

2021年度 決算説明資料



「米菓」から「BEIKA」へ

岩塚製菓株式会社

2022年5月31日 代表取締役社長 榎 春夫

2021年度 決算のポイント

1. 売上は、コロナ禍への対応の遅れにより第2四半期累計では前期△4.4%
第3四半期に早期MDを立案し市場対応、2月同業他社の火災に伴う代替需要が拡大
通期で増収となる。(当期 180億円 前期 177億円 増減 +2.5億円 +1.5%)

営業利益は、新設2工場の減価償却費増と燃料・原材料等の高騰もあり、
減益となる。(当期 △3.2 億円 前期 1.8 億円 増減 △5.0 億円)

2. 来期業績予想は、収益性の強化と生産性を追求し

売上収益198 億円 (前期 180 億円)

営業利益 2.0 億円 (前期 △3.2 億円)

目次

1. 岩塚製菓グループの考え方

2. 2021年度 決算報告

3. 2022年度 展望

4. 中期経営計画 『新しい岩塚価値の創造 Create New Iwatsuka Value』

5. 参考資料

岩塚製菓グループの考え方

創業の精神

- ▶ 岩塚に産業を興して、冬に出稼ぎをしなくてもいいようにしたい
- ▶ 採れた農産物を農閑期に加工していけば、出稼ぎに行かなくてもなんとか村の暮らしは立つのではないか。

⇒ 「地域のために」「地域とともに生きる」

岩塚に産業を興して、冬に出稼ぎをしなくてもいいようにしたい・・・それが私たちの理想だった。



平石金次郎

○とにかく売れるものを作ったらどうだ。

○採れた農産物を農閑期に加工していけば、出稼ぎに行かなくても何とか村の暮らしは立つのではないか。

○岩塚の先達になろうじゃないか。

○両方の身上をつぶしてもいいからやってみよう。



横 計作

地域社会と共に生きる。(越路で生きつづける事業を創る)

昭和22年 新潟県三島郡岩塚村大字飯塚字十楽寺

「岩塚農産加工場」創業

米・技・心 ～ 原材料へのこだわり

- ▶ 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)



岩塚製菓の考える「おいしい米菓」とは
生地のおいしさと、その生地合う味付けから生まれます。

味付けのおいしさ



生地のおいしさ

米菓業界 と 日本のお米100%企業

◆ 上位10社で、全商品日本のお米100%企業は、
当社 岩塚製菓と、他1企業のみ



順位	会社名	所在地	推定年商 (億円)
1	亀田製菓	新潟	770
2	三幸製菓	新潟	580
3	岩塚製菓	新潟	223
4	栗山米菓	新潟	205
5	ぼんち	大阪	106
6	天乃屋	東京	78
7	越後製菓	新潟	65
8	丸彦製菓	栃木	52
9	アジカル	新潟	50
10	マスヤ	三重	50

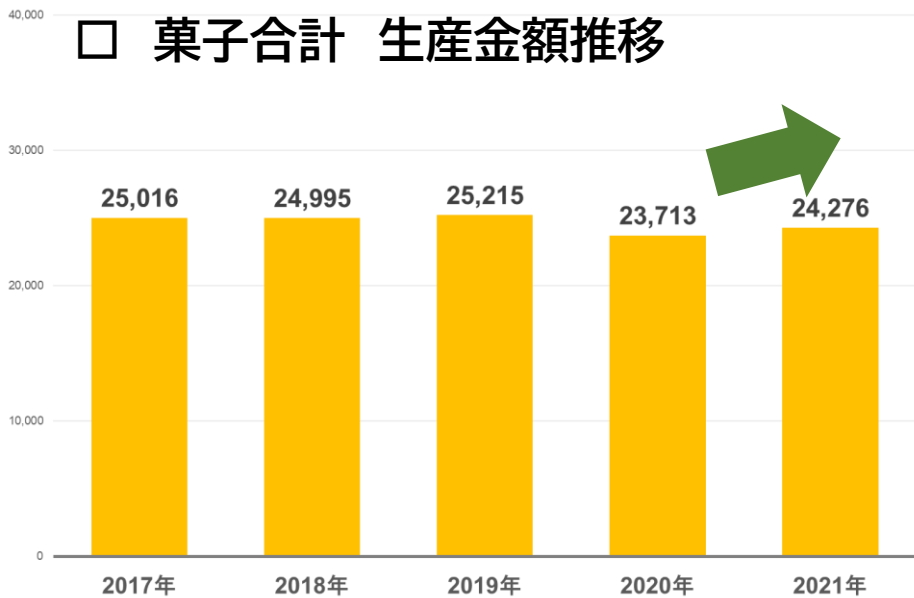
2021年度 決算報告

2021年 菓子・米菓市場概況

◆ 菓子市場 生産数量・生産金額・小売金額 すべて前年超えも、
 コロナ禍以前には届かず

◆ 米菓市場前年比:96.7%※4-3月

当社前年比:101.5%



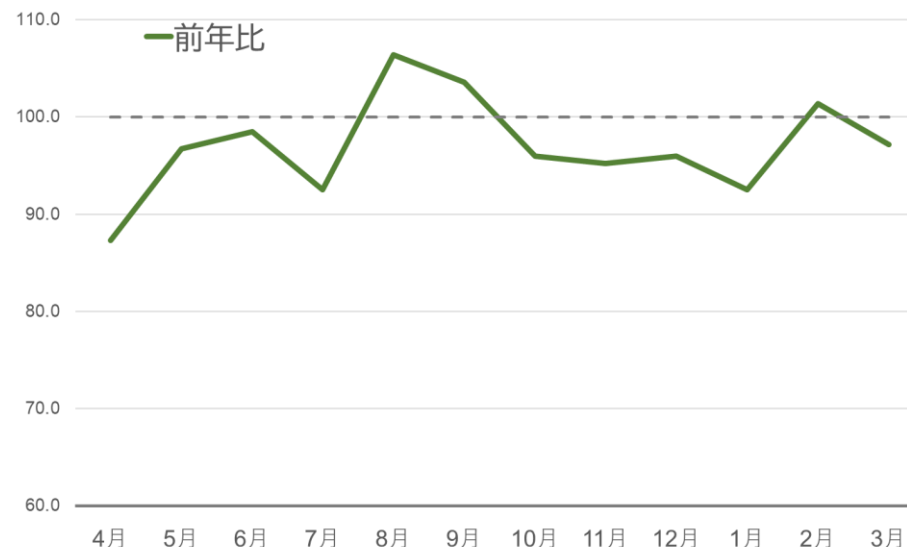
◆菓子生産金額推移

億円

	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
菓子合計	25,016	24,995	25,215	23,713	24,276

出典 全日本菓子協会 ※各1~12月

□ 米菓市場 月別販売金額前年比



◆米菓販売金額前年比推移

単位:%

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
前年比	87.3	96.7	98.5	92.5	106.4	103.6	96.0	95.2	96.0	92.5	101.4	97.2

出典 株式会社SRI+ スーパールート

決算ハイライト

(百万円)	2020年度	2021年度	対前年比	
	連結 実績(参考)	実績	増減額	増減率
売上高	17,785	18,043	+258	+1.5%
売上原価率	73.3%	76.4%	-	+3.1pt
販管費率	25.7%	25.4%	-	△0.3pt
営業利益	181	△326	△508	-
営業利益率	1.02%	-	-	-
EBITDA	1,074	961	△112	△10.5%
経常利益	2,938	1,412	△1,526	△51.9%
経常利益率	16.5%	7.8%	-	△8.7pt
当期純利益	2,005	828	△1,177	△58.7%
当期純利益率	11.3%	4.6%	-	△6.7pt

- ◆ 売上は第2Q迄の落ち込みを、早期MD対応と同業他社の火災により代替え需要が拡大+258百万円
- ◆ 営業利益は新工場の減価償却費や原材料高騰などで売上原価上昇が上昇し減益となる
- ◆ 旺旺特別配当額減少により、経常利益は減少

四半期別実績

◆四半期別売上・営業利益

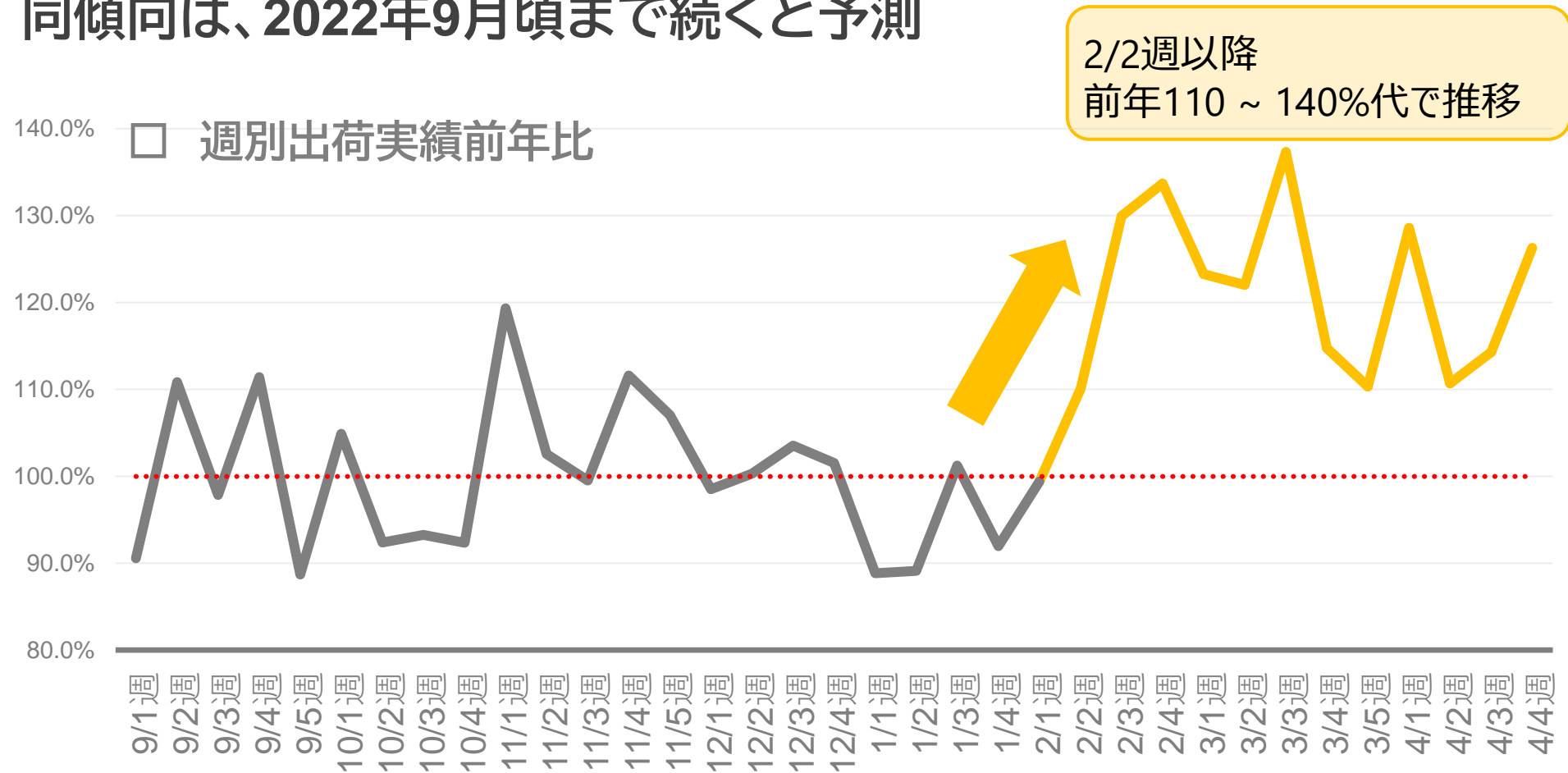
(百万円)	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q	通期
2020年度 売上(参考)	4,504	4,240	4,959	4,082	17,785
2021年度 売上	4,192	4,163	5,005	4,683	18,043
前年差	▲312	▲77	+46	+601	+258
2020年度 営業利益	34	42	308	▲203	181
2021年度 営業利益	▲125	▲222	122	▲101	▲326
前年差	▲159	▲264	▲186	+102	▲508

- ◆ 売上は、上半期はコロナ禍への対策不足も、3Q以降 早期商品政策が結実。
- ◆ 営業利益は、売上低迷・原材料高騰などにより前年割れが続く。
- ◆ 第4Q、競合他社の不慮の火災により代替え需要が拡大、売上・営業利益ともに前年超えとなる。

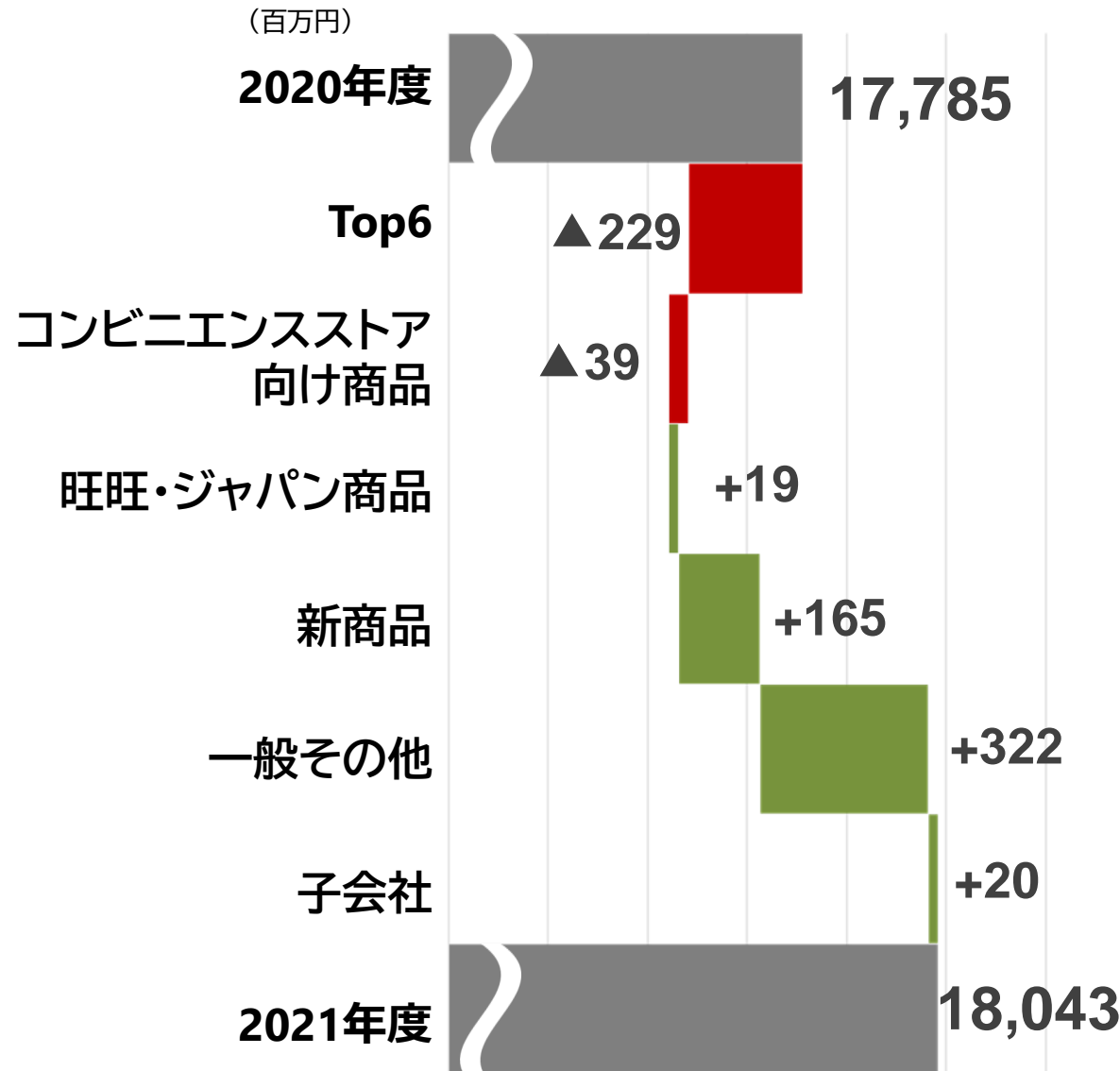
週別出荷実績推移

◆ 2月同業他社の不慮の火災により、代替え需要が拡大

同傾向は、2022年9月頃まで続くと予測



2021年度 売上増減要因ブランド別



主な増減要因	
前年98.0%。田舎106.1%も、黒豆・大人・ふわっとが前年割れ	
前年98.1%	
麻辣花生 前年233.5%	
バンザイ山椒が貢献	
きなこ餅桔梗信玄餅味・田舎青のり・ぬれせんなどが、高実績	
土産需要の一時復調	
258百万円の増収	

取り組み事例 新しい岩塚価値商品

◆ 2021年春に発売した「バンザイ山椒」が伸長

既存米菓ユーザー・当社顧客層とは違う若年層に支持されています。

◆ 11月に発売した山梨県の銘菓「桔梗屋」様とのコラボ商品

「きなこ餅 桔梗信玄餅味」は、業態を超えて高い実績を残しました。

□ バンザイ山椒

・6月に実施したTwitterキャンペーンでは大きな反響がありました。



□ きなこ餅 桔梗信玄餅味

・11月 CVS発売

・12月 一般ルート販売

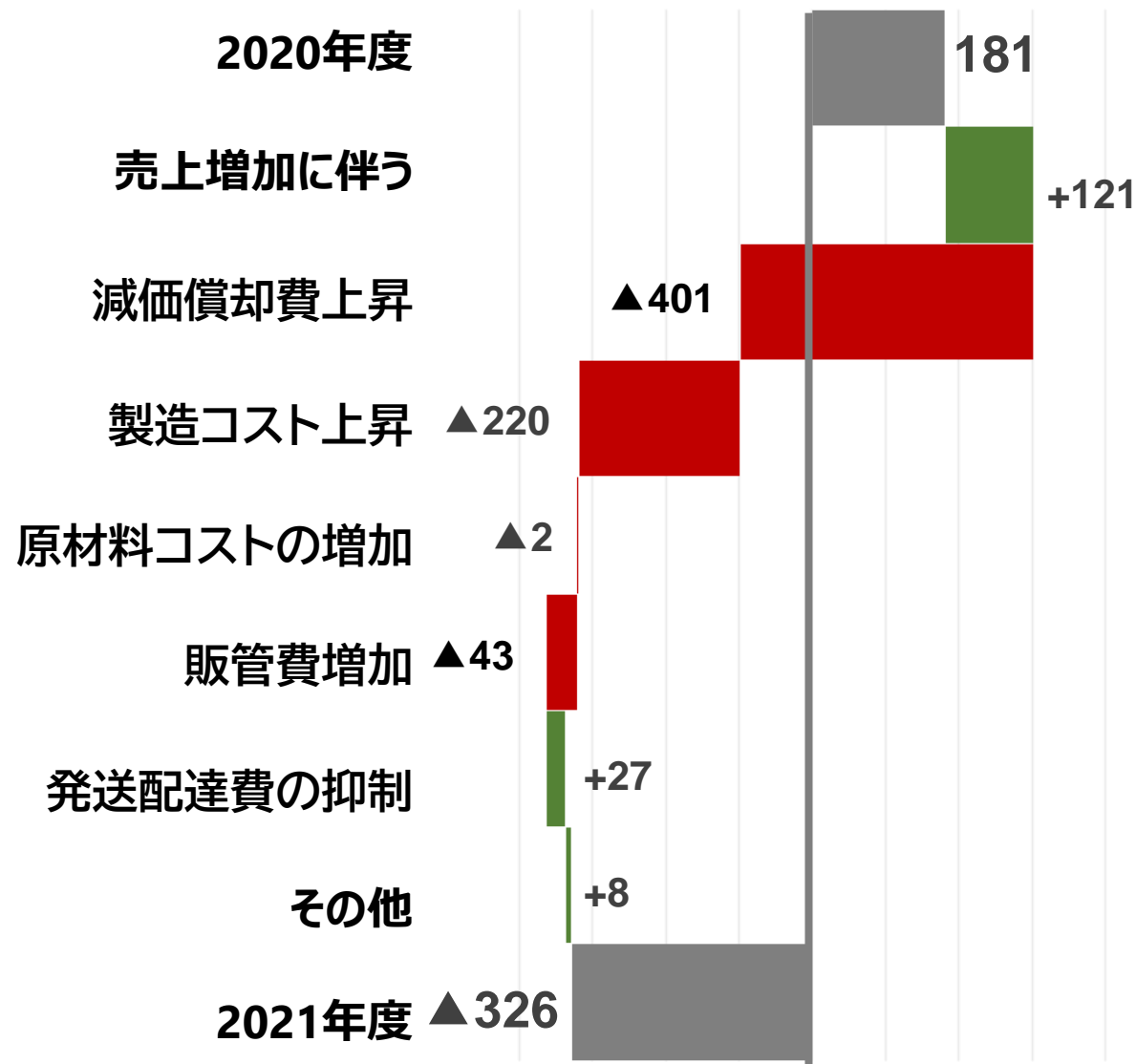
業態を超えて反応を頂いた商品となりました。

可愛らしいパッケージが好評です。



2021年度 営業利益増減要因

(百万円)



主な増減要因

売上増加に伴う

減価償却費増(製造・販管)

電力・燃料費高騰(前年131%)

原材料費微増

コロナ禍への労務対応による増加
(旅費交通費・車両費・通信費など)

空間率・容積率改善・共同配送など
配送効率の向上

製造労務費・手数料の抑制など

508百万円の減益

取り組み事例 SDGs 持続可能な開発目標

- ◆ モジュール化の推進により廃プラ・ダンボールの削減を実施
- ◆ 子ども食堂への支援



□ 「田舎のおかき」のモジュール化



ダンボールの見直しにより積載効率を改善

改善後
・面積率123%Up
・容積率126%Up

ダンボール
・年間約105t削減

□ 子ども食堂への支援



新潟県下30ヶ所の子ども食堂への支援を行いました。



取り組み事例 地域のために



◆ 2021年10月 北海道東川町とのパートナーシップ協定を締結しました。地域の活性化に貢献します。

◆ 第12回「日本でいちばん大切にしたい会社」大賞の審査委員会特別賞に選ばれました。



□ 岩塚製菓・JAひがしかわ・東川町
三社による調印式



□ 「日本でいちばん大切にしたい会社」大賞
審査委員会特別賞受賞



※ 人を大切にする経営学会は本大賞において「日本でいちばん大切にしたい会社」大賞実行委員会・法政大学大学院中小企業研究所の二者と並び主催の位置づけであり、審査・選考については「日本でいちばん大切にしたい会社」大賞審査委員会が行っております。

取り組み事例 安心・安全体制の強化

◆ 工場点検の結果、重大な法令違反は無し。

法令を遵守し安心・安全体制の強化を図ってまいります。

□ 全工場の点検実施・安全対策の強化

・2/25 長岡消防本部及び長岡市建築開発審査課による工場点検を実施

・3/25 沢下条工場の点検を長岡消防署に依頼し点検を実施

・4月 社内にて第三者を交えた協議の上防火安全対策を策定

・5月～ 強化した安全対策を実施

引き続き安心・安全体制の構築強化を図ってまいります。

□ 全工場 ISO22000・ISO14001取得

・'21年11月 BEIKA Lab・新長岡工場にてISO22000取得

・'22年1月 BEIKA Lab・新長岡工場にてISO14001取得

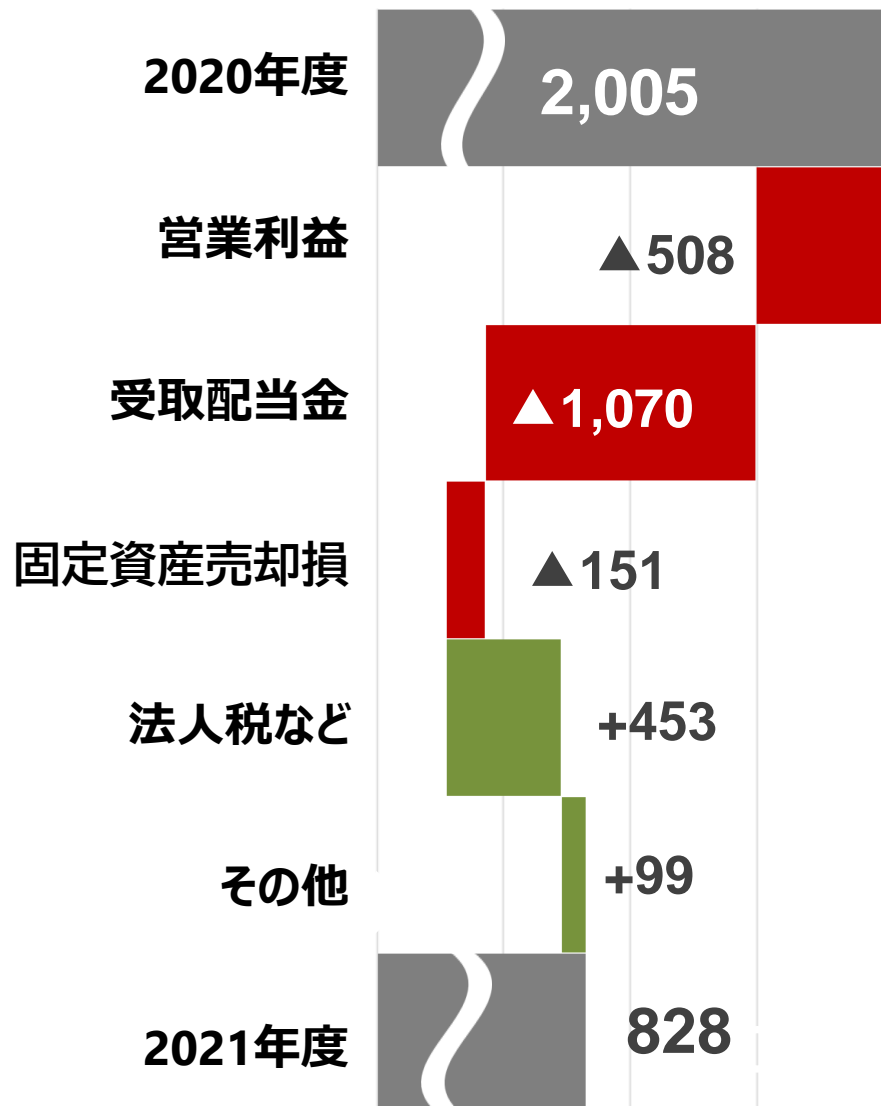
当社全工場に認証拡大いたしました。



登録証

2021年度 連結当期純利益の増減要因

(百万円)



主な増減要因

減価償却費増

中国旺旺HD配当金の減額

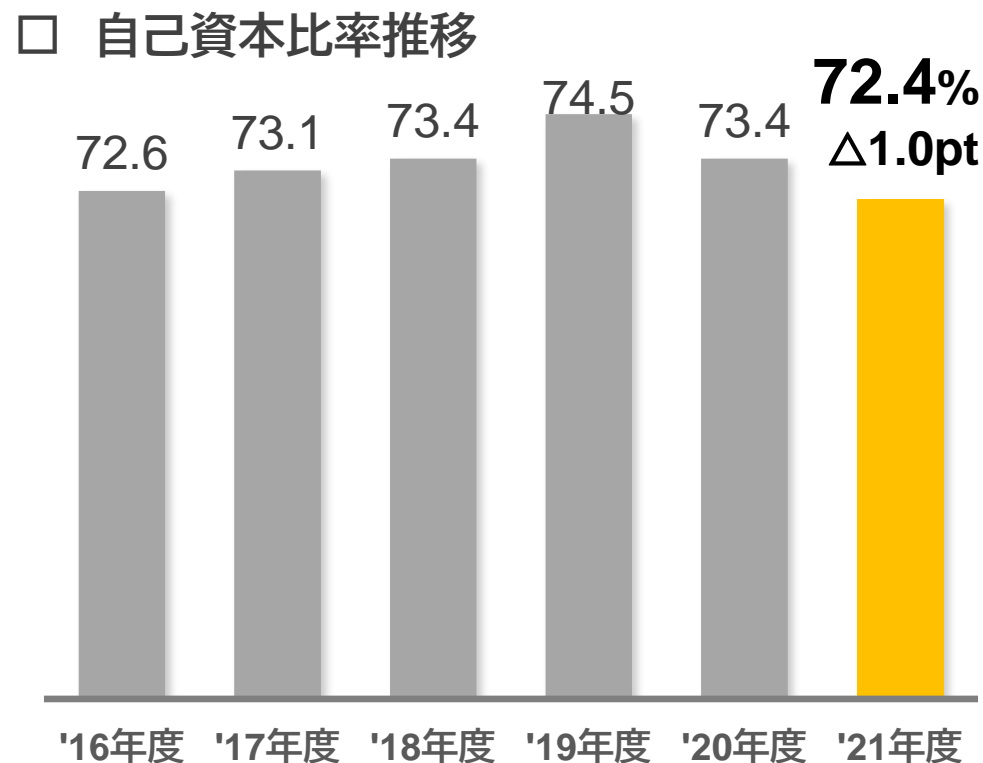
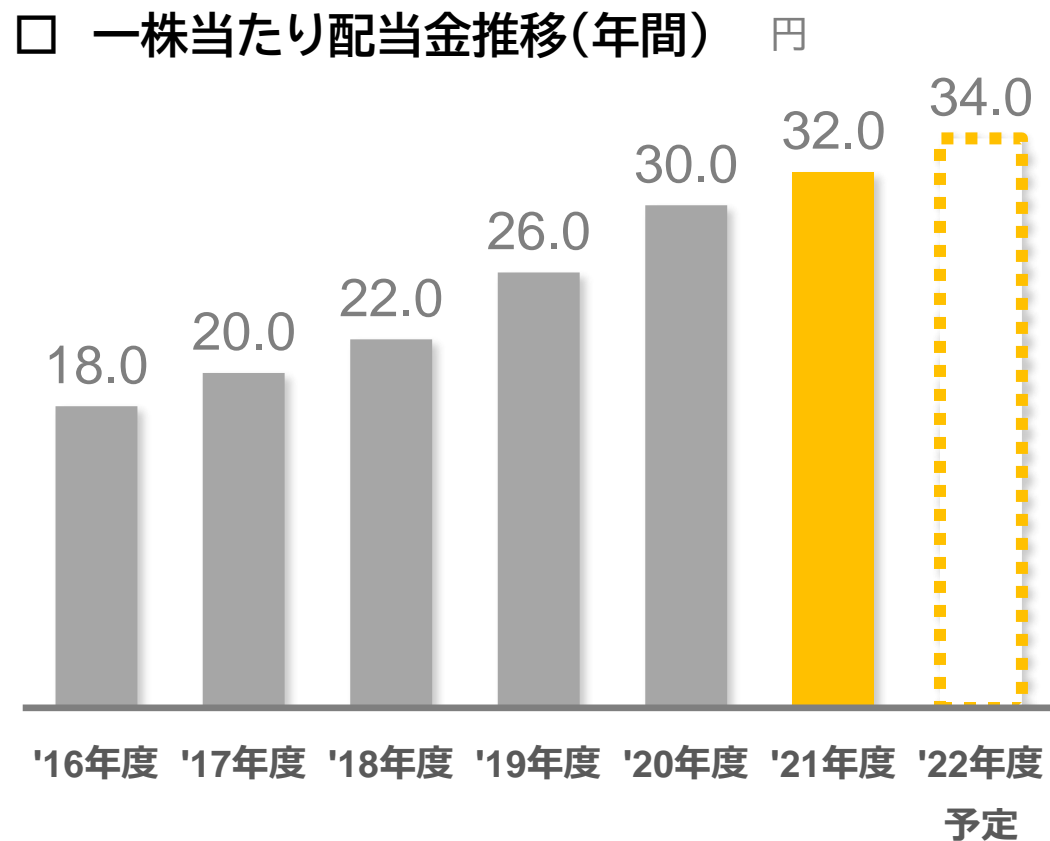
旧本社売却に伴う減損処理

税引前利益減少に伴う

当期純利益、配当金減で、▲1,177百万円

2021年度 株主還元・自己資本比率推移

- ◆ 2021年度配当金 32.0円予定（前期比2円増配）5期連続の増配を実施
- ◆ 2022年度 2.0円増配の34.0円を予定



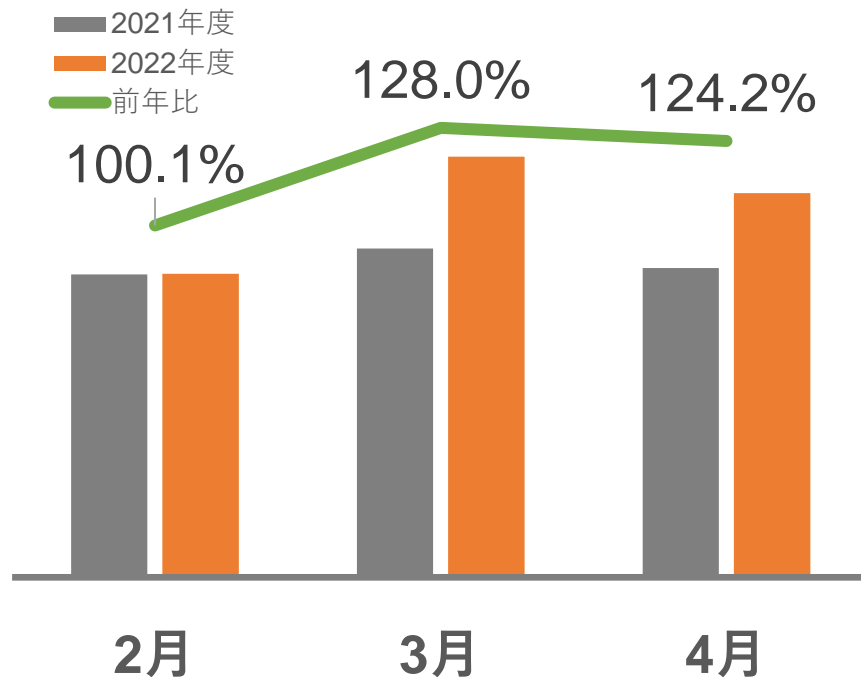
2022年度 展望

『新しい岩塚価値の創造』 ～ Create New Iwatsuka Value ～

2022年度取り組み 製造の強化

- ◆ 米菓売場の維持を目指してフル生産を継続
- ◆ 新工場「BEIKA Lab」による生産能力向上

□ 月別生産金額・前年比



□ 「BEIKA Lab」



2022年度取り組み わくわく米菓売場の展開

- ◆ 新機軸米菓 や 新しい価値の米菓を展開する “わくわく米菓売場”
- ◆ 新しい価値を創造し、市場を活性化します

□ 子会社で試験販売した「新機軸米菓」

□ 高いレビュー率

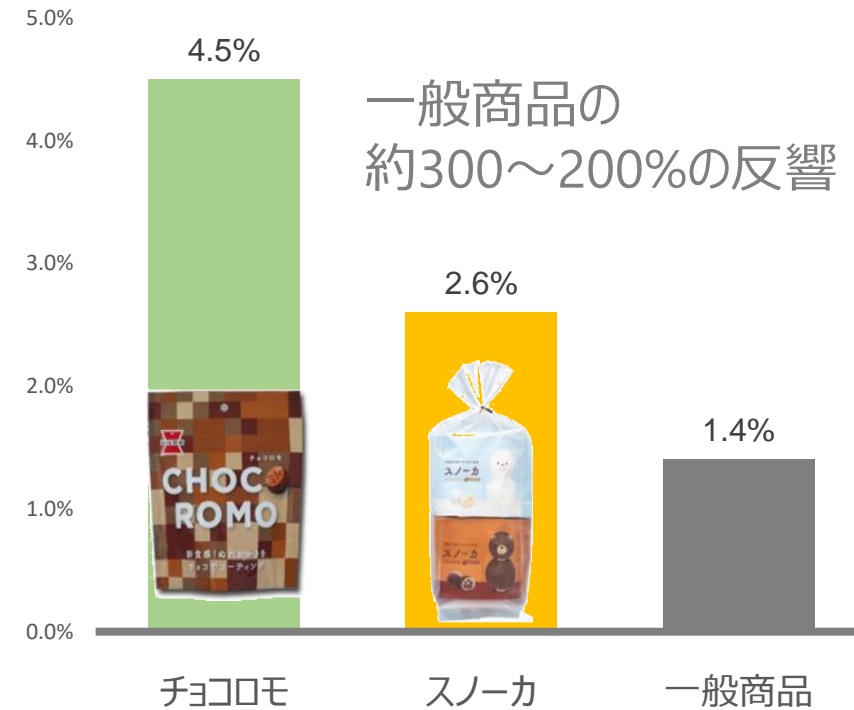
□ 「チョコロモ」

・ぬれおかき+
チョコレート



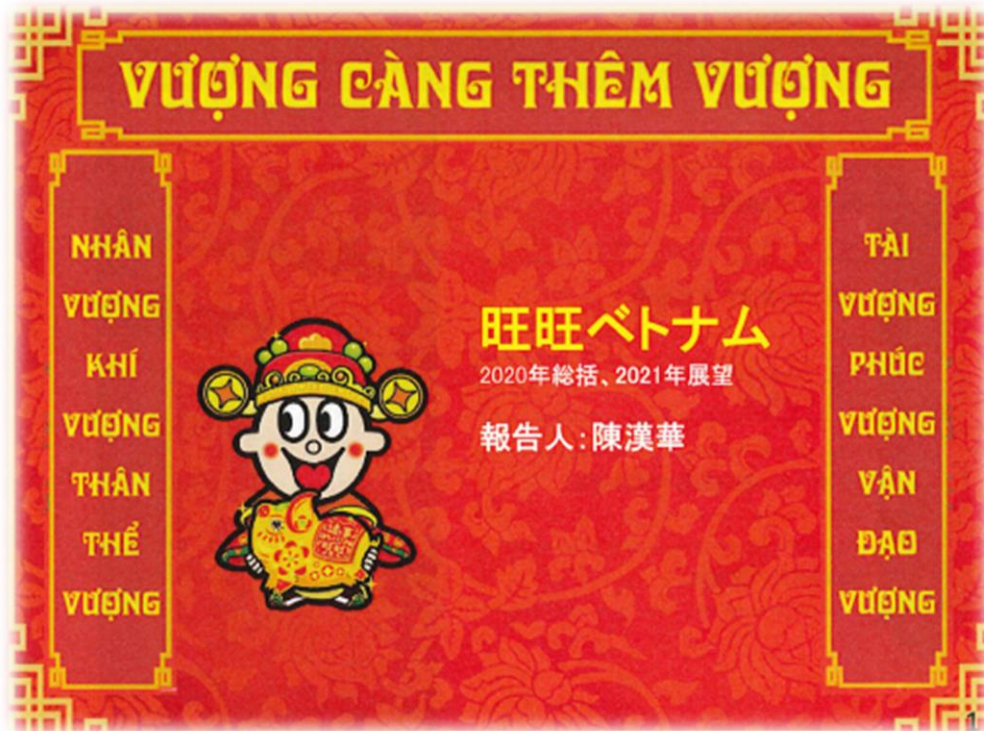
□ 「スノーカ」

・米粉+クッキー



2022年度取り組み 旺旺ベトナム工場の協働

- ◆ ベトナム HCM(ホーチミンシティ)新工場稼働
- ◆ 米菓製造ラインにて協働



2022年度 見込み

(百万円)	2022年度 見込み
純売上高	19,800
営業利益	200
経常利益	2,100
設備投資額	1,500
EBITDA	1,552

(百万円)	2022年度 見込み
当期純利益	1,470
1株当たり 当期純利益 (円)	267.65
1株当たり配当金 (円)	34.0
配当性向 (%)	12.7
ROE (%)	2.1

新商品紹介 ZOOチー・黒豆せんべい 賛否両論

◆ 「80g チーズあられ・ZOOチー」



- ・4種のチーズを使用した本格派の小粒あられ
- ・食べやすいテトラ包装
- ・ZOO(動物園)の可愛いイラストがイケてる(当社比)



◆ 賛否両論 笠原将弘氏監修



「8枚 黒豆せんべい」



- ・人気の日本料理店「賛否両論」店主 笠原将弘氏監修
- ・新しい味わいの日本料理風黒豆せんべい
- ・柚庵焼き仕立て 醤油味
- ・西京風みそ仕立て の2品



中期経営計画2022-2024
「Create New Iwatsuka Value」

◆ 米・技・心を承継して『新しい価値創造』への挑戦

米・技・心の承継

岩塚製菓の米菓づくりの根底にあるのは、創業者がこだわりつづけた「原材料へのこだわり」「優れた技術」「つくり手の真心」です。米菓の生命であるお米の風味を十分生かすには、この三つを欠かすことができません。



基本方針

構造改革を進めながら経営基盤の強化を図り、岩塚製菓グループ固有の戦略的ポジションを確保する



中期経営計画の枠組み

◆ 安全安心を基本に、原料・製法・品質にこだわる。

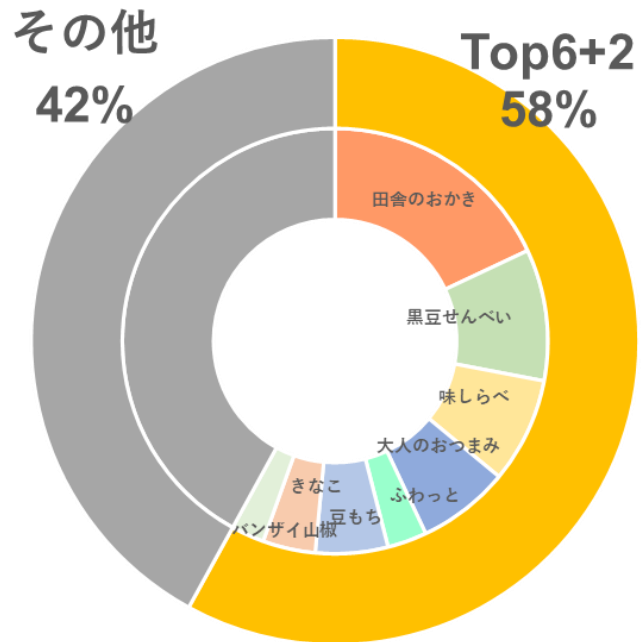
成長 戦略	A 既存主力ブランド の収益性強化	<ul style="list-style-type: none">▶ 主力商品の棚露出の拡大／売上増▶ 製販集約による収益性強化 (生産技術の高さ／機動性を活かして)▶ 商品競争力(製造力／開発力)の強化： 「BEIKA Lab」の活用による新機軸商品の強化
	B 新機軸商品の強化	
	C 「岩塚」ブランド の再定義	<ul style="list-style-type: none">▶ 認知とロイヤルティ向上
	D グループシナジー の発揮	<ul style="list-style-type: none">▶ 子会社(EC等)や旺旺集団の商流活用
構造 改革	E 生産性の 追求	<ul style="list-style-type: none">▶ 製造原価の低減▶ 安全安心体制の整備強化▶ DXへの挑戦
持続 経営	F 基盤強化	<ul style="list-style-type: none">▶ 経営人財の育成▶ マネジメント体制の再構築▶ ESGの取り組み強化

A 既存主力ブランドの収益性強化

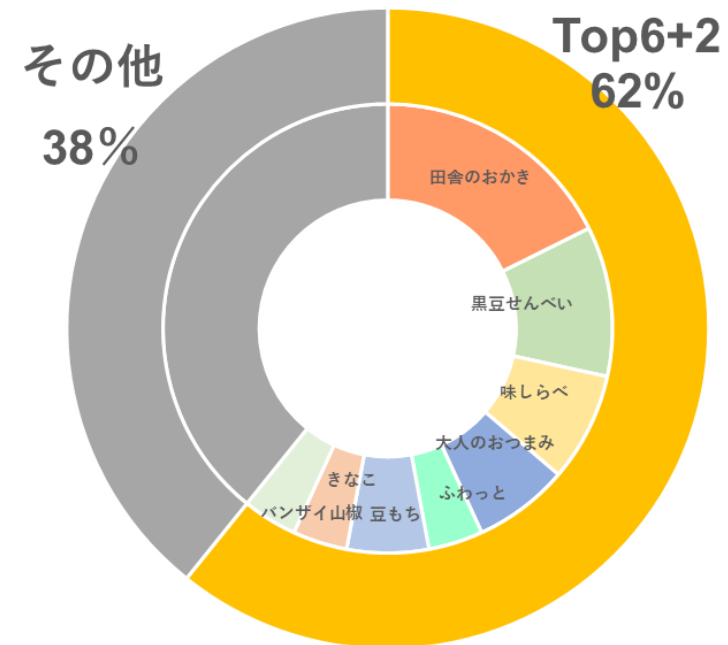
製販集約による収益性強化／生産性向上
(生産技術の高さ／機敏性を活かす)

◆ 製販ともにカテゴリー集約（主力ブランド／製造技法別）

69期実績：58.0%



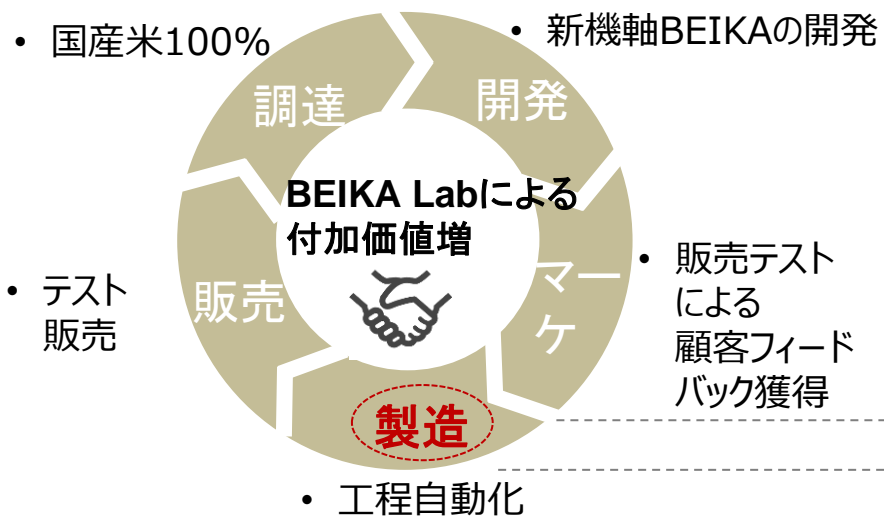
70期計画：62.0%



「BEIKA Lab」を活用した、安心安全かつ製造効率化

◆ 安心安全安定の品質、工程の自動化

● 競争力の源泉となるBEIKA Lab



経営インパクト

- 選抜されたクロスファンクショナルチームによるバリューチェーン連携／事業競争力の磨きこみ
- 市場の変化に対応したスピーディーな商品開発体制の構築（商品開発サイクル高速化／高確率化）

● BEIKA Labによる生産能力向上(1F)

- ✓ 「田舎のおかき」の増産体制の整備
- ✓ 自働ライン化に伴う労務費減少

● BEIKA Labによる新商品対応(2F)

- ✓ 新商品ライン
- ✓ テスト販売含めた生産の補強化



□ 「BEIKA Lab」

「BEIKA Lab」を活用した商品開発力の強化

◆ 「楽しく美味しい」商品・新ジャンル商品の開発

● 競争力の源泉となるBEIKA Lab



経営インパクト

- 選ばれたクロスファンクショナルチームによるバリューチェーン連携／事業競争力の磨きこみ
- 市場の変化に対応したスピーディーな商品開発体制の構築（商品開発サイクル高速化／高確率化）

● 新機軸BEIKAの開発

（新ジャンル・行動食(非常食)・栄養補助食・健康食等）



CHOCOROMO
（ぬれおかき×チョコレート）



スノーカ
（米粉×クッキー）

● お米の可能性を追求し産学官分野との連携

- 米を原料とした新たな名産品創出
- 企業間コラボ含む共同研究
- 長岡市、教育機関との共同研究への参画



「岩塚」認知向上

◆ 広報PR活動強化を目的とした 新セクションを創設し認知拡大を目指す

新設部署でのサポート・バックアップを実施し
集約ブランドの販売支援及びロイヤリティ（顧客・商品）を推進
⇒トータルコーディネートによりシナジー効果の最大化を図る

SNS・オウンドメディアを活用した広告・告知の展開

- ・認知度向上委員会の設置
- ・開発連動、告知、拡散それぞれのプロモーション活動への積極投資
(例:消費者参加型開発を実施し、岩塚ファンとのコミュニケーションを推進、深耕)
- ・SNSを活用した情報発信拡充(岩塚とは、岩塚のこだわり、おすすめ度等)

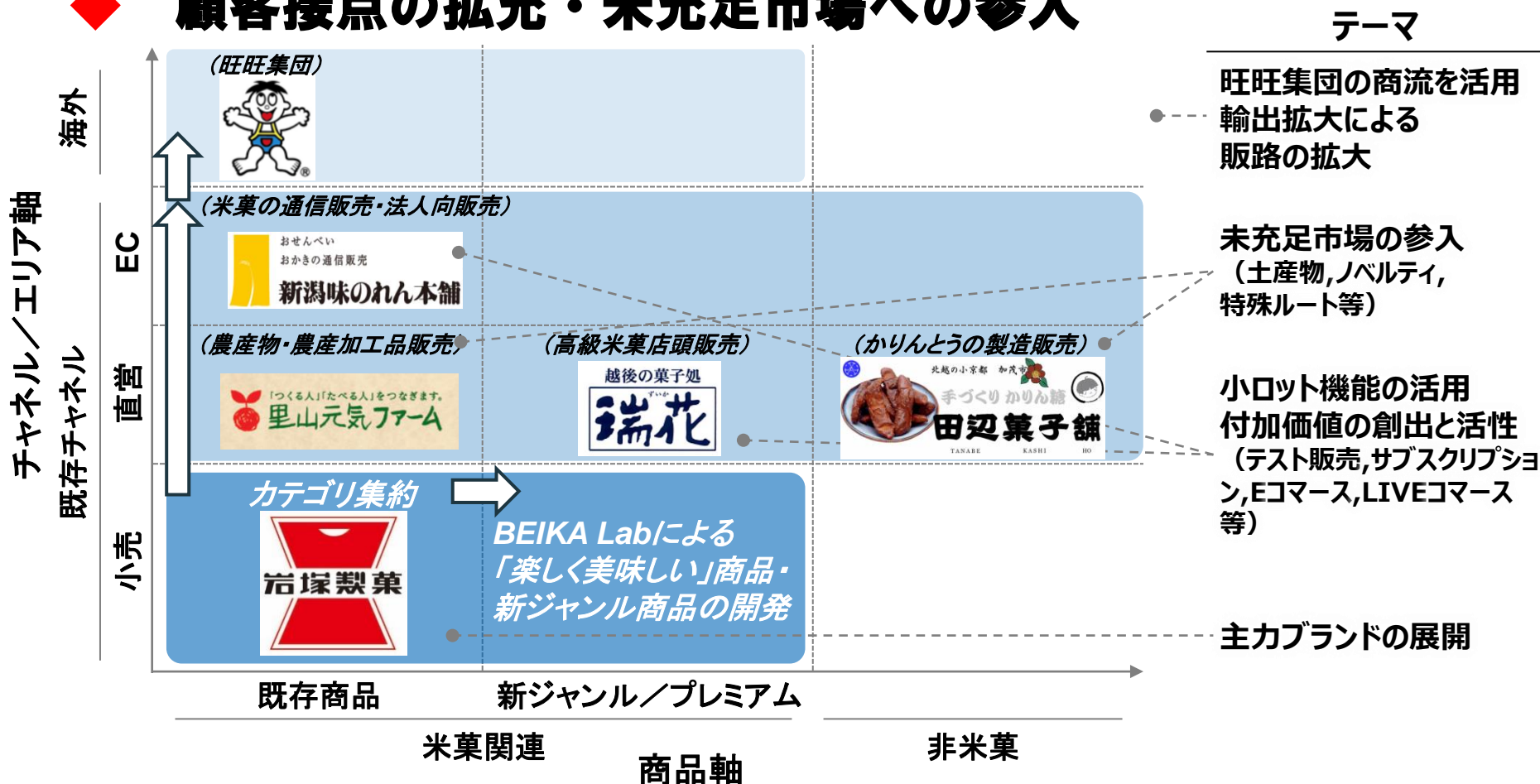
日本の米文化の継承のため農業法人への業務提携、資本参入(就農支援事業含め)

- ・農業マーケティングへの挑戦
(田園風景の保護、自然環境への取り組み等)

D グループシナジーの発揮

グループシナジーの発揮

◆ 顧客接点の拡充・未充足市場への参入



DXへの推進

◆ デジタル変革による 業務効率化及び管理向上・コスト削減の実現

<目的>

- ・トレーサビリティ管理
計量・配合チェックによる誤投入防止
→品質の向上
- ・受払、在庫管理
→コストの削減
キャッシュフローの安定

デジタルデータの蓄積

アナログ情報のデジタル化

デジタル化された
モデルラインの作成

業務フロー/プロセス最適化

デジタルツールを使用した
ノウハウの蓄積

デジタル化ラインの横展開

2022年度

2023年度

2024年度

ESGの取り組み強化

◆ 国連提唱のSDGs達成に貢献することを目指す。

環境 (E)

- ・国産原料米の活用による水田保護
- ・温室効果ガスの排出削減
- ・フードロスの低減推進と再資源化



社会 (S)

- ・働き方改革(雇用形態の拡充他)
- ・産学官連携強化
- ・子どもたちへの食育支援



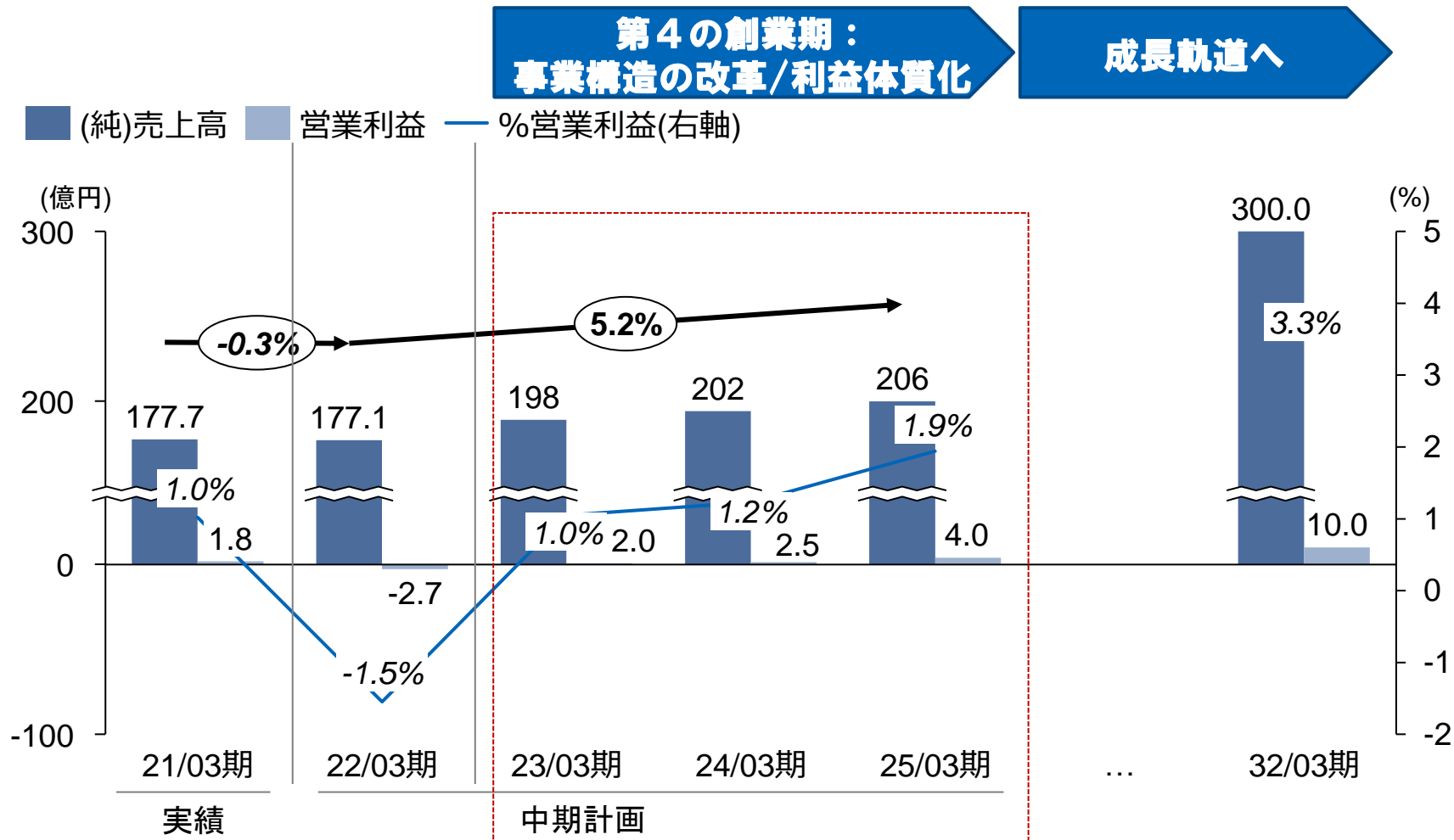
ガバナンス (G)

- ・リスクマネジメント (情報セキュリティ含む)
- ・内部統制
- ・積極的な情報開示



売上高／営業利益

◆ 2025/3期に売上206億円／営業利益4億円を目指す



BEIKA Labによる成長戦略

◆2021年度に投資は完了、成果検証を行い、飛躍フェーズに移行

「プライドBEIKA」

おいしさと新ジャンルの挑戦を Labで実践する

- 安心安全で安定した品質
- 自動化を盛り込んだ工程設定
- 新ジャンルへの挑戦
(新感覚/健康軸)

●競争力の源泉となるBEIKA Lab



経営インパクト

- 選ばれたクロスファンクショナルチームによる
バリューチェーン連携／事業競争力の磨きこみ
- 市場の変化に対応したスピーディーな商品開発体制の構築 (商品開発サイクル高速化／高確率化)

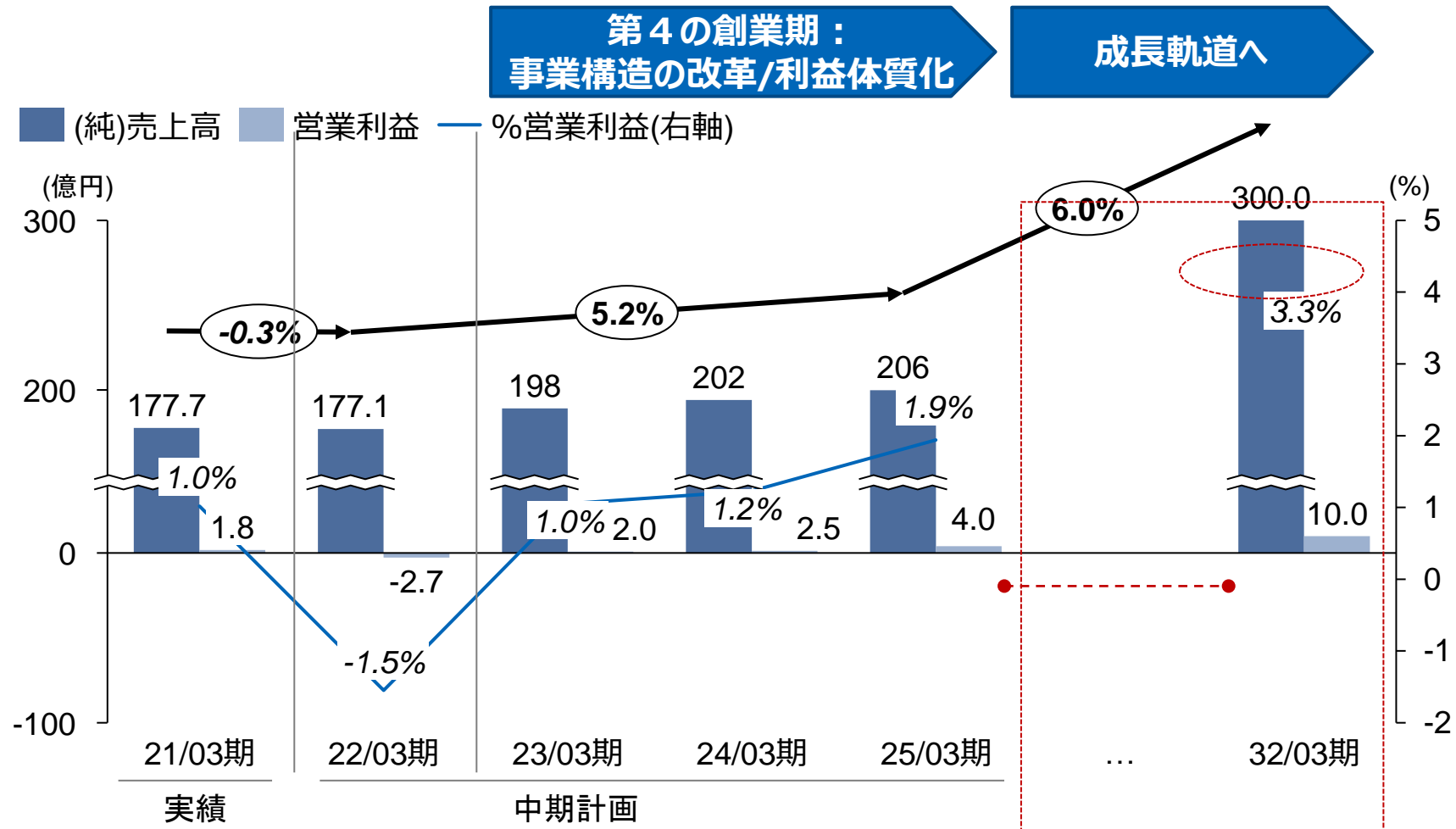
BEIKA Labの今後のロードマップ

- BEIKA Labは、生産準備が完了 (大きな投資は完了)
- 試作品2品は完売の実績あり
- 今期中計では収益貢献予定 (生産効率向上、新規売上)

フェーズ 期間	企画／準備 18年度～21年度	成果検証 22～24年度	飛躍 25年度～
製造	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 設備投資 ✓ 生産効率化の道筋 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 安心安全 ✓ 安定した品質 ✓ 原価低減 (工程自動化) 	
開発	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 産学連携実施 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 新ジャンル／新機軸 BEIKAのヒット商品立ち上げ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 海外に通じるBEIKA商品づくり
マーケティング 販売		<ul style="list-style-type: none"> ✓ テスト販売／マーケティング 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 旺旺グループの活用 ✓ BEIKA輸出

次の10年に向けて

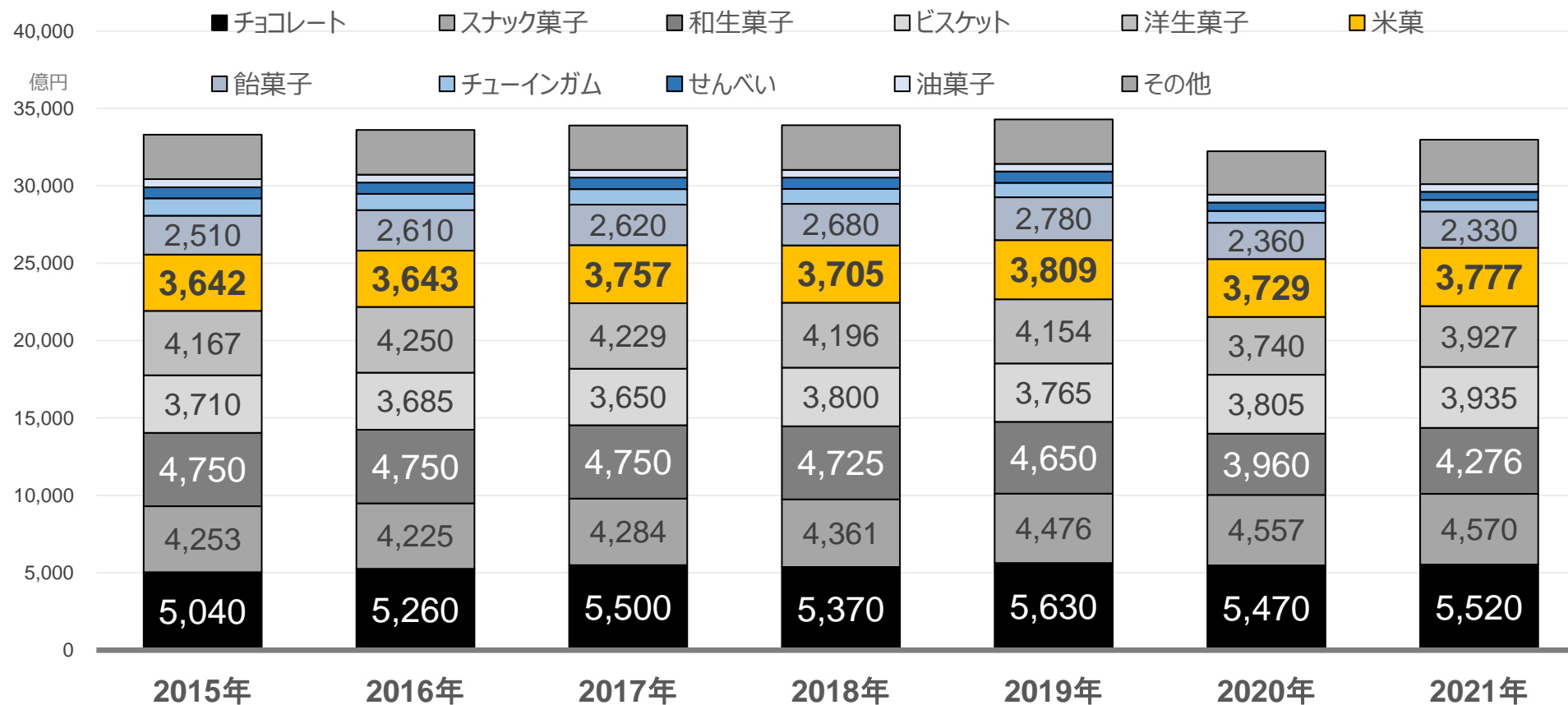
◆ 2032/3期に売上300億円／営業利益10億円規模を目指す



日本のお米100%の商品作りで
農業・地域経済に、貢献します。



参考資料 菓子小売金額推移



	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
米菓	3,642	3,643	3,757	3,705	3,809	3,729	3,777
菓子合計	33,302	33,609	33,898	33,909	34,239	32,242	32,975

出典：全日本菓子協会

参考資料 米菓メーカー売上ランキング

単位:億円

単位:%

順位	社名	所在地	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	比率	
												せんべい	あられ
1	亀田製菓	新潟	689	737	748	752	737	746	770	771	770	51	49
2	三幸製菓	新潟	441	462	481	484	500	533	558	559	580	65	35
3	岩塚製菓	新潟	193	198	198	207	211	224	224	221	223	50	50
4	もち吉	福岡	190	194	203	211	214	218	222	218	221	60	40
5	栗山米菓	新潟	162	175	178	187	189	192	200	205	205	90	10
6	ぼんち	大阪	88	93	99	102	102	102	102	104	106	75	25
7	小倉山荘	京都	90	92	93	95	97	98	98	98	98	65	35
8	天乃屋	東京	65	69	69	69	69	69	72	76	78	90	10
9	越後製菓	新潟	49	51	51	55	57	64	61	63	65	30	70
10	丸彦製菓	栃木	48	50	50	50	51	52	52	52	52	30	70
11	マスヤ	三重	45	45	48	51	52	52	51	52	50	85	15
12	アジカル	新潟	-	-	-	-	70	70	67	67	50	-	-
13	阿部幸製菓	新潟	40	42	43	44	46	47	48	48	47	0	100
14	ブルボン	新潟	59	51	49	48	45	45	45	45	45	55	45
15	播磨屋本店	兵庫	44	44	43	43	43	43	43	43	43	70	30
米菓生産金額（全日本菓子協会）			2,558	2,629	2,730	2,730	2,816	2,778	2,856	2,796	2,832		

出典：「食品新聞」米菓メーカーランキングを元に当社推定

亀田製菓は食品事業除く 越後製菓・マスヤ・阿部幸製菓・ブルボンは米菓のみ

参考資料 商品紹介 -1-

Top6ブランド

当社主力のブランドでございます。



・10枚 岩塚の黒豆せんべい



・32枚 味しらべ



・9本 田舎のおかき



・9本 田舎のおかき 塩味



・8本 田舎のおかき ざらめ味



・90g 大人のおつまみ えび黒こしょう



・90g 大人のおつまみ えびかり



・10枚 大袖振豆もち



・45g ふわっと やわらかえび味



・41g ふわっと 枝豆味

参考資料 商品紹介 -2-

ベビーせんべい

アレルギー28品目・化学調味料・香料 不使用



・16枚 岩塚のお子様せんべい



・51g がんばれ! 野菜家族



・47g がんばれ! 小魚家族

2022年春新商品



・70g かるかお 海かおる塩味
・70g かるかお 旨みだし醤油味



サクサク軽い食感の
揚げおかき。

多様なシーンに
対応したチャック形態



4種のチーズを
ブレンドした
小粒あられ

ZOO (動物園) の
可愛いイラストが
特徴のテトラパック

・80g チーズあられ・ZOOチー

参考資料 商品紹介 -3-

その他主力商品一部

◆ 環境に優しいスリムパック

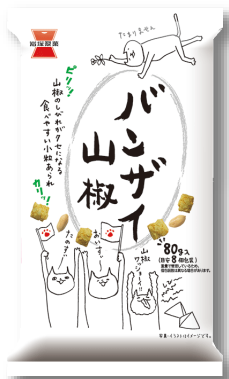


・21枚 きなこ餅



・116g 岩塚あられ
鬼ひび うす塩味

◆ バンザイ山椒



・80g バンザイ山椒



縦・横置き両対応

◆ 当社がシェア80%を占める「ぬれ」商品



・152g 新潟ぬれおかき
・65g 新潟ぬれおかき



・10枚 新潟ぬれせんべい
・4枚 新潟ぬれせんべい



◆ 催事やお茶のお供に 大袋商品



・188g 岩塚の国産米100% 米菓詰合せ



・156g 大人のおつまみアソート

公式SNSのご紹介・免責事項

公式SNS    Instagram



Facebook @iwatsukaseika
Twitter @iwatsukaRG
YouTube 岩塚製菓公式チャンネル IwatsukaTube
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、2021年度3月期の業績および2022年3月期から2024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、安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あることをご了承下さい。