

2017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

2017年5月30日 代表取締役社長 榎 春夫

目次

1. 岩塚製菓グループの概要
2. 2017年3月期 決算報告
3. 2018年3月期 展望
4. 「岩塚Stage-Up70」の進捗状況と課題



岩塚製菓グループの概要

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

⇒ 「地域」とともに生きる

▶ 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。

⇒ 「お米」のおいしさ創造企業

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

◎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、原料より良いものにはできない。
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にはできない。 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

米菓業界と国産米100%企業

◆米菓売上上位15社 全商品国産米100%使用企業

順位	会社名	所在地	推定年商(億円)
1	亀田製菓	新潟	752
2	三幸製菓	新潟	484
3	岩塚製菓	新潟	211
4	もち吉 ※	福岡	211
5	栗山米菓	新潟	187
6	ぼんち	大阪	102
7	小倉山荘 ※	京都	95
8	天乃屋	東京	69
9	越後製菓	新潟	55
10	丸彦製菓	栃木	51
11	マスヤ	三重	51
12	ブルボン	新潟	48
13	阿部幸製菓	新潟	44
14	播磨屋本店 ※	兵庫	43
15	金吾堂製菓	東京	42

「岩塚ブランド = 最高品質」の証明

◆5年連続 売上高No.1受賞

「かた焼」カテゴリーで
2012～2016年5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
2012～2016年5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。

米菓市場生産数量と米菓企業数の推移

創業期

成長期

競争期

発展期

千t

300

200

100

0

社

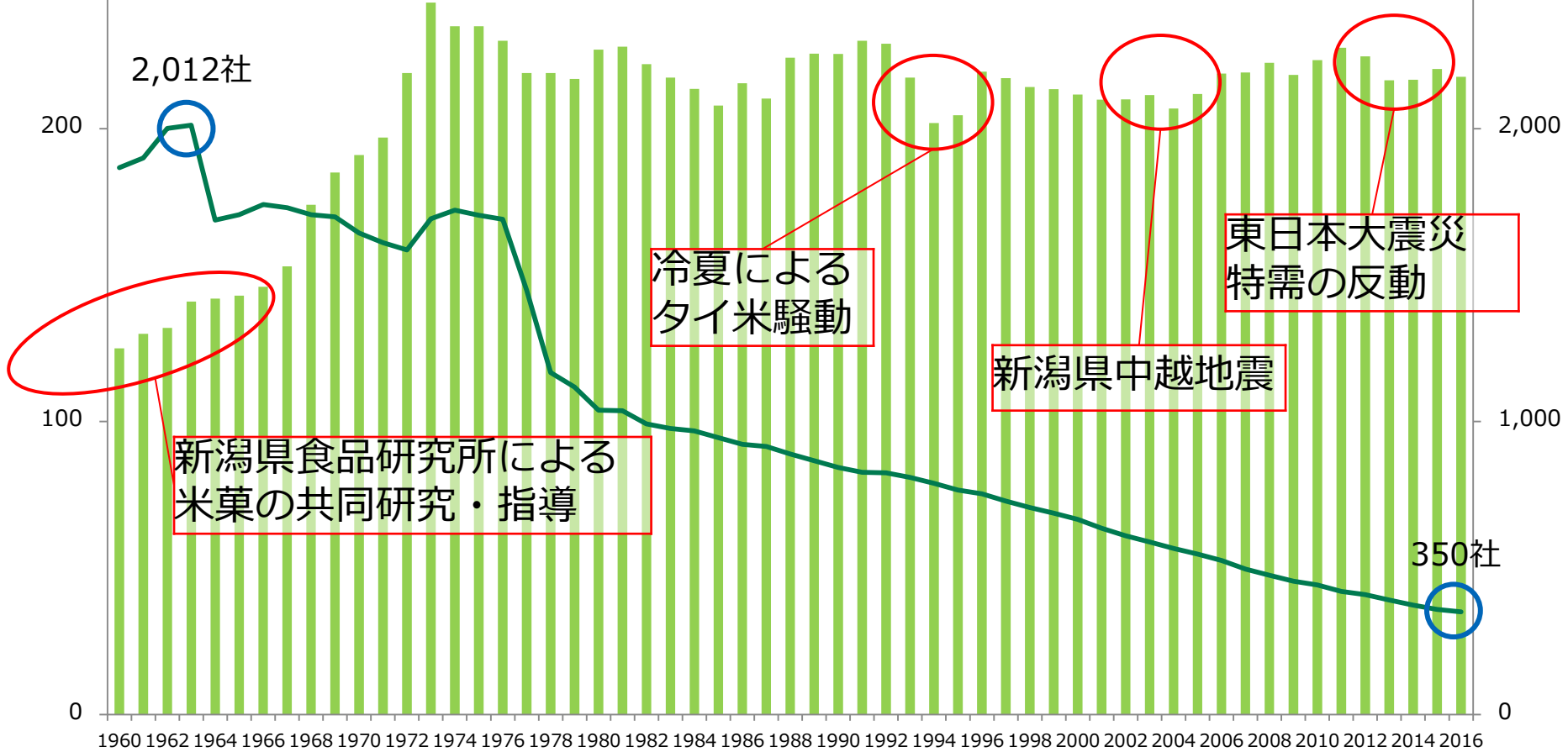
3,000

2,000

1,000

0

米菓市場全体で200~250千トンの生産
2,500億円の市場規模で横ばい



新潟県食品研究所による
米菓の共同研究・指導

冷夏による
タイ米騒動

新潟県中越地震

東日本大震災
特需の反動

伝統米菓と新ジャンルによる成長

創業期

成長期

競争期

発展期

旺旺集团への技術提供

1999年発売
岩塚の
黒豆せんべい



2001年発売
ふわっと



2009年発売
田舎のおかき



1996年発売
大袖振豆もち



1978年発売
味しらべ



1966年発売
お子様せんべい



1960 1962 1964 1966 1968 1970 1972 1974 1976 1978 1980 1982 1984 1986 1988 1990 1992 1994 1996 1998 2000 2002 2004 2006 2008 2010 2012 2014 2016

(株) 田辺菓子舗

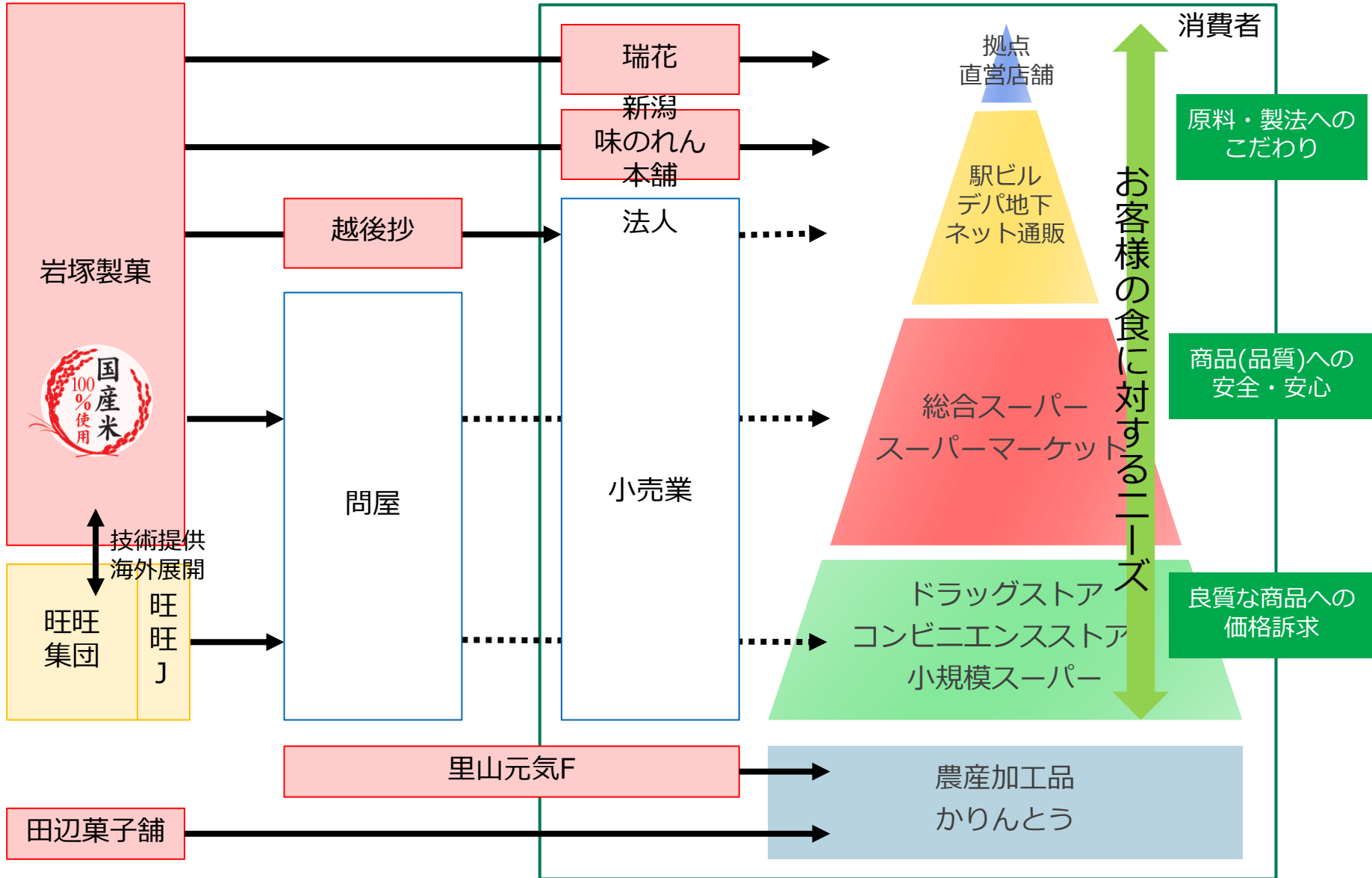
(株) 里山元気ファーム

(株) 越後抄

(株) 新潟味のれん本舗

(株) 瑞花

岩塚製菓グループのチャネル戦略



おかげさまで70周年



「お米」のおいしさ創造企業
岩塚製菓株式会社

2017年3月期 決算報告

決算ハイライト

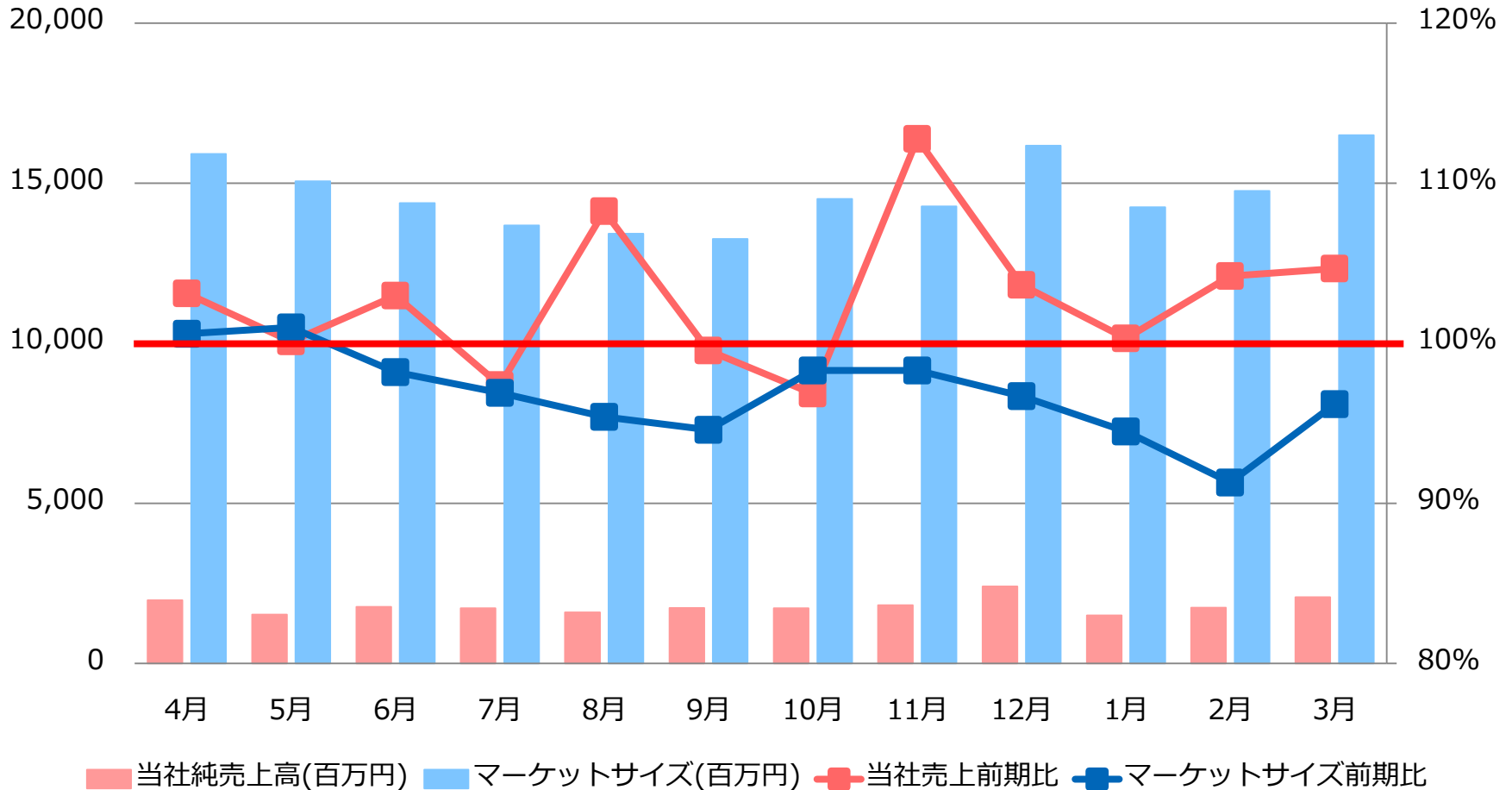
連結	2016年3月期	2017年3月期	増減	増減率
	百万円	百万円	百万円	
純売上高	22,378	23,025	+647	+2.9%
営業利益	391	374	▲17	▲4.4%
経常利益	1,684	1,682	▲2	▲0.1%
当期純利益	294	1,232	+938	+318.3%

単体	2016年3月期	2017年3月期	増減	増減率
純売上高	21,073	21,650	+577	+2.7%
営業利益	297	241	▲56	▲18.8%

- ◆ 認知度向上のためキャンペーン費用増加するも、奏功し過去最高の売上高。
- ◆ 旺旺集団配当金は配当単価上昇も、為替の影響等により円換算で減少。
- ◆ 前期繰延税金資産取崩しにより当期純利益が大幅減少も、当期は平常化。

2017年3月期売上高

2017年3月期 当社売上推移と米菓市場概況



- ◆米菓市場全体では6月以降前年割れが続く。
- ◆当社は上期は苦戦したが、下期での善戦により増収の結果となった。

2017年3月期 増収要因①

ライフ・タイム・バリュー(LTV)戦略

ライフ・タイム・バリュー戦略とは——

「生涯顧客価値」に着目し、顧客との継続的な関係を軸にした新たな価値創造と、顧客の中にある潜在的な需要機会を広げるマーケティング戦略



若年層～子あり主婦に対して
ブランド認知拡大への挑戦



©2010 あきやまだし／はなかつぱプロジェクト



2017年3月期 増収要因②

インバウンドマーケティングによる企業認知率の拡大

◆SNS(Facebookなど) やエシカル企画、お客様とのふれあいの場（おせんべい授業など）を通じて、インバウンドマーケティングに向けた発信力を強化

【Facebook】

岩塚製菓

国産米100%の岩塚製菓
@iwatsukaseika

ホーム
ページ情報
写真
レビュー
いいね！
動画
投稿

ページを作成

注目コンテンツ

★★★★★
きな粉餅は最高に美味しいです！口にきな粉の香りが口いっぱい広がります。バナナアイスを挟むと美味しさ倍増です...

食品サービス販売 場所: 新潟県 長岡市
4.8 ★★★★★

コミュニティ

- 友達にページへの「いいね！」をリクエスト
- 888人がいいね！しています
- 893人がフォローしています。
- 4人がチェックインしました

【エシカル企画】



【おせんべい授業】



2017年3月期 増収要因③

◆既存商品

田舎のおかき : 前期比105%
熊本米使用などのエシカル企画

大人のおつまみ : 前期比118%
シーズナル (季節限定) などの企画
人気漫画『ワカコ酒』をパッケージに使用

ふわっと : 前期比104%
東日本大震災復興支援継続『バタしょっと』
自動化設備導入による増産体制

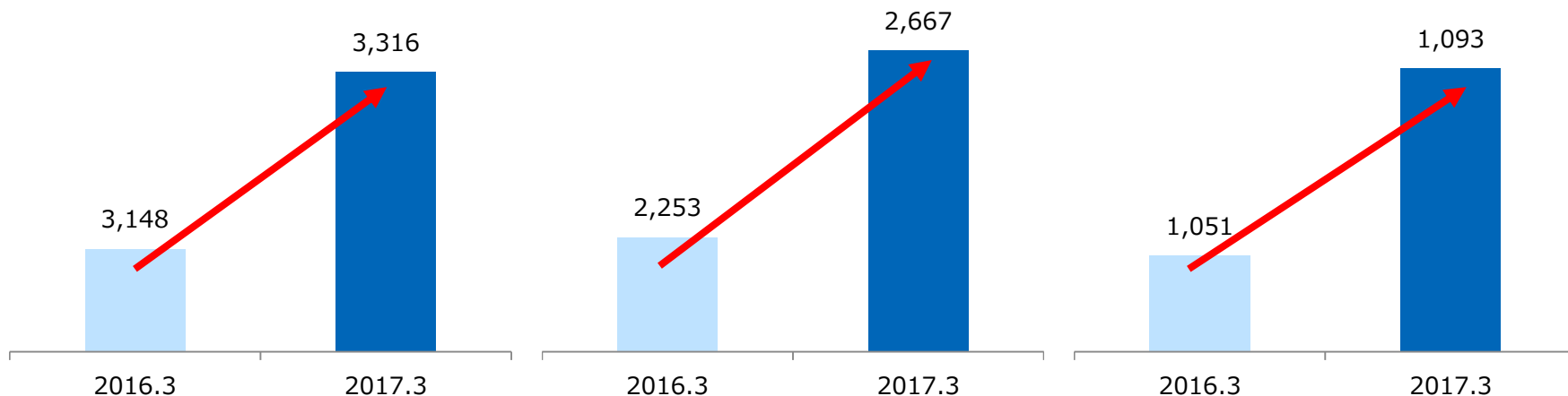
(単位: 百万円)



◆田舎のおかき

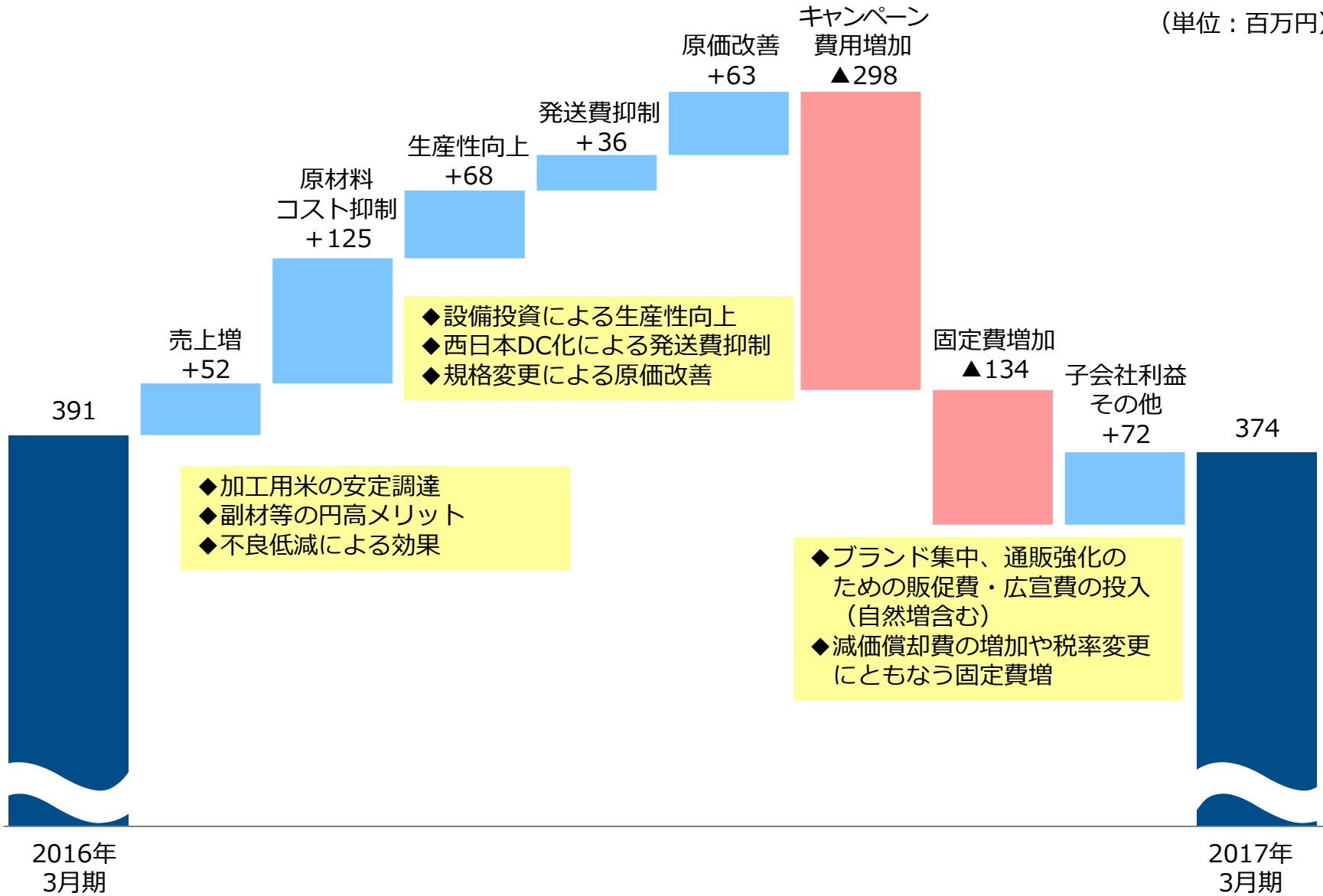
◆大人のおつまみ

◆ふわっと



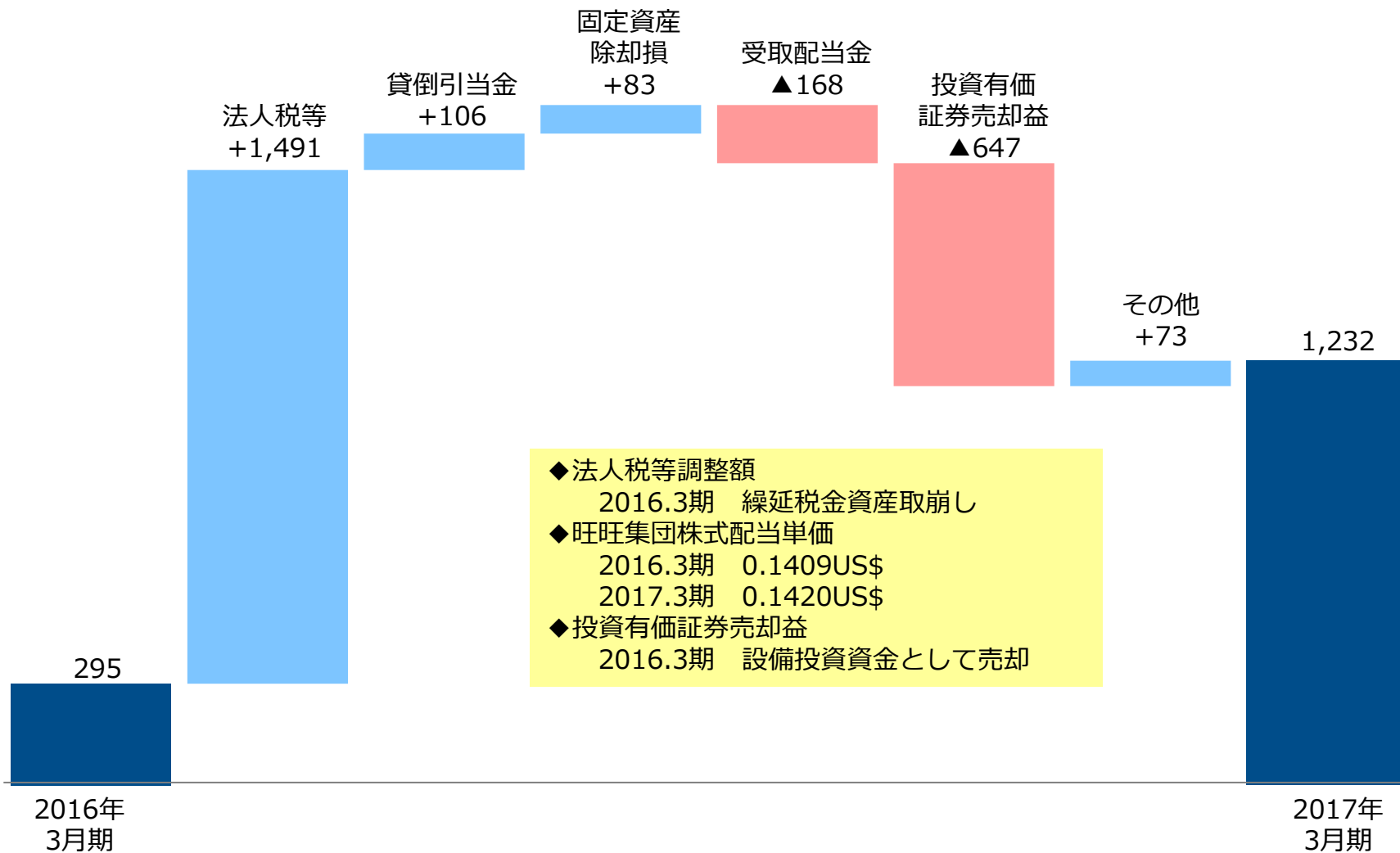
2017年3月期 連結営業利益の増減要因

(単位：百万円)



2017年3月期 連結当期純利益の増減要因

(単位：百万円)

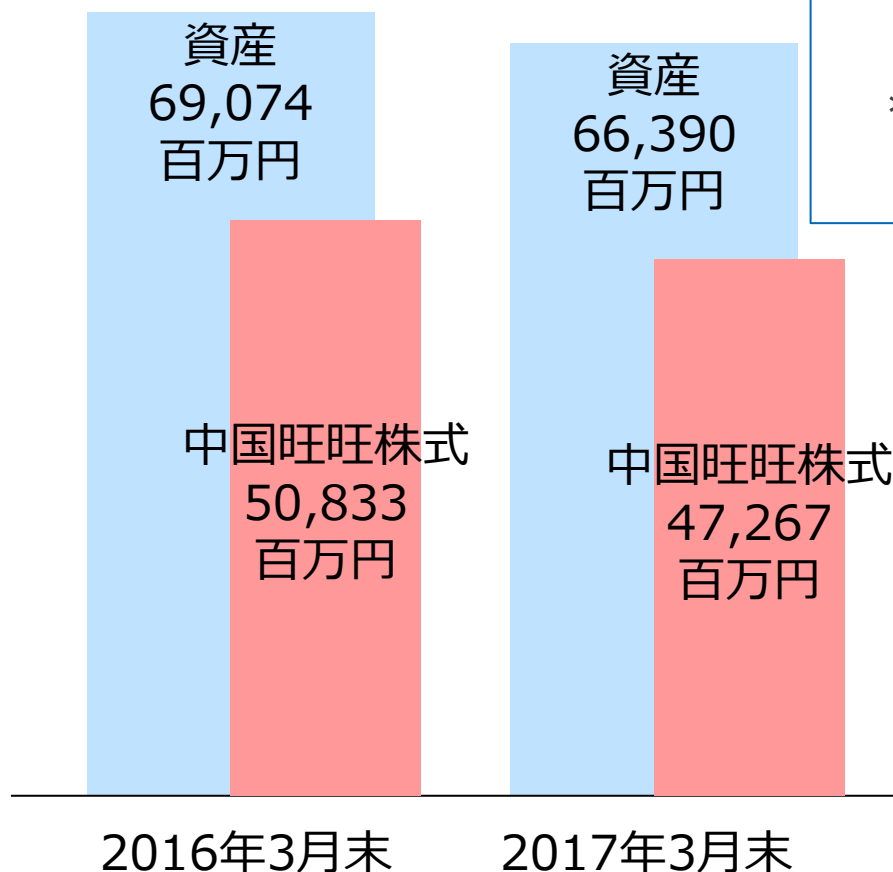


2017年3月期 連結貸借対照表

資産の主な内容：

Want Want China Holdings LTD.株式
の時価評価により3,566百万円減少

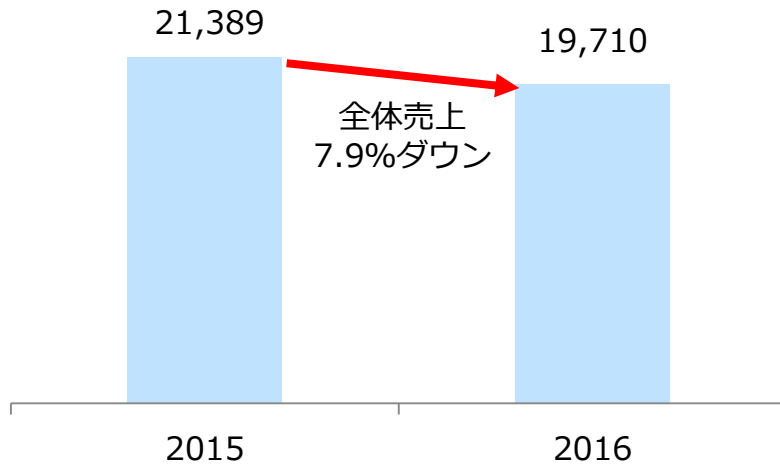
* 負債純資産の主な要因は、資産と
同様の内容です。



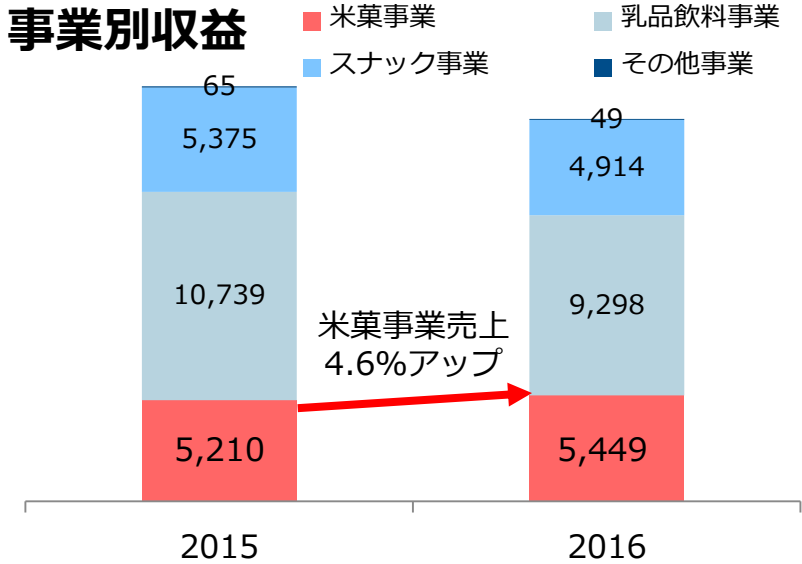
*中国旺旺 = Want Want China Holdings LTD.

旺旺集團現況

旺旺集團収益



事業別収益



企業名	主な事業	売上高 (前年同期比)	最終損益 (前年同期比)
中国旺旺	米菓最大手	197億元 (▲8%) ↓	35億元 (+4%) ↑
康師傅控股	即席麺、清涼飲料	565億元 (▲8%) ↓	12億元 (▲31%) ↓
蒙牛乳業	乳製品	538億元 (+10%) ↑	▲8億元 (▲33億元) ↓
華潤啤酒	ビール	287億元 (+2%) ↑	6億元 (▲6%) ↓
青島啤酒	ビール	261億元 (▲6%) ↓	10億元 (▲39%) ↓



おかげさまで70周年



「お米」のおいしさ創造企業
岩塚製菓株式会社

2018年3月期 展望

業績見通し

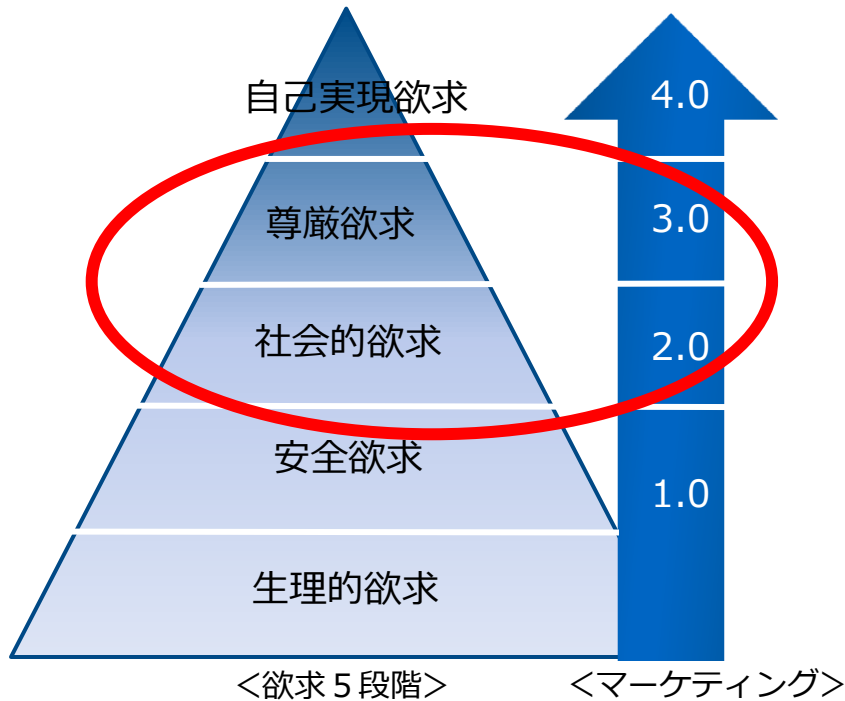
連結	2017年3月期	2018年3月期	増減	増減率
	百万円	百万円	百万円	
純売上高	23,025	25,000	+1,975	+8.6%
営業利益	374	700	+326	+87.1%
経常利益	1,682	1,900	+218	+12.9%
当期純利益	1,232	1,300	+68	+5.5%
設備投資額	1,405	1,800	+395	+28.1%
I T 投資額	17	50	+33	+194.1%
新工場関連	110	600	+490	+354.4%

- ◆ 主カブランドに集中した販売戦略により19億円の増収。
- ◆ 品質保証強化や生産性向上のため、総額18億円の設備投資(IT投資含む)。
- ◆ 新工場建設関連費用に対して総額6億円の支出。

2018年3月期の取組み

急速に進む「真の21世紀型消費社会」

マーケティング4.0の時代へ



⇒少子化・高齢化
にともなう社会の変化
⇒「価格から価値」
「モノからコト」
「店舗からネット」

- ◆3.0を目指し、国産米100%の優位性に基づく岩塚ブランドを構築
- ◆社会の変化に合わせたLTV戦略に基づくプロモーション施策
- ◆顧客接点の拡大を踏まえた通信販売の強化

2018年3月期の取組み

急速に進む「真の21世紀型消費社会」

⇒ 少子化・高齢化にともなう社会の変化

⇒ 「価格から価値」「モノからコト」「店舗からネット」

「価格から価値」

国産米100%の優位性に基づくブランド構築

⇒ Top4+1基幹商品の確立

⇒ 新付加価値商品の開発

* 催事強化



「モノからコト(トキ)」

LTV戦略に基づくプロモーション施策

⇒ SNS(インバウンドマーケティング)の強化

* リアルでの価値観

「店舗からネット」

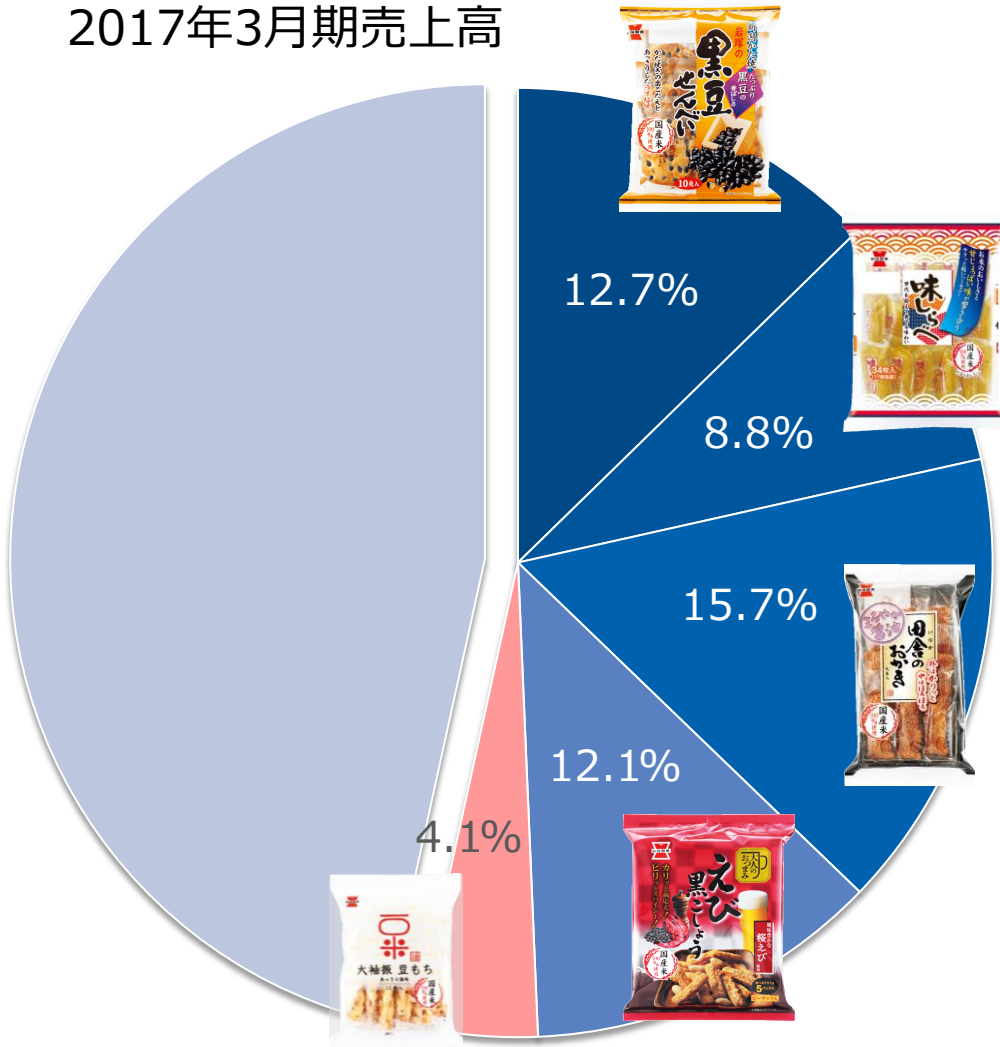
通信販売の強化による収益回復

⇒ 新シリーズによる新規顧客獲得

Top4+1基幹商品の確立

ライン自動化を見据えた「Top4+1(大袖振豆もち)」への資源集中

2017年3月期売上高



売上の50%以上を
「Top4+1」商品群が占める

◆大袖振豆もちシェア

2016.9 2.7%

2017.3 2.8%



2018年3月期目標 4.0%

Top4+1 黒豆せんべい・田舎のおかき

シニア層への顧客満足度アップと認知の拡大

◆黒豆せんべい

- ・セカンドフレーバー
「もち麦とごませんべい」



◆田舎のおかき

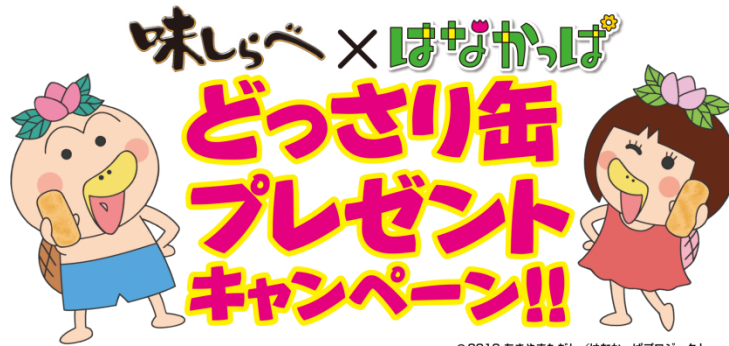
- ・シーズナル商品
- ・熊本地震復興支援企画商品



Top4+1 味しらべ

学齡期世帯の顧客開拓

- ・ はなかっぱどっさり缶プレゼントキャンペーン
- ・ セカンドフレーバー「味しらべだし塩味」
- ・ ベルマーク活動



©2010 あさやまだし/はなかっぱプロジェクト



Top4+1 大人のおつまみ

30代40代顧客開拓に向けた大人ブランド施策強化

- ・ シーズナル商品
- ・ ワカコ酒パッケージ企画
- ・ フック形態商品の展開



Top4+1 大袖振豆もち（水切り製法）

シニア層への顧客満足度アップと認知の拡大

- ・セカンドフレーバー「桜えびかきもち」
- ・健康素材として注目されているナッツを使用した「アーモンドソフトおかき」「マカダミアソフトおかき」
- ・大袖振大豆のキャラクター「おおそで君」を活用した店頭活動



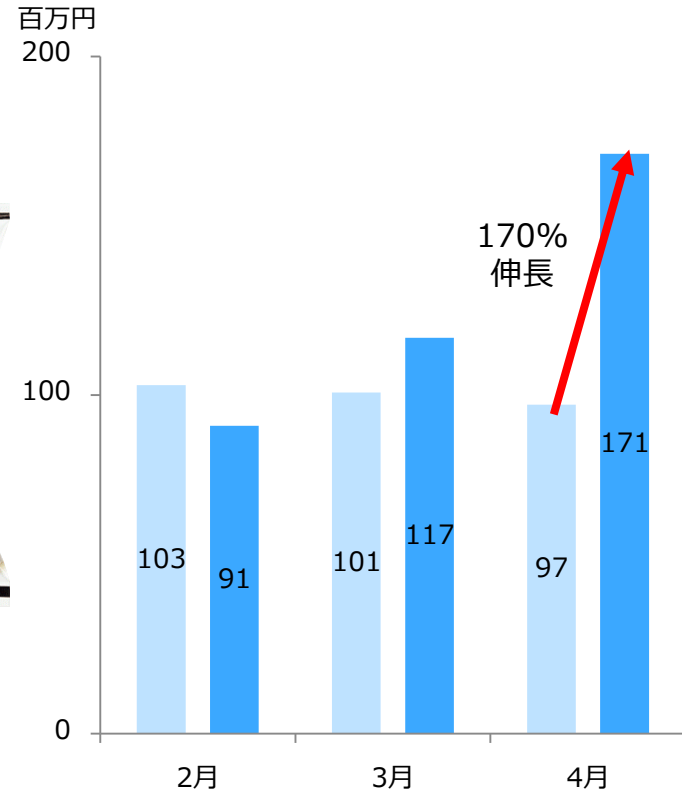
Top4+1+1 ふわっと

学齡期世帯の顧客開拓

- 健康や美容で注目されているグルテンフリー商品
- 新潟県産100%の米粉を使用した価値訴求
- 4月のスナック市場伸長とともに米粉スナック「ふわっと」も伸長

ふわっと出荷額 前年同月対比

■ 2016年 ■ 2017年



通信販売の強化による収益回復

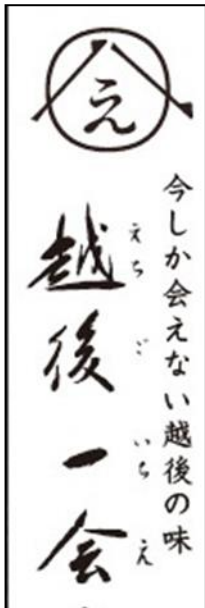
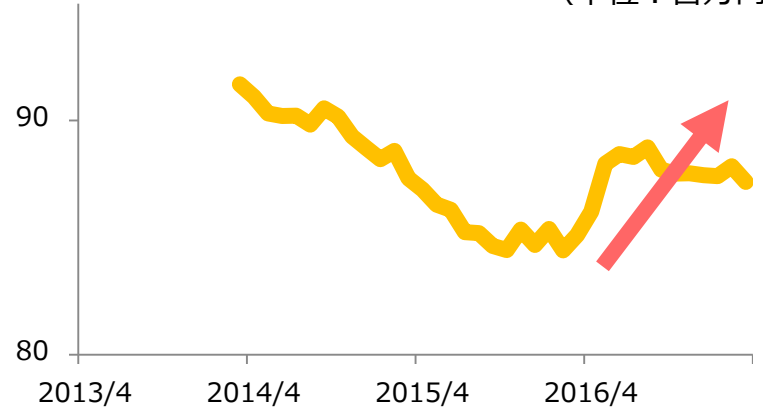
新潟味のれん本舗

◆新シリーズ

- ・ 既存顧客と新規顧客ごとに
新たな価値創造をコンセプト
- ・ 『越後一会』（完全予約限定販売）
『ajinoren Plus』

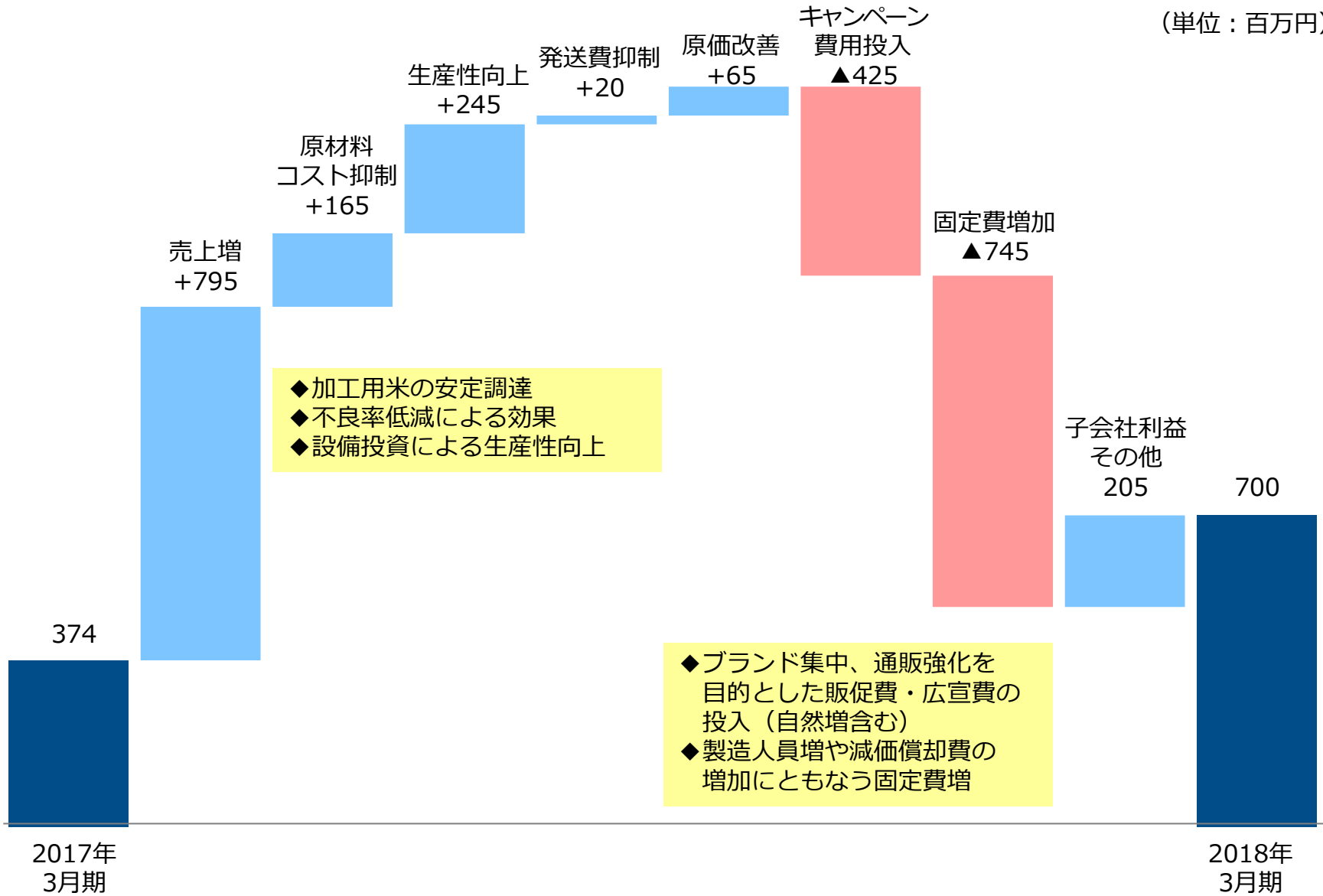
◆味のれん女子力

味のれん向け出荷額の推移(年計表) (単位：百万円)



2018年3月期 連結営業利益の増減要因

(単位：百万円)



◆加工用米の安定調達
◆不良率低減による効果
◆設備投資による生産性向上

◆ブランド集中、通販強化を目的とした販促費・広宣費の投入 (自然増含む)
◆製造人員増や減価償却費の増加にともなう固定費増

中期経営計画 「岩塚Stage-Up70」

真の21世紀型消費社会への対応

米菓業界を取り巻く環境

真の21世紀型消費社会の進展

少子化・高齢化による健康意識の高まり、コト消費への変化

人口減による人材の獲得競争と設備投資、IoT(AI)投資

国内米菓市場の寡占化 '15年度上位5社シェア68.7%→'16年度同70.1%

国産米（特定米穀・くず米）の価格高騰による安定調達難

グルテンフリーが米・米粉食品に追い風、米菓生産量の増加

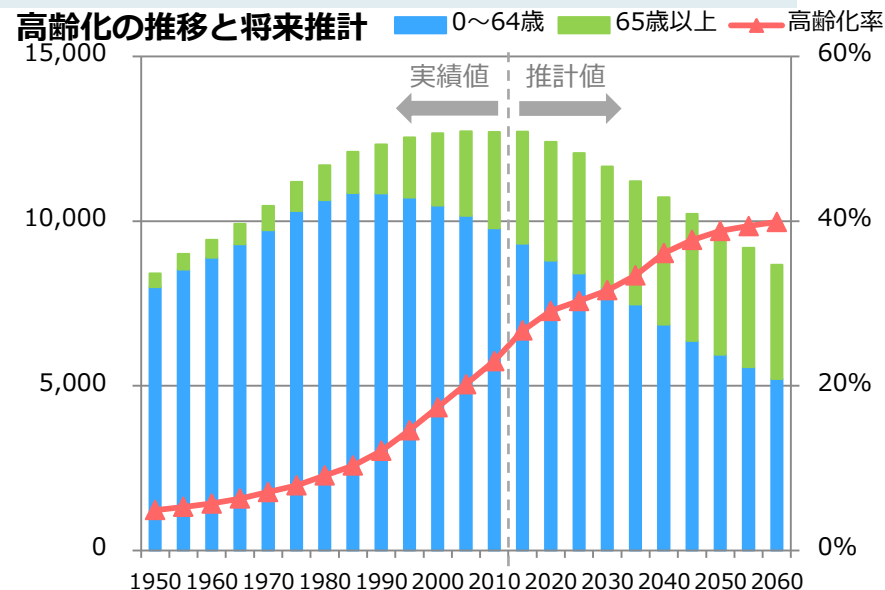
政府による海外への日本食輸出促進、海外におけるネット販売の波

中小米菓メーカーの競争力へ影響

* 当社は専用の「加工用米」を契約調達

新規市場として海外市場への展開

国産米100%による優位性とグローバル展開への準備



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

米

米づくり

グローバル調達

ゆきみのり研究会

技

モノづくり

岩塚製菓

品質管理
設備・製法
新工場
IT

心

お客様

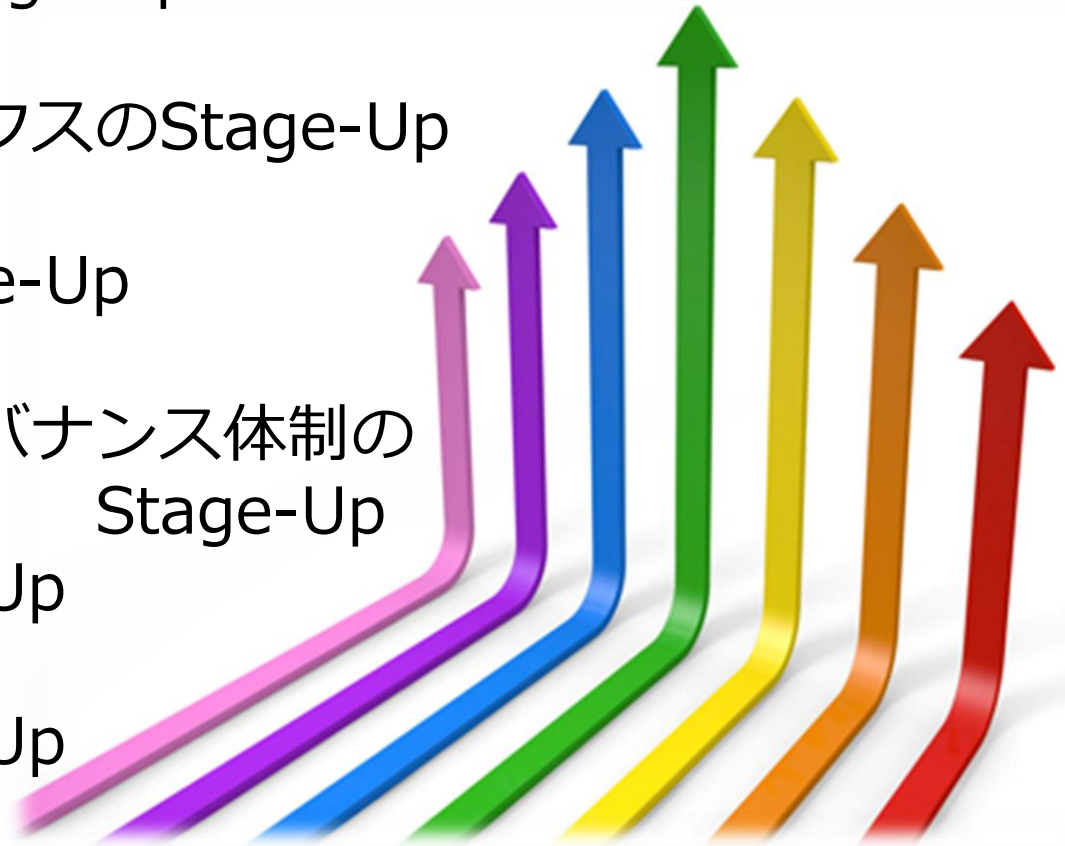
瑞花
新潟味のれん本舗
越後抄
旺旺・ジャパン
田辺菓子舗

新規事業
海外事業

里山元気ファーム

新たな成長への7つの『Stage-Up』

1. 生産体制のStage-Up
2. 岩塚ブランドのStage-Up
3. 岩塚ロジスティックスのStage-Up
4. 新商品開発のStage-Up
5. コーポレート・ガバナンス体制の
Stage-Up
6. 海外事業のStage-Up
7. 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



2016年

新工場建設用地取得
既存ライン自動化投資

2017年

新工場設計
既存ライン設備更新

2018~19年

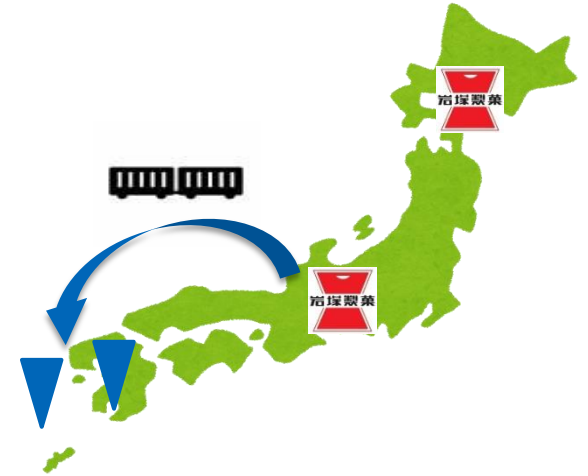
新工場建設・稼働
(全自動ライン設置)
既存ライン自動化投資

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

- ・ 長距離運転規制
- ・ 運転手不足
- ・ 遠隔地配送問題（九州・中四国 等）

* 一部トラック輸送から鉄道輸送に切替し、国内ロジスティックスの再構築化を図る



~2016年

西日本DC化
（九州・中四国）

西日本DC化により
発送配達費：前年比▲0.3pt
CO2排出量：約200t削減

2017年

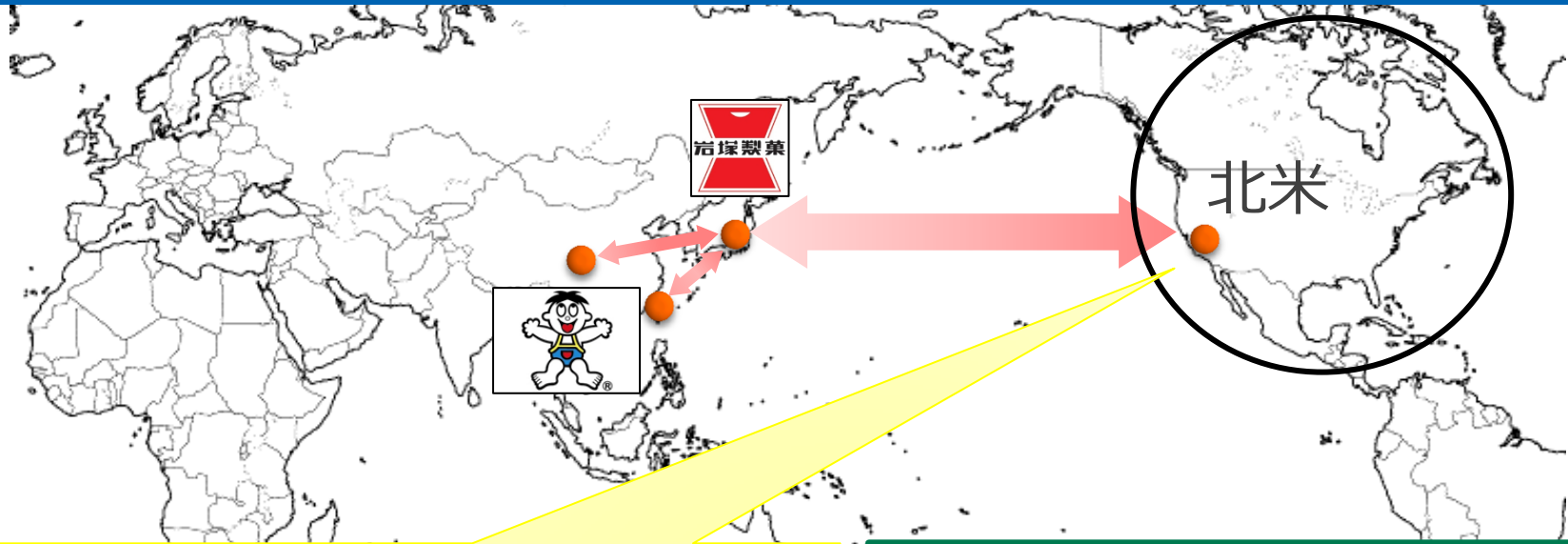
現地生産化の推進
（輸出も視野）

2018年

トータルロジスティック
の構築

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

新たな社会的価値・経済的価値へ

地域に産業を興そうと創業し、おかげさまで70周年を迎えました。
改めて創業の思いを胸に刻み、新たな社会的価値・経済的価値を生み出す
「創新と協働の精神」で、更なる成長への挑戦を続けてまいります。

Environment

ISO14001認証取得
ISO22000認証取得



Governance



地域とともに
明日へつなごうプロジェクト



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

8本 田舎のおかき 青のり味

監査等委員会2年目
CGコードの尊重

Social

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。

みんなに届きますように！
僕たち、私たちの思い

最高に
♡おいしい!!♡

これからも
私たちと一緒に
成長していこうね!!

商品を考えてくれた 小学校当時
(大豊小学校・太田小学校6年生)

中学校生活も
楽しく元気に送っています!!

未来へ向かって
大きな一歩を踏み出します!!

バタしよつとの経験を
高校生活で活かしています!!



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」
という想いで、
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。




おかげさまで70周年



「お米」のおいしさ創造企業
岩塚製菓株式会社

参考情報

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 16億34百万円
事業内容 米菓の製造並びに販売
売上高 連結 230億25百万円
営業利益 連結 3億74百万円
経常利益 連結 16億82百万円
従業員 935名（平成29年3月末 連結）
事業所 [工場] 5ヶ所
[支店] 11ヶ所
[営業所] 19ヶ所
関連会社 (株)瑞花
(株)新潟味のれん本舗
(株)越後抄
里山元気ファーム(株)
(株)田辺菓子舗
旺旺・ジャパン(株)

単体 216億50百万円（平成29年3月期）
単体 2億41百万円（平成29年3月期）
単体 15億66百万円（平成29年3月期）

(高級米菓店頭販売)
(米菓の通信販売)
(法人向販売)
(農産物・農産加工品販売)
(かりんとうの製造販売)
(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



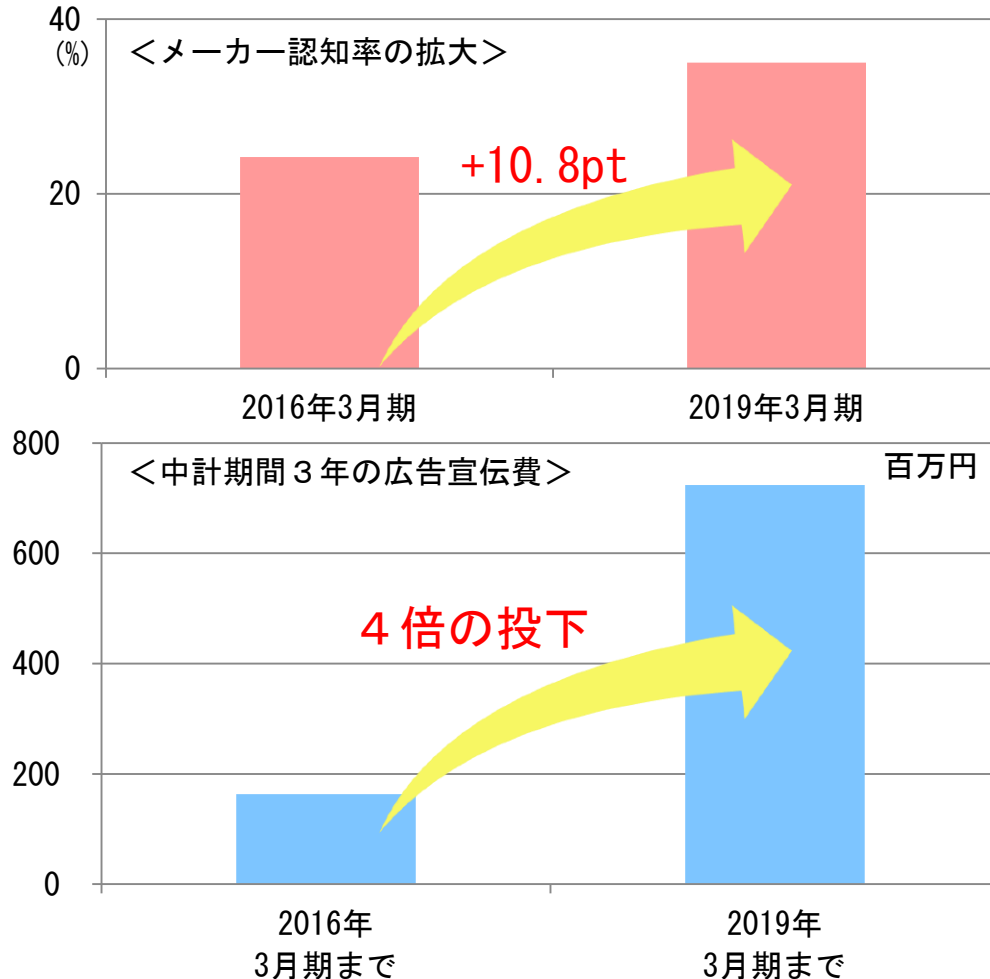
旺旺・ジャパン(株)

『Stage-Up70』 定量目標

連結	『Re-Born』 (2016.3)	『Stage-Up70』 目標			『Re-Bornプラン』 比 (最終年度)	
		(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)

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

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

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
伝統米菓	◆岩塚ブランドの構築 (Top4+1)		◆協力会社構築			
健康機能米菓	◆研究開発					
新規需要 ゆきみのり研究会	◆発足					
かりんとう	◆子会社化	◆ライン増設		◆育成		
海外米菓	◆市場調査	◆試作	◆国内テスト ◆輸出テスト	◆現地販売		



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

株主総会

監視

監査等委員会
(社外取締役)

取締役会

独立委員会

業務執行

役員会

代表取締役

取締役

執行役員

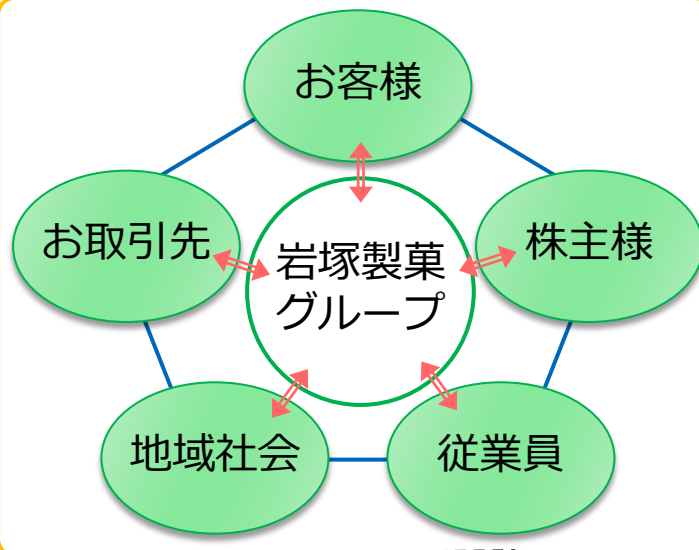
子会社会議

経営会議

監査法人

監査

ステークホルダーに対する経営
の公正性・透明性の充実



内部統制

内部監査室

各種委員会

内部統制運営委員会

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



2018年3月期 安全安心体制投資

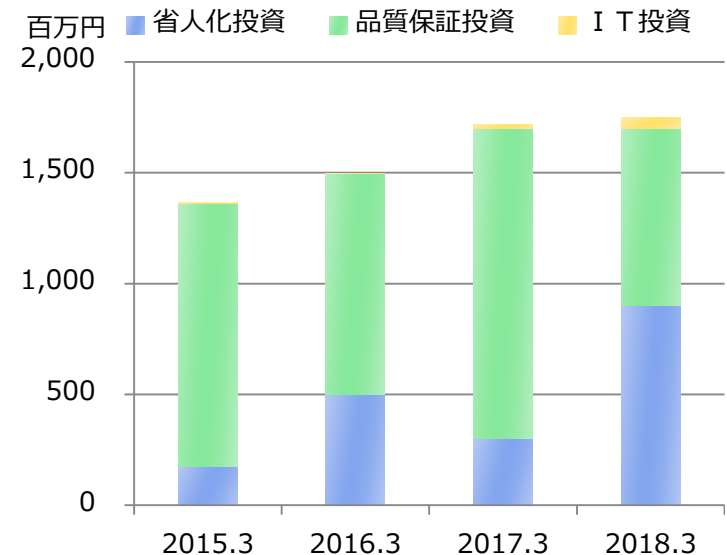
設備投資計画

◆生産性向上投資 9億円

- ・ 味付工程自動化設備
- ・ 焼上、包装設備

◆安全安心投資 8億円

- ・ 品質保証カメラ
- ・ 検査装置(金属、X線、色彩、重量)
- ・ 生地保冷設備



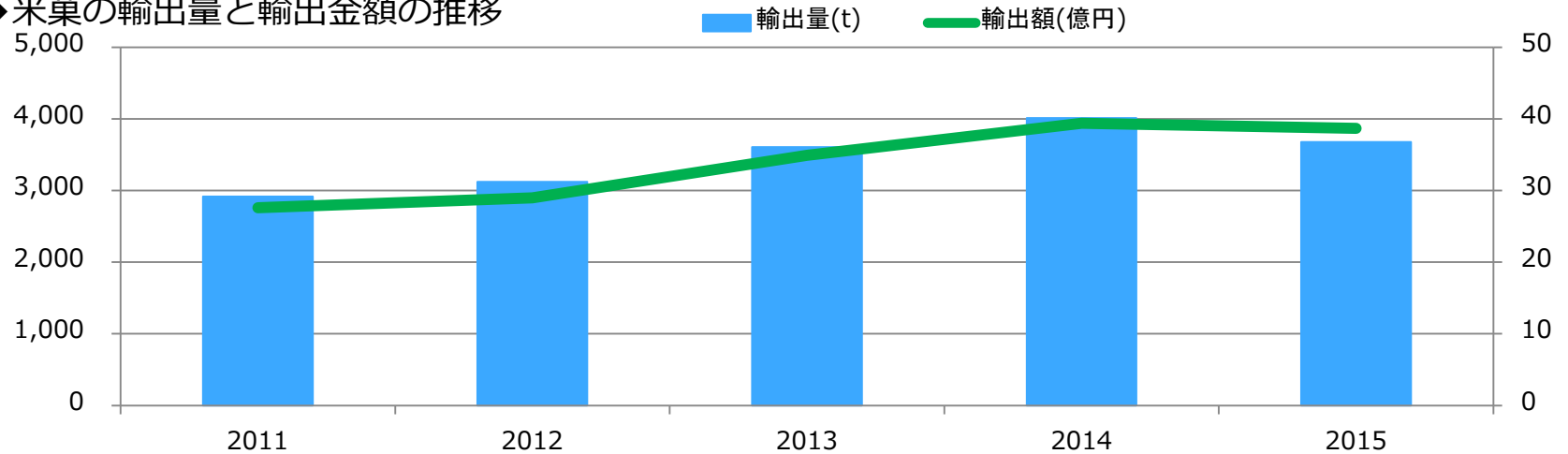
(参考) 2017.3の取組み実績

- 揚げ製品 生産性向上設備強化
- もち製品 生地乾燥設備増強
- 「ふわっと」ライン包装工程自動化
- 安全安心カメラ
- ISO22000の認証拡大取得

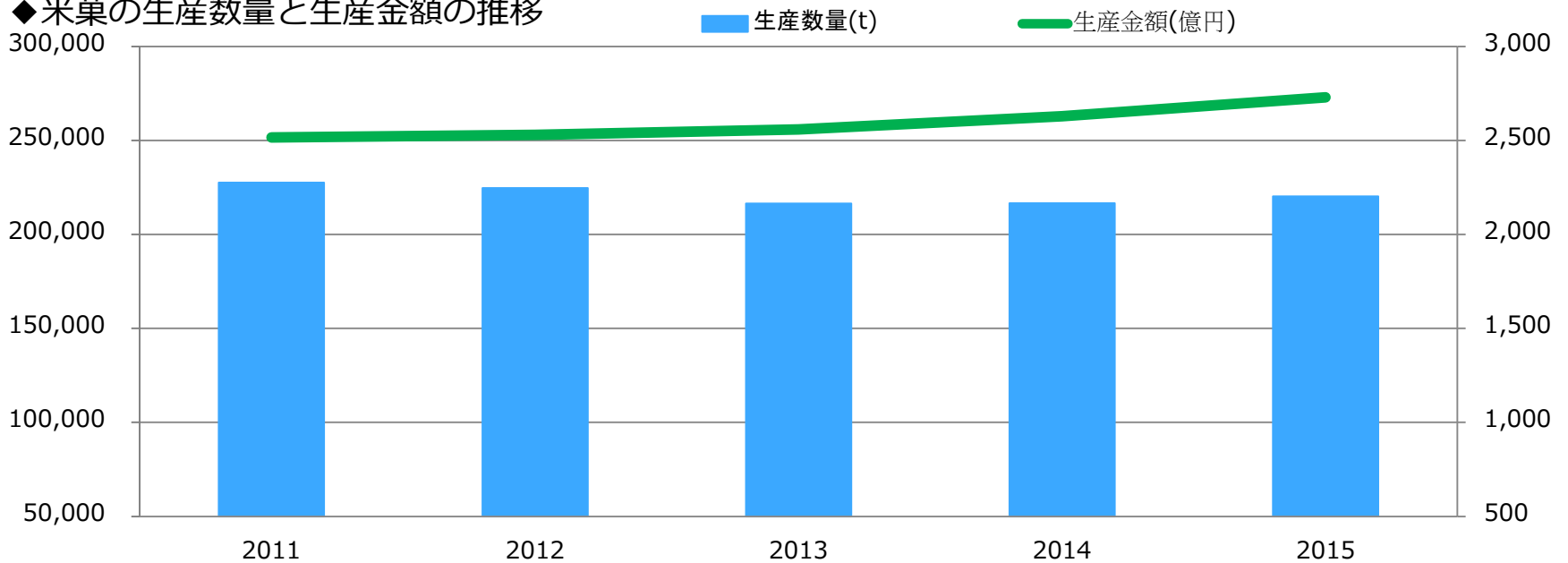
(2018.3以降FSSCの取得を目指す)

環境認識 (米菓輸出量と日本の生産量)

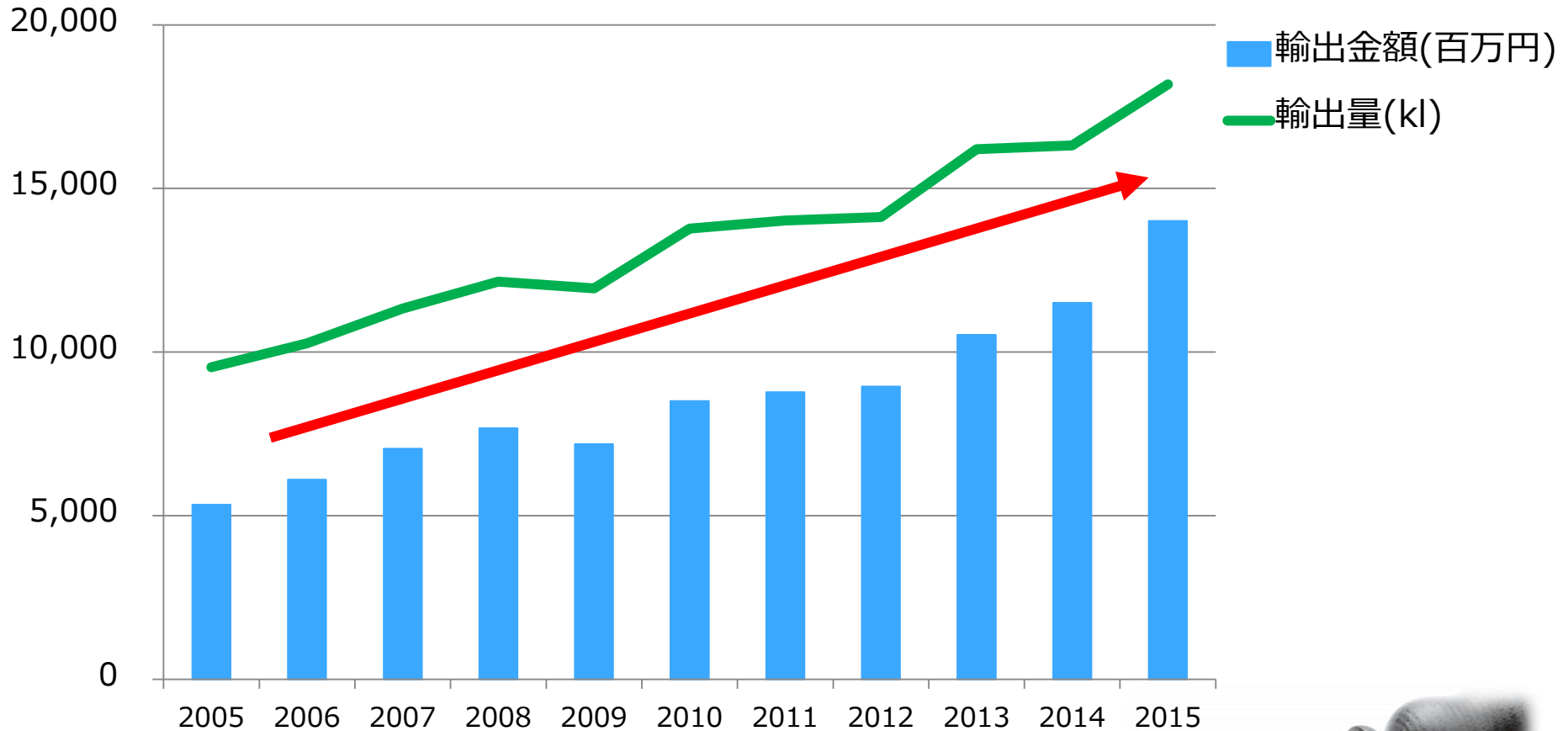
◆米菓の輸出量と輸出金額の推移



◆米菓の生産数量と生産金額の推移



環境認識 (日本酒輸出量)

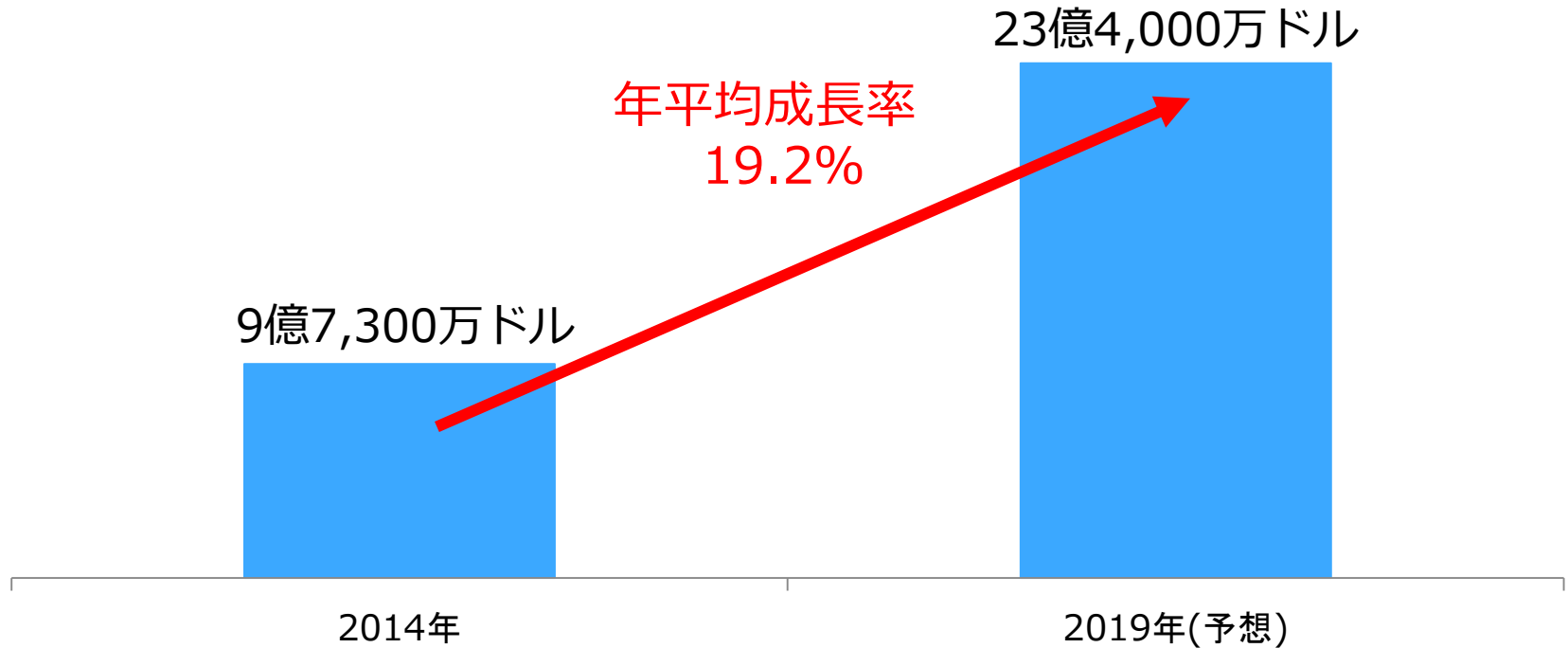


日本食ブームが追い風となり、
『SAKE』が海外で人気となっている



環境認識 (グルテンフリー)

◆ 米国グルテンフリー市場規模 (英国調査会社William Reed調べ)



世界的に『グルテンフリー』が注目され、米や米粉食品の人気が高まっている



本資料取扱上の注意点

本資料は、2017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、安全性を保証また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。

ご不明な点等がありましたら、IR担当者までお問い合わせください。

担当 : 総務部 西脇忠彰

Tel : 0258-92-4111

Mail : nishiwakitadaaki@iwatsukaseika.co.jp

