



2010年3月期 決算説明会

ケンコーマヨネーズ株式会社

2010年 5月21日



本日の内容



I. 2010年3月期 決算の概況

II. 2011年3月期 業績予想

財務経理本部管掌 常務取締役 奥田 洋

III. 2010年度の方針

代表取締役 社長 炭井 孝志

IV. 添付

参考資料【1】【2】及びお問い合わせ先



I . 2010年3月期 決算の概況



①2010年3月期 決算の概況

I. 2010年3月期 決算の概況



食品業界 低価格志向や内食回帰等で消費低迷が
継続し、価格競争が激化

1. 2009年5月より販売価格の引下げを実施
2. 中期経営計画(KVR)の指針に基づく事業戦略及び販促活動により、売上数量、売上金額ともにほぼ計画値達成
3. 穀物相場等の原料事情の落ち着きがプラス要因
4. KVR事業戦略実行により、前期比減収ながら大幅増益

②中期経営計画(KVR2009) 一年目の主な成果(1)

I. 2010年3月期 決算の概況



◇商品開発の成果

- ・新機軸商品の展開 : 実績 58アイテム／19億円増収
(健康志向に対応したディライトシリーズ、低カロリードレッシング等)
- ・製パン分野に特化した新商品の拡大 : 19アイテム／1.6億円増収
(原料・素材加工技術)
- ・形態戦略商品の導入による顧客の拡大 : 12アイテム／6.6億円増収
(使い易さ)
- ・高付加価値商品の市場浸透 : 3億円増収
(クッキングソース、オカズドレッシング等素材を活かして美味しくするコンセプト商品)

◇お客様への提案成果

- ・外食、パン、CVS、スーパー、給食など重点分野別に既存顧客、新規先に対して、販売／商品技術(開発)／販売企画が一体になってチーム提案営業を展開
→ 実績: 新規獲得 659件、売上 17億円 (期初目標: 10億円)

②中期経営計画(KVR2009) 一年目の主な成果(2)

I. 2010年3月期 決算の概況



◇生産性の向上

- ・生産改革の推進と継続(ムダ、ムラ、ムリの徹底排除)
- ・TPM活動の推進(生産効率を極限まで高める)
- ・設備更新などによる生産性向上
- ・商品の絞り込み 139品目減
- ・生産拠点の再編(稲城工場・都城工場)
- ・環境設備投資(ゼロエミッション、エコフィード、省エネ設備導入)

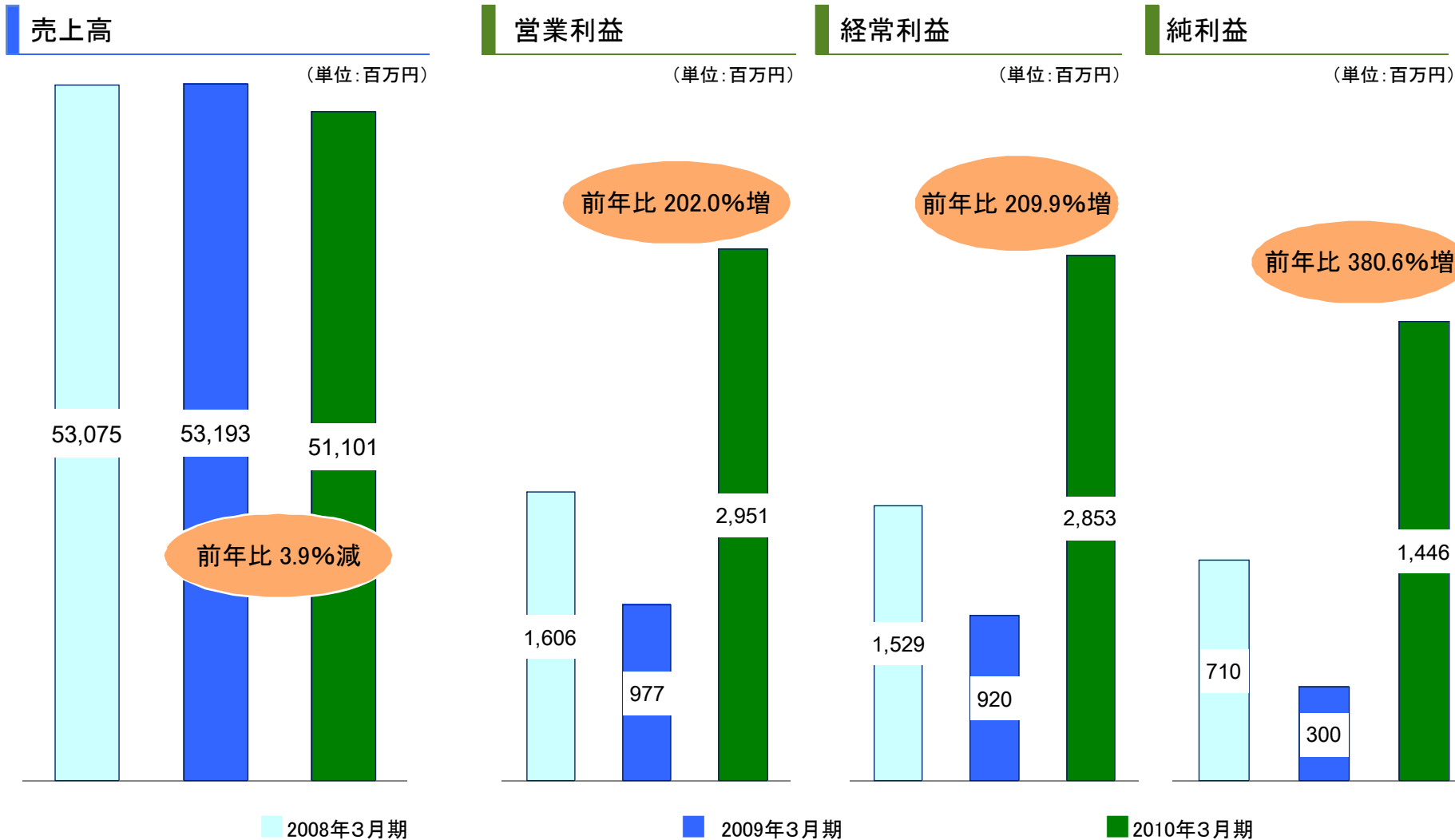
1品目あたり生産性
5%改善(前年比)

◇物流の効率化

- ・最適物流体制構築への取組み継続
- ・製品在庫の圧縮:月平均在庫量 8.7%圧縮(前年販売重量比)

③決算概況(連結)(1)

I. 2010年3月期 決算の概況

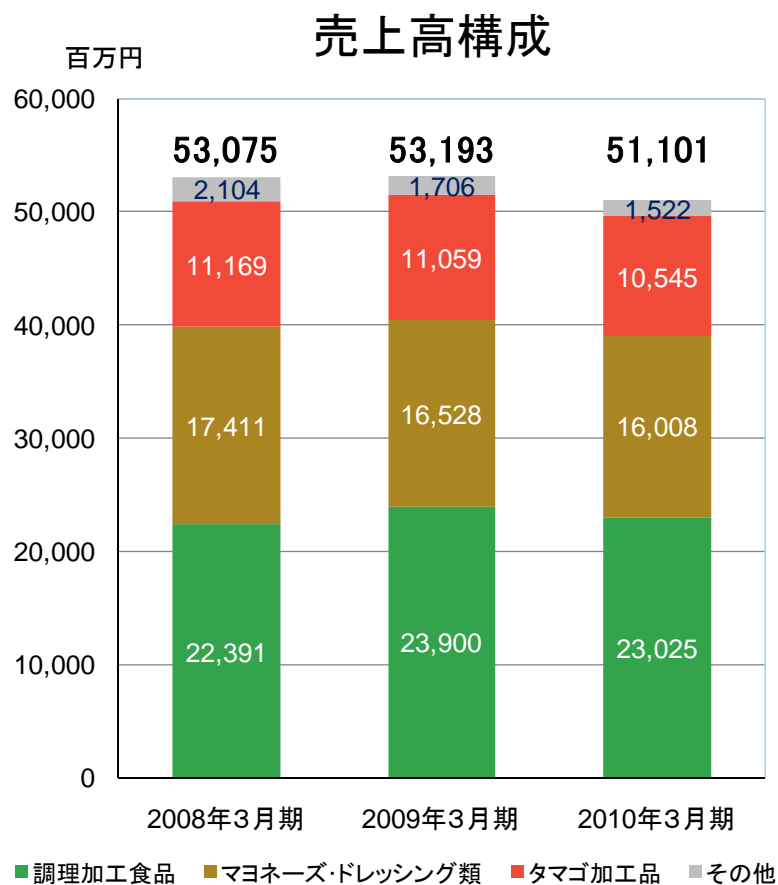


③決算概況(連結)(2)

I. 2010年3月期 決算の概況



■ 新機軸商品や新商品の積極的な導入で、すべての分野での数量減と販売価格の下落に対応し、4%の減収で押える事ができた。



調理加工食品

- 健康志向商品ディライトサラダが市場に定着し、好調に推移。
- 魚介類及び豆類の総菜食品が外食分野及びパン分野に浸透し継続採用。
- パン分野に特化した新商品サラダシリーズ(16品)を発売高導入率を維持。
- 売上高前期比3.7%減、数量についても5.2%減となる。

マヨネーズ・ドレッシング類

- ディライトドレッシングシリーズが市場に定着。
- 「サラダが主食」用の提案商品「OKAZU SALADドレッシング」等4品が幅広い分野で採用。
- クッキングソースシリーズ(11品)強化(前年比112.5%)。
- 新商品低カロリーノンオイルドレッシングや、こく味ドレッシングを発売し、好調に推移。
- 売上高前期比3.1%減、数量についても1.0%減だがドレッシング類は2.3%増であった。

タマゴ加工品

- 厚焼玉子、錦糸卵が好調に推移。
- しっとり感を重視した「しっとり錦糸、オムシート、そぼろ」発売、コンビニエンスストアー他 外食分野にも採用。
- 売上高前期比4.6%減、数量についても4.1%減となる。

③決算概況(連結)(3) 商材別売上高構成比

I. 2010年3月期 決算の概況



■ 主要な最終顧客(販売額ベース)

