

新潟県上場企業IRフォーラム 2023



2023年9月14日

代表取締役社長COO 榎 大介



証券コード：2221

目次

1. 岩塚製菓グループの考え方

2. 岩塚製菓 会社概要

3. 中期経営計画

『新しい岩塚価値の創造 Create New Iwatsuka Value』

目次

1. 岩塚製菓グループの考え方

2. 岩塚製菓 会社概要

3. 中期経営計画

『新しい岩塚価値の創造 Create New Iwatsuka Value』

新代表取締役社長COO 榎 大介



榎 大介

1979年8月14日生

現在44歳

家族：妻・息子・娘

趣味：テニス・ランニング

略歴

2006年 5月 当社入社

2013年 6月 取締役経営企画室長

2015年 2月 取締役経営企画本部長

2016年 4月 常務取締役製造本部長

2021年 1月 常務取締役経営管理本部長

2021年 7月 専務取締役経営管理本部長

2023年 6月 代表取締役社長COO

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

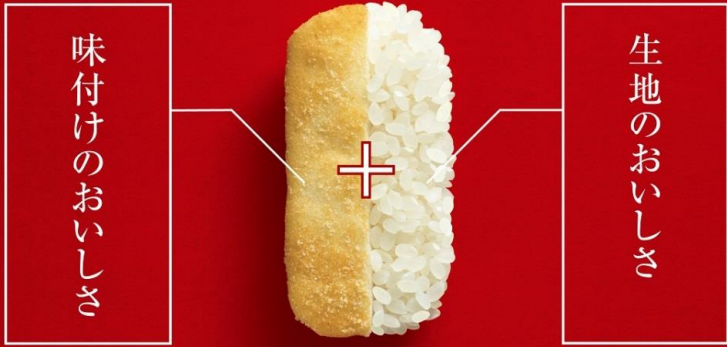
「岩塚農産加工場」創業

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、その生地に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



創業時の従業員

日本のお米 使用のこだわり

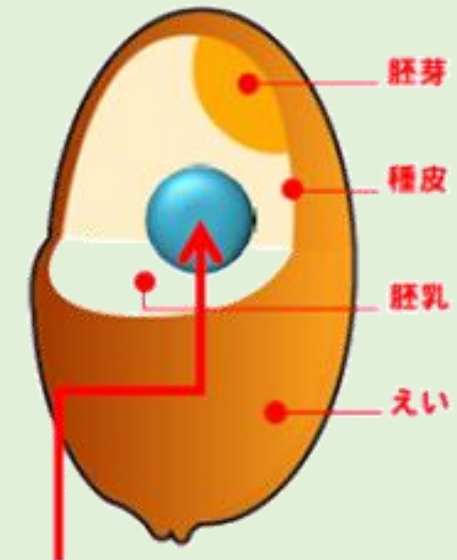
□ 生地のおいしさ と お米の風味

「生地のおいしさ」にこだわり、原料である「お米のおいしさ」を追求してまいります。

輸入米は白米または粉で輸入されるため風味が少ない。

輸入米粉は長期間空気に晒されているので風味が落ちます。※ 輸入手続き2~3ヶ月

お米の構造



中心部が一番美味しい

◆ 当社は「日本のお米100%」を自社製粉後、加工しています。

米菓業界 と 日本のお米100%企業

□ 米菓企業売上上位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)	代表商品
1	亀田製菓	新潟	810	亀田の柿の種
2	三幸製菓	新潟	274	雪の宿サラダ
3	岩塚製菓	新潟	252	岩塚の黒豆せんべい
4	栗山米菓	新潟	225	ばかうけアソート
5	ぼんち	大阪	115	4パック ピーナッツあげ
6	天乃屋	東京	82	歌舞伎揚
7	越後製菓	新潟	68	ふんわり名人きなこ餅
8	アジカル	新潟	59	1枚ハッピーターン
9	丸彦製菓	栃木	55	味の樂園
10	マスヤ	三重	55	おにぎりせんべい

目次

1. 岩塚製菓グループの考え方

2. 岩塚製菓 会社概要

3. 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 203億86百万円 単体 192億66百万円

経常利益

連結 54億54百万円 単体 53億74百万円(2023年3月度)

従業員

連結 905名 単体 822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] 10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)



おせんべい
おかきの通信販売
新潟味のれん本舗

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)



田辺菓子舗

旺旺・ジャパン(株)

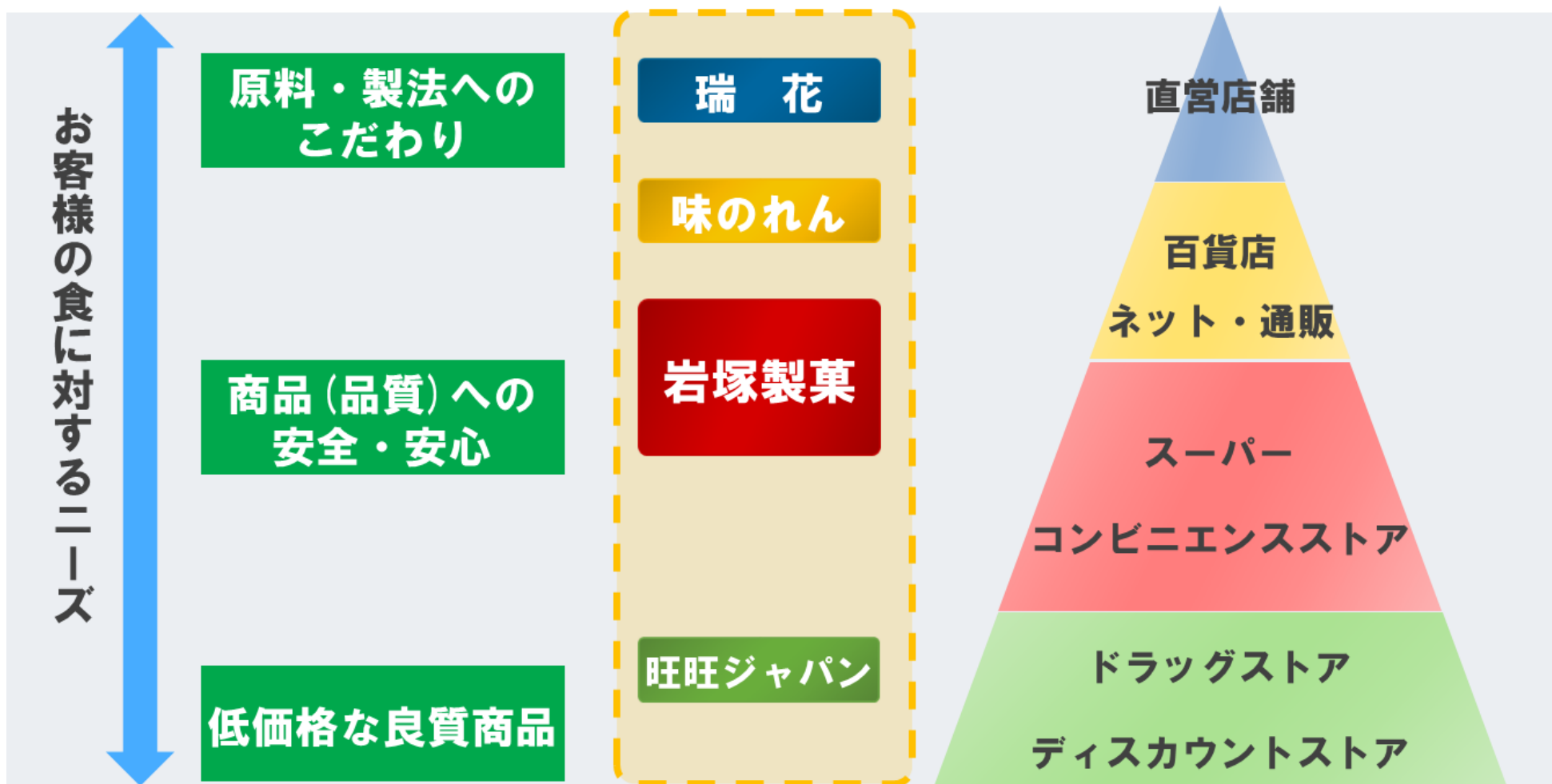
(旺旺グループ総代理店)



旺旺・ジャパン(株)

グループ各社で市場対応

□ お客様ニーズ・市場変化にグループ会社で迅速に対応する。



当社主力ブランド

Top6 ブランド

※ Top6ブランド代表商品を記載



・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



・80g THEひとつまみ
えび黒胡椒



・10枚 大袖振豆もち



・45g ふわっと
やわらかえび味

ベビーせんべい



16枚 お子様せんべい



51g がんばれ! 野菜家族

その他主力商品一部



・19枚 きなこ餅



・10枚 新潟ぬれせんべい



・80g バンザイ山椒

旺旺集團（グループ）の推移



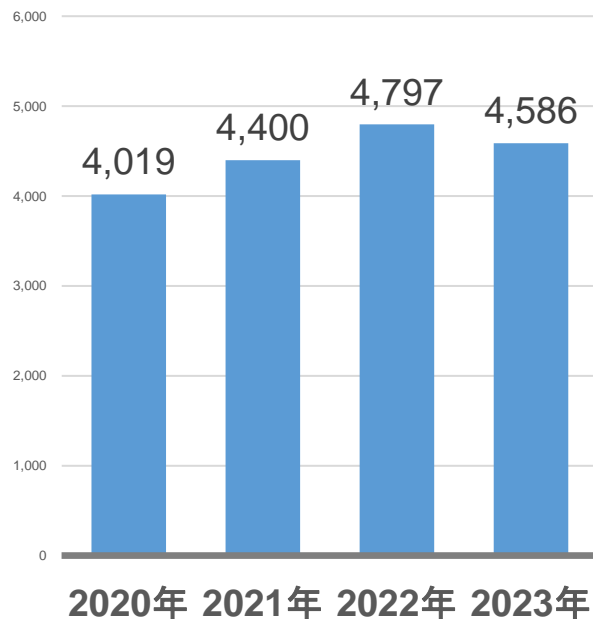
□ 1962年に創業、1983年当社と技術提携を契約

□ 旺旺集團(グループ)は、現在 世界61カ国・年商4,600億円規模(2023/3月期)

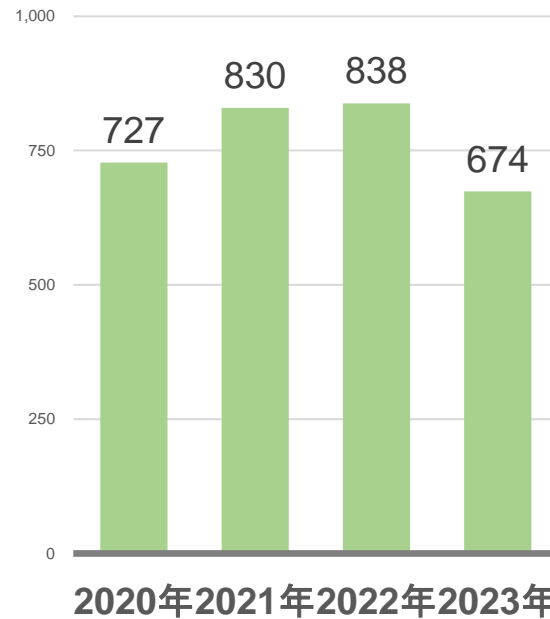
□ 旺旺集團 直近売上・純利益

直近4年の売上年平均成長率は、4.5%

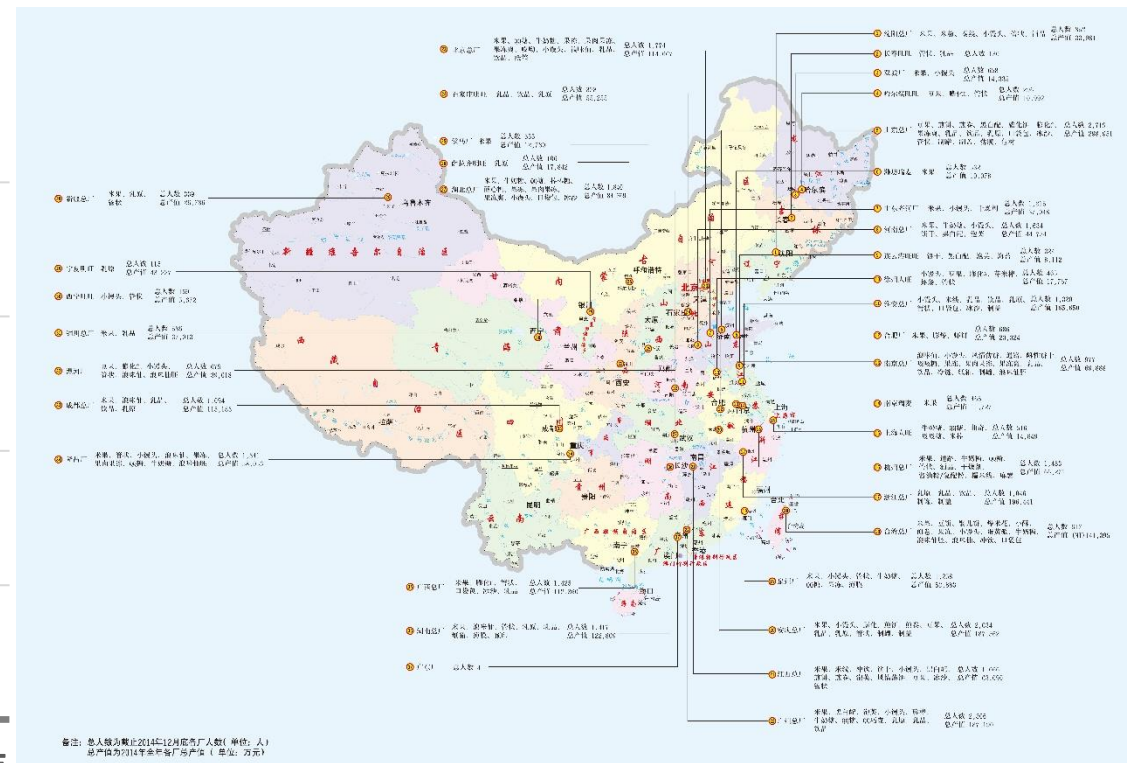
□ 売上推移(億円)



□ 純利益推移(億円)



□ 中国全土に、38ヶ所の工場



旺旺集團との協働



□ 今までの“縁“を更に活かして、市場の開拓と深耕を図る。

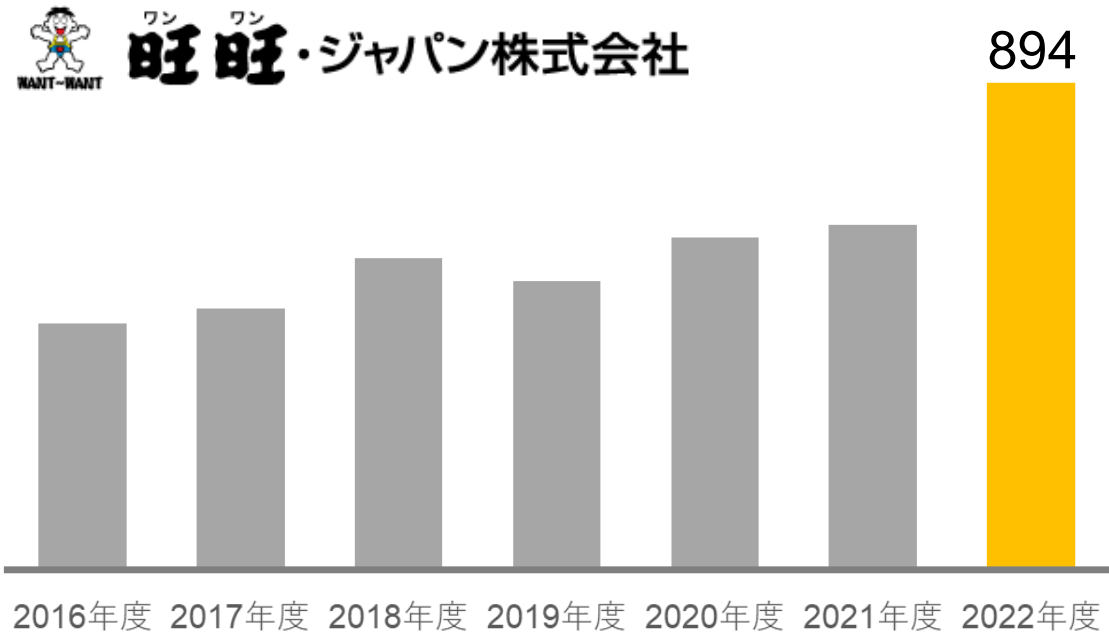
- ✓ ベトナム工場：本格操業開始。当社から技師を派遣しアジア市場の開拓を図る。
- ✓ 旺旺ジャパン：取り扱い商品カテゴリーを拡大。前期売上前年比141.6%。



□ 旺旺ジャパン売上推移(百万円)



グミ、パイナップルケーキ



米菓からBEIKA 米菓を世界に

□ コロナ禍 停止していた「BEIKA 輸出」を再開。

✓ アメリカ向け：9月から再開。今期2,000万円目標。3年後に1億円を目指す。



- ・アメリカ向けに、グルテンフリー・ビーガンを訴求した商品を中心に開発を進めました。
- ・「五円玉(ご縁・日本の象徴的なデザイン)」をモチーフにしたブランドロゴと華やかなレインボーカラーでパッケージデザインを演出しました。

商品名「BEIKA」 想定売価：6~8ドル程度 賞味期限1年

輸出：2023年9月～



BEIKA専用webサイト

beikamochi.com



SDGs 持続可能な開発目標

□ 環境に配慮した、生産・販売・配送を実施



□ 生産：使用水の削減

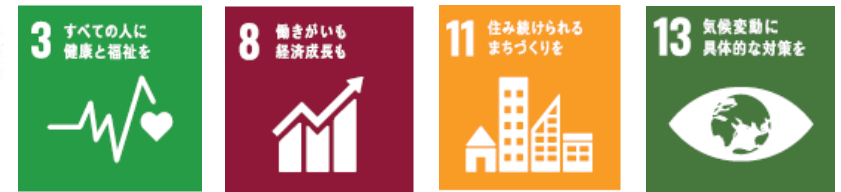


最新型 研米機

米菓の製造工程で
必要な洗米工程(米を洗う)

大量の水を使用していましたが、
洗米から研米に切り換え

使用水の、250t/月 削減と、
餅生地品質向上を
実現しました。



□ 配送：CO₂排出量の削減

・鉄道輸送の推進、2024年問題への対応
(11月 エコレールマーク取組企業認定)



JR貨物 お菓子列車

CO₂排出量が
トラックの約1/10と、
地球環境に優しい鉄道輸送

2022/5/6-7
新潟県下お菓子メーカー
4社による共同配送を実施

SDGs 持続可能な開発目標

□ 環境に対する取組み

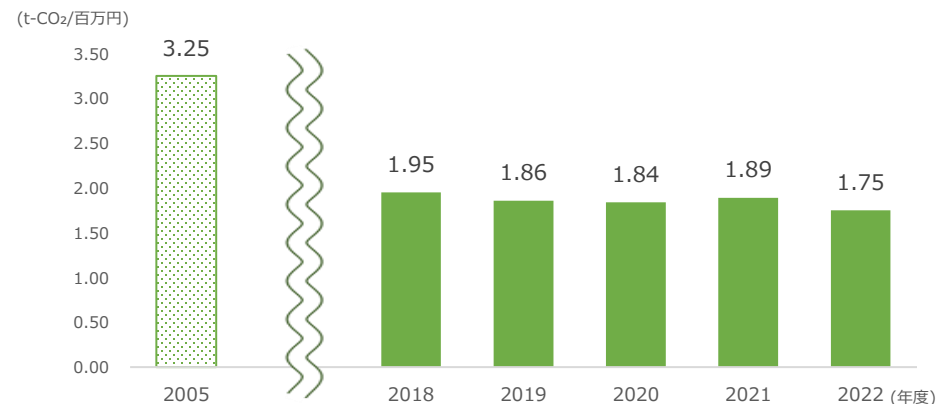
□ 気候変動に対する取組み



環境特性に優れたエネルギー転換、
物流におけるエネルギー対策などの実施による
CO₂排出量の削減を推進



▶ CO₂の排出量推移 (生産金額あたり)



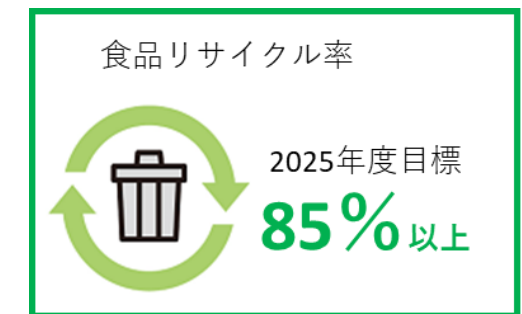
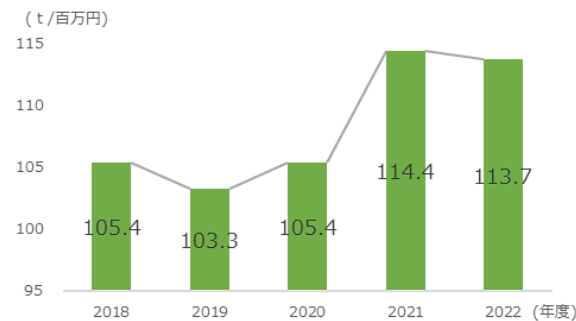
□ 廃棄物の削減



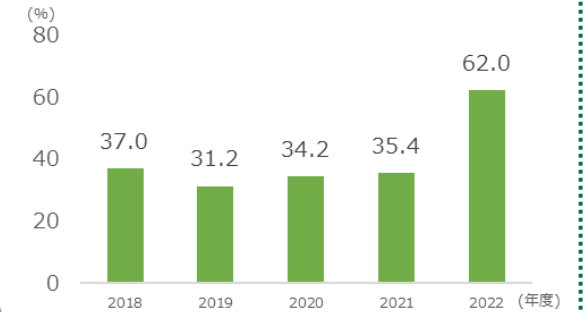
プラスチック使用量の削減
食品廃棄物・最終廃棄物の削減



▶ プラスチック使用量推移 (生産金額あたり)



▶ 食品リサイクル率推移



SDGs 持続可能な開発目標

□ 人的資本に関する取組み

□ ダイバーシティ&インクルージョンの取組み

持続的な成長のため、経験・技能・属性等の多様な人材の採用・育成を行うものとし、従業員が性別、中途入社、年齢、国籍等を問わず高い意識で活躍できる環境づくりを行っています。

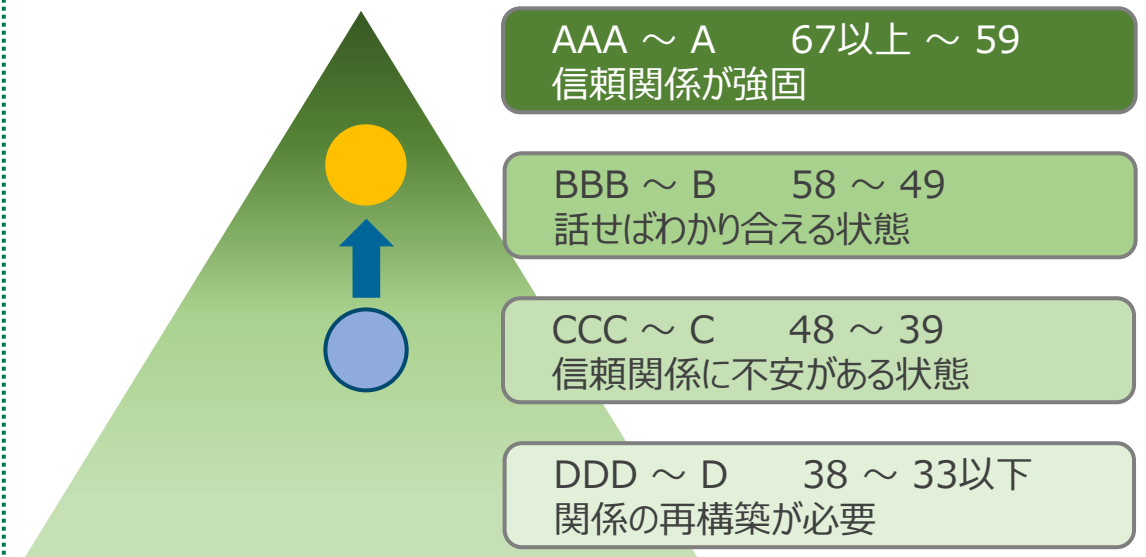


主な取組み

- ▷ 障がい者雇用:2.81%
2020年以降、法定雇用率を上回っています。
- ▷ ワーキングマザー比率:34.9%
30%以上を維持(当社として適正と考える比率)
- ▷ 育児休業等に関する制度の利用率:67.0%
60%以上を維持(当社として適正と考える比率)

□ 従業員エンゲージメント向上の取組み

2023年6月 全従業員を対象に「従業員のモチベーションに関する調査」を実施。
結果は、CC 43.0
2025年度にBBBまでの向上を目指す。



今後:部署別に問題点(弱み)を把握。改善に務める。

Link and Motivation Group社による調査

長岡バイオコミュニティ N.CYCLE

□ お米のとぎ汁から、堆肥作り！ 持続可能な農業への取組み

□ 2021年 内閣府により長岡市が「長岡バイオコミュニティ」と選定される。

※地域バイオコミュニティ 他は、北海道・鶴岡・福岡

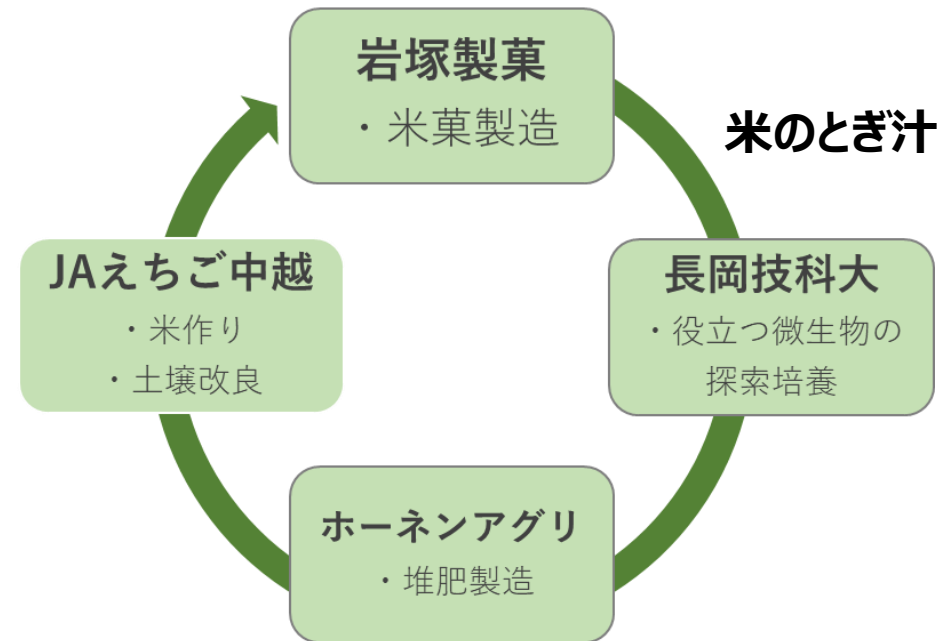


【長岡バイオコミュニティ概要】

コメや未利用バイオ資源のバリューチェーンを構築し、既存のバイオ産業とものづくり産業の融合による新産業の創出を図り、地域資源環境の促進・高度化を通じた循環型社会を実現。

□ 長岡技科大・ホーネンアグリ（肥料メーカー）・JAえちご中越との連携 N.CYCLEプロジェクトに参画中。

□ N.CYCLEプロジェクトが目指す循環



顧客接点の拡大

□ 「お米となかよし」 プロモーションによる認知度拡大

- ✓ 新設広報部 「ソーシャルコミュニケーション室」

お客様との接点を拡大し、岩塚製菓の価値を発信する。

- ✓ TikTok

新しいユーザーとの接点を増やし、岩塚製菓の個性を届ける。



iwatsukaseika_official
岩塚製菓【公式】

フォローする

TikTok動画は、
定期的に更新します。



目次

1. 岩塚製菓グループの考え方

2. 岩塚製菓 会社概要

3. 中期経営計画

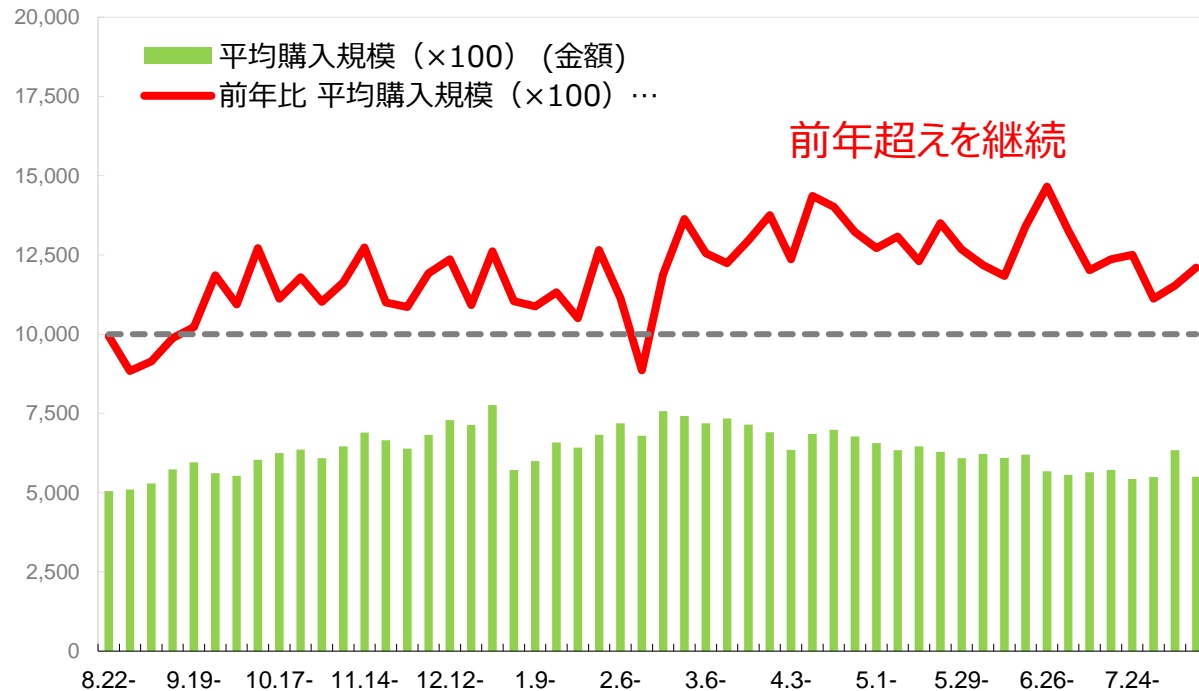
『新しい岩塚価値の創造 Create New Iwatsuka Value』

2023年度 米菓市場展望

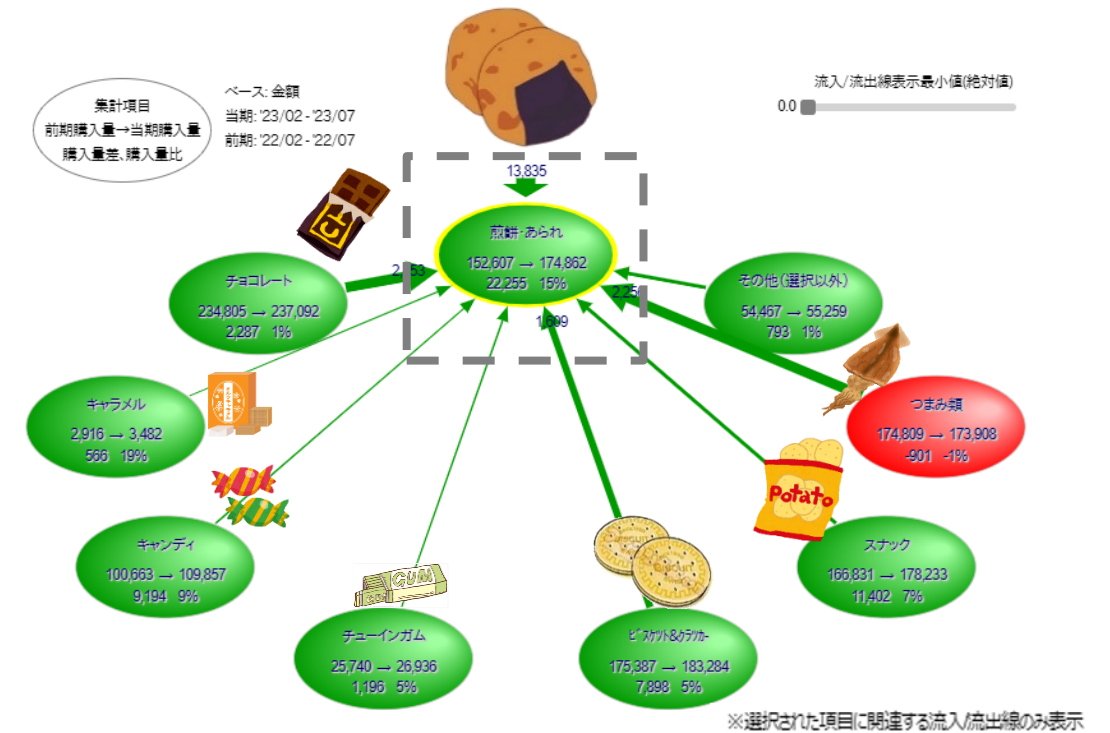
□ 米菓市場は堅調に推移。他菓子の代替需要も拡大。

- ✓ 米菓市場は、2022年9月から好調を継続。2023年は、各社新商品販売、販促活動を再開。
- ✓ 他菓子の代替としての「米菓需要」が拡大。全ての菓子カテゴリーから米菓に流入。

□ 米菓 購入金額・前年比



□ 菓子 カテゴリー間購入量変化(直近6ヶ月)



2023年度取り組み 欠品ゼロを目指してSC構築

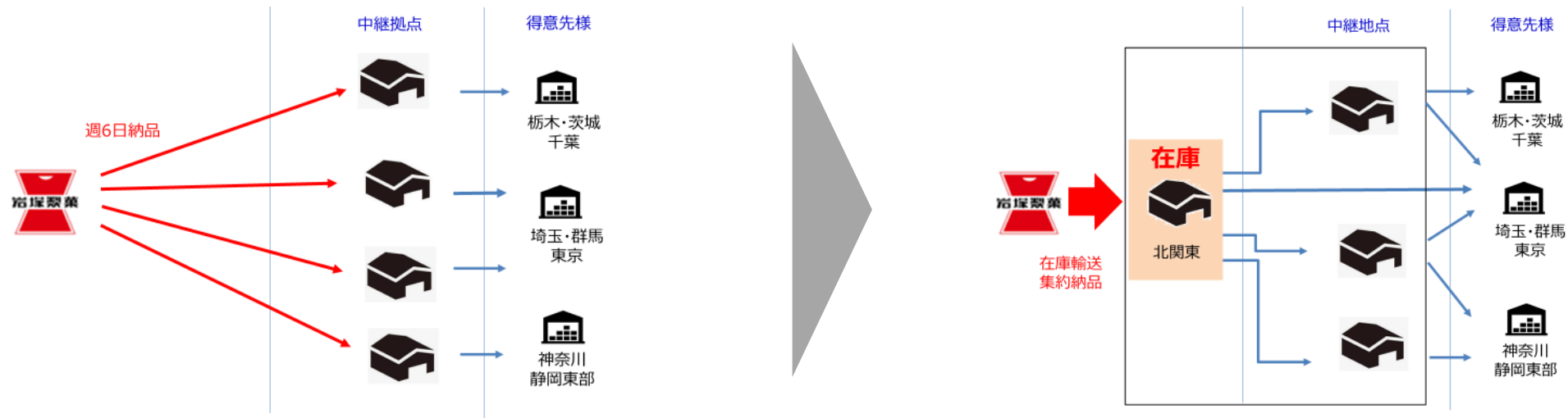
□ 関東にDC拠点を設置。欠品防止とBCP対策を実施。

- ✓ 消費地に近い地域に、DCを設置(現在、北海道・岡山・福岡に設置中)。

在庫型拠点として、関東の一部得意先様から開始。積載効率の改善と諸問題に対応。

- ✓ 将来的には、関東全域を網羅、関西にも拠点を拡大し、全国配送網を構築する。
- ✓ 社内出荷ルールの変更(2024年問題への対応)。基準在庫の見直し。

□ 関東のDC経由で納品を実施。



2023年度 見込み

□ 売上高 218億円 営業利益2.5億円

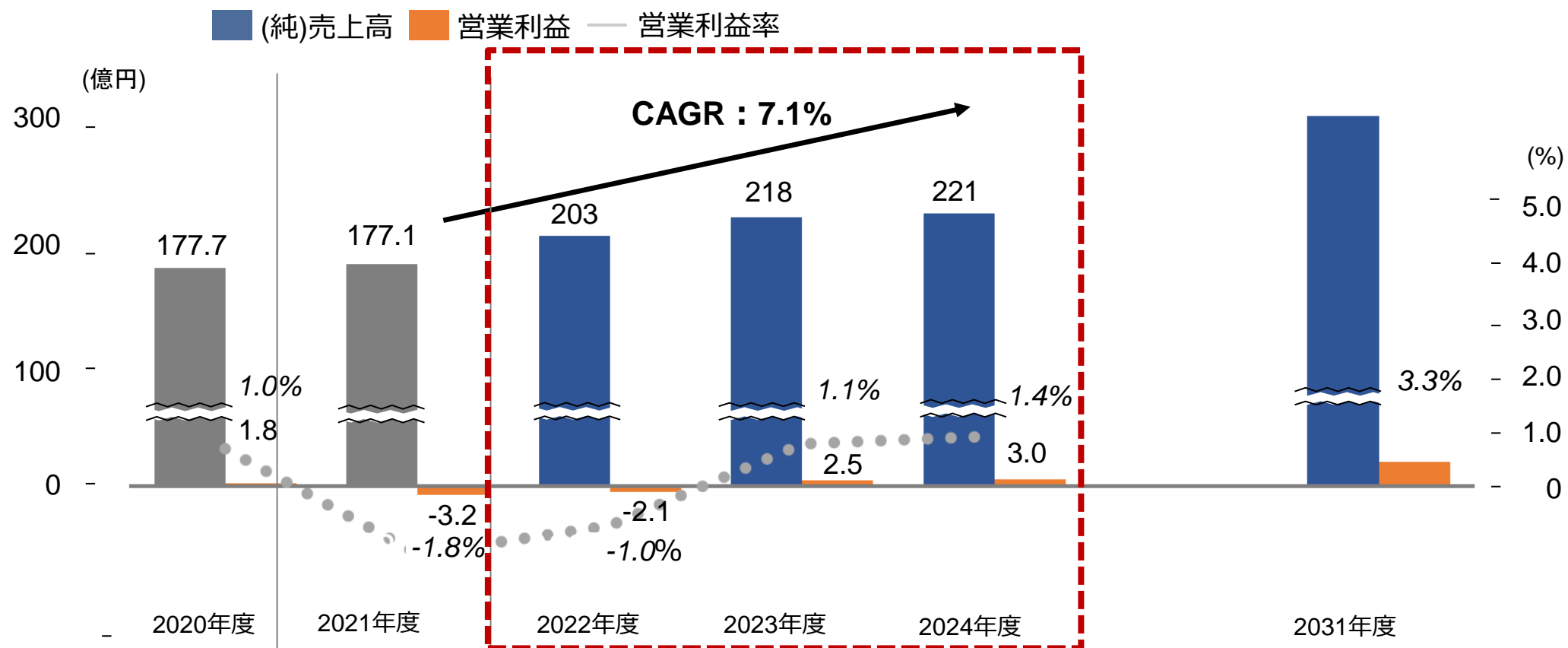
(百万円)	2023年度 見込み
売上高	21,800
営業利益	250
経常利益	2,000
設備投資額	1,300
EBITDA	1,600

(百万円)	2023年度 見込み
当期純利益	1,400
1株当たり 当期純利益 (円)	249.81
1株当たり配当金 (円)	39.0
配当性向 (%)	15.6
ROE (%)	2.3

中期計画／定量

□ 中計最終年度に売上221億円 営業利益3億円を目指す。

✓ 初年度売上大幅達成により、計画を見直し。**CAGR:7.1%**に上方修正。



中期経営計画「Create New Iwatsuka Value」

中期計画／BEIKA Labによる成長戦略

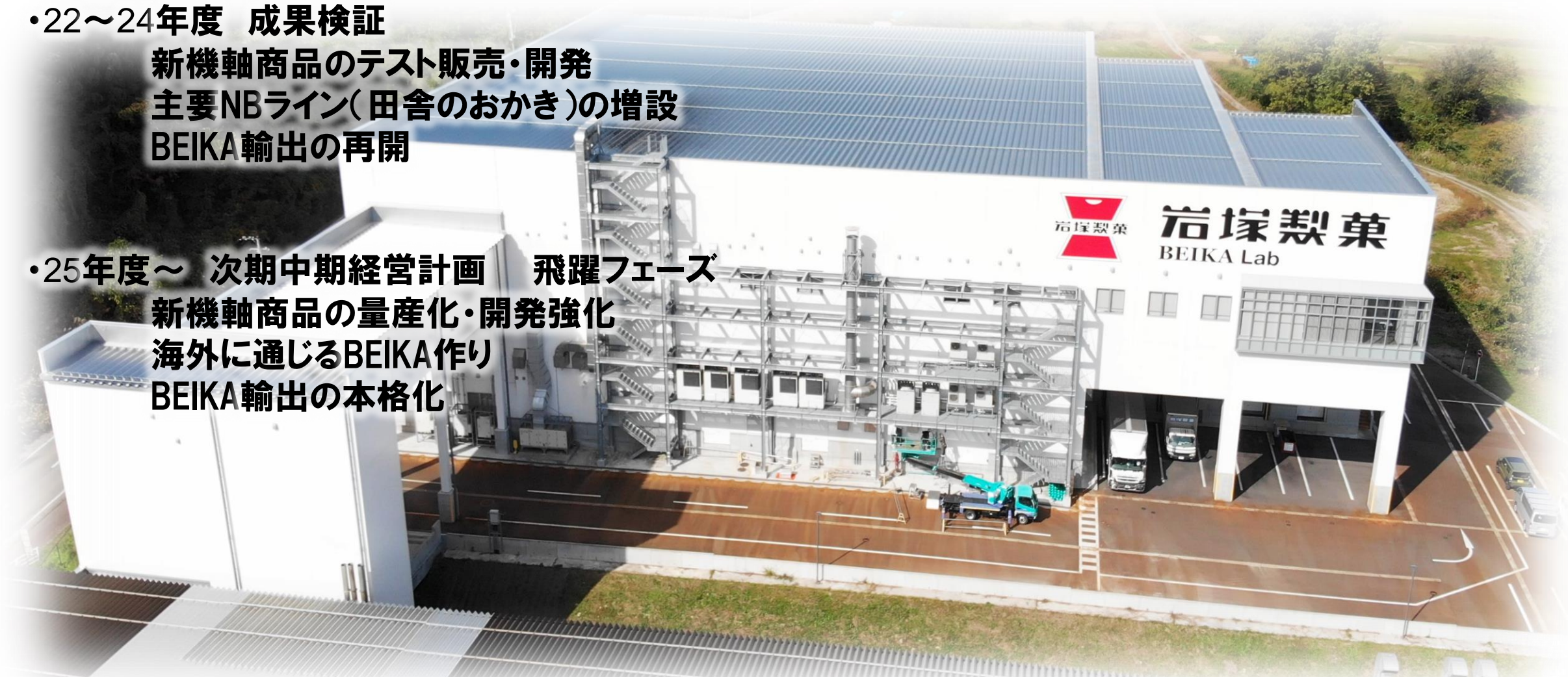
□ 2025年から飛躍フェーズに移行 今後の当社を製造・開発で牽引

・22～24年度 成果検証

新機軸商品のテスト販売・開発
主要NBライン(田舎のおかき)の増設
BEIKA輸出の再開

・25年度～ 次期中期経営計画 飛躍フェーズ

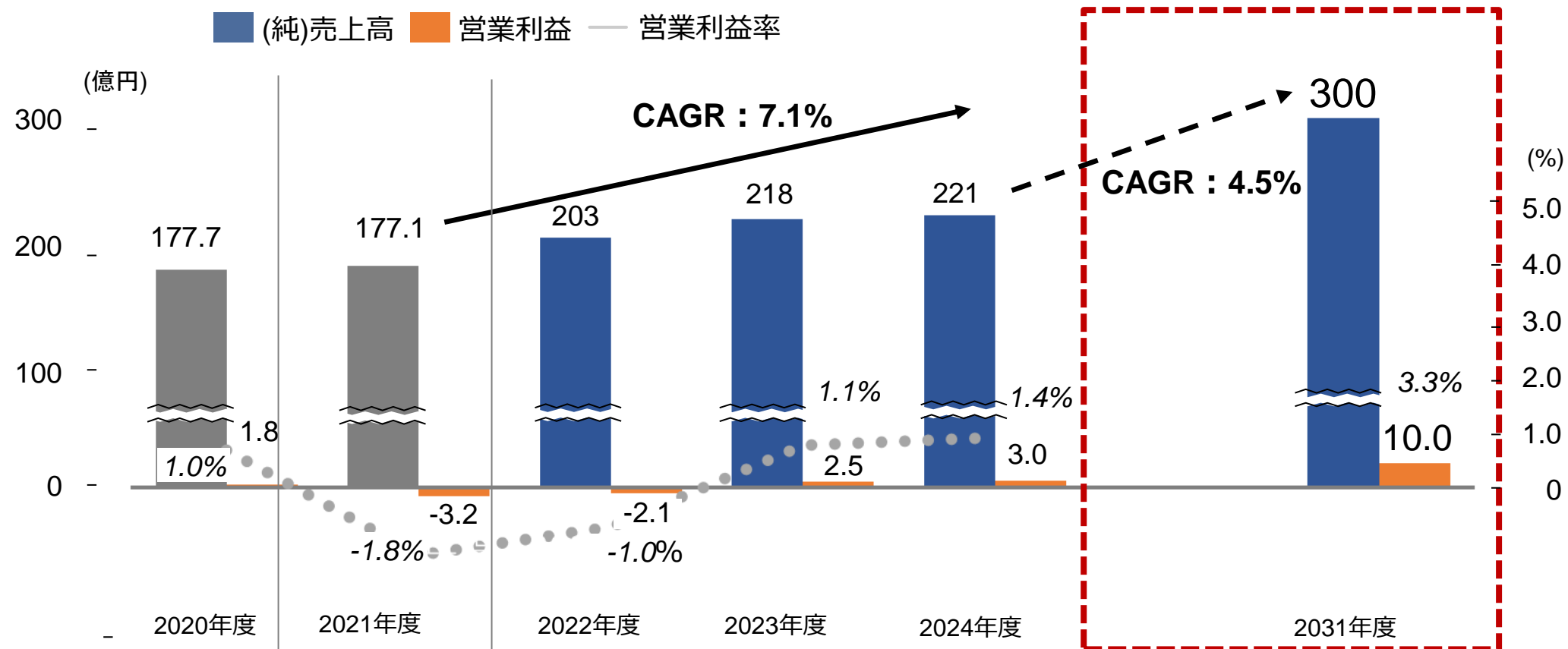
新機軸商品の量産化・開発強化
海外に通じるBEIKA作り
BEIKA輸出の本格化



中期計画／定量

□ 2031年度に売上300億円 営業利益10億円規模を目指す。

✓ 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。



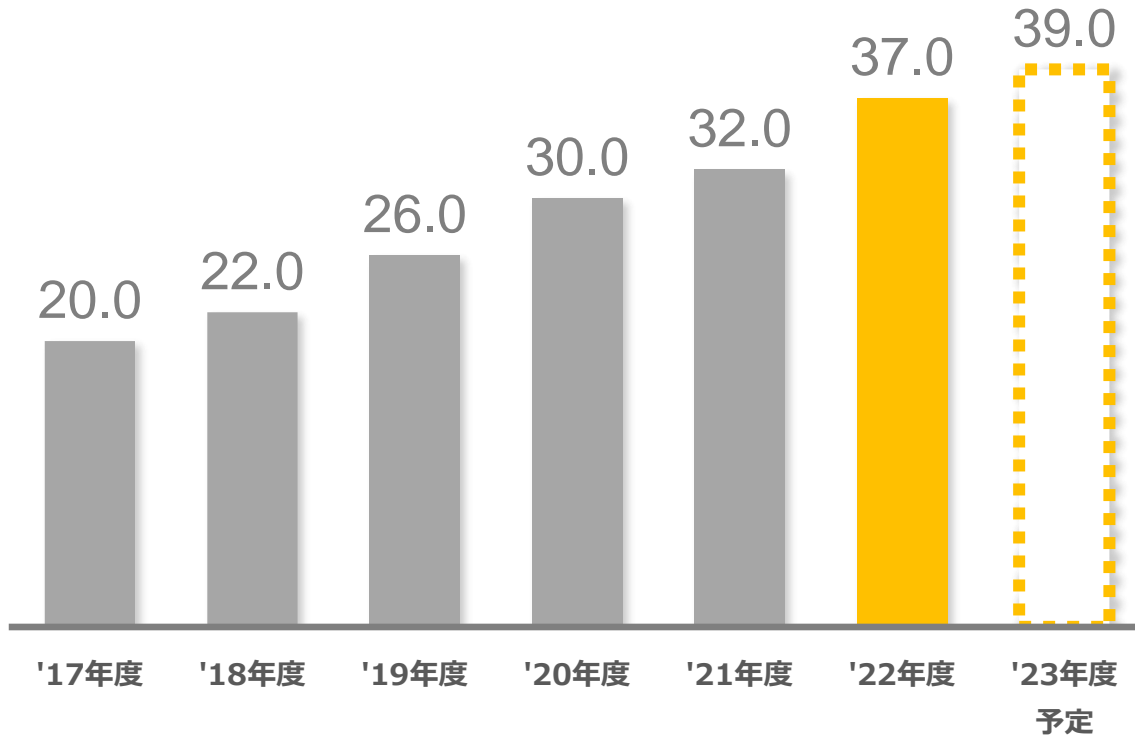
中期経営計画「Create New Iwatsuka Value」

株主還元・株主優待

□ 2023年度配当金 37.0円予定（前期比5円増配） 6期連続の増配を実施

□ 2023年度 2.0円増配の39.0円を予定

□ 一株当たり配当金推移(年間) 円



□ 株主優待



保有株式数

優待内容(年2回)

100株以上

1,000円相当の自社商品

200株以上

2,000円相当の自社商品

500株以上

3,000円相当の自社商品

1,000株以上

5,000円相当の自社商品

※ 3/31日現在の株主名簿に同一の株主番号で連続3回以上記録されている200株主様には、年1回（6月贈答分）1,000円相当を上記に加算して贈呈します。基準日は毎年3/31・9/30 商品画像は参考。

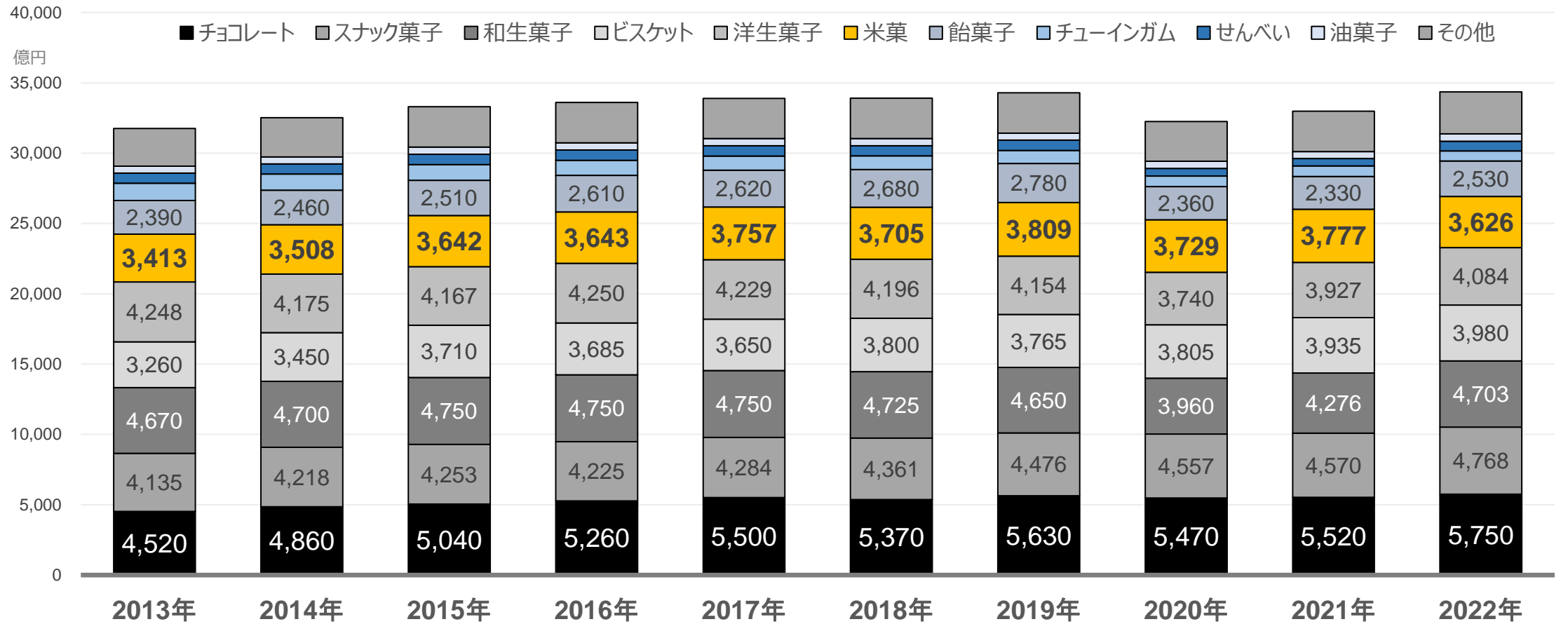
お米となかよし 岩塚製菓

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



	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
米菓	3,413	3,508	3,642	3,643	3,757	3,705	3,809	3,729	3,777	3,626
菓子合計	31,757	32,522	33,302	33,609	33,898	33,909	34,239	32,242	32,975	34,361

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	2021年	2022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	770	810	51	49
2	三幸製菓	新潟	441	462	481	484	500	533	558	559	580	274	65	35
3	岩塚製菓	新潟	193	198	198	207	211	224	224	221	223	252	50	50
4	もち吉	福岡	190	194	203	211	214	218	222	218	221	225	60	40
4	栗山米菓	新潟	162	175	178	187	189	192	200	205	205	225	85	15
6	ほんち	大阪	88	93	99	102	102	102	102	104	106	115	70	30
7	小倉山荘	京都	90	92	93	95	97	98	98	98	98	98	65	35
8	天乃屋	東京	65	69	69	69	69	69	72	76	78	82	95	5
9	越後製菓	新潟	49	51	51	55	57	64	61	63	65	68	25	75
10	アジカル	新潟	-	-	-	-	70	70	67	67	50	59	-	-
11	丸彦製菓	栃木	48	50	50	50	51	52	52	52	52	55	30	70
11	マスヤ	三重	45	45	48	51	52	52	51	52	50	55	85	15
13	阿部幸製菓	新潟	40	42	43	44	46	47	48	48	47	48	0	100
14	ブルボン	新潟	59	51	49	48	45	45	45	45	45	45	55	45
15	播磨屋本店	兵庫	44	44	43	43	43	43	43	43	43	43	70	30
米菓生産金額（全日本菓子協会）			2,558	2,629	2,730	2,730	2,816	2,778	2,856	2,796	2,832	2,720		

出典：「食品新聞」米菓メーカーランキングを元に当社推定

亀田製菓は食品事業除く 越後製菓・マスヤ・阿部幸製菓・ブルボンは米菓のみ

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 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



・41g ふわっと 枝豆味

+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



・80g バンザイ山椒

参考資料 商品紹介 -2-

ベビーせんべい

アレルギー28品目・化学調味料・香料 不使用



・16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

2023年 秋冬新商品

賛否両論の料理人「笠原将弘」氏監修の本格感溢れる新商品



・10枚 山椒せん



・10枚 だしせん

ソフトな食感のおせんべいに大人+上品な味わいを加えました。



・116g 鬼ひび うす塩味



・75g 鬼ひび 梅昆布味

じっくりと煎り上げた本格あられ

既存の塩味に加えて梅味が新発売

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



・19枚 きなこ餅



・18枚 バター餅

◆ 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



・155g THE hitotsumami Assortment

◆ イタリア料理と米菓の出会い RISOUNO!

cucina italiana
LA BETTOLA
da Ochiai
銀座「ラ・ベットラ・ダ・オチアイ」落合務シェフ 監修
\リゾーノ!\
RISOUNO!



・40g RISOUNO! カチョエペペ風



・40g RISOUNO! ペペロンチーノ風



・36g RISOUNO! ジェノベーゼ風

公式SNSのご紹介・免責事項

公式SNS



Facebook



X (旧Twitter)



Instagram

@iwatsukaseika

@iwatsukaRG

@iwatsukaseika

TikTok

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、2022年度3月期の業績および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。