

ごまの恵みを、からだに。



「変革と挑戦！健康と笑顔を届けるNo.1を目指す！」



証券コード 2612

角 かとや 製油株式会社

2021年3月期決算説明会

2021年6月8日（火）



決算概要について

取締役執行役員経営企画部長
高野 純平



1. 2021年3月期 決算（連結）概要



2021年3月期 決算概要（連結）

- 新型コロナ禍で社会環境が大きく変化する中、「ごま油」「食品ごま」とともに『家庭用が販売増、業務用が販売減』となり、連結売上は前期比+3.9%の351億円
- 営業利益は袖ヶ浦工場（20年2月稼働）の減価償却負担の増加等もあり、前期比▲7.2%の30億円で着地

（単位：百万円）

【連結】	20年3月期	21年3月期	前期比	
			増減金額	増減率
売上高	33,781	35,100	1,319	3.9%
売上原価	20,715	22,223	1,508	7.2%
販管費	9,810	9,856	45	0.4%
営業利益 〈売上高対比〉	3,255 〈9.6%〉	3,021 〈8.6%〉	▲234	▲7.2
経常利益 〈売上高対比〉	3,462 〈10.2%〉	3,135 〈8.9%〉	▲327	▲9.4
当期純利益 〈売上高対比〉	2,552 〈7.6%〉	2,101 〈6.0%〉	▲450	▲17.7

※ 金額は表示単位未満切捨て



2021年3月期【ごま油】セグメント別売上

【家庭用】

- 新型コロナウイルスの影響による「内食需要の高まり」により、家庭用は販売数量・金額ともに増加
- ごま油で初の特定保健用商品の『健やかごま油』を投入
—21/2月より販売開始、今後、本格的に消費者の「健康ニーズ」に応じていく

【業務用】

- 外食産業向けは苦戦するも、加工ユーザー向けが好調に推移し、前期比+1%の増収

【輸出用】

- 主力の北米市場において、新型コロナウイルス禍の影響から小売店向け小容量品の販売向けが堅調、また外食向け（業務用製品）も20年末頃より徐々に回復。結果通年ではほぼ前期並みの売上を確保

(単位：百万円)

ごま油	20年3月期	21年3月期	前年比	増減率
家庭用	10,573	12,018	1,445	13.6%
業務用	8,877	8,967	90	1.0%
輸出用	4,629	4,624	▲5	▲0.1%
全体売上	24,079	25,610	1,530	6.3%



※ 金額は表示単位未満切捨て

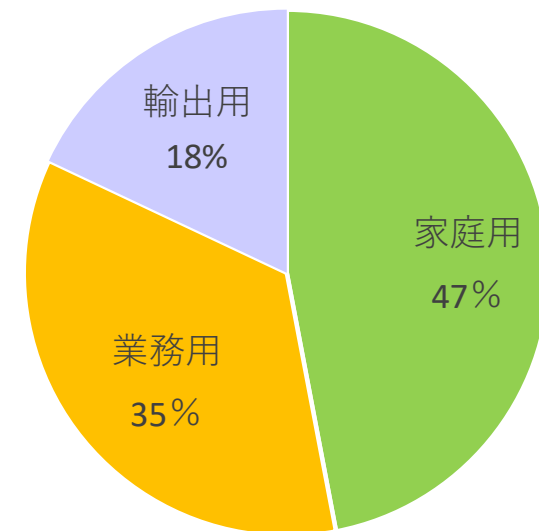
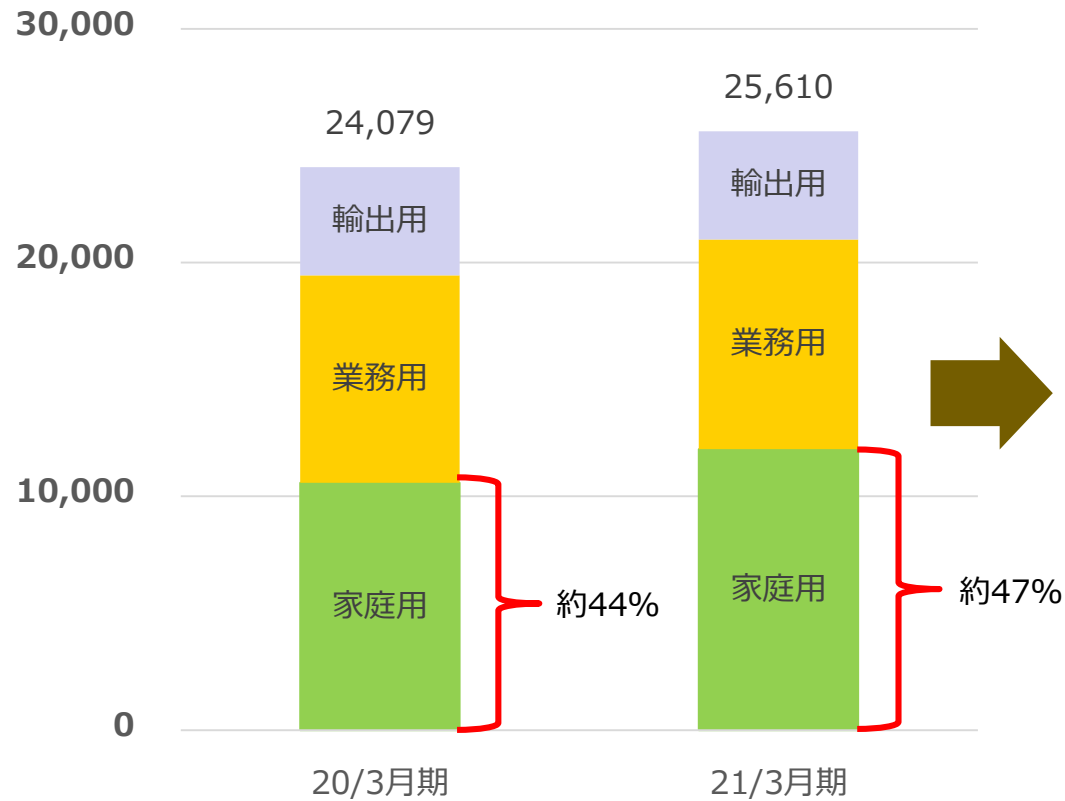


2021年3月期【ごま油】セグメント別売上の構成

【ごま油の 카테고리 別の売上高 推移】
(20/3月期 ⇒ 21/3月期)

【ごま油の売上高構成比】
(21/3月期)

(単位：百万円)





2021年3月期【食品ごま】の売上について

- 新型コロナに伴う「内食需要の増加、外食需要の減少」の傾向はごま油と同じ
⇒21/3月期は、ねりごま、食品ごまともに下記のとおり、家庭用は着実に増収を確保

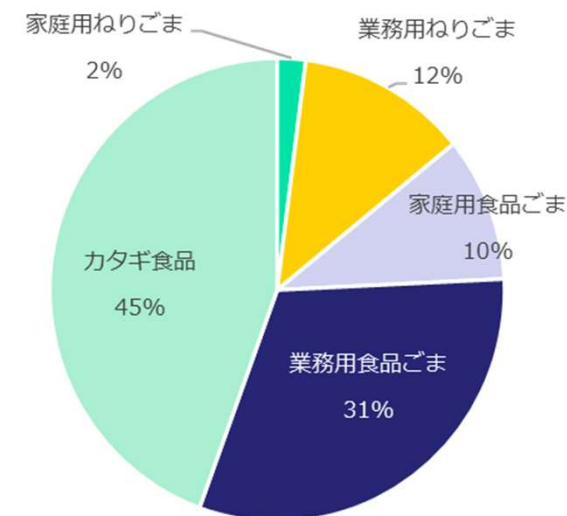
- カタギ食品（100%子会社）においては強みである有機ごま製品を中心に家庭用の販売に注力。前年並みの売上を確保



(単位：百万円)

食品ごま	20年3月期	21年3月期	前年比	増減率
家庭用ねりごま	188	199	11	6.1%
業務用ねりごま	1,073	1,005	▲68	▲6.3%
家庭用食品ごま	799	854	54	6.7%
業務用食品ごま	3,070	2,714	▲355	▲13.1%
カタギ食品	3,735	3,776	41	1.1%
全体売上	8,867	8,550	▲317	▲3.6%

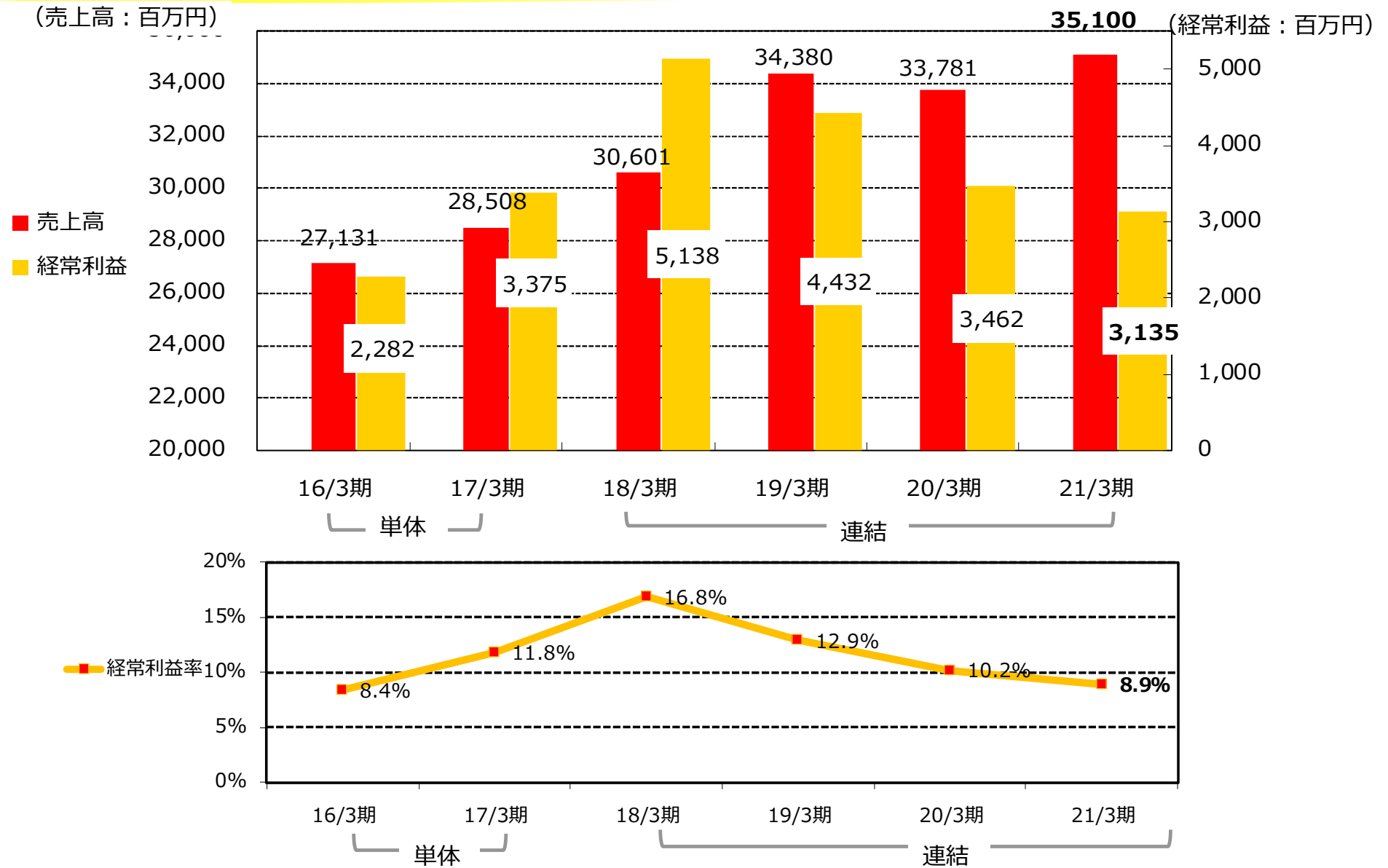
【売上高構成比】



※ 金額は表示単位未満切捨て



2021年3月期 売上高・経常利益・経常利益率の推移（連結）



※2018年3月期 第4四半期より連結（カタギ食品株式会社）



経営指標

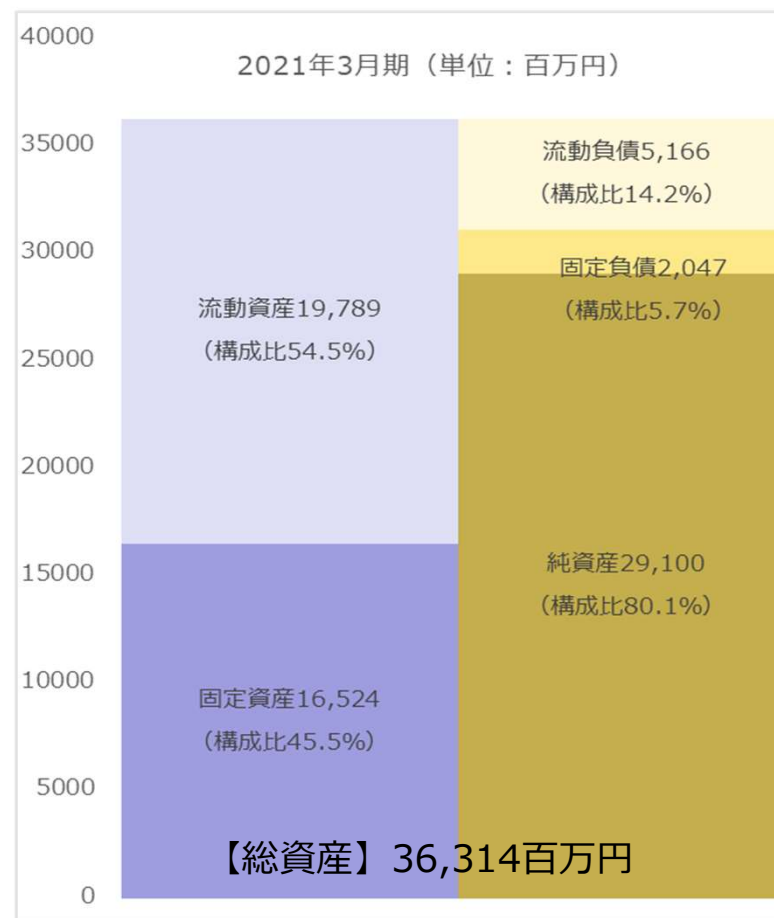
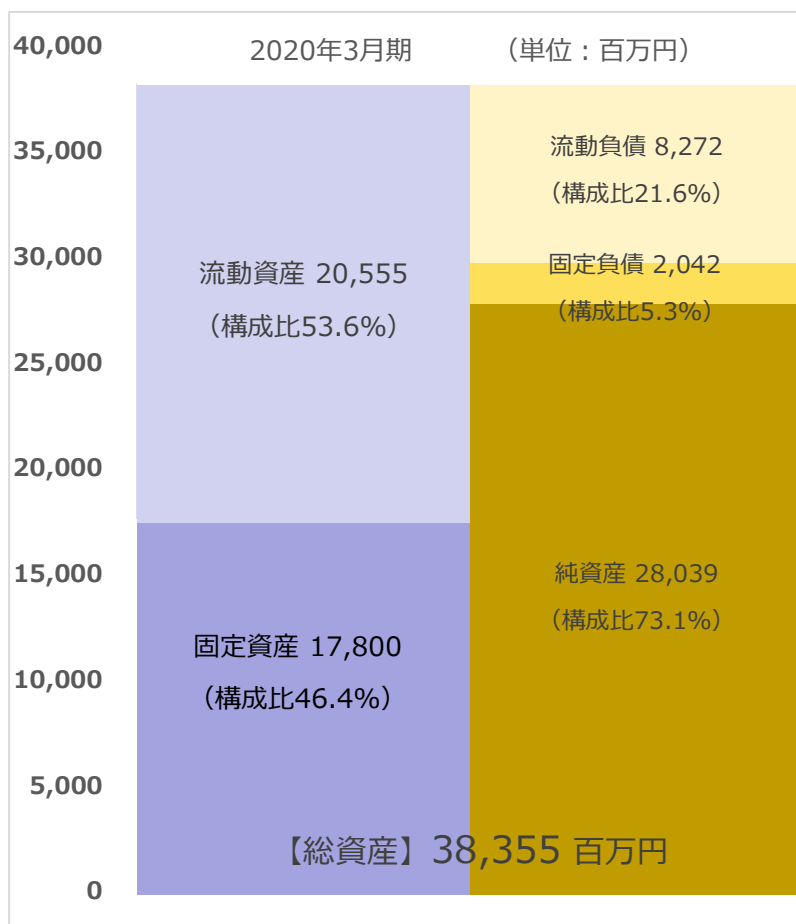
	17/3月期	18/3月期	19/3月期	20/3月期	21/3月期
ROE (%) ※1	11.8	14.4	11.5	9.4	7.4
ROA (%) ※1	9.5	11.4	8.5	6.8	5.6
売上高 営業利益率 (%)	12.5	16.5	12.2	9.6	8.6
売上高 経常利益率 (%)	11.8	16.8	12.9	10.2	8.9
1株当たり 配当金額 (円)	115	150	120	110	85
配当性向 (%) ※2	40.4	39.9	40.0	40.6	39.0
EPS (円)	284.39	370.37	320.62	277.47	228.43

※1 17/3月期以前：単体、18/3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



連結貸借対照表の比較



【20/3との比較】

(増減内訳)		合計 ▲2,041		(単位：百万円)	
流動資産	▲766	▲3.7%	流動負債	▲3,106	▲37.5%
固定資産	▲1,275	▲7.1%	固定負債	4	0.2%
			純資産	1,060	3.7%

※ 金額は表示単位未満切捨て



2. 2022年3月期 事業計画



2022/3月期 事業計画（連結）

（↓21/3月期、22/3月期ともに「収益認識に関する会計基準」を適用した数値）

（単位：百万円）

	21年3月期 【実績】（※）	22年3月期 【予想】	前期比（※）		増減要因
			増減金額	増減率	
売上高	31,371	32,000	629	2.0%	<ごま油売上高増加> 販売数量+4.8%増加
営業利益 〈売上高対比〉	3,021 〈9.6%〉	2,700 〈8.4%〉	▲321	▲10.6%	<販管費> 広告費増加 （「健やかごま油」TVCM等）
経常利益 〈売上高対比〉	3,135 〈10.0%〉	2,900 〈9.0%〉	▲235	▲7.5%	
当期純利益 〈売上高対比〉	2,101 〈6.7%〉	2,010 〈6.3%〉	▲91	▲4.3%	

【配当】22年3月期の期末配当金は「1株当たり80円」を予定

※ 金額は表示単位未満切捨て

ごまの恵みを、からだに。



「変革と挑戦！健康と笑顔をお届けするNo.1を目指す！」



証券コード 2612

角 かどや 製油株式会社

2021年3月期決算説明会

2021年6月8日（火）

代表取締役社長 久米 敦司



直近の状況について

(前年同月比)		2020年度下期	2021年4月	今後について
家庭用	ごま油	引き続き需要旺盛 10-3月 113% (前年金額対比)	昨年の「巣ごもり特需」に対してはマイナスも需要は堅調	コロナの影響による需要増は落ち着きつつある状況も 販促施策により拡売を図る
	食品ごま	引き続き需要旺盛 10-3月 105% (前年金額対比)	昨年の「巣ごもり特需」に対してはマイナスも需要は堅調	コロナの影響による需要増は落ち着きつつある状況も 販促施策により拡売を図る
業務用	ごま油	ユーザー向けは好調も 全体的は不調 10-3月 98% (前年金額対比)	ユーザー：好調に推移 外食：回復基調 (緊急事態宣言慣れ?)	ワクチン接種効果もあり、外食向け需要は少しずつ 回復基調
	食品ごま	ユーザー向けは好調も 全体的は不調 10-3月 92% (前年金額対比)	ユーザー：好調に推移 外食：回復基調 (緊急事態宣言慣れ?)	ワクチン接種効果もあり、外食向け需要は少しずつ 回復基調
輸出用		下期後半からV字回復 10-3月 118% (前年金額対比)	需要は好調 ただし、物流（船便）には注視が必要	各国のコロナワクチン接種率も上昇！ 継続的な伸長を見込む。



目次

1. 中期経営計画について
2. 財務指標
3. 事業戦略
4. 経営基盤
5. SDGsへの取り組み

【ご注意】当資料に記載されている業績予想及び将来の予想等に関する内容は、資料作成時点で入手した情報に基づき、当社にて判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実性が含まれております。様々な要因により、実際の業績等が変動する可能性があることをご承知おきください。



1. 中期経営計画について
2. 財務指標
3. 事業戦略
4. 経営基盤
5. SDGsへの取組み



経営理念・長期ビジョン

経営理念

私たちは、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に貢献します



長期ビジョン

「変革と挑戦！」

健康と笑顔を届けるNo1を目指す！」

- ◆ 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



長期ビジョンを達成するためのマイルストーン

中期経営計画
ONE Kadoya 2025

一筋、一丸、No1、一番

①財務指標

②事業戦略

③経営基盤

④SDGsへの取組み



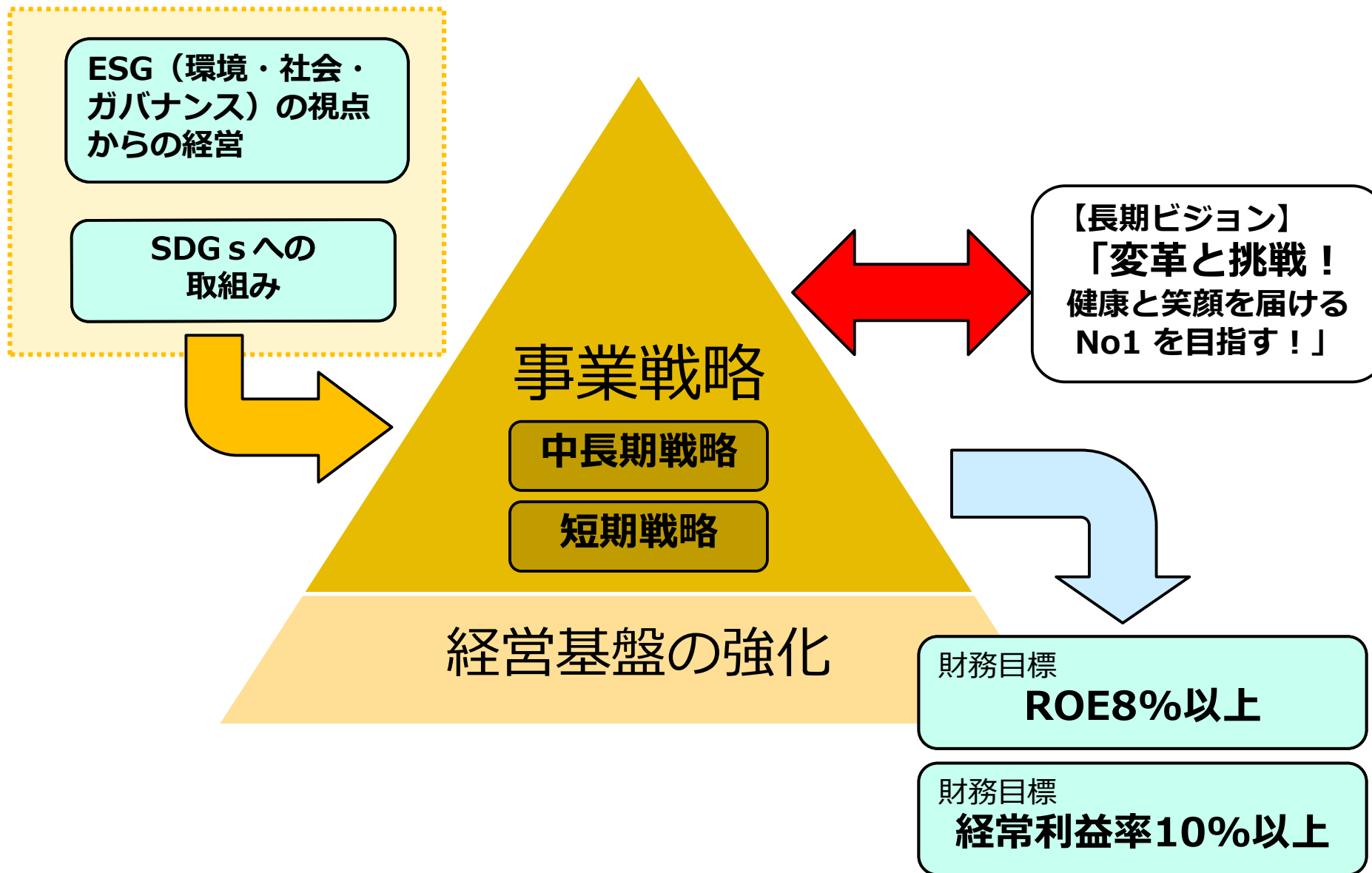
事業計画

事業方針・戦略

企業行動憲章

- 1 安心・安全で高品質の商品を提供します
- 2 公正で、自由、透明な競争を行ないます
- 3 企業情報を適宜適切に開示します
- 4 環境問題に積極的に取り組みます
- 5 職場の安全対策に努めます
- 6 個性と能力を活かせる職場の形成に努めます
- 7 地域社会との交流を大切にします
- 8 反社会的勢力に対し、利益を供与しません
- 9 関係各国・地域の発展に貢献します
- 10 秘密情報を適切に管理します

角 中期経営計画の枠組み

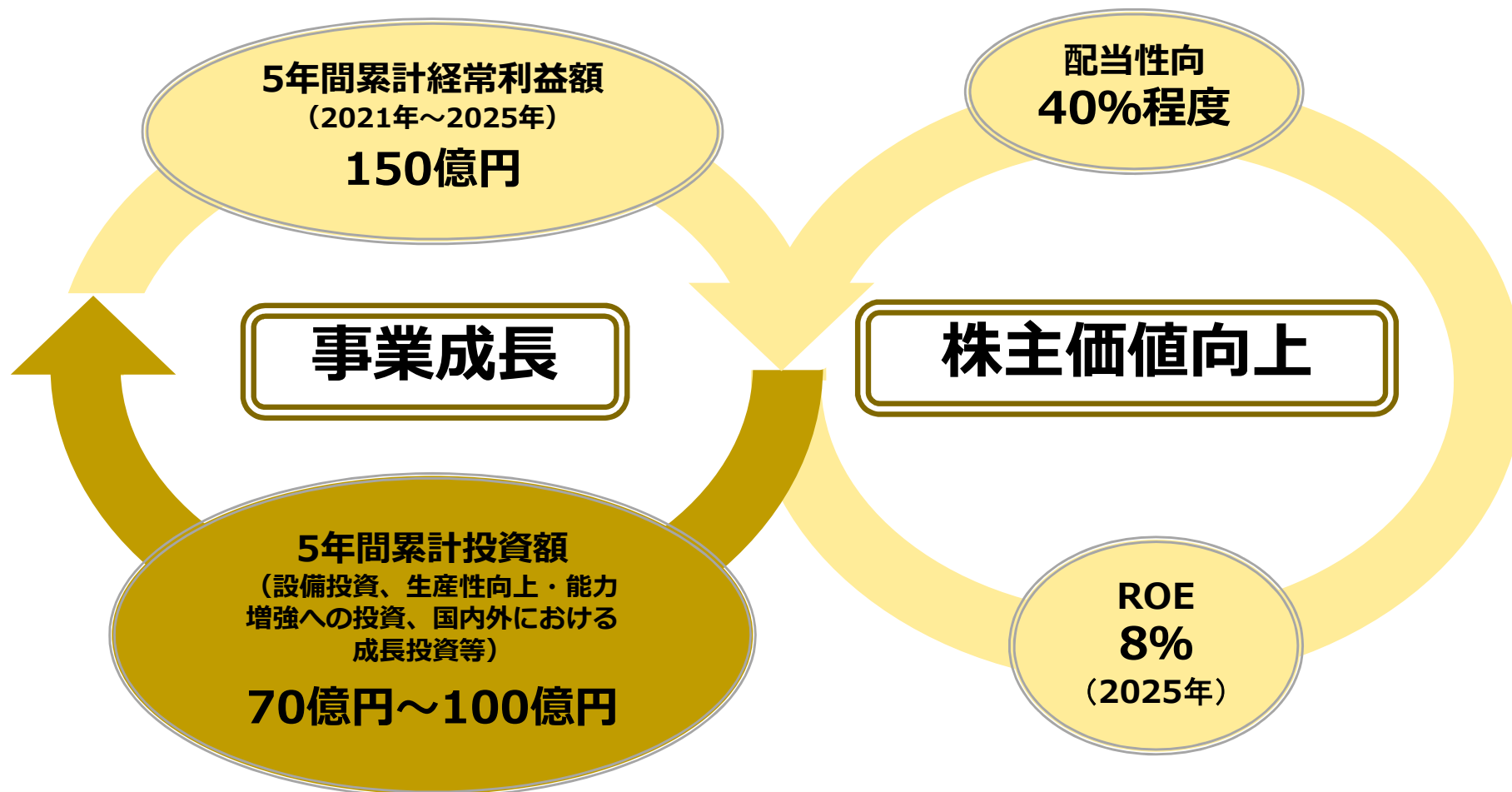




1. 中期経営計画について
- 2. 財務指標**
3. 事業戦略
4. 経営基盤
5. SDGsへの取組み

角 財務指標

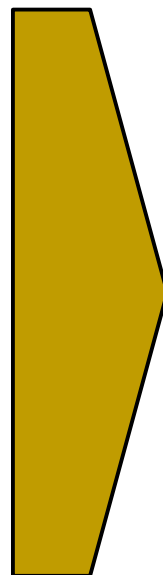
事業継続のための利益確保に加え、資本コストを上回るROEを確保することで企業価値を高めていきます



▲ 財務について

各種施策の実行により、売上を増加させるとともに、利益率の向上によりROE8%を目指します。また、配当性向も引き続き40%を目指します

(単位:億円)	2020年度	2021年度	
売上高	[注1] 314	320	
	351		
経常利益 (グループ全体)	31	29	
	かどや製油	30	28
	カタギ食品	1	1
当期純利益	21	20	
[注2] 自己資本	286	294	
売上高経常利益率	[注3] 10.0%	9.1%	
	8.9%		
ROE(%)	7.4%	6.8%	
配当性向(%)	39.0%	38.9%	
※単体利益ベース			



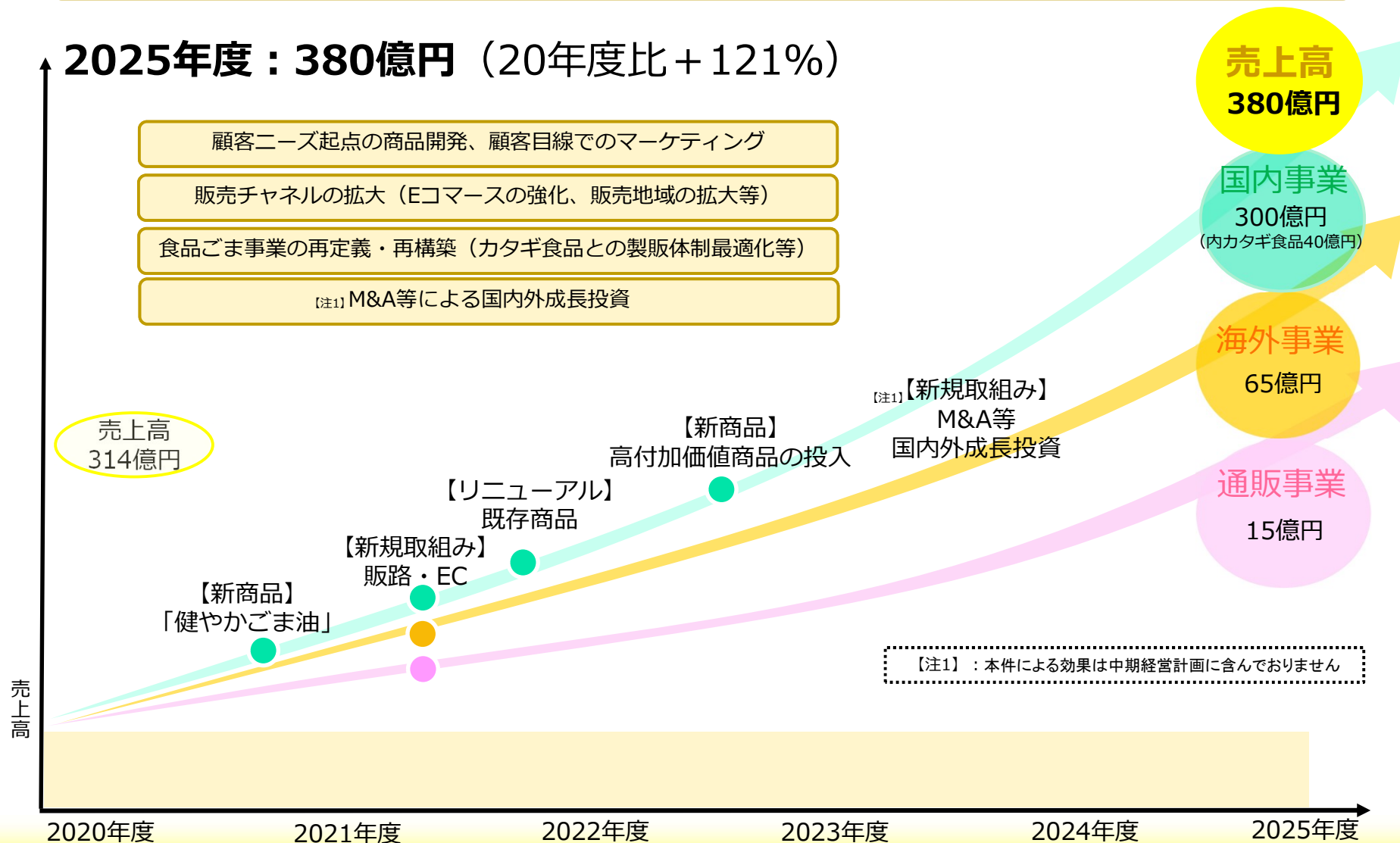
2025年度	20年度との 比較
380	+ 66
39	+ 8
37	+ 7
2	+ 1
27	+ 6
338	+ 52
10.1%	-
8.0%	-
40%程度	-

【注1】：新収益認識基準（「収益認識に関する会計基準」）を概算算出
 【注2】：平均値を使用
 【注3】：概算算出の新収益認識基準を元に売上高経常利益率を概算算出

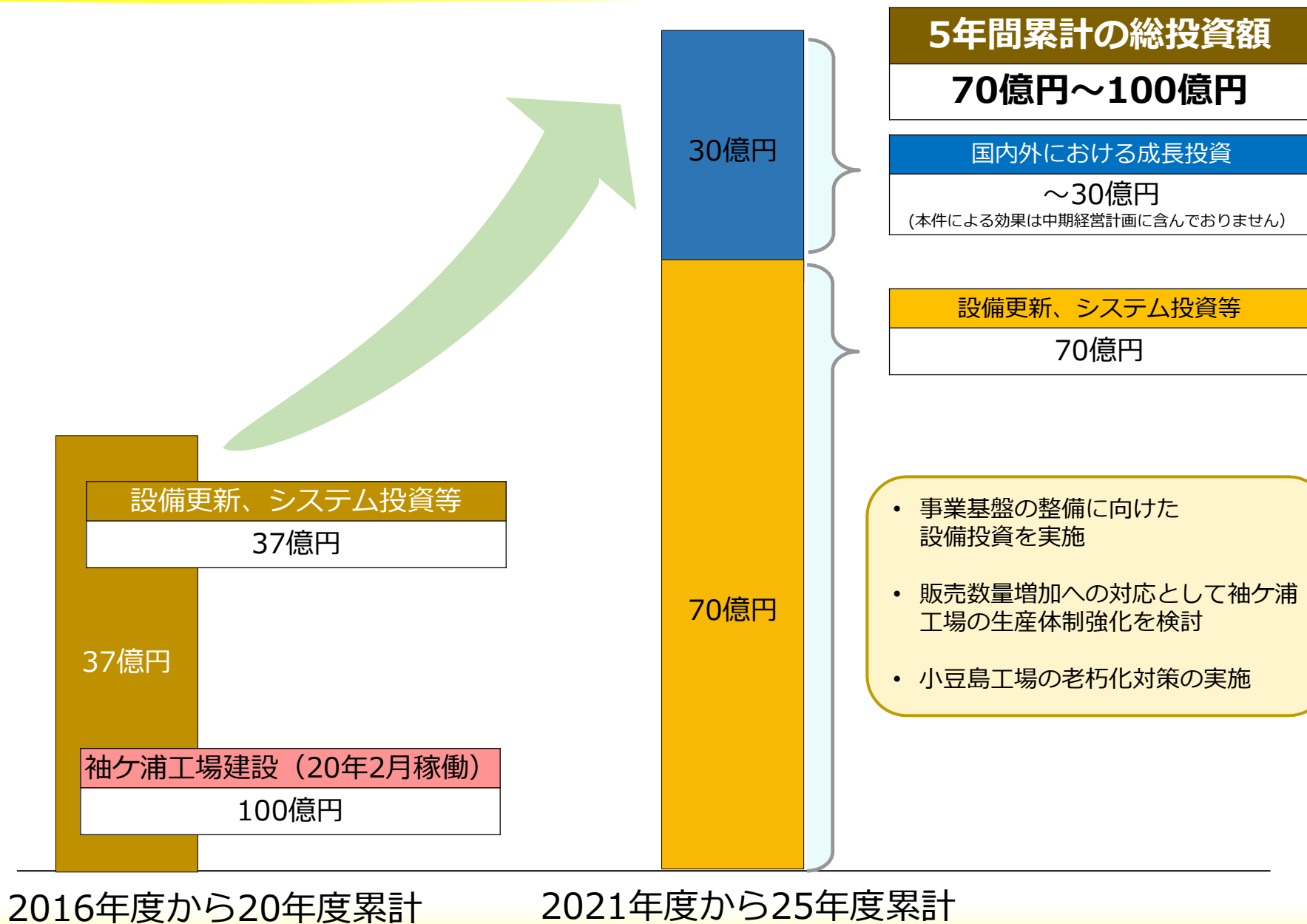
角 売上について

国内事業、海外事業、カタギ食品との連携強化等の各種施策実行により、中期経営計画最終年度には20年度比+66億円の売上を目指します

2025年度：380億円（20年度比+121%）



角 投資について

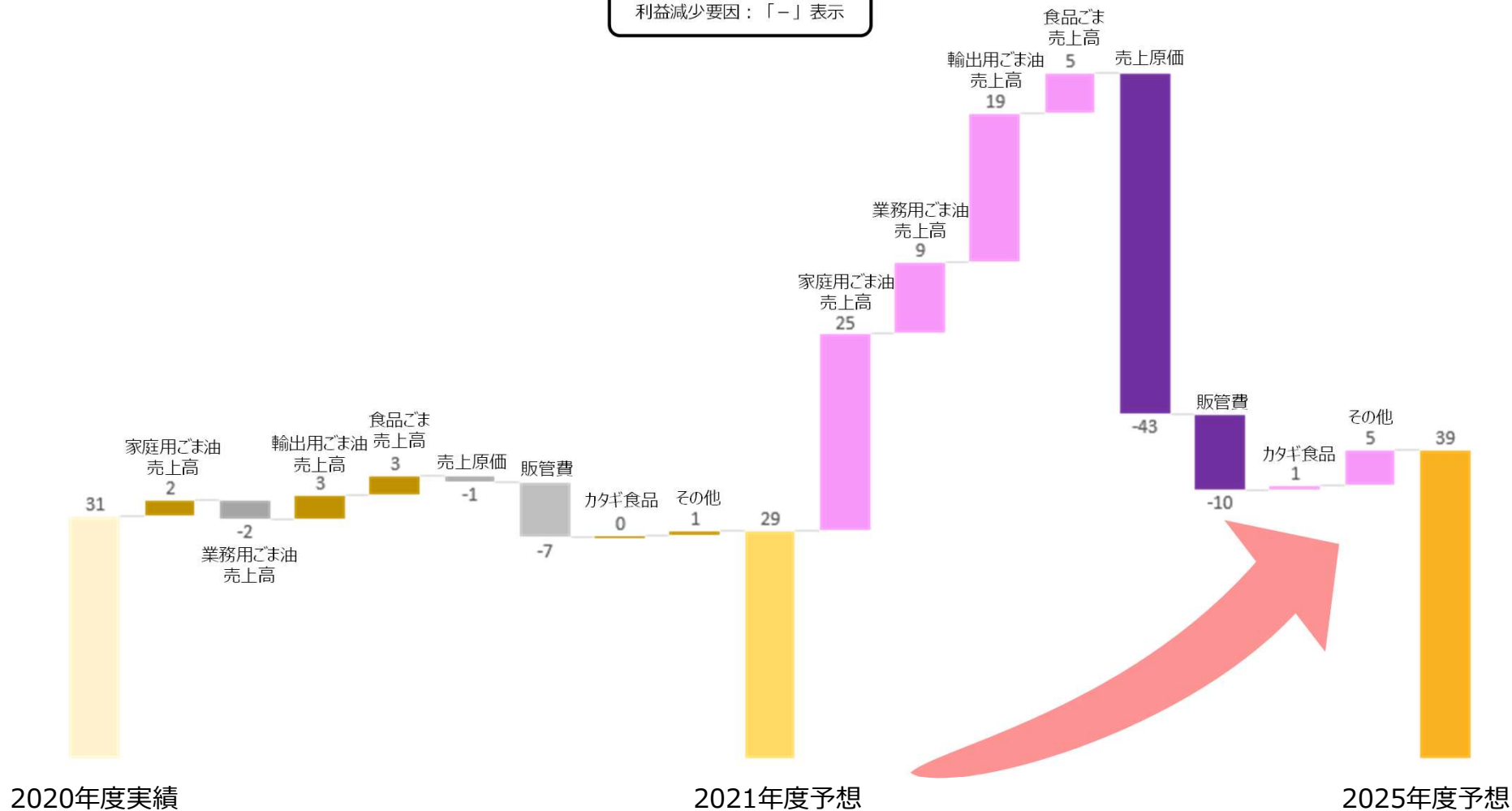


角 利益について

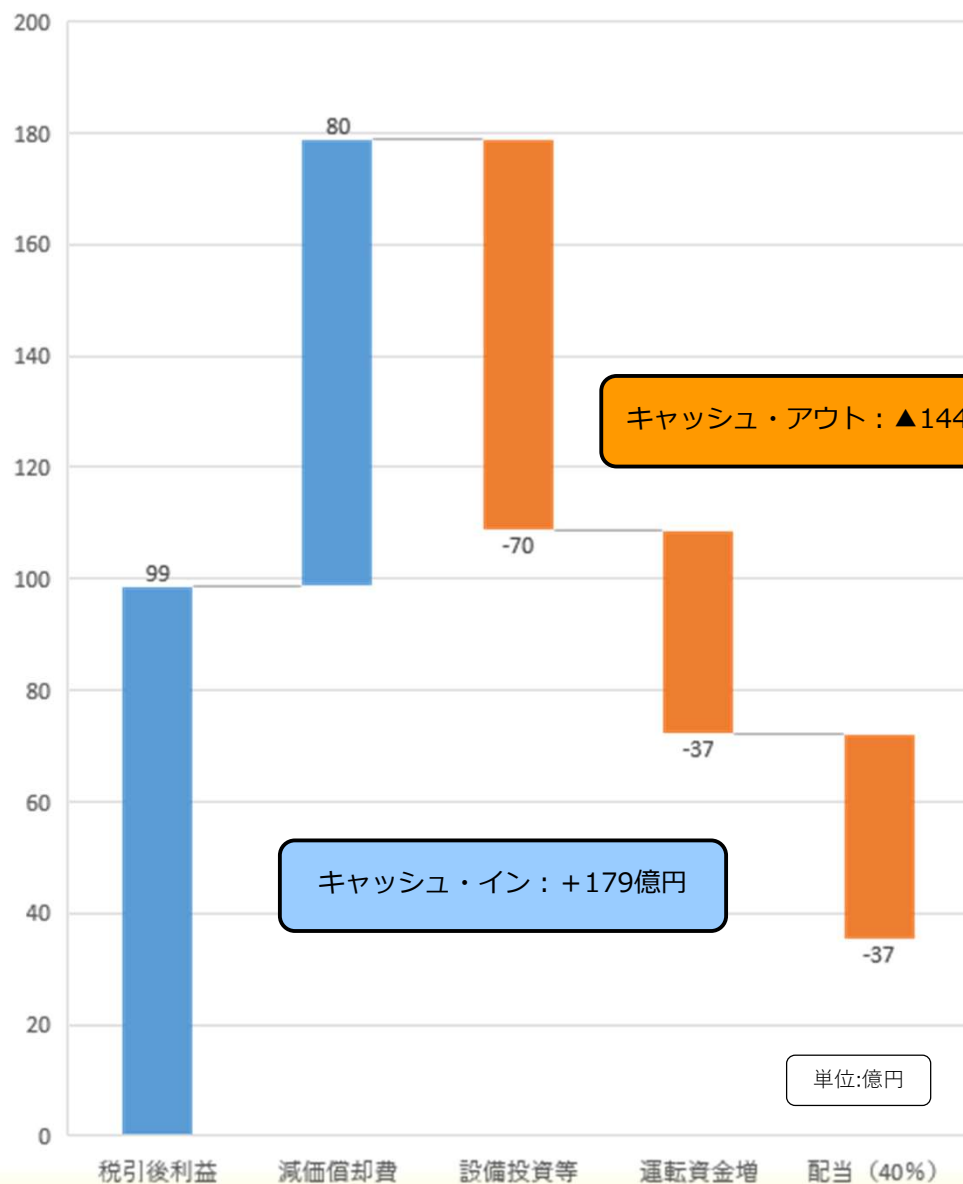
(単位：億円)

経常利益増減要因

利益増加要因：「+」表示
利益減少要因：「-」表示



角 キャッシュ増減について



かどや製油単体ベース



5年間累計

キャッシュ増減
+35億円



1. 中期経営計画について
2. 財務指標
- 3. 事業戦略**
4. 経営基盤
5. SDGsへの取組み



事業戦略

	国内（国内事業）	海外（海外事業）
ごま油	<p>戦略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、提案型営業の強化	<p>戦略② 海外事業強化</p> <ul style="list-style-type: none">・北米での販売強化・新市場の開拓
	<p>戦略③ 販売マーケティング強化・商品開発強化</p> <ul style="list-style-type: none">・お客様ニーズ・社会の変化に対応、商品ラインアップ拡充 <p>戦略④ 販売チャネルの拡充</p> <ul style="list-style-type: none">・販路拡大（Eコマース、通販事業の強化）	
食品 ごま	<p>戦略⑤ カタギ食品との連携強化（統合効果の具現化）</p> <ul style="list-style-type: none">・互いの強みを生かした業務効率化・営業・商品開発の連携	

経営基盤の強化



事業戦略①

戦略① かどやファンの着実な底上げ

- ・「かどやブランド」の総合的強化
- ・企業ブランドの対外発信
 - 企業活動における統一感を醸成し、企業ブランドの確立及び「かどや製油」の認知向上を図る
 - 「かどや製油」が選ばれる価値の創造
- ・顧客目線でのマーケティング
 - 一貫した施策実行による売上・利益の拡大
 - 各種プロジェクトチーム設置
 - 当社HPのリニューアル、各種媒体での広報・PR施策実行
 - 優良企業との企業・商品コラボ
 - マーケット分析力の強化、明確な販売戦略の策定・実行
 - 「健やかごま油」を含む主要4商品の販売プランの策定、実行
 - ごま油の健康イメージの定着

戦略② 海外事業強化

- ・販路・ユーザーの掘り起こし
 - 価格競争力ある商品の開発・提供
- ・現状の主力販売地域（北米）以外での販売強化
- ・M&A等も視野に海外拠点確保及び事業拡大
- ・原料調達が多様化（サプライヤー開拓）、海外での在庫・品質管理スキームの実現



事業戦略②

戦略③ 販売マーケティング強化・商品開発強化

・商品企画力・開発力強化による新たな価値提供

- **社会変化に応じた顧客ニーズ起点のごま商品開発**
 - 脱脂ごまの活用等（アップサイクル）、トレンドを意識した商品開発
 - 「純白ごま油」拡販に向け、商品名やパッケージの検討
 - 「プレミアムごま油」や、その他ごま油・ごま派生品、EC限定商品等の開発と広告宣伝
 - OEMも含む独自性とユーザー便益の高い商品の開発と商品数の拡充
- **先進企業としてごまの新たな価値を市場・消費者へ提供**

戦略④ 販売チャネルの拡充

・E-コマース強化
・通販事業の成長戦略

- **販売チャネルの拡大**
 - Amazon等、他販路と自社通販を掛け合わせたEC事業積極化
 - 中国越境EC等強化

戦略⑤ カタギとの連携強化（統合効果の具現化）

・食品ごま事業の再定義・再構築

- **かどや製油・カタギ食品の製販体制最適化**
 - 各種情報（顧客・商品・製造）を共有し効率化
 - 商品研修・販売戦略策定を通じた提案営業力強化
 - 得意分野を活かした戦略立案による営業の効率化
- **カタギ食品との原料調達における集約化**



1. 中期経営計画について
2. 財務指標
3. 事業戦略
- 4. 経営基盤**
5. SDGsへの取組み



経営基盤の強化

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強化していきます”

【安心・安全への不断の取組み】

- ・原料～製品までの品質管理強化

【人事制度改革】

- ・働き方改革（テレワーク態勢の整備等）対応
- ・人事評価、人材育成、人材交流、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】

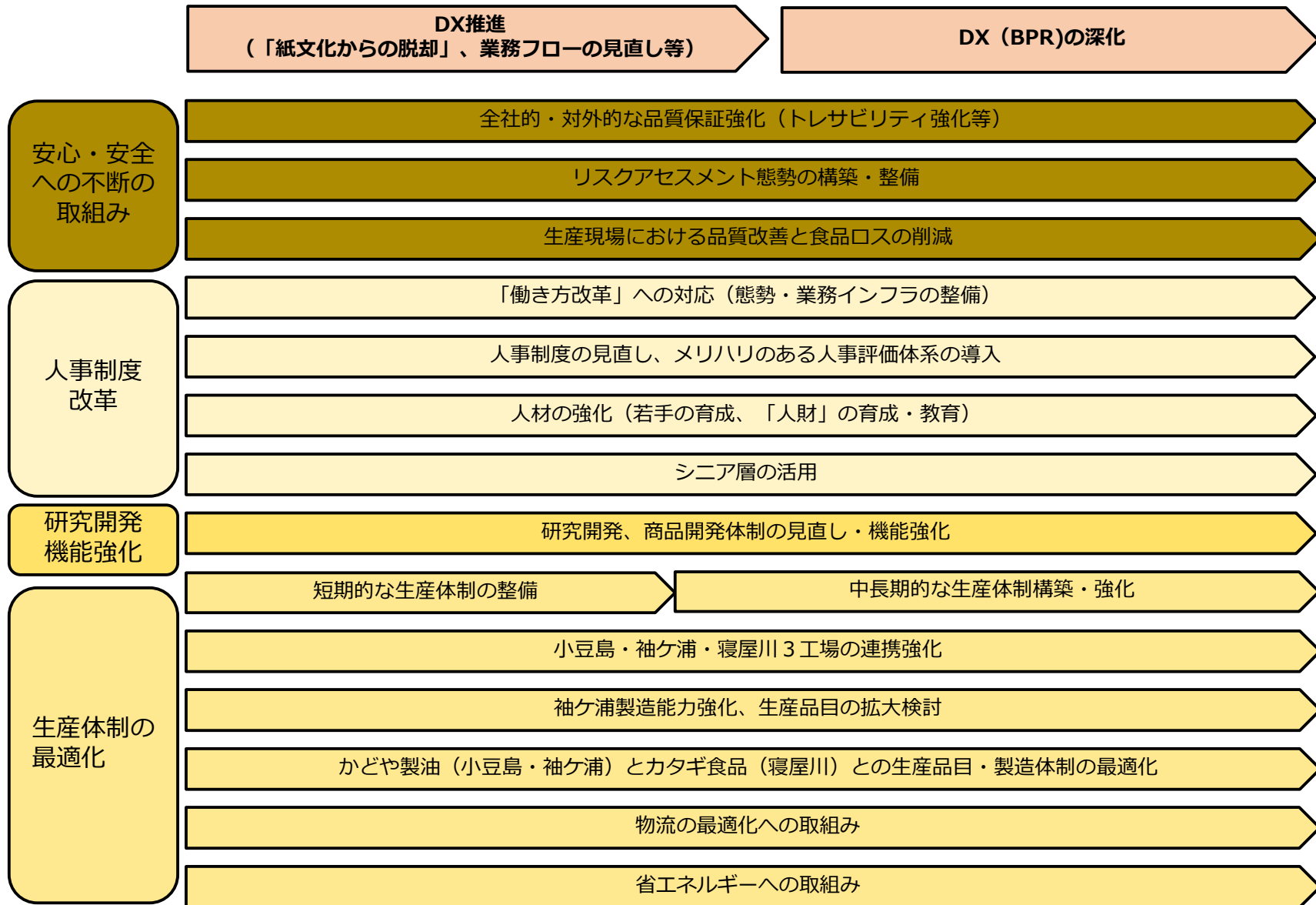
- ・グループでの商品開発力の向上
- ・人材の強化、研究開発機能の集約

【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

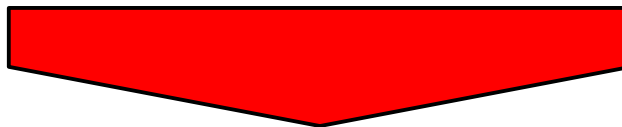


経営基盤の強化

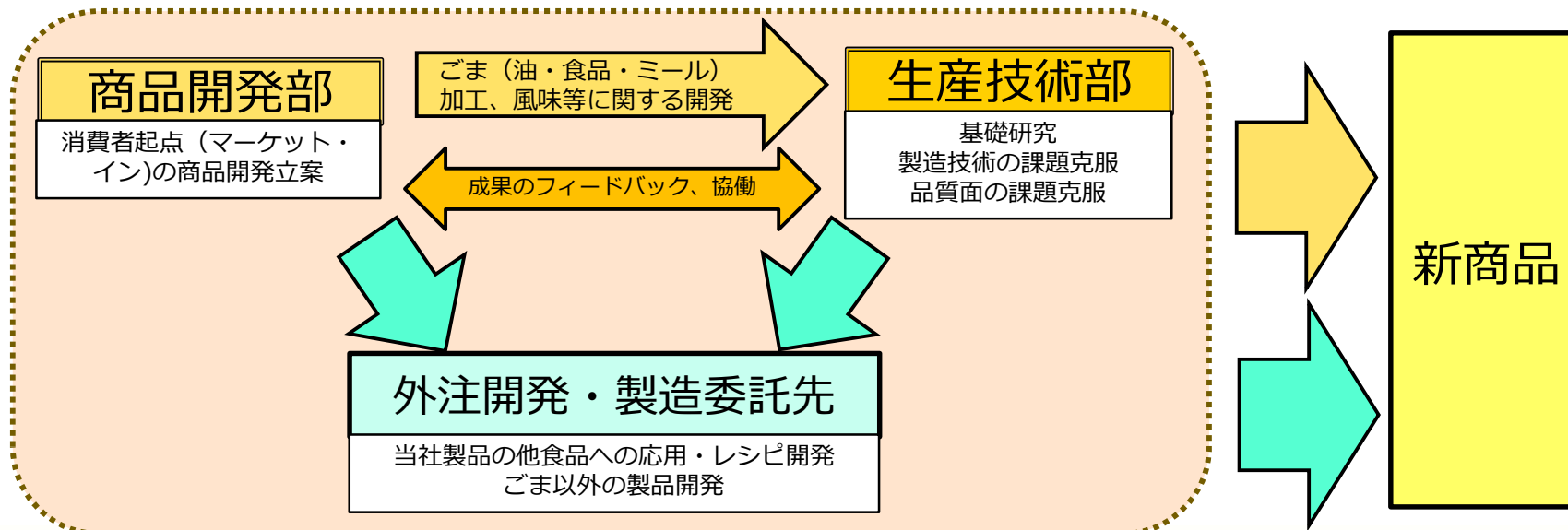


角 研究開発機能の強化

現在の生産企画部の研究・開発体制を見直し、各種課題へ対応します



商品開発俯瞰図





1. 中期経営計画について
2. 財務指標
3. 事業戦略
4. 経営基盤
- 5. SDGsへの取組み**

SDGs実現に向け、かどや製油グループは様々な取り組みをします

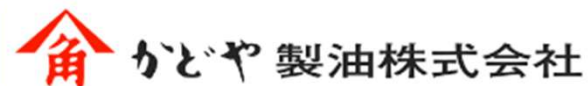
当社の事業にとり重要な原料調達において、海外の生産者とのパートナーシップの更なる緊密化を進め、農業活動への支援を行います
 物流改革・再生可能エネルギー等で温室効果ガスの排出量削減や賞味期限延長等による食品ロスの削減に寄与します

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標



グループ体での
SDGsへの取り組み





SDGsへの取組み

現在の取組み

食品ロスの削減

- 脱脂ごまを飼料・肥料としての二次活用
- 原料の歩留まり率の向上
- 賞味期限の延長



CO2排出量の削減

- LNG活用
- 工場内の照明のLED化
- ボタニカルインキの使用
【注1】



その他

- 自然保護団体・食料支援機関への寄付
- 食育活動など



今後の取組み

ごま生産農家支援

- タンザニア・ゴマ・プロジェクト
- 持続可能な有機ごまの調達



食品ロスの削減

- アップサイクルへの取組み
(ごま粕からの食品タンパク、
「澱」のバイオ燃料としての活用)



CO2排出量の削減

- 太陽光発電システムの導入検討
- 「グリーンエネルギー」の活用検討



【注1】：原材料の一部を石油由来成分から植物由来成分に置き換えたインキ。
化石資源の節約、CO2排出量の削減に効果があります



SDGsへの取り組み①

【かどや製油】

ゴマ・プロジェクト (タンザニア)



- 三井物産(株)、ETG (ごまサプライヤー) を通じて、タンザニアの小規模ごま農家を対象とした栽培指導、ごまの収量・品質を改善し、小規模農家の収入増を実現するプロジェクト
- 栽培指導を通じ生産される安心安全な原料を適正価格で買取り、農家の収入改善に貢献
- タンザニア内の3地域合計で約2,000のごま農家 (500ha) が生産する400kg/haの収量を800kg/ha以上に改善する計画

【カタギ食品】 【有機ごま販売シェアNo1】

持続可能な有機ごまの調達



- 有機農法は自然の治癒力を利用し自然環境に配慮した、人に優しい持続可能な栽培方法
- その農法による有機ごまは付加価値を生み、農家収益の向上、経済成長に寄与している
- 農家による産地での認証取得をサポートし、適正価格での原料調達を行い、安心安全へと繋げている



SDGsへの取組み②

【かどや製油】

アップサイクルへの取組み

- ごま粕を飼料・肥料として提供している現状に加えて、それに新たな付加価値を持たせることで別の新たな価値の実現を目指す

12 つくる責任
つかう責任



【かどや製油】

CO2排出量の削減

【「省エネ委員会」の強化】

- 生産部門を中心に、CO2排出量削減への取組みを強化

【太陽光発電システムの導入検討】

- 小豆島・袖ヶ浦両工場に太陽光発電システムの導入によりCO2排出量を削減する

【「グリーンエネルギー」の活用検討】

7 エネルギーをみんなに
そしてクリーンに



13 気候変動に
具体的な対策を





※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

取締役執行役員経営企画部長 高野 純平

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 食品安全マネジメントシステムFSSC22000運用
原料から最終製品まで一貫した食品安全・品質管理体制の構築・維持
小豆島工場：2015年9月6日 認証取得、2020年8月12日 更新
袖ヶ浦工場：2021年2月3日 認証取得
- ② 全社的な品質保証体制
品質保証規程を改訂、全従業員・全組織で品質保証に取り組むことを規定
- ③ 原料ロット毎の分析項目の充実
公的検査機関による残留農薬検査項目の充実、アフラトキシン検査の追加
- ④ 製造部門のコンプライアンス強化
製造部門に対するコンプライアンス研修、食品関連法規の勉強会
- ⑤ 品質保証部の人員増強・業務拡充による品質保証体制の強化
品質保証部による対外文書の確認・承認、自社工場・製造委託先の監査

消費者の皆様は安心・安全なごま製品を提供できるよう
常に品質向上を図り、ステークホルダーの皆様への信頼を得る



広告・PR

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・健康に！ごまの健康価値を通して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、新しい生活様式を取り入れたユーザーの目線でレシピ（ごま油でオイル蒸し等）を開発し提案。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（栗原心平さん、はるあんさん、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。

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） / フォロワー数：17,444人
 - 公式Twitter（メイン属性10～30代） / フォロワー数：65,000人
 - 公式Instagram（メイン属性10～20代） / フォロワー数：2,453人
- ※フォロワー数：2021年5月14日時点

当社からの情報発信の他、人気インフルエンサーを起用したタイアップ施策等を実施し、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。

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

全国119ヶ所のスタジオで体験の場を創出の他、リアルな料理体験とオンラインでの料理体験の2軸でカタギ食品共同料理教室を実施。

- 東日本料理学校協会

21校で体験の場を創出。年間を通してタイアップ商品の展示、メニューの中でタイアップ商品として紹介し使用。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。

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。



広告・PR

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

ごま油の需要喚起 = 認知向上・販売促進

“ 特定保健用食品「健やかごま油」の提案 ” ~ 美味しく・健康に！ごまの健康価値を通して“新ごま油習慣”

テレビCMを中心に各種媒体を活用して大々的な広告宣伝を実施

2021年4月15日～28日全国に2週間投下

約1,250～1,300GRP以上

7曜日ごとに蒼井優さんが魅せるおいしいごま油の“新習慣”

トクホを取得した新商品の登場CMのテーマを「毎日」とし、いろんなごま油の美味しさを発見してもらい、毎日使っていただく新しい“ごま油習慣” “おいしい健康生活”を啓蒙する企画としたTVCM。曜日ごとにごま油CMをその曜日ごとにオンエア。仕事も生活も謳歌しながら、コレステロールも少し気になりだした女性から好感度が高い料理好きな蒼井優さんを起用。彼女の「毎日」を丁寧にスケッチしたワンカットのCMの中に登場する食卓には、新しいごま油の美味しさを発見するメニューが次々に出できます。CMのレシピでは「かける」ごま油使いを基本とし「あ、そんな使い方！」と「炒める」から脱却したごま油への小さな“発見”がテーマ。1週間7タイプ（15秒）同時放映。



『健やかごま油 トクホで新ごま油習慣 月曜日篇』



『健やかごま油 トクホで新ごま油習慣 火曜日篇』



『健やかごま油 トクホで新ごま油習慣 水曜日篇』



『健やかごま油 トクホで新ごま油習慣 木曜日篇』



『健やかごま油 トクホで新ごま油習慣 金曜日篇』



『健やかごま油 トクホで新ごま油習慣 土曜日篇』



『健やかごま油 トクホで新ごま油習慣 日曜日篇』

他、PR活動、WEB広告、業界紙広告を展開



コラボレーション商品①

様々なジャンルで御使用頂き、**当社ブランドの活性化と価値向上**を訴求していく

発売時期順に記載

<小島屋乳業製菓株式会社>

- ・商品名：黒ごまチーズケーキアイス
- ・発売時期：2020年9月～ 通年
- ・販売地域：全国のスーパーマーケット、コンビニエンスストア、サービスエリア
- ・内容：本製品は、かどや製油株式会社の「すりごま」「煎りごま」「練りごま」「ごま油」を使用した濃厚なソースと、滑らかで優しい味わいの2種類のチーズを使ったアイスで仕上げたごま好きの方に向けた濃厚なアイス



<ジャパンフリトレ株式会社>

- ・商品名：マイクポップコーン 【ごま油と塩】
- ・発売時期：①2020年9月14日～ ②2020年9月28日～ 店頭在庫が無くなり次第販売終了
- ・販売地域：①全国コンビニエンスストア先行発売、②全国スーパーマーケット
- ・内容：かどや製油株式会社のロングセラー商品「純正ごま油」を使用したポップコーン、塩味のポップコーンにおなじみのごま油の味わいがプラスされ、ほんのりと香るのりの風味がアクセントとなった絶妙な味わいのポップコーン



<株式会社でん六>

- ・商品名：①ポリッピーのりとごま油味67g、② Eサイズ ポリッピーのりとごま油味55g
- ・発売時期：2020年10月1日～2021年3月末
- ・販売地域：東北、関東、関西のスーパーマーケット、全国コンビニエンスストア
- ・内容：磯の風味香るのりと香ばしいごま油を使用し、香りとコクにこだわったポリッピー





コラボレーション商品②

様々なジャンルで御使用頂き、**当社ブランドの活性化と価値向上**を訴求していく

発売時期順に記載

<森永製菓株式会社>

- ・商品名：ポテロング<ごま油としお> (43g)
- ・発売時期：2020年10月13日(期間限定)
- ・販売地域：全国スーパーマーケット、コンビニエンスストアその他、ドラッグストア、通販等
- ・内容：スティック形状でサクサクした軽い食感。
サクッとするたび、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。



<亀田製菓株式会社>

- ・商品名：しゃり蔵 ごま油香る黒胡椒味 (38g)
- ・発売時期：2020年12月14日(期間限定)
- ・販売地域：全国のコンビニエンスストア
- ・内容：かどやの純正ごま油使用。香ばしいごま油の芳醇な香りと黒胡椒のスパイシーな味わいがお楽しみいただけます。



<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 (70g)
- ・発売時期：2021年1月11日(期間限定)
- ・販売地域：全国のコンビニエンスストア
- ・内容：「かどやの純正ごま油」で味付けしたポテトチップスです。
香り高いごま油と豊かな焼きのりの風味が楽しめます。





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。ごまの稀少成分「セサミン」を高濃度凝縮した商品。毎年着実に成長しております。

<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栄養補助食品。ストレス社会における腸の働きに着目し、安定的にファンを獲得している。



2021年3月期実績、及び2022年3月期施策

①2021年3月期実績

コロナの影響により、消費者の健康意識の高まりがみられる中、積極的に「ごまセサミン」の販売手法を変えた事が寄与し堅調に推移した。ごまの健康機能の啓蒙・普及も兼ね、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。新聞・WEB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、コロナの影響により巣ごもり需要が増加したこともあり、「胡麻黒丸・胡麻白丸」や「黒胡麻プリン」等の健康食品以外のニーズも増加し、売り上げが伸長した。

②2022年3月期施策

引き続き、「ごまセサミン」を中心にプロモーション方法を模索しながら展開し、市場状況に応じ効率的に新聞・WEB・TV広告を選び活用していく。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





カタギ食品について

2021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。

「有機ごまのパイオニア」

カタギ食品は2001年に有機JAS認証を取得し、業界初の有機ごま製品を発売しました。有機ごまは、消費者の安心・安全や環境保全のみならず、発展途上国で高付加価値を生み出す重要な作物として位置づけられており、持続可能社会の実現に貢献しています。

「持続可能社会の実現に向けて」 SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

カタギ食品は有機ごまへの取り組みを通じて、持続可能社会の実現を目指します。



カタギ・トレーサビリティシステム

～ 食卓から原料産地までを絆ぐ独自の仕組み ～

カタギ食品では、お客様に簡単に産地情報を検索して頂けるよう、製品にQRコードを付け生産地での胡麻栽培の様子などを写真で紹介するシステムをホームページ上で公開しております。

また、原料から最終製品までの生産工程管理が速やかに確認できる社内システムも整備しており、お客様のお問い合わせなどに迅速に対応する体制を整えています。



有機ごまシリーズ

有機JAS

有機いりごま 金 60g

有機JAS認証の金ごまは、希少価値のある原料。歯応えよく風味豊かな金ごまを香ばしく焙煎しました。ご賞味ください。

▶ この商品の原料原産地を確認する



原料について

現 状

- ① ごま種子の生産 - 全世界の生産量は増加傾向
2019/2020年度生産量 : 約577万トン (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)
 - ・残留農薬問題が発生しやすい
- 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傾向。

但し、足元ではミャンマーとエチオピアで発生したクーデターや内戦の影響により、供給量ダウンが見込まれている。

生産国の政情に加え、天候も生産量に大きく影響し、供給面は不安定さを増している。

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。
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



<2022年3月期の見通し>

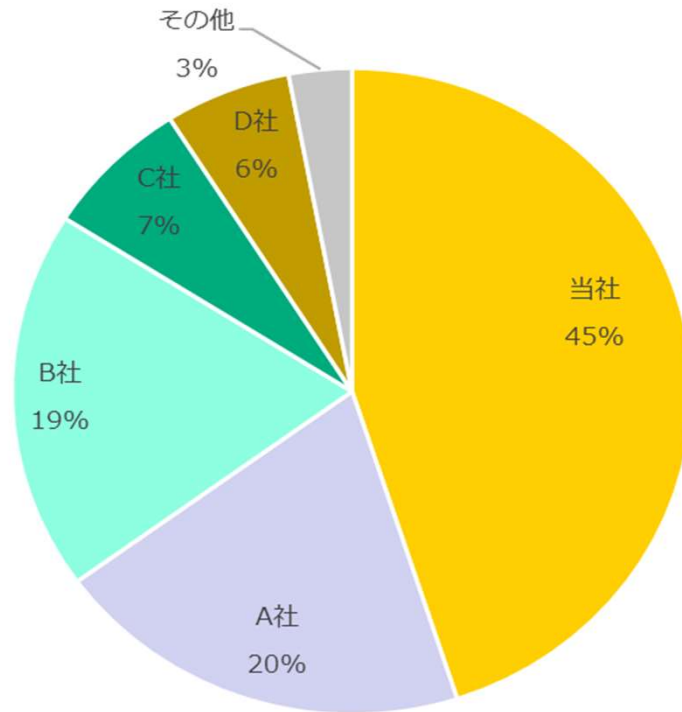
- 2020年夏頃には、一時USD1,100/Mtレベル迄下落した相場だったが、新型コロナウイルス感染症の影響がいち早く収束した中国勢の買付が強まったことにより、2020年年末にかけてUSD1,300/Mtレベルまで上昇。
 - 2021年に入ってから、中国の潤沢な港湾在庫量が弱材料としてある一方で、供給面ではエチオピアの内戦の影響で通常よりも早く西アフリカ産が売り切れたとの強材料もあり、現在に至るまでUSD1,300/Mtレベルで推移している。
 - 日本の輸入平均通関価格は、2019年度のUSD1,487/Mtに対し、2020年度はUSD1,412/Mtまで下落。新型コロナウイルス感染症の影響による船積み遅れや到着遅延といったロジの混乱もあり、今後もUSD1,300/Mt以下で成約された貨物の入港が続くため、暫くは輸入通関価格は下落推移が見込まれる。
 - 供給面では、東アフリカの収穫時期に突入。昨年の安値取引を受けて農家の播種意欲が減退、今期は減産する可能性が高い。また、播種時期を迎えているミャンマーではクーデターが発生した影響により、輸出動見通しは不透明な状況。
- 中国勢の旺盛な買付、東アフリカの減産見込み、産地の政情不安等、マーケットは堅調推移する可能性が高い。



シェア状況

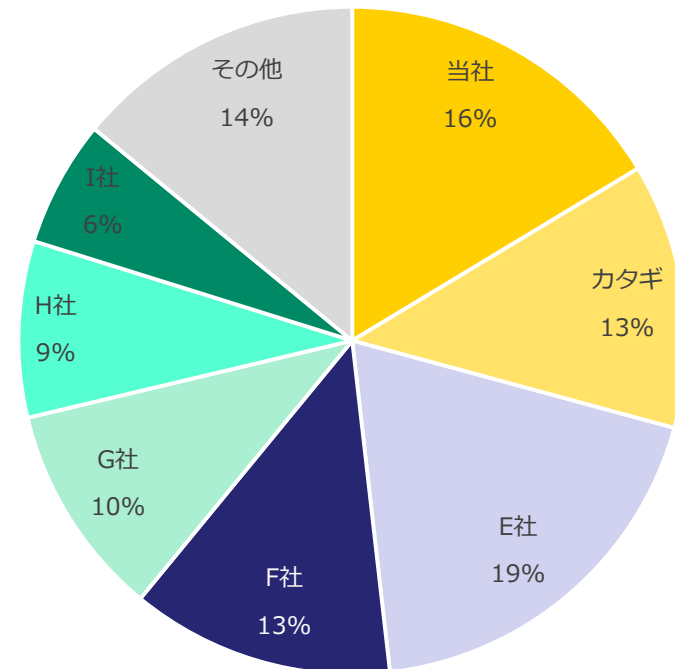
ごま油（2020年1～12月売上高）

市場規模：約430億円



食品ごま（2019年1～12月売上高）

市場規模：約300億円



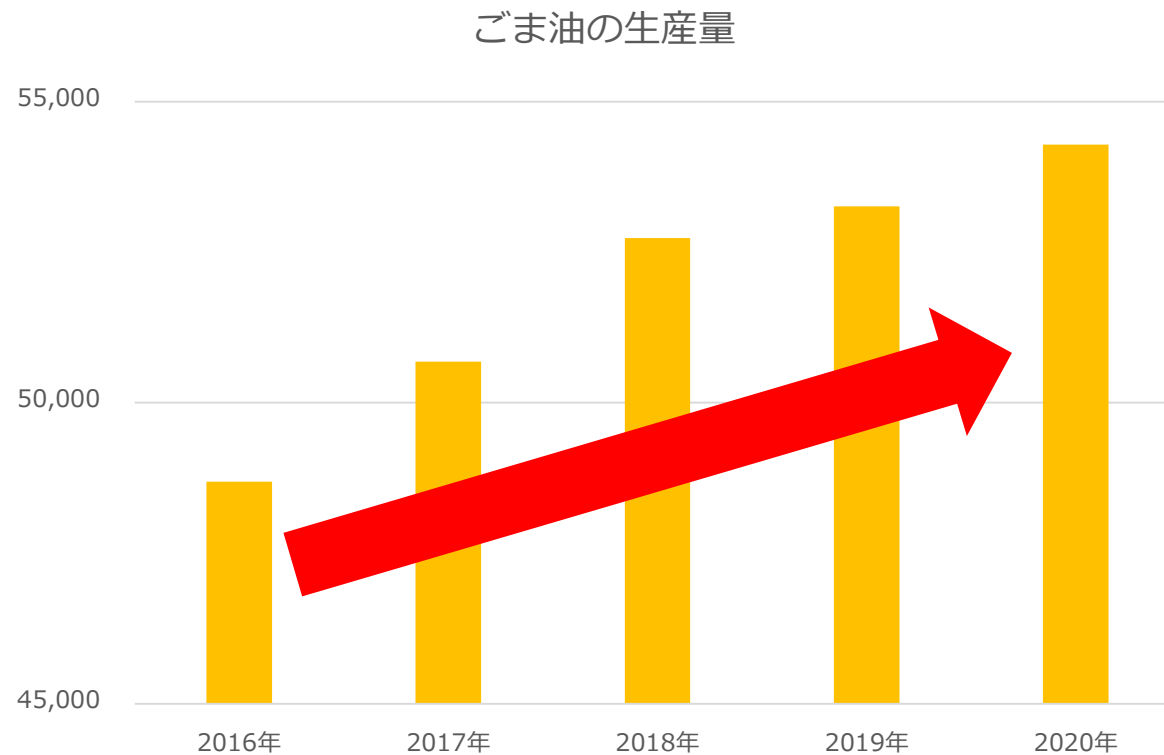
※ 食品ごまの調査は2年に1度のため、2019年が最新データ

自社調べ



国内のごま油生産量実績

国内のごま油の生産量は年率平均約2.7%で増え続けており、今後も成長が期待できる分野といえる



資料：農林水産省作成「油糧生産実績表」



会社プロフィール（2021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 7,281名
- ◇従業員数 377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





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
- ◇資本金 30百万円
- ◇従業員数 158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



配送センター



寝屋川工場