

新潟県上場企業IRフォーラム 2018



「お米」のおいしさ創造企業
岩塚製薬株式会社

2018年9月11日 代表取締役社長 榎 春夫

このたびの災害により

被害を受けられた皆さま、そのご家族の方々に

心よりお見舞い申し上げます。

一刻も早い復旧・復興をお祈り申し上げます。

目次

1. 岩塚製菓グループの概要
2. 2018年3月期 決算報告
3. 2019年3月期 第1四半期報告
2019年3月期 展望

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、原料より良いものはいできない。

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いできない。 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

◆ 上位10社で、全商品国産米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	737
2	三幸製菓	新潟	500
3	岩塚製菓	新潟	216
4	栗山米菓	新潟	189
5	ぼんち	大阪	102
6	アジカル	新潟	70
7	天乃屋	東京	69
8	越後製菓	新潟	57
9	マスヤ	三重	52
10	丸彦製菓	栃木	51

「岩塚ブランド＝最高品質」の証明

◆ 「黒豆せんべい」「田舎のおかき」 6年連続 売上No.1

「かた焼」カテゴリーで
2012～2017年6年連続売上No.1



※インターズRI 煎餅・あられ 全国・全業態
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
2012～2017年6年連続売上No.1



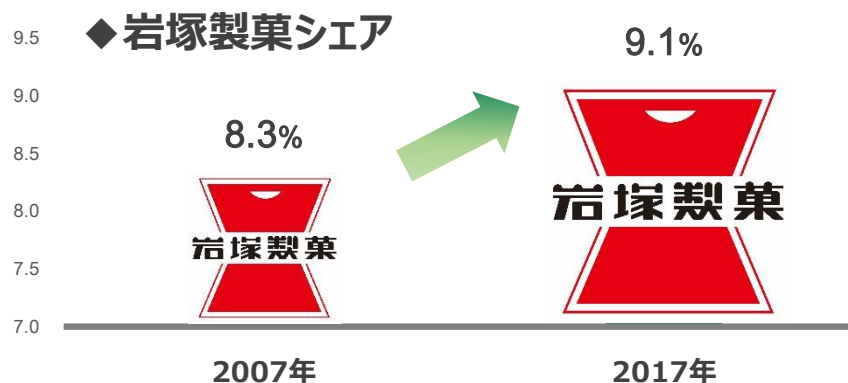
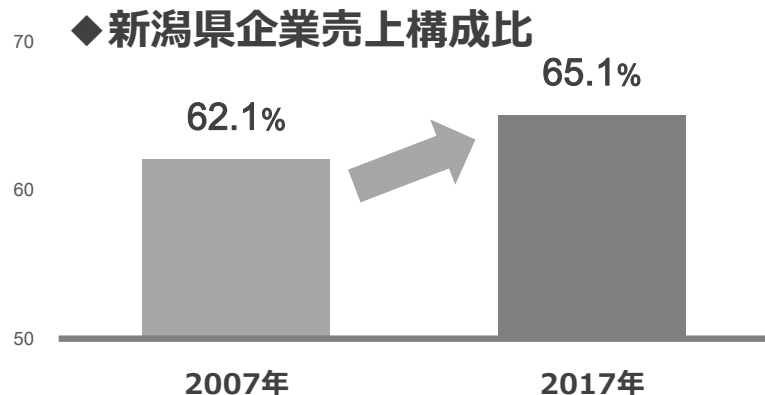
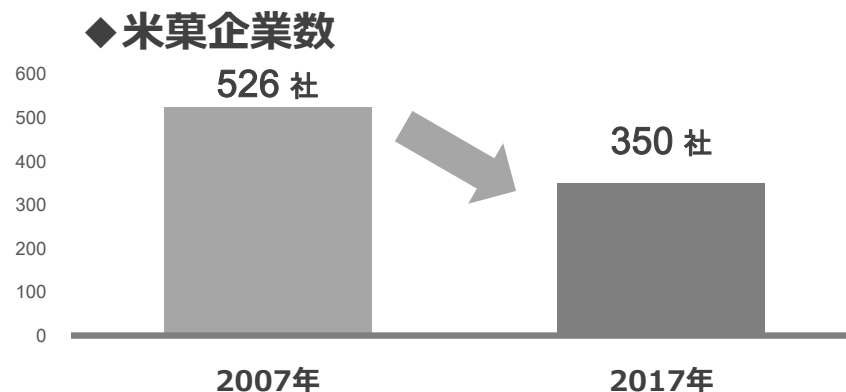
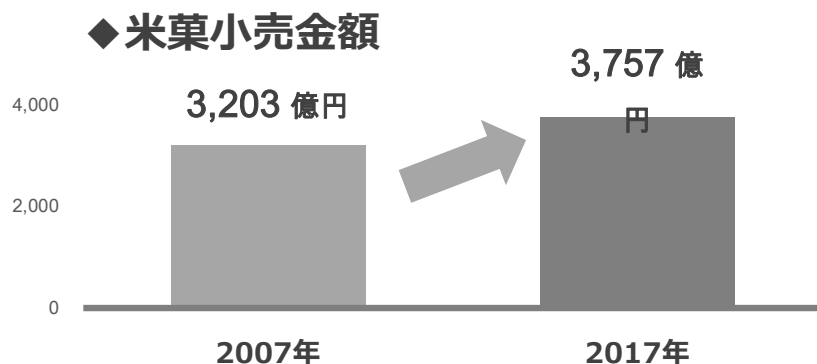
※インターズRI 煎餅・あられ 全国・全業態
煎餅・あられ(おかき)カテゴリーブランドランキング。

岩塚製菓 商品紹介



米菓市場概況 10年前(2007年)との対比

- ◆米菓小売金額：117.3% ◆企業数：526社 → 350社
- ◆新潟県企業金額構成比：62.1% → 65.1%
- ◆岩塚製菓シェア：8.3% → 9.1% 金額前年比:116.9%



伝統と変化対応による成長

◆ 伝統と革新的な商品作り

◆ 時代に適した販売網構築、子会社設立

1985年 瑞花 設立

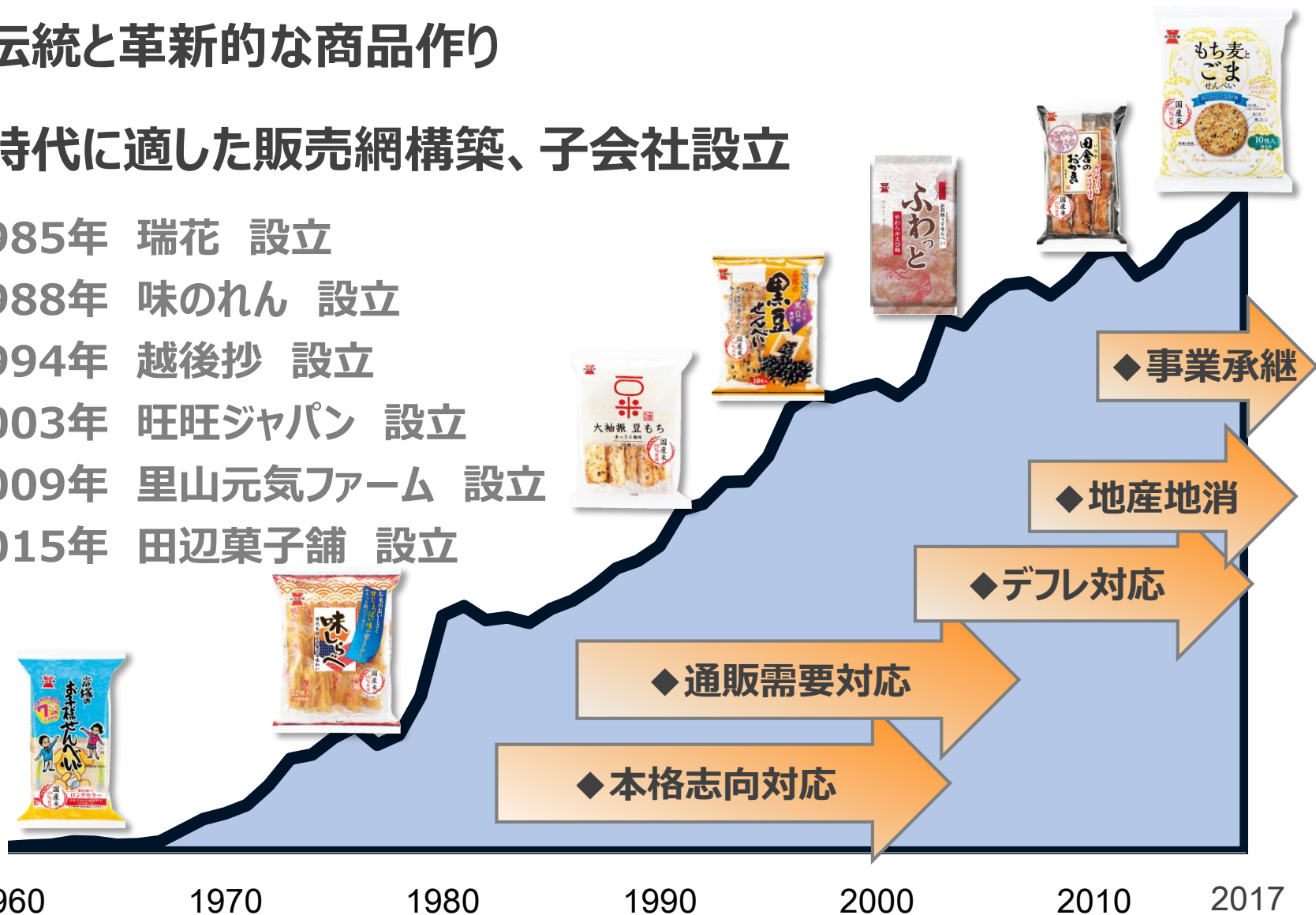
1988年 味のれん 設立

1994年 越後抄 設立

2003年 旺旺ジャパン 設立

2009年 里山元気ファーム 設立

2015年 田辺菓子舗 設立



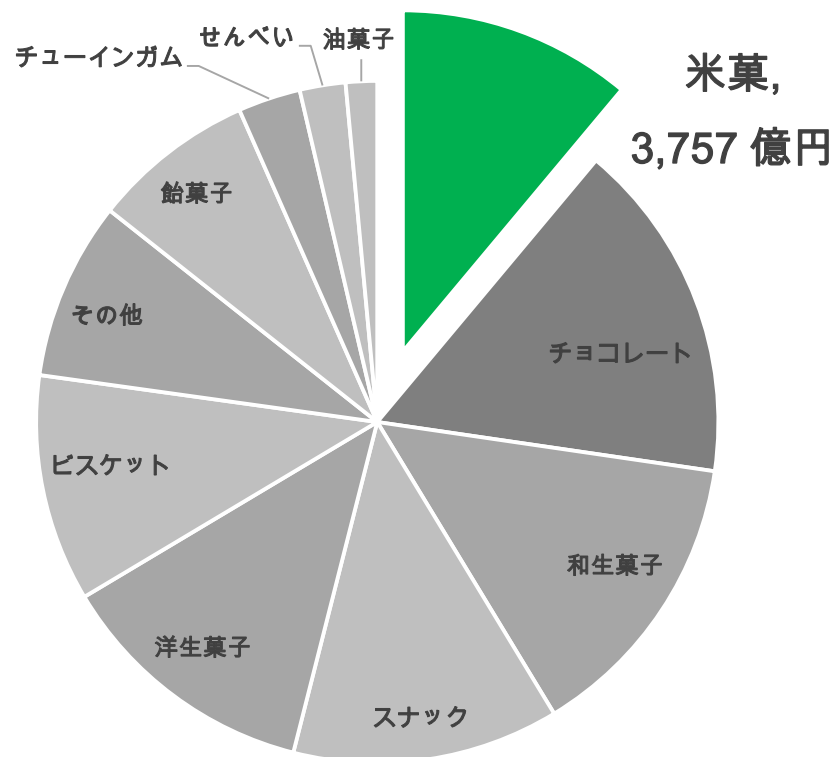
2018年3月期 決算報告

2017年度 菓子・米菓市場概況

◆菓子市場 生産数量・生産金額・小売金額ともに、前年超え。

◆菓子市場：3.39兆円 米菓市場：3,757億円。

◆米菓市場：97.9% 当社単体累計：103.7%。



単位:億円

カテゴリー	小売金額
米菓	3,757
チョコレート	5,500
和生菓子	4,750
スナック	4,284
洋生菓子	4,229
ビスケット	3,650
その他	2,864
飴菓子	2,620
チューインガム	1,005
せんべい	736
油菓子	503
合計	33,898

全日本菓子協会 2017年1~12月

2018年度 通期 決算

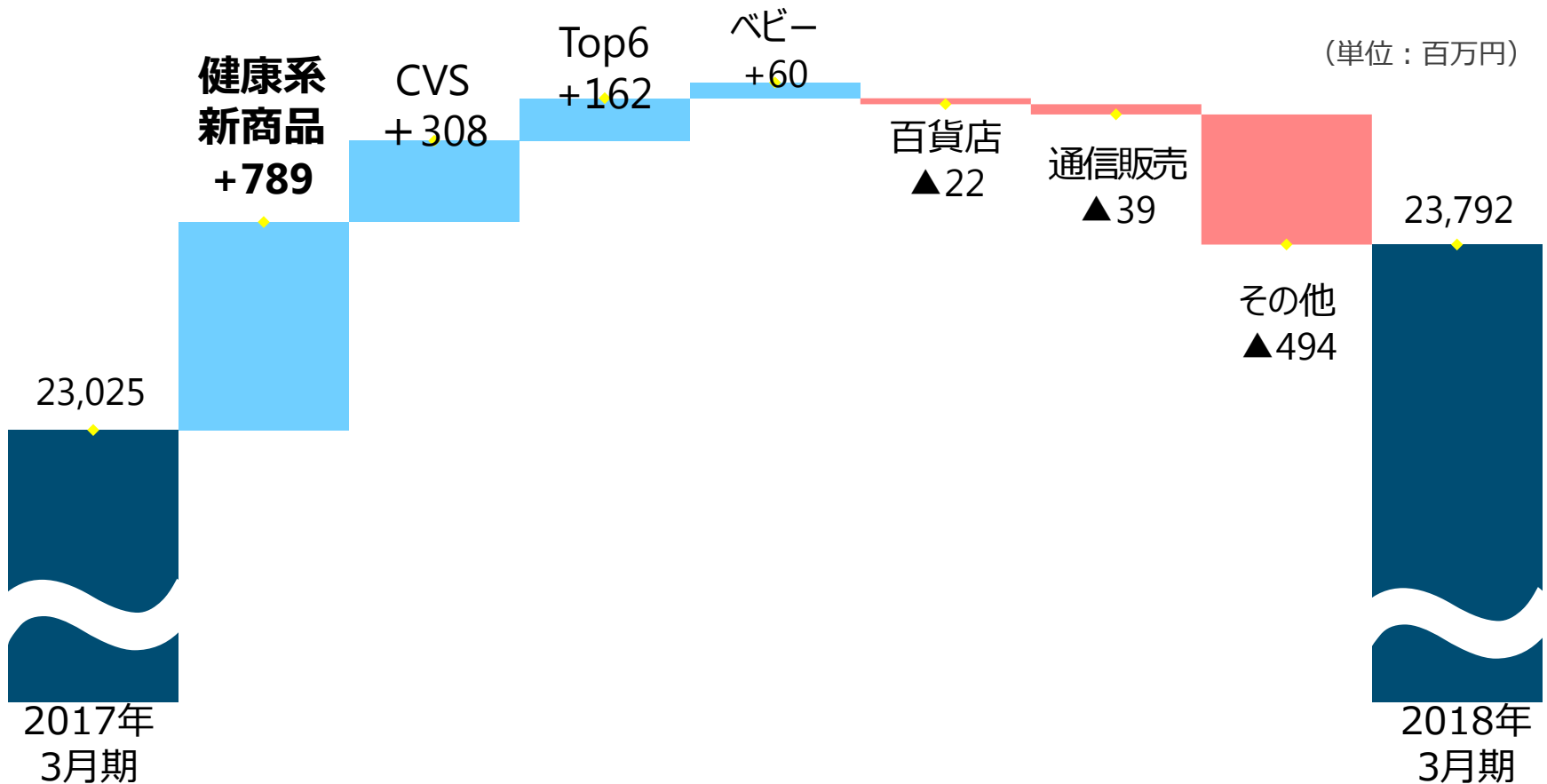
(百万円)	17年3月期		18年3月期		対前年比	
	連結	実績	構成比	実績	構成比	増減額
純売上高	23,025	100.0%	23,792	100.0%	+767	+3.3%
売上原価	14,125	61.3%	14,749	61.9%	+624	+4.4%
販管費	8,525	37.0%	8,977	37.7%	+452	+5.3%
営業利益	374	1.6%	66	0.2%	△308	△82.3%
経常利益	1,682	7.3%	1,563	6.5%	△119	△7.0%
当期純利益	1,232	5.3%	1,023	4.2%	△209	△16.9%

- ◆米菓市場の厳しい環境下のなか、売上は過去最高、前年超えも販管費が超過。
- ◆コメ価格、資材等原材料高騰により売上原価が上昇。
- ◆旺旺集団配当金は、円換算で増加。

18年3月期 増収要因ブランド別

◆健康系新商品が+7.8億円と売上をけん引。

◆CVS・Top6・ベビー(幼児向け)が伸長。百貨店・通販は微減。

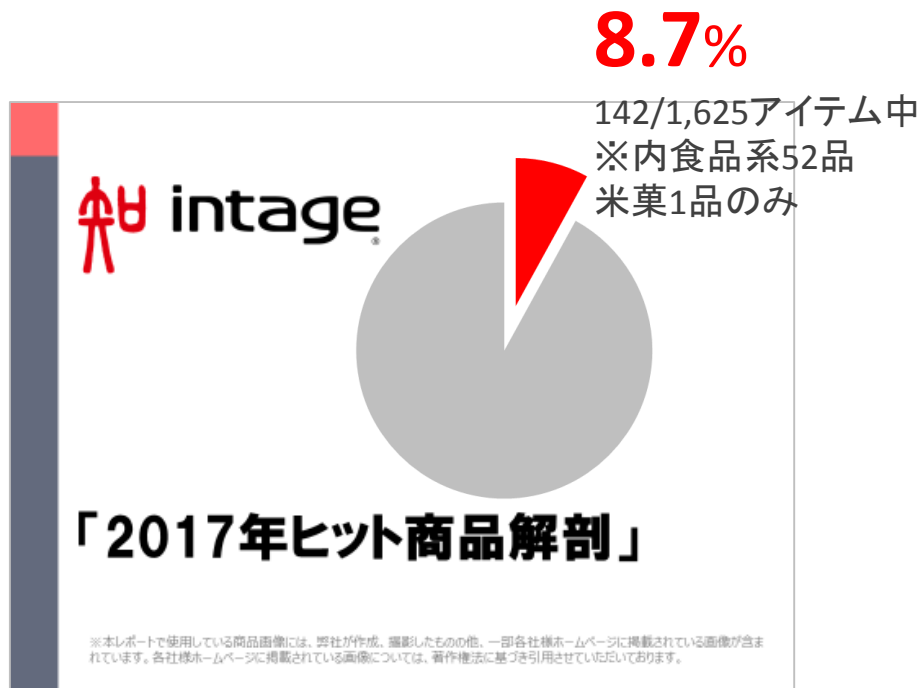


増収要因① 健康系新商品

◆「もち麦とごませんべい」は、健康志向を取り込みヒット！

2017年ヒット商品に唯一米菓でランクインしました。

2017年に発売・リニューアルされた商品の中で
ヒットしたブランドは・・・※1



増収要因② お客様とふれあい拡大

◆ふれあいの場を拡大。双方向コミュニケーションの実施。

【おせんべい授業】



増収要因② お客様とふれあい拡大

◆米菓業界発の「参加型ファンサイト」開設。

お父さん・お母さんを応援するファンサイト

まだ言葉でうまく気持ちを伝えられない小さなお子様と過ごす時間は、幸せながらもハプニングがいっぱい。
どう頑張ったって泣き止んでくれないときもあります。

「おせん」は育児を頑張るお父さん・お母さんを応援するファンサイト。

お子様が「お子様せんべい」※を食べているときのような、お父さん・お母さんがほっとひと休みできる時間をつくっていきます。

「おやつときファンサイト」にはおやつを食べているときのようなほっとするひとときを提供したいという意味を込めました。

お子様の成長を共に喜び、共に楽しんでいきましょう。



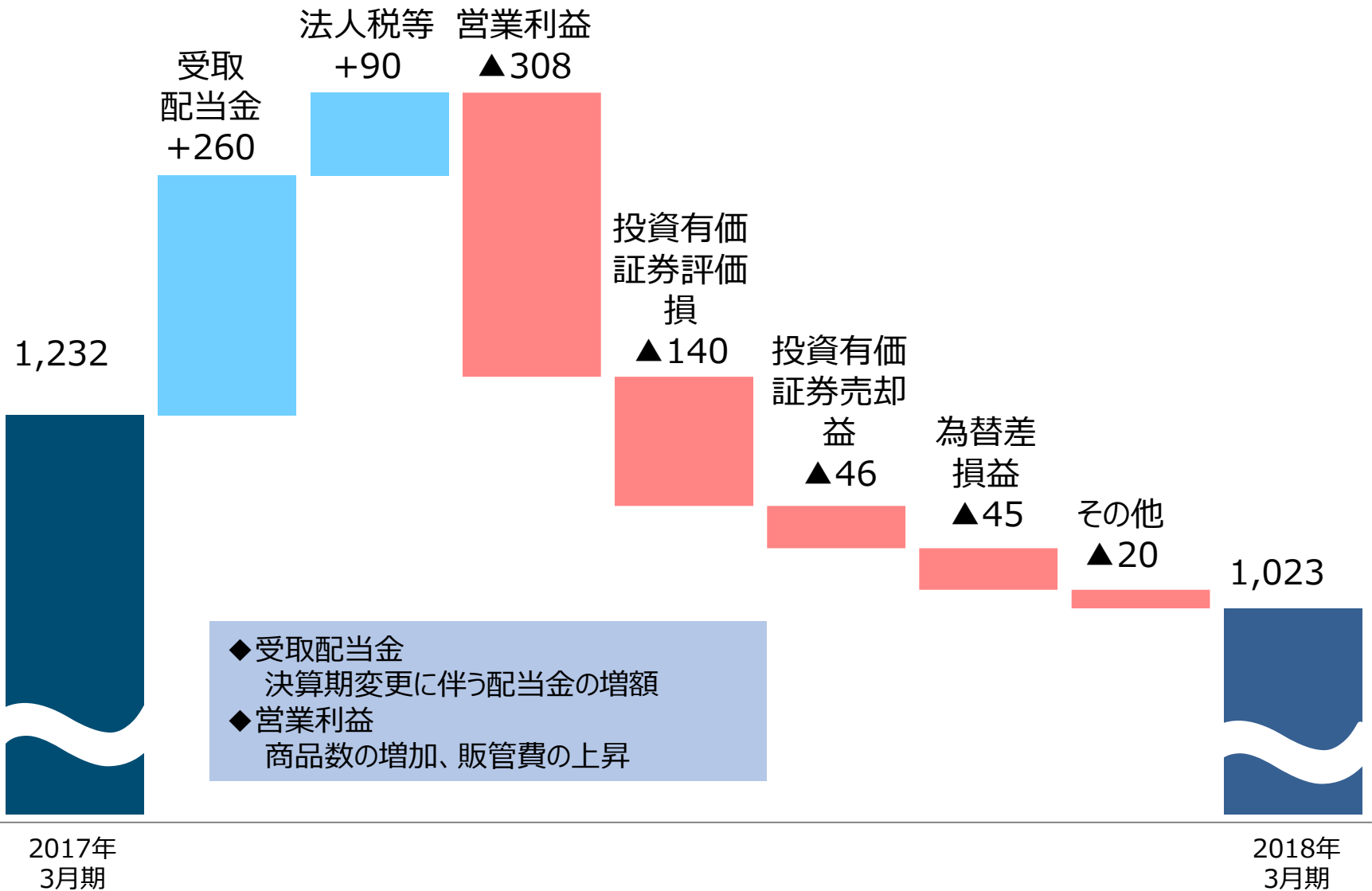
集まれ笑顔!
フォトキャンペーン
おせんべい詰合せ
プレゼント!
抽選で
200
名様
おせんべい詰合せ
おせんべい詰合せ
おせんべい詰合せ
【キャンペーン期間】2018年3月26日(月)～9月30日(日)



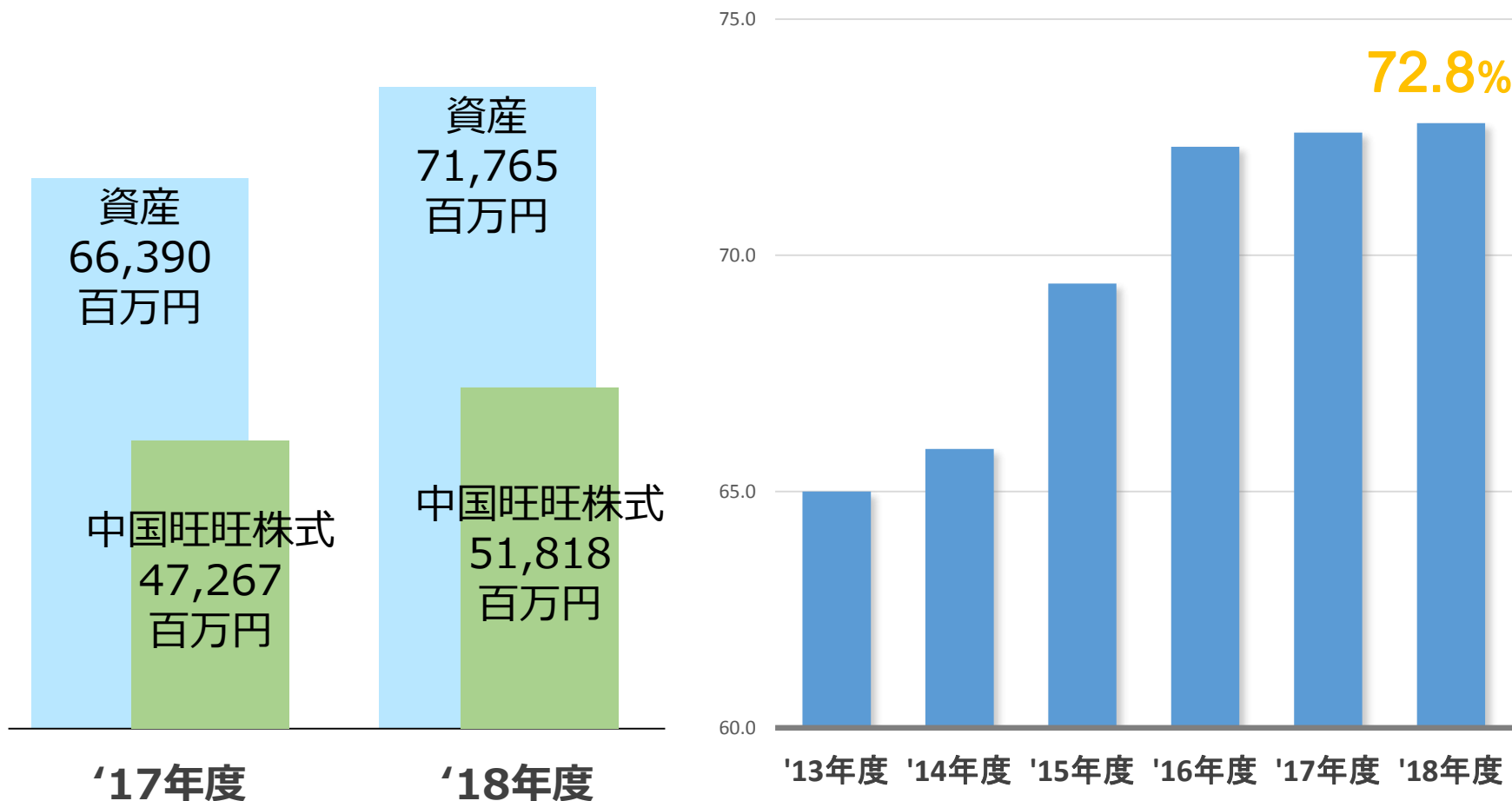
大人のほりほりクラブ
カシュッ
ゴクゴク……プハーツ!
ほりっ、ほりほり……。
一日の疲れを癒す幸せのひとときに、美味しいお酒と笑顔につめる「ほりほり倶楽部」は欠かせません。大人のほりほりクラブは、ほろよい気分でごくごくほりほりしているときにのんびり眺めてほしいサイト。
みなさんのほりほりタイムをこー続けます。

18年3月期 連結当期純利益の増減要因

(単位：百万円)



18年3月期 連結貸借対照表・自己資本比率



資産の主な内容：

Want Want China Holdings LTD.株式の時価評価により5,375百万円増加

* 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.

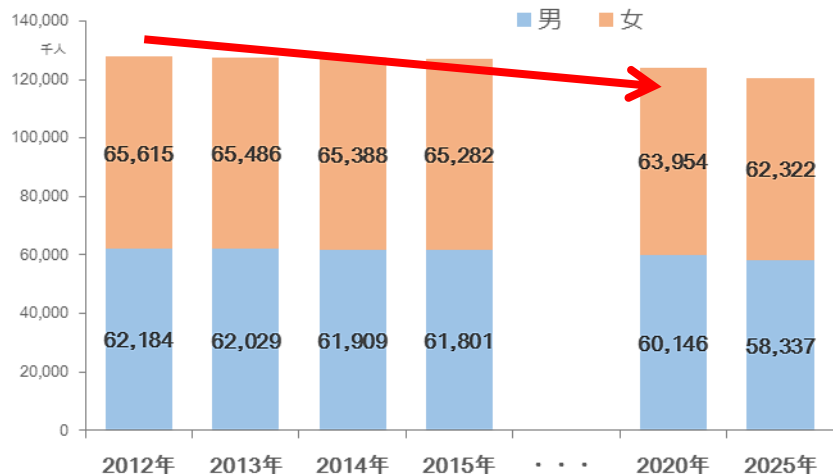
2019年3月期 第1四半期決算
2019年3月期 展望

真の21世紀型消費社会への対応

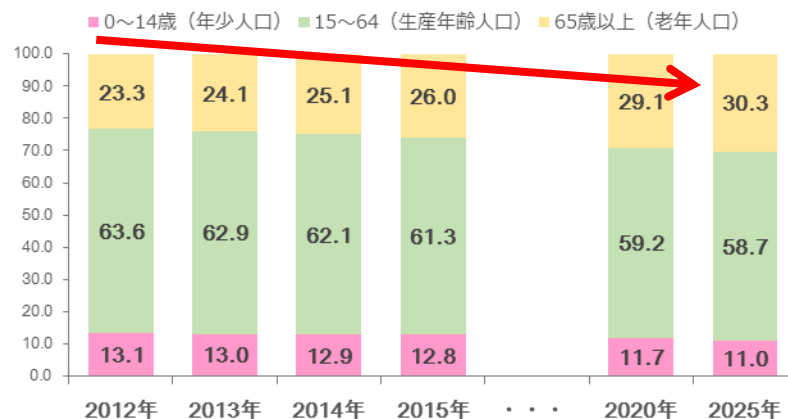
社会構造の変化

人口減少と高齢化 高まる女性進出

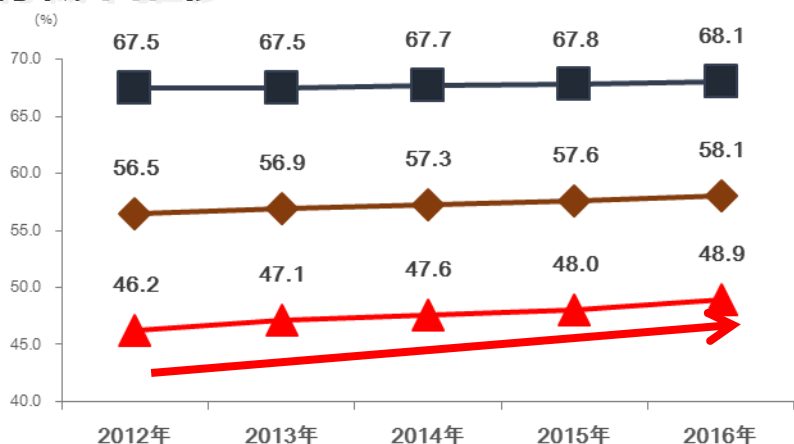
◆人口推移



◆人口構成比



◆有職率推移



人口減少・少子高齢化が進む見通し。

⇒ シニア市場は増加。若年含めた市場全体が大きく伸びる可能性は低い。

女性の有職率は増加傾向。

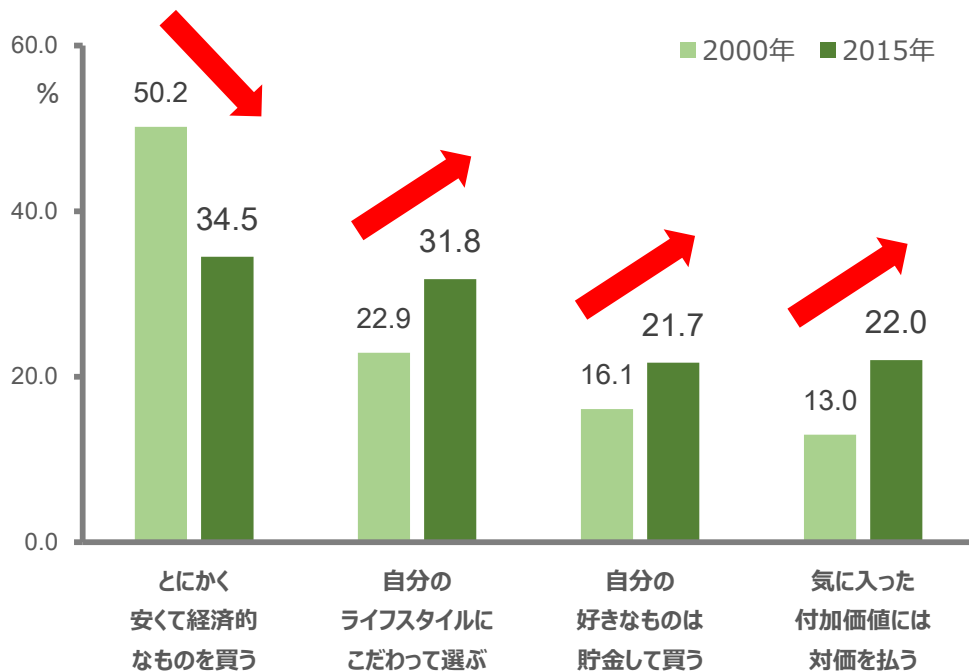
⇒ 社会進出促進により、これまでと違った購買価値観・行動が生まれてくる。

* 出所：総務省統計局「国勢調査結果」「我が国の推計人口」「人口推計」

生活者の意識変化

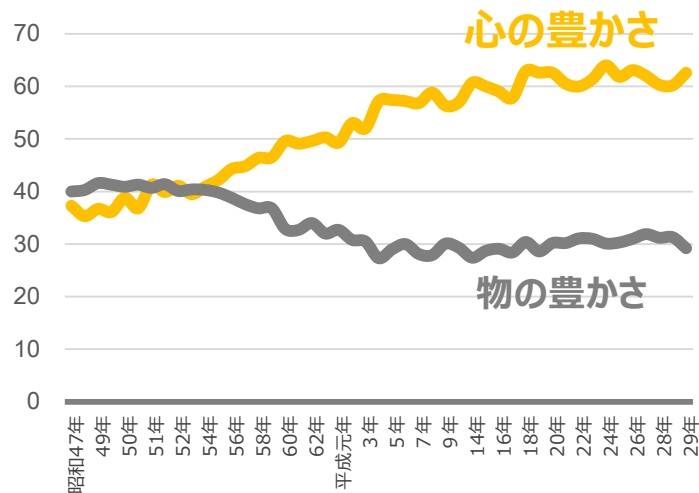
価格より質・高まるエシカル消費、コト消費、健康志向

◆商品選択の価値観



* 出典：野村総合研究所「1万人アンケート」 n=10,021(2000年) 10,316(2015年)

◆今後の生活における力点



* 出典：平成29年 世論調査「今後の生活の力点」

◆米菓購入時の重視点

- ・価格が手ごろ 43.0% (60代:45.1%)
- ・安心して食べられる 32.4% (60代:39.9%)
- ・原材料が国産 24.6% (60代:35.3%)

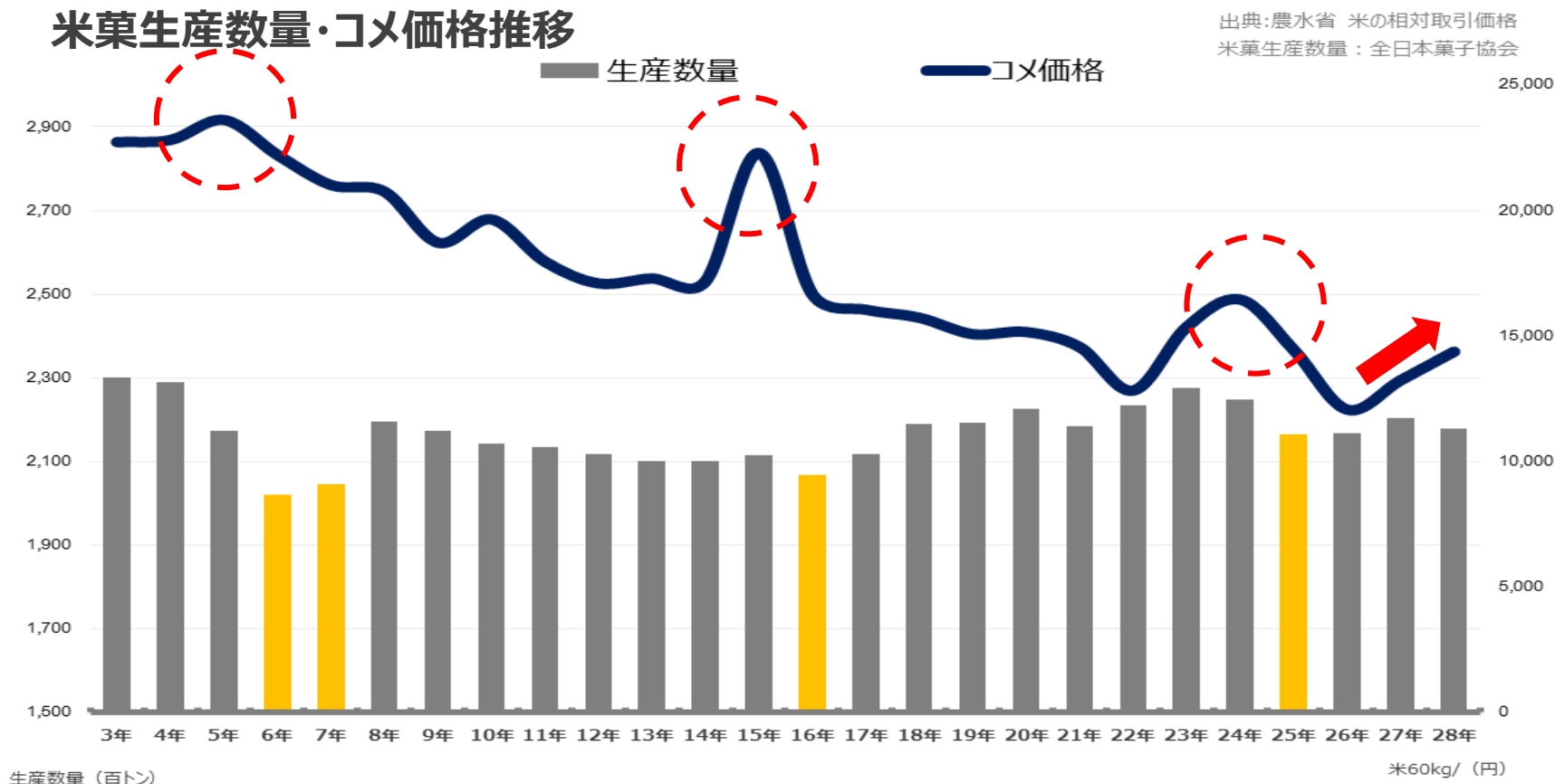
* インテージ米菓実態調査 2017年10月実査 全国・米菓月1回以上購買ユーザー n=2,927

- ◆ 価格 < 質・付加価値の意識拡大、国産米100%岩塚ブランドの構築。
- ◆ エシカル消費（倫理的消費）・体験価値（コト消費）の高まり、CSR活動、6次産業推進。
- ◆ 顧客ロイヤリティの拡大を目指した通信販売・ECサイトの強化。

米菓生産数量・コメ価格推移

予想される品質の低下と、生産量減少

◆過去平成の米飢饉による米不足時、粗悪原料使用商品により米菓生産数量が大幅下落。コメ価格は直近も上昇傾向。



生産数量 (百ト)

米60kg/ (円)

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いできない。
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いできない。 創業者（談）



**それでも岩塚製菓は、
国産米100%に
こだわり続けます。**

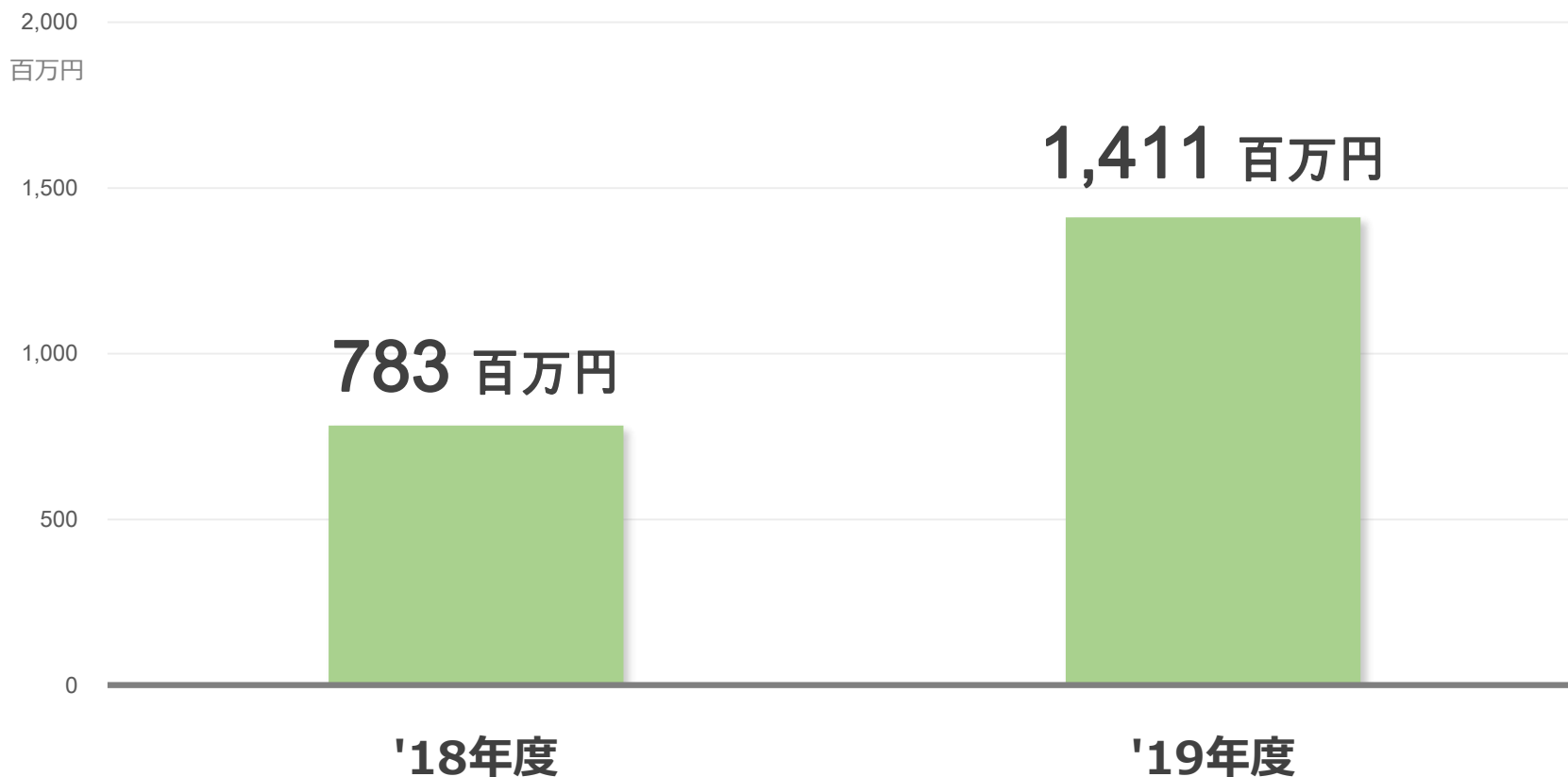
2019年度 第1四半期 決算

(百万円)	18年第1四半期		19年第1四半期			対前年比		
	連結	実績	構成比	実績	構成比	構成比増減率	増減額	金額増減率
純売上高		6,081	100.0%	5,840	100.0%		△241	△4.0%
売上原価		3,692	60.7%	3,684	63.0%	+2.3%	△8	△0.2%
販管費		2,283	37.5%	2,152	36.8%	△0.7%	△131	△5.7%
営業利益		105	1.7%	3	0.05%	△1.65%	△102	△96.8%
経常利益		930	15.3%	71	1.2%	△14.1%	△859	△92.4%
当期純利益		567	9.3%	37	0.6%	△8.7%	△530	△93.4%

- ◆前年の“ポテチショック特需”をカバー出来ず、前年△4.0%となる。
- ◆主原材料の価格高騰により売上原価率が上昇も、販管費は圧縮傾向。
- ◆経常利益は、旺旺集団株式配当金が決算日の変更に伴う計上時期のずれ込み。

2019年度 第1四半期 決算

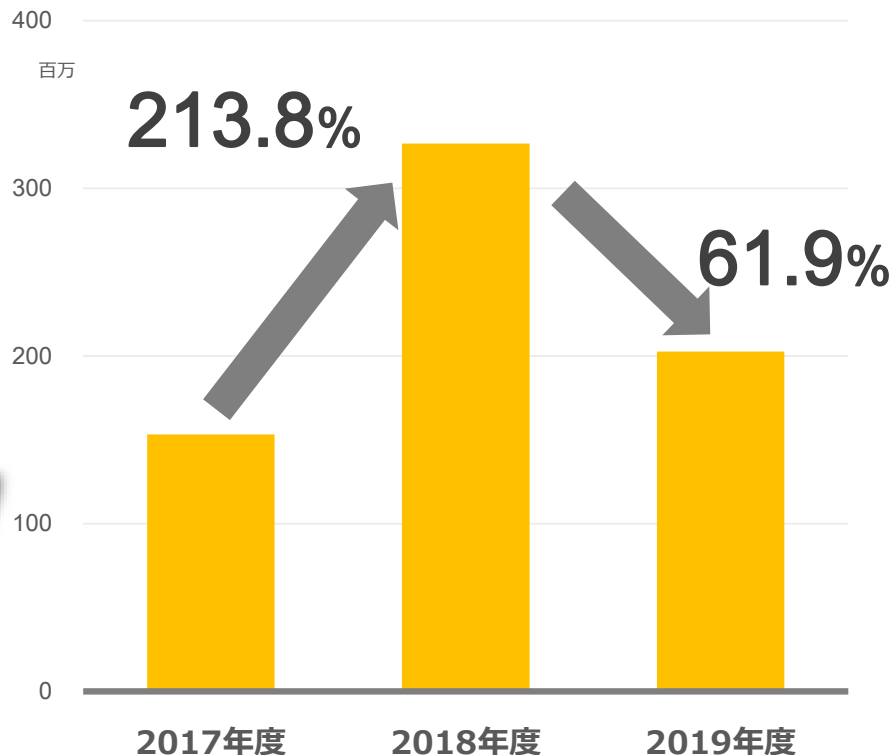
◆ 旺旺集团株式配当金は、1,411百万円（前期+628百万円）
第2四半期に営業外収益として計上。
業績予想につきましては、予想から変更ありません。



2018年度 ポテチショック特需



◆ふわっとブランド第1四半期売上推移



- ◆馬鈴薯不足により、4月ポテトチップスが販売休止。
- ◆スナック感覚の米菓商品「ふわっと」、つまみ「大人のおつまみ」などが大きく伸長。
- ◆「ふわっと」は、18年前年比213.8%、19年61.9%。 ※19年対17年比132.2%。

2019年度 販売戦略

強み強化

- ・Top 6 ブランド強化
- ・もち市場No.1メーカーへ
- ・LTVを通じた生涯顧客作り深耕

新規創造

- ・若年層へのアプローチ
- ・革新的新商品
- ・SNSを通じたプロモーション

Beika拡大

- ・海外戦略 輸出拡大
- ・海外戦略 現地法人設立
- ・旺旺集団との連携強化

2019年度 販売戦略

強み強化

- ・Top 6 ブランド強化
- ・もち市場No.1メーカーへ
- ・LTVを通じた生涯顧客作り

新規創造

- ・若年層へのアプローチ
- ・革新的新商品
- ・SNSを通じたプロモーション

Beika拡大

- ・海外戦略 輸出拡大
- ・海外戦略 現地法人設立
- ・旺旺集団との連携強化

強み強化 Top6ブランド強化

黒豆せんべい



味しらべ



田舎のおかき



大人のおつまみ



水切り



ふわっと



強み強化 ブランド育成

◆地域との連携を通じた農業支援、商品のブランド育成を実施。



5月 「北海道にこだわった味しらべ」 11月 「東川産ゆめぴりかせんべい」

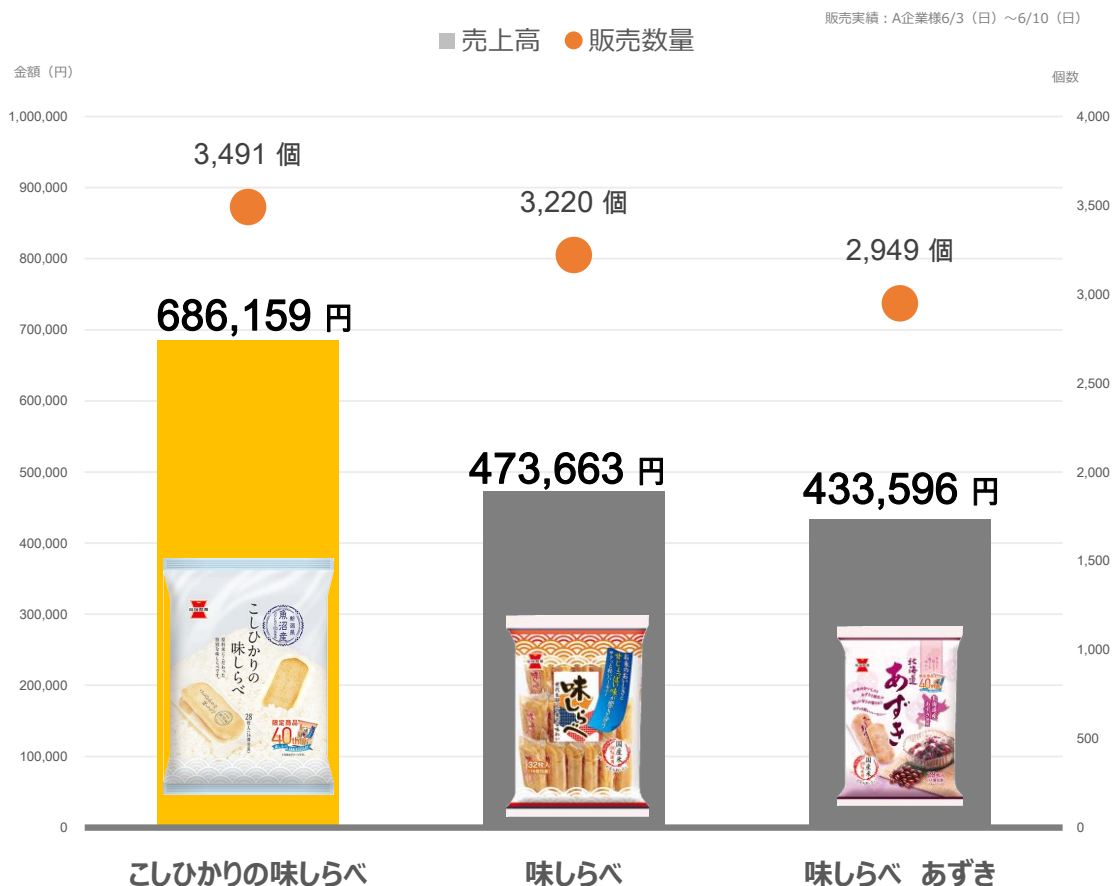
12月 「新之助でつくった味しらべ」 2月 「五農米でつくった味しらべ」

原料にこだわった地域のお米を使った「プレミアム商品」を発売、高い実績を残しました。

強み強化 ブランド育成

◆「こしひかりの味しらべ」 A企業様 販売実績

NB味しらべ比 販売数量：**108.4%** 販売金額：**144.8%**



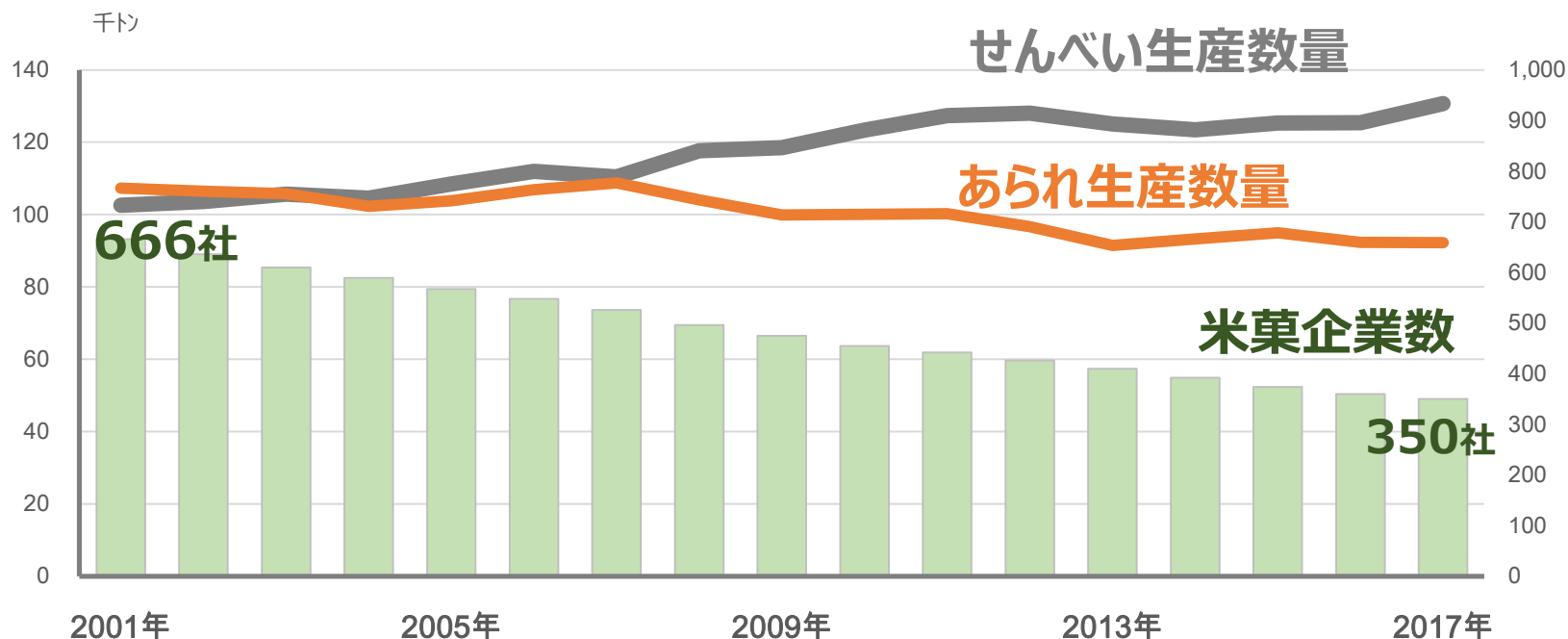
強み強化 もちシェア拡大

◆ あられ(もち)生産量は、企業数と共に縮小傾向。

→ 店頭に良質なもち商品欠落

→ 一般流通の「本格おかき」要望の声

→ 今秋国産米100%本格おかき発売



強み強化 もちシェア拡大

◆ 本格派おかき商品 「岩塚のかきもち」発売

8枚 岩塚のかきもち
北海道大豆



8枚 岩塚のかきもち
薫る桜海老



7枚 岩塚のかきもち
マカダミアナッツ



強み強化 ライフタイムバリュー

◆2018年も各世代に合わせた新商品・プロモーションを実施。
生涯愛される会社・ブランドを目指します。



2019年度 販売戦略

強み強化

- ・Top 6 ブランド強化
- ・もち市場No.1メーカーへ
- ・LTVを通じた生涯顧客作り

新規創造

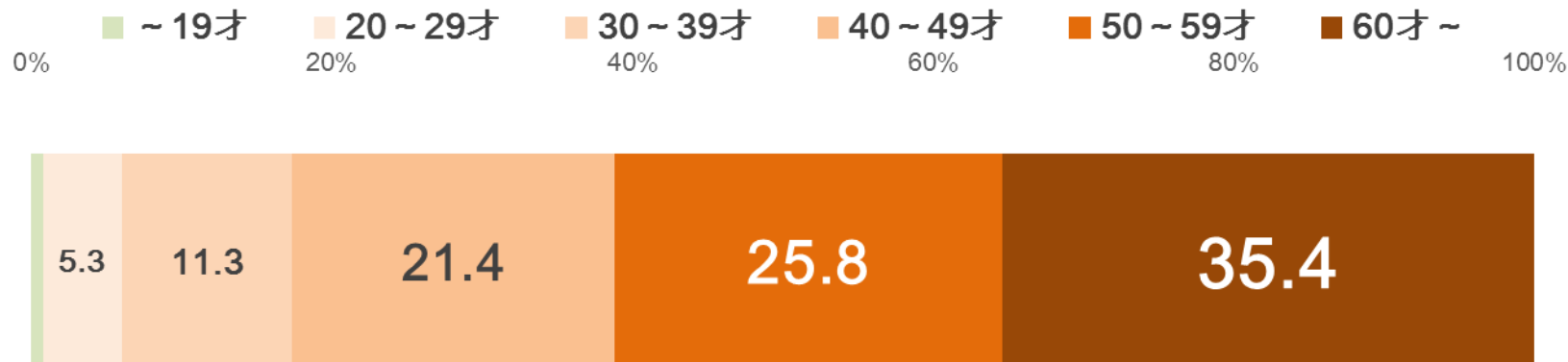
- ・若年層へのアプローチ
- ・革新的新商品
- ・SNSを通じたプロモーション

Beika拡大

- ・海外戦略 輸出拡大
- ・海外戦略 現地法人設立
- ・旺旺集団との連携強化

新規創造 若年層へのアプローチ

◆米菓 年代別購入金額構成比



Data: インテージSci せんべい・あられ 全国・全業態 期間:2017/4-2017/11

◆革新的新商品 新感覚米菓



新規創造 SNSプロモーション強化

◆今秋～ 公式Instagram開設。



2019年度 販売戦略

強み強化

- ・Top 6 ブランド強化
- ・もち市場No.1メーカーへ
- ・LTVを通じた生涯顧客作り

新規創造

- ・若年層へのアプローチ
- ・革新的新商品
- ・SNSを通じたプロモーション

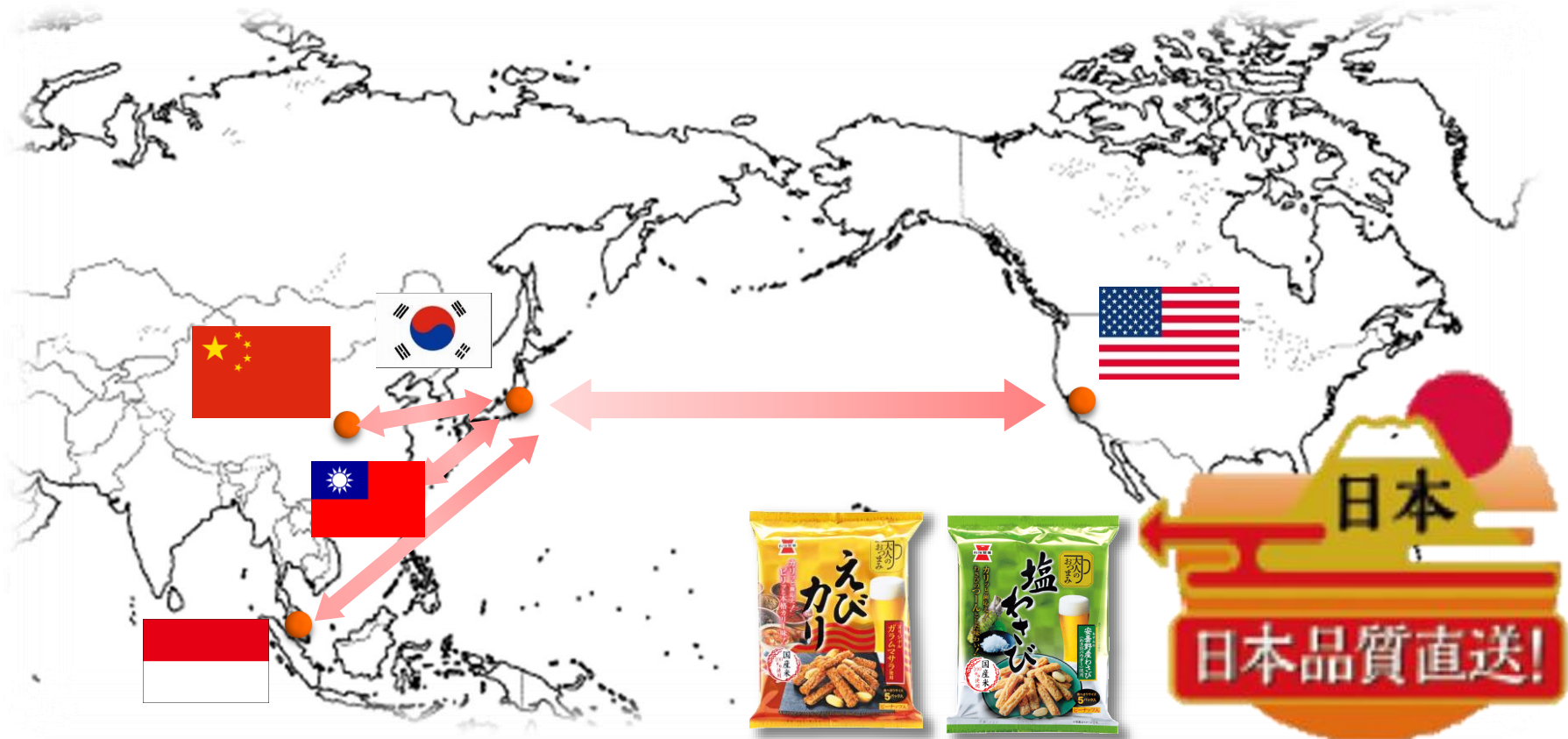
Beika拡大

- ・海外戦略 輸出拡大
- ・海外戦略 現地法人設立
- ・インバウンド需要取り込み

Beika拡大 海外事業

◆7月アジア各国（台湾・韓国）への輸出を開始。

9月「イワツカUSA」設立。



19年度3月期見込み

(百万円)	2018年 3月期	2019年 3月期	増減	増減率
純売上高	23,792	24,700	+908	+3.8%
営業利益	66	500	+434	+657.2%
経常利益	1,563	1,700	+137	+8.8%
設備投資額	※ 1,591	1,200	△391	△24.5%
研究開発費	270	282	+12	+4.4%

- ◆ 主力ブランドに集中した販売戦略により9億円の増収。
- ◆ 適正利益の確保により、営業利益5億円。
- ◆ 設備投資総額は、前年並みを継続。 ※2018年度3月期 新工場費用3億含む

明日へつなごうプロジェクト

◆「バタしょっと」の発売

被災した福島県南相馬市の当時小学生と一緒に開発した「バタしょっと」を毎年期間限定で発売しております。
東日本大震災当時小学校5年生だった子どもたちは、高校生となりそれぞれの夢に向かって新しい一歩を踏み出しました。

6年目の今年は、2種類のパッケージで発売。

今後も岩塚製菓としてその一助となれるよう支援を続けてまいります。

2011年から続けています
東日本大震災復興支援



◆南相馬市みらい夢義援金

「バタしょっと」
「ふわっと やわらかえび味」の
販売金額の一部を南相馬市に贈呈。



社会貢献活動

◆熊本地震復興応援

熊本県産米を5割使った「田舎のおかき」を平成28年より毎年期間限定で発売。



◆長岡花火財団寄附金贈呈

長岡花火デザインの「ふわっとやわらかえび味」と「ふわっと枝豆味」の売上の一部を寄附。



◆地域の美化活動やイベントに参加

「越路地区のクリーン作戦」、「花いっぱいフェア」、「市民駅伝大会」、「長岡まつり大民踊流し」等の地域の美化活動やイベントに参加しております。



地域と共に 社員と共に

◆「地域未来牽引企業」選出

地域の特性を生かして付加価値を創出、
経済成長を牽引することが期待される企業。



地域未来牽引企業

◆「健康経営格付け」取得

従業員の健康保持、増進の取り組みが、
企業の存続と成長への投資。



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、おかげさまで昨年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

監査等委員会 4年目
CGコードの尊重



地域とともに
明日へつなごうプロジェクト



Social

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。



本資料取扱上の注意点

本資料は、2018年3月期の業績、2019年第1四半期の業績および2018年3月期から2020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 竹部 雅伸

Tel : 0258-92-4111

Mail : takebemasanobu@iwatsukaseika.co.jp