

株主メモ

事業年度	4月1日から翌年3月31日まで
期末配当金受領株主確定日	3月31日
中間配当金受領株主確定日	9月30日
定時株主総会	毎年6月
株主名簿管理人 特別口座の口座管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社
同 連 絡 先	三菱UFJ信託銀行株式会社 大阪証券代行部 〒541-8502 大阪市中央区伏見町三丁目6番3号 TEL 0120-094-777 (通話料無料)
上場証券取引所	東京証券取引所 市場第一部
公 告 方 法	電子公告により行う 公告掲載URL https://www.kotobukispirits.co.jp/ (ただし、電子公告によることができない事故、 その他やむを得ない事由が生じた場合には、日本 経済新聞に掲載いたします。)

(ご注意)

- 株主様の住所変更、単元未満株式の買取請求その他各種手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問い合わせください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
- 特別口座に記録された株式に関する各種手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問い合わせください。なお、三菱UFJ信託銀行本店にてもお取次ぎいたします。
- 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本店でお支払いいたします。

(ご案内)

少額投資非課税口座(NISA口座)における配当等のお受け取りについて新規に購入された当社株式をNISA口座でご所有される場合、配当等につき非課税の適用を受けるためには、口座管理機関(証券会社等)を通じて配当等を受け取る方式である「株式数比例配分方式」をお選びいただく必要があります。

ご所有の株式のうち、特別口座に記録された株式をお持ちの株主様は、「株式数比例配分方式」をお選びいただくことができませんのでご注意ください。

NISA口座に関する詳細につきましては、お取引の証券会社等にお問い合わせください。

株主優待情報

毎年3月31日現在、当社株式を100株以上ご所有の株主様に対して、以下のとおり、当社グループ製品をお贈りします。

ご所有株式数	内 容
100株以上 500株未満	2,000円相当の当社グループ製品
500株以上 1,000株未満	4,000円相当の当社グループ製品
1,000株以上	4,000円相当の当社グループ製品 + 3,000円相当の株主様優待券 (代替商品送付可)

100株以上500株未満の株主様



500株以上の株主様



※写真は本年3月31日現在の株主様へのご優待品です。

寿スピリッツグループ サステナビリティ

寿スピリッツグループでは、事業を通じて経営理念「喜びを創り喜びを提供する」を実践し、社会に必要とされる存在であり続けることこそ、社会的責任を果たすことであり、グループサステナビリティの基本と考え、最重要テーマの一つと位置付け、取り組んでまいります。



当社グループのサステナビリティの取り組み及びESGデータの開示についての詳細な情報は、当社コーポレートサイト「寿スピリッツグループ サステナビリティ」をご覧ください。

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



喜びを創り喜びを提供する

寿スピリッツ

Business Report

第69期 年次報告書

2020年4月1日～2021年3月31日

SPECIAL 座談会

厳しい環境下でも 大きな成長を果たした その勝因とは？

[トップメッセージ]

ブランド価値の向上に拘り、需要喚起・創出と新成長エンジン創りに注力します。

NEW OPEN [2020年10月～2021年4月 (前半)]

新店舗をご紹介

- 財務ハイライト
- TOPICS
- 連結財務諸表
- 株式情報/会社概要
- 株主メモ
- 株主優待情報 etc.



寿
心

喜びを創り喜びを提供する

寿スピリッツ株式会社

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

UD
FONT
by MORISAWA

(下期)売上高 32.9%減収、純利益 720百万円
 (通期)売上高 48.6%減収、純損失 569百万円



当期の主要な活動と成果について

- ▶ インバウンド需要の消失及び外出自粛要請に伴う移動の減少など、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を強く受け、事業活動の縮小を余儀なくされたことにより、通期業績は大幅な減収及び損失計上を強いられる非常に厳しい決算となった。
- ▶ 下期は、緊急事態宣言解除後の経済活動の再開や政策効果もあり、一部に回復の兆しが見られたものの、移動の減少により、依然として土産需要が低迷。そのような中で、当社グループは、ブランド価値を一層高めることに拘り、通信販売や催事・直営店において自家需要喚起に向けた施策を推進したことや、コスト削減効果などにより、純損益は上期の赤字から黒字に転換した。
- ▶ 通期の通販売上高は、4,205百万円(前期比44.4%増)となり、「ルタオ」をメインに対策強化により大幅に伸長した。

TOPICS

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

当社は、本年1月、公立大学法人奈良県立医科大学及び一般社団法人MBTコンソーシアム協力のもと、藍由来抽出物が新型コロナウイルス(SARS-CoV-2)の不活化に効果があることを確認し発表いたしました。当社では、これまでも長く藍の研究を行い、近年では新たなポリフェノールを発見するなど、健康食材としての可能性に注目し、エビデンスの取得に注力し、いち早く産学連携を進めてまいりましたことから、この度の共同研究において、本結果を得るに至りました。



トップメッセージ
 TOP MESSAGE

ブランド価値の向上に拘り、需要喚起・創出と
 新成長エンジン創りに注力します。

平素は格別のご高配を賜り、厚くお礼申し上げます。
 当連結会計年度における当社グループを取り巻く事業環境は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、インバウンド需要の消失はもとより、昨年4月、全都道府県を対象にした緊急事態宣言の発出を受け、消費活動は急速に縮小し、かつて経験したことのない深刻な影響を被りました。緊急事態宣言解除後は、経済活動の再開や政策効果もあり回復の兆しが見られたものの、本年1月には、11都府県を対象に緊急事態宣言が再発出されるなど、依然として予断を許さない状況が続いております。

このような環境下、当社グループは、前年度終盤より大幅な事業活動の縮小を余儀なくされている状況を鑑み、新型コロナウイルス感染拡大の収束までの期間を「緊急事態フェーズ」と捉え、従業員の雇用維持を第一に、感染予防策の徹底、役員報酬及び従業員賞与の減額による人件費の抑制、経費支出の見直しによるコスト削減の徹底、適正在庫の確保、設備投資の抑制などに努めてまいりました。

また、コロナ禍の販売施策として、消費者ニーズの変化に迅速に対応し、ブランド価値を一層高めることに拘り、移動自粛及び帰省自粛により土産需要が大幅に落ち込む中において、自家需要対策の強化及び通信販売に注力いたしました。また、収束後を見据えた新ブランド及び新商品開発並びに新規出店などに鋭意取り組んでまいりました。

以上の結果、当連結会計年度の売上高は、23,204百万円(前期比48.6%減)、営業損失は2,890百万円(前期は営業利益6,454百万円)となり、経常損失は、一時休業に伴う雇用調整助成金など助成金収入を営業外収益に2,409百万円計上したことにより、321百万円(前期は経常利益6,475百万円)となり、親会社株主に帰属する当期純損失は、569百万円(前期は親会社株主に帰属する

当期純利益4,100百万円)となりました。

今後の見通しにつきましては、新型コロナウイルス感染症の収束の兆しが見えない状況であり、依然として予断を許さない事業環境が続くものと予想されます。

このような状況下、当社グループは、早期に業績回復を図り、成長軌道に乗せるべく、経営理念であります「喜びを創り喜びを提供する」を経営の拠り所として、「超現場主義」による組織力の向上に一層磨きをかけ、お菓子の総合プロデューサーとして美味しさと品質に徹底的に拘り、お客様により一層喜んでいただけるプレミアム・ギフト・スイーツの提供及び新成長エンジン創りに鋭意邁進し、この難局を乗り切ってまいり所存であります。

株主の皆様におかれましては、何卒、格別のご理解と今後ともより一層のご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

代表取締役社長
 河越 誠剛



SPECIAL 座談会

コロナ禍でもシンカし続ける寿スピリッツ / 厳しい環境下でも大きな成長を果たした その勝因とは？

ECサイト強化で
11万人の新規
顧客を獲得

株式会社ケイシイシイ
ダイレクトマーケティング部
部長
西尾 雄介さん



念願だった
グランスタ東京
1位の売上を
達成!

株式会社シュクレイ
「ココリス」グランスタ東京店
店長
寺崎 佳菜子さん



季節イベントで
前年同月比38倍の
売上を実現

株式会社寿香寿庵
営業部 企画通販課
マネージャー
宇多 慶晃さん



※寿スピリッツグループではその想いを込めるため、「進化=シンカ」「仕事=志事」と記載しています。また、職場のメンバーのことを「同志」と呼んでいます。

当期のはじまりと共にさらに深刻化したコロナ禍の影響についてお聞かせください。

西尾：私が担当する「小樽洋菓子舗ルタオ」をはじめとする通販事業では、これまでの施策遂行が実を結び、また、巣ごもり需要の強まりも追い風となり、昨年



4月の売上は前年同月比194%と、大幅に伸長しました。

宇多：寿香寿庵の通販事業では、昨年3月の売上は例年を少し上回る程度、4月になると前年同月を割ってしまいました。コロナ禍で手土産やギフトの需要が落ちたことが原因でした。そこでケーキなど巣ごもり需要に向いている商品をメインとした販促に方向転換しました。

寺崎：私が店長を務める「ココリス」グランスタ東京店は、コロナ禍の中、昨年8月に開店を迎えました。街自体の人出が少なく、閑散とした館内に「オープンしました!」という掛け声だけが明るく響く寂しいブランドオープンになってしまいま

したが、積極的にキャンペーンを展開するなど集客を図ると同時に、同志たちの不安を払拭するよう前向きな雰囲気づくりを心がけました。

コロナ禍でも、通販事業の売上をアップさせた施策をお教えてください。

西尾：まずは、部門の利益よりも販売数の確保を優先させました。例えば商品が売れず、生産ラインがストップするようなことになれば、製造スタッフはもとより全社的な痛手となるからです。志事がなくなってしまう同志や部門が出ないよう販売数を維持するための様々な

手を打ちました。その一つがECサイトやLINEによるプロモーションの強化です。これらの施策が功を奏し、新たに11万人の新規顧客を獲得できました。

宇多：すごいですね!「小樽洋菓子舗ルタオ」では、リピート買い強化のための施策が成功していると聞きました。

西尾：スマイルパスポートプログラムといって、たくさんお買い物をしてくださるお客様だけの会員優待制度を設けています。この施策自体は7年前からあったのですが、今回ランク付けを導入し、ランクアップの楽しさを感じていただけようになりました。

寺崎：お客様の購買意欲がかき立てられる仕掛けですね。

西尾：はい。さらに会員様の誕生日には、一般には販売していない特別なバースデーケーキをお贈りするなど、お客様とのつながりを大切にしています。このプログラムは、一般のお客様には知られていないシークレットなものだけに特別感があり、会員様の高い満足度につながっています。

寺崎：寿香寿庵でもECサイトの強化に力を入れられたそうですね。

宇多：これまで卸売が多かったことから、ECサイトは一般消費者向きではありませんでした。しかし、コロナ禍での自家需要ニーズの高まりに合わせてサイトを再構築し、商品やブランドの魅力がより伝わるようリニューアルしました。例えば、母の日ギフトのプロモーションに注力したことで、人気No.1商品「神戸バニラフロマー

ジュ」の昨年5月の売上は、前年同月比38倍と、驚異的な数字を実現することができました。その後のクリスマス、バレンタインデー、ホワイトデーといった季節イベントでも安定した良い結果が出ています。

西尾：販売数の急激なシンカに社内体制がよく追いつきましたね。

宇多：受注件数で見ると前期比6倍の月もありましたが、増員することなく対応できました。例えば、出荷現場での作業工程を一つひとつ見直し、極限まで効率化したことで、一人あたりの処理能力が飛躍的に上がりました。



「コンディトライ神戸」オンラインショップ



「小樽洋菓子舗ルタオ」オンラインショップ

西尾：LINE GIFTでも成功をおさめられたと聞いています。

宇多：楽天市場やYahoo!ショッピングなどのECモールに以前から出店しているのですが、新しい試みとしてLINE GIFTを導入しました。相手の住所を知らなくてもギフトが贈れるなど、送り手側の手軽さが受け、今では通販売上の中でもLINE GIFTの比率が大きくなって

います。おかげさまで2021年3月期の年間売上実績は前期比251%という喜ばしい結果を出せました。



店舗販売にとって厳しい状況が続く中で、人気店へと成長された秘訣は何ですか？

寺崎：オープン直後は「ココリス」というブランド自体に知名度がなかったため、まずは商品購入の動機づくりに力を入れました。中でも特に効果を上げたのが、限定商品の完売後の再入荷を大々的にアピールする施策です。入荷数の少ない限定商品は午前中で一度売り切れてしまいます。午後の再入荷に向けて、事前に店頭で「人気の〇〇商品、〇時〇分再入荷!」と書いた看板を持ってお店の前を通る方々にアピールしたところ、あっという間に行列ができるようになりました。なかなか手に入らないプレミアム感をお伝えすることで「この商品を買ってラッキーだった!」という幸福感と同時に、また買いたいという気持ちにつながります。

宇多: 販促イベントもかなり積極的に展開されたんですね?

寺崎: 月ごとの目標に合わせてイベントを実施しています。本年2月には、「イベントエブリデイ」をテーマに、お会計の際にプレゼントをお渡しする「ココリス」の日をはじめ、ポイント2倍デーや送料無料の日、お客様による商品人気投票など、思いつく限りのイベントを仕掛けました。毎日でも訪れたいと思っていただけるようなきっかけづくりを大事にしています。新商品発売の際には、SNSや店内告知、プレスリリースなどを活用してお客様の期待感を高め、1日50点限りの数量限定販売にした結果、開店前から行列ができて、連日朝9時半には完売となりました。これらの取り組みの結果、閑散時間帯である開店後2時間の平均売上を7万円から40万円へと、大幅に引き上げることに成功しました。

人気商品や人気店はどのように生み出されてきたのでしょうか?

西尾: 寿香寿庵の神戸チーズプリンケーキ「ドン・プリン・フォルマッジ」はSNS映えもする、魅力的な商品ですね。
宇多: ありがとうございます。子供の頃、誰もが感じた「プリンをおなか一杯食べてみたい」という願いを形にした商品なんです。美味しさだけでなく、一緒に写真を撮ってSNSにアップするなど、ビジュアル的にも楽しんでいただける

よう、ヒゲの飾りをつけました。

寺崎: メディアにも取り上げられましたね。



宇多: はじめは、神戸マルイ店のみで限定販売を行っていたところ、有名インフルエンサー様の目に留まり、テレビ番組をはじめ多くのメディアで取り上げていただけることになったのです。さらにECサイトでは2種類のケーキが入った食べ比べセットや、ケーキと小物などのセット販売に力を入れたことで、お客様の平均単価が1,000円アップしました。
寺崎: 「小樽洋菓子舗ルタオ」の「ドゥーブルフロマージュ」は、ロングセラーの人気商品ですね。

西尾: 発売開始から24年目を迎え、定番でありながら、常にシンカし続けている商品です。当初「ドゥーブルフロマージュ」は、小樽の店頭でのみ販売していましたが、その

人気はどんどん広まり「このケーキを自宅に送ってほしい」という道外からのご要望が多く寄せられるようになったため、ルタオでは冷凍技術の開発をはじめました。ケーキを冷凍すると解凍後に味が落ちてしまうという認識が一般的だった頃、3年の歳月をかけて、原料や製法を見直しながら社内では「ドゥーブルの熟成技術」と呼んでいる独自の製法で品質の安定化に成功し、美味さや風味をそのままに「ドゥーブルフロマージュ」を冷凍状態で全国へとお届けできるようになったのです。「奇跡の口どけ」とも呼ばれる繊細な味わいが特徴で、レシピは常にブラッシュアップし、その時代に合わせた味わいに仕上げています。それが今まで長く愛され続けてきた理由の一つだと思います。

宇多: 「ココリス」はあつという間にグランスタ東京の人気店に躍り出ましたね。
寺崎: ありがとうございます。当店では、「お客様の心をつかむ接客」を重視していて、ちょっと大げさですが、店舗



「小樽洋菓子舗ルタオ」



「ドゥーブル食べ比べ3種セット」

“小樽の街に新しい洋菓子の文化を創りたい”との願いからスタート。チーズケーキ「ドゥーブルフロマージュ」をはじめ、長く愛され続ける商品で全国のファンを魅了しています。

「コンディトライ神戸」



「ドン・プリン・フォルマッジ」

神戸元町を本店に8店舗を展開。地場産の素材を使うなど、こだわりのスイーツを提供しています。大きなプリンを連想させる「ドン・プリン・フォルマッジ」はSNSでも話題を集めました。

「ココリス」



「プレミアムサンドクッキー」

2020年8月スタートの新ブランド。「木の実」本来の美味しさをぎゅっと閉じ込めた贅沢なお菓子を提供。洗練されたパッケージで、世代や男女を問わず多くのファンを獲得しています。

での体験がお客様にとって良い思い出になるよう心がけています。おかげさまでSNSでも「素敵な接客」「店員さんとお話して元気になった」「次は友達も連れて行く」などのコメントをいただいています。こうした積み重ねが実り、本年3月にはついにグランスタ東京の売上1位に輝くことができました。

今後の目標についてお聞かせください。

宇多: 神戸、京都、大阪それぞれの地域で一番人気のブランドを創るのが夢です。消費者に愛される商品創りやプロ

モーション、インフルエンサー様のお力添えもいただきながら、既存ブランドのブランディング強化に努め、新たな価値の創出にも取り組んでいきます。

寺崎: 本年12月に発表予定の東京駅杯の人気投票で「ココリス」が1位を獲得することが今の目標です。これまで以上に接客に心を込め、一人でも多くの熱狂的な「ココリス」ファンをつくらうと同志たちと話し合っています。結果発表が今から楽しみです。

西尾: 今後は焼き菓子など常温商品の提供にも力を入れ、配送コストの低減に努めます。また、寿スピリッツグループ全体で各社の強みを共有し、通販事業のレベルアップを図ります。オンライン会議

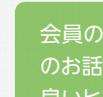
で成功事例を発表し合うなど、すでに活動をはじめていて、しっかり成果につなげていきたいです。

● 座談会を終えて



西尾さん

寿香寿庵の作業効率を格段にアップさせた施策に感動。ぜひ見学に行きたいです。



寺崎さん

会員のランクアップ制度のお話が、ファン創りの良いヒントになりました。



宇多さん

「ルタオ」の顧客の囲い込みが見事!当社もリピーター育成に注力します。

店舗では徹底したコロナ対策と、コロナ禍でも可能なプロモーションを積極展開。

店頭では商業施設の新型コロナウイルス感染防止ガイドラインを遵守したうえ、独自の感染防止対策も徹底し、お客様と同志たちの安全対策を行っています。一方で飛沫感染などの危惧から呼び込みの掛け声が出せない中、スタッフが「間もなく完売」「限定」などと書かれた看板を頭上高く掲げるなどお客様に注目していただけるコロナ禍でも可能なプロモーションを見出し、積極的な販売努力を行っています。



NEW OPEN [新店情報]

2020年10月～2021年4月(前半)

※営業時間は感染症拡大防止等の対策により変更となる場合がございます。

シュクレイ

2020
12/11
(金)

ザ・マスター・バイ
THE MASTER by
バター・パトラー
Butter Butler
(横浜高島屋店)



「THE MASTER by Butter Butler(ザ・マスター・バイバター・パトラー)」を横浜高島屋の新エリア「Foodies' Port2」にてオープン!「THE MASTER by Butter Butler」は、「JR東日本おみやげグランプリ2017」にて総合グランプリを獲得した「Butter Butler(バター・パトラー)」から生まれた新業態です。バターにこだわった至高のバター菓子を取り揃えています。



住 所 横浜市西区南幸1-6-31
横浜高島屋地下1階 (Foodies' Port2)

営業時間 10:00～21:00

電話番号 045-548-8232

九十九島グループ

2021
3/20
(土)

バター・アンド・ビー
BUTTER & bee
(博多駅マイング)



「博多駅マイング」内に新スイーツブランド「BUTTER & bee(バター・アンド・ビー)」をオープン!「BUTTER & bee」は、発酵バターとはちみつを使用したスイーツの専門店です。口どけの良い芳醇な味わいの発酵バターとその美味しさをさらに引き立てる黄金色のはちみつの組み合わせがもたらす贅沢な味わいのスイーツをお楽しみください。



住 所 福岡市博多区博多駅中央街1-1
博多駅マイング1階

営業時間 9:00～21:00

電話番号 092-402-0609

シュクレイ

2021
3/31
(水)

ドレ
Doré (阪急うめだ本店)



阪急うめだ本店にピーナッツプレミアムスイーツを提供する新スイーツブランド「Doré(ドレ)」をオープン!「Doré」は、ピーナッツ生産量日本一を誇る千葉県八街市で三代にわたり落花生の加工を手掛ける「豆処いけみや」こだわりの豆を使用し、Doré(黄金)に輝くピーナッツを主役とした贅沢なスイーツを揃えました。



住 所 大阪市北区角田町8-7
阪急うめだ本店地下2階

営業時間 施設の営業時間に準ずる

電話番号 0120-39-8507 (フリーダイヤル)

シュクレイ

2021
4/9
(金)

イチゴショップ by
フランセ
FRANÇAIS
(東京ギフトパレット店)



イチゴスイーツ専門店「イチゴショップ by FRANÇAIS(フランセ)」が東京ギフトパレット内にオープン!本年1月、あべのハルカス近鉄本店の催事出店にて誕生した、大好評の期間限定ブランドが常設店となって東京駅の東京ギフトパレット内にオープンしました。甘酸っぱい味わいと可愛らしい見た目が人気の「イチゴ」と、まるやかでココのあるミルクを使用したスイーツをお楽しみいただけます。



住 所 東京都千代田区丸の内1-9-1 東京駅八重洲北口
東京ギフトパレット内

営業時間 【平 日】9:30～20:30 【土日祝】9:00～20:30

電話番号 03-6810-0221

連結貸借対照表(要約)

(単位:百万円)

科目	当期 (2021年3月31日現在)	前期 (2020年3月31日現在)	科目	当期 (2021年3月31日現在)	前期 (2020年3月31日現在)
資産の部			負債の部		
流動資産	12,614	13,444	流動負債	3,076	3,846
固定資産	12,437	13,370	固定負債	2,633	1,803
有形固定資産	9,928	10,794	負債合計	5,710	5,649
無形固定資産	151	154	純資産の部		
投資その他の資産	2,357	2,421	株主資本	19,378	21,194
資産合計	25,052	26,814	その他の包括利益累計額	△ 36	△ 29
			純資産合計	19,341	21,164
			負債・純資産合計	25,052	26,814

(注) 記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しています。

連結損益計算書(要約)

(単位:百万円)

科目	当期 (2020年4月1日から 2021年3月31日まで)	前期 (2019年4月1日から 2020年3月31日まで)
売上高	23,204	45,180
売上原価	11,564	18,478
売上総利益	11,640	26,702
販売費及び一般管理費	14,530	20,247
営業利益(△損失)	△ 2,890	6,454
営業外収益	2,580	79
営業外費用	11	58
経常利益(△損失)	△ 321	6,475
特別利益	7	0
特別損失	160	529
税金等調整前当期純利益(△純損失)	△ 474	5,946
法人税、住民税及び事業税	182	2,056
法人税等調整額	△ 86	△ 210
当期純利益(△純損失)	△ 569	4,100
親会社株主に帰属する当期純利益(△純損失)	△ 569	4,100

(注) 記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しています。

連結キャッシュ・フロー計算書(要約)

(単位:百万円)

科目	当期 (2020年4月1日から 2021年3月31日まで)	前期 (2019年4月1日から 2020年3月31日まで)
営業活動による キャッシュ・フロー	82	6,578
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 605	△ 2,446
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 462	△ 1,499
現金及び現金同等物に 係る換算差額	3	△ 0
現金及び現金同等物の 増減額(△は減少)	△ 981	2,631
現金及び現金同等物の 期首残高	8,291	5,659
現金及び現金同等物の 期末残高	7,309	8,291

(注) 記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しています。

株式の状況

(2021年3月31日現在)

発行可能株式総数 91,200,000株
 発行済株式の総数 31,121,520株
 単元株式数 100株
 株主数 9,636名
 大株主

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
エスカワゴエ株式会社	9,300,000	29.88
日本マスタートラスト信託 銀行株式会社(信託口)	2,137,300	6.87
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT	1,394,364	4.48
株式会社日本カストディ 銀行(信託口) ^{(注)2}	1,257,700	4.04
株式会社山陰合同銀行	900,000	2.89

(注) 1. 持株比率は、自己株式数(2,164株)を控除して算出しております。
 2. 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社は、2020年7月27日付で、JTC
 ホールディングス株式会社及び資産管理サービス信託銀行株式会社と合併し、
 商号を株式会社日本カストディ銀行に変更しております。

会社概要

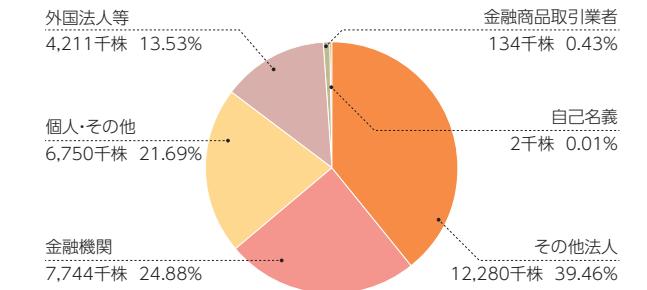
(2021年3月31日現在)

商号 寿スピリッツ株式会社
 設立 1952年4月25日
 本社所在地 〒683-0845
 鳥取県米子市旗ヶ崎2028番地
 TEL (0859) 22 - 7477
 FAX (0859) 22 - 7463
 資本金 12億1,780万円
 従業員数 1,583名(連結ベース)
 主要取引銀行 山陰合同銀行、商工組合中央金庫、
 鳥取銀行

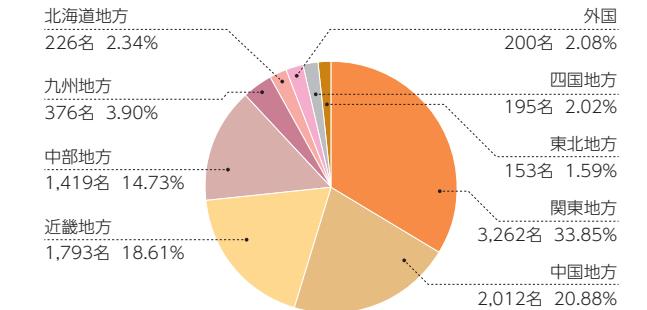
株式分布状況

(2021年3月31日現在)

○所有者別株式分布状況



○地域別株主分布状況



役員

(2021年6月22日現在)

代表取締役社長	河越誠剛
取締役	山根理道
取締役	松本真司
取締役	城内正行
取締役	阪本良一
取締役	岩田松雄(社外)
取締役	好本恵(社外)
取締役(常勤監査等委員)	口木多加志
取締役(監査等委員)	野口浩一(社外)
取締役(監査等委員)	田中康裕(社外)