

# 2015年3月期 第2四半期 決算説明会資料

平成26年11月12日



「おいしさ」を通して、  
「楽しさ」と  
「豊かさ」をお届けします。



岩塚製菓

「お米」のおいしさ創造企業  
**岩塚製菓株式会社**

**JASDAQ**

証券コード: 2221

# 目次

---

1. 会社概要
2. 米菓市場の現況
3. 2015年3月期第2四半期業績
4. 通期業績予想
5. 中期経営計画
6. 補足説明

# 目次

---

1. 会社概要
2. 米菓市場の現況
3. 2015年3月期第2四半期業績
4. 通期業績予想
5. 中期経営計画
6. 補足説明

# 会社概要

商号  岩塚製菓株式会社

所在地 新潟県長岡市浦9750番地

創業 昭和22年7月

代表者 代表取締役社長 榎 春夫

資本金 16億3475万円

事業内容 米菓の製造並びに販売

売上高 連結 210億4400万円 単体 197億9507万円 (平成26年3月期)

経常利益 連結 24億0420万円 単体 23億7788万円 (平成26年3月期)

営業利益 連結 4億3806万円 単体 3億8355万円 (平成26年3月期)

従業員 996名(平成26年3月末 連結)

事業所 [工場] 5ヶ所

[支店] 11ヶ所

[営業所] 18ヶ所

関連会社 (株) 瑞花 (高級米菓店頭販売)

(株) 新潟味のれん本舗 (米菓の通信販売)

(株) 越後抄 (法人向販売)

里山元気ファーム(株) (農産物・農産加工品販売)

旺旺・ジャパン(株) (旺旺グループ総代理店)



(株)新潟味のれん本舗



(株)越後抄



# 会社概要（沿革）

- 昭和22年(1947) 創業者 平石金次郎 榎計作が共同で戦後の食糧難時代に甘味の提供として、水飴、でん粉、カラメル等の製造を開始し、岩塚農産加工場を設立
- 昭和29年(1954) 個人営業より法人組織とし、株式会社岩塚農産加工場とする
- 昭和35年(1960) 岩塚製菓株式会社に社名変更
- 昭和47年(1972) 中沢工場建設 もち製品専門工場として操業開始
- 昭和55年(1980) 沢下条東工場(現在の沢下条第2工場)建設 操業開始
- 昭和56年(1981) 沢下条西工場(現在の沢下条第3工場)建設 操業開始
- 昭和57年(1982) 瑞花長岡店開店 高級米菓贈答品分野に進出
- 昭和60年(1985) 「瑞花本店」を当社100%出資の「(株)瑞花」に改組
- 昭和62年(1987) NPS研究会に入会 IPS(岩塚新生産方式)に着手
- 昭和63年(1988) 通信販売を専門とする「(株)新潟味のれん本舗」を当社100%出資により設立
- 平成 元年(1989) 日本証券業協会に店頭売買銘柄として登録
- 平成 2年(1990) 千歳工場建設 操業開始
- 平成 6年(1994) 沢下条中央棟(現在の沢下条第1工場)建設
- 平成 6年(1994) 法人向通信販売を専門とする「(株)越後抄」を設立
- 平成 9年(1997) 沢下条第4工場建設 もち製品専門工場として操業開始
- 平成15年(2003) 合併会社「旺旺・ジャパン株式会社」設立
- 平成16年(2004) 沢下条工場が環境の国際規格ISO14001を認証取得
- 平成17年(2005) 飯塚工場 建設
- 平成20年(2008) ISO14001を認証取得 (全工場、本社、R&D・Mセンター)
- 平成21年(2009) 里山元気ファーム株式会社設立
- 平成22年(2010) ISO22000を認証取得(飯塚工場(開発部・品質保証室含む)・沢下条第一工場製造本部(品質管理部・生産管理部・生産技術部・購買部))
- 平成24年(2012) ISO22000の認証を拡大(沢下条第二工場)
- 平成25年(2013) ISO22000の認証を拡大(沢下条第三工場・沢下条第四工場)
- 平成25年(2013) 東京証券取引所と大阪証券取引所の統合に伴い、東京証券取引所JASDAQ(スタンダード)に上場



# 創業から引き継がれる精神

## 米・技・心

いい材料が味をつくる。それ以上の味と品質は作り手がつくる。

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はできる。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)

### 創業の心

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



堀 計作

○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。

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



# 岩塚製菓の米菓とは

## 全商品「国産米100%使用」

全商品国産米100%使用することで、「生地のおいしさ」にこだわり、原料である「お米のおいしさ」を追求してまいります。

輸入米粉は風味が少ない。

輸入米粉は破碎処理されているため長期間空気にさらされている面積が大きく、**風味が抜けた状態で輸入されています。**

### 美味しさへのこだわりその① 飯米の使用

丸粒のお米(飯米)を使うことで良質のでん粉を使うことができます。


### 美味しさへのこだわりその② 製粉時の熱処理

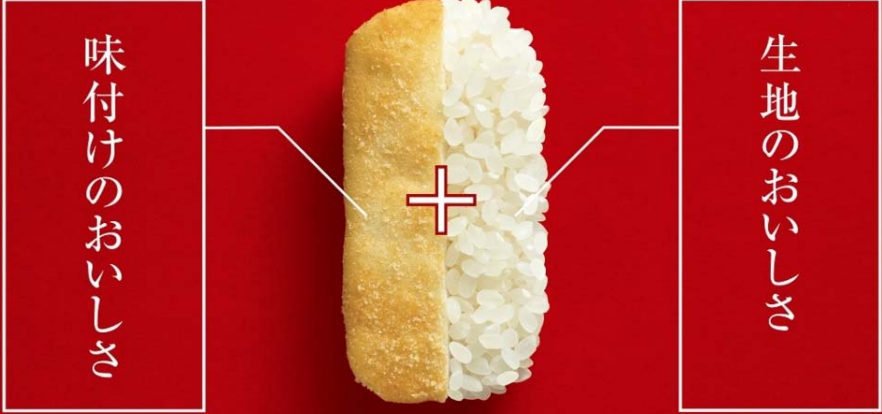
熱を加えないよう機械を冷やししながら製粉することでお米本来風味を保ちます。

### 美味しさへのこだわりその③ 製粉したらすぐに加工

製粉されたお米は劣化を避けるために作り置きすることなくすぐに加工されます。



 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。



# 目次

---

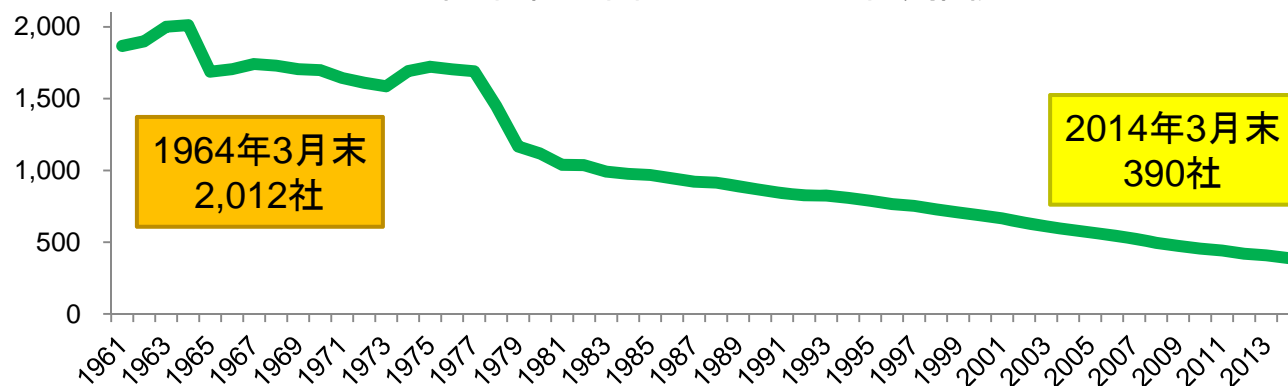
1. 会社概要
2. 米菓市場の現況
3. 2015年3月期第2四半期業績
4. 通期業績予想
5. 中期経営計画
6. 補足説明



# 米菓市場の現況

米菓業界は、メーカー間の価格競争が激化し、全米工加盟企業数の減少に見られるように、寡占化が進んでいる。

全国米菓工業組合の加入企業数推移



寡占化強める新潟大手  
経営難、後継不足で廃業増加  
あられ専業、一段と厳しく

2014年3月31日  
食品新聞見出し



参考資料：全日本菓子協会  
菓子統計年報

# 国内米菓メーカーでの位置づけ

■米菓Topメーカーは亀田製菓、次いで三幸製菓、岩塚製菓となる。過去7年間、売上Top5のメーカーに変化はない

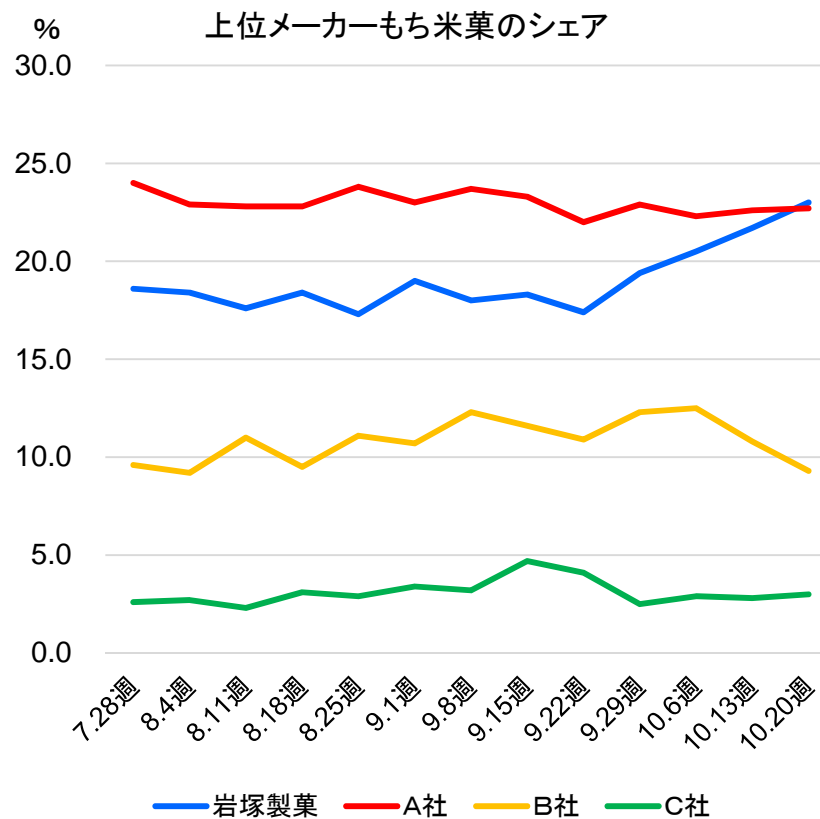
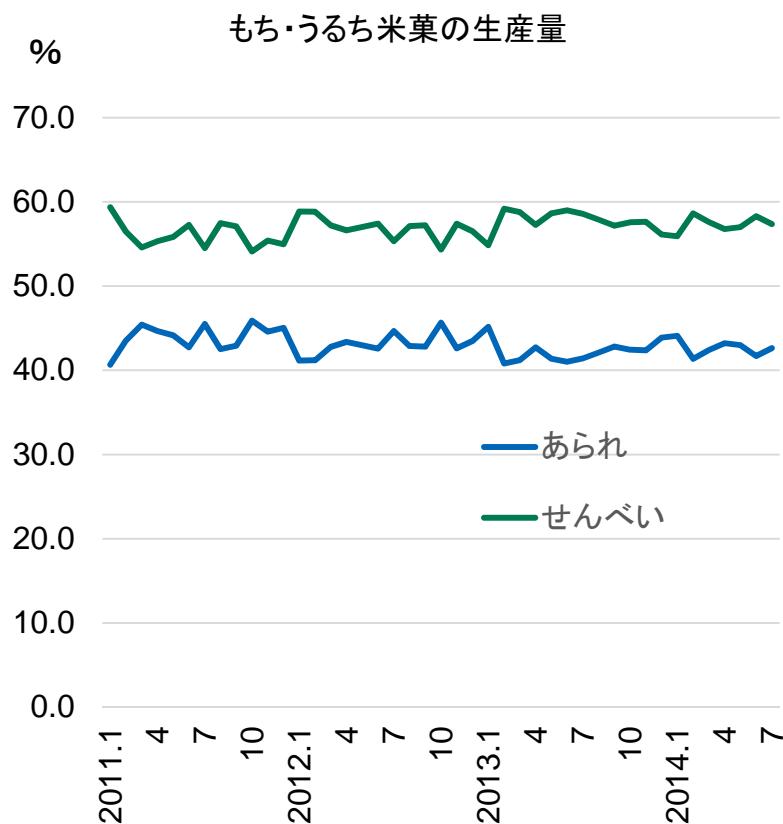
■2013年実績では市場規模(米菓Total生産金額)は2,621億。うち上位15社の推定年商は2,243億となり86%の占有率となる

順位	会社名		推定年商(単位:億円)		※ブルボン、マスヤ、越後製菓、阿部幸製菓は米菓のみ												
	2005年		2006年		2007年		2009年		2010年		2011年		2012年		2013年		
	米菓Total	2,391	米菓Total	2,402	米菓Total	2,467	米菓Total	2,460	米菓Total	2,471	米菓Total	2,516	米菓Total	2,414	米菓Total	2,621	
1	亀田製菓	623	亀田製菓	621	亀田製菓	647	亀田製菓	670	亀田製菓	689	亀田製菓	695	亀田製菓	681	亀田製菓	689	
2	三幸製菓	242	三幸製菓	279	三幸製菓	372	三幸製菓	436	三幸製菓	447	三幸製菓	447	三幸製菓	491	三幸製菓	441	
3	岩塚製菓	175	岩塚製菓	184	岩塚製菓	190	岩塚製菓	184	岩塚製菓	190	岩塚製菓	199	岩塚製菓	201	岩塚製菓	193	
4	もち吉	138	もち吉	146	もち吉	165	もち吉	169	もち吉	178	もち吉	182	もち吉	188	もち吉	190	
5	栗山米菓	91	栗山米菓	94	栗山米菓	108	栗山米菓	122	栗山米菓	127	栗山米菓	127	栗山米菓	142	栗山米菓	162	
6	ぼんち	79	ぼんち	82	ぼんち	87	ぼんち	88	ぼんち	84	小倉山荘	86	小倉山荘	90	小倉山荘	90	
7	ブルボン	75	ブルボン	75	ブルボン	76	小倉山荘	78	小倉山荘	84	ぼんち	84	ぼんち	87	ぼんち	88	
8	播磨屋本店	63	播磨屋本店	64	小倉山荘	75	播磨屋本店	67	播磨屋本店	60	ブルボン	60	天乃屋	63	天乃屋	65	
9	小倉山荘	58	小倉山荘	62	越後製菓	67	ブルボン	65	ブルボン	60	天乃屋	58	ブルボン	60	ブルボン	59	
10	越後製菓	57	天乃屋	52	播磨屋本店	66	越後製菓	60	天乃屋	58	丸彦製菓	47	越後製菓	48	越後製菓	49	
11	天乃屋	51	越後製菓	51	天乃屋	58	天乃屋	58	丸彦製菓	47	マスヤ	46	丸彦製菓	47	丸彦製菓	48	
12	丸彦製菓	47	丸彦製菓	47	丸彦製菓	47	丸彦製菓	47	越後製菓	45	播磨屋本店	45	播磨屋本店	45	播磨屋本店	45	
13	日の出屋製菓	40	マスヤ	41	マスヤ	42	マスヤ	43	マスヤ	42	越後製菓	45	マスヤ	43	マスヤ	45	
14	マスヤ	38	日の出屋製菓	40	日の出屋製菓	40	日の出屋製菓	40	日の出屋製菓	39	日の出屋製菓	39	日の出屋製菓	39	阿部幸製菓	40	
15	金吾堂製菓	35	阿部幸製菓	39	金吾堂製菓	40	金吾堂製菓	38	金吾堂製菓	38	金吾堂製菓	38	金吾堂製菓	38	日の出屋製菓	39	
上位15社計		1812		1876		2080		2167		2188		2198		2263		2243	
その他メーカー計		579		526		387		293		283		318		151		378	

参考資料:食品新聞 米菓メーカー売上(単体売上)ランキング 2005年~2013年版抜粋

# 国内米菓メーカーでの位置づけ

「田舎のおかき」、「新潟ぬれおかき」等のもち米菓の拡売に注力することで、シェアを伸ばす



参考資料：全国米菓工業組合

出典：㈱インテージ SFI食品-W 煎餅・おかき(あられ)カテゴリー

期間：2014/7/28 - 2014/10/26 業態：スーパールート

もち原料別メーカーシェア

\*もち原料(あられ・おかき・揚げもち・洋風あられおかき・ぬれおかき)

# 目次

---

1. 会社概要
2. 米菓市場の現況
3. 2015年3月期第2四半期業績
4. 通期業績予想
5. 中期経営計画
6. 補足説明

# 2015年3月期第2四半期サマリー

---

## 上半期の総括

### 計画を上回り増収・増益を達成

- 「岩塚の黒豆せんべい」「味しらべ」「田舎のおかき」シリーズ等の主力商品が堅調に売上を伸ばし、前年同期比8.1%の増収
- 主力商品の拡販に集中（主力商品比率56.5%）することで、生産効率が向上

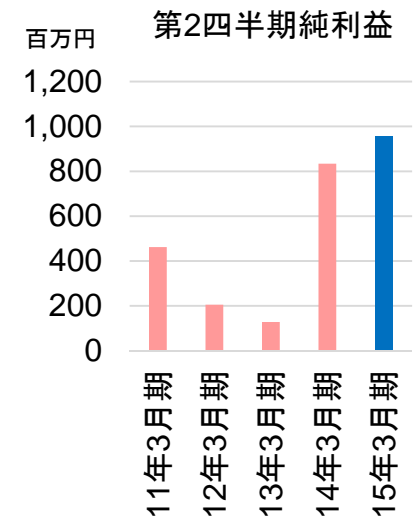
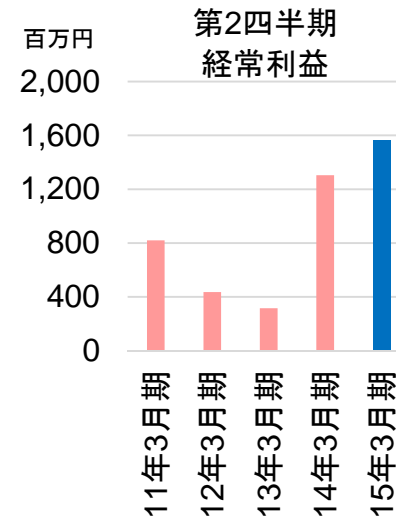
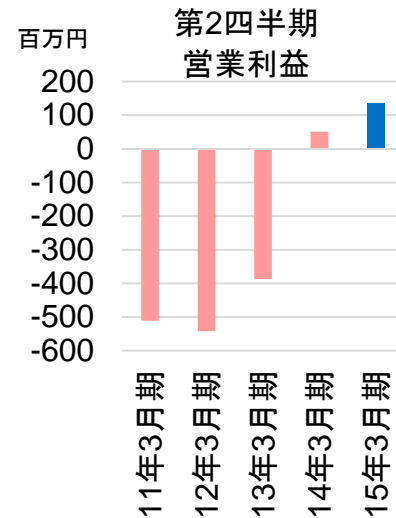
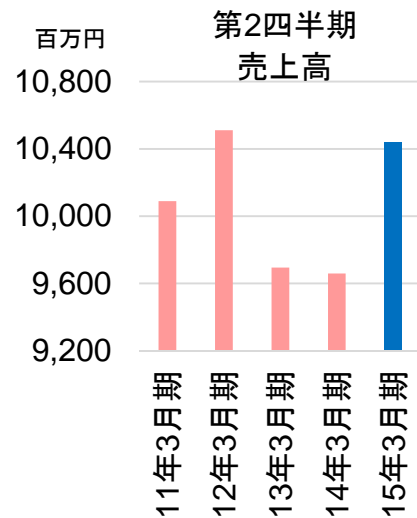
## 通期の見通し

### 中期経営計画「岩塚Re-Bornプラン」の目標達成

- 販売チャネルの再構築により、顧客接点の拡大を図る
- もち仕込みラインの生産能力UPにより、最需要期の供給体制の確立と「岩塚ブランド＝最高品質」の信頼確立

# 第2四半期連結損益計算書（要旨）

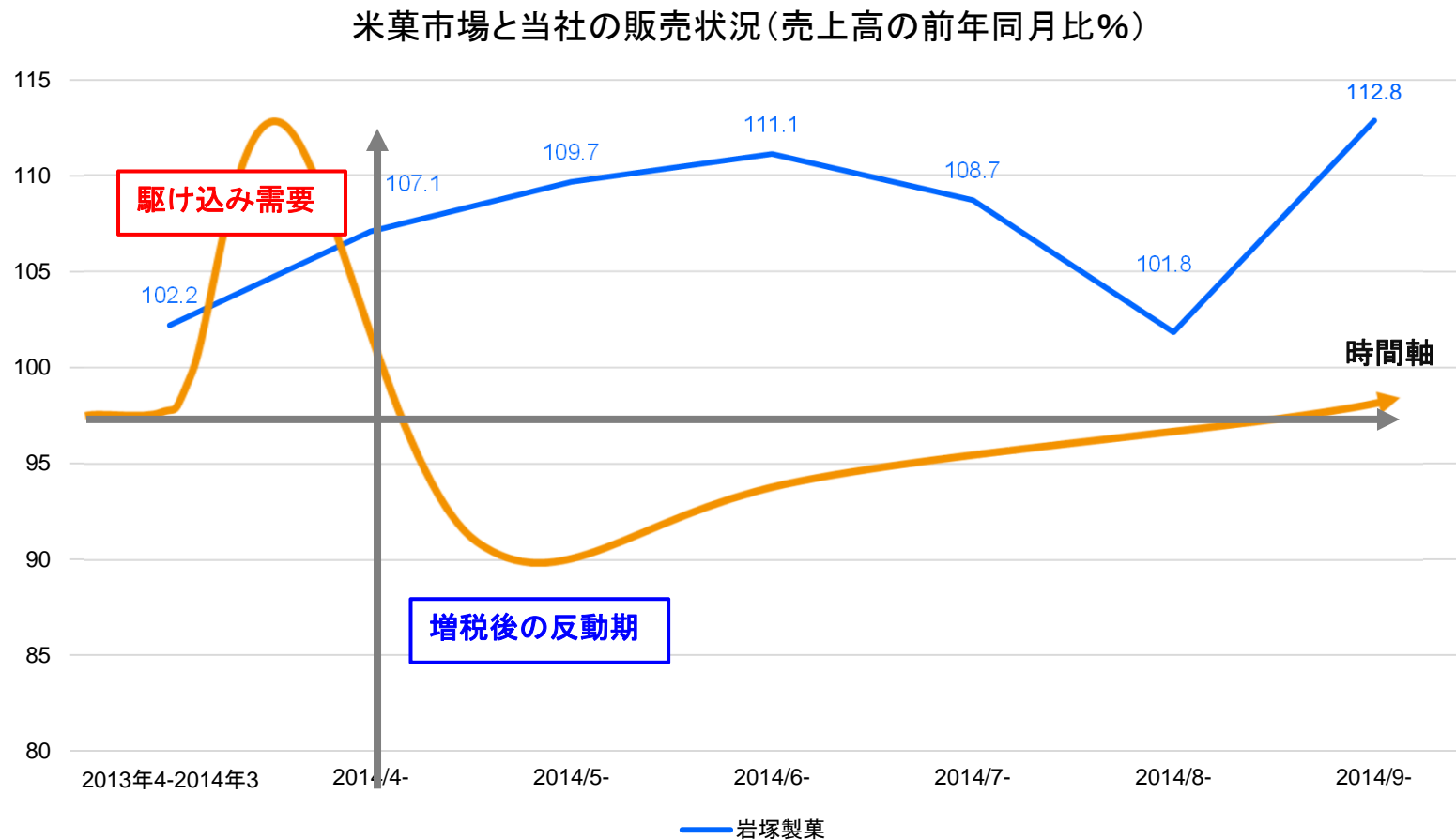
	11年3月期 第2四半期	12年3月期 第2四半期	13年3月期 第2四半期	14年3月期 第2四半期	15年3月期 第2四半期	前年同期比 増減率
売上高	10,089百万円	10,511百万円	9,694百万円	9,659百万円	10,442百万円	+8.1%
営業利益	△511百万円	△542百万円	△387百万円	51百万円	134百万円	+161.9%
経常利益	820百万円	436百万円	316百万円	1,304百万円	1,564百万円	+20.0%
四半期純利益	462百万円	205百万円	128百万円	834百万円	958百万円	+14.9%





# 売上高の増加要因

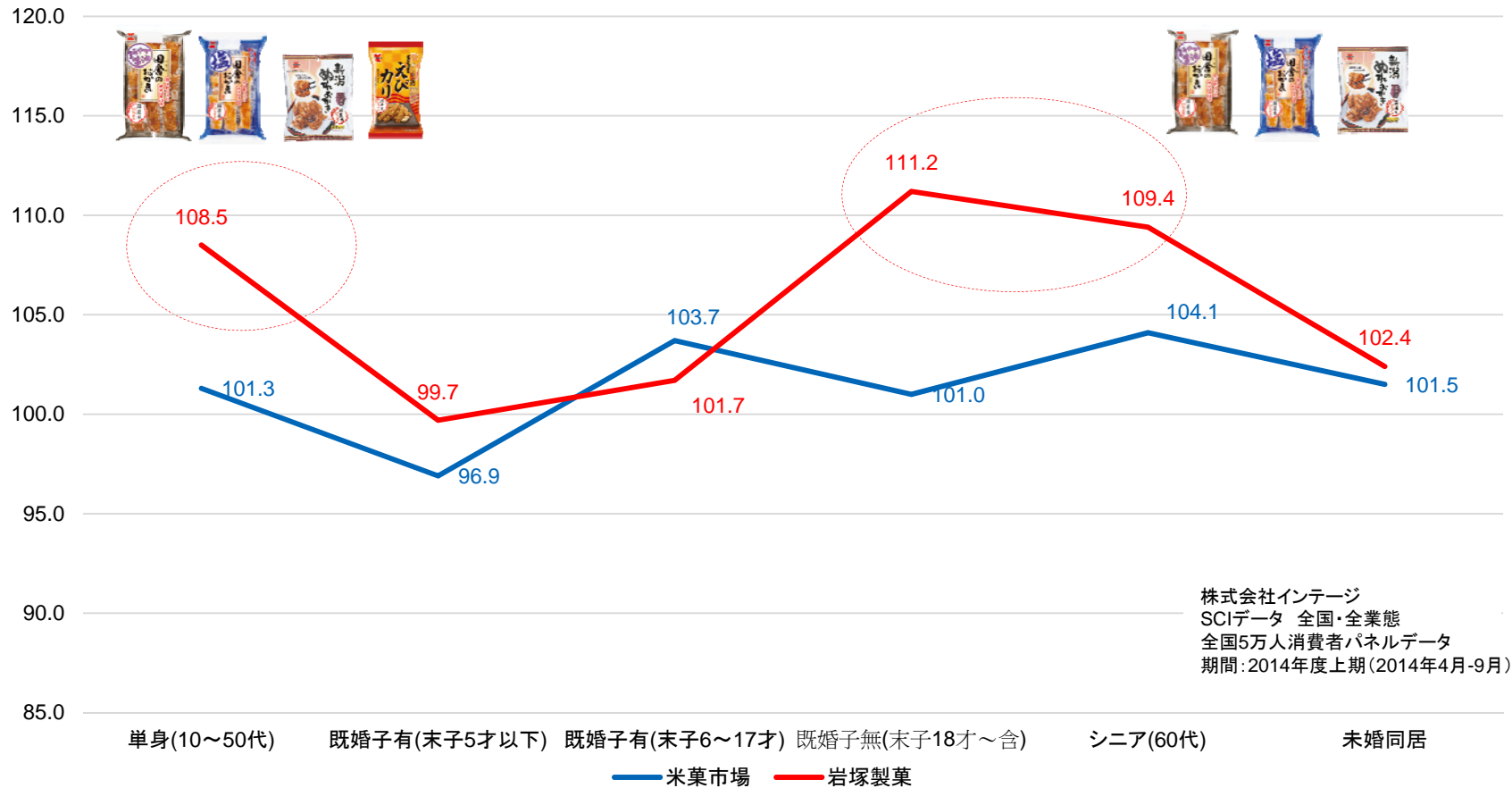
消費税増税後に駆け込み需要の反動が予測されたが、当社の売上高は堅調に推移した



# 売上高の増加要因

2014年度上期米菓市場はシニア世帯が最も伸長しましたが、当社はシニア世帯に加え、単身・既婚子無世帯で大きく伸長しました。

米菓市場と当社の消費者購買状況(購買金額の前年同期比%)



# 売上高の増加要因（「岩塚ブランド＝最高品質」の信頼確立）

## 国産米100%へのこだわり

岩塚製菓グループは「**お米**」のおいしさ創造企業として

国産米**100%**にこだわり

お米の風味をより楽しめる「**高品質**」な米菓で

競合他社との**差別化**を図っています



# 売上高の増加要因（「岩塚ブランド＝最高品質」の信頼確立）

主力商品が国産米100%米菓の代表格に成長

2年連続  
売上No.1



煎餅・あられ(かた焼)カテゴリー  
商品別金額アイテムランキング



煎餅・あられ(おかき)カテゴリー  
ブランド別販売金額ランキング

※インテージSRI調べ 2012年4月～2014年3月（販売金額）



# 売上高の増加要因 (新しい価値創造への挑戦)

商品、技術、販売方法、物流等の新しい付加価値

## 市場に合致した個食タイプ

従来サイズに加えて、  
少量サイズの「ぬれ系商品」伸長  
大阪の成功事例が全国へ飛び火



従来品11枚入 + 個食 4枚入



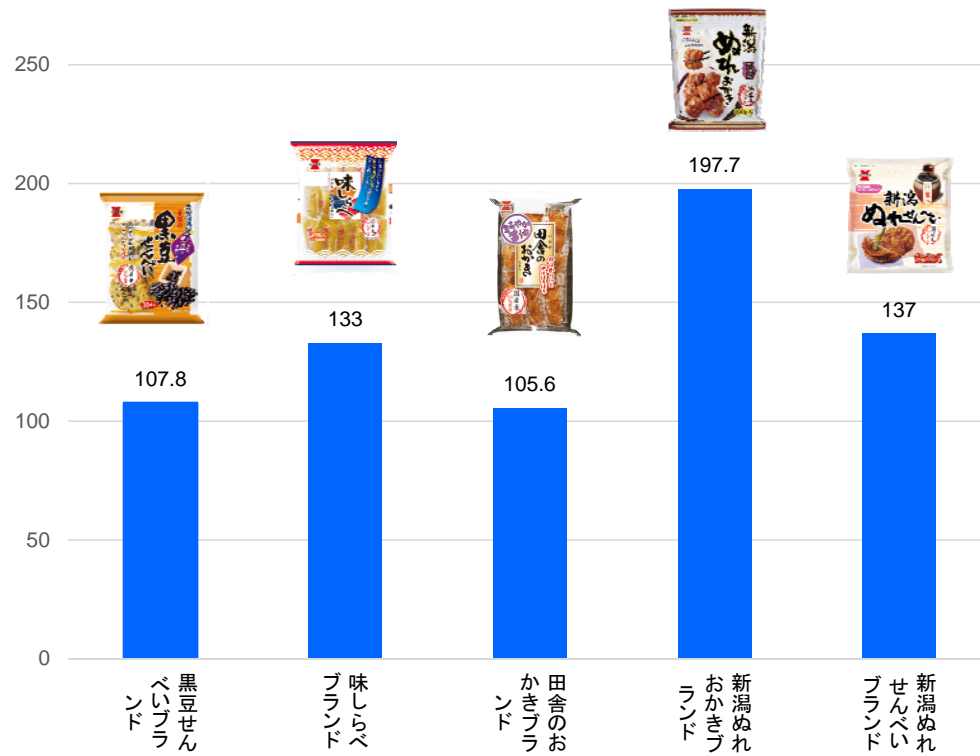
従来品175g入 + 個食 65g入

# 売上高の増加要因

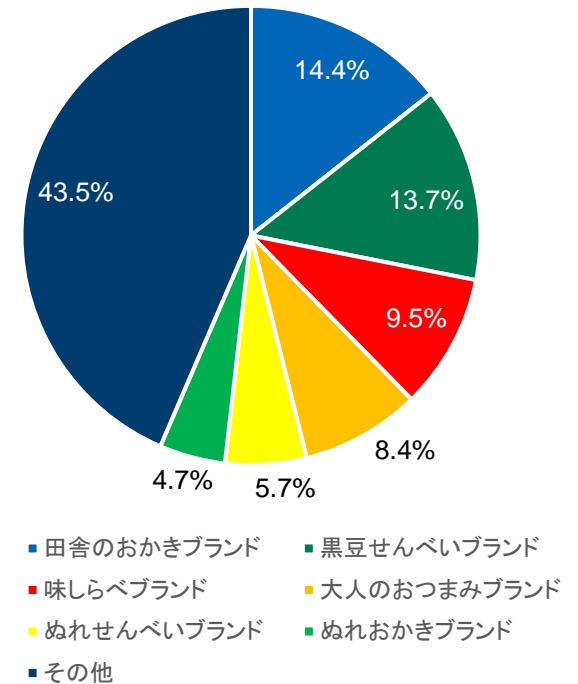
当社主力商品は2014年度上期好調に推移。特に新潟ぬれおかき、ぬれせんべいブランドが大きく伸長しました。

主力ブランドの売上高の前年同期比(%)

株式会社インテージ  
SRIデータ 全国・全業態

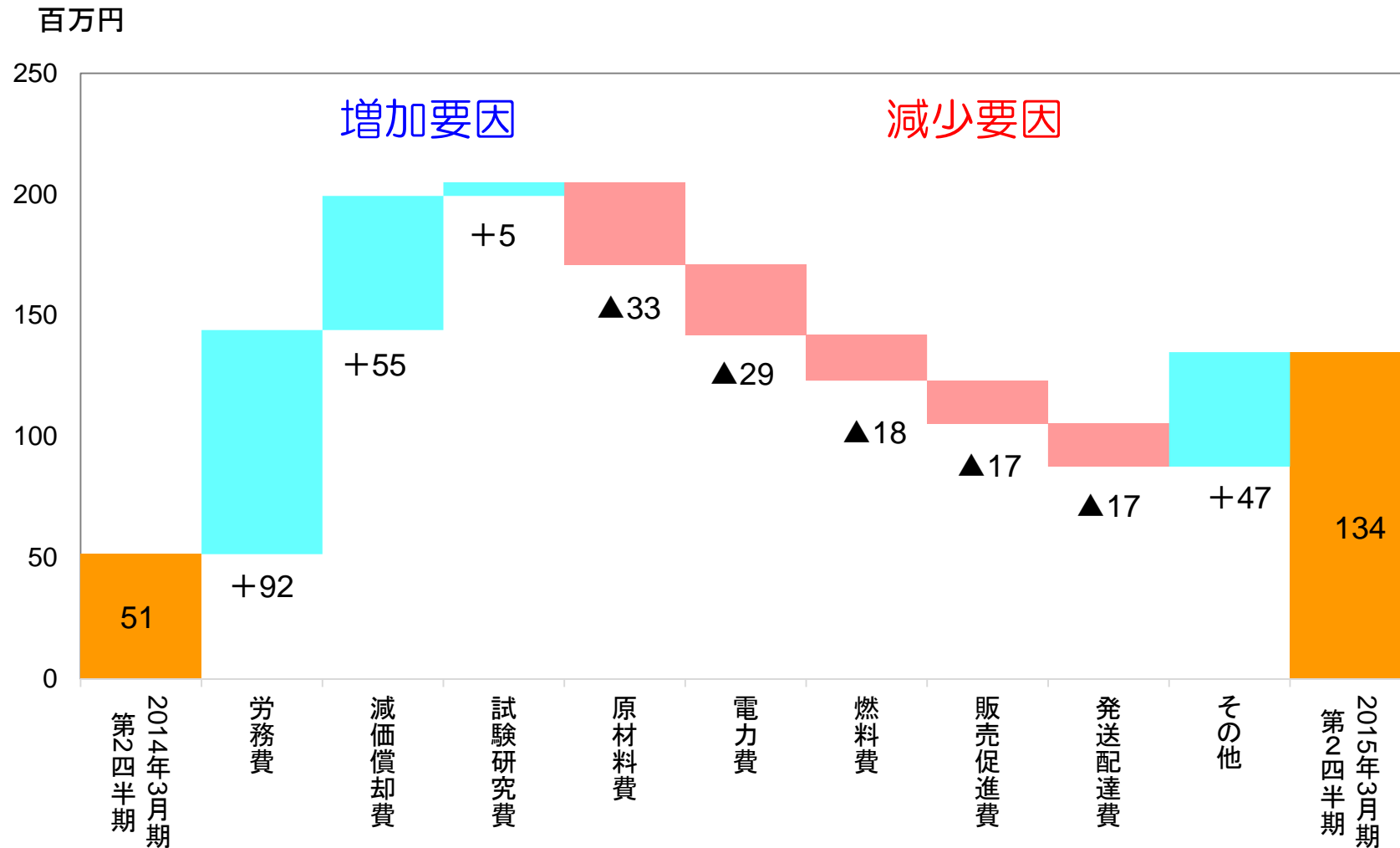


ブランド別売上構成比





# 営業利益の増減分析（対前年同期比）



増減額: 当期売上高 × 各費用の売上高比率の差異

# 第2四半期連結貸借対照表（要旨）

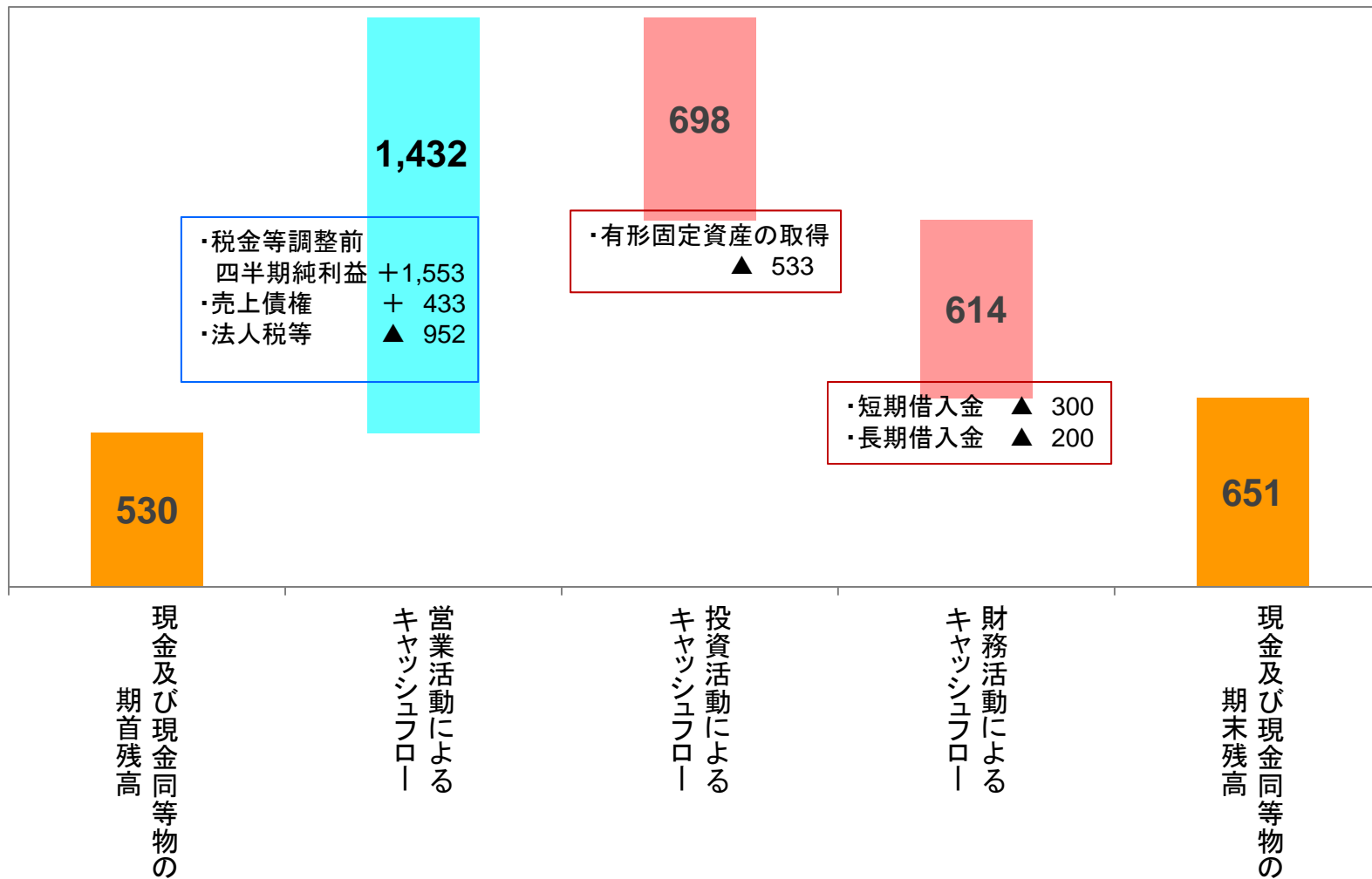
流動資産 52億円 (-2億円)	負債 328億円 (-46億円)	主な増減要因（単位：億円）	
固定資産 942億円 (-102億円)		流動資産	現金及び預金 1.2
総資産 994億円 (-104億円)	純資産 665億円 (-58億円)		売上債権 ▲4.3
		固定資産	繰延税金資産 ▲0.5
			有形固定資産 1.6
		負債	無形固定資産 ▲0.1
			投資その他の資産 ▲130.8
			借入金 ▲5.0
			未払法人税等 ▲4.3
			繰延税金負債 ▲36.9
		純資産	利益剰余金 9.7
			その他有価証券評価差額金 ▲67.9

※増減は2014年3月比較

財務指標	2013年9月	2014年9月	2014年3月
1株当たり純資産額	12,152.75円	11,583.88円	12,595.40円
1株当たり当期純利益金額	145.29円	166.90円	243.79円
ROE	1.2%	1.4%	2.0%
PER	33.4倍	33.6倍	23.6倍
PBR	0.40倍	0.48倍	0.46倍

# 第2四半期連結キャッシュ・フロー計算書

単位:百万円



# 目次

---

1. 会社概要
2. 米菓市場の現況
3. 2015年3月期第2四半期業績
- 4. 通期業績予想**
5. 中期経営計画
6. 補足説明

# 2015年3月期（第62期）業績予想

円安による原材料価格の上昇などが懸念される



## 中期経営計画「岩塚Re-Bornプラン」の目標達成

- もち仕込みラインの生産能力UPにより、最需要期の供給体制の確立と「岩塚製菓＝最高品質」の信頼確立
- 販売チャネルの再構築により、顧客接点の拡大を図る

	2014年3月期実績	2015年3月期見込み	前期比
売上高	210.4億円	219.5億円	+4.3%
営業利益	4.3億円	5.3億円	+21.0%
経常利益	24.0億円	25.6億円	+6.5%
当期純利益	14.0億円	15.6億円	+11.4%

# 目次

---

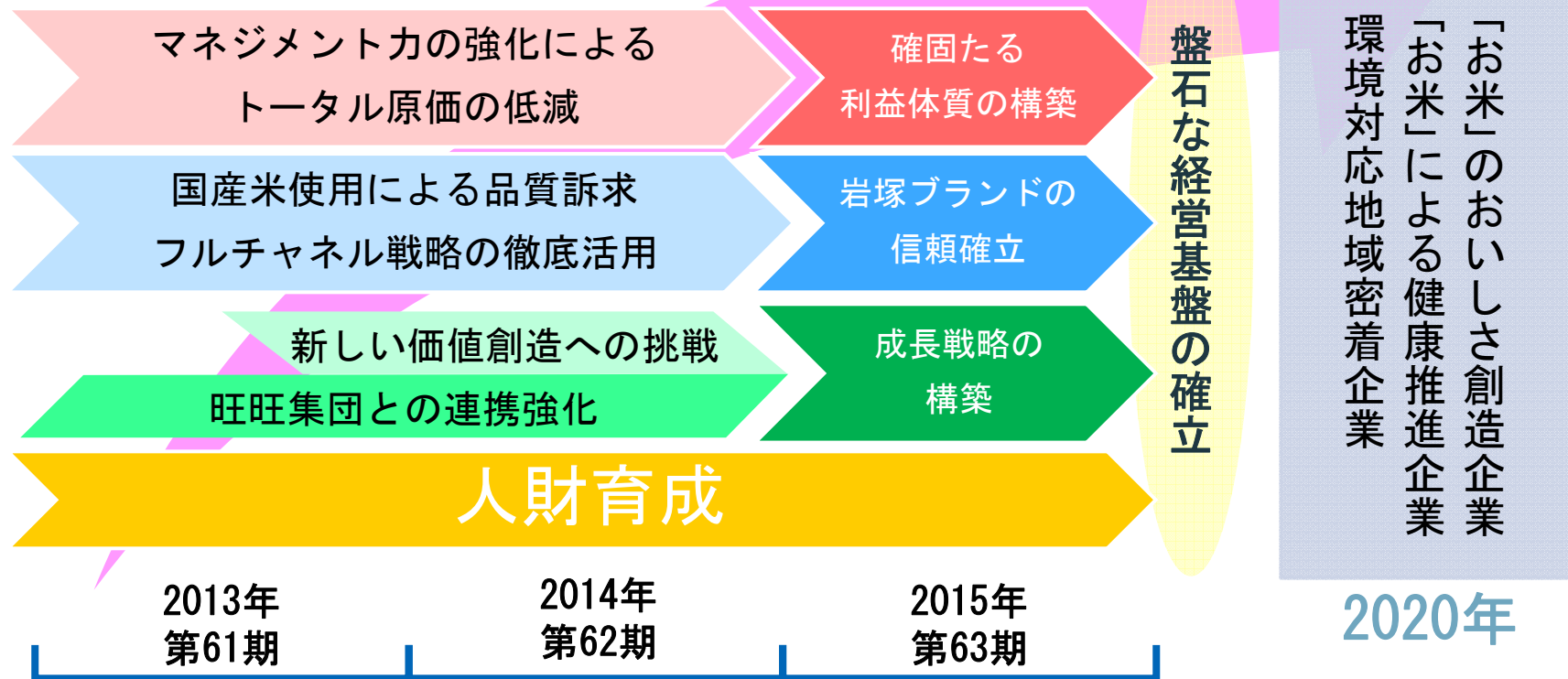
1. 会社概要
2. 米菓市場の現況
3. 2015年3月期第2四半期業績
4. 通期業績予想
5. 中期経営計画
6. 補足説明



# 中期経営計画「岩塚Re-Bornプラン」

## Re-Born

### ○継続的に推進する4つの戦略活動



# 基本方針・経営戦略課題（2015年3月期 第62期）

＜基本方針＞ 新たな成長への基盤づくり

＜経営戦略課題＞

1. 岩塚ブランドNO. 1 戦略の展開
2. 新規市場への挑戦と需要創出
3. 旺旺集団との連携強化と海外事業の推進
4. 岩塚製菓安全・安心体制の再構築
5. コンプライアンス体制の確立とCSRの向上
6. 人財育成体制の構築

# 岩塚ブランドNo.1戦略の展開

## 『岩塚ブランド=最高品質』の信頼確立



基本方針 米菓の強みである 「シニア市場」の深耕	
ブランド拡張	
併売効果	

もち市場	田舎のおかき 田舎のふっくらおかき 豆もち ぬれおかき	No.1シェア 26.1%目標
うるち市場	黒豆せんべい 味しらべ ぬれせんべい 大人のおつまみ きなこ餅 ベビー商品	単品シェア 3%以上目標
柿の種市場	—	—
新規市場	ライスすたいる ふわっと 米かりんと メイドインジャパン	需要創出

# 新規市場への挑戦と需要創出

情報収集と  
ビジネスモデルの構築

実行

6 1 ~ 6 3 期 (2013-2015年)

6 4 期 (2016年) ~

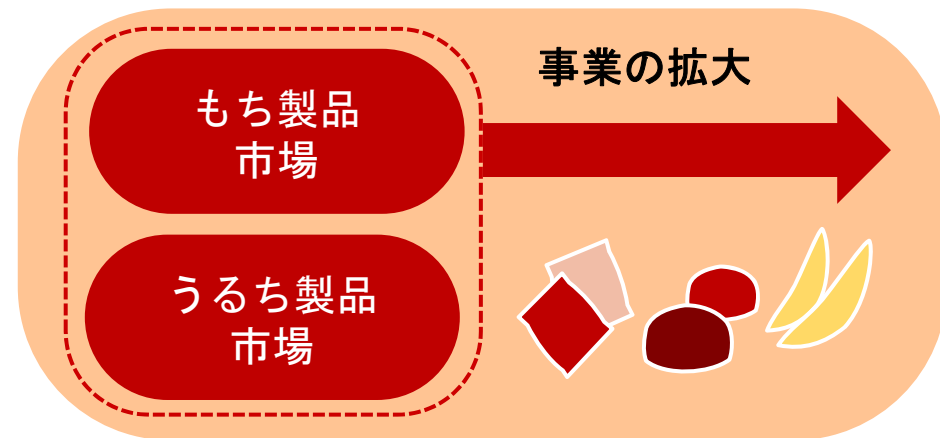
● 事業の拡大

● 一次産業との連携

新たな事業・販路の獲得

農業への参入・六次産業化

- 未参入・未踏分野へのM&Aや業務提携による進出。
- 協力工場の検討。



# 旺旺集団との連携強化と海外事業の推進

## ● 海外への進出

情報収集と  
ビジネスモデルの構築

6 1 ~ 6 3 期 (2013-2015年)

実行

6 4 期 (2016年) ~

### ① 東南アジア市場への進出

- 旺旺集団と連携し、今後成長の見込まれる東南アジア市場へ進出。

### ② 米に関する事業の拡大

- 海外の米産地において、米を原料とした事業（米菓・米油など）へ参入。
- 欧米市場における、新規需要米を使用した菓子の商品開発とテスト販売。

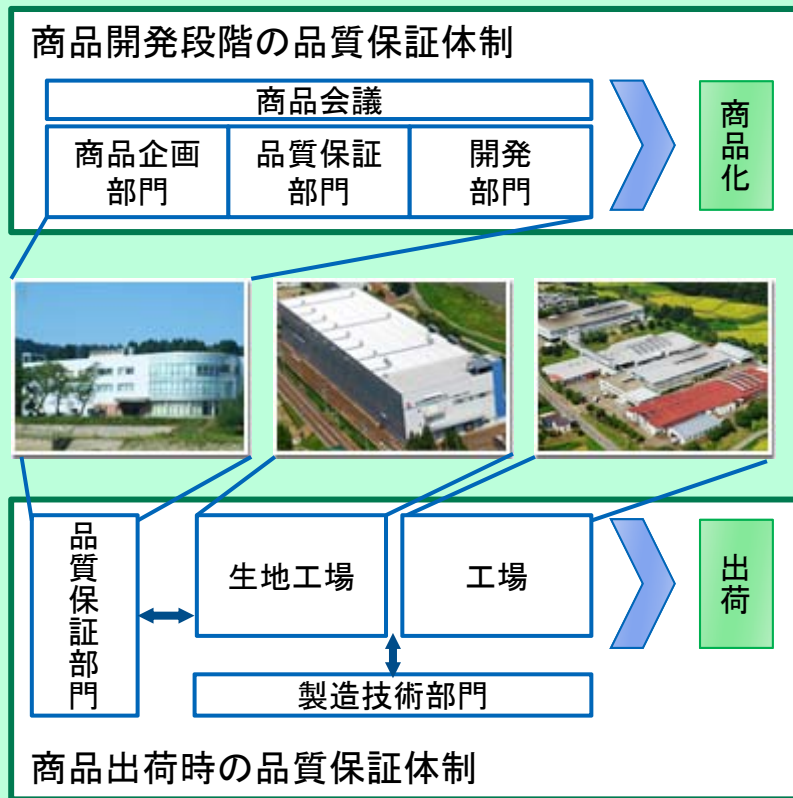


# 岩塚製菓安全・安心体制の再構築

## お客様への安全・安心

### ISO22000認証取得工場

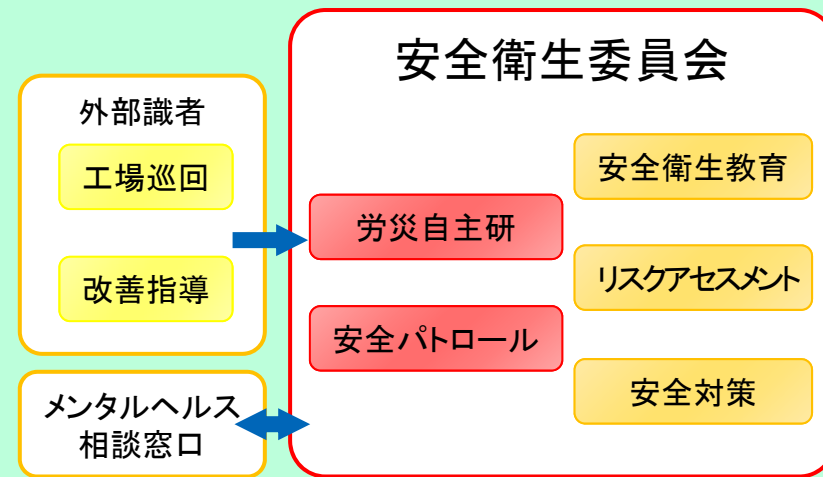
食品安全方針に基づき、  
従業員一人一人が食品安全の意識を高め、  
積極的な取り組みをしています。



## 従業員への安全・安心

### 労働安全衛生のマネジメント体制

従業員の安全や健康を確保することは、  
会社の重要な責任であると考え、  
メンタルヘルスを含めた  
労働安全衛生を推進しています。



### 働きやすい環境（育児休暇）

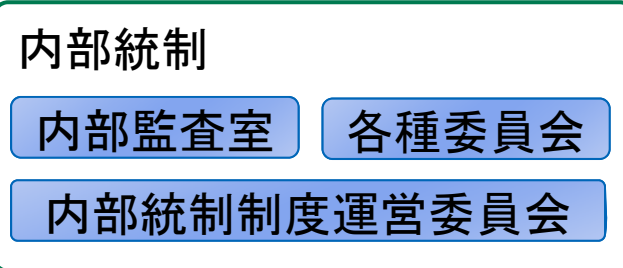
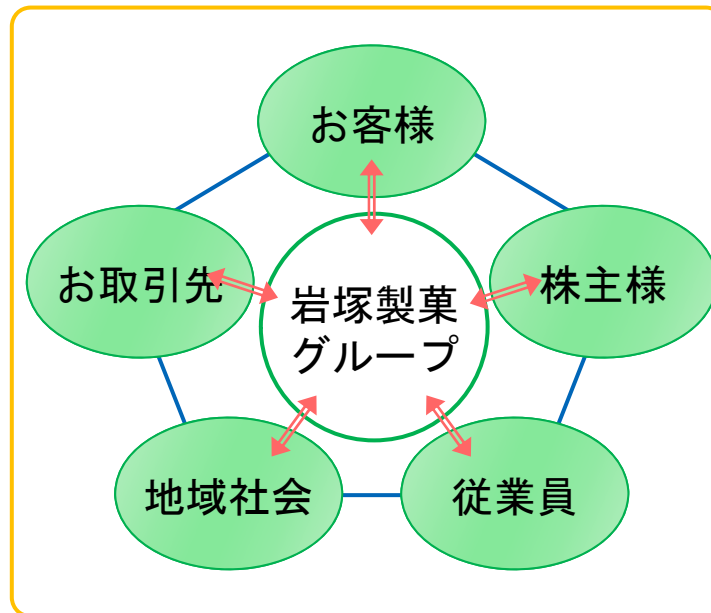
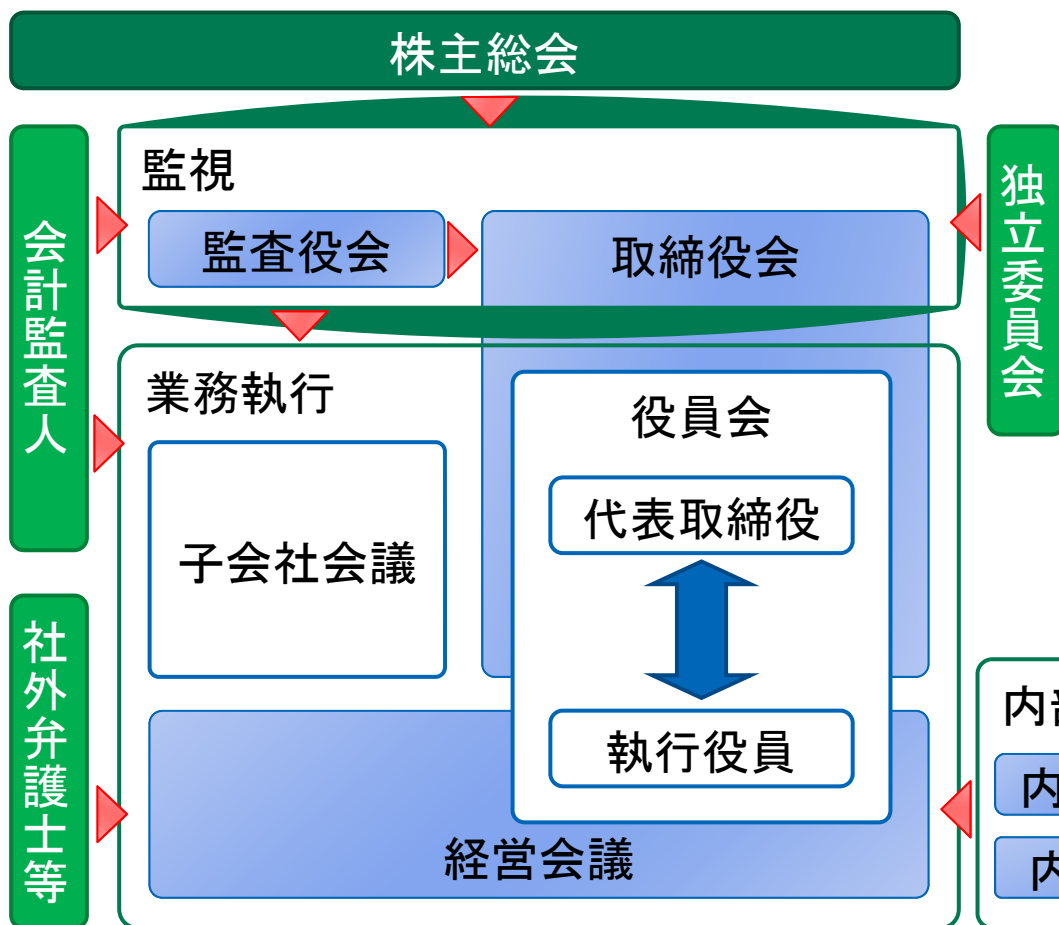
	2011	2012	2013
取得者数	8名	17名	18名
取得率	100%	100%	100%

\* 女性の育児休暇取得率

# コンプライアンス体制の確立とCSRの向上

客観性、中立性を確保した体制で、  
企業価値の向上を目指します。

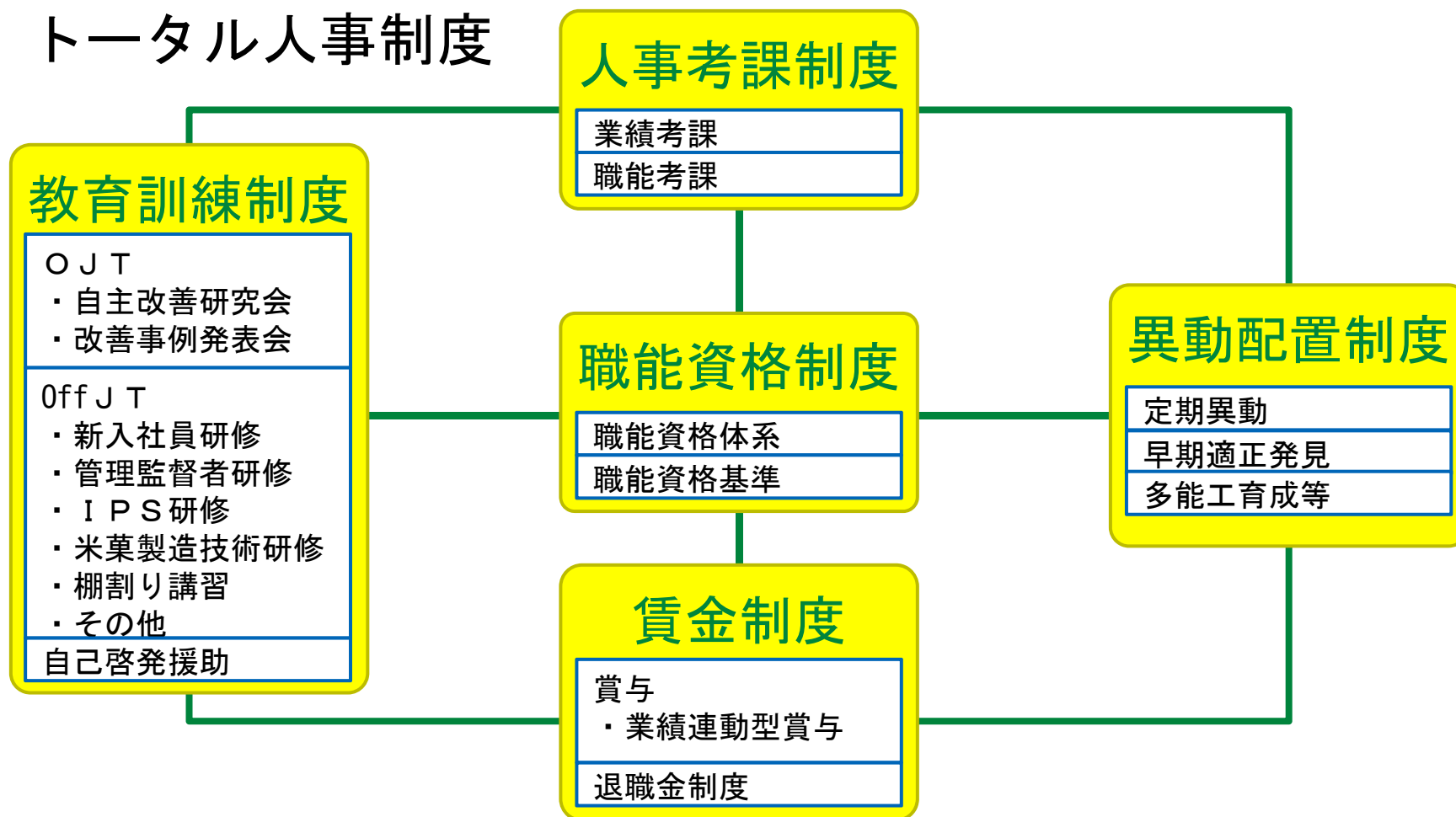
ステークホルダーに対する経営  
の公正性・透明性の充実





# 人財育成体制の構築

## トータル人事制度



## 人財育成

～60期 (2012年)

61期 (2013年)

62期 (2014年)

63期 (2015年)

# 目次

---

1. 会社概要
2. 米菓市場の現況
3. 2015年3月期第2四半期業績
4. 通期業績予想
5. 中期経営計画
6. 補足説明

# 新製品情報

「素材の持つチカラ(味覚や食感の拡がり)」を美味しさへ繋げ、健康感を訴求します。

プレミアムな逸品  
【田舎のおかき】



## 「田舎のおかきプレミアム 青のり・昆布」

新潟県産もち米を100%使用し、瀬戸内産の青のりと北海道産の真昆布をそれぞれ生地に練り込みました。  
素材の風味を活かした付加価値の高いこだわりのおかきです。



15年目の美味しさへ  
【黒豆せんべい】



## 黒豆せんべい発売15周年記念品 「黒豆せんべい 六穀ブレンド」

黒豆せんべいの美味しさはそのままに、健康イメージのある世界の穀物をブレンドし、あっさり塩味で仕上げました。  
それぞれの素材が持つ香ばしさと食感の拡がりを楽しめます。



30年目の美味しさへ  
【新潟揚げ】



## 新潟揚げ発売30年目のリニューアル

吸油率を約30%カット(既存品比)しながら、日本伝統の揚げ餅の美味しさが味わえます。むかし食べた、あの味が手軽に楽しめます。



国産+健康  
【大袖振豆もち】



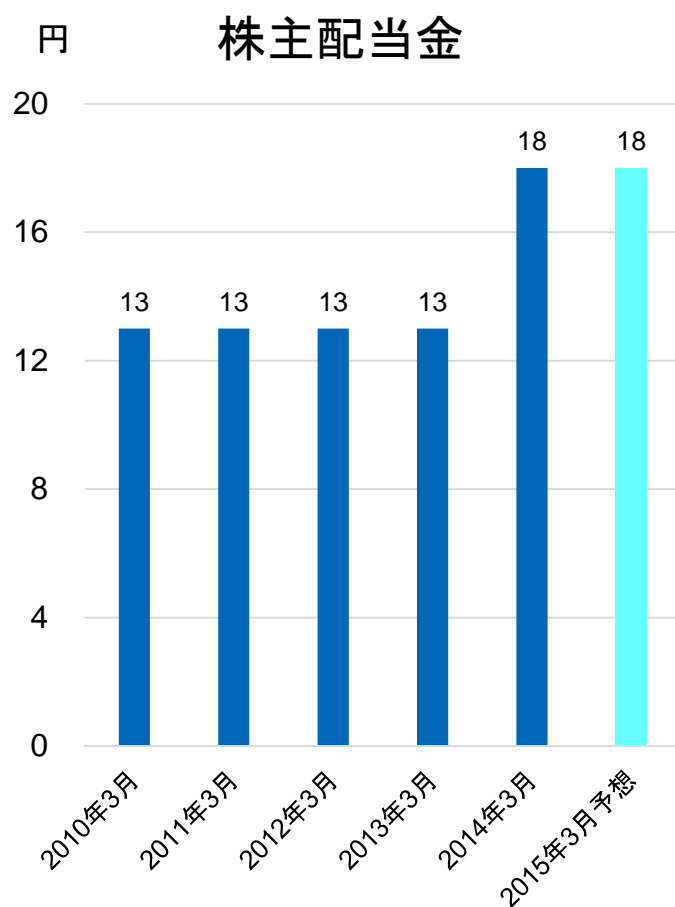
## 「大袖振豆もち 醤油味」

大豆効果(イソフラボン含有量)が高い、大袖振大豆を使用した醤油味のおかきです。甘みの強い品種の大豆に合うようにコクのある甘口に仕立てた醤油味で一層素材の風味が引き立ちます。



# 配当金・株主優待について

利益還元を経営の最重要政策のひとつとして、業績に裏付けられた成果の配分を安定的に維持し、企業価値の向上を目指す



## 還元のひとつとして、株主優待制度

- ・株式の購入単位は100株
- ・当社製品を贈呈(権利確定基準月・・・3月、9月)

100株以上の株主様・・・1,000円相当の当社製品

500株以上の株主様・・・2,000円相当の当社製品

1,000株以上の株主様・・・5,000円相当の当社製品

2,000株以上の株主様・・・10,000円相当の当社製品



# お客様に美味しさの感動をお届けします

---

岩塚製菓グループは、

「お米」の可能性をカタチにして  
世界の人々の健康、環境に貢献し、  
笑顔、心の豊かさを提供する  
「『お米』のおいしさ創造企業」

を目指してまいります。



# 本資料取扱い上の留意点

---

本資料は、2015年第2四半期（2014年4月から2014年9月）の業績に関する情報の提供を目的としたものであり、当社株式の購入や売却などを勧誘することを目的としたものではありません。

また、本資料に掲載されている意見や予測等は、資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性、安全性を保証又は約束するものではなく、今後予告なしに変更されることがあります。