

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

2010年3月期 決算説明会



決算概要について

2010年5月26日(水)

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. 2010年3月期 決算概要
3. 2011年3月期 事業計画



1. 会社概要



会社プロフィール(2010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	4,687名
◇従業員数	271名
◇事業所	本社、工場、 4支店、3営業所、1事業所

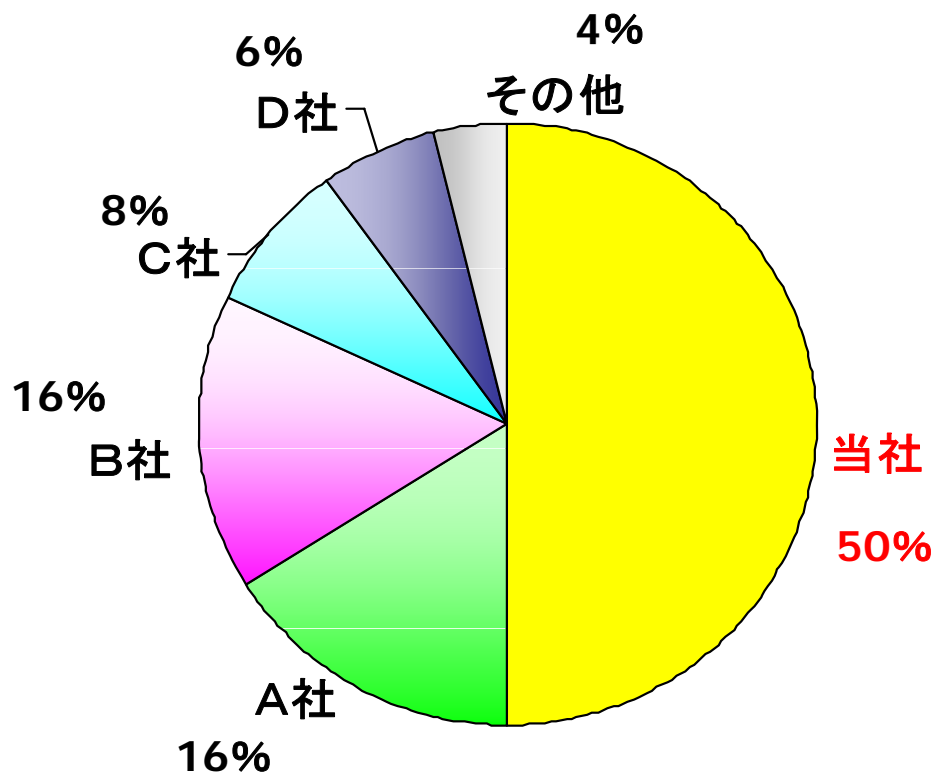
※長野・高松営業所を他と統合し、2009年10月1日より
5営業所→3営業所に。



シェア状況

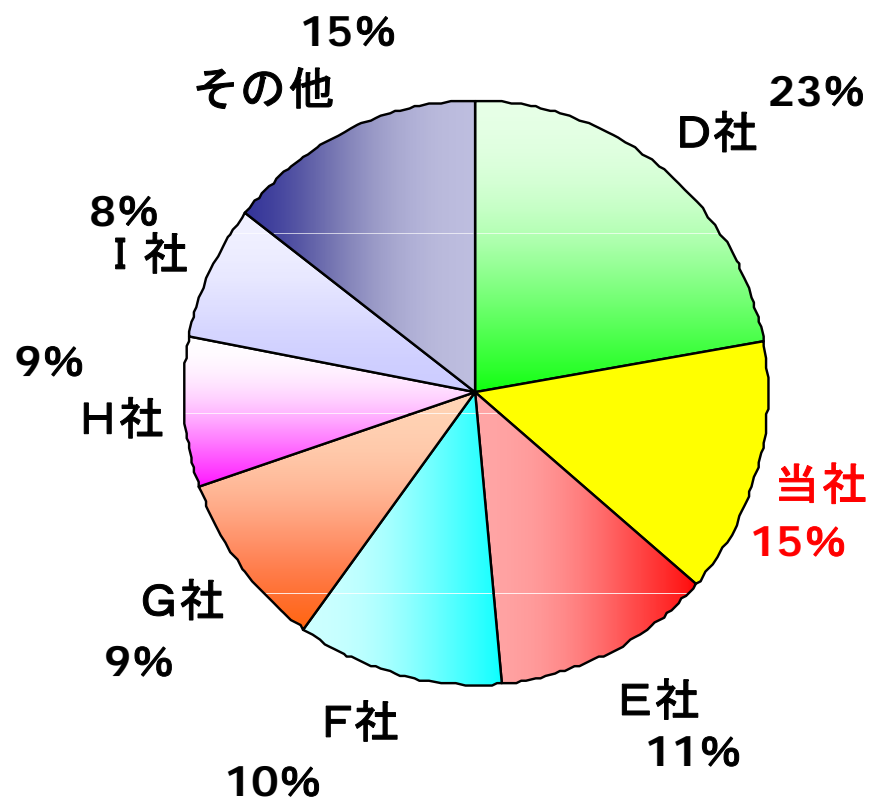
ごま油(2009年1~12月売上高)

市場規模:約350億円



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【株式会社富士経済】調査による



2. 2010年3月期 決算概要



2010年3月期 決算の概要

(単位：百万円)	09年3月期	10年3月期	前期比		増減要因
			増減金額	増減率	
売上高	22,223 <small>ごま油 16,740 食品ごま 4,822 脱脂ごま他 660</small>	22,328 <small>ごま油 17,426 食品ごま 4,322 脱脂ごま他 580</small>	105 <small>ごま油 686 食品ごま △500 脱脂ごま他 △80</small>	0.4%	販売数量 { ごま油 : 家庭用は約7%増 業務用は約3%増 輸出用は約18%増 } ⇒全体で約6%増 食品ごま: 約5%減 販売価格 ごま油、食品ごま共に低下
売上原価	14,881	13,460	△1,420	△9.5%	・原料払出価格下落(仕入価格低下・円高) ごま油 約25% 食品ごま 約19%下落 ・工場燃料費・償却費など経費減 1億円
販管費	5,503	6,165	662	12.0%	家庭用ごま油の販促費 5億円 広告宣伝費(テレビCM) 1億円
営業利益 <利益率>	1,838 <8.3%>	2,702 <12.1%>	863	46.9%	
経常利益 <利益率>	1,828 <8.2%>	2,723 <12.2%>	894	48.9%	
当期純利益 <利益率>	1,013 <4.6%>	1,539 <6.9%>	525	51.8%	

【為替】

原価計上レート¥/\$ 104円 97円
 決済レート¥/\$ 104円 96円

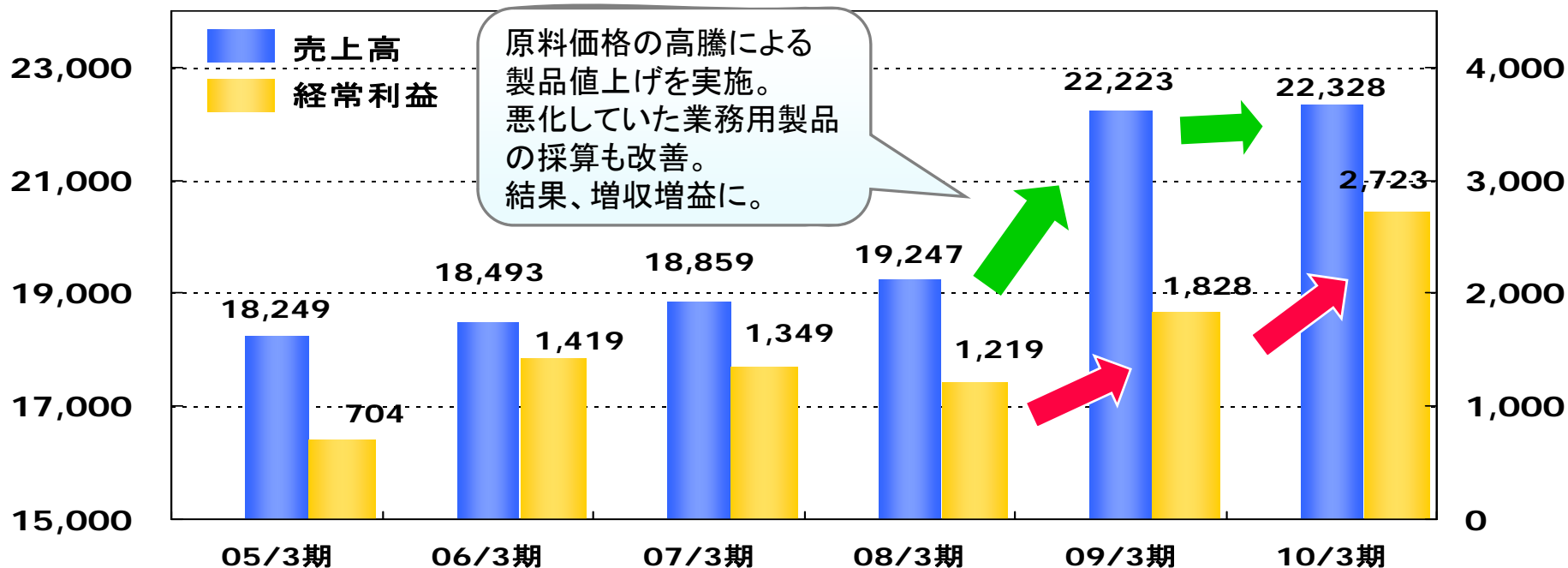
※ 金額は表示単位未満切捨て。



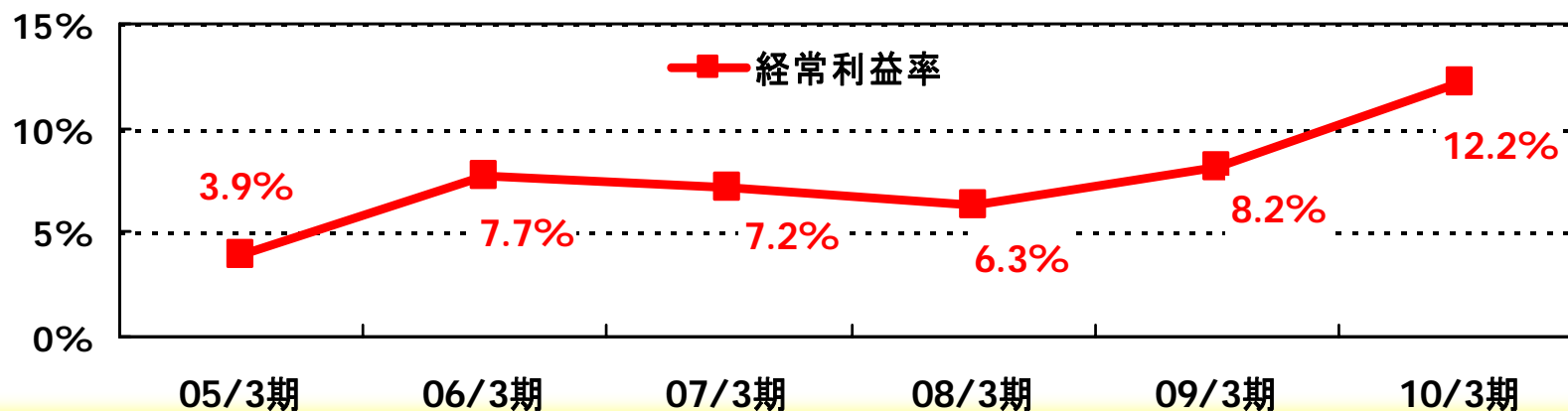
2010年3月期 売上高、経常利益、経常利益率の推移

(売上高: 百万円)

(経常利益: 百万円)



※金額は表示単位未満切捨て。





商品別、用途別売上高 (2010年3月期)

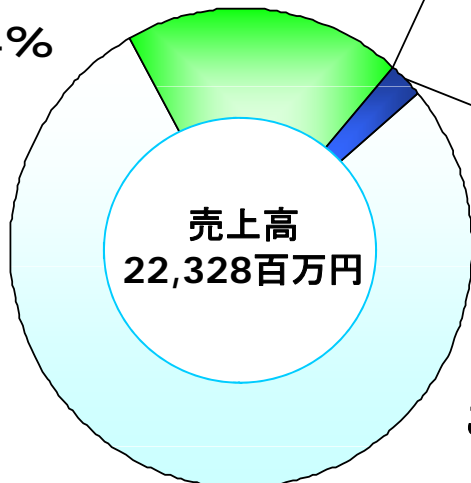
食品ごま 4,322百万円



19.4%

0.2% 商品 43百万円

2.4% 脱脂ごま 537百万円



輸出用 1,938百万円

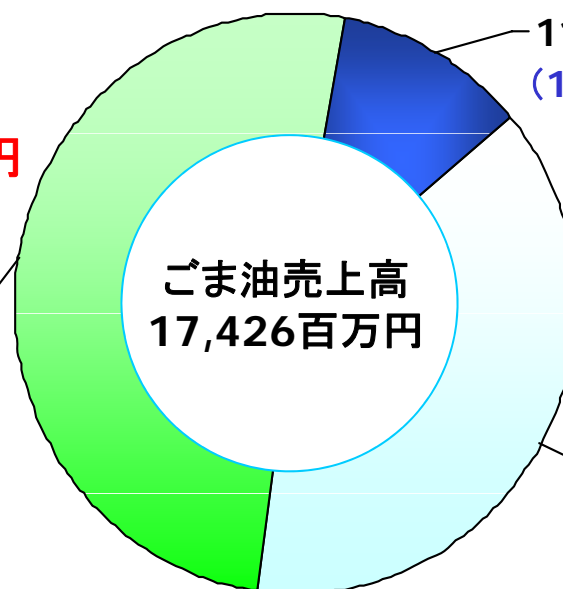
利益率の高い
家庭用ごま油の
比率が大きくなった。

家庭用
8,816百万円

11.1%
(10.7%)



業務用 3,571百万円



※カッコ内は前期の数値。



貸借対照表

(単位:百万円)	09年3月期 期末	構成比 (%)	10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	12,646	65.3	14,475	67.4	1,829	14.4%
■固定資産	6,725	34.7	7,015	32.6	289	4.3%
資 産 合 計	19,372	100.0	21,490	100.0	2,118	10.9%
負 債						
■流動負債	3,297	17.0	4,307	20.0	1,009	30.6%
■固定負債	682	3.5	699	3.3	16	2.4%
負 債 合 計	3,980	20.5	5,007	23.3	1,026	25.7%
純 資 産 合 計	15,391	79.5	16,483	76.7	1,091	7.0%
負 債・純 資 産 合 計	19,372	100.0	21,490	100.0	2,118	10.9%

※ 金額は表示単位未満切捨て。



3. 2011年3月期 事業計画



10/3期比較の11/3月期 事業計画

(単位： 百万円)	10年3月期 実績	11年3月期 予想	前期比		増減要因
			増減金額	増減率	
売上高	22,328 〔ごま油 17,426 食品ごま 4,322 脱脂ごま他 580〕	21,600 〔ごま油 17,070 食品ごま 4,030 脱脂ごま他 500〕	△728 〔ごま油 △356 食品ごま △292 脱脂ごま他 △80〕	△3.3%	<p><売上高減 約7億円> 販売数量 ごま油4%増 (家庭用2%、業務用4%、輸出11%) 食品ごま11% 販売価格 ごま油5%低下、食品ごまも低下 ・輸出用ごま油、食品ごまは前上期数量が 大きく落ち込んだ為、その戻し。 ・家庭用ごま油は内食の伸びも一段落か。 ・前期、他社比価格高から数量減となった 食品ごまは今期、積極的に価格対応。</p>
営業利益 〈利益率〉	2,702 〈12.1%〉	2,150 〈10.0%〉	△552	△20.4%	<p><売上原価減 約7億円> ・今期、原料仕入価格は強含みであるが、 円高。前上期は高価格の原料在庫が 残っていたため、結果的には、払出価格 ベースでは低下。</p>
経常利益 〈利益率〉	2,723 〈12.2%〉	2,150 〈10.0%〉	△573	△21.0%	
当期純利益 〈利益率〉	1,539 〈6.9%〉	1,200 〈5.6%〉	△339	△22.0%	<p><経費> ・家庭用ごま油 販促費 5億円増</p> <p>原料払出価格低下と販売数量増による スケールメリットはあるものの、前上期比で 販売価格低下が大きく、減益となる。</p>

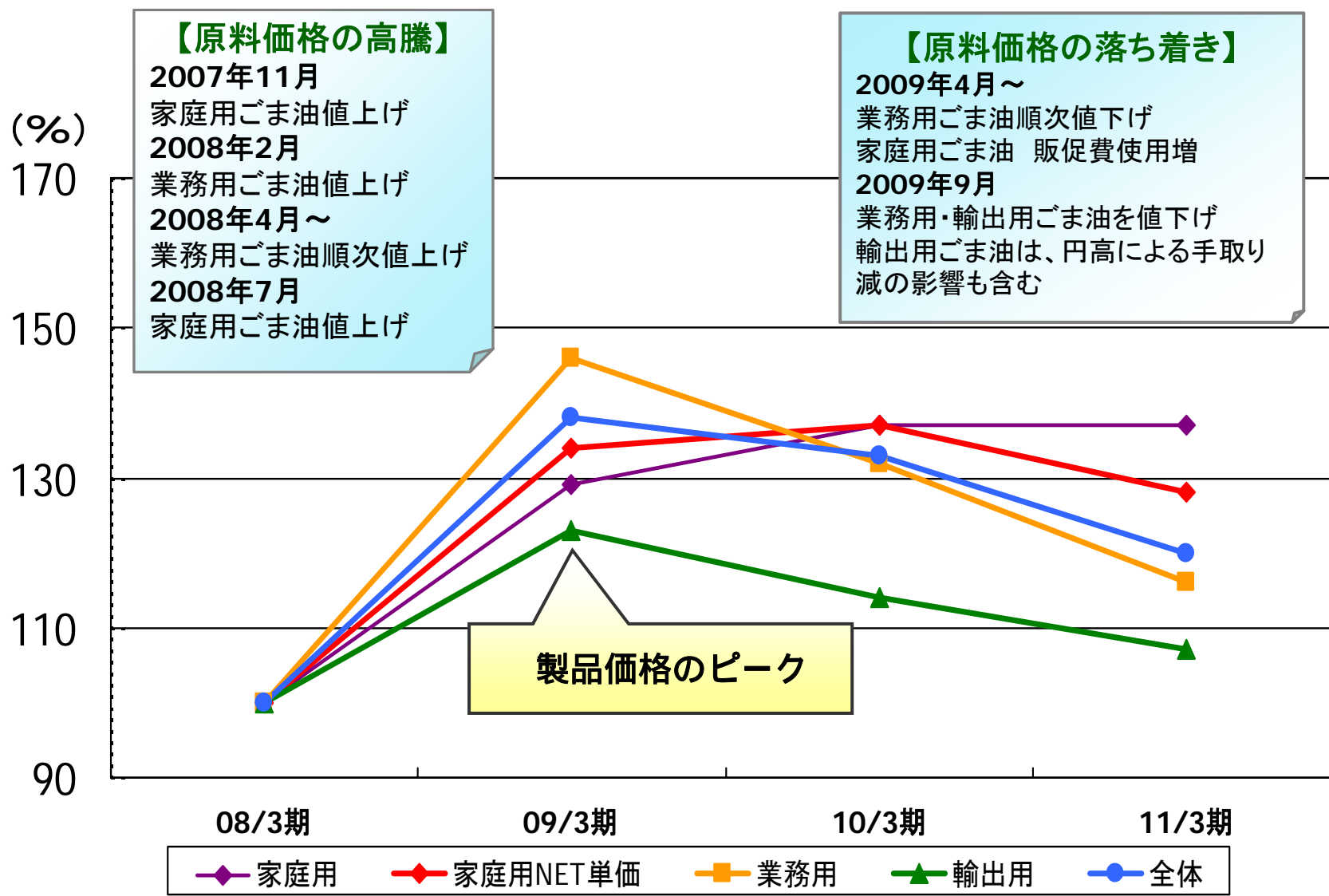
通期想定為替レート¥/\$ 90円

為替レート1円変動による損益への影響額 約50百万円/年

※ 金額は表示単位未満切捨て。



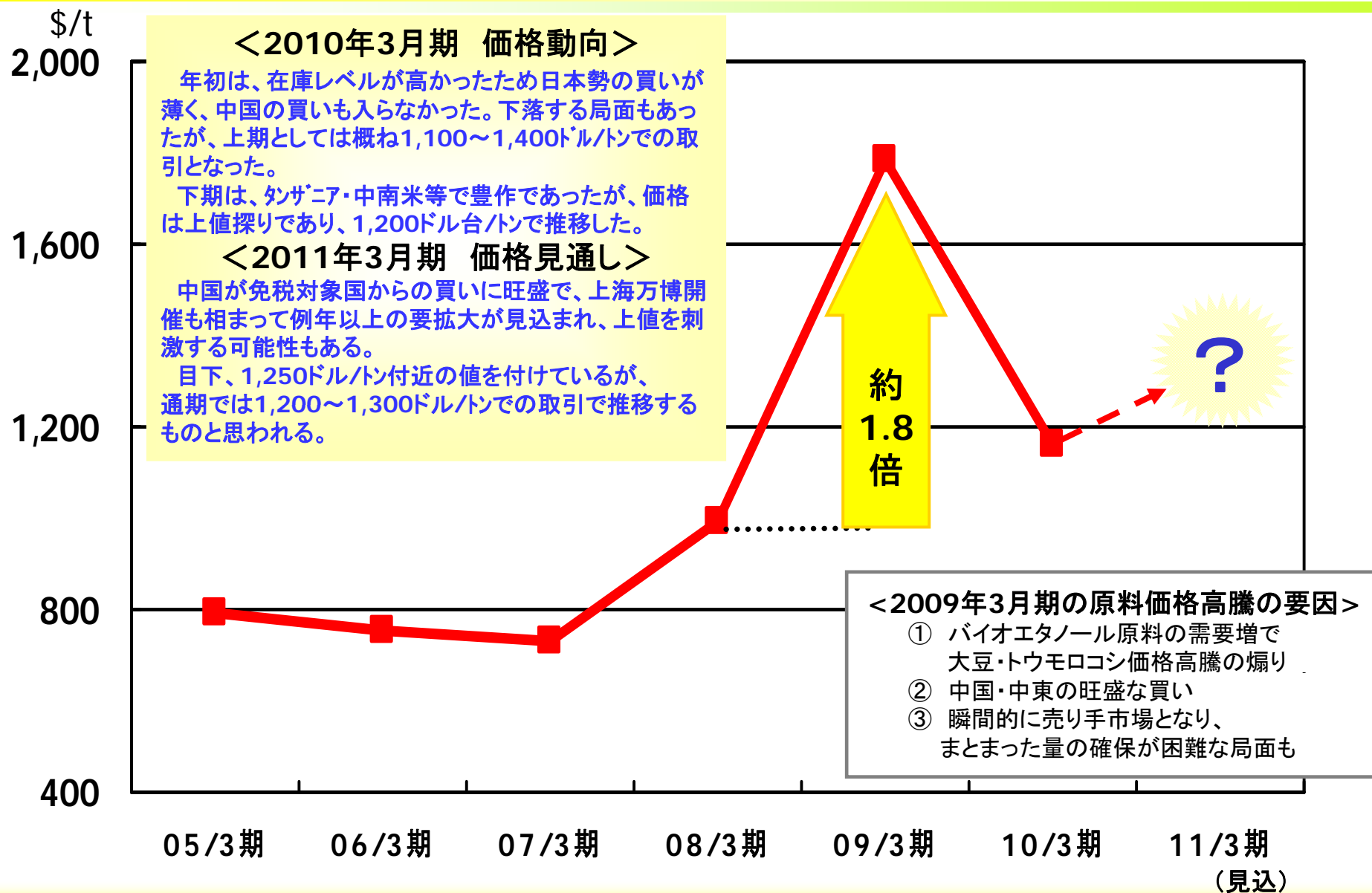
ごま油平均単価の推移



※ 2008年3月期上期の平均単価を100とする。



当社搾油用原料価格の動向(年度平均)



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

2010年3月期 決算説明会



経営展望について

2010年5月26日(水)

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

家庭用製品



デフレ下でありながら、消費者の「健康志向」は強く、健康的なイメージの強いごま油は、引き続き堅調に販売数量を伸ばした。

<ごま油>

販売数量で前期比約7%増、販売金額で約14%増となり、好調な販売であった。

「他社より1円でも安く！」との、小売業からの継続的な要求があったが、1年間を通して、適正な価格で販売することができた。

一方、競合他社は調合ごま油を積極投入し、結果として特売価格を急激に下げたが、当社は価格競争からは一線を画した。

<食品ごま>

販売数量では約7%減少したものの、販売金額では前期並みを維持。

<ねりごま>

販売数量では約9%増、販売金額では約17%増となり、

ねりごまの積極的な拡販戦略により、販売増につなげた。



2010年3月期 販売状況②

PB商品

消費者の節約志向に 대응するため、NB商品とバランスの取れた価格を維持し、販売することができた。
結果、全体で販売数量・金額とも前期比約6%増となり、当初計画通り。

業務用製品

一時の原料高騰を経て、原料価格の下落、円高へと変化したことから、原料の状況、市場動向、顧客の要望を考慮し、価格改定や価格対応を行った。

<ごま油>

売上数量・売上金額とも前期実績及び計画を上回る結果となった。

<食品ごま・ねりごま>

販売数量・金額とも計画はほぼ達成したものの、前期実績を下回った。



2011年3月期 販売方針①

家庭用製品

定番率の低い商品(黒ごま油、ラー油、ねりごまなど)も積極的に提案し、量販店でのアイテム数を増やす。量販店との取り組みをさらに強化する。

<ごま油>

内食回帰の傾向が一服すると考えるが、家庭用ごま油の販売数量は前期比約2%伸ばす計画である。

<食品ごま>

販売数量約10%増を計画している。
デザインを一新した2010年4月発売の「からだのごちそう」シリーズに期待。
今期も、量販店への定番化を推進していく。

<ねりごま>

販売数量約18%増を計画している。
定番率の低い商品を積極的に提案し、量販店でのアイテム数を増やす。

PB商品

PB商品は消費者の間に広く浸透しており、市場の動向、消費者の要望をみて、NB商品とバランス良く販売していく。



2011年3月期 販売方針②

業務用製品

外食産業の価格低下、食品全般の価格下落などを受け、今期も製品価格低下を想定しているが、加工食品メーカー向け、外食産業向けに積極的な拡販戦略を継続していく。

<ごま油>

家庭用製品とは反対に、外食産業の使用増が見込まれるため、販売数量は約4%増で計画している。

<食品ごま・ねりごま>

食品ごまは販売数量約12%増、ねりごまは約11%増で計画している。2010年3月期は、積極的な価格対応をしながらも前期比で約5%の数量ダウンとなったため、今期はさらに積極的な対応を検討していく。



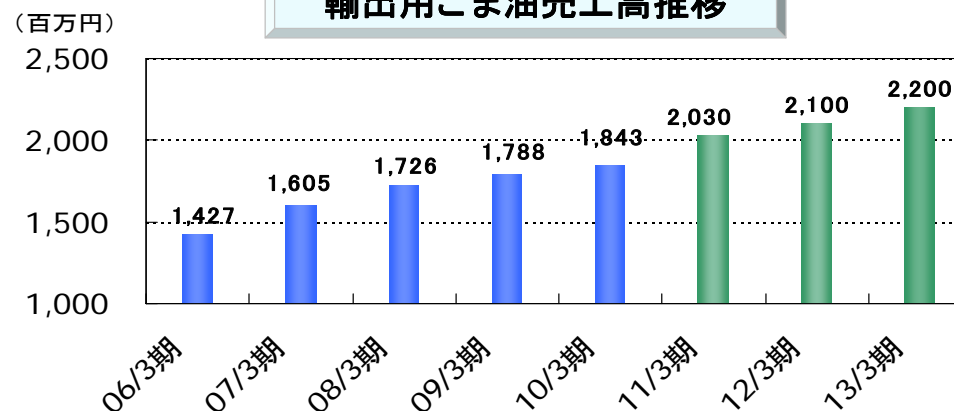
2011年3月期 販売方針③(輸出用ごま油)

計画販売数量推移

(単位:トン)	2011年 3月期	2012年 3月期	2013年 3月期
販売数量	3,950	4,100	4,250
前期比	+10.9%	+4.0%	+4.0%

※ 2010年3月期上期は、北米景気低迷のため、販売数量が落ち込んだ。

輸出用ごま油売上高推移



(11/3期以降は見込み値)

2011年3月期 ~ 中期計画へ

今期からの3期で、年平均4.0%成長を計画。

- ① 既存顧客への拡販
 - ・北米でのアジア系市場への販促強化
 - ・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
 - ・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
 - ・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月期に新規案件(PB商品等)の獲得を目指し、販路を拡大
- ③ 米国食品マーケットに詳しい専任担当者の採用



2. 売上拡大策



売上拡大策（消費者キャンペーン＋テレビCM）

キャンペーンとテレビCMの相乗効果で当社ブランドを強力に訴求し、ひいては売上増へとつなげる

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。当選者数の拡大や、テレビCMにおける告知などで応募者数を大きく伸ばした。

〈上期〉2009年7～9月キャンペーン＋テレビCM放送

応募総数57万通（応募レスポンス率8%強）
（前年同期（46万通、7%強）比 それぞれ+24%、+1ポイント）
家庭用ごま油全体の販売数量は、前年同期比 +7%

〈下期〉2010年1～3月キャンペーン＋テレビCM放送

応募総数約58万通（応募レスポンス率9%強）
（前年同期（52万通、9%）比 それぞれ+11%、±0%）



上期・下期ともに
目標の60万通を
ほぼ達成

〈2011年3月期 キャンペーン〉

2010年3月期の下期より、プレゼントの抽選に漏れた応募者へのダブルチャンス商品として、新商品の黒ごま&オリゴを進呈。今期も継続し、雑誌・テレビ・インターネット・一部地域のラジオにてキャンペーンを告知する。

〈テレビCM〉（7月初旬より放送予定）

2010年3月期は、「当社ブランドイメージ」「食育」をテーマとしたCMを放送。
2011年3月期は、当社ブランドイメージの周知段階からさらに進んで、ごま市場全体に寄与するようなイメージアップも視野に入れたCMを放送する予定。



売上拡大策(新商品①)

健康素材との組み合わせを考慮したラインナップ商品の
開発を視野に入れ、当社ブランドをアピール

①黒ごま&オリゴ

(2009年7月より、当社として初めての試みである通信販売限定での販売開始)

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。

〈2009年7月～2010年3月 販売実績〉

初回購入者へは1食購入につき、もう1食プラスして販売。

リピーターにはまとめ買いキャンペーンを実施。

販売数量: 約11,000食 (当初目標比 約2.4倍)

売上金額: 約7百万円 (当初目標比 約2倍)

好調

〈2010年3月期 プロモーション〉

商品周知・顧客獲得のため、高頻度・広範囲でのプロモーションを実施。

新聞折り込みチラシ、WEBを含めたサンプリング

テレビ番組、料理雑誌・女性向け雑誌でのパブリシティ

〈2011年3月期 計画〉

販売数量・売上金額ともに前期比30%増を目指す。

事業としてさらなる拡大を目指し、リピーターの囲い込みに注力する。

新聞折り込みチラシ・まとめ買いキャンペーン等を引き続き実施。





売上拡大策(新商品②)



2010年7月発売予定

ごま油の角かどやから
ごまセサミン



270粒 1日の目安 2~3粒程度
約90~135日分

10,290円(税込)



90粒 1日の目安 2~3粒程度
約30~45日分

4,410円(税込)



原寸大
栄養補助食品



「ごまを
知りつくした、
かどやの
「ごまセサミン」。

「ごま」といえば、かどや。

安政5年(1858年)の創業以来、150年以上にわたりごま一筋で歩んできた、かどや製油。高品質のごまを使った製品づくりを通じ、みなさまのより豊かな生活に貢献するため、日々研究を重ねています。伝統を守りながらも、最新の設備で品質管理を徹底。ごま油においては、国内での生産量は全体のおよそ50%以上と、多くの方から絶大なご支持をいただいています。そんな、ごまを知りつくしたかどやが、セサミンに注目。「ごまセサミン」を開発しました。実はこのセサミン、私たちの生活そのものを変えるほどのパワーを秘めた、ごま独自の成分なのです。

「ごまセサミン」で、年齢を気にしない。

最近、出かけるのがおっくう。何をやるにもやる気がおきない。それは、年齢のせいだとか、きらめていませんか？古来、健康食や美容食としても珍重されてきたごま。そのごま1粒に、約1%しか含まれていないゴマリグナン。一種であるセサミンを、かどや独自の製法で抽出。カプセルのなかにギュッと濃縮した、「ごまセサミン」が誕生しました！100%自社で選り抜いた原料のみを使用しているのです、とっても安心。いつまでも活動的で、さびない人生を送れるように、日々の暮らしをサポートします。

【ご注意】●原材料をご確認のうえ、食品アレルギーのある方、体調、体質などにより合わない方はお召し上がりにならないでください。●小児の手の届かない所に保管してください。●天然物を使用しておりますので、まれに変色する場合があります。●お召し上がり方【1日2~3粒程度を目安に、水またはお湯などとともにお召し上がりください。】

フリーダイヤル



0120-50-5526

お電話で、申込番号 1050 とおっしゃってください。

●受付時間:
9:00 ~ 17:00
(土・日・祝日を除く)

FAX



0120-77-3151

●24時間受付

裏面のハガキにご記入の上、送信してください。

ハガキ

裏面のハガキに必要な事項をご記入の上、ご投函ください。

インターネット

●24時間受付

http://shop.kadoya.com

(パソコン・携帯電話からご注文いただけます)





売上拡大策(コラボレーション商品)

他社とのコラボレーション商品で当社家庭用ごま油のブランドをアピール。
ごま油全体の売り上げへの影響は小さいながらも、広告宣伝効果に期待。

☆小さなばかうけ揚げ ごま油仕立て(2010年3月発売)

(株)栗山米菓とのコラボレーション商品。

純正ごま油を使用し、風味豊かに仕上げたおせんべい。
コンビニ販売の他、(株)栗山米菓でのオンラインショップでも販売中。



☆しおとごま油風味ポテトチップス(2010年3月～8月販売)

カルビー(株)とのコラボレーション商品。

2009年度と同様、全国で販売。
人気が高く、期間限定商品ながら3年連続での販売となる。



☆火伝千幸兵衛「韓国のリ味せん」(2010年3月～8月販売)

亀田製菓(株)とのコラボレーション商品。

ローソン限定での販売。韓国のリ味で、おつまみにも適した商品。





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。
2008年度生産量：約350万t（2003年度比：約9%増）
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

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



4. 経営展望



中期経営計画

中期経営計画

(単位: 百万円)	2011年 3月期	2012年 3月期	2013年 3月期
売上高	21,600	22,000	22,700
経常利益	2,150	2,200	2,400

<前提>

- ① 為替：90円
- ② 原料価格：現状で安定
- ③ 製品価格：2011年3月期末価格で推移

販売策

- ① 若年層にもごま油及び当社ブランドを刷り込み、ごま油使用初心者として取り込む。
また、量販店での特売回数を増やし、店頭での露出度を高める。
→ 家庭用・業務用ごま油及び食品ごま販売数量約2.5%アップ。
- ② 北米のアジア系人口増加、白人系向け拡販等
→ 輸出用ごま油 販売数量約4.0%アップ。
- ③ 家庭用食品ごまは包装デザイン・量目を一新し、量販店で特売のしやすい価格設定に。
→ 量販店店頭の設定番化を促進。

今後の課題

- ① 原料供給ルートが多様化(特に白ごま)
- ② 小豆島ごま油工場のリニューアル工事



家庭用ごま油 汎用充填ラインの建設

主力製品である家庭用ごま油200g 高速充填ラインが建設後21年経過し、老朽化したため、高速汎用ラインを導入し、生産の柔軟性を高める。

投資額 約9億円

2009年12月完成 2010年1月稼働開始

2011年3月期 当充填ラインの減価償却費 : 約150百万円

減価償却費は増えるが、既存設備に関する減少分と合わせると合計では約50百万円の増加にとどまる。

2010年3月期 : 630百万円 ⇒ 2011年3月期 : 680百万円

- ◆ 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なえるよう努力。

**2010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

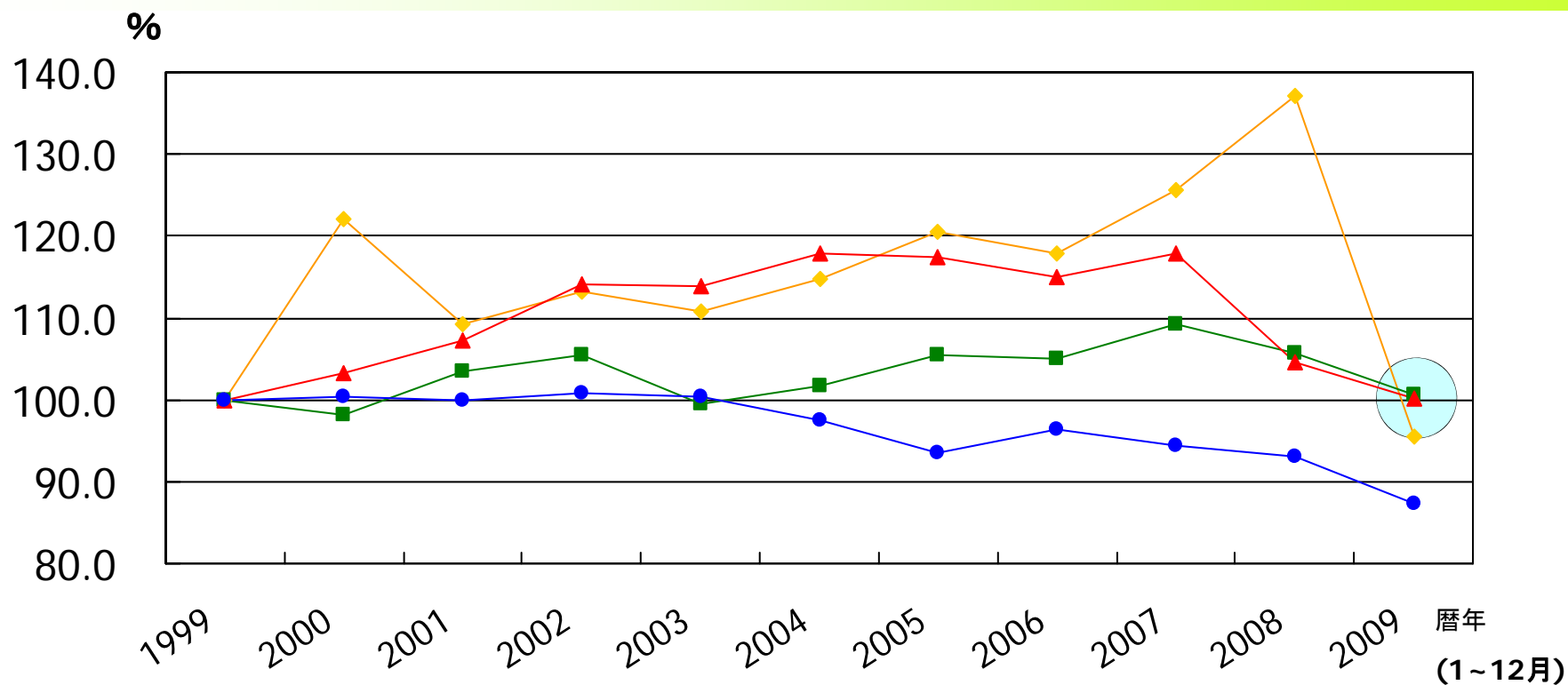
URL: <http://www.kadoya.com/>



付 属 資 料



わが国のごま種子輸入量と搾油状況



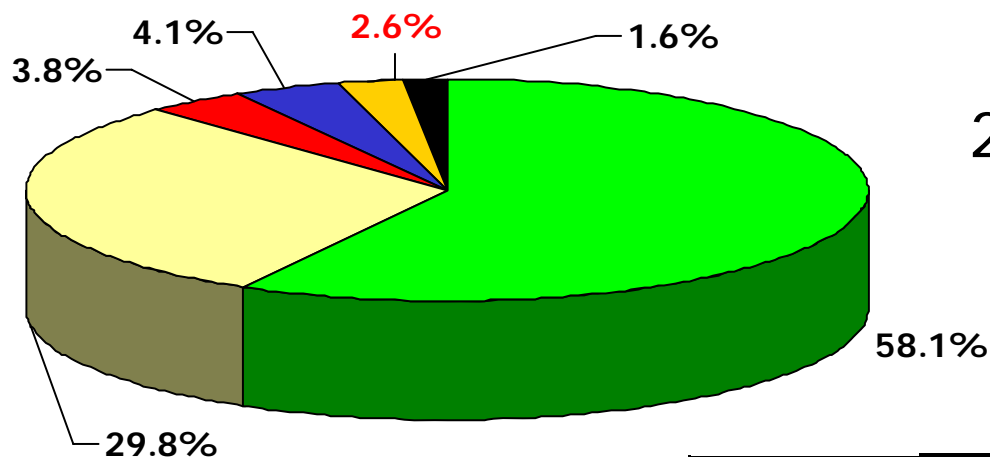
	(1999年)	(2009年)	(伸び率)
◆ 全国ごま種子輸入量	135,015	128,917	95.5%
■ 全国ごま油生産量	41,337	41,525	100.5%
▲ 当社ごま油生産量	21,391	21,423	100.1%
● 全国可食油生産量	1,830,619	1,599,241	87.4%

(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



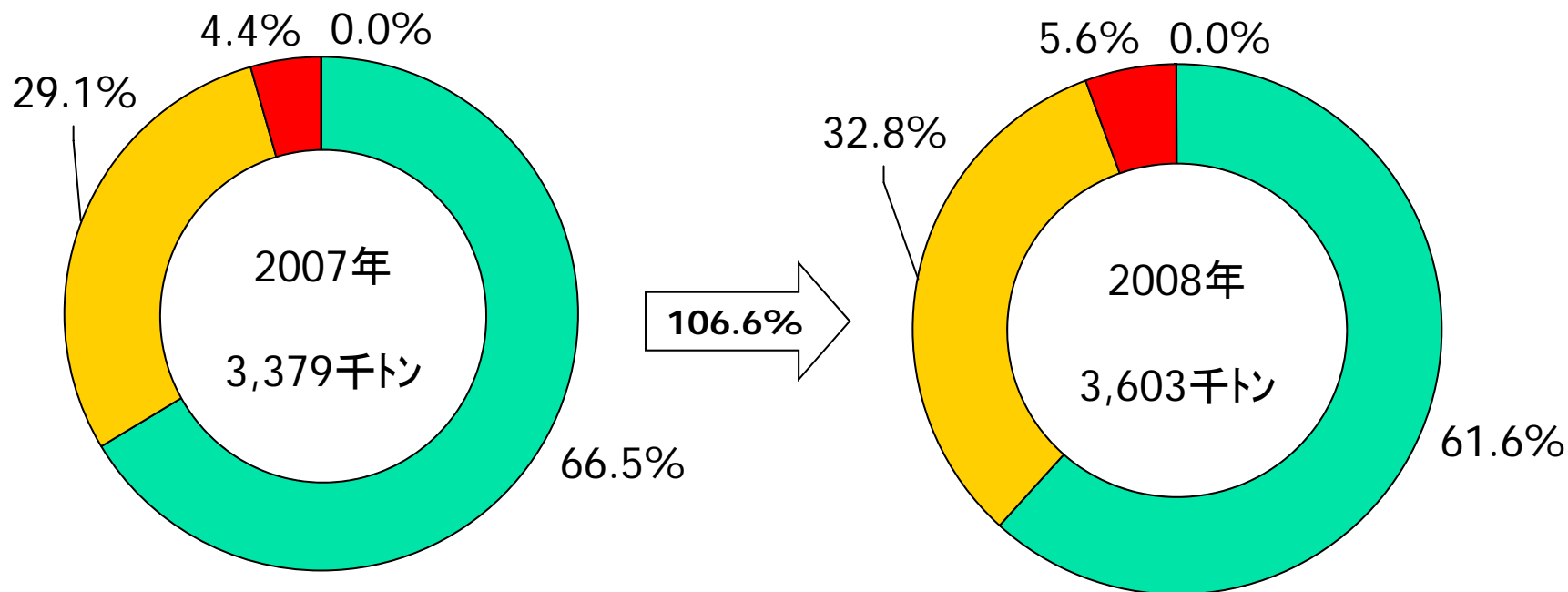
2009年(1~12月)生産量
1,599,241トン

	1999年 (数量:トン)	2009年 (数量:トン)	増 減	
			(数量:トン)	(比 率)
■ 菜種	905,604	928,589	22,985	2.5 %
■ 大豆	697,419	476,936	△220,484	△31.6 %
■ とうもろこし	102,096	61,062	△41,034	△40.2 %
■ 米ぬか	62,391	65,665	3,274	5.2 %
■ ごま	41,337	41,525	188	0.5 %
■ 紅花	13,284	-	△13,284	- %
■ その他	8,488	25,464	16,976	200.0 %
	1,830,619	1,599,241	△231,378	△12.6 %

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)

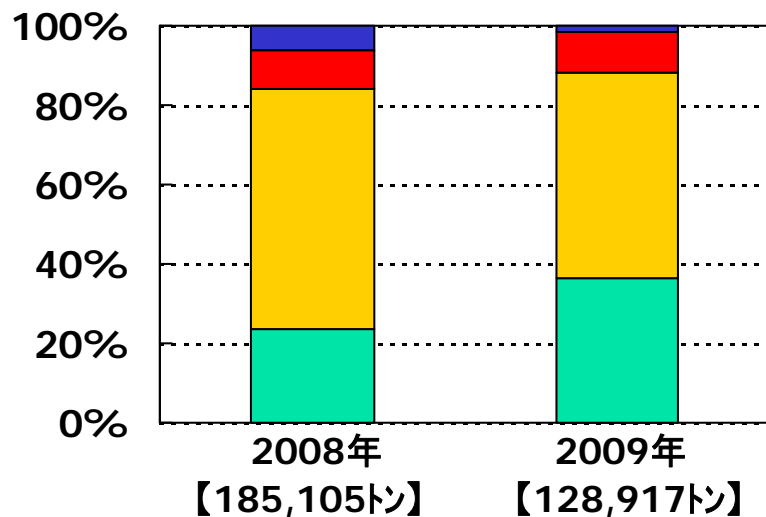
資料: FAO Inter-net data base
(2010年4月現在)

単位: 千トン	2007年	2008年	増 減
インド	757	666	△91
中国	557	586	△29
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

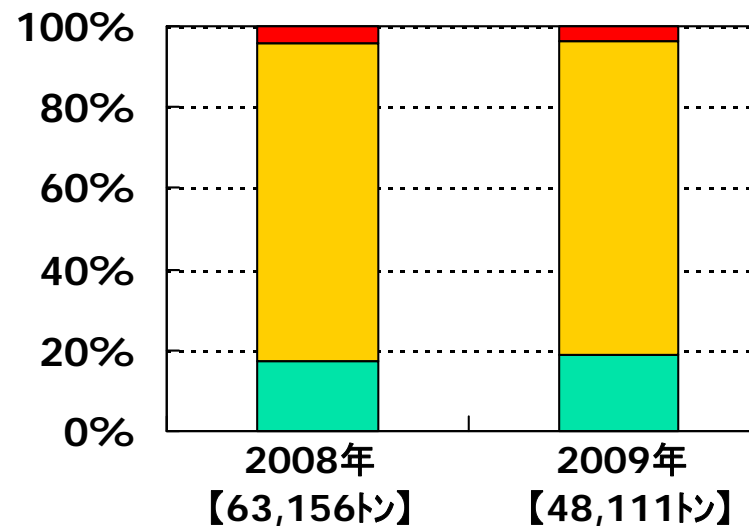


わが国のごま種子輸入実績

全国



当社



■ 中国	5.9%	1.7%
■ 東南アジア	9.9%	10.1%
	(ミャンマー・トルコ他)	(ミャンマー・トルコ他)
■ アフリカ	60.8%	51.7%
	(ナイジェリア・タンザニア他)	(ナイジェリア・タンザニア他)
■ 南北アメリカ	23.4%	36.5%
	(パラグアイ・ホリビア他)	(パラグアイ・ガテマラ他)

資料:財務省通関統計