

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 決算説明会

決算概要について

2012年5月29日(火)

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 決算概要
- 3 . 2013年3月期 事業計画



1. 会社概要



会社プロフィール(2012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	4,996名
◇従業員数	270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)

食品ごま 3,881百万円

18.2%

ごま油 17,024百万円

79.7%

全売上高
21,366百万円

2.1%
脱脂ごま他
461百万円



家庭用
8,815百万円

51.8%
(49.4%)

ごま油売上高
17,024百万円

10.9% (10.7%)
輸出用
1,863百万円

業務用
6,345百万円
37.3%
(39.9%)

※カッコ内は前期の値。



業務用ねりごま
686百万円

17.7%
(17.3%)



家庭用食品ごま
416百万円

10.7%
(9.4%)

家庭用ねりごま
136百万円

3.5%
(3.7%)



食品ごま
売上高
3,881百万円

業務用食品ごま 68.1%
2,641百万円 (69.6%)

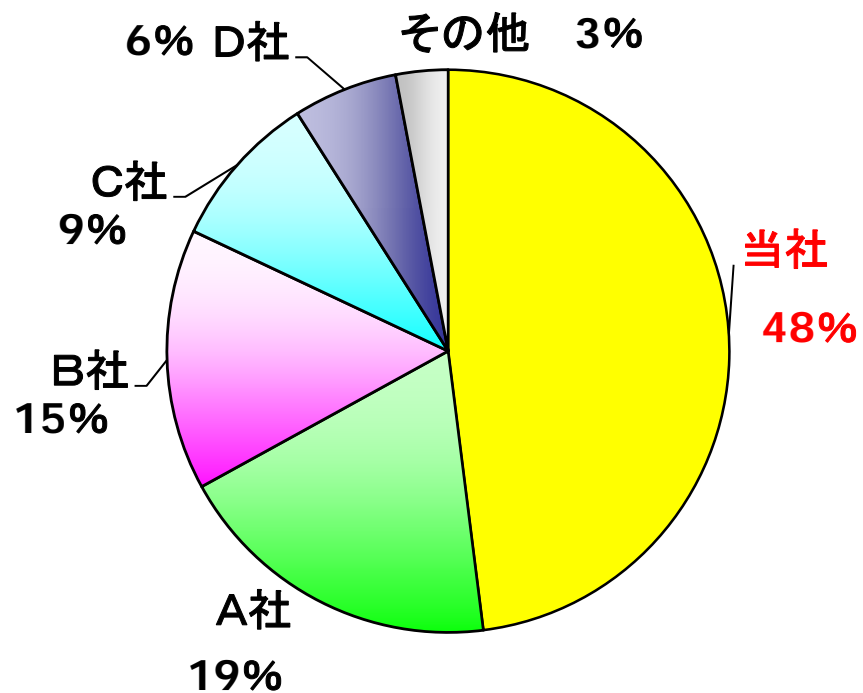




シェア状況

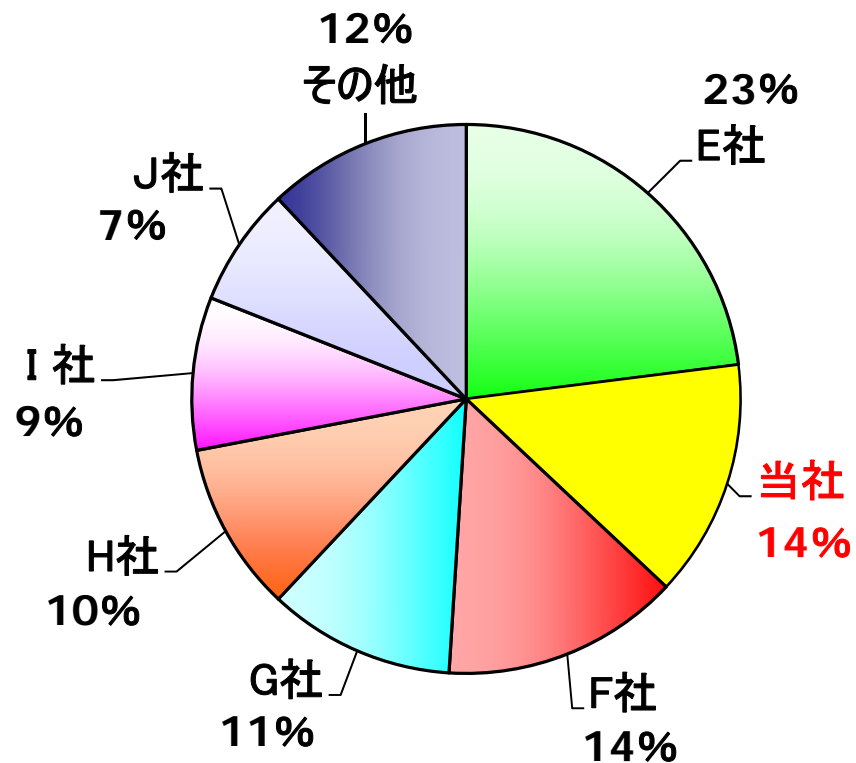
ごま油(2011年1~12月売上高)

市場規模: 約320億円



食品ごま(2011年1~12月売上高)

市場規模: 約280億円



上記数値は【(株)富士経済】調査による



2. 2012年3月期 決算概要



2012年3月期 決算の概要

(単位：百万円)	11年3月期	12年3月期	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>	21,366 <small>ごま油 17,024 食品ごま 3,881 脱脂ごま他 461</small>	△469 <small>ごま油 △372 食品ごま △13 脱脂ごま他 △83</small>	△2.1%	<p><ごま油 販売金額減少> 販売数量…家庭用は増加、輸出用は微増だが、業務用の減少があり、全体では4.4%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、輸出用は円高があり、微減。</p> <p><食品ごま 販売金額微減> 販売数量…前期並。 販売価格…前期比微減。</p>
売上原価	12,606	11,945	△661	△5.2%	<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2%上昇するも、円高(9%)による) ごま油 約5%低下 食品ごま 約2%低下
販管費	6,502	6,814	311	4.7%	<ul style="list-style-type: none"> 家庭用ごま油の販売促進費 約2.5億円増加 ごまセサミン他広告 約1.1億円増加
営業利益 <利益率>	2,726 <12.4%>	2,606 <12.2%>	△120	△4.4%	
経常利益 <利益率>	2,731 <12.5%>	2,611 <12.2%>	△119	△4.3%	
当期純利益 <利益率>	1,521 <6.9%>	1,439 <6.7%>	△82	△5.4%	

【為替】

原価計上レート¥/\$ 88円
 決済レート¥/\$ 89円

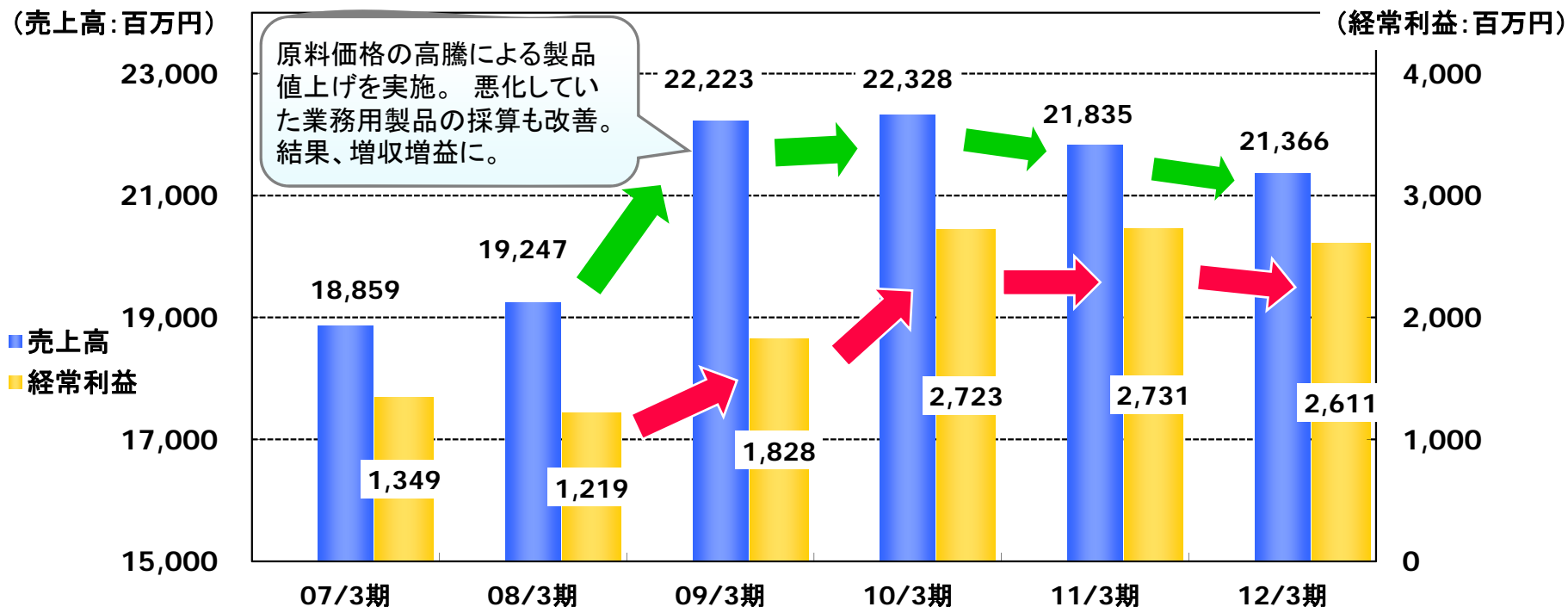
88円
 89円

80円
 80円

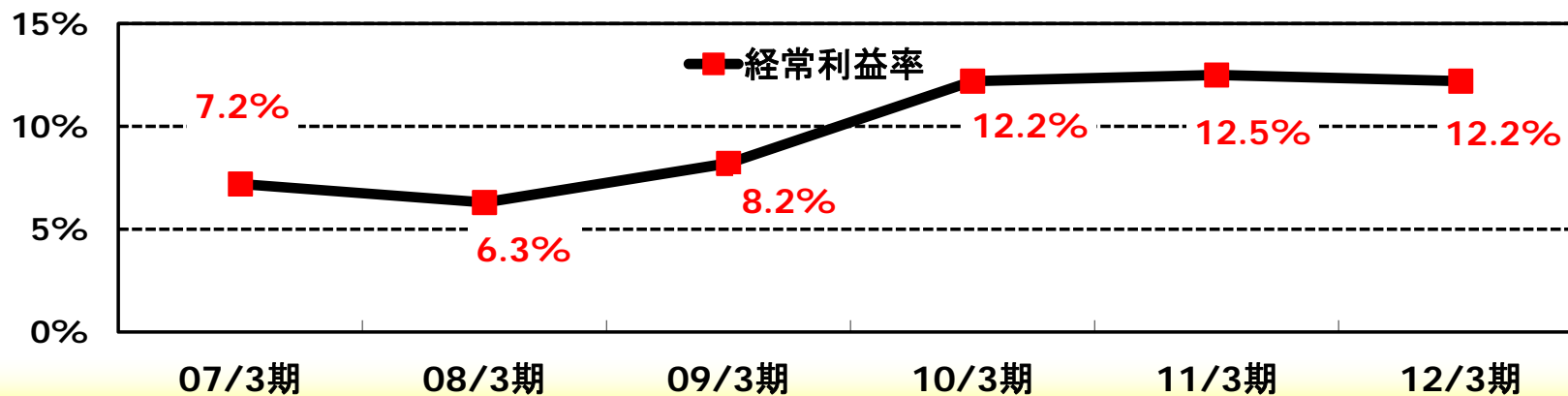
※ 金額は表示単位未満切捨て。



2012年3月期 売上高、経常利益、経常利益率の推移



※金額は表示単位未満切捨て。





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 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	16,540	71.3	630	3.9%
■固定資産	6,769	29.8	6,661	28.7	△108	△1.5%
資 産 合 計	22,679	100.0	23,201	100.0	522	2.3%
負 債						
■流動負債	4,575	20.2	4,194	18.1	△381	△8.3%
■固定負債	769	3.4	812	3.5	43	5.6%
負 債 合 計	5,345	23.6	5,006	21.6	△338	△6.3%
純 資 産 合 計	17,333	76.4	18,194	78.4	860	4.9%
負債・純資産合計	22,679	100.0	23,201	100.0	522	2.3%

※ 金額は表示単位未満切捨て。



3. 2013年3月期 事業計画



12/3期比較の13/3月期 事業計画

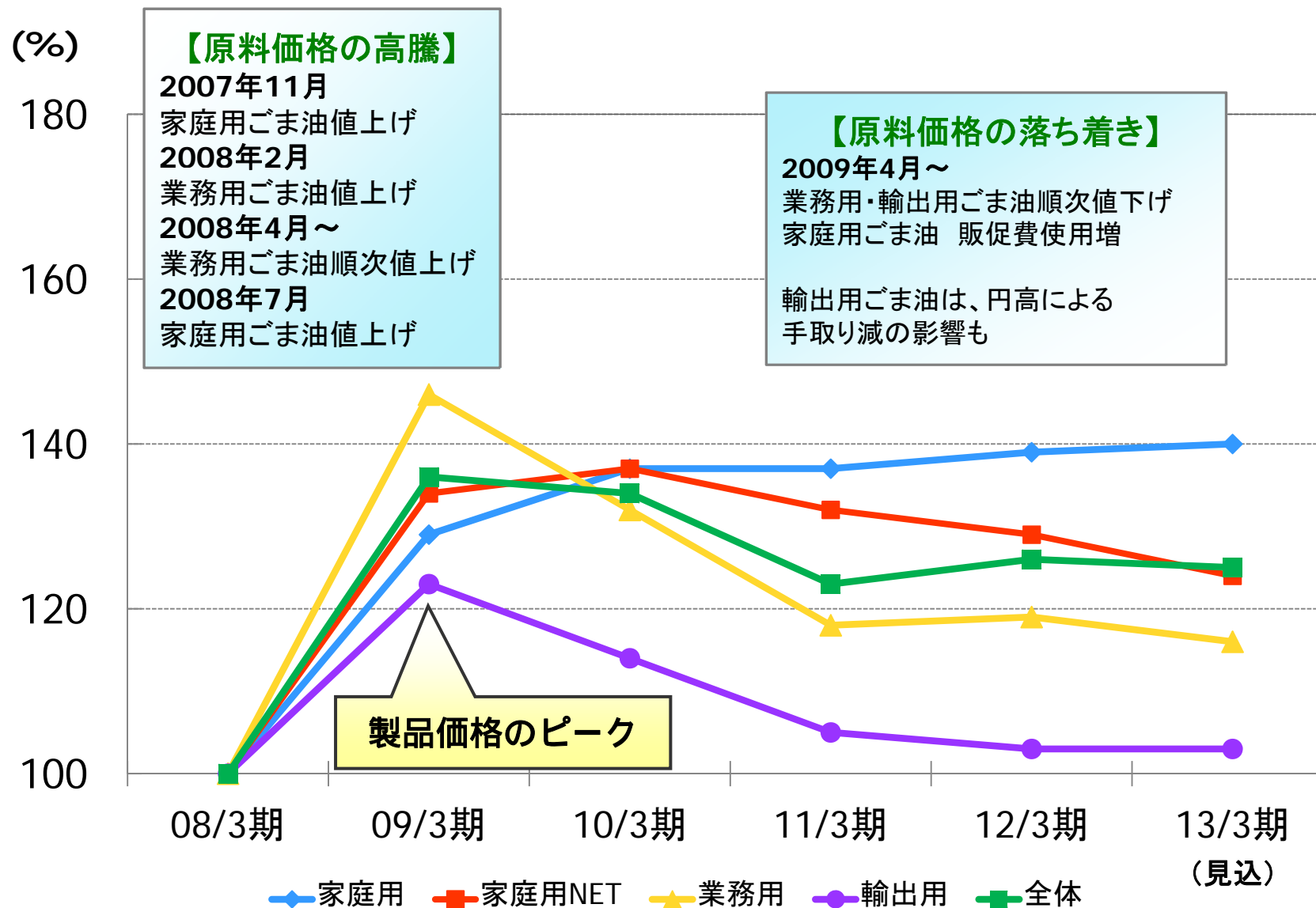
(単位： 百万円)	12年3月期 実績	13年3月期 予想	前期比		増減要因
			増減金額	増減率	
売上高	21,366 <small>ごま油 17,024 食品ごま 3,881 脱脂ごま他 461</small>	22,000 <small>ごま油 17,600 食品ごま 4,000 脱脂ごま他 400</small>	634 <small>ごま油 576 食品ごま 119 脱脂ごま他 △61</small>	2.9%	<売上高増 約6.3億円> ごま油販売数量 4%増 家庭用3%増 業務用4%増 輸出用4%増 食品ごま販売数量 4%増
営業利益 〈利益率〉	2,606 〈12.2%〉	2,600 〈11.8%〉	△6	△0.3%	<販売経費増 約3億円> 販売促進費 約3億円増
経常利益 〈利益率〉	2,611 〈12.2%〉	2,600 〈11.8%〉	△11	△0.4%	
当期純利益 〈利益率〉	1,439 〈6.7%〉	1,500 〈6.8%〉	61	4.2%	※実効税率変更 40.69% → 38.01%

通期想定為替レート¥/\$ 80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

※ 金額は表示単位未満切捨て。



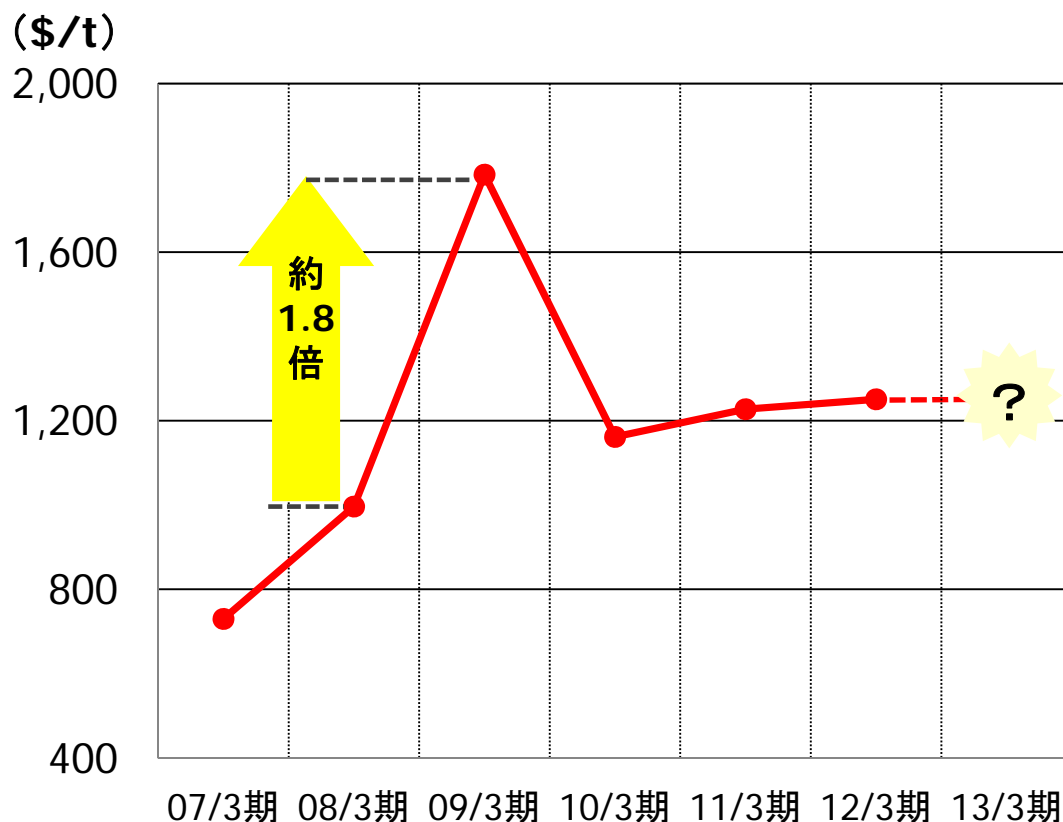
ごま油平均単価の推移



※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

<2013年3月期の見通し>

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。中国が例年よりも早く買いに入った事から、価格は1,200ドル/トン台から1,300ドル/トン台後半へと上昇したが、天候が良好であった為、生産量は昨年以上になる見込みである。

また、昨年末に収穫された西アフリカ(ナイジェリア等)の在庫も残っていると思われる事から、徐々に価格が下がる事も期待できる。

依然中国が相場の懸念要因であり、購買動向によっては価格高騰の可能性もあるが、直近では中東・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、今後も1,200~1,300ドル/トン台の価格レンジで推移するものとみられる。

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 決算説明会

経営展望について
2012年5月29日(火)
代表取締役社長 小澤二郎



東京証券取引所への上場

平成24年3月29日、当社は
東京証券取引所 市場第二部へ上場致しました。
関係各位のご理解、ご支援に厚く感謝申し上げます。

今後も、

「お客様に常に感謝の心を持ち、

安心・安全かつ価値あるごま製品を提供することで、

健康でより豊かな食生活の実現に貢献する」

という経営理念のもと、

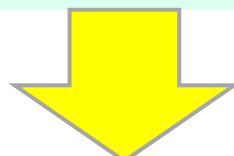
企業価値の向上に努めてまいります。



東京証券取引所への上場

東京証券取引所への上場の背景、目的

既上場取引所である大阪証券取引所ジャスダック市場は新興企業向け市場と位置付けられており、老舗企業である当社がなじめない。機関投資家のなかには、東証へ上場していない当社株式を投資対象とできない投資家がいる。



東京証券取引所への上場によるメリット

- ① より広く投資家に門戸が開かれて取引が活発になり、結果的に株価向上に資する。
- ② 多額の資金需要がある場合、資金調達の円滑化が期待できる。
- ③ 会社知名度の向上が期待できる。



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(総括、ごま油)

2012年3月期
総括

2012年3月期は、震災や焼肉業界の食中毒など想定しきれない問題による影響が厳しかったが、経費削減の徹底で売上高・利益の低下食い止めに努めた。

ごま油	家庭用	業務用	輸出用
2012年 3月期 実績	NB製品の特売価格引き下げに踏み切り、値頃感を訴求するとともに、「純正ごま油」の特性を広告等でアピールした。他社の調合ごま油に対抗することにより、NB製品の販売が増えた。	食べるラー油ブームの終焉、震災の影響、焼肉ユッケ問題で外食産業向けの販売落ち込みが想定以上となり、苦戦した。	震災後より、供給不足を懸念した買い溜め需要が発生。 その後は、北米のアジア系人口増や海外での日本食への関心の高まりはあるが、日本からの輸出の伸びは鈍化した。 円高により、販売金額は微減した。
2011年 3月期比	販売金額、数量 共に増加	販売金額、数量 共に減少	販売金額 微減、 数量 微増
2013年 3月期 計画	①ラージサイズ(300g、400g)の販売促進を強化する ②各エリア対策の強化 シェア拡大地区を選定し、販売促進を強化徹底する 年間契約締結企業を増やす 店頭で季節メニューを提案する 黒ごま油・ラー油等を推進する	大口需要家との新規取引 中食企業への純正ごま油・調合ごま油の売り込みを強化する カテゴリトップクラスの加工メーカーとのコラボ商品等の開発提案を強化する	輸出ビジネスにおいて、4%の伸長を目指す 北米既存ビジネスを伸長する 新規PB商品を開発する 新規加工ユーザーを取り込む



販売②(食品ごま)

食品ごま	家庭用	業務用
2012年3月期 実績	重点製品に位置付け、主力企業への販促を強化した結果、販売金額は期待通りに伸びた。	加工原料向け製品は販売数量が微増したが、外食向けは食中毒問題を受け、微減した。 販売価格低下が大きかった。
2011年3月期比	販売金額、数量共に増加	販売金額、数量共に微減
2013年3月期 計画	他の食材やごま油と合わせた店頭販促企画やメニュー提案を強化する 需要期に主要取引先において集中拡販を強化する	大口顧客へ重点拡販キャンペーンを実施する 加工メーカーおよび米菓市場を開拓する 大口PB製品を獲得する 各業態に沿った用途提案を強化する



販売③(輸出用ごま油)

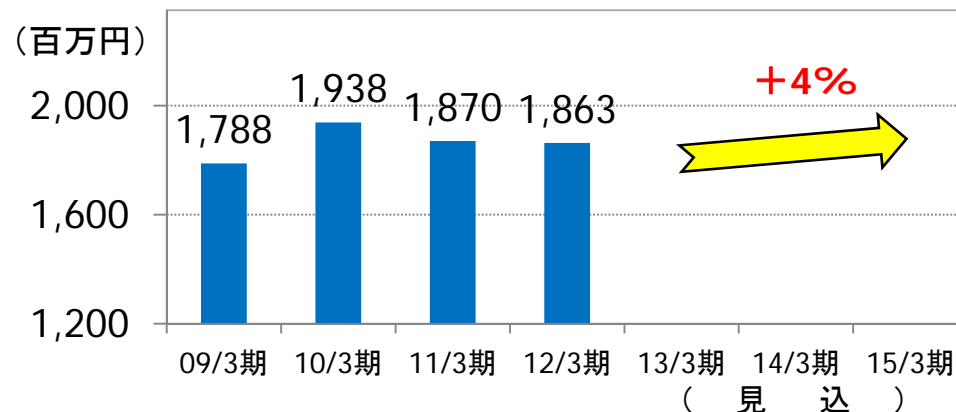
販売実績

2012年3月期販売数量 約3,800t

上期は震災後の買い溜め需要もあり、前年同期比で約11%増加するも、下期は買い溜め需要の調整や、一部に日本産食品を敬遠する動きもあり、数量を落とした。

通期では計画を下回り、前期比約2%の販売数量増にとどまった。

輸出用ごま油 販売金額推移



輸出分野での施策

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を、必要に応じ販促を実施することで取り込む
- ・ヨーロッパ・東南アジア・オセアニアでの営業活動を強化する

② 新規顧客の獲得

- ・新規案件(PB商品等)を獲得し、新たな販路を拡大する
- ・コーシャ認証(※)取得により、新規需要及び加工ユーザーを掘り起こす
- ・2012年6月にラスベガスでの業務用展示会「IFT 12」へ出展する

(※「コーシャ認証」・・・ユダヤ教の戒律に基づく、食品に関する認証制度。)



2. 売上拡大策



売り上げ拡大策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)

- ①商品のPR、サンプル提供
- ②アンケート実施

<大学食堂でのPR活動> (将来のユーザー囲い込みを企図して)

学生食堂卓上にごま油を提供。学生の自由な発想での利用促進を図る。

前期は成蹊大学・東京家政学院短大の2校で実施。

今期は法政大学、國學院大学・拓殖大学の3校で実施する。(6月~7月)



<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。

4月から6月において実施中。販売数量増加につなげる。



<広告、テレビCM>

ごま油広告

消費者キャンペーン実施に合わせ、4月~6月の間、テレビCMを放送し、告知。

新聞・雑誌・WEB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。

<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を強化するために、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。新しい売場獲得のため、什器を設置したり、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。

角 カラツとおいしい 角 かどや
天ぷらのコツは
料理酒と純白ごま油!

衣 カラツと仕上がる
 小麦粉+料理酒

油 素材引き立つ割合
 純白 9:1 純正



売上拡大策③ (通信販売限定商品)

<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。

<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。



2012年3月期実績

前期同様、新聞広告、テレビCM(BS局)、インターネット広告を中心に販売施策を実施した。
既存顧客に対しても、ダイレクトメールを送るなど購入機会の創出を促した。

ごまセサミン・黒ごま&オリゴの合計販売金額 : 前期の約5倍

2013年3月期施策

<ごまセサミン 黒ごま&オリゴ 共通の施策>

- ① インターネット ネット専業の大手広告代理店を起用し、積極的に展開する。
- ② 情報ツール 新規顧客と既存顧客を分けて、各顧客にマッチしたダイレクトメールを送付し、商品認知度の向上と購入機会の創出・リピート購入を狙う。

<ごまセサミン 具体策>

- ① 新聞(全面)広告 ごま専業の当社が開発した「ごまセサミン」であることを前面に打ち出し展開する。
- ② テレビCM イメージキャラクターに女優・高畑淳子氏を起用し、「専業メーカーのこだわり」をアピールして商品認知度と購買意欲の向上を狙う。





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 しおとごま油風味」(2008年3月～)

「ポテトチップス キムチとごま油風味」(2012年2月～)

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、「しおとごま油風味」については定番商品として販売を展開。



<ジャパンフリトレー(株)>

「コーンチップス かどや 韓国のり味」(2012年2月～)

「コーンスナック かどや 香ばしら一油味」(2012年2月～)

風味豊かなごま油・ら一油をそのまま使用したコーンのお菓子。



<ニコニコのり(株)>

「海苔佃煮 純 黒ごまら一油入」(2012年1月～)

黒のり(アマノリ)100%と当社黒ごまら一油と合わせた海苔佃煮。



<栗山米菓>

「韓国のり味かきもち」(2011年12月～2012年3月)

韓国のりをたっぷり練り込んだ生地をさっくりと焼き上げ、当社ごま油をブレンドした特製調味油で味つけしたかきもち。



※ 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)
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

背景

1. 食品自体の安全性に関する問題（例：異物混入）
2. 食品会社のモラル・コンプライアンスに関する問題（例：偽装）

当社の方針・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 公的機関及び当社の放射能検査において、工場・製品ともに問題ない。
- ③ 原料であるごまは、ほぼ全量が海外産である

<食品表示について>

消費者庁では、食品の各種表示について見直しを進めていますが、現在、食用油脂における表示(原料原産地やトランス脂肪酸の含有量など)についての義務化は見送られています。



4. 経営展望



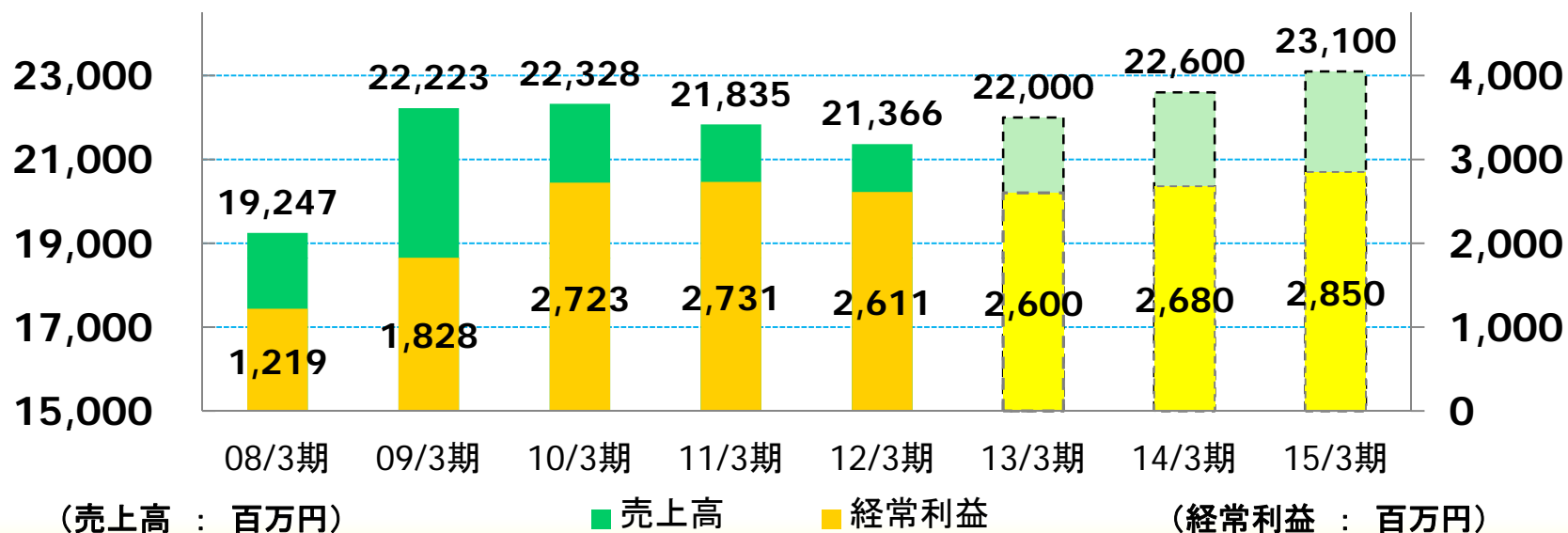
中期経営計画(前提、計画数値)

前提

- ① 為替：80円
- ② 原料価格：現状でほぼ安定
- ③ 製品価格：12/3期末価格で推移

中期経営計画

(単位： 百万円)	12/3期実績	13/3期	14/3期	15/3期
売上高	21,366	22,000	22,600	23,100
経常利益	2,611	2,600	2,680	2,850





中期経営計画

販売策、計画販売数量

- ① 家庭用ごま油は、13/3期～15/3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、300g、400gといった大容量の製品の販売促進を強化する。同時に、シェア拡大重点エリアを選定し積極的に販売し、競合他社に負けない価格で販売する。
- ② 業務用ごま油は、13/3期以降は「安心・安全・高品質」を最大限にアピールし、各業態に沿った用途提案を強化して新規ユーザーを開拓する。
- ③ 輸出用ごま油については、13/3期～15/3期は毎年+4.0%の割合で伸ばす。
- ④ 食品ごまについては、特に家庭用製品を重点販売製品と位置付け、集中販売により数量を増やす。

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行う



* 写真は、小豆島工場で平成24年1月に稼働した液化天然ガス(LNG)設備。



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

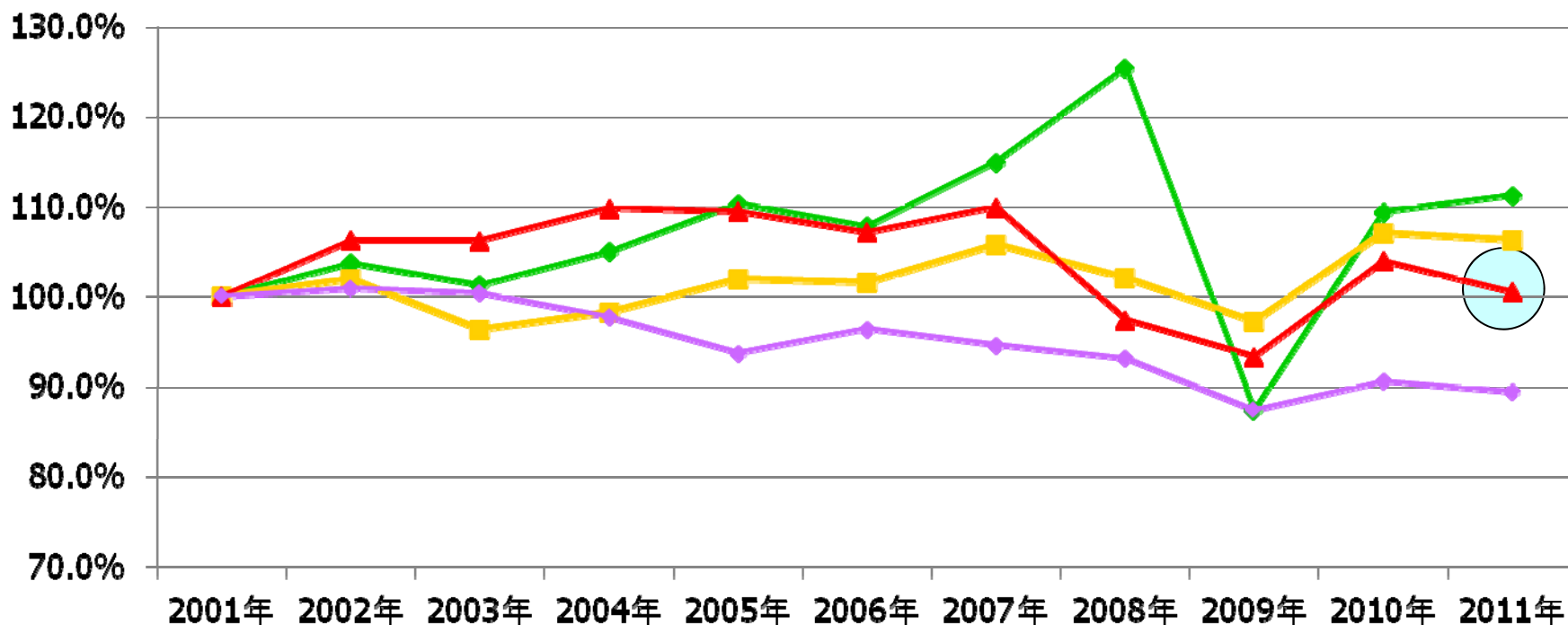
URL <http://www.kadoya.com/>



付 属 資 料



わが国のごま種子輸入量と搾油状況



	(2001年)	(2011年)	(伸び率)
◆ 全国ごま種子輸入量	147,563	164,097	111.2%
■ 全国ごま油生産量	42,723	45,397	106.3%
▲ 当社ごま油生産量	22,958	23,067	100.5%
◆ 全国可食油生産量	1,829,334	1,634,948	89.4%

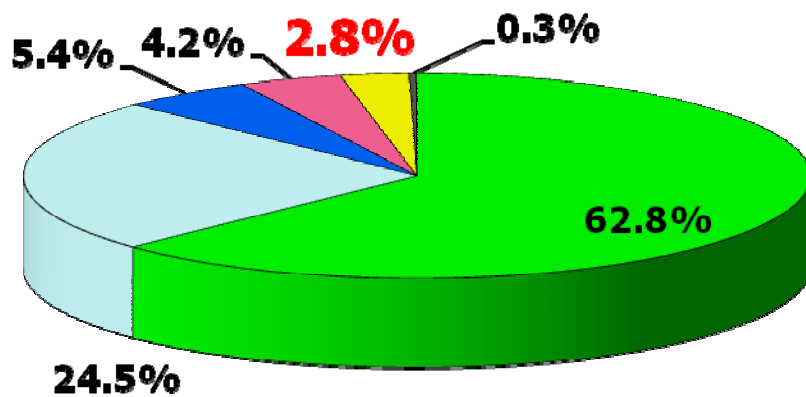
(単位:トン)

暦年
(1~12月)

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



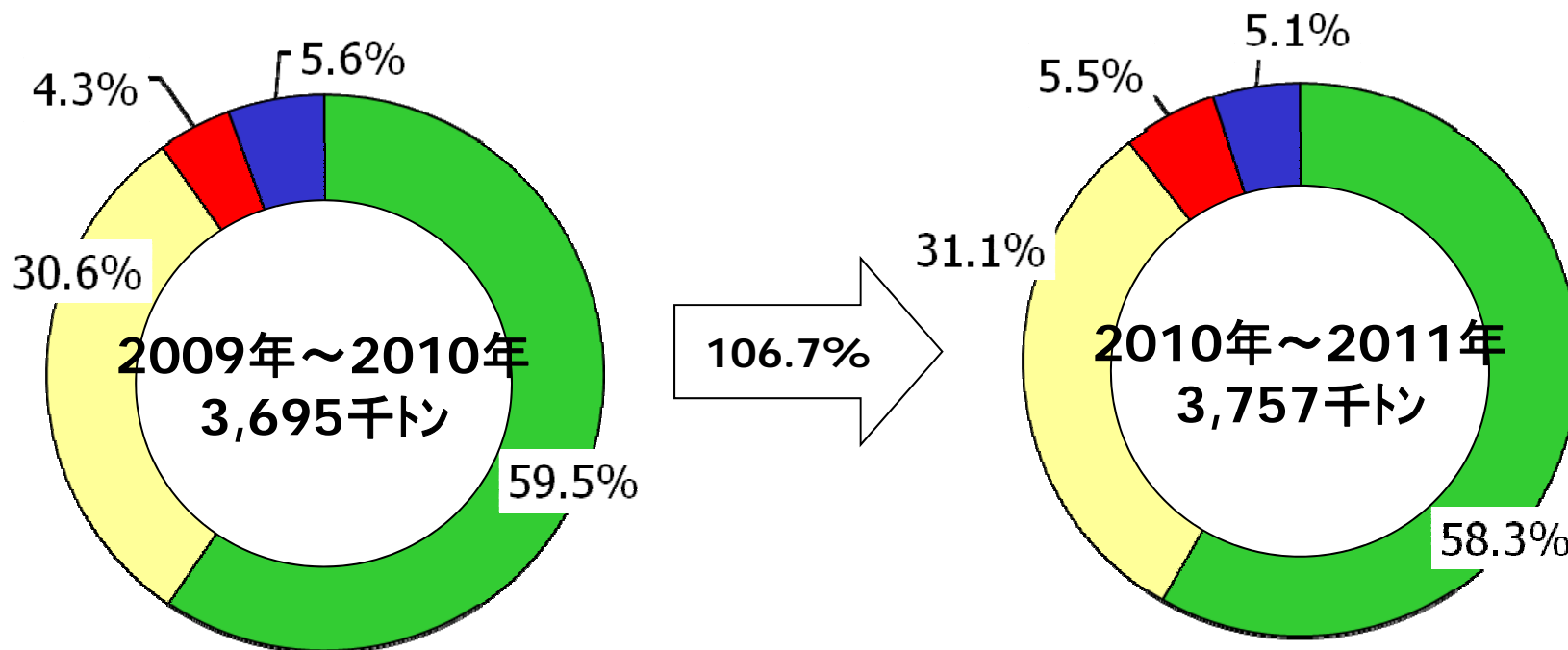
2011年(1~12月)生産量
1,634,948トン

	2001年 (数量:トン)	2011年 (数量:トン)	増 減 (数量:トン)	減 (比 率)
■ 菜種	882,854	1,026,574	143,720	16.3 %
□ 大豆	714,015	401,455	△312,560	△43.8 %
■ とうもろこし	106,217	87,735	△18,482	△17.4 %
■ 米ぬか	63,196	68,775	5,579	8.1 %
■ ごま	42,723	45,397	2,674	6.3 %
■ 紅花	13,011	-	△13,011	- %
■ その他	7,318	5,012	△2,306	△31.5 %
	1,829,334	1,634,948	△194,386	△10.6 %

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



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。

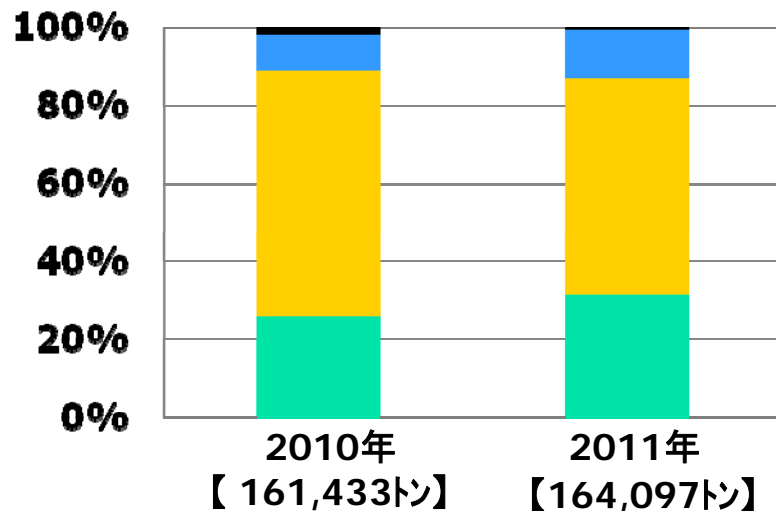
(主な生産国)

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



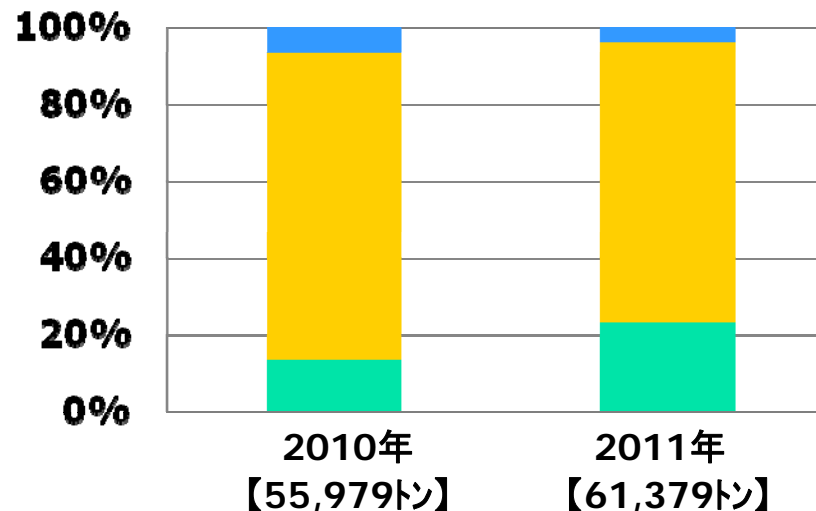
わが国のごま種子輸入実績

全国



■ 中国	2.1%	0.9%
■ 他アジア・中東 (ミャンマー・トルコ他)	9.2%	12.3%
■ アフリカ (ナイジェリア・タンザニア他)	63.2%	55.8%
■ 南北アメリカ (パラグアイ・グアテマラ他)	25.5%	31.0%

当社



	0%	0%
	6.8%	4.2%
	80.1%	73.1%
	13.1%	22.7%

資料: 財務省通関統計