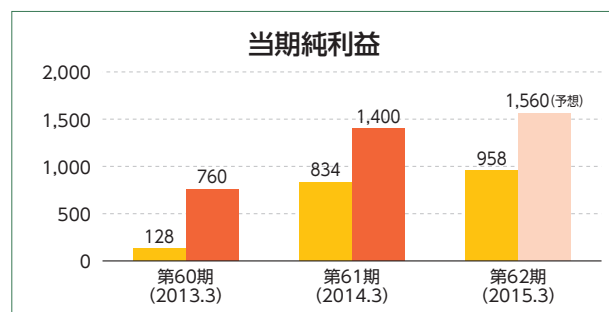
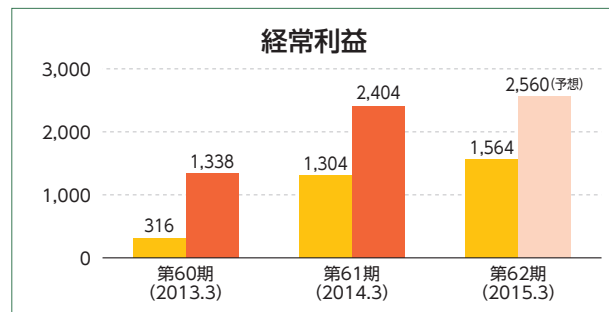
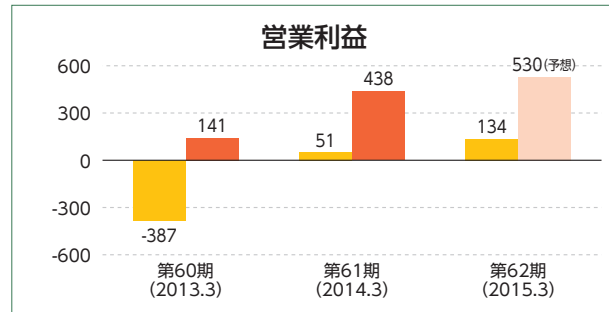
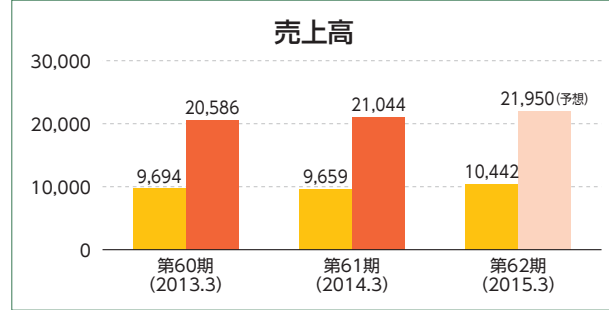


業績ハイライト (連結)

■ 第2四半期 ■ 通期 (単位：百万円)



会社の概要 (2014年9月30日現在)

社名	岩塚製菓株式会社 IWATSUKA CONFECTIONERY CO.,LTD.
本社所在地	新潟県長岡市浦9750番地
設立	1954年4月27日
資本金	16億3,475万円
従業員数	(連結) 834名 (単体) 765名
主な事業所	本社、R & D・Mセンター (工場) 沢下条(第一・第二・第三・第四)工場、 飯塚工場、中沢工場、長岡工場、千歳工場 (支店) 広域第一支店、広域第二支店、北海道支店、 東北支店、信越支店、東京東支店、東京西支店、 中部支店、関西支店、中国九州支店
ホームページ	http://www.iwatsukaseika.co.jp/

株主メモ

事業年度	4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	6月(基準日 3月31日)
期末配当金支払株主確定日	3月31日
中間配当金支払株主確定日	9月30日(中間配当をおこなう場合)
単元株式数	100株
株主名簿管理人	東京都中央区八重洲一丁目2番1号 みずほ信託銀行株式会社
お取扱窓口	お取引の証券会社等。特別口座管理の場合は、 特別口座管理機関のお取扱店。
特別口座管理機関お取扱店	みずほ証券およびみずほ信託銀行 フリーダイヤル 0120-288-324 (土・日・祝日を除く9:00~17:00)
未払配当金のお支払	みずほ信託銀行 および みずほ銀行 (みずほ証券では取次のみとなります)

株主優待制度

当社株式を100株以上お持ちの株主様に当社製品を、9月30日現在の株主様には11月に、3月31日現在の株主様には6月に贈呈いたします。

100株以上の株主様	500株以上の株主様	1,000株以上の株主様
1,000円相当	2,000円相当	5,000円相当

* 2,000株以上お持ちの9月30日現在の株主様には翌年3月、3月31日現在の株主様には9月にも贈呈いたします。

※ 2,000株以上の株主様には翌年3月、3月31日現在の株主様には9月にも贈呈いたします。

なお、基準日以降に住所変更のお手続きをされた方は、ご優待品が届かない場合がございますので、予め当社までご連絡ください。
岩塚製菓株式会社 管理部総務課 〒949-5492 新潟県長岡市浦9750番地
Tel: 0258-92-4111 Fax: 0258-92-6060



株主通信 第62期第2四半期

2014年4月1日~2014年9月30日





代表取締役社長
榎 春夫

株主の皆様へ

株主の皆様には、平素より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。さて、2015年3月期の第2四半期の決算概況についてご報告申し上げます。

当社グループは、中期経営計画「岩塚Re-Bornプラン」の2年目となる今期、「新たな成長への基盤づくり」を基本方針に掲げ「岩塚ブランド=最高品質」の確立に、社員一丸となって取り組んでまいりました。

2015年3月期第2四半期の業績につきましては、「味しらべ」「田舎のおかき」シリーズ等の主力商品が大きく売上を伸ばしたことにより、前年同期比8.1%の増収となりました。利益面におきましては、主力商品の売上拡大による生産効率の向上と全社を挙げて原価低減策に引き続き取り組むことで原材料費や物流費の上昇を吸収し、営業利益は前年同期比161.9%の増益となりました。

また商品政策といたしましては、「岩塚の黒豆せんべい」「味しらべ」「田舎のおかき」などの主力商品が好調に推移していることから、さらなるブランド拡大を図るため、シリーズ商品の開発に注力し、第3四半期に向けて「岩塚の黒豆せんべい 六穀ブレンド」と「田舎のおかき プレミアム」2品（青のり・昆布）を発売いたしました。さらに、「田舎のおかき」等の拡売を図り、「あられ・おかき」部門（もち米商品）における売上シェアNo.1を目指すため、もち米商品の仕込みラインの生産能力を増強いたしました。

当社グループは、引き続き業績向上に向け、全力で取り組んでまいります。

株主の皆様には、今後とも一層のご指導、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

2014年11月

第62期(2015年3月期)第2四半期までの業績

当第2四半期連結累計期間（2014年4月1日から同年9月30日までの6ヵ月）におけるわが国の経済は、消費税率引き上げにともなう影響は限定的で、緩やかな回復基調で推移しております。米菓業界におきましても、消費増税前後の影響も少なく、市場全体では前年同期をキープするペースで推移しております。しかし、消費者のニーズは、従来からの低価格志向の一方で、高品質を求める声が高まるといった変化が表れてきております。

このような状況の下、当社は消費増税に対応した販売・商品施策を実施したことから、増税の影響をほとんど受けず、好調な販売で推移することができました。営業部門におきましては、国産米100%使用のこだわりと培ってきた加工技術によるおいしさをお客様へ積極的に発信してきたことで、「10枚岩塚の黒豆せんべい」は「煎餅・あられ（かた焼）カテゴリー商品別アイテムランキング」で、「田舎のおかき（醤油・塩・ざらめ）」は「煎餅・あられ（おかき）カテゴリーブランド別販売金額」で2年連続売上No.1*となりました。更に主力商品の拡売を図ることを目的に「世界に誇る日本のおいしさプレゼントキャンペーン」「味しらべ35周年キャンペーンどっさり缶プレゼントセール」等を実施することで、「岩塚の黒豆せんべい」「味しらべ」「田舎のおかき」等の主力商品の売上は前年同期を上回ることができました。

開発部門におきましては、高い付加価値のある商品の開発に注力し、たっぷりの黒豆に六種類の雑穀をプラスした「岩塚の黒豆せんべい 六穀ブレンド」、新潟県産米100%に産地にこだわった昆布・青のりを使用した「田舎のおかき プレミアム」を発売いたしました。

また、製造部門におきましては、円安にともなう原材料費・燃料費の上昇を吸収するため、部門での改善活動とともに、全社を挙げた生産性の効率向上に取り組み、コスト低減に努めてまいりました。さらに、もち米商品の仕込み設備を増強したことにより、生産能力は従来と比較して50%拡大するとともに、「あられ・おかき」の品ぞろえを拡充できる体制に整えました。

以上の結果、当第2四半期連結累計期間における売上高は、104億42百万円（前年同四半期比8.1%増）、営業利益は1億34百万円（前年同四半期比161.9%増）、経常利益は15億64百万円（前年同四半期比20.0%増）、四半期純利益は9億58百万円（前年同四半期比14.9%増）となりました。

通期の見通しにつきましては、連結売上高は219億50百万円（前期比4.3%増）、営業利益は5億30百万円（前期比21.0%増）、経常利益は25億60百万円（前期比6.5%増）、当期純利益は15億60百万円（前期比11.4%増）を見込んでおります。

*インテージSRI調べ2012年4月～2014年3月（販売金額）

ただいま、「日本の心 こだわりおにぎりセットプレゼントキャンペーン」を実施しております



おいしさを追い求めてたどりついた 「国産米100%」

岩塚製菓の米菓は お米の風味がいきています

岩塚製菓が考える「生地のおいしさ」は「お米の味、香りがしっかりと感じられること」お米の本来持っている味、香りをいかにするため国産米にこだわっています。

良い材料が味をつくる その味を引き出すのはつくり手の技術である



「米」…おいしさを求めたどりついた
「国産米100%」のこだわり。
「技」…引き継がれている技術のこだわり。
「心」…おいしさを求める心のこだわり。

岩塚製菓は、お米「味」と「香り」のするおいしい米菓をお届けしてまいります。
だから、「米」・「技」・「心」にこだわります。

国産米の品質・安全の確認

安定供給を実現するために播種米契約を行い、地域のJA・農業法人、農家といった生産者の皆さんと定期的な勉強会や圃場視察を実施するなどし、安全で品質の高い原料米を栽培していただいております。



圃場視察



精米業者の工場視察

精米業者においては、工場視察を実施し、米のトレーサを確認するとともに、当社の求める品質の原料米を仕入れる取り組みを行なっています。また、可能な限り使用する直前に精米するための仕入れ、加工体制を整備しています。

「あられ・おかき」売上No.1目指して 仕込み工程の設備を増強

「田舎のおかき」シリーズの販売が好調に推移しており、需要に生産が追いつかない状況が続いておりましたが、沢下条工場に5億円を投じて、もち米の浸漬タンクならびに蒸機・練機等の設備を増設しました。これにより、「田舎のおかき」シリーズの需要にお応えできるだけでなく、このカテゴリーのシェアNo.1を目指すための生産設備が整いました。



新設した
もち米の浸漬タンク

「あられ・おかき」秋の新品

「あられ・おかき」のアイテムの充実を図るために、売上を牽引していたブランド「大袖振豆もち」「新潟揚げ」の新品を発売いたしました。



10枚 大袖振豆もち醤油味

契約栽培の北海道十勝産大袖振大豆を100%使用。独自の製法で作ったサクッとソフトな豆おかきをまるやかな醤油で仕上げました。



85g 新潟揚げ 醤油味

当社従来品に比べ、油分を30%カットし、噛み締めるたぐにお米の風味を感じられるセミハードな食感に仕上げました。醤油は、鰹・昆布・椎茸の天然だしの旨みをブレンドしました。



おかげさまで 2年連続No.1

【かた焼カテゴリー商品別No.1】※



※インテージSRI煎餅・あられ(おかき)カテゴリー
2012年4月～2014年3月 金額アイテムランキング
(10枚黒豆せんべい)

【おかきカテゴリーブランド別No.1】※



※インテージSRI煎餅・あられ(おかき)カテゴリー
2012年4月～2014年3月 ブランド別販売金額

「岩塚の黒豆せんべい」と「田舎のおかき」のブランド確立のためキャンペーンを実施

世界に誇る
NIPPONのおいしさ
プレゼント
Japan Pride

昨年に引き続き「NIPPONのおいしさプレゼント」キャンペーンを実施し、「岩塚の黒豆せんべい」「田舎のおかき」のブランドの確立を図ることで両商品の売上・シェアは前年を上回ることができました。

新潟
かた焼
シリーズ
SHIMANE
KATAYAKI

「新潟かた焼」シリーズとして、「岩塚の黒ごませんべい」をリニューアル。「岩塚の黒豆せんべい六穀ブレンド」を新発売。



【岩塚の黒ごませんべい】

お米とごまの風味が香ばしい、まろやか醤油味のかた焼きせんべいです。



【岩塚の黒豆せんべい六穀ブレンド】

黒豆と6種類の雑穀を練りこんだ、素材の香ばしさが際立つかた焼きせんべいです。



素材はすべて産地指定!!

【田舎のおかきプレミアム】

- ・新潟県産もち米を100%使用
- ・瀬戸内産青のりを使用
- ・北海道産真昆布を使用



田舎のおかき
プレミアム青のり



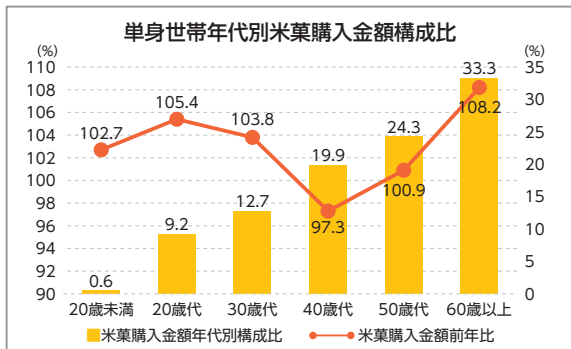
田舎のおかき
プレミアム昆布

伸びるカテゴリー「個食商品」の強化

シニア世代と単身

60歳以上の方がいらっしゃる世帯は全世帯の4割を超え、なお増加しております。世帯構造別の内訳をみますと、3世代同居の世帯が減少する一方で、シニアの単身世帯、60歳以上のご夫婦だけの世帯が増加しております。そうした流れに沿った、個食商品の開発を一層強化してまいります。

単身消費者動向にみる単身世帯の把握



使用データ：インテージSCI-P

(2013年11月～2014年4月)

- ・単身世帯の米菓購入金額の前年比は、104.1%
- ・世代別では、30歳代以下、50歳代以上が伸長
- ・米菓購入金額の構成比の最大は、60歳以上の33.3%

「おいしいものをちょっと食べたい」のニーズを捉える



42g新潟揚げ 塩味

お米のおいしさを感じられる粒の細かい天日塩を使用。



42g新潟揚げ 醤油味

鯉・昆布・椎茸の天然だしの旨みをブレンドした醤油。

とことん品質にこだわった食べきり揚げもち

- ・国産もち米100%使用
- ・当社従来品に比べ、油分を30%カット
- ・お米の風味を感じられる食感

社会・環境活動の取り組み



「日本のお米」を通して おいしい笑顔をお届けすること

それが私たちの出来ることと考えます。
お米の未来は人の未来。
岩塚製菓株式会社は「日本のお米」で
みんなの明日をつなぎます。

被災地の 明日へ

東日本大震災被災地の小、中学校5校へおせんべいをプレゼントしました。子供たちに、おしごとと笑顔をお届けすることができました。



子どもたちの 明日へ



日本のお米の 明日へ



「安全・安心でおいしい商品をお客様にお届けしたい」当社は、使用する原料米をすべて国産米にいたしました。日本のお米の需要と消費を広げ、お米づくりの未来を応援してまいります。

地域と連動した 環境美化・保全活動

地域の景観づくり「越路花いっぱいフェア」、地域の美化運動「こしじほたるクリーン作戦」、CO₂の排出低減や交通渋滞の緩和等を目的にした「ながおかノーマイカーデー」等に積極的に参加しております。

