



2022年3月期 第2四半期決算説明会

2021年 11月 5日

喜びを創り喜びを提供する

 寿スピリッツ

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



目次

- 新型コロナウイルス感染拡大の業績に与える影響 P 1～2
- 2022年3月期 第2四半期決算概要 P 3～19
- 2022年3月期 通期業績予想 P 20～24
- 今後の経営方針とセグメント別業績の概況 P 25～44
- 株式の状況・株主還元 P 45～48
- 参考情報 P 49～61



新型コロナウイルス感染拡大の業績に与える影響

新型コロナウイルス感染拡大の業績に与える影響

<2022年3月期 第2四半期>

●売上動向

前年比較では、4月及び5月がコロナの影響を最も受けた前年同期の反動で大幅増収となった一方、8月及び9月は、昨年7月から東京除外で開始されたGOTOトラベルキャンペーンの反動等により、伸び悩む。

売上高月別増減率 <海外子会社除く>

	4月	5月	6月	7月	8月	9月
対前年増減率	222.5%	145.0%	43.9%	44.3%	17.4%	△0.7%
対前々年増減率	△43.2%	△48.5%	△44.7%	△37.6%	△54.0%	△48.9%

●在庫抑制のための大幅な生産調整による一時休業等を実施。これに伴い営業外収益に雇用調整助成金などの助成金収入889百万円を計上。

●手元流動性については、現預金残高は期首から350百万円減り、6,960百万円。当座貸越枠(78億円)からの借入実行は無し。

<足元の状況>

●緊急事態宣言の解除及び移動自粛緩和により、10月度の売上高は、前々年(コロナ発生前)の65%程度にまで回復。

<2022年3月期の業績予想及び配当予想について>

●緊急事態宣言解除後の足元の状況を踏まえ、緩やかに回復するものと想定し立案。配当予想は、前期同額の30円の予想。(業績予想は、感染拡大に伴う緊急事態宣言の再発出は想定しておらず、今後の感染状況の推移により、当予想は大きく変動する可能性あり。)



2022年3月期 第2四半期決算概要

2022年3月期 第2四半期(累計)の業績ハイライト

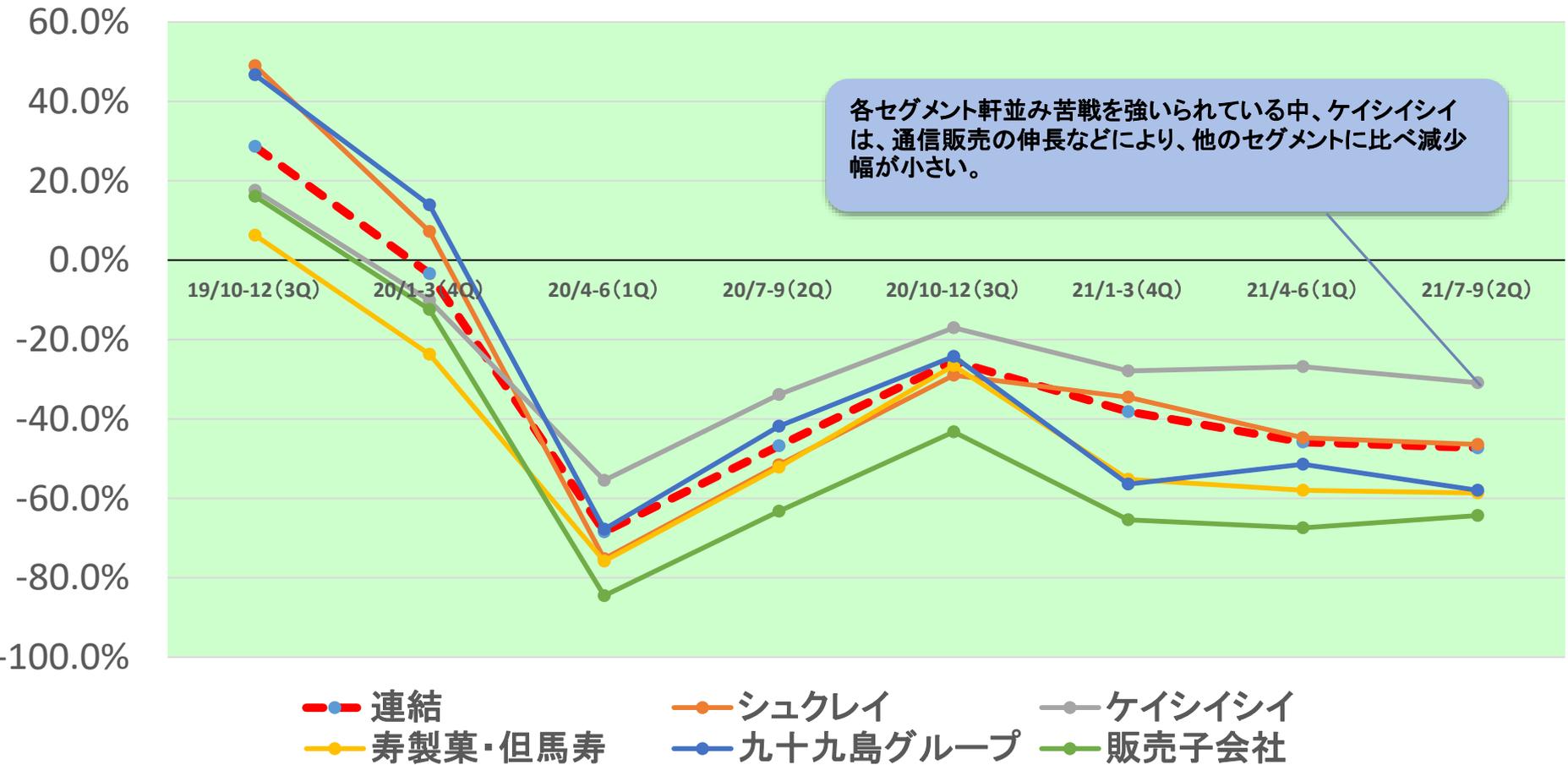
売上高 前年同期比51.3%増(前々年同期比46.6%減)
純損失283百万円(前年同期は純損失1,290百万円)

- 売上高は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を最も受けた前年同期の反動などにより、前年同期比51.3%増収。一方、前々年同期比では、「緊急事態宣言」の断続的な発出に伴う外出自粛により、土産需要が引き続き低迷し、依然として低水準で推移。
- 純損失は、前年同期から1,007百万円の赤字縮小。

	2021.3期				2022.3期		
	1Q会計 (4-6)	2Q会計 (7-9)	3Q会計 (10-12)	4Q会計 (1-3)	1Q会計 (4-6)	2Q会計 (7-9)	2Q累計 (4-9)
(単位:百万円)							
売上高	2,716	5,189	8,402	6,898	5,758	6,200	11,959
(対前々年同期比)	(△68.4%)	(△46.8%)	(△25.4%)	(△38.1%)	(△45.8%)	(△47.3%)	(△46.6%)
(対前年同期比)	(△74.4%)	(△55.9%)	(△36.8%)	(△27.4%)	(+112.0%)	(+19.5%)	(+51.3%)
経常利益(△損失)	△ 1,755	△ 201	1,653	△ 19	△ 311	△ 170	△ 481
(対前年同期比)	(-)	(-)	(△38.6%)	(-)	(-)	(-)	(-)
純利益(△損失)	△ 1,163	△ 127	1,116	△ 395	△ 192	△ 91	△ 283
(対前年同期比)	(-)	(-)	(△34.4%)	(-)	(-)	(-)	(-)

売上動向

前々年増減比推移

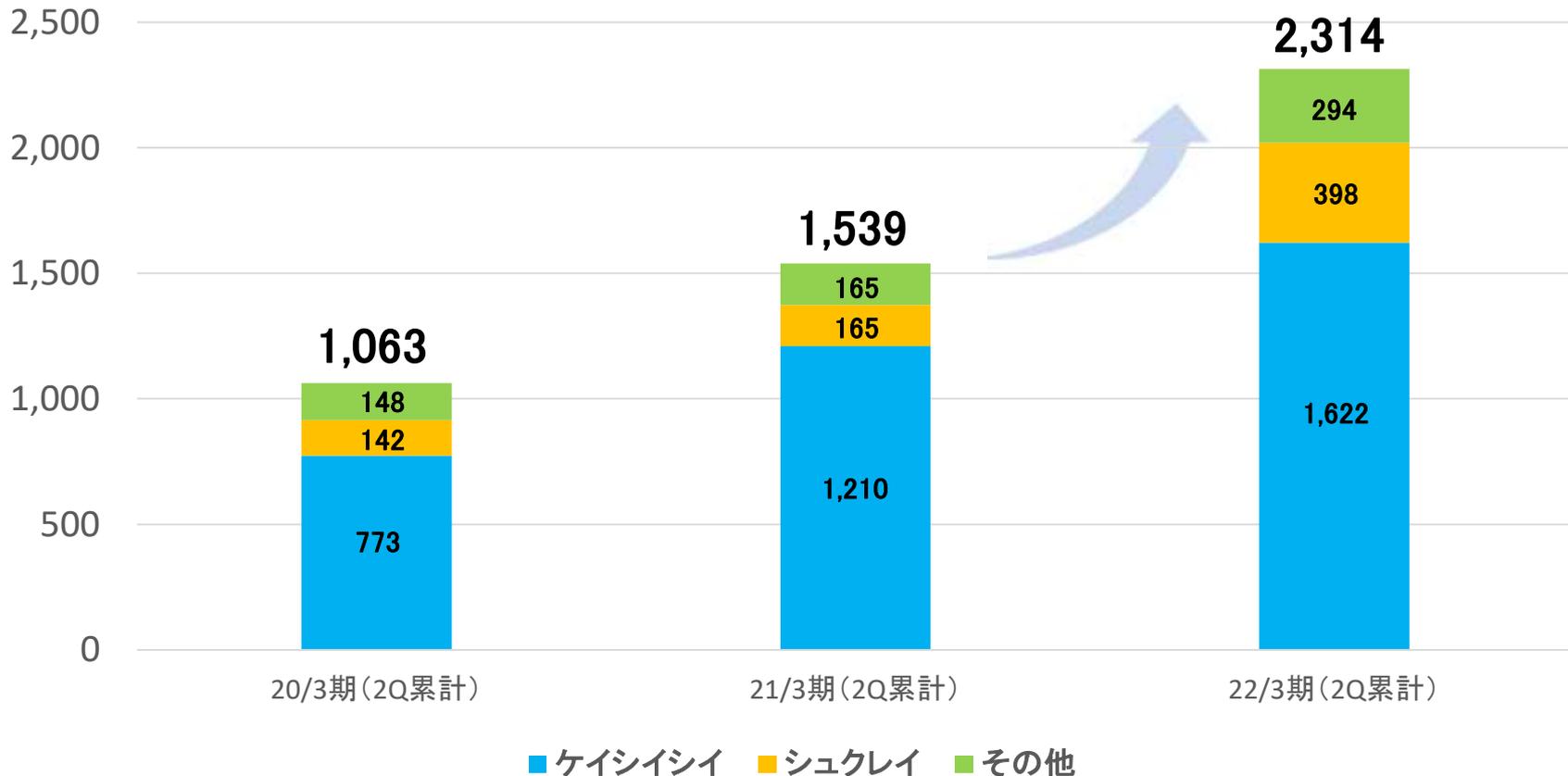


第2四半期(累計)のトピックス①

通信販売は、プロモーション及びロイヤルカスタマー対策強化などにより続伸
2Q累計売上2,314百万円(前年同期比50.3%増)

(単位:百万円)

通信販売売上高



第2四半期(累計)のトピックス②

中国での出店効果などにより海外売上が伸長
2Q累計売上800百万円(前年同期比26.5%増)



LeTAO台湾 中秋節ギフト限定商品

海外売上高(2Q累計)

(単位:百万円)

	21/3期 (2Q累計)	22/3期 (2Q累計)	増減額	増減比
香港 ※1、※2	36	-	△ 36	-
台湾 ※1	181	185	5	2.5%
韓国	77	83	6	8.1%
シンガポール	67	79	12	17.2%
中国	256	421	165	64.6%
その他	15	31	16	103.4%
合計	632	800	168	26.5%

- ※1 香港、台湾は連結子会社。他の地域はFC展開。
香港、台湾は現地売上、FCは国内出荷売上+ロイヤルティ
- ※2 香港事業は、昨年2月に事業を閉鎖し、現地法人
Honey Sucrey Limitedは現在清算手続中。

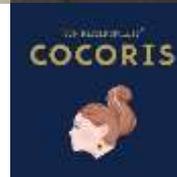
第2四半期(累計)のトピックス③

東京駅に昨年出店した新ブランド店舗が売場での売上首位を獲得

- ・ケイシイシイ PISTA&TOKYO 東京ギフトパレット 第1位
- ・シュクレイ COCORIS グランスタ東京 第1位



PISTA & TOKYO
東京ギフトパレット店



COCORIS
グランスタ東京店

2022年3月期 第2四半期(累計)業績(対前年同期)

営業損失は、前年同期から2,003百万円の赤字縮小

(百万円、%)	前第2四半期 (20年4月～9月)		当第2四半期 (21年4月～9月)		対前年同期		(参考)前期 (20年4月～21年3月)	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率	金額	売上比
売上高	7,905	—	11,959	—	4,054	51.3	23,205	—
売上総利益	3,001	38.0	5,841	48.8	2,840	94.6	11,640	50.2
販売管理費	6,422	81.2	7,259	60.7	837	13.0	14,531	62.6
営業利益(△損失)	△ 3,421	—	△ 1,418	—	2,003	—	△ 2,890	—
経常利益(△損失)	△ 1,956	—	△ 481	—	1,475	—	△ 322	—
四半期(当期)純利益 (△損失)※1	△ 1,290	—	△ 283	—	1,007	—	△ 570	—
EPS(円)	△ 41.46		△ 9.08		32.38		△ 18.30	

※1 四半期(当期)純利益(△損失) = 親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益(△損失)

●「収益認識に関する会計基準」等を第1四半期連結会計期間から適用しており、当第2四半期に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっております。

収益認識会計基準適用に伴う影響について

売上総利益率△3.1ポイント/販売管理費率△3.4ポイント

(百万円、%)	22/3期(2Q累計)				影響額
	変更前	売上比	変更後	売上比	
売上高	11,585	—	11,959	—	374
売上原価	5,582	48.2	6,118	51.2	536
売上総利益	6,003	51.8	5,841	48.8	△ 163
販売管理費	7,426	64.1	7,259	60.7	△ 167
営業利益(△損失)	△ 1,423	—	△ 1,418	—	4

●上記影響額は、「収益認識に関する会計基準」等の適用に伴い、消化仕入型販売取引、通信販売等における配送サービス、自社通販サイトのポイントなどについて変更を行ったことによるもので、これに伴い営業損失は4百万円減少。

●上記の他、利益剰余金の当期首残高が24百万円減少。

セグメント別の業績(対前年同期)

前年同期の反動で、主要セグメントは軒並み増収、赤字縮小

(百万円、%)	売上高				営業利益(△損失)		
	前第2Q累計	当第2Q累計	増減額	増減率	前第2Q累計	当第2Q累計	増減額
シュクレイ	2,259	4,257	1,998	88.5	△ 1,129	△ 403	727
ケイシイシイ	2,789	4,107	1,318	47.2	△ 739	△ 275	464
寿製菓・但馬寿	1,889	2,408	520	27.5	△ 728	△ 317	411
販売子会社	752	1,138	386	51.4	△ 403	△ 192	211
九十九島グループ	729	1,043	314	43.1	△ 464	△ 392	72
その他※	250	219	△ 31	△ 12.3	△ 1	4	4
セグメント計	8,668	13,173	4,505	52.0	△ 3,464	△ 1,574	1,890
調整額	△ 764	△ 1,215	△ 451	59.1	43	156	113
合計	7,905	11,959	4,054	51.3	△ 3,421	△ 1,418	2,003

※その他に含まれる香港事業は、昨年2月に事業を閉鎖し、現地法人Honey Sucrey Limitedは現在清算手続中。

第2四半期(累計)主要セグメントの状況

シュクレイ

「東京ミルクチーズ工場」の10周年記念商品「トリュフ&CHEDDARクッキー」の発売など、各ブランドにおいて新商品や季節限定商品の発売などによるブランド訴求力の向上に注力。また、百貨店及びショッピングモールなどでの期間限定出店の推進、通信販売の強化などに取り組んだ。新規出店では、本年6月に渋谷マークシティ1階においてリニューアルオープンされた渋谷東急フードショーに「THE TAILOR(ザ・テイラー)」を出店するなど、計6店の出店を実施。

ケイシイシイ

通信販売において、外部ECでは楽天市場やLINEギフトなどでのプロモーション強化に努め、自社ECでは上顧客向けキャンペーン展開などロイヤルカスタマー対策の強化に注力。店舗展開では、首都圏で展開している「PISTA&TOKYO(ピスタアンドトーキョー)」や「Now on Cheese♪(ナウオンチーズ)」のブランド認知度向上を図るため、限定商品の発売や期間限定出店に取り組んだ。海外事業では、中国向け売上高が出店増加などにより堅調に推移。

寿製菓・但馬寿

代理店及びグループ会社との連携強化を図り、新商品開発などに注力。また、スポーツニュートリション市場向け「プロテインバー」の開発など新市場開拓などに取組んだ。地元山陰地区では、本年8月に行われたメルカリ社主催の全国インディーズ土産投票において1位を獲得した「因幡の白うさぎ」の販促強化に努めた。

販売子会社

販売子会社は、交通拠点チャネルを重点に自家需要に対応した新商品開発及び売場提案に注力。また、関西地区の販売子会社では、「コンディトライ神戸」及び「京都ヴェネト」ブランドによる通信販売の強化に努めた。

九十九島グループ

主力商品「九十九島せんぺい」の発売70周年を記念したキャンペーン展開や博多発の新ブランド「はかたんもん」において新商品2品を発売し、売場拡販に取り組みました。新規出店では、本年4月にフレンチトースト専門店「Ivorish(アイボリッシュ)」のギフトショップを博多阪急に出店。

売上高(販売チャネル別)

国内小売が前年同期の緊急事態宣言に伴う休業の反動で大幅増収

(百万円、%)	前第2四半期累計		当第2四半期累計		対前年同期	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上高	7,905	—	11,959	—	4,054	51.3
通信販売	1,539	19.5	2,314	19.4	775	50.3
(内ケイシイシイ)	1,210	15.3	1,622	13.6	413	34.1
国内小売	2,975	37.6	5,413	45.3	2,439	82.0
国内卸売	2,722	34.4	3,429	28.7	707	26.0
(内インバウンド)	33	0.4	72	0.6	40	122.6
海外	632	8.0	800	6.7	168	26.5
その他	3	0.0	2	0.0	△ 1	△ 29.1

(注)国内小売は、主に直営店舗、催事など

国内卸売は、主に小売店向け卸(駅、空港、SAなど)、代理店卸、OEMなど

その他は損害保険代理業

売上原価・売上総利益

新型コロナの最も影響を受けた前年同期の反動により、売上総利益率は改善

(百万円、%)	前第2四半期累計		当第2四半期累計		対前年同期		前期(参考)	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率	通期	売上比
売上高	7,905	—	11,959	—	4,054	51.3	23,205	—
材料費	1,660	21.0	2,746	23.0	1,087	65.5	5,104	22.0
労務費	1,752	22.2	1,815	15.2	63	3.6	3,506	15.1
製造経費	874	11.1	900	7.5	26	3.0	1,853	8.0
製造原価計	4,285	54.2	5,461	45.7	1,176	27.4	10,463	45.1
その他	619	7.8	657	5.5	39	6.2	1,101	4.7
売上原価合計	4,904	62.0	6,118	51.2	1,214	24.8	11,565	49.8
売上総利益	3,001	38.0	5,841	48.8	2,840	94.6	11,640	50.2

販売管理費・営業利益

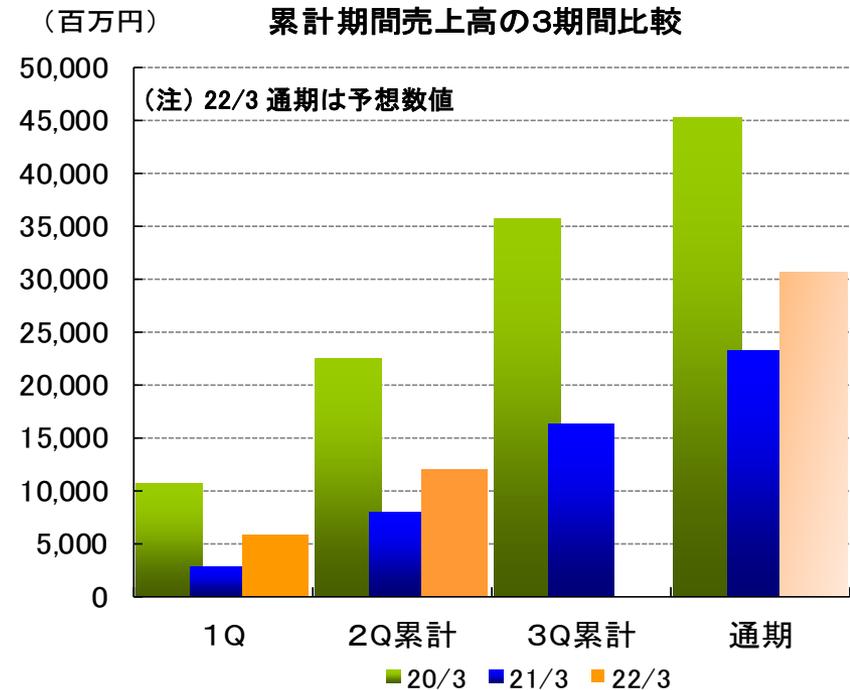
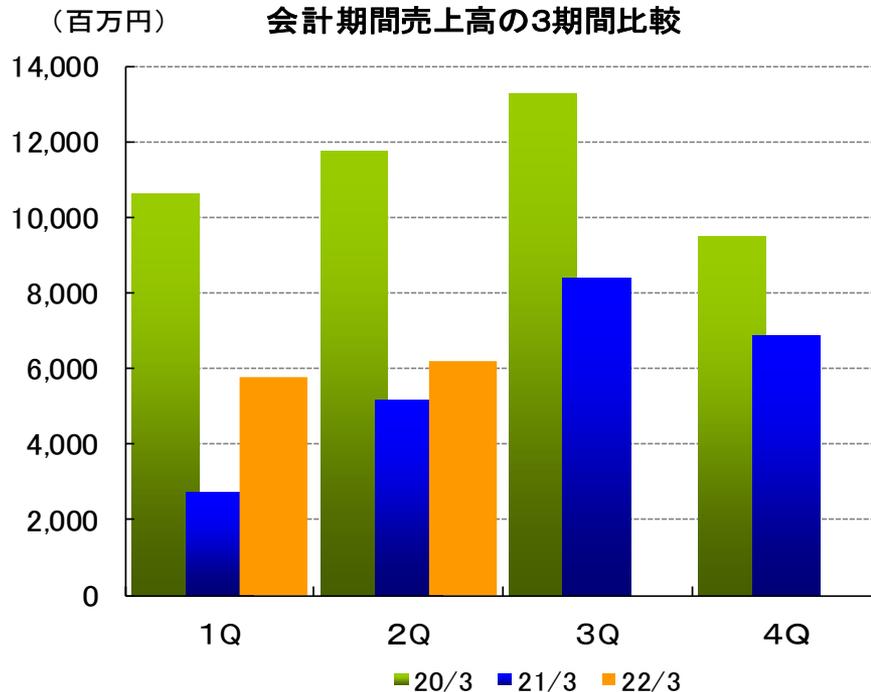
「収益認識に関する会計基準」等の適用に伴い、販売管理費は167百万円減少。

(内訳:運賃△286百万円、地代家賃△526百万円、支払手数料+661百万円、その他△16百万円)

(百万円、%)	前第2四半期累計		当第2四半期累計		対前年同期		前期(参考)	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率	通期	売上比
売上総利益	3,001	38.0	5,841	48.8	2,840	94.6	11,640	50.2
人件費	3,092	39.1	3,332	27.9	239	7.7	6,428	27.7
販売促進費	735	9.3	961	8.0	225	30.7	1,969	8.5
運賃	555	7.0	441	3.7	△ 114	△ 20.6	1,382	6.0
広告宣伝費	124	1.6	139	1.2	15	12.1	276	1.2
地代家賃	751	9.5	494	4.1	△ 256	△ 34.2	1,957	8.4
減価償却費	256	3.2	211	1.8	△ 44	△ 17.4	529	2.3
旅費交通費	77	1.0	99	0.8	22	29.1	185	0.8
支払手数料	211	2.7	951	8.0	740	349.8	500	2.2
その他	620	7.8	630	5.3	10	1.7	1,304	5.6
販売管理費	6,422	81.2	7,259	60.7	837	13.0	14,531	62.6
営業利益(△損失)	△ 3,421	—	△ 1,418	—	2,003	—	△ 2,890	—

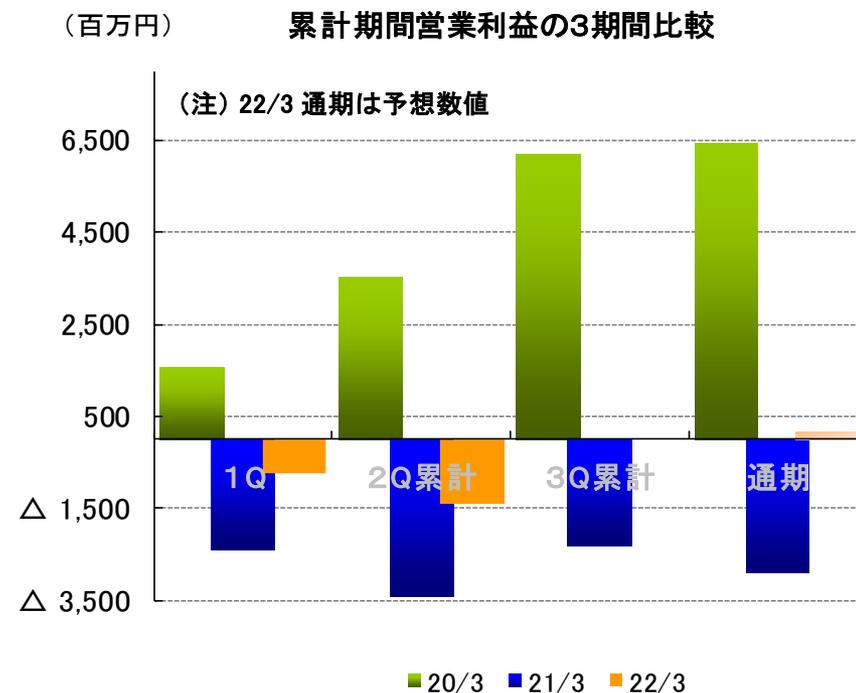
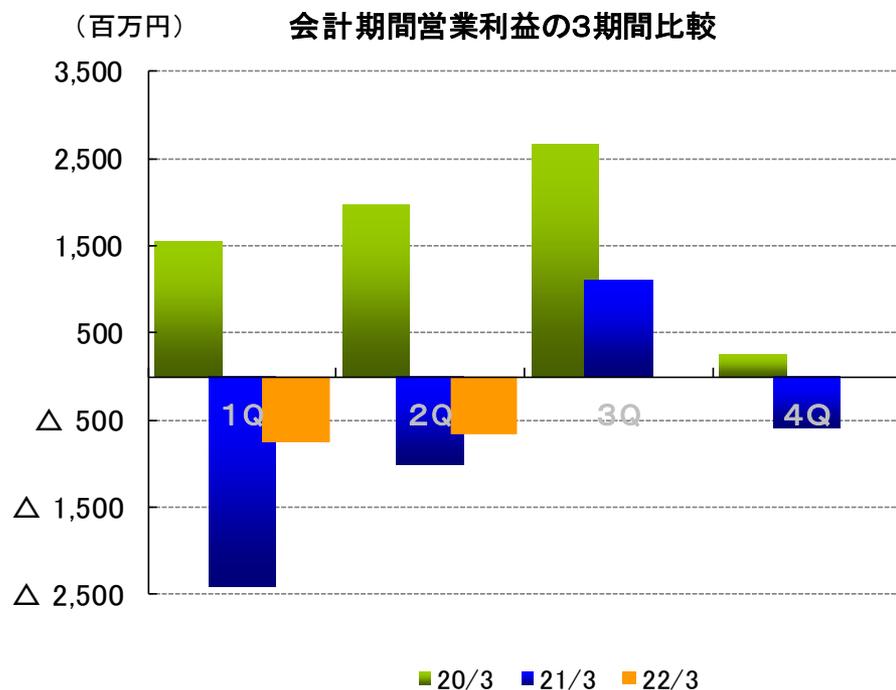
●人件費の増加は、主に前期実施した役員報酬、賞与の減額の反動によるもの。

四半期業績の推移(売上高)



(百万円)	会計期間				累計期間			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q累計	3Q累計	通期
20/3	10,627	11,761	13,287	9,506	10,627	22,388	35,675	45,181
21/3	2,716	5,189	8,402	6,898	2,716	7,905	16,306	23,205
22/3	5,758	6,200	-	-	5,758	11,959	-	30,700
対前々年	△45.8%	△47.3%	-	-	△45.8%	△46.6%	-	△32.1%
対前年	112.0%	19.5%	-	-	112.0%	51.3%	-	32.3%

四半期業績の推移(営業利益)



(百万円)	会計期間				累計期間			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q累計	3Q累計	通期
20/3	1,555	1,964	2,672	264	1,555	3,519	6,191	6,455
21/3	△ 2,409	△ 1,012	1,114	△ 583	△ 2,409	△ 3,421	△ 2,307	△ 2,890
22/3	△ 759	△ 659	-	-	△ 759	△ 1,418	-	150
対前々年	-	-	-	-	-	-	-	△ 97.7%
対前年	-	-	-	-	-	-	-	-

貸借対照表

流動資産の減少は、主に売上債権の減少によるもの

(百万円、%)	20年3月期		21年3月期		22年3月期2Q		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	13,444	50.1	12,615	50.4	10,778	46.8	△ 1,836	△ 14.6
固定資産	13,370	49.9	12,437	49.6	12,258	53.2	△ 179	△ 1.4
資産合計	26,814	100.0	25,052	100.0	23,036	100.0	△ 2,016	△ 8.0
流動負債	3,846	14.3	3,077	12.3	2,363	10.3	△ 714	△ 23.2
固定負債	1,803	6.7	2,634	10.5	2,566	11.1	△ 67	△ 2.5
負債合計	5,649	21.1	5,711	22.8	4,930	21.4	△ 781	△ 13.7
純資産	21,165	78.9	19,342	77.2	18,107	78.6	△ 1,235	△ 6.4
負債純資産合計	26,814	100.0	25,052	100.0	23,036	100.0	△ 2,016	△ 8.0
BPS(円)	680.11		621.53		581.85		△ 39.68	△ 6.4
設備投資額	2,041		540		184			
減価償却費	1,459		1,420		600			
当座貸越極度額	3,250		7,800		7,800			

キャッシュ・フロー計算書

キャッシュ残高は、前期末に対し350百万円減少の6,960百万円

(百万円、%)	20年3月期	21年3月期		22年3月期	対前年同期	
	通期	2Q累計	通期	2Q累計	増減額	増減率
営業活動CF	6,578	△ 2,045	83	953	2,999	△ 146.6
投資活動CF	△ 2,446	△ 526	△ 605	△ 251	274	△ 52.2
フリーCF	4,132	△ 2,571	△ 522	702	3,273	△ 127.3
財務活動CF	△ 1,500	△ 1,087	△ 463	△ 1,055	32	△ 2.9
現金及び現金同等物に係る換算差額	△ 1	1	3	4	3	591.9
cash増減	2,632	△ 3,657	△ 982	△ 350	3,308	△ 90.4
cash期首	5,660	8,291	8,291	7,309	△ 982	△ 11.8
cash期末	8,291	4,634	7,309	6,960	2,326	50.2
有利子負債	180	340	966	846	506	148.9



2022年3月期 通期業績予想

2022年3月期 通期業績予想(対前期)

営業利益は、下期で上期の損失を吸収し黒字転換を見込む

(百万円、%)	21年3月期		22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	23,205	-	30,700	-	7,495	32.3
売上総利益	11,640	50.2	16,280	53.0	4,640	39.9
販売管理費	14,531	62.6	16,130	52.5	1,599	11.0
営業利益(△損失)	△ 2,890	-	150	0.5	3,040	-
経常利益(△損失)	△ 322	-	1,450	4.7	1,772	-
純利益(△損失)	△ 570	-	947	3.1	1,517	-
EPS(円)	△ 18.30		30.43		48.73	-
1株当たり配当金(円)	30.00		30.00		-	-
設備投資	540		400		△ 140	△ 25.9
減価償却費	1,420		1,230		△ 190	△ 13.4

●業績予想数値は2021年11月4日付公表のもの。

2022年3月期 下期業績予想(対前年・前々年同期比)

下期売上高対前年同期比22.5%増、対前々年同期比17.8%減

・緊急事態宣言の再発出は想定せず、市場環境は緩やかに回復基調で推移するものと想定し立案

(対前年同期比)	21年3月期(下期)		22年3月期(下期予想)		対前年同期比	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
(百万円、%)						
売上高	15,300	-	18,741	-	3,441	22.5
売上総利益	8,640	56.5	10,439	55.7	1,800	20.8
販売管理費	8,109	53.0	8,871	47.3	762	9.4
営業利益	531	3.5	1,568	8.4	1,037	195.5
経常利益	1,634	10.7	1,931	10.3	297	18.2
純利益	720	4.7	1,230	6.6	509	70.7

(対前々年同期比)	20年3月期(下期)		22年3月期(下期予想)		対前々年同期比	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
(百万円、%)						
売上高	22,793	-	18,741	-	△ 4,052	△ 17.8
売上総利益	13,442	59.0	10,439	55.7	△ 3,003	△ 22.3
販売管理費	10,506	46.1	8,871	47.3	△ 1,635	△ 15.6
営業利益	2,936	12.9	1,568	8.4	△ 1,368	△ 46.6
経常利益	2,927	12.8	1,931	10.3	△ 996	△ 34.0
純利益	1,832	8.0	1,230	6.6	△ 602	△ 32.9

●業績予想数値は2021年11月4日付公表のもの。

2022年3月期 通期業績予想(セグメント別)

主要セグメントは、軒並み回復することにより、増収及び収益の改善を見込む

(百万円、%)	売上高				営業利益(△損失)		
	21/3月期	22/3月期予	増減額	増減率	21/3月期	22/3月期予	増減額
シュクレイ	7,627	11,390	3,763	49.3	△ 930	227	1,157
ケイシイシイ	8,177	9,716	1,539	18.8	△ 317	172	489
寿製菓・但馬寿	4,935	6,283	1,348	27.3	△ 860	△ 246	614
販売子会社	2,139	3,229	1,090	51.0	△ 566	△ 143	423
九十九島グループ	2,047	2,698	651	31.8	△ 649	△ 535	114
その他	539	528	△ 11	△ 2.1	27	34	7
セグメント計	25,464	33,844	8,380	32.9	△ 3,295	△ 491	2,804
調整額	△ 2,259	△ 3,144	△ 885	39.2	405	641	236
合計	23,205	30,700	7,495	32.3	△ 2,890	150	3,040

●業績予想数値は2021年11月4日付公表のもの。

2022年3月期 下期業績予想(セグメント別)

(百万円、%)	売上高				営業利益(△損失)		
	21/3月期(下期)	22/3月期(下期)予	増減額	増減率	21/3月期(下期)	22/3月期(下期)予	増減額
シュクレイ	5,368	7,133	1,765	32.9	200	630	430
ケイシイシイ	5,387	5,609	222	4.1	422	447	25
寿製菓・但馬寿	3,047	3,875	828	27.2	△ 132	71	203
販売子会社	1,387	2,091	704	50.8	△ 163	49	212
九十九島グループ	1,318	1,655	337	25.5	△ 185	△ 143	42
その他	289	309	20	6.8	28	30	2
セグメント計	16,795	20,671	3,875	23.1	169	1,083	914
調整額	△ 1,495	△ 1,929	△ 434	29.0	362	485	123
合計	15,300	18,741	3,441	22.5	531	1,568	1,037

●業績予想数値は2021年11月4日付公表のもの。



今後の経営方針とセグメント別業績の概況

経営理念・基本ポリシー

経営理念

喜びを創り喜びを提供する

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。本年度は新型コロナウイルス感染拡大防止のため、各社毎に発表会を実施後、社内報での動画共有を行いました。



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・ギフトスイーツ**(Premium Gift 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

2021年経営スローガン

オーバーザオーバー

**寿スピリッツグループはどん底から這い上がり
復活の狼煙を上げる年とする**

<今後の見通しと対処方針>

ワクチン接種の加速により、事態が鎮静化していくことが期待されるものの、まん延防止等重点措置の適用や緊急事態宣言の再発出などにより、予断を許さない状況が続くものと見込まれる。収束後には早期に成長軌道に乗せるべく、感染拡大期と収束期、それぞれのフェーズに、的確な対策を迅速に講じ、全従業員の総力を結集し、難局を乗り切っていく。

今後の経営方針

重点施策

1.新生寿十策の推進

ブランド価値の向上に拘り、需要喚起・創出と新成長エンジン創りに注力

<新生寿十策>

- ①商品力の超絶シンカ
- ②接客力の超絶シンカ
- ③売場力の超絶シンカ
- ④土産需要とインバウンド復活への準備(卸売・小売の売場拡大)
- ⑤新マーケット進出(ショッピングモール、アウトレットモール、百貨店など)
- ⑥自家需要対策の強化
- ⑦通信販売の強化
- ⑧新ジャンルの確立
- ⑨お客様用途への対応強化(季節イベント、中元・歳暮、ふるさと納税など)
- ⑩海外ビジネスの成功モデル創り

今後の経営方針

重点施策

2.「超現場主義」による組織力の向上

理念経営を根幹とした人財育成及び従業員満足度の向上を図り、製造ライン、店舗・営業部門における現場長中心の経営スタイル『超現場主義』に一層磨きをかけ、変化対応力及び競争力の高い組織づくりに邁進する。

3.緊急事態フェーズ時における対応策の徹底

引き続き、感染症防止策を徹底するとともに、これまで推進してきたコスト削減、人員体制の最適化、適正在庫の確保、資金流動性の確保などの施策推進により、経営体質の一層の強化を図る。

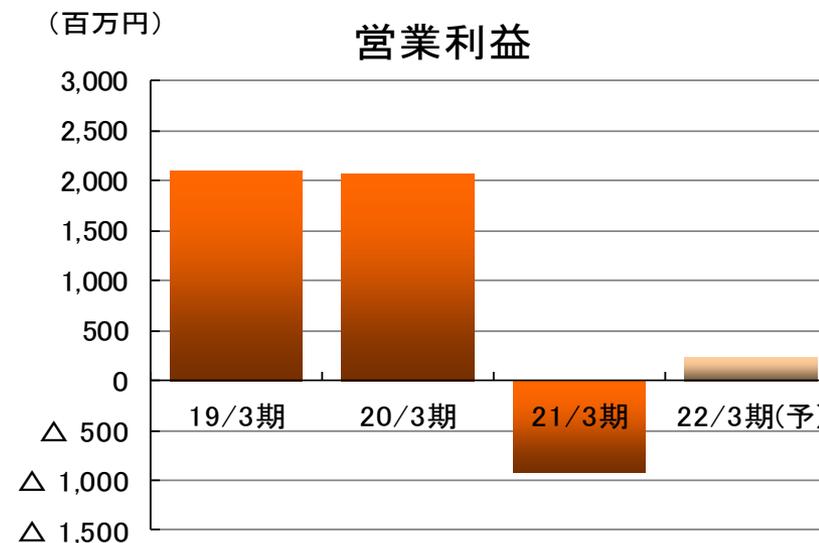
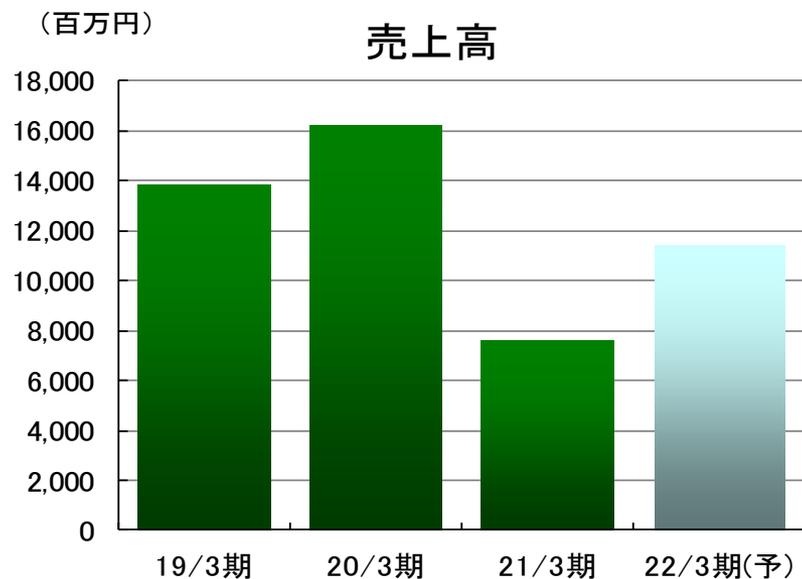
セグメント別概況



- シュクレイ
- ケイセイセイ
- 寿製菓・但馬寿
- 販売子会社
- くじゅうくしま 九十九島グループ
- その他

《シュクレイ》

22/3期予想:売上高 **11,390**百万円(前期比+49.3%)営業利益 **227**百万円(前期△930百万円)



(百万円,%)	19/3期	20/3期	21/3期	対前期		22/3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	13,860	16,199	7,627	△ 8,572	△ 52.9	11,390	3,763	49.3
売上総利益	8,682	9,893	4,198	△ 5,695	△ 57.6	6,639	2,441	58.1
粗利率	62.6	61.1	55.0	△ 6.0		58.3	3.2	
販売管理費	6,592	7,834	5,128	△ 2,706	△ 34.5	6,412	1,284	25.0
営業利益	2,090	2,059	△ 930	△ 2,989	-	227	1,157	-



《シュクレイ》

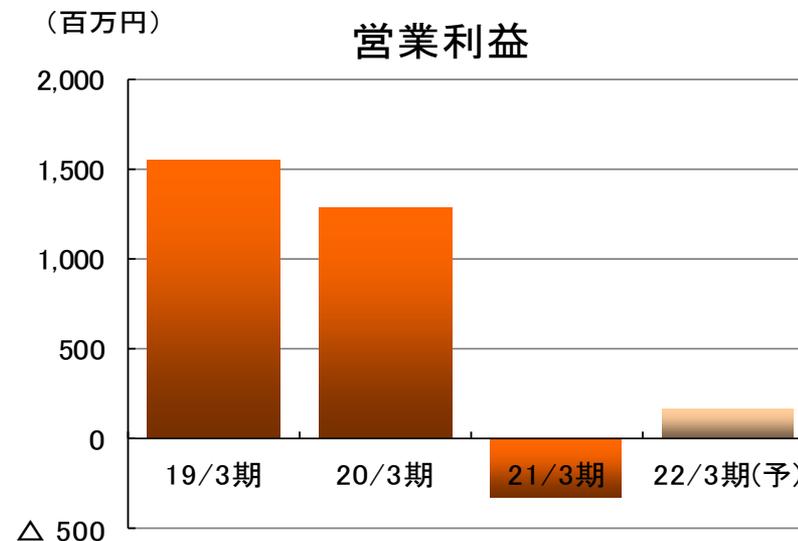
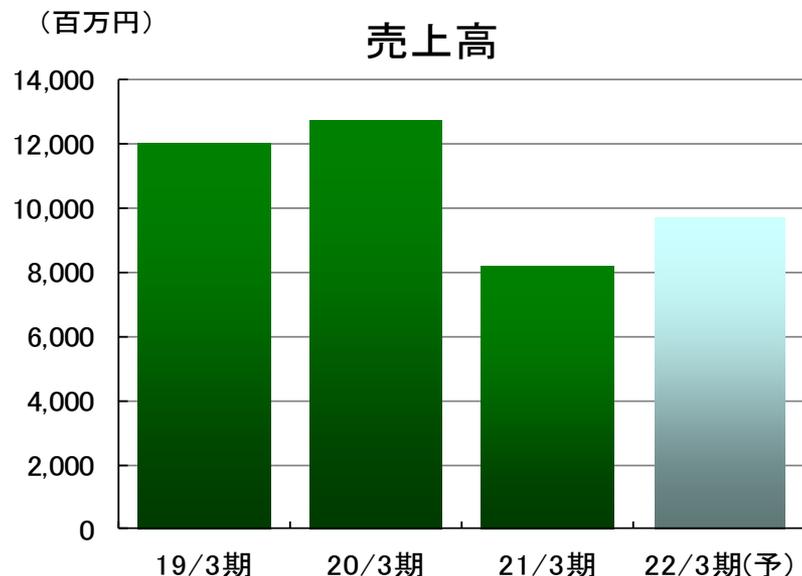
需要喚起に向け、直営店、期間限定出店、通信販売での更なる販売力の強化を図る
引き続きブランド育成及び新ブランド開発に注力



東京ミルクチーズ工場 岡崎サービスエリア催事(2021年6月～8月)

《ケイシイシイ》

22/3期予想:売上高 **9,716**百万円(前期比**+18.8%**)営業利益 **172**百万円(前期△317百万円)



(百万円,%)	19/3期	20/3期	21/3期	対前期		22/3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	12,012	12,700	8,177	△ 4,523	△ 35.6	9,716	1,539	18.8
売上総利益	7,479	7,758	4,806	△ 2,952	△ 38.1	5,138	332	6.9
粗利率	62.3	61.1	58.8	△ 2.3		52.9	△ 5.9	
販売管理費	5,927	6,466	5,123	△ 1,343	△ 20.8	4,966	△ 157	△ 3.1
営業利益	1,553	1,292	△ 317	△ 1,609	-	172	489	-



《ケイシイシイ》

LeTAO限定スイーツ投入など通販・直営店・催事での季節イベント対策を強化
 PISTA&TOKYO、Now on Cheese♪などの首都圏ブランドの育成強化にも注力



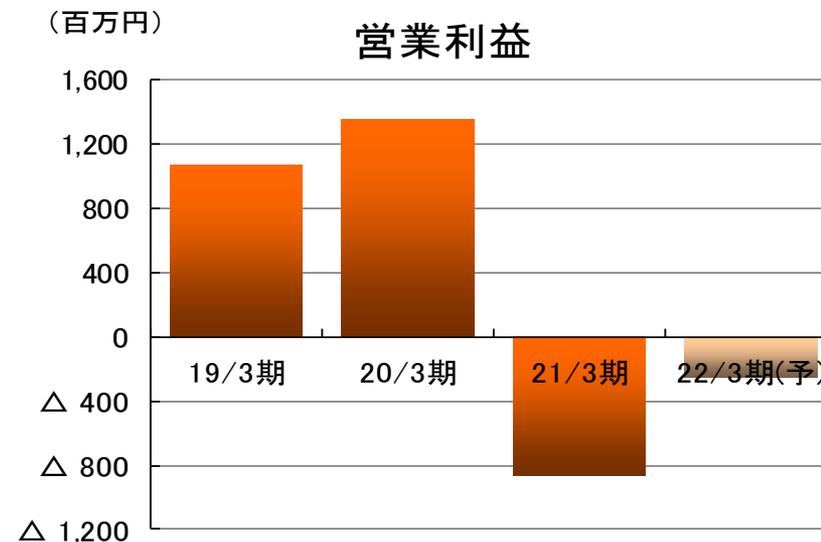
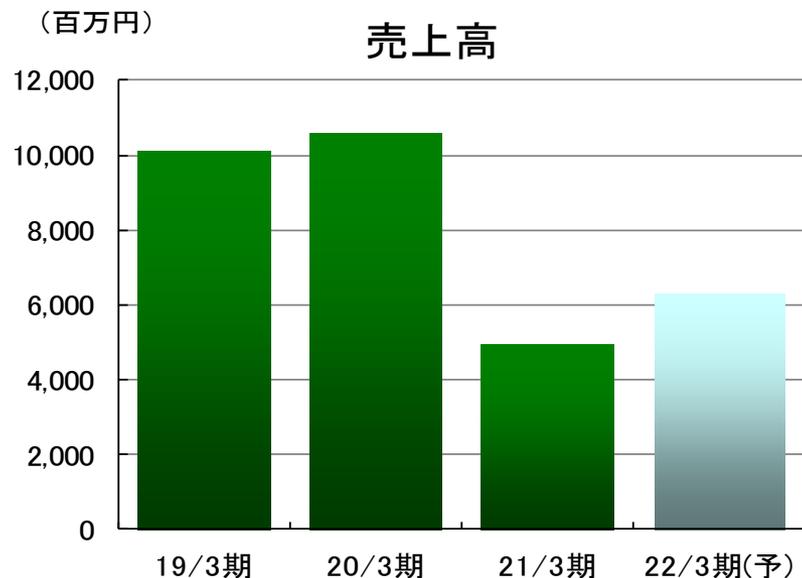
期間限定	ドゥーブルフロマーシュ使用	ショコラドゥーブル使用	ミルク
 <p>MELON DOUBLE Sundae メロンドゥーブルサンデー 北海道産赤肉メロンの甘み広がるメロンドゥーブルをトッピングしたサンデー。赤肉メロンの甘みと十勝産ジャージーミルクの濃厚なソフトクリームが相性抜群です。</p> <p>税込 ¥627 <small>税別 ¥570</small></p>	 <p>LeTAO Sundae -HOKKAIDO Strawberry Sauce- ルタオサンデー ～北海道産ソース～</p> <p>十勝ジャージーミルクのソフトにルタオ人気のチーズケーキと北海道産産を使用したソースをトッピングしました。</p> <p>税込 ¥594 <small>税別 ¥547</small></p>	 <p>LeTAO Sundae -Caramel chocolate- ルタオサンデー ～カaramelショコラ～</p> <p>北海道十勝産のジャージーミルクソフトクリームにショコラドゥーブルとカラメルソースをトッピングしました。</p> <p>税込 ¥594 <small>税別 ¥547</small></p>	 <p>Crème Glacée Jersey Milk クレームグラッセ ～ジャージーミルク～</p> <p>北海道十勝産のジャージーミルクに厚しずでマスカルポーネを使用したソフトクリーム。</p> <p>税込 ¥388 <small>税別 ¥353</small></p>

Nostalgic Modern
LeTAO
 Pastry Sweet Market

京王百貨店新宿店 秋の北海道展

《寿製菓・但馬寿》

22/3期予想:売上高 **6,283**百万円(前期比+27.3%)営業利益 **△246**百万円(前期△860百万円)



(百万円,%)	19/3期	20/3期	21/3期	対前期		22/3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	10,080	10,572	4,935	△ 5,637	△ 53.3	6,283	1,348	27.3
売上総利益	3,866	4,199	969	△ 3,229	△ 76.9	1,773	804	82.9
粗利率	38.4	39.7	19.6	△ 20.1		28.2	8.6	
販売管理費	2,793	2,847	1,829	△ 1,017	△ 35.7	2,019	190	10.4
営業利益	1,073	1,352	△ 860	△ 2,212	-	△ 246	614	-

《寿製菓・但馬寿》

山陰
名産
因幡の白うさぎ
寿製菓株式会社

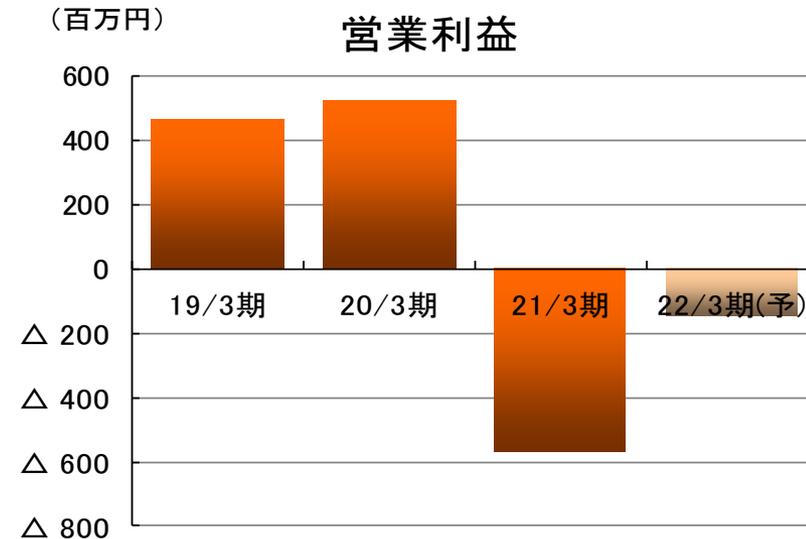
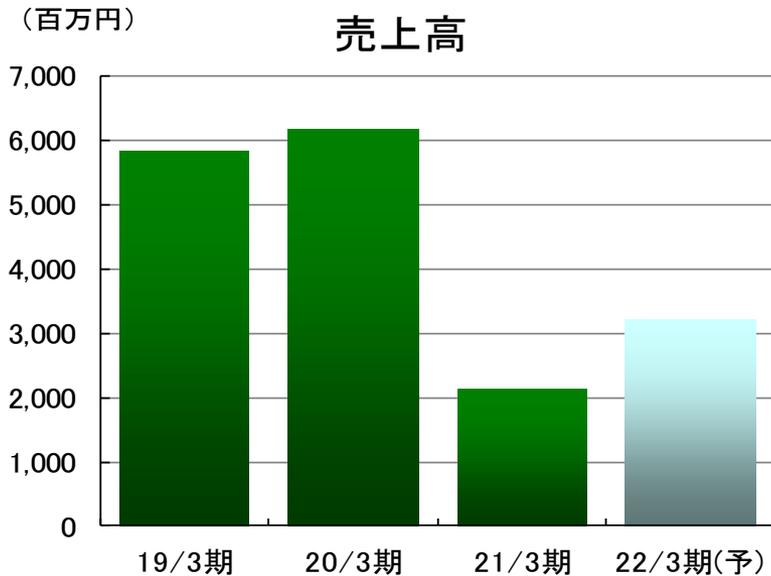
代理店及びグループ向け新商品開発の推進、「プロテインバー」などによる新ジャンルの販路拡大に注力
地元山陰地区では、メルカリ社主催の全国インディーズ土産投票1位を獲得した「因幡の白うさぎ」の販促強化を図る



因幡の白うさぎ

《販売子会社》

22/3期予想:売上高 **3,229**百万円(前期比 **+51.0%**)営業利益 **△143**百万円(前期△566百万円)



(百万円,%)	19/3期	20/3期	21/3期	対前期		22/3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	5,829	6,176	2,139	△ 4,037	△ 65.4	3,229	1,090	51.0
売上総利益	2,057	2,224	625	△ 1,599	△ 71.9	1,157	532	85.2
粗利率	35.3	36.0	29.2	△ 6.8		35.8	6.6	
販売管理費	1,590	1,700	1,191	△ 509	△ 30.0	1,300	109	9.2
営業利益	467	523	△ 566	△ 1,090	-	△ 143	423	-

《販売子会社》

主要交通拠点での自家需要に対応した新商品の投入、売場提案に注力

・関西地区の販売子会社では「コンディトライ神戸」及び「京都ヴェネト」ブランドによる通販を強化



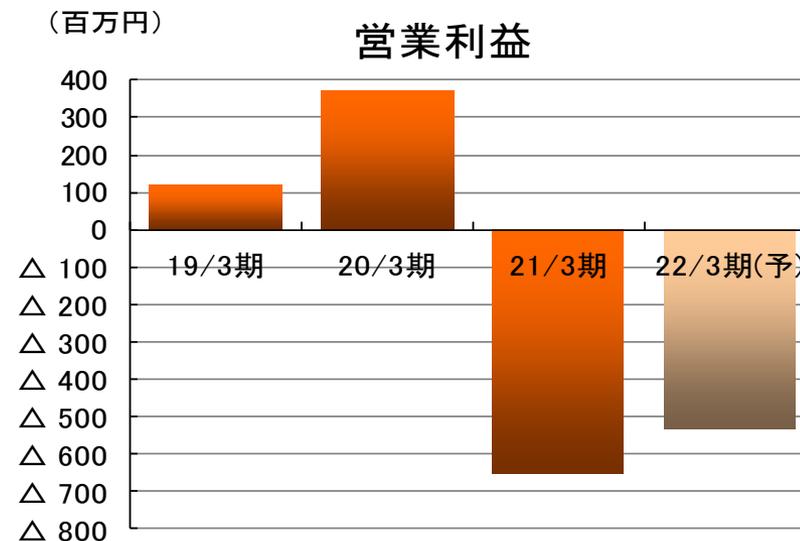
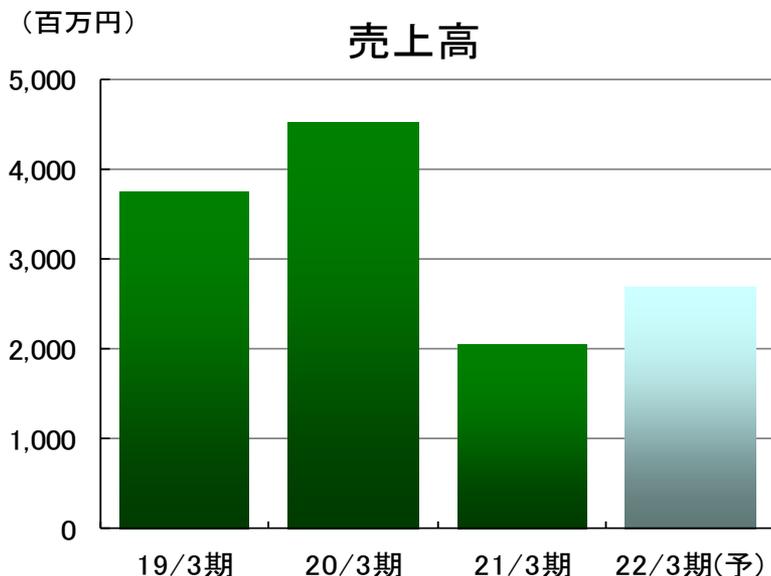
京都ヴェネト 京都宇治抹茶チーズケーキ ジェミニ



花福堂 博多まっかな苺のパフェチーズケーキ

くじゅうくしま 《九十九島グループ》

22/3期予想:売上高 **2,698**百万円(前期比**+31.8%**)営業利益 **△535**百万円(前期△649百万円)



(百万円,%)	19/3期	20/3期	21/3期	対前期		22/3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	3,759	4,522	2,047	△ 2,475	△ 54.7	2,698	651	31.8
売上総利益	1,709	2,127	650	△ 1,477	△ 69.4	1,082	432	66.4
粗利率	45.5	47.0	31.8	△ 15.3		40.1	8.3	
販売管理費	1,589	1,753	1,300	△ 453	△ 25.9	1,617	317	24.4
営業利益	120	374	△ 649	△ 1,023	-	△ 535	114	-

くじゅうくしま 《九十九島グループ》

70th
九十九島せんべい

発売70周年を迎えた「九十九島せんべい」の強化と博多新ブランド展開に注力
フレンチトースト専門店「Ivorish」は、本年4月に博多阪急にギフトショップを出店
するなど、物販強化に注力



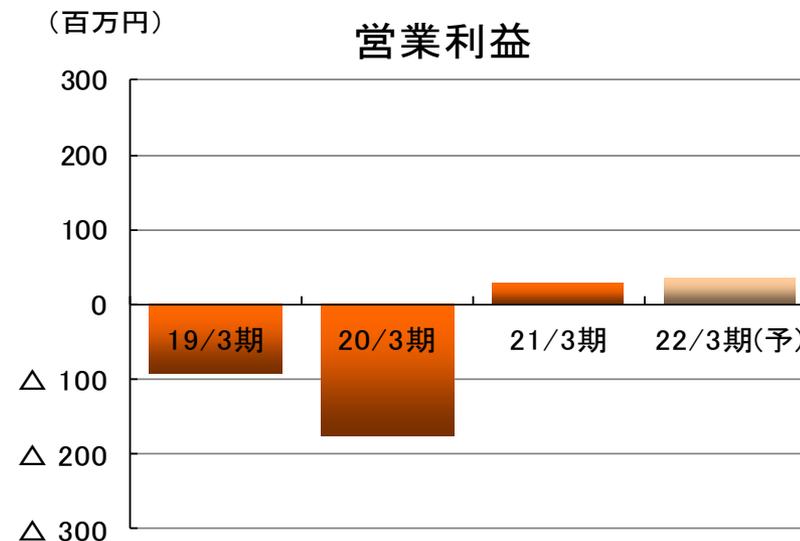
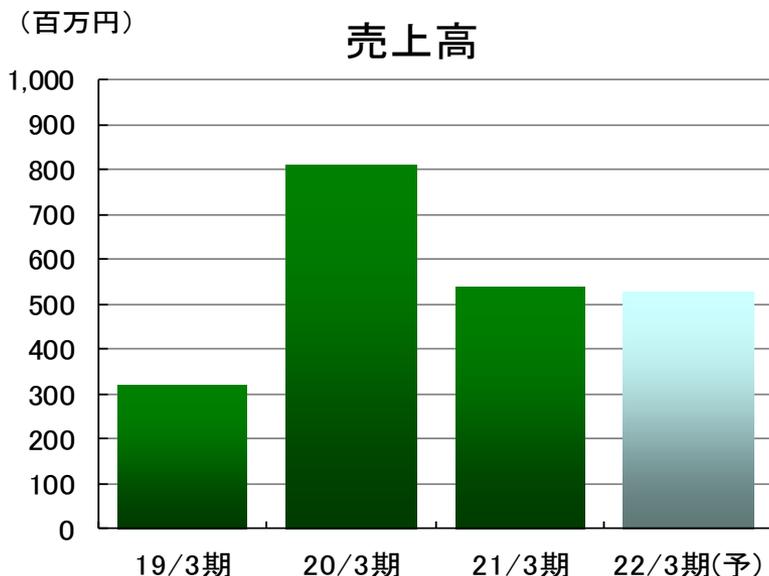
新デザイン「長崎の風」九十九島せんべい70周年記念限定缶



Ivorish博多阪急限定商品フレンチトーストサンドウィッチ

《その他》 <損害保険代理業、健康食品事業、海外(台湾・香港)菓子事業>

22/3期予想:売上高 **528**百万円(前期比 $\Delta 2.1\%$)営業利益 **34**百万円(前期比 $+24.6\%$)



(百万円,%)	19/3期	20/3期	21/3期	対前期		22/3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	321	812	539	△ 273	△ 33.6	528	△ 11	△ 2.1
売上総利益	191	529	383	△ 146	△ 27.6	373	△ 10	△ 2.6
粗利率	59.6	65.1	71.1	5.9		70.6	△ 0.4	
販売管理費	283	706	356	△ 350	△ 49.6	339	△ 17	△ 4.7
営業利益	△ 91	△ 177	27	204	-	34	7	24.6

●その他に含まれる香港事業は、昨年2月に事業を閉鎖し、現地法人Honey Sucrey Limitedは現在清算手続中。

《その他》

台湾菓子事業：好立地催事の獲得と季節イベントでのギフト対策を強化

健康食品事業（純藍事業）：相談薬局との連携強化による新商品開発、販路拡大に注力



THE MAPLE MANIA
台湾 新光三越台北信義新天地A11催事



新型コロナウイルス(SARS-CoV-2)に対する藍由来抽出物の不活化効果を確認 寿スピリッツ株式会社と奈良県立医科大学との共同研究により実証

2021年1月6日寿スピリッツIRリリース





株式の状況・株主還元

株式の状況

(2021年9月30日現在)

■発行可能株式総数 91,200,000株

■発行済株式総数 31,121,520株

■単元株式数 100株

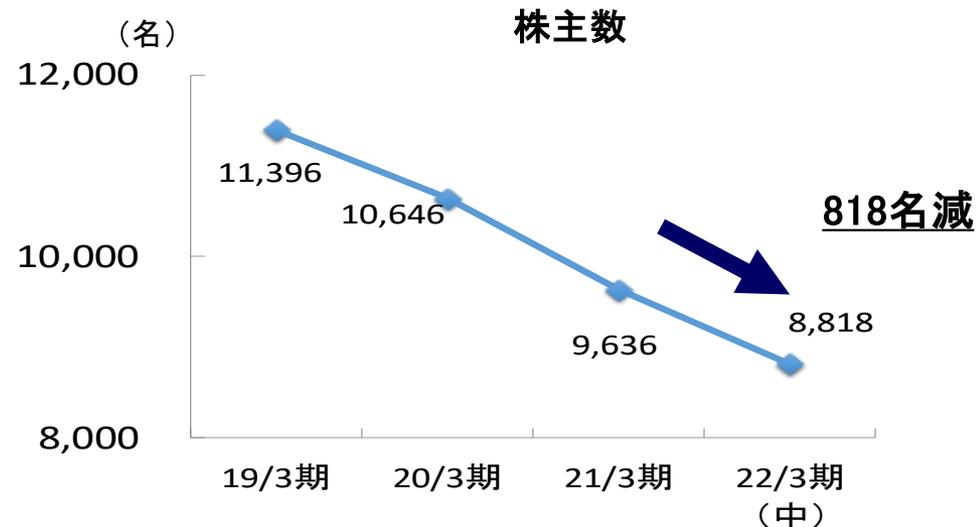
■株主数 8,818名

(対前期末比 818名減)

■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	9,300,000	29.88
日本マスタートラスト信託銀行 株式会社(信託口)	2,947,000	9.47
株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	1,913,700	6.15
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT	1,621,014	5.21
株式会社山陰合同銀行	900,000	2.89

(注)出資比率は、自己株式2,208株を除く

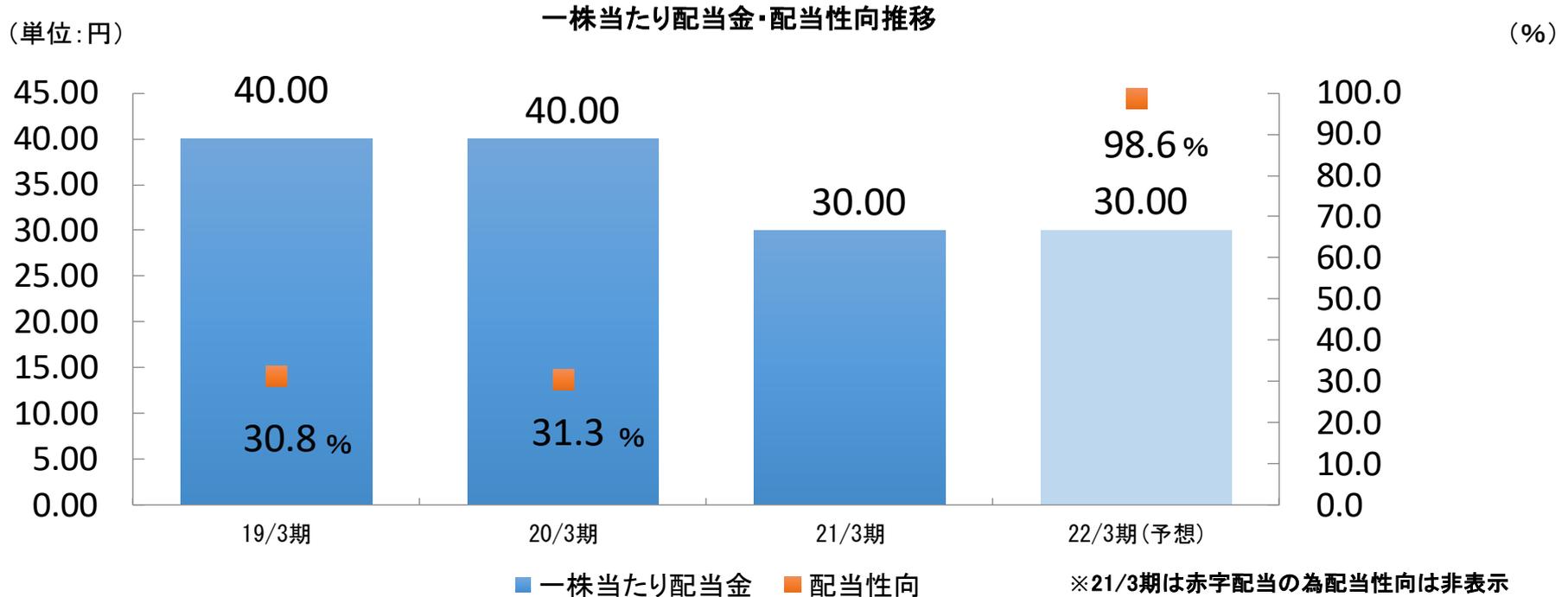


株主還元

■ 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。

■ 2022年3月期1株当たり配当金予想 **30円**



《サステナビリティ開示について》

寿スピリッツのコーポレートサイトでサステナビリティの取組み及びESGデータの開示を行っています。事業を通じて経営理念「喜びを創り喜びを提供する」を実践し、社会に必要とされる存在であり続けることこそ、社会的責任を果たすことであると捉えており、サステナビリティを最重要テーマの一つと位置付け、取り組んでまいります。



寿スピリッツグループサステナビリティ

こちらのQRコードからご覧いただけます



《プライム市場選択申請について》

当社は、2021年9月14日開催の取締役会において、2022年4月4日移行予定の東京証券取引所新市場区分について、当社が所属する市場区分として「プライム市場」を選択する決議を行い、2021年9月15日に東京証券取引所に対し申請を行いました。今後、東京証券取引所の定める申請スケジュールに基づき、所定の手続きを進めてまいります。



《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7名・連結1,558名
グループ会社	連結子会社18社(国内16社・海外2社)
連結売上高	232億円(2021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。
- 2016年1月 (平成28年) 株式会社フランセの全株式を取得して子会社化。
- 2017年4月 (平成29年) 株式会社シュクレイが株式会社フランセを吸収合併。
- 2018年11月 (平成30年) 合併会社の持分取得によりHoney Sucrey Limitedを子会社化。



小樽洋菓子舗ルタオ



“ドゥーブルフロマーージュ”

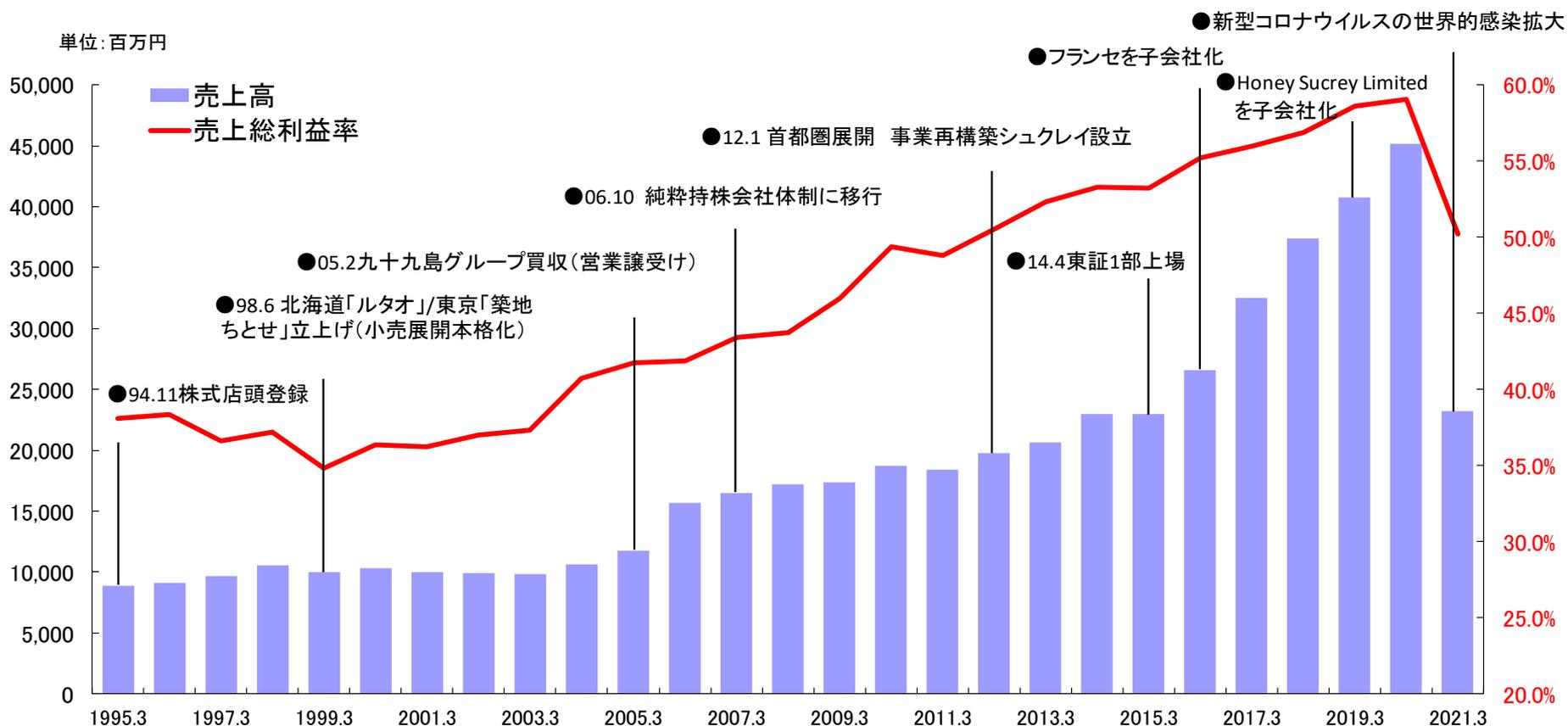


“九十九島せんぺい”

寿スピリッツグループの変遷①

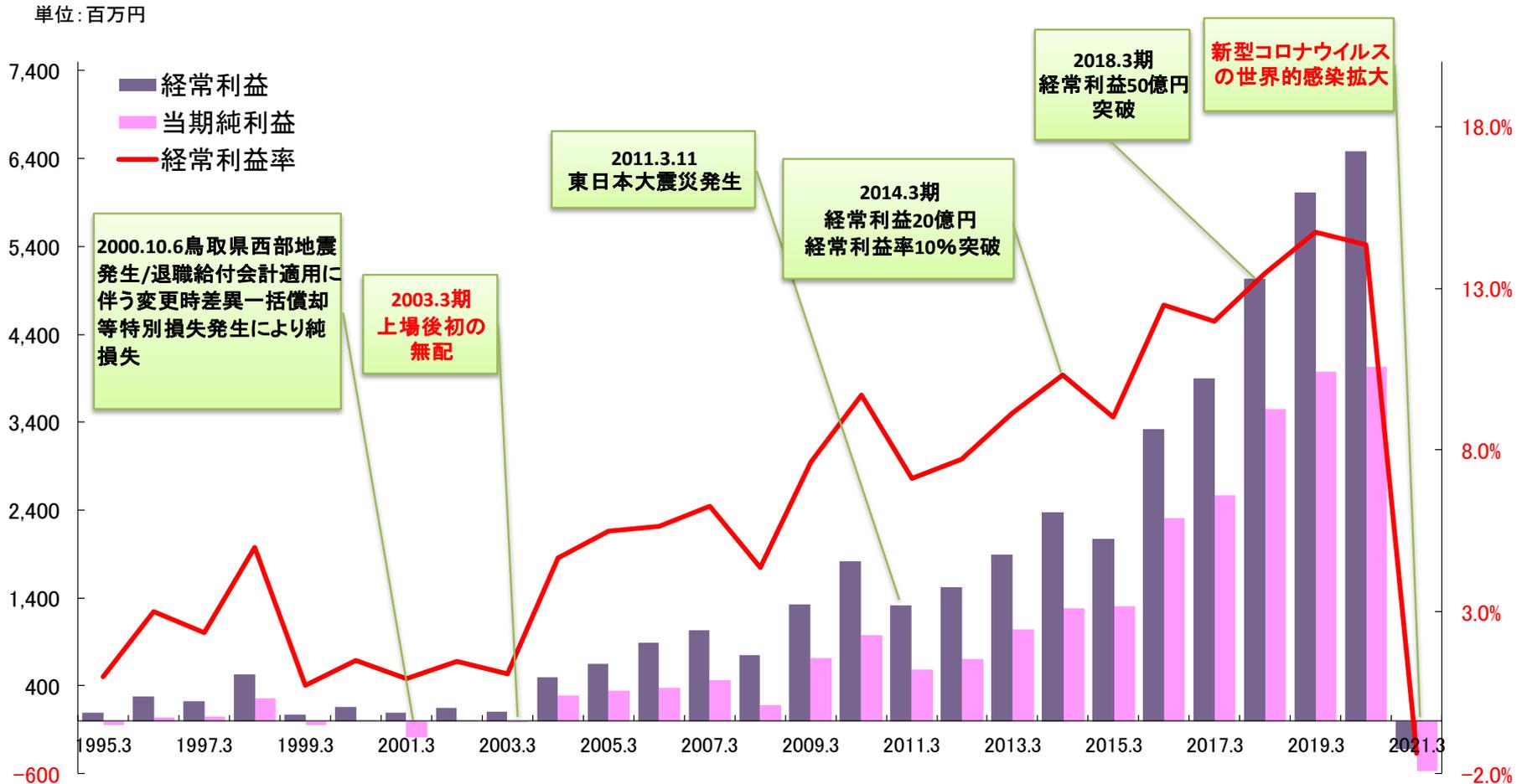
製造卸から製造小売へ事業モデルを転換 / 高粗利益率経営を推進

2021年3月期は新型コロナウイルスの感染拡大の影響受け、売上総利益率が大幅減



寿スピリッツグループの変遷②

2021年3月期は新型コロナウイルスの感染拡大の影響受け純損失を計上



主要ショップブランド

お菓子の**壽城**



(山陰)

KÄNOZA
IZUMO

(山陰)



(北海道)

Ivorish

Premium French Toast

(福岡・東京)



(佐世保・福岡)



(東京)



(東京)



(神戸)



(東京)



FRANÇAIS
(東京)

主力商品一例



Nostalgic Modern
LeTAO
Nostalgic Sweets Master

「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」



「ソルト&カマンベールクッキー」



「果実をたのしむミルフィユ」



「バターフィナンシェ」



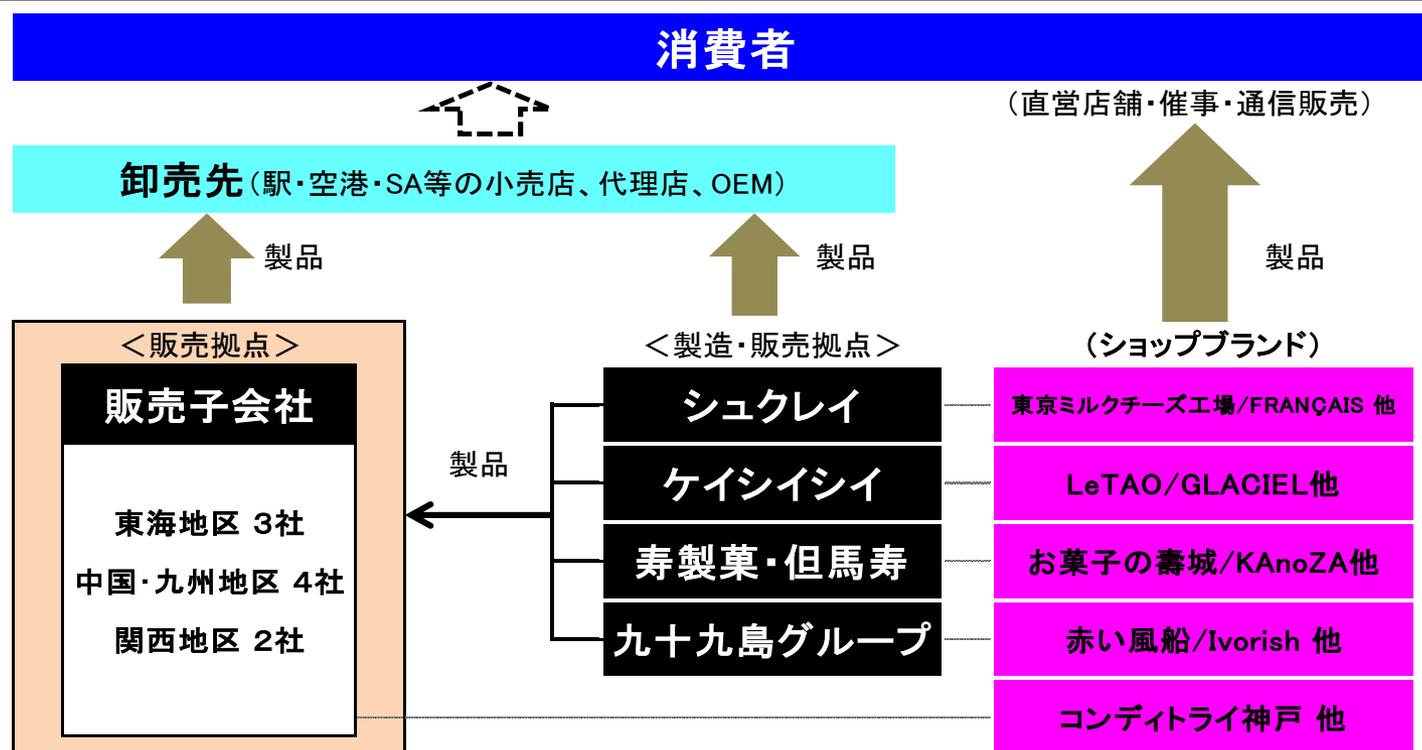
「九十九島せんべい」

事業概要

当社グループは、当社(純粋持株会社)・子会社18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。



《シュクレイ》

●シュクレイオンラインストアがAmazon.co.jp出品者アワード2021のDayOne賞を受賞！

10月にアマゾンジャパン合同会社より発表された、Amazon.co.jp 出品者アワード2021にてシュクレイオンラインストアがDayOne賞を受賞いたしました。受賞に伴い、Amazonサイト内での特集記事「デジタルが切り拓く中小企業の未来 Vol.13 ECビジネスを加速させるブランディング戦略の新発想」内でシュクレイ社長阪本のインタビューをご掲載頂きました。

※ DayOne賞：過去1年以内にAmazonでの販売を開始し、初年度から、顧客満足度、品ぞろえ、売り上げなどの観点で最も活躍した販売事業者に贈られる賞。



画像にマウスを合わせると拡大されます

バターパトラー バターフィナンシェ12
個入 焼菓子 お土産 個包装 プレゼント
お祝い ハロウィン 贈り物 ギフト
ブランド: Butter Butler
★★★★☆ 158 件の評価
Amazon's Choice バターパトラー

価格: ¥2,808 (¥234 /個)

Amazon クラシックカード利用で入金して2,000ポイントプレゼント
入会特典をこの商品に利用した場合は90円 まで998円に

原料: 砂糖、黄粉、マーガリン(植物性油脂、食塩)、バター、その他)、アーモンド(パウダー、小豆粉、乾燥)、バター、メープルシロップ、卵黄、卵白、デキストリン

ブランド: Butter Butler
パッケージ重量: 0.43 キログラム

- この商品について
- 第1回「19歳日本お土産グランプリ」総合グランプリ受賞、ヨーロッパ(宝島社)とフランス(ケラン)の権威を使用した「バターパトラー」(バターフィナンシェ)です。
 - 【内容量】12個【特定原材料】小麦・卵・乳成分・アーモンド・大豆
 - 【開封期間】製造日から90日(開封後に記載がございます。)
 - 【保存方法】直射日光、高温多湿を避け、涼しい場所で保存をお願いします。
 - 【配送についてのお知らせ】 この商品はシュクレイが出品者の場合、Amazon.co.jp からの発送となります。また、配送方法の印刷などは「悪化版」となっております。悪化版を希望されない場合は、配達元の配送業者より変更をお願いします。【開封についてのお知らせ】 お品物には包装紙がございません。また、のし、手紙が貼はれません。ご注意ください。
 - 【先方へのお届けについて】 - Amazon.co.jpが発送のお品物で種別名が表示されない場合は【ギフト設定】をお願いします。ギフト設定が無い場合は種別名はamazon.co.jpとなります。
- もっと見る



Amazon.co.jp 出品者アワード 2021
はこちらのQRコードからご覧いただけます



特集記事はこちらのQRコード
からご覧いただけます

Amazon.co.jp 出品者アワード 2021 受賞出品
者の商品です

Amazon.co.jp 出品者アワード 2021は、お客様へ届いたお品物の評価を基に選出された出品者に贈られる賞です。毎年、賞状が送られます。

《ケイシイシイ》

●ライブコマースでの生配信

ルタオでは楽天市場のライブコマースでの生配信を開始いたしました。

社員目線でのおすすめ商品のご紹介やシェフの実演、生放送ならではの視聴者様のコメントとのやりとりなど、新たな形での熱狂的ファン創りにチャレンジを行っていきます。



山陰
名産
因幡の白うさぎ
寿製菓株式会社

《寿製菓・但馬寿》

- メルカリ社主催のインディーズ土産全国デビューへの道で全国1位を獲得した因幡の白うさぎのミュージックビデオ風WEB CMをYoutubeで公開！



動画はこちらのQRコードから
ご覧頂けます

Memo

