

対処すべき課題

米菓業界におきましては、個人消費の回復の遅れにともなう米菓市場の伸び悩みや寡占化が進む中、上位企業間でのブランドシェア争いが激化することによる販売コストの増加が懸念されます。また、原材料価格や物流コストの上昇、消費者の安全・安心に対する意識の高まりなど、取り巻く経営環境はより厳しい状況となることが予想されます。

当社ではこうした経営環境の中、2017年に創業70周年を迎えるにあたり、新たに中期経営計画「岩塚Stage-Up70」を策定しました。「新たな成長への挑戦」の基本方針のもと、ブランド集中による構造改革を柱に、生産性の向上や品質保証のための設備投資、企業認知拡大のための広告宣伝、フルチャネルに対応するための人的資源の再配置により、次に掲げる経営課題に取り組み、将来の持続的成長の実現に向けた基盤づくりを進めてまいります。

《岩塚Stage-Up70》

- ①生産体制のStage-Up
- ②岩塚ブランドのStage-Up
- ③岩塚ロジスティックスのStage-Up
- ④新商品開発のStage-Up
- ⑤コーポレート・ガバナンス体制のStage-Up
- ⑥海外事業のStage-Up
- ⑦人材育成のStage-Up

以上の中期経営計画のもと当社グループは経営課題を着実に実行し、第64期（2017年3月期）の経営計画の達成を目指してまいります。

会社の概要 (2016年3月31日現在)

社名	岩塚製菓株式会社 IWATSUKA CONFECTIONERY CO.,LTD.
本社所在地	新潟県長岡市浦9750番地
設立	1954年4月27日
資本金	16億3,475万円
従業員数	(連結)859名 (単体)796名
主な事業所	本社、R & D・Mセンター (工場) 沢下条(第一・第二・第三・第四)工場、 飯塚工場、中沢工場、長岡工場、千歳工場 (支店) 広域(第一・第二・第三)支店、北海道支店、 東北支店、信越支店、東京東支店、東京西支店、 中部支店、関西支店、中国九州支店
ホームページ	http://www.iwatsukaseika.co.jp/

株主メモ

事業年度	4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	6月(基準日 3月31日)
期末配当金支払株主確定日	3月31日
中間配当金支払株主確定日	9月30日(中間配当をおこなう場合)
単元株式数	100株
株主名簿管理人	東京都中央区八重洲一丁目2番1号 みずほ信託銀行株式会社
お取扱窓口	お取引の証券会社等。特別口座管理の場合は、 特別口座管理機関のお取扱店。
特別口座管理機構お取扱店	みずほ証券およびみずほ信託銀行 フリーダイヤル 0120-288-324 (土・日・祝日を除く9:00~17:00)
未払配当金のお支払	みずほ信託銀行 および みずほ銀行 (みずほ証券では取次のみとなります)

株主優待制度

当社株式を100株以上お持ちの株主様に当社製品を、9月30日現在の株主様には11月に、3月31日現在の株主様には6月に贈呈いたします。

100株以上の株主様	500株以上の株主様	1,000株以上の株主様
1,000円相当	2,000円相当	5,000円相当
* 2,000株以上お持ちの9月30日現在の株主様 には翌年3月、3月31日現在の株主様には9月 にも贈呈いたします。		* 2,000株以上の株主様 5,000円相当

なお、基準日以降に住所変更のお手続きをされた方は、ご優待品が届かない場合がございますので、予め当社までご連絡ください。
岩塚製菓株式会社 総務部総務課 〒949-5492 新潟県長岡市浦9750番地
Tel: 0258-92-4111 Fax: 0258-92-6060

株主通信 第63期

2015年4月1日~2016年3月31日



岩塚のおいしさは
お米のおいしさ。
全商品国産米 100%



株主の皆様へ



代表取締役社長
榎 春夫

平素は岩塚製菓グループへの格別のご支援、お引立てを賜り厚く御礼を申し上げます。

当社グループは、中期経営計画「岩塚Re-Bornプラン」の最終年度となる当連結会計年度において、持続可能な成長に向けた「盤石なる経営基礎を確立」を全社方針として、確固たる利益体質の構築に努めてまいりました。

具体的には、国産米100%使用をさらに明確に打ち出しながら、主力商品のシェア拡大とブランド力の強化を図り、商品の「安全・安心」を確保する目的で、品質保証体制の整備および生産性向上設備に積極的に投資を行ってまいりました。

これからも、創業以来受け継がれてまいりました「品質第一主義」の精神を貫くとともに、お客様のニーズにお応えし続け、お米の味と香りを大切にしたい米菓をお届けしてまいります。

株主の皆様におかれましては、より一層のご指導、ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

2016年6月

事業の概要

当社グループは、「品質第一主義」を掲げ、主力商品の拡販に注力してまいりました。

営業部門におきましては、主力商品の販売に集中し、ブランドシェア3%を目標に、「黒豆せんべい」「田舎のおかき」「味しらべ」の育成に注力してまいりました。また、夏場のおつまみ需要を捉えた「大人のおつまみ」シリーズの展開、北海道十勝産の大袖振大豆を使用した「大袖振豆もち」の育成、さらに岩塚ブランドの強化を目的に、国産米100%使用の認知拡大に取り組んでまいりました。

製造部門におきましては、食品メーカーとして最重要課題である食の「安全・安心」を確保するため、品質保証体制の整備に重点を置いた取り組みを実施いたしました。また、前年度実施したもち米の仕込み工程の設備増強に引き続き、主力商品である「田舎のおかき」生産ラインにおける包装工程の自動化設備の導入を実施いたしました。

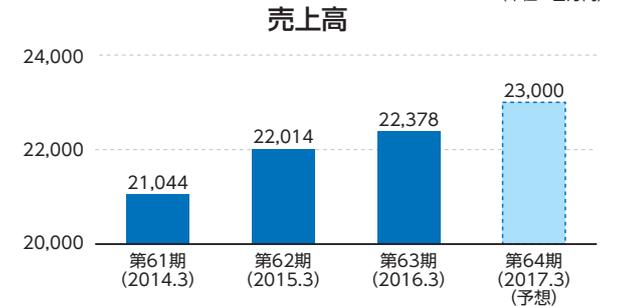
このほか、IPS活動を推進し、作業改善とムダの排除およびロスの低減に取り組む生産性の向上を図り、収益改善に努めてまいりました。

CSRの活動としては、廃棄物の削減や包装資材の簡素化による環境負荷低減、原料米を国産100%とすることでのフードマイレージ低減等に取り組んでまいりました。また、東日本大震災で被災した福島県南相馬市の小学生（当時）とのコラボ商品「バタしょっと」の期間限定販売を通じて義援金などの支援を継続的に行ってまいりました。

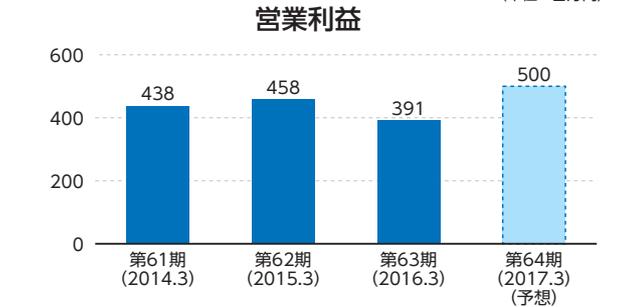
以上の結果、連結会計年度における連結売上高は223億78百万円、営業利益は3億91百万円、経常利益は16億84百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は2億94百万円となりました。

業績ハイライト（連結）

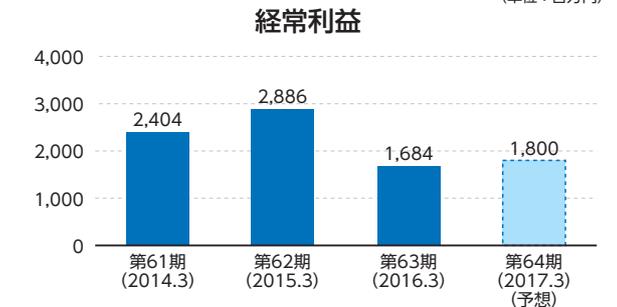
（単位：百万円）



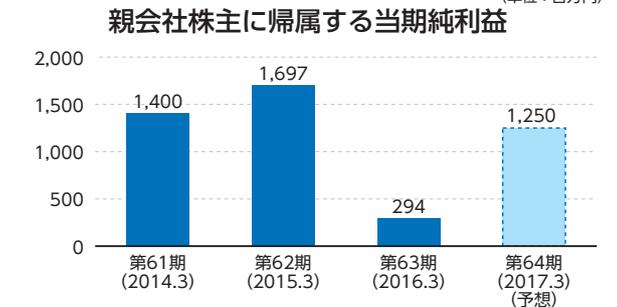
（単位：百万円）



（単位：百万円）

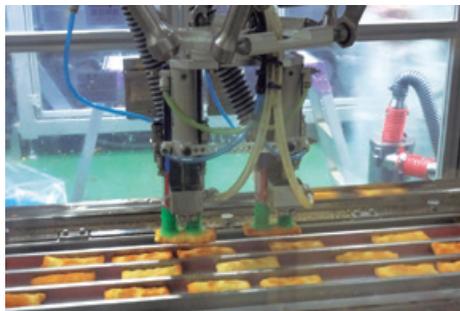


（単位：百万円）



生産体制を増強 「田舎のおかき」の包装工程を自動化

前年度に実施したもち米の仕込み工程の増強に引き続き、主力商品「田舎のおかき」生産ラインにおける包装工程の自動化設備を導入いたしました。「田舎のおかき」シリーズの需要に対応した、シェアNo.1を目指す生産設備が整いました。



「田舎のおかき」の包装工程自動化設備



昨年発売した「田舎のおかき 青のり味」は、田舎のおかきシリーズの新たな柱になる商品です。

田舎のおかき

4年連続No.1
【おかきカテゴリーブランド別No.1】※



※インテージSRI煎餅・あられ(おかき)カテゴリー
2012年1月～2015年12月販売金額

ブランドを育てる取り組み



「大袖振豆もち」の発売20周年を記念した「北海道十勝の『うまいもの』プレゼントキャンペーン」を実施中です。製品に使用している大袖振大豆の生産地北海道十勝産の『うまいもの』プレゼントキャンペーン等で「大袖振豆もち」をアピール。ブランド化をねらいます。



十勝・音更町の大袖振大豆のキャラクター「おおそでくん」も協力して販売店舗で「大袖振豆もち」をアピールしております。注目される売り場演出ができ、来店のお客様にも好評を頂いております。

岩塚の黒豆せんべい

4年連続No.1
【かた焼カテゴリー商品別No.1】※



※インテージSRI煎餅・あられ(おかき)カテゴリー
2012年1月～2015年12月 金額アイテムラインキング

国産米100%の生地へのこだわり



商品前面に表記しております。

美味しさを追い求めてたどりついた「国産米100%」でつくる生地。お米本来が持っている味と香りをいかす米菓づくりにこだわり、国産米100%使用を明確に打ち出し、認知拡大に取り組みブランドの強化を図ってまいります。

また、安定した原料調達、品質の向上を実現するために契約栽培米にも取り組み、2015年3月に地域の農家とともに「ゆきみのり研究会」を設立しました。生産されるお米の、品質の向上と生産量の拡大を図り、地域との連携による「地方創生」にも貢献してまいります。



JA越後さんとう ゆきみのり研究会

夏場のおつまみ需要を捉えた商品展開

夏のおつまみ需要を取り込むために期間限定商品を中心に、企画展開を実施します。

①人気グルメ漫画「ワカコ酒」とのコラボ

昨年、好評をいただいた人気グルメ漫画「ワカコ酒」とコラボしたおつまみ米菓。今年も家飲み需要の拡大を目的として、若いお酒好き女性に人気の漫画「ワカコ酒」とのコラボ商品を中心に企画展開いたします。



「ワカコ酒」
100万部突破の人気
コミックとコラボ



②夏季限定商品で需要を喚起

夏場に需要が高まるビールや清涼飲料などに、ピッタリな味付けをした限定商品を販売します。

「大人のおつまみ えびとうがらし」
八幡屋磯五郎の七味唐辛子を使い
ピリッと辛い夏季限定商品。



「田舎のおかき わさび」
安曇野産わさびを使いピリッと
辛い夏季限定商品。

ベルマーク運動の応援

ベルマーク番号16
岩塚製菓
国産米100%の
おせんべい
見本
1.8点



「すべての子どもに等しく、豊かな環境のなかで教育を受けさせたい」。ベルマーク運動は、そんな願いをこめて1960年に始まりました。味しらべ、ふわっぺえび味、ふわっぺえび、枝豆、おじゃこ味の商品でベルマーク運動を応援しています。

地域と連携した貢献活動

地域の様々な行事を通して地域社会に貢献できる活動を継続的に行ってまいります。



地域のクリーン作戦



スノーフェスティバル



美化運動 花いっぱいフェア



市民駅伝大会

東日本大震災の支援で 南相馬の子供たちと作った商品

『バタしょっと』は2012年に福島県南相馬市の小学6年生の児童と商品開発授業を行った中で、生まれた商品です。2013年2月の発売以来、毎年、期間限定で販売するなど、継続した被災地支援を行っています。

被災地の子供たちの元氣な今の姿をパッケージに載せて、お届けいたしました。



期間限定で販売した子供たちと開発した『バタしょっと』



開発時の子供たち→現在の子供たち



南相馬市 桜井市長(左)

前年度は、『バタしょっと』と『ふわっぺえび味』の販売実績から一部を義援金として「みらい夢義援金」へお届けし、子供たちの夢の実現を支援させていただきました。

詳しい活動についてはホームページをご覧ください。
<http://www.iwatsukaseika.co.jp/>