

ごまの恵みを、からだに。



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

2020年3月期 決算説明会

2020年6月5日（金）

決算概要について

1. 2020年3月期 決算（連結）概要
2. 2021年3月期 事業計画

取締役専務執行役員管理本部長
戸倉 章博



1. 2020年3月期決算（連結）概要



2020年3月期決算（連結）概要

(単位：百万円)	19年3月期	20年3月期	前期比	
			増減金額	増減率
売上高	34,380	33,781	▲598	▲1.7%
売上原価	19,286	20,715	1,428	7.4%
販管費	10,888	9,810	▲1,077	▲9.8%
営業利益 〈売上高対比〉	4,205 〈12.2%〉	3,255 〈9.6%〉	▲950	▲22.5%
経常利益 〈売上高対比〉	4,432 〈12.9%〉	3,462 〈10.2%〉	▲969	▲21.8%
当期純利益 〈売上高対比〉	2,949 〈8.6%〉	2,552 〈7.6%〉	▲396	▲13.4%

【為替】

原価計上レート¥/\$

111円

110円

決済レート¥/\$

111円

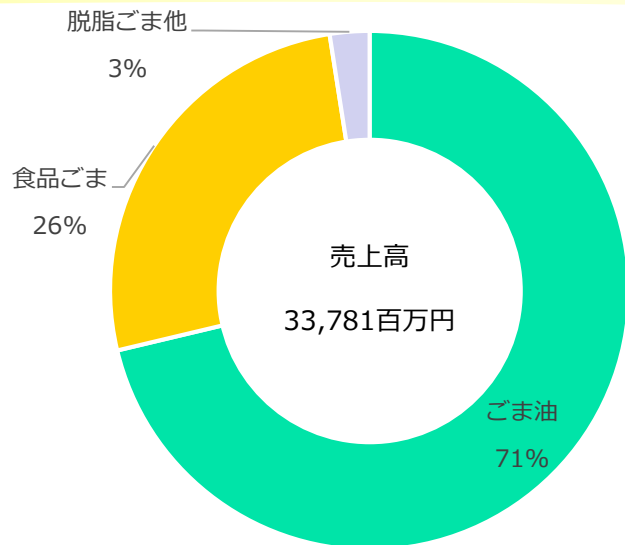
109円

※ 金額は表示単位未満切捨て



2020年3月期 セグメント別販売状況

売上高 (単位: 百万円)	2019年3月期	2020年3月期	前期比	
			増減金額	増減率
ごま油	24,639	24,079	▲559	▲2.3%
食品ごま	8,823	8,867	44	0.5%
脱脂ごま他	917	834	▲83	▲9.1%
合計	34,380	33,781	▲598	▲1.7%



※ 金額は表示単位未満切捨て

ごま油 (販売数量4.0%減少)

- 家庭用 (販売数量: 7.4%減 販売価格: 0.3%減)
7月1日より実施の値上げの影響により販売数量減少
- 業務用 (販売数量: 6.5%減 販売価格: 4.9%増)
600g PET製品の家庭用市場での販売が引き続き伸長したものの、値上げ、消費増税により既存ユーザーへの販売数量が減少
- 輸出用 (販売数量: 7.1%増、販売価格: 4.4%増)
販促実施による北米及び欧州向け販売増及び新規顧客との取引開始により販売数量は前年同期比で約7%伸長

食品ごま (販売数量1.9%減少)

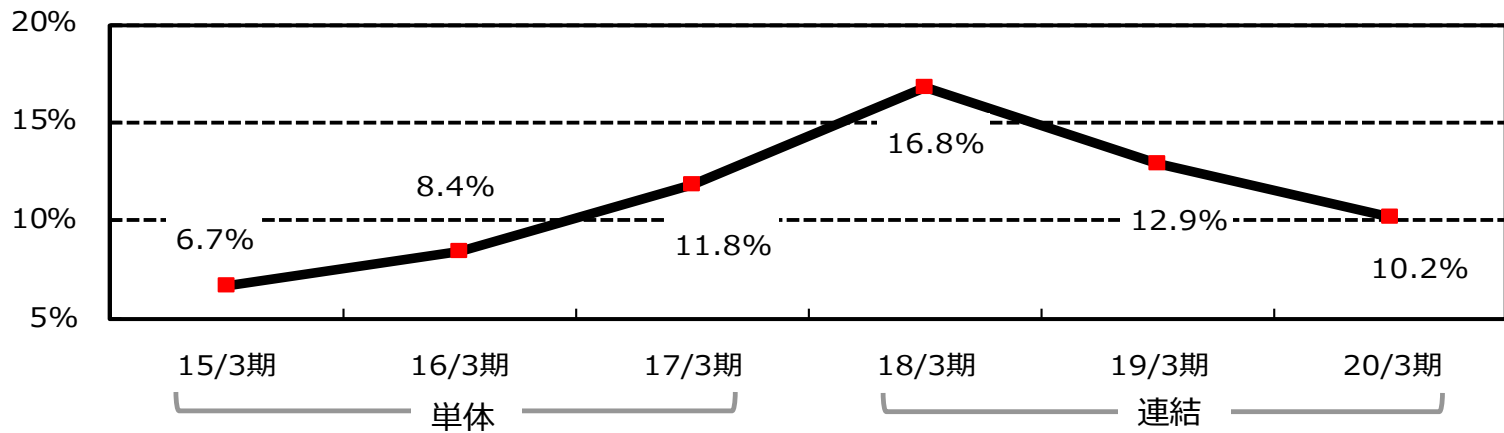
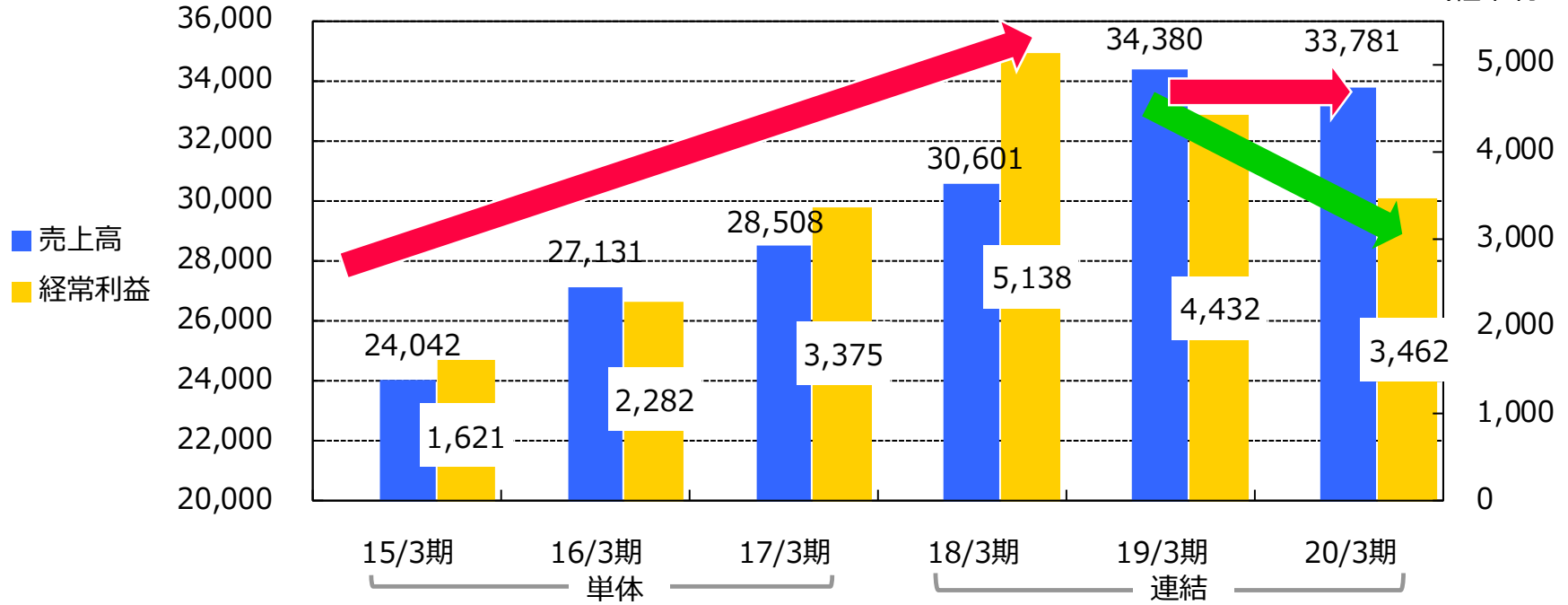
- 家庭用
積極的な拡売、新規導入により販売数量、販売金額ともに増加
- 業務用
値上げにより販売金額増加
値上げによる一部ユーザー納入休止、消費増税による外食需要減少等により販売数量は減少



2020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)



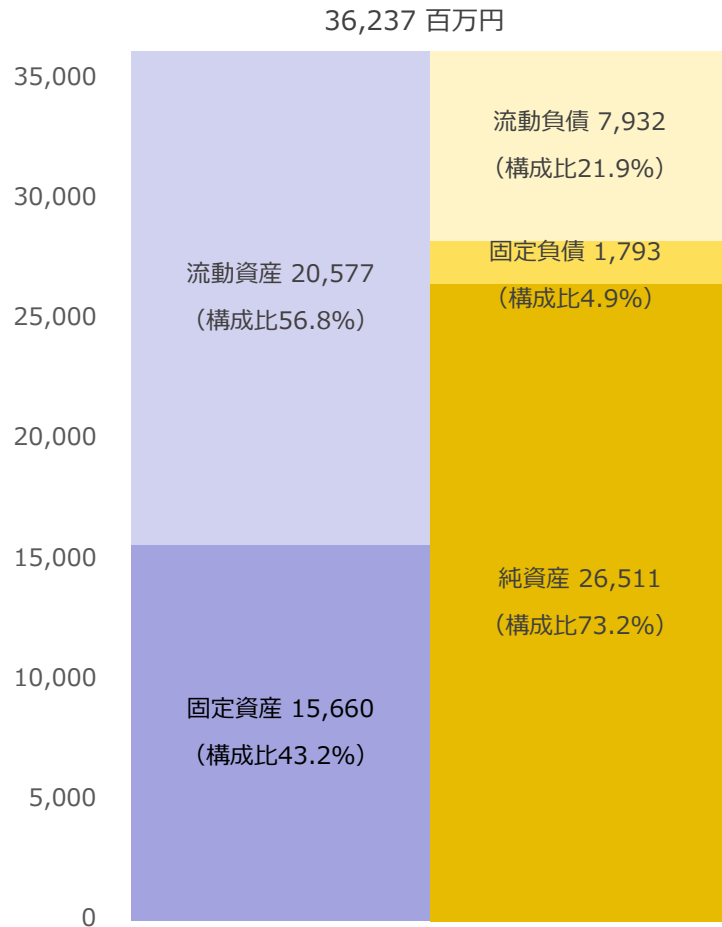
※金額は表示単位未満切捨て

※2018年3月期 第4四半期より連結

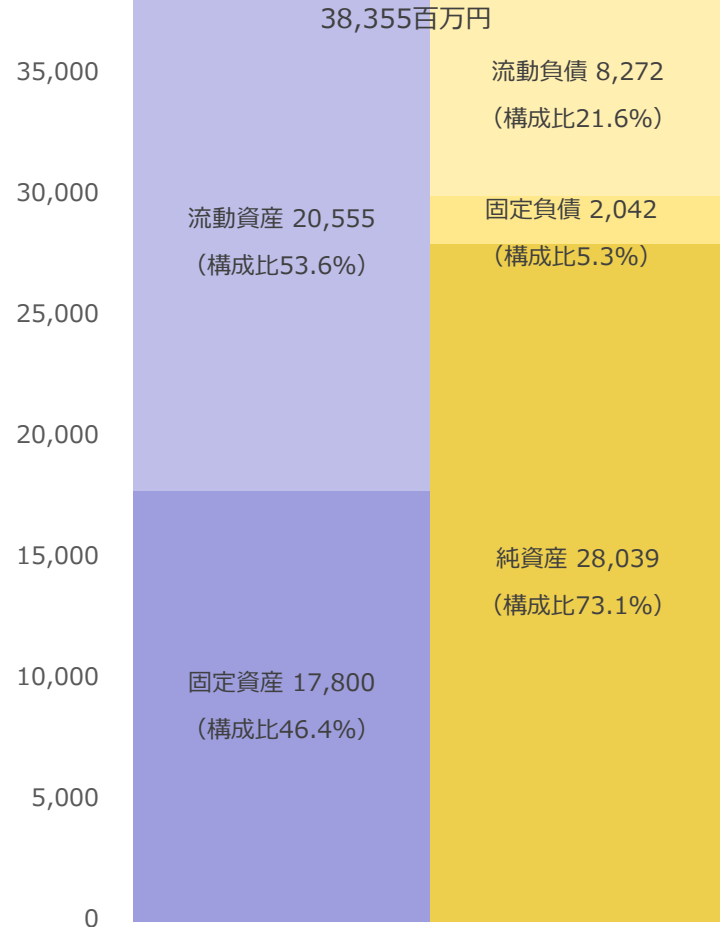


貸借対照表 (連結)

2019年3月期 単位：百万円



2020年3月期 単位：百万円



【前期末との比較】

単位：百万円

(増減内訳)

流動資産	▲22	▲0.1%	流動負債	339	4.2%
固定資産	2,140	13.6%	固定負債	249	13.9%
合計：2,117			純資産	1,528	5.7%

合計：2,117

※ 金額は表示単位未満切捨て



2. 2021年3月期 事業計画



20/3月期比較の21/3月期 事業計画（連結）

(単位： 百万円)	20年3月期 実績	21年3月期 予想	前期比		増減要因
			増減金額	増減率	
売上高	33,781 〔ごま油 24,079 食品ごま 8,867 脱脂ごま他 834〕	35,000 〔ごま油 24,800 食品ごま 9,300 脱脂ごま他 900〕	1,219 〔ごま油 721 食品ごま 433 脱脂ごま他 66〕	3.6%	<ごま油売上高増加> 販売数量3.3%増加 <売上原価> ・製造経費増加 （袖ヶ浦工場稼働による） ・原料代増加
営業利益 〈売上高対比〉	3,255 〈9.6%〉	1,800 〈5.1%〉	▲1,455	▲44.7%	
経常利益 〈売上高対比〉	3,462 〈10.2%〉	1,800 〈5.1%〉	▲1,662	▲48.0%	
当期純利益 〈売上高対比〉	2,552 〈7.6%〉	1,180 〈3.3%〉	▲1,372	▲53.7%	

2021年3月期の期末配当金は、1株当たり50円の予定

※ 金額は表示単位未満切捨て

ごまの恵みを、からだに。



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

2020年3月期 決算説明会

2020年6月5日（金）

代表取締役社長 久米 敦司



(冒頭) 新型コロナ緊急対応の中で

現段階では新型コロナの収束時期や世界経済への影響は不透明であります。コロナ後は人と人の直接のコミュニケーションを前提とした社会や労働スタイル、そして企業を取り巻く事業環境も大きく変化することが予想されます。

かかる状況下、本日はかどや製油グループ長期ビジョン（5月1日公表）と中期経営計画における取組や戦略の方向感など定性面を中心にご説明致します。

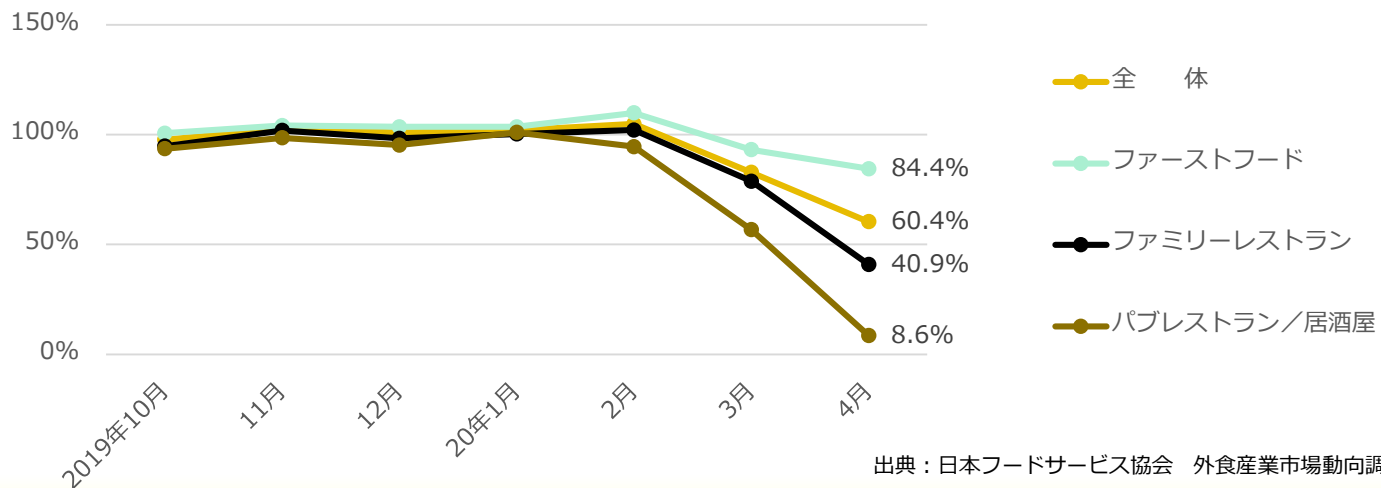
なお、売上高、利益等の数値計画についてはコロナ後の経済状況等も踏まえ、新組織体制（5月1日発足）の下、今日的な議論を通じて策定してまいります。



新型コロナウイルスによる影響

(前年同月比)		2~3月	4月	今後
家庭用	ごま油	回復傾向 2月 88% 3月 97%	内食需要の増加により大きく伸長	新型コロナウイルス感染症の拡大が収束に向かったとしても景気回復には時間がかかることが予想され、需要面での影響が長期化すると考える
	食品ごま	伸び率は一定 2月 102% 3月 104%	内食需要の増加により大きく伸長	
業務用	ごま油	影響はほぼなし 2月 94% 3月 101%	緊急事態宣言を受け大きく減少	
	食品ごま	影響はほぼなし 2月 98% 3月 98%	緊急事態宣言を受け大きく減少	
輸出入		影響はなし 2月 121.3% (販促影響) 3月 100%	外出禁止の影響で5月に入り大きく減少	

外食産業市場動向 売上高推移 (前年同月比)





かどや製油グループ長期ビジョンと 中期経営計画

【Ⅰ】かどや製油グループ長期ビジョン

1. 策定の背景
2. グループ長期ビジョン
3. 経営の基本理念（再確認）

【Ⅱ】中期経営計画“ONE Kadoya2025”

4. 中期経営計画の枠組み
5. 事業戦略
6. 経営基盤の再構築
7. SDG s 経営の実践 ～持続可能な社会実現に向けて～
8. 財務方針



1. 策定の背景

事業を取り巻く著しい環境変化

【外部環境】

～国内～

- ◆人口減少、少子高齢化の進展、健康ニーズの多様化、人生100年時代に

～グローバル～

- ◆環境・貧困問題への意識の高まり
– 2015年国連サミットでSDGs採択
- ◆保護主義台頭、地政学リスク

【内部環境】

- ◆カタギ食品グループ化
(17年秋)
- ◆袖ヶ浦工場稼働
(20年春)

“第二の創業”

予測困難なVUCA時代に入

良き伝統を守りつつ“次に向けた意識改革”が必要



2. グループ長期ビジョン

◆かどや製油グループ長期ビジョン（将来の目指すべき姿）

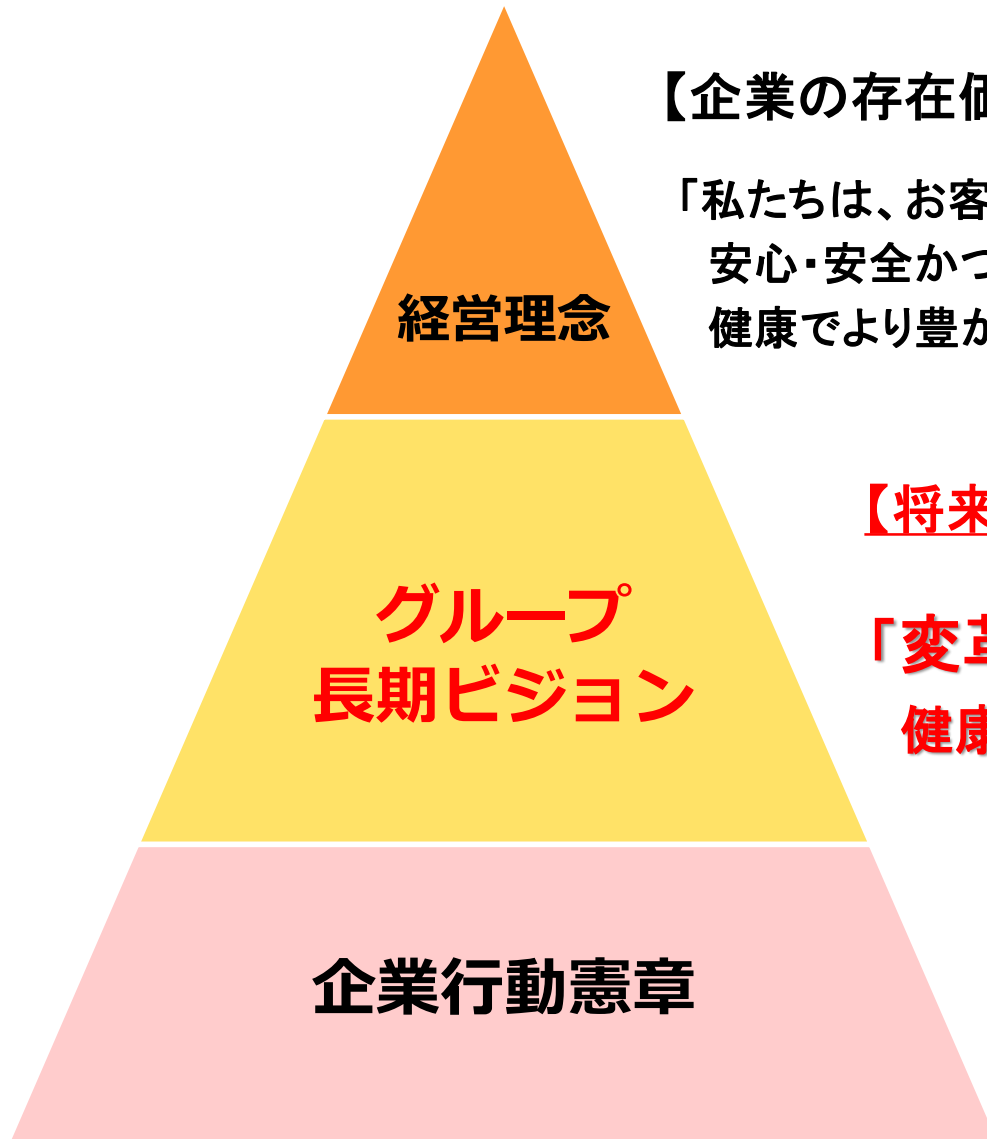
「変革と挑戦！ 健康と笑顔を届けるNo1を目指す！」

◆長期ビジョンに込めた思い

- ▶ 常に変革への意識を持ち、時代が求める新たな価値を創造する
- ▶ お客様、株主、ビジネスパートナー、地域社会、従業員など全てのステークホルダーに喜んでもらえるNo1の存在でありたい
- ▶ 一人ひとりが“自ら考え、動き、発信する”企業風土を創り上げたい



3. 経営の基本理念（再認識）



【企業の存在価値・使命】

「私たちは、お客様につねに感謝の心を持ち、
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に貢献します。」

【将来(2030年)の目指すべき姿】

「変革と挑戦！」

健康と笑顔を届けるNo1を目指す！」

法令や社会規範を遵守し、
経営理念・長期ビジョン達成する
ための役職員の行動規範



4. 中期経営計画の枠組み

◆位置付け

グループ長期ビジョン達成に向けた2025年までのアクションプラン

◆中計の名称・スローガン

“ONE Kadoya 2025”

«ONEに込めた思い»

- “ごま**一筋**”で皆様に健康を 【社会課題の解決】
- グループ/役職員**一丸**で新たなごまの魅力を発信 【全社一体感/価値創造】
- グローバルでのごまの総合力**No1**へ 【海外事業強化】
- 働きがいや充実感を**一番**感じる職場へ 【魅力ある職場作り】

◆基本方針

- ①事業戦略、②経営基盤の再構築、②SDG s 経営、④財務目標



5. 事業戦略

	国内（国内事業本部）	海外（海外事業本部）
ごま油	<p>【1】 かどやファンの着実な底上げ</p> <ul style="list-style-type: none">・こだわりのモノ作り、伝統・ブランドに磨き・マーケティング/広報活動、提案型営業の強化	<p>【2】 海外事業の強化</p> <ul style="list-style-type: none">・北米での販売強化・新市場の開拓
	<p>【3】 商品開発力強化による新たな価値提供</p> <ul style="list-style-type: none">・お客様ニーズ、社会の変化に対応（トクホ等） <p>【4】 販売チャネルの拡充（EC・通販）</p> <ul style="list-style-type: none">・商品ラインアップ拡充、コロナ後に向けた体制強化	
食品 ごま	<p>【5】 カタギとの連携強化（統合効果の具現化）</p> <ul style="list-style-type: none">・業務効率化（互いの強みを生かす）・営業・商品開発の連携	

経営基盤の再構築



6. 経営基盤の再構築

かどやブランドの根幹である安心・安全を大前提に“次の成長”そして“コロナ後の環境変化”に必要な経営基盤を確立

【安全・安心へ不断の取組】

- ・原料～製品までの品質管理強化

【人事制度改革】

- ～コロナ後の労働スタイルが前提～
- ・働き方改革（在宅勤務、人事ローテ）
 - ・評価、公募制度、人材運用、シニア層活用
 - ・若手の育成（CDP、研修制度）

コロナ後に備えた新たなリスクマネジメントも意識

【研究開発機能の強化】

- ・グループでの商品開発力の向上（中期）
- ・人材の強化、R D機能の集約（長期）

【生産体制の最適化】

- ・袖ヶ浦新工場の安定稼働
⇒製品の安定供給体制を確立（BCP）
- ・小豆島・袖ヶ浦・寝屋川3工場の連携強化
⇒生産効率の向上

角 7. SDGs経営の実践

～持続可能な社会実現に向けて～

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標



【従来から取組】

- ・ LNG活用（CO2削減）
- ・ 社会貢献活動
 - 自然保護団体への寄付
 - 食育活動

～ 社会課題の解決に向けた中長期の重点取組 ～

食品ロス

- ・ 原料の歩留まり率向上
- ・ 新たなチャネル活用

持続可能な物流

- ・ パレット活用の再検討
- ・ 物流体制の抜本的見直し

ごま生産農家の支援

- ・ 原料の安定的・継続的購入
- ・ ごま農家への技術指導など

企業活動を通じ、コロナ後の社会再構築、持続可能な社会実現に貢献する



8. 財務方針

【資本コストを意識した経営の実践】

- 事業継続のための利益確保（売上高経常利益率）に加え、
資本コストを上回るROEを確保することで企業価値を高めていく

$$\text{ROE (当期純利益ベース)} > \text{資本コスト}$$

- 2025年に向け、中長期的にROE 8%以上の水準確保
ー 【ご参考】 2012～19年度の連結ROE平均8.9%（4.7%～13.9%）

【株主還元方針】

- 配当性向40%を今後も目標として維持していく



(最後に)

企業は今後「生活の安全」「サプライチェーンや販売チャネルの変化」「業務のデジタル化」などコロナ後の社会やビジネスの在り方をより意識した経営が求められます。

当社も“コロナ後”を意識し中長期的な取組を行ってまいります。

袖ヶ浦工場稼働による国内生産体制の整備（BCP）に続き、働き方含めた人事制度改革、ICT活用による業務フロー改革などを着実に進めるとともに、お客様ニーズの変化を踏まえた商品開発や新たな価値の提供に取り組んでまいります。

以 上



※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管理本部長 戸倉 章博

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



付 属 資 料



食の安心・安全について

当社の方針・施策

- ① FSSC22000認証取得（2015年9月6日，更新2018年8月24日）
原料から最終製品まで一貫した食品安全・品質管理体制の強化
※2020年1月稼働予定の袖ヶ浦工場に関しては、FSSC22000に沿った品質管理手法を採用し、
2021年4月認証取得予定
- ② 原料ロット毎の残留農薬分析の実施（公的検査機関の活用と検査項目の充実）
- ③ 全従業員へのコンプライアンスの徹底（関連法規への対応）
- ④ 工場のフードディフェンス対応
 - ・工場セキュリティーの強化（工場内外への監視カメラの設置、
業者・訪問者の入場管理の徹底）
 - ・薬剤の施錠管理・数量管理の徹底
- ⑤ 2019年11月、品質保証部にお客様相談室を設置し、品質保証体制を強化
消費者の皆様に安心・安全なごま製品を提供できるよう、
常に品質向上を図り、売上拡大に繋げる

2018年6月13日公布の改正食品衛生法に関する確認を進めながら対応中



2021年3月期施策

ごま油

•家庭用

引き続き値上げ後の新価格帯での販促を積極的に進め数量取戻しを図る

濃口、純白はセット販売の提案等により伸長を目指す

- ①濃口・純白ごま油の導入促進、拡売
- ②ドラッグストア等、新規販路の開拓

•業務用

単価の維持と数量確保に努める

- ①600g 製品の導入促進、拡売
- ②中食、CVS総菜等への売込強化
- ③メニュー提案による外食需要掘り起こし

販促を機動的に実施し、通期で販売数量、販売金額ともに前期比増加を目指す

- ①効果的な販促の実施
- ②新規市場への販売強化
- ③新規ユーザー・PB案件の獲得

食品ごま

•家庭用

積極拡売により更なるシェア拡大を図る
ねりごまスパウトパウチ製品を拡販し、伸長目指す

- ①積極拡売、新規導入促進
- ②新規PBの獲得

•業務用

単価の維持と数量確保に努める

ねりごま製品は、極細ねりごまを中心に拡販する

- ①加工ユーザー向けにねりごま製品のサンプルワーク強化
- ②中食市場、CVS総菜への売込強化

輸出入

•既存市場への施策

積極的な販促投入により、既存ルートでの更なる拡売

業務用ユーザー向け提案強化による販売増
新型コロナウイルス感染拡大収束後の取組み強化

•新規案件の獲得

海外展示会へ積極的に出展し、商品啓蒙活動・新規案件獲得

FHA2020-4月・シンガポール(延期)

IFT20-7月・米国(中止)

WORLDFOOD MOSCOW-9月・ロシア

GULFOOD2021-2月・UAE

欧州・オセアニア・アジア・南米での新規案件獲得獲得を継続

PB案件の積極的な獲得

ブランディングの強化と提案型食生活のコミュニケーションの強化

ごま製品の需要喚起 = 認知向上・販売促進

“ ごま製品の使い方提案 ” ～ 美味しく・上手にごま製品を取る方法を広める

WEB

主婦・若年層にアプローチ

- レシピ検索サイト「クックパッド」「ナディア」との連携
 - レシピ動画「クラシル」
- 当社専用ページを設置し、ユーザーの目線で開発し、提案。若い主婦層の目線をより意識し、早送り料理動画にて提案。
- 公式YouTubeチャンネル（オリジナルレシピ動画展開）
 - 人気YouTuberとのタイアップ（はるあん、リュウジさん 等）
- 当社単独ではアプローチできない、ステークホルダーと接点をもち、新しい切り口でごま製品の魅力を伝える。

料理学校＜大手料理学校との連携＞

主婦・若年層にアプローチ

- ABCクッキングスタジオ + 「1dayレッスン」開催
- 通常レッスンの他、全国123ヶ所のスタジオで約2000人～/1回を対象に実施。
- 東日本料理学校協会

年間を通して、講師や管理栄養士のそれぞれの立場からごま製品の栄養価や機能性、基本メニュー、新メニューを発信。



SNS

若年層・幅広い属性にアプローチ

- 公式Facebook（メイン属性30～50代）
- 公式Twitter（メイン属性10～30代）
- 公式Instagram（メイン属性10～20代）



当社からの情報発信の他、インフルエンサーを起用したTwitterキャンペーン施策、モニター配布型Instagram施策等を実施し、当社単独ではアプローチできない、ステークホルダーと接点をもち、新しい切り口でごま製品の魅力を伝える。

食育活動

将来の当社ファンにアプローチ・育成

- 食に携わる企業として、企業活動を通じた皆様の健康への貢献を目指した食育支援活動の取り組み。
- 食育授業「ごまの総合授業」の実施。主に小学校3～4年生を対象にごまに関する情報や体験機会提供。
- 心身を育む「食の大切さ」「おいしい」という動を友達や家族と共有する喜びが生まれ、食生活を一緒に考えたり、食事を楽しむ作る時間が増える、体験し味わうことなどの「食の楽しさ」を広く伝える。

ごま製品の使い方提案 ～ 美味しく・上手にごまを取る方法を広める

交通広告

若年層・幅広い属性にアプローチ

- ・車両メディアに視認性の高いステッカー広告を出稿することで、通勤・通学などの日常の生活シーンの中で反復的に訴求。
- ・ステッカー広告の長期間（1ヶ月）の掲出により、商品の認知獲得やメッセージの刷り込み効果
- ・ごま油の調味料としての汎用性をレシピ写真や比喻表現、キャラクターなどの漫画をもちいて、商品特徴を訴求・提案
- ・掲出路線：首都圏、関西圏 他、仙台、名古屋、福岡
- ・掲出場所：ドア窓、窓、ドア横 / 1車体・1車両ごとに1枚

ステーキホルダーと接点をもち、新しい切り口や見せ方でごま製品の魅力を伝える。



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>

- ・商品名：ポテトチップスのりしおとごま油味
- ・発売時期：発売終了（2019年10月21日～期間限定）
- ・販売地域：全国コンビニエンスストア
- ・内容：人気の「ポテトチップスのりしお」とかどやの「純正ごま油」がコラボレーションしたポテトチップスです。香ばしいごま油の風味が、のりの風味を引き立てた味わい深い美味しさが楽しめます。かどやの「純正ごま油」と有明産焼きのりを使用しています。お酒のおつまみにもピッタリです。



<丸大食品株式会社>

- ・商品名：ごま油で食べる牛生ハム
- ・発売時期：現在発売中
- ・販売地域：全国のスーパーマーケットなど
- ・内容：添付のごま油をかけて、ユッケ風にお召し上がりいただけるキザミタイプの牛生ハムです。旨みのある牛もも肉を使用しています。



<森永製菓株式会社>

- ・商品名：ポテロング<ごま油としお味>
- ・発売時期：現在発売中（2020年4月7日～期間限定）
- ・販売地域：全国のスーパーマーケットなど
- ・内容：スティック形状でサクサクした軽い食感です。昨年好評だった「かどやの金印純正ごま油」と再びコラボレーションしました。サクッとすると、本格的なごま油の香りがふんわり。贅沢風味のごま油としお味です。





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サプリメント。
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。



2020年3月期実績、及び2021年3月期施策

①2020年3月期実績

引き続き「ごまセサミン」を中心に広告プロモーションを継続。新聞・インターネット広告に加え、BS局を中心にTVCMも積極的に活用し、商品認知度の拡大と購入機会の創出を図った。また、胡麻黒丸・胡麻白丸や黒胡麻プリン等の販促にも力を入れ、健康食品以外の売り上げも大きく伸長している。一方、お客様満足度の更なる向上を掲げ、対応品質の改善に努めている。結果、お客様のリピート率は向上し、売上も安定的に伸長した。近年の物流費や人件費の上昇を受け、各業務のIT化を加速させ、コストの吸収に努めている。

②2021年3月期施策

引き続き、「ごまセサミン」を中心に広告プロモーションを展開し、新聞・インターネット・TV広告を積極的に活用していく。また、健康でより豊かな食生活に貢献できるよう、ごま専門メーカーならではの商品開発にも引き続き注力し、新商品の上市を目指していく。通信販売を通じ、多くのお客様にかどや製油のファンになっていただけるよう、お客様サポート体制の更なる充実を図り、お客様満足度の向上に努めていく。



ごまセサミン



黒ごま&オリゴ



胡麻黒丸・胡麻白丸



黒胡麻プリン

2020年以降の商品施策

いいもの・いつも・いつまでも

カタギ食品は付加価値の高い家庭用ごま製品で
お客様満足度NO.1を目指します。

「セサミンリッチシリーズ」白すりごま60g/黒すりごま60g

原料施策に強みを持つカタギ食品では、2010年に業界に先駆けて、セサミン高含有品種の商品化に成功しました。セサミンリッチシリーズは通常のごまと比較し、白ごまは約2倍、黒ごまは約4倍（当社製品比）のセサミンを普段使いで摂取できる商品です。

「毎日ごまセサミン生活パウダー120g」

セサミンリッチシリーズの白ごま原料を、凍結粉碎製法でパウダー状に加工しました。さまざまなお料理にサッと混ぜやすく、大さじ1杯（約5g）でセサミン42mgを摂取できる商品です。



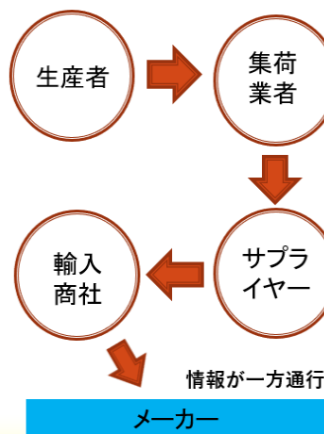
カタギ食品 原料調達力の強み

～ 食卓から原料産地までを絆ぐ独自の仕組み ～

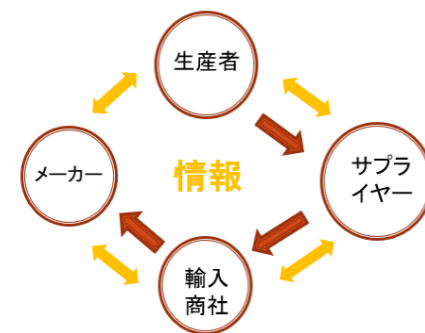
ごまは99%が輸入原料で、機械による作業が困難であることより、発展途上国での栽培が主流となっています。

通常は生産者より集荷業者、サプライヤーを経由した後、商社を通して国内に輸入されますが、カタギ食品は直接産地に赴き生産者と情報共有しています。そのことにより、品質の向上と安全性及び安定供給を確保しています。

通常の調達方法



カタギ食品の調達方法



情報共有により品質の向上と安定供給を確保！
残留農薬リスク軽減！！カタギ独自の品質基準で
品質をチェック、また農業技術師を配置させて栽培
指導を実施。

現 状

- ① ごま種子の生産 – 全世界の生産量は増加傾向
 2018/2019年度生産量：約549万トン（出典：Oil World）
 - ・生産国での天候問題により、年毎に生産量が増減
 - ・労働集約型農業であり、低賃金の労働者を多く抱えているが、生産国での経済発展と共に就農人口が減少する可能性あり。その場合、今後ミャンマーやインド等での生産量減少懸念あり（例：近年における中国の生産量減少）
 - ・農薬問題等のリスクが発生しやすい
- ② ごま種子の需要 – 世界最大のごま輸入国である中国の輸入量増等、需要は増加傾向
 世界的な植物たんぱく需要増に伴い、食品ごま、特にねりごまに対する需要も増加中

世界的に需要・供給共に現状では未だ増加。

供給は、天候・政情により大きく増減し、不安定さを増しているが、現状では需要を満たせる見込。但し、COVID-19拡大影響が各国に出ており、産地で工場稼働や物流面を中心に混乱が出始めている。また、需要国でも外食の休業など不確実性が増している。

調 達 方 針

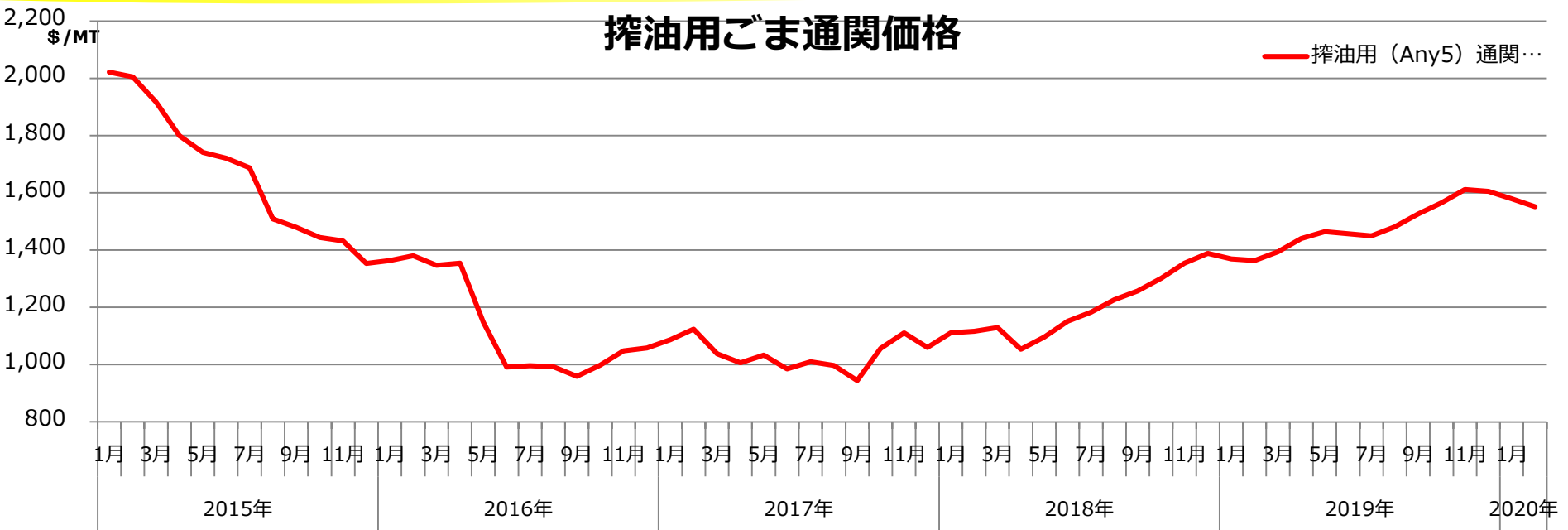
高品質の原料を安定的に調達

産地における強い情報力を有する複数商社経由で、安定調達を行う。
 短期的には在庫を厚めに保持することで、貨物到着遅延懸念等に対処方針。
 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、調達先の一層の多様化を進める。



搾油用原料価格の動向（年度平均）

出典 財務省輸入通関統計



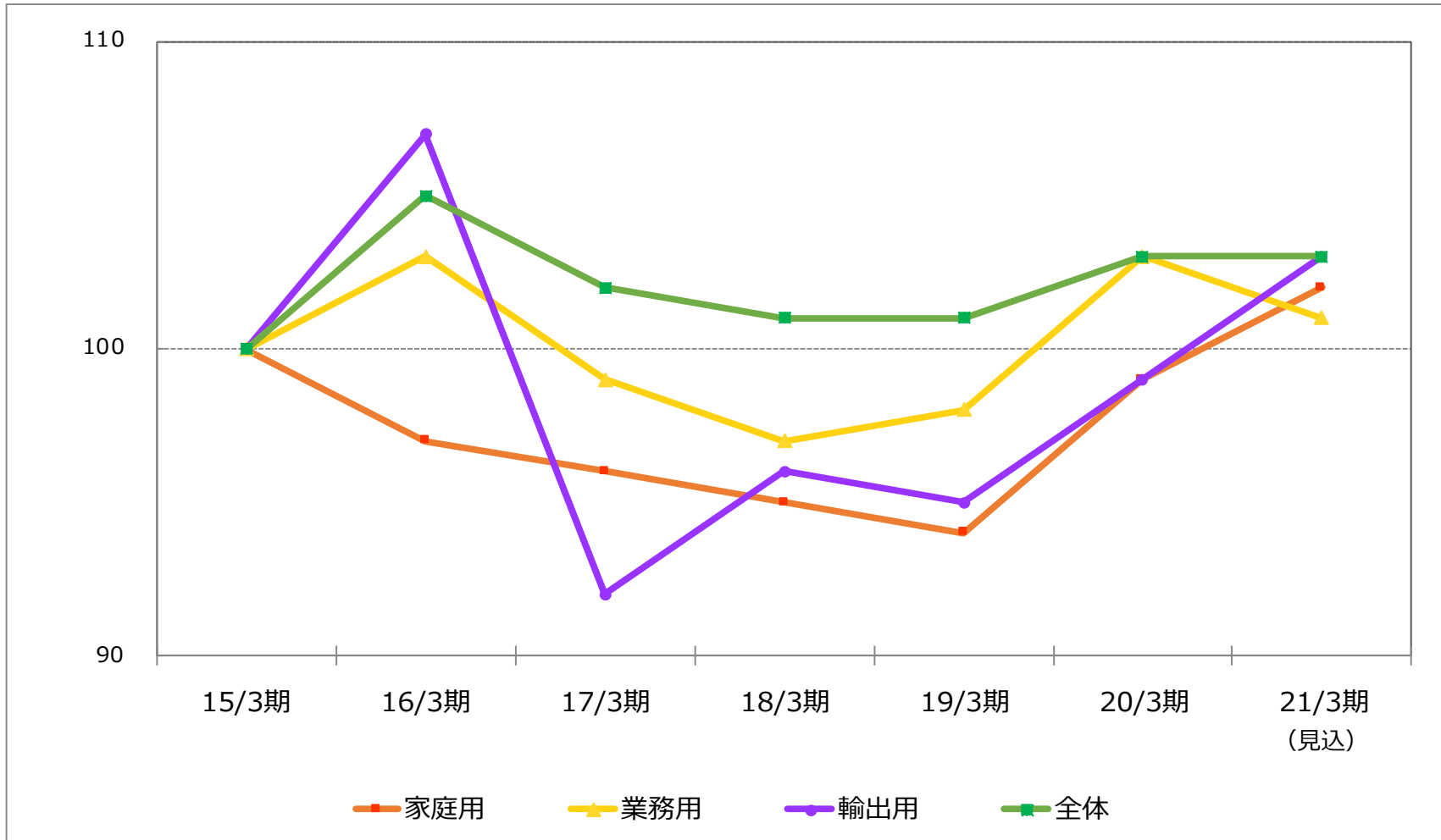
<2021年3月期の見通し>

- 2019年春先に相場は一時1,700ドル/トン近辺まで上昇。その後、西アフリカの生産量が好調であること、最大需要国である中国の港湾在庫が大きく減少しないことにより相場は徐々に軟調化、USD1,300/Mtレベルまで価格を下げるようになった。
- 2020年3月以降、新型コロナウイルス感染症の影響が各国に波及。生産国では物流や工場稼働に影響が出始め、原料が集まりにくい一方、影響が収束しつつある中国勢の買付が強まり相場は反転、直近ではUSD1,400/Mtを超える価格が提示されている。
- 日本の輸入平均通関価格は、2018年度の1,198ドル/トンに対して、2019年度は平均1,477ドル/トン迄上昇。ピーク時のUSD1,600/Mt超えからは落ち着き始めたが、高値買付時の貨物の入港は続くため、暫くはUSD1,500/Mt台で推移する見込み
- 供給面では、東アフリカの収穫時期に突入。生産量は天候に大きく左右されるため、現時点での詳細把握は困難。
- 世界的な需要は堅調。中国は昨年も80万トン強輸入しており、需要は底堅いことから、暫くは買付継続されると見込まれる。

新型コロナウイルス感染症による影響は未知数であるも、暫くマーケットは堅調に推移することが見込まれる



ごま油平均単価の推移



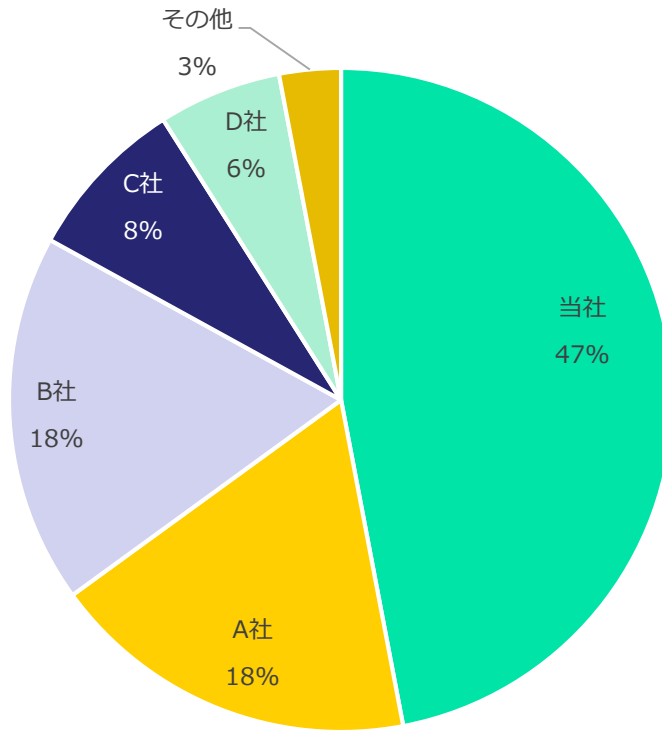
- 2015年3月期の価格を100とする



シェア状況

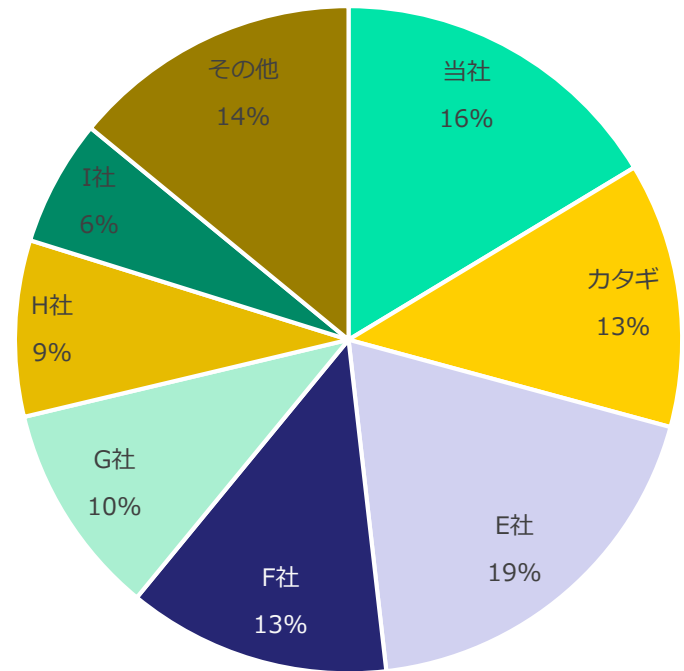
ごま油（2019年1～12月売上高）

市場規模：約400億円



食品ごま（2019年1～12月売上高）

市場規模：約300億円



自社調べ

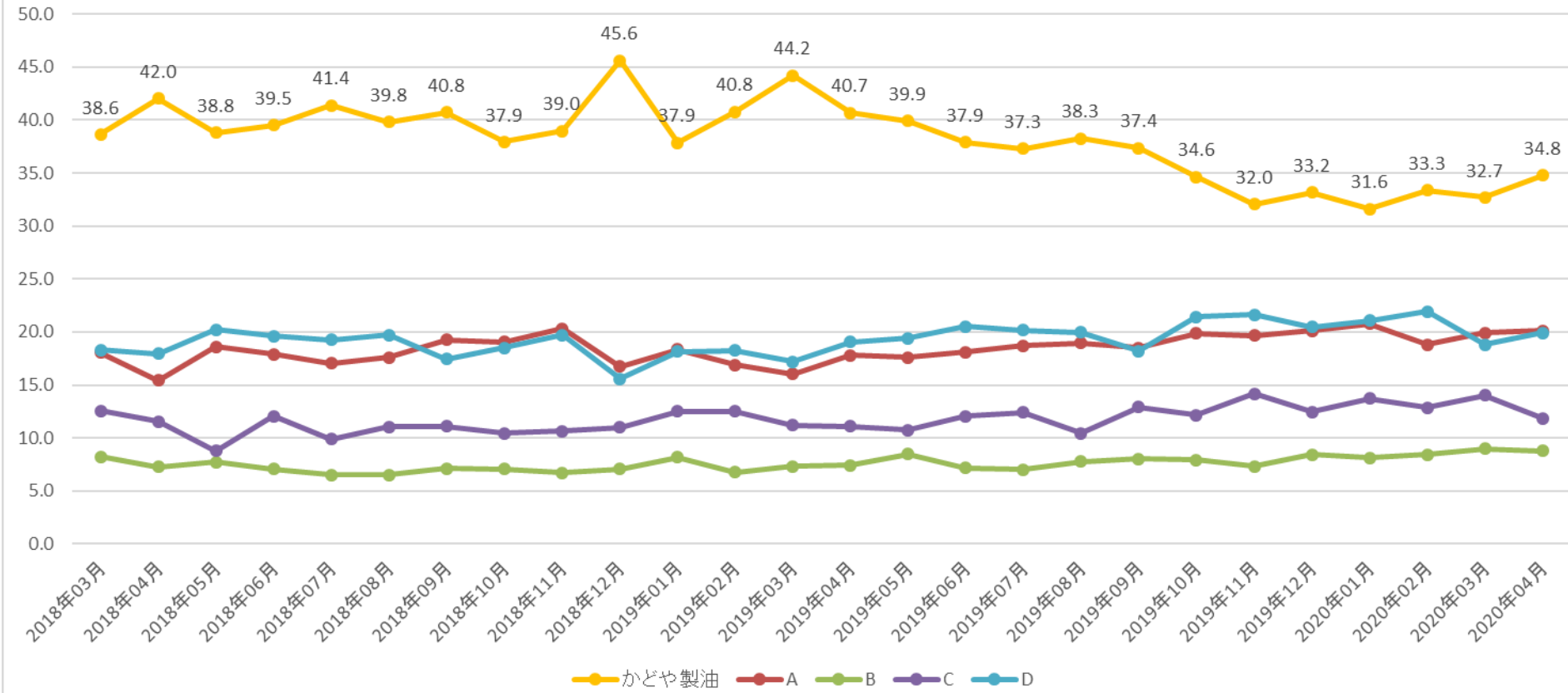


家庭用ごま油主要メーカー別購入金額シェア

(100人あたりの購入金額に基づくシェア)

購入金額シェア(単位:%)

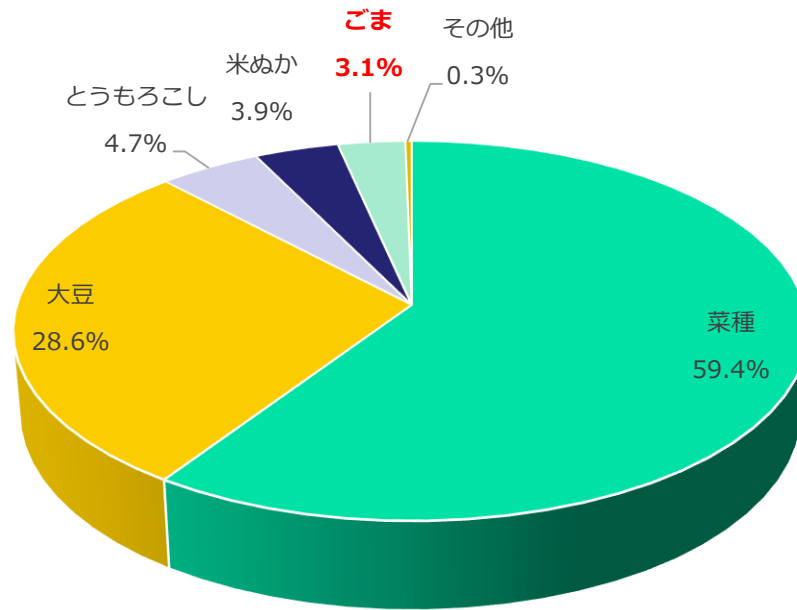
出典 QPR



販売メーカー①	品目全体とのシェア(%)																									
	2018年03月	2018年04月	2018年05月	2018年06月	2018年07月	2018年08月	2018年09月	2018年10月	2018年11月	2018年12月	2019年01月	2019年02月	2019年03月	2019年04月	2019年05月	2019年06月	2019年07月	2019年08月	2019年09月	2019年10月	2019年11月	2019年12月	2020年01月	2020年02月	2020年03月	2020年04月
かとや製油	38.6	42.0	38.8	39.5	41.4	39.8	40.8	37.9	39.0	45.6	37.9	40.8	44.2	40.7	39.9	37.9	37.3	38.3	37.4	34.6	32.0	33.2	31.6	33.3	32.7	34.8
A	18.0	15.4	18.6	17.9	17.0	17.6	19.2	19.0	20.3	16.7	18.3	16.9	16.0	17.8	17.6	18.1	18.7	19.0	18.5	19.9	19.7	20.1	20.8	18.8	19.9	20.1
B	8.2	7.3	7.7	7.1	6.5	6.5	7.1	7.0	6.7	7.0	8.2	6.8	7.3	7.4	8.5	7.2	7.0	7.8	8.0	7.9	7.3	8.4	8.1	8.4	9.0	8.8
C	12.6	11.6	8.8	12.1	9.9	11.0	11.1	10.4	10.7	11.0	12.5	12.5	11.2	11.1	10.7	12.0	12.4	10.4	12.9	12.1	14.2	12.5	13.7	12.8	14.0	11.8
D	18.3	18.0	20.2	19.6	19.3	19.7	17.4	18.5	19.7	15.6	18.1	18.2	17.2	19.0	19.4	20.5	20.2	20.0	18.2	21.4	21.6	20.5	21.1	21.9	18.8	19.9



わが国の油糧（可食油）生産量実績



2019年(1~12月)生産量

1,709千トン

- 菜種
- 大豆
- とうもろこし
- 米ぬか
- ごま
- その他

	2009年 (数量：ト)	2019年 (数量：ト)	増 (数量：ト)	減 (伸び率)
菜種	928,975	1,014,890	85,915	9.2 %
大豆	476,936	488,923	11,987	2.5 %
とうもろこし	85,962	80,731	▲5,231	▲6.1 %
米ぬか	61,062	66,531	5,469	9.0 %
ごま	41,525	53,257	11,732	28.3 %
その他	4,781	5,058	277	5.8 %
合計	1,599,241	1,709,390	110,149	6.9 %

資料：農林水産省作成「油糧生産実績表」



経営指標

18/3月期 第4四半期より連結

	16/3月期	17/3月期	18/3月期	19/3月期	20/3月期
ROE (%) ※1	6.8	11.8	14.4	11.5	9.4
ROA (%) ※1	5.4	9.5	11.4	8.5	6.8
売上高 営業利益率 (%)	5.8	12.5	16.5	12.2	9.6
売上高 経常利益率 (%)	8.4	11.8	16.8	12.9	10.2
1株当たり 配当金額 (円)	60	115	150	120	110
配当性向 (%) ※2	39.2	40.4	39.9	40.0	40.6
EPS (円)	152.87	284.39	370.37	320.62	277.47

※1 18/3月期以前：単体

19/3月期以降：連結

※2 1株当たり配当金/単体の1株当たり当期純利益



袖ヶ浦工場の概要

千葉への進出理由



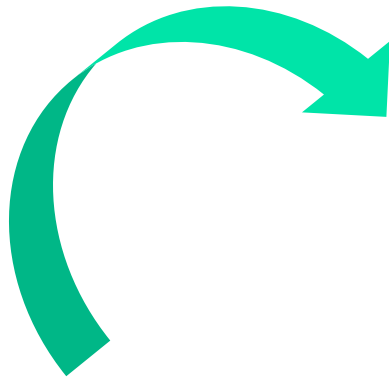
設備の老朽化

ごま油市場の
拡大による
生産数量増加

一大消費地の
首都圏での
製造、開発

BCP

袖ヶ浦工場概要



名称	かどや製油株式会社 袖ヶ浦工場
所在地	千葉県袖ヶ浦市椎の森385-41 袖ヶ浦椎の森工業団地
敷地面積	83,823m ²
建築面積	8,550m ²
投資総額	約80億円（建物・設備等）
事業内容	ごま油の製造
生産能力	年間約15,000 t 原料処理 年間約 7,000 t ごま油製造・充填



【全景】



【静置タンク】



【濾過工程外観】



【脱脂ごま倉庫】



会社プロフィール（2020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	代表取締役会長 小澤 二郎 代表取締役社長 久米 敦司
◇資本金	21億60百万円
◇株主数	6,896名
◇従業員数	346名（単体）
◇事業所	本社、2工場、 6支店、1営業所
◇子会社	カタギ食品株式会社

角 カタギ食品株式会社 会社プロフィール

- ◇所在地 本社：大阪府寝屋川市
- ◇創業 1919年（大正8年）
- ◇設立 1953年（昭和28年）1月10日
- ◇代表者 代表取締役社長 佐藤 圭介 (2020.6.17付)
代表取締役副社長 馬場 宗夫
- ◇資本金 30百万円
- ◇従業員数 155名
- ◇事業所 本社、工場、2支店、2営業所
- ◇事業内容 加工ごま製品の製造・販売

※2018年3月期第4四半期より連結

