



2026年3月期 第1四半期 決算説明資料

2025年 8月1日

喜びを創り喜びを提供する



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



目次

■ 2026年3月期 第1四半期決算概要	P 1～17
■ 2026年3月期 業績予想	P 18～22
■ 今後の経営方針とセグメント別業績の概況	P 23～41
■ ESG関連情報	P 42～43
■ 株式の状況・株主還元	P 44～48
■ 参考情報	P 49～58
■ 熱狂的ファンづくりの取り組み事例	P 59～66



2026年3月期 第1四半期決算概要

※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 2026年3月期 第1四半期

2026年3月期 第1四半期(4-6)業績

売上高及び各段階利益ともに四半期ベースで過去最高

●売上高は、各種施策効果などにより、前年同期比9.3%増収。利益面は、原材料価格の高騰などが売上総利益率の押し下げ要因となったものの、増収効果により、各段階利益は僅かながら前年同期を上回り、四半期ベース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、2,646百万円(前年同期比14.8%増)。

●2025年4月、JR新宿駅構内ニューマン新宿に「キャラメルゴーストハウス」を出店、同月には「ルタオ新千歳空港店」のリニューアルを実施。また、同年6月には「タンテ・アニー長崎駅店」を出店(ブランド変更を伴う移転)。

トピックス①(インバウンド売上高)

当第1四半期のインバウンド売上は、前年同期比14.8%増

【インバウンド売上高(国際線ターミナル売上高)】

(百万円)	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
2026年3月期	2,646				
2025年3月期	2,305	2,338	2,765	2,613	10,022
2024年3月期	1,519	1,606	1,966	2,033	7,126



成田空港国際線ターミナルに展開中の「小樽洋菓子舗LeTAO」「抹茶ちとせ」

トピックス② 新規出店情報

シュクレイが、2025年4月11日、JR新宿駅改札内「NEWoMan(ニューマン)」に「キャラメルゴーストハウス」をリブランドオープン。



2025年4月11日「キャラメルゴーストハウス ニューマン新宿店」リブランドオープン

トピックス③ リニューアル店舗情報

ケイセイシーが、2025年4月29日、「小樽洋菓子舗ルタオ新千歳空港店」を「大切な方へ、心を込めた一品を選ぶ喜び」をテーマにリニューアルオープン。



2025年4月29日「小樽洋菓子舗ルタオ 新千歳空港店」リニューアルオープン

九十九島グループは、2025年6月14日、長崎駅の商業施設「長崎街道かもめ市場」内のリロケーションによるブランドチェンジを実施。「タンテ・アニー」を出店しました。



2025年6月14日「タンテ・アニー長崎駅店」オープン

2026年3月期 第1四半期業績(対前年同期)

対前年同期比 売上高9.3%増、経常利益0.7%増

(百万円、%)	25年3月期(1Q)		26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	15,526	—	16,976	—	1,449	9.3
売上総利益	9,715	62.6	10,305	60.7	590	6.1
販売管理費	6,287	40.5	6,865	40.4	578	9.2
営業利益	3,428	22.1	3,439	20.3	11	0.3
経常利益	3,447	22.2	3,472	20.5	24	0.7
四半期純利益(注)	2,265	14.6	2,303	13.6	37	1.7
EPS(円)	14.56		14.92		0.36	

(注) 四半期純利益＝親会社株主に帰属する四半期純利益

売上高(販売チャネル別)

国内小売は各種施策効果などにより増収
国内卸売はインバウンド需要の堅調が続く

(百万円、%)	25年3月期(1Q)		26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	15,526	—	16,976	—	1,449	9.3
国内卸売	6,968	44.9	7,562	44.5	594	8.5
国内小売	7,175	46.2	7,913	46.6	737	10.3
通信販売	1,121	7.2	1,193	7.0	72	6.5
その他	1	0.0	1	0.0	0	—
国内計	15,266	98.3	16,671	98.2	1,404	9.2
海外卸売	147	0.9	220	1.3	73	49.8
海外小売	113	0.7	84	0.5	△ 28	△ 25.5
海外計	260	1.7	305	1.8	44	17.1

(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、%)	25年3月期 (1Q)	26年3月期 (1Q)	増減額	増減率
台湾(注1)	113	84	△ 28	△ 25.5
シンガポール	69	72	3	4.4
オーストラリア	56	83	26	47.4
その他	20	64	43	211.9
合計	260	305	44	17.1

(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



(フィリピン)
バターバトラー ロックウェル店
2024年12月2日 オープン



売上原価・売上総利益

原材料価格の高騰などが売上総利益率の押し下げ要因となった

(百万円、%)	25年3月期(1Q)		26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	15,526	—	16,976	—	1,449	9.3
材料費	3,821	24.6	4,431	26.1	609	16.0
労務費	1,442	9.3	1,474	8.7	31	2.2
製造経費	719	4.6	816	4.8	96	13.4
製造原価計	5,984	38.5	6,722	39.6	737	12.3
その他	△ 172	△ 1.1	△ 51	△ 0.3	121	△ 70.4
売上原価合計	5,811	37.4	6,670	39.3	859	14.8
売上総利益	9,715	62.6	10,305	60.7	590	6.1

販売管理費・営業利益

増収効果により販売管理費比率は前年同期並みの水準となった

(百万円、%)	25年3月期(1Q)		26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
売上総利益	9,715	62.6	10,305	60.7	590	6.1
人件費	2,474	15.9	2,611	15.4	136	5.5
販売促進費	883	5.7	1,102	6.5	218	24.8
運賃	548	3.5	603	3.6	54	10.0
広告宣伝費	139	0.9	152	0.9	13	9.3
地代家賃及び支払手数料	1,559	10.0	1,670	9.8	110	7.1
減価償却費	91	0.6	114	0.7	22	24.9
旅費交通費	116	0.7	112	0.7	△ 3	△ 3.2
その他	472	3.0	498	2.9	25	5.5
販売管理費	6,287	40.5	6,865	40.4	578	9.2
営業利益	3,428	22.1	3,439	20.3	11	0.3

セグメント別の業績(対前年同期)

寿製菓グループは、代理店向け売上が好調で大幅増収増益

(百万円、%)	売上高				営業利益(△損失)		
	25/3期(1Q)	26/3期(1Q)	増減額	増減率	25/3期(1Q)	26/3期(1Q)	増減額
シュクレイグループ ^(注1)	7,513	8,079	566	7.5	1,506	1,306	△ 200
ケイシイシイ	4,423	4,891	468	10.6	868	869	0
寿製菓グループ ^(注1)	3,359	3,818	458	13.6	652	835	182
販売子会社	1,740	1,779	38	2.2	215	208	△ 6
その他 ^(注2)	132	100	△ 32	△ 24.3	0	△ 13	△ 13
セグメント計	17,170	18,668	1,498	8.7	3,243	3,205	△ 38
調整額	△ 1,643	△ 1,692	△ 48	—	184	234	49
合計	15,526	16,976	1,449	9.3	3,428	3,439	11

(注1) 従来「シュクレイ」及び「九十九島グループ」は、それぞれ独立セグメントとしておりましたが、2025年4月1日付で実施した連結子会社間の組織再編(会社分割)に伴い、当四半期より統合し、セグメント区分を「シュクレイグループ」に変更しており、前四半期との比較は、変更後の区分方法により作成した数値を使用しております。また、「寿製菓・但馬寿」としていた報告セグメントの名称を当四半期より「寿製菓グループ」に変更しております。

(注2) 「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 グループ

主力ブランド「東京ミルクチーズ工場」のリブランドの第一弾として本年6月に看板商品のリニューアルを実施いたしました。また、「ザ・ドロス」では新定番商品「サンドクッキー(マスカルポーネ&ヘーゼルナッツ)」や期間限定商品「レモンケーキ(マスカルポーネ&アーモンド)」を発売するなど、各ブランドにおいて主力商品を軸に季節限定などの新商品を順次投入し、ブランド訴求力の向上に努めました。長崎エリアでは、令和6年度「ながさき手みやげ大賞」を受賞した「九十九島せんぺいフィナンシェ」の販売強化、また、「タンテ・アニー」を本年6月、ハウステンボス本店開設以来、初となる常設店を長崎駅に出店(ブランド変更を伴う移転)いたしました。インバウンド対策では、国際線ターミナルでの売場拡大に向け、販売人員の増強や「抹茶ちとせ」商品の拡販などに注力いたしました。出退店では、本年4月、JR新宿駅構内ニューマン新宿に「キャラメルゴーストハウス」を出店するなど、1店の出店及び1店の退店を行いました。

ケイシイシイ

国際線ターミナルでの売場拡大に向け、販売人員の増強や提案営業の推進などのインバウンド対策を強化するとともに、ブランド価値を高めるための諸施策を推進いたしました。各直営店では、主力商品を軸に新作限定スイーツを順次投入し、通信販売では、母の日などの季節イベント対策を推進いたしました。また、本年4月に「ルタオ新千歳空港店」のリニューアル、同年6月には、「ルタオ」のポイント制度のリニューアルを行い、店舗とオンラインショップとの相互連携を図りました。「ナウオンチーズ」などの首都圏ブランドでは、ブランド認知度を高めるため、期間限定出店に注力いたしました。

寿製菓グループ

主要代理店や販売子会社との連携を密にし、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。販路拡大では、沖縄市場において、OEM展開や自社ブランド「ニューキュー」の展開強化などに取り組みました。地元の山陰地区では、主力商品「因幡の白うさぎ」の販売強化や「お菓子の壽城」及び「カノザ」の展開強化に注力いたしました。また、本年5月30日から6月15日に開催された「第28回 全国菓子大博覧会・北海道」に出展し、山陰地区で展開している主力商品をアピールいたしました。

販売子会社

各販売拠点において主力商品対策及び地域特性にマッチした新商品の発売などに注力いたしました。エリア別では、東海地区は、季節限定新商品「伊勢奉祝水まんじゅう」の発売、関西地区は、主力商品「大阪はちみつクワトロフォルマッジ」の販売強化などに取り組みました。また、福岡地区では、10周年を迎えた「博多まっかな苺」ブランドの展開強化を推進しました。

売上高／営業利益増減分析(対前期)

(売上高)

(単位：百万円)



寿製菓グループが増収増益

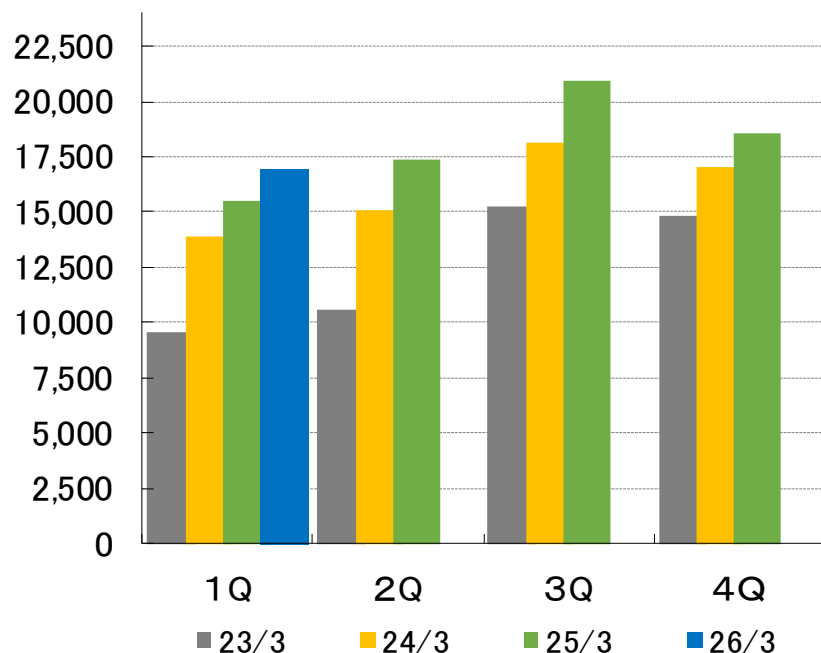
(営業利益)

(単位：百万円)

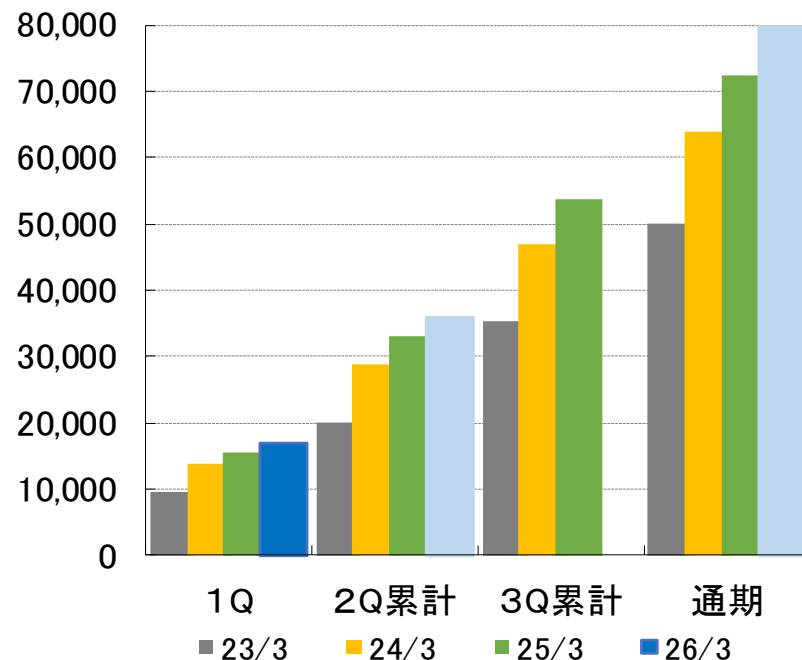


四半期業績の推移(売上高)

(百万円) 会計期間売上高の4期間比較



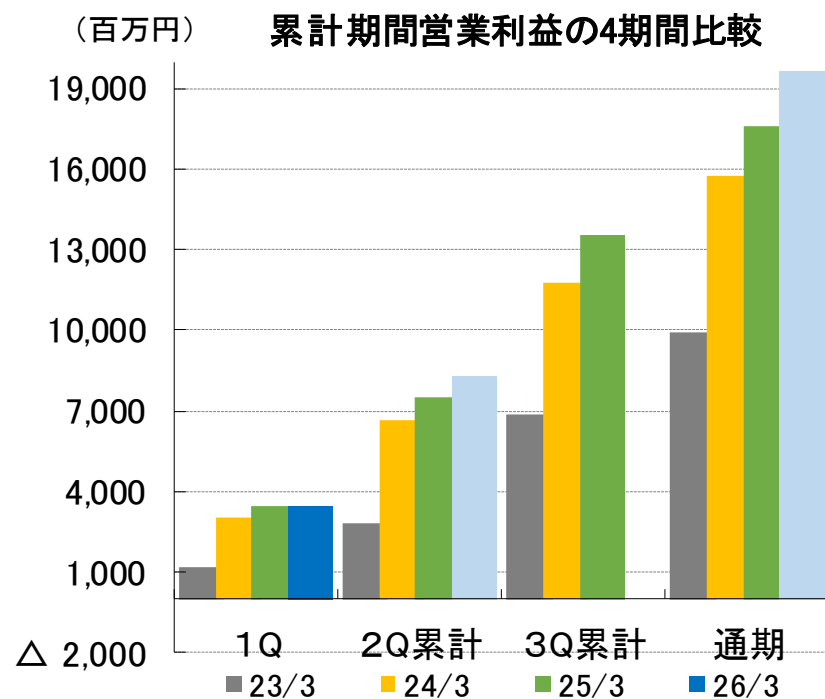
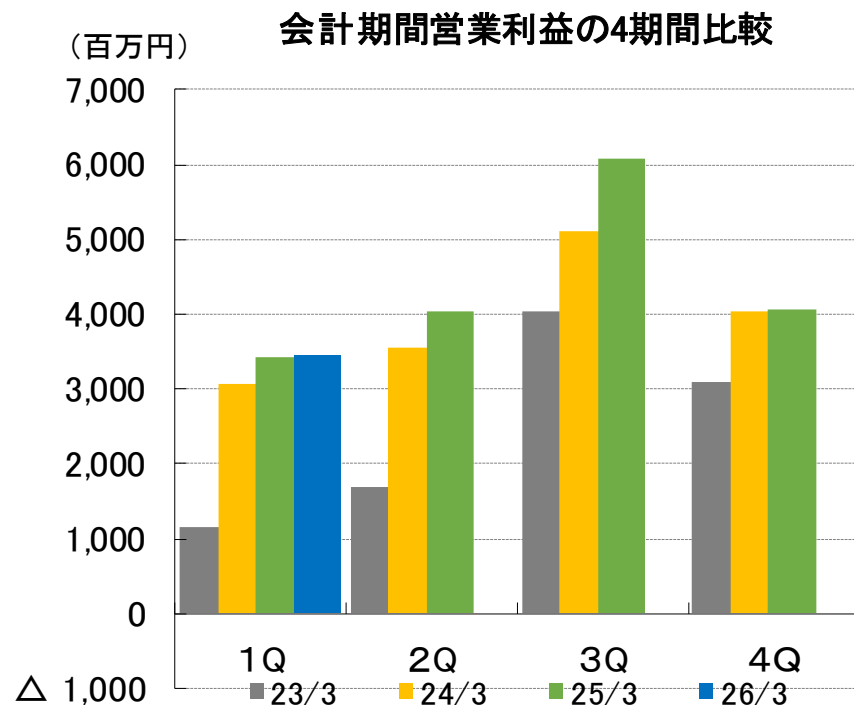
(百万円) 累計期間売上高の4期間比較



(百万円)	会計期間				累計期間			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q累計	3Q累計	通期
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	20,901	18,541	15,526	32,906	53,807	72,349
26/3	16,976				16,976	35,950		79,670
対前年	109.3%				109.3%	109.3%		110.1%

2Q累計及び通期は予想数値

四半期業績の推移(営業利益)



(百万円)	会計期間				累計期間			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q累計	3Q累計	通期
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	6,069	4,065	3,428	7,476	13,545	17,610
26/3	3,439				3,439	8,270		19,650
対前年	100.3%				100.3%	110.6%		111.6%

貸借対照表

流動資産の減少は、主に現金及び預金の減少によるもの

(百万円、%)	24年3月期(通期)		25年3月期(通期)		26年3月期(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	34,408	74.0	37,649	72.4	33,686	69.7	△ 3,962	△ 10.5
固定資産	12,102	26.0	14,331	27.6	14,622	30.3	290	2.0
資産合計	46,510	100.0	51,980	100.0	48,308	100.0	△ 3,671	△ 7.1
流動負債	8,824	19.0	9,735	18.7	8,690	18.0	△ 1,045	△ 10.7
固定負債	2,462	5.3	2,158	4.2	2,167	4.5	9	0.4
負債合計	11,287	24.3	11,894	22.9	10,858	22.5	△ 1,036	△ 8.7
純資産	35,223	75.7	40,085	77.1	37,450	77.5	△ 2,635	△ 6.6
負債純資産合計	46,510	100.0	51,980	100.0	48,308	100.0	△ 3,671	△ 7.1
BPS(円)	226.38		259.67		242.59		△ 17.08	△ 6.6
現金及び預金	23,689		26,081		22,954		△ 3,126	△ 12.0
有利子負債	300		300		300		0	0.0



2026年3月期 業績予想

2026年3月期 業績予想の補足説明

●事業環境見通し

今後の事業環境は、継続した物価上昇により消費者の節約志向の高まりが懸念されるなど、先行き不透明感が増すものと見込まれる。そのような中で、当社グループは、引き続き「プレミアムギフトスイーツ」の創造と育成に注力し、主力商品対策及び新商品開発の推進、インバウンド対策、好立地に拘った出店展開などの施策遂行により、増収・増益を目指していく。

●報告セグメントの変更

従来「シュクレイ」及び「九十九島グループ」は、それぞれ独立セグメントとしておりましたが、2025年4月1日付で実施した連結子会社間の組織再編(会社分割)に伴い、当四半期より統合し、セグメント区分を「シュクレイグループ」に変更しており、前四半期との比較は、変更後の区分方法により作成した数値を使用。また、「寿製菓・但馬寿」としていた報告セグメントの名称を当四半期より「寿製菓グループ」に変更。

●出退店等

前期の出退店等(国内)は、12店舗の出店と10店舗の退店。26/3期の期初計画は、6店舗の出店、2店舗のリニューアル、2店舗の退店を予定。

●設備投資等

設備投資計画は25億円。／九十九島グループの佐世保日宇工場が本年8月閉鎖予定。(建物を解体後に売却を予定。)

2026年3月期 業績予想(対前期)

売上高前期比10.1%増、営業利益同11.6%増

(百万円、%)	25年3月期		26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	72,349	—	79,670	—	7,320	10.1
売上総利益	44,804	61.9	49,600	62.3	4,795	10.7
販売管理費	27,193	37.6	29,950	37.6	2,756	10.1
営業利益	17,610	24.3	19,650	24.7	2,039	11.6
経常利益	17,686	24.4	19,720	24.8	2,033	11.5
当期純利益(注)	12,122	16.8	13,400	16.8	1,277	10.5
EPS(円)	78.00		86.81		8.81	—
1株当たり配当金(円)	32.00		35.00		3.0	—
設備投資	3,357		2,500		△ 857	△ 25.5
減価償却費	1,462		1,600		138	9.4

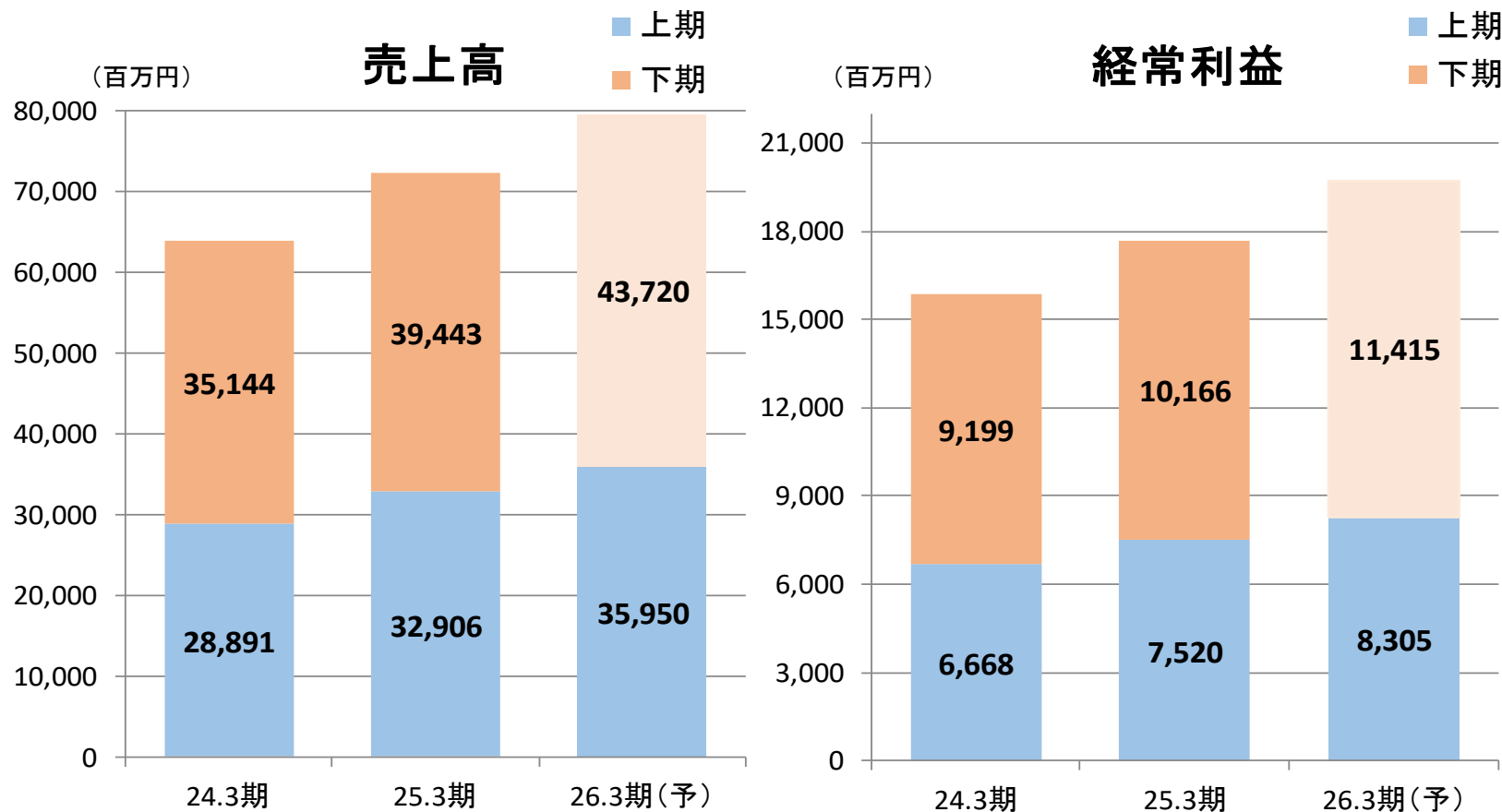
(注) 当期純利益＝親会社株主に帰属する当期純利益

2026年3月期 業績予想(セグメント別)

(百万円、%)	売上高				営業利益		
	25/3期	26/3期予	増減額	増減率	25/3期	26/3期予	増減額
シュクレイグループ(注)	34,698	38,110	3,411	9.8	6,797	7,755	957
ケイシイシイ	21,482	23,800	2,317	10.8	5,024	5,620	595
寿製菓グループ(注)	14,545	15,730	1,184	8.1	3,240	3,497	256
販売子会社	7,227	7,800	572	7.9	946	1,040	93
その他	692	690	△ 2	△ 0.3	55	48	△ 7
セグメント計	78,647	86,130	7,482	9.5	16,064	17,960	1,895
調整額	△ 6,297	△ 6,460	△ 162	2.6	1,546	1,690	143
合計	72,349	79,670	7,320	10.1	17,610	19,650	2,039

(注) 従来「シュクレイ」及び「九十九島グループ」は、それぞれ独立セグメントとしておりましたが、2025年4月1日付で実施した連結子会社間の組織再編(会社分割)に伴い、当四半期より統合し、セグメント区分を「シュクレイグループ」に変更しており、前四半期との比較は、変更後の区分方法により作成した数値を使用しております。また、「寿製菓・但馬寿」としていた報告セグメントの名称を当四半期より「寿製菓グループ」に変更しております。

2026年3月期 業績予想(上期・下期比較)



(百万円、%)	売上高						経常利益					
	24/3期	構成比	25/3期	構成比	26/3期(予)	構成比	24/3期	構成比	25/3期	構成比	26/3期(予)	構成比
上期	28,891	45.1%	32,906	45.5%	35,950	45.1%	6,668	42.0%	7,520	42.5%	8,305	42.1%
下期	35,144	54.9%	39,443	54.5%	43,720	54.9%	9,199	58.0%	10,166	57.5%	11,415	57.9%
通期	64,035	100.0%	72,349	100.0%	79,670	100.0%	15,867	100.0%	17,686	100.0%	19,720	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。



2025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)

全国各地のプレミアムギフトスイーツ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

当社グループは、「お菓子の総合プロデューサー」として、「高い価値の創造」をテーマに、美味しさと地域性を追求した「プレミアムギフトスイーツ」の創造と育成を推進し、地域社会への貢献・共存・共栄を図り、社会から信頼され必要とされる企業集団を目指してまいります。



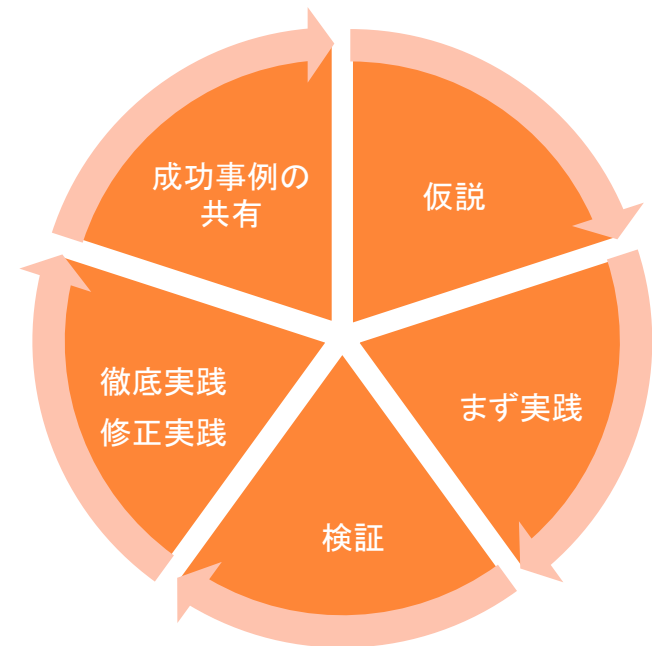
寿スピリッツグループ2025年経営スローガン

マッハで実践！ 実践！ 実践！

当社グループは、高いブランド価値の創造に向けて、全従業員が超現場力を発揮し、「寿スピリッツ流PDCAサイクル」をマッハで実践する。

寿スピリッツ流PDCAサイクル

素晴らしい実績をあげた優秀者や優秀チームが毎月開催する経営会議にて成功事例を発表し、グループの全従業員に共有します。現場では共有された成功事例を参考にして自ら新たな対策の仮説を考え、即実践します。実践したらすぐに結果を検証し、仮説が正しければ、徹底実践。修正が必要であれば、修正実践。その結果、新たな成功事例が創り出されるのです。当社内では「WSR成功サイクル」と呼び、超現場力の源泉として活用しています。



中長期の経営目標（Value Up Vision 2030）

●成長ストーリー

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」の更なる推進

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」の徹底実践により人的資本経営を推進。活力ある魅力あふれる企業集団を創造し、中長期的な企業価値の向上を目指してまいります。



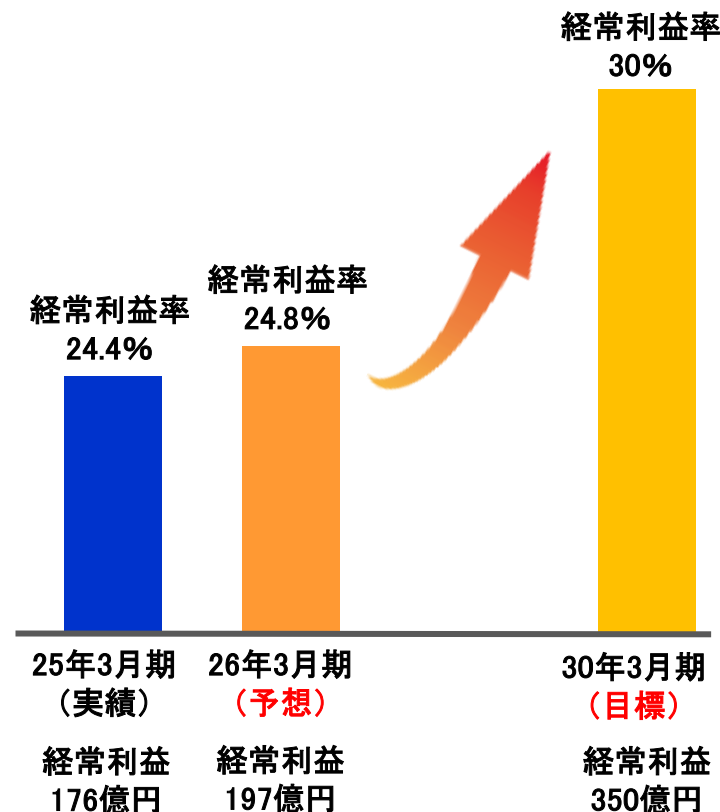
中長期の経営目標 (Value Up Vision 2030)

●重点対策

- ・商品力、売場力、販売力のValue Up
- ・インバウンド対策のValue Up
- ・人財力のValue Up

●目標指標

- ・ 経常利益率 30% (2030年3月期)
- ・ 経常利益 350億円 (2030年3月期)
- ・ 5カ年の平均売上成長率 10%
- ・ ROE30%以上

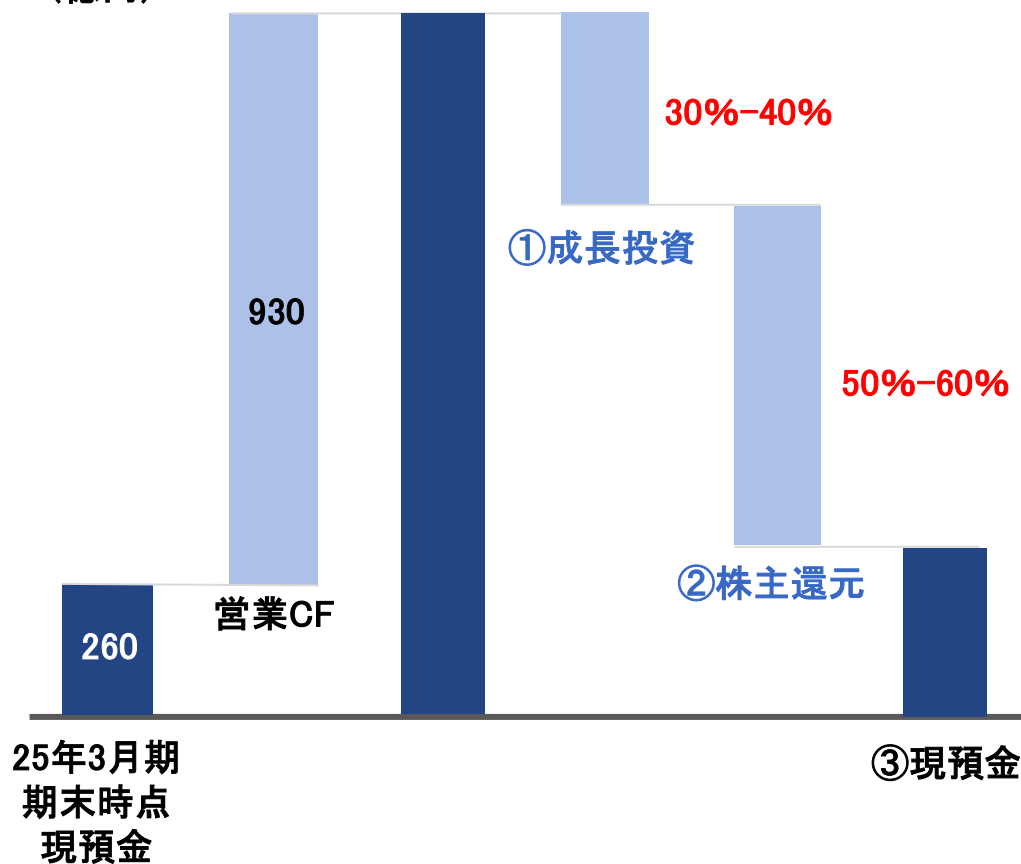


●キャッシュアロケーション方針

(26年3月期から30年3月期の5年間)

創出するキャッシュを更なる成長投資・株主還元投入到し、更なる収益性の向上により高ROE経営を推進。中長期的な企業価値の向上を目指してまいります。

(億円)



①成長投資

工場投資(既存工場の維持、更新含む)、出店投資やM&A等による新たな成長投資

②株主還元

総還元性向50%以上を意識し、利益成長に応じた増配と機動的な自己株式取得を実施

③現預金

売上の30%程度を目安に手元流動性を確保

セグメント別概況



- シュクレイグループ
(シュクレイ/九十九島グループ)
- ケイシイシイ
- 寿製菓グループ
(寿製菓/但馬寿/ケーエムエフ)
- 販売子会社
- その他

《シュクレイグループ》

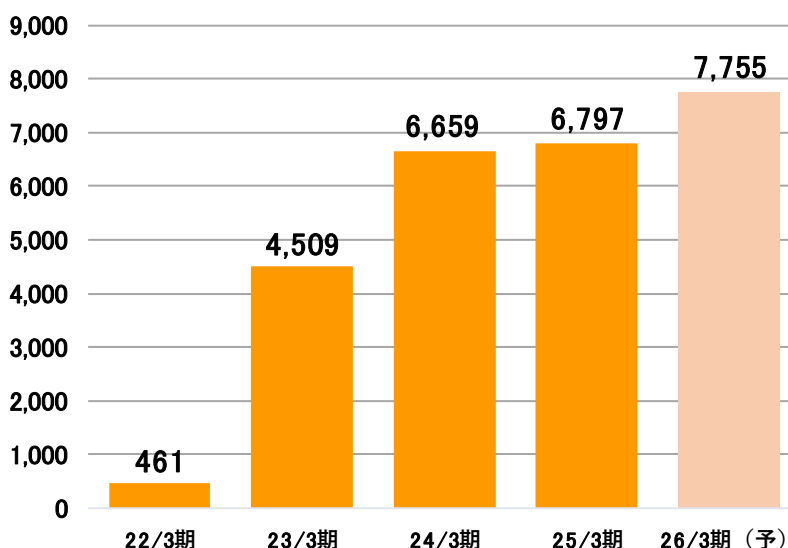
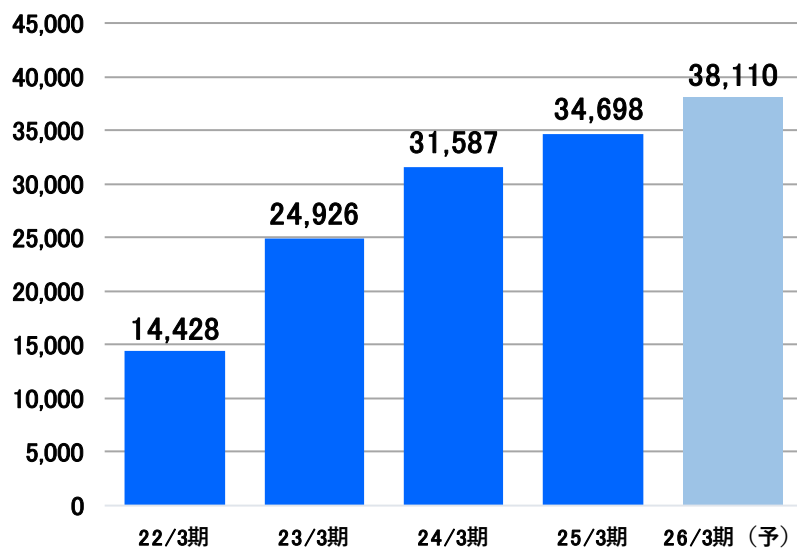
26/3期予想:売上高 **38,110**百万円(前期比**+9.8%**)営業利益 **7,755**百万円(同**+14.1%**)

(百万円)

売上高

(百万円)

営業利益



(百万円,%)	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期	対前期		26/3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	14,428	24,926	31,587	34,698	3,110	9.8	38,110	3,411	9.8
売上総利益	8,511	15,587	20,424	22,286	1,861	9.1	24,745	2,458	11.0
粗利率	59.0	62.5	64.7	64.2	△ 0.4	-	64.9	0.7	-
販売管理費	8,049	11,077	13,765	15,489	1,723	12.5	16,990	1,500	9.7
営業利益	461	4,509	6,659	6,797	138	2.1	7,755	957	14.1

くじゅうくしま

(注)2025年4月1日付の組織再編(会社分割)により、「シュクレイ」と「九十九島グループ」を統合し、セグメント名称を「シュクレイグループ」に変更。前連結会計年度のセグメント情報については、変更後の区分方法により作成。

《シュクレイグループ》

現場力の更なる強化により、ブランド価値の向上を図り、
成長を加速する

THE
DROS



ザ・ドロス レモンケーキ(マスカルポーネ&アーモンド)



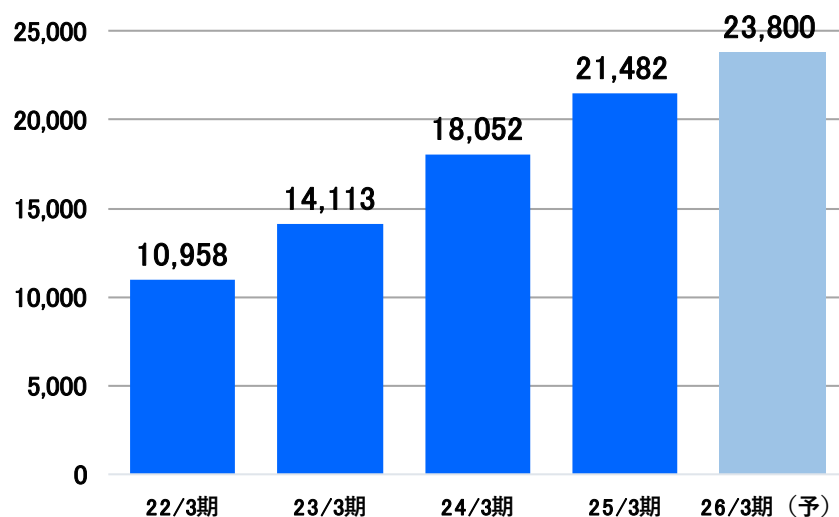
ザ・ドロス サンドクッキー(マスカルポーネ&ヘーゼルナッツ)

《ケイシイシイ》

26/3期予想:売上高 **23,800**百万円(前期比**+10.8%**)営業利益 **5,620**百万円(同**+11.9%**)

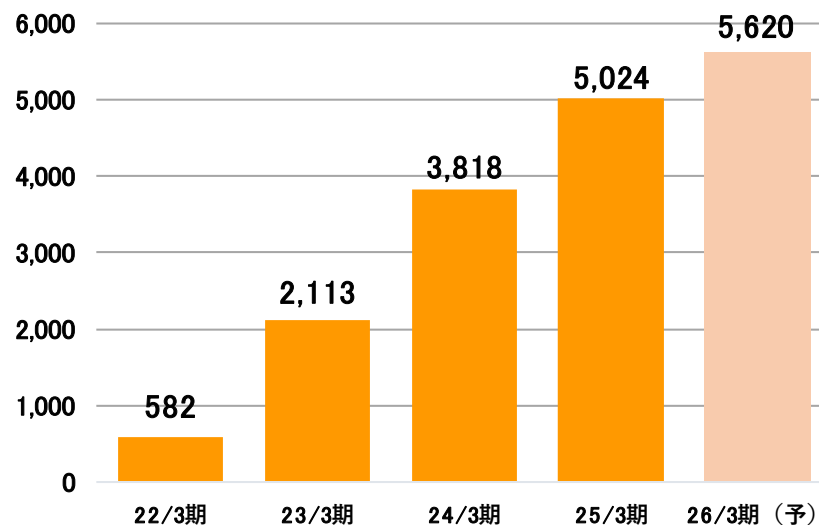
売上高

(百万円)



営業利益

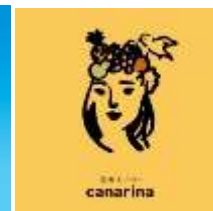
(百万円)



(百万円,%)	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期	対前期		26/3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	10,958	14,113	18,052	21,482	3,429	19.0	23,800	2,317	10.8
売上総利益	5,908	8,149	10,938	13,378	2,439	22.3	14,840	1,461	10.9
粗利率	53.9	57.7	60.6	62.3	1.7	-	62.4	0.1	-
販売管理費	5,325	6,035	7,120	8,354	1,234	17.3	9,220	865	10.4
営業利益	582	2,113	3,818	5,024	1,205	31.6	5,620	595	11.9

《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、
「ピスタ&トーキョー」、「ナウオンチーズ♪」、「岡田謹製あんバター屋」
2024年にオープンした「カナリナ」を加えた首都圏ブランドの育成に注力



小樽洋菓子舗ルタオ メロンソレール

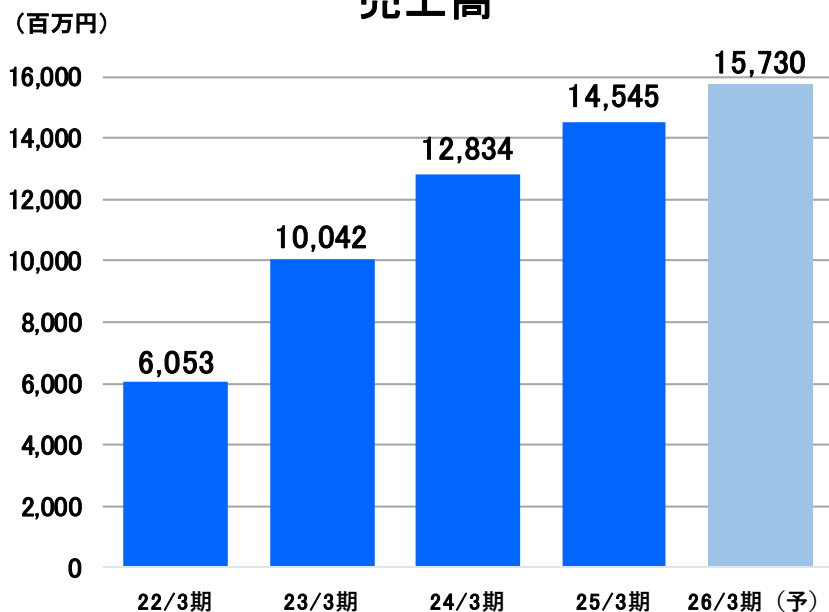


カナリナ 果実とバターのサンド

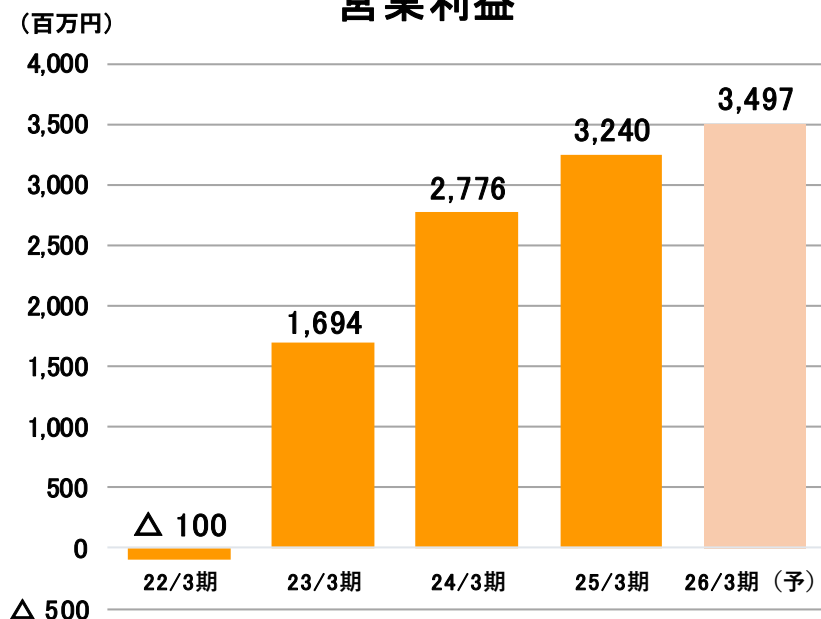
《寿製菓グループ》

26/3期予想:売上高 **15,730**百万円(前期比**+8.1%**)営業利益 **3,497**百万円(前期比**+7.9%**)

売上高



営業利益



(百万円,%)	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期	対前期		26/3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	6,053	10,042	12,834	14,545	1,711	13.3	15,730	1,184	8.1
売上総利益	1,773	3,952	5,355	6,104	749	14.0	6,677	572	9.4
粗利率	29.3	39.4	41.7	42.0	0.2	-	42.4	0.5	-
販売管理費	1,873	2,258	2,578	2,863	285	11.1	3,180	316	11.0
営業利益	△ 100	1,694	2,776	3,240	464	16.7	3,497	256	7.9

(注)「寿製菓・但馬寿」のセグメント名称を「寿製菓グループ」に変更。

《寿製菓グループ》



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



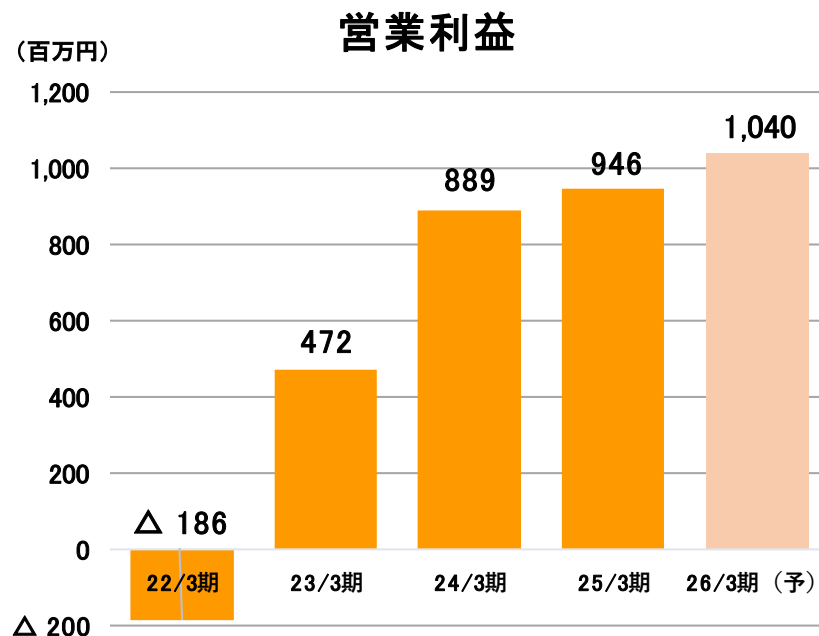
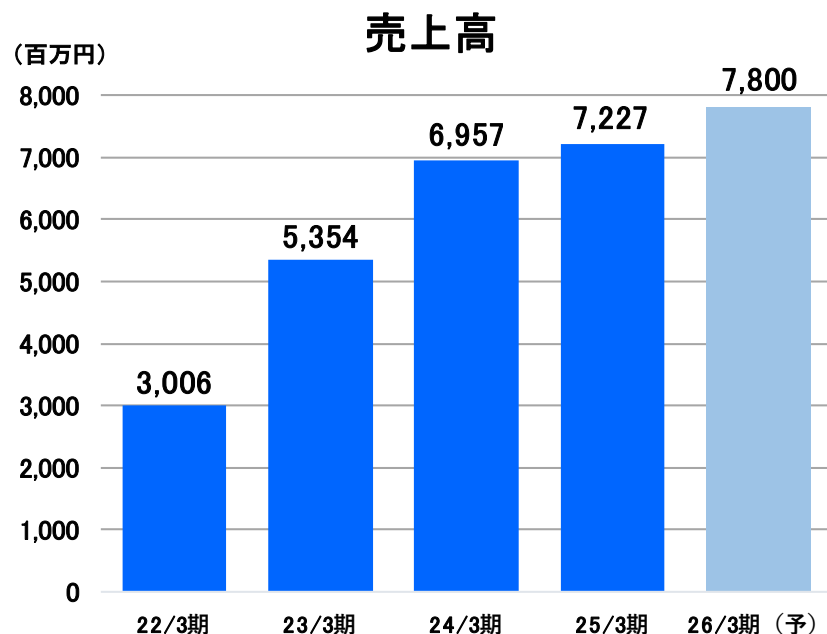
KÄnoZA20周年新商品 ペールペッシュ



梨水菓子

《販売子会社》

26/3期予想:売上高 **7,800**百万円(前期比**+7.9%**)営業利益 **1,040**百万円(前期比**+9.9%**)



(百万円,%)	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期	対前期		26/3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	3,006	5,354	6,957	7,227	270	3.9	7,800	572	7.9
売上総利益	1,097	2,012	2,637	2,796	159	6.1	3,020	223	8.0
粗利率	36.5	37.6	37.9	38.7	0.8	—	38.7	0.0	—
販売管理費	1,284	1,540	1,747	1,850	102	5.9	1,980	129	7.0
営業利益	△ 186	472	889	946	56	6.4	1,040	93	9.9

《販売子会社》

主力商品対策及び地域特性にマッチした新商品発売
に注力



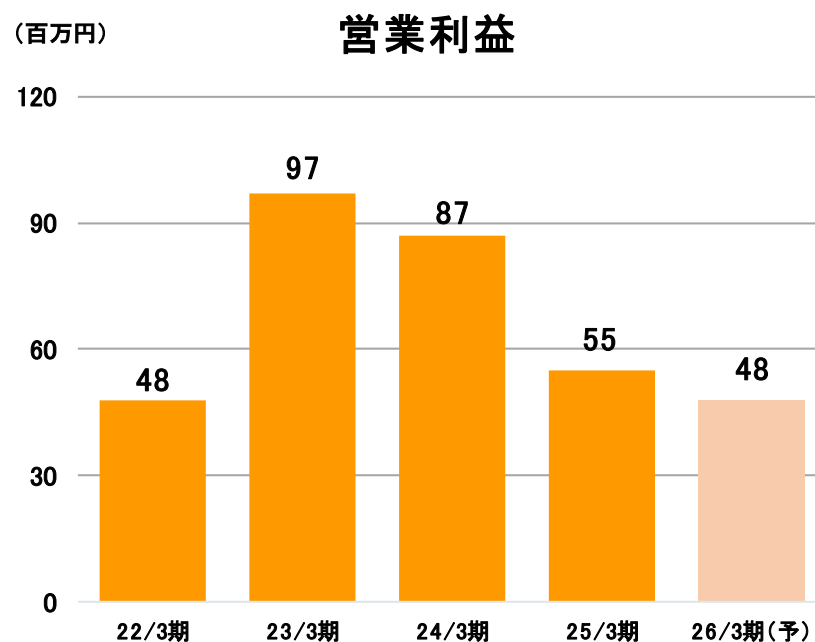
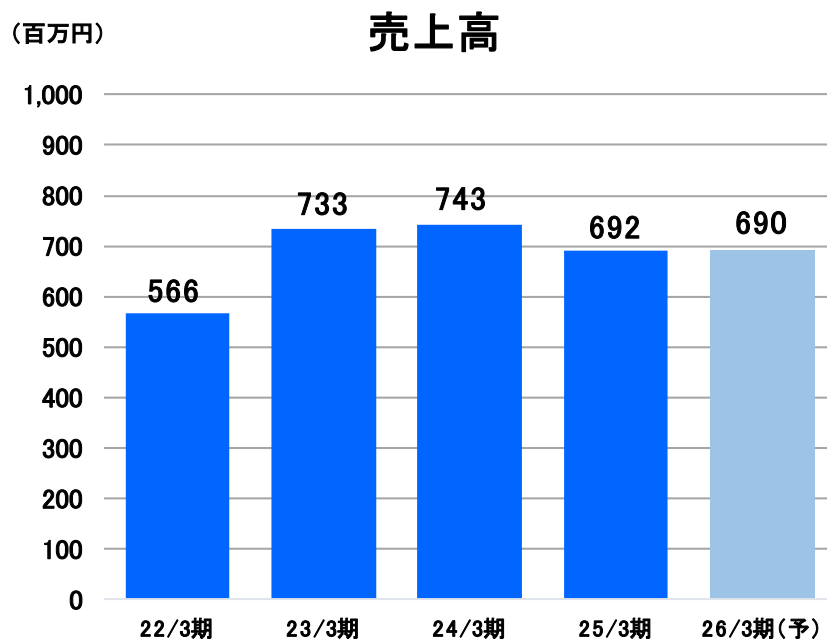
コンディトライ神戸 神戸ミルクヨーグルトパフェクッキー



HARE MASU OKAYAMA
シャインマスカットラングドシャ

《その他》 <損害保険代理業、健康食品事業、海外(台湾)菓子事業>

26/3期予想:売上高 **690**百万円(前期比 $\Delta 0.3\%$)営業利益 **48**百万円(同 $\Delta 13.6\%$)



(百万円,%)	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期	対前期		26/3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	566	733	743	692	△ 51	△ 6.9	690	△ 2	△ 0.3
売上総利益	411	534	537	494	△ 42	△ 8.0	488	△ 6	△ 1.3
粗利率	72.5	72.8	72.2	71.4	△ 0.8	-	70.7	△ 0.7	-
販売管理費	362	437	449	438	△ 11	△ 2.5	440	1	0.3
営業利益	48	97	87	55	△ 31	△ 36.3	48	△ 7	△ 13.6

《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・メープルマニア 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

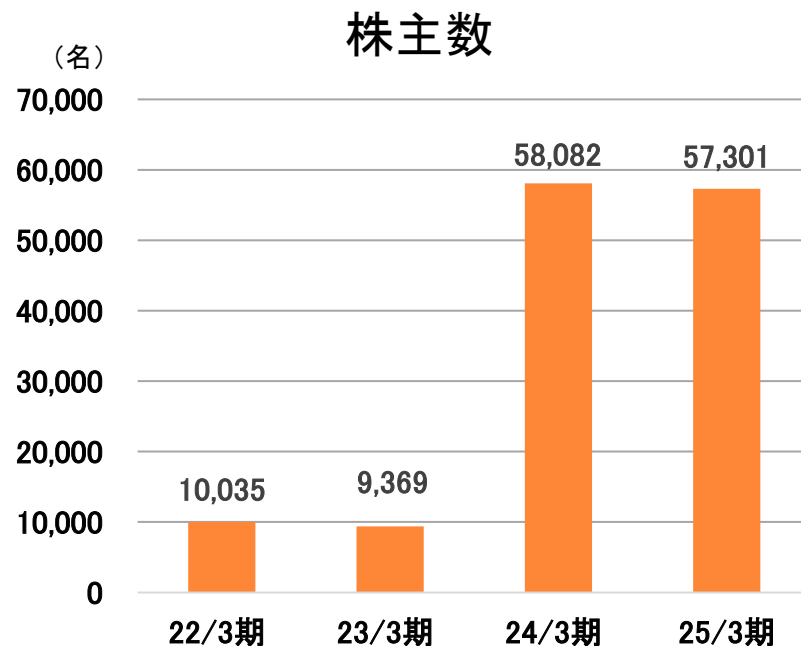


株式の状況・株主還元

株式の状況

(2025年3月31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 57,301名 (前期末比 781名減)



(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	29.48
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	17,828,900	11.55
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505001	12,470,493	8.08
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	4,462,900	2.89
株式会社山陰合同銀行	3,657,300	2.37

(注) 持株比率は、自己株式1,295,797株を除く

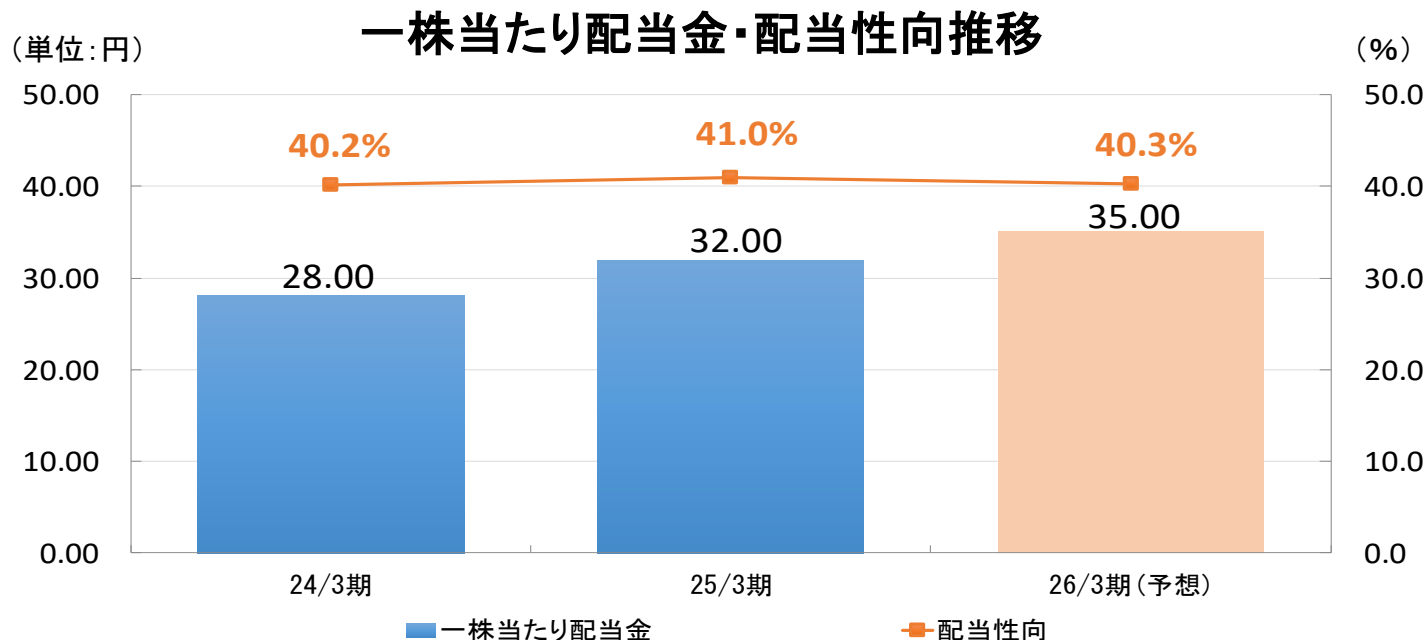
株主還元

■ 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、利益還元に努めることを基本方針としております。

なお、2026年3月期から2030年3月期の株主還元につきましては、総還元性向50%以上を意識し、利益成長に応じた増配と機動的な自己株式取得を実施する方針としております。

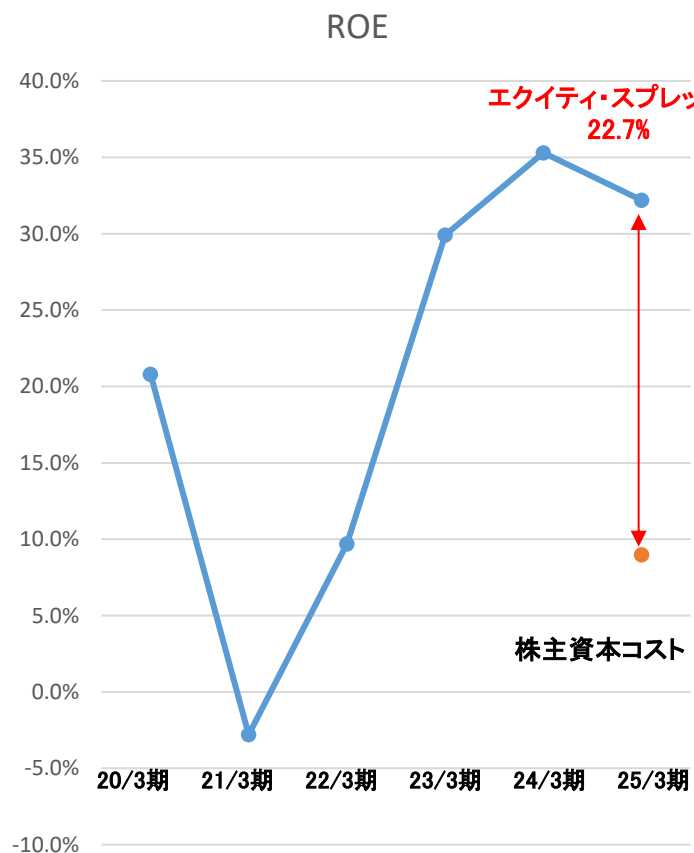
■ 2026年3月期 1株当たり配当金予想 35円



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9.5%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%、25/3月期は32.2%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ROE30%以上を目標にさらなる収益性の向上に努め、高ROE経営を推進し、企業価値の向上に努めてまいります。



	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期
ROE	20.8%	-2.8%	9.7%	29.9%	35.1%	32.2%
ROE分解						
売上高純利益率	9.1%	-2.5%	6.0%	14.0%	16.9%	16.8%
総資産回転率(回)	1.71	0.90	1.23	1.56	1.53	1.47
財務レバレッジ(倍)	1.34	1.28	1.32	1.37	1.35	1.31

	【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(%) 25/3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	=
			9.51%
			CAPMより算出

資本コストや株価を意識した経営への対応

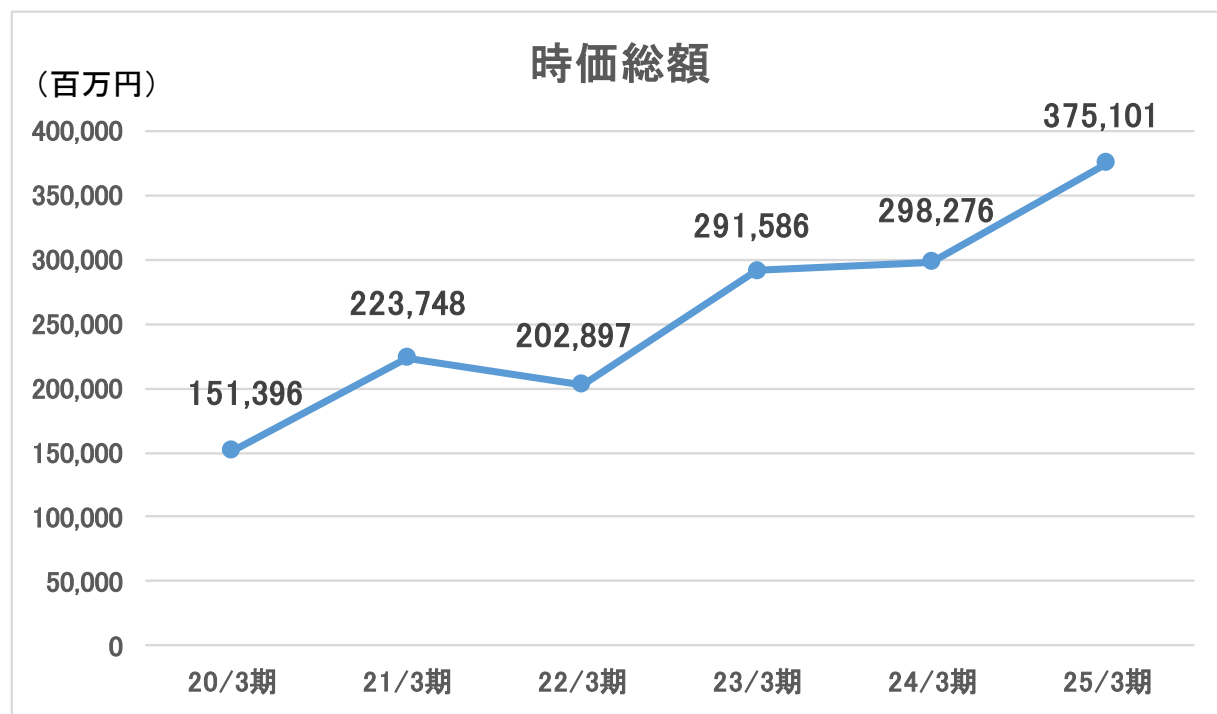
■市場評価(PER、PBR)

25/3期末のPBR(株価純資産倍率)は9.36倍と1倍を大きく超えております。

	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期
PER	36.92	—	105.91	41.55	27.54	31.15
PBR	7.15	11.57	9.97	11.00	8.47	9.36

(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)



(注)時価総額＝期末株価×(発行済株式数－自己株式数)



《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7名・連結1,758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	723億円(2025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＝果子』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。
- 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



“九十九島せんべい”

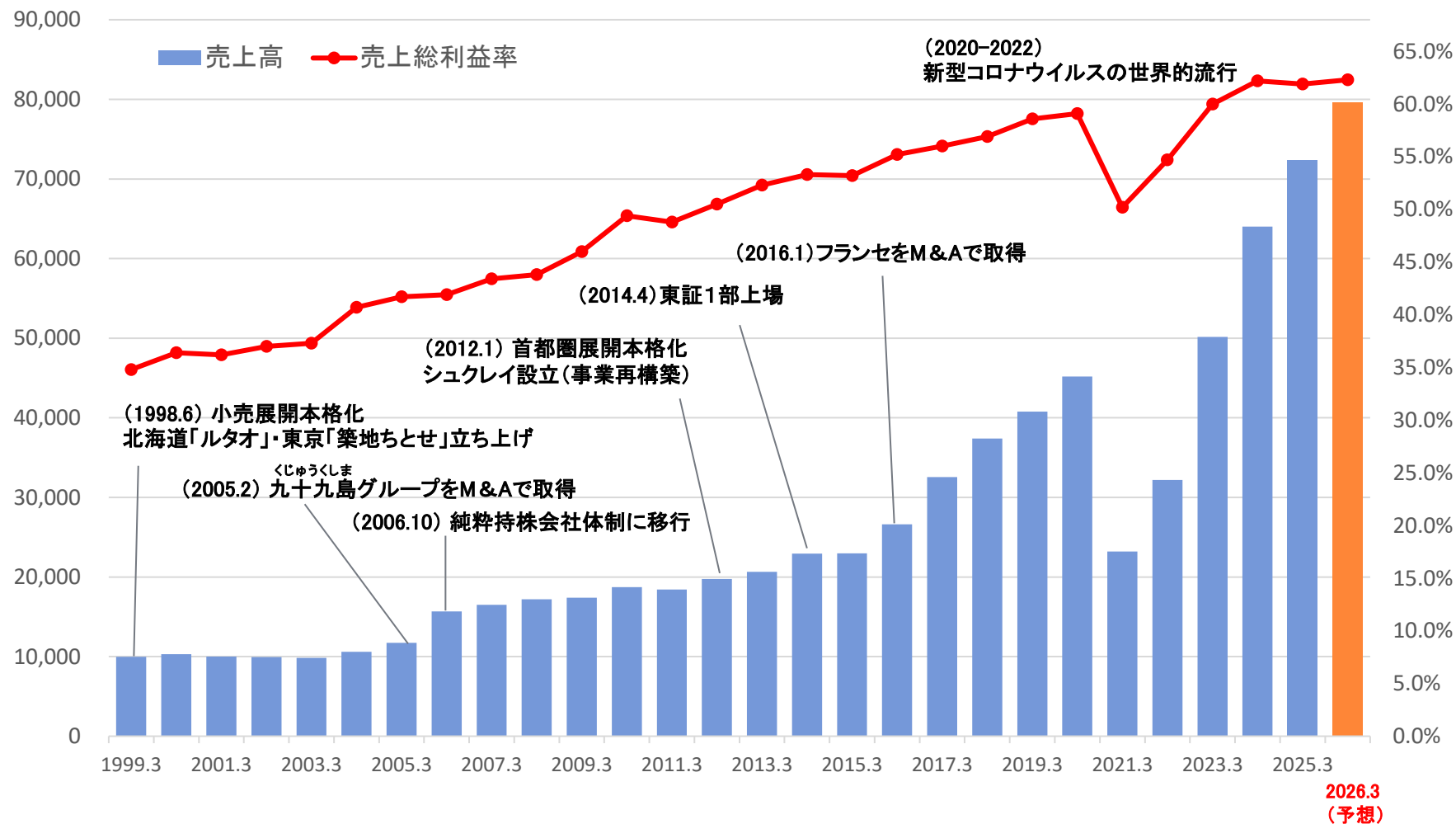


洋菓子のフランセ

寿スピリッツグループの変遷①

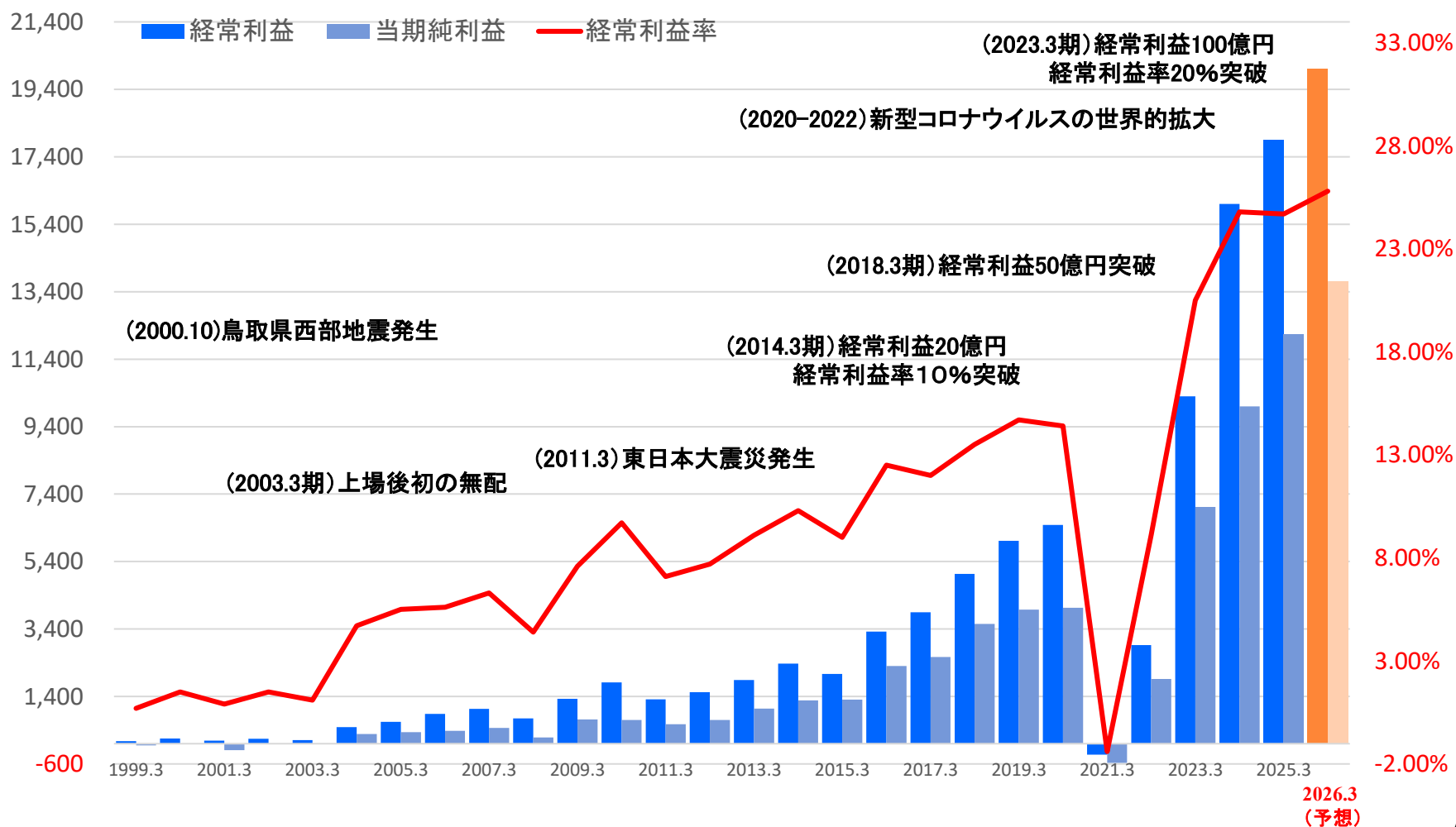
製造卸から製造小売型経営への変革により、高粗利率経営を実現

単位:百万円



寿スピリッツグループの変遷②

2025年3月期 経常利益率は24.4%となり、高い収益性を実現



主要ショップブランド

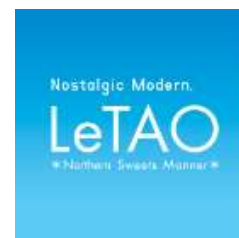
お菓子の**壽城**



(山陰)

KÄNOZA
IZUMO

(山陰)



(北海道)



(佐世保・福岡)



(神戸)



(京都)



(東京)



(東京)



(東京)



(東京)

主力商品一例



Nostalgic Modern
LeTAO
★ Nostalgic Sweets Museum ★

「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」



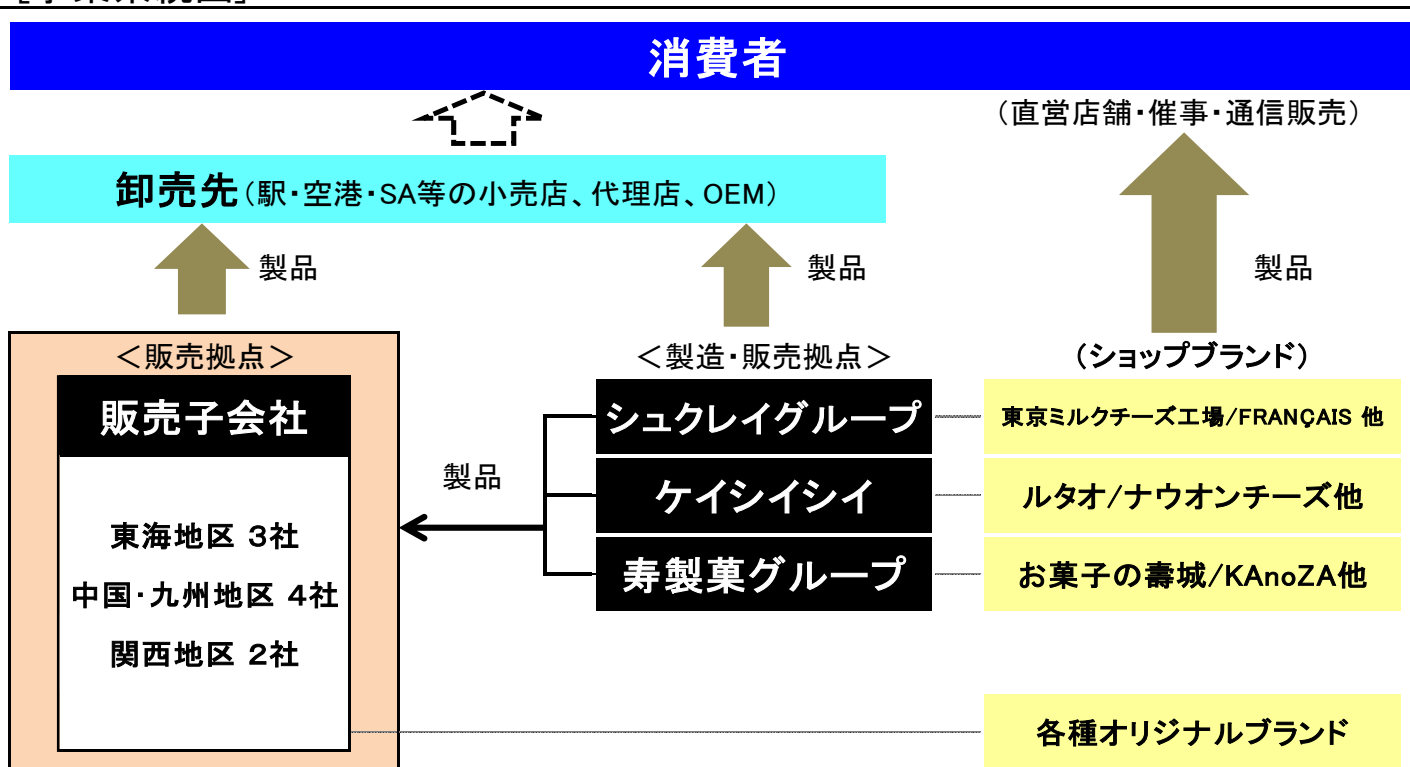
事業概要

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)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)



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



本社工場



黒髪工場



卸団地工場



シュクレイ

(旧九十九島グループ工場)

黒髪工場 JICQA仕様-HACCPシステム認証取得
卸団地工場 2025年9月 FSSC22000認証取得予定
本社工場 ※2025年8月閉鎖予定



第1工場



第2工場



ケイセイセイ

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



シュクレイ

横浜工場 FSSC22000認証取得
浜松工場 FSSC22000認証取得
富士山静岡工場
2025年9月 FSSC22000認証取得予定



富士山静岡工場



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

2025年4月、当社グループに127名の新たな即戦力社員が加わりました。



《寿スピリッツ》



●2025年6月、UI/UXの改善をテーマに寿スピリッツWebサイト／IRサイトをリニューアルしました。また、全ページ英語対応をしております。



TOP > IR・投資家情報



最新IR資料

最終更新日: 2025/5/14

一括ダウンロード (ZIP: 3.4MB)

> 決算短信

> 決算説明会資料



統合報告書



早わかり 寿スピリッツ

IRニュース

2025年7月10日 **資料開示** 2026年3月期第1四半期の売上状況（概算）について (143KB) **PDF**

2025年7月1日 **株主通知** 第73期定時株主総会開催日を公開しました **PDF**

2025年6月26日 **資料開示** コーポレート・ガバナンスに関する報告書 2025/06/26 (309KB) **PDF**

2025年6月24日 **資料開示** 譲渡制限付株式報酬としての自己株式の処分に関するお知らせ (183KB) **PDF**

2025年6月23日 **有価証券報告書** 有価証券報告書-第73期(2024/04/01-2025/03/31) (540KB) **PDF**



《寿製菓》



●2025年4月13日 B1リーグ島根スサノオマジック 寿製菓冠スポンサーゲーム開催

寿製菓では、2016年より地元山陰を盛り上げるべく島根県松江市をホームタウンとする島根スサノオマジックをスポンサーとして応援しています。



《ケイシイシイ》



kcc co.,ltd.

● 2025年4月2日、「小樽洋菓子舗ルタオ」の看板商品である「ドゥーブルフロマージュ」がLINEギフトの「10周年アワード」において最優秀ギフト賞（配送ギフト部門）を受賞しました。さらに「レアチョコレート ナイアガラ」はスイーツ部門のカテゴリ賞に選出されました。



小樽洋菓子舗ルタオ ドゥーブルフロマージュ



レアチョコレート ナイアガラ

《ケイシイシイ》



kcc co.,ltd.

● 2025年5月21日、第12回ケイシイシイ決起大会は、「新時代を自分たちが創り上げるためにどうするか」をテーマに掲げ開催しました。



《シュクレイグループ》

SUCREY
ADYAMA

●2025年4月8日、シュクレイグループの入社式及び決起大会を、ホテルニューオータニで開催しました。全員が一丸となり、熱意とエネルギーに満ちたイベントとなりました。



《シュクレイグループ》

SUCREY
ADYAMA

●2025年7月3日、「COCORIS(ココリス)」が東京駅限定手土産(スイーツ)売上ランキング(※1)で6年連続1位を受賞。2位にはザ・メープルマニア、4位にはザ・ドロスが初めてランクインしました。



(※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 2025年5月1日(木)～2024年5月31日(ド) 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2025年7月3日発表。