

モロゾフ株式会社

2022年1月期 決算説明資料

2022年3月16日



●決算短信サマリー

決算短信表紙ご参照

(単位:百万円・%)

| | 2020年1月期 | | | 2021年1月期 | | | 2022年1月期 | | | 対前々期比 | | | 対前期比 | | |
|----------------------------|----------|-------|------|----------|-------|-----|----------|-------|-----|---------|-------|------|--------|-------|-----|
| | 金額 | 売上比 | | 金額 | 売上比 | | 金額 | 売上比 | | 増減額 | 増減率 | | 増減額 | 増減率 | |
| 売上高 | 29,523 | 100.0 | | 25,672 | 100.0 | | 27,207 | 100.0 | | △ 2,315 | △ 7.8 | | 1,534 | 6.0 | |
| 営業利益 | 1,674 | 5.7 | | 751 | 2.9 | | 2,012 | 7.4 | | 338 | 20.2 | | 1,261 | 167.9 | |
| 経常利益 | 1,708 | 5.8 | | 862 | 3.4 | | 2,126 | 7.8 | | 418 | 24.5 | | 1,264 | 146.7 | |
| 当期純利益 | 1,095 | 3.7 | | 352 | 1.4 | | 1,028 | 3.8 | | △ 67 | △ 6.1 | | 676 | 192.1 | |
| 一株あたり 当期純利益 (EPS) ※1 | 154.80円 | | | 50.08円 | | | 146.29円 | | | △ 8.51円 | | | 96.21円 | | |
| 自己資本 利益率 (ROE) | 6.7% | | | 2.1% | | | 6.0% | | | △ 0.7% | | | 3.9% | | |
| 総資産経常 利益率 | 7.2% | | | 3.6% | | | 8.7% | | | 1.4% | | | 5.0% | | |
| 売上高営業 利益率 | 5.7% | | | 2.9% | | | 7.4% | | | 1.7% | | | 4.5% | | |
| 配当金 ※2 | 中間 | 期末 | 合計 | 中間 | 期末 | 合計 | 中間 | 期末 | 合計 | 中間 | 期末 | 合計 | 中間 | 期末 | 合計 |
| | 50円 | 50円 | 100円 | 0円 | 60円 | 60円 | 0円 | 90円 | 90円 | △50円 | 40円 | △10円 | 0円 | 30円 | 30円 |

※1 2022年2月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行ったため、2020年1月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり当期純利益を算定しております。

※2 2022年2月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っております。配当金については、当該株式分割前の実際の配当額を記載しております。

●売上面の状況

決算短信 P2 「(1)経営成績に関する説明」 ご参照

2022年1月期の売上高は、繰り返される新型コロナウイルスの感染拡大と収束により売上高は大きな影響を受けることとなりました。繰り返し発出された緊急事態宣言が9月末で解除され、移動や外出などの制限が緩和されたことにより個人消費は持ち直しに転じたものの、新たな変異株「オミクロン」による急激な感染拡大により自粛傾向が強まり、再び厳しい状況となっております。

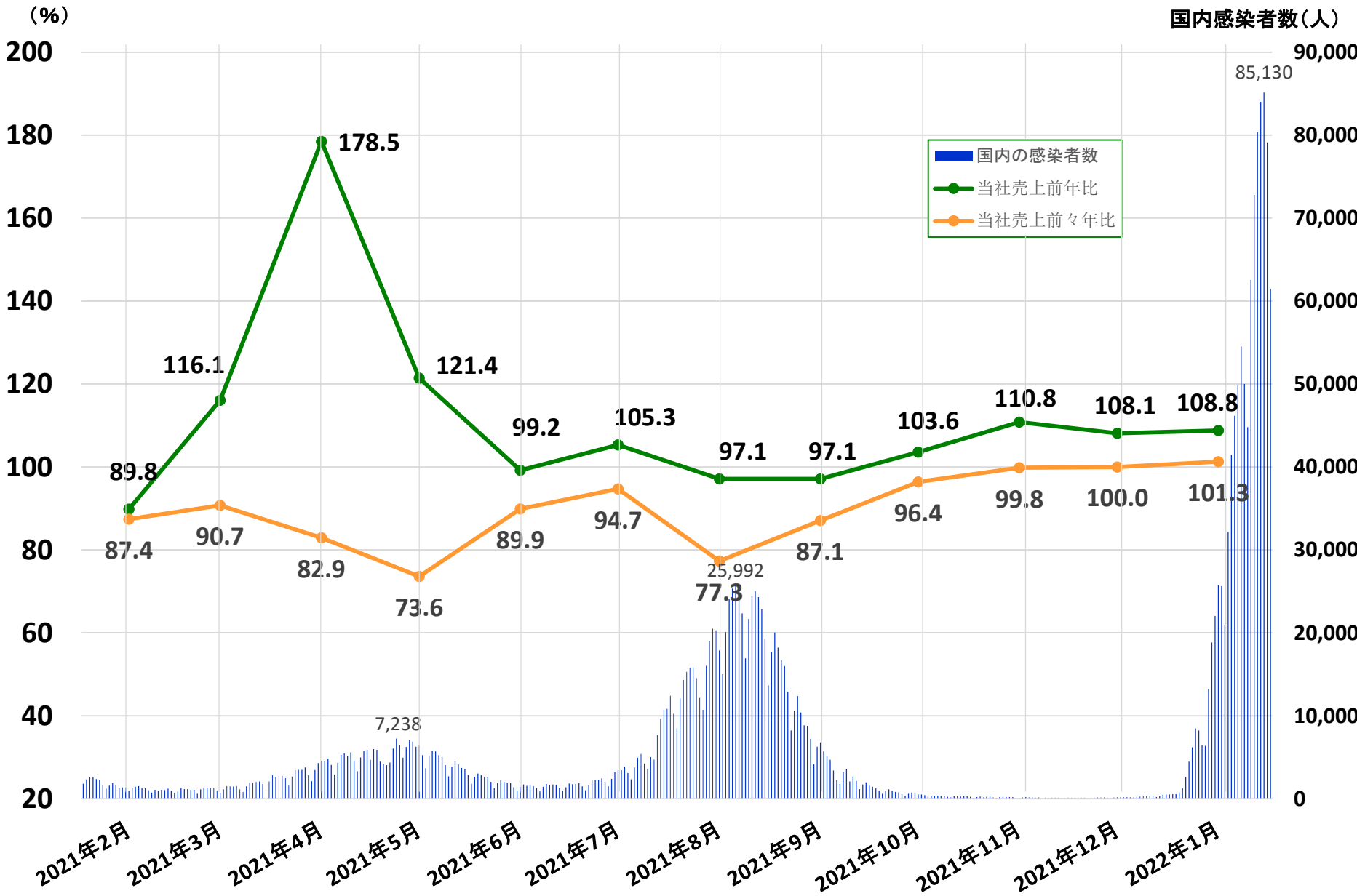
2度目の緊急事態宣言の影響を受けて2021年2月のバレンタイン商戦の売上が減少したのに加え、7月には感染力の強いデルタ株による感染の急拡大により4度目の緊急事態宣言が発出され、8月～9月の売上高は大きな影響を受けました。しかし、2020年4月～5月の1度目の緊急事態宣言時の反動や、活動制限が緩和された10月以降の売上高の回復に加え、2022年1月のバレンタイン商品の出荷が堅調に推移したことで、通期の売上高は27,207百万円(前期比6.0%増)となりました。

しかし、コロナ前である第90期(2020年1月期)との比較では、売上高は7.8%減となり依然として新型コロナウイルス感染拡大前の水準には回復しておりません。

売上高 対前年・前々年増減率 (単位:%)

| | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 上期 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 下期 | 合計 |
|---------|--------|-------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|-------|-------|-----|-----|-------|-------|
| 対前期増減率 | △ 10.2 | 16.1 | 78.5 | 21.4 | △ 0.8 | 5.3 | 5.8 | △ 3.3 | △ 2.9 | 3.6 | 10.8 | 8.1 | 8.8 | 6.1 | 6.0 |
| 対前々期増減率 | △ 12.6 | △ 9.3 | △ 17.1 | △ 26.4 | △ 10.1 | △ 5.3 | △ 12.3 | △ 22.7 | △ 12.9 | △ 3.6 | △ 0.2 | 0.0 | 1.3 | △ 3.9 | △ 7.8 |

●新型コロナウイルス感染者数と当社月間売上の推移



●損益面の状況

決算短信表紙 P2「(1)経営成績に関する説明」ご参照

(単位:百万円・%)

| | 2020年1月期 | | 2021年1月期 | | 2022年1月期 | | 対前々期比 | | 対前期比 | |
|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|---------|-------|-------|-------|
| | 金額 | 売上比 | 金額 | 売上比 | 金額 | 売上比 | 増減額 | 売上比増減 | 増減額 | 売上比増減 |
| 売上高 | 29,523 | 100.0 | 25,672 | 100.0 | 27,207 | 100.0 | △ 2,315 | — | 1,534 | — |
| 売上原価 | 15,237 | 51.6 | 13,552 | 52.8 | 13,950 | 51.3 | △ 1,287 | △ 0.3 | 398.0 | △ 1.5 |
| 売上総利益 | 14,285 | 48.4 | 12,120 | 47.2 | 13,256 | 48.7 | △ 1,028 | 0.3 | 1,136 | 1.5 |
| 販売管理費 | 12,611 | 42.7 | 11,368 | 44.3 | 11,243 | 41.3 | △ 1,367 | △ 1.4 | △ 124 | △ 3.0 |
| 営業利益 | 1,674 | 5.7 | 751 | 2.9 | 2,012 | 7.4 | 338 | 1.7 | 1,261 | 4.5 |
| 経常利益 | 1,708 | 5.8 | 862 | 3.4 | 2,126 | 7.8 | 418 | 2.0 | 1,264 | 4.5 |
| 当期純利益 | 1,095 | 3.7 | 352 | 1.4 | 1,028 | 3.8 | △ 67 | 0.1 | 676 | 2.4 |

増収効果に加え、計画的・効率的な生産体制の構築により、売上原価率は51.3%(前期比△1.5%)となりました。また、店舗の人員体制の最適化、経費の削減、売上状況に応じた適正在庫の確保などにより、販管費率も前期比で△3.0%となり、その結果、営業利益は2,012百万円(前期比167.9%増)、経常利益は2,126百万円(前期比146.7%増)となりました。

当期純利益につきましては、新型コロナウイルスの影響を大きく受けた子会社、株式会社鎌倉ニュージャーマンに係る関係会社株式評価損311百万円を特別損失に計上しましたが、増益効果により1,028百万円(前期比192.1%増)となりました。

なお、コロナ前である第90期(2020年1月期)との比較では、営業利益は20.2%増、経常利益は24.5%増となりました。また、当期純利益につきましては6.1%減となりました。

●セグメント別の販売実績(洋菓子製造販売事業)

決算短信 P2 「(1)経営成績に関する説明」 P25「補足情報」ご参照

(単位:百万円・%)

| | 2020年1月期 | | 2021年1月期 | | 2022年1月期 | | 対前々期比 | | 対前期比 | |
|------------|----------|------|----------|------|----------|------|---------|--------|-------|-------|
| | 金額 | 構成比 | 金額 | 構成比 | 金額 | 構成比 | 増減額 | 増減率 | 増減額 | 増減率 |
| 干菓子 | 20,652 | 70.0 | 18,162 | 70.7 | 19,025 | 69.9 | △ 1,627 | △ 7.9 | 862 | 4.7 |
| 洋生菓子 | 6,406 | 21.7 | 5,691 | 22.2 | 6,304 | 23.2 | △ 101 | △ 1.6 | 613 | 10.8 |
| その他菓子 | 817 | 2.8 | 681 | 2.7 | 668 | 2.5 | △ 149 | △ 18.2 | △ 12 | △ 1.9 |
| 洋菓子製造販売事業計 | 27,876 | 94.4 | 24,535 | 95.6 | 25,998 | 95.6 | △ 1,878 | △ 6.7 | 1,462 | 6.0 |

商品群別の主な製品

干菓子群 : チョコレート、キャンディ、焼菓子、デザート(ファンシーデザート等)、詰合せ等

洋生菓子群 : チルドデザート(カスタードプリン等)、ケーキ(チーズケーキ等)、半生菓子(ブロードラント)等

その他菓子群: 焼きたてクッキー、グラスオショコラ等

干菓子につきましては、2021年のバレンタインは2度目の緊急事態宣言下での商戦となり、バレンタイン専用商品の売上は減少いたしました。しかしながら、バターにこだわった焼菓子ブランド「ガレット オブール」の新規出店や、「ファアージュ」「オデット」などの焼菓子が堅調に推移したことに加え、インターネットやカタログ販売に注力し売上獲得に努めたことなどにより、売上高は4.7%増となりました。しかし、コロナ前である第90期(2020年1月期)との比較では、中元や歳暮を含むギフト商品や土産商品等が低迷し7.9%減となりました。

洋生菓子につきましては、ステイホームに伴う巣ごもり需要もあったことから、売上高は好調に推移いたしました。チルドデザートでは「カスタードプリン」や新規商品「とろ生カスタードプリン(夏仕立て)」、創立90周年を記念した新商品「プリンとチーズケーキ」の発売効果などがあり、また半生菓子でも8月にリニューアルした「ロイヤルクリームチーズケーキ」に加えて、「あまおうイチゴのケーキ」や「フィナンシェ」なども堅調に推移したことから、売上高は前期比で10.8%増となりました。コロナ前である第90期(2020年1月期)との比較でも、1.6%減まで回復いたしました。

その結果、当事業の売上高は25,998百万円(前期比6.0%増)となりました。しかし、コロナ前である第90期(2020年1月期)比では6.7%減となっております。

●セグメント別の販売実績(喫茶・レストラン事業)

決算短信 P2 「(1)経営成績に関する説明」 P25「補足情報」ご参照

(単位:百万円・%)

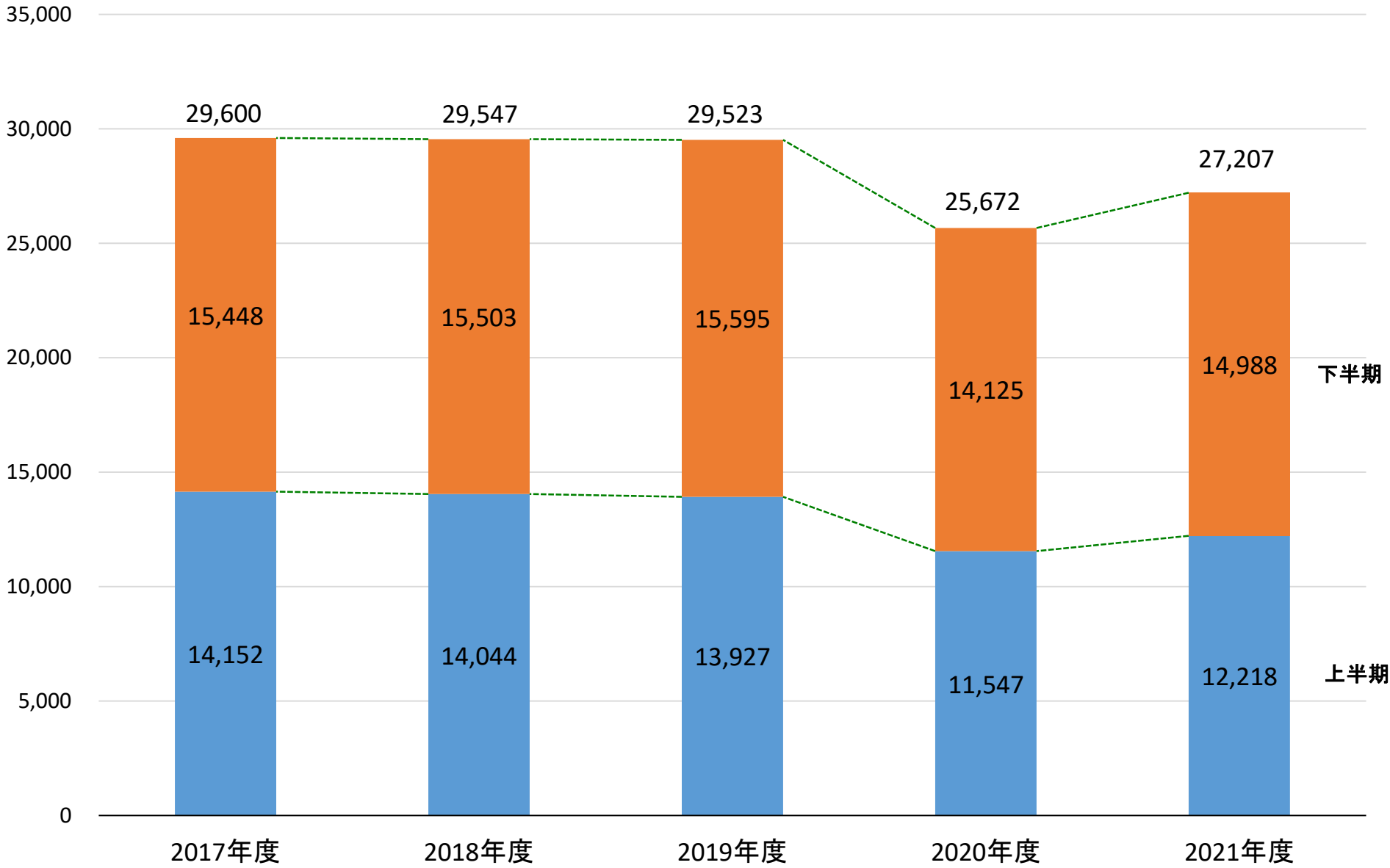
| | 2020年1月期 | | 2021年1月期 | | 2022年1月期 | | 対前々期比 | | 対前期比 | |
|-------------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|---------|--------|-------|-------|
| | 金額 | 構成比 | 金額 | 構成比 | 金額 | 構成比 | 増減額 | 増減率 | 増減額 | 増減率 |
| 干菓子 | 20,652 | 70.0 | 18,162 | 70.7 | 19,025 | 69.9 | △ 1,627 | △ 7.9 | 862 | 4.7 |
| 洋生菓子 | 6,406 | 21.7 | 5,691 | 22.2 | 6,304 | 23.2 | △ 101 | △ 1.6 | 613 | 10.8 |
| その他菓子 | 817 | 2.8 | 681 | 2.7 | 668 | 2.5 | △ 149 | △ 18.2 | △ 12 | △ 1.9 |
| 洋菓子製造販売事業計 | 27,876 | 94.4 | 24,535 | 95.6 | 25,998 | 95.6 | △ 1,878 | △ 6.7 | 1,462 | 6.0 |
| 喫茶・レストラン事業計 | 1,647 | 5.6 | 1,137 | 4.4 | 1,209 | 4.4 | △ 437 | △ 26.6 | 71 | 6.3 |
| 合計 | 29,523 | 100.0 | 25,672 | 100.0 | 27,207 | 100.0 | △ 2,315 | △ 7.8 | 1,534 | 6.0 |

喫茶・レストラン事業につきましては、繰り返す緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の影響を受けましたが、活動制限が緩和された10月以降は売上が回復傾向となったことや、12月にリニューアルオープンした阪神梅田本店カフェモロゾフの売上貢献により、売上高は前期比で6.3%増の1,209百万円となりました。

しかし、コロナ前である第90期(2020年1月期)比では26.6%減となっており、依然として厳しい状況が続いております。

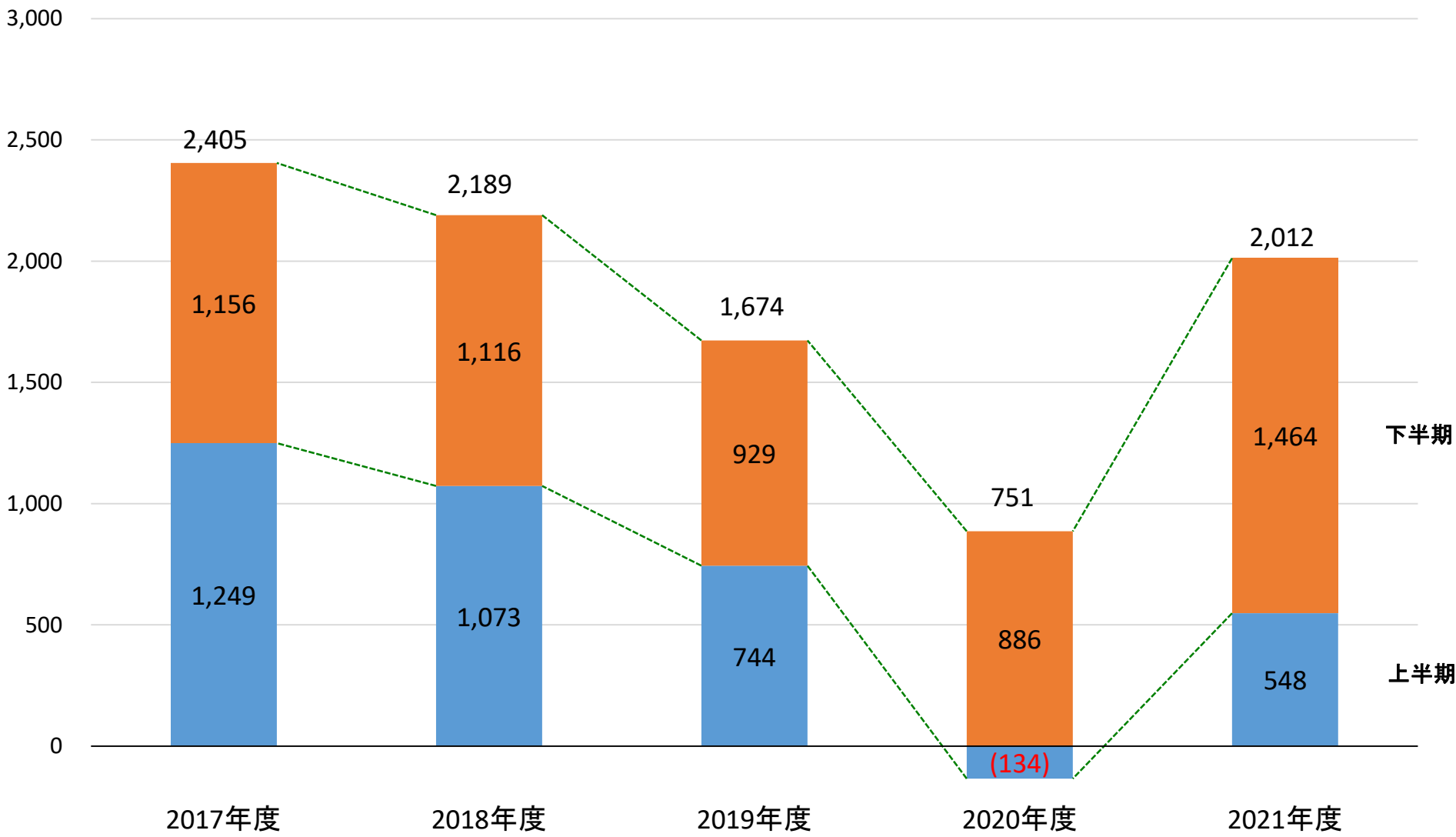
●売上高の推移

(単位:百万円)



●営業利益の推移

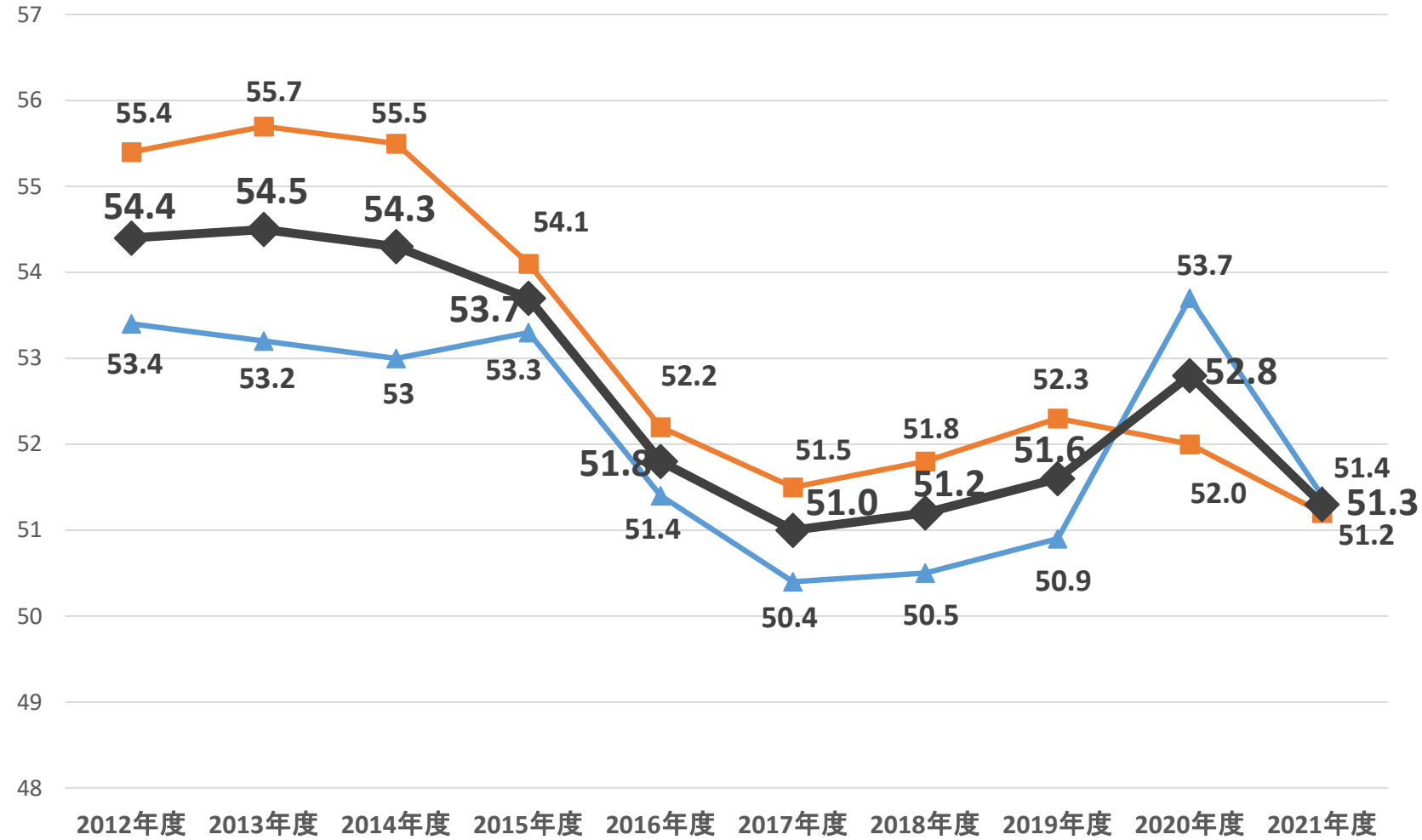
(単位:百万円)



●売上原価率の推移

(単位: %)

▲ 上半期 ■ 下半期 ◆ 通期



●貸借対照表サマリー

決算短信 P6・P7・P8 「(1)貸借対照表」 ご参照

(単位:百万円)

| | 2021年 1月期 | 2022年 1月期 | 増減 | | 2021年 1月期 | 2022年 1月期 | 増減 |
|-------------|--------------|--------------|-------|-------------|--------------|--------------|-------|
| 流動資産 | | | | 流動負債 | | | |
| 現金及び預金 | 3,417 | 5,383 | 1,966 | 電子記録債務 | 1,706 | 1,763 | 57 |
| 売掛金 | 5,671 | 5,800 | 129 | 買掛金 | 926 | 805 | △ 120 |
| 商品及び製品 | 2,051 | 1,874 | △ 176 | 短期借入金 | 1,850 | 1,750 | △ 100 |
| その他流動資産 | 864 | 969 | 104 | その他流動負債 | 2,123 | 2,539 | 415 |
| 流動資産合計 | 12,004 | 14,028 | 2,024 | 流動負債合計 | 6,606 | 6,858 | 251 |
| 固定資産 | | | | 固定負債 | | | |
| 有形固定資産 | 7,645 | 7,214 | △ 431 | 固定負債合計 | 654 | 676 | 22 |
| 無形固定資産 | 120 | 90 | △ 29 | 負債合計 | 7,261 | 7,535 | 274 |
| 投資その他の資産 | 4,269 | 3,780 | △ 488 | 株主資本 | 16,046 | 16,868 | 821 |
| 固定資産合計 | 12,035 | 11,084 | △ 950 | 評価・換算差額等 | 731 | 710 | △ 21 |
| | | | | 純資産合計 | 16,778 | 17,578 | 800 |
| 資産合計 | 24,039 | 25,113 | 1,074 | 負債・純資産合計 | 24,039 | 25,113 | 1,074 |

●2023年1月期の通期業績予想

決算短信表紙ご参照

(単位:百万円・%)

| | 2022年1月期 | | 2023年1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 ※1 | 27,207 | 100.0 | 30,450 | 100.0 | — | — |
| 「収益認識に関する会計基準」で 換算した2022年1月期売上高 | 29,562 | 100.0 | | | 888 | 3.0 |
| 営業利益 | 2,012 | 7.4 6.8 | 2,010 | 6.6 | △ 2 | △ 0.1 |
| 経常利益 | 2,126 | 7.8 7.2 | 2,050 | 6.7 | △ 76 | △ 3.6 |
| 当期純利益 | 1,028 | 3.8 3.5 | 1,320 | 4.3 | 291 | 28.3 |
| 配当金 ※2 | 90円 | | 45円 | | — | |

※1 2023年1月期の期首より、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用いたしております。緑色の枠内は2022年1月期売上高について「収益認識に関する会計基準」等を適用したとした場合の数値を基準として数値を記載しております。

※2 2022年2月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っております。2022年1月期は株式分割前、2023年1月期については、株式分割後の配当額を記載しております。

2023年1月期は中期経営計画「Re morozoff 2022～変革～」の『2nd Step』最終年度となり、売上高30,400百万円、営業利益率4.6%を目標として取り組んでおります。

売上面におきましては、新型コロナウイルスの感染の拡大や収束により、景気や個人消費は影響を受けると思われますが、ワクチン接種などの対策が進められることにより、個人消費は徐々に回復傾向に向かうと想定しており、売上高は30,450百万円(前期比3.0%増)と見込んでおります。

損益面におきましては、原材料価格が上昇しつつあることに加えて、人手不足による人件費の上昇や、運送費、倉庫保管料などの費用も増加すると見込んでおり、営業利益2,010百万円(前期比0.1%減)、経常利益2,050百万円(前期比3.6%減)、当期純利益1,320百万円(前期比28.3%増)と見込んでおります。

2022年1月期
決算参考資料
(トピックス等)

①モロゾフ創立90周年記念

- 1、「思い出の味復活総選挙」
- 2、90周年記念アルカディア、オデット発売
- 3、90周年記念商品 アーモンドスカッチ発売
- 4、90周年記念商品 モロゾフマルシェ#200発売

② 商品開発

- 1、全国初登場「プリンとチーズケーキ」期間限定販売
- 2、「ファヤージュサンド」新発売
- 3、「猿田彦珈琲」コラボ商品発売
- 4、プレミアムチョコレートセレクションリニューアル
- 5、みみずく洋菓子店 新商品発売
- 6、窯だしチーズケーキ 窯だしサブレのレアチーズサンド発売
- 7、バレンタイン新ブランド「キツネとレモン」

③ 新規・リニューアル店舗

- 1、大阪高島屋 ガレットオブール オープン 3/25
- 2、博多阪急 ガレットオブール オープン 4/1
- 3、熊本鶴屋 窯だしクッキー&パイ オープン 5/1
- 4、船橋東武 リニューアル 10/22
- 5、阪神梅田本店カフェモロゾフ リニューアルオープン 12/3

④ 鎌倉ニュージャーマン 新規・リニューアル店舗

- 1、鎌倉ニュージャーマン 川越丸広 オープン 3/1
- 2、鎌倉ニュージャーマン 藤沢小田急 オープン 3/24
- 3、鎌倉ニュージャーマン ラゾーナ川崎 オープン 9/17
- 4、鎌倉ニュージャーマン 上大岡京急 リニューアル 10/4

①モロゾフ創立90周年記念

1、「思い出の味復活総選挙」

投票期間2021.04.15～05.14

モロゾフ創立90周年記念企画

時を越えてあの美味しさが甦る!

思い出の味 復活総選挙



Twitter Campaign

限定発売

90th Anniversary
SINCE 1931
Morozoff

モロゾフ
創立90周年記念
思い出の味 復活総選挙

総投票数 28,720票!
たくさんの投票参加ありがとうございました。

90th Anniversary
復活総選挙
第1位

復刻カスタードプリン

販売期間: 8月1日～8月31日
発売当時の奥行きある甘さと
少しほろ苦いカラメルソース。



90th Anniversary
復活総選挙
第2位

復刻デンマーククリーム
チーズケーキ

販売期間: 8月1日～予定数をもって販売終了
発売当時の味わいを再現した配合で
やさしいレモンの味わいに。



①モロゾフ創立90周年記念

2、90周年記念アルカディア、オデット発売

2021年4月～創立90周年を記念して、「アルカディア 90thリミテッド」を発売しました。



アルカディア：蒔絵をあしらった文箱をイメージしたパッケージは曲線的な蓋の形状が美しく、金と黒をベースにしたペイズリー柄が印象的なアルカディア。手に取りやすいサイズで手土産におすすめです。

税込432円（本体価格：400円）

オデット：チャイコフスキーの「白鳥の湖」に登場するヒロイン“オデット姫”をイメージした、上品でクラシッな印象のパッケージが魅力のオデット。思わず手に取りたくなるかわいらしいフォルムです。

税込432円（本体価格：400円）

①モロゾフ創立90周年記念

3、90周年記念商品 アーモンドスカッチ発売

★NEW★アーモンドスカッチ90thリミテッド

税込378円（本体価格：350円）

販売期間：8月1日（日）～順次展開（なくなり次第終了）
カリフォルニア産アーモンドを使いきび砂糖のやさしい甘さと淡路島の藻塩のうまみが凝縮されたスカッチ。懐かしい味わいとともについつい手が伸びてしまうあとを引くおいしさです。アーモンドの芳ばしい香りとサクッとした食感をお楽しみください。



①モロゾフ創立90周年記念

4、90周年記念商品 モロゾフマルシェ#200（18種）発売

10月より催事展開（15店舗）

11月より元売り一部店舗でテスト展開（13店舗）

選ぶ楽しさ、味わう楽しさ。

チョコレート、クッキー、キャンディー
バラエティ豊かなスイーツを、
食べきりサイズで。



ラウンドプレーン
（ミルク、セミスイート）



ココアピーナッツ



アルカディア
（チーズ）



アルカディア
（アーモンド）



アルカディア
（カシューナッツ）



アルカディア
（チョコレートチップ）



アルカディア
（ミックснаッツ）



アルカディア
クランチチョコレート
（宇治抹茶）



アルカディア
クランチチョコレート
（ホワイト）



アルカディア
クランチチョコレート
（ミルク）



りんごの
チョコレート



なしの
チョコレート



りんごの
チョコレート（ホワイト）



ブランデー
ボンボン



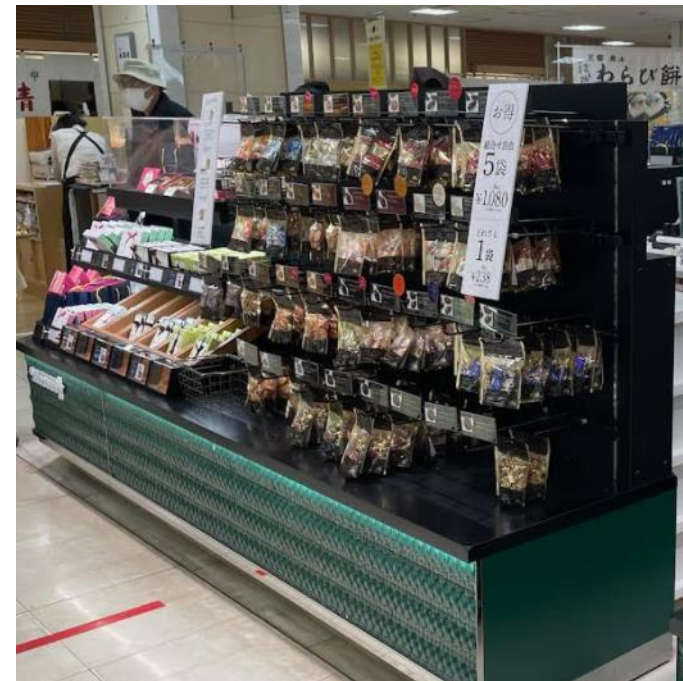
ウイスキー
ボンボン



アーモンド
スカッチ



ファンシーキャンディ



②商品開発

1、全国初登場「プリンとチーズケーキ」期間限定販売

プリンとチーズケーキ
PUDDING&CHEESE CAKE

全国初登場！
ありそうでなかった！

絶妙な出逢いをたのしむ 新たなスイーツ
ガラスカップからあふれるようにはいっている、こがね色の
チーズケーキ。その下をみるとやさしげなクリーム色
にカラメル色のソース……。もしかしてプリンにチーズケー
キが乗っている?! ありそうだけどなかった! プリンとチーズ
ケーキを半世紀以上つくりつづけてきた モロゾフが提案
する新たなガラスカップ入りスイーツです。

税込486円（本体価格：450円）

5月以降（10店舗）催事展開



②商品開発

2、「ファージャュサンド」新発売



あべのハルカス近鉄本店限定

「ファージャュサンド」税込270円（本体価格：250円）

香ばしいファージャュ×濃厚アイス

スライスナッツをしきつめてパリッと焼き上げた「ファージャュ」で濃厚なアイスをサンド。

サクッ、パリッ、ひんやり、とろっとした豊かな食感とナッツの香ばしさに濃厚なアイスが出会った味わいをお楽しみください。

②商品開発

3、「猿田彦珈琲」コラボ商品発売



【渋谷ヒカリエ ShinQs東横のれん街店限定】

「猿田彦珈琲ゼリー」期間限定販売

税込270円（本体価格：250円）

2021年6月3日（木）～2021年6月16日（水）



「猿田彦珈琲」のオリジナルブレンドで作る、

美味しさにこだわったオリジナルスイーツ。

コーヒーの香ばしさと端麗な味わいを大切にしたコーヒーゼ

リーと、コーヒーのコクと香りを感じられる品の良い甘さのコー

ヒープリン、2種類を詰め合わせました。
税込3,240円（本体価格：3,000円）



②商品開発

4、プレミアムチョコレートセレクション リニューアル

「贈り物にふさわしいチョコレート」の進化
これまでも、モロゾフがチョコレートをつくる時に大切
素材とカカオのマリアージュ。
その原点に立ち戻りながら、「今」表現できる「新しさ」
あの人へ、自分に贈りたい、と想うギフトに



- ・カカオと素材の「マリアージュ」を洗練
- ・モロゾフだから出来る、「技術」に裏打ちされた
チョコレートの「美しさ」、「美味しさ」を再発信
- ・より「スタイリッシュ」に。デザイン性を追求



②商品開発

5、みみずく洋菓子店 新商品発売

I. CAMEL AU BEURRE キャラメル・オ・ブール

気分をリフレッシュするスイーツ

がんばる自分にちょっとした楽しみを。
会社のデスクに置いておいて、疲れたとき、休憩時間に食べてほっと一息。
カリッとした食感が気持ちを切り替えてくれる。



MIMIZUKU YOUNGASHITEN こだわり素材

砂糖



きび糖

塩



淡路島の藻塩

アーモンド



カリフォルニアアーモンド
(キャンボスブラザーズファーム)

キャンボスブラザーズファーム

農園から製造まで、一貫管理にこだわったアーモンド。
自社農園で栽培、自分たちで加工した安心・安全・高品質なアーモンドを出荷。
香ばしく、マイルドな味わい。



②商品開発

5、みみずく洋菓子店 新商品発売

II. RÊVE DE FROMAGE レーヴ・ドゥ・フロマージュ

贅沢をシェアするスイーツ

ひと口食べれば、思わず笑顔。

まるでチーズそのものを食べているかのようなコクと旨みが豊かに広がる贅沢なチーズケーキ。日々のプチ贅沢におすすめの、食べきりサイズでご用意。



MIMIZUKU YOGASHITEN こだわり素材

01 グリュイエール A.O.P.



グリュイエールの特徴である濃厚なコクと旨みを活かしながら、甘さと塩気のバランスにもこだわったチーズケーキ。味わいのアクセントには粗挽きの黒胡椒を加え、大人の味わいに。シンプルながらも、濃厚でコク深い、贅沢な味わいの一品。

02 ブリードモー A.O.C.



白カビタイプのチーズのコクと熟成された香りを楽しめる、奥深い味わいのチーズケーキ。白いちじくのコンフィチュールをチーズ生地で包み込み、優しい甘さでより食べやすく。いちじくのつぶつぶ感となめらかなチーズの舌触りが楽しい食感。

03 シュロスパーガー アルト



熟成された旨味を感じるシュロスパーガー アルトにラム酒漬けレーズンを混ぜ込み焼き上げたチーズケーキ。ジュシーで濃厚なラムレーズンがチーズの深い味わいと相性抜群。

②商品開発

6、窯だしチーズケーキ 窯だしサブレのレアチーズサンド発売



窯だしチーズケーキ

モロゾフがチーズケーキを発売して50余年。
今や看板商品のひとつになった、伝統のレシピ“チーズケーキ”。
「窯だしチーズケーキ」は、その伝統に“焼きたて”という
魅力を添えてお届けします。

店頭で焼き上げたさくさく食感のバターサブレで、デンマーク王室御用達ブランドのクリームチーズ「Arla BUKO」を使用したレアチーズケーキをサンドしました。ミルキーでなめらかなレアチーズケーキと店頭で丁寧に焼き上げたバターサブレのハーモニー。

2021年11月新発売

税込324円（本体価格：300円）



②商品開発

7、バレンタイン新ブランド「キツネとレモン」

Concept

あるとき キツネがレモンをくわえて やってきた



キツネがアンバサダー
「レモン」がテーマのお菓子



夢見るキツネの
レモンフラワー

キツネが夢で見た、レモンのお花。

きらきら光る その響を
花びらのメレンゲレースで
そっと包んだら

きゅんとくるお菓子の出来上がり。



③ 新規店舗

1、2021年3月25日 大阪高島屋 ガレットオブール オープン



③ 新規店舗

2、2021年4月1日 博多阪急 ガレットオブル オープン



③ 新規店舗

3、2021年5月1日 熊本鶴屋 窯だしクッキー&パイ オープン



③ リニューアル店舗

4、2021年10月22日 船橋東武 リニューアルオープン



③ リニューアル店舗

5、2021年12月3日 阪神梅田本店 カフェモロゾフ リニューアルオープン



④ 鎌倉ニュージャーマン 新規店舗

1、2021年3月1日 鎌倉ニュージャーマン 川越丸広 オープン



④ 鎌倉ニュージャーマン 新規店舗

2、2021年3月24日 鎌倉ニュージャーマン 藤沢小田急 オープン



④ 鎌倉ニュージャーマン 新規店舗

3、2021年9月17日 鎌倉ニュージャーマン ラゾーナ川崎 オープン



④ 鎌倉ニュージャーマン リニューアル店舗

4、2021年10月4日 鎌倉ニュージャーマン 上大岡京急 リニューアルオープン

