

# 2020年度 決算説明資料



「米菓」から「BEIKA」へ

**岩塚製薬株式会社**

2021年5月31日 代表取締役社長 榎 春夫

---

この度の新型コロナウイルス感染症による影響を受けられた皆様に、  
心より謹んでお見舞い申し上げます。

また、医療従事者をはじめとした感染防止にご尽力されている皆様、  
生活を支えてくれているエッセンシャルワーカーの皆様に深く感謝申し上げます。

「エッセンシャルワーカー（Essential Worker）」私たちが生活を営む上で欠かせない仕事に従事している人々のこと

# 2020年度 決算のポイント

1. 売上は、第1四半期の「巣ごもり」による需要増も、  
第2四半期以降需要回復の遅れにより前期比では減収△2.9%

営業利益は、市況により販売促進費が増大するなか、  
製造原価低減などが寄与し、前期比では増益、  
当初公表予想では下方(当期:1.8億円 増減:△1.8億円 前期:1.7億円)

2. 来期業績予想は、新工場による生産性向上と体質強化を図り  
売上収益197億円(※ 前期184億円)  
営業利益 2.0億円(前期1.8億円)

# 目次

---

1. 岩塚製菓グループの考え方
2. 2020年度 決算報告
3. 中期経営計画『プライド・BEIKA プラン』進捗
4. 2021年度 展望
5. 参考資料

# 岩塚製菓グループの考え方

# 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。

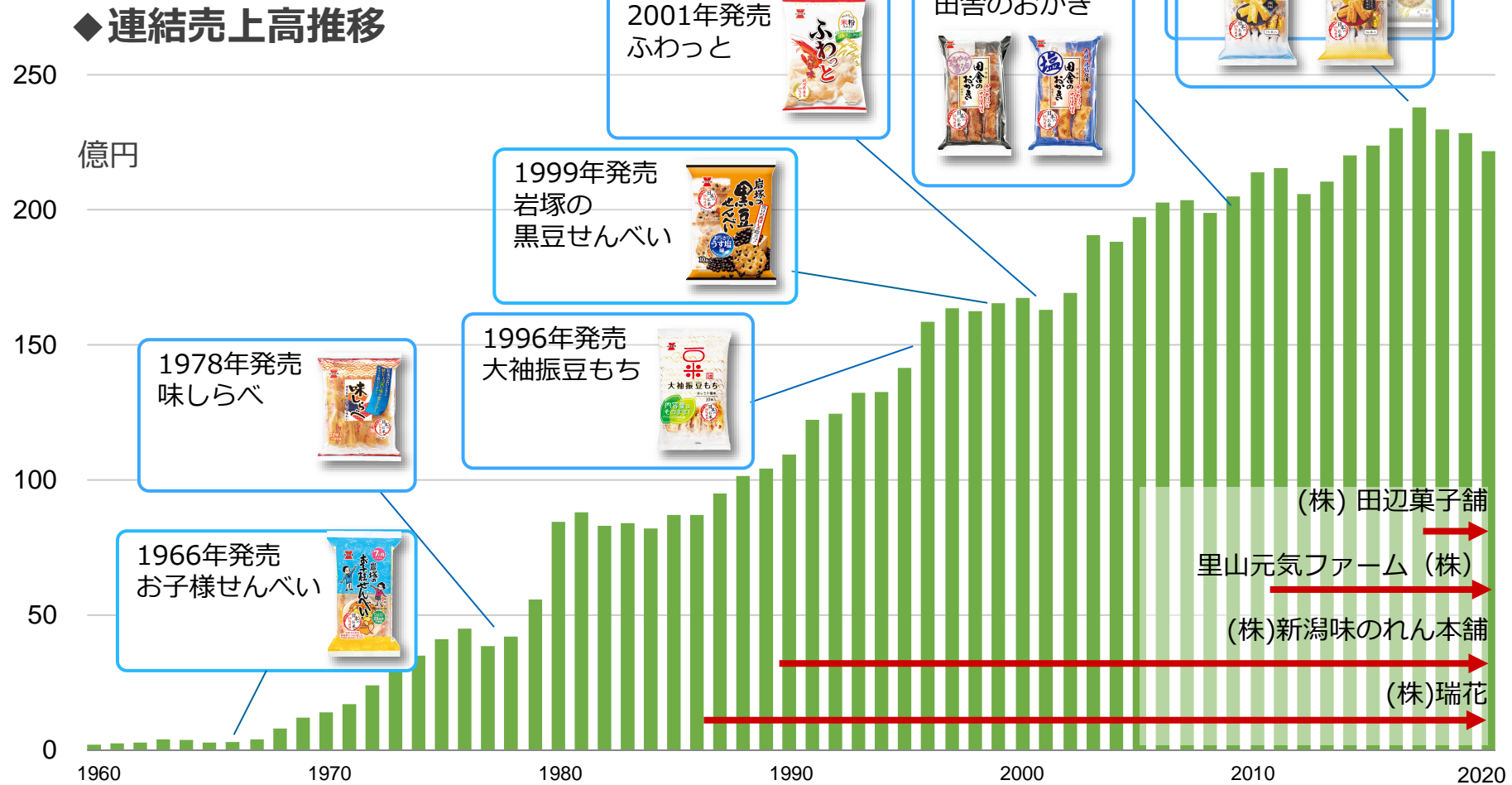
味付けの  
おいしさ



生地  
のおい  
しさ

# 伝統米菓と新ジャンルによる成長

## ◆ 時代時代に革新性のある商品づくりに取り組み





# 米菓業界 と 日本のお米100%企業

◆ 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)
1	亀田製菓	新潟	771
2	三幸製菓	新潟	559
3	岩塚製菓	新潟	221
4	栗山米菓	新潟	205
5	ぼんち	大阪	104
6	天乃屋	東京	76
7	アジカル	新潟	67
8	越後製菓	新潟	63
9	マスヤ	三重	52
10	丸彦製菓	栃木	52

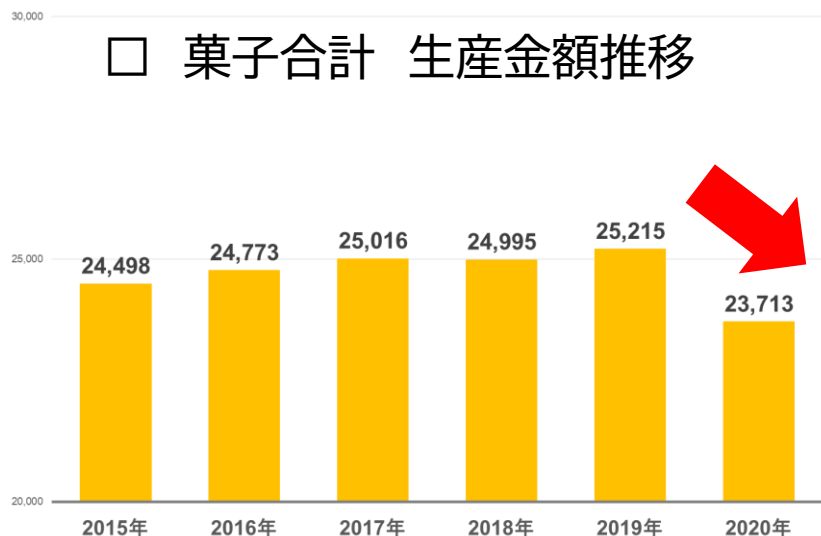
# 2020年度 決算報告

# 2020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 すべて前年割れ

◆ 菓子市場:2.3 兆円 前年比:94.0% ▲1,500億円

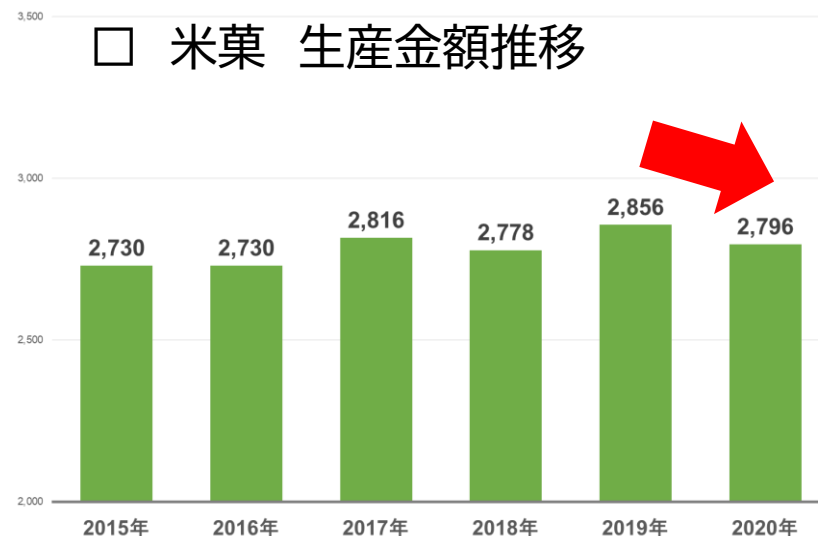
◆ 米菓市場前年比:97.9% 当社前年比:97.1%



◆菓子生産金額推移 億円

	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
菓子合計	24,773	25,016	24,995	25,215	23,713

出典 全日本菓子協会 ※各1~12月



◆米菓生産金額推移 億円

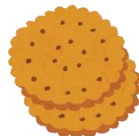
	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
米菓	2,730	2,816	2,778	2,856	2,796

出典 全日本菓子協会 ※各1~12月

# 2020年 菓子・米菓市場概況

◆ 各カテゴリーも苦戦（菓子全体 1960年以降最大の落ち幅）

菓ごもり需要を捉えたビスケット・スナックは伸長



	菓子全体	米菓	ビスケット	スナック	チョコレート	キャンディー
生産金額 前年比	<b>94.0%</b>	<b>97.9%</b>	<b>101.7%</b>	<b>101.6%</b>	<b>97.2%</b>	<b>87.1%</b>
令和元年 (億円)	25,215	2,856	2,615	3,120	3,980	2,020
令和2年 (億円)	23,713	2,796	2,660	3,169	3,870	1,760

# 決算ハイライト

(百万円)	2019年度		2020年度		対前年比	
	連結	実績	実績	増減額	増減率	
純売上高		22,840	22,167	△672		△2.9%
売上原価率		62.2%	61.5%	-		△0.7pt
販管費率		37.0%	37.7%	-		+0.7pt
営業利益		173	181	+7		+4.4%
営業利益率		0.76%	0.81%	-		+0.05pt
経常利益		2,553	2,938	+385		+15.1%
経常利益率		11.2%	13.3%	-		+2.1pt
当期純利益		1,769	2,005	+236		+13.3%
当期純利益率		7.7%	9.2%	-		+1.5pt

- ◆ 売上は第2四半期以降の落ち込みや、百貨店・観光の回復の遅れにより、前年△2.9%
- ◆ Top6集中による生産性向上などで売上原価率を削減。
- ◆ 旺旺集団の配当増もあり、経常利益は2期連続最高実績。

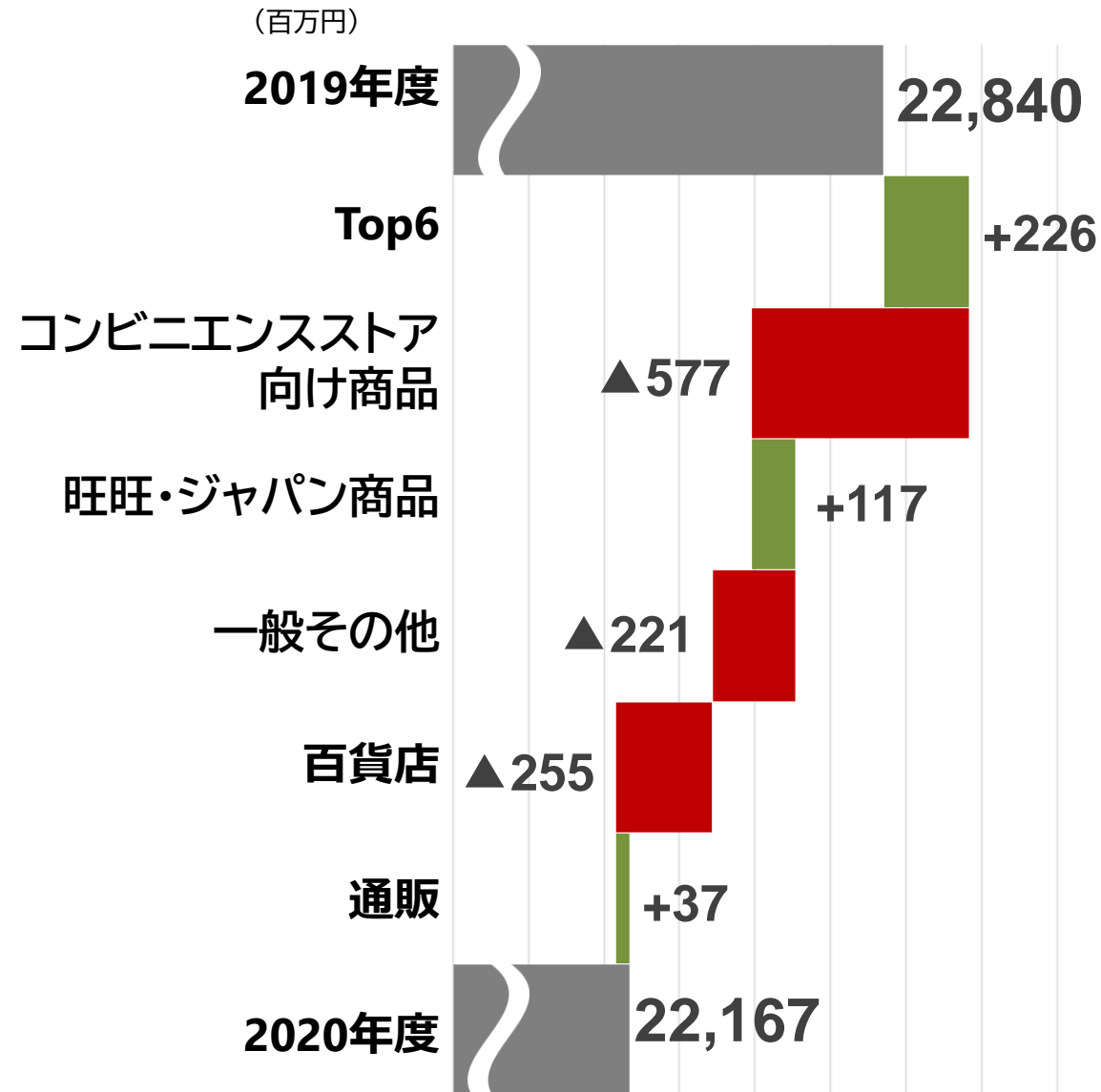
# 四半期別実績

## ◆ 四半期別売上・営業利益

(百万円)	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q	通期
2019年度 売上	5,481	5,373	6,459	5,527	22,840
2020年度 売上	5,650	5,234	6,110	5,173	22,167
<b>前年差</b>	<b>+170</b>	<b>▲140</b>	<b>▲349</b>	<b>▲354</b>	<b>▲672</b>
2019年度 営業利益	13	▲8	234	▲66	173
2020年度 営業利益	34	42	308	▲204	181
<b>前年差</b>	<b>+21</b>	<b>+50</b>	<b>+74</b>	<b>▲138</b>	<b>7</b>

- ◆ 売上は、第1Q巣ごもり需要による拡大も、2Q以降は市況の悪化に伴い前年割れとなる。
- ◆ 営業利益は、前期から続く収益構造改善が着実に結実。
- ◆ 第4Q、前年の「巣ごもり需要」の裏年となり、売上・営業利益ともに前年割れとなる。

# 2020年度 売上増減要因ブランド別



## 主な増減要因

集中化と巣ごもり需要で前年102.1%

CVS自体の落ち込み、商品数減少

グミ、おつまみが牽引 前年119.3%

観光ルート苦戦（北海道）

コロナ禍による影響

ネット注文が拡大

Top6牽引も、▲672百万円の減収

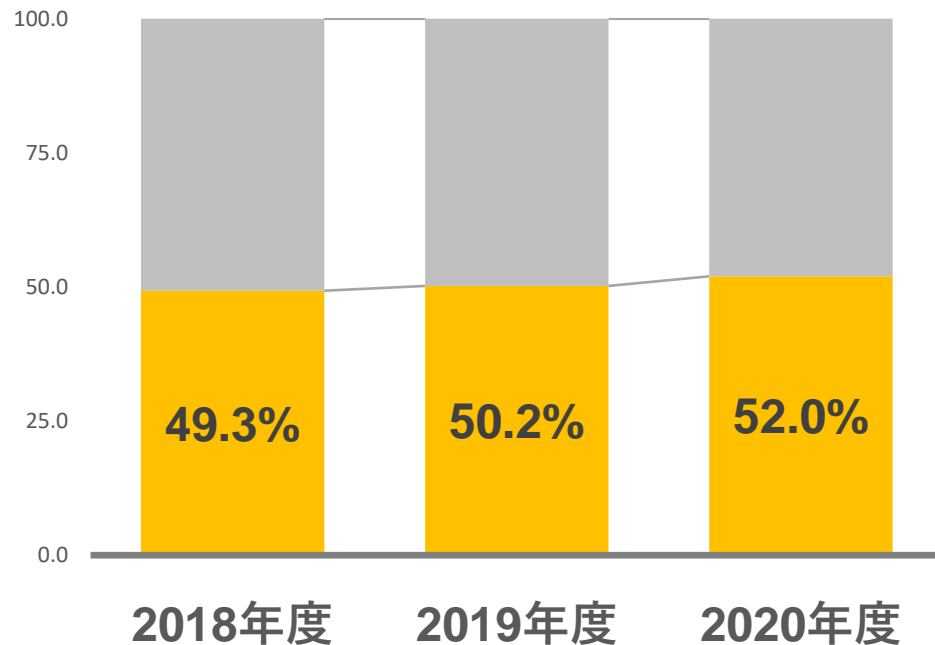
# 取り組み事例 強み集中

◆ 主力Top6ブランドの強化を継続

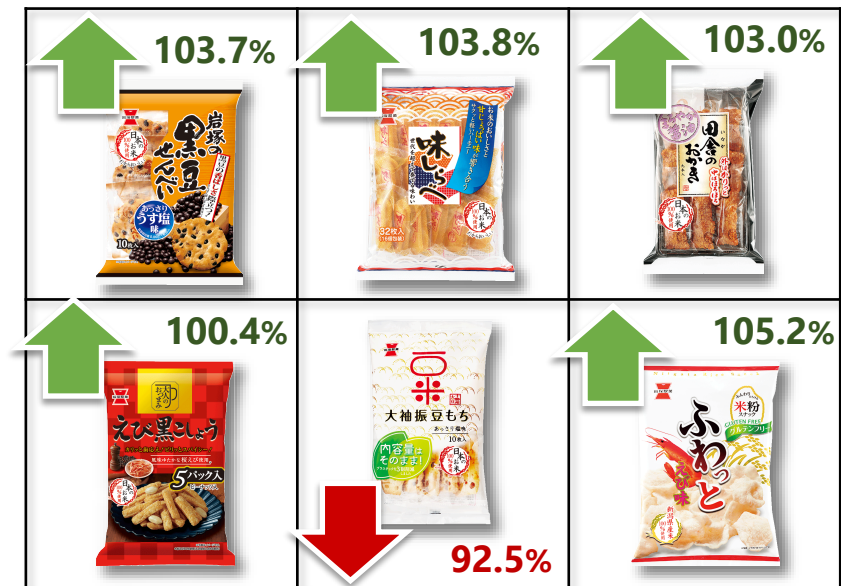
巣ごもりによるロングセラー商品需要も一因

Top6金額構成比: 50.2% → 52.0% 金額前年比: 102.1%

□ Top6ブランド販売金額構成比推移



□ 2020年度 Top6ブランド別金額前年比

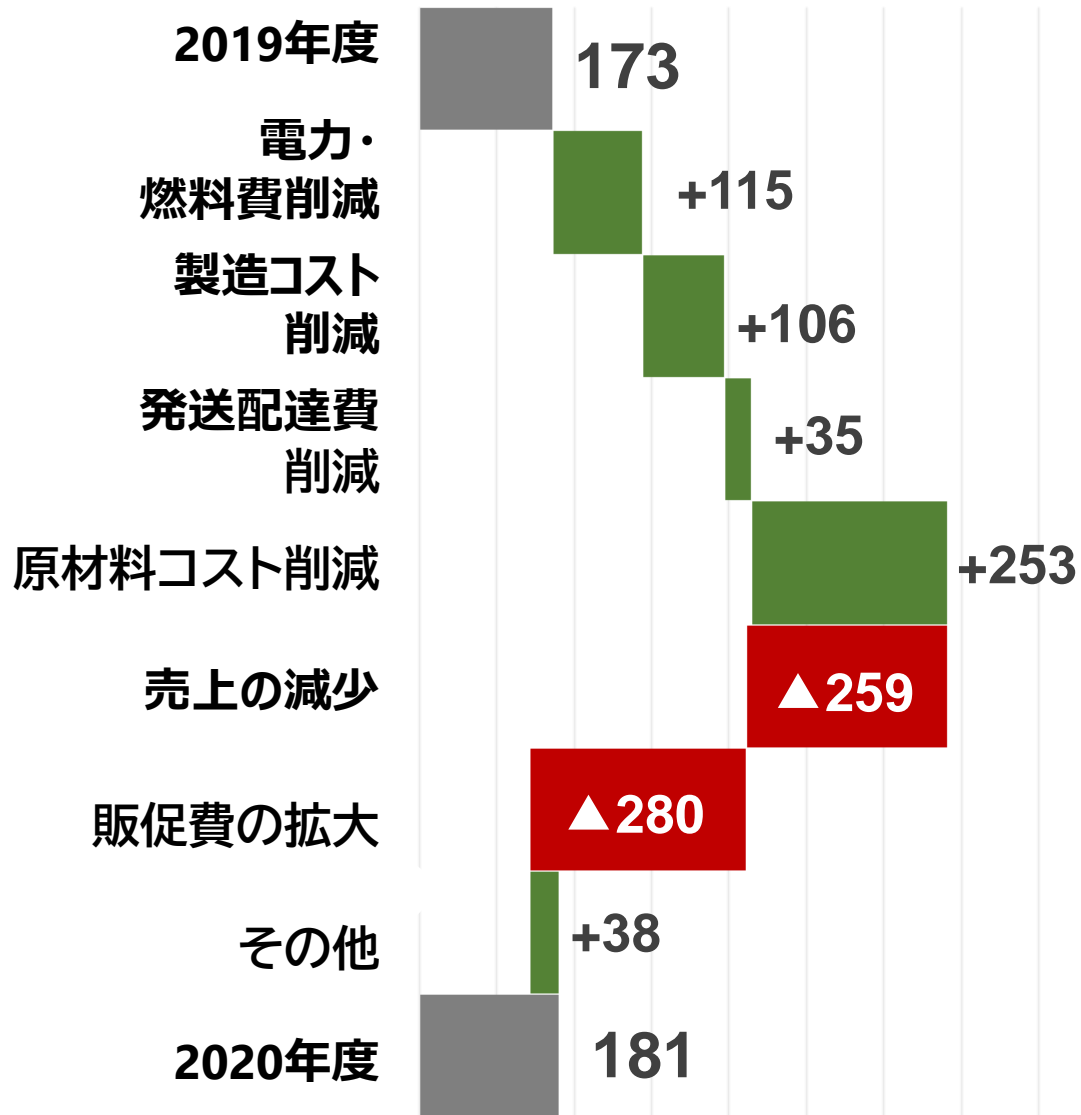


Top6ブランド商品は、代表商品を明記



# 2020年度 営業利益増減要因

(百万円)



## 主な増減要因

ガス使用量削減など効率化

生産効率向上、減価償却費削減

積載効率の向上 (スリムパック商品)

包材・副材料費の抑制

CVS、観光ルートなどの落ち込み

市況悪化に伴う販売施策

固定費の抑制

7,612千円の増益

# 取り組み事例 多角化

◆ 関連会社の旺旺・ジャパン商品が伸長 前年比:119.3%

市場に合わせた商品開発を実施 グミ・おつまみが好調

2021年3月「塩分サポートタブレット」「飲むゼリー」新発売

□ 塩分サポートタブレット



2020/10/14 発売の「スパイ大作戦」



2021/3/9 発売のFamilymart Collection「麻辣花生」



□ 飲むゼリーシリーズ  
(アロエ&白ぶどう味・レモン味)



# 取り組み事例 環境配慮

## ◆ プラスティック包材を削減した環境配慮型商品を発売

### 自社工場にソーラーパネルを設置 最大20%の電力を供給



□ 環境にやさしいスリムパック商品



□ 飯塚工場に約900枚のソーラーパネルを設置



「きなこ餅」「岩塚あられ 鬼びび うす塩味」

# 取り組み事例 地域のために

◆ 東日本大震災復興支援商品『バタしょっと』は、発売10周年  
 当時開発に携わった小学生は今年成人を迎えました

岩塚製菓の10年にわたる復興支援活動の歩み

明日へつなごうプロジェクト

毎年期間限定で発売し義援金をお届け

「作るぞ!元気なおせんべい授業」

「揚げたてちゃん号」による「おせんべい出前授業」

2014年～ 3月

2013年 第23回 2月20日 第2回 9月15日 第1回 7月18日 6月5日

2012年 第7回 1月27日 第6回 1月26日 第5回 11月22日 第4回 10月19日 第3回 9月27日 第2回 7月11日 第1回 6月14日

真野小学校(万葉ふれあいセンター)

石神第一小学校

八沢小、原町第二小、太田小、福浦小、大甕小、高平小 合同

上真野小、石神第二小 合同

鹿島小、小高小、金房小、鳩原小 合同

原町第一小

原町第三小

大甕小18名、太田小15名とともに「子どもたちの思いをこめた商品づくり」スタート

「食べたいおせんべいの味」決定

「私たちがつくったおせんべいの味」発表会

『バタしょっと』発売記者発表会

『バタしょっと』全国で発売

2017年

2014/2015年

2018年

2016年

2019年

2017年

2021年 final

初代

岩塚製菓株式会社

岩田本社から出動した「揚げたてちゃん号」



# 取り組み事例 「ニューノーマル」への対応

◆ 感染防止策の徹底により、生産への影響はほぼ無し

グループ内リソースの最適化を図り市場変化に対応

## □ 営業部門(全国)

- ・出社を制限し全員がテレワーク可能
- ・営業所のサテライト化を実施
- ・会議のオンライン化
- ・出張、懇親会、イベント等の自粛



## □ 製造・管理部門(新潟・北海道)

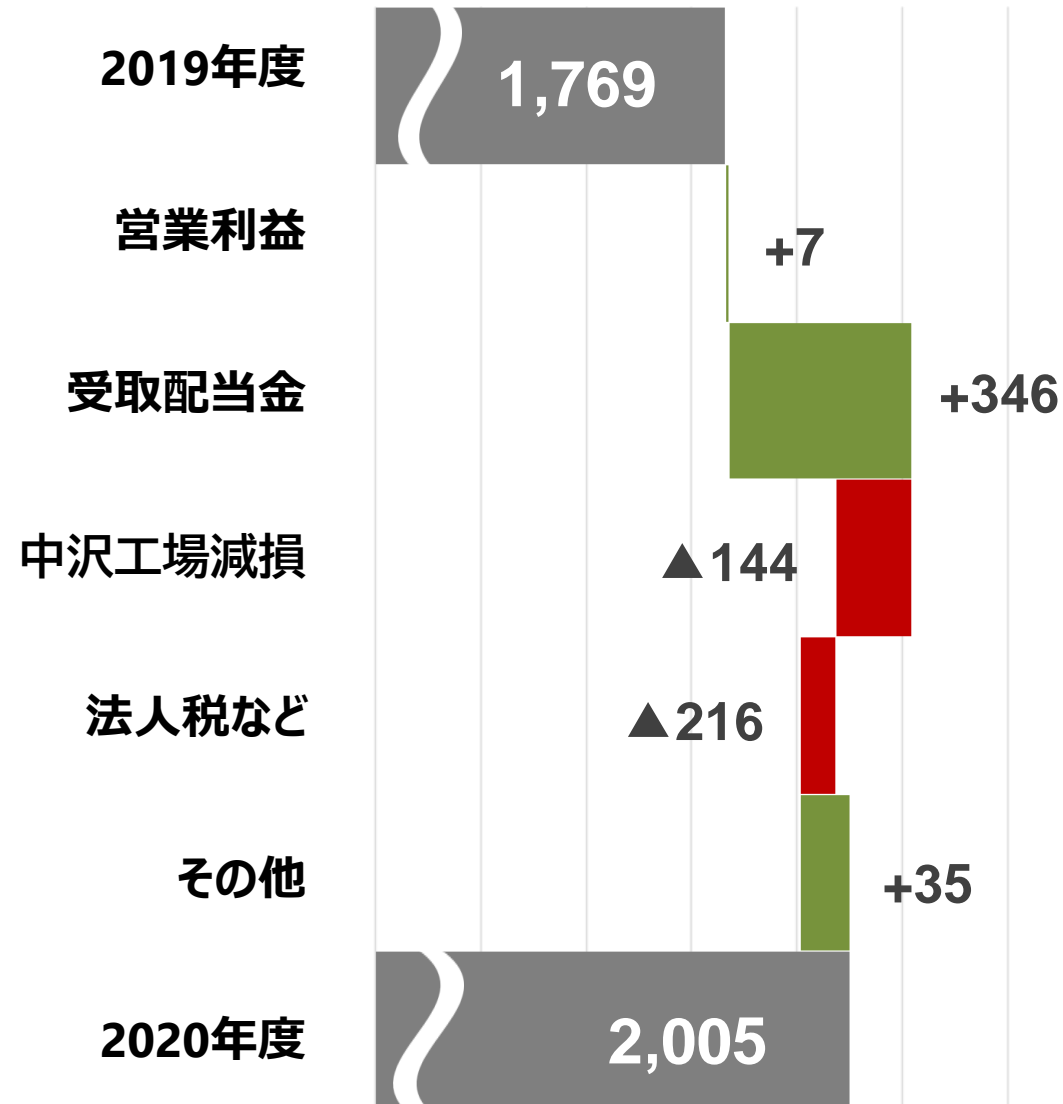
- ・全社員の体温チェックを継続
- ・訪問者の検温チェック
- ・社内行動履歴の記録
- ・“3密”防止の徹底(昼交代時間の調整など)



当社は、地域住民の皆様・お客様・お取引先さま・および全従業員の安全面を最優先に考え、引き続き感染予防・感染拡大防止に取り組んでまいります。

# 2020年度 連結当期純利益の増減要因

(百万円)



## 主な増減要因

Top6集中による生産性向上

中国旺旺HD配当金の増額

閉鎖に伴う減損処理

税引前利益増加に伴う

営業利益、配当金増で、+236百万円

# 株主還元

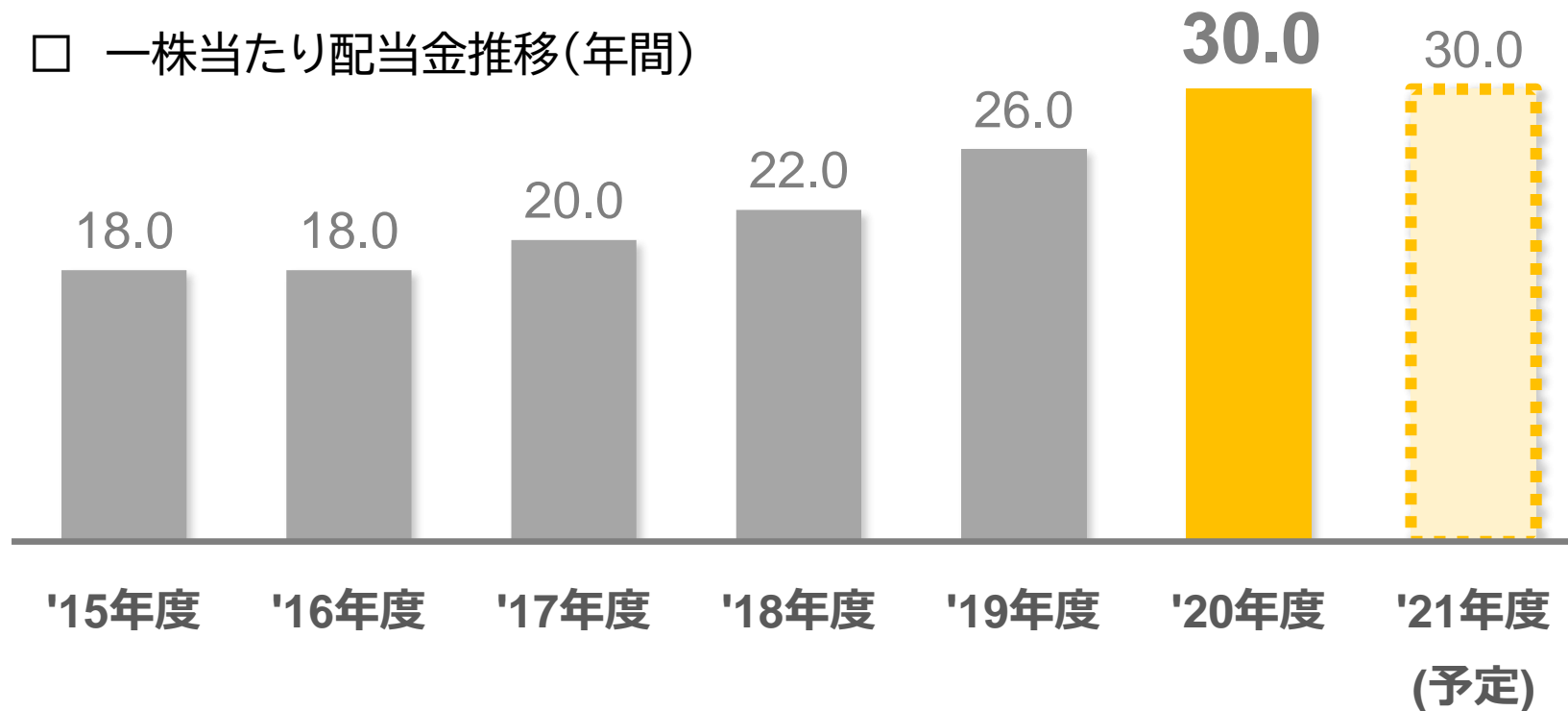
◆ 2020年度配当金 30.0円予定（前期比4円増配）

4期連続の増配を実施

◆ 2021年度 2020年度と同じ30.0円を予定

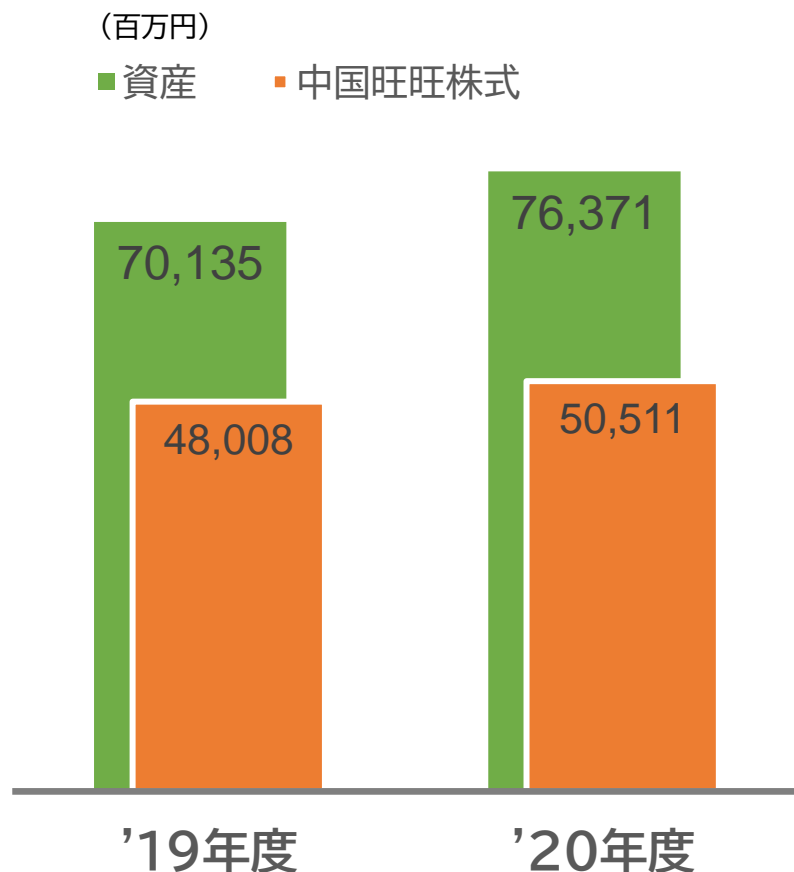
(単位:円)

□ 一株当たり配当金推移(年間)

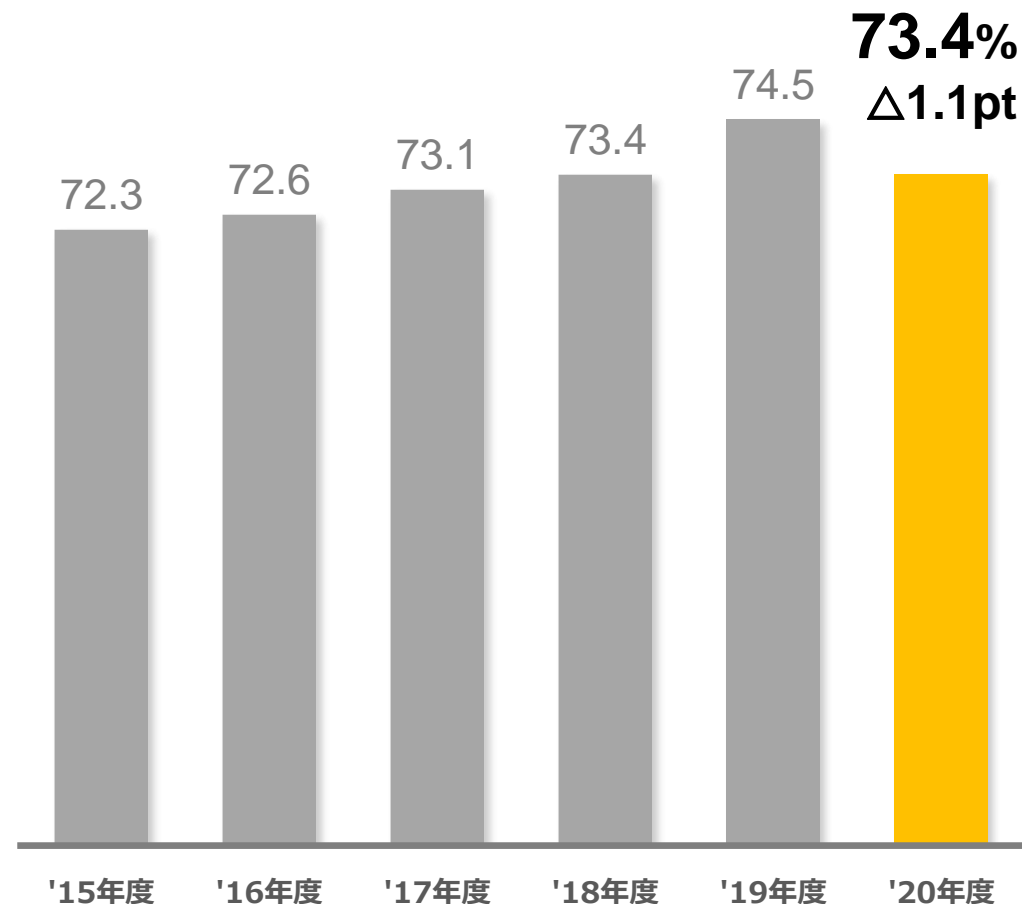


# 2020年度 連結資産・自己資本比率推移

## ◆ 資産推移



## ◆ 自己資本比率推移



資産の主な内容：

Want Want China Holdings LTD.株式の時価評価により25億3百万円増加

\* 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.



**中期経営計画2019-2021  
『プライド・BEIKA プラン』進捗報告**

**「米菓」から「BEIKA」へ**

# 基本方針

米・技・心を継承して『プライド・BEIKA プラン』の挑戦

- ▶ 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。

## 成長戦略

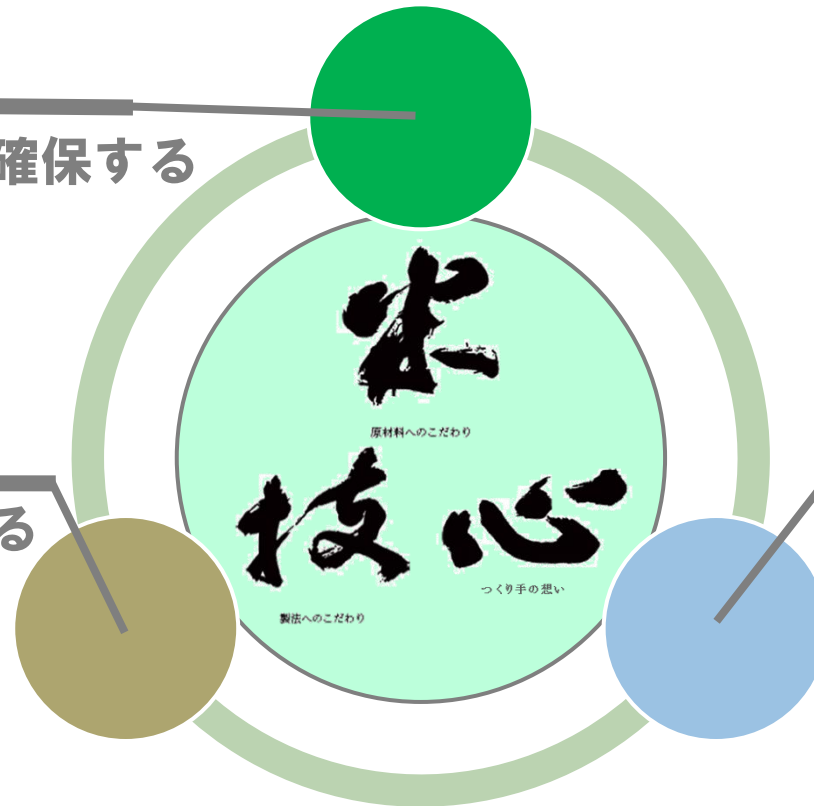
戦略的ポジションを確保する

## 持続経営

経営基盤の強化を図る

## 構造改革

適切な利益を得る



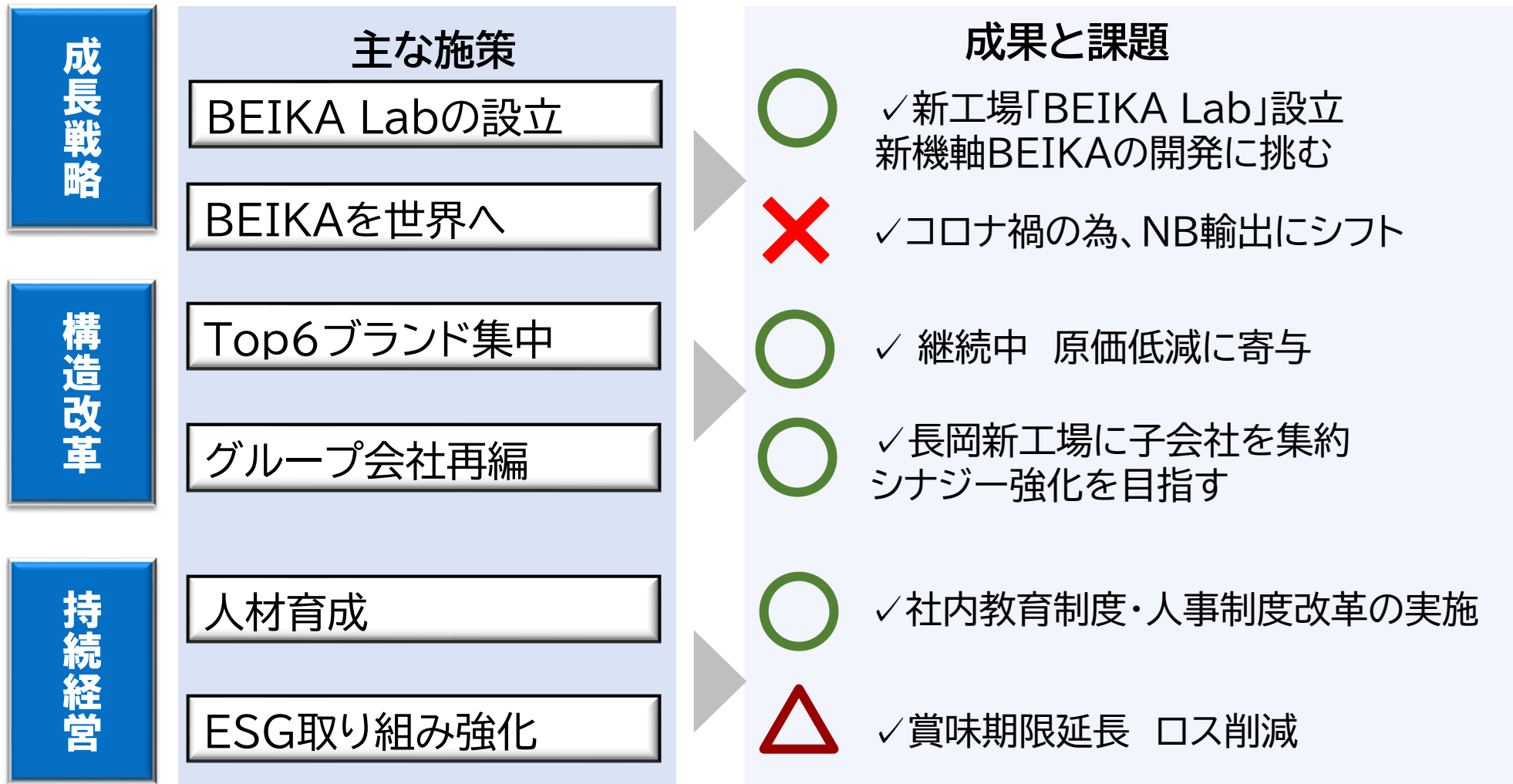
# 経営課題

◆ 安心安全を基本に、原料・製法・品質にこだわる。



# 中期経営計画2年目の振り返り

## ◆ 基盤の構築を推進 課題は戦略ポジションの確立・強化



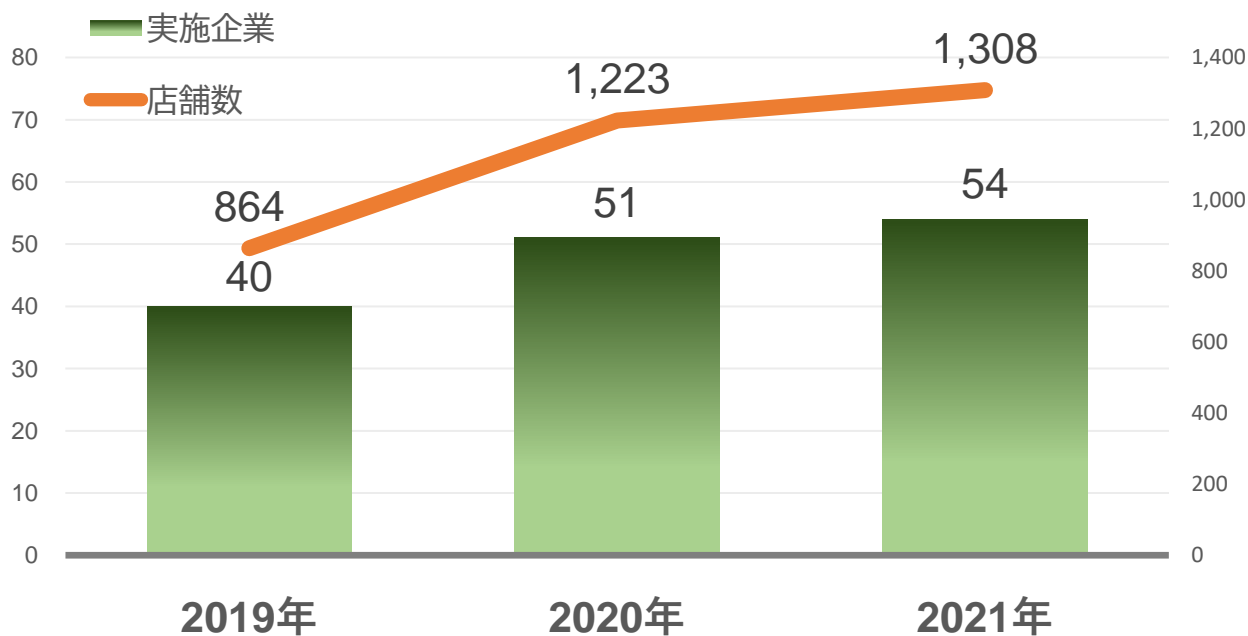
# 「にっぽん米米菓売り場」の拡大

◆ 「にっぽんのお米100%」商品を取り揃える「にっぽん米米菓売り場」

にっぽんのお米を100%使用した米菓の美味しさをアピール

54企業1,308店舗まで拡大(2021年4月時点)

□ 「にっぽん米米菓売り場」実施企業・店舗数推移



にっぽん米米菓売り場イメージ

# 開発と製造の一体化「BEIKA Lab」

- ◆ 研究開発機能を有した新工場 生地仕込み能力が30%向上  
市場の変化に対応したスピーディーな商品開発体制の構築

- 新工場「BEIKA Lab」



- 2F開発事務室

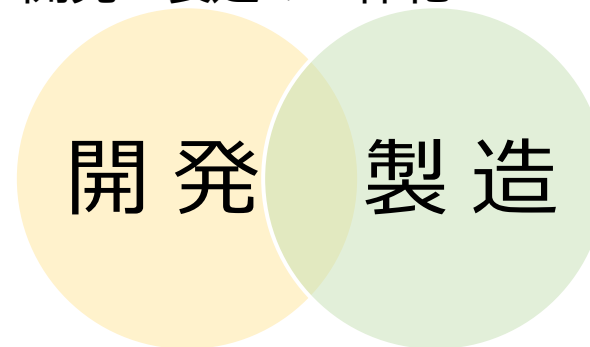


- 新型乾燥機(品質の安定)



- 自動倉庫(生産性向上)

- 開発と製造の一体化



# 子会社のシナジー強化「長岡新工場」

◆ 長岡・中沢工場を統合 生産性向上を図る

「(株)瑞花」を移転、子会社集約によるグループシナジー強化

□ 中沢工場を長岡新工場に移設



おせんべい  
おかきの通信販売  
新潟味のれん本舗



瑞花

「つくる人」「たべる人」をつなぎます。  
里山元気ファーム



# 新規顧客・若年女性の取り込み

◆ モデル 西山茉希さんが、特命コラボアドバイザーに就任  
様々なアプローチで新規顧客獲得を目指します。

□ 特命コラボアドバイザーに就任

商品開発を含めた活動を予定しています。



□ ファンサイト「おこせん」



お父さんとお母さんを応援するファンサイト

産休・育休復帰時に社内で配るお菓子を  
プレゼントしています。





# 2021年度 展望

『プライド・BEIKA プラン』 「米菓」から「BEIKA」へ

# 2021年度 見込み

(百万円)	2021年度 見込み
純売上高	19,700
営業利益	200
経常利益	2,300
設備投資額	1,200
EBITDA	3,500

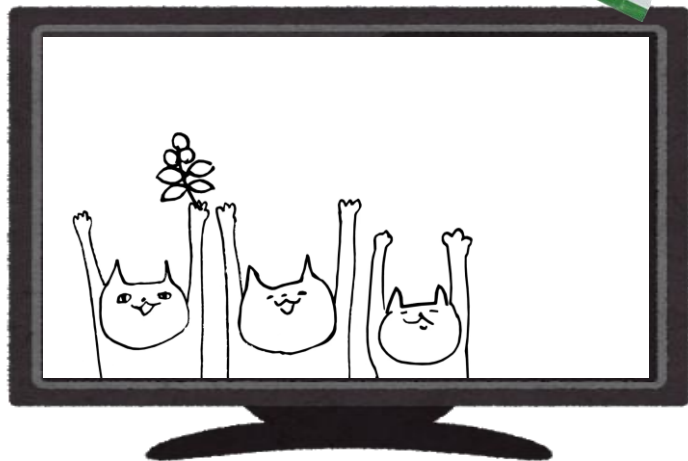
(百万円)	2021年度 見込み
当期純利益	1,500
1株当たり 当期純利益 (円)	267.7
1株当たり配当金 (円)	30.0
配当性向 (%)	11.2
ROE (%)	2.6

# 新商品紹介 バンザイ山椒・バター餅

## ◆ 「80g バンザイ山椒」



- ・SNSで話題の商品が新発売
- ・山椒の効いた本格派の小粒あられ
- ・食べやすいテトラ包装
- ・おつまみにどうぞ



## ◆ 「18枚 バター餅」



- ・やさしい口どけのおせんべい
- ・北海道牛乳100%バターミルクを使用
- ・環境にやさしいスリムパック
- ・おうちカフェのお供に

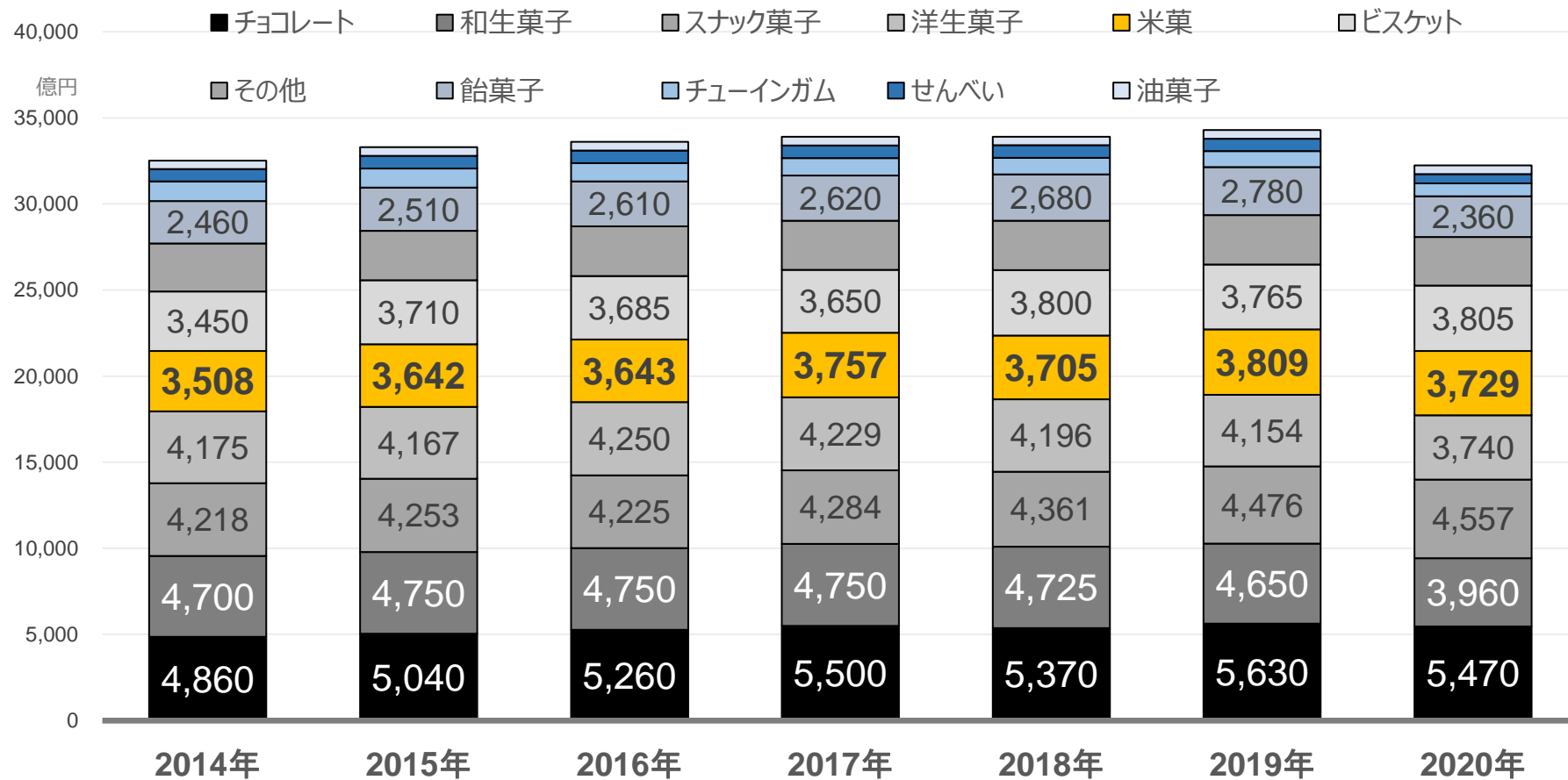


農業のため 日本のため あしたのために

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



単位:億円

	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
米菓	3,508	3,642	3,643	3,757	3,705	3,809	3,729
菓子合計	32,522	33,302	33,609	33,898	33,909	34,239	32,242

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	比率	
											せんべい	あられ
1	亀田製菓	新潟	689	737	748	752	737	746	770	771	51	49
2	三幸製菓	新潟	441	462	481	484	500	533	558	559	65	35
3	岩塚製菓	新潟	193	198	198	207	211	224	224	221	50	50
4	もち吉	福岡	190	194	203	211	214	218	222	218	60	40
5	栗山米菓	新潟	162	175	178	187	189	192	200	205	90	10
6	ほんち	大阪	88	93	99	102	102	102	102	104	70	30
7	小倉山荘	京都	90	92	93	95	97	98	98	98	65	35
8	天乃屋	東京	65	69	69	69	69	69	72	76	90	10
9	アジカル	新潟	-	-	-	-	70	70	67	67	-	-
10	越後製菓	新潟	49	51	51	55	57	64	61	63	30	70
11	丸彦製菓	栃木	48	50	50	50	51	52	52	52	30	70
12	マस्या	三重	45	45	48	51	52	52	51	52	85	15
13	阿部幸製菓	新潟	40	42	43	44	46	47	48	48	0	100
14	ブルボン	新潟	59	51	49	48	45	45	45	45	55	45
15	播磨屋本店	兵庫	44	44	43	43	43	43	43	43	70	30
<b>米菓生産金額（全日本菓子協会）</b>			<b>2,558</b>	<b>2,629</b>	<b>2,730</b>	<b>2,730</b>	<b>2,816</b>	<b>2,778</b>	<b>2,856</b>	<b>2,796</b>		

出典：「食品新聞」米菓メーカーランキングを元に当社推定

越後製菓・マस्या・阿部幸製菓・ブルボンは米菓のみ

# 参考資料 商品紹介 -1-

## Top7ブランド

従来のTop6ブランドに「黄金揚げもち」が加わりました。



・10枚 岩塚の黒豆せんべい



・32枚 味しらべ



・9本 田舎のおかし



・9本 田舎のおかし 塩味



・8本 田舎のおかし ざらめ味



・90g 大人のおつまみ えび黒こしょう



・90g 大人のおつまみ えびかり



・10枚 大袖振豆もち



・45g ふわと やわらかえび味



・14本 黄金揚げもち 塩味



・14本 黄金揚げもち はちみつ醤油味

# 参考資料 商品紹介 -2-

## ベビーせんべい



・14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

## 2021年春新商品



・80g バンザイ山椒 (横置き)



・80g バンザイ山椒 (縦置き)



・18枚 バター餅



# 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



・21枚 きなこ餅



・116g 岩塚あられ  
鬼ひび うす塩味

### ◆ 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



・157g 大人のおつまみアソート

# 公式SNSのご紹介・免責事項



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 総務部 TEL：0258-92-4111

本資料は、2020年度3月期の業績および2020年3月期から2022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あることをご了承下さい。