

業務用メーカーとして実践してきた 取り組み・経験を財産として 次なる成長ステージに向け、 さらなる進化・発展を遂げていきます

株主の皆様ならびに投資家の皆様には平素より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

『中期経営計画Ⅳ(フォース)2012-2014』の目標を無事達成することができました。

次なる中期経営計画『KENKO Five Code 2015-2017』でさらなるステップアップを目指します。

代表取締役社長 炭井孝志



中期経営計画Ⅳ最終年度である 2014年度の業績に対する総括・ ご評価をお聞かせください。

事業環境がめまぐるしく変化する中、中期経営計画Ⅳの取り組みを着実に進めたことで、目標売上高600億円、経常利益27億円を達成することができました。大きな販売先である外食市場は厳しい環境にありましたが、分野を細分化した業態別チームによるきめ細やかな対応が売上増大につながったと認識しています。また、厚焼き卵や錦糸卵、タマゴサラダなどのタマゴ加工品がコンビニエンスストアや製パンメーカーから、寿司やラーメンチェーン店などにも販路が広がり、販売量が順調に拡大しました。もう一点、市場ニーズに応える形でスタートした、業務用サラダを小型化し、一般消費者向けに展開する戦略も非常に好調に推移しました。

利益面についても、原材料価格をはじめ、コスト上昇要因はありましたが、2014年4月に稼働を開始した静岡富士山工場の全ライン稼働に加え、

売上増に伴う工場の操業度アップ、タマゴ加工品を中心に高付加価値商品の需要が高まったことでカバーすることができ、中期経営計画1-2年目で実施した投資が活きてくる結果となりました。

各生産拠点ともに非常に高い稼働率を維持しており、さらなる生産能力・生産性の向上に向けた施策が必要です。採算性重視の最良実施を意識したタイムリーな環境整備を進めていきたいと考えています。

前中計の主な成果と 新中計のテーマ・取り組みに ついてお聞かせください。

「グローバル企業となる」では、インドネシアでの業務用・家庭用マヨネーズ、液卵の販売が順調です。すでに設備の拡充も検討する段階にきており、「小さく作り、大きく育てる」という発想が奏功したと考えています。ハラール認証のマヨネーズタイプ「おマヨ」の日本への輸出も始まり、拡大する外国人旅行者の需要にも期待しています。また、当社製品の海外への輸出先も29カ国・地域に

新中期経営計画『KENKO Five Code 2015-2017』～輝く未来のために～2017年度 目標



広がり、順調に伸長しています。国内同様、完成品の売り込みではなく、メニュー紹介を中心とした協業提案のスタイルが好評のようです。

「事業領域の拡大」では、世界のソースシリーズ全19品、世界のサラダシリーズ全15品を展開してきましたが、これまで市場になかった取り組みに魅力を感じていただけたことで非常に好調に推移しています。世界のソースシリーズは、形態がお客様のニーズに合い量販店での取り扱いにも拡大しました。機能性商品の拡充およびロングライフサラダのパイオニアとしてノウハウを集結した小型形態のロングライフサラダ『サラダのプロがつくった』サラダシリーズも今後さらに期待が持てる状況となっており、すべてのカテゴリーで新商品開発、ラインナップ拡充に力を入れていきます。

2014年11月には株式会社東芝様のほぼ無菌状態のクリーンルームで生産された野菜に当社の粉末タイプドレッシングを添付した商品を、サラダカフェ店舗で販売する取り組みを開始しました。今後も工場野菜に関わるマーケティング、コラボ商品の開発など提携を深めていきます。

新中計では、常に従業員が念頭に置くべき5つの指針として、Globalization/世界的拡大、Innovation/革新、Best practice/最良実施、Knowledge management/知識管理、Communication/コミュニケーション(ブランド育成)を新たに策定し、推進することで最適な経営戦略を進めていきます。前中計でのテーマの一つであった「グローバル企業となる」は

Globalization(世界的拡大)として更に進化させ、原料調達から製品の製造・販売の事業活動に加え、海外に情報収集拠点を設置し、マーケティング活動も進めていきます。世界の情報を取り込み、いち早く商品化あるいは価値の高い情報化をさせることで、市場演出型企業として、日本はもとより、世界に向けて食のトレンドを発信していくことを目指します。

株主の皆様へのメッセージを お願いします。

新中計では、これまで進めてきたすべてのテーマのさらなるブラッシュアップを図るとともに、従来の常識や価値観、仕組みにとらわれず、常にInnovation(革新)を起こし、新しい切り口、新しい捉え方で、新たな価値を創造する会社、世界に向けて発信力のある会社へと成長させていきたいと考えています。

食品メーカーとして50年以上にわたり蓄積してきたノウハウをグループ内で共有し、次世代につなげていく知識管理、信頼のコミュニケーションによるブランド育成といったテーマにも注力しながら、メーカー機能、連結子会社の総菜機能、サラダカフェによる情報収集・発信機能の3つを結合させた三位一体経営を進化・発展させ、新たな成長ステージへと歩みを進めていきます。

株主の皆様におかれましては、ぜひ当社の成長にご期待いただくとともに、引き続きご支援を賜りますようお願い申し上げます。