

健康でより豊かな食生活に貢献

証券コード 2612

角 かどや製油株式会社

2011年3月期
決算説明会



決算概要について

2011年5月30日(月)

取締役専務執行役員 水戸 優



決算概要について

1. 会社概要
2. 2011年3月期 決算概要
3. 2012年3月期 事業計画



1. 会社概要



会社プロフィール(2011年3月31日現在)

◇所在地	本社:東京都品川区
◇創業	1858年(安政5年)
◇設立	1957年(昭和32年)5月2日
◇代表者	取締役社長 小澤 二郎
◇資本金	21億60百万円
◇株主数	4,897名
◇従業員数	269名
◇事業所	本社、工場、 4支店、3営業所、1事業所



東日本大震災の影響

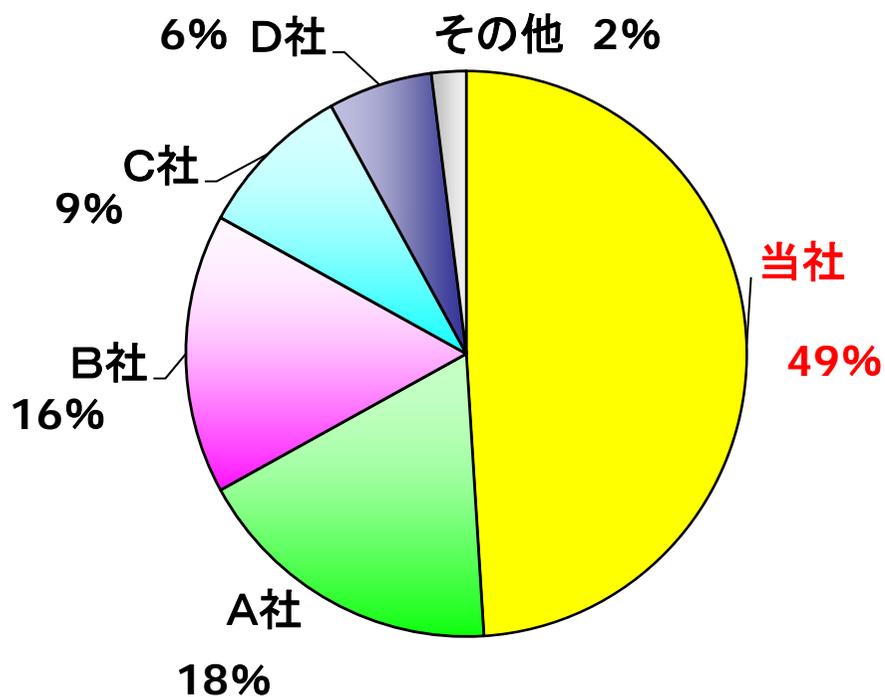
- 人的被害は一切ありません。
- 当社工場は香川県小豆島の工場のみで、生産への影響はございません。
- 当社仙台支店および物流倉庫への影響
仙台支店(仙台市青葉区)：売上高は全体の約6%
物流倉庫の機能が一時ストップし、製品在庫の一部に被害。
(損害額:約4百万円)
当面は東京支店にて業務を代替。
↓
幸い、早い段階で業務を再開しております。



シェア状況

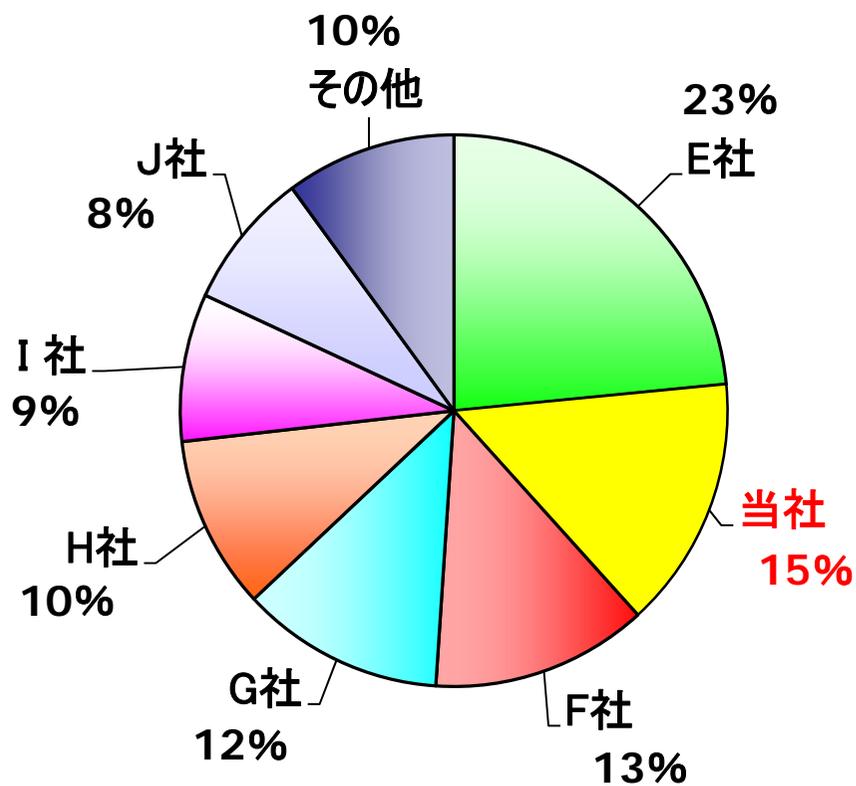
ごま油(2010年1~12月売上高)

市場規模: 約320億円



食品ごま(2009年1~12月売上高)

市場規模: 約290億円



上記数値は【(株)富士経済】調査による



2. 2011年3月期 決算概要



2011年3月期 決算の概要

(単位：百万円)	10年3月期	11年3月期	前期比		増減要因
			増減金額	増減率	
売上高	22,328 <small>ごま油 17,426 食品ごま 4,322 脱脂ごま他 580</small>	21,835 <small>ごま油 17,396 食品ごま 3,894 脱脂ごま他 544</small>	△492 <small>ごま油 △29 食品ごま △427 脱脂ごま他 △35</small>	△2.2%	<p><ごま油> 販売数量は家庭用が減少、食べるラー油ブームにより業務用は好調、輸出用も増加し、全体では約8%増加したが、業務用・輸出用ごま油の価格が10%近く低下し、売上高は前期並。</p> <p><食品ごま> 販売数量は前期並。価格低下により売上高約10%減少。</p>
売上原価	13,460	12,606	△854	△6.3%	<ul style="list-style-type: none"> 原料払出価格低下(仕入価格約7%上昇するも、円高(7%)と期初在庫価格の低下による) <small>ごま油 約14%低下 食品ごま 約23%低下</small> 工場燃料費・償却費など経費微増 約20百万円
販管費	6,165	6,502	337	5.4%	<ul style="list-style-type: none"> 家庭用ごま油の特売費 約180百万円 広告宣伝費(通販他) 約60百万円 運賃 約40百万円
営業利益 <利益率>	2,702 <12.1%>	2,726 <12.5%>	24	0.9%	
経常利益 <利益率>	2,723 <12.2%>	2,731 <12.5%>	7	0.2%	
当期純利益 <利益率>	1,539 <6.9%>	1,521 <7.0%>	△17	△1.1%	

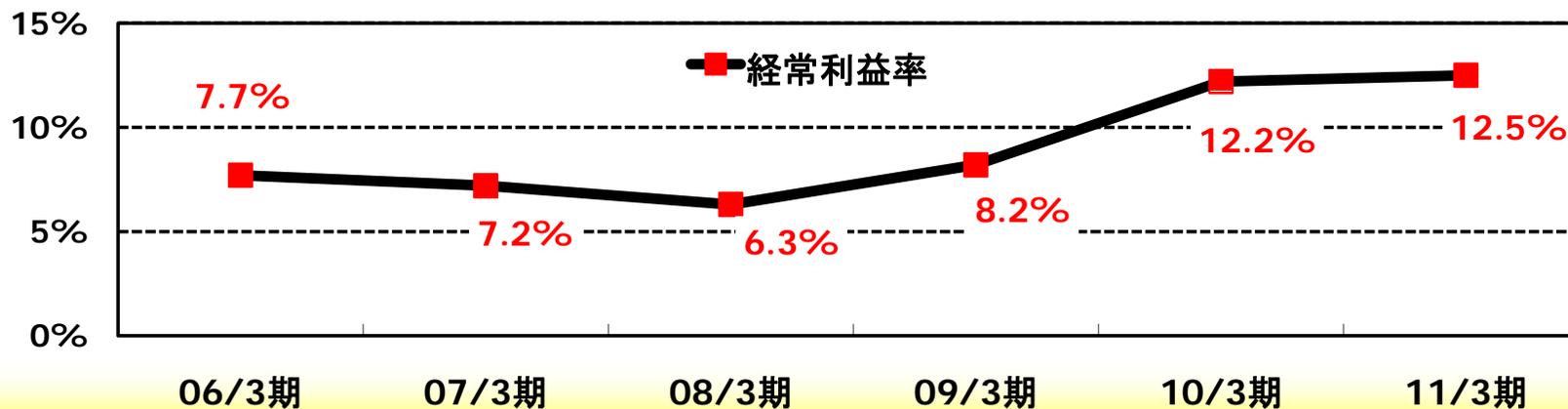
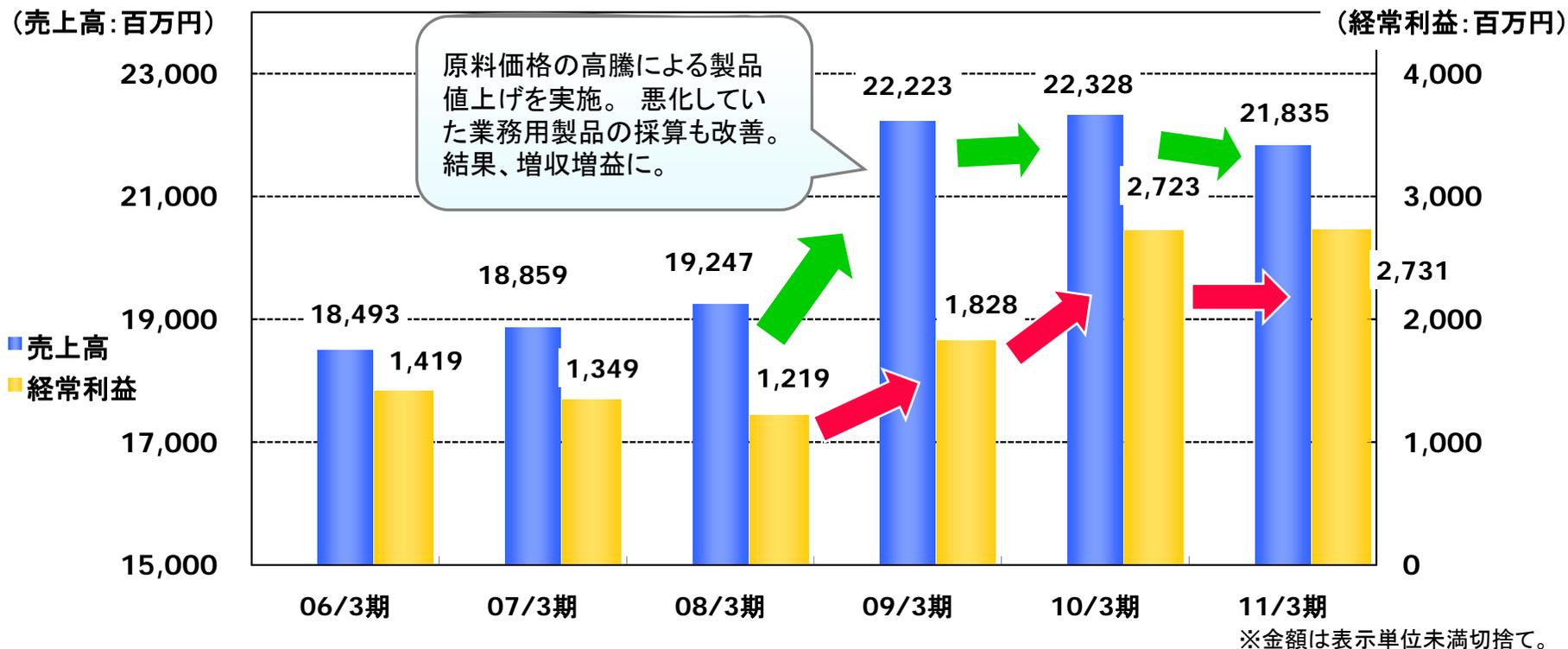
【為替】

原価計上レート¥/\$	95円	88円
決済レート¥/\$	95円	89円

※ 金額は表示単位未満切捨て。



2011年3月期 売上高、経常利益、経常利益率の推移





商品別、用途別売上高 (2011年3月期)

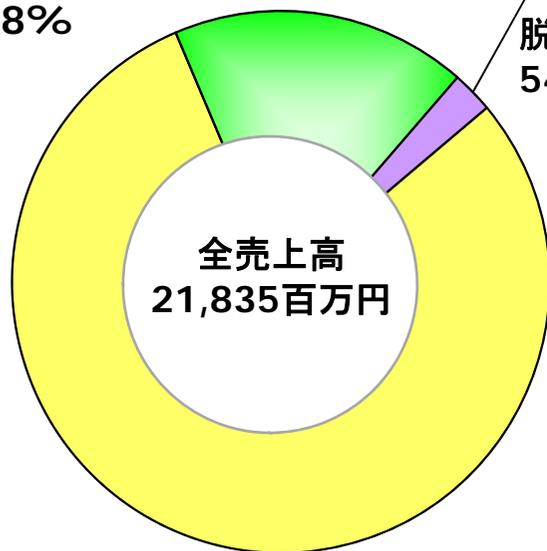
食品ごま 3,894百万円

17.8%

2.5%
脱脂ごま他
544百万円

ごま油
17,396百万円

79.7%

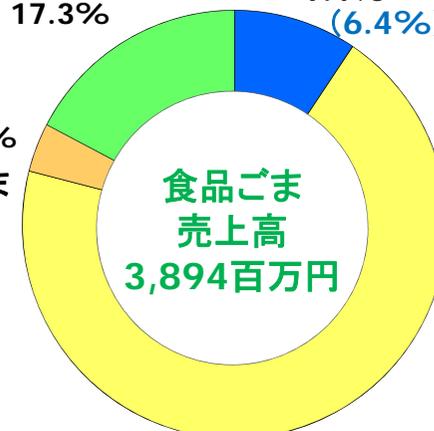


業務用ねりごま
675百万円
(16.3%) 17.3%

家庭用食品ごま
365百万円
9.4%

(6.4%)

(3.5%) 3.7%
家庭用ねりごま
144百万円

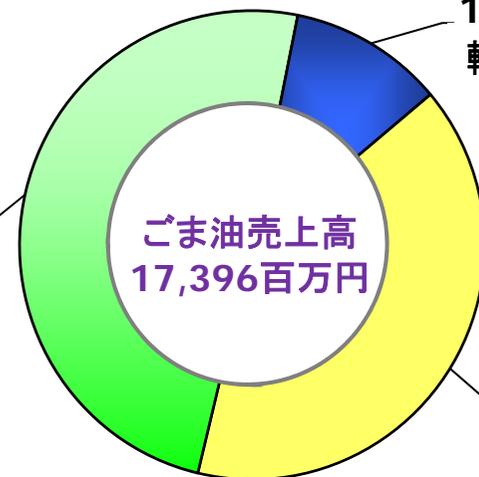


10.7% (11.1%)
輸出用 1,870百万円

家庭用
8,590百万円

49.4%

(50.6%)



業務用
6,935百万円

39.9%
(38.3%)

業務用食品ごま
2,708百万円
69.6%
(73.8%)



※カッコ内は前期の値。



貸借対照表

(単位:百万円)	10年3月期 期末	構成比 (%)	11年3月期 期末	構成比 (%)	前期末比	
					増減金額	増減率
資 産						
■流動資産	14,475	67.4	15,909	70.2	1,434	9.9%
■固定資産	7,015	32.6	6,769	29.8	△245	△3.5%
資 産 合 計	21,490	100.0	22,679	100.0	1,188	5.5%
負 債						
■流動負債	4,307	20.0	4,575	20.2	267	6.2%
■固定負債	699	3.3	769	3.4	69	9.9%
負 債 合 計	5,007	23.3	5,345	23.6	337	6.7%
純 資 産 合 計	16,483	76.7	17,333	76.4	850	5.1%
負 債・純 資 産 合 計	21,490	100.0	22,679	100.0	1,188	5.5%

※ 金額は表示単位未満切捨て。



3. 2012年3月期 事業計画



11/3期比較の12/3月期 事業計画

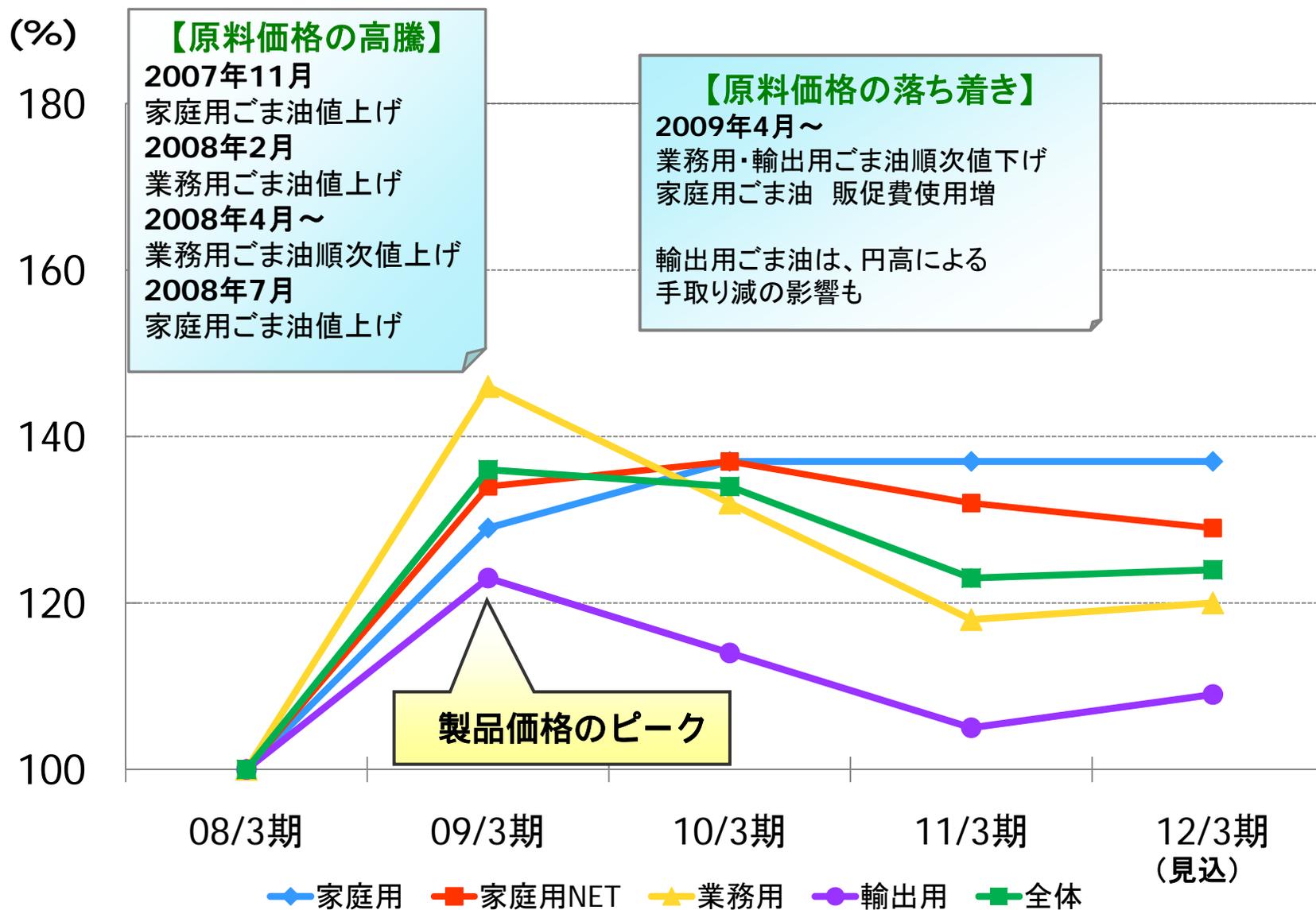
(単位： 百万円)	11年3月期 実績	12年3月期 予想	前期比		増減要因
			増減金額	増減率	
売上高	21,835 〔ごま油 17,396 食品ごま 3,894 脱脂ごま他 544〕	22,400 〔ごま油 17,780 食品ごま 4,070 脱脂ごま他 550〕	565 〔ごま油 384 食品ごま 176 脱脂ごま他 6〕	2.6%	<p><売上高増 約5.5億円></p> <p>1. 販売数量</p> <p>(1)ごま油 微減 家庭用・輸出用 増 業務用 減</p> <p>(2)食品ごま 増</p> <p>2. 販売価格</p> <p>(1)ごま油 上昇</p> <p>①業務用: 相対的に安価な食べる ラー油向けが減少</p> <p>②輸出用: 前期12月の値上げ効果</p> <p>③ごま油全体では、高価な家庭用の 構成比が増加。</p> <p>(2)食品ごま 据え置き</p>
営業利益 <利益率>	2,726 <12.5%>	2,600 <11.6%>	△126	△4.6%	
経常利益 <利益率>	2,731 <12.5%>	2,600 <11.6%>	△131	△4.8%	
当期純利益 <利益率>	1,521 <7.0%>	1,550 <6.9%>	29	1.9%	<p><販管費増 約7億円></p> <p>1. 販促費増 (販促費・家ごま油用特売費) 約 4.5億円</p> <p>2. 広告宣伝費増 約 1億円</p> <p>3. 運賃・通販費他 約 1億円</p>

通期想定為替レート¥/\$ 85円
為替レート1円変動による損益への影響額 約40百万円/年

※ 金額は表示単位未満切捨て。



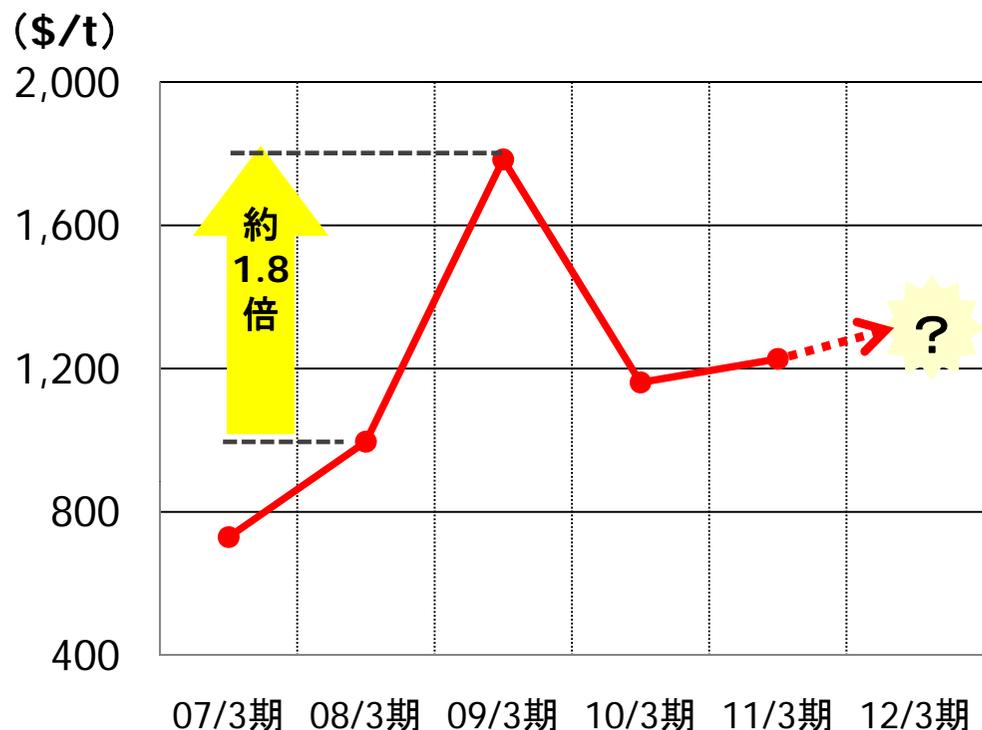
ごま油平均単価の推移



※2008年3月期の価格を100とする。



当社搾油用原料価格の動向(年度平均)



- <2009年3月期の原料価格高騰の要因>**
- ① バイオエタノール原料の需要増で
トウモロコシ・大豆価格高騰の煽り
 - ② 中国・中東の旺盛な買い
 - ③ 瞬間的に売り手市場となり、約2,500ドル/トンの取引も
なされ、まとまった量の確保が困難な局面も

<2012年3月期の見通し>

直近では、東アフリカ(タンザニア、モザンビーク)で収穫時期を迎えるが、天候が良好であったため生産量が昨年同等以上になる見込みであり、中国・中東勢の動きが比較的落ち着いていることから、価格は1,300ドル/トン前半の価格となっている。

また、西アフリカ(ブルキナファソ等)の生産分については昨年末に収穫した在庫も残っているとわれ、徐々に価格が下がることも期待できる。

しかしながら、ある程度価格が下がってくると、国内の他搾油メーカーや中国・中東勢の買いが入ると予想され、価格は上昇する可能性がある。

波乱要因：トウモロコシなど穀物価格の高騰

健康でより豊かな食生活に貢献

証券コード 2612

角 かどや製油株式会社
2011年3月期 決算説明会



経営展望について
2011年5月30日(月)
代表取締役社長 小澤二郎



経営展望について

1. 販売
2. 売上拡大策
3. 原料
4. 経営展望



1. 販売



販売①（2011年3月期総括）

依然デフレ傾向が強く、消費者からの低価格志向が強まっている。

家庭用製品

家庭用ごま油は、NB製品の特売価格引き下げに踏み切るも、競合他社の安価な調合ごま油に押され、苦戦。数量拡大に至らず。PB製品は、ブームの一段落で数量前期比-9%。

家庭用食品ごまは、重点製品に位置付け、製品デザインをリニューアルし、拡販を強化した。
(販売数量:前期比+37%、売上高:前期比+33%)

業務用製品

業務用ごま油は、「食べるラー油」特需により販売数量大幅にアップ。引き続き、業界トップクラス企業とのコラボ製品開発に注力。

業務用食品ごまは、数量は微減ながら価格低下が大きく、売上高減に響いた。

※期末に東日本大震災により多くの客先が被災し、食品業界にも大きな影響が出たが、当社においては年次計画を達成した。



すり鉢仕立て風
すりごま(黒) 60g



からだのごちそう
いりごま(黒)
60g





販売②(2012年3月期販売方針)

家庭用製品

- ① 商品棚エンドエリアでの企画を打ち、店頭での露出をアップ
- ② 卸店と協同した配荷キャンペーンで、重点製品を定番アイテムに
- ③ 強化月間の設定など、前期苦戦したPB商品を集中拡販で底上げ

ごま油は、主力製品である200g以外の製品の特売回数を増やし、消費者のニーズに合わせた価格に。売上の巻き返しを図る。

食品ごまは、既に春の新規定番導入増加傾向に。すり鉢仕立て風すりごまはボランティアチェーンとの共同開発が決定し、更なる販売増の予定。ねりごまは、製品の中身仕様のリニューアル、用途提案を強化し、拡販。

業務用製品

- ① 全国／地域の卸店との取り組みを強化した短期契約の締結
- ② 加工ユーザーとのコラボレーションの提案でブランド醸成・販売拡大
- ③ 加工ユーザーへの新規用途提案を強化



販売③(輸出用ごま油)

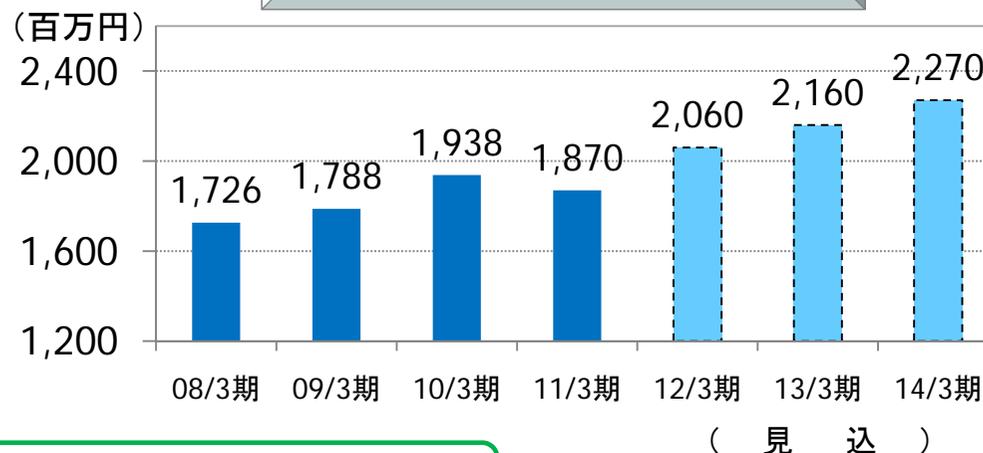
実績販売数量

2011年3月期 (単位:トン)

販売数量 3,740

計画をほぼ達成

輸出用ごま油売上高推移



輸出分野での施策

日本全体のごま油輸出量が、この10年で年度平均4%成長していることを前提として計画。
(※ 財務省貿易統計より)

- ① 既存顧客への拡販
 - ・北米のアジア系人口増加によるマーケット拡大分の取り込み
 - ・ヨーロッパ・オセアニアでの営業活動の強化
- ② 新規顧客の獲得
 - ・2011年3月期より、新規案件(PB商品等)の獲得を目指し、販路を拡大
 - ・ごま油に関する啓蒙活動及び新商品投入による、白人系需要の掘り起こし
 - ・2012年3月期、ヨーロッパにおいて展示会への出展を予定



2. 売上拡大策



売上拡大策 ①

<大手料理学校との連携> (ABC クッキングスタジオ、東日本料理学校協会など)

①商品のタイアップ

これまで、ごま油でのタイアップを実施してきた。
2012年3月期より、対象を食品ごまにも拡大。

②アンケート実施

料理学校生徒の意識動向などを調査し、当社製品開発、販売活動に活かす。

<広告、テレビCM>

① ごま油広告

2010年7～9月にテレビCMを放送。ごま油の宣伝と共に、
消費者キャンペーンを告知。
新聞・雑誌では、純正ごま油と他社の調合油との差異を訴求。

② ごまセサミン広告

テレビCMを2011年2月より放送。地上波のほか、BS局で積極的に放送中。
2012年3月期も継続してテレビCMを打っていく予定。
新聞・雑誌、ネットにも広告を展開。



売上拡大策 ②

<店頭での販促>

店頭での消費者へのアピールが弱いことを反省に、2010年7月より東京・名古屋・大阪の重点フォロー対象の量販店等でキャスト活動を開始。

初年度は、店頭での売価調査・配荷状況などの定点観測を実施。

2012年3月期からは、「川下でのPR活動」の重要な担い手として活動。

- ・POPや販促什器の設置
- ・未定番化商品や重点商品の配荷・拡販サポート

※店舗での現状をすぐさまフィードバックするなど、積極的・効果的な販促を実施していく。

<消費者キャンペーン>

毎年2回、「純正ごま油」購入者を対象に抽選で5,000円をプレゼント。
WEB、テレビ、新聞、雑誌、ラジオでの告知。

<上期実績> 2010年7～9月キャンペーン

応募総数46万通（応募レスポンス率 約7%）（前年同期 57万通、8%強）

<下期実績> 2011年1～3月キャンペーン（4月15日最終締切）

応募総数42万通（応募レスポンス率6%強）（前年同期 58万通、9%強）

※2012年3月期は、上期（7～9月）のキャンペーンを見送る。

より効果的な消費者接点を今一度検討し、下期において新たなプロモーションを実施予定。



売上拡大策③ (通信販売商品)

〈かどやのごまセサミン〉 (2010年7月販売開始)

ごま専門メーカーのかどやが作ったセサミン。
ごま油、食品ごまに続く当社の第三の柱としていく。

〈2011年3月期 実績〉

定期購入コース加入者が毎月順調に増加。

〈2012年3月期 施策〉

新聞、テレビ、ネットなどに広告を展開。
定期購入者の新規獲得と継続を目標に、更なる売上高アップを目指す。

〈生協での販売〉(2010年9月～)

関西地域の生協において、共同購入チャネルにて販売を実施。
当初は実験的なものであったが、現在は安定的な売上を確保。



〈黒ごま&オリゴ〉 (2009年7月販売開始)

ねりごまにオリゴ糖・はちみつ・黒砂糖の上品な甘味を加えた商品。

〈2011年3月期 実績〉

まとめ買いキャンペーン(「3パックスリムチャンス」)を展開。
継続的にサンプリング、広告出稿により新規顧客を獲得。

〈2012年3月期 施策〉

引き続き、認知度アップ・新規顧客の獲得を目指す。
これまでの新聞広告にプラスし、ネット媒体を利用し、
若い女性をターゲットに販売を展開する予定。





売上拡大策③（コラボレーション商品）

<カルビー(株)>

「ポテトチップス しおとごま油味」
(2008年3月より販売)

2008年は期間・地域限定の販売。
消費者より好評を得て、2009年からは販売期間を延ばし、
全国で販売。



※ 上の写真は2010年に販売していた商品のものです。

<ジャパンフリトレ(株)>

「フリトレ ポップコーン かどやのごま油味」
(2011年5月9日新発売)

同社の人気商品を、当社の純正ごま油で味付けしたポップコーン。
全国で販売中。



※ 他にも、有名なパンメーカーや米菓会社とのコラボレーション商品あり。
商品も、パン・お菓子等にとどまらず総菜にも広げている。

広告宣伝効果が大きく、当社ブランドの醸成にとって重要なラインナップ。
一部の商品は例年販売実績があり、手ごたえもある。



3. 原料



原料の安定調達

現 状

- ① ごま種子の生産 — 全世界の生産量は増加。
2010年度生産量：約360万トン
生産国で天候異変・農薬問題等のリスクが発生しやすい
- ② ごま種子の需要 — 需要の強い中国並びに中東の動向が注視される。
世界的に需要の増加傾向が続くが、賄えない量ではない

調達方針

**商社の強力なチャンネルを活用し、
高品質の原料を安定的に調達**

- ① 優良な産地・現地の輸出業者との取り組みを強化すると同時に、
新たな買い先の選択肢を増やす
- ② 作付面積の変化や天候情報、収穫時期・収穫見込数量について、
迅速・的確な情報収集を行う



食の安心・安全について①(当社体制)

背景

1. 食品自体の安全性に関する問題

冷凍食品への農薬等異物の混入とそれによる健康被害
ナイジェリア産ごまへのアフラトキシン(カビ毒)混入(2008年6月)

2. 食品会社のモラル・コンプライアンスに関する問題

原材料の産地や賞味期限について、相次いで食品の偽装が発覚
ごま業界は小さな会社が多く、同じような危険が生じないとは限らない

方針・施策

- ① 原材料から最終商品までのフローをマニュアル化、
さらに、品質管理部門のスタッフを増やして品質管理体制をより強化
- ② 原料の残留農薬に対し、自社検査機能を充実化し、公的機関へも検査依頼
- ③ 企業行動憲章をはじめとする全従業員へのコンプライアンスの徹底

消費者の皆様に安心・安全なごま製品を提供できるよう、
常に向上を図ることで信頼を得て、売上拡大に繋げる



食の安心・安全について②(食品表示に関する動向)

背景

1. 食品の表示制度を規格化する所管が消費者庁へ移管された。
2. 消費者庁では、食品表示に関し、各テーマの見直しを検討中。

(加工食品の原料原産地表示の義務化
栄養表示 (例:トランス脂肪酸)
健康食品に関する表示、 期限表示 など

消費者庁の動向

1. 原料原産地表示の義務化に向けた議論を本格化。
食用植物油(ごま油を含む)の表示義務化については、現在見送られている
2. トランス脂肪酸に関する自主表示ガイドラインの公表 など
2011年に入り、より具体化されてきている

当社は・・・

1. 加工食品の原料原産地表示の問題は、実質的な消費者利益や実行可能性等を踏まえた議論がなされることが望まれる。
2. トランス脂肪酸の表示においては、我が国の食の実態データを土台とし、しっかりとした科学的根拠を有する制度となるべきである。
☆ ごま及び植物油業界の中核企業として、適正な制度となるよう、業界の活動に参加・協力していく方針。



4. 経営展望



中期経営計画(前提、計画数値)

前提

- ① 為替：85円
- ② 原料価格：現状で安定
- ③ 製品価格：11/3期末価格で推移

中期経営計画

当初予定

(単位: 百万円)	11/3期	12/3期	13/3期
売上高	21,600	22,000	22,700
経常利益	2,150	2,200	2,400

修正後

(単位: 百万円)	11/3期実績	12/3期	13/3期	14/3期
売上高	21,835	22,400	23,000	23,700
経常利益	2,731	2,600	2,750	3,000



中期経営計画

販売策、計画販売数量

- ① 家庭用ごま油は、12/3期は前期計画未達分を取り返す。
13/3期及び14/3期は前期比漸増。
純正ごま油200g主体の販売戦略であったが、その他製品もバランスよく拡売を実施していく。
- ② 業務用ごま油は、12/3期は前期比減少、13/3期及び14/3期は前期比漸増。
12/3期は「食べるラー油」ブームによる加工向け特需が落ち着くが、数量の落ち込みを食い止める。
13/3期以降は「安心・安全・高品質」を最大限にアピールし、新規ユーザーを囲い込む。
- ③ 輸出用ごま油については、12/3期～14/3期は毎年+5.0%の割合で伸ばす。
- ④ 食品ごまについては、各期順調に増やす。

今後の課題

- ① 原料供給ルートが多様化(特に白ごま・黒ごま)
- ② 小豆島ごま油工場のリニューアル工事
- ③ 省エネ対策、A重油からLNGへの燃料転換 (2012年1月稼働予定)



配当性向

2007年3月期より、業績に連動させた配当に変更。
配当性向の目標は、当期純利益の40%を目処とする。
但し、業績に関わらず、
1株当たり20円以上の配当を継続して行えるよう努力。

2011年3月期の期末配当金は
1株当たり65円の予定。



※ご注意

当資料に記載されている内容は、資料作成時点の当社の判断に基づくものであり、記載された将来の計画数値、施策の実現を確約したり、保証するものではありません。

【お問い合わせ先】

かどや製油株式会社

〒141-0031

東京都品川区西五反田8丁目2番8号

TEL 03-3492-5545 FAX 03-3492-5985

取締役専務執行役員 水戸 優

URL <http://www.kadoya.com/>

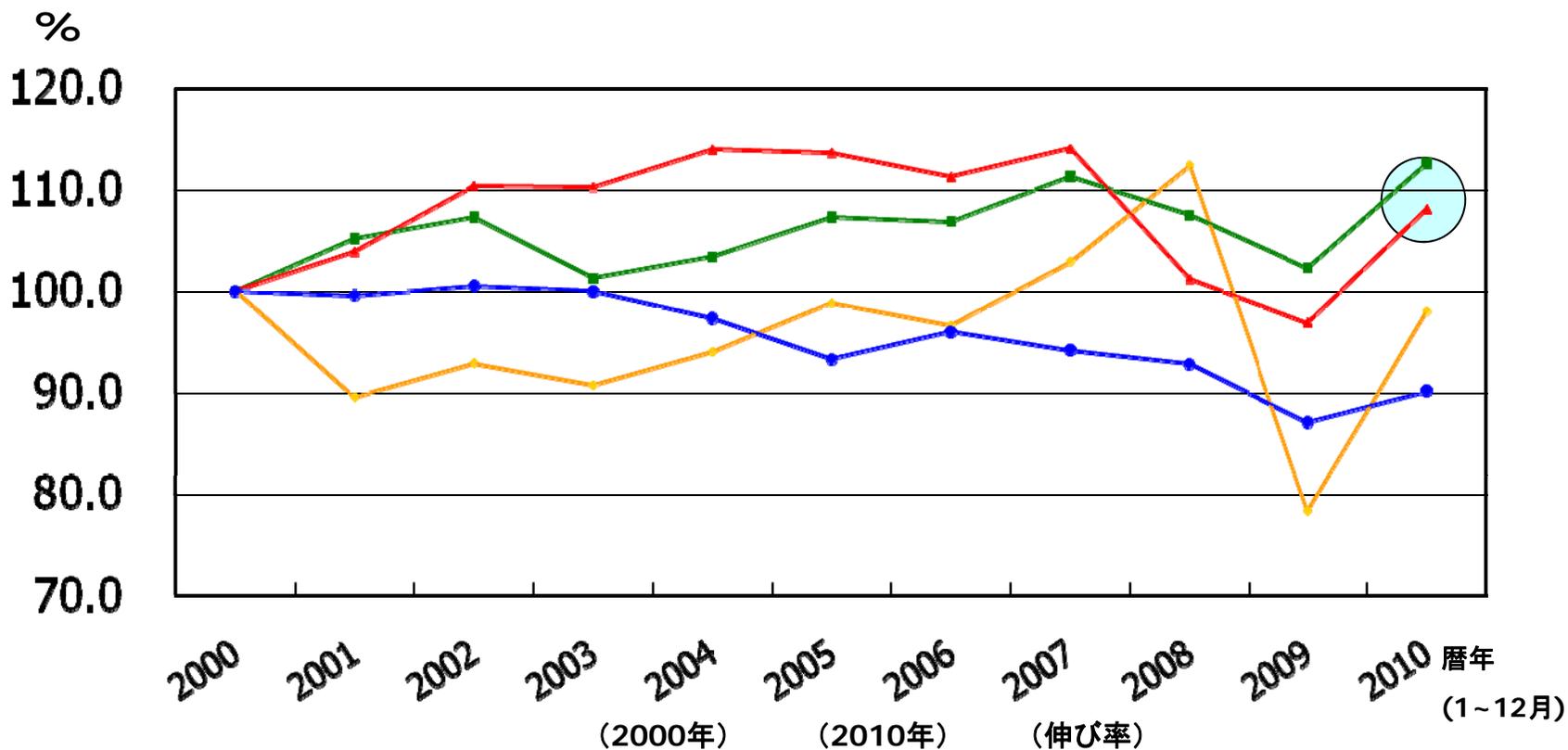


付 属 資 料

※ 当資料の統計数値等は、外部データに合わせて
1～12月の暦年で表示しています。
説明資料掲載の決算数値等は4～3月の年度区切り
であることから、変化率等が異なる場合があります。



わが国のごま種子輸入量と搾油状況



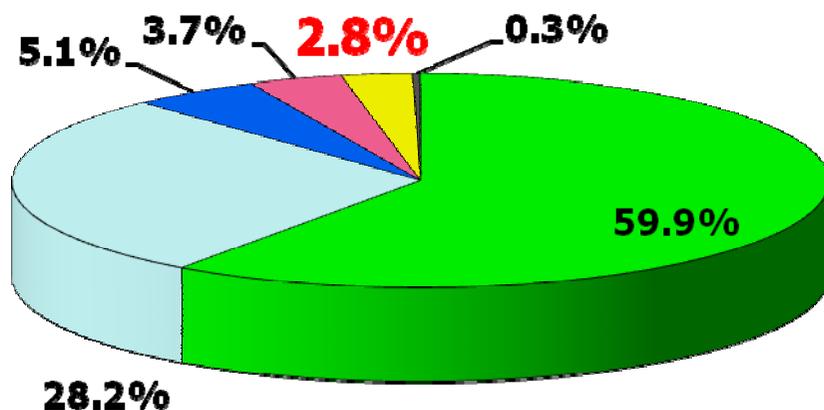
	(2000年)	(2010年)	(伸び率)
— 全国ごま種子輸入量	164,713	161,433	98.0%
— 全国ごま油生産量	40,607	45,743	112.6%
— 当社ごま油生産量	22,103	23,885	108.1%
— 全国可食油生産量	1,836,318	1,656,487	90.2%

(単位:トン)

資料: 財務省通関統計
 農林水産省作成
 「油糧生産実績表」



わが国の油糧(可食油)生産量実績



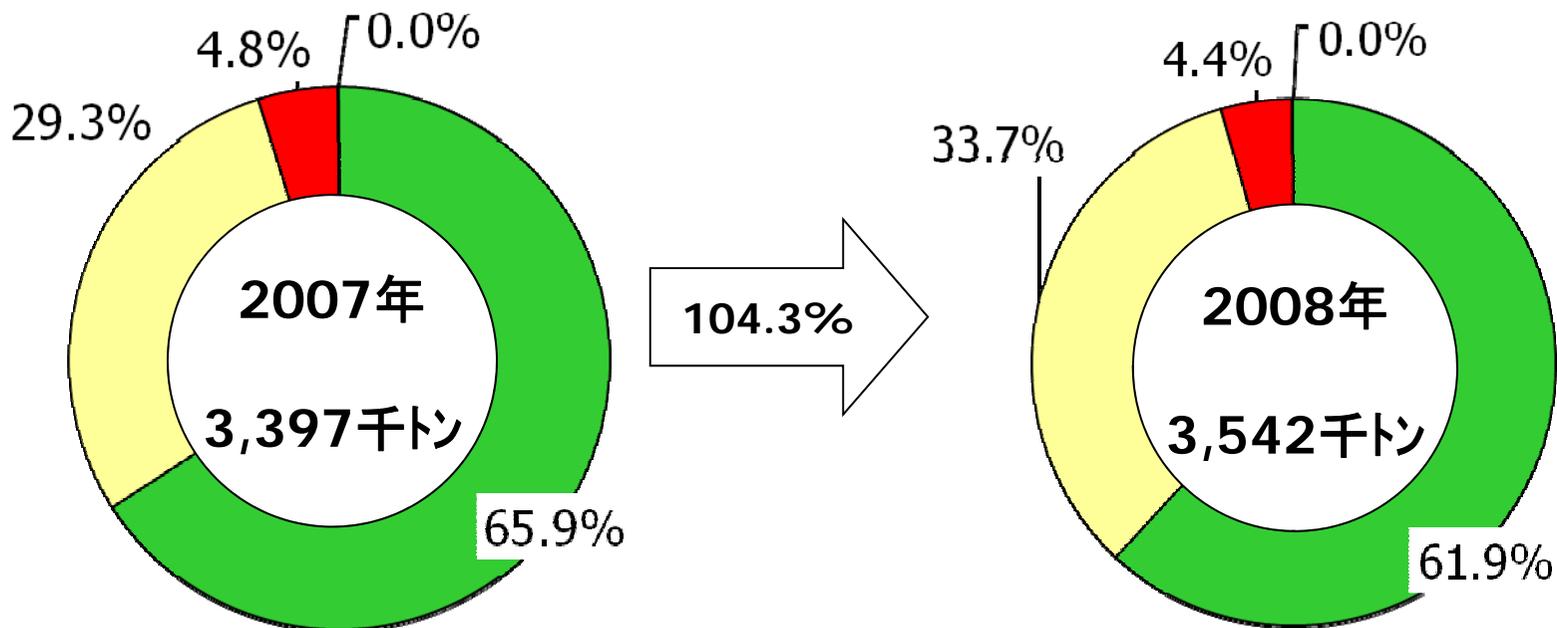
2010年(1~12月)生産量
1,656,487トン

	2000年 (数量:トン)	2010年 (数量:トン)	増 減 (数量:トン)	比 率 (比 率)
■ 菜種	912,884	992,953	80,069	8.7 %
□ 大豆	694,447	467,707	△226,740	△32.7 %
■ とうもろこし	100,547	84,389	△16,158	△16.1 %
■ 米ぬか	65,352	60,960	△4,392	△6.7 %
■ ごま	40,607	45,743	5,136	12.6 %
■ 紅花	15,299	-	△15,299	- %
■ その他	7,182	4,735	△2,447	△34.1 %
	1,836,318	1,656,487	△179,831	△9.8 %

資料: 農林水産省作成
「油糧生産実績表」



世界のごま種子生産量



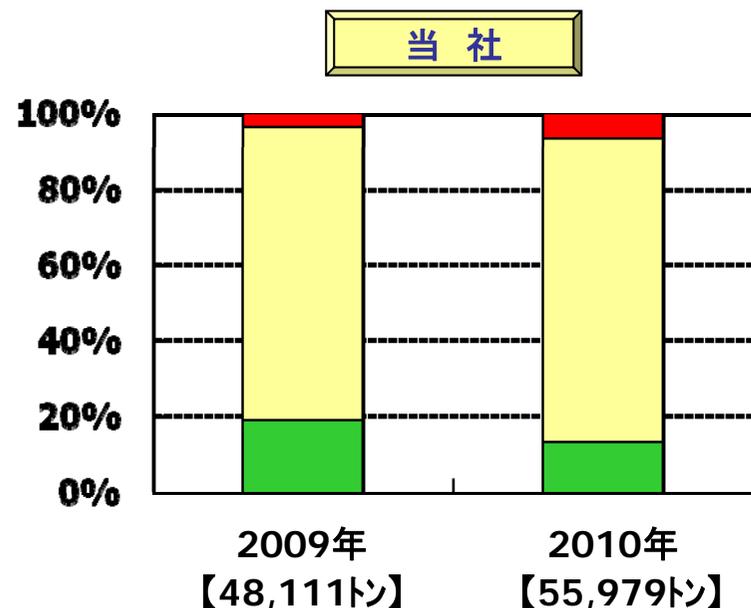
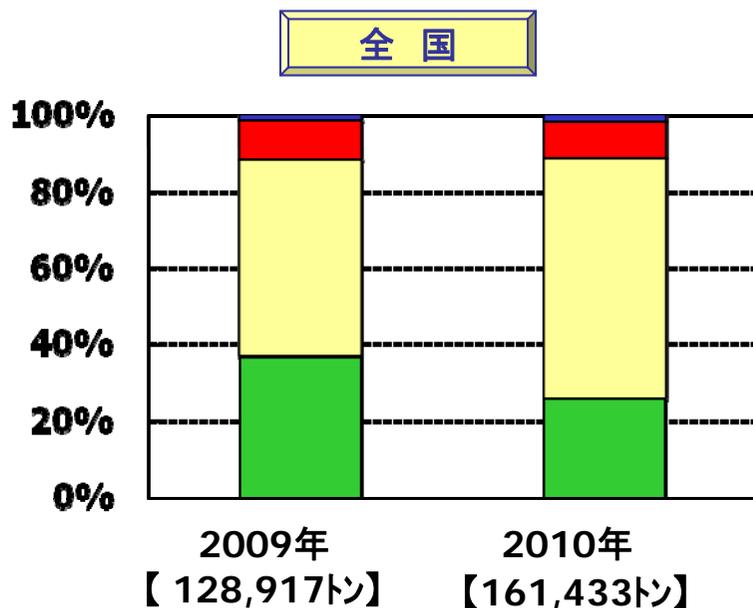
(主な生産国)

資料:FAO Inter-net data base
(2011年5月現在)

単位:千トン	2007年	2008年	増減
インド	757	640	△117
中国	558	586	28
ミャンマー	590	620	30
スーダン	242	350	108
ウガンダ	168	173	5
エチオピア	149	187	38
ナイジェリア	105	110	5



わが国のごま種子輸入実績



■ 南北アメリカ	36.5%	25.5%
(パラグアイ・グアテマラ他)		(パラグアイ・グアテマラ他)
■ アフリカ	51.7%	63.2%
(ナイジェリア・タンザニア他)		(ナイジェリア・タンザニア他)
■ 他アジア	10.1%	9.2%
(ミャンマー・トルコ他)		(ミャンマー・トルコ他)
■ 中国	1.7%	2.1%

	18.8%	13.1%
(パラグアイ・メキシコ他)		(パラグアイ・メキシコ他)
	77.6%	80.1%
	3.6%	6.8%
	0%	0%

資料: 財務省通関統計