

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 第2四半期
決算説明会**



決算概要について

2014年11月7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月期第2四半期 決算概要
3. 2015年3月期 事業計画



1. 会社概要



会社プロフィール(2014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	6,440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



2. 2015年3月期第2四半期 決算概要



2015年3月期第2四半期

決算の概要

(単位：百万円)	14年3月期 第2四半期	15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	11,243 <small>ごま油 8,755 食品ごま 2,138 脱脂ごま他 349</small>	11,641 <small>ごま油 8,948 食品ごま 2,265 脱脂ごま他 427</small>	397 <small>ごま油 193 食品ごま 126 脱脂ごま他 78</small>	3.5%	<p><ごま油 売上高増加> 販売数量…家庭用は価格競争が激しく、15.1%減少 業務用も6.3%減少したが輸出用は1.7% 増加し、全体では7.0%の減少。 販売価格…家庭用は10.8%増。 業務用は13.5%増。 輸出用は12.3%増。</p> <p><食品ごま 売上高増加> 販売数量…前年同期比6.4%減。 販売価格…前年同期比13.2%増。</p>
売上原価	7,061	8,338	1,276	18.0%	原料価格高騰（約30%増）を主体に1,276百万円増加。
販管費	3,058	2,718	△339	△11.0%	拡売条件費 約217百万円減少 広告宣伝費 約46百万円減少 販売促進費 約6百万円減少
営業利益 <利益率>	1,123 <10.0%>	584 <5.0%>	△539	△48.0%	
経常利益 <利益率>	1,289 <11.5%>	671 <5.8%>	△618	△47.9%	
当期純利益 <利益率>	768 <6.8%>	405 <3.5%>	△363	△47.2%	

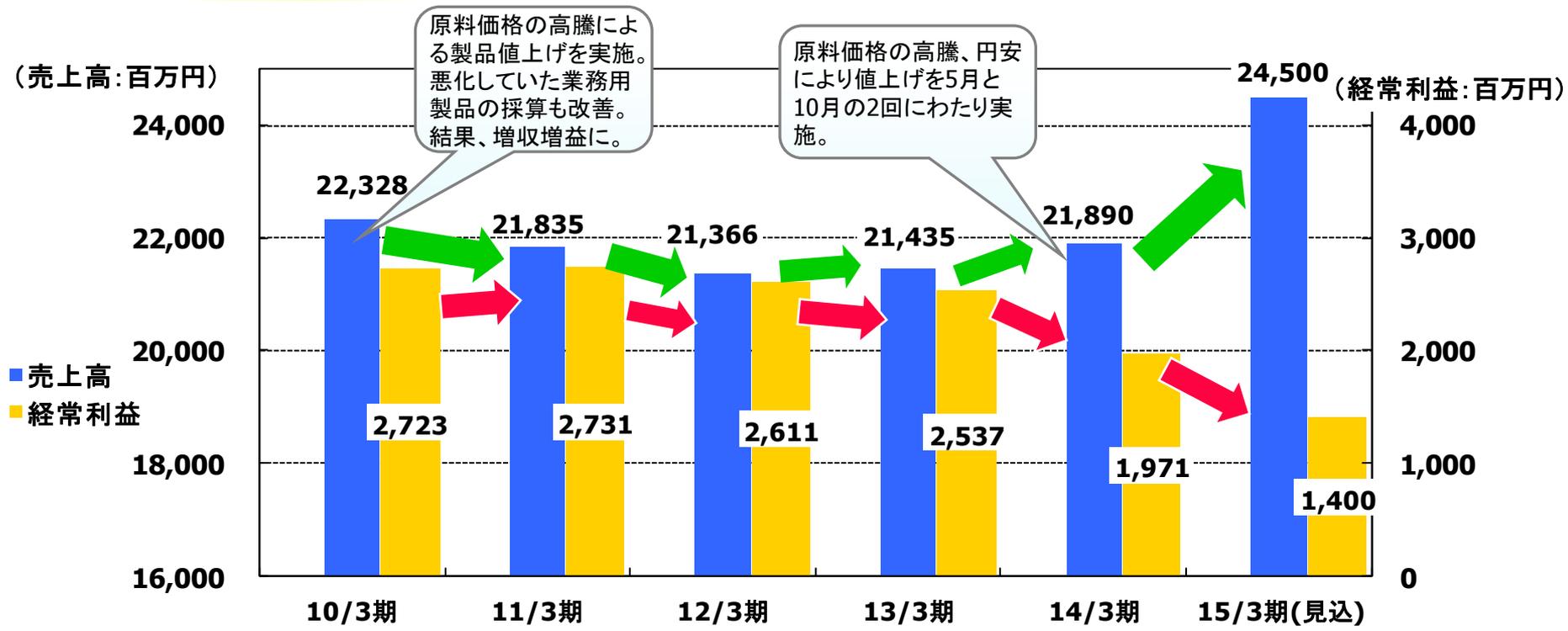
【為替】

原価計上レート¥/\$	99円	103円
決済レート¥/\$	97円	103円

※ 金額は表示単位未満切捨て。

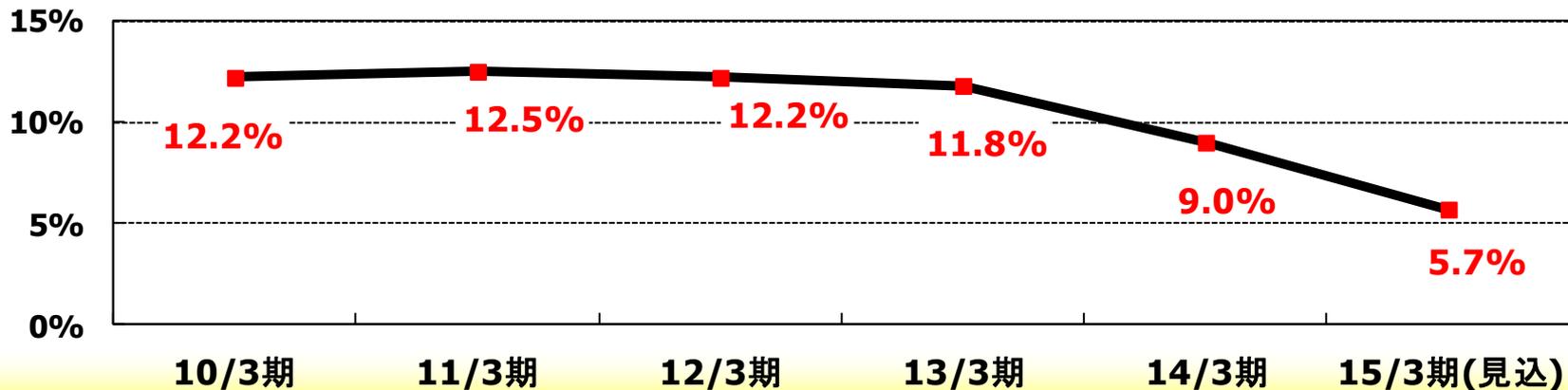


2015年3月期 売上高、経常利益、経常利益率の推移



■経常利益率

※金額は表示単位未満切捨て。





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 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	18,050	73.8	17,789	73.1	△260	△1.4%
■固定資産	6,394	26.2	6,531	26.9	136	2.1%
資 産 合 計	24,445	100.0	24,321	100.0	△123	△0.5%
負 債						
■流動負債	3,788	15.5	3,377	15.5	△410	△10.8%
■固定負債	811	3.3	829	3.4	17	2.2%
負 債 合 計	4,599	18.8	4,207	17.3	△392	△8.5%
純 資 産 合 計	19,845	81.2	20,113	82.7	268	1.3%
負債・純資産合計	24,445	100.0	24,321	100.0	△123	△0.5%

※ 金額は表示単位未満切捨て。



3. 2015年3月期 事業計画



14/3期比較の15/3月期 事業計画

(単位： 百万円)	14年3月期 実績	15年3月期 予想	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>	24,500 <small>ごま油 18,920 食品ごま 4,900 脱脂ごま他 680</small>	2,610 <small>ごま油 1,981 食品ごま 669 脱脂ごま他 △39</small>	11.9%	<売上高増 約26億円> (NET約24億円) 家庭用ごま油:約2億円増 業務用ごま油:約11億円増 輸出用ごま油:約7億円増 食品ごま他:約6億円増 * 家庭用ごま油の実質価格は 前期2回値上げをしたため、 落ち込んだ販売数量の回復に 注力する
営業利益 <利益率>	1,664 <7.6%>	1,400 <5.7%>	△264	△15.9%	<売上原価増 約30億円> 原材料費:約31億円増 <営業利益減 約3億円> 販売経費:約1億円減
経常利益 <利益率>	1,971 <9.0%>	1,400 <5.7%>	△571	△29.0%	
当期純利益 <利益率>	1,151 <5.3%>	880 <3.6%>	△271	△23.5%	

下期想定為替レート¥/\$ 105円

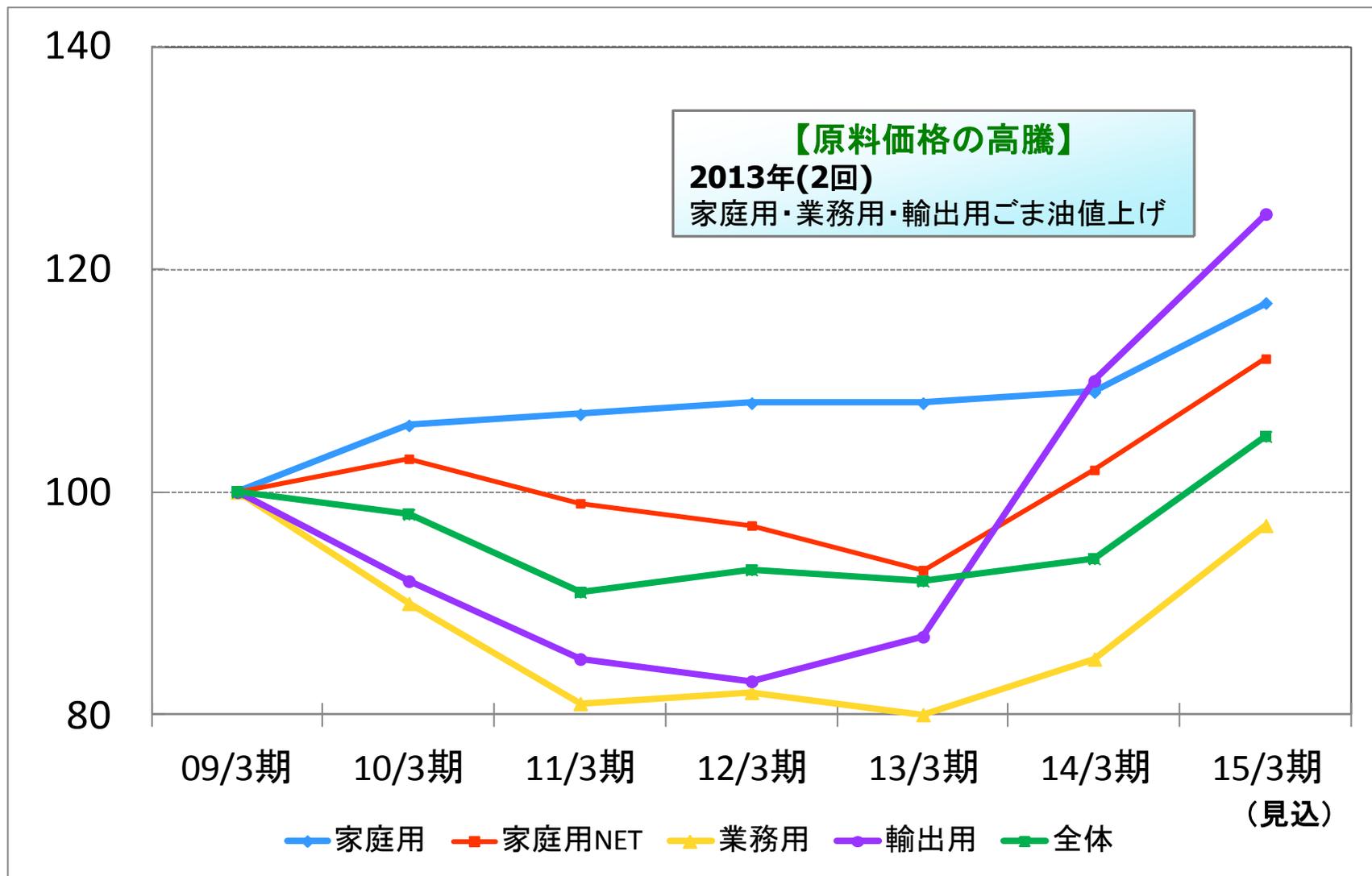
今後為替レート1円変動による損益への影響額 約13百万円

※ 金額は表示単位未満切捨て。



ごま油平均単価の推移

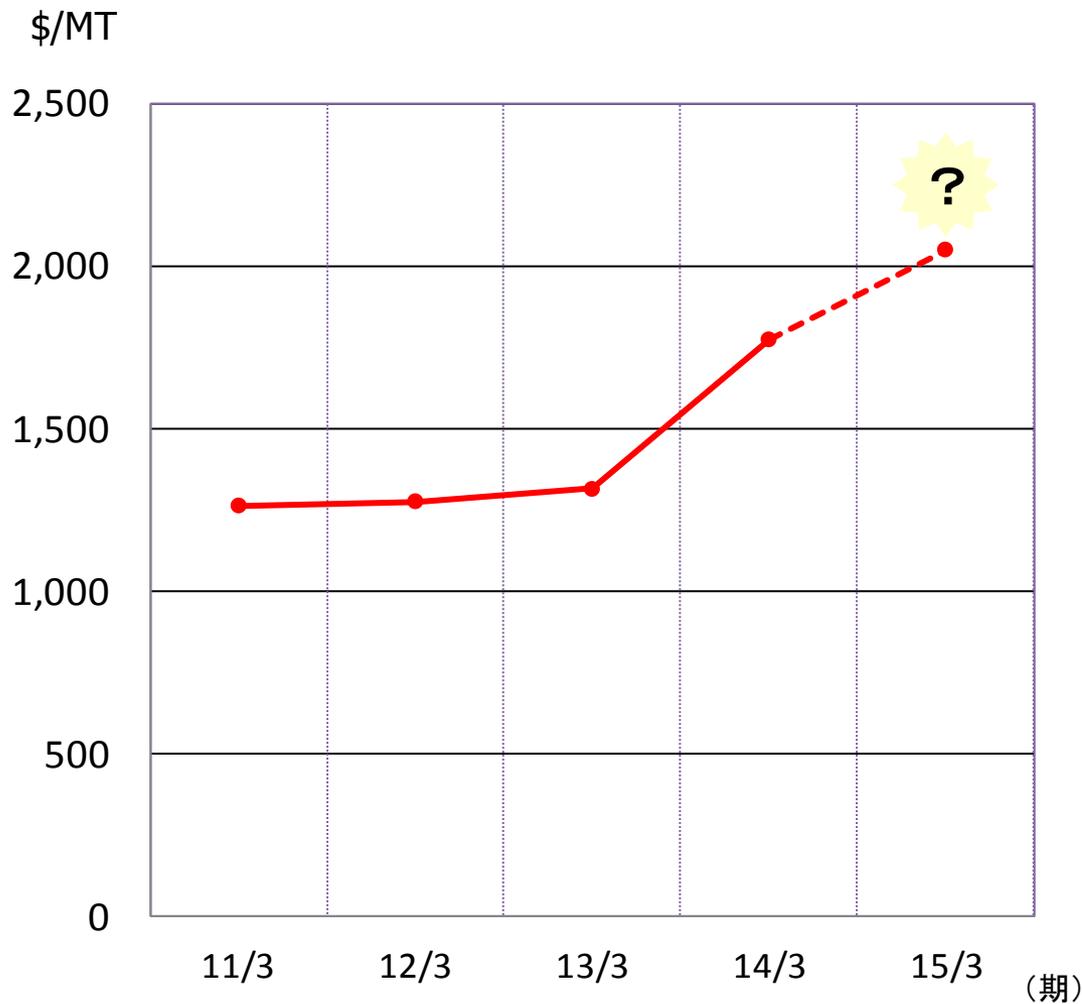
(%)



※2009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

<2015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/トンを超える価格となった。

今年に入り春以降まで若干軟化した2,200ドル/トン前後で推移し、同時期の貨物が現在順次日本に到着している。

産地の状況は、一部で天候不順があったものの、昨年の高値を受け秋以降収穫される主要産地(インド、中国、アフリカ等)では作付面積が拡大し、昨年以上の生産量は確保される見込みであり、直近の相場は1,800ドル/トン台のレンジ(来年3月以降に到着予定)へと軟化気味である。

食品用原料も高騰していたが、搾油用価格の下落を受け、今後軟化が期待される。

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月期第2四半期 決算説明会



経営展望について
2014年11月7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(総括、ごま油)

2015年3月期
上期

為替の急激な円安と生産地の天候不順により円建ての原料価格が高値推移。
業務用は価格改定を実施、家庭用は販促費を削減し売上・利益確保に努めた。

ごま油	家庭用	業務用	輸出用
上期実績	大幅な為替円安、原料価格高騰によるコストアップに対し、遅ればせながら他社も値上げを実施。よって他社との価格差が縮まり、販売数量は夏場より上向きに転じたが、4月からの消費税の影響により前年実績割れ。	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落ちたが、販売金額増加。	8月より価格改定を実施。価格改定の影響もあり既存顧客には苦戦。新規案件獲得によりカバーし、数量では微増。金額では伸長。
前年同期比	販売金額、数量 共に減少	販売金額は増加 数量は減少	販売金額、数量 共に増加
下期計画	更なる為替の円安、原料価格高値推移によるコスト増加見込みの中、他社も値上げを実施し特売価格差が少なくなり、拡販対策を随時実施予定。 ①店頭販売単価の適正化に注力。 ②用途提案(他商品とのコラボ、日替りチラシ、月間特売企画)による購買促進強化。	家庭用同様適正価格による販売が課題 ①価格改定後の適正価格で販売する顧客に対し、現物付拡販対策を実施予定。 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。	通期で数量4%の伸長を目指す ①北米既存ビジネスでの数量回復を図り、新規加工ユーザーを獲得。 ②新規PB商品開発を継続提案。



販売(食品ごま)

2015年3月期
上期

景気回復の中、外食向け需要の復調の兆し
中小メーカーとの価格競争が激化

食品ごま	家庭用	業務用
上期実績	重点拡販製品として位置付けており、NB品・PB品とも、他社低価格商品の販売攻勢の中、積極的にスーパー売り場を確保。金額、数量とも前年並みで推移。	6月に価格改定を実施した事により数量は減少したが、販売金額は増加。 また、ねりごまは取引先新規商品に採用が決まり、大きく伸長。
前年同期比	販売金額、数量共に前年並み	販売金額は増加、数量は減少
下期計画	2月より食品ごま小袋製品のリニューアルを実施予定。 ①他社低価格商品との競争に鑑み、内容量・包材とも変更予定。 ②他の食材やごま油と合わせた店頭販促企画、メニュー提案リーフレット配布を強化、購買力の向上強化。 ③需要期に主要量販店での販促チラシ企画提案。	①食品ごまは価格改定後の適正価格の浸透を図る。 ②ねりごまは上期と同様、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。



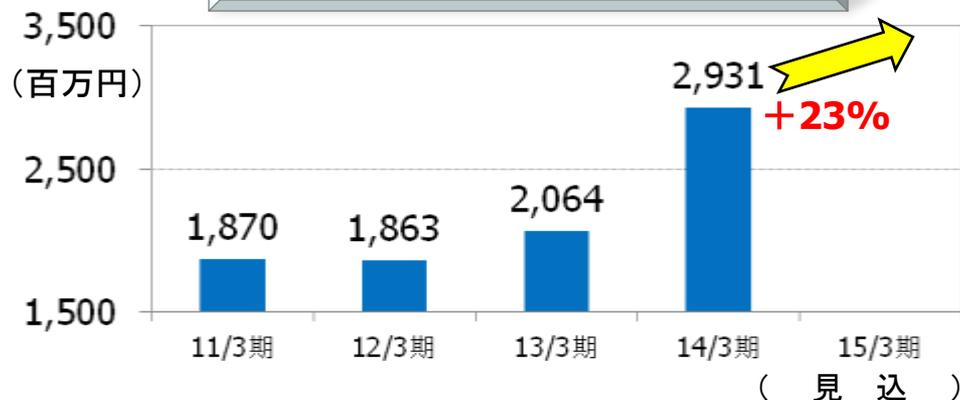
販売(輸出用ごま油)

販売実績

2015年3月期 第2四半期
販売数量 約2,350t

既存ルートへの販売が過去数回にわたる値上げの影響もあり、減少傾向にあるが、新規案件獲得によりその減少分をカバーしている状況。その結果、全体としては前期比約2%の販売数量増となった。

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

- ・北米では引続き伸長余地があるとみており、繁忙期に販促を実施することにより需要を取込む
- ・北米以外のエリア(欧州、東南アジア)でも、引続き営業活動を強化し、当社製品シェアアップを目指す

② 新規案件の獲得

- ・新規案件(PB商品等)を積極的に提案し、新たな販路を拡大する
- ・加工ユーザー向け新規提案を強化する
- ・新規需要を掘り起こし、ごま油の裾野を広げる



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）

かどやファン獲得のために「ごまの特徴」「商品の紹介」「用途の提案」などのPRを目的に年間タイアップを実施。各学校にて、純正ごま油、ねりごま、ら一油、食品ごまを活用した基本メニューや新メニューの提案、会報誌、ごまの講座を通じて引き続き多角的な情報提供を行う。



＜日本最大のレシピ検索サイト「COOKPAD」との連携＞

同サイト内の当社専用ページに、自社開発レシピの提案をし、「つくれぽ」機能（ユーザーが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）、バナー広告設置（当社ホームページへ誘導）し年間タイアップを実施。商品認知度、用途汎用性、使用価値の向上を図る。



＜レシピ検索サイト「Nadia/ナディア」との連携＞

同サイト内の当社専用ページに、自社開発レシピの提案、人気料理家ブロガー2名を起用したブログ内での口コミ拡散。（当社商品を使用したオリジナルレシピ・商品の特性を紹介）バナー広告設置（当社ホームページへ誘導）を実施。商品認知度、用途汎用性、使用価値の向上を図る。





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、なたね油が含まれたごま油との差異を強調し価値を訴求、かどやファン作りを企図。
- ・幅広い年代層対象の生活情報雑誌、料理雑誌・WEB、食関連の業界誌を中心に企業広告、タイアップ広告（料理教室、親子料理教室など実施）、バナー広告を出稿。
- ・企業広告については、イメージキャラクターの女優・高畑淳子氏を起用し、広告を展開。



【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

【什器陳列例】

2010年7月より重点量販店（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することで、売場の活性化に繋がる効果的な販促活動を実施。

・小学校3・4年生を対象に食育授業を実施

未来のかどやファン作りを目的に都内近郊の小学校に、ごま・ごま油の「食育授業」を実施。ごま・ごま油の歴史・特徴、栄養成分など調理実習と共にレクチャー。



【POP例】





売上拡大策 (商品展開)

2014年上期 リニューアル商品

日頃よりご愛顧頂いている商品を、「より鮮やかに」、「より使い勝手がよく」を考えリニューアル致しました。今後もお客様目線で商品の改良を行い、顧客満足度向上による販売機会の増加を図ります。

<金印/銀印純正ごま油600g 商品仕様リニューアル>

- ・2014年9月より初回生産開始
- ・2013年6月より新発売した本商品をリニューアルし、より光沢感を増したラベル仕様に致しました。
店頭でよりお客様の目に止まる鮮やかなラベルに変更する事で、売り場の活性化に繋がります。



<ねりごま(白・黒・白深煎り)PET100g 商品仕様リニューアル>

- ・2014年9月より初回生産開始
- ・2013年8月よりPET容器へ変更した本商品について、シュリンクラベル素材を耐油性のよいPET素材へ変更致しました。
お客様に日頃のお料理の際、油汚れを気にせずご利用頂けます。





売上拡大策（通信販売限定商品）

＜かどやのごまセサミン＞（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。
安定的なファンを獲得している。

2015年3月期第2四半期実績、及び2015年3月期下期施策

①2015年3月期第2四半期実績

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、前年同期を上回り安定的に伸長。

②2015年3月期下期施策

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局）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。
また、通販限定商品として当社厳選のごまを用いたごま菓子を発売予定。ごまに大豆、アーモンド、玄米を加えた風味豊かな一品。



胡麻黒丸



胡麻白丸



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、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、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

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＞

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、その進捗状況や内容については業界団体を通じたルートで迅速な情報入手を行っています。



製品値上げについて

背景

●ごまは原料をほぼ100%輸入に依存するため、各社原料のコストアップは共通の問題。

1. 原料価格が高値推移
2. 急速な円安

今期の値上げ

●当初、足元のアフリカ産の原料高騰分と円安に見合う分の値上げを推進したが、急速な円安などにより見合う分まで価格が上がらず、再度の値上げを検討している。

当社の方針

ごま油、食品ごまの製品価値を維持するために
必要な場合は値上げをさせていただきます。



4. 経営計画



中期経営計画(前提、計画数値)

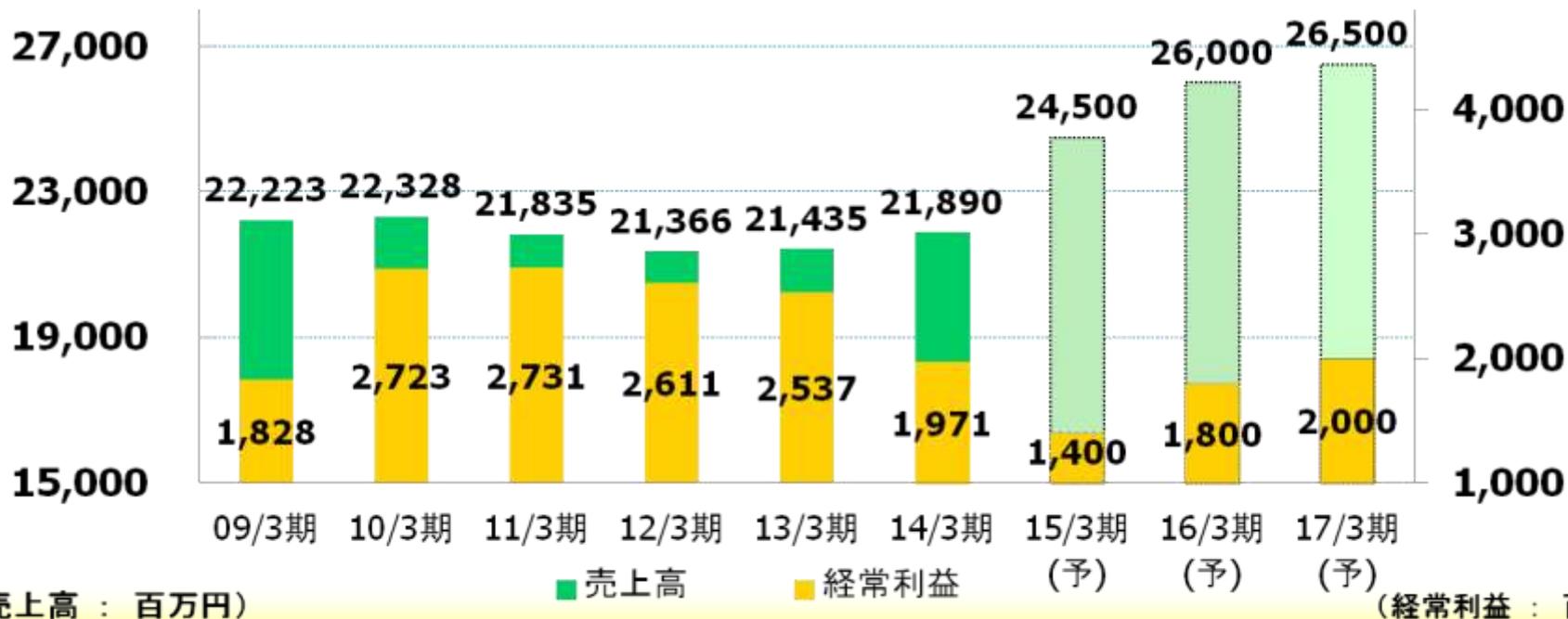
前提

- ① 為替：102円
- ② 原料価格：上昇傾向
- ③ 製品価格：ごま油、食品ごま(6/1~)共に値上げ

〈2014年3月作成〉

中期経営計画

(単位： 百万円)	14/3期実績	15/3期	16/3期	17/3期
売上高	21,890	24,500	26,000	26,500
経常利益	1,971	1,400	1,800	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 原料調達ルートを多様化する
- 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 小豆島工場のリニューアル工事を行う

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。

2015年3月期の期末配当金は、1株当たり40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/>

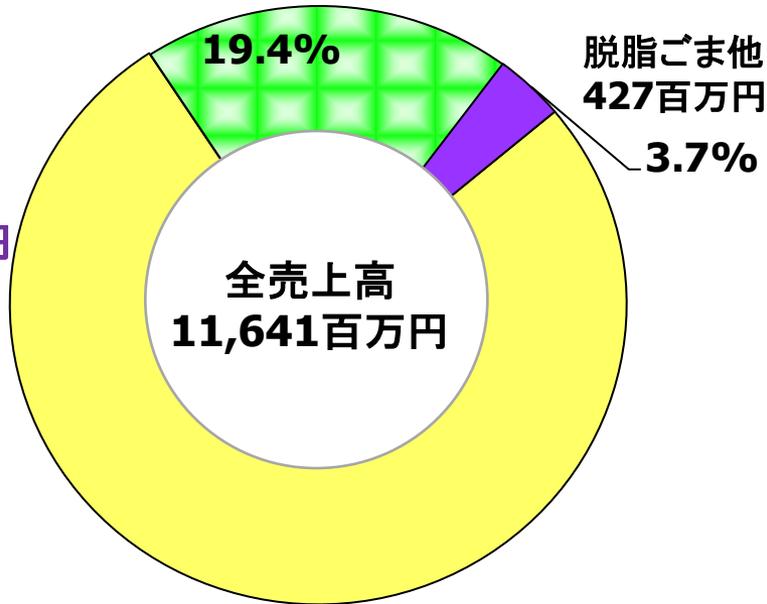


付 属 資 料



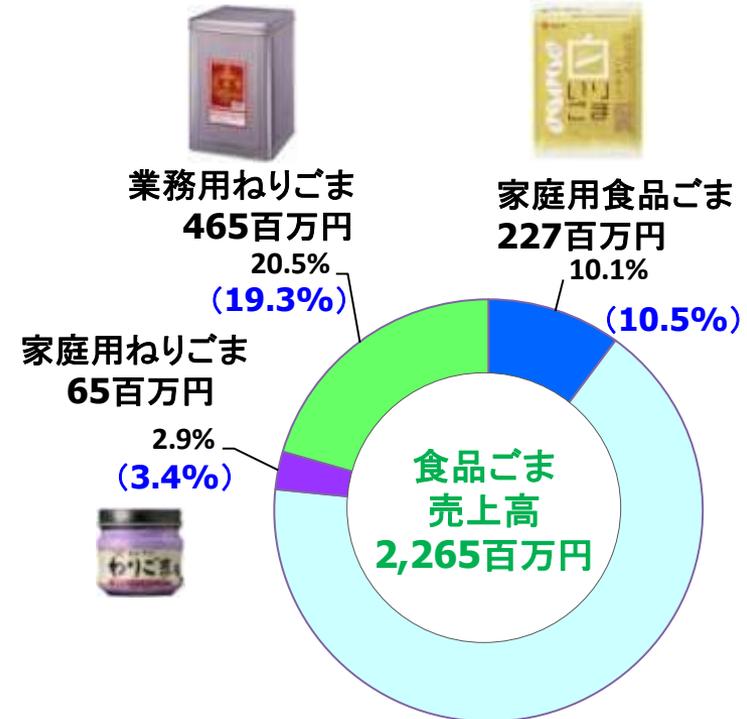
商品別、用途別売上高 (2015年3月期第2四半期)

食品ごま 2,265百万円



ごま油 8,948百万円

76.9%



業務用ねりごま 465百万円

20.5%

(19.3%)

家庭用食品ごま 227百万円

10.1%

(10.5%)

家庭用ねりごま 65百万円

2.9%

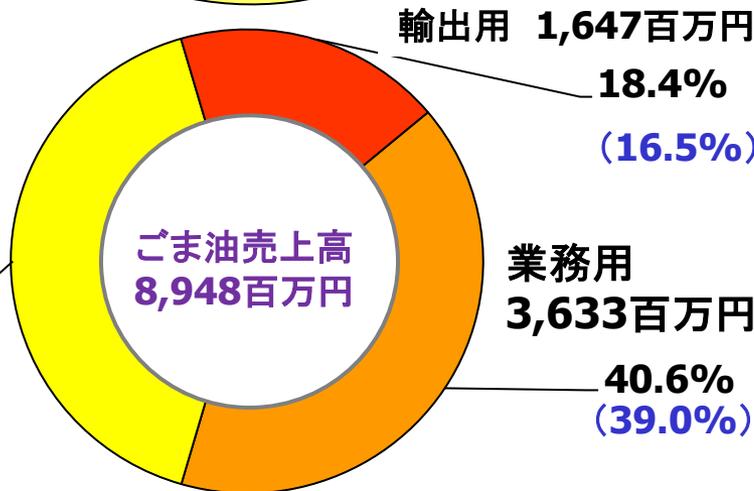
(3.4%)



食品ごま売上高 2,265百万円

家庭用 3,666百万円

41.0% (44.5%)



輸出用 1,647百万円

18.4%

(16.5%)

業務用 3,633百万円

40.6%

(39.0%)

業務用食品ごま 1,507百万円

66.5%

(66.8%)



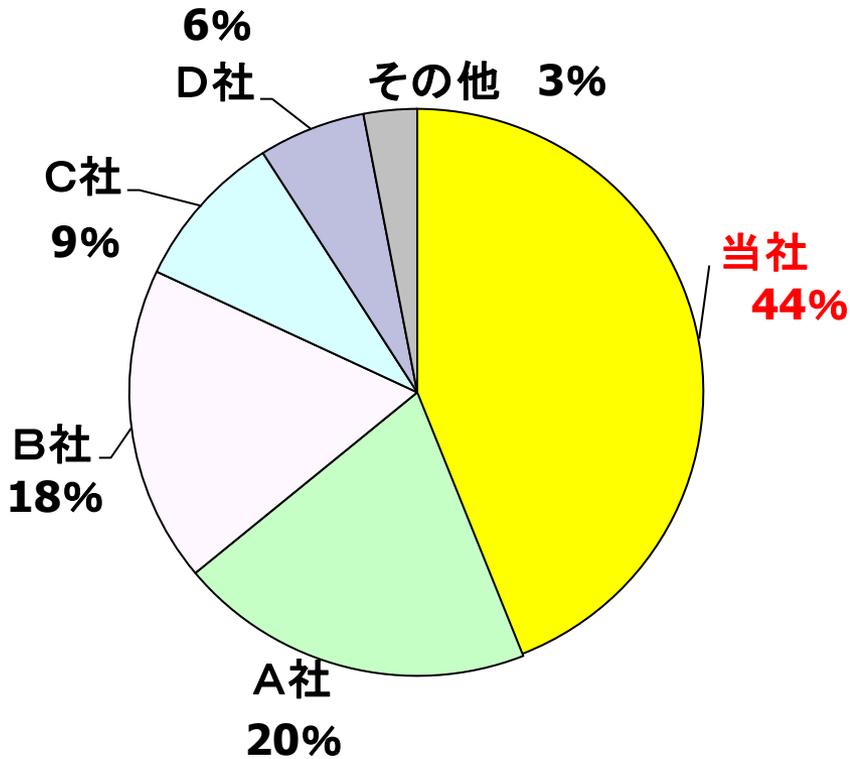
※カッコ内は前年同期の値。



シェア状況

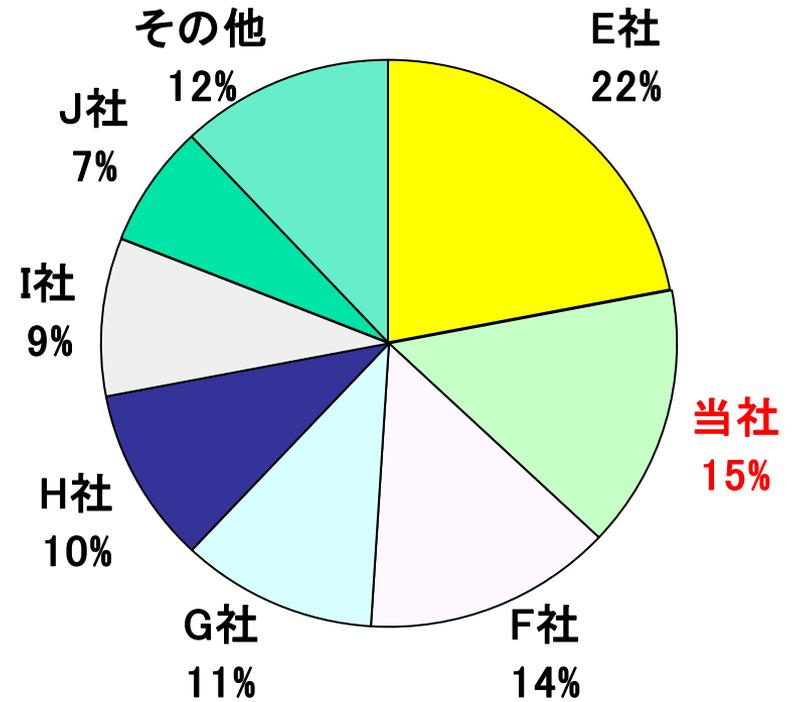
ごま油(2013年1~12月売上高)

市場規模: 約320億円



食品ごま(2013年1~12月売上高)

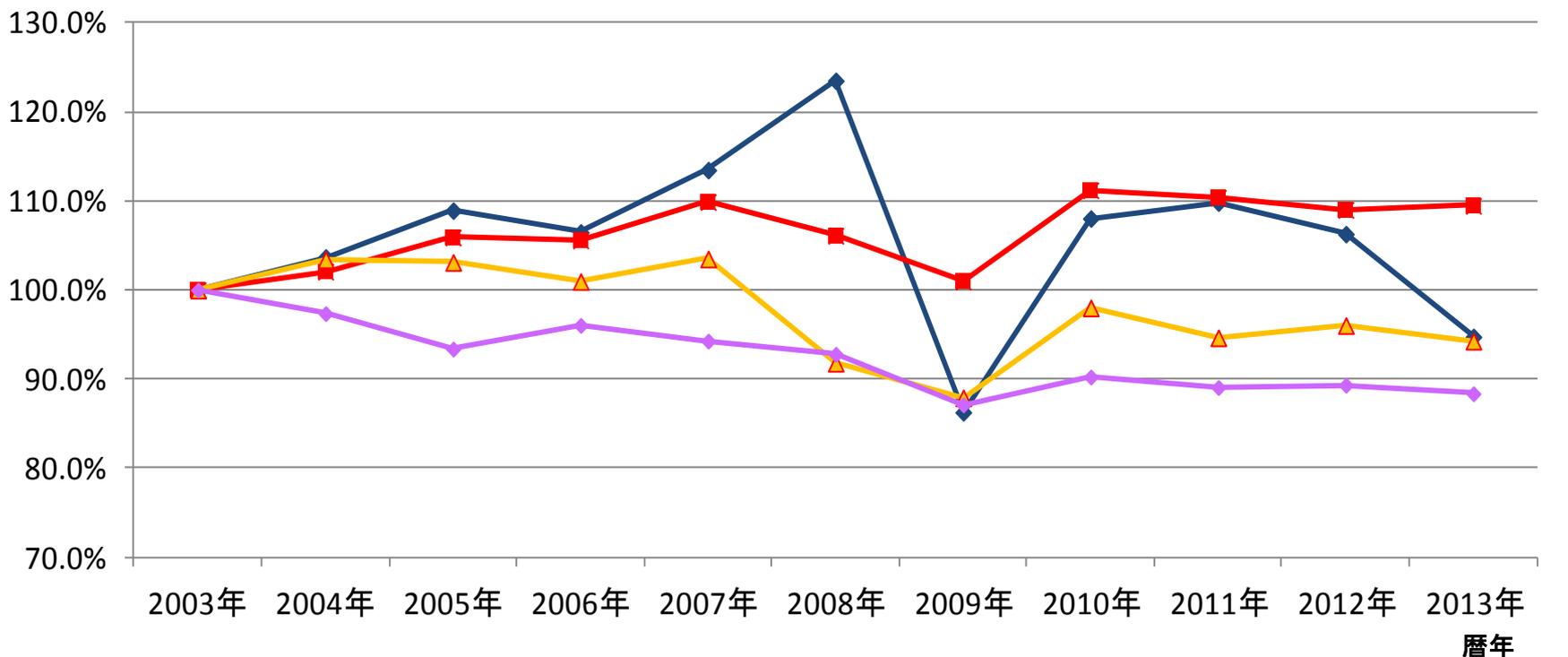
市場規模: 約280億円



上記数値は【(株)富士経済】調査による



わが国のごま種子輸入量と搾油状況



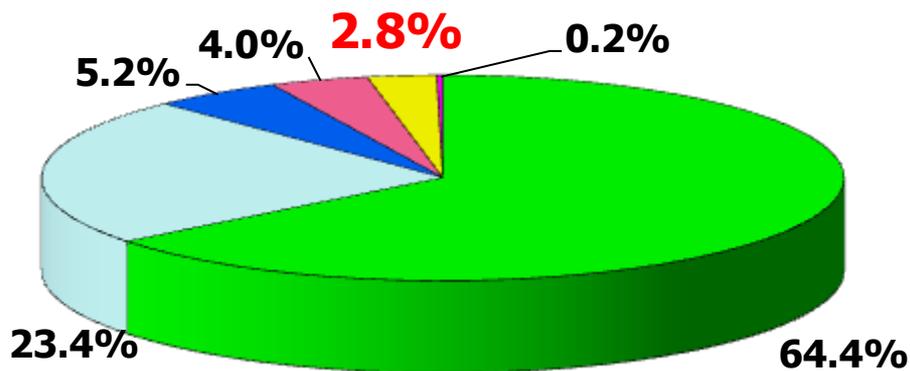
	(2003年)	(2013年)	(伸び率)	(2014年1月から9月)
◆ 全国ごま種子輸入量	149,427	141,573	94.7%	111,182
■ 全国ごま油生産量	41,134	45,026	109.5%	34,494
▲ 当社ごま油生産量	24,372	22,972	94.3%	16,438
◇ 全国可食油生産量	1,835,738	1,622,021	88.4%	1,229,614

(単位:ト)

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



2013年(1~12月)生産量
1,622,021トン

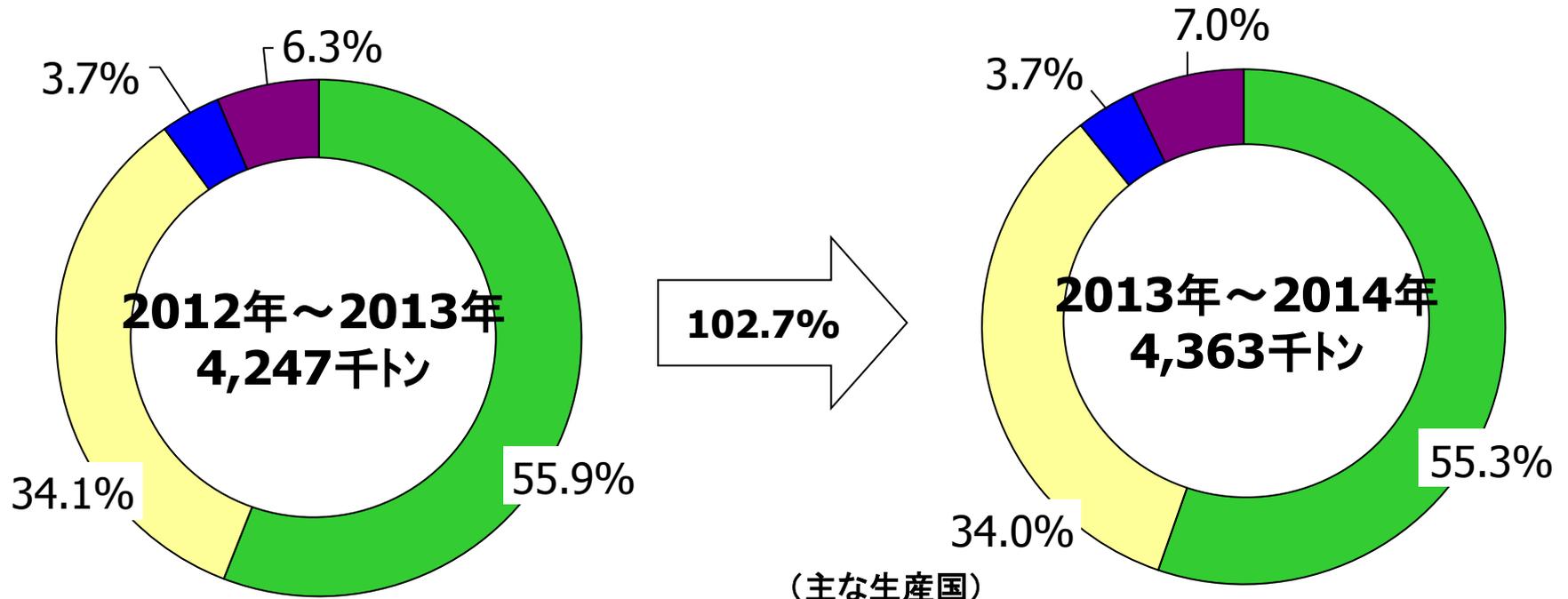
	2003年 (数量:トン)	2013年 (数量:トン)	増 減 (数量:トン)	比 率 (比 率)
■ 菜種	863,494	1,043,901	180,407	20.9 %
□ 大豆	760,246	379,640	△380,606	△50.1 %
■ とうもろこし	100,371	84,854	△15,517	△15.5 %
■ 米ぬか	59,219	64,241	5,022	8.5 %
■ ごま	41,134	45,026	3,892	9.5 %
■ その他	11,274	4,359	△6,915	△61.3 %
	1,835,738	1,622,021	△213,717	△11.6 %

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)

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

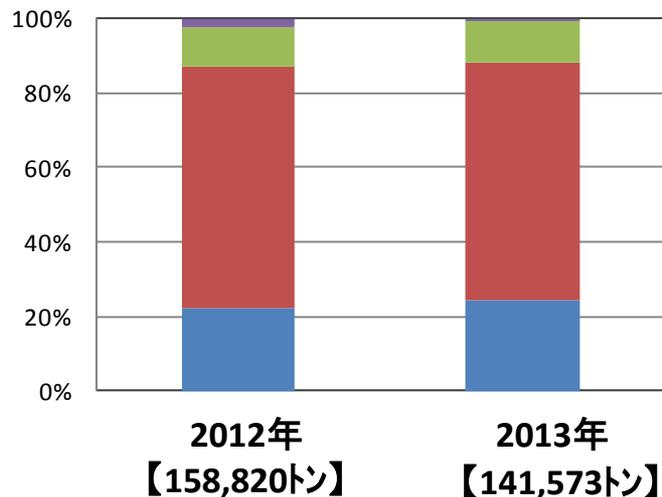
資料: Oil World Annual 2014

※ 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



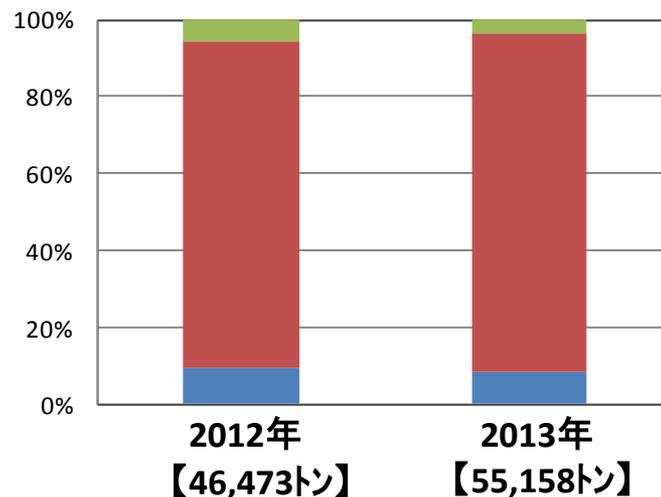
■ 中国 **2.0%** **0.6%**

■ 他アジア・中東 **11.1%** **11.4%**
(ミャンマー・トルコ他) (ミャンマー・トルコ他)

■ アフリカ **64.8%** **63.9%**
(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 **22.1%** **24.1%**
(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 **5.7%** **3.6%**
(ミャンマー・ベトナム) (ミャンマー・ベトナム)

■ アフリカ **84.9%** **88.2%**
(ナイジェリア・タンザニア他)

■ 南北アメリカ **9.4%** **8.2%**
(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