

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月期第2四半期  
決算説明会**

**決算概要について**

**2011年11月8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月期第2四半期  
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)

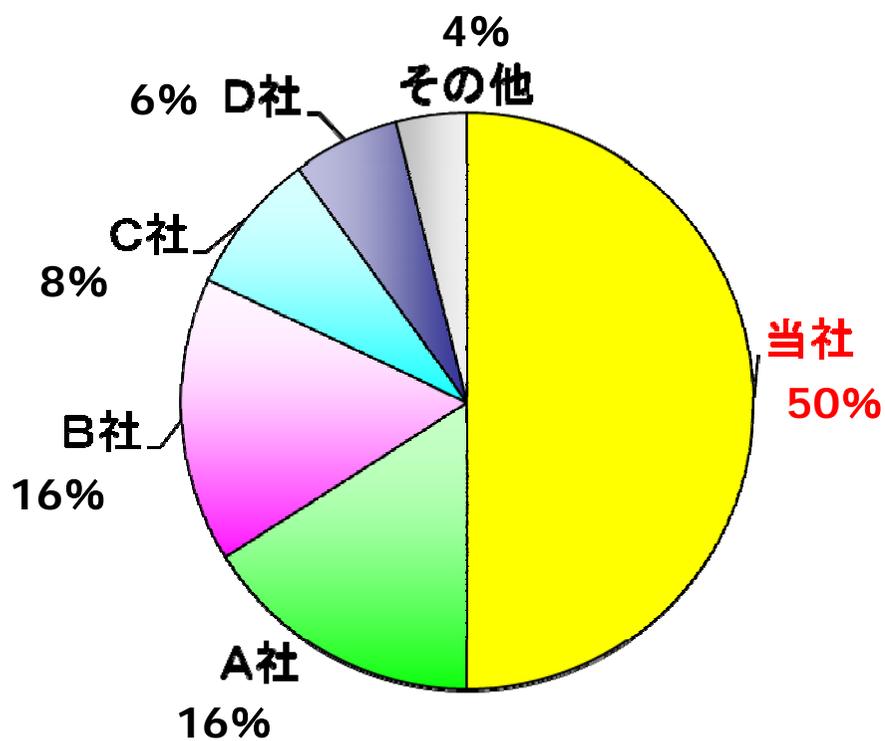
◇所在地	本社:東京都品川区
◇創業	1858年(安政5年)
◇設立	1957年(昭和32年)5月2日
◇代表者	取締役社長 小澤 二郎
◇資本金	21億60百万円
◇株主数	4,654名
◇従業員数	272名
◇事業所	本社、工場、 4支店、3営業所、1事業所



# シェア状況

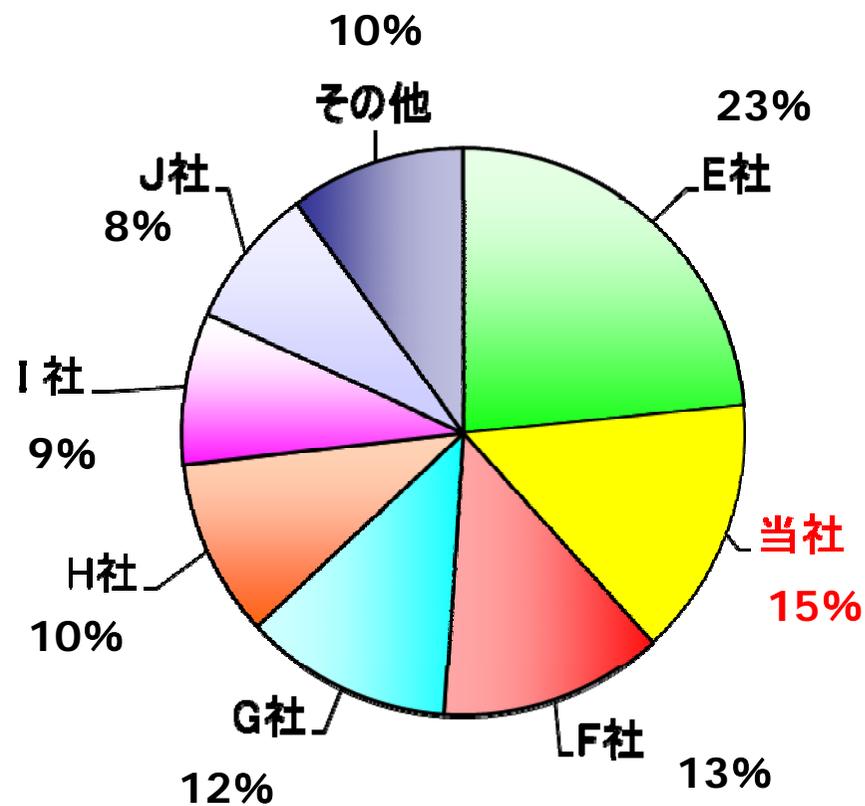
ごま油(2009年1~12月売上高)

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月期第2四半期 決算概要**



# 2011年3月期第2四半期 決算の概要

(単位：百万円)	10年3月期 第2四半期	11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	11,722 <small>ごま油 9,008 食品ごま 2,404 脱脂ごま他 309</small>	11,305 <small>ごま油 8,984 食品ごま 2,047 脱脂ごま他 273</small>	△416 <small>ごま油 △24 食品ごま △356 脱脂ごま他 △35</small>	△3.5%	<p>&lt;ごま油&gt; 販売数量は家庭用が減少、業務用・輸出用が増加し、全体では約12%増加したが、業務用・輸出用ごま油の価格が10%以上低下し、売上高は微減。</p> <p>&lt;食品ごま&gt; 販売数量は前年同期並。価格低下により売上高約15%減。</p>
売上原価	7,193	6,529	△663	△9.2%	<ul style="list-style-type: none"> <li>原料払出価格下落（仕入価格やや上昇するも、円高と期初在庫価格の低下による）                ごま油 約20%下落                食品ごま 約37%下落</li> <li>工場燃料費・償却費など経費増 約50百万円</li> </ul>
販管費	2,968	3,187	218	7.3%	<ul style="list-style-type: none"> <li>家庭用ごま油の販促費 約140百万円</li> <li>広告宣伝費(テレビCM) 約20百万円</li> <li>運賃 約20百万円</li> </ul>
営業利益 <利益率>	1,559 <13.3%>	1,588 <14.0%>	28	1.8%	
経常利益 <利益率>	1,594 <13.6%>	1,562 <13.8%>	△31	△1.9%	
当期純利益 <利益率>	926 <7.9%>	864 <7.6%>	△61	△6.6%	

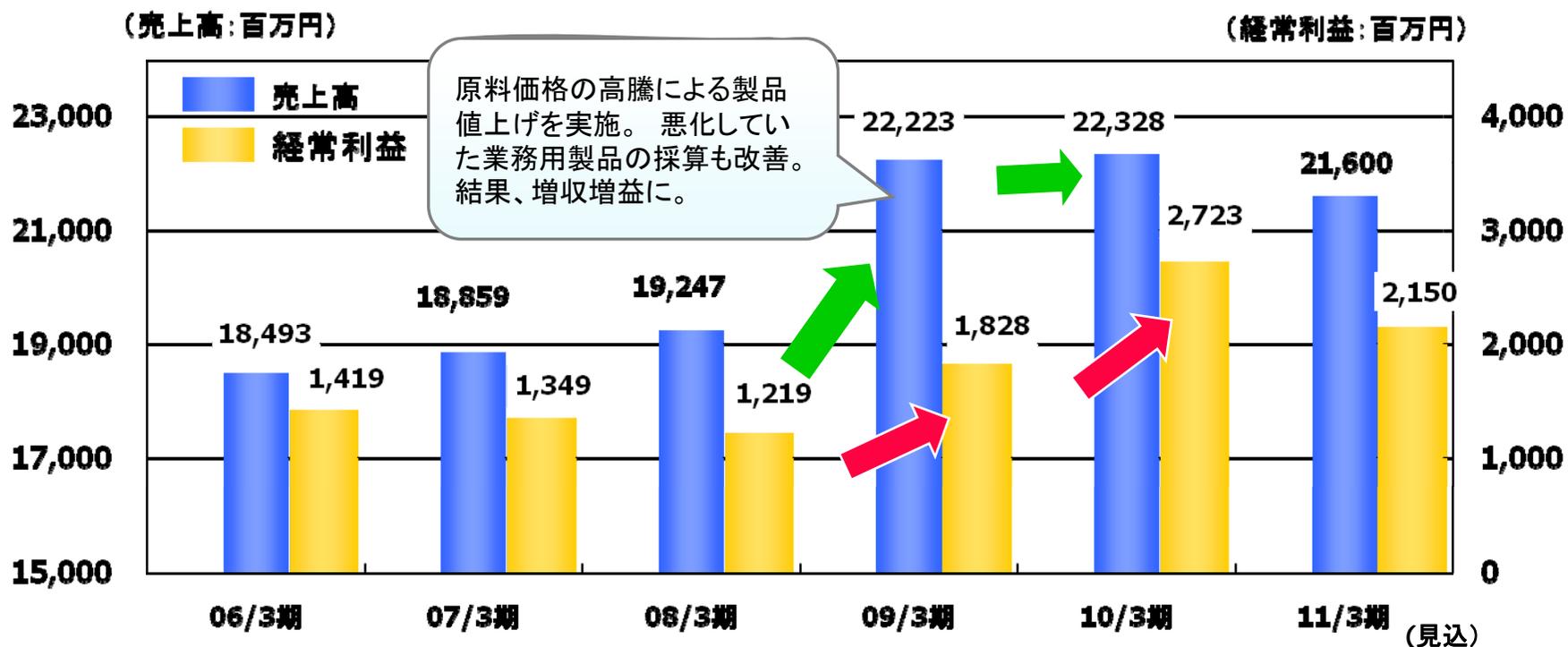
【為替】

原価計上レート¥/\$	97円	90円
決済レート¥/\$	96円	92円

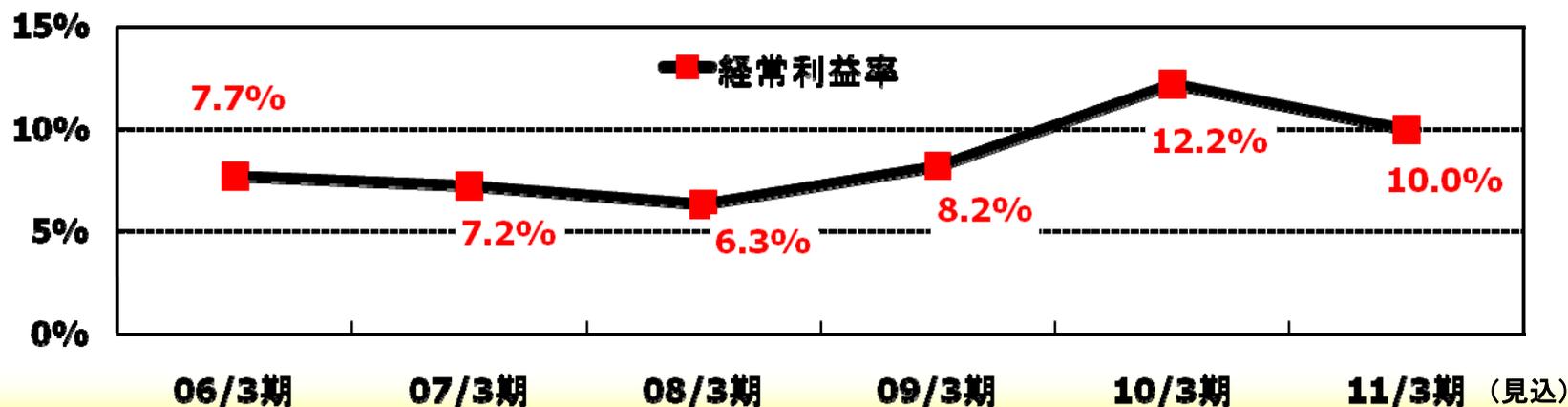
※ 金額は表示単位未満切捨て。



## 2011年3月期 売上高、経常利益、経常利益率の推移



※金額は表示単位未満切捨て。



# 角 商品別、用途別売上高 (2011年3月期第2四半期)

食品ごま 2,047百万円

18.1%



0.0% 商品 3百万円

脱脂ごま 271百万円

2.4%



輸出用 870百万円



ごま油 8,984百万円

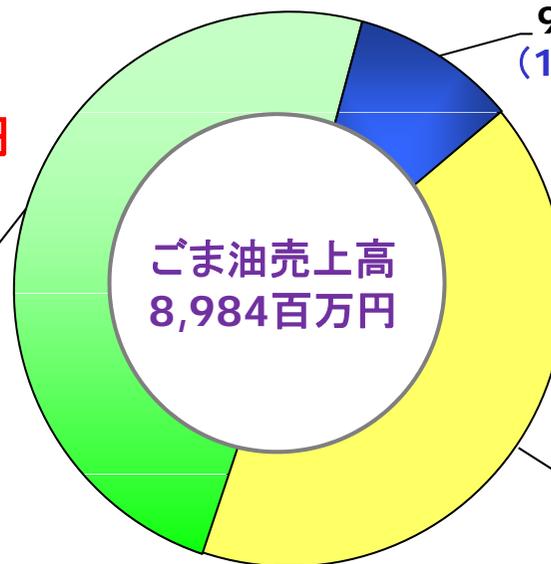
前期 内食ブームで比率が  
上昇した高利益率の  
家庭用ごま油は、概ね維持。

家庭用  
4,407百万円

9.7%  
(10.0%)



業務用  
3,707百万円



49.0%  
(50.4%)

41.3%  
(39.6%)



※カッコ内は前年同期の値。



# 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 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	14,475	67.4	15,381	69.1	906	6.2%
■固定資産	7,015	32.6	6,889	30.9	△125	△1.7%
資 産 合 計	21,490	100.0	22,271	100.0	780	3.6%
負 債						
■流動負債	4,307	20.0	4,846	21.8	538	12.4%
■固定負債	699	3.3	763	3.4	63	9.0%
負 債 合 計	5,007	23.3	5,609	25.2	601	12.0%
純 資 産 合 計	16,483	76.7	16,661	74.8	178	1.0%
負 債・純 資 産 合 計	21,490	100.0	22,271	100.0	780	3.6%

※ 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 17,230 食品ごま 3,840 脱脂ごま他 530]	△728 [ごま油 △196 食品ごま △482 脱脂ごま他 △50]	△3.3%	<b>&lt;売上高減 約7億円&gt;</b> <b>販売数量 ごま油7%増</b> (家庭用±0%、業務用+13%、輸出用+4%) <b>食品ごま±0%</b> ・家庭用ごま油は、上期競合他社の価格攻勢があつたが、下期回復を想定。 ・業務用ごま油は、ラー油ブームにより増加。 ・輸出用ごま油は、前上期の販売数量の落ち込みを回復すべく取り組む。 ・食品ごまは、リニューアルした家庭用食品ごまは好調であるが、業務用加工ユーザー向け製品の販売が冴えず。 <b>販売価格 ごま油8%低下、食品ごま低下</b> ・ごま油は、相対的に安価な業務用の販売構成増及び円高による輸出の手取り減も加わり、平均価格低下。 ・食品ごまは、他社の低価格攻勢。
営業利益 <利益率>	2,702 <12.1%>	2,150 <10.0%>	△552	△20.4%	<b>&lt;売上原価減 約8億円&gt;</b> 修繕費等の費用増が見込まれるが、円高基調及び前上期の高価格在庫の費消もあり、原料払出価格が低下。 <b>&lt;経費増 約6億円&gt;</b> 家庭用ごま油販促費 5億円増 業務用ごま油及びセサミン販促費 1億円増 [ <b>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及び販売経費増が大きく、減益となる。</b> <b>但し、第4四半期の原料価格や製品市況により、下期損益は変動する。</b> ]
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%	

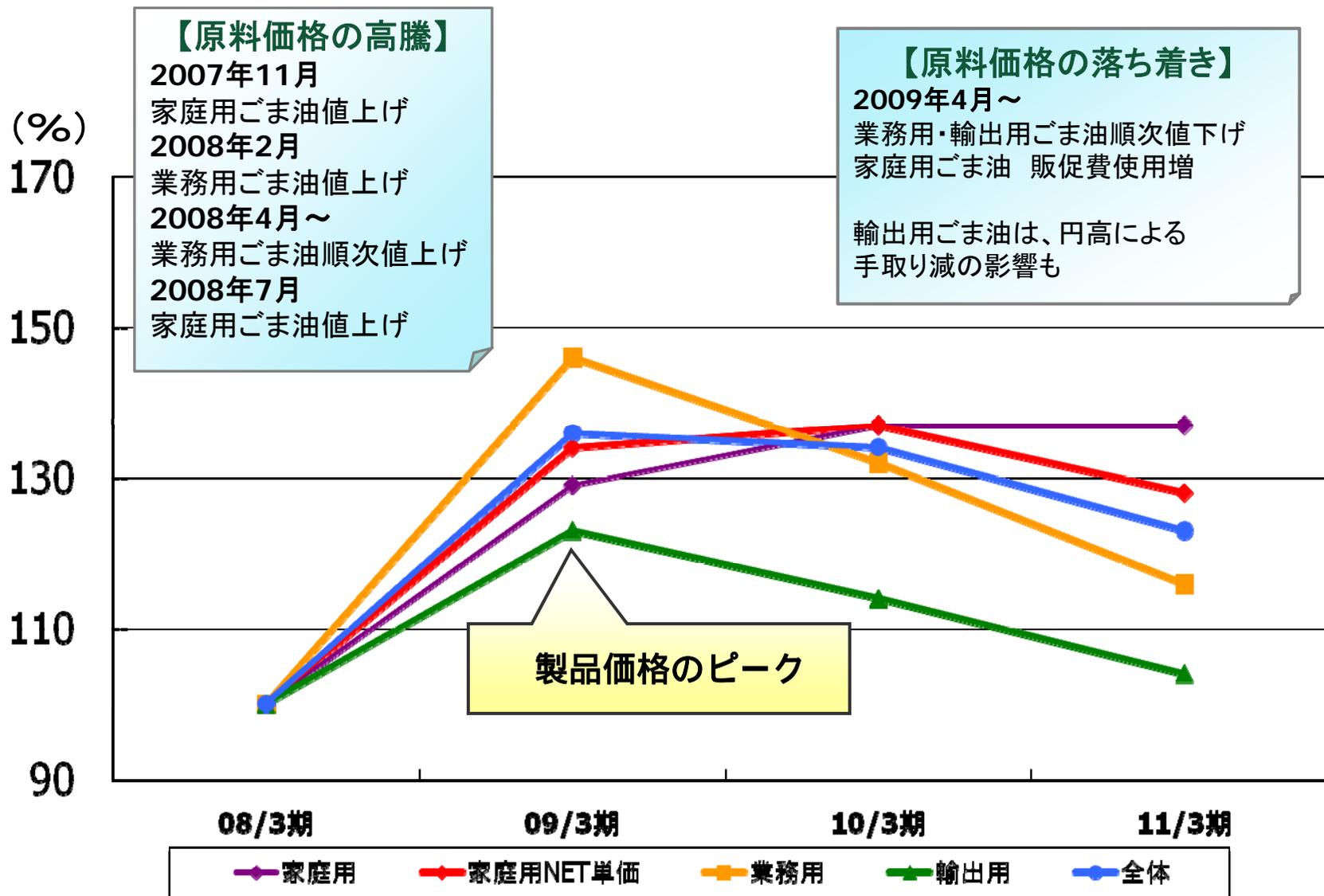
下期想定為替レート¥/\$ 85円

為替レート1円変動による損益への影響額 約10百万円/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)

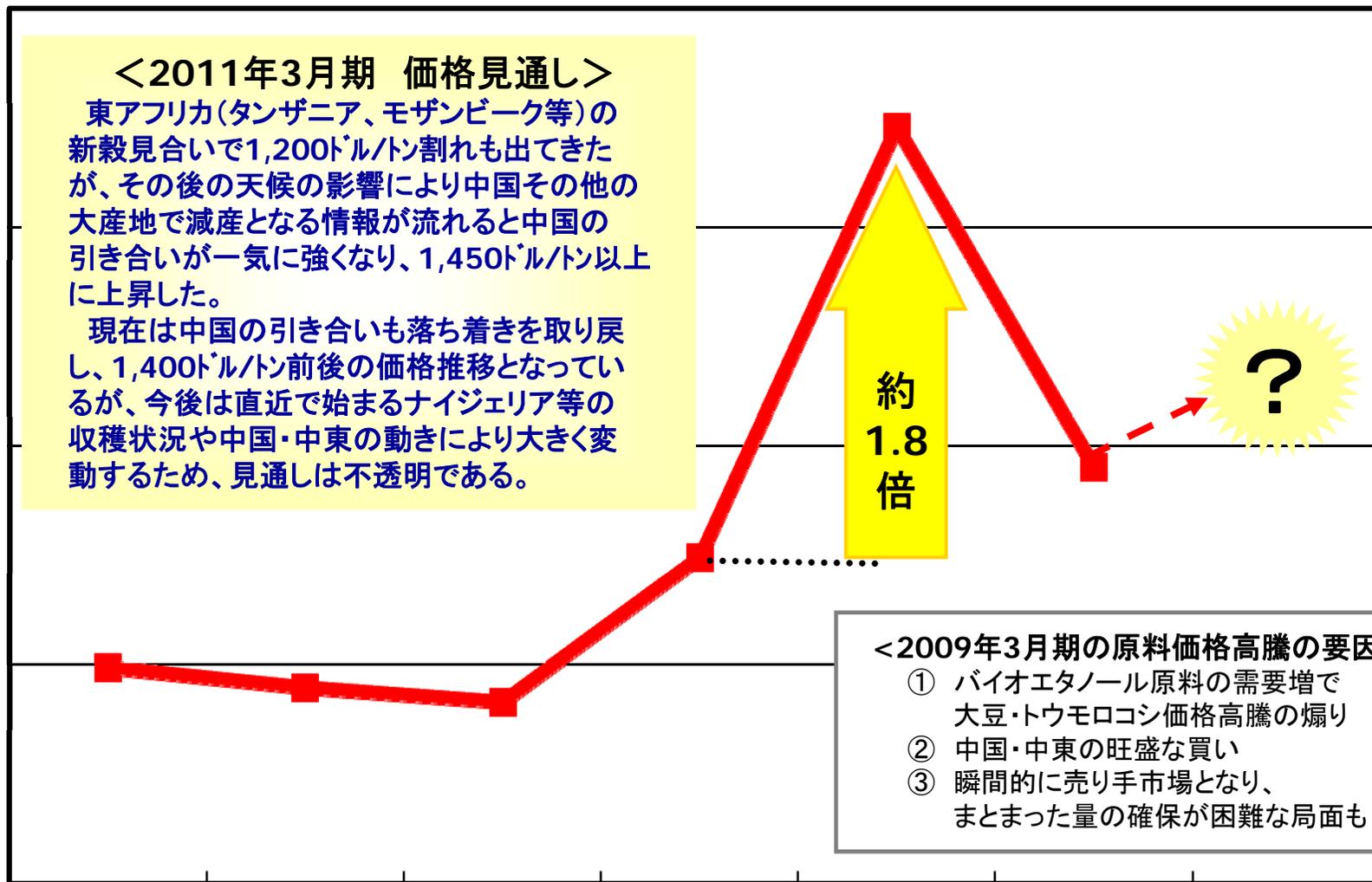
\$/t  
2,000

1,600

1,200

800

400



**<2011年3月期 価格見通し>**  
東アフリカ(タンザニア、モザンビーク等)の新穀見合いで1,200ドル/トン割れも出てきたが、その後の天候の影響により中国その他の大産地で減産となる情報が流れると中国の引き合いが一気に強くなり、1,450ドル/トン以上に上昇した。  
現在は中国の引き合いも落ち着きを取り戻し、1,400ドル/トン前後の価格推移となっているが、今後は直近で始まるナイジェリア等の収穫状況や中国・中東の動きにより大きく変動するため、見通しは不透明である。

**<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大豆・トウモロコシ価格高騰の煽り
- ② 中国・中東の旺盛な買い
- ③ 瞬間的に売り手市場となり、まとまった量の確保が困難な局面も

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月期第2四半期  
決算説明会

経営展望について  
2010年11月8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



# 2011年3月期販売①（全体）

## 2011年3月期 上期の状況



デフレ傾向により、スーパーの低価格志向はますます強くなっている。当社製品においても、量販店からはより低価格での特売実施を要求された。猛暑の影響で、アイスクリームや飲料品はよく売れたが、一般加工食品の販売数量は伸び悩んだ。

このような状況下、家庭用ごま油は、昨年来の量販店PB商品ブームの反動から減少した。

一方で、「食べるラー油」ブームにより、業務用ごま油の販売数量は順調に推移している。

## 下期の施策

- ・ 家庭用ごま油 …… チラシへの協賛で量販店での特売頻度を上げるほか、他社との価格差をやや縮め、販売数量を拡大する。
- ・ 家庭用食品ごま …… 上期は好調のため、引き続き販売拡大。
- ・ 「かどやのごまセサミン」 …… 製品紹介の段階から進み、本格的に拡販へ乗り出す。

# 角 2011年3月期 販売②(PB商品、家庭用製品)

## PB商品

上期実績



下期方針

販売数量では前年同期比10%強減少。  
価格志向の強い消費者を取り込むのが  
目的だったが、より安価な競合他社の  
調合油などに客を奪われ、苦戦した。

市場への浸透により、新規のPB商品開発の  
依頼は昨年に比べ 大幅に減少している。  
販売数量の減少を食い止めるため、  
若干の値引きにより、拡売する。

## 家庭用製品

上期実績



下期方針

ごま油・食品ごま とともに価格を据え置いた。  
結果、ごま油は競合他社の特売の影響を避けられず、  
販売数量・売上高ともに前年同期より減少。  
食品ごまは拡売が功を奏し、販売数量で約30%の伸び、  
売上高では約20%の伸びを達成した。

P17「下期の施策」のとおり、積極的な拡売を行う。

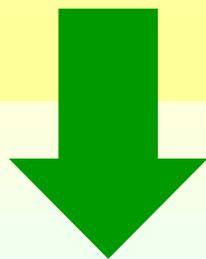


## 2011年3月期 販売③(業務用製品)

### 業務用製品

#### 上期実績

ごま油は、「食べるラー油」ブームにより絶好調。ユーザーはごま油の確保が最優先のため、値引き要求が想定したよりも少なかった。食品ごまは、他社の安値攻勢で販売価格が低下した。



#### 下期方針

ごま油原料価格は堅調であり、円高はあるが、当社から積極的に価格変更を申し出ることはいない。下期は例年、販売数量が低下するため、価格の維持・数量確保にまい進する。



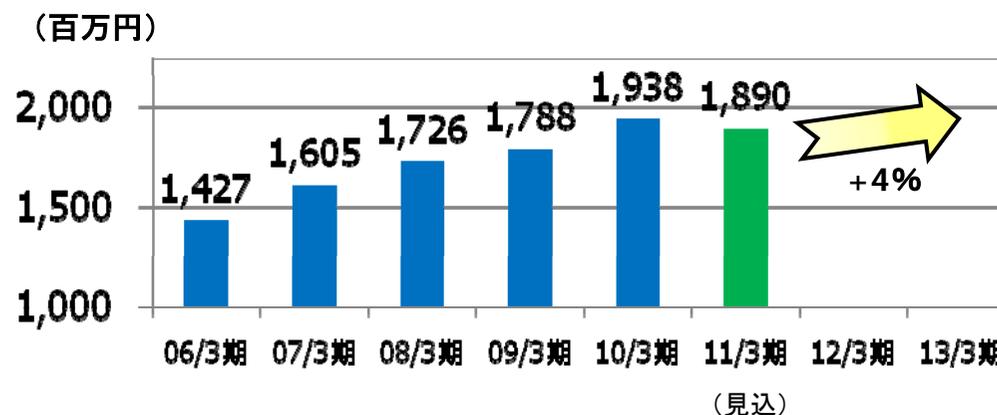
# 2011年3月期 販売④(輸出用ごま油)

## 計画販売数量

(単位:トン)	2011年3月期
販売数量	3,750
前期比	+4.5%

※ 急激な円高により、米国での日本食品全体の商いが鈍ったことに当社製品も影響され、2011年3月期は販売数量・売上高ともに当初計画を下方修正。

## 輸出用ごま油売上高推移



## 輸出分野での施策

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

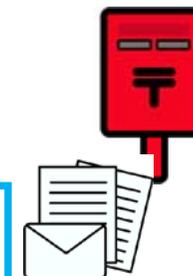


## 2. 売上拡大策



## 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かに訴求し、ひいては売上増へとつなげる



### ＜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。

#### ＜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）

#### ＜下期計画＞2011年1～3月キャンペーン

WEB、新聞、雑誌、ラジオでのキャンペーン告知

### ＜テレビCM＞

夏季キャンペーンの時期と重なり、ごま油の需要が高まる  
7～8月に各局で放送。

キャンペーン告知のほか、ごま油を利用したレシピを紹介し、  
店頭での活性化をサポート。



## 売上拡大策(通信販売商品等)

健康素材との組み合わせを考慮した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。

〈2010年4月～9月 実績〉

販売数量、売上高ともに前期より大幅増加。  
新聞やタウン誌への折り込みチラシなど、  
定期的な販促活動で固定客をつかむことに成功。

〈2010年9月～2011年3月 計画〉

引き続き、定期的な販促活動を行う。  
さらなる新規購入者の獲得と既存顧客の囲い込みを目指す。



### ②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。

当社通信販売サイトでメインに販売。  
試験的に、一部生協の共同購入チャネルを利用するなど、  
最も効果的な販売チャネルを模索中。  
主要新聞や雑誌での広告を実施予定。  
他社製品からの乗り換えも見込む。



### ③コラボレーション商品

菓子や調味料等、引き続き取り組んでいく。



## 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。  
2009年度生産量：約360万t  
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

### 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。
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

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

## 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・黒ごま)
- ② 小豆島ごま油工場のリニューアル工事



## 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50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/>

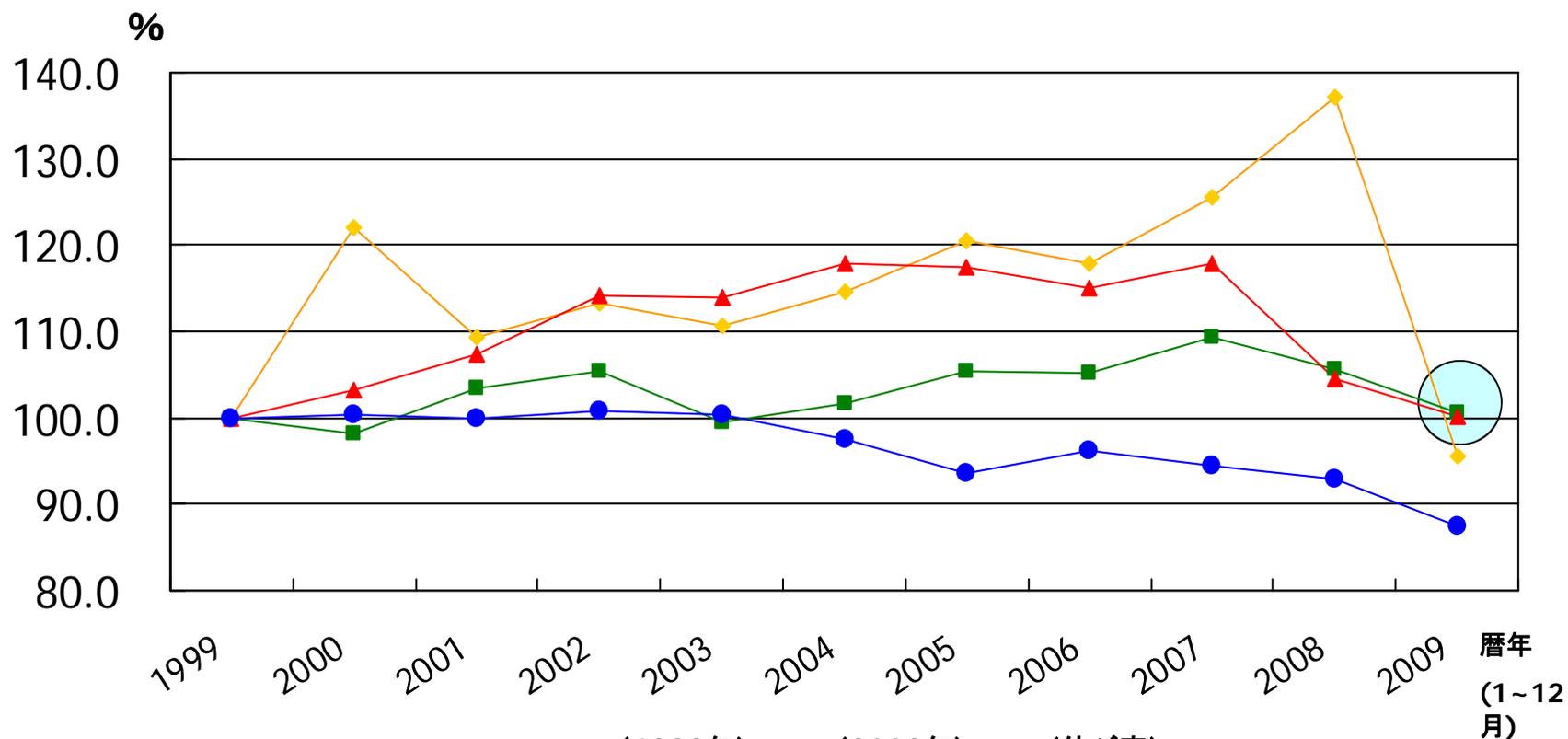


# 付 属 資 料

※ 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



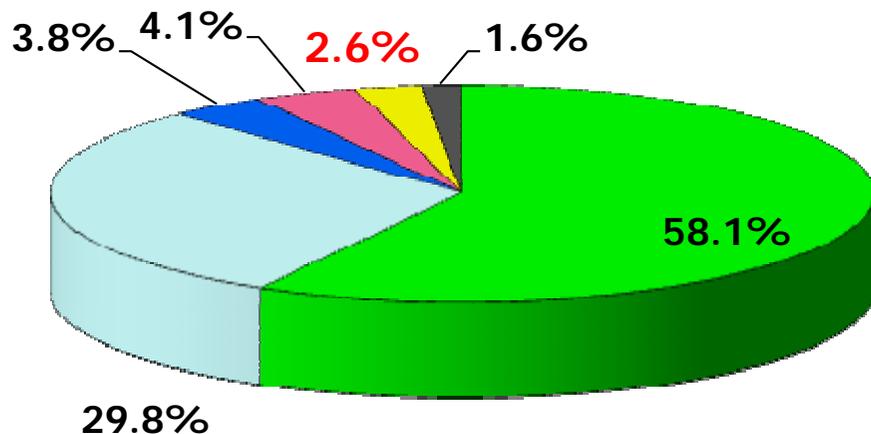
	(1999年)	(2009年)	(伸び率)
◆ 全国ごま種子輸入量	135,015	128,917	95.5%
■ 全国ごま油生産量	41,337	41,525	100.5%
▲ 当社ごま油生産量	<b>21,391</b>	<b>21,423</b>	<b>100.1%</b>
● 全国可食油生産量	1,830,619	1,599,241	87.4%

(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



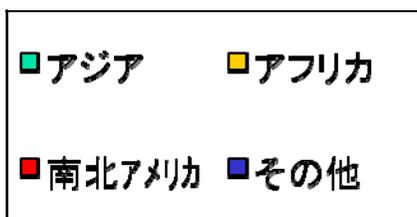
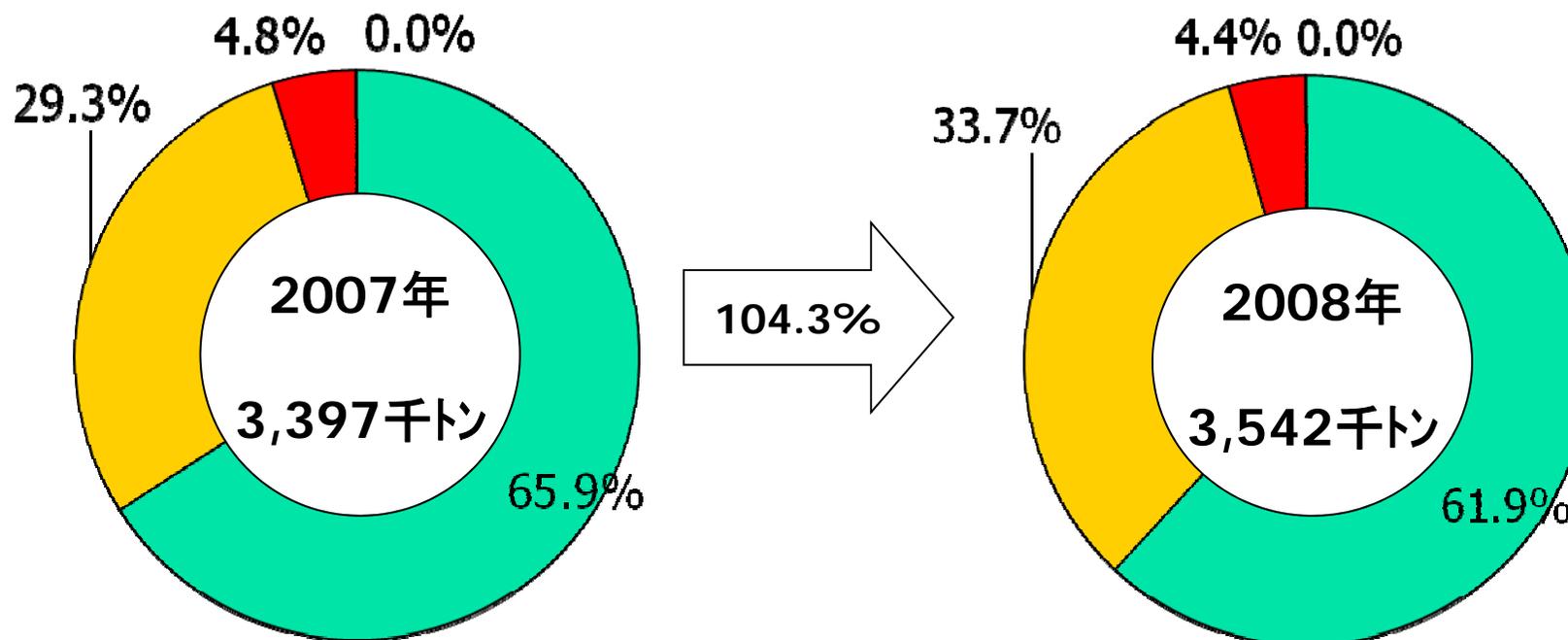
2009年(1~12月)生産量  
1,599,241トン

	1999年 (数量:トン)	2009年 (数量:トン)	増 減 (数量:トン)	比 率 (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 %
	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



資料:FAO Inter-net data base  
(2010年10月現在)

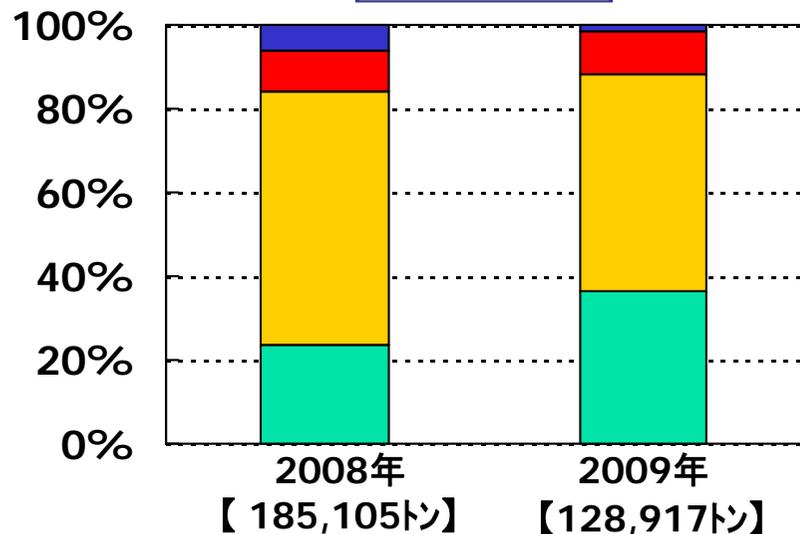
(主な生産国)

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

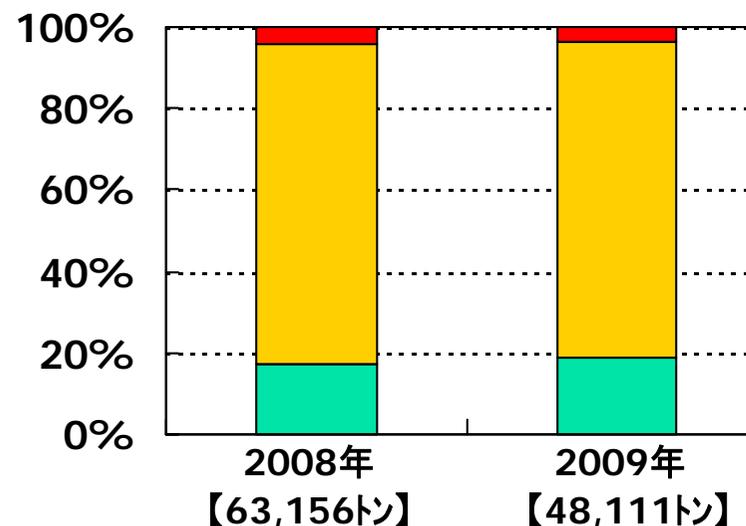


# わが国のごま種子輸入実績

全国



当社



地域	2008年	2009年
■ 中国	5.9%	1.7%
■ 東南アジア	9.9% (ミャンマー・トルコ他)	10.1% (ミャンマー・トルコ他)
■ アフリカ	60.8% (ナイジェリア・タンザニア他)	51.7% (ナイジェリア・タンザニア他)
■ 南北アメリカ	23.4% (パラグアイ・ボリビア他)	36.5% (パラグアイ・ガテマラ他)

資料:財務省通関統計