

新潟県上場企業IRフォーラム 2026



お米となかよし

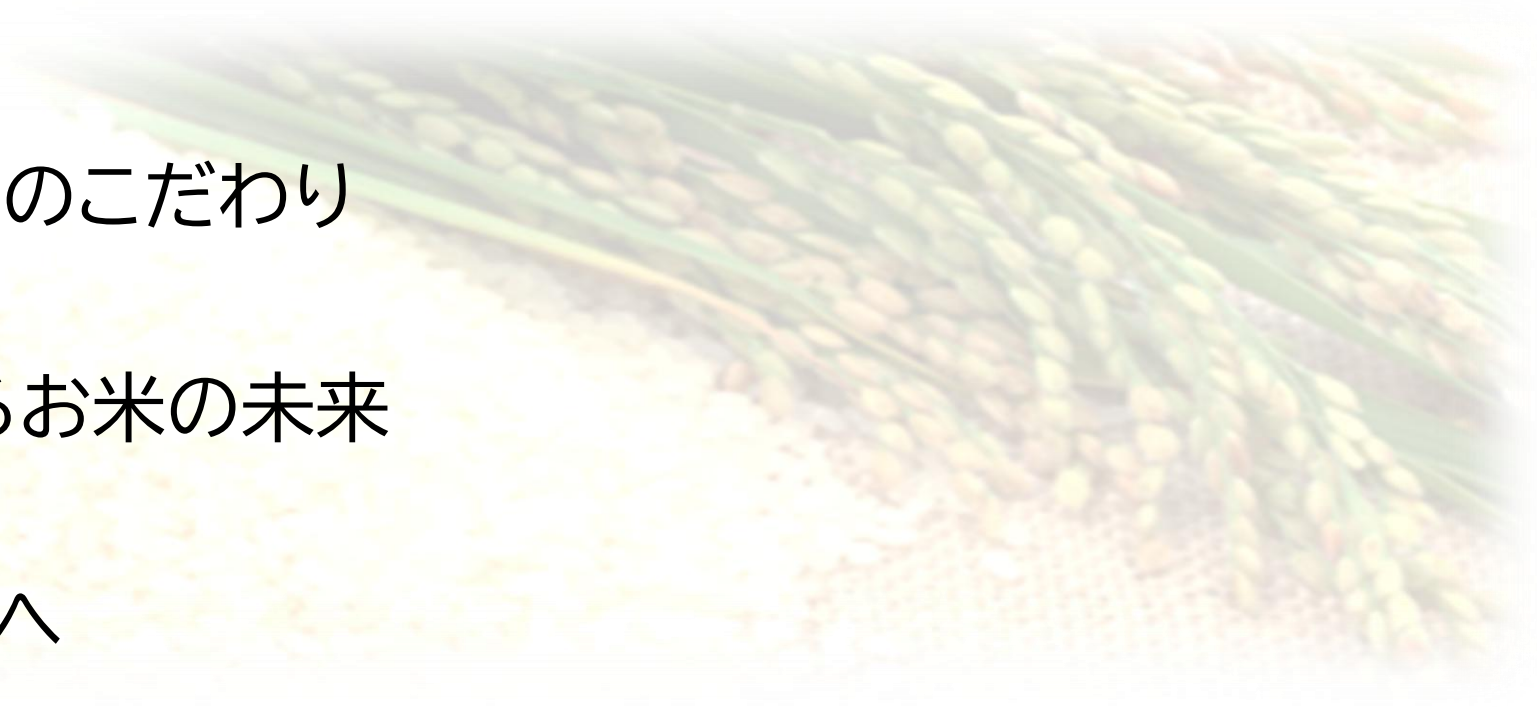
岩塚製菓株式会社



証券コード：2221

本日お伝えしたいこと

- ✓ 日本のお米100%へのこだわり
- ✓ 地域・生産者と支えるお米の未来
- ✓ お米の価値を国内外へ



1. 岩塚製菓 会社概要
2. 2027年3月期第一四半期業績 および 展望
3. 岩塚製菓グループの考え方 および 取組み

会社概要 - 1 -

商 号	 お米となかよし 岩塚製菓株式会社
所 在 地	新潟県長岡市飯塚2958番地
創 業	1947年(昭和22年) 7月
代 表 者	代表取締役会長 榎 春夫 代表取締役社長 榎 大介
資 本 金	16億3,475万円
事 業 内 容	米菓の製造並びに販売
売 上 高	288億48百万円(2026年3月期) (※)
経 常 利 益	28億80百万円(2026年3月期) (※)
従 業 員	844名(2026年3月末時点) (※)
主 要 拠 点	【生産拠点】 5工場 【営業支店】 11支店 【直営店舗】 4店舗



飯塚工場



沢下条工場・BEIKA Lab



長岡工場



北海道工場



(※) 連結

ウタリちとせ(24年5月オープン)



お米となかよしパーク(25年8月オープン)

会社概要 - 2 -

お米を軸に贈答・通販・地域とのつながり、米菓以外の菓子事業まで

子会社・関連会社 一覧



贈答用米菓専門店

—— おせんべい・おかきの通信販売 ——
新潟味のれん本舗



通信販売/法人向け

「つくる人」「たべる人」をつなぎます。
里山元気ファーム



農産物・農産加工品
販売

田辺菓子舗



「たなべのかりんとう」
製造販売



旺旺グループ商品
輸入販売

旺旺集團（グループ）との歩み

- ・ 1962年に創業し、1983年に当社との技術提携を契約
- ・ 以来40年以上にわたり、お互いを信頼し支え合うパートナーとして関係構築
- ・ 現在では食品事業のほか、多岐にわたる事業を展開し、年商は5,600億円規模(2026/3月期)



□ 旺旺集團との縁

岩塚製菓との出会いをなくして、今の旺旺集團の発展はないと言っても過言ではありません。

蔡氏が当時日本で売られていた岩塚製菓の「サンフレンド」にほれ込み、岩塚製菓の創業者で社長だった榎計作氏に技術協力を仰いだのが、旺旺と岩塚の出会いのきっかけでした。

岩塚製菓の出資と技術供与を受けた旺旺は、米菓を台湾と中国で販売し急成長。

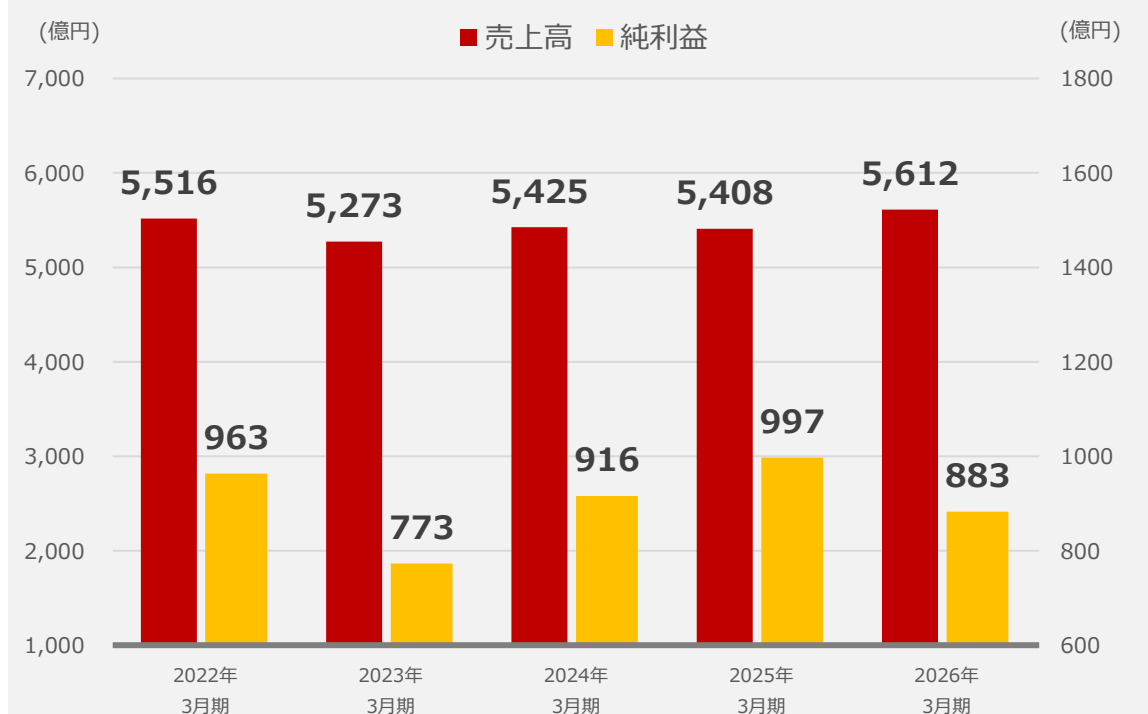
苦境を救われた蔡氏は榎氏を「旺旺の父」と呼び、さまざまな機会をとらえては感謝の念を表し、「恩」を決して忘れません。



両社をつないだ
サンフレンド(当時)

※ 旺旺・ジャパン株式会社HPより抜粋

□ 旺旺集團 直近売上・純利益推移



※ 1元 = 23円にて試算

2027年3月期第1四半期 連結損益計算書

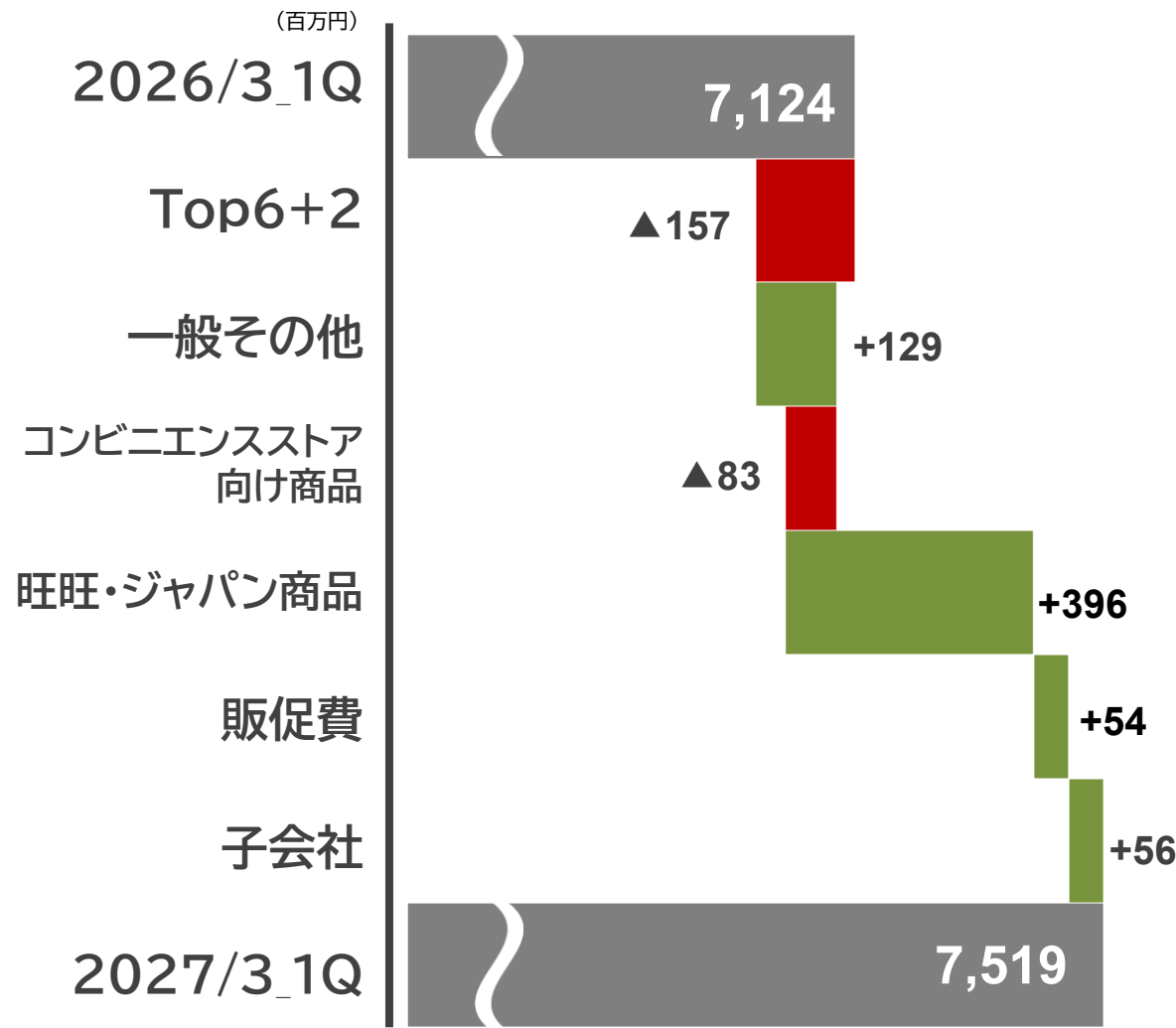
- ・ 売上高は、米菓事業が価格改定のなか前年並みを維持、旺旺・ジャパン商品・子会社の伸長により増収。
- ・ 営業利益は、原料米価格の著しい上昇による製造原価の増加を吸収しきれず、営業損失を計上。
- ・ 損益悪化の主因は原料米価格の上昇。価格改定と生産性向上を図り通期での改善を目指す。

(単位:百万円)

	2026/3_1Q 実績	2027/3_1Q		対前年比	
		実績	売上比	増減額	増減率
売上高	7,124	7,519	-	+395	+5.6%
売上総利益	1,854	1,690	22.5%	▲164	▲8.8%
販管費	1,560	1,731	23.0%	+171	+11.0%
営業利益	293	▲40	-	▲333	-
経常利益	369	11	0.15%	▲358	▲97.0%
当期純利益	269	9	0.12%	▲260	▲96.3%
1株当たり当期純利益(EPS)	26.00円	0.97円	-	-	-
自己資本利益率(ROE)	0.38%	0.02%	-	-	-

2027年3月期第1四半期 売上増減要因

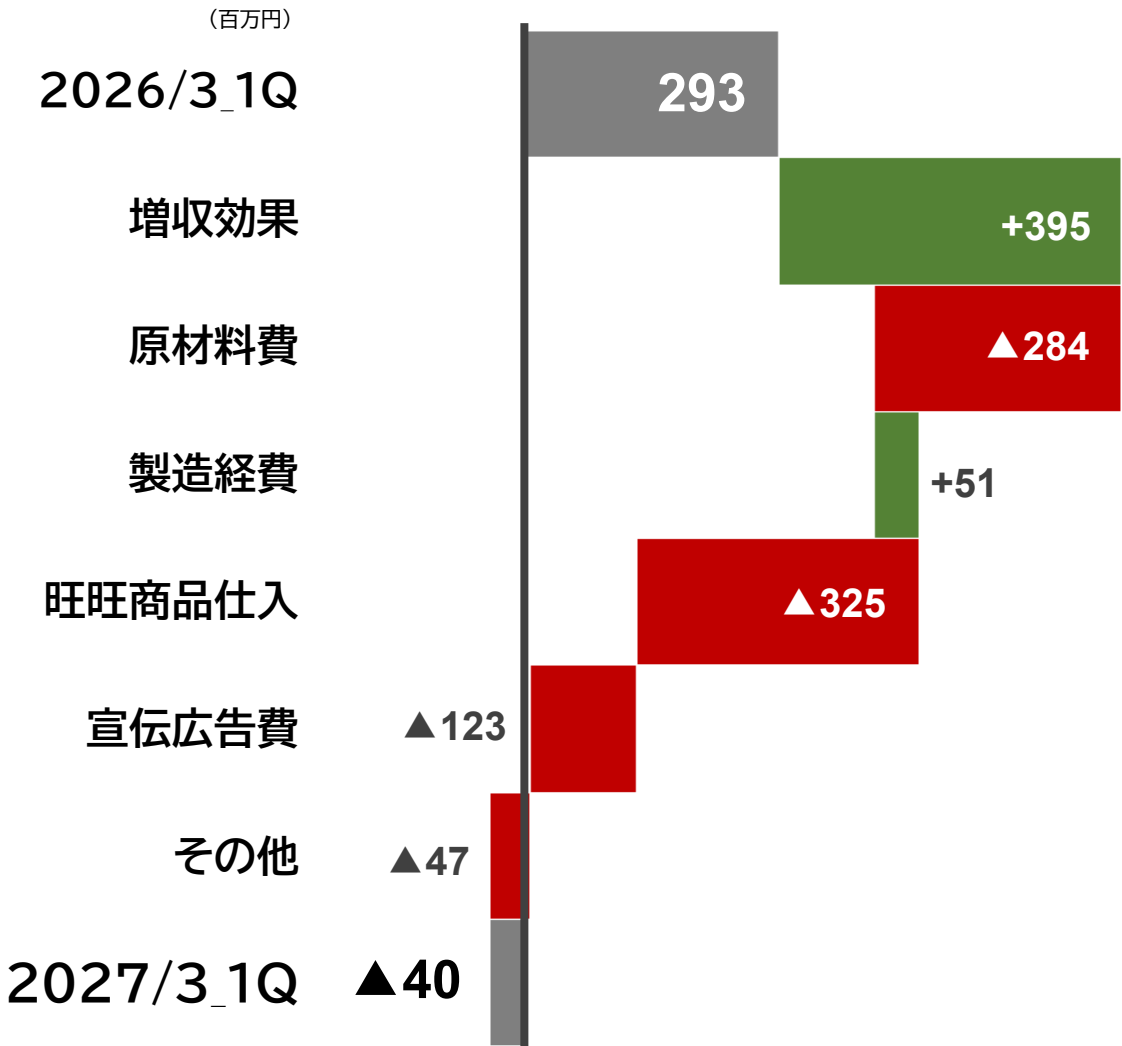
価格改定による数量減も採算改善に寄与、旺旺・ジャパン商品の伸長で増収



主な増減要因	
前年 96.9%	味しらは伸長も、田舎は価格改定率の高さから数量減
前年 109.4%	好調な「黒豆割りせん」ブランドで品揃えを拡充
前年 85.0%	PB強化を図るも、主要取引先の販売動向の影響
前年 155.6%	グミはスポット反動で前年割れも、焼菓子・錠菓が伸長
価格改定の浸透により販促費が減少	
「お米となかよしパーク」が寄与、各社総じて伸長	
3億95百万円の増収	

2027年3月期第1四半期 営業利益増減要因

原料米価格の上昇が製造原価に大きく影響し、営業損失を計上



主 な 増 減 要 因	
-	
-	原料米単価の著しい上昇による影響
	生産性向上に加え経費削減にも着手
-	
	CM放映による需要促進(4月 味しらべ・6月 田舎)
	労務費・減価償却費の増加/発送配達費の減少等
	3億33百万円の減益

業績予想

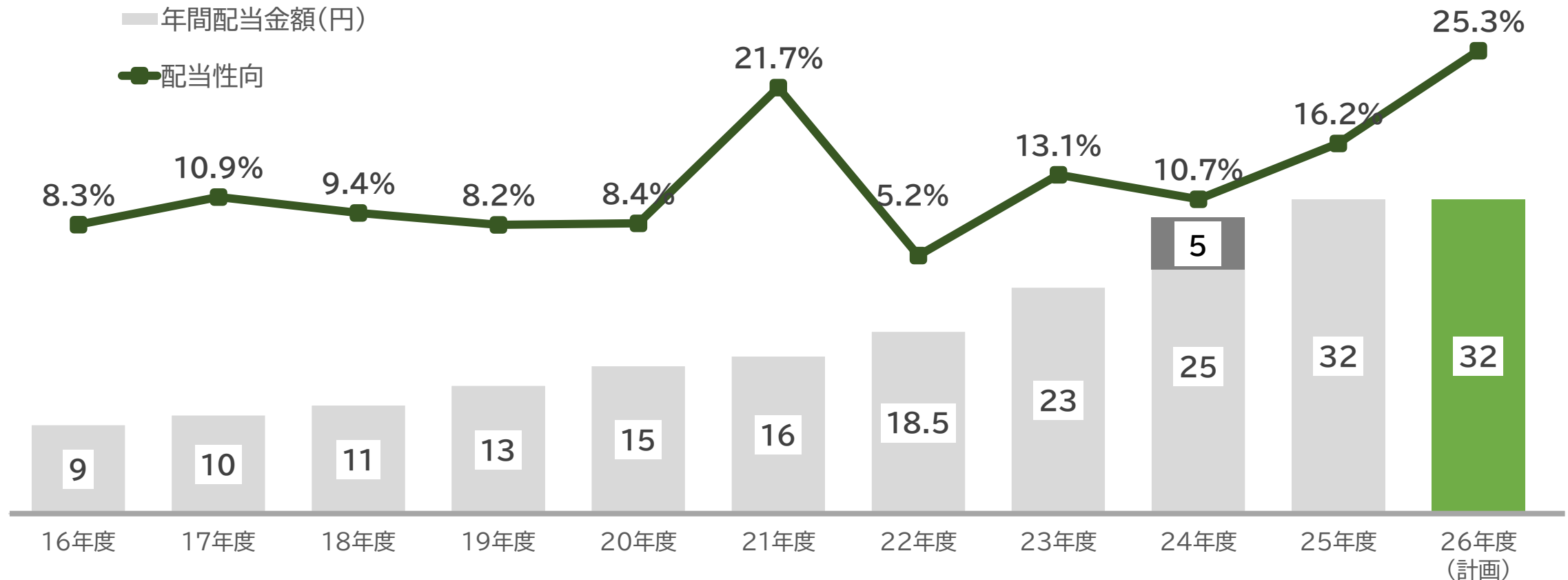
- ・売上高は、「日本のお米100%使用」へのこだわりを掲げ、主力商品のシェア確保に努め、増収を目指す。
- ・営業利益は、過年度に購入した高値原料の投入による製造原価の大幅な増加に対し、価格改定や生産性向上など収益性の改善を図るものの原価上昇分を吸収しきれず減益となる見通し。
- ・経常利益および当期純利益は、本業収益の低下が影響し、減益となる見通し。

(単位:百万円)

	2026年3月期 実績		2027年3月期 予想		
	通期	売上比	通期	売上比	前期比
売上高	28,848	-	30,600	-	6.1%
営業利益	867	3.0%	300	1.0%	▲65.4%
経常利益	2,880	10.0%	1,900	6.2%	▲34.0%
当期純利益	2,032	7.0%	1,300	4.2%	▲36.0%
1株当たり 当期純利益(EPS)	197.62円		126.72円		

株主還元 配当について

- ・株主の皆様への利益還元と持続的な企業成長の実現を目指し、安定的かつ継続的な配当を実施
- ・2026年度 32.0円（普通配当）を計画



※ 2024年度は特別配当(5円)を実施

※ 2024年4月1日で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施しており、上記数値はこの株式分割を反映しています

株主還元 株主優待制度について

日頃のご支援、ご愛顧に感謝し、株主さまへご優待品をお届け

保有株式数	優待内容	贈呈回数	基準日
100株以上	1,000円 相当	年 1 回	毎年3月31日
200株以上	1,000円 相当	年 2 回	毎年3月31日/9月30日
400株以上	2,000円 相当		
1,000株以上	3,000円 相当		
2,000株以上	5,000円 相当		



※ 商品画像はイメージです

- ・ 100株以上の株式をご所有の株主さまを対象に、当社グループ製品詰合せを6月末ごろにお届け/200株以上は6,11月末ごろの2回
- ・ 3月31日現在の株主名簿に同一の株主番号で連続3回以上記録された200株以上保有の株主には、年1回(6月贈呈分)1,000円相当を加算

創業の心/米・技・心 ～ものづくりへの想い～



創業の心

岩塚に産業を興して、
出稼ぎに行かなくても暮らしていける地域にしたい。

地域社会と共に生きる。
越路で生きつづける事業を創る。

米・技・心

農産物の加工品は、
原料より良いものはできない。

だから、良い原料を
使用しなくてはならない。

ただし、良い原料から
まずい加工品もできる。

だから、加工技術はしっかり
身につけなければならない。

いくら加工技術を身につけても、
悪い原料から良いものはできない。

創業者(談)

日本のお米100%へのこだわり

□ 「お米のおいしさ」の追求と、持続可能な未来の実現に向けて、

日本のお米100%使用

✓ お米本来の香り・風味が感じられる米菓を目指して

□ 美味しさのためのこだわり

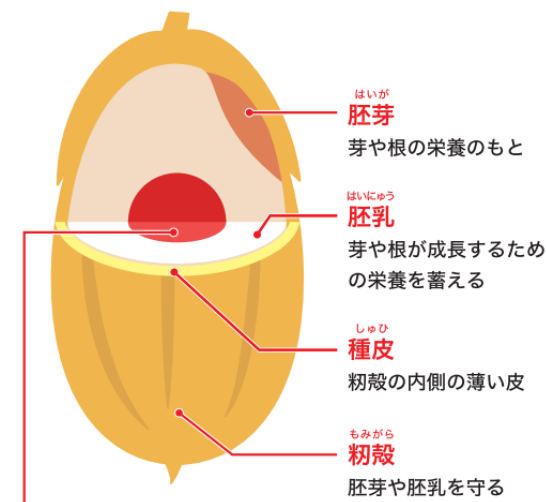
- ① 飯米の使用 丸粒のお米(飯米)を使うことで良質なでん粉を使用
- ② 自社製粉 精米したての米を製粉し、お米本来の風味を保つ
- ③ 製粉したらすぐ加工 劣化を避けるため作り置きすることなくすぐに加工

◆ 当社は「日本のお米100%」を自社製粉後、加工しています。

✓ 事業を通じ社会課題の解決に貢献

- ・地元を始め国内の圃場保全に寄与
- ・輸送に係るCO₂の排出量削減

お米の構造



中心部が一番美味しい



日本固有の伝統的な食文化である米菓、
原材料・製法にこだわり、社員が真心を込めて造った
最高品質の米菓を世界中のお客様にお届けする。

原材料へのこだわり

製法へのこだわり



地元と連携した原料米調達

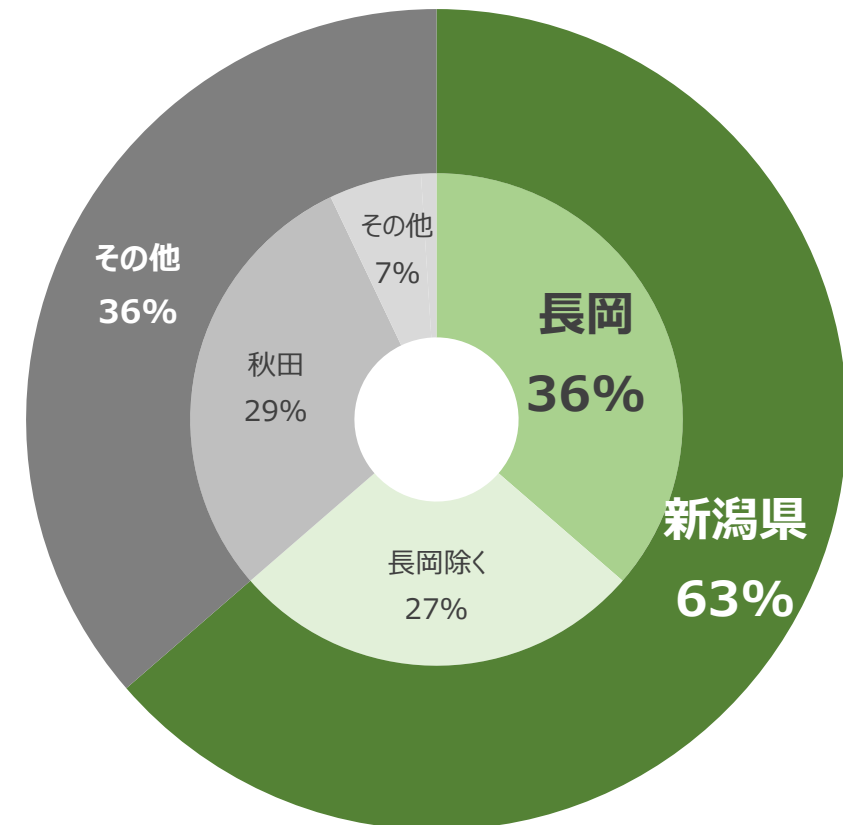
□ 契約栽培による国産原料米の安定確保

- ✓ 地元生産者と連携し、原料米の安定確保や地域農業の活性化を図る

□ 取組みの歩み

- 2012 ○ 豊作にもかかわらず米の価格が高騰するなど、原料米を巡る環境が不安定に
- 2015 ○ 原料米の品質担保および生産者の生活の安定を図るべく、「ゆきみのり研究会」を発足
-
- 研究会の様子
-
- 勉強会(圃場視察)
- 2019 ○ 品質面で安定しないという課題を解決するために県・農業組合・当社が協力し、新品種「ゆきみらい」の研究を開始
- 2021 ○ 「ゆきみらい」の安定供給に成功

□ 当社 もち米 産地別使用量(2024年)



原料米を巡る取組み - 1 -

□ 国産米100%使用は当社のアイデンティティ

- ✓ 「お米となかよし」企業として、地域・生産者への支援・協力を通じて農業支援に貢献する

□ 長岡市への支援



IoTセンサー



長距離無線アンテナ

長岡市の稲作振興を応援するため、農業DX資材を寄付

原料米を巡る取組み - 2 -

□ 国産米100%使用は当社のアイデンティティ

✓ 「お米となかよし」企業として、地域・生産者への支援・協力を通じて農業支援に貢献する

□ 新潟県農業大学校との連携



環境に配慮した農法で収量確保を目指す 収穫米は米菓の原料に

原料米を巡る取組み - 3 -

□ 国産米100%使用は当社のアイデンティティ

✓ 「お米となかよし」企業として、地域・生産者への支援・協力を通じて農業支援に貢献する

□ 自然栽培米の活動継続



農薬や化学肥料を使用しない米づくり 2017年から継続して実施

「N.CYCLEプロジェクト」への参画

□ 産学官連携強化による循環型農業の推進

- ✓ 「お米」を軸とした新たな価値創出と持続可能な農業の実現を目指す



□ N.CYCLE_概念図



□ 地域資源循環米(※)の販売



当社の価値を伝える取組み

□ 「お米となかよし」をキーワードに継続的な企業理解の促進を図る

- ✓ 継続的なTVCMの実施による、当社ブランドとの接点拡大に努める

□ 「田舎のおかき」_キービジュアル



□ 「味しらべ」_キービジュアル



「お米となかよしパーク」地域とともに

□ 地域とともに価値を創造する拠点へ

✓ 「お米」を通じて地域・生産者・お客様をつなぐ

□ お米の魅力を届ける



- ・全グループの商品を販売
- ・地元農産物・農産加工品
- ・焼きたておせんべい

□ 地域資源を活かす



- ・規格外イチゴのアイスキャンデー
- ・地元企業との連携

□ 地域とのつながりを育む



- ・餅つきイベント開催(初売り)
- ・その他各種イベントの開催

中期経営計画で目指す姿

□ 日本のお米を「守る」・「使う」・「広める」ことでお米の未来に貢献する



① 守る 持続可能な原料調達へ

② 使う おいしさと商品価値を高める

③ 広める 国内外へ新たな価値を届ける

国産米を「守る」

□ 10年後、20年後も国産米100%を続けるために

地域とともに守る

地元と連携した原料米調達

□ 契約栽培による国産原料米の安定確保

- ✓ 地元生産者と連携し、稲作圃場の推進や地域農業の活性化を図る

□ 取組みの歩み

- 2012 豊作にもかかわらず米の価格が高騰するなど、原料米を巡る環境が不安定に
- 2015 原料米の品質担保および生産者の生活の安定を図るべく、「ゆきみらい研究会」を発足
- 2019 品質面で安定しないという課題を解決するために県・農業者組合・当社が協力し、新品種「ゆきみらい」の研究を開始
- 2021 「ゆきみらい」の安定供給に成功



原料米を巡る取組み - 1 -

□ 国産米100%使用は当社のアイデンティティ

- ✓ 「お米となかよし」企業として、地域・生産者への支援・協力を通じて農業支援に貢献する

□ 長岡市への支援



長岡市の稲作振興を応援するため、農業DX資材を寄付

次世代へつなぐ

原料米を巡る取組み - 2 -

□ 国産米100%使用は当社のアイデンティティ

- ✓ 「お米となかよし」企業として、地域・生産者への支援・協力を通じて農業支援に貢献する

□ 新潟県農業大学校との連携



環境に配慮した農法で収量増を目指す 収穫米は米業の原料に

原料米を巡る取組み - 3 -

□ 国産米100%使用は当社のアイデンティティ

- ✓ 「お米となかよし」企業として、地域・生産者への支援・協力を通じて農業支援に貢献する

□ 自然栽培米の活動継続



農業や化学肥料を使用しない米づくり 2017年から継続して実施

地域資源を循環させる

「N.CYCLEプロジェクト」への参画

□ 産学官連携強化による循環型農業の推進

- ✓ 「お米」を軸とした新たな価値創出と持続可能な農業の実現を目指す

□ N.CYCLE概念図



□ 地域資源循環米(®)の販売



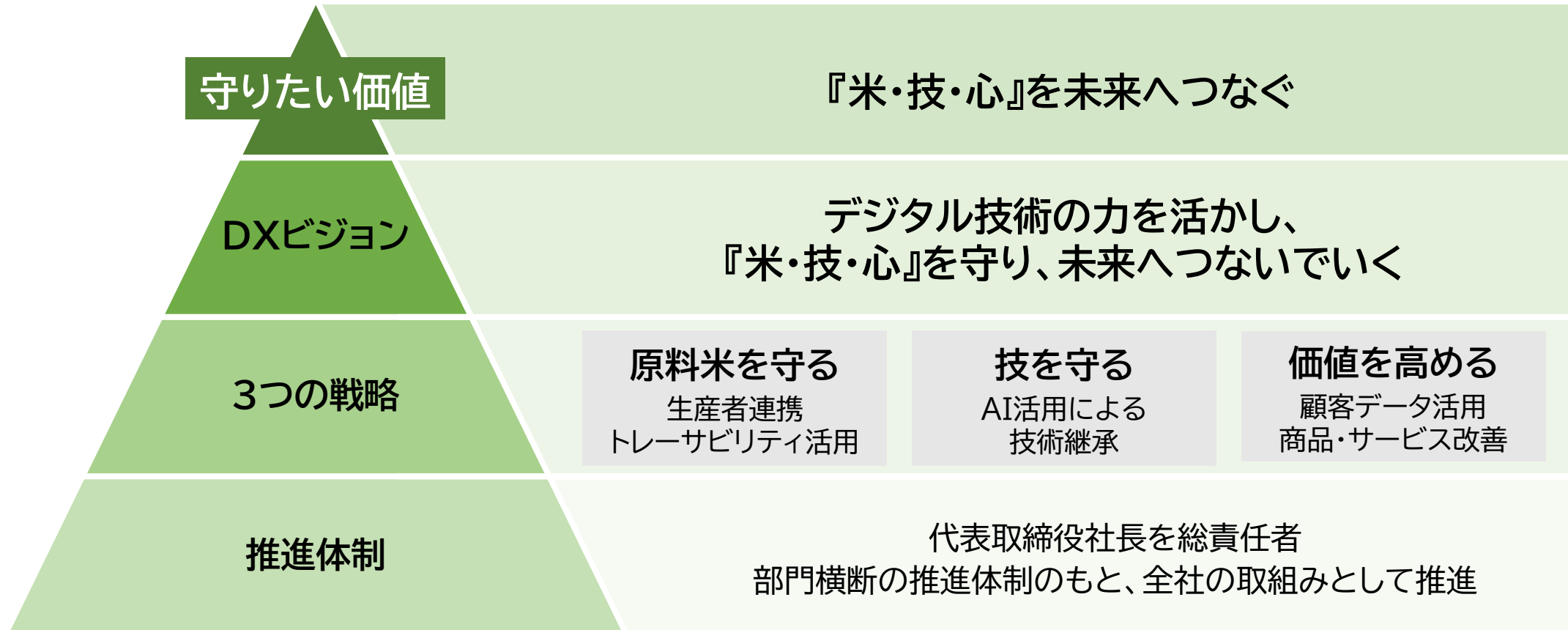
※一般的な栽培方法に比べ、農薬・化学肥料を50%以上削減

生産者・地域との連携を通じ、持続可能な原料調達基盤の構築を進めてまいります

デジタル技術で「守る」を支える

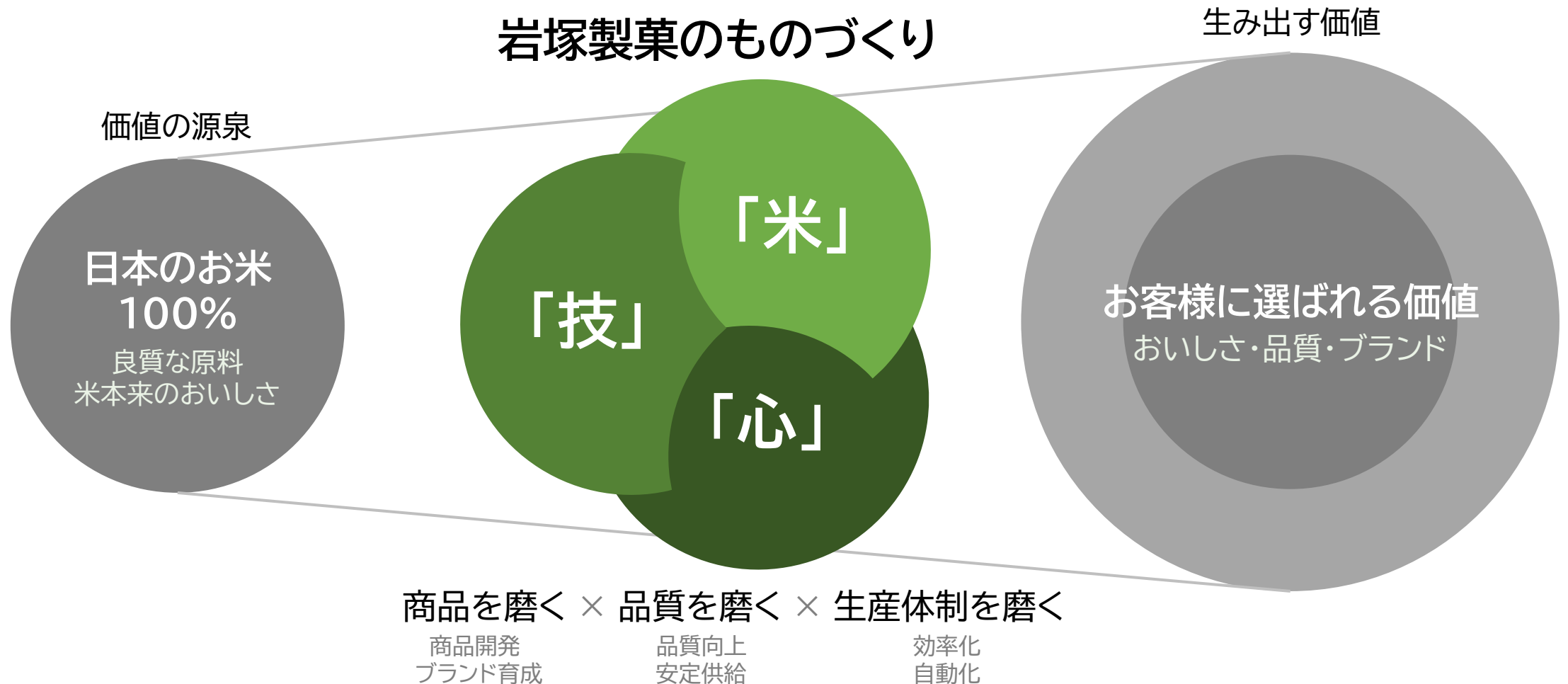
□ DX認定を取得、お米とものづくりの未来を支える基盤づくりを推進

□ 当社 DX戦略概要



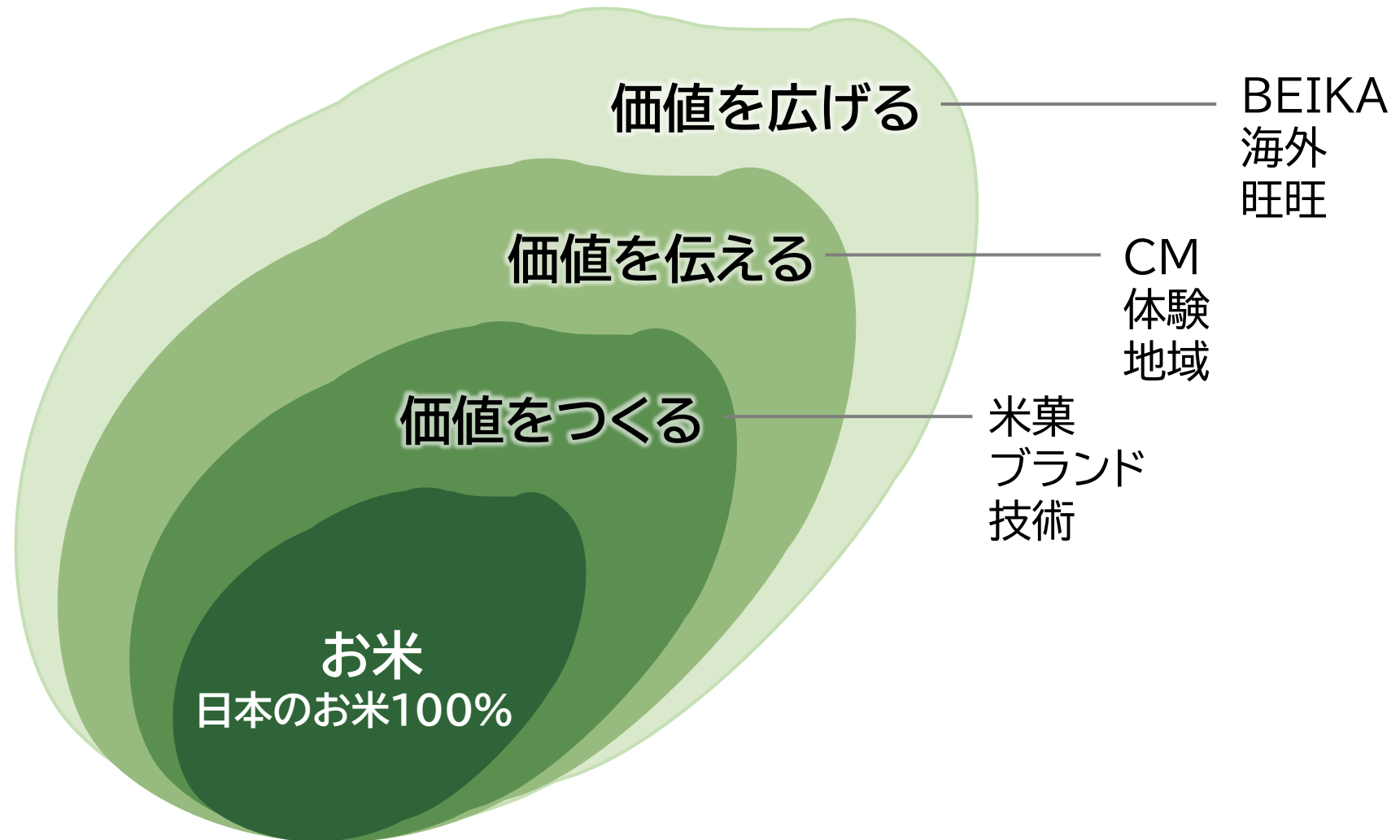
国産米を「使う」

□ お米のおいしさを、さらに高い価値へ



国産米を「広める」

□ お米の価値を高め、国内外へ広げる



お米の可能性を広げるものづくりを通じて、
世界中に美味しさと笑顔をお届けてまいります。

公式SNSのご紹介・免責事項

公式SNS



Instagram



Facebook

@iwatsukaseika

X

@iwatsukaRG

Instagram

@iwatsukaseika



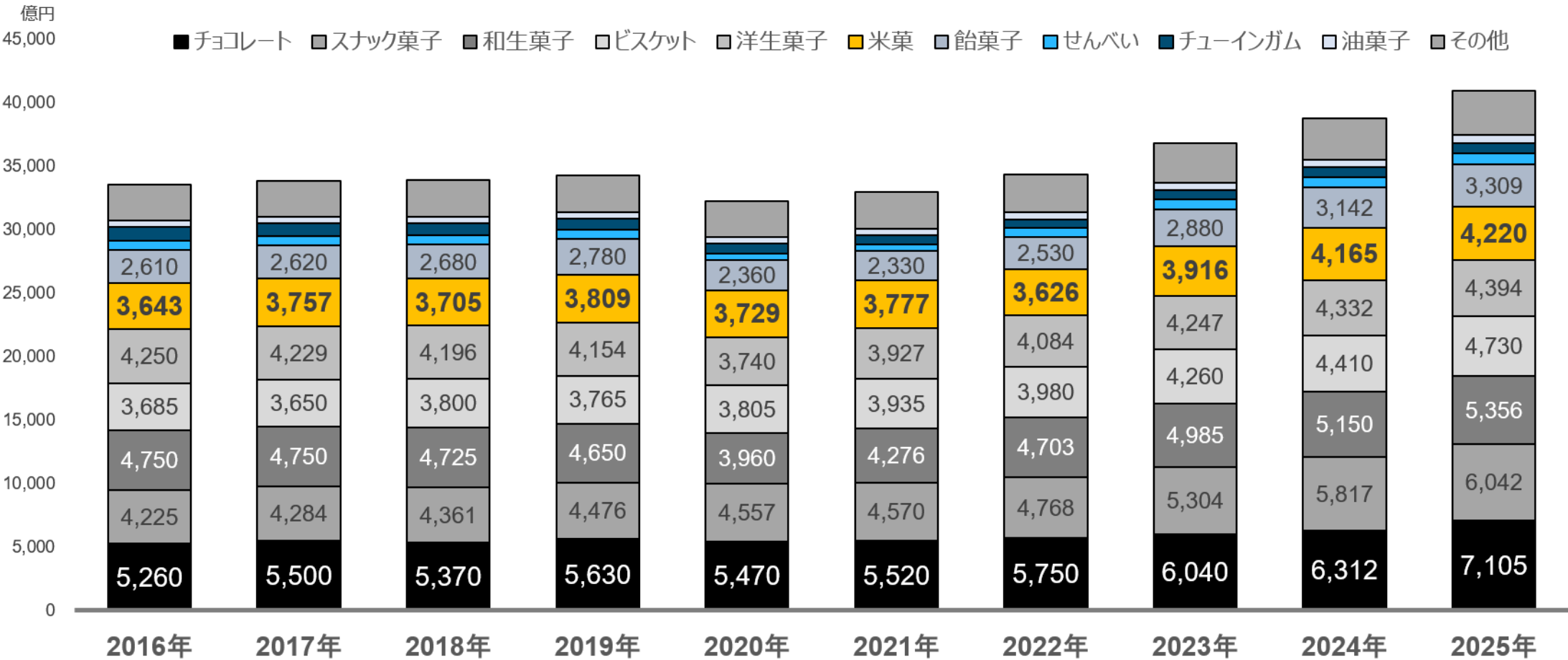
ご不明な点等がありましたら、IR担当部署までお問い合わせください。

お問い合わせ先 経営管理部 TEL：0258-92-4111

本資料は、2027年3月期の第1四半期業績および2026年3月期から2028年3月期にかけての中期経営計画に関する情報の提供を目的としたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。

本資料に掲載されている業績予想等は、作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証または約束するものではなく、事業環境の変化などにより今後予告なしに変更されることもあることをご了承ください。

参考資料 菓子小売金額推移



単位:億円

	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年
米菓	3,643	3,757	3,705	3,809	3,729	3,777	3,626	3,916	4,165	4,220
菓子合計	33,609	33,898	33,909	34,298	32,242	32,975	34,361	36,835	38,785	40,996

出典：全日本菓子協会

参考資料 商品紹介 - 1 -

Top6+2 ブランド

主力6ブランドと、将来の成長を見据えて強化する2ブランドを合わせて「Top6+2」と位置付けています

TOP6 ブランド	黒豆せんべい	味しらべ	田舎のおかき	THEひとつまみ	水切り (大袖振豆もち)	ふわっと
						
+2 ブランド	きなこ餅・バター餅		ぬれせんべい・ぬれおかき			
						

参考資料 商品紹介 - 2 -

2026年 秋冬新商品

おだしとお米の風味香る
塩せんべい



だしとお米の風味豊かなおせんべい
だしの風味をきかせた上品な味わい

ザクザクふわっと
焼とうもろこし味/ピザ味



ザクザクとした食感が特徴
やみつきになる焼とうもろこし味と
背徳感のあるピザ味

黒豆割りせん
コク旨味噌味



110g

30g

コク深い味噌味と黒豆の香ばしさが
たまらない一品