



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

2024 年 3 月期第 2 四半期決算説明会

2023 年 11 月 2 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]	2024 年 3 月期第 2 四半期決算説明会		
[決算期]	2024 年度 第 2 四半期		
[日程]	2023 年 11 月 2 日		
[ページ数]	41		
[時間]	11:00 – 11:58 (合計 : 58 分、登壇 : 19 分、質疑応答 : 39 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]	60 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
	SMBC 日興証券	皆川 良造
	H&L リサーチ	有賀 泰夫
	東洋証券	宝田 めぐみ

*質疑応答の中で発言をしたアナリスト、または質問が代読され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 2024 年 3 月期第 2 四半期決算説明会を開催いたします。

最初に、会社様からお迎えしている 2 名様をご紹介します。まず、代表取締役社長の河越誠剛様でございます。

河越：河越です。よろしくお願いいたします。

司会：続きまして、常務取締役、グループ経営管理本部長の松本真司様でございます。

松本：松本です。よろしくお願いいたします。

司会：本日は、ただいまご紹介したお二方様からご説明いただきます。ご説明終了後に質疑応答の時間を設けておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

最初に、松本本部長様から、どうぞよろしくお願いいたします。

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



業績ハイライト

第2四半期累計(4-9月期)業績

売上・利益ともに4期ぶりに過去最高値を更新！

経常利益率は対前年同期比7.9ポイント増加の23.1%となり、収益力が大幅に向上

●行動制限の解除に伴い社会経済活動が一段と正常化に向かい、売上高は28,891百万円(前年同期比143.7%)、営業利益は6,622百万円(同 234.0%)、経常利益は6,668百万円(同 218.3%)、四半期純利益は4,453百万円(同 223.3%)となり、いずれも4期ぶりに過去最高値を更新。

●シュクレイの売上高は、11,713百万円(前年同期比146.4%)、営業利益は2,412百万円(同 197.2%)となり、引き続きグループ成長を牽引。

●インバウンド売上高(国際線ターミナル売店卸売上高)は、3,133百万円(20/3期比108.7%)となり、新型コロナ発生前水準を上回る。

-2-

松本：私から、定例ではあるのですが、決算概要、そして通期の業績予想につきまして説明させていただきます。後半は、河越から今後の経営戦略等についてご説明させていただきます。

資料に沿って説明させていただきます。2024年3月期第2四半期の決算概要、業績ハイライトです。

昨年10月から全国旅行支援の再開、行動制限の緩和、また海外の渡航制限の緩和で非常に経済が正常化に向かっていった中で、今年5月に新型コロナ感染症の5類引き下げも追い風になって、経済環境が一段と正常化に向かってまいりました。

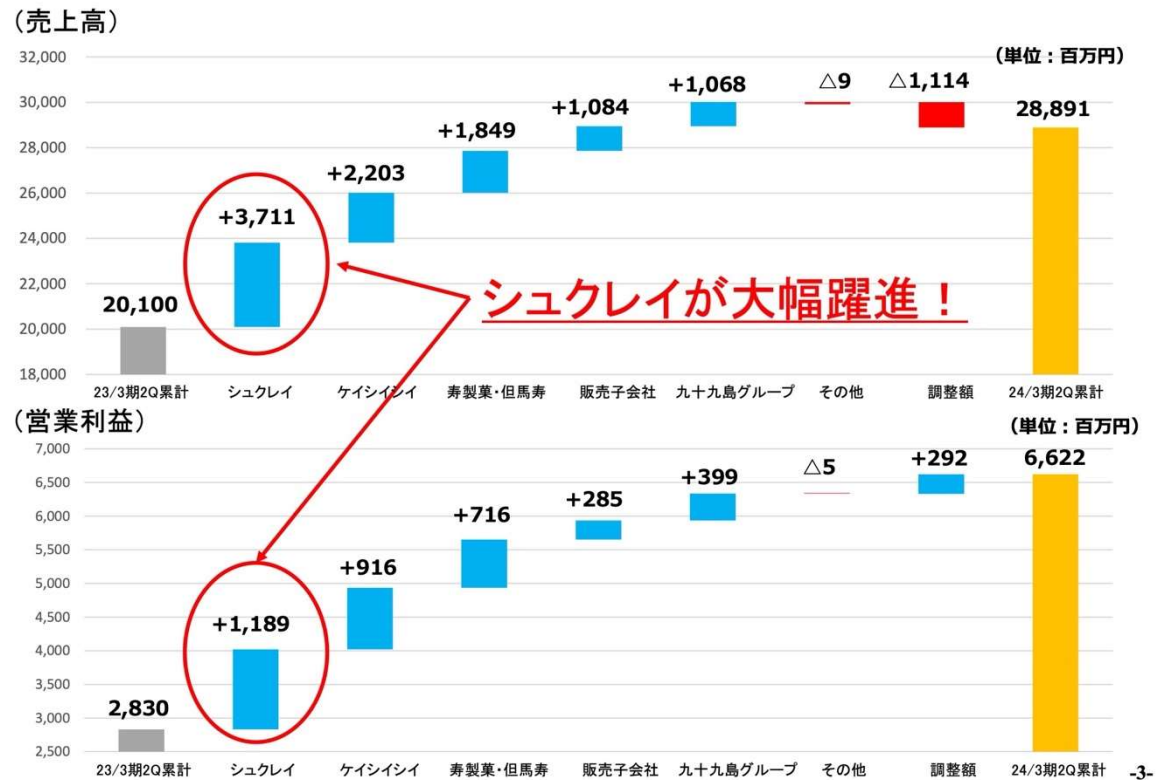
第1四半期は、開示しているとおり非常に好スタートが切れたと、その勢いを持続して、第2四半期も引き続き好調に推移できたと思っております。

結果として、4-9月までの売上・利益ともに4期ぶりに最高値を更新しております。もう1点、収益力の大幅な改善向上で、経常利益率が昨年の20%を超えて、上期に関しても23.1%と、この収益力が一段と向上できているのが決算の特徴だと思います。

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

売上高／営業利益増減分析(前年同期比)



また、本日お伝えしたい項目の一つとしては、当社グループのセグメントの中で成長を牽引しておりますシュクレイが、引き続き増収増益で牽引役になっていることです。

もう1点、インバウンドにおいても、売上がコロナ前数値を上回ってきたところを本日お伝えできればと考えております。

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 東京駅エリア積極展開

シュクレイによる新ブランド「THE DROS(ザ・ドロス)グランスタ東京店」のオープンをはじめとして、東京駅エリアの更なる積極展開を推進



2023年6月26日 新ブランド「THE DROS(ザ・ドロス)グランスタ東京店」OPEN



2023年6月19日リニューアルオープン
ザ・メープルマニア グランスタ東京店



2023年6月15日 オープン
Mr. Maple グランスタ東京店

-4-

トピックスです。当社グループの中で、首都圏展開を積極的に進めており、首都圏の中でも最重要市場である東京駅エリアに、コロナ禍においても積極的に出店攻勢をかけてまいりました。今期においても、シュクレイで2店の出店と1店のリニューアルオープンを達成しております。

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

ご参考(東京駅エリア店舗数)

東京駅エリアのグループ常設店舗数は、20/3期の3店舗から14店舗に拡大
(2023年9月末現在)

	ブランド名	運営会社	出店施設	OPEN日
1	(New)ザ・メープルマニア	シュクレイ	グランスタ東京	23/6月 リニューアルオープン
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 リニューアルオープン
3	ココリス	シュクレイ	グランスタ東京	20/8月 オープン
4	ナウオンチーズ♪	ケイシイシイ	グランスタ東京	20/8月 オープン
5	アイボリッシュ	九十九島グループ	グランスタ東京	22/4月 オープン
6	(New)ザ・ドロス	シュクレイ	グランスタ東京	23/6月 オープン
7	(New)ミスターメープル	シュクレイ	グランスタ東京	23/6月 オープン
8	岡田謹製あんバター屋	ケイシイシイ	東京ギフトパレット	20/8月 オープン
9	ビスタ&トーキョー	ケイシイシイ	東京ギフトパレット	20/8月 オープン
10	洋菓子のフランス	シュクレイ	東京ギフトパレット	20/8月 リニューアルオープン
11	ネコシェフ	シュクレイ	東京ギフトパレット	20/8月 オープン
12	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 オープン
13	バターバター	シュクレイ	東京ギフトパレット	21/6月 オープン
14	コートクール	シュクレイ	東京ギフトパレット	22/11月 オープン



-6-

6 ページ目です。現在、東京駅エリアは 14 店舗まで拡大できております。

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

トピックス②好立地への積極出店を推進

「ザ・メープルマニア」が京王百貨店新宿本店の一等地へ出店、
「東京ミルクチーズ工場」がラゾーナ川崎プラザへ出店。



2023年5月25日「ザ・メープルマニア 京王百貨店新宿店」OPEN

2023年9月22日「東京ミルクチーズ工場 ラゾーナ川崎プラザ店」OPEN

-5-

東京駅エリア以外にも、好立地へ出店し、今年5月には京王百貨店新宿本店、また直近9月にはラゾーナ川崎への出店もできております。

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

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。
当第2四半期のインバウンド売上は、新型コロナ発生前水準を上回る

【インバウンド売上高(国際線ターミナル売店卸売上高)】 (注)2024年3月期 通期は予想

(百万円)	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
2024年3月期	1,520	1,613			5,000
2023年3月期	86	167	640	1,085	1,978
2020年3月期	1,502	1,381	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-

ご参考で、インバウンド売上の推移です。昨年10月からの渡航制限緩和によって、段階的に売上も回復に向かっております。当社の中で、空港の国際線の免税エリアの卸売上をインバウンド売上と定義して開示しております。

渡航制限緩和によって、空港の売店も順次再開した、そこに当社がスピーディーに人員体制を整えて、販売力の強化を行っています。シュクレイとケイシイシイを中心に、成田空港、羽田空港、関西国際空港といった主要国際線空港の売店商品を、売場什器をいただいて展開しています。

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

ご参考(海外売上)

海外売上 705百万円 前年同期比14.2%減収
減収要因はシンガポールの在庫調整の影響によるもので
当地域の現地売上は微減。



【海外売上高】

(百万円、%)	23年3月期 (2Q累計)	24年3月期 (2Q累計)	増減額	増減率
台湾(注)	295	269	△ 26	△ 8.9
韓国	63	48	△ 15	△ 23.2
シンガポール	232	91	△ 141	△ 60.9
中国	123	124	0	0.3
オーストラリア	54	98	44	82.6
その他	55	75	21	37.9
合計	821	705	△ 117	△ 14.2

(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

東京ミルクチーズ工場 フィリピン MITSUKOSHI BCG店(2023年7月21日 グランドオープン)

-8-

ご参考の2番目は、海外売上です。第2四半期では14.2%減収となっておりますが、シンガポールが現地の在庫調整の影響で減収になっていることで、現地売上は微減になっています。

海外売上については、台湾が現地法人で、台湾以外はフランチャイズ形式で行っております。売上数値も、フランチャイズ形式は日本からの出荷売上とロイヤリティが加わった数字を海外売上高と記載しております。

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

2024年3月期 第2四半期(累計)業績(対前年同期)

対前年同期比 売上高43.7%増、経常利益118.3%増
工場稼働率の上昇及び販売の効率化などにより収益性が向上

(百万円、%)	前第2四半期累計 (22年4月～9月)		当第2四半期累計 (23年4月～9月)		対前年同期		(参考)前期 (22年4月～23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	20,100	—	28,891	—	8,791	43.7	50,155	—
売上総利益	11,771	58.6	17,732	61.4	5,961	50.6	30,107	60.0
販売管理費	8,941	44.5	11,110	38.5	2,169	24.3	20,155	40.2
営業利益	2,830	14.1	6,622	22.9	3,792	134.0	9,952	19.8
経常利益	3,055	15.2	6,668	23.1	3,613	118.3	10,296	20.5
四半期(当期)純利益 (注1)	1,994	9.9	4,453	15.4	2,459	123.3	7,018	14.0
EPS(円) (注2)	12.82		28.62		15.80	—	45.10	

(注1) 四半期(当期)純利益＝親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益

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

-9-

続いて、第2四半期の決算業績についてご説明させていただきます。売上高が前年同期比で43.7%増の288億9,100万円、経常利益が前年同期比118.3%増の66億6,800万円です。最終の四半期純利益が、123.3%増の44億5,300万円となっております。

今年の10月1日に、1対5の株式分割を行っており、EPS、1株当たり数値に関しては分割後の数字で記載しております。

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

売上高(販売チャネル別)

人流回復を追い風に、インバウンド需要の回復も加わり 国内卸売が大幅増収

(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	20,100	—	28,891	—	8,791	43.7
国内卸売	6,985	34.8	12,697	43.9	5,712	81.8
国内小売	9,989	49.7	13,323	46.1	3,333	33.4
通信販売	2,302	11.5	2,164	7.5	△ 137	△ 6.0
その他	2	0.0	2	0.0	0	11.7
国内計	19,279	95.9	28,187	97.6	8,908	46.2
海外卸売	526	2.6	436	1.5	△ 90	△ 17.2
海外小売	295	1.5	269	0.9	△ 26	△ 8.9
海外計	821	4.1	705	2.4	△ 117	△ 14.2

(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+ロイヤリティ/ 海外小売は、台湾子会社の売上/その他は損害保険代理業

-10-

売上の中身について、販売チャネル別を、10 ページ目に記載しております。

国内卸売チャネルが、大幅に増収となっております。これは、先ほどお伝えしたインバウンドの卸売が加わったのが要因です。卸売以外の小売に関しても、効率出店を含めて既存店の売上も回復に向かっていったところで、国内小売も堅調に推移しました。

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

セグメント別の業績(対前年同期)

シュクレイを筆頭に、主要セグメント軒並み増収増益

(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	8,002	11,713	3,711	46.4	1,223	2,412	1,189
ケイシイシイ	5,536	7,738	2,203	39.8	451	1,367	916
寿製菓・但馬寿	4,390	6,239	1,849	42.1	628	1,344	716
販売子会社	2,289	3,373	1,084	47.4	132	417	285
九十九島グループ	1,847	2,915	1,068	57.8	△ 1	397	399
その他 (注)	326	317	△ 9	△ 2.8	36	31	△ 5
セグメント計	22,390	32,296	9,905	44.2	2,469	5,969	3,500
調整額	△ 2,290	△ 3,404	△ 1,114	48.6	362	654	292
合計	20,100	28,891	8,791	43.7	2,830	6,622	3,792

(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。

-11-

セグメント別の業績です。牽引役となっておりますシュクレイを筆頭に、各主要セグメントが軒並み増収増益で推移しております。

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

セグメント別業績の補足説明

シュクレイ	シュクレイは、更なるブランド価値の向上を図るため、売場ディスプレイの改良、限定商品の発売や超試食販売による販売力の強化などに注力いたしました。また、成田空港など主要国際線ターミナルを中心にインバウンド対策の強化、大型催事出店の展開強化などにも取り組みました。新規出店では、5月に「ザ・メープルマニア」京王新宿店を、6月にはJR東京駅「グランスタ東京」に新ブランド「ザ・ドロス」を出店するなど、計4店の出店を行いました。
ケイシイシイ	25周年を迎えた「小樽洋菓子舗ルタオ」の更なるブランド価値の向上を図るため、「ルタオ本店」及び「ルタオパトス」の売場改装を行い、商品面では、「ドゥーブルフロマージュ」、「小樽色内通りフロマージュ」などの主力商品を軸に、「まああるガトーノワール」や25周年記念菓「フロマネージュ」などの新商品を加えて、各販売チャネルでの販売強化に注力いたしました。また、インバウンド対策では、主要国際線ターミナルを中心に、販売体制を早期に整え、販売力の向上に努めました。道外店舗では、「Now on Cheese♪（ナウオンチーズ）」などの首都圏ブランドの育成に注力いたしました。
寿製菓・但馬寿	土産需要の回復を見据え、代理店及びグループ会社との連携強化を図り、売場改善提案などによる主力商品対策や新商品開発に注力いたしました。また、山陰地区では、12年に一度の「うさぎ年」に発売55周年を迎えた山陰銘菓「因幡の白うさぎ」の販売強化や築城30周年を迎えた「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。
販売子会社	交通拠点チャネルを重点に、土産需要の回復を見据え、主力商品及び新商品による売場面積の拡大に注力いたしました。エリア別では、関西地区は、主力商品「フレンチトーストラングドシャ」のリニューアルや季節限定商品「大阪レモンスカッシュわたび餅」による販売強化、福岡地区では「博多まっかな苺」ブランド展開強化や新商品「博多万能ねぎ天ぷらえびせんべい」の拡販などに取り組みました。
九十九島グループ	製造小売型経営への変革を図るため、当社グループのシナジーを最大限活用し、製品の改廃、組織改革、製造ラインの見直しなどの経営改革を推進いたしました。10周年を迎えたフレンチトースト専門店「アイボリッシュ」では、グランスタ東京のリニューアルオープンに「フレンチトーストブディング」などの東京駅限定商品を発売するなど、更なるブランド認知度の向上に取り組みました。

-12-

グループ全体として、ブランド価値の向上にこだわりながら、インバウンド対策、大型催事出店の強化、新規出店、売場改装、主力商品対策、新商品開発を積極的に行った結果だと捉えております。

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

売上原価・売上総利益

原材料価格の高騰が続く中、工場稼働率の向上及び生産の効率化などにより売上総利益率は前年同期比2.8ポイント増加

(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	20,100	—	28,891	—	8,791	43.7	50,155	—
材料費	4,471	22.2	7,044	24.4	2,573	57.6	10,754	21.4
労務費	2,071	10.3	2,612	9.0	542	26.2	4,454	8.9
製造経費	1,078	5.4	1,313	4.5	235	21.8	2,380	4.7
製造原価計	7,619	37.9	10,969	38.0	3,350	44.0	17,587	35.1
その他	710	3.5	190	0.7	△ 519	△ 73.2	2,461	4.9
売上原価合計	8,329	41.4	11,159	38.6	2,830	34.0	20,049	40.0
売上総利益	11,771	58.6	17,732	61.4	5,961	50.6	30,107	60.0

-13-

売上原価、売上総利益率の資料です。

売上総利益率が61.4%で、前年同期に比べて2.8ポイント増加しております。依然として、原材料価格の高騰が続いておりますが、売上が回復してきたことで、工場稼働も計画的な生産ができた点、また生産の効率化が図れている点が要因だと捉えています。

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

販売管理費・営業利益

売上成長及び販売の効率化などにより、販売管理費率は
前年同期比6.0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	11,771	58.6	17,732	61.4	5,961	50.6	30,107	60.0
人件費	3,530	17.6	4,186	14.5	656	18.6	7,432	14.8
販売促進費	1,232	6.1	1,679	5.8	447	36.3	3,012	6.0
運賃	670	3.3	972	3.4	302	45.1	1,580	3.1
広告宣伝費	173	0.9	163	0.6	△ 10	△ 5.7	395	0.8
地代家賃	620	3.1	681	2.4	60	9.7	1,314	2.6
減価償却費	195	1.0	202	0.7	7	3.5	407	0.8
旅費交通費	154	0.8	211	0.7	57	36.8	373	0.7
支払手数料	1,623	8.1	2,176	7.5	553	34.1	3,969	7.9
その他	743	3.7	840	2.9	97	13.0	1,672	3.3
販売管理費	8,941	44.5	11,110	38.5	2,169	24.3	20,155	40.2
営業利益	2,830	14.1	6,622	22.9	3,792	134.0	9,952	19.8

-14-

販売管理費の内訳です。販売管理費率は、前年同期に対して 6.0 ポイント減少で、売上回復に伴って非常に販売効率が図れていることが一番大きな要因かと捉えております。

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

公表数字に対する達成率

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	24,300	—	28,891	—	4,591	118.9
売上総利益	14,590	60.0	17,732	61.4	3,142	121.5
販売管理費	10,490	43.2	11,110	38.5	620	105.9
営業利益	4,100	16.9	6,622	22.9	2,522	161.5
経常利益	4,125	17.0	6,668	23.1	2,543	161.6
四半期純利益	2,765	11.4	4,453	15.4	1,688	161.0

※ 期初予想は、2023年5月15日付公表数字

-15-

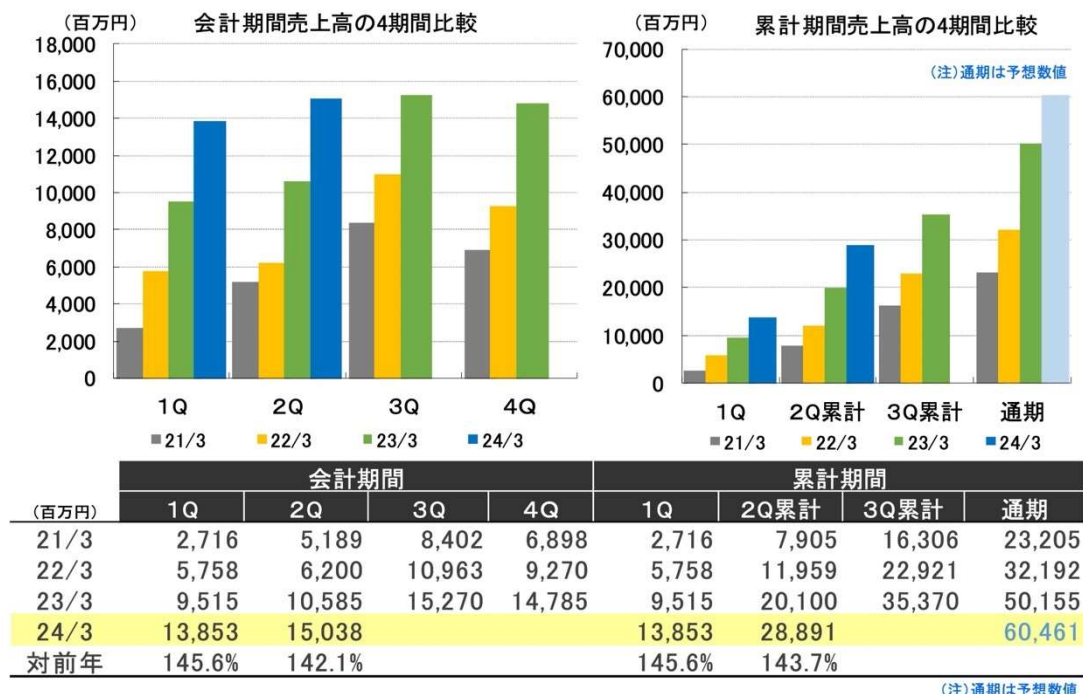
公表数字に対する達成率です。これは、期初予想に対する達成率です。売上、利益ともに大幅に期初予想を上回ることができました。

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

四半期業績の推移(売上高)

(2Q会計) 対前年同期比42.1%増



-16-

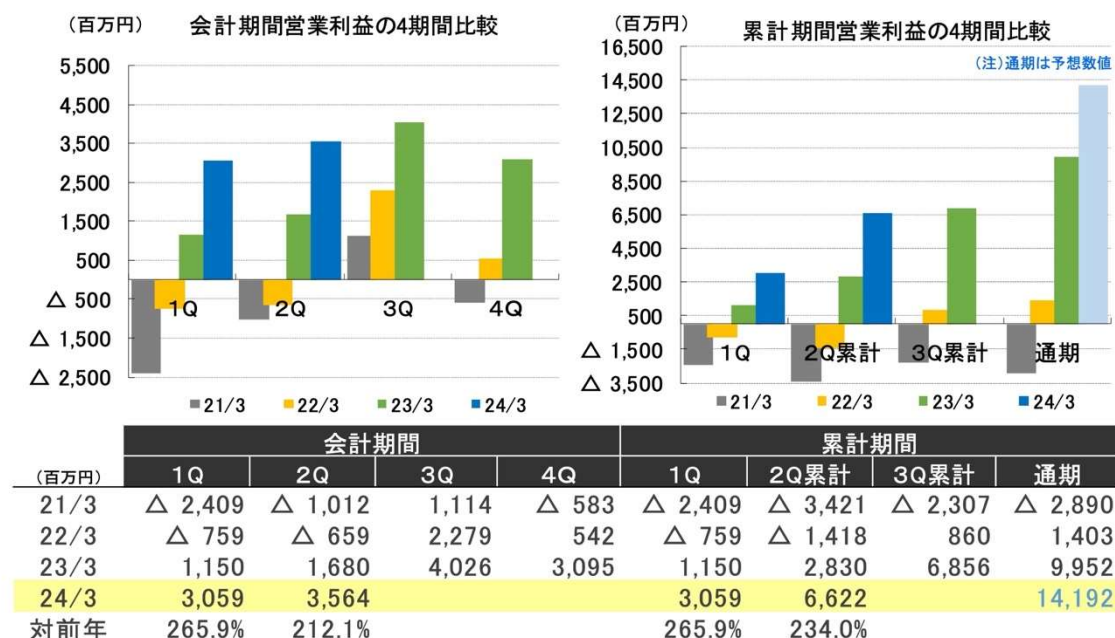
会計期間で見た売上、営業利益のグラフです。第2四半期の会計期間でも、売上が前年同期比42.1%増。

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)

(2Q会計) 対前年同期比112.1%増



-17-

営業利益が、会計期間で前年同期比 112.1%増という結果となっております。

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

貸借対照表

流動資産の増加は、主に棚卸資産の増加によるもの

(百万円、%)	22年3月期		23年3月期		24年3月期(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	15,804	57.5	25,741	69.7	26,919	70.1	1,178	4.6
固定資産	11,666	42.5	11,212	30.3	11,495	29.9	282	2.5
資産合計	27,470	100.0	36,953	100.0	38,414	100.0	1,460	4.0
流動負債	4,620	16.8	8,095	21.9	7,204	18.8	△ 892	△ 11.0
固定負債	2,493	9.1	2,340	6.3	2,386	6.2	46	1.9
負債合計	7,114	25.9	10,436	28.2	9,590	25.0	△ 846	△ 8.1
純資産	20,357	74.1	26,518	71.8	28,824	75.0	2,306	8.7
負債純資産合計	27,470	100.0	36,953	100.0	38,414	100.0	1,460	4.0
BPS(円)(注)	130.83		170.43		185.25		14.82	8.7
設備投資額	403		573		721		148	25.9
減価償却費	1,220		1,137		540		△ 597	△ 52.5

(注)当社は2023年10月1日を効力発生日として普通株式1株につき5株の株式分割を実施しております。
BPS数値につきましては、2022年3月期の期首に株式分割が行われたと仮定して算出しています。

-18-

続いて、バランスシート、貸借対照表です。流動資産が、前期末に比べて11億7,800万円増加しております。これは、主に棚卸資産の増加によるものです。

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

キャッシュ・フロー計算書

キャッシュ残高は、前年同期に対し5,498百万円増加の16,242百万円

(百万円、%)	22年3月期	23年3月期		24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	4,293	2,180	9,086	3,067	887	40.7
投資活動CF	△ 527	△ 302	△ 1,616	△ 737	△ 435	143.7
フリーCF	3,767	1,878	7,470	2,331	453	24.1
財務活動CF	△ 1,176	△ 1,055	△ 1,223	△ 2,261	△ 1,206	114.2
現金及び現金同等物に係る換算差額	13	9	3	10	1	11.9
cash増減	2,603	831	6,250	79	△ 752	—
cash期首	7,309	9,913	9,913	16,162	6,250	63.0
cash期末	9,913	10,744	16,162	16,242	5,498	51.2
有利子負債	726	606	440	360	△ 246	△ 40.6

-19-

キャッシュ・フロー計算書です。営業活動によるキャッシュ・フローが30億6,700万円、投資活動によるキャッシュ・フローが7億3,700万円の資金使用、財務活動によるキャッシュ・フローが22億6,100万円の資金使用となっています。

結果的に、キャッシュは前期末から7,900万円増加して、162億4,200万円のキャッシュ残高となっております。

以上が、決算概要です。

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 通期業績予想の補足説明

● 予想スタンス	当第2四半期累計業績は、期初予想を上回ったものの、今後の事業環境は、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、通期の業績予想は、下期予想を据え置き、上期の上振れ分を上乗せして修正。
● 株式分割の実施	本年10月1日付けで普通株式1株に対して5株の割合で株式分割を実施。これに伴い、1株当たり数値の記載は、当該株式分割を考慮して算定している。
● 配当予想の修正	株主還元の一層の充実を図り、また、直近の業績動向及び通期の業績予想を鑑みて、1株当たりの期末配当金予想は前回予想の14円00銭から25円00銭に上方修正。



-21-

続きまして、2024年3月期の通期の業績予想です。昨日、決算発表と同時に通期の業績予想についても見直しさせていただきました。

予想の前提条件として、下期はまだまだ先行き不透明感も残っております。昨年、コロナが回復して、全国旅行支援もあって非常に人も動いたところで、その辺も見極めづらいということで、期初予想を据え置いて立案しております。ですので、上期の上振れ分を単純に上乗せして、通期業績予想として開示させていただきました。

あわせて、配当予想の修正に関しても今回、行っております。

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(対前期)

売上高前期比20.5%増、営業利益同42.6%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	—	60,461	—	10,306	20.5
売上総利益	30,107	60.0	37,112	61.4	7,005	23.3
販売管理費	20,155	40.2	22,920	37.9	2,765	13.7
営業利益	9,952	19.8	14,192	23.5	4,240	42.6
経常利益	10,296	20.5	14,263	23.6	3,967	38.5
当期純利益	7,018	14.0	9,560	15.8	2,542	36.2
EPS(円)(注)	45.10		61.44		16.3	—
1株当たり配当金(円)(注)	14.00		25.00		11.0	—
設備投資	573		2,000		1,427	249.1
減価償却費	1,137		1,250		113	9.9

(注) EPS数値及び1株当たり配当金は、2023年3月期の期首に株式分割が行われたと仮定して算出しています。

-22-

通期の予想は、数字に関して売上高が604億6,100万円、前年同期比で20.5%増、営業利益は141億9,200万円で42.6%増、最終の純利益が95億6,000万円で36.2%増。

当期純利益が15.8%、経常利益率が23.6%で、引き続き昨年更新した過去最高値を、今年も更新に向けて、下期は取り組んでまいりたいと思っております。

また、設備投資額は期初に12億円で計画しておったのですが、8億円追加で20億円の計画とさせていただきます。これは、九十九島グループの工場のライン拡充等が追加の要因です。引き続き、生産キャパシティの増大に向けて検討を行っています。

簡単ではありますが、私から決算概要と業績予想についてご説明させていただきました。

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

今後の経営方針

中長期の目標

長期目標

売上高経常利益率 30%

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

中期目標

① シュクレイ売上高 350億円

(百万円)	20年3月期(実績)	21年3月期(実績)	22年3月期(実績)	23年3月期(実績)	24年3月期(予想)	26年3月期(目標)
売上高	16,199	7,627	11,958	20,699	25,736	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3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。

-30-

河越：本日はお忙しい中ありがとうございます。続きまして、今後の方針と弊社グループの強み、特徴について少しお話させていただきたいと思います。

今後は一つ大きな目標設定として、売上高経常利益率を 30%に持っていくというところがあります。先ほどの松本の説明にもありましたように、この第 2 四半期累計で 23%にいったことで、長期的ではなく、中期的に突破していきたいと思っております。

そして、特に首都圏でやっておりますシュクレイの売上に注力していくことで 350 億円、インバウンド、先ほど申し上げた国際線ターミナルの免税店の卸売売上で 100 億円を目指して、特に力を入れていくところがポイントです。

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

-28-

そして、書いていないのですが、強みと思っているところで、28 ページにありますように、弊社グループはプレミアムギフトスイーツというジャンルにほぼ特化しております。プレミアムギフトスイーツの中で成長していこうという考え方です。

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

今後の経営方針

2023年経営スローガン

超絶ト成長元年！

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.ト成長重点対策の推進

ト成長重点対策

- ①ト成長の商品力、販売力、売場力の超絶シンカ
- ②ト成長の人財採用と共育
- ③ト成長のブランド開発と売場獲得
- ④ト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ト成長の生産体制、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、人財力及び組織力の向上を図る。

-29-

経営の中で、全員が一番に何をやっているかという、毎日高い価値を追求していく、価値を上げていくことに特化してやっています。ブランド力を上げるということで、一番は美味しさということで、昨日よりも今日、今日よりも明日、美味しくするのが一番の戦略です。

それに伴って、それにふさわしい売価に上げていくということです。ですから、原材料が高くなったとかでは値上げしません。常に、いかなるときも高い価値を追求して、売価以上の価値を創りだしてから売価を上げていくようにしている。商品力、売場力、そして接客力のレベルアップが毎日の課題であり、毎日高いレベルで成し遂げているところ、今後もやっていくところが強みだと思っています。

2 番目に、ブランド開発力です。昨日も阪神梅田本店様の地下にバニラのスイーツの VANI をオープンしました。こういうふう、素材に着目して素材が活きたプレミアムギフトスイーツ創りが特徴です。それを開発していくところが強みだと思います。

そして、開発したブランド、また既存のブランド自体を売る力、つくる力が魅力だと思っています。お客様にどうアピールしていくかを、全ての部分で、そして1回買った方に次も買ってもらえる商品の価値創りが一番のポイントだと思っています。

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

4 番目に、超現場主義の全員参画経営という、本にも出しましたが、つくる現場、そしてお客様との接点である売る現場の一人一人が、どこまで意識を高く、行動を強くやっていけるかが会社の売上だと、今までもそうですし、今後の売上だと思っています。そういったところで、一人一人がどういうふうにモチベーションを上げて、どういうふうに仕事に取り組むかが一番の課題だと思って、経営理念の実践型企业としているわけです。

Kotobuki Spirits Co.,Ltd.

くじゅうくしま 《九十九島グループ》

nuts and butter sweets
I'm LILY
HAKATA

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



新ブランド「I'm LILY(アイム リリー)」
10月6日JR博多駅構内『いっぴん西通り』にオープン

-41-

そして、今年度からの大きな特徴として、九州のグループ会社である九十九島グループ、製造卸売型の会社だったのですが、製造小売型の会社に変革の最中です。シュクレイの部長以上、社長に至るまでのメンバーのほとんどを兼任として、九十九島グループの製造小売業型に改革中です。これが、大きな特徴だと思っています。

以上です。

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

 **SCRIPTS**
Asia's Meetings, Globally

質疑応答

司会 [M]：この後は、質疑応答の時間です。

なお、この説明会は質疑応答部分も含めまして全文を書き起こして公開予定です。したがって、質問の際、会社名、氏名を名乗られ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、質問の際に氏名を名乗らないようにどうぞよろしくお願いいたします。

最初の方、お願いします。

荒木 [Q]：ご説明ありがとうございます。また、2Q 累計、素晴らしい決算をありがとうございます。東海東京調査センターの荒木と申します。質問は三つです。

まず第1点目に、配当は、今回配当性向 40.7%という非常に高い水準までのご計画ですが、今後この水準はどう考えておけばいいのか。40%を維持したいとお考えなのか。あるいは、結構そこは臨機応変に対応するのか。何かメルクマールとなっている、30%あるいは 35%をフィックスしたものがいいのかを教えてください。

二つ目は、設備投資の考え方です。20 億円の設備投資についてはおそらく 8 月、ファーストクォーターの段階で上方修正、増加されたということです。来期以降のイメージ、今、特に売上高がこれだけ急速に上がってくると、設備、今回は九十九島グループの部分もあると思うのですが、売上に対する稼働状況はかなり逼迫しているイメージもあります。来期以降の設備投資の絶対額のイメージを、差し支えない範囲でよろしければ教えてください。

三つ目は、インバウンドについてです。会社の通期のご計画は 50 億円、将来的には 100 億円です。過去、全体の売上に対するインバウンドの構成比は大体 10%でしたが、ご計画ですと 8%ぐらいの水準になります。あまりパーセンテージは意識されていらないと思うのですが、この辺の構成の考え方はどうなるのか。あるいは、海外はインバウンドを取っていくお考えがある中で、むしろ国内に特化をすることが、まず優先課題なのかを教えてください。

それと、インバウンドで 2Q 累計までの実績でいいのですが、最も人気があった、売られた製品ベスト 3 を参考までにいただけると助かります。

松本 [A]：株主関係の配当の考え方は、一般的ではありますが、当社の財務状況、また今後の成長見通し等を総合的に判断して決定しました。昨今の東証のプライム市場の統計データを見て、非常

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

にそういったところも参考にしながら、より一層、株主還元の充実できる会社の体制になっているのかと思って、今回検討させていただきました。

今後、将来についてはまた適宜、またその都度、現時点ではそれを変えるかどうかというところはありません。

荒木 [Q]：一応、40%程度は維持されたい。

松本 [A]：ある程度、目安、そういったところも参考にしながらといったところです。

次に、設備投資計画です。今期 20 億円で、每期経常的に既存のラインの拡充、改廃でそのくらいの規模感は出てくるのかと、来期以降に向けては、例えば中型の新たな工場も検討しております。まだ具体的に言える段階ではないのですが、仮に中型のあらたな工場投資になった場合は 20、30 億円。それに追加してラインを加えていく投資が必要になってくると考えております。

荒木 [Q]：そうすると、工場的には大体 20 億円ぐらいで、それにプラスアルファが乗ってくる可能性は考えていらっしゃる、ということですね。

松本 [A]：そうですね。

河越 [A]：30 億、40 億円ぐらい、1 カ所で行くのです、小さいままあの規模で。今の売上の状況ではあまりいっぺんにできないので、一つずつ、30 億、40 億円ぐらいの 3 カ所ぐらい、5 年ぐらいでやっていこうかと、売上の状況を見ながらですが、考えております。

松本 [A]：3 点目のご質問のインバウンドに関しては、売上の構成が何%ぐらいというところはまだ意識していなくて、当面まずは 100 億円を目指していこうと取り組んでおります。

海外の人が何を買って帰るかという、日本で有名なブランドのお菓子を買っていかれるのですよね。そういった中では、当社グループの中ではケイシイシイのルタオブランド、ルタオの中では焼き菓子でいったら小樽色内通りというラングドシャ、メインのドゥーブルフロマージュも非常に人気です。シュクレイでは、東京ミルクチーズ工場のブランドが海外の方にも人気がある商品だと思っています。

荒木 [M]：ありがとうございました。以上です。

司会 [M]：ありがとうございました。

吉田 [Q]：ご説明ありがとうございました。いちよし経済研究所の吉田です。私もいくつかあるのですが、2 点お願いします。

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



まず、今回上期の売上、営業利益ともに期初予想より上振れたということで、どのように分析されているか。外部環境の変化は、期初は堅めにとおっしゃっていましたが、外部環境の変化として思ったより良かった部分と、自助努力、出店の努力もそうですし、何か努力されて上振れた部分とどちらの貢献が大きかったとお考えでしょうか。

これに絡んで補足なのですが、下期は予想を変えていらっしゃるのですが、期初に織り込まれてなかった出店もいくつかやっているようなので、この分はプラスで考えてよろしいかを教えてください。

2点目は、インバウンドのところですが、資料の7ページ目にあるように、1クォーターから2クォーターにかけて増えてはいるのですが、8月の中国の団体旅行客の解禁があった割には、思ったより伸びていないかなという印象も受けています。何か感じられていること、コロナ前のインバウンドのときと今回のインバウンドの需要の動きだと、何か違うところがあるかについて教えてください。よろしくお願いします。

松本 [A] : 最初のご質問の上期の好調要因は、非常に捉えづらいのですが、外部環境が想定以上に改善に向かっていったのは大きい点です。その結果として、非常に効率の良い生産ができています。コロナ禍は在庫をつくるのが非常に難しかったのですが、計画的に効率の良い生産ができている点は大きかったと思います。

あとは、ほとんど自助努力だと思うのですが、効率出店、大規模催事、売場拡大、こういったコロナ禍に行ってきた取り組みが、環境が戻ってきたことで成果になってきているという捉え方をしております。

下期のガイダンスに関してです。期初予想に関しては、原材料価格の高騰もなかなか織り込みにくくて、ある程度想定できる範囲内で入れていますし、9月から主力商品の一部の価格改定も行っています。6、7月に一部あったりするのですが、こういった価格改定も期初計画には織り込んでいないです。新規出店は、決まったものはある程度堅めにつくっているところで、そういった意味で一つ、下期は想定できる範囲内で保守的につくらせていただいております。

2番目の、インバウンドの動向です。中国の団体旅行はまだ戻っておりません。特にそういったところでコロナ前と何か変化があるのかというと、大きくないのですが、まだまだ地方空港もそういった、順次再開できるような段階でもありますし、それに関しては大きな変化もありません。また、インバウンドも季節性があり、春の4月の桜、国慶節、春節のシーズンの季節要因もあるので、そういった要因もあるのかと思って、2Qが何か変化があるようなことは感じておりません。

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] : 付け加えますと、外部環境半分、そして自助努力半分という感じです。売上の面の伸び、利益の伸びは、利益の中では、先ほども言いました工場内の改善、品質を上げることによってロスが減って稼働率が高まっていく流れが、非常に大きく影響していると思います。売上が多いから稼働率が高いというのもあります。それが外部、内部という感じです。

売上の面でいくなれば、インバウンドの復活、国内旅行の方も去年の上半期に対して増えている、そして通常の客足、通常のお買い物の方もかなり増えてきたのが現実だと思っています。半分半分という感じかと。

日々、どうやったら美味しくなるのだ、どうやったらお客様に買っていただけるのだという工夫ができるようになって、外部環境か内部環境かわかりませんが、当社の販売方法で特徴的な超試食販売についても、マスクの規制があるところもあるのですが、笑顔、そういった買いたくなるような顔なのかもでかいので、そういった、外部環境か内部環境かわかりませんが、そういった要因が半々で、接客力が活かせるようになってきたのも大きいと思っています。

下半期自体は、旅行支援の問題がでかいと思っていたのですが、10月の足元的にいうならば、通常の買い物等も悪くない状況で、一昨日までの10月の決算が終了しています。

それから、インバウンドはまだ大きな動き、結局アジア系の方々の売上が、お土産の場合はほとんどなので、それ以外の方が昔に比べてかなり増えていると思うのですが、しかし、そこはわれわれの売上には影響しません。そういう感じで、かなりアジアの富裕層の方は来られていますので、そういった方々の売上は増えています。

しかし、自助努力、売場面積の拡大、販売力の強化がかなりできているので、第2四半期はコロナ前を超えてきたといったのが現状だと思いますし、これからも100億円に向かって、売場の面、接客力の面、主商品の面で更なる進化、改善を遂げていきたいと思っています。

吉田 [M] : ありがとうございます。

司会 [M] : ありがとうございます。

皆川 [Q] : お話ありがとうございました。SMBC日興証券の皆川と申します。私から質問が3点あります。

1点目が、価格改定に関してです。9月に、例えばドゥーブルフロマージュが1,700円から2,000円に値上がりしていると思うのですが、過去の価格改定と比べると、かなりこの商品に限っていえば、大きいのかとお見受けします。これを実施した後の消費者の反応、また河越社長から見て、ドゥーブルフロマージュ以外にも、そのようにもっと価値が高まっているのでこれくらいの幅で改定

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

できる商品はあるとお考えなのか。この辺りの価格について今、お感じになっていることを教えてください。

河越 [A] : ドゥーブルフロマージュは、9月に1,700円から2,000円プラス消費税という形にしましたが、これはほぼ悪い影響が出ていない感じだと思っております。それだけの価値を全ての面で上げてきた結果だと思っております。

他の商品も、低いところで5から15%ぐらいまで上げてきていて、あまり影響がないようにいろいろやってきました。ただ、売る人の意識がマイナスに働く場合もあるので、2、3カ月して、ザ・メープルマニアは6月からやっているのですが、変わらなくなったのが8、9月ぐらいからです。お客様に波動的に伝わっちゃうので、自信を持ってやっていて、われわれが、本当にそのプライス以上がふさわしいとどこまで思えるかが大事だとやっているのですが、実際にはこなれた期間が必要になってくるのが現実だと思っております。

皆川 [Q] : 今のところのニュアンスは、ザ・メープルマニアの場合は6月に値上げしてから、その後は影響がないけれども、8、9月ぐらいからだれてくるということですか。

河越 [A] : 逆です。最初は価格を上げた分だけのプラスオンの売上になっていなかった、いわゆる数量が多少減った、しかし、9月ぐらいからは逆に伸びてきた感覚です。8月ぐらいからかな。9月にはもう数量ベースも伸びてきたと、数量分が伸びて、価格改定分のプラスオンが出るので、売上がそれだけ伸びてくる感じです。慣れる期間が必要なのですよ。

皆川 [Q] : なるほど。わかりました。極端な落ち込みはないですか。

河越 [A] : 極端に落ち込むことは、商品を見ながらやっているのではないです。

皆川 [Q] : わかりました。ありがとうございます。

それと、先ほどの質問の中で、自助努力なのか外部環境なのかという話があったかと思うのですが、教えていただきたいのは、同じショッピングセンターで展開されている他社さんの売上高と比べて、御社の売上高がどのように推移しているか、そこの立ち位置です。

河越 [A] : これは結局、他社をまとめて一括にはできないですよ。個別に違います。良いところもあれば、極端に落ちているところもあるのは、大体モールや駅、百貨店も全部一緒です。一様に良い悪いがないのですよね。例えば、百貨店全体でお菓子売場が10%伸びているとすると、しかし、その中には半分になったものもあれば、倍になったものもある、そんな感じなのですよね。

皆川 [Q] : その中で、大まかな傾向は見られますか。

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

河越 [A] : ないです。今言ったようなことで、個別で違うということです。

皆川 [Q] : なるほど。その平均点を取った場合は、御社は総じて平均点より上の方にいる認識ですか。

河越 [A] : 館自体のお菓子売場みたいな感じですか。

皆川 [Q] : そうですね。

河越 [A] : そうではないところもあったり、そうではないブランドもあったりしますが、ほぼ良い感じだと思っています。

皆川 [Q] : わかりました。ありがとうございます。

最後に、九十九島グループのマネージメント交代のお話があったかと思うのですが、結果として、テコ入れして成果がどのようになっているかと。先ほどのお話の中で、シュクレイと兼務されているお話で、結構、シュクレイと九十九島グループは物理的に遠いと思うのですが、兼務は物理的に可能なものなのでしょうか。

河越 [A] : やっています。可能というか、やらなくてはいけないからやっている感じなのですが、シュクレイで成功モデルをつくったので、その考え方をそのまま入れようと思ってやったわけです。

小売と卸売は、商品の企画から販売に至るまで、ビジネスが違うものですから、まだ改革段階で、新しいブランドも I'm LILY しか出ていないので、これから来年の春に向かって、リニューアルを含めたら四つやっていきます。それが終わった段階で、だいぶ変わってくるかと思っています。一つの会社として今、取り組んでいるようなイメージです。。社名は違えども、そんな感じで見えています。

皆川 [Q] : わかりました。ありがとうございます。大きく期待できる部分がここですということですね。

河越 [A] : 今も悪くないですが、実績的に大きく伸びてくるのは、来年度以降になってくると思います。

皆川 [Q] : 確認ですが、今シュクレイさんは首都圏を中心にやられています、今回は九十九島で、九州でやられているかと思っています。他の地域に、例えばシュクレイが同じモデルのビジネスを展開することはできるのでしょうか。

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



河越 [A] : 市場的に九州はもともと九十九島グループがやっていて、市場が大きいので、さらに力を入れてやっていく。

関西の市場の場合、交通機関の小売ブランドがあまり売場的に合わないのですよね。ですので、百貨店市場において、昨日もそうなのですが、関西の百貨店においては展開をシュクレイでやっています。また、北海道はケイシイシイでやっていますし、あとは今のところないです。ある程度のマーケットがないと小売ブランドして成り立たないのですね。

皆川 [Q] : 関西は交通機関の場所が小売り展開するのに売場的に合わないということですが、例えば JR さんの事情なのですかね。

河越 [A] : 卸売では大変お世話になっております。売場を見られたらわかりますよ。東京駅と新大阪駅を見たらわかると思います。

皆川 [M] : 何となくわかります。

河越 [A] : 小売店舗が入っている店が、今のところわれわれの力でできないのです。そこは卸売の会社に対応すると、非常にお世話になっていて、いい売上なのですが、そんな感じでやっています。

皆川 [M] : 大変よくわかりました。ありがとうございます。

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。

一つは、重要なのか重要ではないのかよくわからないのですが、海外売上はサクッと見ると、台湾、韓国、シンガポールは在庫調整みたいなお話で、それから中国や台湾、韓国が減っていて、中国横ばいという感じです。普通にコロナから回復していくイメージを持てば、単純にもう伸びても良さそうな感じなのですが、例えばフランチャイズ先のやり方など、そういう問題なのかというのがまず一つです。

また、先々の話なのかもしれませんが、御社はとりあえず、海外を当面どういう位置づけで置かれているのか。すごく先を考えたら多分、海外展開も考えるのかと思うのですが、それが第1点です。

もう一つは、シュクレイの新しいブランドのお店をどんどん立ち上げていて、これは駄目だと撤退するみたいなお話も多分うまくやられているのではないかという気がするのですが、もう駄目だという基準や、実際問題どの程度店をたたんでいるのか、そこら辺がわかるイメージを教えてください。この2点をお願いいたします。

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

河越 [A] : ありがとうございます。

まず、海外については、最初は売れるのですが、そのうち、通常のギフト需要がありませんのですね。先ほど松本が言いました、イベントみたいな需要なので、プレミアムゾーン、顧客のターゲット自体を富裕層に、お金持っている人に上げていかななくてはいけないという状況になっています。韓国や中国はもっと減ってくると思います。

しかし、伸びていくのがオーストラリアです。2店舗目を今、シドニーにプレオープンして、非常に良い調子でいっています。日本よりもブランド価値はかなり高いイメージでやっています。ルタオなのですが、このパターンを今後やっていこうと考えております。通常の日本のような売り方、売場、商品では、海外はなかなか難しいのです。そんなことで、もう1回チャレンジのし直しという感覚でおります。

撤退は、かなり小さい小売店の撤退はかなりやっていますが、数字的に。

松本 [A] : 例えば、今期は4店舗の退店、前期が8店舗、その前の期も5店舗で、小規模でなかなか収益、採算、売上も伸びなくて、諦めずにやっても、それでも難しい場合は退店するケースと、館の売場の改装のタイミングなど、いろいろな理由があります。こういった退店も、そこはきちんとやりながら、効率の良い出店のほうにシフトしています。

河越 [A] : 基本的に、なかなか売上が思ったように上がっていかない、館の中の場所が大きな要因になってくるので、リロケーションをお願いして、駄目だったら撤退するみたいな考え方が多いです。そこ自体が、もう全くよろしくないこともあるのですが、例えば、ラゾーナ川崎さんの東京ミルクチーズ工場は1回撤退して、もう1回再登場です。これは昔よりブランド価値が上がって、市場の中で売れていけると再登場して、大体予定どおりの売上になっているといったこともあります。

積極的にリロケーションか撤退かみたいな話をずっと持っていつている、または新規のブランドによる売場獲得という動きは毎日の仕事なので、かなり積極的にやっています。

有賀 [Q] : 海外はよくよく考えると、日本みたいなお土産市場を、ギフト市場や性格もいろいろあるかと思うのですが、いきなり海外どうですかと言っても、国によって全然事情が違うということなのですかね。1、2例挙げて、どういう市場、日本とどう違うのかイメージできるお話はありますか。

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



河越 [A] : 店舗をよほど限って、一つの都市で一ブランドぐらいにして、相当優位性のある売場で、しっかりとした価値が高い売り方をしないと駄目だということが最近わかってきました。そんな展開に変えていこうと思っております。店を出しすぎたところが駄目になったということです。

それと、日常的に買ってもらおうと思ったら売れないですよ。本当に、めったに買っていたかなくてもいいという売場にしたいほうが、売上が上がっていくということです。先ほど申し上げた、オーストラリアは成功パターンで、このパターンをいわゆる物価の高いところで、それなりの買う方々が一定人数いるところに絞って、出店していく考え方でやっていこうと思っております。

いまは、日本のブランドを持って行って、フランチャイズでやっていて、それだと、そうたくさんの売上にはなっていないです。真剣に海外自体をやっていくかという、まだ策がない段階で、大きく日本の売上ぐらいにしたいとやっていかなくてはいけないのですが、今のところはまだないと、手探りを重ねている段階です。ですから、ここが大きく伸びることがまだ見込めていないです。

しかし、将来的には大きな伸びしろはここにあると思っていますのですね。いろいろなテストをやっています。コロナでできなかったのも、指導もできなかったのも、本当に結構きつくなっちゃったのですね。再スタートということで、そういった試すこと、1カ所ずつチャレンジして行って、成功モデル自体をものにしたときは、全力で会社を挙げてやっていくべきだと思っているのですね。今はないということです。

司会 [M] : ありがとうございます。

宝田 [Q] : ご説明ありがとうございました。東洋証券の宝田と申します。

上期、結構全国旅行支援クーポンが使われたかと思うのですね。実際に空港で見ても、御社の商品は結構使えるということで、皆さん買っていたように思うのですが、どれくらいの比率でクーポンが使われていたかはわかりでしょうか。

松本 [A] : 旅行支援のクーポンですね。金額的にはそう大きなインパクトはなかったのですね。また、自治体によって、かなり早く止めるところと継続しているところがあって、今期の上期に関してのデータは捉えていないのですが、大きなインパクトはなかったです。ちなみに、昨年だと、一番あった月、例えば11月とかでもグループ全体で約7,000万円の金額ぐらいの規模感です。

宝田 [Q] : もう1点は、九十九島グループです。確か、Ivorishなどもいろいろやっていらっしゃると思うのですが、ここは将来的に、例えば1年間でどれくらいの商品、ブランドを開発する計画があたりでしょうか。

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



河越 [A] : 先ほど言いましたように、リニューアルを含めて4ブランドを、春までにやろうと思っています。

宝田 [Q] : 京都で、京都ヴェネトは確か、店舗、四条烏丸が行ったら閉まっていて、結構京都はお土産需要が高い場所かと思うのですが、そこら辺はどうテコ入れされるご予定でしょうか。

松本 [A] : 河原町のところ、室町でしたかね。アンテナショップ的なところで、メインは駅なのですよね。京都ヴェネトのショップは、京都駅の中に固定の店舗は1店舗構えていて、駅を中心に京都は展開しているところです。京都ヴェネトブランドでいくと、インバウンドの方に抹茶も人気なので、こういったところも展開してきております。

宝田 [M] : 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] : 2回目になりますが、いちよし経済研究所の吉田です。1点だけ教えてください。

最初の荒木さんのご質問へのお答えで、5年間で3工場とおっしゃっていたではないですか。前回の説明会では1工場30億円と、1工場あたりということは同じなのですが、今回は前よりも強気な気がして、勝手にそう思っているだけかもしれませんけれども。例えば、九十九島グループとシュクレイのやり方で自信がついて、これならもっとやっていけるとなったのか、何か変化があれば。設備投資を前よりも強気で見られているように見えるので、それは単に私が勘違いしているのかもしれないのですが、教えていただけますか。

河越 [A] : それもありますが、九州の場合、メインの工場がものすごく古くて、もう来年の春にはここを使わなくして他のところに移そうと、別のところ、昔使っていた工場があって、それを倉庫にしていたのですよね。そこをもう1回工場にしてということで、そう大きなお金ではないのですが、そういうことをやっています。

シュクレイの工場の商品はとはお互いに統合をやっています。しかし、それでもまだ伸びてくると思うので、候補の一つです。そしてシュクレイが、ご存知のとおり、製造キャパが逼迫してきているので、公表できないのですが準備を進めています。それから、北海道もアイテムによってはつくれなくなっているので、次の設備投資をしなければいけないが、中途半端な売上だとすすめられないので、待っているような感じです。

そういったことで、工場が必要とされているので、1カ所ずつやっていこうと考えております。ただ、いっぺんにバンとやるのではなくて、様子を見ながらやっていくので、優先順位の高いところ

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

からやって、駄目だったら1工場になるかもしれませんという感覚です。売上の調子が良いのでね。そういった設備投資をやっていくということです。

吉田 [Q]：そうすると、中途半端なところではいけないというのは、ある程度、初年度の稼働率を高めるために結構引っ張って、引っ張って、ドンと立ち上げる感じなのですか。

河越 [A]：手づくりレベルでやって、いけるとなったときに製造ラインをバンとひくと、手づくりレベルの時はもう採算が合わないのですよ。それを複合的に一つの工場で、いろいろなものを試しているのですよね。試すものがもう乗ってきたときに、それ以上売れなくなるので、いわゆる工場の稼働時間が間に合わなくなってきました。

採算も取れていないのですが、そういうところのラインを一本引くということです。そこでフル稼働でやっていく、フル稼働にふさわしいときしか設備投資をやっていないという感覚でいいですかね。

吉田 [M]：よくわかりました。ありがとうございます。

司会 [M]：ありがとうございました。

以上をもちまして、本日の決算説明会は終了でございます。河越様、松本様、ご説明ありがとうございました。

松本 [M]：どうもありがとうございました。

司会 [M]：ご来場の皆様、本日はご参加、誠に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。

[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、SCRIPTS Asia 株式会社（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

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をしてはなりません。

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、すべて利用者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利用者が被った損害、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