

健康でより豊かな食生活に貢献

証券コード 2612



角 かつや製油株式会社

2012年3月期第2四半期
決算説明会

決算概要について

2011年11月11日(金)

取締役執行役員管理部長 戸倉 章博



決算概要について

1. 会社概要
2. 2012年3月期第2四半期 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9月30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	4,818名
◇従業員数	274名
◇事業所	本社、工場、 4支店、3営業所、1事業所



商品別、用途別売上高 (2012年3月期第2四半期)

食品ごま 1,999百万円

18.2%

ごま油

8,693百万円

79.4%

全売上高
10,952百万円

2.4%

脱脂ごま他
258百万円



家庭用
4,498百万円

51.7%
(49.0%)

ごま油売上高
8,693百万円

10.8% (9.7%)

輸出用 938百万円

業務用
3,256百万円

37.5%
(41.3%)

※カッコ内は前年同期の値。



業務用ねりごま
351百万円

17.6%
(17.5%)

家庭用ねりごま
73百万円

3.7%
(3.8%)



家庭用食品ごま
208百万円

10.4%
(9.2%)

食品ごま
売上高
1,999百万円

業務用食品ごま
1,365百万円

68.3%
(69.5%)

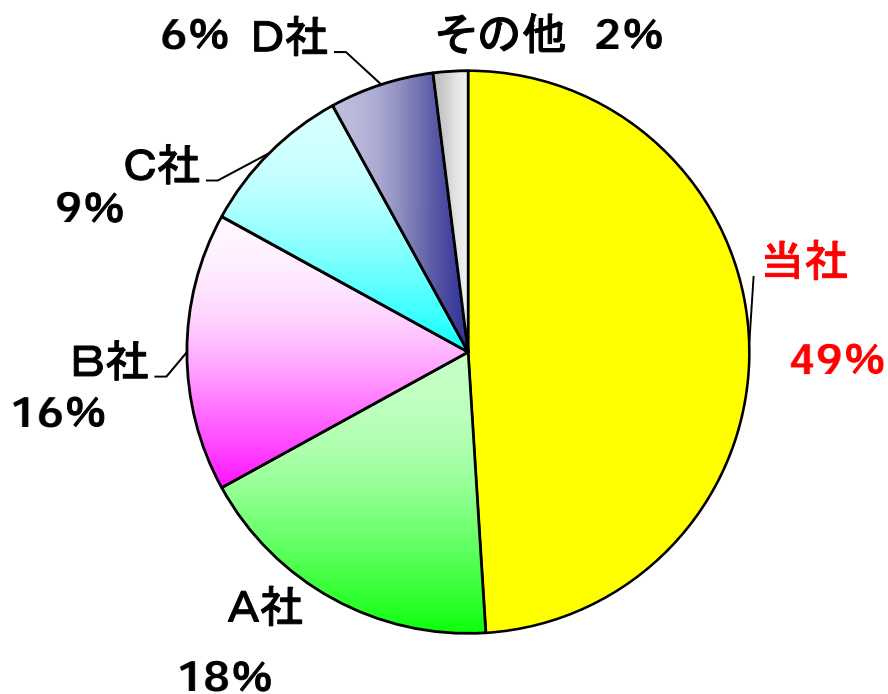




シェア状況

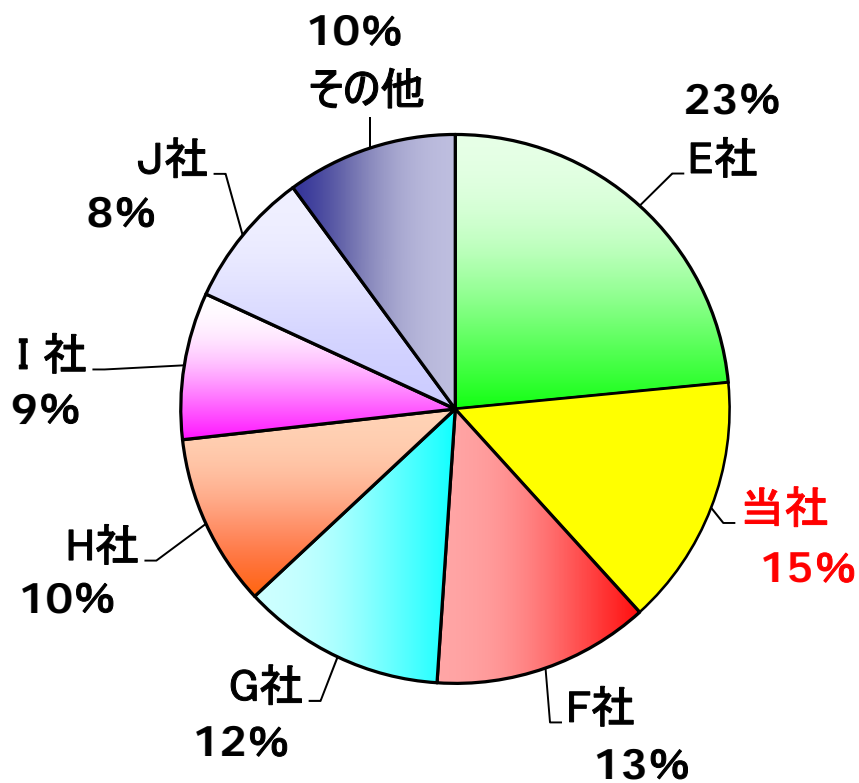
ごま油(2010年1~12月売上高)

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. 2012年3月期第2四半期 決算概要



2012年3月期第2四半期 決算の概要

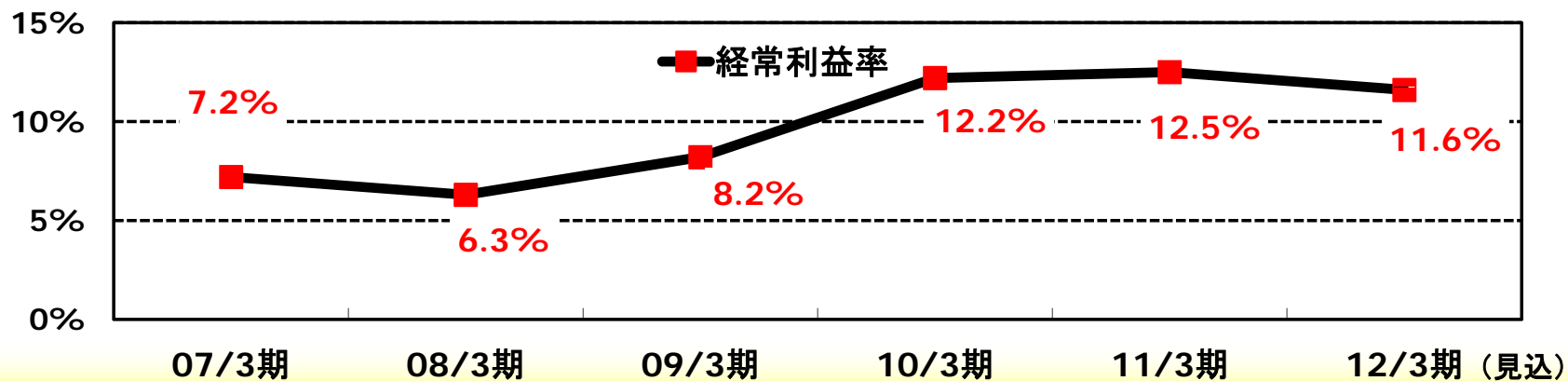
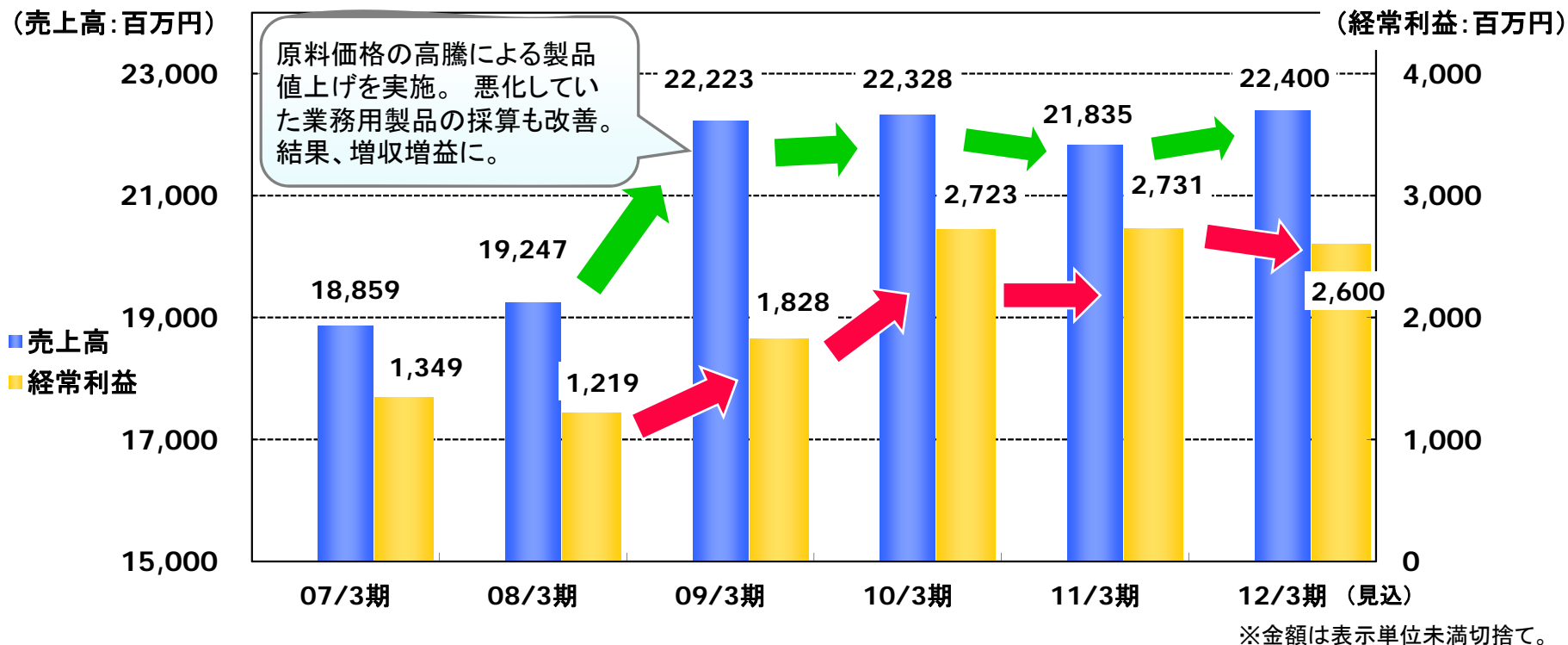
(単位：百万円)	11年3月期 第2四半期	12年3月期 第2四半期	前期比		増減要因
			増減金額	増減率	
売上高	11,305 <small>ごま油 8,984 食品ごま 2,047 脱脂ごま他 273</small>	10,952 <small>ごま油 8,693 食品ごま 1,999 脱脂ごま他 258</small>	△353 <small>ごま油 △290 食品ごま △47 脱脂ごま他 △15</small>	△3.1%	<p><ごま油 売上高減少> 販売数量…家庭用・輸出用が増加したものの、業務用の減少があり、全体では5.8%の減少 販売価格…家庭用・業務用とも価格はそう変化ないが、輸出用は円高と値下げもあり、低下。</p> <p><食品ごま 売上高減少> 販売数量…前年同期比微減。 販売価格…低下。</p>
売上原価	6,529	6,085	△444	△6.8%	<ul style="list-style-type: none"> 販売数量減少による 原料払出価格やや低下(仕入価格約6%上昇するも、円高(10%)による) ごま油 約3%低下 食品ごま 約1%低下 工場燃料費・償却費など経費微増 約9百万円
販管費	3,187	3,278	91	2.8%	<ul style="list-style-type: none"> 家庭用ごま油の特売費 約110百万円増加
営業利益 <利益率>	1,588 <14.0%>	1,587 <14.5%>	0	△0.0%	
経常利益 <利益率>	1,562 <13.8%>	1,577 <14.4%>	14	0.9%	
当期純利益 <利益率>	864 <7.6%>	913 <8.3%>	48	5.6%	

※ 金額は表示単位未満切捨て。

【為替】
 原価計上レート¥/\$ 90円 81円
 決済レート¥/\$ 92円 81円



2012年3月期 売上高、経常利益、経常利益率の推移





貸借対照表

(単位:百万円)	11年3月期 期末	構成比 (%)	12年3月期 第2四半期末	構成比 (%)	前期末比	
					増減金額	増減率
資 産						
■流動資産	15,909	70.2	15,398	69.4	△511	△3.2%
■固定資産	6,769	29.8	6,783	30.6	14	0.2%
資 産 合 計	22,679	100.0	22,182	100.0	△496	△2.1%
負 債						
■流動負債	4,575	20.2	3,762	17.0	△813	△17.7%
■固定負債	769	3.4	799	3.6	29	3.8%
負 債 合 計	5,345	23.6	4,561	20.6	△783	△14.6%
純 資 産 合 計	17,333	76.4	17,621	79.4	287	1.6%
負 債・純 資 産 合 計	22,679	100.0	22,182	100.0	△496	△2.1%

※ 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 <small>〔ごま油 17,396 食品ごま 3,894 脱脂ごま他 544〕</small>	22,400 <small>〔ごま油 17,780 食品ごま 4,070 脱脂ごま他 550〕</small>	565 <small>〔ごま油 384 食品ごま 176 脱脂ごま他 6〕</small>	2.6%	<p>＜売上高増 約5.5億円＞</p> <p>上期は、食べるラー油ブームの一段落、震災による加工ユーザー等の生産調整や外食産業の低迷により、業務用ごま油の数量低下が響いた(約13%)。</p> <p>家庭用・輸出用ごま油は数量増加したが、業務用ごま油の落ち込み分をカバーできず。</p>
営業利益 〈利益率〉	2,726 〈12.5%〉	2,600 〈11.6%〉	△126	△4.6%	<p>下期は、加工ユーザー向け製品の価格調整、業務用製品の販促キャンペーン、新規大口ユーザーとの取引開始等により、通期で計画達成すべく取り組む。</p>
経常利益 〈利益率〉	2,731 〈12.5%〉	2,600 〈11.6%〉	△131	△4.8%	<p>＜売上原価減 約2億円＞</p> <p>円高基調及び前期の高価格在庫の費消もあり、原料払出価格が低下。</p>
当期純利益 〈利益率〉	1,521 〈7.0%〉	1,550 〈6.9%〉	29	1.9%	<p>＜経費＞</p> <p>販売数量減少による支払運賃・保管料減少を始め、当初計画のテレビCMを絞り込み、旅費交通費等を更に削減。通期経常利益を達成する。</p>

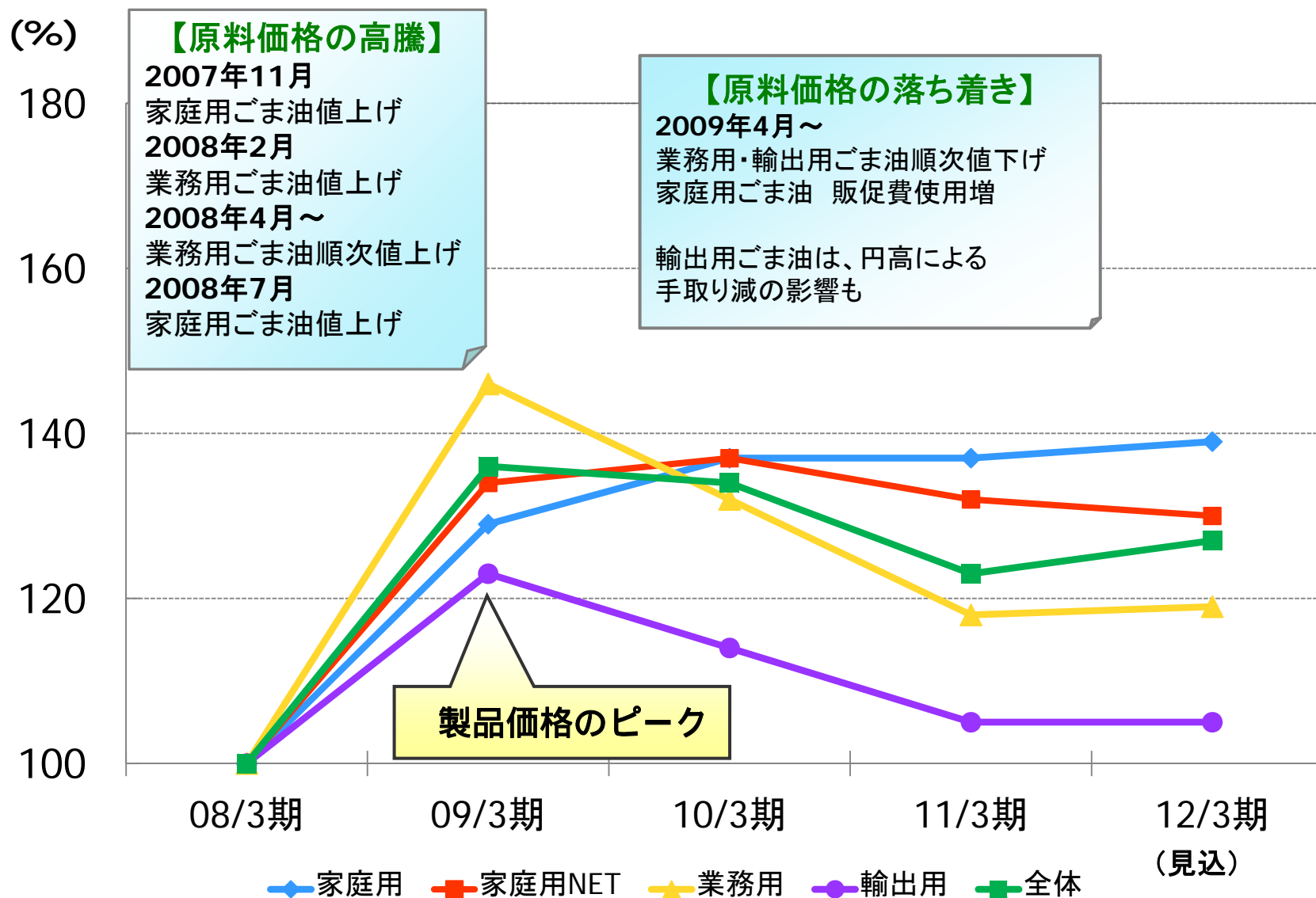
下期想定為替レート¥/\$ 80円

下期為替レート1円変動による損益への影響額 約10百万円

※ 金額は表示単位未満切捨て。



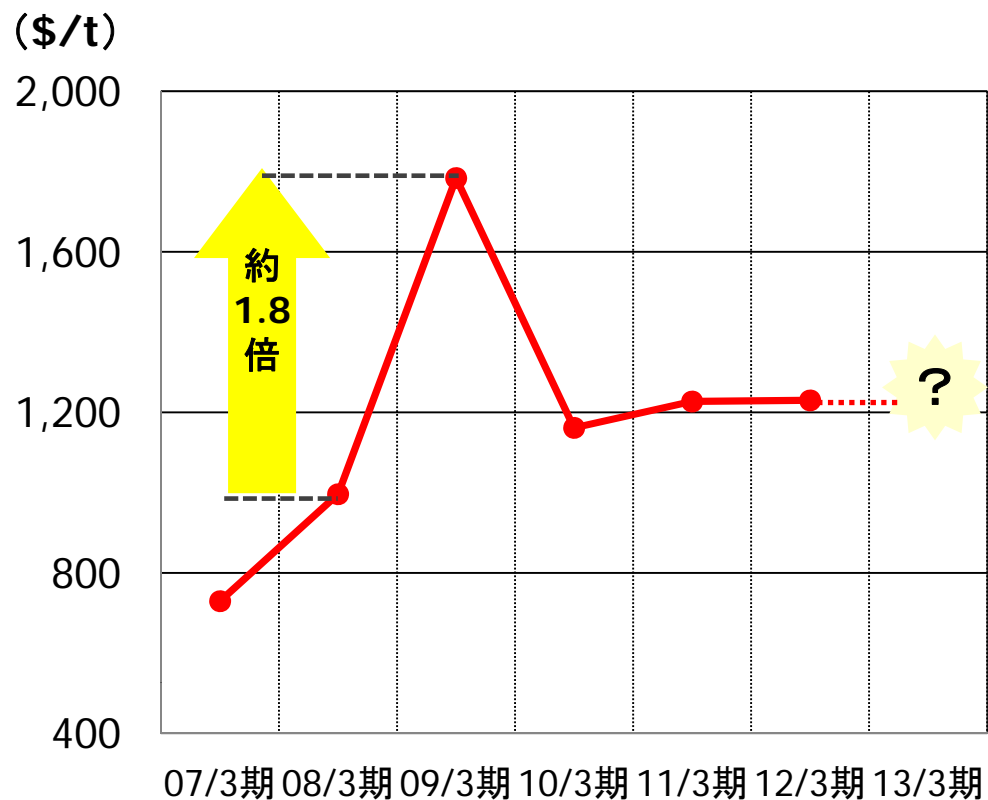
ごま油平均単価の推移



※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/トンでの取引も
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>

インドが降雨のため減産、今年も中国のごま作付面積の減少が続く等の話から、夏過ぎに一旦上昇しかけたが、10月中旬になって西アフリカ(ナイジェリア、ブルキナ・ファソ)の天候が良好で増産が見込まれるとの情報により、足元の価格は軟化している。

中国の買いは前年比さらに増加しており、依然相場の懸念要因ではあるが、今までのところ中東・日本と共に価格レベルを見ながらの穏やかな動きに終始しており、今後は1,200～1,300ドル/トン台のレンジに納まると見られる。

波乱要因 : 中国の急な買付
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

2012年3月期第2四半期 決算説明会



経営展望について

2011年11月11日(金)

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(ごま油)

依然として続くデフレ傾向、消費者の低価格志向
震災や焼肉業界の食中毒問題による影響

	家庭用	業務用	輸出用
上期実績	NB製品の特売価格引き下げに踏み切り、値頃感を訴求。他社の調合ごま油に対抗し、NB製品の販売が増えた。	食べるラー油ブームが一段落したことによる落ち込みが想定以上。焼肉店の食中毒問題等に影響された。	震災後より、供給不足を懸念した買い溜め需要が発生。
前年同期比	売上高、数量共に微増	売上高、数量共に減少	売上高、数量共に増加
下期計画	主力製品の特売回数を増やし、当初計画達成を図る。 ・消費者キャンペーン ・テレビCMでキャンペーンも告知 ・WB製品の新規投入、リニューアル	食べるラー油が一段落し、焼肉業界の不調による影響が続くが、販売落ち込みを最小限に抑える。 ・販促キャンペーン ・新規大口ユーザーとの取引開始	供給不足を懸念した買い溜め需要が落ち着き、計画当初の状況に戻る見込み。 当初からの施策を継続し、計画を達成する。 ・既存顧客への拡販 ・新規顧客の開拓



販売②(食品ごま)

外食不振から、内食へのシフト
中小メーカーとの価格競争が激化

	家庭用	業務用
上期実績	重点製品に位置付け、 拡販を強化した。	加工原料向け製品は販売数量 微増、外食向けは食中毒問題を 受け、微減。 販売価格低下が大きかった。
前年同期比	売上高、数量共に増加	売上高、数量共に微減
下期計画	店頭企画やメニュー 提案で販売数量を増や す。	大口顧客への重点拡販キャン ペーンや加工ユーザーの開発・ マーケット部門への用途提案強化 で計画達成を目指す。



販売③(輸出用ごま油)

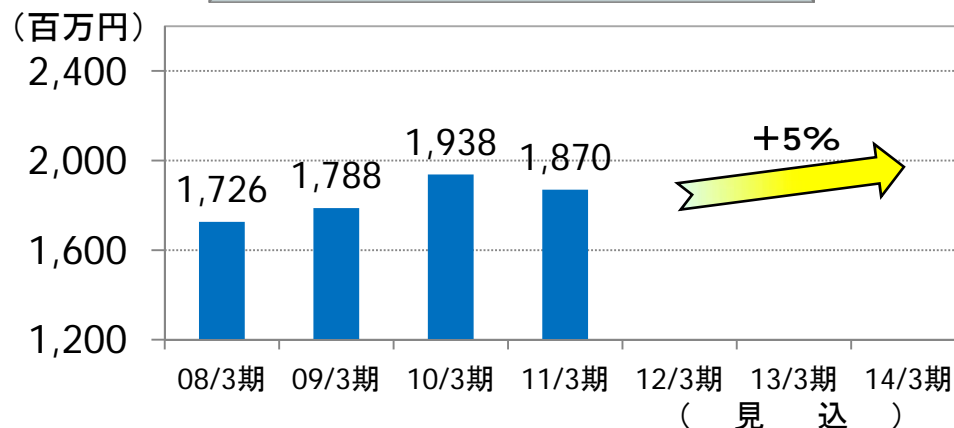
実績販売数量

2012年3月期第2四半期

販売数量 約1,890 t

今上期は震災後の買い溜め需要もあり、前年同期比で販売数量は約11%増加。
下期は買い溜め需要の調整もあるが、通期では計画をやや上回り、前期比5%強増加と予測。

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

- ・米・加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・東南アジア・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
- ・2011年10月、ドイツ・ケルンメッセでの展示会「ANUGA2011」へ出展。



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PR、サンプル提供

②アンケート実施

<消費者キャンペーン>

「純正ごま油」購入者を対象に抽選で5,000円を毎月1,000名、
合計3,000名にプレゼント。

WEB、テレビ、新聞、雑誌、ラジオでの告知。

上期は実施を見送ったが、10月から12月において再開。販売数量増加につなげる。

<広告、テレビCM>

① ごま油広告

消費者キャンペーン実施に合わせ、10月よりテレビCMを放送し、告知する。
新聞・雑誌では、当社の純正ごま油と他社の調合油との差異を訴求していく。

② ごまセサミン広告

テレビCMを2011年2月より放送。

製品のターゲットである中高年層がよく視聴するBS局で積極的に放送中。

下期も継続してテレビCMを効果的に打っていく予定。

新聞・雑誌、ネットにも広告を展開。

<店頭での販促>

① キャスト活動

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。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。

② 他食品メーカーと協同したメニュー提案

当社製品との相性がよい食材のメーカー製品と組み合わせたメニュー提案をする。メニュー紹介のPOPを店頭へ設置し、他の素材との相乗効果による販売増をねらう。

さらに、人気のレシピサイトにおいて消費者から新規レシピを募り、メニューコンテストを実施する。POPにもレシピサイトを紹介し、多方面から当社製品をアピールする。



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、売上高ともに順調に増加。

〈2012年3月期 施策〉

新聞、テレビ、ネットなどに広告を継続して展開。

「ごまセサミン」認知度のアップを図ると共に、
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。



〈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。

継続的なサンプリング、広告出稿により新規顧客を獲得。

〈2012年3月期 施策〉

使用方法の積極的な訴求をし、認知度アップ、新規顧客の獲得を目指す。

また、これまでの新聞広告にプラスし、ネット媒体などこれまでとは異なる手法で若い女性をターゲットに販売を展開する。





売上拡大策④（コラボレーション商品）

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。

<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年に期間・地域限定で販売をスタートしたポテトチップス。
年々消費者より好評を得て、
本年6月より、ついに定番商品として販売を展開。



<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月 販売）

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。
全国で期間限定販売し、好評を得た。



※ 他にも、有名パンメーカーやお菓子メーカーとのコラボレーション商品あり。
商品も、パン・お菓子等から拡大し、冷凍食品にも手を広げている。



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370万トン(出典:Oil World 2011)
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、
新たな調達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
冷凍食品への異物混入、健康被害 ナイジェリア産ごまへのカビ毒混入
2. 食品会社のモラル・コンプライアンスに関する問題
原料原産地や賞味期限に関する偽装
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
品質管理部門のスタッフを増やして体制を強化
- ② 原料の残留農薬に対し、自社検査機能を備え、公的機関へも検査を依頼
- ③ 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

※ 放射能による影響に関して、以下の理由により当社製品は安全と判断しています。

- ① 小豆島工場(香川県)は福島原発より離れており、影響を受けていない
- ② 文部科学省の放射能検査によると、工場近隣の数値は問題ない
- ③ 原料であるごまは、ほぼ全量が海外産である



食の安心・安全について②(食品表示に関する動向)

消費者庁において、食品の表示制度について各テーマを見直し中。

- (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

<最近の動向>

1. 原料原産地表示に関し、食用植物油脂(ごま油を含む)の表示義務化は見送り。
2. トランス脂肪酸に関する自主表示ガイドラインが公表されたが、同様に、義務化は見送り。
3. 食品表示一元化検討会が発足され、各省で縦割りになっている法体系や表示方法の在り方などについて検討が始まった。

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

(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

(2011年3月策定)



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、用途提案を強化して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 原料供給ルートを多様化する（特に白ごま・黒ごま）
- ② 小豆島工場のリニューアル工事を漸次進める
- ③ 省エネ対策、A重油からLNGへ燃料転換する（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。

2012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

取締役執行役員管理部長 戸倉 章博

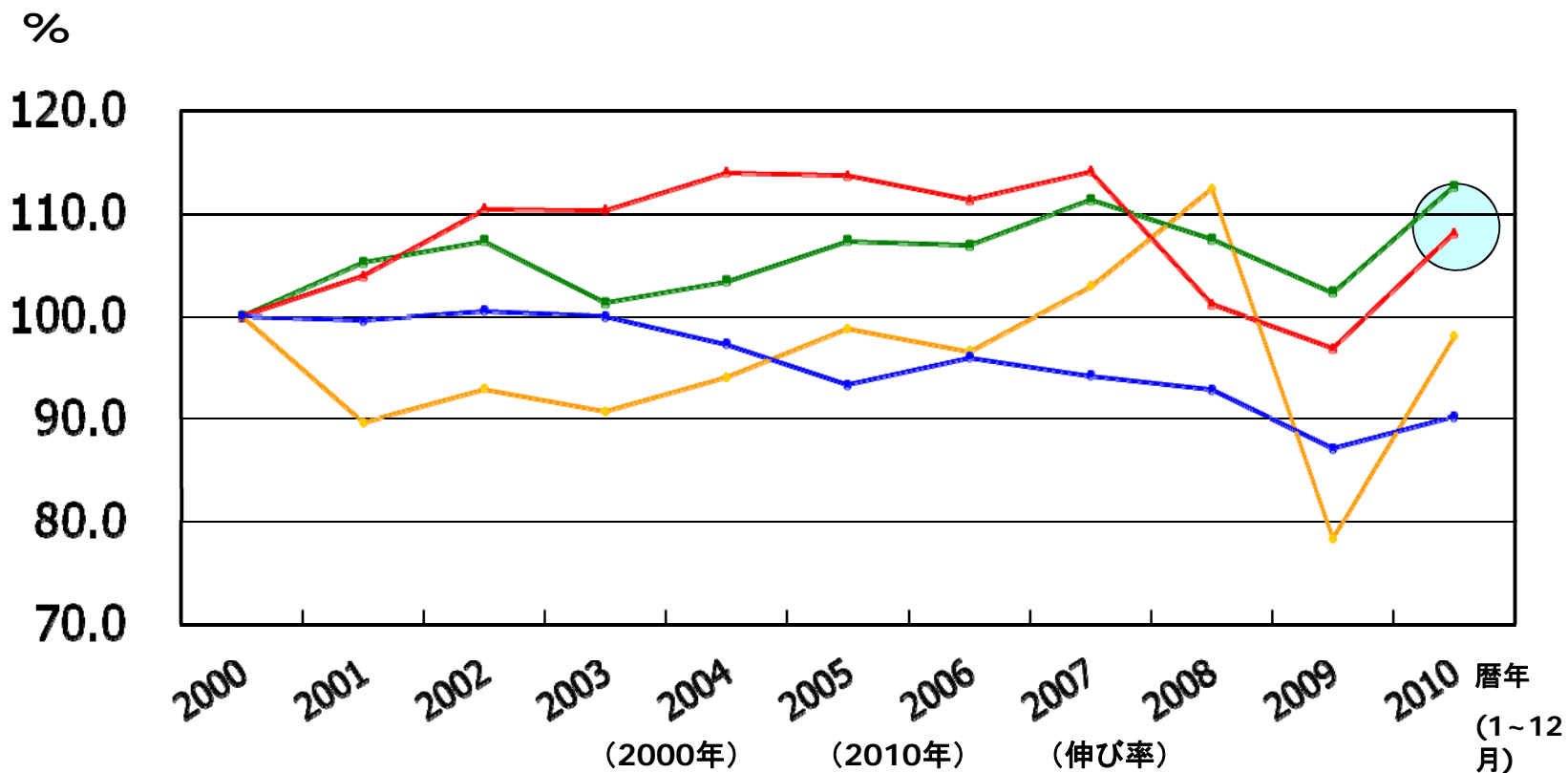
URL <http://www.kadoya.com/>



付 属 資 料



わが国のごま種子輸入量と搾油状況



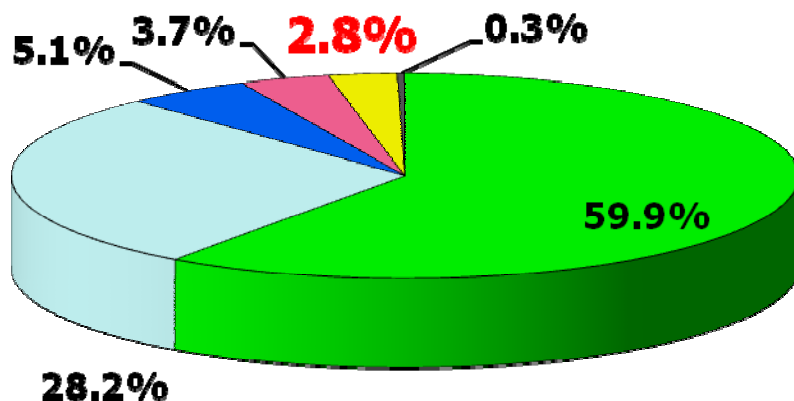
	(2000年)	(2010年)	(伸び率)
— 全国ごま種子輸入量	164,713	161,433	98.0%
— 全国ごま油生産量	40,607	45,743	112.6%
— 当社ごま油生産量	22,103	23,885	108.1%
— 全国可食油生産量	1,836,318	1,656,487	90.2%

(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



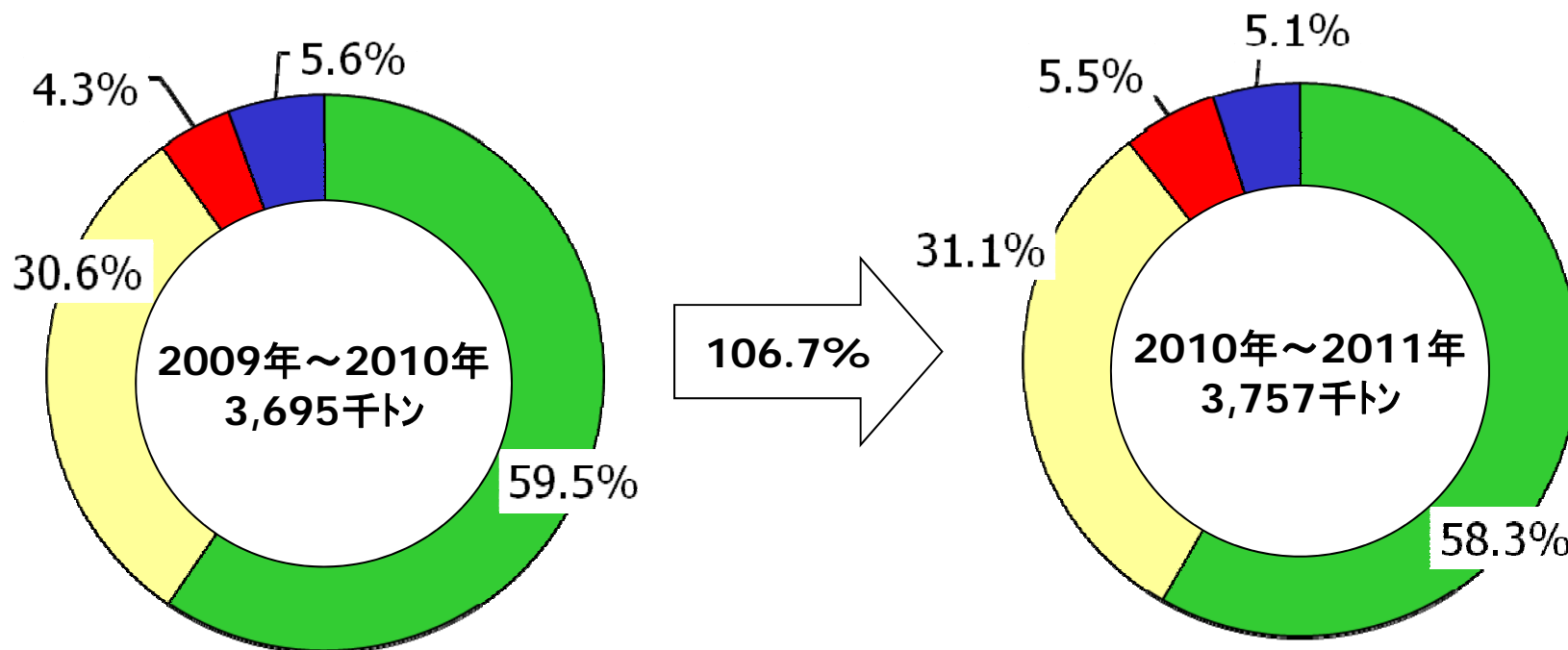
2010年(1~12月)生産量
1,656,487トン

	2000年 (数量:トン)	2010年 (数量:トン)	増 減 (数量:トン)	減 (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)

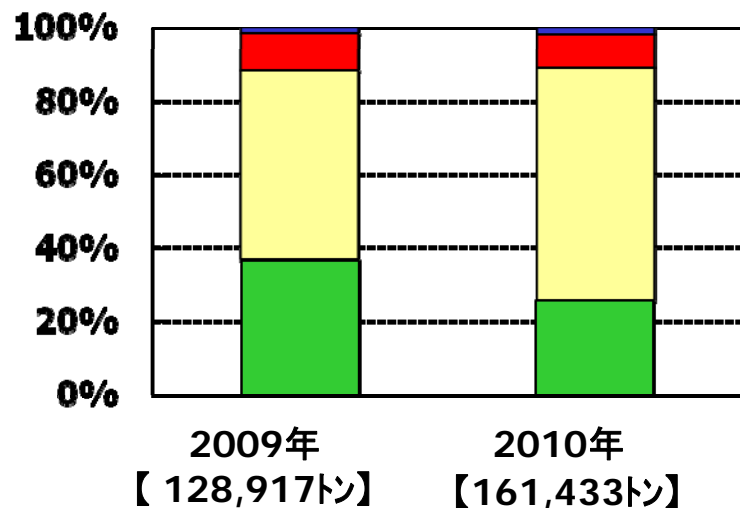
資料: Oil World Annual 2011
※ 生産量の数値は、9月から翌年8月までを1年として集計されたものです。

単位:千トン	2009-2010年	2010-2011年	増減
インド	730	730	0
ミャンマー	620	620	0
中国	610	610	0
スーダン	318	330	12
エチオピア	261	314	53
ウガンダ	178	170	△8
ナイジェリア	140	120	△20

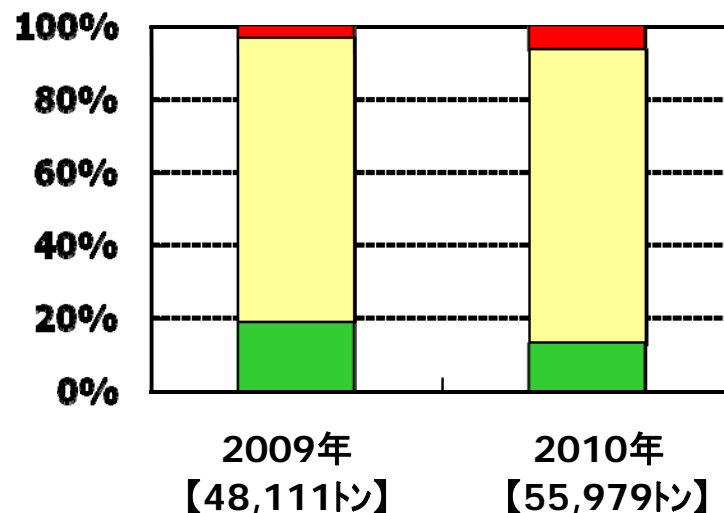


わが国のごま種子輸入実績

全国



当社



■ 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