



2022年3月期 決算説明会

2022年 5月 16日

喜びを創り喜びを提供する

寿心 寿スピリッツ

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



目次

- 2022年3月期 決算概要 P 1～24
- 2023年3月期 通期業績予想 P 25～30
- 今後の経営方針とセグメント別業績の概況 P 31～49
- 株式の状況・株主還元 P 50～53
- 参考情報 P 54～67



2022年3月期 決算概要

2022年3月期の業績ハイライト

売上高 32,192百万円 前期比138.7%(20/3期比 71.3%)

経常利益 2,921百万円(前期は経常損失322百万円)

上期は、断続的な「緊急事態宣言」の発出等により赤字計上を余儀なくされた一方、移動制限が緩和された下期は、環境変化に即応し、積極果敢に取り組んだ結果、上期の赤字を吸収し、2期ぶりに通期黒字転換を果たした。

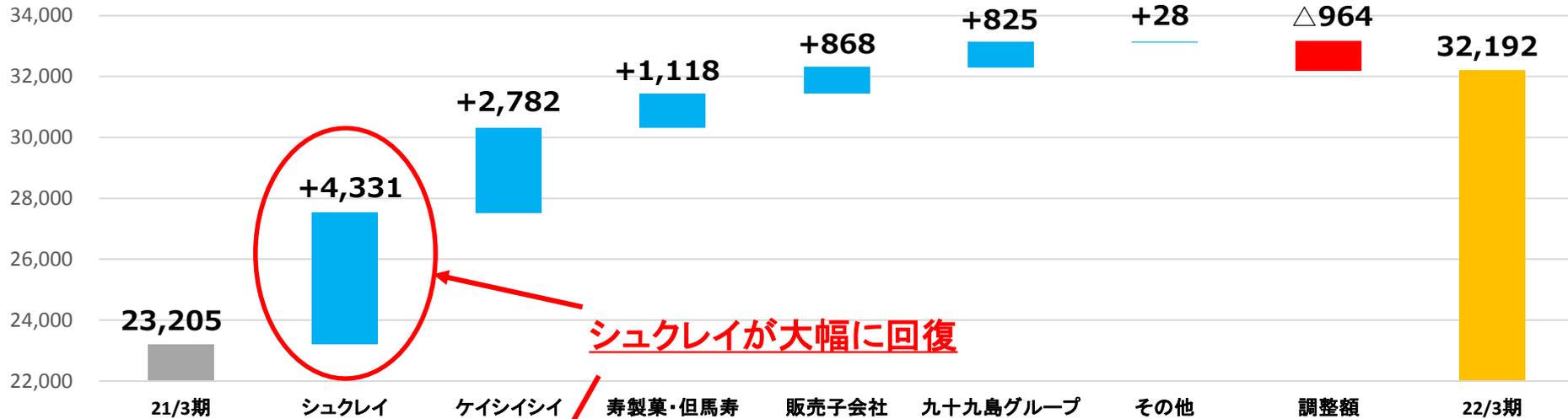
3期間比較 (百万円、%)	20/3期	21/3期	22/3期			対前期比	対20/3期比
	通期	通期	上期	下期	通期		
売上高	45,181	23,205	11,959	20,233	32,192	138.7	71.3
営業利益(△損失)	6,455	△ 2,890	△ 1,418	2,821	1,403	-	21.7
経常利益(△損失)	6,475	△ 322	△ 481	3,402	2,921	-	45.1
純利益(△損失)	4,100	△ 570	△ 283	2,198	1,916	-	46.7

「収益認識に関する会計基準」等を当連結会計年度の期首から適用しており、2022年3月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。詳細は、P13「収益認識会計基準適用に伴う影響について」をご参照下さい。

2022年3月期業績の前期比増減分析

(単位：百万円)

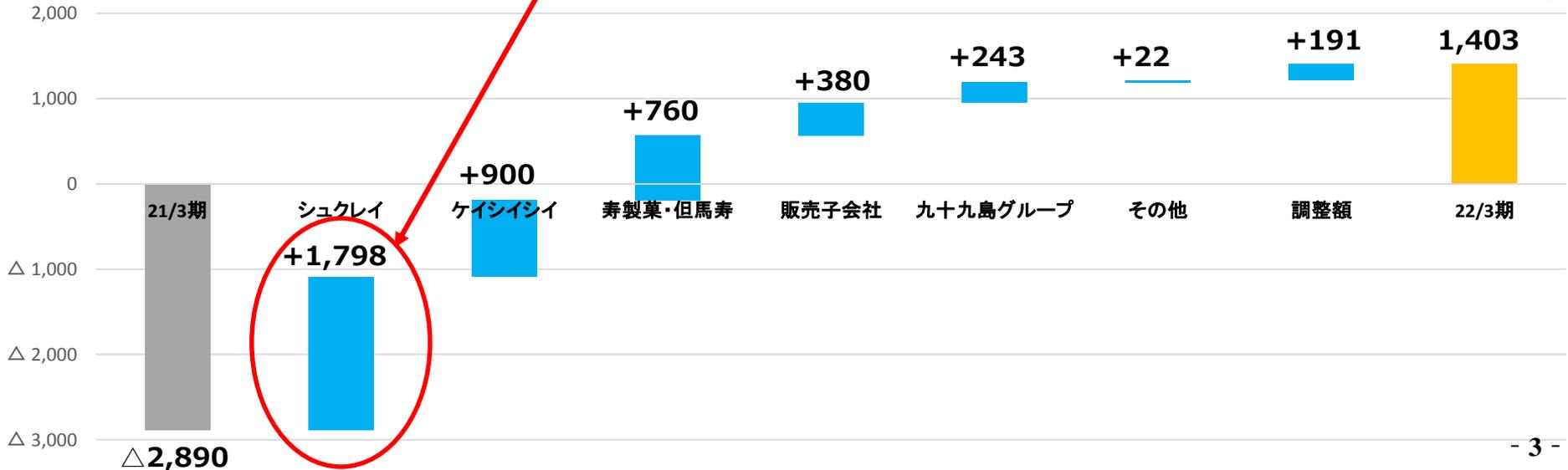
売上高



シュクレイが大幅に回復

営業利益

(単位：百万円)



新型コロナウイルス感染拡大の業績に与える影響

●月別売上動向<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20/3期増減率	△43.2%	△48.5%	△44.7%	△37.6%	△54.0%	△48.9%

	10月	11月	12月	1月	2月	3月
対前年増減率	1.3%	25.2%	51.5%	63.3%	29.4%	24.6%
対20/3期増減率	△33.3%	△22.1%	△4.1%	△29.7%	△20.3%	62.0%

第4四半期会計期間(1月～3月)の売上動向

●年明けより新たな変異株であるオミクロン株が急速に拡大し、広域的に「まん延防止等重点措置」が適用されたことなどから、再び厳しい事業環境で推移した。なお、3月の売上は、20/3期比では、新型コロナ影響の反動増の要因などから増収に転じているものの、19/3期比では10.7%減となっている。

●営業外収益に雇用調整助成金などの助成金収入を1,425百万円計上。

<足元の状況>

●3月下旬より「まん延防止等重点措置」の適用解除により、緩やかな回復基調で推移している。依然としてインバウンド需要は消失しているものの、3年ぶりに行動制限のないゴールデンウィークを迎えた4月売上は、前期比で50.9%増、20/3期比で14.4%減で推移した。

<2023年3月期の業績予想について>

●今後、経済活動は平常化に向かい、個人消費は緩やかな回復基調で推移する前提で見積る。また、感染再拡大による「緊急事態宣言」の再発出は想定せず、インバウンド需要は、1年以内の回復は見込んでいない。



通期のトピックス①

コロナ禍の2年間、東京駅エリアなどの好立地への出店攻勢が奏功し、業績回復に貢献

(シュクレイ)

2年間で14店舗の出店、新ブランド・新概念による圧倒的な世界観をプロデュース

2年間の主な新規店舗



COCORIS グランスタ東京(2020年8月)



neko chef 東京ギフトパレット(2020年8月)



THE MASTER by Butter Butler 横浜高島屋
(2020年12月)



FiOLATTE エキュート品川店(2021年12月)

シュクレイ出退店

	21/3	22/3	計
出店数	7	7	14
退店数	△ 5	△ 2	△ 7
純増減	2	5	7



(限定商品)THE MASTER by Butter Butler バターケーキ

通期のトピックス①

(ケイシイシイ)

3つの首都圏ブランドを東京駅エリアに同時出店。ブランド認知度も向上し、好発進！

2年間の主な新規店舗



PISTA&TOKYO 東京ギフトパレット(2020年8月)

ケイシイシイ出退店

	21/3	22/3	計
出店数	3	-	3
退店数	-	-	-
純増減	3	-	3



(限定商品)岡田謹製あんバター屋 あんバターロール



Now on Cheese ♪ Hello, Tokyo Station! (2020年8月) 岡田謹製あんバター屋 東京ギフトパレット(2020年8月)

通期のトピックス①

(九十九島グループ)

本年3月、東京駅エリアにフレンチトースト専門店「Ivorish」のギフトショップを初出店



Ivorish グランスタ東京(2022年3月)

その他の出退店

	21/3	22/3	計
出店数	1	4	5
退店数	△ 2	△ 3	△ 5
純増減	△ 1	1	-



(限定商品)Ivorish フレンチトーストロール

通期のトピックス②

EC対策強化などにより、通信販売が2年間で2倍に成長！
グループ通販売上6,014百万円 前期比43.0%増



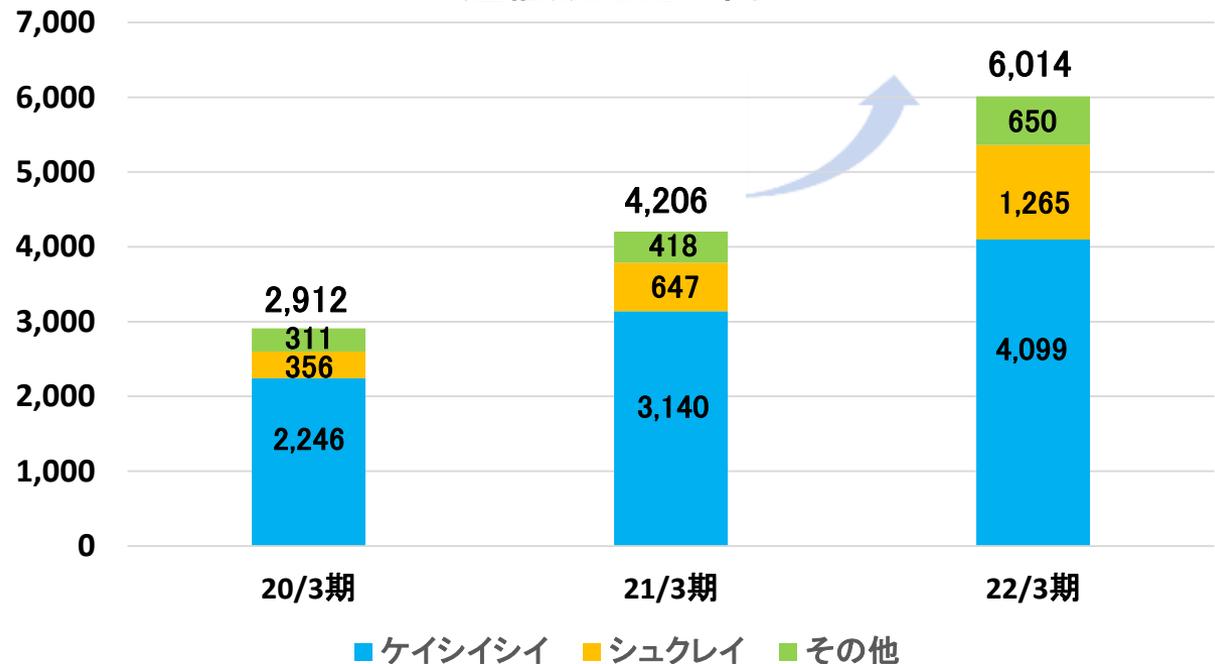
シュクレイオンラインストア



ルタオオンラインショップ

(単位:百万円)

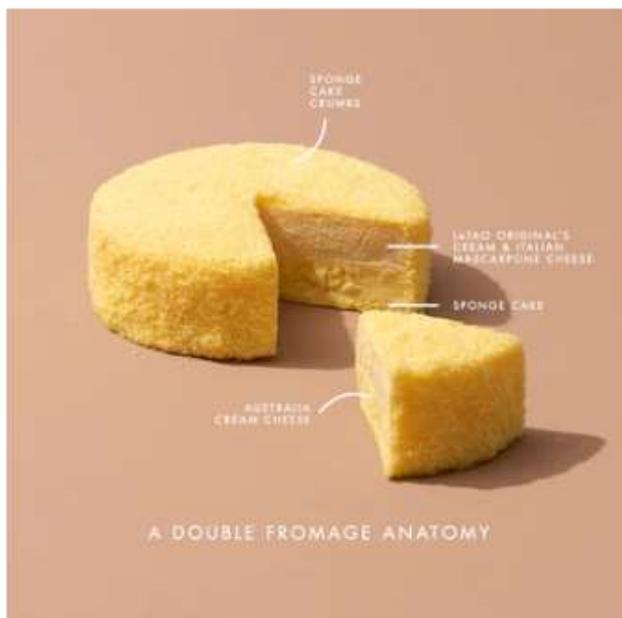
通信販売売上高



(ご参考)海外売上

海外売上1,864百万円 前期比21.0%増

海外店舗 前期69店舗から89店舗に出店を拡大



海外売上高

(単位:百万円)

	21/3期	22/3期	増減額	増減比
香港 ※1、※2	36	-	△ 36	-
台湾 ※2	429	500	71	16.6%
韓国	156	247	91	58.6%
シンガポール	241	185	△ 56	△23.2%
中国	633	828	195	30.9%
その他	47	103	57	121.3%
合計	1,541	1,864	323	21.0%

Fromage Double - Must Try

\$38.99

LeTAO ECサイト(オーストラリア)

- ※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、一昨年2月に事業を閉鎖し、現地法人
Honey Sucrey Limitedは現在清算手続中。

業績サマリー

2期ぶりに黒字に転換

(百万円、%)	18年3月期	19年3月期	20年3月期	21年3月期	22年3月期
売上高 (対前期比)	37,385 (+14.9%)	40,769 (+9.1%)	45,181 (+10.8%)	23,205 (△48.6%)	32,192 (+38.7%)
営業利益(△損失) (対前期比)	5,012 (+30.3%)	5,976 (+19.2%)	6,455 (+8.0%)	△2,890 (-)	1,403 (-)
経常利益(△損失) (対前期比)	5,049 (+29.5%)	6,012 (+19.1%)	6,475 (+7.7%)	△322 (-)	2,921 (-)
当期純利益(△損失)※ (対前期比)	3,534 (+37.4%)	3,972 (+12.4%)	4,100 (+3.2%)	△570 (-)	1,916 (-)
売上高経常利益率(%)	13.5	14.7	14.3	△1.4	9.1
EPS (円)	113.56	127.64	131.76	△18.3	61.56
BPS (円)	497.16	587.87	680.11	621.53	654.15
ROE (%)	25.1	23.5	20.8	△2.8	9.7

※当期純利益＝親会社株主に帰属する当期純利益(他の資料箇所も同様)

2022年3月期業績(対前期)

売上高対前期比38.7%増、営業利益は黒字に転換

(百万円、%)	21年3月期		22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	23,205	—	32,192	—	8,987	38.7
売上総利益	11,640	50.2	17,623	54.7	5,982	51.4
販売管理費	14,531	62.6	16,220	50.4	1,689	11.6
営業利益(△損失)	△ 2,890	—	1,403	4.4	4,293	—
経常利益(△損失)	△ 322	—	2,921	9.1	3,243	—
当期純利益(△損失)	△ 570	—	1,916	6.0	2,485	—
EPS(円)	△ 18.30		61.56		—	
ROE(%)	△ 2.8		9.7		—	

2022年3月期業績(対20/3期)

売上高対20/3期比28.7%減、営業利益 同78.3%減

(百万円、%)	20年3月期		22年3月期		対20/3期	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上高	45,181	—	32,192	—	△ 12,989	△ 28.7
売上総利益	26,702	59.1	17,623	54.7	△ 9,080	△ 34.0
販売管理費	20,248	44.8	16,220	50.4	△ 4,028	△ 19.9
営業利益	6,455	14.3	1,403	4.4	△ 5,052	△ 78.3
経常利益	6,475	14.3	2,921	9.1	△ 3,554	△ 54.9
当期純利益	4,100	9.1	1,916	6.0	△ 2,185	△ 53.3
EPS(円)	131.76		61.56		△ 70.20	
ROE(%)	20.8		9.7		△ 11.10	

収益認識会計基準適用に伴う影響について

収益認識会計基準の適用に伴い、適用前に比べて、売上総利益率は2.7ポイント、販売管理費率は2.5ポイントそれぞれ減少しております。

(百万円、%)	22年3月期				影響額
	適用前	売上比	適用後	売上比	
売上高	31,061	—	32,192	—	1,131
売上原価	13,231	42.6	14,569	45.3	1,338
売上総利益	17,829	57.4	17,623	54.7	△ 207
販売管理費	16,431	52.9	16,220	50.4	△ 211
販売促進費	2,335	7.5	2,293	7.1	△ 42
運賃	1,663	5.4	1,047	3.3	△ 617
地代家賃	2,516	8.1	1,110	3.4	△ 1,406
支払手数料	730	2.4	2,584	8.0	1,854
その他	9,187	29.6	9,187	28.5	—
営業利益	1,399	4.5	1,403	4.4	4

●上記の他、利益剰余金の当期首残高が24百万円減少しております。

収益認識会計基準適用前ベースの3期比較

売上高 対前期比33.9%増

売上総利益率は 対前期比7.2ポイント増加、販売管理費率は同9.7ポイント減少

(単位:百万円、%)	2020年3月期		2021年3月期		2022年3月期		対前年同期		対20/3期	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率	増減額	増減率
売上高	45,181	100.0	23,205	100.0	31,061	100.0	7,856	33.9	△ 14,120	△ 31.3
売上原価	18,478	40.9	11,565	49.8	13,231	42.6	1,667	14.4	△ 5,247	△ 28.4
売上総利益	26,702	59.1	11,640	50.2	17,829	57.4	6,189	53.2	△ 8,873	△ 33.2
販売管理費	20,248	44.8	14,531	62.6	16,431	52.9	1,900	13.1	△ 3,817	△ 18.9
人件費	7,695	17.0	6,428	27.7	6,793	21.9	364	5.7	△ 902	△ 11.7
販売促進費	3,567	7.9	1,969	8.5	2,335	7.5	366	18.6	△ 1,232	△ 34.5
運賃	2,026	4.5	1,382	6.0	1,663	5.4	281	20.3	△ 363	△ 17.9
広告宣伝費	294	0.7	276	1.2	349	1.1	73	26.4	54	18.3
地代家賃	3,116	6.9	1,957	8.4	2,516	8.1	559	28.5	△ 600	△ 19.3
減価償却費	570	1.3	529	2.3	433	1.4	△ 96	△ 18.2	△ 137	△ 24.0
旅費交通費	621	1.4	185	0.8	245	0.8	60	32.3	△ 376	△ 60.5
支払手数料	578	1.3	500	2.2	730	2.4	231	46.2	152	26.3
その他	1,781	3.9	1,304	5.6	1,368	4.4	63	4.9	△ 413	△ 23.2
営業利益(△損失)	6,455	14.3	△ 2,890	-	1,399	4.5	4,289	-	△ 5,056	△ 78.3

セグメント別業績(対前期)

シュクレイ・ケイシイシイが営業黒字に転換

(百万円、%)	売上高				営業利益(△損失)		
	21/3期	22/3期	増減額	増減率	21/3期	22/3期	増減額
シュクレイ	7,627	11,958	4,331	56.8	△ 930	868	1,798
ケイシイシイ	8,177	10,959	2,782	34.0	△ 317	583	900
寿製菓・但馬寿	4,935	6,053	1,118	22.6	△ 860	△ 100	760
販売子会社	2,139	3,007	868	40.6	△ 566	△ 186	380
九十九島グループ	2,047	2,872	825	40.3	△ 649	△ 407	243
その他 ※	539	567	28	5.1	27	49	22
セグメント計	25,464	35,415	9,951	39.1	△ 3,295	807	4,102
調整額	△ 2,259	△ 3,223	△ 964	42.7	405	596	191
合計	23,205	32,192	8,987	38.7	△ 2,890	1,403	4,293

※その他に含まれる香港事業は、一昨年2月に事業を閉鎖し、現地法人Honey Sucrey Limitedは現在清算手続中。

セグメント別業績の補足説明

<p>シュクレイ</p>	<p>「東京ミルクチーズ工場」の10周年記念商品の発売など、各ブランドにおいて新商品や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、期間限定出店の推進及び通信販売の強化などに取り組んだ。出退店では、昨年6月に渋谷東急フードショーに「THE TAILOR(ザ・テイラー)」を、同年12月にはエキュート品川に新ブランド「FiOLATTE(フィオラッテ)」を出店するなど、計7店の出店及び2店の退店を実施。</p>
<p>ケイシイシイ</p>	<p>通信販売の強化に注力すると共に、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)」、「Now on Cheese♪(ナウオンチーズ)」、「岡田謹製あんバター」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。</p>
<p>寿製菓・但馬寿</p>	<p>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。山陰地区では、昨年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。</p>
<p>販売子会社</p>	<p>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。出退店では、福岡エリアで1店の出店及び関西エリアで3店の退店を実施。</p>
<p>九十九島グループ</p>	<p>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」商品の売場拡販などに取り組んだ。新規出店では、本年3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JR東京駅「グランスタ東京」に出店するなど3店の出店を実施。</p>

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・帰省需要の回復などで大幅増収

(百万円、%)	21年3月期		22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	23,205	—	32,192	—	8,987	38.7
国内卸売	7,582	32.7	8,982	27.9	1,400	18.5
国内小売	9,866	42.5	15,325	47.6	5,459	55.3
通信販売	4,206	18.1	6,014	18.7	1,808	43.0
その他	11	0.0	7	0.0	△ 4	△ 33.9
国内計	21,664	93.4	30,328	94.2	8,664	40.0
海外卸売	1,111	4.8	1,363	4.2	252	22.7
海外小売	429	1.8	500	1.6	71	16.6
海外計	1,541	6.6	1,864	5.8	323	21.0

(注)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/ 国内小売は、主に直営店舗、催事など
 海外卸売は、海外FCに対する国内出荷売上+ロイヤルティ/ 海外小売は、台湾子会社の売上
 その他は損害保険代理業

売上原価・売上総利益

小売比率の増加及び生産性改善などにより、売上総利益率は対前期比 4.5ポイント増加

(百万円、%)	21年3月期		22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	23,205	—	32,192	—	8,987	38.7
材料費	5,104	22.0	7,178	22.3	2,073	40.6
労務費	3,506	15.1	3,807	11.8	302	8.6
製造経費	1,853	8.0	2,140	6.6	287	15.5
製造原価計	10,463	45.1	13,126	40.8	2,663	25.4
その他	1,101	4.7	1,443	4.5	342	31.0
売上原価合計	11,565	49.8	14,569	45.3	3,004	26.0
売上総利益	11,640	50.2	17,623	54.7	5,982	51.4

販売管理費・営業利益

売上回復及びコスト抑制などにより、販売管理費率は12.2ポイント減少

(百万円、%)	21年3月期		22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	11,640	50.2	17,623	54.7	5,982	51.4
人件費	6,428	27.7	6,793	21.1	364	5.7
販売促進費	1,969	8.5	2,293	7.1	※ 324	16.5
運賃	1,382	6.0	1,047	3.3	※ △ 336	△ 24.3
広告宣伝費	276	1.2	349	1.1	73	26.4
地代家賃	1,957	8.4	1,110	3.4	※ △ 847	△ 43.3
減価償却費	529	2.3	433	1.3	△ 96	△ 18.2
旅費交通費	185	0.8	245	0.8	60	32.3
支払手数料	500	2.2	2,584	8.0	※ 2,084	417.2
その他	1,304	5.6	1,368	4.2	63	4.9
販売管理費	14,531	62.6	16,220	50.4	※ 1,689	11.6
営業利益(△損失)	△ 2,890	-	1,403	-	4,293	-

※収益認識会計基準の適用に伴う影響あり。詳細についてはP13を参照。

●人件費の増加は、主に前期実施した役員報酬及び賞与減額の反動、新規出店に伴うもの。

公表数字に対する達成率

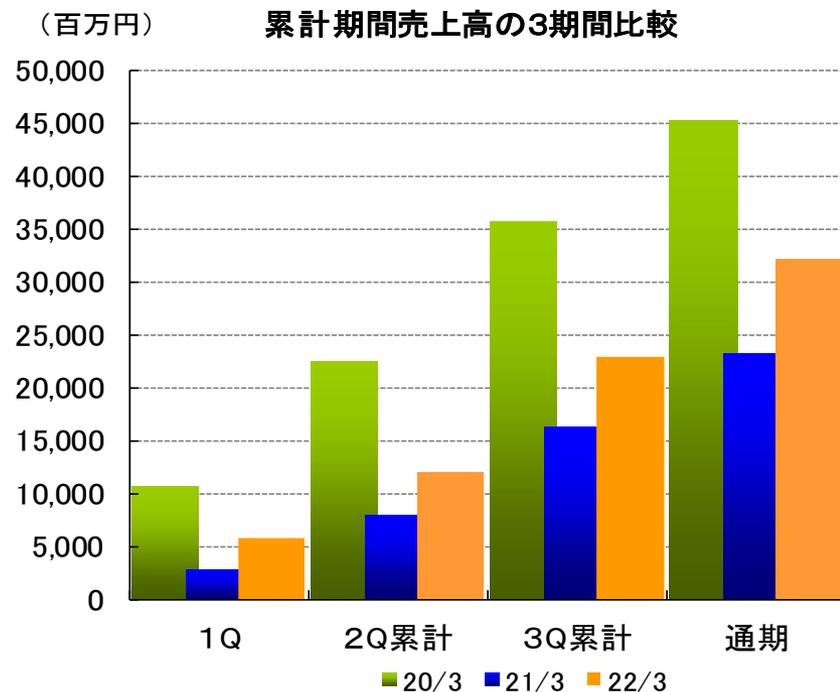
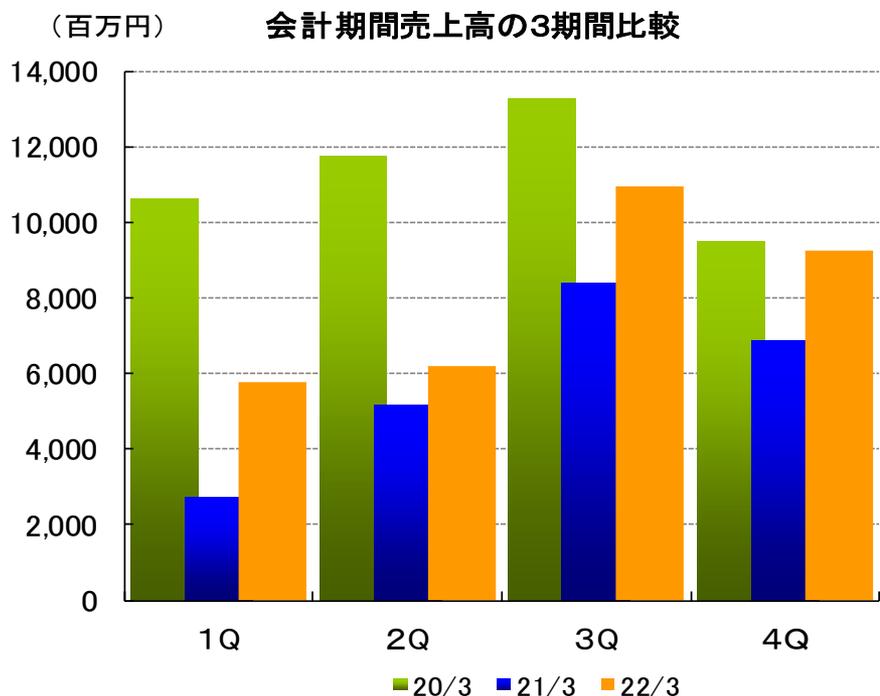
年末帰省含む季節イベントでの対策強化が奏功し、売上・利益ともに公表予想を上回る

(百万円、%)	予想数値※		22年3月期		対予想数値	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	達成率
売上高	30,700	—	32,192	—	1,492	104.9
売上総利益	16,280	53.0	17,623	54.7	1,343	108.2
販売管理費	16,130	52.5	16,220	50.4	90	100.6
営業利益	150	0.5	1,403	4.4	1,253	935.2
経常利益	1,450	4.7	2,921	9.1	1,471	201.5
当期純利益	947	3.1	1,916	6.0	969	202.3

※ 予想数値は2021年11月4日公表数値

四半期業績の推移(売上高)

(4Q会計)対前年同期比34.4%増 対20/3期2.5%減

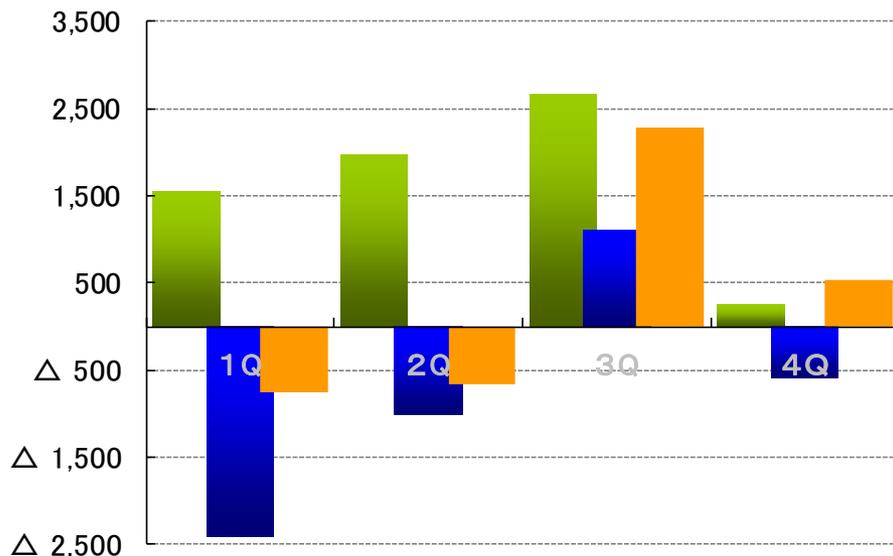


(百万円)	会計期間				累計期間			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q累計	3Q累計	通期
20/3	10,627	11,761	13,287	9,506	10,627	22,388	35,675	45,181
21/3	2,716	5,189	8,402	6,898	2,716	7,905	16,306	23,205
22/3	5,758	6,200	10,963	9,270	5,758	11,959	22,921	32,192
対20/3	△45.8%	△47.3%	△17.5%	△2.5%	△45.8%	△46.6%	△35.7%	△28.7%
対前年	112.0%	19.5%	30.5%	34.4%	112.0%	51.3%	40.6%	38.7%

四半期業績の推移(営業利益)

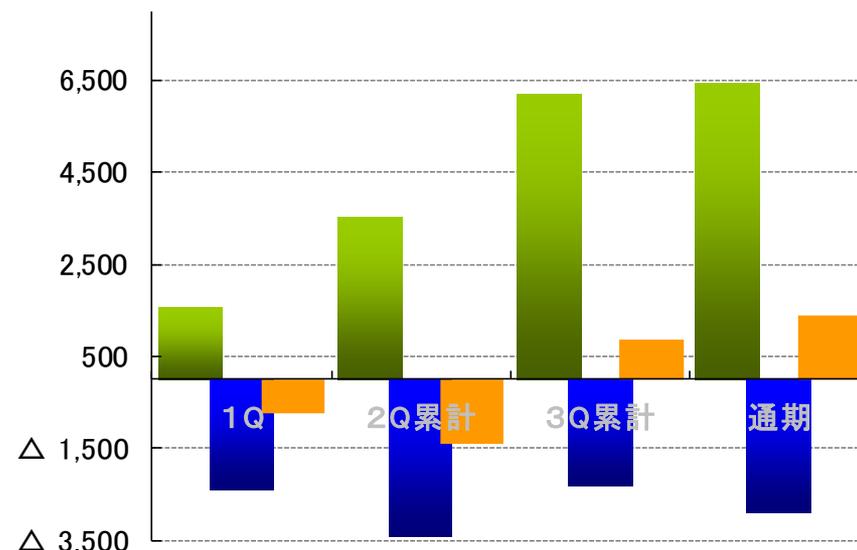
(4Q会計)売上回復により営業黒字に転換

(百万円) 会計期間営業利益の3期間比較



■ 20/3 ■ 21/3 ■ 22/3

(百万円) 累計期間営業利益の3期間比較



■ 20/3 ■ 21/3 ■ 22/3

(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	2,279	542	△ 759	△ 1,418	860	1,403
対20/3	-	-	△ 14.7%	105.7%	-	-	△ 86.1%	△ 78.3%
対前年	-	-	104.6%	-	-	-	-	-

貸借対照表

流動資産の増加は、主に現金預金及び売上債権の増加によるもの

(百万円、%)	20年3月期		21年3月期		22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	13,444	50.1	12,615	50.4	15,804	57.5	3,190	25.3
固定資産	13,370	49.9	12,437	49.6	11,666	42.5	△ 772	△ 6.2
資産合計	26,814	100.0	25,052	100.0	27,470	100.0	2,418	9.7
流動負債	3,846	14.3	3,077	12.3	4,620	16.8	1,543	50.2
固定負債	1,803	6.7	2,634	10.5	2,493	9.1	△ 140	△ 5.3
負債合計	5,649	21.1	5,711	22.8	7,114	25.9	1,403	24.6
純資産	21,165	78.9	19,342	77.2	20,357	74.1	1,015	5.2
負債純資産合計	26,814	100.0	25,052	100.0	27,470	100.0	2,418	9.7
BPS(円)	680.11		621.53		654.15		33	5.2
設備投資額	2,041		540		403		△ 137	△ 25.4
減価償却費	1,459		1,420		1,220		△ 200	△ 14.1

キャッシュ・フロー計算書

キャッシュ期末残高は、対前期比2,603百万円増加の9,913百万円

(百万円、%)	20年3月期	21年3月期	22年3月期	対前期	
	通期	通期	通期	増減額	増減率
営業活動CF	6,578	83	4,293	4,211	5,079.0
投資活動CF	△ 2,446	△ 605	△ 527	78	△ 12.9
フリーCF	4,132	△ 522	3,767	4,289	-
財務活動CF	△ 1,500	△ 463	△ 1,176	△ 713	154.1
cashに係る換算差額	△ 1	3	13	9	284.2
cash増減	2,632	△ 982	2,603	3,585	-
cash期首	5,660	8,291	7,309	△ 982	△ 11.8
cash期末	8,291	7,309	9,913	2,603	35.6
有利子負債	180	966	726	△ 240	△ 24.8



2023年3月期 通期業績予想

2023年3月期 通期業績予想の補足説明

● 予想スタンス

今後、経済活動は平常化に向かい、個人消費は緩やかな回復基調で推移する前提で見積る。売上高は、上期は、20/3期比で85.7%、下期が20/3月期比で100.1%を予想。感染再拡大による「緊急事態宣言」の再発出は想定せず、インバウンド需要は、1年以内の回復は見込んでいない。

● セグメント

シュクレイを牽引役に、全セグメント増収・増益を目指す。

● 新規出店等

シュクレイにおいて本年4月に、新ブランド「DROOLY(ドローリー)」阪神梅田本店及び「東京ミルクチーズ工場」グランスタ東京(京葉ストリートエリア)を出店。長期催事では、ららぽーと福岡に「東京ミルクチーズ工場 Cow Cow Kitchen」を出店。また、本年5月に「フランセ」ららぽーと海老名店を出店。

● 設備投資・減価償却

設備投資計画は主に各工場の生産性向上に向けた投資などにより10億円を予想。減価償却費予想は12億円。

2023年3月期 通期業績予想(対前期)

売上高前期比30.5%、営業利益同267.8%増

(百万円、%)	22年3月期		23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	32,192	-	42,000	-	9,808	30.5
売上総利益	17,623	54.7	24,630	58.6	7,007	39.8
販売管理費	16,220	50.4	19,470	46.4	3,250	20.0
営業利益	1,403	4.4	5,160	12.3	3,757	267.8
経常利益	2,921	9.1	5,200	12.4	2,279	78.0
純利益	1,916	6.0	3,400	8.1	1,484	77.5
EPS(円)	61.56		109.26		47.70	77.5
1株当たり配当金(円)	30.00		30.00		-	-
設備投資	403		1,000		597	148.4
減価償却費	1,220		1,200		△ 20	△ 1.7

2023年3月期 通期業績予想(対20/3期)

売上高20/3期比7.0%減、営業利益同20.1%減

(百万円、%)	20年3月期		23年3月期(予想)		対20/3期	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上高	45,181	-	42,000	-	△ 3,181	△ 7.0
売上総利益	26,702	59.1	24,630	58.6	△ 2,072	△ 7.8
販売管理費	20,248	44.8	19,470	46.4	△ 778	△ 3.8
営業利益	6,455	14.3	5,160	12.3	△ 1,295	△ 20.1
経常利益	6,475	14.3	5,200	12.4	△ 1,275	△ 19.7
純利益	4,100	9.1	3,400	8.1	△ 700	△ 17.1
EPS(円)	131.76		109.26		△ 22.50	△ 17.1
1株当たり配当金(円)	40.00		30.00		△ 10.0	△ 25.0
設備投資	2,041		1,000		△ 1,041	△ 51.0
減価償却費	1,459		1,200		△ 259	△ 17.8

2023年3月期 通期業績予想(セグメント別)

シュクレイを牽引役に、全セグメント増収・増益を目指す！

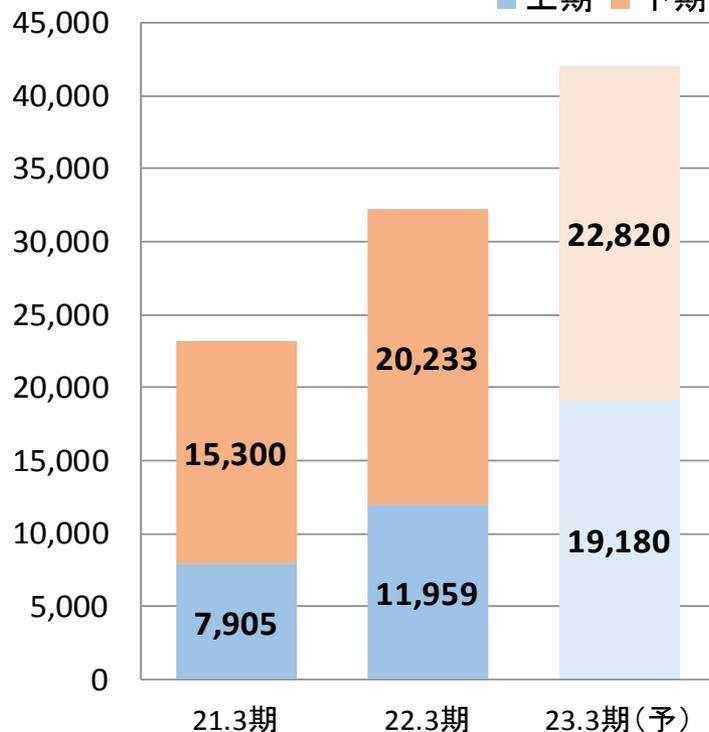
(百万円、%)	売上高				営業利益		
	22/3月期	23/3月期予	増減額	増減率	22/3月期	23/3月期予	増減額
シュクレイ	11,958	15,600	3,642	30.5	868	1,887	1,019
ケイシイシイ	10,959	12,450	1,491	13.6	583	1,063	480
寿製菓・但馬寿	6,053	9,490	3,437	56.8	△ 100	667	767
販売子会社	3,007	5,039	2,032	67.6	△ 186	313	499
九十九島グループ	2,872	4,095	1,223	42.6	△ 407	96	503
その他	567	673	106	18.8	49	81	32
セグメント計	35,415	47,347	11,932	33.7	807	4,107	3,300
調整額	△ 3,223	△ 5,347	△ 2,124	65.9	596	1,053	457
合計	32,192	42,000	9,808	30.5	1,403	5,160	3,757

2023年3月期 通期業績予想(上期・下期比較)

(百万円)

売上高

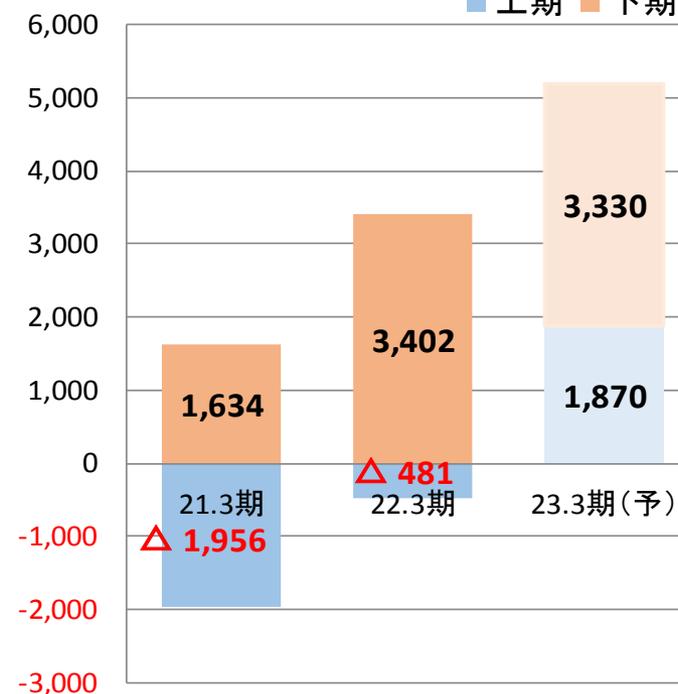
■ 上期 ■ 下期



(百万円)

経常利益

■ 上期 ■ 下期



(単位:百万円)

	売上高						経常利益					
	21.3期	構成比	22.3期	構成比	23.3期(予)	構成比	21.3期	構成比	22.3期	構成比	23.3期(予)	構成比
上期	7,905	34.1%	11,959	37.1%	19,180	45.7%	△ 1,956	-	△ 481	-	1,870	36.0%
下期	15,300	65.9%	20,233	62.9%	22,820	54.3%	1,634	-	3,402	-	3,330	64.0%
通期	23,205	100.0%	32,192	100.0%	42,000	100.0%	△ 322	-	2,921	-	5,200	100.0%

Memo





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。



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

2022年経営スローガン

全日本リバイバル宣言

寿スピリッツグループは日本中の人々の幸福復活と
日本経済復活に貢献する

目標指標

売上高経常利益率 **20%**

今後の経営方針

重点施策

1.寿リバイバル10の推進

<寿リバイバル10>

- ①売場徹底拡大
- ②販売力徹底強化
- ③年間イベントで積極的に対策を打つ
- ④催事は新規マーケット進出
- ⑤自宅土産とお祝いスイーツを強化ポイントに
- ⑥商品力は更なる高付加価値の追求により高いお客様満足にチャレンジ
- ⑦ECならではのファン創り
- ⑧ふるさと納税
- ⑨インバウンド復活準備
- ⑩海外成功モデル創り

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。

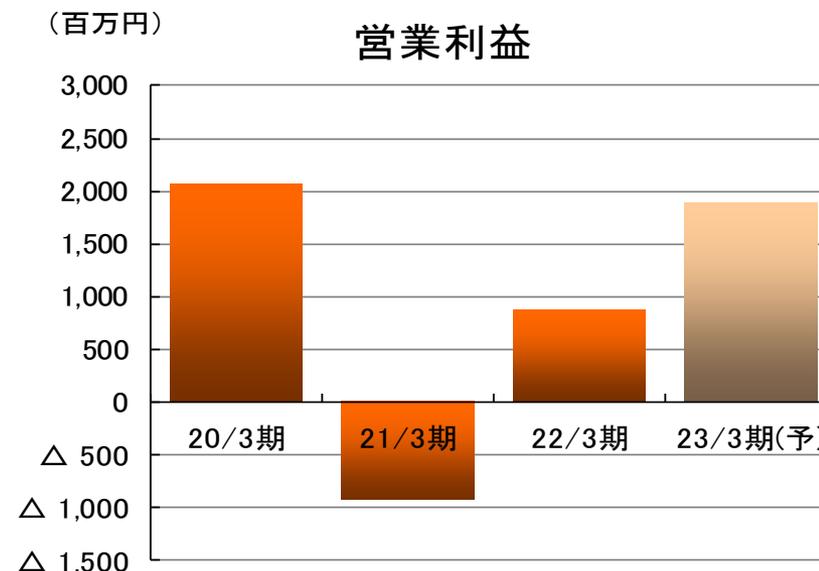
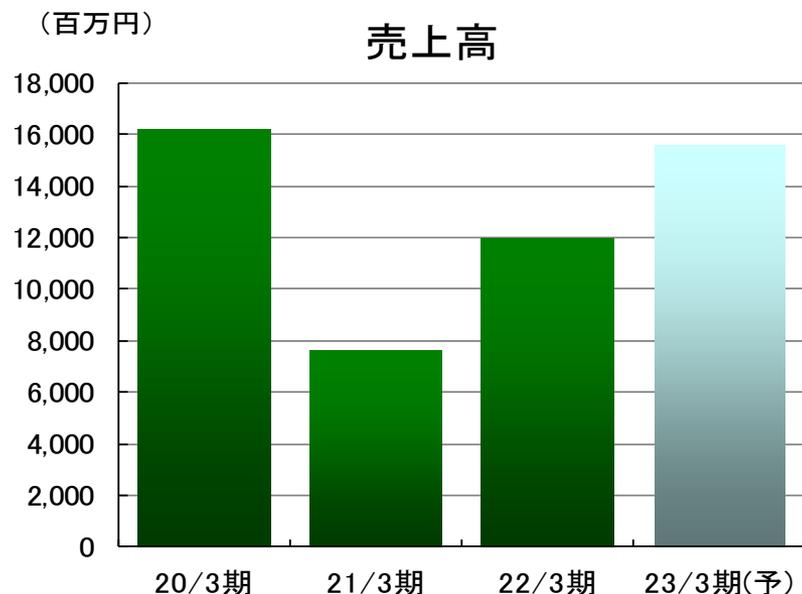
セグメント別概況



- 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

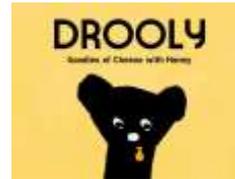
《シュクレイ》

23/3期予想:売上高 **15,600**百万円(前期比**+30.5%**)営業利益 **1,887**百万円(同**+117.3%**)



(百万円,%)	20/3期	21/3期	22/3期	対前期		23/3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	16,199	7,627	11,958	4,331	56.8	15,600	3,642	30.5
売上総利益	9,893	4,198	7,271	3,072	73.2	10,024	2,753	37.9
粗利率	61.1	55.0	60.8	5.8		64.3	3.5	
販売管理費	7,834	5,128	6,402	1,274	24.8	8,137	1,735	27.1
営業利益	2,059	△ 930	868	1,798	-	1,887	1,019	117.3

《シュクレイ》



次なる成長ステージに向け、積極展開を加速させ、更なるブランド認知度の向上を図る。

- ・2022年4月に「チーズ with ハニー」をコンセプトにしたスイーツを展開する新ブランド「DROOLY」を阪神梅田本店に出店



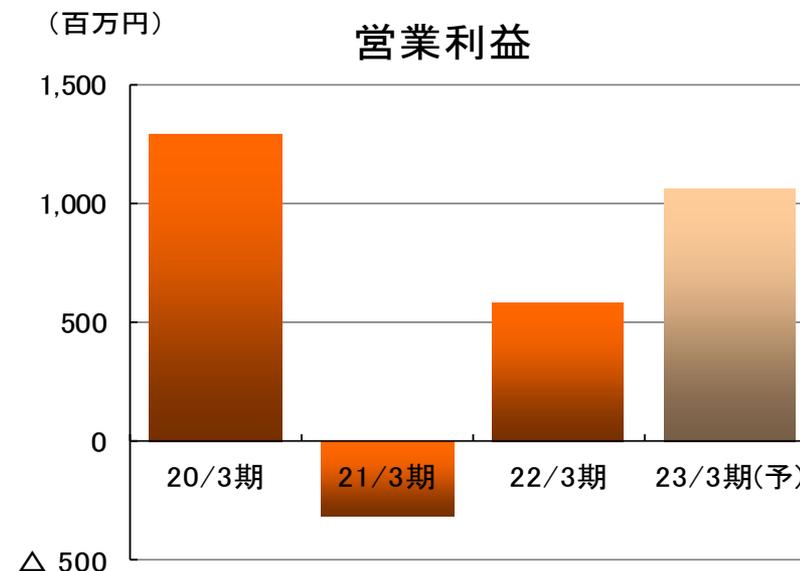
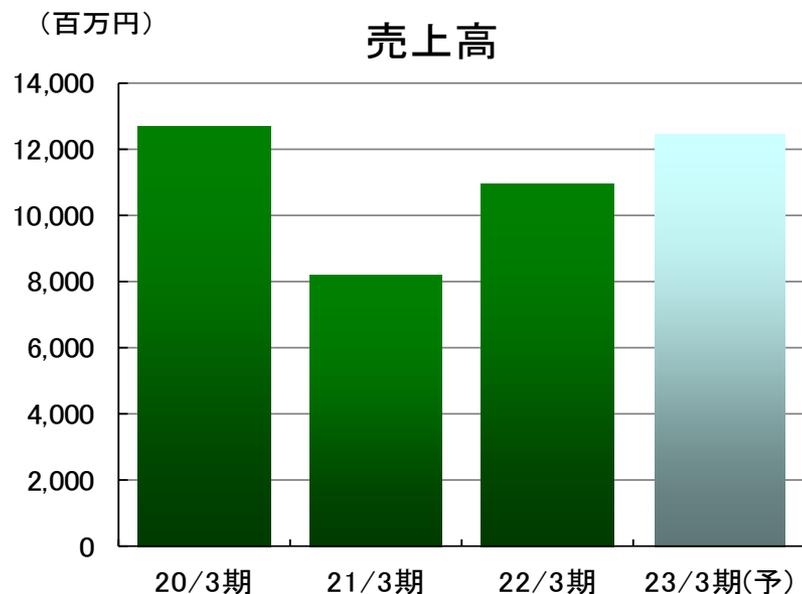
DROOLY 阪神梅田本店



パウンドケーキ(ゴルゴンゾーラ with ハニー)

《ケイシイシイ》

23/3期予想:売上高 **12,450**百万円(前期比+13.6%)営業利益 **1,063**百万円(同+82.4%)



(百万円,%)	20/3期	21/3期	22/3期	対前期		23/3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	12,700	8,177	10,959	2,782	34.0	12,450	1,491	13.6
売上総利益	7,758	4,806	5,908	1,102	22.9	7,127	1,219	20.6
粗利率	61.1	58.8	53.9	△ 4.9		57.2	3.3	
販売管理費	6,466	5,123	5,325	202	3.9	6,064	739	13.9
営業利益	1,292	△ 317	583	900	-	1,063	480	82.4

《ケイシイシイ》



LeTAOブランド 商品力・売場力・販売力のレベルアップにより、更なるブランド価値の向上を図る
PISTA & TOKYO、Now on Cheese♪などの首都圏ブランドの育成にも注力



ピスタチオサンド ピスタチオ&フランボワーズ



ピスタチオショコラテリーヌ

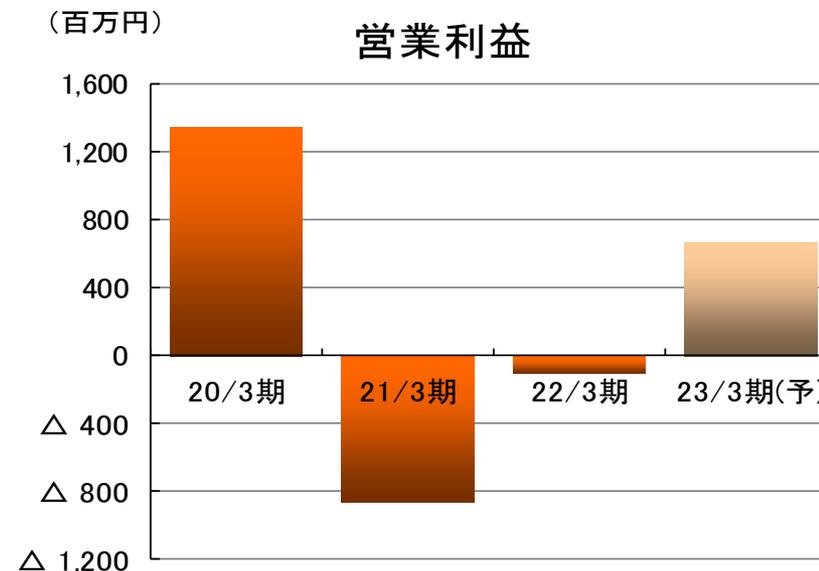
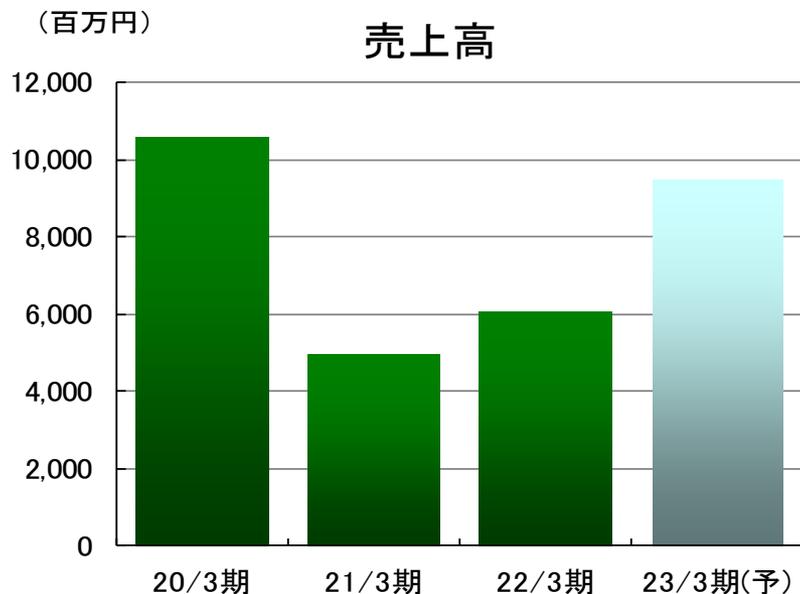


PISTA & TOKYO 大丸札幌店催事



《寿製菓・但馬寿》

23/3期予想:売上高 **9,490**百万円(前期比+56.8%)営業利益 **667**百万円(前期△100百万円)



(百万円,%)	20/3期	21/3期	22/3期	対前期		23/3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	10,572	4,935	6,053	1,118	22.6	9,490	3,437	56.8
売上総利益	4,199	969	1,774	804	83.0	3,349	1,575	88.8
粗利率	39.7	19.6	29.3	9.7		35.3	6.0	
販売管理費	2,847	1,829	1,874	44	2.4	2,682	808	43.1
営業利益	1,352	△ 860	△ 100	760	-	667	767	-

《寿製菓・但馬寿》

主力商品の育成及び新商品開発の推進

「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

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



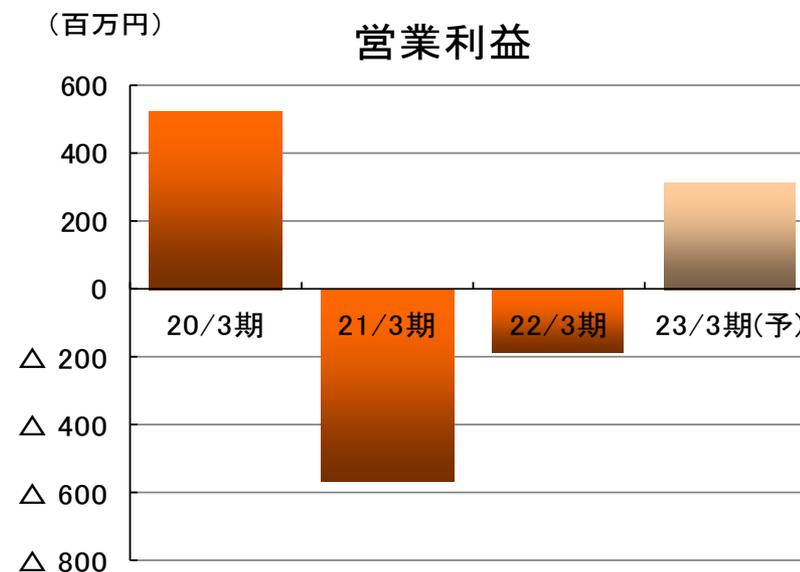
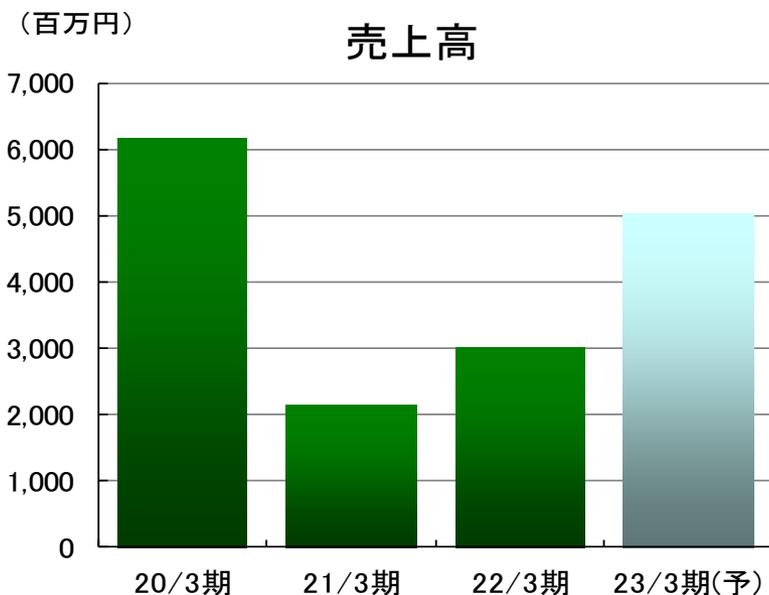
因幡の白うさぎ

カノザ松江シャミネ店

菓の座鳥取シャミネ店

《販売子会社》

23/3期予想:売上高 **5,039**百万円(前期比+67.6%)営業利益 **313**百万円(前期△186百万円)



(百万円,%)	20/3期	21/3期	22/3期	対前期		23/3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	6,176	2,139	3,007	868	40.6	5,039	2,032	67.6
売上総利益	2,224	625	1,098	473	75.7	1,796	698	63.6
粗利率	36.0	29.2	36.5	7.3		35.6	△ 0.9	
販売管理費	1,700	1,191	1,284	93	7.8	1,483	199	15.5
営業利益	523	△ 566	△ 186	380	-	313	499	-

《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

・土産市場の復活を見据えた新商品での新売場獲得、既存商品での売場面積の拡大を推進



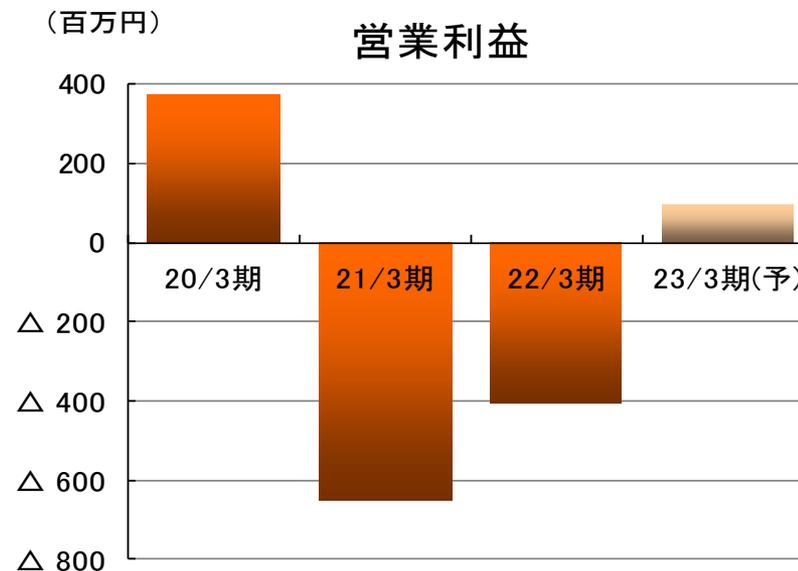
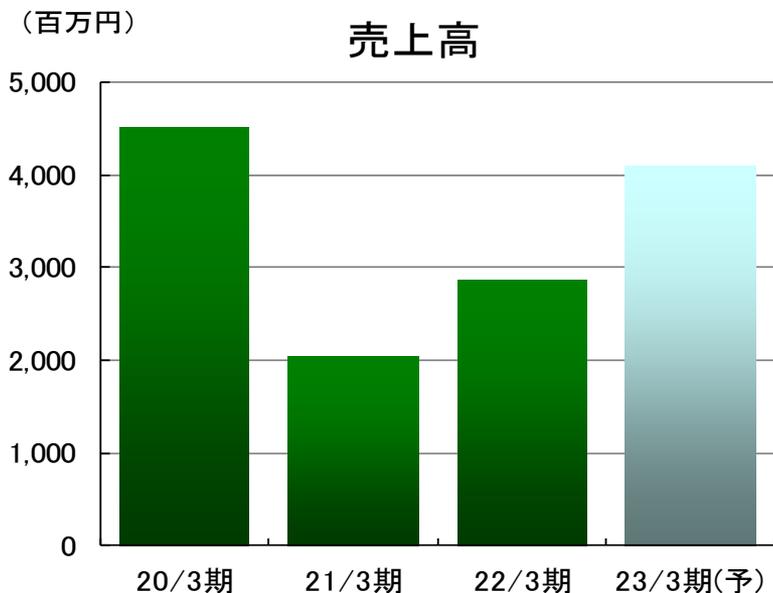
寿香寿庵 大阪はちみつクアトロフォルマッジ



花福堂 博多まっかな苺 博多デイトス(2022年3月)

くじゅうくしま 《九十九島グループ》

23/3期予想:売上高 **4,095**百万円(前期比+42.6%)営業利益 **96**百万円(前期△407百万円)



(百万円,%)	20/3期	21/3期	22/3期	対前期		23/3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	4,522	2,047	2,872	825	40.3	4,095	1,223	42.6
売上総利益	2,127	650	1,241	591	90.9	1,961	720	58.0
粗利率	47.0	31.8	43.2	11.4		47.9	4.7	
販売管理費	1,753	1,300	1,648	348	26.8	1,865	217	13.2
営業利益	374	△ 649	△ 407	243	-	96	503	-

くじゅうくしま 《九十九島グループ》



主力商品の育成及び各ブランドの店舗展開と催事展開に注力

- ・主要交通拠点での出店とグループの成功事例を活用した催事展開によりブランドの更なる認知度アップを目指す！



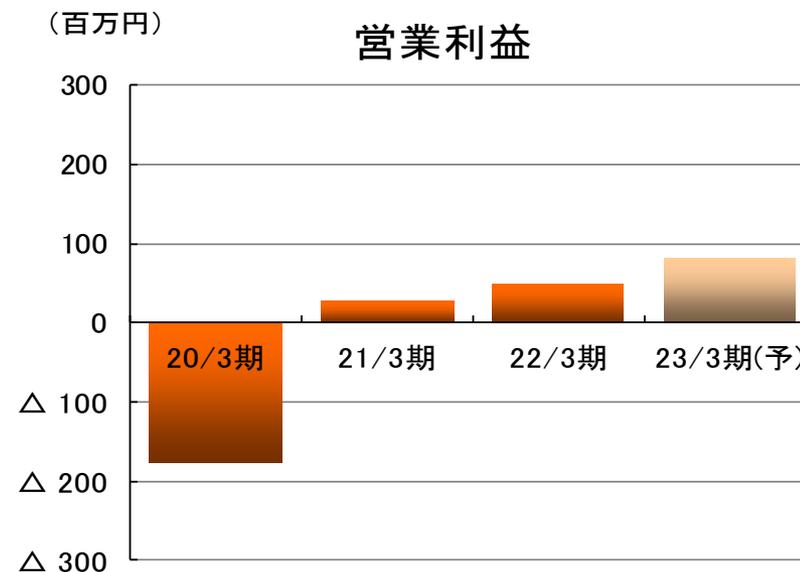
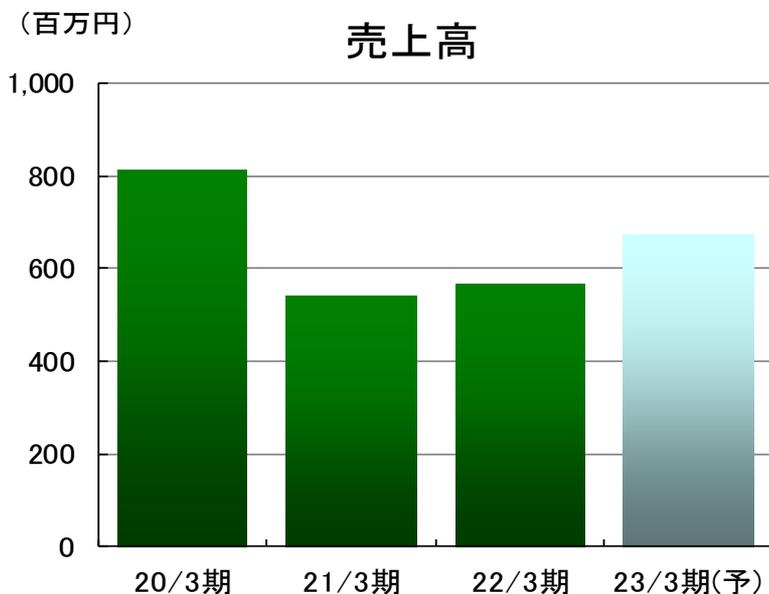
Ivorish 新東名NEOPASA岡崎催事



I LOVE CUSTARD NEUFNEUF JR長崎駅(2022年3月)

《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>

23/3期予想:売上高 **673**百万円(前期比**+18.8%**)営業利益 **81**百万円(同**+65.7%**)



(百万円,%)	20/3期	21/3期	22/3期	対前期		23/3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	812	539	567	28	5.1	673	106	18.8
売上総利益	529	383	411	28	7.3	474	63	15.3
粗利率	65.1	71.1	72.5	1.5		70.4	△ 2.1	
販売管理費	706	356	362	6	1.8	393	31	8.5
営業利益	△ 177	27	49	22	79.1	81	32	65.7

《その他》

純藍

台湾菓子事業



THE MAPLE MANIA
台湾 新光三越台北信義新天地A11催事

健康食品事業(純藍事業)



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

(2022年3月31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

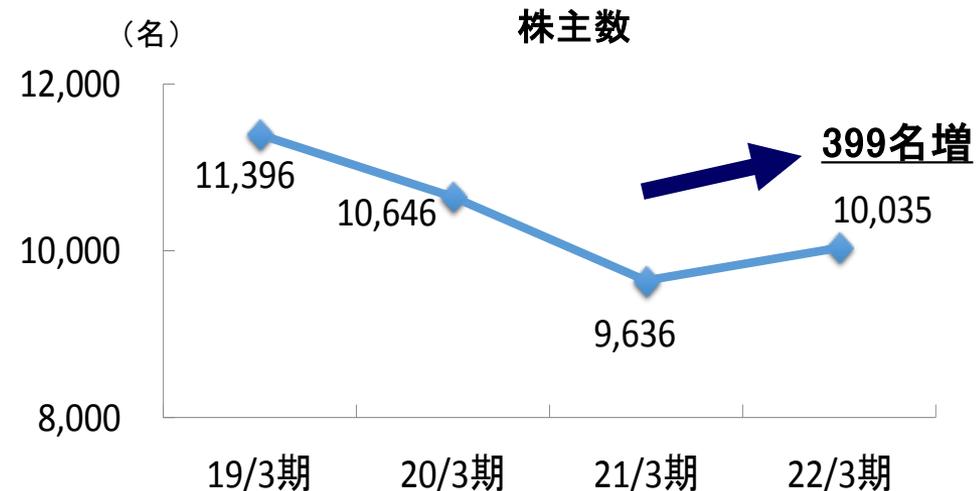
■単元株式数 100株

■株主数 10,035名

(対前期末比 399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	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)	3,389,400	10.89
株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	1,631,800	5.24
株式会社山陰合同銀行	900,000	2.89
とりぎんリース株式会社	762,000	2.44



(注1)出資比率は、自己株式2,208株を除く

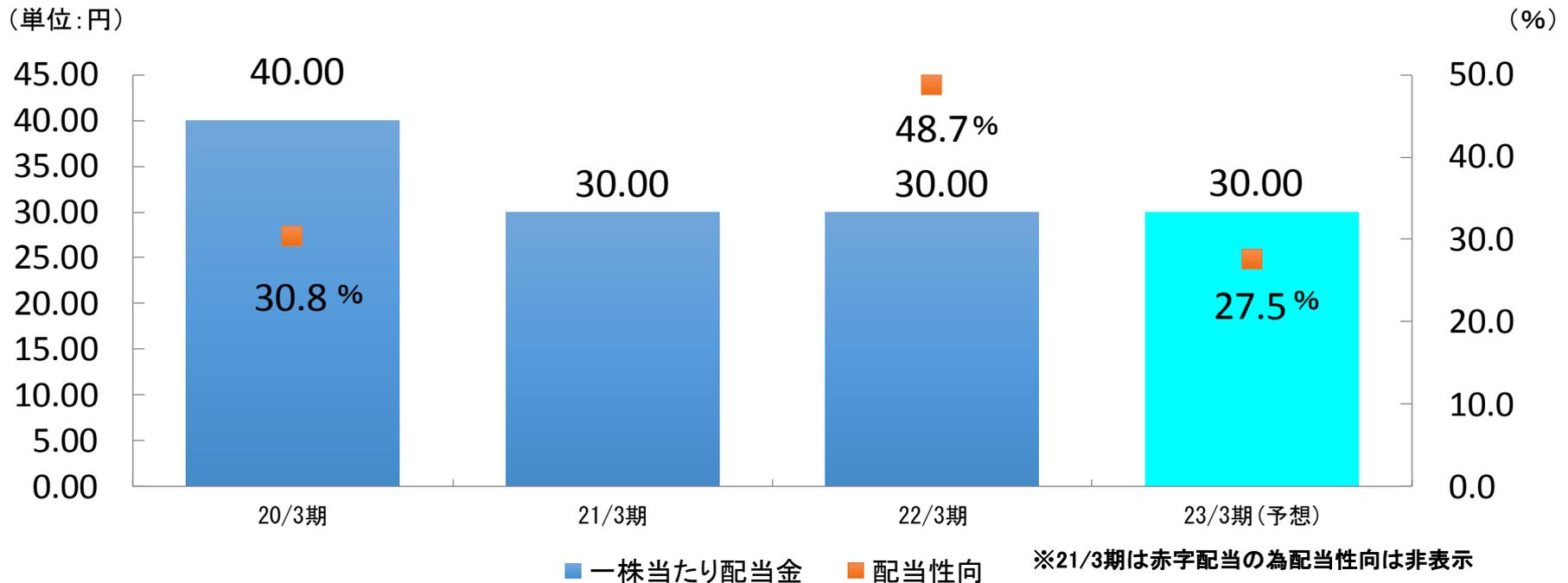
株主還元

■ 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。

■ 2023年3月期1株当たり配当金予想 30円

一株当たり配当金・配当性向推移



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。

ご所有株式数	内容
100株以上500株未満	2,000円相当のグループ製品
500株以上1,000株未満	4,000円相当のグループ製品
1,000株以上	4,000円相当のグループ製品 + 3,000円相当の直営店舗利用券(代替商品送付可)

【2022年度の株主優待商品】

100株以上500株未満ご所有の株主様
2,000円相当のグループ製品



500株以上ご所有の株主様
4,000円相当のグループ製品



【株主優待券】

1,000株以上ご所有の株主様





《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(東証プライム)
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1,507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	322億円(2022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



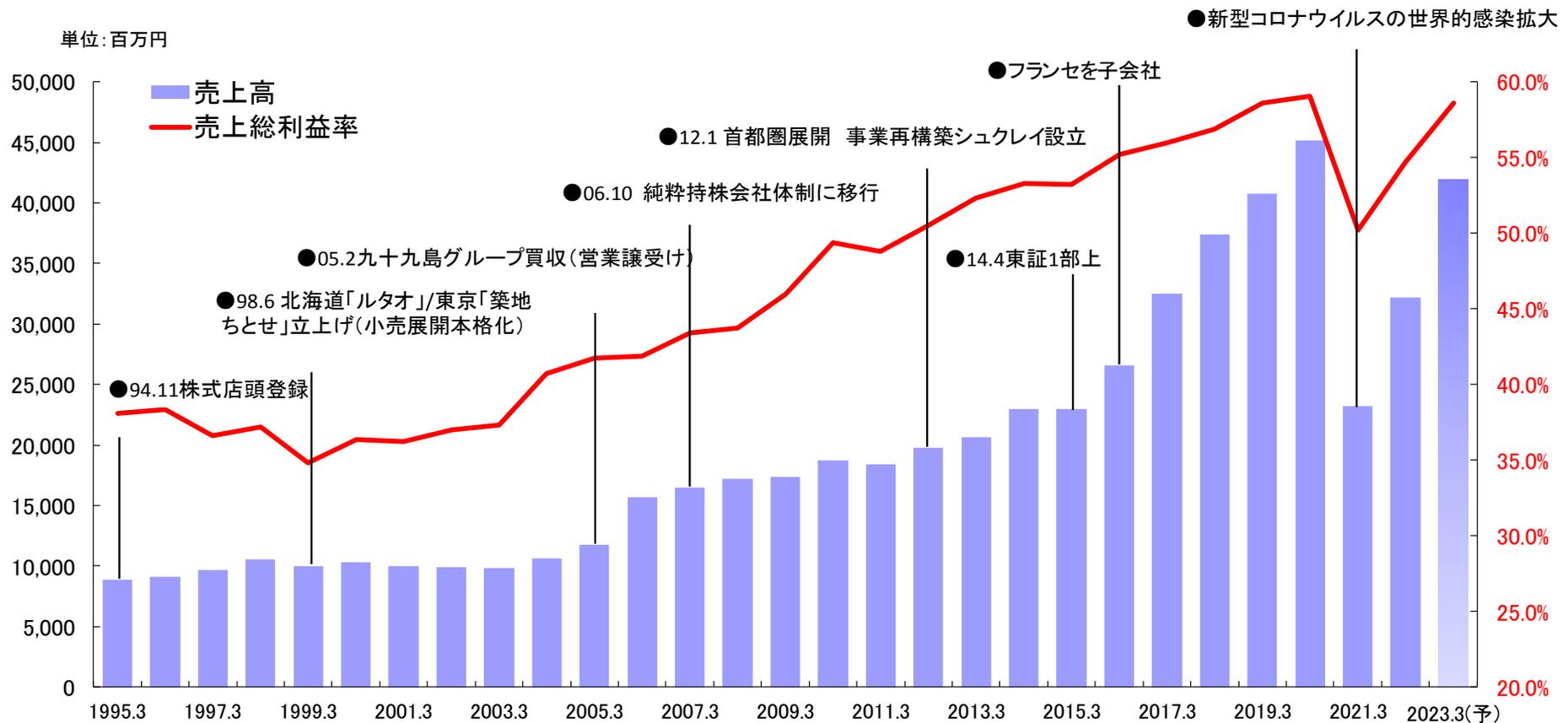
“ドゥーブルフロマーージュ”



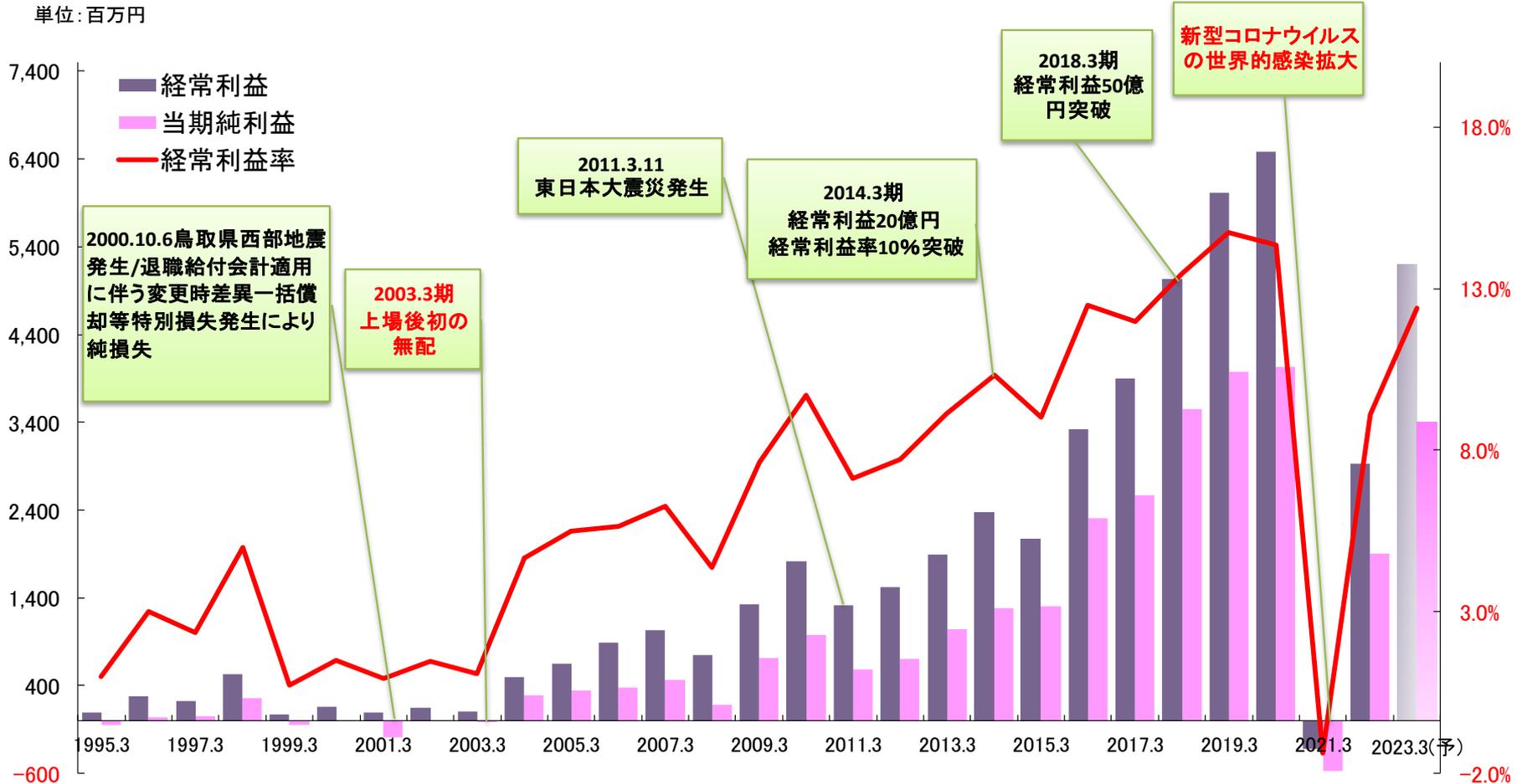
“九十九島せんぺい”

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



寿スピリッツグループの変遷②



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」



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。

《寿スピリッツ》

●寿スピリッツ創立70周年

2022年4月25日、寿スピリッツは創立70周年を迎えました。

これもひとえに、お客様、お取引様、株主様、先輩・現社員をはじめ、当社とともに歩んでくださった全ての皆様のおかげであり、心より感謝を申し上げます。

創業者河越庄市名誉会長が鳥取県米子市で創業した製菓会社は、昭和、平成、令和の時代を経ても、変わらぬ念いで美味しいお菓子を創り、喜びを創り喜びを提供し続けて参ります。



創立間もない頃の会社メンバー
(右端が河越庄市名誉会長)



昭和の生産工場の風景



《シュクレイ》

●第10回 スイーツコンテスト／Tarte-1グランプリでグランプリを受賞！

2021年11月に開催された、全国から選りすぐりのタルトを募集してグランプリを決定する「第10回スイーツコンテスト／Tarte-1グランプリ」にて、シュクレイ企画開発部吉田ヘッドシェフの作品「東京タル都 ～東京おひさまベリーと八丈島パッションフルーツ～」が全87作品の中から見事グランプリを受賞!!



吉田ヘッドシェフ



「東京タル都 ～東京おひさまベリーと八丈島パッションフルーツ～」

《ケイシイシイ・寿製菓》

●ケイシイシイと寿製菓が健康経営優良法人2022(中小規模法人部門)に認定

この度、ケイシイシイと寿製菓が健康経営優良法人2022(中小規模法人部門)に認定されました。

熱狂的ファンの創りには、社員一人一人が健康であり、生き生きと働くことが出来る会社環境が基礎であると考えております。

ケイシイシイでは安全衛生委員会の活動やラジオ体操の取組み、寿製菓では安全衛生委員会の活動ならびに健康診断における二次検診の勧奨、米子がいな祭りの参画やクラブ活動の補助など、コミュニケーション活動への積極的な取組みが評価されての認定となりました。



ケイシイシイ オフィスでのラジオ体操の取組

くじゅうくしま 《九十九島グループ》

●「九十九島せんべい」発売70周年

九十九島せんべいは1951年に誕生し、お陰様で今年で70周年を迎えることができました。これまでの熱狂的ファンの方々に感謝をするとともにこれからも、今日一人の熱狂的ファン創りに邁進して参ります。



九十九島せんべい70周年記念CM



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