

健康でより豊かな食生活に貢献

証券コード 2612

 **かどや 製油株式会社**

2015年3月期 決算説明会



決算概要について

2015年5月29日(金)

取締役常務執行役員 管理部長 戸倉 章博



決算概要について

- 1 . 会社概要
- 2 . 2015年3月期 決算概要
- 3 . 2016年3月期 事業計画



1. 会社概要



会社プロフィール(2015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	6,962名
◇従業員数	272名
◇事業所	本社、工場、 6支店、1営業所、1事業所 (2015年4月1日現在)



2. 2015年3月期 決算概要



2015年3月期

決算の概要

(単位: 百万円)	14年3月期	15年3月期	前期比		増減要因
			増減金額	増減率	
売上高	21,890 <small>ごま油 16,939 食品ごま 4,231 脱脂ごま他 719</small>	24,042 <small>ごま油 18,677 食品ごま 4,550 脱脂ごま他 813</small>	2,152 <small>ごま油 1,738 食品ごま 319 脱脂ごま他 94</small>	9.8%	<p><ごま油 売上高増加> 販売数量...家庭用は0.5%増加 業務用は4.2%減少したが、輸出用は2.4%増加し、全体では1.7%減少 販売価格...家庭用は6.4%増 業務用は13.7%増。 輸出用は18.9%増。</p> <p><食品ごま 売上高増加> 販売数量...前年同期比4.6%減。 販売価格...前年同期比12.7%増。</p>
売上原価	14,408	17,456	3,047	21.1%	原料価格高騰 (約20%増)や円安の影響で3,047百万円増加。
販管費	5,817	5,775	△41	△0.7%	拡売条件費 約27百万円減少 広告宣伝費 約59百万円減少 販売促進費 約39百万円増加
営業利益 <利益率>	1,664 <7.6%>	811 <3.4%>	△853	△51.2%	
経常利益 <利益率>	1,971 <9.0%>	1,621 <6.7%>	△350	△17.7%	
当期純利益 <利益率>	1,151 <5.3%>	955 <4.0%>	△195	△17.0%	

【為替】

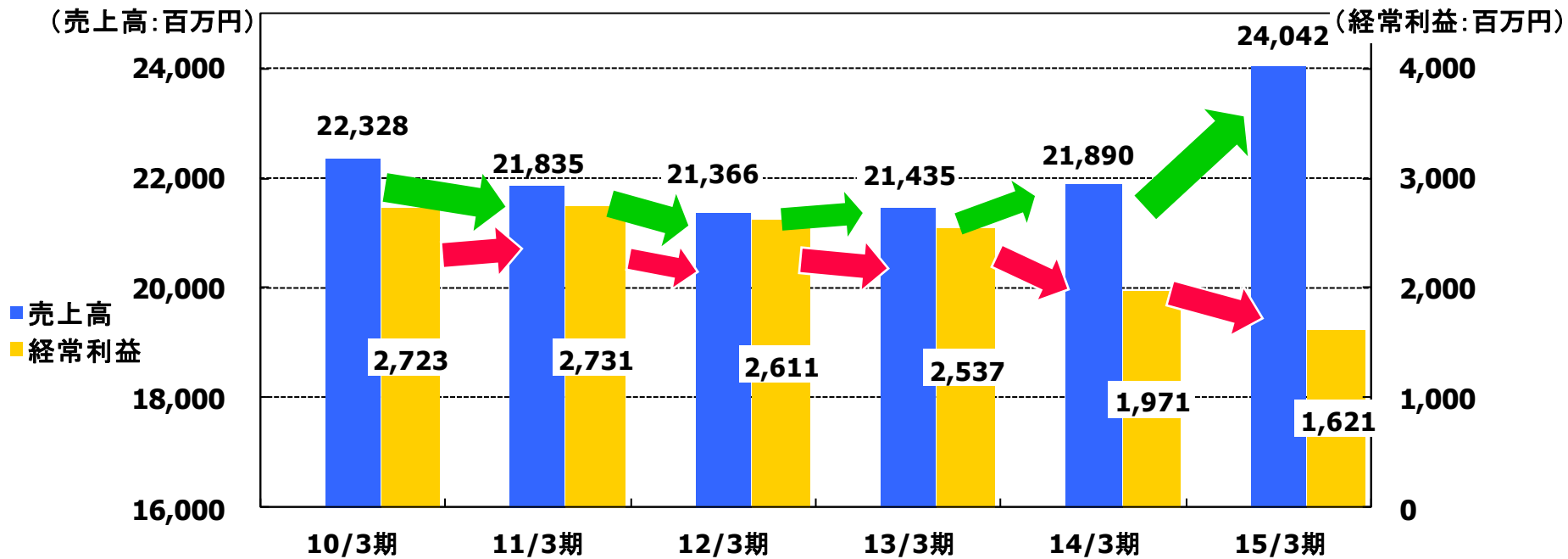
原価計上レート¥/\$ 100円
 決済レート¥/\$ 98円

109円
 105円

※ 金額は表示単位未満切捨て。

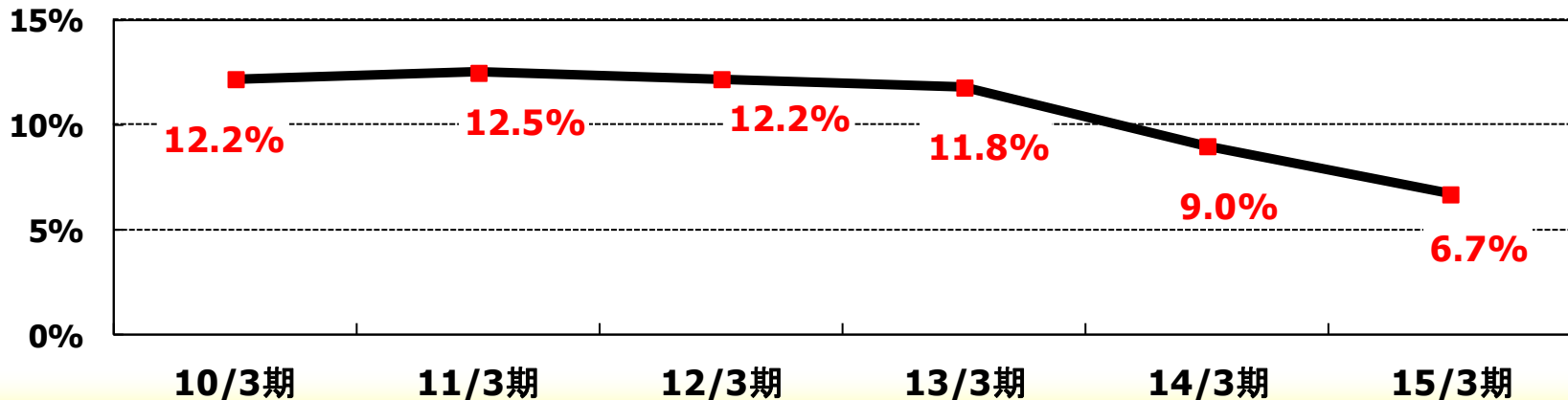


2015年3月期 売上高、経常利益、経常利益率の推移



※金額は表示単位未満切捨て。

■ 経常利益率





貸借対照表

(単位:百万円)	14年3月期 期末	構成比 (%)	15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	18,050	73.8	20,291	75.8	2,240	12.4%
■固定資産	6,394	26.2	6,485	24.2	91	1.4%
資 産 合 計	24,445	100.0	26,777	100.0	2,331	9.5%
負 債						
■流動負債	3,788	15.5	5,072	18.9	1,284	33.9%
■固定負債	811	3.3	857	3.2	46	5.7%
負 債 合 計	4,599	18.8	5,930	22.1	1,330	28.9%
純 資 産 合 計	19,845	81.2	20,846	77.9	1,001	5.0%
負債・純資産合計	24,445	100.0	26,777	100.0	2,331	9.5%

※ 金額は表示単位未満切捨て。



3. 2016年3月期 事業計画



15/3期比較の16/3月期 事業計画

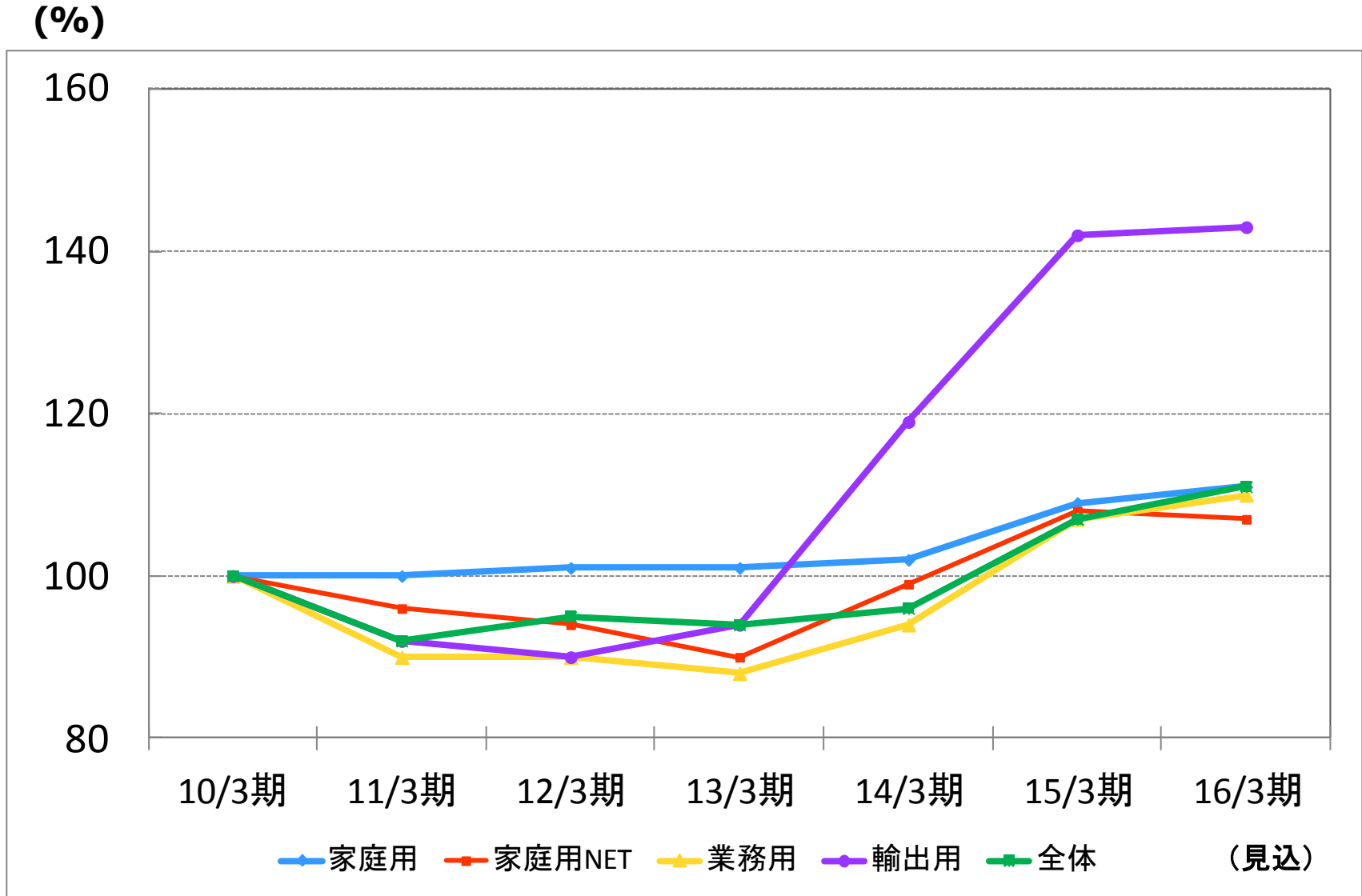
(単位： 百万円)	15年3月期 実績	16年3月期 予想	前期比		増減要因
			増減金額	増減率	
売上高	24,042 <small>ごま油 18,677 食品ごま 4,550 脱脂ごま他 813</small>	25,500 <small>ごま油 20,030 食品ごま 4,700 脱脂ごま他 770</small>	1,458 <small>ごま油 1,353 食品ごま 150 脱脂ごま他 △43</small>	6.0%	<売上高増 約15億円> (NET約11億円) 家庭用ごま油:約10億円増 業務用ごま油:約3億円増 輸出用ごま油:約1億円増 食品ごま他:約1億円増 * 家庭用ごま油は積極的に特売を 実施し落ち込んだ販売数量の 回復に注力する <売上原価増 約4億円> <営業利益増 約4億円>
営業利益 〈利益率〉	811 〈3.4%〉	1,200 〈4.7%〉	389	47.9%	
経常利益 〈利益率〉	1,621 〈6.7%〉	1,750 〈6.8%〉	129	7.9%	
当期純利益 〈利益率〉	955 〈4.0%〉	1,100 〈4.3%〉	145	15.0%	

通期想定為替レート¥/\$ 120円
 為替レート1円変動による損益への影響額 約45百万円

※ 金額は表示単位未満切捨て。



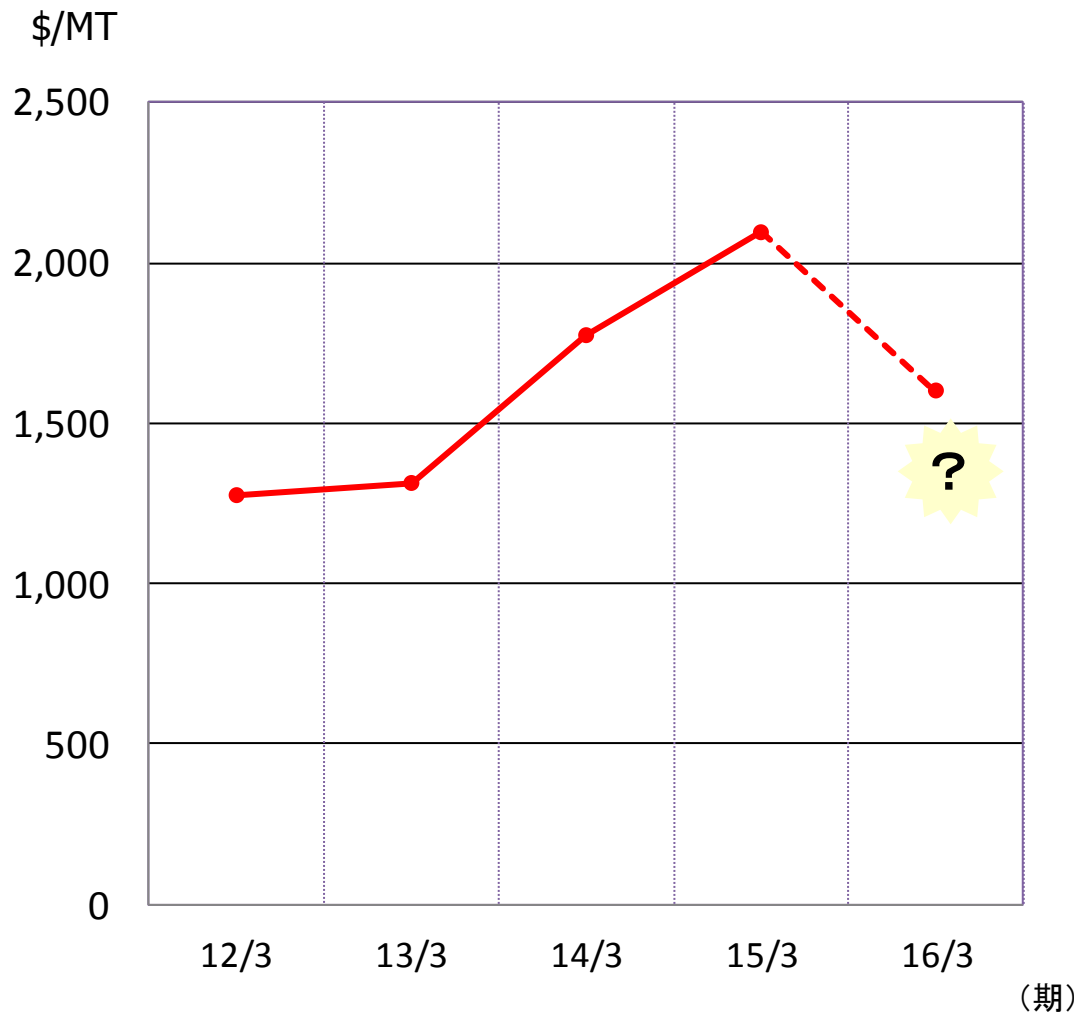
ごま油平均単価の推移



※2010年3月期の価格を100とする。



搾油用原料価格の動向(年度平均)



出所: 財務省輸入通関統計
主要搾油用ごま産地

ナイジェリア、ブルキナファソ、タンザニア、ウガンダ、モザンビーク

<2016年3月期の見通し>

(契約時ベースの価格)

昨年は生産地での天候不順等による供給不足感により一時2,400ドル/トンを超えるレンジとなり、15年3月期の平均到着価格は2,100ドル/トンのレンジとなった。

産地の状況は、一部で天候不順等の話はあるものの価格を押し上げる程の状況ではなく、昨期の増産を受け需給が緩んだ状態が続いており、直近の相場は1,300ドル/トン前後のレンジ(2015年下期以降到着予定)へと軟化している。

しかし、さすがにこのレベルではリバウンドの動きも見込まれ、この時点での2016年3月期の平均到着価格は1,600ドル/トンを見込んでいる。

食品用原料も高騰していたが、搾油用価格の下落を受け軟化している。

波乱要因 : 中国等の急激な買付
天候不順による減産
生産国の政情不安

健康でより豊かな食生活に貢献

証券コード 2612

 **かどや 製油株式会社**

2015年3月期 決算説明会



経営展望について
2015年5月29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)原料その他**
- (4)経営計画**



1. 販売



販売①(総括、ごま油)

2015年3月期

国内、輸出ともに原料高の影響で苦戦した。国内は円安の影響もあり、特に業務用は販売数量を落とした。値上により、販売金額では国内、輸出ともに増加した。

ごま油	家庭用	業務用	輸出用
2015年 3月期 実績	値上実施後の価格浸透に重点を置いた他、増税影響もあり上期は苦戦したが、緩やかではあるが競合他社の値上が進んだ事で価格差が縮小し、販売数量は回復。販売金額では増加した。	原料コストアップの為、6月より価格改定を実施。値上げにより販売数量は減少したが、販売金額は増加。	8月に値上げを実施した影響もあり、9-12月期は販売数量が思わしくなかったが、1月以降販促を実施し販売数量を回復。販売金額では、価格改定及び円安の影響で大きく伸長。
2014年 3月期比	販売金額は増加 数量は前年並み	販売金額は増加 数量は減少	販売金額、数量 共に増加
2016年 3月期 計画	<p>昨年の円安、原料高により、前半は引き続きコスト高となる見込みだが、他社の値上実施により価格差が縮小しており、積極的な拡売でシェアを取り戻す。</p> <p>①チラシ特売、月間特売等の販促強化。 ②用途提案、他社コラボ、青果連動企画等による販売促進強化。</p>	<p>適正価格による販売を継続しつつ、値上により取引が減少した取引先の取り返しを図る。</p> <p>①値上により取引量が減少した取引先への再提案強化。 ②大口需要家との新規取引強化。 ③惣菜、デザート市場拡大。</p>	<p>通期で数量4%の伸長を目指す</p> <p>①新規加工ユーザー獲得 ②新規PB商品開発 ③ねりごま等新規商材の販路開拓</p>
2015年 3月期比 (計画)	販売金額、数量 共に増加	販売金額は増加 数量は微増	販売金額、数量 共に増加



販売②(食品ごま)

2015年3月期

景気回復が遅れ、外食産業の低調が続くなど厳しい環境の中競合メーカーの値上は進まず、価格競争がさらに深刻化した。

食品ごま	家庭用	業務用
2015年3月期 実績	10月の値上により、他社低価格商品との競合に苦戦。一部PB商品の終売もあり販売数量は減少。販売金額では微増となった。	6月に価格改定を実施した事により販売数量は減少したが、販売金額は増加。
2014年3月期比	販売金額は微増 販売数量は減少	販売金額は増加 販売数量は減少
2016年3月期 計画	前期2月より食品ごま小袋製品のリニューアルを実施し、コスト削減、賞味期限延長を図った。今期は他社低価格品に対抗し積極拡売する。 ①食品ごま小袋新製品「香りごま」シリーズの積極拡売、新規導入。 ②他の食材やごま油と合わせた店頭販促企画、メニュー提案実施。販促什器のリニューアル。 ③量販店PBの新規獲得。	黒ごまの原料価格高騰につき、4月より黒ごま製品の価格改定を実施。 ねりごまについては新製品を投入し、拡大を図る。 ①価格改定後の適正価格での販売を継続。特に黒ごま製品の価格に注意する。 ②ねりごまは引き続き重点商品として位置付け、惣菜、鍋スープ製造企業へ積極的に提案し拡販する。
2015年3月期比 (計画)	販売金額は増加 販売数量は回復	販売金額、数量 共に増加



販売(輸出用ごま油)

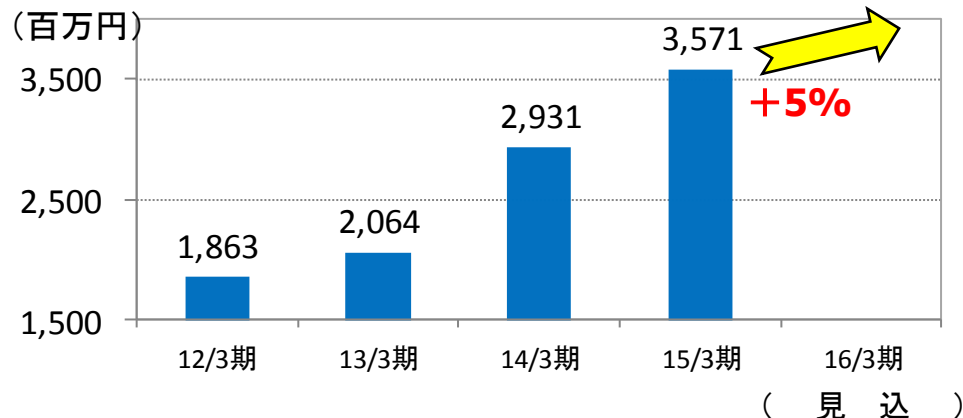
販売実績

2015年3月期

販売数量 約4,651t

値上げにより苦戦するも、後半での販促投入などにより、数量前年比増を達成。引続き北米が主力市場であるが、欧州向けの輸出も伸長しており、引き続き輸出拡大継続を目指す。

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

- ・北米では引続き、繁忙期に販促を実施することにより安定的な伸長を目指す
- ・欧州・東南アジアでも引続き営業活動を強化し、輸出数量の拡大を目指す

② 新規案件の獲得

- ・新規PB商品を積極的に提案し、販路拡大を目指す
- ・冷凍食品やドレッシングメーカーといった、加工ユーザー向け新規提案を強化する
- ・ねりごまを中心とした新規商材の輸出販売を拡大する



2.売上拡大策



売上拡大策 (情報訴求)

<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)

- ・主婦及び主婦予備軍に対し、純正ごま油、純白ごま油、らー油、ねりごま、食品ごまを直接使用してもらい、使い方の啓蒙、認知度の向上を図る。
- ・料理授業、会報誌を通じて「基本メニュー・新メニュー」、「ごま製品の特徴」、「商品の紹介」、「新しい食文化」など多角的な情報提供を実施。



<日本最大のレシピ検索サイト「cookpad/クックパッド」との連携>

- ・当社専用ページ「かどやのごまレシピキッチン」を設置し、自社開発レシピを提案し、商品認知度、用途汎用性、使用価値の向上を図る。
※ユーザーが「つくれぽ」機能を活用し当社提案レシピについて、実際に調理し、写真つきで感想を投稿。
- ・当社ホームページへ誘導するバナー広告を設置。
- ・cookpadと共同でユーザーの目線に合ったレシピ開発を行なう。



<レシピ検索サイト「Nadia/ナディア」との連携>

- ・当社専用ページ(スポンサーパネル)を設置し、人気料理家ブロガー(西山京子(ちょりママ)さん、ヤミーさん)2名を起用し、当社商品を使用したレシピの提案を行うと共に、料理家自身のブログでレシピ、商品の特性、新商品等の情報を拡散。
- ・当社ホームページへ誘導するバナー広告を設置。





売上拡大策（広告・PR活動一例）

<広告> 純正ごま油・らー油・食品ごま・ねりごまの各媒体広告施策

- ・「かどやの純正ごま油」を前面に押し出して、なたね油等が含まれたごま油との差異を強調し、ごま油100%である価値や優位性を訴求。
- ・商品の受容性が高い料理コンテンツを多く含む、料理雑誌、WEBサイト、業界誌を中心に企業広告、タイアップ企画広告、バナー広告等を出稿し多角的な情報提供訴求。
- ・企業広告については、イメージキャラクターの女優・高畑淳子氏を起用。

【企業広告】



<PR>

・売上向上の一環として、店頭での活動を一部アウトソーシング

巡回スタッフによる重点量販店（東京・名古屋・大阪）の店舗巡回活動を開始。
巡回スタッフより消費者の意見を取り入れた販促什器、レシピ提案POP・リーフレットを提案し設置し、売場の活性化に繋がる効果的な販促活動や受注活動を実施。

【什器例】



【POP例】



・主に小学校3・4年生を対象に食育授業を実施

将来のかどやファン作りを目的に都内近郊の小学校に、食育授業「ごまの総合授業」を実施。
スライドを使いごまやごま油の歴史・特徴、栄養成分についての授業と調理実習の2部構成。



・一般（成人）料理教室・親子料理教室を実施

ごま油や食品ごまを直接使用してもらい、使い方の啓蒙、認知度の向上を図る。
既存顧客の育成、新規顧客の獲得、両方をとらえることを目的に実施。





売上拡大策(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。

<カルビー株式会社>

「堅あげポテト しおとごま油風味」

(2015年5月11日~6月中旬 期間限定 全国発売)

同社の「堅あげポテト」ブランド初のメーカーコラボレーション商品です。伝統ある「かどやの純正ごま油」と、カリカリとした堅い食感を特徴とする「堅あげポテト」が相性ぴったりです。



<ぼんち株式会社>

「4パック ごまセサミン お米スナック」

(2015年2月27日 全国発売)

ごま油の香りと塩味がきいたシンプルな焼きせん。商品1袋(72g)あたりに約30mgのセサミンが摂取できる、お米スナックです。





売上拡大策(商品展開)

2014年度に発売した 新商品・リニューアル商品

<香(かおり)いりごま白・黒60g、すりごま白・黒55g新発売>

・2015年2月2日より全国一斉出荷開始

お客様から寄せられる声を基に商品設計致しました。
強めの焙煎でより香ばしさを増したいりごまに、しっかりとすりつぶしてソフトな歯触りにしあげたすりごまです。



<金印/銀印純正ごま油600g 商品仕様リニューアル>

・2014年9月よりリニューアル生産開始

料理人が使う味を手頃なサイズでより身近に楽しめます。
業務用C&Cはもとより一般小売店でもお取り扱い頂き、
料理人の方から一般消費者の方まで幅広くご愛顧頂けます。



<ねりごま(白・黒・白深煎り)PET100g 商品仕様リニューアル>

・2014年9月よりリニューアル生産開始

「軽い」・「割れにくい」PET容器のねりごまは発売以来お客様にも大好評。
特にお客様のニーズの多い「白」商品は、幅広い用途で使える「白」と、香ばしさや
コクを強くした「白深煎り」の二種類を取りそろえ
お客様のご要望にお応え致します。





売上拡大策 (通信販売限定商品)

<かどやのごまセサミン>

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>

ねりごまにオリゴ糖・はちみつ・黒糖の上品な甘味を加えた商品。
安定的なファンを獲得している。



2015年3月期実績、及び2016年3月期施策

①2015年3月期実績

顧客サポート体制の充実を図る一方、「ごまセサミン」を中心に広告販促施策を展開。
インターネット、新聞、TV広告等、メディアバランスの最適化を推進。
結果、売上、定期購入コース加入者数共に、前年を上回り安定的に伸長。
また、通販限定商品として当社厳選のごまを用いた「胡麻黒丸・胡麻白丸詰合せ」
を新発売。ごまに大豆、アーモンド、玄米 を加えた風味豊かなごま菓子となつて
おり、好評を得ている。



胡麻黒丸



胡麻白丸

②2016年3月期施策

引き続き、インターネット広告、新聞広告、高視聴率番組
スポンサー(BS-TBS「吉田類の酒場放浪記」)等を中心
に広告販促を実施していく。更なる商品認知度の向上と
購入機会を創出し、お客様満足度向上に努める。



女優・高畑淳子氏起用「ごまセサミン」TVCM



3. 原料その他



原料の安定調達

現 状

- ① ごま種子の生産 — 全世界の生産量は横這い。
2013/2014年度生産量：約436万トン(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、現状賄えない量ではない

調達方針

高品質の原料を安定的に調達

商社の強力な情報チャンネルを元に、アフリカ、南米、ミャンマーをはじめとする現地輸出業者との取り組みを強化し、調達先の多様化も進める。



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、残留農薬）
2. 食品会社のモラル・コンプライアンスに関する問題（例：偽装表示）

当社の方針・施策

- ① 原材料から最終商品まで一貫した品質管理体制の強化
品質管理部門のスタッフの力量向上に注力して体制を強化
- ② 原料の残留農薬分析の強化（自社検査機能の強化と公的検査機関の活用）
- ③ 全従業員へのコンプライアンスの徹底
- ④ 工場のフードディフェンス強化
 - ・セキュリティの強化（監視カメラの設置、門・出入口へのカードキーの設置など）
 - ・薬剤の数量・施錠管理の徹底。業者、訪問者の入場管理の徹底（警備室設置）

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により、売上拡大に繋げる

＜食品表示について＞

4月1日より新たな食品表示法が施行され、機能性表示食品という新たな枠組みの表示制度が創設されました。当社では、法施行前から新ルールの情報収集を行って参りました。今後も引き続き新ルールへの対応を進め、コンプライアンスの遵守・徹底に努めて参ります。また、機能性表示食品についても検討して参ります。



4. 経営計画



中期経営計画(前提、計画数値)

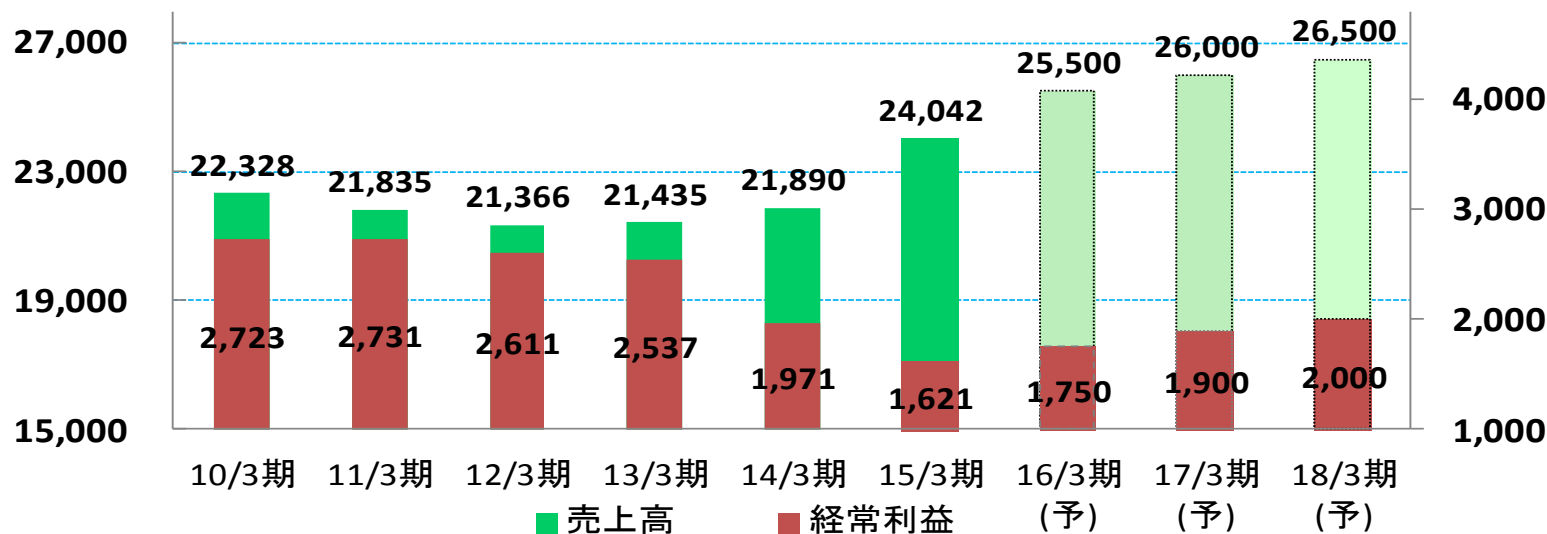
前提

- ① 為替：120円
- ② 原料価格：軟化傾向
- ③ 製品価格：ごま油、食品ごま業務用下期より値下げを検討

〈2015年3月作成〉

中期経営計画

(単位： 百万円)	15/3期実績	16/3期	17/3期	18/3期
売上高	24,042	25,500	26,000	26,500
経常利益	1,621	1,750	1,900	2,000



(売上高：百万円)

(経常利益：百万円)



今後の課題と配当性向

今後の課題

- ① 商品開発力を強化する(ねりごま商品)
- ② ハラル認証*の取得を検討する (*イスラム教義に従った食品規格)
- ③ 安心安全体制を一層強化する

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。

2016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

取締役常務執行役員管理部長 戸倉 章博

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

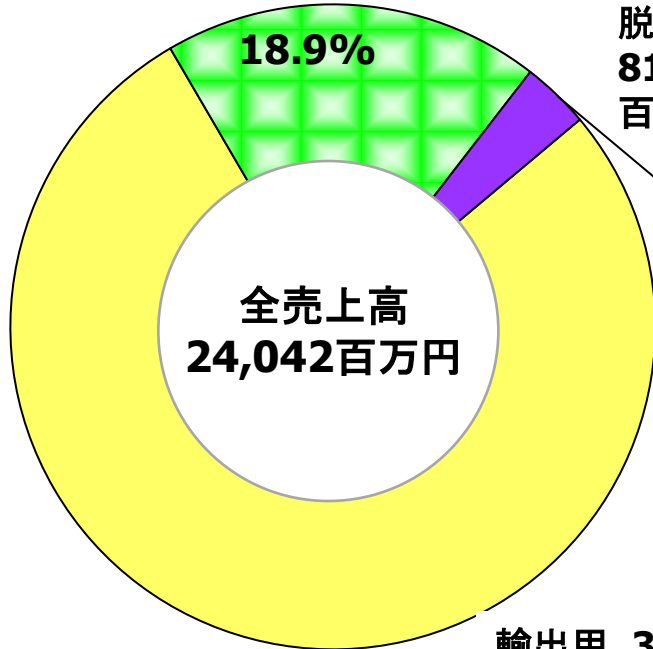


付 属 資 料



商品別、用途別売上高 (2015年3月期)

食品ごま 4,550百万円



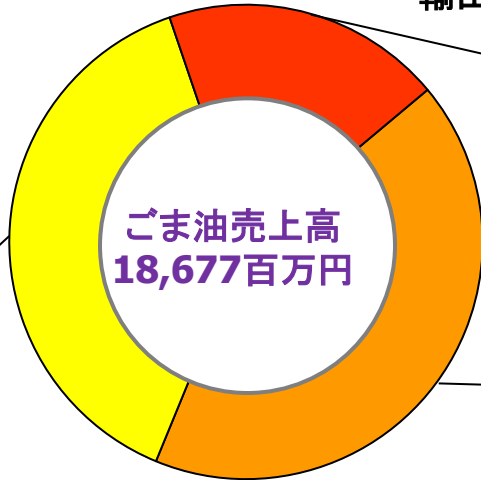
ごま油
18,677百万円
77.7%



脱脂ごま他
813
百万円
3.4%

輸出用 3,571百万円
19.1%
(17.3%)

家庭用
7,901百万円
42.3%
(43.6%)



ごま油売上高
18,677百万円

業務用
7,204百万円
38.6%
(39.1%)

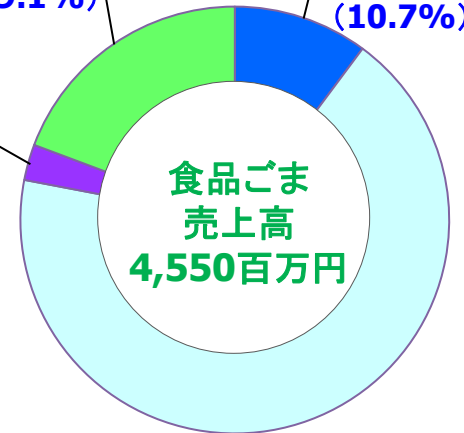


業務用ねりごま
879百万円
19.3%
(19.1%)



家庭用食品ごま
462百万円
10.2%
(10.7%)

家庭用ねりごま
124百万円
2.7%
(3.2%)



業務用食品ごま
3,084百万円
67.8%
(67.0%)



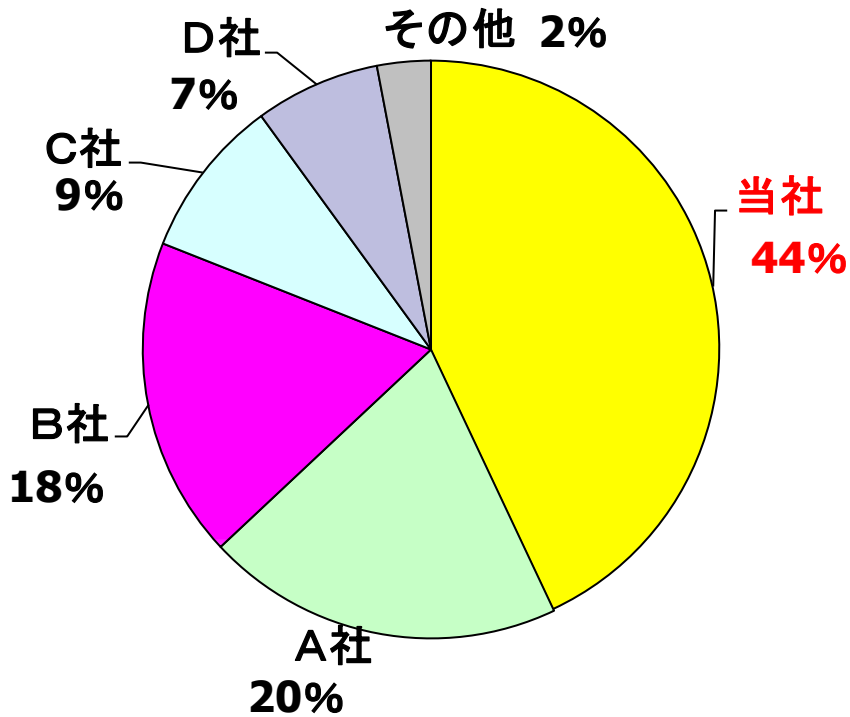
※カッコ内は前年同期の値。



シェア状況

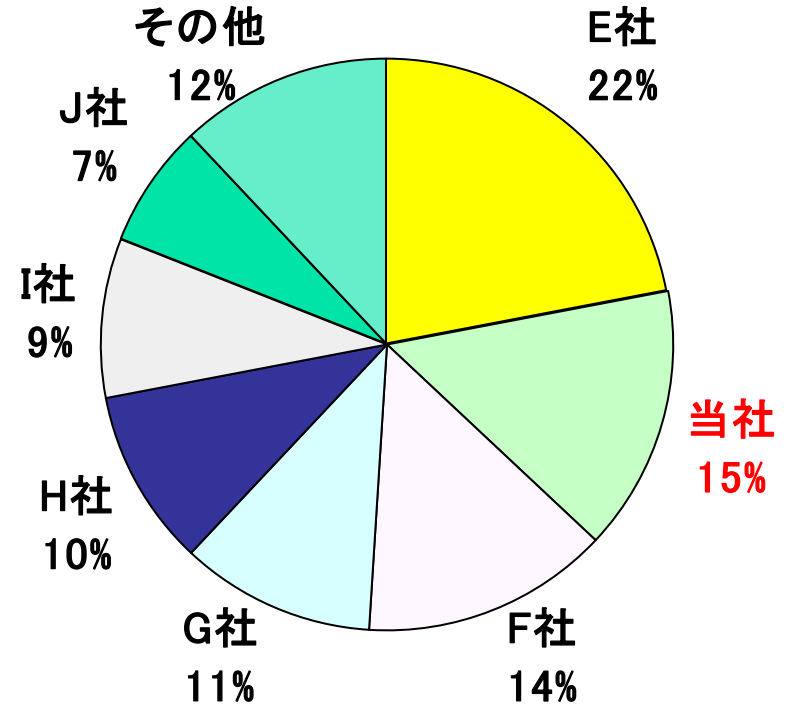
ごま油(2014年1~12月売上高)

市場規模: 約340億円



食品ごま(2013年1~12月売上高)

市場規模: 約280億円



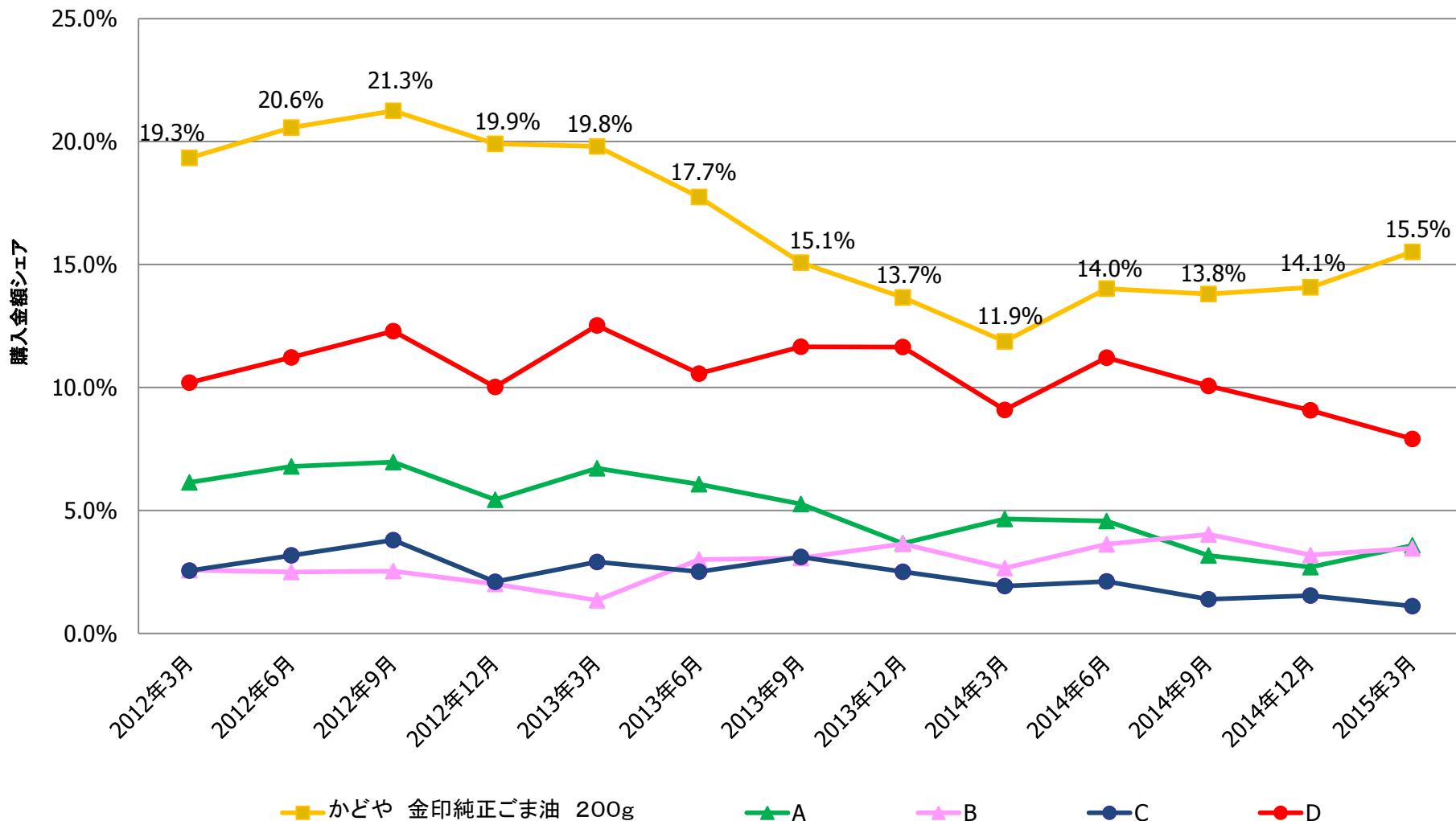
上記数値は【(株)富士経済】調査による



ごま油主要品金額シェア推移

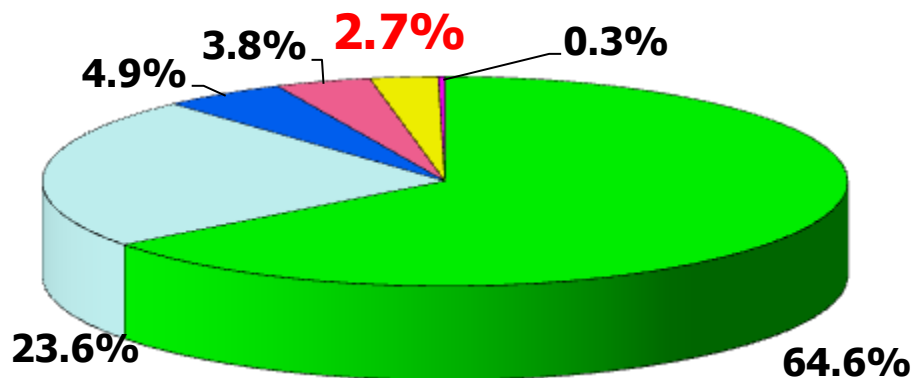
〈全対象商品の100人あたりの購入金額の合計を100とした時の各商品の占有率〉

出展: QPR





わが国の油糧(可食油)生産量実績



2014年(1~12月)生産量
1,661,999トン

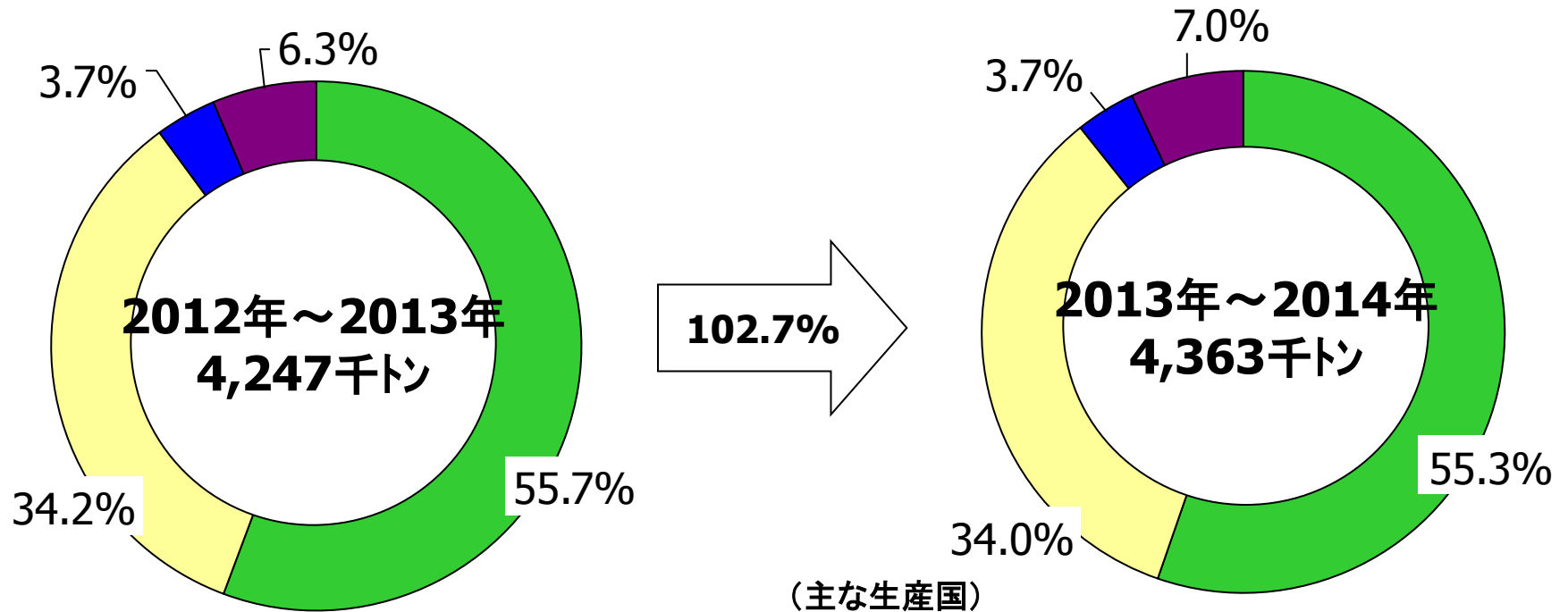
	2004年 (数量:トン)	2014年 (数量:トン)	増 減 (数量:トン)	比 率 (比 率)
■ 菜種	947,258	1,073,881	126,623	13.4 %
□ 大豆	639,200	392,112	△247,088	△38.7 %
■ とうもろこし	95,243	82,256	△12,987	△13.6 %
■ 米ぬか	57,135	63,873	6,738	11.8 %
■ ごま	41,986	45,441	3,455	8.2 %
■ その他	6,341	4,436	△1,905	△30.0 %
	1,787,163	1,661,999	△125,164	△7.0 %

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)

単位:千トン	2012-2013年	2013-2014年	増減
ミャンマー	870	890	20
インド	685	672	△13
中国	600	620	20
タンザニア	456	420	△36
スーダン	187	300	113
エチオピア	240	187	△53
ウガンダ	173	180	7

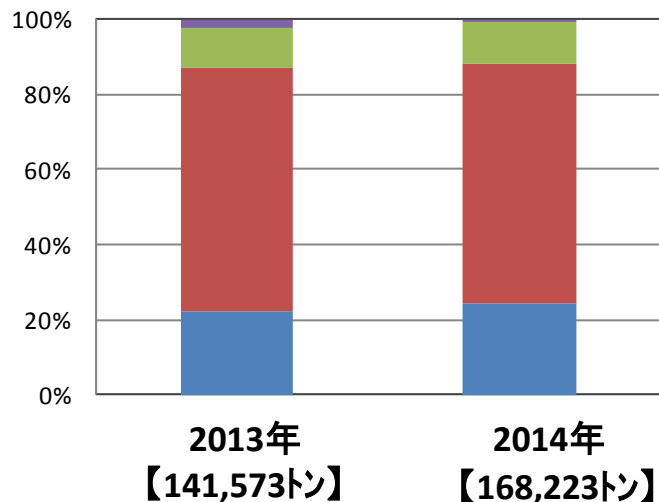
資料: Oil World Annual 2014

※ 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。



わが国のごま種子輸入実績

全国



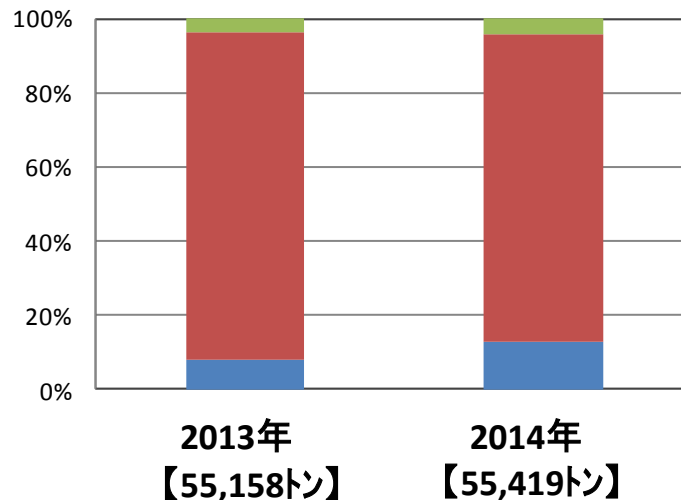
■ 中国 **0.6%** **0.6%**

■ 他アジア・中東 **11.4%** **9.8%**
(ミャンマー・トルコ他) (ミャンマー・トルコ他)

■ アフリカ **63.9%** **70.0%**
(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 **24.1%** **19.6%**
(パラグアイ・グアテマラ他) (パラグアイ・グアテマラ他)

当社



■ 中国 **0%** **0%**

■ アジア **3.6%** **4.4%**
(ミャンマー・ベトナム) (ミャンマー・ベトナム他)

■ アフリカ **88.2%** **82.6%**
(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 **8.2%** **13.0%**
(パラグアイ・アメリカ他) (パラグアイ・アメリカ他)

資料: 財務省通関統計