

# 新潟県上場企業IRフォーラム 2024



お米となかよし

岩塚製菓株式会社

2024年9月18日

代表取締役社長COO 榎 大介

お米となかよし



わたしたちはお米と地元が大好きな新潟県長岡市の米菓会社です。  
会社は田んぼの中にありまして、そこに湧く水で、  
おせんべいやおかきなどをつくっています。  
原材料はごはんとして食べてもおいしい日本のお米100%。  
季節や産地によってお米の状態は違いますので  
「今日どんな状態かな？」と  
お米と毎日対話をしながらつくっています。  
良いお米と丁寧な工程があってこそ、おいしいお菓子ができる。  
それが創業から75年以上つづく信念です。  
お米って、なかなかやるねえ。  
そんなふうに思っていただけのお菓子を  
世界中に届けていきたい。  
おいしいものって、食べた人を笑顔にしますからね。



証券コード：2221

## 1. 岩塚製菓グループの考え方

## 2. 岩塚製菓 会社概要

## 3. 2024年度 展望

## 4. 中期経営計画 『新しい岩塚価値の創造 Create New Iwatsuka Value』



## 創業の心

岩塚に産業を興して、  
出稼ぎに行かなくても暮らしていける地域にしたい。  
地域社会と共に生きる。  
越路で生きつづける事業を創る。

## 米・技・心

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ぬ。  
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)

# 日本のお米を使用するこだわり

## □ 「お米のおいしさ」を追求するため、持続可能な未来の実現のため、 日本のお米100%使用

### ✓ お米本来の香り・風味が感じられる米菓を目指して

#### □ 美味しさのためのこだわり

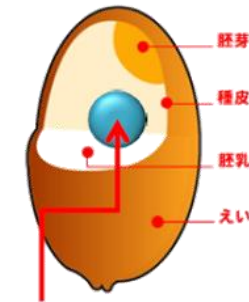
- ①飯米の使用 丸粒のお米(飯米)を使うことで良質なでん粉を使用
- ②製粉時の熱処理 熱を加えないよう機械を冷やしながら製粉し、お米本来の風味を保つ
- ③製粉したらすぐ加工 劣化を避けるため作り置きすることなくすぐに加工

◆ 当社は「日本のお米100%」を自社製粉後、加工しています。

### ✓ 事業を通じ社会課題の解決に貢献

- ・地元を始め国内の圃場保全に寄与
- ・輸送に係るCO<sub>2</sub>の排出量削減

お米の構造



中心部が一番美味しい



## □ 「お米となかよし」を目指して

✓ 創業の心



✓ ものづくりへの  
想い



✓ 米・技・心



お米となかよし



わたしたちはお米と地元が大好きな新潟県長岡市の米菓会社です。  
会社は田んぼの中にありまして、そこに湧く水で、  
おせんべいやおかきなどをつくっています。  
原材料はごはんとして食べてもおいしい日本のお米100%。  
季節や産地によってお米の状態は違いますので  
「今日はどんな状態かな？」と  
お米と毎日対話をしながらつくっています。  
良いお米と丁寧な工程があってこそ、おいしいお菓子ができる。  
それが創業から75年以上つづく信念です。  
お米って、なかなかやるねえ。  
そんなふうに思っていただけのお菓子を  
世界中に届けていきたい。  
おいしいものって、食べた人を笑顔にしますからね。



1. 岩塚製菓グループの考え方

2. 岩塚製菓 会社概要

3. 2024年度 展望

4. 中期経営計画 『新しい岩塚価値の創造 Create New Iwatsuka Value』

# 会社概要 ①

商号

所在地 新潟県長岡市飯塚2958番地

創業 昭和22年7月

代表者 代表取締役会長CEO 榎 春夫

代表取締役社長COO 榎 大介

資本金 16億3,475万円

事業内容 米菓の製造並びに販売

売上高 連結 220億28百万円 単体 207億84百万円

経常利益 連結 28億8百万円 単体 27億9百万円(2024年3月度)

従業員 連結 880名 単体 792名

事業所 [工場] 飯塚工場

沢下条工場

BEIKA Lab

長岡工場

北海道工場

[支店] 11ヶ所



飯塚工場



沢下条工場



BEIKA Lab(2020年完成)



長岡工場



北海道工場

# 会社概要 ②

## 子会社・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・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)



旺旺・ジャパン(株)

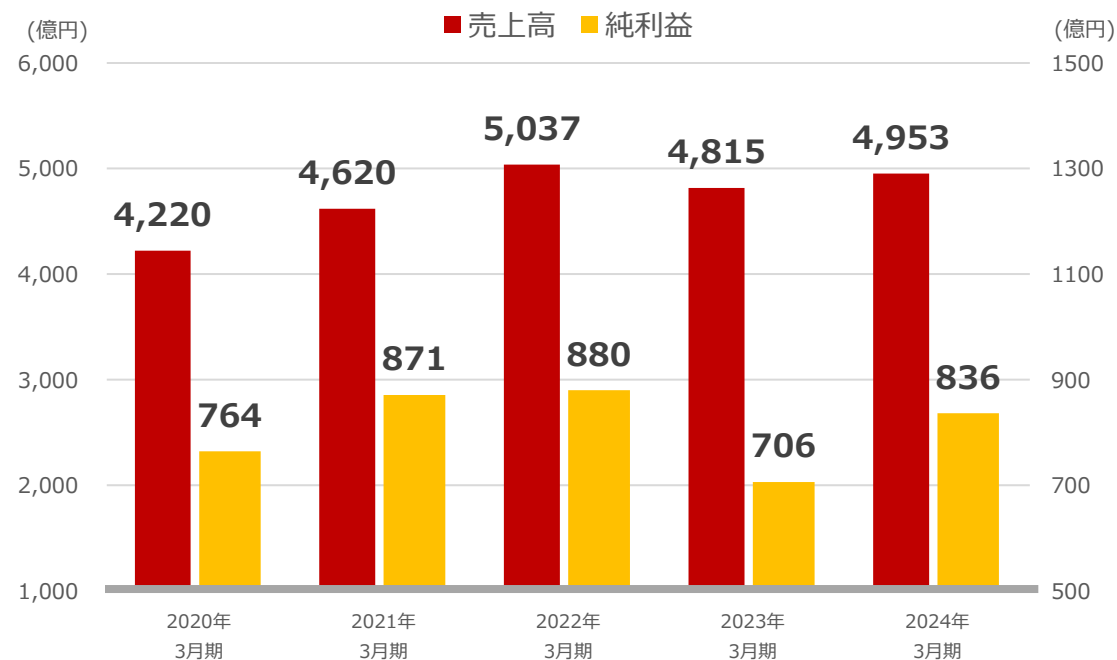


# 旺旺集團（グループ）の推移

- 1962年に創業、1983年当社と技術提携を契約
- 旺旺集團(グループ)は、現在 世界63カ国・年商4,900億円規模(2024/3月期)
- 中国全土に、32か所の工場/2022年に工場ベトナム工場が竣工



## □ 旺旺集團 直近売上・純利益推移



左写真  
両社をつないだサンフレンド  
右写真  
技術提携を嘆願する直筆の手紙



技術提供を約束した、  
当時の社長である榎計作に恩を感じ  
蔡董事長は「事業の父」と尊称しており、  
また従業員も「旺旺の父」と尊称している

1. 岩塚製菓グループの考え方

2. 岩塚製菓 会社概要

3. 2024年度 展望

4. 中期経営計画 『新しい岩塚価値の創造 Create New Iwatsuka Value』

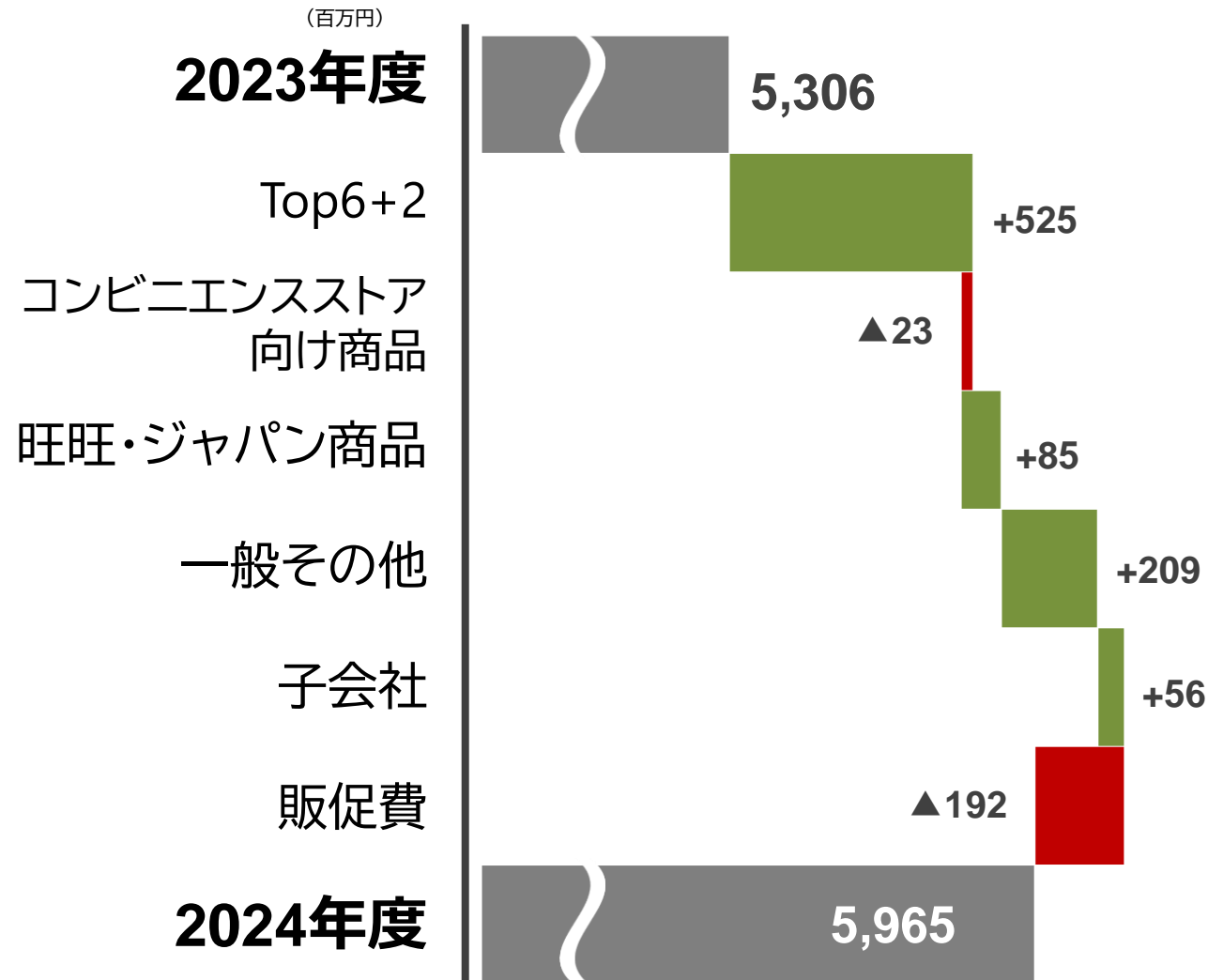
# 2024年度第1四半期 決算ハイライト

(百万円)	連結	2023年度	2024年度	対前年比	
		実績	実績	増減額	増減率
売上高		5,306	5,965	+659	+12.4%
売上原価率		74.0%	71.7%	-	△2.3pt
販管費率		23.5%	23.6%	-	+0.1pt
営業利益		131	280	+149	+113.0%
営業利益率		2.5%	4.7%	-	+2.2pt
EBITDA		478	655	+177	+36.9%
経常利益		273	427	+154	+56.3%
経常利益率		5.1%	7.2%	-	+2.1pt
当期純利益		165	322	+157	94.8%
当期純利益率		3.1%	5.4%	-	+2.3pt

- ✓ 売上は、主力商品群の販売に注力しブランド浸透施策を推し進めた結果、+659百万円の増収となる。
- ✓ 営業利益は、増収を維持できたなかで生産性向上に伴う原価低減効果が見られ、+149百万円の増益となる。

# 2024年度第1四半期 売上増減要因

## □ Top6+2・一般が牽引、子会社も伸長

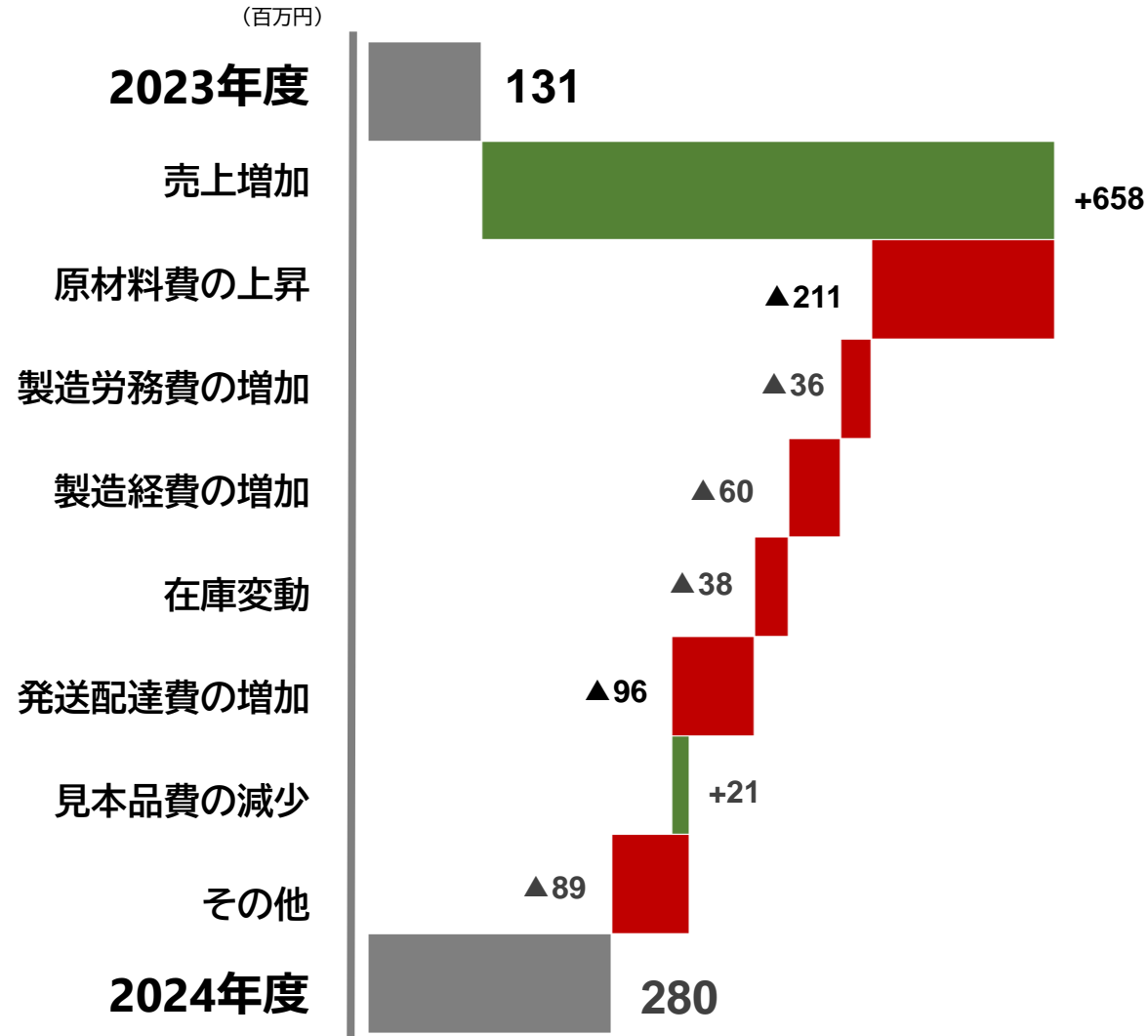


### 主な増減要因

前年112.7% 田舎のおかき大幅伸長(前年出荷調整)
前年96.3% PB商品の改廃により巻き返しを図る
前年277.1% 時流に乗り、グミ商品が牽引
前年122.9% リニューアル品(鬼ひび・ソフト豆もち)好調
全ての子会社で伸長 瑞花:前年111.8% 里山元気F:前年120.0%
販売増に伴う
6億59百万円の増収

# 2024年度第1四半期 営業利益要因

## □ 増収効果および生産性向上により増益



### 主な増減要因

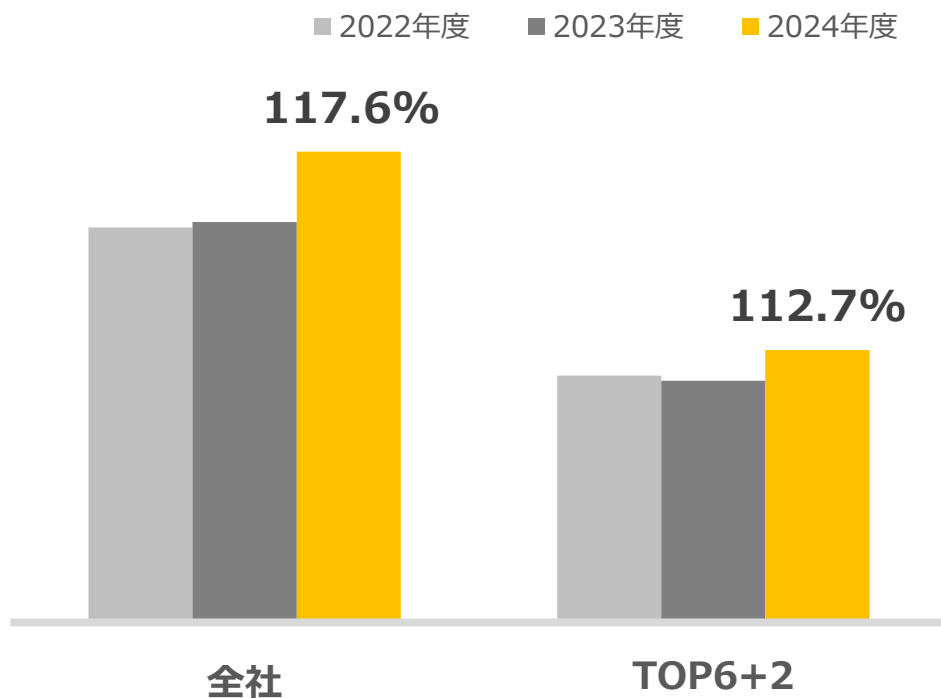
売上増加
副材料・包材の単価上昇
生産増に伴う
燃料費・減価償却費・消耗品費等の増加
—
売上増加および物流費の増加に伴う
主力製品注力による
労務費・旅費交通費等の増加
1億49百万円の増益

# 取組み事例 主カブランドの集中強化

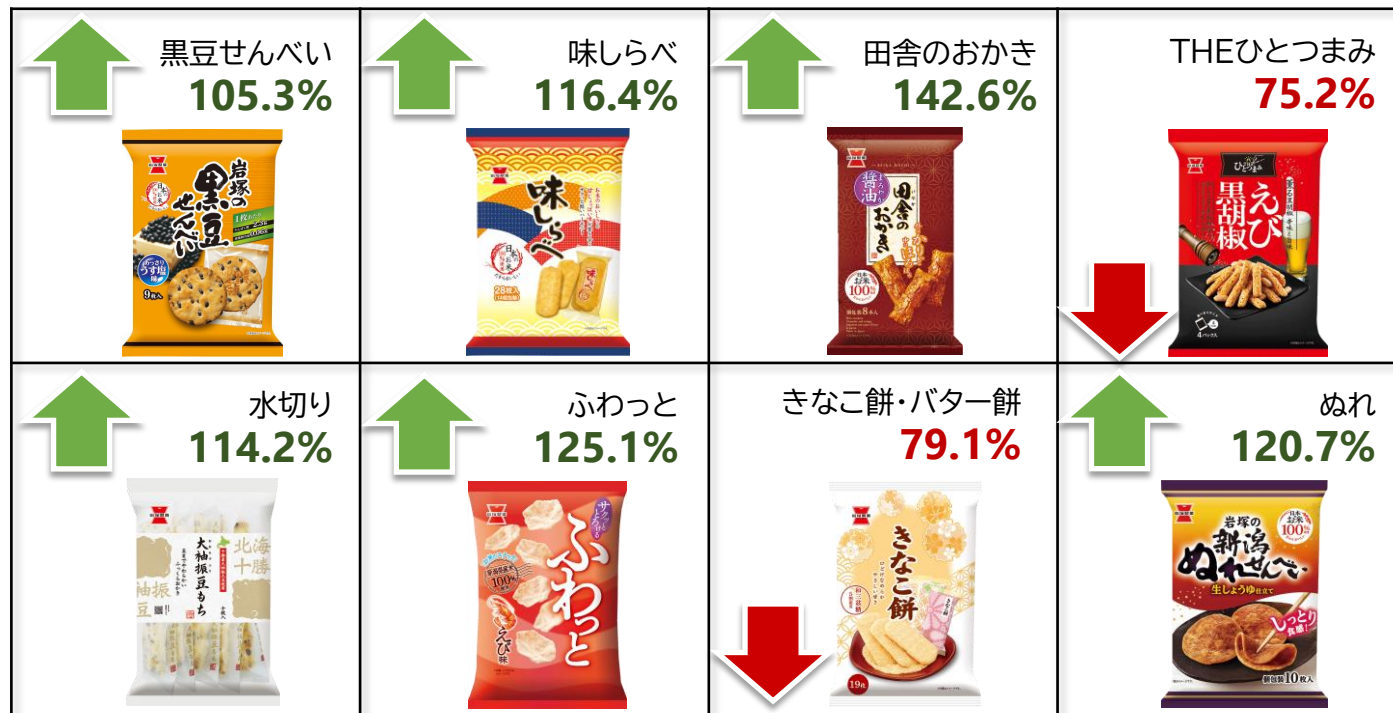
## □ 効率的な生産・販売を重視し主カ品(Top6+2)の定番化を進める

- ✓ Top6+2:対象ブランドを再定義し、主力商品群の露出強化を図る
- ✓ 増産体制の整った「田舎のおかき」が牽引

□ Top6+2ブランド販売金額推移(各4-6月)



□ 2024年度 第1四半期 Top6+2ブランド別金額前年比推移



# 取組み事例 価格改定

## □ 収益性の強化を図るため、価格改定を実施

- ✓ 成長戦略の一環として、当社の優位性がある商品ブランドにおいて価格改定を実施(9月～)

想定価格改定率 4～15% 程度(実際の価格はオープン価格)



「田舎のおかき」ブランド



「水切り」ブランド  
(大袖振豆もち・桜えびかきもち・マカダミアナッツおかき)



「ぬれせん・ぬれおかき」ブランド

- ✓ ベビー商品群については価格維持のため、内容量を変更



# 取組み事例 新商品

## □ 素材を活かした健康軸商品の発売

✓ コンセプトは「美味しく気軽に楽しめる」

素材

機能性

食感



18枚 白ごまと大豆のほろほろせんべい



20枚 しらすとアーモンドのサクサクせんべい



9枚 もち麦とオーツ麦のごませんべい



# 取組み事例 生産性向上

## □ 収益性および事業の持続性向上のため積極的な設備投資を実施

✓ 自動化設備を導入することで、生産量の担保および生産性の向上を実現

### □ 大袖振豆もちライン

○焼き上げ行程から包装工程の自動化

ほとんどの行程を自動化（下図の青色の行程で実施）  
→生産性向上と省人化を図る

・焼き上げ行程

生地並べ

焼き上げ



生地並べ



トレー並べ

・包装工程

個包装

トレー並べ

包装

箱詰め

箱積み



### □ きなこ餅ライン

○包装工程の自動化

昨年度

個包装およびトレー並べ・包装工程を自動化

・多くの人員が必要

・作業難易度が高く、習得まで時間がかかる

→省人化の達成+属人化の解消

今年度

製品の段ボール詰め作業および製品のパレット積み自動化



左写真

製品を段ボール詰めしている様子

右写真

ロボットがパレット積みしている様子



# 取組み事例 グローバル展開

## □ 輸出専用商品「BEIKA」シリーズを開発し、「BEIKA」を世界へ

- ✓ ハワイにおいて採用リテールが拡大中、米本土の上陸を狙う



想定売価：6～8ドル

賞味期限：18か月

※現在、更なる期限延長(24か月)を目指し、調整中

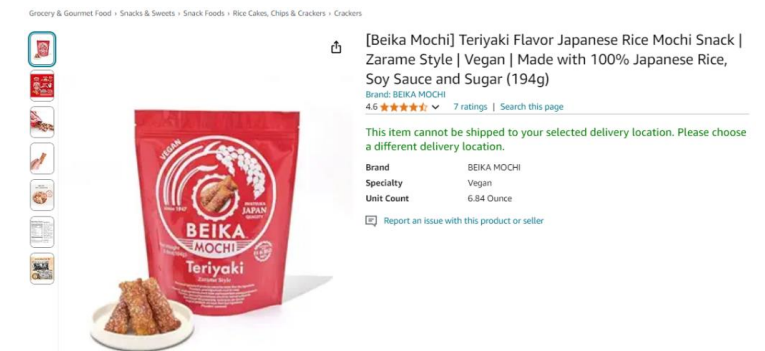
## □ 展示会の様子



## □ ECサイトでの展開



beikamochi.com



amazon.com

# 取組み事例 ウタリちとせ

## □ 5/1 千歳売店「ウタリちとせ」がグランドオープン

米菓のある毎日



岩塚製菓 北海道工場直営

ウタリちとせ

「岩塚製菓 北海道工場直営 ウタリちとせ」のウタリとはアイヌ語でなかま、なかよしを意味します。お米となかよし、地域となかよしをコンセプトに千歳市にある北海道工場から直送の米菓を取り揃えております。BEIKAを通じて米文化・米菓の魅力を発信し、皆さまの暮らしに笑顔を届けるBEIKAショップです。



# 取組み事例 旺旺ジャパン売上好調

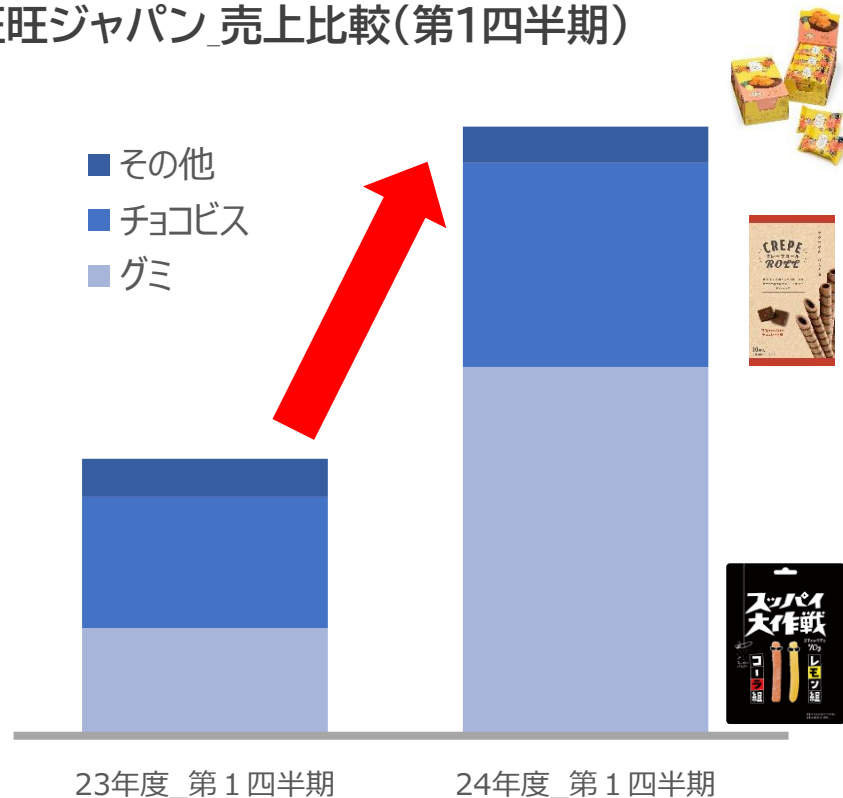


WANT~WANT  
旺旺・ジャパン株式会社

## □ 「スッパイ大作戦」を軸に商品認知・流通拡大を目指す

- ✓ トрендであるグミ商品が大幅伸長。値上げ基調のなか低単価商品も寄与。
- ✓ 5周年を迎える「スッパイ大作戦」はZ世代をターゲットとしたプロモーション企画を実施

### □ 旺旺ジャパン\_売上比較(第1四半期)



## スティックグミ スッパイ大作戦



コーラ&レモン  
2019年10月発売



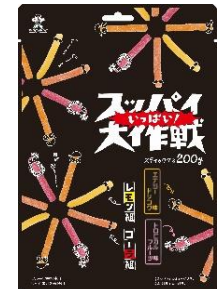
うめ味&しそ味  
2022年3月発売



エナジードリンク味&  
トロピカルフルーツ味  
2023年3月発売



パイナップル味&  
ライチ味  
2024年3月発売



【いっぱい!】大作戦  
(大袋200g)  
2023年12月発売



SHIBUYA109 渋谷店 B2F MoG MoG STAND!! イマダ キッチン imada-kitchen.jp

9/1~9/30  
SHIBUYA109渋谷店  
「IMADA KITCHEN(イマダキッチン)」で  
「スッパイ大作戦」を使用した  
オリジナルメニューを販売

# 取組み事例 原料米への取組み

## □ 事業の持続性を維持するため、原料米への取組みにも積極的に関与

### ✓ 生産者と協働し、米菓の安定供給を果たす

- 契約栽培による国産原料米の安定確保  
生産者と共にもち加工用米「ゆきみらい」の安定供給へ



- 新潟県農業大学校との連携  
実習で栽培した猛暑に強い品種「ゆきん子舞」の買取契約



- 自然栽培米の活動継続  
農薬や化学肥料を使用しない米づくりに挑戦、今年で8年目



- N.CYCLE(※)参画企業と連携し、  
米生産者の収益向上・地域産業の活性化を目指す

岩塚製菓株式会社 JAえちご中越 株式会社 ホーネンアグリ

NEOS

「籾殻炭バイオ堆肥ペレット」と「J-クレジット」を通じた  
米生産者の収益向上・地域産業の活性化をめざす取り組みを開始

～長岡地域発の持続可能な地域循環型農業モデルを構築～

2024/8/30



### 取組内容

1. お米の品質安定化と作柄向上
2. バイオ炭(籾殻炭)および 中干延長を利用した温室効果ガスの削減
3. 「J-クレジット」の創出・利活用
4. 環境配慮米の活用、エシカル消費の理解醸成

※「長岡バイオエコノミーコンソーシアム」の共同事業として、  
「田のモノを田に還す」をキーワードに地域資源循環プロジェクトの社会実装を行うプロジェクト

# 2024年度 見込み

□ 売上高 229億円→240億円 営業利益4.0億円→6.5億円に上方修正

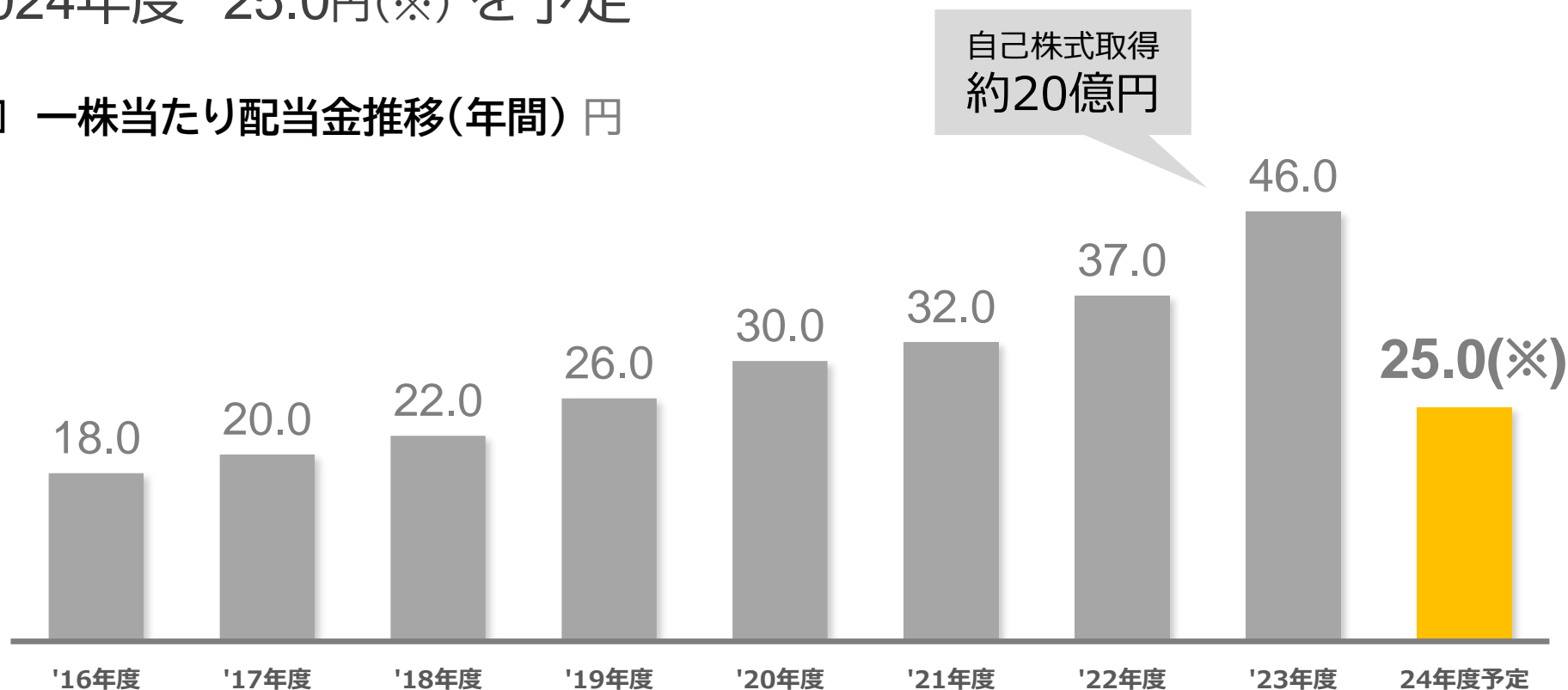
(百万円)	2024年度 見込み
売上高	24,000
営業利益	650
経常利益	3,500
設備投資額	1,400
EBITDA	2,050

(百万円)	2024年度 見込み
当期純利益	2,400
1株当たり 当期純利益 (円)	230.76
1株当たり配当金 (円) ※株式分割反映	25.0
配当性向 (%)	10.8
ROE (%)	3.8

# 株主還元 株式分割の実施・配当について

- 普通株式1株につき2株の割合で株式分割（基準日:2024年3月31日）
- 2023年度配当金 46.0円（前年度比9.0円増配）7期連続の増配を実施
- 2024年度 25.0円(※) を予定

□ 一株当たり配当金推移(年間) 円



※株式分割反映（1株につき2株の割合）

# 株主還元 株主優待制度について

## □ 株主優待制度

当社では、株主の皆様の日頃のご支援に感謝するとともに、当グループ製品の更なる理解および中長期的に保有いただくことを目的として優待制度を実施しております。

保有株式数	優待内容(年2回)	基準日
200株以上	1,000円相当の自社商品	毎年 3月31日 9月30日
400株以上	2,000円相当の自社商品	
1000株以上	3,000円相当の自社商品	
2,000株以上	5,000円相当の自社商品	



※ 3月31日現在の株主名簿に同一株主番号で連続して3回以上記録されている400株以上保有の株主様に、年1回(6月贈答分)1,000円相当を上記に加算して贈呈。ただし、2023年3月31日現在と2024年3月31日現在の株主名簿は200株以上保有の株主様とする。 / 商品画像は参考



1. 岩塚製菓グループの考え方

2. 岩塚製菓 会社概要

3. 2024年度 展望

4. 中期経営計画 『新しい岩塚価値の創造 Create New Iwatsuka Value』

## □ 米・技・心を承継して『新しい岩塚価値』への挑戦

### 米・技・心の承継

岩塚製菓の米菓づくりの根底にあるのは、創業者がこだわりつづけた「原材料へのこだわり」「優れた技術」「つくり手の真心」です。米菓の生命であるお米の風味を十分生かすには、この三つを欠かすことができません。

米

原材料へのこだわり

技

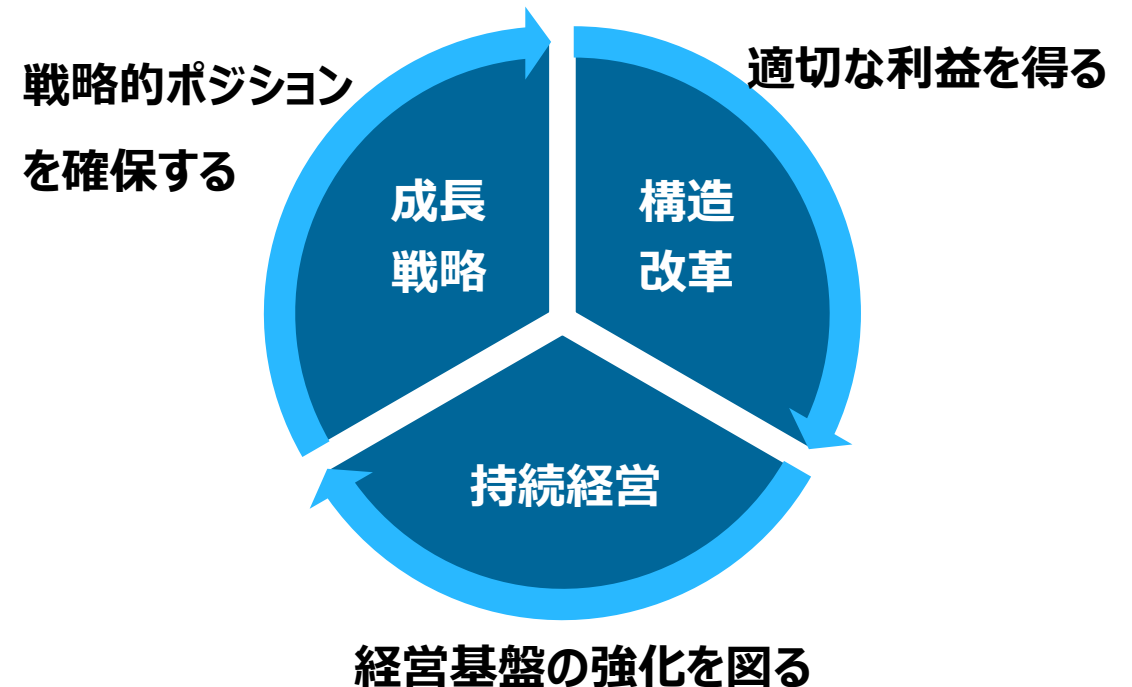
製法へのこだわり

心

つくり手の思い

### 基本方針

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



# 中期経営計画の枠組みと2023年度の結果

## □ 2023年度 各経営課題を着実に履行

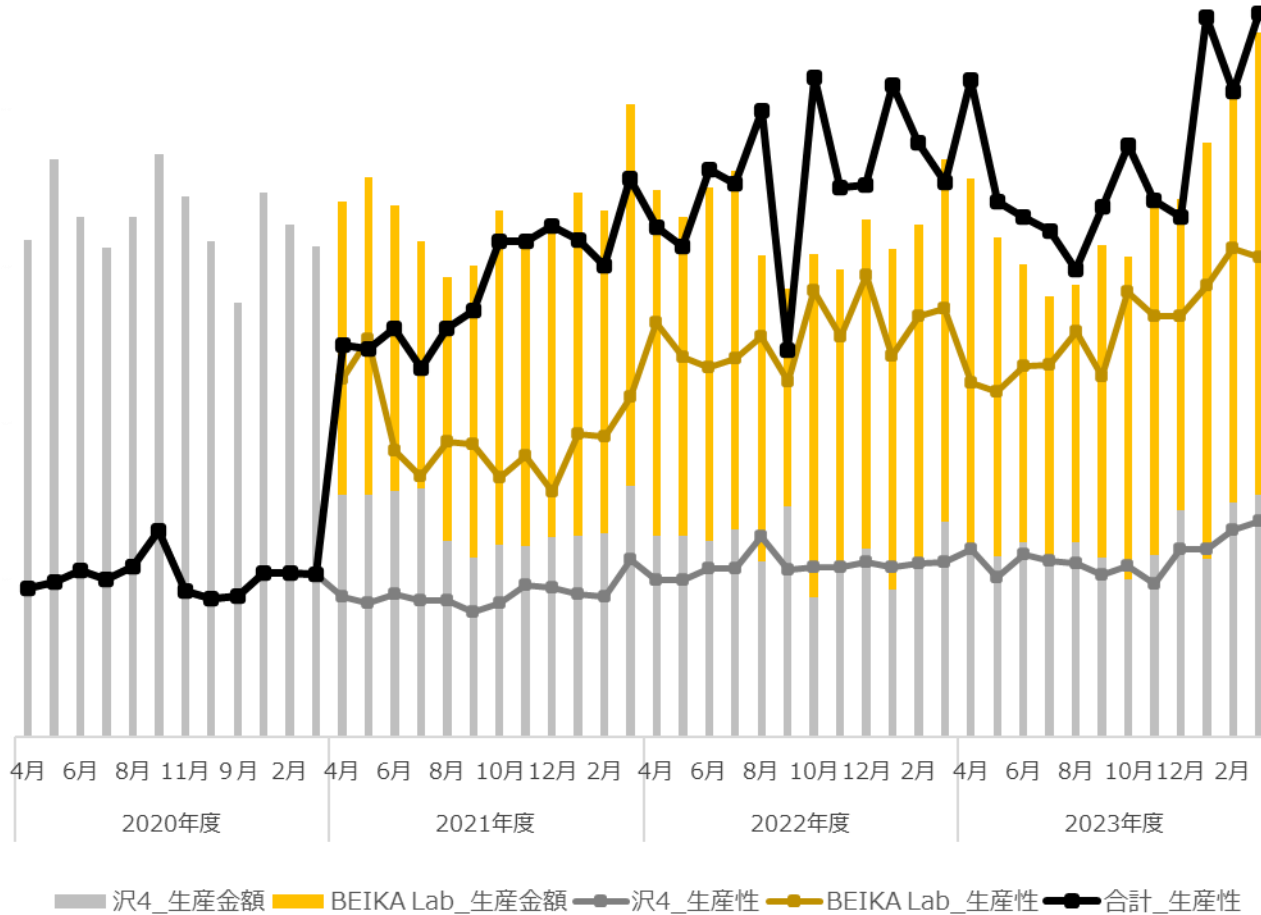
成長戦略	既存主力ブランドの収益性強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 主力商品の棚露出の拡大／売上増</li> <li>▶ 製販集約による収益性強化（生産技術の高さ／機動性を活かして）</li> </ul>	<p>主力Top6+2の拡売</p> <p>価格改定/賞味期限延長 自動化による生産性向上</p>
	新機軸商品の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 商品競争力(製造力／開発力)の強化： 「BEIKA Lab」の活用による新機軸商品の強化</li> </ul>	<p>新機軸商品「RISOUNO！」 「おコメのメグミ」他</p>
	「岩塚」ブランドの再定義	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 認知とロイヤルティ向上</li> </ul>	<p>ソーシャルコミュニケーション室の取組み強化 自然栽培米の継続</p>
	グループシナジーの発揮	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 子会社(EC等)や旺旺集団の商流活用</li> </ul>	
構造改革	生産性の追求	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 製造原価の低減</li> <li>▶ 安全安心体制の整備強化</li> <li>▶ DXへの挑戦</li> </ul>	<p>機械化による自動化ライン 全工場 ISO14001体制の維持向上 工場内トレースシステムの構築・運用</p>
持続経営	基盤強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 経営人財の育成</li> <li>▶ マネジメント体制の再構築</li> <li>▶ ESGの取り組み強化</li> </ul>	<p>社内研修制度の拡充・人事制度の刷新 業務執行の効率化を図る組織改革 サステナブル推進準備室新設</p>

# BEIKA Labによる成長戦略

## □ 2025年から飛躍フェーズに移行 今後の当社を製造・開発で牽引



### □ もち生地生産金額および生産性推移



### □ 新機軸商品開発

- #### 1 新感覚BEIKA/本格米菓
- #### 2 グミのようなもちもち食感
- #### 3 輸出・土産商品・試作品他

生産性=延べ人数/生産金額

# SC室による認知向上

## □ 「お米となかよし」 プロモーションによる認知度拡大

- ✓ お客様との接点を拡大し、岩塚製菓の価値を発信

・テレビ東京系列  
『日経スペシャル カンブリア宮殿』において  
当社が紹介(2023年2月)

・ほぼ日が運営するコンテンツ  
『ほぼ日の学校』  
『ほぼ日刊イトイ新聞』にて公開中



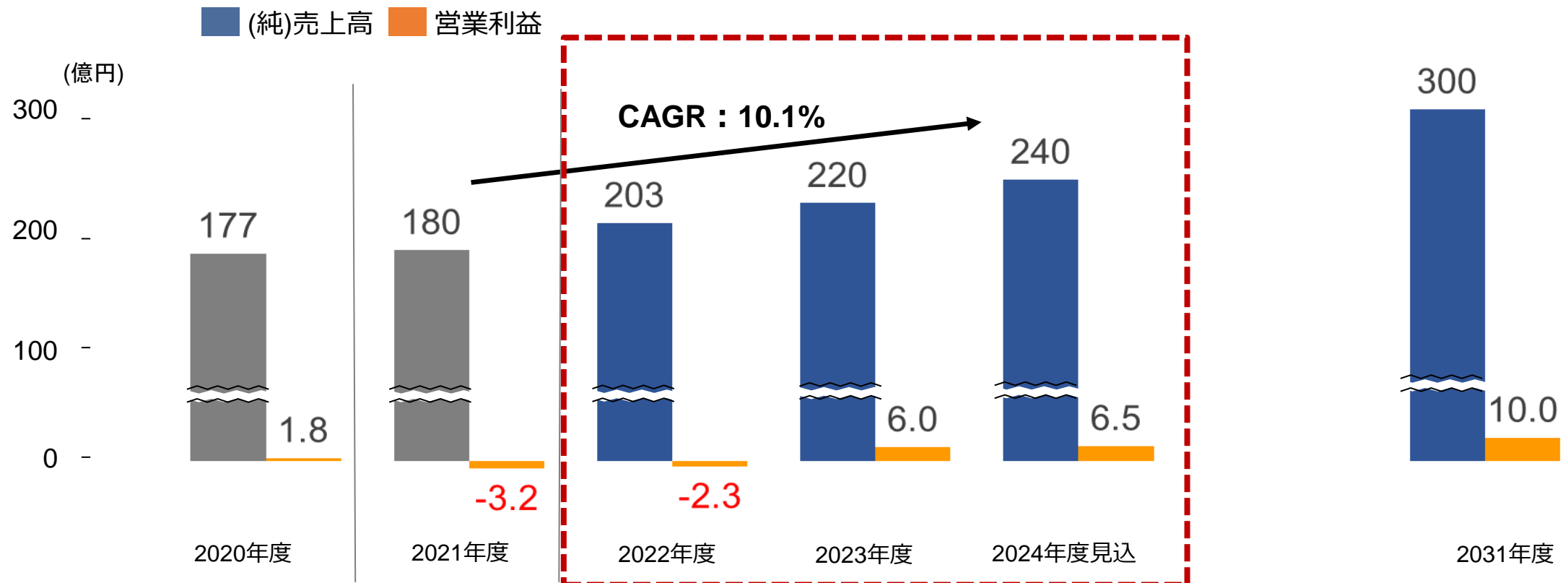
- ✓ 社外PRにおけるメディア誘致



# 中期経営計画/定量

□ 中計最終年度に売上240億円 営業利益6.5億円を目指す。

✓ 22年度は売上計画を1年前倒しで達成したため、23・24年度の計画を上方修正。

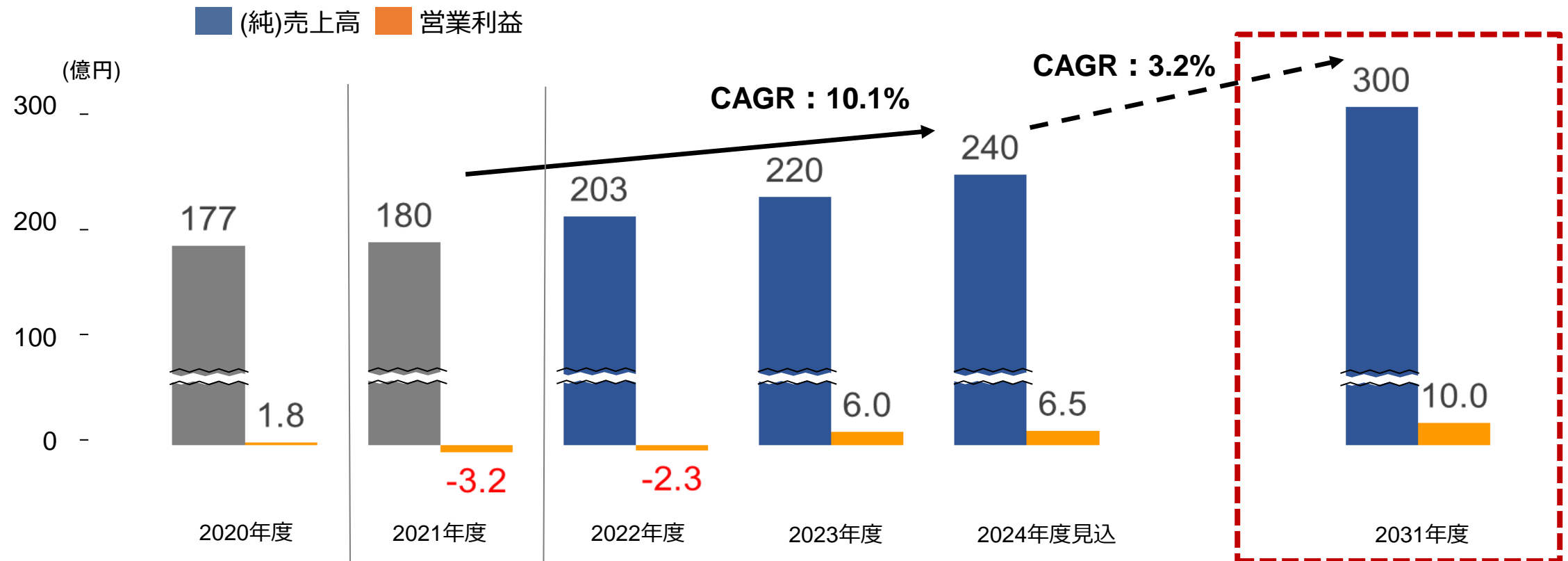


中期経営計画「Create New Iwatsuka Value」

# 中期経営計画/定量

□ 2031年度に売上300億円 営業利益10.0億円規模を目指す。

✓ 今中期経営計画で、事業構造の改革・利益体質化を実現。2025年度以降は、利益面を強化。



中期経営計画「Create New Iwatsuka Value」

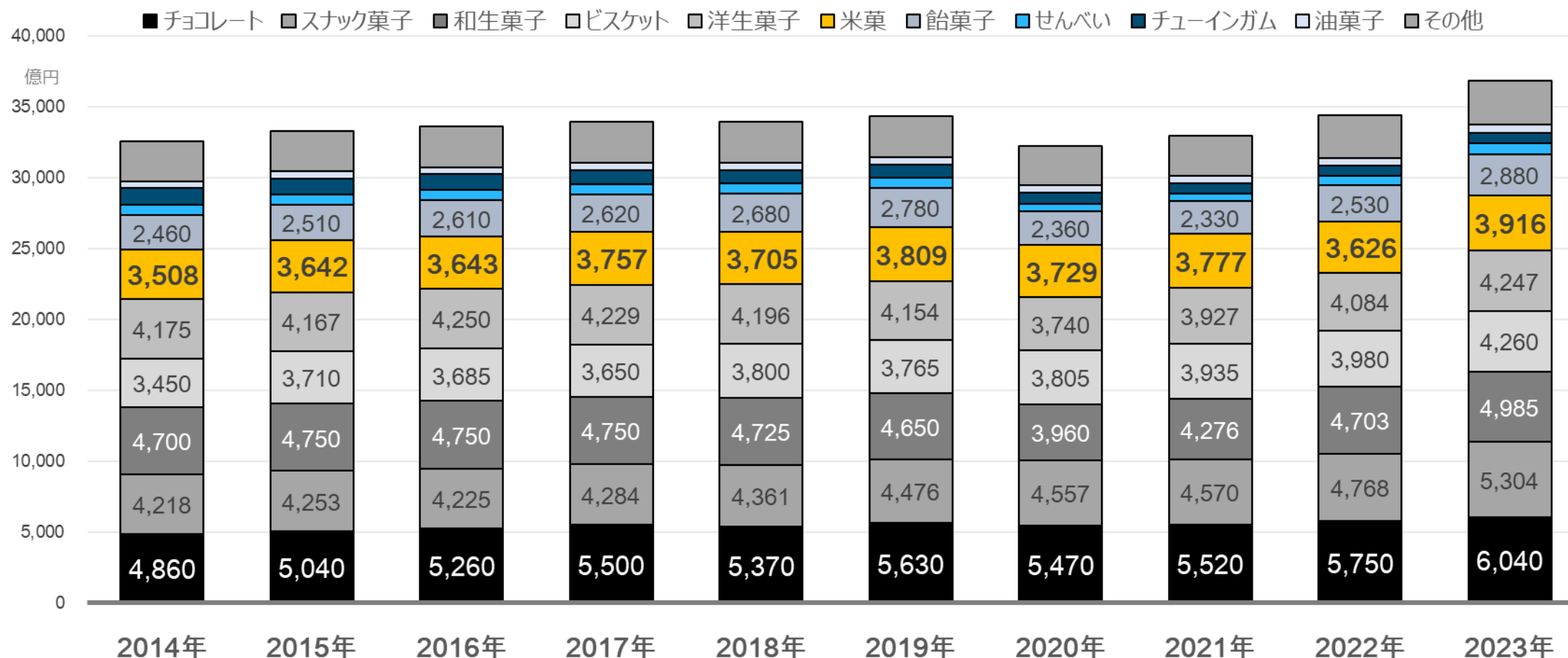
75年以上、お米と対話しながら米菓を作ってきました。  
伝統的な食文化である米菓を、お届けしたいと思っています。

美味しいものを食べると人は笑顔になります。  
世界中に美味しい笑顔を広げていく。  
それが私たちの仕事です。





# 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	2021年	2022年	2023年
米菓	3,508	3,642	3,643	3,757	3,705	3,809	3,729	3,777	3,626	3,916
菓子合計	32,522	33,302	33,609	33,898	33,909	34,298	32,242	32,975	34,361	36,835

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	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	比率	
													せんべい	あられ
1	亀田製菓	新潟	737	748	752	737	746	770	771	770	810	753	-	
2	三幸製菓	新潟	462	481	484	500	533	558	559	580	274	475	65	35
3	岩塚製菓	新潟	198	207	211	216	224	224	221	223	252	296	50	50
4	栗山米菓	新潟	175	178	187	189	218	200	205	205	225	240	85	15
5	もち吉	福岡	194	203	211	214	192	222	218	221	225	235	60	40
6	ぼんち	大阪	93	99	102	102	102	102	104	106	115	113	70	30
7	天乃屋	東京	69	69	69	69	98	72	76	78	82	96	99	1
8	アジカル	新潟	-	-	-	70	70	67	67	50	59	74	-	
9	越後製菓	新潟	51	51	55	57	64	61	63	65	68	70	25	75
10	丸彦製菓	栃木	50	50	51	51	52	-	52	52	55	58	30	70
11	マस्या	三重	45	48	51	52	52	51	52	50	55	57	85	15
11	阿部幸製菓	新潟	42	43	44	46	47	48	48	47	48	56	0	100
13	金吾堂製菓	東京	40	40	42	41	41	41	43	42	43	47	100	0
14	とよす	大阪	39	36	35	36	36	31	-	30	32	43	-	
15	三州製菓	埼玉	25	25	27	27	26	26	23	26	34	40	100	0
<b>米菓生産金額（全日本菓子協会）</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>	<b>2,832</b>	<b>2,720</b>	<b>2,937</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

新会計基準は適用せず 亀田製菓は食品事業除く 三幸製菓・越後製菓・マस्या・阿部幸製菓は米菓のみ

# 参考資料 商品紹介 -1-

## Top6 ブランド

当社主力のブランドでございます。



・9枚 岩塚の黒豆せんべい



・28枚 味しらべ



・8本 田舎のおかき  
・8本 田舎のおかき



・8本 田舎のおかき 塩味  
・8本 田舎のおかき ざらめ味



・80g THEひとつまみ えび黒胡椒



・80g THEひとつまみ えびカリ



・10枚 大袖振豆もち



・45g ふわっと  
やわらかえび味

## +2ブランド

主力のTop6ブランドと  
戦略ブランドの+2を  
合わせて  
「Top6+2」と  
呼称しています。



・19枚 きなこ餅



・10枚 新潟ぬれせんべい



・152g 新潟ぬれおかき

# 参考資料 商品紹介 -2-

## ベビーせんべい

アレルギー28品目・香料 不使用



・12枚 岩塚のお子様せんべい



・43g がんばれ！野菜家族



・43g がんばれ！小魚家族

## 2024年秋冬新商品

### ◆ 健康軸商品


・「美味しく気軽に楽しめる」をコンセプトに  
素材・機能性・食感を重視







・白ごまと大豆のほろほろせんべい ・しらすとアーモンドのサクサクせんべい ・もち麦とオーツ麦のごませんべい

# 公式SNSのご紹介・免責事項

公式SNS



		Instagram		TikTok
Facebook		@iwatsukaseika		
X (旧Twitter)		@iwatsukaRG		
Instagram		@iwatsukaseika		
TikTok		@iwatsukaseika_official		



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 経営管理部 TEL : 0258-92-4111

本資料は、2024年度3月期の第1四半期業績および2022年3月期から2024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もあることをご了承下さい。