



2023年3月期 第1四半期決算説明資料

2022年 8月 3日

喜びを創り喜びを提供する



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



目次

- 2023年3月期 第1四半期決算概要 P 1～21
- 2023年3月期 通期業績予想 P 22～27
- 今後の経営方針とセグメント別業績の概況 P 28～46
- 株式の状況・株主還元 P 47～50
- 参考情報 P 51～65



2023年3月期
第1四半期決算概要

業績ハイライト(2023年3月期 第1四半期)

売上高 9,515百万円 前年同期比165.2%

経常利益1,302百万円(前年同期は経常損失311百万円)

3月下旬にまん延防止重点措置が全面解除され、経済活動は正常化に向かっている中、商品力強化など積極的な施策遂行により、売上面・利益面ともに回復基調で推移。

●月別売上動向<海外子会社除く>

	4月	5月	6月
対前年同月増減率(%)	50.9	73.5	77.3
対20/3月期同月増減率(%)	△ 14.4	△ 10.7	△ 1.9

●4期比較

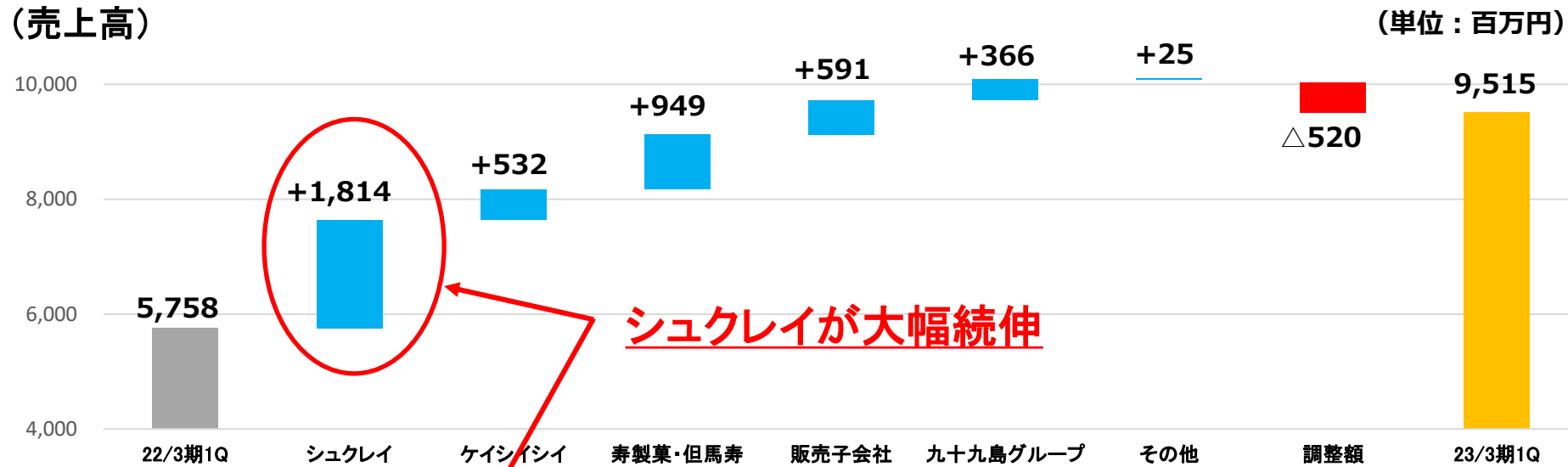
(百万円、%)

	20/3月期	21/3月期	22/3月期	23/3月期	対前年 同期比	対20/3月期 同四半期比
	1Q	1Q	1Q	1Q		
売上高	10,627	2,716	5,758	9,515	165.2	89.5
営業利益(△損失)	1,555	△ 2,409	△ 759	1,150	-	74.0
経常利益(△損失)	1,567	△ 1,755	△ 311	1,302	-	83.1
純利益(△損失)	1,023	△ 1,163	△ 192	839	-	82.0

(注)2022年3月期及び2023年3月期に係る各数値は、「収益認識会計基準」適用後の数値となっております。

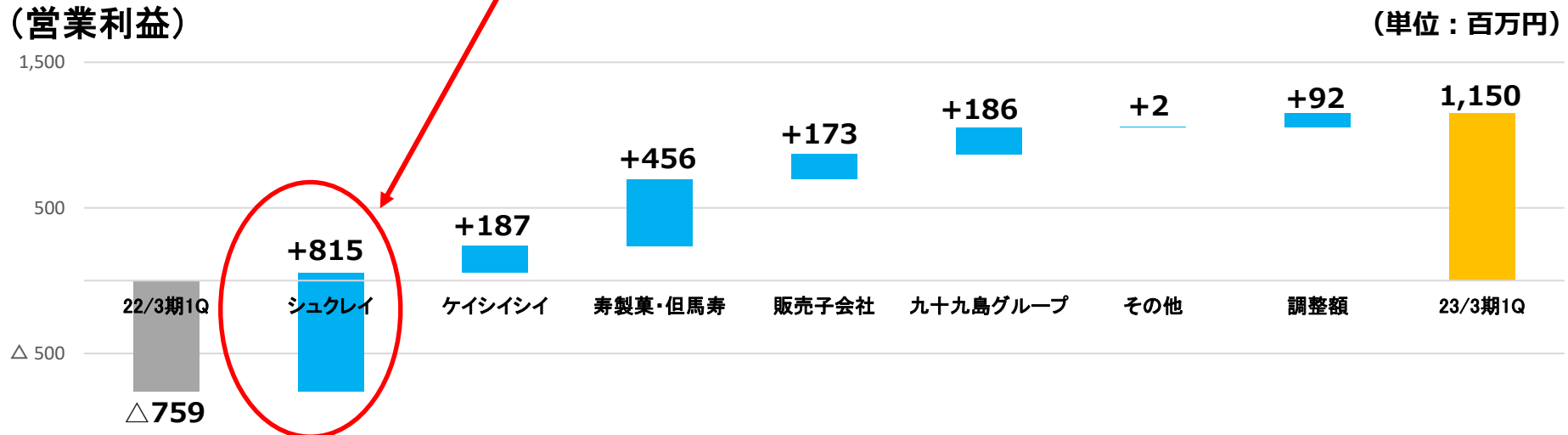
売上高／営業利益増減分析(前年同期比)

(売上高)



シュクレイが大幅続伸

(営業利益)



トピックス①(大型店舗出店)

シュクレイによる新ブランド「DROOLY(ドローリー)」圧倒的な世界観で阪神梅田本店に出店。超一等地×商品力×売場力×販売力で好発進！



2022年4月6日 OPEN DROOLY(ドローリー)阪神梅田本店

トピックス②(東京駅エリア 売上ランキングにて当社グループが上位独占)

東京駅のエキナカ商業施設「エキュート」「グランスタ」の東京駅限定定番スイーツを対象とした売上ランキングTOP10が発表され、当社グループからCOCORISの第1位を筆頭に4商品がランクイン



第1位「サンドクッキー ヘーゼルナッツと木苺」
COCORIS



第3位「チーズケーキサンド」
Now on Cheese ♪Hello, Tokyo Station !



第6位「メープルショコラケーキ」
ザ・メープルマニア



第8位「駅舎限定PKG クッキー詰め合わせ20枚」
東京ミルクチーズ工場

トピックス②(東京駅エリア 売上ランキングにて当社グループが上位独占)

東京駅八重洲北口商業施設「東京ギフトパレット」の累計売上ランキングTOP5が発表され、当社グループから「岡田謹製あんバター屋」の第1位を筆頭に3ブランドがランクイン



第1位「あんバターフィナンシェ」
岡田謹製あんバター屋



第2位「ピスターージュ」
PISTA & TOKYO



第5位「バターフィナンシェ」
バターバトラー

トピックス③(新規出店／長期催事出店)

シュクレイによる新業態POPUPSHOP「OKASHIBAKO」及び2店舗出店



(写真上)
月替わりで自社の様々なスイーツブランドを展開する
POPUPSHOP「OKASHI BAKO」
2022年4月25日 新規開業のららぽーと福岡にオープン



(写真右)
洋菓子のフランセ ららぽーと海老名店
2022年5月10日オープン



(写真上) 東京ミルクチーズ工場 グランスタ東京店
2022年4月21日オープン

Memo



ご参考(通信販売)

グループ通販売上1,247百万円 前年同期比2.2%減

盛況だった前期1Qの母の日イベント及び巣籠もり消費の反動により微減で推移
ギフト対策など引き続きEC対策を強化

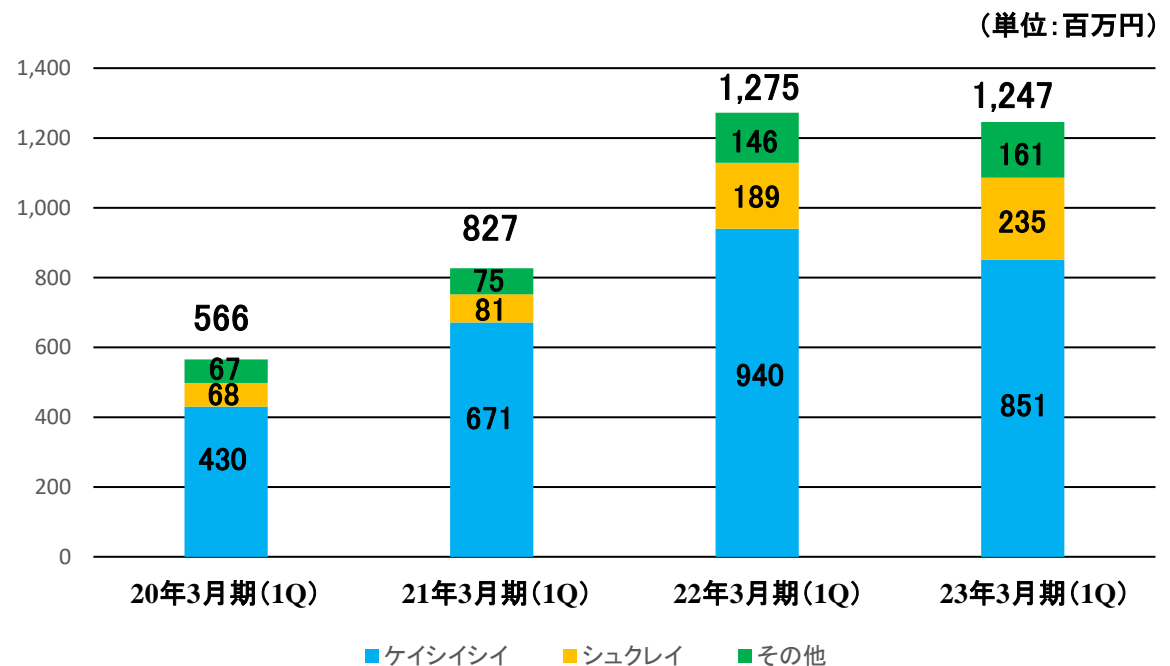


シュクレイオンラインストア



ルタオオンラインショップ

通販 売上高



ご参考(海外売上)

海外売上331百万円 前年同期比18.9%減
上海ロックダウンの影響により中国が減収



海外売上高

(百万円、%)	22/3月期 (1Q)	23/3月期 (1Q)	増減額	増減比
台湾(注)	58	88	30	50.6
韓国	65	47	△ 18	△ 27.7
シンガポール	34	90	56	167.8
中国	237	70	△ 166	△ 70.3
その他	15	36	21	141.7
合計	408	331	△ 77	△ 18.9

(注)台湾は連結子会社。他の地域はFC展開。
 台湾は現地売上、FCは国内出荷売上+ロイヤルティ

台湾 新光三越A8館6月23日オープン
 ザ・メイプルマニア 台湾1号店
 オープン前 メディア招待会

2023年3月期 第1四半期業績(対前年同期)

売上高は前年同期比65.2%増

経常利益は前年同期比の311百万円の赤字から1,302百万円の黒字転換

(百万円、%)	22年3月期(1Q)		23年3月期(1Q)		対前年同期	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上高	5,758	—	9,515	—	3,757	65.2
売上総利益	2,830	49.1	5,532	58.1	2,703	95.5
販売管理費	3,589	62.3	4,382	46.1	793	22.1
営業利益(△損失)	△ 759	—	1,150	12.1	1,910	—
経常利益(△損失)	△ 311	—	1,302	13.7	1,613	—
当期純利益(△損失)	△ 192	—	839	8.8	1,031	—
EPS(円)	△ 6.16		26.96		—	

●営業外収益に助成金収入119百万円(前年同期423百万円)を計上。

2023年3月期 第1四半期業績(対20/3月期同四半期)

売上高は20/3月期同四半期比10.5%減、経常利益は同16.9%減

(百万円、%)	20年3月期(1Q)		23年3月期(1Q)		対20年3月期(1Q)	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上高	10,627	—	9,515	—	△ 1,111	△ 10.5
売上総利益	6,320	59.5	5,532	58.1	△ 787	△ 12.5
販売管理費	4,765	44.8	4,382	46.1	△ 383	△ 8.0
営業利益	1,555	14.6	1,150	12.1	△ 405	△ 26.0
経常利益	1,567	14.8	1,302	13.7	△ 265	△ 16.9
当期純利益	1,023	9.6	839	8.8	△ 184	△ 18.0
EPS(円)	32.86		26.96		△ 5.90	

収益認識会計基準適用に伴う影響について

適用前に比べて、売上総利益率は2.1ポイント、販売管理費率は1.7ポイントそれぞれ減少

(百万円、%)	23/3月期(1Q)				影響額
	適用前	売上比	適用後	売上比	
売上高	9,223	—	9,515	—	292
売上原価	3,667	39.8	3,983	41.9	316
売上総利益	5,556	60.2	5,532	58.1	△ 24
販売管理費	4,407	47.8	4,382	46.1	△ 25
販売促進費	608	6.6	605	6.4	△ 3
運賃	437	4.7	308	3.2	△ 129
地代家賃	758	8.2	294	3.1	△ 464
支払手数料	231	2.5	801	8.4	571
その他	2,373	25.7	2,373	24.9	—
営業利益	1,149	12.5	1,150	12.1	1

●「収益認識に関する会計基準」等を前期から適用しており、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ております。この変更による営業利益に与える影響は、軽微であります。

収益認識会計基準適用前ベースの比較 (対20/3月期同四半期)

売上総利益率は、20/3月期同四半期比0.7ポイント増加

(百万円、%)	20/3月期(1Q)		23/3月期(1Q)		対20/3月期(1Q)	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
売上高	10,627	100.0	9,223	100.0	△ 1,403	△ 13.2
売上原価	4,307	40.5	3,667	39.8	△ 640	△ 14.9
売上総利益	6,320	59.5	5,556	60.2	△ 763	△ 12.1
販売管理費	4,765	44.8	4,407	47.8	△ 357	△ 7.5
人件費	1,916	18.0	1,740	18.9	△ 176	△ 9.2
広告宣伝費	68	0.6	104	1.1	36	52.9
運賃	459	4.3	437	4.7	△ 21	△ 4.6
旅費交通費	160	1.5	76	0.8	△ 84	△ 52.6
販売促進費	757	7.1	608	6.6	△ 149	△ 19.7
地代家賃	713	6.7	758	8.2	45	6.3
支払手数料	134	1.3	231	2.5	97	72.6
減価償却費	130	1.2	96	1.0	△ 34	△ 26.3
その他	428	4.0	358	3.9	△ 70	△ 16.4
営業利益	1,555	14.6	1,149	12.5	△ 406	△ 26.1

セグメント別業績(対前年同期)

シュクレイが牽引役となり、グループ各社軒並み回復基調

(百万円、%)	売上高				営業利益(△損失)		
	22/3期(1Q)	23/3期(1Q)	増減額	増減率	22/3期(1Q)	23/3期(1Q)	増減額
シュクレイ	2,005	3,819	1,814	90.5	△ 235	580	815
ケイシイシイ	2,106	2,638	532	25.3	△ 99	88	187
寿製菓・但馬寿	1,130	2,080	949	84.0	△ 162	294	456
販売子会社	524	1,115	591	112.8	△ 109	64	173
九十九島グループ	515	881	366	71.2	△ 201	△ 15	186
その他 (注)	77	101	25	32.1	△ 11	△ 9	2
セグメント計	6,357	10,634	4,277	67.3	△ 817	1,001	1,818
調整額	△ 599	△ 1,119	△ 520	86.9	57	149	92
合計	5,758	9,515	3,757	65.2	△ 759	1,150	1,910

(注)前連結会計年度まで「その他」セグメントに含まれていた香港事業会社Honey Sucrey Limitedは、重要性の低下により当第1四半期より連結の範囲から除いている。

セグメント別業績の補足説明

シュクレイ

更なるブランド認知度の向上に向け、主力商品対策に注力するとともに、新商品及び限定商品の発売や母の日などのイベント対策の強化、期間限定出店の推進などに取り組みました。新規出店では、4月に阪神梅田本店に“チーズ with ハニー”をコンセプトにした新ブランド「DROOLY(ドロリー)」を出店するなど、計3店の出店。

ケイシイシイ

道内店舗では、ルタオ周年祭の開催や店舗限定スイーツの発売など集客力の強化に努めました。道外店舗では、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屋」において、主力商品対策の強化、限定商品の発売及び期間限定出店。通信販売では、母の日などのイベント対策の強化に努め、自社ECにおいて、住所を知らない相手にも気軽にギフトが送れる新サービス「ルタオeギフト」を導入し、お客様の利便性を向上。

寿製菓・但馬寿

旅行土産需要の回復に備え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、山陰地区では、主力商品「因幡の白うさぎ」の対策強化、お菓子の壽城では、ゴールデンウィークイベント開催などによる集客力の強化に努めた。新規営業では、「プロテインバー」による新たな販路開拓などに取り組んだ。

販売子会社

交通拠点チャネルを重点に、主力商品対策の強化に努めた。関西地区では、新商品「大阪はちみつクワトロフォルマッジ」、本家佳長「八坂圓堂監修京野菜てんぷらせんべい」の発売による売場獲得に注力。また、自家需要対策として岡山地区では、新商品「天使の恋 白桃のチーズケーキ」を、東海地区では、新商品「小倉トーストチーズケーキ」の拡販に取り組んだ。

九十九島グループ

長崎及び福岡地区において主力商品「九十九島せんべい」の対策強化。40周年を迎えた赤い風船は、「はなかご」のリニューアルなどに注力。また、フレンチトースト専門店「Ivorish(アイボリッシュ)」では、ギフト商品のポップアップショップの出店強化などに取り組んだ。

売上高(販売チャネル別)

人流の回復などで国内小売・卸売が大幅増収

(百万円、%)	2022年3月期(1Q)		2023年3月期(1Q)		対前期	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上高	5,758	—	9,515	—	3,757	65.2
国内卸売	1,589	27.6	3,242	34.1	1,653	104.1
国内小売	2,485	43.2	4,694	49.3	2,209	88.9
通信販売	1,275	22.1	1,247	13.1	△ 28	△ 2.2
その他	1	0.0	1	0.0	△ 0	—
国内計	5,350	92.9	9,184	96.5	3,834	71.7
海外卸売	350	6.1	244	2.6	△ 107	△ 30.4
海外小売	58	1.0	88	0.9	30	50.6
海外計	408	7.1	331	3.5	△ 77	△ 18.9

(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

生産稼働の回復などにより、売上総利益率は前年同期比9.0ポイント増加

(百万円、%)	22年3月期(1Q)		23年3月期(1Q)		対前年同期期	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上高	5,758	—	9,515	—	3,757	65.2
材料費	1,500	26.0	2,187	23.0	687	45.8
労務費	907	15.8	1,038	10.9	131	14.4
製造経費	455	7.9	511	5.4	56	12.3
製造原価計	2,862	49.7	3,736	39.3	874	30.5
その他	67	1.2	247	2.6	180	268.8
売上原価合計	2,929	50.9	3,983	41.9	1,054	36.0
売上総利益	2,830	49.1	5,532	58.1	2,703	95.5

販売管理費・営業利益

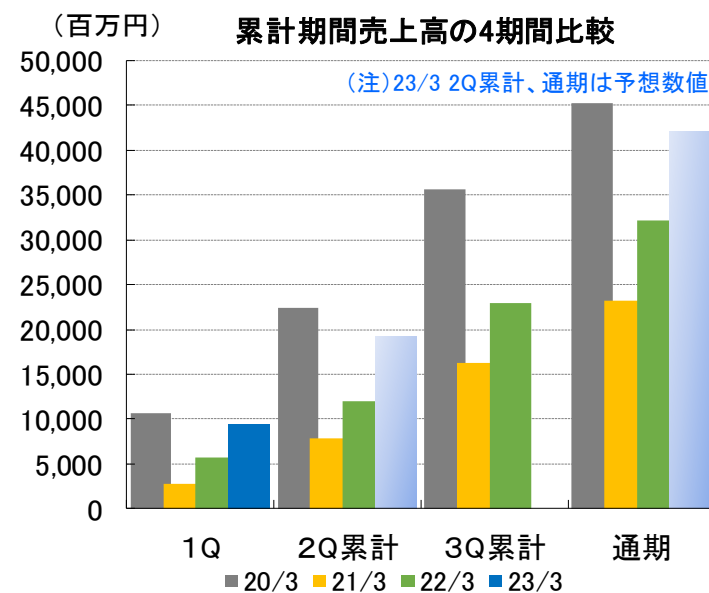
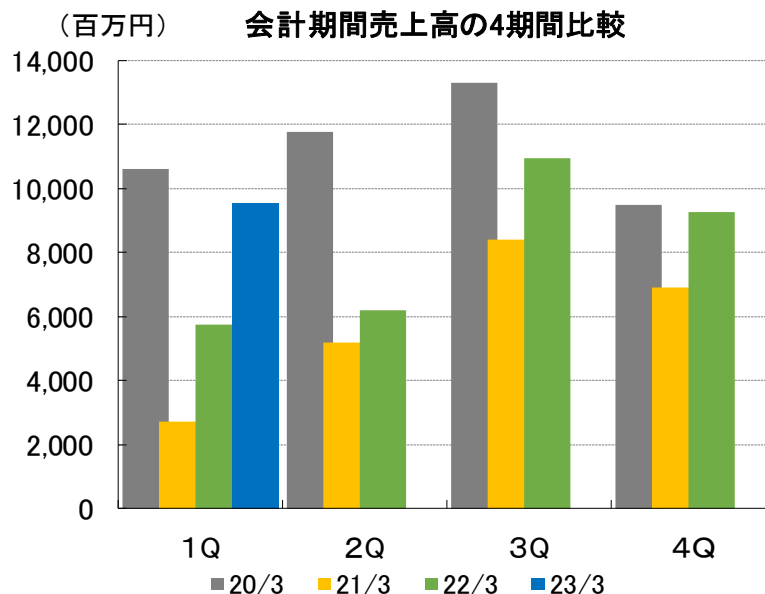
売上回復及びコスト抑制などにより、販売管理費率は16.2ポイント減少

(百万円、%)	22年3月期(1Q)		23年3月期(1Q)		対前期	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上総利益	2,830	49.1	5,532	58.1	2,703	95.5
人件費	1,676	29.1	1,740	18.3	64	3.8
販売促進費	478	8.3	605	6.4	128	26.7
運賃	199	3.5	308	3.2	109	54.7
広告宣伝費	81	1.4	104	1.1	23	28.6
地代家賃	235	4.1	294	3.1	59	25.1
減価償却費	105	1.8	96	1.0	△ 9	△ 9.0
旅費交通費	48	0.8	76	0.8	28	56.9
支払手数料	458	8.0	801	8.4	343	75.0
その他	309	5.4	358	3.8	49	15.9
販売管理費	3,589	62.3	4,382	46.1	793	22.1
営業利益(△損失)	△ 759	-	1,150	12.1	1,910	-

●支払手数料の増加は、主に小売の回復に伴い、消化仕入型販売手数料が増加したことによるもの。

四半期業績の推移(売上高)

2Q累計予想に対する進捗率は、49.6%



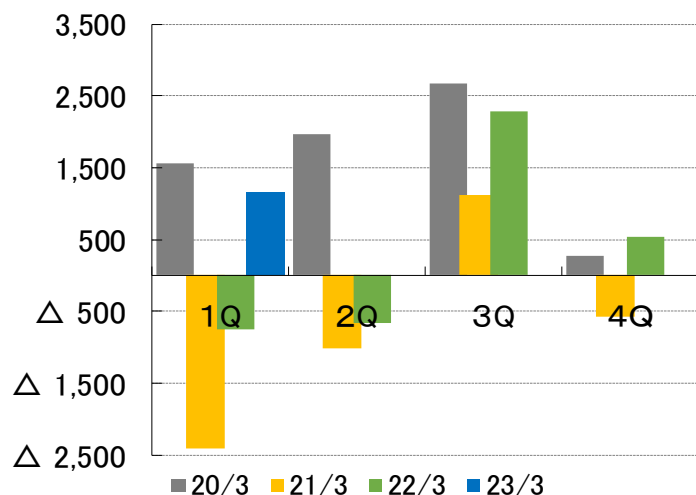
(百万円)	会計期間				累計期間			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q累計	3Q累計	通期
20/3	10,627	11,761	13,287	9,506	10,627	22,388	35,675	45,181
21/3	2,716	5,189	8,402	6,898	2,716	7,905	16,306	23,205
22/3	5,758	6,200	10,963	9,270	5,758	11,959	22,921	32,192
23/3	9,515	-	-	-	9,515	19,180	-	42,000
対20/3	△10.5%	-	-	-	△10.5%	-	-	-
対前年	65.2%	-	-	-	65.2%	-	-	-

(注)23/3 2Q累計、通期は予想数値

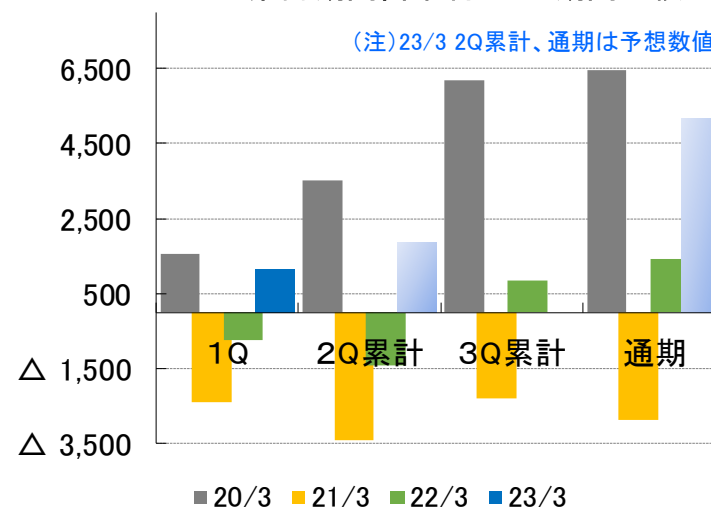
四半期業績の推移(営業利益)

2Q累計予想に対する進捗率は、62.2%

(百万円) 会計期間営業利益の4期間比較



(百万円) 累計期間営業利益の4期間比較



(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
23/3	1,150	-	-	-	1,150	1,850	-	5,160
対20/3	△26.0%	-	-	-	△26.0%	-	-	-
対前年	-	-	-	-	-	-	-	-

(注)23/3 2Q累計、通期は予想数値

貸借対照表

現金及び預金残高は、対前期比125百万円増加の10,038百万円

(百万円、%)	21/3期		22/3期		23/3期(1Q)		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	12,615	50.4	15,804	57.5	15,906	57.9	101	0.6
固定資産	12,437	49.6	11,666	42.5	11,561	42.1	△ 105	△ 0.9
資産合計	25,052	100.0	27,470	100.0	27,466	100.0	△ 4	△ 0.0
流動負債	3,077	12.3	4,620	16.8	4,737	17.2	117	2.5
固定負債	2,634	10.5	2,493	9.1	2,454	8.9	△ 39	△ 1.6
負債合計	5,711	22.8	7,114	25.9	7,191	26.2	78	1.1
純資産	19,342	77.2	20,357	74.1	20,275	73.8	△ 82	△ 0.4
負債純資産合計	25,052	100.0	27,470	100.0	27,466	100.0	△ 4	△ 0.0
BPS(円)	621.53		654.15		651.52		△ 3	△ 0.4
現金及び預金	7,309		9,913		10,038		125	1.3
有利子負債	966		726		666		△ 60	△ 8.3



2023年3月期 通期業績予想

(業績予想は、2022年5月13日付で公表した予想から変更はありません。)

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！

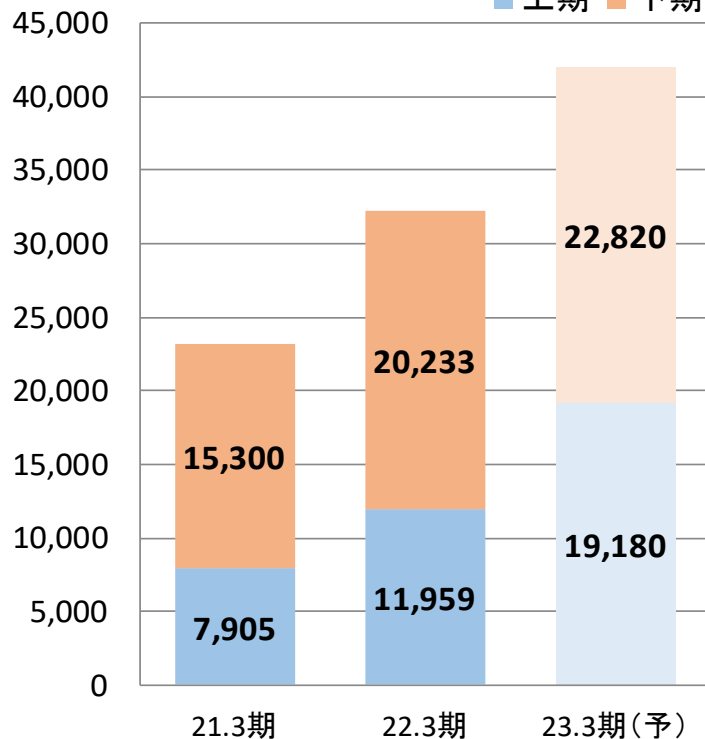
(百万円、%)	売上高				営業利益		
	22/3月期	23/3月期予	増減額	増減率	22/3月期	23/3月期予	増減額
シュクレイ	11,958	15,600	3,642	30.5	868	1,887	1,019
ケイシイシイ	10,959	12,450	1,491	13.6	583	1,063	480
寿製菓・但馬寿	6,053	9,490	3,437	56.8	△ 100	667	767
販売子会社	3,007	5,039	2,032	67.6	△ 186	313	499
九十九島グループ	2,872	4,095	1,223	42.6	△ 407	96	503
その他	567	673	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

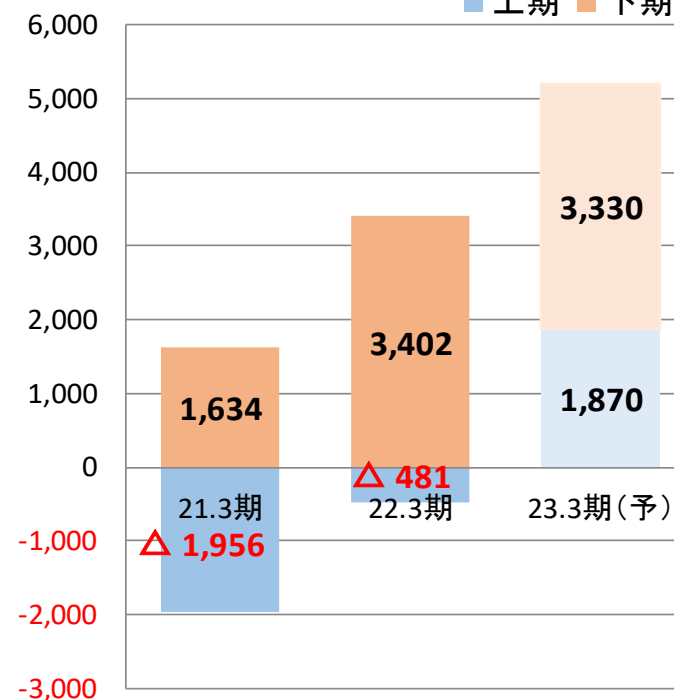
■ 上期 ■ 下期



(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%



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。

Memo



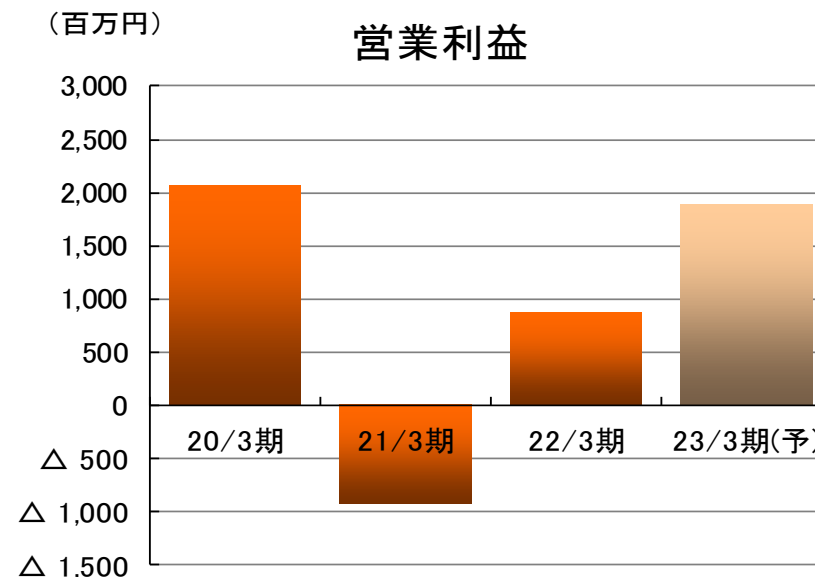
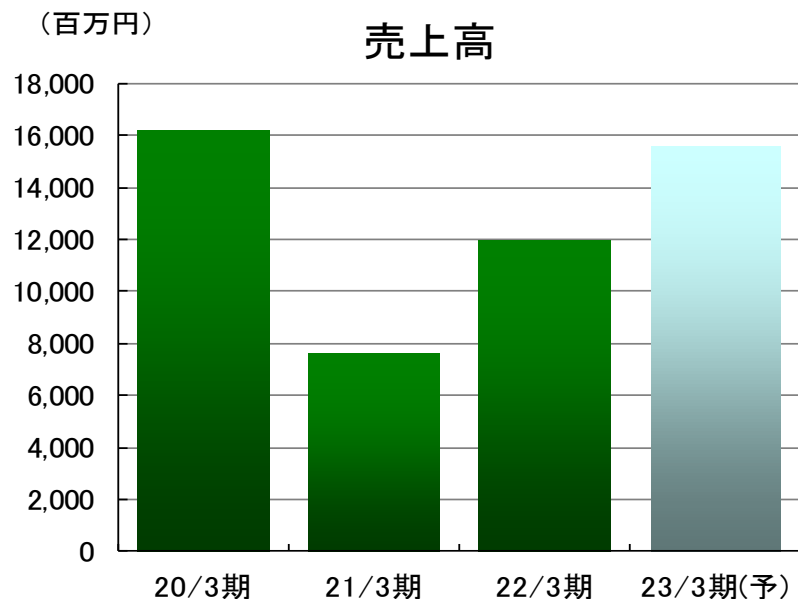
セグメント別概況



- 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



大丸神戸店 ザ・メープルマニアメガ催事



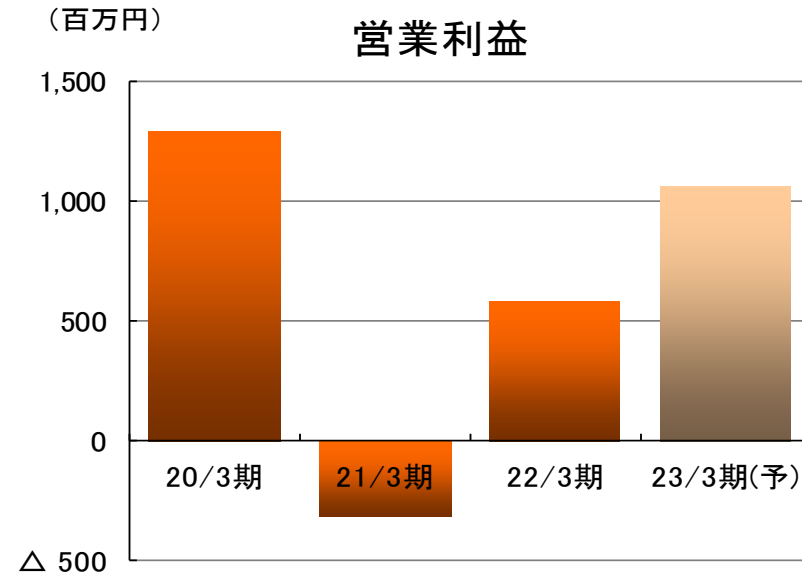
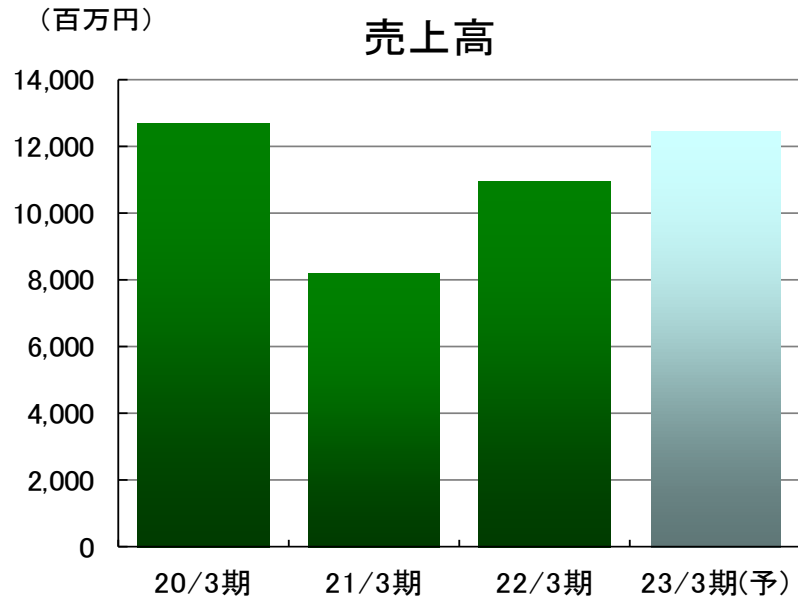
NEOPASA岡崎 ザ・メープルマニアメガ催事



10周年記念 メープルマニア3種詰め合わせ

《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♪あんバター屋などの首都圏ブランドの育成に注力

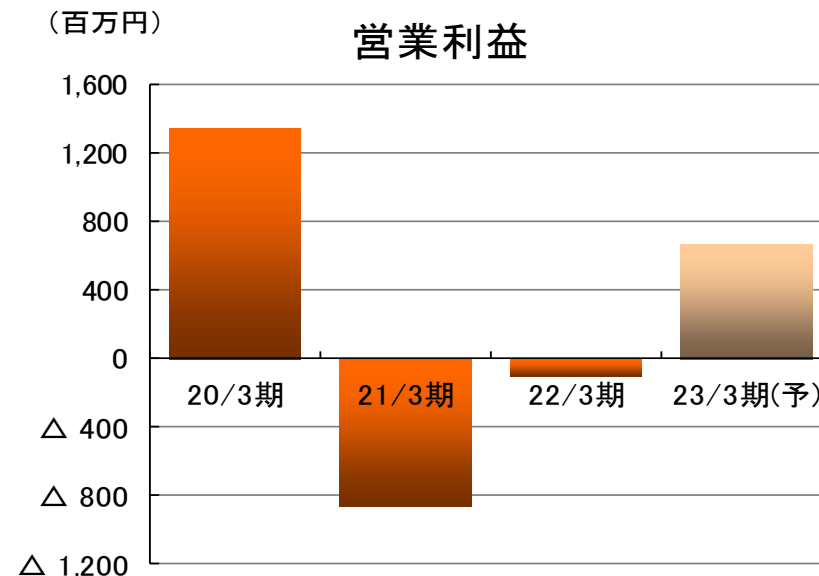
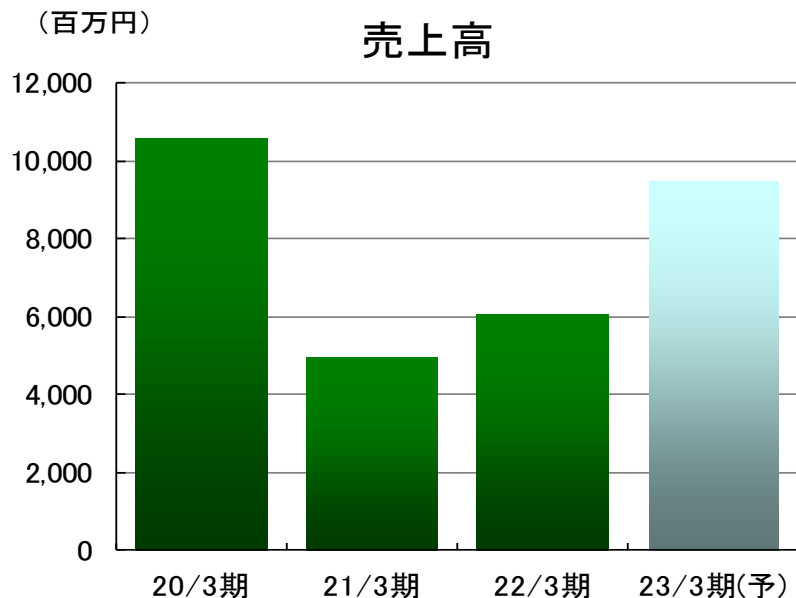


あんバター屋 羽田空港第2ターミナル



《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》

山陰
名茶
因幡の白うさぎ
寿製菓株式会社

主力商品の育成及び新商品開発の推進、旅行土産需要の回復に備え代理店との連携強化
「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



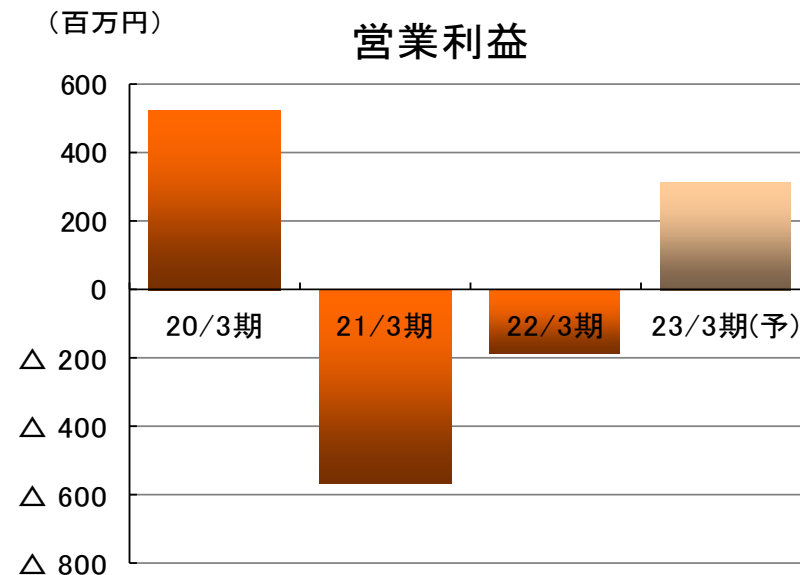
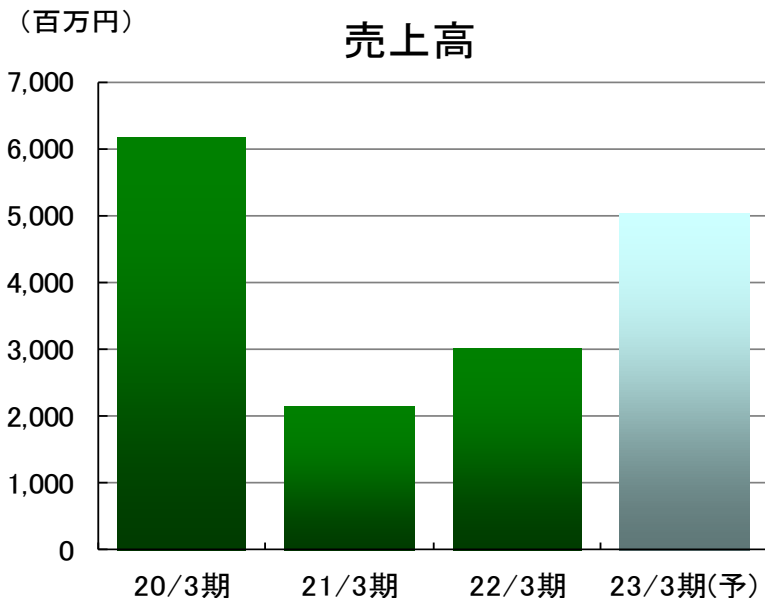
因幡の白うさぎ定番セット



KAnoZA 販売期間限定「ラフェドゥシロン」

《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》

主要交通拠点チャネルを中心に土産市場の復活を見据えた新商品での新売場獲得、既存主力商品での売場面積の拡大に注力



東海寿(名古屋) 小倉トーストチーズケーキ



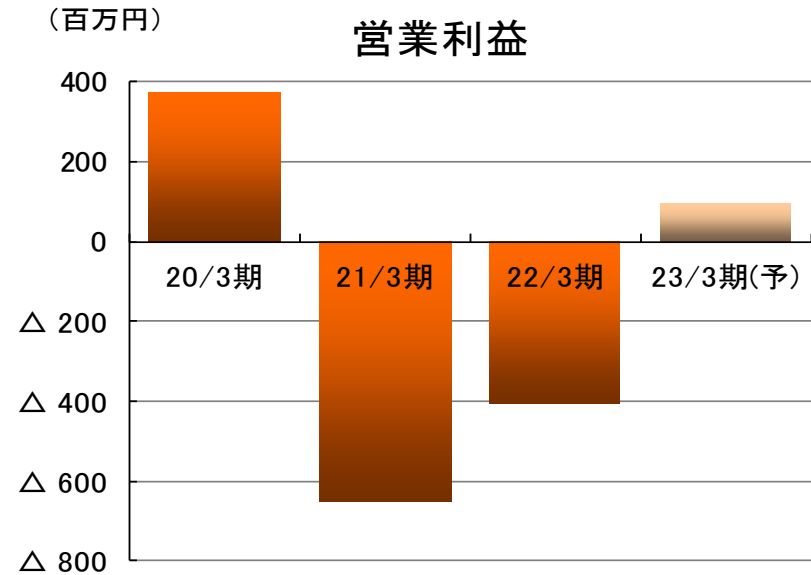
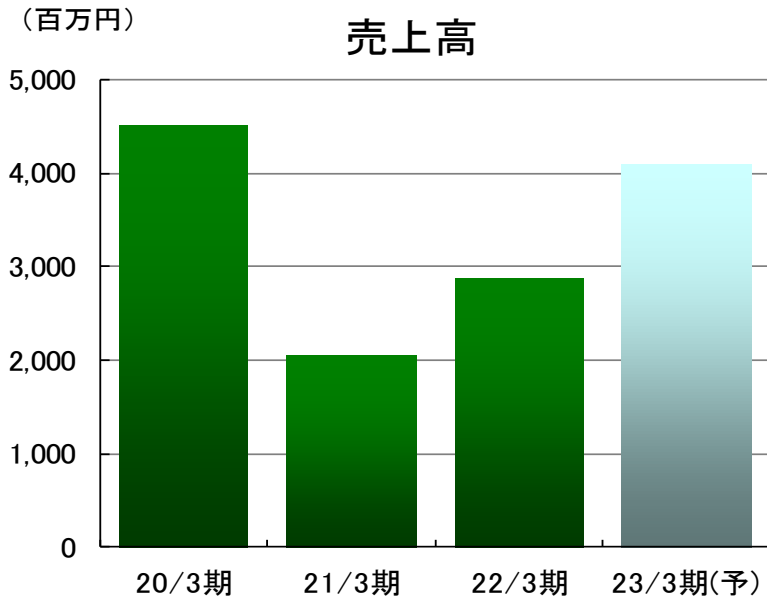
寿庵 京都祇園「天ぷら 八坂圓堂」監修 京野菜天ぷらせんべい



寿香寿庵 大阪はちみつクアトロフォルマッジ

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主カブランドによる催事展開に注力



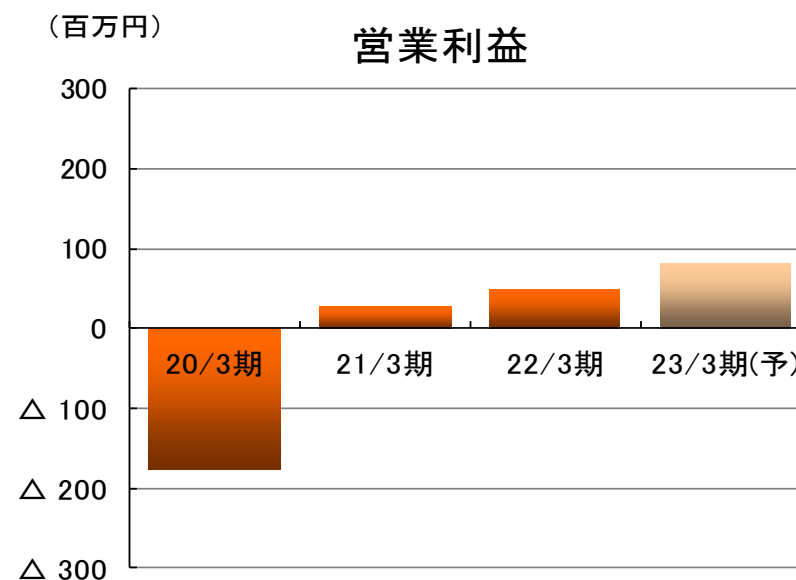
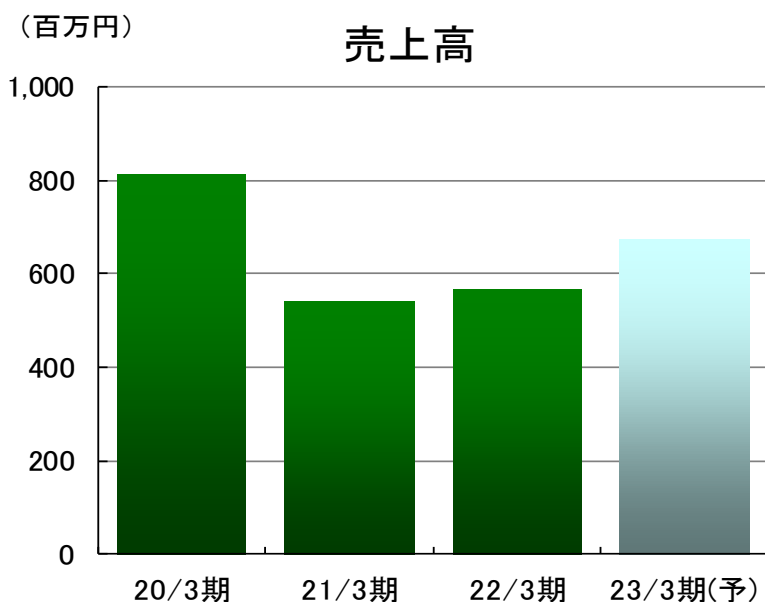
40周年を迎えた赤い風船「はなかご」リニューアル



フレンチトースト専門店「Ivorish」
らぽーと沼津 期間限定出店

《その他》 <損害保険代理業、健康食品事業、海外(台湾)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

(注)前連結会計年度まで「その他」セグメントに含まれていた香港事業会社Honey Sucrey Limitedは、重要性の低下により当第1四半期より連結の範囲から除いている。

《その他》

台湾菓子事業



中秋節ギフト限定パッケージデザイン

純藍

健康食品事業(純藍事業)



株式会社ボン・アーム社の販売する「純藍チーズラングドシャ」
純藍が商品企画・開発に協力



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

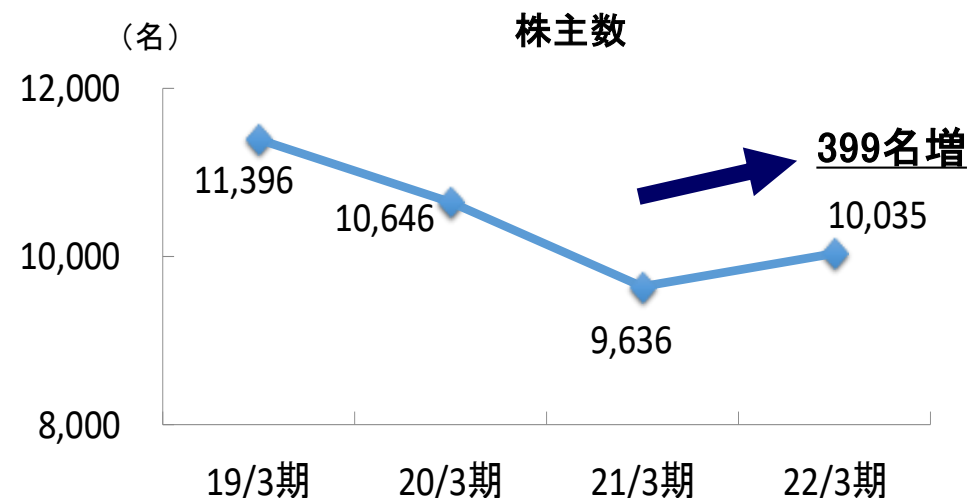
■単元株式数 100株

■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

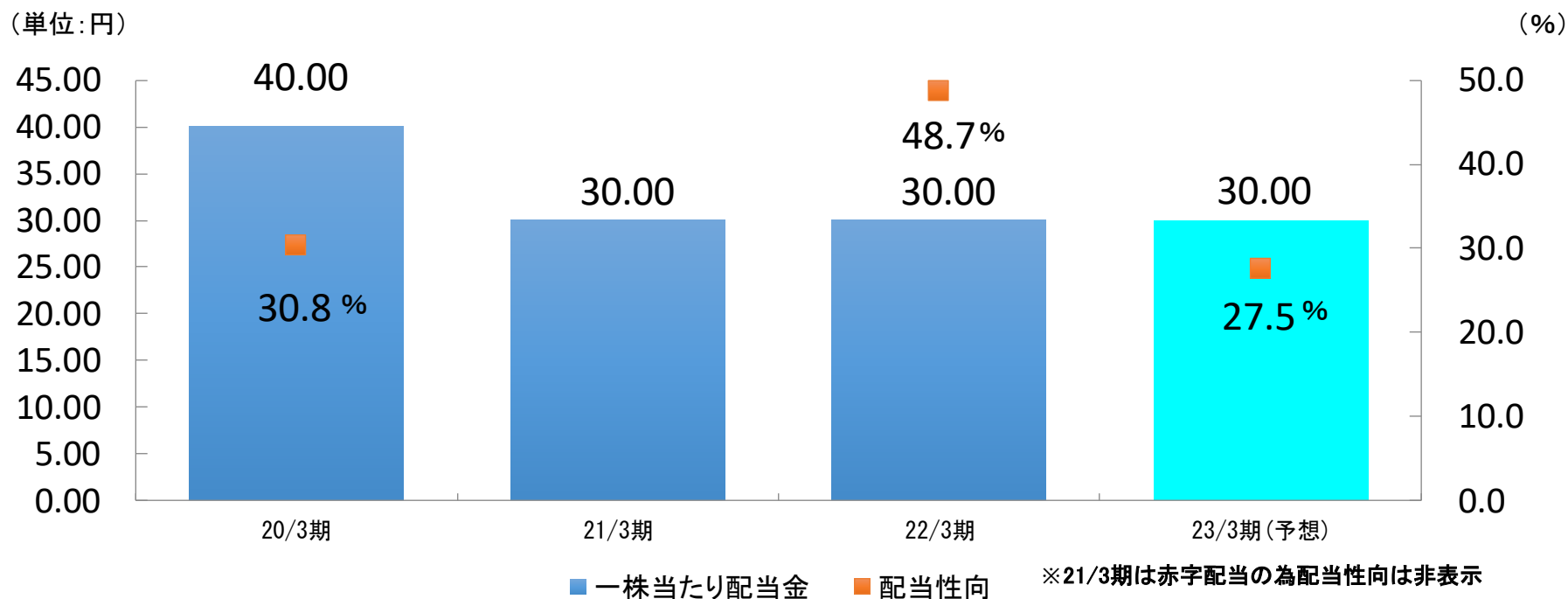
株主還元

■ 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、每期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。
- 2022年4月 (令和4年) 東京証券取引所の市場区分見直しにより、プライム市場へ移行。



小樽洋菓子舗ルタオ



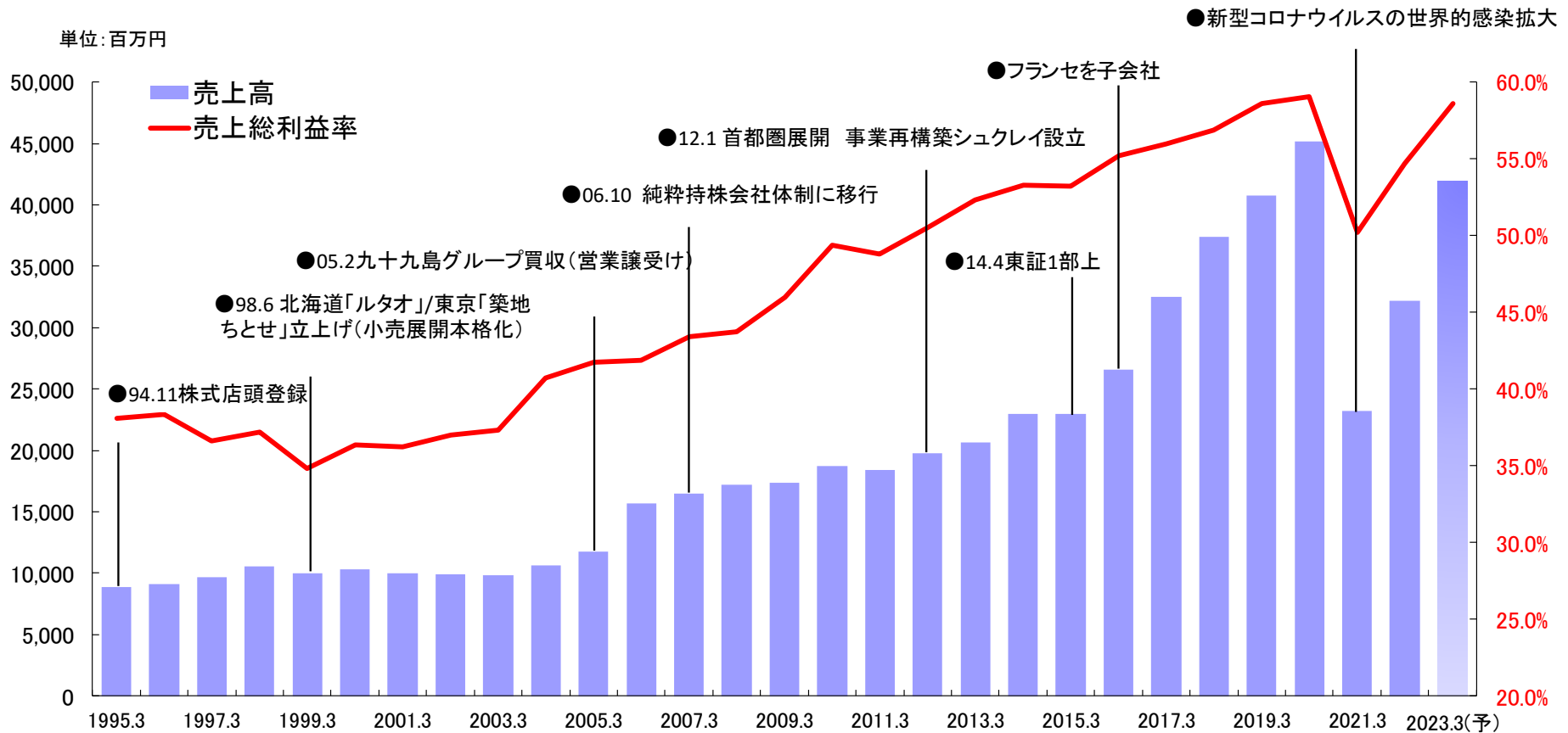
“九十九島せんぺい”



洋菓子のフランセ

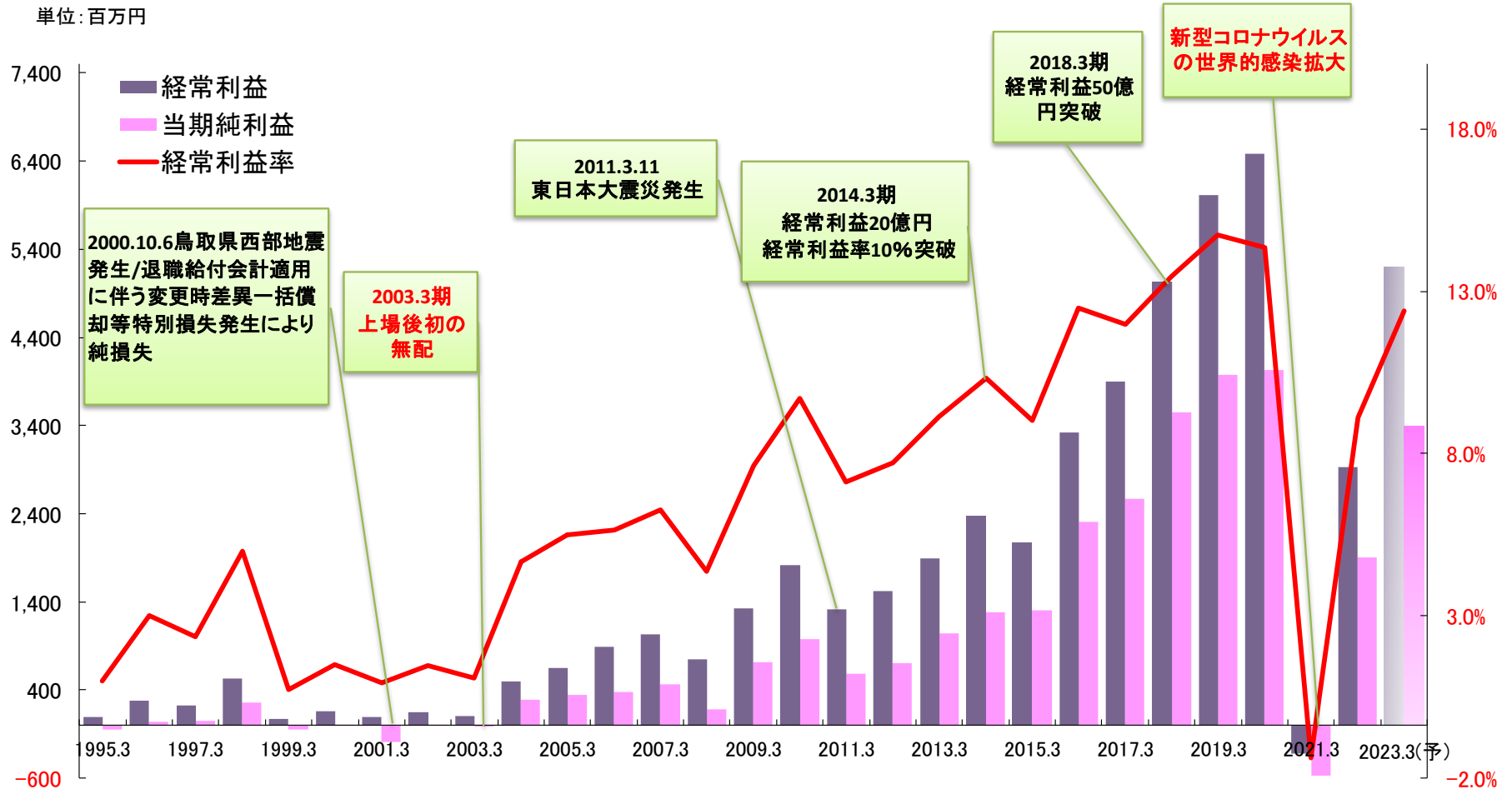
寿スピリッツグループの変遷①

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

単位：百万円



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)



(福岡・東京)



(東京)



(東京)



(佐世保・福岡)



(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」



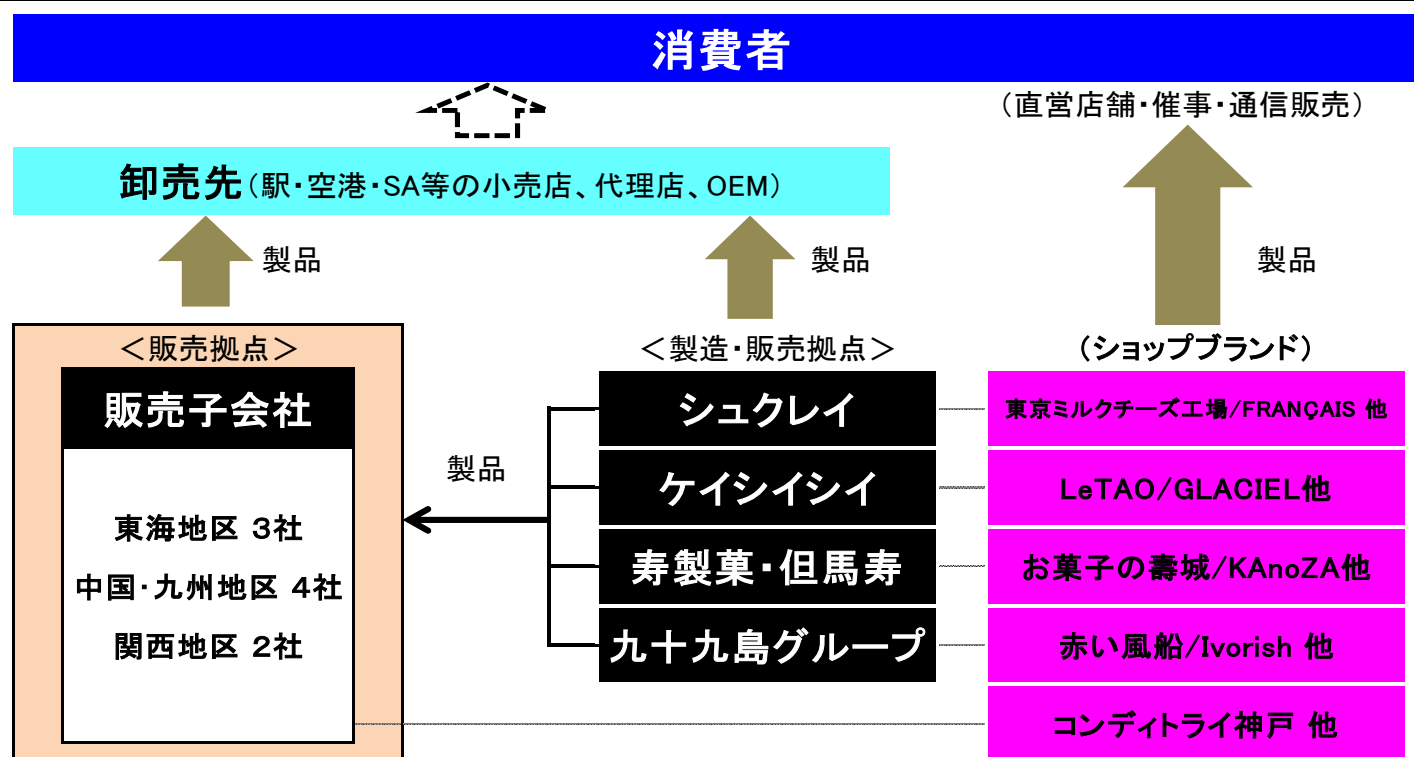
「九十九島せんぺい」

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。

グループ生産体制



本社工場



浦津工場



淀江工場(お菓子の壽城)



第1工場



第2工場



但馬工場



寿製菓

本社工場:ISO22000取得
浦津工場:ISO22000取得
淀江工場:ISO22000取得
但馬工場:ISO22000取得



ケイシイシイ

第1工場:北海道HACCP取得(チョコレート、グラスライン)
FSSC22000取得予定(2023年度予定)
第2工場:北海道HACCP取得
AIBフードセーフティー監査システム導入
FSSC22000取得予定(2022年9月予定)



福岡工場



本社工場



福浦工場



浜松工場



黒髪工場



シュクレイ

横浜工場:FSSC22000取得
浜松工場:浜松市HACCP取得
FSSC22000取得予定(2022年10月予定)



九十九島グループ

福岡工場:JICQA仕様-HACCPシステム認証登録
本社工場:JICQA仕様-HACCPシステム認証登録
黒髪工場:JICQA仕様-HACCPシステム認証登録



ESG情報

当社コーポレートサイトのサステナビリティページをリニューアルいたしました。
サステナビリティに関する取り組みの内容を充実させるとともに、ページ構成の見直しを図りました。



寿スピリッツグループ
サステナビリティサイト

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

こちらのQRコードでご覧いただけます



Memo





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す。

《寿スピリッツ》

●寿スピリッツ創立70周年



おかげさまで**寿スピリッツ**は、
創立70周年を迎えました。

寿スピリッツはお菓子を通じて「喜びを創り喜びを提供する」という姿勢を貫き、今年で創立70周年を迎えました。現在に至るまでの当社の歩みをご紹介します。



本資料は、寿スピリッツ「第70期年次報告書」に掲載したものです。
当年次報告書は、当社コーポレートサイトに掲載しております。



《ケイシイシイ》

●ルタオ本店24周年周年祭イベント開催

24周年を迎えたルタオ本店が、6月の1か月間24周年祭イベントを実施。イベント告知は、新聞折り込みチラシ、情報誌への掲載、地元テレビへの出演や、小樽教育委員会の協力で、小樽市内の小学校17校約4000名にサービス券付きのうちわを配布。多くのルタオファンのお客様にご来店頂きました。とりわけ、週替わりのスイーツや、24周年限定商品、展望室で開催した24周年写真展は、ルタオ熱狂的ファン創りに大いに貢献するものでした。



ルタオ本店：小樽市



ルタオ本店展望室



サービス券付きうちわ



イベント告知チラシ

《寿製菓》



●環境配慮型の店舗と環境負荷の少ないパッケージ

2022年7月15日に沖縄県・那覇国際通りに「沖縄らしい新定番を届ける」をコンセプトにオープンした「newQ(ニューキュー)」。

沖縄県産のパイナップルや黒糖などの県内産食材にこだわり、食材を育む自然環境の為に、環境負荷の少ないパッケージを使用しています。店舗では、県内産の天然岩泥「クチャ」など自然素材を活用。



紙袋・ショップカード・プレミアムギフト(今秋発売予定)に、「FSC認証紙」など環境負荷を抑えたパッケージを通して、沖縄、そして地球の限りある資源を大切にします。



沖縄産の天然岩泥「クチャ」とその風合いを活かし、一般的な塗料は使わずに仕上げた店内。