

# 2019年度 決算説明資料



「米菓」から「BEIKA」へ

**岩塚製菓株式会社**

2020年5月26日 代表取締役社長 榎 春夫

決算説明会は中止といたしました。

# 決算説明会について

---

5/26に予定しておりました岩塚製菓 2019年度 決算説明会は新型コロナウイルス感染拡大に伴い参加者の皆様及び当社関係者の健康と安全確保を第一に考慮した結果、中止とすることを決定致しました。

決算説明会の資料を当社ホームページで公開させていただきます。

---

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

# 目次

---

1. 岩塚製菓グループの考え方
2. 2019年度 決算報告
3. 中期経営計画『プライド・BEIKA プラン』進捗
4. 2020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

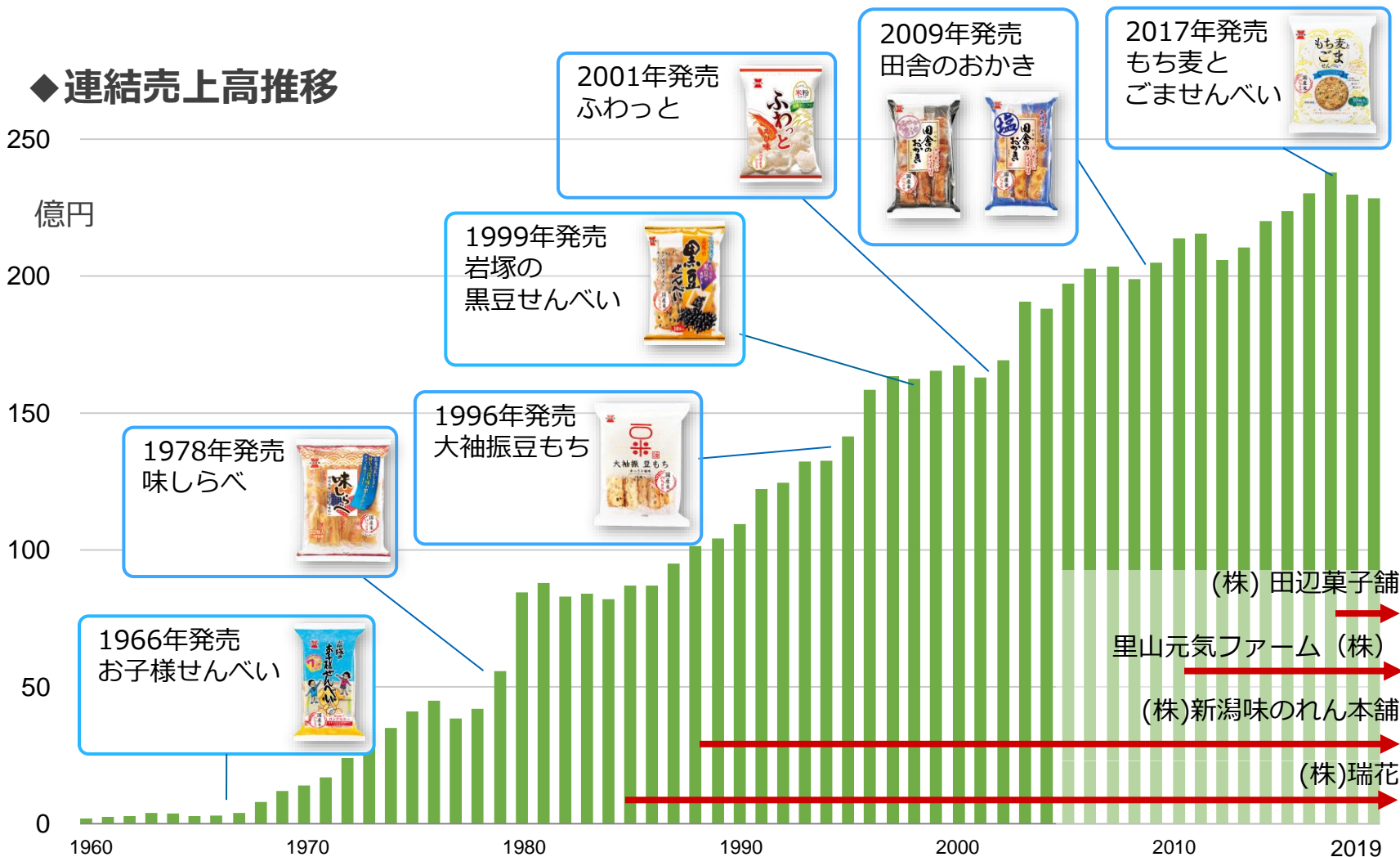


生地  
のおい  
しさ

# 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

### ◆連結売上高推移





# 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	770
2	三幸製菓	新潟	558
3	岩塚製菓	新潟	224
4	栗山米菓	新潟	200
5	ぼんち	大阪	102
6	天乃屋	東京	72
7	越後製菓	新潟	64
8	アジカル	新潟	61
9	丸彦製菓	栃木	52
10	マスヤ	三重	51

# 「岩塚ブランド＝最高品質」の証明

## ◆ 「田舎のおかき」 令和売上No.1

「おかき」カテゴリで 令和 売上No.1



※画像は仮

農業のため 日本のため あしたのために

国産米100%の商品作りで

農業・地域経済に、貢献します。



# 2019年度 決算報告

# 決算ハイライト

(百万円)	2018年度		2019年度		対前年比	
	連結	実績	実績	増減額	増減率	
純売上高		22,977	22,840	△137		△0.6%
売上原価率		63.1%	62.2%	-		△0.9pt
販管費率		36.8%	37.0%	-		+0.2pt
営業利益		8	173	+165		-
営業利益率		0.04%	0.76%	-		+0.72pt
経常利益		1,884	2,553	+669		-
経常利益率		8.2%	11.2%	-		+3.0pt
当期純利益		1,311	1,769	+458		-
当期純利益率		5.7%	7.7%	-		+2.0pt

- ◆商品数、企画の精査等による基盤強化を最優先に努めた結果、売上は微減。
- ◆Top6集中による生産性向上等で売上原価率を削減。販管費率は微増(額は微減)。
- ◆旺旺集団配当金は、円換算で増加。(前期+4億8千万円)

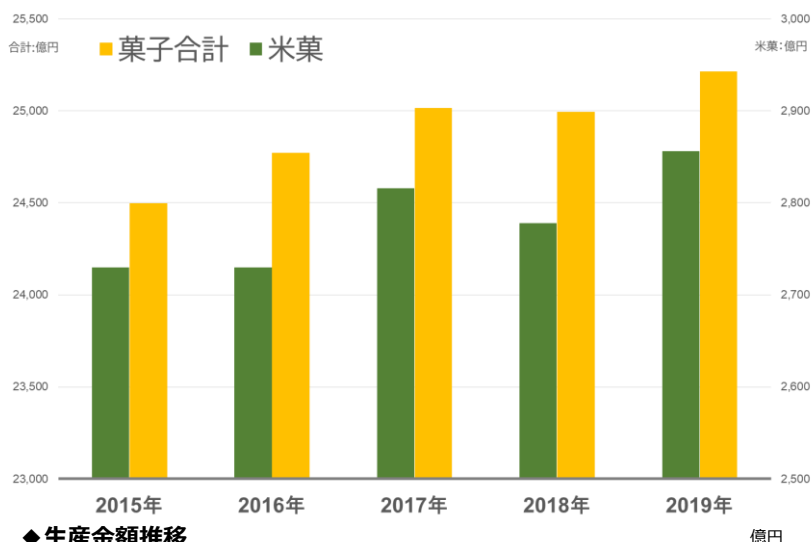
# 2019年 菓子・米菓市場概況

◆菓子市場 生産金額・小売金額 前年超え

◆菓子市場:2.5 兆円                      米菓市場:2,856 億円

◆米菓市場:101.4 % (※)              当社前年比:99.9 %

## ◆菓子合計・米菓生産金額推移



### ◆生産金額推移

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
菓子合計	24,498	24,773	25,016	24,995	25,215
米菓	2,730	2,730	2,816	2,778	2,856

出典 全日本菓子協会 ※各1~12月

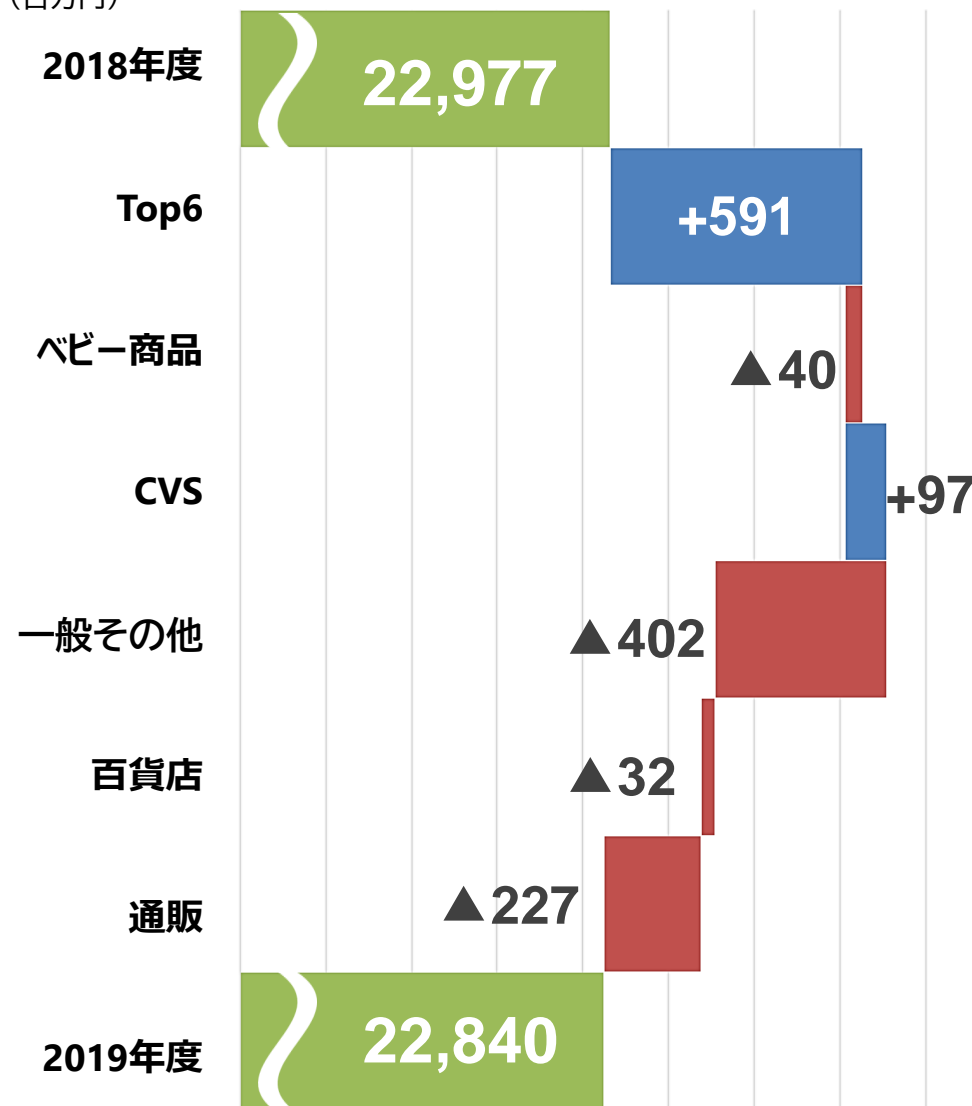
## ◆2019年カテゴリー別生産金額

カテゴリー	生産金額(億円)	構成比
チョコレート	3,980	15.8%
和生菓子	3,812	15.1%
スナック	3,120	12.4%
洋生菓子	3,300	13.1%
<b>米菓</b>	<b>2,856</b>	<b>11.3%</b>
ビスケット	2,615	10.4%
その他	2,024	8.0%
飴菓子	2,020	8.0%
チューインガム	630	2.5%
せんべい	508	2.0%
油菓子	350	1.4%
合計	25,215	100.0%

全日本菓子協会 2019年1~12月

# 2019年度 売上増減要因ブランド別

(百万円)



主な増減要因	
強みに特化した施策で前年105.7%	
ベビーは、微減	
PB(プライベートブランド)が好調	
春夏新商品 配荷苦戦	
直近のコロナ禍による影響	
子会社再編に伴う業務集約	
Top6牽引も、▲137百万円の減収	

# 取り組み事例 強み集中

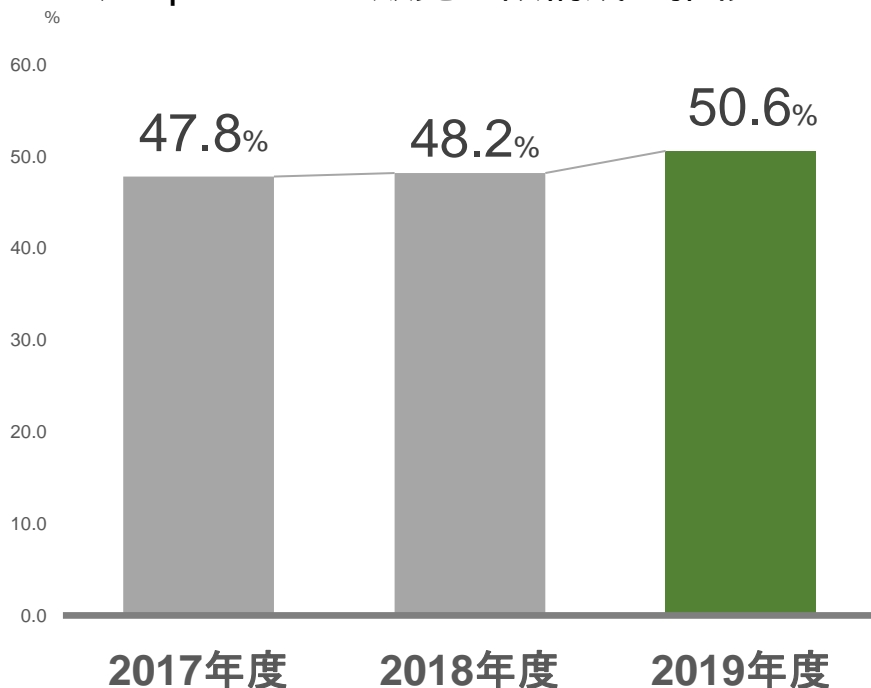
◆主力Top6ブランドを強化。強みの「もち米菓」も伸長。

Top6金額構成比:48.2% → 50.6% 金額前年比:105.7%

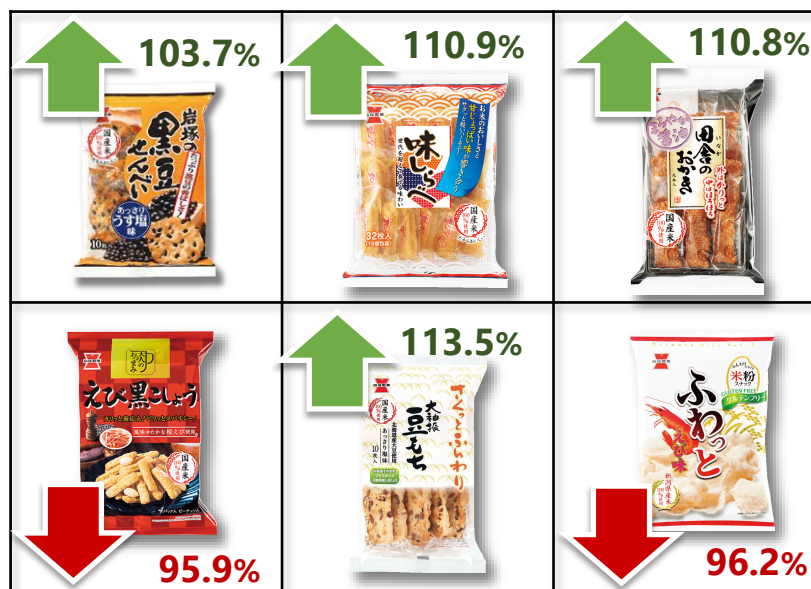
Top6ブランド:黒豆せんべい・味しらべ・田舎のおかき・大人のおつまみ・大袖振豆もち・ふわっと

Top6ブランド内もち米菓:田舎のおかき・大袖振豆もち

◆Top6ブランド販売金額構成比推移



◆2019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

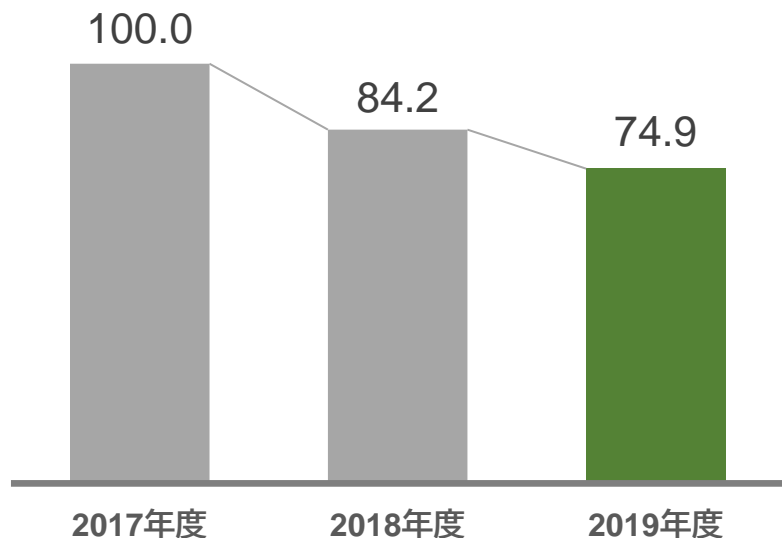


# 取り組み事例 生産性向上

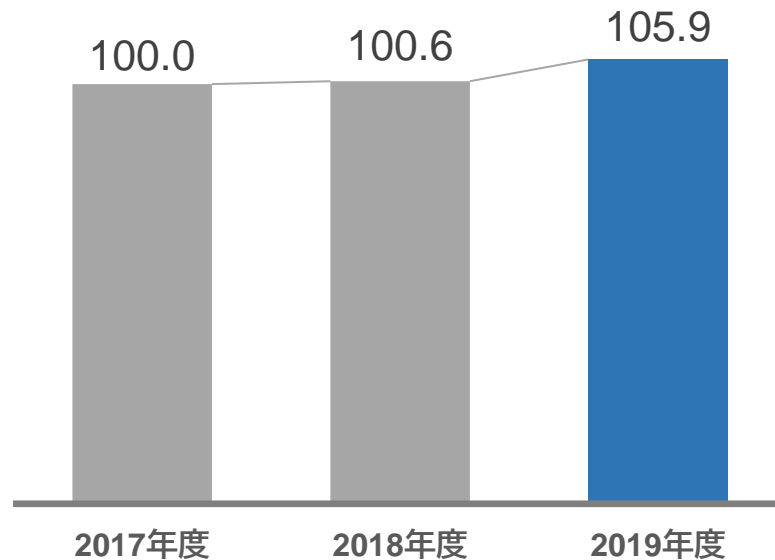
◆商品数・販売促進企画を見直し、生産性(労働生産性)が大きく向上しました。

2019年度対前年 商品数:11.0%削減 労働生産性:+5.2%

◆商品数3力年推移(2017年度を100)

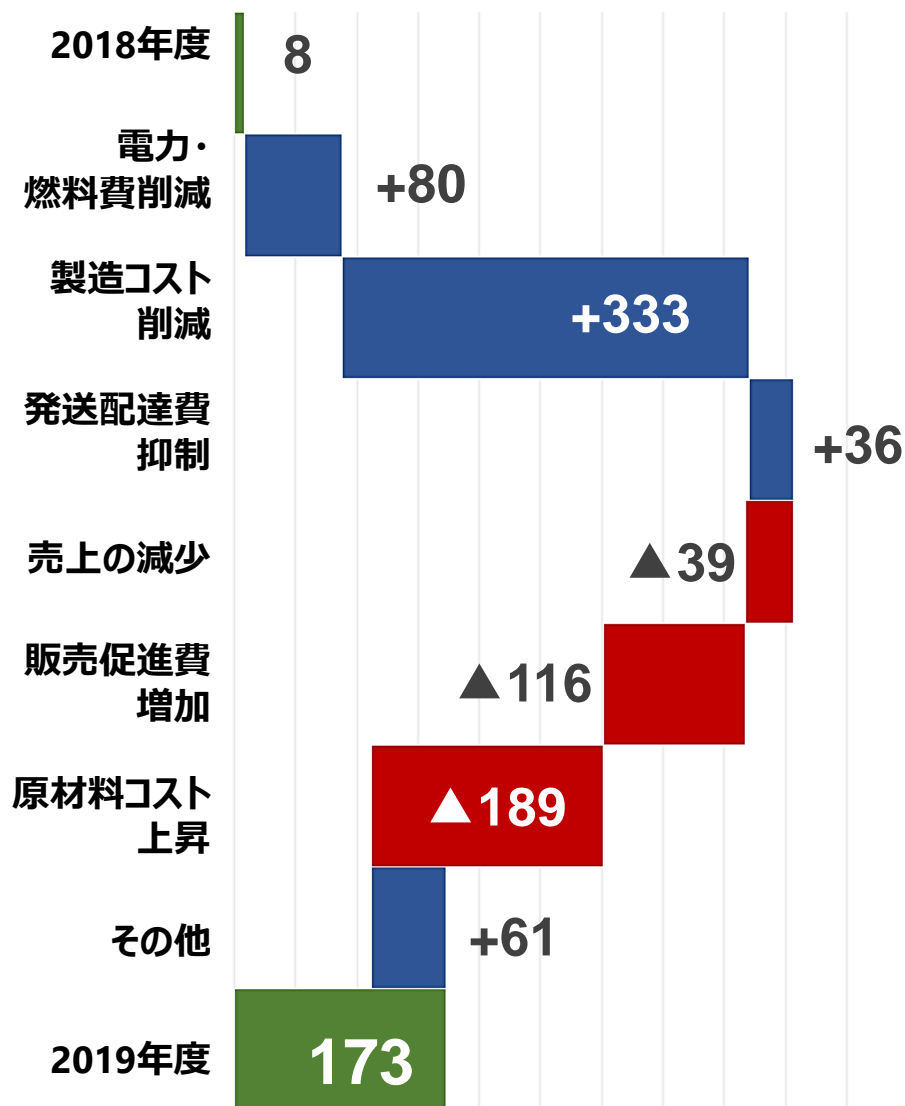


◆労働生産性3力年推移(2017年度を100)



# 2019年度 営業利益増減要因

(百万円)



## 主な増減要因

ボイラー変更等による効率化

生産効率向上、残業・休日出勤削減

積載効率の向上

売上減少に伴う

下期 拡売(増量企画・シーズナル)

原材料(うるち米・もち米) 上昇

固定費の削減

165百万円の増益

# 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
2018年度 売上	5,840	5,362	6,466	5,309	22,977
2019年度 売上	5,481	5,373	6,459	5,527	22,840
<b>前年差</b>	<b>▲359</b>	<b>+11</b>	<b>▲7</b>	<b>+218</b>	<b>▲137</b>
2018年度 営業利益	3	▲104	250	▲141	8
2019年度 営業利益	13	▲8	234	▲66	173
<b>前年差</b>	<b>+10</b>	<b>+96</b>	<b>▲16</b>	<b>+75</b>	<b>+165</b>

- ◆ 売上は、春夏新商品の不振や、一部規格変更による落ち込みも、第2Q以降、伸長。
- ◆ 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、「巣ごもり消費」需要もあり、売上・営業利益ともに増加となる。

# 取り組み事例 プラゴミ削減

◆プラスチック包材を3割削減した環境配慮型商品。

環境省が推進するプラスチックスマートキャンペーン参加。

今後も、環境に配慮した商品づくりを実施します。



「大袖振豆もち」

「桜えびかきもち」

「S 大袖振豆もち」 「S 桜えびかきもち」



商品サイズ:250x165x60



商品サイズ:270x145x50

# 取り組み事例 若年層取り込み

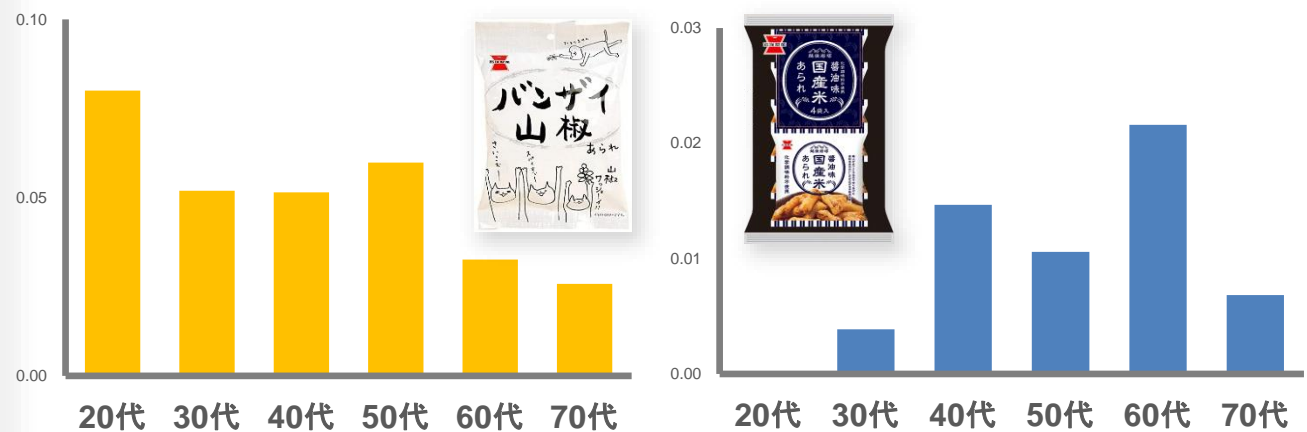
◆某コンビニエンスストアで発売した「バンザイ山椒」が若年層を中心に、SNSでバズりました。今後、再販・他企業様でも採用予定。若年層取り込みを図ります。

※バズる＝ネットで話題になる。

2018年9月	新発売
2019年9～11月	再販
2020年3～5月	再販



## ◆ 発売後購入年代別シェア



◆ 同期間新商品の「国産米あられ醤油味」は40～60代がメイン従来の購入者層とは違う“新しい層”を開拓しました。

# 取り組み事例 情報発信基地開設

## ◆「LACOTE Iwatsuka(ラコテ岩塚)」オープン

### 「米菓のある毎日」



営業時間：AM10:00～PM8:00

# 取り組み事例 安全・安心体制強化

◆お客様に高い品質で安全・安心な商品を提供できるよう、継続的に取り組んでいます。

2020年長岡工場で、「ISO 22000」を認証取得しました。



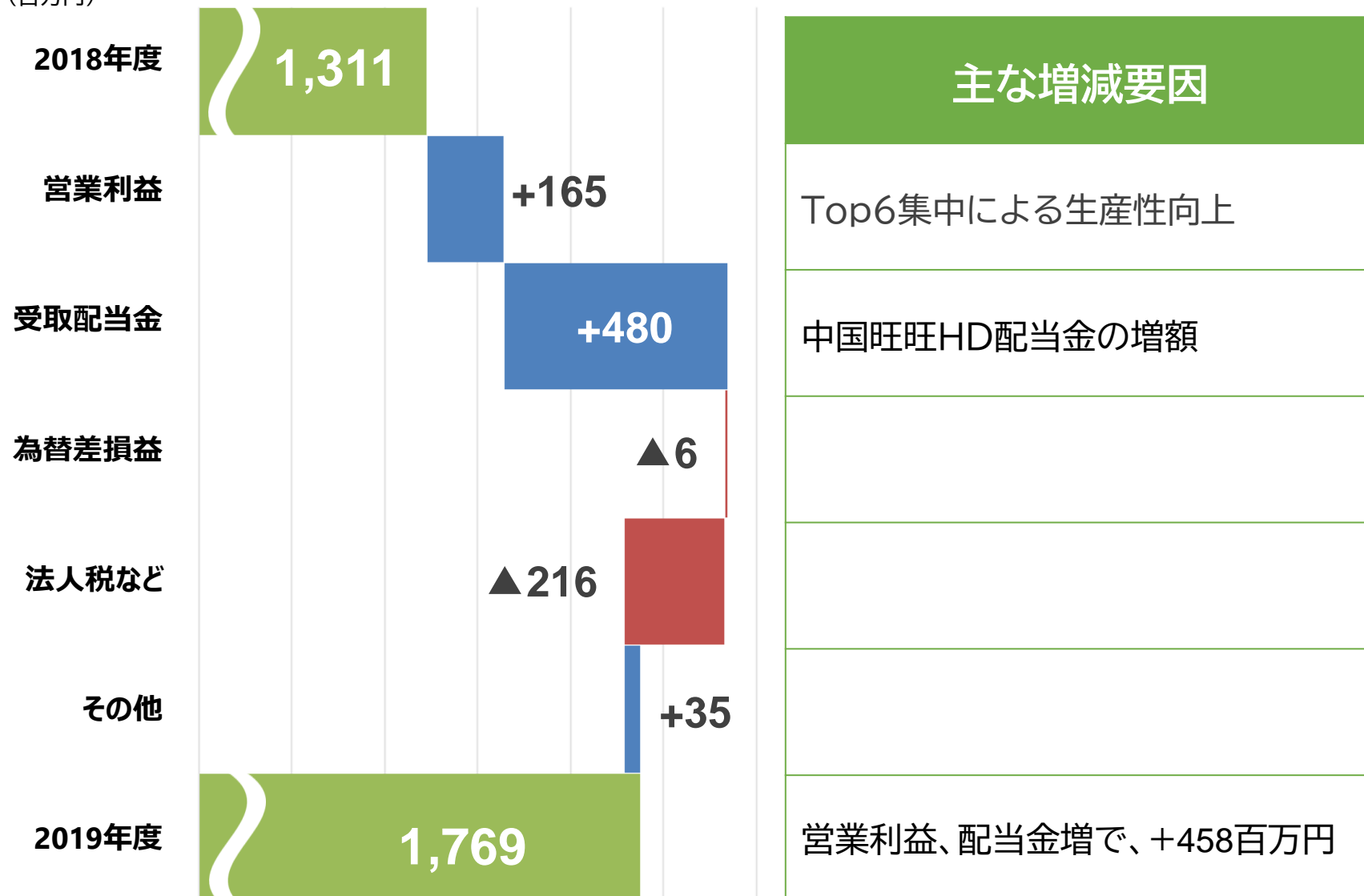
ISO22000 登録証

◆「ISO 22000」取得と範囲拡大

- ・2010年 飯塚工場
- ・2012年 R&D・Mセンター  
沢下条第一工場等
- ・2013年 沢下条第二工場  
沢下条第三工場
- ・2016年 沢下条第四工場  
北海道工場

# 2019年度 連結当期純利益の増減要因

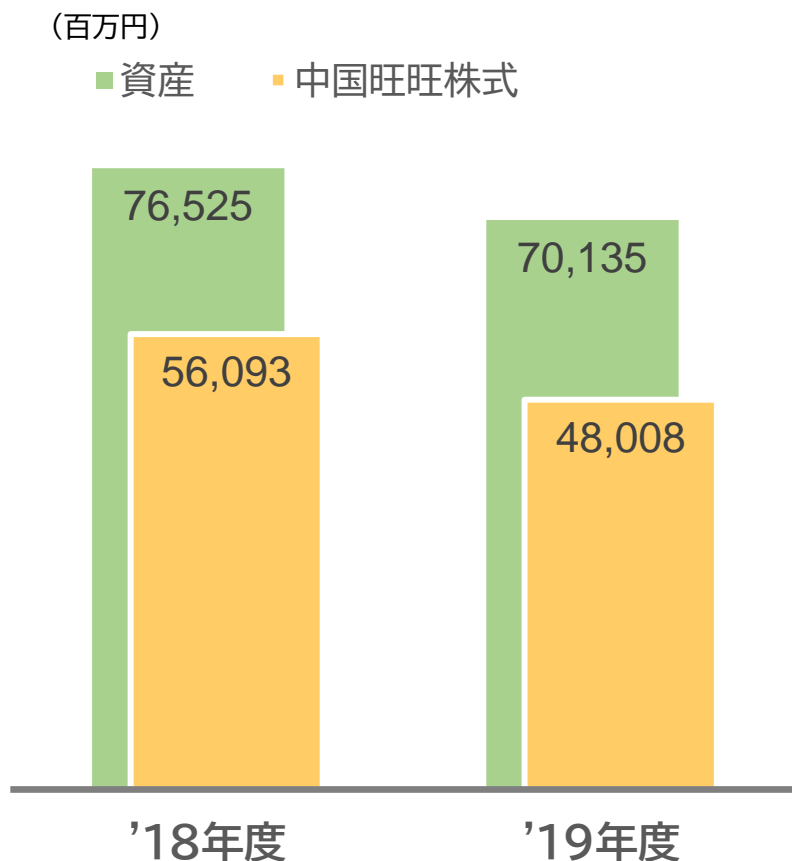
(百万円)



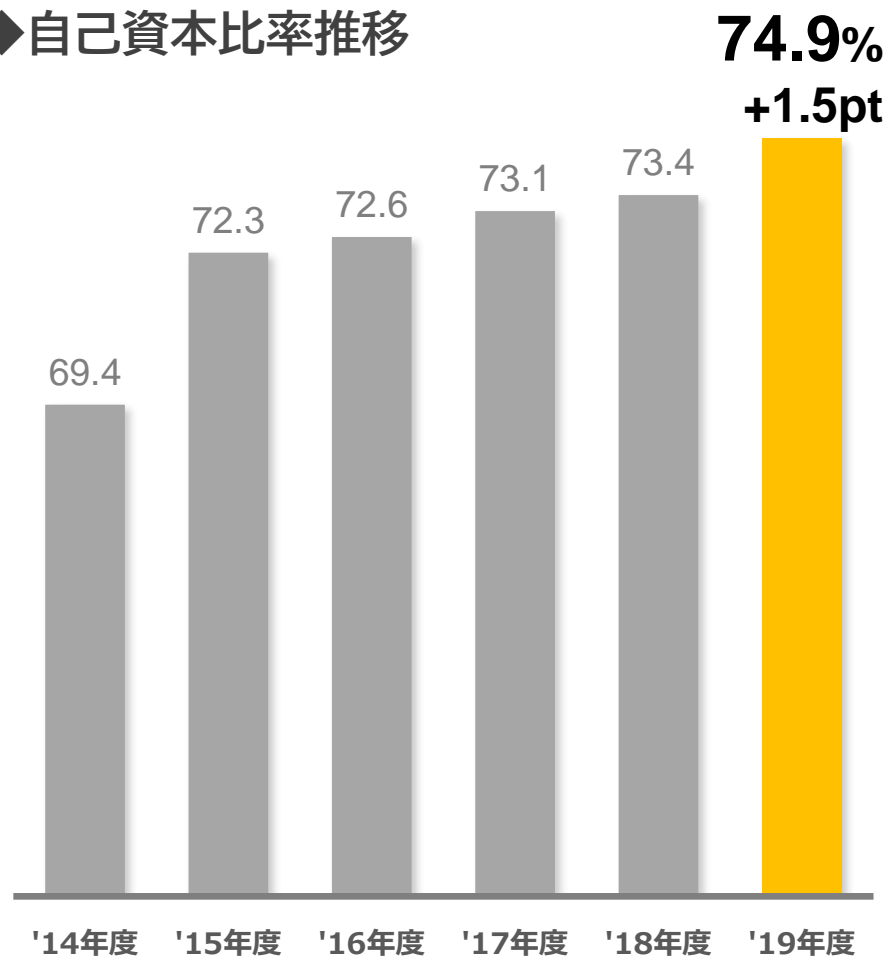


# 2019年度 連結資産・自己資本比率推移

## ◆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8,085百万円減少

\* 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.

# 新型コロナウイルスへの対策

お客様・従業員の安全面を考慮した取り組みを実施しています。

## 感染リスクの軽減対策

- ✓ テレワーク・時差出勤・TV会議の推進、不要不急な出張・商談の自粛
- ✓ 全社員(訪問者含)検温・行動履歴の管理等

## 衛生管理の徹底

- ✓ 換気・手洗い・アルコール消毒・マスク着用・受付アクリル板設置等
- ✓ 3密防止の徹底(時間差の食事・休憩等)

## 食品企業の責務・地域のために 事業継続を維持

当社において感染者が発生した場合は、確認できた時点で速やかに情報を開示するとともに、濃厚接触者の対応、感染者に関する場所の清掃・消毒など保健所の指示に従い速やかに対応し、地域住民の皆様・お客様・関係者の皆様の安全面を考慮した取り組みを実施して参ります。

# 新型コロナウイルスの影響

事業継続には現状問題は無し。影響は限定的と想定。

## グループシナジーを発揮

- ✓ 「瑞花」店舗臨時休業、「味のれん本舗」ショールーム 土・日臨時休業(\*)
- ✓ グループ内リソース配分の見直し、市場環境の変化に対応

## 安定生産・供給を維持

- ✓ 安定生産・安定供給を目指して、主力ブランド(Top6)に注力
- ✓ 生産拠点(新潟・北海道)は、安全を最優先し通常稼働を堅持

安全・安定生産を維持し、影響は軽微に留める

**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

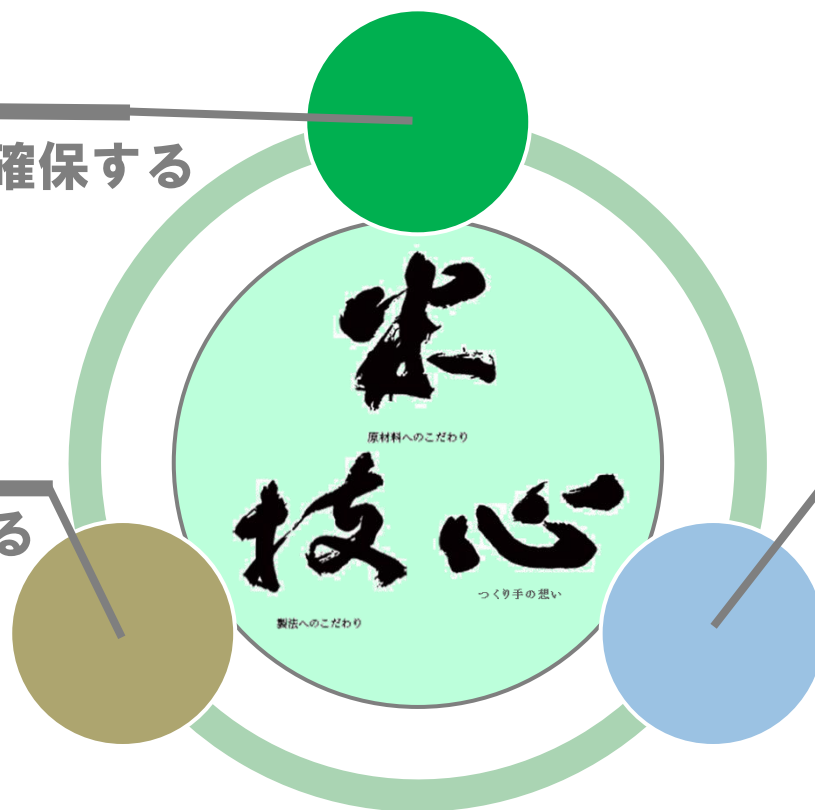
- ▶ 構造改革を進めながら経営基盤の強化を図り、岩塚製菓グループ固有の戦略的ポジションを確保する。

## 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

## ◆ 安心安全を基本に、原料・製法・品質にこだわる。

成長戦略

米菓から  
BEIKAへ

- ▶ 国産米100%の米菓売場拡大
- ▶ 「BEIKA Lab」の設立
- ▶ BEIKAを世界へ

構造改革

生産性の  
追求

- ▶ トップ6ブランドへの集中
- ▶ グループ会社の再編
- ▶ 製造原価の低減

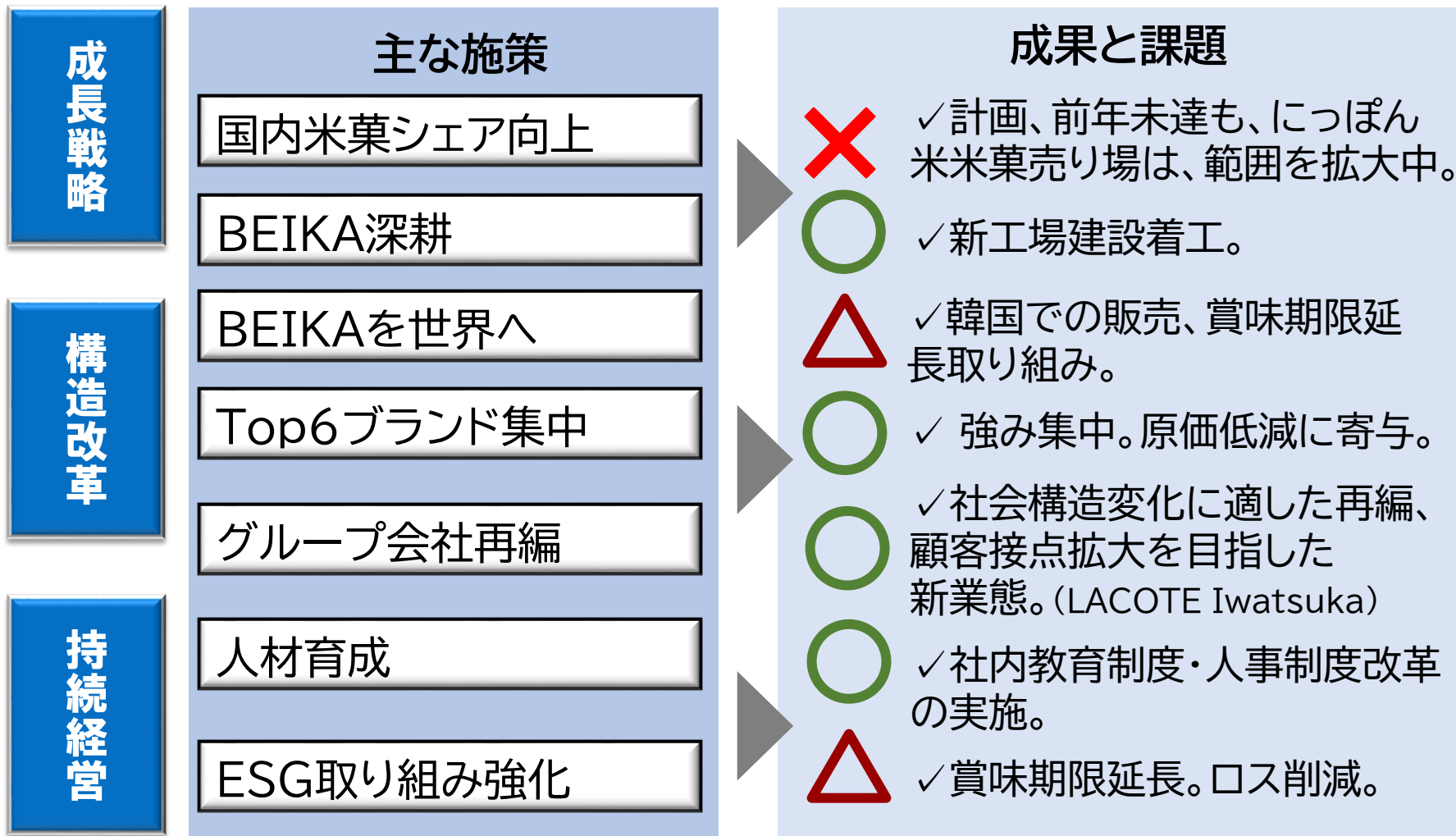
持続経営

基盤強化

- ▶ 事業拡大に対応した人財の育成
- ▶ 長期的な経営視点で実行できる体制
- ▶ ESGの取り組み強化

# 中期経営計画初年度の振り返り

◆ 中計骨子施策が前進。課題は、既存事業の遅れ。



# 成長戦略 につぼん米米菓売り場

◆目標:66企業 3,500店舗 実績:51企業 1,223店舗

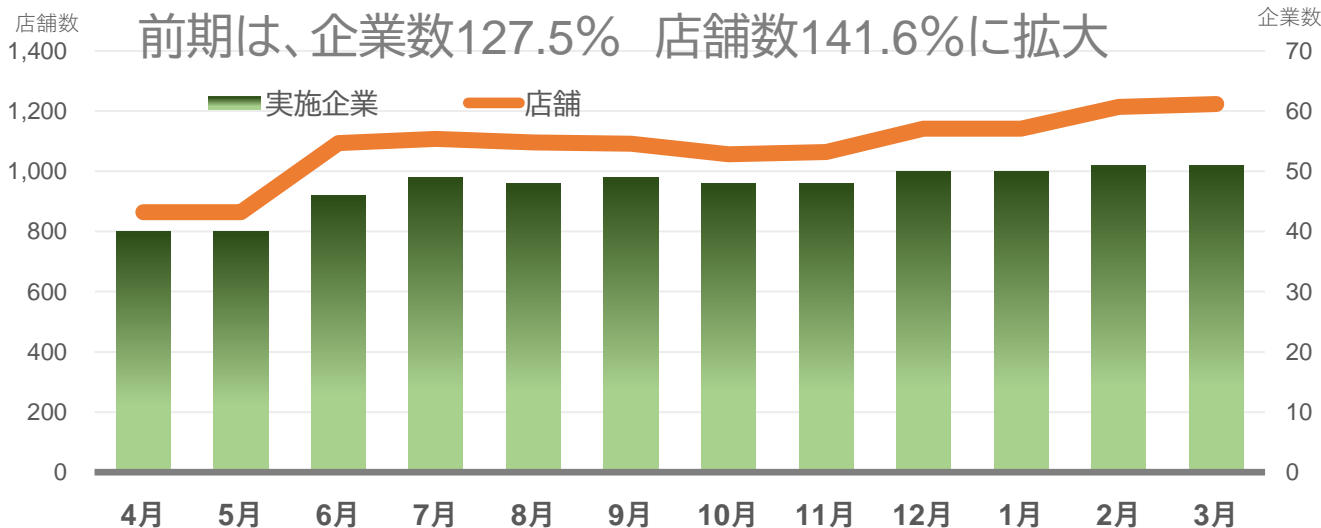
実施企業・店舗では高い評価を得るも、計画未達に終わる。

◆新商品「黄金揚げもち」を加えた、もち米菓3段展開も推進。  
今期目標約2,000店舗

新商品「黄金揚げもち」



## ◆「につぼん米米菓売り場」実施企業・店舗推移



につぼん米米菓売り場イメージ  
※枠内 もち米菓3段展開



# 成長戦略 新工場「BEIKA Lab」着工

◆研究開発機能を有した新工場。生地仕込み能力が、30%向上。  
2021年春には、長岡・中沢工場を統合。多様な働き方に対応。



◆中沢工場 長岡工場に移設予定



◆新工場「BEIKA Lab」完成イメージ



◆長岡工場 移設に伴う工事着工開始(20年3月)



# 2020年度 展望

『プライド・BEIKA プラン』 「米菓」から「BEIKA」へ

# 2020年度 見込み

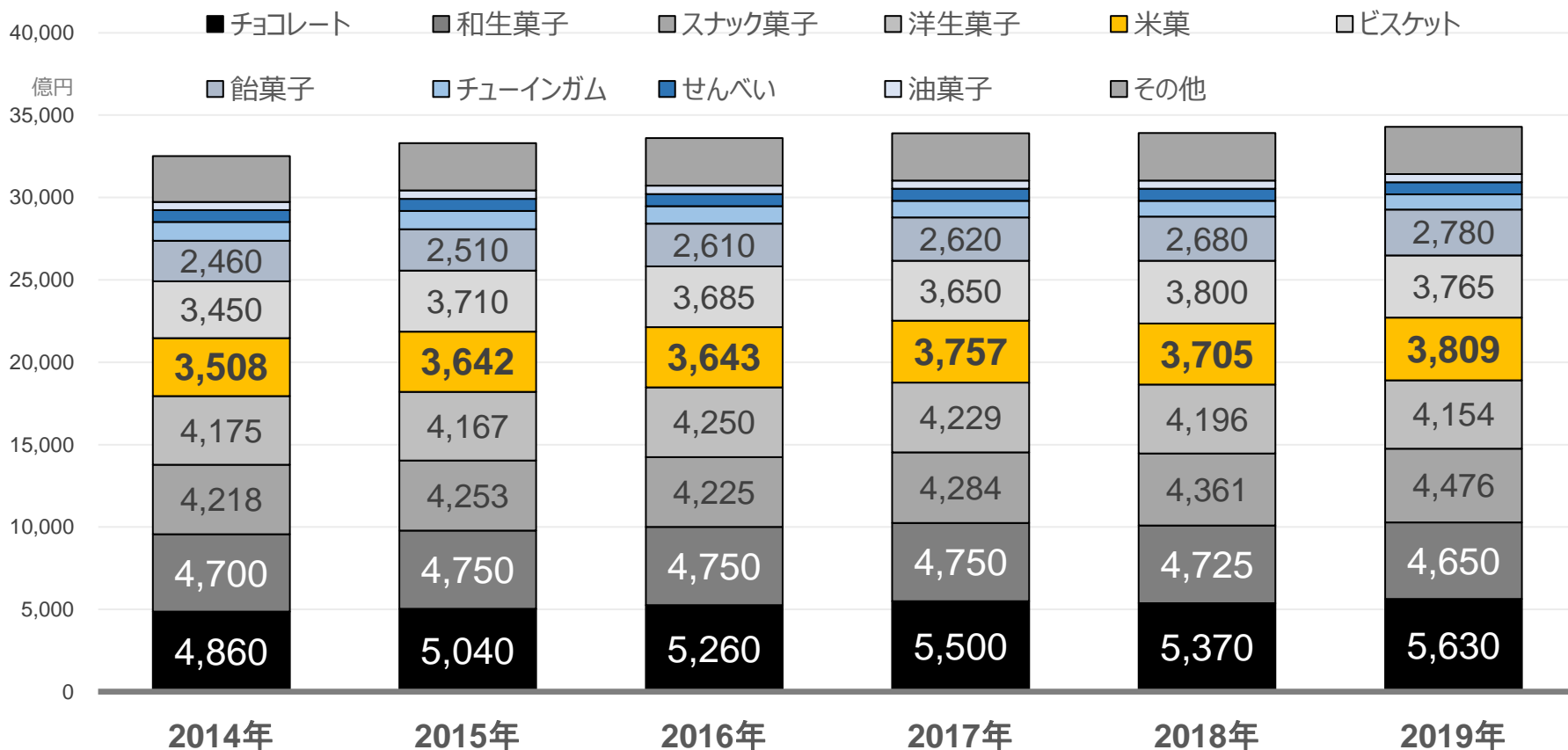
(百万円)	2019年度 実績	2020年度 見込み	増減	増減率
純売上高	22,840	23,200	+360	+1.6%
営業利益	173	360	+187	+107.5%
経常利益	2,553	2,400	△153	△6.0%
設備投資額	2,483	6,000	+3,517	+141.6%
EBITDA	3,651	3,275	△376	△10.3%
当期純利益	1,769	1,600	△169	△9.6%
1株当たり当期純利益(円)	315.74	285.53	△30.21	△9.6%
1株当たり配当金(円)	26.0	28.0	+2.0	+7.7%
配当性向(%)	8.2	9.8	+1.6pt	+19.5%
ROE (%)	3.3	3.0	△0.3pt	△9.2%

農業のため 日本のため あしたのために

国産米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
米菓	3,508	3,642	3,643	3,757	3,705	3,809
菓子合計	32,522	33,302	33,609	33,898	33,909	34,239

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	2018年度比率	
										せんべい	あられ
1	亀田製菓	新潟	689	737	748	752	737	746	770	51	49
2	三幸製菓	新潟	441	462	481	484	500	533	558	65	35
3	岩塚製菓	新潟	193	198	198	207	211	224	224	55	45
4	もち吉	福岡	190	194	203	211	214	218	222	60	40
5	栗山米菓	新潟	162	175	178	187	189	192	200	93	7
6	ぼんち	大阪	88	93	99	102	102	102	102	70	30
7	小倉山荘	京都	90	92	93	95	97	98	98	65	35
8	天乃屋	東京	65	69	69	69	69	69	72	95	5
9	アジカル	新潟	-	-	-	-	70	70	67	-	-
10	越後製菓	新潟	49	51	51	55	57	64	61	24	76
11	丸彦製菓	栃木	48	50	50	50	51	52	52	33	67
12	マस्या	三重	45	45	48	51	52	52	51	90	10
13	阿部幸製菓	新潟	40	42	43	44	46	47	48	0	100
14	ブルボン	新潟	59	51	49	48	45	45	45	55	45
15	播磨屋本店	兵庫	44	44	43	43	43	43	43	70	30

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-

## Top6ブランド



・10枚 岩塚の黒豆せんべい



・32枚 味しらべ



・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



・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 ふわとと やわらかえび味



・41g ふわとと 枝豆味

# 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

## 2020年春新商品



・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



・76g 黄金あられ 香ばし醤油味



# 参考資料 商品紹介 -3-

## その他主力商品一部



・21枚 きなこ餅



・10枚 新潟ぬれせんべい  
・4枚 新潟ぬれせんべい



・152g 新潟ぬれおかし  
・65g 新潟ぬれおかし



・116g 岩塚の鬼ひび  
・40g 岩塚の鬼ひび



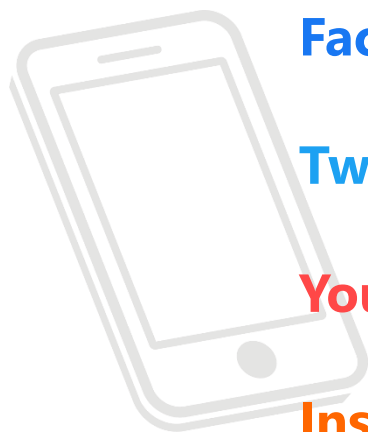
・188g 岩塚の国産米100% 米菓詰合せ



・157g 大人のおつまみアソート

# 公式SNSのご紹介・免責事項

公式SNS    Instagram



Facebook

@iwatsukaseika

Twitter

@iwatsukaRG

YouTube

岩塚製菓公式チャンネル IwatsukaTube

Instagram

@iwatsukaseika

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もあることをご了承下さい。