



喜びを創り喜びを提供する

寿スピリッツ株式会社

寿スピリッツ株式会社

2023 年 3 月期決算説明会

2023 年 5 月 16 日

イベント概要

[企業名]	寿スピリッツ株式会社		
[企業 ID]	2222		
[イベント言語]	JPN		
[イベント種類]	決算説明会		
[イベント名]	2023 年 3 月期決算説明会		
[決算期]	2023 年度 通期		
[日程]	2023 年 5 月 16 日		
[ページ数]	39		
[時間]	11:00 – 11:55 (合計：55 分、登壇：25 分、質疑応答：30 分)		
[開催場所]	103-0025 東京都中央区日本橋茅場町 2-6-1 日経茅場町別館 B1 (日本証券アナリスト協会主催)		
[会場面積]	238 m ²		
[出席人数]	40 名		
[登壇者]	2 名 代表取締役社長 河越 誠剛 (以下、河越) 常務取締役 グループ経営管理本部長 松本 真司 (以下、松本)		

サポート

日本	050-5212-7790	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasia.com

[アナリスト名]*	東海東京調査センター	荒木 健次
	いちよし経済研究所	吉田 正夫
	H&L リサーチ	有賀 泰夫
	SMBC 日興証券	皆川 良造

*質疑応答の中で発言をしたアナリストの中で、SCRIPTS Asia が特定出来たものに限る

サポート

日本	050-5212-7790	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasia.com



登壇

司会：ただいまから、寿スピリッツ株式会社様の 2023 年 3 月期決算説明会を開催いたします。

最初に、同社からお迎えしておりますお二方をご紹介します。代表取締役の河越誠剛様です。

河越：河越です。よろしくお願いいたします。

司会：常務取締役の松本真司様です。

松本：松本です。よろしくお願いいたします。

司会：本日はご説明いただいた後、質疑応答の時間とさせていただきます。本日はお二方からご説明いただきます。よろしくお願いいたします。

Kotobuki Spirits Co.,Ltd.

2023年3月期 業績ハイライト

2023年3月期 通期業績

経常利益は前期比**3.5倍**の**10,296**百万円となり、初めて100億円を突破！

経常利益率は**20.5%**となり、初めて目標数値の20%を突破！

●行動制限の緩和を追い風に、売上高は50,155百万円(前期比155.8%)、当期純利益は7,018百万円(前期比366.4%)となり、ともに3期ぶりに最高値を更新。売上高は初めて500億円を突破！。

●シュクレイの売上高は、20,699百万円(前期比173.1%)、営業利益は4,144百万円(前期比477.2%)となり、グループV字復活に大きく貢献。

●インバウンド売上高(国際線ターミナル売店卸売上高)は、1,978百万円(20/3期比36.8%)となり、昨年10月からの入国制限の緩和により回復基調に。

-2-

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

 **SCRIPTS**
Asia's Meetings, Globally

松本：本日は弊社の2023年3月期、決算期でいくと第71期の決算説明会ご参加いただきましてありがとうございます。はじめに、私から決算の振り返り、それと来期の業績予想、ガイダンスについてご説明させていただきたいと思います。

はじめに、業績ハイライトです。特徴的な点としては、経常利益が前期比3.5倍の102億9,600万円となって、初めて100億円を突破したこと、また経常利益率が20.5%となり、初めて目標値である20%を突破したこと、この二つが大きなハイライトかなと考えております。

その中で、本日私からお伝えしたいことが大きく3点です。一つは、行動制限の緩和に伴って、人流が回復して、売上面、利益面とも3期ぶりに過去最高値を更新できたことです。

二つ目に、シュクレイの躍進によって、グループのV字回復に大きくシュクレイが貢献できたことです。三つ目に、インバウンド売上高が、昨年10月からの入国制限の緩和によって回復基調に推移していることです。

大きくこの3点を中心に、お伝えしていきたいと考えております。

Kotobuki Spirits Co., Ltd.

業績サマリー

すべての指標で2020年3月期を上回り、過去最高値を更新

(百万円、%)	19年3月期	20年3月期	21年3月期	22年3月期	23年3月期
売上高	40,769	45,181	23,205	32,192	50,155
(対前期比)	(+9.1%)	(+10.8%)	(△48.6%)	(+38.7%)	(+55.8%)
営業利益(△損失)	5,976	6,455	△2,890	1,403	9,952
(対前期比)	(+19.2%)	(+8.0%)	(－)	(－)	(+609.4%)
経常利益(△損失)	6,012	6,475	△322	2,921	10,296
(対前期比)	(+19.1%)	(+7.7%)	(－)	(－)	(+252.4%)
当期純利益(△損失)※	3,972	4,100	△570	1,916	7,018
(対前期比)	(+12.4%)	(+3.2%)	(－)	(－)	(+266.4%)
売上高経常利益率(%)	14.7	14.3	△1.4	9.1	20.5
EPS (円)	127.64	131.76	△18.30	61.56	225.52
BPS (円)	587.87	680.11	621.53	654.15	852.13
ROE (%)	23.5	20.8	△2.8	9.7	29.9

※当期純利益(△損失)＝親会社株主に帰属する当期純利益(△損失) ※他の資料箇所も同様

※「収益認識に関する会計基準」等を前期から適用しており、22/3期及び23/3期に係る数値は、当会計基準適用後の数値となっております。

-3-

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

 **SCRIPTS**
Asia's Meetings, Globally

業績サマリーです。5年間分のサマリーをつけているのですが、過去をもう少し長いスパンで振り返っていただきたいと思います。10年間の業績推移ということで、当社の特徴でもある理念経営をベースとした人材力、組織力、現場力のレベルアップを基軸に、プレミアムギフトスイーツの創造と育成に邁進していった成果が、この数字に表れていると考えております。

Kotobuki Spirits Co., Ltd.

補足資料: 10年間の業績推移①

売上総利益率は60.0%、10年間で6.7ポイント上昇



-補足-

サポート

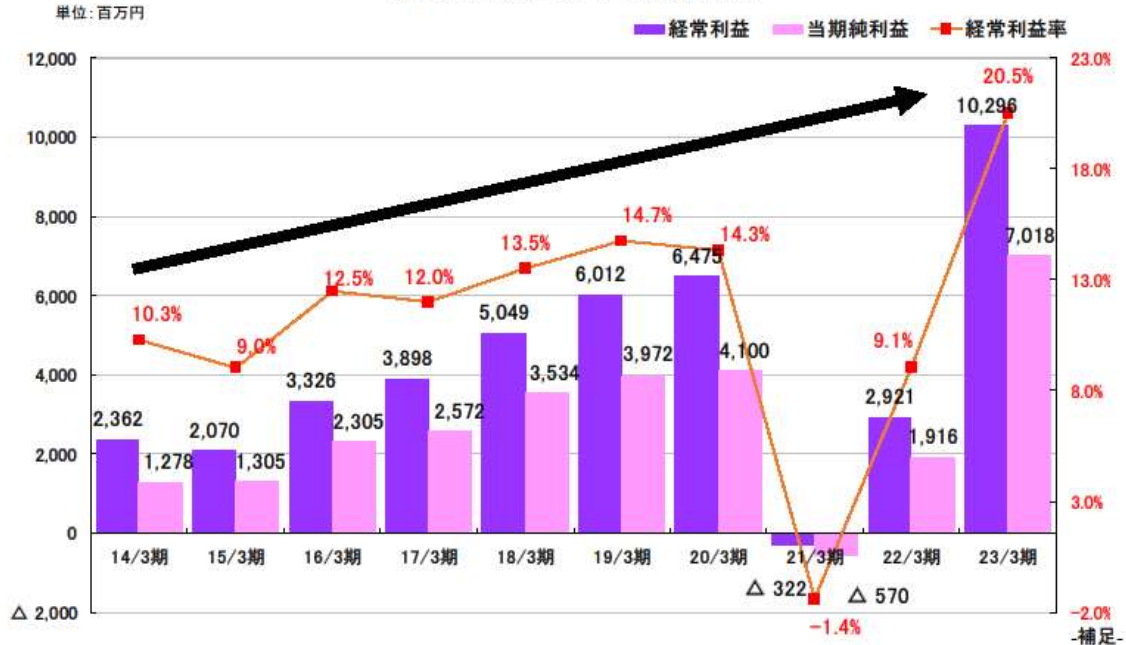
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

SCRIPTS
 Asia's Meetings, Globally

補足資料: 10年間の業績推移②

経常利益は、初めて100億円を突破！ 経常利益率は目標値の20%を突破！

経常利益(率)・当期純利益



特に売上総利益率は、10年前の2014年3月期の53.3%から、23年3月期が60%、10年間で6.7ポイント上昇できています。先ほど言った、プレミアムギフトスイーツのビジネスを中心に、特にこの製造小売での首都圏での展開強化が非常に順調にしていること、また、生産効率の改善によって生産性が向上できていることが、粗利率改善の要因となっております。

また、利益面では、経常利益率は2014年3月期が10.3%と、初めて10%を突破したのです。このときに、次の経常利益率20%という目標値をかけ、10年でこの経常利益率20%が達成できたのが特徴です。

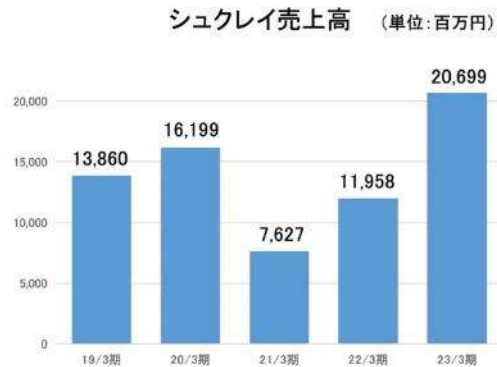
このコロナ禍、特に21年3月期が非常にコロナの影響を強く受けて、赤字決算を余儀なくされました。ですが、こういった中においても、この当社グループの中で重点施策を愚直にというか、積極的に推進しながら、またこういった影響を受ける時期に生産効率や販売効率の見直しを積極的に行ってきたことによって、より経営体質を強固なものにできたのかなと、その結果が当期の利益率の改善に表れていると考えております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

トピックス①(シュクレイがグループの成長を牽引)

好立地への新規出店、催事展開等を積極的に推進してきたシュクレイ
人流回復を追い風に、売上高は初めて200億円を突破



ザ・メープルマニア ららぽーとEXPOCITY催事店

(百万円、%)	19年3月期	20年3月期	21年3月期	22年3月期	23年3月期	対前期	
						増減額	増減比
売上高	13,860	16,199	7,627	11,958	20,699	8,741	73.1%
国内卸売	3,740	4,666	1,196	1,846	4,310	2,464	133.5%
国内小売	9,086	10,423	5,294	8,033	13,568	5,535	68.9%
通信販売	276	356	647	1,265	1,712	447	35.4%
海外卸売	492	437	319	436	633	197	45.2%
セグメント間内部売上	266	318	169	378	476	98	25.9%

-5-

次に、当社グループのトピックスを大きく二つ、資料の方に掲げております。

先ほど言った首都圏展開の強化の中で、特にシュクレイの躍進が挙げられます。このコロナ禍で、好立地支店への積極的な展開、また大型催事展開を積極的に行ってきたことが、シュクレイの業績の好調要因になっております。

売上高が206億9,900万、対前期比73.1%と、初めてシュクレイも売上高が200億円を超える状況となっております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

トピックス②(グループの総力を挙げた東京駅エリアでの積極展開が奏功)

東京駅エリアのグループ常設店舗数は、20/3期 3店舗から12店舗に拡大
(2023年3月末現在)

	ブランド名	運営会社	出店施設	OPEN日
1	ザ・メープルマニア	シュクレイ	グランスタ東京	16/7月 リニューアルOPEN
2	東京ミルクチーズ工場	シュクレイ	グランスタ東京	22/4月 リニューアルOPEN
3	COCORIS	シュクレイ	グランスタ東京	20/8月 OPEN
4	Now on Cheese♪	KCC	グランスタ東京	20/8月 OPEN
5	Ivorish	九十九島グループ	グランスタ東京	22/4月 OPEN
6	岡田謹製あんバター屋	KCC	東京ギフトパレット	20/8月 OPEN
7	PISTA&TOKYO	KCC	東京ギフトパレット	20/8月 OPEN
8	洋菓子のフランセ	シュクレイ	東京ギフトパレット	20/8月 リニューアルOPEN
9	nekochef	シュクレイ	東京ギフトパレット	20/8月 OPEN
10	いちごショップbyFRANÇAIS	シュクレイ	東京ギフトパレット	21/4月 OPEN
11	バターパトラ	シュクレイ	東京ギフトパレット	21/6月 OPEN
12	コートクール	シュクレイ	東京ギフトパレット	22/11月 OPEN



岡田謹製あんバター屋 東京ギフトパレット店



ココリス グランスタ東京店



Ivorish グランスタ東京店

-6-

トピックスの二つ目です。これは、シュクレイに共通する部分があるのですが、国内最大のマーケットとも言える東京駅エリアに、グループ総力を結集して、積極的に展開していきましました。

コロナ前の20年3月期の3店舗から、現時点では12店舗まで拡大できているところが大きなトピックスだと思います。この12店舗の中で、上から3番目のCOCORISは、シュクレイのブランドで、グランスタ東京の駅ナカにあるお店が、東京駅の中でも売上1位を獲得するお店にまで成長してきております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

ご参考(インバウンド売上)

昨年10月からの入国制限緩和により、主要国際線ターミナルの売店が段階的に再開。

【インバウンド売上高(国際線ターミナル売店卸売上高)】

(百万円)	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
2023年3月期	86	167	640	1,085	1,978
2020年3月期	1,501	1,383	1,645	846	5,375



成田空港Fa-So-La TAX FREE AKIHABARA内に展開中の「小樽洋菓子舗LeTAO」「ザ・メープルマニア」 -7-

次に、ご参考数値ということで、三つご説明します。

一つ目が、インバウンド売上です。昨年10月から入国制限の緩和によって、主要国際線ターミナルの売店が段階的に再開してきています。

それに向けて、当社も国際線の売店の卸営業を積極的に行ってきました。第4四半期のインバウンド売上が10億8,500万と、20年3月期の第4四半期は既にコロナの影響を受けていますので、大体コロナ前水準でいくと、第4四半期は7割程度まで回復できていると見ております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

ご参考(海外売上)

海外売上1,957百万円 前期比5.0%増収
 台湾・シンガポール増収、オーストラリアは好調なスタート
 中国は、ロックダウンの影響により減収



【海外売上高】

(百万円、%)	22年3月期	23年3月期	増減額	増減比
台湾(注)	500	657	157	31.3
韓国	247	213	△ 34	△ 14.0
シンガポール	185	453	268	145.1
中国	828	349	△ 479	△ 57.8
オーストラリア	—	128	128	—
その他	103	157	53	51.7
合計	1,864	1,957	93	5.0

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

LeTAO オーストラリア1号店(12月1日 メルボルンにグランドオープン)

-8-

ご参考数値の2点目は、海外売上です。海外売上が通期で19億5,700万、前期比5%増収となっております。

中国が、この年度前半にロックダウンの影響によって減収となっておりますが、台湾、シンガポールはコロナ禍の影響も収束して回復基調に向かっています。また、昨年新規に取引開始したオーストラリアについても、好調なスタートを切っております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

ご参考(通信販売)

通販売上5,798百万円 前期比3.6%減収

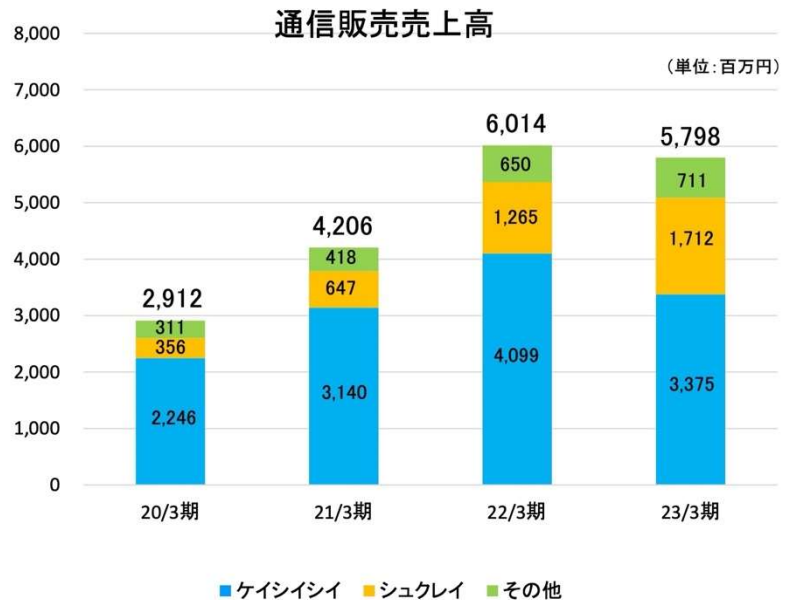
ケイシイシイがコロナ禍の巣籠もり消費の反動を受けるも、シュクレイは続伸



シュクレイ オンラインショップ



ルタオ オンラインショップ



-9-

ご参考数値の3点目、通販売上です。通販売上が、前期比3.6%減収で57億9,800万円と、このコロナ禍での巣籠もり消費の反動を受けて、ケイシイシイが減収となったのですが、シュクレイは続伸しています。

このコロナ禍で、当社の中で取り組んできた通販チャンネルを、20年3月期の29億1,200万から約2倍まで成長させております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

2023年3月期業績(対前期)

対前期比 売上高55.8%増、経常利益252.4%増

(百万円、%)	22年3月期		23年3月期		対前期比	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上高	32,192	—	50,155	—	17,964	55.8
売上総利益	17,623	54.7	30,107	60.0	12,484	70.8
販売管理費	16,220	50.4	20,155	40.2	3,935	24.3
営業利益	1,403	4.4	9,952	19.8	8,549	609.4
経常利益	2,921	9.1	10,296	20.5	7,374	252.4
当期純利益	1,916	6.0	7,018	14.0	5,102	266.4
EPS(円)	61.56		225.52		163.96	
ROE(%)	9.7		29.9		20.2	

-10-

続いて、2023年3月期の業績についてご説明します。

あらためて、売上高が前期比で55.8%増の501億5,500万円、営業利益が609.4%増の99億5,200万円、経常利益が252.4%増の102億9,600万円となっております。

この経常利益の増減率が営業利益に比べて低いのは、助成金収入が減ったことが要因です。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

2023年3月期業績(対20/3期)

対20/3期比 売上高11.0%増、経常利益59.0%増

(百万円、%)	20年3月期		23年3月期		対20/3期比	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上高	45,181	—	50,155	—	4,975	11.0
売上総利益	26,702	59.1	30,107	60.0	3,404	12.7
販売管理費	20,248	44.8	20,155	40.2	△ 93	△ 0.5
営業利益	6,455	14.3	9,952	19.8	3,497	54.2
経常利益	6,475	14.3	10,296	20.5	3,821	59.0
当期純利益	4,100	9.1	7,018	14.0	2,918	71.2
EPS(円)	131.76		225.52		93.76	
ROE(%)	20.8		29.9		9.1	

-11-

対 2020 年 3 月期で見た業績比較の資料です。20 年 3 月期比で売上が 11.0%増、経常利益が 59.0%増となっております。ROE が 29.9%と、20 年 3 月期の 20.8%から 9.1 ポイント改善できております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

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1.6ポイント、販売管理費率は1.0ポイントそれぞれ減少

(百万円、%)	23年3月期				影響額
	適用前	売上比	適用後	売上比	
売上高	48,712	—	50,155	—	1,443
売上原価	18,713	38.4	20,049	40.0	1,336
売上総利益	29,999	61.6	30,107	60.0	108
販売管理費	20,049	41.2	20,155	40.2	106
販売促進費	3,032	6.2	3,012	6.0	△ 19
運賃	2,085	4.3	1,580	3.1	△ 506
地代家賃	3,669	7.5	1,314	2.6	△ 2,355
支払手数料	983	2.0	3,969	7.9	2,986
その他	10,280	21.1	10,279	20.5	△ 0
営業利益	9,950	20.4	9,952	19.8	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。

-12-

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

収益認識会計基準適用前ベースの比較(対20/3期)

売上総利益率は、20/3期比2.5ポイント増加

(百万円、%)	20年3月期		23年3月期		対20年3月期	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
売上高	45,181	—	48,712	—	3,531	7.8
売上原価	18,478	40.9	18,713	38.4	235	1.3
売上総利益	26,702	59.1	29,999	61.6	3,297	12.3
販売管理費	20,248	44.8	20,049	41.2	△ 199	△ 1.0
人件費	7,695	17.0	7,432	15.3	△ 263	△ 3.4
広告宣伝費	294	0.7	395	0.8	101	34.1
運賃	2,026	4.5	2,085	4.3	59	2.9
旅費交通費	621	1.4	373	0.8	△ 248	△ 40.0
販売促進費	3,567	7.9	3,032	6.2	△ 535	△ 15.0
地代家賃	3,116	6.9	3,669	7.5	553	17.8
支払手数料	578	1.3	983	2.0	405	70.1
減価償却費	570	1.3	407	0.8	△ 163	△ 28.6
その他	1,781	3.9	1,673	3.4	△ 108	△ 6.1
営業利益	6,455	14.3	9,950	20.4	3,496	54.2

-13-

収益認識会計基準に伴う影響について、スライドを2枚つけております。後ほどご覧になっていたいただければと思います。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

セグメント別の業績(対前期)

シュクレイを筆頭に、各セグメント軒並み増収増益

(百万円、%)	売上高				営業利益(△損失)		
	22/3期	23/3期	増減額	増減率	22/3期	23/3期	増減額
シュクレイ	11,958	20,699	8,741	73.1	868	4,144	3,276
ケイセイシイ	10,959	14,114	3,155	28.8	583	2,113	1,531
寿製菓・但馬寿	6,053	10,042	3,989	65.9	△ 100	1,694	1,795
販売子会社	3,007	5,354	2,347	78.1	△ 186	472	658
九十九島グループ	2,872	4,628	1,756	61.1	△ 407	366	772
その他(注)	567	734	167	29.5	49	97	48
セグメント計	35,415	55,570	20,155	56.9	807	8,887	8,080
調整額	△ 3,223	△ 5,415	△ 2,192	68.0	596	1,065	469
合計	32,192	50,155	17,964	55.8	1,403	9,952	8,549

(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。)

-14-

続いて、セグメント別の業績です。シュクレイを筆頭に、グループ各社が軒並み増収増益となりました。年度前半、回復基調にあって苦しんでいた寿製菓・但馬寿や販売子会社も年度後半は旅行の回復によって、回復基調に向かっていった状況となっております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

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、%)	22年3月期		23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	32,192	—	50,155	—	17,964	55.8
国内卸売	8,982	27.9	17,275	34.4	8,293	92.3
国内小売	15,325	47.6	25,118	50.1	9,793	63.9
通信販売	6,014	18.7	5,798	11.6	△ 216	△ 3.6
その他	7	0.0	7	0.0	△ 0	△ 2.2
国内計	30,328	94.2	48,198	96.1	17,870	58.9
海外卸売	1,363	4.2	1,300	2.6	△ 64	△ 4.7
海外小売	500	1.6	657	1.3	157	31.3
海外計	1,864	5.8	1,957	3.9	93	5.0

(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FCI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

-16-

続いて、販売チャネル別の売上資料です。国内小売、卸売、それぞれが大幅増収となっており、特に国内小売で、先ほど言った小売出店や大型サイズの出店を集中強化したことが要因となっております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

売上原価・売上総利益

売上回復及び生産効率の改善などにより、売上総利益率は
前期比5.3ポイント増加

(百万円、%)	22年3月期		23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	32,192	—	50,155	—	17,964	55.8
材料費	7,178	22.3	10,754	21.4	3,576	49.8
労務費	3,807	11.8	4,454	8.9	646	17.0
製造経費	2,140	6.6	2,380	4.7	240	11.2
製造原価計	13,126	40.8	17,587	35.1	4,462	34.0
その他	1,443	4.5	2,461	4.9	1,018	70.5
売上原価合計	14,569	45.3	20,049	40.0	5,480	37.6
売上総利益	17,623	54.7	30,107	60.0	12,484	70.8

-17-

次に、売上総利益、売上原価です。粗利率が、今回 60%に改善できております。材料費が依然上昇傾向にある中において、売上の回復および生産効率の改善、また商品価格の改定などによって、売上総利益率が改善できております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

販売管理費・営業利益

売上回復及び販売効率の改善などにより、販売管理費率は
前期比10.2ポイント減少

(百万円、%)	22年3月期		23年3月期		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	17,623	54.7	30,107	60.0	12,484	70.8
人件費	6,793	21.1	7,432	14.8	640	9.4
販売促進費	2,293	7.1	3,012	6.0	720	31.4
運賃	1,047	3.3	1,580	3.1	533	50.9
広告宣伝費	349	1.1	395	0.8	46	13.3
地代家賃	1,110	3.4	1,314	2.6	204	18.4
減価償却費	433	1.3	407	0.8	△ 26	△ 5.9
旅費交通費	245	0.8	373	0.7	127	52.0
支払手数料	2,584	8.0	3,969	7.9	1,385	53.6
その他	1,368	4.2	1,672	3.3	304	22.3
販売管理費	16,220	50.4	20,155	40.2	3,935	24.3
営業利益	1,403	4.4	9,952	19.8	8,549	609.4

●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。

-18-

営業利益、販売管理費においても、売上の回復と販売効率の改善等によって、販売管理比率が前期比で 10.2 ポイント減少しております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

公表数字に対する達成率

人流回復が追い風になり、売上面及び利益面ともに前回予想を上回る

(百万円、%)	予想数値※		23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	46,400	—	50,155	—	3,755	108.1
売上総利益	27,700	59.7	30,107	60.0	2,407	108.7
販売管理費	19,750	42.6	20,155	40.2	405	102.1
営業利益	7,950	17.1	9,952	19.8	2,002	125.2
経常利益	8,280	17.8	10,296	20.5	2,016	124.3
当期純利益	5,413	11.7	7,018	14.0	1,605	129.7

※ 予想数値は2023年2月2日公表数値

※ 当期純利益は、経常利益の増加に加え、賃上げ促進税制の適用により税金費用が軽減されたことにより、
前回予想を上回る

-19-

続いて、公表数値に対する達成率です。先般、決算発表前に修正を発表させていただきましたが、発表前との対比です。

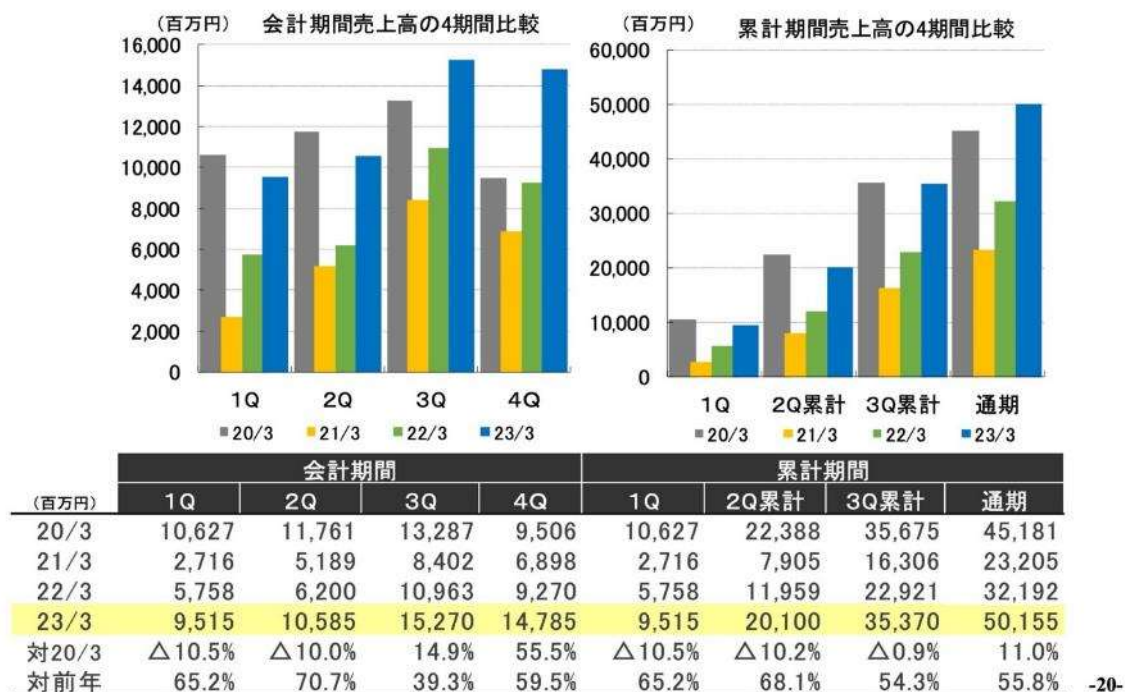
売上、経常利益とも予想数字に対して上回っています。当期純利益が経常利益に比べて達成率が上回っている要因の一つは、賃上げ促進税制の適用で税金費用が軽減されたことです。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

四半期業績の推移(売上高)

(4Q会計) 前年同期比59.5%増

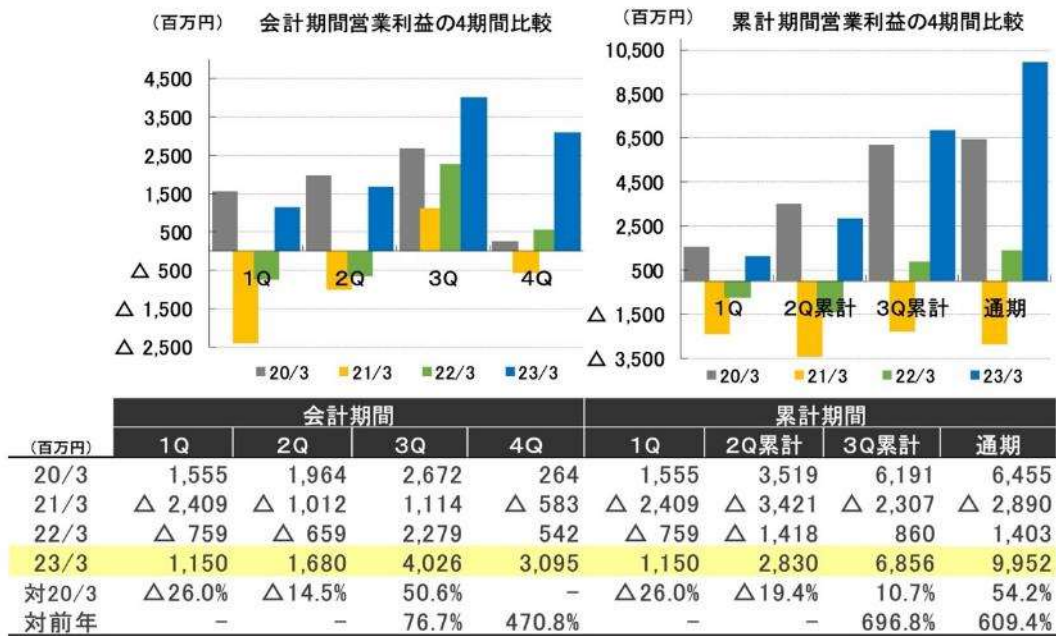


サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

四半期業績の推移(営業利益)

(4Q会計)前年同期比470.8%増



-21-

グラフは、四半期別業績の推移です。こちら、第4四半期は、第3四半期に引き続いて好調を維持しています。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

貸借対照表

流動資産の増加は、主に現預金及び売上債権の増加によるもの

(百万円、%)	21年3月期		22年3月期		23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	12,615	50.4	15,804	57.5	25,741	69.7	9,936	62.9
固定資産	12,437	49.6	11,666	42.5	11,212	30.3	△ 454	△ 3.9
資産合計	25,052	100.0	27,470	100.0	36,953	100.0	9,483	34.5
流動負債	3,077	12.3	4,620	16.8	8,095	21.9	3,475	75.2
固定負債	2,634	10.5	2,493	9.1	2,340	6.3	△ 153	△ 6.1
負債合計	5,711	22.8	7,114	25.9	10,436	28.2	3,322	46.7
純資産	19,342	77.2	20,357	74.1	26,518	71.8	6,161	30.3
負債純資産合計	25,052	100.0	27,470	100.0	36,953	100.0	9,483	34.5
BPS(円)	621.53		654.15		852.13		197.98	30.3
設備投資額	540		403		573		170	42.2
減価償却費	1,420		1,220		1,137		△ 83	△ 6.8

-22-

次に、バランスシート、貸借対照表です。ここの特徴は、流動資産が前期に比べて 99 億 3,600 万増加となっており、主に現預金や売掛売上債権の増加によるものです。

駆け足になりましたが、以上が前期の決算の振り返りです。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

2024年3月期 通期業績予想(対前期)

売上高前期比11.4%増、営業利益同17.3%増

(百万円、%)	23年3月期		24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	50,155	—	55,870	—	5,715	11.4
売上総利益	30,107	60.0	33,970	60.8	3,863	12.8
販売管理費	20,155	40.2	22,300	39.9	2,145	10.6
営業利益	9,952	19.8	11,670	20.9	1,718	17.3
経常利益	10,296	20.5	11,720	21.0	1,424	13.8
当期純利益	7,018	14.0	7,850	14.1	832	11.9
EPS(円)	225.52		252.26		26.74	11.9
1株当たり配当金(円)	70.00		70.00		—	—
設備投資	573		1,200		627	109.5
減価償却費	1,137		1,200		63	5.5

-26-

続いて、2024年3月期の通期業績予想についてご説明します。

通期の業績予想、数値は、売上高が対前期比で11.4%増の558億7,000万、営業利益が17.3%増の116億7,000万、経常利益が13.8%増の117億2,000万、最終純利益が11.9%増の78億5,000万、これに向かって、引き続き過去最高値の連続更新を目指して取り組んでまいります。

設備投資計画は、主に工場の生産性向上に向けた投資を中心に12億円、減価償却費に関しては同額の12億円を見積もっております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

2024年3月期 通期業績予想の補足説明

● 予想スタンス	新型コロナウイルス感染症法上の分類が5類に引き下げられるなど、行動制限の撤廃によりインバウンド需要の回復も含め社会経済活動は正常化に向かい、個人消費は持ち直していくことが期待される。一方で、働き手不足の深刻化や原材料価格・エネルギー価格の更なる高騰、また、物価上昇による消費マインドの悪化懸念など、依然として先行き不透明な状態が続くものと予想。
● 売上高	新型コロナの影響を受けていた前年上期の反動増などを見込み、上期は前年同期比20.9%増収を予想。一方、下期は新型コロナの影響が一巡し、先行き不透明なことを踏まえ、前年同期比5.0%増収を予想。インバウンド売上高(国際線ターミナル売店卸売上高)は50億円を予想。
● 出退店等	シュクレイを中心に、引き続き好立地への出店を推進していく。年度前半に3店舗の出店、1店舗のリロケーション、3店舗の退店を予定。
● 足元の状況	新型コロナの5類移行前のGWは、曜日配列にも恵まれ、回復基調が鮮明になる。インバウンド売上は、コロナ前の9割水準まで回復。高病原性鳥インフルエンザ感染拡大に伴う原料鶏卵価格の高騰及び供給不足に関しては、原料変更や新規調達先の確保などの対策を講じ、影響を最小限に抑えている。
● 設備投資・減価償却	設備投資計画は主に各工場の生産性向上に向けた投資などにより12億円を予想。減価償却費予想は同額の12億円

-25-

足元の状況は、特にコロナの5類移行前のゴールデンウィークが曜日配列にも恵まれて、回復基調が鮮明になり、非常に好調に推移しているかなと考えています。

インバウンド売上も、足元は大体この前の9割ぐらいの水準まで回復してきているかなと考えています。

昨今、鳥インフルエンザ感染拡大の卵問題をニュース等でも取り上げていますが、この価格高騰や供給不足問題に関しては、当社は原料の配合の変更や、新規の調達先の確保についてグループ連携を強化して対策を講じており、影響を最小限に抑えることができていると考えております。

以上、私から決算の概要と通期業績予想についてご説明させていただきました。

次に、河越から今後の展開についてご説明します。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

経営理念をベースとした「**全員参画経営**」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。



2023年1月「こづち発表全国大会」を開催

-31-

河越：河越です。経営の根幹というか、特徴を二つ申し上げたいと思います。

一つは、毎回申し上げているとおり、全員参画の超現場主義というのが一番大きな特徴だと思っています。本部で考えて現場でやる仕組みをとっておりません。現場の、例えば店舗だったら店長を中心としたスタッフ、製造部門だったらラインリーダーを中心としたラインのスタッフ、この人たちが考えて行動して成果を出していくというスタイルが一番大きな特徴だと思っています。

それぞれの現場に沿ったやり方を、例えば昨日もグループの4月の優秀者の表彰を行ったのですが、優秀者は例えば、あるお店に、われわれは即戦力社員と言っているのですが、新入社員が入ってまいります。4月に、その人たちをいかにして即戦力に仕上げていくかという責任を店長が中心となって持っています。

各店舗にふさわしいやり方、またいわゆる課でその対応をやっていく考え方で、本部にそういう人がいて、指導する形をとらないことが、わかりやすい事例かと思います。現場が強いということになってくるわけです。それが一番大きな特徴です。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

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

-32-

もう一つが、プレミアムギフトスイーツに特化していることだと思っております。いわゆる、先ほどもありました卵もそうですが、原料等の原料包材価格がどんどん値上がりしてまいります。為替の関係で、輸入している原料等も上がってまいりました。

そういう状況の中、このプレミアムギフトスイーツに特化していることによって、売価自体を適正に上げる、値上げすることが可能になってきます。

通常、値段だけ上げると誰も買わなくなります。ただ、値段以上の価値を作り上げる、商品に、売り場に、接客に、それが一番の特徴で、その価値さえ上がれば、プレミアムギフトスイーツということで、人に差し上げる、ギフトする商品ですし、自分に対してはご褒美となってまいります。物の価値が高ければ高いほど、もらう人が喜ぶ、自分自身にご褒美で買った自分自身が喜ぶ形になってくるので、いわゆる売価以上の価値をいかに作るかを日々、各部門でやっているわけです。

そういった時代背景の中で、食品関係だけではないと思いますが、全ての価格が上がってまいりました。非常にわれわれが受け入れられやすい状況なので、こういうことがなくても価値を上げて売価を上げてきて、今後もそれをやっていくわけですが、非常に時代に適応したビジネスになっていると思っております。この二つが、大きな特徴だと思っておりますね。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

今後の経営方針

2023年経営スローガン

超絶ド成長元年！

消費活動が正常化に向かっていく中、当社グループは、超絶な成長軌道に乗せるべく、グループの総力を結集し、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、超絶なスピードとパワーで事業施策を遂行する。

重点施策

1.ド成長重点対策の推進

ド成長重点対策

- ①ド成長の商品力、販売力、売場力の超絶シンカ
- ②ド成長の人財採用と共育
- ③ド成長のブランド開発と売場獲得
- ④ド成長のインバウンド復活準備と海外成功モデルの構築
- ⑤ド成長の生産体制、ロジスティックの超絶シンカ

2.「全員参画による超現場主義」経営の推進

経営理念の徹底実践をベースとした「全員参画による超現場主義」経営を推進し、人材力及び組織力の向上を図る。

-33-

ですから、今期自体を、超絶ド成長元年と位置づけ、今までやってきたことの成果が出始める年ではないかと思っております。

その重点対策として、一つは商品力と販売力と売り場力を、現場で中心となって磨いていくことをやっています。

二つ目が、人材採用と共育ということで、手を動かすというか、物を作ったり、販売したり、サービスしたりという仕事自体、非常に採用が困難になってきております。ホテルの接客業や、飲食業もそうですが、ここでいかにして採用と教育ができるか、一番大きな部分だということでやっております。教育の方は一緒に育つという意味で行っていますから、各現場においての OJT が中心になってまいります。

先ほど、賃上げ促進税制の適用などで約 1 億 8,000 万の税額控除を受けましたが、待遇については、同業界の中では良い待遇にしていけるのが非常に大事だと思っていて、さらに去年から今年も、今後もそれに対応していこうと思っております。

そして、ブランド開発と売場獲得、そしてインバウンドと海外成功モデル、そして生産体制、ロジスティック部門の進化を遂げていくというのが、五つの重点対策だと考えております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

今後の経営方針

中長期の目標指標

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(予想)	26年3月期(目標)
売上高	16,199	7,627	11,958	20,699	24,380	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(予想)	26年6月期(目標)
売上高	5,375	98	125	1,978	5,000	10,000

※インバウンド売上高は、国際線ターミナル売店卸売上高となります。

-34-

そして、長期的、中期的長期的目標として、長期的にはこの十数年で売上高経常利益率が20%になりました。今後は30%を目指してやっていきます。売上をガンガン伸ばしていくタイプの会社ではないので、経常利益率を一番にこだわって伸ばしていく考えです。

先ほど言ったことがその源泉になっていること、そして部門別には、一つは関東、東京を中心としたシュクレイの売上成長にこだわっていくこと、2026年には350億を突破しようと計画しています。

そして、インバウンド売上というのは、国際線ターミナルの中での売上です。他でも、インバウンドに来られた方の売上は随所であるのですが、特に最終的に買って帰られる空港の中での売上自体を一つの例として捉えて、ここでの売上で100億円を突破していくことを大きな目標設定として捉えています。これが、大きな特徴です。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

質疑応答

司会 [M]：それでは、質疑応答に入らせていただきます。

この IR ミーティングは、質疑応答部分も含め全体を書き起こして公開する予定です。従いまして、質問される際、会社名、氏名を名乗っていただいた場合はそのまま公開されます。もし匿名を希望される場合は氏名を省略していただいて結構です。

荒木 [Q]：ご説明ありがとうございました。東海東京調査センターの荒木と申します。それでは、質問を二つお願いします。

第 1 点目は、設備投資の考え方です。売上高がこれだけ上がってきて、中期目標にしても今よりも大体 200 億以上上がってくるということは、トップラインは 600 億、700 億ぐらい近くなります。

そうすると、今期の 24 年 3 月の計画設備投資は 12 億ですが、25 年 3 月以降、イメージで結構ですが、設備投資の金額のイメージはどう持っておけばよろしいでしょうか。今のケイシイシイ、それからシュクレイ、こういったメインの工場もフル稼働に近い状況かなと思いますが、その考え方を教えてください。

河越 [A]：設備投資、今後の投資計画について、おっしゃるように、2025 年 3 月期以降の生産キャパも、まさに近づいていきつつあります。そういった中で、今期は次の増産に向けた検討を進めているところです。イメージとして、例えば一つの工場を作るとしたら 20 億や 30 億規模になるかと思いますが、現在は今後の増産に向けて検討を進めているところです。

荒木 [Q]：ありがとうございます。

2 点目に、経常利益率 30%についてです。これも、達成するために考えられている条件はどういったものでしょうか。例えば、先ほど、売上の方をどんどん伸ばしていくのではなくて、マージンの高い製品という考えだと思います。

いわゆる製品の品目の数量はどうなっていくのか、マージンが高い製品の構成比をどんどん上げていくのか、あるいはそのプレミアムギフトスイーツそのものの考え方はどう変わっていくのか、あるいは変わらないのか、そこを教えてください。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

河越 [A] : 結局、商品の改廃、ロットの少ないものの自体をやめていく、売れていないものをやめていく、そして売れているものに特化していくことを、ずっと毎日繰り返していくことが一番重要だと思っています。もう一つが、先ほどから言っている、商品の価値を上げていく、売価を上げていくことです。

いわゆる原価サイドも、販管費サイドも給料を上げていっていますし、今後も上げていきます。そして、仕入れ価格も上がってきますし、まだ上がってくるでしょう。そういう状況の中、そちらを削減するのではなく、売価にどう反映させるかだけが大事だと思っています。

そういう、さらに売価に反映させていくこと、その二つで粗利率の確保自体をやっていく、その店舗自体の例えば統廃合を、やめていくところ、新しく出していくところ、商品をやめていく、新しく出す、製造ラインとしてもいわゆるやめていく、伸ばしていく、そういう形プラス値上げというのが、二つの大きな考え方です。

荒木 [Q] : ありがとうございます。

エリアについてはどんなイメージでしょうか。今は日本が大半ですが、昨年オーストラリアにも進出されています。海外への進出に対するアクセルレイトな、要するに加速していく考え方は、どんなふうにお持ちでしょうか。

河越 [A] : このプレミアムギフトスイーツというジャンルで、ある程度の規模になるのは日本だけだと思っています。いろいろやってみていますが、さほどのマーケットはないということで、別のことをやって、海外では大きく、日本以上の規模のビジネスに着手する必要があるかと思っています。ですが、今のところまだ余裕がないというか、まだ日本で急角度の上昇が見込めるので、日本に特化していく、手探りでパターンを探している段階です。

大きな売上になるのが難しいのです。人に物をあげる習慣がありません。アジアの人には、お土産はあるのですが、ヨーロッパ、アメリカ人はないです。お土産は買いません。自分で買って、家に来た人にあげるぐらいですね。パーティーに持っていく、そのぐらいの感覚しかありません。イベントのときは売れるのですが、中国もそうですが、アジアの人は中国などを含めて、お土産はどこか行ったときに買って帰られます。日本と同じような習慣はあります。

日本では、通常のもので大きいです。通常のイベントや何もなかったとき、会食のときのお持たせなど、日本の場合はそんな需要が山ほどあります。まだまだシェアが低いですから、こっちを中心に伸ばして、海外の成功モデルをお菓子、プレミアムギフトスイーツのあり方ということそのもので

サポート

日本	050-5212-7790	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasia.com



作り上げていかなければいけないです。これにはエネルギーがかかるので、今は手探りでパターンを探している段階です。

荒木 [M]：ありがとうございました。

司会 [M]：ありがとうございました。

質問者 [Q]：ご説明ありがとうございました。私から2点ほどご質問させていただけたらと思います。

事業戦略に関するところで、まず一つ目がインバウンドの売上です。こちらは、20年3月期のコロナ禍から約36.8%上がったところかなと思いますが、インバウンドの売上が増えた要因と、今後インバウンド売上高で100億を目指していく中で、国際線ターミナルの売店での戦略や、それ以外の戦略が何かありましたら、おうかがいできたらと思います。

河越 [A]：インバウンドが伸びてきたのは、お客様が帰ってきたことです。また、中国の団体が6月末、7月ぐらいからなので、その分がプラスになってくるだろうと思っております。

伸ばし方は販売力の強化と、売る人です。この商売、日本の方が相手でもそうですが、通常の百貨店もそうですが、売る人で倍3倍違ってくるのです。だから、販売力の強化自体を、特に国際線においては強烈に行っていますし、今後もやっています。

もう一つが、売り場をいただくことです。よく売上が上がってくる売り場は、国内でも、通常の交通機関でも百貨店でもそうですが、さらに売り場がいただけます。実績こそ最高の営業活動という話で、どんどん全ての百貨店にしろ、交通機関にしろ優位になってきているのが強みです。そういう中で、いい売り場、場所をいただいて、その期待以上に成果を出すことを重ねていくのが一番の営業活動、そして売り場をいただくことになってきます。国際線においてもそのことをやっていきます。

質問者 [Q]：ありがとうございます。

2点目の質問は、売上原価のところでご説明がありましたが、現在、材料費が高騰している中、同時に人材の確保が難しいというお話があった中で、製造経費が売上に比べて前期から削減されていると思います。こちらの具体的な要因や、今後さらに削減していく中でどういう要素が大事になってくるのかをお話しいただける範囲でいただければと思います。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com



河越 [A]：それは、効率が上がったことです。いわゆる派遣社員の人や臨時のアルバイトの人の給料はびっくりするほど上がっています。こういった工場関係や販売関係はびっくりするぐらいに上がっております。

それ以上に販売効率、それから人件費率が下がり、いわゆる生産効率が上がっていく、品質一番、効率二番と言っていますが、質が上がれば効率が上がっていく、そういう考え方のもとやっております。いわゆる質が上がって売り上げが上がるので、生産ラインの稼働率が高まって、そこに同じことばかりしているからノウハウが蓄積されて、効率が上がっていく流れです。

廃棄損失が少なくなってくることも含めて、効率が最後に上がってくる、そういった流れを含んでいるので、現場力の強さは大事だと言っていることと関連してくるわけです。販売においての人件費率も結局一緒なのです。一人当たりは上がっていますし、また上げていきます。しかし、それ以上の、一人当たりの売上粗利益が出てきているので、人件費率は原価、販管費サイドとも下がっていく流れです。そうありたいと思ってやっていますね。

質問者 [M]：ご回答いただきありがとうございます。

司会 [M]：ありがとうございます。

吉田 [Q]：いちよし経済研究所の吉田と申します。ご説明ありがとうございます。それでは、2点お願いします。

今期のガイダンスの考え方について教えていただければと思います。下期の売上高の伸び率が5%増と、去年は全国旅行支援などもあったことが押し上げ要因になりましたが、この5%の伸びは、必達であるからには大体これくらいをベースにここから上を目指すという考え方なのか。

この辺のリスク要因も含めて、例えば、旅行支援の押し上げがなくなるところで、それが減るというのなんですが、そういうことはどの程度見込まれているか、すなわち巡航速度の伸び率、成長率はどの程度でお考えなのか。シュクレイのこの先2年の売上高見通しが出ていますので、大体イメージはできますが、どのような考え方をベースにこの下期の予想が立っているかを教えてください。

合わせて、売上総利益率も下下で横ばいにされていますが、ここは意味があって横ばいにしているのか。原価率も横、販管費も横となっていますので、あえて前期と同じにしているのかについて教えてください。

話者 [A]：計画に対してはかなり保守的にやっているだけです。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com



吉田 [Q]：シンプルなお回答ありがとうございます。

そうすると、出店計画自体は去年、一昨年と比べて今年はどうなるのですか。

話者 [A]：資料では 25 ページ、年度前半で、現時点でわかっている点では 3 店舗の出店、1 店舗のリロケーション、あと 3 店舗の退店の予定ということで、店舗数は純増 0 という、そこまでは現在計画の方に織り込んでいます。

話者 [A]：お得意先の関係があって、どこの店か、どんな規模などかは言えないですね。

吉田 [Q]：わかりました。そうすると今、見えているだけのものしか入れていないので、このままだと、去年と比べて出店ペースはちょっと落ちる感じになるのでしょうか。

話者 [A]：後半は、まだ本当に決まっていない状況です。最終的にどうなるかは、そこも不透明ではございますね。

吉田 [Q]：わかりました。ということは、下期にまた新たな出店があるかもしれないで、そうすれば去年並みもしくは去年以上に店を出すこともありうるのでしょうか。そうすれば、計画費の上乗せ要因になっていくというところですね。わかりました。

2 点目に、先ほどの荒木さんのご質問と重なるかもしれませんが、設備投資の考え方で、1 工場建てるのに 30 億円とおっしゃいましたが、これに対する売上高寄与は大体どのくらいをイメージすればよろしいですか。有形固定資産の残高と、今の売上高のバランスと似たような感じになるのか、イメージを教えてくださいませんか。

話者 [A]：大体、工場を一つ 30 億円の投資でいくと、売上 100 億円ぐらいの生産能力のイメージで持っています。

吉田 [M]：わかりました。ありがとうございます。

話者 [A]：生産効率が上がってきて、稼働時間の延長なのですね、今対応しているのが。1 日 24 時間ありますから、まだ 8 時間のところが多いので、それを 12 時間、16 時間にするという交代勤務によって、そういったことを去年からやっているということ、まだその余裕があるということです。

吉田 [Q]：今は一直中心だが、二直も入ると。

話者 [A]：今はだいぶ、1.5 直ぐらいになってきています。

吉田 [Q]：それは全社平均ですか。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

話者 [A] : 2 直までいけると思っていて、稼働率が悪いところはまだありますので、その辺を調整しながらやると、今年自体の設備投資は、稼働時間の延長でまだいけるという考えですね。

吉田 [M] : 大変よくわかりました。ありがとうございます。

話者 [A] : その辺は設備投資がいらないので、ただ、人件費は夜に来ていただくと高くなるということがありますが、結局人を集めるかどうかを大きな課題として、今やっていることがさっきの話の延長です。

司会 [M] : ありがとうございます。

有賀 [Q] : H&L リサーチの有賀です。よろしくお願いします。

二つお願いします。まず、御社は既にコロナ前を売上面、利益面で大きく上回っていると、一方でそのコロナからの市場自体の回復はまだまだ途上という感じでしょうか。先ほど、インバウンドに関してはまだまだこれからみたいな感じでしたが、国内の旅行需要というか、それ自体の回復度合いは、前年度の第 3Q、第 4Q あたり、これはどの程度まで戻っている感じでしょうか。そこら辺をまずお願いします。

松本 [A] : 感覚的には、国内はほぼコロナ前水準に戻ってきているのかな、先ほど言ったインバウンドがまだ 8 割、9 割ぐらい水準です。ただ、国内の動きとしては何かそういった感じではあります。

有賀 [Q] : わかりました。もう一つは、大きな話で、御社も賃上げ税制ということで、上場企業を見ると、各社がそういう形で賃上げに傾いているということです。そうすると、過去の 30 年間とは少し違って来るのかなと感じるのですが、それを含めて、日本経済全体に対して、ビジネスを通じて社長が肌感覚で感じていることをお聞かせいただければと思います。

河越 [A] : よろしく申し上げます。ありがとうございます。

先ほど申し上げたとおり、お客様と接したり、物と接したり、製造や販売、接客、サービスみたいな業種の賃金はかなり上がっていると思いますし、ますます上がると思います。だから、価値があるのですよね、結局。そういった、うちで言うプロフィット部門でものを作って、また販売して、そこでお金を稼ぐ、そういった直接収益につながる仕事をしている人の給料はもっと上がってくると思っていて、非常に好ましいことだと思っています。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

そういうことが今後ずっと続いていくのではないかという感覚で、よほどの景気押し下げ要因がなければ、人がいないので、結局上がっていくのですよね。ということで、その中でいい人材、レベルの高い人自体をどう採用していくかが大きな課題だと考えております。

そういう時代になったと、数十年、何年ぶりですか、給料が上がっていく、物の値段が上がってインフレの時代になったと実感しています。何か大きな邪魔が、下げる要因がなければ、このままいくのではないかと考えているのですよね。

先ほど言った、普通でもそうなりますが、商品や接客のレベルをどう上げていくかで一番差がついてきます。要するに、値段が上げられる会社と上げられない会社が出てくると思うのですよね。単純に上げたら、競争の中で買わないと。でも、ちゃんとした価格の理屈というか、高い価値があれば上がると、上がっていったお客様に評価していただけるということをずっとやってきたのですが、それしかないなと思っています。それが反映されやすい時代になっているので、非常にいいことだと思っていますのですよね。

有賀 [Q]：そうしますと、日本は産業の新陳代謝があまり進まなかったですが、小さいところなどが出て、経営のそういう付加価値を上げられないところがだんだん少なくなったと。賃金も、比較的アメリカなども賃金は上げやすいというか、人が集まらなくて人の流動性も高いので、それが景気を循環させている部分があります。この30年間日本はできなかったですが、感覚的には何かそういう時代に入ってきた感覚を持たれているのでしょうか。

河越 [A]：持っています。商品の価値を上げる時代だと思っています。だから当然、売価は上がります。商品の価値を上げるのに、製造型、販売型の、人に対する投資はどこまでできるかも含めて、そこをやってきた会社自体が良い商品、良いサービスが提供できる、そういう循環の中に私たちは微力ながら入っていききたいなと思っています。

有賀 [Q]：最近、先端を走っている人は、経営者や消費者、そういう人を含めて、そのあたりを今気付き始めている感じはするのですが、社長がいろいろな経営者と接する機会があるとすれば、それはまだ浸透していないのか、もうみんなそのあたりを心配し始めているのか、そう思い始めているのか、どんな感じですか。

河越 [A]：経営者の人と話す機会がほぼないのですよね。小さいレストランや、そういうオーナーでやっている人たちと話す機会はあるのですが、自分が食べに行くからですね。普段はあまりないですね。そうなってくると、肌感覚でわかってきますよね。

有賀 [M]：なるほど。わかりました。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com



河越 [A]：要はもっと価値を上げて、値段を上げていきたいとみんな思っているのではないですか。

司会 [M]：ありがとうございました。

皆川 [Q]：いつもありがとうございます。SMBC 日興の皆川です。私から、質問 3 点お願いいたします。

まず一つ目が、コロナ前と比較した 2023 年の 3 月期の既存店売上高、例えば駅構内はどうなっていますということや、インバウンドは出ているのですが、その水準が今どれくらいまで到達しているかについて教えてください。何をうかがいたいかというと、新店効果で増えているのか、それとも既存店の効果で増えているのか、まだそこに伸びる余地があるのかの確認です。

話者 [A]：既存店のシュクレイをベースにご説明させていただきますと、年間ベースで見ると、終わった期で、20 年 3 月期で大方 100%という水準となっております。ただ、上下で見ると、上期が 8 割ぐらいの水準で、下期が 2 桁というか 114、5%ぐらいまでいっている回復状況です。

話者 [A]：ただ、3 月あたり、2020 年の 2 月 3 月の影響はもう既にありましたからね、悪い影響が。そんなことを全部差し引いて 100%ぐらいという感じですよ。そんな感じの 1 年でした。ただ、交通機関はまだそこまでではなかったですね。館系って言ったらよいのか、駅ビルや百貨店はそんな感じになっていました。

皆川 [Q]：わかりました、ありがとうございます。

続いて、プレゼンテーション資料の 34 ページに、シュクレイとインバウンドの 26 年 3 月期までの中期目標の数字が売上高で出ています。

これは、連結で見た場合の売上高をどのように見ていけばよいか、つまりシュクレイと同じく 70%ぐらい伸びていくと見ているのか、シュクレイだけ特別に伸びていくと見ているのか。あるいは、それ以外に M&A で新しい会社が入ってきますよということも期待してよいのか、いろいろ考え方があるかと思うのですが、連結についてどのように見ておけばよいかもしれなければ教えてください。

話者 [A]：連結については今、未作成というか非開示ではあるのですが、いわば中心的なポイントがあって、重点テーマがシュクレイとインバウンドです。こうお示しすることで、当社グループの成長性がイメージできるかなと考えております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com



話者 [A]：また、グループとして注力していくのが、九十九島グループ、福岡県と長崎県を中心とした会社ですが、東京においても基地があります。今、この半分以上はグループに対する卸売り、他社に対する卸売りのような仕事が多いので、ここを製造小売り型の会社に変えようとしております。

幹部を全部、臨時に社長はじめシュクレイの幹部を投入して、製造小売型で、今期はそのしわ寄せで売上、利益ともあまり伸びる計画にしていますが、来期ぐらいからここを劇的に伸ばしていこうと考えております。大きなところとしては、そこがあります。

皆川 [Q]：わかりました、ありがとうございます。

最後は、M&A についての確認です。御社の歴史的に見ると、北海道にしても、フランスにしても、他の会社から工場を買ってきて、それを再生するのがお得意な経緯があるかと思います。今後の設備の増産に対しては、今のところ新築でされるのかと、今の M&A の市場環境といいたしましうか、案件は来ているけれどもいいものがないのか、そこの辺りをお答えできる範囲でお話いただけないでしょうか。

話者 [A]：M&A についてのスタンスなどは変わっていないのですよね。ご紹介があれば、当社の経営戦略に沿ったシナジーが生まれる案件であれば、適切に検討していきたいというスタンスであります。そういう紹介状況も、特にまだそんなに大きく増えているとか、そういったところの変化はないのかなとは捉えています。

皆川 [Q]：わかりました、ありがとうございます。

司会 [M]：以上をもちまして、本日の説明会を終了いたします。どうもありがとうございました。

河越 [M]：ありがとうございました。

松本 [M]：ありがとうございました。

[了]

脚注

1. 音声不明瞭な箇所に付いては[音声不明瞭]と記載
2. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、当社は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。さらに、利用者が当社から直接又は間接に本サービスに関する情報を得た場合であっても、当社は利用者に対し本規約において規定されている内容を超えて如何なる保証も行うものではありません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用してはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて会員自身の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者自身が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による本規約に基づく利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して会員が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。

サポート

日本	050-5212-7790	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com