



【ご参考資料1】:会社概要

1. 会社概要

【ご参考資料1】: 会社概要



社名	ケンコーマヨネーズ株式会社 KENKO Mayonnaise Co., Ltd.
設立年月	1958年3月
本店所在地	兵庫県神戸市灘区都通3丁目3番16号 (東京本社) 東京都杉並区高井戸東3丁目8番13号
代表者	代表取締役社長 炭井 孝志
事業内容	調理加工食品、マヨネーズ・ドレッシング類、 タマゴ加工品等の食品製造販売
売上高	50,629百万円 (連結 2011年3月期)
経常利益	2,681百万円 (連結 2011年3月期)
売上構成比	調理加工食品46%、マヨネーズ・ドレッシング類30%、 タマゴ加工品22%、その他2%
従業員数	835名(連結 2011年9月末)



2. グループ沿革

【ご参考資料1】: 会社概要



- 1958(昭和33)年3月 会社創立
- 1961(昭和36)年9月 業務用サラダ向「ケンコーマヨネーズAS」の製造販売を開始
- 1966(昭和41)年6月 ケンコー・マヨネーズ株式会社に商号変更
- 1967(昭和42)年8月 東京店(現 東京本社) 設置、 同10月 神戸工場 設置
- 1977(昭和52)年10月 業界初のロングライフサラダ「ファッションデリカフーズ®」発売
- 1979(昭和54)年11月 厚木工場 設置
- 1983(昭和58)年2月 売上 100億円達成(単体)
- 1986(昭和61)年12月 ごぼうサラダ(業務用)発売、ファイバーブームの先駆け
- 1988(昭和63)年3月 西神戸工場 設置
- 1990(平成2)年2月 九州ダイエットクック 開設、 同3月 売上 200億円達成(単体)
- 1991(平成3)年9月 ダイエットクック埼玉(現 関東ダイエットクック) 設立
- 1992(平成4)年3月 売上 300億円達成(単体)
- 1992(平成4)年6月 ケンコー・マヨネーズ株式会社をケンコーマヨネーズ株式会社に商号変更
- 1994(平成6)年6月 山梨工場 設置
- 11月 日本証券業協会(現 JASDAQ)へ株式を店頭登録
- 1995(平成7)年3月 売上 400億円達成(連結)
- 2005(平成17)年5月 健可食品(香港) 設立、 同8月 健可食品(東莞) 設立、 サラダカフェ(株) 設立
- 2006(平成18)年3月 売上 500億円達成(連結)
- 2007(平成19)年10月 西日本工場 設置
- 2010(平成22)年4月 頂新グループ(台湾)と提携し、中国事業を強化
- 2011(平成23)年3月 東京証券取引所市場第二部上場

3. 事業の概要 幅広い商品ラインナップ

【ご参考資料1】: 会社概要



商品数1,700以上。年間開発アイテム数は300を超える。

調理加工食品：ロングライフサラダ、フレッシュサラダ、和惣菜

マヨネーズ・ドレッシング類：マヨネーズ、ドレッシング、クッキングソース

タマゴ加工品：錦糸卵、フレッシュエッグ、卵焼き

調理加工食品



ロングライフサラダ



フレッシュサラダ

マヨネーズ・ドレッシング類



タマゴ加工品



錦糸卵



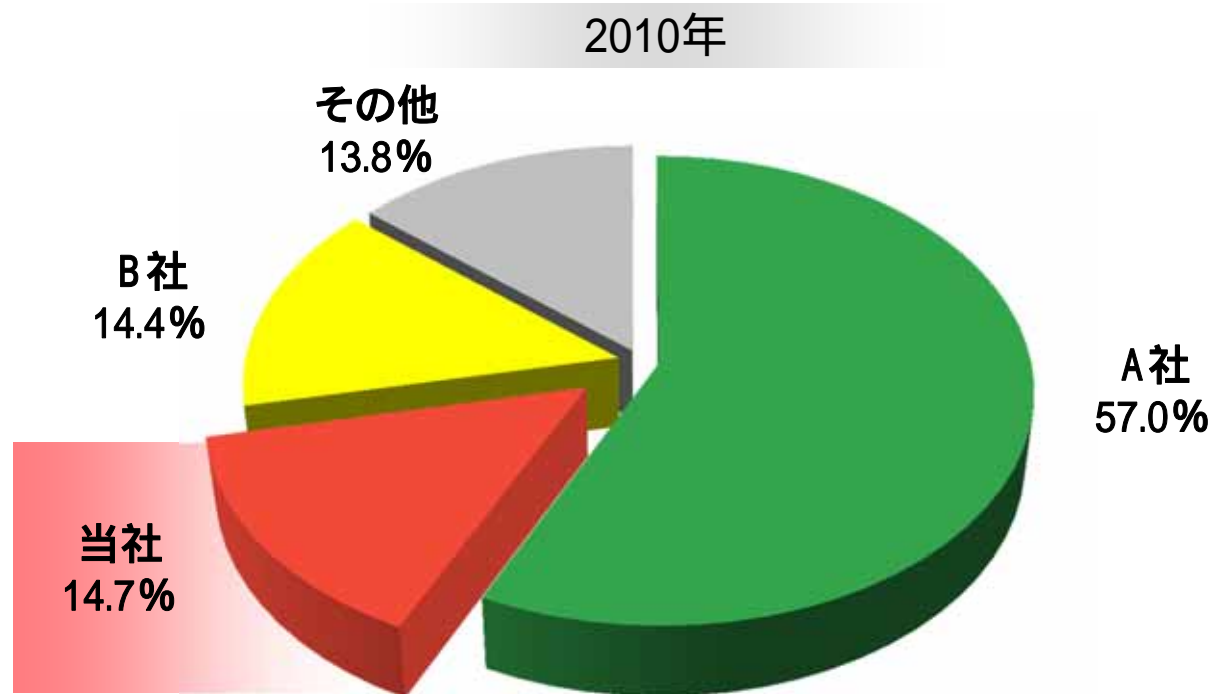
タマゴサラダ

4. ① 業界における当社の位置づけ

【ご参考資料1】: 会社概要



■ マヨネーズ・ドレッシング類業界のシェア



マヨネーズ・ドレッシング類の合計生産量は、
2000年～2008年はシェア2位、
2010年はシェア2位回復

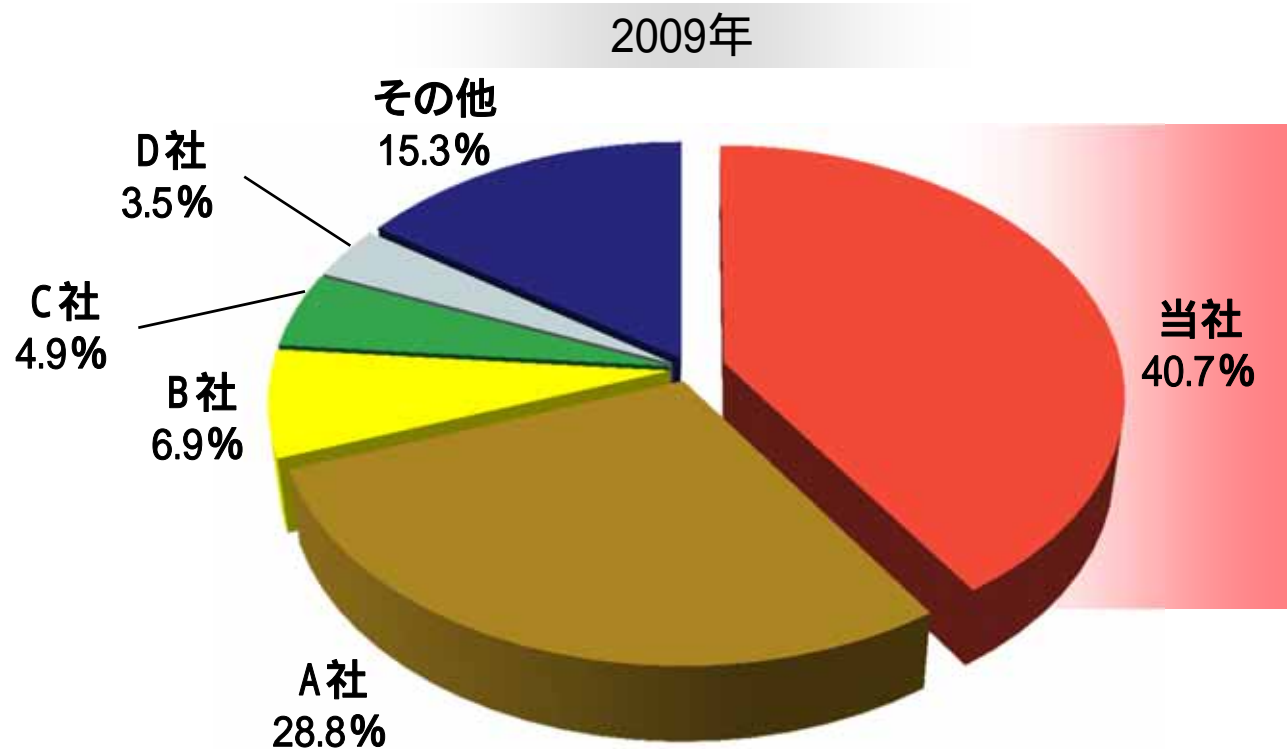
出所: 日刊経済通信社「酒類食品統計月報」データより弊社作成

4. ② 業界における当社の位置づけ

【ご参考資料1】:会社概要



■ ロングライフサラダのシェア



ロングライフサラダでは業界のパイオニアであり、トップシェアを堅持

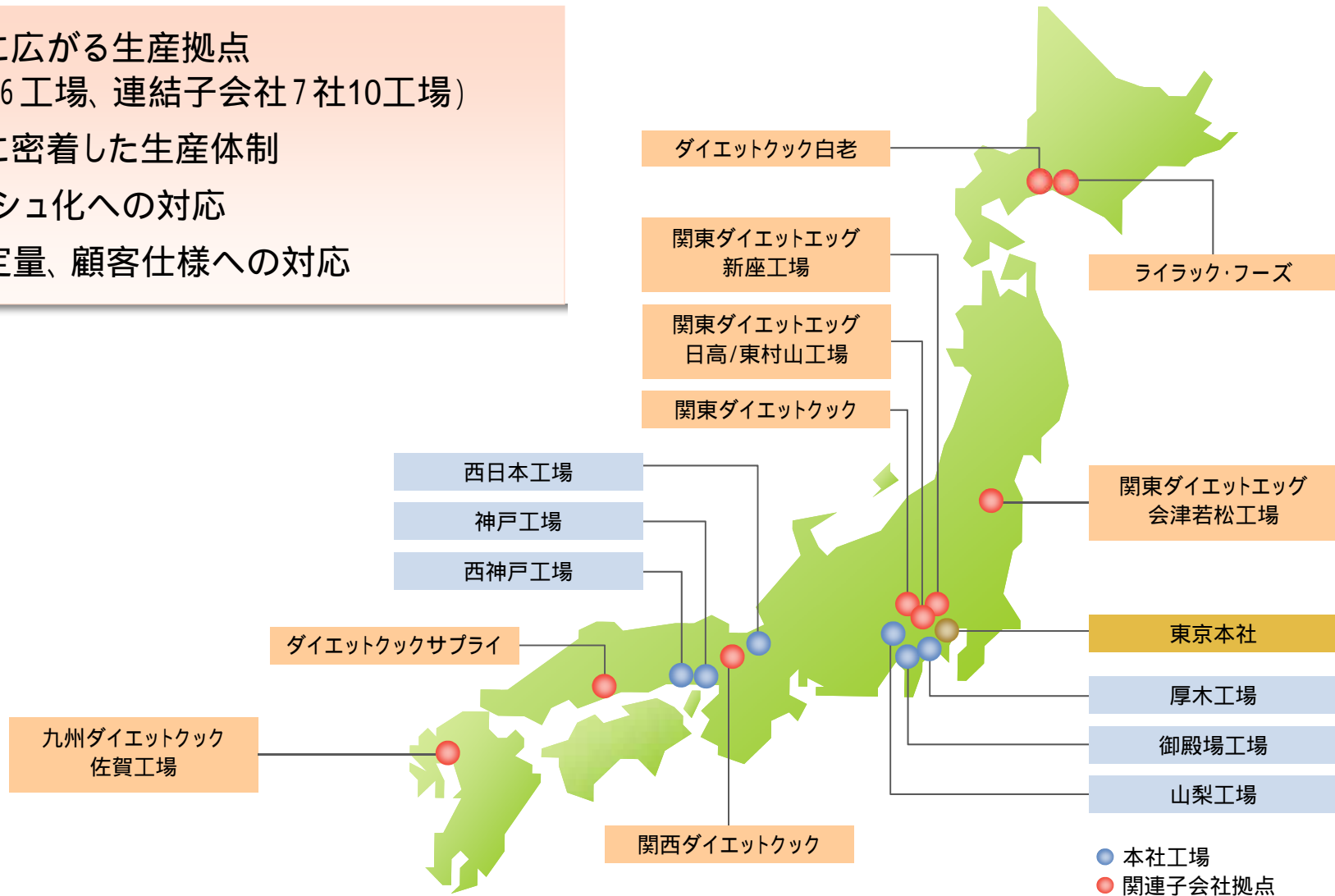
出所:富士経済「食品マーケティング便覧」データより弊社作成

5. 顧客ニーズへの対応のための生産拠点

【ご参考資料1】: 会社概要



- 全国に広がる生産拠点
(本社6工場、連結子会社7社10工場)
- 地域に密着した生産体制
- フレッシュ化への対応
- 変種定量、顧客仕様への対応



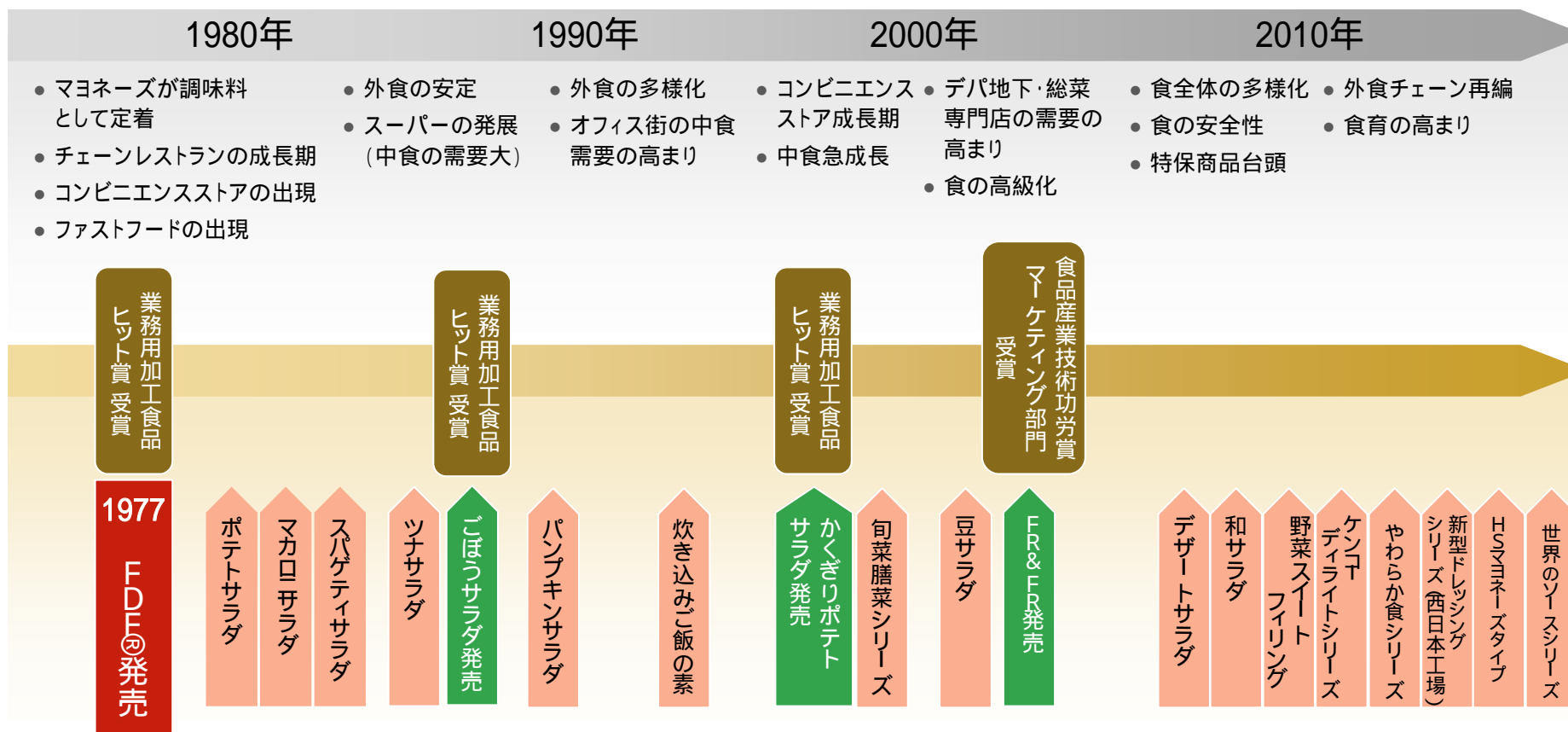
6. 当社の強み ①顧客ニーズへを満たす優れた研究開発力



【ご参考資料1】: 会社概要

高付加価値製品の開発

- サラダのパイオニアとして顧客のニーズを先取りした製品を創出
- 地域との取り組みを重視した製品づくり
- 健康、環境を考慮した製品の開発



6. 当社の強み ② 顧客ニーズを満たすキメ細かな対応力



【ご参考資料1】: 会社概要

素材へのこだわり

- シーズンに合った素材を調達し、その季節に合った調理法を提案
- 顧客ニーズに合わせた加工製品を製造

シーズンに合った美味しいジャガイモを調達
(年間ポテトリレーの提案)

- 4月～ さやか
- 9月～ 男爵
- 12～1月 きたあかり
- 2月～ シンシア



生産者履歴を管理



顧客のニーズに合わせて保存期間の違う3つのタイプのサラダを製造

- ① ロングライフサラダ
- ② フレッシュ&フレッシュ
- ③ フレッシュサラダ



6. 当社の強み ③幅広い商品力



【ご参考資料1】:会社概要



ドレッシング類



冷凍商品等



タマゴ加工品



FDF® (ファッションデリカフーズ®)
FR&FR® (フレッシュ&フレッシュ)



マヨネーズ類



和惣菜



ソース類

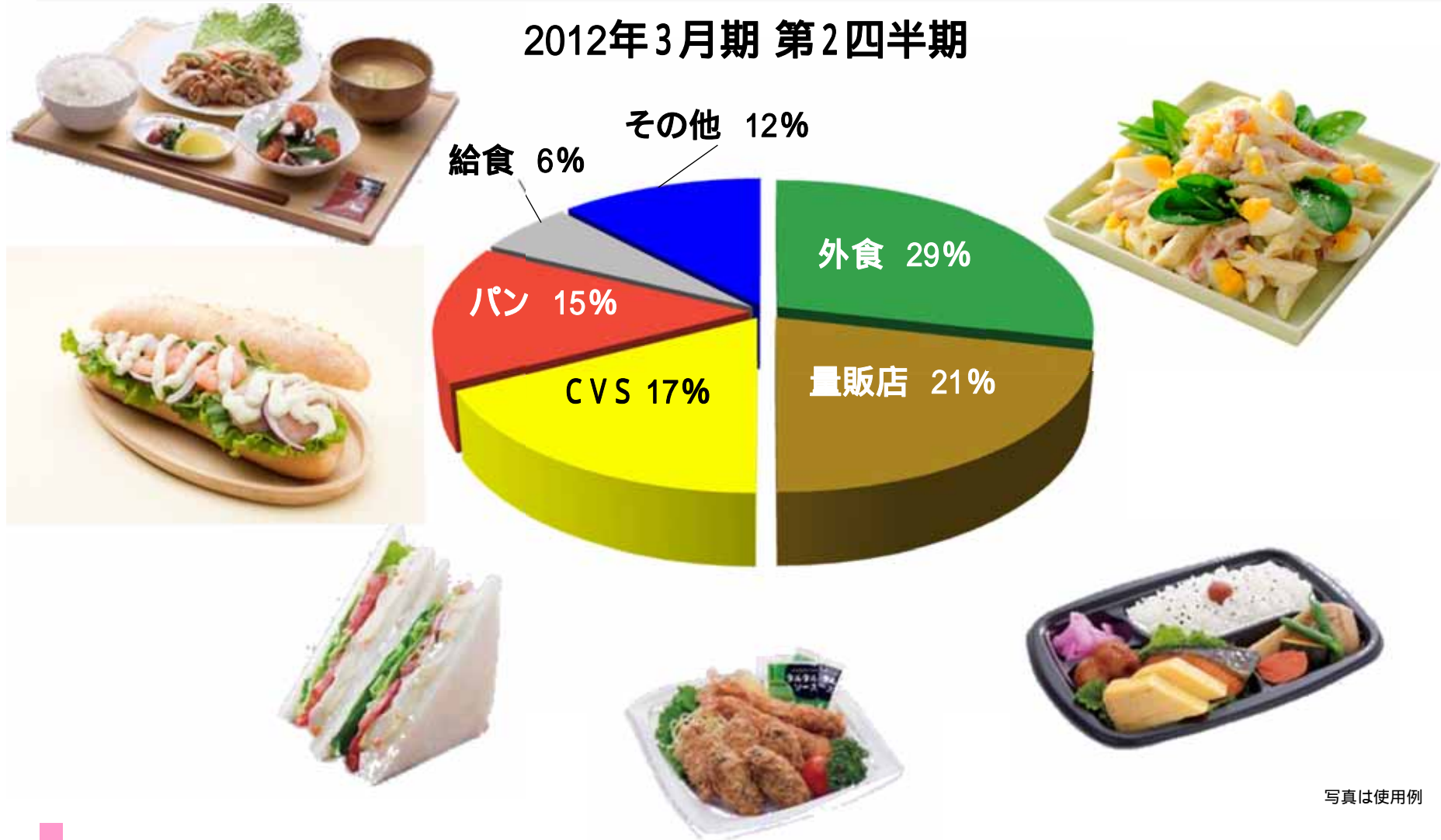
6. 当社の強み ④分野別売上高構成比

【ご参考資料1】：会社概要



■ 販売額ベース

2012年3月期 第2四半期



写真は使用例

6. 当社の強み ⑤分野別の主要顧客

【ご参考資料1】：会社概要



外 食：ファストフード(ハンバーガー・ピザ・チキン・うどん・回転寿司・牛丼・定食、他)、ファミリーレストラン、居酒屋、コーヒーショップ、他

量販店：スーパーマーケット(全国チェーン・地方チェーン)

C V S：コンビニエンスストア

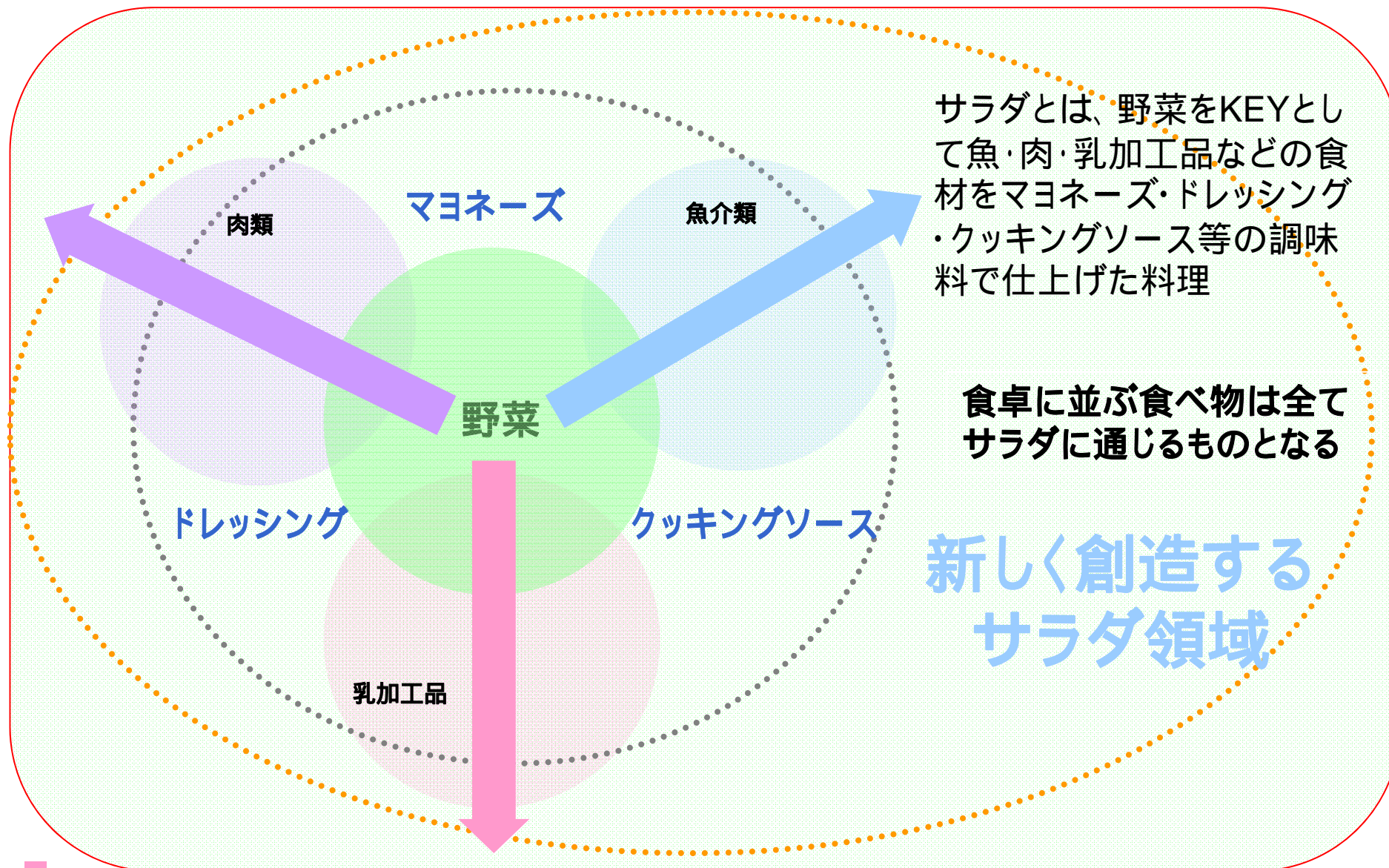
パ ン：製パンメーカー、リテールベーカリー

給 食：事業所・病院等へのコントラクトフードサービス、学校給食

その他：生協、業務用食材スーパー、他

7. 当社が目指すサラダ領域とは

【ご参考資料1】: 会社概要



8. サラダ文化の提案

【ご参考資料1】:会社概要



■ サラダ事業を中心にサラダ領域を拡充する

サラダ文化の提案 →

- サラダ領域の拡大
- 三位一体によるサラダ事業の推進と検証
- サラダ関連商材の育成



9. 三位一体による スピード感溢れる情報共有

【ご参考資料1】:会社概要

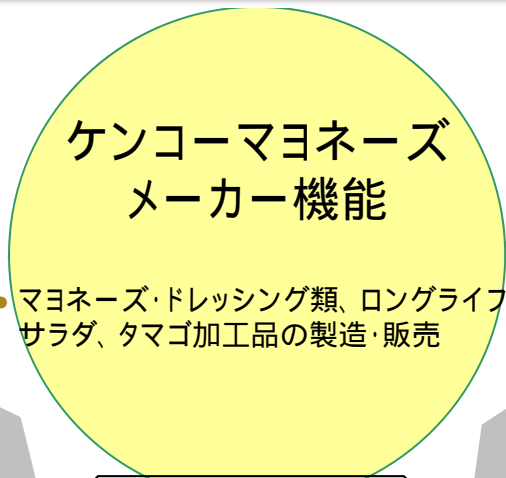


■ 三位一体のサービス提供

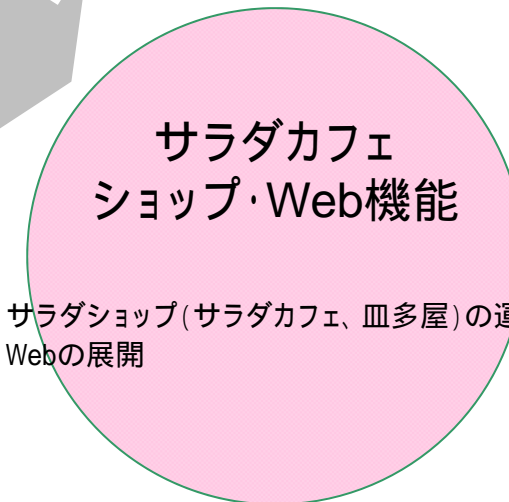
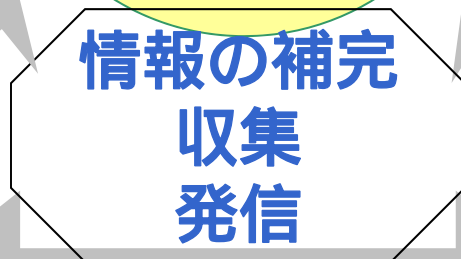
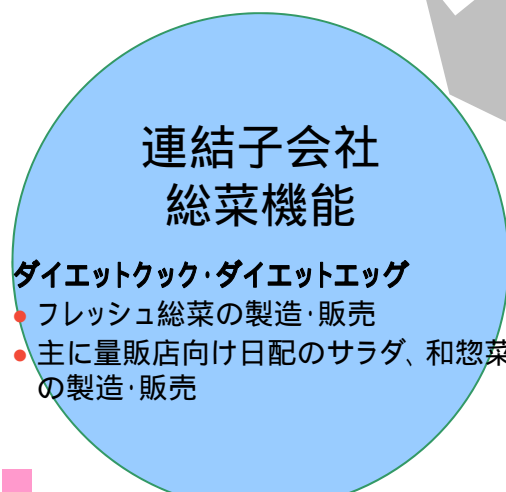
- ケンコーマヨネーズグループは、サラダに関する商品や情報・サービスを活用し、グループの活動に反映させお客様に最適な提案を目指します



KENKO FAIR 2011



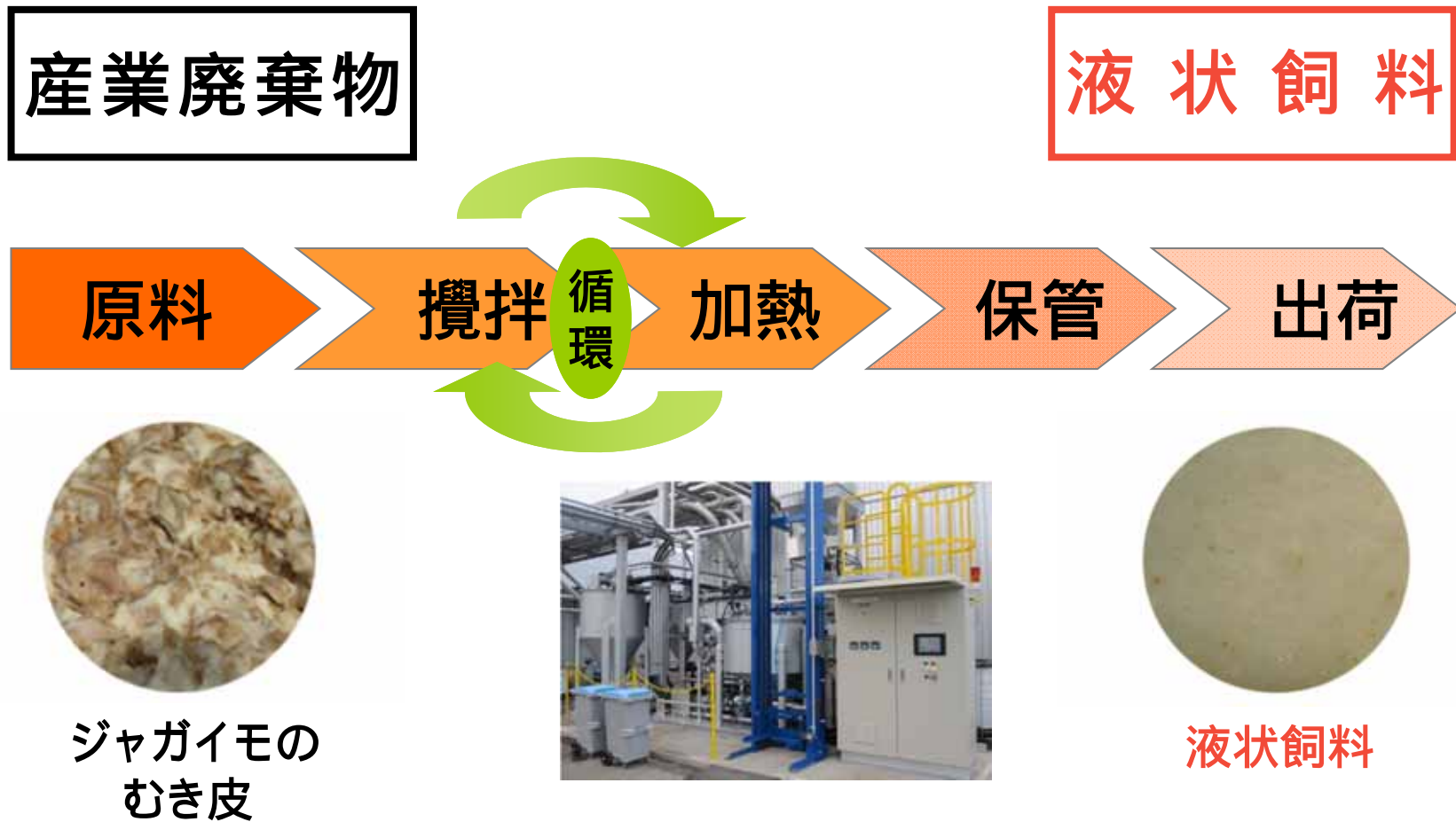
KENKO FAIR 2011



10. 環境への取り組み

「エコフィード」

【ご参考資料1】: 会社概要



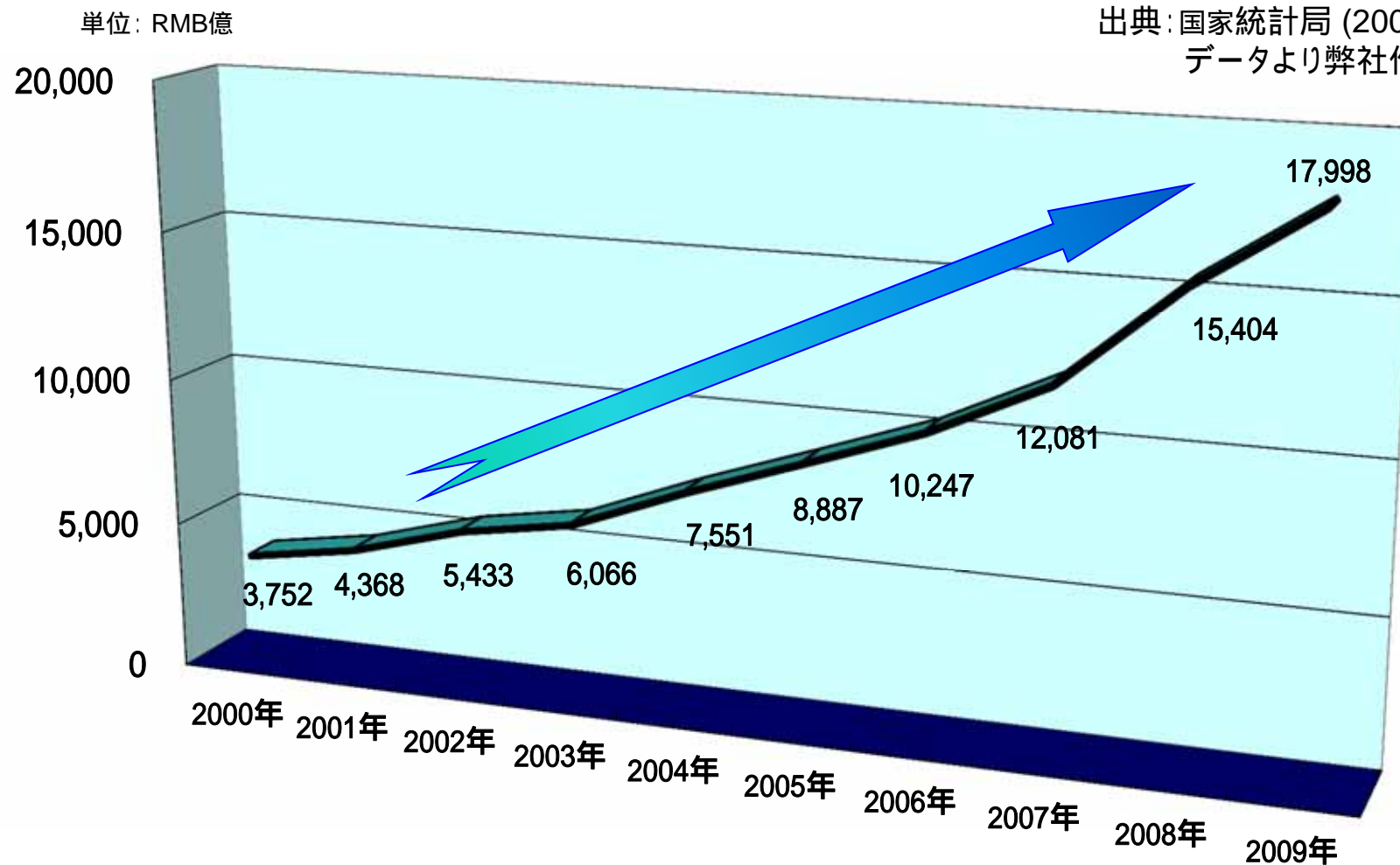
農林水産省「平成21年度食品循環資源品質維持体制整備事業」

11. 中国事業 - 中国の食材市場 -



【ご参考資料1】: 会社概要

出典: 国家統計局 (2009年統計)
データより弊社作成



◇ 中国の食料・飲料総市場: 2000年より毎年平均19%の成長

11. 中国事業 - 中国の食材市場 -



【ご参考資料1】: 会社概要

換算: 1RMB 13円

23兆円 =

食料・飲料総市場
17,998RMB億

出典: 国家統計局 (2009年統計)
データより弊社作成

8兆円 =

食材市場
6,299億

構成比率 35%

2500億円 =

調味品類
189億
3%

農産品類
756億
12%

包材類
1197億
19%

飲品
デザート類
756億
12%

畜水産類
3087億
49%

その他
315億
5%

その他調味品
132億
70%

調味料
57億
30%

= 740億円

飲品
386億
51%

乳品
342億
45.2%

デザート
28億
3.8%

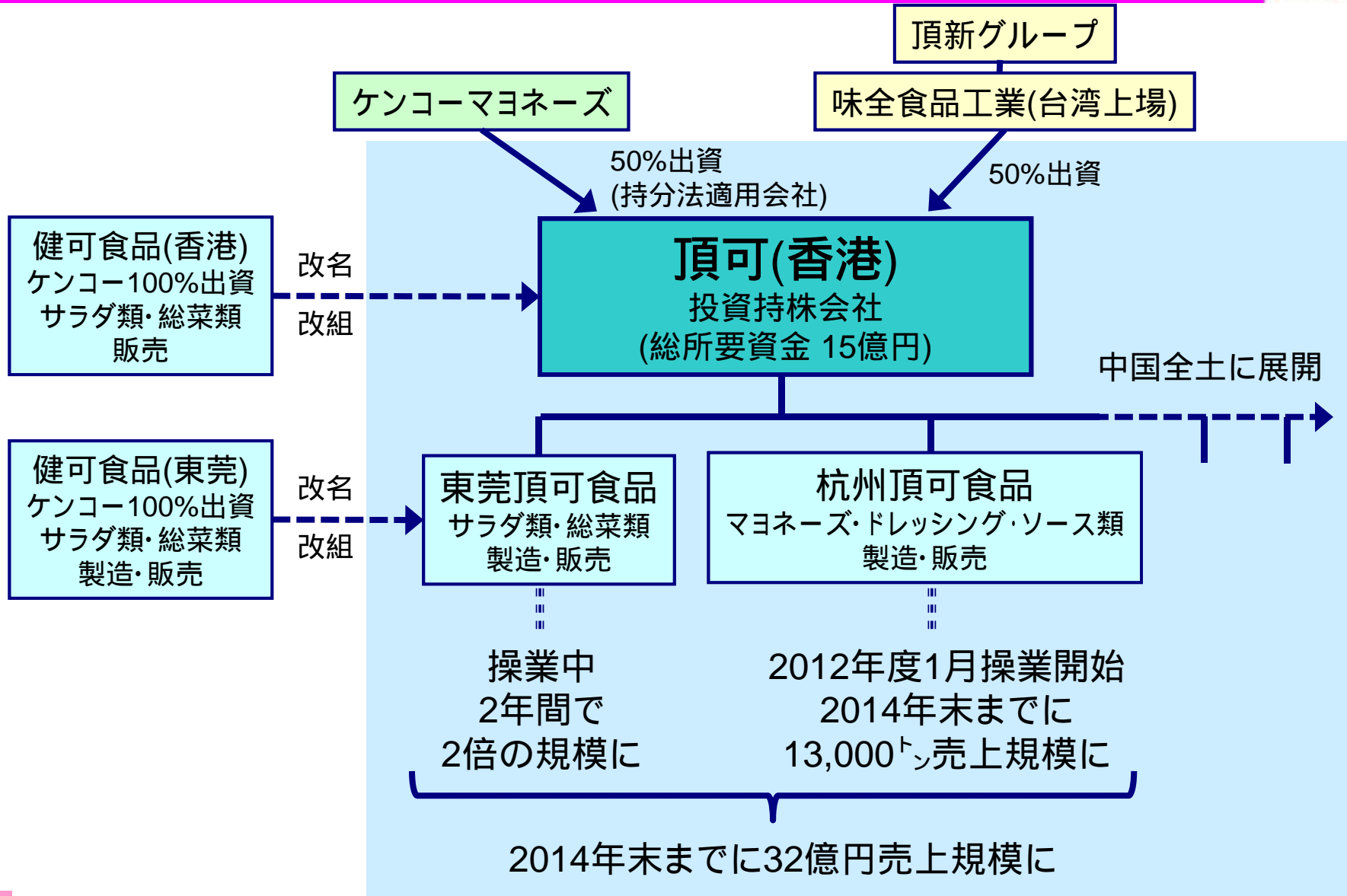
* 調味料: テンメンジャン、豆板醬、BBQソース、ドレッシング、トマトケチャップ、ジャム等の半固体状調味料を含む

* その他調味品: 塩、砂糖、グルタミン酸Na、粉末スープ等の粉状調味料及び醤油、酢等の液体調味料を含む

11. 中国事業

- 全体組織と出資関係 -

【ご参考資料1】: 会社概要



12. BS-TBSテレビ「未来へのおくりもの」

【ご参考資料1】: 会社概要



BS-TBS(衛星放送)「未来へのおくりもの」は、本業やビジネスを通じて社会の課題に取り組む企業・団体を紹介するドキュメンタリー番組です。社会へ、地球へ、子供達へ、孫たちへ。“未来へのおくりもの”を作るための努力や情熱を追いかけ紹介しています。同番組より当社が取材を受け、下記にて放映されました。

番組名 : BS-TBSテレビ『未来へのおくりもの』
URL: <http://w3.bs-tbs.co.jp/mirai/index.html>
放送形態 : 衛星放送
放送日時 : 2011年11月12日(土) 夜10時00分～10時54分

番組スポンサーである『三菱UFJフィナンシャルグループ』様サイトにて動画を配信中です。

『三菱UFJフィナンシャルグループ』様サイトのご案内

URL: <http://www.mufg.jp/csr/movies/>

上記サイト内、「第58話(2011/11/12放送)」にてご覧戴けます。



【ご参考資料2】: 主な指標の推移

1. 業績の推移

①【連結】主な経営指標の推移

【ご参考資料2】

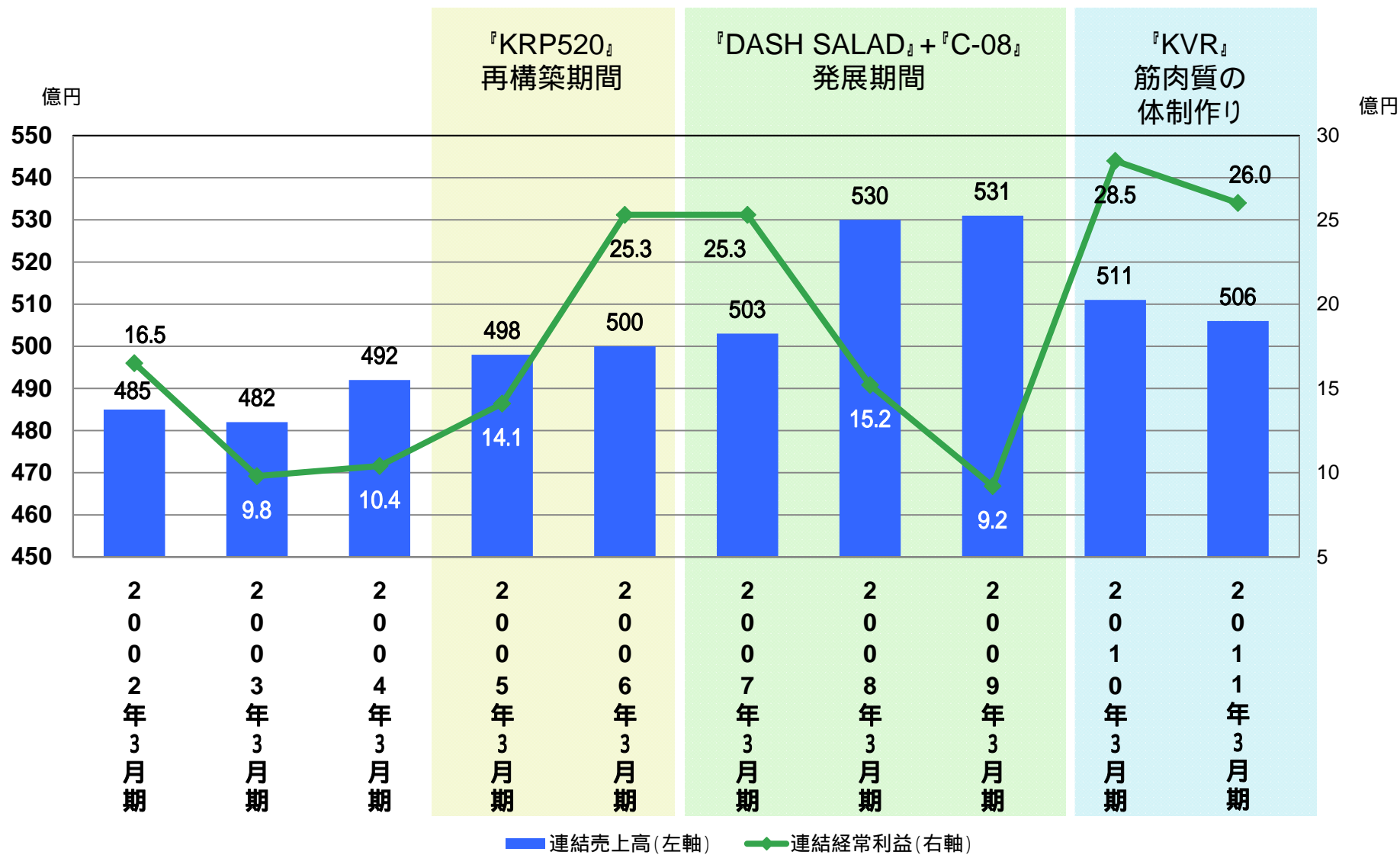


単位: 億円	2007年3月期	2008年3月期	2009年3月期	2010年3月期	2011年3月期	2012年3月期 予想
売上高	503	530	531	511	506	524
営業利益	26	16	9	29	27	21
経常利益	25	15	9	28	26	19
当期純利益	17	7	3	14	13	9
1株当たり当期純利益 (円)	152.76	58.02	23.36	112.27	103.47	63.33
純資産	81	96	95	109	127	-
総資産	286	296	295	297	307	-
自己資本比率(%)	28.1	32.3	32.4	36.7	41.3	-
自己資本当期純利益率 (ROE) (%)	23.5	8.0	3.1	14.1	11.2	-
総資産経常利益率 (ROA) (%)	8.8	5.2	3.1	9.6	8.9	-

1. 業績の推移

②【連結】売上高・経常利益

【ご参考資料2】



2. 株主還元

配当と株主優待品

【ご参考資料2】



配当政策

連結ベースでの配当性向20%を意識して、経営の継続性に配慮しつつ、当社の今後の成長と発展にあわせて、安定配当水準を高めて行く

株主優待品

権利確定日：決算期末(3月末日)現在の株主さま
送付時期：毎年5月下旬～6月初旬

贈呈の基準	贈呈品
10単元(1,000株)以上の保有の株主さま一律	当社商品 2,500円相当
1単元(100株)以上10単元(1,000株)未満保有の株主さま一律	当社商品 1,000円相当

2. 株主還元

② 配当金・配当性向の推移

【ご参考資料2】



	2007年3月期	2008年3月期	2009年3月期	2010年3月期	2011年3月期
配当金 (円 / 株)	10	11	11	15	⁽³⁾ 20
配当性向 (%)	6.5	19.0	47.1	13.4	19.3
配当利回り (%) (ご参考) (1)	0.9	2.6	3.0	2.5	3.6
純資産(株主資本)配当率 (%) (DOE) (2)	1.5	1.5	1.5	1.9	2.3

(1) 配当利回り = 1株あたりの配当金(合計) / 各年3月末日時点株価(終値) × 100

(2) 純資産(株主資本)配当率 = 1株あたり配当金(合計) / ((期首 + 期末 1株あたり連結純資産) ÷ 2) × 100

(3) 東京証券取引所市場第二部上場記念配当 5円を含む

お問い合わせ



- ・ IRお問い合わせ先
 - － 東京本社：東京都杉並区高井戸東3丁目8番13号
 - － 担当者：執行役員 経営企画本部長 渡辺 亮彦
 - － E-mail：ir@kenkomayo.co.jp

- 将来見通しに関する注意事項

本資料は投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。本資料における将来予想に関する記述は、目標や予測に基づいており、確約や保障を与えるものではありません。また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用ください。

また、業績等に関する記述につきましても、信頼できるとされる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、安全性を保証するものではありません。

本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、皆様ご自身の判断と責任においてご利用されることを前提に提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。