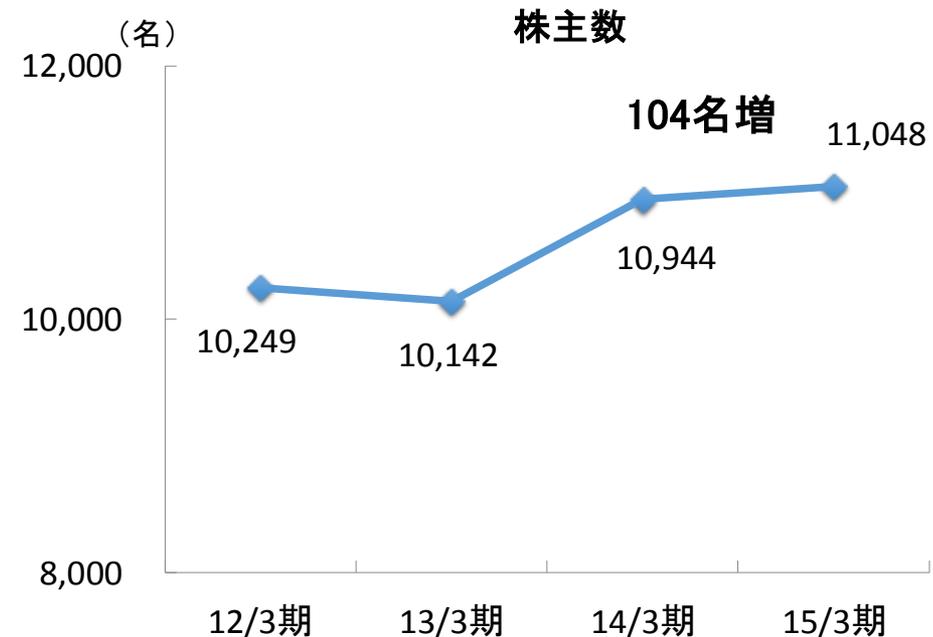
■発行済株式総数 10,373,840株

■単元株式数 100株

■株主数 11,048名

(対前期末比 104名増)

■大株主(上位5位)



株主名	持株数(株)	出資比率(%)
エスカワゴエ株式会社	2,600,000	25.06
河越誠剛	527,400	5.08
寿スピリッツ従業員持株会	391,100	3.77
株式会社山陰合同銀行	300,000	2.89
とりぎんリース株式会社	254,000	2.45

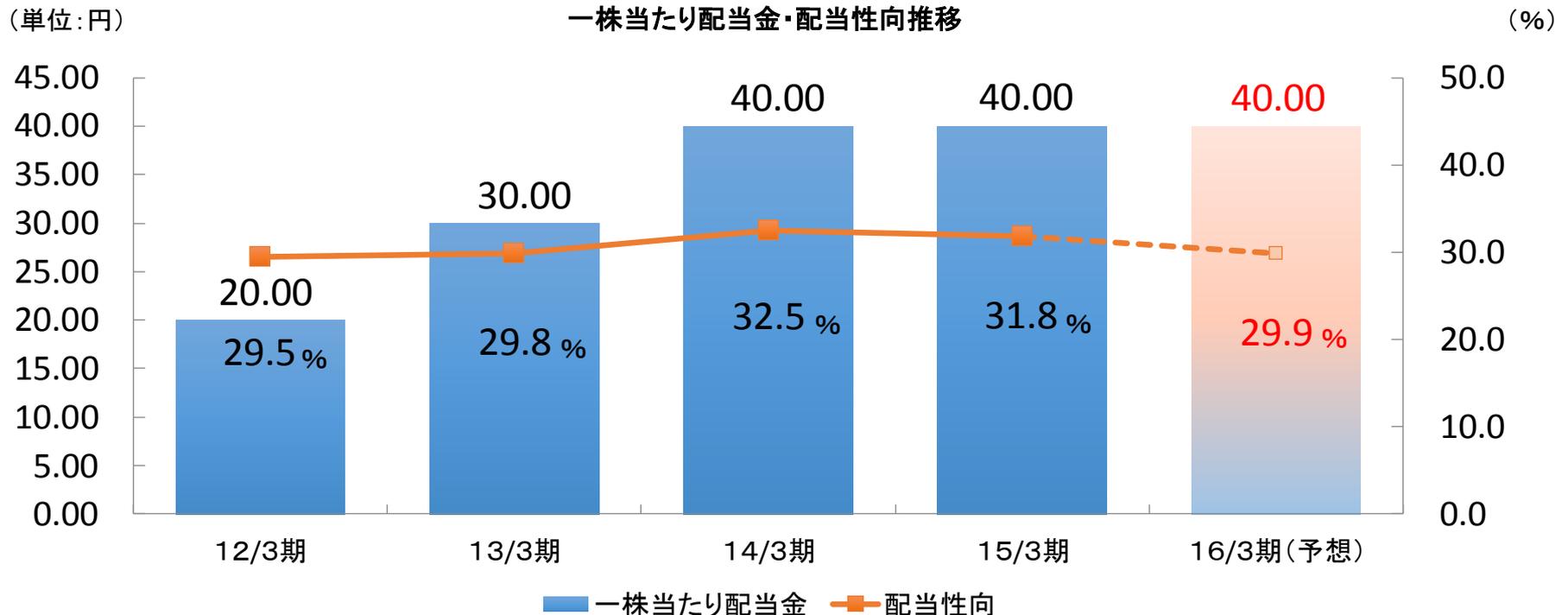
注)出資比率は、自己株式473株を除く

株主還元

■ 配当方針

長期にわたり、安定して利益還元ができるよう、内部留保、業績水準ならびに配当性向等を総合的に勘案し、利益還元を努めることを基本方針としております。

■ 2016年3月期1株当たり配当金予想 **40円**



株主優待制度について

当社では、毎期3月末現在、当社株式を100株以上ご所有の株主様に対し、次のとおり株主優待をお贈りいたします。

100株以上ご所有すべての株主様に2,000円相当の自社グループ製品を贈呈

200株以上ご所有すべての株主様に4,000円相当の自社グループ製品を贈呈
更に

1,000株以上ご所有の株主様に3,000円分のグループ直営店舗優待券を贈呈
(優待券の代わりに指定商品への交換も可)

【2015年度の株主優待商品】

100株以上ご所有の株主様
2,000円相当の当社グループ商品



200株以上ご所有の株主様
4,000円相当の当社グループ商品



【株主優待券】

1,000株以上ご所有の株主様



今後とも寿スピリッツグループを
何卒宜しくお願い致します。

＜お問い合わせ＞

寿スピリッツ株式会社 経営企画部

TEL 0859-22-7477

URL <http://www.kotobukispirits.co.jp/>

注意事項

この資料は、投資勧誘を目的として作成したものではありません。
また、業績予想につきましては、発表日現在において入手可能な情報に基づいたものであり、
記載された将来の計画数値、施策実現を確約したり、保証するものではありません。





《参考情報》



会社概要

商号	寿スピリッツ株式会社
証券コード	2222(東証第一部)
会社所在地	〒683-0845 鳥取県米子市旗ヶ崎2028番地
設立	1952年4月25日
資本金	12億1,780万円
代表取締役社長	河越 誠剛
従業員数	単体14名・連結936名
グループ会社	国内17社・海外1社 計18社
連結売上高	230億円(2015年3月期)

沿革(1)

- 1952年4月 (昭和27年) 鳥取県米子市角盤町に**寿製菓株式会社**を設立し、飴菓子等の製造を開始。
- 1959年4月 (昭和34年) 観光土産菓子部門に進出。
- 1968年11月 (昭和43年) 銘菓“**因幡の白うさぎ**”を発売し、観光土産用菓子の高級化に取り組む。
- 1972年4月 (昭和47年) 石川県加賀市に株式会社コトブキ(現 株式会社北陸寿)を設立。その後西日本を中心に販売子会社を順次設立し全国に販売網を広げる。
- 1979年5月 (昭和54年) 現在地(鳥取県米子市)に本社工場を新築移転。
- 1987年3月 (昭和62年) 兵庫県美方郡新温泉町に**株式会社但馬寿**を設立。
- 1988年 (昭和63年) 地元特産の果物を使い、その土地限定で販売する『草冠のない菓子=菓子』をコンセプトに、他社との差別化展開を図る。【旅の味覚の演出家】
- 1993年4月 (平成5年) 鳥取県米子市に製造工程を見学できる大型販売施設『**お菓子の壽城**』を設置。小売事業に本格着手。
- 1994年11月 (平成6年) ジャスダック上場。
- 1996年4月 (平成8年) 北海道千歳市に株式会社コトブキチョコレートカンパニー(現**株式会社ケイシイシイ**)を設立し北海道へ本格進出。製造拠点としてチョコレート、ラングドシャのアイテムが加わる。



“因幡の白うさぎ”



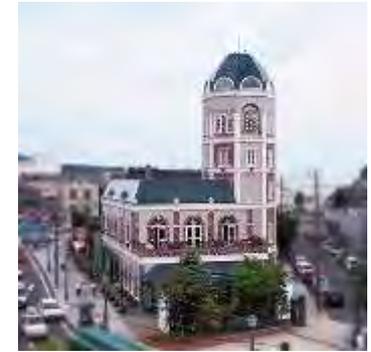
寿製菓(株) 本社工場



お菓子の壽城

沿革(2)

- 1998年6月 (平成10年) 創業100年老舗商標を譲受け、東京都中央区に株式会社つきじちとせを設立。東京和菓子ブランド展開に着手。
北海道小樽市に株式会社ケイセイシイが『小樽洋菓子舗ルタオ』を設置。洋菓子小売専門店立上げ。
- 2005年2月 (平成17年) 営業譲受けにより株式会社九十九島エスケイファーム他3社より菓子の製造・販売事業を継承し、株式会社九十九島グループスタート。
- 2006年10月 (平成18年) 寿スピリッツ株式会社に社名変更、会社分割により純粋持株会社体制に移行。
- 2011年12月 (平成23年) 東京都港区に株式会社シュクレイを設立。
- 2012年1月 (平成24年) 株式会社つきじちとせが、株式会社シュクレイに事業の一部を譲渡し解散。
- 2012年11月 (平成24年) 台湾台北市に台湾北壽心股份有限公司を設立。
- 2013年4月 (平成25年) 東京証券取引所市場第二部に上場。
- 2014年4月 (平成26年) 東京証券取引所の市場第一部に銘柄指定。
- 2014年9月 (平成26年) 東京都港区に純藍株式会社を設立。



小樽洋菓子舗ルタオ



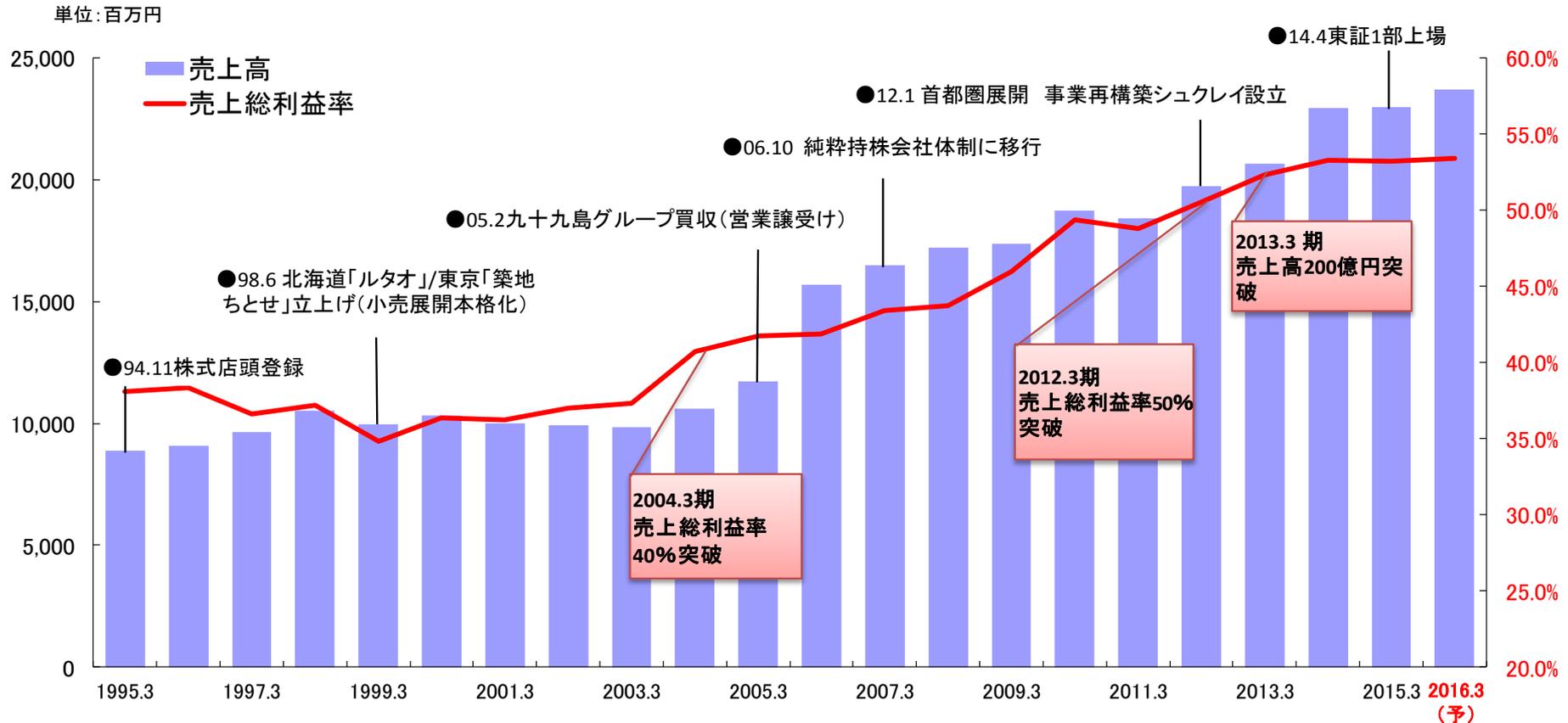
“ドゥーブルフロマージュ”



“九十九島せんぺい”

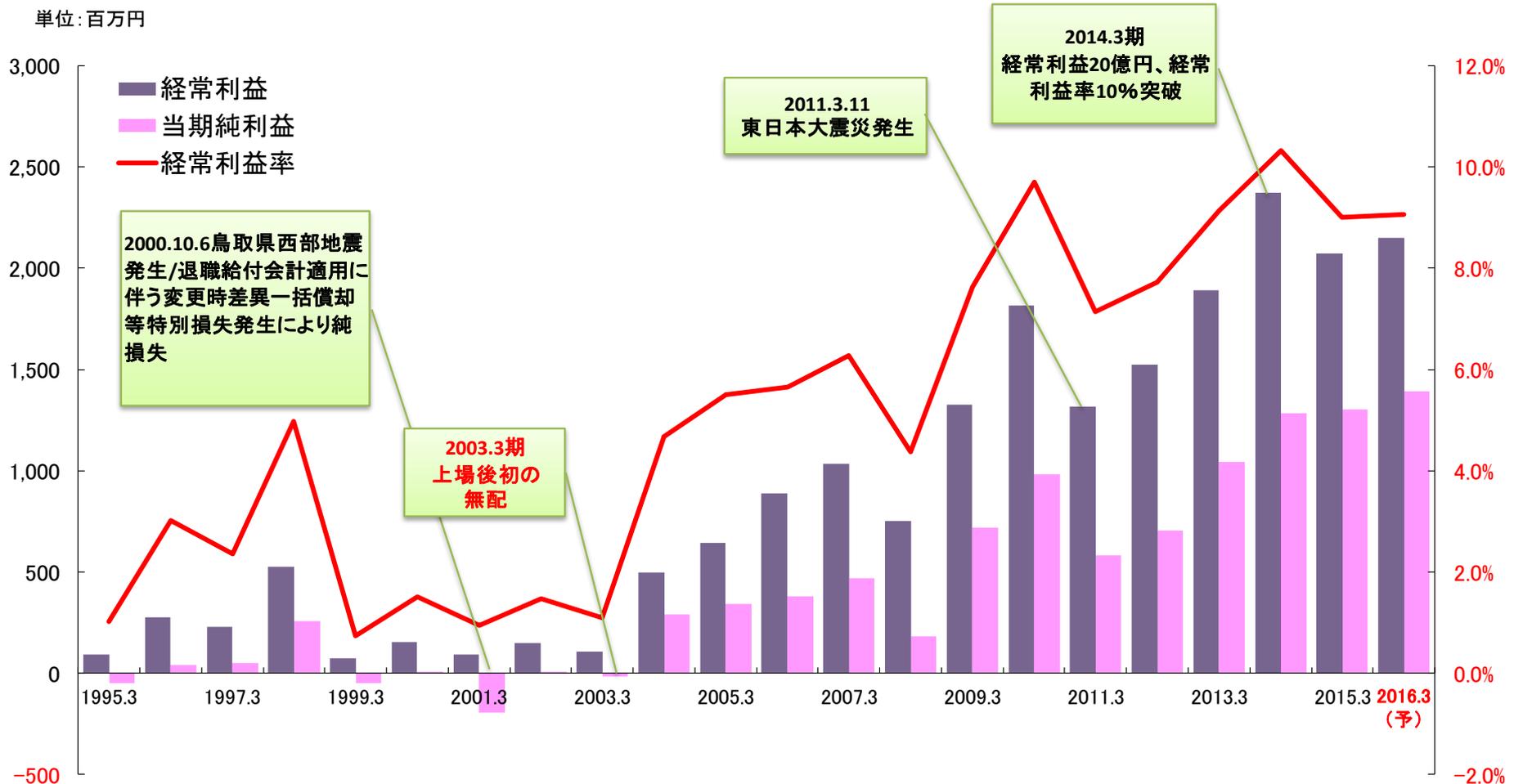
寿スピリッツグループの変遷①

製造卸から製造小売へ事業モデルを転換 / 高粗利益率経営を推進
 組織改革、事業再構築、M&A など果敢に取り組む



寿スピリッツグループの変遷②

2014.3期 売上高経常利益率10%突破、高い収益性を実現



経営理念について

経営理念

喜びを創り 喜びを提供する

寿スピリッツグループは、「**喜びを創り喜びを提供する**」を経営の基本理念に、これをすべての事業活動の指針として、地域社会に貢献する企業集団として事業活動を行っております。

シンボルマーク



「寿スピリッツ」社名の由来

当社グループが積極果敢で熱い精神を引き継ぎ、
これからの時代を全力で切り拓き、
より大きな喜びを創造していく会社へ。

そのような念いで新社名『寿スピリッツ株式会社』を制定し、
シンボルマークには

社員一人ひとりの気持ちが重なって“輪”になるという意味が込められています。

基本ポリシー

基本ポリシー

今日一人、**熱狂的なファン**を創る

私達は、経営理念の実現に向け、「**今日一人、熱狂的なファンを創る**」ことを基本ポリシーに、従業員一人ひとりが当事者意識をもって経営に参画する「**全員参画の理念経営**」の徹底実践により活力ある魅力溢れた企業集団を創り、「**高い価値を創造**」する高利益企業を目指してまいります。



経営理念をベースとした全員参画型経営を構築

1996年3月期より京セラ様の経営管理手法「アメーバ経営」を導入

2003年1月、経営哲学(フィロソフィー)を明文化した経営理念手帳「こづち」を作成し、すべての従業員に周知徹底、経営理念の浸透と企業倫理の徹底に努めています。

《こづち発表全国大会》

経営理念を徹底実践し、それぞれの実践による成果を全従業員が共有化し、更なる大きな成果を生み出していくことを目的に毎年1回開催しています。

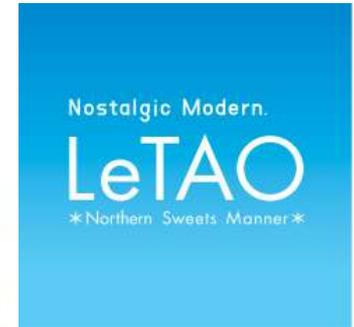


主要ショップブランド



お菓子の**壽城**
(山陰)

遊月亭
(兵庫)



(北海道)

Ivorish

Premium French Toast

(福岡・東京)



KONDITIONEIREI KOBE

(神戸)



東京ミルクチーズ工場
(東京)



(東京)



(佐世保・福岡)

主力商品一例



Nostalgic Modern
LeTAO
Nippon's Sweetly Modern

「ドゥーブルフロマージュ」



寿製菓株式会社「因幡の白うさぎ」



お菓子の **壽城** 「とち餅」



「ソルト&カマンベールクッキー」



「九十九島せんべい」



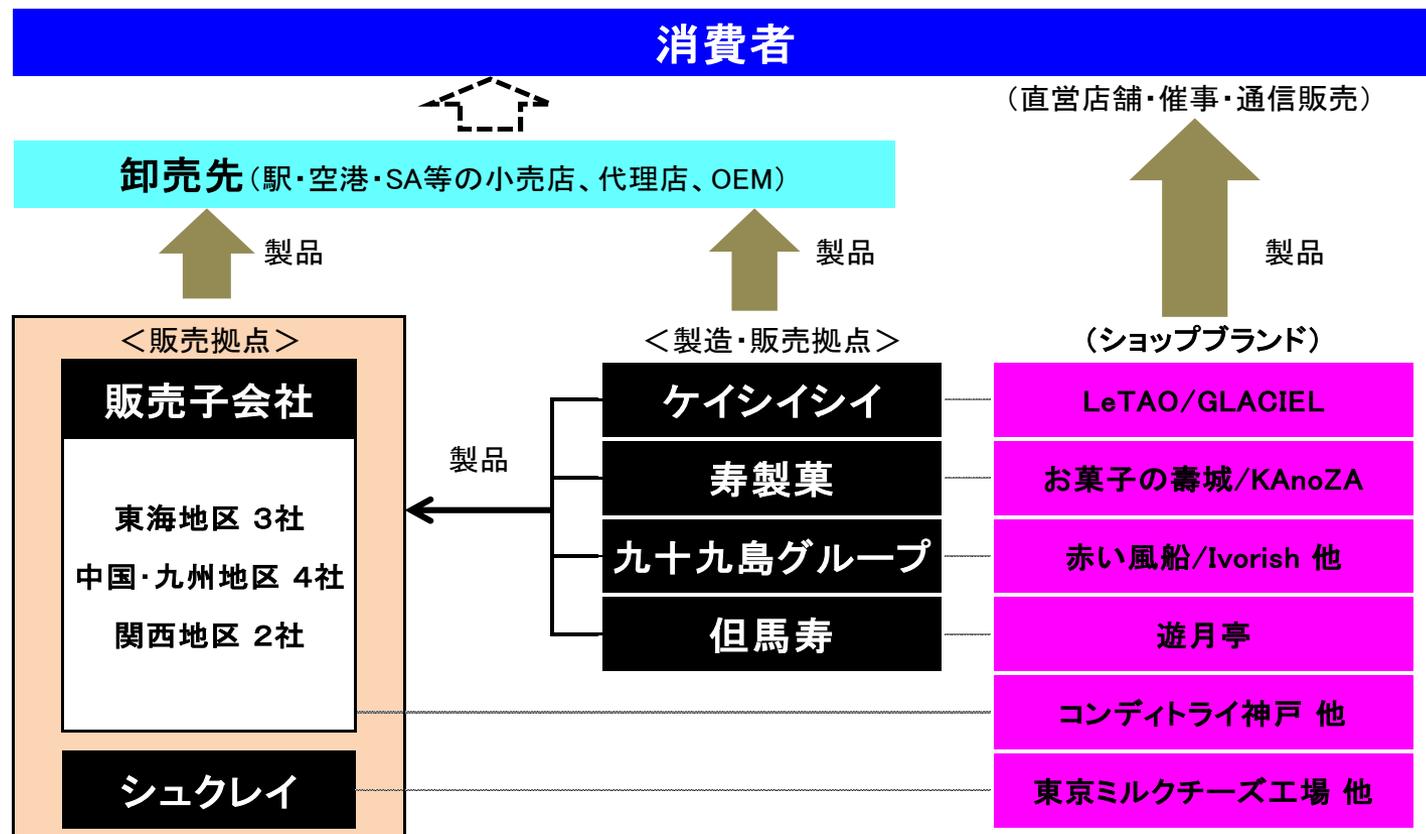
「神戸クリームチーズケーキ」

事業概要

当社グループは、当社(純粋持株会社)・子会社18社(内非連結1社)で構成。
事業セグメントは、地域事業会社を基礎に区分。(地域事業会社の連合体)

北海道から沖縄に至る全国を網羅した販売プラットフォームと製造拠点の強みを活かし、企画・製造・販売までの一貫したサービスを提供。

[事業系統図]



注: 上図には、寿スピリッツ(純粋持株会社)、その他セグメントは除いている。



熱狂的ファンづくりの取り組み事例

「熱狂的ファンづくり」とは、経営理念「喜びを創り喜びを提供する」の行動指針を言い表した標語であります。

《ケイシイシイ》

●LeTAO WSRの実践

LeTAOには、毎日多くの外国人観光客の方々がお越しになられます。

店舗での多言語対応はもとより、どっちのクックショー、スイーツストーリー テラーなど世界中のお客様にお楽しみ頂ける企画を続々と打ち出しています。美味しいスイーツと楽しい思い出、LeTAOは今日も世界中に熱狂的ファンを創造していきます。



《寿製菓》

●地元小学生の社会科見学

30年以上前から続く地元小学生の社会科見学。
お菓子の製造工程だけでなく、衛生管理の大切さ
製品管理等、一日で沢山の事を学びます。



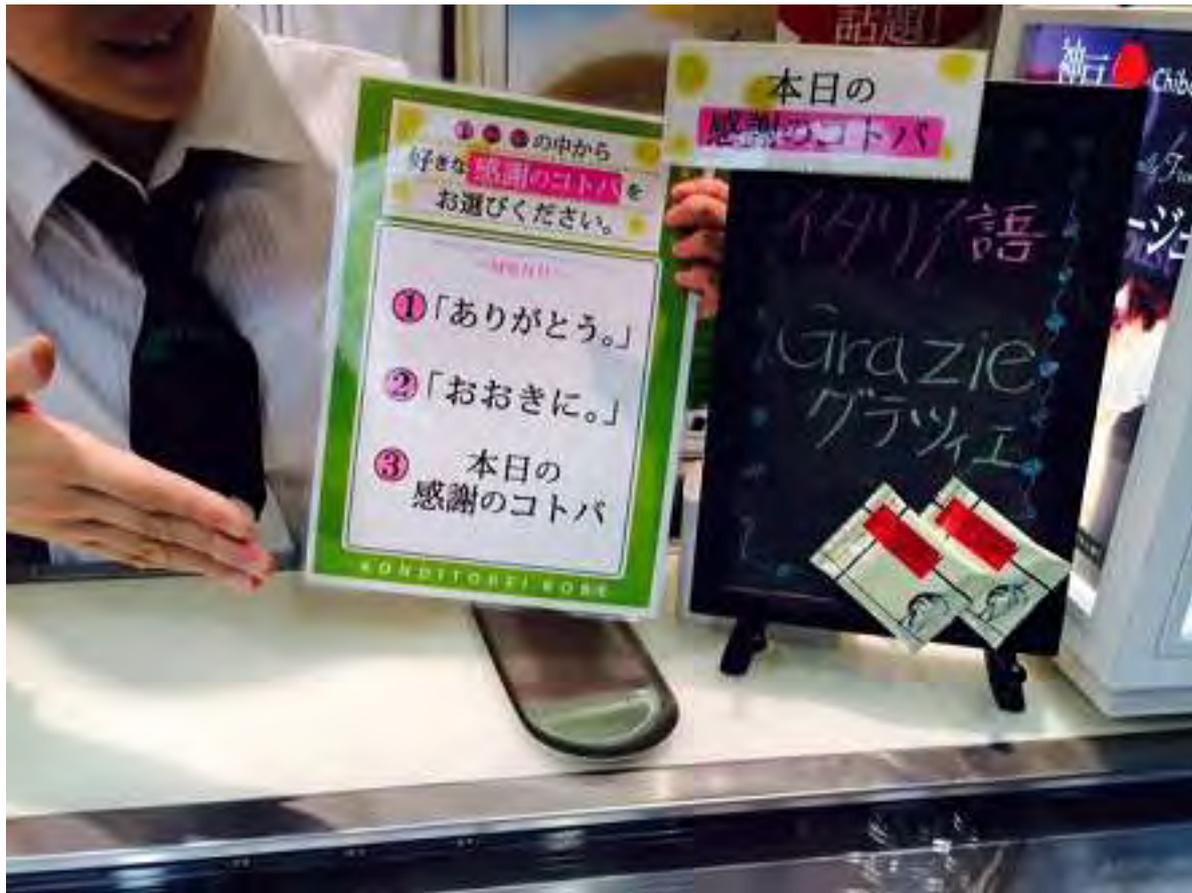
発売当初は目が無かった因幡の白うさぎ。
20年以上前、工場見学に来た小学生に
『目があったほうがかわいい』と言われ
以来うさぎに赤目を入れるようになりました。



《販売子会社》

●KONBITOREI KOBE 感謝のコトバ

寿香寿庵が展開するブランド、KONBITOREI KOBEでは商品ご購入の際にお客様に感謝のコトバをお選びいただいております。標準語、関西弁に加え、本日の感謝のコトバではフランス語、イタリア語、アラビア語など様々な言語での「ありがとう」を日替わりでご用意しています。笑いの絶えない活気ある売場を日々お客様と共に創造しています。



《九十九島グループ》

●赤い風船ケーキデザインコンテスト

大好きな人にあげたいケーキを作品テーマにケーキのデザインを募集。
才能あふれるデザインが赤い風船のケーキになりました。



第2回 赤い風船ケーキデザインコンテスト

たかし 12歳 サーカスのケーキ
ななこ 17歳 ヘンゼルとグレーテル

作品テーマ 大好きな人にあげたいケーキ
応募締切 8月31日(日)
応募方法 応募用紙に必要事項をご記入後、控えを切り取って、スタッフへお渡し下さい。
対象年齢 どなたでもご参加頂けます！
結果発表 9月13日(土)
お問合せ 赤い風船
イオン大塚ショッピングセンター
0956-27-2117

優秀賞 2名
(小学生以下1名、中学生以上1名)
デザイン圖をケーキにしてプレゼント！
さらに、店舗にて期間限定販売致します！
※商品の価格は、10月頃を予定しております。

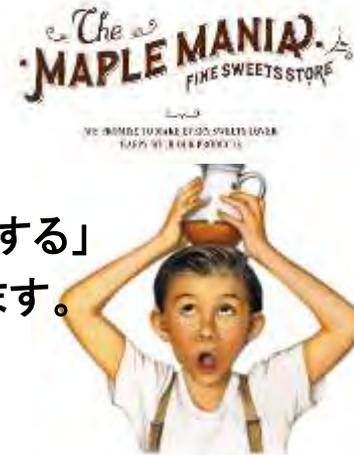
特別賞 20名
赤い風船で使える500円の割引券をプレゼント！
※応募用紙に必要事項をご記入後、A4用紙に印刷して、お申し込みください。
※応募用紙は、応募用紙の裏面に記載の住所へお送りください。
※応募用紙は、応募用紙の裏面に記載の住所へお送りください。
※応募用紙は、応募用紙の裏面に記載の住所へお送りください。



《シュクレイ》

●メープル坊や東京駅から全国各地へ

東京駅限定のブランド THE MAPLE MANIA。「メープル坊やが友達作りに旅をする」をコンセプトに、楽しい企画と美味しいお菓子を持って全国各地へ遊びに行きます。



《株主懇談会での取組み》

- 2014年6月25日(水)に定時株主総会終了後に開催された株主様との懇談会
一年に一度の特別な懇談会。当日限定のアントルメグラスセが華を添えました。

