



# 2024年1月期 決算説明資料

2024年3月15日

**モロソフ株式会社**

(証券コード：2217)

代表取締役社長 山口 信二



# 決算短信サマリー【連結】

(単位：百万円)

決算短信表紙ご参照

|                     | 2023年1月期 |         |      | 2024年1月期 |         |         |            |           |
|---------------------|----------|---------|------|----------|---------|---------|------------|-----------|
|                     | 金額       | 売上比     |      | 金額       | 売上比     | 増減額     | 対前期<br>増減率 | 増減幅       |
| 売上高                 | 32,505   | 100.0 % |      | 34,933   | 100.0 % | 2,428   | 7.5 %      | ---       |
| 営業利益                | 2,423    | 7.5 %   |      | 2,474    | 7.1 %   | 50      | 2.1 %      | ▲ 0.4 %   |
| 経常利益                | 2,615    | 8.0 %   |      | 2,517    | 7.2%    | ▲ 97    | ▲ 3.7 %    | ▲ 0.8 %   |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益    | 1,703    | 5.2 %   |      | 1,715    | 4.9%    | 12      | 0.7 %      | ▲ 0.3 %   |
|                     |          |         |      |          |         |         |            |           |
| 一株あたりの 配当金 中間・期末・合計 | 0 円      | 65 円    | 65 円 | 0 円      | 98 円    | 98 円    | ---        | 33 円 33 円 |
| 配当性向                | 26.9 %   |         |      | 40.1 %   |         | 13.2 %  |            |           |
| EPS (一株あたり当期純利益)    | 242.08 円 |         |      | 244.64 円 |         | 2.56 円  |            |           |
| ROE (自己資本当期利益率)     | 9.2 %    |         |      | 9.0 %    |         | ▲ 0.2 % |            |           |
| ROA (総資産経常利益率)      | 9.8 %    |         |      | 9.2 %    |         | ▲ 0.6 % |            |           |

# 売上面の状況【連結】

決算短信 P2 「1. 経営成績等の概況 (1)当期の経営成績の概況」ご参照

売上面につきましては、卵不足の影響はあったものの、バレンタイン商戦が堅調に推移したことに加え、人流の回復に伴い焼菓子やシーズンギフト、土産商品などが好調であったことにより、当連結会計年度の売上高は34,933百万円（前期比7.5%増）となりました。

単体では、33,698百万円（前期比6.4%増）となり、コロナ前の2020/1期を上回る水準まで回復しております。

【単体】売上高 2023/1期比・2020/1期比（単位：％） ※新収益認識基準

|          | 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    |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 2023/1期比 | 111.4 | 102.1 | 108.4 | 110.0 | 103.2 | 105.7 | 107.1 | 112.9 | 111.0 | 105.1 | 104.9 | 101.9 | 105.8 | 105.7 | 106.4 |
| 2020/1期比 | 91.4  | 94.0  | 103.1 | 109.5 | 103.8 | 104.9 | 99.0  | 100.5 | 113.2 | 111.7 | 111.4 | 104.7 | 119.3 | 110.5 | 105.0 |

# 損益面の状況【連結】

決算短信 P 2 「1. 経営成績等の概況 (1)当期の経営成績の概況」 ご参照

(単位：百万円)

|                  | 2023年1月期 |        | 2024年1月期 |        |       |            |        |
|------------------|----------|--------|----------|--------|-------|------------|--------|
|                  | 金額       | 売上比    | 金額       | 売上比    | 増減額   | 対前期<br>増減率 | 増減幅    |
| 売上高              | 32,505   | 100.0% | 34,933   | 100.0% | 2,428 | 7.5%       | ---    |
| 売上原価             | 15,552   | 47.8%  | 16,954   | 48.5%  | 1,402 | 9.0%       | 0.7%   |
| 売上総利益            | 16,953   | 52.2%  | 17,978   | 51.5%  | 1,025 | 6.1%       | ---    |
| 販売管理費            | 14,529   | 44.7%  | 15,504   | 44.4%  | 975   | 6.7%       | ---    |
| 営業利益             | 2,423    | 7.5%   | 2,474    | 7.1%   | 50    | 2.1%       | ▲ 0.4% |
| 経常利益             | 2,615    | 8.0%   | 2,517    | 7.2%   | ▲ 97  | ▲ 3.7%     | ▲ 0.8% |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 1,703    | 5.2%   | 1,715    | 4.9%   | 12    | 0.7%       | ▲ 0.3% |

損益面につきましては、原材料価格の高騰などの影響により売上原価率は上昇したものの、増収効果に加えて、店舗や工場の人員体制の最適化などにより利益の創出に努め、営業利益は2,474百万円（前期比2.1%増）となりました。また、前期は営業外収益に受取補償金を計上したこともあり、経常利益は2,517百万円（前期比3.7%減）、親会社株主に帰属する当期純利益は1,715百万円（前期比0.7%増）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）【連結】

（単位：百万円）

|             | 2023年1月期 |        | 2024年1月期 |        | 対前期   |       |
|-------------|----------|--------|----------|--------|-------|-------|
|             | 金額       | 構成比    | 金額       | 構成比    | 増減額   | 増減率   |
| 干菓子         | 21,815   | 67.1 % | 23,825   | 68.2 % | 2,010 | 9.2 % |
| 洋生菓子        | 8,317    | 25.6 % | 8,461    | 24.2 % | 144   | 1.7 % |
| その他菓子       | 743      | 2.3 %  | 770      | 2.2 %  | 26    | 3.6 % |
| 洋菓子製造販売事業 計 | 30,875   | 95.0 % | 33,057   | 94.6 % | 2,181 | 7.1 % |

※ 商品群別の主な製品

干菓子群： バレンタイン・イベント専用商品、中元・歳暮ギフト商品・チョコレート・レトルト（日持ちのするゼリー）・クッキー 等

洋生菓子群： マドレーヌ・フィナンシェ・カスタードプリン・ゼリー・ケーキ 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、経済活動の正常化により需要が活性化したことで、バレンタイン商品をはじめとするチョコレートに加え、「アルカディア」などの焼菓子や、シーズンギフトや土産商品などにつきましても堅調に推移しました。また、バターにこだわった焼菓子ブランド「ガレット オ ブール」を2023年4月に大丸東京店へ、9月に高島屋京都店へオープンしたことの寄与もあり、売上高は順調に推移しました。

洋生菓子につきましても、卵の供給制限により一部商品の販売休止などの影響はあったものの、カスタードプリンについては商品供給量の確保に努めるとともに、卵の使用量が少ないシーズンプリンやチーズケーキ等を積極的に販売いたしました。

その結果、当事業の売上高は33,057百万円（前期比7.1%増）となりました。



# セグメント別の販売実績（喫茶・レストラン事業）【連結】

（単位：百万円）

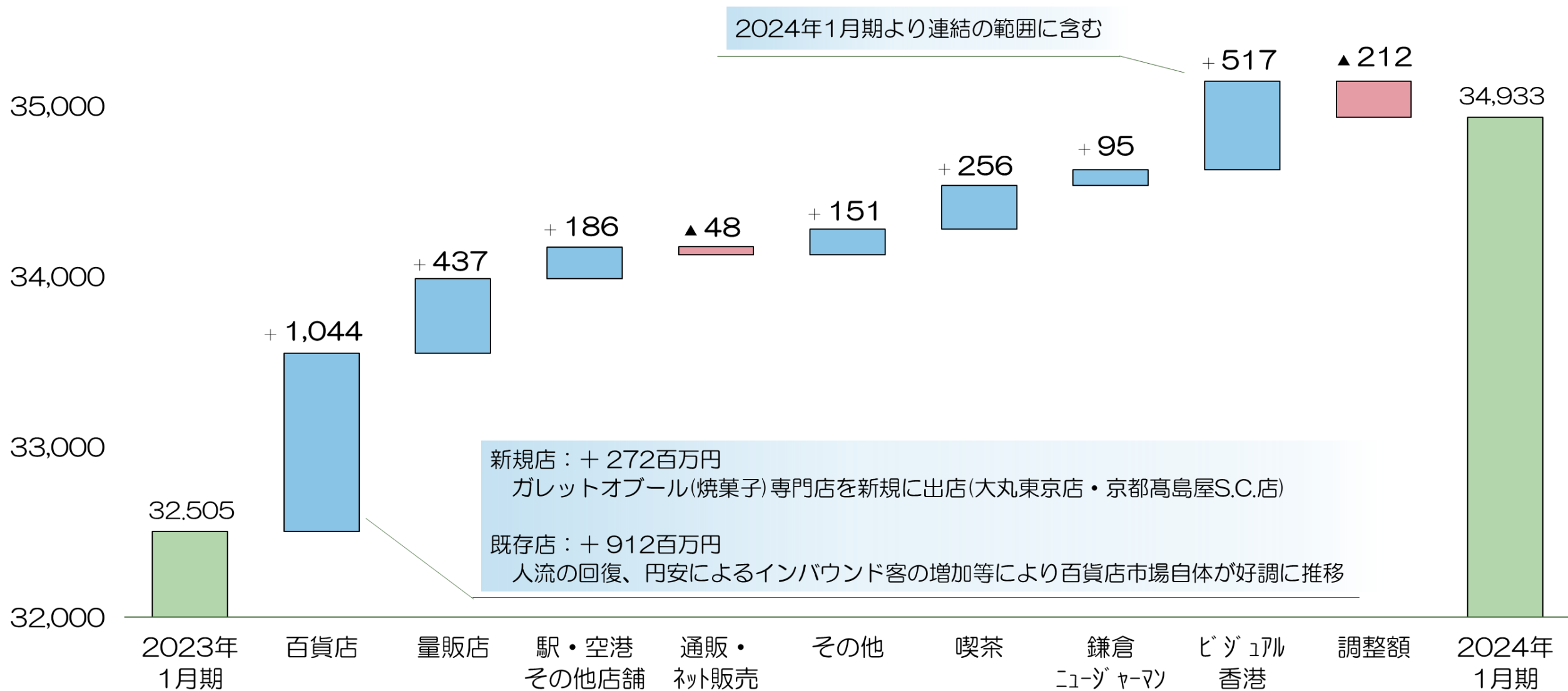
|              | 2023年1月期 |         | 2024年1月期 |         |       |        |
|--------------|----------|---------|----------|---------|-------|--------|
|              | 金額       | 構成比     | 金額       | 構成比     | 対前期   |        |
|              |          |         |          |         | 増減額   | 増減率    |
| 干菓子          | 21,815   | 67.1 %  | 23,825   | 68.2 %  | 2,010 | 9.2 %  |
| 洋生菓子         | 8,317    | 25.6 %  | 8,461    | 24.2 %  | 144   | 1.7 %  |
| その他菓子        | 743      | 2.3 %   | 770      | 2.2 %   | 26    | 3.6 %  |
| 洋菓子製造販売事業 計  | 30,875   | 95.0 %  | 33,057   | 94.6 %  | 2,181 | 7.1 %  |
| 喫茶・レストラン事業 計 | 1,629    | 5.0 %   | 1,876    | 5.4 %   | 246   | 15.1 % |
| 合計           | 32,505   | 100.0 % | 34,933   | 100.0 % | 2,428 | 7.5 %  |

喫茶・レストラン事業につきましては、人流の回復に伴う売上高の増加に加え、メニューの改変などにより売上拡大を図った結果、売上高は1,876百万円（前期比15.1%増）となりました。



# 売上高 対前年増減分析【連結】

(単位：百万円)



# 業績推移

売上高  
(単位：百万円)

■売上高

●営業利益率

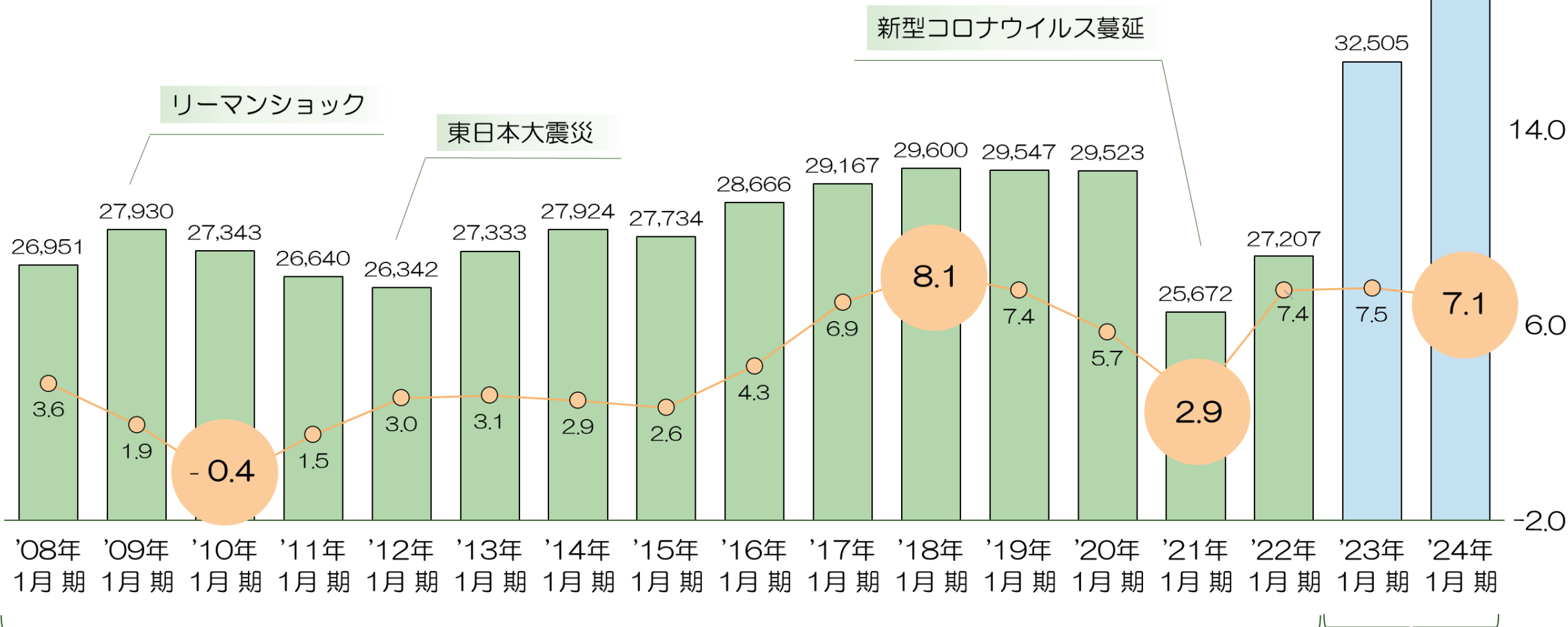
営業利益率  
(単位：%)

35,000

30,000

25,000

20,000

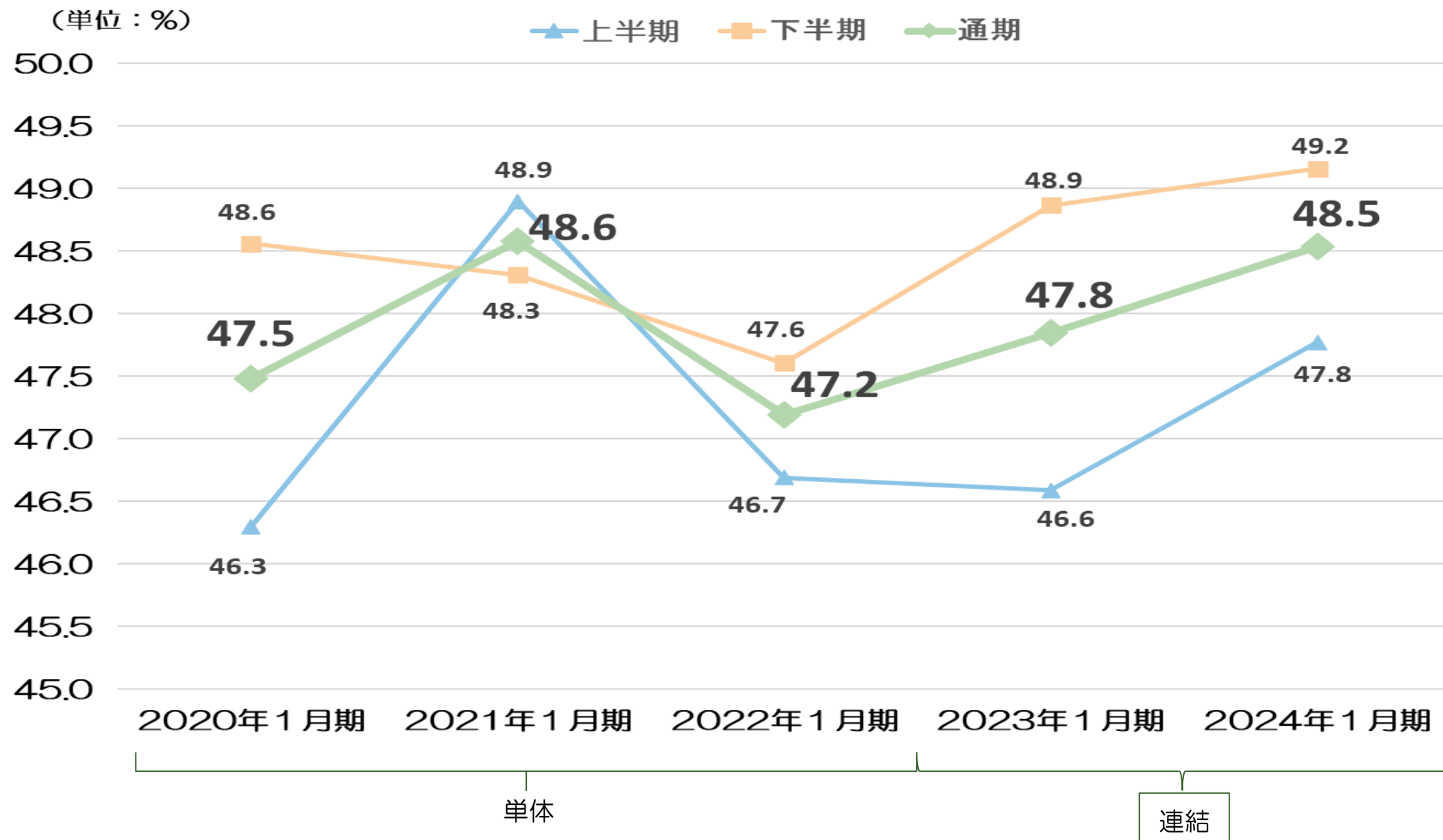


単体

連結・収益認識会計基準



# 売上原価率推移（収益認識会計基準）



# 貸借対照表サマリー【連結】

決算短信表紙ご参照

|          |              |              |       | (単位：百万円)  |              |              |       |
|----------|--------------|--------------|-------|-----------|--------------|--------------|-------|
|          | 2023年<br>1月期 | 2024年<br>1月期 | 増減額   |           | 2023年<br>1月期 | 2024年<br>1月期 | 増減額   |
| 流動資産     | 15,919       | 17,452       | 1,532 | 負債        | 8,015        | 8,199        | 184   |
| 現金及び預金   | 6,137        | 7,130        | 993   | 流動負債      | 7,350        | 7,533        | 183   |
| 売掛金      | 6,512        | 6,726        | 214   | 買掛金       | 884          | 1,048        | 164   |
| 商品及び製品   | 1,917        | 2,144        | 227   | 電子記録債務    | 1,993        | 2,185        | 192   |
| その他流動資産  | 1,352        | 1,449        | 97    | 短期借入金     | 1,670        | 1,590        | ▲ 80  |
| 固定資産     | 10,676       | 10,467       | ▲ 208 | その他流動負債   | 2,802        | 2,709        | ▲ 93  |
| 有形固定資産   | 7,795        | 7,598        | ▲ 197 | 固定負債      | 664          | 666          | 1     |
| 無形固定資産   | 139          | 191          | 51    | 純資産       | 18,580       | 19,719       | 1,139 |
| 投資その他の試算 | 2,740        | 2,677        | ▲ 63  | 株主資本      | 18,232       | 19,240       | 1,008 |
|          |              |              |       | 評価・換算差額 等 | 348          | 479          | 130   |
| 資産 合計    | 26,595       | 27,919       | 1,323 | 負債・純資産 合計 | 26,595       | 27,919       | 1,323 |

# 2025年1月期の通期業績予想【連結】

決算短信表紙 P2 「1. 経営成績等の概況 (4) 今後の見通し」ご参照

(単位：百万円)

|                     | 2024年1月期      |         | 2025年1月期       |         |                    |            |         |
|---------------------|---------------|---------|----------------|---------|--------------------|------------|---------|
|                     | 金額            | 売上比     | 金額             | 売上比     | 増減額                | 対前期<br>増減率 | 増減幅     |
| 売上高                 | 34,933        | 100.0 % | 35,370         | 100.0 % | 436                | 1.2 %      | ---     |
| 営業利益                | 2,474         | 7.1 %   | 2,120          | 6.0 %   | ▲ 354              | ▲ 14.3 %   | ▲ 1.1 % |
| 経常利益                | 2,517         | 7.2 %   | 2,170          | 6.1 %   | ▲ 347              | ▲ 13.8 %   | ▲ 1.1 % |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益    | 1,715         | 4.9 %   | 1,350          | 3.8 %   | ▲ 365              | ▲ 21.3 %   | ▲ 1.1 % |
| 一株あたりの 配当金 中間・期末・合計 | 0 円 98 円 98 円 |         | 35 円 43 円 78 円 |         | 35 円 ▲ 55 円 ▲ 20 円 |            |         |
| 配当性向                | 40.1 %        |         | 40.5 %         |         | 0.4 %              |            |         |
| EPS (一株あたり当期純利益)    | 244.64 円      |         | 192.49 円       |         | ▲ 52.15 円          |            |         |

2025年1月期につきましては、卵不足の影響が出た前連結会計年度の反動や、香港の子会社での春節の売上増加などが見込まれますが、物価上昇の影響により個人消費にも翳りが出てくることが想定されることから、通期の売上高は若干の増加程度に留まるものと想定しております。

一方で損益面では、カカオなどの原材料価格が引き続き上昇することに加えまして、物流コストの増加や人件費の上昇など、大幅なコストアップ要因が見込まれます。これに対しまして、さらなる生産性の向上に加えて、価格改定や、商品設計の見直しなどの原価低減対策を講じてはいきますが、コストアップ要因のすべてをカバーすることは困難であり、売上原価率の上昇や経費、人件費の増加を想定しております。

それらの影響も踏まえまして、売上高35,370百万円（前期比1.2%増）、営業利益2,120百万円（前期比14.3%減）、経常利益2,170百万円（前期比13.8%減）、親会社株主に帰属する当期純利益1,350百万円（前期比21.3%減）を見込んでおります。

# 2024年1月期

## 決算参考資料（トピックス）

- 新ブランド 「ガレット ネージュ」 P13
- 新焼菓子ギフト商品 「サブレ オ ショコラ」 P15
- ブランド(1) 「ガレット オ ブール」 P16
- (2) 「カスタ」 P18
- バレンタインブランド 「キツネとレモン」 P20
- 子会社(1) 鎌倉ニュージャーマン P22
- (2) VISUAL HONG KONG LIMITED P23

# ■ 新ブランド 「ガレット ネージュ」

北海道の素材を使い  
丁寧に作り上げたガレット専門店

「ネージュ」はフランス語で「雪」。

ブランドのシンボルである“ゆき”うさぎを表しています。

北海道にのみ生息する「エゾユキウサギ」は、逃げ足が速く  
なかなかお目にかかれません。

会えると嬉しいゆきうさぎのように

「出会うと感動する、そんなお菓子を作りたい」

という想いを込めたスイーツをお届けいたします。





## ガレット ネージュ POP UPスタート



大丸札幌店



期 間 : 10月4日 (水) ~10月10日 (火)

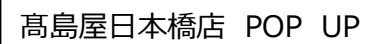
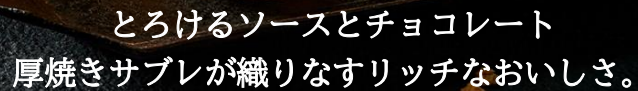
2024年 大丸札幌店、大丸東京店にて情報発信POPUP





サブレ オ ショコラ

元売り場、お歳暮ギフトの活性化へ。





# ブランド(1) 「ガレット オ ブール」

## GALETTE au BEURRE



イズニーバターの美味しさを最大限に引き出した“ガレット”専門店



イズニーサントメール酪農協同組合の発酵バター



焼き菓子ガレット

※ガレット：平たくて丸い菓子の総称



# ガレットオブール 全国5店舗で展開

高島屋大阪店 【2021.3】



京都高島屋S.C.店 【2023.9】



大丸東京店 【2023.4】



博多阪急店 【2021.4】



三越銀座店 【2020.8】





## ブランド(2) 「カスタ」



カスタードスイーツ専門店  
C U S T A



阪神百貨店梅田本店



# CUSTA（カスタ）POPUP催事

ジェイアール  
名古屋  
タカシマヤ店



三越銀座店



【売り手市場の確立】 都心百貨店の常設店舗拡大によるブランド価値向上

# バレンタインブランド 「キツネとレモン」

キツネとレモン

*Kitsune to Lemon* 2024



キツネは、新しい旅に出ました。  
どんな出逢いが待っているのでしょうか。  
キツネの帰りを、ゆっくりと、お楽しみに。

——— 新しい物語のはじまり ———



# キツネとレモン

2024年バレンタイン 全国9店舗で展開



ジェイアール名古屋タカシマヤ



## 子会社(1) 鎌倉ニュージャーマン



鎌倉本店



キュービックプラザ新横浜【2023.12】

|          |                 |
|----------|-----------------|
| 2020年4月  | 事業を譲り受け子会社化     |
| 2020年11月 | ブランド&鎌倉本店リニューアル |
| 2022年2月  | 連結の範囲に含める       |



## 子会社(2) VISUAL HONG KONG LIMITED



香港そごうモロゾフ店舗

2016年10月 子会社化  
2023年2月 連結の範囲に含める



香港そごう「和菓子の里」

モロゾフ以外のブランド展開  
(神戸風月堂、中央軒煎餅、神戸文明堂)