

2915 ケンコーマヨネーズ

炭井 孝志 (スミイ タカシ)

ケンコーマヨネーズ株式会社 代表取締役社長

原材料価格高騰の中、増収増益を確保

◆分野別業態別対策を推進

常務取締役 財務経理本部長 村田 隆

業務用食品業界の動向として、外食産業は、少子高齢化や中食市場拡大の影響でオーバーストアの状況は解消されず、厳しい競争環境が続いている。こうした中、東日本大震災後の落ち込みの反動や新規参入・新規出店の継続により、外食産業の売上高は前年同期比微増の状況であった。

スーパーマーケットは、消費者の価格選好が依然として強く、厳しい価格競争が続いている。競争激化を見据え、経営統合や業務提携を模索する動きが加速し、コンビニエンスストアやドラッグストア等の他業態が食品の販売に注力した結果、量販店のデリカは堅調な増収傾向となっている。

コンビニエンスストア(CVS)は、飽和状態といわれている中で国内新規出店が加速を続け、既存店の売上は厳しい状況もあるが、全店ベースでは大きく伸長した。

2014年3月期第2四半期連結決算の概況として、売上高は、分野別業態別対策の立案・実行の成果によって、増収となった。またケンコーマヨネーズ本体、量販店へフレッシュ惣菜を販売している関連事業、店舗・WEB展開をしているサラダカフェ事業において、情報の収集・交換・発信を活かした三位一体の相乗効果により、この3つの事業全てが前年同期を上回る売上高となった。

利益面では、原料価格の高騰や円安による圧迫もあったが、売上高増による利益の確保、一部商品の価格改定の実施、工場稼働率の向上などによって、増益を確保することができた。当上期における連結業績は、売上高289億51百万円(前年同期比5.7%増)、営業利益16億55百万円(同3.8%増)、経常利益15億61百万円(同2.0%増)、四半期純利益9億10百万円(同17.8%増)となった。

◆低迷する市場でも増収を達成

外食産業に対する取り組みとしては、分野別業態別対策の強化を行い、新規顧客・新規採用が増加した事が売上高増に寄与した。また、当社ホームページを営業ツールとして活用し、各業態のニーズや季節に合ったメニュー、料理法などを紹介している。外食産業の市場規模が2012年度に2010年度比97.4%と低迷する中、当社の売上高は2012年度に同109.1%と伸長している。

2012年度のCVSデリカの市場規模および当社売上高は、ともに2010年度比108%強と順調に伸びている。量販店デリカの市場規模は同104.8%と着実に伸びているが、当社売上高は2011年度に商品の整理・統合を実施したことにより同96.8%に減少したが、2012年度は同102.4%と回復した。ポテトサラダやパスタサラダといった主力商品の売上が増加した。

パン業界(調理パン)の市場規模は微減で推移しているが、当社売上高は2010年度比112.5%と伸びている。給食業界は、当社売上高ともにほぼ横ばいの状況にある。高齢者向け「やわらか食」に食物繊維を追加した製品を12月より発売する。

当上期における分野別連結売上高構成比は、外食 27.7%、量販店 22.6%、CVS18.5%、パン 14.6%、給食 5.4%、その他 11.2%となっている。量販店、CVS、パンといった中食市場向けも当社売上高の大きな部分を占めている。

事業別売上高の状況は、調味料・加工食品事業 242 億 9 百万円(前年同期比 4.2%増)のうち、サラダ・総菜類は前年同期比 0.5%減、マヨネーズ・ドレッシング類は 2.7%増、タマゴ加工品は 12.8%増となった。

惣菜関連事業等 41 億 54 百万円(前年同期比 14.4%増)では、量販店向けの新規採用により、ポテトサラダ・パスタサラダの主力商品等が増加した。その他は 5 億 87 百万円(同 12.7%増)となった。

セグメント利益は、調味料・加工食品事業 13 億 60 百万円(前年同期比 7.6%減)、惣菜関連事業等 3 億 31 百万円(同 90.6%増)、その他はマイナス 1 億 17 百万円(前年同期はマイナス 99 百万円)となった。商材別連結売上高構成比は、サラダ類 43.9%、マヨネーズ・ドレッシング類 30.2%、タマゴ類 24.2%、その他 1.7%となっている。

経常利益の増減要因については、原材料価格変動によるマイナス 3 億 85 百万円、固定経費等の増加によるマイナス 1 億 27 百万円が利益押し下げ要因となったが、売上高増による 3 億 16 百万円増、価格改定による 72 百万円増、生産効率の向上による 1 億 54 百万円増によりカバーすることができた。

貸借対照表では、資産合計、負債、純資産のいずれも前年度末比 7%程度増加している。中期経営計画による積極的な設備投資を実施した中でも、自己資本比率は前期末並みの 43.4%を確保している。今後も 40%台は維持する考えである。

キャッシュフローの状況として、営業活動によるキャッシュフローは 7 億 30 百万円(前年同期比 7 億 94 百万円減)、投資活動によるキャッシュフローはマイナス 5 億 23 百万円(同 8 百万円減)、財務活動によるキャッシュフローは 9 億 93 百万円(同 6 億 54 百万円増)となった。

◆中期経営計画の進捗と今後の展開

代表取締役社長 炭井孝志

「中期経営計画Ⅳ(フォース)2012-2014」の 5 つのポイントとして、第一の「グローバル企業となる」では、2005 年から進出している中国において、2013 年 4 月より原料調達や生産、営業体制を見直し、合弁相手のグループ企業に加えて現地のファストフードやベーカリーへと販路を拡大している。売上高は上昇基調にあり、来期中の単月黒字化を目指している。インドネシアではハラール認証を取得し、本年 10 月から本生産を開始した。

また、マヨネーズやドレッシングを中心とした輸出事業も着実に伸びてきている。2013 年 9 月現在、アジア 15 カ国、欧州 6 カ国、北中米 3 カ国、オセアニア 2 カ国、合計 26 の国・地域への輸出をおこなっている。また、タイやシンガポールの食品展示会、問屋を通じた当社製品の出展などを通し、海外における認知度向上を図っている。東日本大震災以降に厳しくなった相手国からの要望事項に対し、確実に対応することによって大きく売上を伸ばしてきた。

第二の「事業領域の拡大」では、富士山フロント工業団地(静岡県富士市)に投資額 45 億円で新工場を建設している。タマゴ製品の連続一貫生産体制を整備し、厚焼き卵、錦糸卵、スクランブルエッグなどの卵加工品など、年間 6,000 トンの焼成タマゴ生産を目標としている。2014 年 2 月には完成し、4 月の本稼働を目指している。また、市場演出型企業として、小袋形態のロングライフサラダ「サラダのプロがつくった」サラダシリーズ、世界のソース・世界のサラダを展開している。

第三の「『サラダ料理』の確立・情報発信を行い、市場演出型企業としての戦略を実践」については、総合フェアの開催や WEB の活用、当社監修本の出版、当社冠ラジオ番組「サラダトーク～お仕事カフェ～」などを通して推進している。

第四の「サラダカフェブランドの推進・浸透」については、大手コンビニエンスストアとのコラボレーションにより、サンドイッチやサラダなどの商品が店頭販売され、好評を得ている。サラダカフェオリジナルドレッシング 3 品の発

売も開始した。また、東京本社内 Cooking Labo TOKYO では、料理講習会を実施している。

第五の「人材育成、体制強化」では、東京海洋大学大学院海洋科学技術研究科において 2013 年 10 月に、「サラダサイエンス(ケンコーマヨネーズ)寄附講座」を開設した。講座の期間は 2018 年 9 月までの 5 年間。多岐にわたるサラダの食材と調味料の栄養機能、嗜好性、安定性を目指して、主に化学的視点からアプローチしていきたいと考えている。

「中期経営計画Ⅳ(フォース)2012-2014」最終年度(2014 年度)の連結業績目標として、売上高 600 億円、経常利益 27 億円を目指している。

◆通期、過去最高売上高の更新を計画

2014 年 3 月期の業界を取り巻く環境として、人口減少と高齢化が急速に進む中で、消費者の安全志向や健康志向は増進し、世帯構成の変化など食生活の個食化や簡便化も一層進んでいくと思われる。こうした中で家庭内調理が減少する傾向にあり、外食支出や中食支出は増えていくと思われるが、業種間、業態間や個別企業の間での顧客の奪い合いは激しくなるとみられる。2013 年度は、企業業績の回復や雇用情勢の改善が期待されているが、原料相場の上昇や円安の進行によって原材料価格およびランニングコストは高騰しており、さらに来年度の消費税増税を控えて消費者の動向が読みにくいことから、商品開発や価格設定についても柔軟な対応が必要と考えている。

2014 年 3 月期通期の連結業績予想については、国内景気に回復の兆しが見られるものの、円安や穀物相場の高騰による原料価格の上昇が、今下期は一層進むものと考えている。収益環境は依然として不透明感の強い中ではあるが、「中期経営計画Ⅳ(フォース)2012-2014」の個別戦略を確実に進めることによって、2 期連続の最高売上高更新を目指している。具体的には、売上高 555 億円(前期比 1.8%増)、営業利益 27 億 20 百万円(同 2.1%減)、経常利益 25 億 80 百万円(同 0.2%増)、当期純利益 14 億 20 百万円(同 0.8%増)を計画している。

円安の進行や原材料価格の上昇が続き、厳しい事業環境が続くと思われるが、引き続き売上高を伸ばし、生産工程の改善、生産効率の向上によって利益を確保することで、経常利益は前期比 0.2%増を目指していく。経常利益のプラス要因として、売上高増による 3 億 26 百万円増、価格改定による 3 億 41 百万円増、生産効率の向上による 3 億 34 百万円増が見込まれており、マイナス要因としては、原材料価格変動による 9 億 95 百万円減を予想している。油脂および鶏卵の価格は想定を超えて上昇しており、特に鶏卵価格は年末の鶏卵需要期にかけて、引き続き高い水準で推移するものとみられる。

配当政策として、2014 年 3 月期の 1 株当たり配当金は、前期と同額の年間 21 円を実施する予定である。

(平成 25 年 11 月 21 日・東京)

* 当日の説明会資料は以下の HP アドレスから見るができます。

<http://www.kenkomayo.co.jp/ir/irshiryu/kessan>