



2023年3月期 第2四半期決算説明資料

2022年 11月 2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

- 2023年3月期 第2四半期決算概要 P 1～23
- 2023年3月期 通期業績予想 P 24～28
- 今後の経営方針とセグメント別業績の概況 P 29～47
- 株式の状況・株主還元 P 48～51
- 参考情報 P 52～70



2023年3月期
第2四半期決算概要

2023年3月期 第2四半期(累計)の業績ハイライト

第2四半期累計(4-9月期)業績

売上高 **20,100**百万円 (対前年同期比**168.1%**)

経常利益 **3,055**百万円 (前年同期は経常損失481百万円)

3月下旬にまん延防止等重点措置が全面解除され、人流が総じて増加傾向に向かっていく中、積極的な事業施策遂行により、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	7月	8月	9月
対前年同月増減率(%)	50.9	73.5	77.3	45.3	84.1	86.4
対20/3期同月増減率(%)	△ 14.4	△ 10.7	△ 1.9	△ 9.3	△ 15.3	△ 4.8

●4期間比較

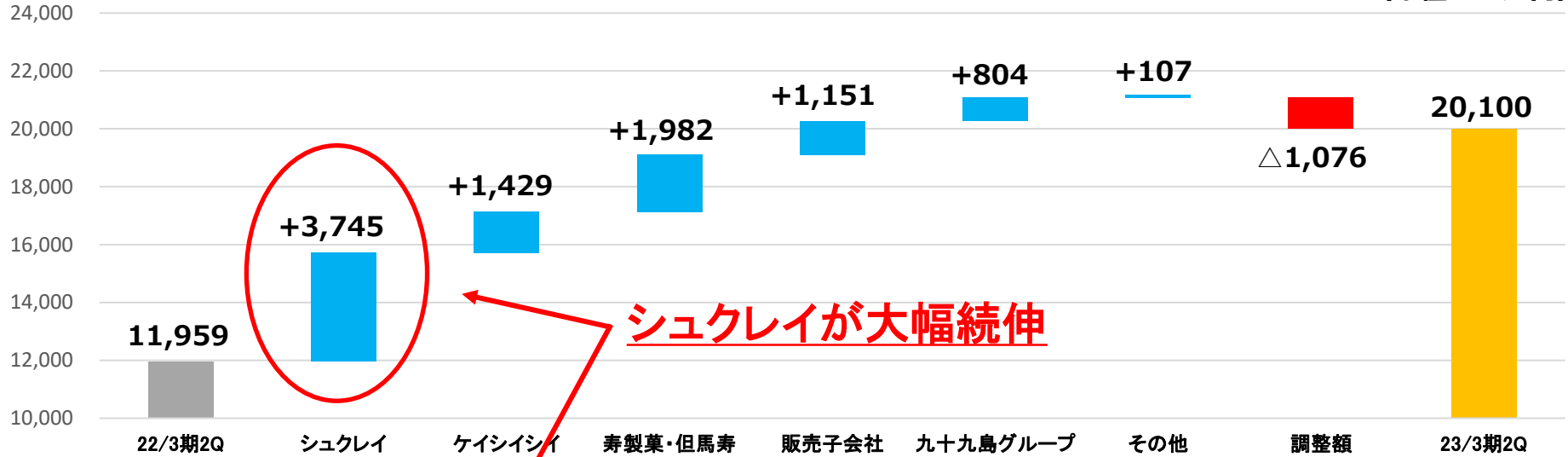
(百万円、%)	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	対前年同期比	対20/3期同四半期比
	(2Q累計)	(2Q累計)	(2Q累計)	(2Q累計)		
売上高	22,388	7,905	11,959	20,100	168.1%	89.8%
営業利益(△損失)	3,519	△ 3,421	△ 1,418	2,830	-	80.4%
経常利益(△損失)	3,548	△ 1,956	△ 481	3,055	-	86.1%
純利益(△損失)	2,268	△ 1,290	△ 283	1,994	-	87.9%

(注)22/3期より、「収益認識会計基準」を適用しており、20/3期及び21/3期は、当該会計基準適用前の数値であります。

売上高／営業利益増減分析(前年同期比)

(売上高)

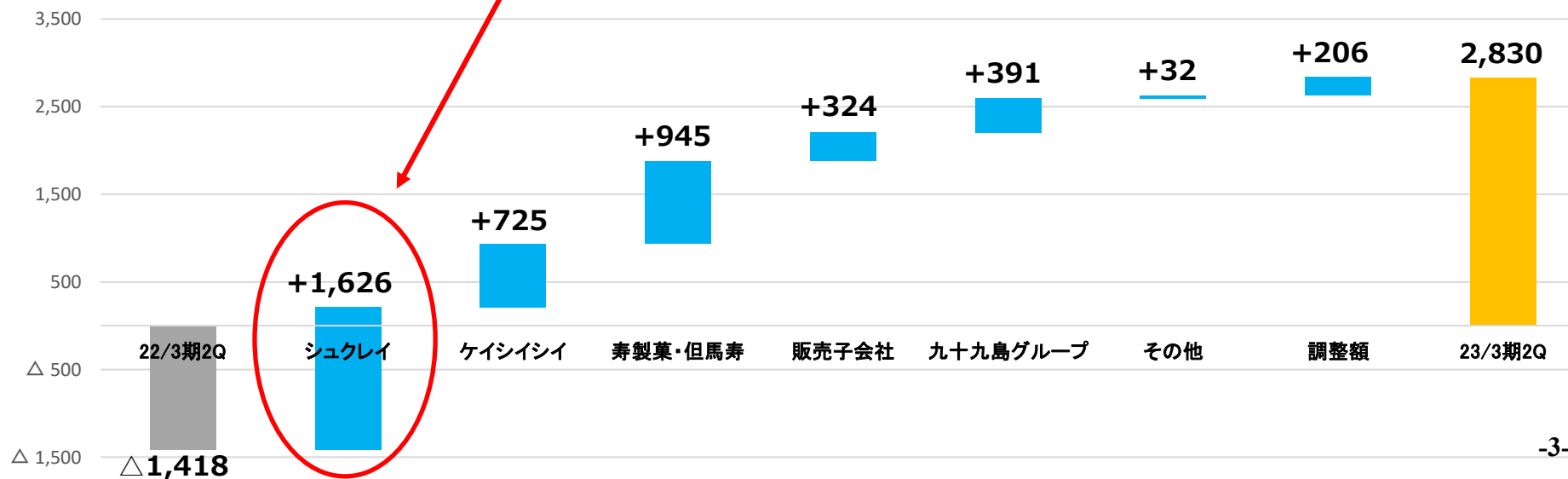
(単位：百万円)



シュクレイが大幅続伸

(営業利益)

(単位：百万円)



トピックス①(百貨店チャンネルへ積極展開、圧倒的世界観で好発進)

シュクレイによる新ブランド「DROOLY」を阪神梅田本店に
「ザ・マスター by バターバトラー」をあべのハルカス近鉄本店にオープン



DROOLY(ドロリー)阪神梅田本店
2022年4月6日 OPEN

ザ・マスター by バターバトラー あべのハルカス近鉄本店
2022年9月30日 OPEN

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



第6位「メイプルショコラケーキ」
ザ・メイプルマニア



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(ザ・メープルマニア10周年イベント)

2022年9月12日、ザ・メープルマニア10周年を記念したプレスイベントとして東京駅を出発し、東北地方に向けてのPOPUPSHOP展開の出発式を開催



(写真左)ザ・メープルマニアにちなんだ鏡開きならぬ“メープル開き”

(写真右上)東京駅から東北地方へのポップアップストア展開を記念した“テープカット”



ご参考(通信販売)

グループ通販2Q累計売上2,302百万円 前年同期比0.5%減

前期の巣籠もり消費の反動を受けるも、シュクレイの続伸等により、前年同期と同水準
ロイヤルカスタマー対策、ソーシャルギフト対策など引き続きEC対策を強化

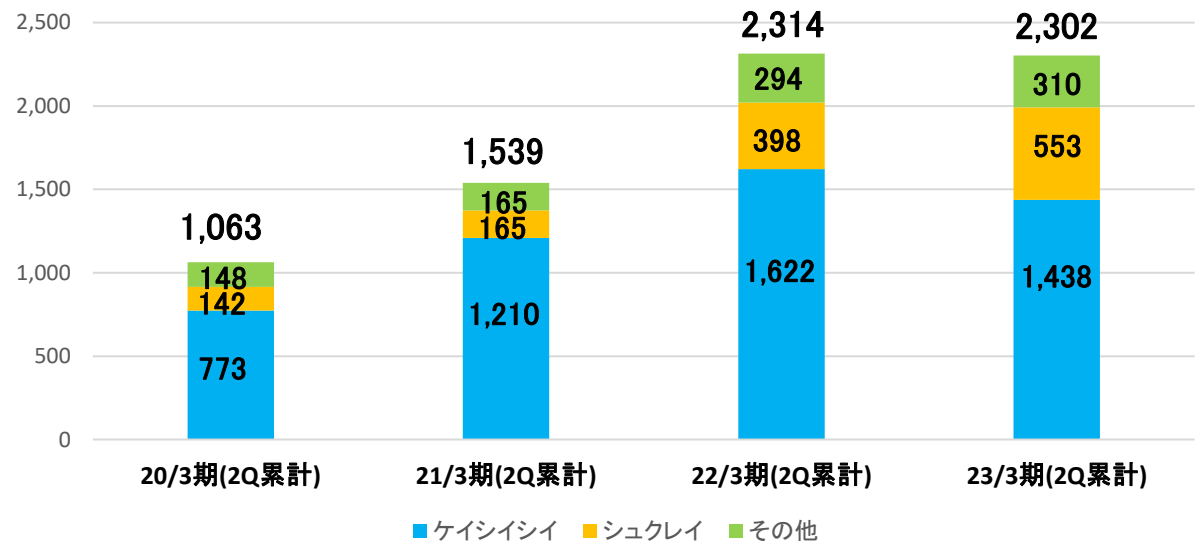


住所はもういない。
ルタオeギフト

ルタオオンラインショップ

通販 売上高

(単位:百万円)



ご参考(海外売上)

海外売上821百万円 前年同期比2.7%増収
台湾・シンガポールが増収
中国は、上海ロックダウンの影響により減収



台湾 新光三越A8館 2022年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 メディア招待会の様子

海外売上高

(百万円、%)	22/3月期 (2Q累計)	23/3月期 (2Q累計)	増減額	増減比
台湾 (注)	185	295	110	59.1
韓国	83	63	△ 21	△ 24.8
シンガポール	79	232	153	193.7
中国	421	123	△ 298	△ 70.7
その他	31	108	77	247.1
合計	800	821	21	2.7

(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+ロイヤリティ

2023年3月期第2四半期(累計)業績(対前年同期)

売上高は前年同期比68.1%増
 経常利益は前年同期481百万円の赤字から3,055百万円の黒字転換

(百万円、%)	前第2四半期 (21年4月～9月)		当第2四半期 (22年4月～9月)		対前年同期		(参考)前期 (21年4月～22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	11,959	—	20,100	—	8,141	68.1	32,192	—
売上総利益	5,841	48.8	11,771	58.6	5,931	101.5	17,623	54.7
販売管理費	7,259	60.7	8,941	44.5	1,682	23.2	16,220	50.4
営業利益(△損失)	△ 1,418	—	2,830	14.1	4,249	—	1,403	4.4
経常利益(△損失)	△ 481	—	3,055	15.2	3,536	—	2,921	9.1
四半期(当期)純利益 (△損失)	△ 283	—	1,994	9.9	2,277	—	1,916	6.0
EPS(円)	△ 9.08		64.09		73.17	—	61.56	

●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)

2023年3月期第2四半期(累計)業績 (対20/3月期同四半期)

売上高対20/3月期同四半期比10.2%減、経常利益は同13.9%減

	20/3月期 第2四半期 (19年4月～9月)		当第2四半期 (22年4月～9月)		対20/3月期同四半期		(参考)20/3月期 (19年4月～20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	22,388	—	20,100	—	△ 2,288	△ 10.2	45,181	—
売上総利益	13,260	59.2	11,771	58.6	△ 1,489	△ 11.2	26,702	59.1
販売管理費	9,741	43.5	8,941	44.5	△ 801	△ 8.2	20,248	44.8
営業利益	3,519	15.7	2,830	14.1	△ 688	△ 19.6	6,455	14.3
経常利益	3,548	15.9	3,055	15.2	△ 493	△ 13.9	6,475	14.3
四半期(当期)純利益	2,268	10.1	1,994	9.9	△ 274	△ 12.1	4,100	9.1
EPS(円)	72.89		64.09		△ 8.80		131.76	

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1.8ポイント、販売管理費率は1.4ポイントそれぞれ減少

(百万円、%)	23/3月期当第2四半期				影響額
	適用前	売上比	適用後	売上比	
売上高	19,528	—	20,100	—	572
売上原価	7,741	39.6	8,329	41.4	588
売上総利益	11,787	60.4	11,771	58.6	△ 16
販売管理費	8,959	45.9	8,941	44.5	△ 18
販売促進費	1,240	6.3	1,232	6.1	△ 7
運賃	897	4.6	670	3.3	△ 227
地代家賃	1,588	8.1	620	3.1	△ 967
支払手数料	440	2.3	1,623	8.1	1,183
その他	4,795	24.6	4,794	23.9	△ 1
営業利益	2,828	14.5	2,830	14.1	2

●「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月期同期比1.2ポイント増加

(百万円、%)	20/3月期第2四半期		23/3月期当第2四半期		対20/3月期第2四半期	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
売上高	22,388	-	19,528	-	△ 2,860	△ 12.8
売上原価	9,127	40.8	7,741	39.6	△ 1,387	△ 15.2
売上総利益	13,260	59.2	11,787	60.4	△ 1,473	△ 11.1
販売管理費	9,741	43.5	8,959	45.9	△ 782	△ 8.0
人件費	3,881	17.3	3,530	18.1	△ 351	△ 9.1
広告宣伝費	127	0.6	173	0.9	46	35.8
運賃	970	4.3	897	4.6	△ 74	△ 7.6
旅費交通費	320	1.4	154	0.8	△ 165	△ 51.7
販売促進費	1,549	6.9	1,240	6.3	△ 310	△ 20.0
地代家賃	1,518	6.8	1,588	8.1	70	4.6
支払手数料	275	1.2	440	2.3	165	59.9
減価償却費	264	1.2	195	1.0	△ 69	△ 26.2
その他	837	3.7	743	3.8	△ 94	△ 11.2
営業利益	3,519	15.7	2,828	14.5	△ 691	△ 19.6

セグメント別の業績(対前年同期)

シュクレイが牽引役となり、各セグメント軒並み回復基調

(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	4,257	8,002	3,745	88.0	△ 403	1,223	1,626
ケイセイセイ	4,107	5,536	1,429	34.8	△ 275	451	725
寿製菓・但馬寿	2,408	4,390	1,982	82.3	△ 317	628	945
販売子会社	1,138	2,289	1,151	101.1	△ 192	132	324
九十九島グループ	1,043	1,847	804	77.0	△ 392	△ 1	391
その他 ※(注)	219	326	107	48.7	4	36	32
セグメント計	13,173	22,390	9,217	70.0	△ 1,574	2,469	4,043
調整額	△ 1,215	△ 2,290	△ 1,076	88.6	156	362	206
合計	11,959	20,100	8,141	68.1	△ 1,418	2,830	4,249

※(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。なお、前連結会計期間まで「その他」のセグメントに含まれていた香港事業会社、Honey Sucrey Limitedは第1四半期連結会計期間において、重要性の低下に伴い、連結の範囲から除外しております。(当該事業会社は第2四半期連結会計期間において清算終了いたしました。)

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季節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。出退店では、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スイーツを展開する新ブランド「DROOLY(ドロリー)」を、9月にあべのハルカス近鉄本店に「ザ・マスターbyバターパトラー」を出店するなど、計4店の出店及び2店の退店を行いました。

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による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)」、「岡田謹製あんパタ屋」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などに取り組みました。通信販売では、季節イベント対策の強化に注力し、また、自社ECでは、名前や住所を知らない相手にも気軽にギフトを送れる新サービス「ルタオeギフト」を導入し、お客様の利便性の向上を図りました。

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しました。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」ではイベント開催などによる集客力の強化に努めました。新規事業では、沖縄・国際通りにパインスイーツ専門店「newQ(ニューキュー)」を出店するなど新たな販路開拓に取り組みました。

販売子会社

交通拠点チャネルを重点に、主力商品対策の強化などに注力しました。エリア別では、関西地区で新商品「大阪はちみつクワトロフォルマッジ」及び本家佳長「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し、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」など自家需要対策として、冷凍ケーキの拡販にも取り組みました。

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「はなかご」のリニューアルによる販売強化などに注力しました。また、フレンチトースト専門店「アイボリッシュ」では、「フレンチトーストフィナンシェ」などのギフト商品による期間限定出店を推進しました。

売上高(販売チャネル別)

人流回復が追い風になり国内小売及び卸売がそれぞれ大幅増収

(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	11,959	—	20,100	—	8,141	68.1
国内卸売	3,429	28.7	6,985	34.8	3,556	103.7
国内小売	5,413	45.3	9,989	49.7	4,576	84.5
通信販売	2,314	19.4	2,302	11.5	△ 12	△ 0.5
その他	2	0.0	2	0.0	—	—
国内計	11,159	93.3	19,279	95.9	8,120	72.8
海外卸売	614	5.1	526	2.6	△ 88	△ 14.4
海外小売	185	1.5	295	1.5	110	59.1
海外計	800	6.7	821	4.1	21	2.7

(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

売上回復により工場稼働が正常化に向かったことで、売上総利益率は大幅に改善

(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	11,959	—	20,100	—	8,141	68.1	32,192	—
材料費	2,746	23.0	4,471	22.2	1,724	62.8	7,178	22.3
労務費	1,815	15.2	2,071	10.3	256	14.1	3,807	11.8
製造経費	900	7.5	1,078	5.4	178	19.7	2,140	6.6
製造原価計	5,461	45.7	7,619	37.9	2,158	39.5	13,126	40.8
その他	657	5.5	710	3.5	53	8.0	1,443	4.5
売上原価合計	6,118	51.2	8,329	41.4	2,211	36.1	14,569	45.3
売上総利益	5,841	48.8	11,771	58.6	5,931	101.5	17,623	54.7

販売管理費・営業利益

売上回復及び経費の効率的使用により、販売管理費率は16.2ポイント減少

(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	5,841	48.8	11,771	58.6	5,931	101.5	17,623	54.7
人件費	3,332	27.9	3,530	17.6	198	5.9	6,793	21.1
販売促進費	961	8.0	1,232	6.1	271	28.3	2,293	7.1
運賃	441	3.7	670	3.3	229	52.0	1,047	3.3
広告宣伝費	139	1.2	173	0.9	33	23.9	349	1.1
地代家賃	494	4.1	620	3.1	126	25.5	1,110	3.4
減価償却費	211	1.8	195	1.0	△ 16	△ 7.6	433	1.3
旅費交通費	99	0.8	154	0.8	55	55.5	245	0.8
支払手数料	951	8.0	1,623	8.1	672	70.7	2,584	8.0
その他	630	5.3	743	3.7	113	17.9	1,368	4.2
販売管理費	7,259	60.7	8,941	44.5	1,682	23.2	16,220	50.4
営業利益(△損失)	△ 1,418	—	2,830	14.1	4,249	—	1,403	—

●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。

公表数字に対する達成率

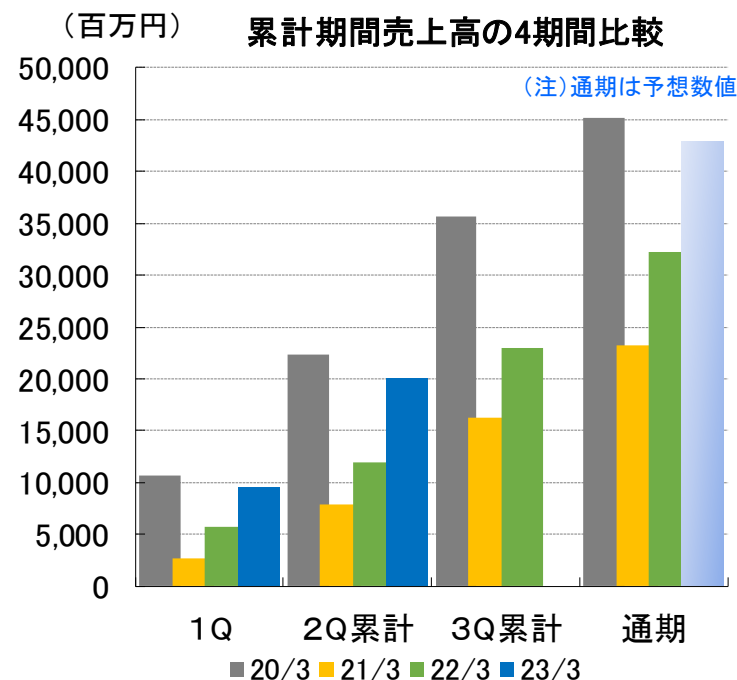
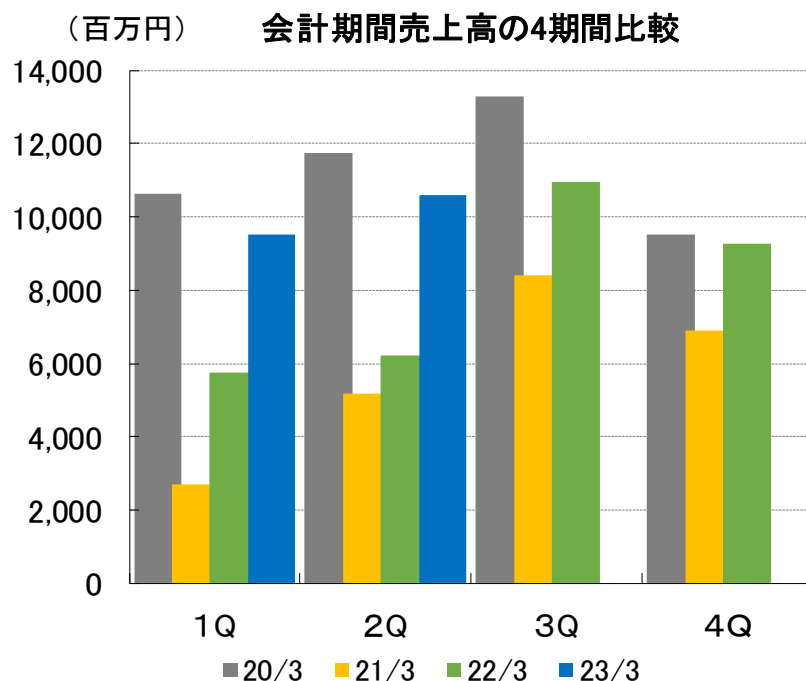
シュクレイを中心に事業施策の積極展開が奏功し、売上面・利益面ともに期初予想を上回る

(百万円、%)	期初予想※		当第2四半期累計		対期初予想	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	達成率
売上高	19,180	—	20,100	—	920	104.8
売上総利益	11,130	58.0	11,771	58.6	641	105.8
販売管理費	9,280	48.4	8,941	44.5	△ 339	96.3
営業利益	1,850	9.6	2,830	14.1	980	153.0
経常利益	1,870	9.7	3,055	15.2	1,185	163.4
四半期純利益	1,220	6.4	1,994	9.9	774	163.4

※ 期初予想は、2022年5月13日付公表数字

四半期業績の推移(売上高)

(2Q会計) 対前年同期比70.7%増、対20/3期10.0%減

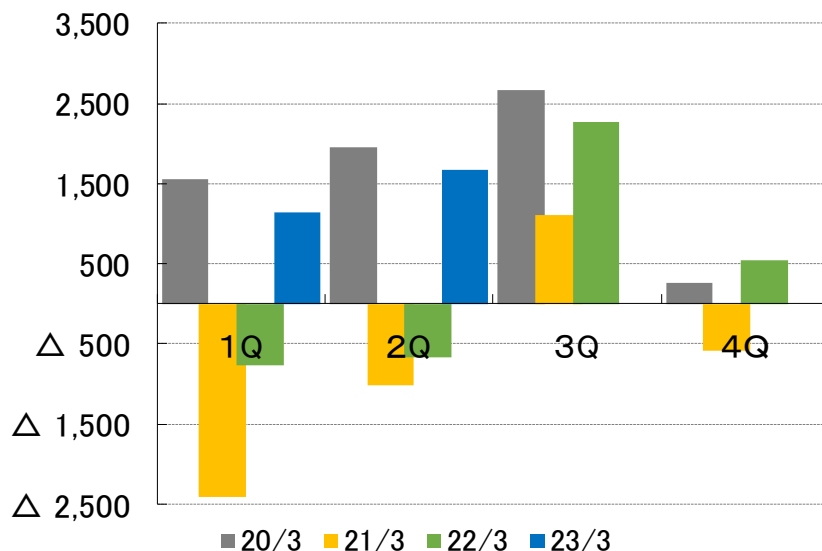


(百万円)	会計期間				累計期間			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q累計	3Q累計	通期
20/3	10,627	11,761	13,287	9,506	10,627	22,388	35,675	45,181
21/3	2,716	5,189	8,402	6,898	2,716	7,905	16,306	23,205
22/3	5,758	6,200	10,963	9,270	5,758	11,959	22,921	32,192
23/3	9,515	10,585			9,515	20,100		42,920
対20/3	△10.5%	△10.0%			△10.5%	△10.2%		(注) 通期は予想数値
対前年	65.2%	70.7%			65.2%	68.1%		

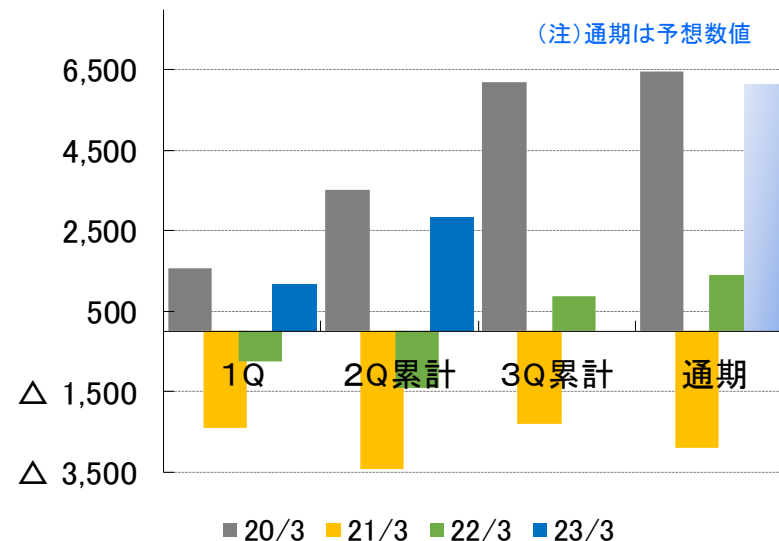
四半期業績の推移(営業利益)

(2Q会計) (2Q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	1,680	-	-	1,150	2,830	-	6,140
対20/3	△ 26.0%	△ 14.5%	-	-	△ 26.0%	△ 19.4%	-	-
対前年	-	-	-	-	-	-	-	-

(注)通期は予想数値

貸借対照表

流動資産の増加は、主に現預金及び棚卸資産の増加によるもの

(百万円、%)	21/3期		22/3期		23/3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	12,615	50.4	15,804	57.5	17,132	60.1	1,327	8.4
固定資産	12,437	49.6	11,666	42.5	11,380	39.9	△ 286	△ 2.5
資産合計	25,052	100.0	27,470	100.0	28,512	100.0	1,041	3.8
流動負債	3,077	12.3	4,620	16.8	4,655	16.3	34	0.7
固定負債	2,634	10.5	2,493	9.1	2,419	8.5	△ 74	△ 3.0
負債合計	5,711	22.8	7,114	25.9	7,074	24.8	△ 40	△ 0.6
純資産	19,342	77.2	20,357	74.1	21,438	75.2	1,081	5.3
負債純資産合計	25,052	100.0	27,470	100.0	28,512	100.0	1,041	3.8
BPS(円)	621.53		654.15		688.90		34.75	5.3
設備投資額	540		403		228		△ 175	△ 43.4
減価償却費	1,420		1,220		551		△ 669	△ 54.8

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831百万円増加の10,744百万円

(百万円、%)	21年3月期	22年3月期		23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	83	953	4,293	2,180	1,227	128.7
投資活動CF	△ 605	△ 251	△ 527	△ 302	△ 51	20.2
フリーCF	△ 522	702	3,767	1,878	1,176	167.5
財務活動CF	△ 463	△ 1,055	△ 1,176	△ 1,055	△ 0	0.0
現金及び現金同等物 に係る換算差額	3	4	13	9	5	146.7
cash増減	△ 982	△ 350	2,603	831	1,181	—
cash期首	8,291	7,309	7,309	9,913	2,603	35.6
cash期末	7,309	6,960	9,913	10,744	3,784	54.4
有利子負債	966	846	726	606	△ 240	△ 28.4



2023年3月期 通期業績予想

(予想スタンス)

今後の見通しにつきましては、新型コロナウイルス感染症に対する潜在的な不安に加え、物価上昇などにより消費マインドの冷え込みが懸念されるなど、依然として先行き不透明な状況が続くものと予想されるため、下期の業績予想については、期初予想を据え置いています。

2023年3月期 通期業績予想(対前期)

売上高前期比33.3%、営業利益同337.7%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	—	42,920	—	10,728	33.3
売上総利益	17,623	54.7	25,271	58.9	7,648	43.4
販売管理費	16,220	50.4	19,131	44.6	2,911	17.9
営業利益	1,403	4.4	6,140	14.3	4,737	337.7
経常利益	2,921	9.1	6,384	14.9	3,463	118.5
純利益	1,916	6.0	4,175	9.7	2,259	117.9
EPS(円)	61.56		134.16		72.60	117.9
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月期)

売上高20/3月期比5.0%減、営業利益同4.9%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	-	42,920	-	△ 2,261	△ 5.0
売上総利益	26,702	59.1	25,271	58.9	△ 1,431	△ 5.4
販売管理費	20,248	44.8	19,131	44.6	△ 1,117	△ 5.5
営業利益	6,455	14.3	6,140	14.3	△ 315	△ 4.9
経常利益	6,475	14.3	6,384	14.9	△ 91	△ 1.4
純利益	4,100	9.1	4,175	9.7	75	1.8
EPS(円)	131.76		134.16		2.40	1.8
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!

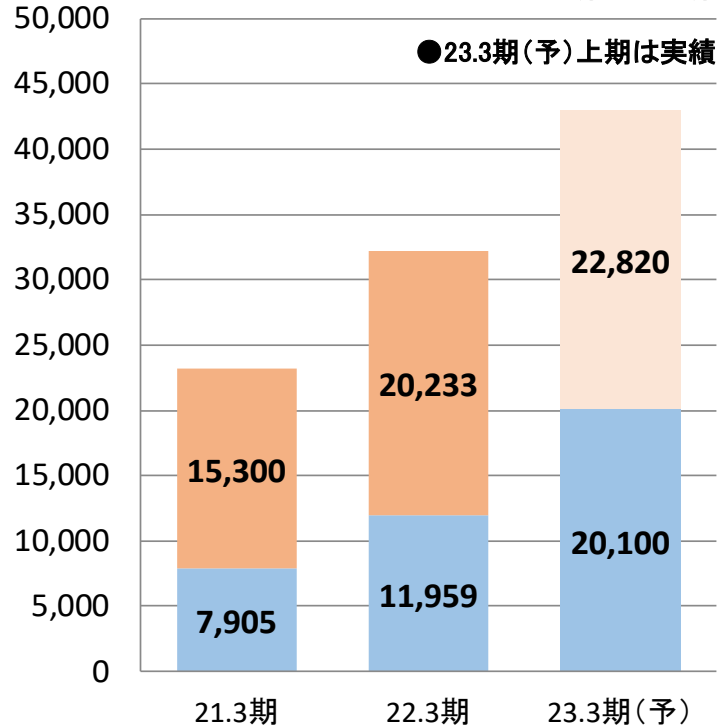
(百万円、%)	売上高				営業利益		
	22/3月期	23/3月期予	増減額	増減率	22/3月期	23/3月期予	増減額
シュクレイ	11,958	16,832	4,874	40.8	868	2,650	1,782
ケイシイシイ	10,959	12,676	1,717	15.7	583	1,235	652
寿製菓・但馬寿	6,053	8,967	2,914	48.1	△ 100	869	969
販売子会社	3,007	4,824	1,817	60.4	△ 186	294	480
九十九島グループ	2,872	3,982	1,110	38.6	△ 407	73	480
その他	567	676	109	19.3	49	83	34
セグメント計	35,415	47,957	12,542	35.4	807	5,204	4,397
調整額	△ 3,223	△ 5,037	△ 1,814	56.3	596	936	340
合計	32,192	42,920	10,728	33.3	1,403	6,140	4,737

2023年3月期 通期業績予想(上期・下期比較)

(百万円)

売上高

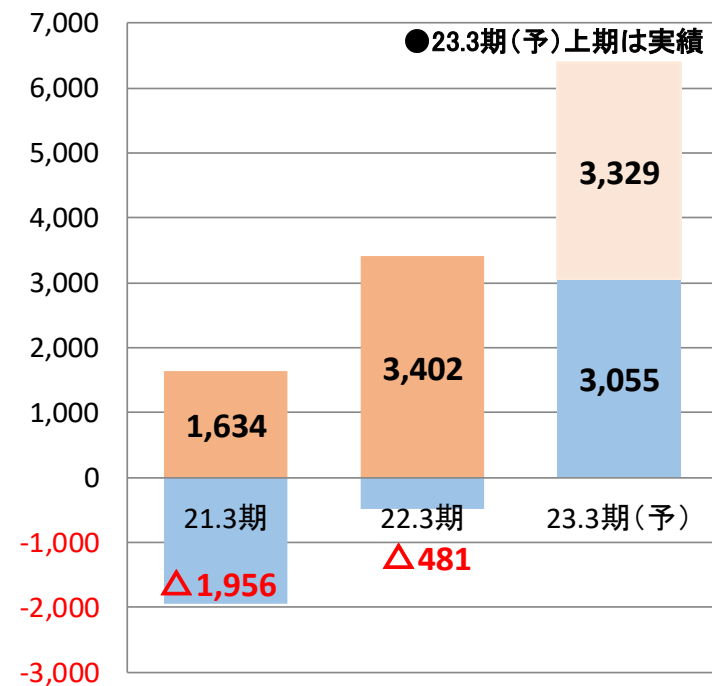
■ 上期 ■ 下期



(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%	20,100	46.8%	△ 1,956	-	△ 481	-	3,055	47.9%
下期	15,300	65.9%	20,233	62.9%	22,820	53.2%	1,634	-	3,402	-	3,329	52.1%
通期	23,205	100.0%	32,192	100.0%	42,920	100.0%	△ 322	-	2,921	-	6,384	100.0%

● 23.3期(予) 上期は実績



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。

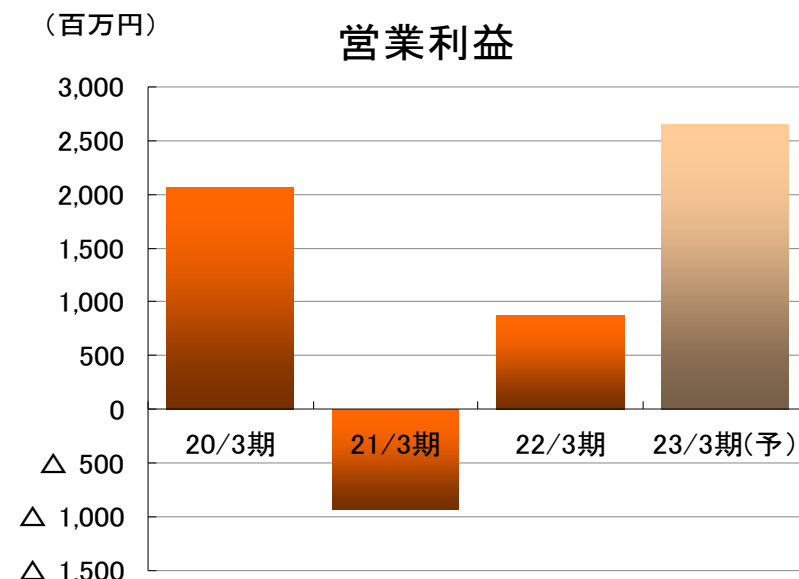
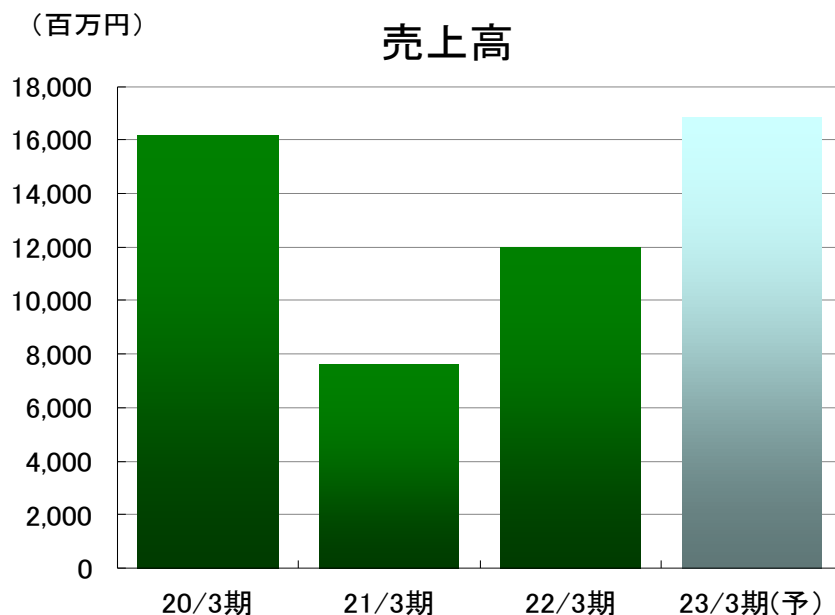
セグメント別概況



- 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 **16,832**百万円(前期比+40.8%)営業利益 **2,650**百万円(同+205.2%)



(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	16,832	4,874	40.8
売上総利益	9,893	4,198	7,271	3,072	73.2	10,785	3,514	48.3
粗利率	61.1	55.0	60.8	5.8		64.1	3.3	
販売管理費	7,834	5,128	6,402	1,274	24.8	8,135	1,733	27.1
営業利益	2,059	△ 930	868	1,798	-	2,650	1,782	205.2

《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



10周年記念 メープルマニア3種詰め合わせ



10周年記念 メープルショコラクッキー



NEOPASA岡崎 メガ催事



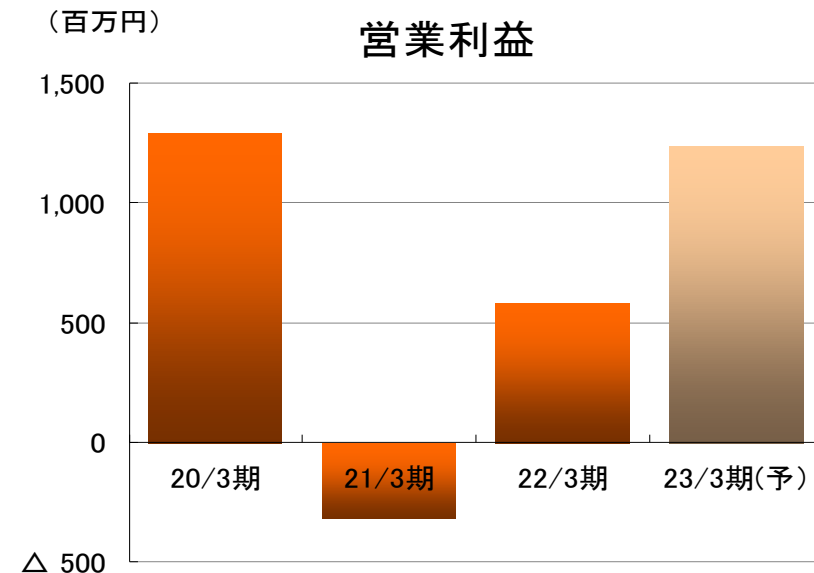
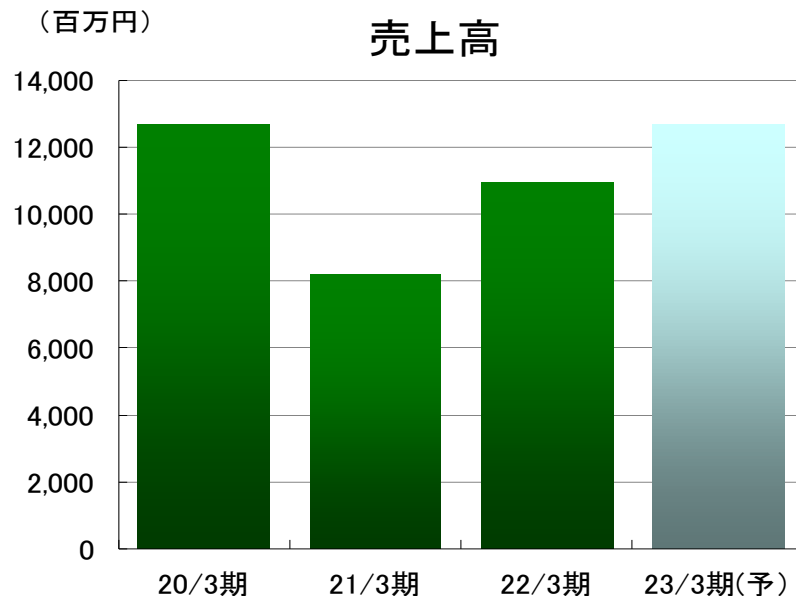
東京駅HANAGATAYA 催事



大丸神戸店 メガ催事

《ケイシイシイ》

23/3期予想:売上高 **12,676**百万円(前期比**+15.7%**)営業利益 **1,235**百万円(同**+111.9%**)



(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	12,676	1,717	15.7
売上総利益	7,758	4,806	5,908	1,102	22.9	7,199	1,291	21.8
粗利率	61.1	58.8	53.9	△ 4.9		56.8	2.9	
販売管理費	6,466	5,123	5,325	202	3.9	5,964	639	12.0
営業利益	1,292	△ 317	583	900	-	1,235	652	111.9

《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

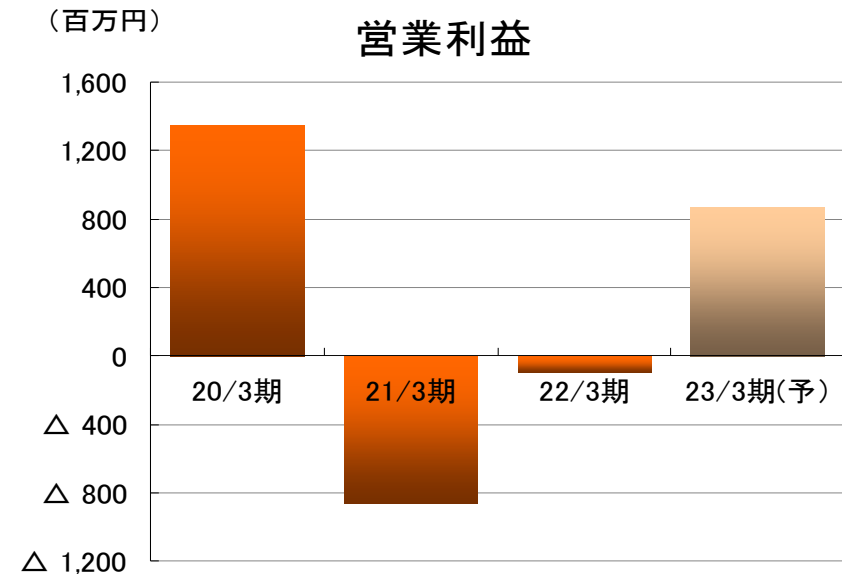
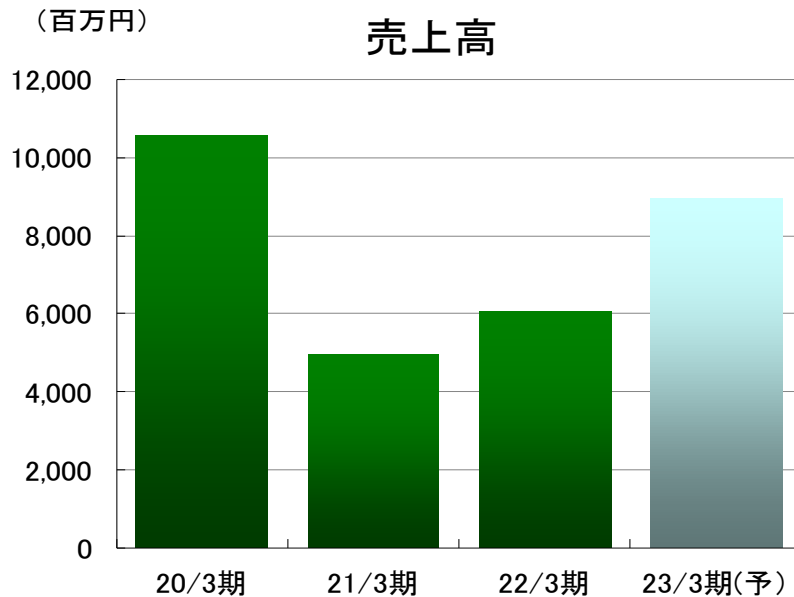


あんバター屋 羽田空港第2ターミナル



《寿製菓・但馬寿》

23/3期予想:売上高 **8,967**百万円(前期比**+48.1%**)営業利益 **869**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	8,967	2,914	48.1
売上総利益	4,199	969	1,774	804	83.0	3,250	1,476	83.2
粗利率	39.7	19.6	29.3	9.7		36.2	6.9	
販売管理費	2,847	1,829	1,874	44	2.4	2,381	507	27.1
営業利益	1,352	△ 860	△ 100	760	-	869	969	-

《寿製菓・但馬寿》



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



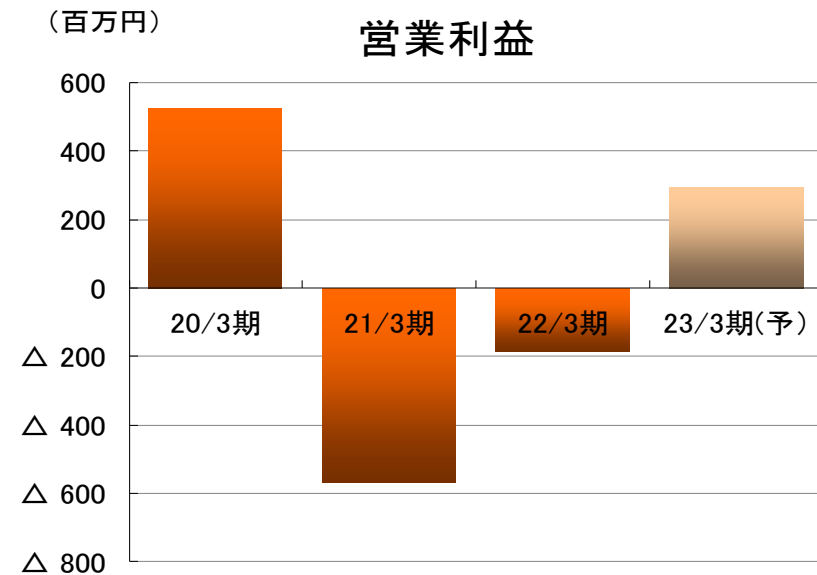
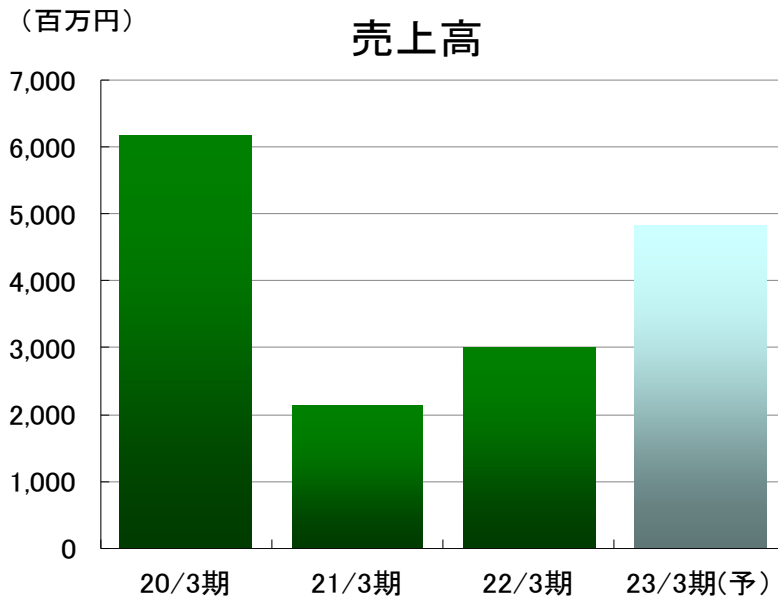
販売期間限定 モンブランフォンデュ



主力商品 因幡の白うさぎ

《販売子会社》

23/3期予想:売上高 **4,824**百万円(前期比**+60.4%**)営業利益 **294**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	4,824	1,817	60.4
売上総利益	2,224	625	1,098	473	75.7	1,751	653	59.5
粗利率	36.0	29.2	36.5	7.3		36.3	△ 0.2	
販売管理費	1,700	1,191	1,284	93	7.8	1,457	173	13.5
営業利益	523	△ 566	△ 186	380	-	294	480	-

《販売子会社》

主要交通拠点チャネルを中心に土産需要の復活を見据えた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



東海寿(名古屋) 小倉トーストチーズケーキ



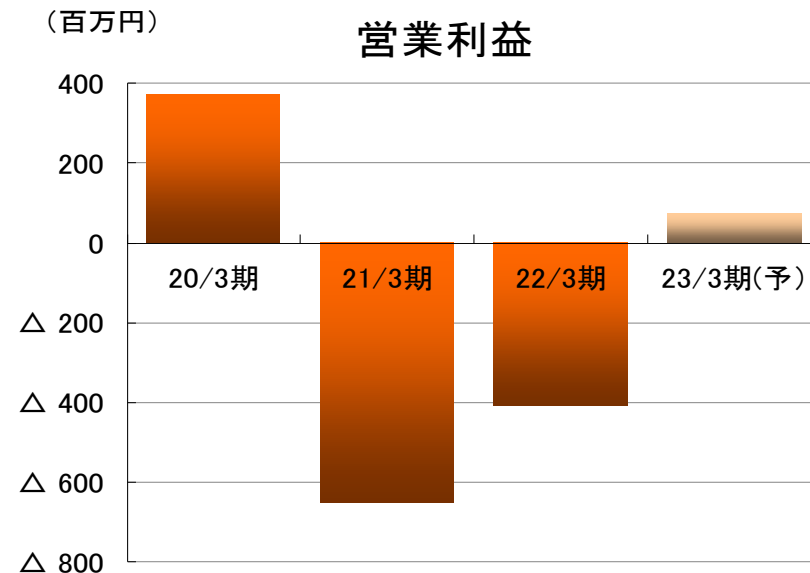
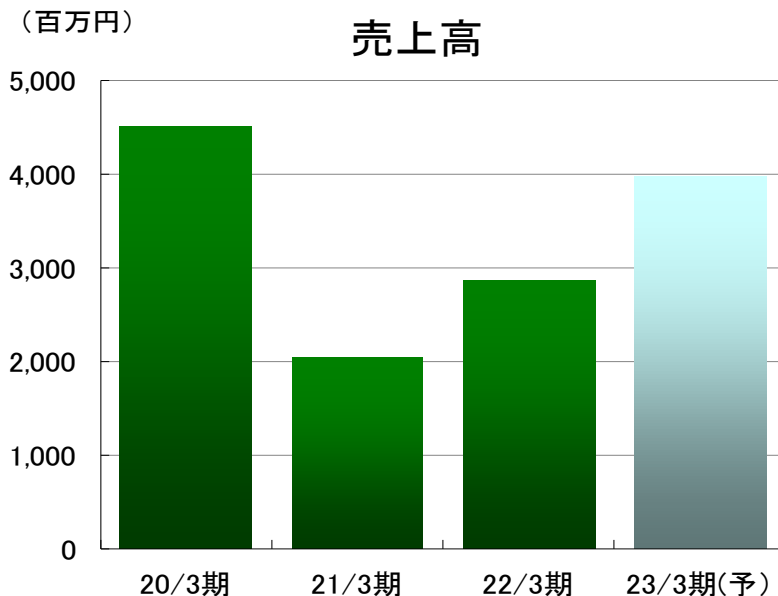
寿庵 京都祇園「天ぷら 八坂圓堂」監修 京野菜天ぷらせんべい



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 **3,982**百万円(前期比+38.6%)営業利益 **73**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	3,982	1,110	38.6
売上総利益	2,127	650	1,241	591	90.9	1,967	726	58.5
粗利率	47.0	31.8	43.2	11.4		49.4	6.2	
販売管理費	1,753	1,300	1,648	348	26.8	1,894	246	14.9
営業利益	374	△649	△407	243	-	73	480	-

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



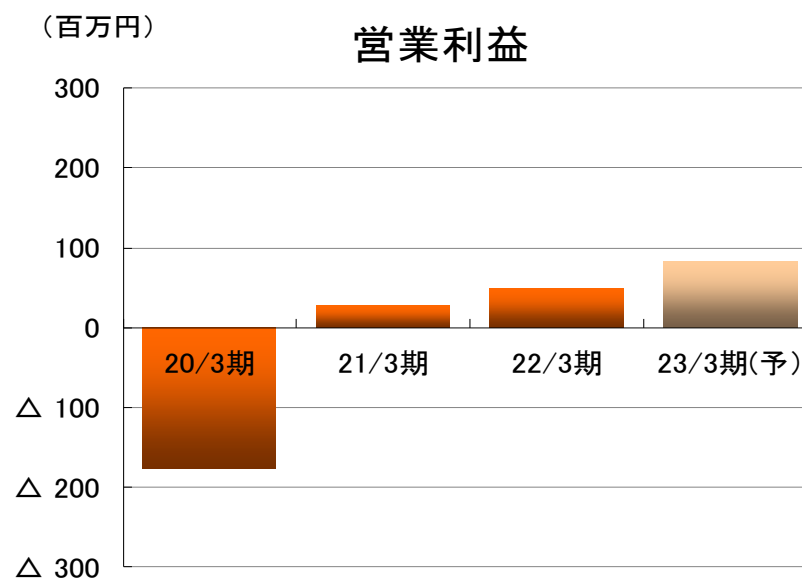
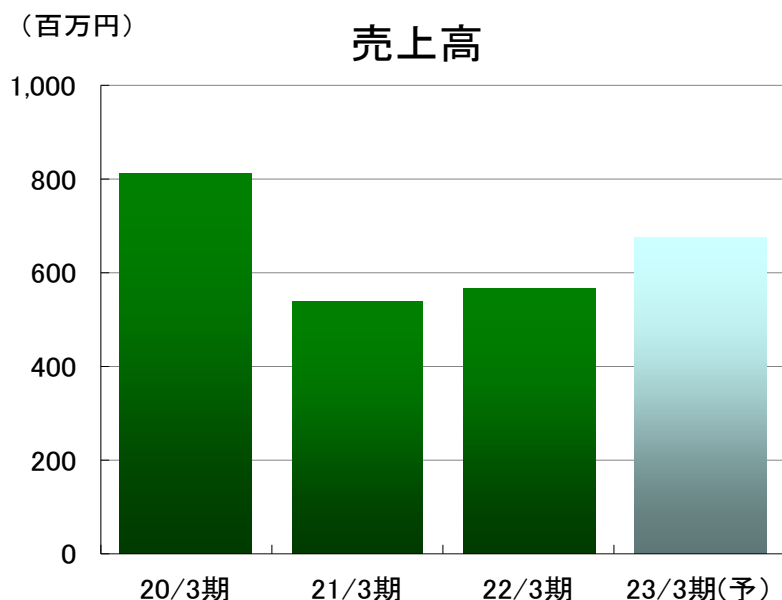
フレンチトースト専門店Ivorish(アイボリッシュ)
ららぽーと沼津催事



I LOVE CUSTARD NUFNUF
ブリュレカスタード

《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 **676**百万円(前期比**+19.3%**)営業利益 **83**百万円(同**+69.8%**)



(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	676	109	19.3
売上総利益	529	383	411	28	7.3	482	71	17.3
粗利率	65.1	71.1	72.5	1.5		71.3	△ 1.2	
販売管理費	706	356	362	6	1.8	399	37	10.2
営業利益	△ 177	27	49	22	79.1	83	34	69.8

《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

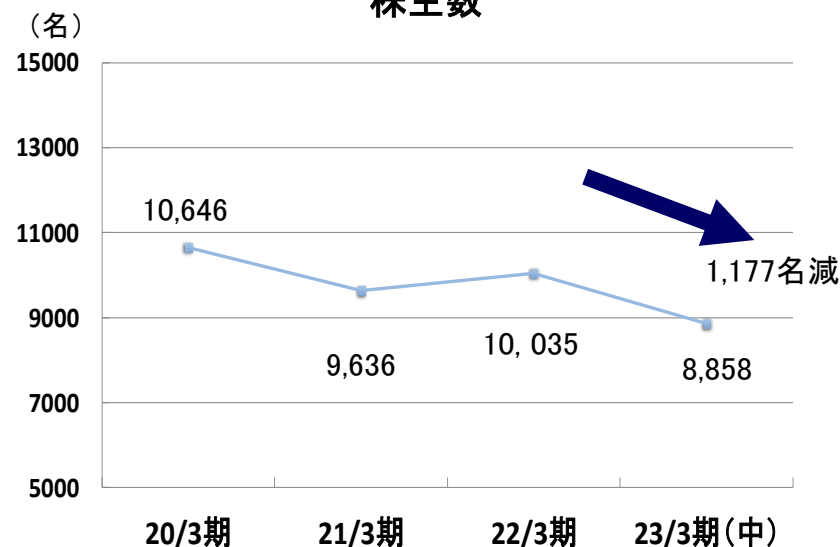
■発行済株式総数 31,121,520株

■単元株式数 100株

■株主数 8,858名

(対前期末比 1,177名減)

株主数



■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	9,100,000	29.24
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	3,284,700	10.56
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	1,846,400	5.93
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	706,000	2.27

(注1)出資比率は、自己株式2,279株を除く

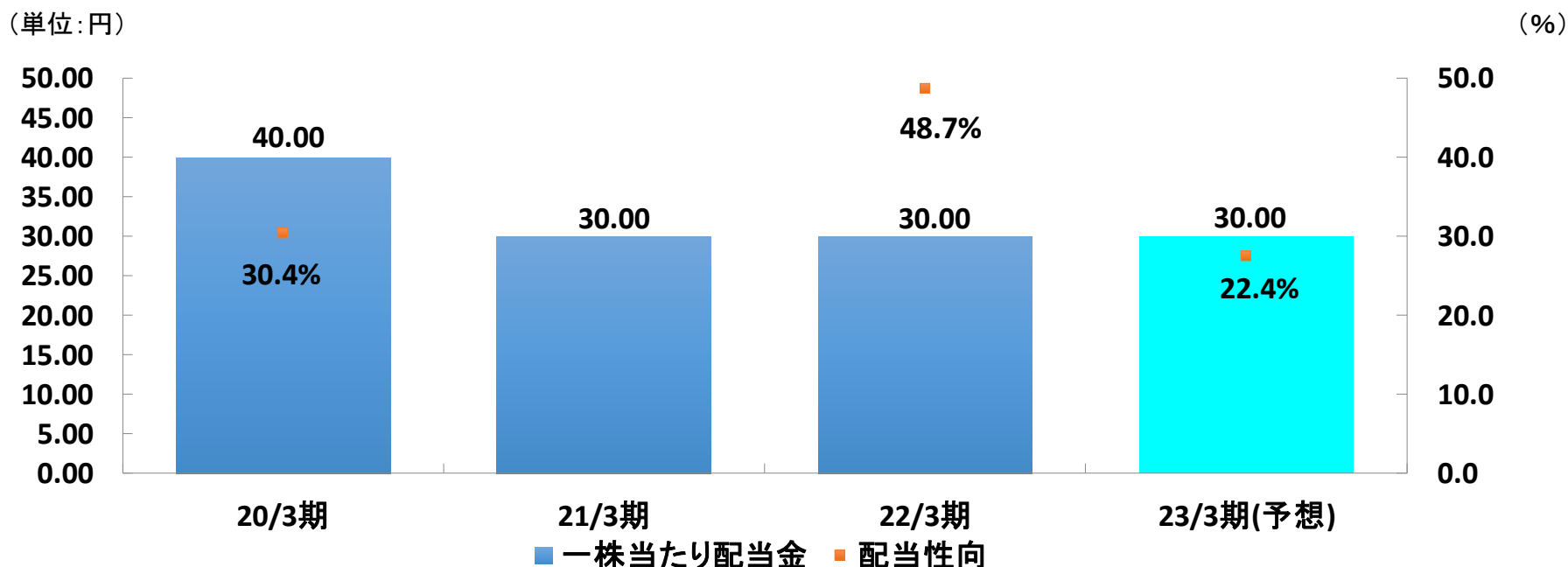
株主還元

■ 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



※21/3期は赤字配当の為配当性向は非表示

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1,559名
グループ会社	連結子会社17社(国内16社・海外1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



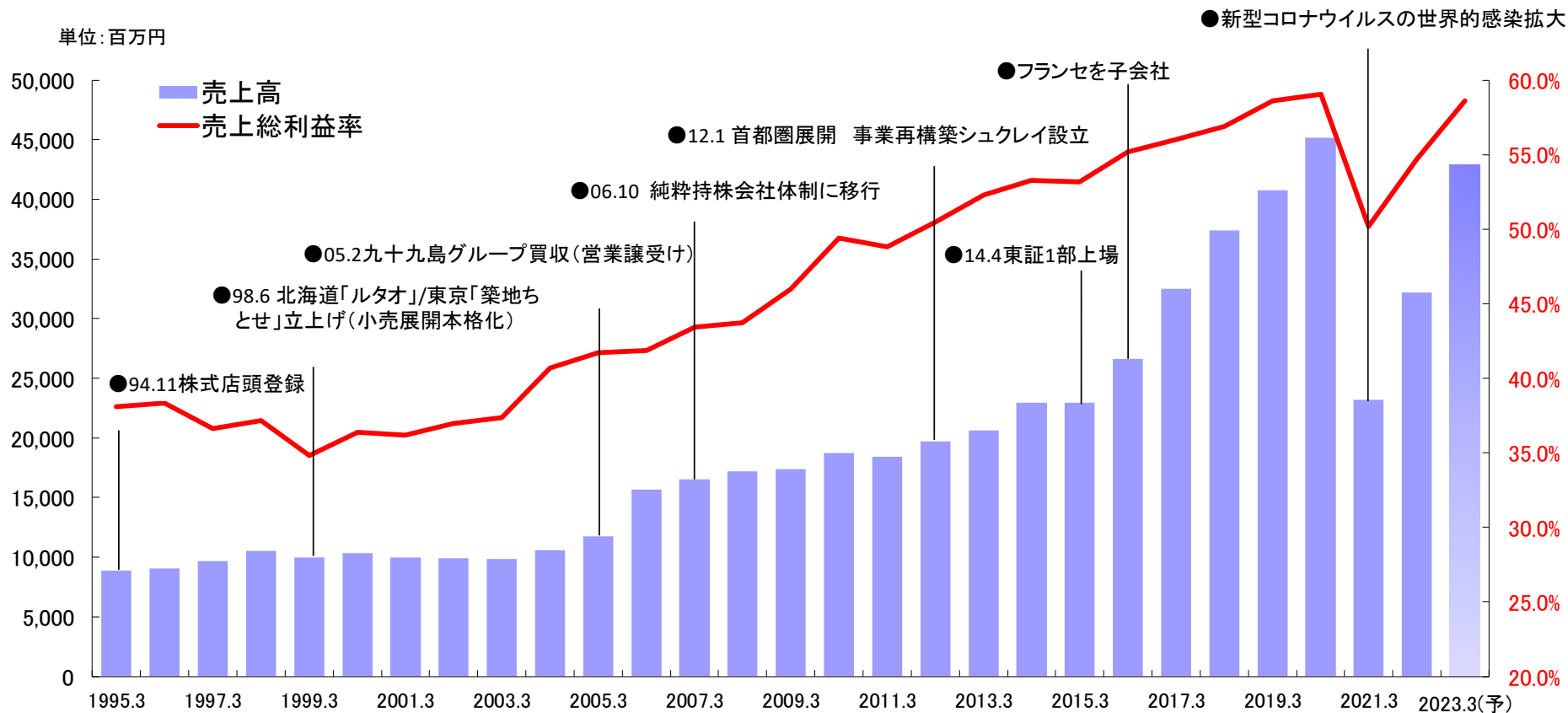
“九十九島せんぺい”



洋菓子のフランセ

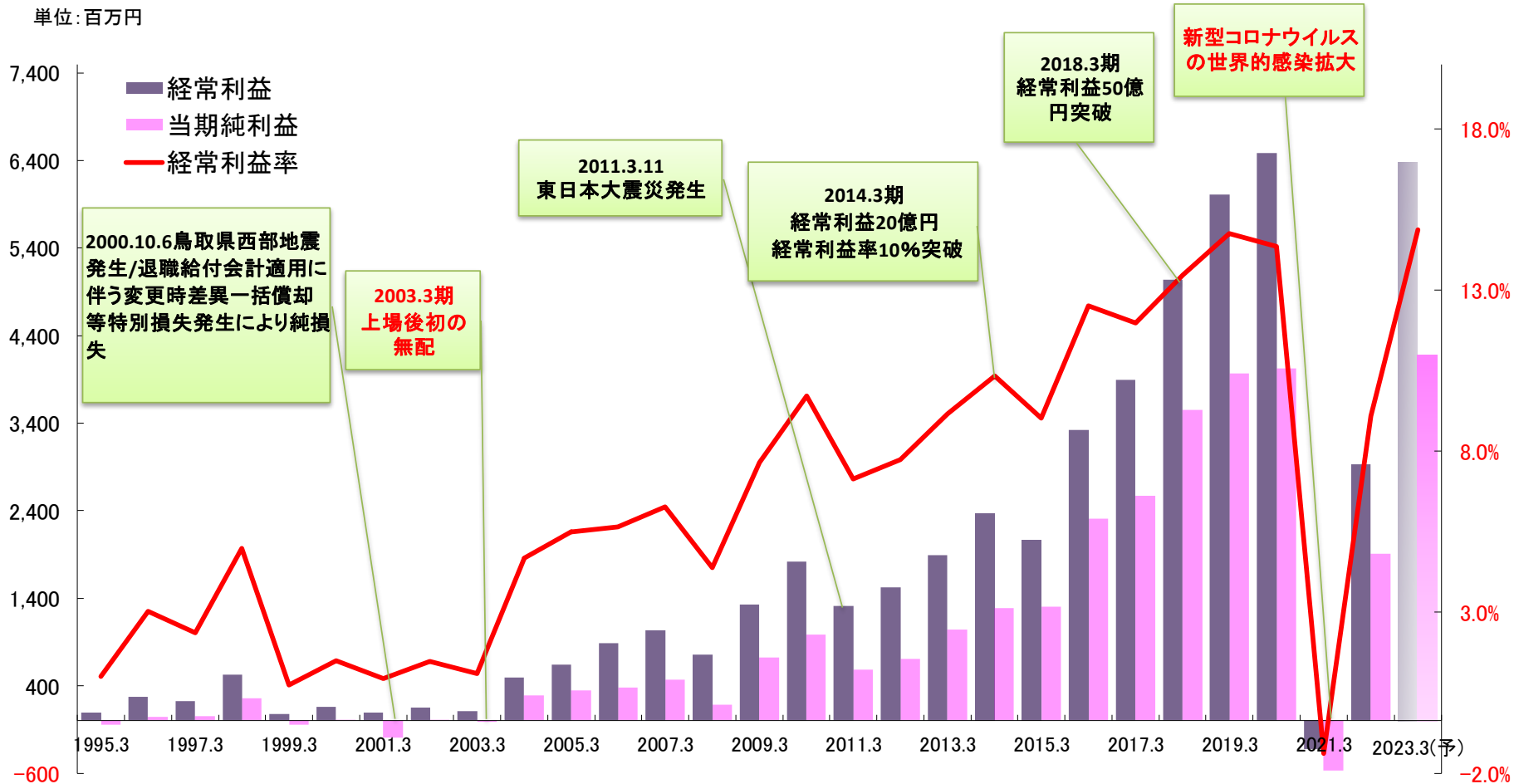
寿スピリッツグループの変遷①

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)

Ivorish

Premium French Toast

(福岡・東京)



(佐世保・福岡)



(神戸)



(東京)



(北海道)



(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」



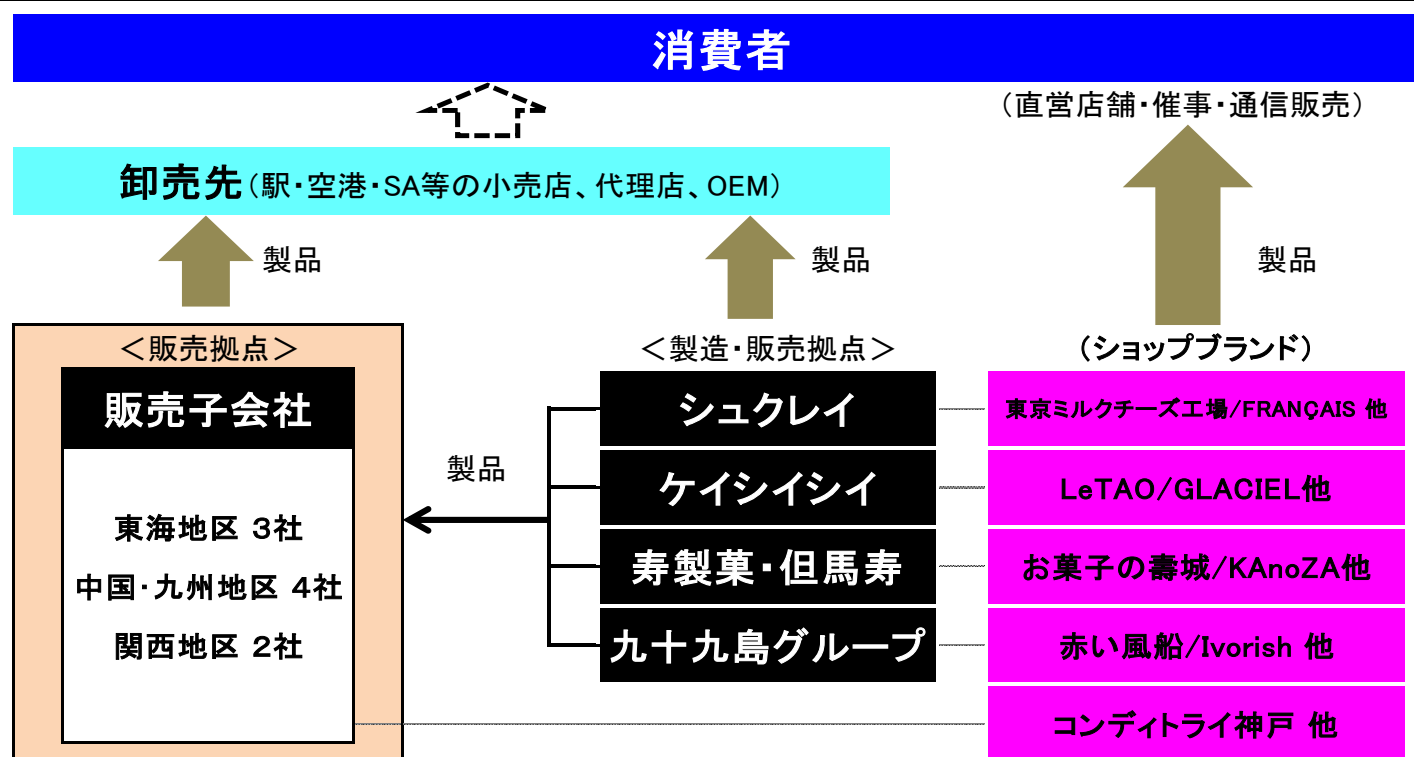
「九十九島せんべい」

事業概要

当社グループは、当社(純粋持株会社)・子会社17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



ケイセイシイ

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



福岡工場



本社工場



福浦工場



浜松工場



黒髪工場



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



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11月予定)



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内容を充実させておりますので、是非ご覧ください。

喜びを創り喜びを提供する
寿スピリッツ

品 サイトマップ | お問い合わせ | English

- 会社概要
- IR・投資家情報
- ニュース
- サステナビリティ

HOME > サステナビリティ

サステナビリティ

- ▶ 食の安心・安全
- ▶ 豊かな社会を創出し、
- ▶ ガバナンス
- ▶ 環境への取り組み
- ▶ 地域社会貢献活動
- ▶ 研究開発

ESGデータ集

コーポレートガバナンスに関する報告書



寿スピリッツグループのサステナビリティ

寿スピリッツグループは、経営理念「喜びを創り喜びを提供する」を事業を通じて実践し、社会に必要とされる存在であり続けることが、社会的責任を果たすことであると考え、経営における課題テーマの一つと位置付け、取り組んでいます。



食の安心・安全

- グループ生産体制
- 品質管理
- 検査体制



豊かな社会を目指して



ガバナンス

- 経営理念、社風、経営信条
- コーポレートガバナンス
- 組織と人材の活性化
- 健康推進の取り組み

施設スポーツの推進

寿スピリッツグループは、健康増進の観点から、社員がスポーツを楽しむ機会を創出し、心身の健康増進を図ることを目指しています。また、2017年からは、社員がスポーツを楽しむための施設を整備し、スポーツセンターとして活用しています。また、2018年には、社員がスポーツを楽しむための施設を整備し、スポーツセンターとして活用しています。また、2019年には、社員がスポーツを楽しむための施設を整備し、スポーツセンターとして活用しています。



人材育成

寿スピリッツグループは、人材育成の観点から、社員がスキルアップを図る機会を創出し、人材育成の推進を図っています。また、2017年には、社員がスキルアップを図るための施設を整備し、人材育成センターとして活用しています。

また、2018年には、社員がスキルアップを図るための施設を整備し、人材育成センターとして活用しています。また、2019年には、社員がスキルアップを図るための施設を整備し、人材育成センターとして活用しています。



CSR活動の推進

寿スピリッツグループは、CSR活動の観点から、社会貢献の推進を図っています。また、2017年には、社員が社会貢献活動に参加する機会を創出し、社会貢献活動の推進を図っています。また、2018年には、社員が社会貢献活動に参加する機会を創出し、社会貢献活動の推進を図っています。



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





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。

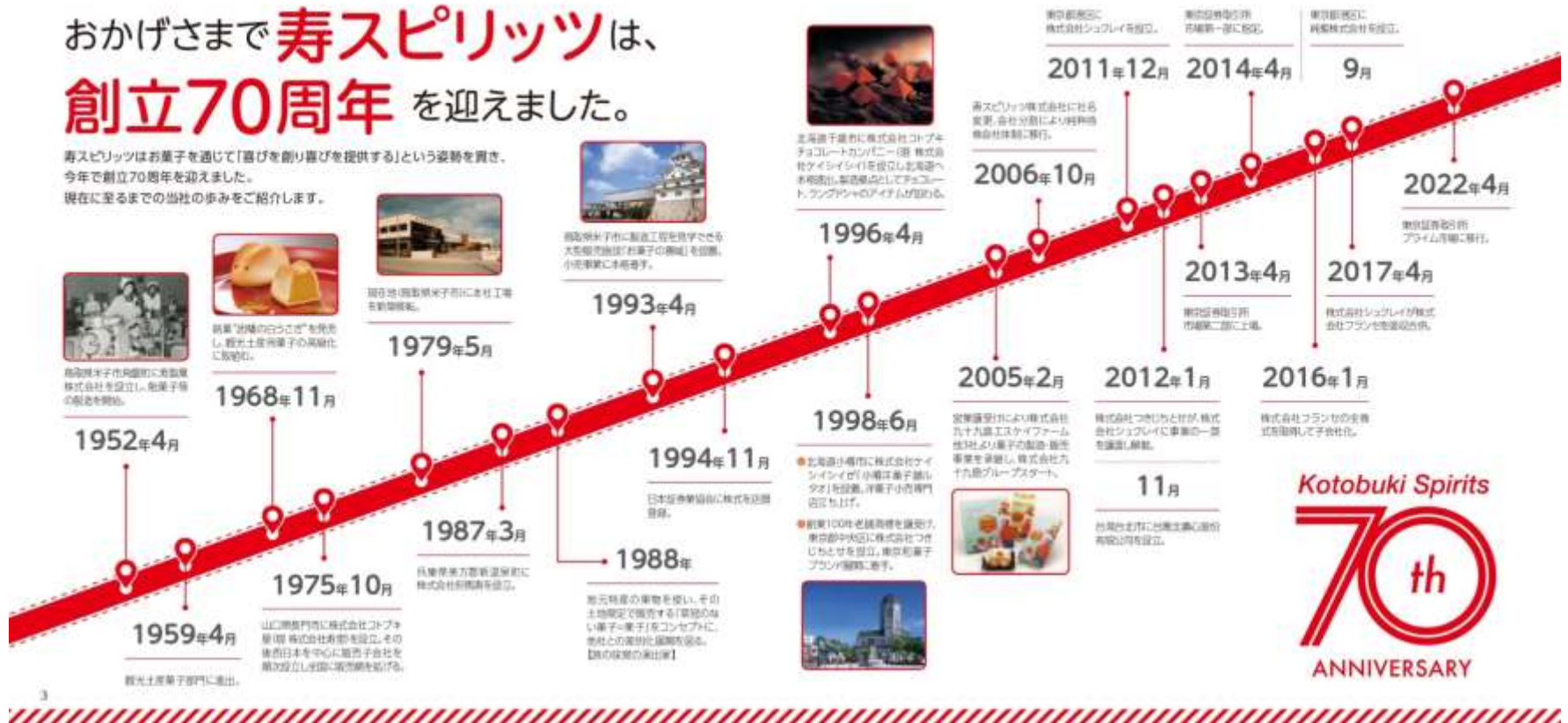
《寿スピリッツ》

●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過ぎて「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。



《寿製菓》

● 寿製菓70周年大感謝祭

2022年10月15日(土)お菓子の壽城にて寿製菓70周年大感謝祭を開催しました。
ステージイベントではJリーグガイナール鳥取によるサイン会、屋外ブースではキッチンカーフェスをはじめ様々なイベントで会場には、多くのお客様がご来場されました。



《寿製菓》

●地元小学校への出張授業

寿製菓では、地元の小学校を対象に校外学習の一環で本社工場の見学を長年実施しています。2022年は、新型コロナウイルスの影響により、本社工場の見学受け入れが叶わず、代わりに出張授業を実施しました。授業の内容は、動画による工場の紹介、製品のこだわりや食品衛生をテーマとしました。



写真は、米子市立福米西小学校での出張授業の様子

《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

《ケイシイシイ》

●ルタオ新千歳空港店11周年祭イベント開催

11周年を迎えたルタオ新千歳空港店が、6月より周年祭イベントを実施。周年祭記念菓のパレットフロマーージュは連日完売。



お子様連れのお客様に人気のガラポン抽選イベント



11周年祭記念菓「パレットフロマーージュ」



LINE配信クーポン



空港店限定まああるショコラブラン



空港限定商品

ムースフロマーージュパルフェ
新千歳空港ソフトクリーム総選挙
シルバー賞受賞(7月8日発表)

《シュクレイ》

●2022 ジャパンケーキショー ギフト菓子部門で連合会会長賞を受賞！

2022年10月に開催された日本最大の洋菓子コンテスト「2022 ジャパンケーキショー トーキョー」にて、シュクレイ企画開発部所属の山口シェフの作品「New Brownie-とちあいか-」がギフト菓子部門において連合会会長賞を受賞。また、グラン・ガトー部門においても同シェフの作品が銀賞を受賞。



《シュクレイ》



●ザ・メープルマニア10周年イベント開催

ザ・メープルマニアの10周年を記念して、JR東日本東京駅構内 グランスタ東京「シーズンセレクト」にて、「ザ・メープルマニア10周年記念出発式」イベントを開催しました。

イベントでは、今年でコンビ結成10周年を迎えるコロコロチキチキペッパーズさんに登壇いただき、ザ・メープルマニアにちなんだ鏡開きならぬ“メープル開き”で会場を盛り上げました。

