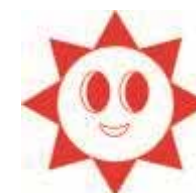




# 2012年3月期 決算説明会

## ケンコーマヨネーズ株式会社

2012年 5月 17日



# 本日の内容



## I. 2012年3月期 決算の概況

説明者： 取締役 財務経理本部長 村田 隆

## II. 「中期経営計画Ⅳ(フォーエス)2012-2014」市場演出型成長戦略の展開 及び

## III. 2013年3月期 業績予想

説明者： 代表取締役 社長 炭井 孝志

## IV. 質疑応答

## V. 添付

参考資料【1】【2】【3】及びお問い合わせ先



# I . 2012年3月期 決算の概況



# 1. 中期経営計画 『KENKO Victory ROAD』

3ヶ年計画の骨子(2009年4月～2012年3月)



## 時代の変化に対応できる筋肉質の体制作り 『KENKO Victory ROAD』(KVR)

- ◆ メーカーの原点である商品開発と  
生産性向上への徹底的なこだわり
- ◆ 経営の見える化へのスピードアップ
- ◆ 売上高経常利益率 3%以上の確保

足元を見直して成長に備える



# 1 . 中期経営計画 『KENKO Victory ROAD』 成果



## ■ 商品開発領域の拡大：

ケンコーディライト&クリーミードレッシング、バターソース等

オイルレス 商品 16.8億円

新加熱殺菌技術活用商品 5.2億円

## ■ 生産改革によるコスト削減

2008/2011比 1.47円/kg 1.6億円/年

## ■ 経営の見える化：決算早期化

2008/2011比 5日 (45日 40日)

## ■ 売上高経常利益率 3 %以上の確保

2009年度：5.5% 2010年度：5.2% 2011年度：4.0%

## 2. 2012年3月期「業界動向」

I. 2012年3月期 決算の概況



### 業務用食品業界

#### ・外食産業

外食産業全体では、東日本大震災での被災や、それに伴う節電や自粛などで居酒屋が大きく落ち込んだが、年後半には回復の兆しが見られ10・11・12月と連続して前年を上回った。

客数、客単価はそれぞれ99.3%、99.5%とわずかに前年を下回った。

#### ・スーパーマーケット

食品については、11月に前年割れがあったが、それ以外は前年をクリアした。

総菜については、7月に105.9%と高い伸びを示すなど平均でも103%以上と堅調に推移した。

#### ・コンビニエンスストア

消費者ニーズへの対応力の高さが好業績につながり、大手3社はそろって最高益を更新した。

歩いていけるコンビニでの総菜や調味料の品揃えが需要を掘り起こしていることなどで、既存店の売上高が1%増加しており、さらに新規出店もあることから好調を持続した。



### 3. 2012年3月期 決算の概況

I. 2012年3月期 決算の概況



1. 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、販売数量は前期比2.4%増加
2. 原料価格高騰への対策として、食用植物油の配合比率を抑えた商品の開発と販売に注力したことや、生産工程の改善等による生産効率向上により吸収を進めた結果、減益ではあるが、利益計画を上回る進捗となった
3. 前期比 売上高2.5%増加、経常利益22.7%の減少、計画比では売上高1.0%の減少、経常利益9.1%増加

## 4. 損益計算書の概要(連結)



I. 2012年3月期 決算の概況

単位:百万円・%

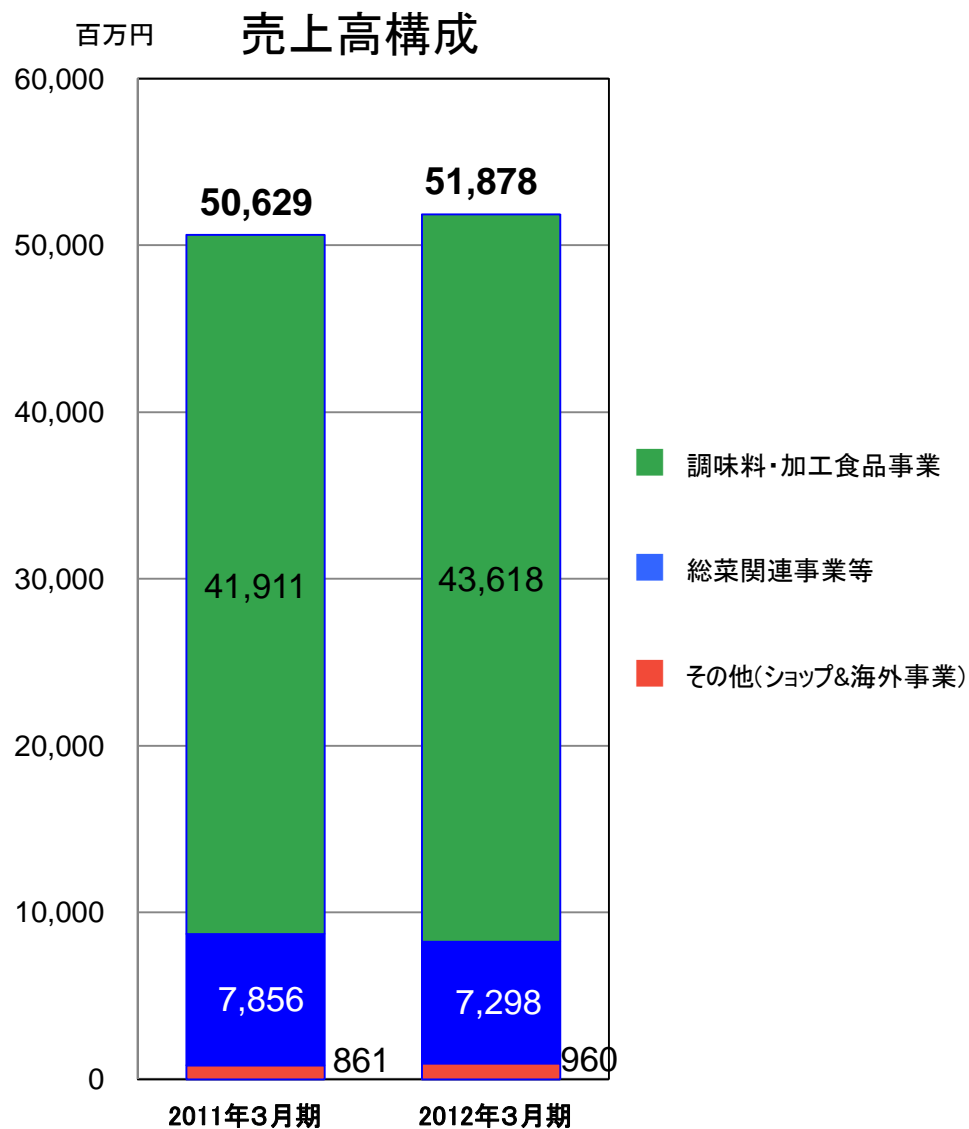
	2011年3月期			2012年3月期				2012年3月期 計画 (2011/05/10発表)	
	金額	構成比	前期比	金額	構成比	前期比	計画比	金額	構成比
売上高	50,629	100.0	-0.9	51,878	100.0	2.5	-1.0	52,400	100.0
売上総利益	14,092	27.8	-1.8	13,624	26.3	-3.3	-	-	-
販売管理費	11,319	22.4	-0.7	11,480	22.1	1.4	-	-	-
営業利益	2,773	5.5	-6.0	2,144	4.1	-22.7	-0.3	2,150	4.1
経常利益	2,681	5.3	-6.0	2,073	4.0	-22.7	9.1	1,900	3.6
税金等調整前 純利益	2,443	4.8	-8.9	1,990	3.8	-18.5	-	-	-
当期純利益	1,319	2.6	-8.8	1,029	2.0	-22.0	14.4	900	1.7
1株当たり 当期純利益	103円47銭			72円46銭				63円33銭	

- 積極的な販促策を展開し、外食業界において新メニューへの採用等が続いた。結果、売上高は前期比2.5%増収、計画比1.0%減収であったが、販売単価アップ及び生産効率の向上によるコストの低減等により、経常利益は計画比9.1%の増加。



# 5. セグメントの概要(連結)

I. 2012年3月期 決算の概況



## 調味料・加工食品事業

(調理加工食品、マヨネーズ・ドレッシング類、タマゴ加工品)

- 販売重量は前年を上回ることができた(前期比3.3%増)、販売単価についても前年を上回る(同1.2%増)結果となったため、売上も前年を上回った。(同4.1%増)

商材別前期比	売上高	販売重量
調理加工食品	+1.2%	+0.7%
マヨネーズ・ドレッシング類	+6.8%	+6.3%
タマゴ加工品	+6.7%	+2.0%

## 総菜関連事業

(フレッシュ総菜[日配サラダ、惣菜]、グループ内生産受託)

### 外部顧客に対する売上に関する概況

- セグメント全体における前期比-7.1%の減収は、主に九州地区の工場統合による売上減のため。
- 一方、関東地区では震災後の供給体制が評価され、シェアアップ・売上げが達成できた。

## その他

(ショップ[サラダカフェ・ショップ]及び海外事業)

### 外部顧客に対する売上に関する概況

- サラダカフェは2011年3月(大阪)、同年4月(大阪)、2012年3月(東京)に新規出店し、存在感が増した。
- 海外事業は中国・杭州工場が竣工し、2012年3月から生産を開始した。

## 6. セグメント 決算の概要



I. 2012年3月期 決算の概況

単位:百万円・%

	調味料・加工食品事業					総菜関連事業等				
	2011年3月期		2012年3月期			2011年3月期		2012年3月期		
	金額	構成比	金額	構成比	前期比	金額	構成比	金額	構成比	前期比
外部売上高 <sup>*1</sup>	41,911	98.9	43,618	98.9	4.1	7,856	51.8	7,298	46.7	-7.1
内部売上高 <sup>*2</sup>	467	1.1	493	1.1	5.6	7,315	48.2	8,321	53.3	13.7
売上高	42,378	100.0	44,112	100.0	4.1	15,172	100.0	15,620	100.0	2.9
セグメント利益	2,426	5.7	1,829	4.1	-24.6	262	1.7	264	1.7	0.8

	その他(ショップ事業、海外事業)					調整額		損益計算書の合計額	
	2011年3月期		2012年3月期			2011年	2012年	2011年	2012年
	金額	構成比	金額	構成比	前期比	3月期	3月期	3月期	3月期
外部売上高 <sup>*1</sup>	861	100.0	960	100.0	11.6	-	-	50,629	51,878
内部売上高 <sup>*2</sup>	-	-	-	-	-	-7,782	-8,815	-	-
売上高	861	100.0	960	100.0	11.6	-7,782	-8,815	50,629	51,878
セグメント利益	4	0.5	-1	-0.1	-125.0	-11	-18	2,681	2,073

\*1: 外部顧客に対する売上高

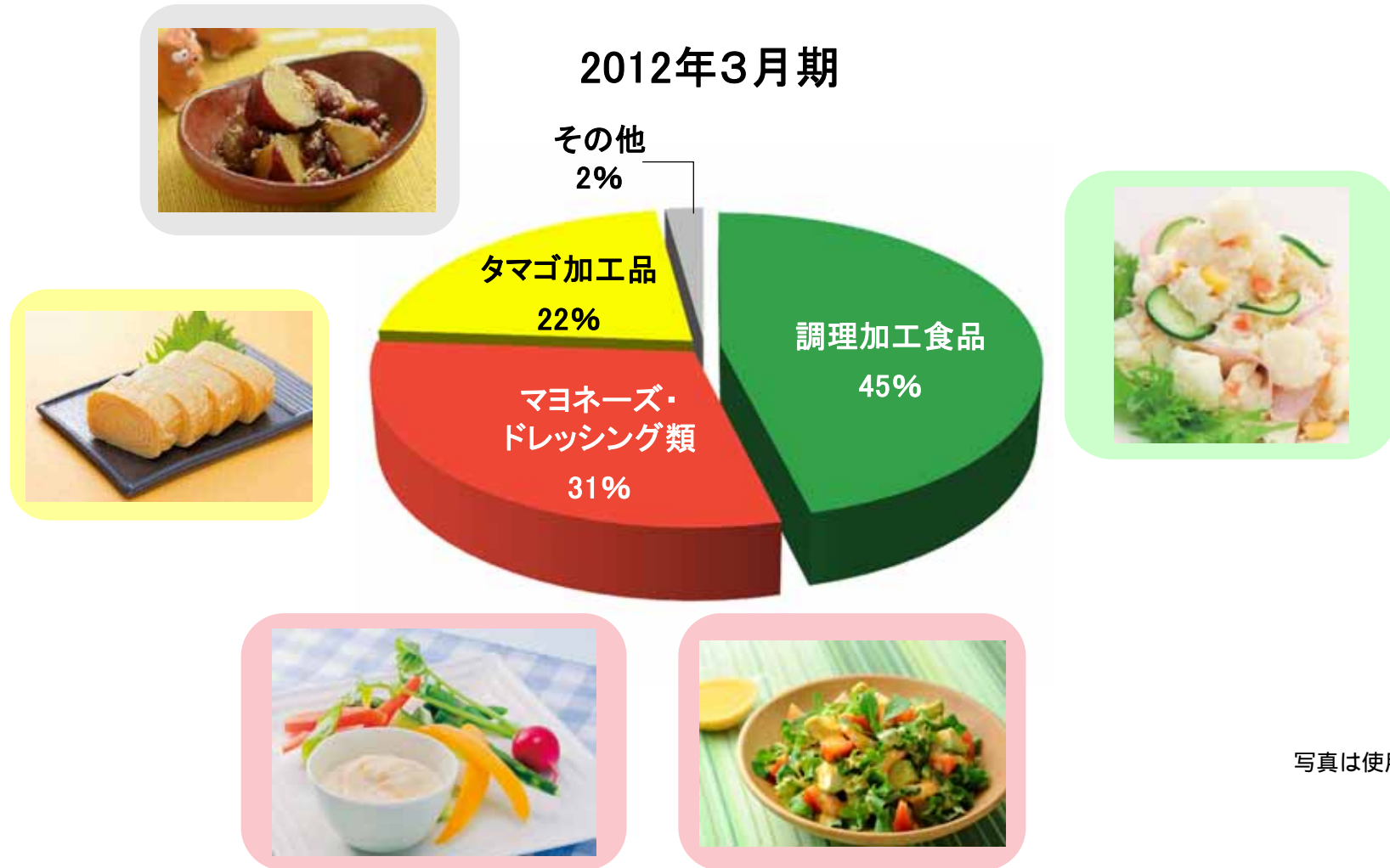
\*2: セグメント間の内部売上高又は振替高

# 7. 商材別売上高構成比(1)

I. 2012年3月期 決算の概況



## ■ 販売額ベース



写真は使用例



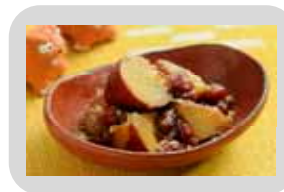
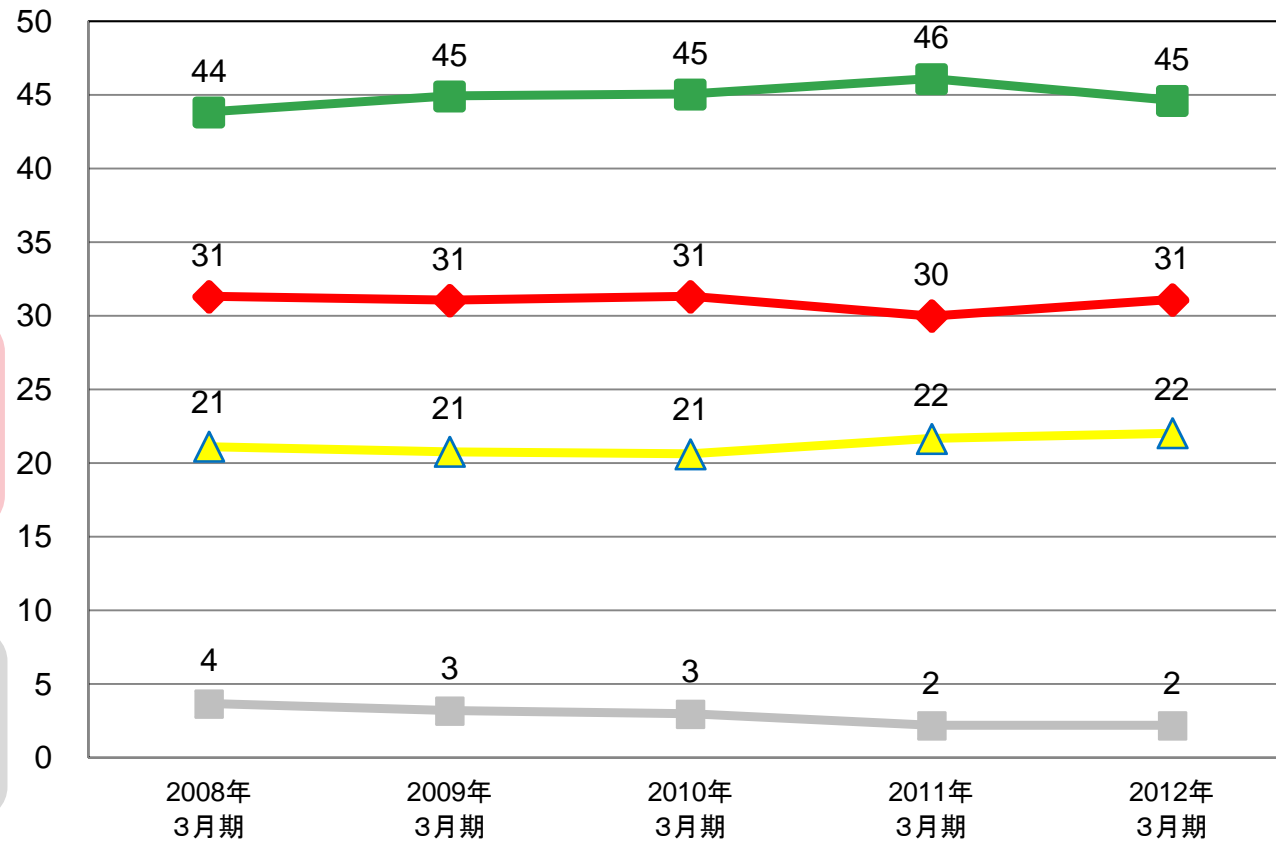
# 7. 商材別売上高構成比(2)

I. 2012年3月期 決算の概況



単位：%

■ 販売額ベース



写真は使用例

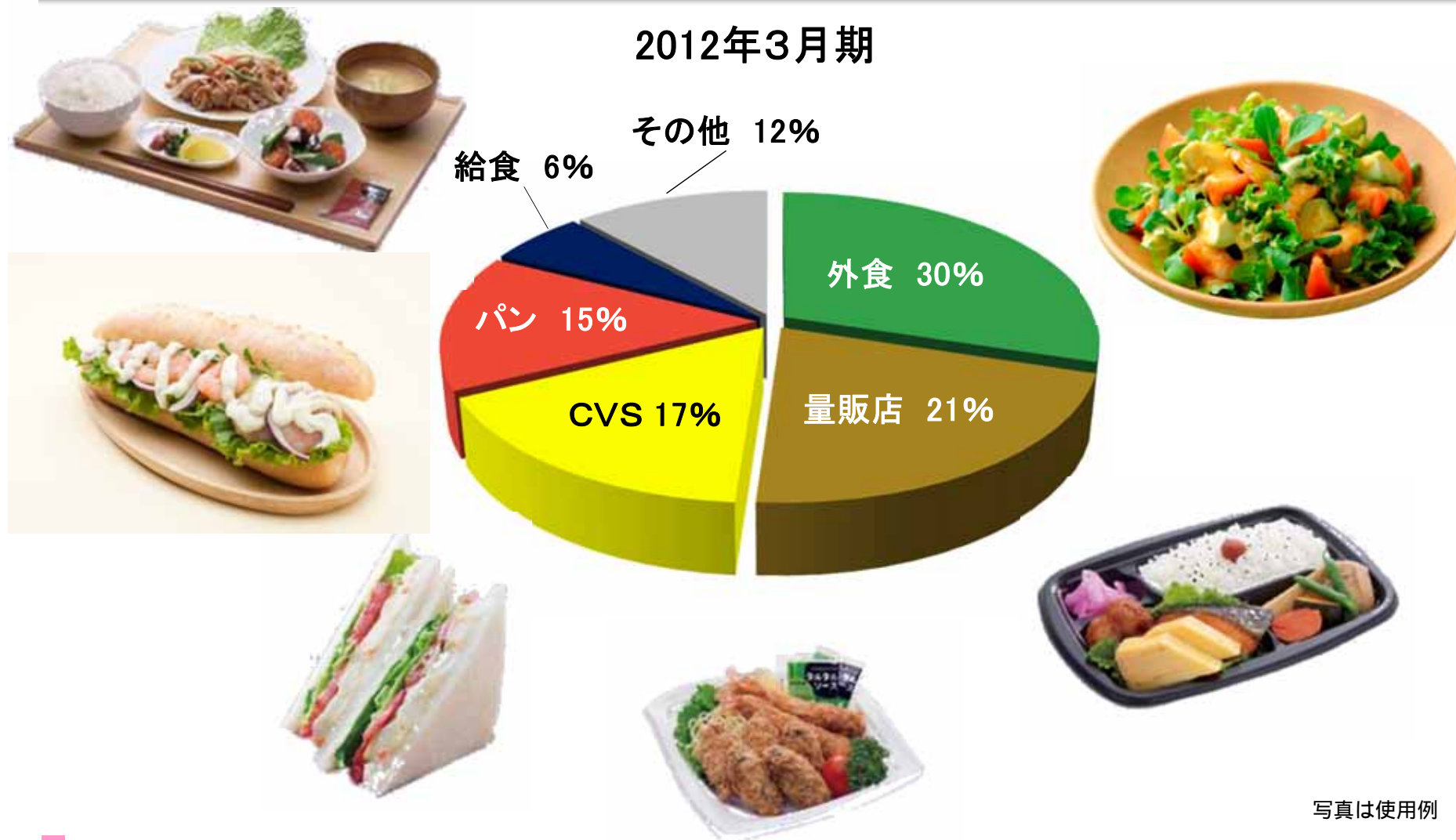
# 8. 分野別売上高構成比(1)



I. 2012年3月期 決算の概況

## ■ 販売額ベース

2012年3月期



写真は使用例

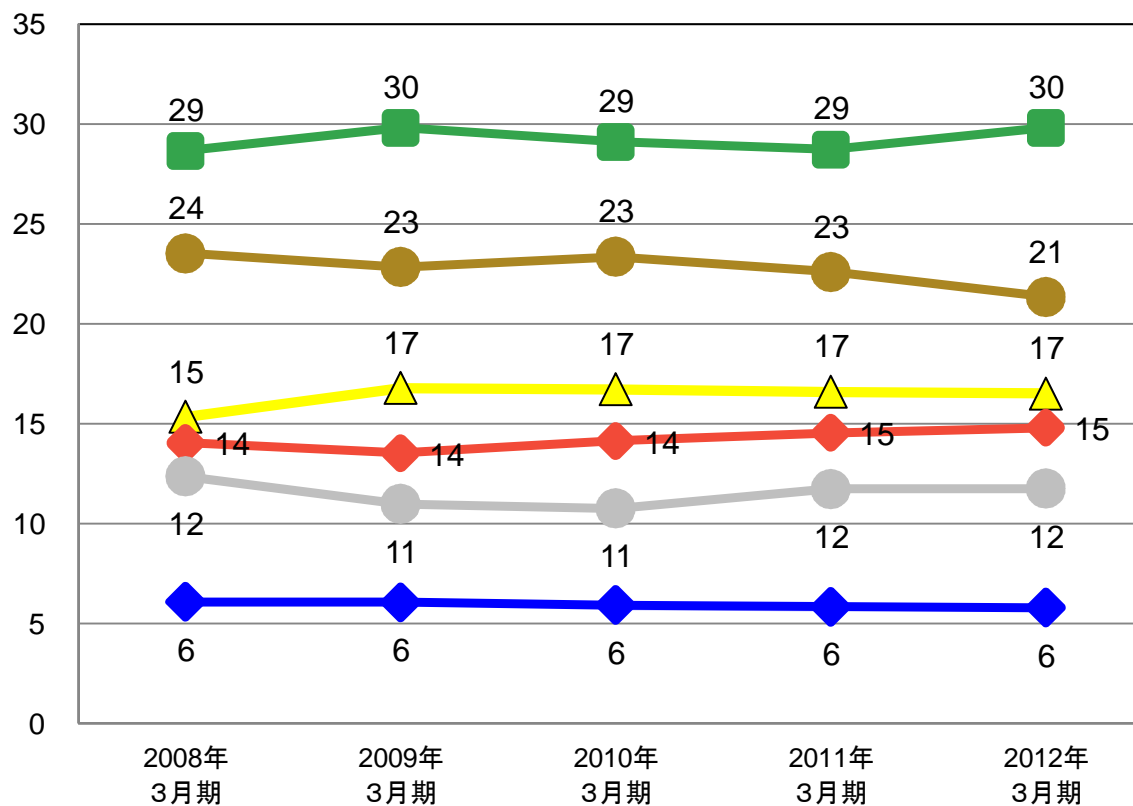
# 8. 分野別売上高構成比(2)



I. 2012年3月期 決算の概況

単位：%

■ 販売額ベース



■ 外食 ■ 量販店 ▲ CVS ◆ パン ◆ 給食 ● その他

写真は使用例

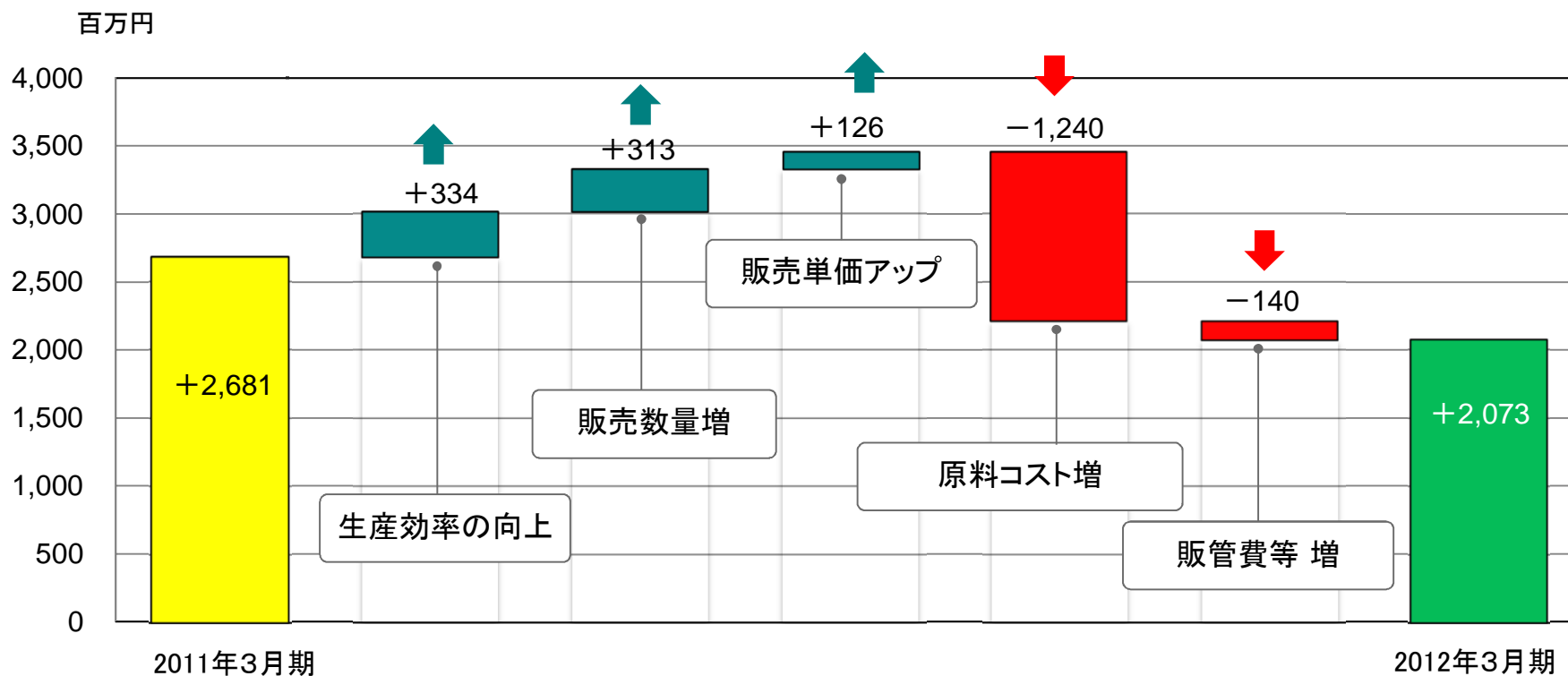


## 9. 経常利益増減要因(連結)

I. 2012年3月期 決算の概況



- 販売価格アップ、販売数量増加、及び工場における生産効率向上が増益要因であったが、主に原料のコスト増加により、経常利益は前期比 607百万円の減益となった。



# 10.貸借対照表の概要(連結)



I. 2012年3月期 決算の概況

単位:百万円・%

## 財政状態

		2011年3月期	2012年3月期	増減	前年度末比
資 産	流 動 資 産	16,203	16,107	-95	-0.6
	固 定 資 産	14,550	14,297	-253	-1.7
資 産 合 計		30,753	30,404	-349	-1.1
負 債	うち有利子負債残高	7,531	4,254	-3,276	-43.5
		18,042	16,912	-1,130	-6.3
	うち少数株主持分	0	0	0	—
純 資 産		12,711	13,492	781	6.2
負 債 ・ 純 資 産 合 計		30,753	30,404	-349	-1.1
1 株 当 たり 純 資 産		894円47銭	949円44銭	54円97銭	6.1
自 己 資 本 比 率		41.3	44.4	3.1	—

- 有利子負債は3,276百万円の減少
- 純資産は前期比6.1%増加し、1株当たり純資産が949円44銭に増加した
- 自己資本比率は前期比3.1ポイント改善し、44.4%となった

# 11. キャッシュフローの概要(連結)



I. 2012年3月期 決算の概況

単位:百万円

キャッシュフローの状況	2011年3月期	2012年3月期	増減
営業活動によるCF	1,926	3,132	1,206
投資活動によるCF	-1,971	-1,860	-111
財務活動によるCF	16	-2,812	-2,829
現金及び現金同等物期末残高	5,557	4,017	-1,540

- 営業CFは前期比1,206百万円の増加。主に税金等調整前当期純利益1,990百万円、減価償却費993百万円、仕入債務の増加額1,893百万円、法人税等の支払額1,015百万円による
- 投資CFは、主に有形固定資産取得等の支出により1,668百万円のアウトフロー
- 財務CFは、主に短期借入金の返済1,410百万円、長期借入金の返済1,159百万円等により、前期比2,829百万円の使用資金増加





## Ⅱ. 「中期経営計画Ⅳ(フォース)2012-2014」 市場演出型成長戦略の展開



## ◇ 市場演出型企業としての存在感をアップさせる

1. **Salad Cafe** ブランドの推進・浸透
2. サラダ料理・世界のソース  
情報発信 市場演出
3. 事業領域の拡大
4. グローバル企業への展開
5. 人材の育成



## ◇「市場演出型企业」とは

「業務用メーカー」から「市場演出型企业」へと  
市場での存在感をアップさせる

従来は、

- 縁の下の力持ちという存在で、豊かで華やかな食生活を黒子として演出
- ロングライフサラダのパイオニアとして、ゴボウサラダ、パンプキンサラダ等の新しいサラダを開発し、日本のサラダ市場を創造

今後は、

- 業務用メーカーとして育み積み上げた実績とノウハウを活用し、様々な食スタイル・食シーンをさらに演出し、「サラダ料理」を確立する
- 売り場を市場として演出できるサラダショップ「サラダカフェ」を活用し、積極的な提案を進める



## 1. Salad Cafe ブランドの推進・浸透

市場演出型企业として存在感アップ  
及びブランディングとの相乗効果



ブランド価値及び認知度の向上

★首都圏への出店を加速: 目標30店舗

# サラダカフェ事業

Ⅱ.中期経営計画Ⅳ(フォース) 2012-2014



「市場演出型企业」の実践として、“サラダ料理で新しい世界を食卓に”をコンセプトに、お客様に毎日の生活が楽しくなるようなサラダで笑顔とサービスをお届けしていきます。

## SHOP展開

1

- 消費者情報の収集と発信（グループでの情報共有 = 三位一体経営）
- 接客、サービスでNo. 1を目指す
- サラダ(冷総菜)専門店と洋総菜専門店(温総菜・米飯等含む)のビジネスモデル構築

## 商品展開

2

- 食を通じて「健康に、元気になる」商品を提供
- 野菜をキーにした、サラダ・総菜の展開
- 野菜(国産原料等)へのこだわり、機能性(食物繊維増、カロリーオフ)メニューの展開
- 料理研究家・浜内千波氏との連携によるショップ・メニューの開発

## WEBサイト展開

3

- 消費者情報の収集と発信（グループでの情報共有 = 三位一体経営）
- サラダに特化したメニューレシピの提供（約1000メニュー）
- お客様からのレシピ投稿による商品化企画(コミュニケーション作り)
- 生活者データのアンケート実施（マーケティング調査）



# サラダカフェ Shop展開

Ⅱ.中期経営計画Ⅳ(フォース) 2012-2014



## ■ 三位一体提案の実践として百貨店やショッピングモールなどに出店しています(14店舗)

- Salad Cafe 近鉄百貨店阿倍野店
- Salad Cafe 高島屋大阪店
- Salad Cafe 高島屋京都店
- Salad Cafe SALA PARA 阪急百貨店うめだ本店
- Salad Cafe SALA PARA 千里阪急店
- Salad Cafe 阪神百貨店梅田本店
- Salad Cafe イオンモール京都五条店
- Salad Cafe 東武百貨店池袋店
- Salad Cafe 小田急百貨店新宿店(2012年3月出店)

- 皿多屋 Ario八尾店
- 皿多屋 Ario鳳店
- 皿多屋 イトーヨーカドーあべの店
- 皿多屋 イトーヨーカドー武蔵境店
- 皿多屋 イトーヨーカドー武蔵小金井店



第2回 投稿レシピグランプリレシピ  
「海老とナッツの贅沢コールスロー」

子供から大人まで幅広い層に人気  
「ミックスフルーツサラダ」



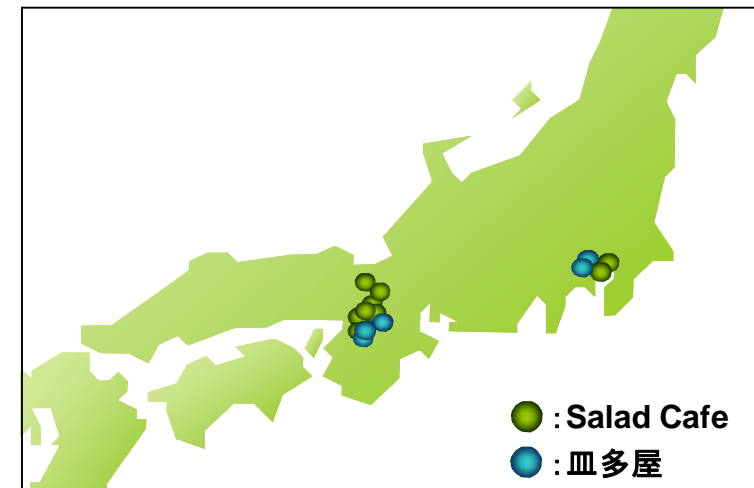
夏だけの限定販売  
「だだちゃ豆のポテトサラダ」



Salad Cafe 小田急百貨店新宿店



皿多屋 イトーヨーカドー武蔵境店



URL: <http://www.salad-cafe.com/>



## 2. サラダ料理・世界のソースを発信

- ★ サラダ料理を確立し、サラダ文化を提案
- ★ 世界各地の特徴ある「世界のソース」を商品作りに生かし、サラダ料理とあわせて世界に向けて情報発信

市場演出型企業の実践

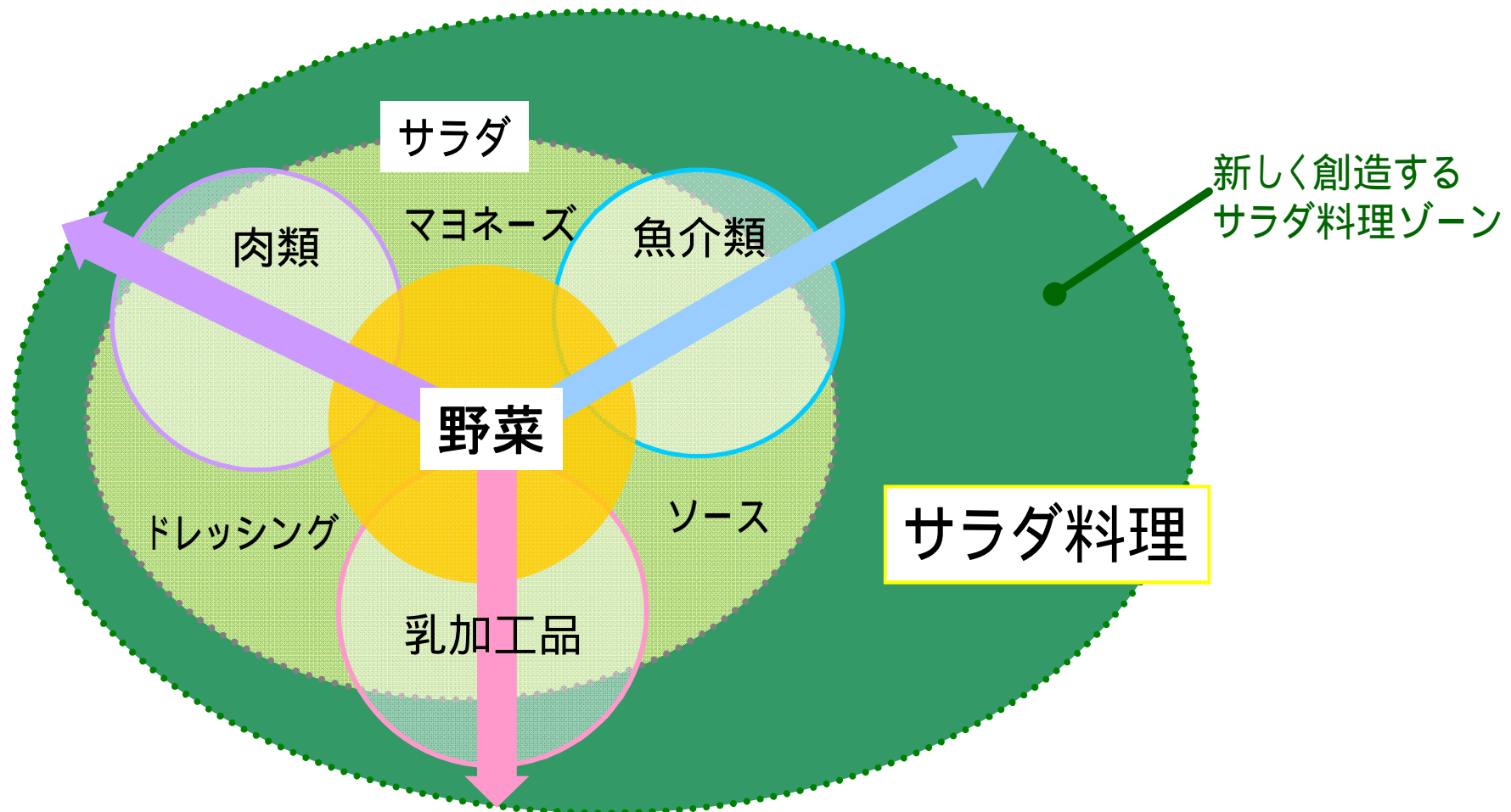


## ◇「サラダ料理」とは

- ◆「サラダ料理」とは、野菜＋あらゆる食材(肉類・魚介類・乳加工品)＋あらゆるソースとの調和を図り、進化発展させた主菜サラダ
- ◆「サラダ料理」を確立し、「サラダが主役」、「サラダが主食」、「サラダが食卓の王様」を掲げて、サラダNo. 1企業を目指す



- ◆ 野菜+あらゆる食材(肉類・魚介類・乳加工品)+あらゆるソースとの調和を図り、進化発展させた主菜サラダ





## 3. 事業領域の拡大

- ◆ タマゴ及びポテトは産地の育成から製品まで事業領域を拡大
- ◆ マヨネーズ・ドレッシング ソース領域へ拡大
- ◆ サラダ・総菜 サラダ料理へ拡大
- ◆ ケンコーサラダワールドの展開



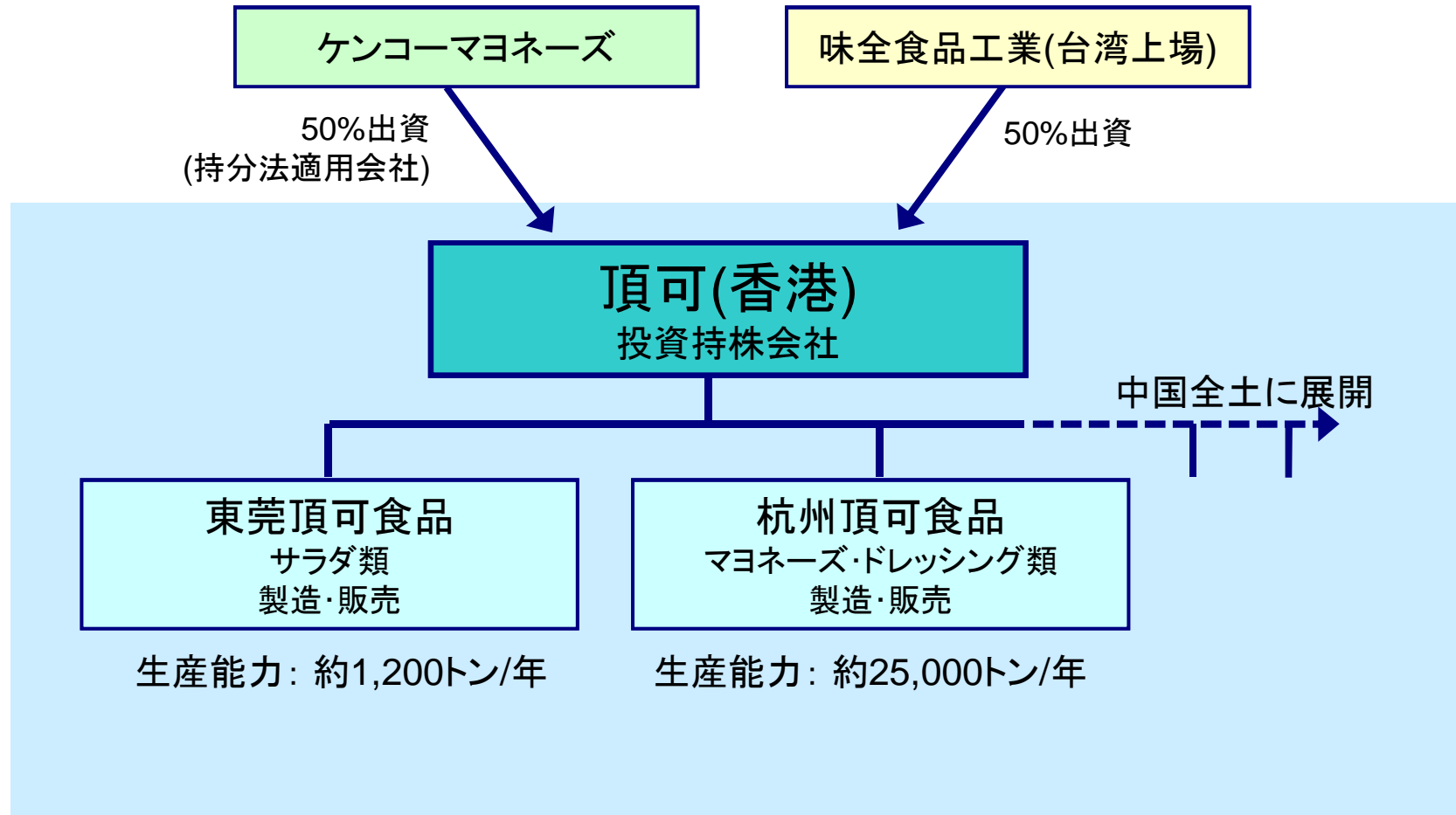


## 4. グローバル企業への展開

- ◆ 原料調達、生産、販売、各分野の  
ボーダーレス化
- ◆ サラダ料理及びソースをグローバルな視点で  
捉え、ケンコーサラダワールドを展開する
- ◆ 中国に続き東南アジアへの事業展開、  
さらに輸出の拡大、海外産原料の可能性を追求

# 中国事業の展開

Ⅱ.中期経営計画Ⅳ(フォース) 2012-2014





## 5. 人材の育成

- ◆ 市場演出型成長戦略を推進する人材の育成
- ◆ グローバルな視点で行動できる人材の育成
- ◆ 上記人材育成のための組織・体制の整備

# 「中期経営計画 (フォー)2012-2014」

Ⅱ.中期経営計画Ⅳ(フォー) 2012-2014



## 最終年度(2014年度)の目標【連結】

		2014年度 目標	2011年度比
売 上 高	国 内	632億円	
	海 外	22億円	
		654億円	+18%
経 常 利 益	国 内	26億円	
	海 外	2億円	
		28億円	+33%

上記目標「売上高」及び「経常利益」は、連結調整前の数字です



### Ⅲ. 2013年3月期 業績予想





# 1. 業界を取り巻く環境

Ⅲ.2013年3月期 業績予想



## ■ 業務用食品市場の動向

- 東日本大震災以降、持ち帰り米飯／回転寿司など売上好調な業態もあるが、消費者の節約志向は変わらず、外食産業全体もコンビニエンスストアも客単価は若干であるが前年以下の水準である。  
低価格競争は常態化している。
- 関西及び九州地区だけでなく日本全体における夏場の電力事情が見えにくいこと、また、外食から中食へ消費者ニーズの移行が顕著となっていることから、消費動向全体への影響は判断しにくい状況である。

## 2. 2013年3月期 重点施策①

Ⅲ.2013年3月期 業績予想



### ■ 中期経営計画Ⅳ(フォーエス)2012-2014 初年度の取り組み

#### 1. 商品開発

##### ○新製法の研究開発

新加熱殺菌技術活用：新生産ラインへの技術展開

タマゴ関連商材：焼き物工程ブラッシュアップなど

##### ○サラダ料理の追求

レギュラー品の開発 → 2012年秋 新発売

##### ○新市場対応商品の開発

やわらか食、冷凍・常温総菜、粉末調味料等の差別化

##### ○機能性追求型商品の展開

ローオイル、耐冷凍、健康・栄養分野等への商品展開

## 2. 2013年3月期 重点施策②

Ⅲ.2013年3月期 業績予想



### ■ 中期経営計画Ⅳ(フォーエス)2012-2014 初年度の取り組み

## 2. 販売

○事業別(MS、DR、タマゴ、惣菜、ポテト)の領域拡大  
販売重量目標: 118,000トン(対前期比 +2.0%)

マヨネーズ、ドレッシング、ソース事業

タマゴ事業

惣菜事業

ポテト事業

○分野別(外食、パン、量販店、給食、その他)戦略に基づく販売促進

○全国展開する広域ディーラーに向けた対策実施

○市場演出型提案(コンサルティング)営業の展開

## 2. 2013年3月期 重点施策③

Ⅲ.2013年3月期 業績予想



### ■ 中期経営計画Ⅳ(フォーエス)2012-2014 初年度の取り組み

### 3. 生産：最適生産性の追求

- 小型形態ロングライフサラダの生産新ライン導入(2013年5月稼働予定)  
西日本工場:ポテト、マカロニ、ゴボウの小型形態対応  
投資金額： 4億円(西神戸工場→西日本工場への設備移設含む)
  
- ローオイル型商品の生産ライン強化(2014年4月稼働予定)  
西日本工場:マヨネーズ生産体制の強化  
投資金額： 10億円
  
- 新加熱殺菌技術活用生産ラインの新設(2015年4月稼働予定)  
西日本工場:第2生産ラインの新設  
投資金額： 4億円

### 3. 2013年3月期業績予想(連結)

Ⅲ.2013年3月期 業績予想



- 東日本大震災の復興需要の本格化に期待するが、夏場の電力供給不足による安定操業維持に不安がある。また、穀物相場の高止まり懸念もある中、「中期経営計画Ⅳ(フォース)」の個別戦略を確実に進め、売上高527億円、経常利益21.5億円を確保する。

単位:百万円・%

	2012年3月期 実績			2013年3月期 予想		
	金額	構成比	前期比	金額	構成比	前期比
売上高	51,878	100.0	2.5	52,700	100.0	1.6
売上総利益	13,624	26.3	-3.3	-	-	-
販売管理費	11,480	22.1	1.4	-	-	-
営業利益	2,144	4.1	-22.7	2,300	4.4	7.3
経常利益	2,073	4.0	-22.7	2,150	4.1	3.7
税金等調整前 当期純利益	1,990	3.8	-18.5	-	-	-
当期純利益	1,029	2.0	-22.0	1,070	2.0	3.9
1株当たり 当期純利益	72円46銭		-31円01銭	75円29銭		2円83銭





## 【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(昭和33)年3月
資本金	2,180,781,500円
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	51,878百万円 (連結 2012年3月期)
経常利益	2,073百万円 (連結 2012年3月期)
売上構成比	調理加工食品45%、マヨネーズ・ドレッシング類31%、 タマゴ加工品22%、その他2% (連結 2012年3月期)
従業員数	2,807名(連結 2012年3月31日現在)



## 2. グループ沿革

【ご参考資料1】:会社概要



- 転換点** 1958(昭和33)年3月 会社創立 食用油脂の販売
- 転換点** 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  
マヨネーズ・ドレッシング類を事業の基盤として事業展開
- 転換点** 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**
- 1986(昭和61)年12月 外食・中食市場が広がる中、ロングライフサラダを市場投入・市場創造  
ごぼうサラダ(業務用)発売、ファイバーブームの先駆け  
サラダを柱とした調理加工食品、及びタマゴ加工品へ事業を拡大
- 1994(平成6)年11月 日本証券業協会(現 JASDAQ)へ株式を店頭登録
- 2005(平成17)年5月 健可食品(香港) 設立  
同年8月 健可食品(東莞) 設立  
同年8月 サラダカフェ(株) 設立
- 2010(平成22)年4月 頂新グループ(台湾)と提携、頂可(香港)を設立し中国事業を強化
- 2011(平成23)年3月 東京証券取引所市場第二部上場
- 2012(平成24)年3月 東京証券取引所市場第一部指定



ケンコーマヨネーズAS(61年)



ファッションデリカフーズ®(77年)

### 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



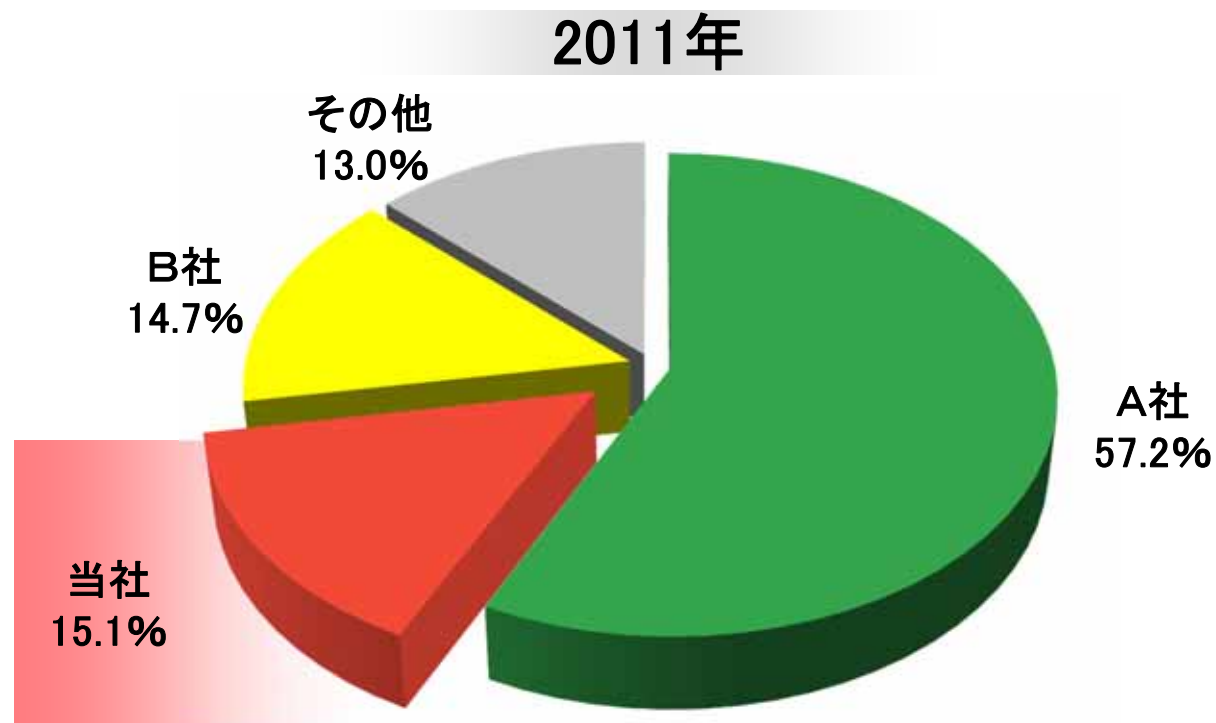
タマゴサラダ

## 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、シェア2位を継続

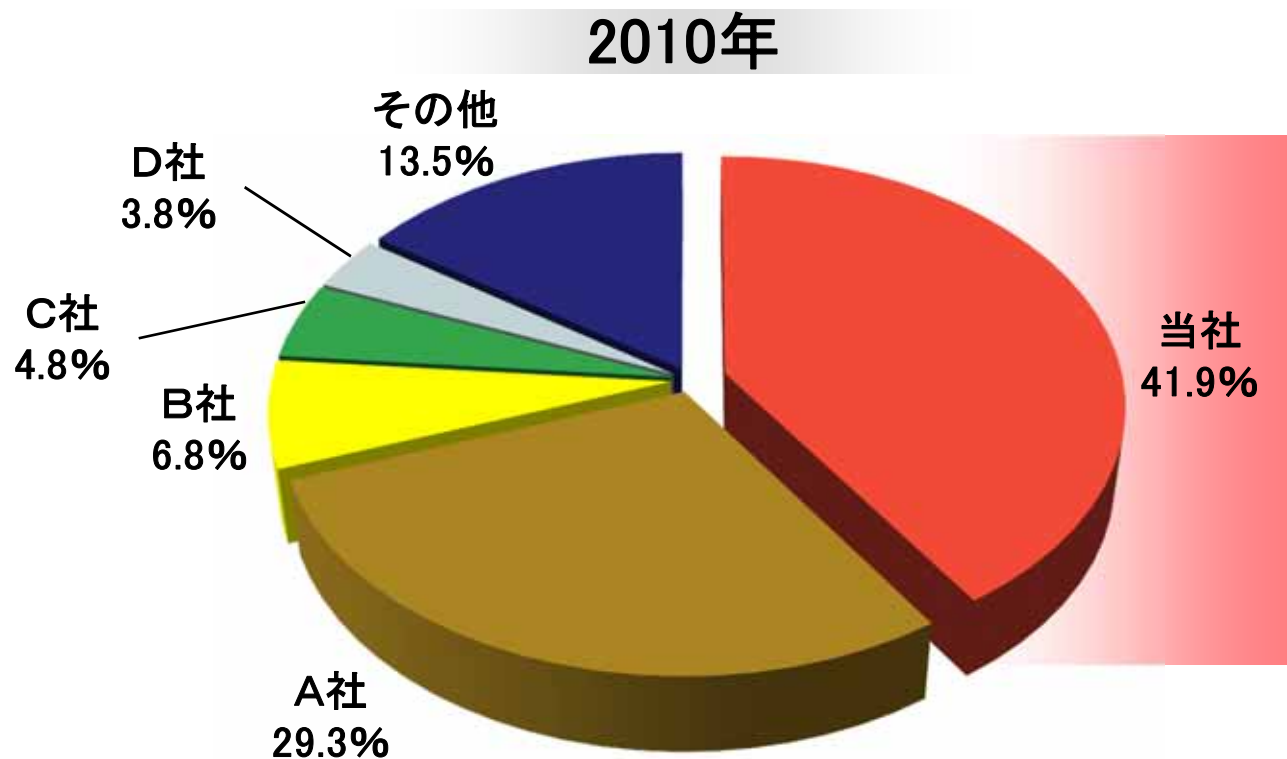
出所: 日刊経済通信社「酒類食品統計月報」データより弊社作成

## 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

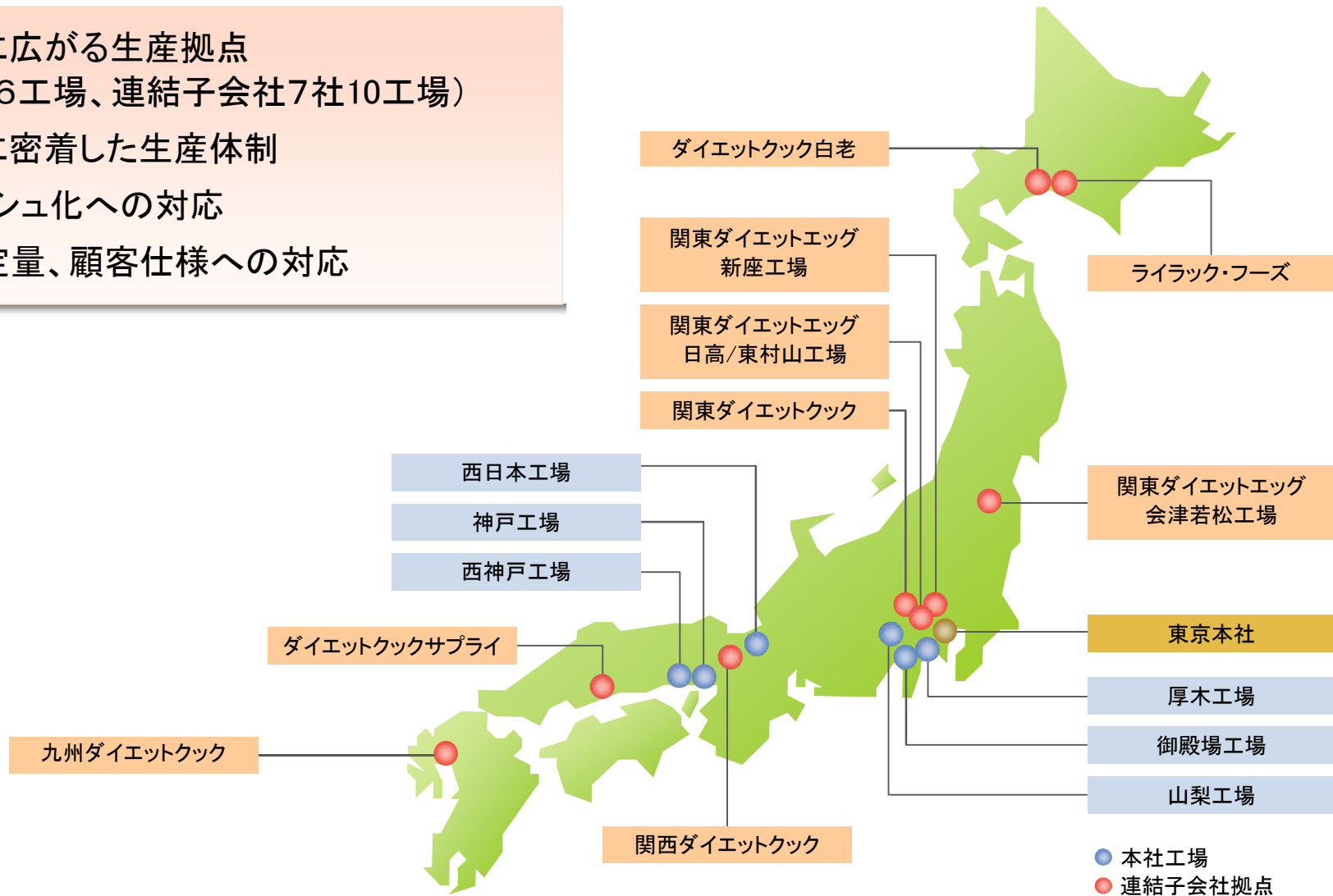
出所: 富士経済「食品マーケティング便覧」データより弊社作成

# 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





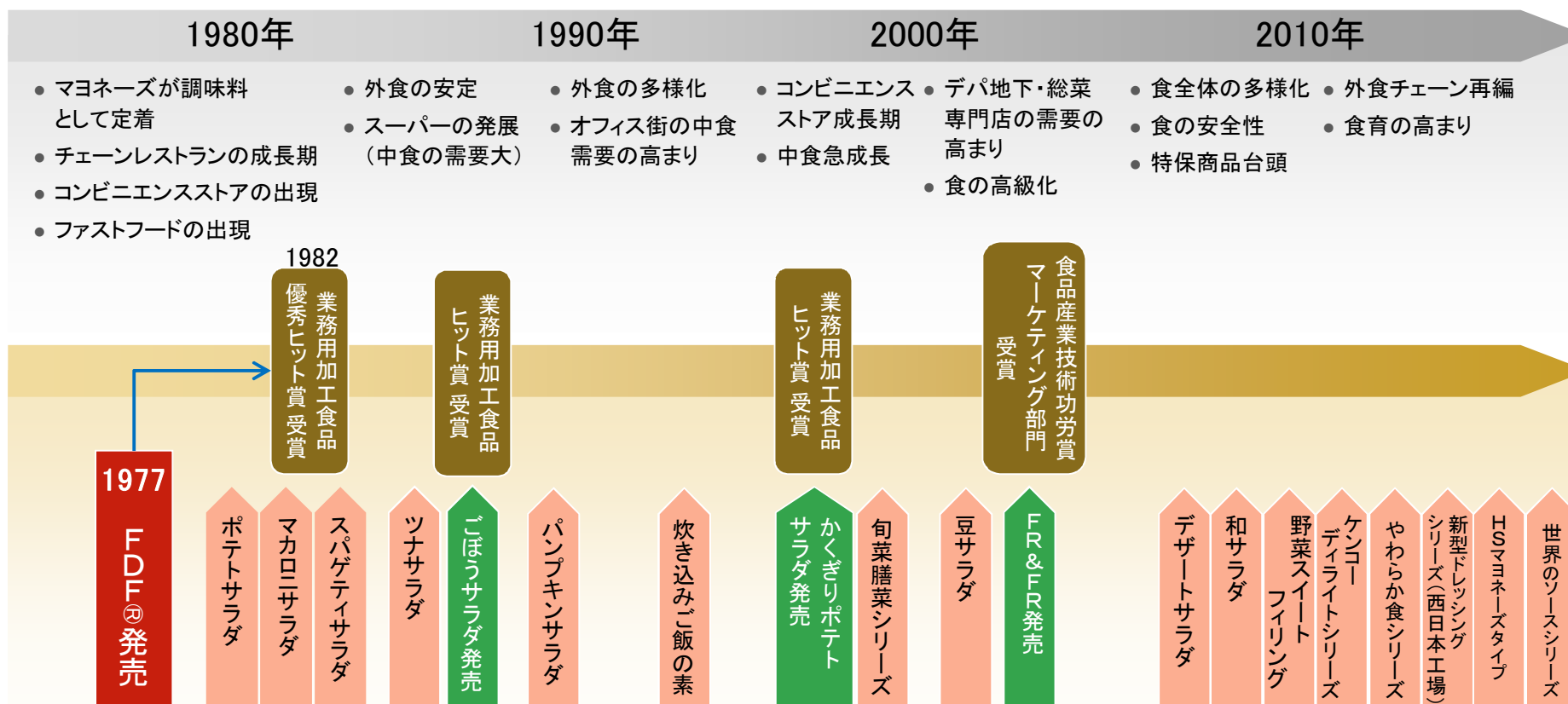
# 6. 当社の強み 顧客ニーズを満たす優れた商品開発力



【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



# 7. 当社の強み 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)

- 11月～1月 きたあかり
- 2月～10月 さやか  
又は  
男爵等



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



# 8. 当社の強み 幅広い商品群

【ご参考資料1】:会社概要



ドレッシング類



ソース類



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



冷凍商品等

## 9. 当社の強み 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・仕出し・持ち帰り弁当、回転寿司・牛丼・定食、他)、ファミリーレストラン、焼肉レストラン、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

## 【ご参考資料2】:原料相場の動向

# 1. 原料相場の動向「食用油」

【ご参考資料2】:原料相場



- **2011年度前半は、原料大豆相場が13ドル~14ドル/ブッシェルの高値で推移した。9月に入って欧州財政への懸念などから、大豆相場は11月末に11ドル割れ寸前まで急落した。**  
ところが、12月中旬以降になると南米の天候不順が発端となって相場は徐々に上昇し、3月に入って13ドルを超える高値圏の値位置となった。
- **2012年度の見通しは、世界的に増え続ける穀物の需要に対して供給量の拡大には不安がある。**  
一方、欧州の債務危機や米国の景気後退、中国など新興国の景気減速リスクなど、世界経済の先行きは不透明であるが、需給のバランスから考えると、穀物相場(特に大豆)は高値で推移する可能性が高いと思われる。

# 1. 原料相場の動向「食用油」 シカゴ大豆相場の推移

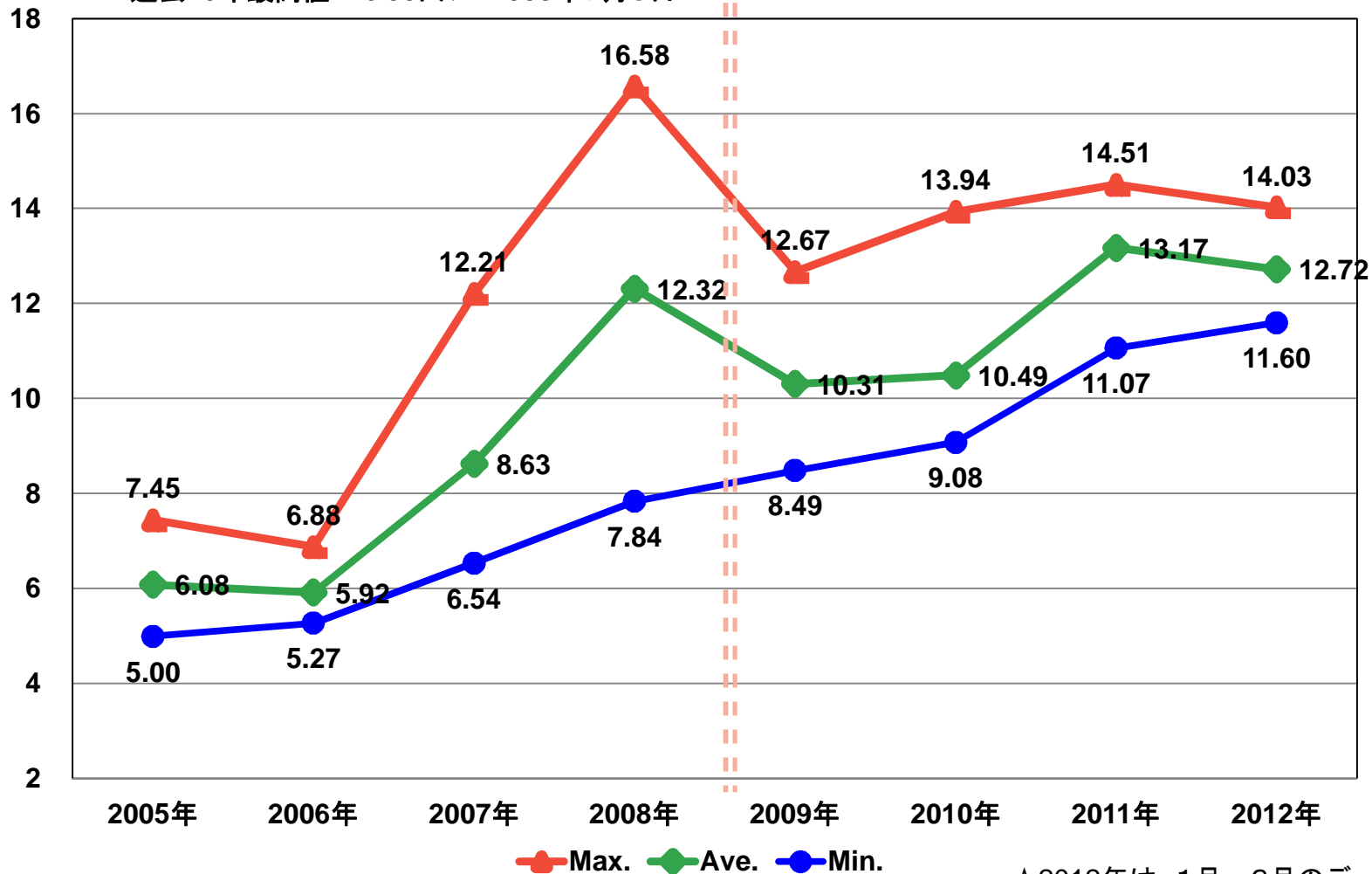
【ご参考資料2】:原料相場



単位:ドル/ブッシェル

リーマン・ショック

過去10年最高値 16.58ドル 2008年7月3日



☆2012年は、1月～3月のデータである



## 2. 原料相場の動向「鶏卵」

【ご参考資料2】:原料相場



- 2011年3月の東日本大震災の影響により国内の鶏卵相場は急騰したが、海外からの鶏卵(加工品含む)輸入の拡大、6月頃からの生産量の回復、自粛ムードによる消費低迷、等々により相場は夏場以降低調に推移し、2011年度の平均価格は対前年比3%ダウンとなった。
- 2012年度については餌付け羽数が対前年97%と低調なこと、飼料穀物相場の高止まり、消費の回復等により鶏卵需給がタイトになる可能性が懸念されるが、2012年5月初旬時点では需給は安定ベースで推移している。

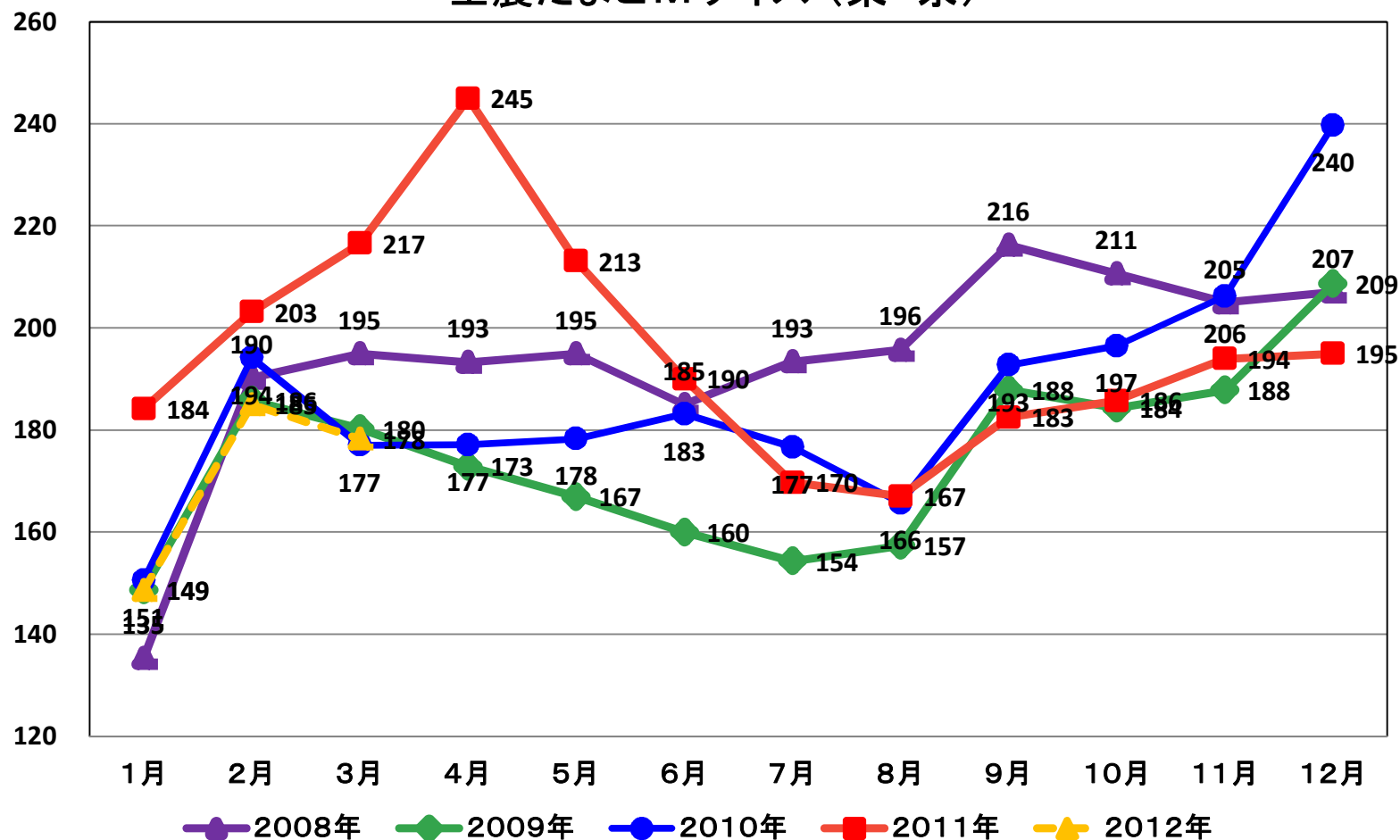
## 2. 原料相場の動向「鶏卵」 取引価格の推移

【ご参考資料2】:原料相場



単位:円/kg

### 全農たまごMサイズ(東京)



☆2012年は、1月～3月のデータである

### 3. 原料相場の動向「馬鈴薯」 主力産地：北海道における状況

【ご参考資料2】：原料相場



- **2011年**の作付面積は、前年比 **97.8%**であったが、生産量は、前年比 **10%増の967千トン**となり、作付面積の減少を反収増でカバーした状況である。(過去5年間の平均生産量対比では**96.8%**)
- **2012年**については、圧倒的生産数量を持つ北海道産に対し、各加工メーカーの引合いは強く、価格もやや強含みで推移するとの見通し。また近年の異常気象の発生状況から、今夏も異常気象による影響が懸念される。

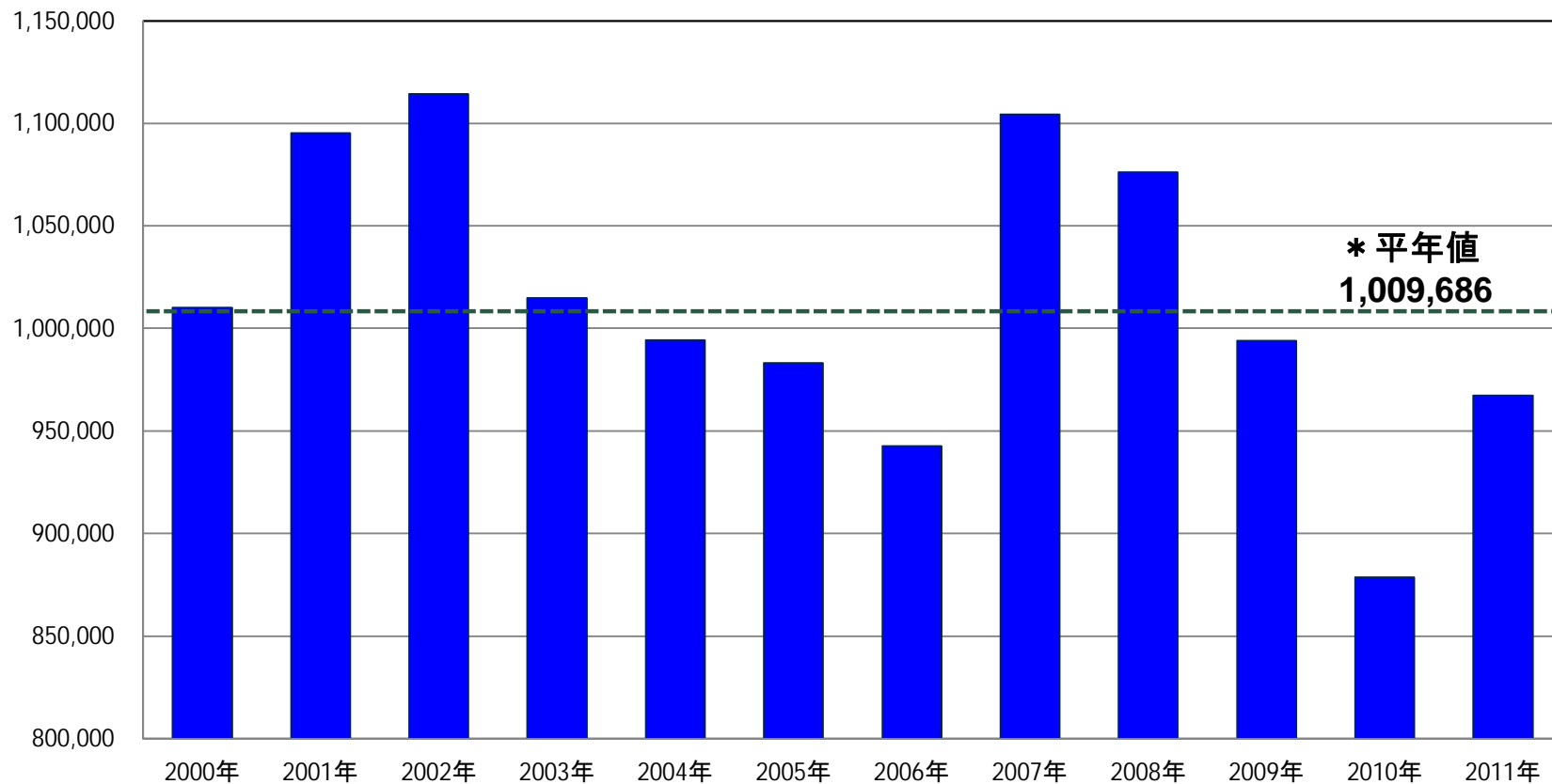
### 3. 原料相場の動向「馬鈴薯」生産量の推移

【ご参考資料2】:原料相場



単位:トン

#### ホクレン(北海道)



\* 平年値  
1,009,686

\* 平年値:過去10年間での最大値・最小値を除く平均値

## 【ご参考資料3】: 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3】

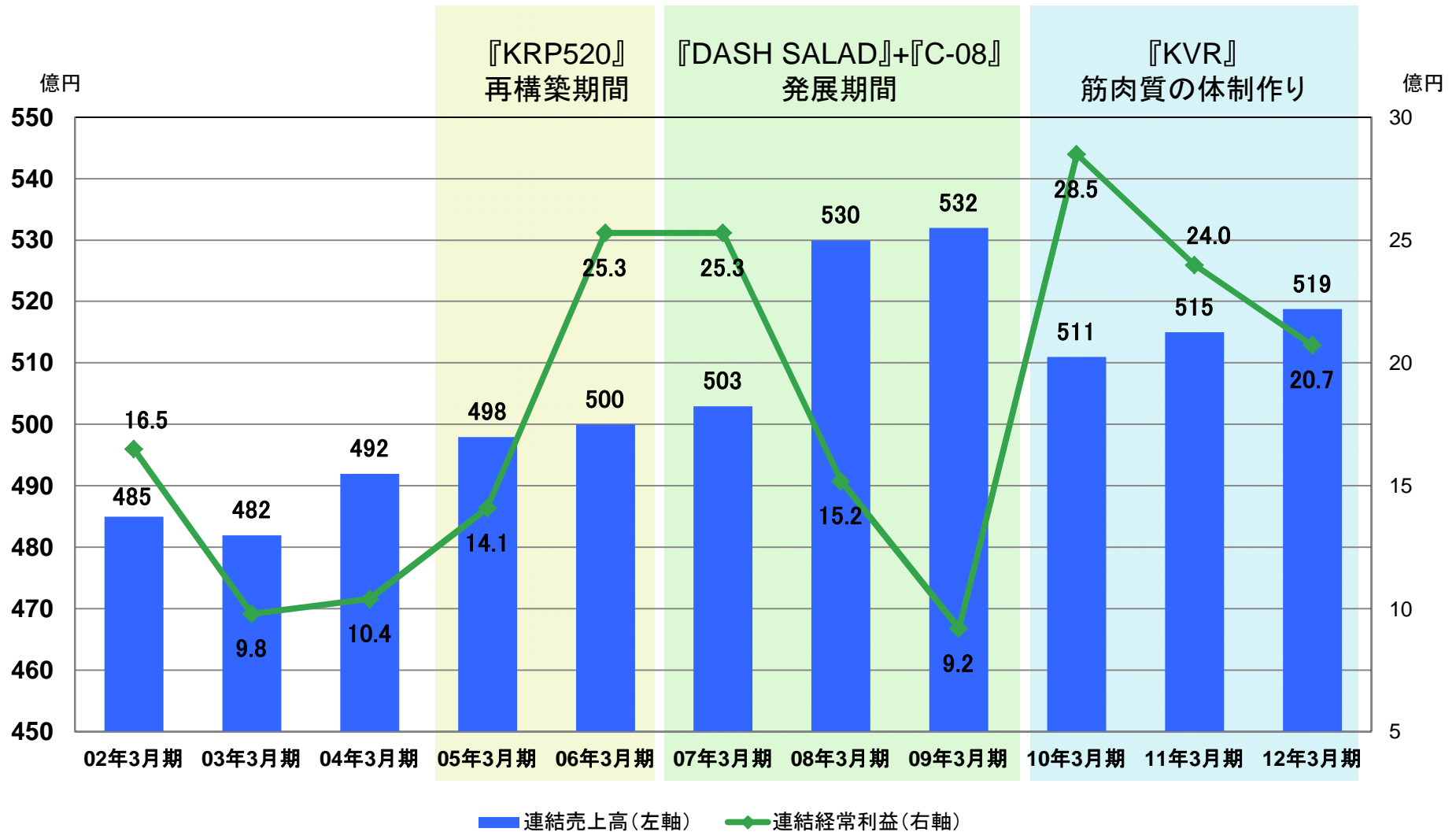


単位: 億円	2007年3月期	2008年3月期	2009年3月期	2010年3月期	2011年3月期	2012年3月期
売上高	503	530	531	511	506	518
営業利益	26	16	9	29	27	21
経常利益	25	15	9	28	26	20
当期純利益	17	7	3	14	13	10
1株当たり当期純利益 (円)	152.76	58.02	23.36	112.27	103.47	72.46
純資産	81	96	95	109	127	134
総資産	286	296	295	297	307	304
自己資本比率(%)	28.1	32.3	32.4	36.7	41.3	44.4
自己資本当期純利益率 (ROE) (%)	23.5	8.0	3.1	14.1	11.2	7.9
総資産経常利益率 (ROA) (%)	8.8	5.2	3.1	9.6	8.9	6.8

# 1. 業績の推移

## ②【連結】売上高・経常利益

【ご参考資料3】





## 2. 株主還元

### ① 配当と株主優待品

【ご参考資料3】



#### 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。  
2013年3月期より利益還元機会の増加を目的に、中間配当を実施予定。

#### 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3】



	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
配当金（円 / 株）	10	11	11	15	20 <sup>※(3)</sup>	20 <sup>※(4)</sup>
配当性向（％）	6.5	19.0	47.1	13.4	19.3	27.6
配当利回り（％） （ご参考）（1）	0.9	2.6	3.0	2.5	3.6	3.2
純資産(株主資本)配当率(％) (DOE) ※(2)	1.5	1.5	1.5	1.9	2.3	2.2

(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

※(4) 東京証券取引所市場第一部上場記念配当 5円を含む(予定)

# ◇お知らせ「テレビ放送」

【ご参考資料3】



下記のテレビ番組で当社が紹介されました。  
放送後、インターネットの配信動画をご覧ください。

1. 番組名 : 東京MXテレビ『企業魂』  
放送日時 : 2012年 3月13日(火) 夜8時30分～9時00分  
配信サイト : 『企業魂』サイト  
URL: <http://kigyoudamashii.com/>  
動画配信は、上記サイト内の「企業一覧」にて「ケンコーマヨネーズ」を選択願います。インターネット動画をご覧ください。
2. 番組名 : BS-TBSテレビ『未来へのおくりもの』  
放送日時 : 2011年11月12日(土) 夜10時00分～10時54分  
配信サイト : 『三菱UFJフィナンシャルグループ』様サイトから、  
URL: <http://www.mufg.jp/>  
『映像ライブラリー』を選択します。  
URL: <http://www.mufg.jp/csr/movies/>  
上記ライブラリー内の「第58話(2011/11/12放送)」にてご覧ください。

# ◇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
- 電話 : 03-5962-7787
- 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、確約や保証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、信頼できると思わ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。