



2021年3月期 決算説明会

2021年 5月 14日

喜びを創り喜びを提供する

 寿スピリッツ

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



目次

- **新型コロナウイルス感染拡大の業績に与える影響** P 1～2
- **2021年3月期 決算概要** P 3～34
- **業績予想について** P 35
- **今後の経営方針** P 36～43
- **ESG関連情報** P 44～47
- **株式の状況・株主還元** P 48～51
- **参考情報** P 52～65



新型コロナウイルス感染拡大の業績に与える影響

新型コロナウイルス感染拡大の業績に与える影響

<2021年3月期>

●売上動向

売上高月別増減率(対前年同月比) <海外子会社除く>

	4月	5月	6月	7月	8月	9月
増減率	△82.4%	△79.0%	△61.5%	△56.7%	△60.8%	△48.6%
	10月	11月	12月	1月	2月	3月
増減率	△34.1%	△37.8%	△36.7%	△56.9%	△37.8%	30.0%

(対前々年同月比)

	1月	2月	3月
増減率	△50.3%	△41.9%	△28.3%

第4四半期会計期間(1月～3月)の売上動向

第4四半期は、11都府県を対象にした緊急事態宣言の再発令を受け、1月は前年同月に対して大幅に落ち込む。依然として移動自粛に伴う土産需要が低迷している中、通信販売や自家需要対策の強化などにより3月は、新型コロナウイルス感染症の影響を受けていない前々年同月に対して、28.3%減にまで戻る。

●緊急事態フェーズの施策として、役員報酬及び従業員賞与の減額などによる人件費の抑制並びに経費支出見直しによるコスト削減の徹底、設備投資の抑制、適正在庫の確保などに努める。営業外収益に、休業補償に伴う雇用調整助成金などの助成金収入2,409百万円を計上。

●手元現預金は期首から982百万円減り、期末残高は7,309百万円となる。新型コロナ制度融資で10億円の資金調達を実施、増枠した当座貸越枠(78億円)からの借入実行は無し。

<足元の状況>

●本年4月25日から4都府県を対象とした「緊急事態宣言」再発令による事業環境の悪化を受け、生産稼働を抑制して対応中。当社直営店の大部分は、商業施設の運営にあわせ、営業を継続している。4月の売上高は、前々年同月に対して43.2%減。

<2022年3月期の業績予想について>

●緊急事態宣言の再発令などに伴い、現時点で合理的な策定が困難なため、「未定」。



2021年3月期 決算概要

2021年3月期の業績ハイライト

(下期) 売上高 32.9 %減収、純利益 720百万円

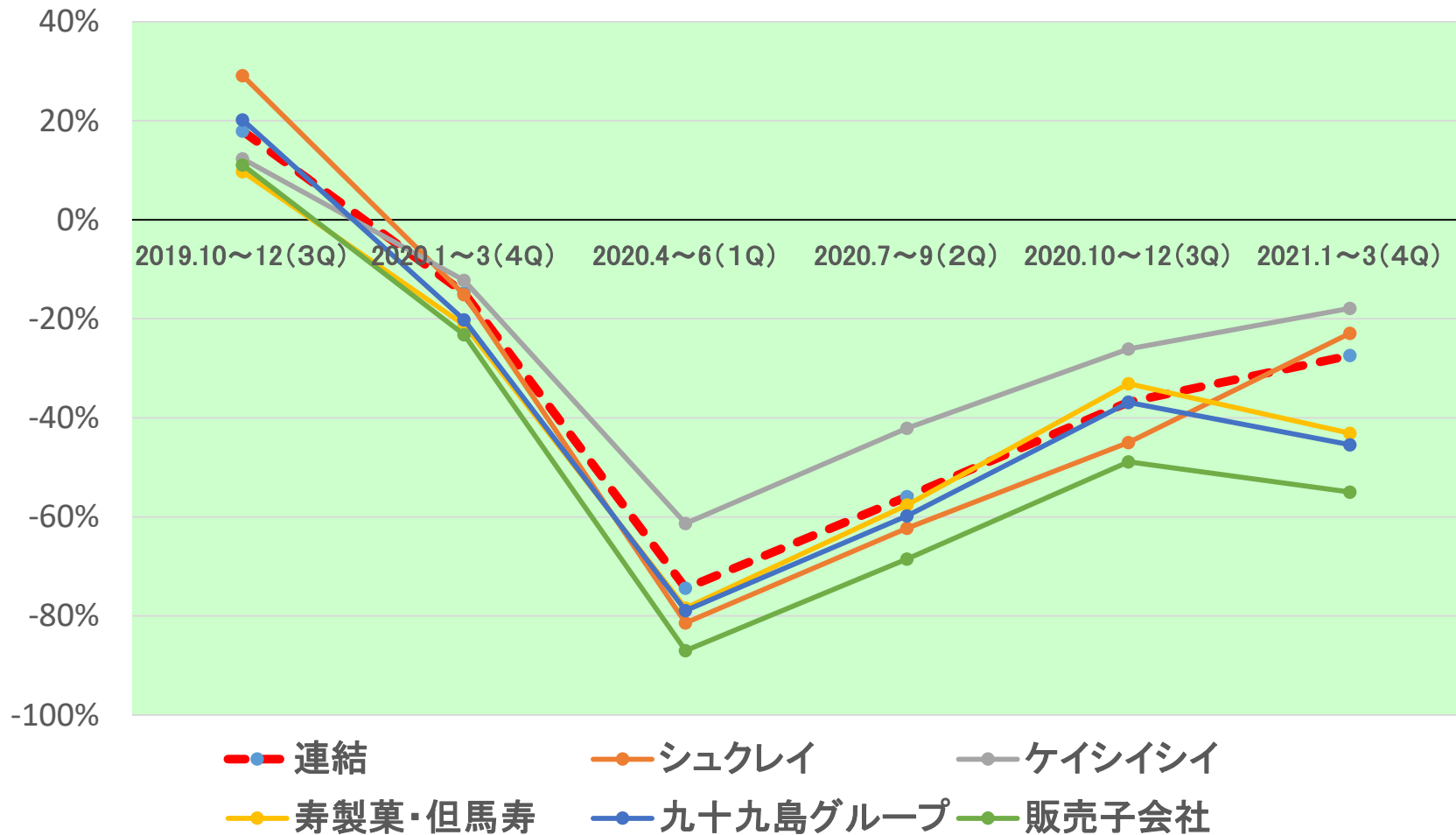
(通期) 売上高 48.6 %減収、純損失 570百万円

●インバウンド需要の消失及び外出自粛要請に伴う移動の減少など、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を強く受け、事業活動の縮小を余儀なくされたことにより、通期業績は大幅な減収、損失計上となる非常に厳しい決算となった。

●下期は、緊急事態宣言解除後の経済活動の再開や政策効果もあり、一部に回復の兆しが見られたものの、移動の減少により、依然として土産需要が低迷。そのような中で、当社グループは、ブランド価値を一層高めることに拘り、通信販売や催事・直営店において自家需要喚起に向けた施策を推進したことや、コスト削減効果などにより、純損益は上期の赤字から黒字に転換した。

(単位:百万円)	1Q会計 (4-6)	2Q会計 (7-9)	上期	3Q会計 (10-12)	4Q会計 (1-3)	下期	通期
売上高 (対前年同期比)	2,716 (△74.4%)	5,189 (△55.9%)	7,905 (△64.7%)	8,402 (△36.8%)	6,898 (△27.4%)	15,300 (△32.9%)	23,205 (△48.6%)
経常利益 (対前年同期比)	△ 1,755 (-)	△ 201 (-)	△ 1,956 (-)	1,653 (△38.6%)	△ 19 (-)	1,634 (△44.2%)	△ 322 (-)
純利益 (対前年同期比)	△ 1,163 (-)	△ 127 (-)	△ 1,290 (-)	1,116 (△34.4%)	△ 395 (-)	720 (△60.7%)	△ 570 (-)

四半期売上高前年増減比推移





通期のトピックス①

新ブランドの開発・出店を実施(シュクレイ)



オリエンタルショコラ by コートクール 羽田空港第1ターミナル店



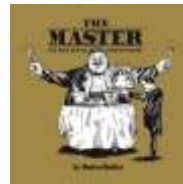
COCORIS 東京グランスタ



neko chef 東京ギフトパレット



FRANÇAIS 東京ギフトパレット



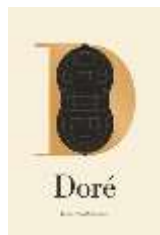
THE MASTER by Butter Butler 横浜高島屋



FRANÇAIS 横浜高島屋



Doré 阪急うめだ本店



2021年3月期出店の状況

- ☆オリエンタルショコラ by コートクール 羽田空港第1ターミナル店(2020年6月)
- ☆COCORIS 東京グランスタ(2020年8月)
- ・FRANÇAIS 東京ギフトパレット(2020年8月)
- ☆neko chef 東京ギフトパレット(2020年8月)
- ☆THE MASTER by Butter Butler 横浜高島屋(2020年12月)
- ・FRANÇAIS 横浜高島屋(2020年12月)
- ☆Doré 阪急うめだ本店(2021年3月)

☆は新ブランド

通期のトピックス②

新ブランドの開発・出店を実施(ケイシーシー)



PISTA&TOKYO 東京ギフトパレット



Now on Cheese ♪ Hello, Tokyo Station! 東京グランスタ



岡田謹製あんバター屋 東京ギフトパレット

2021年3月期出店の状況

- ☆PISTA&TOKYO 東京ギフトパレット(2020年8月)
- ☆岡田謹製あんバター屋 東京ギフトパレット(2020年8月)
- ・Now on Cheese ♪ Hello, Tokyo Station! 東京グランスタ(2020年8月)

☆は新ブランド

KUJUKUSHIMA GROUP

株式会社 九十九島グループ

通期のトピックス③

新ブランドの開発・出店を実施(九十九島グループ)



BUTTER&bee 博多駅マイング

2021年3月期出店の状況

☆ BUTTER&bee 博多駅マイング (2021年3月)

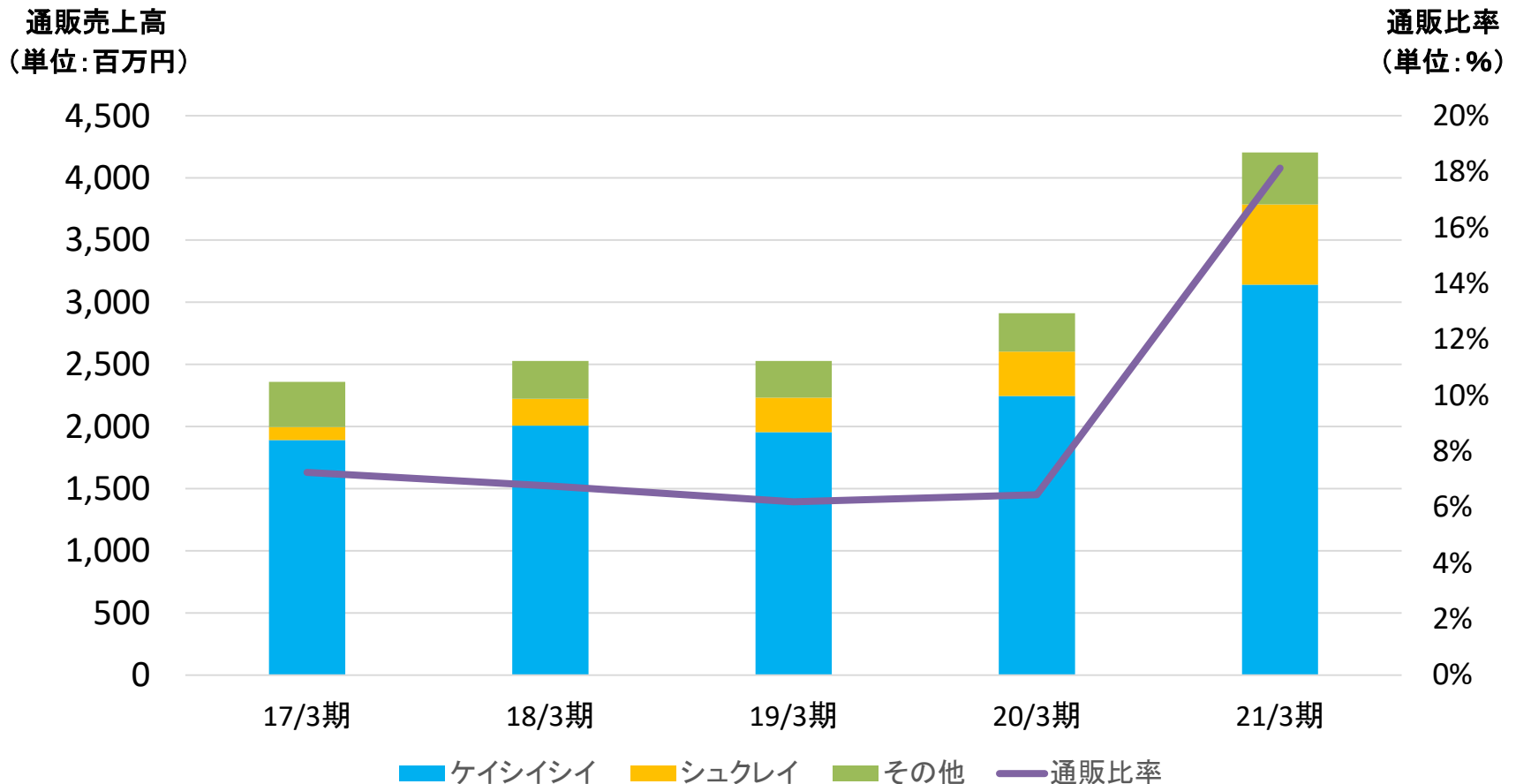
☆は新ブランド

通期のトピックス④

通信販売がグループ合計で40億円を突破

(グループ通販売上4,206百万円 前期比44.4%増)

・各ブランドECサイトに加え、ECモールでの販売を強化



通期のトピックス⑤

海外展開 海外売上1,541百万円 前期比5.4%減

海外売上 中国が伸長、前期13店舗から25店舗に出店を拡大

(単位:百万円)

	2020.3期	2021.3期	増減額	増減比
香港	374	36	△ 339	△ 90.5%
台湾	379	429	50	13.3%
韓国	161	156	△ 6	△ 3.5%
シンガポール	255	241	△ 14	△ 5.6%
中国	262	633	371	141.8%
その他	197	47	△ 150	△ 76.3%
合計	1,628	1,541	△ 88	△ 5.4%

※1 香港、台湾は連結子会社。他の地域はFC展開。

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



Cow Cow Kitchen 杭州タワー店



Cow Cow Kitchen 深圳The MIXC店

業績サマリー

新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、2003年3月期以来となる純損失を計上

(百万円、%)	17年3月期	18年3月期	19年3月期	20年3月期	21年3月期
売上高 (対前期比)	32,536 (+22.3%)	37,385 (+14.9%)	40,769 (+9.1%)	45,181 (+10.8%)	23,205 (△48.6%)
営業利益 (対前期比)	3,847 (+17.4%)	5,012 (+30.3%)	5,976 (+19.2%)	6,455 (+8.0%)	△ 2,890 (-)
経常利益 (対前期比)	3,898 (+17.2%)	5,049 (+29.5%)	6,012 (+19.1%)	6,475 (+7.7%)	△ 322 (-)
当期純利益※ (対前期比)	2,572 (+11.6%)	3,534 (+37.4%)	3,972 (+12.4%)	4,100 (+3.2%)	△ 570 (-)
売上高経常利益率(%)	12.0	13.5	14.7	14.3	△ 1.4
EPS (円)	82.66	113.56	127.64	131.76	△ 18.30
BPS (円)	409.20	497.16	587.87	680.11	621.53
ROE (%)	21.9	25.1	23.5	20.8	△ 2.8

※当期純利益＝親会社株主に帰属する当期純利益(他の資料箇所も同様)

2021年3月期業績(対前期)

新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、大幅な減収及び純損失を計上

(百万円、%)	20年3月期		21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	45,181	—	23,205	—	△ 21,976	△ 48.6
売上総利益	26,702	59.1	11,640	50.2	△ 15,062	△ 56.4
販売管理費	20,248	44.8	14,531	62.6	△ 5,717	△ 28.2
営業利益	6,455	14.3	△ 2,890	—	△ 9,345	—
経常利益	6,475	14.3	△ 322	—	△ 6,797	—
当期純利益	4,100	9.1	△ 570	—	△ 4,670	—
EPS(円)	131.76		△ 18.30		—	—
ROE(%)	20.8		△ 2.8		—	—

売上高(販売チャネル別)

新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、店舗販売及び卸売が大幅減収

(百万円、%)	20年3月期		21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	45,181	—	23,205	—	△ 21,976	△ 48.6
通信販売	2,912	6.4	4,206	18.1	1,294	44.4
(内ルタオ通販)	2,246	5.0	3,140	13.5	895	39.8
店舗販売	19,548	43.3	9,866	42.5	△ 9,682	△ 49.5
卸売	21,034	46.6	7,520	32.4	△ 13,514	△ 64.2
(内インバウンド)	5,375	11.9	98	0.4	△ 5,276	△ 98.2
海外	1,628	3.6	1,541	6.6	△ 88	△ 5.4
その他	59	0.1	73	0.3	14	23.8

(注) 店舗販売は、主に直営店舗、催事など
卸売は、主に小売店(駅、空港、SAなど)、代理店卸、OEMなど
その他は健康食品事業、損害保険代理業など

売上原価・売上総利益

大幅な減収及び生産調整に伴い、売上総利益率は、対前期比 8.9ポイント減少

(百万円、%)	20年3月期		21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	45,181	—	23,205	—	△ 21,976	△ 48.6
材料費	10,291	22.8	5,104	22.0	△ 5,186	△ 50.4
労務費	4,510	10.0	3,506	15.1	△ 1,004	△ 22.3
製造経費	2,646	5.9	1,853	8.0	△ 793	△ 30.0
製造原価計	17,446	38.6	10,463	45.1	△ 6,983	△ 40.0
その他	1,032	2.3	1,101	4.7	70	6.7
売上原価合計	18,478	40.9	11,565	49.8	△ 6,914	△ 37.4
売上総利益	26,702	59.1	11,640	50.2	△ 15,062	△ 56.4

販売管理費・営業利益

販売管理費は、減収要因とコスト削減効果により対前年比5,717百万円の減少

(百万円、%)	20年3月期		21年3月期		対前期	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上総利益	26,702	59.1	11,640	50.2	△ 15,062	△ 56.4
人件費	7,695	17.0	6,428	27.7	△ 1,267	△ 16.5
販売促進費	3,567	7.9	1,969	8.5	△ 1,598	△ 44.8
運賃	2,026	4.5	1,382	6.0	△ 644	△ 31.8
広告宣伝費	294	0.7	276	1.2	△ 19	△ 6.4
地代家賃	3,116	6.9	1,957	8.4	△ 1,159	△ 37.2
減価償却費	570	1.3	529	2.3	△ 41	△ 7.1
旅費交通費	621	1.4	185	0.8	△ 436	△ 70.2
その他	2,359	5.2	1,804	7.8	△ 555	△ 23.5
販売管理費	20,248	44.8	14,531	62.6	△ 5,717	△ 28.2
営業利益	6,455	14.3	△ 2,890	-	△ 9,345	-

公表数字に対する達成率

売上高は概ね公表予想どおりで着地。利益面は公表予想を上回る

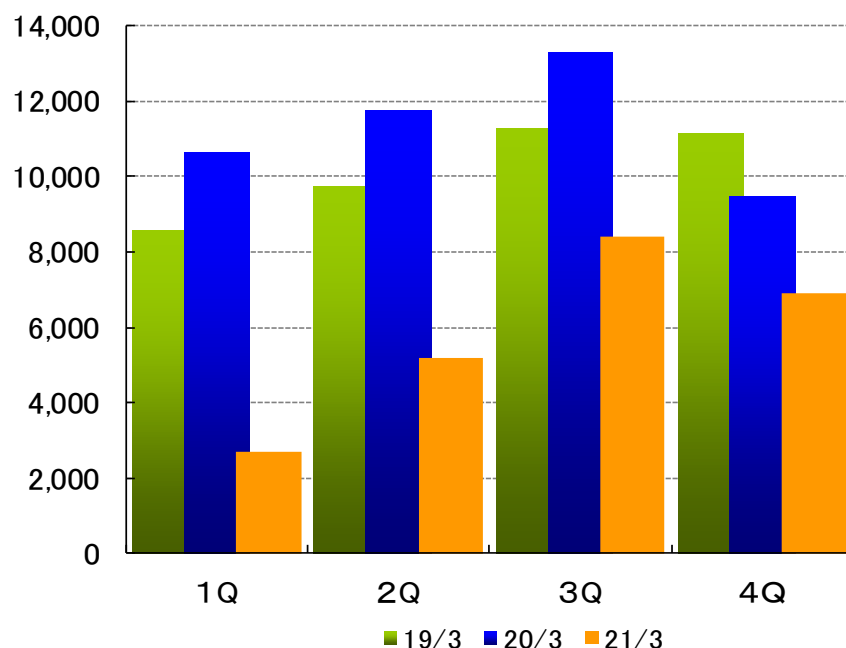
(百万円、%)	予想数値※		21年3月期		対予想数値	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	達成率
売上高	23,140	—	23,205	—	65	100.3
売上総利益	11,100	48.0	11,640	50.2	540	104.9
販売管理費	14,500	62.7	14,531	62.6	31	100.2
営業利益	△ 3,400	—	△ 2,890	—	510	—
経常利益	△ 1,370	—	△ 322	—	1,048	—
当期純利益	△ 900	—	△ 570	—	330	—

※ 予想数値は2020年11月4日公表数値

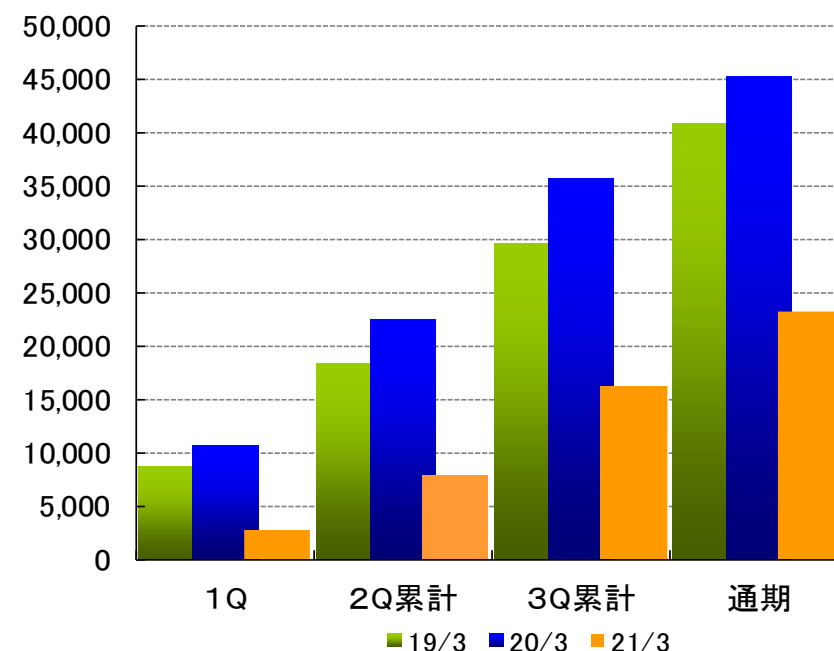
四半期業績の推移(売上高)

(4Q会計)緊急事態宣言の影響により売上の回復が鈍化

(百万円) 会計期間売上高の3期間比較



(百万円) 累計期間売上高の3期間比較

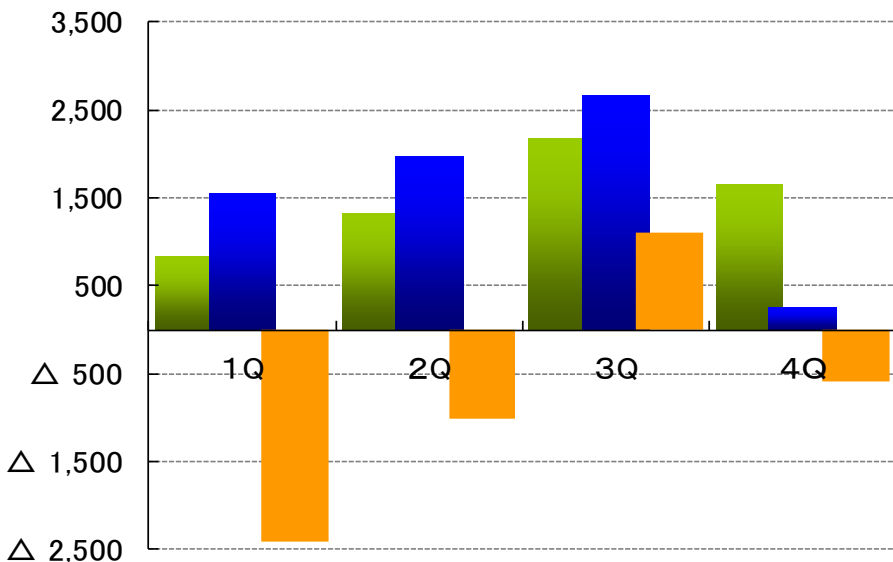


(百万円)	会計期間				累計期間			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q累計	3Q累計	通期
19/3	8,601	9,747	11,268	11,153	8,601	18,348	29,616	40,769
20/3	10,627	11,761	13,287	9,506	10,627	22,388	35,675	45,181
21/3	2,716	5,189	8,402	6,898	2,716	7,905	16,306	23,205
増減率	△74.4%	△55.9%	△36.8%	△27.4%	△74.4%	△64.7%	△54.3%	△48.6%

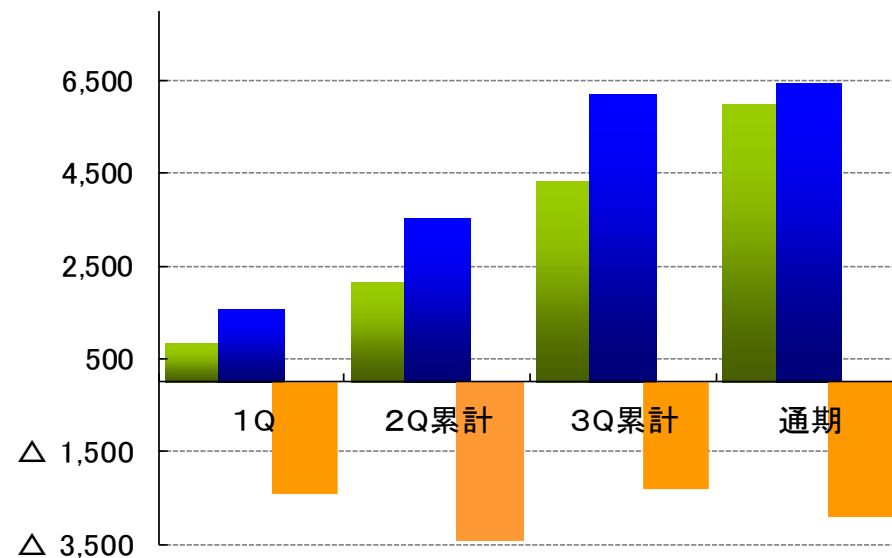
四半期業績の推移(営業利益)

(4Q会計)緊急事態宣言の影響により営業赤字

(百万円) 会計期間営業利益の3期間比較



(百万円) 累計期間営業利益の3期間比較



■ 19/3 ■ 20/3 ■ 21/3

■ 19/3 ■ 20/3 ■ 21/3

(百万円)	会計期間				累計期間			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q累計	3Q累計	通期
19/3	830	1,321	2,167	1,658	830	2,151	4,318	5,976
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
増減率	-	-	△ 58.3%	-	-	-	-	-

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
- 九十九島グループ
- その他

セグメント別業績(対前期)

各セグメント軒並み苦戦の中、ケイシイシイは通信販売の好調などにより他のセグメントと比べ減少幅が小さい

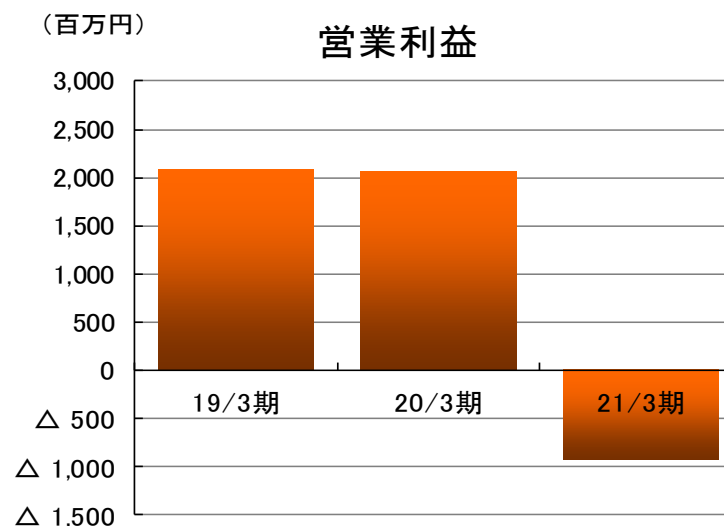
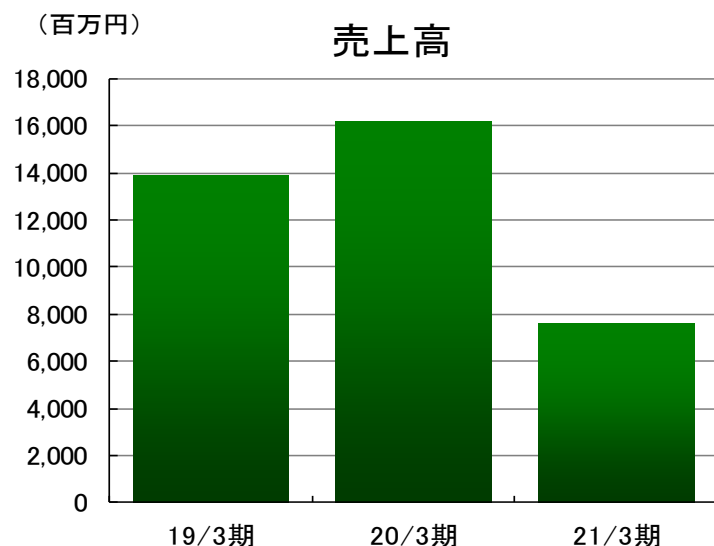
(百万円、%)	売上高				営業利益		
	20/3期	21/3期	増減額	増減率	20/3期	21/3期	増減額
シュクレイ	16,199	7,627	△ 8,572	△ 52.9	2,059	△ 930	△ 2,989
ケイシイシイ	12,700	8,177	△ 4,523	△ 35.6	1,292	△ 317	△ 1,609
寿製菓・但馬寿	10,572	4,935	△ 5,637	△ 53.3	1,352	△ 860	△ 2,212
販売子会社	6,176	2,139	△ 4,037	△ 65.4	523	△ 566	△ 1,090
九十九島グループ	4,522	2,047	△ 2,475	△ 54.7	374	△ 649	△ 1,023
その他 ※	812	539	△ 273	△ 33.6	△ 177	27	204
セグメント計	50,980	25,464	△ 25,517	△ 50.1	5,423	△ 3,295	△ 8,718
調整額	△ 5,800	△ 2,259	3,541	△ 61.1	1,032	405	△ 627
合計	45,181	23,205	△ 21,976	△ 48.6	6,455	△ 2,890	△ 9,345

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

《シュクレイ》

当期実績:売上高 **7,627**百万円(前期比**△52.9%**)営業利益 **△930**百万円(前期2,059百万円)

直営店舗や催事での自家需要対策の強化などに注力。また、通信販売の強化、キャンペーン展開による販促強化、売場改良などによるブランド訴求力の向上に努めた。出退店では、昨年8月に東京駅に開業した商業施設に新ブランド「COCORIS(ココリス)」を出店するなど計7店の出店及び5店の退店を実施。



シュクレイ

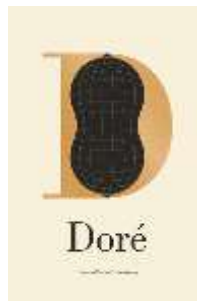
(百万円,%)	19/3期	20/3期	21/3期	対前期	
	金額	金額	金額	増減額	増減率
売上高	13,860	16,199	7,627	△ 8,572	△ 52.9
売上総利益	8,682	9,893	4,198	△ 5,695	△ 57.6
粗利率	62.6	61.1	55.0	△ 6.0	
販売管理費	6,592	7,834	5,128	△ 2,706	△ 34.5
営業利益	2,090	2,059	△ 930	△ 2,989	-



《シュクレイ》

既存店のレベルアップとコロナ収束後を見据えた新ブランドによる出店を加速

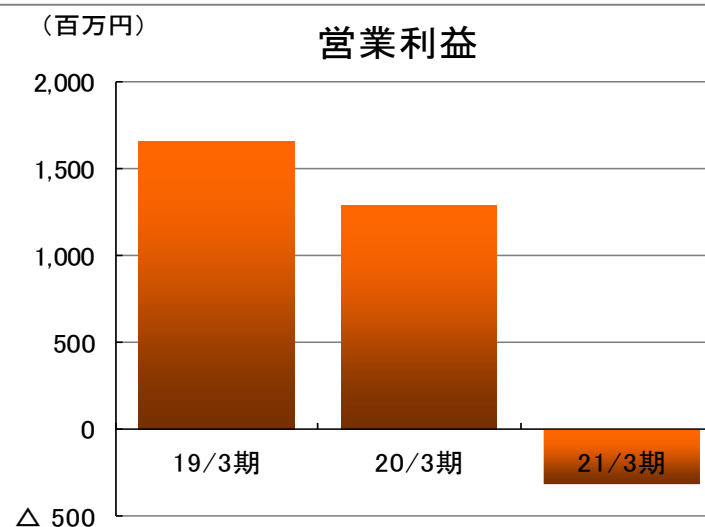
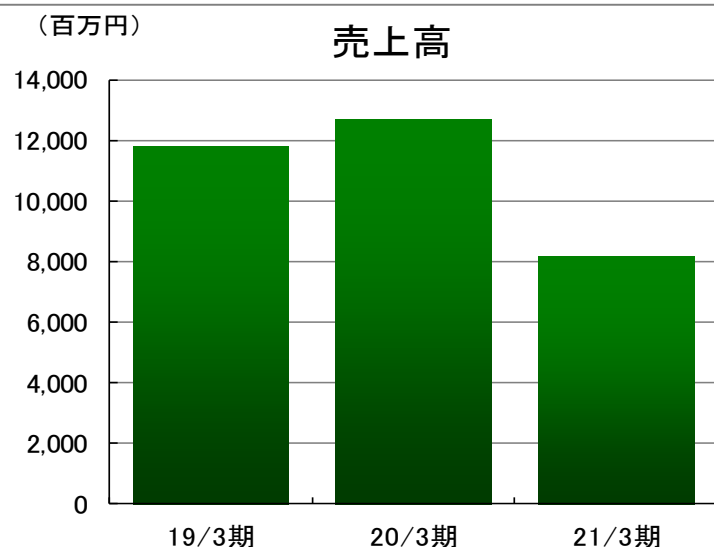
- ・既存店の更なるレベルアップ、催事及び卸展開の強化
- ・主要交通チャネル・百貨店で新ブランドを出店



《ケイシイシイ》

当期実績:売上高 **8,177**百万円(前期比**△35.6%**)営業利益 **△317**百万円(前期1,292百万円)

通信販売において、自社EC会員向けカタログの充実及びECモール対策の強化などに注力。また、直営店及び催事において、主力商品「ドゥーブルフロマージュ」を中心に自家需要対策の強化に努めた。出退店では、昨年8月に東京駅に開業した商業施設に新ブランド「PISTA&TOKYO(ピスタアンドトーキョー)」を出店するなど首都圏において計3店の出店及び1店の退店を実施。



ケイシイシイ

(百万円,%)	19/3期	20/3期	21/3期	対前期	
	金額	金額	金額	増減額	増減率
売上高	12,012	12,700	8,177	△ 4,523	△ 35.6
売上総利益	7,479	7,758	4,806	△ 2,952	△ 38.1
粗利率	62.3	61.1	58.8	△ 2.3	
販売管理費	5,927	6,466	5,123	△ 1,343	△ 20.8
営業利益	1,553	1,292	△ 317	△ 1,609	-



《ケイシイシイ》

LeTAO通販の強化と東京駅での新ブランド展開に注力

- ・通信販売はロイヤルカスタマー対策、ECチャネルでの強化を図る
- ・首都圏ブランドの認知度を高める



あんバターフィナンシェ



ピスタージュ

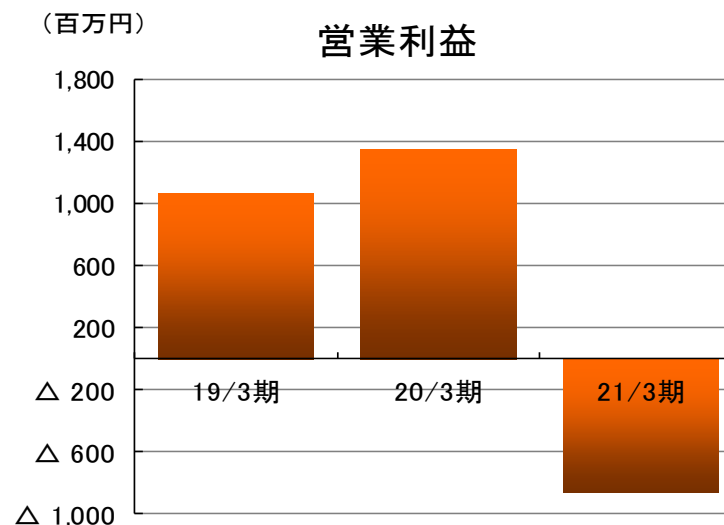
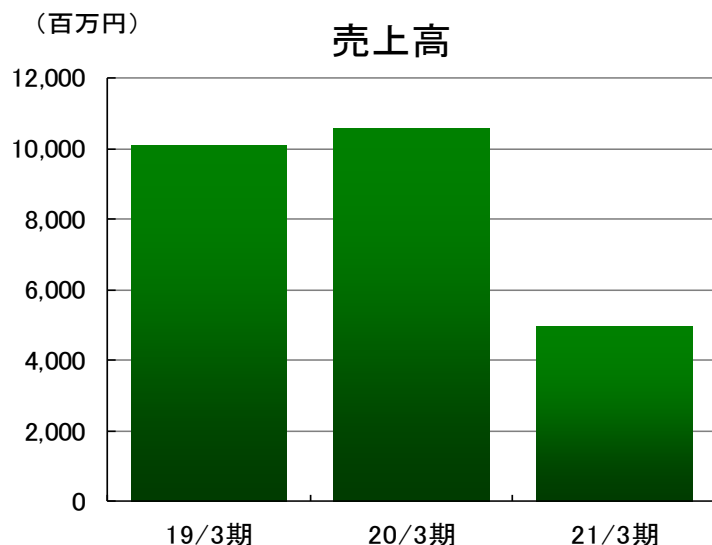


チーズケーキサンド

《寿製菓・但馬寿》

当期実績:売上高 **4,935**百万円(前期比**△53.3%**)営業利益 **△860**百万円(前期1,352百万円)

感染収束後に備えた新商品開発の強化に注力するとともに、スポーツニュートリション市場向けの商品開発など新たな販路拡大などに取り組んだ。



寿製菓・但馬寿

(百万円,%)	19/3期	20/3期	21/3期	対前期	
	金額	金額	金額	増減額	増減率
売上高	10,080	10,572	4,935	△ 5,637	△ 53.3
売上総利益	3,866	4,199	969	△ 3,229	△ 76.9
粗利率	38.4	39.7	19.6	△ 20.1	
販売管理費	2,793	2,847	1,829	△ 1,017	△ 35.7
営業利益	1,073	1,352	△ 860	△ 2,212	-

《寿製菓・但馬寿》

新商品開発を推進

- ・コロナ収束後に向けた既存ラインでの新商品の開発を推進
- ・大手ドラッグストア向けのプロテインバーなど新ジャンルの商品開発に注力



大山ハニーショコラベイクドバー

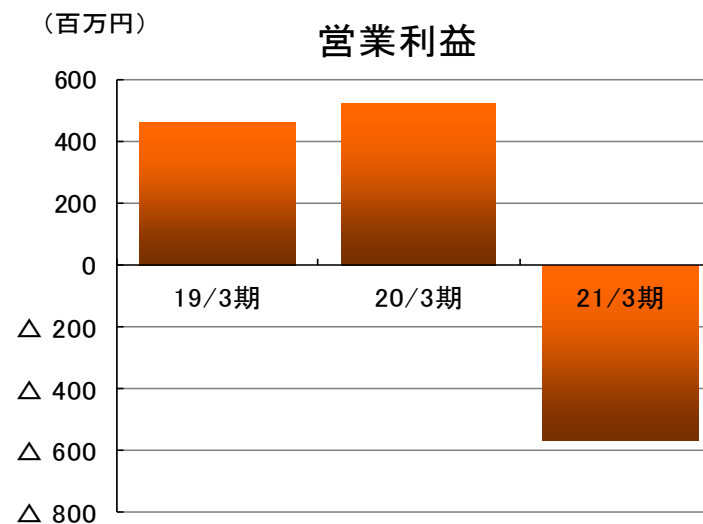
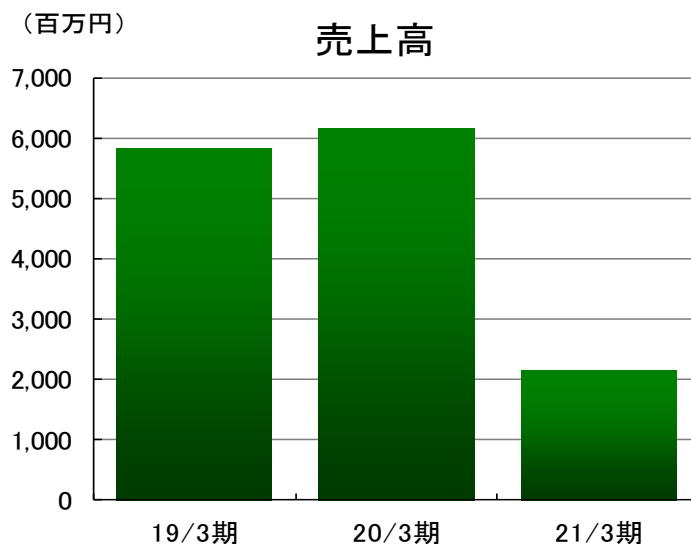


蒜山ジャージーヒルズ ミルクチーズタルト

《販売子会社》

当期実績:売上高 **2,139**百万円(前期比 $\Delta 65.4\%$)営業利益 $\Delta 566$ 百万円(前期523百万円)

感染収束後に備えた新商品開発の強化に注力するとともに、売場シェア拡大に向けた提案営業の強化などに注力。



販売子会社

(百万円,%)	19/3期	20/3期	21/3期	対前期	
	金額	金額	金額	増減額	増減率
売上高	5,829	6,176	2,139	$\Delta 4,037$	$\Delta 65.4$
売上総利益	2,057	2,224	625	$\Delta 1,599$	$\Delta 71.9$
粗利率	35.3	36.0	29.2	$\Delta 6.8$	
販売管理費	1,590	1,700	1,191	$\Delta 509$	$\Delta 30.0$
営業利益	467	523	$\Delta 566$	$\Delta 1,090$	-

《販売子会社》

通信販売での冷凍ケーキの販売を強化

- ・楽天市場・Amazon・Yahooショッピング・LINE GIFTなどECモールで自家用プレミアムスイーツの販売を強化



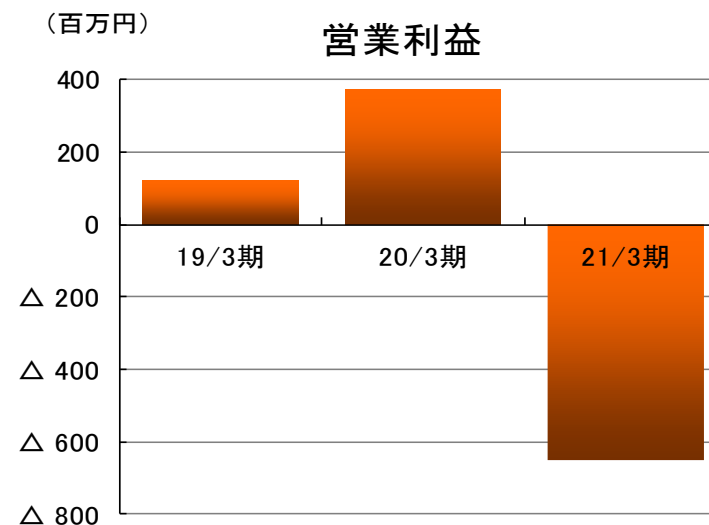
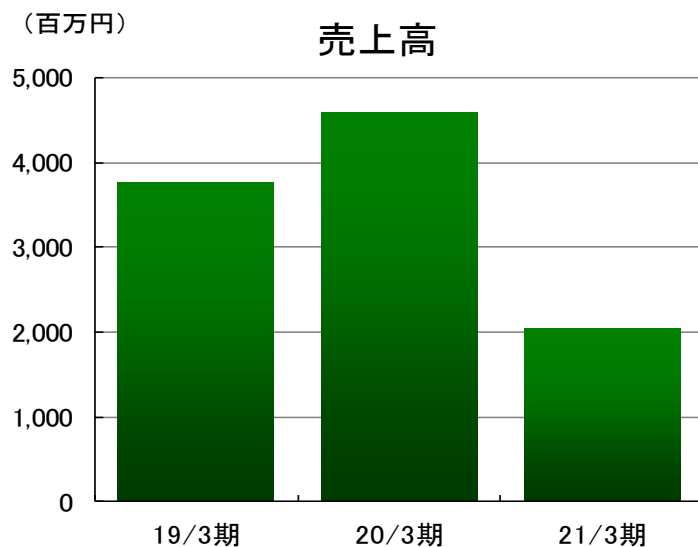
KONDITOREI KOBE ドン・プリン・フォルマッジ

KONDITOREI KOBE 神戸バニラフロマージュ -28-

《九十九島グループ》

当期実績:売上高 **2,047**百万円(前期比**△54.7%**)営業利益 **△649**百万円(前期374百万円)

感染収束後に備えた新ブランド及び新商品開発の強化に注力するとともに、催事出店の強化に努めた。新規出店では、本年3月に新ブランド「BUTTER & bee (バターアンドビー)」を博多駅マイングに出店。



九十九島グループ

(百万円,%)	19/3期	20/3期	21/3期	対前期	
	金額	金額	金額	増減額	増減率
売上高	3,759	4,522	2,047	△ 2,475	△ 54.7
売上総利益	1,709	2,127	650	△ 1,477	△ 69.4
粗利率	45.5	47.0	31.8	△ 15.3	
販売管理費	1,589	1,753	1,300	△ 453	△ 25.9
営業利益	120	374	△ 649	△ 1,023	-

《九十九島グループ》

主カブランド・新ブランドによる博多駅周辺の商業施設への展開を強化

- ・Ivorishブランドによるギフトスイーツの販売の強化
- ・新ブランドBUTTER&beeの認知度の向上に努める



フレッシュ・バターサンド



バターサブレ

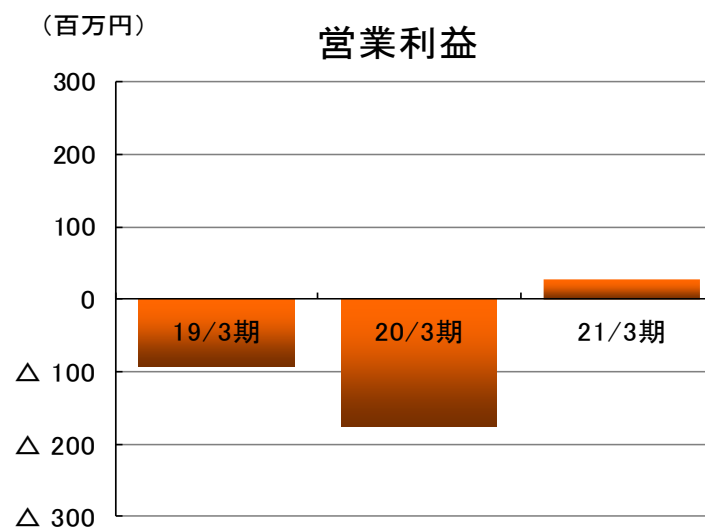
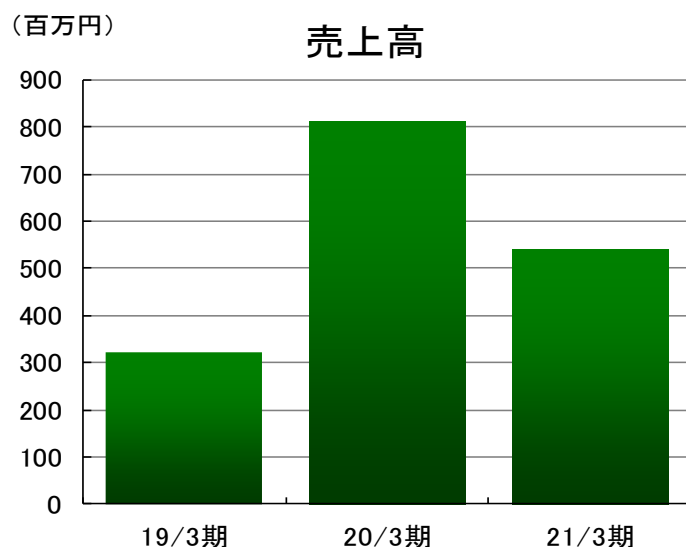


バターフィナンシェ

《その他》 <損害保険代理業、健康食品事業、海外(台湾・香港)菓子事業>

当期実績:売上高 **539**百万円(前期比 $\Delta 33.6\%$)営業利益 **27**百万円(前期 $\Delta 177$ 百万円)

損害保険代理業、健康食品事業、海外(台湾及び香港)における菓子事業が含まれている。香港事業は、現在清算手続き中。



その他

(百万円,%)	19/3期	20/3期	21/3期	対前期	
	金額	金額	金額	増減額	増減率
売上高	321	812	539	$\Delta 273$	$\Delta 33.6$
売上総利益	191	529	383	$\Delta 146$	$\Delta 27.6$
粗利率	59.6	65.1	71.1	5.9	
販売管理費	283	706	356	$\Delta 350$	$\Delta 49.6$
営業利益	$\Delta 91$	$\Delta 177$	27	204	-

《その他》

純藍

台湾菓子事業



TOKYO MILK CHEESE FACTORY
台湾 高雄漢神ドーム店(2020年12月)

健康食品事業(純藍事業)



新型コロナウイルス(SARS-CoV-2)に対する藍由来抽出物の不活化効果を確認 寿スピリッツ株式会社と奈良県立医科大学との共同研究により実証

2021年1月6日寿スピリッツIRリリース



貸借対照表

自己資本比率は、対前期比1.7ポイント減少の77.2%

(百万円、%)	19年3月期		20年3月期		21年3月期		対前期末	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
流動資産	13,202	50.9	13,444	50.1	12,615	50.4	△ 829	△ 6.2
固定資産	12,751	49.1	13,370	49.9	12,437	49.6	△ 933	△ 7.0
資産合計	25,954	100.0	26,814	100.0	25,052	100.0	△ 1,762	△ 6.6
流動負債	5,804	22.4	3,846	14.3	3,077	12.3	△ 769	△ 20.0
固定負債	1,855	7.1	1,803	6.7	2,634	10.5	830	46.1
負債合計	7,659	29.5	5,649	21.1	5,711	22.8	61	1.1
純資産	18,294	70.5	21,165	78.9	19,342	77.2	△ 1,823	△ 8.6
負債純資産合計	25,954	100.0	26,814	100.0	25,052	100.0	△ 1,762	△ 6.6
BPS(円)	587.87		680.11		621.53		△ 59	△ 8.6
設備投資額	2,185		2,041		540		△ 1,501	△ 73.5
減価償却費	1,234		1,459		1,420		△ 39	△ 2.7

キャッシュ・フロー計算書

キャッシュ期末残高は、対前期比982百万円減少の7,309百万円

(百万円、%)	19年3月期	20年3月期	21年3月期	対前期	
	通期	通期	通期	増減額	増減率
営業活動CF	4,697	6,578	83	△ 6,496	△ 98.7
投資活動CF	△ 2,434	△ 2,446	△ 605	1,841	△ 75.3
フリーCF	2,264	4,132	△ 522	△ 4,654	△ 112.6
財務活動CF	△ 1,352	△ 1,500	△ 463	1,037	△ 69.1
cashに係る換算差額	△ 0	△ 1	3	4	△ 482.9
cash増減	911	2,632	△ 982	△ 3,613	△ 137.3
cash期首	4,749	5,660	8,291	2,632	46.5
cash期末	5,660	8,291	7,309	△ 982	△ 11.8
有利子負債	433	180	966	786	436.5



業績予想について

2022年3月期の業績予想に関しましては、新型コロナウイルス感染症は依然として収束と拡大を国内全域で繰り返しており、更に、4月に入り4都府県を対象とした「緊急事態宣言」が再発令されたことに伴う移動自粛などの影響により、当社グループの事業活動は強く影響を受けております。このような状況下において、業績予想の合理的な算定は、極めて困難なことから、「未定」といたしております。業績予想の開示が可能となった段階で、速やかに開示いたします。

Memo



今後の経営方針

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全従業員が共有化し、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。本年度は新型コロナウイルス感染拡大防止のため、各社毎に発表会を実施後、社内報での動画共有を行いました。



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

2021年経営スローガン

オーバーザオーバー

**寿スピリッツグループはどん底から這い上がり
復活の狼煙を上げる年とする**

<今後の見通しと対処方針>

ワクチン接種の開始により、事態が鎮静化していくことが期待されるものの、4月に入り、まん延防止等重点措置の適用や緊急事態宣言の再発令などにより、予断を許さない状況が続くものと見込まれる。収束後には早期に成長軌道に乗せるべく、感染拡大期と収束期、それぞれのフェーズに、的確な対策を迅速に講じ、全従業員の総力を結集し、難局を乗り切っていく。

今後の経営方針

重点施策

1.新生寿十策の推進

ブランド価値の向上に拘り、需要喚起・創出と新成長エンジン創りに注力

<新生寿十策>

- ①商品力の超絶シンカ
- ②接客力の超絶シンカ
- ③売場力の超絶シンカ
- ④土産需要とインバウンド復活への準備(卸売・小売の売場拡大)
- ⑤新マーケット進出(ショッピングモール、アウトレットモール、百貨店など)
- ⑥自家需要対策の強化
- ⑦通信販売の強化
- ⑧新ジャンルの確立
- ⑨お客様用途への対応強化(季節イベント、中元・歳暮、ふるさと納税など)
- ⑩海外ビジネスの成功モデル創り

今後の経営方針

重点施策

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。

3.緊急事態フェーズ時における対応策の徹底

引き続き、感染症防止策を徹底するとともに、これまで推進してきたコスト削減、人員体制の最適化、適正在庫の確保、資金流動性の確保などの施策推進により、経営体質の一層の強化を図る。

出店情報



イチゴショップbyFRANÇAIS
ルミネ新宿店(2021年4月)



イチゴショップbyFRANÇAIS
東京ギフトパレット(2021年4月)



東京ミルクチーズ工場羽田空港第2ターミナルターミナル
ハイブリッド型店舗にリニューアル(2021年4月)



Ivorish博多阪急(2021年4月)



《ESG関連情報》

《指名・報酬諮問委員会の設置》

当社は、2021年5月13日開催の取締役会において、取締役会の諮問機関として任意の指名・報酬諮問委員会を設置することを決議いたしました。

●設置の目的

取締役(グループ会社含む)の指名・報酬等に係る評価・決定プロセスの透明性及び客観性を担保することにより、取締役会の監督機能の強化、コーポレートガバナンス体制の充実を図るため、任意の指名・報酬諮問委員会を設置するものです。

●委員会の役割

取締役会から諮問を受けた次に掲げる事項等(グループ会社含む)の審議、取締役会への答申を行います。

- (1)取締役会の構成・バランスに関する事項
- (2)取締役の選任及び解任に関する事項
- (3)代表取締役及び役付取締役の選定及び解職に関する事項
- (4)社外取締役の独立性判断基準に関する事項
- (5)指名・報酬諮問委員会の委員の選定及び解職に関する事項
- (6)後継者計画に関する事項
- (7)取締役の報酬決定の方針及び手続に関する事項
- (8)取締役の報酬の内容に関する事項
- (9)その他、取締役会が必要と判断した事項

●委員会の構成

取締役会が選定した3名以上の取締役で構成され、その過半数は、独立社外取締役とします。また、委員長は取締役会の決議により独立社外取締役から選定いたします。

●設置日 2021年6月22日

《新任社外取締役候補者の選任》

当社は、経営の透明性及び健全性を更に向上させ、コーポレート・ガバナンス体制の一層の強化を図ることを目的として、社外取締役1名を増員することといたしました。本件につきましては、2021年6月22日開催予定の定時株主総会の承認をもって正式に決定される予定です。

①新任社外取締役候補者の氏名及び略歴

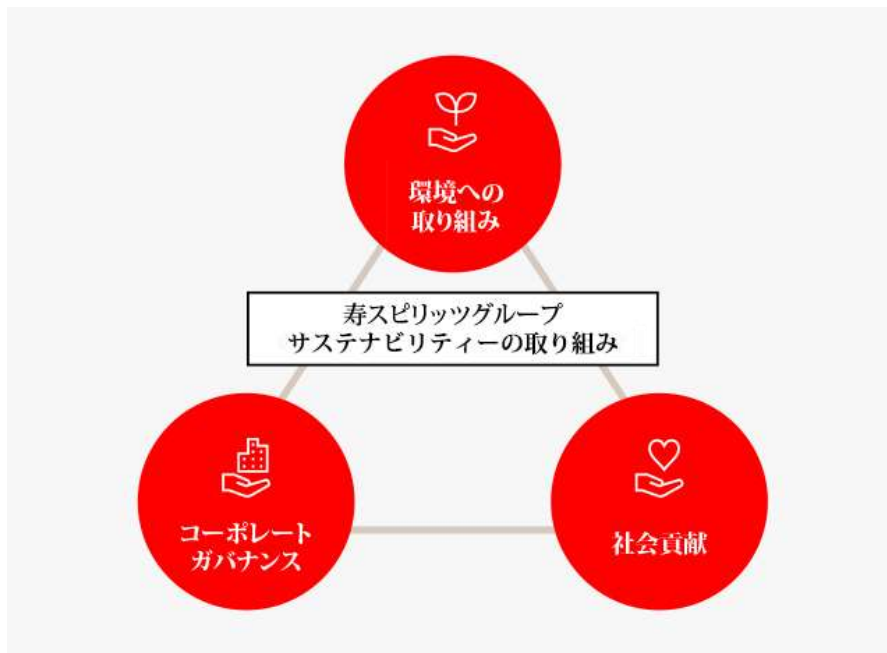
氏名	略歴	
よしもと めぐみ 好本 恵	1976年4月 1981年6月 1984年4月 2000年4月 2002年4月	日本放送協会(略称:NHK)入局 フリーアナウンサー(現任) 日米会話学院『日本語教師養成講座』講師 NHK文化センター講師(現任) 早稲田大学教育学部非常勤講師、十文字学園女子大学非常勤講師
	2007年4月 2008年4月	立正大学非常勤講師『教職特講』(現任) ヒューマンサイエンス振興財団(現一般財団法人日本医薬情報センター)動物実験実施施設認証センター運営委員会委員(現任)
	2015年4月	十文字学園女子大学人間生活学部文芸文化学科教授
	2020年4月	十文字学園女子大学教育人文学部文芸文化学科教授(現任)

②選任理由

好本恵氏は、上記の経歴を有し、アナウンサーとしての長年の経験や複数の大学の講師・教授を務めるなど、これまで培ってきた豊富な経験と幅広い知見に加え、女性ならではの視点により、中立的及び客観的な立場から当社の経営に反映していただけるものと判断し、社外取締役として選任をお願いするものであります。

《サステナビリティ開示の充実》

寿スピリッツのコーポレートサイトでサステナビリティの取り組み及びESGデータの開示を致しました。事業を通じて経営理念「喜びを創り喜びを提供する」を実践し、社会に必要とされる存在であり続けることこそ、社会的責任を果たすことであると捉えており、サステナビリティを最重要テーマの一つと位置付け、取り組んでまいります。



食品廃棄物のリサイクル

寿スピリッツグループの専製菓は、工場から排出される菓子くずなどの食品残渣を収集運搬許可業者によって回収し、食品リサイクル法第11条の登録を受けた再生利用事業者によって破砕・混合後、完全密閉型発酵槽によって発酵され、再生堆肥に生まれ変わります。この堆肥は地域の農圃や園芸などに供給され、優良野菜育苗に貢献し、食品残渣を資源として循環サイクルを作っています。



寿スピリッツグループサステナビリティ
QRコードを読み取ってご覧ください。



株式の状況・株主還元

株式の状況

(2021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 9,636名

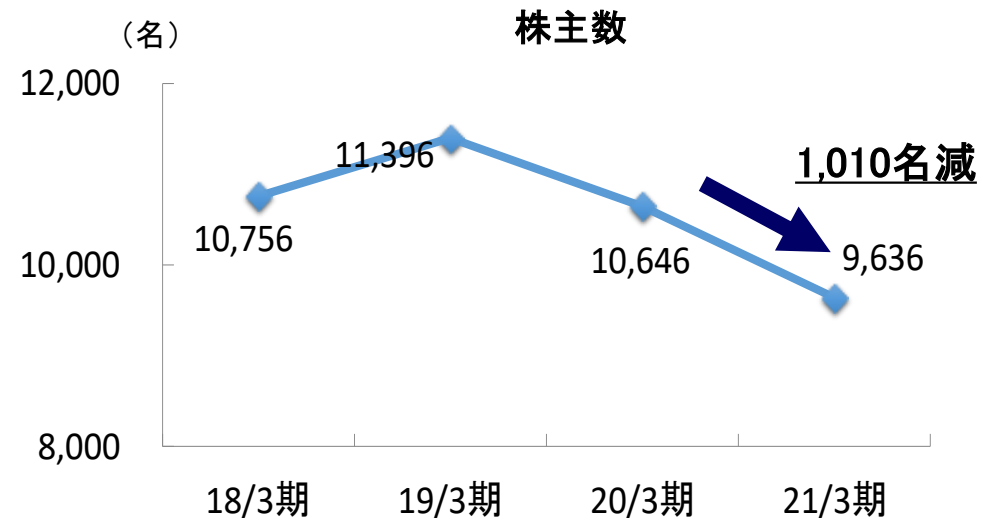
(対前期末比 1,010名減)

■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)	2,137,300	6.87
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT	1,394,364	4.48
株式会社日本カストディ銀行 (信託口) <small>(注2)</small>	1,257,700	4.04
株式会社山陰合同銀行	900,000	2.89

(注1)出資比率は、自己株式2,164株を除く

(注2)日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社は、2020年7月27日付で、JTCホールディングス株式会社および資産管理サービス信託銀行株式会社と合併し、商号を株式会社日本カストディ銀行に変更しております。



株主還元

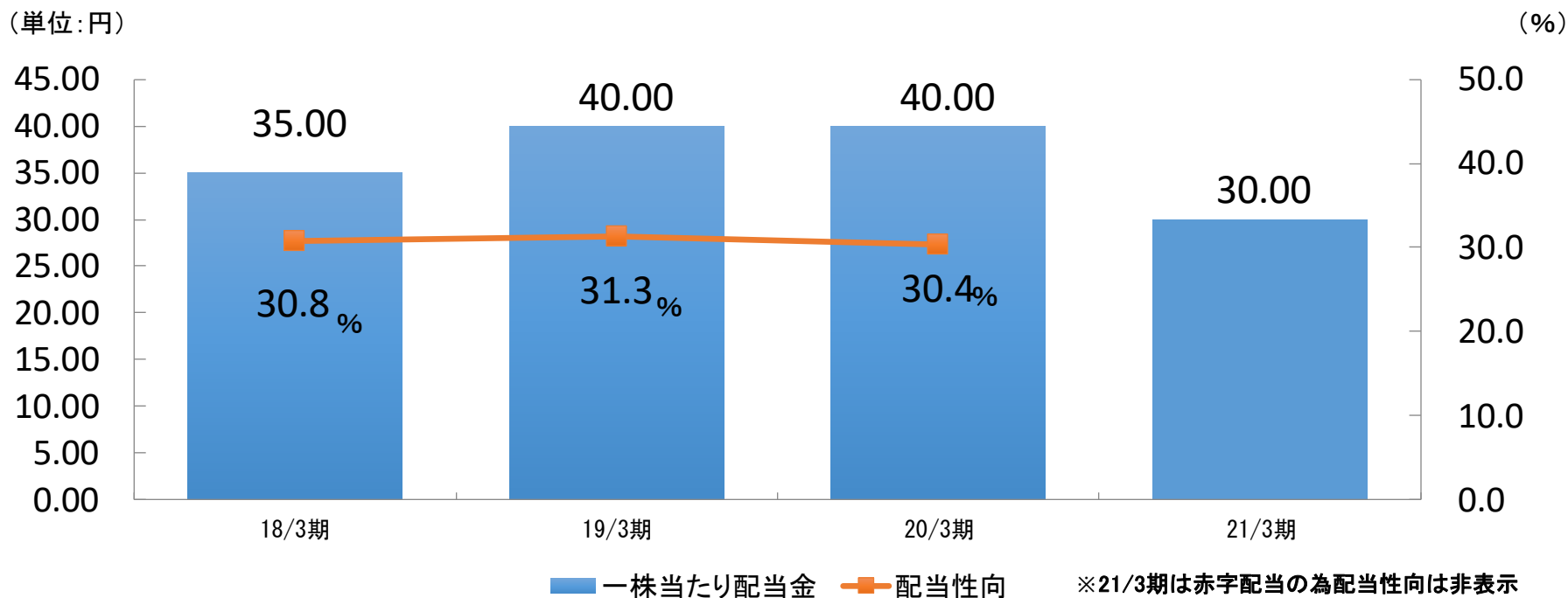
2022年3月期の配当予想については、業績予想の開示が可能になった段階で速やかに開示する予定です。

■ 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。

■ 2021年3月期1株当たり配当金 30円

一株当たり配当金・配当性向推移



株主優待制度について

当社では、毎期3月末現在、当社株式を100株以上ご所有の株主様に対し、次のとおり株主優待をお贈りいたします。

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

【2021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(東証第一部)
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8名・連結1,583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	232億円(2021年3月期)

沿革(1)

- 1952年4月 (昭和27年) 鳥取県米子市角盤町に**寿製菓株式会社**を設立し、飴菓子等の製造を開始。
- 1959年4月 (昭和34年) 観光土産菓子部門に進出。
- 1968年11月 (昭和43年) 銘菓“**因幡の白うさぎ**”を発売し、観光土産用菓子の高級化に取り組む。
- 1972年4月 (昭和47年) 石川県加賀市に株式会社コトブキを設立。その後西日本を中心に販売子会社を順次設立し全国に販売網を広げる。
- 1979年5月 (昭和54年) 現在地(鳥取県米子市)に本社工場を新築移転。
- 1987年3月 (昭和62年) 兵庫県美方郡新温泉町に**株式会社但馬寿**を設立。
- 1988年 (昭和63年) 地元特産の果物を使い、その土地限定で販売する『草冠のない菓子=菓子』をコンセプトに、他社との差別化展開を図る。【旅の味覚の演出家】
- 1993年4月 (平成5年) 鳥取県米子市に製造工程を見学できる大型販売施設『**お菓子の壽城**』を設置。小売事業に本格着手。
- 1994年11月 (平成6年) ジャスダック上場。
- 1996年4月 (平成8年) 北海道千歳市に株式会社コトブキチョコレートカンパニー(現**株式会社ケイシイシイ**)を設立し北海道へ本格進出。製造拠点としてチョコレート、ラングドシャのアイテムが加わる。



“因幡の白うさぎ”



寿製菓(株) 本社工場



お菓子の壽城

沿革(2)

- 1998年6月 (平成10年) 創業100年老舗商標を譲受け、東京都中央区に株式会社つきじちとせを設立。東京和菓子ブランド展開に着手。
- 北海道小樽市に株式会社ケイセイシイが『小樽洋菓子舗ルタオ』を設置。洋菓子小売専門店立上げ。
- 2005年2月 (平成17年) 営業譲受けにより株式会社九十九島エスケイファーム他3社より菓子の製造・販売事業を継承し、株式会社九十九島グループスタート。
- 2006年10月 (平成18年) 寿スピリッツ株式会社に社名変更、会社分割により純粋持株会社体制に移行。
- 2011年12月 (平成23年) 東京都港区に株式会社シュクレイを設立。
- 2012年1月 (平成24年) 株式会社つきじちとせが、株式会社シュクレイに事業の一部を譲渡し解散。
- 2012年11月 (平成24年) 台湾台北市に台湾北壽心股份有限公司を設立。
- 2013年4月 (平成25年) 東京証券取引所市場第二部に上場。
- 2014年4月 (平成26年) 東京証券取引所の市場第一部に銘柄指定。
- 2014年9月 (平成26年) 東京都港区に純藍株式会社を設立。
- 2016年1月 (平成28年) 株式会社フランセの全株式を取得して子会社化。
- 2017年4月 (平成29年) 株式会社シュクレイが株式会社フランセを吸収合併。
- 2018年11月 (平成30年) 合併会社の持分取得によりHoney Sucrey Limitedを子会社化。



小樽洋菓子舗ルタオ



“ドゥーブルフロマーヂュ”

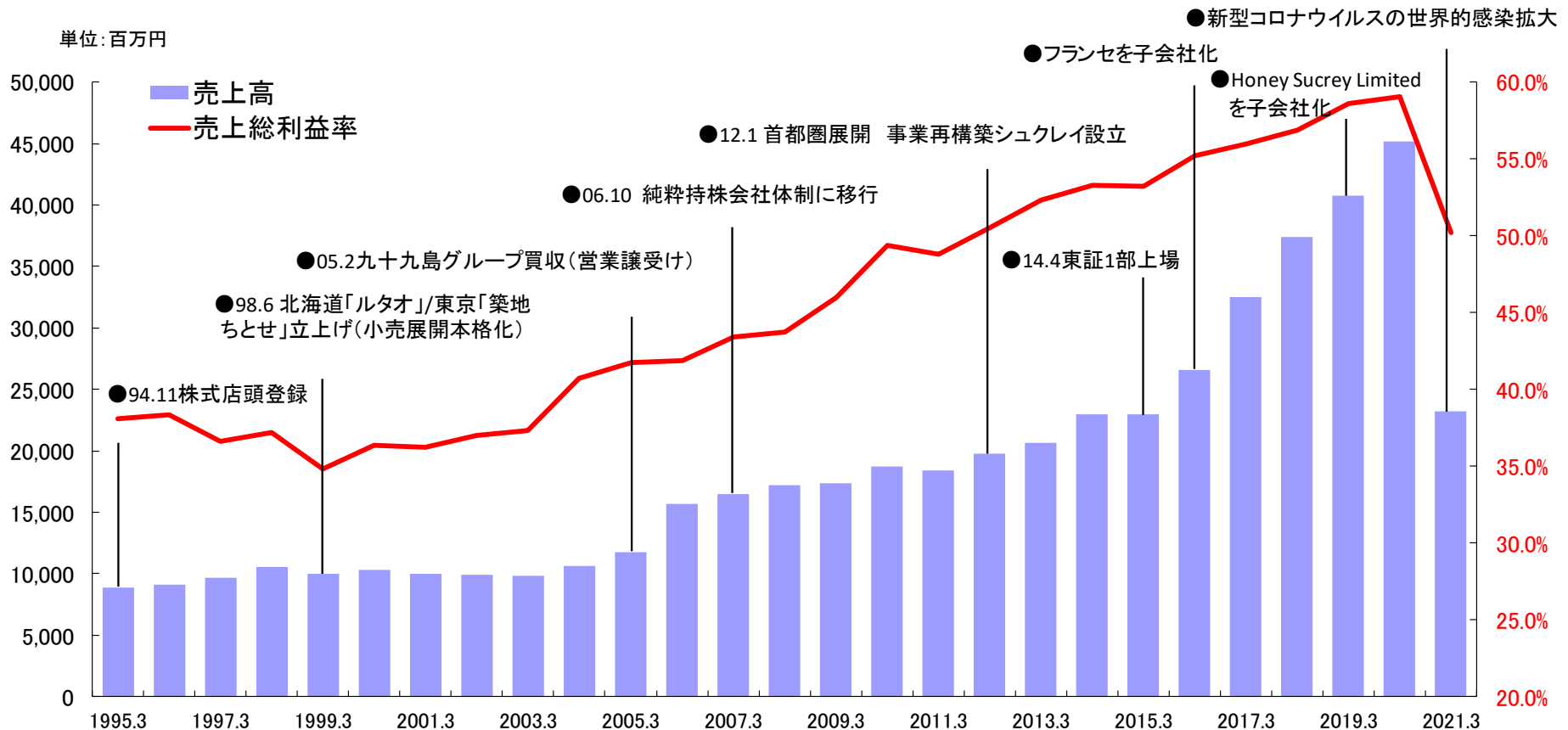


“九十九島せんぺい”

寿スピリッツグループの変遷①

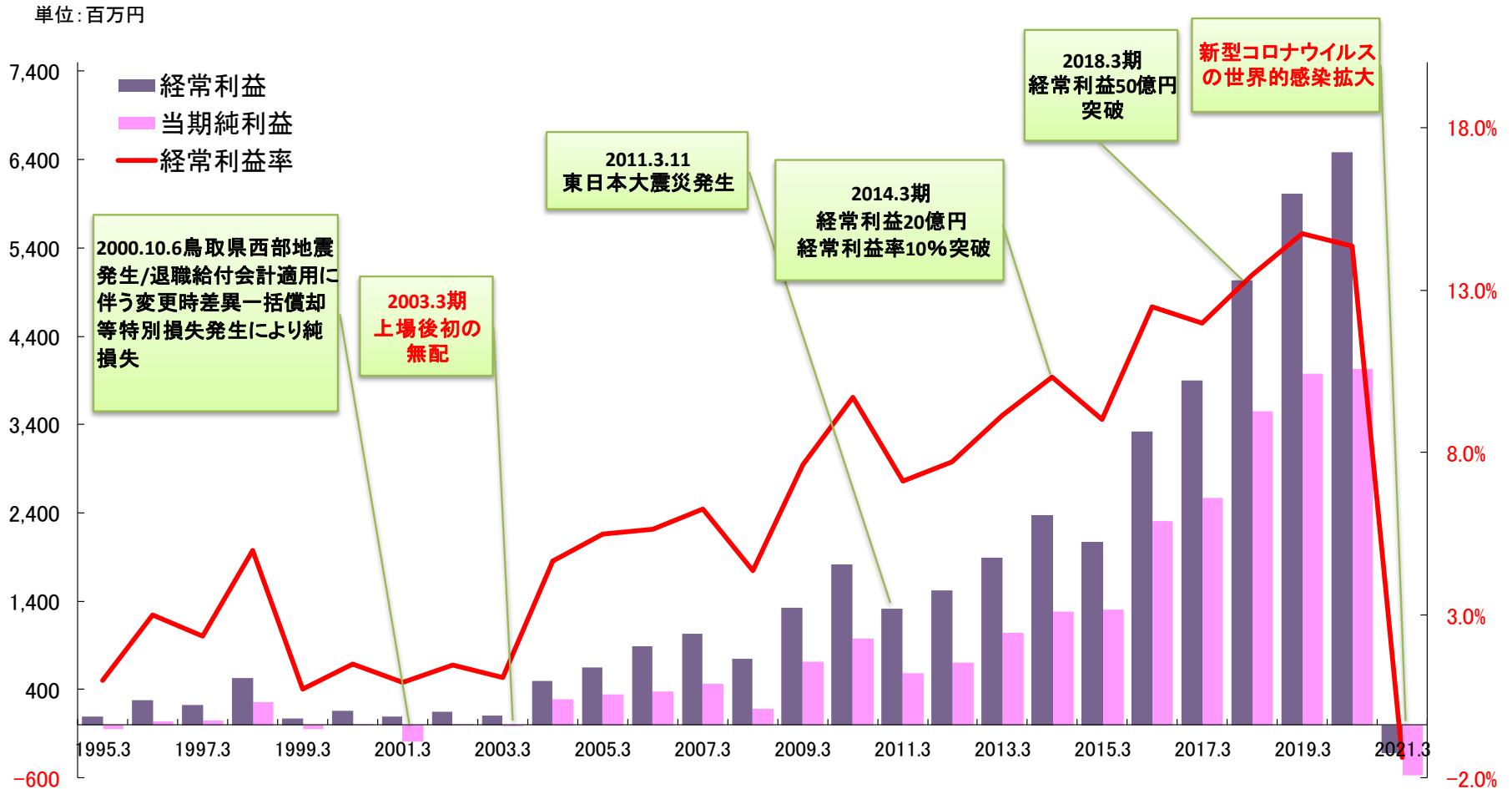
製造卸から製造小売へ事業モデルを転換 / 高粗利益率経営を推進

2021年3月期は新型コロナウイルスの感染拡大の影響受け、売上総利益率が大幅減



寿スピリッツグループの変遷②

2021年3月期は新型コロナウイルスの感染拡大の影響受け純損失を計上



Memo



主要ショップブランド

お菓子の**壽城**



(山陰)

KÄNOZA
IZUMO

(山陰)



(北海道)

Ivorish

Premium French Toast

(福岡・東京)



(佐世保・福岡)



(東京)



(東京)



(神戸)



(東京)



FRANÇAIS
(東京)

主力商品一例



Nostalgic Modern
LeTAO
Nostalgic Sweets Master

「ドゥーブルフロマージュ」



寿製菓株式会社



「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」



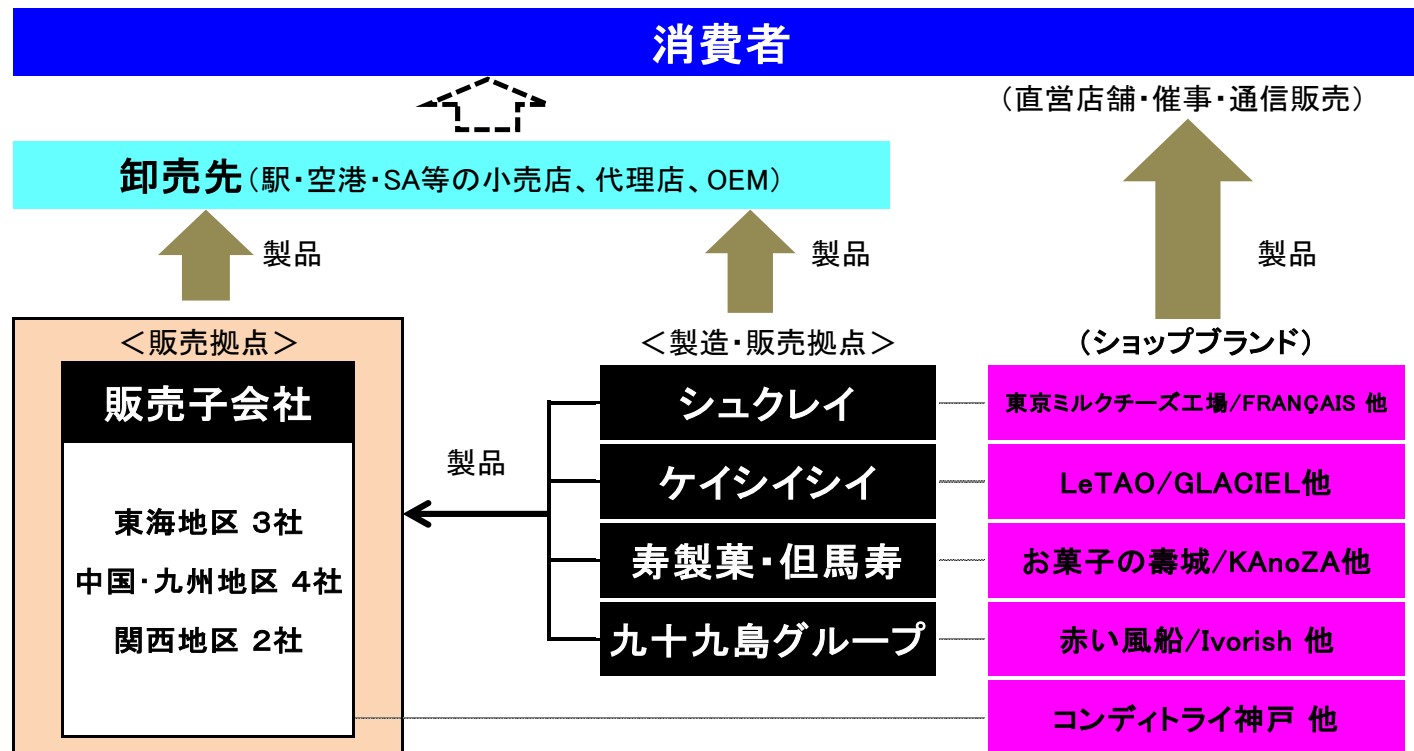
「九九島せんべい」

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)、その他セグメントは除いている。



熱狂的ファンづくりの取り組み事例

「熱狂的ファンづくり」とは、経営理念「喜びを創り喜びを提供する」の行動指針を言い表した標語であります。



《シュクレイ》

●ブランドオリジナルマスク着用での接客販売

シュクレイでは、新型コロナウイルス感染拡大の予防の為、全販売員同志がマスクを着用した接客販売を行っています。オリジナルデザインのマスクはブランド毎にデザインが異なり、各ブランドの世界観を表現しています。また、マスクの下はいつも通りの笑顔で接客を行っています。



《寿製菓・但馬寿》



●うさぎ型アルコールディスペンサーの設置

寿製菓の鳥取大丸エアポート店ではうさぎの型のアルコールディスペンサーを設置しています。小さなお子様から大人の方まで楽しみながら感染予防対策にご協力頂いています。



《九十九島グループ》

KUJUKUSHIMA GROUP

株式会社 九十九島グループ

●笑顔バッジの作成

九十九島グループでは、マスクを着用しての接客が日常となっている中においても、スタッフ達の素晴らしい笑顔をお届けできないかと考え、スタッフそれぞれの笑顔を生かして、着用して販売を行っています。



《寿財団》

公益財団法人 **寿財団**
KOTOBUKI Foundation /

●公益財団法人寿財団のご紹介

弊社代表取締役社長河越誠剛が理事長を務める公益財団法人寿財団は、奨学金の給付を通じてより良い社会の構築に寄与すべく2019年2月に設立されました。

学業優秀であるにもかかわらず、経済的な理由で学費の支弁が困難な首都圏の大学に学ぶ学生に対して返還義務のない奨学金を給付することで、学業の奨励を図り、将来有望な優れた人材の育成に寄与してまいります。



奨学金の給付を通じて
より良い社会の構築に寄与いたします

詳しい情報につきましては公益財団法人寿財団のホームページをご覧ください。

<http://kotobukizaidan.org/>



Memo

“SUN KISSED SWEETS”

