

寿スピリッツ株式会社

2025 年 3 月期第 2 四半期決算説明会

2024 年 11 月 6 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]	2025 年 3 月期第 2 四半期決算説明会
[決算期]	2025 年度 第 2 四半期
[日程]	2024 年 11 月 6 日
[ページ数]	43
[時間]	11:00 – 11:59 (合計：59 分、登壇：33 分、質疑応答：26 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 地下 1 階 第 1 セミナールーム
[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 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@scriptsasias.com



[アナリスト名]* 東海東京インテリジェンス・ラボ 荒木 健次
SMBC 日興証券 皆川 良造
大和証券 五十嵐 竣

*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@scriptsasias.com



登壇

司会：定刻となりましたので、ただいまから、寿スピリッツ株式会社様の決算説明会を開催いたします。

最初に、会社からお迎えしております2名の方をご紹介します。代表取締役社長、河越誠剛様です。

河越：河越です。よろしくお願いします。

司会：常務取締役、松本真司様です。

松本：松本です。よろしくお願いします。

司会：本日の進行ですけれども、最初に常務の松本様から、中間期の決算概要と通期業績予想についてご説明いただくことになっております。続きまして社長の河越様から、今後の経営方針とセグメント別業績の概況についてご説明がございます。それでは、よろしくお願いいたします。

松本：本日はお忙しい中、弊社中間決算の説明会にご来席いただきまして、誠にありがとうございます。では初めに私から、中間決算の概要と業績予想につきまして、説明をさせていただきます。資料に沿って説明をさせていただきます。

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@scriptasia.com

業績ハイライト 2025年3月期第2四半期(中間期)

第2四半期(中間期)業績

売上高及び各段階利益ともに2期連続で 過去最高を更新

●原材料価格の上昇や給与水準の引き上げによる人件費の増加、また、新工場の設置及び工場の統廃合に伴うコスト増加要因があった一方、インバウンド売上高の伸長及び新規出店効果などにより、増収・増益を確保。売上高及び各段階利益ともに第2四半期(中間期)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、4,644百万円(前年同期比48.5%増)。

●本年4月にJR新宿駅改札内の新商業施設「イトルミネ」に同時に3店舗出店するなど、当期間で9店舗の新規出店と1店舗のブランド変更を実施。

-2-

業績ハイライトでございます。中間決算、年度前半の事業環境はインバウンド需要、ここが非常に好調であった、その一方で、昨年からのリベンジ消費の盛り上がりの反動だとか、夏場の天候不順、また物価上昇を背景に、消費マインドの冷え込みが一部見られるなど、厳しい環境で推移いたしました。

そのような中で、当社グループの中間期の業績は、売上面ではインバウンド売上の続伸、また新規出店効果など施策遂行によって、前年同期比 13.9%増と、中間期での過去最高値を更新いたしております。

利益面においても、原材料価格の上昇、また給与水準の引き上げによる人件費の増加、また新工場の建設だとか工場の統廃合、こういったところのコスト増加要因はあったんですけど、売上の増収効果等によって、利益面においても中間期で過去最高値を更新することができております。

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@scriptsasias.com

トピックス①(インバウンド売上)

【インバウンド売上高(国際線ターミナル売上高)※1】

(百万円)	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
2025年3月期	2,305	2,338			(予想)8,500
2024年3月期	1,519	1,606	1,966	2,033	7,126
2023年3月期	85	167	640	1,084	1,977



成田空港TAX FREE AKIHABARA内に展開中の「小樽洋菓子舗LeTAO」「PISTA&TOKYO」
 ※1 インバウンド売上高は、1Qより、国際線ターミナルのクリーンエリア外の売上高を含めた数値に変更。

-3-

ハイライトの中のトピックスとして1番目、インバウンド売上でございます。この訪日外国人客数、9月時点で既にもう前年の年間累計を上回るということで、非常にインバウンド需要というのは加速的に回復している。そういった中で当社は、空港の国際線ターミナルを中心に施策、対策の強化を進めております。

第1クォーターが23億500万、第2クォーターが23億3,800万、累計で46億4,400万、前年同期比48.5%増という進捗で推移しております。年間目標85億円に向けて、かなり射程圏内はもう入ってき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@scriptasia.com

トピックス② 新規出店(新宿エリア)

2024年4月17日 JR新宿駅改札内に「EAToLUMINE(イトルミネ)」がグランドオープン
 当社グループで新ブランド2店舗、既存ブランド1店舗の合計3店舗を同時出店



(写真左上)
 新ブランド「woofie(ウーフィ)イトルミネ新宿店」

(写真右上)
 新ブランド「canarina(カナリナ)イトルミネ新宿店」

(写真左下)
 「岡田謹製あんバター屋イトルミネ新宿店」

-4-

次にトピックスとしては、新規出店効果ということで、今期グループでは、9店の新規出店と1店舗のブランド変更を、この中間期実施しております。その中で新宿エリア、ここは本年の7月に、JR新宿駅構内に新たにできたイトルミネという商業施設に、当社グループで新ブランドを2店舗と、既存ブランド1店舗の合計3店舗の同時出店を行っております。

左上のウーフィ、ここはシュクレイのニューブランドでございます。右上のカナリナ、ここはケイシイシイのニューブランドで、左の下のあんバター屋は、ケイシイシイの既存ブランドの店舗となっております。

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@scriptasia.com

トピックス③ 新規出店(首都圏エリア)

シュクレイがエキュート大宮に1店舗、そごう横浜店に2店舗、ケイセイシイがルミネ立川に1店舗、合計4店舗の新規出店



2024年4月26日 OPEN 「THE TAILOR(ザ・テイラー)そごう横浜店」



2024年4月26日 OPEN 「東京ミルクチーズ工場 そごう横浜店」



2024年7月9日 OPEN 「Butter Butler(バター・バター)エキュート大宮店」



2024年9月18日 OPEN 「Now on Cheese ♪(ナウオンチーズ)ルミネ立川店」⁻⁵⁻

次の新規出店は、首都圏エリア、こちらにシュクレイでエキュート大宮に1店舗、そごう横浜店に2店舗、ケイセイシイでルミネ立川に1店舗、合計4店舗の新規出店を行いました。

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@scriptasia.com

トピックス④ 新規出店(その他エリア)

販売子会社は、京都ポルタ 京小町店に新ブランド1店舗、福岡空港に1店舗、^{くじやうくしま}九十九島グループはJR博多駅に新ブランド「Ramely(ラメリー)」をオープン。※既存店舗のブランドチェンジ



2024年8月1日 OPEN
新ブランド「KNOU(ノウ)京都ポルタ 京小町店」



2024年4月12日 OPEN 「博多まっかな莓 福岡空港店」



2024年6月28日 OPEN 新ブランド「Ramely(ラメリー)」
※既存店舗のブランドチェンジ

-6-

その他のエリアとしては、販売子会社で京都駅に新ブランド1店舗、同じく販売子会社で福岡空港に1店舗、九十九島グループは博多駅、こちらにラメリーというニューブランドをオープンいたしております。

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@scriptasia.com

トピックス⑤ シュクレイ 富士山静岡工場稼働開始

シュクレイが横浜工場、浜松工場に続いて3拠点目となる富士山静岡工場を設置しました。本工場は、全4ラインで構成され、24年8月中旬より1ラインが稼働開始、残りの3ラインも24年10月から順次稼働開始となります。



-7-

次のトピックスとしては、シュクレイの新工場、静岡工場が稼働を8月より開始した点でございます。本年6月に、別会社の食品工場からこの工場を譲り受けて、製造ラインの設置準備を行ってまいりました。

シュクレイでは横浜工場、浜松工場に次いで3番目の工場となります。全部で4ラインで構成しておりまして、8月中旬より1ライン、残りの3ラインを10月から11月にかけて順次稼働を始めるということで、今準備に取り組んでいるところでございます。

サポート

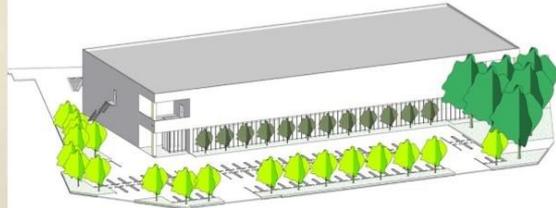
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

トピックス⑥ 株式会社ケーエムエフ設立

当社グループの寿製菓は、沖縄エリアでの事業成長の加速を目的として、株式会社パラダイスプランとともに、沖縄県宮古島市に合弁会社を設立いたしました。株式会社パラダイスプランが建築する商業施設内に、株式会社ケーエムエフが工場を設置する計画となり、2026年7月の生産稼働開始に向けて準備を進めてまいります。



左 当社 城内 中パラダイスプラン西里社長
右 宮古島市 嘉数副市長
2024年7月4日 記者会見の様子



商業施設の概要(予定)
敷地面積 2700坪
建物面積 1600坪
工場面積 1000坪



-8-

次のトピックスとしては、寿製菓で本年7月に、沖縄県宮古島市に合弁会社を設立いたしております。ケーエムエフという会社で、当社の国内連結子会社の17社目になります。ここで生産稼働に向けて、2026年7月の稼働開始に向けて、現在準備を行っているところでございます。

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@scriptasia.com

2025年3月期 第2四半期(中間期)業績(対前年同期)

売上・各段階利益ともに2期連続で過去最高を更新

(百万円、%)	前第2四半期(中間期) (23年4月～9月)		当第2四半期(中間期) (24年4月～9月)		対前年同期		(参考)前期 (23年4月～24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	28,891	—	32,906	—	4,014	13.9	64,035	—
売上総利益	17,732	61.4	20,376	61.9	2,644	14.9	39,804	62.2
販売管理費	11,109	38.5	12,899	39.2	1,790	16.1	24,023	37.5
営業利益	6,622	22.9	7,476	22.7	853	12.9	15,780	24.6
経常利益	6,668	23.1	7,520	22.9	852	12.8	15,867	24.8
中間純利益(注1)	4,453	15.4	4,990	15.2	537	12.1	10,831	16.9
EPS(円)(注2)	28.62		32.07		3.45		69.61	

(注1) 中間純利益=親会社株主に帰属する中間純利益

(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-

続きまして、中間期の業績につきましてご説明をさせていただきます。

初めに売上高、ここが329億600万円、前年同期比13.9%増、経常利益が75億2,000万、前年同期比12.8%増、中間の純利益が49億9,000万、前年同期比12.1%増という増収増益となっております。この経常利益率、中間純利益率が前年に対して若干下回っているんですけど、販売管理費のアップ、人件費のアップ等によって、若干利益率の面では下回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@scriptasia.com

公表数字に対する達成率

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(中間期)		対期初予想	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	達成率
売上高	32,000	—	32,906	—	906	102.8
売上総利益	19,850	62.0	20,376	61.9	526	102.7
販売管理費	12,430	38.8	12,899	39.2	469	103.8
営業利益	7,420	23.2	7,476	22.7	56	100.8
経常利益	7,455	23.3	7,520	22.9	65	100.9
中間純利益	4,940	15.4	4,990	15.2	50	101.0

※ 期初予想は、2024年5月14日付公表数字

-10-

続きまして、公表数字に対する達成率ということで、ここは売上、利益とも期初予想を上回っております。このセグメントの計画対比の表は、本日別途お配りしております補足資料、そちらの1ページ目を後ほど見ていただければと思いますが、セグメントで見ますと、ケイシイシイが予想を上回り、シュクレイが工場の設置ライン移設等の影響で一時的に生産効率が悪化した要因で、期初予想を下回る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@scriptasia.com

売上高(販売チャネル別)

新規出店効果などにより国内小売が大幅増収 国内卸売はインバウンド需要の好調が続く

(百万円、%)	前第2四半期(中間期)		当第2四半期(中間期)		対前年同期	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上高	28,891	—	32,906	—	4,014	13.9
国内卸売	12,697	43.9	14,490	44.0	1,793	14.1
国内小売	13,322	46.1	15,621	47.5	2,298	17.3
通信販売	2,164	7.5	2,195	6.7	30	1.4
その他	2	0.0	3	0.0	1	—
国内計	28,186	97.6	32,311	98.2	4,124	14.6
海外卸売	435	1.5	321	1.0	△ 114	△ 26.2
海外小売	268	0.9	273	0.8	4	1.6
海外計	704	2.4	594	1.8	△ 109	△ 15.6

(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

-11-

続きまして、売上のチャネル別で見た数値でございます。国内卸売、こちらが前年比14.1%増ということで、インバウンドの需要の好調が続いて伸びております。同じく国内小売、こちらにも冒頭申し上げました、新規出店効果によって増収を続けております。

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@scriptasia.com

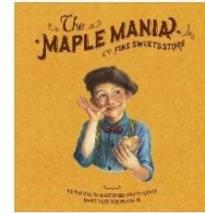
補足(海外売上の内訳)

【海外売上高】 (百万円、%)	24年3月期 (中間期)	25年3月期 (中間期)	増減額	増減率
台湾(注1)	268	273	4	1.6
シンガポール	90	139	49	53.8
オーストラリア	97	130	33	33.8
その他	75	51	△ 24	△ 32.1
韓国(注2)	48	-	△ 48	-
中国(注2)	123	-	△ 124	-
合計	704	594	△ 110	△ 15.6

(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
(注2) 中国及び韓国は2024年3月にFC契約終了



小樽洋菓子舗ルタオ シアトル店 が2024年8月24日 プレオープン



-12-

続きまして、補足情報ということで海外の売上の資料を添付いたしております。韓国と中国、こちらに関して、本年の3月にフランチャイズ契約を終了した影響で、ここは今期の売上は計上されておりません。

またトピックスとして、本年8月にルタオ、ケイシイシイのルタオブランドがアメリカのシアトルにプレオープンということで、物販とカフェのお店を初めてアメリカに展開をしたというのがトピックスでございます。

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@scriptasia.com

売上原価・売上総利益

売上総利益率は前年同期比0.5ポイント増加

(百万円、%)	前第2四半期(中間期)		当第2四半期(中間期)		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	28,891	—	32,906	—	4,014	13.9	64,035	—
材料費	7,044	24.4	7,556	23.0	512	7.3	14,511	22.7
労務費	2,612	9.0	2,917	8.9	304	11.7	5,699	8.9
製造経費	1,312	4.5	1,488	4.5	176	13.4	2,779	4.3
製造原価計	10,968	38.0	11,962	36.4	993	9.1	22,990	35.9
その他	190	0.7	567	1.7	376	—	1,241	1.9
売上原価合計	11,159	38.6	12,529	38.1	1,370	12.3	24,231	37.8
売上総利益	17,732	61.4	20,376	61.9	2,644	14.9	39,804	62.2

-13-

続きまして、売上原価・売上総利益率でございます。売上総利益率は、前年同期比0.5ポイント増加ということで、引き続き材料費も高騰して、また労務費も上がっている中で、価格改定であったり生産性の改善であったり、微増ながら粗利率は改善を達成できているということでございます。

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@scriptasia.com

販売管理費・営業利益

給与水準の引き上げなどで人件費比率が増加したことなどにより
販売管理費比率は前年同期比0.7ポイント増加

(百万円、%)	前第2四半期(中間期)		当第2四半期(中間期)		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	17,732	61.4	20,376	61.9	2,644	14.9
人件費	4,185	14.5	4,967	15.1	781	18.7
販売促進費	1,678	5.8	1,892	5.7	213	12.7
運賃	971	3.4	1,156	3.5	184	18.9
広告宣伝費	162	0.6	220	0.7	57	35.3
地代家賃及び 支払手数料 ^(注)	2,856	9.9	3,270	9.9	413	14.5
減価償却費	202	0.7	195	0.6	△ 6	△ 3.1
旅費交通費	211	0.7	237	0.7	26	12.5
その他	839	2.9	959	2.9	120	14.3
販売管理費	11,109	38.5	12,899	39.2	1,790	16.1
営業利益	6,622	47.8	7,476	22.7	853	12.9

(注) 今期より、地代家賃と支払手数料を合算して表示しております。

-14-

販管費で見ますと、ここではやはり人件費比率ですね。当社は給与水準の引き上げを昨年から今年にかけて行ってきております。その影響で、販管費率が全体で0.7ポイント増加となっております。

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@scriptasia.com

セグメント別の業績(対前年同期)

インバウンド需要の好調を背景にケイシイシイが大幅な増収増益

九十九島グループは、工場の統廃合の影響などにより減益

(百万円、%)	売上高				営業利益		
	24/3期(中間期)	25/3期(中間期)	増減額	増減率	24/3期(中間期)	25/3期(中間期)	増減額
シュクレイ	11,713	13,149	1,435	12.3	2,412	2,505	93
ケイシイシイ	7,738	9,355	1,617	20.9	1,366	1,991	624
寿製菓・但馬寿	6,239	7,275	1,035	16.6	1,344	1,574	230
販売子会社	3,373	3,568	195	5.8	417	446	29
九十九島グループ	2,914	3,282	368	12.6	397	294	△ 102
その他(注)	316	308	△ 7	△ 2.5	30	17	△ 12
セグメント計	32,295	36,940	4,644	14.4	5,968	6,831	862
調整額	△ 3,404	△ 4,034	△ 629	18.5	653	644	△ 8
合計	28,891	32,906	4,014	13.9	6,622	7,476	853

(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。

-15-

続きまして、セグメント別の業績でございます。シュクレイは先ほどもお伝えしましたように、工場設置、ラインの移設の影響で上期はちょっと伸び悩んでおります。また、リベンジ消費の反動だとか夏場の天候不順、こういったところもやっぱりこの首都圏エリア、特に影響を受けたのかなと見ております。

ケイシイシイは、インバウンド需要の好調を背景に、大幅な増収増益となっております。

寿製菓、こちらは先ほど合弁会社のお話をさせてもらったんですけど、提携先のパラダイスプラン様を中心に、沖縄向けの商品が非常に好調に伸びています。他のエリアの代理店も好調ということによって、寿製菓も増収増益となっております。

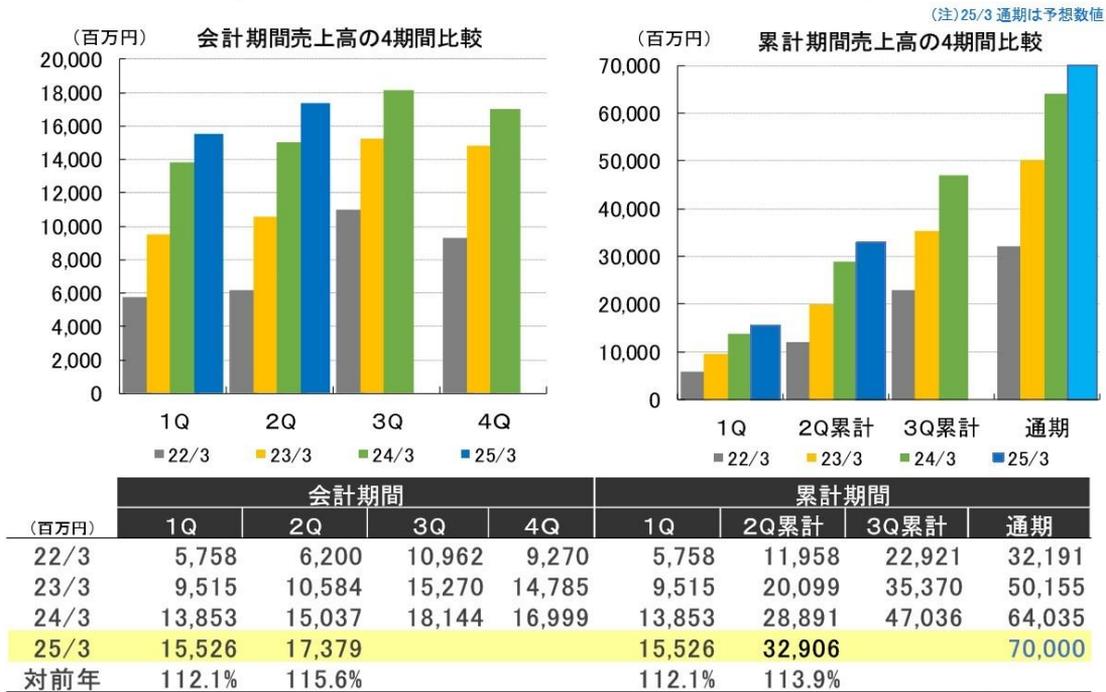
九十九島グループは、工場の統廃合の影響などによって減益となっております。以上が、セグメントの状況でございます。

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@scriptasia.com

四半期業績の推移(売上高)

通期予想に対する進捗率は、47.0%



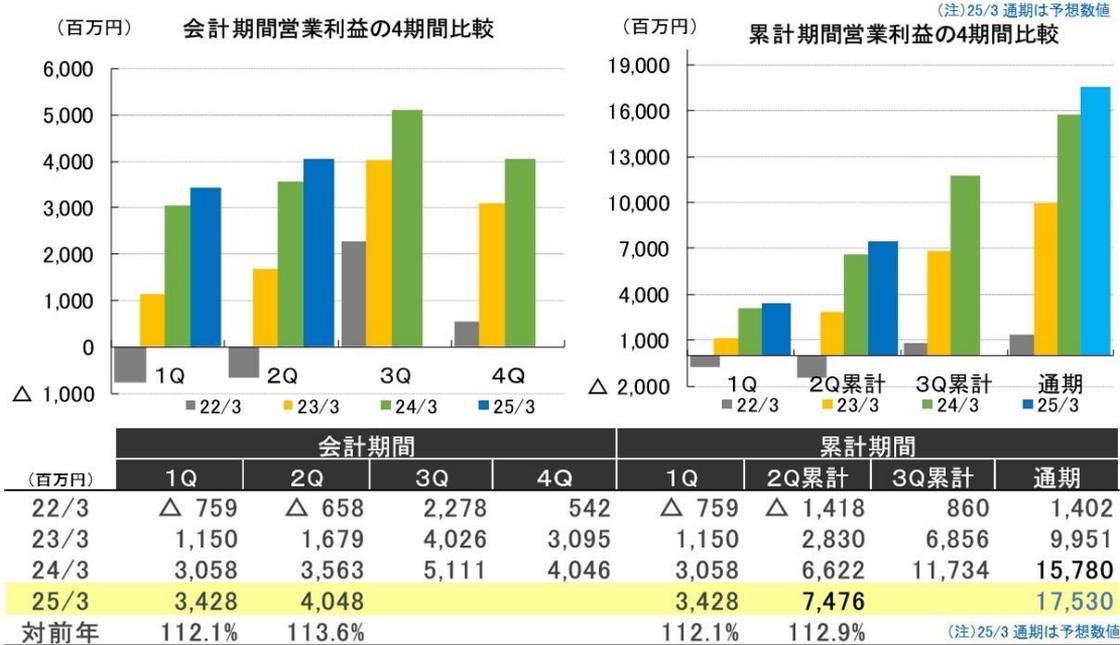
続きまして、四半期業績の推移ということで7月から9月の第2会計期間、こちらの売上は、前年同期比で15.6%増、中間期終わった時点で通期に対する進捗は47%という結果となっております。

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@scriptasia.com

四半期業績の推移(営業利益)

通期予想に対する進捗率は、42.6%



-19-

営業利益に関しましても、第2四半期の会計期間が13.6%増、通期予想に対する進捗率は42.6%となっております。

会計期間の環境ですね。南海トラフ地震の臨時情報の発表であったり、相次ぐ台風の上陸などの天候不順の影響を受けて、非常に外出の出控えも一時的に見られた中でも、増収増益を確保できた点ってというのは、非常に良かったのかなと思っております。

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@scriptasia.com

貸借対照表

工場設置などの設備投資実施により固定資産が増加

(百万円、%)	23年3月期		24年3月期		25年3月期(中間期)		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	25,740	69.7	34,408	74.0	33,152	71.5	△ 1,255	△ 3.7
固定資産	11,212	30.3	12,102	26.0	13,216	28.5	1,114	9.2
資産合計	36,953	100.0	46,510	100.0	46,368	100.0	△ 141	△ 0.3
流動負債	8,095	21.9	8,824	19.0	7,951	17.1	△ 873	△ 9.9
固定負債	2,340	6.3	2,462	5.3	2,502	5.4	39	1.6
負債合計	10,435	28.2	11,287	24.3	10,453	22.5	△ 833	△ 7.4
純資産	26,517	71.8	35,223	75.7	35,915	77.5	691	2.0
負債純資産合計	36,953	100.0	46,510	100.0	46,368	100.0	△ 141	△ 0.3
BPS(円) ^(注)	170.43		226.38		230.73		4.37	1.9
設備投資額	572		1,926		1,574		△ 352	△ 18.3
減価償却費	1,137		1,164		625		△ 538	△ 46.3

(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、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。

-20-

続きまして、貸借対照表でございます。こちらに関しては、流動資産が期末に比べて12億5,500万減少している要因は、季節変動による売上債権の減少と現預金の減少でございます。固定資産が大きく増えておりまして、設備投資額、先ほど言った静岡の工場の設置などによって、中間期15億7,400万の設備投資を実施いたしております。

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@scriptasia.com

キャッシュ・フロー計算書

フリーキャッシュフローは前年同期比55.0%増の3,613百万円

(百万円、%)	23年3月期		24年3月期		25年3月期		対前年同期	
	通期	中間期	通期	中間期	増減額	増減率		
営業活動CF	9,085	3,067	10,845	5,252	2,185	71.2		
投資活動CF	△ 1,615	△ 736	△ 2,004	△ 1,639	△ 902	122.5		
フリーCF	7,469	2,330	8,840	3,613	1,282	55.0		
財務活動CF	△ 1,223	△ 2,260	△ 2,322	△ 4,358	△ 2,098	92.8		
現金及び現金同等物に係る換算差額	3	9	9	△ 2	△ 11	-		
cash増減	6,249	79	6,527	△ 747	△ 827	-		
cash期首	9,912	16,162	16,162	22,689	6,527	40.4		
cash期末	16,162	16,241	22,689	21,941	5,700	35.1		
有利子負債	440	360	300	300	△ 60	△ 16.7		

-21-

キャッシュ・フローの計算書でございますね。こちらでは、フリーキャッシュフローが前年同期比55%増の36億1,300万となっております。そこから、財務活動によるキャッシュ・フロー、主に配当の支払いに充当した結果、キャッシュは期末から7億4,700万減少の、219億4,100万というキャッシュ残高となっております。以上が、決算の業績でございます。

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@scriptasia.com

2025年3月期 通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、雇用・所得環境が改善する下で、景気は持ち直し、消費動向は緩やかに改善していくことが見込まれる。また、2025年に開催される大阪・関西万博が起爆剤となり、インバウンドを含めた本格的な観光回復が期待される。
● 業績予想	当社グループは、引き続きプレミアムギフトスイーツに特化し、インバウンド対策の強化、新規出店、生産性の向上、人財力の強化などの施策遂行により、増収・増益を目指す。当第2四半期累計業績は、売上・利益ともに概ね期初予想水準で進捗しており、通期業績予想は、期初予想を据え置く。
● 出退店等	当第2四半期累計の出退店は、9店の出店と4店の退店を実施。下期は、本年10月に小樽洋菓子舗ルタオ運河プラザ店をオープン。引き続き、トラフィックの多いエリアにおいて好立地な新規出店を推進。
● 設備投資	当期の設備投資計画は35億円。ノシュクレイ及び九十九島グループの生産性の向上及び生産能力の増強を図るため、工場新設及び改廃を進行中。シュクレイの新工場(静岡工場)は、8月から11月にかけて順次生産開始(最大150億円規模の生産能力を構築)九十九島グループの福岡工場は、11月閉鎖予定、佐世保日宇工場は、来年5月閉鎖予定。

-23-

続きまして、通期の業績予想について考え方をお伝えしたいと思っております。

上期の業績は、おおむね期初予想通りの進捗ということで、今回通期予想については据え置いて変更いたしておりません。

今後の環境見通しに関しては、雇用・所得環境が改善していく中で景気は持ち直し、消費動向も緩やかに改善していくのではないのかなと考えております。また、これは来期の話ですけれど、2025年大阪・関西万博、こちらがまた起爆剤になって、インバウンドを含めた観光回復、本格的な観光の回復っていうところも期待できるかなと考えております。

そういった中で当社この下期、リベンジ消費の反動の影響も一巡しております。季節イベントが集中する下期に販売強化、対策を講じて、増収増益を目指してまいりたいと考えております。

出退店に関しては、上期9店の出店、4店舗の退店を行っております。下期、現在は既に10月に新店を出店しているんですけれど、小樽洋菓子舗ルタオが小樽運河に新たなお店をオープンいたしており

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@scriptasia.com

ご参考:ルタオ運河プラザ店の概要

小樽洋菓子舗ルタオは、明治27年に完成した小樽市の指定建造物「旧小樽倉庫」の南側部分に2024年10月11日「ルタオ運河プラザ店」をグランドオープンしました。「ルタオ運河プラザ店」は、ノスタルジックな景観を生かし、今も新たな魅力をつくり続けている小樽市のように、歴史的な木骨石造の創りを活かしたレトロな雰囲気、ルタオの新たな一面を体験していただける店舗です。ルタオ初となるパースペースを設けると共に、テイクアウトスペースや観光のお客様にお気軽に休みいただけるフリースペースが設置されます。



-24-

このスライドに出ていますルタオ運河プラザ店ということで、この明治27年に完成した小樽市の歴史的建造物の中にお店をお借りすることができて、オープンいたしております。敷地の延べ面積は約500坪という非常に大きな場所で、3区画あります。

その中で、バーだとかテイクアウトのコーナーと、物販のコーナーを10月にオープンして、残りのカフェコーナーを来年の春オープンに向けて、今準備を行っているところでございます。こういった出退店も行っております。

あと設備投資計画は、ここも期初予想からは変更せず、トータル35億円の投資計画を行っております。シュクレイの静岡工場が、8月から11月にかけて順次生産を行っていくと。九十九島グループ、こちらは老朽化した工場の統廃合を予定しております。福岡にある工場を11月に閉鎖、また佐世保にある日宇工場、ここを来年の5月に閉鎖予定で行っています。こういったところの統廃合、今年は下期にかけて行ってまいります。

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@scriptasia.com

2025年3月期 通期業績予想(対前期)

売上高前期比9.3%増、営業利益同11.1%増

(百万円、%)	24年3月期		25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	64,035	-	70,000	-	5,964	9.3
売上総利益	39,804	62.2	43,700	62.4	3,895	9.8
販売管理費	24,023	37.5	26,170	37.4	2,146	8.9
営業利益	15,780	24.6	17,530	25.0	1,749	11.1
経常利益	15,867	24.8	17,600	25.1	1,732	10.9
当期純利益	10,831	16.9	11,800	16.9	968	8.9
EPS(円)	69.61		75.81		6.20	-
1株当たり配当金(円)	28.00		28.00		-	-
設備投資	1,926		3,500		1,573	81.7
減価償却費	1,164		1,400		235	20.2

-25-

通期予想については据え置いておりますが、売上高が9.3%増の700億円、営業利益が11.1%増の175億3,000万、当期純利益が118億円ということで、引き続き増収増益の[最高値更新]に向けて、下期邁進してまいりたいと思っております。

以上が私の説明で、終わります。

河越：おはようございます。社長の河越でございます。引き続きまして、近々のこと第2四半期まで、そして今後のことは松本から説明させていただきましたので、根本となる会社の考え方的なことを説明したいと思います。

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@scriptasia.com

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。

-29-

経営理念を、喜びを創り喜びを提供する、と設定しておまして、またその具体的な実践項目として、今日一人、熱狂的なファンを創る、ということを長年掲げて経営をやっております。

ということなので、お客様自体に喜んでいただく、そして熱狂的なファンになっていただくということですが、それにはわれわれ全従業員が、このお互いを熱狂的なファンにする仕事ぶり、そういった人間的魅力を構築する必要があるということで、お客様に喜んでもらうことを全員でやっていくためには、一人一人の従業員がお互いを熱狂的にファンになってもらうべく、先ほどのことを身につけていくことが必要だという考えです。

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@scriptasia.com

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「**全員参画による超現場主義経営**」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。



2024年1月「こづち発表全国大会」を開催

-30-

そういうことなものですから、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というのが会社の特徴でございます。これは、本部で何か考えて現場が手足となってやるというスタイルでは全くなく、考えて行動する、そういうことを現場の中でやっていくという考え方なんですよね。

そういうことで、一番小さな組織、販売系だったら店舗、工場ですと生産ラインと言っているんですけど、その長を中心として、全員で知恵を出し合いながら実践していく、成果を作っていく、お客様に喜ばれるという成果を作っていくということが、一番会社の特徴だと思っております。

よって給料は高いほうが良いということ、そしてそれを実現するためには、売価をですね、お客様に対する売価自体を高くしていかなきゃいけない。いわば商品の価値を上げていくことによって、売価をその価値にふさわしい値段に上げていくというのが、大きな特徴だと思っております。

例えば、原料価格が上がったから売価を上げるということは全く通用しない考え方で、仕入れ、原価と売価の関係というのは、私はないと思っているんですよね。例えば1万円で仕入れて、何もせずに1,000円で売らなきゃいけないものもあれば、1万円で仕入れて100万円で売れるものもあると思うんです。

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@scriptasia.com

そういった価値をどうつけていくか、美味しいという味を中心とした価値をどうやってつけていくかというのが、全員が取り組んでいる一番のことです。

それを、われわれは昨日よりも美味しいかどうかという基準、要するに、昨日食べた方が今日も食べて、昨日より美味しくなったっていうものじゃないと満足していただかない、次の購入につながらないと思うんですよね。前食べた時と、人間、お客様の口は進化していますから、ずっと。レベルが上がっています。なもので、われわれのレベルが、創り出す商品のレベルが上がってないと、これは評価されないってことになってくると思っております。

大概の会社では、100の基準をどこかの開発部門が作って、そこを目指してやっていると思うんですけど、われわれはそれ以上が基準ということです。それが商品作り、生産現場での考え方。販売でも、昨日よりも良い、また午前中よりも午後のほうがおつりの渡し方一つとっても良いかどうか、笑顔が、お客様に対する接客態度、例えば笑顔自体が、今までより良いかどうかというのが大きき基準になってくると思うんですよね。

そういったことが評価されて、次の購入につながっていくと思っております。ですから、一人一人の従業員のレベルが非常に大事になってくる。そこ自体をどうやって上げていくかっていうのが、われわれの一番の経営になっています。

それには経営理念手帳、120項目の経営理念を400文字で各項目を表現したこづち手帳というのがあるんです。そのこづち手帳の実践、こづちに出てくるこの120項目の実践こそが、われわれの一番の仕事です。それを実践することを仕事として、その中であらゆる成果が出てくるという考え方をとっております。

ですから全従業員の一番の誇りといいますか、それは来年1月に、毎年1月に年1回やっておりますが、こづち全国大会での発表です。ここで発表できるということが、これ業績の評価ではなくて、こづちの実践度合いの評価っていうのを、体験と決意を述べるというかたちでやっております。

これが一番の会社の特徴じゃないかと。一人一人が今よりもレベルアップする、商品がレベルアップする、接客がレベルアップする、売り場作りがレベルアップするということを、基準以上のもの、昨日以上のものをやっていくという姿勢自体が、長期的な繁栄をもたらす一番の源泉ではないかと思っている次第でございます。

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@scriptasia.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

-31-

ということなので、われわれは目指すべき方向性として、高い価値の創造、いわゆるプレミアムギフトスイーツというジャンルですが、このジャンル自体で成長していくには、やっぱり高い価値を創っていく。そして、そこならではの地域性とかその店ならではの要素、そして専門性、いわゆるスペシャルさといえますか、そういったところの追求自体が一番大きいと思っております。

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@scriptsasias.com

今後の経営方針

2024年経営スローガン

超絶マッハ経営！

当社グループは、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、すべての基準で早さと速さにこだわり事業施策を遂行する。

重点施策

1.Value Up Everyday

- ①美味しさを一番に、商品力のValue Up
- ②独自の販売手法に磨きをかけて、販売力のValue Up
- ③ブランドの世界観を最大限に伝える売場力のValue Up
- ④新ブランド、新売場、新商品そして人財力のValue Up

2.「少数精鋭主義」による高賃金低人件費比率の実現

少数精鋭による人員配置の最適化により、部門採算の更なる高利益化を目指す！

-32-

今年は超絶マッハ経営ということで、いわゆるずっと考えて何もしないということの真逆で、とにかく現場の中で考えて行動するスピードを上げていくという。このとにかくやるということ自体が一番のことに、そしてやったことに対して、良かったら徹底実践、良くなかったら修正実践、そして成果を作り上げていくというのを、寿スピリッツ WSR 成功サイクルというかたちで作っております。

これは通常の Plan Do See チェックということじゃなくて、もう先ほどの単位の中で考えながら手を打っていくという、今手を打つというのを第一に考え、その修正実践、徹底実践、そして成果を作っていくって、その成功事例の発表会というのが会社のもう一つの特徴ですが、その成功事例の発表においてそれを発表する、そして、それで自分のところに取り入れていきながら、また今日の今日から実践するというスタイルが特徴だと思っているんですよ。

ただ、例えば販売におけるお店によってライバルが違えば、また商品の内容も違えば、お客様の求めているタイプ、商品のタイプも違う、そういうことの中で、われわれは参考にすれども、その人たち、店長を中心としたスタッフが考えて、独自の考えを作って実践していくというのが大きな特徴になっていると思っております。

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@scriptasia.com

ですから、長らくレベルが上がっていけばいくほど、そこでの売上も上がっていくものだという常識でやっているというのが特徴だと思っております。

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(実績)	26年3月期(目標)
売上高	16,199	7,627	11,958	20,699	26,455	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(実績)	26年3月期(目標)
売上高	5,375	98	125	1,978	7,126	10,000

※インバウンド売上高は、国際線ターミナル免税売上高となります。

33

そして、その結果としてやっぱり評価されるのは、売上対経常利益率だと思っていまして、売上をとにかく追っかけるのではなくて、提供する高い価値を増大させることが目標なので、そこで生まれる経常利益率というのが大きな目標設定でございます。それを、30%を目指してやっております。

そして特別な強化ポイントとしては、この上半期は非常によろしくなかったんですが、シュクレイの売上高を350億に、そしてインバウンドの売上高を100億円に持っていくようにやっております。

やはりインバウンドのお客様の数、ご存知のとおりですが、そしてお買い上げの意欲というのも非常に大きなものがあります。そういったところを国際線、そして全部なんです、インバウンドのお客様自体の多いところを特別強化してやっていくというのが、大きな対策になると思っております。

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@scriptsasias.com

それは、インバウンドの件に関しましては最初の3ページに記しているとおりですが、これ以上の成果につながっていくものと思っております。このインバウンド売上というのは基本的に、北海道のケイシイシイ、ルタオをはじめとするケイシイシイ、そして東京のシュクレイが中心になって行っておりますが、販売系の会社等々も、この国際線ターミナル、免税エリアの市場に大きく参入していこうということで進めております。

最大の市場の東京駅もそうですが、スピリッツグループの各社がもう競い合うようなかたちで出店をしております。国際線もそういうかたちでしておりますが、さらにそれを強化していこうと、競争の原理の中で強化していこうとしております。

そういうことの中で、海外のアウトバウンド、海外での売上で大きく下がりましたのは、中国、韓国のフランチャイズの契約を打ち切ったことです。コロナの関係でやはり指導に行けなかったのも、やはり運営が非常によろしくなくなって、売上のブランド価値が落ちて、売上が非常に落ちてまいりました。これ以上のことはもうできないということで、中国、韓国自体を一旦撤退しました。

そして、先ほどのアメリカ等々じゃないですけど、やっぱりこの日本ならではのプレミアムギフトスイーツっていうものの確立が、日本ならではのものだと思っていまして、なかなかここで思いっきりやったらどうかってところが出てきません。

ずっと言っていますが、ジャブの状態が続いていて、そこで芽が出たところで思い切り行っても良いかどうかって判断しながら、その時には海外でのその国での売上が、その国ならではのやり方をやっていかなきゃだめなんですけど、花開いてくるものと思っています。

今のところは現地の有力なパートナーと提携して、試験段階的な販売方法をやっているというようなかたちが海外での展開でございます。しかし、2030年に6,000万人の海外の方が来られるということで、そっちでやったほうが、そっちを特別強化したほうが、今われわれの力が生かしやすいということで、そこに注力を図っているという次第でございます。

設備投資の中で、今後の売上拡大、利益拡大の中で、やっぱり生産キャパの問題が非常に大きな問題としてありました。これを九十九島グループ、そしてシュクレイの統廃合、そして新工場の建設が、新工場での展開ということでいろいろ図ってまいりまして、いつかこの原価アップ、販管費アップにちょっとつながっていますが、長期的に見てこれが今後の沖縄の工場も含めて、今後の利益、製造の利益の源泉になってくると思っております。

以上で大きな、会社の説明に代えさせていただきます。ありがとうございました。

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@scriptsasias.com



司会：ご説明ありがとうございました。

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@scriptasia.com



質疑応答

司会 [M]：それでは、皆様からの質疑応答に移りたいと思います。

荒木 [Q]：ご説明ありがとうございました。東海東京インテリジェンス・ラボの荒木と申します。質問二つをお願いします。

まず第1点目、今社長のご説明もあったんですけども、今回シュクレイ、九十九島グループ、いわゆるその工場の新設あるいは改廃というところですが、一過性のコストってというのは、2Q累計の段階でどれくらい上がっていたのか、もしご開示できればそれをお聞きしたいのと。

それからちょうど今ご説明があったんですけども、いわゆる効果ですね。いつ、どのように出てくるイメージを持っておけばいいのか、例えばシュクレイの売上って26年3月期以後計画で350億ですけども、おそらくはこれキャパシティ的には、これを上回るかたちのキャパシティの能力っていうのをいろいろお考えだと思うんですけども、キャパシティってどれくらいのものを、一応今回考えていらっしゃるのかとかも含めて。

あるいはマージンですね。利益率っていうのも最終的には全体では30%経常利益率、目標にされていますけども、どれくらいのマージンっていうのを目標とされているのかっていうのはまず第1点目、工場新設あるいはその改廃に関わる今後の見方っていうのがまず第1点目です。

二つ目ですけども、インバウンド、今回48.5%前年比ベースプラスで上がっているというところでありまして、外国人観光客の商品購入の購入行動の特徴に対して、何かお気づきの点、いわゆるここだったら寿スピリッツとしての強みが発揮できそうだとかですね。あと日本人観光客って、やはり5類移行からもう1年過ぎて飽和していると思うんですけども、日本人とのいわゆる購買行動の何か違い的なもの、ここはやっぱり外国人に対して受けるんだとか、そういった何か気付きみたいなものがあったら教えてください。以上、お願いいたします。

松本 [A]：それでは最初のシュクレイ、九十九島グループの工場の統廃合の影響についてなんですけれど、この立ち上げに向けて、そういうコストっていうんですか、例えば費用、そういったところはそんなに出なかったんですよ。どちらかというと、その稼働に向けた設備調整であったり、ラインの移設だとか、こういったところで稼働調整があったんですよ。そういったところで要は、稼働がダウンした影響が大きかったとっております。

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@scriptasia.com

第1クォーターは、ほとんどそういったのはなかったんですけど、第2クォーターの主に9月ですね。9月にそこを集中して今、集中というか始めているので、そこで影響を受けたと思っております。生産側の利益で見ると、シュクレイで約1億2,000万、九十九島グループで約6,000万の生産利益のダウン影響があったと捉えております。

この工場の効果に関しては、11月から12月にかけて、今順次稼働に向けてですので、12月あたりぐらいから正常な状態でスタートできるんじゃないかなと考えております。これによって、シュクレイの中では生産、工場キャパが約50%、売上で見ると400億円ぐらいの生産能力は構築していける箱ができていないかなと考えております。

荒木 [Q]：今のところですが、要するにトップラインのところは、固定費というのは変わっていないので、やっぱりトップラインを、移設することによってトップラインのところは制約がどうしてもあった、それによって利益が下がった、そういう理解でよろしいですかね。

松本 [A]：そうですね。生産固定費があるので、やっぱりこの稼働が落ちることによって悪化するということですかね、採算が。そういったことをございますね。

荒木 [M]：分かりました。ありがとうございます。

河越 [A]：品切れ防止で、ある程度作りますよね。そしたら、売上がシュクレイの状況がそこまでじゃなかったんで、結局新しいとこで稼働を止めなきゃいけなかったと。また、あの包装機のロスっていうか、移動した機械がちょっと正常に動いてないとか、そういったことの関係が多かったですよね。

荒木 [Q]：工場の今後の計画ってというのはもう下期に出てくるってことですが、来年の話になると、ちょっとどんなイメージを持っておけばよろしいんですかね。要するに、新たな設備という今期の2Qの7、8、9に起こったような何かコストってというのは発生する、何か移行みたいなものが発生すると見ていいのか、それとも今期のこの段階で、いわゆる26年3月期の段階の350億を目指した体制ってというのはもう今期築き上げるという理解でいいのか。

松本 [A]：ほぼ将来に向けての体制というのは、今期中に構築できると思っておりますし、各生産ラインも、今期はまた付加価値の高い、新しい新製品の開発、製造ができるような投資も行ってきております。非常にこういった意味でも、さらに製品のそういう価値が上がっていけるものが生産できると思っております。

次の、インバウンドの外国人の購買の特徴、ここはあまり変化はないのかなとは思っております。ちょっと河越から説明いたします。

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@scriptsasias.com

河越 [A]：日本人の方との違い、大きなのはやっぱり有名な商品に偏りますね、一つ。もう一つは、お勧めする販売員の方で、本当に倍、3倍違ってくるといったようなことで、おとなしく勧めても買われません。強烈に勧めないと買われません。というか、強烈に勧めている商品自体にお客様は喜んでおられるといったようなことなので、海外の同志、海外出身の同志を基本的に全部揃えて対応しているといったようなことです。日本人よりも、勧める時の買い越しが良いというか、そんなようなことですよね。何て言ったら良いですかね。

荒木 [Q]：押しが求められているという。

河越 [A]：押しが大事なんです。

司会 [M]：ご質問ありがとうございました。すいません、どうぞ続けてください。

河越 [A]：インバウンドと言いますが、結局は全市場におられるんですよね。ですから先ほどの喋れる、英語、中国語、タイ語とかが話ができる人たちを多く揃えて、対応しているといったようなことです。採用のために海外に行ったり、何かいろんなことをして、その採用した人をまた寿スピリッツ流で教育して、現場に出していくと、切磋琢磨していくというのが大きな、非常に頼りにしてその人たちはやっている。

というのが小樽、例えば北海道なんかも今の時期になったら多分、連休終わったら9割海外の方ですよね。そういう中で、直接話せないと商売にならないというか、ポケットクも使うんですけど、会話にならないですね、時間軸として。そんなようなことで、海外の方の販売力が戦力というのが、一番大きな違いだと思っています。以上です。

司会 [M]：では、よろしく願いいたします。

五十嵐 [Q]：どうもご説明ありがとうございました。大和証券の五十嵐です。私も2点お願いいたします。1点目が、今インバウンドについて詳細ご説明いただきましたので、国内の方々の消費動向の強さについてコメントいただけたらと思います。

半年前の説明会の時は河越社長、ちょっと日本人の方は財布のひもが固いといいますが、ちょっと慎重な見方をされていたんじゃないかなという印象を持っています、今国内景気の回復ですとか、一方で節約志向は根強くなどいろいろ言われている中で、半年前と比べて、このあたりの見通し変化があるのかどうかというところを教えてくださいませんか。まず1点目です。

河越 [A]：はい、素晴らしい質問ありがとうございました。やはり、あの時半年前に言ったとおり、非常に財布のひもは固いということですね。何ていうか、踊る消費がないというか、堅実

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



に購入されるという中で、やっぱり選び抜かれて商品を買われるということなので、選び抜かれるわれわれで、商品でないといけないというのが大きなテーマだと思っております。

ただ、インバウンドの方がほぼゼロのお店でも、やっぱりそのやり方次第で、旅行客もゼロ、インバウンド客もゼロみたいなどころでも、かなり伸ばしているところあるんですね。それはやっぱりその人たちの販売力、それから施策なんです。そういった良い事例があるので、何だか日本人の方は買わないとか、旅行者が少ないとかいうのは理由にはならないってということにはなるんですけど、総じて客観的に見ると、非常に財布のひもは固いということだと思えます。

五十嵐[M]：はい、ありがとうございます。なかなか非常に楽な事業環境ではないですけども、その中でもしっかり商品力、販売力を伸ばして成長させていくというところで理解いたしました。ありがとうございます。

河越 [A]：それはやっぱり選び抜かれて買われるのか、買わないのかってことですけど、そこにやっぱり差が出てくると思うので、逆に全てチャンスだということで、財布のひもが固いのもチャンス、インバウンドの方がたくさん来られるのもチャンスという見方で捉えています。

五十嵐 [Q]：ありがとうございます。ご質問2点目がですね、原価の見通しと価格戦略についてアップデートいただけたらと思っております。こちら半年前ですと、カカオの高騰、チョコレートの高騰などが騒がれておまして、下期以降、影響が出る場合には対応していくというようなお話があったかと思えますけれども、ここについて、何かお決まりのことがあれば詳細教えていただけたらと思えます。

松本 [A]：カカオ豆の高騰に伴うチョコレート原料というのは、年度後半10月以降も上がってきているんですね。そういった中で、当社グループ各社で今検討をしているところです。既に寿製菓は9月、10月で価格改定を、そういうチョコレート原料を使っている商品を中心に行っております。売上に占める割合、寿製菓の中では50%ぐらいを占めるものを、8%から10%ぐらいの値上げを行っておりますね。

ケイセイシイに関しては、今年は11月に、もう今月ですね、そういう一部商品について価格改定を行っております。これによって、そういうチョコレート原料のアップ分っていうのは十分吸収できると思っております。シュクレイに関しては今検討中でございます。

河越 [A]：カカオの比率が高いチョコレートほど、いわゆる原料仕入れ価格が高いということになりますが、うちの場合、フルーツを入れたチョコレートとか、そういうのが多いもんですから、いわゆる〇準基準、カカオ比率がわりと低いっていうか、そういったのが多いので、本当だったら倍

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@scriptasia.com



ぐらいにしなきゃいけない、チョコレート比率が高かったらそういう感じになると思うんですけど、そういうところでもないといったような感覚です。

ただそういうのもあるんですけど、そういうものの売価自体は工夫によって、ケイシイシイにおけるチョコレートとかはかなり上がっています。シュクレイにおいては、やっぱりこの工場の統廃合の関係で、在庫の関係がきれいに整理できなかったのも、この春にチョコレートを挟んだクッキー、ラングドシャタイプのクッキーが主なんですけど、そこで対応するような感じになっております。以上です。

五十嵐 [M]：詳細なご説明ありがとうございました。私からは以上です。

司会 [M]：ご質問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。インバウンドに関連するところを2点、教えてください。御社、基本ポリシーとして今日一人熱狂的なファンを創る、ということを掲げられていますけども、インバウンドを強化するときに、この幅広い国の方が来られるというところで、その海外の顧客を知るためにどのようなことを行ってきたか、また今行っているかというところ。

売り方のお話先ほどありましたけども、どちらかというところ開発の部分、開発する商品について、味であったりパッケージであったりSKUであったりさまざま、開発にかかるところどのようにされているのかというところを教えてください。1点目です。

河越 [A]：はい、ありがとうございます。基本は日本にいられて日本のものを買っていかれるんで、合わせないという考え方です。少し例えばイベント、中華圏でのイベント、この国慶節だとか春節だとか、そういった対応を国際線の売店、それから海外のフランチャイズの売店でやっているというかたちです。よろしいでしょうか。

質問者 [Q]：はい、ありがとうございます。もう1点は中国のことについて、中国の訪日客数はまだコロナ前には戻っていないような状況かと思えますけれども、コロナ前は御社の中国の方の割合ってどのくらいだったのかなというのを大体で結構ですが、もし分かれば教えてください。

松本 [A]：そこは分かりにくいですが、だから観光庁が出している統計資料、そこだと多分訪日客のうち4割ぐらいが中国だったのかなと、過去ですね。そういうものにある程度比例しているのかなとは捉えています。

質問者 [M]：はい、分かりました。ありがとうございます。

松本 [M]：ご質問ありがとうございました。

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@scriptasia.com



皆川 [Q]：お話ありがとうございます。SMBC 日興証券の皆川と申します。私からは3点お願いいたします。まず一つが大阪の状況、関西圏の状況について教えていただきたいのですけれども、今回もお店が少しずつ増えてきているかと思えます。そして、来年度にかけて大阪万博もございませうというお話かと思うのですけれども。

大阪万博があるとどれぐらいそこで売上増加が期待できるかということと、今後の展開について教えていただけないでしょうか。

松本 [A]：

関西万博、これを起爆剤でインバウンドだとか、国内の人のやっぱり観光の本格回復っていうのは先ほど申し上げたように期待できると。そういった中で、小売りだったら百貨店、卸であったら駅、空港、関西空港も含めてですね、こういったところのやっぱり人流の増加っていうのは見込まれますので、主力商品、新商品、こういったところを投入しながら強化をしていきたいと考えております。

河越 [A]：ちなみに、駅、空港での卸売りは販売子会社でやっているんですよね。卸売りの商品というか、そういうかたちでやっています。百貨店においてはシュクレイ、ケイシイシイでやっています。そういったことで、ちょっと売り場の特性と商品の特性が変わってくるんで、そういうかたちでやっております。

そして全国的に、全部そうなんですけど、百貨店関係の、この2年ぐらい強化をずっと進めておりまして、その一環で関西は、先ほどのシュクレイ、ケイシイシイでやっているというかたちになっているんですよね。

皆川 [Q]：全体的に見てみると、関西圏のこのギフトスイーツのシェアにおける御社のシェアというのは、相対的に他の地域に比べると低めですかね。東京であったりとか、他の地域と比べると。

河越 [A]：東京の場合は、小売りブランドを卸売りでやっているんですよね。関西の場合は、要するに小売りっぽい売り場がないんですよ、小さいスペース。ここで小売りっぽいロットにならないので、ビジネスができないんで、卸売りのタイプのビジネスを、要するに場所が小さいところにたくさん展開していくという展開をやっているんです。

皆川 [M]：はい。分かりました。

河越 [A]：あと、万博の商品は基本的に作らないと。その時だけ売ると来年、翌年困るので。通常販売している強化商品に、万博の何か特徴を付けるみたいなことはあっても、それ用にして翌年売

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@scriptasia.com



れなかったら困るので、その時だけの商品っていうのは展開しないので、あんまり売上どうのこの考えてないということです。

皆川 [Q]：はい、分かりました。続いて、沖縄の合弁会社について教えていただきたいのですが、今回これパラダイスプランさん等入るかと思うのですが、これですね、スキームをちょっと細かく教えていただきたくて、誰が何を投資して、誰が何を売るのかということに関して、もう少し細かく教えていただけませんか。

河越 [A]：これは、寿製菓自体が主体となってやっていきます。パラダイスプランさんの敷地、建物の中に工場をお借りするようなかたちで、パラダイスプランさんも 10%その会社に出資していくということで、作っているんですけど、パラダイスプランさんに販売していただく商品もあるんです、その場で、また卸売りで。

それは、その会社から寿製菓を通じて卸売りすると。寿製菓でその販売のマーゲンをいただくかたちになっているんです。ケーエムエフがあって、寿製菓があって、パラダイスプランさんがあると。パラダイスプランさんだけじゃないんですけど、そういうかたちをとっていきます。

皆川 [Q]：御社パラダイスプランさん以外の製品も作って、っていうことですね。

河越 [A]：そうです。今も鳥取で作っているんですけど、これを強化していくというようなかたちです。

皆川 [Q]：これ業績へのインパクトというのは、今どれぐらいかっているイメージってありますか。

松本 [A]：そうですね。工場キャパとしては、売上 30 億ぐらいのキャパの工場を計画しておりますので、それに向けて販路を拡大していく、一緒になって新商品を作っていくことかなと思っています。ちなみに昨年が、沖縄向けが 6 億円、今年はもう 10 億超えてくると思っていますね。

皆川 [Q]：はい、ありがとうございます。もう 1 点お伺いしたいのが、今回シアトルにルタオを出されるということで、今までとちょっと毛色が違うのかなと思うんですけど、この背景でどのようなことのチャレンジを今回されようとしているのでしょうか。

河越 [A]：成功モデルとして近年の、オーストラリアのメルボルンとシドニーの 2 店舗があります。これ自体を参考にして、いわゆる物価が高いとか、経済が繁栄しているとか、そういったところを狙っていこうということで、中国系の方が多いところ、そういったところがメルボルン、シドニーと似ているのがシアトルだといったようなかたちでシアトルをやりました。

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@scriptasia.com



皆川 [Q]：なるほど、そうするとこのビジネス自体は、物価水準が高い地域にいる中国系の方をターゲットとした。

河越 [A]：だけじゃないんですけど。

皆川 [M]：なるほど、分かりました。ありがとうございます。

河越 [A]：日本よりも高い値段になりますので、かなりやっぱりお金を持っている人、また消費する人がたくさんおられるところじゃないといけないといったことで、アメリカの主要都市は大概そうなっていますので、今後もその辺のことは見込めると。

本当はそこからアメリカならではのビジネス、工場を作って向こうで真剣にやっていくみたいなことをやっていきたいんですけど、まだその自信がないので、ずっとジャブの状態が続いているというようなかたちなんですよ。

皆川 [M]：ありがとうございました。

司会 [M]：ご質問ありがとうございました。あと3分ぐらいですけれども、よろしく願いいたします。

セキグチ [Q]：UBSのセキグチと申します。地域別の売上高のところ、東北がほとんどというか、進出をほとんどされていないようなイメージを持っております。こちらの補足資料の地域別売上高のところでも。

御社は半年前に、非常に出店の要請が鉄道会社さん中心にあるとおっしゃられていて、東北はあまり積極的ではないという印象を持っているんですけども、これは工場の生産の問題だとかいろいろあると思うんですが、ここは成長市場としてはどのようにお考えでしょうか。

松本 [A]：東北エリアに関しては、寿製菓がそのエリアの代理店と一緒に卸展開をやっているところなんですよ。なかなかちょっと小売りでの市場というのは、やっぱりそこは難しいと思っております。ただそういったエリアでも、非常に今新製品であったり主力商品、非常に伸びてきていますんでね、全く成長は見込めないというわけではないんですけど、マーケットサイズとしては、そこまでやっぱりこの東京、関西と比較すると、福岡と比較すると、ちょっとそこまででないと思います。

司会 [M]：ご質問ありがとうございました。まだまだご質問があるかと思っておりますけれども、終了予定時間がまいりましたので、これもちまして、決算説明会を終了させていただければと思いま

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@scriptasia.com



す。河越様、松本様、ご説明ありがとうございました。ご参加の皆さん、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@scriptsasiasia.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

