



2023年3月期 決算説明会

2023年 5月16日

喜びを創り喜びを提供する



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



目次

- 2023年3月期 決算概要 P 1～23
- 2024年3月期 通期業績予想 P 24～28
- 今後の経営方針とセグメント別業績の概況 P 29～47
- ESG関連情報 P 48～50
- 株式の状況・株主還元 P 51～54
- 参考情報 P 55～64
- 熱狂的ファンづくりの取り組み事例 P 65～72



2023年3月期 決算概要

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。

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 (対前期比)	40,769 (+9.1%)	45,181 (+10.8%)	23,205 (△48.6%)	32,192 (+38.7%)	50,155 (+55.8%)
営業利益(△損失) (対前期比)	5,976 (+19.2%)	6,455 (+8.0%)	△2,890 (—)	1,403 (—)	9,952 (+609.4%)
経常利益(△損失) (対前期比)	6,012 (+19.1%)	6,475 (+7.7%)	△322 (—)	2,921 (—)	10,296 (+252.4%)
当期純利益(△損失)※ (対前期比)	3,972 (+12.4%)	4,100 (+3.2%)	△570 (—)	1,916 (—)	7,018 (+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

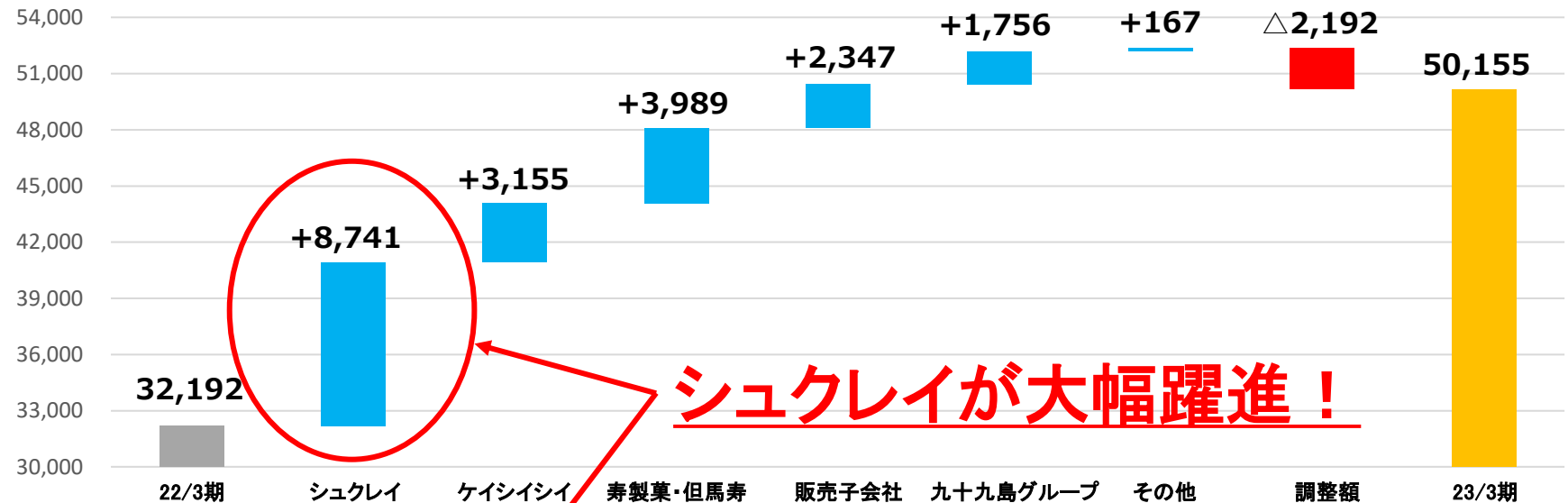
※当期純利益(△損失)＝親会社株主に帰属する当期純利益(△損失) ※他の資料箇所も同様

※「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。

売上高／営業利益増減分析(前期比)

(売上高)

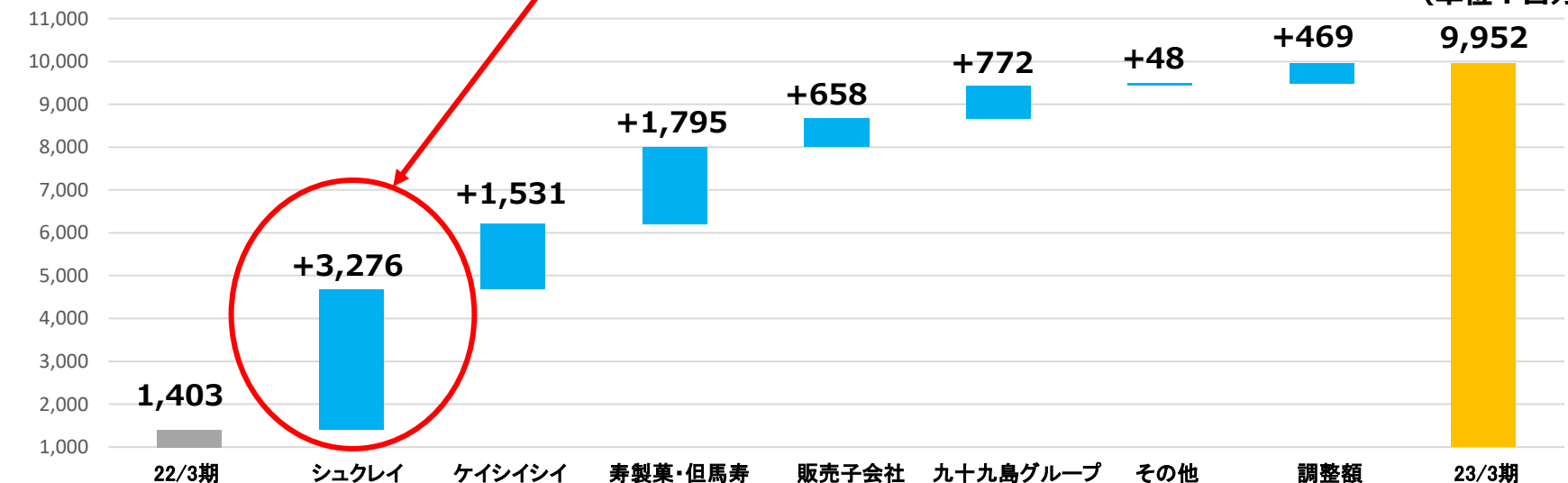
(単位：百万円)



シュクレイが大幅躍進！

(営業利益)

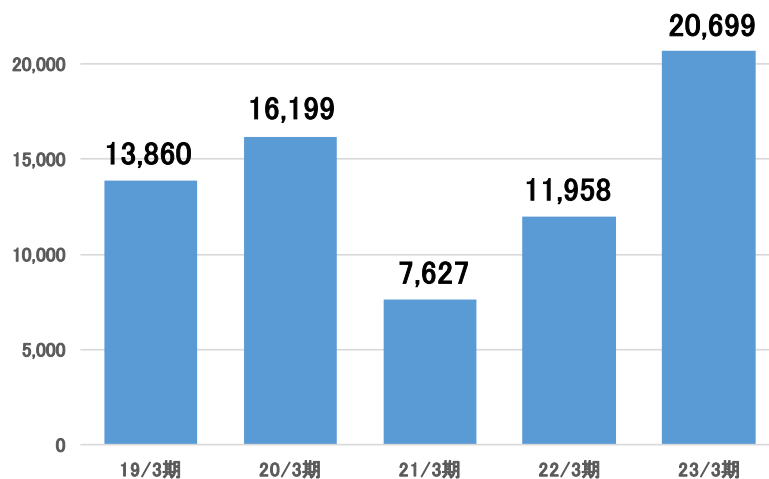
(単位：百万円)



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

シュクレイ売上高 (単位:百万円)



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%

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・メイプルマニア	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	バターバター	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

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」

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

ご参考(通信販売)

通販売上5,798百万円 前期比3.6%減収

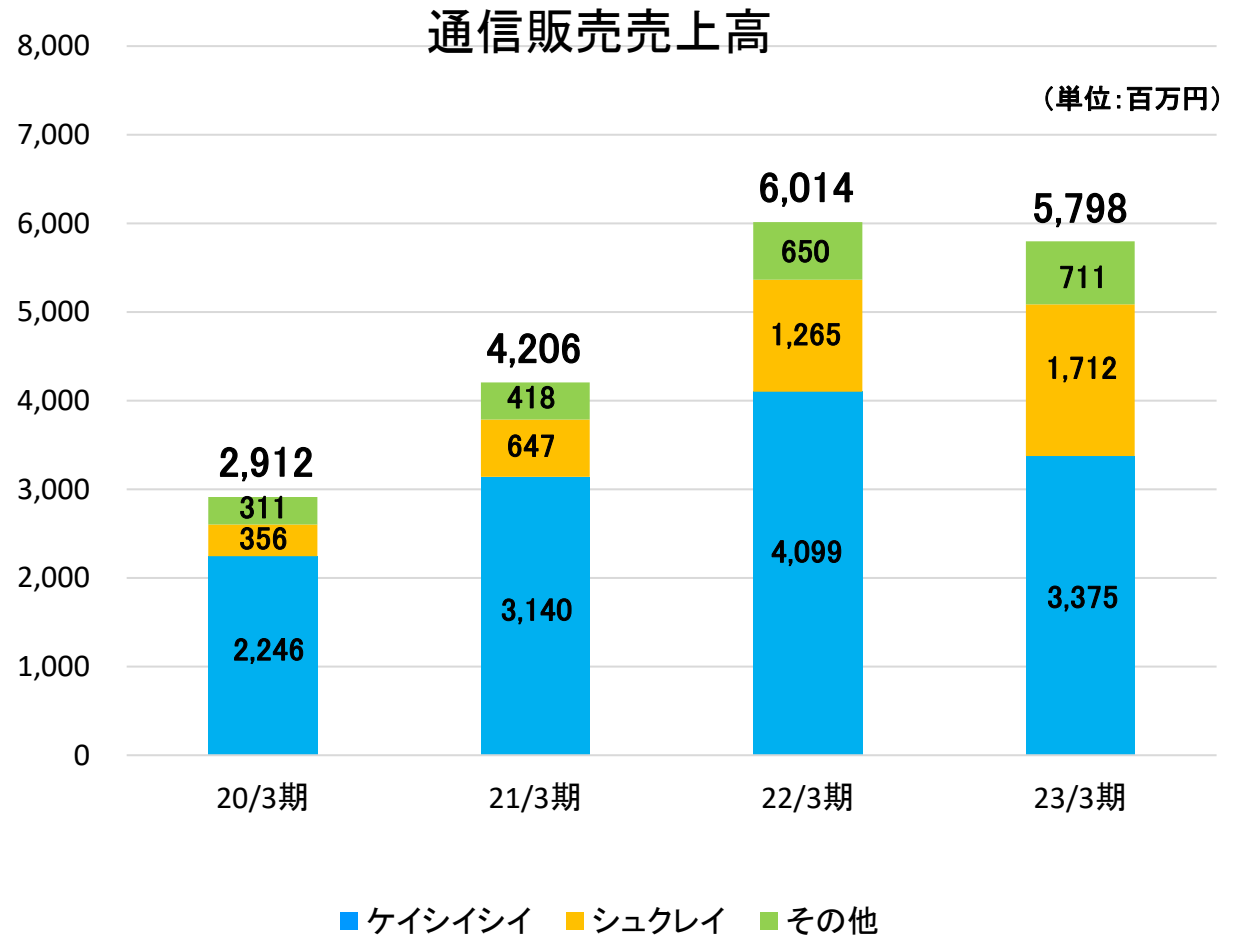
ケイシイシイがコロナ禍の巣籠もり消費の反動を受けるも、シュクレイは続伸



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



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	

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	

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。

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

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
ケイセイセイ	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。)

セグメント別業績の補足説明

シュクレイ

JR東日本おみやげグランプリ2022にて総合グランプリを受賞した「東京ミルクチーズ工場」や10周年を迎えた「ザ・メープルマニア」など主力ブランドの更なる認知度の向上に向け、主力商品対策に注力するとともに、新商品及び限定商品の発売、季節イベント対策の強化、大型催事出店の推進、通信販売の強化などに取り組みました。また、インバウンド対策では、成田空港を中心に国際線ターミナル売店の再開に迅速に対応し、売場拡大や販売力の強化などに注力いたしました。出退店では、昨年4月に阪神百貨店梅田本店に“チーズwithハニー”をコンセプトにした新ブランド「DROOLY(ドロリー)」を出店するなど、計7店の出店及び6店の退店を行いました。

ケイシイシイ

「小樽洋菓子舗ルタオ」の代表商品「ドゥーブルフロマージュ」のリニューアルキャンペーン展開など、主力商品対策を推進し、また、道内店舗では新商品の発売や売場レイアウト変更などにより商品訴求力の向上に努めました。首都圏で展開している「PISTA&TOKYO(ピスタアンドトーキョー)」、「Now on Cheese♪(ナウオンチーズ)」、「岡田謹製あんぱた屋」では、ブランド認知度の向上に向け、限定商品の発売及び催事出店などに取り組みました。通信販売では、季節イベント対策やふるさと納税に注力し、また、自社ECでは、名前や住所を知らない相手にも気軽にギフトを送れる新サービス「ルタオeギフト」を導入し、お客様の利便性の向上を図りました。海外展開では、フランチャイズ(FC)形態で新たにオーストラリアへの出店及びEC展開を開始いたしました。

寿製菓・但馬寿

国内旅行需要の回復に備え代理店及びグループ会社との連携強化を図り、新商品開発や売場改善提案など主力商品対策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」のキャンペーン展開や「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。新規開拓では、沖縄・国際通りにパインスイーツ専門店「newQ(ニューキュー)」を出店するなど新たな販路拡大に取り組みました。

販売子会社

交通拠点チャネルを重点に、主力商品対策の強化などに注力いたしました。エリア別では、関西地区において新商品「大阪はちみつクワトロフォルマッジ」の専用什器展開による売場獲得に注力し、岡山地区では新商品「天使の恋 白桃のチーズケーキ」を、東海地区では新商品「小倉トーストチーズケーキ」を、福岡地区では新商品「まっかな苺のパフェチーズケーキ」など自家需要対策として、冷凍ケーキの拡販にも取り組みました。

九十九島グループ

「九十九島せんぺい」の映画「すずめの戸締まり」期間限定コラボ商品の発売など主力商品対策に注力いたしました。また、ハウステンボス内の直営店舗「タンテ・アニー本店」では、イベント開催などによる集客力の強化などに努めました。フレンチトースト専門店「アイボリッシュ」では、物販強化に注力し、昨年4月に東京駅に初出店したギフト店舗や催事出店において「フレンチトーストフィナンシェ」の販売強化に注力いたしました。

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FCに対する国内出荷売上+ロイヤルティ/海外小売は、台湾子会社の売上/その他は損害保険代理業

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

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。

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

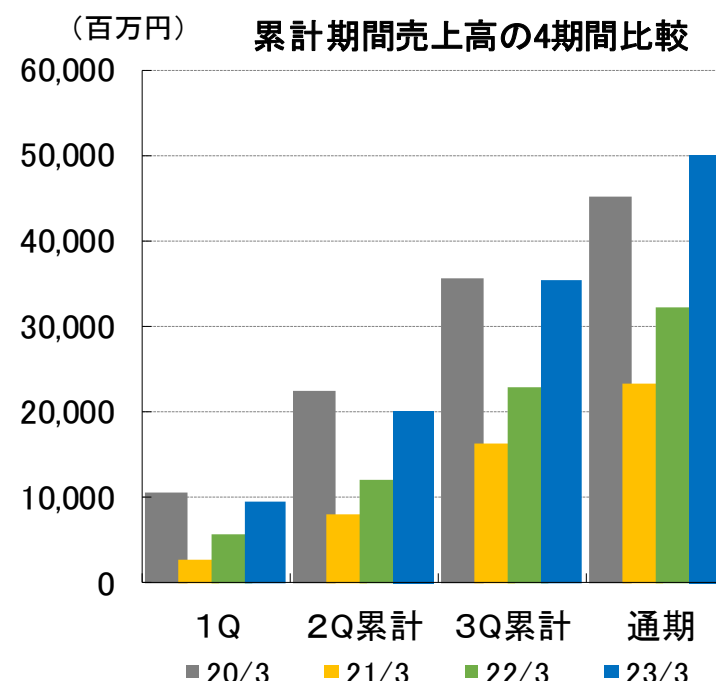
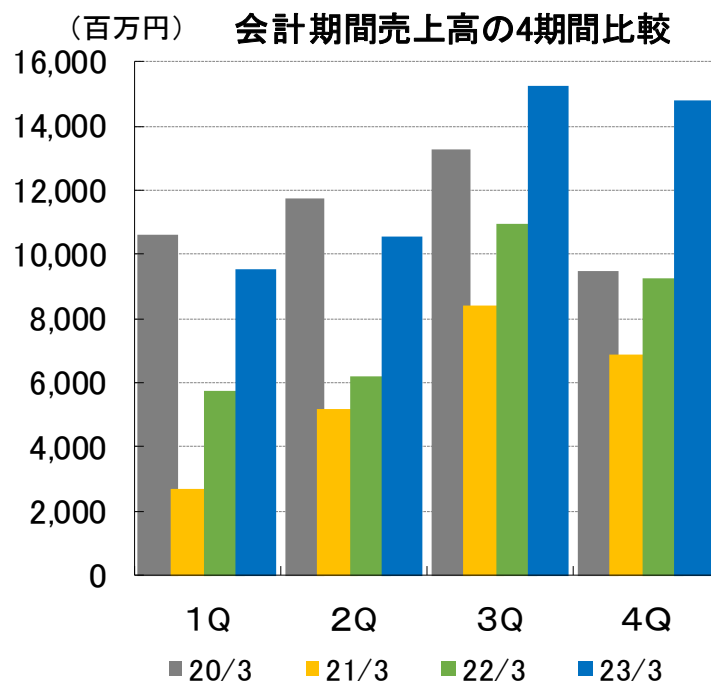
(百万円、%)	予想数値※		23年3月期		対予想数値	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	達成率
売上高	46,400	—	50,155	—	3,755	108.1
売上総利益	27,700	59.7	30,107	60.0	2,407	108.7
販売管理費	19,750	42.6	20,155	40.2	405	102.1
営業利益	7,950	17.1	9,952	19.8	2,002	125.2
経常利益	8,280	17.8	10,296	20.5	2,016	124.3
当期純利益	5,413	11.7	7,018	14.0	1,605	129.7

※ 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

四半期業績の推移(売上高)

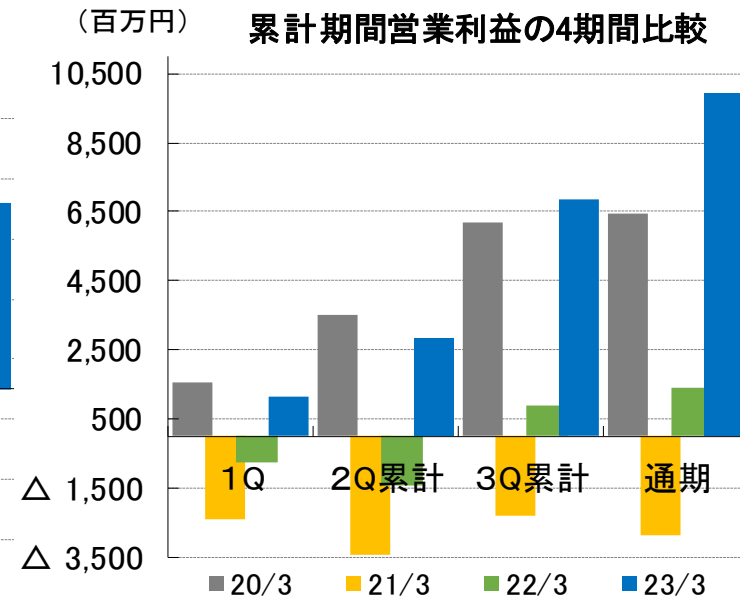
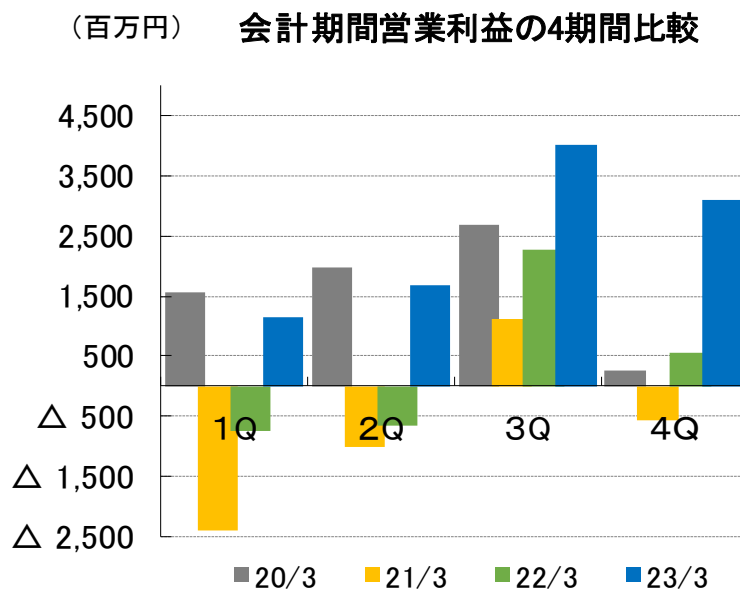
(4Q会計) 前年同期比59.5%増



(百万円)	会計期間				累計期間			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q累計	3Q累計	通期
20/3	10,627	11,761	13,287	9,506	10,627	22,388	35,675	45,181
21/3	2,716	5,189	8,402	6,898	2,716	7,905	16,306	23,205
22/3	5,758	6,200	10,963	9,270	5,758	11,959	22,921	32,192
23/3	9,515	10,585	15,270	14,785	9,515	20,100	35,370	50,155
対20/3	△10.5%	△10.0%	14.9%	55.5%	△10.5%	△10.2%	△0.9%	11.0%
対前年	65.2%	70.7%	39.3%	59.5%	65.2%	68.1%	54.3%	55.8%

四半期業績の推移(営業利益)

(4Q会計)前年同期比470.8%増



(百万円)	会計期間				累計期間			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q累計	3Q累計	通期
20/3	1,555	1,964	2,672	264	1,555	3,519	6,191	6,455
21/3	△ 2,409	△ 1,012	1,114	△ 583	△ 2,409	△ 3,421	△ 2,307	△ 2,890
22/3	△ 759	△ 659	2,279	542	△ 759	△ 1,418	860	1,403
23/3	1,150	1,680	4,026	3,095	1,150	2,830	6,856	9,952
対20/3	△26.0%	△14.5%	50.6%	-	△26.0%	△19.4%	10.7%	54.2%
対前年	-	-	76.7%	470.8%	-	-	696.8%	609.4%

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

キャッシュ・フロー計算書

キャッシュ期末残高は、対前期比6,250百万円増加の16,162百万円

(百万円、%)	21年3月期	22年3月期	23年3月期	対前期	
	通期	通期	通期	増減額	増減率
営業活動CF	83	4,293	9,086	4,792	111.6
投資活動CF	△ 605	△ 527	△ 1,616	△ 1,089	206.7
フリーCF	△ 522	3,767	7,470	3,703	98.3
財務活動CF	△ 463	△ 1,176	△ 1,223	△ 47	4.0
cashに係る換算差額	3	13	3	△ 10	△ 75.3
cash増減	△ 982	2,603	6,250	3,647	140.1
cash期首	8,291	7,309	9,913	2,603	35.6
cash期末	7,309	9,913	16,162	6,250	63.0
有利子負債	966	726	440	△ 286	△ 39.4



2024年3月期 通期業績予想

2024年3月期 通期業績予想の補足説明

● 予想スタンス	<p>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。</p>
● 売上高	<p>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。</p>
● 出退店等	<p>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。</p>
● 足元の状況	<p>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。</p>
● 設備投資・減価償却	<p>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</p>

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

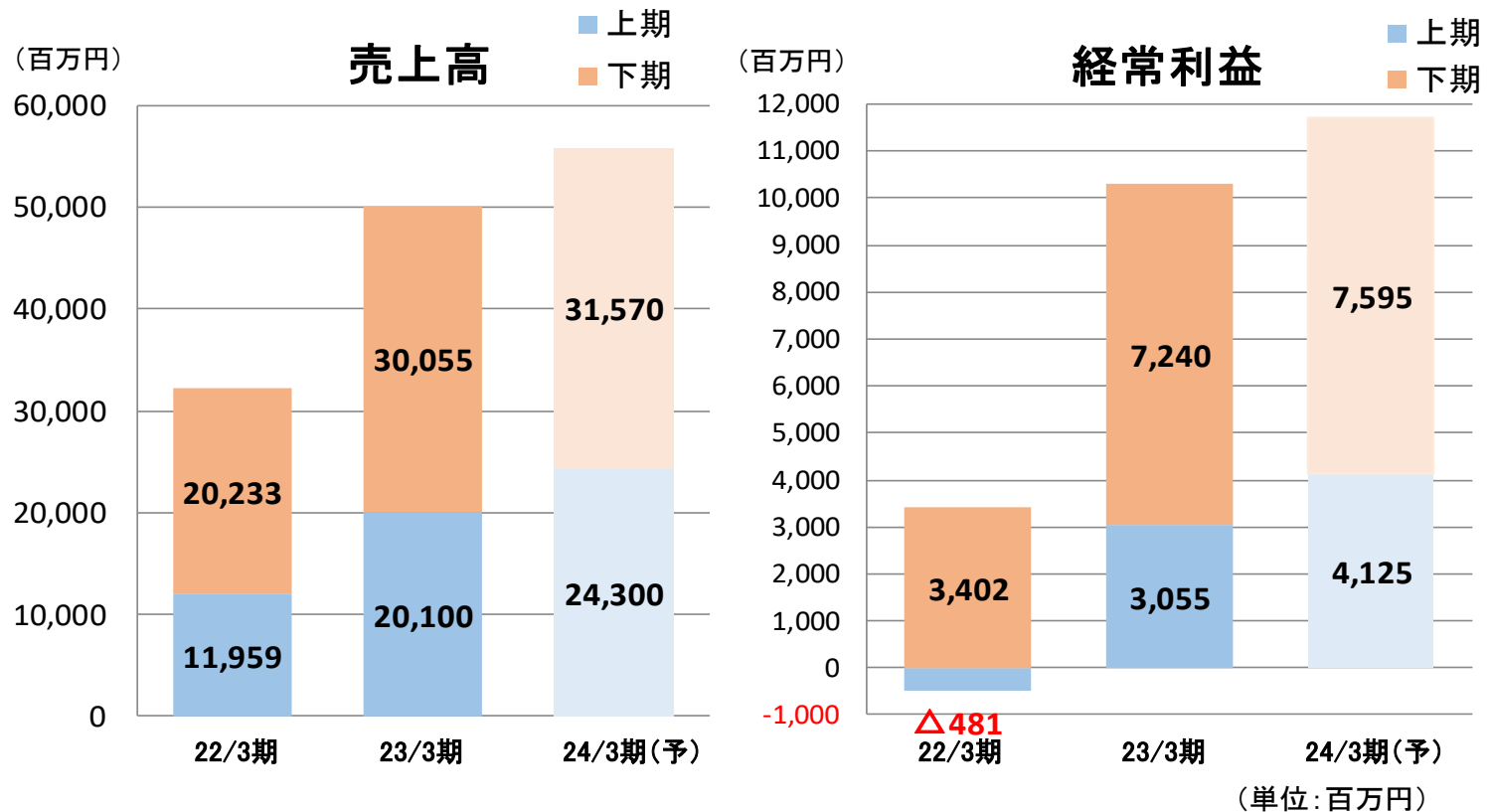
(百万円、%)	23年3月期		24年3月期(予想)		対前期	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上高	50,155	—	55,870	—	5,715	11.4
売上総利益	30,107	60.0	33,970	60.8	3,863	12.8
販売管理費	20,155	40.2	22,300	39.9	2,145	10.6
営業利益	9,952	19.8	11,670	20.9	1,718	17.3
経常利益	10,296	20.5	11,720	21.0	1,424	13.8
当期純利益	7,018	14.0	7,850	14.1	832	11.9
EPS(円)	225.52		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

2024年3月期 通期業績予想(セグメント別)

シュクレイを筆頭に、全セグメント増収・増益を目指す！

(百万円、%)	売上高				営業利益		
	23/3期	24/3期予	増減額	増減率	23/3期	24/3期予	増減額
シュクレイ	20,699	24,380	3,681	17.8	4,144	4,950	806
ケイシイシイ	14,114	15,550	1,436	10.2	2,113	2,500	387
寿製菓・但馬寿	10,042	10,830	788	7.8	1,694	1,832	138
販売子会社	5,354	5,800	446	8.3	472	560	88
九十九島グループ	4,628	4,950	322	7.0	366	370	4
その他	734	720	△ 14	△ 1.9	97	103	6
セグメント計	55,570	62,230	6,660	12.0	8,887	10,315	1,428
調整額	△ 5,415	△ 6,360	△ 945	17.5	1,065	1,355	290
合計	50,155	55,870	5,715	11.4	9,952	11,670	1,718

2024年3月期 通期業績予想(上期・下期比較)



	売上高						経常利益					
	22/3期	構成比	23/3期	構成比	24/3期(予)	構成比	22/3期	構成比	23/3期	構成比	24/3期(予)	構成比
上期	11,959	37.1%	20,100	40.1%	24,300	43.5%	△ 481	-	3,055	29.7%	4,125	35.2%
下期	20,233	62.9%	30,055	59.9%	31,570	56.5%	3,402	-	7,240	70.3%	7,595	64.8%
通期	32,192	100.0%	50,155	100.0%	55,870	100.0%	2,921	-	10,296	100.0%	11,720	100.0%



今後の経営方針とセグメント別業績の概況

経営理念・基本ポリシー

経営理念

喜びを創り喜びを提供する

当社グループの経営理念は、創業者であります故河越庄市をはじめ、諸先輩方が幾多の試練を乗り越えてこられた中、生まれました。利潤の追求のみが企業の目的ではなく、会社が未来永劫発展し続けるためには、常に「人様に喜んでいただく」ことを最優先に考え、お客様に喜んでいただける商品を創り、お客様に喜ばれるサービスを提供し続け、地域社会への貢献、共存・共栄こそが、会社の存在意義であり、当社グループに与えられた使命であります。

基本ポリシー

今日一人、熱狂的なファンを創る

当社グループの全従業員は、経営理念の具現化に向け、ひとつのお菓子、ひとりのお客様への接客で、一生お付き合いができる熱狂的なファンを今日一人創ることに徹する「熱狂的ファン創り」を基本ポリシーとしております。

経営理念をベースとした「**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

ビジョン(目指すべき方向性)

全国各地のお菓子のオリジナルブランドとショップブランドを創造する

「お菓子の総合プロデューサー」

General Producer of the Sweets

- 「**高い価値の創造**」をテーマに美味しさ、品質に徹底的にこだわり「地域性(Local)」と「専門店性(Specialty)」を追求した独創性のあるお店及びお菓子創りを推進
- 地域ごとのマーケット特性にマッチしたお土産、パーソナル・ギフトから自家用まで多様な**プレミアムギフトスイーツ**(Premium Gift Sweets)の需要にブランドポートフォリオで適応

今後の経営方針

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、人財力及び組織力の向上を図る。

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。

セグメント別概況

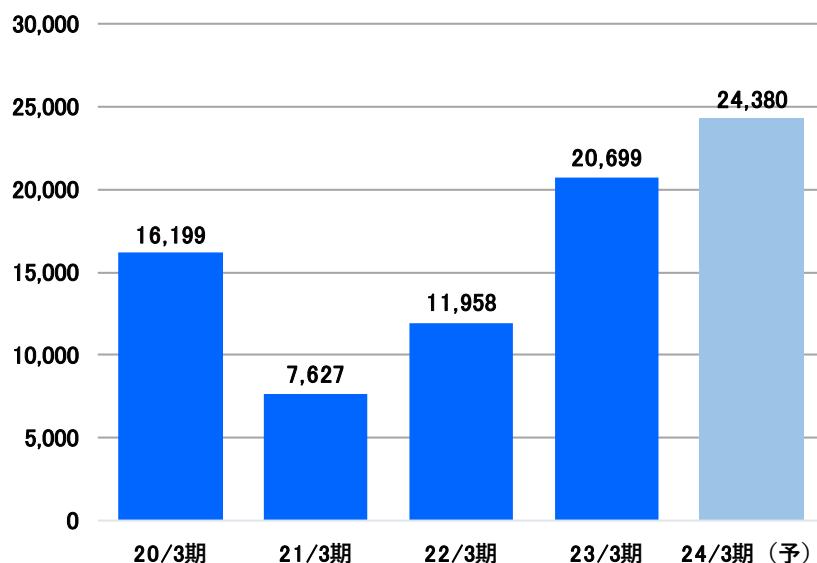


- シュクレイ
- ケイセイセイ
- 寿製菓・但馬寿
- 販売子会社
- くじゅうくしま 九十九島グループ
- その他

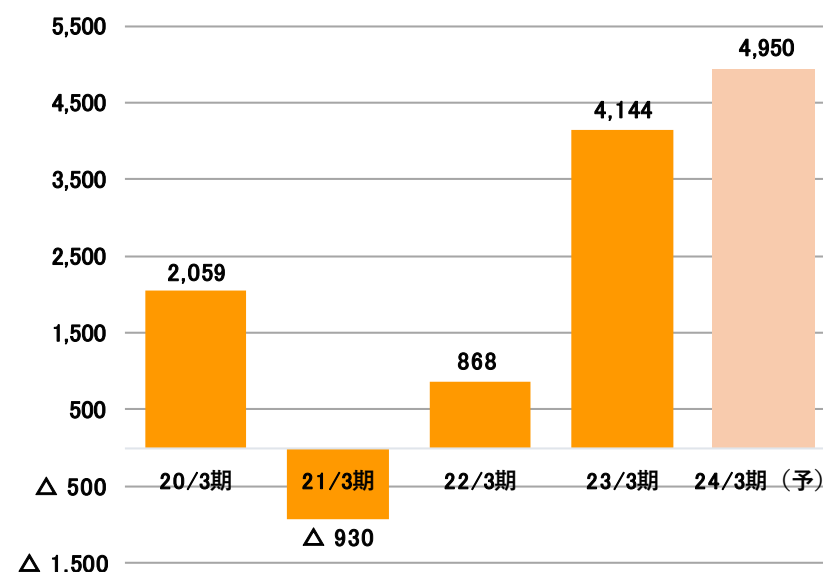
《シュクレイ》

24/3期予想:売上高 **24,380**百万円(前期比**+17.8%**)営業利益 **4,950**百万円(同**+19.4%**)

売上高

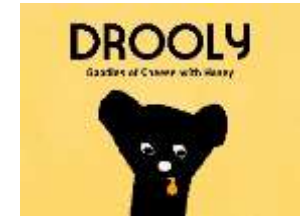


営業利益



(百万円,%)	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	対前期		24/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	16,199	7,627	11,958	20,699	8,741	73.1	24,380	3,681	17.8
売上総利益	9,893	4,198	7,271	13,160	5,890	81.0	15,500	2,340	17.8
粗利率	61.1	55.0	60.8	63.6	2.8	4.6	63.6	-	-
販売管理費	7,834	5,128	6,402	9,016	2,614	40.8	10,550	1,534	17.0
営業利益	2,059	Δ 930	868	4,144	3,276	377.2	4,950	806	19.4

《シュクレイ》



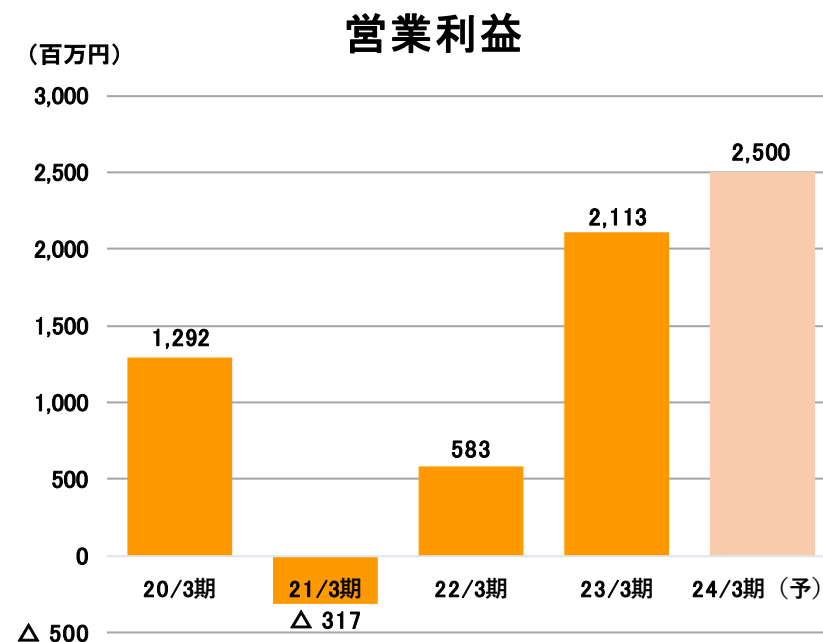
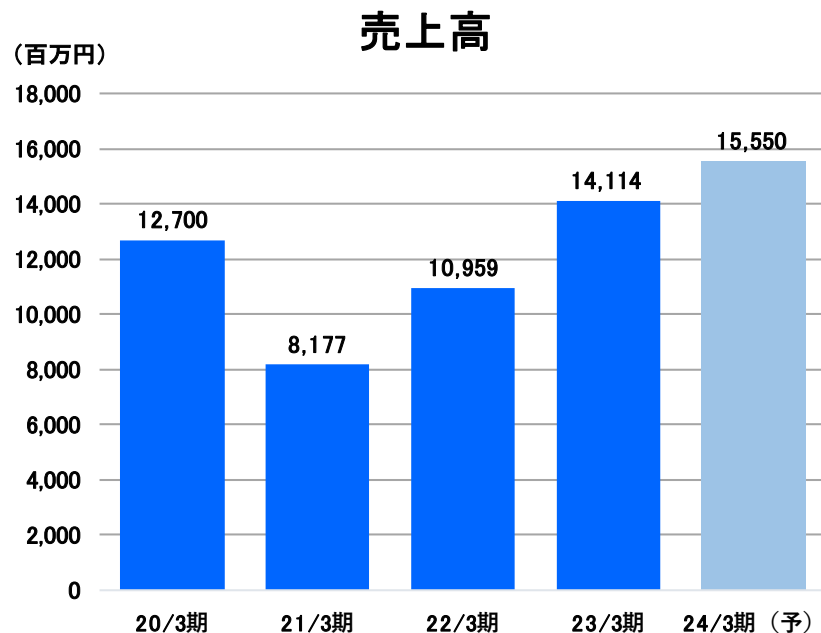
現場力の強化により、更なるブランド価値の向上を図り、2026年3月期売上高350億円突破に向け、成長を加速させる



DROOLY(ドロリー)阪神百貨店梅田本店

《ケイシイシイ》

24/3期予想:売上高 **15,550**百万円(前期比**+10.2%**)営業利益 **2,500**百万円(同**+18.3%**)



(百万円,%)	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	対前期		24/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	12,700	8,177	10,959	14,114	3,155	28.8	15,550	1,436	10.2
売上総利益	7,758	4,806	5,908	8,149	2,241	37.9	9,000	851	10.4
粗利率	61.1	58.8	53.9	57.7	3.8	7.1	57.9	-	-
販売管理費	6,466	5,123	5,325	6,036	710	13.3	6,500	464	7.7
営業利益	1,292	Δ 317	583	2,113	1,531	262.7	2,500	387	18.3

《ケイシイシイ》



25周年を迎えた小樽洋菓子舗LeTAOの更なるブランド価値の向上及び「PISTA&TOKYO」、「Now on Cheese♪」、「岡田謹製あんバター屋」などの首都圏ブランドの育成に注力



LeTAO本店

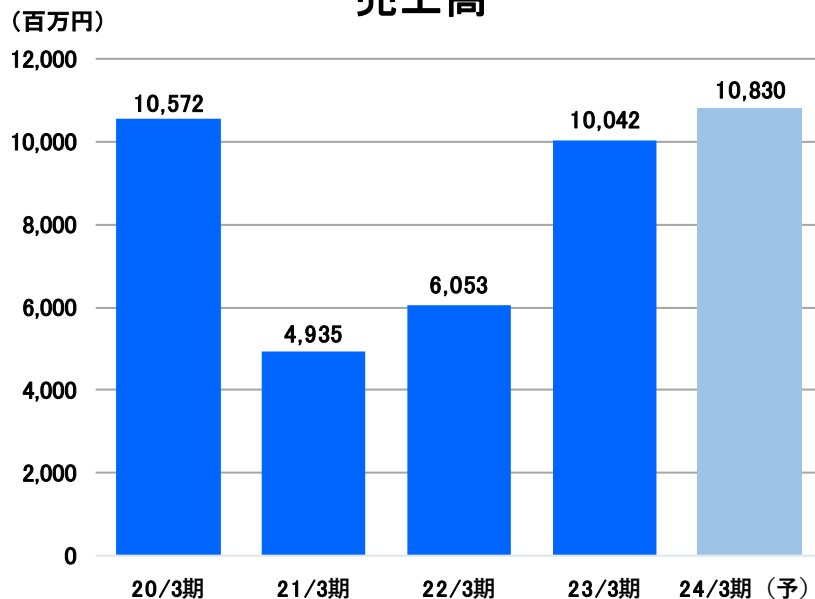


主力商品ドゥーブルフロマージュ

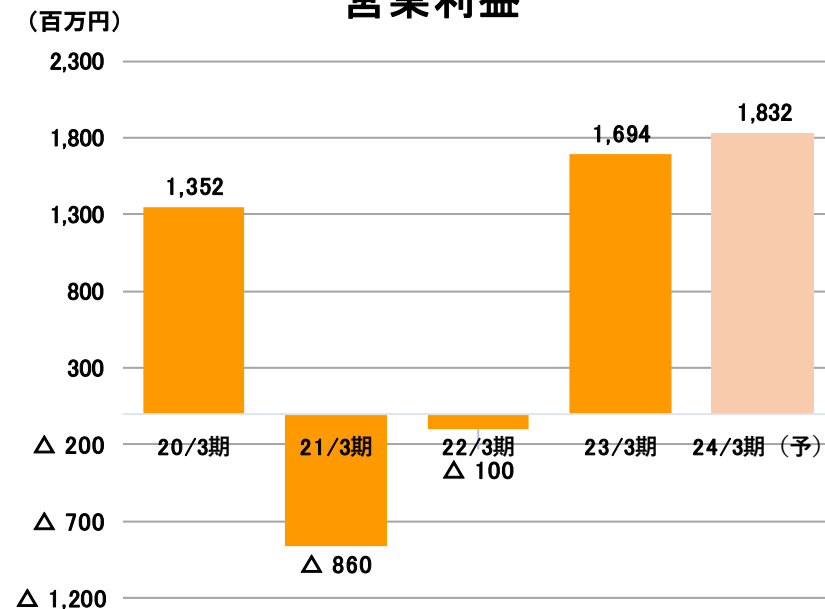
《寿製菓・但馬寿》

24/3期予想:売上高 **10,830**百万円(前期比**+7.8%**)営業利益 **1,832**百万円(前期比**+8.1%**)

売上高



営業利益



(百万円,%)	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	対前期		24/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	10,572	4,935	6,053	10,042	3,989	65.9	10,830	788	7.8
売上総利益	4,199	969	1,774	3,953	2,179	122.8	4,264	311	7.9
粗利率	39.7	19.6	29.3	39.4	10.1	34.3	39.4	-	-
販売管理費	2,847	1,829	1,874	2,258	384	20.5	2,432	174	7.7
営業利益	1,352	Δ 860	Δ 100	1,694	1,795	-	1,832	138	8.1

《寿製菓・但馬寿》



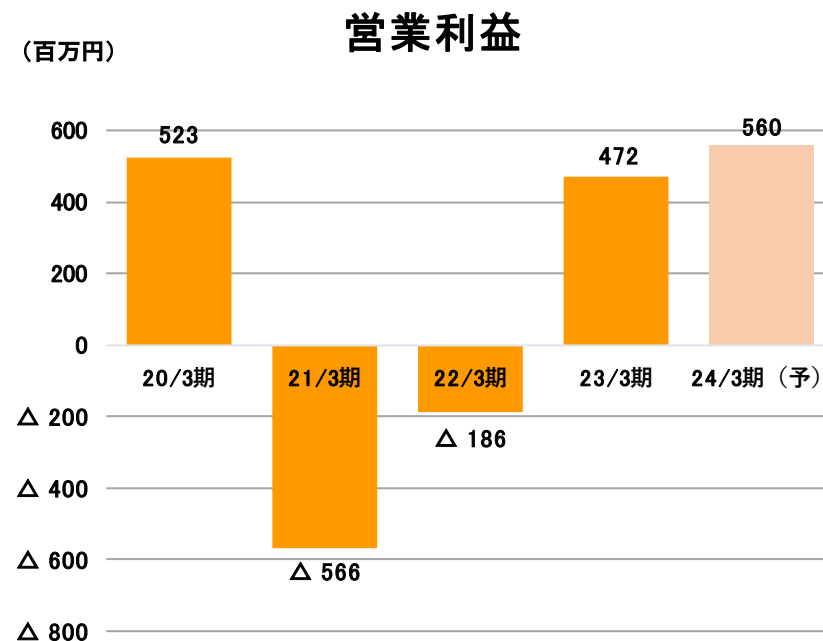
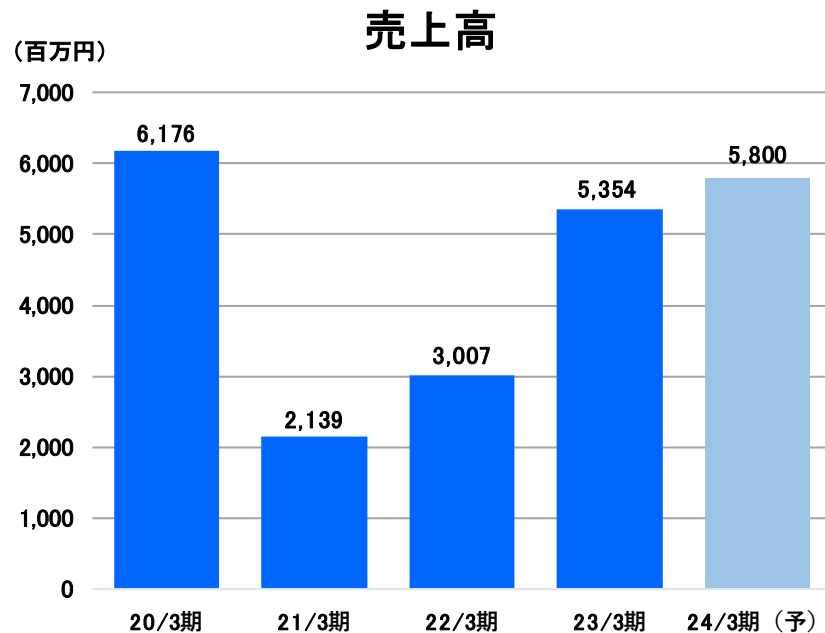
主力商品の育成及び新商品開発の推進、土産需要の復活に備え代理店との連携強化を図る



因幡の白うさぎと白うさぎフィナンシェの詰め合わせ
うさぎ&フィナンシェ玉手箱

《販売子会社》

24/3期予想:売上高 **5,800**百万円(前期比**+8.3%**)営業利益 **560**百万円(前期比**+18.6%**)



(百万円,%)	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	対前期		24/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	6,176	2,139	3,007	5,354	2,347	78.1	5,800	446	8.3
売上総利益	2,224	625	1,098	2,013	915	83.3	2,180	167	8.3
粗利率	36.0	29.2	36.5	37.6	1.1	3.0	37.6	-	-
販売管理費	1,700	1,191	1,284	1,541	257	20.0	1,620	79	5.1
営業利益	523	△ 566	△ 186	472	658	-	560	88	18.6

《販売子会社》

主要交通拠点チャネルを中心に土産需要の復活を見据えた新商品での新売場獲得、主力商品での売場面積拡大に注力



花福堂「博多まっかな苺のガレット」



花福堂「まっかな苺のラングドシャ」「まっかな苺のミルフィユ」



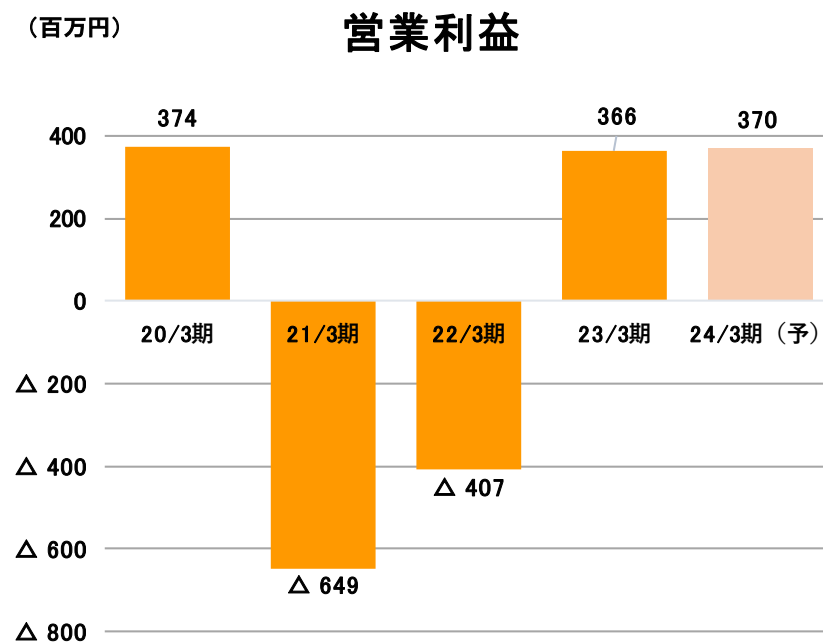
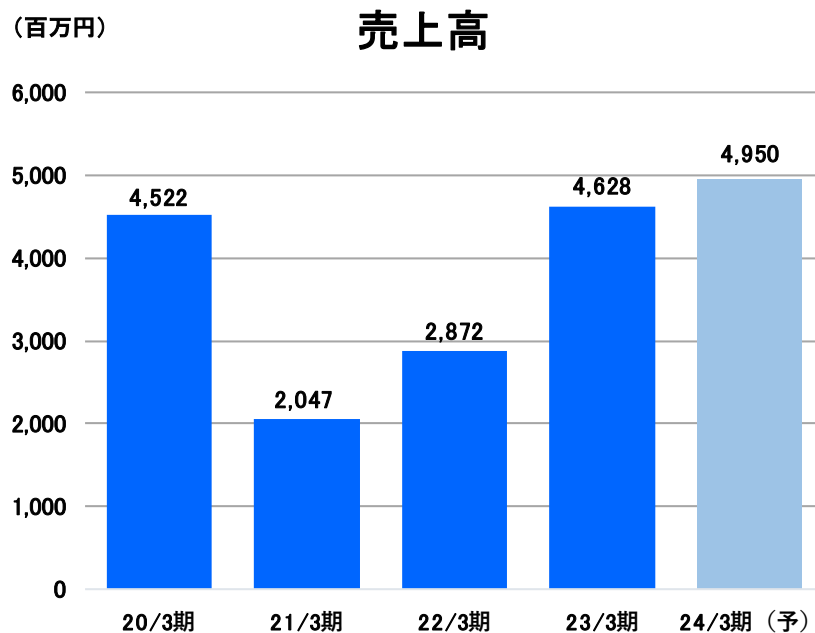
東海寿(名古屋) 小倉トーストチーズケーキ



寿香寿庵 神戸チーズプリンケーキ
ドン・プリン・タルト

くじゅうくしま 《九十九島グループ》

24/3期予想:売上高 **4,950**百万円(前期比**+7.0%**)営業利益 **370**百万円(前期比**+1.2%**)



(百万円,%)	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	対前期		24/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	4,522	2,047	2,872	4,628	1,756	61.1	4,950	322	7.0
売上総利益	2,127	650	1,241	2,427	1,186	95.5	2,590	163	6.7
粗利率	47.0	31.8	43.2	52.4	9.2	21.4	52.3	-	-
販売管理費	1,753	1,300	1,648	2,061	414	25.1	2,220	159	7.7
営業利益	374	Δ 649	Δ 407	366	772	-	370	4	1.2

くじゅうくしま 《九十九島グループ》

MISTER CAMELIST

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



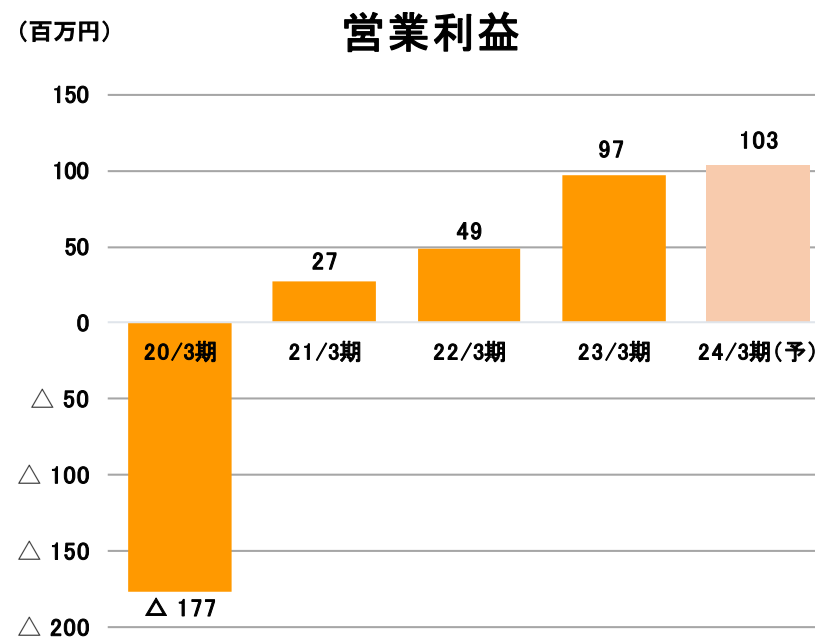
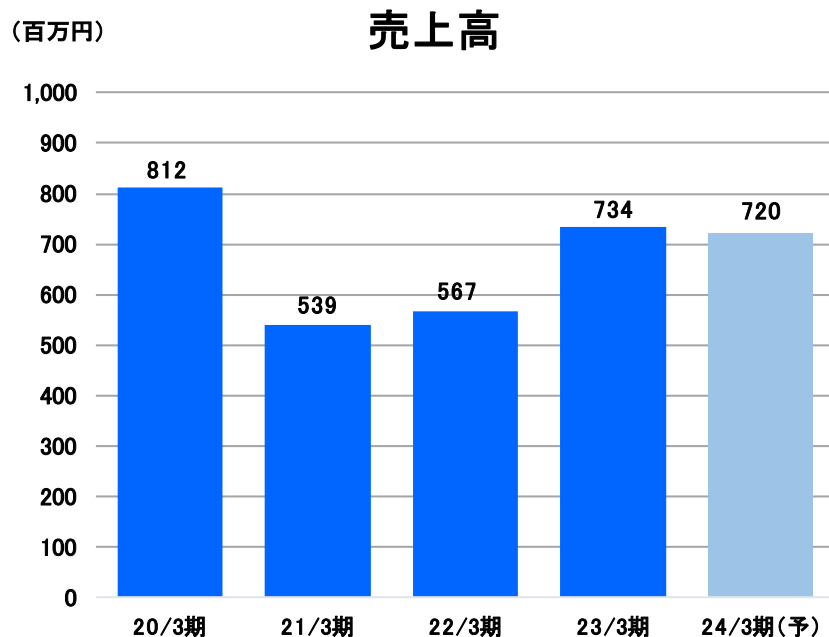
MISTER CAMELIST博多店



主力商品 キャラメルメルガレット

《その他》 <損害保険代理業、健康食品事業、海外(台湾)菓子事業>

24/3期予想:売上高 **720**百万円(前期比 $\Delta 1.9\%$)営業利益 **103**百万円(同 $+6.0\%$)



(百万円,%)	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	対前期		24/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	812	539	567	734	167	29.5	720	$\Delta 14$	$\Delta 1.9$
売上総利益	529	383	411	534	123	30.0	511	$\Delta 23$	$\Delta 4.4$
粗利率	65.1	71.1	72.5	72.8	0.3	0.4	71.0	-	-
販売管理費	706	356	362	437	75	20.7	408	$\Delta 29$	$\Delta 6.7$
営業利益	$\Delta 177$	27	49	97	48	98.9	103	6	6.0

《その他》

純藍

台湾菓子事業



3月22日OPEN 東京ミルクチーズ工場 台湾新光三越A8店



春節ギフト限定パッケージ

健康食品事業(純藍事業)



古来伝承素材「藍」を100%配合した健康茶『純藍茶』



ESG関連情報

ESG情報(サステナビリティ委員会の設置及びTCFD提言への賛同表明)

当社は、当社グループが様々な事業活動を推進していくうえで、持続可能な社会実現への貢献と中長期的な企業価値の向上が重要な経営課題であるとの認識のもと、サステナビリティにおける取組みを推進するため、2023年4月に「サステナビリティ委員会」を設置し、また、同月にはTCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)提言への賛同を表明いたしました。当委員会の設置及びTCFD提言への賛同を機に、気候変動がもたらす事業へのリスクと機会について、分析と対応を一層強化し、関連情報の開示を推進していくとともに、2050年の脱炭素社会実現に貢献する取組みを進めてまいります。



寿スピリッツグループ
サステナビリティサイト



※TCFDの概要

TCFDとは、G20の要請を受け、金融安定理事会(FSB)により、気候関連の情報開示及び金融機関の対応をどのように行うかを検討する目的で設立された「気候関連財務情報開示タスクフォース(Task Force on Climate-related Financial Disclosures)」の略称です。TCFDが公表した提言では、企業等に対し、気候変動関連リスク及び機会に関する「ガバナンス」「戦略」「リスク管理」「指標と目標」の把握・開示が推奨されています。

こちらのQRコードでご覧いただけます

ESG情報(シュクレイ・浜松工場FSSC22000認証取得)

シュクレイ浜松工場が、2022年11月8日に当社グループの製造拠点として、ケイセイシイ第2工場、シュクレイ横浜工場につづいて、3拠点目となるFSSC22000認証を取得しました。
お客様に喜ばれる安心安全な商品を提供するため、品質向上活動を継続してまいります。



シュクレイ浜松工場外観



※FSSC 22000は、ISO 22000を追加要求事項で補強した食品安全マネジメントシステムに関する国際規格です。
GFSI(Global Food Safety Initiative)によって、ベンチマーク規格の一つとして承認されています。



株式の状況・株主還元

株式の状況

(2023年3月31日現在)

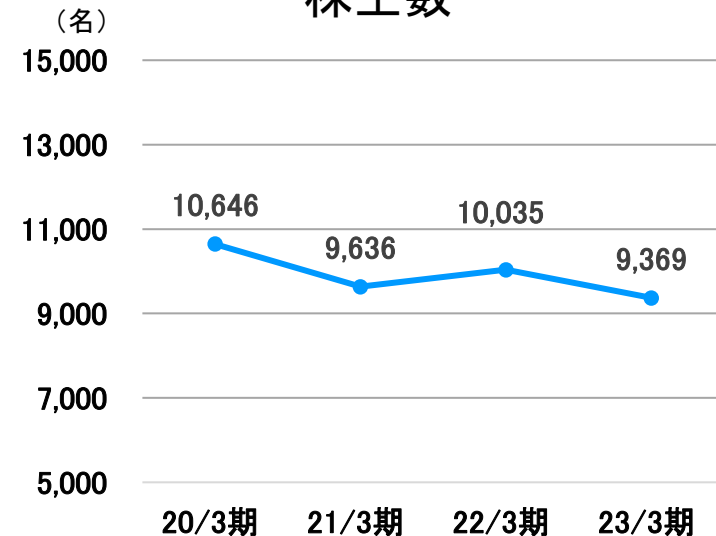
■発行可能株式総数 91,200,000株

■発行済株式総数 31,121,520株

■単元株式数 100株

■株主数 9,369名(前期比 666名減)

株主数



■大株主(上位5位)

株主名	持株数(株)	出資比率(%)
エスカワゴエ株式会社	9,100,000	29.24
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	3,412,500	10.96
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	2,154,300	6.92
株式会社山陰合同銀行	900,000	2.89
とりぎんリース株式会社	706,000	2.26

(注1)出資比率は、自己株式2,350株を除く

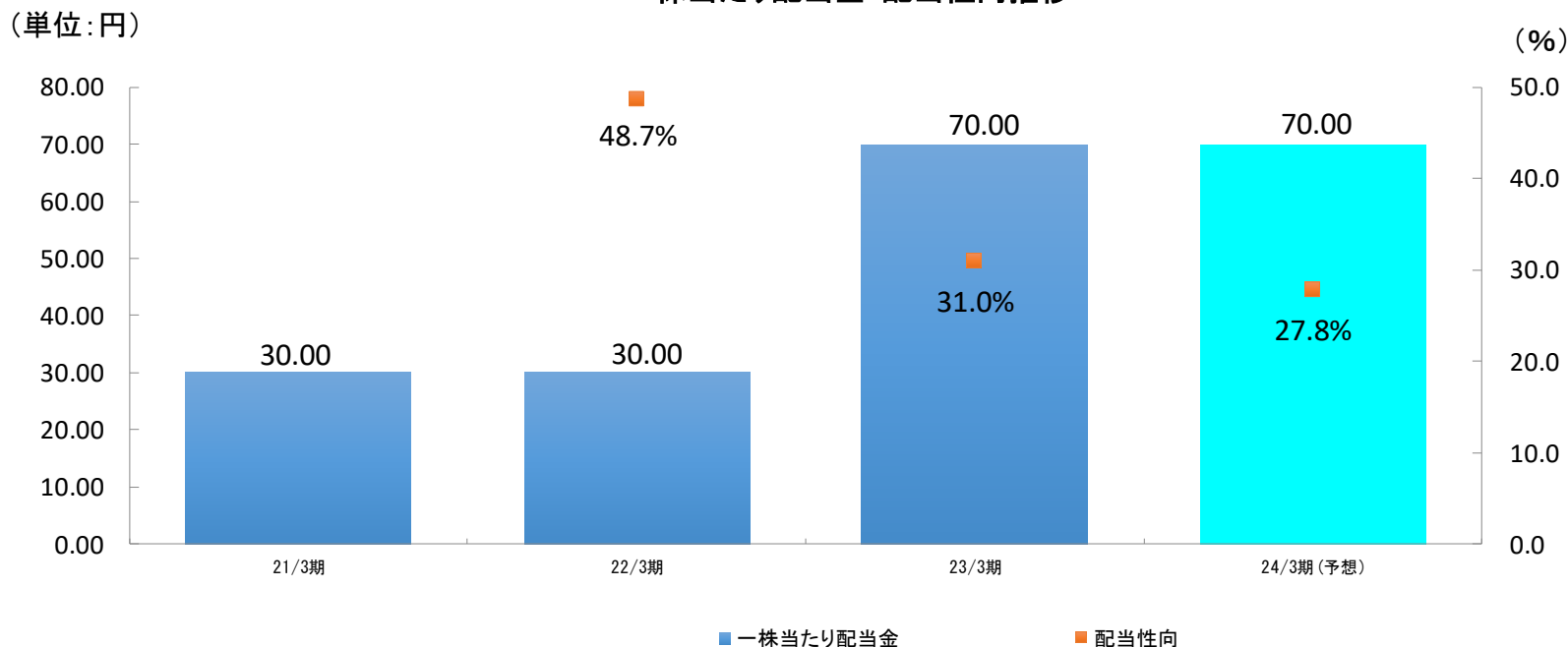
株主還元

■ 配当方針

長期にわたり、安定して利益還元ができるよう、内部留保、業績水準ならびに配当性向等を総合的に勘案し、利益還元を努めることを基本方針としております。

■ 2024年3月期1株当たり配当金予想 **70円**

一株当たり配当金・配当性向推移



※21/3期は赤字配当の為、配当性向は非表示

株主優待制度について

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

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

【2023年度の株主優待商品】

100株以上500株未満ご所有の株主様
2,000円相当のグループ製品



500株以上ご所有の株主様
4,000円相当のグループ製品



【株主優待券】

1,000株以上ご所有の株主様





《参考情報》

会社概要



商号	寿スピリッツ株式会社
証券コード	2222(東証プライム)
会社所在地	〒683-0845 鳥取県米子市旗ヶ崎2028番地
設立	1952年4月25日
資本金	12億1,780万円
代表取締役社長	河越 誠剛
従業員数	単体7名・連結1,512名
グループ会社	連結子会社17社(国内16社・海外1社)
連結売上高	501億円(2023年3月期)

沿革(1)

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



“因幡の白うさぎ”



寿製菓(株) 本社工場



お菓子の壽城

沿革(2)

- 1998年6月 (平成10年) 創業100年老舗商標を譲受け、東京都中央区に **株式会社つきじちとせ**を設立。東京和菓子ブランド展開に着手。
- 北海道小樽市に**株式会社ケイセイシイ**が『**小樽洋菓子舗ルタオ**』を設置。洋菓子小売専門店立上げ。
- 2005年2月 (平成17年) 営業譲受けにより株式会社九十九島エスケイファーム他3社より菓子の製造・販売事業を継承し、**株式会社九十九島グループ**スタート。
- 2006年10月 (平成18年) 寿スピリッツ株式会社に社名変更、会社分割により純粋持株会社体制に移行。
- 2011年12月 (平成23年) 東京都港区に**株式会社シュクレイ**を設立。
- 2012年1月 (平成24年) 株式会社つきじちとせが、株式会社シュクレイに事業の一部を譲渡し解散。
- 2012年11月 (平成24年) 台湾台北市に台湾北壽心股份有限公司を設立。
- 2013年4月 (平成25年) 東京証券取引所市場第二部に上場。
- 2014年4月 (平成26年) 東京証券取引所の市場第一部に銘柄指定。
- 2014年9月 (平成26年) 東京都港区に**純藍株式会社**を設立。
- 2016年1月 (平成28年) **株式会社フランセ**の全株式を取得して子会社化。
- 2017年4月 (平成29年) **株式会社シュクレイ**が**株式会社フランセ**を吸収合併。
- 2022年4月 (令和4年) 東京証券取引所の市場区分見直しにより、プライム市場へ移行。



小樽洋菓子舗ルタオ



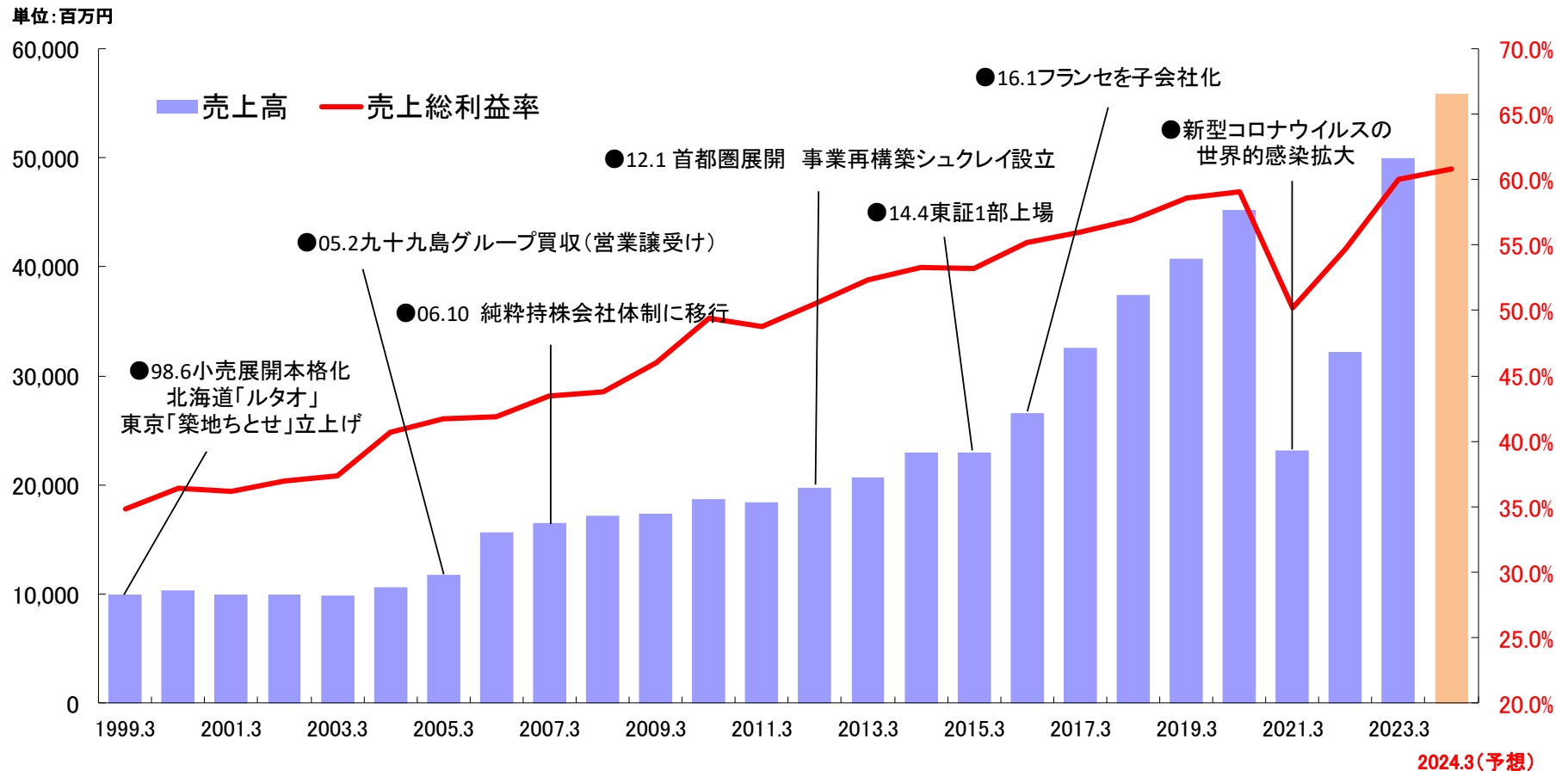
“九十九島せんぺい”



洋菓子のフランセ

寿スピリッツグループの変遷①

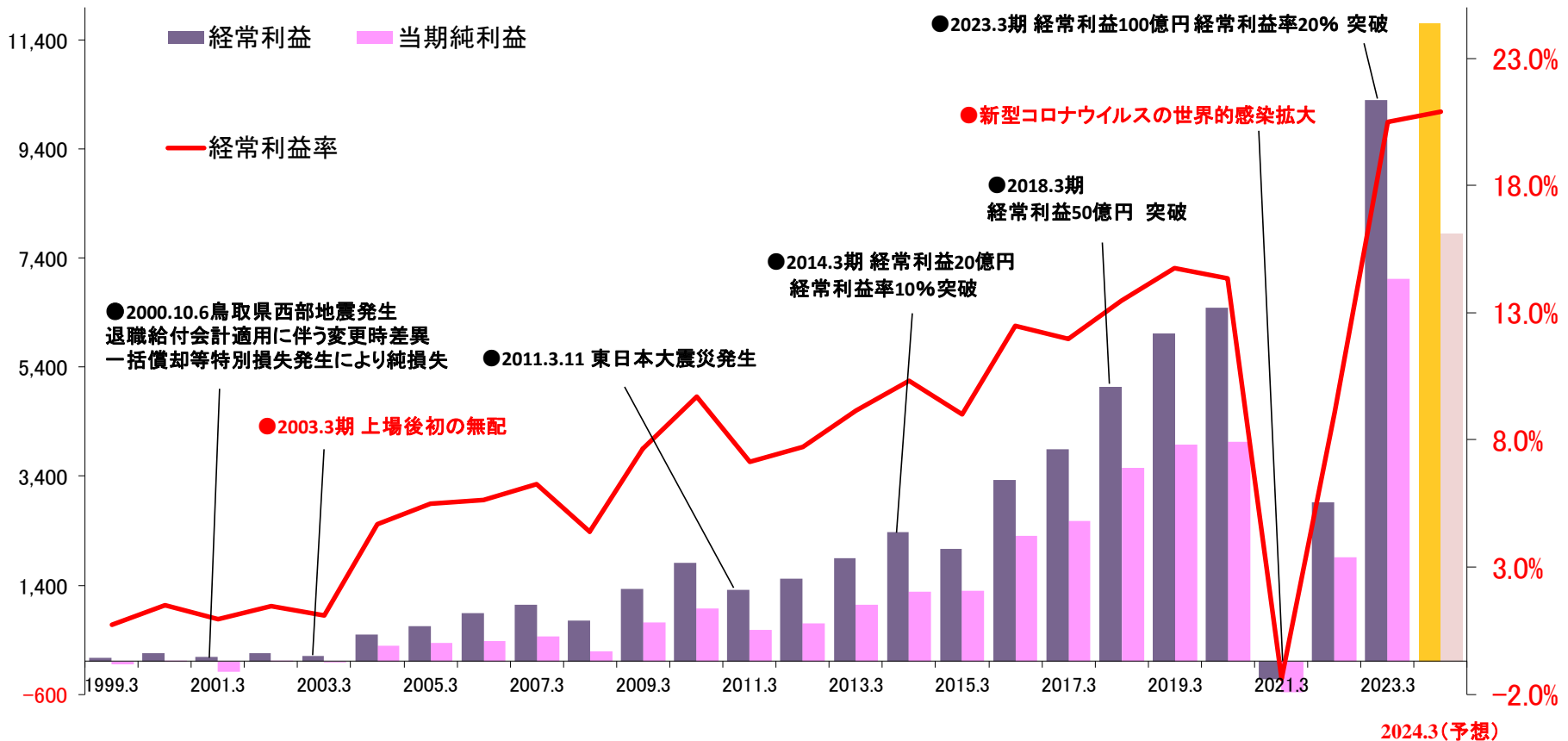
2023年3月期 売上高500億円、売上総利益率60%突破



寿スピリッツグループの変遷②

2023年3月期 経常利益100億円 経常利益率20%突破

単位:百万円



主要ショップブランド

お菓子の**壽城**



(山陰)

KÄNOZA
IZUMO

(山陰)



(北海道)

Ivorish

Premium French Toast

(福岡・東京)



(佐世保・福岡)



(東京)



(東京)



(神戸)



(東京)



FRANÇAIS
(東京)

主力商品一例



Nostalgic Modern
LeTAO
Nostalgic Sweets Master

「ドゥーブルフロマージュ」  寿製菓株式会社「因幡の白うさぎ」



「ソルト&カマンベールクッキー」



「果実をたのしむミルフィユ」



「バターフィナンシェ」



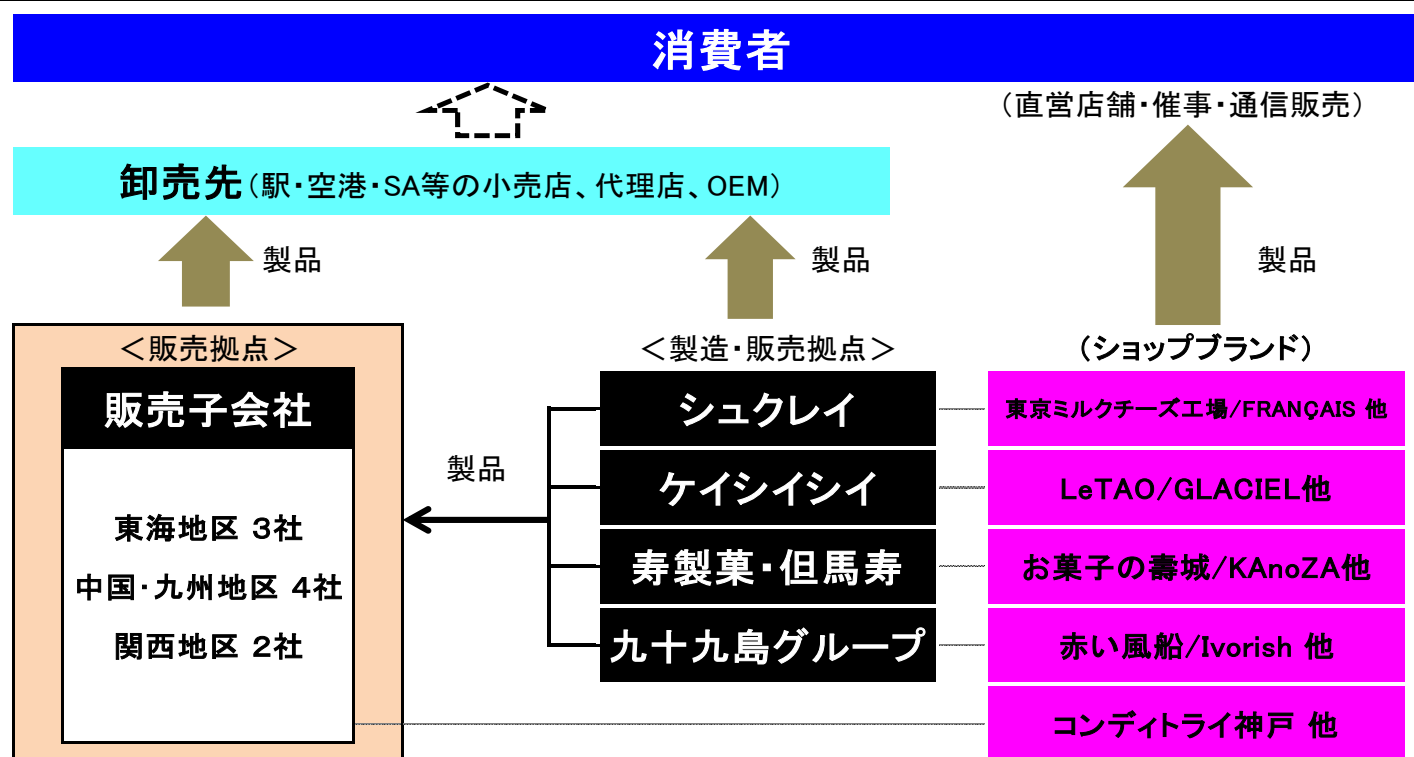
「九十九島せんぺい」

事業概要

当社グループは、当社(純粋持株会社)・子会社17社で構成。
事業セグメントは、地域事業会社を基礎に区分。(地域事業会社の連合体)

北海道から沖縄に至る全国を網羅した販売プラットフォームと製造拠点の強みを活かし、企画・製造・販売までの一貫したサービスを提供。

[事業系統図]



注: 上図には、寿スピリッツ(純粋持株会社)、その他セグメントは除いている。

グループ生産体制



本社工場



浦津工場



淀江工場(お菓子の壽城)




第1工場



第2工場



但馬工場


寿製菓
 本社工場
 浦津工場
 淀江工場
 但馬工場 ※全工場でISO22000取得



ケイセイシイ
 第1工場 北海道HACCP取得
 (チョコレート・グラス・ソフトミックスライン)
 第2工場 FSSC22000認証取得
 (AIBフードセーフティー監査システム導入)



福岡工場



本社工場



福浦工場



浜松工場



黒髪工場



シュクレイ
 横浜工場
 浜松工場 ※全工場でFSSC22000認証取得


九十九島グループ
 福岡工場
 本社工場
 黒髪工場 ※全工場でJICQA仕様-HACCPシステム認証取得





熱狂的ファンづくりの取り組み事例

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



《寿スピリッツ》

- 本年2月1日、新刊「寿スピリッツの超絶経営(著者:河越誠剛)」をマネジメント社より発売

新刊案内

鳥取の
下請菓子工場
から

プレミアム
ギフトスイーツ
業界トップへ

寿スピリッツ株式会社 代表取締役社長
河越誠剛(著)
SEIGO KAWAGOI

時価総額 **2,405億**円
コロナ自粛は
会社を強靱な
体質にした!

マネジメント社

寿スピリッツの 超絶経営



本書は、コロナ禍を克服した寿スピリッツの経営理念と社員の実践を広く多くの方々に知っていただきたく出版に至りました。

私自身、「全員参画の超現場主義」はカオス(混乱)の時代の一つの羅針盤になりえると念っています。日々現場力を研ぎ澄ましている同志の汗と涙の物語を公開することで、寿スピリッツを育ててくださった世の中へささやかな恩返しができたら幸いです。

(著者)

本書の主な内容

- プロローグ コロナ戒厳令下の超現場主義
- 第1章 「超現場主義」とは何か
- 第2章 ピンチはチャンス!
- 第3章 コロナ下での「寿シンカ論」
- 第4章 現場力を最大化する
- 第5章 成功のカギは「寿メソッド」
- 第6章 WSR成功サイクルを回し続ける
- エピローグ シンカする超現場力

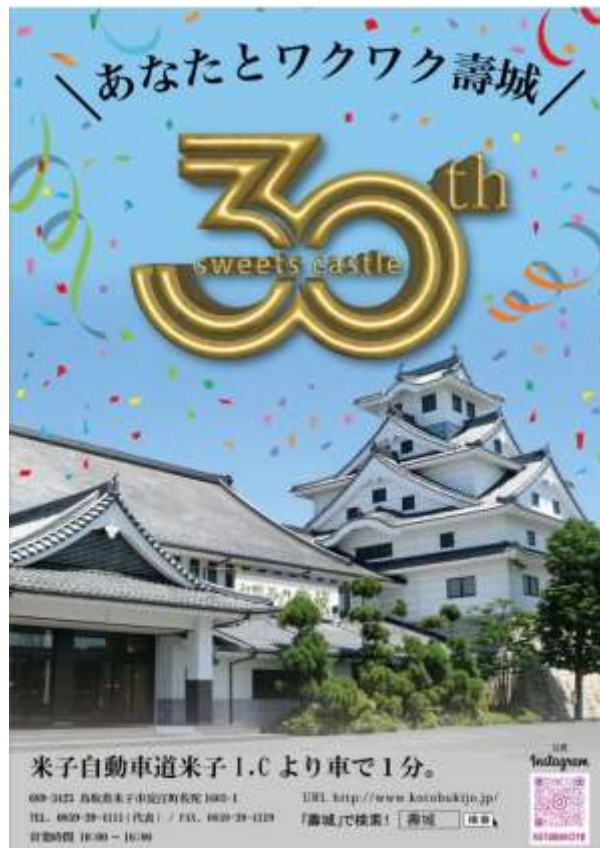
《寿製菓》

お菓子の**寿城**

●お菓子の寿城 築城30周年

2023年4月25日、お菓子の寿城は築城30周年を迎えました。

4月22日～5月7日まで様々な記念イベントを実施し、多くのお客様にご来場いただきました。



《寿製菓》

山陰名産 因幡の白うさぎ
寿製菓株式会社

●因幡の白うさぎ 公式キャラクター決定

2023年はうさぎ年！鳥取といえば、因幡の白うさぎ！これを鳥取県が県内外に積極的にアピールしています。寿製菓としても「因幡の白うさぎ」を大々的にPRするため、公式キャラクターを公募。840点の応募から、最優秀賞に選ばれたのは「い～なちゃん」。2023年“白うさぎ年”にちなんだ各種キャンペーンを盛り上げてくれることに期待。



元祖 因幡の白うさぎ
公式キャラクター誕生！
い～なちゃん

プロフィール

性格 食いしん坊でのんびりやさん。楽しいことが大好き！

口ぐせ 「い～な」

チャームポイント

- ハートのしっぽ！触ると恋愛運UP!?
- うれしいとおしりをフリフリするところ♪

はじめまして
みなさんに早く
お会いできると
い～な。

癒しの
がまの穂
これをなすと
笑顔になれ
い～な！

840点もの応募から選ばれました！春には着ぐるみが登場予定です！！



表彰式の様子
写真左「い～なちゃん」の作家様

《但馬寿》



●但馬寿の地域貢献活動

「遊月亭」「おばあかふえ」を運営する但馬寿は、地元小学校への出前授業の実施や、各種イベントでオリジナルご当地ソングを披露するなど地域貢献活動に注力しています。





《ケイシイシイ》

●ルタオパトス2023年4月1日リニューアルオープン

2011年5月に誕生したルタオパトス。初めての大規模改装を実施。
2023年4月1日リニューアルオープンいたしました。4月23日までリニューアルキャンペーンを行い多くのお客様にご来店いただきました。



《シュクレイ》



●シュクレイが4年ぶりに総決起大会を開催

2023年4月6日、ホテルニューオータニにて、新入社員52名を新たに迎え、事業方針説明会と入社式を執り行いました。また、式典後には4年ぶりに総決起大会を開催しました。





九十九島せんべい本舗

《九十九島グループ》

●映画「すずめの戸締まり」と九十九島せんべいがコラボレーション

日本の戸締まりプロジェクトTogether with 映画「すずめの戸締まり」は、全国47都道府県で各県1社限定でパートナー企業を選出。長崎県では、株式会社九十九島グループが選出され、映画「すずめの戸締まり」と「九十九島せんべい」のコラボレーションが実現しました。

