本資料は、当社の事業内容及び事業戦略に関する情報の提供を目的とするものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘する目的としたものではございません。また本資料に記載した意見や予測などは、資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性及び完全性を保証し又約束するものではなく、また今後予告なしに変更されることがあります。

2017年5月期　株主総会　補足説明資料

中期経営計画「THE NEXT **GO!YO!** 2018」経過報告

五洋食品産業株式会社

Ⅰ. 第２次中期経営計画「THE NEXT **GO!YO!** 2018」
　　ⅰ　初年度経過報告
　　ⅱ　２年目の計画について
Ⅱ. 直近の株価と流動性について
Ⅲ. 配当について
Ⅳ. APPENDIX

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

Ⅰ－ⅰ　第2次中期経営計画（3カ年）
「THE NEXT **GO!YO** 2018」
初年度経過状況

2017 copyright©　Goyo Foods Industry co.,ltd

「GO!YO! Innovation Action Plan 2015」(第1次中期計画)

「THE NEXT GO!YO! 2018」(第2次中期計画)への成長と進化

- 海外への本格進出(特にアジア諸国への輸出・業務提携)
- 隠れた市場を掘り起こす！
  (機能性食品市場、冠婚葬祭市場、高齢者市場、非常食市場…etc)
- 新しい市場を創設する！(一般消費者との接点模索)

チャレンジし続ける“ワクワクする”「ものづくり」企業への進化

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

■ 営業・企画開発テーマ

- ✓ 営業力強化・・・営業スタッフ増員（国内既存・海外チーム編成）
- ✓ マーケット開拓機能強化・・・市場開発部隊編成、コンシューマ向
- ✓ 商品付加価値向上・・・研究開発機能強化：スタッフ雇用と編成

■ 生産・需給調整テーマ

- ✓ 攻めに向けた生産量増加対応（工場ライン増設）
- ✓ 商品の高品質実現のための設備導入・ISO22000取得
- ✓ 数値見える化強化（原価管理の徹底）・・・数値管理チーム、IT強化
- ✓ 在庫適正化の徹底、購買力強化・・・キャッシュフロー最大化

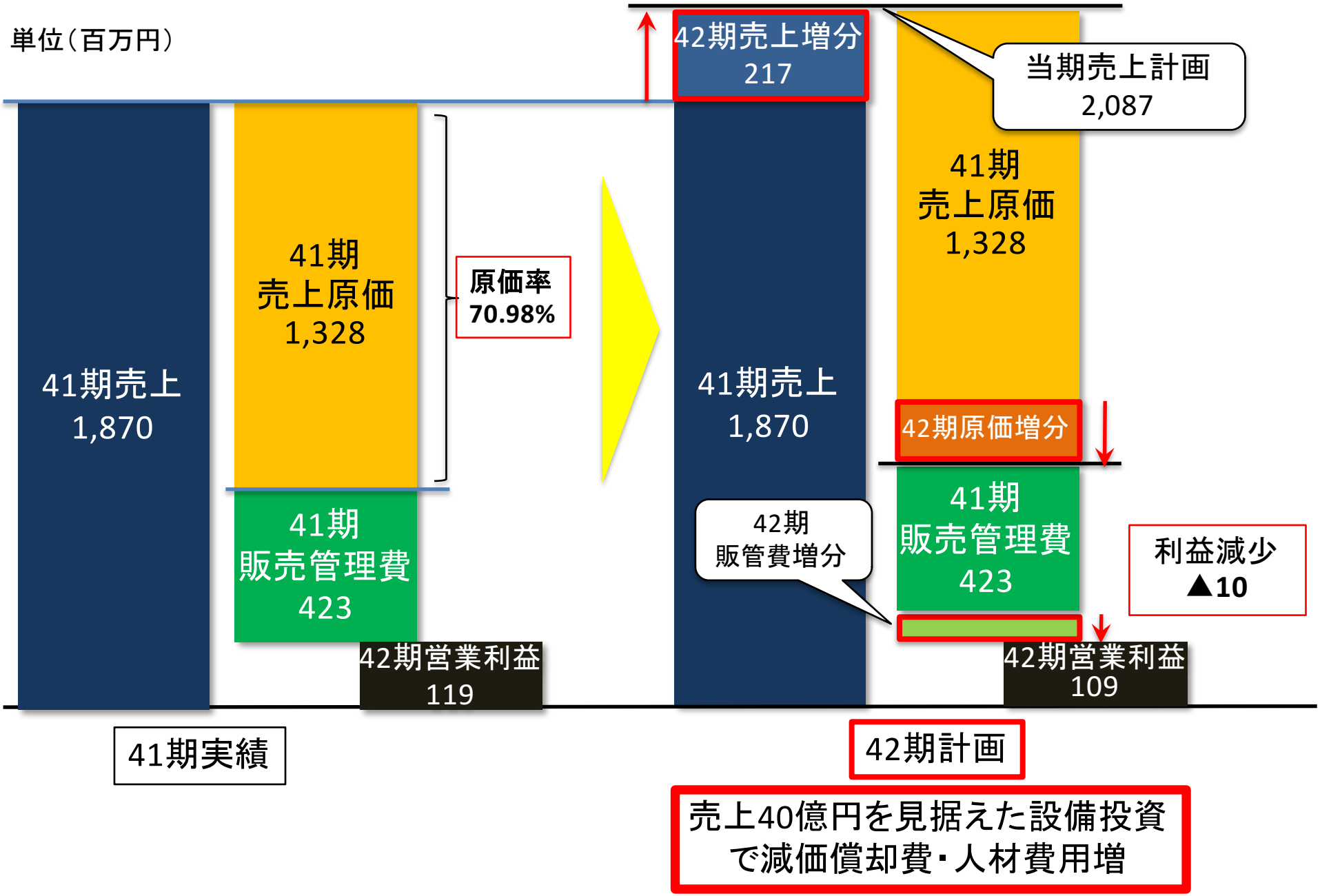
■ 管理・経営企画テーマ

- ✓ プロモーション活動・CSR活動

・・・工場見学対応、地域貢献活動、アンテナショップ….etc

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

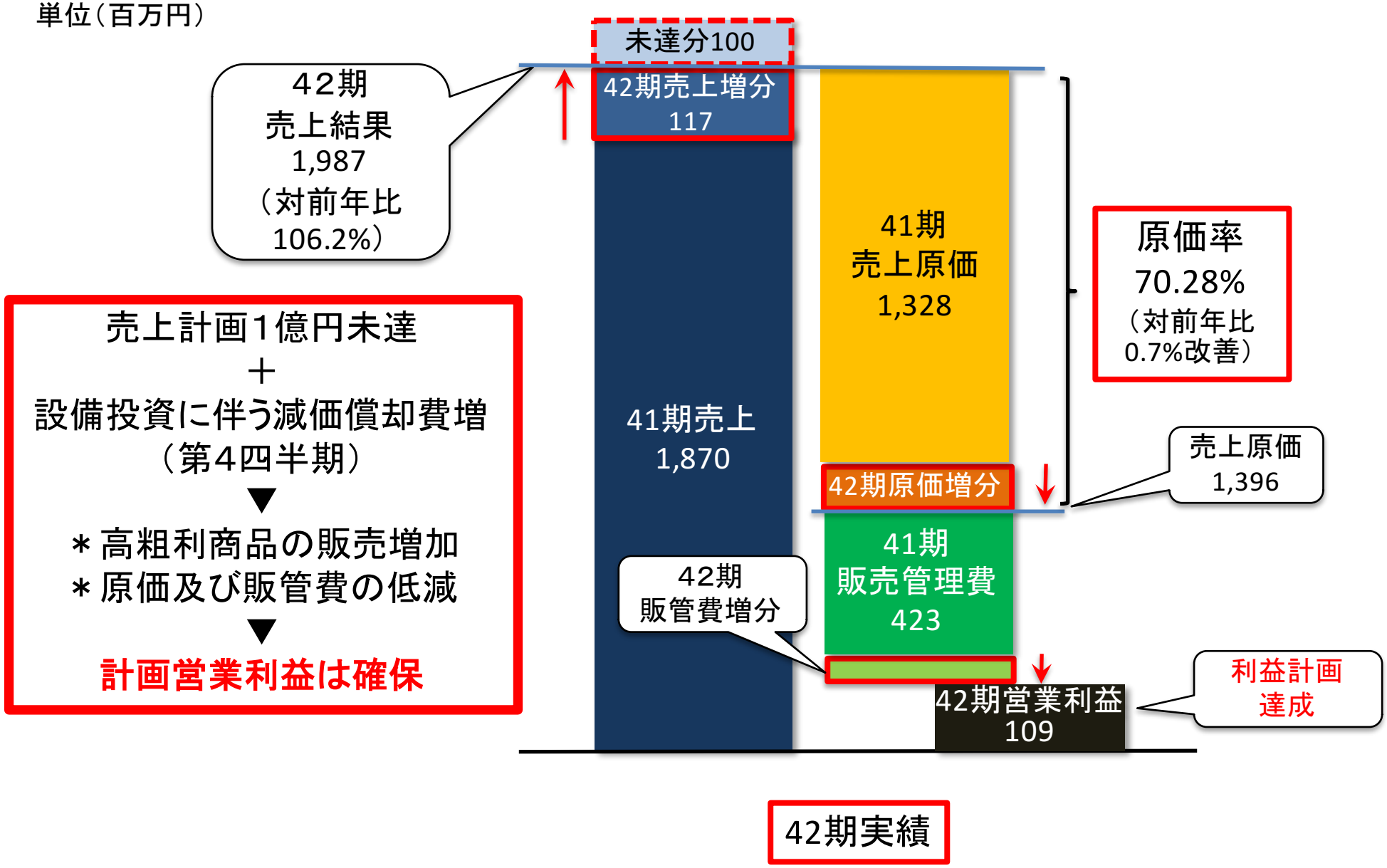
第2次中期計画（初年度）



2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

第2次中期計画　初年度結果

単位（百万円）

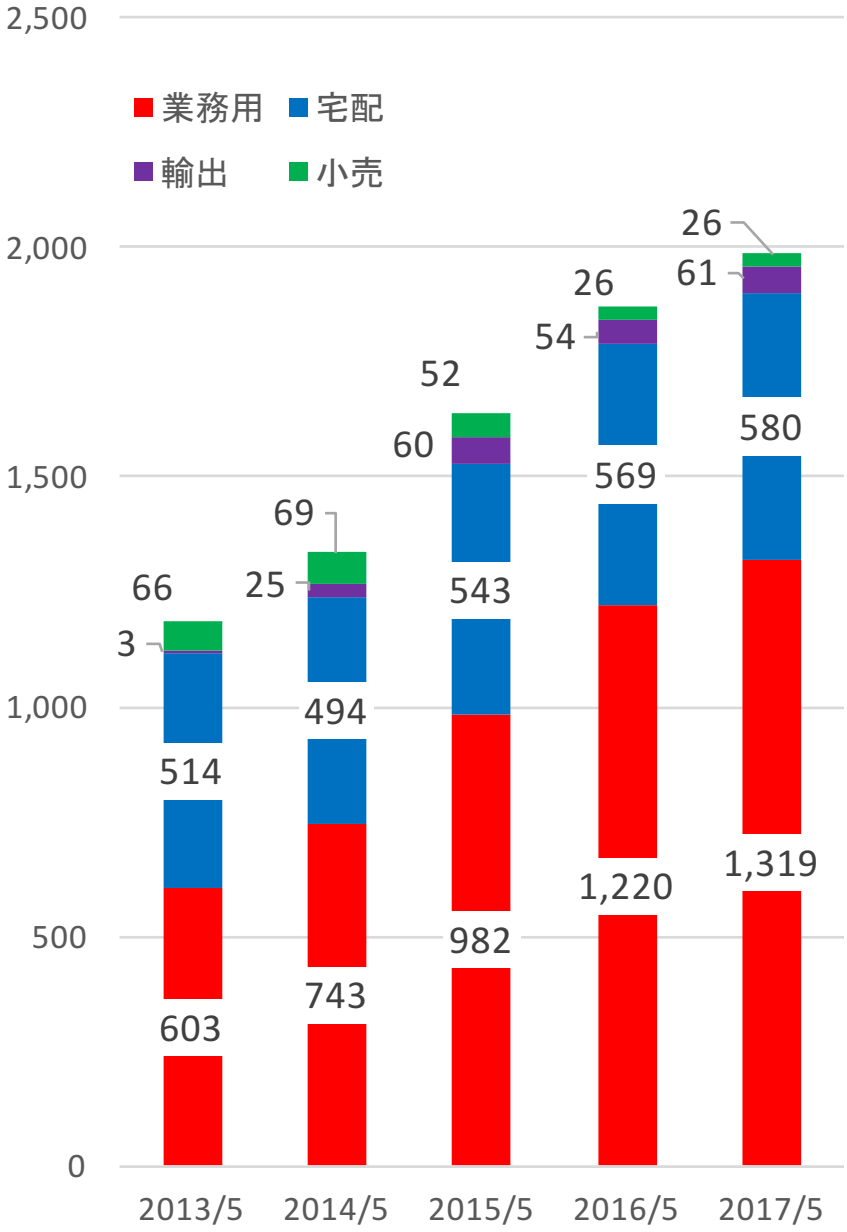


売上計画1億円未達
＋
設備投資に伴う減価償却費増
（第4四半期）
▼
＊高粗利商品の販売増加
＊原価及び販管費の低減
▼
計画営業利益は確保

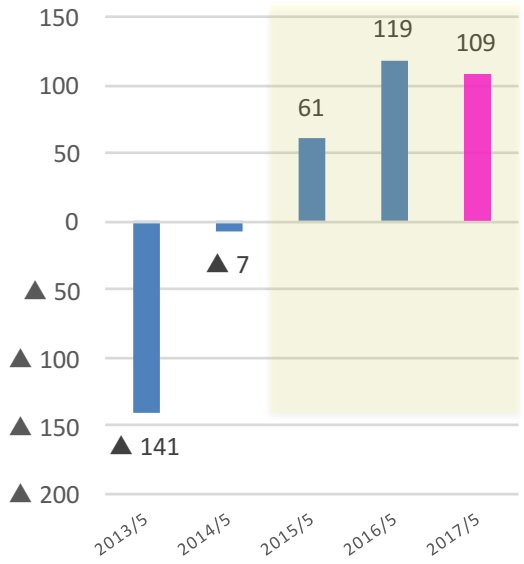
2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

業績・財務ハイライト

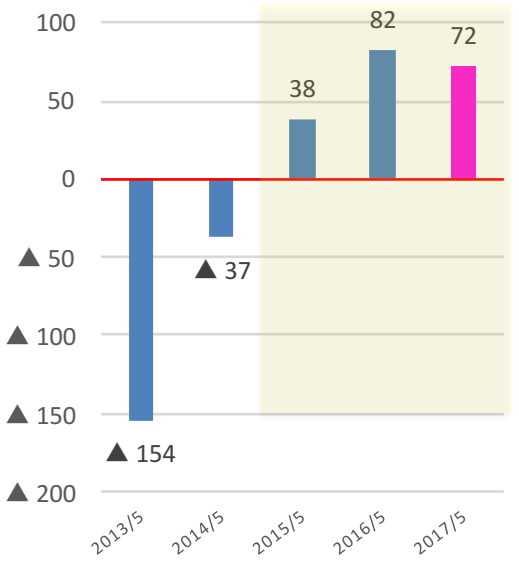
売上高推移（百万円）



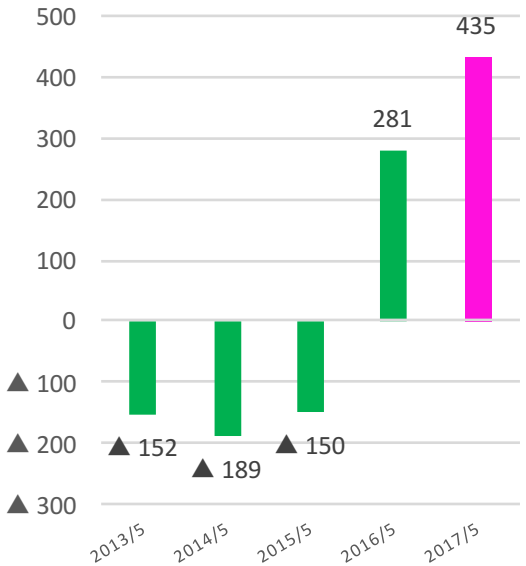
営業利益（百万円）



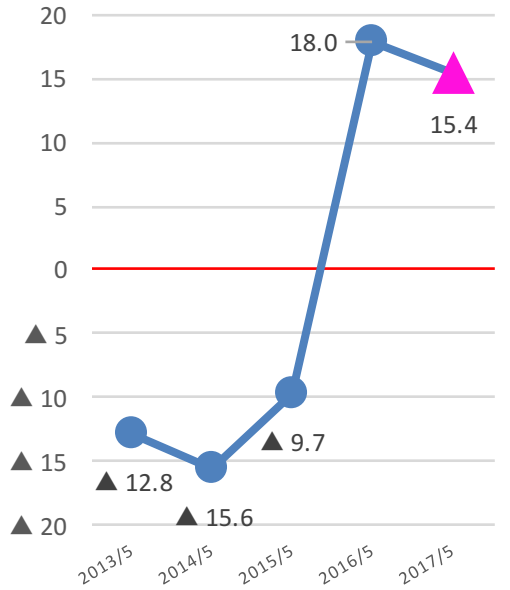
当期純利益（百万円）



純資産（百万円）



自己資本比率（%）

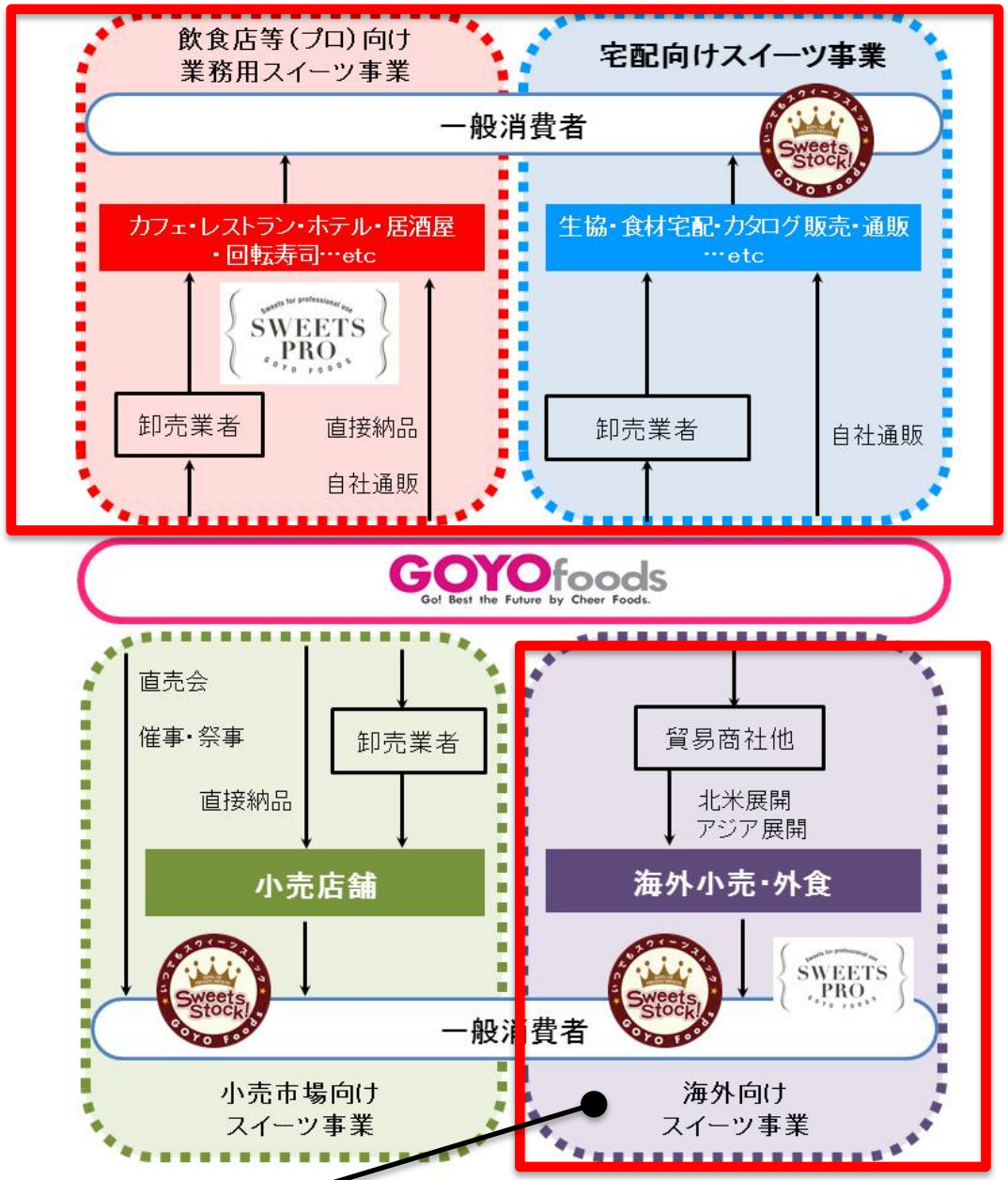


2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

業務用・宅配のベースビジネスの強化で足元の基盤を確保

業務用：108.1%

宅配向：101.9%



海外チームの体制構築（継続　発展途上中）

輸出：111.7%

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

今後の柱にすべく、海外向けビジネス・個人消費者への積極アプローチ

工場更新の3ステップ

緊急性の高い
老朽化設備の
更新

国内・輸出
案件増加
対応設備投資

ボトルネックを
解消し
売上40億円を
見据えた工場へ

CSR活動の一環として、プロモーションも兼ねた工場とするための、工場見学なども可能「見せる工場」化構想。地元だけでなく、国内外観光客が多い糸島の立地を生かす。

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

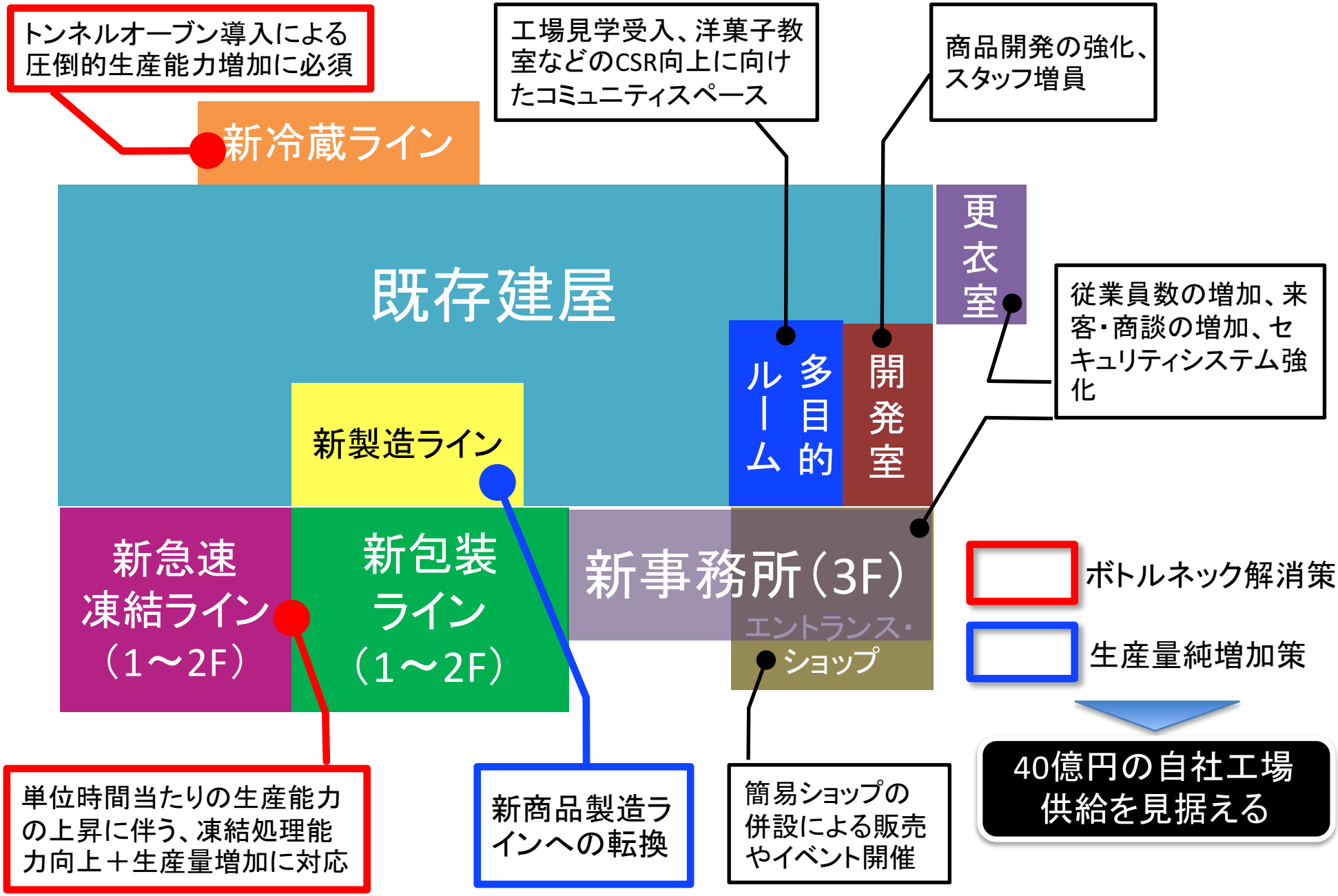
生産工程と能力のイメージ

生産能力の向上により、工程上の冷却・凍結処理能力を超えると、
機械を更新しても全体の能力は頭打ち

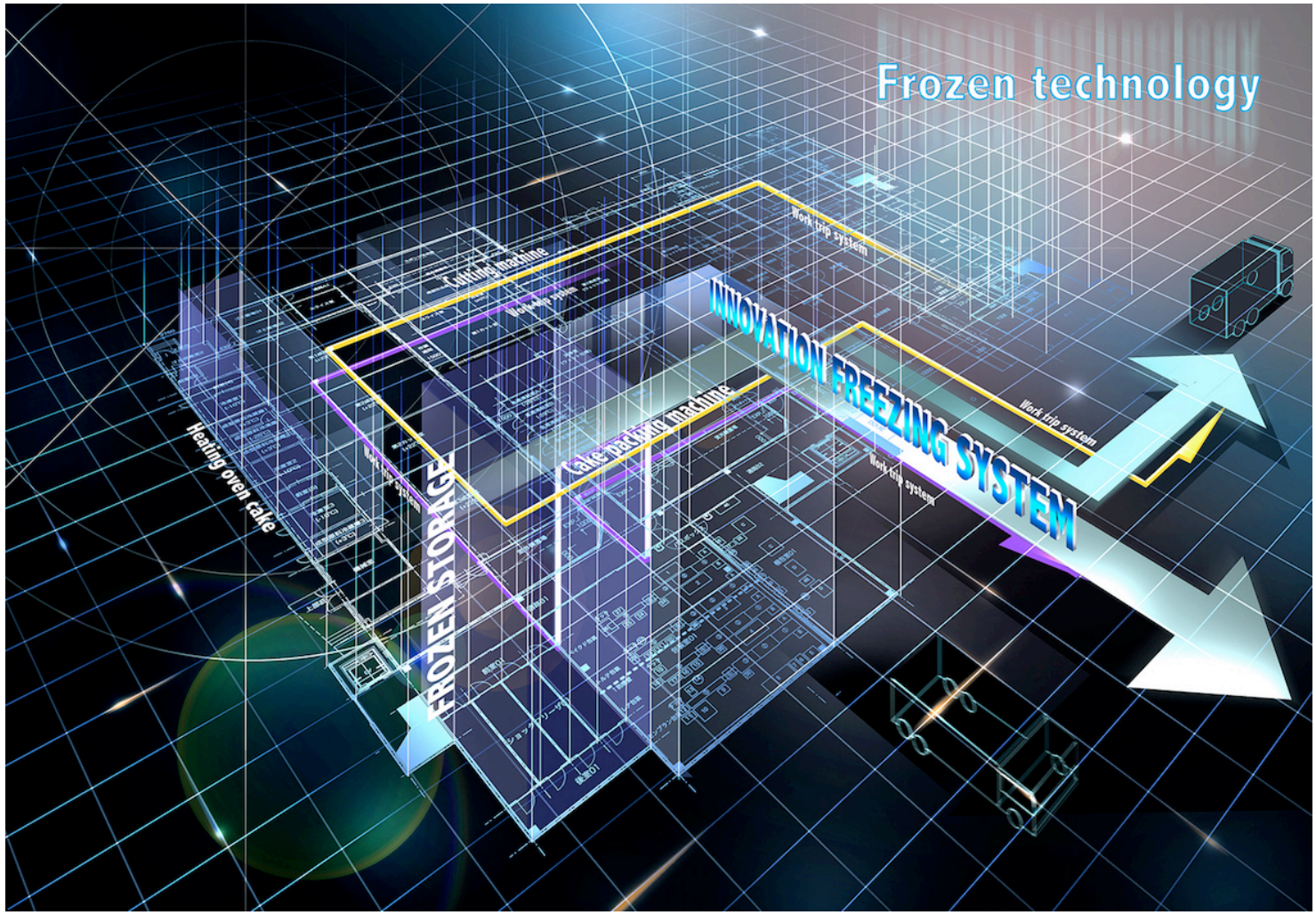
▶ ボトルネックにより、ムダの発生・原価高

GO!YO!
2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

増設の概要



2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd



生産性を高め、より高い品質の商品供給実現を追求

進化するコールドチェーンシステムに対応

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

増設完了

- 建物・付属設備（冷凍、冷蔵など）・生産設備
- 事務所棟（オフィス、プレゼンルーム、試作室など）

総工費7億3千万円

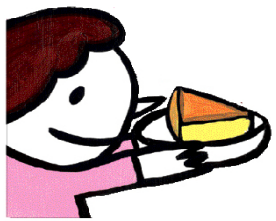
GO!YO!
2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

“JOIN Project ”

地元地域から始める消費者との対話（CSR活動との融合）

「コンセプト商品の販売」
「定期イベント開催」
「社会科見学」
「洋菓子教室」

・・・CSR活動への取り組みと情報の発信
・・・自社ショップ、イベントへの参加、アンテナショップ開設など



2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

増員に対応する従業員駐車場

増産体制に備え、増加する
従業員用駐車場の確保
4,053㎡（約1,230坪）取得

土地・舗装造成等　2億円

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

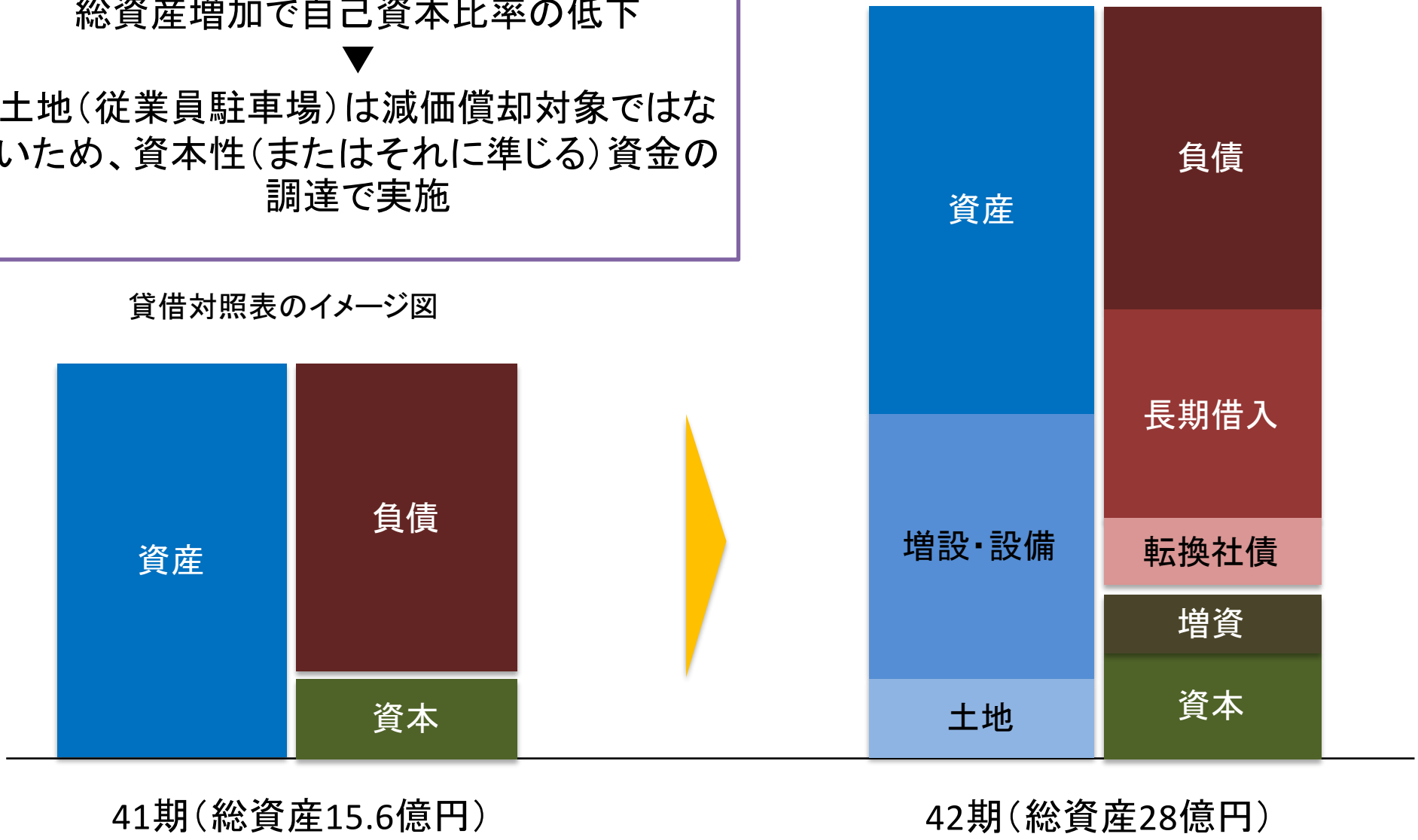
財務対策

工場増設・設備投資のための大型借入による総資産増加で自己資本比率の低下

▼

土地（従業員駐車場）は減価償却対象ではないため、資本性（またはそれに準じる）資金の調達で実施

貸借対照表のイメージ図



41期（総資産15.6億円）

42期（総資産28億円）

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

Ⅰ－ⅱ　第2次中期経営計画（3カ年）
「THE NEXT **GO!YO** 2018」
2年目の計画について

2017 copyright©　Goyo Foods Industry co.,ltd

成長イメージ（3ステップ）

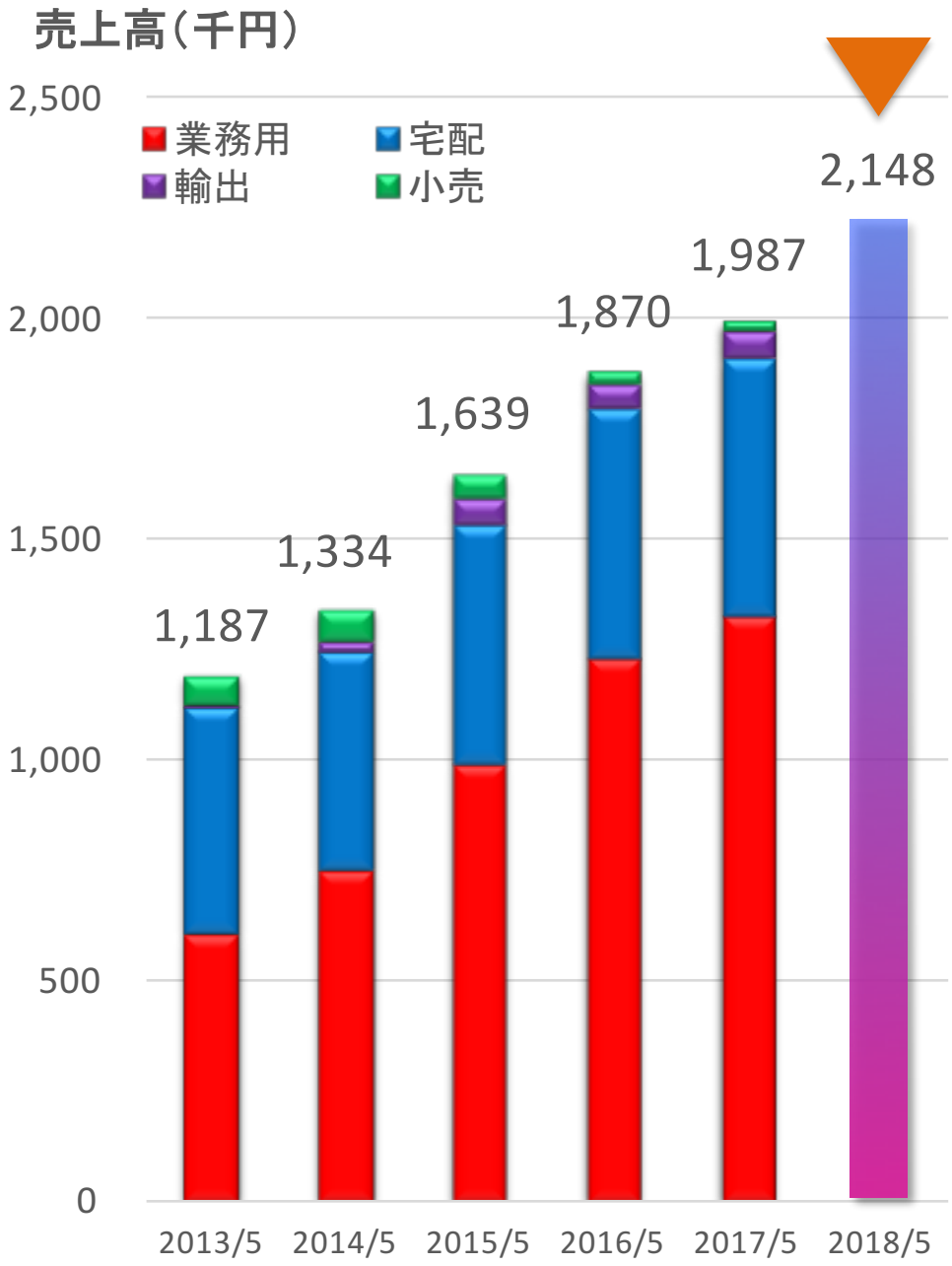
2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

- 生産量増加を見込んだ設備投資の減価償却費
- 生産量増加対応の人材採用
- 第２次～第３次中期計画達成のための組織強化

・・・・・人材投資

初期経費増加による利益率の圧迫

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd



- ✓ 売上40億円を見据えた設備投資により減価償却費負担増
- ✓ 増設部分の本格稼働は9月から
- ✓ 人材の先行投資

▼

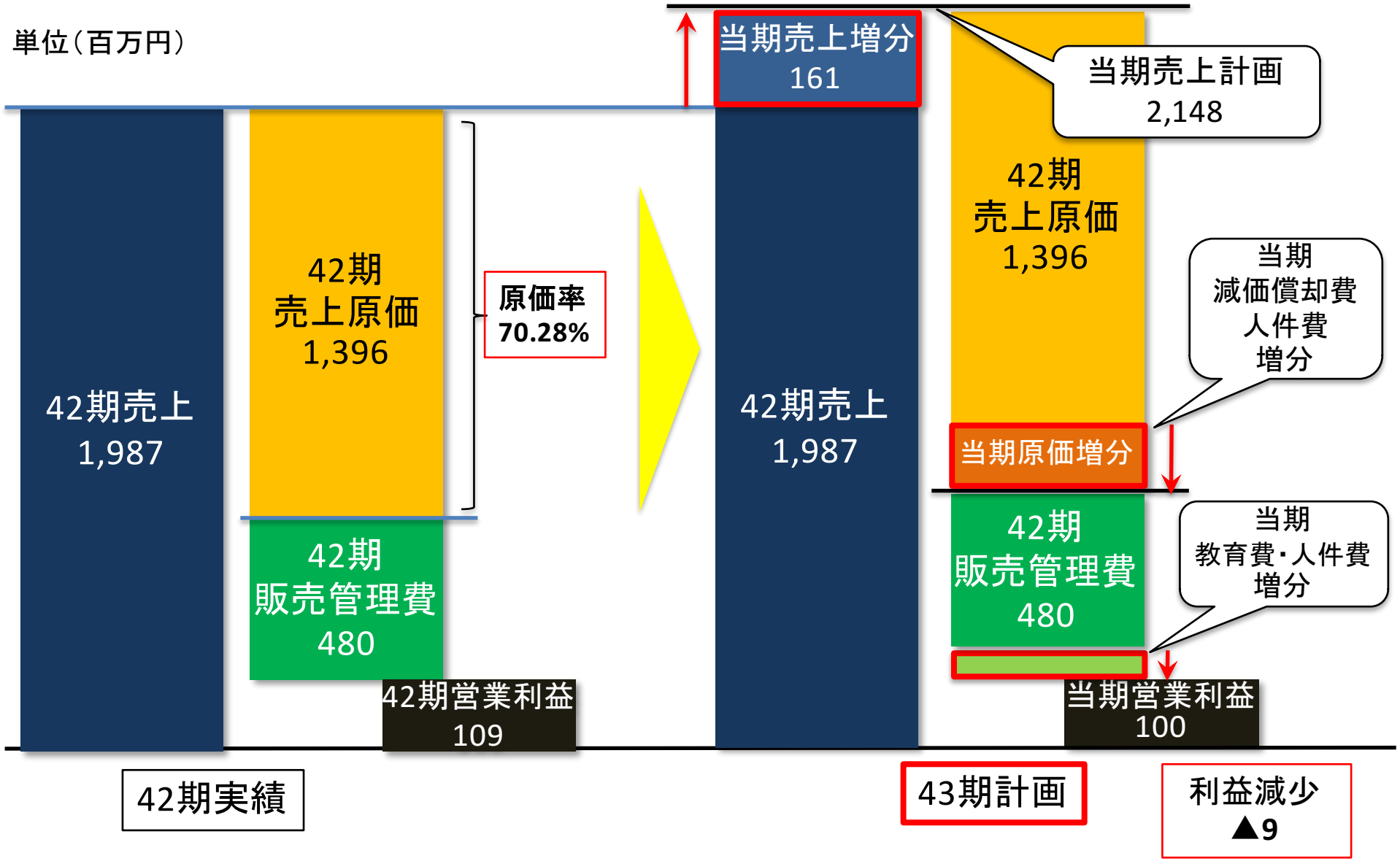
移転初年度の工場稼働時の経験から、急激な稼働増加・売上増加は避ける方針

売上高	21億48百万円（ + 8.1%）
営業利益	1億円（▲ 8.8%）
経常利益	69百万円（▲16.9%）
当期利益	58百万円（▲20.0%）

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

第2次中期計画（2年目）

単位（百万円）



GO!YO!
2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

メインテーマ

- ✓ 既存市場（業務用・宅配）の継続的な獲得推進
  ・・・営業部隊と企画開発部隊の連携強化

- ✓ 海外への本格進出（環太平洋諸国への輸出・業務提携）
  ・・・依然としてハードルは高い（各国の輸入規制・価格など）
  が、パートナーの模索は強力に継続推進

- ✓ 一般消費者へ向けたアプローチの準備
  ・・・CSR活動など

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

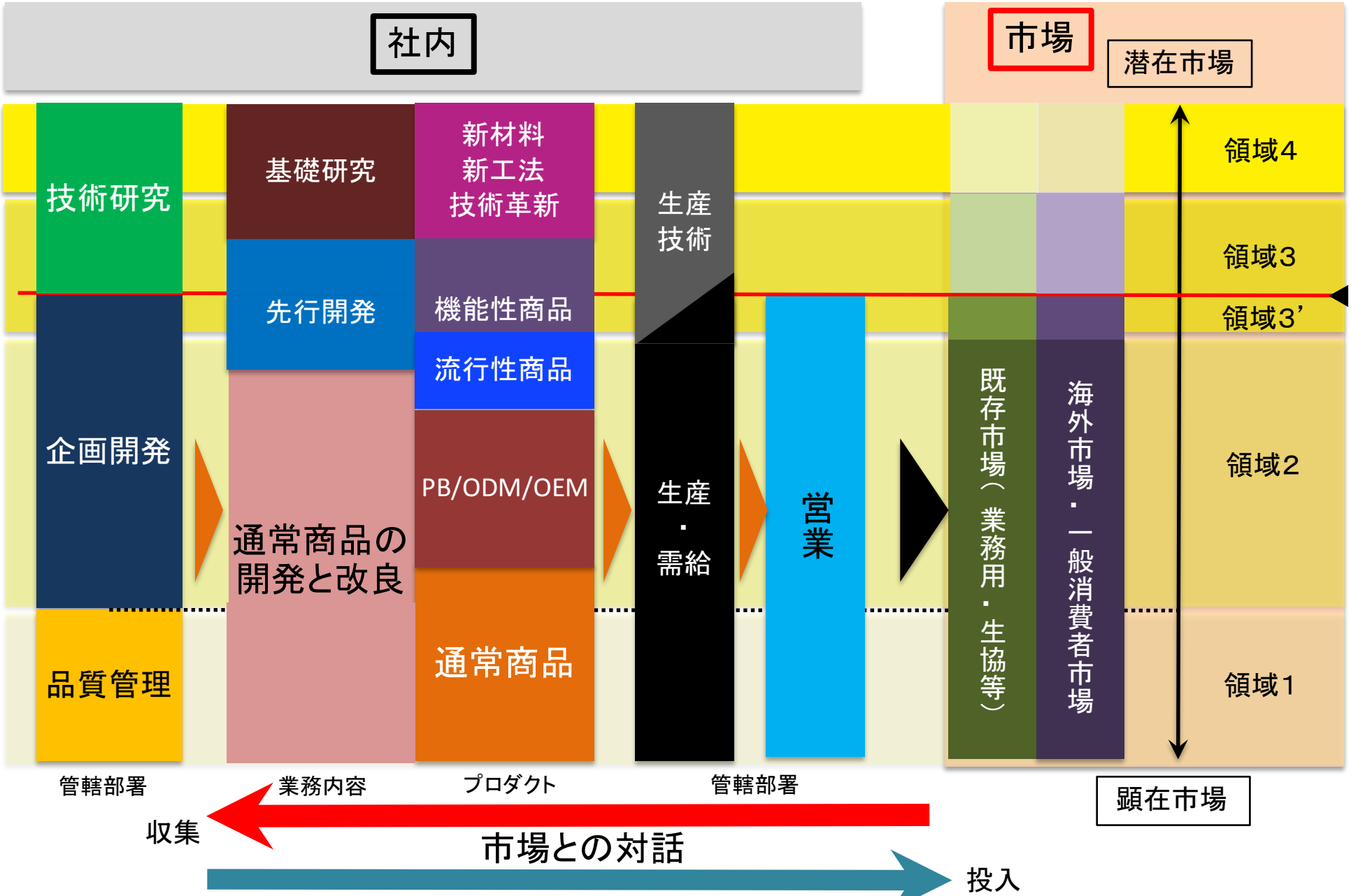
メインテーマを実現していくために・・・

- 当社がこれまで取り組めなかった市場領域へのアプローチ
- 増産対応生産設備導入と本格稼働（生産性）
- 更なる工場運営及び商品の品質向上
- そのための組織機能強化（人材投資）

- ✓ 技術研究室の新設
- ✓ 品質管理室の生産部からの分離独立
- ✓ 生産技術担当者の配置
- ✓ 各部門の人材増員・教育

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

メーカーとしての組織体制強化と進化



2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

本年度新卒社員（11名）

製菓系専門学校卒　8名
短期大学卒　1名
大学・大学院卒　2名

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

■ 取締役

舛田　圭良　（代表）
藤永　晋也　（営業部・企画開発部管掌）
井上　みゆき（生産部・需給調整部管掌）
正林　英治　（管理部長）
上木戸　一仁
前田　隆　　（社外：（株）トライアンド　代表取締役）
佐野　睦典　（社外：イノベーション・エンジン（株）　代表取締役）
坂本　啓晃　（社外：地域経済活性化支援機構 マネージング・ディレクター）

■ 監査役

大野　良一　（社外：常勤）
池田　智之　（社外：非常勤　社会保険労務士いけだ事務所　代表）
池田　幸　　（非常勤）

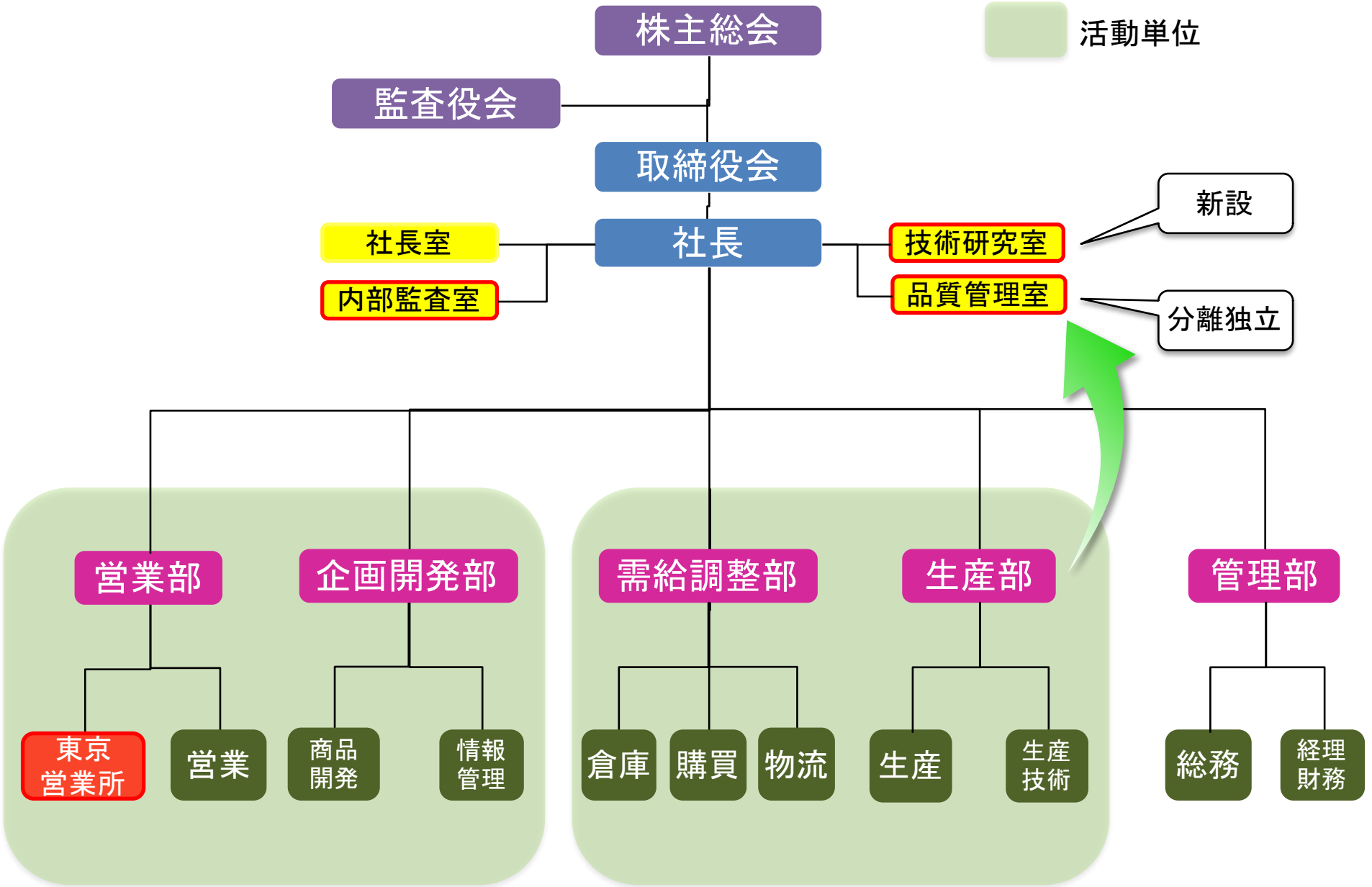
2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

■ 部門長

営業部	藤井　大介（執行役員）
企画開発部	中川　和馬
需給調整部	平野　誠也（執行役員）
生産部	田村　勇気
管理部	正林　英治（兼務）
品質管理室	伊藤　隆生
技術研究室	田中　泉美
内部監査室	山北　俊明

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

組織図（2017.9.1～）

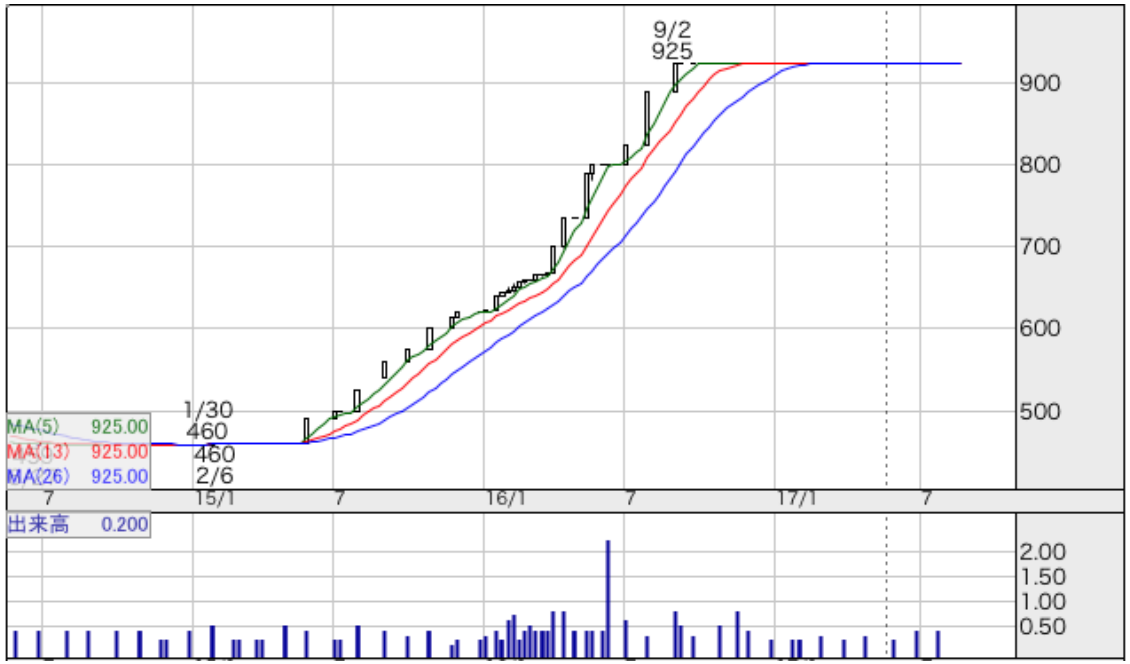


2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

Ⅱ. 直近の株価と流動性について

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

直近の株価と流動性



2018.5期　各種指標

（決算短信記載情報より算出）

▶PER：28.7 倍（株価収益率）
▶EPS：32.27円（1株当り利益）
▶PBR：　3.8 倍（純資産倍率）
▶ROE：13.4 %（自己資本利益率）

＜食料品 市場銘柄（2017.7）＞
加重平均
東証1部　PER 23.1
東証2部　PER 20.7
東証マザ　PER --

◆株価について

この１年間では、890～925円で推移しています。引き続き業績向上に全力を注ぎ、より高い企業価値を創造し株価に反映できるよう努めて参ります。

◆流動性について

当社株式が上場するTOKYO PRO Market市場は、上場企業数は増えておりますが、特定投資家向けに特化していることもあり、まだ流動性が高まるまでには至っておりません。
今後、一般個人向け市場への鞍替えを目指して参ります。

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

Ⅲ. 配当について

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

利益剰余金は

▲250,764千円（2015/5末）
84,174千円（2016/5末）
157,040千円（2017/5末）　と大幅に改善。

本業は3年連続で黒字を維持し、株主の皆様への還元ができるべくスタートを切っておりますが、まだ自己資本は十分とはいえず、より強い財務基盤を確立するために、更なる増強が必要な過程にあると考えております。

いましばらく、株主の皆様のご理解を賜りたく、引き続きご支援の程、よろしくお願い申し上げます。

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

ご清聴有り難うございました

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

Ⅳ APPENDIX

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

会社概要（2017.05現在）

社　　名	五洋食品産業株式会社 （GOYO Foods Industry CO.,LTD）
事 業 内 容	冷凍洋菓子（フローズンケーキ）の製造・販売
所　在　地	本社および工場：福岡県糸島市多久819番地2
	東 京 オ フィス ：東京都港区芝3丁目42番9-2F
代　表　者	代表取締役社長　舛田圭良
資　本　金	1億3,960万円
決　算　月	5月
従　業　員	70名（臨時　のべ150～200名（季節変動あり））
認　　定	ISO9001(2015), ISO27001(2013), 日本冷凍食品協会認定工場
企 業　ＵＲＬ	http://www.goyofoods.co.jp

上 場 市 場	東京証券取引所　TOKYO PRO Market
証 券 コ ー ド	2230
株主名簿管理人	みずほ信託銀行　株式会社
発 行 株 式 数	1,807,172株

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

経営理念

デザートの使命“小さな幸せ” × より多くの人にお届け
日本から世界へ・・・地球規模で“大きな幸せ”と“笑顔”で満たそう

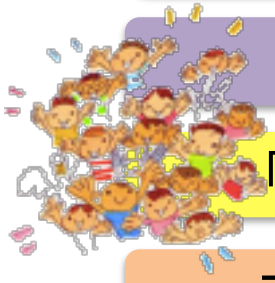
高い理想と志を持ち、「開発力」「スピード」「高品質」を
追求し”元気な食”を供給し続けよう！ ！

元気な食で、明るい未来を創造し、次世代に繋ごう！

経営ビジョン

「企画開発～生産～供給」小回りの利いた高品質サービスをスピーディに提供

「Sweets Stock!」の特性を活かしたプロモーションの展開による
デザート市場活性化のリーディングカンパニー、日本を代表するスイーツメーカーに！

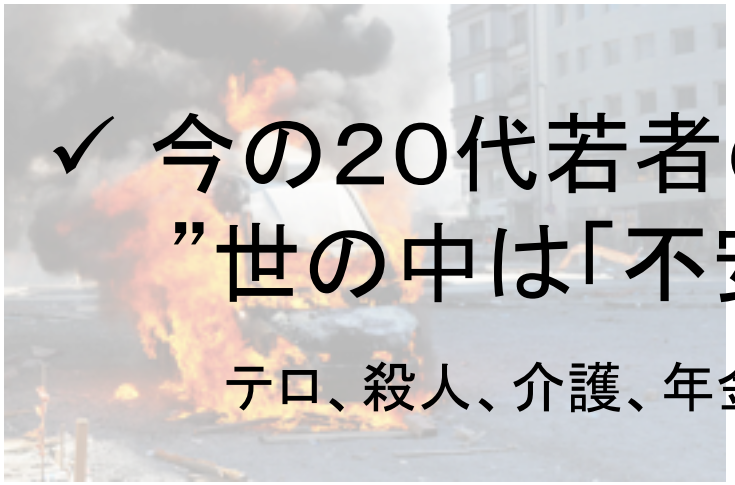


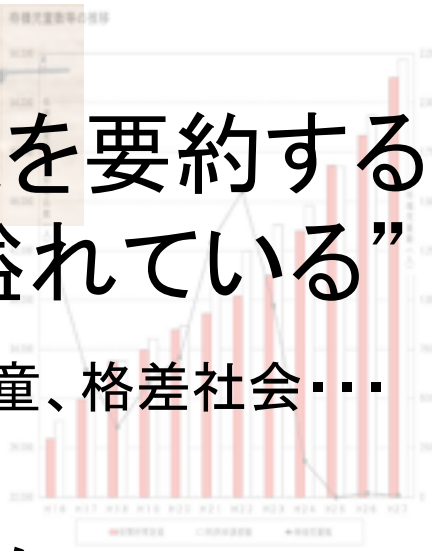
世界に通用する商品価値の創造と展開を図る

「諦めない」「逃げない」「くよくよしない」精神を養う次世代人材の育成

デザートを通じ進化し続ける企業となることで、地域／社会へ貢献する

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd





✓ 今の20代若者の言葉を要約すると‥
”世の中は「不安」で溢れている”

テロ、殺人、介護、年金、待機児童、格差社会･･･

✓ 当社にできることは何か？

➢小さな幸せで、世界を大きな笑顔で包もう！

スローガン
「スイーツで世界を変えよう！」
～武器を捨てて、スイーツでも食べませんか！～

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

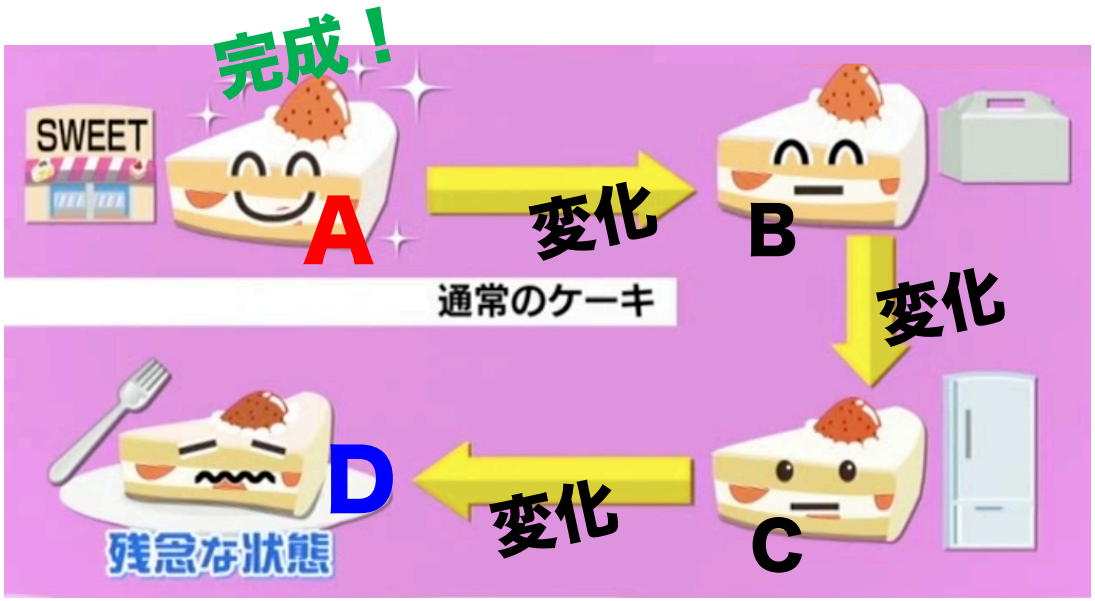
✓日本は高齢化が進む
✓日本の総人口は急激に減少する
✓世界各国は人口が増加している
✓世界における「若者」は大多数アジアに分布
✓世界情勢、原料価格の変動、TPP・・・

このような環境下でGO!YO!はどこを向き、どう戦うべきか・・・。これら激変する環境にも適応して進むべし！

❖環境に対応し、変化しながら成長することが、日本企業として生き残る鍵
❖長期的に、常に「攻め」の姿勢

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

GO!YO!が定義するフローズンスイーツとは



✓味が「変化」することをみこした配合・設計（科学的）
✓「完成の味“A”」のポイントをズラす技術

✓作り手の「伝えたい味」と食べ手の「食べたい味」の合致

GO!YO! だけの美味しい技術
Best 解凍時製法

GO!YO!

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

改めて・・フローズンスイーツのコンセプトとは

「必要なときに必要な分だけ食べられる、廃棄の少ないエコなスイーツ」

◆“フローズン”を活用したの4つの特徴

① 高品質（工場で作り立ての味と品質を凍結でギュッと閉じ込め）
② スリップ（目的の場所距離と時間を超えてタイムスリップ）
③ 利便性（必要なときに必要なだけ食べられる）
④ ストック（廃棄が少なく長期保存が可能）

◆ユーザーにとってのメリット

✓ 飲食店やご家庭では・・・

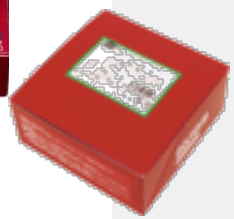
冷凍庫で味を落とさず保存ができ、「食べたい時、お好み量だけ」食べる、パーツに使える、便利で自由なスイーツとして楽める

✓ 海外では・・・

工場で作り立ての味を落とさず、高品質な状態を維持して長距離輸送に耐えることができる

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

チャネル別ブランド



自社ショップ 通販	コンビニ スーパーなど	生活協同組合 など宅配	レストラン ホテル・・・ 業務用店舗	ODM/OEM 業務用店舗

BtoC　　B to B to C　　BtoB

Sweets Stock!

ノーブランド（五洋）
PB

SWEETS PRO

消費者に当社のブランドや社名が伝わる（パッケージなど）

消費者に当社の社名は伝わらない

コンセプト＝ストック可能なスイーツ

フローズンによって得られるメリットを各チャネルで活かすための基礎技術
「BEST　解凍時製法」

GO!YO! だけの美味しい技術 Best 解凍時製法

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

海外展開への取り組み

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

最重要課題：海外展開

タイ・香港企業以外の諸国との業務提携実現を目指す

◆アプローチした国

アメリカ（ロス・NY）、台湾、シンガポール、韓国、中国、ロシア、オーストラリア、フィリピン、マレーシア

・・・特に東南アジア圏のスイーツは味・質ともに遅れている

「Made in ニッポン」への高い要望

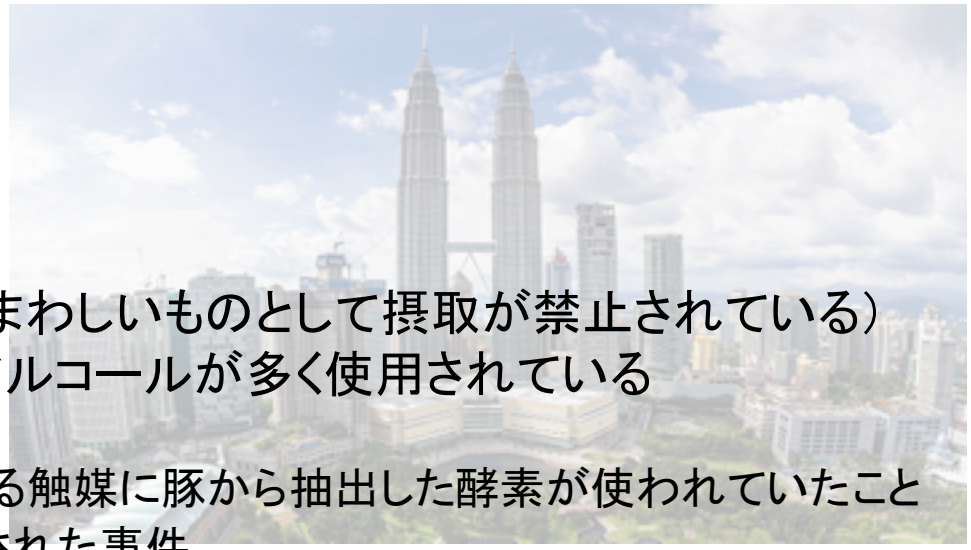
参入障壁

- ✓ 各国の品質要件（乳・卵・遺伝子組換え・加熱条件・添加物）
- ✓ 国家間の政治上の諸問題（領土問題など）
- ✓ 宗教による制約
- ✓ 為替リスク、治安リスク

障壁をクリアすることで、経済発展の象徴である「スイーツ」への熱い要望へ応えることが可能

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

イスラム圏（マレーシア）でのリサーチ



- ✓ イスラム教を信仰する人口は20億人
- ✓ 最大の課題

ハラール（豚、アルコールなど、宗教上忌まわしいものとして摂取が禁止されている）

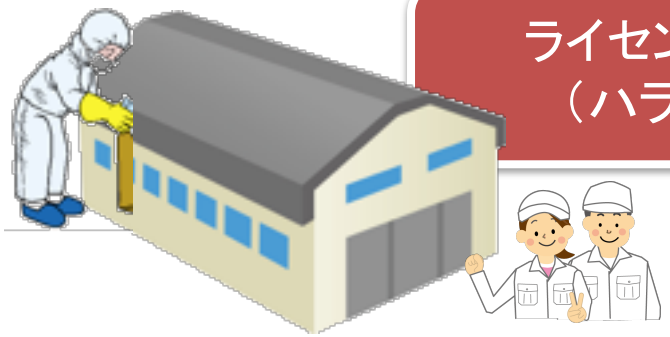
▸洋菓子原料の多くは、起源原料に豚やアルコールが多く使用されている

＜2001年「大手A社事件」＞

認証後に発酵菌の栄養源を作る過程で使用する触媒に豚から抽出した酵素が使われていたことが判明し、現地日本人社長を含む数名が逮捕された事件

本社工場生産▸輸出
（ノン・ハラール＝ハラーム）

メリット　：比較的早期実現
デメリット：ハラール対応でないため需要が少ない

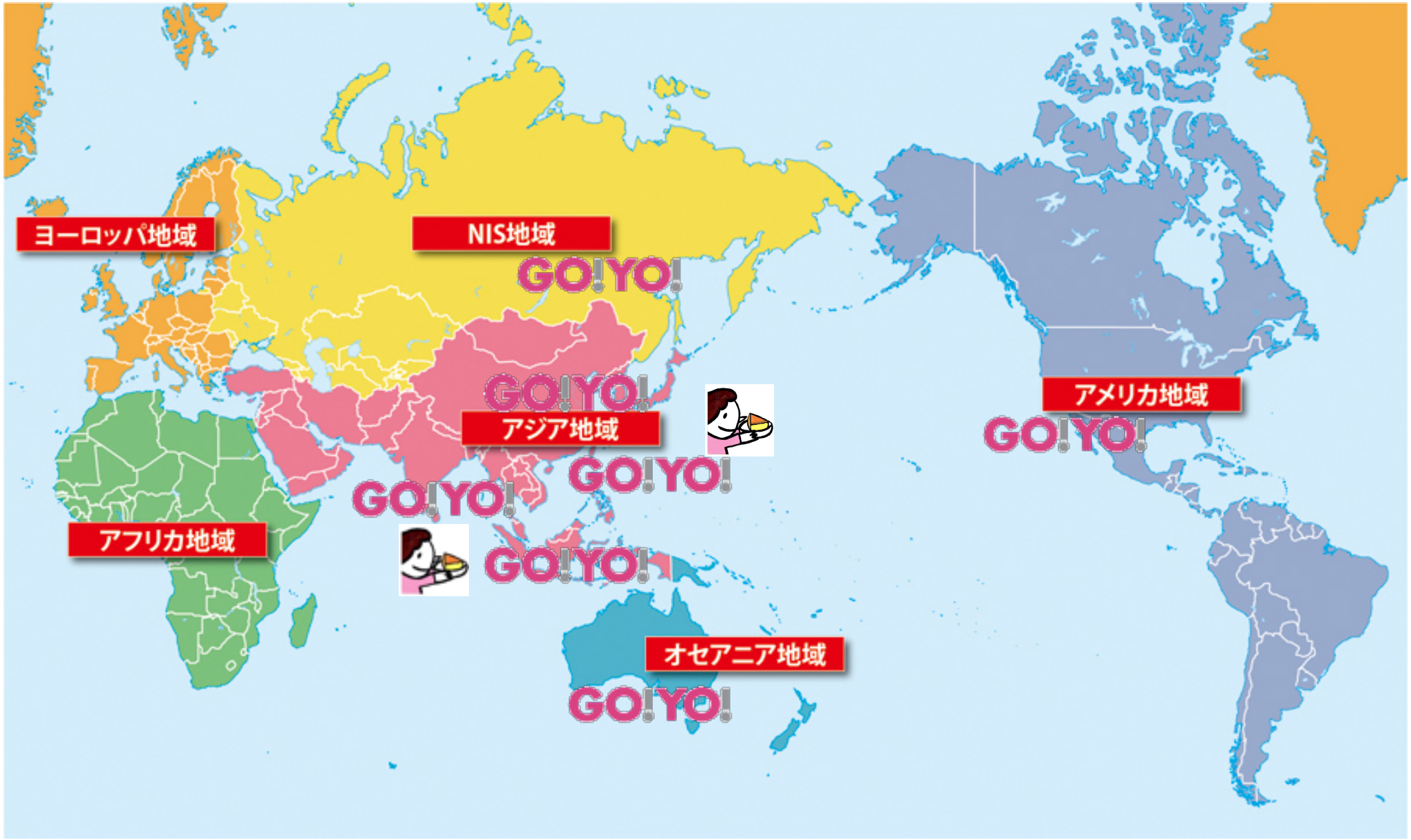


ライセンス現地生産
（ハラール対応）

メリット　：ハラール対応スイーツの要望に応えることによる大きな需要
デメリット：設備投資もしくは現地企業の模索が必要なため、大きな資金と時間を要す

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

太平洋を取り巻く海外諸国への展開を目指す



2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

一般消費者へのアプローチ

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

最重要課題2：一般消費者へのアプローチ

◆ブランディング（ブランドの活用・創造）

「Sweets Stock!」の有効活用

時期尚早であった自社ブランド「**Sweets Stock!**」
によるプロモーションの展開に着手できる環境
「商品開発、ネットの活用・構築、資金、人的資源・・」

◆他社・同業/異業種とのコラボレーション

スイーツの王道以外にも、色々な分野・ジャンルとの
提携により生まれる新しい商品、テーマ、市場の創造
「パティシエ、日本食、健康、美容、住宅、ファッション、
介護、冠婚葬祭・・・etc」

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

◆他社・同業/異業種とのコラボレーションの可能性

KING OF FROZEN SWEETS

Sweets Stock!

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd

免責事項

本資料は、当社の事業内容及び事業戦略に関する情報の提供を目的とするものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘する目的としたものではございません。
また本資料に記載した意見や予測などは、資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性及び完全性を保証し又約束するものではなく、また今後予告なしに変更されることがあります。

2017 copyright© Goyo Foods Industry co.,ltd