

亀田製菓 インド事業について

@グローバル・フードバリューチェーン推進官民協議会



2024年8月6日
海外事業部 堀部

本日の内容



- ① 亀田製菓及び海外事業について
- ② インド合併会社の概要
- ③ インド市場参入の目的と当初目論見
- ④ 市場からのフィードバック・学び
- ⑤ 今後のインド事業の展望

自己紹介

- ① 亀田製菓及び海外事業について
- ② インド合併会社の概要
- ③ インド市場参入の目的と当初目論見
- ④ 市場からのフィードバック・学び
- ⑤ 今後のインド事業の展望

創業の心

戦後間もない食糧難の時代に「男性はどぶろくで気晴らしができるが、女性や子供には楽しみといえるものがない。なにか生活に喜びと潤いを届けたい」という思いから米原料の水あめづくりに挑戦しました。
それは創業の心となり、亀田製菓は生まれました。

社是

製菓展道立己

(せいかてんどうりっき)



経営理念

- ・ 会社につわるすべての者の要望に応える
- ・ 会社の永劫の存続をはかる

トップマネジメント



Chairman & CEO Lekh Raj Juneja



President & COO Masanori Takagi

■読売新聞 リーダーズ 2023.8.15



■日経ビジネス 編集長インタビュー 2022.12.5



■DIME

2022.12.21



■新潟日報 2023.1.11



亀田グループのパーパス／ビジョン／バリュー





注力する6ブランド



これまでの歩み



- 1946年 亀田郷農民組合委託加工所を創業し、水飴の委託加工を開始
- 1957年 亀田町農産加工農業協同組合を母体として亀田製菓(株)を設立
- 1966年 「ピーナッツ入り柿の種」発売
- 1975年 米菓業界で売上高日本一に
- 1984年 新潟証券取引所に株式上場
- 1989年 海外進出、米国セスマークフーズ社(現 TH FOODS, INC.)と業務提携
- 2000年 東京証券取引所第二部に上場
- 2012年 東京証券取引所市場第一部に指定替え
Mary's Gone Crackers, Inc.をグループ会社化
- 2013年 尾西食品株式会社をグループ会社化
ベトナム・THIEN HA KAMEDA, JSC.設立
- 2017年 インド・Daawat KAMEDA (India) Private Limited設立
- 2018年 カンボジア・LYLY KAMEDA CO., LTD. 設立
- 2019年 株式会社マイセン及び株式会社マイセンファインフードをグループ会社化
- 2020年 タイ・Singha KAMEDA CO.LTD 設立
- 2021年 株式会社タイナイ、ベトナムTHIEN HA KAMEDA JSCグループ会社化
- 2022年 新経営体制スタート

数字で見る亀田製菓

(24年3月31日時点 連結)



売上高

94,992百万円



営業利益

3,564百万円



EBITDA

9,656百万円



ROE

3.0%

売上高営業利益率

3.8%

EBITDAマージン

10.2%

ROIC

2.9%



国内米菓市場でのシェア[※]

38.6%



従業員数

3,858名



グループ会社

21社[※]



売上高50億円以上の
ブランド数

3ブランド

※株式会社インテージ「SRI+」(全国小売店パネル調査)より算出しています。

亀田製菓単体

1,412名

連結子会社

18社[※]

国内10社
海外8社[※]

持分法適用関連会社

3社

国内1社
海外2社

※2023年11月30日現在のグループ会社数は20社、
連結子会社数は17社、うち海外は7社です。

発売から50年以上の
ロングセラーブランド数

5ブランド

海外事業展開



会社情報 (2023年11月30日現在)

海外ネットワーク



海外商品



Mary's Gone Crackers, In.



MARY'S GONE CRACKERS



Usuyaki Localized

TH FOODS INC.



PALEO



CRUNCHMASTER



Qingdao Kameda Co., Ltd.



Kaki no Tane Localized



KAMEDA LT Foods Pvt. Ltd.



Kaki No Tane - Localized



Thien Ha Kameda, JSC.



Age ichiban and hainhain localized



Singha Kameda Co., Ltd.



Tsumami dane - Localized

海外戦略骨子

～グルテンフリー・スナック需要を捉えたグローバル展開～

- MGCの立て直しによる海外セグメントの黒字化
- OEMモデルの収益で「KAMEDAブランド」を育成
- 人材・マーケティング機能強化など海外事業推進体制の整備



Three flags are crossed in the background. From left to right, they are: an orange flag, a green flag, and the Japanese national flag (white with a red circle).

ご清聴ありがとうございました