

2022年12月期 決算説明資料

2023年3月10日

六甲バター株式会社

(証券コード:2266)

※「収益認識に関する会計基準」等を当会計期間の期首から適用しております。

なお、本資料では前期の数値は当該会計基準等を適用したと仮定し、作成しております。

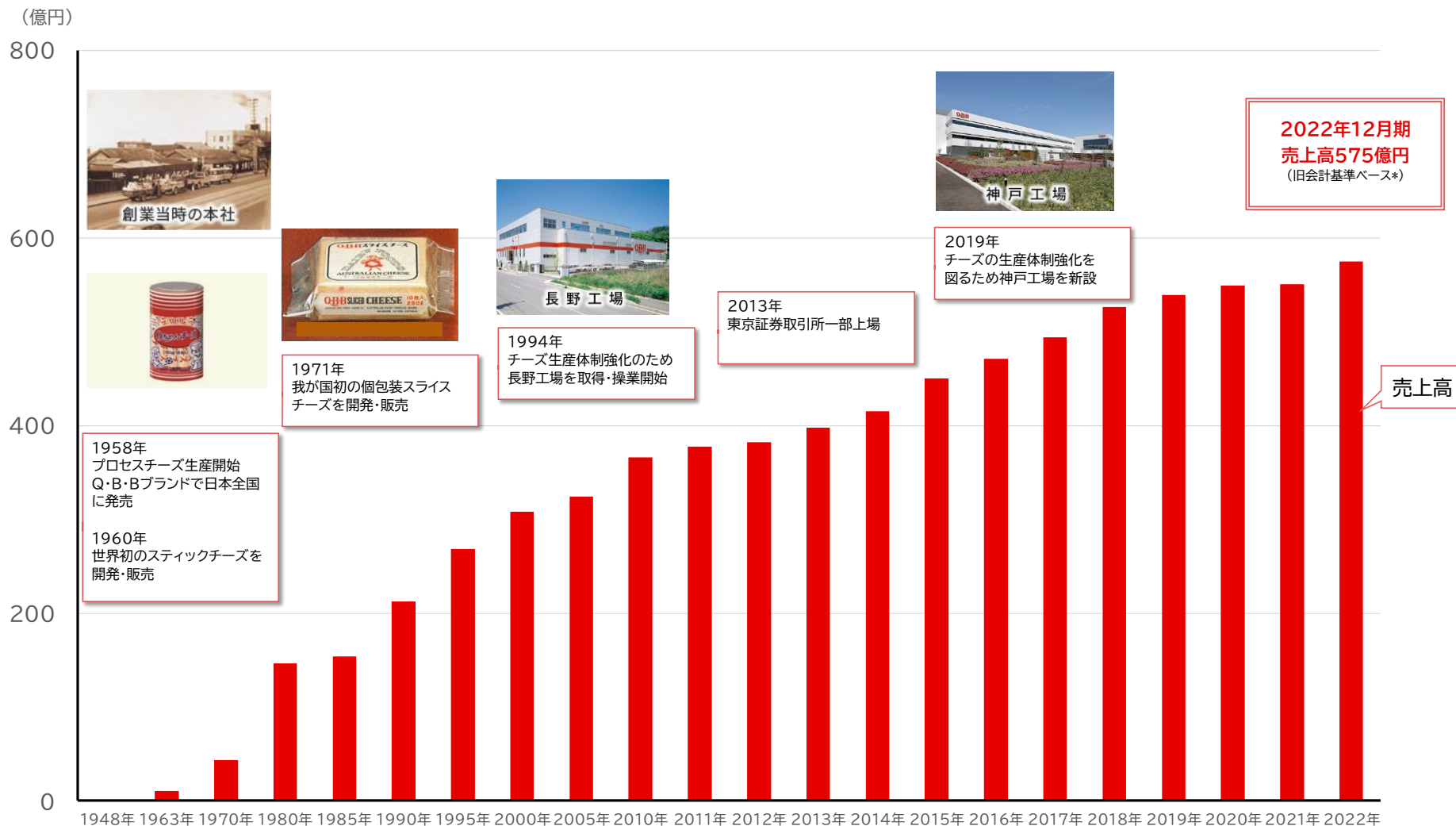
1. 会社概要
2. 2022年12月期決算の振り返り
3. 2023年12月期業績計画
4. Appendix

1. 会社概要



会社名	六甲バター株式会社
英文表記	ROKKO BUTTER CO.,LTD.
本社所在地	神戸市中央区坂口通1丁目3-13
設立年月日	1948年12月13日
資本金	28億4,320万円
上場区分	東証プライム市場
従業員数	448名(2022年12月末現在)
代表者	代表取締役会長 三宅宏和 代表取締役社長 塚本浩康

「世界一のプロセスチーズメーカー」を目指して



*「収益認識に関する会計基準」等を当会計期間の期首から適用しておりますが、実績トレンドを明確にするためここでは便宜上旧基準で説明しております。

六甲バターの経営理念

健康で、明るく、楽しい食文化の
提供によって社会に貢献する



代表取締役会長 三宅宏和



代表取締役社長 塚本浩康

ブランド力×企画開発力×事業基盤＝六甲バター



信頼と安心のQ・B・Bブランド

- **Q・B・B=Quality's Best&Beautiful**
⇒おいしい品質へのこだわり
- 国内トップブランドとして抜群の知名度
⇒家庭用の他、学校給食や業務用でも幅広く商品展開
- **家庭用プロセスチーズ国内購買金額シェア12年連続No.1**
⇒ベビーチーズシェア約6割・年間生産2億本以上 (*)



(*)インテージSCI(15-69歳・沖縄含む) プロセスチーズ市場 2011年～2022年購買金額シェア

おいしいって、生きること。



独創的な商品企画・開発力

- **多数の世界初・国内初の商品開発実績**
⇒スティックチーズ・個包装スライスチーズ等
- 常にニーズの先取りを追求する開発体制
⇒「チーズデザート」・「包み」等オリジナリティ溢れる商品を市場投入
- **「開発先導型活力企業」を標榜**
⇒新たな価値の創造に挑戦

「開発先導型活力企業」

六甲バターでは「社員一人ひとりが変革にチャレンジし、新しい考え方や新しいやり方を取り入れていくことで、活力に満ちあふれた会社＝開発先導型活力企業」を目指す姿を考えています。

確固とした事業基盤

- **戦略的投資を可能とする強固な財務基盤**
⇒純資産額292億円・自己資本比率57%(2022年12月末時点)
- **安定した流通網・取引基盤**
⇒「いつでも、どこでも、誰でも」食べられる社会の実現を目指す
- **「六甲バターフィロソフィ」の実践**
⇒高い従業員定着率(新入社員直近3年離職率0.0%)

「六甲バターフィロソフィ」

六甲バターでは、経営の判断基準や行動指針を「六甲バターフィロソフィ」として体系化していますが、その中で「全従業員の物心両面での幸福追求」を大切な価値として掲げています。

多彩な「おいしい」で未来を健康に

●家庭用商品(ベビーチーズ・チーズデザート・スライスチーズ等)



NEW



チーズデザート6P
甘熟王 バナナ



包み
トリュフオイル入り



●業務用商品(キングサイズ・シュレッド・Q食シリーズ等)



●その他商品(ナッツ・デザート商品等)



NEW



有機栽培
ミックスナッツ



2. 2022年12月期決算の振り返り



増収・減益

売上高*:419億円(前期比+8億円;+2%)

営業利益:3.5億円(前期比△20億円;△85%)

売上高*

- 原材料価格の高騰および急激な円安の進行を受け、家庭用チーズ・業務用チーズともに春・秋2回にわたり商品毎に5～9%UPの価格改定を実施
- 価格改定の一方、コロナ感染症拡大影響等による販売量減少もあり、トータルで前期比+2%の増収

営業利益

- 価格改定に加え、一部製品を対象に容量変更を実施するも、大幅原価UPを十分カバーするには至らず前期比△85%の減益

*「収益認識に関する会計基準」等を当会計期間の期首より適用しており、本資料において前期の数値は当該会計基準等を適用したと仮定して作成しています。

原材料・エネルギー価格等高騰および円安への対応

2021年下期より始まった原材料費の上昇・その後の円安進展の影響による大幅なコストアップへの対策として、**価格改定**と**容量変更**を順次実施

2022年上期
原材料価格UP
(原価UP額12億円)



- ◆家庭用商品: 2022年4月より**価格改定**(28品目・平均+6%)
2022年5月より**容量変更**(23品目・△6%~△20%)
- ◆業務用商品: 2022年4月より**価格改定**(100品目・平均+5%)

2022年下期
原材料価格UP+円安
(原価UP額31億円)



- ◆家庭用商品: 2022年9月より**価格改定**(51品目・平均+8%)
2022年10月より**容量変更**(7品目・△10%~△27%)
- ◆業務用商品: 2022年10月より**価格改定**(115品目・平均+9%)

(単位:百万円)

	2021年12月期 実績*	2022年12月期 実績	対前年増減額	対前年増減率
売上高	41,114	41,924	+810	+2%
営業利益	2,366	345	△ 2,021	△85%
経常利益	2,232	359	△ 1,873	△84%
当期純利益	2,272	219	△ 2,053	△90%
売上高 営業利益率	5.8%	0.8%		

■営業外損益前期比+147百万円
 (主な要因内訳:遊休資産費用減+69百万円・為替差益+54百万円・受取利息増+18百万円)

*「収益認識に関する会計基準」等を当会計期間の期首より適用しており、本資料において前期の数値は当該会計基準等を適用したと仮定して作成しています。

(単位:百万円)

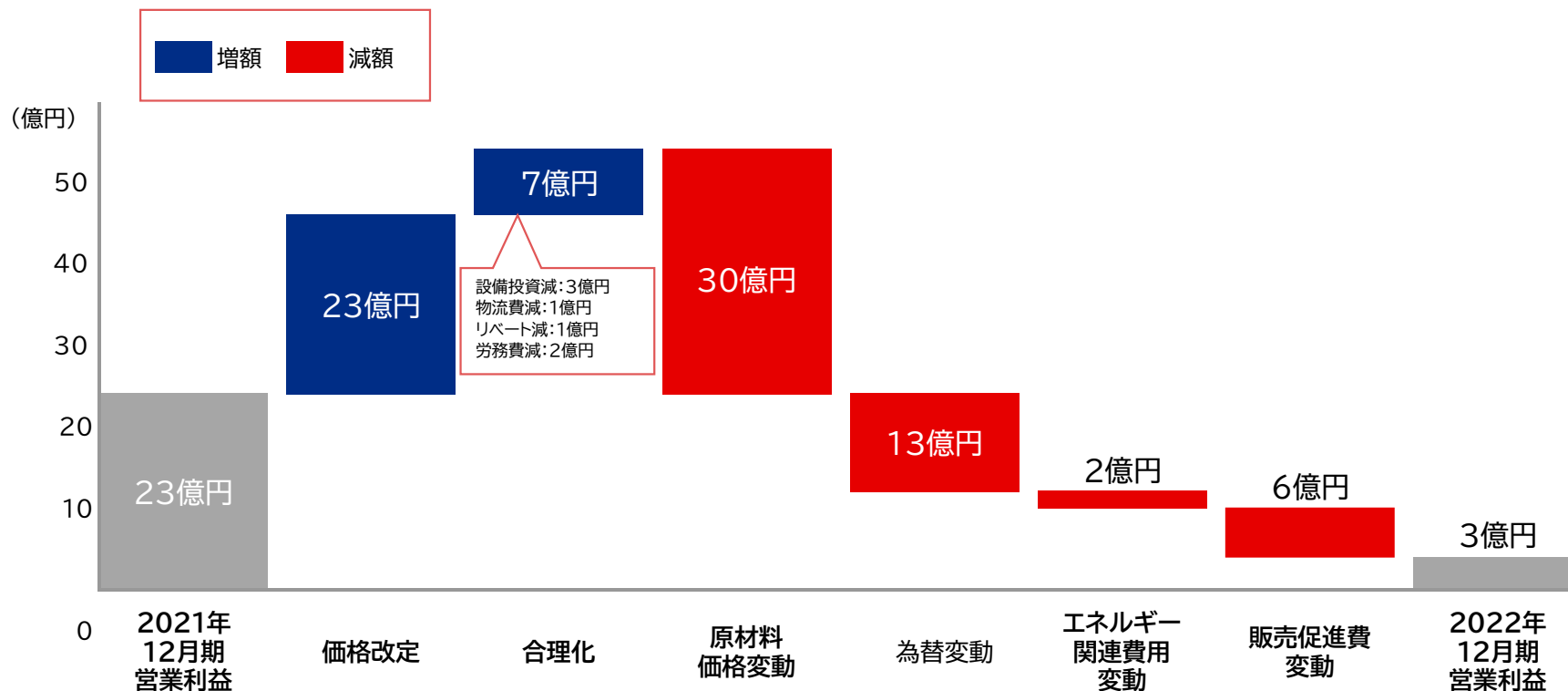
	2021年12月期 実績*	2022年12月期 実績	対前年増減額	対前年増減率
チーズ	38,331	38,950	+619	+2%
ナッツ	637	638	+1	+0%
チョコレート	2,054	2,213	+159	+8%
その他	92	123	+31	+34%
合 計	41,114	41,924	+810	+2%

■主力のチーズ部門は、春秋2回の価格改定の効果もあり増収

■チョコレートをはじめとする他部門も総じて売上は堅調に推移

*「収益認識に関する会計基準」等を当会計期間の期首より適用しており、本資料において前期の数値は当該会計基準等を適用したと仮定して作成しています。

- 原材料価格の高騰と円安の急激な進行による収益悪化を、価格改定と各種合理化努力でカバー
- 「合理化」対応として新規設備投資の抑制の他、物流費やリベート条件の見直し等を実施



2022年12月期決算資産負債状況

(単位:百万円)

資 産	2021年12月期	2022年12月期	対前年増減額
流動資産	25,376	24,110	△ 1,266
固定資産	28,833	27,312	△ 1,521
有形固定資産	24,699	22,711	△ 1,988
無形固定資産	170	137	△ 33
投資その他資産	3,964	4,464	+500
資産合計	54,209	51,422	△ 2,787

【主な増減項目】

- 現預金減△2,392百万円
⇒内、設備資金借入返済△2,000百万円
- 有形固定資産減△1,988百万円
⇒内、減価償却費△2,411百万円

負 債	2021年12月期	2022年12月期	対前年増減額
流動負債	22,761	14,426	△ 8,335
固定負債	1,751	7,763	+6,012
負債合計	24,512	22,189	△ 2,323
純資産			
純資産合計	29,697	29,233	△ 464
自己資本比率	54.8%	56.8%	+2.1%

【主な増減項目】

- 短期借入金減△8,000百万円
⇒設備資金借入返済△2,000百万円
 長期借入金振替△6,000百万円

(単位:百万円)

	2021年12月期	2022年12月期	増減
営業活動によるキャッシュフロー	5,732	1,094	△ 4,638
投資活動によるキャッシュフロー	△ 363	△ 1,250	△ 887
財務活動によるキャッシュフロー	△ 5,404	△ 2,404	+3,000
現金及び現金同等物の換算差額	35	112	+77
現金及び現金同等物の増減額	0	△ 2,448	△ 2,448
現金及び現金同等物の期末残高	7,271	4,822	△ 2,449

■投資活動によるキャッシュフローの主な内訳

生産設備等支払640百万円、外国債券取得391百万円、稲美工場解体費用136百万円

■財務活動によるキャッシュフローの主な内訳

借入金返済2,000百万円、配当金支払390百万円

3. 2023年12月期業績計画



チョコ部門減でトータル減収・コストアップ影響続く

計 画

売上高 : 415億円(前期比△4億円; △1%)

営業利益: 1.3億円(前期比△2億円; △62%)

- 2022年度下半期の原材料高騰影響を踏まえた3度目の価格改定を2023年4月1日より実施
⇒一時的な販売量減を織り込んでも主力のチーズ部門では増収
- 一方で、リンツ&シュプルングリー社とのチョコレート輸入販売契約終了の影響でチョコレート部門が減収となることから、トータルで前期比△4億円の計画
- 原材料高騰の影響は2023年度上半期が最大となるが、年度後半にかけて原料価格のピークアウト、為替の円高方向への転換による改善効果が出てくることで、最終的に通期ベースで1.3億円の営業利益計上を計画

(※)「収益認識に関する会計基準」等を当会計期間の期首より適用しており、本資料において前期の数値は当該会計基準等を適用したと仮定して作成しています。

原材料・エネルギー価格等高騰への対応(計画)

足許大幅な円安はピークアウトしたが、2022年下期に仕入れた原材料のコストアップへの対応の為、**2023年度も追加の価格改定不可避**

2023年上期
原材料価格UP
(原価UP額43億円)



- ◆家庭用商品: 2023年4月より**価格改定**
(64品目・+6%~+12%)
- ◆業務用商品: 2023年4月より**価格改定**
(121品目・平均+12%)

(単位:百万円)

	2022年12月期 実績	2023年12月期 計画	対前年増減額	対前年増減率
売上高	41,924	41,500	△ 424	△1%
営業利益	345	130	△ 215	△62%
経常利益	359	170	△ 189	△53%
売上高 営業利益率	0.8%	0.3%		
一株当たり 配当金	20円	20円		

■営業外損益+40百万円(主なプラス要因:保有外貨建資産の為替差益36百万円)

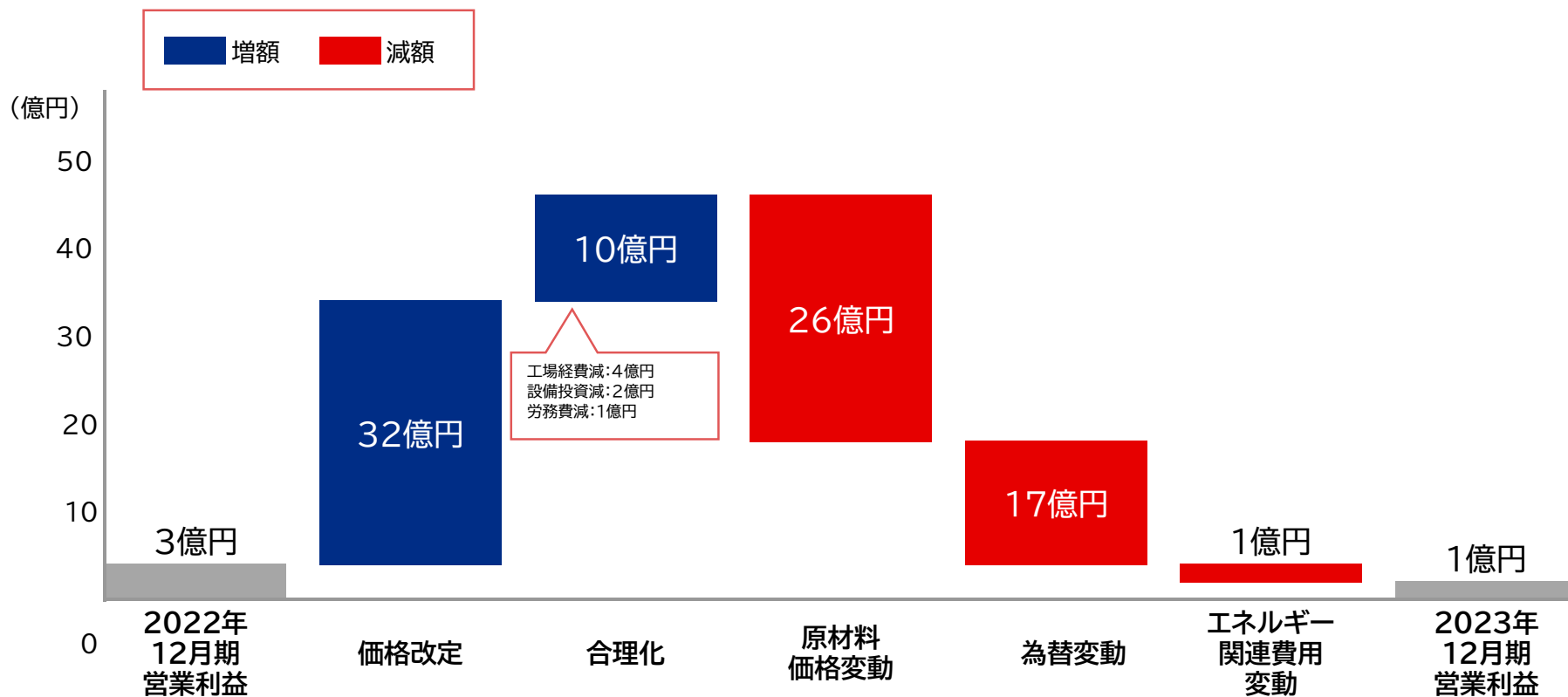
(単位:百万円)

	2022年12月期 実績	2023年12月期 計画	対前年増減額	対前年増減率
チーズ	38,950	39,485	+535	+1%
ナッツ	638	700	+62	+10%
チョコレート	2,213	1,200	△ 1,013	△46%
その他	123	115	△ 8	△7%
合 計	41,924	41,500	△ 424	△1%

■チーズ部門は価格改定の効果から販売量減を織り込んだ上で増収を計画

■チョコレート部門はリンツ&シュプルングリー社との輸入販売契約終了(2023年5月末)に伴い、売上半減の計画

- 2022年下半期に調達した原材料のコストアップ分がフルに影響する為、2023年4月に追加の価格改定を実施
- さらに、工場経費・人件費等の削減・合理化にも取り組む

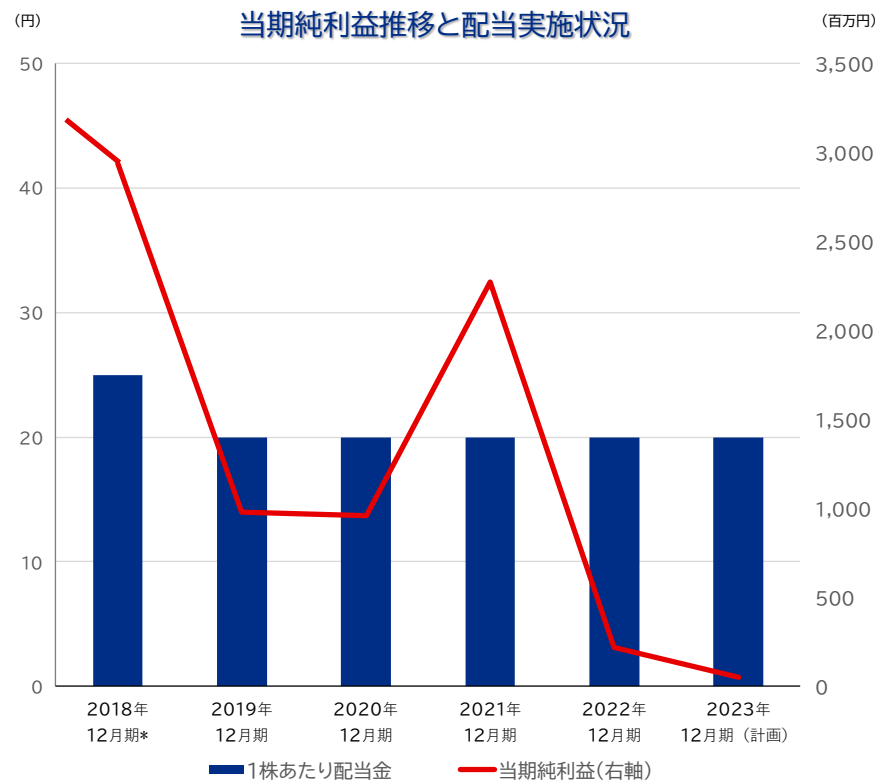


【株主配当】

- ◆2022年12月期については、これまでと同様、**1株当り20円**の株主配当を実施
- ◆2023年12月期は厳しい業績見通しだが安定配当継続の観点より引続き**1株当り20円**の株主配当を実施する計画

【自己株式取得】

- ◆自己株式取得については、足許の株価動向等を総合的に勘案、当面実施せず



* 70周年記念として1株当り5円の記念配当を実施

原価高騰への対策強化

■追加価格改定の円滑な実施

- 引き続き原材料価格上昇に対応
- 2023年4月**実施予定

■生産性向上・販売量の維持回復に注力

■諸経費の見直し・削減徹底

商品開発/販路開拓

■「開発先導型活力企業」の真価を発揮、
時代の要請(サステナビリティ)も踏まえた
商品開発展開を推進

- チーズアイスクリームの市場拡大
- 植物性代替チーズの商品化加速
- 既存商品ラインナップを一層強化

■将来有望な販路開拓

- オーツミルクの市場拡大
- 輸出拡大に向けた海外販売拠点の強化

中長期的課題の解決に向けて

■中長期事業計画策定に着手

- 2024年度中の完成・リリースを目指す

■コーポレートガバナンス高度化への取り組み推進

■「六甲バターサステナビリティ宣言」の更なる深化

- 気候変動・人的資本に関わるガバナンス体制・
リスク管理プロセスの強化、具体的戦略及び
数値目標の設定
⇒一部目標数値を2023年度中に開示予定



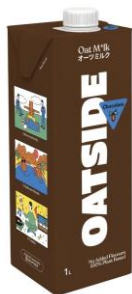
こだわり抜いて作られた、濃厚でほんのり甘く、香ばしいオーツミルク

OATSIDE



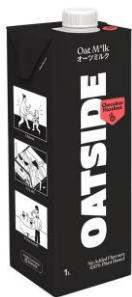
パリスタブレンド

ほんのり甘く、まろやかで濃厚な口当たり。
そのまま飲んでも、コーヒーや抹茶、ほうじ茶など
との相性も抜群。
泡立ちもよく、ラテアートも描けるオーツミルク。



チョコレート

インドネシア産のカカオブレンドを使用。
カカオたっぷり、甘さ控えめ。
お子様も喜ぶチョコレート味のオーツミルク。



チョコレートヘーゼルナッツ

トルコ産ダークローストヘーゼルナッツを使用。
ヘーゼルナッツの豊かな香ばしさが感じられる、
大人向けの贅沢な味わいのオーツミルク。

オーツサイドとは

- オーツサイドは健康や環境への配慮はもちろん、
どこよりも「美味しい」オーツミルクづくりにこだわる
シンガポール発のブランドです。
- ラクトースフリー(乳糖不使用)なのでお腹にも優しく、
乳糖不耐症の方にも安心して飲んでいただけます。
- 2022年1月発売以来、オーツサイドはシンガポール・
インドネシア・韓国・台湾などすでに10か国以上に
展開、アジアを代表する新しいオーツミルクブランド
として急成長を続けています。
- 日本では六甲バターがオーツサイド社と輸入販売代
理店契約を締結、国内市場での拡大を目指していま
す。

チーズメーカーならではのおいしさにこだわったチーズアイス



ゴルゴンゾーラ味

ゴルゴンゾーラ・ピカンテの塩味がミルクの甘味と絡み合っって蜂蜜の香りが鼻に抜けるアイスクリーム



ブリーチーズ味

ブリーチーズのまろやかなミルク感がリンゴの香りと溶け合っって、最後はコクの余韻に浸るアイスクリーム

- おいしさのために、扱いの難しい“生のナチュラルチーズ”をふんだんに使用したチーズメーカーならではの特徴ある商品です。
- ちょっとクセがあるからすごくクセになる“おとな向けアイスクリーム”として、ハーゲンダッツと同価格帯に挑戦します。
- 昨年8月にクラウドファンディング・プラットフォームMakuakeでテスト販売実施しました。Makuakeでのアイスクリーム販売歴代最高売上げを達成しました。
- 2023年2月より一部スーパーより一般販売開始し、「小さく始めて着実に大きく育てる」ブランド戦略を展開しています。

2025年大阪万博でのブレイクを目指して



商標登録済み



- 健やかなからだ、健やかな地球環境維持のため、肉、魚、たまご等、さまざまな植物性代替食品が次々発売されている中、チーズ専門メーカーとして、当社はチーズで植物性代替食品市場への参入を目指します。
- 先行メーカー以上に「チーズらしさ」にこだわった商品を実現してまいります。
- 2023年5月頃を目途に、第一弾としてシュレッドタイプを発売する予定です。
- 左記ロゴを「チーズ好きのためのおいしい植物性」の目印(ブランド)として普及させていきます。
- 2025年の大阪・関西万博において、このブランドを一気にメジャーな存在にする出展を計画しています。

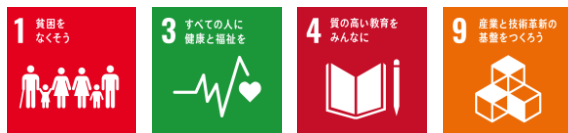
プライム市場にふさわしいガバナンス体制の整備

取組項目	実施(予定)時期
監査等委員会設置会社への移行	3月29日開催の第99回定時株主総会にて決議
指名・報酬諮問委員会の設置	2月21日設置済み
取締役スキルマトリクスの作成・開示	3月29日開催の第99回定時株主総会招集通知より反映
開示書類の英文化(招集通知)	3月29日開催の第99回定時株主総会招集通知より反映
機関投資家向け議決権電子行使プラットフォームの導入	3月29日開催の第99回定時株主総会決議分より

アクションプランの実行を通じ、「『おいしい』で未来を健康に」の実現を目指す

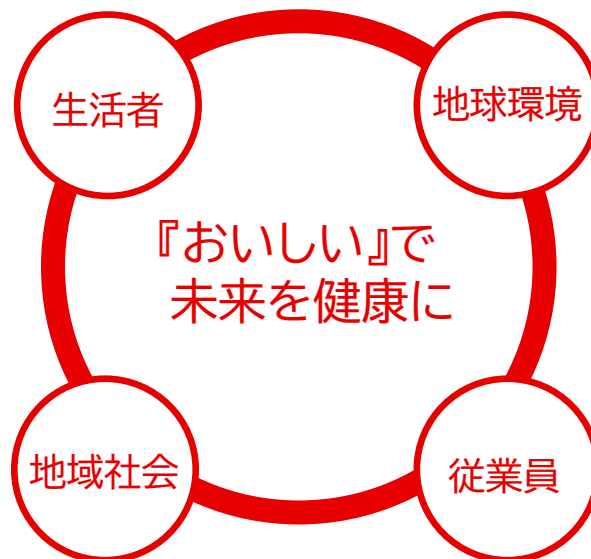
アクション 「いつでもどこでも誰でも食べられる社会の実現」

- 世界の子どもたちに栄養を提供
- みんなが食べられる「おいしい」の開発
- 海外へのプロセスチーズ文化の普及
- 新たな「おいしい」の開発



アクション 「豊かな自然環境を次世代へ」

- クリーンな工場から「おいしさ」を提供
- 工場からの廃棄物をなくす
- サプライチェーンで協力して、「おいしさ」を無駄にしない
- 環境にやさしい包材で無駄のない包装に



アクション 「住み続けたい地球に向けて」

- 給食を通じて、地域社会に貢献
- イベント・支援事業などを通じて、地域社会に「おいしい」を伝道
- 非常時、地域との深い連携

アクション 「ここで働く人みんなを幸せに」

- 先端技術を活用し、必要な人財を必要な場所へ
- 社内教育・制度の充実
- 時代に合わせ、多様な働きかたへの対応を



地球環境を意識した省エネとBCPの観点からガスを効率的に利用

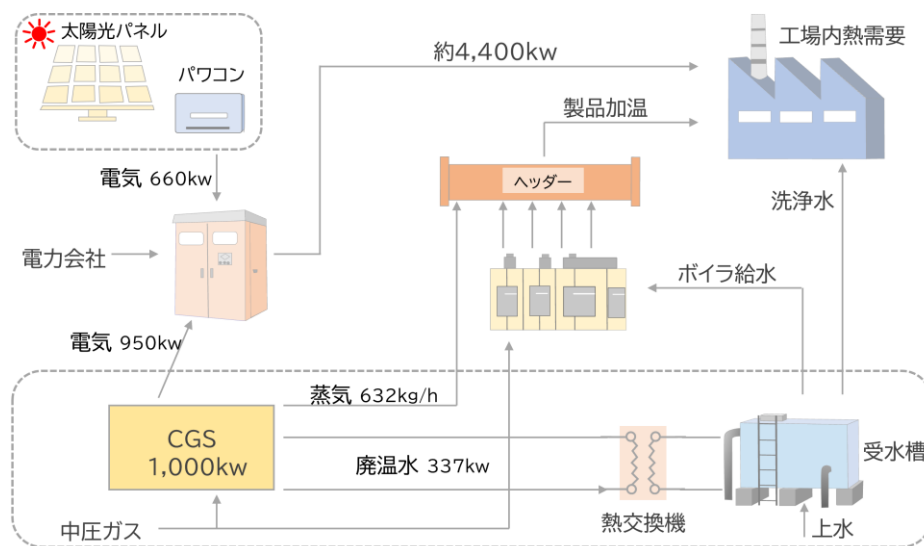
取組みの背景

- 製品の品質維持のために空調は欠かせないものだが、当社神戸工場は省エネ法の第一種指定工場であるため、省エネ取組みが必要不可欠
- 阪神大震災での経験および昨今多発する災害状況を踏まえ、BCPの観点からも災害に強いガスの効率的な活用に着目

取組み内容

- ガス会社が提供するエネルギーサービスを利用し、イニシャルコストを大幅に抑制
- ガスコージェネレーション(CGS)を導入し、排熱等を有効活用
 - ・ 発電に加え、発生した排熱を工場の熱需要に活用
 - ・ 温水を工場内の洗浄、蒸気を製造工程等で無駄なく利用
 - ・ 電気とガスの割合を「4:1」から「1:1」にし、エネルギーを平準化

CGSと太陽光発電のシステムフロー図



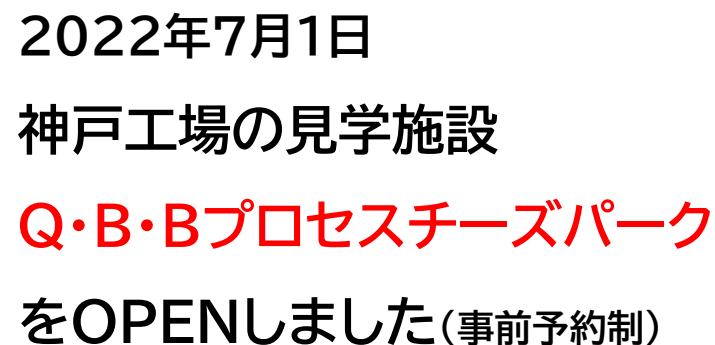
⇒ガスを供給する中圧導管は耐震性が高いため、災害時のエネルギー供給維持にも期待
 停電時もBCP対象負荷と工場生産ラインの重要施設への電気供給が可能に
 神戸市と防災連携協定を締結し、災害時は避難場所としての役割を果たすなど、地域防災にも貢献

● 太陽光発電システムの導入

- ・ 工場の屋根に太陽光パネル(出力984kW)を設置
- ・ CGSによる出力制御で太陽光の気象条件による不安定さを補いつつ、発電した電気は全て当社工場内で消費

当社神戸工場の取組みが経済産業省近畿経済局のHP上で紹介されました(2022年8月)

https://www.kansai.meti.go.jp/5-1shiene/cn_jirei/index.html



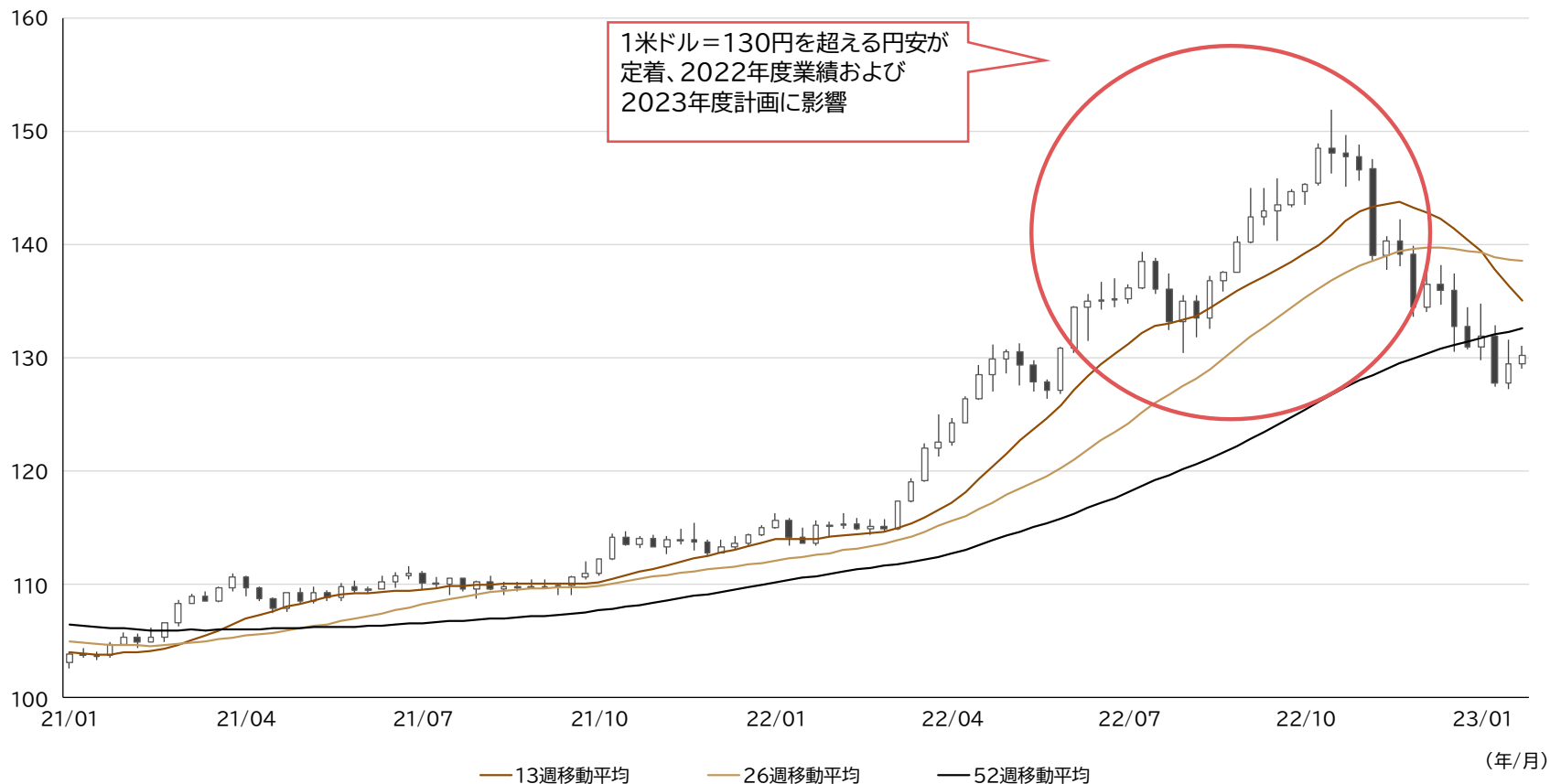
4. Appendix



1948年12月	平和油脂工業株式会社として創立(12月13日/資本金200万円) 当初は農林省指定のマーガリン製造工場で製品は全て農林省に納入
1954年7月	六甲バター株式会社と社名を変更
1958年11月	オーストラリアから輸入した原料チーズでプロセスチーズを生産 Q・B・Bブランドで日本全国に発売
1959年11月	三菱商事株式会社と取引が成立、当社チーズの販売網拡大
1960年10月	世界で最初のスティックチーズを開発、発売
1963年5月	大阪証券取引所第2部に上場(資本金1億円)
1965年2月	東京都中央区日本橋に社屋を新築し、東京支店を開設(現 東京支社)
1968年9月	稲美工場増築工事完成 月産1,000トンの設備をもって稼動
1971年12月	我が国で最初に個包装のスライスチーズを開発、発売
1972年3月	Q・B・Bナッツでナッツ市場に参入
1982年6月	Q・B・Bレアチーズケーキを開発、発売
1985年3月	マドリードで行われた第24回モンドセレクションでレアチーズケーキ・スライスチーズ・ポコットチーズが金賞を受賞
1988年3月	バークドチーズケーキを開発、発売
1989年12月	スイスのリンツ&シュブルングリー社と日本における同社製チョコレート製品の輸入販売契約を締結
1994年12月	チーズ生産体制の強化をはかるため長野工場を取得、操業開始
2000年11月	ISO9001を認証取得
2001年8月	ISO14001を認証取得
2012年12月	大阪証券取引所 第1部上場
2013年7月	東京証券取引所 第1部上場
2019年2月	チーズの生産体制の強化をはかるため神戸工場を新設
2019年5月	長野工場において、FSSC22000を認証取得
2020年9月	神戸工場において、FSSC22000を認証取得

USD/円為替相場推移

(USD/円)



出所:QUICKのデータをもとに当社作成

チーズ原料価格推移(GLOBAL DAIRY TRADE チェダーチーズ価格)

(USD/ト)



出所: Bloombergのデータをもとに当社作成

おいしいって、生きること。



- ◆ 本資料は投資判断の参考となる情報の提供を目的としたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。銘柄の選択、投資の最終決定はご自身でご判断をお願いします。
- ◆ 本資料に記載された業績計画などの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報、および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績などはさまざまな要因により大きく異なる可能性があります。
- ◆ 本資料には、監査を受けていない参考数値が含まれます。