



こころつなく。笑顔かがやく。

# MOROZOFF View

第90期 報告書 2019年2月1日～2020年1月31日



## 中期経営計画「Re morozoff 2022 ~変革~」の「2nd Step」をスタートしました。

代表取締役社長 山口信二



株主の皆様には格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。当社第90期の業績をご報告するにあたり、一言ご挨拶申し上げます。当事業年度におけるわが国経済は、雇用・所得環境の改善を背景にして個人消費は底堅く推移したものの、海外経済の減速や貿易摩擦を巡る不透明感の高まりから、輸出および民需ともに力強さに欠け、景気は足踏み状態となりました。菓子業界におきましては、お客様の「食の安心、安全」に対する関心や節約志向は変わらず、限られたパイを巡る企業間競争は厳しさを増しております。

このような状況のもとで、当社は企業スローガン『こころつなが。笑顔かがやく。』を掲げ、お菓子を通して心豊かな生活をお届けすることを基本姿勢として、商品の開発・改善により売上向上に取り組むとともに、安心、安全かつ高品質な商品をお客様に提供し続けることに注力いたしました。第90期は「当期の概況」に記載の通り、売上高についてはほぼ横ばいでしたが、利益は減少いたしました。

### 中期経営計画「Re morozoff 2022 ~変革~」の「1st Step」を終了しました。

「1st Step」(2018年1月期～2020年1月期)では、売上高につきましては、相次ぐ百貨店の店舗閉鎖や消費税率引き上げの影響を受けましたが、それぞれの販路に対応した「商品・ブランド戦略」の実行と、「販路戦略」による新規店舗の出店が順調に進んだことにより、目標数値を達成いたしました。しかしながら、損益面につきましては、原材料価格の上昇や、物流や倉庫関係費用の増加、新規店舗の出店による減価償却費の上昇などに加えて、販売や生産の現場で人手不足が急速に深刻化するなか人件費が

計画を大きく上回ったこともあり、営業利益率では目標を下回る結果となりました。「生産戦略」におきましては、「西神第1工場の増改築および焼菓子ラインの更新」(累計投資見込み:19.3億円)を実施し、柔軟な生産体制の構築と生産性の向上を進めるとともに、当社の強みである焼菓子の新商品開発や定番商品の増強を、計画どおり進めることができました。

### 「2nd Step」をスタートしました。

2021年1月期を起点とする3か年の中期経営計画「2nd Step」(2021年1月期～2023年1月期)では、新ブランド戦略に加えて、市場および商品・ブランド戦略、生産戦略、人事・組織戦略を迅速に実行に移して、ブランド価値と企業価値のさらなる向上を図り、創立100周年に向けて持続的な成長を目指してまいります。

当社を取り巻く環境はさらに厳しさを増すことが想定されます。売上面におきましては、百貨店などの店舗閉鎖は今後も続いていくと考えられますが、既存販路のさらなる強化や首都圏を中心とした新ブランド戦略などにより売上高の維持に努めます。また損益面におきましても、引き続き上昇が見込まれる人件費や物流コストについては、工場の生産性や販売効率の向上などにより吸収を図ることで、安定した利益水準を確保していくことを目指します。

今後とも、創立100周年を見据え、さらなるステップアップを目指し、中期経営計画「Re morozoff 2022 ~変革~」の実現に向け、経営理念『Be Prime, Be Sweet.』のもと、全社一丸で邁進する所存でございます。

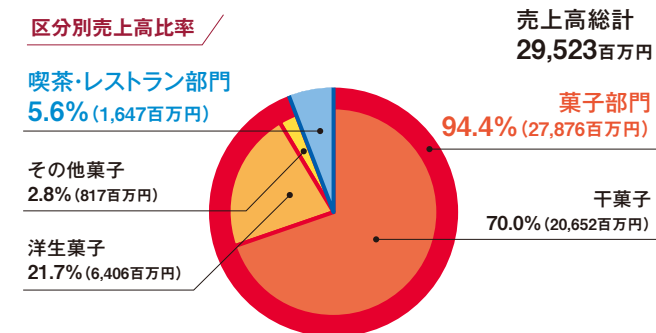
株主の皆様におかれましては、何とぞ格別のご理解とご支援を賜りますようお願い申し上げます。

### 営業の概況



売上面におきましては、百貨店の店舗閉鎖の影響に加え、長梅雨や大型台風の上陸など天候不順の影響もあり夏季商品が低調に推移したことなどのマイナス要因がありましたが、半生菓子の期間限定新商品の積極展開や、カスタードプリンなどの洋生菓子の売上貢献に加え、「神戸本店」のグランドオープンや「ららぽーと沼津店」の新規出店などにより売上獲得に努めたことで、売上高は29,523百万円(前期比0.1%減)となりました。

損益面におきましては、新規店舗の出店や西神工場の焼菓子ライン再構築に伴う減価償却費の増加に加えて、物流費の高騰や人手不足を背景とした人材確保のための人件費の増加などもあり、営業利益は1,674百万円(前期比23.5%減)、経常利益は1,708百万円(前期比23.1%減)、当期純利益は1,095百万円(前期比21.7%減)となりました。



### 洋菓子製造販売事業の概況

干菓子につきましては、ファアーージュをモチーフにした新ブランド店の新規出店などにより焼菓子の売上獲得に努めたものの、6月以降の長梅雨や相次ぐ大型台風上陸などの天候不順により「凍らせてシャーベット」をはじめとした夏季商品が低調に推移したことや、百貨店の店舗閉鎖の影響などもあり、前事業年度を下回る売上高となりました。

洋生菓子につきましては、カスタードプリンやシーズンプリンが好調であったこと、デンマーククリームチーズケーキ誕生50周年を記念した「ロイヤルクリームチーズケーキ」の発売効果もありチーズケーキが堅調に推移したこと、「福岡 あまおういちごのケーキ」や「瀬戸内レモンケーキ」などの半生菓子の季節限定商品が売上貢献したことにより、前事業年度を上回る売上高となりました。

その結果、当事業の売上高は27,876百万円(前期比0.01%増)となりました。

### 喫茶・レストラン事業の概況



喫茶・レストラン事業につきましては、菓子売店と喫茶を併設した「カフェモロゾフ サクラマチ熊本店」(熊本県熊本市)の新規出店や神戸三宮の「神戸本店」のグランドオープンに加えて、既存店舗の改装、メニューの改善などにより売上拡大を図りましたが、一部店舗の退店に伴う売上減少の影響により、売上高は1,647百万円(前期比1.7%減)となりました。



## 中期経営計画「Re morozoff 2022 ~変革~」

### 2nd Stepの計画に関するお知らせ

現在進行中の中期経営計画「Re Morozoff 2022~変革~」 本年2月より「2nd Step」(2021年1月期~2023年1月期)をは、2018年1月期~2023年1月期の6年間を2段階に区切り、スタートいたしました。「1st Step」と「2nd Step」として実行しております。

#### 「2nd Step」(2021年1月期~2023年1月期)の計画

##### 基本方針

今後の当社を取り巻く環境はさらに厳しさを増すことが想定されるなか、「1st Step」における課題を踏まえ、さらに今後10年間を見据えたさまざまなリスクを想定しつつ、「2nd Step」では新たな戦略を加えることで、委託チャネルのビジネスモデルをさらに強化しつつ、利益を稼げるブランドやチャネルを着実に深化させてブランド価値と企業価値の向上を図り、創立100周年に向けて社会的責任を果しながら持続可能な成長を目指してまいります。

##### 基本戦略

###### 新ブランド戦略

- 1 首都圏を中心とした新ブランドの開発、投入

###### 市場、商品・ブランド戦略

- 1 委託チャネルのビジネスモデルの強化
- 2 安定した収益獲得のための納品チャネルの拡大
- 3 市場戦略実現に向けた商品開発

##### 目標数値

| 「2nd Step」2023年1月期目標 |        |
|----------------------|--------|
| 売上高(百万円)             | 29,600 |
| 営業利益率(%)             | 5.0    |

百貨店などの店舗閉鎖は今後も続いていくと考えられますが、既存販路のさらなる強化や首都圏を中心とした新ブランド戦略などにより売上高は維持しつつ、引き続き上昇が見込まれる人件費や物流コストについては、工場の生産性や販売効率の向上などにより吸収を図ることで、営業利益率は若干減少するものの、安定した利益水準を確保していくことを目標といたします。

###### 生産戦略

- 1 持続的な安定供給を目指した生産体制の確立
- 2 市場戦略および商品戦略の実現を目指した最適な生産体制の確立

###### 人事・組織戦略

- 1 安定した労働力の確保と将来組織体制の確立を前提とした総額人件費の抑制
- 2 「CSR推進活動」を基盤とした「SDGs」への取り組み強化

## 神戸本店グランドオープン

モロゾフの伝統と革新、  
“神戸らしさ”を伝える場所に

2019年11月1日、神戸三宮センター街に「神戸本店」がグランドオープンしました。店内にはチョコレートの滝が流れ、本店ならではの“ここでしか買えない”、“ここでしか味わえない”商品やメニューを取り揃えました。『素材』『空間』『サービス』の上質さと親しみやすさを備えた身近な贅沢を楽しむ場として展開しております。神戸本店では、こだわりが詰まった本店ならではの限定商品「神戸チーズケーキ」「兵庫県産 こだわりミルクのカスタードプリン」や限定喫茶メニュー「ミックスベリーとチョコレートのワッフル」などをご提供しており、多くのお客様からご好評をいただいております。時代とともに進化しながらも、さらに「神戸らしさ」の発信地としてこれからも末永く愛されますよう願っております。お近くにお越しの際はぜひお立ち寄りください。



上質さ、  
親しみやすさあふれる空間

入口から入ってすぐ、目に飛び込んでくるのは大きなチョコレートの滝。本物のチョコレートを使用しており、甘い香りが広がる店内でお買い物を楽しんでいただけます。売店では、レギュラーのモロゾフ商品に加えて神戸本店限定の商品をご用意しております。また、モロゾフの焼菓子やチョコレートを自分好みに詰め合せていただけるスタイル“PICK&MIX”を展開しております。人気の焼菓子“ファヤージュ”のモビールがゆらゆらと輝く店内の奥はカフェスペース。ゆったりとくつろげる落ち着いた空間が広がっています。カフェでは、店頭で一から仕立てるジェラートを使用したオリジナルパフェや本店限定のワッフルメニューなどをご用意しております。



チョコレートの滝



PICK&MIXコーナー



カフェスペース



## 新店舗オープン

### カフェモロゾフ サクラマチ熊本店

2019/9/14

熊本の桜町地区の再開発として、2019年9月にグランドオープンした震災復興のランドマーク的な複合施設「SAKURA MACHI Kumamoto」。九州で初めてのセルフスタイルカフェと売店の複合店舗として、カフェモロゾフを出店しました。

※カフェモロゾフ サクラマチ熊本店は、株主優待券をご利用いただけます。



### モロゾフ ekie広島店

2019/10/2

2025年春の全面改装に向け建替え計画が進行中のJ R広島駅直結の商業施設「ekie広島」にモロゾフショップをオープンしました。広島土産「輪切りの瀬戸内レモンクッキー」などをご用意し、皆様から愛される店舗を目指しております。

※ekie広島店は、株主優待券をご利用いただけます。

## New Open



## リニューアルオープン



### サロンデテモロゾフ 大丸神戸店

2019/2/25

品位と文化度の高い神戸山の手の百貨店大丸神戸店。2019年2月、サロンデテモロゾフ大丸神戸店をリニューアルオープンしました。「できたてのおいしさ」と「都会のくつろぎ」を感じていただけるアーバンリゾートカフェをコンセプトにメニューを一新し、店内の居心地の良さを演出しております。

## Renewal Open



### モロゾフ 大丸心齋橋店

2019/9/20

86年ぶりの建て替えを終えた大丸心齋橋店にモロゾフショップをリニューアルオープンしました。モロゾフの焼菓子の定番「アルカディア」に特化したスペースを全国で初めて設けました。

## 海外展開



### カフェモロゾフ ジュエル店(シンガポール)

2019/4/11

マリーナ・ベイ・サンズの設計者であるモシェ・サフディ氏が「魔法の庭園」をテーマに設計したシンガポール・チャンギ国際空港隣接の複合施設「JEWEL」。「できたてのおいしさ、居心地のよい空間で。」のコンセプトのもと、カフェモロゾフを出店しました。モロゾフならではの多彩なデザートとともに、くつろぎのカフェタイムをお楽しみいただけます。



### モロゾフ ドバイモール店(ドバイ)

2019/6/17

アラブ首長国連邦のドバイにある世界最大規模のショッピングモール「ドバイモール」に、モロゾフショップを出店しました。中東初となる「チーズケーキ」「フロゼンデザート」をラインナップに加え、MOROZOFF JAPANのグローバルフラッグシップショップとして展開しております。ドバイでは、2018年3月にオープンした「ワフィモール」と合わせ2店舗を展開しています。

## Overseas



### カフェモロゾフ オーチャードセントラル店(シンガポール)

2019/8/29

シンガポールの中心街にある商業施設「オーチャードセントラル」に海外カフェの2号店となるカフェモロゾフをオープンしました。店頭でできたてをお届けする「窯だしチーズケーキ」とカフェの併設店を海外で初めて展開しました。カスタードプリンや北海道チーズケーキを販売しています。



# 2020 VALENTINE'S DAY

2020年のバレンタインのテーマは「PEACE & LOVE」。

“愛する人たちに、そして私自身へチョコレートを贈ろう。”

一粒のチョコレートがくれるあたたかな幸せがやがてたくさんの微笑みとなってこの世界を包むはず。”

## New Brand



### オー・ド・フルール

楽しいとき、うれしいとき、ちょっと落ち込んだとき…。日々のさまざまな感情に寄り添いながら満たされたひとときへの扉を開く、アロマ(香り)の魔法。異なる花から採れる蜂蜜を使用した3つの香りのガナッシュを中心に、アロマ&チョコレートの新しい魅力が開花したアソートをご用意しました。好きな香りを選ぶように気分ぴったりのお楽しみいただけます。



### SPICA

真珠色に光るトリュフや艶めく宝石のようなショコラたち。うっとりするようなときめきをお洒落なイラストレーションのボックスに閉じ込めて…。『スピカ』はアクセサリやジュエリーをチョコレートで表現した新ブランド。「乙女座の一等星(スピカ)」のようにはっと目を惹き、たちまち心を奪われる甘やかな輝きに満ちたギフトです。



### MUDDLER

さまざまな素材の組み合わせで進化を遂げるハイボールの魅力をオリジナルチョコレートで表現しました。セレクトしたのは国内外で人気のクラフトウイスキー3種と、フルーツやお茶など、こだわりの国産素材。ウイスキー好きな方へ、そして新しい味わいを求める方にも。組み合わせの魔法「マドラー」が生み出す、甘美な驚きをお楽しみいただけます。

## 催事展開のご紹介

各地のバレンタイン催事場で、足を運んでいただいたお客様に楽しんでいただけるよう、さまざまな取り組みを行いました。

### 「フォルクスワーゲン BUS KUSS バレンタイン」

ららぽーと海老名・ららぽーと名古屋みなとアクルス・ららぽーとEXPOCITY

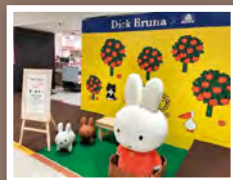
フォルクスワーゲン社により、「BUS KUSS」のイベントが開催されました。ワーゲンバスをキャンディボックスワゴン仕様にしてのお菓子のすくい取りや、フォルクスワーゲンオリジナルトートバッグをプレゼントし、大好評いただきました。モロゾフも参画し、チョコレートブランド「Beetle」をワーゲンバスのディスプレイで販売しました。



### 「ディック・ブルーナ byモロゾフ」

名古屋松坂屋・浜松遠鉄

オランダの絵本作家ディック・ブルーナさんが描くミッフィーの世界が、素敵なチョコレートに。そのキュートさは、みんなの心をとらえて放しません。ミッフィーと写真を撮ることができるフォトスポットは、まるで絵本から飛び出してきたようなかわいい世界観を楽しめる空間に演出いたしました。



# 2019 HALLOWEEN

モロゾフが初めてハロウィン商品を発売したのは、なんと43年前の1976年。最近では日本でも仮装やパーティーが盛んに行われ、秋の定番イベントとして定着しています。普段の買い物でハロウィンデザインの商品を購入したり、ちょっとしたプレゼントを贈るなど日々の生活にハロウィンを取り入れて楽しむ傾向も見られます。モロゾフでは様々な世代の方がハロウィンを楽しめるような「大人かわいい」デザインの新商品やプチギフトにおすすめの「焼菓子」の新商品を加えたラインナップで展開しました。

## オクトーバー ハビネス

ハロウィンデザインの袋にマロンクリームクッキーやさくさくのバタークッキー、チョコレートクッキーを詰め合わせました。



## ミートトリートポーチ

くろねこの刺繍をあしらったポーチに、ミルクチョコレートやキャンディを詰め合わせました。



## ハロウィン ファヤージュ

モロゾフ人気のクッキー、ファヤージュがハロウィン限定デザインで登場。

# 2019 CHRISTMAS

12月の一大イベントといえばクリスマス。日頃の感謝を込めて家族や恋人、友達同士でプレゼントを贈り合い、イベントを楽しむことが定番化しています。2019年のモロゾフのクリスマスギフトには人気の焼菓子やチョコレートがクリスマス限定パッケージで新登場。かわいらしいサンタをモチーフにした詰め合わせも展開し、世代を問わずお楽しみいただける商品をご用意しました。



## クリスマスフェイバリット

チョコレートの詰め合わせ「フェイバリット」にクリスマスを彩る華やかな限定デザインのギフトをご用意しました。



## クリスマスファヤージュ

人気の焼菓子ファヤージュがクリスマス限定デザインで登場。



## クリスマスプリンパフェ

プリンをクリスマスケーキに仕立てた「プリンパフェ」シリーズをはじめ、クリスマス限定スイーツを展開しました。



## クリスマスストロベリーナイト

やさしい甘みのいちごプリンの上に、ふわふわのスポンジケーキを重ねました。天面にまるいいちごムースをトッピングし、最後に鮮やかなラズベリーソースを流しました。



## モロゾフSNSキャンペーンを 実施しました

さまざまなキャンペーンを通して、新たな世代のお客様へのアプローチを進めております。

### 「はじめてのプリン」 キャンペーン



モロゾフ定番の商品として長く愛されているプリン。2019年5月～6月に、「はじめてモロゾフのプリンを食べたとき」の写真やエピソードをWEBで募集する、「はじめてのプリン」キャンペーンを実施しました。投稿していただいた方の中から100名様に手のひらサイズのぬいぐるみ「ぴよこのる プリーナちゃん」をプレゼントしました。



### ぴよこのる

2016年に株式会社サンリオから登場。さまざまなところに「ぴよこっ」とのせるとこができるフォトジェニックなぬいぐるみマスコット。モロゾフ公式キャラクター プリーナちゃんが株式会社サンリオの「ぴよこのる」シリーズの仕様になりました。持ち運びに便利なサイズで、写真や動画を撮る時のパートナーにぴったりです。



### プリンお皿出し チャレンジ



2019年8月にWEBにてモロゾフのカスタードプリンをお皿に出してお召し上がりいただくことにスポットを当てたキャンペーンを実施、モロゾフのプリンをお皿に出した瞬間の動画または写真をSNSで募集しました。投稿していただいた方の中から100名様に「ぴよこのる プリーナちゃん」を、さらにきれいに皿出しができた3名様に「モロゾフ オリジナルスプーン」をプレゼントしました。



## クリームチーズケーキ誕生50周年

1969年に発売した「クリームチーズケーキ」が、2019年に誕生から50周年を迎えました。

当時の社長・葛野友太郎が視察先のドイツで偶然口にしたチーズケーキの味に深く感銘を受け、試行錯誤の末に商品化されました。今やケーキの定番とも言えるチーズケーキも、当時の日本ではまだ珍しく、日本のチーズケーキブームの先駆けとなりました。

当社の商品ラインナップの中でも、チョコレート・カスタードプリン・焼菓子と並ぶ人気商品「デンマーククリームチーズケーキ」。

50周年を記念して新商品の発売やWEBを使用したイベントを開催しました。愛されて50周年。これからも皆様に長く愛される商品づくりを続けてまいります。



### チーズケーキグランプリ

### 50周年記念商品 ロイヤルクリームチーズケーキ

「チーズケーキ」のモロゾフが提案するニュースタンダード「ロイヤルクリームチーズケーキ」を店舗限定販売しました。

#### Point 1 原料

デンマーク王室御用ブランドのクリームチーズ“Arla BUKO”を使用。ミルクの風味豊かなコクがあるチーズのおいしさを、レモンの風味が引き立てます。

#### Point 2 容器

ゆっくりと均一に熱が伝わるガラス容器が「なめらかな食感」を生み出します。

#### Point 3 熟練の技術 “火入れ”

オーブンの上火と下火の絶妙なコントロールと蒸気を使って焼き上げることで、しっとりとなめらかな口だけに。



2019年4月～5月、モロゾフ公式ホームページにて、当社で過去および現在販売している人気のチーズケーキの中から、好きなあるいは食べたいチーズケーキをお選びいただき、投票でNo.1を決定するお客様参加型のキャンペーンを実施しました。さらに、投票で見事2位にランクインした「復刻デンマーククリームチーズケーキ」を期間限定で販売し、アニバーサリーイヤーを盛り上げました。

|      |                         |        |
|------|-------------------------|--------|
| 👑 1位 | デンマーククリームチーズケーキ         | 3,383票 |
| 👑 2位 | 復刻デンマーククリームチーズケーキ       | 2,451票 |
| 👑 3位 | レアチーズケーキ                | 2,331票 |
| 4位   | チョコレートチーズケーキ(クリオ種カカオ使用) | 1,990票 |
| 5位   | イタリアンチーズケーキ(リモーネ)       | 1,898票 |

#### 復刻デンマーククリームチーズケーキ

発売当時の手絞りのレモン感を彷彿とさせる風味豊かなレモン果汁を使用。レモン果汁の自然な酸味と風味を活かした「懐かしさも新しいおいしさ」を再現しました。





# SDGsへの取り組み

SDGsとは2015年9月の国連サミットで採択された持続可能な開発目標のことで、持続可能な世界を実現するための17のゴール・169のターゲットから構成されています。当社においても、「CSR推進活動」を基盤とした「SDGs」への取り組み強化を進めております。

## 環境への取り組み

CO<sub>2</sub>排出量の削減、食品廃棄物の再資源化など、環境に配慮した取り組みを進めてまいります。

|                          |  |
|--------------------------|--|
| <b>CO<sub>2</sub>排出量</b> | 2020年度から2022年度まで当社工場のCO <sub>2</sub> 排出量(生産金額原単位)を毎年1%以上削減する。<br>※CO <sub>2</sub> 排出量(生産金額原単位)…当社工場の生産額100万円当たりのCO <sub>2</sub> 排出量(t) |
| <b>食品廃棄物の再資源化</b>        | 2020年度から2022年度まで当社工場の食品廃棄物の再資源化率95%以上を維持する。  |

## 社会貢献活動

### ユニセフへの寄付活動

21世紀の今でも、開発途上国では1日に約15,000人近く、年間で540万人の5歳になる前の命が失われています。さらに、約1億5,200万人の子どもが児童労働を強いられています。ユニセフは1946年の設立以来、こうした厳しい環境下におかれた世界の子どもたちを支援する活動を行っています。モロゾフはこの活動に賛同し、1993年から現在に至るまで、(公財)日本ユニセフ協会を通じ、バレンタインデーの収益の一部をユニセフに寄付させていただいております。2019年までの寄付累計額は5,482万円となりました。



© UNICEF/UN063423/Schermbrucker

### 「ユニセフカップ神戸バレンタイン・ラブラン」への協賛

サンケイスポーツ・産経新聞社が主催、日本ユニセフ協会などが後援する「ユニセフカップ神戸バレンタイン・ラブラン」は、阪神間において、ランナーの人氣がとても高いマラソン大会です。1987年から神戸市のポートアイランドで毎年2月のバレンタインデーの時期に開催され、毎年多くの市民が参加しています。モロゾフはバレ



ンタインにちなんで女性ランナーにチョコレート进行プレゼントしています。

### 「ユニセフ・ラブウォーク」への協賛

ユニセフ・ラブウォークは、「健康づくりのためのウォーキング」と世界の子どもたちの福祉に役立てる「募金」を結びつけたユニークな活動で、いつでも、どこでも楽しくできる参加型、イベント型の募金活動です。日本では1983年に始まり、2019年からは(公財)日本ユニセフ協会が実施しております。



モロゾフは毎年参加者への景品として、チョコレートやクッキーを提供しています。

### お菓子づくり教室の開催

地域社会貢献の一環として、当社製品開発部のメンバーが講師となり神戸市などの地域の自治体と協力してお子さまやその保護者さまを対象とした「お菓子づくり教室」を開催しています。「カスタードプリンづくり教室」は、神戸市社会福祉協議会が運営する神戸市総合児童センターで2009年から実施しており、2019年は約30名の子どもたちが参加されました。



「チョコレートづくり教室」は、神戸市東灘区が開催している「ひがしなだスイーツめぐり」のプログラムのひとつとして2012年から実施しています。2019年はたくさんの応募の中から選ばれたお子さまとその保護者のみなさま計26名が参加されました。



モロゾフはこれからも次世代の子どもたちに、お菓子づくりを通してお菓子の魅力を伝えていきたいと考えています。

### フードバンク活動などへの支援

食品廃棄ロス削減への取り組みの一環として、モロゾフでは、2019年から販売シーズンが過ぎたが賞味期限は残っている商品を、児童養護施設やフードバンクへ寄贈し、その活動を支援しています。2019年度は、ゼリーなどの詰め合わせ商品2,400セットをお届けし、子どもたちや施設職員の皆さんから「おいしい!ゼリー嬉しい!!」「温かいお心遣いに深く感謝します」といったたくさんの感謝の言葉をいただきました。モロゾフはお菓子を通して、支援を必要とする人達を支える団体や施設を応援してまいります。



### 多様な人材の活用

当社はワークライフバランスの実現、女性の活躍推進、育児・介護への支援、障がい者雇用の促進など、多様な人材が活躍できる職場作りを進めております。

### 「ひょうご女性の活躍企業」表彰

「ひょうご女性の活躍推進会議」では、女性の登用や職場環境の改善等、女性の活躍に積極的に取り組む事業所を「ひょうご女性の活躍企業」として表彰しています。

「令和元年(第4回)ひょうご女性の活躍企業表彰」において、①女性活躍に関する具体的な方針および環境と整備等の取り組み、②女性管理職比率等について審査の結果、契約社員を正社員に転換する取り組みが評価され、当社が表彰企業に選ばれました。



## 2019年秋季 CSキャンペーン表彰

2020年1月6日、当社にてCSキャンペーンの入賞店舗表彰を行いました。

CSキャンペーンとは、全国の販売・喫茶店舗におけるCS(お客様満足)活動への取り組みを審査し、上位入賞者を表彰する活動です。販売部門は一人6分間の接客ロールプレイングの予選および決勝大会を実施。喫茶部門は、審査員が審査表に基づき、店舗巡回による1次審査、2次審査を経て入賞店舗が決定しました。入賞店舗の販売員のスピーチでは、日ごろの努力に加え、メンバーへの信頼が多く聞かれチームワークの高さが伺えました。今後もより多くのお客様にご満足いただき、一人でも多く当社のファンを増やせるよう、取り組んでまいります。



## 地域職種限定社員制度

2019年2月1日に「地域職種限定社員制度」を新設しました。「地域職種限定社員」とはその名の通り「転居を伴う転勤および職種の変更がない社員」のことで、多様な働き方が求められる現代にあって、一人ひとりのワーク・ライフ・バランスに配慮した制度です。「住んでいる場所や今の職種を変えずに社員として働きたい」と希望する従業員の活躍を支援してまいります。



## 財務ハイライト

### ■ 貸借対照表

(単位:千円)

| 科目              | 期別 | 当期<br>(2020年1月31日現在)<br>金額 | 前期<br>(2019年1月31日現在)<br>金額 |
|-----------------|----|----------------------------|----------------------------|
| <b>(資産の部)</b>   |    |                            |                            |
| 流動資産            |    | 12,305,723                 | 13,004,115                 |
| 固定資産            |    | 11,372,791                 | 10,614,291                 |
| 有形固定資産          |    | 8,028,240                  | 7,624,837                  |
| 無形固定資産          |    | 154,621                    | 159,277                    |
| 投資その他の資産        |    | 3,189,929                  | 2,830,176                  |
| <b>資産合計</b>     |    | <b>23,678,515</b>          | <b>23,618,407</b>          |
| <b>(負債の部)</b>   |    |                            |                            |
| 流動負債            |    | 6,561,041                  | 7,133,552                  |
| 固定負債            |    | 526,457                    | 414,428                    |
| <b>負債合計</b>     |    | <b>7,087,498</b>           | <b>7,547,981</b>           |
| <b>(純資産の部)</b>  |    |                            |                            |
| 株主資本            |    | 15,872,888                 | 15,351,552                 |
| 資本金             |    | 3,737,467                  | 3,737,467                  |
| 資本剰余金           |    | 3,921,919                  | 3,921,855                  |
| 利益剰余金           |    | 8,876,219                  | 8,135,177                  |
| 自己株式            |    | △ 662,718                  | △ 442,948                  |
| 評価・換算差額等        |    | 718,128                    | 718,873                    |
| その他有価証券評価差額金    |    | 375,974                    | 428,734                    |
| 土地再評価差額金        |    | 342,153                    | 290,138                    |
| <b>純資産合計</b>    |    | <b>16,591,016</b>          | <b>16,070,425</b>          |
| <b>負債・純資産合計</b> |    | <b>23,678,515</b>          | <b>23,618,407</b>          |

### ■ 損益計算書

(単位:千円)

| 科目           | 期別 | 当期<br>(2019年2月1日から<br>2020年1月31日まで)<br>金額 | 前期<br>(2018年2月1日から<br>2019年1月31日まで)<br>金額 |
|--------------|----|---|---|
| 売上高          |    | 29,523,299                                | 29,547,100                                |
| 売上総利益        |    | 14,285,594                                | 14,424,371                                |
| 営業利益         |    | 1,674,299                                 | 2,189,442                                 |
| 経常利益         |    | 1,708,355                                 | 2,220,673                                 |
| 税引前当期純利益     |    | 1,685,498                                 | 2,145,611                                 |
| <b>当期純利益</b> |    | <b>1,095,924</b>                          | <b>1,399,015</b>                          |

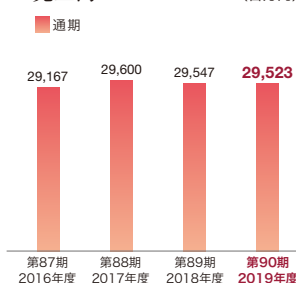
### ■ キャッシュ・フロー計算書

(単位:千円)

| 科目                    | 期別 | 当期<br>(2019年2月1日から<br>2020年1月31日まで)<br>金額 | 前期<br>(2018年2月1日から<br>2019年1月31日まで)<br>金額 |
|-----------------------|----|---|---|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー      |    | 771,830                                   | 1,923,102                                 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー      |    | 96,748                                    | △ 1,424,988                               |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー      |    | △ 573,421                                 | △ 605,986                                 |
| 現金及び現金同等物の増減額         |    | 295,157                                   | △ 107,872                                 |
| 現金及び現金同等物の期首残高        |    | 1,521,424                                 | 1,629,296                                 |
| <b>現金及び現金同等物の期末残高</b> |    | <b>1,816,581</b>                          | <b>1,521,424</b>                          |

### ■ 売上高

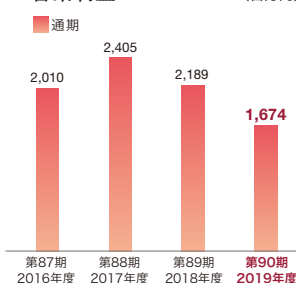
(百万円)



**295億23百万円**  
(前年同期比 0.1%減)

### ■ 営業利益

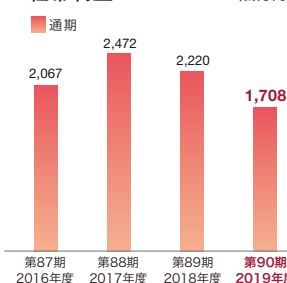
(百万円)



**16億74百万円**  
(前年同期比 23.5%減)

### ■ 経常利益

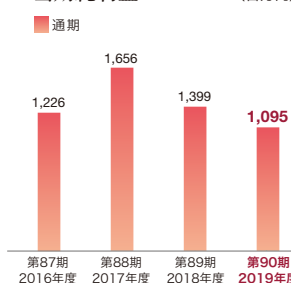
(百万円)



**17億8百万円**  
(前年同期比 23.1%減)

### ■ 当期純利益

(百万円)



**10億95百万円**  
(前年同期比 21.7%減)

## 第91期の予想

第91期(2020年2月1日～2021年1月31日)の業績予想につきましては、相次ぐ百貨店の店舗閉鎖や新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ、以下のように見込んでおります。また、第91期の配当は年間80円を予定しております。

### ■ 業績予想

(単位:百万円)  
(%は対前期増減率)

|          | 売上高    | 営業利益   | 経常利益   | 当期純利益  |
|----------|--------|--------|--------|--------|
| 第91期(予想) | 26,900 | 220    | 240    | 50     |
|          | △8.9%  | △86.9% | △86.0% | △95.4% |

### ■ 配当予想

(単位:円)

|          | 中間 | 期末 | 合計  |
|----------|----|----|-----|
| 第90期     | 50 | 50 | 100 |
| 第91期(予想) | 40 | 40 | 80  |

## 株主様に対する特典

基準日: 7月31日(年1回)

### 優待品

①株主優待券または自社商品 ※下表の株主優待券および商品の写真は見本です。実際の優待品と異なる場合があります。

- 優待券または商品は、11月下旬頃に発送いたします。
- 株主優待券の有効期限は、翌々年5月31日です。
- 株主優待券は当社の指定店および通信販売で優待券1枚につき割引前本体価格1,000円までの現金でお買い上げ、ご飲食に対して20%を割引いたします。

| 保有年数         | 保有株数   |   |
|--------------|--|---|
|              | 100～499株   | 500株～   |
| 半年以上<br>3年未満 | <p>優待券5冊(20枚綴) 2,000円相当の自社商品</p>                 | <p>優待券10冊(20枚綴) 3,000円相当の自社商品</p>                 |
| 3年以上         | <p>優待券5冊(20枚綴) 2,000円相当の自社商品A 2,000円相当の自社商品B</p> | <p>優待券10冊(20枚綴) 3,000円相当の自社商品A 3,000円相当の自社商品B</p> |

### 優待品

②オンラインショップ優待割引

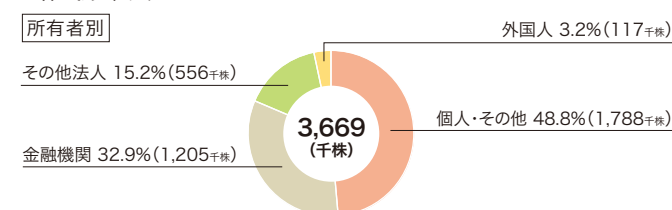
- 半年以上継続保有かつ100株以上保有の株主様はモロゾフオンラインショップ(<https://shop.morozoff.co.jp/>)で年4回、20%割引でご購入いただけます。
- 1回当たりのご利用上限額は割引前本体価格10,000円です。
- ご利用可能期間は、11月1日から翌年10月31日までです。

## 株式情報

### ■ 株式の状況 (2020年1月31日現在)

|          |              |         |         |
|----------|--------------|---------|---------|
| 発行可能株式総数 | 12,000,000 株 | 株主数     | 9,499 名 |
| 発行済株式の総数 | 3,669,226 株  | うち単元株主数 | 8,168 名 |

### ■ 株式分布状況





## 株主メモ

|                        |   |
|------------------------|---|
| 事業年度                   | 2月1日から翌年1月31日まで   |
| 定時株主総会                 | 4月中   |
| 基準日                    | 定時株主総会・期末配当 1月31日<br>中間配当 7月31日   |
| 公告方法                   | 電子公告 <a href="http://www.morozoff.co.jp/koukoku/">http://www.morozoff.co.jp/koukoku/</a><br>ただし、事故その他やむを得ない事由によって電子公告ができない場合は、日本経済新聞に掲載いたします。 |
| 単元株式数                  | 100株  |
| 株主名簿管理人<br>特別口座の口座管理機関 | 〒100-0005 東京都千代田区丸の内一丁目4番5号<br>三菱UFJ信託銀行株式会社  |
| 同事務取扱場所<br>(お問合せ先)     | 〒541-8502 大阪市中央区伏見町三丁目6番3号<br>三菱UFJ信託銀行株式会社 大阪証券代行部<br>☎(通話料無料)0120-094-777   |

### 【ご注意】

- ◎株主様の住所変更、買取請求その他各種お手続きにつきましては、原則として口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)にお問い合わせください。株主名簿管理人ではお取扱いきませんのでご注意ください。
- ◎特別口座に登録された株式に関する各種お手続きにつきましては、上記特別口座の口座管理機関にお問い合わせください。なお、三菱UFJ信託銀行全国本支店でもお取次ぎいたします。  
お手続き用紙のご請求は、インターネットでも承っております。  
インターネットホームページ <http://www.tr.mufj.jp/daikou/>
- ◎未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行全国本支店でお支払いいたします。

表紙の商品について

### フルーツパラダイス

モロゾフの夏デザートを代表する3種類  
「ファンシーデザート」「凍らせてシャーベット」  
「フルーツ オブ フルーツ」に「国産果実のゼリー」を新たに加え、フルーツにこだわった特別な詰め合わせです。



## 会社概要 (2020年1月31日現在)

|         |  |
|---------|--|
| 商号      | <b>モロゾフ株式会社</b><br>Morozoff Limited  |
| 設立      | 1931年8月8日  |
| 従業員数    | 632名   |
| 上場証券取引所 | 東京市場第1部(証券コード:2217)  |
| 事業所     | 営業所<br>本社(神戸)御影オフィス併設・六甲アイランド<br>オフィス(神戸)・関西支店(神戸)・東京支店・<br>名古屋支店・福岡支店・北海道営業所(札幌)・<br>仙台営業所<br>工場<br>西神工場(神戸)・六甲アイランド工場(神戸)・<br>船橋工場・福岡工場・札幌工場 |

## 役員 (2020年4月24日現在)

|                   |        |
|-------------------|--------|
| 代表取締役社長           | 山口 信二  |
| 代表取締役副社長(経営統括本部長) | 山岡 祥記  |
| 取締役(マーケティング本部長)   | 竹原 誠   |
| 取締役(営業本部長)        | 上村 裕司  |
| 取締役(生産本部長)        | 高田 耕治  |
| 取締役               | 南部 真知子 |
| 取締役(常勤監査等委員)      | 前田 正志  |
| 取締役(監査等委員)        | 藤原 良弘  |
| 取締役(監査等委員)        | 渡邊 純子  |

(注) 南部真知子、藤原良弘、渡邊純子の各氏は、社外取締役であります。

## モロゾフ株式会社

[www.morozoff.co.jp](http://www.morozoff.co.jp)



〒658-0033 神戸市東灘区向洋町西五丁目3番地

☎078-822-5000(代表)

(登記上の本社 神戸市東灘区御影本町六丁目11番19号)