



かどや 製油株式会社

2026年3月期(FY25) 決算説明会

2026年5月26日
TSEコード:2612



ひらけ、ごまの可能性。

ごまの価値を極限まで高めることで、小豆島から、世界に貢献していく。

代表取締役社長の北川でございます。

本日はお忙しい中、当社の決算説明会をご視聴いただき、誠にありがとうございます。

FY25(26/3月期)実績

- 国内は適正価格浸透とシェア上昇、海外は北米で数量成長を維持し、売上高400億円・営業利益38億円と増収増益。
- 一方、食品ごま事業等、成長に向けた課題も明確になった年。

FY26(27/3月期)予想

- FY28を最終年度とする中経達成に向けて「かがむ年」と位置づけ、事業開発／市場開発／経営基盤構築への先行投資を実行。
- DOE導入により、利益減でも株主還元の安定性は確保。

FY28を最終年度とする
 中経達成に向けた
 重点施策

- ① 「かける需要」の掘り起こしによる既存事業の充実
 - ② 「洋食に合うごま油」投入による新たな需要創造
 - ③ 副産物(搾りかす等)の付加価値化
- + 基盤構築

本日お伝えしたいポイントを冒頭にお伝えいたします。3点ございます。

まず1点目、FY25(26/3月期) の実績でございます。

国内では適正価格の浸透とシェア上昇、海外では北米を中心に数量成長を維持した結果、売上高400億円・営業利益38億円と増収増益を達成いたしました。

一方、食品ごま事業等、成長に向けた課題も明確になった一年でもありました。

2点目、FY26(27/3月期) の業績予想です。

FY28を最終年度とする中期経営計画の達成に向け、今期はあえて「かがむ年」と位置づけます。事業開発・市場開発・経営基盤構築への先行投資を行ってまいります。

一方、株主還元につきましてはDOEを導入したということで、当期純利益が減っても株主還元の安定性は確保いたします。


3点目、中期経営計画の達成に向けた重点施策についてです。


FY28を最終年度とする中期経営計画達成に向けた具体的な重点施策といたしましては、


- 第一に、「かける需要」の掘り起こしによる既存事業の充実
- 第二に、「洋食に合うごま油」の投入による新たな需要の創造
- 第三に、搾りかす等の副産物の付加価値化

同時に、これら3点を実現するための経営基盤の構築に取り組んでまいります。

次に実績・予想の詳細につきまして、経営企画部長兼コーポレート本部長の佐藤よりご報告申し上げます。

 1 FY25決算概要／FY26通期業績予想
常務執行役員 コーポレート本部長 佐藤 幹央

 2 中期経営計画の進捗と今期の重点施策
代表取締役社長 北川 淳一

 1 FY25決算概要／FY26通期業績予想
常務執行役員 コーポレート本部長 佐藤 幹央

 2 中期経営計画の進捗と今期の重点施策
代表取締役社長 北川 淳一

- ・売上高は初の400億円を突破。営業利益は前年比2割増となる38億円と増収増益を達成。
 - 海外ごま油：販売数量は前年比2%増加したものの、トランプ関税影響への対応費用により営業利益は同▲5%減少。
 - 国内ごま油：業務用は販売堅調に加え適正価格浸透により増益。家庭用はマーケティング関連費用増で減益。
 - 食品ごま：価格競争が激化し、営業利益は同▲22%減少。

		売上高		営業利益		営業利益率		販売数量		
		実績	増減率	実績	増減率	実績	増減	実績	増減率	
ごま油	海外	87.5	+0.3%	26.3	▲5.3%	30.1%	▲1.8pt	7,056	+1.9%	
	国内	家庭用	109.6	+1.1%	3.0	▲23.4%	2.7%	▲0.9pt	9,303	+5.4%
		業務用	106.0	+3.4%	6.7	+60.3%	6.4%	+1.7pt	12,723	+2.1%
食品ごま		86.1	+4.2%	1.8	▲21.7%	2.1%	▲0.7pt	11,922	+2.4%	
脱脂ごま他		11.1	▲18.9%	0.2	-	1.8%	-	25,598	+3.0%	
合計		400.3	+1.4%	38.2	+20.5%	9.5%	+1.5pt	66,601	+2.9%	
		経常利益		40.6	+19.6%					
		当期純利益		27.2	+15.5%					

%表記は前年同期比増減率

コーポレート本部長の佐藤でございます。

私から、FY25の連結業績についてご説明いたします。

当会計年度の業績は売上高が初めて400億円を突破し、利益面では営業利益が前期比20%超、38億円を達成し増収増益となりました。

今回から、スライド下段に事業領域別の売上高および営業利益を参考情報として掲載しております。

ごま油事業のうち、海外売上高は87億円超と前年並みを維持いたしましたが、トランプ関税の影響への対応費用を計上したことにより、営業利益は26億3,000万円となり、前年比で減益となりました。

国内につきましては、業務用ごま油が適正価格の浸透により営業利益6億7,000万円と6割増となった一方、家庭用ごま油はマーケティング関連費用の増加により営業利益3億円と、前年比2割の減益となっております。

また、食品ごま事業につきましては、価格競争の激化により営業利益が1億8,000万円と、前年比22%の減少となりました。

次のページをご覧ください。

- ・ FY28を最終年度とする中期経営計画の達成に向けて、FY26は成長投資(かける需要掘り起こし/新商品投入/副産物付加価値化)と基盤投資(新基幹システム等)の実行により、販管費が前年対比22億円増加。
(新商品/市場開発関連+15億円、基盤関連+7億円)
⇒営業利益はFY25実績比▲9億円の29億円となる見通し。

	(億円)	FY25	FY26	
		通期実績	通期見通し	前年度比
連結	売上高	400.3	410	+9.7 +2.4%
	販管費	75.0	97	+22 +29.4%
	営業利益	38.2	29	▲9.2 ▲24.0%
	営業利益率	9.5%	7.1%	- ▲2.4pt
	経常利益	40.6	30	▲10.6 ▲26.1%
	経常利益率	10.1%	7.3%	- ▲2.8pt
	当期純利益	27.2	20.5	▲6.7 ▲24.7%
	当期純利益率	6.8%	5.0%	- ▲1.8pt

今年度の業績見通しにつきましては、

海外での更なる拡販と国内新商品の展開により、売上高は410億円と増収を見込む一方で、利益面では営業利益29億円への減益を見込んでおります。

これは、冒頭に北川からも説明いたしましたとおり、今期を「かがむ年」と位置づけ、様々な費用をしっかりと投入することで、将来に向けた攻めの費用として捉えているためです。

投資家の皆様に安心してご支援、ご期待をいただけるよう、配当につきましては導入済みのDOEベースを下限とし、減益のシナリオの場合でも還元をしっかりと行ってまいります。

次のページをご覧ください。

- 中東情勢の影響によりナフサを原料とした資材価格の上昇が見込まれ、それに伴うFY26のコスト増は現時点では約2億円程度を見込む。

コスト増影響

- 2026年3月期の電気、ガス、包材などのコストアップ影響額は約2億円程度
- 1Qより資材等の価格変更があり。2Q以降に本格的にコストが上昇する可能性。

安定調達への影響

- 原料調達：現時点では大きな影響なし。
- 資材調達：タフテナが内袋不足により供給不安あり、一斗缶への変更にて対応中(右写真)。

タフテナは内袋が不足し
調達不安あり、一斗缶へ切り替え対応中



中東情勢の影響についてご説明いたします。

足元では、ナフサを原料とする資材価格の上昇がすでに見込まれており、電気・ガスなどを含めたコスト増の影響を2億円程度想定しております。

なお、資材価格の変更は第1クォーター時点からすでに始まっており、第2クォーター以降に本格的なコスト上昇が現れてくる見込みです。

一例として、写真にございます業務用タフテナの内袋については、現在調達が厳しい状況にあるため、例えば一斗缶への変更といった対応を実務面で進めております。

次のページをご覧ください。

(参考)FY26 セグメント別予想



(億円/トン)		売上高		営業利益		営業利益率		販売数量		
		予想	増減率	予想	増減率	予想	増減	予想	増減率	
ごま油	海外	89.8	+2.7%	23.3	▲11.5%	25.9%	▲4.2pt	7,348	+4.1%	
	国内	家庭用	120.4	+9.8%	1.7	▲42.3%	1.4%	▲1.3pt	9,899	+6.4%
		業務用	102.1	▲3.6%	5.5	▲18.8%	5.4%	▲1.0pt	12,646	▲0.6%
食品ごま		86.7	+0.8%	▲1.0	-	▲1.2%	▲3.3pt	12,139	+1.8%	
脱脂ごま他		10.9	▲1.7%	▲0.5	-	▲4.7%	▲6.9pt	26,039	+1.7%	
合計		410.0	+2.4%	29.0	▲24.0%	7.1%	▲2.4pt	64,127	▲3.7%	

%表記は前年同期比増減率

こちらは参考資料として、FY26のセグメント別業績予想を掲載したものです。

私からの説明は以上となります。

続いて、中期経営計画進捗状況と今期の重点施策につきまして、改めて社長の北川よりご説明申し上げます。

-  1 FY25決算概要／FY26通期業績予想
常務執行役員 コーポレート本部長 佐藤 幹央
-  2 中期経営計画の進捗と今期の重点施策
代表取締役社長 北川 淳一

社長の北川でございます。

私から、中期経営計画の進捗と今期の重点施策についてご説明申し上げます。

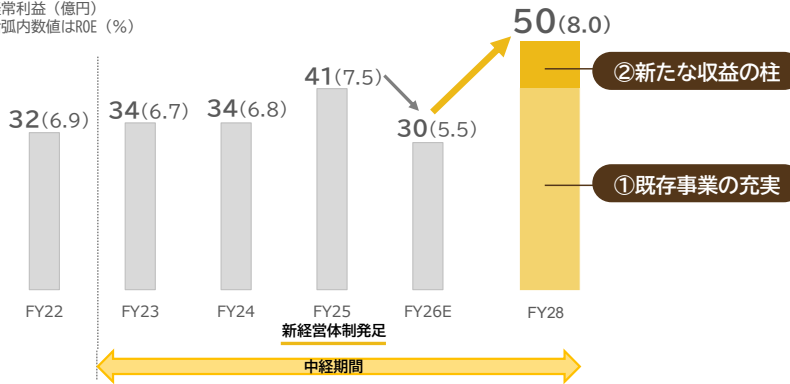
次のページをご覧ください。

- ①既存事業の充実、②新たな収益の柱の創造、③ファンベース経営※基盤の構築により、FY28に経常利益を50億円／ROE8%を達成する
(*) 当社が大切にしている価値を支持してくれる人(ファン)を社内外で増やしファンをベースにして企業価値を高める経営

③ファンベース経営基盤の構築

中長期KPI:卓上設置店舗数/米国数量シェア/新商品売上高比率/副産物売上高等

経常利益(億円)
括弧内数値はROE(%)



当社は、醤油が世界に広がったように、「ごま」の価値を極限まで高め、美味しさと健康を世界に届け、「KADOYAごま油」が世界中の食卓に並ぶ未来を切り拓く

当社が大切にしている価値

パーパス(存在意義)
ごまの価値を極限まで高めることで、世界に貢献する。

ビジョン(在りたい姿)
「ごま」を通じて社会課題の解決に取り組み、社員と会社の両方が持続的に成長する。

バリュー(大切にしている価値観)
 ご: ごまのバイオニア
 ま: まずは、お客様第一主義
 せ: 誠実、公平、偽りなく行動
 さ: 差別なく、異なる考え方、文化、社会に敬意
 み: 自ら挑む、常に変化を生む



中期経営計画の進捗と今期の重点施策について、ご説明いたします。

まず、中期経営計画の柱についてご説明いたします。

柱は3つございます。

①既存事業の充実、②新たな収益の柱の創造、③ファンベース経営基盤の構築、この3つの戦略を柱としております。

これらを着実に実行することで、FY28に経常利益50億円、ROE8%の達成を目指してまいります。

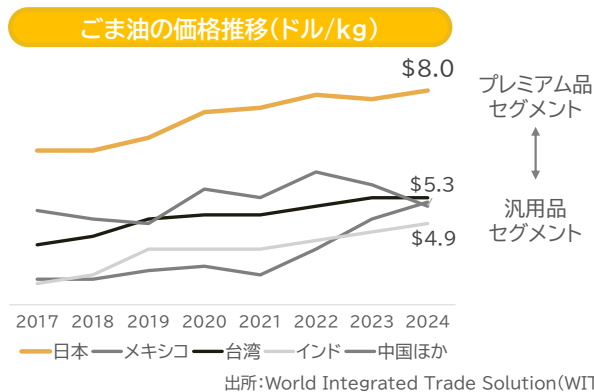
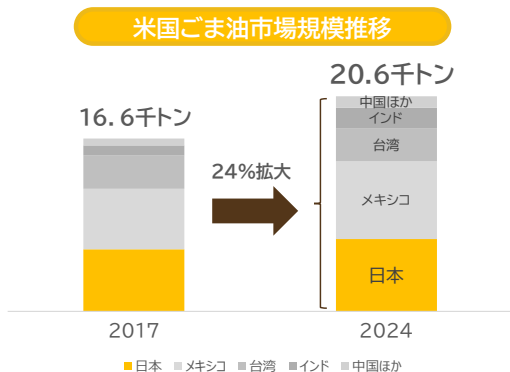
次のページをご覧ください。

1 既存事業の充実

まず既存事業の充実についてご説明します。

次のページをご覧ください。

- ・ 当社輸出の約8～9割を占める北米ごま油市場は、ほぼ100%輸入品で構成されている。
 国別シェア：メキシコ36%/日本34%/台湾15%/インド9%/中国他5%(重量ベース)
 輸入価格：日本産が約\$8/kg/メキシコ他は\$5前後/kgと市場は二極化(プレミアム品と汎用品)。
- ・ 当社は日本産において約7割程度のシェアで安定推移 (KADOYA = プレミアム市場の代表ブランド)
- ・ FY25は日本産にトランプ関税15%がかかり、同関税がかかっていないメキシコ産との価格差が拡大したものの、アジア系米国人ファンの方々には指名買いを継続頂き、販売数量は前年比で増加。
- ・ FY26は昨年12月に新設した100%子会社のKADOYA AMERICA INCを起点に、ファンとのコミュニケーションを深める施策を実施予定。



海外ごま油セグメントの中核であります北米市場についてご説明いたします。

当社の成長エンジンである海外ごま油セグメント、その輸出の約8割から9割が北米すなわちアメリカ・カナダ向けとなっております。

北米のごま油市場は、左下のグラフにございますとおり、米国のごま油市場は数量的に拡大を続けております。当社の認識では、米国内にごま油の製造メーカー様は存在しておらず、市場は全て輸入品で構成されていると理解しております。

主な輸入元および国別シェアは、メキシコが36%、日本が34%、台湾15%、その他インド・中国他の構成になっております。当社は日本産において、約7割程度のシェアを有しており、安定的に推移しております。

右下のグラフにございますとおり、輸入価格は日本産が約8ドル/kgであるのに対し、メキシコ産等は4ドルから5ドル/kgと、市場はプレミアム品セグメントと汎用品セグメントと明確に二極化しております。

当社「KADOYAごま油」はプレミアムセグメントの代表ということで確固たるポジションを築いております。

FY25につきましては、日本産にトランプ関税15%が課され、同関税がかかっていないメキシコ産との価格差がさらに拡大いたしました。

しかしながら、アジア系米国人を中心としたファンの方々には「KADOYAごま油」の指名買いを継続いただいた結果、販売数量は前年比で増加を達成しております。

これは私どものブランドの強さを示す重要な実績であると捉えられております。

FY26につきましては、アメリカのファンの方々とのコミュニケーションを強化する施策を実施していく考えです。

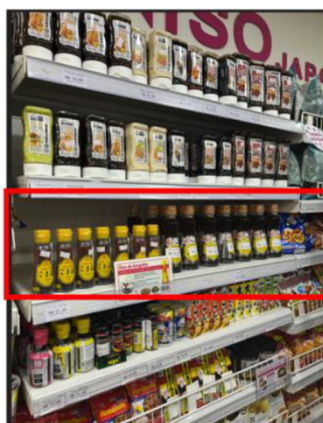
次のページをご覧ください。

- ・ 2023年にダイソーブラジル様にトライアル設置。店内でポップコーン×ごま油の体験を提供する等を行った結果、2026年5月現在、当社ごま油の棚におけるプレゼンスが大きく拡大(以下写真参照)。
 - ブラジルは日系人が270万と世界最大で、人口は2023年2.16億人⇒2050年2.31億人と拡大する見通し。
 - FY26は市場開発を加速させる方針。

2023年にトライアル設置



2026年3月現在



店内でポップコーン×ごま油の体験を提供



13

続きまして、海外ごま油セグメントについて、ブラジルの事例をご紹介します。

左下の写真は、ブラジルのダイソー様において、当社製品を陳列いただいている様子でございます。

2023年に、トライアルとして、当社のごま油70gの小容量商品を棚に置かせていただきました。

その後、右側の写真にございます通り、店内においてポップコーンにごま油を垂らし、香りとお味をお試しいただく体験型プロモーションを展開した結果、大変ご好評をいただきました。ブラジルでは、ご家庭でポップコーンを作って食べられることも多いことから、「少量かけて試す」といった新たな需要の創出につながっております。

また、中央の写真をご覧くださいと、2026年5月現在では、ダイソー様の棚の1段すべてを当社のごま油で展開いただいております、プレゼンスが拡大している状況でございます。

絶対的な物量としてはまだこれからではございますが、ブラジルは日系の方が約270万人と世界最大であり、さらに人口も2050年には約2億3,000万人に拡大する見通しとなっております。当社としては注力する市場ということで、今年度は市場開発を一層加速させていきたいと考えております。

次のページをご覧ください。

国内ごま油セグメント／家庭用

- ・ 世界市場で競争力を高めるうえで、「日本No.1」のブランド力は重要な競争優位の源泉。
- ・ 家庭用200g製品を軸に価値伝達を強化、新たな使用機会の提案を通じ需要の掘り起こしを実行。

主力商品を軸に、ブランド価値強化と価値理解促進を推進

- ・ 「かどやのごまたび」の体験接点を通じ、純正ごま油のおいしさを訴求
- ・ 「かける美味しさ」を体験できるキッチンカーを全国9か所で展開。
- ・ メディア総リーチ約8,000万人*を獲得。
- ・ 個包装ごま油とパッケージ表示により、利用シーン拡大と価値理解を促進
- ・ **純正ごま油への理解不足:2024年3月75.9%→2026年3月67.5%へ改善**

※TV、新聞、雑誌、Web、SNS等のメディアによる総リーチ数



“かける”用途提案による新たな需要創造

- ・ フンドーキン様と協業し、
 新商品「かけるだけで食欲そそる朝ごはん～ごま油卵かけ醤油」を上市。
- ・ 日本の朝食欠食率は13.5%、年間1.8兆円分の朝食が食べられていない。「時間がない」という理由が最多。
 こうした社会課題の解決にも寄与したいとの想いで開発。

出所：<https://www.nipponaccess.co.jp/news/detail/id=1663>



続きまして国内のごま油セグメントについてご説明を申し上げます。
 家庭用と業務用をそれぞれご説明いたします。

まず家庭用でございますが、

世界で戦っていくことにおいて、日本No.1のブランド力は非常に重要な競争力の源泉と強く認識しております。

このブランド価値のさらなる強化していくということについて、積極的に展開しております。

その一例として、昨年度は、キッチンカーを全国9か所で展開し、お立ち寄りいただいたお客様に、お弁当などに当社のごま油を少しかけて楽しんでいただく、いわゆる「ちょい足し」の体験をご提供いたしました。お陰様で、大変ご好評をいただき、当社製品に対する認知や関心の向上につながったものと認識しております。

一方で、新しい商品の開発にも取り組んでおります。

右下にございますのが、小袋タイプのごま油で、1パック5g入りとなっており、キャンプやお弁当などで手軽にご利用いただける商品として開発したものです。

また、中央にございます「ごま油卵かけ醤油」につきましても上市いたしました。手前味噌ですが、大変おいしい商品でございます。こちらは九州のフンドーキン様との共同開発商品で、現在は九州の一部で販売を開始しておりますが、来月からは成城石井様において、一部店舗にて販売いただける見通しとなっております。ぜひ一度お試しいただきたい商品でございます。

このように、ごま油の美味しさや香りの良さを、さまざまな形でお客様に体験いただく取り組みを、引き続き強化していく考えでございます。

質的拡大

当社の価値(香り・品質)を認めて頂き、指名買いをしてくださる叙々苑様のようなファンを増やすべく、お取引先の顧客(最終消費者)にお届けできる価値の訴求力を高め、適正価格の浸透を推進。

量的拡大

国内にある約50万の飲食店のうち、1/4で当社ごま油が卓上に常設され、1店平均4卓／1卓あたり200g製品を月に1本消費頂くと仮定すると、年間約1,200トンの新規需要が創出される(売上換算で約25億円規模)。引き続き「かける調味料」としての価値伝達を軸に、チャネル開発に取り組む。

当社社員向け PVV*ブックへの叙々苑様の寄稿

「高級であるより一流でありたい」。
創業以来、その想いでお客様と向き合ってきた叙々苑にとって、かどや製油のごま油は、料理の「決め手」となる欠かせないものとなっています。一流の味を作るには、歴史と実績に裏打ちされた一流の食材が必要です。

例えば、創業時からの看板メニュー「叙々苑サラダ」。
味の改良は数十回と重ねてきましたが、風味の要となるごま油だけは、一度も変えたことがありません。また、焼肉の命とも言える「モミダレ」にも必ず使用し、タレや薬味と調和した最高のハーモニーを生み出しています。

「料理は味だけでなく、風味も大切な要素」。
そう考える私たちにとって、かどや製油の香りと品質は、絶対の信頼を寄せるパートナーです。これからも安心安全でハイクオリティなごま油を、私たちの厨房に届け続けてください。

*パーパス・ビジョン・バリューの略
業務用取扱店からの声

飲食店での試験的な設置での反応は上々



15

続きまして、国内ごま油セグメントの業務用についてご説明いたします。

業務用の成長戦略は、質的拡大と量的拡大、この二面からアプローチを図っていきたくと考えております。

まず質的拡大ですが、左下に、長年お取引いただいている叙々苑様から、当社社員向け冊子に寄稿いただいた文章を掲載しております。

叙々苑様の看板メニューの一つである叙々苑サラダにつきましては、味の改良を数十回と重ねてこられたとのことですが、味の要となるごま油については、一貫して当社製品をご使用いただいております。

このように、業務用におきましても、当社の価値を認めていただけるファンを一社でも多く増やしていきたいと考えております。そのためには、お取引先様のその先にいらっしゃる最終消費者の皆様に対して、どのような価値を訴求できるかを考え、提案していくことが重要であり、これにより適正価格の浸透を図っていきたくと考えております。

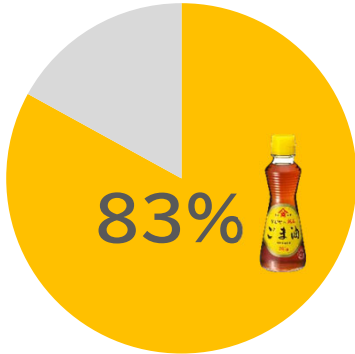
続いて量的拡大でございます。飲食店のテーブルには、醤油や胡椒など様々な調味料が並んでおりますが、当社のごま油は、まだ十分に設置されているとは言えない状況でございます。

国内の飲食店は約50万店と認識しておりますが、そのうちの1/4の店舗で、当社のごま油を1か月に1本でもご使用いただければ、年間で約1,200トン、売上ベースで約25億円規模の新たな需要を創出できると試算しております。

こうした観点から、引き続き「かける調味料」としての価値をどのように伝達していくかという点を軸に、チャネル開発に取り組んでいく考えでございます。

P17をご覧ください。

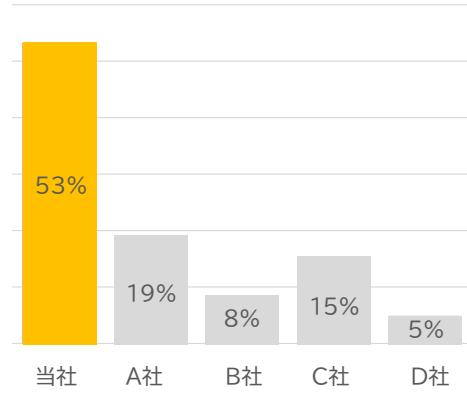
純正ごま油の香りを好ましいと感じる割合



100%純正ごま油の香りを83%が好意的に評価

※油のみの絶対評価 ※好ましい、やや好ましいの合算値

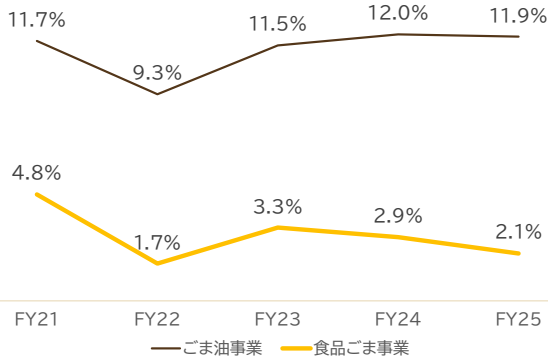
最もおいしいと感じる割合(もやしナムル)



2026年2月 当社試食調査 N=100

- ・ 食品ごま市場は、プレイヤー数が多く、商品の付加価値化が難しく競争が厳しい。品質管理等のコストも増加傾向。
- ・ FY26は食品ごま／ごま油／脱脂ごま各セグメントの将来性等も勘案の上、経営資源配分や小豆島／寝屋川工場の機能・役割の再定義等に関する検討を加速させる。

セグメント別 営業利益率推移



一人当たり営業利益

(連結ベース)	人員数	営業利益	一人当たり営業利益
食品ごま事業	200	2	100万円
ごま油事業	350	36	1,030万円
合計	550	38	

約10倍

*食品ごま事業の人員数はカタギ食品約120名+かどや製油約80名
 営業利益の単位は億円 (FY25実績)

続きまして、食品ごまセグメントについてご説明いたします。

ごま油市場とは異なり食品ごま市場は、プレイヤー数も多く、商品の付加価値化が難しく、一方で品質管理のコストが年々増加傾向にあり、厳しいセグメントであると認識しております。

こうした状況を踏まえ、FY26では経営資源の配分、小豆島工場および寝屋川工場の機能・役割の再定義等に関する検討を加速させていく所存でございます。

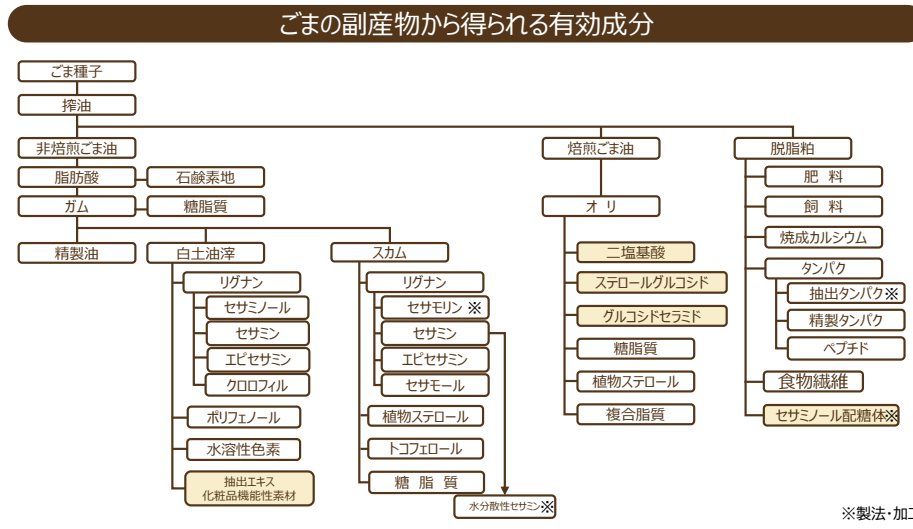
次のページをご覧ください。

2 新たな需要の創造

次に、新たな需要の創造についてご説明いたします。

次のページをご覧ください。

- ・ FY25は、脱脂ごまを利用してパン・麺類・菓子・飲料等の試作品を製作。需要家より一定の関心を得ている。更に市場性評価を進め、FY26中に粉碎・充填等の設備投資を行う予定。
- ・ FY25に研究開発本部を設置したことに伴い、ごまの持つ機能性成分の可能性に着目した非食用領域(化粧品原料等)の商品開発についても検討開始。



副産物の付加価値化についてご説明いたします。

当社では、ごま油の製造過程において、脱脂ごま、いわゆる搾りかすが発生いたします。ごま種子の約半分が油であるため、残り半分が副産物となり、年間で2万トン強の規模となっております。現在は、このすべてを飼料用途として販売しておりますが、これを高付加価値な用途へ転換すべく、食品利用に向けた研究を進めております。

具体的には、パン、麺類、菓子、飲料などへの応用を想定し、試作品を作成のうえ、需要家の皆様に評価いただいている段階でございます。

現時点では、一定の関心をいただいている状況ですが、今後は、市場性の評価をさらに進め、本年度中に、食品素材としての事業化を見据えた粉碎・充填等の設備投資について、意思決定を行う予定としております。

加えて、昨年度には研究開発本部を設置し、ごまおよび副産物に含まれる機能性成分の研究体制を強化しております。

サプリメント等で有名なセサミン以外にも、様々な体に良いと思われる機能性成分がございます。これらを体系的に研究していく体制を構築中であり、今後は、食品用途にとどまらず、中長期的にはスキンケアなどの非食品領域における商品開発にも挑戦していきたいと考えております。

次のページをご覧ください。

- ・ 60年前に家庭用ごま油で市場を切り拓いた実績を踏まえ、FY26は洋食領域への展開により新市場創造を目指す

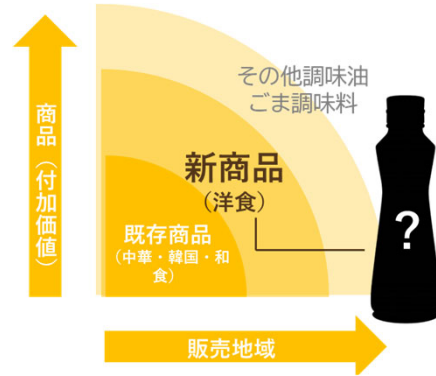
60年前に家庭用市場を開拓

当時の社長・小澤直平は、同業者から「家庭でごま油は使わない」と笑われながらも、家庭用ごま油を上市し、「ごま油＝業務用」という常識を変えて新たな市場を切り拓いた。



ごま油の常識を変える新商品投入

当社技術を活かし、「ごま油＝韓国・中華料理に使われるもの」という常識を変える「洋食に合うごま油」を上市予定。需要創造を通じ、収益基盤拡大を目指す。
(参考:家庭用オリーブ油市場の金額規模は486億円(出所:富士経済))



続きまして、洋食に合うごま油の上市についてご説明いたします。

まず左側の写真をご覧ください。

当社は、ごま油業界の常識を変えてきた実績を持っております。

約60年前、当時の社長が中心となり、「ごま油は業務用で使うもの」という常識に挑戦いたしました。

当時は、一斗缶で天ぷら店などが使用するものが主流で、家庭で使うものではないというのが一般的な認識でした。しかしながら、この常識を覆し、現在ではスーパーなどで家庭用ごま油の市場が確立されております。これが当社の成長の原点であり、DNAであると考えております。

そして本年、このDNAを踏まえ、もう一度ごま油の常識を変える取り組みに挑戦いたします。

右側の図にあります通り、新たに「洋食に合うごま油」を開発し、上市する予定です。

従来、ごま油は中華料理や韓国料理に使うものという認識が一般的でしたが、これを洋食領域へと拡張いたします。具体的には、サラダやパスタ、パンなど、オリーブオイルのように洋食にも合うというコンセプトで商品開発を進めております。

また、価格についても、オリーブオイルと比較して手に取りやすい水準でお届けしたいと考えております。

本商品は、今後の成長を牽引する重要な商品のひとつと位置付けております。

次のページをご覧ください。

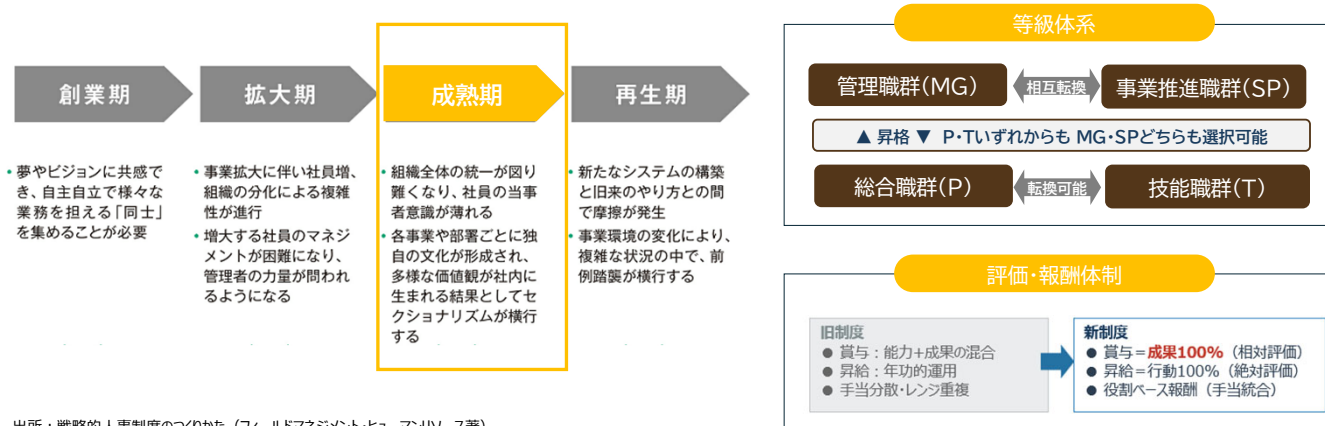
3 ファンベース経営基盤の構築

最後に、経営基盤の構築に向けた施策についてご説明いたします。

次のページをご覧ください。

挑戦と成長を促す新たな人事制度の導入

- ・ 事業ライフステージにおける「成熟期」の課題が顕在化している状況を踏まえ、
- ・ FY25に「パーパス・ビジョン・バリューと整合性の取れた新人事制度」を策定、FY26より導入を開始。
 - 技能職群／事業推進職群を設置、単線型⇒複線型のキャリアパスを導入。多様な貢献を可視化。
 - 手当中心の報酬体系を見直し。等級間の報酬差を明確化、上位職責への動機づけを強化。



中期経営計画の達成に向け、2026年4月より、新人事制度を導入いたしました。

当社としては、いわゆる成熟期における課題が顕在化してきているのではないかと、そのように自己分析をいたしました。

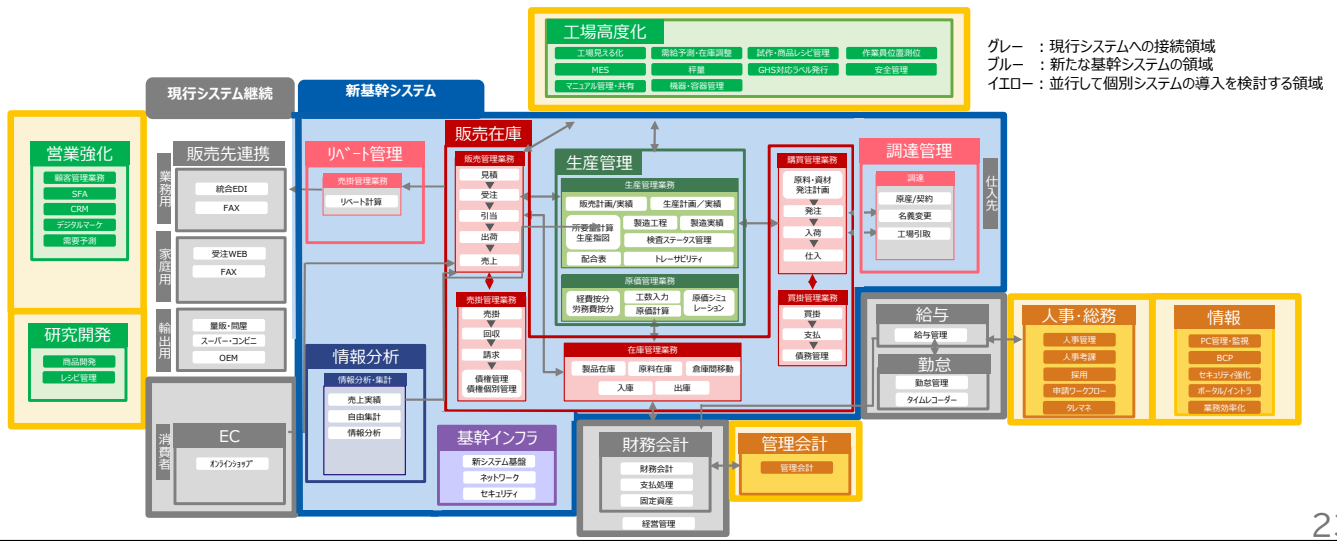
一言で申し上げますと、新たな挑戦が生まれにくい、あるいは挑戦が十分に評価されにくい、こうした点が課題であると認識しております。

こうした背景を踏まえ、今回の制度では、「挑戦を促す」、そして「挑戦が賞賛される」、そのようなコンセプトのもとで、等級体系、ならびに評価・報酬体系を見直し、新たな制度へと切り替えを行ったものでございます。

次のページをご覧ください。

新たな基幹システムの導入

- ・ 投資額10～15億円を投じ、FY26中に新たな基幹システムを導入予定。(FY25にベンダー起用済)
 - 生産現場における「手書きによる管理」から脱却、データとAI活用による「暗黙知」の「形式知」化に挑む
 - 並行して、新基幹システムとクラウド経営管理システム「ログラス」接続によるROIC経営基盤を構築する



本年度におきましては、投資額としては、10～15億円以下で収める予定ではございますが、新たな基幹システムを導入する計画としております。

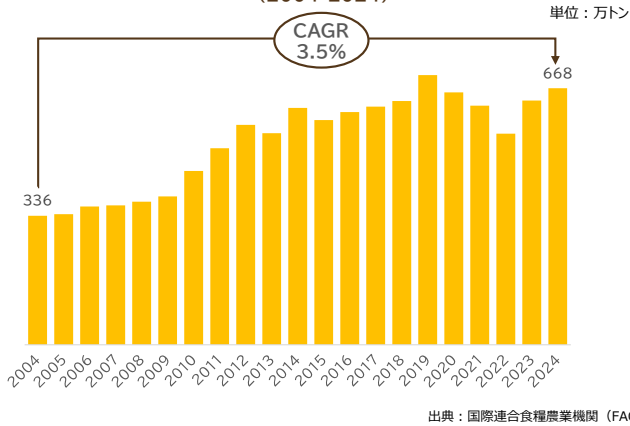
実は、私どもの製造現場では、現時点でも手書きによる管理を行っている部分がございます。当社は168年にわたり小豆島でごま油を作り続けているメーカーでございまして、その中で、いわゆる職人芸的なノウハウが非常に多く蓄積されております。これが当社の美味しさのバックグラウンドでございますが、一方で、まだ暗黙知となっている部分も多く存在しております。

今回の基幹システム導入を一つのフックとして、こうした知見をデータとして蓄積し、さらにAI等を活用することで、形式知へと転換していく、そのようなコンセプトでシステム導入を進めていく考えでございまして。

また並行して、当社としては、まだROICベースでの経営管理が十分にできていないという認識もございまして。このため、ROIC経営基盤をしっかりと構築していくべく、新基幹システムと経営管理システムである「ログラス」との接続を整理するプロジェクトについても、本年度において推進していく考えでございまして。

- ・ 国内需要は原料ベース年間約15万トン程度で横ばい推移。一方、世界需要は同約20年間で約2倍となる約700万トンに拡大。
- ・ ブラジルでは機械収穫可能な品種が定着。過去5年間で略ゼロ⇒30～40万トン規模に生産量が拡大中。
⇒ 供給面での不安が和らぎ、世界需要は一層拡大する可能性。
- ・ FY26より海外本部／国内本部／生産本部内に置かれていた原料調達／資材調達／物流機能を集約し新設したSCM本部が変容する世界需給環境に対応する持続可能なサプライチェーンの構築を進める。

世界のごま生産量推移
(2004-2024)



生産量増加を下支えする機械収穫可能な品種

作物特性から労働集約的な農作業が必要なごま栽培が、機械収穫可能な品種の普及によって生産量増加に貢献。ブラジルでは過去5年間で生産量はほぼゼロから30～40万トン規模に拡大

アフリカ等での伝統的なごま栽培(手収穫)



南米での大規模生産によるごま栽培(機械収穫)



続きまして、SCM本部の新設についてご説明いたします。

まず左下の棒グラフをご覧ください。

こちらは、ごま油ではなく、ごま原料の栽培・生産量の推移を示したものでございますが、2004年に約336万トンであったものが、2024年には約668万トンと、この20年間でおよそ2倍に拡大しております。

一方で、日本における原料の使用量、すなわち市場規模につきましては、この20年間、概ね15万トン程度で横ばいで推移しており、国内市場は大きな成長が見られておりません。

このように、日本市場は停滞している一方で、世界ではごまの需要が大きく拡大している状況にございます。この需給関係を俯瞰いたしますと、ブラジルをはじめとする南米において、いわばパラダイムシフトが起きております。

具体的には、右下の写真にございます通り、ごまは成熟するとサヤが開いて実が弾けるという特性から、これまでは手作業で収穫せざるを得ない作物でございました。しかしながら、品種改良により、南米においては大豆やトウモロコシと同様に、大規模農家が機械を用いて栽培・収穫を行うことが可能になってきております。

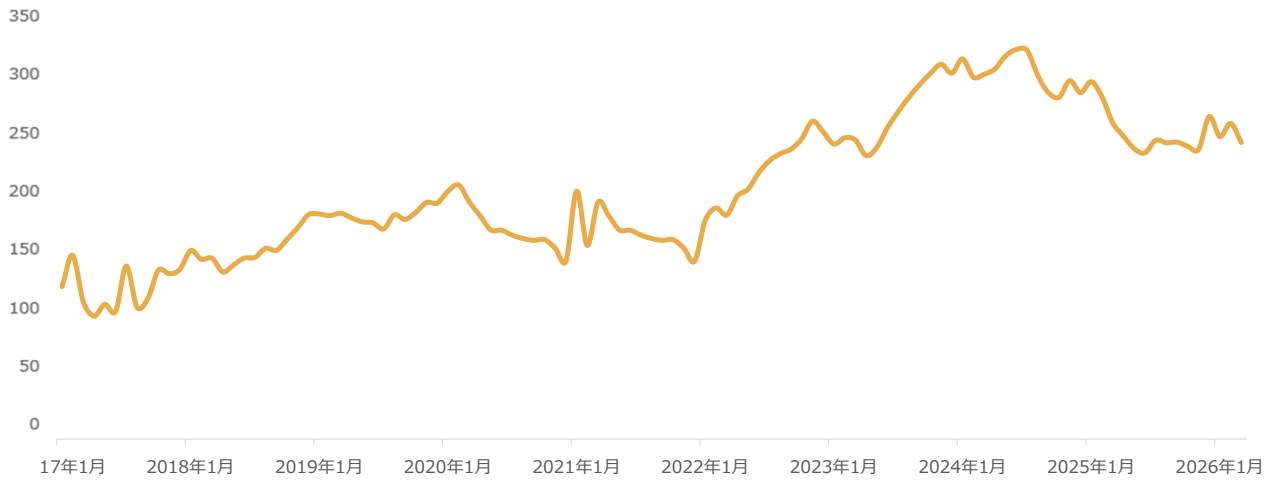
実際に、この5年間でブラジルにおける生産量は、ほぼゼロの状態から、30万トンから40万トン規模へと急拡大しております。当社としては「世界のかどや」を目指して行く中で、こうした世界全体の需給を俯瞰し、グローバルな視点で持続可能なサプライチェーンを構築していく必要があると考えております。

そのため、従来は複数の本部に分散していた原料調達および物流機能を集約し、本年4月より新たにSCM本部を設置いたしました。

次のページをご覧ください。

(参考)ごま輸入通関統計価格(2017年~2026年3月)

単位：円/KG



出所：財務省貿易統計

・FY25は基盤整備、FY26は展開・実装を進め、社内外のファン化を推進

	FY25	FY26
従業員	PVV浸透の基盤整備 ・PVVブック配布と幹部向けワークショップにより、PVV浸透の基盤を整備	PVV浸透の拡大と健康施策の導入 ・対象拡大と健康施策導入により、PVV浸透を深化
地域	小豆島における体験型施設構想の継続検討 ・小豆島における体験型施設構想に遅れ。継続検討	地域との関係性強化と商品化の前進 ・工場長機能を地域連携へシフト ・コーポレートコミュニケーション室新設により検討を加速 ・小豆島で地域と栽培した金ごまの商品化を予定
株主	安定還元方針の明確化と投資しやすい環境整備 ・DOE導入と株式分割により、安定還元と投資しやすい環境整備を推進	情報開示と投資家対話の強化 ・統合報告書策定と投資家向け説明会実施により、情報開示と対話を強化

	FY21A	FY22A	FY23A	FY24A	FY25A	FY26E
純利益（億円）	28	22	23	24	27	21
1株あたり配当額（円）	110	100	100	100	137	141
配当性向	37%	42%	41%	39%	46%	63%

*FY26Eの1株あたり配当額は分割前ベース。分割後ベースでは47円/株。



続きまして、ステークホルダーの皆様との関係強化についてご説明いたします。

お客様はもちろんでございますけれども、従業員の方々、地域の方々、それから投資家・株主の皆様との関係の質を強化していきたいと考えております。

当社ではファンベース経営を掲げておりますので、すべてのステークホルダーの皆様にも、かどやのファンになっていただきたいというコンセプトのもと、本年も施策を進めていく考えでございます。

特に、情報開示、それから投資家の皆様との対話の場につきましては、より一層充実させていきたいと考えております。まずは統合報告書の作成に取り組むべく、プロジェクトを立ち上げております。

初めての取り組みということもあり、手探りで進めている状況ではございますが、なんとか本年中には統合報告書という形で、コミュニケーションツールを整備したいと考えております。

また、地域との関係につきましても重要なテーマであると認識しております。

小豆島における最大の企業であるという点を改めて自覚し、地域とともに、どのように小豆島を盛り上げていくかという観点で、取り組みの検討を加速していく考えでございます。

以上をもちまして、私からの説明とさせていただきます。

ありがとうございました。

(参考)株主優待の考え方～ファン株主の創出～

- 単なる還元ではなく、商品体験を通じてファン化を促進し、長期保有と安定的な株主構成の構築につなげる
⇒ファンになっていただくことで、長期保有の促進と安定的な株主構成の構築を図る

商品体験を起点に、利用頻度向上・継続購入を通じたファン化を促進



3,000株以上
より深いブランド接点を提供



300株以上
商品体験の入口を提供



- 新商品・限定商品・小豆島特産品等を組み合わせて提供
- 保有株数に応じて優待内容を拡充

(参考)過去5年の要約財務諸表及び今期予想

※2026年4月1日付の株式分割（1株→3株）に伴い、EPSを遡及調整しております。FY26予想の1株当たり配当額は分割後の金額としております。

(百万円)		FY21	FY22	FY23	FY24	FY25	FY26予想
連結 P L	売上高	32,185	33,690	35,680	39,450	40,030	41,000
	売上総利益	10,163	9,712	9,781	10,146	11,317	-
	売上高総利益率	31.6%	28.8%	27.4%	25.7%	28.3%	-
	営業利益	3,450	2,914	3,117	3,166	3,818	2,900
	EBITDA	5,049	4,426	4,418	4,295	4,884	-
	売上高営業利益率	10.7%	8.7%	8.7%	8.0%	9.5%	7.1%
	経常利益	3,968	3,229	3,409	3,394	4,060	3,000
	売上高経常利益率	12.3%	9.6%	9.6%	8.6%	10.1%	7.3%
	親会社株主に帰属する当期純利益	2,769	2,219	2,255	2,357	2,724	2,050
	EPS (円)	※100.33	※80.40	※81.71	※85.37	※98.66	※74.24
	1株当たり配当額(円)	110	100	100	100	137	※47
	ROE	9.2%	6.9%	6.7%	6.8%	7.5%	5.5%
連結 B S	流動資産	23,705	26,091	28,206	30,369	34,404	-
	現金及び預金	6,148	6,886	8,696	7,881	11,983	-
	有形固定資産	12,760	12,006	10,992	10,234	9,452	-
	無形固定資産	348	229	141	73	44	-
	投資その他の資産合計	2,546	3,163	3,330	2,859	3,445	-
	資産合計	39,361	41,490	42,671	43,536	47,346	-
	流動負債	6,148	6,603	6,071	6,018	7,663	-
	固定負債	2,061	2,155	2,244	2,252	2,241	-
	負債合計	8,210	8,759	8,316	8,271	9,905	-
	株主資本合計	30,277	31,494	32,832	34,268	36,076	-
	その他の包括利益累計額合計	873	1,236	1,522	997	1,364	-
	純資産合計	31,150	32,731	34,354	35,265	37,440	-
負債純資産合計	39,361	41,490	42,671	43,536	47,346	-	
連結 C F	税金等調整前当期純利益	3,950	3,221	3,406	3,384	3,947	-
	営業活動によるキャッシュ・フロー	4,542	2,460	2,972	384	5,688	-
	投資活動によるキャッシュ・フロー	▲473	▲720	▲239	▲258	▲671	-
	財務活動によるキャッシュ・フロー	▲781	▲1,002	▲922	▲925	▲920	-
現金及び現金同等物の期末残高	6,133	6,871	8,681	7,881	11,983	-	
そ の 他	設備投資	809	594	196	304	590	-
	減価償却費	1,599	1,512	1,301	1,129	1,066	-
	研究開発費	100	123	111	126	238	-

補足資料

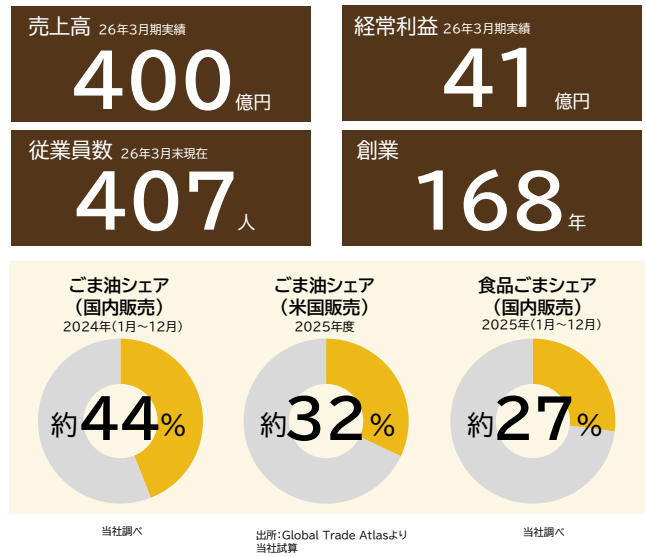
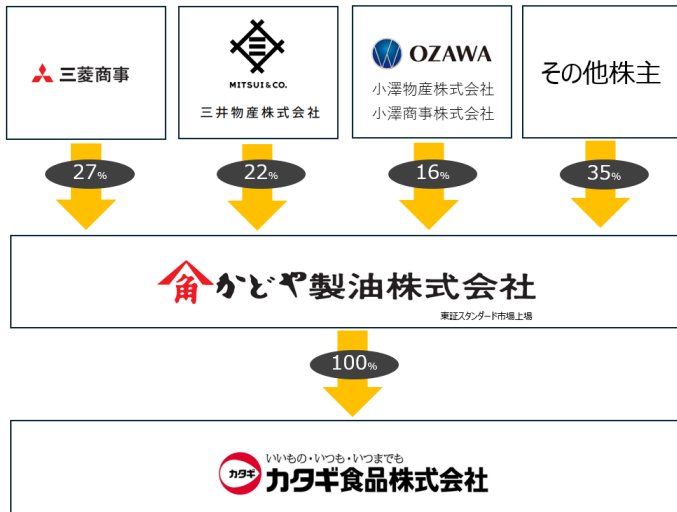
新体制による取組方針

2025年5月 決算説明会資料の再掲※

※当社概要の数値のみ最新値に差し替え済

当社概要

安政5年(1858年)より一貫して小豆島でごま油を製造。ごま油市場において、日本のみならず米国でもシェアNo.1。



当社グループ生産拠点と生産量

24年度生産量(単位:トン)



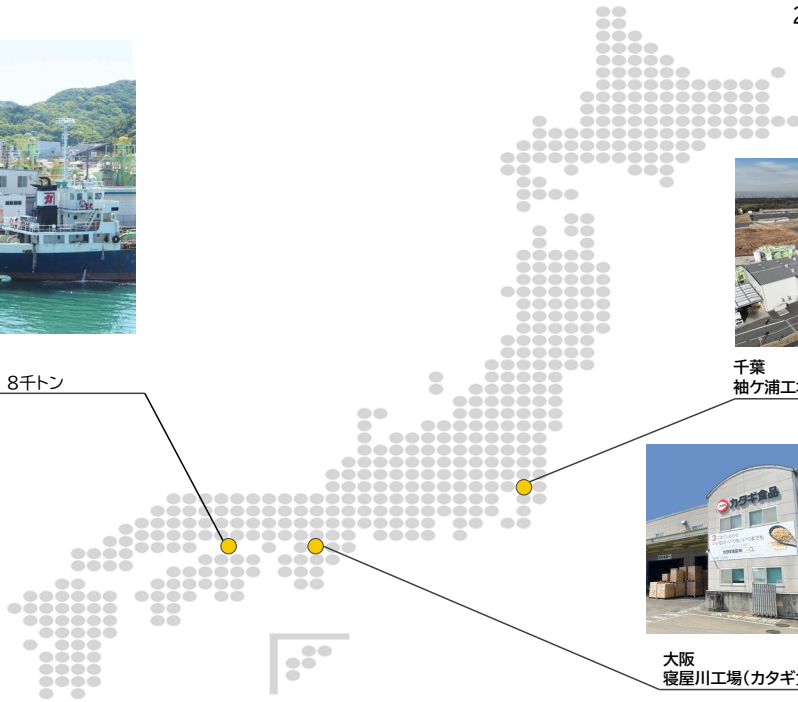
香川
小豆島工場 ごま油 23千トン 食品ごま 8千トン



千葉
袖ヶ浦工場 ごま油 6千トン



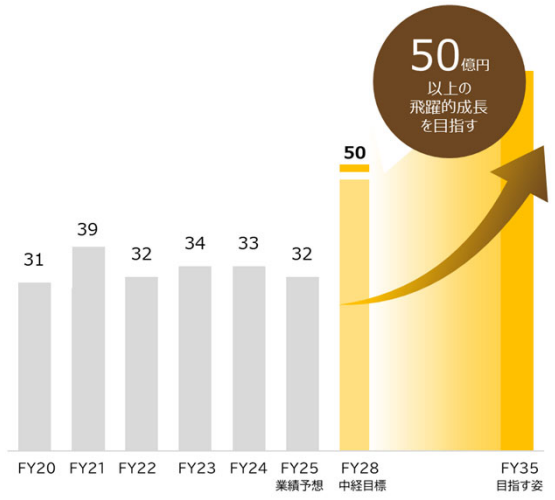
大阪
寝屋川工場(カタギ食品)食品ごま 4千トン



醤油が世界に広がったように、「ごま」の持つ価値を極限まで高め、美味しさと健康を届ける。
 「KADOYAごま油」が世界中の食卓で並んでいる未来を創造する。

ごまの価値を極限まで高める

中期経営計画を通過点として成長を実現させる



- ・当社が手がける「ごま油」は、健康と美味しさを兼ね備えた、世界に誇れる調味料。まるで「醤油」のように、世界中の食卓に欠かせない存在になる可能性を秘める。
- ・これまで食用ではなかった「脱脂ごま(搾りかす)」も、栄養価の高い新たな食品素材となり得る。

当社の取組に対して世界中の人々に共感していただき、ファンになっていただきたい

- ・日本で唯一、ごま油の製造で抽出工程を使いこなせる高い技術力
- ・167年間の歴史に裏打ちされた、信頼とブランド力
- ・高品質なたんぱく質の供給力
- ・日米両市場における「KADOYAファン」の存在
- ・大株主のリソースを有効活用できる可能性

強み
(模倣困難な要素)

S

W

弱み
(変革への一歩)

- ・過去の成功にとらわれない、変化に挑む力の必要性
- ・低採算取引の見直しなどに対する対応力の強化
- ・ごまの価値を伝えるための更なる発信力の必要性

機会
(広がるチャンス)

O

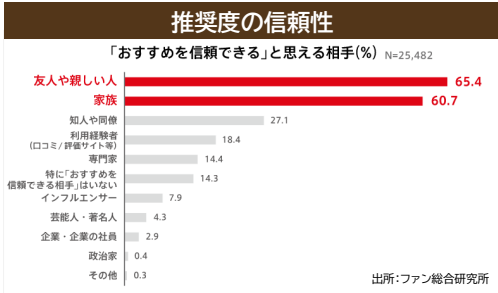
T

脅威
(乗り越えるべき課題)

国内:かける調味料として人気が高まる
 米国:人口増加/日本・韓国の食文化の浸透
 共通:植物たんぱく需要の増加/
 サステナビリティ意識の高まり/AIの進化

国内:少子高齢化/競合商品(調合ごま油)の台頭
 米国:トランプ関税の影響による消費減退の可能性
 共通:・地政学リスクの高まりによる原料の安定調達
 ・世界的に情報過多の時代となり「伝える」ことの難しさが増大

当社が大切にしている価値を支持してくれる人(=ファン)を社内外で増やし、ファンを基盤にして企業価値を高める経営(=ファンベース経営)を実践する。



全社員対象のアンケートや社員各階層が参加するワークショップでの「当社が捨てるべきもの・守るべきもの・加えるべきもの」等に関する議論を経て、2025年4月にパーパス・ビジョン・バリューを制定。

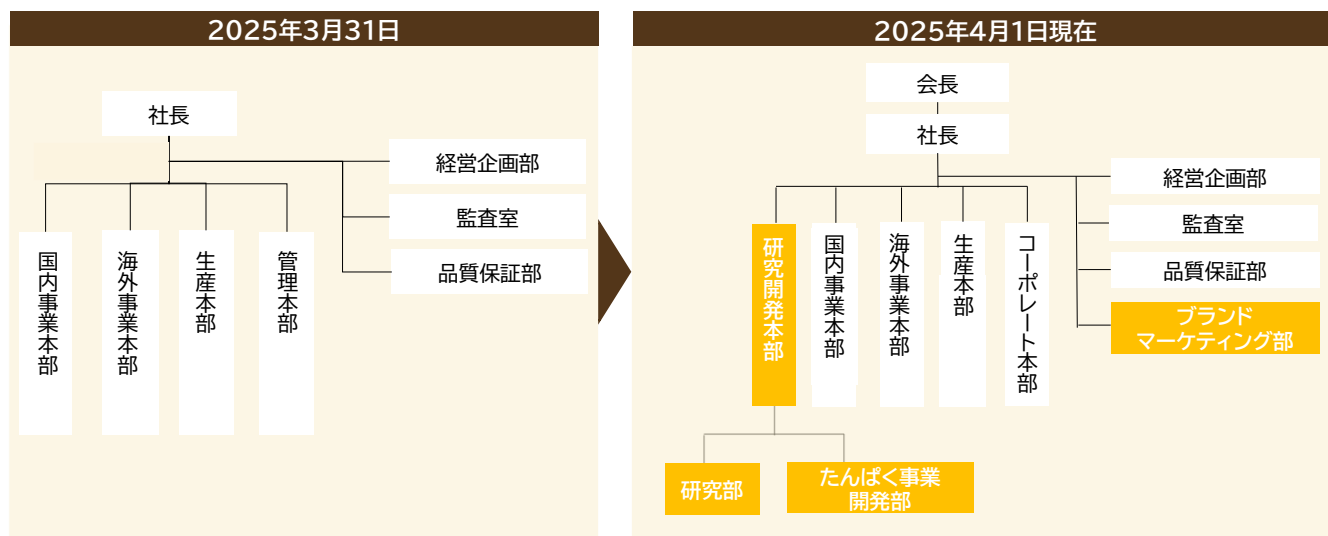


社内ワークショップの様子



組織体制の見直し(2025年4月1日付)

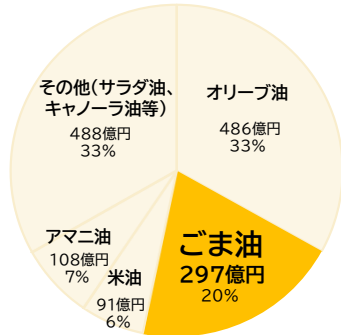
- ・ファンベース経営の推進を担う「ブランドマーケティング部」を社長直轄組織として新設。
- ・“ごまの価値を極限まで高める”べく「研究開発本部」を新設。
- ・米国市場の成長取り込み加速に向けて、本年度中を目途に米国かどや製油(仮称)設立を検討中。



ごま油の新たな需要創造にむけた施策

- ・ごま油は家庭用食用油カテゴリーにおいて、オリーブ油と同様、調味料としての用途が定着しつつある。
- ・「味変」ニーズを掘り起こすべく、飲食店の卓上への設置を働きかけると共に、洋食にも合う風味の新たなごま油の開発にも取り組む。

家庭用食用油の販売額構成・比率(2024年見込み)



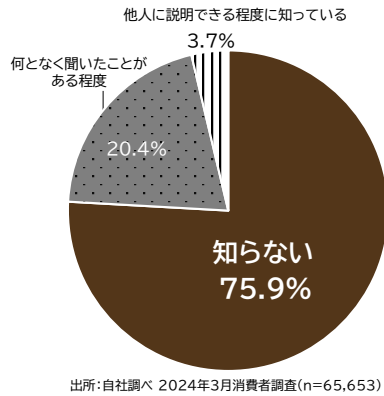
出所:富士経済, 2025年 食品マーケティング便覧 No.4



ごまら一油/ごま油&塩で、洋食や唐揚げ等をお楽しみ頂く機会なども提案

- ・ 家庭用調合ごま油を「ごま油100%」と誤解している消費者が75%にも達する(当社調べ)。
- ・ ごま油100%であることが、大切な価値である「おいしさ」の理由であることをしっかりとお伝えし、ファンの皆様のご理解を深めていく活動にも注力する。

75%の消費者が純正と調合の違いを知らない



純正ごま油 一般的な調合ごま油



ごま油
100%



ごま油 60%
菜種油 40%

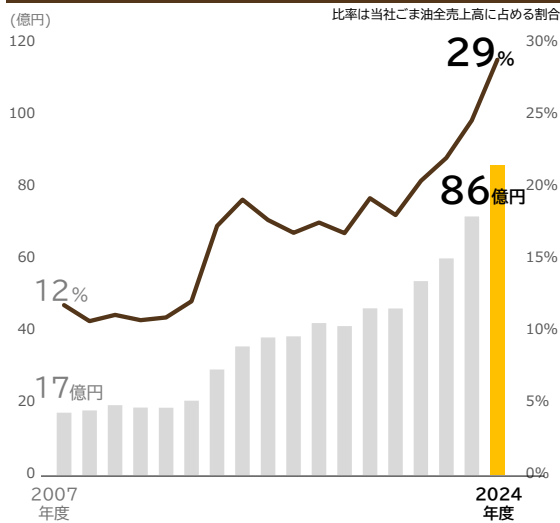
純正ごま油のおいしさを伝える動画



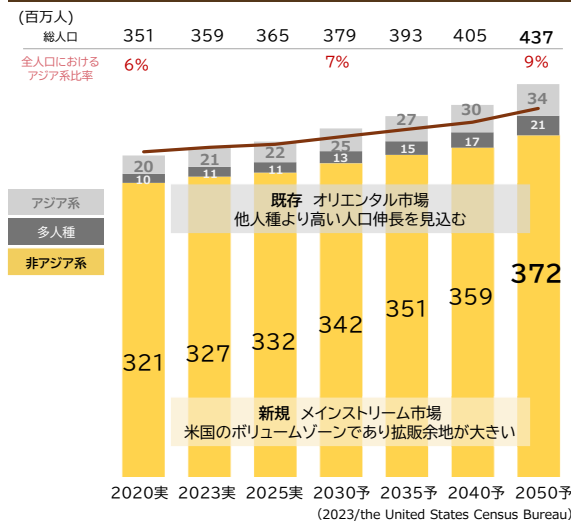
米国市場における更なる成長の取り込み

- ・ 米国市場では、アジア系人口の増加とアジア食の広がりを背景に、ごま油の需要が着実に拡大。
- ・ 現在主戦場としているオリエンタル市場(2,000万人)に加え、メインストリーム市場(3億人超)も開拓。

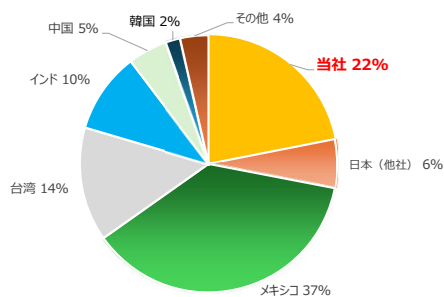
海外ごま油売上高・比率の推移



米国 人口動態予測



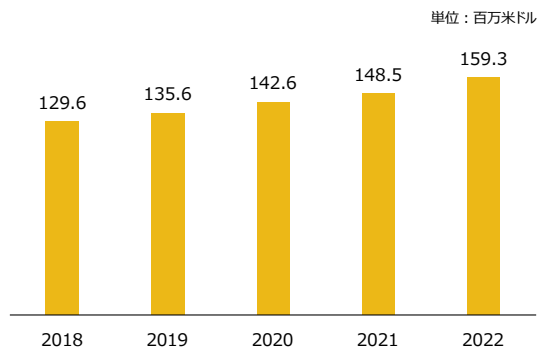
米国ごま油市場全体における当社のシェア*



出所：Global Trade Atlasをもとに当社作成
 (2023年1月～12月分データ)

*当社が認識する限り米国にはごま油製造メーカーは略存在しており、市場は日本・メキシコ・台湾等からの輸入品で構成されています。

米国ごま油市場は拡大傾向



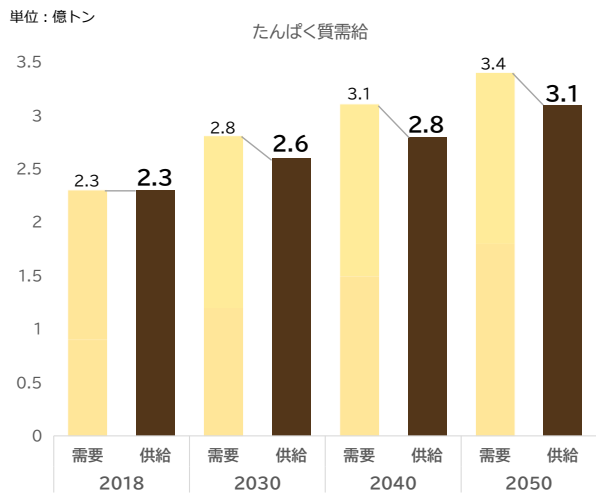
出所：Persistence Market Research

- ・ 100%非遺伝子組換の脱脂ごまには、良質なたんぱく質が約4割含まれる。また、強い抗酸化作用を持つセサミノール配糖体や、焙煎ごま香味も有しており、食品に活用できる高い潜在力を有する。

2025年3月
 脱脂ごまを利用したグラノーラをオリゼ社と共同で上市



世界のたんぱく質需要が供給を上回る
 "たんぱく質危機"が懸念されている



出所：ニュースウィッチ。(2024年05月02日)。三井物産・双日・兼松…商社がたんぱく質確保に走る理由。 <https://newswatch.jp/p/41410>

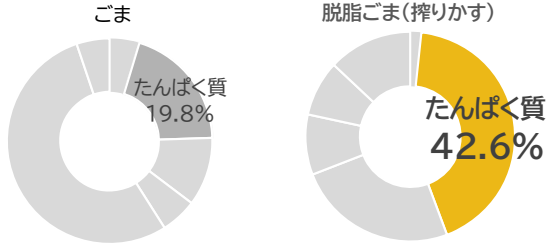
② 食品ごま・脱脂ごま | 脱脂ごま(搾りかす)の食品素材化

- 現在、飼料用途として展開している脱脂ごま(搾りかす)を「新しい植物性食品素材」として利活用べく2026年度中の食品分野での商品化に向け、フィージビリティスタディ(F/S)を推進

健康

高たんぱく × 豊富なマグネシウム・カルシウム・セサミノール配糖体含有

たんぱく質含有量比



	マグネシウム mg/100g	カルシウム mg/100g
ごま※1	360	1200
脱脂ごま(搾りかす)※1	778	2540
国産大豆※2	220	180
おから(乾燥)※2	150	310

※1 自社分析結果 ※2 食品成分表 8丁

X

おいしさ

独特な香ばしさ

脱脂ごま・食品ごま実績(2024年度)

<p>🟡 脱脂ごま</p> <p>販売量: 25千トン 売上高13億円 単価52円/kg</p>	<p>↑ ↓</p> <p>約13倍</p>
<p>🟡 食品ごま</p> <p>販売量: 12千トン 売上高83億円 単価692円/kg</p>	

ごま特有成分セサミノール配糖体

- ・ごま特有の抗酸化成分で、ごま油ではなく脱脂ごま(ごま粕)に多く含まれる。
- ・水溶性で、腸内で分解されて活性化する。

主な健康効果

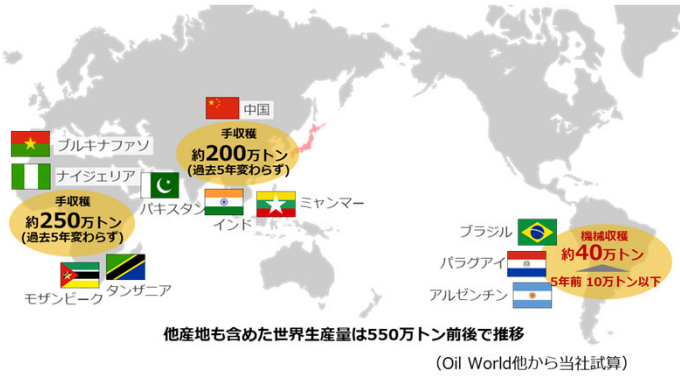
- ・強力な抗酸化作用
- ・細胞の酸化ストレスを軽減、エイジングケアや生活習慣対策への寄与が期待される。
- ・肝機能サポート: 肝臓での酸化ダメージを防ぐ。
- ・動脈硬化予防の可能性: LDL酸化抑制に関与。
- ・発酵や酵素分解で効果増強: 配糖体が分離され機能性を発揮する成分が活性化

出所: 「ごまの機能と科学」朝倉書店、並木 満夫・福田 靖子・田代 亨(編)

- ・ ブラジル等の南米において、大規模農家による機械収穫ごま品種を利用した生産が拡大中。
- ・ 南米からの安定調達スキームを構築し、相対的に地政学リスクが高いアフリカへの依存度低減を図る。

世界の主要地域におけるごま生産量

数量は2024年クローブ、国名は主要産



アフリカ等での伝統的なごま栽培(手収穫)



南米での大規模生産によるごま栽培(機械収穫)



- ・小豆島は1950年代から始まった人口減少が止まらず、地域の持続可能性に懸念がある。
- ・“日本の縮図”ともいえる社会課題を抱える小豆島における最大企業として、「JTB 20年先の小豆島をつくるプロジェクト」に参画し、観光・教育・環境の各分野で課題解決に取り組んでいく。

観光

小豆島工場にある歴史資料館「今昔館」の移設およびリニューアルの検討を進め、観光としての立ち寄り場所の1つとなることを目指す。
 国内外からの観光誘致場所となり得る、レストランやお土産の販売、体験型の工場見学の併設等の可能性も含め、観光事業での連携を検討。



教育

将来を担う小豆島の子どもたちの未来へ、健やかな笑顔のきっかけづくりとして、かどやの食育活動「ごまんぞく給食」を実施。ごまを通じて、食の大切さを学ぶ機会を提供。



環境

ごまでつながる持続可能な島を目指した地域創生プロジェクト「ごまのみらい小豆島プロジェクト」を立ち上げ、行政・地域との連携によりごまを栽培し、収穫したごまを使用した商品化を計画。持続可能な地産地消を目指す。



- ・ 2021年より、現地サプライヤーと共に、現地農家の生産性と生活の質を高める営農指導に注力している。
- ・ 収穫量と品質の向上を支援することで当社にとっての安定調達の実現に加えて、農家の自立を促し持続可能なサプライチェーンを強靱化している。



ナイジェリア

独学で学んでいたごま農家へ農業技師を派遣。約2000haの圃場で実施し、単位あたりの収穫を改善。



タンザニア

農業技師が2,000戸の農家を訪問し、栽培マニュアル配布などを実施。2年目以降も連続して参加する農家も多い。



パラグアイ

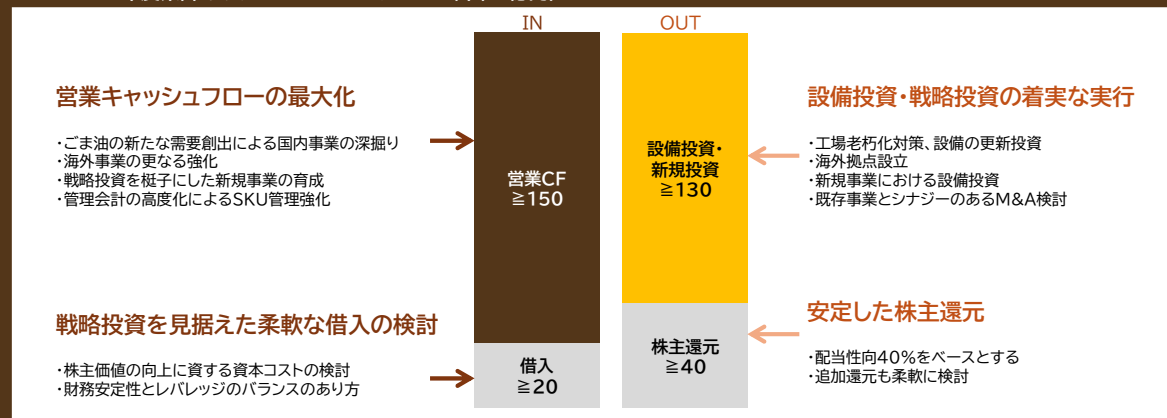
生活水準の引き上げのため、政府がごま栽培を推奨しており、現地サプライヤーと共に技術指導を実施。



財務政策の考え方

- ・小豆島／袖ヶ浦／寝屋川(カタギ食品)の国内3工場における老朽化対策や低採算取引の見直しに加え、将来的な米州での生産なども見据え、生産体制の在り方を検討の上、戦略投資を実行。
- ・配当性向40%を基準とし、安定した株主還元を実行(投資進捗や資本コストを踏まえた追加還元も検討)。
- ・成長の実現に向けて、財務安定性を棄損しない範囲での有利子負債活用も検討。
- ・戦略投資により稼ぐ力を底上げし、営業キャッシュフローを最大化。

2024～28年度累計キャッシュフローのイメージ (単位:億円)



ひらけごまの可能性

かどや



この資料は、かどや製油株式会社(以下「当社」)が作成したものであり、投資家の皆様に対する情報提供を目的としています。本資料に含まれる情報は、現時点での当社の見解や予測に基づいており、将来の業績を保証するものではありません。市場環境や経済状況の変化により、実際の業績が予測と異なる可能性があります。

本資料に記載されている情報は、信頼できると判断した情報源から得たものですが、その正確性や完全性を保証するものではありません。また、本資料に含まれる情報は、予告なしに変更されることがあります。

投資に関する最終的な判断は、投資家ご自身の責任で行っていただくようお願い申し上げます。当社は、本資料に基づいて行われた投資判断に関して、一切の責任を負いません。