



2025年3月期 第2四半期(中間期)決算説明会資料

2024年 11月6日

喜びを創り喜びを提供する



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



目次

- 2025年3月期 第2四半期(中間期)決算概要 P 1～21
- 2025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
- ESG関連情報 P 47～48
- 株式の状況・株主還元 P 49～54
- 参考情報 P 55～64
- 熱狂的ファンづくりの取り組み事例 P 65～73



2025年3月期 第2四半期(中間期)決算概要

※本資料中の金額は、「百万円未満切捨て」で記載しております。

業績ハイライト 2025年3月期第2四半期(中間期)

第2四半期(中間期)業績

**売上高及び各段階利益ともに2期連続で
過去最高を更新**

●原材料価格の上昇や給与水準の引き上げによる人件費の増加、また、新工場の設置及び工場の統廃合に伴うコスト増加要因があった一方、インバウンド売上高の伸長及び新規出店効果などにより、増収・増益を確保。売上高及び各段階利益ともに第2四半期(中間期)での過去最高を更新。

●インバウンド売上高(国際線ターミナル売上高)は、4,644百万円(前年同期比48.5%増)。

●本年4月にJR新宿駅改札内の新商業施設「イトルミネ」に同時に3店舗出店するなど、当期間で9店舗の新規出店と1店舗のブランド変更を実施。

トピックス①(インバウンド売上)

【インバウンド売上高(国際線ターミナル売上高)※1】

(百万円)	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
2025年3月期	2,305	2,338			(予想)8,500
2024年3月期	1,519	1,606	1,966	2,033	7,126
2023年3月期	85	167	640	1,084	1,977



成田空港TAX FREE AKIHABARA内に展開中の「小樽洋菓子舗LeTAO」「PISTA & TOKYO」

※1 インバウンド売上高は、1Qより、国際線ターミナルのクリーンエリア外の売上高を含めた数値に変更。

トピックス② 新規出店(新宿エリア)

2024年4月17日 JR新宿駅改札内に「EAToLUMINE(イトルミネ)」がグランドオープン
当社グループで新ブランド2店舗、既存ブランド1店舗の合計3店舗を同時出店



(写真左上)
新ブランド「woofie(ウーフィ)イトルミネ新宿店」

(写真右上)
新ブランド「canarina(カナリナ)イトルミネ新宿店」

(写真左下)
「岡田謹製あんバター屋イトルミネ新宿店」

トピックス③ 新規出店(首都圏エリア)

シュクレイがエキュート大宮に1店舗、そごう横浜店に2店舗、ケイシイシイがルミネ立川に1店舗、合計4店舗の新規出店



2024年4月26日 OPEN 「THE TAILOR(ザ・テイラー)そごう横浜店」



2024年4月26日 OPEN 「東京ミルクチーズ工場 そごう横浜店」



2024年7月9日 OPEN 「Butter Butler(バターバトラー)エキュート大宮店」



2024年9月18日 OPEN 「Now on Cheese♪(ナウオンチーズ)ルミネ立川店」

トピックス④ 新規出店(その他エリア)

販売子会社は、京都ポルタ 京小町店に新ブランド1店舗、福岡空港に1店舗、^{くじゅうくしま}九十九島グループはJR博多駅に新ブランド「Ramely(ラメリー)」をオープン。※既存店舗のブランドチェンジ



2024年8月1日 OPEN
新ブランド「KNOU(ノウ)京都ポルタ 京小町店」



2024年4月12日 OPEN 「博多まっかな莓 福岡空港店」



2024年6月28日 OPEN 新ブランド「Ramely(ラメリー)」
※既存店舗のブランドチェンジ

トピックス⑤ シュクレイ 富士山静岡工場稼働開始

シュクレイが横浜工場、浜松工場に続いて3拠点目となる富士山静岡工場を設置しました。本工場は、全4ラインで構成され、24年8月中旬より1ラインが稼働開始、残りの3ラインも24年10月から順次稼働開始となります。

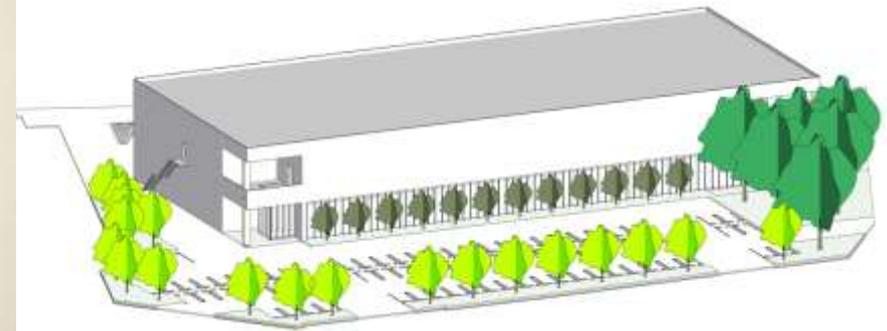


トピックス⑥ 株式会社ケーエムエフ設立

当社グループの寿製菓は、沖縄エリアでの事業成長の加速を目的として、株式会社パラダイスプランとともに、沖縄県宮古島市に合弁会社を設立いたしました。株式会社パラダイスプランが建築する商業施設内に、株式会社ケーエムエフが工場を設置する計画となり、2026年7月の生産稼働開始に向けて準備を進めてまいります。



左 当社 城内 中パラダイスプラン西里社長
右 宮古島市 嘉数副市長
2024年7月4日 記者会見の様子



商業施設の概要(予定)	
敷地面積	2700坪
建物面積	1600坪
工場面積	1000坪



2025年3月期 第2四半期(中間期)業績(対前年同期)

売上・各段階利益ともに2期連続で過去最高を更新

	前第2四半期(中間期) (23年4月～9月)		当第2四半期(中間期) (24年4月～9月)		対前年同期		(参考)前期 (23年4月～24年3月)	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率	金額	売上比
(百万円、%)								
売上高	28,891	—	32,906	—	4,014	13.9	64,035	—
売上総利益	17,732	61.4	20,376	61.9	2,644	14.9	39,804	62.2
販売管理費	11,109	38.5	12,899	39.2	1,790	16.1	24,023	37.5
営業利益	6,622	22.9	7,476	22.7	853	12.9	15,780	24.6
経常利益	6,668	23.1	7,520	22.9	852	12.8	15,867	24.8
中間純利益(注1)	4,453	15.4	4,990	15.2	537	12.1	10,831	16.9
EPS(円)(注2)	28.62		32.07		3.45		69.61	

(注1) 中間純利益＝親会社株主に帰属する中間純利益

(注2) 当社は2023年10月1日を効力発生日として普通株式1株につき5株の株式分割を実施しております。EPS数値につきましては2023年3月期の期首に株式分割が行われたと仮定して算出しています。

公表数字に対する達成率

売上面・利益面ともに期初予想を上回る

(百万円、%)	期初予想※		当第2四半期(中間期)		対期初予想	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	達成率
売上高	32,000	—	32,906	—	906	102.8
売上総利益	19,850	62.0	20,376	61.9	526	102.7
販売管理費	12,430	38.8	12,899	39.2	469	103.8
営業利益	7,420	23.2	7,476	22.7	56	100.8
経常利益	7,455	23.3	7,520	22.9	65	100.9
中間純利益	4,940	15.4	4,990	15.2	50	101.0

※ 期初予想は、2024年5月14日付公表数字

売上高(販売チャネル別)

新規出店効果などにより国内小売が大幅増収
国内卸売はインバウンド需要の好調が続く

(百万円、%)	前第2四半期(中間期)		当第2四半期(中間期)		対前年同期	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上高	28,891	—	32,906	—	4,014	13.9
国内卸売	12,697	43.9	14,490	44.0	1,793	14.1
国内小売	13,322	46.1	15,621	47.5	2,298	17.3
通信販売	2,164	7.5	2,195	6.7	30	1.4
その他	2	0.0	3	0.0	1	—
国内計	28,186	97.6	32,311	98.2	4,124	14.6
海外卸売	435	1.5	321	1.0	△ 114	△ 26.2
海外小売	268	0.9	273	0.8	4	1.6
海外計	704	2.4	594	1.8	△ 109	△ 15.6

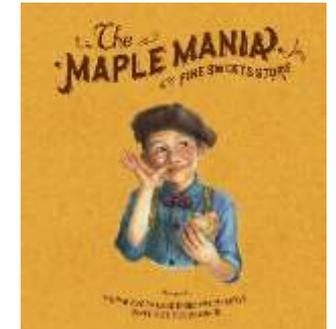
(注) 国内卸売は、主に小売店向け卸(駅、空港、SAなど)、代理店卸、OEMなど/ 国内小売は、主に直営店舗、催事など
海外卸売は、海外FCに対する国内出荷売上+ロイヤルティ/ 海外小売は、台湾子会社の売上/その他は損害保険代理業

補足(海外売上の内訳)

【海外売上高】 (百万円、%)	24年3月期 (中間期)	25年3月期 (中間期)	増減額	増減率
台湾(注1)	268	273	4	1.6
シンガポール	90	139	49	53.8
オーストラリア	97	130	33	33.8
その他	75	51	△ 24	△ 32.1
韓国(注2)	48	-	△ 48	-
中国(注2)	123	-	△ 124	-
合計	704	594	△ 110	△ 15.6

(注1)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

(注2)中国及び韓国は2024年3月にFC契約終了



小樽洋菓子舗ルタオ シアトル店 が2024年8月24日 プレオープン

売上原価・売上総利益

売上総利益率は前年同期比0.5ポイント増加

(百万円、%)	前第2四半期(中間期)		当第2四半期(中間期)		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	28,891	—	32,906	—	4,014	13.9	64,035	—
材料費	7,044	24.4	7,556	23.0	512	7.3	14,511	22.7
労務費	2,612	9.0	2,917	8.9	304	11.7	5,699	8.9
製造経費	1,312	4.5	1,488	4.5	176	13.4	2,779	4.3
製造原価計	10,968	38.0	11,962	36.4	993	9.1	22,990	35.9
その他	190	0.7	567	1.7	376	—	1,241	1.9
売上原価合計	11,159	38.6	12,529	38.1	1,370	12.3	24,231	37.8
売上総利益	17,732	61.4	20,376	61.9	2,644	14.9	39,804	62.2

販売管理費・営業利益

給与水準の引き上げなどで人件費比率が増加したことなどにより
販売管理費比率は前年同期比0.7ポイント増加

(百万円、%)	前第2四半期(中間期)		当第2四半期(中間期)		対前年同期	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上総利益	17,732	61.4	20,376	61.9	2,644	14.9
人件費	4,185	14.5	4,967	15.1	781	18.7
販売促進費	1,678	5.8	1,892	5.7	213	12.7
運賃	971	3.4	1,156	3.5	184	18.9
広告宣伝費	162	0.6	220	0.7	57	35.3
地代家賃及び 支払手数料 (注)	2,856	9.9	3,270	9.9	413	14.5
減価償却費	202	0.7	195	0.6	△ 6	△ 3.1
旅費交通費	211	0.7	237	0.7	26	12.5
その他	839	2.9	959	2.9	120	14.3
販売管理費	11,109	38.5	12,899	39.2	1,790	16.1
営業利益	6,622	47.8	7,476	22.7	853	12.9

(注) 今期より、地代家賃と支払手数料を合算して表示しております。

セグメント別の業績(対前年同期)

インバウンド需要の好調を背景にケイシイシイが大幅な増収増益

くじゅうくしま
九十九島グループは、工場の統廃合の影響などにより減益

(百万円、%)	売上高				営業利益		
	24/3期(中間期)	25/3期(中間期)	増減額	増減率	24/3期(中間期)	25/3期(中間期)	増減額
シュクレイ	11,713	13,149	1,435	12.3	2,412	2,505	93
ケイシイシイ	7,738	9,355	1,617	20.9	1,366	1,991	624
寿製菓・但馬寿	6,239	7,275	1,035	16.6	1,344	1,574	230
販売子会社	3,373	3,568	195	5.8	417	446	29
<small>くじゅうくしま</small> 九十九島グループ	2,914	3,282	368	12.6	397	294	△ 102
その他(注)	316	308	△ 7	△ 2.5	30	17	△ 12
セグメント計	32,295	36,940	4,644	14.4	5,968	6,831	862
調整額	△ 3,404	△ 4,034	△ 629	18.5	653	644	△ 8
合計	28,891	32,906	4,014	13.9	6,622	7,476	853

(注)「その他」には、損害保険代理事業、健康食品事業、海外(台湾)における菓子事業が含まれております。

セグメント別業績の補足説明

シュクレイ

主要国際線ターミナルでの売場拡大や外国語接客対応などによるインバウンド対策に注力するとともに、直営店や催事出店では、主力商品を軸に季節限定などの新商品を加え、ブランド訴求力の向上などに取り組みました。出退店では、本年5月にJR新宿駅「イトルミネ」に新ブランド「ウーフィ」を出店するなど、計4店の出店及び4店の退店を行いました。製造面では、生産キャパシティの増大及び生産体制の最適化を図るため、静岡工場の設置(本年8月より順次稼働開始)などに取り組みました。

ケイシイシイ

インバウンド対策に注力するとともに、「ルタオ」の更なるブランド価値の向上及び首都圏ブランドの育成に注力し、各店舗において主力商品対策及び新作限定スイーツの販売強化などに取り組みました。新規出店では、本年5月にJR新宿駅「イトルミネ」に新ブランド「カナリナ」を出店するなど、計3店の出店を行いました。海外展開では、FC形態で本年8月に「ルタオ」ブランドで初めてアメリカに出店いたしました。

寿製菓・但馬寿

代理店及びグループ会社とのタイアップを密にし、主力商品対策や売場提案、新商品開発などの提案営業を推進いたしました。山陰地区では、「因幡の白うさぎ」などの主力商品の販売強化などに取り組みました。

販売子会社

交通拠点チャネルを重点に、主力商品及び新商品による売場面積の拡大などに注力いたしました。エリア別では、東海地区は、「小倉トーストラングドシャ」などの主力商品の販売強化、関西地区は、季節限定商品「大阪みたらし水まんじゅう」の販売強化や本年8月には京都駅に新ブランド「ノウ」の出店などに取り組みました。福岡地区は、本年4月に福岡空港国内線にあまおう苺スイーツ専門店「博多まっかな苺」を出店いたしました。

くじゅうくしま

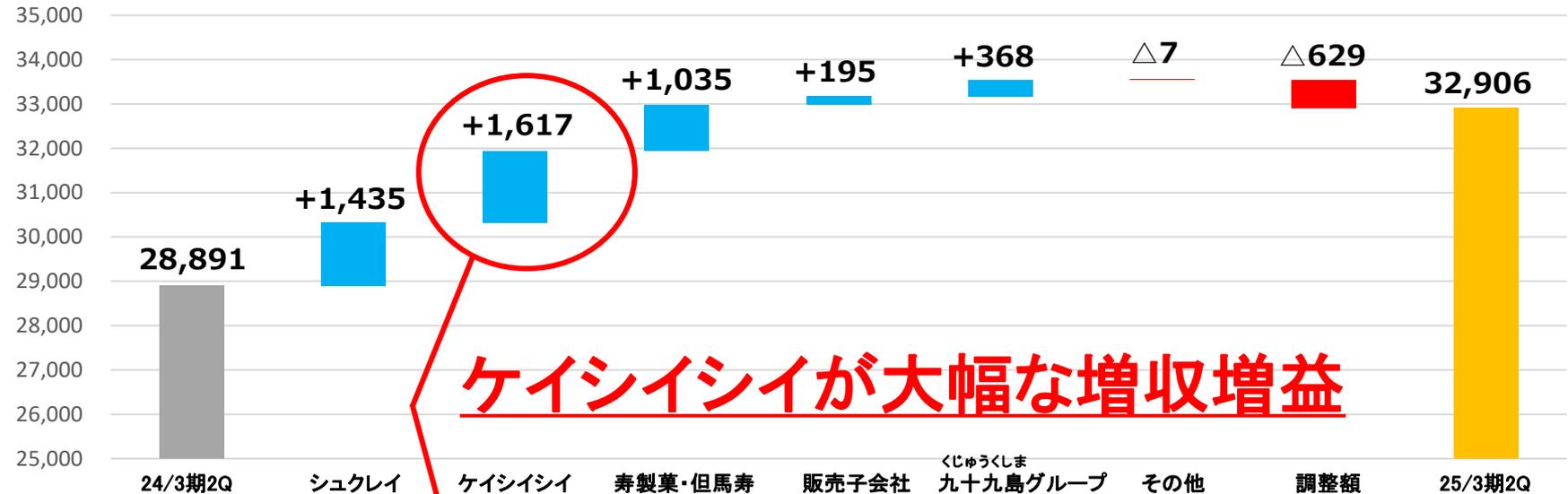
九十九島グループ

製造小売型経営への変革を図るため、当社グループのシナジーを最大限活用し、製品の改廃、組織改革、製造ラインの見直しなどの経営改革を推進いたしました。ブランド展開では、本年9月に主力商品「九十九島せんぺい」初の姉妹品「九十九島せんぺいフィナンシェ」を発売するなど、各ブランドにおいて新商品の発売や積極的な催事出店によりブランド認知度の向上に取り組みました。また、本年6月に、JR博多駅に構える既存店舗を新ブランド「ラメリー」にブランド変更いたしました。

売上高／営業利益増減分析(前年同期比)

(売上高)

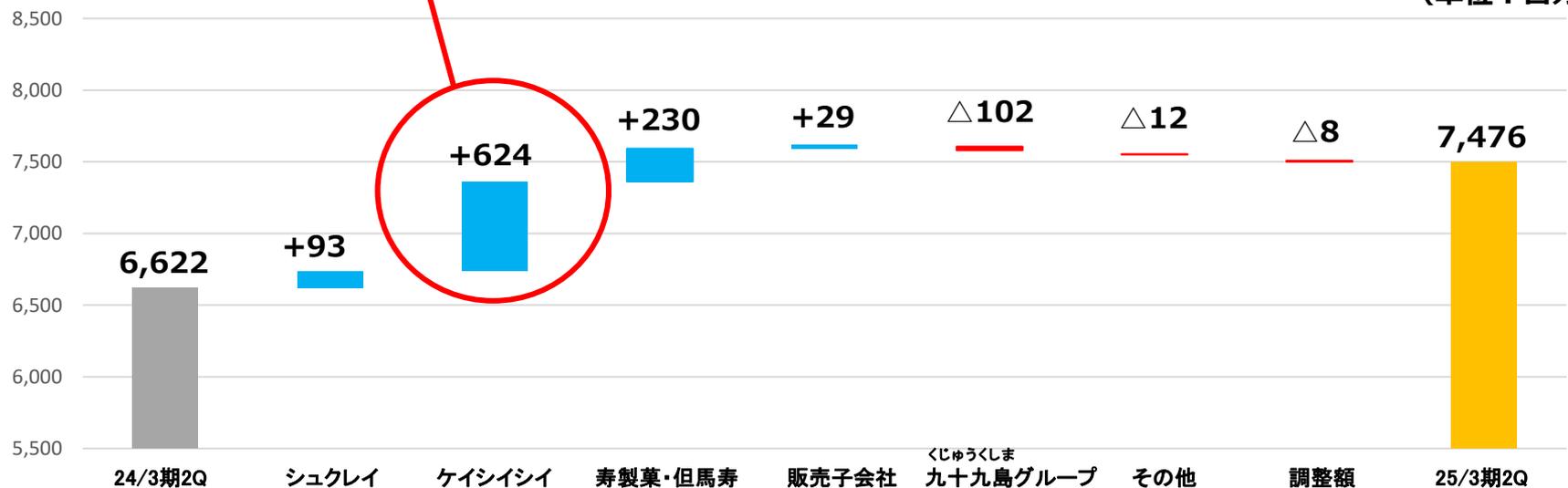
(単位：百万円)



ケイシイシイが大幅な増収増益

(営業利益)

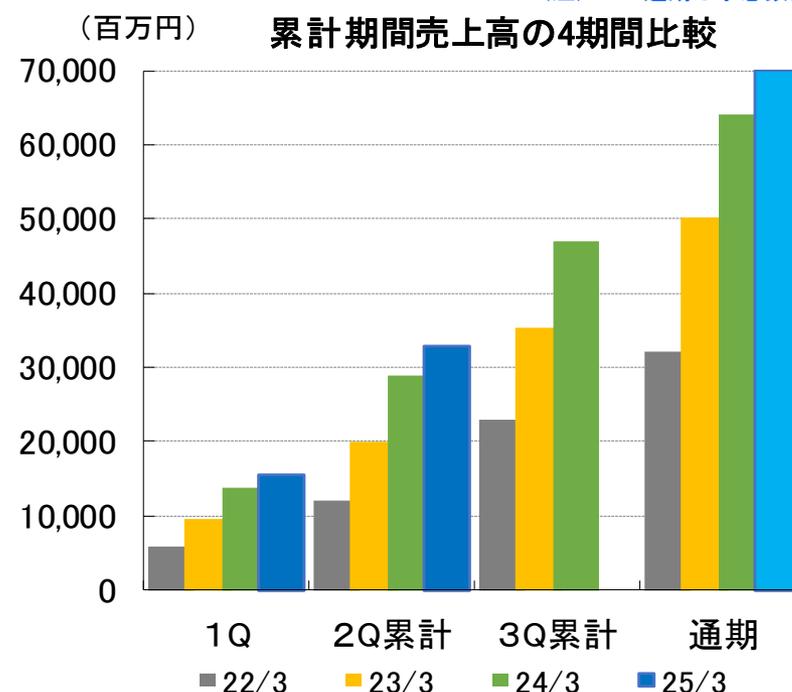
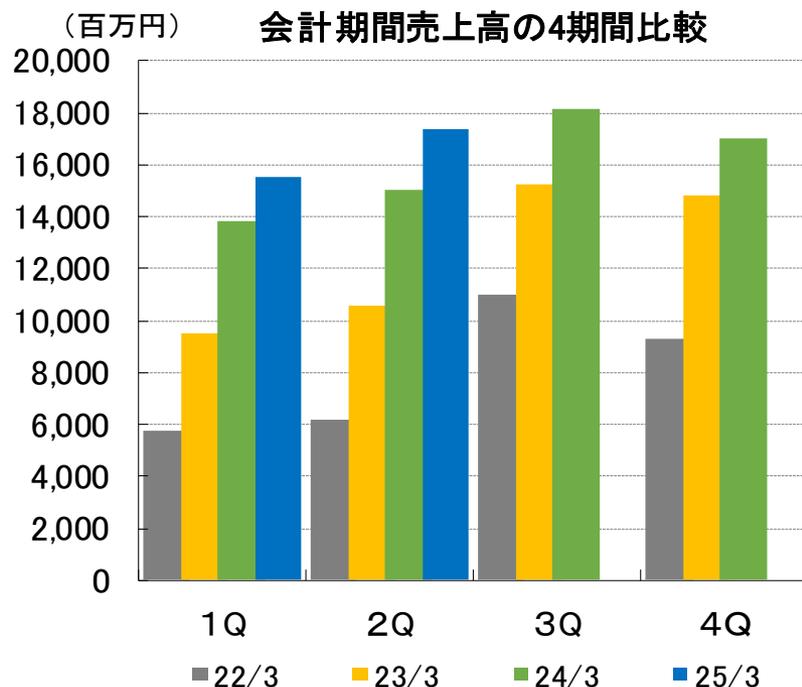
(単位：百万円)



四半期業績の推移(売上高)

通期予想に対する進捗率は、47.0%

(注)25/3 通期は予想数値



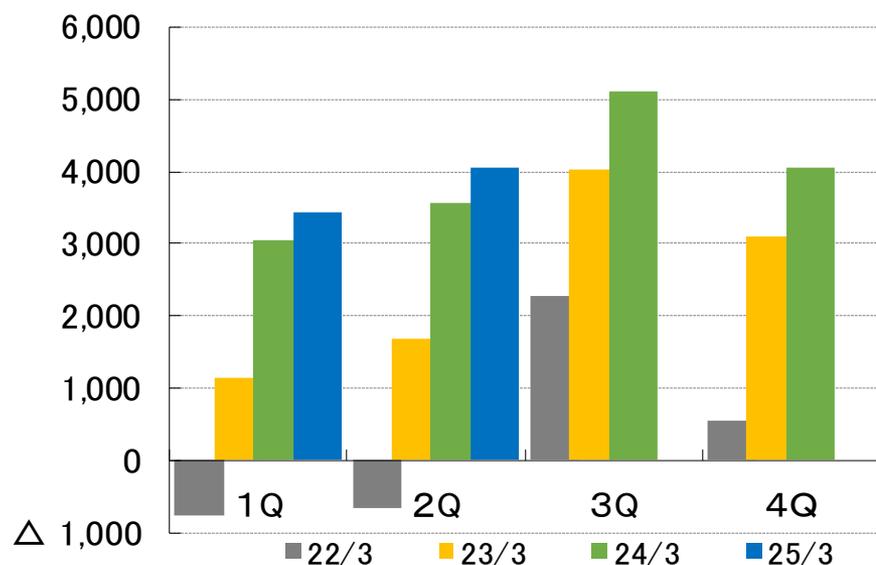
(百万円)	会計期間				累計期間			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q累計	3Q累計	通期
22/3	5,758	6,200	10,962	9,270	5,758	11,958	22,921	32,191
23/3	9,515	10,584	15,270	14,785	9,515	20,099	35,370	50,155
24/3	13,853	15,037	18,144	16,999	13,853	28,891	47,036	64,035
25/3	15,526	17,379	-	-	15,526	32,906	-	70,000
対前年	112.1%	115.6%	-	-	112.1%	113.9%	-	-

(注)25/3 通期は予想数値

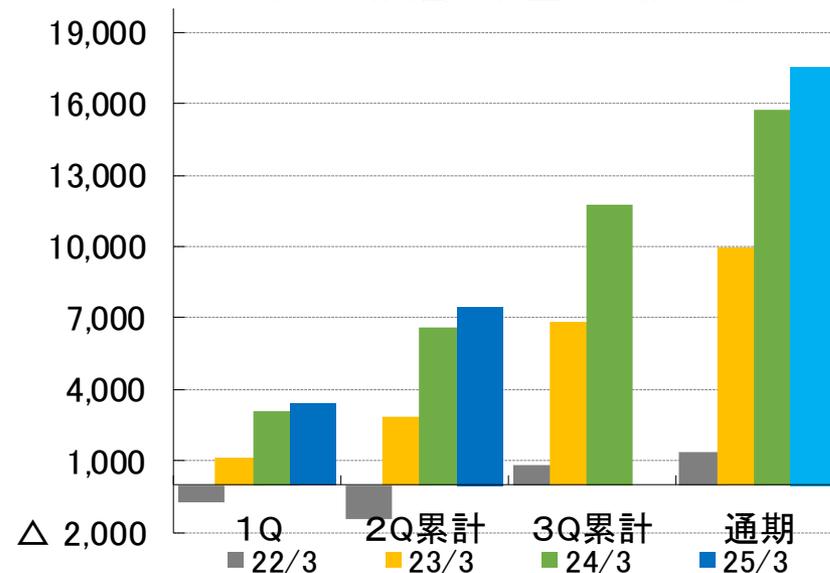
四半期業績の推移(営業利益)

通期予想に対する進捗率は、42.6%

(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 (注)25/3 通期は予想数値



(百万円)	会計期間				累計期間			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q累計	3Q累計	通期
22/3	△ 759	△ 658	2,278	542	△ 759	△ 1,418	860	1,402
23/3	1,150	1,679	4,026	3,095	1,150	2,830	6,856	9,951
24/3	3,058	3,563	5,111	4,046	3,058	6,622	11,734	15,780
25/3	3,428	4,048			3,428	7,476		17,530
対前年	112.1%	113.6%			112.1%	112.9%		

(注)25/3 通期は予想数値

貸借対照表

工場設置などの設備投資実施により固定資産が増加

(百万円、%)	23年3月期		24年3月期		25年3月期(中間期)		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	25,740	69.7	34,408	74.0	33,152	71.5	△ 1,255	△ 3.7
固定資産	11,212	30.3	12,102	26.0	13,216	28.5	1,114	9.2
資産合計	36,953	100.0	46,510	100.0	46,368	100.0	△ 141	△ 0.3
流動負債	8,095	21.9	8,824	19.0	7,951	17.1	△ 873	△ 9.9
固定負債	2,340	6.3	2,462	5.3	2,502	5.4	39	1.6
負債合計	10,435	28.2	11,287	24.3	10,453	22.5	△ 833	△ 7.4
純資産	26,517	71.8	35,223	75.7	35,915	77.5	691	2.0
負債純資産合計	36,953	100.0	46,510	100.0	46,368	100.0	△ 141	△ 0.3
BPS(円) (注)	170.43		226.38		230.73		4.37	1.9
設備投資額	572		1,926		1,574		△ 352	△ 18.3
減価償却費	1,137		1,164		625		△ 538	△ 46.3

(注) 当社は2023年10月1日を効力発生日として普通株式1株につき5株の株式分割を実施しております。

BPS数値につきましては、2023年3月期の期首に株式分割が行われたと仮定して算出しています。

キャッシュ・フロー計算書

フリーキャッシュフローは前年同期比55.0%増の3,613百万円

(百万円、%)	23年3月期	24年3月期		25年3月期	対前年同期	
	通期	中間期	通期	中間期	増減額	増減率
営業活動CF	9,085	3,067	10,845	5,252	2,185	71.2
投資活動CF	△ 1,615	△ 736	△ 2,004	△ 1,639	△ 902	122.5
フリーCF	7,469	2,330	8,840	3,613	1,282	55.0
財務活動CF	△ 1,223	△ 2,260	△ 2,322	△ 4,358	△ 2,098	92.8
現金及び現金同等物に係る換算差額	3	9	9	△ 2	△ 11	-
cash増減	6,249	79	6,527	△ 747	△ 827	-
cash期首	9,912	16,162	16,162	22,689	6,527	40.4
cash期末	16,162	16,241	22,689	21,941	5,700	35.1
有利子負債	440	360	300	300	△ 60	△ 16.7



2025年3月期 通期業績予想

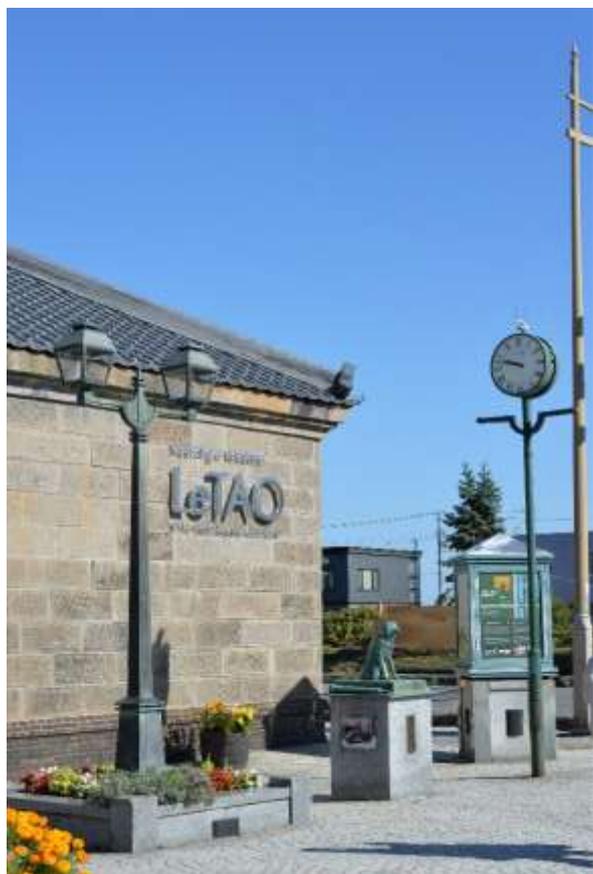
(業績予想は、2024年5月14日付で公表した予想から変更はありません。)

2025年3月期 通期業績予想の補足説明

● 事業環境見通し	今後の事業環境は、雇用・所得環境が改善する下で、景気は持ち直し、消費動向は緩やかに改善していくことが見込まれる。また、2025年に開催される大阪・関西万博が起爆剤となり、インバウンドを含めた本格的な観光回復が期待される。
● 業績予想	当社グループは、引き続きプレミアムギフトスイーツに特化し、インバウンド対策の強化、新規出店、生産性の向上、人財力の強化などの施策遂行により、増収・増益を目指す。当第2四半期累計業績は、売上・利益ともに概ね期初予想水準で進捗しており、通期業績予想は、期初予想を据え置く。
● 出退店等	当第2四半期累計の出退店は、9店の出店と4店の退店を実施。下期は、本年10月に小樽洋菓子舗ルタオ運河プラザ店をオープン。引き続き、トラフィックの多いエリアにおいて好立地な新規出店を推進。
● 設備投資	当期の設備投資計画は35億円。ノシュクレイ及び九十九島グループの生産性の向上及び生産能力の増強を図るため、工場新設及び改廃を進行中。シュクレイの新工場(静岡工場)は、8月から11月にかけて順次生産開始(最大150億円規模の生産能力を構築)九十九島グループの福岡工場は、11月閉鎖予定、佐世保日宇工場は、来年5月閉鎖予定。

ご参考：ルタオ運河プラザ店の概要

小樽洋菓子舗ルタオは、明治27年に完成した小樽市の指定建造物「旧小樽倉庫」の南側部分に2024年10月11日「ルタオ運河プラザ店」をグランドオープンしました。「ルタオ運河プラザ店」は、ノスタルジックな景観を生かし、今も新たな魅力をつくり続けている小樽市のように、歴史的な木骨石造の創りを活かしたレトロな雰囲気、ルタオの新たな一面を体験していただける店舗です。ルタオ初となるバースペースを設けると共に、テイクアウトスペースや観光のお客様にお気軽にお休みいただけるフリースペースが設置されます。



2025年3月期 通期業績予想(対前期)

売上高前期比9.3%増、営業利益同11.1%増

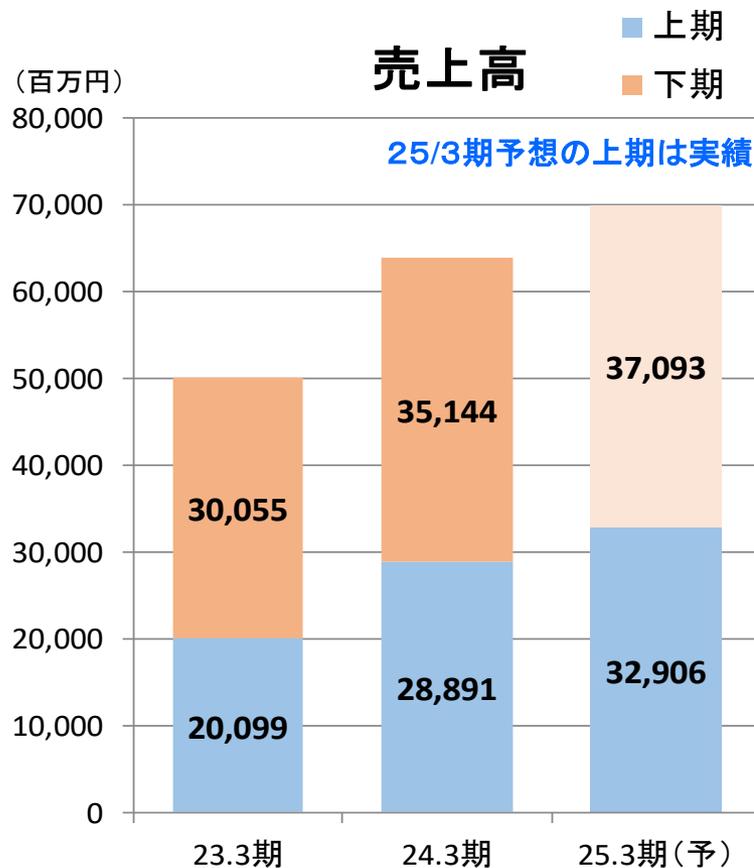
(百万円、%)	24年3月期		25年3月期(予想)		対前期	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上高	64,035	-	70,000	-	5,964	9.3
売上総利益	39,804	62.2	43,700	62.4	3,895	9.8
販売管理費	24,023	37.5	26,170	37.4	2,146	8.9
営業利益	15,780	24.6	17,530	25.0	1,749	11.1
経常利益	15,867	24.8	17,600	25.1	1,732	10.9
当期純利益	10,831	16.9	11,800	16.9	968	8.9
EPS(円)	69.61		75.81		6.20	-
1株当たり配当金(円)	28.00		28.00		-	-
設備投資	1,926		3,500		1,573	81.7
減価償却費	1,164		1,400		235	20.2

2025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		
	24/3期	25/3期予	増減額	増減率	24/3期	25/3期予	増減額
シュクレイ	26,455	29,200	2,744	10.4	5,843	7,000	1,156
ケイセイシイ	18,052	19,400	1,347	7.5	3,818	4,350	531
寿製菓・但馬寿	12,834	13,770	935	7.3	2,776	3,012	235
販売子会社	6,957	7,400	442	6.4	889	1,020	130
<small>くじゅうくしま</small> 九十九島グループ	6,382	6,000	△ 382	△ 6.0	783	500	△ 283
その他	743	750	6	0.9	87	80	△ 7
セグメント計	71,427	76,520	5,092	7.1	14,198	15,962	1,763
調整額	△ 7,391	△ 6,520	871	△ 11.8	1,582	1,568	△ 14
合計	64,035	70,000	5,964	9.3	15,780	17,530	1,749

(注) くじゅうくしま九十九島グループは、工場の統廃合の影響などにより、減収減益予想

2025年3月期 通期業績予想(上期・下期比較)



	売上高						経常利益					
	23/3期	構成比	24/3期	構成比	25/3期(予)	構成比	23/3期	構成比	24/3期	構成比	25/3期(予)	構成比
上期	20,099	40.1%	28,891	45.1%	32,906	47.0%	3,055	29.7%	6,668	42.0%	7,520	42.7%
下期	30,055	59.9%	35,144	54.9%	37,093	53.0%	7,240	70.3%	9,199	58.0%	10,079	57.3%
通期	50,155	100.0%	64,035	100.0%	70,000	100.0%	10,295	100.0%	15,867	100.0%	17,600	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

当社グループの経営理念は、創業者であります故河越庄市をはじめ、諸先輩方が幾多の試練を乗り越えてこられた中、生まれました。利潤の追求のみが企業の目的ではなく、会社が未来永劫発展し続けるためには、常に「人様に喜んでいただく」ことを最優先に考え、お客様に喜んでいただける商品を創り、お客様に喜ばれるサービスを提供し続け、地域社会への貢献、共存・共栄こそが、会社の存在意義であり、当社グループに与えられた使命であります。

基本ポリシー

今日一人、熱狂的なファンを創る

当社グループの全従業員は、経営理念の具現化に向け、ひとつのお菓子、ひとりのお客様への接客で、一生お付き合いができる熱狂的なファンを今日一人創ることに徹する「熱狂的ファン創り」を基本ポリシーとしております。

経営理念をベースとした「**全員参画による超現場主義経営**」の実践

当社グループは、経営理念を拠り所に、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「**全員参画による超現場主義経営**」の実践により、活力ある魅力あふれる企業集団を創り、中長期的な企業価値の向上を目指してまいります。

《経営理念手帳「こづち」について》

当社グループは、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、全従業員の経営理念浸透と企業倫理の徹底に努めております。経営理念手帳「こづち」は、各職場単位で行う朝礼や研修、勉強会などで活用し、また、経営理念の実践の成果を全従業員が共有し、さらなる大きな成果を生み出していくことを目的に「こづち発表全国大会」を年1回開催しております。



2024年1月「こづち発表全国大会」を開催

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

2024年経営スローガン

超絶マツハ経営！

当社グループは、美味しさをより一層追求したプレミアムギフトスイーツに特化し、すべての基準で早さと速さにこだわり事業施策を遂行する。

重点施策

1.Value Up Everyday

- ①美味しさを一番に、商品力のValue Up
- ②独自の販売手法に磨きをかけて、販売力のValue Up
- ③ブランドの世界観を最大限に伝える売場力のValue Up
- ④新ブランド、新売場、新商品そして人財力のValue Up

2.「少数精鋭主義」による高賃金低人件費比率の実現

少数精鋭による人員配置の最適化により、部門採算の更なる高利益化を目指す！

今後の経営方針

中長期の目標

長期目標

売上高経常利益率 30%

「全員参画による超現場主義」経営を推進し、プレミアムギフトスイーツの更なる「高い価値の創造」に注力していく

中期目標

① シュクレイ売上高 350億円

(百万円)	20年3月期(実績)	21年3月期(実績)	22年3月期(実績)	23年3月期(実績)	24年3月期(実績)	26年3月期(目標)
売上高	16,199	7,627	11,958	20,699	26,455	35,000

② インバウンド売上高 100億円

(百万円)	20年3月期(実績)	21年3月期(実績)	22年3月期(実績)	23年3月期(実績)	24年3月期(実績)	26年3月期(目標)
売上高	5,375	98	125	1,978	7,126	10,000

※インバウンド売上高は、国際線ターミナル免税売上高となります。

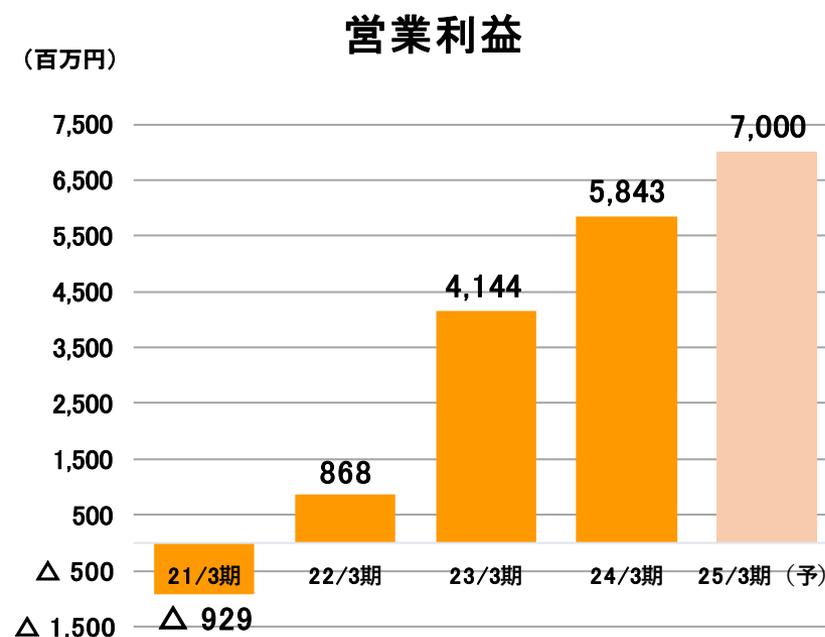
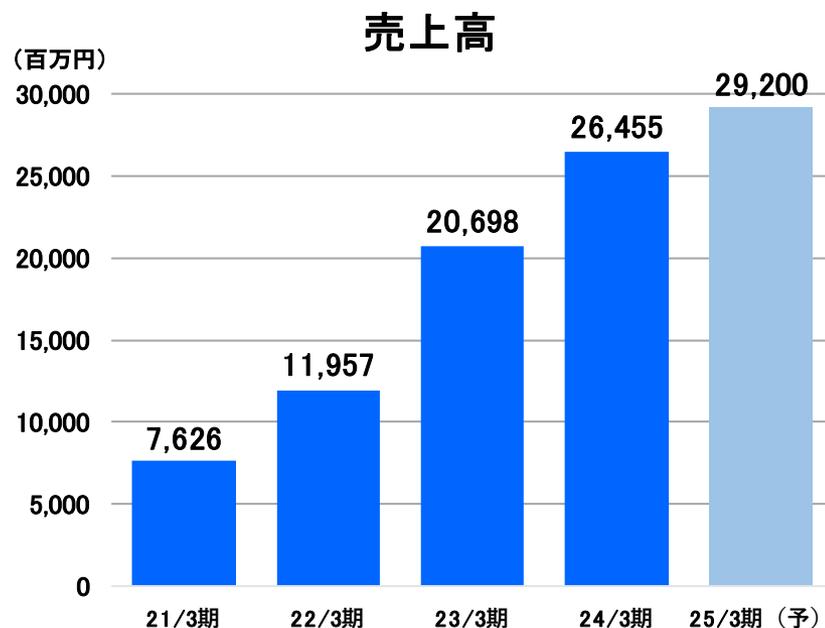
セグメント別概況



- 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》

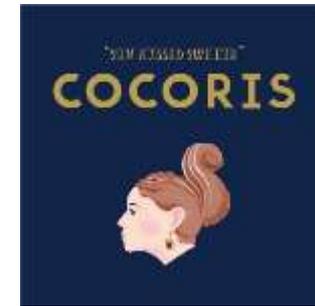
25/3期予想:売上高 **29,200**百万円(前期比**+10.4%**)営業利益 **7,000**百万円(同**+19.8%**)



(百万円,%)	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	対前期		25/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	7,626	11,957	20,698	26,455	5,757	27.8	29,200	2,744	10.4
売上総利益	4,198	7,270	13,160	17,037	3,877	29.5	19,150	2,112	12.4
粗利率	55.0	60.8	63.6	64.4	0.8	-	65.6	1.2	-
販売管理費	5,127	6,402	9,015	11,193	2,177	24.2	12,150	956	8.5
営業利益	△ 929	868	4,144	5,843	1,699	41.0	7,000	1,156	19.8

《シュクレイ》

現場力の強化により、更なるブランド価値の向上を図り、
2026年3月期 売上高350億円突破に向け、成長を持続



東京ミルクチーズ工場



COCORIS フィナンシェ ピスタチオ

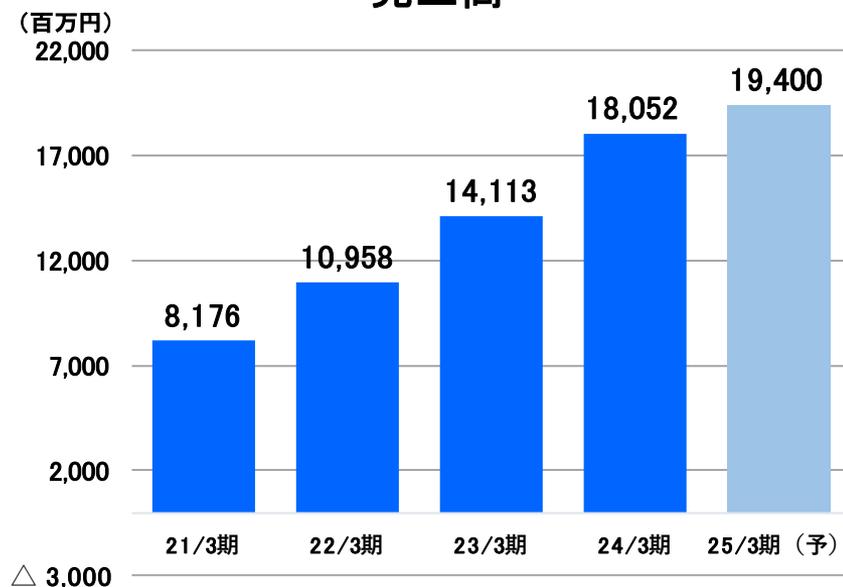


東京ミルクチーズ工場 マロン&マスカルポーネクッキー

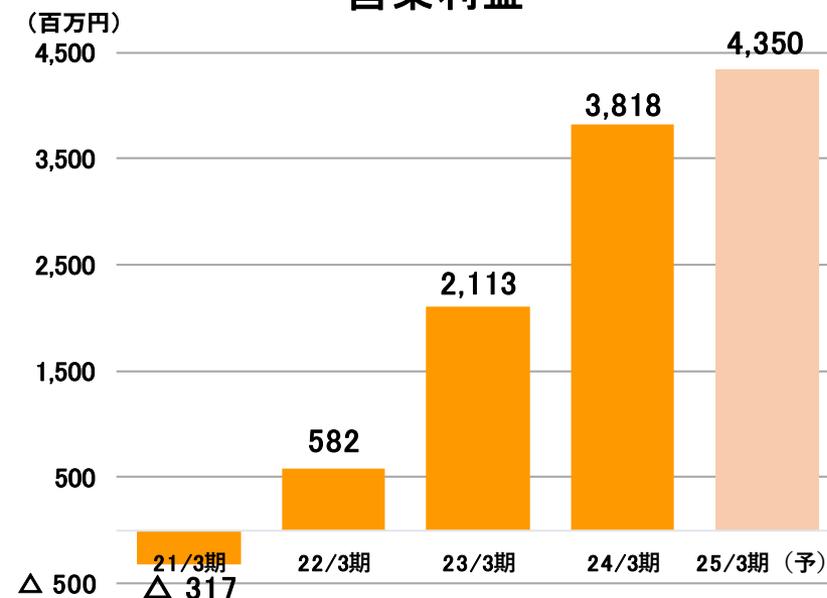
《ケイシイシイ》

25/3期予想:売上高 **19,400**百万円(前期比**+7.5%**)営業利益 **4,350**百万円(同**+13.9%**)

売上高



営業利益



(百万円,%)	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	対前期		25/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	8,176	10,958	14,113	18,052	3,939	27.9	19,400	1,347	7.5
売上総利益	4,805	5,908	8,149	10,938	2,789	34.2	12,120	1,181	10.8
粗利率	58.8	53.9	57.7	60.6	2.9	-	62.5	1.9	-
販売管理費	5,123	5,325	6,035	7,120	1,084	18.0	7,770	649	9.1
営業利益	△ 317	582	2,113	3,818	1,705	80.7	4,350	531	13.9

《ケイシイシイ》

小樽洋菓子舗LeTAOの更なるブランド価値の向上と、
「PISTA&TOKYO」、「Now on Cheese ♪」、「岡田謹製あんバター屋」などの
首都圏ブランドの育成に注力



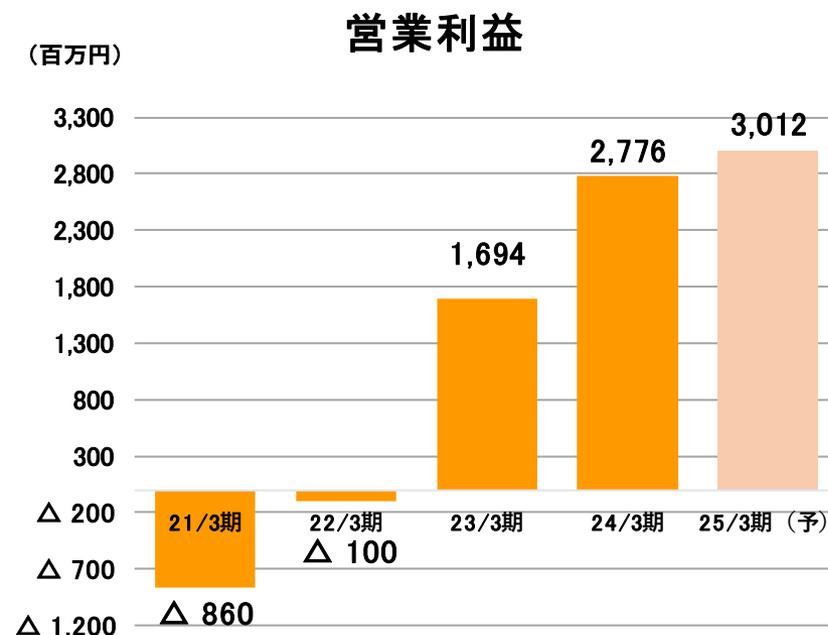
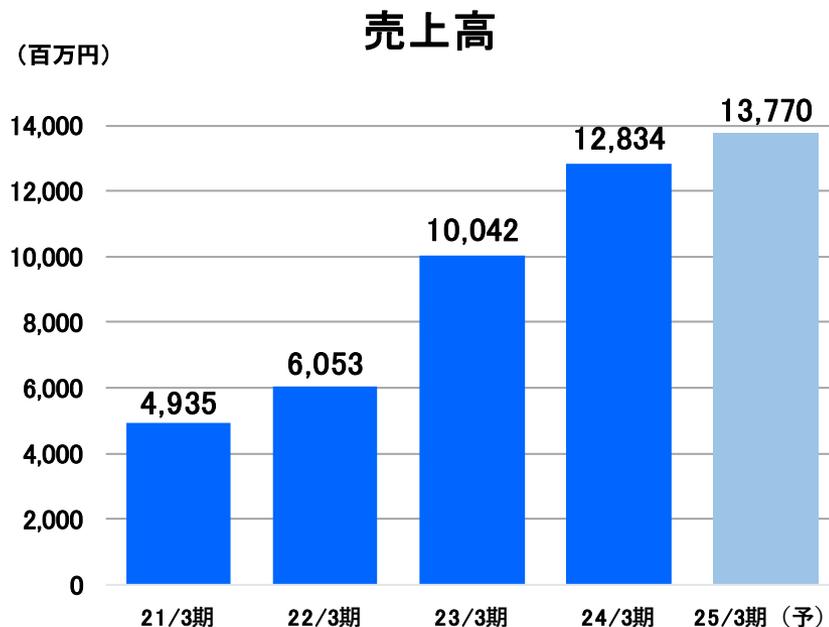
Now on Cheese ♪ チーズケーキナウ



ルタオ運河プラザ店オープン記念限定商品
カダンス ストロベリー

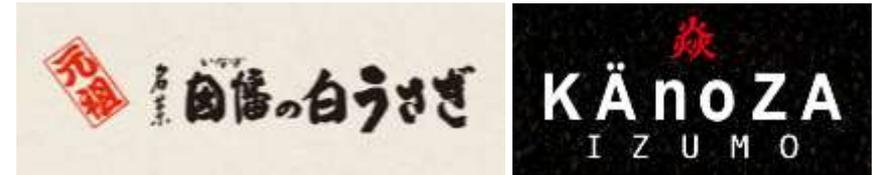
《寿製菓・但馬寿》

25/3期予想:売上高 **13,770**百万円(前期比**+7.3%**)営業利益 **3,012**百万円(前期比**+8.5%**)



(百万円,%)	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	対前期		25/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	4,935	6,053	10,042	12,834	2,792	27.8	13,770	935	7.3
売上総利益	969	1,773	3,952	5,355	1,402	35.5	5,954	598	11.2
粗利率	19.6	29.3	39.4	41.7	2.4	-	43.2	1.5	-
販売管理費	1,829	1,873	2,258	2,578	320	14.2	2,942	363	14.1
営業利益	△ 860	△ 100	1,694	2,776	1,082	63.9	3,012	235	8.5

《寿製菓・但馬寿》



主力商品の育成及び新商品開発の推進、代理店との連携強化により
更なる成長を目指す



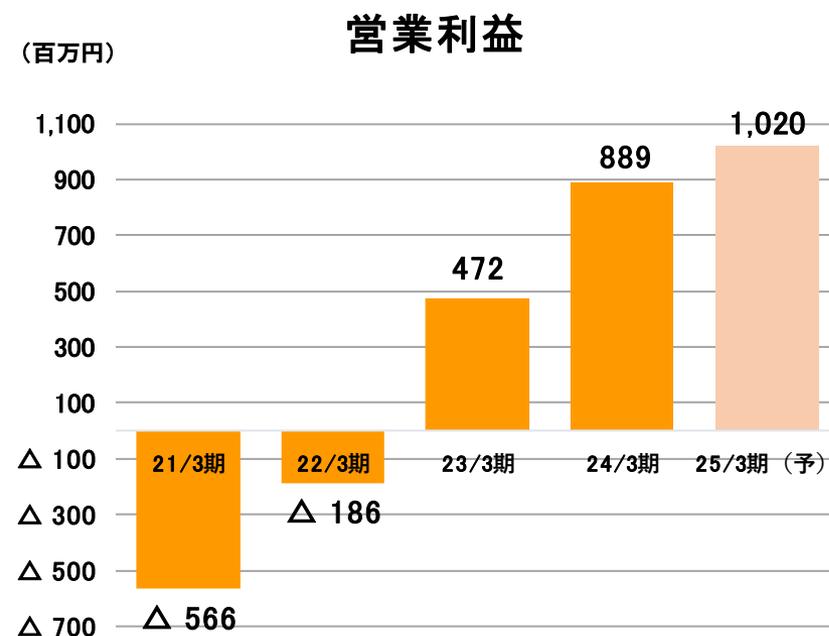
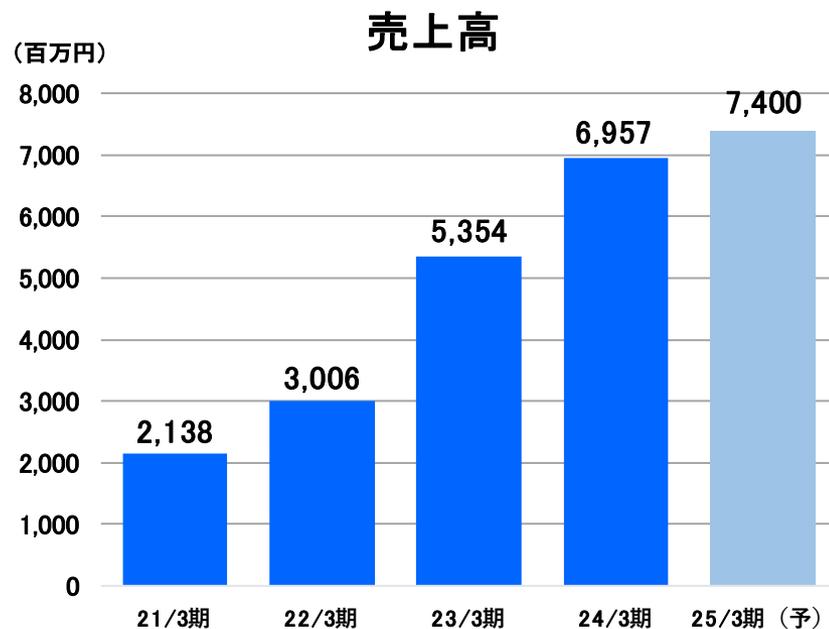
因幡の白うさぎ



KAnoZA モンブラン フォンデュ

《販売子会社》

25/3期予想:売上高 **7,400**百万円(前期比**+6.4%**)営業利益 **1,020**百万円(前期比**+14.7%**)



(百万円,%)	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	対前期		25/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	2,138	3,006	5,354	6,957	1,603	29.9	7,400	442	6.4
売上総利益	624	1,097	2,012	2,637	624	31.0	2,860	222	8.5
粗利率	29.2	36.5	37.6	37.9	0.3	-	38.6	0.7	-
販売管理費	1,190	1,284	1,540	1,747	207	13.4	1,840	92	5.3
営業利益	△ 566	△ 186	472	889	417	88.4	1,020	130	14.7

《販売子会社》

主要交通拠点チャネルを中心に新商品での新売場獲得、
主力商品での売場面積拡大に注力



KYOTO VENETO
MEETING FROM ITALY TO KYOTO



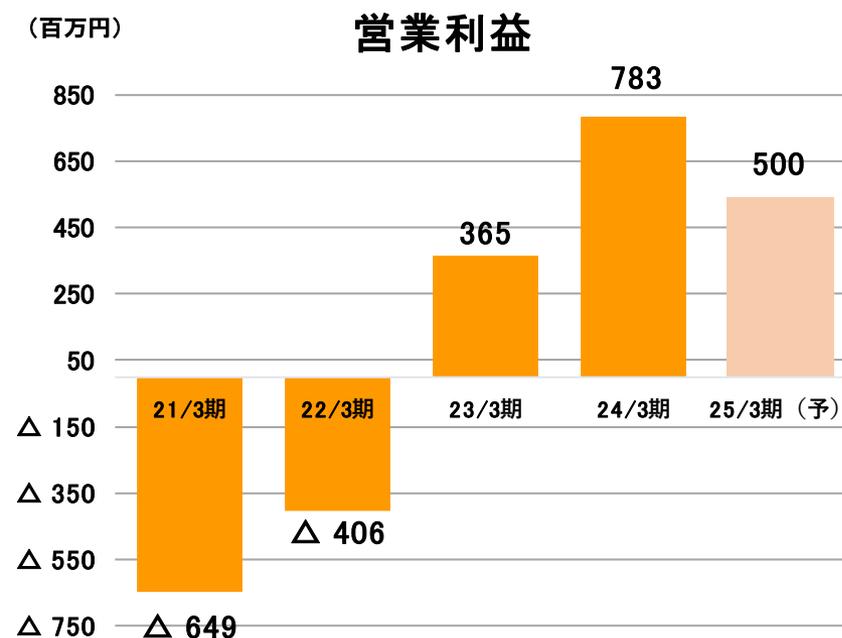
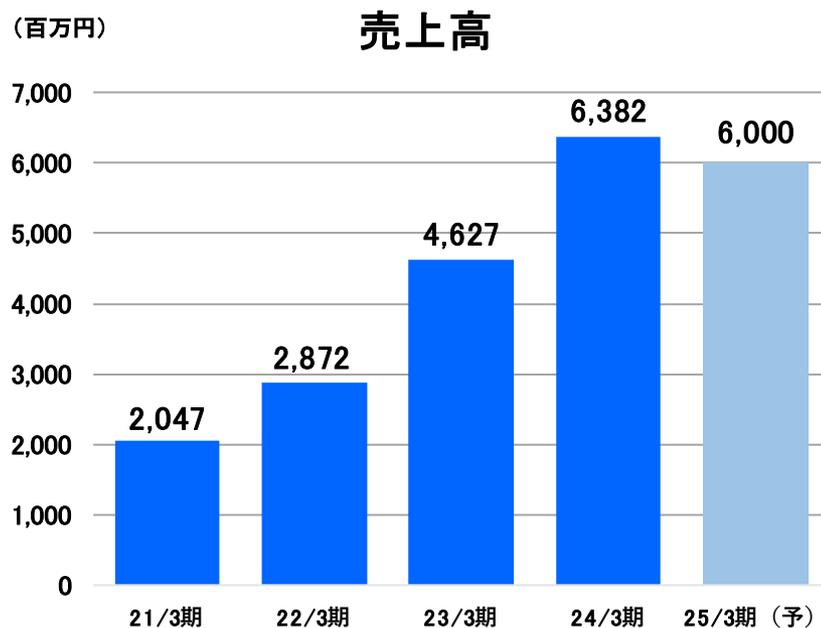
大阪はちみつクワトロフォルマッジ



KYOTO VENETO チョベリツ茶

くじゅうくしま 《九十九島グループ》

25/3期予想:売上高 **6,000**百万円(前期比 $\Delta 6.0\%$)営業利益 **500**百万円(前期比 $\Delta 36.2\%$)



(百万円,%)	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	対前期		25/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	2,047	2,872	4,627	6,382	1,754	37.9	6,000	$\Delta 382$	$\Delta 6.0$
売上総利益	650	1,241	2,426	3,387	960	39.6	3,150	$\Delta 237$	$\Delta 7.0$
粗利率	31.8	43.2	52.4	53.1	0.6	-	52.5	$\Delta 0.6$	-
販売管理費	1,299	1,647	2,061	2,603	542	26.3	2,650	46	1.8
営業利益	$\Delta 649$	$\Delta 406$	365	783	417	114.3	500	$\Delta 283$	$\Delta 36.2$

くじゅうくしま 《九十九島グループ》



グループのシナジーを最大限に活用し、組織改革を断行、現場中心の製造小売型経営
に変革し成長を目指す



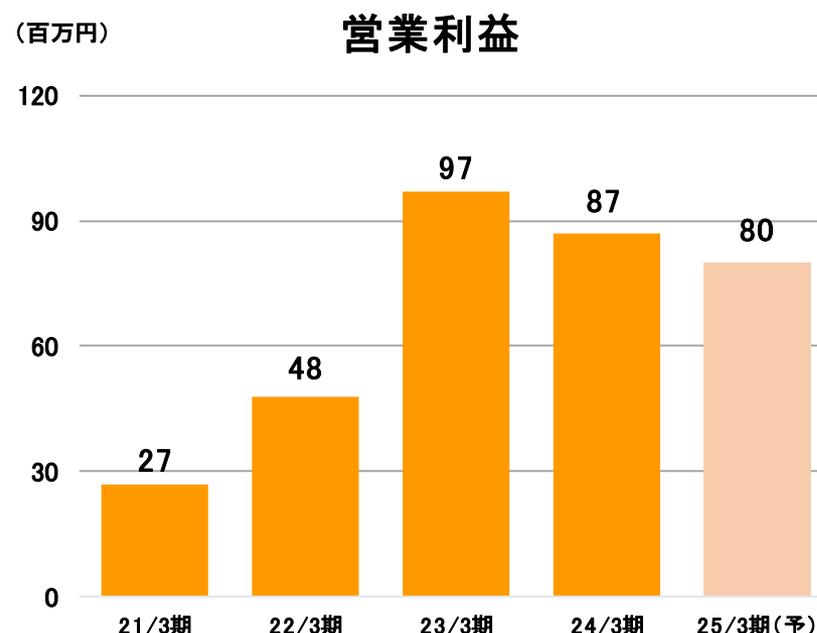
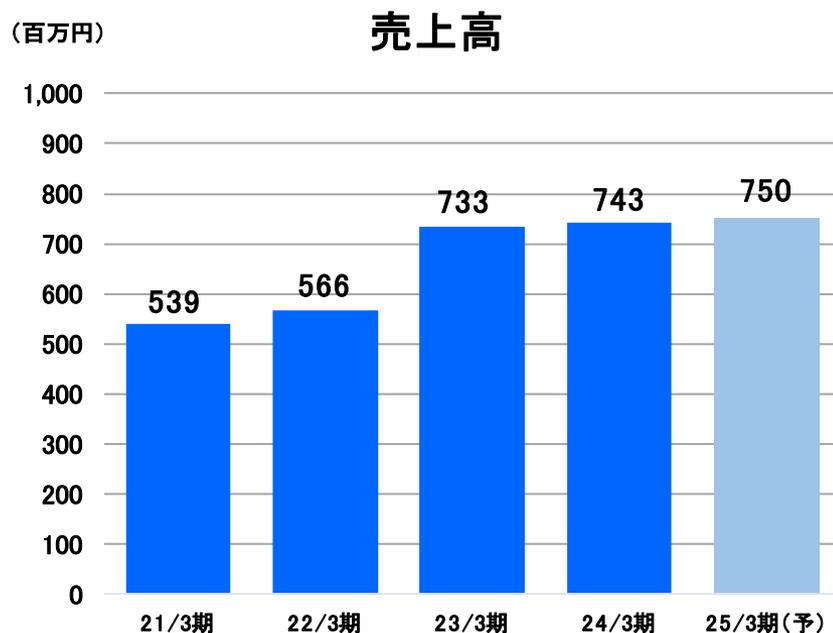
BUTTER&bee ハニーバターパウンドケーキ【レモン】



新ブランド Ramily アソートギフト

《その他》 <損害保険代理業、健康食品事業、海外(台湾)菓子事業>

25/3期予想:売上高 **750**百万円(前期比**+0.9%**)営業利益 **80**百万円(同**△ 8.2%**)



(百万円,%)	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	対前期		25/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	539	566	733	743	9	1.3	750	6	0.9
売上総利益	383	411	534	537	2	0.5	540	2	0.6
粗利率	71.1	72.5	72.8	72.2	△ 0.6	-	72.0	△ 0.2	-
販売管理費	355	362	437	449	12	2.9	460	10	2.2
営業利益	27	48	97	87	△ 10	△ 10.4	80	△ 7	△ 8.2

《その他》

台湾菓子事業



東京ミルクチーズ工場 台湾限定商品



ザ・メイプルマニア 台湾限定商品

純藍

健康食品事業(純藍事業)



古来伝承素材「藍」を100%配合した健康茶『純藍茶』



ESG関連情報

ESG情報(マテリアリティの特定および統合報告書の発行)

当社は、当社グループが様々な事業活動を推進していくうえで、持続可能な社会実現への貢献と中長期的な企業価値の向上が重要な経営課題であるとの認識のもと、2024年6月にはマテリアリティ(重要課題)を特定し、サステナビリティにおける取り組みを推進してまいります。

また、同年11月には統合報告書を初めて発行いたしました。

統合報告書2024



寿スピリッツグループのマテリアリティ(重要課題)

- ① 持続可能な環境型社会への貢献
- ② 安心安全な製品の提供
- ③ 多様性を尊重した人財の採用と育成
- ④ 持続可能なサプライチェーンの構築
- ⑤ 地域社会との共存共栄
- ⑥ コーポレートガバナンスの強化

寿スピリッツグループ
サステナビリティサイト



こちらのQRコードでご覧いただけます

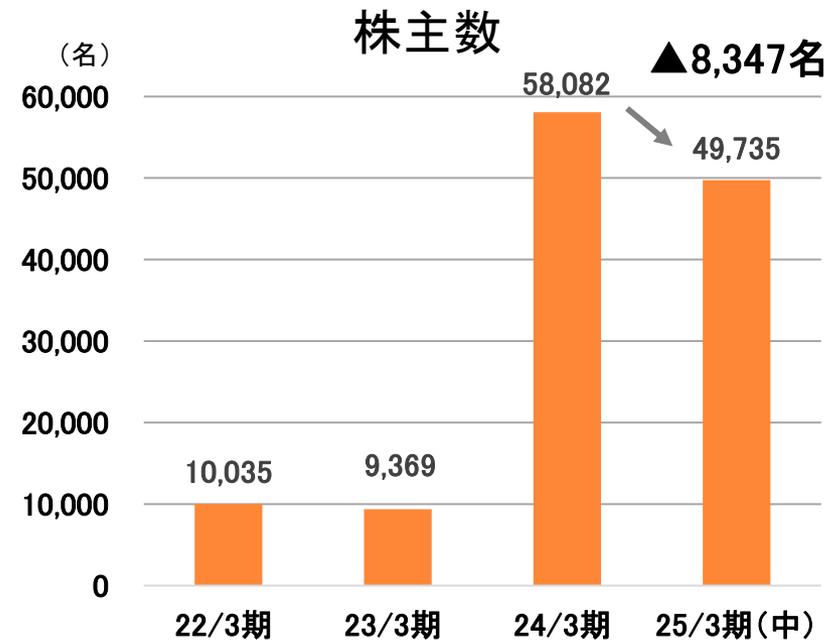


株式の状況・株主還元

株式の状況

(2024年9月30日現在)

- 発行可能株式総数 456,000,000株
- 発行済株式総数 155,658,402株 (注)
- 単元株式数 100株
- 株主数 49,735名 (前期末比 ▲8,347名)



(注) 当社は2024年7月24日付で、譲渡制限付株式報酬としての新株式を50,802株発行したため、発行済株式総数が増加しております。

株主名	持株数(株)	出資比率(%)
エスカワゴエ株式会社	45,500,000	29.23
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	12,773,800	8.21
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505001	12,717,905	8.17
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	4,846,500	3.11
株式会社山陰合同銀行	4,500,000	2.89

(注) 持株比率は、自己株式14,497株を除く

株式の状況

●2024年度「JPXプライム150指数」「JPX日経インデックス400」構成銘柄に選定

当社は、株式会社JPX総研が算出する2024年度の「JPXプライム150指数」と株式会社JPX総研及び株式会社日本経済新聞社が算出する「JPX日経インデックス400」の構成銘柄として選定されました。

「JPXプライム150指数」は、東証プライム市場に上場する時価総額上位銘柄を対象に、財務実績に基づく「資本収益性」と将来情報や非財務情報も織り込まれた「市場評価」という、価値創造を測る二つの観点から選定した銘柄を「価値創造が推定される我が国を代表する企業」と位置付け、これらの銘柄により構成する株価指数です。

「JPX日経インデックス400」は、資本の効率的活用や投資者を意識した経営観点など、グローバルな投資基準に求められる諸要件を満たした、「投資者にとって投資魅力の高い会社」で構成され、日本企業の魅力を内外へアピールするとともに、その持続的な企業価値向上を促し、株式市場の活性化を図ることを目的として開発された株価指数です。



JPX-NIKKEI 400



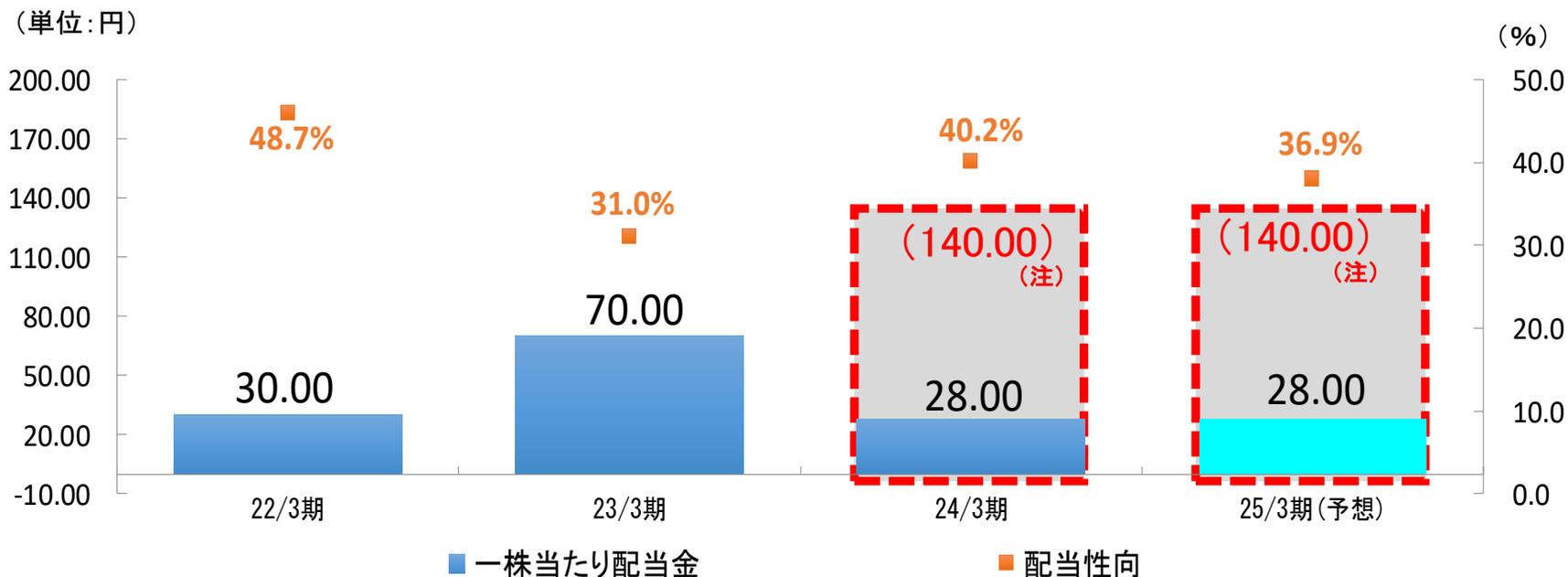
株主還元

■ 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。

■ 2025年3月期1株当たり配当金予想 28円

一株当たり配当金・配当性向推移

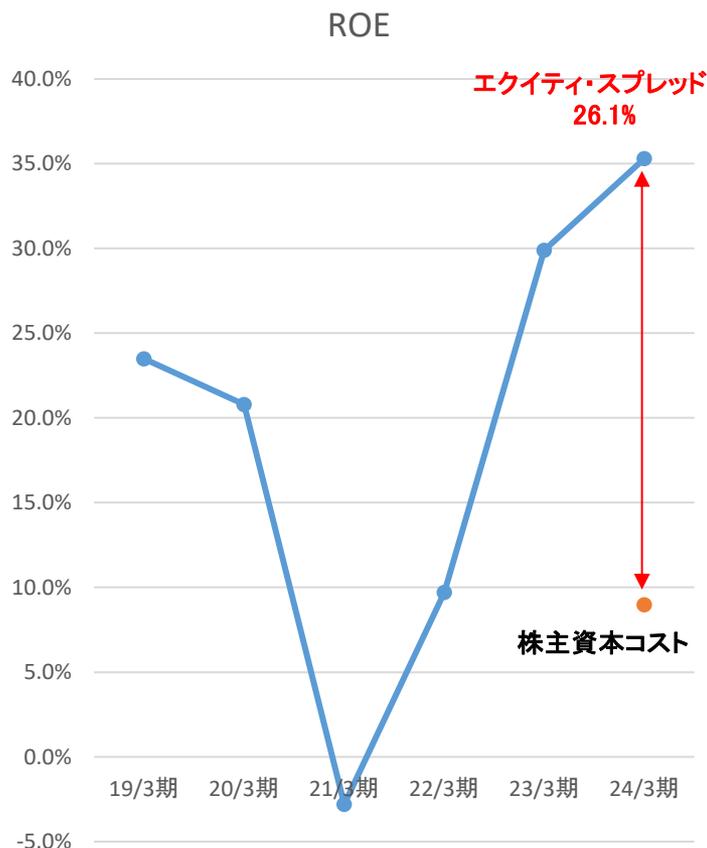


(注) 当社は2023年10月1日を効力発生日として普通株式1株につき5株の株式分割を実施しております。分割前に換算すると24/3期および25/3期の一株当たり配当金は140円となります。

資本コストや株価を意識した経営への対応

■資本収益性の分析

株主資本コストをCAPM(資本資産価格モデル)で算出し、概ね9%程度と認識しております。ROEは、23/3月期は29.9%、24/3月期は35.1%となり、株主資本コストを大きく超えて推移いたしております。今後も資本収益性の向上に努め、株主資本コストを上回る高い付加価値を創出し、企業価値の向上に努めてまいります。



	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期
ROE	23.5%	20.8%	-2.8%	9.7%	29.9%	35.1%
ROE分解						
売上高純利益率	9.7%	9.1%	-2.5%	6.0%	14.0%	16.9%
総資産回転率(回)	1.69	1.71	0.90	1.23	1.56	1.53
財務レバレッジ(倍)	1.43	1.34	1.28	1.32	1.37	1.35

	【収益性】	×	【資産効率性】	×	【財務レバレッジ】
ROE	= $\frac{\text{純利益}}{\text{売上高}}$		$\frac{\text{売上高}}{\text{総資産}}$		$\frac{\text{総資産}}{\text{自己資本}}$

株主資本コスト(%) 24/3期

リスクフリーレート	ベータ(β)感応度	リスクプレミアム	株主資本コスト
安全資産・無利息金利 ※10年国債利回りを ベースに設定	× 当社固有のリスク	× 株式投資に期待する超 過収益率※過去の株式 市場リターンから設定	= 8.98% CAPMより算出

資本コストや株価を意識した経営への対応

■市場評価(PER、PBR)

24/3期末のPBR(株価純資産倍率)は8.45倍と1倍を大きく超えております。

	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期
PER	33.22	36.92	-	105.91	41.55	27.53
PBR	7.21	7.15	11.57	9.97	11.00	8.46

(注)21/3期のPERは、当期純損失のため非表示

■市場評価(時価総額)





《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	12億6,324万円
代表取締役社長	河越 誠剛
従業員数	単体8名・連結1,806名
グループ会社	連結子会社18社(国内17社・海外1社)
連結売上高	640億円(2024年3月期)

2024年9月30日現在

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。
- 2024年7月 (令和6年) 沖縄県宮古島市に株式会社ケーエムエフを設立。



小樽洋菓子舗ルタオ



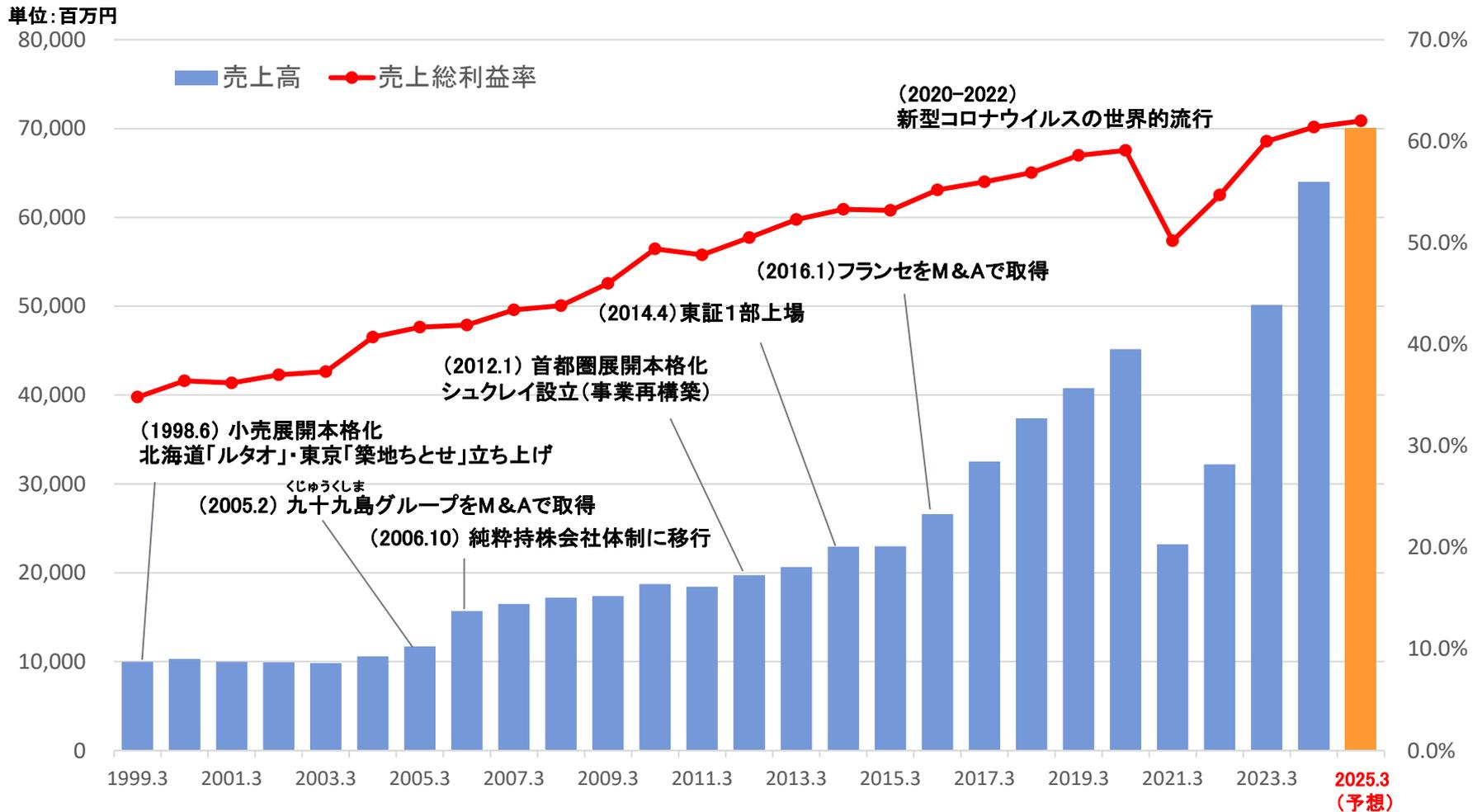
“九十九島せんぺい”



洋菓子のフランセ

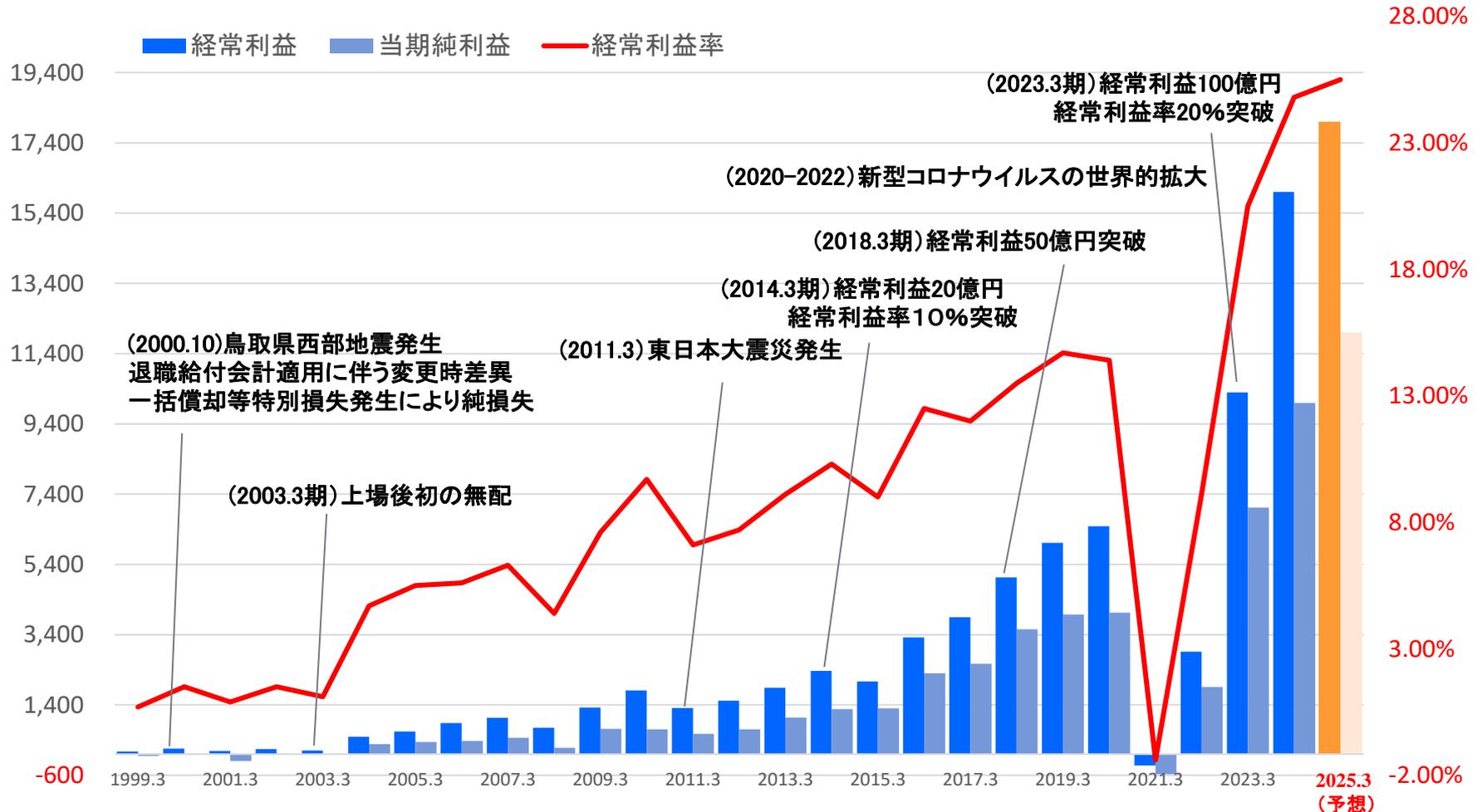
寿スピリッツグループの変遷①

製造卸から製造小売型経営への変革により、高粗利率経営を実現



寿スピリッツグループの変遷②

2024年3月期 経常利益率は24.8%となり、高い収益性を実現



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)



(佐世保・福岡)



(神戸)



(京都)



(東京)



(東京)



(東京)



FRANÇAIS
(東京)

主力商品一例

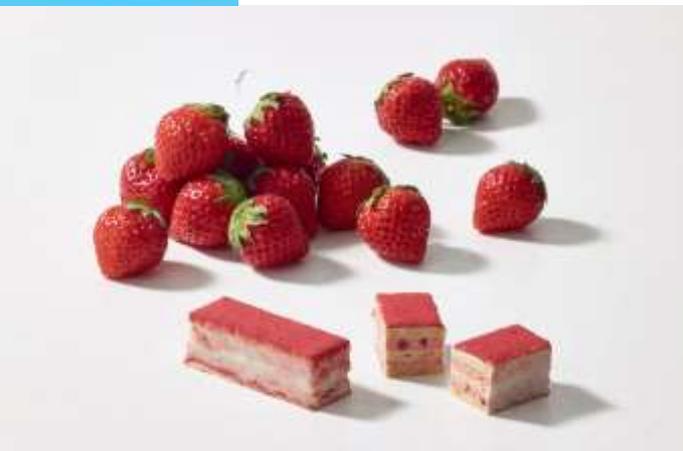


Nostalgic Modern
LeTAO
Nostalgic Sweets Master

「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」

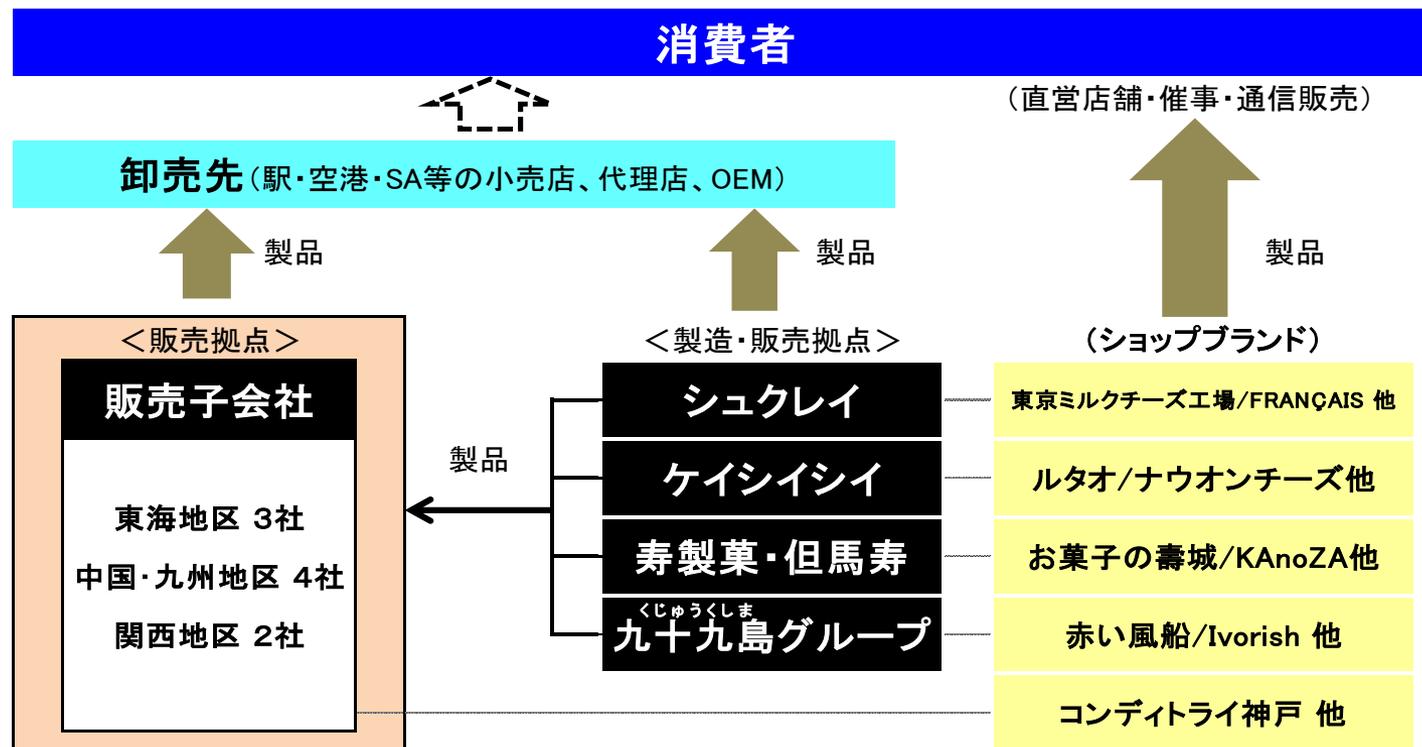


くじゅうくしま
「九十九島せんべい」

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)、2024年7月設立の株式会社ケーエムエフ、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

浦津工場

淀江工場

但馬工場

※全工場でISO22000取得



ケイセイシイ

第1工場 FSSC22000認証取得

第2工場 FSSC22000認証取得

(AIBフードセーフティー監査システム導入)



福浦工場



浜松工場



福岡工場



本社工場



黒髪工場



卸団地工場



シュクレイ

横浜工場

浜松工場

静岡工場

※全工場でFSSC22000認証取得



富士山静岡工場

※2024年8月頃より順次稼働



九十九島グループ

福岡工場 本社工場 黒髪工場 ※JICQA仕様-HACCPシステム認証取得

卸団地工場(2023年12月稼働開始)



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》

●グループ各社の入社式

2024年4月、当社グループに191名の新たな即戦力社員が加わりました。





《寿スピリッツ》

●寿スピリッツグループ各社は、2024年3月期の目標突破をうけ、各社毎の企画で祝勝会ディナーや慰安旅行などを実施しました



寿製菓 慰安旅行(韓国)



シュクレイ(グランピング)



シュクレイ(豪華ディナー)



寿製菓 慰安旅行(伊豆)



寿製菓 慰安旅行(箱根)



寿香寿庵 祝勝会ディナー



《寿製菓》

●「白うさぎの知ろう詐欺！大作戦」に参画

2024年6月14日、財務省中国財務局が中心となり、特殊詐欺被害撲滅を目的としたイベントを開催。因幡の白うさぎの公式キャラクターである「いーなちゃん」が会場を盛り上げました。



《ケイシイシイ》

●ケイシイシイが第11回決起大会を開催

2024年5月21日、第11回ケイシイシイ決起大会を開催しました。テーマは「KCC チャレンジジャーニー」。全社一丸となり目標突破に向けた意識を高めました。



《ケイシイシイ》

- 「果実とバター canarina(カナリナ)」がJR東日本おみやげグランプリ2024 (※1)
総合グランプリを受賞



(※1)「みんなが贈りたい。JR 東日本おみやげグランプリ 2024」とは、JR東日本管内1都16県よりエントリーされた商品の中から88品の中からお客様の投票により総合グランプリが決定されるコンテストです。

《シュクレイ》

●「COCORIS(ココリス)」が東京駅限定スイーツ売上ランキング(※1)で5年連続1位を受賞



5冠達成

東京駅グランスタ
東京駅限定
定番スイーツ売り上げランキング*

第1位
2020

第1位
2021

第1位
2022

第1位
2023

第1位
2024

2022年・2023年 エキュート・グランスタの東京駅限定 定番手土産スイーツランキング1位
2024年 グランスタの東京駅限定 定番手土産スイーツ売上ランキング1位

(※1)東京駅のエキナカ商業施設「グランスタ東京」で年間を通して販売している東京駅限定の定番スイーツを対象とした 2024年5月1日(水)~2024年5月31日(金) の実店舗売上金額の集計に基づき、株式会社JR東日本クロスステーション デベロップメントカンパニーが2024年6月27日発表。

くじゅうくしま
《九十九島グループ》

株式会社 九十九島グループ

●2024年9月19日、「九十九島せんぺいの日」イベントとして、佐世保観光協会主催の清掃活動に参画しました。



くじゅうくしま
 ≪九十九島グループ≫

株式会社 九十九島グループ

●2024年8月12日、博多駅「マイングNo.1おみやげ決定戦2024」の結果が発表され、「赤い風船」の「フォンダンフロマーージュ」が洋菓子部門で6回連続1位を獲得し、念願の殿堂入りを果たすことができました。



赤い風船

フォンダンフロマーージュ
 2,160円(税込)／1個



BUTTER&bee

バターフィナンシェ
 1,188円(税込)／6個入

赤い風船 フォンダンフロマーージュ

- 洋菓子部門 1位
- 洋菓子部門 6回連続1位獲得による「殿堂入り」
- 総合部門 3位
- 福岡県民が選ぶおすすめ商品 1位

BUTTER&bee バターフィナンシェ

- 洋菓子部門 3位

第10回マイングNo.1おみやげ決定戦概要

- 開催期間 2024年7月12日～7月31日
- 調査機関 株式会社博多ステーションビル
- 調査対象 マイングで1,000円以上のご購入をしたお客様
- 有効回答数 15,411人
- 調査方法 期間中の紙投票とWEB投票における商品毎の投票数を集計