

2016年3月期 決算説明会



「お米」のおいしさ創造企業

岩塚製薬株式会社

2016年5月27日

代表取締役社長 榎 春夫

目次

1. 2016年3月期 決算報告
2. 2017年3月期 展望
3. 中期経営計画「岩塚Stage-Up70」

2016年3月期 決算報告

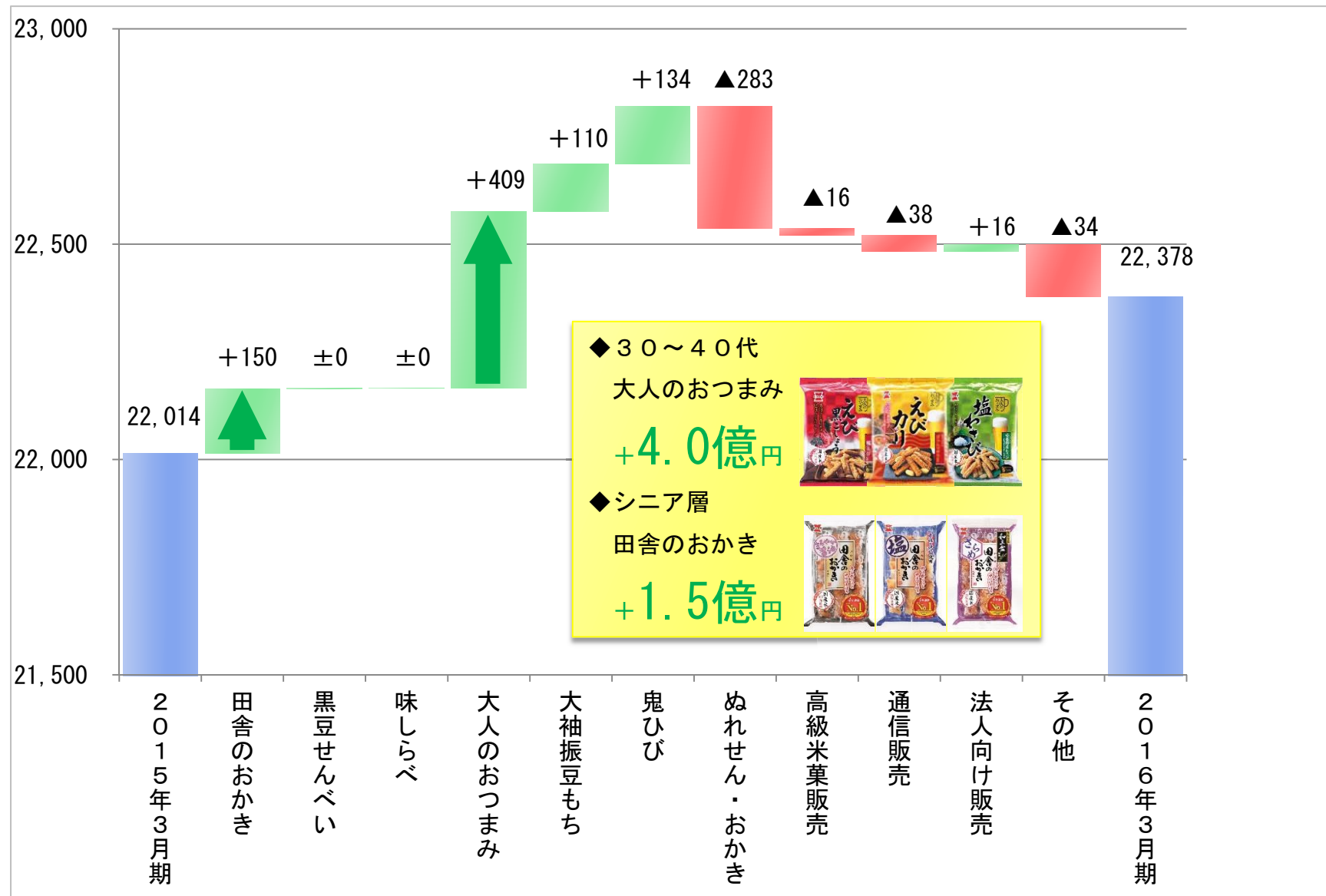
決算ハイライト

連結	2015年3月期	2016年3月期	増減	増減率
	百万円	百万円	百万円	
純売上高	22,014	22,378	+364	+1.7%
営業利益	458	391	▲67	▲14.6%
経常利益	2,886	1,684	▲1,202	▲41.6%
当期純利益	1,697	294	▲1,403	▲82.7%

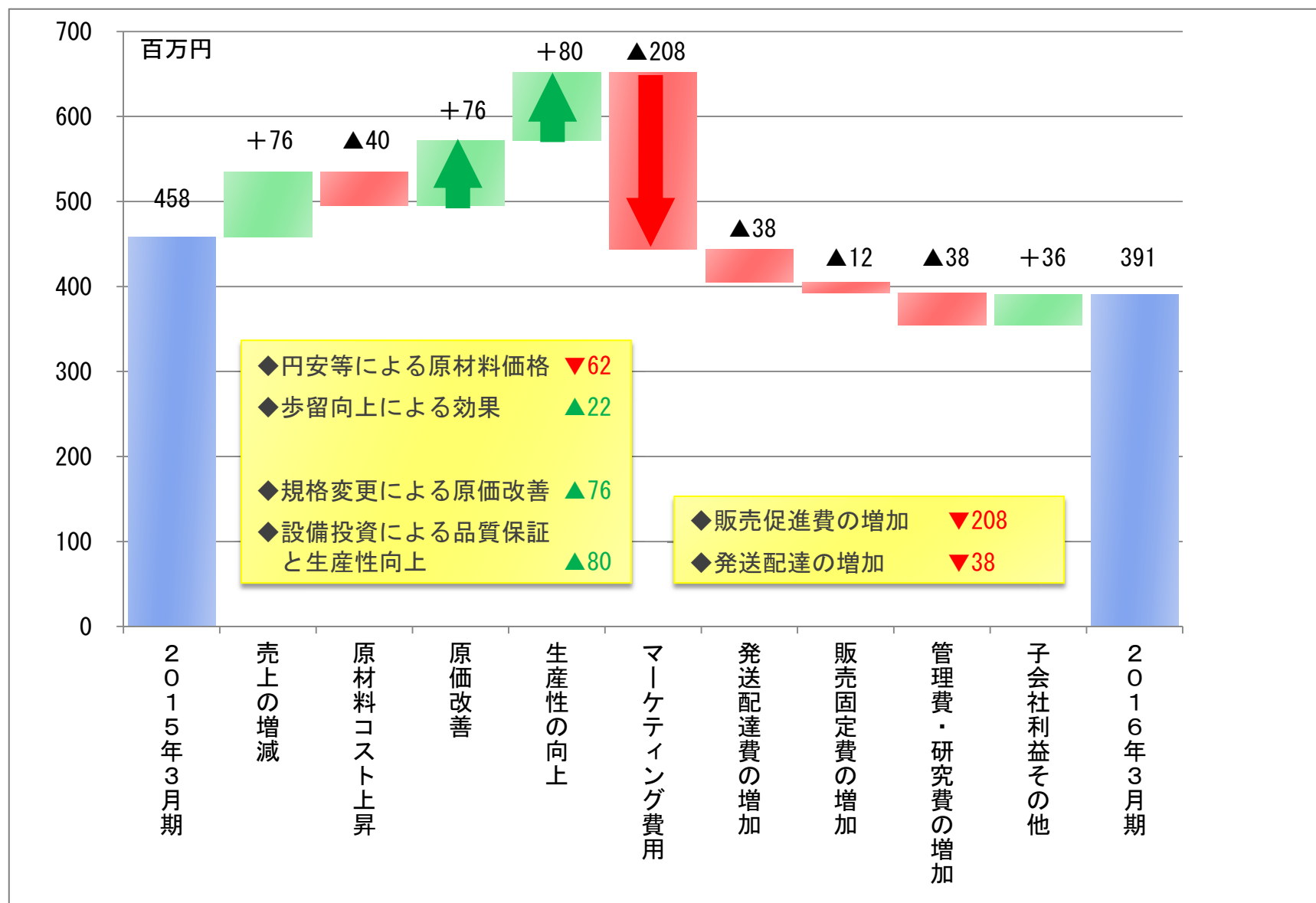
単体	2015年3月期	2016年3月期	増減	増減率
純売上高	20,713	21,073	+360	+1.7%
営業利益	368	297	▲71	▲19.3%

- ◆シェア向上のための仕掛けにより増収。販促費の増加等により営業減益。
- ◆旺旺集団配当金の減少により経常減益。
- ◆経済環境の激変等を踏まえ、繰延税金資産の回収可能性を検討した結果、繰延税金資産を取り崩し、法人税等調整額に計上。

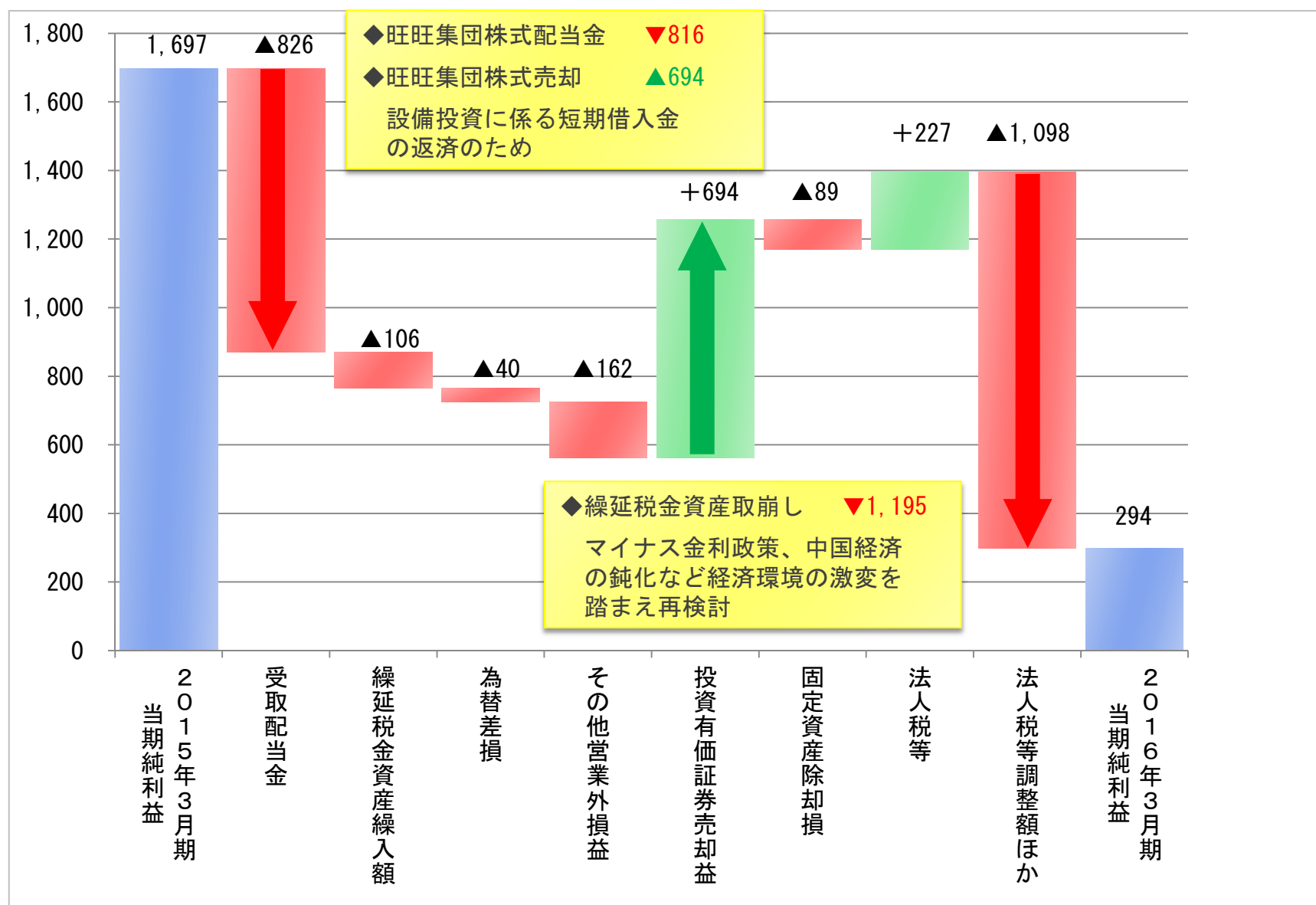
2016年3月期 売上高の増減要因



2016年3月期 連結営業利益の増減分析



2016年3月期 連結当期純利益



繰延税金資産取り崩し

2009年3月期、中国旺旺がシンガポール証券取引所から香港証券取引所に株式を上場替えした際に発生した株式移転差益に対する納税額を繰延税金資産に計上

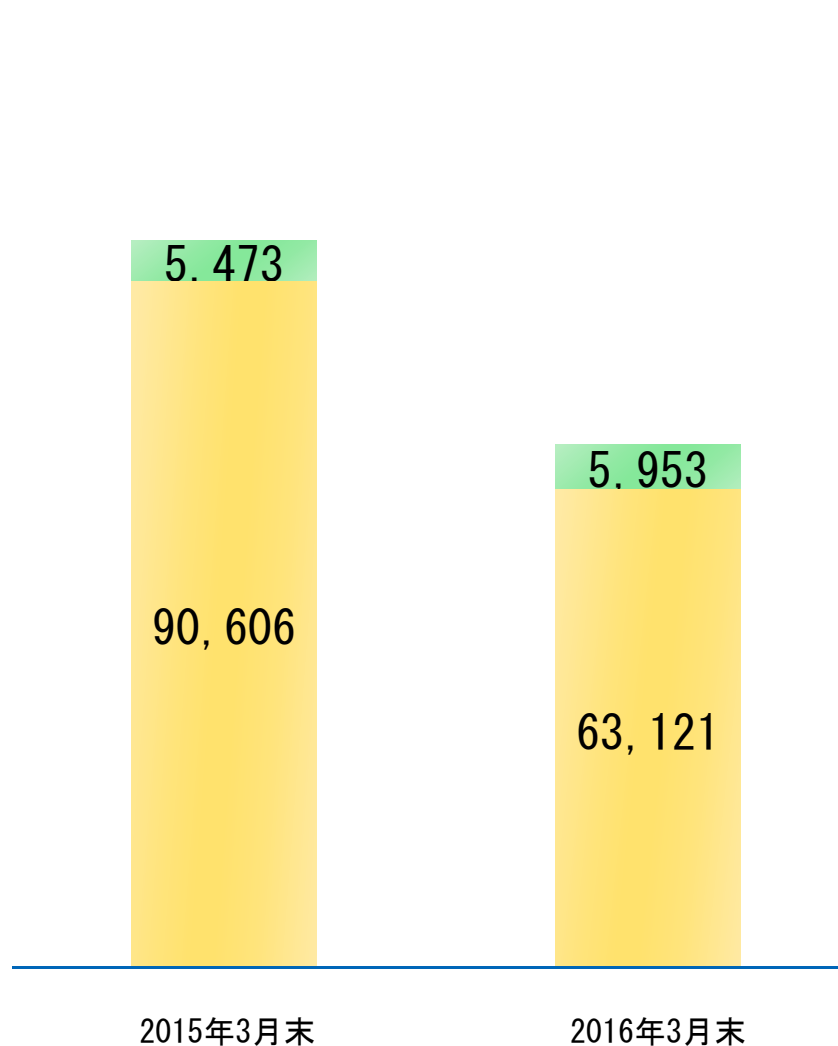
2013年4月、中期経営計画Re-Bornプランに基づき、有利子負債0を目標に、新規事業や新工場建設等の事業拡大計画に、中国旺旺株式の売却資金を充当させることによって、回収のスケジュールリングを実施

- ◆2016年に入ってから経済環境の激変
 - 中国経済減退に伴う株価の大幅な下落
(2013.4 : 745億円 2016.5 : 468億円)
 - 大幅な為替変動
(2015.12 : 120.61円/\$ 2016.5 : 108.37円/\$)
 - 日銀のマイナス金利政策
(有利子負債0の方針も転換せざるを得ない経営環境)

金融機関からの借入金によるメリットも含めて、中国旺旺株式の売却資金を充当させることを再考せざるを得ない状況

繰延税金資産の回収可能性を検討した結果、取り崩す経営判断

2016年3月期 連結貸借対照表 (資産)



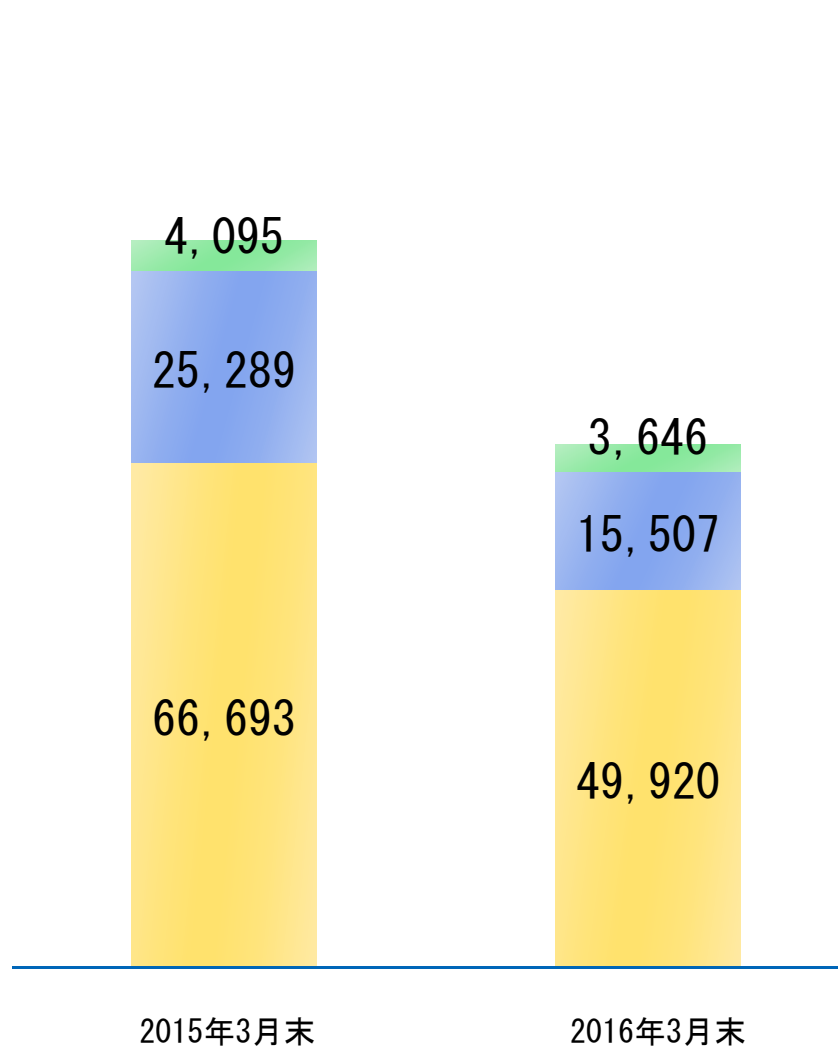
◆流動資産 +479百万円

現金及び預金	+194
原材料及び貯蔵品	+266

◆固定資産 ▲27,484百万円

有形固定資産	+420
→自動化設備への投資	
投資その他の資産	▲27,951
→旺旺集団株価と為替の影響	

2016年3月期 連結貸借対照表（負債・純資産）



◆流動負債 ▲448百万円

買掛金 +181

短期借入金 *1年内長借含む ▲700

◆固定負債 ▲9,782百万円

繰延税金負債 ▲9,858

◆純資産 ▲16,773百万円

利益剰余金 +191

その他有価証券評価差額金
▲16,917

2017年3月期 展望

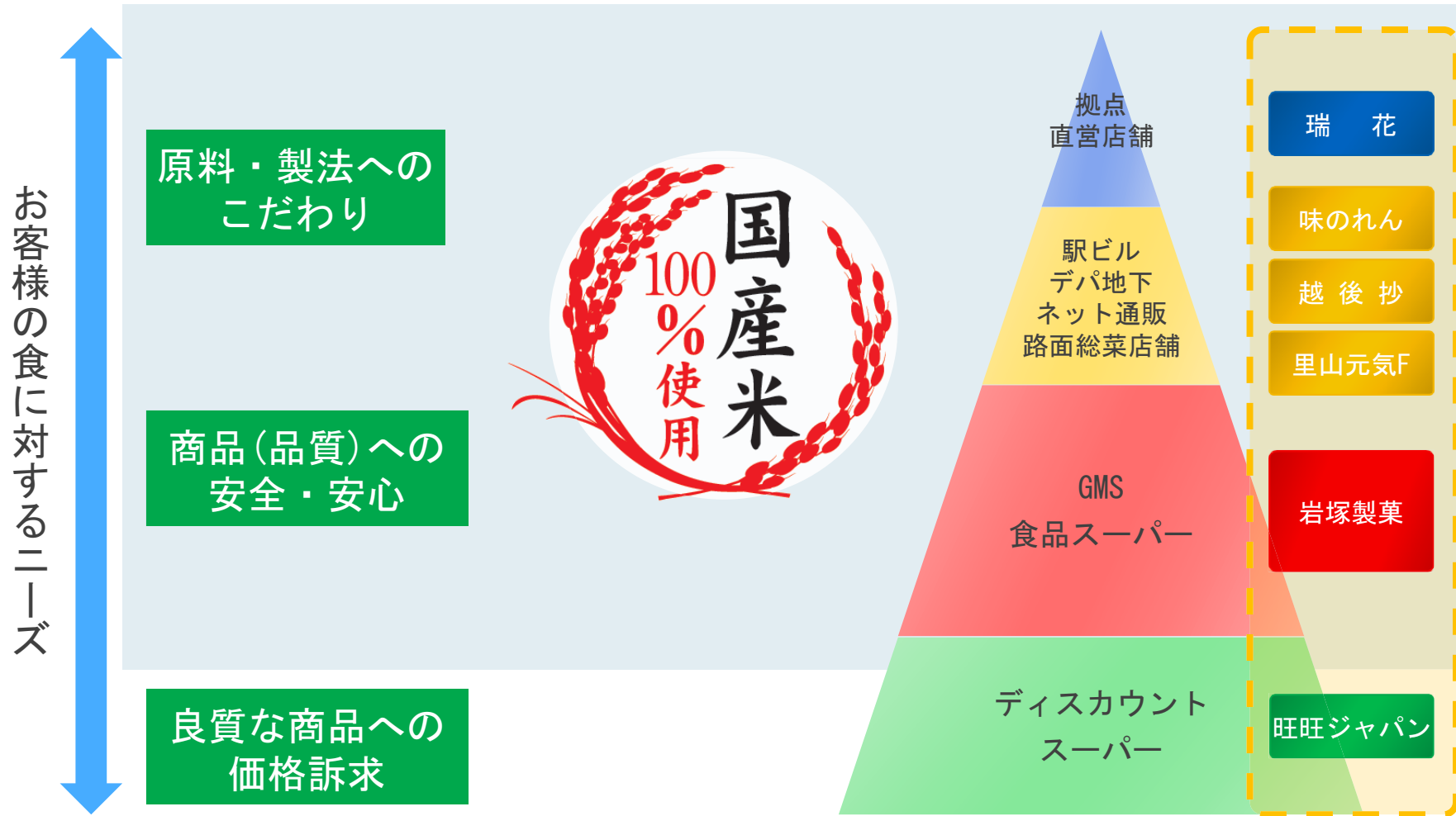
2017年3月期 計画

連結	2016年3月期	2017年3月期	増減	増減率
	百万円	百万円	百万円	
純売上高	22,378	23,000	+622	+2.8%
営業利益	391	500	+109	+27.8%
経常利益	1,684	1,800	+116	+6.9%
当期純利益	294	1,250	+956	+324.4%
設備投資額	1,252	1,900	+648	+51.8%
I T 投資額	39	100	+61	+156.4%
新工場用地	0	500	+500	-

- ◆ 主力ブランドに集中した販売戦略により 6 億円の増収。
- ◆ 品質保証体制の強化等のため、総額20億円の設備投資（I T 投資含む）。
- ◆ 新工場建設に向けた用地取得のため総額 5 億円の支出。

チャンネル戦略

◆チャンネルごとに顧客接点の拡大を図る。



新たな「価値」の提案

◆新潟味のれん本舗

新たな価値創造をコンセプトとした新ブランド『越後一会』
越後一会シリーズの他に、同じく「ふんわりチップス」も展開

「今しか会えない」
「完全受注生産」
完全予約限定発売の
こだわり商品



カリッとした
歯ごたえを残しつつ、
ほろほろと歯もろい食感で
焼きたての香りとまろやかな
たまり醤油ともち米のうまみが
口いっぱい広がります。

ほろほろおかし
ひびに染み込む醤油味

今しか会えない越後の味
越後一会シリーズ
完全予約
限定販売



完全予約限定販売

お米でつくった
ふんわりチップス
えび味

えびを飾り込んだ極薄の生地を
さつと揚げてかるい食感に仕上げました。
大人も子どもも食べやすい。
みんなが大好きなえび味。
やさしいえびの風味が広がる米粉チップスです。

新潟県産米
100%使用

ふわっとかるい

6袋入りで
お届けします

ご予約承り中!

お米でつくった
ふんわりチップス えび味
標準サイズ：約200g×10袋 600g
新定番材料えび

商品コード
F531 [1袋45g×6袋] 送料込 **1,480円**
(税込1,571円)

※「ふんわりチップス」と他のお菓子類・お米類は一緒にお届けできません。
※完全予約・限定生産のため
ご予約数量の受取・キャンセルはお受けできません。
※海外へのお届けはできません。
※代金引換(書払い)をご希望の方は、別途手数料がかかります。

2016 4/10(日)まで
ご注文 4月中旬頃発送

ご予約締切 1回目

2016 4/25(月)まで
ご注文 5月初旬頃発送

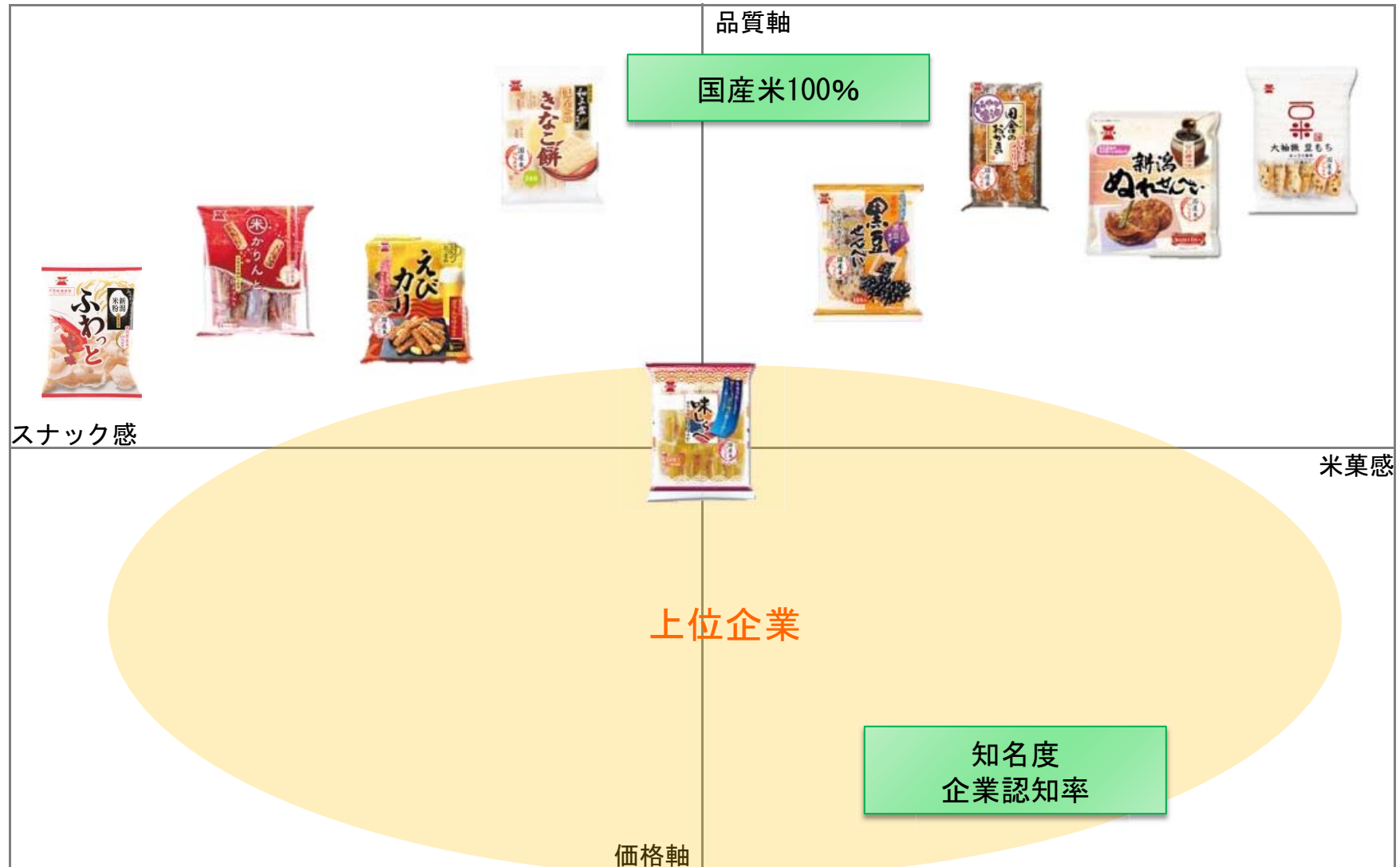
ご予約締切 2回目

※写真はイメージです。
※お米類は、産地別にお届けさせていただきます。
※お米類は、お米の種類によりお届け先(新潟県、山形県、秋田県、岩手県)を限定させていただきます。

完全予約・限定生産のためご予約はお早めにお願いたします。

商品戦略

◆国産米を100%した本格感・品質感のある米菓の商品による差別化



「岩塚ブランド＝最高品質」の証明

◆ 4年連続 売上高No.1受賞

「かた焼」カテゴリーで
2012～2015年4年連続売上No. 1



※インテージSRI調べ。
煎餅あられ(かた焼)カテゴリー金額アイテムランキング。

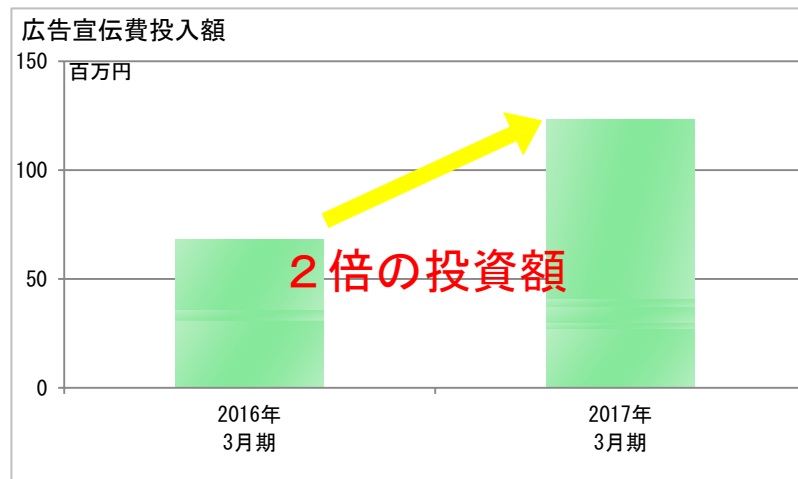
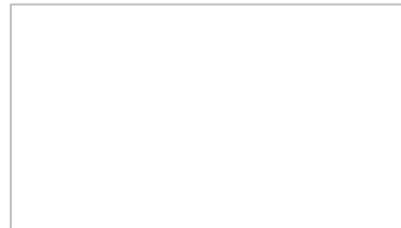
「おかき」カテゴリーで
2012～2015年4年連続売上No. 1



※インテージSRI調べ。
煎餅・あられ(おかき)カテゴリーブランドランキング。

岩塚ブランド認知率の拡大

- ◆2016年3月期比2倍の広告宣伝費を投下し、企業認知率の拡大を目指す。
- ◆TVCMだけでなく、SNS (FacebookやWEB動画など) を通じて、発信力を強化。



ライフ・タイム・バリュー戦略

- ◆ ライフ・タイム・バリュー（顧客生涯価値）に着目した、ターゲット別プロモーションによる幼児期～学齢期の取り込み。
- ◆ 国産原料を使用した、噛まなくても口の中でとけるような食感の、発売50周年「お子様せんべい」のノウハウを活かした、中高年～老年期向けの機能性（嚥下食）の研究。



キャラクターが入った 楽しい個包装!

(2品あわせて16キャラクター)

主に「はなかつぱ」「ももかつぱちゃん」の2キャラクターが入っています。



※写真・イラストはイメージです。



34枚味しらべ



32枚味しらべえび塩味

2016年



明日へつなごうプロジェクト



発売終了後も「また食べたい」「定番にしてほしい」など、再発売を望む声が数多く届きました。お客様のご要望に応じて、毎年2月に「期間限定」という形で発売してまいりました。

東日本大震災当時小学校5年生だった子どもたちは、2016年、中学を卒業し、それぞれの夢に向かって新しい一歩を踏み出しました。



社会貢献活動

◆南相馬市みらい夢義援金贈呈

「バタしょっと」「ふわっとえび味」
の販売金額の一部を南相馬市に贈呈。

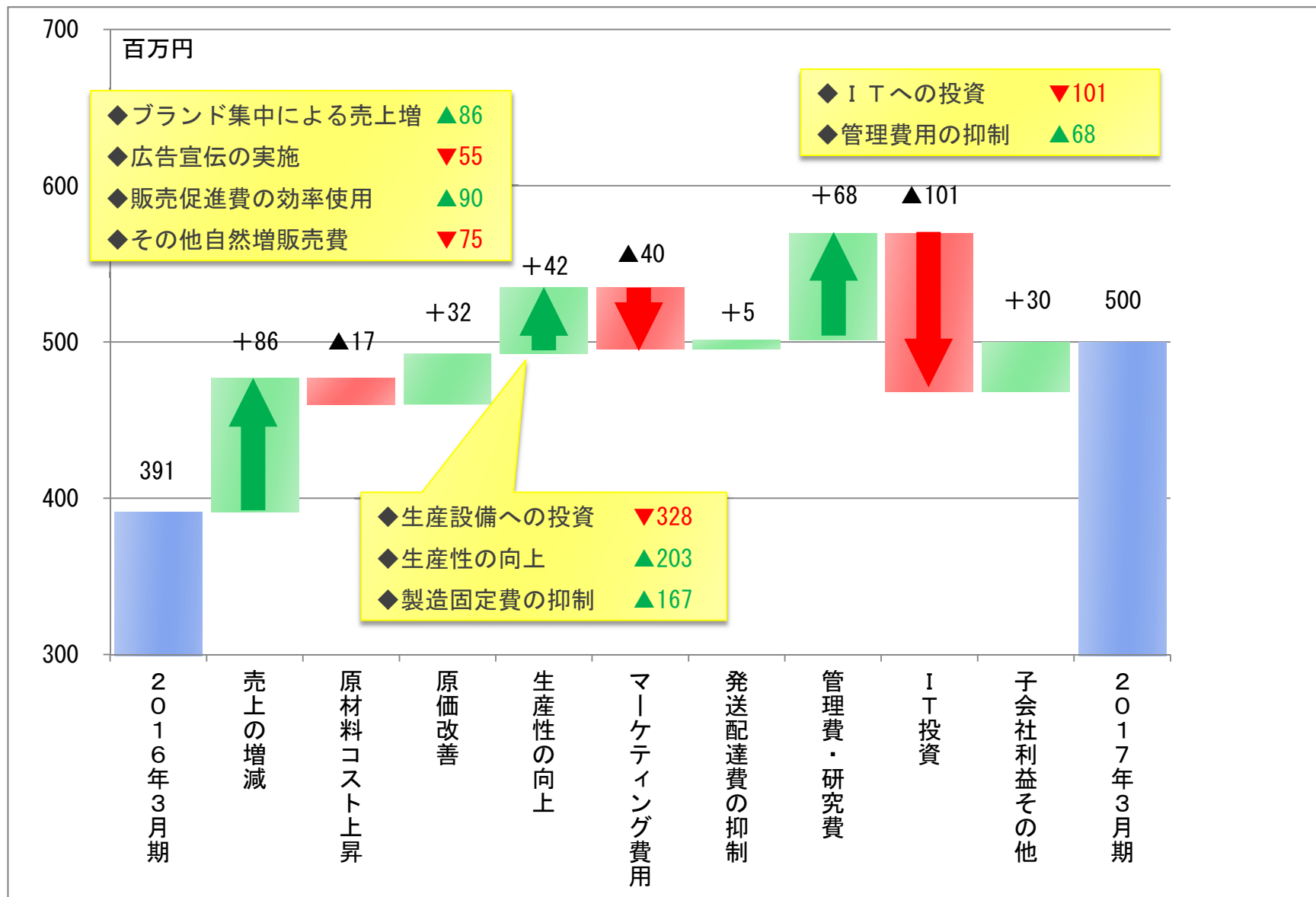


◆ベルマーク運動への参加

子どものおやつとして
親しまれている
「味しらべシリーズ」
「ふわっとシリーズ」を対象に、
2016年5月よりベルマーク
運動に参加いたしました。

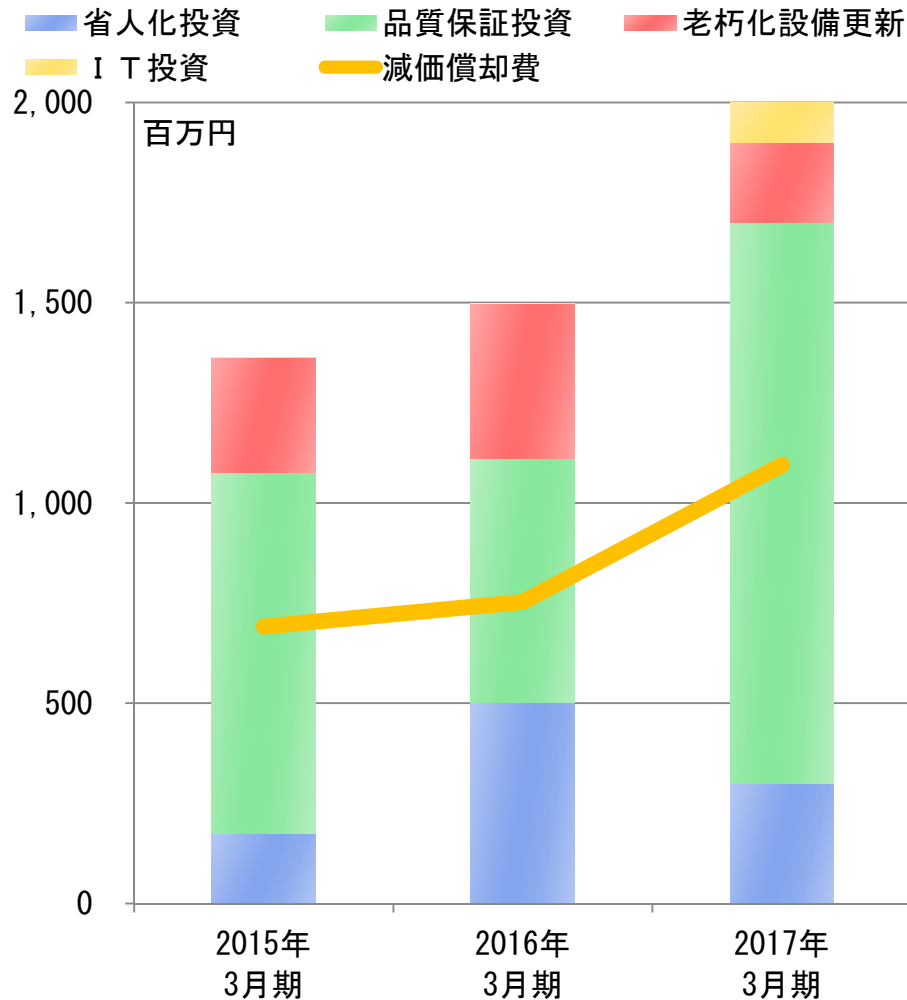


2017年3月期 営業利益の増減分析



品質保証体制の強化

設備投資費用の約7割を品質保証設備に投資
ISO22000の対象拡大を目指す



◆省人化投資 **3億円**

- ・包装工程自動化
- ・生地搬送工程自動化

◆品質保証投資 **14億円**

- ・生地乾燥機
- ・検査装置(金属、X線、色彩、重量)

◆老朽化設備更新 **2億円**

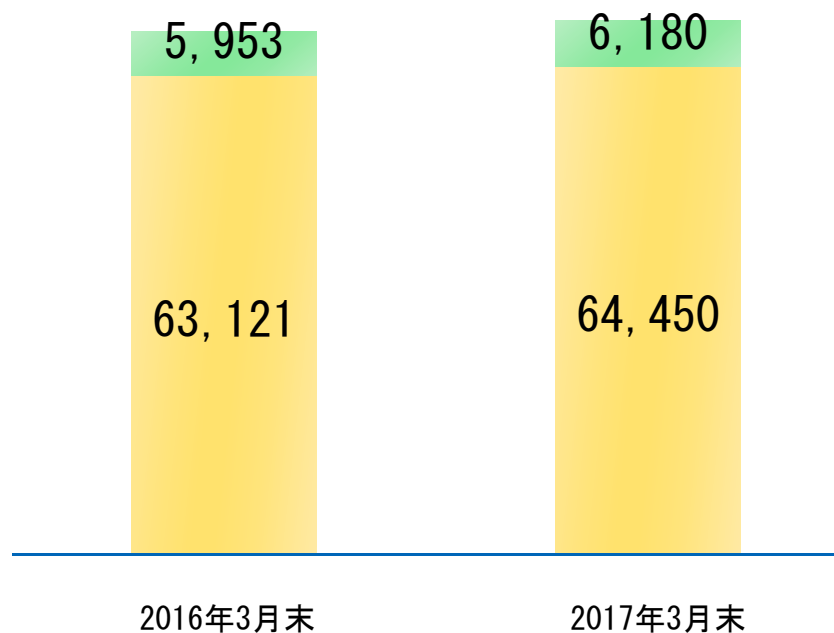
- ・工場屋根結露防止

◆I T 投資 **1億円**

総額 20億円



2017年3月期 連結貸借対照表 (資産)

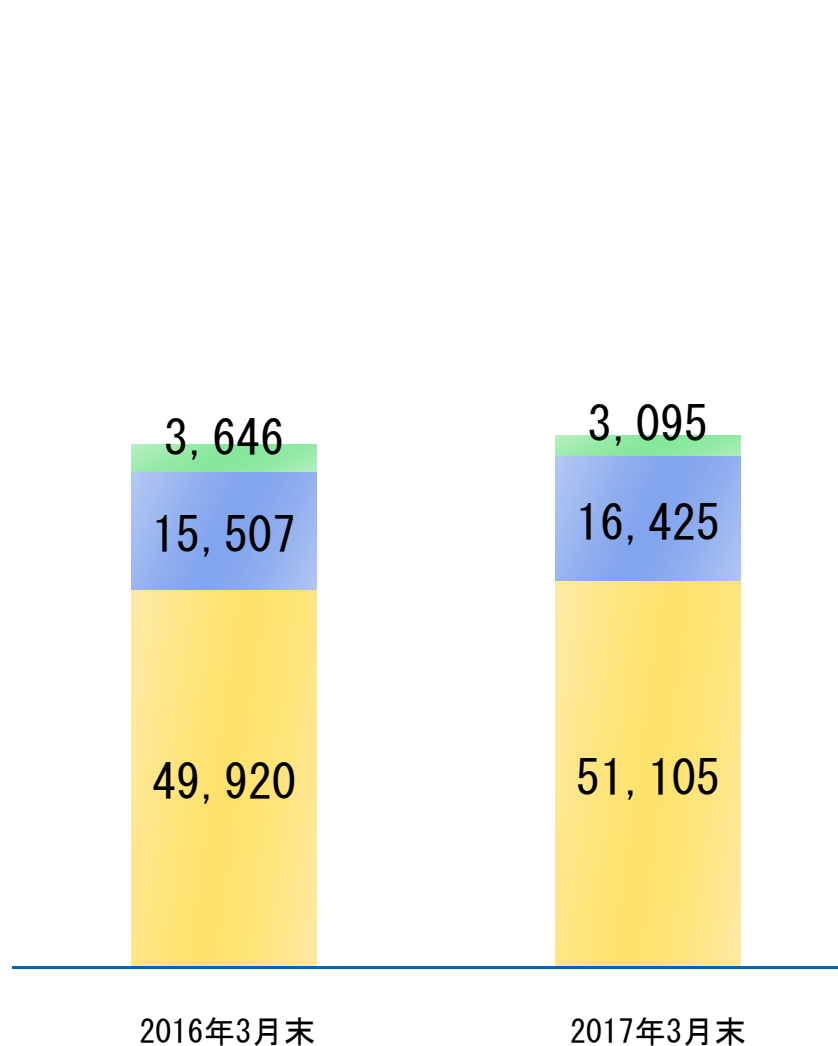


◆流動資産 +227百万円
現金及び預金 +154

◆固定資産 +1,329百万円

有形固定資産 +1,252
→工場建設の用地取得

2017年3月期 連結貸借対照表 (負債・純資産)



◆流動負債 ▲551百万円

短期借入金 ▲450

◆固定負債 +918百万円

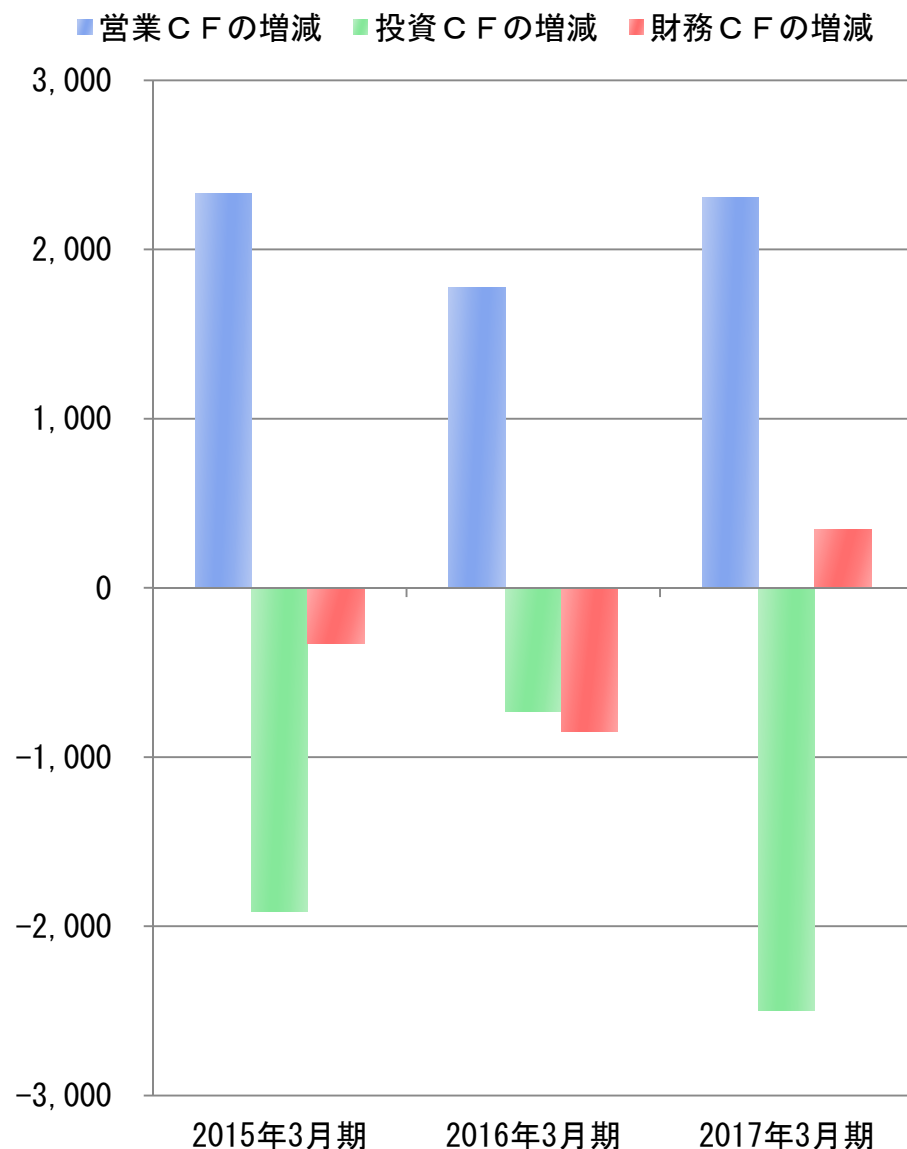
長期借入金 +900

→工場建設の用地取得資金

◆純資産 +1,185百万円

利益剰余金 +1,185

2017年3月期 連結キャッシュ・フロー

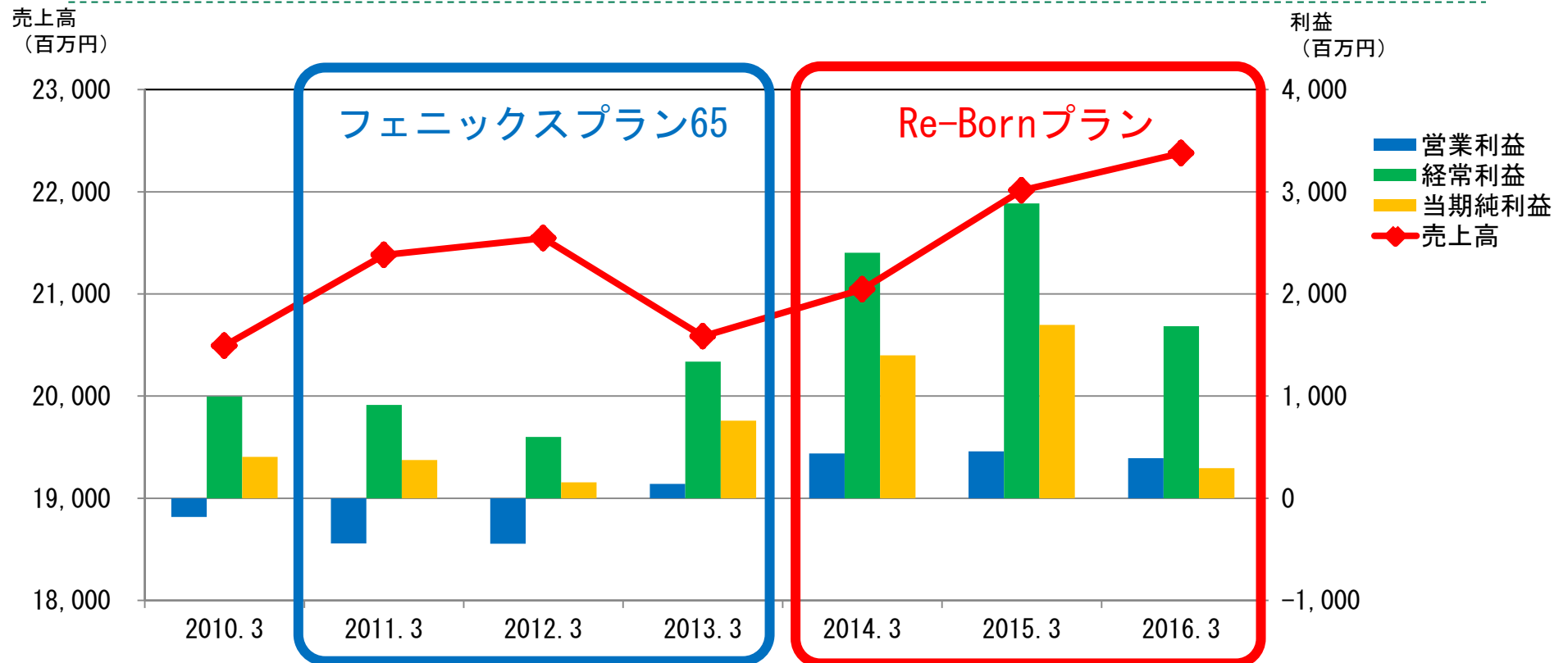


◆ 現金・現金同等物+154百万円

営業CF	23億円
→税金等調整前当期純利益	▼
減価償却費	▲
法人税等の支払額	▼
投資CF	▲25億円
→固定資産取得による支出	▼
財務CF	3億円
→借入金借入による収入	▲
借入金返済による支出	▼

中期経営計画 「岩塚Stage-Up70」

Re-Bornプラン総括・課題の認識



フェニックスプラン65

- ・流通米菓シェア15%の獲得
- ・マーケティング機能の強化
- ・IPSの大展開によるグループ会社の成長力の強化と連携
- ・旺旺集団との連携による事業展開
- ・人財発揮
- ・CSRの向上

Re-Bornプラン

- ・マネジメントの強化によるトータル原価の低減
- ・国産米使用による品質訴求、フルチャネル戦略の徹底活用
- ・新しい価値創造への挑戦、旺旺集団との連結強化
- ・2015年そして2020年に向けてのビジョンの実現

Re-Bornプラン総括・課題の認識

	『フェニックス』 (2013. 3)	『Re-Born』 (2016. 3)	『フェニックスプラン』比	
			増減額	増減率
純売上高	205億円	223億円	+18億円	+8.7%
営業利益	1億円	3億円	+2億円	+50.0%
営業利益率	0.7%	1.7%	-	+1.0pt
設備投資額	2億円	12億円	+10億円	+500%

- ・ 収益性の向上に重点を置き、新たな成長への基盤づくりに着手
- ・ 赤字体質を脱却し、利益体質化しつつあるが、目安である営業利益率3%に向けて課題が残る
- ・ 戦略的な設備投資を着実に実施し、次期中計への下地とした

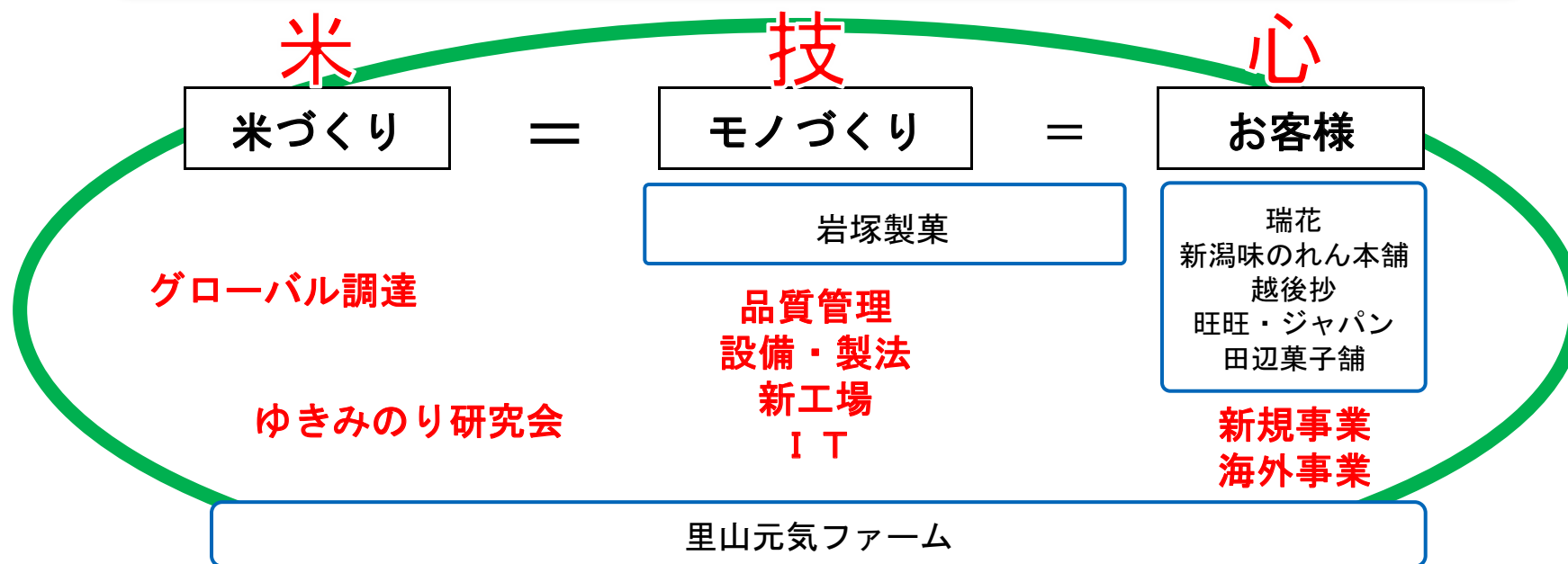
岩塚製菓グループの新たな成長

創業70周年・新たな成長への挑戦

新・中期経営計画

『岩塚Stage-Up70』

ブランド集中による構造改革と人的資源の再配置



新たな成長への7つの『Stage-Up』

- I. 生産体制のStage-Up
- II. 岩塚ブランドのStage-Up
- III. 岩塚ロジスティックスのStage-Up
- IV. 新商品開発のStage-Up
- V. コーポレート・ガバナンス体制のStage-Up
- VI. 海外事業のStage-Up
- VII. 人財育成のStage-Up



I. 生産体制のStage-Up

消費者の安全・安心に対するニーズに合わせた
品質基準を満たす新工場の建設

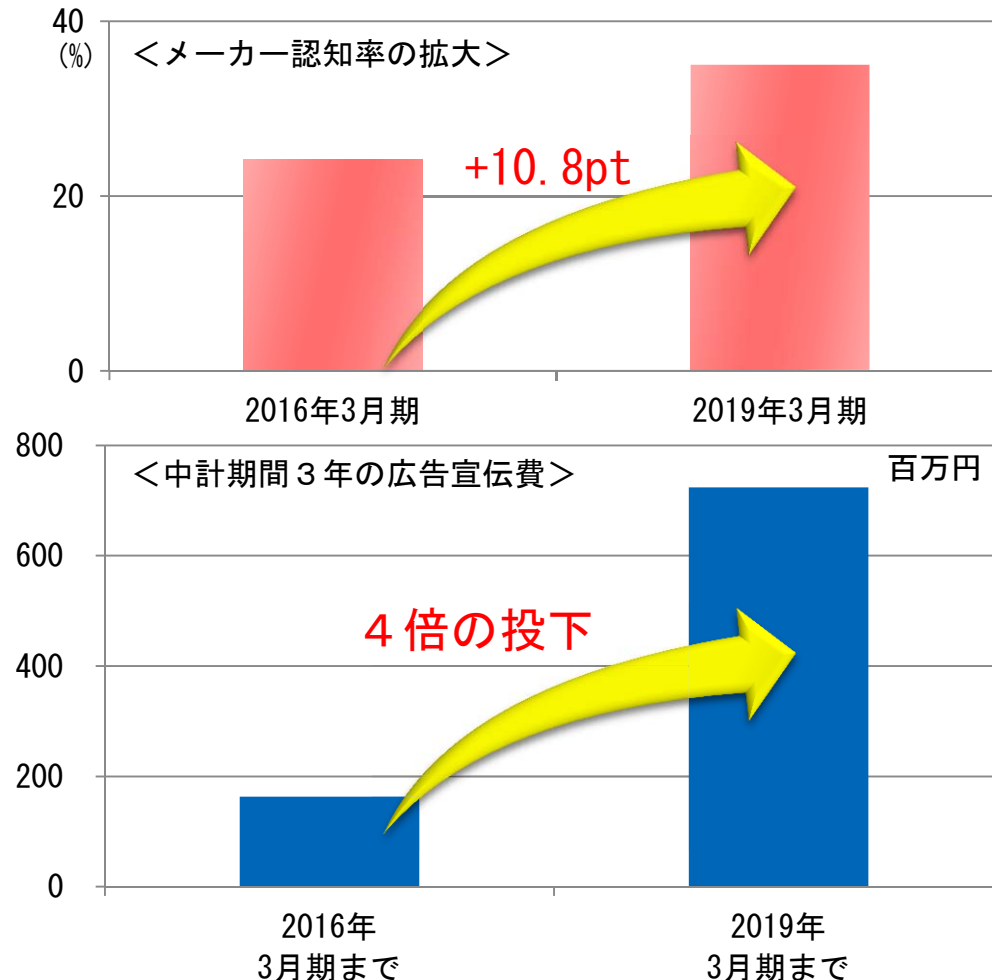
- 品質管理設備の拡充
- CVS商品に対応できる小回り
ラインの設置
- 仕込み能力拡大



- ◆ 労災ゼロ
- ◆ 商品事故ゼロ
- ◆ 品質向上
- ◆ 生産性向上

II. 岩塚ブランドのStage-Up

発信力の強化による岩塚製菓の認知率アップ



- ◆ 新規チャネルへの挑戦
(グループ会社連携)
- ◆ おいしいものづくり
ネットワーク活用
- ◆ マーケティング戦略
再構築
(SNS時代への対応)

(出典) (株)インテージSRI調べ

Ⅲ. 岩塚ロジスティックスのStage-Up

国内ロジスティックス（物流網）の再構築による物流費の削減

2015年7月

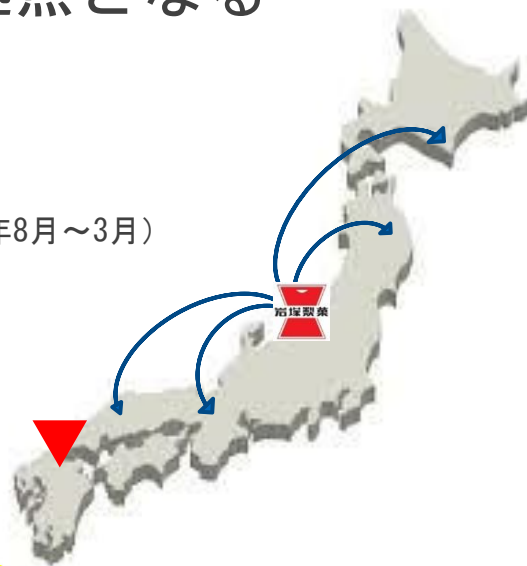
九州地方の物流拠点となる
福岡DCを設置

物流費率 （福岡営業所：2015年8月～3月）

2014年：10.3%



2015年：8.9%

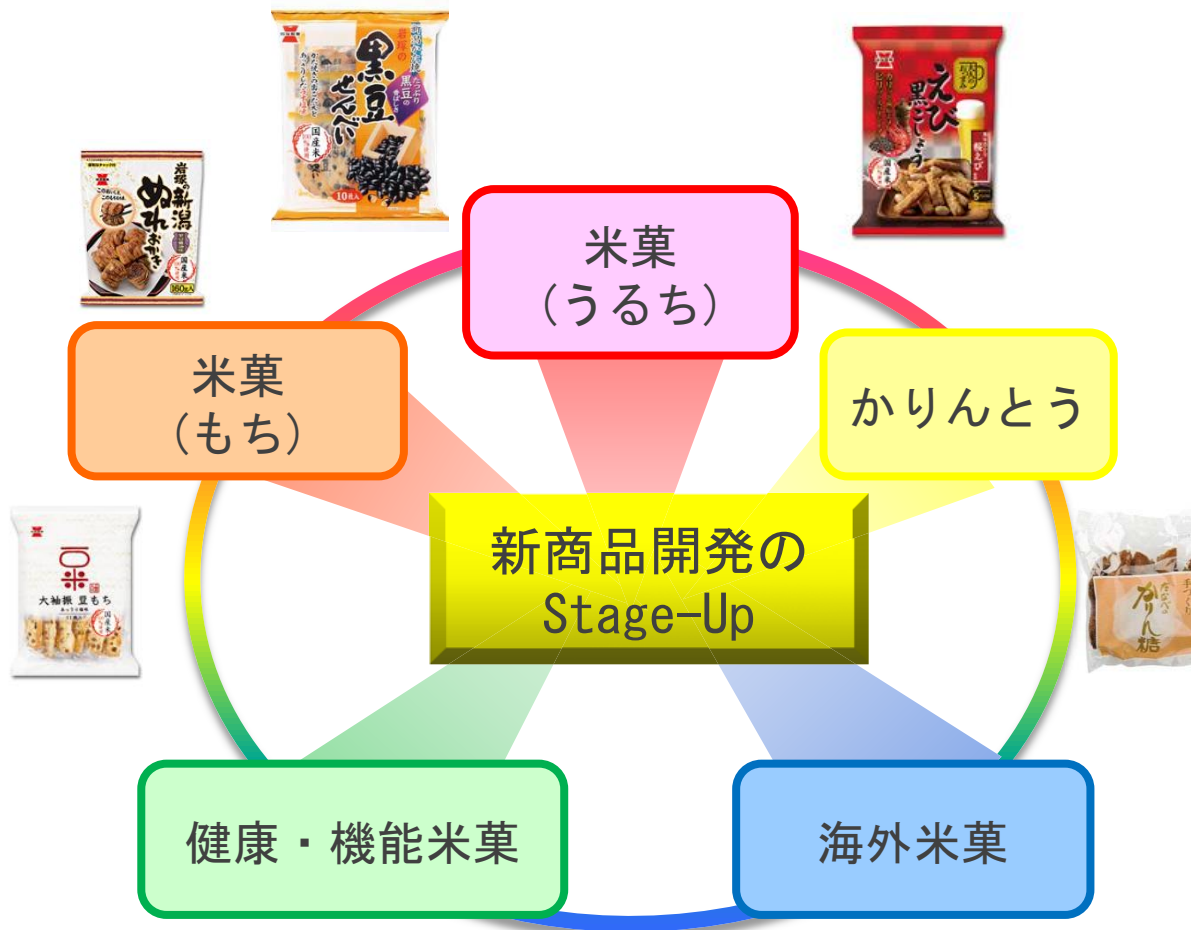


九州DC化により
1.4pt削減

- ◆国内ロジスティックス拠点の再構築
- ◆現地生産化の推進
- ◆輸出戦略の構築

IV. 新商品開発のStage-Up

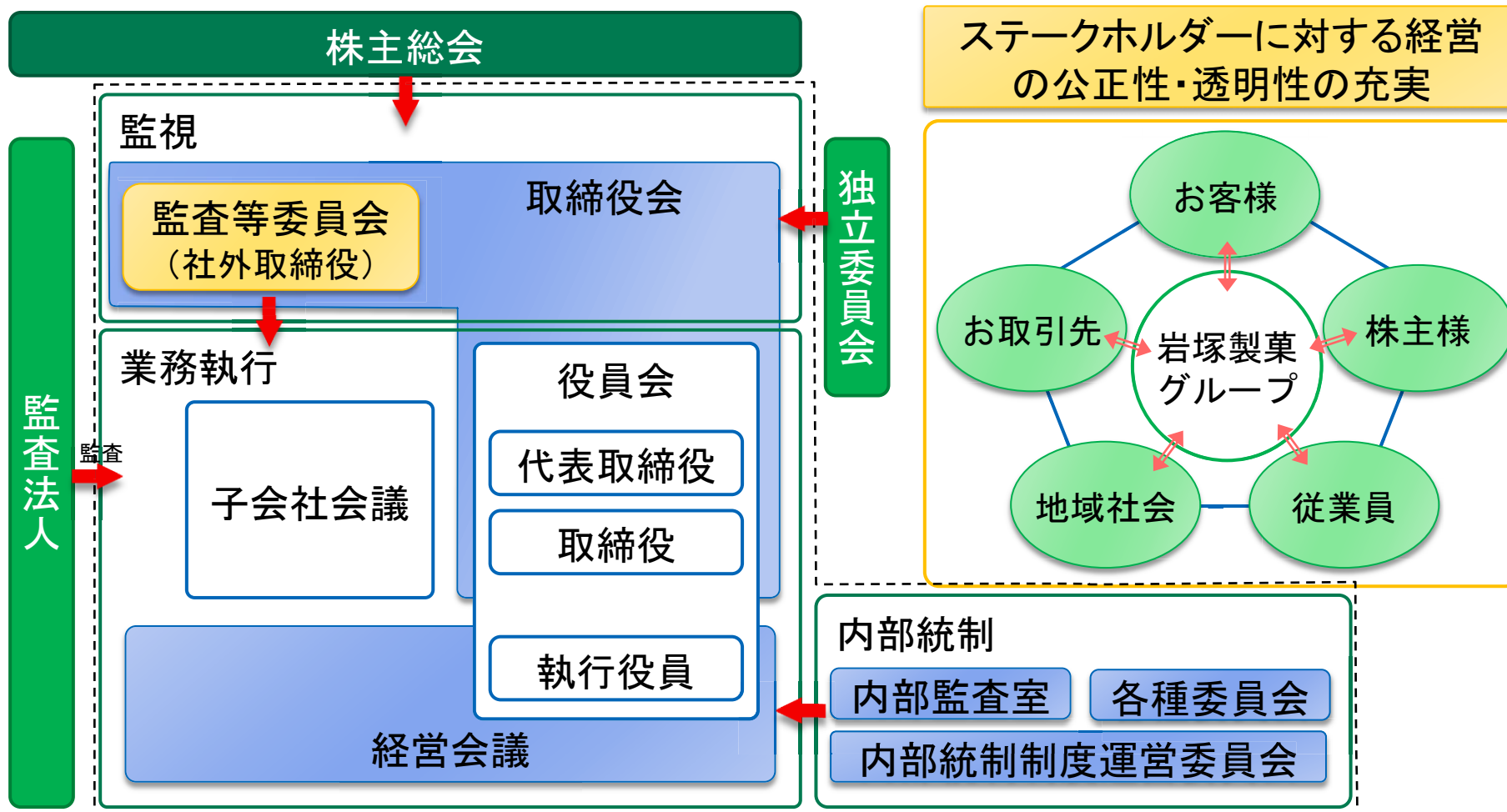
美味しいものづくりネットワークによる商品力の強化



- ◆ 伝統米菓の深堀
- ◆ 健康・機能米菓の開発
- ◆ 新規需要開発 (ゆきみのり研究会)
- ◆ 新規開発ラインの建設 (かりんとう)
- ◆ 海外米菓開発

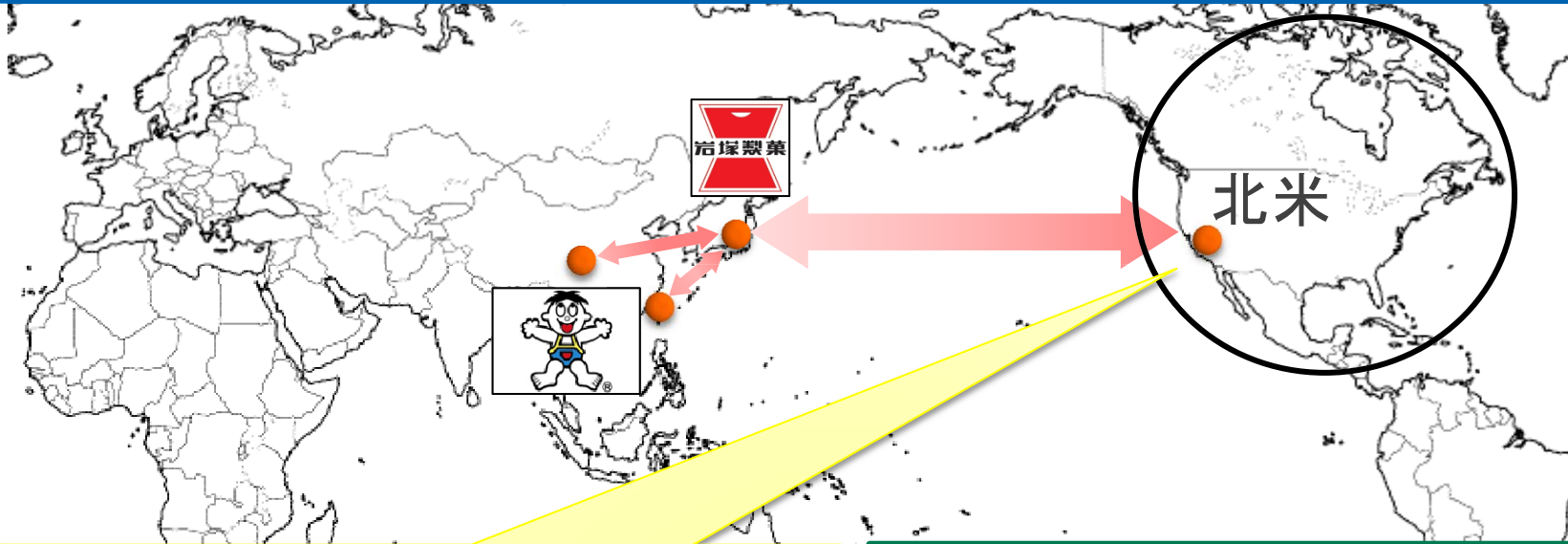
V. コーポレート・ガバナンス体制のStage-Up

コーポレート・ガバナンス・コードの確立と
リスクマネジメント、内部統制の充実



VI. 海外事業のStage-Up

和食文化(伝統米菓)と製造技術による海外展開



■北米地域
400億円規模の米菓(うす焼き系)市場へ進出
健康・自然食品として評価の高い「米」を
原料にしたスナックをターゲット

■現地での生産と販売を目指す

◆北米事業の展開

◆アジア圏での事業展開

◆旺旺集団との連携強化

VII. 人財育成のStage-Up

人財のStage-Upプランを実践する

- ◆ 中期的階層別育成プログラムの実践
(Stage-Upプラン)
- ◆ 女性活躍推進研修の充実
- ◆ 経営幹部研修の実践
- ◆ 公正な評価制度と配分制度の構築



『Stage-Up70』 定量目標

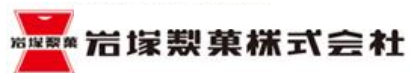
連結	『Re-Born』	『Stage-Up70』 目標			『Re-Bornプラン』 比 (最終年度)	
	(2016. 3)	(2017. 3)	(2018. 3)	(2019. 3)	増減額	増減率
売上高	223億円	230億円	250億円	270億円	+47億円	+21.1%
営業利益	3億円	5億円	7億円	10億円	+7億円	+233.3%
営業利益率	1.7%	2.2%	3.0%	3.8%	-	+2.1pt
設備投資額	12億円	25億円	45億円	20億円	+8億円	90億円 (3ヶ年累計金額)
研究開発費	2億円	2億円	3億円	3億円	+1億円	8億円 (3ヶ年累計金額)

当社グループは、
「『お米』のおいしさ創造企業」を目指し、
「おいしさNo.1でありたい」
「新鮮さNo.1でありたい」
「おいしさにこだわる私たち自身がNo.1でありたい」
という夢のもと、
世界中の人々においしさの笑顔を
お届けしてまいります。



会社概要

商号



新潟県長岡市浦9750番地

所在地

創業

昭和22年7月

代表者

代表取締役社長 榎 春夫

資本金

16億34百万円

事業内容

米菓の製造並びに販売

売上高

連結 223億78百万円 単体 210億73百万円 (平成28年3月期)

営業利益

連結 3億91百万円 単体 2億97百万円 (平成28年3月期)

経常利益

連結 16億84百万円 単体 14億95百万円 (平成28年3月期)

従業員

989名 (平成28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)

(株)田辺菓子舗

(かりんとうの製造販売)

旺旺・ジャパン(株)

(旺旺グループ総代理店)



(株)瑞花



(株)新潟味のれん本舗



里山元気ファーム(株)



(株)越後抄



(株)田辺菓子舗



旺旺・ジャパン(株)

本資料取扱上の注意点

本資料は、2016年3月期の業績および2017年3月期から2019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、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。