

2022年度 決算説明会



2023年5月29日

代表取締役社長 榎 春夫



証券コード：2221

2022年度 決算のポイント

1. 売上は、前年度2月の斯業大手の火災事故に伴う代替需要が年間を通じて継続。
米菓売場の維持を最優先に掲げて増産対応し供給の安定化に務めました。

通期で増収となる。(当期 203億円 前期 180億円 増減 +23億円 +13.0%)

営業利益は、原材料や燃料費等の製造コストの高騰が続き、**赤字**となる。

(当期 △2.1億円 前期 △3.2 億円 増減 +1.1 億円)

2. 来期業績予想は、収益構造の改善と生産性を追求し

売上収益 218 億円 (前期 203 億円)

営業利益 2.5 億円 (前期 △2.1 億円)

目次

1. 岩塚製菓グループの考え方

2. 2022年度 決算報告

3. 2023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



お米となかよし

岩塚製菓

岩塚製菓株式会社

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

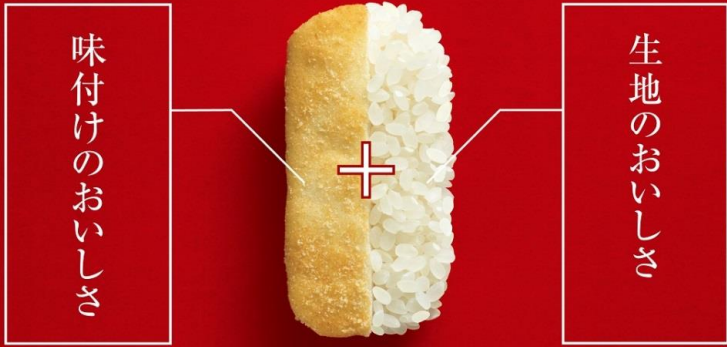
「岩塚農産加工場」創業

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、その生地に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



創業時の従業員

米菓業界 と 日本のお米100%企業

□ 米菓企業売上上位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)	代表商品
1	亀田製菓	新潟	810	亀田の柿の種
2	三幸製菓	新潟	274	雪の宿サラダ
3	岩塚製菓	新潟	252	岩塚の黒豆せんべい
4	栗山米菓	新潟	225	ばかうけアソート
5	ぼんち	大阪	115	4パック ピーナッツあげ
6	天乃屋	東京	82	歌舞伎揚
7	越後製菓	新潟	68	ふんわり名人きなこ餅
8	アジカル	新潟	59	1枚ハッピーターン
9	丸彦製菓	栃木	55	味の樂園
10	マスヤ	三重	55	おにぎりせんべい

2022年度 決算報告



お米となかよし

岩塚製薬

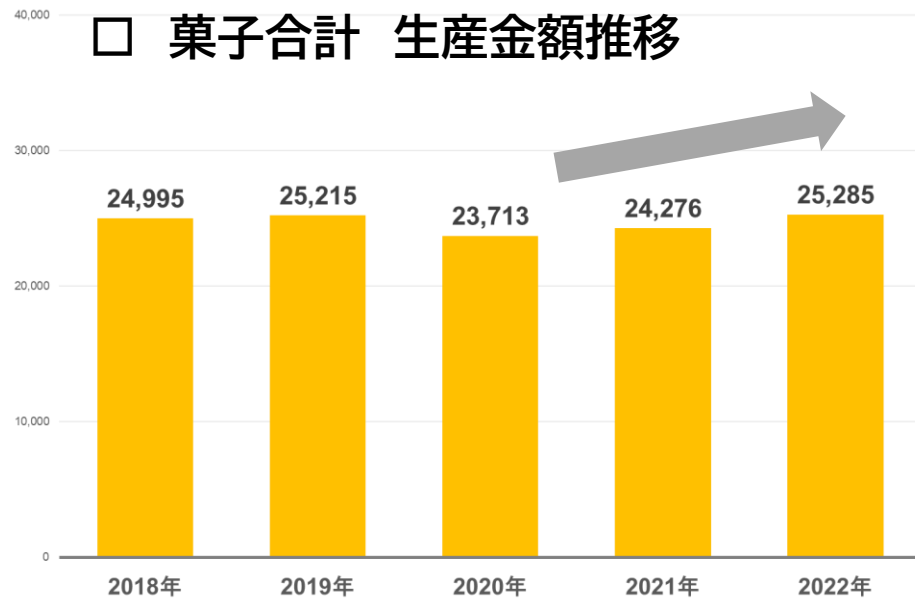
岩塚製薬株式会社

2022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 2年連続すべて前年超え、
 コロナ禍以前(2019年)と同じ水準まで回復

□ 米菓市場 前年比:96.0% ※1-12月

当社前年比:113.0%



◆ 菓子生産金額推移 億円

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
菓子合計	24,995	25,215	23,713	24,276	25,285

出典 全日本菓子協会 ※各1~12月



◆ 米菓生産金額推移 億円

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
米菓	2,778	2,856	2,796	2,832	2,720

出典 全日本菓子協会 ※各1~12月

決算ハイライト

(百万円)	2021年度	2022年度	対前年比	
連結	実績	実績	増減額	増減率
売上高	18,043	20,386	+2,343	+13.0%
売上原価率	76.4%	77.2%	-	+0.8pt
販管費率	25.4%	23.9%	-	△1.4pt
営業利益	△326	△213	+113	-
営業利益率	-	-	-	-
EBITDA	948	1,125	+177	+0.2%
経常利益	1,412	5,454	+4,042	+286.3%
経常利益率	7.8%	26.8%	-	+19.0pt
当期純利益	828	3,970	+3,142	+379.5%
当期純利益率	4.6%	19.5%	-	△14.9pt

- ✓ 売上は、年間を通じて代替え需要が継続し+2,343百万円の大幅増となる。
- ✓ 営業利益は、エネルギーコスト増や原材料高騰などで売上原価率が上昇し増益赤字となる。
- ✓ 旺旺60周年記念配当により、経常利益は大幅増加。

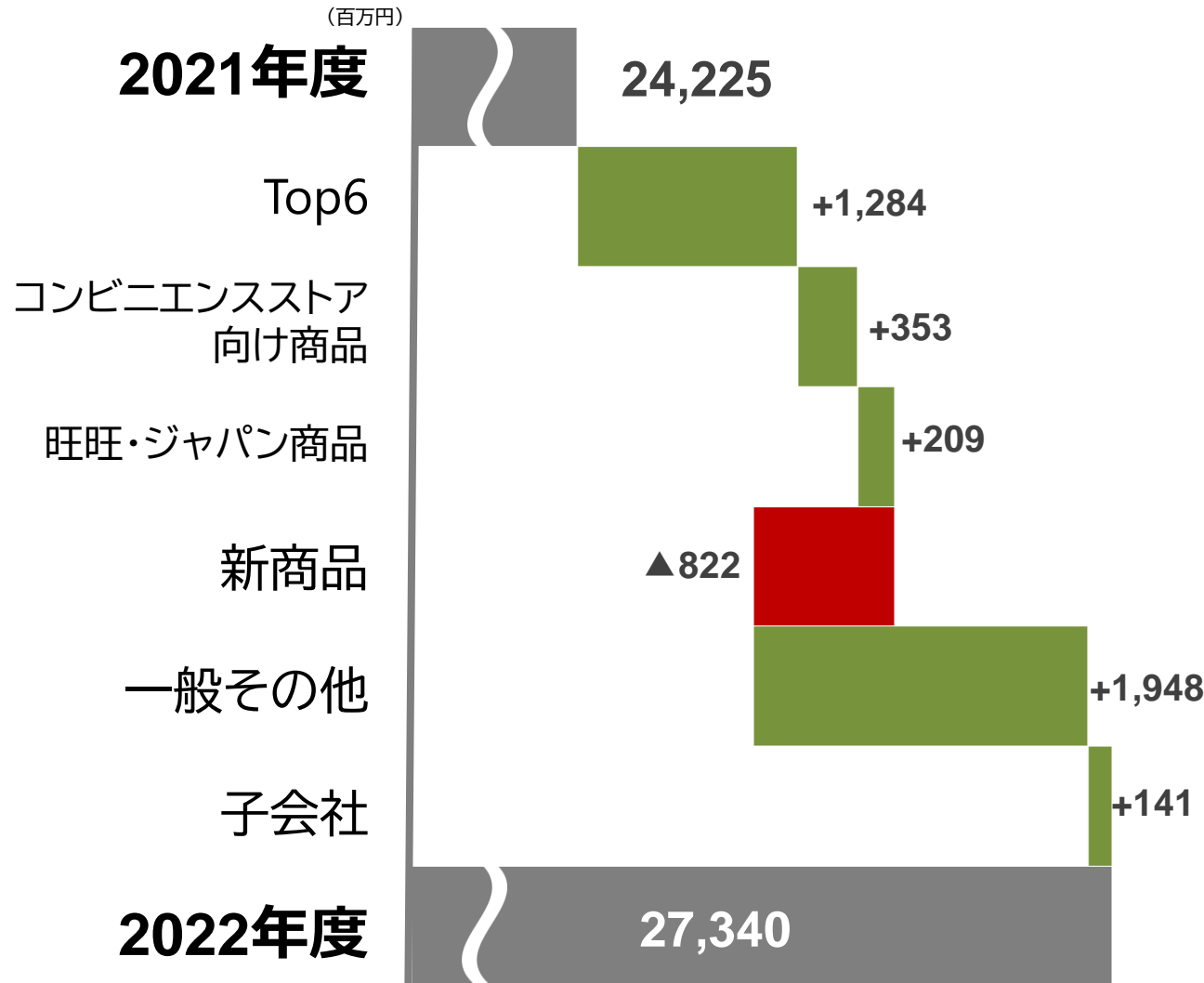
四半期別実績

(百万円)	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q	通期
2021年度 売上	4,192	4,163	5,005	4,683	18,043
2022年度 売上	5,156	4,435	5,496	5,299	20,386
前年差	+964	+272	+491	+616	+2,343
2021年度 営業利益	▲144	▲223	164	▲123	▲326
2022年度 営業利益	71	▲343	43	16	▲213
前年差	+215	▲120	▲121	+139	+113

- ✓ 売上は、代替需要が継続、販促を中止した第2Qも含めて大きく伸長した。
- ✓ 営業利益は、2Q、コスト増の3Qは前年マイナスとなるが、1・4Qが売上の上昇もありプラスとなった。
- ✓ 高止まりしていたエネルギーコストが4Qで若干減少に転じ、売上の大幅増もあり4Qの営業利益はプラスに転じた。

2022年度 売上増減要因ブランド別

□ Top6・一般が大きく牽引、CVS向け・旺旺ジャパンも堅調



主な増減要因

前年112.1% 黒豆せんべい123.9%・大袖振豆もち134.1%と牽引

前年127.4% 主要CVS様157.0%と牽引
CVSPB(単価・配荷アップ)が貢献

前年128.5%
スッパイ大作戦 コーラ&レモン前年比191.0%

主力品に注力した為、新商品は前年42.7%

きなこ餅103.9%・新潟ぬれせんべい120.5%・桜えびかきもち178.6%

人流の回復により
直販子会社の「瑞花」 前年129.0%

31億15百万円の増収(総売上)

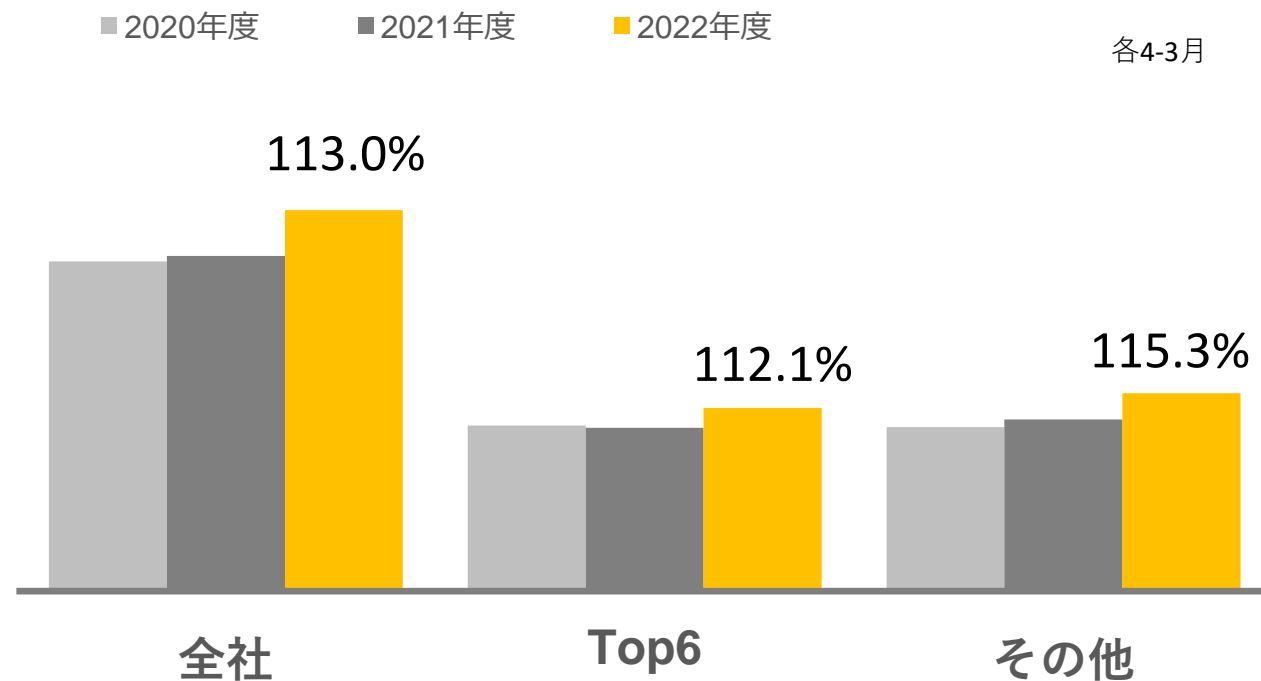
取り組み事例 Top6ブランドへの集中

□ 米菓売場の維持を最優先に、主カブランドを拡売

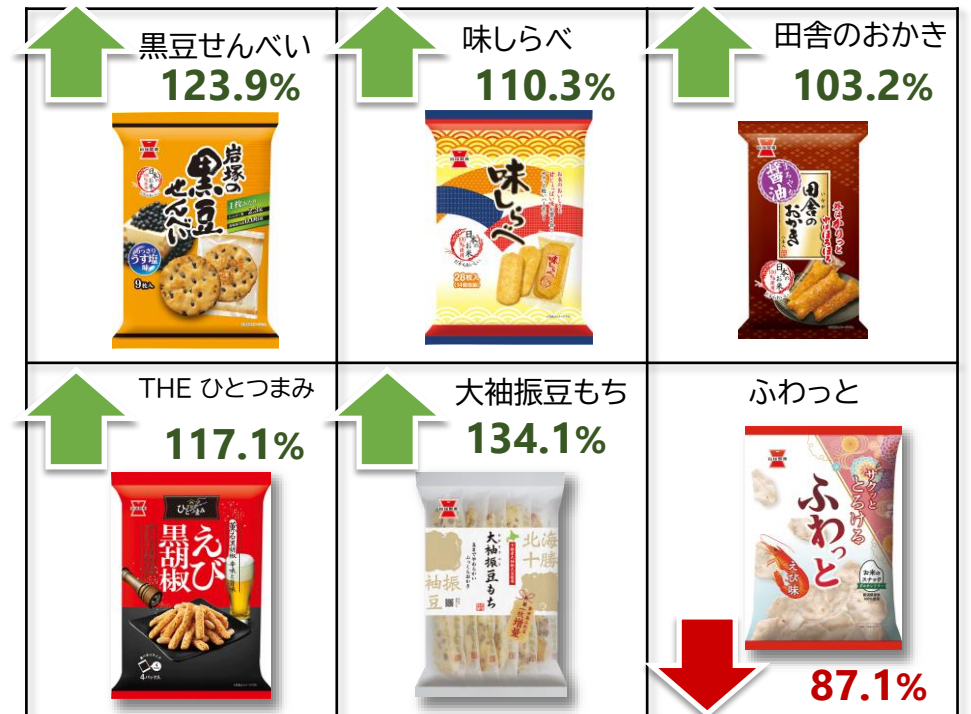
✓ Top6:各ブランドが伸長。「大袖振豆もち」は、配荷増による大幅伸長(134.1%)。

✓ 「田舎のおかき」は全国で需要が拡大。今秋に製造ラインの増設予定(+2億円生産増/月)。

□ Top6ブランド販売金額推移

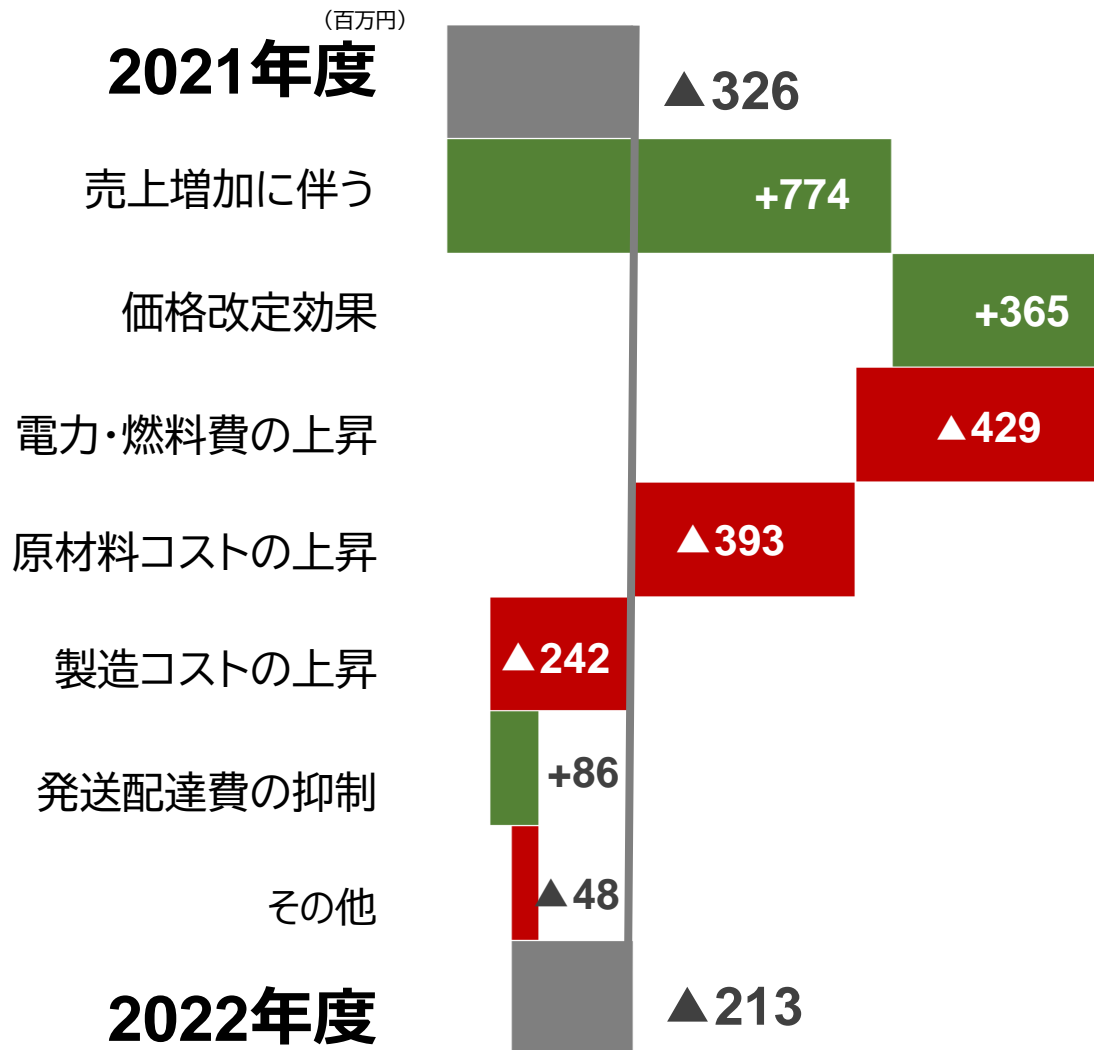


□ 2022年度 Top6ブランド別金額前年比



2022年度 営業利益増減要因

□ 売上大幅増加も、コスト高が継続



主な増減要因

売上増加に伴う

主力22品の価格改定効果

電力・燃料費高騰（前年158.1%）

原材料の高騰（前年120.6%）

減価償却費・修繕費（前年147.9%）・
消耗品費など

売上好調に伴う集約納品、
パレット積載効率上昇など

With コロナ禍における諸経費増加
（交通費・交際費）、労務費増加

113百万円の増益

取り組み事例 利益確保の施策

□ 原材料の高騰などのコスト増に対応すべく、適正利益の確保を目指す。

✓ 収益最大化：主力品の価格改定を実施、品質の維持を実現した賞味期限延長

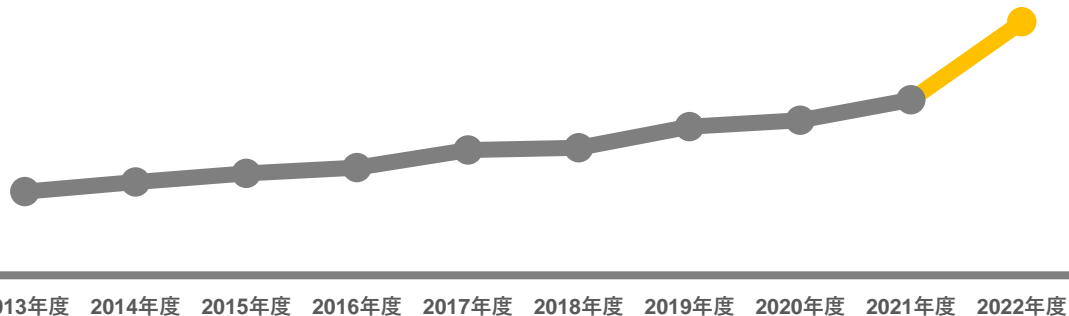


10月 主力22品の価格改定
2月 規格変更、賞味期限延長
5月 規格変更、賞味期限延長

✓ 生産性向上：機械化、部品共通化の推進

□ 労働生産性推移

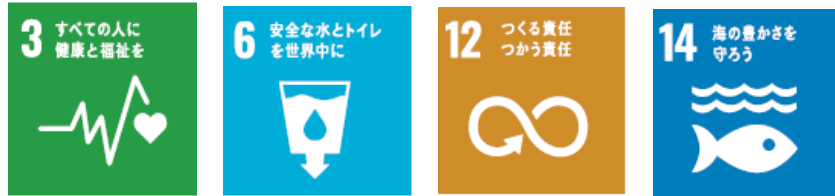
2022年度 労働生産性が大幅上昇
前年+17.6%



きなこ餅
自動化ライン
熟練者に頼っていた
工程を中心に自動化
最大10名の省人を実現

取り組み事例 SDGs 持続可能な開発目標

□ 環境に配慮した、生産・販売・配送を実施



□ 生産：使用水の削減

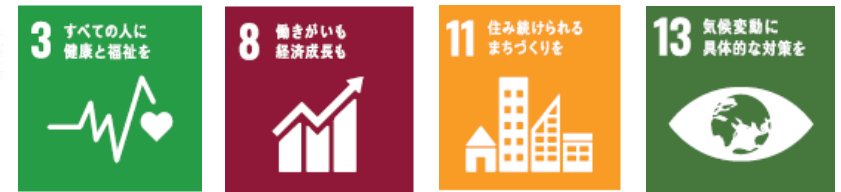


最新型 研米機

米菓の製造工程で
必要な洗米工程(米を洗う)

大量の水を使用していましたが、
洗米から研米に切り換え

使用水の、250t/月 削減と、
餅生地品質向上を
実現しました。



□ 配送：CO2排出量の削減

・鉄道輸送の推進、2024年問題への対応
(11月 エコレールマーク取組企業認定)



JR貨物 お菓子列車

CO2排出量が
トラックの約1/10と、
地球環境に優しい鉄道輸送

2022/5/6-7
新潟県下お菓子メーカー
4社による共同配送を実施

取り組み事例 地域のために

□ 地域との“絆”を継続

□ 北海道千歳高校BSCとの共同開発



□ 共同開発商品

- ・しゃけっと 石狩鍋風味
- ・ふわっと ハスカップアロニア味



□ 2018年から継続している 青森県五所川原農林高校共同開発商品 「五農米で作った味しらべ」

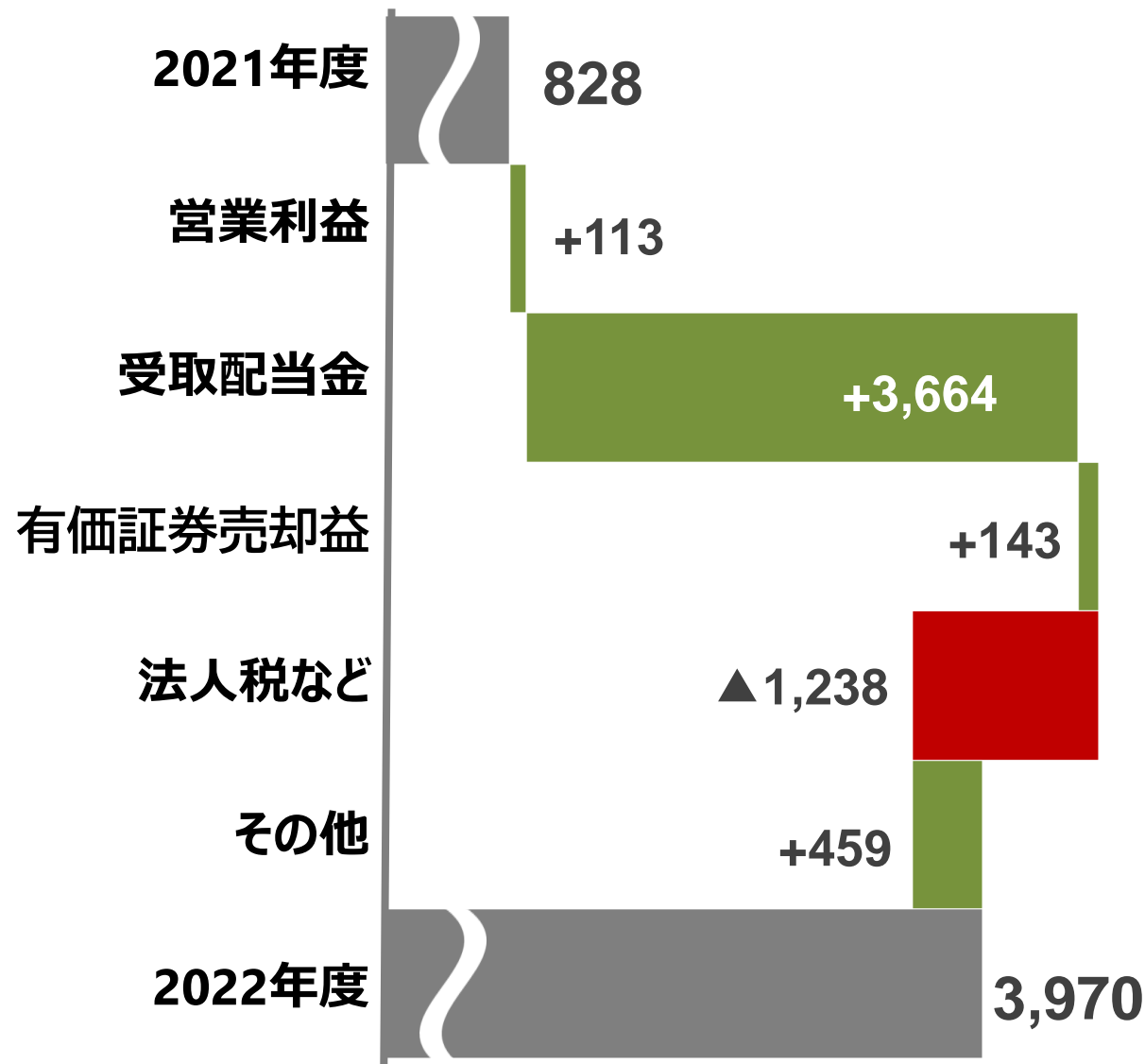
2023年2月発売

五所川原農林高校が収穫した「五農米」を使用した
「五農米で作った味しらべ」



2022年度 連結当期純利益の増減要因

(百万円)



主な増減要因

売上拡大による

中国旺旺HD配当金の増額
(60周年記念配当)

政策保有方針に基づく売却

税引前利益増加に伴う

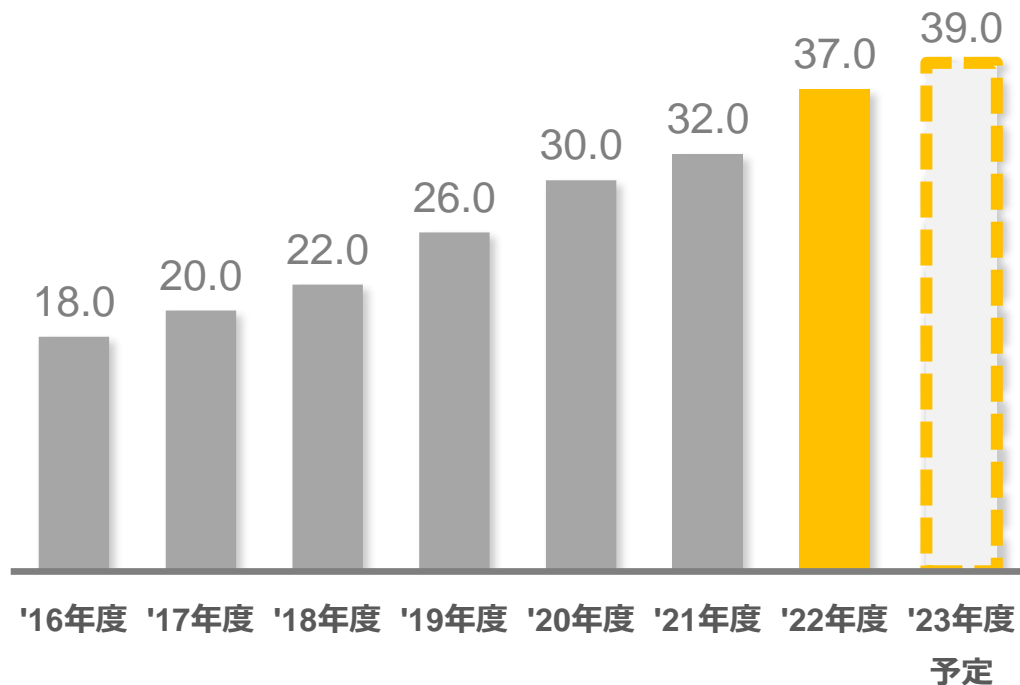
前期 日本社売却に伴う減損処理など

当期純利益、配当金増で、+3,142百万円

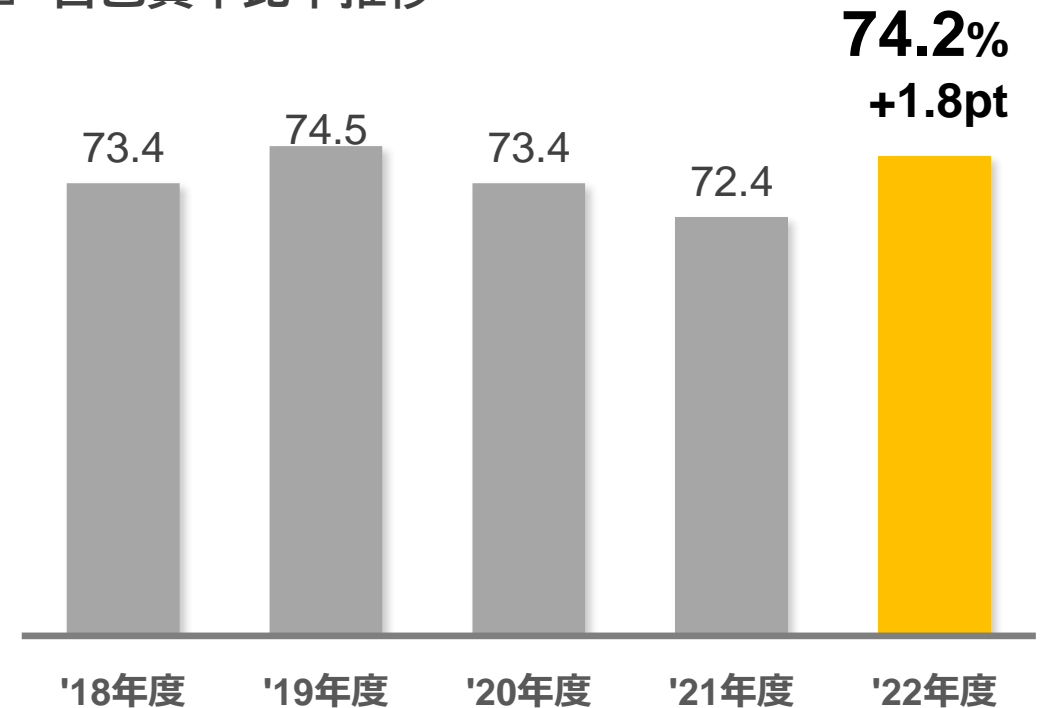
2022年度 株主還元・自己資本比率推移

- 2022年度配当金 37.0円予定（前期比5.0円増配）6期連続の増配を実施
- 2023年度 2.0円増配の39.0円を予定

□ 一株当たり配当金推移(年間) 円



□ 自己資本比率推移



2023年度 展望



お米となかよし

岩塚製薬

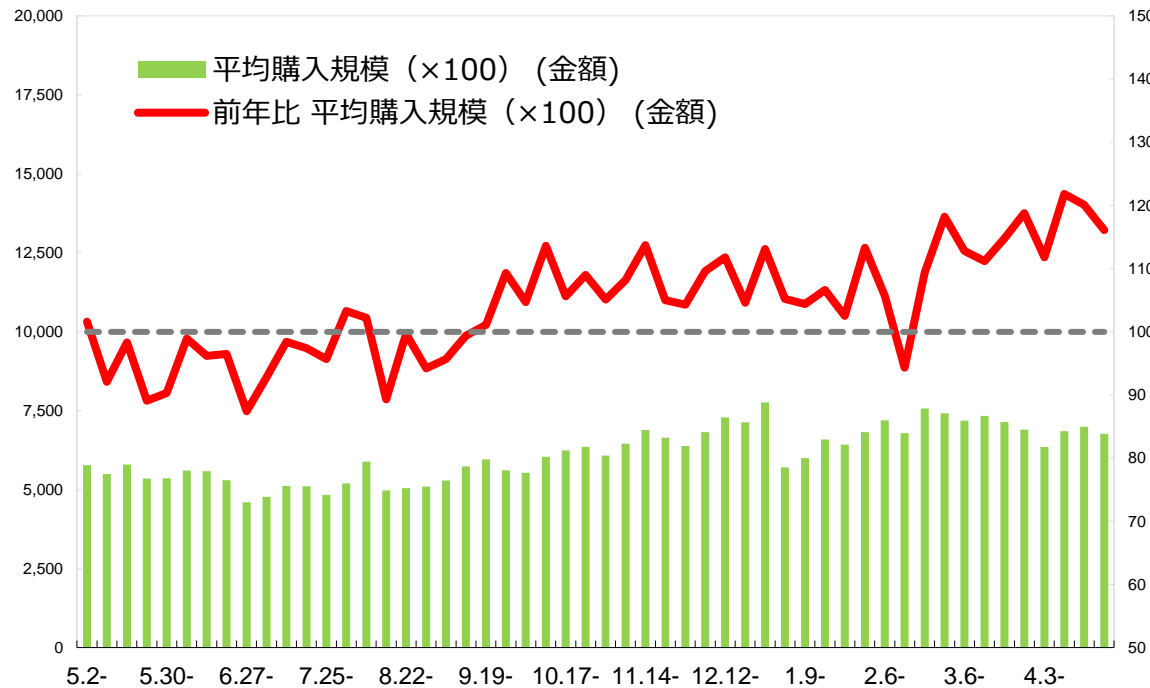
岩塚製薬株式会社

2023年度 米菓市場展望

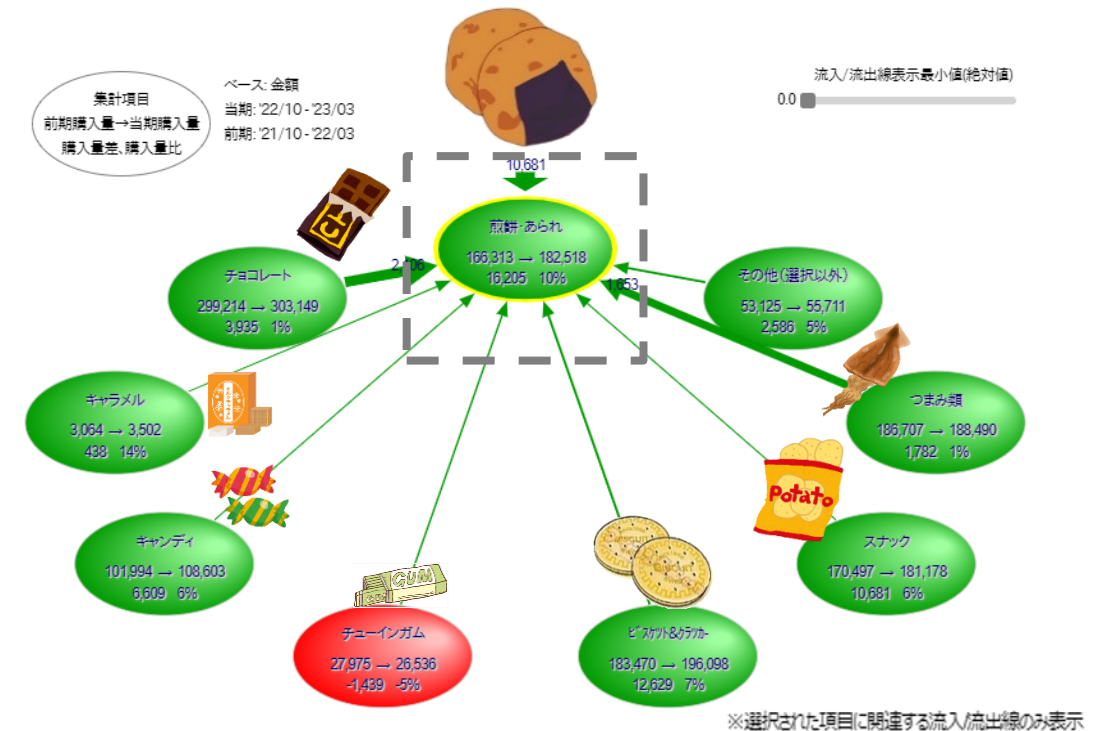
□ 米菓市場は堅調と予測。他菓子の代替需要も拡大。

- ✓ 米菓市場は、2022年9月から好調を継続。2023年は、各社新商品販売、販促活動を再開。
- ✓ 他菓子の代替としての「米菓需要」が拡大。全ての菓子カテゴリーから米菓に流入。

□ 米菓 購入金額・前年比



□ 菓子 カテゴリー間購入量変化(2022年度下期)



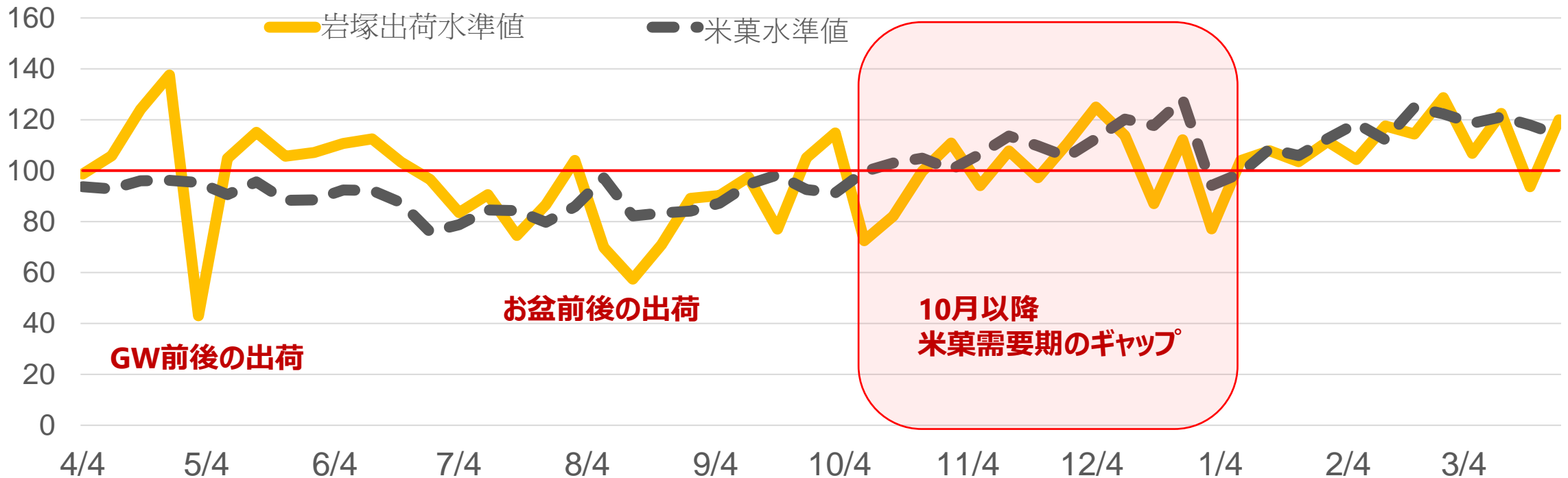
2023年度取り組み 欠品ゼロを目指してSC構築

□ 米菓の需要シーズンに安定した供給を目指す。

- ✓ 岩塚製菓 週別出荷金額水準値と、米菓需要水準値（※ 水準値 年間平均を100）

10月以降の需要期に安定供給が出来ずに、ギャップが生じている(チャンスロス)。

□ 岩塚製菓出荷金額水準値・米菓需要水準値



2023年度取り組み 欠品ゼロを目指してSC構築

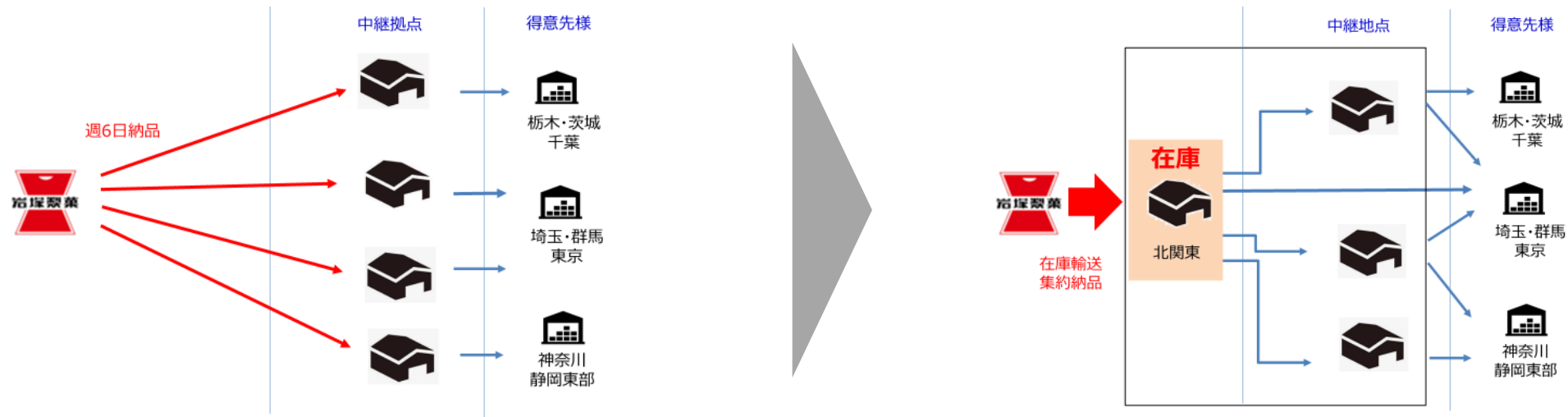
□ 関東にDC拠点を設置。欠品防止とBCP対策を実施。

- ✓ 消費地に近い地域に、DCを設置(現在、北海道・岡山・福岡に設置中)。

在庫型拠点として、関東の一部得意先様から開始。積載効率の改善と諸問題に対応。

- ✓ 将来的には、関東全域を網羅、関西にも拠点を拡大し、全国配送網を構築する。
- ✓ 社内出荷ルールの変更(2024年問題への対応)。基準在庫の見直し。

□ 関東のDC経由で納品を実施。



2023年度取り組み 顧客接点の拡大

□ 「お米となかよし」 プロモーションによる認知度拡大

- ✓ 新設広報部 「ソーシャルコミュニケーション室」

お客様との接点を拡大し、岩塚製菓の価値を発信する。

- ✓ TikTok

新しいユーザーとの接点を増やし、岩塚製菓の個性を届ける。



iwatsukaseika_official
岩塚製菓【公式】

フォローする

TikTok動画は、
定期的に更新します。



2023年度取り組み 旺旺集団との協働

□ 今までの“縁“を更に活かして、市場の開拓と深耕を図る。

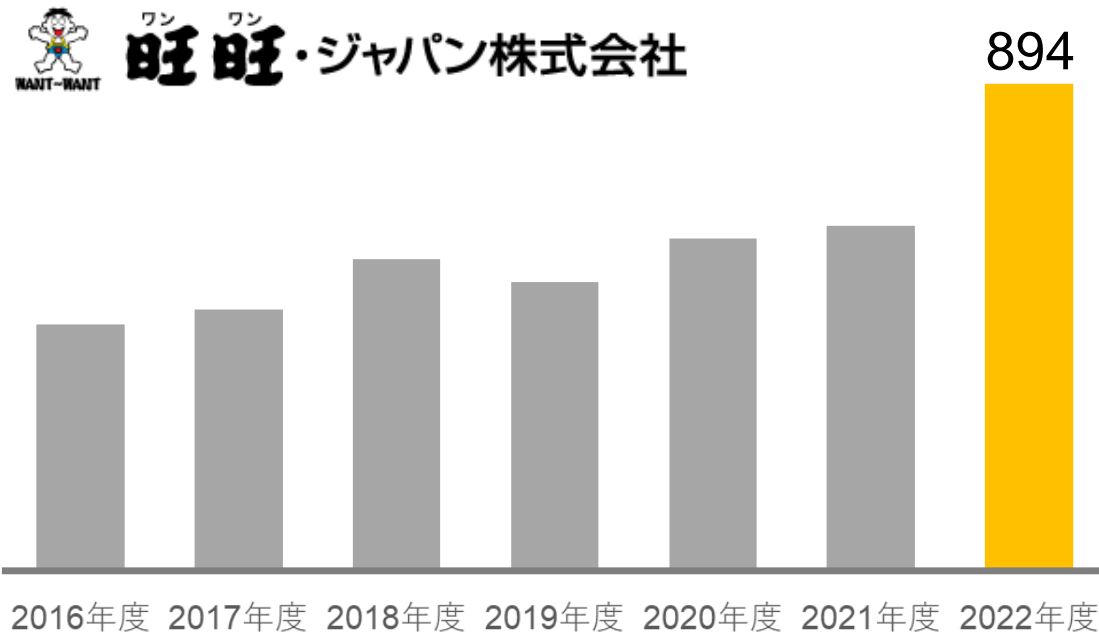
- ✓ ベトナム工場：本格操業開始。当社から技師を派遣しアジア市場の開拓を図る。
- ✓ 旺旺ジャパン：取り扱い商品カテゴリーを拡大。前期売上前年比141.6%。



□ 旺旺ジャパン売上推移(百万円)



グミ、パイナップルケーキ



2023年度 見込み

□ 売上高 218億円 営業利益2.5億円

(百万円)	2023年度 見込み
売上高	21,800
営業利益	250
経常利益	2,000
設備投資額	1,300
EBITDA	1,600

(百万円)	2023年度 見込み
当期純利益	1,400
1株当たり 当期純利益 (円)	249.81
1株当たり配当金 (円)	39.0
配当性向 (%)	15.6
ROE (%)	2.3

推しせん（一推しのせんべい） RISOONO!

イタリア料理と米菓の出会い

チーズと黒胡椒の
カチョエペペ風



にんにくと唐辛子の
ペペロンチーノ風



バジルとにんにくの
ジェノベーゼ風



商品規格



商品名	40g RISOONO! カチョエペペ風	40g RISOONO! ペペロンチーノ風	36g RISOONO! ジェノベーゼ風
名称	米菓	米菓	米菓
商品コード	11637	12232	21219
JANコード	4901037116374	4901037122320	4901037212199
GTINコード	14901037116371	14901037122327	14901037212196
内容量	40g	40g	36g
入数	12入	12入	12入
1袋	200×150×70	200×150×70	200×150×70
1CS	333×203×174	333×203×174	333×203×174
賞味期限	150日	150日	150日

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



岩塚製薬

お米となかよし

岩塚製薬株式会社

基本方針

□ 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。

米

原材料へのこだわり

技

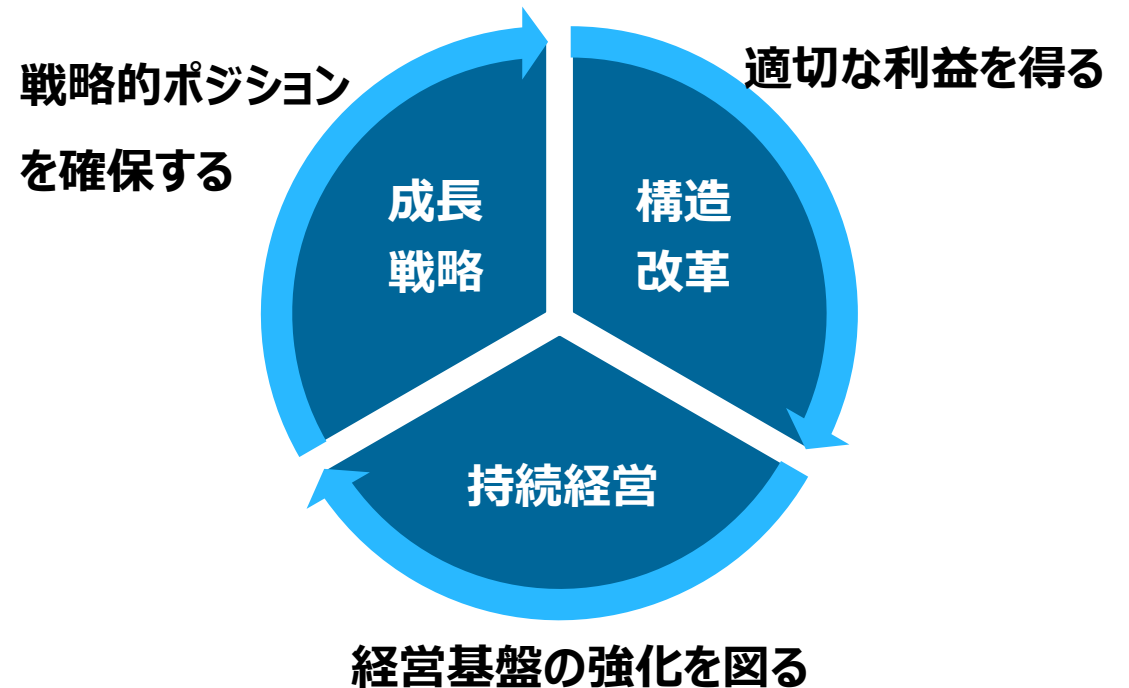
製法へのこだわり

心

つくり手の思い

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と2022年度の成果

□ 2022年度 各経営課題を着実に履行

成長戦略	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） 	<p>主力Top6+2の拡売</p> <p>価格改定の実施 機械化による生産性向上</p>
	新機軸商品の強化	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 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 	<p>新機軸商品「RISOUNO！」</p>
	「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 	<p>新設広宣部「ソーシャルコミュニケーション室」</p>
	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 	<p>ベトナム工場への協力</p>
構造改革	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 	<p>機械化による自動化ライン</p> <p>全工場 ISO14001体制の維持向上</p> <p>工場内トレースシステムの構築</p>
持続経営	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 	<p>社内研修制度の拡充・人事制度の刷新</p> <p>業務執行の効率化を図る組織改革</p> <p>サステナビリティ委員会の設立</p>

中期計画／次の10年を支える戦略・モデルを再定義

□ 今中期経営計画で、ビジネスモデルを再定義

	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度~
フェーズ	第4の創業期:事業構造の改革/利益体質化			成長軌道へ
	次の10年を支える、強みに立脚した事業戦略やビジネスモデルの再定義	成長に向けた仕込み		
既存事業／国内	BEIKA Labによる生産効率向上／新規商材開発			
調達／製造	製造原価低減	OEM (多品種少量、高品質)		
マーケティング	「岩塚」ブランド価値の再構築 (企業:素材と製法への拘り、商品:プレミアム市場創出)			
営業:	チャンネル改革 (採算見直し)	チャンネル改革(D2C、EC強化)		
基盤強化	ESGの取組み強化 マネジメント体制の再構築 / 経営人財の育成			
既存事業／海外	グループシナジー／海外展開:旺旺グループの商流活用、輸出(ベトナム、東南アジア)			
		輸出再開		
新規事業			M&A、新規事業開発テーマの探索	

中期計画／BEIKA Labによる成長戦略

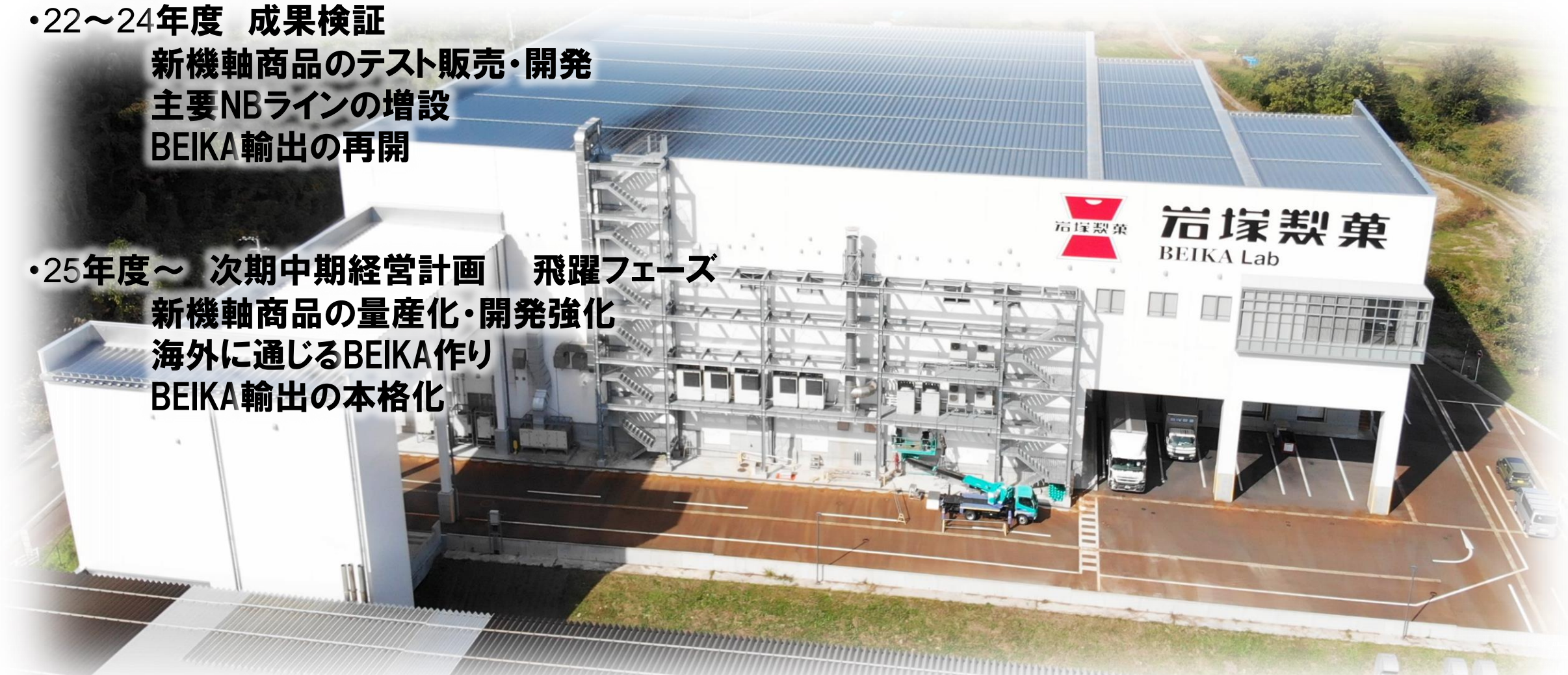
□ 2025年から飛躍フェーズに移行 今後の当社を製造・開発で牽引

・22～24年度 成果検証

新機軸商品のテスト販売・開発
主要NBラインの増設
BEIKA輸出の再開

・25年度～ 次期中期経営計画 飛躍フェーズ

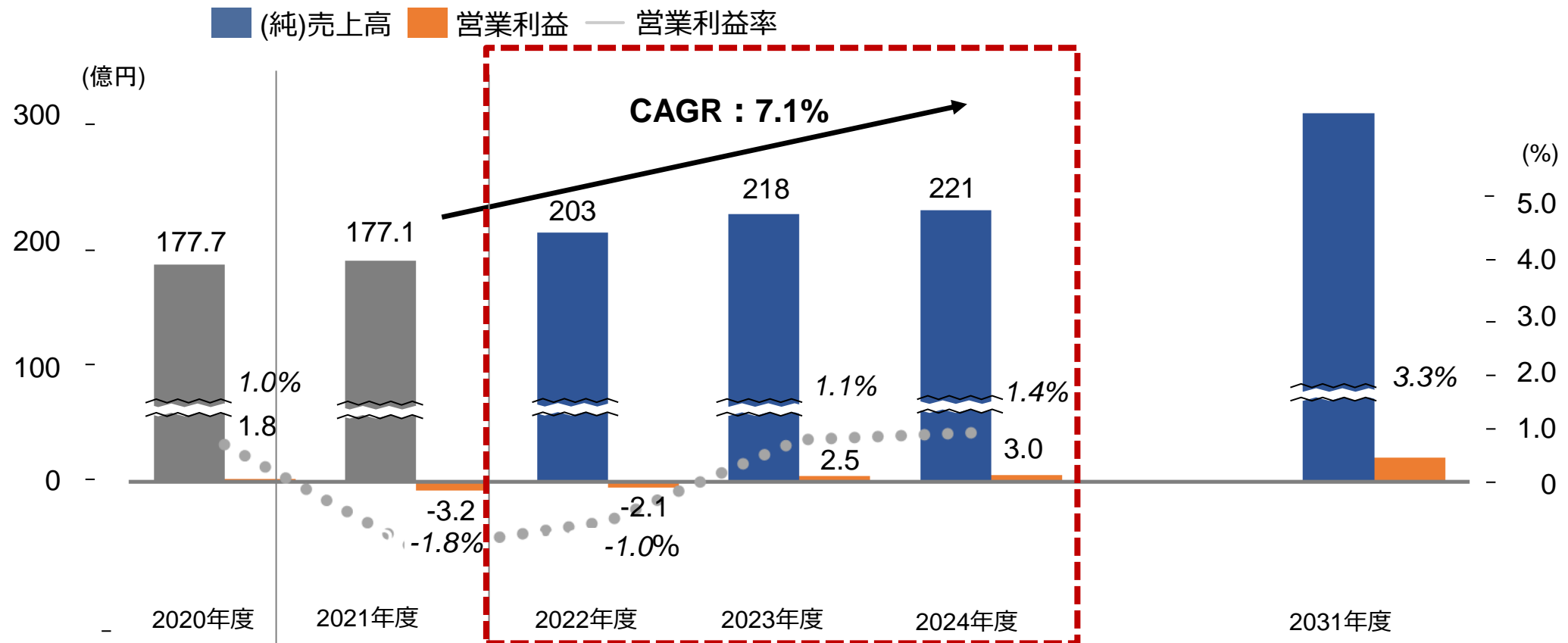
新機軸商品の量産化・開発強化
海外に通じるBEIKA作り
BEIKA輸出の本格化



中期計画／定量

□ 中計最終年度に売上221億円 営業利益3.0億円を目指す。

✓ 初年度売上大幅達成により、計画を見直し。**CAGR:7.1%**に上方修正。

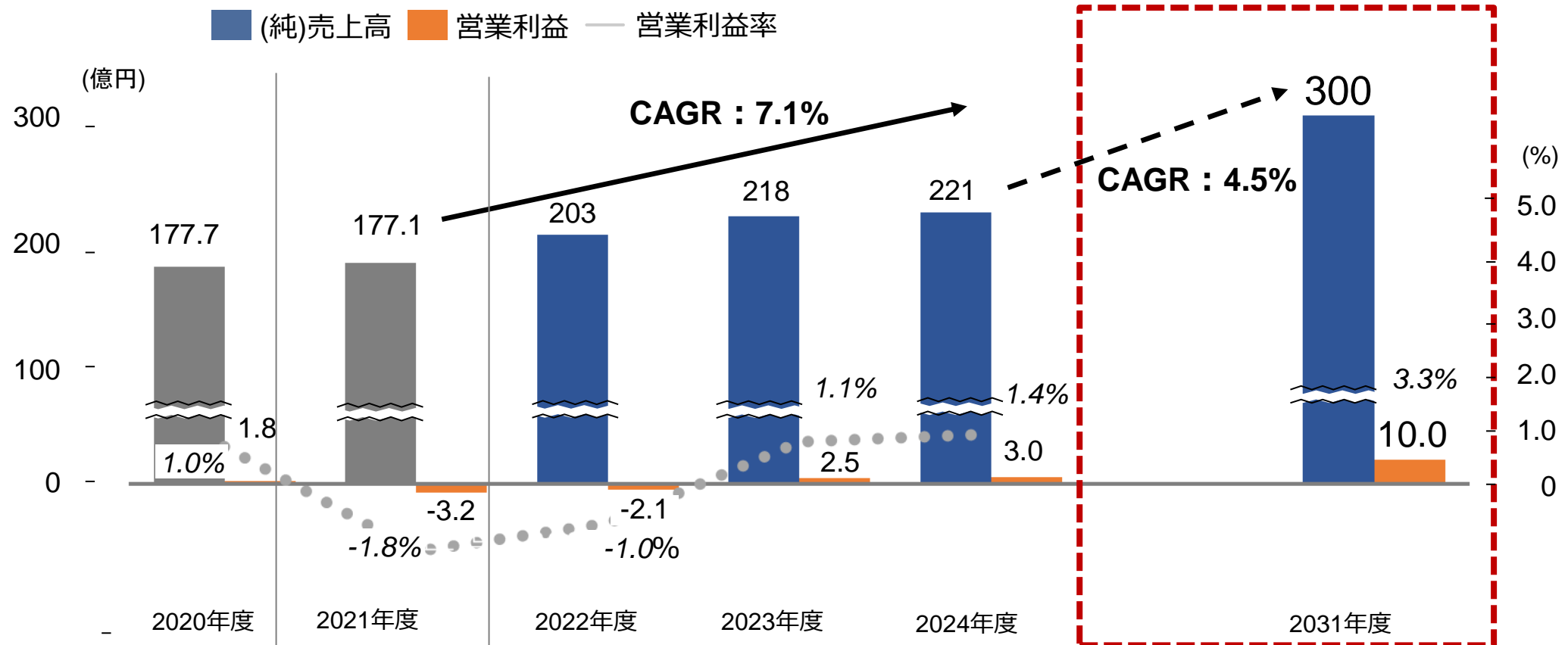


中期経営計画「Create New Iwatsuka Value」

中期計画／定量

□ 2031年度に売上300億円 営業利益10.0億円規模を目指す。

✓ 今中期経営計画で、事業構造の改革・利益体質化を実現。2025年度以降は、利益面を強化。

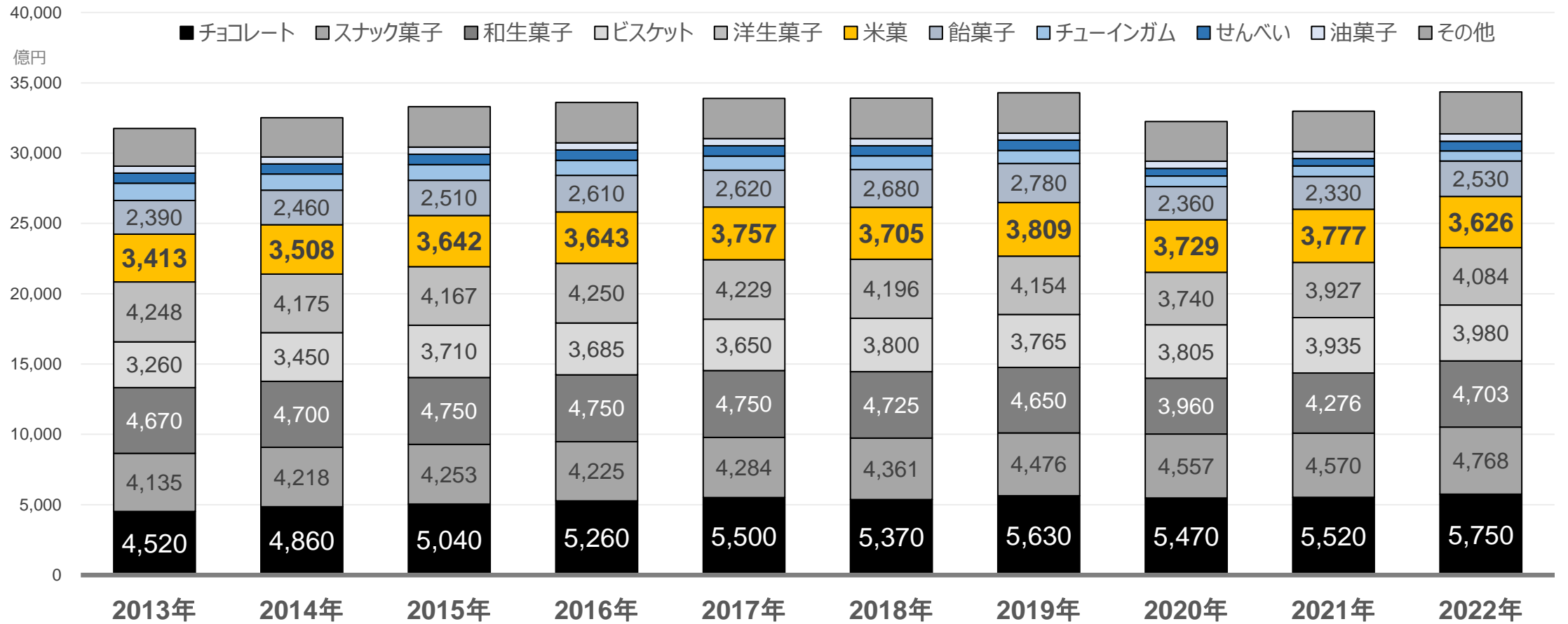


中期経営計画「Create New Iwatsuka Value」

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



	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
米菓	3,413	3,508	3,642	3,643	3,757	3,705	3,809	3,729	3,777	3,626
菓子合計	31,757	32,522	33,302	33,609	33,898	33,909	34,239	32,242	32,975	34,361

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	2022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	810	51	49
2	三幸製菓	新潟	441	462	481	484	500	533	558	559	580	274	65	35
3	岩塚製菓	新潟	193	198	198	207	211	224	224	221	223	252	50	50
4	もち吉	福岡	190	194	203	211	214	218	222	218	221	225	60	40
4	栗山米菓	新潟	162	175	178	187	189	192	200	205	205	225	85	15
6	ほんち	大阪	88	93	99	102	102	102	102	104	106	115	70	30
7	小倉山荘	京都	90	92	93	95	97	98	98	98	98	98	65	35
8	天乃屋	東京	65	69	69	69	69	69	72	76	78	82	95	5
9	越後製菓	新潟	49	51	51	55	57	64	61	63	65	68	25	75
10	アジカル	新潟	-	-	-	-	70	70	67	67	50	59	-	-
11	丸彦製菓	栃木	48	50	50	50	51	52	52	52	52	55	30	70
11	マスヤ	三重	45	45	48	51	52	52	51	52	50	55	85	15
13	阿部幸製菓	新潟	40	42	43	44	46	47	48	48	47	48	0	100
14	ブルボン	新潟	59	51	49	48	45	45	45	45	45	45	55	45
15	播磨屋本店	兵庫	44	44	43	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	2,720		

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。



・9枚 岩塚の黒豆せんべい



・28枚 味しらべ



・8本 田舎のおかし 塩味
・8本 田舎のおかし ざらめ味



・80g THEひとつまみ えび黒胡椒
・80g THEひとつまみ えびカリ



・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

+2ブランド

主力のTop6ブランドと
戦略ブランドの+2を
合わせて
「Top6+2」と
呼称しています。



・19枚 きなこ餅



・80g バンザイ山椒

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

2023年春新商品

イタリア料理と米菓の出会い

cucina italiana
LA BETTOLA
da Ochiai

銀座「ラ・ベットラ・ダ・オチアイ」落合務シェフ 監修

「リゾーノ!」

RISOUNO!



・40g RISOUNO! カチョエペペ風



・40g RISOUNO! ペペロンチーノ風



・36g RISOUNO! ジェノベーゼ風

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



・116g 岩塚あられ
鬼ひび うす塩味



・18枚 バター餅

◆ 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



・155g THE ひとつまみアソート



・120g バンザイ山椒と仲間たち

公式SNSのご紹介・免責事項

公式SNS



Instagram

TikTok



Facebook

@iwatsukaseika

Twitter

@iwatsukaRG

Instagram

@iwatsukaseika

TikTok

@iwatsukaseika_official

FOLLOW ME!

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、2022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もあることをご了承下さい。